

會示展權產財業工護保年73

中華民國全國工業總會、中華民國全國商業總會、中華民國消費者文教基金會、台灣省發明人協會、台北市發明人協會、高雄發明人協會等單位，將於七十二年七月二十日（廿二日）於台北市社教館（台北市八德路三段25號）聯合舉辦「中華民國七十二年保護工業財產權展覽會」。

由於近年來仿冒情形嚴重，致消費者權益受損，故此次有關的六個單位為達以下目的而舉辦展覽會。一、為配合政府反仿冒政策，加強宣傳工業財產權保護觀念與社會倫理教育；二、增進消費者常識，避免消費者受害，以保障業界與消費者權益；三、鼓勵及表揚工業業者開發新產品，以創新替代仿冒，並創立自我品牌，加速工業升級。

此次展覽會之展出內容分列三部份：
①仿冒品對展覽會：展出各項由參展商提供之真偽產品對照及有關產品之知識介紹。
②金頭獎發明展覽會：展出各類入選金頭獎發明之創作及說明。
③專利新產品展覽會：展出近一年來獲得專利之各項新產品及資料。

有關「仿冒品對展覽會」之展示，在法國知名博物館中早有此種常設展覽會，所展示之正是台灣地區仿冒品與真品之比較，由所展示之真偽產品可看出台灣製之產品品質並不比外國產品差，甚至有比所展示之名牌產品更漂亮、更好的，但因國內廠家多不願接受創立品牌的艱辛，想撿現成的便宜，所以總只能當個聚聚藏藏的仿冒品，希望此次保護工業財產權展覽會能帶給國人真正的覺醒！

金頭獎發明展覽會則展出各類入選金頭獎發明之創作及說明；專利新產品展覽會展出近一年來獲得專利之各項新產品及資料。

商標近似審查基準

摘自司法院公報第二十五卷第八期

- 一、商標在外觀、觀念或讀音方面有一近似者，即為近似之商標。
- 二、有左列情形之一者，為外觀近似：
(一)商標圖樣上之文字，其意義、讀音雖不相同，但其外觀有混同誤認之虞者。例如：「北海」與「比海」、「洗玉」與「洗王」等。
- (二)商標圖樣上之文字，雖其排列各異，但其外觀有混同誤認之虞者。例如：「利泰」與「泰利」、「日春」與「春日」等。
- (三)商標圖樣上之文字，雖其排列各異，但其外觀有混同誤認之虞者。例如：「快樂」與「快榮」、「日新」與「日新」等。
- (四)商標圖樣上之文字，雖其排列各異，但其外觀有混同誤認之虞者。例如：「吉觀」與「合歡」設計成圓形，「大同」與「大台北」設計成「大」字。



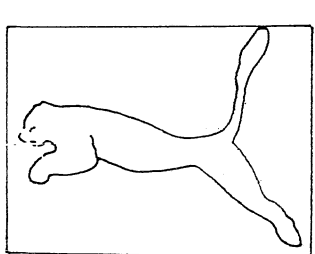
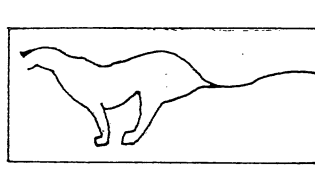
(五)商標圖樣上之文字或外文有一完全相同者。例如：「美術牌 ART」與「台灣牌 T. W. ART」、「高仕牌 COX」與「高仕牌 COX」等。

迷於仿冒的幻象中，則我國欲晉昇經濟至「開發國家」之林將很難了。因此，要達到所謂「商業現代化」，應積極的從鼓勵個人研究發展，自創品牌建立企業形象著手。

目前經濟部草擬了「商業現代化方案」，選定餐旅、廣告、資訊服務、金融、法律、顧問及會計等七類服務作重點輔導，以使服務業現代化，我們對於經濟部此時此刻重視「商業現代化」深感欣慰。

其實，早在民國七十一年二月，本社為鼓勵國人自創品牌所舉辦的「商標法修正後談話會」中，經濟部商業司汪司長即已在會中提出「商業現代化」的觀念與口號，鼓勵國人朝商業現代化的方向努力。

自我國經濟發展的歷程來看，早期經濟成長歸功於農業，到了民國六十年代一般人則認為工業貢獻最大，政府與民間往往只著重工業之促進與發展，忽略了商業經濟觀念的發展與提升。因而工業雖然升級了，商業發展却停滯不前，產生了社會秩序敗壞，商業道德低落，政府公信力不張……的嚴重問題。



- (六)商標圖樣上之文字與外文文字雖不相同，讀音、觀念互異，但設計形體相似，有混同誤認之虞者。例如：大同之外文「Tatung」與東芝之外文「Toshiba」、「VELO」與「YALE」等。
- (七)商標圖樣上之文字與外文文字雖不相同，外觀相似，有混同誤認之虞者。例如：「威格 Weigert」與「連格 Wrangler」、「龍哥利 WRONGLE」與「WRANGLER」、「JWCO」與「聯旺 LWCO」、「LIVIRON」與「LIVROW」等。
- (八)商標圖樣上之文字，有一單字或主要部分相同，有混同誤認之虞者。例如：「NEW MASTER」與「統帥 MASTER」、「新能 NEWPOWER」與「萬能 POWER」等。
- (九)商標圖樣上之圖形相似，有混同誤認之虞者。例如：



- (十)商標圖樣上之圖形相似，有混同誤認之虞者。例如：φ與中等。
- (十一)有左列情形之一者，為觀念近似：
(一)商標圖樣上之文字意義或稱謂相同或相似，有混同誤認之虞者。例如：「王子」與「太子」、「國花」與「梅花」等。
- (二)商標圖樣上之文字意義或稱謂相同或相似，有混同誤認之虞者。例如：「Taiwan」與「Formosa」、「a」與「A」等。
- (三)商標圖樣上之文字與外文意義相同，有混同誤認之虞者。例如：「愛情」與「LOVE」、「星牌」與「STAR」等。
- (四)商標圖樣上之文字與圖形意義相同，有混同誤認之虞者。例如：「黑豹」與黑色之豹圖形、「金象牌」與象圖形等。
- (五)商標圖樣上之文字與圖形意義相同，有混同誤認之虞者。例如：雄獅圖形與「LION」、豹圖形與「LEOPARD」等。
- (六)商標圖樣上之文字或外文與符號或記號意義相同，有混同誤認之虞者。例如：「五號」與「No. 5」、「三九牌」與「999」等。
- (七)商標圖樣上之圖形意義相同，有混同誤認之虞者。例如：

- 四、有左列情形之一者，為讀音近似：
(一)商標圖樣上之文字不同，讀音相同或近似，有混同誤認之虞者。例如：「新新」與「馨馨」、「爽得」與「爽德」、「梅華」與「梅花」等。
- (二)商標圖樣上之文字不同，讀音相同或近似，有混同誤認之虞者。例如：「POLYSET」與「波里亞特」、「SEMCO」與「SEIKO」、「ASCOT」與「ESCORT」、「JOIE」與「JOY」等。
- (三)商標圖樣上之文字與外文讀音相同或近似，有混同誤認之虞者。例如：「麥當勞」與「McDonald's」、「吉利 GELLY」與「潔靈 GEELY」等。

- 五、商標圖樣在外觀或觀念上有無混同誤認之虞，應本客觀事實，按左列原則判斷之：
(一)以具有普通知識經驗之商品購買者，施以普通所用之注意為標準。
- (二)商標之文字、圖形或記號，應與時因地隔離及通體觀察為標準。
- (三)商標以文字、圖形或記號為聯合式者，應就其各部分觀察，以構成主要之部分為標準。
- (四)商標之讀音有無混同誤認之虞，應以連貫唱呼為標準。
- 六、商標之讀音有無混同誤認之虞，應以連貫唱呼為標準。
- 七、本基準所稱文字，包括商標圖樣及名稱所使用之文字在內。
- 八、本基準係基於服務標準用之。