

### 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，考量文字及圖形為商標圖樣中最常見的構成要素，故本節以「文字」、「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，最後，則例示及說明於「數字」、「型號」、「記號」等其他不具識別性事項的適用。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」。

#### 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 3.1.5）。此外，商標圖樣中若包含國人不熟悉的外國文字，則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。

##### 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）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。

- 「高倫雅芙除痘系列」使用於潔膚劑、潤膚劑、肌膚用化妝水等商品，「除痘系列」為商品用途的說明，常見同業用於皮膚清潔及保養用品，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。



## ● 嘉禾不動產

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。



## ● NORWAY

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。

## ● FASHION SUGAR COAT

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。

● 「蠻牛第二代」使用於中西藥、提神藥劑、醫療補助用營養製劑等商品，「第二代」明顯為商品品質及特性的說明，且常見同業及醫藥界人士用以說明藥劑商品，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，「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。

## (2) 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，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。此外，當說明性用語為外文，縱使外國同業及公眾常以之說明指定商品或服務，若少見國內同業及公眾使用，仍可能產生其是否為商標權範圍所及的疑義時，亦應聲明不專用。

核准案例：

- 「旁氏甜橙沁香」使用於人體用及非人體用皂、人體用及非人體用清潔劑、香水等商品，「甜橙沁香」有沁人心脾的甜橙香味之意，為指定商品香味特性的說明，但少見同業及公眾以之說明指定商品，應聲明不專用。



使用於五仁酥餅、牛軋糖、月餅等商品，「SINCE 1968」為事業創辦年代的表示，為各行業廣泛使用的不具識別性文字，無須聲明不專用；「好餅來自真功夫」則有製餅技術扎實、根基深厚之意，為商品品質、特性的說明，少見同業或公眾用於說明糕餅商品，須聲明不專用。



Protecting Lives Against Infection

使用於醫療器具及儀器用之消毒殺菌溶液等商品，「PROTECTING LIVES AGAINST INFECTION」有保護生命對抗感染之意，為商品滅菌以避免感染用途的說明，少見同業及公眾以該描述性用語說明指定商品，應聲明不專用。

- 「活霸益菌王」使用於乳酸菌營養補充品、酵素營養補充品等商品，「益菌王」為商品成分與「王」結合的自我標榜用語，為指定商品成分品質及專業性的說明，少見同業使用於乳酸菌商品，應聲明不專用。



- 使用於非人體用清潔劑、地板用亮光蠟、汽車用亮光蠟等商品，「大師」為自我標榜的用語，「居家大師」有處理家庭日常生活事務的專業人士之意，為指定商品品質及專業特性的說明，少見同業及公眾以該用語說明指定商品，應聲明不專用。



- 使用於肉類、肉類製品、肉乾等商品，「生機牧場」明顯為商品原料（豬隻）飼養特性的說明，雖少見同業及公眾使用，仍無須聲明不專用；「褐藻豬」為商品原料（豬隻）飼料配方的說明，但同業及公眾鮮少以該用語說明指定商品，復為申請人所強調的產品特色，為避免產生商標權範圍的疑義，應聲明不專用；「OMEGA PORK」有富含 OMEGA 脂肪酸（特別是 OMEGA-3 脂肪酸）的豬肉之意，該描述用語雖為豬肉等商品本身的直接說明，但少見國內業者及公眾使用，為避免產生商標權範圍的疑義，應聲明不專用。

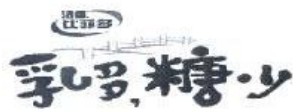
當文字僅就商品或服務的特性為平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，若因其說明性質顯而易見，商標權人及同業均不至於誤認該部分為商標權範圍所及時，雖未為同業及公眾經常使用於描述指定商品或服務，亦無須聲明不專用。

核准案例：



## ● 薏仁醬油

使用於醬油商品，「薏仁醬油」為指定商品原料平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，因為其說明性質顯而易見，雖罕見同業及公眾用以說明醬油商品，仍無須聲明不專用。



使用於牛奶、乳酸菌飲料、豆漿等商品，「乳多，糖少」為指定商品成分特性平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，因為其說明性質顯而易見，雖少見同業及公眾用於說明飲料商品，商標權人亦不致誤認可就之取得權利，故無須應聲明不專用。



使用於紅豆湯、綠豆湯、花生仁湯、蕃薯湯等商品，「嚴選台灣紅豆」、「甜度管控第一家」為指定商品食材品質及商品特性平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，因為其說明性質顯而易見，雖少見同業及公眾用於說明指定商品，仍無須聲明不專用。

### 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，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：



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



● 使用於餐廳服務，「餐廳」為指定服務的通用名稱，無須聲明不專用。



● 使用於紙袋商品，「袋」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

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，以及姓氏、公司名稱、網域名稱、非說明性的標語、習見的祝賀語、吉祥語、流行用語與成語等，均屬其他不具識別性的文字，應否聲明不專用的判斷如下：

#### (1) 無須聲明不專用的情形

表示事業創立的年代；表示品牌的「牌」、「brand」文字；表示公司種類的「股份有限公司」、「有限公司」等文字；表示商店名號的「齋」、「堂」、「記」、「行」、「社」、「號」等文字；表示多數事業體結合的「集團」文字；表示事業性質的「工業」與「商事」等文字；表

示營業組織的「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，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。

核准案例：



使用於啤酒、蓮藕茶、人蔘茶、奶茶、菊花茶等商品，「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，「牌」為品牌之意，無須聲明不專用。



使用於鞋子商品，「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，「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。

- 「雄記」使用於冷熱飲料店、飲食店、咖啡廳等服務，「記」為常見的商店名號的表示，無須聲明不專用。



- **中銚集團**

使用於工業用化學品、科學用化學品、化學試劑等商品，「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。



- **海丞企業**  
HAI CHENG

使用於代理進出口服務，「企業」為營業組織的通用文字，無須聲明不專用。



- **政都建設**

使用於茶葉、紅茶、綠茶、清茶等商品，「建設」為事業名稱中表示業務種類的文字，無須聲明不專用。



- 使用於雨傘商品，「.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。



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

WiWi SHOP

● 瑋瑋小舖

使用於衣服、褲子、圍巾、頭巾等商品，「小舖」、「SHOP」常見使用於各種商品與服務領域，表示提供指定商品或服務的商店，無須聲明不專用。

## (2) 應聲明不專用的情形

### 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：



● 莒光查某囡

使用於肉粽、五穀粽、花生粽、素粽等商品，「蔡」為姓氏，應聲明不專用。



● 使用於小吃攤、流動飲食攤等服務，「雞蛋糕」明顯為服務所提供商品的說明，無須聲明不專用；「廖家」為廖姓家庭之意，應聲明不專用。



● 使用於小吃店、小吃攤、日本料理店等服務，「朱媽媽」為對朱姓婦女的尊稱，不脫姓氏的含義，應聲明不專用。



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

## II、公司名稱及網域名稱

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，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，故不受商標法保護，為避免產生該部分為商標權效力所及的疑義，應聲明不專用。

核准案例：



● 鴻璿股份有限公司  
HONTKO CO., LTD.

使用於脈衝產生器、液晶顯示器、編碼器等商品，「鴻璿股份有限公司」及「HONTKO CO., LTD」分別為申請人的中、英文公司名稱，應聲明不專用。



● 使用於藉由網際網路提供及介紹有關音樂資訊服務，網址「www.drum.com.tw」應聲明不專用。

### III、標語及習見的祝賀語、吉祥語、流行用語或成語

標語縱非商品或服務品質、用途、原料、產地或相關特性的說明文字，一般而言，消費者仍不會將之作為識別來源的標識，故屬不具識別性的文字，但標語可能為申請人所創用，或同業間少有相同組合文字的使用情形，商標權人就該部分是否取得商標權容易產生疑義，故應聲明不專用。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。



- *Brings Diamonds To Life*

使用於珠寶首飾、貴金屬等商品，標語「BRINGS DIAMONDS TO LIFE」有賦予鑽石生命之意，應聲明不專用。

- **Leverage**  
*Enjoy your life*

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。

- 梳金富貴 

使用於水晶製裝飾品、玻璃製裝飾品、陶瓷製裝飾品等商品，「永保安康」為常見的祈福用語，應聲明不專用。

- 

使用於內衣、睡衣、汗衫、泳裝、襯衫、鞋靴等商品，「囧」及「orz」為流行用語，均應聲明不專用。

#### IV、宗教及民間信仰用語

宗教及民間信仰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：



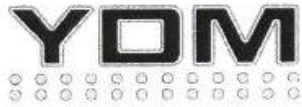
● 使用於啤酒、黑啤酒、生啤酒、淡啤酒、薑汁啤酒等商品，「三太子」為神祇名稱，並非指定商品之相關說明，屬不具識別性的文字，應聲明不專用。



● 使用於衣服、鞋、圍巾、頭巾等商品以及報社、通訊社、新聞社等服務，「彌勒」為神祇名稱，並非指定商品之相關說明，屬不具識別性的文字，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」；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，原則上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，「媽祖」為神祇名稱，使用於「代辦法會、宗教會議之安排」為服務內容之說明，使用於算命、星相、撰易、堪輿等服務，則屬其他不具識別性之情形，故應將「媽祖」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。

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。

以下的核准案例依本基準訂定的聲明格式為修正，至於本基準所規定的聲明格式，請參照「6. 聲明格式」的說明。

核准案例：



使用於飲食店、小吃店等服務，「鮮炸屋」、「專賣炸物」、「Fresh House」為指定服務所提供內容的品質與特性的說明，其中「專賣炸物」廣為同業及公眾使用，無須聲明不專用；未經設計的「鮮炸屋」與「Fresh House」未經同業或公眾經常使用，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「鮮炸屋」、「Fresh House」文字主張商標權。



使用於臘肉、肉乾、牛肉乾、豬肉乾等商品，「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。



使用於網路購物、郵購服務和網路拍賣服務等服務，「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，「荊軻刺秦王」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，因罕見其他同業使用，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「荊軻刺秦王」文字主張商標權。

### 3.1.5 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，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。

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。



- **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，因「secure

disc」為商品受加密保護特性的直接說明，無須聲明不專用。

若諧音文字給予消費者新奇獨特的印象，有指示及區別商品或服務來源的功能時，即無須就該不具識別性的部分聲明不專用。（參看本基準 4.2）

### 3.1.6 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，因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）。

核准案例：



使用於早餐店、餐廳、冷熱飲料店等服務，英文「BURGER」及「Breakfast」分別為「漢堡」及「早餐」之意，為指定服務內容非常直接、明顯的說明，無須聲明不專用。



使用於農產品零售批發、飲料零售批發服務，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；英文標語「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，「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，「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。

## 3.2 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：

### 3.2.1 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。

#### (1) 商品本身圖形

核准案例：



● 使用於咖啡、咖啡豆、咖啡包等商品，「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，「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，「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。

當商品本身的造形並非同業經常使用者，例如海洋生物或撲克牌花色造型的餅乾，商標圖樣中包含之烏賊、魚類、海星等實物餅乾圖



形，及黑桃、紅心、方塊、梅花等實物餅乾圖形



是否取得商標權，可能有所疑義，應該聲明不專用。惟此情形多發生在以商品包裝設計申請商標註冊的狀況，其聲明方式參見本基準 6.3。

## (2) 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，本件狗的實物圖片，無須聲明不專用。

HAIRY  
AGAIN  
毛海



使用於髮乳、髮水、護髮劑、護髮乳等商品，「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。



使用於列表機用墨水匣、列表機用碳粉匣等商品，「Printing」有列印之意，為明顯的商品功能說明；「印表機圖形」則為印表機相關商品常用的說明性圖形，均無須聲明不專用。



使用於代辦誦經祭典法會、法會、代辦喪葬事宜等服務，「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。

### (3) 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，商標圖樣中之「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，「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，「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。

### 3.2.2 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，「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、化妝品零售、醫藥器材零售等服務， $R_x$ （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，「醫療十字圖」為醫療相關業界通用圖形，均無須聲明不專用。



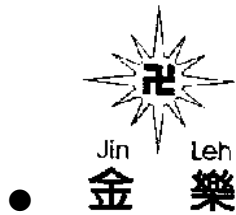
● 使用於手術帽、醫療用床、點滴架、醫療用手套等商品，「醫療十字圖」為醫療相關業界通用圖形，無須聲明不專用。

### 3.2.3 其他不具識別性的圖形

#### （1）宗教及民間信仰標誌

宗教及民間信仰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：



使用於金屬梯子、金屬折合梯、馬椅梯等商品，「卍」為佛教象徵符號，與指定商品特性無關，而是給予消費者護持、庇祐、吉祥、祈願的印象，無須聲明不專用。



使用於代辦喪葬事宜、喪禮禮堂佈置、葬儀社、火葬等服務，商標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。

## （2）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。

核准案例：



使用於棋盤遊戲玩具組、遊戲紙牌、紙牌等商品，商標中之圖形為常見於紙牌背面的裝飾圖形，應聲明不專用。



使用於鐘錶、手錶、時鐘、日曆錶等商品，商標圖樣為鐘錶的錶面圖案，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，該商標圖樣為商品的包裝圖案，並以「維格」及「vigor」作為識別商品來源的文字，其他的文字及圖形均不具識別性，為避免產生該包裝設計取得商標權的疑義，應將「維格」及「vigor」以外的文字、圖形聲明不專用。

### 3.3 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。

核准案例：



使用於機車及其零組件商品，商標圖樣中之「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、畜、水產品零售及食品飲料零售服務，「24」為提供服務時間的說明，無須聲明不專用。



● 使用於發行公益彩券服務，商標圖樣中之「6/50」為大樂透投注方式之說明（6 個號碼所形成的一組選號稱為一注，每注售價為新台幣 50 元），無須聲明不專用。

● 「EPASMIN -  $\Omega 3$ 」使用於中西藥品、營養補充品等商品，「 $\Omega 3$ 」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，「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。



● 使用於樂器、演奏補助器、中西樂器等商品，「音樂文化教育機構」及「music culture Education」為事業業務種類的表示；「高音譜號」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。

當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，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。

核准案例：



使用於牛仔衣、牛仔褲、衣服、背心等商品，「303」為單純數字的表示，並非商品的說明，但不具識別性，應聲明不專用。

- 「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，不具識別性，應聲明不專用。