

商標名稱通用化之理論與實務

鄧振球*

摘 要

商標具有表彰商品來源之功能，商標之設計為順應其功能，必須具有識別性，不具識別性之商標設計，不僅無法註冊，更無法主張商標專用之權利。商標名稱通用化，則是指原本具有識別性之商標，通常為著名商標，因為社會大眾消費習慣以及認知的改變，變成商品的通用名稱，落入公共財領域，無法受到法律之保護。商標名稱通用化，在國外並非新概念，惟在我國商標法領域中因屬新規定，未見我國學者進行專門之闡述。本文乃參考美國法制，就商標名稱通用化之意義、形成原因、判斷標準、法律效果，以及我國法制之檢討等議題，分別加以闡釋，期有助於解決商標名稱通用化所衍生之各項行政救濟，以及法院訴訟上面臨之新議題。

關鍵字：商標名稱通用化、商標顯著性、消費者主觀認知、主要意義原則、商標權廢止

* 台灣高等法院法官。

投稿日：2007 年 12 月 28 日；採用日：2008 年 3 月 8 日