

### 3. 團體商標

#### 3.1. 定義

團體商標指具有法人資格的公會、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識（商 88 I），因此，團體商標係提供予團體會員使用，作為商品或服務源自特定團體會員的標識，此外，亦得額外對於商品或服務的品質、地理來源或其他特性為要求。

團體係為維護會員的共同利益而擁有團體商標權，團體商標權人應管理及監督團體商標的使用，以免因為個別會員的不當使用行為，影響團體商標的商譽。團體商標與商標均用以指示商品或服務之商業來源，但商標是指示單一的商業來源，而團體商標則指示多數的商業來源。團體商標權人可以依使用規範書所定條件使用團體商標於團體提供的商品或服務，也可以為促銷團體會員提供的商品或服務，於廣告及推廣活動使用團體商標。

團體商標可區分為一般團體商標及產地團體商標，前者用以指示商品或服務來自特定團體之會員，後者除指示商品或服務來自特定團體之會員外，且該商品或服務來自一定產地。在產地團體商標的情形，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（商 88 II）。所謂「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」指商品或服務因該地理環境因素所具備的特性，亦即商品或服務之品質、聲譽或其他特性與該地理環境間具有相當關連性，例如歸因於該地理環境的土壤、氣候、風、水質、海拔高度、溼度等自然因素所造成，或與該地傳統或特殊的製造過程、產出方法、製造技術等人文因素具有關連等情形（參本基準 2.3.3.2（3））。若團體商標指定使用商品具備之特性或品質，純粹是由於團體商標權人訂定其產製標準加以監督控制的結果，而與其地理環境間無關連性者，即不符合產地團體商標之定義，縱商標圖樣中有地理名稱或足以指示一定地理

區域之標識，仍非屬產地團體商標，而屬一般團體商標（參本基準3.2.3.2）。

一般團體商標核准案例：



指定使用於自行車、自行車零組件、電動自行車、電動自行車零組件等商品，由社團法人台灣自行車協進會取得註冊，提供會員使用於前述商品。



指定使用於素肉、素肉鬆、人造肉、豆腐、豆皮、豆乾等商品，由社團法人台灣素食推廣協會取得註冊，提供會員使用於前述商品。



指定使用於保險服務、保險公司、保險經紀人、保險仲介、保險代理人、保險公證人、保險精算服務、保險諮詢、保險資訊等服務，由社團法人中華保險與理財規劃人員協會取得註冊，提供會員使用於前述服務。

一般團體商標(含地名)核准案例：



指定使用於新鮮鳳梨，由屏東縣農會取得註冊。團體商標中雖含有「PINGTUNG」文字，但指定商品（新鮮鳳梨）之品質、聲譽或其他特性與地理環境並無關連性，故為一般團體商標。



指定使用於非活體水產、冷凍水產肉、冷凍海產肉、魚肉切片、魚肉製品、魚肉塊、生魚片等商品，由台灣鯛協會取得註冊。團體商標中雖含有「TAIWAN」及台灣圖形，但指定商品之品質、聲譽或其他特性與地理環境無關連性，故為一般團體商標。



指定使用於新鮮水果、新鮮蔬菜、花卉、種苗、稻穀等商品，由台灣安全高品質農業推廣協會取得註冊。團體商標中雖含有「TAIWAN」文字，但指定商品之品質、聲譽或其他特性與地理環境並無關連性，故為一般團體商標。



指定使用於腳底按摩、按摩、芳香療法之治療、民俗療法之診療等服務，由台中市足部反射療法從業人員職業工會取得註冊。團體商標中雖含有「台中市」、「Taichung」文字，但指定服務之品質、聲譽或其他特性與地理環境並無關連性，只是用以說明服務提供地為台中，故為一般團體商標。

產地團體商標核准案例：



指定使用於產於屏東縣枋山鄉之芒果。枋山芒果品質、特性與地理環境間的關連性，包括：屏東縣枋山鄉地形狹長、依山傍海、陽光充足，是台灣最南端的芒果產地，不僅早上五點就有日照，而且日照時間長於其他區域，白天平均氣溫達 30 度，因為平均溫度比別的芒果產地高，所以產期早，甚至比鄰近鄉鎮提早 15~30 天，故枋山芒果以早出取勝。且枋山地區終年接受台灣海峽吹拂來的海風，海風裡帶著芒果樹最需要的微量元素及礦物質。芒果要好吃，在結果時雨水要少、日照要充足、溫度要高，枋山鄉剛好都有這些優點，乾燥的落山風、排水良好的土質，加上炎熱的氣候，讓枋山芒果顆顆外紅內黃，香甜美味。



指定使用於產製於桃園縣復興鄉行政轄區內拉拉山海拔 1000 公尺以上農地之茶葉。拉拉山高山茶品質、特性與地理環境間的關連性，包括：復興鄉地勢高、緯度高、氣候冷涼，終年雲霧籠罩，日夜溫差高達 10 度以上，林相保持完整，土壤屬於石礫土，土壤肥沃、排水性佳，適合茶樹的培育與生長。因此復興鄉種植的茶葉沒有泥土味，香味輕颺而芬芳，滋味甘醇，喉韻強且不苦澀，茶葉面肥厚，果膠質濃，茶湯水質甘甜柔軟，茶香中有特殊花香味與果香味。

產地團體商標及產地證明標章均可用以保護產地名稱，但證明標章申請人必須是獨立於標章所證明商品或服務提供者以外的第三人，不得從事於欲證明商品或服務之業務，以確保其地位的中立及證明的公正性；而產地團體商標申請人通常是由商品或服務生產者構成的團體，團體的宗旨在於維護及提升該產地生產者（會員）的共同利益，會員從屬於團體，團體並得為指定商品或服務的提供者。此外，產地證明標章申請人得為非法人團體；而產地團體商標申請人以具有法人資格之團體為限。故關於產地名稱的保護，申請人應考量其身分及其控制標識使用之方式，選擇適合的保護機制。

### 3.2 申請之審查

申請團體商標註冊，應備具申請書，載明申請人、商標圖樣及指定商品或服務（商 94 準 19 I）。申請書應記載指定之商品或服務類別及名稱，申請註冊產地團體商標者，於記載指定商品或服務名稱時，

並應記載產地所界定的地理區域範圍，例如「產自於○○縣○○鄉之茶葉」。產地團體商標所指示產地之商品或服務所具有的特定品質、聲譽或其他特性與地理環境間必須具有關連性，一地理區域特殊的自然或人文因素通常適合孕育特定的商品或服務，故原則上產地團體商標係指定單一具體的商品或服務，例如「茶葉」、「稻米」、「芋頭」、「麵線」商品。但在例外的情形，產地團體商標可以指定概括種類的商品，例如「水產品」。

此外，申請人須檢具團體商標使用規範書（商 89 I），團體商標並須具備識別性且不能存在其他不得註冊事由，始能取得註冊（商 94 準 29、30）。茲就定義、申請人、使用規範書、團體商標識別性、其他不得註冊事由之審查分述如下：

### 3.2.1 是否符合團體商標定義

團體商標是用以指示團體會員所提供之商品或服務，並藉以與非該團體會員所提供者相區別的標識，故標識若非提供會員使用，或標識非使用於商品或服務以指示其商業來源，即非屬團體商標。另產地團體商標係指示會員提供的商品或服務來自一定產地，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，且該等特性與地理環境須具有關連性（參本基準 3.1）。

申請註冊之團體商標雖含有地名，但不符合產地團體商標之定義，仍得依個案情形考量是否為一般團體商標或其他種類商標的申請。惟團體商標申請書與其他種類商標申請書有相當大的差異，申請人應檢送正確的申請書，並以備具正確種類商標申請日要件之日為申請日，屆期不為補正，或補正經審查仍不符合產地團體商標定義，應不受理（商 17 準 8 I）。

### 3.2.2 申請人資格及代表性

團體商標申請人應為具有法人資格之公會、協會或其他團體（商 88 I）。人民團體僅依人民團體法經主管機關核准立案者，尚未具備

法人資格，須依法向該管地方法院辦理法人登記，始取得法人資格，故申請人應檢附其依法向該管地方法院辦理法人登記之法人登記證書。依農會法、漁會法、合作社法、商業團體法、工業團體法、教育會法設立之農會、漁會、合作社、公會、教育會等團體，依各該法規設立時即已具備法人資格，申請人僅須檢附立案證書等證明文件即可。

團體商標是由團體提供予其會員使用，因此，申請人必須是以「人」為集合體的公會、協會或其他團體，財團法人係以「財產」為集合體；公司雖是營利性社團法人，惟公司係自己作為營業主體，並非以個別股東名義對外為營業行為，故不存在以團體商標指示團體會員所提供之商品或服務之需要；自然人雖有權利能力，惟其並非「公會、協會或其他團體」，故三者均非適格的團體商標申請人。

產地團體商標的功能在於指示會員商品來自一定產地，申請人對該地名的申請必須具有代表性（商 91 準 82Ⅱ），所謂「代表性」，指在特定的地理區域內，具代表該區域從事指定商品或服務業者的地位而言。申請人的代表性可由申請人成立的時間、在該地區被知悉的程度、在該地區可掌控的業者比例及申請人對該地區產品之品質、特性、生產情形、技術事項、產製業者等資訊熟悉的程度來判斷，對於申請人的代表性有疑義時，得諮詢商品或服務中央目的事業主管機關，請其表示意見（商 91 準 82Ⅱ）。

產地可能是歷史上基於自然與人文因素形成的特定地理區域，故產地團體商標的產地可能跨二以上的人為行政區劃，若同一產地內有數法人團體均僅能代表部分業者，該等法人、團體可共同提出申請，或經協商整合，由其中之一或部分提出申請。

在以外國產地申請產地團體商標的情形，若外國法人、團體申請註冊時，已檢附該產地團體商標以其名義在其原產國受保護的證明文件，得認定申請人具有代表性（商 91 準 82Ⅲ）。

申請人資格及代表性有疑義經通知申請人補正，屆期不為補正，或其補正經審查仍不符合申請人之資格，或仍無法認定其具有代表性者，應不受理（商 17 準 8Ⅰ）。



不受理案例：

- 「財團法人○○觀光協會」申請註冊團體商標，財團法人雖具有法人資格，惟其係以「財產」為集合體，並無團體會員，非適格之申請人，故應不受理。
- 「○○化妝品國際有限公司」申請註冊團體商標，公司係自己作為營業主體，並非以個別股東名義對外為營業行為，不存在以團體商標指示團體會員所提供之商品或服務之需要，故非適格之申請人，應不受理。
- 「○○產銷班」申請註冊團體商標，因產銷班不具有法人格，故應不受理。

### 3.2.3 使用規範書

使用規範書為管控團體商標使用之依據，為了讓團體商標的利害關係人（例如潛在使用人）及公眾容易取得並瞭解使用標章的相關規定，商標法明定申請人應檢附團體商標使用規範書（商 89 I）、使用規範書應載明事項（商 89 II），以及使用規範書之公告（商 89 IV）。故團體商標註冊時，使用規範書將公告於商標公報，使用規範書為外文者，申請人應檢送中文譯本，或就使用規範書之應載明事項檢送節譯本者，中文譯本或節譯本應一併公告。申請程序中，申請人得修改使用規範書，但不得擴張團體商標指定之商品或服務範圍。

對於申請人檢附之使用規範書，原則上就其記載事項為形式審查，經審查認為有疑義時，得諮詢商品或服務之中央目的事業主管機關表示意見。申請人未檢附使用規範書，或使用規範書有欠缺，經通知申請人補正，屆期不為補正或其補正經審查仍不符合規定者，應不受理（商 17 準 8 I）。

使用規範書應記載會員之資格、使用團體商標之條件、管理及監督團體商標使用之方式，以及違反規範之處理規定等事項，其他與團體商標使用有關之事項，亦得記載於使用規範書，分別說明如下：



### 3.2.3.1 會員之資格

使用規範書應記載會員之資格，使團體商標的潛在使用者能知悉加入該團體的條件。例如：以住、居所或營業所、經營業務、技術能力等，作為申請加入會員之資格條件。審查上，從申請人檢送之組織章程應可得知加入該團體成為會員之資格條件。

產地團體商標，具有指示產地的性質，該產地地理區域範圍內的業者，於其商品或服務符合使用規範書所定使用條件，且該業者亦具備成為團體會員的資格時，應得加入該團體，以取得利用該團體商標的機會。本項下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 89 III），以保障業者公平利用該產地團體商標的權益。

### 3.2.3.2 使用團體商標之條件

使用團體商標的條件在一般團體商標與產地團體商標間有較大的差異，為利審查之參考，分述如下：

#### 1. 一般團體商標

使用團體商標者，應具有會員資格，使用團體商標的條件可以是具備會員資格者，亦即每一個會員均可使用團體商標；或者，依團體性質、成立宗旨及申請註冊團體商標之目的，申請人得另外增訂使用團體商標之條件，例如會員除具備一般團體會員資格外，尚須具備特定的資格、能力，或會員的商品或服務必須符合一定條件，始能使用該團體商標，則符合增訂條件時，會員才可以使用團體商標。條件的記載必須清楚、明確，使任何人得由使用規範書本身，知悉使用該團體商標必須具備的條件，若所定之原料、製作方法、生產方式、品質或其他特性的標準，內容較為繁瑣者，得以附件的方式表現。

若團體商標權人對於使用團體商標的方式為相關規範，應於本項目下載明，例如團體商標標示於商品或包裝的位置、商標圖樣大小等。此外，若申請或使用團體商標必須支付費用者，亦應於本項下為費用

的相關記載。

## 2. 產地團體商標

商品或服務來自特定產地為使用產地團體商標的必備條件，此外，申請人應於本項下說明商品或服務具有之特定品質、聲譽或其他特性（商 88II），以及該等特性與地理環境之關連性。若申請人對於標示團體商標的方式有所規範，或就申請或使用團體商標收取費用者，應於本項下載明。

### （1）界定之區域範圍

使用規範書應記載產地團體商標所指示產地的區域範圍，若該範圍與縣、市、鄉、鎮等行政區劃所轄區域相符，申請人可以行政區劃表示之。如果既有的行政區劃難以界定產地的區域範圍，申請人得以具有特定地理區域概念的地理名稱表示。

核准案例：



指定之商品為產自於臺南市麻豆區之文旦，屬既有的行政區劃。

### （2）商品或服務具有之特定品質、聲譽或其他特性

產地團體商標所指地理區域之商品或服務應具有特定品質、聲譽或其他特性。品質指可客觀辨識的物理特性，例如水果甜度及果粒重量；聲譽指對消費者而言，商品享有的聲譽與地理區域連結，例如提及某商品，消費者即聯想到某產地，表示該商品與該產地具有聲譽的連結；其他特性則包括顏色、質地、氣味等。一般而言，品質係指商

品或服務受到喜愛的特性，聲譽則表現商品或服務被知悉的程度，但顏色、質地、氣味等其他特性則不一定都受到消費者所喜愛，對消費者而言，可能是中性甚至是負面的印象，例如藍紋乳酪及臭豆腐的氣味。

為了使商品或服務具備一定的品質或特性，申請人得要求商品或服務，或其原料、製作方法、生產方式等符合一定的標準，例如：稻米食味值、水產品的藥物殘留標準與儲存條件、茶葉的官能品質與製造方法等，應具體記載相關標準。

若申請人主張商品或服務具有聲譽，須檢送該產地於指定商品或服務具有知名度的資料，例如報紙、雜誌、電台等媒體的報導，競賽獲獎的紀錄，商品或服務的行銷廣告或推廣活動等資料。網路上的討論亦得納入考量，惟須注意其正確性與客觀性。

核准案例：



關於枋山芒果特定品質或其他特性之要求為：①外觀：果型勻稱、表面潔淨、外觀端正無畸形、無病蟲害，②成熟度：果實成熟度須達 90%以上，③甜度：達 13 度以上，④重量：300 公克以上，⑤符合「安全用藥規範」，且⑥取得「吉園圃安全蔬果標章」或通過「產銷履歷驗證」。

### (3) 與地理環境之關連性

商品或服務特定品質、聲譽或其他特性與地理環境間之「關連性」，包括與該地理環境自然或人文因素的關連性。例如：商品的品質、聲譽或其他特性主要是因為該地理環境的土壤、氣候、風、水質、海

拔高度、溼度等自然因素所造成，或與該地傳統或特殊的製造過程、產出方法、製造技巧等人文因素具有關連者，均屬之(參本基準 2.3.3.2(3))。

核准案例：



使用於產自於台中市大甲區之芋頭。芋頭品質、特性與地理環境的關連性，包括：芋頭喜歡高溫多濕的氣候，生長期中要求在 20℃ 以上，在有機質豐富、保水力強之壤土或黏質壤土中，有助根群的發育，使植株健康，品質亦較佳；大甲地區屬亞熱帶氣候，年平均溫度為 21℃，年平均降雨量為 1,600 公厘，平均濕度為 80%，符合芋頭的生長特性，加上無汙染優質大甲溪、大安溪雙溪水源的灌溉滋潤，雙溪上游帶來大量質地厚實肥沃的沖積土壤，造就了大甲芋頭的最佳生長環境。大甲芋頭栽培期間須達 10 個月齡以上才符合採收條件，須經時間的醞釀，才能栽培出大甲芋頭特有的芋香及品質。



使用於產自於金門縣之牛肉、牛排、牛肉乾、牛肉鬆等商品。指定商品品質、特性與地理環境的關連性，包括：金門縣屬亞熱帶海洋氣候，全年降雨量多在四月至九月，年平均降雨量為 1049.4 公厘，其自然條件適合種植耐旱的高粱，高粱酒並為金門縣最大

出產物，產酒之剩餘物「高粱酒糟」日產約 200 公噸。金門地勢適宜畜牧業，故特以高粱酒糟作為飼料，酒糟的酵素及成分，使得牛肉產生獨特的口感及氣味。利用高粱酒糟餵飼之牛肉油花較多，與市售相似部位牛肉比較，顏色較鮮紅，大理石紋路較明顯，且 pH 值偏低，約在 5.56~5.66 之間。

#### **(4) 使用團體商標之方式及收費規定**

若團體商標權人對於使用團體商標的方式為相關規範，應於本項目下載明，例如團體商標標示於商品或包裝的位置、商標圖樣大小等。此外，若申請或使用團體商標必須支付費用者，亦應於本處為費用的相關記載。

#### **3.2.3.3 管理及監督團體商標使用之方式**

管理及監督團體商標使用之方式，是指團體商標權人對於使用團體商標的具體管理監督辦法，及相關作業流程規定，例如：對於生產環境為檢查、對於半成品或成品實施定期或不定期的檢驗程序、對於市面上流通之產品為抽查等，以明文規範團體商標使用之管理及監督。

#### **3.2.3.4 違反規範之處理規定**

團體及會員享有使用團體商標之權利，亦應承擔依使用規範書之規定使用的義務，使用規範書應記載違反使用規範的處理規定，以利團體及會員遵循。例如關於團體商標之使用違反使用規範或其他法律規定，依情節輕重，要求限期改正、暫停使用，或開除會籍等處理方式。

#### **3.2.4 識別性**

團體商標的識別性，為指示會員提供之商品或服務，並得以與非該團體會員提供之商品或服務相區別的特性，故識別性之判斷，必須以團體商標與指定商品或服務間之關係為依據。關於識別性之判斷、後天識別性之取得，及聲明不專用之情形，依性質準用商標法第 29

條關於商標識別性之規定，其審查，並準用「商標識別性審查基準」及「聲明不專用審查基準」。

### 3.2.4.1 一般團體商標

一般團體商標僅由描述所證明商品或服務之相關說明、通用標章或名稱，或其他不具識別性之標識所構成者，屬不具識別性之不得註冊情形（商 94 準 29 I），應予以核駁（商 94 準 31 I）。

核駁案例：



指定使用於糕餅、中秋月餅、鳳梨酥、喜餅等商品。「護國庇民」為祈福用語，使用於指定商品不能識別該等商品來自於申請人之會員，故予以核駁。



指定使用於動物醫療服務，貓、狗為我國人民最普遍飼養的寵物，而 119 為有緊急醫療需要時，請求救護車支援之電話，使用於指定服務為提供動物緊急醫療服務之說明，不具識別性，故予以核駁。

一般團體商標中的地理名稱只有單純的產地說明意涵，為避免一般團體商標權人誤認已就商標圖樣中的地理名稱取得排除他人使用的權利，一般團體商標中倘包含地理名稱，應屬有致團體商標權範圍產生疑義之虞的情形，須聲明不專用，始能取得註冊（商 94 準 29 III）。至於一般團體商標中含有產地名稱以外之說明性事項、通用標章／名



稱或其他不具識別性事項應否聲明不專用，準用「聲明不專用審查基準」之規定。

核准案例：



使用於羊肉商品，由中華民國養羊協會取得註冊。台灣地理區域生產之羊肉商品的品質、聲譽或其他特性與地理環境無關連性，屬一般團體商標。商標圖樣中之「TAIWAN FRESH GOAT MEAT」為不具識別性的文字，且屬有致團體商標權範圍產生疑義之虞的部分，應聲明不專用。



使用於紡織用紗及線、布料等商品，由瑞士 TVS 紡織聯合會取得註冊，瑞士地理區域生產之紡織用紗及線、布料等商品的品質、聲譽或其他特性與地理環境無關連性，屬一般團體商標。商標圖樣中之「SWISS COTTON」為不具識別性的文字，且屬有致團體商標權範圍產生疑義之虞的部分，應聲明不專用。

#### 3.2.4.2 產地團體商標

產地團體商標的識別性，為指示團體會員之商品或服務的地理來源，並得以非該團體會員的商品或服務相區別的特性，故一般消費者除須能以產地團體商標識別產地外，尚必須能藉由該團體商標與非該團體會員提供的商品或服務相區別。



產地團體商標得以將源自於該地理區域之商品或服務與非源自於該地理區域者相區別，係基於產地團體商標指示產地的特殊性，商標法對於產地團體商標的識別性，以及產地名稱之聲明不專用為特別規定（91 準 84 I）。在申請商標註冊的情形，商標若僅由描述所指定商品或服務的產地所構成，審查時，通常以該商標不具識別性，予以核駁（商 29 I ①），但在產地團體商標的情形，產地團體商標的重要功能在於指示產地，不得以產地團體商標僅由描述所指定商品或服務的產地名稱所構成，以不具識別性核駁其註冊，在產地名稱為團體商標圖樣的一部分，而團體商標整體具有識別性的情形，亦不得以該部分為商品或服務產地的說明，且有致團體商標權範圍產生疑義之虞，要求申請人為不專用之聲明，故產地團體商標之產地名稱不適用商標法第 29 條第 1 項第 1 款及第 3 項之規定。惟產地團體商標中含有產地名稱以外的說明性事項、通用標章／名稱或其他不具識別性事項應否聲明不專用，仍應準用「聲明不專用審查基準」之規定。

農產品的交易習慣上，不乏以「產地名稱＋商品名稱」作為商品產地說明的情形，例如「雲林木瓜」，僅係用以表彰該木瓜來自雲林產地之意。故申請人若以單純之「產地名稱＋商品名稱」商標圖樣取得產地團體商標註冊，對未經其同意之人以「產地名稱＋商品名稱」作為商標使用的情形，將發生得否為侵權主張或屬合理使用之疑慮。為能明確辨識該地理區域內團體及非團體會員之商品間的差異，團體商標權人可於使用規範書增訂團體商標標示之位置、樣式及其商品包裝之設色等使用條件，俾便於實際使用時足資區隔。為解決前揭疑慮，申請時宜於「產地名稱＋商品名稱」之外，另於商標圖樣增加其他具識別性的圖形或文字，尤其是清楚揭示標識性質為產地團體商標之文字（參看 2.3.4「北埔膨風茶」案例），以提高商標的識別性，將有助於產地團體商標權利的維護。

核准案例：



除「產地名稱（大甲）＋商品名稱（芋頭）」外，標章圖樣並包含具有識別性的圖形。



除「產地名稱（枋山）＋商品名稱（芒果）」外，標章圖樣並包含具有識別性的圖形。

若產地名稱對於一般消費者為特定製法、風味或料理方式的意涵，使得「產地名稱」或「產地名稱＋商品名稱」成為商品產地以外之說明或通用名稱，例如「樓蘭磚」及「紹興酒」業已成為商品的通用名稱，以之申請產地團體商標，將因不具識別性而無法取得註冊。至於是否為商品產地以外之說明或通用名稱有疑義時，得向中央目的事業主管機關諮詢意見。

### 3.2.5 其他不得註冊事由

團體商標之申請，不得存在商標法第 30 條及第 65 條第 3 項之不得註冊事由（商 94 準 30、65Ⅲ），關於混淆誤認之虞的判斷及著名標章的保護，並應準用「混淆誤認之虞審查基準」、「商標法第 30 條第

1 項第 11 款著名商標保護審查基準」之規定。以下針對實務常見之不得註冊事由，說明相關之審查原則。

### 3.2.5.1 有使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞

一般團體商標圖樣若包含指定商品或服務性質、品質等特性的描述，但配合使用團體商標之條件觀察，該描述非屬事實，且消費者可能會相信該描述為真實，而影響其購買意願，屬有使公眾誤認誤信商品或服務性質、品質之虞的情形（商 94 準 30 I ⑧），應予以核駁（商 94 準 31 I）。例如：標章圖樣含有「100% 龍眼蜜」，但依使用團體商標之條件觀察，非為 100% 龍眼蜜亦得使用該團體商標，則該團體商標即屬有致消費者誤認誤信標示該團體商標之商品具有特定的性質之虞的情形。惟若刪除商標圖樣中使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質之虞的部分，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（商 94 準 23）。

產地團體商標係用以指示其會員之商品或服務源自特定產地，且符合產地團體商標使用條件，故通常不會發生有使公眾誤認誤信商品或服務的產地之虞的情形。但產地團體商標圖樣中包含指定商品或服務品質、性質等特性的描述，是否有使公眾誤認誤信其商品或服務之品質、性質之虞，則應依前述方式判斷。

### 3.2.5.2 有致相關消費者混淆誤認之虞

申請註冊之團體商標相同或近似於註冊或申請在先之商標、團體商標或證明標章，且前者指定之商品或服務，同一或類似於後者指定或證明之商品或服務，可能使相關消費者誤認申請在後團體商標指定之商品或服務，與註冊或申請在先之商標或證明標章權人之商品或服務，為相同或雖不相同但有關聯之來源；或可能使消費者誤認使用申請在後團體商標之商品或服務，為經在先證明標章權人證明之商品或服務，或在後團體商標申請人與在先證明標章權人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他關聯，則申請註冊之團體商標屬有致相關

消費者混淆誤認之虞的情形（商 94 準 30 I ⑩），應予核駁（商 94 準 31 I）。關於混淆誤認之判斷，應準用「混淆誤認之虞」審查基準。

產地團體商標圖樣中通常包含地名或足以指示特定地理區域的標識，在團體商標與商標或證明標章近似的判斷上，不能僅是因為二圖樣含有相同的地名，或包含之標識在觀念上指示相同的地理來源，即認為二圖樣近似，團體商標與商標或證明標章是否近似，仍須就圖樣整體觀察，此與商標間是否近似之判斷並無二致。

無致混淆誤認之虞案例：



左圖為註冊在先之商標，指定使用於新鮮水果等商品。嗣後屏東縣枋山地區農會以右方之標識申請註冊為產地團體商標，指定商品為產自屏東縣枋山鄉之芒果。雖二圖樣均有表示產地的「枋山」文字，但尚包含其他圖形及文字，近似程度極低，雖使用於相同的芒果商品，相關消費者應不致混淆誤認標示申請在後團體商標之商品，與標示在先註冊商標者為相同或有關聯之來源，故可核准在後申請團體商標之註冊。

麻豆文旦



臺南市麻豆區農會取得左方所示之團體商標註冊，指定使用於產自於台南縣麻豆鎮之文旦商品。其後他人申請右方所示之商標註冊，指定使用於麻豆文旦商品，雖二圖樣中均有「麻豆」文字，

指示商品的來源地為麻豆，但在後申請之商標有足資識別的文字與圖形，縱使用於相同的麻豆文旦商品，消費者不會混淆誤認標示右方商標之商品，為麻豆區農會會員提供之商品，故可核准在後商標申請案的註冊。

### **3.2.6 其他事項**

至於申請人在國外取得證明標章或商標註冊，欲於我國申請團體商標註冊的情形，一般而言，各國對於團體商標均以團體會員身分作為使用者的限制條件，證明標章之使用則不以會員為限，二者對使用人的要求顯不相同，故申請人必須說明其原產國註冊使用情形，並提供法令依據作為證據，使用規範書並應顯示該申請案係團體商標性質，始能取得團體商標註冊。

## **3.3 註冊後事項**

### **3.3.1 使用規範書之修改**

團體商標經核准註冊後，團體商標權人得修改使用規範書，例如：修改商品必須具備的品質標準、管理及監督團體商標的使用方式等，但不得擴大指定商品或服務的範圍。使用規範書關乎既有及潛在團體會員對於團體商標的利用，以及消費者以該團體商標辨識商品或服務的利益，故修改後的使用規範書應經審查，審查重點與新申請案使用規範書的審查相同，核准後，並應將該修改後之使用規範書公告於商標公報（商 89IV）。

### **3.3.2 團體商標之使用**

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條件，使用該團體商標（商 90），亦即團體或其會員為行銷目的，將團體商標用於商品或其包裝容器、或用於與提供服務有關之物品，或用於與商品或服務有關之商業文書或廣告，或以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物等方式使用，並足以使消費者認識其為團體商標（商

17 準 5)。團體商標權人可以為了推廣團體商標及團體會員提供的商品或服務，於廣告及促銷活動使用團體商標，雖然團體商標權人得使用團體商標於指定之商品或服務，但考量團體商標的功能在於指示團體會員所提供的商品或服務，團體取得團體商標註冊的目的不在於自己使用該標識，而是將之提供給團體會員使用，故團體商標之使用必須足以使相關消費者認識其為團體商標。

產地具有商品或服務的說明意涵，產地所指區域範圍內之業者，通常在團體商標申請註冊前，即依該地、該商品或服務的交易習慣，以一定方式表示產地，團體商標權人雖取得商標法所賦予之團體商標權利，仍無權禁止他人依既有的商業交易習慣，以誠實信用的方法，表示其商品或服務之產地（商 91 準 84 II）。

### 3.3.3 團體商標之移轉、授權與設定質權

團體商標註冊後，不得移轉或授權他人使用，但是，如果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，可以於商標專責機關核准後，移轉或授權他人使用（商 92）。團體商標之移轉或授權應考量受讓人或被授權人之資格與代表性，以及該移轉或授權有無損害消費者利益及違反公平競爭之虞。若團體商標移轉使得使用規範書必須為相對應之修改（例如團體商標權人名稱、地址等）者，應另行檢附修改後之使用規範書。又團體商標圖樣含有團體商標權人名稱，若移轉將使團體商標圖樣與商標權人名稱不一致，不應核准，受讓人應以另案申請註冊為宜。

團體商標權亦不得作為質權標的物（商 92），因質權的作用在於擔保債權，債權人可於債權屆清償期而未受清償時，拍賣質物，就賣得價金而受清償，而團體商標權人因有資格、代表性之限制，團體商標權之移轉尚且須經商標專責主管機關核准始生效力，故團體商標權並不適宜作為質權標的物。

### 3.3.4 團體商標之異議、評定及廢止

團體商標之註冊，如果有商標法第 29 條第 1 項、第 30 條第 1 項，或第 65 條第 3 項之不得註冊事由，任何人得自註冊公告之日後 3 個月內，依法提出異議（商 94 準 48）；利害關係人或審查人員得於註冊公告之日後，依法對之申請或提請評定（商 94 準 57）。

團體商標之廢止事由包括商標法第 93 條適用於團體商標之廢止事由，以及商標之廢止事由（商 94 準 63 I、II）。商標法第 93 條規定團體商標之廢止事由，指下列情形：

1. 違反商標法第 92 條規定而為移轉、授權或設定質權：若團體商標權人未經商標專責機關核准即就團體商標為移轉、授權或設定質權，該等行為雖不生效力，但團體商標權人的行為有可責性，故構成廢止事由。
2. 未依使用規範書為使用之管理及監督：團體商標主要提供團體會員使用，為維護會員的共同利益，團體商標權人應管理及監督團體商標的使用；此外，在產地團體商標的情形，若團體商標權人未為適當之管理與監督，除使該團體商標的信譽有受損之虞，且將影響消費者以該團體商標辨識特定產地之利益；又若地理區域範圍內之人，其資格及其商品或服務符合使用規範書所定條件，產地團體商標權人仍拒絕其成為會員，亦影響該他人之利益，均得依法廢止團體商標之註冊。
3. 其他不當方法之使用，致生損害於他人或公眾之虞：本款為概括性質之規定，除上述具體事由外，若團體商標因為其他的不當使用方式，可能對他人或公眾造成損害時，得廢止其註冊。
4. 團體商標權人於經商標專責機關核准後，雖得將團體商標授權他人使用，仍應對於被授權人是否依使用規範為管理與監督，以及被授權人是否有違反商標法關於團體商標使用之規定為合理之注意，若被授權人為前述行為，團體商標權人明知或可得而知，卻未為反對之表示，團體商標權人即屬可歸責，故構成廢止事由。