

# 目錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	iii
誌謝.....	v
目錄.....	ix

## 第一章 緒論..... 1

第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究範圍.....	2
第三節 研究方法.....	2
第一項 文獻分析.....	3
第二項 比較法研究.....	3
第三項 案例實證研究.....	3
第四節 論文架構.....	3

## 第二章 美國立體商標保護制度概說..... 5

第一節 概說商標 (trademark) 之保護.....	5
第一項 商標之功能及商標制度之目的.....	5
第一款 商標之意義與構成.....	5
第二款 商標之功能.....	6
第三款 商標制度之目的.....	7
第二項 商標權之取得.....	8
第一款 使用主義.....	8
第二款 商標之註冊要件.....	9
第一目 識別性 (distinctiveness) .....	9
第二目 非功能性 (non-functionality) .....	15
第三目 無不予註冊事由.....	16
第三款 商標侵權之救濟要件—混淆誤認之可能性.....	16
第二節 概說商業表徵 (trade dress) 之保護.....	18
第一項 商業表徵之意義.....	18

第一款	保護商業表徵之目的.....	18
第二款	商業表徵之內容與範圍.....	19
第二項	商要表徵之保護要件.....	20
第一款	識別性或第二重意義.....	20
第一目	問題之所在.....	20
第二目	商業表徵有無先天識別性？是否須取得第二重意義？.....	21
第三目	哪些商業表徵具有先天識別性？.....	22
第四目	先天識別性之判斷標準.....	24
第二款	非功能性.....	25
第三款	他人之使用有引起混淆誤認之可能性.....	26
第三節	立體商標之保護.....	26
第一項	立體形狀之可註冊性.....	26
第二項	註冊要件.....	27
第一款	主要註冊簿（Principal Register）.....	27
第二款	輔助註冊簿（Supplemental Register）.....	28
第四節	小結.....	28

### 第三章 美國功能性原則之探討.....31

第一節	功能性原則之理論基礎.....	31
第一項	具有實用功能的產品特徵應以專利保護.....	32
第二項	市場自由公平競爭秩序之維持.....	33
第二節	功能性原則之發展與功能性之判斷.....	33
第一項	事實上功能性與法律上功能性.....	34
第二項	實用功能性與美感功能性.....	35
第一款	實用功能性.....	35
第一目	一九八〇年代以前.....	35
【案例一：Kellogg Co. v. National Biscuit Co.】	.....	35
【案例二：In re Honeywell, Inc.】	.....	37
第二目	一九八〇年代.....	39
【案例三：Inwood Laboratories, Inc. v. Ives Laboratories, Inc.】	.....	39
【案例四：In re Morton-Norwich Products, Inc.】	.....	40
第三目	一九九〇年代.....	43
【案例五：Two Pesos, Inc. v. Taco Cabana, Inc.】	.....	43
【案例六：Qualitex Co. v. Jacobson Products Co.】	.....	44

【案例七：Vornado Air Circulation Systems, Inc. v. Duracraft Corp.】	46
【案例八：Thomas & Betts Corp. v. Panduit Corp.】	48
第四目 二〇〇〇年以後	49
【案例九：TrafFix Devices, Inc. v. Marketing Displays, Inc.】	49
第五目 TrafFix Devices, Inc. v. Marketing Displays, Inc.案之後	52
【案例十：Valu Engineering, Inc. v. Rexnord Corp.】	52
【案例十一：Eppendorf-Netheler-Hinz GMBH v. Ritter GMBH】	54
【案例十二：Dippin' Dots, Inc. v. Frosty Bites Distribution, LLC】	56
【案例十三：Au-Tomotive Gold, Inc. v. Volkswagen of America, Inc.】	57
第二款 美感功能性	59
第一目 適用美感功能性之案例	60
【案例十四：Pagliero v. Wallace China Co.】	60
【案例十五：Knitwaves, Inc. v. Lollytogs Ltd.】	62
第二目 反對美感功能性之案例	63
【案例十六：Keene Corp. v. Paraflex Industries, Inc.】	63
【案例十七：Clicks Billiards, Inc. v. Sixshooters, Inc.】	64
第三目 美國聯邦最高法院的立場	66
第四目 近年發展	67
第三節 小結	67
第一項 關於實用功能性	67
第二項 關於美感功能性	70

#### 第四章 我國立體商標保護暨功能性原則之探討.....73

第一節 商標法之立法目的	73
第二節 商標權之取得	74
第三節 立體商標之保護	75
第一項 立體商標之意義與申請態樣	76
第一款 立體商標之意義	76
第二款 立體商標之申請態樣	76
第二項 立體商標之註冊要件	77

第一款 識別性.....	77
第一目 一般商標之識別性審查.....	77
第二目 立體商標之識別性判斷.....	80
第二款 非功能性.....	84
第三款 無其他不得註冊事由.....	85
第三項 立體商標侵權之救濟.....	85
第四節 立體商標之功能性原則.....	86
第一項 商標法之規範.....	86
第二項 功能性之規範目的.....	87
第三項 立體形狀功能性之判斷.....	88
第四項 功能性與識別性之關係.....	89
第五項 美國功能性原則與我國功能性原則之比較.....	90
第五節 小結.....	92

## 第五章 我國立體商標審查實務之檢討與評析.....95

第一節 目前我國立體商標核駁案之案件統計.....	95
第一項 以功能性為由核駁者.....	96
第一款 案例.....	96
第二款 評析.....	97
第二項 以識別性為由核駁者.....	99
第一款 以商標法第二十三第一項第一款為由核駁者.....	99
第一目 申請標的不具識別性，卻涉及功能性概念者.....	99
第二目 申請標的之形狀為「通常採用」、「一般業者常用」或「普通常見」之形狀者.....	101
第三目 申請標的之形狀為「普遍常見」或「普通常見」之形狀者.....	107
第四目 申請標的之形狀為「習見」或「普通習見」之形狀（裝潢設計）者.....	114
第五目 申請標的之形狀為「消費者認知為說明性形狀」之形狀者.....	118
第二款 以商標法第二十三第一項第二款為由核駁者.....	123
第二節 我國立體商標審查實務之問題.....	125
第三節 小結與建議.....	128

## 第六章 結論.....131

參考文獻.....137



