

致理技術學院

商務科技管理系 實務專題報告

商標侵權探討- 以類似商品為例

指導老師：阮文杰老師

陳明郁老師

學生：林芳如(19933110)

呂崇佑(19933132)

張呈豪(19933135)

林哲宇(19933238)

廖珮凌(19933249)

中華民國 102 年 12 月

致理技術學院

商務科技管理系

實務專題報告

商標侵權探討-
以類似商品為例

學生：林芳如(19933110)

呂崇佑(19933132)

張呈豪(19933135)

林哲宇(19933238)

廖珮凌(19933249)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明。

指導老師：_____

中華民國 102 年 12 月

CTM 實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為林芳如、呂崇佑、張呈豪、林哲宇、廖珮凌共五人，在致理技術學院商務科技管理系 102 學年度第二學期完成商管實務專題。商管實務專題名稱：商標侵權探討-以類似商品為例

- 同意 □不同意本組同學共五人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名:

專題生簽名:

學號:

中華民國 102 年 11 月 20 日

誌 謝

首先要感謝我們的專題指導老師阮文杰老師以及陳明郁博士，為我們的實務專題細心的指導，在我們毫無頭緒及經驗的情況下給予意見跟方向，更是彌補了專題內容不足的地方，以及看法上的見解，擴展了我們觀點及視野，使我們研究內容更加充足和豐富，並且讓我們從實務專題的研究過程中去學習、探討還有成長進步，讓我們受益良多，在此誠摯的向兩位指導老師致謝。

本實務專題能順利完成，感謝各位師長、朋友的關心、支持與鼓勵，再次深深的表達我們內心的深刻感謝。

林芳如、呂崇佑、張呈豪、林哲宇、廖珮凌 謹摯

民國一百零二年十二月

摘 要

近期商標侵權之案例在本國屢見不鮮，而侵權的內容都有相關爭議，而商標乃是商品經濟的產物，涉及到的商標侵權行為和假冒商標行為，都會對商標權人的合法權益造成很大傷害，破壞了正常競爭的經濟秩序，故實則有必要對此議題深入著墨。

本文分為四大主軸，第一部份論述商標之功能，以此建立了解商標對於產品的重要性；第二部分則是論述商標之保護法，建立商標侵權法理之基礎；第三部分提出相關案例分析，解析各個案例受到爭議的侵權項目；第四部分討論出對我國法律面對侵權問題的因應策略，除了商標侵權成立要件外，還需要審慎思考我國整個法制的保護規範是否完備，保護商標專用權，維護消費者，才能真正維持公平競爭的經濟秩序。

關鍵字：商標侵權、混淆誤認之虞、商標使用、商標保護功能

目 錄

授權書.....	i
致謝.....	ii
摘要.....	iii
目錄.....	iv
圖目錄.....	v
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究範圍.....	2
第三節 研究流程.....	2
第二章 文獻探討.....	3
第一節 商標之意義.....	3
第二節 商標之第二層意義.....	5
第三節 商標之種類.....	5
第四節 商標之註冊要件.....	8
第五節 商標保護之必要性.....	9
第三章 商標專用權之主要功能.....	11
第四章 商標侵權類型探討.....	13
第一節 侵權之主、客觀構成要件判斷.....	13
第二節 商標侵權主要類型.....	16
第五章 案例分析.....	21
「大西洋」和「維他露」商標案.....	21
「黑人牙膏」和「白人牙膏」商標案.....	23
「TIFFANY」和「TIFANNYE」商標案.....	27
「大愛」和「大愛無線」商標案.....	30

第六章 結論與建議.....	34
參考文獻.....	37
附錄：商標法.....	39

圖目錄

圖 1-1	研究流程.....	3
圖 5-1	蘋果西打商標.....	23
圖 5-2	維他露商標.....	23
圖 5-3	黑人牙膏商標.....	27
圖 5-4	白人牙膏商標.....	27
圖 5-5	TIFFANY 商標.....	30
圖 5-6	TIFANNYE 商標.....	30
圖 5-7	大愛商標.....	33
圖 5-8	大愛無線商標.....	33

第一章 緒論

相較於傳統實體財產之觀念，商標儼然已成為企業的一項重要無形資產，一個好的商標對於企業形象、品牌認知、消費者信賴與忠誠度上有最直接的影響，在市場行銷品牌競爭上扮演舉足輕重的角色，是產品形象的整合者和消費者共同的語言，更是企業識別的核心¹。因此，我們須對商標有更深一層之認識，並了解現今商標侵權之相關態樣，及其可能對企業造成之傷害，及對於企業識別的核心有所保護。

第一節 研究動機與目的

商標註冊與取得商標權之目的，在於獲得商標之專利，防止他人假冒商標或對商標侵權之行為²。強調的是由「註冊」而取得的所有權、使用權、使用許可的轉讓權，以及受法律的保護。因此，商標是一個法律用語，所強調的是其法律意義，具有一定的嚴肅性及穩定性。便於消費者「認牌購貨」。商標在現代社會人們的日常生活中的地位與作用越來越重要。在以手工業為主要產品生產方式的時代，市場上商品的種類有限，市場的範圍狹小，人們在購買時往往只需看看產品或附在產品上的簡單標記就可以知道或找到其製造者。而現代經濟生活情況大不相同。由於產品日益豐富，消費者選擇和挑選產品越來越困難，只能「認牌購貨」。因此商標起著指導消費者購買行動方向的作用。用以區別自己與他人商品或服務的標誌在傳統之商品交易市場上，除了透過商標外，商品之地理來源亦是消費者在購買時之重要選擇因素；而生產者往往會在其所產製之商品上，附加其地理來源標誌，例如當地之地理名稱或其他圖形、符號、文字、顏色、聲音、甚

¹ 陳繼明(2005)，「台灣百貨批發零售業商標意象之研究」，雲林科技大學視覺傳達設計研究所碩士論文，第 2 頁。

² 陳銘科(2005)，「中華人民共和國商標法對於商標侵權規定之研究」，中國文化大學法律學研究所碩士論文，第 5~6 頁。

至為氣味等，以供消費者購買時之參考依據。耳熟能詳的法國香檳酒、蘇格蘭威士忌酒、荷蘭鬱金香、中國紹興酒、瑞士鐘錶、古巴雪茄等等，皆為適例。事實上，消費者之所以願意在眾多之相同商品中，選擇該商品而購買之，也是相信其所附加之地理來源標示與商標，足以表徵該商品具有其相當之品質、聲譽或其他特性存在。更將其納入為保護之客體。

第二節 研究範圍

本報告探討範圍為較具代表性之類型為「同一或類似之商品或服務，使用近似於其註冊商標或團體商標之商標」，兼及探討違反商標所可能涉及之刑、民事責任的商標侵權類型。

第三節 研究流程

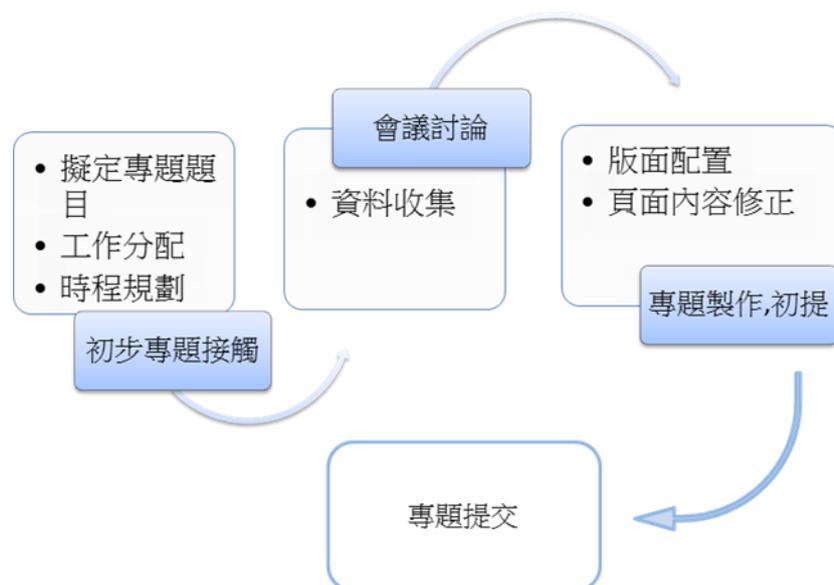


圖 1-1 研究流程

第二章 文獻探討

第一節 商標之意義

商標(Trade Mark)，是指生產者、經營者為使自己的商品或服務與他人的商品或服務相區別，而使用在商品及其包裝上或服務標記上的由文字、圖形、字母、數位、三維標誌和顏色組合，以及上述要素的組合所構成的一種可視性標誌。是企業使用於其產銷之商品或服務上的標籤，使消費者可以選擇自己預購買的商品或服務，因此，法律必須對商標的使用賦予相當權利，才能使各個商標在特定的權力範圍內行使權利，形成順暢和力的商標與用秩序，以避免消費者誤購其所不期望購買之商品或服務³。簡單的解釋為商品的標誌，意即俗稱的「品牌」或「logo」，現行商標法第 2 條定義為「凡因表彰自己之商品或服務，欲取得商標權而申請註冊者」，以及第 5 條將商標定義為「商標得以文字、圖形、記號、顏色、聲音、立體形狀或其聯合式所組成。前項商標，應足以使商品或服務之相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別」。而其他國家或國際上對商標的定義有：日本將商標定義為「文字、圖形、記號或立體的形狀或其結合或與色彩的結合」。法國商標法定義為「一切用以識別任何企業的產品、物品、或服務的有形標記均可視為商標」。國際保護工業產權協會(AIPPI)在柏林大會上對商標作出的定義：商標是用以區別個人或集體所提供的商品及服務的標記⁴。世界知識產權組織(World Intellectual Property Organization，簡稱 WIPO)對商標的定義為：商標是用來區別某一工業或商業企業或這種企業集團的商品的標誌。企業品牌的號召力吸引消費者深入認識商品或服務，好的商品或服務的品質和該品牌形象，固然可以取得相當的市場佔有率，然而交該品來申請商標註冊，取得了法律上的專用權，而具有商標權之獨占性及排他性，進而以法律的權利防止他人侵害該商標

³ 王珍玉(2012)，「從法院判決探討台灣對著名商標之保護」，世新大學法學院碩士論文，第 21 頁。

⁴ 會計師事務所，「商標的定義」，參見 <http://www.bycpa.com/b5/html/news/200810/523.html> (最後瀏覽日 2013 年 8 月 30 日)。

權，無疑使商品或服務在市場上攻防戰的堅實後盾⁵。

商標是現代社會中，產品行銷及廣告中相當重要的一環，商標於商業上不論在有形或無形上都潛藏著巨大的商業利益價值，它所表彰的是廠商的品牌及商譽。擁有一個知名品牌，對廠商而言，即代表著高收益，是一種無形資產。對於設計者而言，若無法使商品標識隨環境、時間、科技進步之速度而成長變化，將難以替服務對象作出良好的服務。故設計者對與商標相關之智慧財產權規定亦需有所認知，尤其在商品設計過程中，從概念轉化成線條、圖騰與文字造形等具體設計流程中，智慧財產權的問題是考慮的重要因素之一，然而，目前設計教育之過程中對智慧財產權的認知不足，往往使得一個好的設計無法成為商標，受到法律的保護，透過商標制度賦予商標權的保護，可以建立起正當的商業公平競爭秩序，維護市場交易安全，促進企業正常發展保護消費者利益⁶。

第二節 商標之第二層意義

商標法第 23 條第 4 項另規定有「第二層意義」之相關概念：即就是原不具有識別性之商標，但經申請人使用且交易外以成為申請人營業上商品知識別標示者，即應認為具商標識別性。指定使用於服務或商品，即因申請人長期間之使用，而產品第二層意義，得以註冊商標。至於判斷是否產生「第二層意義」，依「商標識別性審查要點」，認為應就下列事項綜合審查：使用該商標於指定商品之時間長短、使用方式及同業使用情形：使用該商標於指定商品之產品、銷售、廣告之數量：使用該商標於指定商品之市場分布、銷售網路、販售陳列之處所等：廣告業者、傳播業者出具之證明：具公信力機構出具之證明：各國註冊之證明以及其他得據為認定有識別性之證據，綜合認定。

⁵ 張簡明芳(2001)，「從理論與實務論註明標章保護」，國立中央大學產業經濟研究所碩士論文，第 2 頁。

⁶ 曾陳明汝(2001)，「商標法原則」，翰蘆圖書出版公司，第 124 頁。

第三節 商標之種類

一、我國商標專用權的種類

商標法立法之目的為保障商標專用權及消費者利益，以促進工商企業的正常發展，維護市場的公平競爭，為世界各國商標法的立法精神。商標法所保護的內容，是一種可供消費者辨識或選擇商品或服務的標記，該標記無論是文字、圖形、記號、顏色、聲音、立體形狀或其聯合式，最重要的是應為一般消費者認識其為表彰商品或服務的標識，並得藉以與他人的商品或服務有所區別，不使消費者混淆或誤導，為各國商標法最低之要求。

(一) 我國商標專用權的種類，依其保護的性質，主要可分為下列兩種：

- 1、商品商標：係於指定的「商品」項目上，使用請准註冊的標記，保護年限係自註冊日起算 10 年，期滿前半年內，得申請延展，每次延展以十年為限。
- 2、服務標章：係於指定的「服務」項目上，使用請准註冊的標記，保護年限係自註冊日起算 10 年，期滿前半年內，得申請延展，每次延展以十年為限。

(二) 我國商標法針對特殊團體或組織，規範有下列三種商標專用權：

- 1、證明標章：凡提供知識或技術，以標章證明他人商品或服務的特性、品質、精密度或其他事項，欲專用其標章者，應申請註冊為證明標章。證明標章的申請人，以具有證明他人商品或服務能力的法人、團體或政府機關為限。證明標章的使用，係用以證明商品或服務的特性、品質、精密度或其他事項的意思，於商品或服務的相關物品上，標示該標章以為證明者。保護年限係自註冊日起算 10 年，期滿前半年內，得申請延展，每次延展以十年為限。
- 2、團體標章：凡公會、協會或其它團體為表彰其組織或會籍，欲專用標章者，應申請註冊為團體標章。團體標章的使用，係為表彰團體或其成員

身分，而由團體或其成員將標章標示於相關物品或文書上。保護年限係自註冊日起算 10 年，期滿前半年內，得申請延展，每次延展以十年為限。

- 3、團體商標：凡具法人資格之公會、協會或其他團體，欲表彰該團體之成員所提供之商品或服務，並得藉以與他人所提供之商品或服務相區別，欲專用標章者，得申請註冊為團體商標。團體商標的使用，係為表彰團體之成員所提供之商品或服務，由團體之成員將團體商標使用於商品或服務上，並得藉以與他人之商品或服務相區別者。保護年限係自註冊日起算 10 年，期滿前半年內，得申請延展，每次延展以十年為限⁷。

(三) 依作用可區分為商標、證明商標、團體標章及團體商標四種，分別說明如下：

- 1、商標：凡因表彰自己之商品或服務之標識。
- 2、證明商標：具有驗證性質之標章，在商標法第 72 條第 1 項有規定「凡以標章證明他人商品或服務之特性、品質、精密度、產地或其他事項，欲專用其標章者，應申請註冊為證明標章。」。證明標章之目的在於告知消費者，所證明之商品或服務，具備某些規定的特質，或符合已定的質量水平。證明標章除了強化消費者對所選購產品的信任，它也提供被證明產品或服務一種強而有力的廣告促銷和品質保證的效果。
- 3、團體標章：所謂團體標章係指一般團體之會員標章而言，如獅子會、扶輪社、政黨組織等皆可申請團體標章以代表該組織或其會員身分。而這些團體標章並不從事商業行為，並非為表示商品或服務之商業來源，團體標章一般不得使用於其所提供之商品或服務之上，除非另依法取得團體商標註冊。
- 4、團體商標：商標法第 76 條第 1 項規定「凡具法人資格之公會、協會或其他團體，欲表彰該團體之成員所提供之商品或服務，並得藉以與他人所提供之商品或服務相區別，欲專用標章者，得申請註冊為團體商標。」。

⁷ 律勝制權事務所，「商標權期間」，參見 http://www.lawsun.com.tw/Trademark_01.htm (最後瀏覽 2013 年 8 月 25 日)。

團體商標，顧名思義係指表彰某個團體成員所共同使用的品牌，本質上仍屬商標，如農會、漁會或其他協會、團體得註冊團體商標，而其成員所產製的商品或提供的服務皆可加以標示該團體商標。

第四節 商標之註冊要件

一、 商標是否具有識別性：

泛指市面上的產品的包裝或容器上是否有能讓消費者可以區別其他商品的一種標章，並且具有獨立性可明確區別與其他商標之不同處，若一個商標不具備此條件，則不可稱為商標。在商標理論上「商標的識別性」或是「特別顯著性」為一個商標具備獨立性或與其他商標區別性。

二、 不具識別性的商標：

不具備識別性的商標，泛指消費者在購買商品時，無法辨別產品本身的商標，也無法區別相同類型的商品之差別。

三、 如何界定商標是否有識別性：

「明定商標識別性有先天與後天之分，前者指標識本身所固有，無須經由使用取得的識別能力，具有先天識別性商標依其識別性之強弱，可分為獨創性、任意性及暗示性商標；後天識別性商標則指標識原不具有識別性，但經由在市場上之使用，其結果使相關消費者得以認識其為商品或服務來源的標識，即具有商標識別性⁸。

第五節 商標保護之必要性

一、商標保護目的：

⁸ 理津法律事務所，「商標識別性審查基準」，參見

<http://www.leeandli.com/web/bulletin/artical.asp?id=3940> (最後瀏覽日 7 月 30 日)。

「商標」俗稱為品牌或牌子，可以區別辨識商品或提供服務的特定來源，為避免混淆誤認以維護商標權人權利及消費者利益，並防止不公平競爭行為，促進工商企業的正常發展，故商標法明定他人不得註冊的事由及禁止他人仿冒註冊商標之行為⁹。

二、商標法的基本原則如下：

- (一) 註冊保護原則與例外：我國商標法對於商標權的取得是采註冊保護制度，亦即廠商用以表彰商品服務來源的商標，必須依法申請註冊始能獲得排除他人使用的權利。此外，我國對於著名商標的保護，亦可以排除他人不當使用而有致減損其商標識別性或信譽的情形，而不以註冊為保護要件。
- (二) 先申請註冊為原則：權利的取得係依申請的先後加以審查，故於同一或類似商品，若以相同或近似的商標提出申請者，應由先提出申請者取得註冊。
- (三) 屬地原則：指各國商標權的取得及撤銷應依各國法律規定，除非透過國際協定所承認的國際註冊制度，其主張權利範圍以其所屬國領域為限。亦即在國內所註冊保護之商標權利，原則上不得在其他國家主張權利。
- (四) 審查原則：指我國商標註冊須經審查合法始准予註冊，若有違法事由將依法核駁其申請。
- (五) 使用保護原則：商標只要有使用意思，即可預先申請註冊，惟為避免註冊者長期不使用仍獨占商標權，妨礙他人的申請及使用權益，與貿易有關之智慧財產權協定(TRIPS)及各國商標法，都設繼續不使用滿 3 年或 5 年，即應廢止該註冊商標的規定。我國的規定是為 3 年，亦即註冊後迄未使用或繼續停止使用已滿 3 年者，依法即可廢止該商標之註冊。
- (六) 爭議機會必要原則：商標保護既以避免混淆為目的，故商標權得排除他人註冊及使用範圍，包括所謂近似商標及類似商品，我國採行註冊審查原則，固可降低註冊商標被爭議的比例，減輕商標權人或利害關係人的爭訟負擔，但

⁹ 大中國際智慧財產所事務所，「商標保護目的」，參見 http://www.treading.org.tw/tachung/index.php?option=com_content&view=article&id=70:2009-07-23-17-55-51&catid=35:2009-07-23-17-52-19&Itemid=57 (最後瀏覽日 2013 年 8 月 25 日)。

各國商標立法例皆同，對於註冊的商標均應提供利害關係人合理提出異議或評定的爭議機會¹⁰。

10 亞律國際專利商標事務所，「商標法基本原則」，參見
<http://www.asialiuh.com/faq/detail.php?id=69&language=tw>（最後瀏覽日 2013 年 8 月 25 日）。

第三章 商標專用權之主要功能

商標具有「與其他商品區別」、「表彰商品來源」、「信賴」及「廣告」等四大功能以下分別說明之：

- 一、與其他商品區別的功能：在市場上，由不同廠商生產相同功能的產品的情形相當多，如何讓消費者區別眾多產品係由那一廠商所生產，便需要以商品標識作區分。此為商標最重要的功能。
- 二、表彰商品來源的功能：商標亦有表彰商品來源的功能，其實此與區別產品的功能是一體兩面的，因為商標之目的即在使人一眼望去就可分辨產品是那一個廠商所生產，而此正表示透過商品的標識，可以讓消費者迅速得知其來源，同時，也與其他的產品區別。
- 三、信賴的功能：商品標識有信賴的功能，設想一個掛著名牌的產品，多數人都會認為其具有高品質，也樂於購買較有信譽的廠商所生產的產品。因此，經營適當的品牌，讓消費者普遍知道有該商品標識的產品具有良好品質，將會使消費者信賴廠商及其產品。
- 四、廣告的功能：商品標識也有廣告的功能，一方面推銷產品，另一方面，則推銷廠商，二者相互為用。廠商利用產品的特色推銷產品，而消費者對產品的印象則也連帶的讓廠商及其商品標示廣為人知。因此在設計商品標識時，要考慮到必須具有醒目、吸引人的特性，如此才能達到廣告的功能。此外，更重要的是必須考慮到是否會與他人之商品標示近似的問題，方不會因為與他人的註冊商標近似，而被判定不得使用並造成損失。另一方面，所設計的商品標示，才會具有區別的功能及表彰商品來源的功能¹¹。

¹¹ 波酷網，「商標定義說明」，參見

<http://www.boco.com.tw/NewsDetail.aspx?bid=B20070117002289> (最後瀏覽日 2012 年 8 月 25)。

第四章 商標侵權類型探討

第一節 侵權之主、客觀構成要件判斷

商標侵權之主、客觀構成要件的判斷並無明確且具體法規加以界定，因此要判斷是否侵害他人的商標權，可概分為主觀犯意「明知」或是「無意」、商標之積極或消極、是否造成混淆誤認之虞等三個面向要件來判斷，因此本節對商標侵權的主、客觀構成要件進一步加以探討。

一、主觀犯意「明知」之判斷因素

商標法第 82 條販賣仿冒商標商品罪，行為人「明知」為侵害他人商標專用權商品仍販賣為其構成要件，行為人須在客觀上有販賣仿冒商品之行為外，就其所販賣者係屬仿冒品，在主觀上更須有所明知之直接故意，即指行為人對於構成犯罪之事實(販賣仿冒他人商標商品之事實)，明知並有意使其發生者而言，而此主觀犯罪構成要件事實，一如客觀犯罪構成要件事實，亦應依積極證據認定之，惟法院究係如何決定被告是否「明知」為仿冒品，通常有以下幾項判斷因素：

(一)販入商品之價格：通常被告進貨之價格，倘與正品批發零售之價差越大，法院較易傾向認定被告係明知為仿冒品而加以販入，反之，倘被告進貨之價格，與正品批發零售之價差越小，則較難認定被告主觀上明知所販售商品為仿冒品。

(二)被告之教育程度：被告之教育程度越低，則法院較易傾向認為被告並無犯罪之故意。

(三)被告之職業：被告倘為相關商品事業之經營者，則越能證明其知悉商標及其所指定使用之商品，而較易傾向認定被告之主觀犯意。

(四)仿冒品之精緻程度：倘仿冒品越精緻，則被告越不易辨別商品之真偽，倘與真品販入之價格差距不大，則法院傾向認為被告無犯罪故意。

(五)被仿冒商標之顯著性：當商標之顯著性越強，例如文字加圖樣之組合或其文字有高度之創意，則越容易證明他人係抄襲冒用其商標，反之，如商標之顯著性越弱，例如：普通名詞之組合，越不易證明他人係明知該商標已註冊而仍予仿冒，是以商標顯著性越低者，所可主張之法律保護範圍越小，越不容易構成商標權之侵害，商標顯著性越高者，越容易註冊，所可主張之商標權保護範圍越大¹²。

(六)先前契約或業務往來關係：倘被告與商標權人原先有授權契約存在於授權契約終止後，被告仍繼續使用相同或近似之商標，法院即會認定被告具有犯罪故意¹³。

(七)被告先前是否知悉商標申請註冊：例如被告倘與商標申請註冊時，曾對系爭商標提出異議，則法院認為其有犯罪故意¹⁴。

(八)被仿冒商標之著名程度：如商標越著名，而為相關消費者所悉知，則越容易證明被告係為攀附該商標之商譽而仿冒商標，反之，如商標並不著名，甚至局限於某個地理區域使用，則不易證明被告係「明知」。

二、商標使用之判斷

(一)積極面

自現行商標法第 6 條之規定觀之，「商標之使用」須具備下列條件：

- 1、使用人須有行銷商品或服務之目的
- 2、客觀上須有標示商標之積極行為
- 3、所標示者需足以使相關消費者認識其為商標¹⁵

(二)消極面

從消極面觀之，實務上亦可能採取不同之見解，以收購真品之機油空罐裝入其他非原廠之機油，而冒充真品機油販售為例，被告並無積極仿冒標示商標之行

¹² 台灣高等法院 93 年度上易字第 1221 號刑事判決。

¹³ 台灣高等法院 94 年度上易字第 1839 號刑事判決。

¹⁴ 台灣高等法院 94 年度上易字第 763 號刑事判決。

¹⁵ 陳紹華(2006)，「商標使用要件之探討-由販賣他人仿冒商標商品是否構成民事侵害商標權談起」

為，而僅係消極利用機油空罐上既有之商標，並用以表彰該機油係原廠生產製造(即表彰商品來源)，並使消費者因信賴該來源或品質而予以購買，此種行為於實務上一向認為係違反商標法第 81 條第 1 項之使用仿冒商標罪。此外，被告如係販賣未經商標權人同意而流通之瑕疵品，則因該商品上之商標係由商標權人所標示，顯非商標法第 81 條所規定之未得商標權人或團體商標權人同意而使用商標之商品，是否即不得以同法第 82 條加以處罰？法院亦採不同之見解¹⁶，司法實務對於是否構成「商標之使用」之判斷，所側重者主要在於被告「利用商標」之行為在客觀上是否具有使消費者認識其表彰商品或服務之來源或品質之功能，而非側重在被告有無「積極」標示商標之行為。

三、「混淆誤認之虞」之判斷因素

判斷商標權是否受到侵害，除應判斷商標是否近似，商標所依附之商品是否類似之外，尚應考慮他人對於該商標之使用是否違反商標法之立法目的。易言之，倘他人對於商標之使用如不致使消費者產生混淆誤認之虞，亦未破壞市場上公平競爭之秩序，即無商標權受侵害可言¹⁷。然而，何種情形始構成「混淆誤認之虞」，實務上法院在審理刑事案件時，多半係自行以「商標是否近似」與「商品或服務是否近似」作為判斷標準，倘商標近似且商品或服務近似，則「應有使相關消費者混淆誤認之虞」。然而，商標近似且商品或服務近似之情形下，導致混淆誤認機率極高，但並非絕對，亦可能因為其他因素之介入，例如：商標併存多年之事實，而降低混淆誤認之可能，是以法院於判斷混淆誤認之虞時，自應依據個案之相關事證審酌各項因素於客觀上判斷是否有加強或減弱混淆誤認之虞之可能性。經濟部智慧財產局亦認為判斷「混淆誤認之虞」除應考量「商標是否近似」與「商品或服務是否近似」兩項主要因素之外，尚應考量其他因素作為輔導因素，例如：商標識別性之強弱、先權利人多角化經營之情形、相關消費者對各商標熟悉之程度等因素，而這些輔助因素可能增加或減弱混淆誤認得程度。

第二節 商標侵權主要類型

¹⁶ 台灣高等法院 94 年度上易字第 1420 號刑事判決。

¹⁷ 台灣高等法院 93 年度上易字第 1221 號刑事判決。

商標法最新修正時，在第 61 條明定「侵害商標權」之內涵，本節將商標侵權之行為態樣及類型，作進一步論究，試圖更精確掌握探討商標侵權之概念。

同一或類似之商品或服務，使用近似於其註冊商標或團體商標之商標：

- 一、商標近似之意義係指二商標予人之整體印象有其相近之處，若其標示在相同或類似的商品/服務上時，具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認二商品、服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關連。
- 二、判斷商標是否近似，首先應確立的是應以誰的角度來觀察。由於商標最主要的功能是在提供商品/服務之消費者藉以區辨商品/服務來源，因此，是否近似，即應以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意為準。又商品性質的不同會影響其消費者的注意程度，例如就普通日常消費品而言，消費者的注意程度較低，對二商標之差異辨別較弱，容易產生近似之印象；至於專業性商品如藥品，或單價較高之商品如汽車，其消費者多為專業人士，或購買時會施以較高注意，對二商標間之差異較能區辨，判斷近似的標準自然高於一般日常消費品之消費者。
- 三、判斷商標近似，應以商標圖樣整體為觀察。此乃係由於商標呈現在商品/服務之消費者眼前的是整體圖樣，而非割裂為各部份分別呈現。至於另有所謂「主要部份」觀察，則係認為商標雖然以整體圖樣呈現，然而商品/服務之消費者關注或者事後留在其印象中的，可能是其中較為顯著的部份，此一顯著部份即屬主要部份。所以，主要部份觀察與整體觀察並非兩相對立，主要部份最終仍是影響商標給予商品/服務之消費者的整體印象。是以，判斷商標近似，仍應以整體觀察為依歸。
- 四、判斷近似另一重要原則為異時、異地、隔離觀察原則。要注意的是這一原則乃是在提審查人員，應注意去設想一般實際購買行為態樣，而非要求審查人員須以異時、異地、隔離觀察之審查方式來審查商標近似問題，因為那是不可能也不必要的。所謂一般實際購買行為態樣，係指一般消費者都是憑著對商標未必清晰完整的印象，在不同的時間或地點，來作重複選購的行為，而不是拿著商標以並列比對的方式來選購，所以細微部份的差異，

在消費者的印象中難以發揮區辨的功能，判斷商標是否近似時，得無庸納入考量。這樣一個設身處地的思考原則，在判斷商標近似時，應注意確實掌握。

五、商標給予商品/服務之消費者印象，可以就商標整體的外觀、概念或讀音等來觀察，因此判斷商標近似，亦得就此三者來觀察是否已達到可能混淆的近似程度。特別要再強調，外觀、觀念或讀音其中之一的相近，雖可能導致商標整體印象的近似，但卻非絕對必然，例如「第一」與「帝衣」，雖然讀音相同，但外觀及觀念截然不同，就二商標之整體印象而言，引起商品/服務消費者混淆的可能性極低，應認為非屬近似之商標。是以，二商標外觀、觀念或讀音其中之一的近似，並非即可推論商標之整體印象即當然近似，仍應以其是否達到可能引起商品/服務之消費者混淆誤認的程度為判斷近似之依歸。

文字商標判斷近似時之相關原則：

- (一) 商標予以消費者的第一印象在於外觀，所以當二文字商標之外觀構成近似時，雖然觀念與讀音未必近似，仍可認為該二商標為近似。文字商標之外觀雖然不近似，例如一為楷書體，一為篆書體，或一為繁體字，一為簡體字，但其字義近似，則仍會因觀念及讀音近似而認為近似。
- (二) 我國使用之中文多係源自萬物形象，故著重於其形意，因此在比對中文商標時，應可較側重外觀及觀念之比對。惟若使用之商品/服務係以唱呼為主要行銷方式者，則應提升其讀音比對之比重。反之，拼音性之外文如英法德日語等，予消費者之印象重在於其讀音，在比對時自應以讀音比對為重。但若該外文有特殊設計者，則又應回歸於外觀之比對。再者，外文字詞之商標，若其字義非我國一般民眾所普遍熟悉，應著重於文字讀音及外觀之比對。若該字詞已為我國一般民眾所普遍熟悉，則可加重其觀念比對之比重。
- (三) 橫列式中文，意義不明確者，其唱呼雖可能自左至右，也可能自右至左，在判斷時仍應盡可能參酌相關因素，例如其並列有英文，而為英文之音譯者，則可參酌英文之讀音，以確定中文之唱呼方式。再者，應盡可能尊重

申請人主張之唱呼方式，因為其使用該商標時必然只有一種唱呼方式，不可能忽左忽右。是以除非二商標中文之外觀也極微近似，例如「味王」與「玉味」，以致後者左右方向對調可能與前者構成近似外，不宜僅因左右方向對調後讀音近似而認定整體商標近似，例如「元鄉」與「香圓」。

- (四) 拼音性之外文例如英法德日語，其起首字母在外觀與讀音上，對於整體字詞給予消費者之印象有極重要之影響，判斷近似時應賦予比重較重之考量。組合或複合字詞之間以及與單一字詞之間，觀察時應先探求組合或複合字詞中，是否有主要字詞與形容字詞之分，若有，原則上應以主要字詞為比對客體。例：「泰山」與「小泰山」，主要字詞均為「泰山」，至於「小」僅屬形容字詞，尚非商品/服務消費者辨識的主要依據，可減低其考量之比重。又例如「LA VITA」與「VITA」亦同。市面上常見的「大、小、真、正、老、新」以及外文如「pro-、new-、multi-、the、a、one」等類字詞均屬此種形容字詞。組合或複合字詞中若有部份字詞為商品/服務消費者所熟知者，該部份字詞應可認為係主要字詞。惟應注意除非係惡意襲用他人商標，否則若字詞經組合或複合後，已形成一獨立之字義或構成一標語者，則不宜再將其割裂而取其中一二字詞為比對。
- (五) 在比對文字商標之外觀、觀念或讀音時，應特別注意的是要考慮個案之不同，不可將機械式的比對，套用於所有案件，例如英文字詞間，5 個字母有 4 個字母相同，構成近似的可能性固然較高，但仍應視個案而定，例如在「house」與「horse」間或有其適用，但在「mouse」與「house」間，則顯然不適用。
- (六) 圖形、顏色或立體商標則著重於外觀的比對，是以圖形、顏色或立體商標雖在觀念上相同仍應以外觀比對為原則，例如在觀念上雖均為貓，由於外觀設計的不同，「凱蒂貓」與「加菲貓」均可註冊在案。又外觀之比對主要在比對其構圖，是若構圖近似，縱使設色稍有不同或方向相反亦不影響其近似。

第五章 案例分析

一、「大西洋」和「維他露」商標案

蘋果西打 Apple Sidra 告維他露 CRYSTAL 天然透明西打侵權商標案，高等法院宣判，考量維他露產品是深藍色大字，蘋果西打則為綠葉加紅蘋果，中間加入綠色蘋果西打字樣，兩者明顯不同，判決蘋果西打敗訴。

生產蘋果西打 40 多年的大西洋飲料公司，於 95 年間提出訴訟，表示維他露食品一開始生產的 CRYSTAL 天然透明西打的「西打」，已侵害其於民國 56 年、61 年間註冊的「西打 Sidra」、「蘋果西打 Apple Sidra 及圖」商標。

大西洋飲料公司指出，經寄出存證信函，維他露雖回函致歉，兩方也曾會面解決，但維他露只將 CRYSTAL 天然透明西打，改成 CRYSTAL 天然透明系，繼續銷售，大西洋認為，維他露該產品已讓消費者造成混淆，侵害商標專用權，要求賠償 695 萬多元，並且須登報啟事。維他露公司表示，該產品主要是以「CRYSTALCIDER」作為商標之標示，藉以影響消費者作為選擇商品之判斷基準；且「西打」係與「天然透明」一併使用，只是做說明，並非做商標使用。兩家的商品商標、文字、圖形與顏色都明顯不同，而且維他露 CRYSTAL 原有的天然透明西打字樣，字體較小且位在瓶身下方，不足以影響一般消費者辨識分析商品之能力，所以判決大西洋飲料公司敗訴。

(一)事實

1、上訴人於 56 年 6 月 1 日就商標「西打 Sadri」，獲前經濟部中央標準局核准註冊；於 61 年 1 月 1 日就商標「蘋果西打 Apple Sidra 及圖」，亦獲同機關核准註冊在案，均取得商標專用權，並均獲核准延展專用期間至 104 年 8 月 31 日止。上訴人將前開商標使用於自行生產銷售之「蘋果西打」汽水商品上。證據：商標「西打 Sadri」註冊證、經濟部智慧財產局函、商標「蘋果西打 Apple

Sidra」網路檢索資料。

- 2、被上訴人維他露食品公司所生產，由被上訴人源興行銷公司之「CRYSTAL CIDER」600ml 保特瓶汽水飲料，其包裝上印有「CRYSTAL 天然透明西打」。
證據：「CRYSTAL CIDER」600ml 保特瓶汽水飲料之包裝圖案。

(二)要旨

生產蘋果西打 40 多年的大西洋飲料公司，於 95 年間提出訴訟，表示維他露食品一開始生產的 CRYSTAL 天然透明西打的「西打」，已侵害其於民國 56 年、61 年間註冊的「西打 Sidra」、「蘋果西打 Apple Sidra 及圖」商標。大西洋飲料公司指出，經寄出存證信函，維他露雖回函致歉，兩方也曾會面解決，但維他露只將 CRYSTAL 天然透明西打，改成 CRYSTAL 天然透明系，繼續銷售，大西洋認為，維他露該產品已讓消費者造成混淆，侵害商標專用權，要求賠償 695 萬多元，並且須登報啟事。

(三)解析

1、侵害商標權

被上訴人公司維他露食品公司生產之系爭飲料商品，其瓶身係以顯著之深藍色大字體標示「CRYSTAL CIDER」，足見被上訴人之系爭商品係以「CRYSTAL CIDER」為主要之商標標示，於該「CRYSTAL CIDER」下方另有紅色小字體「次世代透明係」，再下方為淡藍色小字「CRYSTAL 天然透明西打」。

而上訴人行銷於市面之商品蘋果西打，則係以綠葉紅蘋果中央鑲入綠色「蘋果西打」文字作為商標；另上訴人註冊商標權之「西打 Sidra」，為單純之文字組合；註冊商標權之「蘋果西打 Apple Sidra 及圖」，為紅色蘋果中央有鑲白底紅字「Apple Sidra」文字。

兩造之商品所使用之商標，自文字、圖形、顏色之組合觀之，明顯為不同之商標，上訴人主張被上訴人構成商標法第 29 條第 2 項第 1 款之情形，為不足採。

2、商標近似

商標之近似與否，應就其文字、圖形、記號、顏色組合，異時異地為隔離及

通體之觀察為判定標準。

兩家的商品商標、文字、圖形與顏色都明顯不同，而且維他露 CRYSTAL 原有的天然透明西打字樣，字體較小且位在瓶身下方，不足以影響一般消費辨識分析商標之能力，考量維他露產品是深藍色大字，蘋果西打則為綠葉加紅蘋果，中間加入綠色蘋果西打字樣，兩者明顯不同。

(四)系爭商標圖樣



圖 5-1 蘋果西打商標

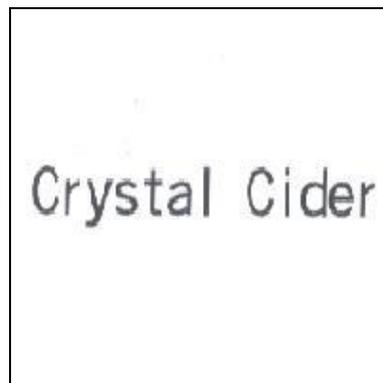


圖 5-2 維他露商標

二、「黑人牙膏」和「白人牙膏」商標案

生產老牌「黑人牙膏」的好來化工公司，認為嘉聯公司製售的「白人牙膏」涉嫌侵權模仿，提起行政訴訟；經過十一年纏鬥，最高法院認定消費者能分得清黑白，判決好來化工敗訴定讞。好來化工原本希望經由法院判決，促使公平交易委員會認定白人牙膏的名稱、包裝使消費者混淆，限期改正並處以罰鍰，未料敗訴，黑人牙膏、白人牙膏將繼續在市場上同台競爭。

黑人牙膏是個歷史悠久的品牌，在國內牙膏市場占有重要地位；白人牙膏出現後，瓜分不少市場，出現「黑白相爭」的局面。好來化工八十六年間向公平會檢舉，指白人牙膏的名稱及商品外觀，都模仿該公司生產的黑人牙膏。但公平會調查後，認為不構成違法，好來化工不服，提起行政訴訟。

法院一度撤銷公平會的認定，但公平會審查後維持原議。好來化工不服公平

會重作的處分，再次訴訟，台北高等行政法院認定白人牙膏侵權，判決好來化工公司勝訴。這回換公平會不服也上訴，因歷審法院見解不一，案子就這樣來來回回；結果最後好來化工改判敗訴，而且上訴最高行政法院被駁回，無法再逆轉勝，全案定讞。纏訟過程，好來化工曾提出兩家市調公司的報告，證明消費者對黑人、白人牙膏嚴重混淆，有些賣場的廣告單也宣傳「黑人、白人一樣好」。

好來化工認為，白人牙膏以攀附黑人牙膏商譽的方式，榨取成果，構成不公平競爭。但最高行政法院認為，黑人牙膏、白人牙膏的包裝圖樣，構思和整體設計都不相同；黑人牙膏有戴著帽子的人頭圖、白人牙膏沒有，白人的包裝文字是橫向、黑人牙膏是直向。法官認為，消費者在不同的時間和地點觀察黑人、白人牙膏，不會混淆誤認；量販店基於方便，把同類牙膏放在一起供消費者比較選購，不能以此認定是白人牙膏攀附之舉。判決也指出，白人牙膏從民國七十八年到八十五年，支付鉅額廣告費作宣傳，且以「白人」為商標註冊達廿年，有一定知名度，和黑人牙膏各有市場，黑人牙膏不能以兩者名稱有相對性，即認定消費者不會混淆。

(一)事實

- 1、上訴人於民國 86 年間檢舉參加人生產「白人牙膏」模仿上訴人生產之「黑人牙膏」名稱及商品外觀。案經被上訴人以 87 年 4 月 21 日公參字第 8601261-009 號函復略以：被檢舉人並無違反行為時公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款及第 24 條規定等語。
- 2、被上訴人重為審查，以 91 年 3 月 5 日公參字第 09100001962 號函覆上訴人(下稱原處分)，略以本案依現有事證，尚難認被檢舉人製造銷售「白人牙膏」商品之行為有違反行為時公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款及第 24 條規定等語，上訴人不服，提起訴願，經遭駁回，遂提起行政訴訟。經原審裁定命參加人獨立參加被上訴人之訴訟，嗣原審以 92 年度訴字第 706 號判決：「訴願決定及原處分均撤銷。被告（即本件被上訴人）對於原告（即本件上訴人）檢舉參加人生產之『白人牙膏』模仿『黑人牙膏』商品表徵及包裝外觀，違反公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款及第 24 條規定事件，應依本判決之法律見解另為處分。」

3、經本院 96 年度判字第 400 號判決廢棄前審原判決，發回原審法院更為審理，原審更為審理後仍以 96 年度訴更一字第 67 號判決（下稱原判決）駁回上訴人之訴，上訴人不服，遂提起本件上訴。上訴人檢舉參加人生產「白人牙膏」模仿上訴人生產之「黑人牙膏」名稱及商品外觀，違反行為時公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款及第 24 條之規定。經被上訴人以原處分函覆上訴人略以依現有事證，尚難認有違反公平交易法規定情事等情，經核此係屬被上訴人就上訴人檢舉之公法上具體事件所為之決定而對外直接發生法律效果之單方行政行為，屬行政處分；且依該行政處分內容，難認於上訴人之權益不生影響，上訴人得就被上訴人原處分提起撤銷訴訟。

(二)要旨

上訴人主張參加人以攀附上訴人商譽之方式，榨取上訴人努力成果，違反公平交易法第 24 條，被上訴人卻稱兩商品外觀不同，難謂關係人抄襲他人商品外觀，顯將「攀附他人商譽」與「抄襲」混為一談。況參加人之負責人丙○○82 年間接受南洋商報專訪，明白表示參加人市場行銷策略採取「黑白對比」之方式，甚至承認難免有消費者產生混淆，亦足證參加人攀附上訴人商譽，且非「單一偶發事件」或巧合等語，求為判決原處分及訴願決定均撤銷；被上訴人應依公平交易法第 41 條規定，命參加人改正如原判決附錄第 2 頁以下所示之「白人牙膏」商品包裝 並就參加人違反公平交易法之行為處以新臺幣(下同)5 萬元以上 2,500 萬元以下罰鍰。

(三)解析

1、侵害商標權

最高行政法院認定，兩牙膏的包裝雖都以黃底綠字為主，但設計構想不相同，如黑人牙膏有戴高帽的人頭像、白人牙膏沒有；白人的包裝文字是橫向、黑人牙膏是直向等。

2、商標近似

「白人牙膏」商品包裝之文字、圖形及整體外觀與「黑人牙膏」無論在顏色、圖案、文字，甚至製造商名稱等皆明顯有別，整體外觀、設計理念或讀音上

均有明顯差異，異時異地隔離觀察，無使一般商品購買人產生混淆誤認之虞，亦難謂有使一般商品購買人對其所表彰之商品來源與外觀產生聯想而有誤買之虞。

(四)系爭商標圖樣



三、「TIFFANY」和「TIFANNYE」商標案

宏葺國際貿易有限公司於民國 91 年 3 月 22 日以「蒂芬妮亞 TIFANNYE」商標，作為其註冊第 929767 號「蒂芬妮亞」商標之聯合商標，所定商品及服務分類表第 3 類之化妝品、香水、敷面膜、口紅、護膚油、防曬霜等商品向經濟部智慧財產局申請註冊，經其核准聯合商標。TIFANNY 以此商標為反審定時商標法第 37 條之規定，對此提起異議。但經原處分機關審查，為不成立之處分。TIFANNY 不服，乃向被告提起訴願，經被告為「原處分撤銷，由原處分機關另為適法之處分」之決定，原告不服，遂向本院提起行政訴訟。

二者就商標圖樣是否結合橫書中文「蒂芬妮亞」一節，已有所差異；且商標圖樣外文之呈現方式與商標外文不同，整體觀察，一般消費者應不致在外觀上有所混淆而產生誤認。又商品性質的不同會影響消費者的注意程度，「TIFANNY」商標由於產品精美雅致，早已成為上流社會人士身分地位之表徵，其消費者對象多為所得收入在金字塔頂端之階層，其主要銷售管道為百貨公司專櫃；而「蒂芬

妮亞 TIFANNYE」商標品則採平價路線，自 91 年起即於全省各地屈臣氏門市銷售。消費者對二商標之差異較能區辨，判斷近似的標準自然高於一般日常消費品之消費者，應不致於混淆而誤認二商品來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，非構成近似之商標。TIFANNY 請求撤銷訴願決定，為無理由，應予駁回。

(一)事實

原告(原名為宏錫國際貿易有限公司)於民國 91 年 3 月 22 日以「蒂芬妮亞 TIFANNYE」商標，作為其註冊第 929767 號「蒂芬妮亞」商標之聯合商標，指定使用於當時商標法施行細則第 49 條所定商品及服務分類表第 3 類之化妝品、燙髮劑、人體用清潔劑、香水、瘦身膏、敷面膜、口紅、護髮劑、沐浴用浴油、護膚油、防曬霜、染髮膏、沐浴乳、洗髮精、潤髮乳、洗面乳、藥皂等商品向原處分機關經濟部智慧財產局申請註冊，經期核准列為聯合商標。參加人以系爭商標有違審定時商標法第 37 條第 7、12、14 條款之規定，對之提起異議，適商標法於 92 年 11 月 28 日修正施行，依商標法第 86 條第 2 項及第 89 條第 1 項之規定，系爭商標視為獨立之商標逕予註冊。案經原處分機關審查，為異不成立之處分。

參加人不服，乃向被告提起訴願，經被告為「原處分撤銷，由原處分機關另為適法之處分」之決定，原告不服，遂向本院提起行政訴訟。兩造之爭點：系爭商標指定使用於當時商標法施行細則第 49 條所指定商品及服務分類表第 3 類之商品，是否有構成修正前商標法第 37 條第 7、12、14 款以及商標法第 23 條第 1 項第 12、13 或 14 款之違反。

(二)要旨

二者就商標圖樣中是否結合橫書中文「蒂芬妮亞」一節，已有所差異；且商標圖樣外文之呈現方式與商標外文不同，整體觀察，一般消費者應不致在外觀上有所混淆而產生誤認。又商品性質的不同會影響其消費者的注意程度，「TIFANNY」商標由於其產品精美雅致，早已成為上流社會人士身分地位之表徵，其消費者對象多為所得收入在金字塔頂端之階層，且主要銷售管道為百貨公司專櫃；而「蒂芬妮亞 TIFANNYE」商標商品則採平價路線，自 91 年起於全省

各地屈臣氏門市銷售。消費者對二商標間之差異較能區辨，判斷近似的商標自然高於一般日常消費品之消費者，應不致有所混淆而誤認二商品來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，非屬構成近似之商標資為論據。原告主張前詞，請求撤銷訴願決定，為無理由，應予駁回。

(三)解析

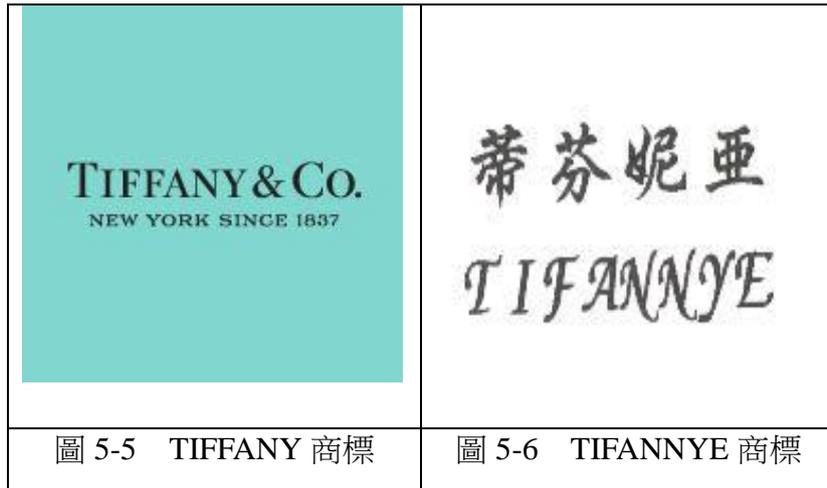
1、近似商標

系爭商標以與劇商標外關、讀音相近之商標圖樣指定使用於類似之商品，已具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認二商品來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，應屬近似商標。原告主張系爭商標係中英文並用，有中文文字可資區別，消費者容易辨認，與據爭商標的純英文設計不同，使用上並無近似，系爭商標於讀音時，都是讀「蒂芬妮亞」，尾音會發「啊」的音消費者足以區辨，二者外觀及讀音均不相近，非屬近似商標一節，核非可採。二者大多數字母及排列皆相同，僅有少數字母「N」、「E」、「F」之些微差異，系爭商標英文字沒有經過設計，與據爭商標更為近似。於外觀上予人寓目印象極相彷彿，應屬構成近似。故二者應屬近似之商標。

2、商品及商標混淆誤認

本件系爭商標異議所涉之修正前商標法第 37 條第 7、12、14 款，業經修正為現行商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款。次按商標圖樣「相同或近似於他人著名商標或標章，有致公眾混淆誤認之虞者」為修正前商標法第 37 條第 7、12、14 款所規定；又商標「相同或近似於他人著名商標或標章，有致公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者」系爭商標意欲以完全相同於據爭商標之外觀及發音以吸引消費者之注意，其以不正方法「搭便車」而淡化據爭商標著名商譽之行為，即為商標法為保障著名商標之行為，及為商標法為保障著名商標而欲防止之行為。

(四)系爭商標圖樣



四、「大愛」和「大愛無線」商標案

(一)事實

大愛衛星電視股份有限公司於 94 年 6 月 17 日以系爭商標有違註冊時商標法第 77 條準用第 37 條第 7 款及現行商標法第 23 條第 1 項第 12 款規定，訴外人塔庫希計程車公司復於 94 年 7 月間將系爭商標移轉予原告，並經被告准予變更登記。

又本件商標評定事件經被告初次審查，認系爭商標雖與著名之據以評定「大愛」、「慈濟大愛」等商標構成近似，足認於評決時系爭商標應無致消費者與著名之據以評定商標發生混淆誤認或有減損其識別性或信譽之虞等理由，以 95 年 11 月 7 日中台評字第 940234 號商標評定書為「申請不成立」之處分，參加人等不服，訴經經濟部以 96 年 6 月 1 日經訴字第 09606068790 號訴願決定書撤銷原處分，並命被告另為適法之處分。

原告對上開訴願決定不服，提起行政訴訟，經臺北高等行政法院以 96 年度訴字第 2571 號判決駁回原告之訴，並經最高行政法院以 97 年度裁字第 02787 號裁定駁回上訴確定在案。被告依訴願法第 96 條之規定，依訴願決定意旨重為處分，另以 97 年 11 月 18 日中台評字第 970211 號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部以 98 年 3 月 4 日經訴字 09806109030 號訴願決定駁回，原告仍不服，向臺北高等行政法院提起行政訴訟。

(二)要旨

「大愛」電視台與「大愛無線」計程車隊爭奪「大愛」商標，最後法院認為應該要給全球著名的「大愛」電視台更大的商標保護（法院認為「大愛」電視台的「大愛」商標屬於「著名商標」），因此判決「大愛無線」計程車隊敗訴。

台北高等行政法院以「大愛」電視台之「大愛」係屬著名商標，其雖未指定使用於計程車服務，惟「大愛無線」計程車隊若持續使用「大愛」商標，將導致「大愛」商標跟特定來源（「大愛」電視台）間的聯繫能力減弱（即著名商標的識別性被稀釋或淡化），使著名商標權人蒙受損失，故「大愛」電視台之著名「大愛」商標應給予較大的保護，進而判決「大愛無線」計程車隊敗訴。就商標法觀之，該判決並無違誤之處。

(三)解析

系爭商標「大愛無線及圖」整體觀察，其主要部分應為雙手捧心部分的圖案，而非「大愛無線」，前者圖案顯較後者文字大，較易引起相關公眾之注意，若以該圖案與「慈濟大愛」或「大愛」比較，顯不構成近似。就算以圖案下之「大愛無線」文字與據以評定之商標「慈濟大愛」或「大愛」比較，二造商標雖均有「大愛」2字，惟「大愛無線」或「慈濟大愛」由外觀、讀音及觀念看均不相同，且不論「大愛無線」或「慈濟大愛」中之4字大小均相同，並無從單獨將「大愛」二字割裂予以觀察，因此「大愛無線」與「慈濟大愛」當不構成近似。至於「大愛無線」與「大愛」雖有部分相同，然「大愛無線」4字並連且大小相同，不宜割裂觀察，且就「大愛無線及圖」整體觀察，大愛2二字並非顯著的主要部分，因此系爭商標「大愛無線及圖」與「大愛」無論以其主要部分或整體部分，由外觀、觀念或讀音隔離觀察，亦不構成近似。前案判決認定近似之最主要理由為：「判斷商標之近似與否，固以總括全體隔離觀察為原則，惟若商標圖樣之一定部分特別引人注意，有此部分而商標之識別功能特別顯著者，自可就此部分加以比較觀察，以判斷二商標是否近似，此與單純將商標割裂分別比較者不同」。

兩造商標構成近似，以評定諸商標具有相當高程度之識別性、已為絕大多數的消費者所普遍認知，具較高之著名性，且未被第三人普遍使用於其他商品或服務等因素，系爭商標雖指定使用於提供旅客之陸運、汽車客運、計程車客運等服

務，與據以評定諸商標所表彰之醫療、教育、文化等服務之性質並不相同，惟據以評定商標之識別性仍有可能遭受減弱，亦即當著名商標使用於特定之商品或服務，原本僅會使人產生某一特定來源之聯想，但當未取得授權之第三人之使用行為，客觀上會減弱或分散據以評定商標曾經強烈指示單一來源的特徵及吸引力，而使該商標在社會大眾的心中不會留下單一聯想或獨特性的印象，致有減損著名商標之識別性之虞，是以系爭商標之註冊，應有修正施行前商標法第 77 條準用第 37 條第 7 款及商標法第 23 條第 1 項 第 12 款規定之適用。

(四)系爭商標圖樣



圖 5-7 大愛商標



圖 5-8 大愛無線商標

第六章 結論與建議

對於商標法制定之目的，是為了保護消費者利益及商標專用權，而商標法也因國內工商企業近幾年的發展而日益受到重視。

對於個人商標專用權之權利使用，也是商標立法目的之一，其著重在商標專用權人於專用期間內不受權利之侵害，執行上，除了須視行為人是否具有從事不正當競爭之主觀意圖外，更應該在客觀上認定是否行為已達到與他人商品或服務混淆程度。而商標的功能不再只是表彰商品來源及供消費者辨識、品質的保證以及可觀的市場經濟價值，更是商標權人長期使用其商標所衍生的功能。

針對以上敘述建議因應策略：

一、 法院對於商標權案例審查、審核應更加審慎

對於目前社會上關於商標的案例實在太多了，當法院對於案例判決的時候，應擬定一套標準的判案程序，使達到以最公正的情況下給予犯案人適當的判決，首當其衝的就是應該深入了解民情，而不是以前車之鑑給予判決。

商標權本質上乃商標法所賦予的獨占排他權，藉此保護商標權人的利益，從中顯示出維持公平競爭秩序的功能。在保護功能上，商品或服務若依商標法取得商標之註冊，則即取得一個權利，而權利人就其所取得之權利不僅可以禁止他人侵害之行為，尚可以積極的加以行使，例如：轉讓、授權、設定職權。

二、 對於國人守法觀念應再加強

由於目前社會上使用著名商標，跟一些販賣仿冒商品的業者，或使用近似的商標或商品意圖混淆消費者等等都是防不勝抓，故應該徹底宣導對於這些犯罪行為所造成的嚴重性，除了應該以嚴重的判決來警惕社會大眾，並且說明犯法的標準在哪以告知那些不知情者，最後應徹底導正國人

守法觀念使投機者無法靠這種模式來謀生。

對於我國目前的商標法，並未加入不公平競爭防止概念，因此對於某些會引起消費者混淆之特徵，僅能由公平法規範，如往後能加入不正當競爭之概念，因此對於某些會引起消費者混淆之特徵，僅能由公平法規範，如往後能加入不正當競爭之概念，增加商標構成之要素，對於表示商品表徵之範圍有更周全之保護，如此之修正方向，不但能釐清商標法於不公平競爭體系之地位，更能確切地保護商標之人之權利。

三、 審慎思考目前的法制規範是否完備

對於法令規範上所制定的標準，應不斷的向國外已有完整的法律制度從中參考並研究出適合我國的法規，而不應該使得一些犯罪者逍遙法外，從中謀取龐大的利益後就消失無蹤，或許也是因為目前法令並不完善，使得犯罪者層出不窮這點是我們應該謹慎思考的。

如本報告所探討之案例，商標法對於人格權亦有保護規定，其保護範圍不限於自然人或法人，包括非法人團體，但是其保護基礎，應事以維護正當交易秩序為目的，對於非法人團體加以保護，一方面是因其有使用商標之事實，且在交易市場上也使消費者混淆之虞，因此准申請商標之註冊，另一方面，非法人團體之名稱，亦提供保護，避免他人未經承諾以其名稱申請註冊。雖然智慧財產權人之人格權有其保護之重要性，但以維護正當交易秩序為主要目的之智慧財產權，在人格權之保護上，並無法積極地如同其他法律保護一般，請求損害賠償或請求精神慰問金。

四、 企業在品牌營造上如何保護自己的商標或者創造更好的商標

對於企業本身的利益，當然不可能坐以待斃等著政府改進，由於目前在企業界中防護商標策略已經廣泛使用，因為這種策略不僅可以達到公司多元化經營，更可以防止其他業者搭便車，影響公司信譽，故企業本身除了確實了解當下的法規制度，應更加注重加強公司本身的服務品質，與其他不肖業者區分，並加快創新速度與商標營造之保護，以避免受到侵害。

參考文獻

中文文獻

一、期刊

- 1.王珍玉(2012)，「從法院判決探討台灣對著名商標之保護」，世新大學法學院碩士論文，第 21 頁。
- 2.張簡明芳(2001)，「從理論與實務論註明標章保護」，國立中央大學產業經濟研究所碩士論文，第 2 頁。
- 3.陳紹華(2006)，「商標使用要件之探討-由販賣他人仿冒商標商品是否構成民事侵害商標權談起」。
- 4.陳銘科(2005)，「中華人民共和國商標法對於商標侵權規定之研究」，中國文化大學法律學研究所碩士論文，第 5~6 頁。
- 5.陳繼明(2005)，「台灣百貨批發零售業商標意象之研究」，雲林科技大學視覺傳達設計研究所碩士論文，第 2 頁。

二、書籍

- 1.曾陳明汝(2001)，「商標法原則」，翰蘆圖書出版公司，第 124 頁。

三、判決書

- 1.台灣高等法院 93 年度上易字第 1221 號刑事判決。
- 2.台灣高等法院 94 年度上易字第 763 號刑事判決。
- 3.台灣高等法院 94 年度上易字第 1420 號刑事判決。
- 4.台灣高等法院 94 年度上易字第 1839 號刑事判決。

四、網站

- 1.大中國際智慧財產所事務所，「商標保護目的」，
http://www.tcreading.org.tw/tachung/index.php?option=com_content&view=article&id=70:2009-07-23-17-55-51&catid=35:2009-07-23-17-52-19&Itemid=57
- 2.永信國際專利商標聯合事務，「商標」，<http://www.yonghsin.com.tw/news-36.html>
- 3.亞律國際專利商標事務所，「商標法基本原則」，
<http://www.asialiuh.com/faq/detail.php?id=69&language=tw>
- 4.波酷網，「商標定義說明」，
<http://www.boco.com.tw/NewsDetail.aspx?bid=B20070117002289>
- 5.律勝制權事務所，「商標權期間」，http://www.lawsun.com.tw/Trademark_01.htm
- 6.理津法律事務所，「商標識別性審查基準」，
<http://www.leeandli.com/web/bulletin/artical.asp?id=3940>。
- 7.會計師事務所，「商標的定義」，<http://www.bycpa.com/b5/html/news/200810/523.html>

附錄

商標法¹⁸

第 一 章 總 則

第 一 條 為保障商標權、證明標章權、團體標章權、團體商標權及消費者利益，維護市場公平競爭，促進工商企業正常發展，特制定本法。

第 二 條 欲取得商標權、證明標章權、團體標章權或團體商標權者，應依本法申請註冊。

第 三 條 本法之主管機關為經濟部。
商標業務，由經濟部指定專責機關辦理。

第 四 條 外國人所屬之國家，與中華民國如未共同參加保護商標之國際條約或無互相保護商標之條約、協定，或對中華民國國民申請商標註冊不予受理者，其商標註冊之申請，得不予受理。

商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，並足以使相關消費者認識其為商標：

- 第 五 條
- 一、將商標用於商品或其包裝容器。
 - 二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品。
 - 三、將商標用於與提供服務有關之物品。

¹⁸ 經濟部智慧財產局，「商標法」，中華民國 100 年 6 月 29 日公布

四、將商標用於與商品或服務有關之商業文書或廣告。

前項各款情形，以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同。

申請商標註冊及其相關事務，得委任商標代理人辦理之。

第 六 條 但在中華民國境內無住所或營業所者，應委任商標代理人辦理之。

商標代理人應在國內有住所。

二人以上欲共有一商標，應由全體具名提出申請，並得選定其中一人為代表人，為全體共有人為各項申請程序及收受相關文件。

第 七 條 未為前項選定代表人者，商標專責機關應以申請書所載第一順序申請人為應受送達人，並應將送達事項通知其他共有商標之申請人。

商標之申請及其他程序，除本法另有規定外，遲誤法定期間、不合法定程式不能補正或不合法定程式經指定期間通知補正屆期未補正者，應不受理。

但遲誤指定期間在處分前補正者，仍應受理之。

第 八 條 申請人因天災或不可歸責於己之事由，遲誤法定期間者，於其原因消滅後三十日內，得以書面敘明理由，向商標專責機關申請回復原狀。

但遲誤法定期間已逾一年者，不得申請回復原狀。

申請回復原狀，應同時補行期間內應為之行為。

前二項規定，於遲誤第三十二條第三項規定之期間者，不適用之。

第 九 條 商標之申請及其他程序，應以書件或物件到達商標專責機關之日為準；如係郵寄者，以郵寄地郵戳所載日期為準。

郵戳所載日期不清晰者，除由當事人舉證外，以到達商標專責機關之日為準。

第十條 處分書或其他文件無從送達者，應於商標公報公告之，並於刊登公報後滿三十日，視為已送達。

商標專責機關應刊行公報，登載註冊商標及其相關事項。

第十一條 前項公報，得以電子方式為之；其實施日期，由商標專責機關定之。

第十二條 商標專責機關應備置商標註冊簿，登載商標註冊、商標權異動及法令所定之一切事項，並對外公開之。

前項商標註冊簿，得以電子方式為之。

第十三條 有關商標之申請及其他程序，得以電子方式為之；其實施辦法，由主管機關定之。

第十四條 商標專責機關對於商標註冊之申請、異議、評定及廢止案件之審查，應指定審查人員審查之。

前項審查人員之資格，以法律定之。

第十五條 商標專責機關對前條第一項案件之審查，應作成書面之處分，並記載理由送達申請人。

前項之處分，應由審查人員具名。

第十六條 有關期間之計算，除第三十三條第一項、第七十五條第四項及第一百零三條規定外，其始日不計算在內。

第十七條 本章關於商標之規定，於證明標章、團體標章、團體商標，準用之。

第二章 商標

第 十 八 條

商標，指任何具有識別性之標示，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。

前項所稱識別性，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者。

申請商標註冊，應備具申請書，載明申請人、商標圖樣及指定使用之商品或服務，向商標專責機關申請之。

申請商標註冊，以提出前項申請書之日為申請日。

第 十 九 條

商標圖樣應以清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解之方式呈現。

申請商標註冊，應以一申請案一商標之方式為之，並得指定使用於二個以上類別之商品或服務。

前項商品或服務之分類，於本法施行細則定之。

類似商品或服務之認定，不受前項商品或服務分類之限制。

在與中華民國有相互承認優先權之國家或世界貿易組織會員，依法申請註冊之商標，其申請人於第一次申請日後六個月內，向中華民國就該申請同一之部分或全部商品或服務，以相同商標申請註冊者，得主張優先權。

第 二 十 條

外國申請人為非世界貿易組織會員之國民且其所屬國家與中華民國無相互承認優先權者，如於互惠國或世界貿易組織會員領域內，設有住所或營業所者，得依前項規定主張優先權。

依第一項規定主張優先權者，應於申請註冊同時聲明，並於申請書載明下列事項：一、第一次申請之申請日。

二、受理該申請之國家或世界貿易組織會員。

三、第一次申請之申請案號。

申請人應於申請日後三個月內，檢送經前項國家或世界貿易組織

會員證明受理之申請文件。

未依第三項第一款、第二款或前項規定辦理者，視為未主張優先權。

主張優先權者，其申請日以優先權日為準。

主張複數優先權者，各以其商品或服務所主張之優先權日為申請日。

第二十一條

於中華民國政府主辦或認可之國際展覽會上，展出使用申請註冊商標之商品或服務，自該商品或服務展出日後六個月內，提出申請者，其申請日以展出日為準。

前條規定，於主張前項展覽會優先權者，準用之。

第二十二條

二人以上於同日以相同或近似之商標，於同一或類似之商品或服務各別申請註冊，有致相關消費者混淆誤認之虞，而不能辨別時間先後者，由各申請人協議定之；不能達成協議時，以抽籤方式定之。

第二十三條

商標圖樣及其指定使用之商品或服務，申請後即不得變更。

但指定使用商品或服務之減縮，或非就商標圖樣為實質變更者，不在此限。

第二十四條

申請人之名稱、地址、代理人或其他註冊申請事項變更者，應向商標專責機關申請變更。

第二十五條

商標註冊申請事項有下列錯誤時，得經申請或依職權更正之：

一、申請人名稱或地址之錯誤。

二、文字用語或繕寫之錯誤。

三、其他明顯之錯誤。

前項之申請更正，不得影響商標同一性或擴大指定使用商品或服

務之範圍。

第二十六條 申請人得就所指定使用之商品或服務，向商標專責機關請求分割為二個以上之註冊申請案，以原註冊申請日為申請日。

第二十七條 因商標註冊之申請所生之權利，得移轉於他人。

共有商標申請權或共有人應有部分之移轉，應經全體共有人之同意。

但因繼承、強制執行、法院判決或依其他法律規定移轉者，不在此限。

共有商標申請權之拋棄，應得全體共有人之同意。

第二十八條 但各共有人就其應有部分之拋棄，不在此限。

前項共有人拋棄其應有部分者，其應有部分由其他共有人依其應有部分之比例分配之。

前項規定，於共有人死亡而無繼承人或消滅後無承受人者，準用之。

共有商標申請權指定使用商品或服務之減縮或分割，應經全體共有人之同意。

商標有下列不具識別性情形之一，不得註冊：一、僅由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所構成者。

第二十九條 二、僅由所指定商品或服務之通用標章或名稱所構成者。

三、僅由其他不具識別性之標示所構成者。

有前項第一款或第三款規定之情形，如經申請人使用且在交易上已成為申請人商品或服務之識別標示者，不適用之。

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。

商標有下列情形之一，不得註冊：

一、僅為發揮商品或服務之功能所必要者。

二、相同或近似於中華民國國旗、國徽、國璽、軍旗、軍徽、印信、勳章或外國國旗，或世界貿易組織會員依巴黎公約第六條之三第三款所為通知之外國國徽、國璽或國家徽章者。

三、相同於國父或國家元首之肖像或姓名者。

四、相同或近似於中華民國政府機關或其主辦展覽會之標章，或其所發給之褒獎牌狀者。

五、相同或近似於國際跨政府組織或國內外著名且具公益性機構之徽章、旗幟、其他徽記、縮寫或名稱，有致公眾誤認誤信之虞者。

第三十條

六、相同或近似於國內外用以表明品質管制或驗證之國家標誌或印記，且指定使用於同一或類似之商品或服務者。

七、妨害公共秩序或善良風俗者。

八、使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者。

九、相同或近似於中華民國或外國之葡萄酒或蒸餾酒地理標示，且指定使用於與葡萄酒或蒸餾酒同一或類似商品，而該外國與中華民國簽訂協定或共同參加國際條約，或相互承認葡萄酒或蒸餾酒地理標示之保護者。

十、相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

但經該註冊商標或申請在先之商標所有人同意申請，且非顯屬不當者，不在此限。

十一、相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者。

但得該商標或標章之所有人同意申請註冊者，不在此限。

十二、相同或近似於他人先使用於同一或類似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，意圖仿襲而申請註冊者。

但經其同意申請註冊者，不在此限。

十三、有他人之肖像或著名之姓名、藝名、筆名、字號者。

但經其同意申請註冊者，不在此限。

十四、有著名之法人、商號或其他團體之名稱，有致相關公眾混淆誤認之虞者。

但經其同意申請註冊者，不在此限。

十五、商標侵害他人之著作權、專利權或其他權利，經判決確定者。

但經其同意申請註冊者，不在此限。

前項第九款及第十一款至第十四款所規定之地理標示、著名及先使用之認定，以申請時為準。

第一項第四款、第五款及第九款規定，於政府機關或相關機構為申請人時，不適用之。

前條第三項規定，於第一項第一款規定之情形，準用之。

商標註冊申請案經審查認有第二十九條第一項、第三項、前條第一項、第四項或第六十五條第三項規定不得註冊之情形者，應予核駁審定。

第三十一條

前項核駁審定前，應將核駁理由以書面通知申請人限期陳述意見。

指定使用商品或服務之減縮、商標圖樣之非實質變更、註冊申請案之分割及不專用之聲明，應於核駁審定前為之。

商標註冊申請案經審查無前條第一項規定之情形者，應予核准審定。

第三十二條

經核准審定之商標，申請人應於審定書送達後二個月內，繳納註冊費後，始予註冊公告，並發給商標註冊證；屆期未繳費者，不予註冊公告。

申請人非因故意，未於前項所定期限繳費者，得於繳費期限屆滿後六個月內，繳納二倍之註冊費後，由商標專責機關公告之。

但影響第三人於此期間內申請註冊或取得商標權者，不得為之。

第三十三條

商標自註冊公告當日起，由權利人取得商標權，商標權期間為十年。

商標權期間得申請延展，每次延展為十年。

第三十四條

商標權之延展，應於商標權期間屆滿前六個月內提出申請，並繳納延展註冊費；其於商標權期間屆滿後六個月內提出申請者，應繳納二倍延展註冊費。

前項核准延展之期間，自商標權期間屆滿日後起算。

商標權人於經註冊指定之商品或服務，取得商標權。

除本法第三十六條另有規定外，下列情形，應經商標權人之同意：

第三十五條

一、於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者。

二、於類似之商品或服務，使用相同於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

三、於同一或類似之商品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

商標經註冊者，得標明註冊商標或國際通用註冊符號。

下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：

一、以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示自己之姓名、名稱，或其商品或服務之名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地或其他有關商品或服務本身之說明，非作為商標使用者。

二、為發揮商品或服務功能所必要者。

三、在他人商標註冊申請日前，善意使用相同或近似之商標於同一或類似之商品或服務者。

第三十六條

但以原使用之商品或服務為限；商標權人並得要求其附加適當之區別標示。

附有註冊商標之商品，由商標權人或經其同意之人於國內外市場上交易流通，商標權人不得就該商品主張商標權。

但為防止商品流通於市場後，發生變質、受損，或有其他正當事由者，不在此限。

第三十七條

商標權人得就註冊商標指定使用之商品或服務，向商標專責機關申請分割商標權。

商標圖樣及其指定使用之商品或服務，註冊後即不得變更。

但指定使用商品或服務之減縮，不在此限。

第三十八條

商標註冊事項之變更或更正，準用第二十四條及第二十五條規定。

註冊商標涉有異議、評定或廢止案件時，申請分割商標權或減縮指定使用商品或服務者，應於處分前為之。

第三十九條

商標權人得就其註冊商標指定使用商品或服務之全部或一部指定地區為專屬或非專屬授權。

前項授權，非經商標專責機關登記者，不得對抗第三人。

授權登記後，商標權移轉者，其授權契約對受讓人仍繼續存在。

非專屬授權登記後，商標權人再為專屬授權登記者，在先之非專屬授權登記不受影響。

專屬被授權人在被授權範圍內，排除商標權人及第三人使用註冊商標。

商標權受侵害時，於專屬授權範圍內，專屬被授權人得以自己名義行使權利。

但契約另有約定者，從其約定。

專屬被授權人得於被授權範圍內，再授權他人使用。

但契約另有約定者，從其約定。

第四十條

非專屬被授權人非經商標權人或專屬被授權人同意，不得再授權他人使用。

再授權，非經商標專責機關登記者，不得對抗第三人。

商標授權期間屆滿前有下列情形之一，當事人或利害關係人得檢附相關證據，申請廢止商標授權登記：

一、商標權人及被授權人雙方同意終止者。

其經再授權者，亦同。

第四十一條

二、授權契約明定，商標權人或被授權人得任意終止授權關係，經當事人聲明終止者。

三、商標權人以被授權人違反授權契約約定，通知被授權人解除或終止授權契約，而被授權人無異議者。

四、其他相關事證足以證明授權關係已不存在者。

第四十二條

商標權之移轉，非經商標專責機關登記者，不得對抗第三人。

第四十三條 移轉商標權之結果，有二以上之商標權人使用相同商標於類似之商品或服務，或使用近似商標於同一或類似之商品或服務，而有致相關消費者混淆誤認之虞者，各商標權人使用時應附加適當區別標示。

商標權人設定質權及質權之變更、消滅，非經商標專責機關登記者，不得對抗第三人。

第四十四條 商標權人為擔保數債權就商標權設定數質權者，其次序依登記之先後定之。

質權人非經商標權人授權，不得使用該商標。

商標權人得拋棄商標權。

第四十五條 但有授權登記或質權登記者，應經被授權人或質權人同意。

前項拋棄，應以書面向商標專責機關為之。

共有商標權之授權、再授權、移轉、拋棄、設定質權或應有部分之移轉或設定質權，應經全體共有人之同意。

但因繼承、強制執行、法院判決或依其他法律規定移轉者，不在此限。

第四十六條 共有商標權人應有部分之拋棄，準用第二十八條第二項但書及第三項規定。

共有商標權人死亡而無繼承人或消滅後無承受人者，其應有部分之分配，準用第二十八條第四項規定。

共有商標權指定使用商品或服務之減縮或分割，準用第二十八條第五項規定。

第四十七條 有下列情形之一，商標權當然消滅：

一、未依第三十四條規定延展註冊者，商標權自該商標權期間屆

滿後消滅。

二、商標權人死亡而無繼承人者，商標權自商標權人死亡後消滅。

三、依第四十五條規定拋棄商標權者，自其書面表示到達商標專責機關之日消滅。

第四十八條 商標之註冊違反第二十九條第一項、第三十條第一項或第六十五條第三項規定之情形者，任何人得自商標註冊公告日後三個月內，向商標專責機關提出異議。

前項異議，得就註冊商標指定使用之部分商品或服務為之。

異議應就每一註冊商標各別申請之。

提出異議者，應以異議書載明事實及理由，並附副本。

異議書如有提出附屬文件者，副本中應提出。

第四十九條 商標專責機關應將異議書送達商標權人限期答辯；商標權人提出答辯書者，商標專責機關應將答辯書送達異議人限期陳述意見。

依前項規定提出之答辯書或陳述意見書有遲滯程序之虞，或其事證已臻明確者，商標專責機關得不通知相對人答辯或陳述意見，逕行審理。

第五十條 異議商標之註冊有無違法事由，除第一百零六條第一項及第三項規定外，依其註冊公告時之規定。

第五十一條 商標異議案件，應由未曾審查原案之審查人員審查之。

第五十二條 異議程序進行中，被異議之商標權移轉者，異議程序不受影響。前項商標權受讓人得聲明承受被異議人之地位，續行異議程序。

第五十三條 異議人得於異議審定前，撤回其異議。

異議人撤回異議者，不得就同一事實，以同一證據及同一理由，

再提異議或評定。

第五十四條 異議案件經異議成立者，應撤銷其註冊。

第五十五條 前條撤銷之事由，存在於註冊商標所指定使用之部分商品或服務者，得僅就該部分商品或服務撤銷其註冊。

第五十六條 經過異議確定後之註冊商標，任何人不得就同一事實，以同一證據及同一理由，申請評定。

商標之註冊違反第二十九條第一項、第三十條第一項或第六十五條第三項規定之情形者，利害關係人或審查人員得申請或提請商標專責機關評定其註冊。

第五十七條 以商標之註冊違反第三十條第一項第十款規定，向商標專責機關申請評定，其據以評定商標之註冊已滿三年者，應檢附於申請評定前三年有使用於據以主張商品或服務之證據，或其未使用有正當事由之事證。

依前項規定提出之使用證據，應足以證明商標之真實使用，並符合一般商業交易習慣。

第五十八條 商標之註冊違反第二十九條第一項第一款、第三款、第三十條第一項第九款至第十五款或第六十五條第三項規定之情形，自註冊公告日後滿五年者，不得申請或提請評定。

商標之註冊違反第三十條第一項第九款、第十一款規定之情形，係屬惡意者，不受前項期間之限制。

第五十九條 商標評定案件，由商標專責機關首長指定審查人員三人以上為評定委員評定之。

第六十條 評定案件經評定成立者，應撤銷其註冊。

但不得註冊之情形已不存在者，經斟酌公益及當事人利益之衡

平，得為不成立之評定。

第六十一條 評定案件經處分後，任何人不得就同一事實，以同一證據及同一理由，申請評定。

第六十二條 第四十八條第二項、第三項、第四十九條至第五十三條及第五十五條規定，於商標之評定，準用之。

商標註冊後有下列情形之一，商標專責機關應依職權或據申請廢止其註冊：

一、自行變換商標或加附記，致與他人使用於同一或類似之商品或服務之註冊商標構成相同或近似，而有使相關消費者混淆誤認之虞者。

二、無正當事由迄未使用或繼續停止使用已滿三年者。

但被授權人有使用者，不在此限。

三、未依第四十三條規定附加適當區別標示者。

第六十三條 但於商標專責機關處分前已附加區別標示並無產生混淆誤認之虞者，不在此限。

四、商標已成為所指定商品或服務之通用標章、名稱或形狀者。

五、商標實際使用時有致公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者。

被授權人為前項第一款之行為，商標權人明知或可得而知而不為反對之表示者，亦同。

有第一項第二款規定之情形，於申請廢止時該註冊商標已為使用者，除因知悉他人將申請廢止，而於申請廢止前三個月內開始使用者外，不予廢止其註冊。

廢止之事由僅存在於註冊商標所指定使用之部分商品或服務

者，得就該部分之商品或服務廢止其註冊。

第六十四條 商標權人實際使用之商標與註冊商標不同，而依社會一般通念並不失其同一性者，應認為有使用其註冊商標。

商標專責機關應將廢止申請之情事通知商標權人，並限期答辯；商標權人提出答辯書者，商標專責機關應將答辯書送達申請人限期陳述意見。

但申請人之申請無具體事證或其主張顯無理由者，得逕為駁回。

第六十五條 第六十三條第一項第二款規定情形，其答辯通知經送達者，商標權人應證明其有使用之事實；屆期未答辯者，得逕行廢止其註冊。

註冊商標有第六十三條第一項第一款規定情形，經廢止其註冊者，原商標權人於廢止日後三年內，不得註冊、受讓或被授權使用與原註冊圖樣相同或近似之商標於同一或類似之商品或服務；其於商標專責機關處分前，聲明拋棄商標權者，亦同。

第六十六條 商標註冊後有無廢止之事由，適用申請廢止時之規定。

第四十八條第二項、第三項、第四十九條第一項、第三項、第五十二條及第五十三條規定，於廢止案之審查，準用之。

第六十七條 以註冊商標有第六十三條第一項第一款規定申請廢止者，準用第五十七條第二項及第三項規定。

商標權人依第六十五條第二項提出使用證據者，準用第五十七條第三項規定。

未經商標權人同意，為行銷目的而有下列情形之一，為侵害商標權：

第六十八條

一、於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者。

二、於類似之商品或服務，使用相同於註冊商標之商標，有致相

關消費者混淆誤認之虞者。

三、於同一或類似之商品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

商標權人對於侵害其商標權者，得請求除去之；有侵害之虞者，得請求防止之。

商標權人依前項規定為請求時，得請求銷毀侵害商標權之物品及從事侵害行為之原料或器具。

第六十九條

但法院審酌侵害之程度及第三人利益後，得為其他必要之處置。

商標權人對於因故意或過失侵害其商標權者，得請求損害賠償。

前項之損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償義務人時起，二年間不行使而消滅；自有侵權行為時起，逾十年者亦同。

未得商標權人同意，有下列情形之一，視為侵害商標權：

一、明知為他人著名之註冊商標，而使用相同或近似之商標，有致減損該商標之識別性或信譽之虞者。

第七十條

二、明知為他人著名之註冊商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司、商號、團體、網域或其他表彰營業主體之名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞或減損該商標之識別性或信譽之虞者。

三、明知有第六十八條侵害商標權之虞，而製造、持有、陳列、販賣、輸出或輸入尚未與商品或服務結合之標籤、吊牌、包裝容器或與服務有關之物品。

商標權人請求損害賠償時，得就下列各款擇一計算其損害：

第七十一條

一、依民法第二百十六條規定。

但不能提供證據方法以證明其損害時，商標權人得就其使用註冊商標通常所可獲得之利益，減除受侵害後使用同一商標所得之利

益，以其差額為所受損害。

二、依侵害商標權行為所得之利益；於侵害商標權者不能就其成本或必要費用舉證時，以銷售該項商品全部收入為所得利益。

三、就查獲侵害商標權商品之零售單價一千五百倍以下之金額。但所查獲商品超過一千五百件時，以其總價定賠償金額。

四、以相當於商標權人授權他人使用所得收取之權利金數額為其損害。

前項賠償金額顯不相當者，法院得予酌減之。

商標權人對輸入或輸出之物品有侵害其商標權之虞者，得申請海關先予查扣。

前項申請，應以書面為之，並釋明侵害之事實，及提供相當於海關核估該進口物品完稅價格或出口物品離岸價格之保證金或相當之擔保。

第七十二條 海關受理查扣之申請，應即通知申請人；如認符合前項規定而實施查扣時，應以書面通知申請人及被查扣人。

被查扣人得提供第二項保證金二倍之保證金或相當之擔保，請求海關廢止查扣，並依有關進出口物品通關規定辦理。

查扣物經申請人取得法院確定判決，屬侵害商標權者，被查扣人應負擔查扣物之貨櫃延滯費、倉租、裝卸費等有關費用。

有下列情形之一，海關應廢止查扣：

一、申請人於海關通知受理查扣之翌日起十二日內，未依第六十九條規定就查扣物為侵害物提起訴訟，並通知海關者。

第七十三條

二、申請人就查扣物為侵害物所提訴訟經法院裁定駁回確定者。

三、查扣物經法院確定判決，不屬侵害商標權之物者。

四、申請人申請廢止查扣者。

五、符合前條第四項規定者。

前項第一款規定之期限，海關得視需要延長十二日。

海關依第一項規定廢止查扣者，應依有關進出口物品通關規定辦理。

查扣因第一項第一款至第四款之事由廢止者，申請人應負擔查扣物之貨櫃延滯費、倉租、裝卸費等有關費用。

查扣物經法院確定判決不屬侵害商標權之物者，申請人應賠償被查扣人因查扣或提供第七十二條第四項規定保證金所受之損害。

申請人就第七十二條第四項規定之保證金，被查扣人就第七十二條第二項規定之保證金，與質權人有同一之權利。但前條第四項及第七十二條第五項規定之貨櫃延滯費、倉租、裝卸費等有關費用，優先於申請人或被查扣人之損害受償。

有下列情形之一，海關應依申請人之申請，返還第七十二條第二項規定之保證金：

第七十四條

一、申請人取得勝訴之確定判決，或與被查扣人達成和解，已無繼續提供保證金之必要者。

二、因前條第一項第一款至第四款規定之事由廢止查扣，致被查扣人受有損害後，或被查扣人取得勝訴之確定判決後，申請人證明已定二十日以上之期間，催告被查扣人行使權利而未行使者。

三、被查扣人同意返還者。

有下列情形之一，海關應依被查扣人之申請返還第七十二條第四項規定之保證金：

一、因前條第一項第一款至第四款規定之事由廢止查扣，或被查扣人與申請人達成和解，已無繼續提供保證金之必要者。

二、申請人取得勝訴之確定判決後，被查扣人證明已定二十日以上之期間，催告申請人行使權利而未行使者。

三、申請人同意返還者。

海關於執行職務時，發現輸入或輸出之物品顯有侵害商標權之虞者，應通知商標權人及進出口人。

海關為前項之通知時，應限期商標權人至海關進行認定，並提出侵權事證，同時限期進出口人提供無侵權情事之證明文件。

但商標權人或進出口人有正當理由，無法於指定期間內提出者，得以書面釋明理由向海關申請延長，並以一次為限。

第七十五條 商標權人已提出侵權事證，且進出口人未依前項規定提出無侵權情事之證明文件者，海關得採行暫不放行措施。

商標權人提出侵權事證，經進出口人依第二項規定提出無侵權情事之證明文件者，海關應通知商標權人於通知之時起三個工作日內，依第七十二條第一項規定申請查扣。

商標權人未於前項規定期限內，依第七十二條第一項規定申請查扣者，海關得於取具代表性樣品後，將物品放行。

海關在不損及查扣物機密資料保護之情形下，得依第七十二條所定申請人或被查扣人或前條所定商標權人或進出口人之申請，同意其檢視查扣物。

第七十六條 海關依第七十二條第三項規定實施查扣或依前條第三項規定採行暫不放行措施後，商標權人得向海關申請提供相關資料；經海關同意後，提供進出口人、收發貨人之姓名或名稱、地址及疑似侵權物品之數量。

商標權人依前項規定取得之資訊，僅限於作為侵害商標權案件之調查及提起訴訟之目的而使用，不得任意洩漏予第三人。

商標權人依第七十五條第二項規定進行侵權認定時，得繳交相當於海關核估進口貨樣完稅價格及相關稅費或海關核估出口貨樣離岸價格及相關稅費百分之一百二十之保證金，向海關申請調借貨樣進行認定。但以有調借貨樣進行認定之必要，且經商標權人書面切結不侵害進出口人利益及不使用於不正當用途者為限。

第七十七條 前項保證金，不得低於新臺幣三千元。

商標權人未於第七十五條第二項所定提出侵權認定事證之期限內返還所調借之貨樣，或返還之貨樣與原貨樣不符或發生缺損等情形者，海關應留置其保證金，以賠償進出口人之損害。

貨樣之進出口人就前項規定留置之保證金，與質權人有同一之權利。

第七十二條至第七十四條規定之申請查扣、廢止查扣、保證金或擔保之繳納、提供、返還之程序、應備文件及其他應遵行事項之辦法，由主管機關會同財政部定之。

第七十八條

第七十五條至第七十七條規定之海關執行商標權保護措施、權利人申請檢視查扣物、申請提供侵權貨物之相關資訊及申請調借貨樣，其程序、應備文件及其他相關事項之辦法，由財政部定之。

第七十九條 法院為處理商標訴訟案件，得設立專業法庭或指定專人辦理。

第三章 證明標章、團體標章及團體商標

證明標章，指證明標章權人用以證明他人商品或服務之特定品質、精密度、原料、製造方法、產地或其他事項，並藉以與未經證明之商品或服務相區別之標示。

第八十條

前項用以證明產地者，該地理區域之商品或服務應具有特定品質、聲譽或其他特性，證明標章之申請人得以含有該地理名稱或足以指示該地理區域之標示申請註冊為產地證明標章。

主管機關應會同中央目的事業主管機關輔導與補助艱困產業、瀕臨艱困產業及傳統產業，提升生產力及產品品質，並建立各該產業別標示其產品原產地為台灣製造之證明標章。

前項產業之認定與輔導、補助之對象、標準、期間及應遵行事項等，由主管機關會商各該中央目的事業主管機關後定之，必要時得免除證明標章之相關規費。

證明標章之申請人，以具有證明他人商品或服務能力之法人、團體或政府機關為限。

第八十一條

前項之申請人係從事於欲證明之商品或服務之業務者，不得申請註冊。

申請註冊證明標章者，應檢附具有證明他人商品或服務能力之文件、證明標章使用規範書及不從事所證明商品之製造、行銷或服務提供之聲明。

申請註冊產地證明標章之申請人代表性有疑義者，商標專責機關得向商品或服務之中央目的事業主管機關諮詢意見。

外國法人、團體或政府機關申請產地證明標章，應檢附以其名義在其原產國受保護之證明文件。

第八十二條

第一項證明標章使用規範書應載明下列事項：

- 一、證明標章證明之內容。
- 二、使用證明標章之條件。
- 三、管理及監督證明標章使用之方式。
- 四、申請使用該證明標章之程序事項及其爭議解決方式。

商標專責機關於註冊公告時，應一併公告證明標章使用規範書；註冊後修改者，應經商標專責機關核准，並公告之。

第八十三條 證明標章之使用，指經證明標章權人同意之人，依證明標章使用規範書所定之條件，使用該證明標章。

產地證明標章之產地名稱不適用第二十九條第一項第一款及第三項規定。

第八十四條 產地證明標章權人不得禁止他人以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示其商品或服務之產地。

第八十五條 團體標章，指具有法人資格之公會、協會或其他團體，為表彰其會員之會籍，並藉以與非該團體會員相區別之標示。

團體標章註冊之申請，應以申請書載明相關事項，並檢具團體標章使用規範書，向商標專責機關申請之。

前項團體標章使用規範書應載明下列事項：

- 第八十六條
- 一、會員之資格。
 - 二、使用團體標章之條件。
 - 三、管理及監督團體標章使用之方式。
 - 四、違反規範之處理規定。

第八十七條 團體標章之使用，指團體會員為表彰其會員身分，依團體標章使用規範書所定之條件，使用該團體標章。

團體商標，指具有法人資格之公會、協會或其他團體，為指示其會員所提供之商品或服務，並藉以與非該團體會員所提供之商品或服務相區別之標示。

第八十八條 前項用以指示會員所提供之商品或服務來自一定產地者，該地理區域之商品或服務應具有特定品質、聲譽或其他特性，團體商標之申請人得以含有該地理名稱或足以指示該地理區域之標示申請註冊為產地團體商標。

團體商標註冊之申請，應以申請書載明商品或服務，並檢具團體商標使用規範書，向商標專責機關申請之。

前項團體商標使用規範書應載明下列事項：

- 一、會員之資格。
- 二、使用團體商標之條件。
- 三、管理及監督團體商標使用之方式。
- 四、違反規範之處理規定。

第八十九條

產地團體商標使用規範書除前項應載明事項外，並應載明地理區域界定範圍內之人，其商品或服務及資格符合使用規範書時，產地團體商標權人應同意其成為會員。

商標專責機關於註冊公告時，應一併公告團體商標使用規範書；註冊後修改者，應經商標專責機關核准，並公告之。

第九十條

團體商標之使用，指團體或其會員依團體商標使用規範書所定之條件，使用該團體商標。

第九十一條

第八十二條第二項、第三項及第八十四條規定，於產地團體商標，準用之。

第九十二條

證明標章權、團體標章權或團體商標權不得移轉、授權他人使用，或作為質權標的物。

但其移轉或授權他人使用，無損害消費者利益及違反公平競爭之虞，經商標專責機關核准者，不在此限。

第九十三條

證明標章權人、團體標章權人或團體商標權人有下列情形之一者，商標專責機關得依任何人之申請或依職權廢止證明標章、團體標章或團體商標之註冊：

- 一、證明標章作為商標使用。

- 二、證明標章權人從事其所證明商品或服務之業務。
- 三、證明標章權人喪失證明該註冊商品或服務之能力。
- 四、證明標章權人對於申請證明之人，予以差別待遇。
- 五、違反前條規定而為移轉、授權或設定質權。
- 六、未依使用規範書為使用之管理及監督。
- 七、其他不當方法之使用，致生損害於他人或公眾之虞。

被授權人為前項之行為，證明標章權人、團體標章權人或團體商標權人明知或可得而知而不為反對之表示者，亦同。

第九十四條 證明標章、團體標章或團體商標除本章另有規定外，依其性質準用本法有關商標之規定。

第四章 罰則

未得商標權人或團體商標權人同意，為行銷目的而有下列情形之一，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二十萬元以下罰金：

第九十五條 一、於同一商品或服務，使用相同於註冊商標或團體商標之商標者。

二、於類似之商品或服務，使用相同於註冊商標或團體商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

三、於同一或類似之商品或服務，使用近似於註冊商標或團體商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

第九十六條 未得證明標章權人同意，為行銷目的而於同一或類似之商品或服務，使用相同或近似於註冊證明標章之標章，有致相關消費者誤認誤信之虞者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二十萬元以下罰金。

明知有前項侵害證明標章權之虞，販賣或意圖販賣而製造、持有、陳列附有相同或近似於他人註冊證明標章標示之標籤、包裝容器或其他物品者，亦同。

第九十七條 明知他人所為之前二條商品而販賣，或意圖販賣而持有、陳列、輸出或輸入者，處一年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五萬元以下罰金；透過電子媒體或網路方式為之者，亦同。

第九十八條 侵害商標權、證明標章權或團體商標權之物品或文書，不問屬於犯人與否，沒收之。

第九十九條 未經認許之外國法人或團體，就本法規定事項得為告訴、自訴或提起民事訴訟。

我國非法人團體經取得證明標章權者，亦同。

第五章 副則

第一百條 本法中華民國九十二年四月二十九日修正之條文施行前，已註冊之服務標章，自本法修正施行當日起，視為商標。

第一百零一條 本法中華民國九十二年四月二十九日修正之條文施行前，已註冊之聯合商標、聯合服務標章、聯合團體標章或聯合證明標章，自本法修正施行之日起，視為獨立之註冊商標或標章；其存續期間，以原核准者為準。

第一百零二條 本法中華民國九十二年四月二十九日修正之條文施行前，已註冊之防護商標、防護服務標章、防護團體標章或防護證明標章，依其註冊時之規定；於其專用期間屆滿前，應申請變更為獨立之註冊商標或標章；屆期未申請變更者，商標權消滅。

第一百零三條 依前條申請變更為獨立之註冊商標或標章者，關於第六十三條第一項第二款規定之三年期間，自變更當日起算。

依本法申請註冊、延展註冊、異動登記、異議、評定、廢止及其他各項程序，應繳納申請費、註冊費、延展註冊費、登記費、異議費、評定費、廢止費等各項相關規費。

前項收費標準，由主管機關定之。

本法中華民國一百年五月三十一日修正之條文施行前，註冊費已分二期繳納者，第二期之註冊費依修正前之規定辦理。

本法中華民國一百年五月三十一日修正之條文施行前，已受理而尚未處分之異議或評定案件，以註冊時及本法修正施行後之規定均為違法事由為限，始撤銷其註冊；其程序依修正施行後之規定辦理。

但修正施行前已依法進行之程序，其效力不受影響。

本法一百零五年五月三十一日修正之條文施行前，已受理而尚未處分之評定案件，不適用第五十七條第二項及第三項之規定。

對本法一百零五年五月三十一日修正之條文施行前註冊之商標、證明標章及團體標章，於本法修正施行後提出異議、申請或提請評定者，以其註冊時及本法修正施行後之規定均為違法事由為限。

本法中華民國一百年五月三十一日修正之條文施行前，尚未處分之商標廢止案件，適用本法修正施行後之規定辦理。

但修正施行前已依法進行之程序，其效力不受影響。

本法一百零五年五月三十一日修正之條文施行前，已受理而尚未處分之廢止案件，不適用第六十七條第二項準用第五十七條第二項之規定。

本法中華民國一百年五月三十一日修正之條文施行前，以動態、全像圖或其聯合式申請註冊者，以修正之條文施行日為其申請日。

以動態、全像圖或其聯合式申請註冊，並主張優先權者，其在與中華民國有相互承認優先權之國家或世界貿易組織會員之申請日早於本法中華民國一百年五月三十一日修正之條文施行前者，以一百年五月三十一日修正之條文施行日為其優先權日。

第一百零九

條

於中華民國政府主辦或承認之國際展覽會上，展出申請註冊商標之商品或服務而主張展覽會優先權，其展出日早於一百年五月三十一日修正之條文施行前者，以一百年五月三十一日修正之條文施行日為其優先權日。

第一百十條 本法施行細則，由主管機關定之。

第一百十一條 本法之施行日期，由行政院定之。