

聲明不專用審查基準

中華民國 98 年 11 月 16 日經濟部經授智字
第 09820031440 號令訂定發布
中華民國 101 年 5 月 2 日經濟部經授智字
第 10120030691 號令修正發布，101 年 7 月 1 日生效
中華民國 112 年 5 月 31 日經濟部經授智字第
11252800450 號令修正發布，112 年 8 月 1 日生效

目錄

1.前言	1
2.聲明不專用的意義與法規適用	1
2.1 聲明不專用的意義	1
2.2 聲明不專用的法規適用	3
2.2.1 聲明不專用的規定	3
2.2.2 聲明不專用的效果	4
3.應否聲明不專用的判斷	4
3.1 不具識別性的文字	5
3.1.1 說明性文字	6
3.1.2 通用名稱	13
3.1.3 其他不具識別性文字	14
I、姓氏及姓氏與稱謂等之結合	14
II、標語及習見的祝賀語、吉祥語、流行用語或成語	15
III、宗教及民間信仰用語	23
IV、年代、事業種類、商店名號及場所名稱	25
3.1.4 文字經設計時，未經設計的原始文字有致商標權範圍產生 疑義之虞者，應聲明不專用	28
3.1.5 圖樣中包含不具識別性部分經凸顯放大比例，或經排列設 計部分，有致商標權範圍產生疑義之虞者，應聲明不專用	33
3.1.6 刻意以非正確文字表示時，正確文字有致商標權範圍產生 疑義之虞者，應聲明不專用	34
3.1.7 外國文字	37
3.2 數字、記號及型號等不具識別性的事項	42
3.2.1 數字	42

3.2.2 型號與記號	45
3.3 不具識別性的圖形	48
3.3.1 說明性圖形	48
I、商品本身圖形	49
II、與商品或服務說明有關的業界常用圖形	50
III、與商品或服務地理來源或其他特性有關的地理圖形	51
3.3.2 通用標章	52
3.3.3 其他不具識別性的圖形	53
I、宗教及民間信仰標誌	53
II、商品的裝飾圖案、外觀及包裝設計	54
III、流行性的圖形	59
4.其他無須聲明不專用的情形	59
4.1 以非習見而特殊語法結合不具識別性的文字	60
4.2 產生新奇獨特商業印象的諧音文字	61
4.3 因使用取得識別性的事項	62
5.不得聲明不專用的情形	63
5.1 商標整體不具識別性	63
5.2 使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的事項 ..	65
5.3 純粹資訊性的事項	68
6.聲明格式	71
6.1 數個應聲明不專用事項的聲明方式	72
6.2 僅就特定類別或部分商品／服務應聲明不專用的聲明方式	73
6.3 大部分商標圖樣不具識別性的聲明方式	74
6.4 古體及簡體中文字的聲明方式	75
6.5 外國文字的聲明方式	77
7.其他事項	79
7.1 經通知聲明不專用而未於期限內回復的處理方式	79
7.2 註冊商標中未聲明不專用的文字，在後申請時為不具識別性文 字的處理方式	80
7.3 不具識別性事項經使用取得識別性	81
7.4 商標中具有識別性的部分不得聲明不專用	82
7.5 無致商標權範圍產生疑義之虞的部分雖經申請人聲明不專用， 仍不予公告	82
7.6 混淆誤認之虞的判斷應整體觀察	83

1. 前言

我國採行聲明不專用制度始於民國 80 年，嗣於 89 年訂定聲明不專用審查要點，並於同年 12 月 28 日公告施行，內容涵蓋聲明不專用制度的意義、適用範圍，並例示具體個案的適用情形。93 年因應商標法修正，要點內容曾作小幅修正，然考量該要點施行已有相當時間，且以條列之方式撰寫，內容較為精簡，商標審查人員在實務運作時常感參考性不足，故訂定聲明不專用審查基準(以下稱本基準)，並於 99 年 1 月 1 日公告施行，以作為案件審查之參酌。另為因應 100 年商標法修正，聲明不專用制度，由商標圖樣中包含之不具識別性部分一律應聲明不專用，修正為該部分有致商標權範圍產生疑義之虞時，始須聲明不專用的變革，本基準配合修正後，於 101 年 7 月 1 日生效施行。

鑒於聲明不專用制度施行多年，以現今網路行銷等新型態商業模式推陳出新，商標表現形式及使用態樣多變，是否有致商標權範圍產生疑義之虞的判斷，實務上不易認定，尤其針對數字、標語、成語等不具識別性事項，配合 111 年 9 月 1 日商標識別性審查基準之修正，增修應否聲明不專用相關之判斷原則，並輔以案例說明。至於公司名稱、網域名稱或說明性圖示等商業上純粹資訊性事項，應不屬於商標之一部分，為明確申請註冊之商標權範圍，同時增修合宜之實務案例及內容，俾利審查及提供各界參考。

本基準所援引的案例均為實際申請商標註冊案件，惟為配合本基準的撰寫，相關案例在指定使用商品／服務、應聲明不專用部分或聲明格式，未必與實際註冊情形一致，併予敘明。

2. 聲明不專用的意義與法規適用

2.1 聲明不專用的意義

商標為具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所組成，而識別性，指足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別的特性（商 18 I、II）。故商標的功能主要在於指示商品或服務的來源，而以之與他人的商品或服務相區別，只要

商標整體具有識別性，即具備商標功能，惟申請人往往為了促銷的目的，喜將與商品或服務有關的品質、功能、產地等說明，或廣告標語等不具識別性的事項納入商標圖樣中一併申請註冊，雖然商標整體具有識別性，應可取得註冊，但商標權人及競爭同業對於商標圖樣中所含前述事項是否具有專用權可能看法各異，若商標權人以商標圖樣中不具識別性的部分對競爭同業主張權利，即便原告主張最後未為法院所採納，在爭執過程中，競爭同業可能面臨商品被通路商下架的問題，並須負擔處理爭執及應訴的時間、勞力及費用，有影響市場公平競爭秩序之虞。

商標法 100 年修正前，商標圖樣中包含之不具識別性事項應一律聲明不專用，然隨著不專用制度的操作，對於該作法，出現了改革的建議。因為不具識別性部分可能為指定商品或服務業界常用的商品或服務的說明，或為通用標章／名稱，例如「新鮮·美味」指定於吐司、麵包商品，「土地銀行」指定於銀行服務，「新鮮·美味」與「銀行」分別為指定商品與服務的說明及通用名稱，其不具識別性情形具體明確，商標權範圍不及於該等部分，並無疑義，審查時若仍要求申請人補正聲明不專用，僅徒增公文補正往返時間，影響審查時效。

考量聲明不專用制度的目的，主要在避免商標註冊後，商標權人就取得之商標權利範圍，因其主觀認知及於客觀上不具識別性之事項，據以主張權利時，將造成競爭同業的困擾，或若未聲明不專用，可能造成註冊商標權利範圍不明確，使競爭者躊躇於該不具識別性事項之使用，亦不利於市場公平競爭。為兼顧審查時效及市場公平競爭，於商標法修正後，在商標圖樣經審查認為不具識別性的部分，「有致商標權範圍產生疑義之虞」者，始須透過不專用的聲明，亦即申請人應就該依法不得單獨註冊的「不具識別性部分」，聲明不主張專用權，使整體具有識別性的商標，得以保留該等單獨不得註冊部分於商標圖樣中，並使商標取得的權利範圍明確。

本局於 101 年修正發布本基準時，同步發布公告「無須聲明不專用例示事項」，故圖樣中不具識別性部分，如經例示為無須聲明不專用者，表示該等例示事項並無致商標權範圍產生疑義，自無須聲明不

專用，且於審查時，如有其他相關事證，足資判斷文字、數字、圖形等不具識別性部分，已為同業及公眾經常使用於描述指定商品或服務，或僅就商品或服務的特性為平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明者，因其說明性質或業界常用之事實已顯而易見，商標權人及同業均不至於誤認該部分為商標權範圍所及時，亦無須聲明不專用。

2.2 聲明不專用的法規適用

2.2.1 聲明不專用的規定

商標圖樣中包含不具識別性部分，且有致商標權範圍產生疑義之虞，申請人應聲明該部分不在專用之列；未為不專用之聲明者，不得註冊（商 29Ⅲ）。故商標圖樣中包含之不具識別性部分，在有致商標權範圍產生疑義之虞的情形，始須聲明不專用。所謂「不具識別性部分」，即「描述所指定商品或服務之品質、用途、原料、產地或相關特性之說明」、「指定商品或服務之通用標章或名稱」及「其他不具識別性」等情形（商 29Ⅰ），實務上一般以「說明性事項」、「通用標章／名稱」及「其他不具識別性事項」指稱之。

為使商標權人能清楚其註冊商標的權利範圍，以免就商標圖樣中未取得專用權的事項，據以對他人主張權利的情形發生，並使競爭同業能有效拿捏商標使用的分寸，以免誤為侵害他人商標權的行為，若不具識別性的部分包含於商標圖樣中，可能使得商標權人或競爭同業誤以為商標權人已就該部分取得專用權，並產生得依法排除他人相關使用的誤解，這種商標權利範圍不明確的情形，即可能影響市場公平競爭秩序，故申請人必須對該不具識別性部分為不專用的聲明，使商標權利範圍明確，始能取得註冊。反之，若商標圖樣中包含之不具識別性事項，不致於使商標權人或競爭同業誤認其屬商標圖樣中具有專用權利的部分，即便未經聲明不專用，仍無礙於商標權範圍的明確性，即非屬「有致商標權範圍產生疑義之虞」的情形，申請人無須就該部分為不專用的聲明，即可取得註冊。

2.2.2 聲明不專用的效果

商標註冊後，雖然商標圖樣中含有聲明不專用的部分，商標權人仍取得於指定商品或服務使用整體商標的權利，而非單獨使用商標中特定部分的權利，商標是否造成消費者混淆誤認之虞，其判斷仍應以整體商標圖樣為觀察。商標組成部分因識別性強弱的差異，在商標混淆誤認之虞判斷時會被施以不同的注意力，因此，商標圖樣中不具識別性部分，不論其屬有致商標權範圍產生疑義之虞並經聲明不專用，或無疑義之虞而未經聲明不專用，僅是在判斷時會被施以較低的注意力或忽視而已，但仍不排除因個案的具體情形，有影響混淆誤認之虞判斷的可能。

商標圖樣中特定事項是否應聲明不專用，審查時係依個案情形，並參酌字典、出版品及網路搜尋結果等資訊為判斷依據，但囿於取得的資訊有限，倘審查程序中，未要求申請人就有致商標權範圍產生疑義之虞的不具識別性事項聲明不專用，即准予註冊，商標權人仍不得排除他人關於該不具識別性事項的使用。相對地，有些商標於審查時具有識別性，惟嗣後因商標權人或第三人於市場使用的結果，使其識別性產生變化，例如因商標權人怠於行使權利，使註冊商標逐漸成為業界常用的說明性文字，甚或通用名稱，而喪失識別性。故聲明不專用制度，僅是於審查程序就可能發生商標權爭議的情形，預作防範的行政措施，註冊商標是否就特定事項聲明不專用，並非日後判斷該事項是否具識別性的唯一依據。

3. 應否聲明不專用的判斷

商標，為任何具有識別性的標識，故申請註冊的商標若整體不具識別性，自不得註冊（商 18、29 I），亦無透過聲明不專用以取得註冊之適用（參看本基準 5.1）。關於不具識別性部分，有無致商標權範圍產生疑義之虞，而產生應否聲明不專用的判斷，為便於參考援用，本基準依「商標識別性審查基準」章節順序，以「文字」、「數字」、「圖形」為主軸，再於項下依序就「說明性」、「通用名稱／標章」、「其他不具識別性」例示及說明應否聲明不專用的情形；其中「數字」部

分將一併說明「型號」及「記號」等不具識別性事項的適用情形。至於商標圖樣中哪些內容為說明性、通用名稱／標章或其他不具識別性事項，必須以商標與指定商品或服務間的關係為判斷依據，其具體判斷原則可參考本局「商標識別性審查基準」。

商標圖樣中所包含不具識別性部分，是否「有致商標權範圍產生疑義之虞」而應聲明不專用，其考量因素如下：

- (1)圖樣中為指定商品或服務相關說明之不具識別性部分，係申請人創用或少見業者使用的文字組合，有可能致申請人誤以為就該部分得單獨主張權利，且消費者及競爭同業對於商標圖樣中之該部分是否取得商標權易產生疑義者，應聲明不專用。
- (2)說明性及通用名稱以外之其他不具識別性標識，例如：姓氏、標語、成語、流行用語等不具說明性的文字，為業者通常喜好使用，或想以之取得專用，此等標識，如經判斷不具識別性者，為避免申請人以為可以就該部分主張權利，原則上應聲明不專用。但市場上常見習用的祈福性或宣傳性廣告用語，消費者及競爭同業對商標權人未取得該等用語的專用權利，不會產生疑義者，無須聲明不專用。
- (3)二以上之阿拉伯數字、型號、記號等經認定不具識別性者，原則上應聲明不專用。但數字代表的說明意涵明確(例如規格、數量、時間、年代等)，或為業界所常用代表吉利、幸運之數字，得認定無致商標權範圍產生疑義之虞者，不在此限。
- (4)不具識別性部分在圖樣中標示的位置、字體大小或所占比例，可能影響申請人是否想要就該部分取得商標權之判斷者，例如：商標圖樣中不具識別性部分，係經設計且特別放大或凸顯，致該部分文字或圖形是否取得權利有產生疑義之虞者，應聲明不專用。但經例示為無須聲明不專用事項者，不在此限。

3.1 不具識別性的文字

不具識別性的文字包括指定商品或服務相關特性的說明、通用名

稱及其他不具識別性的文字，當商標圖樣包含前述文字有致商標權範圍產生疑義之虞，應聲明不專用。另商標圖樣中包含經設計的文字或刻意以非正確文字表示而具有識別性的情形，商標權人固得就該設計後的文字或非正確表示的文字取得專用權，惟未經設計的原始文字或正確文字本身若有不具識別性的情形，且有致商標保護範圍產生疑義之虞，亦屬應聲明不專用的情形（參看本基準 3.1.4 及 3.1.6）。此外，商標圖樣中若包含國人不熟悉的外國文字，若少見國內同業及公眾使用，相關消費者或競爭同業不容易判斷該等文字是否取得專用權，屬有致商標權範圍產生疑義之虞的情形，應聲明不專用；圖樣中包含不具識別性的部分，如經凸顯放大比例或經排列設計後，有致商標權範圍產生疑義之虞者，亦同。（參看本基準 3.1.5）

3.1.1 說明性文字

說明性文字係指對商品或服務的品質、用途、原料、產地或相關特性為直接、明顯描述的用語，並不以一般提供該商品或服務者所共同使用為必要。當文字描述越是直接、明顯，或同業及公眾越是經常使用於說明指定的商品或服務，商標權人越不至於認為該部分為其商標權範圍所及，同業也越不容易懷疑商標權人取得該說明性用語的專用權，從而該文字屬不具識別性事項即明確而無疑義。

(1) 應聲明不專用的情形

當文字描述為商品或服務的說明，但少見同業及公眾以之說明指定商品或服務，例如，自行組合二以上描述性詞彙，惟整體文義仍僅用以表示商品或服務相關之說明者，則商標權人就該說明性文字是否取得專用權，並不明確，容易產生商標權範圍的疑義，應聲明不專用。

核准案例：



使用於廣告企劃、產品簡介設計、企業管理顧問、超級市場、農產品零售批發、食品零售批發等服務，圖樣中「零食研究所」有專門研究各種正餐以外零食之機構或場所之意，為所指定服務性質、內容之說明。但少見同業及公眾用以說明指定之服務，應聲明不專用。



芋圓自造所

使用於小吃店、日本料理店、冷熱飲料店、快餐車、咖啡店等服務，圖樣中「芋圓自造所」有表示營業場所販售的芋圓係自行製造之意涵，為指定服務相關特性之說明。但少見同業及公眾用以說明指定之服務，應聲明不專用。



使用於茶葉、茶包、花茶等商品，圖樣中「原質原味」、「Loyal On Original Taste」為指定商品之品質、原料或相關特性的說明。但少見業者使用該等文字組合說明指定商品，應聲明

不專用。

(2)無須聲明不專用的情形

當說明性文字為同業及公眾經常使用於描述指定商品或服務，如針對商品或服務的品質、用途、原料、產地或相關特性，包括與商品或服務本身有密切關連的特性，例如商品或服務的內涵、價格、風格、特色、使用或保存方法、保鮮溫度、生產技術、零組件或其組成部分、商品或服務形態、使用周期或服務期間等，原則上可據以認定該部分屬無致商標權範圍產生疑義之虞的情形，無須聲明不專用。

核准案例：



使用於火鍋店、日本料理店、自助餐廳、飲食店、餐廳等服務，「火鍋」為服務提供內容的通用名稱；「極品鍋物」為餐飲業者廣泛使用於服務所提供內容（餐點）品質的說明，均無須聲明不專用。



使用於土司、麵包、蛋糕、漢堡等商品，「新鮮」、「美味」為商品品質說明，「現場烘焙」則為強調商品為現場調理的特性說明，亦為糕餅同業所廣泛使用，無須聲明不專用。



● 綠茶多酚

使用於牛奶、乳酸菌飲料、豆漿等商品，「綠茶多酚」為飲料

商品成分的說明，常見飲料業者使用，無須聲明不專用。



使用於各種不動產之租售、不動產買賣、租賃之仲介等服務，「不動產」為服務內容（不動產相關服務）的說明，常見使用於房地產業界，無須聲明不專用。



使用於飲食店、冷熱飲料店等服務，「古早味紅茶」及其英譯「BLACK TEA OF ANCIENT EARLY FLAVOR」為服務所提供飲品特性的說明，且常見飲料業者使用，無須聲明不專用。



使用於產自挪威的肉、魚肉、家禽肉、非活體獵物等商品，「NORWAY」即挪威之國家名，明顯為指定商品產地或來源地的說明，無須聲明不專用。



使用於皮夾、皮包、錢包、背包、書包、腰包等商品，「FASHION」為商品特性的說明，且為彩妝、保養、皮包、鞋子、珠寶首飾、服飾及相關配件等業者經常用以強調商品的流行感，無須聲明不專用。



使用於餐廳、冷熱飲料店、小吃店等服務，「北方館」為服務所提供商品特性的說明，常見餐廳經營同業使用，無須聲明不專用。



使用於汽機車、摩托車、輪圈、車架等商品，「TECH」為「TECHNOLOGY（技術）」的縮寫，「FOR PROFESSIONALS」有提供給專業人士使用之意，明顯為商品品質及特性的說明，且常見同業及公眾用於說明汽機車商品，均無須聲明不專用。



● 新化阿發排骨大王

使用於小吃店、流動飲食攤、餐廳等服務，圖樣中「新化」為台南地名，明顯為指定服務地點的說明；「排骨大王」則為服務內容與「大王」結合的自我標榜用語，為服務所提供之商品品質及特性的說明，且常見餐廳同業使用，無須聲明不專用。



使用於茶、咖啡豆、可可粉、巧克力粉、咖啡飲料等商品，圖樣中「原生手作 忠於原味」為所指定商品之品質、原料或相關特性之說明，常見業者使用以描述其商品，無須聲明不專用。

當文字僅就商品或服務的特性為平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，若因其說明性質顯而易見，商標權人及同業均不至於誤認該部分為商標權範圍所及時，雖圖樣之字體經設計、位於圖樣中顯著之位置，或未為同業及公眾經常使用於描述指定商品或服務，亦無須聲明不專用。

核准案例：



使用於果汁、不含酒精濃縮果汁等商品，圖樣中「無糖發酵」、「SUGAR FREE FERMENTATION」為指定商品成分、製作方法平鋪直敘的描述，為商品或服務直接明顯的說明，不致有使商標權人或同業誤解商標權人得就該部分取得權利，無須聲明不專用。



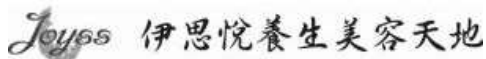
使用於空氣壓縮機、壓縮機、電力泵、真空泵、抽水機等商品，圖樣中「AIR COMPRESSOR」為其指定商品直接明顯說明，雖置於商標圖樣明顯之位置，惟不致有使相關業者或消費者誤解商標權人就該文字取得權利，無致商標權範圍產生疑義之虞，無須聲明不專用。



使用於自行車及其零組件、電動自行車及其零組件、電動機車及其零組件等商品，圖樣中「COMPONENTS」為指定商品用途之說明，文字外觀雖略經書寫設計，無致商標權範圍產生疑義之虞，無須聲明不專用。

LG Plug & Wireless

使用於頭戴式耳機、耳機、耳道式耳機、無線頭戴式耳機等商品，圖樣中「Plug & Wireless」為其指定商品直接明顯說明，無須聲明不專用。



使用於八寶粥、便當、飯速食調理包、飯等商品，圖樣中「養生美容天地」為申請人經營商品直接明顯說明，無須聲明不專用。

● 美吾髮漸進染

使用於生髮藥水、醫療用促進毛髮生長製劑、醫療用洗髮精、預防頭髮脫落用養髮藥劑等商品，「漸進染」為商品用途、功能的直接明顯說明，無須聲明不專用。

3.1.2 通用名稱

通用名稱為業者通常用以表示特定商品或服務的名稱，一般而言，其屬不具識別性事項，且在業界應有共識而無疑義，商標圖樣中包含通用名稱之部分，應無致商標權範圍產生疑義之虞，申請人無須就該部分聲明不專用。

核准案例：



使用於竹炭水、礦泉水商品，圖樣中「竹炭水」為指定商品的通用名稱，無須聲明不專用。



使用於玩具面具、玩偶、木偶、布偶、洋娃娃等商品，圖樣中「TOY」為玩具之意，為指定商品的通用名稱，無須聲明不專用。



使用於家具商品，圖樣中「家具」為指定商品的通用名稱，無須聲明不專用。

3.1.3 其他不具識別性文字

姓氏、標語、習見的祝賀語、吉祥語、流行用語與成語等，除具說明性的標語、習見的祝賀語、吉祥語、流行用語與成語，應適用3.1.1之判斷原則外，姓氏、非說明性的標語、習見的祝賀語、吉祥語、流行用語與成語，為其他不具識別性的文字者，原則上應聲明不專用，其判斷如下：

I、姓氏及姓氏與稱謂等之結合

我國商標審查實務上，申請人非常喜歡在商標圖樣中使用姓氏，但考量競爭同業亦有使用自己姓氏的需要，不宜由1人獨占專用權利，為避免產生商標權及於姓氏的疑義，應聲明不專用。姓氏結合「氏」、「家」、「記」或稱謂的情形，主要含義仍是姓氏，亦屬應聲明不專用的情形。非自我標榜的稱謂結合商品或服務名稱，若僅傳達商品或服務提供者的意涵，而屬商標不具識別性的情形時，為避免產生其為商標權範圍所及的疑慮，應聲明不專用。

核准案例：



使用於冷熱飲料店、飲食店、小吃店、點心吧等服務，圖樣中「朱」為姓氏，應聲明不專用。



使用於餐廳、飲食店、小吃店等服務，圖樣中「麵線陳」、「陳」表示業主之姓氏，應聲明不專用。



使用於水煎包商品，圖樣中「老蔡」為姓氏，「水煎包」及其外文「Dumpling Bun」為指定商品的通用名稱，原則上「水煎包」無須聲明不專用，惟「老蔡水煎包」為一整體概念，應將「老蔡水煎包」聲明不專用。



使用於乾製果蔬、糖漬果蔬、醬菜、泡菜、韓國泡菜等商品，圖樣中「王媽」不脫姓氏的含義；「泡菜婆婆」則有具有醃製泡菜專長的年長婦女之意，應將「王媽」、「泡菜婆婆」聲明不專用。

II、標語及習見的祝賀語、吉祥語、流行用語或成語

標語不乏為申請人所創用，如在字詞及語句之運用賦予創意，或包含高度識別性商標的標語，其文字組合予人新奇或深刻之印

象，並可在第一印象上即得將之作為區別來源的標識者，應具有識別性，可以取得專用。但標語與習見的祝賀語、吉祥語、流行用語或成語，可能用於宣傳促銷或標榜商品或服務品質、用途、原料、產地或相關特性，而具說明意涵，或形成宣傳廣告性用語的文字組合，如消費者不會將之作為識別來源的標識，屬於不具識別性者，為避免商標權人或業者就該部分是否取得商標權容易產生疑義，應聲明不專用。

我國商標申請人也喜歡在商標圖樣中使用習見的祝賀語、吉祥語、流行用語或成語，該等用語雖非商品或服務的說明，但如競爭同業也有在自己的商品或服務上使用相同的用語之需要者，為避免商標權範圍產生疑義，應聲明不專用。

(1)應聲明不專用的情形



使用於扳手、螺絲扳手、螺絲起子等商品，應將標語「帶著歡樂跑天下」聲明不專用。



使用於錄有電腦程式之資料載體、錄有電腦程式之光學資料載體等商品，標語「Enjoy your life」有享受你的生活之意，應聲明不專用。



使用於水果冰沙飲料、水果雪泥飲料、綠豆沙飲料等商品，圖樣中「十里畝田盡綠意 甲午飲泉茹豆香」等文字僅為廣告標語或宣揚經營理念，應聲明不專用。



● 使用於廣告企劃、廣告設計、廣告概念開發等服務，圖樣中「以心淬煉·鍛鑄不凡」為企業激勵人心之標語，應聲明不專用。

我相信我們可以



● 使用於布疋零售批發、衣服零售批發等服務，圖樣中「我相信我們可以」，為表達業者經營理念的口號性標語，且競爭同業可能需要使用相同的用語，應聲明不專用。



● 使用於衣服、鞋、圍巾、頭巾、領帶等商品，圖樣中「CHARM COMES FROM CONFIDENCE」有指「魅力來自自信」意涵，為廣告性宣傳標語，應聲明不專用。



● 使用於家庭日常用品零售批發、電子材料零售批發、食品零售批發、企業管理顧問、企業組織諮詢、企業管理諮詢等服務，圖樣中「EASY buy EASY EARN」有「輕鬆買輕鬆賺」之意，有吸引消費者注意並為廣告性用語，應聲明不專用。



● 使用於活動房屋租賃、帳篷租賃、提供營地住宿服務、提供營地設施、提供露營住宿設備等服務，圖樣中「Let's go play」為業者行銷服務之廣告性用語，應聲明不專用。



● 使用於電腦程式設計、電腦軟體設計、電腦軟體更新等服務，圖樣中「Make Things Happen」可直譯為「讓事情發生」，並有讓夢想成真之意涵，為業者行銷服務之廣告性用語，應聲明不專用。



使用於燈泡、照明器具、電壺、電咖啡壺、烤麵包機等商品，圖樣中「SMART LIFE SOLUTIONS」，有「智慧生活解決方案」之意，為行銷商品之標榜性廣告用語，應聲明不專用。



使用於農產品零售批發等服務，圖樣中「就是自然」，為傳達服務品質相關資訊的廣告性用語，應聲明不專用。



使用於市場行銷、網路購物、衣服零售批發等服務，圖樣中「熊蓋厚」讀音及表達之意涵，為臺語「最好」之意，並為業界需要使用標榜性之宣傳用語，應聲明不專用。



使用於餐廳、複合式餐廳、小吃店、冷熱飲料店、點心吧等服務，圖樣中「營養師的理想綠拿鐵」為標榜性的廣告宣傳用語，應聲明不專用。



愛上米線
LOVE RICE NOODLE

使用於飲食店、飯店、餐廳、提供餐食及飲料等服務，圖樣中「愛上米線」、「LOVE RICE NOODLE」為行銷其服務相關廣告性用語，應聲明不專用。



● 使用於肉類製品、湯、肉類速食調理包等商品，圖樣中「母湯」為網路流行用語，應聲明不專用。



● 使用於金屬製安全索、金屬製繩索、捆綁用金屬線、裝卸用金屬帶、農業用金屬製捆綁線等商品，圖樣中「線纜管理專家」為商品結合自我標榜說明用語，係屬直接明顯說明，無須聲明不專用；「化繁為簡」成語傳達商品經營理念及特性，應聲明不專用。

(2) 無須聲明不專用的情形

商標圖樣中使用的宣傳廣告性用語為平鋪直敘的描述，並為商品或服務非常直接、明顯的說明，若因其說明性質顯而易見，或為習見之祝賀語、吉祥語或成語，該等用語，在指定使用的商品或服務領域，已常見於競爭同業使用於宣傳促銷，商標權人及同業均不至於誤認該部分為商標權範圍所及，即便未經聲明不專用，無礙於商標權範圍的明確性者，申請人無須就該部分為不專用的聲明。



使用於信託服務、融資服務、保險經紀人、保險諮詢、證券等服務，圖樣中「PRIVATE WEALTH MANAGEMEN」有「私人財富管理人」之意，與「專屬於您的理財專家」為說明性宣傳用語，且常見業者使用，無須聲明不專用。



使用於代理進出口服務、百貨公司、超級市場、便利商店、購物中心、寵物零售批發、寵物用品零售批發等服務。圖樣中「專屬於貓奴的創意市集」為說明性宣傳用語，且常見業者使用，無須聲明不專用。



使用於冷熱飲料店、飲食店、小吃店等服務，圖樣中「牛排館」、「真材實料 信用可靠」為指定服務業者常用說明性廣告用語，無須聲明不專用。



● 使用於T恤、內衣、嬰兒褲、孕婦裝、服裝等商品，圖樣中「恭喜發財」為常見用以廣告宣傳的祈福用語，無須聲明不專用。



● 使用於第三方支付服務、融資服務、貸款等服務，圖樣中「招財進寶」為常見的祝賀語與吉祥語，消費者不會視其為識別商品或服務來源之標識，且為業界所常見之祈福用語，無須聲明不專用。



● 使用於糕餅、糕點、刈包、水煎包、包子等商品，圖樣中「吉祥如意」為常見業者用以廣告宣傳的祈福用語，無須聲明不專用。

III、宗教及民間信仰用語

宗教及民間信仰神祇之名稱或用語，若非作為商品或服務的相關說明，一般而言，給予消費者的印象僅為祈願或裝飾性文字，無指示商品或服務來源的功能，故屬不具識別性的文字，但同業間可能少有相同的使用情形，商標權人就該部分是否取得商標權容易產生疑義，且競爭同業也可能想在自己的商品或服務上使用相同的用語，為避免商標權範圍產生疑義，應聲明不專用。

核准案例：



使用於啤酒、黑啤酒、生啤酒、淡啤酒、薑汁啤酒等商品，「三太子」為神祇名稱，給予消費者的印象僅為祈願性文字，不具識別性，應聲明不專用。



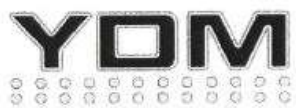
使用於錢包、書包、手提包、旅行箱、皮夾等商品，「黑虎將軍」為神祇名稱，給予消費者的印象僅為祈願性文字，不具識別性，應聲明不專用。



使用於衣服、鞋、圍巾、頭巾等商品及報社、通訊社、新聞社等服務，圖樣中「彌勒」為神祇名稱，給予消費者的印象僅為祈願性文字，不具識別性，應聲明不專用。

至於神祇名稱、咒語、真言、經文、佛號等宗教及民間信仰用語使用於商品及服務分類表 0309「線香、香末」、0405「蠟燭、蠟蕊」、1604「香冥紙、祭祀用紙製假禮品」；2110「香爐、香冥紙焚化爐、燭台、點香器」商品；3519「喪葬、宗教用品零售批發」；4504「喪葬服務」；4502「占星服務」；4513「籌劃宗教集會」服務，通常為同業間所常用，而且是指定使用商品或服務十分直接、明顯的說明，與本基準 3.1.1(2)說明性文字處理原則相當，屬無致商標權範圍產生疑義之虞的情形，則無須聲明不專用。但宗教及民間信仰用語僅於部分指定商品或服務為說明，在其餘商品或服務則屬其他不具識別性的情形時，仍應將該宗教用語聲明不專用，以避免產生商標權範圍之疑義。

核准案例：



● 育德媽祖

使用於算命、星相、撰易、堪輿、代辦法會、宗教會議之安排等服務，圖樣中「媽祖」為指定服務常見業者使用之神祇名稱，無須聲明不專用。



使用於廣告、企業管理顧問、衣服零售批發、文教用品零售批發、宗教用品零售批發等服務，圖樣中「青山王」為神祇名稱，使用於宗教用品零售批發服務，為指定服務之說明，無須聲明不專用；使用於其他廣告、企業管理顧問、衣服零售批發、文教用品零售批發，則給予消費者的印象僅為祈願性文字，為其他不具識別性之情形，「青山王」文字仍應聲明不專用。

IV、年代、事業種類、商店名號及場所名稱

表示事業創立年代、公司種類、商店名號等申請人所營事業的相關說明，例如品牌的「牌」、「brand」文字；公司種類的「股份有限公司」、「有限公司」等文字；商店名號的「齋」、「堂」、「記」、「行」、「社」、「號」等文字；多數事業體結合的「集團」、「聯盟」文字；事業性質的「工業」與「商事」等文字；營業組織的「企業」、「實業」、「展業」、「興業」等通用文字；事業名稱中單純用以表示業務種類的「建設」、「銀行」、「電腦」、「通訊」文字；網域名稱中表示國家代碼的「tw」、「jp」及屬性類別的「com」、「org」、「edu」、「net」等共用部分；表示商品或服務的提供者、商店或場所名稱的「屋」、「家」、「館」、「軒」、「庭」、「鋪」、「店」、「坊」、「工房」、「工場」、「會館」、「天地」、「廣場」、「事務所」、「旗艦店」文字等，或為商品名稱/服務內容結合該等場所名稱等，通常僅作為申請人所經營事業的相關說明，且經業界廣泛使用，原則上屬無致商標權範圍產生疑義之虞的情形，無須聲明不專用(詳參「無須聲明不專用例示事項」)。

核准案例：



使用於啤酒、蓮藕茶、人蔘茶、奶茶、菊花茶等商品，圖樣中「SINCE 2001」為事業創辦年代的說明，無須聲明不專用。

萬歲牌

使用於獸乳、調味乳、乳酸菌飲料、奶粉等商品，圖樣中「牌」為品牌之意，無須聲明不專用。



使用於鞋子商品，圖樣中「COLLECTION」為匯集、精選或收藏品之意，廣見使用於各種商品領域，無須聲明不專用。



使用於餐廳、旅館等服務，圖樣中「餐飲股份有限公司」為業務及公司種類的說明文字，無須聲明不專用。



使用於工業用化學品、科學用化學品、化學試劑等商品，圖樣中「GROUP」、「集團」通常用來表示數事業體結合而成之組織，無須聲明不專用。



使用於代理進出口服務，圖樣中「企業」為營業組織的通用文字，無須聲明不專用。



使用於雨傘商品，圖樣中「.com.tw」為台灣一般商業組織所共用的網域名稱部分，「Umbrella」為指定商品的通用名稱，「傘圖」則為指定商品的寫實圖形，均無須聲明不專用。



使用於珠寶、貴重金屬、耳環、墜子等商品，圖樣中「JEWELRY COMPANY」表示經營珠寶營業的公司之意，無須聲明不專用。



使用於建立電腦資訊系統資料庫、電腦資料庫資訊編輯、電

腦檔案管理、職業介紹、人力仲介、廣告空間租賃等服務，圖樣中「雲端知識服務聯盟」為所指定服務內容及申請人事業體組織直接明顯的說明，無須聲明不專用。



使用於各式建築物之營建代建、園景造景施工、造園景觀工程施工等服務，圖樣中「置地廣場」、「LANDMARK PLAZA」為申請人經營事業的直接明顯說明，無須聲明不專用。



使用於茶葉、紅茶商品，圖樣中「鮮奶茶事務所」仍不脫離指定商品及經營地點或場所的說明意涵，並為相關消費者得以輕易理解，無須聲明不專用。



使用於可供煮食用之非燃料木炭、竹炭原料等商品，圖樣中「工房」常見使用於各種商品與服務領域，無須聲明不專用。

3.1.4 文字經設計時，未經設計的原始文字有致商標權範圍產生疑義之虞者，應聲明不專用

不具識別性的文字本不應取得註冊，惟經設計後，若脫離純粹說明、通用名稱或其他不具識別性文字的印象，而具有識別性時，可准予註冊，惟其註冊後取得排他使用的效力，並不及於未經設計的文

字，申請人不得排除第三人關於該文字的使用。未經設計的原始文字本身若有不具識別性的情形，例如商標圖樣中包含經設計的文字「餐廳」或姓氏「蔡」，並指定使用於餐廳服務，未經設計的「餐廳」與姓氏「蔡」於指定服務屬不具識別性的文字，商標權人並不能排除他人關於該等文字的使用，在前者情形，商標權人不能排除他人使用「餐廳」於餐廳服務並無疑義，「餐廳」即無須聲明不專用；在後者的情形，商標權人得否排除他人使用姓氏「蔡」可能存有疑義，為了明確商標保護範圍，「蔡」應聲明不專用。故未經設計的原始文字若不具識別性，且有致商標保護範圍產生疑義之虞，應將未經設計的原始文字聲明不專用，始得註冊。反之，如果未經設計的原始文字，係為無須聲明不專用例示事項，或非常直接明顯之說明意涵，不生商標權範圍之疑義者，無須聲明不專用。

99年1月1日之前，關於文字的聲明，有「未經設計」的用語，當時是考量文字經設計時，該設計的字樣，商標權人應有專用的權利，故所須聲明者為未經設計之文字。惟文字設計程度如何，始屬「經設計」，看法難免有歧異，考量商標混淆誤認之虞的判斷，是以商標整體圖樣觀察，不論文字經設計的程度高低，縱使將未經設計的文字聲明不專用，亦不影響混淆誤認之虞的判斷，故本基準不再使用「未經設計」的用語，不論文字設計程度如何，所聲明者均是未經設計的原始文字，同時於聲明時附加「文字」用語，可明確所聲明不專用者，為未經設計之原始文字。（聲明格式，請參照「6. 聲明格式」的說明。）

(1)應聲明不專用的情形

核准案例：

● 智能快取櫃

使用於物流運送、食物運送、貨物配送等服務，圖樣中「智能快取櫃」為指定服務相關特性的說明。但少見業者使用該等文字組合說明指定服務，應聲明不專用。聲明方式為：本

件商標不就「智能快取櫃」文字主張商標權。



● 使用於冷熱水瓶、鍋、馬克杯、茶壺、平底鍋等商品，圖樣中「一體式中栓」指將保溫瓶等商品之中栓與墊圈合而為一之設計；「SEAMLESS」係「無接縫的」之意，均為指定商品相關特性之說明；其中「SEAMLESS」為直接明顯商品相關的說明，應無疑義，「一體式中栓」文字為同業少見使用之情形，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「一體式中栓」文字主張商標權。



● 使用於臘肉、肉乾、牛肉乾、豬肉乾等商品，圖樣中「高」為姓氏，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「高」文字主張商標權。



● 使用於飯速食調理包、麵速食調理包、雞肉飯等商品，圖樣中「老陳」為對於陳姓人士或陳姓長者之親切稱呼，仍不脫離姓氏之意涵，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「老陳」文字主張商標權。



使用於冷熱飲料店、餐廳、居酒屋等服務，圖樣中「杜桑」為對於杜姓人士之尊稱，仍不脫離姓氏意涵，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「杜桑」文字主張商標權。



使用於網路購物、郵購服務和網路拍賣服務等服務，圖樣中「夯店」為流行用語，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「夯店」文字主張商標權。



使用於電腦軟體、錄有電腦遊戲程式之光學資料載體等商品，圖樣中「荆軻刺秦王」為我國著名的歷史事件，為指定電腦遊戲商品所設定背景或故事內容的說明，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「荆軻刺秦王」文字主張商標權。



使用於從網際網路下載之音樂、可下載之音樂檔案、從網際網路下載之影片等服務，圖樣中「創意王」、「idea KiNg」為自我標榜商品品質或相關特性之廣告性宣傳用語，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「創意王」、「idea KiNg」

文字主張商標權。



使用於量販店、百貨商店、雜貨店、農產品零售批發、家庭日常用品零售批發等服務，圖樣中「瘋」、「團購瘋」、「HIT GROUP BUYING」為常見流行用語，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「瘋」、「團購瘋」、「HIT GROUP BUYING」文字主張商標權。



使用於糖果、餅乾、糕餅、月餅、糕點等商品，圖樣中「瘋堅果」為表示對於堅果執著喜愛之流行用語，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「瘋堅果」文字主張商標權。



使用於水餃、餛飩、便當、魚餃、茶飲料等商品，圖樣中「嗑餃子」有吃餃子之意，為所指定商品性質或其他相關特性之說明，與其音譯外文「ke jiao zi」應一併聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「嗑餃子」、「ke jiao zi」文字主張商標權。



使用於玩具、遊戲紙牌、兒童益智玩具等商品，圖樣中「桌遊聯盟」、「Board Game League」為所指定商品及申請人事業體組織之說明，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「桌遊聯盟」、「Board Game League」文字主張商標權。

(2)無須聲明不專用的情形



使用於行動電話應用程式、電腦軟體、可下載之電腦應用軟體、電腦遊戲程式、網路伺服器等商品，「商城」為其指定商品直接明顯說明，且為無須聲明不專用例示事項，無須聲明不專用。



使用於代理進出口服務、便利商店、購物中心、婦嬰用品零售批發等服務，「本舖」為市場上常見表示營業總店之意，且為無須聲明不專用例示事項，無須聲明不專用。

3.1.5 圖樣中包含不具識別性部分經凸顯放大比例，或經排列設計部分，有致商標權範圍產生疑義之虞者，應聲明不專用

商標圖樣包含之文字，雖係就商品或服務的特性為直接、明顯的說明，惟商標圖樣中之字體或整體意匠經設計，或置於圖樣中顯著之位置，可能致商標權人及同業對於該部分是否為商標權範圍所及，易生疑義者，仍應聲明不專用。

核准案例：



使用於泳裝等商品，圖樣中「DIVING」為所指定商品用途之直接明顯說明，惟置於圖樣中顯著位置，字體與圖形所占比例相當，屬有致商標權範圍產生疑義之虞，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「DIVING」文字主張商標權。



使用於氣體之管線輸送、能源分配、能源供應等服務，圖樣中「液化天然氣」、「Liquefied Natural Gas」為所指定服務直接明顯之說明，無須聲明不專用。但其中「LNG」為外文「Liquefied Natural Gas」之簡稱或縮寫，雖為同業所習知常用，惟置於圖樣明顯之位置，字體及所占比例明顯放大，有致商標權範圍產生疑義之虞，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「LNG」文字主張商標權。

3.1.6 刻意以非正確文字表示時，正確文字有致商標權範圍產生疑義之虞者，應聲明不專用

商標圖樣中不具識別性的文字可能被刻意以諧音、非通常使用的文字表示，在外文的情形，可能故意以諧音或複合字、套疊字等其他的不正確拼字表現，若消費者仍能辨識出正確的文字，且仍給予消費者正確文字所傳達的說明性、通用名稱或其他不具識別性的印象，雖然其他同業無須使用非正確的表示方式，但有使用正確文字的需要，在正確文字有致商標保護範圍產生疑義之虞時，如少見同業使用之說

明性文字或宣傳性廣告用語，應將所對應的正確文字聲明不專用，始得註冊。聲明方式為：本件商標不就「正確文字／拼字」文字主張商標權。

為例示正確文字的聲明方式，以下的核准案例均依本基準規定的聲明格式為修正，至於本基準所定的聲明格式，請參照「6. 聲明格式」的說明。

(1)應聲明不專用的情形

核准案例：

- 「**東山補骨精**」使用於奶粉、低脂奶粉等商品，「補骨精」為「補骨精」的正確文字，且為指定商品功能之說明，但未為同業所經常使用，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「補骨精」文字主張商標權。

● **KARDIO ANERGI**

使用於營養補充品、含維他命及礦物質營養補充品、食療用澱粉等商品。「CARDIO ENERGY」有為心肺能量之意，為指定商品用途或相關特性之說明，圖樣中「KARDIO ANERGI」刻意以諧音、非通常使用的文字表示，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「CARDIO ENERGY」文字主張商標權。

● **追碼人
SN-Trac**

使用於電腦記憶體裝置、電腦、已錄電腦程式、條碼讀取機商品，圖樣中「SN-Trac」，予消費者之認知，可輕易聯想其

正確外文「SN-Track」(序號追蹤：Serial Number Tracking)之意，為指定商品之用途或相關特性的說明，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「SN-Track」文字主張商標權。

● **RESVERA**
醇白靚飲ATROL

使用於營養補充品、植物萃取營養補充品、草本營養補充品等商品，「RESVERATROL」(白藜蘆醇)常作為膳食補充劑，圖樣中「RESVER」、「ATROL」分上下排列及前者末字「R」字母左右倒置些微設計，予消費者之認知，仍不脫離外文「RESVERATROL」之涵義，為指定商品成分說明，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「RESVERATROL」文字主張商標權。



使用於醫療用電熱墊、醫療器具、醫療儀器、傷口縫合材料等商品，圖樣中「MOSQUITOUT」為套疊字，其予人印象有「MOSQUITO OUT」表示驅蚊之意涵，為所指定商品相關特性之說明，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「MOSQUITO OUT」文字主張商標權。

(2)無須聲明不專用的情形



● 使用於咖啡、茶、可可、人造咖啡及冰商品，圖樣中「CRAFTEA」為套疊字，可輕易拆解為「CRAFT TEA」工藝茶之意，已為所指定商品直接明顯之說明，無須聲明不專用。



● SecurDisc

使用於數位視訊影碟、藍光影碟、高解析數位視訊影碟等商品，「SecurDisc」為「SECURE DISC」的非正確拼法，「secure disc」為商品受加密保護特性的直接明顯說明，無須聲明不專用。



● 使用於蜂王乳、蜂王精、蜂王漿、蜂蜜等商品，圖樣中「Propoliz」為「Propolis」的非正確拼法，有蜂膠之意，為直接明顯商品品質及特性之說明，無須聲明不專用。

3.1.7 外國文字

外國文字若為商品或服務直接、明顯的說明或通用名稱，理解該文字者，可以知悉商標權人未就該文字取得專用權，不認識該文字者，則因不能理解字義，無從判斷商標權人是否就該文字取得專用權，應屬有致商標權範圍產生疑義之虞，而須聲明不專用的情形。考

量英文為國人普遍熟悉的語文，競爭同業對於英文字義有一定程度的理解，可循前揭「3.1 不具識別性的文字」為商標權範圍的判斷。至於英文以外的外國文字，如國人的理解未達普及的程度，為避免競爭同業因不瞭解字義，而不清楚商標權範圍所在，凡屬不具識別性者，應一律聲明不專用，以茲明確（聲明方式參看本基準 6.5）。

(1)應聲明不專用的情形

核准案例：



使用於農產品零售批發、飲料零售批發服務，圖樣中英文「Natural」、「Healthy」為「自然」及「健康」之意，為指定服務提供內容非常直接、明顯的說明，無須聲明不專用；廣告性標語「PROVIDING ONLY THE BEST FOR YOUR FAMILY」為「只為你的家人提供最好的」之意，不具識別性，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「PROVIDING ONLY THE BEST FOR YOUR FAMILY」文字主張商標權。



使用於巧克力蛋糕、巧克力粉、巧克力漿等商品，圖樣中「可可豆圖形」為可可豆的寫實圖形，為巧克力相關產業所經常使用的說明性圖形，無須聲明不專用；菲律賓文「kakaw」為「可可」之意，為商品成分的說明，不具識別性，菲律賓文

非國人普遍熟悉的語言，為避免產生商標權範圍及於該文字的疑義，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「kakaw（菲律賓文：可可）」文字主張商標權。



● 使用於咖啡、咖啡豆、即溶咖啡、咖啡飲料等商品，圖樣中「咖啡」為指定商品的通用名稱或成分說明，無須聲明不專用；德文「KAFFE」為「咖啡」之意，為指定商品的通用名稱或成分說明，不具識別性，德文非國人普遍熟悉的語言，為避免產生商標權範圍及於該文字的疑義，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「KAFFE（德文：咖啡）」文字主張商標權。



● 使用於麵條、麵速食調理餐、玉米粗粉、速食麵等商品，圖樣中有「炸醬麵」意涵之韓文，並非國人普遍熟悉之外文，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「炸醬麵(韓文)」文字主張商標權。



● CHUNG LACTO

使用於蛋白質營養補充品、蛋白質膳食補充品、乳酸飲料等商品，圖樣中有「清乳酸」意涵之韓文，並非國人普遍熟悉之外文，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「清乳酸(韓文)」文字主張商標權。



使用於面霜、化粧水、乳液等商品；廣告企劃、廣告設計、百貨公司、購物中心、網路購物等服務，圖樣中「Peau renaitre」有「肌膚重生」之意，為國人不熟悉之法文，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「Peau renaitre (法文：肌膚重生)」文字主張商標權。

(2)無須聲明不專用的情形



使用於醬菜、韓式泡菜商品，圖樣中有「泡菜」意涵之韓文，雖非國人普遍熟悉，惟圖樣中另有中、外文「泡菜」、音譯「KIMCHI」可資對照，屬於直接明顯之說明，無須聲明不專用。



使用於糕餅、糕點、甜點、馬卡龍等商品，圖樣中法文「PATISSERIE」為「糕點」之意，已為國內糕餅餐飲、烘焙業者普遍使用，無須聲明不專用。



使用於速食麵、麵速食調理餐、拉麵速食調理包、鍋燒麵等商品，圖樣中「ラーメン」及其羅馬拼音「RAMEN」為日文「拉麵」之意，已為國內麵點餐飲業者普遍使用，無須聲明不專用。



使用於飲食店、小吃店、火鍋店等服務，圖樣中「すき焼き」及羅馬拼音「SUKIYAKI」為日文壽喜燒之意，已為國內餐飲業者普遍使用，無須聲明不專用。



使用於炒麵小吃店、小吃攤、燒烤店、居酒屋、拉麵店等服務，圖樣中「焼きそば」為日文炒麵之意，已為國內餐飲業者普遍使用，無須聲明不專用。

3.2 數字、記號及型號等不具識別性的事項

商標圖樣除包含文字、圖形外，也常含有數字、記號及型號，當數字及音樂記號、標點符號、數學符號或單位符號等記號用於描述商品或服務的相關特性時，一般而言，其說明性質顯而易見，屬商標權範圍無產生疑義的情形，無須聲明不專用。但商標圖樣中包含之數字雖非商品或服務的說明，但有不具識別性的情形，為避免產生商標權範圍及於該數字之疑義，應聲明不專用。此外，型號並非業界通用之規格，而是業者用來區別自己提供的不同系列商品的方式，一般消費者不會以型號識別商品來源，不具識別性，當商標圖樣中包含型號時，為避免產生其為商標權範圍所及之疑義，應聲明不專用。

3.2.1 數字

(1) 應聲明不專用的情形

數字為業者喜好使用，表示特定意涵，例如審查當下流行的數字，如 484(是不是)、584(我發誓)、917(揪一起)、9453(就是有鬆)等，消費者通常不會認為它是指示商品或服務來源的標識，由於其他業者也可能想要以之申請註冊，其是否取得商標權利，並不容易判斷，易生商標權範圍疑義，應聲明不專用。另外，圖樣中包含一長串數字，如為無特定意涵不易記憶的數字，經認定不具識別性者，應聲明不專用。但一長串數字如為電話號碼等純粹資訊性事項，不屬於商標一部分者，其審查應參考本基準 5.3。

核准案例：



使用於飲食店、小吃店、火鍋店、啤酒屋等服務，圖樣中數字「9457」為流行諧音數字(就是有青)，應聲明不專用。

(2) 無須聲明不專用的情形

單一數字，以及表示商品的生產日期、年份、大小、數量、成分比例等業界常見之說明性數字，例如「304」、「316」已為業者常用不銹鋼材質規格表示；或業界常用表示吉利的諧音數字，例如 168(一路發)、888(發發發)，均不具識別性，縱包含於商標圖樣中，同業及相關消費者不致有使商標權範圍產生疑義之虞者，無須聲明不專用。

核准案例：



使用於紅茶、紅茶包、茶等商品，圖樣中單一數字「2」，無須聲明不專用。



使用於排骨、家禽肉、香腸等商品，圖樣中單一數字「7」，無須聲明不專用。

● 茄康歐-3

使用於營養補充品、植物萃取營養補充品等商品，圖樣中單一數字「3」，無須聲明不專用。



- 使用於機車及其零組件商品，圖樣中「125」為指定商品排氣量規格的說明，無須聲明不專用。



- 使用於便利商店、農產品零售、畜產品零售、水產品零售及食品飲料零售服務，圖樣中「24」為直接明顯提供服務時間的說明，無須聲明不專用。



- 使用於提供線上遊戲服務（由電腦網路），圖樣中數字「777」為業者喜好使用且常見說明幸運中獎之數字，無須聲明不專用。



使用於遙控器、紅外線遙控器等商品，圖樣中數字「888」為業者喜好使用，表示「發發發」的吉利諧音數字，無須聲明不專用。

3.2.2 型號與記號

型號並非業界通用之規格，而是業者用來區別自己提供的不同系列商品的方式，一般消費者不會以型號識別商品來源，故不具識別性，當商標圖樣中包含型號時，為避免產生其為商標權範圍所及之疑義，應聲明不專用，例如「PEUGEOT 508」使用於汽車及其零組件、車輛引擎等商品，「508」為商品型號的表示，應聲明不專用；「LUXGEN M722 T」使用於鋼圈、車輪、輪圈、火星塞等商品，「M722 T」為商品型號的表示，應聲明不專用。

PWseries S2

使用於自行車及其零組件、電動自行車及其零組件、電動輔助自行車及其零組件等商品，圖樣中「S2」為商品型號，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「S2」文字主張商標權。

SHIMANO EP5

● 使用於自行車、輪轂、內齒輪殼等商品，圖樣中「EP5」為商品型號，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「EP5」文字主張商標權。

SUPER 7R

● 使用於機車、機車零組件、電動機車、電動機車零組件等商品，圖樣中「7R」為商品型號，不具識別性，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「7R」文字主張商標權。

音樂記號、標點符號、數學符號或單位符號等記號用於描述商品或服務的相關特性時，一般而言，其說明性質顯而易見，對商標權範圍並無產生疑義的情形，無須聲明不專用。

核准案例：



● 使用於發行公益彩券服務，圖樣中「6/49」為大樂透投注方式之說明（從 01~49 中任選 6 個號碼進行投注），無須聲明不專用。

EPASMIN - Ω3

● 使用於中西藥品、營養補充品等商品，圖樣中「Ω3」營養補充品的成分說明，無須聲明不專用。

KYRO II

使用於電腦硬體及積體電路，即繪圖加速器商品，圖樣中「II」為資訊科技產品推出新一代產品時常用的說明，無須聲明不專用。



使用於弦樂器、鍵盤樂器、簧樂器等商品，「音符」與「五線譜」為樂器及音樂教學業界常用的說明性符號，均無須聲明不專用。



使用於鈣片、含鈣營養補充品、中藥、西藥等商品，♂ 為男性符號，明顯為商品特性的相關說明，無須聲明不專用。



使用於印刷品、期刊、書刊、簿本、作業簿等商品，「 $+$ $-$ $\times$ $\div$ 」為數學書刊或教材簿本常見的說明性符號，無須聲明不專用。



使用於藉由電信收費系統提供代收款項服務、代理帳單付款服務、電子資金轉帳等服務，「\$」為金流相關服務常用的說明符號，無須聲明不專用。

3.3 不具識別性的圖形

不具識別性的圖形包括商品的說明性圖形、通用標章、非用以說明商品或服務相關特性的宗教及民間信仰圖形、商品的裝飾圖案、商品外觀及包裝設計等，應否聲明不專用的判斷如下：

3.3.1 說明性圖形

說明性圖形包括商品本身的圖形、商品重要特徵的圖形、與商品或服務說明有關的業界常用圖形，及用以表示商品或服務產地、提供地或其他特性的地理圖形，當商標圖樣包含的圖形為實物圖片，或與實物相去不遠的繪圖，尤其是明顯缺乏設計概念的寫實圖形，以及地理區域的輪廓圖形，屬不具識別性的圖形，該等圖形作為指定商品或服務說明的性質明確，且同業也經常使用類似的圖形，屬商標權範圍

無疑義的情形，無須聲明不專用。

I、商品本身圖形

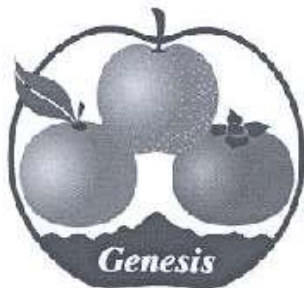
核准案例：



使用於咖啡、咖啡豆、咖啡包等商品，圖樣中「咖啡豆實物圖形」為指定商品本身或原料的直接說明，無須聲明不專用。



使用於內燃機引擎用啟動器及其零組件即內燃機引擎用火星塞、預熱塞、火星塞帽等商品，圖樣中「火星塞圖形」為指定商品的實物圖片，無須聲明不專用。



使用於新鮮水果、新鮮蔬菜、柑橘、红柿、梅子、梨子等商品，圖樣中「梨子圖形」、「橘子圖形」、「柿子圖形」為部分指定商品的寫實圖形，無須聲明不專用。

II、與商品或服務說明有關的業界常用圖形

核准案例：



使用於寵物玩具零售、寵物衣服零售、貓狗用沐浴精零售等服務，寵物服務業界經常使用可愛的動物圖片，表示自己所提供的服務內容及吸引顧客，圖樣中「狗」的實物圖片，無須聲明不專用。



使用於髮乳、髮水、護髮劑、護髮乳等商品，圖樣中「毛囊圖形」為頭髮清潔、保養產品常使用的說明性圖形，無須聲明不專用。



使用於代辦誦經祭典法會、法會、代辦喪葬事宜等服務，圖樣中「卍」及「太極圖形」為我國民間常用的宗教標誌，使用於指定服務，明顯表示依特定宗教教義或儀式提供服務的意涵，均無須聲明不專用。

III、與商品或服務地理來源或其他特性有關的地理圖形

核准案例：



使用於奶油香酥餅、太陽餅、月餅、老婆餅等商品，圖樣中「台灣圖形」與「台灣」表示商品的產地，「餅」則為指定商品的通用名稱，均無須聲明不專用。



使用於咖啡廳、咖啡館、速簡餐廳、自助餐廳等服務，圖樣中「義式餐廳」與「義大利圖形」常見餐飲同業使用，明顯為服務所提供菜系的說明，無須聲明不專用。



使用於代辦申請有關國外各學院及大學之入學許可、提供有關國外各學院及大學之入學資料與消息等服務，圖樣中「Education」為單純表示業務種類的文字；「since 1994」則為事業創辦年代的表示；「澳洲地圖」表示申請人主要提供澳洲學校的代辦入學許可及入學資訊，為所提供服務特性的說明，均無須聲明不專用。

3.3.2 通用標章

考量通用標章為業者就特定商品或服務所共同使用的標誌，一般而言，其屬不具識別性事項，在業界應有共識而無疑義，將之包含於商標圖樣中，應無致商標權範圍產生疑義之虞，申請人無須就該部分聲明不專用。

核准案例：



使用於醫院、各種病理檢驗、提供生化檢驗、醫藥諮詢等服務，圖樣中「雙蛇纏杖圖」為世界通用的醫學標誌，無須聲明不專用。



使用於藥物零售、醫藥器材零售等服務，圖樣中 Rx （常寫

作 Rx) 為醫療業界通用的處方標誌，常見使用於藥房表示提供調劑服務，「十字圖」為醫療相關業界通用圖形，均無須聲明不專用。



使用於手術帽、醫療用床、點滴架、醫療用手套等商品，「十字圖」為醫療相關業界通用圖形，無須聲明不專用。

3.3.3 其他不具識別性的圖形

I、宗教及民間信仰標誌

宗教及民間信仰的相關標誌使用於商品或服務，予人有護持、庇祐、吉祥、祈願的印象，一般而言，其屬不具識別性事項並無疑義，無須聲明不專用。但宗教「神祇」並無固定的樣貌，可能有各種不同的描繪方式，申請人及同業可能不確定商標圖樣中的描繪方式是否可以取得商標權，為避免產生疑義，應聲明不專用。

核准案例：



使用於代辦喪葬事宜、喪禮禮堂佈置、葬儀社、火葬等服務，圖樣中的圖形係以神像搭配雙龍拱珠（太陽），蘊含吉祥，向神祈求庇祐的意思，該神像圖形是否為商標權範圍所及可能

有疑義，應聲明不專用。



使用於金屬梯子、金屬折合梯、馬椅梯等商品，「卍」為佛教常見象徵符號，給予消費者護持、庇祐、吉祥、祈願的印象，無須聲明不專用。

II、商品的裝飾圖案、外觀及包裝設計

商品的裝飾圖案、外觀及包裝設計通常並非識別商品或服務來源的標識，必須經由使用始能取得識別性，但該裝飾圖案、商品外觀或包裝設計可能出於申請人的描繪或設計，同業間未必有使用相同圖案、商品外觀或包裝設計的情形，商標權人及同業就該部分是否有專用權，可能有疑義，應聲明不專用。惟裝飾圖案包含於商標圖樣中，如係業界常見背景底圖或附屬性圖形，不致有使商標權範圍產生疑義之虞，則無須聲明不專用。

核准案例：



使用於棋盤遊戲玩具組、遊戲紙牌、紙牌等商品，圖樣中紙牌背面的裝飾圖形，不具識別性。但同業間未必使用相同的

圖案，為避免產生該裝飾圖形取得專用權的疑義，應聲明不專用。



使用於鐘錶、手錶、時鐘、日曆錶等商品，圖樣中鐘錶的錶面圖案，為避免產生該設計取得專用權的疑義，「錶面數字設計圖」應聲明不專用。



使用於太陽餅、牛奶太陽餅、各式餅乾等商品，圖樣中「維格」及「vigor」為識別商品來源的文字，其他文字及圖形所構成的商品包裝圖案，不具識別性，應將「維格」及「vigor」以外的文字、圖形聲明不專用。



使用於指甲刀、指甲用銼刀、足部用銼刀等商品，圖樣中「VELVET」為識別商品來源之文字，其他文字及圖形為商品的外包裝圖案，均不具識別性，應將「VELVET」以外的文字、圖形聲明不專用。

商標圖樣包含不具識別性的商品包裝外觀或連續可無限延伸的圖案，雖整體具有識別性，惟為避免該不具識別性部分產生商標權範圍疑義，應聲明不專用。但圖樣中的圖案明顯僅係常見裝飾性背景裝飾，原則上無須聲明不專用。

審查實務上，商品之外觀包裝以平面圖樣申請註冊，應聲明不專用外，僅由申請時所呈現的商標圖樣，通常不容易判斷圖樣中底圖設計圖形是否為指定商品外觀連續可無限延伸的圖案，如有疑義，應通知申請人提出說明，並就其所檢送實際使用或將來計畫如何使用的證據資料加以判斷，即使個案經申請人主動聲明不專用，如有應聲明與否之疑義時，仍應通知申請人進一步提出說明，以明確其商標權利範圍。

(1)應聲明不專用的情形



● 本件為平面商標，使用於菸、菸草、香菸等商品，圖樣中「PRESTIGE」結合字母「P」設計圖為識別商品來源的部分，其商品外包裝盒圖案應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「PRESTIGE 及字母 P 以外的包裝盒圖形」主張商標權。

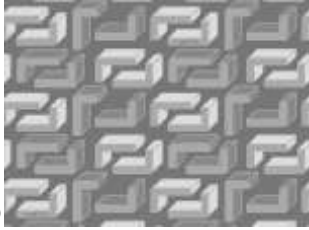


● 本件為平面商標，使用於茶具（餐具）、咖啡具（餐具）、餐具（餐刀、餐叉、餐匙除外），以及咖啡、茶、可可、糖等商品，圖樣中「罐狀包裝容器圖形」僅表示其商品外包裝容器的形狀，不具識別性，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「samova 及花紋圖形以外的罐狀包裝容器圖形」主張商標權。



● 本件為平面商標，使用於化粧品、護膚品等商品，圖樣中的商品包裝容器圖形，不具識別性，應聲明不專用，聲明方式為：

本件商標不就「雪花秀 sulwhasoo 及人像圖以外的包裝容器形狀」主張商標權。



本件為連續圖案商標，使用於行李箱、皮包、皮夾、行李箱套等商品，圖樣中「LANCEL」為識別商品來源的文字，其裝飾用連續性圖案部分不具識別性，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「LANCEL」文字以外之圖形主張商標權。

(2)無須聲明不專用的情形



使用於臭豆腐、豆皮商品，圖樣中「夜來香」為識別商品來源之文字，其他顯而常見之背景裝飾性圖案，無須聲明不專用。



使用於營養補充品、靈芝萃取營養補充品、中藥材等商品，圖

樣中「老實真」為識別商品來源之文字，其他顯而常見之裝飾性圖案，無須聲明不專用。

III、流行性的圖形

業者通常喜好以當下時事或話題風潮所衍生設計的圖形，作為商標申請註冊，該等圖形通常表達當下時事或話題風潮特定意涵，不具識別性，以之作為商標圖樣一部分申請註冊，競爭同業不容易判斷商標權人是否就該部分取得商標權，應聲明不專用。

核准案例：



使用於褲子、短褲、外套、運動服等商品，圖樣中「T字設計圖形」為時事話題及流行風潮所衍生的設計圖形，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「歹丸贏」以外之文字、圖形主張商標權。

4. 其他無須聲明不專用的情形

商標中不具識別性的部分與其他部分結合，若該結合的結果，使不具識別性事項脫離了原先的概念，並傳達出新奇獨特的商業印象，因其結合已成為一不可分割的單元，而具有單一性，即無須將該不具識別性事項聲明不專用。

實務上常見構成單一性的情形，包括以不協調或特殊語法將不具識別性的部分與商標其他部分結合，或運用諧音文字，或經使用取得後天識別性等。

4.1 以非習見而特殊語法結合不具識別性的文字

業者如以非習見而特殊語法結合不具識別性的文字，該等文字之結合，常產生新奇獨特的商業印象，構成不可分割的單一性，整體應具識別性，且無須再就不具識別性的文字聲明不專用。

核准案例：

● **行動保姆**

使用於無線電發射器、無線電接收器、衛星導航器、定向導航器等商品，圖樣中「行動」原為說明性文字，以擬人化的語法與「保姆」結合後，「行動保姆」傳達出特殊的商業印象，無須就「行動」聲明不專用。



使用於咖啡、炭燒咖啡、咖啡豆、咖啡包等商品，共和國指非以君主作為國家元首的任何政體的國家，「咖啡共和國」使用「共和國」的文字，卻非真正存在的特定國家，給予消費者的印象是多種咖啡的提供者，該結合傳達獨特的商業印象，無須就「咖啡」聲明不專用。



使用於飲食店、小吃店等服務，圖樣中「咖在有哩 KAZAIOLI」有「幸好有你」之意，其文字組合及語法傳達新奇獨特的商業印象，構成不可分割單一印象，無須就「咖哩」二字聲明不專用。

4.2 產生新奇獨特商業印象的諧音文字

諧音文字若能給予消費者新奇獨特的商業印象，通常其中所具有的不具識別性部分已與其他部分結合成不可分割的單元，無須就其中不具識別性的部分聲明不專用。

核准案例：



使用於鞋靴之修理服務，圖樣中「醫鞋院」為「醫學院」之諧音，無須將「鞋」聲明不專用。



使用於小吃店、火鍋店、外燴、早餐店等服務，圖樣中「好特蔬」為「好特殊」之諧音，無須就「蔬」字聲明不專用。



使用於新鮮水果、鮮白果、食用根菜類、新鮮豆類等商品，圖樣中「栗子」為「例子」之諧音，無須就「栗子」聲明不專用。



使用於豆漿、豆花、豆漿粉、豆腐、豆乾等商品，圖樣中「蒜泥狠」為「算你狠」之諧音，無須就「蒜泥」聲明不專用。



使用於冷熱飲料店、飲食店、小吃店、流動飲食攤、快餐車等服務，圖樣中「虎口飯吃」為「餬口飯吃」之諧音，整體具識別性，無須聲明不專用。

4.3 因使用取得識別性的事項

商標整體不具識別性，若因為商標於市場之使用，相關消費者已可以該商標識別商品或服務來源，得核准註冊（商 29 II）；當商標包含不具識別性的部分時，亦可能因為該商標在市場上之使用，使相關消費者得以該不具先天識別性部分識別商品或服務的來源，此時該部分即取得後天識別性。在此等情形下，商標整體或其中不具識別性的部分因為經過大量使用取得識別性，通常在消費者心目中已產生不可分割的單一商業印象，此時，即無須就商標或該部分所包含之不具識別性部分聲明不專用（有關不具識別性事項經使用取得識別性，參本基準 7.3）。

核准案例：



使用於果菜汁商品，「一日蔬果」因使用取得後天識別性，「蔬果」為指定商品成分的說明，惟商標經使用，「一日蔬果」已產生不可分割的單一商業印象，無須就「蔬果」聲明不專用。

● 來 愛 買 最 划 算

使用於百貨公司、超級市場、購物中心、郵購等服務，商標整體因使用取得後天識別性（商 29 II），雖「最划算」為申請人提供的商品相較其他業者更為物超所值的說明，惟商標整體已構成不可分割的單一性，無須就「最划算」聲明不專用。

5. 不得聲明不專用的情形

當商標不具識別性，亦即商標僅由商品或服務的說明所構成、僅由商品或服務的通用標章或名稱構成，或僅由其他不具識別性的標識所構成等情形（商 29 I），應予以核駁（商 31 I），並無聲明不專用規定的適用餘地。又商標有使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞者（商 30 I ⑧），尚無法藉由聲明不專用取得註冊。至於純粹資訊性的事項，並非識別來源之商標所產生商業印象的一部分，故不構成商標圖樣的一部分，亦屬不得聲明不專用的情形。

5.1 商標整體不具識別性

商標整體不具識別性時，表示商標圖樣整體無法作為識別商品或服務來源的標識，即使請求聲明整體圖樣或圖樣中之某一部分不專用，商標整體仍不具識別來源之功能，故屬不得為聲明不專用的情形。

核駁案例：



使用於營養補充品、蛋白質營養補充品、營養滋補劑、蜆精等商品。圖樣中「洄瀾」為花蓮的舊稱，申請人地址位於花蓮，故「洄瀾」為商品產地的說明；「麥飯石」學名為「斑狀安山岩」，具有淨水的作用，而「黃金蜆精」指以黃金蜆製造而成的蜆精，「麥飯石黃金蜆精」有表示是由麥飯石過濾後水質飼養的蜆所製成的蜆精之意；「洄瀾」與「麥飯石黃金蜆精」均為指定商品的相關說明，背景圖形亦為蜆的實物描繪圖形，前述文字與圖形的組合給予消費者的印象仍為指定商品的相關說明，無法作為識別來源的標識，整體不具識別性，申請人雖聲明「麥飯石黃金蜆精」不專用，仍予以核駁。



使用於香皂、嬰兒香皂、浴皂、洗手皂等商品。圖樣中「72%」為肥皂所含油脂成分的標示；「SOAP SHOP」有肥皂店之意，與「手工皂坊」使用於指定商品，有手工製造商品之販售場所之意，「72%」、「SOAP SHOP」與「手工皂坊」均不具識別性，又只以條列方式表現，整體不具識別性，即便將前述說明性文

字聲明不專用，亦無法取得註冊。



使用於新鮮萵苣、新鮮蔬菜商品，圖樣中「良食農場」有「提供優良食品、良心食品的農場」之意；「EAT FRESH EAT LOCAL」有「吃新鮮、吃在地」之意，至於「裝飾性之葉子圖形」尚難單獨產生識別印象，前述文字與圖形的組合，予消費者之印象為僅由商品相關說明及不具識別性之裝飾圖形所構成，整體不具識別性，不得經由聲明不專用取得註冊。

5.2 使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的事項

商標中包含有使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的事項，申請人縱將之聲明不專用，消費者接觸該商標後，仍不免產生誤認誤信的情形，故無法藉由聲明不專用取得註冊。

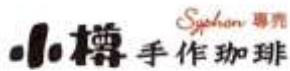
核駁案例：



使用於香、化粧品、護膚品、按摩油、香水等商品，圖樣中「金獎」有金牌獎之意，有使消費者誤認誤信該等商品為比賽得獎商品，不得聲明「金獎」不在專用之列，如未予刪除「金獎」文字，應予核駁。



使用於中藥、西藥、綜合維他命、臨床試驗用製劑等商品，圖樣中「SWISS GUARANTEE SYSTEM」有瑞士品質保證制度之意，使用於指定商品，有使消費者誤認誤信該等商品經特定之瑞士品質保證制度驗證之虞，應予核駁。



使用於咖啡、未烘焙咖啡、咖啡豆等商品，圖樣中「小樽」為日本北海道之地名，使用於指定商品，有使消費者誤認誤信該等商品係源自於日本北海道小樽地區，或與該地具關連性，有致公眾產生誤認誤信產地之虞，應予核駁。

若刪除使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的部分，不構成商標實質變更，可要求申請人刪除該部分後予以註冊。例如申請人須證明其所行銷的產品經行政院農委會認證之驗證機構驗證合格（進口農產品、農產加工品雖取得國際有機驗證仍須經農委會之審查），得使用有機名義販賣，並指定使用於有機農產品／農產加工品或其零售，商標圖樣始得包含「有機」字樣。又指定商品或服務必須限於以奈米方式處理者或提供奈米處理的服務，例如經奈米處理的化妝品、經奈米處理的布料，商標圖樣中始得使用「奈米」字樣。但申請人若不能證明其產品已取得驗證機構的「有機」驗證，或指定商品或服務未限於與奈米處理相關者，在刪除「有機」、「奈米」字樣，不會造成商標圖樣實質變更的情況下（商 23），應於刪除後，始得核准註冊；若刪除圖樣中的文字將造成商標圖樣實質變更，則應核駁該商標之申請。

核駁案例：



使用於農產品零售、食品零售、飲料零售等服務，圖樣中「就是有機」及「just organic」字樣，給予消費者前述服務提供有機商品的印象，惟申請人未能舉證其所販售之商品已經行政院農委會認證之驗證機構驗證合格，則申請之商標圖樣有使公眾誤認誤信前述服務所提供之商品性質、品質之虞。又「就是有機」為強調「有機」性質的用語，「just organic」為其英文直譯，刪除「有機」及「organic」字樣後之商標，傳達出不同於原商標的商業印象，刪除該等文字將造成商標圖樣的實質變更，故作成核駁處分。



使用於有機的新鮮水果蔬菜、有機的新鮮蘑菇等商品，申請人之產品未經行政院農委會認證之驗證機構驗證合格，圖樣中使用「有機蔬菜」或「ORGANIC FARM PRODUCE」字樣，有使相關消費者誤認誤信商品性質或品質之虞，前述文字純粹為說明性質，且並未與商標的其他部分結合成不可割裂的整體，將之刪除並不會造成商標圖樣的實質變更，惟申請人不同意刪除，故作成核駁處分。



使用於顏料、紡織工業用染料、油漆、水泥漆等商品，如指定商品未限於經奈米處理者；刪除圖樣中「奈米」及英文「Nano」部分後，商標圖樣僅餘「天然」與「Nature」為商品的相關說明，整體商標不具識別性，應予核駁。

5.3 純粹資訊性的事項

依一般商業習慣，商品、包裝容器或提供服務之物件除標示商標外，尚會包括製造、代理或經銷者的電話、傳真、地址、商品訂購資訊、成分標示、重量（淨重）、製造日期、營養成分表以及其他純粹資訊性事項，此主要係基於法令規定或行銷需要，對於商品所為的附加說明，不會成為在消費者心中留存商業印象之商標的一部分，故不屬於商標圖樣的內容，且該等純粹資訊性事項會使商標圖樣複雜，並增加行政作業建檔的困擾，應於刪除後，始得註冊。

業者如以商品本身具體輪廓或表示商品本身運用的原理、功用所繪製而成的商品示意圖，或傳達所提供服務內容性質相關而繪製的圖案，僅為傳達商品或服務本身相關資訊，並不會在消費者心中留下識別來源的商業印象者，如整體商標圖樣具有識別性，其中含純粹商品或服務本身資訊性等圖示，為使公告註冊的商標權範圍明確，不得以聲明不專用方式處理，應通知申請人刪除，始得註冊（商施 24）。

此外，®與 TM 標誌亦為不屬商標圖樣的純粹資訊性事項，因為®為註冊之意，通常標示於註冊商標右上方，用以表示商標已取得註冊，於商標取得註冊後始得標示，而 TM 為「商標」之意，表示標示者主觀上欲將特定標識作為商標使用，亦常標示於註冊商標或尚未取得註冊之商標的右上方，®與 TM 係分別用以標示已註冊及已註冊／尚未註冊的商標，因其本身並非商標的一部分，必須於刪除後，始得註冊。

申請案例：



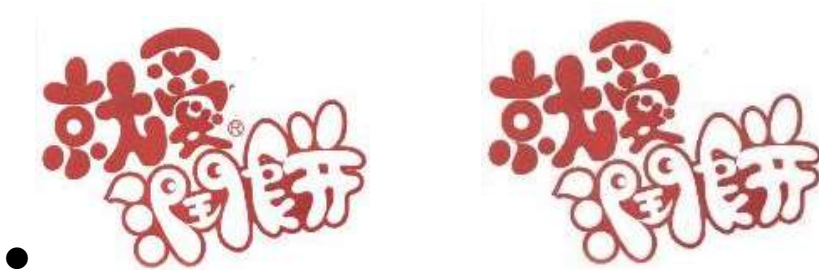
使用於黑豆、泡菜、豆漿、肉類及肉類製品，圖樣中之左下方代理人資訊、電話、傳真、地址，及右下方的品名、成分、重量、保存期限、有效日期、保存方法與營養標示等，屬商品純粹資訊性的事項，應予以刪除。



使用於大型積體電路、介面卡、主機板、半導體、半導體元件等商品，圖樣中「QRcode」、「IMEI:863084040000119」、「2021NT G01」、「NCC:CCAF15LP1990T8」係為國際行動裝置辨識碼、國家通訊傳播委員會形式認證碼等純粹資訊性事項，不屬於商標之一部分，如經通知刪除，未於期限內補正，致商標圖樣無法清楚、明確呈現者，應不受理(商 8 I)。



使用於衣服、內衣、睡衣、T恤等商品，圖樣中有關商品功能示意圖為純粹資訊性事項，不屬於商標之一部分，如經通知刪除，未於期限內補正，致商標圖樣無法清楚、明確呈現者，應不受理(商 8 I)。



使用於潤餅、潤餅皮、咖啡飲料、紅茶飲料等商品，「潤餅」為部分指定商品的通用名稱，無須聲明不專用；®為註冊商標的標誌，為純粹資訊性的事項，應刪除®後始得註冊，故申請人檢送刪除®後的商標圖樣，即可取得註冊。

實務上申請人常希望以註冊商標保護公司名稱及網域名稱，惟未經設計而不具識別性的公司名稱及網域名稱之全銜，予消費者認知，係用以表示營業主體本身或網址，非作為識別商品或服務來源之用，屬於商業上表示商品製造商、經銷商或服務提供者等純粹資訊性事項，並不屬於商標之一部分，應通知申請人將公司名稱、網域名稱刪除。經通知應予刪除，逾期未為刪除者，應不受理(商 8 I)。

核准案例：



使用於鍋、燉鍋、炒鍋等商品，圖樣中「美食」、「鍋」為指定商品明顯說明，無須聲明不專用；網址「ytower.com.tw」則為連結特定網站或網頁的純粹資訊性事項，經申請人刪除後，核准其註冊。



FENG YU REAL ESTATE MANAGEMENT BUSINESS CO., LTD



使用於廢棄物及垃圾再生處理、回收廢棄物的升級再造、廢棄物及垃圾銷毀等服務，圖樣中「FENG YU REAL ESTATE MANAGEMENT BUSINESS CO, LTD」為申請人公司英文名稱全銜，經申請人刪除後，核准其註冊。

不受理案例：



使用於室內設計服務，圖樣中「白石室內裝修設計公司」予消費者寓目印象為公司主體名稱之資訊性事項，經通知申請人應予刪除，未於期限內補正，應不受理(商 8 I)。

6. 聲明格式

過去聲明不專用格式為：「不專用事項」不在專用之列，惟商標註冊係就整體具有識別性的商標取得權利，並未就商標圖樣中單獨不得註冊部分取得權利，而「不在專用之列」用語，無法充分表現出商標圖樣中聲明不專用部分，係該註冊商標未取得商標權的部分，為利商標權人及第三人理解聲明不專用記載之內涵，聲明格式應為：本件商標不就「不專用文字」文字／「不專用圖形」主張商標權。至於商標圖樣中有數個應聲明不專用事項、同時有應聲明不專用及無須聲明不專用情形、古體／簡體中文及外國文字的聲明、複雜背景文字／圖形的聲明方式等，臚列於下，以供遵循：

6.1 數個應聲明不專用事項的聲明方式

當商標圖樣中有數個應聲明不專用事項時，為明確區分各個應聲明不專用的內容為何，應將各不專用事項以頓號隔開，例如若有 3 個應聲明不專用事項，聲明方式為：本件商標不就「不專用事項 1」、「不專用事項 2」、「不專用事項 3」主張商標權。

核准案例：



使用於泡菜、醃漬小黃瓜、鹽薑、醬瓜商品，圖樣中「曾」為姓氏，雖經設計，仍能辨識出原來的文字，應將「曾」與「JUST FOOD」一併聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「曾」、「JUST FOOD」文字主張商標權。



使用於化粧品、人體用清潔劑、香料、茶浴包等商品，圖樣中「五感覺醒」及「SLOW LIFE SLOW SKINCARE」應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「五感覺醒」、「SLOW LIFE SLOW SKINCARE」文字主張商標權。



● **林家粿**

使用於泡沫紅茶、冰紅茶、饅頭、包子、碗粿、草仔粿等商品，圖樣中「林家」不脫離姓氏意涵，「林家」結合「粿」字為一整體概念，應整體聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「林家粿」文字主張商標權。

6.2 僅就特定類別或部分商品／服務應聲明不專用的聲明方式

商標中特定事項是否具有識別性，必須與指定商品或服務一併觀察始能判斷，且商標中說明性或其他不具識別性的事項，可能因申請人的使用，以致在特定類別或部分商品／服務產生識別性，故若商標圖樣中特定事項僅在部分類別或部分商品／服務不具識別性，且屬有致商標權範圍產生疑義的情形，可就特定類別或商品／服務聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「不專用文字」文字／「不專用圖形」於特定類別（商品／服務）主張商標權。

核准案例：



● 使用於第 12 類之遊艇、汽艇、帆船、氣墊船、船用桅桿、機動艙門、船舶操縱桿、非玩具用遙控交通工具等商品，以及第 39 類之海運運輸、郵輪運輸、渡船運輸、駁船運輸、遊艇

出租、船舶出租、安排航海旅遊等服務，圖樣中「Sailing 7 Seas」為航運、船舶運輸相關商品或服務之說明文字，聲明方式為：本件商標不就「Sailing 7 Seas」文字於第 12 類「非玩具用遙控交通工具」以外之全部商品及第 39 類全部服務主張商標權。

6.3 大部分商標圖樣不具識別性的聲明方式

產品的商業設計為其呈現給消費者的整體視覺印象，以之申請註冊時，雖然整體商標圖樣傳達一定的商業印象，但通常大部分的商標圖樣為不具識別性的文字或圖形，具有識別性的部分僅占極小的比例，為簡潔聲明方式，以清楚標示出商標權利範圍，聲明方式為：本件商標不就「識別性事項」以外的文字（圖形）主張商標權。

核准案例：



使用於植物用微量元素肥料、液體肥料、微生物土壤改良素等商品，圖樣中包含不具識別性的背景圖形以及「高科技微生物再生劑創造新台灣農業奇蹟」說明文字，聲明方式為：本件商標不就「農作發」以外的文字、圖形主張商標權。



使用於化粧品、乳液、護膚乳液、敷面膜等商品，聲明方式為：本件商標不就「Hisamitsu」、「Lifecella」以外的文字、圖形主張商標權。



使用於巧克力商品，聲明方式為：本件商標不就「meiji」以外的文字、圖形主張商標權。



使用於洗髮劑、護髮品、護髮劑商品，圖樣中「呂」、「呂（韓文）」、「Ryo」文字，經申請人使用取得識別性。但包裝瓶身外觀不具識別性，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「呂」、「呂（韓文）」、「Ryo」以外的圖形主張商標權。

6.4 古體及簡體中文字的聲明方式

商標圖樣包含以古體或簡體中文表現之不具識別性文字，若有致

商標權範圍產生疑義之虞時，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「不專用之中文（古體字／簡體字）」主張商標權。當應聲明不專用的文字中有部分簡體字與繁體字的字型相同時，因其仍屬簡體中文，為避免複雜，仍將之作為簡體字，以前述之聲明方式處理。

核准案例：



使用於中藥、西藥商品，聲明方式為：本件商標不就「藥（古體字）」文字主張商標權。圖樣中「天然健康素」為直接明顯之說明文字，無須聲明不專用。



使用於營養補充品商品，圖樣中之右上方「芍」字為古體字，聲明方式為：本件商標不就「芍（古體字）」文字主張商標權。



使用於化學研究、化妝品研究、生物學研究等服務，聲明方式為：本件商標不就「我們照顧您的健康（簡體字）」文字主張商標權。

使用於航空運輸、汽車運輸、海運運輸、鐵路運輸等服務，
聲明方式為：本件商標不就「承諾·為每一份託付(簡體字)」、
「Deliver on our every promise」文字主張商標權。

6.5 外國文字的聲明方式

商標圖樣包含不具識別性的外文，且有致商標權範圍產生疑義之虞，應將該外文聲明不專用，經考慮國人及相關競爭同業對外文的理解程度，及電腦系統輸入法之限制，聲明方式依語文別分為下列情形：

英文為國人普遍熟悉的語言，不列出中文翻譯，通常無礙同業的理解，且本局電腦系統可接受英文之輸入法，故直接將英文聲明不專用即可，無須列出其中文翻譯，聲明方式為：本件商標不就「不專用之英文」文字主張商標權。

英文以外之外國文字，未能廣泛為國人所理解，若屬本局電腦系統可接受輸入法的情形，例如日文，聲明方式為：本件商標不就「不專用之外文（語言：中文翻譯）」主張商標權；若非屬本局電腦系統可接受輸入法的情形，例如韓文、阿拉伯文，聲明方式為：本件商標不就「中文翻譯（語言）」主張商標權。

核准案例：



使用於穀製乾點棒、麵包、各式餅乾、蛋糕等商品，圖樣中
「BAKERY DELIGHT」有糕點輕食之意，為指定商品的說明，
且為同業及公眾經常用於說明指定商品，無須聲明不專用；

標語「A WHOLE NEW FOOD SHOPPING EXPERIENCE」則有全新食品購買經驗之意，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「A WHOLE NEW FOOD SHOPPING EXPERIENCE」文字主張商標權。



使用於被褥、棉被、床單等商品，圖樣中標語「楽しいワークライフをお約束いたします」為「想要約定快樂的工作人生」之意，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「楽しいワークライフをお約束いたします（日文：想要約定快樂的工作人生）」文字主張商標權。



使用於按摩、芳香療法服務、健康溫泉浴場服務等服務，圖樣中西班牙文標語「DONDE EL AGUA ES VIDA」為「有水的地方就有生命」之意，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「DONDE EL AGUA ES VIDA.（西班牙文：有水的地方就有生命）」文字主張商標權。



使用於第 35 類廣告、網路行銷、廣告宣傳器材租賃，以及第 41 類安排及舉行運動賽事、安排及舉行會議、教育服務等服

務，圖樣中「Okayama」為日文羅馬拼音「岡山」之意，「Okayama Japan」為整體之概念涵義，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「Okayama Japan(日文羅馬拼音：日本岡山)」文字主張商標權。



使用於進出口代理、農產品零售批發等服務，圖樣中「ehime」為日文羅馬拼音「愛媛」之意，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「ehime(日文羅馬拼音：愛媛)」、「みかん(日文：橘子)」文字主張商標權。



使用於嬰兒食品、嬰兒食品（不含嬰兒乳狀麵粉）、嬰兒乳狀麵粉等商品，聲明方式為：本件商標不就「Oriental Formula for Babies」、「皇家秘傳（韓文）」文字主張商標權。

7. 其他事項

7.1 經通知聲明不專用而未於期限內回復的處理方式

商標圖樣包含不具識別性的部分，若屬有致商標權範圍產生疑義之虞的情形，依法須聲明不專用，申請人必須就該部分聲明不專用後，始得註冊，故若申請人於收受核駁先行通知書後未於所定期限內就是否同意聲明不專用回復，則該部分申請人即有可能認為具有識別性而欲主張專用，故本局將予以核駁註冊；申請人若有不服，就該部分是否具識別性，應依行政救濟程序最終確定結果以為斷。

7.2 註冊商標中未聲明不專用的文字，在後申請時為不具識別性文字的處理方式

商標圖樣中包含之事項是否有不具識別性的情形，係以審查時作為判斷時點，若在後商標註冊申請案，以已註冊商標的文字作為商標圖樣的一部分，而前案於申請註冊時，並未以該文字不具識別性聲明不專用，惟若依後案審查時的客觀事證，該文字確實為說明性、通用名稱或有其他不具識別性的情形，或該文字於後案係結合其他文字一併使用，該文字本身已非商標圖樣的主要識別部分，而僅是商品或服務的相關說明，且後案商標無致相關消費者混淆誤認之虞，則可取得註冊，商標權人或第三人尚不得僅以前案已經核准註冊或未聲明不專用的事實為爭執。惟該部分既包含於在先註冊商標中，且未經聲明不專用，後案商標取得註冊，而未以有致相關消費者混淆誤認之虞予以核駁的理由並不清楚，在先商標權人可能仍以為其就該不具識別性文字具有排除他人使用的權利，且在後商標權人及其他競爭同業可能不瞭解該部分已不具識別性，為明確表示後案商標中的相關文字不具識別性，在後之商標權人須將該部分聲明不專用，始能取得註冊。

例如，「好幫手」於 90 年 1 月 16 日註冊於流理台、瓦斯爐、飲



料機、暖爐等商品。於 96 年 6 月 27 日申請註冊於流理台、熱水器、飲料機、暖爐等商品，雖商標圖樣中有「好幫手」，並指定使用於與前述「好幫手」註冊商標相同及類似的商品，惟「居家好幫手」使用於指定商品，有表示該等商品可幫助家居生活更為方便適意之意，為指定商品效用的說明，因後案商標無致相關消費者混淆誤認之虞，可取得註冊，惟為明確表示「居家好幫手」不具識別性，應將之聲明不專用，始能核准其註冊。

「省電達人」於 95 年 5 月 1 日註冊於省電器、節省能源器、開關、變壓器等商品。「達人」為日本表示專家用語，後來，經國人大



量使用，97 年以 省電の達人 提出申請註冊於電動打蛋機、電動削果皮機、洗衣機等商品時，一般人均理解「省電の達人」即「省電的專家」之意，為指定商品具有省電功能的說明，因在後申請商標無致相關消費者混淆誤認之虞，可取得註冊，惟為明確表示「省電の達人」不具識別性，應將之聲明不專用，始能核准其註冊。

7.3 不具識別性事項經使用取得識別性

商標圖樣包含說明性或其他不具識別性的部分，有致商標權範圍產生疑義之虞，應聲明不專用。但該部分經使用取得識別性，則無須再就該部分聲明不專用，而是應於「說明文字內容」欄位註記：本件商標「不具識別性事項」部分經申請人使用取得識別性。



使用於肌肉鍛鍊器具、運動用具、舉重訓練器、擴胸器等商品，圖樣中「健身工廠」、「FITNESS FACTORY」為其指定商品說明，經申請人檢送使用證據證明經大量使用，取得後天識別性。說明欄位註記：本件商標「健身工廠」、「FITNESS FACTORY」文字部分經申請人使用取得識別性。



使用於寶石與半寶石、鐘錶及計時儀器等商品，圖樣中「鑽石恆久遠 一顆永流傳」為廣告宣傳標語，因使用取得後天識別性。說明欄位註記：本件商標「鑽石恆久遠 一顆永流傳」

文字部分經申請人使用取得識別性。



使用於保險服務、意外保險、健康保險等服務，圖樣上之「We Share We Link」為廣告宣傳標語，因使用取得後天識別性。說明欄位註記：本件商標「We Share We Link」文字部分經申請人使用取得識別性。

7.4 商標中具有識別性的部分不得聲明不專用

商標中具有識別性的部分，有指示及區別來源的功能，一般而言，申請人沒有將之聲明不專用的道理，若申請人將具有識別性的部分聲明不專用，可以請申請人說明，若該聲明是出於申請人的錯誤認知，應告知無須為不專用的聲明，申請人並得撤銷該聲明的意思表示。

實務上，有申請人將商標圖樣中與註冊或申請在先商標構成近似的識別性部分聲明不專用，希望藉此取得註冊，惟該部分既仍存在於商標圖樣上，即不能避免消費者產生混淆誤認之虞，故申請人不能將圖樣中與在先商標構成近似的識別性部分聲明不專用以取得註冊。

7.5 無致商標權範圍產生疑義之虞的部分雖經申請人聲明不專用，仍不予公告

聲明不專用制度之目的在於使商標權利範圍明確，故商標圖樣中包含之不具識別性部分，有致商標權範圍產生疑義之虞者，始須聲明不專用。不具識別性部分若無致商標權範圍產生疑義之虞，即無聲明不專用的必要，申請人將該部分為不專用之聲明，雖非法所不許，但為避免造成外界判斷「有致商標權範圍產生疑義之虞」的干擾，該部分將不公告於商標公報。

7.6 混淆誤認之虞的判斷應整體觀察

商標混淆誤認之虞的判斷是以消費者的角度來觀察，而呈現在商品或服務相關消費者面前的是商標的整體圖樣，而非割裂後以各部分分別呈現，故商標間是否存在混淆誤認之虞，在判斷商標近似時，必須就商標圖樣整體觀察，商標圖樣中不具識別性的部分，不論其屬有致商標權範圍產生疑義之虞並經聲明不專用，或無疑義之虞而未經聲明不專用，其本身雖非商品或服務的識別部分，但於商標整體比對時，仍可能影響商標近似與否的判斷。

核駁案例：



申請人以左側「K KINGROLL 及圖」商標申請註冊，指定使用於滾輪、滾筒、滾筒（機械零件）等商品；右側「KING ROLLER」商標則為他人在先註冊商標，使用於滾輪、滾筒（機械零件）等商品取得註冊，其圖樣中「ROLLER」使用於機械商品有滾子、滾輪、滾筒之意，為前述商品之通用名稱，無須聲明不專用。二者商標之「KING ROLLER」與「KINGROLL」分別為圖樣之重要識別部分，雖有「ER」有無之差別，惟其外觀與發音僅有微小的差異，在判斷商標近似與否時，仍應就商標圖樣整體為觀察，二者有構成消費者混淆誤認之虞，後案仍應予核駁。



申請人以左側之「星馬辣及毛設計圖」商標申請註冊，指定使用於小吃攤、餐廳、冰果店、泡沫紅茶店、冷熱飲料店、茶藝館等服務；右側「新馬辣」則為他人在先註冊商標，使用於餐廳、冷熱飲料店、飲食店、小吃店等服務，二者商標主要識別部分「星馬辣」、「新馬辣」讀音極為相近，申請人雖就「星馬」、「辣」等文字聲明不在專用之列，在判斷商標近似與否時，仍應就商標圖樣整體為觀察，二者有構成消費者混淆誤認之虞，後案仍應予核駁。



申請人以左側商標圖樣申請註冊，指定使用於飲食店、小吃店、啤酒屋、酒吧、伙食包辦、餐廳、居酒屋、提供餐飲服務、備辦餐飲等服務；右側「台農及圖」則為他人在先註冊商標，使用於汽泡酒、威士忌酒、伏特加酒、水果酒等商品，以及八寶粥、飯糰等商品，二者商標主要識別部分均有相同「台農」二字，申請人雖已就圖樣中「台農 57 號地瓜」、「特製酒」等不具識別性部分聲明不專用，在判斷商標近似與否時，仍應就商標圖樣整體為觀察，二者有構成消費者混淆誤認之虞，後案仍應予核駁。

● 春・黃金燕窩

春之燕窩

申請人以左側之「春・黃金燕窩」商標申請註冊，指定使用於食用燕窩、乾燕窩商品；右側「春之燕窩」則為他人在先註冊商標，指定使用於乾燕窩、食用燕窩商品，二者商標皆以「春」為起首字，末尾結合「燕窩」二字，外觀、觀念及讀音極為相近，雖前案商標之「燕窩」屬無須聲明不專用事項，申請人亦聲明「黃金燕窩」不在專用之列，在判斷商標近似與否時，就商標圖樣整體為觀察，二者有構成消費者混淆誤認之虞，後案仍應予核駁。