好東西一定要跟好朋友分享嗎？

林純貞

廣告的目的，就在促銷商品，而一個所謂成功的廣告，除能使商品的銷售量遠增外，常常因其中具有畫龍點睛之妙的一句話，最爲人們所記取、傳頌，從「請大家告訴大家」、「我有話要說」、「自然就是美」，到「它傻瓜，你聰明」、「我是你高中老師」、「只要是我喜歡，有什麼不可以」，幾乎都已深入生活而爲一般人所熟悉，而廣告既有促銷商品之效，一旦爲消費者所熟悉，更有使消費者由廣告而立即與其所促銷之商品產生聯想之作用，則是否也可以和商標一樣，以商品「推銷員」之身份，取得註冊呢？

一個商標的產生常常是創作者歷經辛酸、絞盡腦汁之產物，一句燴炙人口的廣告語也必定是腦力激盪下的結晶，商標得以註冊之方式取得專用權，而一句確爲創作之廣告用語，有無任何一種方式可以避免被他人濫用呢？讓我們從一個實際的案例談起：

「好東西要跟好朋友分享」經由孫越的口中，叫出了咖啡的賣點，提到這十個字，您一定馬上會跟××××咖啡產生連想，似乎「它」已具有表彰商品產製者的作用，那可不可以作爲商標申請註冊呢？您一定會有所猶豫：好像……不太像一個商標嘛！使用此一文字的咖啡業者，爲了使自己智慧的成果能受法律的保護，乃以此一個字作爲商標申請註冊，到最後，得到行政院十分確定的答覆：不可以。因爲：「『好東西要跟好朋友分享』，乃屬一種廣告語，以之使用於商品或其包裝容器之上，不足以使一般消費者認識係表彰原告商品之來源、品質或信譽之標誌，而得藉以與他人商品相辨別，難謂具有特別顯著性。」也就是說，這十個字之組合並不具備成爲「商標」的最基本要件，不能主張專用，任何人都可以在商品、廣告上使用這組文字，此時，「好東西」眞的就只好跟好朋友分享了。

然而，究竟「特別顯著」的具體意義是什麼？如何判斷文字是否已具備此一要件？行政法院七十三年判字第四六一號判決曾有較詳細的解釋：「所謂『特別』係指商標本身具有與衆不同之特別性，能引起一般消費者之注意而言；所謂『顯著』，係指依一般生活經驗加以衡酌，其外觀、稱呼及觀念，與其指定使用商品之關係，足以藉以與他人商品相區別，亦即有商品商標識別適應性者而言。良以特別顯著性，係商標之註冊要件，故標章之使用，僅以使用者有主觀之意念，以其作爲商標而使用於商品，猶有未足，應以一般消費者，有以其作爲商品營業者信譽之標誌之客觀認識而後可。」簡單地說，如果一組文字或圖形，能引起一般消費者的注意，並認知這一組文字或圖形即是商品營業者用以表示其信譽的標誌，就可以判斷具有「特別顯著性」，但實際運用之情形又如何？再由幾個實例來觀察：

一、「歡樂天堂」：爲一般描述性的用語，常常爲各種遊樂場所招徠遊客的詞句，不具備商標的型態，以之使用於電視遊樂、運動遊戲器具商品，經行政院認爲不足以使一般消費者認識其係表彰商品來源、品質、信譽之標誌或可憑藉而與他人商品相區別。

二、「市長」：係我國行政首長的稱謂，以之申請註冊，欠缺作爲商標所應具備之特別顯著性。

三、「她」：爲一般常用之第三人稱代名詞，使用於書籍、新聞雜誌等商品難以使一般消費者認識其係表彰商品之標誌。

四、「心心相印」：乃社會上一般人對於訂婚、結婚者常見之祝福用語，而喜餅、喜糖、蛋糕等商品則常用於結婚、訂婚、結婚週年等場合，故以心心相印四字作爲商標圖樣使用於餅乾、糖果、蛋糕等商品，自不足以使一般消費者藉以與他人商品加以辨別。

五、「FREEWAY」：係指高速公路，爲一種道路之指稱，常見於廣告媒體、路標及指標上，非但不具特別顯著性，且不宜由公司廠商或個人所專用，以之使用於各種車輛等商品，顯欠缺商標申請註冊所應具備之特殊顯著性。

由此看來，廣告用語固然不可以作爲商標，要設計一個具有「特別顯著性」的商標，似乎也不是挺容易的，其實，只要文字本身具有創意，又非取自一般常見的用語，獲准註冊之可能性仍極高，以一個經核准註冊之文字商標而言，其文字結構通常已避免如下之情形，即：複雜之文字組合、流行之標語、口號、常用之成語、祝頌語、習見之單純姓氏（未經特殊設計）、工商企業等慣用之名稱、單純之國名、習知之地名、常用之讚美詞等。然則，商標註冊的審查係以個案爲準，審查員主觀見解之不同，經常影響「顯著性」與否之判斷。因此，既無一定之客觀標準，就商標申請人而言，除非提出註冊申請，有時實無從預知准駁之可能性。而使用商標之目的既在於使消費者藉以辨知商品的產製者，業者除在創作之初應花費心思，設計一個與衆不同之商標外，於使用之前，更應先獲得主管機關之核准註冊，否則，投入鉅資、猛打廣告，到頭來被認定不具「特別顯著性」，任何同業皆可使用，豈非哭笑不得，只好「獨樂樂不如衆樂樂」了？

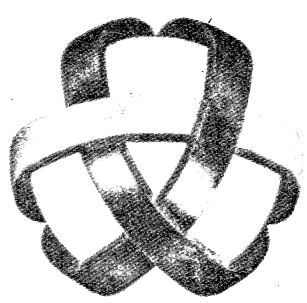
世界著名商標選集

沈媛君

大衆傳播媒體即爲社會互動的表徵，其親切性，乃是溝通人與人間的橋樑；其權威性，更是使大衆所依賴、信任的形象。香港亞洲電視台（亞視）欲帶給現今世界的訊息，即基於此點，從過去資本主義的金錢掛帥，至今日提昇企業形象，走向國際化的目標，因此代表性符號之設計（新台徽）其精心程度，可見一般。

一九八九年二月中旬，亞視不僅將中、英文兩台正式易名爲亞洲電視〞本港台〞（THE HOME CHANNEL），及〞國際台〞（THE WORLD CHANNEL）。在此嶄新意念的前提之下，新台徽的設計乃爲動感、立體、屹立不倒之勢，取其香港爲〞東方之珠〞之意態；其圓形構圖之襯底，乃以地球爲圓形的世界理念出發，此設計概念即亞視將爲香港製作，及搜羅全球各式各樣，不同型態的節目，竭力爲觀衆帶來電視上的全新貢獻。其顏色的搭配，更以電視所運用的三原色，紅、綠、藍，來强調亞視日後將於電視台發展之重要性。而川流不息的三角流暢線條，除圖案上予人連繫貫通的活絡感覺具深刻印象之外，而其意涵似象徵亞視三大集團—邱氏家族、新世界集團、及林氏家族的緊密同心，一脈相傳。

此精神圖騰的重新塑造，讓人們知曉其所欲表達的意圖。從亞視的新台徽設計，足見代表其企業或任一團體的商標設計，在現今潮流的發展，具不可磨滅的重要性。「它」代表了該團體對社會的脈動、反饋，更代表了成立此團體的中心意旨。尤其社會各項發展正走向國際化的同時，小小一個圖案，便可流通世界的每一角落，當人們眼見一熟悉的圖案，腦中即浮現對該圖案的印象；故此圖案的深遂性，一方面完成了溝通的技巧，另一方面卻顯示了人們對抽象符號運用的想像和智慧，綜觀亞視的台徽設計，似更能印證此說法吧！



創作天地專欄

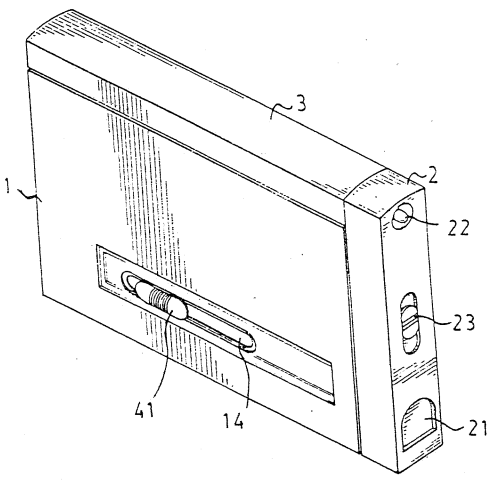
編輯部

香煙盒

本創作係有關一種香煙盒，其主要係在於當將側面之撥動板往上推移使遞送口開啓之同時，設於後側之導電片隨撥動片板上移俾使電源導通，使指示燈得以發亮，達到可能遞送口開啓導致空氣進入，使香煙受潮之警示；在遞送開啓後，以一推送板將香煙由遞送口遞出供取用；另於盒內設一儲存室，提供適當乾燥劑之存放，確保盒內之香煙不受潮保存乾燥，維持品質者。

本創作主要是配合乾燥劑之防潮維護，使確保內裝之煙體保存一適當的濕度，而不會受到外界潮濕空氣之影響，發生發霉現象，保存品質，爲一極盡實用、方便且創新之香煙盒結構設計者。

本創作已獲得中央標準局新型專利。證書號：五二〇七〇。本創作亦已獲美國、澳洲、德國等專利核准。誠徵買主、經銷商；意者請洽：台中縣大甲鎭光明路一二二號；電話：(〇四六)八七五二一〇；陳文斌先生。



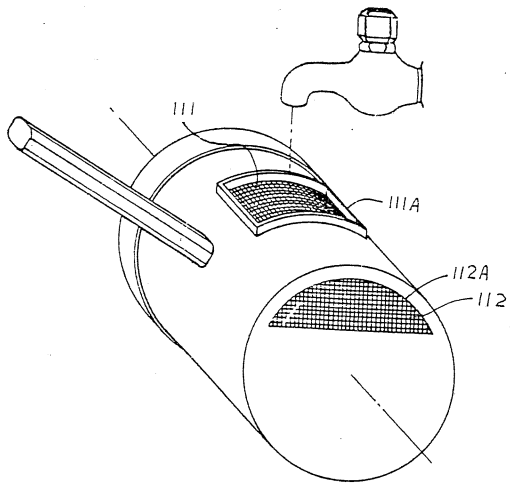
顆粒狀穀物食品清洗器

本創作係一有柄、有蓋之容器體，置在該容器體周邊及底部半側區域內分別開設進、排水濾孔區。使用時，以手握住柄，將裝妥穀物之容器體，橫置於水龍頭下方，水由容器體上側周邊進水濾孔區流入，此時往覆推拉容器體，藉慣性作用，體內之水激盪迴轉，並翻滾沖刷清淨穀物。又於換水或洗畢時，將容器體豎立，水即由容器體底部排水濾孔區排盡。

本創作適合清洗穀物、豆類、花生、玉米、水果等物。

本創作結構設計特殊，具有以下優點：①免用手掏洗穀物②可防止穀物流失③無驅動、傳動、攪拌等煩雜構件④零故障、免保養⑤重量輕、不佔空間⑥穀物之裝入、取出操作便捷⑦免電、省力、省水。

本創作已獲得中央標準局新型專利。證書號：五五七九四。日本、韓國、美國專利申請中。誠徵經銷商；意者請洽：台北市北投區尊賢街二五一巷十二號四樓；電話：(〇二)八二二一八八六；徐永熾先生。



代辦專利商標申請　疑難處理

台一國際專利商標事務所
台北所：台北市長安東路二段一一二號九、十樓
電話：(〇二)五〇六一〇二三(總機)
台南所：台南市府前路一段二八三號六樓
電話：(〇六)二二六〇九五七・二二九〇三四七—九