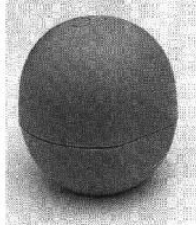


105020303 有關「eos 球型立體圖樣」商標註冊事件(商標法§29) ([智慧財產法院 104 年度行商訴字第 54 號行政判決](#))

爭點：系爭立體形狀是否具商標識別性

系爭商標



第 3 類 化妝品，即唇部底霜，修護唇霜；潤唇膏；護唇膏；珠光唇膏；亮光唇膏；護唇霜；不含藥之護唇保養品；不含藥之護唇劑；含藥化妝品，即唇部底霜、修護唇霜、潤唇膏、護唇膏、珠光唇膏、亮光唇膏、護唇保養品、護唇劑。
第 5 類 醫療用凡士林、醫療用甘油、醫藥用杏仁乳劑、醫療用油脂。

相關法條：商標法第 29 條

案情說明

原告前手康愛公司前於 102 年 8 月 9 日以系爭「eos 球型立體圖樣」立體商標，指定使用於第 3 類之「化妝品」等商品及第 5 類之「醫療用凡士林」等商品申請註冊，經被告審查，認系爭球形立體圖形指定使用於前揭商品，予人直接寓目觀感即為其商品包裝容器裝飾性的設計形狀或造型，不具識別性，且有致商標權範圍產生疑義之虞，應聲明不專用，康愛公司未為不專用之聲明，依商標法第 29 條第 3 項規定，系爭商標應不准註冊，以 103 年 9 月 17 日商標核駁第 357789 號審定書為核駁之處分，康愛公司不服，遞予提起訴願及行政訴訟，並於訴訟中轉讓將系爭商標予原告。

判決要旨

智慧財產法院 104 年度行商訴字第 54 號行政判決：

訴願決定及原處分均撤銷。

被告應就原告第 102043871 號「eos 球型立體圖樣」商標申請案作成准予註冊之審定。

訴訟費用由被告負擔。

<判決意旨>：

一、系爭商標不具先天識別性

本件系爭商標係由外文「eos」與「球型立體圖形」所構成，其商標描述為 eos 球型立體圖樣，球型由上下兩半球組合而成，頂端順著球型刻有 eos 字樣，底部有一圓形平面凹槽，供立體圖樣站立擺放，圓形凹槽中有 eos 字樣，球型側面有一類似拇指形狀的凹陷處，而其指定使用於第 3 類化妝品等、第 5 類醫療用凡士林等商品，由其圖樣上之外文「eos」

而觀，並未傳達所指定使用商品的相關資訊，不具有商品說明的意義，其予人直接寓目觀感為商品包裝容器的裝飾性設計形狀或造型，以吸引消費者注意，依一般社會通念，予消費者之直接印象，為商品或容器裝飾性的美化設計形狀，難謂已足使相關消費者認識其為表彰其商品之標識，並得藉以與他人之商品相區別，故不具先天識別性。

二、系爭商標具後天識別性

依原告前手康愛公司於訴訟程序中所提出之證據顯示，系爭商標於 99 年間在台灣地區的拍賣網站上架，100 年間已有部落格文章介紹包括本件球型造型在內之各式護唇膏，103 年間已有行銷費用單據，於本件訴訟中另提出 103 年 9 月至 104 年 9 月已達 41 萬多顆，而 eos 球型護唇膏相關消費者即台北市與新北市都會區女性，達 55% 以上受訪者知悉為護唇膏產品，受訪者超過 60% 知悉為原告之產品，是系爭商標在台灣地區之行銷時間不長，然因原告於系爭商標申請後，有投入相當之行銷與廣告費用，而該產品適合於都會地區女性，以其短小輕便適於攜帶特性，適合於全臺灣便利商店為銷售據點，且系爭商標於美國與大陸地區均已註冊，其所提出市場調查報告結果可證明相關消費者知悉該造型與護唇膏有關，是綜合原告於訴訟中提出之證據，應可證明系爭商標具有後天識別性。