品牌保護三步驟 資策會科法所：避免撞名、搶註、失權

(中央社訊息服務20201231 10:22:29)

品牌知名度有時象徵著市場競爭力的高低，當知名度越來越高時，同業即有可能爭相模仿。品牌若未註冊成商標進行保護，在面對山寨品牌的攻擊時恐將束手無策；然品牌成功註冊取得商標保護，是否就是擁有萬靈丹？其實不然。

為協助國內業者妥善落實品牌保護，財團法人資訊工業策進會科技法律研究所（資策會科法所）特別透過知名品牌案例，說明品牌發展不可忽略的三個基本智財攻略：

資策會科技法律研究所分享保護品牌避免侵權仿冒的3個基本智財攻略

Step 1：品牌撞名對策-提早在品牌命名提案階段進行商標檢索

知名餐飲連鎖集團王品2019年推出新品牌「丰禾日麗」台式小館，於2018年申請註冊商標時，才發現2017年時即被鍋物店以「風和日麗」註冊商標。由於被智慧局認為兩者讀音相同、文字高度近似，且都是經營餐飲相關，可能將使消費者造成混淆誤認，因此，王品無法順利取得商標。

資策會科法所施品安組長指出，前述案例即是在品牌命名提案階段，未即時發現品牌與他人註冊商標撞名，直到品牌命名定案提出商標申請，才發現商標近似問題的實例。如何預防類此情況？施品安提醒，商標申請前的檢索工作固然重要，但若能提前在品牌命名提案階段，確認有無與他人在先申請或註冊商標近似的情況，更能協助品牌發展前階段工作的落實。

Step 2：品牌仿冒對策-同步在品牌重要市場、主要商品布局註冊商標

日本無印良品MUJI曾在中國大陸被山寨品牌「Natural Mill 无印良品」控告侵權，最後MUJI不僅必須賠償約新台幣270萬元，部分商品如毛巾、床單等也不得使用「无印良品」商標，只能標示「MUJI」。

施品安表示，雖然日本無印良品早在1999年起申請註冊約200件「无印良品」商標，但未因應多角化經營調整商品保護內容，導致申請註冊商標無法完整保護品牌旗下商品。如何預防類此情況發生？施品安建議，不僅在臺灣申請註冊商標，當品牌拓展到海外，還要注意品牌主打商品或服務在目標市場的商標布局情況，以防止山寨版商品的侵權仿冒。

Step 3：品牌失權對策-品牌行銷避免變更註冊商標主要識別

日商小學館集英社製作股份有限公司曾以「小叮噹哆啦A夢 DORAEMONドラえもん及圖」申請註冊商標，並指定使用在通信器材產品[illegible]冊商標圖樣為中文「小叮噹 哆啦 A夢」、「DORAEMON ドラえもん」及哆啦 A夢圖像，由上至下排列組成，但其販售的平板電腦所使用[illegible]標誌，卻僅可見哆啦 A夢臉部或整體之圖像、外文「DORAEMON」、中文「哆啦 A夢」，並未見中文「小叮噹」及日文部分，被智慧局認[illegible]信器材商品沒有整體使用註冊商標，而廢止其該商品的註冊商標。

施品安說明，此案即是品牌於行銷時使用變更註冊商標圖樣的主要識別，違反法律規定如實使用註冊商標的義務，導致品牌商品失去商[illegible]護的實例。要預防此類狀況，品牌於順利取得註冊商標之後，要注意品牌行銷使用註冊商標的情況，避免變更註冊商標主要識別特徵。

施品安提醒，品牌經營如果疏忽智財布局，可能致使品牌面臨被控侵權、仿冒、失去商標權的危機。為協助臺灣的品牌企業避免危機發生，經濟部工業局提供專屬品牌企業的智財支援，引導企業聚焦品牌智財保護的三個基本攻略：品牌命名提案階段的「品牌商標檢索」、品牌拓展海外市場的「品牌商標布局」，以及品牌行銷宣傳的「品牌商標維權」，以降低品牌營運的智財風險。

相關連結

經濟部工業局109年度台灣品牌耀飛計畫網站

上稿時間： 2020年12月31日

新聞來源： https://www.cna.com.tw/postwrite/Detail/286059.aspx#.X_VaP9gzaUl

文章標籤