

• 王雲五主編 •

人人文庫

特

號

商標概論

宋光梁編著

臺灣商務印書館印行

S

011546

D 912.2901
887



S9009052

宋光梁編著

商標

臺灣商務印書館發行



石景宜先生贈書

年 月

編印人人文庫序

余弱冠始授英文，爲謀教學相長，並滿足讀書慾，輒廣購英文出版物。彼時英國有所謂人人叢書 *Everyman's Library* 者，刊行迄今將及百年，括有子目約及千種，價廉而內容豐富，所收以古典爲主，間亦參入新著。就內容與售價之比，較一般出版物所減過半。其能如是，則以字較小，行較密，且由於古典作品得免對著作人之報酬，所減成本亦多。

余自中年始，從事出版事業，迄今四十餘年，中斷不逾十載。在大陸時爲商務印書館輯印各種叢書，多厲廉售之意，如萬有文庫一二集，叢書集成初編以及國學基本叢書等，其尤著者也。民五十三年重主商務印書館，先後輯印萬有文庫薈要，叢書集成簡編，漢譯世界名著甲編等，一本斯旨。惟以整套發售，固有利於圖書館與藏書家，未必盡適於青年學子也。

幾經考慮，乃略仿英國人人叢書之制，編爲人人文庫，陸續印行，分冊發售，定價特廉，與人人叢書相若；讀者對象，以青年爲主，則與前述叢書略異。本文庫版本爲四十開，以新五號字排印，與人人叢書略同；每冊定價一律，若干萬字以下，或相等篇幅者爲單冊，占一號；超過若干萬字或相等篇幅者爲複冊，占二號，皆依

出版先後編次。每號實價新臺幣八元，一改我國零售圖書向例，概不折扣。惟實行以來，發見間以萬數千字之差，售價即加倍，頗欠公允。研討再四，決改定售價，單號仍爲八元，雙號則減爲十二元，俾相差不過鉅。又爲鼓勵多購多讀，凡一次購滿五冊者加贈一單冊，悉聽購者自選。區區之意，亦欲藉此而一新書業風氣，並使購讀者得較優之實惠而已。

抑今後重印大陸版各書，除別有歸屬，或不盡適於青年閱讀者外，當盡量編入本文庫。同時本文庫亦儘可能搜羅當代海內外新著，期對舊版重印者維持相當比例。果能如願，則本文庫殆合英國人人叢書與家庭大學叢書 Home University Library 而一之也。

數年之間，取材方面，時有極合本文庫性質，徒以篇幅過多，不得不割愛者，因自五十八年七月起新增特號一種，售價定爲二十元，俾本文庫範圍益廣，而仍保持定價一律之原則。惟半年以來，紙價工價均大漲，祇得將特號面數酌予調整。凡初版新書，每冊在二百一十面至三百面者，或景印舊版，每冊在三百一十面至五百面者，均列入特號，事出不獲已，當爲讀書界所共諒也。

中華民國五十九年一月五日王雲五識

序

一、本書編著目的

本書之編著，旨在爲對於商標日益重視之工商從業及工業設計人員，大專院校企業管理、工商管理、工業工程、法律、經濟等等系科師生，以及其他各界關心商標人士，提供有用而顯明之參考資料。

二、本書內容提要

本書計十四章。商標之價值及定義，首先論及。我國商標制度發展及法規訂修，以及商標之構成，各以專章縷述。商標系爭常引述之判例解釋，我國對比及其他商標案例，暨美、英兩國案

例，均足供處理商標業務之參考，分以五章詳列。商標所適用商品及服務之分類，關係商標顯著性之判認；已經廣為採用之是種國際分類，殊足為我國建議，及其註釋，有助採行，特以兩章篇幅闡列。商標設計為一種深湛技藝；特選輯世界商標設計六十餘則；國際使用商牌名稱之甄審為現世擴廣貿易之先決事項；商標為工業所有權之一端，國際保護益趨重要；均分章闡述。於篇末錄誌現行各項商標法規，尤便參閱。

三、本書編著經過

筆者自民國四十四年以來，參加經濟部中央標準局工作，商標為其四大業務——標準、計量、專利、及商標——之一，常收集書刊資料，藉供研讀；其間於四十六年及五十七年先後赴美、德兩國考察或出席會議，曾至該兩國專利局訪問。對於商標每有論著，均送刊「標準」雜誌或其他刊物；時應大專院校及講習班會之聘邀，作有關演講，恒撰編講義；茲經整理，並酌增訂，復承本局同仁提供資料，彙成「商標概論」一冊。惟商標關涉廣泛，且其審查，認事探證，論理用法，更須審思熟慮。筆者學殖淺薄，訛誤掛漏之處，在所難免，敬請學者專家，不吝指正，尤所幸感。

四、主要參考文獻

- (1) 「標準」雜誌。經濟部中央標準局印行。
- (2) 「發明」雜誌。發明雜誌社出版。
- (3) A.K. Berle and L.S. de Clamp, "Inventions and their Management." D. Van Nostrand Company, Inc. Princeton, N.J. 1954.
- (4) Robert A. Buckles, "Ideas, Inventions, and Patents." John Wiley & Sons, Inc. 1957.
- (5) Edward C. Vandenburg III, "Trademark Law and Procedure." 2nd ed. The Bobbs-Merrill Company, Inc. New York, 1969.
- (6) T.A. Blanco White, "Kerly's Law of Trade Marks and Trade Names." 9th ed. Sweet & Maxwell. London, 1966.
- (7) Peter Wildbure, "Trademarks—a Handbook of International Designs." Reinhold Publishing Corporation, New York, 1966.
- (8) "Industrial Property. "Monthly. The United International Bureaux for the Protection of Intellectual Property (BIRPI).
- (9) "Patent and Trade Mark Review." Monthly Trade Activities, Inc.

New York.

中華民國六十年五月

宋光梁謹識

目次

第一章 緒論

一、一 商標之價值及目的……………一

一、二 商標專用權之確保……………二

一、三 標章……………三

一、四 商標之定義……………三

一、五 標章與專利及著作權之區別……………八

第二章 我國商標制度之發展

二、一 保護商標之動機……………一

二、二 最初有關商標之法令……………二

二、三 前北京政府頒行之商標法……………三

二、四 國民政府在廣東頒行之商標條例……………七

二、五	商標行政統一之過渡法規	一八
二、六	全國統一後之商標法	一九
二、七	商標法規之修正	二〇
二、八	中國商標大事年表	三一

第三章 商標之構成

三、一	概說	三九
三、二	文字商標	三九
三、三	圖形商標	四一
三、四	記號商標	四三
三、五	聯合式商標	四四
三、六	設色	四五
三、七	商標與商號	四六
三、八	不能構成良好商標之事物	四七

第四章

我國商標系爭常引用之判解

四、一	商標之近似	四九
四、二	欺罔公眾	五一

四、三	習慣上通用之標章	五二
四、四	世所共知	五三
四、五	近似商標用於近似商品，他人不得申請註冊	五四
四、六	聯合商標	五四
四、七	利害關係	五五
四、八	自行變換或加附記	五五
四、九	正當事由	五七
四、十	窒礙狀態	五七
第五章	我國對比商標案例	五九
五、一	對比文字商標	五九
五、二	對比圖式商標	六八
第六章	我國其他商標案例	八一
第七章	美國商標顯著性案例	八九
七、一	商標之顯著性	八九
七、二	描述性標章案例	九〇
七、三	欺罔的及欺罔的描述不當的標章案例	九六

第八章	英國對比商標案例	一〇六
八、一	對比圖形商標	一〇一
八、二	對比文字商標	一〇五
第九章	商標適用的商品及服務之國際分類	一一三
九、一	國際商品及服務之分類	一一三
九、二	各類之名稱	一四
第十章	商標適用的商品及服務之國際分類註釋	一三三
第十一章	商標設計要義	一五三
一一、一	新商標之品質	一五三
一一、二	特殊應用方法	一五八
第十二章	世界商標設計選輯	一六一
一二、一	原料、化學品、燃料及動力等	一六一
一二、二	鋼鐵製造、工程、建築構造、築路等	一六八
一二、三	製造品	一七二
一二、四	公共、商業及職業服務等	一八一
一二、五	經銷服務	一八四

一二、六	道路、鐵路、海上及空中運輸	一八七
一二、七	通信業務（包括報紙、出版、無線電、電視等）	一八九
一二、八	各種社團（包括學會、協會、會社、俱樂部等）	一九〇

第十三章 國際使用的商牌名稱之創作問題

一三、一	語言之困擾	一九五
一三、二	商牌名稱之製作	一九六
一三、三	在若干語言中，係屬「潔淨」？	一九七
一三、四	語言之分組	一九八
一三、五	甄審初階	二〇一
一三、六	藍色卷宗	二〇三
一三、七	結論	二〇四

第十四章 國際保護工業所有權公約與協定

一四、一	引言	二〇五
一四、二	國際保護	二〇六
一四、三	巴黎公約（工業所有權保護）	二〇七
一四、四	馬德里協定（制止貨品來源之虛偽指示）	二一〇

附

錄

一四、五 馬德里協定（關於國際標章註冊）	二二一
一四、六 海牙協定（關於國際工業設計存放）	二二三
一四、七 尼斯協定（關於標章註冊用之國際貨品及服務分類）	二二四
一四、八 里斯本協定（原產地名稱之保護及其國際註冊）	二二五
一、商標法	二二七
二、商標法施行細則	二二六
三、經濟部委派中央標準局辦理商標註冊暫行辦法	二四三

第一章 緒論

一．一 商標之價值及目的

商標專用權時常極具價值。雖專利可賦予製造者在規定期間內專有製造之權，因而獲致莫大的報酬，但一俟該項專利權消滅，則其競爭者即可自由銷售，與之競爭，每每足使該製造者，無利可圖，甚至歇業。另一方面，如製造者已爲其製品之名稱，建立良好的商譽（Good-will）而使之大衆化，家喻戶曉，一般人們將如此熟稔，依照該製造者之商號（trade-name）而要求該項製品，致類似的製品之競爭，將不嚴重影響其業務。因此，商標及與之相關的商譽，成爲一家公司之極具價值的資產。商標專用權人可制止他人使用其商標，並可要求賠償其損失。

商標應爲一種顯著的文字、圖形、記號、或其聯合式，由一個人用於所生產、製造、加工、揀選、批售，或經紀之一種商品，以辨認該商品爲其所銷售者，俾購買者能自同類之其他商品中

，辨認出該某銷售者之商品。此決非意指購買者必須知曉銷售者確係何人。商標之目的，在使購買者，如已得知某一來源的貨品係所需要者，即能依據各件均已標示的該商標，選擇更多的此同一來源之貨品。祇要該貨品的品質保持購買者所需要者，則購買者並可以不必知曉亦不關心何人製造該貨品。他信賴商標，以確保他現所購的物品，與以前他所購者係來自同一來源，且具有相同的品質。換言之，商標之目的，即在指示商品之來源、製造者、或所有者。商標亦有稱為「商業簽字」(commercial signature)。商標不僅適用於商品，但亦可適用於服務(services)及協會(associations)，以及用作驗證(certifications)。(按我國現行商標法規定，商標僅適用於商品——營利的或非營利的。但現正擬議修正，加以擴充，亦可適用於服務等項。一件專利的有效時間僅為規定之年數，但商標祇要它能維持區分一家製造廠的商品與他人所製造者之功能，並依法展延，它就可持久有效。

一·二 商標專用權之確保

一位商人或製造者，獲得商標專有權之步驟如次：他選定一個標章(mark)，以辨認他的商品，在實際使用之前或之後，向政府主管商標註冊的行政機構（按：我國現時為經濟部中央標準局），依照規定程序，申請註冊，但該標章必須符合某些技術的要求。他將該標章附於該商品

或該商品的容器上。此人即稱為商標專用權人。該項商品必須實在銷售，且該商標僅限用於指定的種類之商品。偶而使用之標章不能獲得商標專用權。商標不能受到專利法或者作權法之保護。一個人僅僅創作或選定一個標章，並不能即為此標章，獲得商標專用權。

一·三 標 章

商標係一種標章 (mark)。標章之意義，據英國商標法解釋：「標章應包括一件圖式 (device)、烙印 (brand)、標頭 (heading)、標籤 (ticket)、名稱 (name)、簽字 (signature)、文字 (word)、字母 (letter)、數字 (numeral)、或任何組合」。

一·四 商標之定義

一·四·一 詞 典

據中華書局出版「辭海」載稱：「商標 (trademark)——俗稱牌子，一譯「嚙頭」，商品之標識也，以顯明之文字圖形為之。經政府核准註冊後，即取得專用權，有排除他人對於同類商