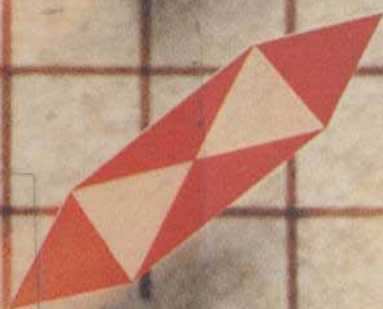
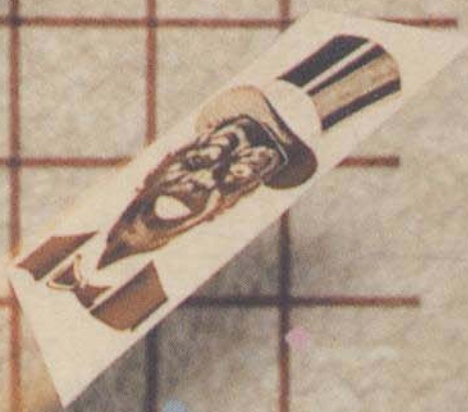


# 商標實例101

王正發 著

〔香港、國際商標檔案〕



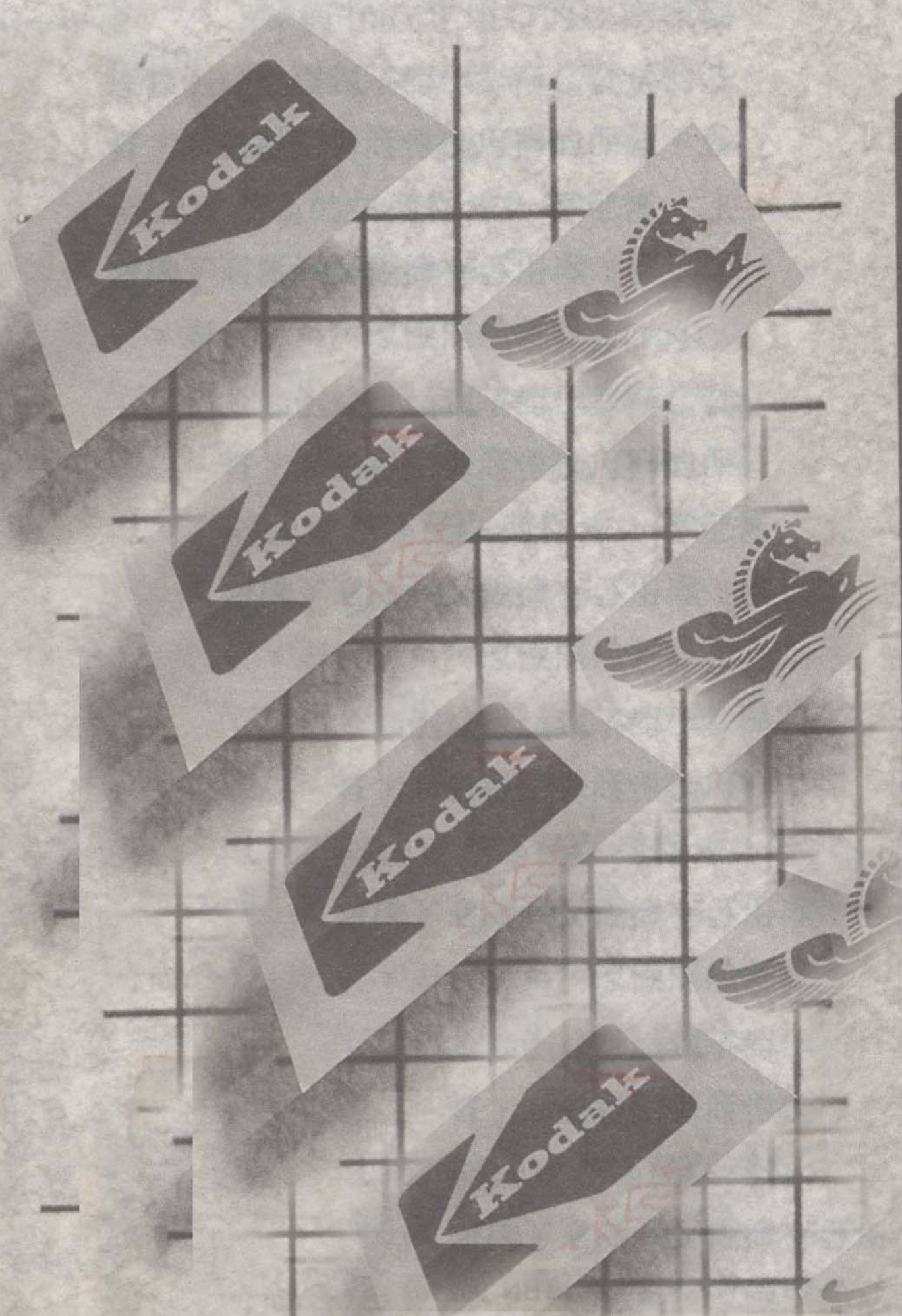
商務印書館



# 商標實例1001

王正發 著

【香港、國際商標檔案】



商務印書館

## **商標實例101**

**著 者——王正發**

**責任編輯——廖劍雲**

**出 版 者——商務印書館（香港）有限公司**

香港鰂魚涌芬尼街2號D僑英大廈

**印 刷 者——美雅印刷製本有限公司**

九龍官塘榮業街6號海濱工業大廈4樓B1

**版 次——1990年2月第1版第1次印刷**

©1990 商務印書館（香港）有限公司

ISBN 962 07 4129 3

# 序

中國於1950年頒布的《商標註冊暫行條例》與1963年頒布的《商標管理條例》都強調了商標對商品質量的監督，而忽視了對商標專用權的保護。直至1982年新的《商標法》製定後，才明確了商標註冊後擁有專用權，禁止仿冒，規定了對商標侵權的制裁。

由於長期忽視對商標專用權的保護，社會公眾常對商標產生誤解，不瞭解商標的重要性。以往法律中，只規定商標所有人的義務，要求商標強制註冊，強調商標監督商品質量的作用，而對商標註冊後的權益則重視不夠，因此不少商品生產單位認為商標是個負擔，全然不知道商標在商品銷售中的巨大的作用，名牌商標產生的價值不為人知，也不懂得商標的國際知識。

中國在1978年實行對外開放政策之前，很大程度上處於對外封閉狀態，沒有參加世界知識產權組織和保護工業產權巴黎公約，有關商標的國際知識，許多人都不知道。我們可以看到中國在

五、六十年代的商標，許多採用地名名稱，甚至國名，如青島啤酒、中華牌香烟，也有喜歡採用吹噓商品的形容詞，如永久牌自行車、芬芳牌香皂。這些商標都有可能在國外申請中遇到困難。還有不瞭解國外的風俗習慣和有關國家的法律規定，在商品銷售或申請商標註冊時遇到麻煩，如到伊斯蘭國家用熊貓牌，可能受到誤會，有的商標文字、圖案涉及商品的性質、質量等，很難獲得註冊。

商標法頒布了近七年，大家認識到商標擁有專用權的重要性，也注意到培養一個名牌商標能產生的價值，但是如何能設計出一個理想的商標，並且在國內外登記註冊時不會遇到困難；在世界各地推銷這樣商標的商品能夠為公眾所接受，且醒目易記，具有成為公眾歡迎的名牌商標的先決條件，這些知識許多人並不清楚。

王正發先生從事商標法律的研究已經二十多年，曾經做過商標代理業務，有實踐經驗，出版了《商標的知識》等著作，現在是中國專利代理(香港)有限公司的總經理，國內外知名。聯合國世

界知識產權組織總幹事鮑格胥博士曾經致函中國駐聯合國大使，指名要求中國政府派他到該組織擔任高級官員，由於他擔任現職務未獲公司董事會首肯，中國工業產權界人士言論及此，感到惋惜。

王正發先生今次發表的《商標實例101》一書，對中國工商企業設計商標是一部指南著作。當今人們逐漸認識商標專用權重要性之後，在如何設計商標方面，有此一書，如撥雲霧而見青天。願工商企業讀此書後設計出好商標，培養成名牌，促進商品銷售。

柳 谷 書

中華全國專利代理人協會會長

1989年6月

# 前言

本港市面上有一些關於商標設計的書籍，多數為美術設計人員所編寫，大部分僅是從實用美術角度來考慮商標設計的問題，很少涉及**商標設計**中需要注意的其他許多方面。本書是為彌補這方面的不足而寫的。

有人認為商標設計很容易，各種題材的文字和圖案信手拈來，便可設計成商標。這無疑是由於對商標的性質和特點缺乏瞭解造成的。

標準石油公司擁有的“Exxon”商標，僅由5個字母組合而成，但標準石油公司卻為這個商標的設計耗費巨資並花了3年時間，才得以完成。這對於不懂商標的人來說，當然會感到大惑不解。實際上，設計一個商標需要考慮到許多問題。

從**商標法律**上講，申請註冊的商標不能與他人先已註冊或申請的商標相同或類似，否則不會獲准。因此，在設計商標前，應該對商品銷售國家和地區已經存在的商標，有個基本瞭解，以免商



標使用後發生衝突，引起法律糾紛。其次，法律上有許多禁止用作商標的事項，在設計商標時也應該注意避免。例如，一般國家都規定，商標的文字和圖案不得對商品的性質、質量、作用、原料等有敘述性。因此，當有人申請註冊“Best”(最好)服裝、“紅艷”布疋、“遠航”皮箱、“羊”牌毛氈、“玉蘭”香皂等商標時，在許多國家和地區都遭到批駁。另外，商標的文字或圖案也不得觸犯法律和道德，例如不得有誹淫誹盜的內容，不得有誹謗他人的成分，不得損害宗教感情等。有人曾用“Madonna”(聖母瑪利亞)和聖母圖像作酒的商標，被有關商標局認為具有誹謗性而拒絕給予註冊。

在設計商標時，也應考慮商品銷售國家的文化、歷史、風俗等情況。美國是一個歷史不長的國家，當中國的“古瓷”香烟推銷到美國時，有的美國人就說這種牌子的香烟在美國很難打開銷路。

當許多地方掀起熊貓熱時，中國不少企業用熊貓的圖案和文字作商標，有的商品銷到回教國家時，很受冷落，原



因是熊貓長得像豬，以此作商標引起回教徒的反感。

廣州有家公司以“三羊”作鬧鐘商標，商標上還有山羊圖案。當商品銷到英國時，有的英國人笑說，家庭主婦若不是因為丈夫有外遇，一般不會去買那種鬧鐘，因為山羊在英國被喻為好色的不正經的男子。

每個國家都有一些忌諱的事物和顏色，例如中國某些地方的人忌烏鴉，認為是不祥之兆；日本人忌荷花，一般在舉行喪禮時才用；巴西人忌棕黃色，認為人死猶如黃葉飄零；比利時人忌藍色，相信藍色是與倒楣的事情聯繫在一起的。凡此種種，都是商標設計者需要瞭解和注意的。

設計商標時還應瞭解消費者的心理。當市場上的化妝品商標充斥着與花容月貌直接或間接有關的字眼時，冒出一個“Poison”(毒藥，相應中文商標為“葩芳”)商標，對某些樂於冒險的事業型女性會帶來某種新鮮感，符合部分人的心理。但是，商標的文字和圖案不能讓消費者感到討厭或不自在，否則他們便不大可能去買那種牌子的商品。

有人設計了“白玫瑰”男襯衣、“大象”女鞋、“熊掌”襪子、“耗子洞”熟肉等商標，引起消費者的很大反感。

**瞭解商品銷售國家的語言也非常重要**，否則會引起笑話，影響商品的銷售。例如有一個也用於男子內衣的“紫羅蘭”商標，中文本身已經不太合適，當商品出口時，相應的英文商標居然用“Pansy”。“Pansy”在英文中俗指無丈夫氣概或搞同性戀的男人。盡管目前世界上對同性戀問題有許多爭議，但相信多數男性消費者對這個商標是不會喜歡的。再如日本的香烟商標“Mild Seven”，中文商標用“萬事發”，設計者原意可能是爲了表示“萬事發達”，但由於“事”、“發”兩字緊接着，也容易使人想到“東窗事發”、“多事之秋”上去。

設計商標時需要瞭解的還有其他許多問題。**本書收集了101個商標設計實例**，加以分析評論，加上引用對照的商標設計實例共**265個**，其中有正面也有反面的例子。

在編排上，本書根據分析評論的角度，對商標設計的有關問題，作了大致

的分類，但有許多商標設計是可以從多種角度來分析評論的，例如書中“商標的組成部分”的實例，有許多是極具匠心的佳作，也有一些與商標的顯著性或消費者心理等問題有關，這在評論文字中也常附帶提及。

希望本書對工商界人士及商標設計人員有所裨益。



# 目錄

## 前言

### 一、商標：特殊種類

1. 柯達(Kodak)：  
防禦商標 ..... 2
2. 卜內門(ICI)：  
聯合商標 ..... 4
3. 中國鐵路：服務商標 ... 7
4. 英國純毛織品：  
聯合商標 .... 10
5. Don't leave home  
肯德基家鄉雞(Ke- ... 12

### 二、商標：特殊種類

6. 讀者文摘(Reader's  
Digest) ..... 14
7. 肯德基家鄉雞(Ke-  
ntucky Fried  
Chicken)：肖像 .... 16
8. Don't leave home  
without it：標語 .... 18
9. Kodak：創造新詞 .... 20



讀者文摘



Reader's  
Digest®  
Trademark Reg.





**W** White Westinghouse  
U.S.A.



**555**

**7·UP**



**B×3**  
B·BY·THREE

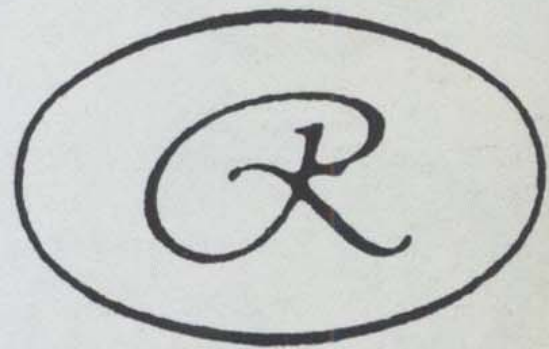


**ROLEX**  
of Geneva

10. 美國通訊衛星  
(COMSAT)：拼合詞... 22
11. 西屋/威士汀(Westinghouse Electric)：  
W ..... 24
12. 華生(WS)：  
交織字母 ..... 29
13. 吉列(Gillette)刀片：  
簽名式 ..... 31
14. 555：香烟標籤 ..... 33
15. 555：數字組合 ..... 35
16. 七喜(7·UP)：  
數字與詞 ..... 38
17. 明尼蘇達採礦及製造  
(3M)：數字＋字母 ..... 41
18. B·BY·THREE  
(B×3)：符號的運用... 44
19. 勞力士(ROLEX)：  
姓名 ..... 46
20. 奧賽羅(Othello)：  
藝術作品名稱 ..... 49
21. 通用電器(GEC)：  
名稱縮寫 ..... 51



- 22. 平等權利委員會  
(EOC)：抽象圖案 .... 55
- 23. 無比(Mobil)：顏色 ... 57
- 24. 可口可樂 (Coca-Cola)瓶：立體商標 ... 59
- 25. 派克(Parker)筆夾：  
平面註冊・立體造型 .. 61
- 26. 美國廣播公司  
(ABC)：音響商標 .... 64



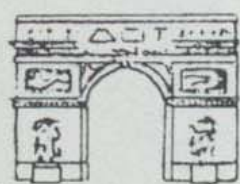
美加淨

MAXAM

### 三、不能或較難註冊的商標

- 27. 黑人(DARKIE)： .... 68  
種族歧視？
- 28. 性慾(LIBIDO)： .... 70  
不道德？
- 29. 麗晶(REGENT)：® 73
- 30. 理髮店三色柱燈：  
通用標誌 .... 76
- 31. 永久：商品圖案 .... 78
- 32. 上藥：商品名稱 .... 80
- 33. 仁丹：商標變商品 .... 84
- 34. 美加淨(MAXAM)：  
商品作用？ .... 88





**Arch of Triumph**  
HO'S INTERNATIONAL TRADERS CO., LTD.



35. 紅艷(Red & Pretty)：商品特點?... 90
36. 絲路(Silk Road)：  
商品原料? .... 92
37. 確不同  
(Coppertone)：  
商品效果? .... 94
38. 祝壽：文字欠妥 .... 96
39. 長壽(Long Life)：  
欺騙消費者? .... 98
40. 每天一元(Dollar-a-Day)：服務價格?... 100
41. 凱旋門(Arch of Triumph)：地理標誌... 102
42. 珠江橋(PEARL RIVER BRIDGE)：  
地理標誌 .... 104
43. PRC(中華人民共和國)：國家名稱 .... 106
44. 三角(TRIANGLE)：  
太普遍 .... 109
45. 三毛：不良影響?... 111



#### 四、消費者心理

46. 花花公子  
(PLAYBOY) :  
心理障礙? ..... 114
47. 長城：相反的聯想 ... 117
48. 熊掌：標新立異? .... 119
49. 耗子洞：可怕的聯想 . 122
50. 紅三角：雙重警號?... 124
51. 白象(WHITE  
ELEPHANT)：累贅  
之物? ..... 125
52. 神女：酒與女神 .... 127
53. 高堂：丈八金剛 .... 129
54. 醜小鴨：也愛美? ... 131

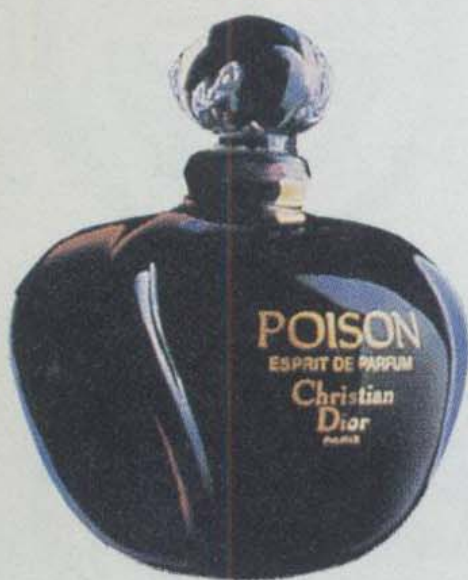
#### 五、設計的題材

55. 星晨旅遊(Morning  
Star) ..... 135
56. 花王(Kao)：月亮 ... 137
57. 陽光(SUNLIGHT)... 139
58. 三洋(SANYO) :  
通四海? ..... 143
59. 日航(JAL)：飛鳥 ... 145





# GENERAL



## 聲寶牌

## SHARP

SHARP CORPORATION, JAPAN



60. 珍寶 (GENERAL) :  
將軍? .... 147
61. 詩樂 (Silhouette) ... 149
62. 夢特嬌 (MONTA-  
GUT) .... 151
63. 鴛鴦 (Mandarin  
Duck) .... 153
64. 駿馬 (STEED) .... 155
65. 小殿下 (LITTLE  
MAJESTY) .... 157
66. 眼睛 .... 158

### 六、匠心獨運

67. 香港滙豐 (Hongkong  
Bank) .... 161
68. 派：一字多義 .... 163
69. 葩芳 (POISON) :  
毒藥 .... 165
70. 聲寶 (SHARP) .... 168
71. 設計2000 (DESIGN  
2000) .... 171
72. 駱駝 (CAMEL) .... 173
73. 拜爾 (BAYER) :  
文字交叉 .... 175