

何謂後天識別性？

商標申請須具有識別性，而商標識別性又區分為先天識別性與後天識別性，前者指商標本身固有，不須經由使用而取得其識別能力；後者則為本身原不具備識別性，但經由在市場上大量使用，廣為相關消費者所知悉，得認識其為商品或服務來源之標識，則具有商標識別性。

然而，有種狀況是不得透過使用取得後天識別性而核准註冊（即本身單純為功能性文字所組成之商標），如商標若僅為發揮商品或服務的功能所必要者，基於公益考量，為避免妨礙公平競爭與社會進步，禁止由一人獨佔，亦不能因申請人經過使用且在交易上成為識別標識而主張具有後天識別性，縱使其註冊已超過5年，若確實為發揮商品或服務的功能所必要者，仍有被撤銷註冊的可能。

核駁案例如下：

- 一、「Parfum」即法文之香水，使用於香水商品，為商品本身的通用名稱。
- 二、「職人用」在日文為專門職業人士使用的意思，指定使用於牛奶、奶水、鮮乳、乳酪粉、鮮奶油等商品，為商品適用對象或商品品質、特性的說明。
- 三、「德用」在日文表示物美價廉、經濟實惠之意，指定使用於蜜餞、口香糖、太妃糖、水果糖等商品，有自我標榜標

示該商標的商品物美價廉之意，為商品的相關說明。

四、「一番鮮」使用於啤酒、汽水、果菜汁、四物飲料等商品，「一番」為日文「第一」之意，「一番鮮」有最新鮮的意思，為指定商品品質、特性的說明。