

第一版：

創刊二十五周年 感謝各界支持與愛護

祝新年快樂 事事如意

【本社訊】回顧台一專利商標雜誌自七十一年九月二十六日創刊迄今，不覺已近十五年，逝去的時光，似乎是一瞬間的事，憶起創刊以來的過往，歷歷在目。從早期受到國人忽視的工業財產權到現在受到世人重視的智慧財產權；從早期我國事權不統一的權責機關中央標準局到現在事權統一的專責機關智慧財產局。總算隨著時間的經過，不僅逐漸受到社會大眾的重視，也受到學術機構的重視，如於經濟部智慧財產局指導下，設立智慧財產培訓學院，又大學法學院也有智慧財產權研究所的設立，尤其，相關法規制度，也逐漸健全並與國際接軌。

我國智慧財產權法規數十年來歷經多次的修正，不僅符合社會變遷的需求，逐步與世界接軌，也及時解決了一些爭議。本文以商標法修正的角度，舉幾則國內案例，供讀者瞭解。

一、台北 101 大樓立體商標：

近年來報載滋生多起社會大眾能否自由使用 101 大樓立體商標事件，本文無意探討侵權問題，只強調因商標法為符合社會需要而不斷修正，始有「立體商標」的法律根據，故能適時解決 101 大樓商標權的爭議。按「商標」，依一般大眾的認知，就是文字、記號或圖形，用以彰顯商品的來源，讓消費者賴以分辨。如本雜誌創刊時，係適用中華民國六十一年七月四日總統修正公布之商標法，依當時該法規第四條明定：『商標包括名稱及圖樣，其所用之文字、圖形、記號或其聯合式，應特別顯著，並應指定所施顏色。』因此如依六十一年當時與其後一直至九十二年修正前的商標法，固然存續數十年，惟並無立體商標之法規。換言之，如果沒有現行商標法增列立體商標，台北金融大樓 101 立體商標，根本無法源根據，當然無法取得立體商標權，也正因 101 大樓於 93 年間完工時，正適逢現行商標法於九十二年五月二十八日修正公布，同年十一月二十八日施行，其中第五條明文：『商標得以文字、圖形、記號、顏色、聲音、「立體形狀」或其聯合式所組成。』

前項商標，應足以使商品或服務之相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別。』自此准予立體商標註冊才有法律根據。再看 101 大樓申請商標實際案例：其係以「立體商標」態樣提出「台北 101 大樓之立體圖」商標申請，對商標圖樣描述：本商標係由一多節式一〇一層世界第一高摩天大樓及群樓所構成，其中多節式摩天大樓自第 27 層開始至第 90 層，每八層為一節，一共 8 節，以每節頂樓外斜 7°、花蕊式的造型向上開展，大樓的外觀類似竹節的形狀，每節的四個角有「祥雲」形狀的金屬突起物裝飾，而每節的四個面的中間有一個「如意」裝飾。為了符合「金融中心」的主題，於第 24 至 27 層的位置則有直徑近 4 層樓的「方孔古錢幣」裝飾大樓

四面。而群樓頂樓的採光罩，外型即是中國的「如意」。這對於長期來我國以平面呈現之註冊商標圖樣，也是一種進步。

二、顏色商標：

如中國石油股份有限公司申請之註冊第 163137 號紅白藍組合「顏色」商標，係於八十七年十一月間提出商標註冊申請，商標圖樣描述：本標章係以顏色組合申請註冊，圖樣上加油站雨棚及加油機之形狀不屬於標章之一部分，該顏色組合圖樣所使用實際顏色為紅白藍上下依序排列其紅白藍寬度比率為 6:4:15。此商標是因八十六年五月七日總統令修正公布之商標法第五條明文：『商標所用之文字、圖形、記號、「顏色組合」或其聯合式，應足以使一般商品購買人認識其為表彰商品之標識，並得藉以與他人之商品相區別。』因此，顏色組合才有法律根據，可以取得顏色商標權，又現行商標法更由顏色組合，再進一步規範單一顏色亦可准予商標註冊。

三、「綠油精」聲音商標：

『綠油精』這首廣告歌曲，業已獲准為國內第一件聲音商標。按註冊第 1135554 號「綠油精」聲音商標，依商標專責機關登記資料所示，係由新萬仁化學製藥股份有限公司申請指定使用於化妝品；西藥、營養補充品；糖果、米果等商品。依該申請商標圖樣描述：一、本「綠油精」聲音商標係家喻戶曉之旋律，其早在 50 年代即於市面上發行，無論男女老幼均能琅琅上口，且其歌詞亦能充分代表商品之特色。二、本件聲音商標之歌詞為「綠油精綠油精爸爸愛用綠油精哥哥姐姐妹妹都愛綠油精氣味清香綠油精綠油精」。

故可以瞭解本件「綠油精」聲音商標之申請案，經審查後，認為並非商品之說明、亦非相關業者所普遍使用，且經過申請人長期宣傳及使用後，已成為使用人的代表標誌之一，因此，「綠油精」聲音商標，依現行商標法明文聲音商標准予註冊之法源下，成為我國第一件聲音商標。

四、池上米產地證明標章：

池上米於國內是享有盛名的商標，惟於商標法尚未增訂「產地」證明標章前，於商標法並無法源可加以保護。尤其如修正前之商標法第二十三條明文：『凡以善意且合理使用之方法，表示自己之姓名、名稱或其商品之名稱、形狀、品質、功用、「產地」或其他有關商品本身之說明，附記於商品之上，非作為商標使用者，不受他人商標專用權之效力所拘束。』第三十七條第一項第六款亦明定：『商標圖樣有使公眾誤認誤信其商品之性質、品質或「產地」之虞者，不得申請註冊。因此，如依修正前商標法數十年來的規定，產地是無法獲准商標註冊，且可以善意合理使用。嗣於現行商標法修正時，將修正前之商標法第七十三條文：『凡提供知識或技術，以標章證明他人商品或服務之特性、品質、精密度或其他事項，欲專用其標章者，應申請註冊為證明標章。』於增列「產地」後，改列為第七十二條明文為：『凡以標章證明他人商品或服務之特性、品質、精密度、「產地」或其他事項，欲專用其標章者，應申請註冊為證明標章。』並新增第七十三條明文：『證明標章之使用，指證明標章權人為證明他人商品或服務之特性、品質、精密度、「產地」或其他事項之意思，同意其於商品或服務之相關物品或文書上，標示該證明標章者。』

因此，台東地區盛產之「池上米」產地證明標章，由台東縣池上鄉公所取得第八十五號證明標章權，且該標章係由台東縣池上鄉公所授權之人使用，茲證明其製造行銷之「池上米」係產自台東縣池上鄉，且其品質符合證明人「申請『池上米』良質米標誌規範」之標準。自此，池上米商標權獲得商標法保障。

依上所舉之註冊案例，均可稱為特殊商標，因於一般人對商標的概念，可能停留在文字、圖形、記號或其聯合式所組成，而由於社會變遷，世界各國對商標註冊標的概念也隨之改變。於今於國內如：顏色、立體物品均可當商標，同樣聲音亦然，正如前述一首流傳數十年的綠油經廣告歌曲，故相較過去這些態樣可稱為特殊商標。

談到特殊商標，於國外甚至有國家准予氣味商標，換言之，相對於視覺、聽覺，如果以某種特殊氣味，足以使一般商品購買人認識其為表彰商品之標識，並得藉以與他人之商品相區別者。自然符合商標之條件，也應有機會做為商標並申請「氣味」商標註冊。惟於我國仍有待法律明定，始能獲得合法保障。本雜誌長期來以推廣智慧財產權為己任，往後仍會對如何健全法制與提供讀者相關資訊而持續努力，並藉此感謝各界長期的支持與愛護。