

永續浪潮下的商標法新趨勢： 歐盟「綠色聲明指令」之啟示

許曉芬*

壹、前言：從漂綠到真綠

從「漂綠」(greenwashing)到「真綠」，現代市場與法制規範正面臨資訊誠信的轉捩點。企業在行銷與品牌策略中所運用的環境聲明用語(environmental claims)，已不再單純是消費選擇的修辭工具，而是直接關係到消費者信賴度的關鍵訊息來源。當商品包裝上標示「環境友善」、「綠色永續」或「節能減碳」等字樣時，這些用語所傳遞的不只是企業價值，更應是一種「事實主張」，而現行法制是否足以對此進行驗證與監督，則關乎市場能否實現真正的永續轉型。

在此背景下，歐盟預計2026年2月正式生效的「綠色聲明指令」(Green Claims Directive)¹，雖然目前尚未完全完成歐盟複雜的立法程序，但該草案自提出以來，已清楚展現歐盟在回應漂綠問題上的治理企圖。其核心制度設計聚焦於資訊定義明確化、揭

露義務強化、第三方驗證制度與跨境執法協調，顯示綠色治理將由倡議型規範轉型為具法律拘束力之制度架構。

有鑒於此一制度將會深刻影響市場運作模式與企業資訊義務，本文以下將分析「綠色聲明指令」草案，依序梳理其立法背景、條文內容與政策意涵，並探討其對商標制度，特別是綠色標章與環境主張審查所構成之挑戰。最後，將回應台灣現行法制面臨的制度落差與潛在調整方向，提出若干初步觀察與反思。

貳、歐盟「綠色聲明指令」草案之 立法背景與政策脈絡

在進一步分析「綠色聲明指令」草案條文內容與制度設計之前，有必要先釐清該指令所立基之政策脈絡與立法進程。此一指令並非橫空出世，而係承繼歐盟過去十餘年對漂

* 本文作者係國立成功大學法律學系教授，法國史特拉斯堡大學法學博士。

註1：Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive), 22.3.2023 COM (2023)166 final, available at <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2023%3A0166%3AFIN> (last visited: 2025.04.05)

綠現象、資訊不對稱與消費市場誤導問題之制度性進展，並作為「永續治理架構」下，綠色轉型法制化過程中關鍵的一環。

一、歐盟綠色政綱與永續治理

歐盟「綠色聲明指令」草案的提出，並非僅是出於消費者保護或市場秩序之考量，而是深植於歐盟整體永續轉型與「綠色治理」的政策架構。其上位政策脈絡可追溯至2019年12月歐盟執委會（European Commission）所公布的「歐洲綠色政綱」²（European Green Deal），該政綱以2050年實現「氣候中和」（climate neutrality）為目標，主張將永續原則系統性地融入所有經濟、社會與法制領域，構成一套涵蓋供應鏈、金融、投資、消費與產品標準的跨領域治理策略³。

「綠色政綱」不僅聚焦於能源轉型與產業改革，亦強調建立以「知情選擇」（informed choices）⁴為基礎的綠色消費市場。歐盟執委會明確指出，消費者須能掌握可信且可驗證

的產品環境資訊，始能驅動綠色需求，實現轉型目標。為此，產品與企業環境資訊揭露機制即成為相關法規建置的核心⁵。

綠色政綱確定框架後，歐盟陸續推出多項關鍵法案，其中以2020年3月提出之「循環經濟行動計畫」（Circular Economy Action Plan）⁶最具奠基意義。該計畫提出建立「永續產品政策框架」（Sustainable Product Policy Framework），主張產品從設計、製造、使用到處理階段，皆須內含環境責任，並對「消費階段」提出明確修法目標，預告將建立防制企業誤導性環境主張的立法架構，藉以矯正資訊不對稱所導致之市場失靈。

在此基礎上，2022年歐盟進一步提出「永續產品生態設計規則」（Ecodesign for Sustainable Products Regulation, ESPR）⁷，以「數位產品護照」（Digital Product Passport, DPP）制度，以建構全生命週期（life-cycle approach）的環境資訊追蹤體系。該機制要求所有進入歐盟市場的產品，即使未以環保為

註2：European Commission, COMMUNICATION FROM THE COMMISSION The European Green Deal, 11.12.2019, COM (2019) 640 final.

註3：See European Green Deal website, https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en (last visited: 2025.04.05)

註4：European Green Deal 2.1.3.

註5：European Green Deal 2.1.3.

註6：COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe 11.3.2020, COM/2020/98 final

註7：Regulation (EU) 2024/1781 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 establishing a framework for the setting of ecodesign requirements for sustainable products, amending Directive (EU) 2020/1828 and Regulation (EU) 2023/1542 and repealing Directive 2009/125/EC, entered into force on 18 July 2024.

訴求，也須提供可驗證之環境資料，成為日後針對企業發出環境聲明之立法基礎。

尤為關鍵者，歐洲議會與理事會於2024年2月28日正式通過並於2024年3月27日正式施行之「消費者賦權指令」（Directive 2024/825）⁸，修正2005/29/EC「不公平商業行為指令」（Directive 2005/29/EC）與「消費者權利指令」（Directive 2011/83/EU），主旨在強化消費者對企業環境聲明的辨識能力。消費者賦權指令禁止在無清楚依據下使用如「碳中和」、「永續」、「自然友善」等用語，並要求企業揭露其聲明背後的標準與評估方式。此舉已在法規層次明確肯認資訊誠信為消費者保護的重要基礎，亦為「綠色聲明指令」鋪路。

綜上，歐盟自「綠色政綱」以降，已逐步建構出一套「資訊即治理」的綠色法制體系。由此可見，「綠色聲明指令」並非單一立法工具，而是歐盟邁向永續治理整體架構的重要環節。

二、政策演進與制度發展歷程

事實上國際以及歐盟很早就關注環境聲明相關之議題。OECD於2011年之報告即指出，環境聲明在市場上快速擴張，但多數缺乏監管與事實驗證，恐導致消費者誤信與市

場混亂⁹。在前述制度背景下，歐盟於綠色聲明指令草案之影響評估報告中¹⁰指出，當前市場中環境聲明氾濫，但資訊揭露品質普遍不足，且缺乏一致的審查標準與法律拘束機制。該報告透過對歐盟27國共344項環境聲明進行實證分析，發現高達53.3%的環境聲明無法提供合理佐證，其中約40%以上涉及潛在誤導，尤有甚者，多數聲明未說明適用條件、評估方法或地理區域與時間範圍，導致資訊失真與消費誤判。報告亦發現，12%的綠色標誌鮮少或缺實際驗證，多數既有環保標章與自訂聲明缺乏客觀可比較基準，使得環境聲明遂漸成為行銷語彙。

為此，歐盟執委會針對企業環境聲明之正當性與可驗證性進行政策評估與制度設計，影響評估報告中提出三種主要政策選項：第一為維持現有市場自律機制，仰賴企業與業界協會自訂準則與稽核流程；第二則為建立具有法律拘束力之最低規範，明確要求聲明需揭露具體資訊並提供佐證資料；第三為進一步要求聲明採統一方法學（如PEF）並經由具認證資格之第三方驗證機構查核，為三方案中干預程度最高者¹¹。

執委會在綜合考量資訊透明度、消費信任、企業合規負擔與行政執行可行性後，最終選擇以第三選項建構「綠色聲明指令」草

註8：Directive (EU) 2024/825 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2024 amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information.

註9：OECD, Environmental Claims: Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy, 2011, pp. 5-6

註10：European Commission, supra note1, p.3

註11：European Commission, COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT IMPACT ASSESSMENT REPORT Accompanying the document Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as

案¹²。報告指出，雖然政策選項三將使企業短期內承擔資料蒐集與驗證之成本，惟「將有助於提升綠色聲明之可比性、可信度與資訊強度，並重建消費者對綠色聲明之整體信賴」¹³。據此，環境聲明不再僅為行銷語彙或品牌敘事，而須納入事實揭露與法律義務之架構，回應歐盟綠色治理之制度要求。

三、立法進程與外界反應

作為補充性法制，「綠色聲明指令」草案並未取代既有消費者保護或廣告規範，而是針對企業主張具正面環境效益之聲明，建立一套科學驗證為基礎之前置審查與法律責任機制。

「綠色聲明指令」草案自2023年提出後，陸續進入歐盟立法程序。2024年2月14日，歐洲議會內部市場與消費者保護委員會（IMCO）及環境、公共衛生與食品安全委員會（ENVI）共同通過協商文本，確認指令核心結構與主要義務維持不變，包括明示聲明須具證據基礎、強制第三方驗證與跨國資料查核制度等。該版本亦強化了對「氣候中和」、「碳中和」等用語之使用限制，須提

供完整產品生命周期分析與抵換機制佐證。

目前指令正進入歐洲議會與理事會間的正式三方協商（trilogue negotiation），預計將於2024年下半年完成最終定稿，並於2025年正式通過，屆時將留有18至24個月不等之轉換期供成員國轉換成內國法，並與讓企業得以調整依循¹⁴。

對於此草案，多數意見持正面看法，認為此指令可能成為未來全球綠色產品資訊治理之新標準¹⁵，並對其他國家形成示範壓力，也認為對於誤導性聲明的嚴格管制，認是強化消費者知情權的展現¹⁶。

然而亦有質疑聲音指出，該指令雖設計完備，然實務執行仍面臨重大挑戰，尤其在中小企業之合規能力、各國執法資源與驗證機構能量方面。例如歐洲工商總會（BusinessEurope）在其立場書中對草案表達強烈疑慮，認為該草案已從規範誤導性聲明，擴張至所有環境聲明，即便該聲明不具誤導性。此舉將「導致企業面臨顯著的法律不確定性」，並批評整體義務設計「不成比例且過於繁瑣，尤其對中小企業構成重大負擔」¹⁷。亦有評論指出，過度技術化與官僚化的查核程序可能反

regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and better information, SWD/2022/85 final, 5.2, p.19.

註12：European Commission, *ibid*, 7, p.50.

註13：European Commission, *ibid*, p.46.

註14：European Commission, Green claims,

https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en#timeline (last visited: 2025.04.05)

註15：European Environmental Bureau (EEB), POSITION PAPER ON THE GREEN CLAIMS DIRECTIVE, 2023.7.17, available at https://eeb.org/wp-content/uploads/2023/08/EEB-POSITION-ON-THE-GREEN-CLAIMS-DIRECTIVE_July-2023.pdf.

註16：BEUC, BEUC's position on the Proposal for a directive on green claims, 2023

註17：Business Europe, Position Paper on the Green Claims Proposal, 2024.8.2, available at

而形成中介產業壟斷資訊驗證市場，削弱競爭並增加遵循成本¹⁸。

此外，由於「綠色聲明指令」之性質為指令，必須轉換為內國法落實，若未建立統一的驗證格式與執法指引，各會員國將可能採取不一致的查核與認定標準，導致聲明制度落入形式審查或選擇性執法之困境。進而形成「制度落差」與「消費者權利差異化」的現象，削弱法規效力與市場信賴¹⁹。

參、歐盟「綠色聲明指令」草案條文介紹

歐盟「綠色聲明指令」草案的規範設計，並非僅止於對企業提出形式上的資訊揭露義務，而是試圖從制度層次，建構可驗證的「環境聲明治理機制」，以回應當前綠色轉型過程中，消費者權益與市場誠信存疑的問題。根據草案架構，整體規範可區分為四個核心面向：首先，建立環境聲明之明確定義，排除模糊性用語與誤導性標示的濫用；其次，要求企業就其聲明內容揭露足夠的可理解資訊，並以生命週期為基本評估單位；第三，對於所有聲明建立第三方驗證制度，並確保執行一致性；最後，透過行政裁罰與

市場排除機制，強化規範效果並防止持續性的漂綠行為。以下即依此順序邏輯，分析各項條文重點。

一、定義明確化：環境聲明的標準與排除模糊性

根據草案第2條第2款，環境聲明之定義與「不公平商業行為指令」（Directive 2005/29/EC）第2條之定義相同，而該定義於2024年2月由「消費者賦權指令」（Directive 2024/825）進行實質修正²⁰，係指：「於商業傳播情境下所使用，非屬歐盟或成員國法律所強制要求之任何訊息或表示，不論其形式，包括文字、圖像、圖示、符號表示，亦包括標籤、品牌名稱、公司名稱或產品名稱等，其內容係明示或暗示某一產品、產品類別、品牌或業者對環境具有正面影響、無負面影響、或相對其他產品、類別、品牌或業者之環境影響較小，或其環境影響已隨時間改善」。此一定義相當廣泛，不僅涵蓋文字說明，亦包括圖像、色彩設計與標章符號所傳達之整體印象，且包含明示或暗示對環境的各種可能影響。

此項廣義定義回應了歐盟執委會所指出之現有問題²¹，包括有超過半數的環境聲明未

https://www.businessseurope.eu/wp-content/uploads/2025/02/23-08-02_be_position_paper_green_claims_proposal_adopted-826-1.pdf (last visited: 2025.04.05)

註18：Hughes, M., "Legal commentary on the Green Claims Directive: Challenges for SMEs and Regulatory Capture", *Journal of EU Environmental Law*, 2023

註19：Business Europe, Position Paper on the Green Claims Proposal, 2024.8.2, pp.2, available at https://www.businessseurope.eu/wp-content/uploads/2025/02/23-08-02_be_position_paper_green_claims_proposal_adopted-826-1.pdf (last visited: 2025.04.05); EEB, Position Paper on the Green Claims Directive, July 2023, pp. 4-5

註20：See supra note 8

註21：European Commission: Directorate-General for Environment, IPSOS, Milieu, McGuinn, J., McNeill,

提供任何證據來源，或未明示其條件與具體內容之空泛聲明。為因應此一情況，指令草案在條文與立法說明中均強調排除模糊性用語的重要性，例如在立法說明中即直接點出，多數環境聲明缺乏明確依據，造成消費者無法分辨實質環境績效，若未揭示其適用範圍、科學佐證與時間或地理限制，即應視為潛在誤導性用語，原則上不得使用²²。

此外，草案第3條進一步規定，凡屬環境聲明，企業均應具備「足夠、具科學性、依據最新技術標準所得之資料」為佐證，並揭示聲明所涉及之產品範圍、適用條件、評估方法與比較基準。此舉不僅將聲明語言導入實證審查之路徑，也明確否定企業可自訂語言標準而免於監管之空間²³。

特別值得注意者，在於指令草案採用「生命週期思維」為評估架構核心，這是由於片段性資訊揭露容易造成選擇性誤導，企業不應僅揭示單一製程或原料之環保性，亦須揭露背後之整體環境足跡。例如，宣稱產品含有回收材質，應同時揭露回收過程的資源耗費與可能排放，否則即可能構成選擇性揭露（selective disclosure），違反資訊整體性原則²⁴。

總而言之，環境聲明的法律定義與科學佐證要求，是本指令與過往環保標示規範有別的第一步。其立法目的在於：一、清除市場

中難以查證、易致誤導之聲明；二、建立聲明與實證之間的連結；三、為後續資訊揭露與驗證機制制定清楚的起點，並建立一個可計算、可追查且可預測的規範體系。

二、資訊揭露義務：透明性、可理解性 與生命週期資料之提供

資訊揭露機制為「綠色聲明指令」草案核心之一，旨在確保企業於提出環境聲明時，具備實質內容與佐證資料，並能提供消費者形成知情選擇所需的資訊。草案第4條與第5條分別就「資料依據」與「揭露方式」進行規範，建立起涵蓋內容與形式兩層面之資訊揭露義務體系。

草案第4條明定，企業於提出環境聲明時，應基於公認之科學方法，提供完整生命週期資料為依據。該等資料須涵蓋產品或服務自原料取得、生產、運輸、使用至廢棄處理之所有階段，並應揭示其資料來源、估算方法、假設條件與評估範圍。如涉及與其他產品或品牌之相對性主張，則應補充比較基準與選擇依據。此條立法目的在於導正企業僅揭露片段環節、或刻意隱匿不利資訊之行為，確立資訊整體性原則²⁵。

除了揭露資料本身之可信度外，資訊表達方式亦為草案所強調之重點。第5條明確要求

A. et al., Environmental claims in the EU-Inventory and reliability assessment-Final report, Publications Office of the European Union, 2024, <https://data.europa.eu/doi/10.2779/83089> (last visited: 2025.04.05).

註22：Recitals 6 & 9, Green Claims Directive Proposal

註23：Article 3, Green Claims Directive Proposal

註24：Recital 13, Green Claims Directive Proposal

註25：Recital 13, Green Claims Directive Proposal

企業應以清晰、可辨識且可理解之方式揭露資訊，不得以技術性用語遮蔽重點，也不得以過度複雜或冗長之格式降低消費者對資訊的識讀能力。立法理由認為，資訊揭露之真正目的在於協助消費者進行環境考量下的購買決策，而非僅為企業「形式合規」之工具，因此，揭露內容之設計應以消費者實際認知能力為衡量基礎，而非企業是否提供資料作為認定標準²⁶。企業除提供技術性背景說明外，亦應輔以一般用語版本、圖像簡介或摘要形式，以確保不同認知層級之消費者均能有效使用資訊。

值得注意的是，草案雖未強制規範單一揭露格式，而是允許依照不同產業、產品特性，採行適合之方法與工具。第4條第4項允許企業採用歐盟或國際層級所制定之標準與方法，例如產品環境足跡（PEF）或國際標準化組織（ISO）系列方法，以提升資訊可比性與資料一致性。此種制度設計，一方面保留業者在技術選擇上的一定自主性，另一方面則藉由標準化方法之參考，引導整體市場資訊架構走向一致化與可驗證化。草案亦強調，企業於揭露資訊時，應清楚說明所採方法之依據與限制，否則將導致資料解讀產生落差，違反資訊揭露義務之基本原則²⁷。

三、驗證機制：第三方介入與跨國一致性

為強化資訊揭露義務之落實，「綠色聲明指令」草案進一步建構一套強制性之驗證制

度，要求所有明示性環境聲明均須經由獨立第三方機構（verifier）預先審查，取得合規證書後（certificate of conformity）方得進入市場。驗證範圍涵蓋聲明之科學方法、可追溯資料來源、生命週期分析架構以及比較基準與假設條件等。主管機關得拒絕或撤銷驗證資格，若其執行程序不符規定或具利害衝突疑慮，並應建立定期監督與登錄制度。此制度象徵著歐盟在綠色聲明的要求上，轉向「揭露須經查證」之制度邏輯，回應長期以來漂綠聲明無實質審查標準的執行困境。

相較於傳統行政許可制度，該預先驗證制度並非純粹法律程序性核發，而係建基於客觀科學方法與標準化準則，由具備特定技術能力與中立性之機構執行。指令明確要求，驗證機構應符合如ISO 17029等國際標準，並不得與企業間存在任何直接或間接經濟利害關係。草案第12條規定，主管機關應設立公開可查之登錄平台，供社會大眾與利害關係人查驗聲明之驗證狀況，並促進跨國資料交換與執法協調。

立法理由中指出，歐盟採取預先驗證（ex ante verification）模式，係因多層次治理結構下，各國執行標準易產生碎片化與解釋落差，若無統一程序與查驗資格，將難以建立有效的市場信任基礎。整體而言，「綠色聲明指令」草案之驗證制度不僅為形式審查程序，企業若欲訴諸環境聲明，即須同步具備內部查核體系，從而環境聲明不再只是企業形象塑造之附屬用語，而是一項可檢驗、可

註26：Recital 12, Green Claims Directive Proposal

註27：Recital 14, Green Claims Directive Proposal

驗證、具有法律拘束力之資訊主張²⁸。

四、違規處罰：有效執法與市場誠信保障

「綠色聲明指令」草案除建立資訊揭露與驗證制度外，亦設計具體之違規處罰機制，作為保障制度落實與維護市場秩序的關鍵工具。根據草案第17條會員國應對未遵守指令規範之業者施以「有效性、比例性與嚇阻性」(effective, proportionate and dissuasive)之制裁，涵蓋包括罰鍰、商品下架、停止參與公部門採購或投標程序，甚至可處以企業年營業額最高4%的金額作為罰鍰上限。

草案之立法說明明確指出，不當或虛偽之環境聲明將對守法業者造成競爭劣勢，進而破壞整體市場誠信與消費者信任，故應建立具嚇阻效果之處罰制度²⁹。此外草案第18條要求各會員國建立跨機關執法合作機制，並設置跨境資料交換與協調平臺，強化執法一致性與透明度。主管機關得交換關於違規聲明、裁罰結果與驗證失效資訊，以防止業者透過國別規避或形式合法性進行不當聲明。

因此，「綠色聲明指令」草案之處罰機制，意在藉由「外部成本結構」設計，改變企業的違規風險評估基礎，並且透過「資訊公開與社會監督」作為制裁制度之輔助手段。換言之，主管機關得定期提供違規案件之具體資訊，形塑市場壓力，並賦予消費者及利害關係人持續監督之角色³⁰。

整體而言，違規處罰與執行制度在本指令中扮演三個重要角色：第一，防止漂綠行為的政策工具；第二，維持市場秩序與企業誠信的制度機制；第三，跨境執法的保障措施。這套設計展現的不只是單一法律領域的創新，而是結合環境法、消費者保護法及市場監理機制的複合式治理架構。

肆、商標法實務的因應與挑戰

在說明『綠色聲明指令』草案建立的資訊揭露與驗證制度後，本文接著探討該草案對商標法帶來的挑戰。不同於重視實證資料的環境驗證機制，商標制度的主要功能是用來識別商品或服務的來源，通常不會直接保證產品的具體特性。然而，隨著企業越來越傾向透過商標傳遞環境主張，這些詞彙所傳達的意義和資訊效果，已經成為環境治理法規關注的重點。本文將從兩個方向進行探討：第一，綠色商標的描述性與識別性問題；第二，環境主張是否為可驗證的事實，以及是否存在誤導消費者的風險。

一、綠色商標的描述性與識別性判斷

隨著「綠色聲明」逐漸成為企業溝通策略與產品定位的重要元素，越來越多申請人傾向於於商標申請中，將如“eco-friendly detergents”、“sustainable textiles”或“biodegradable packaging services”等環境語

註28：European Commission, *supra* note1, p.16

註29：Recital 63, Green Claims Directive Proposal

註30：Article 15 &20, Green Claims Directive Proposal

詞納入指定商品 / 服務項目。看似只是產品描述，實際上往往暗含特定的環境主張，對商標制度在評估識別性及描述性商標時帶來一定之挑戰。

過去歐洲智慧財產局（European Union Intellectual Property Office, EUIPO）對此類用語多採個案判斷標準，但隨著近年環境資訊治理規範日趨嚴格，綠色商標聲明引起廣泛討論。根據EUIPO 2024年報告，2022年共收到19,659件綠色商標（Green EUTM）申請，占總申請比率達14.5%³¹。常見用語包括“eco”，“bio”，“green”，“carbon neutral”，惟其是否可註冊為商標，仍須視其是否構成商品或服務特性之直接描述。

歐盟普通法院（European Union General Court）T-641/21（BioMarkt）案即指出³²，若相關語詞組合可使一般消費者直接且無需進一步思考（unmittelbar und ohne weitere Überlegung）³³即可理解為指涉商品的環境特性，則構成歐洲商標規則第7條第1項(c)款所定之描述性標誌標識。該案中，申請人註冊申請“BioMarkt”圖文標識，主張該語詞係其創造，應視為具有獨特性。然而，法院認為“BioMarkt”係由德語中常見的“bio”（有機）與“Markt”（市場）所組成，符合語法結構且廣為使用，一般消費者會將其理解為

「販售有機商品之場所」，此種語義直接指涉商品性質與販售地點，自屬描述性用語³⁴。

此外，普通法院亦駁回申請人以圖像設計提升識別性之主張。法院指出，即使標識中加入綠葉圖樣與綠色圓框，亦屬常見「象徵自然」之視覺元素，非但無助於扭轉其語詞之描述性，反而可能加強消費者對其環境訴求的聯想。法院亦明確區分「語言本身即具有描述性」與「語義需進一步詮釋」之情形。僅當語詞構成不直觀之語意組合、需經進一步解釋時，始有可能具備識別功能除非語詞組合本身構成不直觀的語意結構、需進一步詮釋理解，否則原則上難以認為其具有識別性³⁵。

二、環境聲明審查標準

企業將環境主張納入商標用語之趨勢，除了識別性問題外，亦進一步挑戰商標制度對「資訊真實性」之維護。與先前討論之描述性及識別性討論不同，此處重點在於當商標用語帶有特定環境或品質暗示時，是否已超出「價值宣示」之範疇，構成可驗證之主張，進而引發消費者信賴與資訊誤導風險。

歐洲法院（Court of Justice of the European Union, CJEU）對此議題的討論可溯及C-398/08（Audi）案³⁶。該案中，申請人擬註

註31：EUIPO, Green EU trade marks- 2023 update, <https://www.euiipo.europa.eu/en/publications/green-eu-trade-marks-2023-update> (last visited: 2025.04.05)

註32：Judgment of the General Court (Sixth Chamber), 26 April 2023, T-641/21, Biomarkt Dienstleistungs-GmbH v EUIPO

註33：T-641/21, para. 26.

註34：T-641/21, para 29-31.

註35：T-641/21, para 42-44.

註36：Judgment of the Court (Third Chamber), 21 January 2010, C-398/08

冊「Vorsprung durch Technik」（意譯為「以技術領先」）為Audi汽車系列之商標。雖遭原審機關（OHIM）以其為廣告標語欠缺識別性為由駁回，惟歐洲法院認為，該語句結構具原創性與共鳴（originality and resonance），經過相關消費者的理解與詮釋，雖帶有廣告性質，卻不影響其作為來源識別之功能，應承認其具最低限度識別性，符合歐洲商標規則第7條第1項(b)款之要求。法院強調，僅因標識用語具有廣告效果或促銷用意，並不當然否定其作為識別來源工具之可能性³⁷。即便該用語同時為讚美性質的宣傳用語（promotional formula），倘若消費者能在其中辨識其與特定事業來源之連結，亦不影響其作為來源識別之效力。

本案為歐盟法院首次明確界定宣傳用語與商標功能間之關係，換言之，此等宣傳用語並不當然排除識別性，唯須視其是否具備語義層次、創新性、令人印象深刻或廣為人知之語言結構，使消費者得以將該語言與特定來源產生連結。

歐盟普通法院於T-253/22（Sustainability through Quality）案中³⁸，則進一步對永續用語組合進行實質審查。申請人擬將“Sustainability through Quality”註冊於多類商品與服務，主張該標語可傳達企業價值理念。然EUIPO與普通法院均認為，該語句語義明確，結構平直，未具語意張力或創新性，其所傳遞訊息為「品質可達致永續」，並無多義性、創意性或需進一步詮釋之特性，相

關公眾將其視為一般性之廣告口號，不足以產生來源識別效果³⁹。

法院並駁回申請人援引Audi案之主張，強調兩案於語構特性、產業脈絡與消費者認知上具本質區別。因此，即使同屬價值導向標語，是否具識別性仍須視其語義結構與市場效果個案認定。相較於「Vorsprung durch Technik」已廣為Audi品牌所建立之識別性認知，「Sustainability through Quality」則完全未具足資證明其已建立品牌聯想或獨特性⁴⁰。

綜上可見，綠色聲明進入商標體系後，其法律功能已不再僅限於識別，而漸具準資訊揭露之效果。雖「綠色聲明指令」草案並未明文將商標納入規範對象，惟其所揭示之「資訊應可驗證」、「用語不得誤導」、「主張須具依據」等原則，實已透過判決及實務運作間接納入商標審查及運用中。

在此制度變遷脈絡下，商標制度所面臨之挑戰，已不僅止於維持市場上對來源的清楚辨識，更涉及用語如何誠實反映其所欲傳遞之商品或服務屬性。我國現行商標法制若欲回應國際發展趨勢，未來勢須於標示規則、語言解釋標準與審查程序上，建立更細緻且符合資訊治理要求之制度基礎，方能與環境法制發展進程有效對話。

伍、對我國的啟示

歐盟「綠色聲明指令」草案所揭示之制度轉向，反應出一項重要制度上之概念轉型，

註37：C-398/08, para. 56-60.

註38：Judgment of the General Court (Ninth Chamber), 22 November 2023, T-253/22

註39：T-253/22, para 40-44.

註40：T-253/22, para 49-55.

環境聲明不再僅是市場行銷語言，而是資訊責任的法律工具。在此架構下，企業所提出的環境聲明必須具備可驗證、可追溯之資訊基礎，並接受獨立第三方查核。此種制度邏輯不僅涉及產品標示與廣告，更實質進入商標、標章與市場資訊治理體系。面對此一轉變，我國應如何回應，將是評估未來商標制度發展之契機。

就現行實務觀察，我國智慧財產局對綠色商標已有初步分類架構與資料統計機制。根據智慧局2023年發布之分析報告，台灣綠色商標申請自2013年以來穩定成長，2021年達1,673件，約佔全體新申請商標之9.1%，申請類別主要集中於環境保護、節能與再生能源等商品項目⁴¹，該報告並參照EUIPO之分類邏輯，自建九大群組與三十五項綠色商品小類，搭配三百七十個環境關鍵詞，建立國內綠色商標之分析體系⁴²。

然而，即使分類系統與資料架構已初具規模，現行商標審查仍主要停留於傳統的識別性判斷。對於包含如「eco」、「green」、「carbon neutral」等環境語詞之標章，核駁理由多止於欠缺識別性、或使公眾誤信誤認其品質性質而有不得註冊之事由，主管機關尚未對於此等聲明是否構成具體資訊主張、未來是否須具備佐證依據，以及在不同產業語境下應適用何種標準，有較為清楚之說明與因應。

相對而言，我國金融監理機關已先行引介資訊揭露與語言誠信責任之治理邏輯。金融監督管理委員會於2023年發布之「金融機構防漂綠參考指引」⁴³即要求，金融機構如使用「永續」、「綠色」等詞彙進行商品宣傳時，應具備佐證資料，並揭露其依據及適用範圍或限制。該指引強調，使用與永續或環境保護有關之用語時，應可檢視並可驗證，並進一步指出不得以模糊或誤導性語言混淆資訊接收方。雖該制度目前僅適用於金融商品，然其所揭示之語言等同資訊、資訊即應可驗證之治理邏輯，對於商標審查制度同樣具備參考價值。

本文認為，在資訊治理邏輯逐步融入商標制度脈絡之下，我國應從法制與實務兩個層面同步進行反思與調整。一方面，主管機關有必要檢討現行審查準則對於環境聲明之處理方式，思考是否應依據語言內容之資訊效果，發展更具一致性與可預期性的實質審查標準。特別是針對如「碳中和」、「環保包裝」、「永續製程」等含有可驗證性語義的標語，是否應要求申請人提出佐證資料，或具體說明使用依據，實為資訊誠信制度之基礎所在。此外，此等環境聲明除了商標法外，若有虛偽不實引人錯誤之情事，亦有可能構成違反公平交易法第21條之相關規定。

另一方面，智慧局雖已完成綠色語詞分類體系之建置與申請樣態統計，惟目前似乎未

註41：經濟部智慧財產局，我國近十年綠商標產業之比較分析，2023，

<https://www.tipo.gov.tw/tw/cp-884-923034-4c265-1.html> (last visited: 2025.04.05)

註42：經濟部智慧財產局，我國綠商標產業布局分析，2024，

<https://www.tipo.gov.tw/tw/cp-85-977633-acbae-1.html> (last visited: 2025.04.05)

註43：金融監督管理委員會，防漂綠參考指引，2023年12月1日。

有任何與其他標示制度（如碳足跡標章、CNS 環保標章）之連動機制，亦未將綠色語言與商品分類之交叉關係，轉化為審查標準或資訊揭露機制。此一制度資料與制度規範之間的落差，恐將進一步削弱商標在環境資訊治理體系中所應承擔之角色與功能。

綜上所述，「綠色聲明指令」草案所預示之資訊規範模式，不僅涉及消費者保護，更對市場用語與商業標示帶來結構性挑戰。我

國商標法制如欲維持與國際法制對話與接軌之可能性，不僅須正視環境用語所引發之識別性與資訊誠信議題，更須前瞻性思考建立一套具可驗證性、資訊可責與語言誠信邏輯之制度架構。正如歐盟執委會主席馮德萊恩（Ursula von der Leyen）於發表歐洲綠色政綱時所言：「我們並不擁有這個星球，我們僅僅是在有限的時間內負有責任。現在，是我們該行動的時刻」⁴⁴，這番話值得吾人深思。

註44：Ursula von der Leyen, “Speech at the presentation of the European Green Deal”, European Commission, 11 December 2019, Speech/19/6749, available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/speech_19_6749