

歐盟普通法院駁回可口可樂曲線瓶商標註冊



可口可樂公司於2011年向內部市場協調局(Office for Harmonisation in the Internal Market, OHIM)申請註冊流線型立體瓶身商標。經OHIM審議後，於2014年3月以本項商標缺乏顯著特徵不具商品區隔性為由，予以駁回申請。為此，可口可樂向歐盟普通法院(EU General Court)提出上訴。

惟法院於日前(2016年2月)做出說明，其判決結果認為立體瓶身並不具備與市場上其他可樂瓶區隔的具體特徵，根據共同體商標條例第7(1)(b)條「若商標缺乏顯著特徵則不允許註冊」。並質疑其所做的市場調查研究，無法證明該瓶身於市場上具有明顯的商品獨特性，不能讓消費者得以一眼看出是可口可樂產品，不符合條例第7(3)條(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，得與他人之商品或服務相區別者)排除7(1)(b)之適用條件，基於上述理由判決可口可樂公司敗訴。

透過此案件，一定程度呈現OHIM與歐盟法院在立體商標認定上相對審慎的態度。

在歐盟有關外觀設計與商標的聲請，係依照歐盟「共同體商標條例」(Council Regulation (EC) No. 207/2009)所規範。經申請通過之歐洲共體商標(CTM)註冊，得使產品或服務於全歐盟境內28個會員國享有排他性權利。而過往以販售之商品外觀或形狀申請註冊商標是具有難度的，必須係該外觀及形狀為增加其商品本身的價值或生產技術上所必要的結果，始得有商標註冊的可能。

「本文同步刊登於TIPS網站 (<https://www.tips.org.tw>)」

相關連結

- [日本知识产权高等法院支持了可口可乐公司瓶形立体商标的显著性, Nov.06, 2008](#)
- [Coca Cola cannot trademark bottle shape, EU court rules, Feb.24, 2016](#)
- [EU General Court rejects Coca-Cola bottle-shape trade mark bid, Feb.25,2016](#)

王凱嵐

法律研究員 編譯整理

上稿時間：2016年03月

資料來源：

EU General Court rejects Coca-Cola bottle-shape trade mark bid, Feb.25,2016 <http://www.out-law.com/en/articles/2016/february/eu-general-court-rejects-coca-cola-bottle-shape-trade-mark-bid/> (last visited March.07, 2016)
Coca Cola cannot trademark bottle shape, EU court rules, Feb.24, 2016 <http://www.nationmultimedia.com/breakingnews/Coca-Cola-cannot-trademark-bottle-shape-EU-court-r-30280071.html> (last visited March.07, 2016)

延伸閱讀：

日本知识产权高等法院支持了可口可乐公司瓶形立体商标的显著性, Nov.06, 2008 http://www.cta.org.cn/gjil/201008/t20100815_16613.html (last visited March.07, 2016)

