

其他非傳統商標(一)位置商標

✦ 商標表現：明確界定商標權利範圍

- 商標圖樣—必備，取得申請日事項
- 商標描述與樣本—補充商標圖樣

✦ 識別性與功能性審查：準用「非傳統商標審查基準」相關規定

✦ 位置商標：標示位置為重要特徵

- 商標圖樣—以虛線表現商標使用於商品或服務的位置



- 商標描述

「本件為位置商標，由標示於鞋後跟中央位置並延伸至鞋底之紅色條帶所構成，虛線部分表示鞋子的形狀，不屬於商標之一部分。」

✦ 氣味、觸覺、味覺等非視覺可感知商標

46

其他非傳統商標(二)氣味商標

- 氣味商標：以氣味作為識別標識。

Use the "Back" button of the Internet Browser to return to
(6) FOR SITUATIONS FOR WHICH NO DRAWING IS POSSIBLE,
Goods and Services IC 004. US 001 006 015. G & S: syntheti
FIRST USE: 19900124. FIRST USE IN CO
Mark Drawing Code (6) FOR SITUATIONS FOR WHICH NO D
Serial Number 74720993
Filing Date August 25, 1995
Current Filing Basis 1A
Original Filing Basis 1A
Published for
Opposition January 27, 1998
Registration
Number 2463044
Registration Date June 26, 2001
Owner (REGISTRANT) MANTEL, MIKE DBA M
REDONDO BEACH CALIFORNIA 90278
Description of Mark The mark consists of a cherry scent.

美國氣味商標

The mark consists of a cherry scent

櫻桃味

賽車潤滑油商品

The smell of fresh cut grass

歐盟氣味商標

THE SMELL OF FRESH CUT GRASS

新鮮割草味

網球商品

47

47

2017/2/24

非傳統商標審查基準8

- ▣ 氣味、觸覺、味覺等非視覺可感知的商標，其商標圖樣如何能以清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解之方式呈現，或如何藉由文字說明或輔以商標樣本，使商標權範圍得以確定，並使第三人（尤其是競爭同業）得藉由註冊公告，**明確地認識該註冊商標及其權利範圍**，目前尚有技術問題待克服，**在本局未公告審理程序之細節規定前**，審查時應就個案中所檢送的商標圖樣、商標描述及商標樣本等相關資料，**準用本基準之相關規定進行審查**。
- ▣ 審查的重點
 - 商標的表現方式
 - 識別性
 - 非功能性

2017/2/24

48

表現方式

49

- ▣ 商標圖樣應以清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解之方式呈現(商19Ⅲ)。商標圖樣、商標描述及商標樣本均屬表現商標的方式
 - 商標圖樣係**將商標以圖文的方式**呈現，作用在於賦予商標清楚、完整及客觀的印象，以作為**決定申請商標權利範圍**的主體
 - 商標描述及商標樣本之性質為商標圖樣之補充，目的係輔助商標圖樣之審查，因此，**商標描述及商標樣本須與商標圖樣彼此間相互一致，互為參照**。
 - **商標描述**主要是以文字就商標本身為**清楚、詳細**的說明，並應說明該商標所屬型態，及商標使用於商品或服務的情形。
 - **商標樣本**為商標本身的樣品，作用在於輔助商標圖樣及商標描述，以真實表現商標

2017/2/24

2017/2/24

49

氣味商標

50

□ 識別性

- 商標必須具備指示商品或服務來源的功能，始能取得註冊保護，非傳統商標也不例外，故不論商標型態如何，識別性判斷的標準並無不同 (商18、29 I)。
- 商品本身的氣味，例如**花香味指定使用於香水商品**、香草植物的氣味指定使用於調味品或花草茶，或經常使用於商品的氣味，例如常添加於洗碗精或洗衣劑的檸檬或柑橘氣味，應不具識別性。

2017/2/24

2017/2/24

50

氣味商標

51

□ 功能性

- 若具有功能性的商品設計或特徵能取得商標註冊，則該永久性的保護即**有礙於同業的公平競爭及社會的進步**，為避免此種情形發生，商標若僅為發揮商品或服務之功能所必要者，則不能取得註冊(商30 I ①)。
- 例如用以遮蓋商品本身難聞或刺鼻氣味者，例如**掩蓋漂白水刺鼻氣味**的檸檬或薰衣草氣味，則具有功能性，均不能取得商標註冊。

2017/2/24

2017/2/24

51

非傳統商標---氣味商標-1

- 白花油國際有限公司
 - 萬應白花油、萬應紅花油、萬應百油精、花油精氣味商標
 - 指定使用商品：中藥、藥油
- 本件為氣味商標，如所附樣本（萬應白花油），係一種含有白樹冬青油及薰衣草油混合特異氣味之中藥藥油
 - （萬應紅花油），係一種含有紅花與桂皮混合氣味之中藥藥油
 - （萬應百油精），係一種含有葉綠素混合氣味之西藥藥油
 - （花油精），係一種含有丁香混合氣味之西藥藥油



52

2017/2/24

◎商標法§19Ⅲ「商標圖樣應以清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解之方式呈現」，其規範之目的在於要求申請人應以清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解之方式呈現其所欲申請註冊之商標，以利商標專責機關審查，並能於註冊公告時，使第三人清楚知悉註冊商標之權利範圍。

◎本件申請註冊之氣味並非視覺可感知的標的，應以描述該氣味之文字說明作為商標圖樣，並輔以客觀上具有持久及再現可能性之樣本，以作為商標圖樣之補充，始合於氣味商標圖樣之程序要件。

◎本件商標圖樣之描述文字為「本件為氣味商標，如所附樣本（萬應紅花油），係一種含有紅花與桂皮混合氣味之中藥藥油，該紅花與桂皮氣味非為功能性配方，具有其獨特性及識別性」，在客觀上並不足以使第三人清楚、明確、完整地認知所欲申請氣味之內涵及註冊商標之權利範圍，而不易於理解，且所附藥油樣品一只於開封審查後，其氣味有無逸散流失之虞而非屬客觀上具有持久及再現可能性之樣本，亦有待說明釐清，尚難謂符合上開法條之規定。

2017/2/24

經濟部訴願會

□ 訴願駁回(105.1.19經訴字第10406317770號)

- 申請人應以清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解之方式呈現其所欲申請註冊保護的範圍，俾利商標專責機關就此範圍內進行審查，並於註冊公告時，能使第三人清楚知悉註冊商標的權利範圍，而有助於商標權利範圍的確定並有利於審查。
- 人的感官中嗅覺有微妙的記憶力而可被消費者所辨識
- 二種或二種以上不同氣味「混合」後之氣味內涵，因配方比例差異而有不同
- 訴願人僅以「白樹冬青油及薰衣草油混合特異氣味」稱之，並未見有何清楚、明確、完整、客觀及易於理解的文字描述，客觀上確實無法使消費者能清楚、明確、完整、客觀及易於理解二者「混合」後之氣味為何？

54 2017/2/24

2017/2/24

54



非傳統商標---氣味商標-2

- 久光製藥股份有限公司
- 薄荷味氣味商標
- 指定使用商品：
- 消炎鎮痛貼布

薄荷味

- 本商標為氣味商標。具薄荷味，此薄荷味乃藉由高濃縮甲基水楊酸（10重量百分比）和薄荷（3重量百分比）所混和而成
- 具有識別性？
- 足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別？

55

2017/2/24

程序審查核准，實體審查核駁

56

□ 案例

- 核駁事由：本件「薄荷味」之氣味商標，即為該2種成分所構成之氣味，是以之作為商標之全部，使用於指定之「消炎鎮痛貼布」商品，僅為所指定使用之商品所含成分之說明，尚不足以使商品之相關消費者認識其為表彰商品之標識，並得藉以與他人之商品相區別，有商標法第29條第1項第1款規定之情事。

2017/2/24

2017/2/24

56

USPTO

57

□ 案例

▣ 相同案例註冊於美國輔助註冊簿

- 註冊號：3589348
- 商品與服務及其分類：第5類消炎鎮痛貼布。
- 商標圖樣碼：(6) 不可能提供圖樣之情形，例如聲音
- 申請人：日商久光製藥股份有限公司
- 申請日：2008年3月13日
- 註冊日：2009年3月10日（輔助註冊簿）
- 商標描述：本商標為氣味商標。具薄荷味，此薄荷味乃藉由高濃縮甲基水楊酸（10重量百分比）和薄荷（3重量百分比）所混和而成。

2017/2/24

2017/2/24

57



非傳統商標---觸覺商標

- 白花油國際有限公司
- 萬應白花油瓶觸覺商標
- 指定使用商品：
- 中藥、藥油



58

2017/2/24

- 本件為觸覺商標，如所附樣本（白花油瓶），將之握在手中，擁有雕刻觸感及一手掌握之厚實感，尤其雙側邊弧狀設計及中央凸起之階部設計，使人一握（觸摸）即知係白花油瓶，具有其獨特性及識別性
- 所謂觸覺商標，係指商品表面的觸感具有識別性，消費者可經由觸摸其表面而得知產品之來源

第230次組務會議決議

59

- 1.商標圖樣建議申請人修正為：「本件為觸覺商標，如所附樣本（白花油瓶），為玻璃材質瓶身，有雕刻觸感及厚實感，及雙側邊弧狀設計及中央凸起之階部設計。」
- 2.考量本件商標主要為玻璃材質之觸感，雖於其上有雕刻及凸請等設計，係通常之包裝容器之觸感，申請人雖有長期使用之事實及大量廣告資料，惟參其看板、報章雜誌及電視等使用資料，並未特別宣導該商品瓶身之觸感有何特殊之處，或教導消費者其瓶身之觸感為何，如何以其瓶身來辨識其商品，是依現有資料尚難證明本件觸覺商標業經使用且已成為申請人商品之識別標示，是依消費者之認知，本件商標僅為包裝容器之通常材質、包裝容器形狀及裝飾圖樣所構成不具識別性之標識，並非辨別來源之標識，亦無商標法第29條第2項之適用，應以商標法第29條第1項第3款核駁。

2017/2/24

聯合式之非傳統商標

⊕ 商標表現

- 商標圖樣—視覺可感知部分（例外：音樂性質的聲音）
- 商標描述—非視覺可感知部分
- 商標樣本—得要求申請人檢附

➤ 聲音與動態商標聯合式

- 商標圖樣—表現動態影像變化過程之靜止圖像
（五線譜或簡譜）
- 商標描述—表現搭配動態影像之聲音
（音樂性質聲音的相關說明）
- 商標樣本—存載動態影像與聲音之電子載體

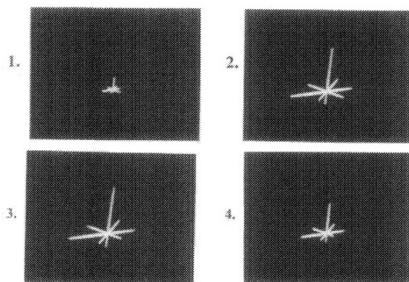
⊕ 各組成部分依「非傳統商標審查基準」之原則審查

60

聯合式之非傳統商標

案例 1

「本件為聲音與動態的聯合商標，聲音為大約持續2秒的尖銳爆炸聲，伴隨的動態影像為一星芒，商標圖樣包含4個圖像，自圖像1至圖像4，該星芒由小漸大，而後漸小。」

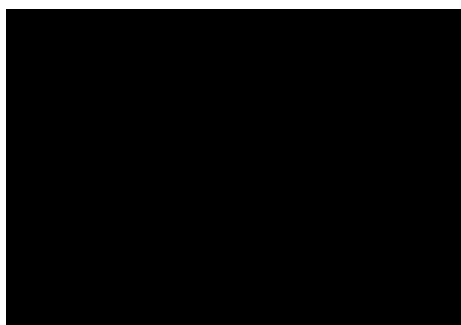


61

聯合式之非傳統商標

案例 2

- 優妮嬌盟股份有限公司
- 滿意寶寶MAMYPOKO
- 拋棄式嬰兒尿布；拋棄式嬰兒尿褲；尿布；…



62

2017/2/24

- 本件為動態與聲音商標的聯合式商標，動態影像由經設計之「MAMYPOKO」、「滿意寶寶」字樣及一大一小兩個圓形在「M」字母上方來回移動所構成，包含5個圖像，自第1個至第2個圖像，橘色的大圓形與黃色的小圓形逐漸靠近，自第3個至第5個圖像，橘色的大圓形與黃色的小圓形接觸後分開復回到原位；伴隨動態影像之「滿意寶寶」聲音由第6個圖像所示之樂譜構成。

聯合式之非傳統商標

案例 3

- 優妮嬌盟股份有限公司
- 蘇菲
- 衛生棉；生理期用棉塞；衛生護墊；…



63

2017/2/24

- 本件為聲音與動態的聯合式商標，包含5個圖像及1個樂譜，動態影像由一片白色羽毛逐漸變成翅膀及最後變成設計之「蘇菲」圖樣所構成，自第1個至第2個圖像，一片白色羽毛變成三片白色羽毛，自第3個至第4個圖像，由清晰翅膀變成模糊翅膀及「蘇菲」中文圖像，最終以清晰之「蘇菲」中文翅膀設計圖伴隨著以圖6樂譜女聲唱「蘇菲」之聲音呈現。

非傳統商標與新著作權競合之關係

- 二者立法目的不同
- 若同時符合商標法與著作權法之保護要件可同時取得商標權與著作權

2017/2/24

非傳統商標與專利競合之關係

- 具有技術性及功能性的創作，應以專利制度保護
- 設計專利係指對物品之形狀、花紋、色彩或其結合，透過視覺訴求之創作，並非屬技術或功能之創作，其影響市場公平競爭的可能性，較新型專利與發明專利之具有實用功能性的影響為低
- 非傳統商標，尤其立體形狀有可能同時獲得商標法與專利法的保護，但前提必須該外觀造形具有指示商品來源之功能
- 設計專利權人可以舉證證明該不具先天識別性的產品形狀設計，業經申請人使用，且在交易上已成為指示申請人商品之標識，並得藉以與他人之商品相區別，基於取得商標第二層意義，所具有之後天識別性，核准其註冊(商29 II)。

66



簡報結束

2017/2/24