

 大學用書

2025年
9月9版

商標法之 理論與實務

陳昭華、王敏銓 著

 元照

購書請至：<https://www.angle.com.tw/Book.asp?BKID=17977>

商標法之理論與實務

陳昭華、王敏銓 著



元照出版公司

九版序

今年一月，在修改本書第九版期間，突然接到黃茂榮大法官辭世的消息，內心震驚與哀痛，久久無法平復！

自大學時期修習老師的債各課程開始，到研究所經老師指導碩士論文，甚至後來的博士階段與日後工作歷程中，老師始終不吝給予指導與協助，對我的學術養成與人生歷練皆影響深遠。特別是在研究方法上的教導，我尤為感念。

記得研究所時期，在老師指導下撰寫關於稅法的論文。初次接觸時幾乎對稅法一無所知，老師卻鼓勵我盡量不要依賴教科書，而是從稅法條文與判決出發，透過體系化的歸納與整理，逐步建構起專業知識。這與過往的學習方式截然不同，起初困難重重，許多概念模糊不清，但在一再摸索與推敲後，便逐漸清晰。這種研究方式一開始雖辛苦，卻也扎實，讓人獲得極大的成長。

閱讀判決的過程有時艱澀，老師總會不厭其煩地提醒我們，體系化的思維能力對法學訓練至關重要。當時我或許未能全然體會老師的用心，直到自己走上教職之路，才深刻明白：備課與研究的基礎，就是一種體系的建立與深化。這時才真正理解，老師當年那番苦口婆心的用意。

自大學以來，黃老師的諄諄教誨至今仍深植我心，在此致上我最深的感謝與無盡的懷念！

猶太經典《塔木德》有段教導：「即使再堅固的城牆，也必有其缺口。人無完人，由人所制定的法律與契約，自然也不會是完美

購書請至：<https://www.angle.com.tw/Book.asp?BKID=17977>

的。」商標法制亦復如是，不會是完美的；本書對商標法的論述，亦難免有所缺失。然而，筆者期盼藉由本書的探討，激盪出更多關於商標制度的思辨與對話。若書中有所疏漏或未盡周全之處，尚祈讀者不吝賜教，以期本書能臻於完善。

陳昭華 謹識

2025年6月25日



元照出版

搶先試閱版

購書請至：<https://www.angle.com.tw/Book.asp?BKID=17977>

九版共同作者序

於本出版第九版之際，感謝天父給我這個機會參與本書的寫作，並且得以透過教學與寫作繼續學習商標法的理論與實際。

同時也要感謝陳昭華老師，在學術研究的道路上不斷給予我鼓勵與建議。除了本書之外，陳老師也邀我共同寫作論文，在想法的相互激盪中繼續學習新的議題。

感謝本書的讀者們，不管是老師或同學，給予我們關於內容的回饋。這些意見都是我們繼續進步的動力。

「你以恩典為年歲的冠冕，你的路徑都滴下脂油」（詩65:11）。於本書新版出版之際，我對上帝表達無盡的感謝。

王敏銓

2025年6月30日

謹識於中興湖畔



元照出版

搶先試閱版

目 錄

九版序	陳昭華
九版共同作者序	王敏銓
八版序	陳昭華
八版共同作者序	王敏銓

第一章 序 論

一、商標之意義及功能	2
(一)商標之意義	2
(二)商標之功能	3
二、商標法之立法目的	9
三、商標與競爭／商標法與競爭法之關係	11
(一)商標與競爭之關係	11
(二)商標法與競爭法之關係	12

第二章 商標法權利保護之客體與商標保護之客體

一、商標法權利保護之客體	18
(一)商 標	18
(二)證明標章	18
(三)團體標章	19
(四)團體商標	20
二、商標保護之客體	22
(一)可作為商標保護之客體	22
(二)識別性	32

第三章 商標註冊之形式要件

一、申請註冊.....	44
(一)申請人及代理人.....	44
(二)應備具文件、申請日及一申請一商標原則.....	46
(三)申請日之認定.....	47
(四)申請事項之變更及更正.....	49
(五)分割、移轉與共有商標申請權.....	49
二、審查與核准.....	50

第四章 商標註冊之實質要件

一、不得註冊事項之規範基礎.....	59
二、不具識別性.....	59
(一)描述性商標.....	60
(二)通用標章或名稱.....	65
(三)其他不具識別性之情形.....	67
(四)例外：取得後天識別性者仍得註冊.....	71
(五)聲明不專用.....	76
三、其他不得註冊事項.....	77
(一)涉及與商標本體有關之事由.....	78
(二)涉及權利衝突之事由.....	99
四、混淆誤認之虞及近似商標、類似商品／服務之認定.....	111
(一)混淆誤認之類型.....	112
(二)判斷有無混淆誤認之虞之主體.....	112
(三)判斷有無混淆誤認之虞應參酌之因素.....	113
(四)各項參酌因素間之關係.....	128
(五)反向混淆之探討.....	132
五、著名商標之認定與不得註冊事項.....	144
(一)著名商標保護之國際規範.....	144
(二)我國就著名商標之規範.....	147

第五章 商標權之效力與限制

一、商標權之效力	170
(一)保護期間及延展	170
(二)效力範圍	170
(三)商標之使用	171
二、商標權效力之限制	178
(一)描述性合理使用	180
(二)指示性合理使用	182
(三)發揮功能所必要	197
(四)善意先使用	200
(五)商標權耗盡	205

第六章 商標權之異動與消滅

一、變 更	236
二、更 正	236
三、分 割	237
四、移 轉	237
五、授 權	240
(一)授權之類型及性質	240
(二)授權登記效力	242
(三)授權契約之終止	244
(四)授權後商標權移轉或再授權	244
(五)再授權	246
(六)廢止授權登記	246
(七)證明標章、團體標章或團體商標之授權	246
六、設 質	247
七、共有商標權或應有部分之變動	247
八、拋棄與消滅	248

第七章 商標權之異議、評定與廢止

一、異 議	252
二、評 定	254
(一)提起事由及提起評定者	254
(二)提起評定之期間	255
(三)評定及法律效果	256
三、廢 止	258
(一)廢止之事由	259
(二)廢止之效力	284
四、異議、評定與廢止制度之比較	285

第八章 商標權之侵害與救濟

一、概 說	297
(一)2022、2023年修法重點	297
(二)商標權侵害與救濟之規範	298
二、侵害商標權行為之類型	298
(一)民事責任部分之侵害商標權行為	298
(二)刑事責任部分之侵害商標權行為	374
三、侵害商標權行為之救濟	382
(一)侵害商標權之民事救濟	382
(二)侵害商標權之刑事救濟	411
(三)侵害商標權之邊境保護措施	412
四、侵權訴訟與智慧財產案件之審理	418
(一)智慧財產第一審民事事件之特別管轄	420
(二)紛爭解決一次性及避免裁判歧異	420
五、涉外商標權侵害訴訟	427
(一)涉外商標權侵害訴訟之要件	427
(二)侵權訴訟國際裁判管轄及準據法之決定	428

第九章 證明標章、團體標章與團體商標

一、證明標章	450
(一)證明標章之定義	450
(二)申請人及申請應檢附之文件	451
(三)證明標章之使用及效力	452
(四)移轉、授權或設質	453
(五)廢止註冊	453
二、團體標章	454
(一)團體標章之定義	454
(二)申請人資格及申請應檢附之文件	455
(三)團體標章之使用	456
三、團體商標	456
(一)團體商標之定義	456
(二)申請人資格及申請應檢附之文件	458
(三)團體商標之使用	459

第十章 商標權之國際保護

一、概 說	465
(一)商標保護國際化發展之緣由	465
(二)與國際商標權公約有關之主要國際組織	466
(三)國際商標權公約之類型	469
二、一般性之國際公約	470
(一)保護工業財產權巴黎公約	470
(二)與貿易有關之智慧財產權協定	492
(三)商標法條約	529
(四)商標法新加坡條約	533
三、與國際註冊有關之國際公約	536
(一)商標國際註冊馬德里協定	537
(二)商標國際註冊馬德里協定有關議定書	543
(三)原產地名稱保護及其國際註冊里斯本協定	550

購書請至：<https://www.angle.com.tw/Book.asp?BKID=17977>

四、與商標圖形、商品或服務分類有關之國際公約	552
(一)商標註冊用商品與服務國際分類尼斯協定	552
(二)建立商標圖形要素國際分類的維也納協定	553
第十一章 紅索問題	555



元照出版

搶先試閱版

圖表目錄

圖1	產地證明標章之例示	19
圖2	團體標章之例示	20
圖3	團體商標之例示	21
圖4	產地團體商標之例示	22
圖5	立體商標之例示	26
圖6	US TM 1975999	27
圖7	US TM 2793439	27
圖8	OHIM TM 2117034	28
圖9	註冊號：01863357	28
圖10	註冊號：01685455	28
圖11	註冊號：01724426	29
圖12	商標審查及行政救濟流程	52
圖13	「FERRERO ROCHER and device (three-dimensional device) (in colours)」商標	85
圖14	混淆誤認之虞之認定	113
圖15	歐盟比較廣告是否構成商標侵權之判斷基準	193
圖16	侵害商標權之主要救濟方式及規範	299
圖17	線上市場經營業者利用關鍵字廣告流程圖	316
圖18	第95條第1項商標侵權之刑事要件	378
圖19	海關執行商標權益保護措施流程圖	419



元照出版

搶先試閱版

購書請至：<https://www.angle.com.tw/Book.asp?BKID=17977>

表1	異議、評定及廢止制度之比較.....	285
表2	巴黎公約與TRIPS協定保護客體之比較	497
表3	國際規範中有關來源地標示、原產地名稱及地理標示 之規定.....	517
表4	WTO成員對葡萄酒地理標示多邊註冊與通知制度議題 之立場.....	524
表5	馬德里協定與馬德里議定書規範之重要差異	547



元照出版

搶先試閱版

第一章

序 論

目 次

- | | |
|------------------|--------------------|
| 一、商標之意義及功能 | 三、商標與競爭／商標法與競爭法之關係 |
| (一)商標之意義 | (一)商標與競爭之關係 |
| 1. 商標為一標識 | (二)商標法與競爭法之關係 |
| 2. 商標為表彰商品或服務之標識 | 1. 規範目的 |
| (二)商標之功能 | 2. 適用客體 |
| 二、商標法之立法目的 | 3. 適用主體 |
| | 4. 其他適用要件 |



元照出版

搶先試閱版

2 ● 商標法之理論與實務

一、商標之意義及功能

(一)商標之意義

商標，是表彰商品或服務，使其相關消費者得藉以與他人之商品或服務相區別之標識。商標之於商品或服務，就如人的姓名之於人一樣，目的在使人易於辨識姓名所歸屬之人。商品或服務在交易過程中如能以標識加以區別，將會使消費者更容易辨識，提高許多效率，消費者不需要為特定之商品或服務作許多的描述，透過標識即得以辨識。同時透過商標，消費者對其所使用之商品或服務即有一定程度之瞭解，包括其來源或品質等，故商標上可以具有多重意義。茲將其特點及範圍分述之如次。

1. 商標為一標識

商標為標識之一種。標識之範圍極廣，舉凡姓名、公司與商號名稱、指稱商品或服務之商標、指稱營業之營業標誌及其他作為區別營業活動之標示等，都屬於標識之範圍，故商標只是標識之一種。

2. 商標為表彰商品或服務之標識

商標之最主要目的在使商品或服務之相關消費者得藉以與他人之商品或服務相區別，故若無法使消費者藉以「辨識」（識別），即無法作為商標。又商標所表彰者不僅是商品，也包括服務。以前就表彰服務之標識稱為「服務標章」，但商標法在2003年修法後已將服務標章包括在「商標」之概念中，故現行商標法中之「商標」為表彰商品或服務之標識。「標章」之概念用於團體標章及證明標章。

至於商標與表徵之關係為何？表徵，係公平交易法（以下簡稱「公平法」）第22條之用語。所謂「表徵」，係指某項具識別力或第二意義之特徵，其得以表彰商品或服務來源，使相關事業或消費者用以區別不同之商品或服務¹。表徵之種類，除公平法第22條第1項所規定之具有識別力或次要意義之姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外

¹ 最高法院109年台上字第2726號判決。

觀等外，其他具有表彰商品或服務之具識別力或次要意義之特徵的標識均屬之，如網域名稱。因此商標不過是表徵之一種態樣而已，除商標外尚有許多其他類型，表徵之範圍比起商標廣得多，為商標之上位概念。

又「品牌」與商標是否相同？依社會通念，「品牌」係指營業、商品或服務之象徵，乃由商譽、產品或服務、企業文化以及整體營運管理形象等形塑而成；「商標」則係指具有識別性之標識，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者，且因我國採註冊主義，需申請註冊，經主管機關審查核准使用於申請人指定之商品或服務者，始取得商標權。職是，「品牌」與「商標」兩者並非等同²。

(二)商標之功能

根據商標法第18條第1項，「商標，指任何具有識別性之標識。」因此商標必須具有「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，並得以與他人商品或服務相區別者」（同條第2項），始得作為商標，此即識別功能及表彰來源功能，為商標之最基本功能。但隨著資訊科技的急速進步，商標在工商社會中扮演愈來愈重要之角色。除上述功能外，尚有保障品質及廣告功能。品質保證功能，係指透過商標即可瞭解該商標所指定使用之商品或服務大致具有甚麼樣的品質。此外，即使消費者未曾使用過該商品或服務，亦可能透過媒體或網路，對該商品或服務有某程度之瞭解，此乃因廣告而展現之吸引力，即為廣告功能。

關於商標之功能，國內文獻或實務上較常提到的是識別功能、表彰來源功能、品質保障功能及廣告功能³。以下分別就德國、歐盟法院與

² 智慧財產及商業法院110年民商上字第7號判決。在英文中，brand與trademark在許多產業混用，指稱文字商標；但name brand一詞則指著名的文字商標，1 Anne Gilson LaLonde, Gilson on Trademarks § 1.02.

³ 智慧財產法院109年民暫抗字第4號裁定：「商標法之保護標的，並非僅止於商標本身，尚包括長期使用與廣告宣傳所累積之『商譽』，其商譽則具體附著於商標，在識別功能、表彰來源功能、品質保障功能以及廣告功能遭到破壞或有遭到破壞的可能性時，或可能造成消費者消費決策錯誤之風險，或影響消費者

購書請至：<https://www.angle.com.tw/Book.asp?BKID=17977>

國家圖書館出版品預行編目資料

商標法之理論與實務／陳昭華，
王敏銓著．-- 九版．-- 臺北市：元照，
2025.09

面：公分
ISBN 978-626-369-318-0（平裝）

1.CST：商標法

587.3

114007994

商標法之理論與實務

5C146RI

作 者 陳昭華、王敏銓
出 版 者 元照出版有限公司
100 臺北市館前路 28 號 7 樓
網 址 www.angle.com.tw
定 價 新臺幣 680 元
專 線 (02)2375-6688
傳 真 (02)2331-8496
郵政劃撥 19246890 元照出版有限公司
出版年月 2013 年 2 月 初版第 1 刷
2025 年 9 月 九版第 1 刷

Copyright © by Angle Publishing Co., Ltd.

登記證號：局版臺業字第 1531 號

ISBN 978-626-369-318-0



本書簡介



- 商標法是管制市場競爭秩序的法律之一，隨著商業市場持續演進，商標法的主題也不斷推陳出新，出現各種新類型的使用方式，以及在商標法領域中的新興議題。
- 全面性鳥瞰商標法領域，對涉及商標權之各個主題進行深入淺出的解說。
- 立基於理論的整體結構，融會我國實務最新見解，使學習者能體系化地掌握商標法的全貌與最新發展。商標法也是國際性的法律，歐美實務見解及國際公約不時與我國實務互動。
- 在主要議題中闡明歐美相關立法例與判決，與我國實務見解相互對照，欲對商標法深入學習者亦可從本書獲得進一步鑽研的線索。
- 針對目前國際實務上較有爭議或是因為環境變遷正發展出的新議題，本書提出「紅索問題」提供更深入探討的空間。

 元照出版公司

地址：臺北市館前路28號7樓

電話：(02)2375-6688

網址：www.angle.com.tw



元照網路書店



月旦品評家

