

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 以特殊語法結合不具識別性的文字

不具識別性文字與其他文字以特殊語法結合，該結合常產生新奇獨特的商業印象，構成不可分割的單一性。

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，「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，故無須就「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，故無須就「咖啡」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，故無須就該不具識別性的部分聲明不專用。

核准案例：

- 「狠冰」使用於碳酸飲料、運動飲料、不含酒精的果汁飲料、果酸飲料等商品，「很冰」為商品特性的說明，「狠冰」為「很冰」的諧音，該用法產生有別於說明性文字以外的意涵，故無須就「狠冰」聲明不專用。
- 「膜術師」使用於防刮保護膜、手機防刮保護膜、行動電話外殼塑膠保護膜等商品，「膜」為指定商品的通用名稱，「膜術師」為「魔術師」的諧音，該用法產生有別於通用名稱以外的意涵，故無須將「膜」聲明不專用。



使用於肉醬、滷翅膀、醃肉、羊肉火鍋等商品，「複合式日系茶飲」、「四十年真功夫」、「養生原汁魯味」明顯為商品特性的說明，均無須聲明不專用；「八家醬」之「醬」字為指定商品使用之佐料或醃料的相關說明，因「八家醬」為「八家將」之諧音，該用法產生有別於商品說明以外的意涵，無須將「醬」聲明不專用。至於「醬醬好味」雖為商品品質的說明，但是非為業界及公眾經常使用，應聲明不專用。



使用於鞋靴之修理服務，「醫鞋院」為「醫學院」之諧音，該用法產生新奇有趣的印象，故無須將「鞋」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 29Ⅱ，修正前商 23Ⅳ）；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。

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，故無須就「蔬果」聲明不專用。



使用於寶石與半寶石、鐘錶及計時儀器等商品，「鑽石恆久遠 一顆永留傳」因使用取得後天識別性，雖「鑽石」為指定商品的通用名稱或材質的相關說明，惟「鑽石恆久遠 一顆永留傳」之文字組合已具有不可分割的單一性，故無須就「鑽石」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，故無須就「最划算」聲明不專用。