

東海大學法律學系研究所

碩士論文

指導教授：許曉芬 博士

氣候變遷與商標制度之探討：

以商標使用綠色相關字樣實務審查分析為中心

Climate Change and Trademark System :

Study on the Registrability of Using Green Term as a
Trademark

研究生：黃嘉微

中華民國一〇一年十月

【論文摘要】

面對氣候變遷帶來的種種威脅影響下，各國為削減溫室氣體的排放量紛紛將產業型態轉向綠色產業。而人們在這股綠色意識之下，也逐漸檢討自己的消費型態，開始在選購產品或服務時將綠色、環保等概念納入採購因素中，實行所謂的綠色消費。本文藉由探討氣候變遷帶來的影響，分析綠色浪潮下，智慧財產權制度特別是商標法，應如何回應，才能一同面對地球暖化現象，並對氣候變遷議題盡一份心力。

在此等思維下，企業為了搭上綠色消費風潮，紛紛利用特定字彙註冊所謂綠色商標，使消費者對其產品有較高之觀感。然而這些以綠色、環保、天然等字樣所組成的綠色標識是否真能毫無疑問的進行註冊而受商標法保護？本文從實證研究出發，透過實務審查分析，瞭解目前不管是在美國或是台灣，實務對於包含 Green 等字所組成的綠色商標皆採取較為嚴格的審查態度。對該類綠色標識之註冊申請，大多均以僅具描述性駁回其註冊。因以該等詞彙組成之標識指定使用於綠色產品時，難免會讓人誤以為該標識僅是產品的描述或說明，而不具有指示產品來源之功用。但本文認為除此之外，此等綠色詞彙的使用更可能會引起消費者的誤認誤信，因此我國在對於綠色標識的審查時，應特別注意有無商標法第 23 條第 1 項 11 款規定之適用，以符合綠色商標之真義，並回應氣候變遷議題之需求。

關鍵字：氣候變遷、智慧財產權、綠色商標、誤認誤信

謝 辭

一轉眼間，我已經默默在東海生活邁入第9個年頭了，當時我也想不到自己東海畢業之後，還會繼續在這邊念研究所。考上東海法研的那天開始，我就無時無刻在擔心做報告跟未來要寫論文這兩件事，非常害怕自己會產不出論文而畢不了業。但時光飛逝，想不到我也可以坐在這邊打我的謝辭，我只能說這一路走來要感謝的人太多了，如果沒有大家的幫忙和陪伴，我想我的研究所生活大概會過得很悲情吧。

我最感謝的人是我的家人，我的父母、大姐、弟弟還有兩隻能撫慰我受挫心靈的愛犬臘臘跟米果。家人真的是我最堅強的後盾，尤其是我偉大的媽媽。雖然媽媽老是愛碎念我說到底什麼時候才要畢業、什麼時候才能工作賺錢，但念歸念，他還是讓我安心的讀完研究所，從不因為自己很辛苦而要求我要放棄學業馬上進入社會去工作。我也要謝謝我的大姊，在我蒐集文獻的過程中，瘋狂的幫我影印一堆資料和借一堆書，真的省去我很多麻煩。謝謝你們，我愛你們，我也期許自己在未來的日子裡，能盡快成為家中一根堅強的支柱，成為有力的後盾。

我也非常感謝我的恩師，許曉芬老師，如果沒有老師從旁的督導與協助，我想我怎麼樣也不可能寫出一本論文吧！

回憶起我跟許老師的緣分著實有趣，我們的師徒緣大概是從一年級下學期，當我抽起那根有著許老師名字的籤之後展開的。初為人師的許老師帶領著菜鳥研究生黃同學一起辦研討會、做研究、舉行口試或跑台整學生、甚至也會一起去吃美食聊聊人生大道理、談狗經或講八卦。我的恩師在我心中是個非常厲害的能者，她對我總是有股莫名的自信，因此她常常鼓勵我要對自己有信心，什麼事都可以去嘗試，千萬不要畫地自限，有時更會半脅迫的逼我走出自我的小小象牙塔。真的很謝謝許老師花這麼多時間指導我撰寫論文，也謝謝許老師提供我許多學習的機會，更謝謝許老師包容我的壞脾氣跟平庸的才能。在研究所的生涯裡，能遇見像許老師這種亦師亦友的良師，我真的感到十分幸運。

也要謝謝許耀明老師與石佳立老師，在百忙之中還願意擔任我的口試委員。忙碌程度的等級是以坐飛機為交通工具的許耀明老師，謝謝您如此細心的看我的論文，還留下許多筆記提供我修改方向。謝謝佳立老師還熬夜看我的論文，給我許多寶貴的意見，也謝謝您平常對我的關心，每次在學校遇到老師時，老師總是

一臉笑容親切地跟我打招呼和說說話。口試當天因為我非常的緊張，表現得也很不好，很多問題都答得不完整，謝謝老師們沒有嫌棄我。

我也要謝謝蕭淑芬老師和林恩璋老師。在大學我就上過蕭老師的憲法課，進入研究所之後，蕭老師也還記得我是誰，平常在系上遇到老師也會關心我，真的很令人開心。託我的恩師之福，也讓我有機會認識恩璋老師，雖然老師總愛調侃我，喜歡看我跟恩師鬥嘴，但也謝謝老師平常的關愛，老師開的論文寫作課也對我寫論文時提供許多幫助。

當然，我絕不會忘記要感謝我最重要的夥伴們！總是積極、認真的曉薔兒、溫柔又堅強的俞均兒、漂亮的于禎、可愛又青春的鈴育、多才多藝能力又強大的國仁、正直又樸實的政憲少年，因為有你們，我的研究所生活才會如此豐富。想起我們去九族郊遊、新社賞花、韓國玩耍、慶祝生日、喝咖啡當假文青、大啖美食等許多令人懷念的美好回憶。和你們在一起不僅僅是玩樂而已，我們也一起作報告、努力念書、探討法律和時事還有其他心靈上的交流。很多大學時代不曾有的體驗，都因為和你們在一起而有了許多新的享受。謝謝你們跟我當好朋友，我真的好喜歡你們喔！

還有謝謝親愛的怡慧室友，我會懷念和你、曉薔還有俞均的宿舍生活，想念你們和我分享網拍戰利品、大家各自躺平的睡前談話和 If 小姐的早餐；也謝謝會分析各種情勢給我聽的子琦、和我聊狗狗的韋仁、教我報帳的芊苒、鼓勵人棒棒的大波學長、同遊韓國的偉成、懋銓和晨賢、還有系上的助教們，謝謝你們。我還要特別感謝侑妮和旻甫學長，謝謝你們在我論文收尾跟口試當天的幫助，沒有你們，我想我可能真的會開天窗吧！真的很感謝侑妮與我一起分擔許老師的諸多雜事，沒有妳，我可能會被許老師逼瘋或是早就休學去了。另外還要謝謝幫我一起辦研討會的妍婷、文柔和學弟們，研討會若沒有你們的鼎力相助也不會圓滿落幕。最後我還要謝謝已經畢業離去的學長姐們，丁丁、小白、家杰、詠琳、仁華，謝謝你們的諸多照顧，另外不得不說心機桌球社帶給我很大的歡樂。

在東海法研認識大家，我真的覺得很開心，謝謝你們在我平凡的生活裡又增添了許多精采，在未來的日子裡希望大家都能達到自己想要的目標。最後，祝福我的家人與朋友們都能平安喜樂、身體健康。

黃嘉微 于東海別墅 908 室

2013 年 1 月 8 日

【目錄】

簡目

第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究範圍與方法.....	4
第三節 論文架構概述.....	7
第二章 氣候變遷與智慧財產權	9
第一節 全球氣候變遷之問題產生.....	9
第二節 全球氣候變遷帶來之影響.....	17
第三節 智慧財產權與氣候變遷之關係.....	43
第三章 商標使用綠色相關字樣之成因與影響	54
第一節 「綠色」商標之成因.....	54
第二節 商標制度之回應.....	62
第三節 商標制度之濫用：漂綠.....	76
第四章 我國實務對於使用綠色相關字樣審查之探討	93
第一節 我國實務對使用綠色相關字樣拒絕註冊之案例核駁理由分析.....	94
第二節 我國實務對使用綠色相關字樣同意註冊之案例.....	111
第三節 本文見解：使用綠色字樣應特別考慮誤認誤信之虞條款之適用.....	115
第五章 結論	129
參考文獻	135

【圖目錄】

圖 2.1 全球人為溫室氣體排放量	12
圖 2.2 全球平均溫度	14
圖 2.3 溫度、海平面高度和北半球積雪的變化.....	15
圖 2.4 氣候變遷.....	16
圖 2.5 綠色新政.....	32
圖 2.6 各國的綠色新政.....	36
圖 2.7 生態化工業區	43
圖 4 .1 民國 98 年 6 月 30 日至 101 年 6 月 30 日期間，商標申請註冊包含 GREEN、ECO、BIO、NATURE 和 CLEAN 的商標申請註冊數量比例圖 ..	93



【表目錄】

表 2.1 溫室氣體的製造來源.....	11
表 2.2 京都議定書之重要內容.....	22
表 2.3 京都議定書附件 B 國家對於溫室氣體排放量削減之目標.....	23
表 2.4 京都機制.....	25
表 3.1 「綠色」證明標章.....	84



【目錄】

詳目

第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究範圍與方法.....	4
第一項 研究範圍.....	4
第二項 研究方法.....	6
第三節 論文架構概述.....	7
第二章 氣候變遷與智慧財產權	9
第一節 全球氣候變遷之問題產生.....	9
第二節 全球氣候變遷帶來之影響.....	17
第一項 因應氣候變遷之國際規範.....	17
第一款 聯合國氣候變化綱要公約 (UNFCCC).....	18
第二款 京都議定書 (Kyoto Protocol).....	21
第三款 目前的發展現況.....	27
第二項 因應氣候變遷之相關措施.....	30
第一款 綠色新政之推行.....	30
第二款 綠色產業之發展.....	36
第三節 智慧財產權與氣候變遷之關係.....	43
第一項 綠色專利制度之興起.....	43
第一款 綠色專利.....	45
第二款 因應氣候變遷之行政性改革：加速審查機制.....	46
第三款 因應氣候變遷之自發性改革：環保專利共享機制.....	48
第四款 因應氣候變遷之強制性授權.....	50
第三章 商標使用綠色相關字樣之成因與影響	54
第一節 「綠色」商標之成因.....	54
第一項 綠色消費之誘因.....	55

第二項 回應綠色消費需求.....	60
第二節 商標制度之回應.....	62
第一項 商標功能.....	63
第二項 識別性.....	64
第三項 比較法之觀點：以美國審查實務為例.....	69
第一款 案例.....	70
第二款 小結.....	74
第三節 商標制度之濫用：漂綠問題.....	76
第一項 漂綠之問題產生.....	77
第二項 漂綠的七大罪狀.....	78
第三項 台灣法規對於漂綠問題之防治.....	81
第一款 商標法.....	81
第二款 其他法規.....	87
第四項 小結.....	91
第四章 我國實務對於使用綠色相關字樣審查之探討.....	93
第一節 我國實務對使用綠色相關字樣拒絕註冊之案例核駁理由分析.....	94
第一項 因不具識別性而不得註冊者.....	94
第二項 因具說明性而不得註冊者.....	99
第三項 因使公眾誤認誤信而不得註冊者.....	103
第四項 因使公眾混淆誤認而不得註冊者.....	106
第二節 我國實務對使用綠色相關字樣同意註冊之案例.....	111
第三節 本文見解：使用綠色字樣應特別考慮誤認誤信之虞條款之適用...115	
第五章 結論.....	129
參考文獻.....	135

第一章 緒論

「當世界愈來愈熱、愈平、愈擠時，創造工具、系統、能源和倫理，讓地球以更清潔、更永續的方式成長，這個任務將是這一代人類最大的挑戰。」¹

湯馬斯·佛里曼,《世界又熱、又平、又擠》

第一節 研究動機與目的

究竟什麼是「氣候變遷」(Climate Change)？在氣候變遷一詞出現以前，我們大概只知道全球有逐漸暖化之現象，然而我們並不知道氣候變遷在事實上的影響層面甚廣。在地球溫度不斷升高造成全球暖化²之現象下，不但導致冰川融化、海洋酸化等問題，還發生低窪地區的島國面臨被淹沒的危機³，甚至更出現北極熊因為沒有食物過度飢餓而吃掉自己小孩的恐怖現象⁴；除此之外還有異常氣候的出現、生物多樣性的滅絕、糧食或水資源短缺等嚴重的問題，這些都是氣候變遷所帶來的種種威脅。

而造成上述這些問題的最大兇手其實就是有著無限慾望的人類。因為人類為滿足自己的需要，不停地從大自然中取得自己想要的資源。從 18 世紀開始人類為追求經濟發展開啟工業化時代，不斷且毫無限制地使用化石燃料，也因此製造出大量的二氧化碳。或許一開始人類並不懂的資源並非取之不盡、用之不竭，另一方面也沒有意識到自己的所作所為會為地球環境帶來什麼樣的負擔。因此當人類開始意識到自然資源總有一天也會消失殆盡進，也體認到地球環境遭到破壞的事實時，人類才終於覺醒，開始反省自己可以為地球做些什麼，並認真看待氣候變遷和環境保護等問題，思考如何讓地球永續發展這件事，試著為自己的後代子孫留下一個美好的生活環境。

¹ Thomas L. Friedman, 世界又熱、又平、又擠 (Hot, Flat, and Crowded), 丘羽先等人譯, 天下遠見出版, 2008 年 10 月, 第 1 版, 頁 10。

² 今日新聞, 全球暖化/你願面對真相嗎? 台灣 CO2 排放密度世界第一, <http://www.nownews.com/2007/04/13/327-2080946.htm> (最後瀏覽日: 2012/08/21)

³ 台灣立報, 島國若遭淹沒 人民無路可走, <http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-102492> (最後瀏覽日: 2012/08/21)

⁴ 台灣立報, 環境前線:誰能正視氣候變遷下的民生問題, <http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-113553> (最後瀏覽日: 2012/08/21)

當人類開始重視地球永續發展之概念後，其逐漸意識到要減緩氣候變遷並非單一國家得以自掃門前雪或置身事外的，因為氣候變遷的影響範圍是擴及全球性，此時我們必須聯合地球上的各個國家、甚至是地球上的每一個人來共同合作，一起思索該如何對抗和減緩全球氣候變遷之現象以達地球永續發展之目標。

有了地球永續發展之共識之後，各國同意簽屬「聯合國氣候變化綱要公約」(United Nations Framework Convention on Climate Change，以下簡稱 UNFCCC)⁵，希望各國在承擔共同但有差別的責任之下來進行控制和削減溫室氣體的排放量，以此方式來減緩氣候變遷的持續惡化。

然而 UNFCCC 生效之後並沒有被徹底實行，使得氣候變遷之問題也越來越嚴重，再加上有越來越多的科學證據指出造成氣候變遷之現象與溫室氣體的排放量息息相關，並且也證實氣候變遷真的會造成嚴重後果，因此在這股壓力之下，「京都議定書」(Kyoto Protocol，以下簡稱議定書)⁶被催生出來，期盼透過具有拘束力的議定書來逼迫各國確實執行削減和控制溫室氣體的排放量以達成減緩氣候變遷之目的。

而為了因應氣候變遷所制定出來的國際規範，各國紛紛推行綠色新政和發展綠色產業，一方面希望透過綠色產業能夠帶動綠色經濟成長，另一方面也希望藉由綠色產業之發展來達成控管溫室氣體排放量之目標。於是人們開始將產業型態轉向綠色產業，開發太陽能、風能、地熱能等可再生的綠色能源，也致力於研發可提高效能、節省能源或減少二氧化碳排放的綠色技術。

我們了解到綠色技術對於減緩氣候變遷有著極大之幫助，因此我們思索該如何鼓勵各單位積極投入綠色技術的研發領域，此時可以透過專利制度之運用。因為在智慧財產權的領域中，專利制度係用以鼓勵發明、保護技術創新為目的，因此可以藉由專利制度來保護綠色技術的發明創造，授與專利權人專利權，使其具有獨佔和排除他人使用之權利；又或者如在綠

⁵ United Nations Framework Convention on Climate Change, at : <http://unfccc.int/2860.php> (last visited : 2012/8/12)

⁶ 京都議定書全文共計 28 個條文和 A、B 兩個附件。附件 A 內容為議定書所管制的 6 種溫室氣體和其他產業、能源的分類；附件 B 為受議定書拘束的締約國名單。基本上在氣候變化綱要公約之附件一與京都議定書之附件 B 的國家組群大致相同，均以已開發國家（工業國家）和經濟轉型國為成員。詳見范建得主編，京都議定書與清潔發展機制 CDM100 問，元照出版，2008 年 4 月，初版 1 刷，頁 14-16。另外京都議定書的詳細條文規定，可參考 UNFCCC 網站，http://unfccc.int/key_documents/kyoto_protocol/items/6445.php（最後瀏覽日：2012/8/29）

色專利技術的審查程序上加快其速度，使得專利權人可以儘早取得綠色技術的專利權，也就是加速審查機制之建立等。故本文在這部分略為說明專利制度之下其對於減緩氣候變遷能提供什麼樣的幫助與相關的因應措施。

此外，一方面因為綠色產業之開發，另一方面也由於環保意識逐漸萌芽並茁壯之情況下，消費者也開始在選購商品或服務時將綠色或環境保護之概念納入採購因素之中。消費者認為保護地球環境係屬於全人類的事，或許自己無法發明創造出綠色技術，但至少自己可以從日常生活中為地球盡一份力量，而實施綠色消費之精神正是自己可以做到的。

在這股綠色消費風潮之下，有些不肖商人看準消費者欲實施綠色消費之心態，於是打著環保、綠色等口號，標榜自己的產品是對環境有益的綠色產品，然而事實上這些產品都不是真正的綠色產品，甚至有些更會造成環境汙染，其打著不實的口號純粹是為了吸引消費者前來購買自己的產品而已。在不肖商人刻意魚目混珠之情況下，消費者也面臨如何從眾多商品或服務之中挑選出真正對環境友善之產品的困境。

本文認為商標制度的運用或許可以幫助消費者挑選出真正的綠色產品，因為商標法之制定即在於保護商標權及消費者的利益，並且有維護市場公平競爭和促進工商企業正常發展之目的。因此消費者可藉著綠色證明標章之標示了解該產品具有某種環保特性或符合某種環保標準，如我國行政院環境保護署所推出的環保標章，有此標章之標示即代表著該環保產品符合可回收再利用或省能源等之特性。

又或者可以選擇有良好商譽企業所使用之商標來選購，藉由該商標辨識出商品或服務之來源或出處，這是因為有著良好商譽企業所使用之商標的產品往往較具品質保證；再者，由於企業也感受到消費者對於綠色產品的需求，因此其為了行銷自己的綠色產品而紛紛註冊與綠色有關的商標，主要目的就是為了向消費者傳達自己的產品係對環境友善的，並且藉由綠色商標之使用使消費者能在眾多商品或服務之中區別出自己的產品來。但卻也產生不肖商人利用與綠色相關之字樣去申請註冊商標，主要目的便是為了誤導消費者，因為這些以綠色字樣組成之商標，往往易造成消費者的誤認誤信，使其誤以為商品係對環境友善的綠色產品。

因此本文認為在申請人以綠色字樣組成之商標申請註冊時，商標審查員必須採取較為嚴謹之審查態度，避免讓這些會造成消費者誤認誤信之標

識得以註冊為商標而受商標法之保護。如果商標審查員能做好第一層的嚴格把關，那麼便可以減少將來消費者被這些所謂的虛假「綠色」商標誤導，如此一來不但可以降低消費者購買到虛假綠色產品之機率，事實上也會間接增加消費者購買真正綠色產品之機會，因為有著綠色消費主義之消費者若不被虛假「綠色」商標誤導，那麼他才有選購真正綠色產品之機會。

然而這些與綠色有關的商標真的可以拿來註冊嗎？以 green、eco、nature 等與綠色、環保有關的字（以下簡稱 Green terms）所組成的標識是否會被認為僅具描述性或說明性而不具有識別性、又或者是否會造成消費者誤認誤信該商品或服務係符合環保標準或具有某種環保特質之可能。故本文試從美國專利和商標局（The United States Patent and Trademark，以下簡稱 USPTO）⁷的實務審查和我國商標檢索系統⁸之實務審查的案例來了解，實務運作上對於這些與綠色有關的標識是否真能註冊為商標，並且受商標法之保護？

另外有些不良企業抓準消費者對綠色產品之渴望，不但可能以綠色商標來誤導消費者，也可能透過虛偽廣告、虛假環保標章等不真實的行銷手法欺騙消費者購買自己的虛偽綠色產品，企業的這種虛偽綠色行銷即稱為漂綠行為（Greenwash），針對這種漂綠行為，台灣的法規範方面是否有相關的因應之道？

因此本文研究最主要之目的即在於說明在智慧財產權的領域之下，商標制度對於氣候變遷能提供什麼樣的幫助，並釐清這些與綠色有關的商標是否真能准許註冊而受到商標法之保護。

第二節 研究範圍與方法

第一項 研究範圍

全球氣候變遷所引發的各種威脅係現今人類必須去面對和設法解決或

⁷ The United States Patent and Trademark, <http://www.uspto.gov/web/offices/pac/mpep/index.html> (last visited : 2012/08/20)

⁸ 經濟部智慧財產局商標檢索系統, http://tmsearch.tipo.gov.tw/TIPO_DR/index.jsp (最後瀏覽日：2012/07/28)

減緩的重要議題之一。由於氣候變遷之影響係遍及全球性的，其並非是單一國家或少數國家可以獨自解決之問題，因此在 UNFCCC 之架構下，希望透過全球性的管控來降低二氧化碳的排放量，以達成減緩氣候變遷和地球永續發展之目的。

就氣候變遷之議題而言，傳統上大多劃歸屬環境法的範疇，然而由於氣候變遷影響層面廣泛，因此漸與其他法學領域有所交集，例如環境法與貿易措施間之探討⁹，又或者如和智慧財產權間之交集¹⁰。

但事實上關於智慧財產權和氣候變遷間之研究並不多見，且主要大多著重於專利制度之介紹，如強制授權、技術移轉和加速審查機制¹¹等議題。而在商標制度上，大多是與環保標章有關之討論，但多著墨於制度本身和貿易之間的研究¹²，並非針對商標法本身進行探討，因此更別提其與氣候變遷之關聯性。

因此本文主要探討的內容便是氣候變遷與商標法本身之關聯性。先從全球氣候變遷之問題產生開始談起，說明在氣候變遷之影響下，國際公約的制定和各國推行綠色新政和綠色產業的措施，接著說明智慧財產權對於氣候變遷能提供什麼樣的幫助。由於本文的重點著重在商標制度之探討，因此對專利制度部分僅略微討論。

並說明在綠色風潮之下，綠色消費之興盛，消費者對於綠色產品的高度渴望也促使企業不斷的推出綠色產品，並且註冊與綠色有關之商標來表彰商品或服務之來源或使用環保標章之標示來吸引消費者之選購。而這些以 green、eco、nature、環保、綠等字所構成的商標字樣真的不會造成消

⁹ 倪貴榮，自由貿易與環境保護之調和一兼論我國在該議題之地位與策略，收錄於貿易、環境與公共健康—全球治理與在地需求之調和一書中，元照出版，初版，2006年11月，頁1-52；施文真，綠化WTO？—貿易、環境與台灣，國際經貿法與國際環境法系列叢書（一），元照出版，初版，2008年1月。

¹⁰ 財團法人資訊工業策進會 科技法律中心，你不可不知的綠色科技法律，商周出版，初版，2010年9月。

¹¹ 何篤，綠色專利—應對氣候變化的技術創新制度，清華法治論衡，2010年，1期，頁328-341；尚夏，綠色專利審查的法律問題研究，華南理工大學學報（社會科學版），2011年2月，13卷1期，頁40-45；張睿哲、陳冠蓉、吳韶淳、謝孟儒、梁雅閔，綠能技術專利快速審查機制，智慧財產權月刊，142期，2010年10月，頁78-114；李森堙，專利強制授權與公益性綠色技術擴散，你不可不知的綠色科技法律，同註10，頁228-234。

¹² 倪貴榮，環保標示制度之發展與挑戰—以與WTO貿易規範之關聯性為研究重點，收錄於貿易、環境與公共健康—全球治理與在地需求之調和一書中，同註9，頁53-101；林佳世，WTO技術性貿易障礙之研究—以環保標章制度為例，中原大學財經法律學系碩士論文，2002年6月。

費者的誤認誤信或是真能夠表彰商品或服務之來源嗎？消費者是否會將其視為商品或服務之說明而已、甚至是否會引發漂綠的問題產生。因此這些與綠色有關之標識真的可以註冊為商標而受商標法之保護嗎？此即本文探討的重點所在。

第二項 研究方法

本文主要係研究智慧財產權制度與氣候變遷間之關連性，並著重於商標制度之探討，故需要參酌國內外的相關文獻和實務審查之意見，因此所採用的研究方法為文獻分析法、比較分析法和實證研究法。

一、文獻分析法：

首先採用文獻分析法，使用的文獻包含書籍、中英文法學期刊文章、學位論文、經濟部智慧財產局各項相關資料、商標檢索系統、和其他中英文的相關網站等，加以分析和歸納，架構出氣候變遷的問題意識，接著說明為因應氣候變遷而制定的國際規範和各國採行綠色新政的政策等。

二、比較分析法：

之後進入本文重點，先從美國 USPTO 挑選出幾個審查案件，釐清美國實務對於這些與綠色有關之商標的申請審查態度；之後再從我國商標檢索系統中所找到的核駁處分書一一分析、整理，歸納出我國商標審查機構對於這些與綠色有關之商標的審查態度。接著以比較分析法來分析美國和我國實務上對於綠色商標申請註冊之審查態度。

三、實證研究法：

另外本研究亦使用了實證研究法，即根據經濟部智慧財產局商標檢索系統¹³的資料庫查詢，以 green、eco、nature、clean 等與綠色、環保相關的詞彙進行檢索，時間設定在民國 98 年 6 月 30 日至 101 年 6 月 30 日期間，分析申請人在這段期間以 Green terms 組成的商標註冊情況為何。之後再以一關鍵字“green”來進行案例檢索，分析核駁處分書中之內容，找出我國實務上對於包含 green 一字在內所組成的商標註冊態度為何，歸納分析其據以核駁之法條；另外，本文亦舉出幾個以 green 組成註冊成功之商標，用

¹³ 經濟部智慧財產局商標檢索系統，同註 8（最後瀏覽日：2012/07/28）

以對照被駁回之案例，分析其核駁標準。

第三節 論文架構概述

本文總共包含五個章節，如下說明：

第一章為緒論，點出研究動機和研究目的，說明研究範圍和方法，並簡略介紹本文架構。

第二章為氣候變遷與智慧財產權，先導出全球氣候變遷帶來的問題，接著說明國際上對於氣候變遷的相關法規範，例如 UNFCCC 和京都議定書等國際規範之制定。在國際規範架構之下，各國為達成節能減碳的目標而實施綠色新政和綠色產業。最後進而引出智慧財產權對於全球氣候變遷能有什麼樣的貢獻，在此部分先就專利制度說明之。

第三章為商標使用綠色相關字樣之成因與影響，先說明商標制度對於氣候變遷可能提供之幫助，故第三章從綠色消費之誘因導出「綠色」商標之產生，並且說明美國實務對於綠色商標審查之態度。接著說明企業漂綠行為之現象，還有台灣法規範方面是否有相關的因應之道。

第四章為我國實務對於使用綠色相關字樣審查之探討，即從商標檢索系統中，以一關鍵字“green”進行檢索，從商標的核駁處分書中去分析、了解我國對於使用綠色相關字樣註冊的審查態度。

第五章為結論，歸納本文之研究與對未來之展望。

本論文研究架構圖示如下：

第一章緒論

- 研究目的與研究動機
- 研究範圍與研究方法

第二章氣候變遷與智慧財產權

- 全球氣候變遷之現象
- 因應氣候變遷之國際規範：UNFCCC 和 Kyoto Protocol
- 因應氣候變遷之相關措施：綠色新政與綠色產業
- 智慧財產權與氣候變遷之關係：綠色專利制度之興起

第三章商標使用綠色相關字樣之成因與影響

- 綠色消費
- 「綠色」商標
- 美國實務對於「綠色」商標審查之現況
- 漂綠問題

第四章我國實務對於使用綠色相關字樣審查之探討

- 我國實務對使用綠色相關字樣拒絕註冊之案例分析：以不具識別性、僅具說明性、使公眾誤認誤信和混淆誤認作為拒絕之理由
- 我國實務對使用綠色相關字樣同意註冊之案例
- 本文認為使用綠色字樣應特別考慮誤認誤信之虞條款之適用

第五章 結論

第二章氣候變遷與智慧財產權

「獵人、農夫和漁民們根本不用看『不願面對的真相』，
因為氣候變遷的現象就在自家上演。」¹⁴

湯馬斯·佛里曼，《世界又熱、又平、又擠》

美國科幻電影《明天過後》(The Day After Tomorrow)¹⁵描述全球氣候變遷所帶來的災難，影片中的巨型冰雹雨、一連串的龍捲風襲擊、大洪水吞噬、地球急速冷凍等特效場面，都在提醒人類必須去認真面對和看待全球氣候變遷這件事，倘若人們繼續忽視地球發出的警訊，那麼《明天過後》裡面的特效場景也將可能在現實世界發生。然而到底氣候變遷的問題是怎麼發生的，是自然因素亦或是人為因素？因此本章先就氣候變遷的問題產生討論起，接著說明人類如何面對氣候變遷，最後說明在智慧財產權的領域下，我們又該怎麼運用智慧財產權來幫助氣候變遷的減緩，使地球能更接近永續經營之目標。

第一節 全球氣候變遷之問題產生

在討論全球氣候變遷之前，我們必須先了解到什麼是「全球變遷」？全球變遷係指地球環境的改變，包括氣候變遷，陸地及海洋的變化、大氣的變化、水資源變化及生態系統的變遷¹⁶。從 46 億年前地球形成以來，地球環境就一直不停的在改變，因此地球變遷從時間上來看有長有短，影響的範圍亦有大有小，短者如一瞬間的地震或山崩等；長者如冰川的形成，而板塊活動的變化則是屬於大及全球的範圍¹⁷。在地球變遷中又以冰川的消長、大陸的漂移及地殼的變動等最為重要¹⁸。地球環境的改變與生物的

¹⁴ Thomas L. Friedman，同註 1，頁 150。

¹⁵ 明天過後的導演為 Roland Emmerich，本片係描述溫室效應下大自然的反撲，影片中呈現一連串的氣候突變現象。

¹⁶ 魏國彥、許晃雄，全球環境變遷導論，網路版本，<http://140.115.123.30/gis/globalc/index.htm>（最後瀏覽日：2012/3/9）

¹⁷ 姜善鑫，全球環境變遷，<http://gis.geo.ncu.edu.tw/gis/globeenv.htm>（最後瀏覽日：2012/3/10）。

¹⁸ 國立台灣大學全球變遷研究中心，全球環境變遷 30 問，

<http://www.gcrc.ntu.edu.tw/Chinese/Education/30subjects/global%20change.htm>（最後瀏覽日：2012/3/9）；姜善鑫，同前註（最後瀏覽日：2012/3/10）

生存環境息息相關，因此為了適應地球環境的變遷，生物也必須有所改變，否則人類文明恐將與恐龍滅絕一樣¹⁹。

全球變遷的議題甚為廣泛，包含如溫室氣體造成全球暖化、海平面上升、生物多樣性受到衝擊、強烈地震、酸雨污染、水資源缺乏、極端氣候的出現、海洋或陸地生態系統改變等問題²⁰。現今，地球仍然面臨許多其他的變遷現象，但其中溫室效應（Greenhouse Effect）²¹增強導致全球溫度不斷升高的問題卻是近代變化中時間較短，但影響範圍卻是大及全球的地球變遷現象，此即世人所關注的全球暖化問題²²。

「氣候變遷」係(Climatic Change)全球變遷之一環，由五大氣候子系統即大氣圈、水圈、冰圈、岩石圈及生物圈等交互作用下的產物²³。簡單來說氣候變遷就是指「地球氣候長時間內的整體改變」²⁴，地球的氣候並非一成不變，而係隨著時間的經過不斷地在變遷，一旦全球氣候改變，其生物、水文、海洋和陸地等生態系統也會跟著受到影響²⁵。

影響氣候變遷的因素眾多，大致上可將該些因素區分為兩類，一為自然因素如火山爆發、週期性的太陽活動、日地關係（指太陽與地球間距離的改變）、板塊移動造成的地形變化、洋流、森林覆蓋面積等²⁶；另一則為人為因素，其主要係因為人類製造過多的二氧化碳、甲烷等溫室氣體²⁷（表

¹⁹ 姜善鑫，同前註（最後瀏覽日：2012/3/10）

²⁰ 國立台灣大學全球變遷研究中心，全球環境變遷 30 問，同註 18（最後瀏覽日：2012/3/9）

²¹ 大氣層裡的溫室氣體（指二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、全氟碳化物、氫氟碳化物、六氟化硫）會吸收地球表面反射的熱輻射，形成一層保暖被，這就是所謂的「溫室效應」。這些溫室氣體長期以來保持一個平衡的狀態，在大氣中維持一定的濃度，阻擋熱量散失。也因為有溫室效應的存在，使得地表溫度可以維持在 15 度 C 左右，假使地球沒有溫室氣體的保護，將太陽的熱留住，地表會過於寒冷，生物也無法生存。溫室效應是一種自然現象，而不是環境問題，只是因為人類製造過多的溫室氣體，破壞了它原有的平衡狀態，導致全球氣溫的升高，引發全球暖化這個環境問題。參劉安怡、劉依如、莊潔撰文，全球暖化系列：地球發燒 ing—冰雪世界正融化，銳迅多媒體公司出版，2011 年 9 月，頁 12-13。

²² 姜善鑫，同註 17（最後瀏覽日：2012/3/10）

²³ 許晃雄，氣候變遷展望，「邁向二十一世紀：全球變遷之衝擊與因應」研討會，主辦單位：台灣大學全球變遷研究中心，1997 年 6 月。

²⁴ 全球氣候變遷公民會議資訊平台，http://unfccc.epa.gov.tw/epacafe/info_1.html（最後瀏覽日 2012/3/10）

²⁵ 呂理德、許晃雄合著，地球熱壞了，收錄於「關鍵時刻：氣候變遷·台灣準備」，呂理德等合著，余紀忠文教基金會出版，初版，2009 年 8 月，頁 10-32 於頁 16-18。

²⁶ 柳中明，全球氣候變遷之衝擊與調適策略探討，科技發展政策報導，2008 年 7 月，第 4 期，頁 2-3。

²⁷ 京都議定書特別指出六種溫室氣體：二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、全氟碳化物、氫氟碳化物、六氟化硫。

2.1) 導致全球溫度上升而造成當前氣候變遷的重要原因²⁸。

表 2.1 溫室氣體的製造來源

京都議定書管制的六種氣體	製造來源
二氧化碳	化石燃料（如煤、石油、天然氣）的燃燒、森林的砍伐和燃燒、其他廢棄物燃燒等
甲烷	垃圾場、畜牧業、農業、沼澤等的排放、天然氣的使用
氧化亞氮	化石燃料的燃燒、微生物及化學分解的排放、氮化物肥料使用
氫氟氮化物	冷氣機、電冰箱的冷媒、滅火器、噴霧器等的化學成分
全氟碳化物	滅火器、噴霧器等的化學成分、鋁製品、半導體產業
六氟化硫	半導體產業、電力設備、電子產品、鎂製品

資料來源：《地球暖化怎麼辦》，表 1-2 過量的溫室氣體是這樣被製造出來的

在 18 世紀工業革命以前，人類的生產方式大多以人力、風力或畜力的幫助為主，因此並不會製造出大量的溫室氣體，然而這種以原始動力生產物品的方式在人口大量增加及追求經濟發展的情況下漸漸的產生供不應求之情況。故從 18 世紀開始，瓦特改良發明蒸氣機等一連串的技術革新開啟了工業革命，使人類的生產型態由手工勞動的生產模式轉向動力機器的大量化生產模式。人類為謀求經濟和工業化的發展便不斷的開設工廠、使用機械化生產，從燃燒煤炭做為動力的蒸汽機，慢慢發展到以石油為主的內燃機等均需要使用大量煤、石油、天然氣等化石燃料做為動力的來源²⁹。

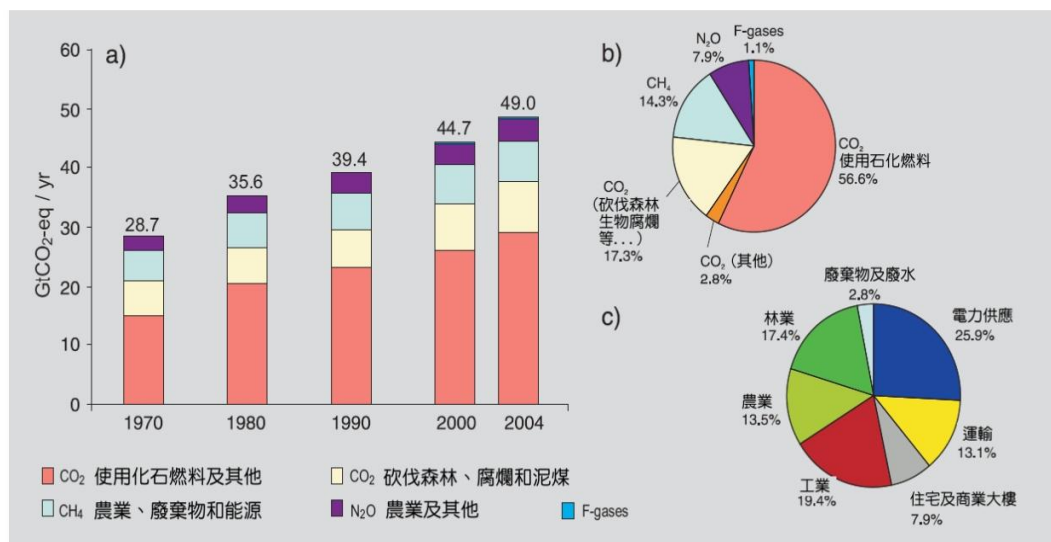
人們就這樣毫無限制的使用化石燃料製造出許多溫室氣體，因此從工業革命之後，溫室氣體的排放量大增，從 1970 年到 2004 年之間，其增加幅度高達 70%（圖 2.1），其中二氧化碳的排放量在 1970 到 2004 年之間

²⁸ 柳中明，同註 26，頁 3。

²⁹ 維基百科，工業革命，<http://zh.wikipedia.org/zh-tw>（最後瀏覽日：2012/4/11）；能源通識站，能源與社會及經濟發展的關係，https://www.ls-energy.hk/kl_energy_05.php（最後瀏覽日：2012/4/11）

也增加了 80%，至 2005 年為止，大氣中的二氧化碳濃度已達 379ppm，該濃度已是過去 65 萬年來的最高點³⁰。

圖 2.1 全球人為溫室氣體排放量



資料來源：IPCC，Climate Change 2007：Synthesis Report 中文版，圖 SPM.3

再加上人口的增加也助長了全球暖化之問題，因為人類為爭取更多的生活空間而不斷的濫砍樹木來取得土地的使用，使的自然界原本的碳循環³¹失去該有的平衡。雖然溫室氣體的大量增加主要係因為人們過度使用化石燃料所導致，但其實溫室氣體的產生與人類的的生活息息相關。

例如都市「熱島性應」(The Urban Heat Island Effect)的產生，當都市的熱氣排不出去時，會使的都市的溫度要比鄰近地區來的高，因此當地球上的都市都出現此情況時，地球的溫度當然也會隨著增高³²；又當我們吃著牛肉漢堡時，我們絕對不會想到我們咬下的這一口背後所付出的環境代

³⁰ IPCC, Climate Change 2007：Synthesis Report, p.36-37.

³¹ 二氧化碳系無色無臭之氣體，藉由綠色植物進行光合作用轉變成有機碳，為生物分子之組成，動物食用此種碳水化合物後會產生能量，接著在呼出二氧化碳然後又被植物吸收進行光合作用。動物死亡之後，其有機體在地層上會形成化石燃料，其經過燃燒之後，又會排出二氧化碳，而形成一種碳循環。但因為大量使用化石燃料排出過多的二氧化碳，再加上全球性森林被破壞，使的綠色植物進行光合作用之速度減慢，使大氣中的二氧化碳不斷增加，已經遠超過自然所能自行吸收的量。最後過多的二氧化碳被釋放到大氣中，使得陽光直抵地球地表，地表吸收熱能又無法將其排散到外太空，最後造成地表溫度上升，形成全球暖化之現象。詳見蔡墩銘，環保與法律，翰蘆圖書出版社，2007年1月，頁363-367。

³² 劉安怡等人撰文，全球暖化系列：地球發燒ing—面對暖化的人類世界，銳迅多媒體公司出版，2011年9月，頁20-21。

價，因為從牛隻的養成到製成牛肉漢堡的過程中，不管是牛隻打嗝³³、飼料生產、運輸、食物冷藏、烹飪等過程都製造出許多的溫室氣體³⁴，人類在大量食用肉類時，也助長了氣候變遷³⁵；就連生活中不可或缺的手機和電腦也是造成全球暖化的因素之一，因為根據估計，全球二氧化碳氣體排放量的 2%³⁶係來自這些電子產品設備的製造和廢氣處理，電子產品中的微晶片平均就使用了 32 公斤的水和 1.2 公斤³⁷的化石燃料和其他金屬、礦物所製成³⁸。

從上述可得知，溫室氣體不斷的增加其實與人類的的生活息息相關，因為人類在日常生活中都一直無形地製造出許多溫室氣體，導致大氣中的溫室氣體不斷的增加，因此當科學家從科學層面去研究氣候變遷之問題時已覺得十分複雜，這時再加上人為作用之因素影響下，其複雜程度早已不可言喻。

在氣候變遷一詞出現之前，人們對於全球溫度逐漸升高之現象係以「全球暖化」稱之，只是後來逐漸被氣候變遷給取代，主要係為強調不僅是溫度升高的現象而已，尚包括整體氣候的改變³⁹。根據 2007 年 IPCC 的綜合報告指出，1906 年到 2005 年過去這 100 年裡，全球平均地表溫度上升了 0.74 度⁴⁰。並且透過圖 2.2 的顯示，我們可得知 1860 年代到 2000 年的紅線係一路傾斜往上升，這就表示全球的平均溫度係逐年升高；而 1980 年代到 2000 年的黃線比起其他三條線更來的傾斜，此不僅代表溫度上升，更表現出溫度在短時間內正以極快的速度升高中，全球溫度升高的現象在 20 世紀中期以後漸為顯著，主要就是受到二氧化碳和其他溫室氣體增加所

³³ 牛羊打嗝和放屁都會產生甲烷這種溫室氣體，根據科學家的測量，一頭一歲的牛一天可以生產 245 公升的甲烷，而且甲烷的增溫效果比二氧化碳來的明顯。在 2010 年科學家發現大氣中的甲烷含量已經是地表 40 萬年以來的最高濃度了。詳見全球暖化系列：地球發燒 ing 一面對暖化的人類世界，同前註，頁 31；全球暖化系列：地球發燒 ing 一冰雪世界正融化，同註 21，頁 13。

³⁴ 劉安怡等人撰文，全球暖化系列：地球發燒 ing 一面對暖化的人類世界，同前註，頁 30-31。

³⁵ Eat less meat to prevent climate disaster, study warns, at :

<http://www.guardian.co.uk/environment/2012/apr/13/less-meat-prevent-climate-change> (last visited : 2012/4/18)

³⁶ 劉安怡等人撰文，全球暖化系列：地球發燒 ing 一面對暖化的人類世界，同註 32，頁 48。

³⁷ 劉安怡等人撰文，同前註。

³⁸ 劉安怡等人撰文，同前註，頁 48-49。

³⁹ 參交通部中央氣象局，氣候話題之全球暖化與氣候變遷，

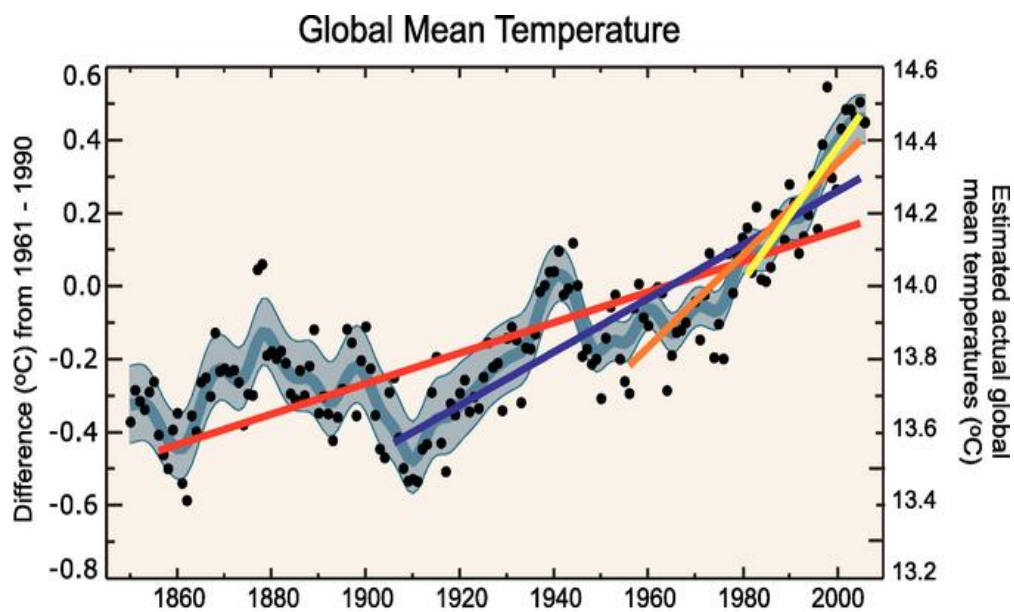
http://www.cwb.gov.tw/V7/climate/climate_info/backgrounds/backgrounds_2.html (最後瀏覽日：2012/3/13)。另外氣象局對於全球暖化亦有作出解釋，其係指靠近地面或海表面的全球平均氣溫隨著時間經過而逐漸升高之現象。

⁴⁰ See IPCC, *supra* note 30, p.30.

導致⁴¹。

隨著溫室氣體的增加，導致全球暖化之情況日益嚴重，連帶影響的是造成南北極的冰川融化，海平面跟著上升（圖 2.3），導致許多低窪地區就因為海水上升而有淹沒的危機⁴²，這也造成人類可使用的土地慢慢減少中。此外在暖化之情況下，也助長了傳染性疾病的蔓延，因為暖冬會使的傳染媒介的生活範圍擴大，而對健康、公共衛生都造成了新的威脅。

圖 2.2 全球平均溫度

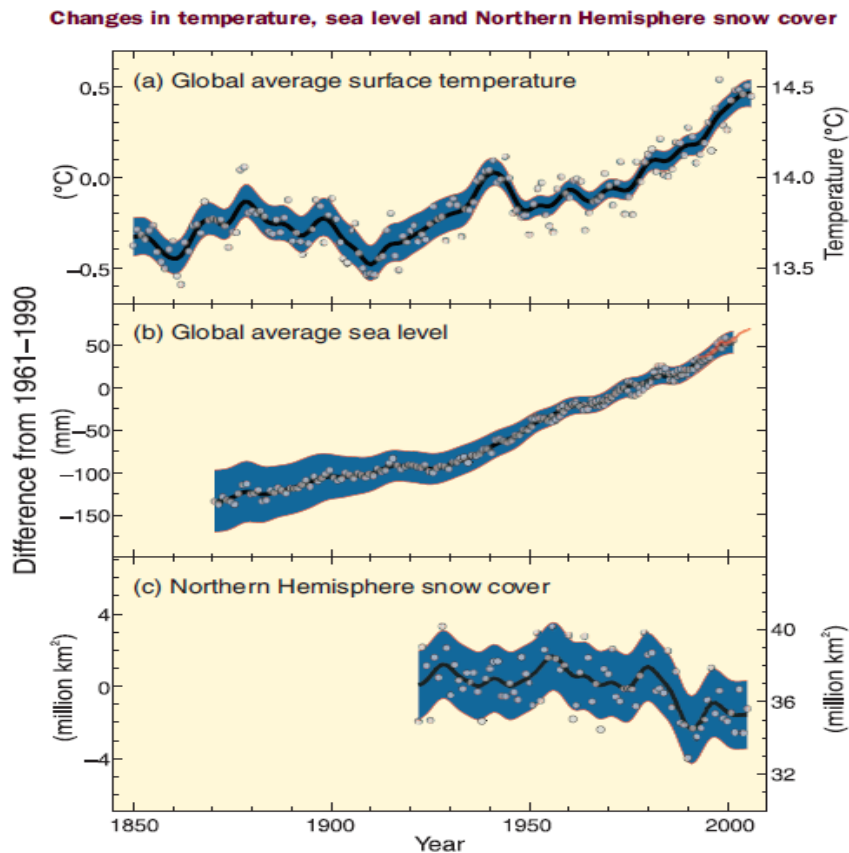


資料來源：Climate Change 2007: Working Group I: The Physical Science Basis, FAQ 3.1, Figure 1.

⁴¹ 政府間氣候變遷小組第 1 工作組第 4 次評估報告常見問題 3.1。

⁴² 吐瓦魯、馬爾地夫、帛琉、威尼斯等國家都有被海水淹沒的危機，而台灣亦屬其中之一，如果全球海平面上升 1 公尺，台灣將會有一成的土地被海水淹沒，尤其是台北盆地、台中、彰化、雲林、嘉義與蘭陽平原等影響最深。詳見楊瑪利、徐仁全、黃漢華、呂愛麗，「影響未來最關鍵的會議、改變台灣的機會，就在哥本哈根」，遠見雜誌，2009 年 12 月，282 期，http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_15574_3.html（最後瀏覽日：2012/4/11）；其他如孟買、邁阿密、胡志明市、上海、曼谷亦有面臨遭受洪水或海平面上升侵襲而導致無法居住之風險，<http://www.guardian.co.uk/environment/2012/mar/28/climate-change-global-warming-storms-floods>（最後瀏覽日：2012/4/18）

圖 2.3 溫度、海平面高度和北半球積雪的變化



資料來源：IPCC，Climate Change 2007：Synthesis Report，Figure 1.1.

然而氣候變遷所帶來的衝擊不僅是全球暖化的問題而已（圖 2.4），還有許多奇怪的氣候現象出現，例如原本不熱的地方變的很熱，很冷的地方卻變的不冷；但情況也可能相反，使熱的地方更熱，冷的地方更冷⁴³。且近年來，極端氣候⁴⁴的發生也越來越頻繁，例如颱風（莫拉克颱風）、颶風（卡翠娜颶風）等出現的頻率也越來越高，甚至一個比一個還要強大，因此所造成的災害也越來越嚴重；此外還有熱浪（2006 年歐洲熱浪）、暴雨（2011 年 7 月韓國暴雨）、水災（泰國洪水、澳洲昆士蘭洪水）、旱災（2011 年貴州旱災）、大地震（日本 311 地震）等的頻繁出現、土地沙漠化的危機、糧食短缺造成饑荒、海洋酸化、聖嬰現象、生物多樣性的滅絕、能源短缺、水資源匱乏等種種問題。

⁴³ TVBS 新聞，「北半球冰風暴 日本歐洲比南極冷」，http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=yehmin20120203194058&dd=201223203911（最後瀏覽日：2012/3/23）；環境資源中心，「南北歐都飄雪 北美罕見暖洋洋」，<http://e-info.org.tw/node/2853>（最後瀏覽日：2012/3/23）

⁴⁴ Tim Flannery，是你，製造了天氣：全球暖化危機（We Are the Weather Makers：the Story of Global Warming），第 14 章極端的氣候，頁 124-137，林雨蓓譯，高島國際出版，初版，2007 年 3 月。

但不只是活著的生物才會受到氣候變遷的威脅，就連世界遺產也面臨同樣的危機，例如義大利的威尼斯就飽受海水上升的威脅、非洲西部茅利塔尼亞的古代聖城—欣蓋提也受到風沙侵蝕的困擾，因為溫度上升導致當地乾旱越來越頻繁，因此加速了沙漠化的侵蝕現象⁴⁵。

上述氣候變遷帶來的種種問題也可能拖垮經濟，如在糧食短缺下，糧食和物價會跟著上漲；或是被洪水襲擊的城市，當工廠和農地都浸泡在水裡時，人們又該如何打拼經濟？因此氣候變遷帶來的影響層面係環環相扣的，而且影響的範圍係大及全球，倘若地球人不想做為「氣候難民」(Climate Refugee)，面對日益嚴重的氣候變遷情況，我們就必須有所改變。

圖 2.4 氣候變遷



資料來源：本研究自行整理

⁴⁵ 劉安怡等人撰文，同註 32，頁 36-37。

第二節 全球氣候變遷帶來之影響

在面對自然因素所造成的氣候變遷，身為渺小的人類係無力去改變的，然而在人為因素的情況下，如溫室氣體的排放量，卻是人類可以掌控的。因為影響氣候變遷最重要的人為因素就是人類製造過多的溫室氣體，因此當前想要緩和氣候環境的改變最重要的措施便是減少溫室氣體的排放量，尤其是二氧化碳。正因為地球環境之維護係屬全人類之責任，像氣候變遷這種全球性的問題更是需要透過世界各國攜手合作才能解決，因此國際間針對溫室氣體的問題制定 UNFCCC 和議定書等國際公約，期待透過國際性的公約來減緩溫室氣體的排放。

然而要減少溫室氣體的排放量就必須從源頭做起，也就是人類必須減少化石燃料的使用，可是減少了化石燃料的使用，人類對於能源的需求度還是很高，因此就有新興能源（如太陽能、風能等）的興起，帶動了綠色科技之研發、也帶動了整個綠色產業之發展。

第一項 因應氣候變遷之國際規範

現今的人類正面臨如氣候變遷、酸雨、臭氧層破壞、土地沙漠化、海洋汙染、生態保育等許多環境問題⁴⁶。而這些環境問題影響的範圍廣泛，甚至遍及全球，因此不能僅靠單一國家獨自面對處理，必須藉由世界各國共同來處理這些全球性的環境問題，因而促使許多國際環保公約⁴⁷的形成。在這些國際環保公約的運作下，希望各國能遵守公約的相關約定，使這些全球性的環境危機能得到適當的解決或紓緩。而在針對氣候變遷之國際規範，本文僅著重於「聯合國氣候變化綱要公約」（United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC）和「京都議定書」

⁴⁶ Eco Life 清淨家園顧厝邊綠色生活網，地球危機，<http://ecolife.epa.gov.tw/blog/post/583158>（最後瀏覽日：2012/4/12）

⁴⁷ 例如蒙特婁議定書（全名為：蒙特婁破壞臭氧層物質管制議定書 Montreal Protocol on Substances that Deplete the Ozone Layer）係針對破壞臭氧層的氣體之管制議定書、巴爾賽公約（Basel Convention）則是為了規範國際間有毒廢棄物跨國運送的管制公約、華盛頓公約（全名是：瀕臨絕種野生動植物國際貿易公約 Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora）目的係為保護瀕臨絕種的動植物、生物多樣性公約（Convention on Biological Diversity）係為確保各國採取有效行動來阻止其對生物自然生長環境的破壞。詳見葉俊榮，全球環境議題－臺灣觀點，巨流出版社，1997年7月，初版，頁219-23及261-297。

(Kyoto Protocol)，以下分別就兩者說明之。

第一款 聯合國氣候變化綱要公約 (UNFCCC)

1988 年世界氣象組織 (World Meteorological Organization, WMO)⁴⁸和聯合國環境規劃署(United Nations Environment Programme, UNEP)⁴⁹共同成立了「政府間氣候變遷小組」(Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC)⁵⁰來負責研究氣候變遷的科學知識、評估其對自然環境和社會經濟的影響，以及思索該如何減緩和適應，最後再找尋出一個可以減緩氣候變遷的方案⁵¹。

IPCC 在 1990 年提出了第一次評估報告，該報告證實了氣候變遷的科學證據，這對決策者和一般人都有著強烈的影響力。聯合國大會為了響應 IPCC 所提出之報告和回應，便在同年的大會中通過設立「政府間氣候變化綱要公約談判委員會」(Intergovernmental Negotiating Committee for a Framework Convention on Climate Change, INC/FCCC)的決議，並授予它起草公約條文及任何必要法律工具的權利。從 1991 年 2 月起，經歷 5 次會議，超過 150 個國家參與談判，UNFCCC 終於在 1992 年 5 月 9 日紐約的聯合國總部通過。同年 6 月，聯合國環境與發展大會(the United Nations Conference on Environment and Development)即地球高峰會在巴西里約舉行，超過 150 個國家同意簽署 UNFCCC，達成以全球性管制方式來減少溫室氣體的排放作為減緩氣候變遷方法之初步共識，該公約之後在 1994 年 3 月 21 日正式生效⁵²。

⁴⁸ World Meteorological Organization, at : http://www.wmo.int/pages/index_en.html (last visited : 2012/4/12)

⁴⁹ United Nations Environment Programme, at : <http://www.unep.org/> (last visited : 2012/4/12)

⁵⁰ Intergovernmental Panel on Climate Change, at : <http://www.ipcc.ch/> (last visited : 2012/4/12)

⁵¹ IPCC 底下設有三個工作小組，每個工作小組負責不同的研究，詳細工作內容可參見 IPCC 網站的介紹，http://www.ipcc.ch/working_groups/working_groups.shtml#T4beE6tAA0M (最後瀏覽日：2012/4/12)。目前已進行了四次評估報告，最新一次的評估報告將於 2013 至 2014 年間陸續完成。

⁵² UNFCCC, Climate Change Information Kit, Sheet 17, The international response to climate Change, available at :

http://unfccc.int/essential_background/background_publications_htmlpdf/climate_change_information_kit/items/300.php (last visited : 2012/3/23)；行政院環保署，聯合國氣候變化綱要公約及京都議定書-公約簡介，

<http://www.epa.gov.tw/ch/aioshow.aspx?busin=7603&path=10966&guid=18e29c81-a3e4-4e8f-b949-4>

UNFCCC 制定的目的係為「將大氣中溫室氣體的濃度穩定在防止氣候系統受到危險的人為干擾的水平上。這一水平應當在足以使生態系統能夠自然地適應氣候變化，確保糧食生產免受到威脅，並使經濟發展能夠可持續地進行的時間範圍內實現」⁵³。也就是因為人類排放大量的溫室氣體顯然已超過自然環境所能負荷的份量，導致全球面臨氣候變遷之威脅，所以公約制訂的目的就是為了讓溫室氣體的濃度能夠回復到使自然生態自統可以自行吸收循環的狀態，讓氣候變化的幅度縮小使地球上的生物可以很自然地適應，然後確保糧食生產，最後使經濟發展朝向永續化經營。

UNFCCC 根據責任不同和公平原則，斟酌考量各締約國不同的經濟發展與自然環境而區分成附件一成員和非附件一成員⁵⁴兩組，透過公約內容的執行要求各締約國應承擔共同但程度不同的責任來管制全球溫室氣體的排放量。既然各國同意簽署 UNFCCC，即達成同意以控制、削減溫室氣體的排放量來減緩或防止氣候變遷之共識，因此在採取相關措施時，應依據公約所規定的基本原則（指公約第三條）來盡力實現公約制定的主要目標。

按 UNFCCC 第 3 條規定之可歸納出以下 5 個重點⁵⁵：

- 一、 共同但有差別的責任（on the basis of equity and in accordance with their common but differentiated responsibilities and respective

bec3607b674&lang=zh-tw（最後瀏覽日：2012/3/23）

⁵³ UNFCCC Article 2 OBJECTIVE: “The ultimate objective of this Convention and any related legal instruments that the Conference of the Parties may adopt is to achieve, in accordance with the relevant provisions of the Convention, stabilization of greenhouse gas concentrations in the atmosphere at a level that would prevent dangerous anthropogenic interference with the climate system. Such a level should be achieved within a time frame sufficient to allow ecosystems to adapt naturally to climate change, to ensure that food production is not threatened and to enable economic development to proceed in a sustainable manner.”

⁵⁴ 氣候變化綱要公約全文有 26 個條文和兩個附件（附件一和附件二）。附件一成員（Annex I）：包括經濟開發暨合作組織（OECD）國家、歐洲聯盟、美國、日本及俄羅斯與東歐諸國，其責任為在 2012 年以前將溫室氣體排放量回歸到各國 1990 年的水準並提交國家通訊。附件二成員

（Annex II）：公約中將部分附件一裡的先進國家歸類為「附件二成員」，包括上述 OECD 國家及歐盟，要提供資金及技術來幫忙開發中國家因應氣候變遷。非附件一成員（non-Annex I）：係指所有不在「附件一」名單內的公約成員，主要由 77 國集團與以中國為首之開發中國家及新興工業國如南韓、新加坡等，其任務為統計本國溫室氣體排放資料，並於第一次國家通訊中敘述本國國情、溫室氣體統計及預計採行之防制步驟等資料。基於公平原則，非附件一國家並非溫室氣體製造的主要源頭，因此並無賦予其強行減量之義務。詳見中華民國外交部，「『聯合國氣候變化綱要公約』（UNFCCC）成立之背景、目的、成員責任及基本原則為何？」，

<http://www.mofa.gov.tw/Home/FAQ/36923BF8-C2FC-40B5-A749-85EBC76D45CB?opno=33755e41-0758-4c7b-915b-faec1654da2c>（最後瀏覽日 2012/4/12）。附件一和附件二的詳細成員名單可參考 UNFCCC 網站的氣候變化綱要公約全文，同註 5（最後瀏覽日 2012/3/29）

⁵⁵ 葉俊榮，同註 47，頁 235-236。

capabilities) ⁵⁶

- 二、 考量開發中國家的需要 (The specific needs and special circumstances of developing country Parties) ⁵⁷
- 三、 預防原則 (The Parties should take precautionary measures to anticipate, prevent or minimize the causes of climate change and mitigate its adverse effects.) ⁵⁸
- 四、 永續發展 (The Parties have a right to, and should, promote sustainable development.) ⁵⁹
- 五、 合作且開放的國際經濟體系 (The Parties should cooperate to promote a supportive and open international economic system that would lead to sustainable economic growth and development in all Parties) ⁶⁰

根據上述基本原則的重點，UNFCCC 強調對付氣候變遷是世界各國的責任，但因為每個締約國的開發程度和經濟體系均不相同，所以容許各國負有不同的責任，也就是承擔共同但程度不同的責任。UNFCCC 也特別指出已開發國家在面對氣候變遷及其帶來的不利後果必須負擔主要的責任，因為造成溫室氣體的大量增加主要就是因為已開發國家在積極發展工業的時期所製造出來的，因此倘若要求開發中國家來承擔已開發國家造成的後果，恐有不公，故 UNFCCC 特別考量到開發中國家的需求以及是否會為其帶來不合比例和不正常的負擔⁶¹。

各締約國也必須採取適當的預防或防止措施，盡量減少引起氣候變遷之原因，並且在考量對付氣候變遷的政策和措施時應採取經濟有效及最低成本之方式。而為了永續發展之經營，各國在思索政策或措施時，也必須與該國的發展計畫相結合，且透過各國的相互合作建立一個開放的國際經濟體系，使開發中國家能更具獨立的能力去處理有關氣候變遷的問題，朝向永續的經濟發展⁶²。

⁵⁶ UNFCCC Article 3.1

⁵⁷ UNFCCC Article 3.2

⁵⁸ UNFCCC Article 3.3

⁵⁹ UNFCCC Article 3.4

⁶⁰ UNFCCC Article 3.5

⁶¹ 聯合國氣候變化框架公約，工業技術研究院能源與資源研究所編輯翻譯，

http://www.tri.org.tw/unfccc/download/unfccc_c.pdf(最後瀏覽日：2012/4/12)；葉俊榮，同註 47，頁 236。

⁶² 同前註。

UNFCCC 之制定係為了要減少溫室氣體的排放，因此對於各國的工業開發會產生相對的限制作用，係屬於少數會嚴重衝擊各國經濟發展的國際環保公約之一⁶³。然而因為 UNFCCC 僅具有簡單的規範框架和作原則性的宣示，其欠缺可具體實行之實質內容如相關的管制目標、期限或方法，再加上不具有強制的拘束力⁶⁴，因此 UNFCCC 生效之後，溫室氣體的減量運動普遍沒有被締約國徹底執行。

但隨著更多的科學資料與證據的出現，使的各國越來越了解到氣候變遷帶來的嚴重後果⁶⁵，因此各國在面臨全球溫室氣體的濃度仍不斷上升之現實壓力下，經過締約國會議⁶⁶取得共識後，決定根據 UNFCCC 第 17 條⁶⁷之規定，以建立議定書之方式來作為具體實現 UNFCCC 目標之依據，因而制定出具有拘束力的「京都議定書」，期盼透過該議定書之執行來徹底實現減少、控制溫室氣體的排放量和減緩氣候變遷之現象⁶⁸。

第二款 京都議定書 (Kyoto Protocol)

1997 年 12 月，聯合國氣候變化綱要公約第三次締約國大會 (COP3) 在日本京都舉行，會中通過了具有拘束效力的「京都議定書」(以下簡稱議定書)(表 2.2)，之後於 2005 年 2 月 16 日正式生效。議定書制定的宗旨係為了達成 UNFCCC 在第 2 條所宣示的最終目標，即將溫室氣體的含量穩定在不會危害到氣候系統運作的一定水平，使自然生態系統可以自然的適應氣候變化，確保糧食避免遭受威脅、使經濟發展能夠順利並朝向永續性的經營⁶⁹。

⁶³ 台灣因應氣候變化綱要公約資訊網，聯合國氣候變化綱要公約，
<http://www.tri.org.tw/unfccc/Unfccc/UNFCCC01.htm> (最後瀏覽日：2012/4/13)

⁶⁴ 葉俊榮，同註 47，頁 234-235。

⁶⁵ 中央廣播電台，哥本哈根峰會有做成決議的急迫性，
http://news.rti.org.tw/taiwan_perspective_page.aspx?id=2253 (最後瀏覽日：2012/4/13)

⁶⁶ 締約國會議：The Conference of the Parties，簡稱 COP，係公約的最高機構，應定期評審公約和會議可能通過的任何法律文書之履行情況並採取適當措施以促進公約之有效履行和運作。第一次會議應該公約生效後一年內舉行，之後會議必須年年舉行。其他有關於締約國會議之運作情況得參考 UNFCCC Article 7。

⁶⁷ UNFCCC Article 17.1：“The Conference of the Parties may, at any ordinary session, adopt protocols to the Convention.”

⁶⁸ 台灣因應氣候變化綱要公約資訊網，氣候變化綱要公約背景與演變，
<http://www.tri.org.tw/unfccc/main02.htm> (最後瀏覽日：2012/4/13)

⁶⁹ 在京都議定書的前言即表明此一宗旨。

表 2.2 京都議定書之重要內容⁷⁰

減量目標	以 1990 年的排放量為基準，平均再減 5%
減量期程	從 2008 年到 2012 年，並以此 5 年的平均值為準
管制溫室氣體	二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、全氟碳化物、氫氟碳化物、六氟化硫。
森林吸收溫室氣體之功能納入減量計算	即 1990 年以後所進行之植林、再植林及砍伐森林所造成之溫室氣體吸收或排放之淨值，可計算於減量之中。
京都機制	共同減量、清潔發展機制和排放交易
生效條件	條件 1：經各國國內程序批准議定書國家達 55 國。 條件 2：批准議定書締約國中，屬於 UNFCCC 附件一成員之國家，在 1990 年溫室氣體的排放量，須佔所有全體 UNFCCC 附件一成員之氣體排放總量達 55 % 以上(係以 1990 年溫室氣體排放量為計算基礎)。 在達成兩個要件之後，議定書於其後第 90 天開始生效
成員責任	1. 已開發國家：須在 2012 年以前將溫室氣體排放量回歸到各國 1990 年的水準，且對於開發中國家要為技術移轉和提供資金援助。 2. 東歐經濟轉型國家：須在 2012 年以前將溫室氣體排放量回歸到各國 1990 年的水準。 3. 開發中國家：不需承擔具體削減溫室氣體的義務，但要統計及提報本國溫室氣體排放資料。

議定書之內容明確要求已開發國家必須率先負擔減量責任，故採取「全球總量管制、個別國家目標」的減量策略⁷¹。在此策略之下，已開發國家必須在 2008 年至 2012 年之間達成減量目標，也就是必將 6 種管制的溫室

⁷⁰ 資料來源：京都議定書中文版，<http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpchinese.pdf> (最後瀏覽日：2012/4/13)；行政院環保署，聯合國氣候變化綱要公約及京都議定書-公約簡介，同註 52 (最後瀏覽日：2012/4/13)；環境資訊中心，李河清，京都議定書生效以後，<http://e-info.org.tw/proreport/2004/pr04121702.htm> (最後瀏覽日：2012/4/13)；郭博堯，背景分析-京都議定書的爭議與妥協，國政研究報告，永續(研)090-024 號，2001 年 7 月 26 日，<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/SD/090/SD-R-090-024.htm> (最後瀏覽日：2012/4/13)

⁷¹ 環境資訊中心，許資宜，京都議定書起動！台灣，準備好了嗎？
<http://e-info.org.tw/column/cssconf/2005/cs05062401.htm> (最後瀏覽日：2012/4/13)

氣體之排放量降至 1990 年的排放水準，平均再減 5%⁷²。而個別國家的減量，因考量到其發展程度不同，故採取有差異性之消減方式，與 1990 年相比，例如歐盟聯盟須削減 8%、美國削減 7%、日本等國削減 6%；此外議定書同時允許冰島、澳洲和挪威的排放量得分別比 1990 年增加 10%、8%、1%（表 2.3）。

表 2.3 京都議定書附件 B 國家對於溫室氣體排放量削減之目標

基準年	削減比率	國家
1990 年	-8%	歐盟 15 國及東歐各國
	-7%	美國
	-6%	日本、加拿大、匈牙利、波蘭
	-5%	克羅埃西亞
	0%	紐西蘭，俄羅斯，烏克蘭
	+1%	挪威
	+8%	澳洲
	+10%	冰島

資料來源：UNFCCC，Countries included in Annex B to the Kyoto Protocol and their emissions targets, at: http://unfccc.int/kyoto_protocol/items/3145.php (last visited: 2012/3/30)

因為議定書規定已開發國家必須對溫室氣體的排放進行減量工作，如此一來，將直接影響到各國能源使用之情形，且對於各國的交通、工業或其他產業結構和經濟發展亦會產生相當程度的衝擊⁷³。為此，議定書提供了共同減量⁷⁴（Joint Implementation, JI）、清潔發展機制⁷⁵（Clean Development Mechanism, CDM）和排放權交易⁷⁶（Emission Trade, ET）這三種彈性機制（稱為京都機制），允許各國之間進行共同合作減量，並協助各國能以最有成本效益、最划算之方式來達成減少溫室氣體排放量之目標，且該機制亦有助於刺激綠色投資，促進經濟成長邁向永續化發展並達成公約的最終目標⁷⁷。

⁷² Kyoto Protocol Article 3.1

⁷³ 施文真，氣候變遷國際管制體系與關稅暨貿易總協定/世界貿易組織之關係：以京都機制為主要探討對象，綠化 WTO？－貿易、環境與台灣，同註 9，頁 121。

⁷⁴ Kyoto Protocol Article 6

⁷⁵ Kyoto Protocol Article 12

⁷⁶ Kyoto Protocol Article 17

⁷⁷ UNFCCC, Kyoto Protocol, at: http://unfccc.int/kyoto_protocol/items/2830.php (last visited: 2012/3/30)

在京都機制中（表 2.4）最特別的機制屬清潔發展機制，因為該項機制係三種機制中唯一適用於已開發國家與開發中國家間的減量合作機制（指附件一國家與非附件一國家的合作）⁷⁸。即已開發國家透過資金援助和技術提供之方式進而與開發中國家進行合作計畫，協助其減少溫室氣體的排放，最後所獲得的減量效果⁷⁹亦可作為已開發國家履行京都議定書的減排承諾⁸⁰。因此透過清潔發展機制，開發中國家可獲得如節能減碳或開發再生能源等相關之技術並且取得所需資金，一來可降低未來發展低碳產業結構所需之成本並且也為該國家之永續化經營扎下穩固之基礎，二來因為合作計畫的進行增加許多就業機會，也帶動國家的經濟發展，改善開發中國家的生活水準；另一方面已開發國家也得以實現減排承諾，在對雙邊都有利的情況下，還可達成減緩氣候變遷之目標⁸¹。

而共同減量則是指附件一國家間（指已開發國家和經濟轉型國家）藉由投資溫室氣體共同減量計畫的方式，投資者得自附件一任何國家移轉或取得排放減量單位(Emission Reduction Units, ERU)額度，作為未來交易或抵減排放量之用⁸²。

至於排放權交易係指在附件一所列的國家間，若某一已開發國家在完成其減量義務後，仍有尚未使用或剩餘之排放配額額度，此時便容許公約

2012/3/27)

⁷⁸ Kyoto Protocol Article 12.2: “The purpose of the clean development mechanism shall be to assist Parties not included in Annex I in achieving sustainable development and in contributing to the ultimate objective of the Convention, and to assist Parties included in Annex I in achieving compliance with their quantified emission limitation and reduction commitments under Article 3.”

⁷⁹ 清潔發展機制所認可的溫室氣體減量計畫所包含的範圍非常廣泛，從水力和風力發電、使用替代能源到提升工業效率等均屬之。減量計畫一旦成功，投資清潔發展計畫者在經過法定認證程序後就可以取得經驗證的減量額度(Certified Emissions Reductions, 簡稱 CERs) (又稱排放減量權證)，並可將獲得的 CERs 抵減其減量承諾之一部分，用來達到他們的京都議定書減量目標。詳見環境資訊中心，【氣候變遷 Q&A】(12) 何謂清潔發展機制？，<http://e-info.org.tw/node/69250> (最後瀏覽日：2012/3/28)

⁸⁰ 李堅明，台灣參與清潔發展機制(CDM)之分析與設計，

<http://old.npf.org.tw/e-newsletter/report/891209-L-6.htm> (最後瀏覽日：2012/4/16)；王革華等人，永續發展與能源：第 3.2 章 京都機制設計理念與運行法則，網路版本，

http://taise.org.tw/publication_topics.php?cid=60&cid2=40 (最後瀏覽日 2012/3/29)；范建得主編，同註 6，頁 17。

⁸¹ UNFCCC, CDM Benefits, at: http://cdm.unfccc.int/about/dev_ben/index.html (最後瀏覽日：2012/4/16)；李堅明，同註前註 (最後瀏覽日：2012/4/16)；我外交應如何因應後京都議定書及其機制之專題報告，委託單位：條法司環境永續外交小組，執行單位：台灣經濟研究院國際處，2008 年 2 月，頁 5-7。

⁸² 節能減碳教育網，京都議定書與哥本哈根議定書，

<http://phsu.ie.ntnu.edu.tw/ienergy/the-kyoto-protocol-and-the-copenhagen-protocol> (最後瀏覽日：2012/3/28)

附件一其他國家可向該排放量未達容許配額的國家以透過交易之方式取得這些剩餘額度來使用⁸³。如俄羅斯在 90 年代後，因為大量工廠停產以至於減少許多溫室氣體的排放，但由於分配到比較多的排放配額，因此得將其多餘的額度出售給西方國家⁸⁴。

清潔發展機制與共同減量機制最大的不同點在於共同減量機制之適用對象僅限於附件一所列國家之間，而清潔發展機制之合作對象則係在附件一與非附件一國家間。這兩者在執行效果上亦略有不同，因為透過共同減量機制之運用，會使得工業國家在進行減排任務時得到經濟成本減輕之利益和部分減量額度，但事實上附件一國家間的總減量仍會維持不變，這是因為在附件一國家中，有些工業國家認為如果在自己國內進行減量之任務需花費過多的成本，因此工業國家會尋求附件一國家中一些正值經濟轉型的國家，透過共同減量合作之計畫，使得工業國家可以在經濟轉型國家之境內進行減量，如此一來僅需付出較低的成本就可以使工業國家達成部分的減量任務⁸⁵。

但是如果是透過清潔發展機制之合作，不僅得使受排放量限制的附件一國家可以達成議定書減量義務之承諾，也使得原本不負擔減量義務的開發中國家也獲得減少溫室氣體排放量之效果，意外的增加了議定書原本沒有規定的減量數額，如此一來，全球溫室氣體的減排量就可以超越議定書原本所設定的減量目標⁸⁶。

下圖為京都機制的說明表格⁸⁷：

表 2.4 京都機制

項目	共同減量	清潔發展機制	排放權交易
條文	第 6 條	第 12 條	第 17 條
適用對象	僅適用於附件一國家	附件一與非附件一國家間的減量合作計畫機制	僅適用於附件一國家

⁸³ 節能減碳教育網，同前註。

⁸⁴ 我外交應如何因應後京都議定書及其機制之專題報告，同註 81，頁 6。

⁸⁵ 陳佳成，國際體制形成之討論：以京都議定書為例，東海大學政治學系碩士論文，2002 年 6 月，頁 87。

⁸⁶ 李堅明，同註 80（最後瀏覽日：2012/4/16）

⁸⁷ 參考 1.我外交應如何因應後京都議定書及其機制之專題報告，同註 81，頁 4-7；2.王革華等人，同註 80（最後瀏覽日 2012/3/29）

運行方式	容許附件一國家間以推動共同排放減量計畫的方式，向其他附件一國家交換或取得排放減量單位(ERU)額度，作為未來交易或抵減排放量之用。	已開發國家對開發中國家提供技術及資金援助，藉由投資清潔發展計畫取得經驗證的減量額度(CERs)，將獲得的 CERs 抵減其減量承諾之一部分，用來達成京都議定書減量目標。	附件一國家透過買賣排放權的方式，達到該國家承諾之目標。
相同點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 京都機制均係為促進附件一國家履行第三條減量承諾之目標。 2. 這三種機制都不是在本國實施排減行動，均為境外減排。 		

由於各國對於氣候變遷已形成一定的共識，也明白其帶來的嚴重後果，因此在氣候變化綱要公約的架構下，有了京都議定書之制定。該議定書的主要目的在於降低溫室氣體的排放量，然而最直接影響的便是各國能源使用情形，此又與各國的經濟發展息息相關，且對於開發中國家和已開發國家來說，其所考量的問題和所堅持的立場必然會有不同。因此在為了達成氣候變化綱要公約的核心思想，其談判過程中往往面臨國際關係、政策考量、各國應承擔責任之分配、能源使用和經濟發展等種種問題⁸⁸，在此情況下，要各國拋下所有考量因素和撇去所堅持的立場紛紛跟進配合溫室氣體的減量行動實有一定之難度，因此必須提供相當之誘因而吸引大家跟進。

在 2005 年議定書生效之後，國際間在面對氣候變遷之情況下，除了鼓勵綠色科技的創新與應用，低碳和無碳能源的開發，還建立了經濟誘因制度，京都機制即屬其中之一種⁸⁹。

在京都機制的運用下，各國可以透過交易、交換之方式取得更多的溫室氣體排放額度、或是將自己沒有使用完或多餘的排放額度賣給其他有需要的國家，而發展出所謂的「碳交易」制度，以經濟誘因作為基礎來促進工業國家執行減排任務、達成議定書的管制目標，並藉此透過技術移轉或資金資助來幫忙開發中國家發展綠色科技、使其經濟發展得以更順利進而

⁸⁸ 李河清，環境外交與氣候談判－以京都議定書為例，國政研究報告，90年10月，永續(研)090-040號，<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/SD/090/SD-R-090-040.htm> (最後瀏覽日：2012/4/17)

⁸⁹ 陳輝俊、楊秉純，我國節約能源技術發展及產業推動措施，永續產業發展雙月刊，2010年4月，49期，頁68。

擺脫貧困的生活⁹⁰。

且為確保京都機制的公平運作，各締約國必須根據議定書第 5 條之規定提出「國家通訊⁹¹」(national communication)，據以釐清溫室氣體的排放狀況，進而達到全球溫室氣體市場清算的目標⁹²。

第三款 目前的發展現況

由於京都議定書第一階段的管制期限將於 2012 年到期（2008 到 2012 年），為了到期後第二階段溫室氣體減量的管制走向和關於氣候變遷的調適政策，便開啟了後京都時代的國際氣候談判，然而談判的過程並不順利。後京都時期的談判重點仍在於如何降低全球溫室氣體的排放量，尤其是已開發國家在第二階段的減量範圍與期限，還有開發中國家是否亦須承擔減量任務等問題。但由於以中國為核心的開發中國家強調他們有「發展權」，認為消除貧窮才是發展中國家的首要目標，而非減碳⁹³。

並且開發中國家認為過去已開發國家為了發展工業而大量使用化石燃料製造出許多溫室氣體，因此已開發國家必須率先承擔過去的歷史排放責任才對，而不是由開發中國家或許多貧窮的島國來承受氣候變遷帶來的不利益⁹⁴。

正因為各國所立場不同，在加上政治、經濟、產業結構或國家利益等種種因素考量下，各國對於其應負擔的減排義務意見分歧，且對於減

⁹⁰ 范建得、簡慧貞、石信智、吳奕霖，碳交易的概念及其應有的法律規則，永續產業發展雙月刊，2010 年 4 月，49 期，頁 18。

⁹¹ UNFCCC 第 4 條、第 12 條及京都議定書第 5 條規定，締約國均須提交「國家通訊」來進行資訊之交流，並作為因應氣候變遷整體政策檢討分析工具。根據公約「共同但有區別責任」的精神，各國所需提交國家通訊之內容與時間亦有差異，但不論是公約附件一國家或是非附件一國家，其國家通訊均包含(1)所有溫室氣體排放及移除清冊、(2)執行公約所採取的各種步驟、(3)達成公約目標有關的資料等三個部分。最後公約秘書處將總結出版報告，公開附件一締約國之國家溫室氣體清冊數據與排放趨勢。詳見行政院環境保護署，國家通訊簡介，

<http://www.epa.gov.tw/ch/aioshow.aspx?busin=12379&path=12436&guid=3687fe03-ea8e-405e-bd8c-e3b96e5fdc4e&lang=zh-tw>（最後瀏覽日：2012/4/17）

⁹² 王革華等人，同註 80（最後瀏覽日 2012/3/29）

⁹³ 林子倫，哥本哈根會議後的全球氣候政治趨勢，能源報導，2010 年 2 月，

<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=201002&Page=5>（最後瀏覽日：2012/3/31）。

⁹⁴ 林子倫，後京都氣候談判的五大難題，能源報導，2009 年 10 月，

<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=200910&Page=9>（最後瀏覽日：2012/4/17）

量之基準年亦無法達成共識，最終僅完成一個不具法律約束力的「哥本哈根協定」，其主要內容有三點⁹⁵：

- 一、 溫度方面：各國必須努力將全球暖化升溫的現象控制在攝氏 2 度以內，且必須在 2010 年 1 月底以前具體闡明其在 2020 年以前的減排目標。
- 二、 資金方面：要求已開發國家在 2020 年之前，每年需出資 1,000 億美元給發展中國家用以協助其對抗氣候變遷的減量任務與調適行動，並且成立「哥本哈根綠色氣候基金」做為管理。
- 三、 驗證和監督方面：發達國家做出的承諾，將受到聯合國氣候變化綱要公約（UNFCCC）之「嚴格、全面和透明化」的檢查。而發展中國家將根據一個「確保國家主權獲得尊重」之方式，每兩年自行提出減排成果報告。

關於後京都時期的國際減碳方向在歷經峇里島、哥本哈根、坎昆等多次會議談判下，仍未能定案，因此，目前最近一次的締約國大會係於 2011 年 11 月在南非德班舉行的第 17 次締約國大會（COP17）。德班會議的核心要點仍遵循 UNFCCC 第 3 條的基本原則，即各國必須承擔「共同但有差異」的減量責任，且以最有利經濟效益之方式進行減量任務，並促進經濟的永續化經營⁹⁶。

德班會議中達成幾項重要決議，包括從 2013 年開始進入京都議定書第二承諾期（將議定書之效力延長 5 年）、綠色氣候基金（Green Climate Fund）的啟動、還有最重要是通過設立「德班平台特設小組（Ad Hoc Working Group on the Durban Platform for Enhanced Action）」。特設小組於 2012 年上半年開啟運作，其必須制定出一份在 UNFCCC 的基本架構下適用於規範所有締約國且具有法律效力的國際減排公約（可以為議定書或法律文件），該小組最晚必須在 2015 年的第 21 次締約國大會（COP21）前制訂出來，使其能於 2020 年開始生效適用，以盼達成在哥本哈根協定中要將全

⁹⁵ 大紀元報導，哥本哈根救氣候—協定要點一覽表，2009 年 12 月 19 日，<http://www.epochtimes.com/b5/9/12/19/n2759535.htm>（最後瀏覽日：2012/3/31）；節能減碳教育網，同註 82（最後瀏覽日：2012/3/31）；王肇偉，歐盟、美國及中國在哥本哈根氣候變遷會議之策略研究，歐洲國際評論，2011 年，7 期，頁 154-155；林子倫，哥本哈根會議後的全球氣候政治趨勢，同註 93（最後瀏覽日：2012/3/31）。

⁹⁶ 行政院環保署環保新聞專區，南非德班氣候會議對我政策走向的影響與啟示，http://ivy5.epa.gov.tw/enews/fact_Newsdetail.asp?InputTime=1001214163437（最後瀏覽日：2012/3/31）

球暖化升溫的現象控制在攝氏 2 度以內之目標⁹⁷。

雖然這次德班會議通過的決議繁多，例如國家調適計畫、綠色基金財務機制、技術移轉、排放交易、清潔發展機制等許多與氣候變遷相關的專業議題⁹⁸，其對於未來公約及議定書的後續推廣動作均有著積極的助力，然而卻仍留下許多潛在的問號與不確定性的因素。

例如加拿大、俄羅斯相繼提出不加入京都議定書第二承諾期，相反的，歐盟各國卻是抱持著積極參與之心態⁹⁹，而會有這樣的差別，主要係因為各國政府在考量到自身利益之情況下捨棄了全球利益。歐盟國家因為在減排方面，不論其技術或產業都有著領先的地位，而在此相關產業的背後也帶來龐大的商機；反之，加拿大為了經濟發展之需求要開發油砂產業，此舉將排出大量的二氧化碳，在這樣的背景下，當然不願加入第二承諾期¹⁰⁰。而開發中國家也支持京都議定書的延續，因為在京都機制的運作下，開發中國家可以獲得技術和資金的援助，對於其國家的發展有著顯著的利益¹⁰¹。

又，雖通過成立綠色氣候基金，但其仍處於組織運行的草創期，在加上目前許多已開發國家都已陷於嚴重的債務危機，到時是否真能徹底提供該筆資金仍舊充滿未知數¹⁰²。

德班會議最後雖然有達成必須在 2015 年制訂出一套具有法律拘束力的國際減排公約之共識，但到最後這份共識是否真能催生出一新減排公約來規範各國的溫室氣體排放量，仍留有許多想像空間，只能寄望各國能記取哥本哈根會議的例子，不要再重蹈覆轍，在考量自身利益的同時，也能想到倘若再不減緩氣候變遷的情況下，世界末日的到來便相去不遠了，到

⁹⁷ 顧洋，聯合國氣候變化綱要公約第 17 次締約國大會觀察與感想，能源報導，2012 年 2 月，<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=201202&Page=5>（最後瀏覽日：2012/3/31）

⁹⁸ 顧洋，同前註（最後瀏覽日：2012/3/31）；行政院環保署環保新聞專區，南非德班氣候會議對我政策走向的影響與啟示，同註 96（最後瀏覽日：2012/3/31）；胡思聰，COP17 對我國減碳策略的啟示，國政分析，永續(析)100-024 號，2011 年 12 月 22 日，<http://www.npf.org.tw/post/3/10126>（最後瀏覽日：2012/3/31）

⁹⁹ 林子倫，德班氣候會議—啟動新一輪「低碳路線圖」談判，能源報導，2012 年 2 月，<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=201202&Page=9>（最後瀏覽日：2012/3/31）

¹⁰⁰ 同註 98。

¹⁰¹ 林子倫，德班氣候會議—啟動新一輪「低碳路線圖」談判，同註 99（最後瀏覽日：2012/3/31）。

¹⁰² 張愷致，從德班會議看全球氣候變化公約發展及新挑戰，<http://www.cils.nccu.edu.tw/2012/01/12/>（最後瀏覽日：2012/3/31）

時候也無所謂什麼經濟利益、國家政策考量之問題了。

第二項 因應氣候變遷之相關措施

自從 UNFCCC 制定後，隨著每年締約國大會之舉行，現今的人們對於氣候變遷這個「字眼」早已不再陌生，大部分的人也都知曉氣候變遷帶來的嚴重後果，因此人們的環保意識開始高漲，對於節能減碳、綠色技術、能源使用，甚至是對於國家如何對抗氣候變遷的施政等問題都紛紛投以熱烈的關注，而氣候變遷之問題在全球如此高度的重視下，綠色新政也逐漸成為全球施政的新方向，且成為推動發展綠色產業之重大推手¹⁰³。

因此在為配合因應氣候變遷所制訂出來的國際規範下，各國紛紛推行綠色新政，一方面以促進綠色產業之開發達到減緩氣候變遷之目標、另一方面也藉由綠色產業帶來的綠色經濟¹⁰⁴成長讓各國得以提振經濟，奠定日後永續發展之基礎。

第一款 綠色新政之推行

「全球綠色新政」(Global Green New Deal, GGND) 在 2009 年 4 月被聯合國環境規劃署(UNEP)提出，其背景係因為當時全球正面臨前有金融危機的經濟恐慌，後有氣候變遷之嚴重威脅，在這兩大不利因素之包夾下，GGND 的提出形成了一個新的轉機。其實「綠色新政」之概念早在 2008 年舉行的第 14 次締約國大會 (COP14) 上便由聯合國秘書長潘基文所提出，他指出為了同時解決氣候變遷和經濟敗退之雙重危機，各國應實施綠色新政，將資金投入在因應氣候變遷和促進綠色經濟成長之綠色產業上，除增加就業之機會外，也降低對石油等化石燃料的依賴並藉以修補支撐全

¹⁰³ 庄貴陽，國際金融危機提供新機遇：綠色新政助推經濟復蘇，人民日報，<http://env.people.com.cn/BIG5/9370176.html> (最後瀏覽日：2012/4/20)

¹⁰⁴ 綠色經濟係指能促進人類福祉和社會公平，同時又能顯著降低環境風險和生態損耗的經濟。詳見 UNEP 網站，<http://www.unep.org/greeneconomy/AboutGEI/WhatisGEI/tabid/29784/Default.aspx> (最後瀏覽日：2012/4/20)

球經濟的自然生態系統¹⁰⁵。

過去，當國際間在討論如何對抗氣候變遷之問題時，常常只要一牽扯到國家自身的利益和經濟發展時，往往都會以經濟發展為優先考量而犧牲了環境意識，這也是英國永續發展委員會主席 Jonathon Porritt 所說的：「經濟崩壞的原因與生態環境崩壞（尤其是在氣候變遷的問題上）的原因事實上是相同的，然而人們對於這個事實卻是盲目的」¹⁰⁶。

英國永續發展委員會主席 Jonathon Porritt 亦指出：「如果我們要避免災難，綠色措施的施行是金融救援方案的重要核心」¹⁰⁷，因此 GGND 的提出讓環境保護不再變成經濟政策考量下之犧牲品，而係能讓各國在經濟和環境保護的永續發展中找到能夠相輔相成的重要方法。此外，經濟學家 Nicholas Stern 也指出氣候變遷帶來的後果也將造成莫大的經濟損失，倘若不盡快採取相關行動的話，氣候變遷所導致的風險和代價將相當於每年至少失去全球 GDP 的 5%¹⁰⁸，因此經濟發展與氣候變遷之問題係息息相關。

根據 GGND 報告內容顯示，實施綠色新政有三大目標¹⁰⁹：

- 一、短期目標：促進全球經濟復甦、創造就業機會和保護弱勢團體。
- 二、中期目標：須減少對碳的依賴程度和減緩生態系統的破壞。
- 三、長期目標：促進永續性的經濟成長並達成聯合國千禧年發展目標¹¹⁰（Millennium Development Goals，MDGs）

GGND 呼籲各國在實施綠色新政時，應朝上述的三大目標為考量出發

¹⁰⁵ 呂慧敏，綠色新政（Green New Deal）的意義與課題，經建會國際經濟情勢雙週報，2010年，1706期，頁5；台灣經濟研究院，台經社論，綠色新正蓬勃興起 救景氣？救環境？，<http://www.tier.org.tw/comment/tiermon200905.asp>（最後瀏覽日：2012/4/20）

¹⁰⁶ Jonathon Porritt, Perfect storm of environmental and economic collapse closer than you think, at: <http://www.guardian.co.uk/environment/2009/mar/23/jonathon-porritt-recession-climate-crisis> (last visited: 2012/4/18)

¹⁰⁷ *Id.*

¹⁰⁸ STERN REVIEW: The Economics of Climate Change—Summary of Conclusions, available at: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.hm-treasury.gov.uk/independent_reviews/stern_review_economics_climate_change/stern_review_report.cfm (last visited: 2012/4/21)

¹⁰⁹ 聯合國環境規劃署，全球綠色新政-策簡報（中文版），2009年3月，頁4，http://www.uncclearn.org/sites/www.uncclearn.org/files/inventory/UNEP90_CHN.pdf（最後瀏覽日2012/4/1）；黃宗煌、李堅明、王金凱，綠色新政：內涵與啟示，碳經濟，2009年5月，13期，頁74。

¹¹⁰ 千年發展目標有八個方向：消滅貧窮飢餓、普及初等教育、促進兩性平等、降低兒童死亡率、改善產婦保健、與愛滋病等疾病作對抗、環境可持續力、全球夥伴關係。詳見聯合國網站：<http://www.un.org/millenniumgoals/>（最後瀏覽日2012/4/1）

點，並且建議各國共同投資 7500 億美元（占全球 GDP 1%）¹¹¹來進行綠色產業之開發，包括再生能源等五大投資領域，因此在綠色產業之背後一方面帶動綠領就業¹¹²（Green Collar Job）、另一方面也促進了綠色經濟成長，最終也將達到減緩氣候變遷之效果及渡過金融危機之難關。

下圖為實施綠色新政所帶來的優點：

圖 2.5 綠色新政



資料來源：本研究自行整理

¹¹¹ 全球綠色新政-策簡報（中文版），同註 109，頁 4（最後瀏覽日 2012/4/1）。

¹¹² 綠領就業係指在農業、製造業、研發、行政部門及服務業中，以維持或修復環境生態為工作。詳見 Green Jobs:Towards decent work in a sustainable, low-carbon world, available at : http://www.unep.org/labour_environment/PDFs/Greenjobs/UNEP-Green-Jobs-Report.pdf (last visited : 2012/4/20)；因此所謂的綠領員工係指受僱於經濟體制下的環境保護人員，例如綠建築的建築師、綠色技術的工程師、有機農戶、綠色產業的銷售人員等，詳見洪家龍，綠領工作新趨勢，能源報導，2010 年 8 月，<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=201008&Page=14>（最後瀏覽日 2012/4/20）

GGND 報告內容亦列舉出五大投資領域¹¹³：

- 一、 節能建築：即建議政府部門投資於將公共建築改為節能建築，利用現在的建築技術可以比傳統設計的建築節能約 80% 的能源消耗。另外也可以透過稅收減少之相關獎勵政策，鼓勵私營企業和個體家庭可以在辦公室或住宅改進絕熱效果、安裝節能設備¹¹⁴。
- 二、 發展可再生能源：如太陽能、風能、地熱能和海洋能（即利用潮汐）等。
- 三、 環保型交通運輸：如推廣綠色能源車輛（即可使用再生能源之汽車）、發展快速列車或捷運等便利交通系統，透過更加節能、汙染更少之交通運輸可以減少二氧化碳的排放並且達到節省能源之效果。
- 四、 對地球生態系統基礎建設進行投資（含森林、土壤、水或珊瑚礁等）¹¹⁵。
- 五、 永續化經營的農業：包含有機農業並且應減少灌溉溝渠和傳統水處理系統中的水資源流失，故應致力於改善儲水系統和提高水質。

現在的已開發國家在過去發展工業化的時候，並沒有思考到所謂永續經營的概念，因此大量挖掘地球資源，使用煤、石油等化石燃料來當作動力，因而製造出大量的溫室氣體，而當時誰也想不到大量的溫室氣體會造成今日全球氣溫的上升，最後演變成威脅生物生存的全球氣候變遷之嚴重問題。

因此倘若各國為了紓解當前經濟衰退之情況，又將大筆金資重新投注在傳統工業型態（如鋼鐵業、水泥製造業、造紙業等高耗能產業）上，此時經濟貌似可獲得短暫的復甦，然而其所帶來的嚴重後果，如溫度又不斷

¹¹³ 全球綠色新政－政策簡報（中文版），同註 109，頁 8-10（最後瀏覽日 2012/4/1）；李科逸，聯合國推動「全球綠色新政」並倡導各國促進綠色投資及研發活動，資策會法律研究所之法律要聞，<http://stli.iii.org.tw/ContentPage.aspx?i=3067>（最後瀏覽日：2012/4/1）；陳玲慧，台灣綠色新政與發展願景，永續產業發展雙月刊，2010 年 10 月，52 期，頁 11。

¹¹⁴ 全球綠色新政－政策簡報（中文版），同註 109，頁 9（最後瀏覽日 2012/4/1）

¹¹⁵ 王淑卿、李冠群編輯，全球綠色新政與全球綠色經濟之發展（上）－（Global Green New Deal, GGND），<http://highscope.ch.ntu.edu.tw/wordpress/?p=31800>（最後瀏覽日 2012/4/1）

上升、水資源匱乏、生態危機等皆是地球和人類所無法承受的¹¹⁶。因此從 GGND 建議的投資領域來看，無一不以永續經營的角度為出發點，例如發展再生能源等，這都是為了避免各國重蹈覆轍在追求經濟復甦的同時卻也帶來高排碳之後果¹¹⁷。

「新政」(The New Deal) 的構想係出自於 1932 年經濟大蕭條時期，美國羅斯福總統所提出。當時美國環境也面臨了重大的經濟危機，多數銀行一間接一間倒閉；工作者也一個接一個失業，羅斯福總統為了挽救這樣的情況，提出新政的主張，其核心概念有 3R：救濟(Relief)、改革(Reform)和復興(Recovery)，亦被稱為 3R 新政，政府透過增加對經濟的直接或間接干涉以緩解經濟蕭條所帶來的經濟危機與社會矛盾¹¹⁸。

雖然聯合國環境規劃署的綠色新政與羅斯福總統的新政都有著經濟危機的相同背景，然而在不同世代之下會面臨不同的問題，其所規劃的政策也會有所不同，因此綠色新政的目標與範圍都超越了羅斯福總統的新政。

綠色新政的最大特點在於導入「永續經營」的理念，其主要目標得借 3E 來說明之，即經濟成長(Economic Growth)、能源安全(Energy Security)及環境保護(Environmental Protection)的 3E 政策¹¹⁹，其目的在於透過綠色產業的開發，帶動經濟的復甦並藉以調整經濟和社會結構，使其轉向綠色經濟和低碳社會的永續成長，而並非只是一時性的復興；在加上再生能源和綠色技術的使用，使的溫室氣體的排放或環境汙染的問題減少，也可達到環境保護的目的，另外也因為減少對石油等化石燃料之依賴而確保了能源可以穩定供給，降低能源短缺的能源安全問題¹²⁰。

¹¹⁶ 庄貴陽，同註 103 (最後瀏覽日：2012/4/20)；台灣經濟研究院，台經社論，綠色新正蓬勃興起 救景氣？救環境？，同註 105 (最後瀏覽日：2012/4/20)

¹¹⁷ 榮沛芳，全球綠色新政與綠色經濟，能源報導，2009 年 10 月，<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=200910&Page=35> (最後瀏覽日：2012/4/20)

¹¹⁸ 黃宗煌、李堅明、王金凱，同註 109，頁 68。

¹¹⁹ 早在 1994 年 6 月，日本當時的通商產業省就提出《長期能源供給需求展望》，希望能同時實現“3E”的目標，即經濟增長(Economic Growth)、能源安全(Energy Security)和環境保護(Environmental Protection)。詳見初曉波，日本的低碳城市建設—以東京都為中心的研究，科學中國人，2011 年，12 期，<http://www.scichi.com/new/Article/3021.html#> (最後瀏覽日：2012/4/20)；台經社論，綠色新正蓬勃興起 救景氣？救環境？，同註 105 (最後瀏覽日：2012/4/20)

¹²⁰ 同註 105。

經過綠色新政報告內容之剖析，各國在實施綠色新政之後便可能同時獲得提振經濟、降低溫室氣體排放、增加就業機會、確保能源安全、達到環境保護等多項利益，因此各國在聯合國環境規劃署提出綠色新政之後，便紛紛響應跟進。但由於各國的經濟基礎、產業型態、生態環境等各方面均略有不同，已開發國家甚至有受溫室氣體排放量之限制，因此各國實施的綠色新政內容還是必須根據自己本國的需要和所欲達成的目標來仔細規劃。值得注意的是綠色新政裡包含永續經營的概念，也就是其所設定的長期目標—促進永續性的經濟成長並達成聯合國千禧年發展的目標，因此不能像過去羅斯福總統只為因應經濟大蕭條而推出的「新政」一般，當今的綠色新政必須將眼光放遠未來，除了追求經濟成長之外，還必須考慮到環境、能源等問題，其必須做出一個具有長遠規劃、可持續性的政策¹²¹。

下圖（圖 2.6）為各國所推行的綠色新政內容¹²²：



¹²¹ 呂慧敏，同註 105，頁 14-15。

¹²² 參考 1.吳宗錦編，全球暖化的關鍵 2°C，華商世界，2010 年 1-3 月，第 5 期，頁 18-19；2.呂慧敏，同註 105，頁 10-11；3.台灣經濟研究院，台經社論，綠色新政蓬勃興起 救景氣？救環境？，同註 105（最後瀏覽日：2012/4/20）

圖 2.6 各國的綠色新政



第二款 綠色產業之發展

回顧過去幾世紀以來，人類歷經了幾次重要的工業革命，如 17 世紀時發生了以機器取代勞動力的第一次工業革命，使人類社會和經濟型態開始轉型；19 世紀的第二次工業革命則是以電力的大規模運用為代表，此時電力普及化，電報、電話等通訊技術相繼被發明，汽車、飛機等交通工具的使用均使得人類的的生活越來越便利；20 世紀的資訊化革命又被稱為第三次工業革命，此時資訊科技蓬勃發展，電腦和網際網路的運用，使訊息的流通更加快速，而產業型態也進入所謂的 IT 產業（也就是資訊科技產業，

接著當氣候變遷之問題被正式端上國際舞台之後，綠色科技的發展逐漸醞釀成下一次工業革命（第四次工業革命）的核心，因為各國在面對全球溫度不斷升高、能源短缺、環境破壞等問題下，漸漸的將研發中心轉向以開發對環境友善、降低溫室氣體排放或提高能源使用效率之綠色技術上，將產業型態從 IT 產業導向 ET 產業（能源產業，Energetic Technology，又稱綠色能源產業）¹²⁴。

過去幾次的工業革命均未思考到永續經營的概念，對於能源等自然資源的使用態度也如取之不盡、用之不竭般的盡情挖掘享用，因而衍生出如氣候變遷等的許多環境問題。然而新一波的工業革命卻不同於以往的工業革命，這次的工業革命係以保護地球環境和地球永續經營為出發點，試圖在追求經濟發展過程中亦能兼顧自然環境之保護，因此第四次工業革命（又稱為綠色工業革命，Green Industrial Revolution）的發展深深影響地球未來的走向¹²⁵。

在綠色工業革命鼓吹之下，綠色產業成為各國的新興產業，探究其背後原因主要可分為以下六點¹²⁶：

- 一、 環境損壞：歷經幾世紀下來的幾次工業革命均無不造成環境污染的問題，例如溫室氣體的大量排放造成全球氣溫上升，導致南北極的冰川融化、海平面上升、全球氣候變遷等問題。
- 二、 能源匱乏：不論是已開發國家或是開發中國家，其對於能源的需求度仍高，然而能源的供給大多依賴煤、石油等化石燃料，而這些化石燃料並非可以源源不絕的提供給人類使用，因此在能源用盡的那一天之前，必須開發出可替代的能源。
- 三、 綠色消費：隨著節能減碳口號的號召，消費者的環保意識逐漸高漲，也漸漸會選購一些對環境友善的綠色商品來購買。
- 四、 政府干預：要使綠色產業迅速發展，一國政策之施行係最直接也最快速之方式，因此各國政府在為配合相關環保公約之約定和受全球

¹²³ 余騰耀，我國綠色產業科技與市場發展趨勢，機械月刊，2009年11月。

¹²⁴ 吳宗錦編，綠能產業蘊藏豐富商機，華商世界，2010年3-5月，5期，頁20。

¹²⁵ 余騰耀，同註123；林學淵，環境前線：綠色工業革命——能源的創新和盲點，台灣立報，2012年3月，<http://www.lhpa.com/?action-viewnews-itemid-115964>（最後瀏覽日：2012/4/24）

¹²⁶ 余騰耀，同註123。

綠色新政之激勵下，紛紛推行綠色政策並透過補助、減免稅收¹²⁷或相關措施鼓勵更多業者轉向綠色產業領域。例如相關綠色標章之推動，藉由具有公信力之第三人驗證，證明產品確實符合環保要求，業者為了使自己的產品能取得該綠色標章之運用，也會提升加入環保化設計的意念。

另外政府亦得執行綠色採購活動，此時政府轉變為綠色消費者，具有身為各國境內的第一大綠色採購團體之身分，由政府機關直接帶頭採購綠色產品亦能加速綠色產業之開發¹²⁸。

- 五、 企業責任：在氣候變遷和經濟衰退之情況下，企業漸了解到綠色產業和永續發展為經濟復甦之不可或缺之要素，並且意識到惟有和地球共同永續經營才可以使企業繼續發展下去¹²⁹，因此企業認為對地球環境之保護也是企業社會責任¹³⁰之一環。

故當企業在策劃營運方向之同時，必須將社會、環境、永續、經濟等概念一併考量進去，進一步的思索如何在獲利的同時，又能回饋社會並兼顧環境保護。例如企業可以僱用擁有環境保護相關技術的人才，協助企業在生產過程中節省能源之使用，一來可以降低能源使用的成本，二來可以減少二氧化碳等溫室氣體的產生，三來可為企業形象加分¹³¹；又企業可以和供應商合作開發環保零件、材料或產品，以減少對自然環境的負擔¹³²。

- 六、 貿易限制：由於國際間的綠色貿易¹³³越來越活絡，世界各國紛紛制定相關的綠色貿易規範，例如歐盟所制定的環保指令，廢電子電機

¹²⁷ 政府可以透過減少稅收來鼓勵業者投入綠色產業領域，但從另一個角度來看，其實也可透過綠色稅制的徵收來誘導業者轉向開發綠色產業，例如課徵能源稅或碳稅等，一旦價格過高，便會促使業者減少化石能源的使用，接著開始尋找、研發其他可替代的能源或者是藉由綠色技術的創新來提高能源使用效率，因而進入綠色產業領入之研發。參見蕭代基、洪志銘，綠色稅制與產業轉型，永續產業發展雙月刊，2010年10月，52期，頁28-29。

¹²⁸ 于寧、賴明伸，全球各國綠色政府採購運動之發展現況與展望，環保標章簡訊，2000年，21期。

¹²⁹ 陳春山，化責任為長期價值的企業永續治理，永續產業發展季刊，2011年6月，55期，頁20-28。

¹³⁰ 世界企業永續發展協會對企業社會責任做出以下定義：「企業承諾持續遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，並且改善員工及其家庭、當地整體社區、社會的生活品質。」參見企業永續發展協會，http://www.bcsd.org.tw/domain_node/domainnode/23（最後瀏覽日：2012/4/25）

¹³¹ 循著碳足跡履行企業社會責任，經濟部投資業務處企業社會責任專欄，http://csr.moea.gov.tw/articles/articles_content.aspx?ID=MjAwMDAwMg==（最後瀏覽日：2012/4/25）

¹³² 陳春山，同註129，頁28。

¹³³ 綠色貿易廣義來說係指有助於地球環境永續發展之商品、服務、資源等的跨國交易；狹義上專指綠色商品及服務之貿易。詳見經濟部推動綠色貿易專案網，

http://www.greentrade.org.tw/seminar_QA.asp（最後瀏覽日：2012/4/25）

設備指令 (WEEE)¹³⁴、電子電機設備毒性物質限用指令 (RoHS)¹³⁵和能源相關產品環保設計要求訂定架構指令 (ErP)¹³⁶等，一旦業者違反指令之要求，將會受到處罰。

而這些綠色貿易規範的主要目的都是為了減少貿易活動對地球環境造成的損害，未來綠色貿易規範將會越來越嚴格，因此只要出口之產品在不符合綠色貿易規範之情況下，將可能會遭到其他國家拒絕輸入之情況，故為了使商品或服務可以符合這些貿易規範，業者不得不將環保化的設計帶入產品中，因而促使業者投向綠色產業的開發¹³⁷。

在釐清綠色產業興起的背後原因之後，我們必須去了解什麼樣的產業即屬於綠色產業？現今的綠色產業係有別於傳統所指的農業、園藝、造林等相關產業¹³⁸。當我們看到綠色一詞，就會直接聯想到「環保」、「無污染」、「自然」等概念，所以會認為綠色產業大概就是指與環境保護有關之產業。

「國際綠色產業聯合會在 2007 年對綠色產業做了以下之定義：『如果產業於生產過程中，基於環保考量，借助科技，以綠色生產機制力求於資源使用上節約以及污染減量的產業，我們可稱其為綠色產業』¹³⁹。簡單來說，只要產業透過技術改良，使其在生產過程中可以節能減碳、減少污染排放，而製造出來的產品對環境也不會造成負擔，此類產業均可稱為綠色產業。因此綠色產業就是以環境永續為訴求，著重在對產品及生產製造過程中有著對環境保護要求之產業。

¹³⁴ Directive 2002/96/EC on waste electrical and electronic equipment, WEEE, available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:037:0024:0038:en:PDF> (last visited : 2012/4/25)

¹³⁵ Directive 2002/95/EC on the restriction of the use of certain hazardous substances in electrical and electronic equipment, RoHS, available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:037:0019:0023:en:PDF> (last visited : 2012/4/25)

¹³⁶ Directive 2009/125/EC establishing a framework for the setting of ecodesign requirements for energy-related products, Erp, available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:285:0010:0035:en:PDF> (last visited : 2012/4/25)

¹³⁷ 經濟部推動綠色貿易專案網，同註 133 (最後瀏覽日：2012/4/25)；大紀元新聞，「綠色貿易搶商機 目標成長 20%」，<http://www.epochtw.com/11/3/24/161610.htm> (最後瀏覽日：2012/4/25)

¹³⁸ 我國發展綠色產業之願景及策略，研究機構：財團法人中華經濟研究院，研究主持人：溫麗琪，委託單位：行政院研究發展考核委員會，2005 年 5 月，頁 5。

¹³⁹ 轉引自余騰耀，同註 123。

過去，傳統產業在製造過程中，往往都是到最後才將生產活動中所造成的汗水、廢棄物或是毒氣排放到自然環境中之前才會進行所謂的管末處理¹⁴⁰，藉以減少或控制污染物對環境造成之損害¹⁴¹。然而汗水、廢氣的管末處理技術通常都是高耗能且高成本，有些業者為了節省成本而將未經管末處理的污染物直接排放到大自然中，因而更加重對環境的負擔¹⁴²。雖然管末處理的出發點也是為了環境保護，然而卻因為要進行管末處理又必須耗費很多的能源，如此一來，管末處理的美意似乎又打了折扣；在加上業者不一定都會確實的做好最後的管末處理，且經過管末處理之污染物也不一定都能百分之百的對環境無負擔。

而綠色產業就大大不同於傳統產業的環保處理，綠色產業從開始到結束都秉持著可回收、低污染、省資源之理念，也就是從原物料的取得、產品的製造生產、成品的包裝、銷售和運送，甚至到最後產品使用完畢的處理等個個層面無不將環境永續之理念融入其中¹⁴³。

綠色產業在每一個階段都在做”管末處理”的動作，這是因為與其到最後再作處理的話，還不如一開始就從源頭做起，例如選擇對環境無負擔的原料或是在設計之初就考慮到該材料在使用過後可否再回收利用等，將其對環境的損害降到最低點，而且生產過程中造成環境污染問題的部分往往都來自於生產的設計階段¹⁴⁴，因此在每一個階段都必須考量環境永續的概念，如此一來才真正算是落實綠色產業之理念。

綠色產業可區分為狹義和廣義兩個概念¹⁴⁵：

- 一、 狹義的綠色產業係專指綠能產業，綠能就是指不會造成環境負擔的綠色能源，舉凡像太陽能、地熱能、風能等可再生能源都是屬於狹義的綠色能源。這一類能源的特性在於消耗之後還可以再繼續補充、修復，係屬大自然所提供之源源不絕的自然能源，

¹⁴⁰ 管末處理技術係一種污染控制的方法，其集中在污染物排放到環境前先處理或過濾流出物，不同於製造廢棄物程序中之處置。參見行政院環保署網站，

<http://edw.epa.gov.tw/docGEMET.aspx?WID=2437>（最後瀏覽日：2012/4/26）

¹⁴¹ 張嘉玲、陳明義，綠色產業發展趨勢，科學與工程技術期刊，2009年，5卷1期，頁13。

¹⁴² 劉志堅，產業的綠色產品及綠色管理策略－歐盟 RoHS、WEEE 指令的因應之道，看守台灣 2004年冬，第6卷第4期，頁45。

¹⁴³ 張嘉玲、陳明義，同註 141。

¹⁴⁴ 孫偉碩、陳慈君、朱寶萱，綠色產業發展的國際現況與策略研析，碳經濟，2011年8月，22期，頁29。

¹⁴⁵ 張嘉玲、陳明義，同註 141。

而且使用時也不會製造出溫室氣體的排放¹⁴⁶，因此發展可再生能源亦為全球綠色新政內容所建議各國投資的領域之一。

廣義的綠色能源範圍較大，包含了能源生產及消費過程中選用對自然環境污染性較低的能源，如天然氣、清潔煤等¹⁴⁷。綠能產業就是與降低環境污染、節能和研發替代性能源的相關技術產業¹⁴⁸，經由綠能產業之開發，可以減少化石燃料之消耗，一方面減少溫室氣體之排放，另一方面也降低對其的依賴性並能確保能源安全。

二、 廣義的綠色產業則擴大包含只要該產業所製造之產品符合環境管理的一定要求，即屬於綠色產業¹⁴⁹。

綠色產業的範圍廣泛且內容多元化，除了一般所知的環保產業、再生能源產業或環保車產業等這些藉由綠色技術使產業減少污染或降低資源使用的綠色產業外，對於那些以提供綠色商品或綠色服務的業者也都屬於綠色產業之一環¹⁵⁰。

例如綠色金融服務業，這一類的綠色金融就是特別為那些想要使產業綠化但資金又不足的業者所推出的服務，金融業者可以考量業者想要綠化的程度而給予不同程度的貸款服務，協助其進行產業綠化¹⁵¹；又或者如美國芝加哥氣候交易所的成立，其交易商品為碳金融工具（Carbon Financial Instruments, CFI），一張碳金融工具契約等於 100 公噸的二氧化碳¹⁵²，碳交易市場就是把二氧化碳當作買賣之商品，這樣類型的綠色金融服務也是屬於另一種形式的綠色產業。

¹⁴⁶ 陳文卿，綠色能源的使用與發展，永續公共工程入口網，<http://eem.pcc.gov.tw/node/32845>（最後瀏覽日：2012/4/26）

¹⁴⁷ 史鎮宇，淺談公共工程的綠色內涵（四）－綠色能源，永續公共工程入口網，<http://eem.pcc.gov.tw/node/32879>（最後瀏覽日：2012/4/26）

¹⁴⁸ 吳宗錦編，同註 124。

¹⁴⁹ 張嘉玲、陳明義，同註 141。

¹⁵⁰ 聯合國工業發展組織指出綠色產業包含兩大面向：「1. Greening Industry – ensuring that all industries improve their environmental performance and their resource and material efficiency, including water, energy and materials and feedstock. 2. Green Industry – stimulating the development of industries that provide environmental goods and services, and in that context green jobs and technology transfer/technological change.」，at：<http://www.unido.org/index.php?id=1002526>（最後瀏覽日 2012/4/27）

¹⁵¹ 孫偉碩、陳慈君、朱寶萱，同註 144，頁 32。

¹⁵² 范建得、簡慧貞、石信智、吳奕霖，註 90，頁 21。

由於經濟發展和產業走向都在氣候變遷的影響下有了改變，而人們在無法阻擋氣候變遷的侵襲時，也只能跟著調適和應對。在傳統的觀念裡，業者認為環境保護係阻礙工業發展之大石頭，而環保人士也認為產業製造出來的廢棄物必會對環境造成損壞，因此有了「產業發展」和「環境保護」係互相矛盾而無法同時兼顧之思維，然而現在因為綠色產業之興起，使產業發展和環境保護這兩件事可以同時併行，而不再是魚與熊掌只能選擇其一之困境¹⁵³。

我們都知道發展綠色產業的重要性，因此未來綠色產業在發展時應思考到布朗嘉所說的「搖籃到搖籃」的理念，也就是這一波綠色工業革命之走向必須向大自然學習。在大自然中沒有所謂的廢棄物，因為廢棄物到最後都會被細菌給分解，當分解完畢之後這些廢棄物就會變成養分又回到大自然之中，就如同果實掉落地面，在腐爛之後化成養分又回到土壤之中；把相同的概念套到綠色產業裡，在產業的製造過程當中，我們必須設想到將來所製造出來的廢棄物是否有可能變成其他產業的原料，使這些廢棄物可以再次回歸到產業之中繼續循環使用¹⁵⁴。

倘若綠色產業能確實施行從搖籃到搖籃的理念，那麼綠色產業所達成的並非只是減少廢棄物而已，更將這些廢棄物轉生為其它有用的產品。而生態化工業就是採行這樣的理念（如下圖 2.7）¹⁵⁵，將某工廠所製造之廢料當作另一工廠之原料，然後不斷的利用循環下去，如此一來可降低廢棄物處理的成本又可減少對環境之汙染¹⁵⁶。

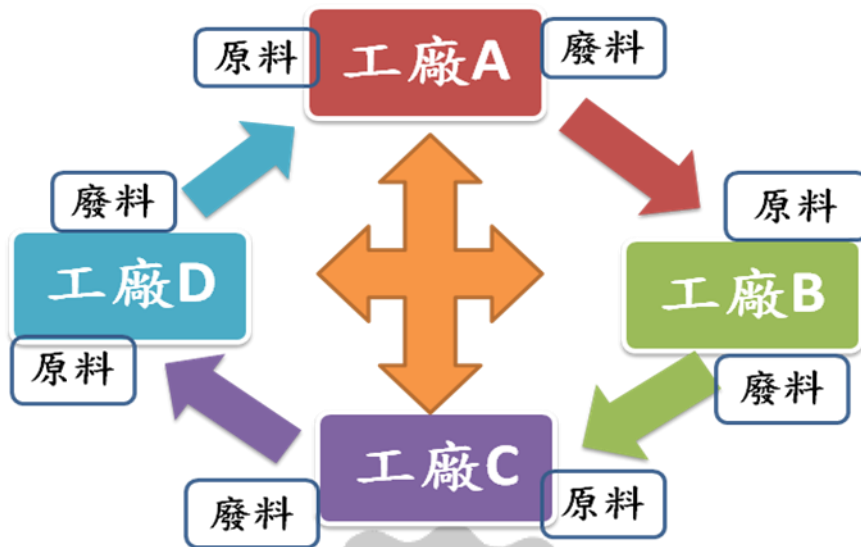
¹⁵³ 邱泰川，新時代的設計理念－從搖籃到搖籃，台電月刊，2009年2月，554期，頁32。

¹⁵⁴ 邱泰川，同前註，頁33-35；大紀元報導，從「資源回收」到「綠色科技」，<http://www.epochtimes.com/b5/8/10/4/n2285577.htm>（最後瀏覽日：2012/4/27）；梁中偉，下一波工業革命－《從搖籃到搖籃：綠色經濟的設計提案》，<http://e-info.org.tw/node/31427>（最後瀏覽日：2012/4/27）

¹⁵⁵ 張嘉玲、陳明義，同註141，圖2傳統工業區與生態化工業區比較之示意圖。

¹⁵⁶ 張嘉玲、陳明義，同註141，頁14。

圖 2.7 生態化工業區¹⁵⁷



第三節 智慧財產權與氣候變遷之關係

由於全球氣候變遷之問題已刻不容緩，而在智慧財產權的領域中對於氣候變遷又能提出什麼樣的幫助？一般在論及智慧財產權的範圍時大致可分為兩大類，一為工業財產權、另一為著作權和相關權利。其中著作權主要係為保護文化創作者，即著重在保護創作權人之權利，認為精神創作係一個人人格的具體表現，故與氣候變遷之議題較無相關聯性。然而在工業財產權中所包含的專利和商標則與氣候變遷之議題有著密切之關聯性，以下部分將著重說明在專利制度上對於全球氣候變遷之因應措施，商標與氣候變遷間之連結則於第三章詳細分析說明。

第一項 綠色專利制度之興起

為了因應全球氣候變遷，各國紛紛投入綠色科技的研發領域，思索如何透過技術的轉變來減少溫室氣體的排放或是節省能源的使用。而專利係以鼓勵發明、保護技術創新為目的，因此透過專利制度除了可以鼓勵人們研發對環境友善的技術外，也可以促使綠色技術的擴散，並且可以加速對

¹⁵⁷ 參考張嘉玲、陳明義，同註 155。

環境有益的商品市場化，故專利制度可謂作為保護綠色科技研發成果最主要的工具¹⁵⁸。

近年來申請低碳技術和環保技術等與綠色科技相關之專利比例有日益增高之趨勢，例如美國在 2009 年清潔能源技術專利數就達到 1125 件，創下歷史新高；而歐洲專利局共有清潔能源專利申請也達 1259 件，較上一年度增長 27%¹⁵⁹。

但什麼是綠色技術（Green Technology）、環境友善技術（Environmentally Friendly Technology）或稱環保技術（Environmental Technology）並沒有一定標準之定義¹⁶⁰。在 1992 年地球高峰會上通過的《21 世紀議程》（Agenda 21）¹⁶¹裡的第 34 章也提到了綠色技術之概念，在該議程中係以無害環境技術（Environmentally Sound Technology）一詞稱之。根據該議程第 34.1 章¹⁶²之規定，其認為無害環境技術是指保護環境之技術，其與之前的技術相比，不但可以減少污染且在一切資源之使用上能更有效率，廢棄物與產品的回收利用也較多，並且對於處理剩餘廢料的方法也比較能夠被接受。

若參考美國專利和商標局（The United States Patent and Trademark, USPTO）提出的綠色技術試驗計畫（Green Technology Pilot Program）¹⁶³，其對於綠色技術之定義為只要可以減少溫室氣體的排放者均屬之，例如節約能源、維繫環境品質、發展再生能源或減少溫室氣體排放者等均可稱為綠色技術¹⁶⁴；而英國則認為只要是跟綠色或是對環境友善的技術均屬之

¹⁵⁸ 更多關於專利與氣候變遷之議題可參考許曉芬, Climate Change and the Patent System: What is the Role for Patent Law in Asia Post-Copenhagen?, The 9th ASIAN LAW INSTITUTE (ASLI) ANNUAL CONFERENCE, Singapore, 2012/05/31-2012/06/01.

¹⁵⁹ 趙剛，為綠色創新保駕護航，

<http://big5.worker.cn/theory.worker.cn/c/2010/07/28/100728205353289255340.html>（最後瀏覽日：2012/3/16）

¹⁶⁰ 何雋，同註 11，頁 332-333。

¹⁶¹ 21 世紀議程（Agenda 21）在 1992 年所舉行的地球高峰會（即聯合國環境與發展會議）上由聯合國所發表，係一份鼓勵經濟可持續發展與兼顧環境保護的全球可持續發展計劃之行動藍圖，<http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/index.shtml>（last visited：2012/5/30）

¹⁶² See Agenda 21, Section IV：Means of Implementation, Chapter 34：Transfer of Environmentally Sound Technology, Cooperation & Capacity-Building, Chapter 34.1：“Environmentally sound technologies protect the environment, are less polluting, use all resources in a more sustainable manner, recycle more of their wastes and products, and handle residual wastes in a more acceptable manner than the technologies for which they were substitutes.”

¹⁶³ 目前美國的綠色技術試驗計畫已經結束，詳細說明可參考 Green Technology Pilot Program – CLOSED, http://www.uspto.gov/patents/init_events/green_tech.jsp（last visited：2012/6/14）

¹⁶⁴ Pilot Program for Green Technologies Including Greenhouse Gas Reduction, Federal Register, Vol. 74, No. 234, Tuesday, December 8 2009, Notices, P64666-64669, available at：

¹⁶⁵，基本上在英國、日本、澳洲均認為只要是對環境有益或能改善環境者均屬綠色技術之一環¹⁶⁶。故綠色技術簡單來說就是對環境友善的科技，只要是能節省能源使用、降低環境汙染和改善環境之技術即屬綠色技術¹⁶⁷。

第一款 綠色專利

而綠色專利（Green Patent）就是指一項屬於上述所稱的綠色技術之發明創造，並以此向專利相關單位提出專利申請，經過審查合格之後便授予專利權人在一定期間內對該特定綠色技術享有專用權，非專利權人只有在取得授權之情況下才可以使用該項技術¹⁶⁸。

但由於專利申請從審查程序到真正授權給專利權人，這過程往往曠日費時，且中間也存在不確定因素，最後也可能發生原本先進之技術到最後已經過時的情況。然而，現今正面臨全球氣候變遷之威脅，對於綠色技術之開發已刻不容緩，因此為了鼓勵各單位積極投入綠色技術之研發領域，在綠色專利制度之實務面上也提出一些獎勵方式來做為誘因¹⁶⁹，例如：

- 一、加速審查機制之建立：即為了加快綠色技術專利申請之審查程序所特別設立的綠色通道，透過該加速審查機制使等待審查的過程減短，讓專利權人可以盡早取得專利權以便後續的商品市場化或是進行技術擴散等，讓綠色技術創新的成果很快就可以被應用或推廣出去，如此一來，始能早日減緩全球氣候變遷之燃眉之急。
- 二、減免申請審查之費用：減免綠色專利的申請費用也得以促使更多人就綠色技術申請專利，如美國專利審查基準（Manual of Patent Examining Procedure, MPEP）第 708.02（c）條規定¹⁷⁰，若發明

<http://www.uspto.gov/patents/law/notices/74fr64666.pdf> (last visited : 2012/3/16)

¹⁶⁵ Intellectual Property Office, Green Channel for patent applications, available at :

<http://www.ipo.gov.uk/p-pn-green.htm> (last visited : 2012/3/20)

¹⁶⁶ 張睿哲、陳冠蓉、吳韶淳、謝孟儒、梁雅閔，同註 11，頁 107。

¹⁶⁷ 蔣本基，綠色科技發展回顧與展望，永續產業發展雙月刊，2008 年，41 期，頁 56。

¹⁶⁸ 何雋，同註 11，頁 334。

¹⁶⁹ 尚夏，同註 11，頁 44-45。

¹⁷⁰ MPEP 708.02 (Petition To Make Special [R-6]) : “(c) A petition to make an application special may be filed without a fee if the basis for the petition is : (1) The applicant's age or health; or (2) That the invention will materially: (i) Enhance the quality of the environment; (ii) Contribute to the development or conservation of energy resources; or (iii) Contribute to countering terrorism” (Eighth Edition) , at : http://www.uspto.gov/web/offices/pac/mpep/documents/0700_708_02.htm#sect708.02

可以提升環境品質或有助於發展能源發展或節約能源者就可以減免加速審查的申請費用¹⁷¹。

第二款 因應氣候變遷之行政性改革：加速審查機制

在 2009 年世界智慧財產權日，世界智慧財產權組織（World Intellectual Property Organization，以下簡稱 WIPO）¹⁷² 執行長 Francis Gurry 即表明對於人類活動所造成的全球氣候變遷之後果，也必須由人類來找出解決方法，而綠色技術的創新便是可以用來對抗氣候變遷的重要手段且對於停止地球資源之消耗也有關鍵性的影響¹⁷³。

經由 WIPO 提倡其重點為綠色技術的創新之後，各國針對綠色專利申請案之加速審查機制便如雨後春筍般的一一出現，其中英國的綠色通道（Green Channel）係最早設立的，英國智慧財產局（Intellectual Property Office）在 2009 年 5 月施行此制度，允許申請人就其對環境有益的發明得申請加速審查。在綠色通道制度下，申請人必須以書面申請並說明該發明是為綠色或對環境友善之技術研發成果，並註明希望請求加速之程序（包含合併檢索與審查、加速檢索與審查和早期公開三種類型）¹⁷⁴。根據英國智慧財產局之說明，倘若申請人要求同時使用上述三種加速類型，並且積極配合程序與回覆，那麼申請人將可能在一年以內就可以取得專利，比起一般申請案需花上 2-3 年的時間快上許多¹⁷⁵。

日本專利局（Japan Patent Office, JPO/特許庁）¹⁷⁶為了因應地球暖化之問題並且為促使綠色技術之研發，也接著在 2009 年 11 月起將綠色技術

（last visited：2012/3/16）

¹⁷¹ 針對綠色技術之專利申請，美國不僅採取減免費用之方式，另外亦設有加速審查機制即綠色技術試驗計畫，在此計畫之下只要是與綠色技術相關的專利申請案都可以申請加速審查。該計畫的相關說明可參考 USPTO 網站，http://www.uspto.gov/patents/init_events/green_tech.jsp（最後瀏覽日：2012/3/21）

¹⁷² World Intellectual Property Organization, at：<http://www.wipo.int/portal/index.html.en>（last visited：2012/5/31）

¹⁷³ World Intellectual Property Organization, at：
http://www.wipo.int/ip-outreach/en/ipday/2009/dg_message_09.html（last visited：2012/3/19）

¹⁷⁴ Intellectual Property Office, at：<http://www.ipso.gov.uk/types/patent/p-applying/p-after/p-green.htm>（last visited：2012/3/16）

¹⁷⁵ Intellectual Property Office, Patents Fast Grant Guidance：Getting Your Patent Granted More Quickly, at：<http://www.ipso.gov.uk/p-fastgrantguide.pdf>（last visited：2012/3/19）；羅先群，“綠色通道”－此道非彼道，China IP，201009，頁 25。

¹⁷⁶ 特許庁（Japan Patent Office, JPO），<http://www.jpo.go.jp/indexj.htm>（last visited：2012/5/31）

相關專利申請（グリーン関連出願）納入早期審査、早期審理制度之適用範圍¹⁷⁷。申請人若以綠色技術相關發明為由來申請早期審查時，其必須以書面提出申請並說明該綠色發明係為具有節省能源或減少二氧化碳排放等效果之技術發明，另外還必須記載相關先前技術調查，以及申請專利之技術發明與先前技術之對比說明。將相關文件備妥之後便可提出申請，此時日本專利局對於申請之個案得決定是否應行早期審查，若可，則該案件將會被優先於其他普通案件進行加速審查¹⁷⁸。

而韓國智慧財產局（Korean Intellectual Property Office，以下簡稱KIPO）¹⁷⁹在低碳和綠色成長之政策下，為了加速審查有關綠色技術的專利申請案而在2009年10月起實施了超快速專利審查機制，其申請條件有三¹⁸⁰：1.該專利必須是綠色技術且經由相關之環保和能源的八大法案所認可，其中包括低碳與綠色成長基本法案。¹⁸¹2.必須提供由韓國專利局認可的專家組織所出具的先前技術報告。3.須以電子申請。綠色技術在適用超快速專利審查機制下，最快可以在1個月內就取得專利，比起普通案件下之專利審查時間平均需花上17個月要來的迅速許多¹⁸²。韓國智慧財產局對於專利申請案之審查速度係非常有效率，例如有一公司申請太陽能開發體系之綠色專利，透過超快速專利審查機制之審查，從申請、審查到註冊僅僅花費11天的時間而已，可說是全球最快速的審查機制¹⁸³。另外其他如

¹⁷⁷ 日本專利局表示：「地球温暖化に代表される環境問題が、ますます複雑化・深刻化していく中、環境に優しい『グリーン技術』に関する研究開発の一層の促進が求められています。『グリーン技術』に関する研究開発の成果をいち早く保護し、更なる研究開発の促進を図るため、『グリーン関連出願』を新たに早期審査・早期審理の対象に加え、本年11月1日から試行を開始することとします。」詳見JPO，http://www.jpo.go.jp/torikumi/t_torikumi/souki/greensouki.htm（最後瀏覽日：2012/5/31）

¹⁷⁸ 早期審査・早期審理ガイドライン，available at：

http://www.jpo.go.jp/torikumi/t_torikumi/souki/pdf/v3souki/greensouki_guideline.pdf（last visited：2012/3/19）；李森堙，淺談英日綠色專利速審制度，你不可不知的綠色科技法律，同註10，頁238。

¹⁷⁹ Korean Intellectual Property Office (KIPO)，at：

<http://www.kipo.go.kr/kpo/user.tdf?a=user.english.main.BoardApp&c=1001>（last visited：2012/5/31）

¹⁸⁰ KIPO Web, per-Accelerated Patent Examination System for Green Technology Going Well for Two Years, at：

http://www.kipo.go.kr/kpo/user.tdf?seq=1470&c=1003&a=user.english.board.BoardApp&board_id=kiponews&catmenu=ek06_01_01#_（last visited：2012/5/31）；KIPO Web, Super-accelerated examinations for green technology, at：

http://www.kipo.go.kr/kpo/user.tdf?a=user.english.html.HtmlApp&c=100000&catmenu=ek02_01_02_01（last visited：2012/5/31）

¹⁸¹ 例如新的可再生能源技術、減碳能源技術、廢棄物處理之設備或實施該設備之方法等。詳見張睿哲、陳冠蓉、吳韶淳、謝孟儒、梁雅閔，同註11，頁106-107。

¹⁸² See KIPO Web, Super-Accelerated Patent Examination System for Green Technology Going Well for Two Years, *supra note* 180（last visited：2012/5/31）

¹⁸³ *Id.*

美國、澳洲等國家，對於綠色技術的專利申請案亦均設有加速審查機制¹⁸⁴。

對於綠色技術之發明創新，在透過各國的加速審查機制下，使其能在花費最短的時間內取得專利權，而專利權人在取得該綠色技術發明之專利權後，即享有一獨占之權利且可以排除他人之使用，因為專利權賦予專利權人可以在一定時間內控制和使用該綠色技術的壟斷性權利，他人若想使用該項技術則必須透過專利權人之授權才行，否則一旦侵害到專利權人之權利，侵權人就得面臨龐大的侵權費用。

在這種專利權人獨占並壟斷技術之情況下，其實容易造成綠色技術發明無法適度擴散之問題，導致開發中國家無法獲得先進的綠色技術並且也可能阻礙了開發中國家進行技術創新，因為想要取得綠色技術的專利權授予，開發中國家必須繳交一筆昂貴的授權金，然而並不是每個國家都可以承受此負擔的¹⁸⁵。只是從另一方面來思考，若想要取得綠色技術發明專利的國家無償授權給他人使用其實亦有問題。因為要研發綠色技術往往需投入大筆資金和人力，而為了回收研發成本、申請專利之費用或是專利權人因為發明該綠色技術本應得以獲得報酬之情況下，專利權人須以收取權利金之方式來填補成本或收取其應得之利益¹⁸⁶。

因此智慧財產權制度對於綠色專利之保護係一體兩面的，一方面可以保障綠色技術的發明創新，保護專利權人的權利；另一方面該綠色技術卻也因為在專利制度保護下無法進行擴散，阻礙他人進行技術創新。

第三款 因應氣候變遷之自發性改革：環保專利共享

機制

為了突破這樣的困境，在2008年1月SONY、IBM、Nokia、Pitney Bowes和世界企業永續發展理事會（World Business Council for Sustainable Development，WBCSD）共同建構了環保專利共享機制（Eco-Patent

¹⁸⁴ 可參考張睿哲、陳冠蓉、吳韶淳、謝孟儒、梁雅閔，同註11；侯春岑，我國及各國加速審查機制之簡介及比較，萬國法律，2010年6月，171期，頁24-31。

¹⁸⁵ 何雋，同註11，頁332。

¹⁸⁶ 楊一晴，由產業合作籌組促進綠色科技研發之Eco-Patent Commons，你不可不知的綠色科技法律，同註10，頁86。

Commons，以下簡稱 EPC 機制)¹⁸⁷，且針對組織之運行設有環保專利共享機制基本規則 (Eco-Patent Commons Ground Rules)。

EPC 機制的成立理念係有感於許多企業擁有很多對環境友善的綠色技術專利，但卻因為在智慧財產權制度之保護下，該綠色技術在未經授權之前不得任意被使用。然而企業家在面對全球氣候變遷日益嚴重之情況下，漸感受到環保意識的高漲，因此基於公益性考量和企業社會責任，也為了企業自身的永續發展，進而認為與其獨占該綠色技術的專利還不如將這些專利分享給公眾共同使用，因此 EPC 機制提供了一個交流平台，讓企業可以提供一些綠色專利，免費供人使用¹⁸⁸。

根據環保專利共享機制基本規則之規定，對於想要加入 EPC 會員之企業須提出一項以上的綠色專利，且承諾將該專利無償提供給公眾使用，該專利權必須仍在權利保護期限內，並且保證不會對他人基於為達到對環境有善之效果所實施之行為，主張其專利權¹⁸⁹。在此機制下，藉由各會員提出的綠色專利，大家可以互相交流意見，討論關於綠色技術的創新發明，一方面可以提供綠色技術解決方案，另一方面也可以透過分享技術研發出更高階的再發明或新技術的創新，並且亦可促使企業間成立合作關係共同研發綠色技術¹⁹⁰。

EPC 機制自 2008 年成立以來，陸續有不少大型企業加入會員，例如 Bosch、Dow、DuPont、Fuji Xerox、Pitney Bowes、Ricoh、Taisei 等¹⁹¹，雖然這些會員總共免費提供了上百種的綠色專利給 EPC，但從企業的角度觀之，其不太可能提供最優良或是最具商業價值的專利技術，因為企業對於自己公司之營運仍有種種因素須考量，故會員們所提供的專利技術可能僅屬中等或是商業價值性較低的。

然而一項專利技術是否具有價值並不是只能這樣衡量的，因為會員們

¹⁸⁷ 更多 Eco-Patent Commons 的訊息可參考 Eco-Patent Commons 之網站，<http://www.wbcd.org/home.aspx> (last visited: 2012/3/20)；另外中文文獻可參考楊一晴，同前註，頁 85-94。

¹⁸⁸ 楊一晴，同前註，頁 85-89；何雋，同註 11，頁 337-338。

¹⁸⁹ 楊一晴，同前註，頁 91。

¹⁹⁰ 經濟部智慧財產局專利商品化網站，綠色專利相關報導，http://pcm.tipo.gov.tw/PCM2010/pcm/news2_detail.aspx?id=46# (最後瀏覽日：2012/3/20)

¹⁹¹ Eco-Patent Commons Web, at :

<http://www.wbcd.org/work-program/capacity-building/eco-patent-commons.aspx> (last visited : 2012/6/1)

所提供的專利技術係無償，而且對其他會員來說，這項僅屬於中等或是商業價值性較低的技術也可能剛好就是他所欠缺的那一樣，此時該項技術對他人來說便是一個最具價值的專利技術了。故縱使企業僅捐贈商業價值有限的專利技術，然而這些專利技術被公開使用之後卻能發揮高度的社會福利價值，更為環境保護帶來更多的利益¹⁹²。

透過 EPC 機制，使各會員間可以相互使用他人所提供之專利技術，一來可以減少自己企業投入研發某項綠色技術的成本，二來也可鼓勵企業進行合作、共同研發，使的更多對環境友善的綠色技術能被加速開發出來，三來可以達成技術擴散之功效，故 EPC 機制之建立對於綠色技術之創新和擴散提供了相當程度的貢獻。

第四款 因應氣候變遷之強制性授權

專利制度賦予發明綠色技術之人取得專利權，並規定在一定期間內該專利權人對於其發明創造之綠色技術享有專用權。然而此一獨佔性權利雖然保護了專利權人之權利，但是無形中卻也阻礙了綠色技術研發成果的擴散，一旦綠色技術受到專利制度保護且在無法輕易授權或移轉之情況下，將導致其他同為開發綠色技術創新之研究者也會因此受到限制。由於綠色技術的授權和移轉對於促進全球綠色能源技術之快速發展有著關鍵性的影響，倘若綠色技術無法擴散或持續創新，那麼對於環境保護之效益也起不了積極作用，甚至無法解除全球氣候變遷之燃眉之急。

因此在綠色專利技術的擴散上，技術移轉（Technology transfer）扮演了一個極其重要之角色，根據 IPCC 之解釋，技術移轉係指在各個不同的利益相關者之間，進行了知識、硬體、相關軟體、資金和物品的交換，而這些行為能帶來適應氣候變遷和減少溫室氣體排放技術的擴散。這個概念不僅包含了技術擴散，也包含了國家間的技術合作¹⁹³。

¹⁹² 潘宏，惠普開放三項綠色專利加入生態環保計畫，上海情報服務平台，<http://www.libnet.sh.cn:82/gate/big5/www.istis.sh.cn/list/list.aspx?id=6583>（最後瀏覽日：2012/3/20）；IT 商業新聞網，惠普跟風 IBM 捐贈專利權加入生態環保計畫，<http://news.itxinwen.com/communication/foreign/2010/0705/148813.html>（最後瀏覽日：2012/6/1）

¹⁹³ Technology transfer: “The exchange of knowledge, hardware and associated software, money and goods among stakeholders, which leads to the spreading of technology for adaptation or mitigation The term encompasses both diffusion of technologies and technological cooperation across and within

故為了使綠色技術研發成果能快速擴散，在聯合國氣候變化綱要公約之架構下對於綠色技術之移轉也有相關規定，其在第4條第5項¹⁹⁴裡明白指出已開發國家必須向開發中國家轉讓或使其有機會取得對環境無害或有益的綠色技術；另外在與貿易相關之智慧財產權協定（Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights，簡稱TRIPS）的第66條第2項¹⁹⁵中也規定已開發國家應提供誘因，鼓勵國內企業及機構將技術移轉至開發中國家，使其能建立一個健全的科技基礎。

而會有這樣的規定係因為已開發國家手中握有許多先進的綠色技術，自2004年以來，全球低碳技術專利的申請案便不斷增加，尤其是在太陽能、先進交通工具、建築和工業節能相關技術領域中最突出，而在各技術領域中，日本、美國等已開發國家均處於領先之地位¹⁹⁶，又例如在清潔能源技術的專利申請上，日本，美國，德國，韓國，英國和法國這六個國家就佔了將近80%專利申請審查¹⁹⁷。

因此倘若已開發國家能將綠色技術適當地移轉給開發中國家，使得綠色技術的研發成果可以快速擴散與被應用，那麼對於減緩全球氣候變遷和生態修復將具有重要之影響力。

雖然在國際規範架構下已明確表達已開發國家向開發中國家移轉綠色技術的重要性，然而這之間仍存在許多問題。例如已開發國家和開發中國家的立場不同，開發中國家認為已開發國家必須為過去大量排放溫室氣體所導致的後果負起大部份的責任，因此對於綠色技術的移轉和相關資金

countries.” . IPCC, Climate Change 2007: Mitigation of Climate Change, Annex I: Glossary, available at : <http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/wg3/ar4-wg3-annex1.pdf> (last visited : 2012/6/6)

¹⁹⁴ UNFCCC Article 4.5 : “ The developed country Parties and other developed Parties included in Annex II shall take all practicable steps to promote, facilitate and finance, as appropriate, the transfer of, or access to, environmentally sound technologies and know-how to other Parties, particularly developing country Parties, to enable them to implement the provisions of the Convention. In this process, the developed country Parties shall support the development and enhancement of endogenous capacities and technologies of developing country Parties. Other Parties and organizations in a position to do so may also assist in facilitating the transfer of such technologies. ” .

¹⁹⁵ TRIPS Article 66.2 : “ Developed country Members shall provide incentives to enterprises and institutions in their territories for the purpose of promoting and encouraging technology transfer to least-developed country Members in order to enable them to create a sound and viable technological base. ” .

¹⁹⁶ 高永懿、陳可南、盛安平，全球低碳技術專利發展態勢分析，科學雜誌，2011年6月，6卷3期，頁44。

¹⁹⁷ See EPO, UNEP, ICTSD, Patents and clean energy: bridging the gap between evidence and policy (final report) , p9, available at : <http://www.epo.org/news-issues/issues/clean-energy/study.html> (last visited : 2012/6/6)

的提供本來就要承擔比較多的責任，這也是UNFCCC所指出的「共同但有差別的責任」原則¹⁹⁸。

但是現實中已開發國家不太可能將最先進或最重要的綠色專利技術無條件的移轉給開發中的國家使用。就已開發國家而言，綠色專利技術係屬於專利權人所有，因此縱使該類技術與全球氣候變遷的發展息息相關，他們認為仍應該在保護智慧財產權制度下進行，而不認同他們絕對且必要移轉綠色專利給開發中國家使用，因此假設專利權人拒絕移轉技術或是要求授權對象必須付出高額的權利金，此時國家也沒有干涉立場，這都是因為在TRIPS的架構之下確認了智慧財產權的私權性，強化對於專利權利人之保護¹⁹⁹。

已開發國家不願進行技術移轉的原因除了想要繼續保有綠色技術領先之地位外，更重要的是在現行的專利制度下，已開發國家可以藉由這些綠色專利賺進大把的權利金，獲取高額的利益，故倘若要求已開發國家要提供技術之外還要承擔綠色專利技術移轉所增加的成本（如權利金、授權協商成本等）²⁰⁰，那麼將會降低已開發國家進行技術移轉之意願。故專利制度似乎成了開發中國家從已開發國家取得綠色技術的最大障礙，並且也阻礙了綠色技術之擴散。

因此基於公益性之考量，由於綠色技術對於減緩氣候變遷有著極重大之幫助，並且運用綠色技術帶來節能減碳的效果對於全球係有益的，此時若能賦予綠色專利具有一強大的公益特性，允許一國政府能基於公益之目的，以公權力介入專利制度的授權協商，將涉及全球利益的綠色專利技術透過強制授權制度適度的擴散出去，那麼或許可以解決綠色技術研發成果中因為專利制度的過度保護和使綠色技術無法適度擴散出去的衝突²⁰¹。

只是就目前國際規範²⁰²架構下，若想要以強制授權之相關規定來作為擴散綠色技術之方法似乎仍有許多障礙，綠色技術在本質上無法完全滿足

¹⁹⁸ 朱雪忠，論低碳發展與我國專利法的完善，知識產權，2011年，6期，<http://www.whuipr.com/show/?13-467.html>（最後瀏覽日：2012/6/12）

¹⁹⁹ 朱雪忠，同前註（最後瀏覽日：2012/6/12）；徐升權，適應與應對氣候變化相關的知識產權制度問題研究，知識產權，2010年，5期，<http://www.whuipr.com/show/?13-111.html>（最後瀏覽日：2012/6/12）

²⁰⁰ 李森堙，同註 11，頁 232。

²⁰¹ 可參考許曉芬，兩岸綠色專利制度建構之研究，海峽法學論壇研討會，中國福州，2011年8月18-19日；李森堙，同前註，頁 229-230。

²⁰² 例如 TRIPS 第 31 條 b 項之規定。

TRIPS協定中適用強制授權規定之條件²⁰³；又如許多開發中國家認為綠色技術移轉問題可仿效醫療產業適用強制授權制度，然而綠色技術不像藥品具有不可替代性之特質²⁰⁴；再者強制授權制度亦無法解決以商業秘密形式存在的技術移轉之問題，一旦技術持有者捨棄專利保護而寧願選擇以商業秘密之方式來保護技術的話，那麼對於綠色技術之取得更是越加困難²⁰⁵；然而最現實的問題便是特定的環境政策目的是否真能夠符合所謂的公益性目的，而又該如何去界定也是一大問題，倘若在一不明確之公益性目的下強行運用公權力去介入專利授權協商，恐怕也會引起專利權人之不滿²⁰⁶。故想要運用強制授權制度來解決綠色專利技術無法適度擴散之問題仍有很大的討論空間。



²⁰³ 徐升權，同註 199（最後瀏覽日：2012/6/12）

²⁰⁴ 劉筠筠，綠色技術創新模式下的專利制度設計，商業時代，2011年，3期，頁109；何隼，同註11，頁339。

²⁰⁵ 徐升權，同註199（最後瀏覽日：2012/6/12）

²⁰⁶ 李森堃，同註11，頁231。

第三章 綠色商標制度

「說綠色是今日的『流行色』，還不足以形容其熱門程度。根據美國專利商標局表示，『綠』這個字確實是2007年申請商標註冊最多的一個字。」²⁰⁷

湯馬斯·佛里曼，《世界又熱、又平、又擠》

當人類的環保意識不斷地萌芽且越發茁壯時，便會開始思考該如何減緩全球氣候變遷之現象、或是如何修補生態環境等問題，只是並非所有人類都有能力去研究發明所謂對環境有益或友善的綠色技術，但是人類卻可以從最簡單也最實際的消費行為盡自己一份微薄的力量來保護地球。綠色消費之精神即在於鼓勵人們購買對環境有益的產品來協助達成減緩氣候變遷或是地球永續經營之目標，然而人們所面臨到的問題是他們如何判斷該商品或服務是對環境友善或無負擔的？因此當綠色消費風潮掀起時，也促使越來越多的企業去註冊與“綠色”有關的商標或是使用與“綠色”有關的證明標章，這都是為了使消費者可以藉由綠色標識之使用而辨識出該商品或服務是否為真正的綠色產品。商標制度的運用就成了消費者辨別綠色商品真偽的一大利器，故以下本文試從綠色消費誘因說起，接著導出綠色標識之產生，並從商標本身去討論其註冊的可能性。

第一節 綠色商標之成因

在全球氣候變遷、環境汙染、能源短缺等種種威脅下，人類的環保意識開始覺醒，因此在選購商品或服務時，除了考量價錢的高低之外，也會考慮到是否會對環境造成損壞。而在全全球綠色新政之帶領下，許多企業紛紛投入綠色產業之開發，因而推出許多對環境友善的商品或服務供消費者選購，也掀起所謂的綠色消費風潮。然而在這龐大的綠色商機之下，難免會有一些不肖業者假藉綠色名義來欺騙消費者大賺黑心錢。例如廠商推出號稱具有「環保」功能的各種商品或服務，然而事實上該些商品或服務根本就不具有環保功能，只是廠商為了吸引消費者來購買所想出的手段罷了。

²⁰⁷ Thomas L. Friedman，同註1，頁232。

倘若想要遏止這些不肖商人繼續打著環保和綠色的旗幟來欺騙消費者，商標的運用便成了一個重要之工具，因為商標法制定之目的係為了保護商標權及消費者利益，並且維護市場公平競爭和促進工商企業的正常發展²⁰⁸，因此消費者可透過綠色標章之標示來分辨並選購真正的綠色商品。另一方面，業者為了取得綠色標章之使用也會致力於改善自己的產品，使其符合運用綠色標章之標準，一旦所有消費者均處於使用真正綠色商品或服務之情況下，也能幫助達成環境保護之重大目標。

故以下就從綠色消費的誘因說起，接著導出綠色標章之產生。

第一項 綠色消費之誘因

從 18 世紀工業革命之後至今，地球環境已產生許許多多的問題，舉凡氣候變遷、全球暖化、水資源匱乏、能源短缺、生物滅絕等，無一不是身為人類的我們所製造出來的後果。面對這些嚴重的問題，人們常常會把矛頭指向企業，認為如果不是企業為了賺錢而在大量生產製造過程中不斷的排放溫室氣體、廢水、廢棄物也不會造成今日地球環境的破壞，然而事實上人們都忘了促使企業不斷生產製造的重要推手正是身為消費者的人們²⁰⁹。

例如人們為追求交通便利，而購買廠商推出的汽機車來代步，這些汽機車不論是在製造過程中亦或是在消費者的使用中均須使用化石燃料來做為動力，因而製造出大量的二氧化碳，造成全球溫度不斷升高；又如人們為貪圖一時片刻的涼爽使用冷氣、為了除蟲方便使用殺蟲劑，然而製作冷氣的冷媒和殺蟲劑的噴霧器都是氟氯碳化物的來源，人們在消費購買冷氣和殺蟲劑來使用之情況下，無形中也破壞了臭氧層，雖然後來發現氟氯碳化物係破壞臭氧層的元凶，接著也在蒙特婁議定書中針對破壞臭氧層的氣體加以管制，然而我們卻無法彌補或扭轉臭氧層變稀薄的事實²¹⁰。

正因為人類的生活離不開消費，不論是食衣住行育樂都與消費行為緊

²⁰⁸ 商標法第 1 條之規定。商標法修正草案於民國 100 年 5 月 31 日經立法院三讀通過，並在同年 6 月 29 日經總統修正公布，施行日期由行政院定之，目前預定於民國 101 年 6 月間施行。故為避免混淆，民國 101 年 6 月間開始實行者簡稱「新商標法」，本文中若無特別註明，皆指目前舊商標法，文中採用舊條號後加註新條號方式說明之。

²⁰⁹ 柴松林，從環境主義到綠色消費主義，消費者保護研究第 2 輯，2007 年 2 月，頁 92。

²¹⁰ 柴松林，同前註。

密的連結在一起，這也是促使企業不斷的製作各種不同的商品或服務來滿足人類的消費欲望。然而企業所提供的商品或服務其在原料的使用、產品的製造過程、成品的包裝和運輸、廢棄物處理均有可能消耗大量的能源或自然資源、甚至有些過程還會釋放出毒性物質或是造成環境汙染²¹¹，因此可謂地球環境的破壞除了自然災害和人為戰爭之外，就屬人類的消費行為對環境產生最大的威脅²¹²。

為了減少消費行為對環境造成的衝擊，大致可分為兩種方法²¹³：

一、 鼓勵綠色產業之開發：

也就是從原物料的選擇開始一直到產品廢棄處置完畢的過程中，不論是產品的製造設計、保管運輸或是包裝出售等均必須考慮到是否會對環境造成破壞。綠色產業在生產過程中不僅可以節能減碳、減少污染排放，而其製造出來的產品對環境也不會造成負擔，藉由綠色產業之生產來提供消費者所需的商品或服務，而這些綠色產品通常都具有省能源、可回收、低汙染等特性，這些均有助於保護地球環境。

二、 鼓勵消費者採行綠色消費：

所謂的綠色消費，主要係指「在為了維持人的生存必須從事消費的時候，要盡量購買對環境破壞少、汙染程度低的產品；並且要儘可能的減少不必要的消費。」²¹⁴即當消費者在購買商品或服務時，其價錢高低不再是唯一的考量依據，消費者還必須考慮到這個商品或服務的使用是否會對環境造成負擔，其製造過程有無符合環境標準，或是其使用能否助於節約能源或減少二氧化碳之排放、甚或有無提高能源使用效率之功能等，消費者應盡量選購對環境破壞或汙染程度較低的商品。

例如貼有節能標章的產品，使用這一類型的產品不但可以達成節能減碳之目標，還可以為消費者節省許多電費的支出，最重要的是還可以兼顧地球環境之保護。

²¹¹ 行政院環保署，推動全民綠色消費行為，

<http://www.epa.gov.tw/ch/artshow.aspx?busin=14742&art=2011051810421393&path=14758>（最後瀏覽日：2012/5/3）

²¹² 于寧、賴明伸，綠色消費的國際發展趨勢，科學發展，2005年3月，387期，頁21。

²¹³ 于寧、賴明伸，同前註，頁21-22。

²¹⁴ 柴松林，同註209，頁94。

事實上這兩種減少消費行為對環境造成負擔之方法係缺一不可的，且本質上消費者掌控了綠色產業的生產方向，因為在日常生活中，消費者每天都在進行「投票」，「投票就是指投綠色的鈔票也就是投產品的票」²¹⁵，對於那些喜歡的產品消費者便會投下那神聖的一票然後將產品帶回家，因此消費者的消費行為就是在投票，獲得高票當選的產品將可以繼續生產下去，這也就是為什麼消費者會左右綠色產業的生產方向。

如果人類期望可以有一個永續經營的地球，那麼就必須做一個聰明的綠色消費者，因為承如上述所言，消費者的選擇會左右產品的生產方向，因此當消費者有著較高的環保意識時，一旦企業所推出的商品或服務會對環境造成損害，那麼企業就會流失掉消費者的選票。但企業身為商品的生產者和銷售者，如果一直得不到選票，那麼最後也只能面臨下台的命運，因此企業為了重新贏得選票就必須以消費者的綠色需求為市場導向，改善自己的產品使其不會對環境造成負擔²¹⁶。然而並不是所有消費者都能秉持著環保意識的概念來選購商品，因此綠色消費概念的推行便顯得十分重要。

綠色消費的概念最早可源自於德國的藍天使環保標章計畫，藍天使²¹⁷（Blue Angel）在 1978 年被推出，係全球第一個發展出來的環保標章。藍天使環保標章制度的運用主要就是為了提供一個正確的環保資訊給消費者，誘導消費者選購對環境負擔較小的商品，一方面也刺激企業生產對環境友善的產品²¹⁸。

之後隨著國際環保風潮之吹起，消費者亦有感於地球環境之惡化，1991 年時國際消費者協會（Consumers International，簡稱 CI）²¹⁹ 在世界大會通過綠色消費主義決議案，呼籲世界各國的消費者必須了解到地球環境、生態系統和自然資源的珍貴，鼓勵消費者在從事消費活動時能將環保

²¹⁵ 陳曼麗，由綠色判準到綠色消費，看守台灣，2005 年春，第 7 卷第 1 期，頁 38。

²¹⁶ 例如在「松下無氟冰箱的誕生」之案例中，松下電器就是在消費者的要求與督促之下，發明出無氟且省電的環保冰箱，且在上市之後消費反映良好，一方面也帶動其他公司投入製作相同的冰箱。在此案例中，突破了「產品由廠商主導」的傳統認知，顯現出「消費者需求」已成為主導廠商生產的新方向，而不再像過去一樣，消費者只能從廠商推出的產品中挑選出符合自己需求的商品。詳見三橋規宏，綠色復甦時代-企業打敗不景氣的新藍海策略（サステナビリティ経営），朱麗真譯，商周出版，初版，2009 年 1 月，頁 111-119。

²¹⁷ Blue Angel, at: <http://www.blauer-engel.de/en/index.php> (last visited: 2012/5/4)

²¹⁸ 倪貴榮，同註 12，頁 137。

²¹⁹ 原稱為國際消費者聯盟組織（International Organisation of Consumers Unions，簡稱 IOCU）於 1960 年成立，之後於 1995 年改名為國際消費者協會（Consumers International，簡稱 CI），<http://www.consumersinternational.org/>（最後瀏覽日：2012/5/6）

意識和綠色消費的理念融入其中，盡量避免購買會對環境造成負擔之產品並且應支持良好的生態標誌計畫²²⁰。

隔年聯合國環境規劃署召開地球高峰會議時，不僅提出永續發展的概念，更將消費納入其中之一環，在《里約環境與發展宣言》(Rio Declaration)²²¹的第8條原則即指出：為了實現永續發展和提高所有人的生活質量，各國應「減少和消除不能永續的生產和消費模式」並倡導適當的人口政策²²²；並且在《21世紀議程》(Agenda 21)裡的第4章也對改變消費型態提出具體的做法和目標，其均明白表示全球環境持續惡化的主要原因在於不能永續的消費和生產模式，因此如果想要修復並保護地球環境就必須改善生產和消費模式，如提高生產效率和改變消費型態，妥善利用各種資源和避免浪費等²²³。

為了響應永續消費之理念，聯合國在1999年時更將「永續消費」之項目納入1985年就制定的《聯合國消費者保護指導綱領》²²⁴，於目標中新增加入了「促進可持續消費」(To promote sustainable consumption)之目標，其寄望能透過以經濟上、社會上和環境上的可持續消費方式來滿足現代和未來世代對商品和服務的需求，此擴大版的新指導綱領於1999年的聯合國大會通過²²⁵。

因此自從1992年地球高峰會議提出永續發展的主題之後，永續消費便被視為達成地球永續發展的重要工具之一，且隨著永續概念的使用，綠色消費也經常以永續消費一詞稱之²²⁶，並且在聯合國的倡導之下，將永續消費和消費者保護牽連在一起，使得永續消費也成為各國推動消費者保護

²²⁰ 柴松林，同註209，頁93-94；謝惠子，生活作環保，消費看標章——綠色消費與「環保標章」，能源報導，2007年6月，<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=200706&Page=11>（最後瀏覽日：2012/5/4）。

²²¹ Rio Declaration, available at : <http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm> (last visited : 2012/5/4)

²²² Principle 8: “To achieve sustainable development and a higher quality of life for all people, States should reduce and eliminate unsustainable patterns of production and consumption and promote appropriate demographic policies.”

²²³ See Agenda 21, Section I : Social & Economic Dimensions, Chapter 4 : Changing Consumption Patterns, available at : http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/res_agenda21_04.shtml (last visited : 2012/5/6)

²²⁴ United Nations Guidelines for Consumer Protection, available at : http://www.consumersinternational.org/media/33866/consumption_en.pdf (last visited : 2012/5/6)

²²⁵ 劉清芳，消費者手冊（民國101年版），行政院消費者保護處編印，陳冲發行，2012年1月。

²²⁶ 于寧、賴明伸，同註128。

運動的重要一環，故現今的消費不再只是單純滿足人類物欲的行為而已，在綠色消費的模式之下，不但能兼顧經濟發展和環境保護還能朝地球永續發展之目標邁進。

國際消費者協會明白的指出，消費者擁有八大權利和五大義務²²⁷，其中消費者擁有要求生活在安全、不受威脅，且有人性尊嚴環境下的權利，然而享受權利的背後通常也背負著一定的義務，因此既然消費者擁有生活在健康環境的權利，相對的消費者對於環境保護也必須負擔一定程度的責任，也就是消費者對自己的消費行為和日常生活中所使用的消費用品，有義務去了解是否會對環境造成污染或負擔。故在要求有健康環境的權利之下，也必須承擔環境保護之義務，因此消費者在從事消費行為時必須遵循綠色消費之理念。

因此有著綠色消費精神之消費者在選購商品或服務時，常常會因為產品上標示著與環保相關的證明標章來購買，這是因為消費者知道該類產品具有某種環保特性，且係經過檢驗和認證，確實屬於對環境友善的綠色產品。例如標示「節能標章」的產品，其能源效率比國家標準(CNS)高出 10% 至 50%²²⁸，簡單來說就是產品在相同功能條件之下，有著節能標章認證的產品，可以降低能源的消耗並且只需負擔較低的能源費用，而且經過計算，如果購買一台有著節能標章認證的冷氣來使用，其所節省的電力消耗因而減少的二氧化碳排放量相當於種植 33²²⁹ 棵的大樹。

因此選購對環境有益的商品來使用其實才是真正的節省荷包，且為了自己和後代子孫能有一個乾淨、清潔的生存環境，消費者更有責任去確保其消費行為不會造成自然資源的浪費和盡量減少或避免造成環境之汙染。

²²⁷ Consumer rights and responsibilities, at :

<http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights> (last visited : 2012/5/8), 參考：行政院消費者保護委員會，消費者的權利與義務，消費者保護研究第 01 輯，2007 年 2 月，頁 149-150。

²²⁸ 節能標章網站，節能標章產品與一般產品有什麼不一樣，

<http://www.energylabel.org.tw/other/faq/upt.asp?p0=12&> (最後瀏覽日：2012/5/8)

²²⁹ 節能標章網站，使用節能標章產品，對環境有什麼貢獻，

<http://www.energylabel.org.tw/other/faq/upt.asp?p0=13&> (最後瀏覽日：2012/5/8)

第二項 回應綠色消費需求

因為考慮到地球環境日益惡化之問題，消費者在消費過程中應秉持著綠色消費之精神，將生態意識與保護地球環境之理念融入於消費當中。學者指出當消費者在實施綠色消費時得遵循 3R (Reduce、Reuse、Recycle)、3E (Economic、Ecological、Equitable) 原則²³⁰來進行消費活動：

- 一、 Reduce (減量消費原則)：盡可能的減少不必要的消費以降低資源的消耗。
- 二、 Reuse (重複使用原則)：應盡量購買可以重複使用的產品。
- 三、 Recycle (回收再生原則)：選擇在材質上可回收再生之產品，因此當產品損壞無法在使用時，還可以重新回收再利用、製作成新產品。
- 四、 Economic (講求經濟原則)：選購商品或服務時應考量經濟性，挑選使用能源最少、材料耗損最少、加工單純、包裝簡單的產品，以便免不必要的資源浪費。
- 五、 Ecological (符合生態原則)：注重生態和自然環境之保護，對於那些會嚴重破壞生態環境、造成環境污染的產品應拒絕購買，應支持致力於開發對環境無污染或污染性較低之商品或服務之企業、廠商。
- 六、 Equitable (實踐平等原則)：消費時亦講求平等原則、尊重人性，因此若廠商有剝奪勞工權益、歧視婦女、老人或殘障人士就業、甚或以不道德的方法來行銷時，消費者應拒絕購買其商品或服務。

從上述的綠色消費六大原則來看，消費者在選購商品或服務時應盡量選購具有再生材質、使用能源和資源較少、包裝較精簡、對環境污染性較低或是無污染的產品，雖然消費者均明瞭這些準則的意義，但是當消費者在面對琳瑯滿目的商品時，他們卻不知該如何從中挑選出具有再生材質的

²³⁰ 柴松林，消費者主義發展的新方向，消費者保護研究第 1 輯，2007 年 2 月，頁 22；柴松林，從環境主義到綠色消費主義，同註 209，頁 94-95。

產品或是所謂對環境污染性較低的產品。在加上許多企業無不藉由這股綠色消費風潮推出各式各樣的環保商品，只要打著節能減碳、環保、天然等字樣都可能會引誘具有綠色消費精神的消費者購買。

然而諷刺的是並非所有企業都能真心的為地球環境設想，有些企業根本就是假環保之名行污染之實，明明自己的產品根本就與環境保護扯不上邊、甚至還有可能造成嚴重污染，但是企業為了銷售產品、賺取利潤，並且希望能營造出自己對環境保護的關懷，塑造出綠色企業之優良形象，就打著環保口號來吸引消費者購買，讓消費者誤以為自己真的在執行所謂的綠色消費理念。

故為了保護消費者和地球環境，也為了杜絕企業繼續一邊高唱環境保護論調，一邊卻不斷生產製造會造成環境污染之商品來混淆消費者，那麼就應該要讓消費者學會如何辨識產品是否真的具備對環境友善之特性或有著一定的環保功能。

究竟我們該使用什麼樣的方式幫助消費者分辨出真正對環境有益的商品？例如可借助綠色標章之運用，使消費者透過綠色標章之標示了解到自己選購的商品具有什麼樣的環保功能。綠色標章之最大用意即在於讓消費者清楚知道具有某種標誌的產品便是屬於對環境較友善之產品，倘若購買便是符合綠色消費之精神。

因此在綠色消費的風潮之下，各種與綠色有關的標章相繼出現，例如環保標章、節能標章、省水標章等，藉由這些標章的使用一方面使消費者可以正確無誤的購買綠色產品，另一方面也促使傳統產業轉向綠色產業之開發，因為消費者為了避免購買到不肖廠商用來魚目混珠的假綠色產品，此時消費者會循著有著綠色標章標示的產品來購買，當業者發現有越來越多消費者會購買有綠色標章標示之產品的情況下，業者為搭上這一波綠色消費帶來的利益也會致力於改善自己的產品，不管在產品設計或是製造過程中均盡量符合環境保護之要求，以便日後能取得使用綠色標章之資格，進而拓展出新的綠色消費客群。

第二節 綠色商標制度之可行性

在綠色消費風潮鼓吹之下，有越來越多的消費者願意支付較高的價錢來購買綠色產品（或稱環保產品），因此市面上的綠色產品也不斷地推陳出新。然而這些綠色產品對環境造成的影響和企業對綠色產品所聲稱的環保效果，並非消費者在選購時便可得知的，並且縱使在消費者購買之後也不能察覺到該綠色產品對環境的友善性，因此綠色產品也稱為是一種「信任商品」（credence goods）²³¹。在這種缺乏具有可信性之資訊揭露機制之情況下，消費者很難去相信企業聲稱的環保效益，而且也難以區別所謂的綠色產品與一般產品，這將導致企業難以將使用較高成本製造的綠色產品銷售出去²³²。

故為了使消費者能夠從眾多商品中區分出綠色產品或是使其信賴企業聲稱的環保效益，除了可以透過產品宣傳廣告得到資訊之外，消費者也可以藉由綠色證明標章之標示了解到該產品的環保性質或是選擇有良好商譽企業所使用之商標來選購²³³。商標制度的運用能使消費者得到綠色產品的相關資訊（例如來源、品質、特性等），有助於其選購真正的綠色產品，因此在商標制度之下，可透過商標和證明標章來保護這些綠色品牌（Green Brands or Green Marks）²³⁴。故以下就從商標²³⁵的法律性質談起。

²³¹ Stefanie Kirchhoff, Green Business and Blue Angels, *Environmental and Resource Economics*, 15 (4), 403-420, p. 404-405 (2000)。

²³² Soham Baksi, Pinaki Bose, Credence Goods, Efficient Labelling Policies, and Regulatory Enforcement, *Environmental & Resource Economics*, 37, 411-430, p. 412(2007)。

²³³ Stefanie Kirchhoff, *supra note* 231, p. 405 ; Soham Baksi, Pinaki Bose, *Id.*, p. 412。

²³⁴ **Maureen Beacom Gorman**, What Does it Mean to be Green : A Short Analysis of Emerging IP Issues in "Green" Marketing, 9 *J. Marshall Rev. Intell. Prop. L.* p.774-796 (2010); **Michael Tschupp**, When green means no, *Intellectual Property Magazine*, p.22-24 (201108), available at : <http://www.etlaw.com/content/green%20means%20no%20article.pdf> (last visited : 2012/07/12) ; **Michael Tschupp**, Growing Your Eco-brands in a Changing Climate, *World Trademark Review*, p.46-47 (201212), available at : http://sustainablemarks.com/WTR_34%20Eco-brands%20.pdf (last visited : 2012/07/12) ; **Donna A. Tobin**, Environmental Marketing Claims: What to Know before Waving the "Green" Flag, *Bloomberg Intellectual Property Law Reports* (2009), available at : <http://www.bakerlaw.com/files/Uploads/Documents/News/Articles/INTELLECTUAL%20PROPERTY/Bloomberg%20-%20Tobin%20-%202009.pdf> (last visited : 2012/07/11) ; **Natasha Williams and Mike Lloyd**, Turning Green into Gold? The rise and risks of green trade marks and branding *Griffith Hack* (2010), available at : http://www.griffithhack.com.au/Assets/1743/1/GH_GreenTradeMarks_October_2010.pdf (last visited : 2012/07/12) ; **Andy McNeil**, Don't Be Envious - You Too Can Obtain a "Green" Trademark, *IP Newsflash* (200906), available at :

<http://www.mmmlaw.com/media-room/publications/newsletter/june-ip-newsflash-dont-be-jealous-you-too-can-obtain-a-green-trademark> (last visited : 2012/07/10) ; **Michael A. Gollin**, Using Intellectual Property To Improve Environmental Protection, 4 *Harv. J. Law & Tec* 193, p.212-214 (1991) ; **Trevor**

第一項 商標功能

「商標」即一般俗稱之「品牌」，係製造商附加於商品或服務上，用以區別自己與他人之商品或服務，表彰商品或服務之來源²³⁶。因此消費者往往會將商標與商品或服務作連結，使其能在眾多商品或服務中藉由辨識出商標來找到他所想要的商品或服務。若消費者試用過後甚感滿意，便會漸漸對該商標產生信賴感，願相信商標背後的品質保證，如此一來該商標在消費者口耳相傳下或是透過廣告的強力播送下，便會被大家所熟知，為企業建立起良好的商譽，使企業所生產的商品或提供之服務獲得消費者的信任，增加企業在市場上的競爭力也連帶提升銷售量²³⁷。故商標具有高度的經濟價值成為企業的重要無形資產之一，因為評價優良、商譽好、知名度越高的商品或服務，其商標的價值也越高，例如眾人所知悉的麥當勞、星巴克或可口可樂等。

商標最主要的功能即在於表彰商品或服務的來源或出處，然而商標的功能不僅此而已，其還具有如品質擔保之功能，即有著同樣商標標示的相同商品通常也保證具有一樣的品質，這是因為商人為了使消費者能夠重複購買或者經由消費者再推薦給第三人，所以商人必須將商品或服務維持在一定之水準，否則將會流失消費族群²³⁸。

此外還有廣告功能，由於商標的主要功能即在於使消費者可以在眾多商品中辨識出自己的產品，因此企業為了使消費者對自己的商標有深刻印象，往往會將商標與廣告行銷結合再一起，在廣告不斷播送和宣傳之情況下，消費者就會對此商標產生深刻之印象，最後商標變成廣告內容之一部分。而且只要企業的商標具有良好的商譽與形象且深受消費者喜愛的

Little, Doing The Right Thing? The Dangers of Environmental Claims, brands in the boardroom, p3-9 (2011), available at :

<http://www.iam-magazine.com/issues/article.ashx?g=653e2b79-186c-4890-84fc-460a793eaa00> (last visited : 2012/07/10)。

²³⁵ 依我國商標法之規定，標誌大致可分為四類型：商標、證明標章、團體商標、團體標章。「團體商標」係用來表彰公會、協會或其他團體之會員所提供之商品或服務之標誌使相關消費者得以藉與其他非會員所提供之商品或服務有所區別；而「團體標章」係用來表彰公會、協會或其他團體會員之身分之標章，即表彰該團體或其會員之資格而已，並非用來表彰商品或服務之來源，不涉及商業行為，因此團體標章和本文所探討之內容沒有太大的關聯性。而團體商標和證明標章雖與本文探討之與綠色有關的商標有關聯性，但礙於篇幅之限制，本文僅著重於商標本身之探討。

²³⁶ 汪渡村，商標法論，五南出版社，2011年2月，2版1刷，頁10。

²³⁷ 鄭中人，智慧財產權法導論，五南出版社，2009年3月，3版7刷，頁147-149。

²³⁸ 吳嘉生，智慧財產法通論，一品文化出版社，2009年7月，初版，頁8。

話、將來消費者只要看到有著該商標標示之商品，通常都會被吸引進而購買之²³⁹。

最重要的是還有保護消費者之功能，該功能被明文規定在商標法第 1 條裡，因為商標法制定之目的除了要保護商標還有商標權人之權利外，就是為了保護消費大眾之權利，商標的運用就是提供給消費者辨識商品之來源和出處，使其不會發生混淆、誤認而購買他人產品之情況²⁴⁰。

正因為商標具有辨識、品質擔保、廣告和保護消費者權利等功能，因此在綠色消費主義盛行之下，企業為了推銷自己的綠色產品而紛紛註冊與“綠色”(green)有關的商標，其主要目的就是為了使自己的綠色產品可以與他人之商品或服務相區別，並且藉由該綠色商標作為廣告行銷之一部，加深消費者對於企業產品之印象。然而所謂的“綠色”(green)一詞真能夠被拿來當作商標註冊嗎？以下本文試從商標識別性開始談起，因為一個標識得否被准許註冊為商標而受商標法之保護，其最基本的要件就是必須具有識別性。

第二項 識別性

一、 台灣

按我國商標法第 5 條之規定，商標得以文字、圖形、記號、顏色、聲音、立體形狀或其聯合式所組成，並且該商標應足以使相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識。也就是商標必須具有識別性之功用，能表彰商品或服務之來源，並得藉以與他人之商品或服務相區別。

雖然商標法在第 19 條規定中有提到識別性之用語，但是卻沒有明確定義商標識別性之內涵，因此本次修法時，特地於新商標法第 18 條第 2 項明文規定商標識別性之內容²⁴¹，即「前項所稱識別性，指足以使商品或

²³⁹ 許曉芬，從比較法觀點論妨害公共秩序或善良風俗之商標——評智慧財產權法院 97 年度行商訴字第 85 號判決，高大法學論叢，2011 年 9 月，7 卷 1 期，頁 137；許曉芬，免死金牌抑或通行令？論著名商標之侵害判斷——評最高法院 99 年度台上字第 1632 號判決，月旦法學雜誌，2011 年 12 月，199 期，頁 188；鄭中人，同註 237，頁 149。

²⁴⁰ 汪渡村，同註 236，頁 9。

²⁴¹ 原舊商標法第 5 條第 2 項之規定：「前項商標，應足以使商品或服務之相關消費者認識其為表

服務之相關消費者認識為指示商品或服務之來源，並得與他人之商品或服務相區別者」故具有識別性的商標可以讓消費者知悉該商品或服務的提供者，使其能從眾多產品中藉由辨識商標來挑選出特定企業所提供之商品或服務。因此倘若一商標不具有識別性即喪失該商標最主要的功能，其將無法指示或區別商品或服務的來源，在這種情況下當然也不得註冊為商標²⁴²。

商標識別性具有先天和後天之分，先天係指商標本身就固有，而不需要再經過使用才能取得，例如獨創性標識（Fanciful Marks）²⁴³、任意性標識（Arbitrary Marks）²⁴⁴、暗示性標識（Suggestive Marks）²⁴⁵；而不具有先天識別性之標識者如描述性標識（Descriptive Marks）²⁴⁶和通用名稱（Generic Mark）²⁴⁷。

而後天識別性故名思義就是指一標識原先不具有識別性，但是在經過在市場上的使用之後，使消費者得以認識其表彰商品或服務來源之標識，此時即具有商標識別性。由於該標識產生具有識別出處的新意義，因此後天識別性又稱為第二意義（Acquired Distinctiveness or Secondary Meaning）²⁴⁸。

例如描述性標識，倘若申請人可以證明該標識已經過長期使用，即對消費大眾來說該標識已不再是對於產品之描述或說明，而是轉變成指示商品或服務的來源，在種情況下，該描述性標識即取得後天識別性，此時又

彰商品或服務之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別。」

²⁴² 商標識別性積極要件欠缺而不得註冊之情形規定於新商標法第 29 條第 1 項各款中。

²⁴³ 獨創性標識並非運用現有詞彙而係發明創造而來的，例如 GOOGLE 或 KODAK，這一類的標識在使用並與相關商品或服務產生連結之前係沒有特定意義的。詳細內容可參考「商標識別性審查基準」的第 2 點識別性的意義，由經濟部智慧財產局訂定，於民國 101 年 4 月 20 日經濟部經授智字第 10120030550 號令修正發布，101 年 7 月 1 日生效。

²⁴⁴ 任意性標識係運用現有的詞彙所構成，但與指定使用之商品或服務沒有任何的關聯，也就是沒有傳達該商品或服務的品質、成分或其他特性，例如 APPLE 使用於電腦商品。參「商標識別性審查基準」的第 2 點識別性的意義，同前註。

²⁴⁵ 暗示性標識則有暗示商品或服務之品質、功能或其他等特性，消費者必須透過想像或思考才能理解該標誌與特定商品或服務間之關係，例如 JAGUAR 指定使用於汽車，即意味著汽車有著如同動物快速且有利的特性。參「商標識別性審查基準」的第 2 點識別性的意義，同前註。

²⁴⁶ 描述性標識係指該標識直接說明或描述其所指定使用之商品或服務之成分、品質、功能等其他特性。汪渡村，同註 236，頁 16。

²⁴⁷ 通用名稱並沒有辦法指示出該商品或服務的來源，因為對消費者來說通用名稱只是用以稱呼該類商品或服務的一般名稱而已。例如 COMPUTER 一詞用於電腦相關產品之上，其對於消費者而言 COMPUTER 僅為一通用名稱而已，因此通用名稱不具有識別性不可註冊為商標。參「商標識別性審查基準」的第 2 點識別性的意義，同註 243。

²⁴⁸ 詳細內容可參考「商標識別性審查基準」的第 2 點識別性的意義，同註 243。

例外地被准許註冊為商標²⁴⁹。但如果描述性標識僅有部分具描述性，在申請人就描述性部分聲明不專用（Disclaim）之後，若認為標識仍具有識別性的話，其仍可被允許註冊為商標²⁵⁰。

在判斷商標是否具識別性時，應就商標與指定使用之商品或服務間的關係、競爭同業者間的使用情形、消費者的認知、申請人使用方式和實際交易狀況等因素綜合判斷之。倘若一標識僅係用於表示商品或服務的品質、功能和其他說明，或是僅為同業競爭者之間所必須共同使用的標誌或名稱，那麼對消費者來說該標識不過就是用來傳達商品或服務的相關訊息（如品質、功能等）或是只是一般商品或服務的通用標章或名稱，根本無法表彰商品或服務的來源也無法使相關消費者得藉以與他人之商品或服務相區別，那麼該商標即不具識別性²⁵¹。

由於商標必須具有識別性始得註冊，為了評估識別性的有無，國內學者多認為美國 *Abercrombie & Fitch Company v. Hunting World Incorporated*²⁵² 案所建立的識別性判斷標準值得參考²⁵³，將商標分成五種種類，由強到弱依序為獨創性標識、任意性標識、暗示性標識、描述性標識和通用名稱。商標的識別性越強其應受保護程度就越高；反之，識別性越弱其受到保護的程度就越低，故若一商標根本不具識別性的話，則不可註冊為商標受商標法保護，如通用名稱²⁵⁴即屬之。而對照經濟部智慧財產局所發布的「商標識別性審查基準」之規定來看，亦是採取上述五類來判別識別性之強弱²⁵⁵。

²⁴⁹ 鄭中人，同註 237，頁 155。

²⁵⁰ 商標法第 19 條之規定。相關案例可參考呂姝賢、張雅惠、劉沿汝，商標識別性我國案例之介紹，智慧財產權月刊，2007 年 7 月，103 期，頁 12-13。

²⁵¹ 詳細內容可參考「商標識別性審查基準」的第 3 點識別性判斷因素，同註 243。

²⁵² *Abercrombie & Fitch Co. v. Hunting World, Inc.*, 537 F.2d 4, 9 (2d Cir. 1976).

²⁵³ 關於美國商標法上識別性的之說明，可參考王敏銓，美國商標法上識別性之研究，智慧財產權月刊，2004 年 7 月，67 期，頁 87-106；蔡明誠，論商標之抽象識別性與具體識別力要件－以行政法院 89 年度判字第 251 號判決為例，法令月刊，2000 年 10 月，51 卷 10 期，532-33 頁；謝枚霏，美國商標法之保護－以網域名稱為主，中正大學財經學法律研究所碩士論文，2003 年 6 月。

²⁵⁴ 關於通用名稱的相關探討，可參考鄧振球，商標名稱通用化之理論與實務，科技法學評論，2008 年 3 月，5 卷 1 期，頁 183-223。

²⁵⁵ 「商標識別性審查基準」的第 2 點識別性的意義，同註 243。

二、 美國

根據美國商標法第 45 條²⁵⁶之規定，商標係用以表彰商品或服務的來源並得與他人所販賣或製造之商品或服務相區別，其得由文字、名稱、象徵、圖樣，或其聯合式所組成。而美國商標法第 2 條²⁵⁷規定只要該商標得藉之使申請人之商品與他人之商品相區別，並且沒有含有不道德、欺騙性或毀謗性的圖形或文字等其他情況的話，不問其性質即可註冊在主要登記簿中，因此一個商標的可註冊性和受到法律保護的前提就是必須具有識別性，即具有得藉以與他人之商品或服務相區別之功能。故不管從美國或是台灣的規定來看，商標最主要的功能即在於識別商品或服務的來源，而識別性均為商標註冊的必要條件。

按識別性強弱之依序為獨創性標識、任意性標識、暗示性標識、描述性標識和通用名稱。獨創性標識和任意性標識被認為是商標種類中識別性最強，因此被保護的程度也是最高的。而暗示性標識的識別性雖不像獨創性或任意性標識那麼強，但是暗示性標識的識別性仍大於描述性標識，這是因為暗示性標識仍須透過想像才能與商品或服務做連結，而不像描述性標識係直接說明商品或服務之品質、功能或其他特性²⁵⁸。

由於描述性標識不像暗示性標識還必須藉由想像和思考才可以將標識和商品或服務連結在一起，描述性標識是直接描述而不需透過想像和思考，因此對消費者來說該標識只是對於商品或服務的說明，並沒有辦法表彰其來源，也無法藉以與他人之商品或服務相區別，缺乏識別性，因此根據美國商標法第 2 條第 e 項第 1 款²⁵⁹之規定，該標識係屬於對商品之說明而不得註冊。

而通用名稱僅為業者用以稱呼商品或服務的一般名稱而已，因此不具有識別性而不得註冊為商標。通用名稱亦可能發生一種情況，也就是在以

²⁵⁶ Trademark Act §45 (15 U.S.C. § 1127): “The term “trademark” includes any word, name, symbol, or device, or any combination thereof—(1) used by a person, or(2) which a person has a bona fide intention to use in commerce and applies to register on the principal register established by this chapter, to identify and distinguish his or her goods, including a unique product, from those manufactured or sold by others and to indicate the source of the goods, even if that source is unknown.” .

²⁵⁷ Trademark Act §2 (15 U.S.C. § 1052)

²⁵⁸ Andy McNeil, *supra note* 234 (last visited : 2012/07/10)

²⁵⁹ Trademark Act § 2 (e) (15 U.S.C. § 1052): “Consists of a mark which, (1) when used on or in connection with the goods of the applicant is merely descriptive or deceptively misdescriptive of them.” .

前該名稱是屬於可受到保護註冊的商標，但是因為在市場上廣泛的使用，隨著人們長時間的認知，漸漸地喪失其識別性到最後演變成只是一個通用名稱²⁶⁰，於此情況下根據美國商標法第 14 條²⁶¹之規定任何人都得申請撤銷該註冊，例如阿斯匹寧²⁶²。

雖然描述性標識被認為是直接說明商品或服務的品質或功能等特性，但就該描述性部分聲明不專用之後仍有可能被核准註冊為商標，因此識別性強度仍大於通用名稱²⁶³。

隨著氣候變遷的問題意識越發茁壯，人們對於該如何幫助減緩氣候變遷之作為也越來越積極，然而卻也有人想要趁這股綠色風潮獲取不當利益。例如有些不良企業對推銷自己的虛偽綠色產品便開始申請註冊所謂的綠色商標，使用 green、eco、nature、clean 等字眼（以下以 green terms 稱之）來進行綠色行銷欺騙消費者，因此現今的美國也正面臨嚴重的企業漂綠（greenwash）²⁶⁴問題。

在這種情況之下，美國商標專利局對於這些以 green、eco、nature 或 clean 等字所組成之標識在審查其有無識別性時，即是根據上述五種商標分類來做判斷，商標審查員對於以 green、eco、nature 或 clean 等字所組成之標識究竟認為其屬暗示性商標、描述性商標或是通用名稱？因此本文試從美國商標專利局（USPTO）底下的商標審判及上訴委員會（Trademark Trial and Appeal Board，以下簡稱 TTAB）²⁶⁵所作出的決定，來分析申請人以 green

²⁶⁰ Andy McNeil, *supra note* 234 (last visited: 2012/07/10)

²⁶¹ Trademark Act § 14(3) (15 U.S.C. § 1064): “**At any time if the registered mark becomes the generic name for the goods or services**, or a portion thereof, for which it is registered, or is functional, or has been abandoned, or its registration was obtained fraudulently or contrary to the provisions of section 1054 of this title or of subsection (a), (b), or (c) of section 1052 of this title for a registration under this chapter, or contrary to similar prohibitory provisions of such said prior Acts for a registration under such Acts, or if the registered mark is being used by, or with the permission of, the registrant so as to misrepresent the source of the goods or services on or in connection with which the mark is used. If the registered mark becomes the generic name for less than all of the goods or services for which it is registered.....” 在台灣也有相同之規定，即商標法第 57 條第 1 項第 4 款（新商標法第 63 條第 1 項第 4 款），若商標已成為所指定商品或服務之通用標章、名稱或形狀者，商標專責機構應依職權或根據申請廢止其註冊。

²⁶² *Bayer Co. v. United Drug Co.*, 272 Fed. 505 (2d Cir. 1921)

²⁶³ USPTO 根據商標審查手冊（Trademark Manual of Examining Procedure，簡稱 TMEP）來進行商標審查，故關於獨創性標識、任意性標識、暗示性標識、描述性標識和通用標識的更多說明可參考 TMEP 在第 1209 條以下之規定，<http://tess2.uspto.gov/tmdb/tmep/>（最後瀏覽日：2012/7/28）

²⁶⁴ 漂綠問題將於本章第 3 節說明之。

²⁶⁵ 通常申請案經過實體審查合格之後，就會發核准通知，並公告於官方之商標公報，再經過異議期間而沒有人提出異議的話就會發註冊文件；但如果申請案遭核駁，就可以至商標審判及上訴委員會（Trademark Trial and Appeal Board，以下簡稱 TTAB）提出訴願，若該核駁決定仍被 TTAB

terms 組成之標識申請註冊時為何會被駁回之原因。

第三項 美國實務對於綠色商標審查之現況

在了解 USPTO 如何判斷識別性的基礎之後，我們必須先釐清什麼是與“綠色”(green)有關的商標？綠色商標就是指商標傳達商品或服務是對環境友善的，即突顯商品或服務的環保效益或是綠色特徵²⁶⁶。

由於商標得由文字、名稱、象徵、圖樣，或其聯合式所組成（美國商標法第 45 條），故在申請註冊綠色商標時，通常會使用 green、nature、organic、earth、planet、clean、environment、environmentally friendly 或 eco、bio 等與“green”相關的詞彙來註冊（以下統稱為 green terms）。

然而商標主要的功能在於表彰商品或服務的來源，可是當製造商一窩蜂的全部使用這些“green terms”來註冊時，消費者是否能夠辨識出特定製造商所使用的商標？另一方面這些“green terms”是否亦有僅具描述性或僅為同業競爭者間所必須共同使用的通用名稱而不具識別性的問題？對製造商來說想要註冊一個能引起消費者注意又能傳達自己的商品或服務具有綠色或環保意識的商標並不是件容易的事。故假如想註冊與“綠色”(green)有關的商標，必須掌握兩件事：商標必須具有識別性並且可以使消費者可以辨識、區別出來²⁶⁷。

在實務運作上，商標審查員對於這些以“green terms”組成的標識申請註冊時，是否也會發生如同本文所提出之疑義呢？因此以下本文先就美國商標實務審查之案例為探討，而台灣的商標實務審查本文將於第四章詳細說明之。

所維持的話，還可繼續上訴至美國地方法院（U.S. district court）或聯邦巡迴上訴法院（Federal Circuit）尋求救濟。

²⁶⁶ Natasha Williams and Mike Lloyd, *supra note* 234, p. 4. (last visited : 2012/07/12)

²⁶⁷ *Id.*, p. 10. (last visited : 2012/07/12)

第一款 案例

2007 年對 USPTO 來說是最忙碌的一年，在這一年中有超過 300,000 個新商標申請註冊，而這些申請中包含了大量以環保意識為導向之綠色商標，從這一年起與綠色有關的商標申請便不斷地出現在 USPTO 裡面²⁶⁸。然而不意外的，green 係最能代表對環境友善之意思，故在 2007 年申請註冊包含“green”的商標就增加了一倍以上，從 1100 個申請增加到超過 2400 個以上²⁶⁹。根據統計 2008 年時，商標申請中包含“green”一字的就增加了 32%（超過 3200 個申請文件）²⁷⁰，以“eco”和“enviro”為字首的商標申請也分別增加 86%和 22%（各超過 1700 和 500 個申請文件）²⁷¹，另外“clean”也是受歡迎的字，增加 30%（超過 1000 個申請文件）²⁷²。

這股綠色註冊的熱潮就如同網際網路興起時“dot-com”的註冊熱潮，當時 USPTO 也面臨了排山倒海而來的商標申請文件，而這些申請註冊之商標不外乎包含了“i”、“e”、“.com”、“.net”等字，最後 USPTO 作出決定，認為“i”、“.com”等字僅具描述性，因為這些字都傳達了商品或服務是與網際網路相關聯的，而無法指示出來源²⁷³。而現在“green terms”也遭遇到相同的問題，因此以下藉由三個案子來了解 USPTO 對於申請包含“green”組成之商標的態度：

一、 GREEN INDIGO 案²⁷⁴

Jones Investment Co. Inc.在 2007 年 8 月申請註冊“GREEN INDIGO”商標，指定使用於上衣和裙褲等商品。商標審查員（The trademark examining attorney）認為申請人申請之商標適用於所指定之商品時具有描述商品之性質，有違 15 U.S.C. § 1052 (e) (1) 之規定，因此拒絕其註冊。之後申請

²⁶⁸ Andy McNeil, *supra note* 234 (last visited : 2012/07/10) ; Glenn A. Gundersen, 2008 Dechert LLP Annual Report on Trends in Trademarks, p.1. (2008)

²⁶⁹ Glenn A. Gundersen, *Id.*, p.2. (2008)

²⁷⁰ Glenn A. Gundersen, 2009 Dechert LLP Annual Report on Trends in Trademarks, p.4. (2009)

²⁷¹ *Id.*

²⁷² *Id.*

²⁷³ Trademark Manual of Examining Procedure, §1209.03 (m) (8th ed. 2011)

²⁷⁴ *In re Jones Investment Co. Inc.*, Serial No 77249189 (TTAB January 21,2009)

人不服提起上訴。²⁷⁵

商標審查員認為申請人申請註冊之商標 GREEN INDIGO 具有描述商品之特性，當一個商標具有描述性時，它會立即傳達目前關於該商品之成分、品質或特性等。雖然審查員承認 green 和 indigo 除了顏色之外還有其他不同的意義，但是當該商標指定使用於衣物時即有描述該商品顏色的意思，並且審查員認為 green 和 indigo 必須保留給同業競爭者一起使用。²⁷⁶

申請人則反駁說 GREEN INDIGO 是一個暗示性的商標，具有暗示清新、年輕和環保的涵義，因此當 green 和 indigo 這兩個字組合成一個商標時，消費者必須透過想像和感知去了解該商標所蘊藏的內涵。申請人主張該商標隱含著染料是使用植物製作而成，進而暗示著該商品具有地球意識的氛圍。²⁷⁷

TTAB 承認 green 除了是顏色的名稱之外，它也具有環境友善、有益、清新和充滿生機與活力等意思。TTAB 根據字典對 green 和 indigo 之解釋，認為這兩個各別的字，其通常的理解意義僅是對衣服的描述。但是當由 green 和 indigo 這兩個字所組成的商標 GREEN INDIGO 卻不具有描述申請人商品之性質，這是因為該商標與衣服做連結時並沒有立即傳達任何有關該商品之訊息，GREEN INDIGO 必須透過想像力、思考和感知來得到任何關於商品性質之結論。

即消費者首先必須先連結 green 是一種顏色並且有環保的訊息和清新的意思，接著連結 indigo 除了是顏色之外，也是植物或染料的意思，然後在做了這些各別的連結之後，消費者被迫在這兩個字所組成的商標中理解到它所傳達的各種意義。總之，GREEN INDIGO 係一暗示性商標，我們會發現該商標暗示這些具有環保性質的衣服是使用從植物中萃取出來的染料所製成的。故最後 TTAB 做出一決定認為這個拒絕註冊的結果應該修改。²⁷⁸

²⁷⁵ *Id.*, p.1.

²⁷⁶ *Id.*, p.1-2 and p.3-5, *esp.* p.1-2.

²⁷⁷ *Id.*, p.2-3.

²⁷⁸ *Id.*, p.5-8, *esp.* p.5-6.

二、 AllergyGreen 案²⁷⁹

Bargoose Home Textiles Inc. 在 2007 年 8 月申請註冊“**AllergyGreen**”商標，指定使用於防護寢具等商品，即有拉鍊和合適套子的床墊、被子、床單、防水的保潔墊和可重複使用的床墊等商品。商標審查員認為申請人申請之商標適用於所指定之商品時具有描述商品之性質，因此根據 15 U.S.C. § 1052 (e) (1) 之規定，拒絕其註冊。之後申請人不服提起上訴。²⁸⁰

商標審查員認為一個商標如果可以立即傳達關於該商品或服務的成分、品質、特性或其他訊息，那麼該商標僅具描述性而不得註冊。審查員為了證明自己之判斷，首先根據字典解釋 Allergy 和 Green 的定義，Allergy 有過敏之意思，對於周遭的環境會特別的敏感，例如花粉、食物或微生物都可能會引起流鼻涕和皮膚癢等症狀；而 Green 則具有對環境友善或是支持環境保護論等的意思。接著審查員還提供其他的證明，也就是從各種網站和 Lexis 的資料庫找到許多紀錄，這些紀錄顯示不管是“allergy bedding”、“green bedding”或是“allergy”和“green”均早已被寢具業者用來描述寢具產品。並且審查員還證明這些綠色寢具產品 (green bedding products) 對有過敏症狀的人來說特別具有吸引力。因此審查員認為 Allergy 和 Green 均傳達寢具產品具有顯著特性之訊息。²⁸¹

申請人反駁說 allergy 不能被當作是對寢具產品的描述性用語，而 green 一詞仍有很多其它不同的意義，並且 green 一詞要在寢具行業中找到一個清楚且簡明的定義是不可能的，因此 green 也不能被認為僅具描述性。申請人主張 AllergyGreen 是具暗示性的商標。²⁸²

TTAB 認為 allergy 在寢具行業中是被當作用來形容寢具產品的形容詞，因此 allergy 一詞對寢具產品來說是具描述性的。而關於 green 一詞，TTAB 贊同商標審查員的觀點，其認為雖然 green 一詞在寢具行業間有各種不同的解釋，但是所有的解釋都是在描述產品的特性是對環境友善的，而不論該產品是有機的或是使用可回收或可再生的原料所製造的。TTAB 認為主要爭點在於 allergy 和 green 這兩個字組成的商標對於寢具產品來說是否僅據描述性。

²⁷⁹ *In re Bargoose Home Textiles Inc.*, Serial No. 77255007 (TTAB May 27, 2009)

²⁸⁰ *Id.*, p.1.

²⁸¹ *Id.*, p.3-8, esp.p.7-8.

²⁸² *Id.*, p.8-10, esp.p.10.

因此 TTAB 根據所有的證據顯示認為，在申請人申請註冊之商標中所使用的這兩個字 allergy 和 green 都是同業競爭者或記者用來描述申請人所申請指定使用的產品類型，因此 allergy 和 green 對寢具產品而言都是屬於描述性的用字，並且當這兩個字組成的商標 AllergyGreen 指定使用於寢具產品時仍保留其描述性的特質，即 AllergyGreen 商標適用於寢具產品時，消費者會立即了解到 AllergyGreen 是在描述寢具產品不僅具有抗過敏之性質並且是對環境友善的。故 TTAB 最後的決定認為不准許註冊的判斷是正確的。²⁸³

三、 GREEN-KEY 案²⁸⁴

Cenveo Corporation 申請註冊“GREEN-KEY”商標，指定使用於環保材料製成的硬紙板電子開門卡。商標審查員認為該申請註冊之商標“GREEN-KEY”在對於使用環境友善的材料所製成的電子開門卡而言係屬於一通用名稱，因此根據 15 U.S.C. § 1091 之規定拒絕其註冊。²⁸⁵

商標審查員認為相關公眾會將 green 和 key 識別為該類商品的通用名稱，並且縱使該商標係由 green 和 key 兩個字組合而成，也不會因此使消費者認為它不是一個通用名稱。商標審查員認為 green-key 一詞主要會使消費者認為它是一種由環保材料製造而成的紙板電子開門卡的通用名稱，為了證明該說法，審查員也提出許多證據，例如透過網路紀錄的證據顯示有越來越多人在檢索網站時會使用“green key”或“green key card”等通用名稱來搜索“green key card”，網頁也顯示“green key card”一詞係用來描述使用對環境友善的電子開門卡來取代傳統的塑膠電子開門卡之用語；不僅如此，連申請人自己的網站上也可以看到該類的用語。²⁸⁶

申請人反駁說消費者並不容易了解到“GREEN-KEY”這個用語是在指電子開門卡這一類的產品，而且縱使 green-key 是一個通用名稱，申請人認為因為該商標具有綠色和咖啡色設計風格也應當可以註冊在輔助註冊

²⁸³ *Id.*, p.9-11, *esp.*p.11.

²⁸⁴ *In re Cenveo Corporation*, Serial No. 77289355 (TTAB September 30, 2009)

²⁸⁵ *Id.*, p.1-2.

²⁸⁶ *Id.*, p.3-7, *esp.*p.3.

簿²⁸⁷裡。²⁸⁸

TTAB 認為通用名稱並沒有辦法指示出商品或服務的特定來源，因為對消費者來說通用名稱只是用來描述正在銷售的商品或服務的種類。TTAB 贊同商標審查員的判斷，認為 green 和 key 這兩個字對於要識別的商品種類來說是通用名稱，

並且由 green 和 key 這兩個字組合的 green-key 除了構成的字本身的意思之外也沒有其他不同的涵義。再加上從商標審查員提出的網路紀錄來看，green-key 在各網站中被當作用來描述關於使用環保材料製成的電子開門卡之通用名稱。因此 TTAB 認為 green-key 會被相關消費者認為它是一種環保電子開門卡商品之通用名稱。²⁸⁹

第二款 小結

從上述三個案例來看，我們可以窺探當申請註冊之商標含有“green terms”在內時，USPTO 對於申請註冊商標之態度為何。一開始商標審查員在 GREEN INDIGO 的案子中，認為其僅具描述性而拒絕註冊，然而 TTAB 卻認為 GREEN INDIGO 係一暗示性商標，必須透過想像或思考來了解該商標具有暗示商品或服務之品質或其他特性，因此認為 GREEN INDIGO 係暗示申請人指定使用之衣服商品係利用植物中萃取出來的染料所製成而具有對環保友善之特性²⁹⁰。

接著在 AllergyGreen 一案中，申請人反駁說 allergy 不能被當作是對寢具產品的描述性用語，並且 green 也不能被認為僅具描述性，主張 AllergyGreen 是具暗示性的商標。但商標審查員認為一個商標如果可以立

²⁸⁷ 美國聯邦註冊簿分為主要註冊簿（Principal Register）和輔助註冊簿（Supplemental Register）兩種，商標識別性越高者得註冊於主要登記簿，若識別性未達到主要登記簿之要求者，則可登記於輔助註冊簿中。登記在主要註冊簿之商標，不論是在程序上或實質上都享有較高程度之保護。例如申請註冊於主要註冊簿之商標，有異議公告程序之適用，即任何人認為該商標之註冊有使其利益蒙受損害的話，可在公告 30 日期間內聲明異議；而輔助註冊簿則無異議程序之適用，但有撤銷公告程序之適用，即任何人認為該商標之註冊有使其蒙受損害的話，可提出申請撤銷其註冊。主要註冊簿（Principal Register）和輔助註冊簿（Supplemental Register）之相關規定可參見美國商標法第 1 條至第 22 條及第 23 條至第 28 條之規定。

²⁸⁸ *supra note 284, p.1-2, esp.p.2.*

²⁸⁹ *Id, p.7-18, esp.p.11-12.*

²⁹⁰ *In re Jones Investment Co. Inc., Serial No 77249189 (TTAB January 21,2009)*

即傳達關於該商品或服務的品質、特性或其他訊息，那麼該商標即僅具描述性而不得註冊，因此審查員以 AllergyGreen 僅具描述性而拒絕其註冊。

但這一回合，TTAB 不再支持申請人所主張的意見，認為該商標不是一個暗示性商標。TTAB 認為 AllergyGreen 適用於寢具產品時，消費者會立即了解到 AllergyGreen 是在描述寢具產品不僅具有抗過敏之性質並且是對環境友善的。故 TTAB 最後的決定同商標審查員，認為該商標僅具描述性而不得註冊²⁹¹。在 GREEN-KEY 一案中，TTAB 更以 green-key 會被相關消費者認為它是一種環保電子開門卡之通用名稱而拒絕其註冊²⁹²。

USPTO 對於這股綠色風潮的商標註冊態度係秉持著較嚴格的審查標準，對於包含 green 在內的商標申請，雖然一開始 TTAB 認為 GREEN INDIGO 是一暗示性商標而應准許其註冊，然而在不同的案子裡，TTAB 的多數決定均以僅具描述性（其他如 GREEN CEMENT²⁹³、HYBRID GREEN UPS²⁹⁴、GREEN CELL²⁹⁵）或是為通用名稱而拒絕其註冊，除此之外，USPTO 也希望申請人在申請綠色商標時，可以在 green 一字上聲明不專用²⁹⁶。

從商標的角度觀之，使用 green terms 組成之商標得否作為區別自己與他人商品或服務來源之標識仍有疑問²⁹⁷。這是因為如同商標審查員所述，

²⁹¹ *In re Bargoose Home Textiles Inc.*, Serial No. 77255007 (TTAB May 27, 2009)

²⁹² *In re Cenveo Corporation*, Serial No. 77289355 (TTAB September 30, 2009)

²⁹³ *In re Calera Corporation*, Serial No. 77409087 (TTAB March 24, 2010), p.10. (“ We are persuaded that when applied to applicant’s cement and cementitious goods, GREEN CEMENT immediately describes, without need for conjecture or speculation, a significant feature of the goods, namely that they consist of environmentally-beneficial cement. ”)

²⁹⁴ *United Parcel Service Of America, Inc. v. Powertech Industrial Co. Ltd, against Serial No. 77176134* (TTAB January 31, 2011), p.18-19. (“ Contrary to applicant’s arguments, we find there is no new or incongruous meaning that grows out of its combining the words “hybrid” and “green” with the designation “UPS.” Rather, within the composite term, we find that the combined meaning flows logically from the individual meanings, and that meaning is merely descriptive of applicant’s electrical components. In short, it appears from applicant’s own literature that its involved devices function in both the AC and back-up DC modes – the “hybrid” characteristic – and that the energy efficiencies of these products will tend to preserve environmental quality – or be “green. ”)

²⁹⁵ *In re Manhattan Scientifics, Inc.*, Serial No. 75/478,091 (TTAB January 12, 2001), p.2. (“ GREEN CELL, which we have found to immediately convey to purchasers that the fuel cell with which the mark is used is an environmentally friendly cell. As such, the mark GREEN CELL is merely descriptive of the goods.”)

²⁹⁶ *In re John Kurowski*, Serial No. 75/757,611 (TTAB August 17, 2001), p.8. (“ we find it inappropriate to permit the possible registration of this composite term on the Principal Register absent a disclaimer of any claim to an exclusive right to use the merely descriptive term “green” apart from the mark as a whole. ”)

²⁹⁷ Albert B. Chen and Matthew F. Abbott, *Protecting Green Products in Today's Business Environment*, Bloomberg Intellectual Property Law Reports, p.3 (2011), available at :

green terms 常被用來指示商品或服務具有對環境友善之特質，在這種情況下以 green terms 所組成的商標通常僅具描述性。換言之，對消費者來說他們會認為這些以 green terms 組成之商標都只是用來對商品或服務之說明，說明其具有對環境友善或有益之功用或品質而已，而不是用來表彰該商品或服務之出處。

並且隨著環保意識之抬頭，市面上也出現越來越多的綠色產品，大量的綠色製造商為了凸顯自己之綠色產品，紛紛爭先恐後使用以 green terms 組成之標識來申請商標註冊，經由綠色製造商長期使用下來並且經由大量的廣告宣傳，green terms 也可能變成綠色產業之業者通常用來表示商品或服務之名稱，如同 GREEN-KEY 一案中，商標審員即認為 green-key 會被相關消費者理解為它是一種環保電子開門卡商品之通用名稱，而無法表彰商品或服務之來源。

另外在大量申請人過度使用 green terms 組合而成的標識來申請註冊商標，也可能會造成混淆誤認之情況，因為 green terms 不外乎指 green、eco、nature、clean、environment、environmentally friendly 或 enviro、bio 等字，在有限詞彙之情況下被不停的重複組合，到最後也會演變成類似的商標不斷的散佈在市場上造成消費者的混淆誤認，並且也會使商標的強度被削弱²⁹⁸。更嚴重的是，倘若企業並非真正對環境友善，僅是希望透過以 green 等字樣所組成的商標，企圖以虛假綠色行銷之方式欺騙消費者，那麼將會有漂綠問題之產生。

第三節 綠色商標之濫用—漂綠

隨著全球氣候變遷的問題產生，人們有感於地球環境的惡化，因此對於綠色環保的概念也越來越重視，對於綠色產品的需求也逐漸增加。企業在為滿足消費者需求之情況下，不斷的推出綠色產品，並且為了使自己之產品能與他人之產品相區別，更紛紛申請註冊與綠色有關的商標。因為商標能表彰商品或服務的來源，並且具有廣告、辨識等功能，故企業申請註

<http://www.kramerlevin.com/Bloomberg-Law-Reports---Intellectual-Property-Protecting-Green-Products-in-Todays-Business-Environment-08-15-2011/> (last visited : 2012/07/11)

²⁹⁸ Michael Tschupp, When green means no, *supra* note 234, p. 23-24.

冊與綠色有關的商標一方面可以為自己帶來龐大的綠色經濟效益，另一方面也可以為自己贏的對環境友善的良好企業形象。

第一項 漂綠之問題產生

由於商標具有廣告促銷之功能，因此當企業選擇以”green”、”eco”、”nature”等”green terms”組成之商標來作為綠色產品之廣告宣傳時，難免會給予消費者該商品或服務具有某種環保特性之想像。倘若企業所推出之產品是真正的綠色產品，那麼該商標便是一名副其實的”綠色商標”。

相反的，如果企業所製造之商品或服務根本就不具有環保性質，純粹係為了吸引消費者來購買自己的商品，而選用這些與綠色有關的商標來申請註冊並以之作為廣告宣傳的手段之一，在這種情況下便產生「漂綠」(greenwash)之問題。“漂綠”常被用來形容企業或組織係虛偽的綠色執行者，因為其並未真正落實綠色環保之精神，僅透過虛偽廣告、綠色商標等行銷方式來傳達不真實的綠色資訊進而誤導消費者購買之，最後也因此獲得環境友善的綠色形象²⁹⁹。

消費者在選購、辨別是否為綠色產品時，其通常的判斷基準不外乎是透過廣告宣傳的資訊、標示所傳達的訊息或是選擇有良好商譽的商標。然而在資訊不對稱³⁰⁰(information asymmetry)之情況下，企業掌握了消費者無從得知之資訊，例如該產品的生產過程是否真符合環保標準、又或者所製造出來的產品真的具有某種環保特性，身為普通消費者的我們缺乏管道去了解這些所謂的”綠色產品”對環境所造成的真正衝擊，也因此給了無道德心的企業去從事漂綠之機會³⁰¹。

這些黑心企業藉由使用虛偽綠色商標等方式去誤導或誘騙消費者來購買這些不是真正對環境友善的綠色產品，進而從中牟取利益。企業的漂

²⁹⁹ 鄭友德、李薇薇，論漂綠營銷及其法律規制與監管，法學，第1期，2012年，<http://law.hust.edu.cn/Law2008/ShowArticle.asp?ArticleID=10862>(最後瀏覽日：2012/08/14)；鄭友德，創建“綠色”知識產權制度初探，中國知識產權報資訊網，<http://www.cipnews.com.cn/showArticle.asp?Articleid=19162>（最後瀏覽日：2012/08/14）

³⁰⁰ 指消費者與企業在取得關鍵資料上的地位不平等。詳見 Daniel Goleman，綠色 EQ(Ecological Intelligence)，張美惠(譯)，時報文化出版，初版一刷，2010年3月，頁94。

³⁰¹ Daniel Goleman，同前註，頁92-96。

綠行為也會造成消費者開始不信任市場上的綠色產品，如此一來真正對環境友善的商品也會面臨滯銷的情況，最可怕的是將導致環境持續惡化、全球氣候變遷現象加速等嚴重後果。

第二項 漂綠的七大罪狀

漂綠 (Greenwash) 係是由 green (綠色，表示環保) 和 whitewash (漂白) 合成所創造出來的新名詞³⁰²，係指企業誤導消費者使其對企業所推出之產品與服務誤以為具有環保效益或是使消費者誤以為企業實踐環保措施的認知行為³⁰³。簡單來說漂綠就是「一種虛假綠色的欺騙行銷，即企業或廣告商以明示或暗示的手法，標榜其所生產或是廣告的產品是環保的，然而實際上卻沒有實質的環保效益，只是單純以行銷手法誤導消費者，並不能真正展示一個企業營運或其產品的環保意識。」³⁰⁴。

事實上漂綠一詞在 20 世紀的 80 年代中期就被開始使用，然而近年來被頻繁使用係因為隨著地球環境惡化、氣候變遷等危機，消費者開始將保護地球的觀念納入消費的考量因素之中，不良企業為趁著綠色消費熱潮賺取黑心錢，便開始積極的推銷虛偽的綠色產品進而導致漂綠的問題層出不窮³⁰⁵。

TerraChoice³⁰⁶ 公司對漂綠的現象進行調查與研究，最後歸納出漂綠的現象有七大罪狀³⁰⁷。按七大罪狀之特性，本文將其區分為兩大態樣說明之：

³⁰² 同心企業社會責任網，http://www.csrone.com.tw/CSR_Encyclopedia-01.php (最後瀏覽日：2012/08/14)

³⁰³ “Greenwash: the act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service.”. TerraChoice Group Inc., <http://sinsofgreenwashing.org/> (last visited: 2012/08/15)

³⁰⁴ 轉引自綠色生活及消費指引，財團法人環境資源研究發展基金會編製，行政院環境保護署出版，101 年 3 月，頁 78-79，http://greenliving.epa.gov.tw/GreenLife/green-life/file_download.aspx (最後瀏覽日：2012/09/15)。(原文出處：Rina Horiuchi and Ryan Schuchard, BSR, Understanding and Preventing Greenwash: A Business Guide, July 2009)

³⁰⁵ Richard Dahl, Green Washing: Do You Know What You're Buying? Environmental Health Perspectives, Vol118(6), p.247 (201006), available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2898878/> (last visited: 2012/08/14)

³⁰⁶ TerraChoice 是加拿大 EcoLogo 環保標章計畫之執行組織，其公司本身是環保顧問公司兼環保標章驗證組織。TerraChoice 對漂綠進行了相關研究，並在 2007 年、2009 年和 2010 年發表了三分漂綠報告。詳細資料可參考，<http://terrachoice.com/> (最後瀏覽日：2012/08/15)

³⁰⁷ TerraChoice Group Inc., The Sins of Greenwashing: Home and Family Edition 2010, p.10., <http://sinsofgreenwashing.org/findings/greenwashing-report-2010/> (last visited: 2012/08/18)

一、 隱惡揚善態樣：

1. 隱藏交易 Sin of the Hidden Trade-off

指企業基於不合理的特性就將產品歸類為綠色產品，且著重宣傳該特點，而隱匿產品可能或事實上會造成環境污染的部分。³⁰⁸

2. 模糊陳述 Sin of Vagueness

企業的環保聲明往往過於廣泛或不清楚以至於消費者誤解其真正含意。例如企業所聲稱的「全天然」，但事實上天然的物質中有些對人體或環境而言是有害的。³⁰⁹

3. 不相關陳述 Sin of Irrelevance

企業的環保聲明可能是真實的，但是該聲明對消費者為找尋更好的綠色產品來說係不重要或沒有幫助的。例如在產品中聲稱不含CFCS，但是CFCS早就被法律禁止使用了。³¹⁰

4. 避重就輕 Sin of Lesser of Two Evils

指企業對某一產品的環保聲明可能是真實的，但企業卻利用此一聲明去分散消費者對這一類產品對環境所造成的更大損害。³¹¹

在上述4大罪狀中，我們可以發現一個共同的特點，就是企業在進行漂綠行為時，往往會去強調產品本身的某一特點來說明對環境友善的部分，然而該特點有可能只是模糊陳述、無關緊要的說明或是該聲明可能是真實的但是背後卻隱藏更大的傷害等情況，簡單來說就是對於事實上可能造成污染之部分選擇隱匿不加以說明具有隱惡揚善之現象。

二、 虛假態樣：

³⁰⁸ “ Committed by suggesting a product is “green” based on an unreasonably narrow set of attributes without attention to other important environmental issues.” . The Sins of Greenwashing : Home and Family Edition 2010, *Id.*

³⁰⁹ “ A claim that is so poorly defined or broad that its real meaning is likely to be misunderstood by the consumer. ‘All-natural’ is an example. Arsenic, uranium, mercury, and formaldehyde are all naturally occurring, and poisonous. ‘All natural’ isn’t necessarily ‘green’.” . The Sins of Greenwashing : Home and Family Edition 2010, *Id.*

³¹⁰ “ An environmental claim that may be truthful but is unimportant or unhelpful for consumers seeking environmentally preferable products. ‘CFC-free’ is a common example, since it is a frequent claim despite the fact that CFCs are banned by law. ” . The Sins of Greenwashing : Home and Family Edition 2010, *Id.*

³¹¹ “ A claim that may be true within the product category, but that risks distracting the consumer from the greater environmental impacts of the category as a whole. ” .The Sins of Greenwashing : Home and Family Edition 2010, *Id.*

1. 未經證實 Sin of No Proof

指企業的環保聲明通常沒有可支持的資料或資訊或是得到具有可信賴的第三方認證。³¹²

2. 虛偽陳述 Sin of Fibbing

企業所聲稱的環保功能全部都是虛偽的，最常見的例子就是企業欺騙消費者說該產品已通過環保標章的認證。³¹³

3. 虛假標籤 Sin of Worshipping False Labels

指企業利用文字或圖樣給予消費者該產品已經過第三方認證的感覺，然而事實上這樣的認證根本就不存在，也就是企業偽造和環保標章類似的標誌來欺騙消費者。³¹⁴

而未經證實、虛偽陳述和虛偽標籤這三大罪狀中，我們也可以發現其共通性，即環保聲明都是虛偽的，也就是企業透過虛假的陳述、偽造的標籤或是未經證明就胡謔該產品具有某種環保特質等虛偽方式來欺騙消費者之情況。

TerraChoice 公司在 2009 年的漂綠報告中指出，他們在北美所調查的 2219 種產品中就有超過 98%³¹⁵ 的產品有漂綠之問題，也就是這些所謂的綠色產品至少都符合上述七罪狀的其中一種。該報告亦指出在所有產品類別中，以兒童用品、清潔用品和化妝品這三種日常家庭用品最容易出現漂綠的現象³¹⁶。

對消費者來說，採購家庭生活用品係貫徹綠色消費精神的最佳時機，然而卻因為企業的漂綠作為，讓消費者相信自己選購的產品係真正的綠色產品，長期下來，這些非真正的綠色產品將持續破壞地球環境。因此在日

³¹² “ An environmental claim that cannot be substantiated by easily accessible supporting information or by a reliable third-party certification. ” .The Sins of Greenwashing : Home and Family Edition 2010, *Id.*

³¹³ “ Environmental claims that are simply false. The most common examples were products falsely claiming to be Energy Star certified or registered. ” .The Sins of Greenwashing : Home and Family Edition 2010, *Id.*

³¹⁴ “ A product that, through either words or images, gives the impression of third-party endorsement where no such endorsement exists; fake labels, in other words. ” .The Sins of Greenwashing : Home and Family Edition 2010, *Id.*

³¹⁵ TerraChoice, *The Seven Sins of Greenwashing : Environmental Claims in Consumer Markets*, p. 3 (200904) ,<http://sinsofgreenwashing.org/findings/greenwashing-report-2009/> (last visited : 2012/08/18)

³¹⁶ *Id.*, p.4.

常家庭用品中出現高度漂綠的問題不僅侵害到消費者的權益、甚至對於地球環境也是一種嚴重的威脅。

為了減緩漂綠的現象，企業在進行綠色行銷時，應盡量避免使用容易誤導消費者的綠色商標，因為像以 green、eco、nature 等與綠色環保概念相關用語組成之商標，常被商標審查員認為係描述性標識而不具識別性。在這種不具識別性之情況下，企業將這些以”green terms”組成之標識運用於自己之商品或服務上時，消費者不但不會把該標識當作表彰商品或服務來源之工具，反而容易將這些與綠色有關的標識當作對產品的描述或說明，使消費者誤以為這些商品或服務係真正的綠色產品。例如以「green」、「環保」等文字或是運用綠色、地球、樹葉等圖案這些都有可能造成暗示消費該產品具有環保特性之問題，因此企業在申請註冊與綠色有關之商標時應盡量避免使用以”green terms”組成之商標，否則將可能構成未經證實、模糊陳述、不相關陳述、虛偽陳述或虛假標籤之漂綠問題³¹⁷。

第三項 台灣法規對於漂綠問題之防治

針對這些可能會造成消費者誤認誤信商品為真正綠色產品的漂綠問題時，台灣的法規範方面，是否有相關的因應之道？由於漂綠的問題，可能涉及虛偽的環保標章，或是以“green terms”組成的綠色商標來誤導消費者，甚至有些企業在做廣告宣傳時會使用“環保”、“綠色”、“低碳”、“對環境友善的產品”等標語來誤導消費者購買虛假綠色產品，因此漂綠的問題不但會涉及商標法本身，也可能會涉及廣告不實、商品標示不明、詐欺、侵害消費者權益等情事。故以下本文就漂綠問題可能涉及之相關法律為說明。

第一款商標法

商標係用以表彰商品或服務之來源，具有辨識、品質擔保和廣告等功能，因此倘若一商標不具識別性，或是僅為商品或服務之說明或為通用名稱，而無法讓相關消費者藉以和他人之商品或服務相區別，甚至有使消費

³¹⁷ 綠色生活及消費指引，同註 304，頁 51-52（最後瀏覽日：2012/09/15）。

者誤認誤信該產品具環保品質之情況時，那麼該商標則不得申請註冊而受商標法之保護。

假使申請人使用“green terms”組成之商標申請註冊成功時，消費者可能會把該商標當作商品或服務之說明而無法識別其來源或出處，並且“green terms”組成之商標字樣也可能會讓消費者誤以為該商品或服務具有環保效益，因此以“green terms”組成之商標亦有造成漂綠問題之可能。

在這種情況下，應限制以“green terms”組成之商標註冊申請，得依以下之規定來駁回其申請人之申請：

一、商標法第 23 條第 1 項之規定—

第 1 款：「不符合第五條規定者。」³¹⁸

第 2 款：「表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者。」³¹⁹

第 3 款：「所指定商品或服務之通用標章或名稱者。」³²⁰

第 11 款：「使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者。」³²¹

二、在申請註冊之後，倘若有造成公眾對商品或服務之性質、品質或產地有誤認誤信之虞者，也可依商標法第 57 條第 1 項第 5 款³²²（新商標法第 63 條第 1 巷第 5 款）之規定廢止其註冊。

若申請人所生產製造之商品係真正對環境有益的綠色商品時，申請人除了申請綠色商標之外，事實上還可以結合綠色證明標章的使用，來證明自己之商品或服務確實具有環保特性。因為申請人申請綠色商標之用意即在於希望透過該綠色商標之標示使消費者可以在眾多綠色產品中識別出自己的綠色商品或服務。然而除非該綠色商標在市面上已具有良好之商譽，否則僅憑業者單方面的聲稱自己的產品係對環境友善或有益的，其實並不容易可以取得消費者之信任。

由於證明標章具有證明他人商品或服務之品質、精密度或特性等其他

³¹⁸ 新商標法第 29 條第 1 項第 3 款：「僅由其他不具識別性之標識所構成者。」

³¹⁹ 新商標法第 29 條第 1 項第 1 款：「僅由描述所指定商品或服務之品質、用途、原料、產地或相關特性之說明所構成者。」

³²⁰ 新商標法第 29 條第 1 項第 2 款：「僅由所指定商品或服務之通用標章或名稱所構成者。」

³²¹ 新商標法第 30 條第 1 項第 8 款。僅條號變更，條文內容同舊商標法之規定。

³²² 商標法第 57 條第 1 項第 5 款：「商標註冊後有下列情形之一者，商標專責機關應依職權或據申請廢止其註冊：商標實際使用時有致公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者。」

事項之特質，綠色產品之環保特性在經由公正第三人認證後證明其真實性，因此，結合證明標章之使用可以更清楚且更有根據的傳達出自己的商品或服務是對環境友善的。如此一來不僅可以取得消費者的信任，另一方面也提升該綠色商標之知名度³²³。

因此結合商標和證明標章之使用係不相衝突的。因為商標的主用功能在於表彰商品或服務之來源，而證明標章則具有驗證之特性，其主要功用即在於用以證明「他人」之商品或服務具有一定水準之品質或特性，並得藉以與其他未經證明之商品或服務相區別。故縱使證明標章也屬於商標之一種，然兩者在使用目的上並不相同但也不互相衝突。

另外更由於證明標章具有認證之功能，係由具有公信力的官方機構或民間機構³²⁴對商品或服務進行檢驗，確保其具有一定之品質或特性等，也因為該機構認證，使消費者能更信任該商品或服務背後的品質保證。因此商標法對於證明標章的規定要比商標更來的嚴謹，故欲申請使用證明標章之人必須遵守證明標章權人制訂的使用規範，在申請使用之人所提供之商品或服務經過證明標章權人或委託之檢驗機構認證符合使用規範後，申請使用之人才得以取得證明標章之使用。反觀商標之使用，基本上只要該標識具有識別性，且沒有違反公序良俗或有其他不得註冊之情形下，該標識均得註冊為商標而受商標法之保護。

證明標章的證明內容之運用係非常多元化，例如在食品安全上有「CAS」的認證、台灣各廠商之產品具有優良品質和設計的「台灣精品標誌」，而目前為因應氣候變遷和保護地球環境也推出一系列的綠色證明標章，例如在 1992 年推出的環保標章³²⁵，其目的即在於向消費大眾推廣可回收、低污染、省資源的環保理念。根據「行政院環境保護署綠色消費暨環境保護產品推動使用作業要點」之解釋，使用環保標章之環境保護產

³²³ Natasha Williams and Mike Lloyd, *supra note* 234, p.19 (last visited : 2012/07/12) ; Andy McNeil, *supra note* 234 (last visited : 2012/07/10) ; Eric L. Lane, *Clean Tech Intellectual Property: Eco-marks, Green Patents, and Green Innovation*, Oxford University Press, p.162-166 (201103)

³²⁴ 「CAS」是台灣優良農產品證明標章，為國產農產品及其加工品最高品質代表標章，申請人係行政院農委會，並委託中央畜產會、食品工業發展研究所、工業技術研究院等單位為 CAS 證明標章之驗證機構。「節能標章」係用以證明廠商之產品（使用能源之器具或新能源設備）具有節約能源之功能，申請人為經濟部能源局，認證機構如財團法人工業技術研究院（綠能所），財團法人台灣大電力研究試驗中心或其他取得財團法人全國認證基金會(TAF)認可之實驗室等。

³²⁵ 環保標章制度的相關介紹可參考行政院環境保護署之綠色生活資訊網，<http://greenliving.epa.gov.tw/GreenLife/info/mark/mark.aspx>（最後瀏覽日：2012/08/25）

品，其原料取得、生產、銷售、使用及廢棄，符合減量、可重覆使用、可回收再利用、低污染、省能源、省資源或對環境友善等特性³²⁶；又或者如針對有省水功能的「省水標章³²⁷」、有節約能源的「節能標章³²⁸」、「綠建築標章³²⁹」、「綠建材標章³³⁰」、「碳標籤³³¹」等各式各樣的綠色證明標章（參表 3.1）。

表 3.1 「綠色」證明標章

環保標章	省水標章	節能標章	綠建築標章	綠建材標章	能源效率分級標示	碳標籤
						

³²⁶ 行政院環境保護署綠色消費暨環境保護產品推動使用作業要點第三點，

<http://w3.epa.gov.tw/epalaw/search/LordiDispFull.aspx?ltype=01&lname=1090>（最後瀏覽日：2012/09/25）

³²⁷ 更多有關省水標章之介紹，可參考：<http://www.wcis.itri.org.tw/index.asp>（最後瀏覽日：2012/08/25）

³²⁸ 更多有關節能標章之介紹，可參考：<http://www.energylabel.org.tw/index.asp>（最後瀏覽日：2012/08/25）

³²⁹ 更多有關綠建築標章之介紹，可參考：<http://www.tabc.org.tw/gb/>（最後瀏覽日：2012/08/25）

³³⁰ 更多有關綠建材標章之介紹，可參考：<http://www.cabc.org.tw/gbm/HTML/website/index.asp>（最後瀏覽日：2012/08/25）

³³¹ 更多有關碳標籤之介紹，可參考：

<http://cfp.epa.gov.tw/carbon/ezCFM/Function/PlatformInfo/FLabelApply/EFormInstruction.aspx>（最後瀏覽日：2012/08/25）

係指商品或服務其原料取得、生產、銷售、使用及廢棄，符合減量、可重覆使用、可回收再利用、低污染、省能源、省資源或對環境友善等特性。	代表該產品具有省水功能。	代表其能源效率比國家認證標準高 10-50%。	綠建築就是生態、節能、減廢、健康的建築。	對環境和人體無害且符合相關規格標準之建材。	用以揭示產品能源效率之指標，共分為 5 級。數字越大表示耗能越高。	指一個產品從原料取得，經過工廠製造、配送銷售、消費者使用到最後廢棄回收等生命週期各階段所產生的溫室氣體，經過換算成二氧化碳當量的總和。
--	--------------	-------------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------------------	---

資料來源：行政院環保署網站、經濟部能源局網站、財團法人台灣建築中心網站

在綠色消費導向之下，有著綠色證明標章標示之綠色產品總是容易獲得消費者之青睞，因為標示綠色證明標章即代表該綠色產品係經過公平、公正之第三方檢驗，驗證其確實具有某環保效益。然而不肖商人卻利用綠色證明標章之特性和看準消費者會信賴綠色證明標章之特點，進而偽造類似的綠色證明標章或是在沒有符合綠色證明標章之使用規範下擅自使用該綠色證明標章，在這樣的情況下也引發不肖商人偽造綠色證明標章之漂綠問題。

關於偽造證明標章之處罰，在新商標法修正之前，舊商標法對於商標侵權之刑事處罰並有沒包括證明標章在內³³²，因此當證明標章受侵害時，除透過民事上得請求賠償救濟之外，係無法透過商標法對侵害證明標章之人為刑事上之處罰。但因為侵害他人證明標章權之行為通常也會觸及刑法第 211 條以下之偽造文書罪、第 255 條第 1 項商品虛偽標記罪和第 339 條詐欺罪，故在商標法未修正之前，對於證明標章之刑事處罰往往係透過刑法之相關規範來彌補商標法上之不足³³³。

³³² 舊商標法第 81 條規定之侵害權利主體明文僅限於商標權人和團體商標權人而已。

³³³ 在我國與證明標章相關之判決亦大多與偽造文書、商品虛偽標記和詐欺罪有關，其大多係因未取得證明標章權人同意，而擅自將證明標章使用於商品或服務之包裝上。例如：(1) 台灣高等法院台中分院 90 年上易字第 1373 號判決：被告使用之肉品雖係向取得 CAS 優良食品認證之廠商購買，但仍須依照「CAS 優良農產品標誌評審作業程序」申請認定合格之後，才能在其分切包裝販賣之肉品上使用 CAS 標章。但被告在工廠分切包裝之加工程序並未通過 CAS 之檢驗，因此未經授權便自行印製有 CAS 標誌之紙箱並將分裝好之肉品裝入。(2) 臺灣雲林地方法院 92 年度易字第 516 號：被告未經甲公司的授權或同意，擅自使用甲公司外印有「CAS」標誌之紙箱，

然而鑒於證明標章具有檢驗、證明之特性，與一般商標相比，其更有較高之公益性質，故侵害證明標章對社會大眾造成之損害要比侵害一般商標來的更為嚴重。考量到證明標章的特性和有較高的公益性質，在商標法修正之後，於新商標法中增訂了關於侵害證明標章的刑事處罰³³⁴。故當不肖商人為了推銷自己的產品而任意偽造或使用綠色證明標章時，得依以下之規定處罰之：

一、 商標法第 96 條之規定：

「未得證明標章權人同意，為行銷目的而於同一或類似之商品或服務，使用相同或近似於註冊證明標章之標章，有致相關消費者誤認誤信之虞者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二十萬元以下罰金。明知有前項侵害證明標章權之虞，販賣或意圖販賣而製造、持有、陳列附有相同或近似於他人註冊證明標章標識之標籤、包裝容器或其他物品者，亦同。」

二、 商標法第 97 之規定：

「明知他人所為之前二條商品而販賣，或意圖販賣而持有、陳列、輸出或輸入者，處一年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五萬元以下罰金；透過電子媒體或網路方式為之者，亦同。」

三、 商標法第 98 條之規定：

填裝未獲「CAS」認證且來源不明的肉品。(3) 臺灣雲林地方法院 93 年度易字第 120 號：被告生產之肉品僅部分取得 CAS 認證，但被告卻將未取得 CAS 認證之肉品（調理雞排）裝入原取得 CAS 產品項目認證之紙箱內，偽裝取得 CAS 認證。(4) 智慧財產法院 98 年度刑智上更（二）字第 52 號：被告與取得 CAS 認證之甲廠商協議好，若得標即向甲進貨，經甲同意之後，被告便持甲廠商經農委會授權認證之 CAS 證明書前往投標。事後被告雖得標，但因價錢與甲談不攏而未向甲進貨，轉而向乙廠商進貨。被告委託他人製作印有甲廠商名稱、電話和印有 CAS 證明標章之紙箱，並將乙提供之肉品包裝於偽造甲廠商的紙箱內，意圖表示該紙箱內的商品係屬甲廠商生產製造並有 CAS 認證之用意。(5) 智慧財產法院刑事判決 99 年度刑智上訴字第 60 號：被告未經食品良好作業規範（GMP）認證體系推行委員會（下稱 GMP 推行委員會）及味丹公司之授權同意，自 95 年 3 月間起至 96 年 6 月間某日止，與他人合作印製標示有仿冒「GMP」認證標誌（在民國 84 年 5 月 1 日申請註冊為證明標章）及與「多喝水」商標圖樣近似之「愛喝水」圖樣之礦泉水瓶，再交由不詳姓名之成年人對外銷售牟利，以此方式伴裝該礦泉水商品符合食品 GMP 認證而就品質為虛偽標記，並有致相關消費者就上開礦泉水商品之來源及品質產生混淆誤認之虞，足生損害於經濟部工業局、GMP 推行委員會對於食品 GMP 認證管理之正確性及味丹公司之商標權。

³³⁴ 商標法修正草案條文對照表，第 96 條之說明，100 年 5 月 31 日立法院院會三讀通過版，http://www.tipo.gov.tw/ch/AllInOne_Show.aspx?path=2549&guid=7a08dc77-26b9-4ea1-9345-bf9c4abec9ba&lang=zh-tw（最後瀏覽日：2012/08/25）

「侵害商標權、證明標章權或團體商標權之物品或文書，不問屬於犯人與否，沒收之。」

第二款 其他法規範

由於漂綠係企業的一種虛假綠色行銷手法，企業除了使用綠色商標或虛偽環保標章來誤導消費者之外，主要還會透過廣告來標榜自己的商品或服務係綠色產品或對環境友善的。然而事實上這些綠色產品根本就不具有環保效益，只是企業單純為了吸引消費者前來購買所使用的一種行銷策略。

企業以不實廣告來誤導消費者以為自己所購買的係真正對環境友善的產品，一方面為賺取利潤，一方面又營造自身的虛假環保形象。因此為保護消費者之權益，也為保護地球環境，當企業使用這些虛假綠色行銷廣告來誤導消費者、甚至侵害其權利時，我們必須採取相關的法律來制裁。例如：

一、不實廣告：

由於企業和消費者之間處於一個資訊不對稱之情況下，企業(生產者)掌握消費者無從得知之產品資訊，因此當消費者在選購商品或服務時，企業所提供之商品資訊，例如商品之價格、品質、內容、製造方法、使用方法、用途、原產地等往往成為消費者決定購買與否的關鍵因素。故一旦企業看準消費者欲購買環保產品之心態，於商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，就商品之品質及內容等為虛偽不實或引人錯誤之表示來誤導消費者選購，此時即有公平交易法第 21 條第 1 項之適用。

公平交易法第 21 條第 1 項規定：「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」所謂的「虛偽不實」係指表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者³³⁵。而「引人錯誤」則係指表示或

³³⁵ 公平交易委員會對於公平交易法第 21 條案件之處理原則第 5 點。

表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者³³⁶。本條制定之目的即在於禁止企業在商品上或廣告上等為虛偽不實及引人錯誤之表示，以避免不實廣告造成消費者對商品或服務之錯誤認識。

面對企業的漂綠行銷手法，我國行政院公平交易委員會對於這類的虛偽廣告亦有作出處分書，例如：

(一) 公處字第 101147 號 (民國 101 年 10 月 12 日)：

被處分人於「PC00me 線上購物」網站銷售「Wellypower 環保節能組合 LED 燈泡」商品廣告，其廣告內容載列「節能標章」、「德國 IF 設計大賞」、「產品碳足跡標籤證書」、「環保標章」及「ECO 省電 80% 圖示」等多項標章及圖示。惟該商品除取得「德國 IF 設計大賞」外，並未取得「節能標章」等其餘各項標章之認證，故廣告表示與事實不符，就商品之品質為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。

(二) 公處字第 100144 號 (民國 100 年 08 月 09 日)：

係爭公司宣稱「我們得到了以 10% 到 30% (部分可更高) 的省油效果」、「空污排放減少 30% 以上」等語，核屬就商品之品質為虛偽不實及引人錯誤之表示，核已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。

(三) 公處字第 097007 號 (民國 97 年 01 月 18 日)：

被處分人銷售印表機、墨水匣、碳粉匣等商品，宣稱「本公司產品得到 ISO-9001 及 ISO-9002 國際品質認證標準」、「本公司產品得到中華民國環保標章」等內容，屬對於商品之品質為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。

我們可以發現在綠色消費風氣盛行之下，企業常在產品或廣告上使用環保、綠色、節能省電、減少二氧化碳等標示或標語，或是以這些與綠色有關的字組成商標，更甚者會聲稱已經過驗證或以取得環保標章等，而消費者往往會因為這些環保用語或是綠色商標而誤以為該商品或服務係對

³³⁶ 公平交易委員會對於公平交易法第 21 條案件之處理原則第 6 點。

環境友善的，也就是對於產品之品質或內容產生誤認。因此當企業對於商品之品質或內容等為虛偽不實及引人錯誤之表示者即有違反公平交易法第 21 條第 1 項規定，此時應依同法第 41 條之規定進行行政處罰。

二、商品標示不明：

除了公平交易法第 21 條第 1 項有規定不得在商品或其廣告上為虛偽不實或引人錯誤之表示外，商品標示法亦有類似之規定。按商品標示法第 6 條之規定：「商品標示，不得有下列情事：一、虛偽不實或引人錯誤。二、違反法律強制或禁止規定。三、有背公共秩序或善良風俗。」所謂的商品標示係指當企業在商品陳列販賣時，倘若於商品本身、內外包裝、說明書所為之表示³³⁷。因此當企業為行銷自己的虛假綠色產品，而於商品本身、包裝或其說明書上使用環保、天然、可回收、低碳等字眼時，亦有虛偽不實或引人錯誤而導致消費者誤認、誤信之情況，此時亦也違反商品標示法第 6 條，應按同法第 14 條之規定為行政處罰。

故企業在商品或廣告上為虛偽不實或引人錯誤之表示時，可能同時違反公平交易法第 21 條第 1 項和商品標示法第 6 條之規定。按公平交易委員會與經濟部之協調結論，其認為一般商品標示是否有虛偽不實或引人錯誤之情形，一般來說應由經濟部主管，但倘若公平交易委員會就目的在從事不公平競爭之不實標示案件之情況下，亦可知會經濟部後，依公平交易法第 41 條之規定辦理³³⁸。

三、消費者保護責任：

在企業漂綠行為之下，最直接的受害者即為廣大之消費族群，故消費者之權益必須受到良好的保障才對，因此按消費者保護法第 7 條之規定，其對於製造商或企業經營者係課以無過失責任，企業經營者或製造商必須確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。

另外，企業經營者為推銷自己的綠色產品，往往會透過廣告不斷放

³³⁷ 商品標示法第四條之規定：「本法用詞定義如下：一、商品標示：指企業經營者在商品陳列販賣時，於商品本身、內外包裝、說明書所為之表示。二、企業經營者：指以生產、製造、進口或販賣商品為營業者。」

³³⁸ 公平交易委員會與經濟部之協調結論，行政院公平交易委員會網站，<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=36&docid=198>(最後瀏覽日 2012/09/27)

送，打響自家產品在消費族群間的知名度，然而企業為達行銷之目的，常會有誇大不實、或虛偽陳述之情況。例如某一綠色產品事實上僅能節省 10% 能源消耗，但廣告內容中卻描述該產品可以節省 80% 的能源消耗，如此一來恐將損害購買該產品之消費者的權益。

因此企業在進行綠色廣告行銷時，也必須確保該商品或服務必須具有廣告所稱之環保效益或其真實性，此即消費者保護法第 22 條之規定：「企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。」³³⁹而消費者在權益受侵害之情況下，得依同法第 51 條之規定提起訴訟請求懲罰性賠償金。

四、侵權行為：

按民法第 184 條第 1 項前段之規定：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任」一旦企業經營者具故意或過失致其廣告與實際商品或服務不相符而有侵害消費者權利並受損害時，只要該權利損害者屬財產權、生命權或健康權等權利的話，即有民法第 184 條第 1 項前段規定之適用³⁴⁰。

又按民法第 184 條第 1 項後段之規定：「故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。」企業經營者若以虛偽不實或引人錯誤之廣告來誤導消費者進行消費行為時，亦可能違反民法第 184 條第 1 項後段之規定。因為不實廣告本身就涉及欺騙、詐欺的行為，屬於違反公序良俗之方法，故企業以不實廣告來誤導消費者即謂故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人之情況³⁴¹。

另外，亦有認為企業經營者違反公平交易法時即屬違反保護他人之法律，而有民法第 184 條第 2 項（違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。）之侵權行為負責，但消費者必須舉證有因廣告不實之行為而受損害，且該損害與廣告不實間

³³⁹ 如果廣告商於刊登廣告時即知道該廣告內容與事實不相符者，而消費者因為信賴該廣告內容而受損害的話，廣告商必須和企業經營者負連帶責任。（消費者保護法第 23 條）

³⁴⁰ 黃麗潔，論企業經營者之廣告責任--以民法及消費者保護法為中心，成功大學法律系碩士論文，2009 年 6 月，頁 84-85。

³⁴¹ 黃麗潔，同前註，頁 85。

有相當因果關係³⁴²。

如果商品之生產、製造或加工、設計，與其說明書或廣告內容不符者，也可能構成民法第 191 條之 1 第 3 項之規定；由於企業的漂綠行為往往涉及不實廣告，不實廣告即有欺騙、詐騙之意，故恐亦有違反民法第 92 條之規定。

第四項 小結

雖然在現今的社會中有越來越多的消費者願意優先選購對環境友善的綠色產品，然而對於消費者來說，如何從眾多商品中作出判斷挑選出真正的綠色產品仍然是一個大問題。消費者往往只要看到某些關鍵字，如環保、綠色、有機等字樣便認為該產品就是對環境有益的產品，因而落入不良企業的漂綠圈套之中。

綠色商標的註冊、虛偽環保標章的使用、還有企業的綠色廣告行銷等行為都可能引發漂綠的問題產生。針對漂綠之問題，雖然在台灣現階段的法制度之下，我們可以試著從商標法本身去排除那些可能讓消費者誤以為該商品或服務具有環保效益的綠色商標之註冊，或是對於那些偽造環保標章之不肖企業給予刑事處罰。

另外，因為企業的不實廣告或不實標示進而誤導消費者去購買商品，甚至致使其權益受損害之情況，也可以透過公平交易法（第 21 條）、商品標示法（第 6 條）、消費者保護法（第 7 條、22 條）、民法（第 92 條、184 條、191 條之 1 等）或刑法（第 211 條、255 條、339 條等）之規範來進行處罰或求償。

雖然我們可以透過上述的法規範來減緩或制裁漂綠之問題，然而這些法規範終究係零散地規定在不同法典中，其沒有一定的標準和概念可循，甚至會發生重複或相衝突之情況。再考量到隨著全球氣候變遷和保護地球環境概念之影響，消費者對於綠色產品之需求只會逐漸增加不會減少，而這也代表漂綠的問題可能會越來越嚴重。因此我們必須建立一套完整的制度來面對日益嚴重的漂綠問題才對，此時便可借鏡國外的相關制度，例如

³⁴² 臺灣臺北地方法院 95 年度消字第 19 號民事判決。

美國聯邦貿易委員會（Federal Trade Commission，簡稱 FTC）制定的《環保營銷指南》（Guides for the Use of Environmental Marketing Claims，以下簡稱綠色指南 GREEN GUIDES）³⁴³。



³⁴³ 詳細內容可參考美國聯邦貿易委員會之網站，
http://www.ftc.gov/bcp/edu/microsites/energy/about_guides.shtml（最後瀏覽日:2012/08/27）

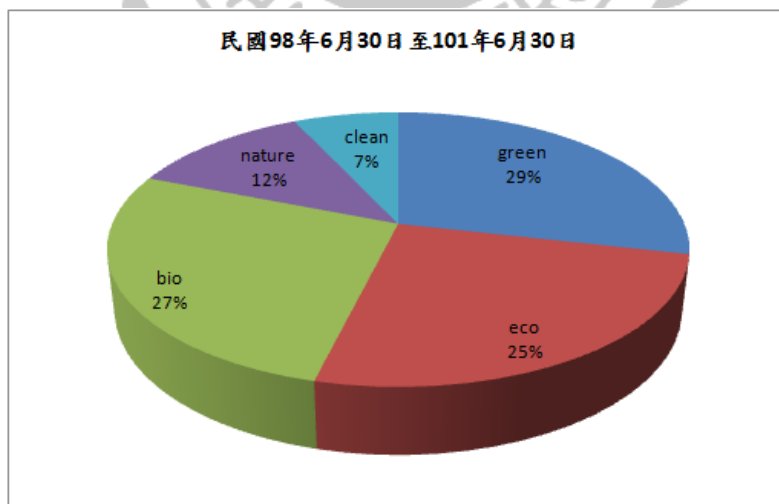
第四章 我國實務對於使用綠色相關字樣 審查之探討

「法規跟標準很重要，即使他們總是讓你昏昏欲睡。」³⁴⁴

湯馬斯·佛里曼，《世界又熱、又平、又擠》

在台灣，以 green terms 為構成部分組成的商標，其申請現況為何？根據經濟部智慧財產局商標檢索系統³⁴⁵的資料庫查詢，以 green、eco、nature、clean 等與“green”相關的詞彙（以下統稱為 green terms）進行檢索，在民國 98 年 6 月 30 日至 101 年 6 月 30 日期間，商標申請註冊包含“green”一字的案子就有 772 筆（如 GREEN WELLNESS、GREEN FOAM、IGREEN 等）、包含“eco”和“bio”的商標申請數量分別為 686 筆和 734 筆（如 ECOSTAR、ECO DRAW、BIO-GREEN、BIOFIVE 等）；另外包含“nature”和“clean”的商標申請註冊數量也有 326 筆和 189 筆（如 NATURE SPEAKS、NATURE'S WAY、DR. CLEAN、CLEAN IDEA 等），其所佔比例可參考下圖（圖 4.1）。

圖 4.1 民國 98 年 6 月 30 日至 101 年 6 月 30 日期間，商標申請註冊包含 green、eco、bio、nature 和 clean 的商標申請註冊數量比例圖。



資料來源：本研究自行整理

承上述商標檢索系統的資料庫顯示，我國智慧財產局也面臨如美國

³⁴⁴ Thomas L. Friedman，同註 1，頁 321。

³⁴⁵ 經濟部智慧財產局商標檢索系統，同註 8（最後瀏覽日：2012/07/28）

USPTO 相同的問題，在這種情況下，我國的商標審查員的態度為何？在實務運作上，商標審查員在審查這些 green terms 組合而成的商標時，是否會認為其不具識別性；或是以其僅為商品或服務之說明而拒絕註冊，甚至仍有其他拒絕註冊之原因？故以下本文試從商標的核駁處分書中歸納出我國對於這些使用綠色字樣申請註冊的駁回依據，並列舉幾個申請註冊成功之案例，來分析我國據以核駁法條之適用情況並分析該些案例。

第一節 我國實務對使用綠色相關字樣拒絕註冊之案例核駁理由分析

由於與綠色相關的字彙過於廣泛，故本文僅以一關鍵字「green」來進行商標核駁處分書中的案例檢索。本文在歸納眾多案例中據以駁回之理由時，發現我國實務審查主要係以不具識別性（§23I①）、僅具說明性（§23I②）、使公眾誤認誤信（§23I⑪）和使公眾混淆誤認（§23I⑬）這四種情況作為拒絕使用綠色相關字樣註冊之理由，故以下本文所舉之案例便依據這4種情況進行區分。

第一項 因不具識別性而不得註冊者

商標法第 23 條第 1 項第 1 款規定，不符合第 5 條規定者不得註冊（新商標法第 29 條第 1 項第 3 款）³⁴⁶。第 5 條（新商標法第 18 條）³⁴⁷係商標構成要素及識別性的規定，如一標識不符合該條所定之要件時，即不得註冊為商標。按第 5 條第 1 項之規定，商標得以文字、圖形、記號、顏色、聲音、立體形狀或其聯合式所組成，倘若申請註冊之商標非屬前述列舉之要素所構成，那麼自當予以核駁。

³⁴⁶ 新商標法第 29 條第 1 項第 3 款規定：「僅由其他不具識別性之標識所構成者。」不得註冊。

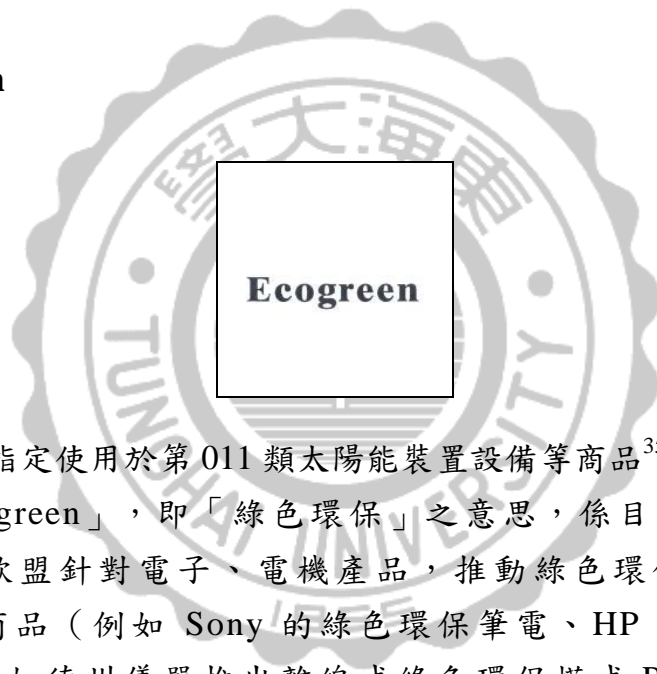
³⁴⁷ 新商標法第 18 條規定：「商標，指任何具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所組成。前項所稱識別性，指足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別者。」（舊商標法第 5 條之規定「商標得以文字、圖形、記號、顏色、聲音、立體形狀或其聯合式所組成。前項商標，應足以使商品或服務之相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別。」）

而同條第 2 項係有關商標識別性之說明，由於商標的主要功能在於表彰商品或服務之來源，並得藉以與他人之商品或服務相區別，使消費者認識其為表彰商品或服務之標識，故倘若該標識無法使消費者識別其商品或服務來源，那麼該標識即不具商標之功能，自不得准許其註冊³⁴⁸。

按我國商標識別性審查基準之說明，一商標有無識別性應就指定使用之商品或服務間之關係、競爭同業使用情形、實際交易情況和申請人的使用方式來綜合判斷是否足以使相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別³⁴⁹。

針對商標法第 23 條第 1 項第 1 款之適用情況，本文舉出 4 個案例³⁵⁰：

一、Ecogreen



Ecogreen 指定使用於第 011 類太陽能裝置設備等商品³⁵¹。本件商標圖樣上之「Ecogreen」，即「綠色環保」之意思，係目前熱門環保議題之用語。歐盟針對電子、電機產品，推動綠色環保政策，業者也推出環保商品（例如 Sony 的綠色環保筆電、HP 的環保液晶顯示器），此外如德州儀器推出離線式綠色環保模式 PWM 控制器，尤其是太陽能電池在使用時並不會釋放包括二氧化碳在內之任何

³⁴⁸ 商標法逐條釋義，2005 年 5 月，經濟部智慧財產局編，
http://www.tipo.gov.tw/ch/AllInOne_Show.aspx?path=831&guid=cfe61ee3-4677-4ba0-9041-9c6c9b1ce46e&lang=zh-tw（最後瀏覽日：2012/8/30）

³⁴⁹ 「商標識別性審查基準」的第 3 點識別性判斷因素，同註 243。

³⁵⁰ 其他案例如：(101) 智商 40049 字第 10180287620 號、(100) 智商 40004 字第 10080503300 號、(100) 智商 40069 字第 10080314070 號、(99) 智商 0525 字第 09980575890 號、(97) 智商 0329 字第 09780536240 號、(97) 智商 0281 字第 09780430190 號、(97) 智商 0305 字第 09780423740 號、(96) 智商 0482 字第 09680385450 號、(99) 智商 0545 字第 09980120620 號、(99) 智商 0545 字第 09980120610 號、(98) 智商 0314 字第 09880426280 號、(97) 智商 0520 字第 09780122960 號。

³⁵¹ 申請案號：097055313，指定使用於 011 類「加熱用太陽能吸熱板、平板式太陽能集熱器、太陽能吸收光電板、太陽能熱交換器、加熱用太陽能設備、加熱用太陽能收集器、小型太陽能加熱裝置、太陽能光電集熱器、太陽能收集板、太陽能收集器、太陽能吸收板、加熱用太陽能吸收器。」

氣體，可以改善生態環境、解決地球溫室效應等問題，因此太陽光電產業也成為重要新興能源產業之一³⁵²。

因應綠色環保風潮，越來越多產品取得環保署核發的綠色環保標章。從而，申請人以「Ecogreen」作為商標，指定使用於加熱用太陽能吸熱板等商品，難謂足以使商品之相關消費者認識其為表彰商品之標識，並得藉以與他人之商品相區別，應不具商標識別性，自有商標法第 23 條第 1 項第 1 款所規定之不得註冊事由³⁵³。

二、Green 設計圖



Green 設計圖 指定使用於第 021 類之杯子、碗、砧板、保鮮盒、水壺等商品³⁵⁴。本件商標圖樣上之「Green 設計圖」，其中「Green」部分雖經申請人聲明不專用，指定使用於杯子、碗等商品，惟予消費者之認知，Green 有表示綠色環保之意，植物葉子的外觀設計很容易能夠引起大家的環保意識，表彰商品有環保材質之意，整體商標圖樣不足以使商品或服務之相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識，仍不具識別性，依商標法第 23 條第 1 項第 1 款及第 24 條第 1 項之規定，應予核駁³⁵⁵。

³⁵² (99) 智商 0411 字第 09980035760 號，核駁第 0320600 號 (099/01/28)

³⁵³ (99) 智商 0411 字第 09980035760 號，核駁第 0320600 號 (099/01/28)

³⁵⁴ 申請案號：100040204，指定使用於 021 類「杯子、碗、碗蓋、筷子、飯杓、飯匙架、牙籤、砧板、砧板架、醬汁碟、盤子、便當盒、保鮮盒、水壺、製冰盒、米桶。」

³⁵⁵ (101) 智商 00351 字第 10180294630 號，核駁第 0339013 號 (101/05/29)

三、Live Green



Live Green 指定使用於第 007 類電動洗衣機等商品；009 類電話、無線電話等各種 3C 產品；010 類之各種按摩器；011 類電冰箱、電爐等電器產品；035 類之廣告企劃、廣告代理、行銷研究顧問等各種服務；038 類之透過光纖網路之通訊傳輸、資料傳輸等服務³⁵⁶。

本件商標圖樣上之外文「Live Green」，其中「Live」具有生活、居住、實踐等意義外，亦含有經歷、享受生活、當前的、生命等之意思，而「Green」現今已引申具有關心環保的、關心生態的等與環保有關之寓意，故「Live Green」實具有關心環保的生活、活著關心環保、實踐環保、享受環保的生

³⁵⁶ 申請案號：099036099，指定使用於 009 類「電話；無線電話；可攜式通訊設備，即電話聽筒、無線對講機、衛星電話及個人數位助理器；行動電話；MP 3 播放器；電視接收器、電視機；電視遙控器；改良電視影像品質用晶片；萬用串列匯流排驅動器；數位多媒體播放器；行動電話用頭戴式耳機；可攜式電池充電器；電子相簿；展示數位相片圖片用之數位相框；電腦顯示器；膝上型電腦；電腦；數位影音光碟播放器；攜帶式硬碟驅動器；通訊用聲音或影像之記錄、傳送或複製裝置；聲音或影像之記錄、傳送或複製用器具；接收或傳送訊息、資料、文字、語言、聲音、影像及影片用之行動電話用電腦應用軟體；電視機用電腦應用軟體；個人電腦螢幕用電腦應用軟體；家庭劇院用數位影音光碟播放器；家庭劇院用音響喇叭；家庭劇院用影音訊號接收器；家庭劇院用投影機；積體電路；聲訊接收器；高速公路快速通行用車上機及電子收費智慧卡；訊號收發機，即車輛內建之電子商業交易用終端機；閉路電視攝影機；監控用網路監視攝影機；數位電子看板；感熱式印表機；數位彩色印表機；雷射印表機；噴墨印表機；彩色印表機；與電腦連用之印表機；太陽能電池。」、010 類「按摩器；震動式按摩器；家庭用電動按摩器；人體用按摩器；電動按摩椅；美體按摩器。」、011 類「電冰箱；韓國泡菜專用電冰箱；光波烹飪爐；電子式溫度控制酒冷藏櫃；電爐；電冷凍櫃；電乾衣機；煤氣爐；微波爐；瓦斯爐；家庭用電爐；空氣淨化機；空氣調節機、冷氣機；暖氣機；增濕機；家庭用電子除濕機；瓦斯烤爐；碗盤餐具消毒器；家用淨水器；家用電動淨水機；電解水機；家用電解水機；家用非電動淨水器；淨水機；電暖腳器；淨水設備；水處理用精密濾水器。」、035 類「廣告企劃；廣告代理；商品示範；意見調查；透過網際網路提供商業資訊；透過電腦網路促銷商品與服務；透過電腦網路提供商業與企業資訊；透過電子媒體及網際網路提供廣告服務；電腦通訊網路之線上廣告；通訊機械及設備之批發服務；通訊機械及設備之零售服務；可攜式通訊器材之批發服務；可攜式通訊器材之零售服務；電腦批發服務；電腦零售服務；電信機械及器材批發服務；電信機械及器材零售服務；電子機械、器材及其零組件批發服務；電子機械、器材及其零組件零售服務；電腦顯示器批發服務；電腦顯示器零售服務；透過網際網路促銷電腦顯示器之服務；行銷研究顧問服務；為零售目的在通訊媒體上展示商品。」、038 類「透過光纖網路之通訊傳輸；資料傳輸；無線通訊傳輸；加值型網路通訊傳輸；遠端畫面傳輸；電信設備出租；透過電腦終端機之通訊傳輸；通訊社；無線電話通訊傳輸；有線電視播送；寬頻電信網路傳輸服務。」

活等意義，在世界各國皆注重各種環保議題、努力實踐與打造符合環保之居住空間與生活環境、為實踐環保而製定各種符合環保符合生態維護的法令等等之寓意。故以 Live Green 作為商標指定使用於電動洗衣機、按摩器、電冰箱、廣告企劃、資料傳輸之商品和服務，僅予人該等商品、服務係與環保或生態相關連或結合之寓目印象的廣告或標榜用詞，不具備商標應有之識別功能³⁵⁷。

四、I Love Green 我愛綠色



I Love Green 指定使用於第 016 類之複印紙、信封、日曆、修正液、印章等商品；018 類皮革、錢包、背包等商品；020 類之家具、塑膠製包裝容器等商品；021 類之飯碗和各種容器等商品；024 類之布料、床單、窗簾、毛巾等商品；025 類衣服、靴鞋、冠帽等商品³⁵⁸。

商標的主要功能在於識別商品或服務來源，若一標識無法指示及區別商品或服務的來源，即不具商標功能，自不得核准註冊。流行用語，依消費者的認知，或為通常祝福、祈福用語，或為流行新概念，不會認為其為指示及區別商品或服務來源的識別標識，不具有識別性（「商標識別性審

³⁵⁷ (100)智商 40055 字第 10080194450 號，核駁第 0330938 號（100/05/26）

³⁵⁸ 申請案號：099001209，指定使用於 016 類「複印紙；衛生用紙；便箋簿；照片架；紙製或塑膠製包裝袋，信封；記事簿夾；書寫用具；製圖用儀器；釘書機；文件箱；膠帶；美術用水彩畫板；雜誌（期刊）；白板；桌上紙杯墊；碟片存放冊；卡片；印刷品；日曆；賀卡；印刷出版品；宣傳畫；有框或無框的圖畫；保鮮膜；辦公用碎紙機；筆架；鋼筆；建築模型；地球儀；教學掛圖；畫架；文具盒；事務用紙；修正液；吸墨器；硯；印泥；印章；念珠。」；018 類「皮革；錢包；名片夾；背包；公事包；旅行包（箱）；手提箱；包裝用皮革封套；傢俱用皮緣飾；傘。」；020 家具；塑膠製包裝容器；非機器用非金屬製閥；相框；非金屬識別證；食品用塑膠裝飾品；家庭寵畜窩；非金屬製衣服掛；靠墊；非電動式非金屬製鎖。」；021 類「飯碗；玻璃製容器；家庭用陶瓷製容器；陶瓷製裝飾品；水果盤；化粧用具；食物保溫容器；洗衣用曬衣架；牙刷；寵物飼食用容器。」；024 類「布料；被褥；被套；床單；枕套；蚊帳；毛毯；壁毯；掛毯；窗簾；門簾；折簾；家具套；毛巾；浴巾；盥洗清潔用手套。」；025 類「衣服；嬰兒服；雨衣；靴鞋；冠帽；襪子；服飾用手套；披肩；服飾用腰帶；浴帽。」。

查基準 4.11.2」參照)。本件商標圖樣係由外文「I LOVE GEEEN」及中文「我愛綠色」所組成，別無其他可資區別之部分，而不論外文「I LOVE GEEEN」或中文「我愛綠色」，皆為現今流行之用語，為一表示具有環保取向之語詞，申請人以之作為商標圖樣申請註冊，無法使相關消費者認識該用語具有指示商品或服務來源之功能，應不具商標識別性³⁵⁹。

第二項 因具說明性而不得註冊者

商標法第 23 條第 1 項第 2 款規定，表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者不得註冊（新商標法第 29 條第 1 項第 1 款）³⁶⁰。由於說明性文字、圖形、記號、顏色、立體形狀等通常非為商標之使用態樣，並且較難使一般消費者藉以識別其商品之來源，此亦識別性有無之問題。一商標是否具說明性質，其判斷標準為商標之文字、圖形、記號、顏色或立體形狀，依社會一般通念，如為商品本身之說明或與商品本身之說明有密切關連者，即不得准許註冊。並且該說明必須直接而明顯，若非直接明顯而僅係隱含譬喻之情況則不屬之³⁶¹。

針對商標法第 23 條第 1 項第 2 款之適用情況，本文舉出 4 個案例³⁶²：

一、GREENTECH



³⁵⁹ (100)智商 40268 字第 10080040160 號，核駁第 0329209 號（100/02/23）

³⁶⁰ 新商標法第 29 條第 1 項第 1 款規定：「僅由描述所指定商品或服務之品質、用途、原料、產地或相關特性之說明所構成者。」不得註冊。

³⁶¹ 商標法逐條釋義，同註 348（最後瀏覽日：2012/8/30）

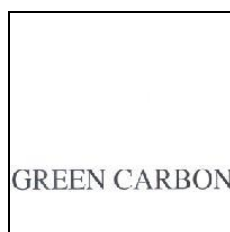
³⁶² 其他案例如：(101)智商 00351 字第 10180153930 號、(100)智商 00351 字第 10080249890 號、(99) 智商 0329 字第 09980554090 號、(99) 智商 0317 字第 09980187750 號、(99) 智商 0502 字第 09980167370 號、(98) 智商 0314 字第 09880568840 號、(97) 智商 0305 字第 09780423740 號、(100)智商 20550 字第 10080170980 號、(100)智商 20433 字第 10080031650 號、(99) 智商 0317 字第 09980545850 號、(99) 智商 0329 字第 09980263510 號、(98) 智商 0404 字第 09880490170 號、(98) 智商 0260 字第 09880090060 號、(97) 智商 0520 字第 09780122940 號、(96) 智商 0403 字第 09680385770 號、(96) 智商 0403 字第 09680385790 號。

GREENTECH 指定使用於第 012 類自行車及其零件等商品³⁶³。本件商標圖樣「GREENTECH」，其或稱「GREEN TECHNOLOGY」，一般普遍翻譯為「綠能環保技術」或「綠色科技」，是以保護人體健康和人類賴以生存的環境，促進經濟可持續發展為核心內容的所有科技活動之總稱。此種能減少污染、降低消耗、治理污染或改善生態的技術體系，包括：綠色產品、綠色生產工藝的設計、開發，綠色新材料、新能源的開發，消費方式的改進，綠色政策、法律法規的研究以及環境保護理論、技術和管理的研究等等³⁶⁴。

綠色科技是發展綠色經濟、進一步開展環境保護和生態建設重要技術保證，其典範很多，例如不燃油無污染的電動汽車技術，無氟的綠色冰箱技術等等，隨著與環保有關的法律、政策與稅收制度的建立與發展，以及公眾"綠色"意識的提高，企業界漸漸意識到開發綠色技術將有利可圖，並開始把綠色技術運用到綠色研發和綠色產品的生產中，這一切都促進綠色技術的發展³⁶⁵。

故本案申請人以「GREENTECH」作為商標圖樣，指定使用於自行車等商品，非但有使相關消費者認該等商品係採用綠色技術而為綠色科技產品，且亦不足以使相關消費者認識其為表彰商品來源之標識，並得藉以與他人之商品相區別，因此不具商標識別性³⁶⁶。

二、GREEN CARBON



³⁶³ 申請案號：100029730，指定使用於 012 類「自行車、自行車零組件、輪椅。」

³⁶⁴ (101)智商 40049 字第 10180287620 號，核駁第 0338909 號 (101/05/28)

³⁶⁵ (101)智商 40049 字第 10180287620 號，核駁第 0338909 號 (101/05/28)

³⁶⁶ (101)智商 40049 字第 10180287620 號，核駁第 0338909 號 (101/05/28)

GREEN CARBON 指定使用於第 017 類之各種橡膠³⁶⁷。本件商標圖樣上之「GREEN CARBON」，其中「GREEN」一般常用於表示較為環保之產品，或表示其製程對環境影響負荷較低，「CARBON」為一化學元素即碳物質，該商標即表示商品由較環保之碳物質所組成，或表示其以回收材料所製造，整體翻譯為「綠色碳物質／綠環保碳物質」之意思，其指定使用於再生橡膠等商品，為所指定商品材質、成份特性、產製方式之說明，而有商標法第 23 條第 1 項第 2 款之適用，應予核駁³⁶⁸。

另外，新近材料取得或能源開發皆相當重視環保層面，業界常以「綠色材料」或「綠色能源」表示採用注重環保要求、減輕環境負擔之產製方法，且由申請人所檢附之證據資料觀之，亦強調其產品係採用「green technology」、「The Green Carbon technology」或「Carbon Green technology」製程，可知「GREEN」除意見書所指之「綠色」字意外，申請人亦將「GREEN」用以表示「環保製程」或「環保產品」，其為描述商品之說明性文字甚明³⁶⁹。

三、綠能 Green Energy 及地球循環風設計圖



綠能 Green Energy 指定使用於第 042 類之各種書刊之編輯、建築物 and 節能省碳設備設計等商品或服務³⁷⁰。全球在過去幾年間遭遇

³⁶⁷ 申請案號：097020973，指定使用於 017 類「再生橡膠，即回收之含碳材料，即由熱解碳化輪胎取得之半加工塑膠、合成橡膠、或半加工橡膠，及使用此填充料配方製造之半加工塑膠、合成橡膠、或半加工橡膠。」

³⁶⁸ (98) 智商 0404 字第 09880071470 號，核駁第 0313272 號 (098/02/23)

³⁶⁹ (98) 智商 0404 字第 09880071470 號，核駁第 0313272 號 (098/02/23)

³⁷⁰ 申請案號：097045404，指定使用於 042 類「各種書刊之編輯、建築物之設計、土木建築工程之設計、室內設計、電腦程式設計及電腦資料處理、物理學研究、冷凍空調工程技術之諮詢顧問、機電工程技術之諮詢顧問、機械研究、化學研究、生物

到能源價格劇烈波動、二氧化碳過量排放造成的暖化、以及氣候異常和過渡開墾造成的糧食不足等問題。於是，各項自覺性的生活作為及發展方向因應而生，其中一項覺醒的動作，便是積極地開發各項綠色能源。本件商標「綠能 Green Energy 及地球循環風設計圖」圖樣上之「綠能 Green Energy」，有綠色能源之意，指定使用於書刊之編輯、建築物之設計、節能省碳設備設計等服務，為所指定服務之說明，爰依商標法第 23 條第 1 項第 2 款及第 24 條第 1 項之規定，應予核駁³⁷¹。

四、Green Cable



Green Cable

Green Cable 指定使用於第 009 類電纜商品。³⁷² 本件商標圖樣上之外文「Green Cable」中譯為綠色電纜，其中「Cable」雖經申請人於申請書聲明不專用，指定使用於電纜商品，惟「Green Cable」指不含鉛或符合歐盟 RoHS（有害物質限用）指令等環保材質電纜之意，予消費者之認知，整體商標圖樣為指定電線商品材質說明文字之印象，本件商標圖樣為商品之說明，依商標法第 23 條第 1 項第 2 款及第 24 條第 1 項之規定，應予核駁。

本案並非以綠色做為商品顏色之說明予以核駁，「綠色」代表環保概念，該意義係透過社會群體所賦予之概念。以「綠色 (green)」表彰環保概念，已為國際社會的共識，所謂綠色產品 (Green Product)，即指產品於原料取得、產品製造、銷售、使用、廢棄處理的過程中，具「可回收、低污染、省資源」等功能或理念，經

學研究、有關空氣污染防治設施及水污染防治設施及能源利用設施之設計，環境污染防治之諮詢顧問，環境污染物質分析測定、冷凍空調工程之規劃設計、自動控制系統工程之規劃設計、節能省碳設備設計。」

³⁷¹ (98) 智商 0271 字第 09880565240 號，核駁第 0319171 號 (098/11/20)

³⁷² 申請案號：095030071，指定使用於 009 類「電纜。」

查網路資料，「Green Cable」可指不含鉛或符合歐盟 RoHS（有害物質限用）指令等環保材質的電纜，則以之作為商標指定使用於電纜商品，為指定商品材質之說明，有商標法第 23 條第 1 項第 2 款之適用，自無疑義³⁷³。

第三項 因使公眾誤認誤信而不得註冊者

商標法第 23 條第 1 項第 11 款規定，使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者不得註冊（新商標法第 30 條第 1 項第 8 款）³⁷⁴。第 11 款之規範要旨在於避免一般消費者對標示該圖樣之商品性質、品質、產地等發生混淆誤認而購買之情況，並且有維護社會公平競爭秩序之目的。

混淆誤認之情況可分為三種：1.性質之混淆誤認情：如以「鮑魚牌」商標指定使用於淹漬果蔬及罐裝製品。2.品質之混淆誤認：如以「合格」指定使用於藥品或食品，「國際標準」指定使用度量衡儀器³⁷⁵。3.產地之混淆誤認：如非台南麻豆所產的文旦，而以「麻豆文旦」申請註冊。但若商品或服務之產地、來源確為麻豆，則為產地之說明，而無本款混淆誤認之問題，應為本條第 1 項第 2 款之適用範圍。目前我國實務上大部分的案例均屬第 3 種情況，申請人常使用地理名稱來作為商標之全部或一部，指定使用於商品或服務時，容易造成消費者對其來源或產地產生誤認誤信之情況³⁷⁶。

故所謂誤認誤信商品性質、品質或產地，即指商標本身有使一般消費者對其表彰商品之性質、品質及產地發生誤認誤信之虞而言。在法國法上，商標若是因為欺瞞或試圖欺瞞消費者，使其對於商品之來源、性質、品質、內容物或成分產生錯誤認知之情況下，甚至會有違反公序良俗而不得註冊之情況³⁷⁷

³⁷³ (96) 智商 0500 字第 09680550850 號，核駁第 0304089 號（096/11/30）

³⁷⁴ 新商標法第 30 條第 1 項第 8 款之內容同舊商標法第 23 條第 1 項第 11 款之規定，僅項款順序變更而已。

³⁷⁵ 商標法逐條釋義，同註 348（最後瀏覽日：2012/8/30）

³⁷⁶ 詳細分析可參考，許曉芬，使公眾誤認誤信商標之探討－評最高行政法院 99 年度判字第 1924 號判決，月旦法學雜誌，2012 年 3 月，202 期，頁 202-217。

³⁷⁷ 可參考許曉芬，從比較法觀點論妨害公共秩序或善良風俗之商標－評智慧財產權法院 97 年度

針對商標法第 23 條第 1 項第 11 款之適用情況，本文舉出 3 個案例：

一、山水綠 Eco-green



山水綠 Eco-green 指定使用於第 030 類之各種茶葉、茶包和咖啡、巧克力粉等商品³⁷⁸。商標審查員認為該申請註冊之商標有使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞而不得註冊。其認為「綠色消費」係指在維持基本生活所需並追求更佳生活品質之同時，降低天然資源與毒性物質之使用及污染物排放，目的在不影響後代子孫權益的消費模式。目前世界各國廣為推動綠色消費，並建立環境標章制度，包括 ISO-14000 及許多國際貿易事務上，都將綠色標章或其他環境標誌制度納為重要的考量項目。

我國由行政院環保署自 1992 年起，以「可回收、低污染、省資源」之環保產品理念，開始推動環保標章。本件商標圖樣上之「Eco-green」之「eco-」表示生態、環境、「green」為綠色，二者結合使人直接聯想到綠色環保，而使用綠色商品是趨勢所及，各國政府更是大力推廣，以「Eco-green」使用於指定商品，作為商標圖樣之一部分，極易使一般消費者誤認該商品符合綠色環保標準，依商標法第 23 條第 1 項第 11 款及第 24 條第 1 項之規定，應予核駁³⁷⁹。

行商訴字第 85 號判決，同註 239，頁 123-156，。

³⁷⁸ 申請案號：096024055，指定使用於 030 類「茶葉、紅茶、紅茶包、綠茶、綠茶包、茶精、茶葉粉、香片茶、包種茶、普洱茶、烏龍茶、龍井茶、鐵觀音茶、茶葉袋茶、茶葉飲料、罐裝烏龍茶飲料、泡沫綠茶、咖啡、可可、巧克力粉。」

³⁷⁹ (97) 智商 0246 字第 09780128810 號，核駁第 0306228 號 (097/03/31)。

二、綠環保 GREEN ANGEL



綠環保 GREEN ANGEL 指定使用於第 031 類動物飼料和非醫用飼料添加劑等商品³⁸⁰。商標審查員認為該申請註冊之商標有使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞而不得註冊。其認為「綠色環保」是全球環保趨勢走向，工業先進國家的綠色環保理念，是要在整個供應鏈上做到資源化、無毒化、省能化的三重高標準，歐盟綠色法規 2006 年 7 月上路，面對來勢洶洶的綠色革命浪潮，傳統的生產模式即將遭受強烈衝擊，企業若無法打造出符合各項環保要求的綠色供應鏈，經營將受到巨大影響，國際上各跨國公司已陸續公佈並執行其公司對於綠色產品之要求，以「綠環保」作為本件商標圖樣之一部分，使用於指定商品，有使一般消費者誤認誤信該商品符合綠色環保標準之虞，自依商標法第 23 條第 1 項第 11 款及第 24 條第 1 項之規定，應予核駁³⁸¹。

三、環保便利屋 GREEN999



環保便利屋 GREEN999 指定使用於第 021 類之鍋、碗、瓢等商品³⁸²。

³⁸⁰ 申請案號：095037483，指定使用於 031 類「飼料，動物飼料，家禽飼料，家畜飼料，寵物飼料，混合飼料，魚飼料，非醫用飼料添加劑，非醫用飼料添加物，動物用飼養劑，脫脂糠。」

³⁸¹ (96) 智商 0246 字第 09680162640 號，核駁第 0299454 號 (096/04/14)。

³⁸² 申請案號：093041403，指定使用於 021 類「鍋、碗、瓢、杯、水桶、垃圾桶。」

商標審查員認為按商標「表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者」，不得註冊，為商標法第 23 條第 1 項第 2 款所明定。所謂「商品之說明」係指商標圖樣之文字、圖形、記號、顏色、聲音、立體形狀或其聯合式，依社會一般通念如為商品本身之說明，或與商品本身之說明有密切關連者，即不得申請註冊，不以一般製造、經銷該項商品者所共同使用為必要。又按「商標有使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者，不得註冊」，為商標法第 23 條第 1 項第 11 款所明定³⁸³。

本件商標圖樣上之「環保便利屋」係指能提供便利環保商品的場所之意，以之作為商標，指定使用於鍋、碗等商品，有使商品之相關消費者認該商品即為具有環保之品質，當為商品之說明；另商標圖樣上圖形中之「樹葉包裹地球」圖即為環保署之環保標章，有使商品購買者對其商品之性質、品質產生混淆誤認之虞，爰依商標法第 23 條第 1 項第 2、11 款及第 24 條第 1 項之規定，予以核駁³⁸⁴。

第四項 因使公眾混淆誤認而不得註冊者

商標法第 23 條第 1 項第 13 款規定，相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者不得註冊（新商標法第 30 條第 1 項第 10 款）³⁸⁵。由於商標最主要之功能即在於識別商品或服務來源或出處，因此當新申請註冊之商標有導致消費者對於商品或服務來源，產生混淆誤認時，應不准許其註冊。

在判斷有無致相關消費者混淆誤認之虞時，按第 13 款之規定，商標近似與商品或服務類似兩項因素為本款所規定的必備要件，因此「商標是否近似」與「商品或服務是否類似」應作為主要判斷因素。除了主要判斷

³⁸³ (95) 智商 0260 字第 09580127000 號，核駁第 0292042 號 (095/03/30)。

³⁸⁴ (95) 智商 0260 字第 09580127000 號，核駁第 0292042 號 (095/03/30)。

³⁸⁵ 新商標法第 30 條第 1 項第 10 款本文內容同舊法第 23 條第 1 項第 13 款本文之規定，僅但書部分略作修改，新法在但書部分修改為：「但經該註冊商標或申請在先之商標所有人同意申請，且非顯屬不當者，不在此限。」（粗體字部分為修改之處）

因素之外，還有其他輔助判斷因素，例如：商標識別性之強弱、先權利人多角化經營之情形、相關消費者對各商標熟悉之程度等因素³⁸⁶，這些都可能增加或減弱混淆誤認的程度，故兩商標是否有造成混淆誤認之可能，需依不同案情斟酌考量各項因素作個別判斷。³⁸⁷

針對商標法第 23 條第 1 項第 11 款之適用情況，本文舉出 3 個案例³⁸⁸：

一、GREEN LAB



GREEN LAB 指定使用於 025 類之衣物、鞋帽等商品³⁸⁹。本件商標圖樣係以外文「GREEN」結合「LAB」上下排列組合而成，其中「LAB」係指實驗室、研究室，欠缺識別性，致使置於字首之「GREEN」，於外觀上予人所關注或為整體寓目印象中最深刻顯著之部分，與據以核駁註冊第 552807 號「綠的及圖 GREEN」、第 707767 號「綠的 GREEN」、第 848831 號「GREEN」、第 848657 號「GREEN」、第 848660 號「GREEN」等商標相較，兩者均具有明顯引人注意之外文「GREEN」，為兩者主要識別部分之一，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且構

³⁸⁶ 詳見「混淆誤認之虞」審查標準，由經濟部智慧財產局訂定，於民國 101 年 4 月 20 日經濟部經授智字第 10120030550 號令修正發布，101 年 7 月 1 日生效。

³⁸⁷ 商標法逐條釋義，同註 348（最後瀏覽日：2012/8/30）

³⁸⁸ 其他案例如：(101) 智商 20554 字第 10180236210 號、(101) 智商 40185 字第 10180171310 號、(101) 智商 40040 字第 10180091620 號、(101) 智商 00459 字第 10180038890 號、(99) 智商 0300 字第 09980629710 號、(98) 智商 0431 字第 09880060610 號、(97) 智商 0570 字第 09780132460 號、(96) 智商 0321 字第 09680405820 號、(96) 智商 0411 字第 09680332290 號、(94) 智商 0500 字第 09480311680 號、(100) 智商 00410 字第 10080257740 號、(100) 智商 40069 字第 10080061260 號、(98) 智商 0329 字第 09880078260 號、(95) 智商 0480 字第 09580042320 號、(100) 智商 00351 字第 10080152410 號、(97) 智商 0520 字第 09780534220 號、(96) 智商 0282 字第 09680135780 號、(96) 智商 0292 字第 09680016880 號。

³⁸⁹ 申請案號：099057634，指定使用於 025 類「衣服、大衣、外套、夾克、運動服、女裝、成衣、男裝、外衣、靴鞋、圍巾、頭巾、領帶、領結、冠帽、禦寒用耳罩、襪子、服飾用手套、禦寒用手套。」

成相當之近似程度³⁹⁰。

並且本件商標指定使用於衣物等商品，與據以核駁註冊第 552807 號商標所指定之「冠帽、領帶、手套、襪子...」、第 707767 號商標所指定之「襯衫、泳裝、汗衫、睡衣...」、第 848831 號商標所指定之「男女服裝」、第 848657 號商標所指定之「圍巾、頭巾、領帶、領結」、第 848660 號商標所指定之「襪子」等商品相較，二者均為服飾類商品，其原料成分、用途功能大致相當，且常來自相同之產製業者，如標示相同或近似的商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般商品消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，則所指定使用之商品間，應屬存在高度之類似關係。本件據駁商標，雖屬識別性較低之任意性商標，惟本件商標圖樣與該文字構成近似，自易對其表彰來源或產製主體產生混淆誤認³⁹¹。

故綜合判斷商標在圖樣近似及商品類似之程度等因素，雖據駁商標屬任意性商標，識別力相較於獨創性商標略低，惟考量本件商標與據駁商標之相當近似及指定商品之高度類似，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，仍可能會有所混淆而誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應有致相關消費者混淆誤認之虞，即使申請人聲明「LAB」不專用部分，並不影響本件商標構成近似與否之判斷³⁹²。

二、HOMEGREEN



³⁹⁰ (101) 智商 00477 字第 10180158520 號，核駁第 0337290 號 (101/03/28)

³⁹¹ (101) 智商 00477 字第 10180158520 號，核駁第 0337290 號 (101/03/28)

³⁹² (101) 智商 00477 字第 10180158520 號，核駁第 0337290 號 (101/03/28)

HOMEGREEN 指定使用於 003 類之清潔劑、亮光臘等商品³⁹³。本件商標圖樣上之外文「HOMEGREEN」與註冊第 1105325 號商標圖樣上之外文「GREENHOME」，二者僅為「HOME」及「GREEN」前後排列之異，於觀念、讀音及外觀，均有相似之處，若異時異地隔離觀察，二者商標圖樣予人之寓目印象極為相似，核已構成近似商標，惟二者各有不同之圖形設計及中文，予人之寓目印象亦甚鮮明，是二者商標近似程度不高³⁹⁴。

本件商標指定使用之「家庭用清潔劑、亮光臘」等商品與據駁商標指定使用之「洗衣粉、食品用洗潔劑」等商品相較，前者係家庭地板亮光臘及擦亮劑商品為主，而後者則以衣物、食品用品洗潔劑為主，兩者商品之性質及用途、功能雖有所別，但衡量其通常經由相同之行銷管道，於同一販賣場所併同銷售，而仍屬類似商品，惟類似程度不高³⁹⁵。

據駁商標「GreenHome」，指定使用於非人體用清潔劑，有暗示商品具有使家庭環境綠化之意，或商品使用之成分為環保原料，有保護或綠化環境之效，核為暗示性商標，其識別性不高。故綜合判斷商標在圖樣近似、商品類似之程度及商標識別性強弱等因素，雖本件商標與據駁商標之商標近似度及指定商品類似程度不高，且據駁商標識別性亦不高，然考量二者商標構成近似之情事，且指定商品亦類似，故以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，仍可能會有所混淆而誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應有致相關消費者混淆誤認之虞，爰依商標法第 23 條第 1 項第 13 款及第 24 條第 1 項規定，予以核駁³⁹⁶。

³⁹³ 申請案號：100014322，指定使用於 003 類「家庭用清潔劑、亮光臘、器具用亮光臘、亮光乳劑、地板蠟、地板用亮光臘、汽車蠟、汽車用亮光臘、金屬亮光劑、研磨蠟、撥水劑、噴霧式保護膜劑、去蠟劑、地板蠟去除劑、家具亮光臘、亮光劑、家具用亮光劑、地板用亮光劑、地板防滑蠟、皮革用蠟。」

³⁹⁴ (100) 智商 20550 字第 10080629200 號，核駁第 0334693 號 (100/12/27)

³⁹⁵ (100) 智商 20550 字第 10080629200 號，核駁第 0334693 號 (100/12/27)

³⁹⁶ (100) 智商 20550 字第 10080629200 號，核駁第 0334693 號 (100/12/27)

三、綠 GREEN



綠 GREEN 指定使用於 003 類之化妝品、牙膏等商品³⁹⁷。本件商標圖樣與據以核駁註冊第 735101 號、第 1143405 號、第 92052 號、第 860802 號商標圖樣相較，其分別以「綠 GREEN」、「綠的 GREEN」為其商標主要識別部分，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有混淆而誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標³⁹⁸。

本案指定使用之「化粧品、香料、牙膏」等商品，與據以核駁之註冊第 735101 號商標指定使用之「香皂、藥皂」等商品、註冊第 1143405 號商標指定使用之「化粧品、牙膏、漱口水」等商品、註冊第 92052 號商標指定使用之「香皂、藥皂」等商品、註冊第 860802 號商標指定使用之「化妝品」等商品，其原料、用途、功能大致相當，且常來自相同之產製業者，如標示相同或近似的商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般商品消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，是所指定使用之商品間應屬存在相當程度之類似關係³⁹⁹。

故綜合判斷商標在圖樣近似及商品類似之程度等因素，本件商標與據以核駁商標其高度之近似程度及指定商品間高度之類似，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有混淆而誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應足以有致相關消費者混淆誤認之虞，自有前揭法條之適用⁴⁰⁰。

³⁹⁷ 申請案號：096017234，指定使用於 003 類「化粧品、香料、牙膏、牙粉、漱口水。」

³⁹⁸ (97) 智商 0309 字第 09780066830 號，核駁第 0305122 號 (097/02/26)

³⁹⁹ (97) 智商 0309 字第 09780066830 號，核駁第 0305122 號 (097/02/26)

⁴⁰⁰ (97) 智商 0309 字第 09780066830 號，核駁第 0305122 號 (097/02/26)

第二節 我國實務對使用綠色相關字樣同意 註冊之案例

在第一節中，本文從眾多核駁處分書中歸納出我國對於綠色相關字樣拒絕註冊之駁回依據，然而我國實務上對於這些以綠色相關字樣准許註冊之案例又有哪些？以下本文舉出幾個以綠色相關字樣核准註冊為商標之案例。然由於以綠色相關字樣組成的商標通過註冊的案例為數不少，故本文同樣僅以一關鍵字「green」進行檢索。

一、GREENTECH 及 G 設計圖



GREENTECH 及 G 設計圖商標指定使用於第 012 類之汽車、機車、自行車及其零組件，省油器，空氣濾清器，車輛用防盜裝置，機油濾清器，燃料噴射器，汽機車超馬力加速器，車輛用防汙染排氣系統，車輛引擎控制器，排氣閥，消音器，汽化器，觸媒轉換器，電動交通工具等商品。⁴⁰¹（GREENTECH 聲明不專用）

二、Pretton GREEN TECH 及圖



Pretton GREEN TECH 及圖商標指定使用於第 012 類之汽車、機車、汽機車零組件、電動交通工具；各類水上交通工具及其零件、船舶推進器、

⁴⁰¹ 註冊號：第 01449060 號（註冊日期：100/01/16）

螺旋槳和其他船舵裝置；航空機、航空機用推進器、航空機用螺旋槳；電動自行車等商品。⁴⁰²（GREENTECT 聲明不專用）

三、Green 幸運草圖



Green 幸運草圖商標指定使用於第 045 類之嬰兒臨時照護服務。⁴⁰³

四、Bio-Green 及圖



Bio-Green 及圖商標指定用於第 030 類之咖啡、咖啡豆、即溶咖啡包和咖啡飲料；可可和各類可可製品；巧克力和各類巧克力製品；加奶巧克力飲料、加奶咖啡飲料、加奶可可飲料等商品。⁴⁰⁴

五、Green Clean



Green Clean 商標指定用於第 001 類之工業用化學品，科學用化學品，污水及污泥處理劑，淨水用化學品，水質淨化劑，污水濾清用淨化劑，土

⁴⁰² 註冊號：第 01511029 號（註冊日期：101/04/01）

⁴⁰³ 註冊號：第 01523061 號（註冊日期：101/06/16）

⁴⁰⁴ 註冊號：第 01518047 號（註冊日期：101/05/16）

壤改良劑，農業用、林業用、園藝用化學品，植物生長調節劑，肥料等商品和第 011 類之各類廢水處理裝置和設備，下水道淨化設備，水消毒及非工業用殺菌器等商品。⁴⁰⁵

六、綠的 GREEN 及 G 圖



綠的 GREEN 及 G 圖商標指定使用於第 020 類之床架、床頭櫃；各類家具；家具用木製隔板；五斗櫃、鞋櫃、衣櫥、書櫃；室內百葉窗簾；非金屬製家具用附件等商品。⁴⁰⁶

七、環保綠 Green Air Clean 及圖



環保綠 Green Air Clean 及圖商標指定使用於第 005 類之各類空氣清潔劑、除臭劑和芳香劑。⁴⁰⁷（環保、AIR CLEAN 不在專用之列。）

⁴⁰⁵ 註冊號：第 01431532 號（註冊日期：099/09/16）

⁴⁰⁶ 註冊號：第 01519789 號（註冊日期：101/06/01）

⁴⁰⁷ 註冊號：第 01421045 號（註冊日期：099/08/01）

八、ECOGreen 及圖



ECOGreen 及圖商標指定使用於第 030 類茶葉、紅茶、綠茶、茶葉包、各類燕麥和麥片、五穀雜糧粉等商品。⁴⁰⁸

九、綠色家園 GreenHome 設計圖



綠色家園 GreenHome 設計圖商標指定使用於第 003 類沐浴乳、洗髮精等人體清潔用品、浴廁廚房用清潔劑、洗蔬菜用清潔劑、衣物清潔劑等商品。⁴⁰⁹

十、大氣能源 ecogreen 及圖



大氣能源 ecogreen 及圖商標指定使用於第 011 類之電熱水器、太陽能熱水器、瓦斯爐等各類電爐商品。⁴¹⁰

⁴⁰⁸ 註冊號：第 01425152 號（註冊日期：099/08/16）

⁴⁰⁹ 註冊號：第 01105325 號（註冊日期：093/06/16）

⁴¹⁰ 註冊號：第 01299586 號（註冊日期：097/02/01）

第三節 本文見解：使用綠色字樣應特別考慮誤認誤信之虞條款之適用

一、我國實務審查之態度：主要以不具識別性、僅具說明性、使公眾誤認誤信和混淆誤認作為拒絕使用綠色相關字樣註冊之理由

本文從商標檢索系統中，以一關鍵字 green 來進行核駁處分書之檢索，在分析處分書中駁回之理由後，可發現我國在實務審查上，商標審查員對於以“green”組成之商標主要依據商標法第 23 條第 1 項中某 4 款之規定來作為據以核駁之法條，該法條分別為第 1 款之不具識別性、第 2 款之描述性、第 11 款之誤認誤信和第 13 款之混淆誤認。

在這 4 款之中，商標審查員大多依據商標法第 23 條第 1 項第 1 款和第 2 款之規定駁回其註冊申請，適用第 11 款之情形甚少。在進行第一節之分析後，本文發現商標審查員在以第 1 款、第 2 款和第 11 款駁回申請人之註冊時，其在核駁處分書之內容中均明確作出與綠色、環保或生態等相關之敘述。

例如在 Green 設計圖一案中，商標審查員認為 Green 的字樣和植物葉子的外觀設計，不但有表示綠色環保之意且易於引發公眾的環保意識，有表彰商品具有環保材質之意思；或在 Green Cable 一案中，商標審查員明確指出其並非以 Green 做為商品顏色之說明而拒絕註冊，而係因為 Green 除了代表顏色之外已產生一新的意義，即具有表彰環保概念之意涵，該意義更是透過社會群體所賦予的新概念；另外在山水綠 Eco-green 一案中，商標審查員對於 Eco-green 做了以下之解釋，其認為 eco 有生態和環境之意、而 green 為綠色，兩相結合會讓人直接聯想到綠色環保，並且現今使用綠色商品更是趨勢所及。

從這些案例看來，我國商標實務審查上也感受到這股綠色環保概念之風潮，因此在商標核駁處分書中也做出相關之回應。

二、本文之疑問：判斷基準模糊不清

雖然商標審查員了解到目前的綠色環保風潮，也對於這些以 green

terms 組成之標識在申請註冊為商標時做審查把關，對於那些不具識別性或僅具說明性、甚至是會讓公眾誤認誤信之標識拒絕註冊為商標。然而有疑義的是，本文發現在拒絕註冊之案例中，商標審查員對於拒絕註冊的法條適用有點模糊不清。另外再與註冊成功之案例相比較，本文也發現商標審查員對於准許註冊或是駁回註冊之標準並不十分明確。

(一) 拒絕註冊的法條適用基準不明確

在這些以 green 組成之商標中，商標審查員據以核駁之法條皆為上述所提及之第 23 條第 1 項中的某 4 款，然本文疑惑的是為什麼都是與 green 相關的商標但適用的法條卻不盡相同，例如 ecogreen 和 greencarbon，兩者給人欲目所及之印象皆與綠色、環保、生態相關，但前者被商標審查員認為其無法表彰商品或服務之來源，不具識別性，依據第 1 款之規定駁回其註冊申請；然而後者卻被認為係一描述性標識，因此按第 2 款之規定拒絕其註冊。

商標審查員認為 greencarbon 字樣具有綠環保碳物質之意義，因此當該標識指定使用於橡膠商品時，審查員認為其具有表示商品之品質、材料、或產製方式之說明。既然 green 和 carbon 有表示商品或服務之品質、功能或其它說明之情況，那麼同樣是與綠色環保相關的字彙 eco 和 green 所組成的 ecogreen 亦應作相同之解釋才對。商標審查員也認為 ecogreen 具有綠色環保之意，當指定使用於太陽能設備裝置之商品時，亦應具有表示商品或服務之品質、功能或其它說明之情況，更何況太陽能裝置設備商品本身就是一個能減少能源消耗並降低二氧化碳排放之產品。

故既然商標審查員認為 green 和 carbon 有表示商品或服務之品質、功能或其它說明之情況，那麼 eco 和 green 亦應作相同之解釋，而應適用第 2 款之規定駁回才對；又或者兩者均應以不具識別性，按第 1 款之規定駁回之。在上述的例子中，商標審查員或許會辯稱說 ecogreen 和 greencarbon 雖然都和綠色、環保、生態相關，但終究是由不同字句所構成，且指定使用之商品類別不同。

但本文發現縱使是指定使用商品相同且使用的商標幾近相同下，商標審查員還是有依據不同規定駁回其申請註冊之情況。如以 GREENTECH 一案來說，申請人以「GREENTECH」作為商標圖樣，指定使用於自行車及其零件等商品。商標審查員認為該商標有使消費者認為該等商品係採用綠

色技術為綠色科技產品，具有對商品品質說明之情況，而有第 23 條第 1 項第 2 款之適用。

然而相同的申請人以幾乎相同的商標圖樣⁴¹¹申請註冊並指定使用於相同商品類別時，不同的商標審查員卻以第 13 款駁回其註冊申請。於此情形，我們不免去懷疑商標審查員的判斷依據究竟為何？倘若商標審查員沒有提供一明確的基準，那麼也只會使申請人不斷的運用類似的標識去申請註冊，抱著有可能可以註冊成功之僥倖心態，最終也只會造成商標審查員的負擔加重而已。

（二）准許註冊和駁回註冊之標準不明確

從准許註冊和駁回註冊之案例中，我們不難發現其中有許多類似或是相同的標識重複出現，然而這些標識卻面臨不同的命運。如申請案號第 097055313 號之 Ecogreen 與註冊號第 01299586 號之大氣能源 ecogreen 及圖，兩者皆以 ecogreen 申請註冊並且指定使用之商品類別均為第 11 類，然而前者卻被拒絕註冊，而後者卻准許註冊為商標。

在前者的核駁處分書中，商標審查員提及 ecogreen 具有綠色環保之意，當指定使用於第 11 類之商品時，有難使相關消費者認識其為表彰商品之標識，而無法藉以與他人之商品相區別。

然而就准許註冊之後者來看，既然同樣是指定使用於第 11 類之商品，那麼按照商標審查員之解釋，ecogreen 一字應同樣不具識別性才對，而縱然後者除了 ecogreen 之英文字樣外，還有結合「大氣能源」的中文字樣，但本文認為當指定使用於太陽能熱水器或是瓦斯爐等商品時，也可能會被消費者認為是對商品之說明而不具識別性。因此本文認為既然均是以 ecogreen 申請註冊且其指定使用之商品類別又相同之情況下，商標審查員應做相同之判斷才對，而非形成一個准許一個駁回之現象。


另外再舉山水綠 Eco-green 一案來說。申請人以山水綠及圖 Eco-green 申請註冊，指定使用於第 030 類之各種茶葉、茶包和咖啡、巧克力粉等商品，商標審查員認為有使一般消費者誤認誤信該商品符合綠

⁴¹¹ (100)智商 00351 字第 10080152410 號，核駁第 0330653 號（100/05/03），




色環保標準之虞而拒絕註冊。雖然山水綠 Eco-green 的核駁理由書中明確指出，以 Eco-green 指定使用於商品易造成消費者誤認其符合綠色環保標準，但是查詢商標檢索系統註冊之商標，我們發現仍有許多以 Eco-green 註冊成功之商標⁴¹²，其中註冊第 01425152 號之「ECOGreen 及圖」⁴¹³商標和第 01406791 號之「ecoGreen」⁴¹⁴商標與山水綠 Eco-green 同樣均指定使用於第 030 類之商品，但是卻未面臨如山水綠 Eco-green 一樣遭到拒絕註冊之結果。

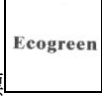
在駁回註冊之情況下，商標審查員會做出一核駁處分書，因此我們可以從駁回理由中去分析、了解到商審查員不准許什麼樣的標識註冊為商標和其適用的法條依據。然而在准許註冊方面，商標審查員並不會特意告知其准許註冊之理由，因此我們無從窺知准許和拒絕註冊之判斷基準究竟為何？從上述幾個例子中我們更明確證實商標審查員准許和拒絕商標註冊之標準並不十分明確。


⁴¹² 註冊第 01436165 號之「ECOGreen 及圖」商標 ，指定使用於第 003 類「乳液和護髮


劑等」；註冊第 01399394 號之「ecogreen 及圖」商標 ，指定使用於第 003 類「面霜、化

粧水、乳液等」；註冊第 01316086 號之「ECOGREEN」商標 ，指定使用於第 022 類「棉和各種人造絲」、第 023 類「紗、麻紗和各種人造紗」、第 023 類「襯裡布、編織布等各種布」；

註冊第 01244267 號之「EcoGreen」商標 ，指定使用於第 017 類「塑膠或橡膠防電磁干擾

用襯墊。」；註冊第 01181055 號之「Ecogreen」商標 ，指定使用於第 009 類「電路板、半導體基板、充電器和變壓器等」。

⁴¹³ 註冊第 01425152 號之「ECOGreen 及圖」商標 ，指定使用於第 030 類「茶葉、紅茶、綠茶、茶葉包、燕麥、去殼大麥、去殼燕麥、麥片、燕麥片、五穀雜糧粉。」

⁴¹⁴ 註冊第 01406791 號之「ecoGreen」商標 ，指定使用於第 030 類「茶葉製成之飲料、冰、冰淇淋、糖果、米果、餅乾、穀類點心片、麥片、綜合穀物纖維粉。」和第 032 類「花茶、花草茶。」

三、相較於美國之案例：

相較於美國的實務審查，USPTO 對於包含 green 在內的商標申請，雖然一開始 TTAB 認為 GREEN INDIGO 是一暗示性商標而應准許申請人之註冊申請，其認為 GREEN INDIGO 指定使用於衣物等商品時，並沒有立即傳達關於商品的任何資訊，必須待消費者透過想像或思考之後，始能獲得關於該商品性質的結論。然而在不同的案子裡，TTAB 的多數決定均以僅具描述性或是為通用名稱而拒絕其註冊。

我國也曾有以“Green Terms”組成之標識被商標審查員認為係一暗示性商標准許註冊之情況，此在 HOMEGEEEN 一案之核駁處分書中可看出，根據內容表示：

「...據駁商標『GreenHome』，指定使用於非人體用清潔劑，有暗示商品具有使家庭環境綠化之意，或商品使用之成分為環保原料，有保護或綠化環境之效，核為暗示性商標。...」

然而在本文所分析的核駁處分書中，僅有此一內容提及以“green terms”組成之標識為暗示性標商標。但在本案例中商標審查員也未表明 HOMEGEEEN 是否與 GreenHome 一樣皆為暗示性商標，最後僅著重於判斷是否有第 13 款適用之情形。

另外，在 greenlab 一案中，申請人於申復意見書時曾提及自己所製造、銷售之商品深具綠色環保之概念，本文推敲申請人所欲表達之意思，不難發現其欲主張自己申請註冊之商標為一暗示性商標，暗示指定使用之商品（衣褲、襪子等）具有環保特性，然而商標審查員並未針對此點作出回應，因此我們甚難釐清在我國商標實務審查上，商標審查員是否均認為“green terms”組成之標識為暗示性標商標而得以註冊之情況。

雖然我們不能清楚得知“green terms”組成之標識是否為暗示性標商標而得以註冊之情況，但從上述分析，商標審查員對於這些以“green terms”組成之商標大多依據商標法第 23 條第 1 項第 1 款和第 2 款之規定駁回其註冊申請，我們可以掌握到，我國實務上之見解如同美國實務一般皆認為以“green terms”組成之商標為描述性標識而不具識別性。

在我國審查實務上除了依據商標法第 23 條第 1 項第 1 款和第 2 款之規定駁回其註冊申請外，還有適用第 11 款之情形。根據第 11 款之規定，

有使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者不得註冊。參酌本次的修法資料發現，第 11 款在參考各國立法例時，於美國之部分係引用商標法第 2 條第 e 項第 1 款和第 3 款，第 1 款規定使用於申請人之商品係商品之說明或為欺瞞性之商品不實說明者 (when used on or in connection with the goods of the applicant is merely descriptive or deceptively misdescriptive of them) 不得註冊；第 3 款規定使用於申請人之商品主要為欺瞞性的地理說明者 (when used on or in connection with the goods of the applicant is primarily geographically deceptively misdescriptive of them) 不得註冊。

比較美國與我國之規範，美國商標法並不像我國商標法之規定，即未如同我國在條文中明白的列舉出係對於商品或服務之性質、品質或產地誤認誤信之情況，而且美國針對該款之重點僅著重於「欺騙性的不實描述 (descriptively misdescriptive)。

在適用美國商標法第 2 條第 e 項第 1 款之規定時，商標審查員必須將標識與申請人指定使用之商品及服務之關係一起考慮，以判斷該標識是否屬於欺騙性的不實描述。倘若一標是對商品有著誤導性之描述，造成消費者有相信該誤導性描述之可能，但是該誤導性描述並不會實質影響到消費者的購買決定，此時該商標屬於欺騙性誤導描述商標，有本款之適用。

事實上在美國商標法第 2 條之規定裡，除了第 e 項第 1 款之外，其實在第 a 款⁴¹⁵中也有提到「欺騙」的概念，但這兩項在適用上略有不同。按照美國商標審查程序之說明，實務上在判斷一標識是否有欺騙性內容時，需考慮 3 點因素：(1) 該標識是否會對商品之品質、功能、特性或成分產生誤導性描述？(2) 那消費者是否有可能會相信對該商品的不實描述 (3) 是否會進而影響消費者購買商品的決定。在上述 3 點中，如果滿足前 2 點因素的話，就會被認為是一個欺騙性不實描述的標識，應適用第 2 條第 e 項第 1 款之規定；但如果同時構成 3 點因素的話，那麼就應適用第 2 條第 a 款之規定，該標識會被認為是一個欺騙性的標識而不得註冊。另外若屬於欺騙性的標識按第 2 條第 a 款之規定係不得註冊為商標受商標法之保護，但若屬欺騙性不實描述的標識之情況下，根據第 2 條第 f 款之規定，

⁴¹⁵ Trademark Act § 2 (a) (15 U.S.C. § 1052): “ Consists of or comprises immoral, **deceptive**, or scandalous matter;..... ” .

在取得後天識別性之後仍有機會註冊為商標⁴¹⁶。

然本文在查詢 TTAB 對於“Green terms”組成之商標所作之決定時，尚未發現有適用這 2 款之情況。但是如本文所述，由於“Green terms”組成之商標常會造成消費者對於指定使用之商品或服務有著誤導性之描述，也就是當消費者看到這些“Green terms”組成之商標時，可能會誤認為產品中含有環保材料或符合環保效益的可能，而該誤認也可能進而影響消費者的購買決定，因此未來可能將會出現這 2 款適用之案例。

四、本文見解：應特別考慮誤認誤信之虞條款之適用

我國實務對於綠色字樣組成之商標主要以商標法第 23 條第 1 項第 1、2、11 和 13 款作為拒絕註冊之法條依據。在這 4 款適用當中、本文發現第 1、2 和 13 款之適用情形頗多，唯獨第 11 款之適用甚少；並且本文也發現在適用第 13 款之情況下，商標審查員甚少提及與綠色有關之概念，僅單純的從商標近似和商品/服務類似而有構成消費者混淆誤認之虞的情況下駁回申請人之註冊，而沒有考慮到該類申請註冊之商標對於消費者而言，是否僅具描述性或是否會造成消費者對於商品或服務之品質、性質等特性產生誤認誤信之可能。

本文認為在考慮適用第 13 款之前，是否忽略了應先從申請註冊商標的本身去考量有無使公眾誤認誤信其商品或服務性質、品質之情況，而有第 11 款適用之情形？如以 GREEN LAB 一案來說，其申請註冊之商標圖樣中的「green lab」有綠色研究室之意思，指定使用於第 025 類之衣物、鞋帽等商品時，有可能會造成消費者誤認誤信這些商品具有 green 或環保之性質，即對商標所表彰之產品品質、性質產生誤信係透過研究室研發出來具有綠色環保材料所製做而成的商品而誤購之情況。

又或者如被拒絕註冊之「綠 GREEN」一案也面臨相同之問題。以「綠」和「GREEN」組成的商標圖樣，予人之寓目印象就是與綠、環保和生態相關，將其指定使用於化妝品、牙膏等商品，亦有使消費者誤認誤信商品具有符合環保標準之性質。倘若商標審查員有審慎思及此問題，那麼如註冊


⁴¹⁶ 可參考 TMEP 在第 1203.02 條和第 1209.04 條之規定。


第 01143405 號「綠的 GREEN」商標⁴¹⁷或註冊第 01519789 號「綠的 GREEN 及 G 圖」商標⁴¹⁸等應被駁回其註冊申請才對。

但並非所有以「綠」和「GREEN」組成之商標圖樣都會因為使消費者誤認誤信該商品具有符合環保標準之性質而被駁回。例如註冊第 01523061 號「Green 幸運草圖」商標⁴¹⁹，其商標圖樣由英文字母 Green 和幸運草圖案所組成，雖然 green 給人的印象即為綠色、環保，但是該商標係指定使用於嬰兒臨時照護時，消費者在連結商標和指定使用之商品或服務並不會有誤認誤信該服務係符合環保標準之可能，故在判斷有無第 11 款適用之可能時，仍必須就商標與指定使用之商品或服務間之關係做綜合判斷。


但值得注意的是，本文認為縱使“green terms”組成之商標具有識別性，我們仍必須考量該商標有無造成消費者誤認誤信之情況，而有商標法第 23 條第 1 項第 11 款之適用。

如以被拒絕註冊之「GREENTECH」一案來說，大多數的商標審查員皆以其具有綠色科技之意，為一般描述性用語，認為不具識別性而拒絕註冊。然而本文仔細查詢發現仍然有以「GREENTECH」申請註冊成功的案例，例如註冊第 01449060 號之「GREENTECH 及 G 設計圖」商標⁴²⁰、註冊第 01111128 號之「GREENTECH & DEVICE」商標

⁴¹⁷ 註冊第 01143405 號之「綠的 GREEN」商標，指定使用於第 003 類「化粧品、燙髮液、染髮劑、人體用清潔劑、人體用肥皂、香皂、浴皂、藥皂、浮水皂、洗面皂、乳皂、洗面乳、浴鹽、沐浴乳、洗髮精、洗髮乳、洗髮皂、洗手乳、牙膏、漱口水。」

⁴¹⁸ 註冊第 01519789 號之「綠的 GREEN 及 G 圖」商標，指定使用於第 020 類「床架；床頭櫃；家具；展示櫃；桌；椅；家具用木製隔板；電腦椅；五斗櫃；工作桌；沙發；床；衣櫥；書櫃；梳台；茶几；組合櫃；鞋櫃；室內百葉窗簾；非金屬製家具用附件。」

⁴¹⁹ 註冊第 01523061 號「Green 幸運草圖」商標，指定使用於第 045 類「嬰兒臨時照護。」

⁴²⁰ 註冊第 01449060 號之「GREENTECH 及 G 設計圖」商標，指定使用於第 012 類「汽車及其零組件，機車及其零組件，省油器，濾油器，空氣濾清器，汽車防盜警報器，車輛用防盜裝置，機油濾清器，燃料噴射器，汽機車超馬力加速器，車輛用防汙染排氣系統，車輛引擎控制器，排氣閥，消音器，汽化器，觸媒轉換器，自行車及其零組件，電動交通工具。」

421、註冊第 01511029 號之「Pretton GREEN TECH 及圖」商標⁴²²、註冊第 01143178 號之「GREEN TECH」商標⁴²³。

在這幾個案例中本文試著去分析了解為什麼同樣以「GREEN TECH」申請卻可以獲准註冊。首先最大的不同點在於這些註冊成功的商標，其商標圖樣不是單純只有「GREEN TECH」這樣簡單的英文字母，而係經過設計或是添加其他字句或圖案來做為商標圖樣，例如「Pretton GREEN TECH 及圖」其寓目所及為「Pretton」字眼，並且申請人在「GREEN TECH」部分聲明不專用；或者如「GREENTECH 及 G 設計圖」，除了「GREEN TECH」部分聲明不專用之外，還多加了一個經過設計的英文字母「G」；或是如註冊第 01143178 號之「GREEN TECH」商標，除了有 GREEN TECH 英文字母之外，還添加一小嫩芽圖案。

雖然在聲明不專用和經過設計或是添加其他字句或圖案來作為商標圖樣增加其識別性，使申請註冊之商標可以獲准註冊。但是這些註冊成功的商標圖樣從本質上來看還是有著「GREENTECH」之字眼，這時我們必須去考慮到消費者當看到「GREENTECH」，並了解其有「綠能環保技術」或「綠色科技」之含意時，是否會誤認誤信商標所表彰之產品品質、性質產生具有 green 或環保之性質之可能，倘若有，那麼應有商標法第 23 條第 1 項第 11 款適用之情形，商標審查員不應准許其註冊才對。

按商標識別性審查基準⁴²⁴之說明：「標識若為商品或服務性質、品質

(GREENTECT 聲明不專用)



⁴²¹ 註冊第 01111128 號之「GREENTECH & DEVICE」商標，指定使用於第 011 類「手電筒、吊燈、日光燈、水銀燈、霓虹燈、美工燈、投射燈、走馬燈、石英燈、燈泡、螢光燈、美術燈。」



⁴²² 註冊第 01511029 號之「Pretton GREEN TECH 及圖」商標，指定使用於第 012 類「汽車、汽車零組件、機車、機車零組件、電動交通工具；船舶、船舶零組件、水上交通工具、電動船、汽艇、遊艇、水上摩托車、船舶推進器、船舶用螺旋槳、船舶用船舵裝置、船舶起航裝置；航空機、航空機用推進器、航空機用螺旋槳；電動自行車。」(GREENTECT 聲明不專用)



⁴²³ 註冊第 01143178 號之「GREEN TECH」商標，指定使用於第 001 類「用於工業、科學、攝影、園藝、林業之化學品。」、003 類「香精油」、005 類「殺菌劑」


⁴²⁴ 「商標識別性審查基準」的第 2.2.1 點描述性標識，同註 243。


或產地等重要特性的描述，但該描述非屬事實，且消費者可能會誤認誤信，並影響其購買意願，應屬商標有「使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者，不得註冊」的情形。例如「LEATHER（皮革製的）」使用於合成皮家具，易使相關消費者誤認該家具為皮革製而購買」。


根據上述之說明，並舉 GREENTECH 一案對照之，當申請人以「GREENTECH」申請註冊時，即有著「綠能環保技術」或「綠色科技」之意思，以此作為商標圖樣指定使用於自行車等商品。如果消費者因為 GREENTECH 字樣而認為自行車等商品系出於綠色技術而購買，但事實上申請人所提供之自行車商品根本就不是出於綠色技術之下，而形成「該描述非屬事實，且消費者可能會誤認誤信，並影響其購買意願」之情況。因此以 GREENTECH 申請註冊商標，難謂不會造成消費者對於商標所表彰之產品品質、性質產生誤認誤信具有 green 或環保性質之可能，故在這種情況下，應有第 11 款之適用。

另外，再觀察我國實務上關於誤認誤信條款之適用，其對於綠色字樣組成之商標在拒絕註冊時適用該款之情形甚少，本款主要均使用於以地理名稱做為商標之一部而造成消費者誤認誤信之情況。然而若以地理名稱組成之商標申請註冊時，商標審查員是否會如同上述的「GREENTECH」一樣，只要該地理名稱在經過設計或是添加其他字句或圖案之後就可以順利註冊成為商標而受商標法之保護，抑或是認為仍有造成消費者誤認誤信之虞而駁回其申請。

在添加其他字句之案例中，如「格蘭有你」商標⁴²⁵、「布拉格文化」商標⁴²⁶和「Paris Fashion 及圖」⁴²⁷商標，商標審查員認為這些商標仍有使

425 ，核駁第 0337777 號，指定使用於第 033 類「葡萄酒、酒（啤酒除外）、含酒精之飲料（啤酒除外）」。

426 ，核駁第 0337896 號，指定使用於第 016 類「書籍；雜誌；期刊；季刊；書刊；漫畫；旅行指南；印刷品；印刷刊物；有聲書籍；明信片；筆記本；寫真集；日曆；月曆；桌曆；紙製容器；資料夾；便條夾；貼紙。」。

427 ，核駁第 0320222 號，指定使用於第 003 類「化粧品；香水；古龍水；乳液；防晒油；人體用清潔劑；美白護膚乳；美白面膜；肌膚保養液；燙髮液；護髮品；皮膚保養品；」。


一般消費者對其表彰商品之產地來源發生誤認誤信之可能。在「布拉格文化」一案中，商標審查員認為縱使申請人聲明「文化」不在專用之列，但該商標從客觀上整體觀之，仍有使公眾對商品之產地產生誤認誤信之虞。


若按照此一標準，那麼註冊第 01449060 號之「GREENTECH 及 G 設計圖」商標即使在 GREENTECH 部分聲明不專用，本文認為從客觀上整體觀之，其 GREENTECH 字樣難謂不會造成消費者對其商品之品質、性質產生誤認誤信之情況，而應依據商標法第 23 條第 1 項第 11 款之規定駁回其註冊申請。


又或者如經過設計或是添加其他圖樣組成之案例，如「大溪地 Tahiti Maltose 及圖」⁴²⁸、「原 harajuku 宿及圖」⁴²⁹、「六本木 roppongi 及圖」⁴³⁰、「YOKOHAMA 及圖」⁴³¹等商標⁴³²。在這幾個案例中，各個商標

洗面乳；沐浴乳；洗髮精；香精油；天然香精；香水香料；按摩精油；茶浴包。」。

428 ，核駁第 0333190 號，指定使用於第 030 類之花生糖。

429 ，核駁第 0332929 號，指定使用於第 018 類「公事包；公事箱；化粧包；化粧箱；手提包；手提箱；手提袋；旅行箱；書包；登山袋；皮包；皮夾；皮箱；背包；腰包；行李箱；購物袋；錢包；鑰匙包；露營袋。」。

430 ，核駁第 0332846 號，指定使用於第 018 類「公事包；公事箱；化粧箱；化粧袋；手提包；手提箱；手提袋；旅行箱；書包；登山袋；皮包；皮夾；皮箱；背包；腰包；行李箱；購物袋；錢包；鑰匙包；露營袋。」。

431 ，核駁第 0328599 號，指定使用於第 004 類「潤滑油、齒輪油、汽缸油、去漬油、油精、機油、機車油、皮帶油、鏈條油、基礎油、汽車驅動油、滲透油、循環油。」。

432 「高淳及圖」商標，核駁第 0315499 號，指定使用於第 031 類「魚、蝦、蛤、蚶、螺、蟹、蟳、九孔、海瓜子、烏龜、鰲、活水產、活小龍蝦、活甲殼類動物、活魚、活的龍

蝦、活淡菜、活牡蠣、活淡水螯蝦。」；「日月潭設計圖」商標，核駁第 0311311 號，指定使用於第 033 類「果酒（含酒精）；燒酒；蒸餾酒精飲料；蒸餾提取物（利口酒和烈酒）；

除了包含某地的地理名稱字樣之外，均加上設計的圖案來增加其識別性，然而商標審查員最終仍然依據第 11 款之規定駁回其註冊申請。審查員認為假使商標圖樣與其指定使用之商品間有「名不符實」之情事，而導致消費者對該商標圖樣所使用之文字或圖案與指定使用之商品間產生錯誤的聯想，造成有誤認誤信其商品之性質、品質或產地之可能者，此時即有第 11 款之適用，而不以確實發生誤認誤信之結果為必要。

從上述幾個由地理名稱組成的商標案例來看，本文發現縱使聲明不專用或是經過設計、添加其他字句和圖案來作為商標圖樣之一部，最終商標審查員仍會認為只要商品上標示含有地理名稱之商標，消費者通常會直接反應該商品是來自於某特定地區，有誤認誤信產地來源之現象。

故本文認為在以綠色字樣組成之商標申請註冊時，其審查應如同以地理名稱組成之商標一樣。一旦商品上標示以綠色字樣組成之商標會讓消費者立即反應該商品符合環保標準或是對環境友善，產生誤認誤信品質、性質之虞時即有商標法第 23 條第 1 項第 11 款之適用。

商標審查員不能因為該商標在綠色字樣部分聲明不專用或是添加其他字句、圖案增加識別性之後就准許其註冊。本文認為還是必須去考量當消費者看到這些以綠色相關字樣組成之商標標示於商品或服務上時，是否會誤導消費者產生錯誤之聯想而誤認誤信該商品或服務系符合某環保標準或是具有某種環保效益。

因為一旦商品之成分或性質不是真的使用環保原料所製做或是真的不具有某環保特性的話，當申請人以綠色相關字樣所組成之商標豈不是會讓消費者誤認誤信這些商品具有 green 或環保之性質或品質，此時應當有第 11 款之適用才對。否則對於不是真正使用具有 green 或環保之商品卻得以使用與 green 和環保有關的商標申請註冊成功，於此

葡萄酒；酒（利口酒）；酒（啤酒除外飲料）；含酒精液體（啤酒除外）；酒精飲料（啤酒除外）；



米酒。」；「KAMAKURAYA 及圖」商標，核駁第 0320743 號，指定使用於第 029 類「豆腐、豆花、豆漿、石花凍、洋菜（寒天）、豆皮、泡菜、蔬菜速食調理包。」。

情況下便會有產生漂綠（greenwash）之問題。

本文認為當以 eco、green 或其他與綠、環保、生態有關之“Green terms”組成之商標，指定使用於商品或服務時極易使消費者有誤認誤信該商品或服務符合綠色環保標準或具有環保性質之可能，而應有商標法第 23 條第 1 項第 11 款之適用。這正是因為現在綠色概念盛行，人們重視環保和生態，關注全球氣候變遷之發展，人們也開始思索自己可以為這個地球做些什麼事？最實際的做法就是實施綠色消費行動。

為貫徹綠色消費之精神，消費者便開始選購節能減碳之商品或是選擇使用符合綠色環保標準或具有環保材質之商品。但是一般普通消費者並無法真正了解到該商品或服務是否真具有環保效益，因此消費者在選購綠色商品時，看到商品上標示著「ecogreen」、「greenhome」、「green」等商標圖樣時，寓目所及之印象就會直接的認為這些商品或服務符合綠色環保標準或具有對環境友善之性質，在誤認誤信之情況下進而購買之。

本文認為倘若不肖商人利用這些綠色字樣構成之標識獲准註冊為商標，並以該商標指定使用於虛偽的綠色商品或服務，如此一來豈非誤導消費者陷於錯誤，進而誤認誤信商標所表彰商品或服務之性質或品質，造成一種「名不符實」之虛偽現象。在這一層虛偽的糖衣下，消費者被誘導購買虛偽的綠色產品並自以為自己真的選購對環境友善的綠色產品，然這般情形事實上顯然已侵害到消費者的權利並且亦有損害其經濟利益之虞。

然而更嚴重的是，我們不得不擴大解釋，一旦消費者都被這些不肖商人的「綠色」商標給誤導，那麼所有人都會去選擇購買那些本質上根本就不是對環境友善的綠色產品來使用，剝奪並妨礙消費者選擇使用真正綠色產品之機會，到最後不但消費者權益受到侵害，也會造成氣候變遷越來越嚴重。因為消費者一旦被誤導購買到虛偽的綠色產品，無形中也阻礙了大家想要減緩氣候變遷和保護地球環境的行動，因此我們必須排除不肖商人利用這些會造成消費者誤認誤信的虛假「綠色」商標去獲准註冊，讓消費者有更多的機會和權利可以去選擇使用真正對氣候變遷和地球環境有幫助的綠色產品。

故綜上所述，本文認為商標審查員在面對“green terms”構成之商標時，除了以不具識別性或描述性作為核駁之依據外，更應基於保護公益和考量商標本質以更嚴謹之態度來審查是否有違反商標法第 23 條第 1 項第 11 款之情形。



第五章 結論

「把人拼起來，地球就拼起來了，宇宙中沒有什麼比 60 億人的頭腦全數投注到一個問題上的力量還大。」⁴³³

湯馬斯·佛里曼，《世界又熱、又平、又擠》

氣候變遷所帶來的種種威脅，包含了全球溫度不斷升高、冰川的融化、極端氣候的出現、還有糧食短缺等嚴重問題，使得人們也不得不開始正視地球環境保護和永續發展之問題。然而由於氣候變遷的現象早已發生，人們目前所能做的也只能設法減緩氣候變遷的持續惡化，降低其對環境所造成的衝擊，並且人們也應自我調適來適應生活在氣候變遷影響下之環境裡。因此本文從氣候變遷與智慧財產權間之關係進行探討，試著找出其對於減緩氣候變遷之幫助，故以下兩點即本文從專利和商標制度面上分析出來對於減緩氣候變遷可提供之協助：

一、 在專利制度面上

對於該如何減緩氣候變遷，從 UNFCCC 之架構下可看出端倪，也就是藉由各國來控制溫室氣體的排放量以達成減緩氣候變遷之目的。因此各國為了有效控制溫室氣體，便將產業型態轉向綠色產業之開發，將資金投入於研發綠色技術，例如可以提高能源效用或是減少溫室氣體排放之技術。既然綠色技術對於減緩氣候變遷有著相當之效益，那麼我們也應該給予技術發明者一些鼓勵和保護，例如藉由專利制度之運用。承如本文之研究，在綠色技術先進之國家，其為了讓綠色技術之所有人可以盡早取得專利權，均普遍設置綠色通道來加快綠色專利技術的審查程序，使得綠色創新之成果能夠更快被擴散出去。

然而綠色技術雖然可以受到專利制度之保護，但在無形中卻也阻礙了綠色技術之擴散，因為綠色專利權人係取得一獨佔之權利，可以在一定期間內享有該綠色技術的壟斷權，如此一來將會使綠色技術無法適度擴散出去。

⁴³³ Thomas L. Friedman，同註 1，頁 478。

為了突破這樣的困境，EPC 機制的成立和技術移轉或許可以提供一個解套措施。藉由 EPC 機制的交流平台，不同的企業間可提供不同的綠色專利與人分享，如此一來不但可適度解決綠色技術無法擴散之問題，還能增進企業間的共同合作促使更多綠色技術被研發出來。

另外，在國際規範架構下，有著關於綠色技術移轉之規定，這是因為先進的綠色技術大多均被掌握在已開發國家手中，而開發中國家可能會因為資金和技術的不足而無法獨自研發綠色技術，此時若透過技術移轉之規定使已開發國家將先進的綠色技術移轉給開發中國家使用的話，不但可達成綠色技術的快速擴散，還能幫助開發中國家奠定綠色產業之基礎。但因為國家立場不同和政治、經濟等因素之考量，已開發國家不太願意將先進的綠色技術移轉給開發中國家。

然而若考慮賦予綠色專利一強大的公益性，以公權力來介入綠色專利的授權協商，也就是透過強制授權制度來幫助綠色技術之擴散也仍有很大的考量空間，因為例如綠色技術在本質上不像藥品具有不可替代性的性質，又或者如環境保護之目的是否真能夠符合公益性等問題都是必須去思考的。

在受氣候變遷之影響下，台灣的政策也開始朝向低碳永續的發展，在 2008 年核定的「永續政策綱領中」即明白揭示將著重於提高能源效率、發展潔淨能源和確保能源供給穩定，鼓勵各產業積極的投入綠色技術之研發。之後又於 2009 年核定「綠色能源產業旭升方案」著重於開發太陽光電、LED 光電照明、風力發電等 7 項與替代能源和節約能源有關之技術。

在政府大力支持各單位研發綠色技術之下，大量的綠色技術不斷地被發明創造出來，然而我國雖亦有建構專利加速審查之申請機制，但該加速審查程序並非針對綠色技術。如果綠色技術的發明創新無法透過加速審查機制來縮短取得綠色專利權利之時間的話，那麼對於綠色專利技術的擴散和後續的商品市場化都會受到拖延，那麼勢必也將拖延對於減緩氣候變遷之幫助。因此政府若能仿效其他國家專門設置綠色通道來加快綠色技術專利的審查程序或是從我國現有的快速審查機制下，把綠色技術增列為可快速審查之項目，那麼將有助於申請人可盡早取得綠色技術的專利權並且亦能加速綠色技術商品化，以達成減緩氣候變遷之目的。

二、 在商標制度面上

一般在論及智慧財產對氣候變遷能提供什麼樣的幫助時，大部分均著重在專利制度之探討，尤其是關於綠色加速審查機制之建立或是綠色專利技術的移轉、授權等問題，而都忽略了商標制度對於氣候變遷之幫助。事實上在商標制度上可以藉由商標和證明標章之運用來協助消費者購買真正對環境友善的綠色產品。

因為在減緩氣候變遷並朝地球永續發展之概念下，綠色消費風潮越來越盛行，人們在購買商品或服務時會將環保意識納入採購因素之中。因此市面上也出現越來越綠色產品。這些綠色產品不斷的推陳出新，主要就是為了抓住消費者的目光，吸引消費者前來購買，而為了使消費者可以在眾多商品或服務中辨識出自己的綠色產品，企業就開始註冊所謂的綠色商標，一方面藉由綠色商標傳達對環境友善的訊息，另一方面藉由商標指示產品之來源。因此消費者在購買綠色產品時會選擇有良好商譽企業所使用之商標來購買。

另一方面，政府也開始積極推動綠色證明標章之使用，例如省水標章，標示該標章之產品，即代表該產品經過公正、公平第三人之檢驗、驗證，確實達到一定程度的省水標準。因此在綠色證明標章之使用下，其均代表該產品符合某種環保標準，並且經過檢驗和認證，使消費者可以安心的購買之。

然而消費者的這股環保意識卻也引來了不肖商人的有利可圖，不肖商人把自己的虛偽綠色產品流通到市面上去販售，混淆在真正綠色產品之中，讓不知情的消費者誤以為商品上所標示的綠色、環保等字樣係真正的綠色產品而購買之。因此這些以 green、eco、clean、nature 等與綠色或環保相關的字所組成的綠色標識真的可以註冊為商標嗎？

按本文之研究，在美國商標實務審查上，TTAB 對於綠色標識之態度多數係以僅具描述性而拒絕其註冊，其認為”green terms”常被用來只是商品或服務具有對環境友善的特性，尤其是 green 一字，不再單純代表綠色而已，還具有環保或對環境友善之意。因此在這種情況下，以”green terms”組成之標識指定使用於綠色產品時難免會讓人誤以為該標識只是產品的描述或說明，而不具有指示產品來源或出處之功能。

而在我國商標實務審查之情況下，本文發現以包含 green 一字在內所組成之標識申請註冊時，其被核駁的依據通常為商標法第 23 條第 1 項第 1 款之不具識別性、第 2 款之描述性、第 11 款之誤認誤信和第 13 款之混淆誤認，尤其以不具識別性和僅具描述性為多數，因此我們可以推敲出我國實務審查如同美國實務審查一般，皆認為以”green terms”組成之標識為描述性標識而不具識別性。

本文在進行案例檢索時發現在這 4 款規定當中，以第 11 款作為拒絕註冊的法條依據之案例數最少，然而本文認為第 11 款之適用係非常恰當。因為消費者在選購綠色產品時，往往是透過商品上所標示之資訊來判斷是否為綠色產品，因此當以“green terms”構成之標識被使用在產品上時，消費者一看到 green、eco 或 clean 等字樣很容易就會誤認誤信該商品或服務係符合某環保標準或具有環保性質之可能，在這種情況下，消費者誤以為該產品係真正綠色品而購買時係有損害消費者權益之情形。故若標識為有關產品性質、品質等重要特性之描述，但該描述非屬事實，且有使消費者誤認誤信並影響其購買意願的話即有第 11 款之用。

企業註冊綠色商標之用意除了為使消費者可以從眾多商品中區別出自己與他人之產品外，另一個目的就是因為商標具有廣告之功能，企業常將綠色商標與廣告行銷作結合，來加深消費者對於自己綠色產品之印象。然而有些不肖企業就利用商標具有廣告功能的特點，為了推銷自己的虛偽綠色產品居然以”green terms”組成之綠色標識進行廣告宣傳，向消費者傳達不真實的產品資訊，在這種情況下便產生漂綠的問題。

然而漂綠之現象不僅僅存在於企業以”green terms”組成之綠色商標來誤導消費者而已，還會發生在企業使用虛偽綠色證明標章、聲稱未經證實的綠色資訊、或是故意強調某環保特點但卻隱瞞其對環境造成更大傷害等之現象。由於企業的漂綠行為可能會誤導消費者，使其以為該商品或服務係真正綠色產品而購買之，如此一來也會使得消費者權益遭受損害。

面對漂綠現象，在台灣法規範之下，可以運用商標法、刑法、公平交易法、商品標示法、消費者保護法、和民法等相關規範來作為防制措施。如對於綠色標識的申請註冊上，可透過商標法第 23 條第 1、2、3、11 項之相關規定來嚴格審查其得否註冊，並且在註冊之後才發生使公眾誤認誤信

商品或服務之性質、品質或產地之虞者，也還能依據同法第 57 條第 1 項第 5 款之規定廢止其註冊。

另外，對於企業使用虛偽綠色證明標章之行為，不但得以適用商標法第 96 條以下之規定進行刑事處罰，也可能構成刑法第 255 條第 1 項商品虛偽標示罪和第 339 條詐欺罪。又例如在廣告上就商品之品質或內容等為虛偽不實或引人錯誤之表示來誤導消費者選購，即有不實廣告之現象，此時有違反公平交易法第 21 條第 1 項之規定並得依據同法第 41 條之規定為行政處罰。

而在消費者保護責任之下，若根據消費者保護法第 22 條之規定，企業經營者應確保廣告內容之真實性，即倘若企業在進行綠色廣告時就必須確保該商品或服務具有廣告內容所聲稱的環保特性或其真實性，否則，一旦消費者權益受侵害之情況下，企業經營者就必須負起懲罰性賠償金之責任。

在台灣的法規範體制下，雖然我們可以透過商標法、刑法、公平交易法、商品標示法等相關規範來作為防制措施，然而這些規範終究係散落在不同的法領域中，而且也沒有一定的標準和概念可循。或許以目前的狀況還可以透過上述的規範來進行防制措施，然而面對越來越嚴重的漂綠問題，本文認為還是應該建立一套完整的制度來作為防制措施較為妥當，例如美國聯邦貿易委員會所制定的綠色指南即可作為一良好的範本。

綠色指南的制定目的即在於協助企業確保其所聲稱的環境聲明是正確且真實的，即避免其做出誤導性或欺騙性的環境營銷聲明，並提高消費者對於綠色產品環境聲明之信心。該指南規定企業在對於商品或服務進行環境聲明時必須提供相關證據來證明其所聲稱之環保聲明，且不得誇大環保特性或效果。另外在指南中也對於一些環保聲明之術語進行解釋，例如碳補償或可再生材料等字，此解釋將有助於企業或消費者了解環保聲明之內容，以避免產生混淆或誤解。

在氣候變遷與智慧財產權的關係中，本文認為智慧財產權中的工業財產權即專利和商標與氣候變遷之議題有著極為密切之關係，因此本文的研究重心係以工業財產權為主，並且著重於商標之討論。然而面對氣候變遷帶來的種種威脅，雖然我們可以從法制面上幫助減緩氣候變遷之現象，然而倘若人們真的為地球著想，我們就必須放下自身利益，把世界上的每一

個人都串連起來，大家攜手共同合作來保護地球，惟有如此我們才能朝地球永續發展邁進。



參考文獻

一、 中文文獻

(一) 專書

1. 王革華等人，永續發展與能源，新文京出版，2008年2月（網路版本，資料來源 http://taise.org.tw/publication_topics.php?cid=60&cid2=40，最後瀏覽日：2012/3/29）
2. 吳嘉生，智慧財產法通論，一品文化出版社，初版，2009年7月。
3. 呂理德等合著，關鍵時刻：氣候變遷·台灣準備，余紀忠文教基金會出版，初版，2009年8月。
4. 汪渡村，商標法論，五南出版社，2版1刷，2011年2月。
5. 施文真，綠化WTO？—貿易、環境與台灣，國際經貿法與國際環境法系列叢書（一），元照出版，初版，2008年1月。
6. 范建得主編，京都議定書與清潔發展機制CDM100問，元照出版，初版1刷，2008年4月。
7. 倪貴榮，貿易、環境與公共健康—全球治理與在地需求之調和，元照出版，初版，2006年11月。
8. 財團法人資訊工業策進會 科技法律中心，你不可不知的綠色科技法律，商周出版，初版，2010年9月。
9. 葉俊榮，全球環境議題—臺灣觀點，巨流出版社，初版，1997年7月。
10. 鄭中人，智慧財產權法導論，五南出版社，3版7刷，2009年3月。
11. 蔡幼華總編輯，地球暖化，怎麼辦？請看「京都議定書」的退燒妙方，新自然主義出版，初版，2006年10月。
12. 蔡墩銘，環保與法律，翰蘆圖書出版社，2007年1月。
13. 劉安怡、劉依如、莊潔撰文，全球暖化系列：地球發燒ing—冰雪世界正融化，銳迅多媒體公司出版，2011年9月。
14. 劉安怡等人撰文，全球暖化系列：地球發燒ing—面對暖化的人類世界，銳迅多媒體公司出版，2011年9月。
15. 魏國彥、許晃雄，全球環境變遷導論，教育局印行，1997年10月（網路版本，資料來源：<http://140.115.123.30/gis/globalc/index.htm>，最後瀏覽日：2012/8/30）

(二) 期刊

1. 于寧、賴明伸，全球各國綠色政府採購運動之發展現況與展望，環保標章簡訊，2000年，21期，頁3-21。
2. 于寧、賴明伸，綠色消費的國際發展趨勢，科學發展，2005年3月，387期，頁20-25。
3. 王敏銓，美國商標法上識別性之研究，智慧財產權月刊，2004年7月，67期，頁87-106。
4. 王肇偉，歐盟、美國及中國在哥本哈根氣候變遷會議之策略研究，歐洲國際評論，2011年，7期，頁147-178。
5. 行政院消費者保護委員會，消費者的權利與義務，消費者保護研究第01輯，2007年2月，頁149-150。
6. 朱雪忠，論低碳發展與我國專利法的完善，知識產權，2011年，6期，頁3-8。
7. 呂姝賢、張雅惠、劉沿汝，商標識別性我國案例之介紹，智慧財產權月刊，2007年7月，103期，頁5-29。
8. 邱泰川，新時代的設計理念—從搖籃到搖籃，台電月刊，2009年2月，554期，頁31-35。
9. 余騰耀，我國綠色產業科技與市場發展趨勢，機械月刊，2009年11月，頁65-82。
10. 何雋，綠色專利—應對氣候變化的技術創新制度，清華法治論衡，2010年，1期，頁328-341。
11. 吳宗錦編，全球暖化的關鍵2°C，華商世界，2010年1-3月，5期，頁17-19。
12. 吳宗錦編，綠能產業蘊藏豐富商機，華商世界，2010年3-5月，5期，頁20-21。
13. 呂慧敏，綠色新政（Green New Deal）的意義與課題，經建會國際經濟情勢雙週報，2010年，1706期，頁5-15。
14. 肖夏，綠色專利審查的法律問題研究，華南理工大學學報（社會科學版），2011年2月，13卷1期，頁40-45。
15. 初曉波，日本的低碳城市建設—以東京都為中心的研究，科學中國人，2011年，12期，頁52-59。
16. 林子倫，後京都氣候談判的五大難題，能源報導，2009年10月號，頁9-13。
17. 林子倫，哥本哈根會議後的全球氣候政治趨勢，能源報導，2010年2月號，頁5-9。
18. 林子倫，德班氣候會議—啟動新一輪「低碳路線圖」談判，能源報導，2012年2月號，頁9-11。
19. 柳中明，全球氣候變遷之衝擊與調適策略探討，科技發展政策報導，2008年7月，4期，頁1-18。
20. 范建得、簡慧貞、石信智、吳奕霖，碳交易的概念及其應有的法律規則，永續產業發展雙月刊，2010年4月，49期，頁18-35。

21. 侯春岑，我國及各國加速審查機制之簡介及比較，萬國法律，2010年6月，171期，頁24-31。
22. 洪家龍，綠領工作新趨勢，能源報導，2010年8月號，頁14-16。
23. 柴松林，消費者主義發展的新方向，消費者保護研究第1輯，2007年2月，頁17-22。
24. 柴松林，從環境主義到綠色消費主義，消費者保護研究第2輯，2007年2月，頁87-96。
25. 徐升權，適應與應對氣候變化相關的知識產權制度問題研究，知識產權，2010年，5期，頁19-25。
26. 陳曼麗，由綠色判準到綠色消費，看守台灣，2005年春，7卷1期，頁38-39。
27. 陳輝俊、楊秉純，我國節約能源技術發展及產業推動措施，永續產業發展雙月刊，2010年4月，49期，頁68-75。
28. 陳玲慧，台灣綠色新政與發展願景，永續產業發展雙月刊，2010年10月，52期，頁9-21。
29. 陳春山，化責任為長期價值的企業永續治理，永續產業發展季刊，2011年6月，55期，頁20-29。
30. 高永懿、陳可南、盛安平，全球低碳技術專利發展態勢分析，科學雜誌，2011年6月，6卷3期，頁44-50。
31. 孫偉碩、陳慈君、朱寶萱，綠色產業發展的國際現況與策略研析，碳經濟，2011年8月，22期，頁29-56。
32. 張嘉玲、陳明義，綠色產業發展趨勢，科學與工程技術期刊，2009年，5卷1期，頁11-17。
33. 張睿哲、陳冠蓉、吳韶淳、謝孟儒、梁雅閔，綠能技術專利快速審查機制，智慧財產權月刊，2010年10月，142期，頁78-114。
34. 許曉芬，從比較法觀點論妨害公共秩序或善良風俗之商標—評智慧財產權法院97年度行商訴字第85號判決，高大法學論叢，2011年9月，7卷1期，頁123-156。
35. 許曉芬，免死金牌抑或通行令？論著名商標之侵害判斷—評最高法院99年度台上字第1632號判決，月旦法學雜誌，2011年12月，199期，頁184-197。
36. 許曉芬，使公眾誤認誤信商標之探討—評最高行政法院99年度判字第1924號判決，月旦法學雜誌，2012年3月，202卷，頁202-217。
37. 黃宗煌、李堅明、王金凱，綠色新政：內涵與啟示，碳經濟，2009年5月，13期，頁67-86。
38. 楊瑪利、徐仁全、黃漢華、呂愛麗，影響未來最關鍵的會議、改變台灣的機會，就在哥本哈根，遠見雜誌，2009年12月，282期，頁244-312。
39. 劉志堅，產業的綠色產品及綠色管理策略—歐盟RoHS、WEEE指令的因應之道，看守台灣，2004年冬，6卷4期，頁45-58。
40. 鄧振球，商標名稱通用化之理論與實務，科技法學評論，2008年3月，5卷

1 期，頁 183-223。

41. 榮沛芳，全球綠色新政與綠色經濟，能源報導，2009 年 10 月號，頁 35-37。
42. 鄭友德、李薇薇，論漂綠營銷及其法律規制與監管，法學，2012 年，1 期，頁 115-125。
43. 蔡明誠，論商標之抽象識別性與具體識別力要件—以行政法院 89 年度判字第 251 號判決為例，法令月刊，2000 年 10 月，51 卷 10 期，頁 526-538。
44. 蔣本基，綠色科技發展回顧與展望，永續產業發展雙月刊，2008 年，41 期，頁 56-67。
45. 劉筠筠，綠色技術創新模式下的專利制度設計，商業時代，2011 年，3 期，頁 108-109。
46. 蕭代基、洪志銘，綠色稅制與產業轉型，永續產業發展雙月刊，2010 年 10 月，52 期，頁 22-30。
47. 謝惠子，生活作環保，消費看標章—綠色消費與「環保標章」，能源報導，2007 年 6 月號，頁 11-13。
48. 羅先群，“綠色通道”—此道非彼道，China IP，2010 年 9 月，頁 24-26。
49. 顧洋，聯合國氣候變化綱要公約第 17 次締約國大會觀察與感想，能源報導，2012 年 2 月號，頁 5-8。

(三) 碩士論文

1. 林佳世，WTO 技術性貿易障礙之研究-以環保標章制度為例，中原大學財經法律學系碩士論文，2002 年 6 月。
2. 陳佳成，國際體制形成之討論：以京都議定書為例，東海大學政治學系碩士論文，2002 年 6 月。
3. 黃麗潔，論企業經營者之廣告責任--以民法及消費者保護法為中心，成功大學法律系碩士論文，2009 年 6 月。
4. 謝枚霏，美國商標法之保護—以網域名稱為主，中正大學財經學法律研究所碩士論文，2003 年 6 月。

(四) 譯本

1. Daniel Goleman，綠色 EQ(Ecological Intelligence)，張美惠(譯)，時報文化出版，2010 年 3 月，初版 1 刷。
2. Tim Flannery，是你，製造了天氣：全球暖化危機(We Are the Weather Makers: the Story of Global Warming)，林雨蓓譯，高島國際出版，2007 年 3 月，初版。
3. Thomas L. Friedman，世界又熱、又平、又擠(Hot, Flat, and Crowded)，丘羽先等人譯，天下遠見出版，2008 年 10 月，第 1 版。
4. 三橋規宏，綠色復甦時代-企業打敗不景氣的新藍海策略(サステナビリティ

經營)，朱麗真譯，商周出版，2009年1月，初版。

(五) 網路資料

《法律、氣候、環境、能源等》

1. 經濟部智慧財產局，<http://www.tipo.gov.tw/ch/> (最後瀏覽日：2012/8/30)
2. 經濟部資策會科技法律研究所，<http://stli.iii.org.tw/Default.aspx> (最後瀏覽日：2012/4/1)
3. 知識產權與競爭法研究網，<http://www.whuipr.com/> (最後瀏覽日：2012/6/12)
4. 華中大法律網，<http://law.hust.edu.cn/Law2008/> (最後瀏覽日：2012/8/14)
5. 中國知識產權報資訊網，<http://www.cipnews.com.cn/index.asp> (最後瀏覽日：2012/8/14)
6. 全球環境變遷，<http://gis.geo.ncu.edu.tw/gis/globeenv.htm> (最後瀏覽日：2012/3/10)
7. 國立台灣大學全球變遷研究中心，<http://www.gcc.ntu.edu.tw/> (最後瀏覽日：2012/3/9)
8. 全球氣候變遷公民會議資訊平台，<http://unfccc.epa.gov.tw/epacafe/index.html> (最後瀏覽日：2012/3/10)
9. 台灣因應氣候變化綱要公約資訊網，<http://www.tri.org.tw/unfccc/index.htm> (最後瀏覽日：2012/4/13)
10. 交通部中央氣象局，<http://www.cwb.gov.tw/V7/> (最後瀏覽日：2012/3/13)
11. 行政院環境保護署，<http://www.epa.gov.tw/> (最後瀏覽日：2012/4/12)
12. 台灣環境資訊協會，<http://www.e-info.org.tw/> (最後瀏覽日：2012/4/13)
13. 經濟部能源局能源報導，<http://energymonthly.tier.org.tw/index.asp> (最後瀏覽日：2012/4/30)。
14. 能源通識站，<https://www.ls-energy.hk/index.php> (最後瀏覽日：2012/4/11)
15. Eco Life 清淨家園顧厝邊綠色生活網，<http://ecolife.epa.gov.tw/default.aspx> (最後瀏覽日：2012/4/12)
16. 綠色生活資訊網，<http://greenliving.epa.gov.tw/GreenLife/> (最後瀏覽日：2012/08/25)
17. 節能標章全球資訊網，<http://www.energylabel.org.tw/> (最後瀏覽日：2012/5/8)
18. 節能減碳教育網，<http://phsu.ie.ntnu.edu.tw/> (最後瀏覽日：2012/3/28)

《新聞時事》

1. 今日新聞，<http://www.nownews.com/>（最後瀏覽日：2012/08/21）
2. 台灣立報，<http://www.lhpao.com/>（最後瀏覽日：2012/08/21）
3. 維基百科，<http://zh.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>（最後瀏覽日：2012/4/11）
4. TVBS 新聞，<http://www.tvbs.com.tw/index/index.html>（最後瀏覽日：2012/3/23）
5. 中央廣播電台，<http://news.rti.org.tw/>（最後瀏覽日：2012/4/13）
6. 大紀元新聞，<http://www.epochtimes.com/>（最後瀏覽日：2012/3/31）
7. 人民網，<http://www.people.com.cn/>（最後瀏覽日：2012/4/20）
8. 中國工會新聞，<http://big5.workercn.cn/www.workercn.cn/>（最後瀏覽日：2012/3/16）
9. IT 商業新聞網，<http://www.itxinwen.com/>（最後瀏覽日：2012/6/1）
10. 上海情報服務平台，知識產權情報，<http://www.libnet.sh.cn:82/gate/big5/www.istis.sh.cn/index.aspx>（最後瀏覽日：2012/3/20）

《其他》

1. 中華民國外交部，<http://www.mofa.gov.tw/Official/Home/Index>（最後瀏覽日：2012/5/27）
2. 工業技術研究院，<https://www.itri.org.tw/chi/index.asp>（最後瀏覽日：2012/4/12）
3. 國家政策研究基金會，<http://www.npf.org.tw/>（最後瀏覽日：2012/4/13）
4. 政治大學國際事務學院，國際法學研究中心，<http://www.cils.nccu.edu.tw/>（最後瀏覽日：2012/3/31）
5. 台灣經濟研究院，<http://www.tier.org.tw/>（最後瀏覽日：2012/4/20）
6. 高瞻自然科學教學資源平台，<http://highscope.ch.ntu.edu.tw/wordpress/>（最後瀏覽日：2012/4/1）
7. 永續公共工程入口網，<http://eem.pcc.gov.tw/>（最後瀏覽日：2012/4/26）
8. 企業永續發展協會，<http://www.bcsd.org.tw/>（最後瀏覽日：2012/4/25）
9. 經濟部投資業務處企業社會責任，<http://csr.moea.gov.tw/main.aspx>（最後瀏覽日：2012/4/25）
10. 經濟部推動綠色貿易專案網，<http://www.greentrade.org.tw/>（最後瀏覽日：2012/4/25）
11. 公平交易委員會，<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/index.aspx>（最後瀏覽日：2012/08/25）
12. 同心企業社會責任網，<http://www.csrone.com.tw/index.php>（最後瀏覽日：2012/08/25）

(六) 研討會論文及研究報告

1. 許晃雄，氣候變遷展望，「邁向 21 世紀：全球變遷之衝擊與因應」研討會，主辦單位：台灣大學全球變遷研究中心，1997 年 6 月。
2. 許曉芬，兩岸綠色專利制度建構之研究，海峽法學論壇研討會，中國福州，2011 年 8 月 18-19 日
3. 許曉芬，Climate Change and the Patent System：What is the Role for Patent Law in Asia Post-Copenhagen?, The 9th ASIAN LAW INSTITUTE (ASLI) ANNUAL CONFERENCE, Singapore, 2012/05/31-2012/06/01
4. 我國發展綠色產業之願景及策略，研究機構：財團法人中華經濟研究院，研究主持人：溫麗琪，委託單位：行政院研究發展考核委員會，2005 年 5 月。
5. 我外交應如何因應後京都議定書及其機制之專題報告，委託單位：條法司環境永續外交小組，執行單位：台灣經濟研究院國際處，2008 年 2 月。

二、 外文文獻

(一) 專書

1. LANE, Eric L., Clean Tech Intellectual Property：Eco-marks、Green Patents and Green Innovation, Oxford University Press (201103)

(二) 期刊

1. BAKSI, Soham & BOSE, Pinaki, Credence Goods, Efficient Labelling Policies, and Regulatory Enforcement, Environmental & Resource Economics, 37 (2007)
2. CHEN, Albert B. & ABBOTT, Matthew F., Protecting Green Products in Today's Business Environment, Bloomberg Intellectual Property Law Reports (2011), available at：
<http://www.kramerlevin.com/Bloomberg-Law-Reports---Intellectual-Property-Protecting-Green-Products-in-Todays-Business-Environment-08-15-2011/> (last visited：2012/7/11)
3. DAHL, Richard, Green Washing：Do You Know What You're Buying? Environmental Health Perspectives, Vol118(6), A246-A252, atA247 (201006), available at：<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2898878/> (last visited：2012/8/14)
4. GORMAN, Maureen Beacom, What Does it Mean to be Green：A Short Analysis of Emerging IP Issues in "Green" Marketing, 9 J. Marshall Rev. Intell. Prop. L.

(2010)

5. GOLLIN, Michael A., Using Intellectual Property To Improve Environmental Protection, 4 Harv. J. Law & Tec 193 (1991)
6. KIRCHHOFF, Stefanie, Green Business and Blue Angels, Environmental and Resource Economics, 15 (4) (2000)
7. LITTLE, Trevor, Doing The Right Thing ? The Dangers of Environmental Claims, brands in the boardroom (2011) , available at :
<http://www.iam-magazine.com/issues/article.ashx?g=653e2b79-186c-4890-84fc-460a793eaa00> (last visited : 2012/7/10)
8. MCNEIL, Andy, Don't Be Envious - You Too Can Obtain a "Green" Trademark, IP Newsflash (200906) ,
<http://www.mmmlaw.com/media-room/publications/newsletter/june-ip-newsflash-dont-be-jealous-you-too-can-obtain-a-green-trademark> (last visited : 2012/7/10)
9. TOBIN, Donna A., Environmental Marketing Claims : What to Know before Waving the "Green" Flag, Bloomberg Intellectual Property Law Reports (2009) , available at :
<http://www.bakerlaw.com/files/Uploads/Documents/News/Articles/INTELLECTUAL%20PROPERTY/Bloomberg%20-%20Tobin%20-%202009.pdf> (last visited : 2012/7/11)
10. TSCHUPP, Michael, When green means no, Intellectual Property Magazine (201108) , available at :
<http://www.etlaw.com/content/green%20means%20no%20article.pdf> (last visited : 2012/7/12)
11. TSCHUPP, Michael, Growing Your Eco-brands in a Changing Climate, World Trademark Review (201212) , available at :
http://sustainablemarks.com/WTR_34%20Eco-brands%20.pdf (last visited : 2012/7/12)
12. WILLIAMS, Natasha & LLOYD, Mike, Turning Green into Gold ? The rise and risks of green trade marks and branding, Griffith Hack (2010) , available at :
http://www.griffithhack.com.au/Assets/1743/1/GH_GreenTradeMarks_October_2010.pdf (last visited : 2012/7/12)

(三) 研究報告

1. GUNDERSEN, Glenn A., 2008Dechert LLP Annual Report on Trends in Trademarks (2008)
2. GUNDERSEN, Glenn A., 2009Dechert LLP Annual Report on Trends in Trademarks (2009)
3. STERN, Nicholas, The Economics of Climate Change : The Stern Review(200701) ,

available at :

http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.hm-treasury.gov.uk/independent_reviews/stern_review_economics_climate_change/stern_review_report.cfm (last visited : 2012/4/21)

(四) 網路資料

《法律、氣候、環境、能源等》

1. 世界智慧財產權組織 World Intellectual Property Organization , at :
<http://www.wipo.int/portal/index.html.en> (last visited : 2012/5/31)
2. 美國專利商標局 The United States Patent and Trademark , at :
<http://www.uspto.gov/web/offices/pac/mpep/index.html> (last visited : 2012/8/20)
3. 歐洲專利局 European Patent Office , at : <http://www.epo.org/> (last visited : 2012/6/6)
4. 英國智慧財產局 Intellectual Property Office , at : <http://www.ipo.gov.uk/> (last visited : 2012/3/20)
5. 日本專利局 Japan Patent Office , at : <http://www.jpo.go.jp/indexj.htm> (last visited : 2012/5/31)
6. 韓國智慧財產局 Korean Intellectual Property Office , at :
<http://www.kipo.go.kr/kipo/user.tdf?a=user.english.main.BoardApp&c=1001> (last visited : 2012/5/31)
7. 聯合國氣候變化綱要公約 United Nations Framework Convention on Climate Change , at : <http://unfccc.int/2860.php> (last visited : 2012/8/12)
8. 政府間氣候變遷小組 , Intergovernmental Panel on Climate Change , at :
<http://www.ipcc.ch/> (last visited : 2012/4/12)
9. 世界氣象組織 World Meteorological Organization , at :
http://www.wmo.int/pages/index_en.html (last visited : 2012/4/12)
10. 聯合國環境規劃署 United Nations Environment Programme , at :
<http://www.unep.org/> (last visited : 2012/4/12)
11. 世界企業永續發展理事會 World Business Council for Sustainable Development , <http://www.wbcsd.org/home.aspx> (last visited : 2012/3/20)

《其他》

1. 聯合國 United Nations , at : <http://www.un.org/en/> (last visited : 2012/5/30)

2. 聯合國工業發展組織 United Nations Industrial Development Organization , at :
<http://www.unido.org/index.php> (last visited : 2012/4/27)
3. 國際消費者協會 Consumers International , at :
<http://www.consumersinternational.org/> (last visited : 2012/5/6)
4. 美國聯邦貿易委員會 Federal Trade Commission , at :
<http://www.ftc.gov/index.shtml> (last visited : 2012/08/27)
5. 英國衛報 , at : <http://www.guardian.co.uk/> (last visited : 2012/4/18)
6. 藍天使網站 Blue Angel , at : <http://www.blauer-engel.de/en/index.php> (last visited : 2012/5/4)
7. TerraChoice , at : <http://terrachoice.com/> (last visited : 2012/8/15)

