

我國綠商標十年全解析 —打造淨零時代的隱形護城河

數據資料2016-2025



經濟部智慧財產局
商標權組

中華民國 115 年7月12日

目錄

壹、前言.....	1
壹、簡介.....	1
貳、近十年(2016-2025)綠商標總體趨勢	3
一、綠商標申請量及所占比率—不分申請人國籍	4
二、綠商標申請量及所占比率—按申請人國籍	6
三、綠商標申請人類型	8
四、綠商標前十大申請國分析	8
(一) 前十大申請國	8
(二) 前十大申請國的專業類別	12
參、綠商標在各類分布之情形—按九大類	13
一、九大類別之申請量	13
二、九大類別之百分比	15
(一) 三大核心支柱：占總量近 78%	15
(二) 中堅力量與新興領域	16
(三) 低估比的利基類別	16
三、九大類前三大申請國	18
四、九大類前三大申請人	24
肆、綠商標在各類分布之情形—按35小類	29
一、35小類統計分析—按申請人國籍	29
(一) 按九大類群組35小類及國籍區分之綠商標申請—總圖	29
(二) 按九大類群組35小類及國籍區分之綠商標申請—我國籍	31
(三) 按九大類群組35小類及國籍區分之綠商標申請—外國籍	33
二、35小類之申請分布情形	36
三、35小類最佳申請國	39
四、各類產品之申請趨勢	42
(一) 能源產品	44
(二) 運輸	46
(三) 節約能源	48
(四) 再利用/回收利用	50
(五) 污染控制	51
(六) 廢棄物管理	52
(七) 農業	53
(八) 環保意識	54

(九) 氣候變遷	55
伍、結論	57
一、我國近十年綠商標前三大申請國	57
二、我國近十年綠商標前三大申請人(不分類)	58
三、長期觀察我國綠商標從永續經濟概念走向實質商業部署	60
四、本土產業綠商標逐步覺醒	62
五、綠商標趨勢—本國籍申請人申請量逐步遞增，與外國籍申請量差距拉大	63
六、我國綠商標產業發展趨勢—從歷年數據看見產業未來	64
七、綠商標將企業永續承諾轉化為消費者信任	66
八、綠色經濟對我國智慧財產權版圖的實質影響	68

圖目錄

圖 1. 綠商標定義示意圖	2
圖 2. 近十年商標申請註冊案件統計圖	3
圖 3. 我國綠商標申請量及百分比圓圈圖—不分申請人國籍	4
圖 4. 我國綠商標申請量及百分比折線圖—不分申請人國籍(總數)	4
圖 5. 我國綠商標申請量及百分比圓圈圖—按申請人國籍(我國籍/非本國籍)	6
圖 6. 我國綠商標申請量及百分比折線圖—按申請人國籍(我國籍/外國籍)	7
圖 7. 綠商標申請人類型—按公司、個人、行號、團體、工廠	8
圖 8. 近十年(2016-2025)我國綠商標前十大申請國世界分布圖	11
圖 9. 近十年我國綠商標申請量分布圖—按產品九大類別群組	14
圖 10. 近十年我國綠商標百分比分布圖—按產品九大類別群	15
圖 11. 撐起台灣綠商標半壁江山的三大巨頭	15
圖 12. 我國綠商標九大類領域發展演進	17
圖 13. 近十年我國綠商標九大類前3名國家	18
圖 14. 近十年我國綠商標能源產品大類前3名國家	20
圖 15. 近十年我國綠商標運輸大類前3名國家	20
圖 16. 近十年我國綠商標節約能源大類前3名國家	21
圖 17. 近十年我國綠商標再利用/回收利用大類前3名國家	21
圖 18. 近十年我國綠商標污染控制大類前3名國家	22
圖 19. 近十年我國綠商標廢棄物管理大類前3名國家	22
圖 20. 近十年我國綠商標農業大類前3名國家	23
圖 21. 近十年我國綠商標環保意識大類前3名國家	23
圖 22. 近十年我國綠商標氣候變遷大類前3名國家	24
圖 23. 綠商標各大類前三大申請人排行圖	28
圖 24. 綠商標按九大類35小類及國籍區分之分布情形-總圖	30
圖 25. 綠商標按九大類35小類及國籍區分之分布情形-我國籍	32
圖 26. 綠商標按九大類35小類及國籍區分之分布情形-外國籍	34
圖 27. 我國綠商標35小類全景蝴蝶圖	36
圖 28. 綠商標在運輸交通工具電動化版圖	37
圖 29. 競爭力落點分析圖	39
圖 30. 九大類產品歷年申請趨勢—總圖	43
圖 31. 剝離規模干擾下之九大類產品演進軌跡	44
圖 32. 第一類能源產品及其小類歷年申請趨勢	45
圖 33. 第11小類生質燃料之申請趨勢	45
圖 34. 第12小類太陽能之申請趨勢	45
圖 35. 第13小類風力能源之申請趨勢	46
圖 36. 第19小類其他能源之申請趨勢	46
圖 37. 第二類運輸及其小類歷年申請趨勢	46
圖 38. 第20小類一般運輸之申請趨	47
圖 39. 第21小類電動車之申請趨勢	47
圖 40. 第22小類電動摩托車之申請趨勢	47
圖 41. 第23小類電動腳踏車之申請趨勢	47
圖 42. 第24小類混合電動汽車之申請趨勢	47
圖 43. 第25小類氢能汽車之申請趨勢	48
圖 44. 第26小類電動引擎之申請趨勢	48
圖 45. 第29小類其他車輛之申請趨勢	48
圖 46. 第三類節約能源及其小類歷年申請趨	49
圖 47. 第31小類節能之申請趨勢	49
圖 48. 第32小類電力儲存之申請趨勢	49
圖 49. 第33小類低耗能照明之申請趨勢	49
圖 50. 第34小類能源管理之申請趨勢	49
圖 51. 第四類再利用/回收利用及其小類歷年申請趨勢	50

圖 52. 第41小類回收利用之申請趨勢	50
圖 53. 第42小類可重複使用的袋之申請趨勢	50
圖 54. 第43小類可重複使用的瓶之申請趨勢	51
圖 55. 第49小類其他可重複使用之申請趨勢	51
圖 56. 第五類污染控制及其小類歷年申請趨勢	51
圖 57. 第50小類一般污染之申請趨勢	52
圖 58. 第51小類水質淨化之申請趨勢	52
圖 59. 第52小類空氣淨化之申請趨勢	52
圖 60. 第53小類生物可分解之申請趨勢	52
圖 61. 第六類廢棄物管理及其小類歷年申請趨勢	53
圖 62. 第61小類廢棄物處理之申請趨勢	53
圖 63. 第62小類處理廢料之申請趨勢	53
圖 64. 第七類農業及其小類歷年申請趨勢	54
圖 65. 第71小類肥料替代品之申請趨勢	54
圖 66. 第72小類殺蟲劑替代品之申請趨勢	54
圖 67. 第79小類其他農業之申請趨勢	54
圖 68. 第八類環保意識及其小類歷年申請趨勢	55
圖 69. 第81小類生態、環境之申請趨勢	55
圖 70. 第82小類永續之申請趨勢	55
圖 71. 第九類氣候變遷及其小類歷年申請趨勢	56
圖 72. 第91小類與環境有關的服務之申請趨勢	56
圖 73. 第92小類碳監測器之申請趨勢	56
圖 74. 第93小類碳經紀之申請趨勢	57
圖 75. 近十年(2016-2025)我國綠商標申請量前3大國家排行榜	57
圖 76. 我國綠商標前3名申請人排行榜(2016-2025)	58
圖 77. 台灣綠色經濟的同心圓生態圈	59
圖 78. 我國綠商標整體趨勢圖(2016-2025)	60
圖 79. 我國2016年及2025年綠商標申請量比較圖	62
圖 80. 我國2016-2025年綠商標 — 我國籍與外國籍分析圖	63
圖 81. 我國籍綠商標申請量近期3年趨勢圖	66
圖 82. 綠商標驅動ESG商業價值的引擎核心圖	67
圖 83. 雙軌綠色護城河模型圖	69

表目錄

表 1. 2016-2025年我國綠商標前十大申請國排名	9
表 2. 2025年我國綠商標前十大申請國排名	10
表 3. 近十年(2016-2025)我國綠商標前十大申請國的專業類別	12
表 4. 綠商標申請量及百分比表—按產品九大類別群組.....	13
表 5. 綠商標九大類前三大申請人排行表.....	25
表 6. 綠商標按35小類之最佳申請國	40
表 7. 我國2016-2025年綠商標數量前十大國家排行榜.....	57
表 8. 具代表性類別的數據對位分析表.....	65

壹、前言

在全球邁向永續發展的進程中，ESG已從企業社會責任的附加價值，演變為核心競爭力的衡量標竿。在此背景下，「綠商標」的戰略地位日益凸顯，綠商標沒有界線，從超商咖啡到高階晶片，智慧財產布局已成為抗衡競爭者的共同戰略武器。它不僅是法律上的排他權利，更是企業進入綠色經濟市場的「通行證」與品牌溢價的核心資產，消費者基於對品牌的忠誠度、情感價值與品質信任，願意為特定品牌產品支付較高金額，能幫助企業跳脫價格戰、提升利潤空間。隨著各國對碳中和承諾的要求提升，綠商標成為企業揭露綠色轉型實績的具體指標。本報告將透過我國綠商標申請數據動態，解讀智慧財產版圖的重塑，協助企業在激烈的ESG賽道中布局，掌握先機。

壹、簡介

擁有綠色LOGO就代表擁有「綠商標」嗎？「綠商標」不是因為LOGO是綠色，而是所指定商品或服務的「綠色特質」。換句話說，「綠商標」並非探討「商標圖樣」本身是否具有環保意象，而是商標註冊申請時，針對商標申請案所指定使用於尼斯分類之各類商品或服務名稱加以分析，該商品或服務中，只要包含至少一個綠色商品或服務則將其視為「綠商標」，它是企業將永續理念嵌入商品或服務的實質行動。

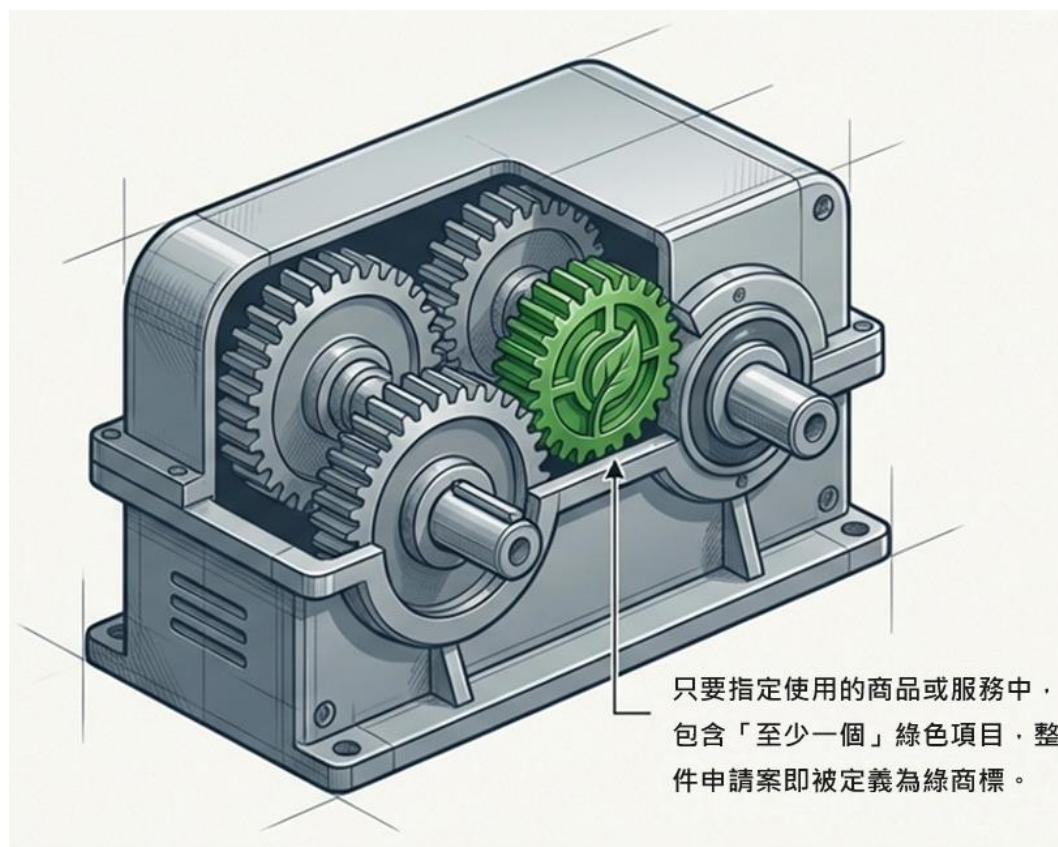


圖 1. 綠商標定義示意圖

本報告所引用數據資料，源自本局商標檢索系統¹資料庫的公開數據，以「申請日」為基本檢索條件，過濾並擷取2016至2025年共十年的資料庫數據，從該數據資料中針對商標註冊申請案件所指定使用之商品及服務名稱作研究，分析樣本共計約89萬8,783件商標註冊申請案、114萬8,497類商標²，商品或服務名稱覆蓋率超過3,075萬3,300個以上。

近十年來我國商標申請註冊案件詳如下圖:

¹ 經濟部智慧財產局商標檢索系統

<https://twtnsearch.tipo.gov.tw/OS0/OS0101.jsp>，最後瀏覽日期：2026/07/08。

² 資料來源智慧財產局歷年年報

<https://www.tipo.gov.tw/tw/cp-177-483190-adbf7-1.html>，最後瀏覽日期：2026/07/08。

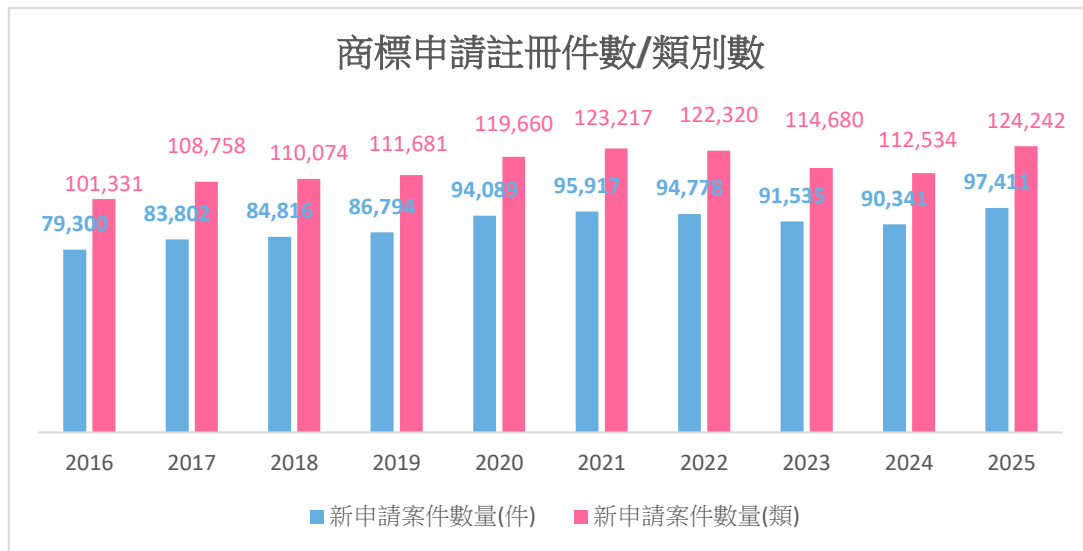


圖 2. 近十年商標申請註冊案件統計圖

商標註冊申請案件數代表品牌進入市場的活躍度。它反映了創業者的熱情、新產品的開發頻率，以及企業擴張的野心。在觀察「近十年商標申請註冊案件統計圖」時，時間的寬度決定了見解的深度。為什麼我們不只看去年或前年，而要看「十年」？因為一個典型的經濟循環通常橫跨五到八年。十年的觀察能幫助我們過濾掉短期的雜訊，看清產業轉型的真實軌跡。依過去10年(2016-2025)統計數據，我國綠商標占有所有商標申請總量的比例約14.10%³，幾乎每7件商標註冊申請中就有1件是「綠商標」，總量已突破12.6萬件。這代表永續經濟已從概念倡議，走向實質的商業資產部署。

貳、近十年(2016-2025)綠商標總體趨勢

³ 2016-2025 年綠商標總件數(126,772)/商標註冊申請案件總量(898,783)*100%=14.10%

一、綠商標申請量及所占比率—不分申請人國籍

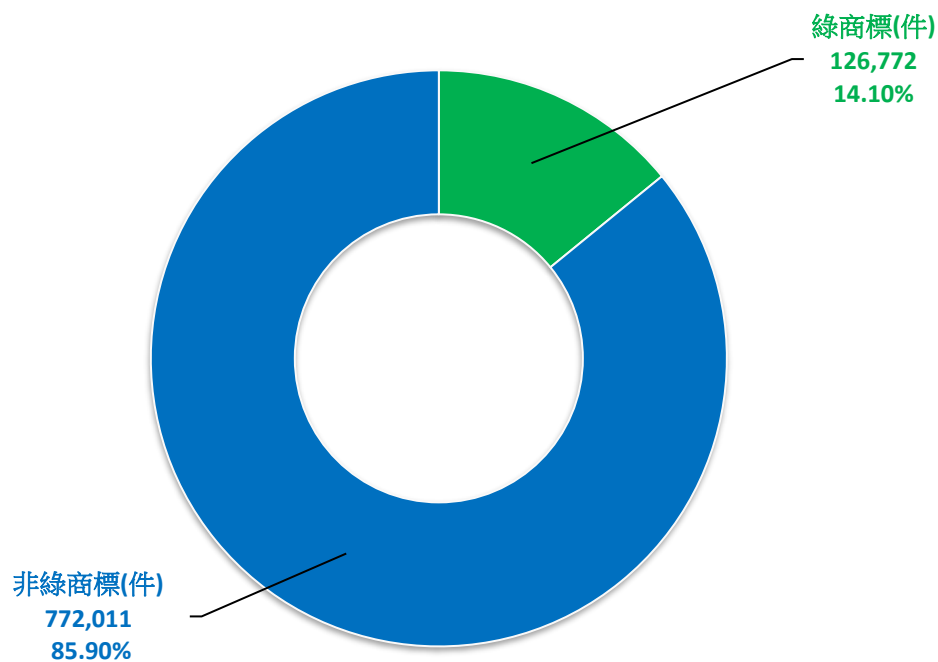


圖 3. 我國綠商標申請量及百分比圓圈圖—不分申請人國籍

我國近十年商標申請註冊案件總數為898,783件，其中綠商標有126,772件，我國整體「綠商標」占「所有商標註冊申請案」之平均比例約為14.10%，非綠商標有772,011件，占比為85.90%。

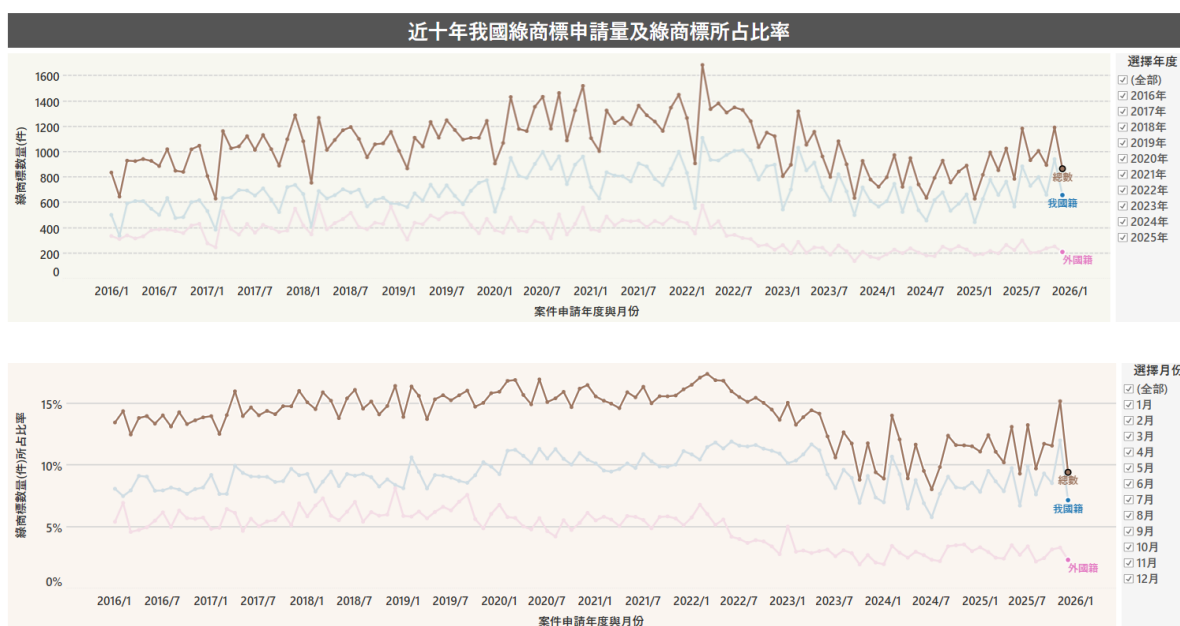


圖 4. 我國綠商標申請量及百分比折線圖—不分申請人國籍(總數)

由上圖4折線圖可得知，我國近十年來歷年商標註冊申請案件中綠商標數量、「綠商標」占「所有商標註冊申請案」比例。綠商標申請件數自2016年1月至2022年3月以來總體趨勢逐步增加，所占百分比在12%至17%之間波動，近十年來平均為14.10%。整體觀察，由前期(2016-2018年)平均14.52%，中期(2019-2022年)平均15.75%，一直到後期(2023-2025年)平均11.54%。至高點在2022年3月，綠商標總件數為1,684件，所占百分比為17%。

雖自2022年4月至2024年12月止，不論是綠商標數量或是所占百分比不斷起伏波動，似乎有下降趨勢，惟2024年降幅已呈現趨緩。在2025年，雖然綠商標的申請量與過去1年相較為屬熱絡(2025年比2024年增加1,422件，成長14.59%)，但商標註冊申請總數增長得更為快速(2025年比2024年增加7,070件，成長7.83%)。因此，即便綠商標與過去1年相較，在絕對數量上是增加的，其在整體商標市場中的「份額」卻反而被稀釋。

二、綠商標申請量及所占比率—按申請人國籍

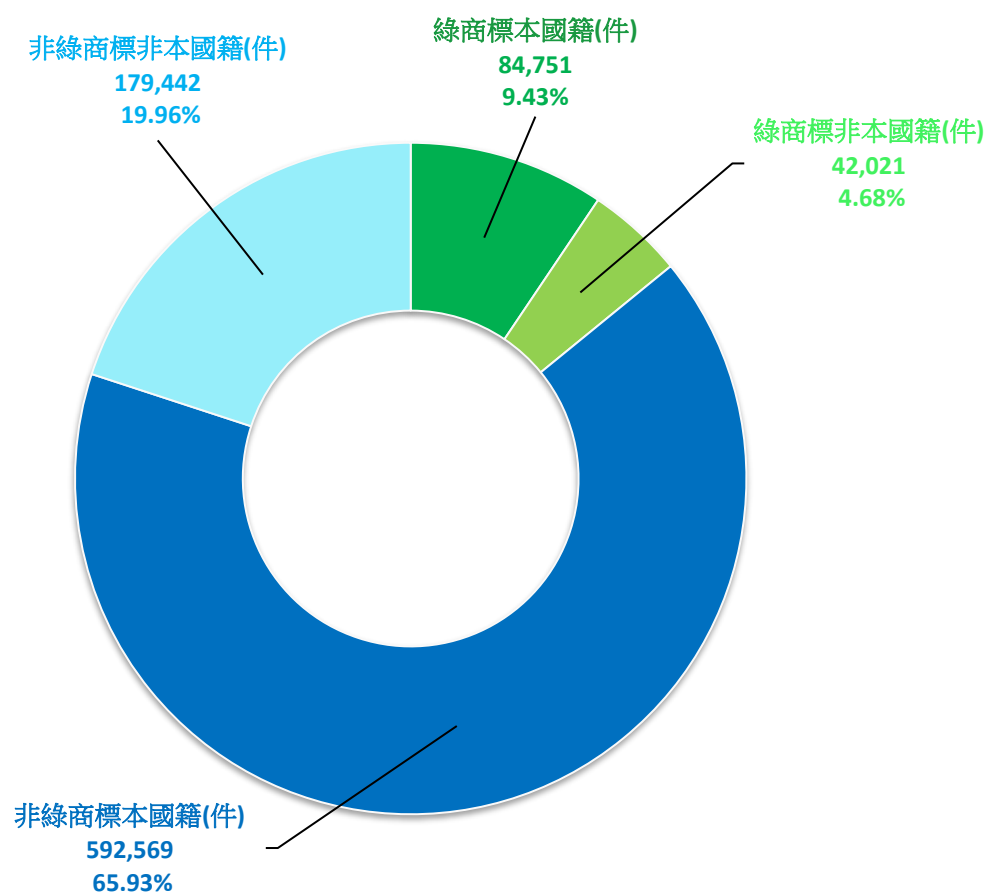


圖 5. 我國綠商標申請量及百分比圓圈圖—按申請人國籍(我國籍/非本國籍)

由上圖5綠商標申請人國籍(我國籍/非本國籍)之百分比圓圈圖可得知，本國籍申請人「綠商標」占「所有商標註冊申請案」之比例十年來平均約為9.43%；外國籍「綠商標」占「所有商標註冊申請案」之比例十年來平均約為4.68%。換句話說，綠商標之申請，其中有超過六成(68.85%)為本國籍申請人，不到四成(33.15%)為外國籍申請人。過去十年，我國市場見證了超過12.6萬件綠商標之誕生，代表永續經濟從概念走向實質商業部署。

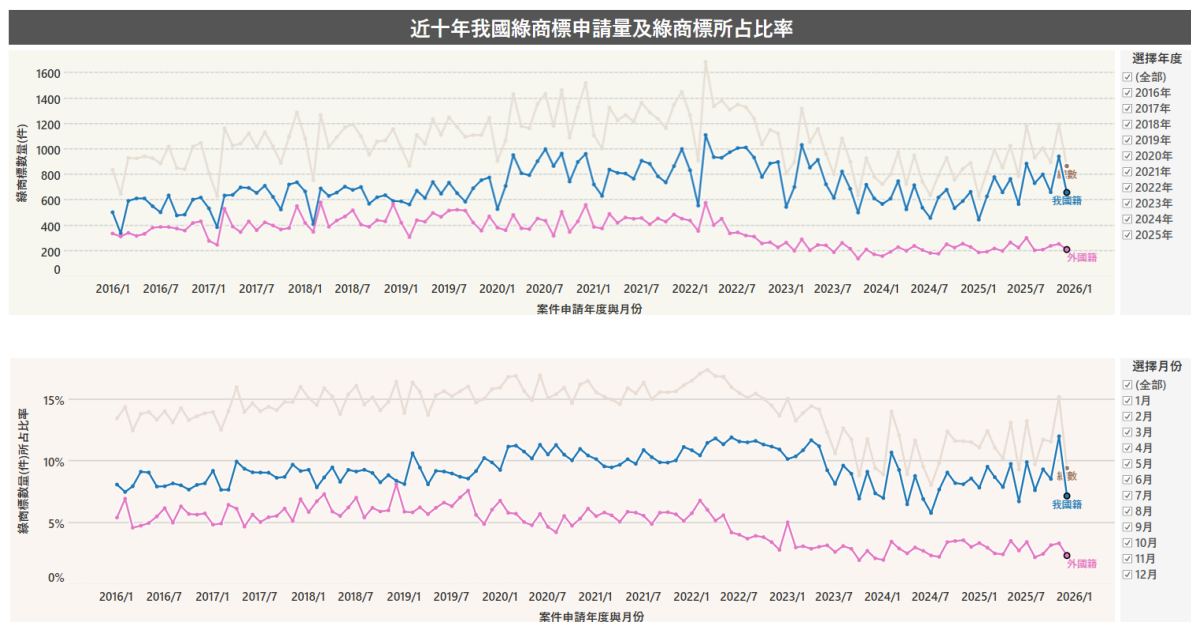


圖 6. 我國綠商標申請量及百分比折線圖—按申請人國籍(我國籍/外國籍)

由上圖6之折線圖可得知，我國籍申請人方面近十年綠商標申請案件數至高點位於2022年3月為1,109件，外國籍則為2018年3月579件、2022年3月576件。

綠商標所占比率我國籍方面從 2016 年的 8.21% 穩步攀升，於 2020 年突破雙位數達到 10.75%，在 2022 年達到十年來的最高點 11.45%，顯示在該年度，國內企業對於綠色品牌的布局力道最為強勁。2023 年起，占比有所回落，2024 年降至 8.01%，但 2025 年回升至 8.73%，儘管數值較巔峰期低，但我國籍申請人始終是綠商標市場的絕對核心主力。

外國籍近十年至高點有二處為8%，分別為2018年12月、2019年9月。2018 年達到最高峰 6.33%。在 2016 至 2021 年間，其占比多維持在 5% 至 6% 之間的穩定水平。自 2022 年（4.49%）起，外國籍申請人的占比明顯下滑。2023 年跌破 3%（2.85%），並持續低迷至 2025 年的

2.74%，為十年來的最低點，呈現早期活躍但近期顯著衰退。

數據顯示，我國綠商標市場正轉變為以國內企業自我驅動為主的格局。外國申請人在台灣的綠色布局比例在近三年內明顯下降，顯示其布局策略可能有所調整。我國籍綠商標所占比率雖有波動，但在2025年已展現出重新回升的復甦跡象。

三、綠商標申請人類型

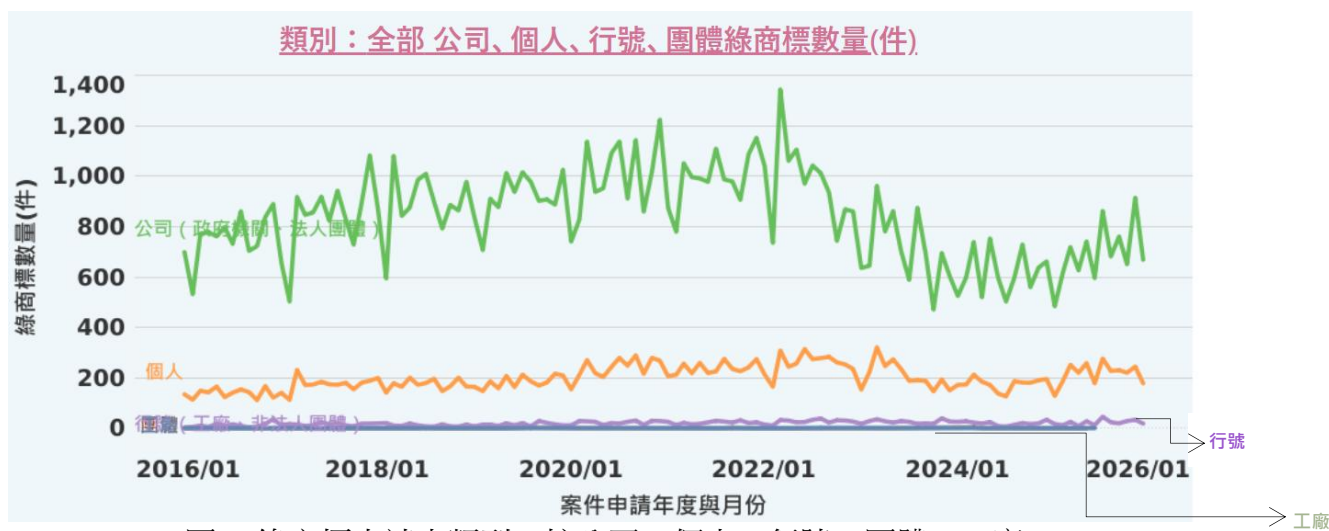


圖 7. 綠商標申請人類型—按公司、個人、行號、團體、工廠

由上圖7可知，近十年綠商標申請人之身分種類以「公司」占絕大多數，其次為「個人」，「行號」則居第三。

四、綠商標前十大申請國分析

(一) 前十大申請國

表 1. 2016-2025年我國綠商標前十大申請國排名

綠商標量排名				
綠商標量排名	國家	該國家綠商標所佔比(%)	綠商標	商標總數
1	中華民國	12.46%	84,743	680,258
2	中國大陸	20.75%	10,699	51,568
3	日本	20.08%	7,724	38,463
4	美國	17.70%	6,398	36,153
5	香港	18.04%	2,580	14,302
6	南韓	14.88%	2,516	16,907
7	德國	26.17%	2,031	7,761
8	新加坡	19.47%	1,284	6,596
9	開曼群島	35.00%	1,031	2,946
10	英國	16.88%	963	5,706
*上表所列國家，在我國申請註冊商標超過500件以上，且其中至少5%是綠商標				

表1顯示2016至2025年我國商標註冊申請案件中，綠商標前十大申請國排名情況，我國續居榜首，其次依序為中國大陸、日本、美國、香港、南韓、德國、新加坡、開曼群島、英國。我國商標註冊申請案中，綠商標比例最高的國家是開曼群島35.00%，其次為德國26.17%、中國大陸20.75%。

表 2. 2025年我國綠商標前十大申請國排名

綠商標量排名				
綠商標量排名	國家	該國家綠商標所佔比(%)	綠商標	商標總數
1	中華民國	11.22%	8,504	75,785
2	中國大陸	16.13%	938	5,815
3	日本	15.00%	520	3,466
4	南韓	8.61%	207	2,403
5	新加坡	19.75%	188	952
6	美國	5.31%	161	3,034
7	香港	13.81%	149	1,079
8	德國	10.83%	69	637
9	法國	7.17%	38	530
*上表所列國家，在我國申請註冊商標超過500件以上，且其中至少5%是綠商標				

表2顯示去(2025)年單一年度，我國商標註冊申請案件中，綠商標前十大申請國排名。多數國家的商標申請在2025年該年度綠商標所佔百分比均略有上升，唯獨美國(-1.82%)及德國(-1.43%)下降。值得注意的是，英國申請人在2025年綠商標申請量表現不如預期，滑落前十名榜單之外，表示該年度在我國(TIPO)申請註冊商標未超過500件以上，且其中綠商標所佔百分比未高於5%。

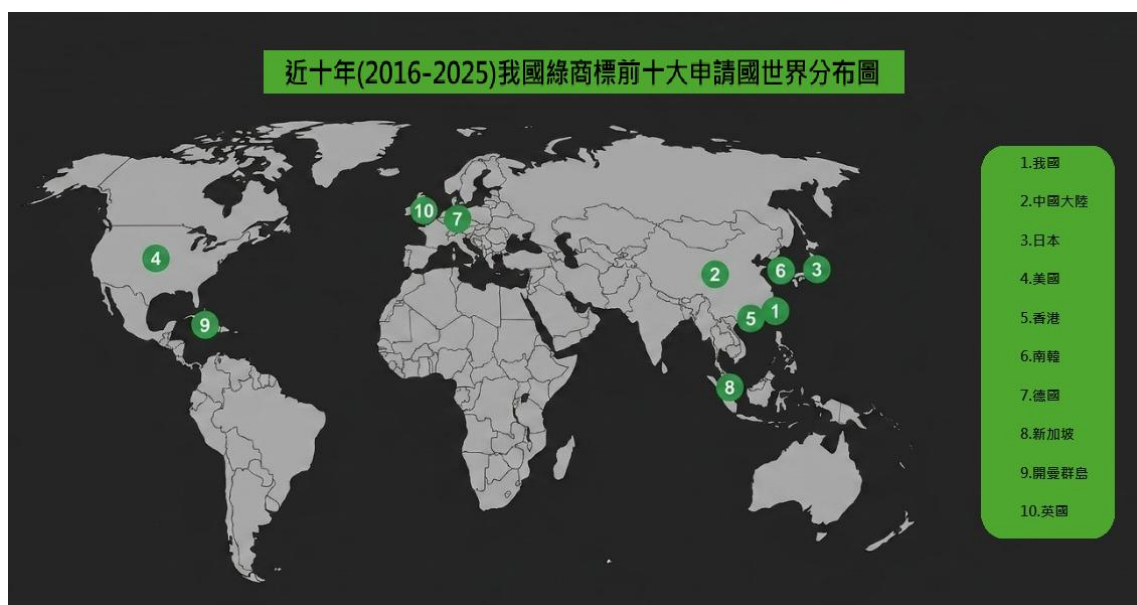


圖 8. 近十年(2016-2025)我國綠商標前十大申請國世界分布圖

圖8呈現近十年我國商標註冊申請案件中，綠商標前十大申請國空間布局，分布區域遍及美洲、歐洲、亞洲，除了我國之外，超過一半以上為世界二十大工業國（G20⁴）成員，例如:中國大陸、日本、美國、南韓、德國、英國等。

第一名為我國，總數量絕對領先，專注節能領域。第二名為中國大陸，具有硬體優勢，專攻電力儲存。第三名為日本，掌握全方位技術，專攻太陽能。第四名為美國，為能源產品與氣候變遷領域軟實力的先鋒。

國際資本與綠商標，深度布局台灣綠色轉型市場，主要洲際大國占絕對領先地位，展現高度的綠色經濟跨境流動性及商業戰略意圖。

其中進榜者不乏其他小國或特別行政區域，例如:新加坡、開曼群島、

⁴ 二十大工業國（G20，Group of Twenty）由七國集團（加拿大、美國、英國、法國、德國、義大利、日本）、金磚五國（巴西、俄羅斯、印度、中國大陸、南非）、七個重要經濟體（墨西哥、阿根廷、土耳其、沙烏地阿拉伯、韓國、印度尼西亞、澳洲）及歐洲聯盟組成。

香港，顯示不論已開發國家經濟體或新興工業國家，均逐漸積極重視全球綠色議題的倡議。

(二) 前十大申請國的專業類別

表 3. 近十年(2016-2025)我國綠商標前十大申請國的專業類別

綠商標 量排名	國家	大類別	大類別 名稱	小類別	小類別 名稱	專業類別 比率	綠商標 小類別 數量(件)
1	中華民國	3	節約能源	31	節能	32.39%	27,445
2	中國大陸	3	節約能源	32	電力儲存	36.81%	3,938
3	日本	1	能源產品	12	太陽能	30.24%	2,336
4	美國	1	能源產品	12	太陽能	33.24%	
5	香港	3	節約能源	31	節能	31.01%	
6	南韓	1	能源產品	12	太陽能	29.02%	
7	德國	1	能源產品	12	太陽能	31.27%	
8	新加坡	1	能源產品	12	太陽能	36.14%	
9	開曼群島	1	能源產品	12	太陽能	45.10%	
10	英國	1	能源產品	12	太陽能	34.16%	

表3顯示2016至2025年我國商標註冊申請案件中，綠商標前十大申請國之專業類別，此處所謂「專業類別」的定義，乃參考歐盟綠商標報告標準，係指該國家綠商標數量小類別「件數最多」之專業領域，非該小類「比率最高」者。以我國為例，專業領域依表列為第三大類「節約能源(Energy conservation)」項下之第1小類「節能(Energy saving)」，專業類別比率為32.39%，該比率未必是我國整體綠色商品「小類別」中比率最高者。舉例來說，我國綠色商品「小類別」比率最高者為第九大類「氣候變遷」項下第93小類「碳經紀」，比率為86.28%，惟其十年來件數僅3,320件。

由前表3可得知在名列前十名國家中，各國專業類別領域均以「能源產品」及「節約能源」占主導地位，排名第一為我國，其中綠色專業領域件數最多之小類別為「節能」，共計27,445件，專業類別比率為32.39%，其次為中國大陸，專業小類別為「電力儲存」，共計3,938件，該小類比率為36.81%，日本專業小類別為「太陽能」，共計2,336件，該小類比率為30.24%。

參、綠商標在各類分布之情形—按九大類

一、九大類別之申請量

表 4. 綠商標申請量及百分比表—按產品九大類別群組

九大類別群組	綠商標	百分比
能源產品	34,198	19.79%
運輸	5,601	3.24%
節約能源	55,887	32.34%
再利用/回收利用	5,482	3.17%
污染控制	44,388	25.69%
廢棄物管理	7,389	4.28%
農業	5,280	3.06%
環保意識	5,128	2.97%
氣候變遷	9,453	5.47%
2016 - 2025 年(件)	172,806 ⁵	100.00%

為了分析我國綠商標在各種商品及服務中的分布，參考歐盟綠商

⁵ 表 4 中九大類綠商標總數 172,806 件，與圖 3 綠商標件數 126,772 件差異的原因，我國商標註冊申請案件之態樣可接受「一案一類」，同時亦可接受「一案多類」，部分案件為一件申請案跨足多個類別。採「一案多類」方式申請的情況下，有可能一件商標註冊申請案同時指定使用類別剛好對應到數個不同大類(九大類群組)，或是不同小類(35 小類別群組)。

標分類原則，將我國綠商標分為九大類綠色群組，35個綠色小類別。

由上表4統計出近十年我國綠商標在各綠色分類目錄中的件數及百分比。

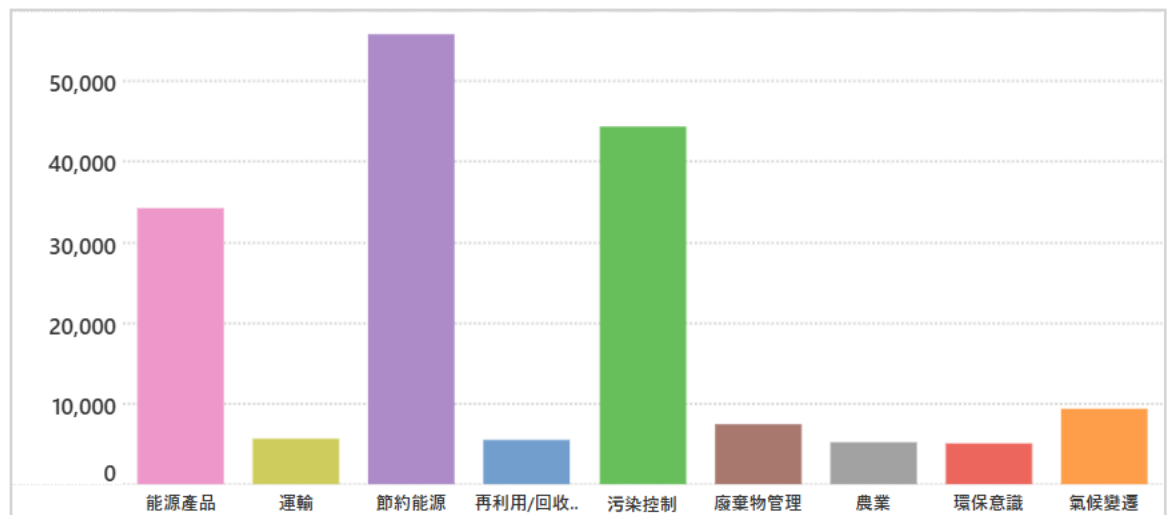


圖 9. 近十年我國綠商標申請量分布圖—按產品九大類別群組

我國綠商標經由前述關鍵字篩選過濾出的近十年綠商標九大類共計172,806件，將其歸納為九大類別群組之檢索結果：1.能源產品類有34,198件、2.運輸類有5,601件、3.節約能源類有55,887件、4.再利用/回收利用類有5,482件、5.污染控制類有44,388件、6.廢棄物管理類有7,389件、7.農業類有5,280件、8.環保意識類有5,128件、9.氣候變遷類有9,453件，其中前三大核心支柱占總量近 78%。

二、九大類別之百分比

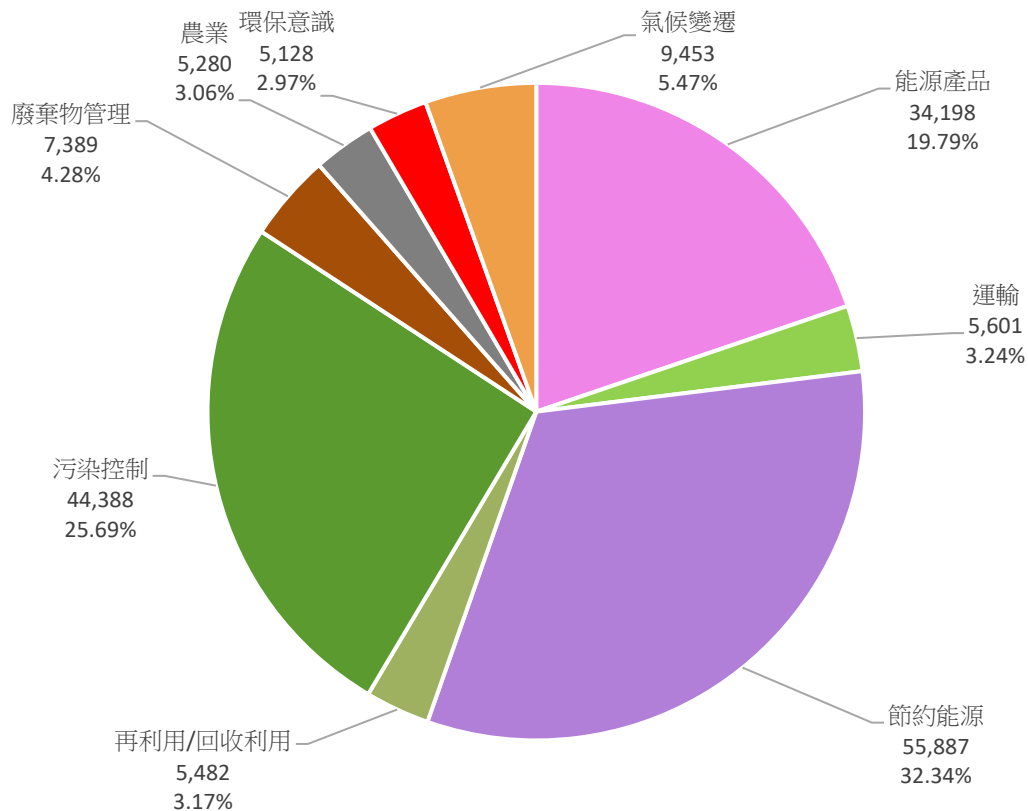


圖 10. 近十年我國綠商標百分比分布圖—按產品九大類別群

我國綠商標的分布圖，其中「節約能源」、「污染控制」與「能源產品」占據了市場的 77.82%。這代表我國企業在進行綠色品牌布局時，資源高度集中於能源效率提升與傳統環境治理。

(一) 三大核心支柱：占總量近 78%



圖 11. 撐起台灣綠商標半壁江山的三大巨頭

承上圖，我國綠商標市場呈現高度集中的態勢，前三大類別合占了全體綠商標申請量的絕大部分。第一名：第 3 大類「節約能源」：申請量達 55,887 件，占比高達 32.34%，是規模最大的類別，顯示節能技術仍是我國綠色產業的最核心戰場。第二名：第 5 大類「污染控制」：申請量為 44,388 件，占比 25.69%，反映出傳統環境保護與整治技術在商標布局中仍佔有極重份量。第三名：第 1 大類「能源產品」：申請量為 34,198 件，占比 19.79%。這三大類別共同構成了我國綠色經濟的基礎。

(二) 中堅力量與新興領域

第 9 大類「氣候變遷」：申請量為 9,453 件，占比 5.47%。雖然比例尚不及前三大類，但作為前沿技術領域，其重要性正隨著全球氣候對策的強化而提升。第 6 大類「廢棄物管理」：申請量為 7,389 件，占比 4.28%，屬於穩定發展的基礎環保類別。

(三) 低占比的利基類別

其餘四個類別的占比相對接近，皆落在 3% 左右的區間，運輸（3.24%）、再利用/回收利用（3.17%）、農業（3.06%）以及環保意識（2.97%）。

整體觀之，「氣候變遷」類別（5.47%）的份額已超越了運輸、農業等傳統類別，顯示技術重心正逐漸向新興的氣候對策移轉。這種分布格局反映了我國綠色產業從「傳統污染防治」轉向「全面能源管理與氣候應對」的發展過程。

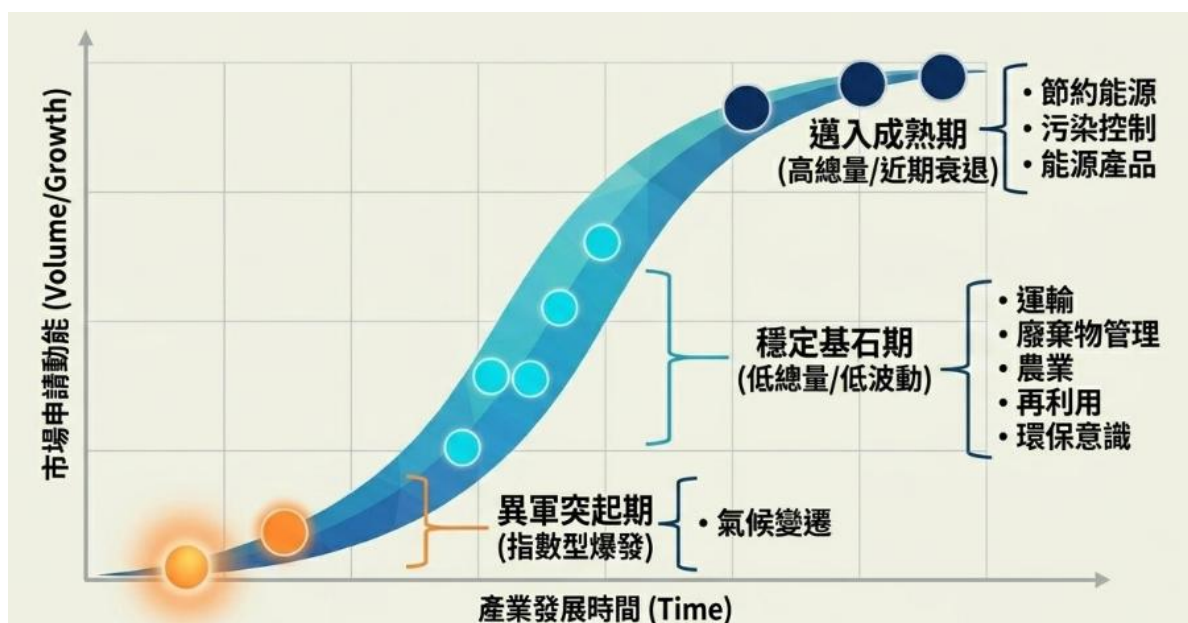


圖 12. 我國綠商標九大類領域發展演進

九大類領域發展演進，傳統防護網已趨於飽和，未來的超額利潤與品牌溢價將集中於「氣候變遷」的高增長藍海。「氣候變遷」於近2年內呈現爆發性成長，分析其原因應包括的兩大驅動力，一為法規推力，歐盟CBAM⁶實施即全球淨零排碳強制規範；一為服務衍生，碳盤查、碳經濟與極端氣候因應方案的在地化需求激增。

⁶ CBAM 是「碳邊境調整機制」（Carbon Border Adjustment Mechanism）的簡稱，係透過對進口產品課徵對等碳成本，以防止碳洩漏並維護公平競爭環境，使國內外產品承擔相同碳成本，落實公平貿易原則。隨著全球減碳政策加速推動，歐盟率先實施 CBAM，英國及美國等國亦陸續研議相關措施。透過市場價格機制，促使各國建立碳定價制度並提升碳排資訊透明度，進而強化全球減碳誘因，推動產業朝低碳轉型發展。<https://www.cca.gov.tw/affairs/cbam/25848.html>，最後瀏覽日期：2026/07/11。

三、九大類前三大申請國

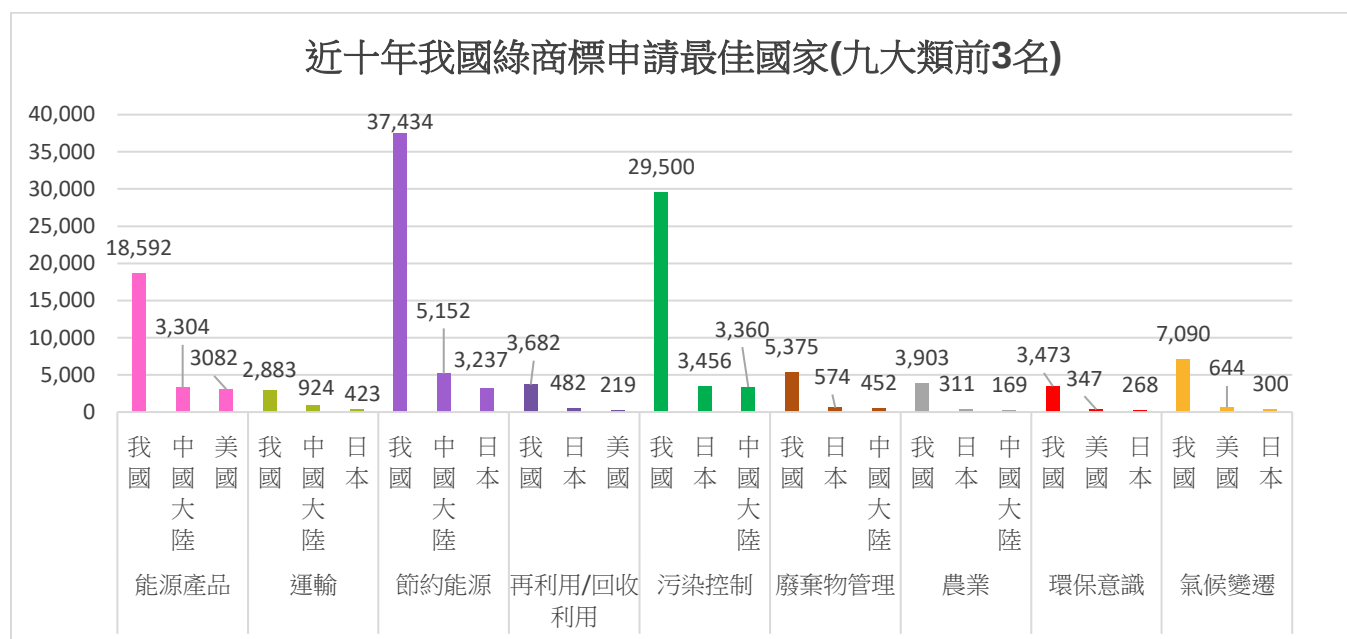


圖 13. 近十年我國綠商標九大類前3名國家

前述圖13為我國綠商標註冊申請中，按九大群組分別提供了各大類前三名國家之更詳細說明，進一步指出了每個類別中申請的主要來源國。其中我國位居全面主導地位，在所有九大產品分類中，我國皆穩居申請量第一名，展現出強大的本土品牌保護意識。在「節約能源」類別中，我國申請量高達 37,343 件，遠超其他國家，「污染控制」類別亦有 29,500 件的驚人申請量，穩固了本土產業的基礎。

日本屬全方位布局的技術大國，日本在九大類別中表現最為均衡，於 8 個類別中均擠進前三名（僅「能源產品」未入前三）。在「再利用/回收利用」（482 件）、「污染控制」（3,456 件）、「廢棄物管理」（574 件）及「農業」（311 件）四個類別中，日本均為外國籍申請人之首（第二名）。日本的申請量雖與我國有顯著差距，但在環境治

理與資源循環領域表現相當亮眼。

中國大陸為能源與運輸領域的強勁競爭者，中國大陸在 6 個類別中進入前三名，其優勢集中於硬體與基礎設施相關領域。關鍵領域在「能源產品」（3,304 件）、「運輸」（924 件）及「節約能源」（5,152 件）三個類別中，其申請量均位居外國籍申請人中名列前茅。這反映出中國大陸在綠能設備、電動車及高效能家電等產業對台灣市場的積極布局。

美國為氣候對策與軟實力的先鋒，美國雖然僅在 4 個類別進入前三名，但在新興與意識形態領域表現突出。在「氣候變遷」（644 件）類別中，美國位居第二名（外國籍第一），顯示其在碳對策與氣候科技上的國際領先地位。在「能源產品」（3,082 件）與「環保意識」（347 件）亦展現強勁的競爭力，與日本並列為這類技術的主要來源國。

整體而言，台灣綠商標市場呈現「一超三強」局面。我國籍申請人負責支撐起整個產業的量體；中國大陸主攻能源硬體與運輸；日本深耕環境治理與循環經濟；美國則引領氣候變遷等前沿技術布局。值得注意的是，除了前三名國家外，其他國籍在各類別的申請量分布極低，顯示綠商標的品牌資源與技術研發高度集中在少數領先經濟體手中。

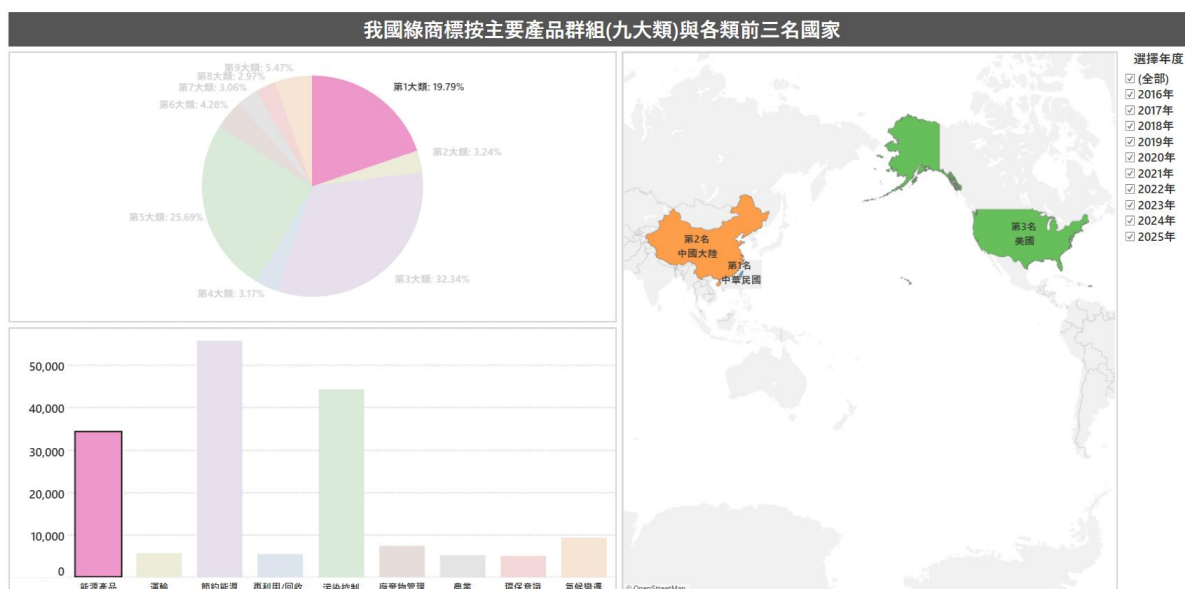


圖 14. 近十年我國綠商標能源產品大類前3名國家

圖14可得知近十年我國綠商標申請能源產品大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量18,592件，依次為中國大陸3,304件、美國3,082件。

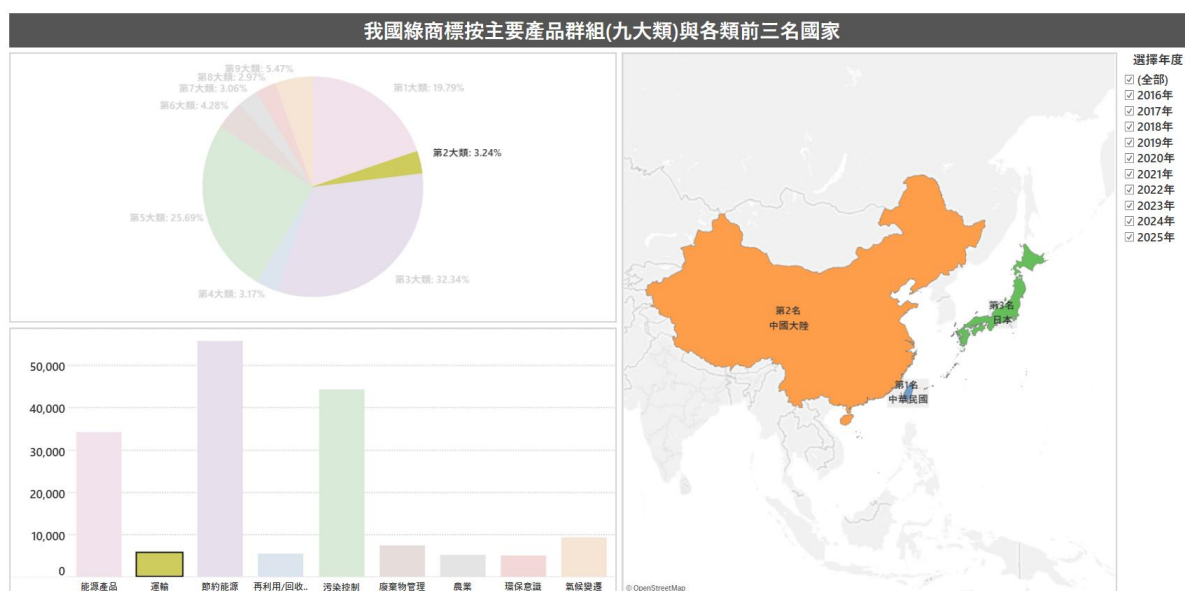


圖 15. 近十年我國綠商標運輸大類前3名國家

圖15可得知近十年我國綠商標申請運輸大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量2,883件，依次為中國大陸924件、

日本423件。

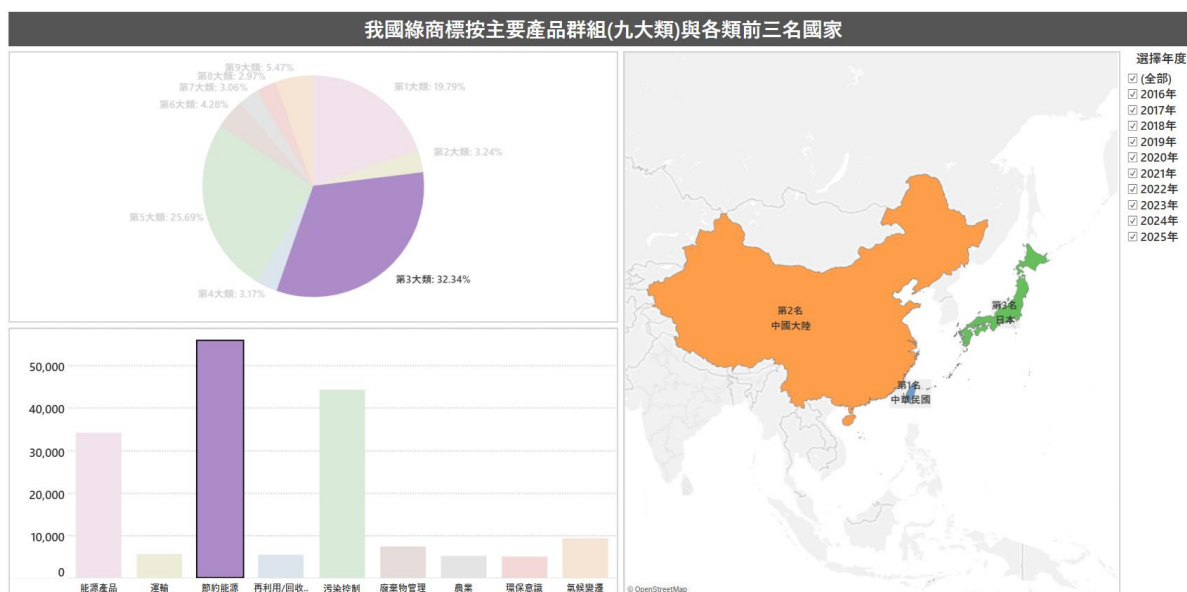


圖 16. 近十年我國綠商標節約能源大類前3名國家

圖16可得知近十年我國綠商標申請節約能源大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量37,343件，依次為中國大陸5,152件、日本3,237件。

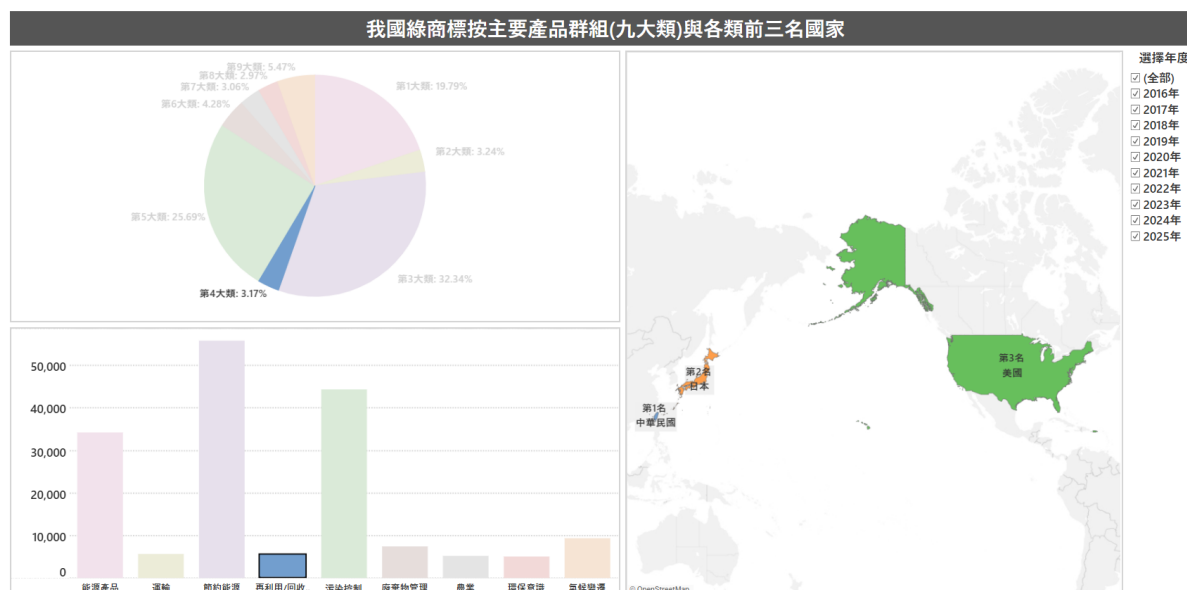


圖 17. 近十年我國綠商標再利用/回收利用大類前3名國家

圖17可得知近十年我國綠商標申請再利用/回收利用大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量3,682件，依次為日本482件、美國219件。

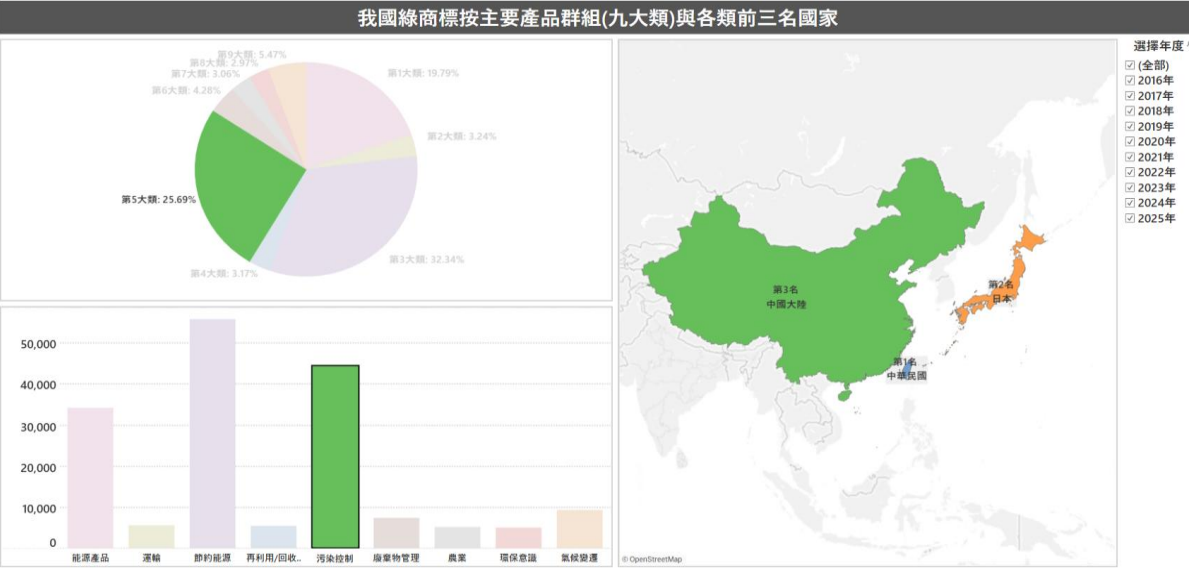


圖 18. 近十年我國綠商標污染控制大類前3名國家

圖18可得知近十年我國綠商標申請污染控制大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量29,500件，依次為日本3,456件、中國大陸3,360件。

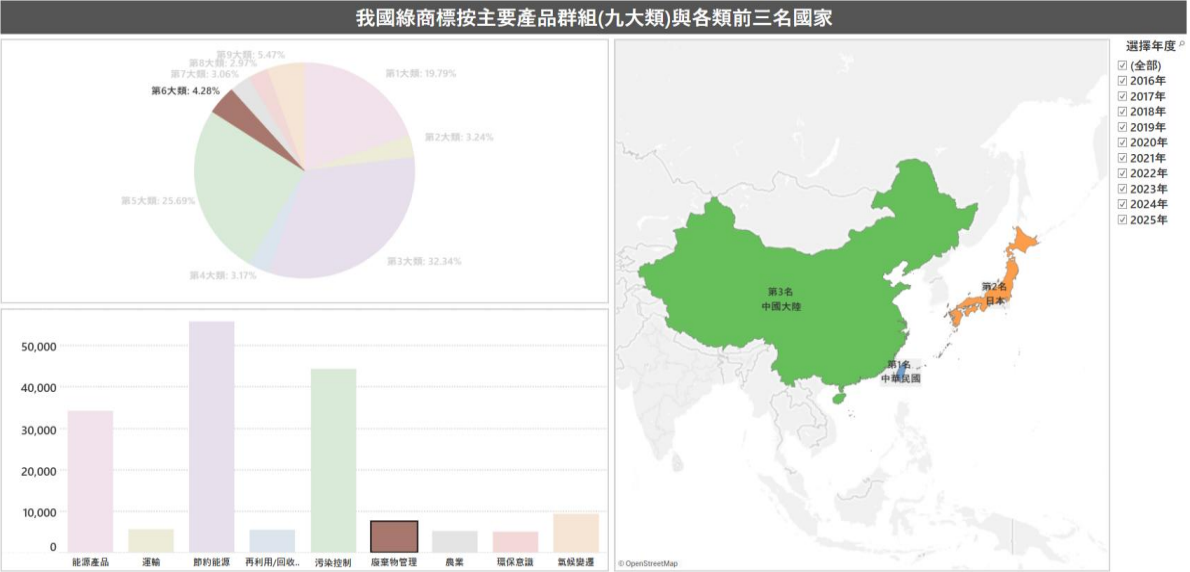


圖 19. 近十年我國綠商標廢棄物管理大類前3名國家

圖19可得知近十年我國綠商標申請廢棄物管理大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量5,375件，依次為日本574件、中國大陸452件。

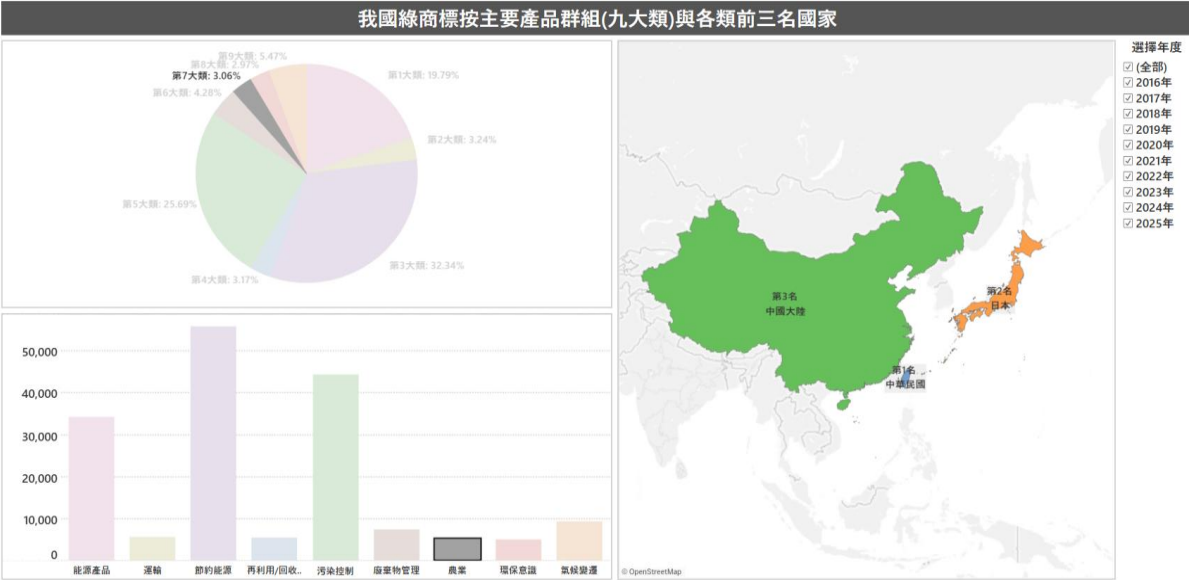


圖 20. 近十年我國綠商標農業大類前3名國家

圖20可得知近十年我國綠商標申請農業大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量3,903件，依次為日本311件、中國大陸169件。

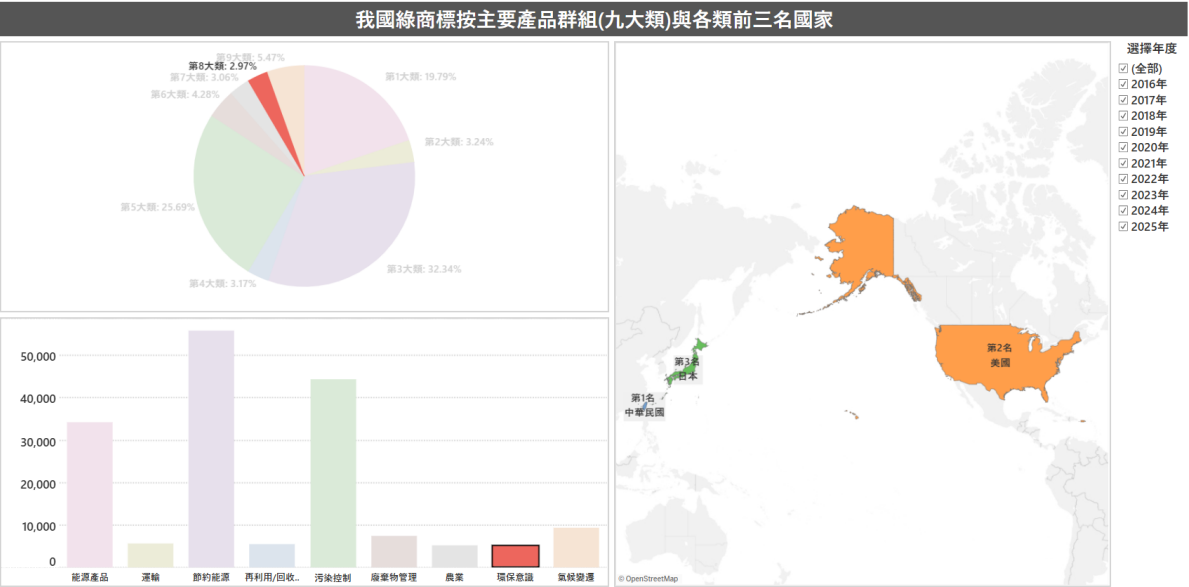


圖 21. 近十年我國綠商標環保意識大類前3名國家

圖21可得知近十年我國綠商標申請環保意識大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量3,473件，依次為美國347件、日本268件。

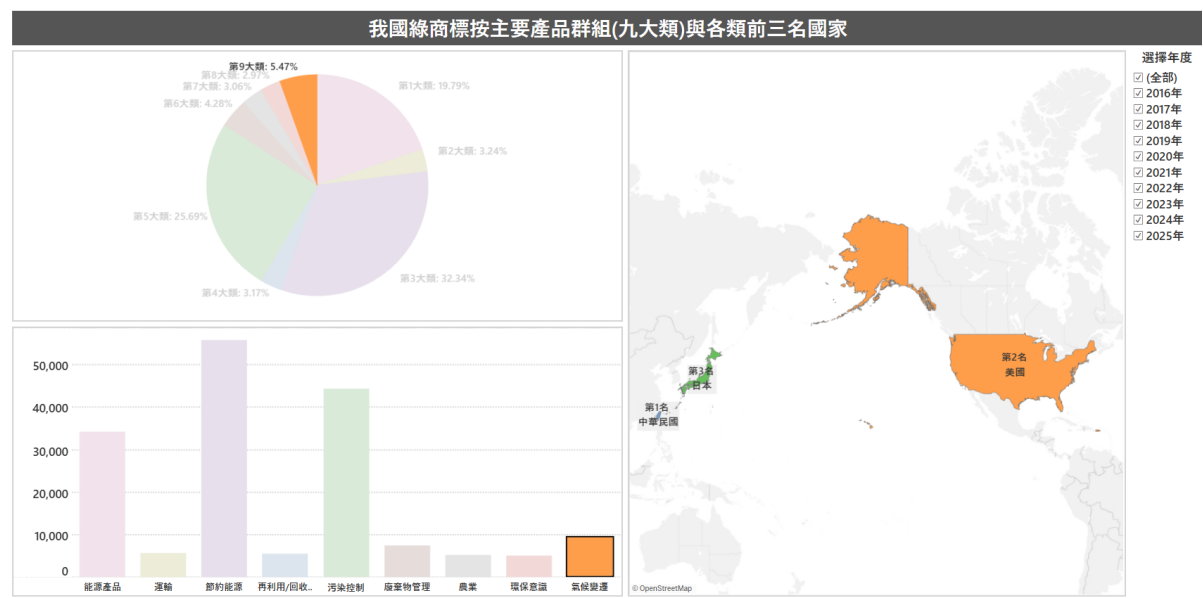


圖 22. 近十年我國綠商標氣候變遷大類前3名國家

圖22可得知近十年我國綠商標申請氣候變遷大類之前3名國家及其分布圖，第一名為我國，綠商標申請量7,090件，依次為美國644件、日本300件。

四、九大類前三大申請人

我國綠商標註冊申請案件中，按九大群組各大類前三大申請人之排行榜，如表5所示。

表 5. 綠商標九大類前三大申請人排行表

九大類別群組	第一大申請人	第二大申請人	第三大申請人
能源產品	統一企業股份有限公司(473) *晉升第一	美商蘋果公司(376)	日商任天堂股份有限公司(263)
運輸	光陽工業股份有限公司(215)	德商拜耳汽車廠股份有限公司(57)	統一企業股份有限公司(56) *首次擠進前 3
節約能源	統一企業股份有限公司(452) *晉升第一	美商蘋果公司(368)	大陸商華為技術股份有限公司(234)
再利用/回收利用	統一企業股份有限公司(199)	台灣水泥股份有限公司(31)	日商三麗鷗股份有限公司(29)
污染控制	統一企業股份有限公司(586)	日商小林製藥股份有限公司(253)	日商久光製藥股份有限公司(225)
廢棄物管理	統一企業股份有限公司(146)	美商蘋果公司(67)	南韓商韓領有限公司(43)
農業	全農肥料有限公司(204)	大益農業科技股份有限公司(119)	興農股份有限公司(80)
環保意識	統一企業股份有限公司(111) *晉升第一	開曼群島商阿里巴巴集團控股有限公司(104)	僑馥建築經理股份有限公司(30) *首次擠進前 3
氣候變遷	統一企業股份有限公司(254)	開曼群島商阿里巴巴集團控股有限公司(104)	美商亞馬遜科技公司(81)

*括弧內數字為綠商標註冊申請案件數

統一企業股份有限公司為全方位的跨領域布局，在九大類別中表現最為突出，橫跨七大類別第一（能源產品、節約能源、再利用/回收利用、污染控制、廢棄物管理、環保意識、氣候變遷），並在「運輸」類別位居第三。值得重視的是，在「能源產品」、「節約能源」

及「環保意識」三個領域均由前期(2015-2024)晉升為本期(2016-2025)第一名，顯示其近年來加速了綠色品牌資產的擴張。整體特別是在「污染控制」（586 件）、「能源產品」（473 件）及「節約能源」（452 件）這三個量體最大的類別中，統一企業均擁有顯著的件數優勢。

美、中國大陸等國的科技大廠聚焦能源效率與氣候對策，主要集中在技術含量較高的類別進行布局。例如:美商蘋果公司 (Apple)穩居「能源產品」（376 件）、「節約能源」（368 件）及「廢棄物管理」（67 件）的第二名，顯示其在台布局重心在於消費性電子的節能與資源回收。阿里巴巴集團在「環保意識」與「氣候變遷」兩個新興領域均位居第二名（皆為 104 件），反映其在數位通路與氣候行動上的品牌布局。亞馬遜 (Amazon) 與華為 (Huawei)則分別在「氣候變遷」（第三名）與「節約能源」（第三名）展現競爭力。

有關特定產業領域的專業，則由具備產業專業背景的企業主導，顯示該領域的品牌護城河較深。例如:運輸類別：由光陽工業股份有限公司以 215 件穩坐第一，展現台灣機車龍頭在電動車與節能運輸的領導地位；德商拜耳汽車廠 (BMW) 則以 57 件位居第二。農業類別：呈現本土專業廠商競爭格局，由全農肥料（204 件）、大益農業科技（119 件）及興農（80 件）包辦前三名，與其他民生消費類別的申請人完全不同。基礎建設與生技醫藥：台灣水泥在「再利用/回收利用」位居第二；日商小林製藥與久光製藥則在「污染控制」領域緊隨統一

企業之後。

統一企業將商標布局視為競爭力，不僅在傳統強項（污染控制）布局，更在氣候變遷與環保意識等軟實力領域取得領先。除了統一企業在「運輸」類別首次擠進前三，僑馥建築經理股份有限公司也在「環保意識」類別首次入榜（第三名），顯示房地產與營建管理相關服務也開始注重綠色品牌識別，這是一個關鍵的市場訊號，象徵著「綠色不動產服務」正在崛起，房地產相關業者的競爭已從硬體營建延伸至綠色品牌識別與服務信任度。我國綠商標市場正由大型食品零售集團（統一）全面領跑，並由全球技術領先企業（蘋果、華為、亞馬遜等）針對性的布局。

近十年來我國綠商標各大類前三大申請人申請量排行圖，如下圖23所示。

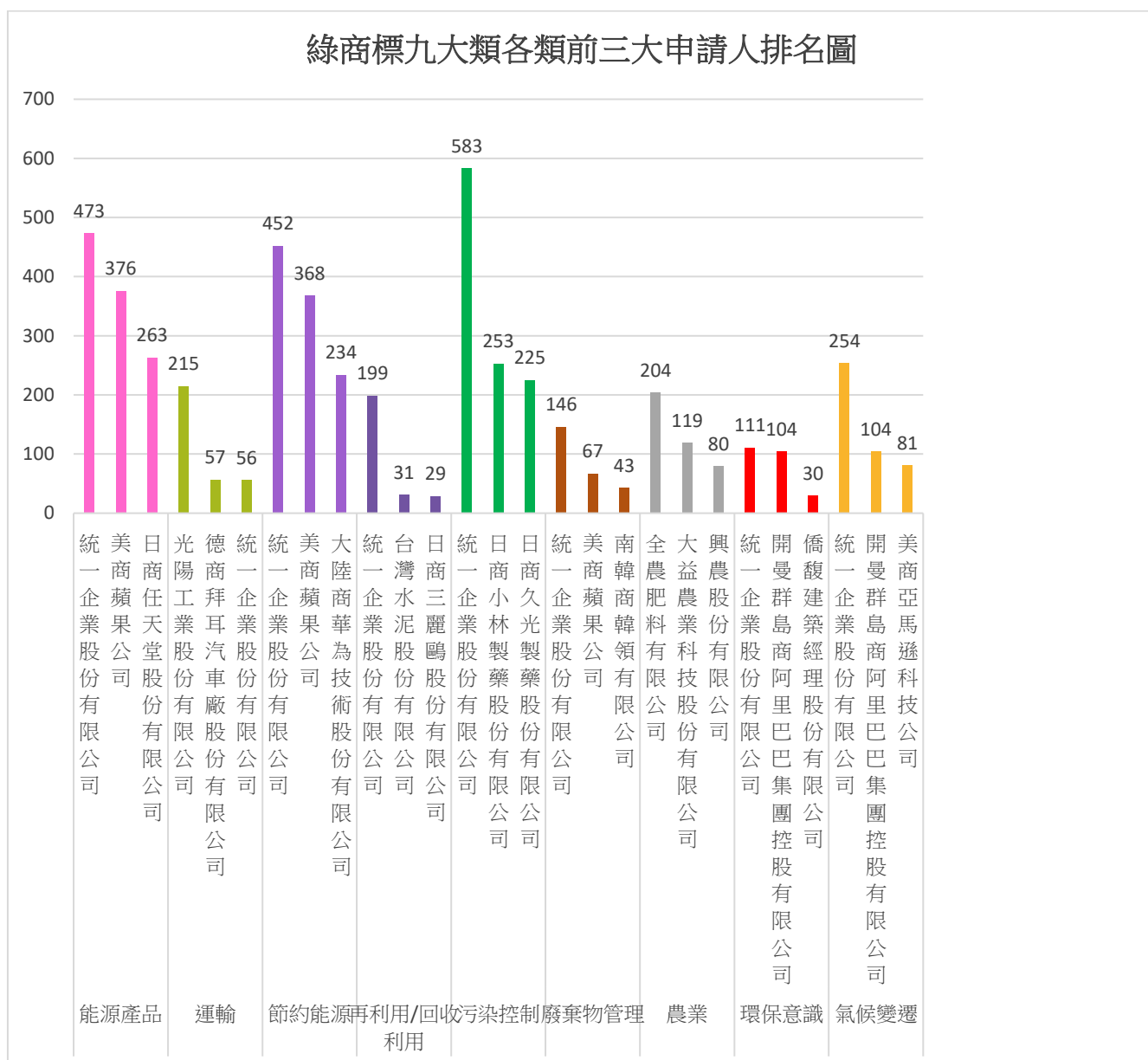


圖 23. 綠商標各大類前三大申請人排行圖

與上一期(2015-2024年)統計報告相較，綠商標各大類前三大申請人排行榜大致相同，穩如泰山，僅其中「能源產品」大類別、「節約能源」大類別及「節約能源」大類別的第1、2名互換。「運輸」大類別統一企業股份有限公司首次擠進前3；「環保意識」大類別僑馥建築經理股份有限公司首次進榜前3名。綜觀圖23，統一企業以「地毯式布局」，其密度之高已近乎「鎖定」了民生消費品中絕大多數的綠

色相關商品或服務，在申請量上展現出的「量級碾壓」，反映了本土零售龍頭對內需市場的防禦深度；而蘋果與任天堂則展現了跨國科技與娛樂產業如何以「質」取勝。這種量級與策略的差異，直接決定了中小企業在綠色轉型過程中的法律生存空間。

肆、綠商標在各類分布之情形—按35小類

一、35小類統計分析—按申請人國籍

以下部分介紹我國綠商標申請案在九大類群組及35小類之各類申請人國籍分析。

(一) 按九大類群組35小類及國籍區分之綠商標申請—總圖

綠商標申請總數(按九大類及我國籍、外國籍區分)

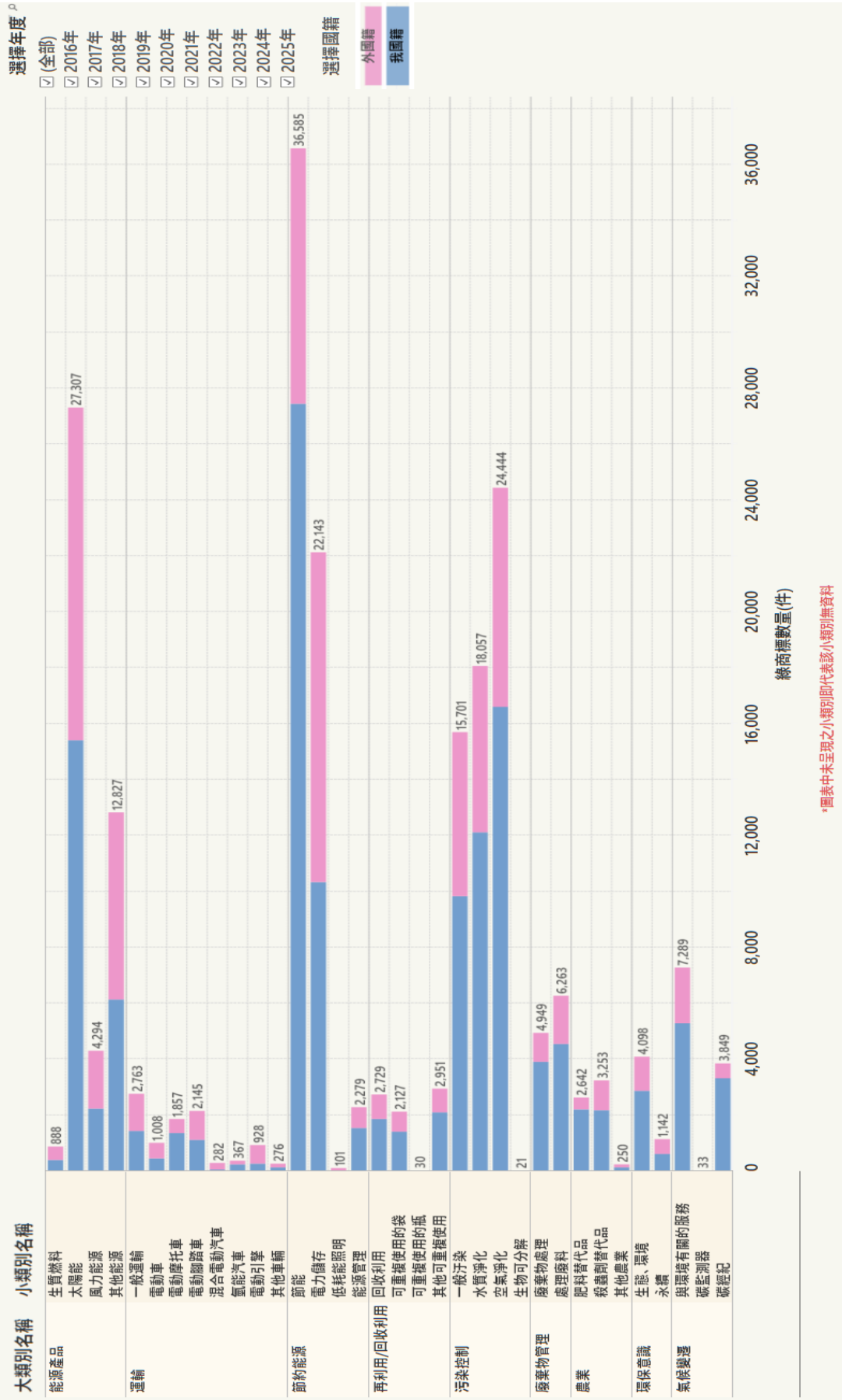
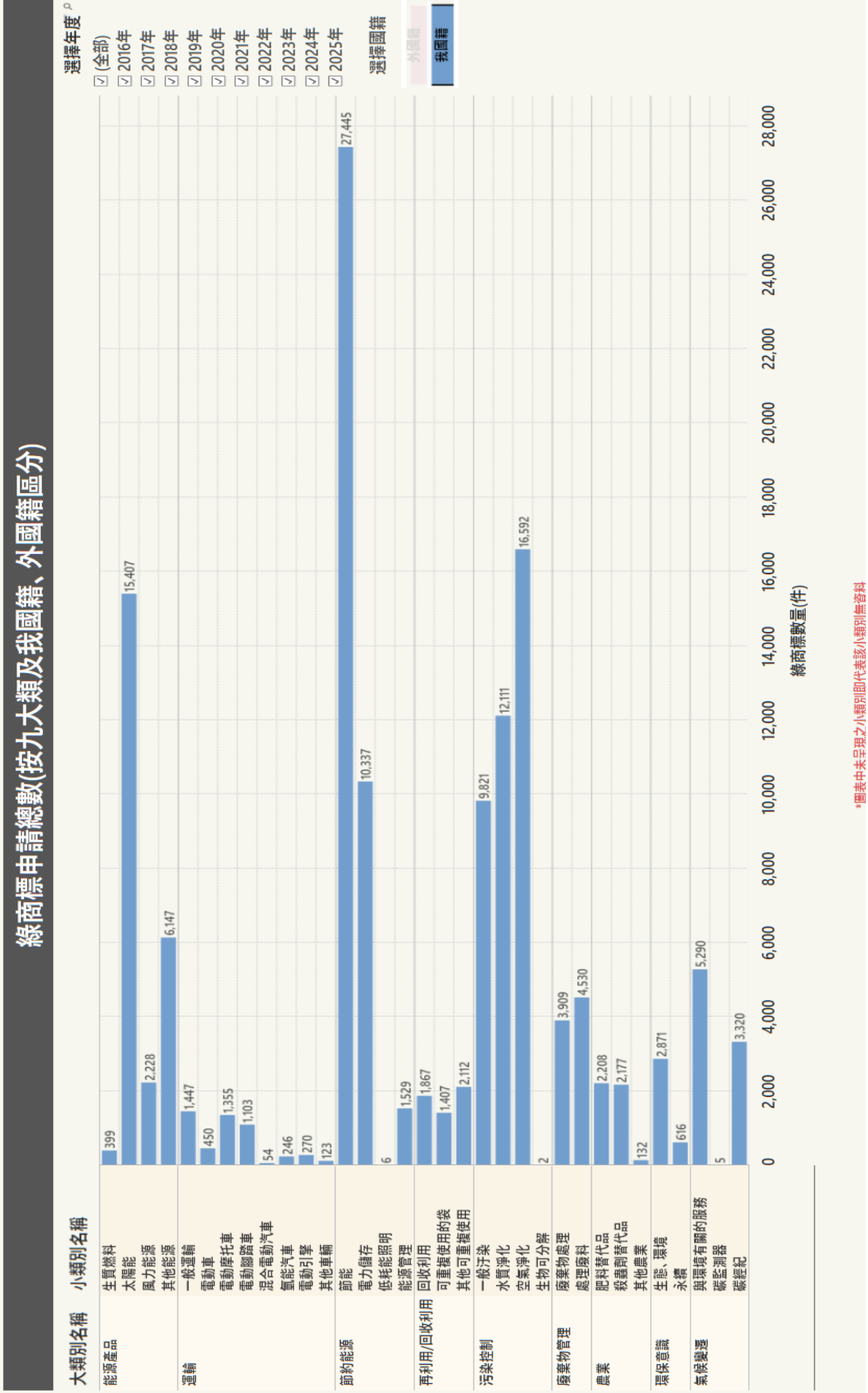


圖 24. 綠商標按九大類及國籍區分之分布情形-總圖

由上圖24可得知，近十年我國綠商標申請量，35小類中有超過半數以上的小類，我國籍申請量大於外國籍。惟仍有部分小類外國籍遠遠大於我國籍，且比例較為懸殊，例如：混合電動汽車(81%外國籍)、電動引擎(71%外國籍)、低耗能照明(94%外國籍)、可重複使用的瓶(100%外國籍)、生物可分解(90%外國籍)、碳監測器(85%外國籍)，我國籍申請人指定使用商品在前述6項小類中仍偏少數，尤其是低耗能照明、可重複使用的瓶之申請案件，我國籍幾乎是微乎其微，申請人幾乎全數是來自外國籍，顯示外國籍申請人重視在我國該領域的品牌發展潛力，相對來說該部分未來我國仍有很大的發展空間。較特殊的是，其中「可再填充使用印表機色帶匣」近十年完全無申請案件，最後一筆申請為2015年9月申請量為1件。

我國籍申請人正利用全方位的 35 小類申請建立廣泛的「護城河」，在大眾消費與基礎節能小類擁有絕對數量優勢，透過廣泛布局確保品牌占有率；而外國籍申請人則在整體申請量縮減的情況下，鎖定高技術價值的特定小類進行防禦性布局。

(二) 按九大類群組35小類及國籍區分之綠商標申請—我國籍



*圖表中未呈現之小類別圖代表該小類別無資料

圖 25. 綠商標按九大類及國籍區分之分布情形-我國籍

近十年來綠商標申請案件中，我國籍申請人在節能、空氣淨化、太陽能、空氣淨化、水質淨化、電力儲存及一般污染等專業領域，申請量較高。而混合電動汽車、低耗能照明、可重複使用的瓶、可再填充印表機色帶匣、生物可分解、碳監測器等小類方面，申請量相對來說屬尚待開發領域。國內企業在「節能」、「空氣淨化」領域築起壓倒性綠色護城河，其中「節能」單一領域申請量突破兩萬件，展現深厚的本土製造與服務轉型底蘊。

(三) 按九大類群組35小類及國籍區分之綠商標申請—外國籍

綠商標申請總數(按九大類及我國籍、外國籍區分)

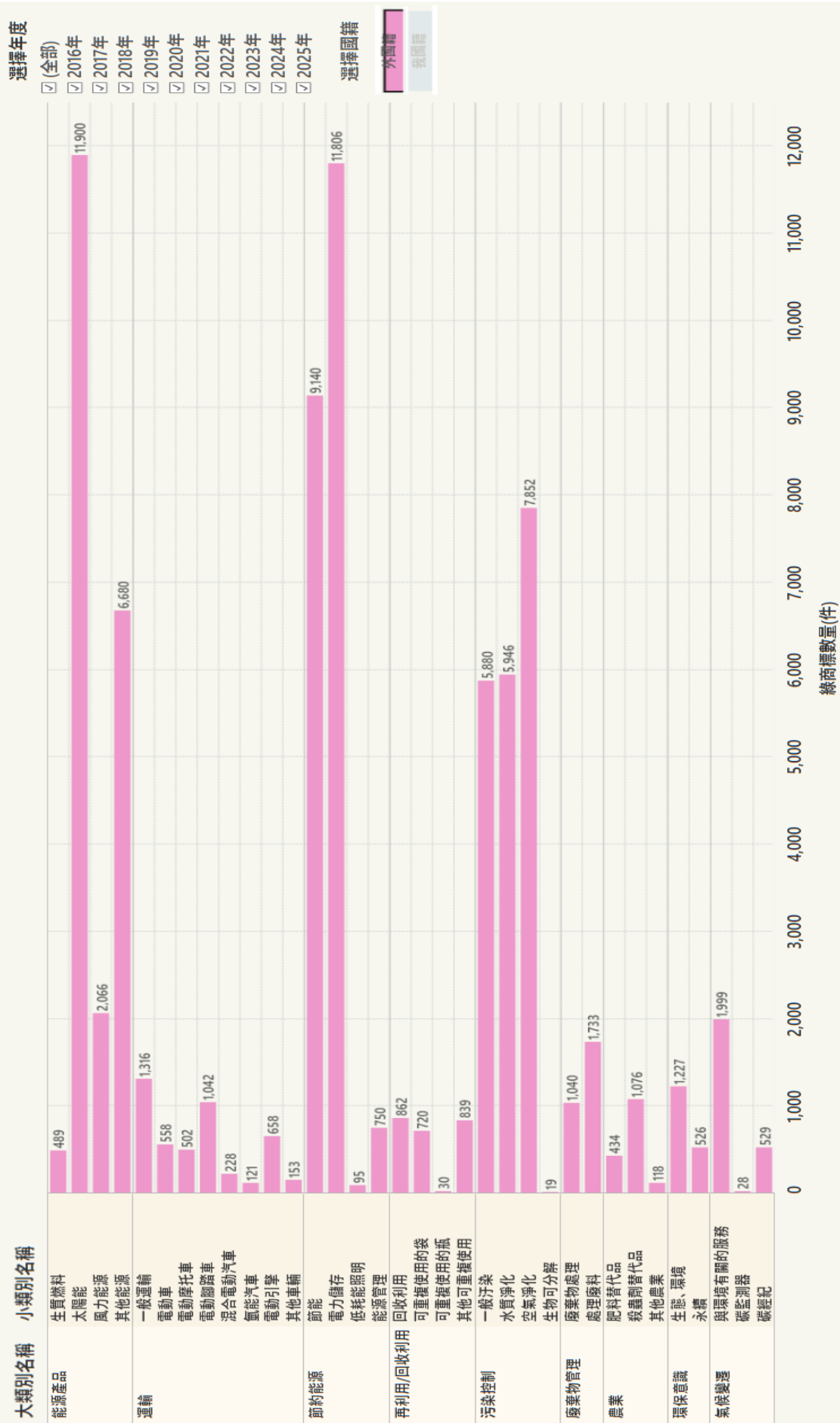


圖 26. 綠商標按九大類35小類及國籍區分之分布情形-外國籍

由上圖26得知，外國籍申請人在太陽能、電力儲存、節能、空氣淨化、其他能源等專業領域，有亮眼表現。在可重複使用的瓶、可再填充使用印表機色帶匣、生物可分解、碳監測器小類方面，十年來綠商標申請量各小類均低於33件，雖外國籍申請比率占絕大多數，然相對申請數量不多，仍屬稀有領域。在「節約能源」相關小類中，我國籍申請量最多，高達近4萬件，顯示本土企業在節能家電與工業效率提升上的品牌保護極為強大。外國籍申請人並未採取全面撒網，而是重兵集結於高技術門檻領域，在「電力儲存」與「電動引擎」上展現超越我國籍企業的強勢布局。

二、35小類之申請分布情形

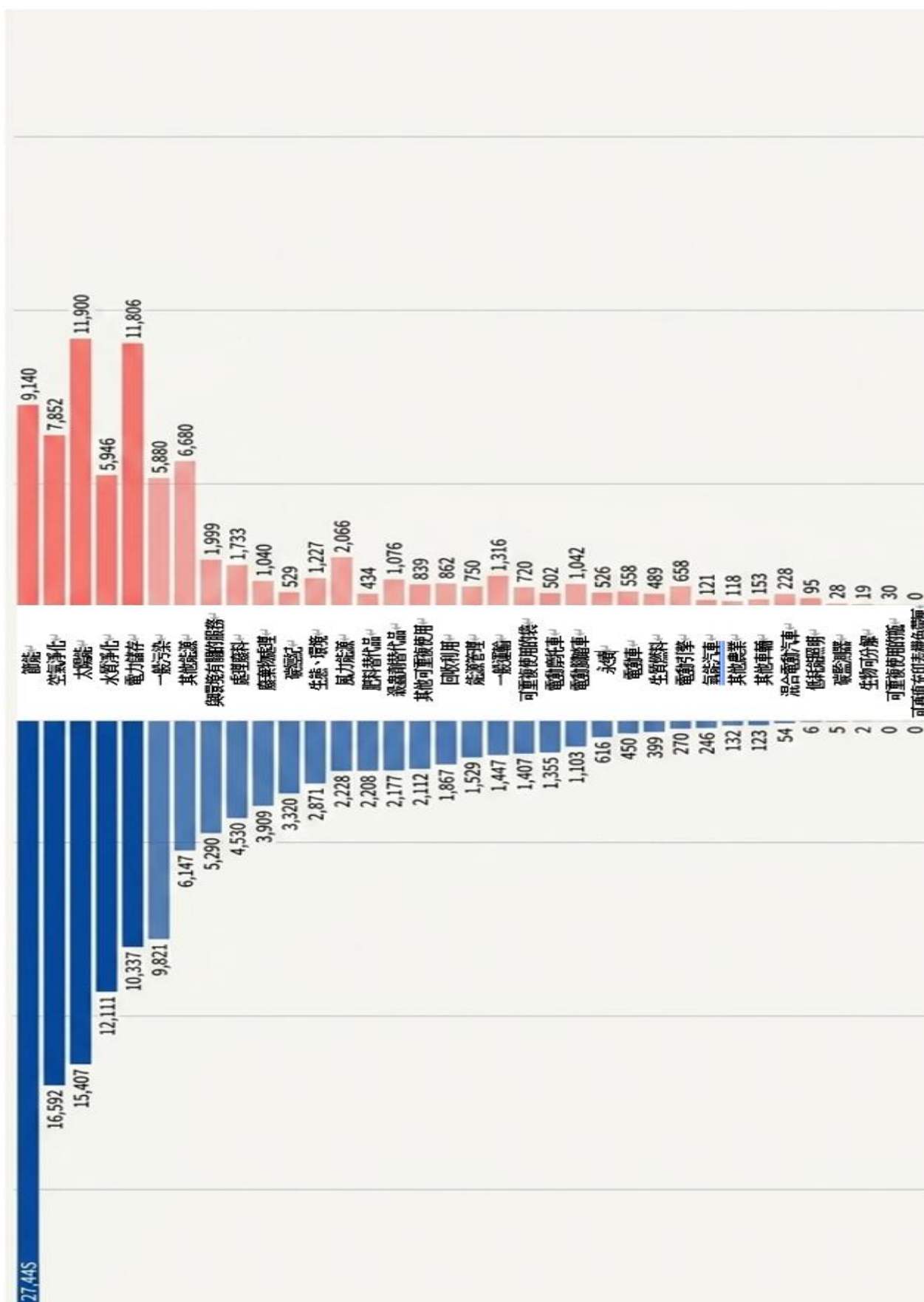


圖 27. 我國綠商標35小類全景蝴蝶圖

由上圖27可看出我國近十年來綠商標在35小類各類別申請量之分布情形全貌，以九大類35小類對稱式蝴蝶圖呈現之數據剖析，揭示國內外綠色重新布局之優勢與競爭熱區。我國籍在「節能」與「空氣淨化」、「水質淨化」領域展現壓倒性優勢；外國籍則在「太陽能」與「電力儲存」領域成為強勁對手。外國籍高「電力儲存」領域呈現高度競爭力，這是少數外國籍綠商標申請量(11,806)超越我國籍(10,337)的核心領域；在「太陽能」領域，外商則展現極強大的競爭力(11,900)，顯示外國籍申請人極度重視台灣綠能發電與儲能市場，跨國企業在新能源基礎建設與儲能核心技術上的強勢布局。不論本國籍或外國籍申請人，二者在太陽能領域並駕齊驅，均投入大量資源，此版圖差距較其他領域小。

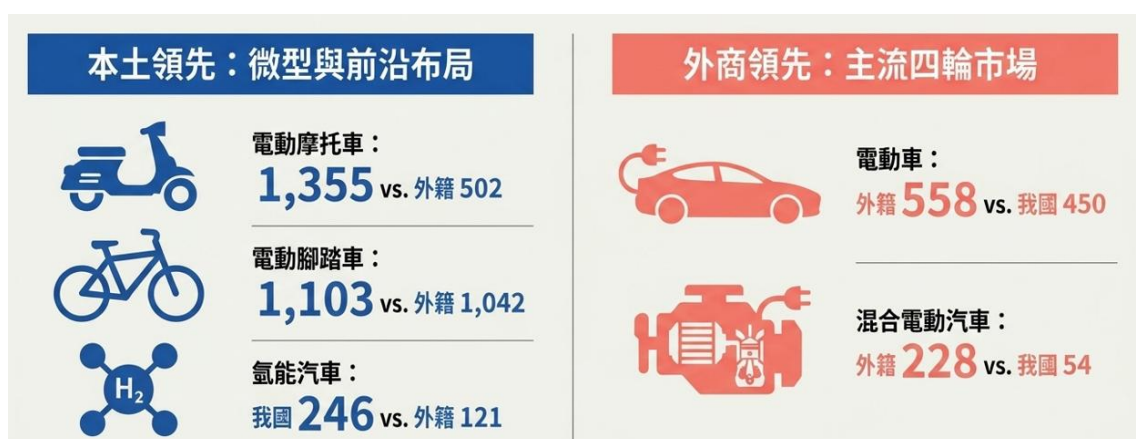


圖 28. 綠商標在運輸交通工具電動化版圖

在運輸交通工具電動化版圖方面，我國籍在「電動摩托車」(1,355)、「電動腳踏車」(1,103)具備絕對優勢，而外國籍在「電動車」、「電動引擎」、「混合電動汽車」領域商標布局數量領先我

方，反映了國際車廠在四輪與電動引擎複合電動技術上的優勢。在一般運輸領域，國內資本展現了截然不同的市場切入點。台灣固守微型載具與前端布局，外國籍申請人則主導當前主流的四輪電動車市場。

我國籍在「節能」(27,445)與「空氣淨化」(16,592)等民生與工業應用領域，具備極高的動能，申請量遙遙領先外國籍，為其2-3倍之多，顯示國內產業鏈在此領域著墨甚深。

值得一提的是，氣候變遷相關服務崛起，在「碳經紀」項目中，我國籍(3,320)明顯壓倒性地高於外國籍(529)，顯示近年國內因應國際減碳法規，衍生出龐大的在地碳盤與碳交易相關服務市場。

潛在爆發區，由上圖27可得知，雖然在蝴蝶圖的最末端領域綠商標件數較少，但外商已悄悄在精進該領域技術。「碳監測器」外商高度布局(28)，我國籍僅5件，隨者全球ESG碳盤查法規趨嚴，此領域即將迎來爆發。「生物可分解」小類之領域，外商(19件)遠超過國內(2件)。「低耗能照明」小類之領域，外商(95件)形成對國內(6件)的絕對壓制。台灣必須在這些領域加速布局，避免在未來的淨零規範中受制於人。



圖 29.競爭力落點分析圖

本土優勢及國際布局之競爭力落點分析，我國籍在多數傳統與環境服務類別中占據數量優勢，而外國籍則在特定的高新技術領域（如混合動力汽車、低耗能照明及電力儲存）展現出不俗的實力。

我國籍企業應將本土驗證成功的「節能」與「空氣淨化」、「水質淨化」領域模組化，不應只停留在國內建置，而應將這些具備絕對數量的綠色服務與解決方案，輸出至新興市場發揚光大。外國籍企業針對「電力儲存」、「電動引擎」、「碳監測」等強勢領域，我國應加速跨國技術合作與授權，避免在下一代核心硬體供應鏈中被邊緣化，台灣需要將「量」的防禦優勢轉化為「質」的全球躍飛。

三、35小類最佳申請國

本報告參考歐盟綠商標報告，定義「最佳國家」是指該小類別的綠商標申請案中至少有1/3(33.33%)以上來自該國家。換句話說，「最佳國家」= (該國申請案件數 / 該小類別所有案件數) ≥ 33.33%。

這項門檻的策略意義在於：當一個國家在特定技術小類別中佔據了超過 1/3 (33.33%) 的申請量，即代表該國在該領域擁有了超過三分之一的「市場聲音」與高度的技術壟斷力。這個門檻能有效過濾掉隨機性的數據波動，精確鎖定具備實質產業集中度的技術領袖。在這些宏觀領域之下，具體的「最佳申請國」分布則揭示了各國在不同產業鏈位置上的戰略選擇。

表 6. 綠商標按35小類之最佳申請國

九大類	35 小類	%	最佳國家	該國該小類案件數佔該小類別所有案件數之比率(%)
能源產品		20.99		
	生質燃料	0.41	中華民國	44.93
	太陽能	12.65	中華民國	56.44
	風力能源	1.99	中華民國	51.92
	其他能源	5.94	中華民國	47.94
運輸		4.46		
	一般運輸	1.28	中華民國	52.43
	電動車	0.47	中華民國	44.64
	電動摩托車	0.86	中華民國	73.05
	電動腳踏車	0.99	中華民國	51.45
	混合電動汽車	0.13	中華民國	-
	氫能汽車	0.17	中華民國	67.21
	電動引擎	0.43	中華民國	-
	其他車輛	0.13	中華民國	44.57
節約能源		28.31		
	節能	16.94	中華民國	75.08

	電力儲存	10.26	中華民國	46.70
	低耗能照明	0.05	美國	50.50
	能源管理	1.06	中華民國	67.12
再利用/ 回收利用		3.62		
	回收利用	1.26	中華民國	68.41
	可重複使用的 袋	0.98	中華民國	66.27
	可重複使用的 瓶	0.01	美國	63.33
	可再填充印表 機色帶匣	-		-
	其他可重複使 用	1.37	中華民國	71.62
污染控制		26.96		
	一般污染	7.27	中華民國	62.57
	水質淨化	8.36	中華民國	67.11
	空氣淨化	11.32	中華民國	67.92
	生物可分解	0.01	-	
廢棄物管理		5.19		
	廢棄物處理	2.29	中華民國	79.03
	處理廢料	2.90	中華民國	72.39
農業		2.85		
	肥料替代品	1.22	中華民國	83.60
	殺蟲劑替代品	1.51	中華民國	66.92
	其他農業	0.12	中華民國	52.80
環保意識		2.43		
	生態、環境	1.90	中華民國	70.11
	永續	0.53	中華民國	54.04
氣候變遷		5.18		
	與環境有關的 服務	3.38	中華民國	72.64
	碳監測器	0.02	美國	39.39
	碳經紀	1.78	中華民國	86.28

舉例說明:「電動摩托車」小類，近十年來綠商標申請量有1,855件，而我國籍申請人共計有1,355件，占該小類73.05%，因此榮登該

小類最佳國家。值得關注的是，在歐盟綠商標研究報告中，我國在「電動摩托車」小類領域榮登前三名重要國家，同時也是我國唯一進入歐盟專業類別排行榜的領域。

我國在「電動摩托車」（73.05%）與「電動腳踏車」（51.45%）具備主導地位。這不僅是製造能力的體現，更意味著在全球微型移動（Micro-mobility）供應鏈中，已形成深厚的品牌護城河，建立了微型移動工具的技術堡壘。新進者若無強大技術差異化，難以撼動其品牌地位。

整體觀之，35個小類各類最佳國家以我國籍的申請人占絕大多數，其他依序分別如下：第33小類「低耗能照明」最佳國家為美國，該國家案件數量占該小類別比率為50.50%；第43小類「可重複使用的瓶」最佳國家為美國，該國家案件數量占該小類別比率為63.33%；第92小類「碳監測器」最佳國家為美國，該國家案件數量占該小類別比率為39.39%。

另外，「混合電動汽車」、「電動引擎」及「可再填充印表機色帶匣」小類，因為該小類別的綠商標申請案中，並沒有一個國家占比超過33.33%以上，因此並無所稱最佳國家。

四、各類產品之申請趨勢

本章節將進一步介紹九大類各類歷年申請量的演變歷程:

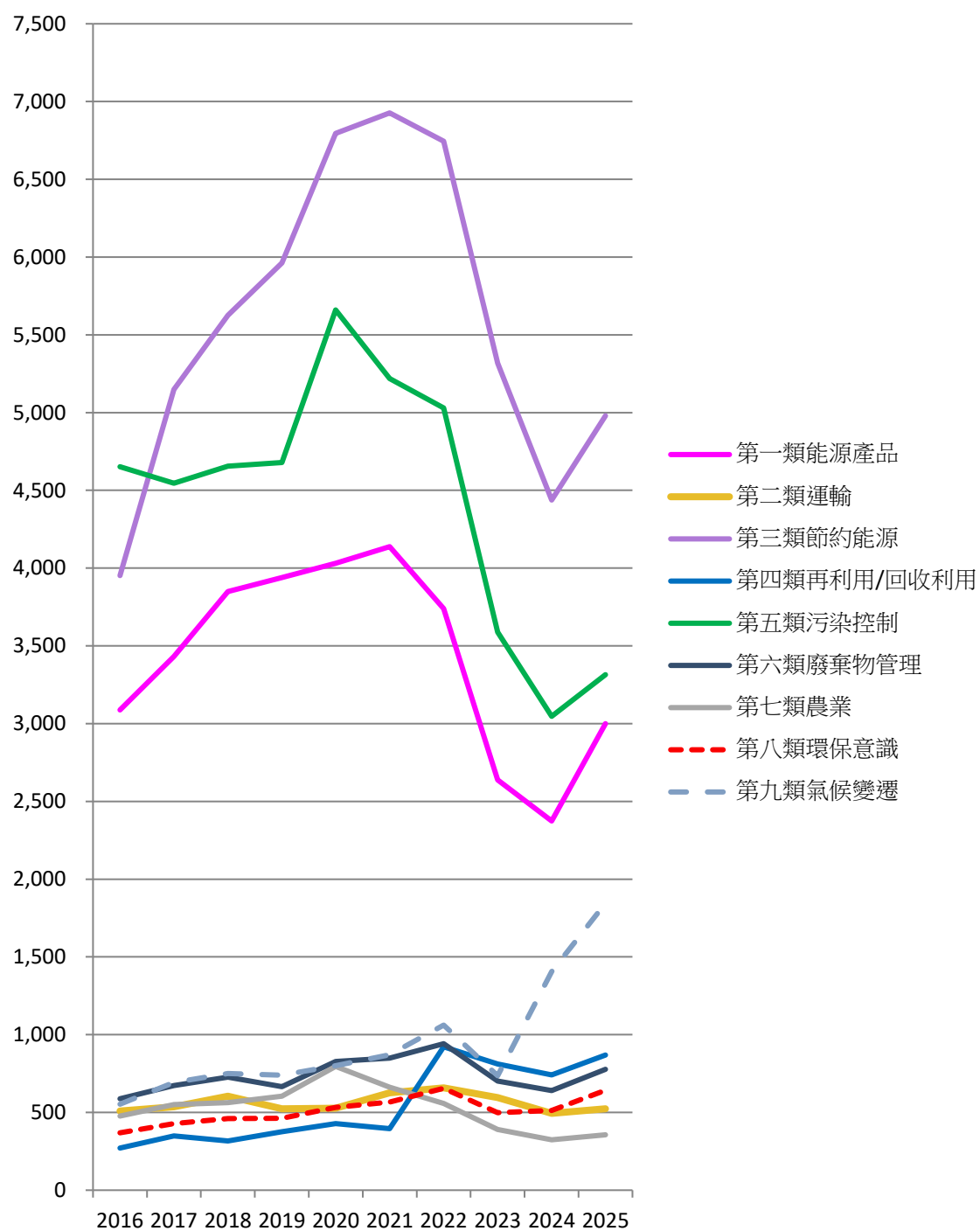


圖 30. 九大類產品歷年申請趨勢—總圖

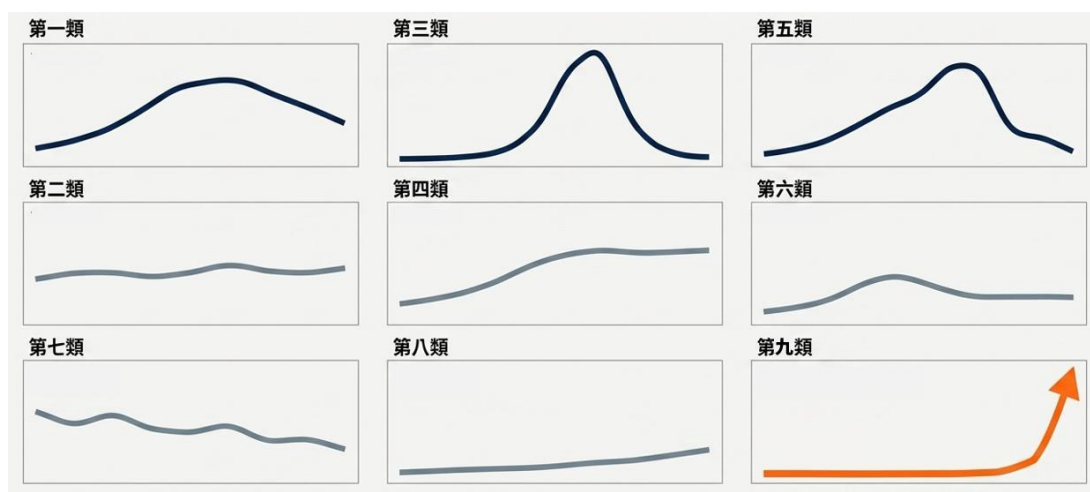


圖 31. 剝離規模干擾下之九大類產品演進軌跡

透過獨立各領域數據的視角，我們更清楚看見大多數類別產品之綠商標在2022年後，陷入停滯或衰退，唯有第九大類「氣候變遷」領域異軍突起，展現截然不同的爆發力。從十年數據剖析各大類產品之生命週期，可區分為三大週期，「邁入成熟期」、「穩定基石期」及「異軍突起期」。

「邁入成熟期」(深藍色)：十年來歷史總量龐大，但近期呈現負成長，包含領域為第一類節約能源、第三類污染控制、第五類能源產品。

「穩定基石期」(灰色)：總體申請量較少，波動率小，持續維持穩定之小眾市場，包含領域為第二類運輸、第四類再利用/回收利用、第六類廢棄物管理、第七類農業、第八類環保意識。

「異軍突起期」(橘色)：歷經平緩期後，近期呈現爆發性增長，含蓋領域為第九類氣候變遷。成為下一波具有強大潛力的產業領域。

(一) 能源產品

第一大類—能源產品，趨勢：申請量曲線呈現「倒 V 型」後回升。歷程：2016 年從 3,088 件開始穩定爬升，於 2021 年達到巔峰 4,138 件。隨後連續三年下滑，2024 年跌至 2,374 件低點，但在 2025 年顯著反彈回 2,999 件。

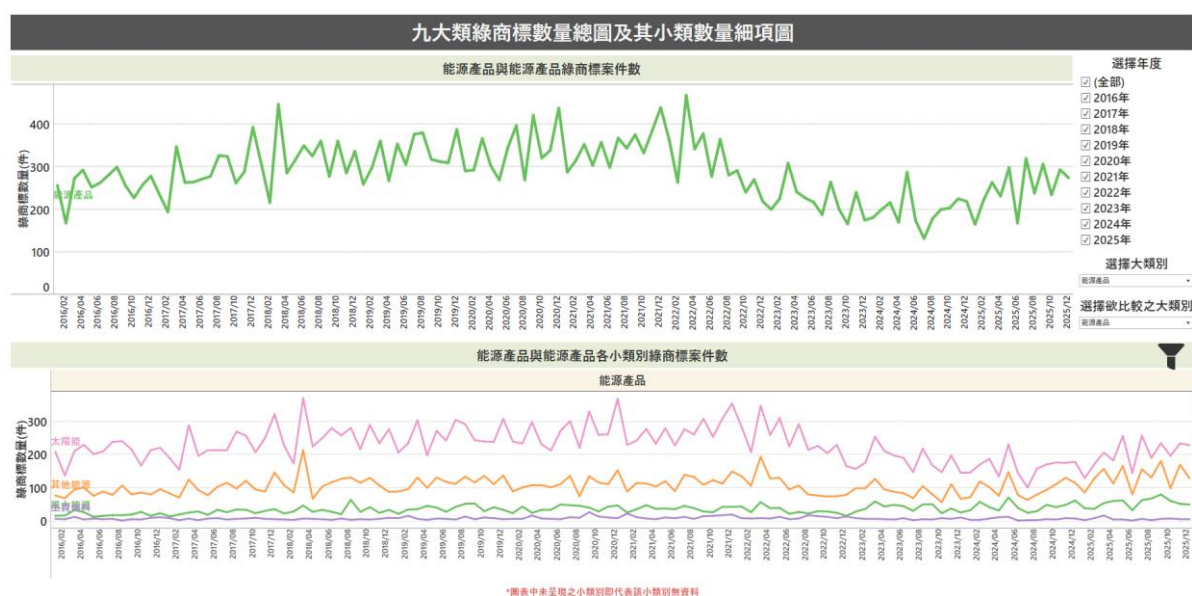


圖 32. 第一類能源產品及其小類歷年申請趨勢



圖 33. 第11小類生質燃料之申請趨勢

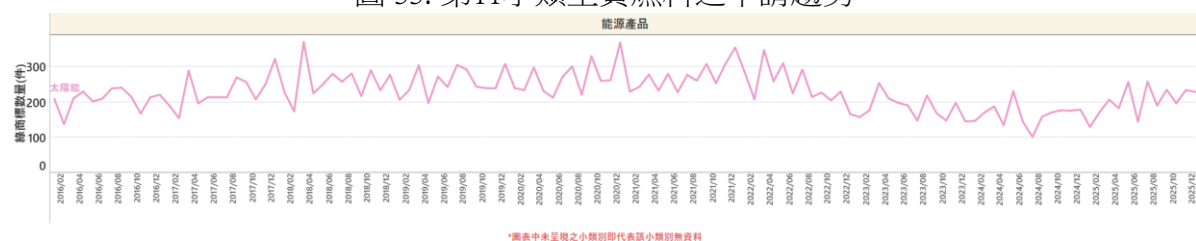


圖 34. 第12小類太陽能之申請趨勢



圖 35. 第13小類風力能源之申請趨勢

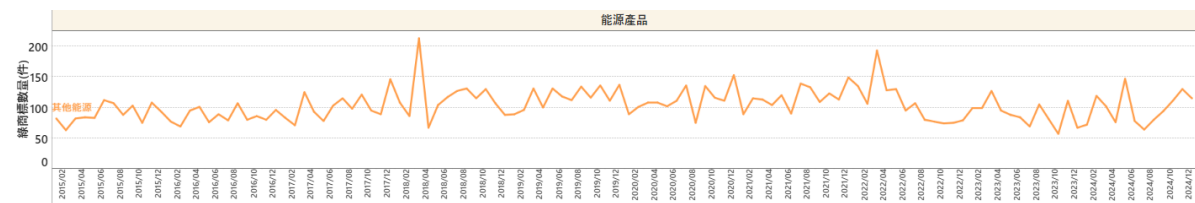


圖 36. 第19小類其他能源之申請趨勢

(二) 運輸

第二大類—運輸，趨勢：低位平穩波動。歷程：申請量長期維持在 500-600 件之間。2022 年為歷史最高點（658 件），隨後微幅下降，2025 年回升至 524 件，整體變動幅度在九大類中屬於較小者。

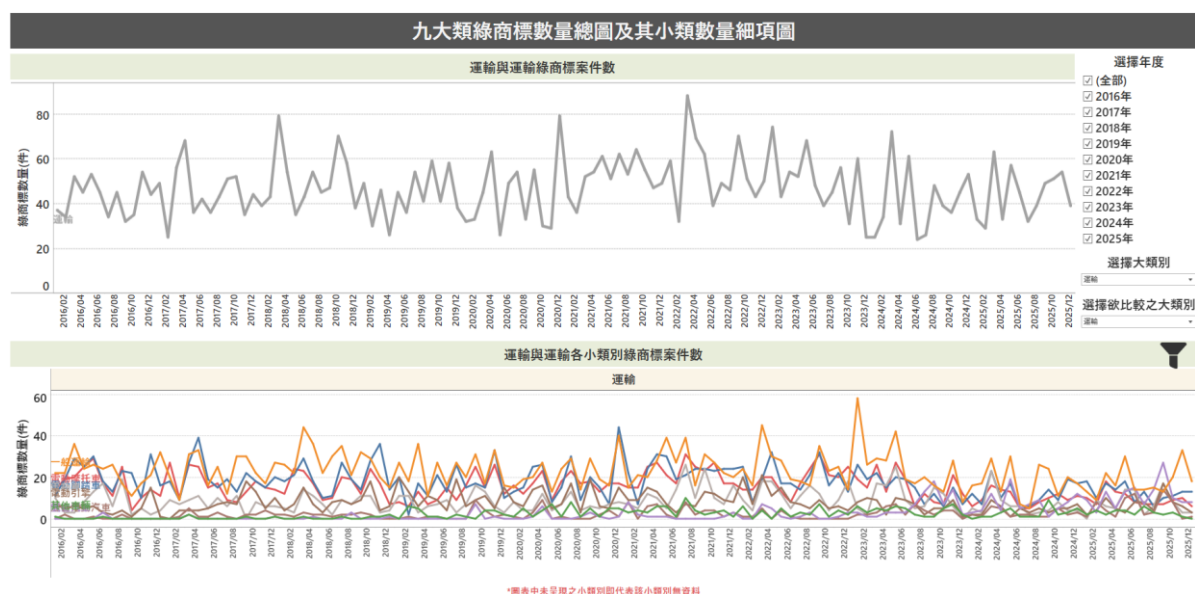


圖 37. 第二類運輸及其小類歷年申請趨勢

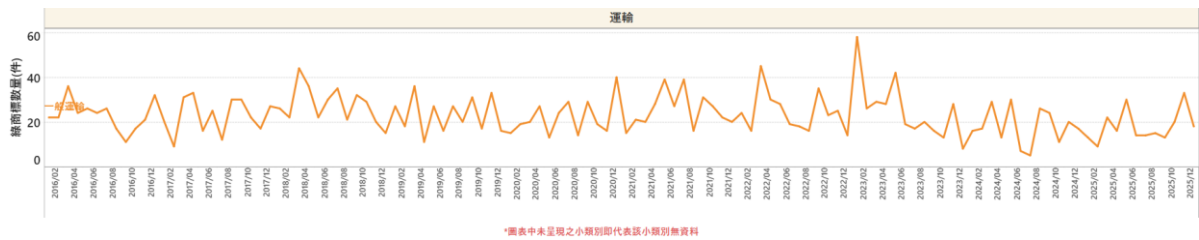


圖 38. 第20小類一般運輸之申請趨勢



圖 39. 第21小類電動車之申請趨勢

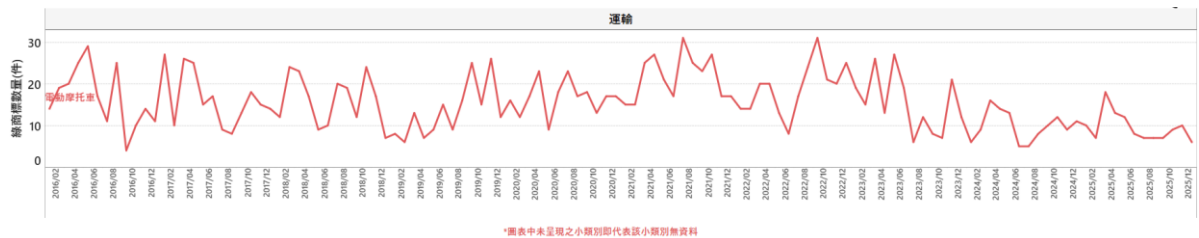


圖 40. 第22小類電動摩托車之申請趨勢



圖 41. 第23小類電動腳踏車之申請趨勢



圖 42. 第24小類混合電動汽車之申請趨勢



圖 43. 第25小類氢能汽車之申請趨勢

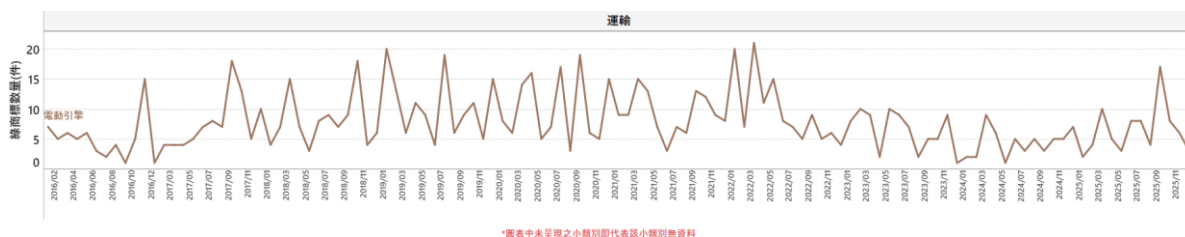


圖 44. 第26小類電動引擎之申請趨勢



圖 45. 第29小類其他車輛之申請趨勢

(三) 節約能源

第三大類—節約能源，趨勢：總量最高，經歷劇烈起伏。歷程：這是規模最大的類別，2016 年即有 3,952 件。2021 年創下驚人的 6,927 件歷史紀錄。雖然在 2024 年一度跌至 4,437 件，但 2025 年再度衝上 4,979 件，重回高點態勢明顯。

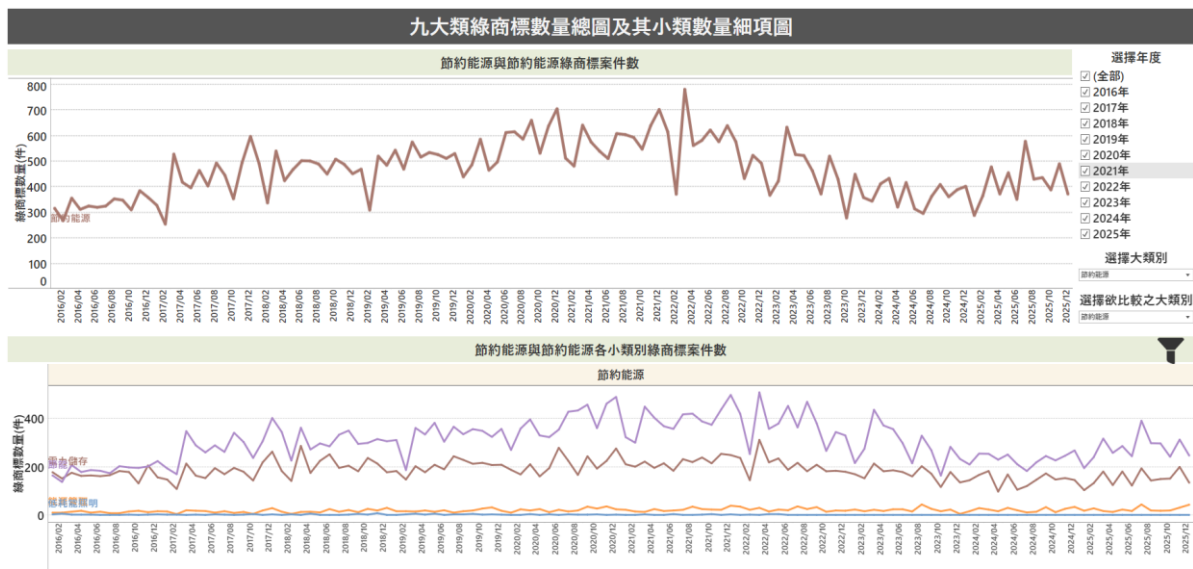


圖 46. 第三類節約能源及其小類歷年申請趨

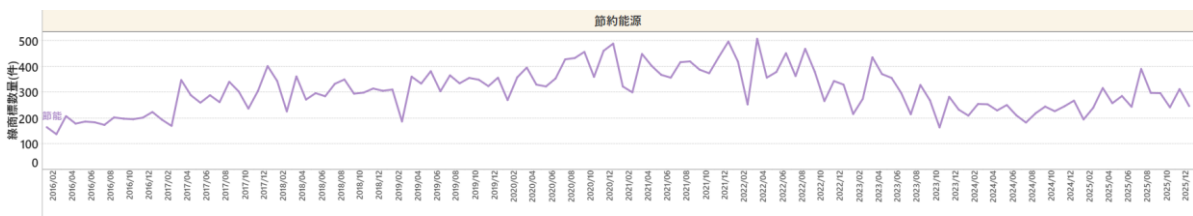


圖 47. 第31小類節能之申請趨勢

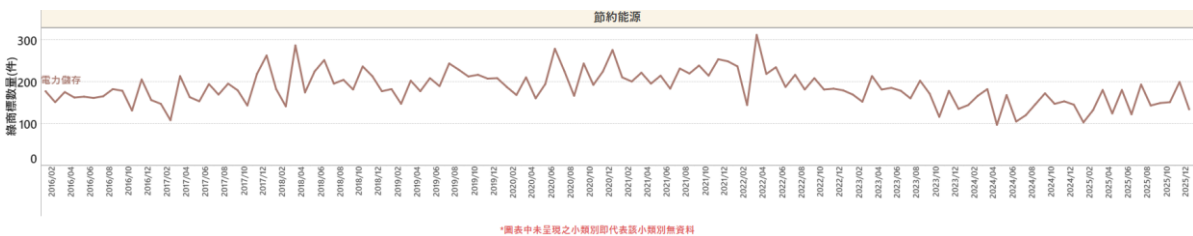


圖 48. 第32小類電力儲存之申請趨勢

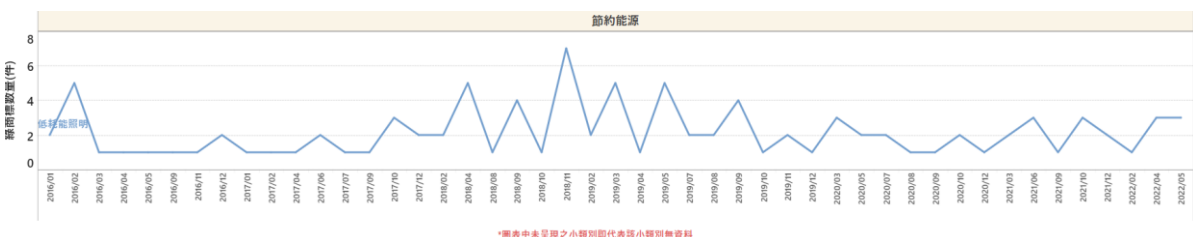


圖 49. 第33小類低耗能照明之申請趨勢

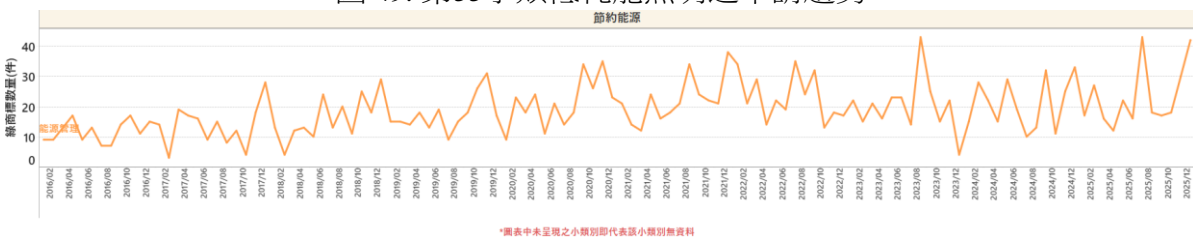


圖 50. 第34小類能源管理之申請趨勢

(四) 再利用/回收利用

第四大類—再利用/回收利用，趨勢：階梯式增長。歷程：2016年僅 271 件，是早期的弱勢類別。但從 2021 年起開始翻倍成長，2022 年達到 922 件的高峰。近三年始終維持在 700-800 件以上的高水位，2025 年為 869 件。

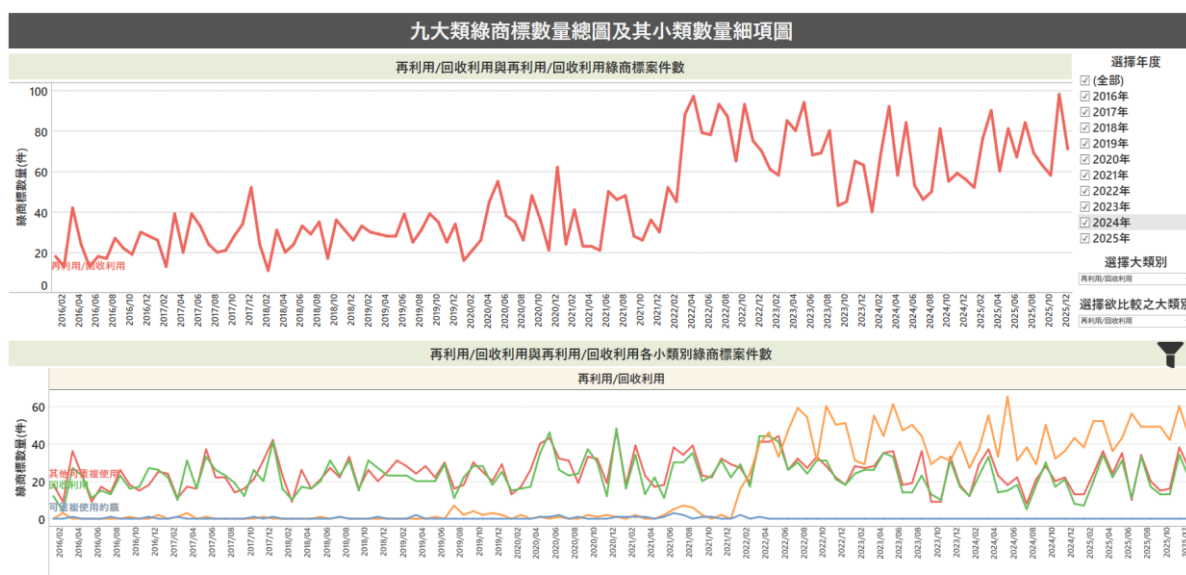


圖 51. 第四類再利用/回收利用及其小類歷年申請趨勢



圖 52. 第41小類回收利用之申請趨勢

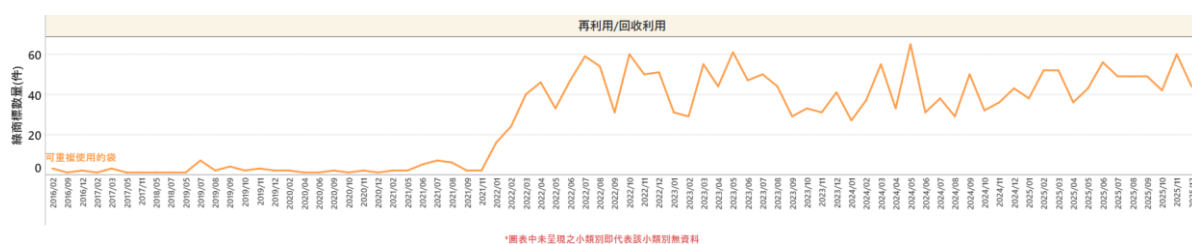


圖 53. 第42小類可重複使用的袋之申請趨勢



圖 54. 第43小類可重複使用的瓶之申請趨勢

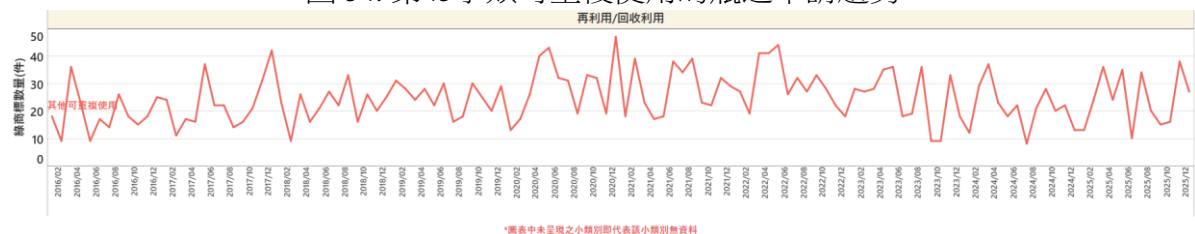


圖 55. 第49小類其他可重複使用之申請趨勢

(五) 污染控制

第五大類—污染控制，趨勢：早期申請量大，近年大幅減少。

歷程：2016 年高達 4,652 件，曾是前兩大類別。2020 年達5,660 件後便逐步漸少，2024 年僅剩3,047件，顯示傳統污染控制的品類動能正在減弱。

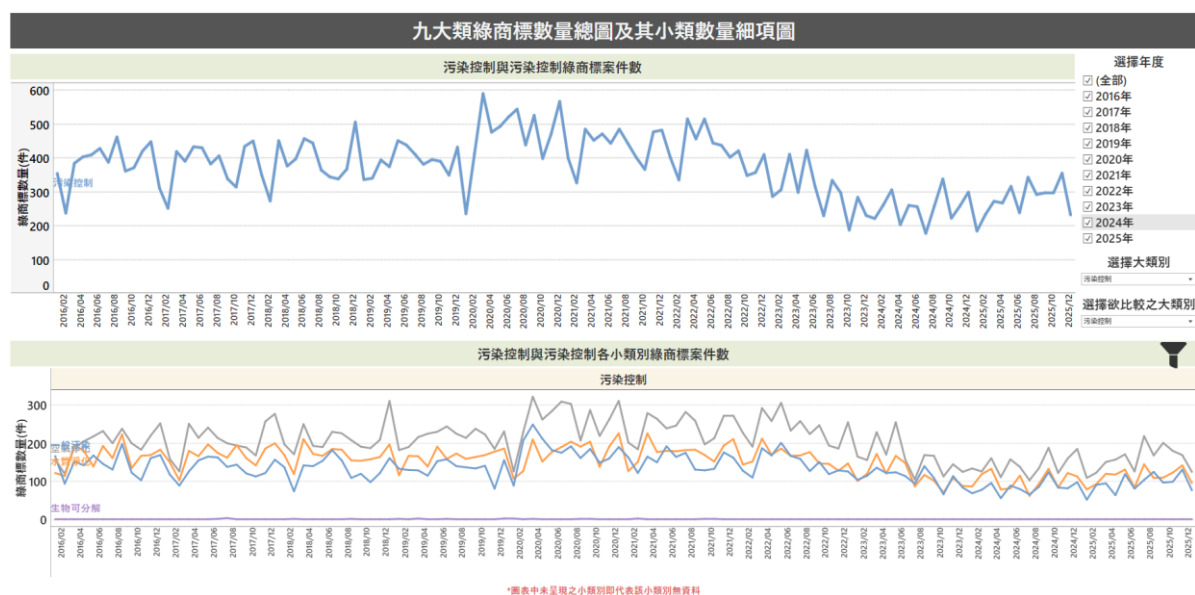


圖 56. 第五類污染控制及其小類歷年申請趨勢



圖 57. 第50小類一般污染之申請趨勢

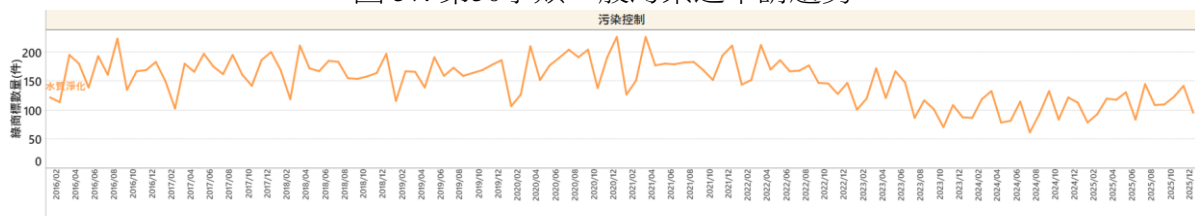


圖 58. 第51小類水質淨化之申請趨勢

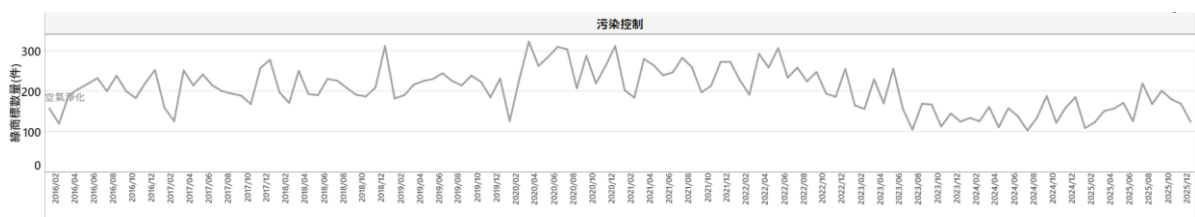


圖 59. 第52小類空氣淨化之申請趨勢



圖 60. 第53小類生物可分解之申請趨勢

(六) 廢棄物管理

第六大類—廢棄物管理，趨勢：穩定緩步上升。歷程：2016年為 588 件。2022 年達到最高點 942 件。雖然隨後兩年有所回落，但在 2025 年又回升至 777 件，整體基調比十年前更具活力。

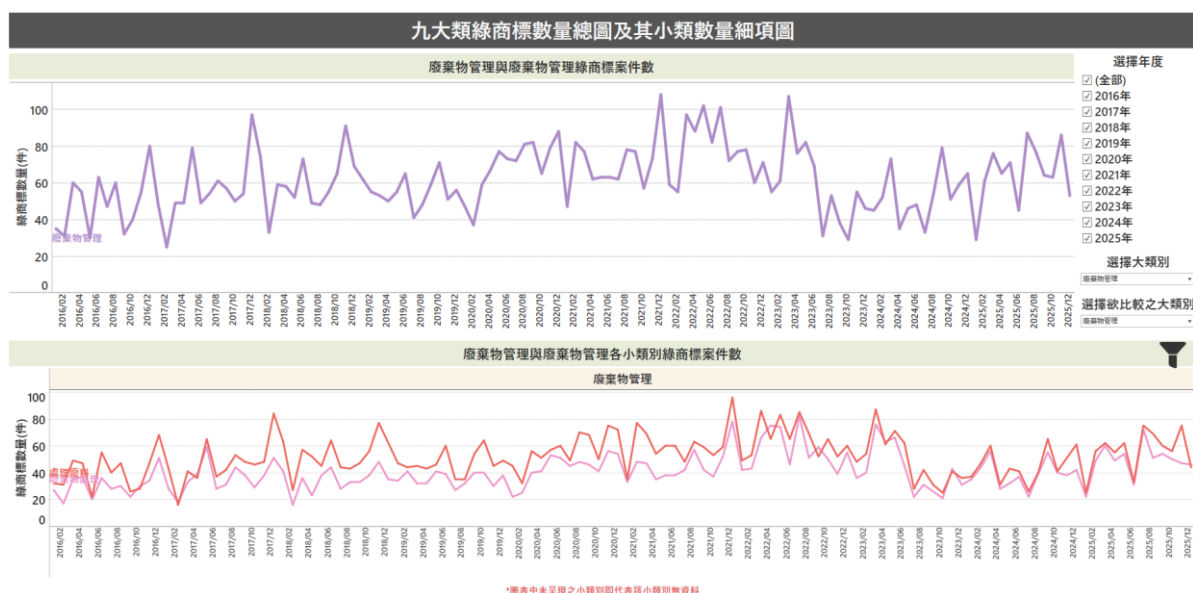


圖 61. 第六類廢棄物管理及其小類歷年申請趨勢

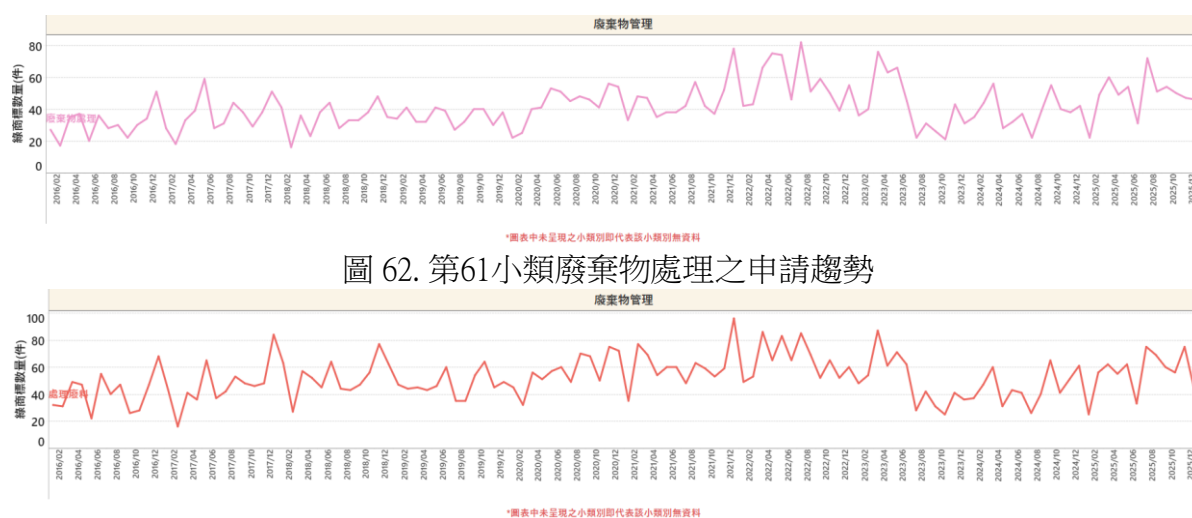


圖 62. 第61小類廢棄物處理之申請趨勢

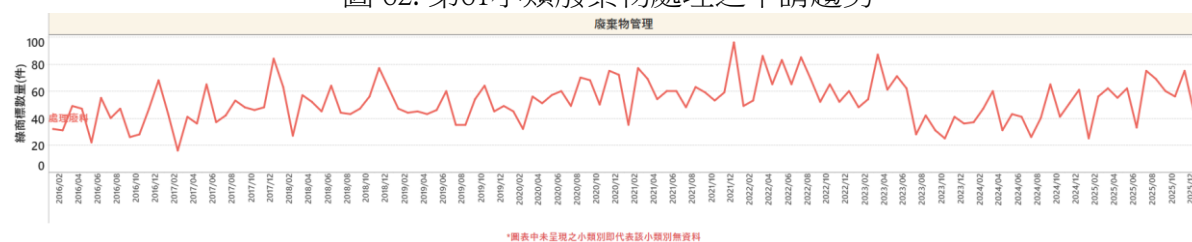


圖 63. 第62小類處理廢料之申請趨勢

(七) 農業

第七大類—農業，趨勢：於2020年申請量達高峰之後，日後趨於減緩。歷程：在2020年曾出現796件的高峰（較2016年成長近70%），但隨後五年幾乎呈單向下降趨勢，2024年跌至324件的歷史低點，2025年也僅維持在356件。

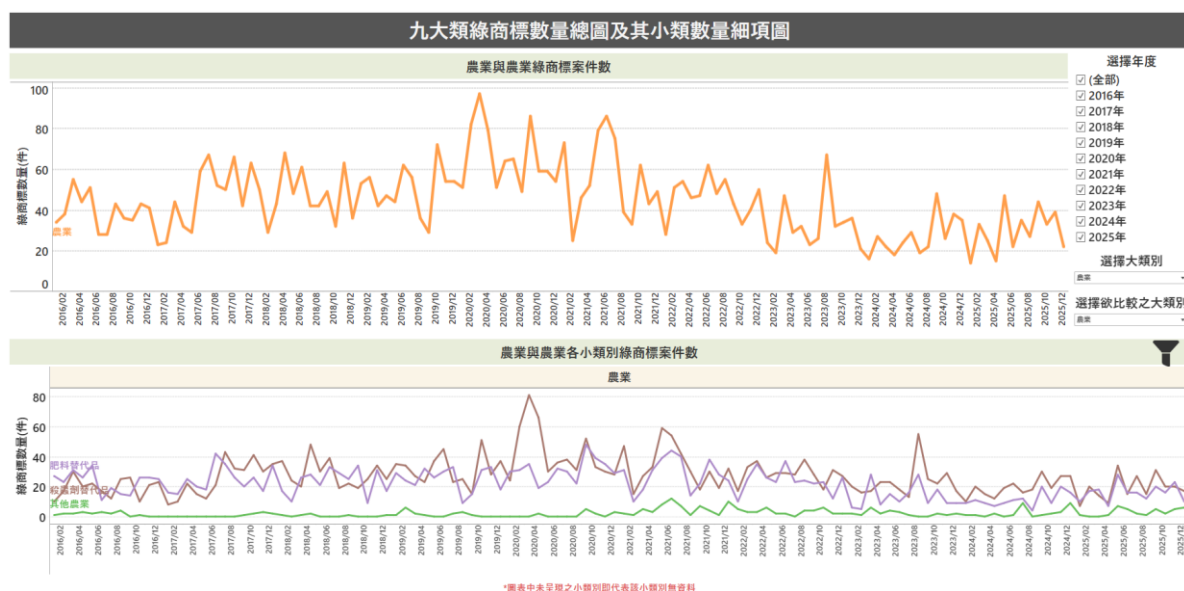


圖 64. 第七類農業及其小類歷年申請趨勢

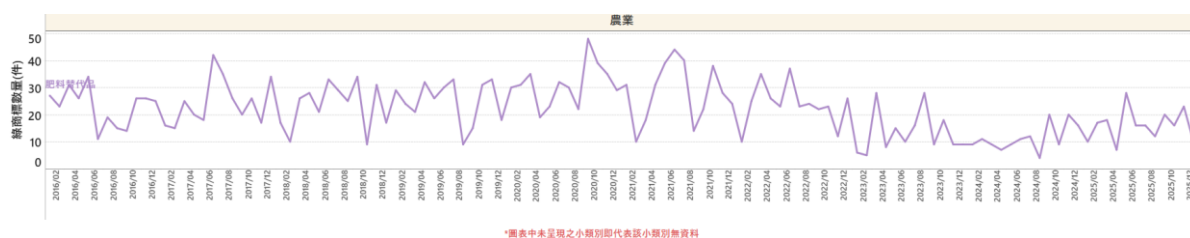


圖 65. 第71小類肥料替代品之申請趨勢

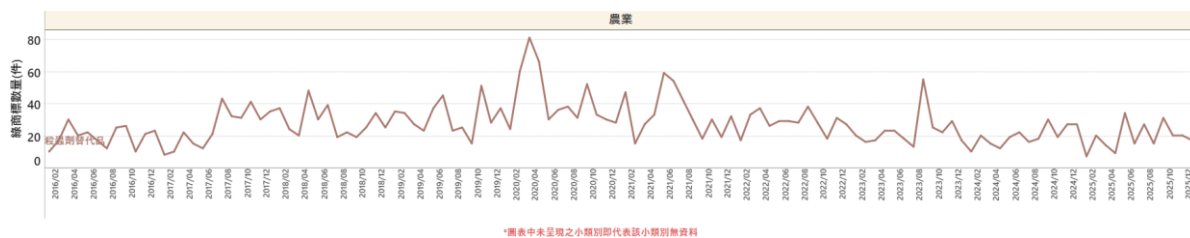


圖 66. 第72小類殺蟲劑替代品之申請趨勢



圖 67. 第79小類其他農業之申請趨勢

(八) 環保意識

第八大類—環保意識，趨勢：申請量持續穩定增長，雖短期內申請量增減波動大，惟長期觀之整體申請量逐漸增加。歷程：2016

年為369件。這類別展現了極強的韌性，即使在其他類別普遍衰退的2023-2024年，它依然維持在500件左右，並在2025年達到642件的新高點。

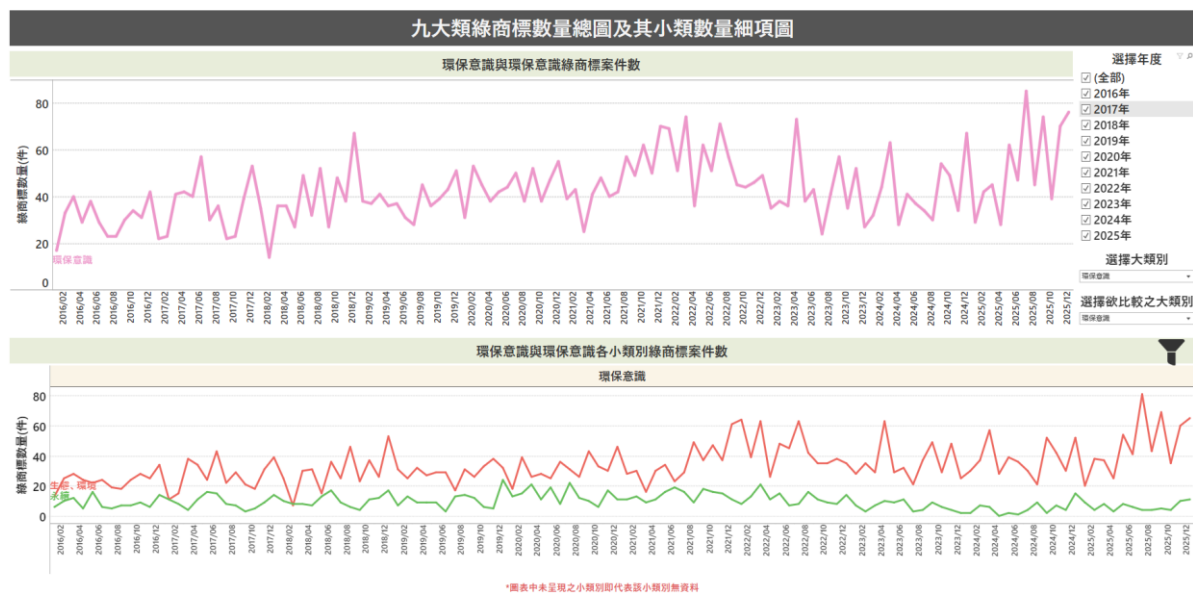


圖 68. 第八類環保意識及其小類歷年申請趨勢

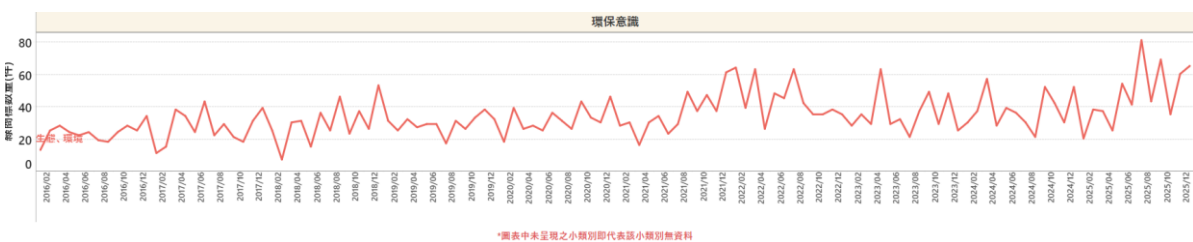


圖 69. 第81小類生態、環境之申請趨勢

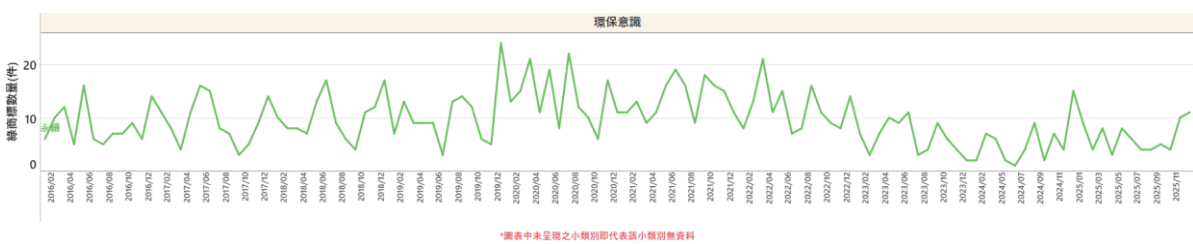


圖 70. 第82小類永續之申請趨勢

(九) 氣候變遷

第九大類—氣候變遷，趨勢：該領域申請量於近1年來急速上

升，應是未來的領頭羊。歷程：2016 年僅 553 件，在 2022 年前增長緩慢。然而，從 2024 年（1,405 件）開始大量申請，2025 年衝上 1,845 件有史以來申請量最高峰。其增長斜率是九大類中最陡峭的，反映了市場資源正全面湧向氣候變遷相關技術。傳統防護網趨於飽和，碳監測與碳經濟將是下一個十年的核心戰場。

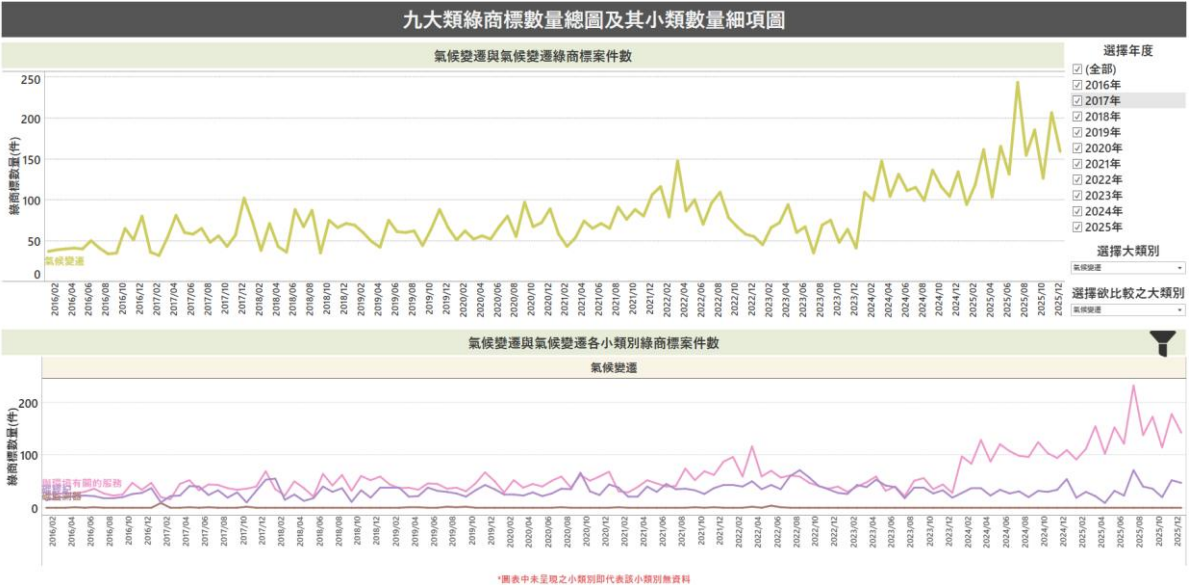


圖 71. 第九類氣候變遷及其小類歷年申請趨勢

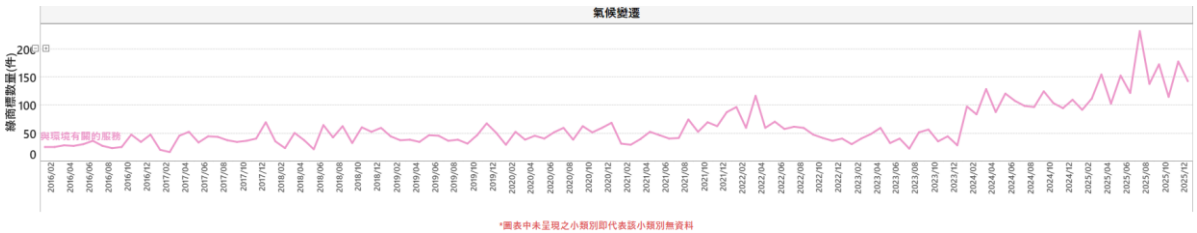


圖 72. 第91小類與環境有關的服務之申請趨勢



圖 73. 第92小類碳監測器之申請趨勢

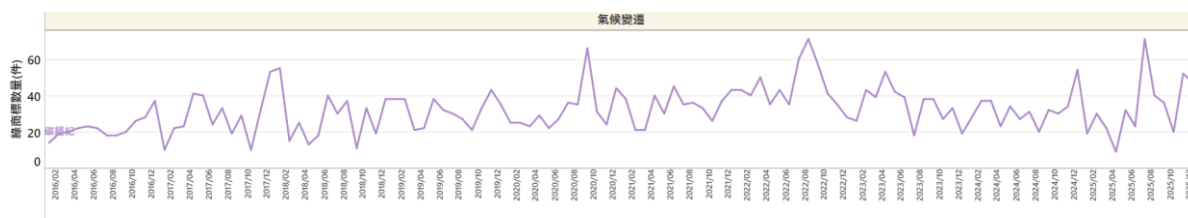


圖 74. 第93小類碳經紀之申請趨勢

伍、結論

一、我國近十年綠商標前三大申請國

表 7. 我國2016-2025年綠商標數量前十大國家排行榜

綠商標量排名					選擇年度
綠商標量排名	國家	該國家綠商標所佔比(%)	綠商標	商標總數	☒ (全部) ☒ 2016年 ☒ 2017年 ☒ 2018年 ☒ 2019年 ☒ 2020年 ☒ 2021年 ☒ 2022年 ☒ 2023年 ☒ 2024年 ☒ 2025年
1	中華民國	12.46%	84,743	680,258	
2	中國大陸	20.75%	10,699	51,568	
3	日本	20.08%	7,724	38,463	
4	美國	17.70%	6,398	36,153	
5	香港	18.04%	2,580	14,302	
6	南韓	14.88%	2,516	16,907	
7	德國	26.17%	2,031	7,761	
8	新加坡	19.47%	1,284	6,596	
9	開曼群島	35.00%	1,031	2,946	
10	英國	16.88%	963	5,706	

*上表所列國家，在我國申請註冊商標超過500件以上，且其中至少5%是綠商標

如上表7，近十年TIPO綠商標申請前10大國家排名情況，我國榮登榜首，其次依序為中國大陸、日本、美國、香港、南韓、德國、新加坡、開曼群島、英國。

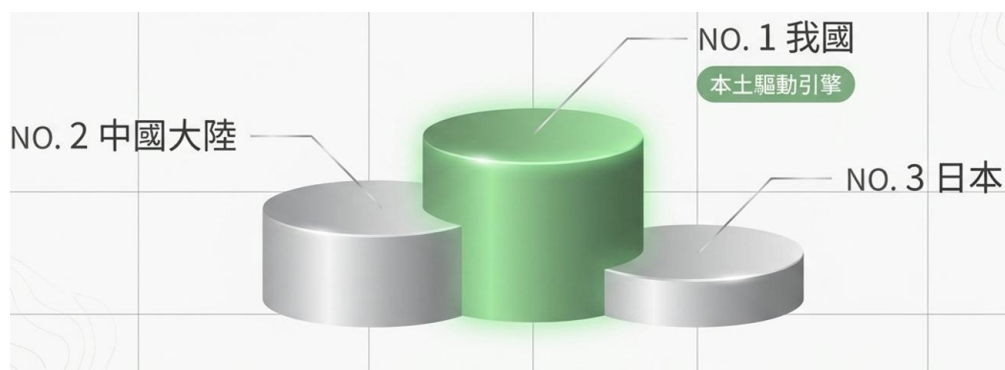


圖 75. 近十年(2016-2025)我國綠商標申請量前3大國家排行榜

如上圖75，綠商標主要申請國之分布為東亞三強鼎立，第一名為我國，其次依序為第二名中國大陸、第三名日本。依數據顯示，綠商標布局高度集中於東亞地區，台灣本土企業展現出最強的主場優勢與永續轉型企圖心；中國大陸與日本做為區域供應鏈與技術輸出的關鍵樞紐，緊追在後，顯示綠商標已成為跨國貿易的標配。

二、 我國近十年綠商標前三大申請人(不分類)



圖 76. 我國綠商標前3名申請人排行榜(2016-2025)

如上圖76，近十年(2016-2025)我國綠商標前3名申請人排行榜以統一企業股份有限公司(2,274件)蟬聯冠軍寶座，續居首位，其次依序為美商蘋果公司(811件)、日商任天堂股份有限公司(263件)。統一公司之綠商標申請量幾乎是蘋果公司的3倍、任天堂公司的8.6倍。

統一企業採地毯式全方位布局，將永續融入民生消費，以壓倒性勝出，構築了深厚的綠色護城河，其申請量甚至遠遠超過全球市值極高的科技巨頭，凸顯綠商標並非限於科技業的範疇，傳統民生消費產業在永續品牌的經營建立上，顯現了更廣泛且深度的防禦性擴張。而外國籍申請人專注於具有優勢的高科技產品市場優勢，如電力儲存等。

由前述可得知三大綠色啟示，本土企業穩居近十年我國(TIPO)綠商標申請量榜首，但美、日、中國大陸等外國籍申請人的策略性布局力道強勁，不容忽視。綠商標已跨越產業界線，從高階消費性電子產品到日常民生物資，無一能置身事外。領先企業正透過積極申請綠商標建立龐大的護城河，大幅拉高了同業的競爭門檻。

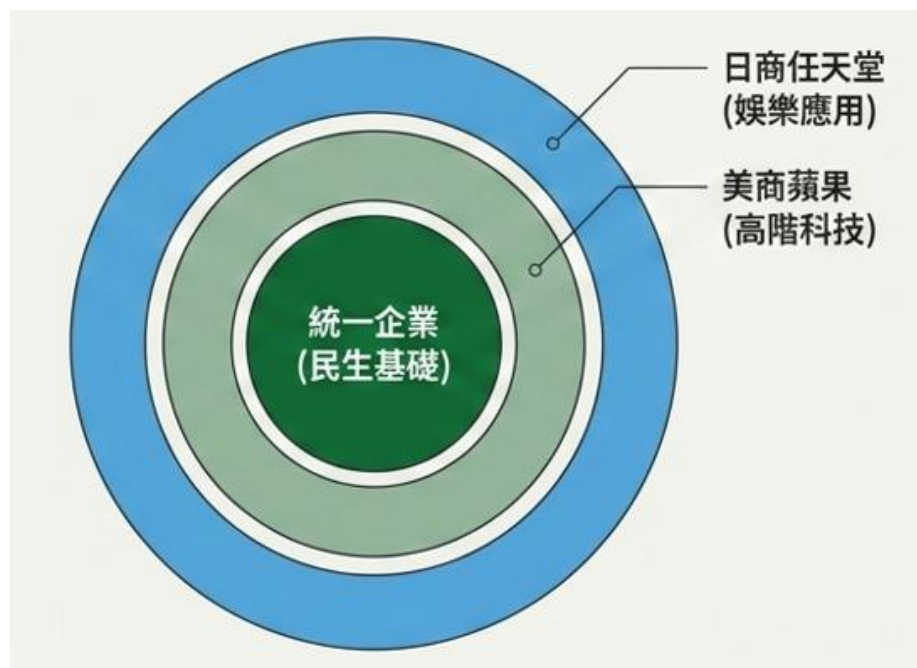


圖 77. 台灣綠色經濟的同心圓生態圈

永續已非單一的公關口號，而是由「在地民生的全面覆蓋」與「跨國科技的重點防禦」構成的重裝引擎。抽絲剝繭來看，統一企業將永續概念融入高頻率、日常綠色消費，建立全民層級的綠色品牌信任。整體觀之，從食品到晶片，再到遊戲機，從日常生活飲食到高端娛樂的全面綠色滲透，綠色智慧財產已成為所有領先企業不可或缺的商业基本標配。未來的綠商標不再僅僅是單純的logo，而是企業在淨零排放時代下，對抗國際貿易排擠、鎖定全球客戶的最強戰略武器。

三、 長期觀察我國綠商標從永續經濟概念走向實質商業部署

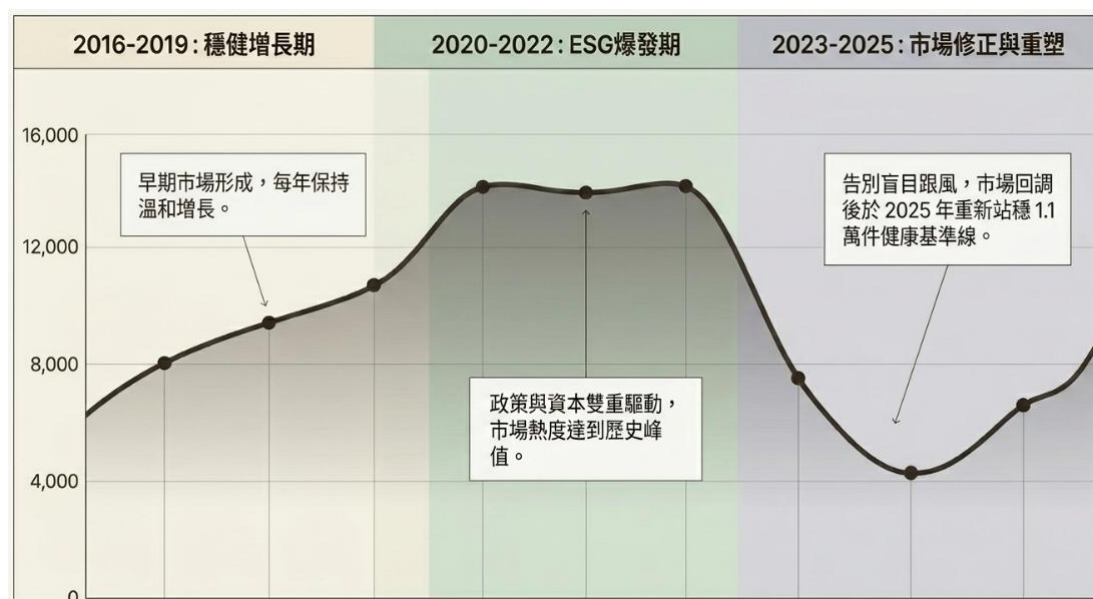


圖 78. 我國綠商標整體趨勢圖(2016-2025)

洞察我國綠商標布局近十年總體檢，綠色智慧產權在環保、永續的布局已經是標準配備，並非短期熱潮，然而九大類產品生命週期亦已悄悄在轉變。

2016年至2019年為穩健增長期，大規模的節能、污染控制及能源產品相關領域已進入概念醞釀階段、穩健增長。第一類節約能源、第三類污染控制、第五類能源產品經歷了十年的繁榮，整體綠商標申請量於2020年至2021年達到市場之歷史巔峰。此階段為綠商標概念初期，少數先驅企業開始將環保概念與品牌相結合。先驅企業概念萌芽，基礎節能與污染控制開始布局

2020年至2022年為爆發期，綠商標比率衝破16%，2022年達申請巔峰，創下歷史新高，其中前述第一類節約能源、第三類污染控制、第五類能源產品等三大巨頭進入成熟期與市場飽和階段，申請量出

現顯著回落之冷靜。

2023年至2025年為市場修正與重塑期，總量微幅下滑但趨於穩定收斂，第二類運輸、第四類再利用/回收利用、第六類廢棄物管理、第七類農業、第八類環保意識正在默默資源重組，進入盤整階段，各有消長、此起彼落。唯有氣候變遷類產品的爆發性突破期，打破沉默，在2024年至2025年間呈現跳躍式的增加，2年內實現了超過150%的成長，逆勢創下近十年來的新高。成為下一波核心動能。

分析氣候變遷的驅動力，其爆發性成長的原因主要可歸納為以下幾點：

(一) 國際法規與政策的強力推動：

隨著全球淨零排放（Net Zero）目標期限逼近，歐盟 CBAM（碳邊境調整機制）的實施以及全球對於淨零排碳的強制規範，成為最強大的「法規推力」，迫使企業加速轉型。

(二) 碳經濟服務需求的激增：

法規環境帶動了龐大的在地化服務需求，包括碳盤查、碳經濟、碳交易以及因應極端氣候的方案。數據顯示，在「碳經濟」項目中，我國籍申請量（3,320 件）明顯壓倒性高於外國籍，反映出國內因應國際減碳法規所衍生的在地市場動能。

(三) ESG 合規要求與研發轉向：

企業為了符合 ESG 合規要求，將研發資金大量轉向碳捕捉、碳價及極端氣候適應領域，並將這些技術與服務「商標化」，以建立

品牌的可信度。

(四) 新興藍海的競爭優勢：

相較於已趨於飽和的傳統節能或污染控制領域，氣候變遷被視為尚未被大企業完全壟斷的藍海市場。這為新創企業與轉型中的傳統產業提供了絕佳的布局時機，透過搶先註冊商標來獲取未來十年的競爭優勢。

(五) 產業重心移轉：

我國綠色產業正從早期的「傳統污染防治」轉向「全面能源管理與氣候應對」，氣候變遷相關服務的崛起代表了技術重心正移轉至前沿的氣候對策領域。

總結來說，氣候變遷大類別的成長是由全球強制性減碳規範、新興碳服務市場以及企業尋求ESG 差異化布局共同驅動的結果，使其成為目前綠商標布局中動能最強勁的領域。

四、 本土產業綠商標逐步覺醒

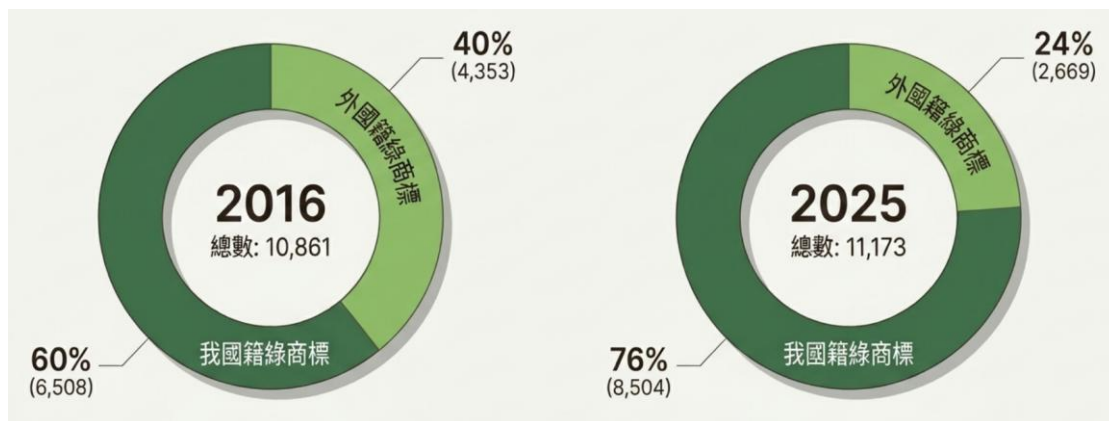


圖 79. 我國2016年及2025年綠商標申請量比較圖

由上圖顯示，外國籍申請人申請量遞減，我國籍申請人申請量逐步增加，我國(TIPO)早期外國籍綠商標所占比率較高(40%)，近半數綠商標為外國籍，近一年來綠商標主導權移回本土企業，本國籍綠商標占76%強，外國籍綠商標占比從近40%銳減至24%，這意味著台灣的綠色轉型已不在單純依賴外商「進口」，而是本土產業逐步全面覺醒。

綠商標從「進口」到「內化」，我國(TIPO)似乎已成功擺脫過去綠商標申請量仰賴外商的申請，本土創新力量成為市場絕對主力，總體市場主導率提升至75%以上。綠色經濟的下半場，競爭焦點將從「概念搶灘」轉向「本土實質內在深度商業化」，聚焦台灣本土企業的ESG實質轉型，將是未來十年的核心議題。

五、 綠商標趨勢—本國籍申請人申請量逐步遞增，與外國籍申請量差距拉大

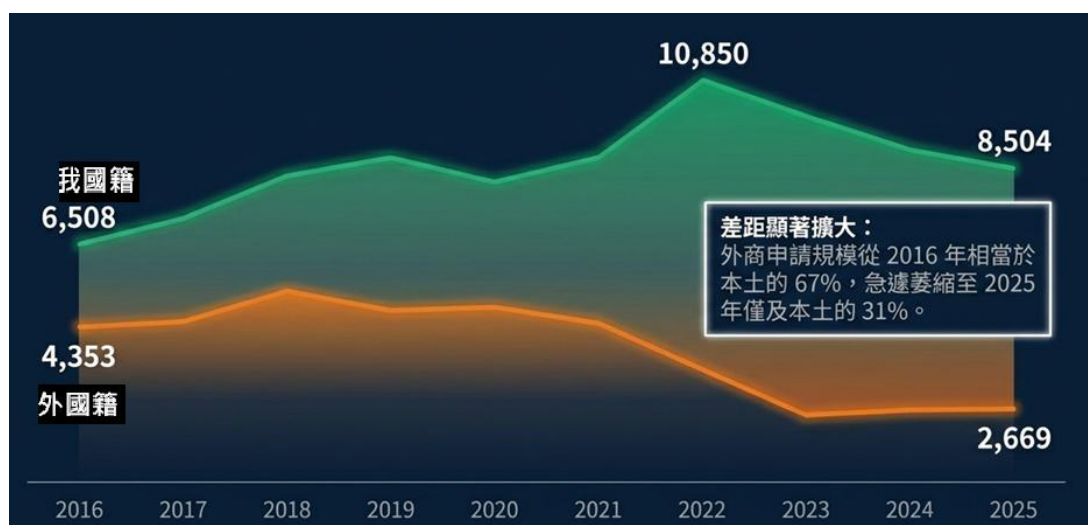


圖 80. 我國2016-2025年綠商標 — 我國籍與外國籍分析圖

由上圖可看出十年大遷徙的真實軌跡，2016年我國籍綠商標高於外國籍申請件數2,155件，自2021年分水嶺開始，外國籍綠商標申請件數逐步下滑，我國籍綠商標申請量持續攀升，2025年我國籍綠商標高於外國籍申請件數5,835件，二者十年內差距擴大將近3倍。外國籍申請人比例大幅減少，市占率降至24%。

六、我國綠商標產業發展趨勢—從歷年數據看見產業未來

第三大類「節約能源」的申請量在 2021 年攀升至 6,927 的歷史高峰。這反映了該年度在能源成本波動與減碳目標下，市場對節能技術的高度熱衷與研發資源的大量投入。

「節約能源」類長年穩居九大類之首，探究其原因可能為：第一，應用範圍最廣：「節約能源」涵蓋了所有高效能家電、節能燈具、工業節能設備及建築隔熱等，與民生消費及企業運營成本直接相關。相較於較為專業的「污染控制」或新興的「氣候變遷」，節能產品的市場基數最大。第二，法規與標章制度成熟：節能標章制度在台灣已推行多年且高度標準化，消費者在購買冷氣、冰箱、汽車、除濕機、洗衣機等產品時，習慣將「節能」作為首要考量，這促使企業積極在該類別布局商標。第三，直接的經濟誘因：對企業與消費者而言，「節約能源」意味著「節省開支」。這種直接的利潤關聯性，使得相關產品的品牌開發動力遠高於其他領域的綠商標。

表 8.具代表性類別的數據對位分析表

產業類別	2016 年 (件)	2025 年 (件)	規模地位描述
第三類： 節約能源	3,952	4,979	量級巨頭： 即便在低點（2024），其規模仍高於其他類別的頂點。
第五類： 污染控制	4,652	3,314	成熟基石： 數據呈現長線下滑，反映市場正從事後補救轉向事前預防。
第九類： 氣候變遷	553	1,845	高速爬升： 成長倍數最高（約 3.3 倍），是產業中最具爆發性的變數。
第八類： 環保意識	369	642	穩健基底： 雖屬小量級，但維持穩定正向成長，是產業轉型的軟實力。

承上分析表，我們找在九大類中找出四個具代表性類別的數據，以對位分析來看，雖然「氣候變遷」是目前的當紅炸子雞，但即便它在 2025 年達到歷史新高（1,845），其規模依然遠低於「節約能源」最落魄的 2024 年（4,437）。「成長速度」代表機會，而「基數規模」代表市場的存量實力。第九類「氣候變遷」可謂明日之星，而第三類「節約能源」則堪稱是支撐整個產業結構的重量級主角。

承圖80，我國籍綠商標申請量長期以來成長趨勢明顯，自2022年達到歷史新高，之後高峰回落，至2025年小幅成長。

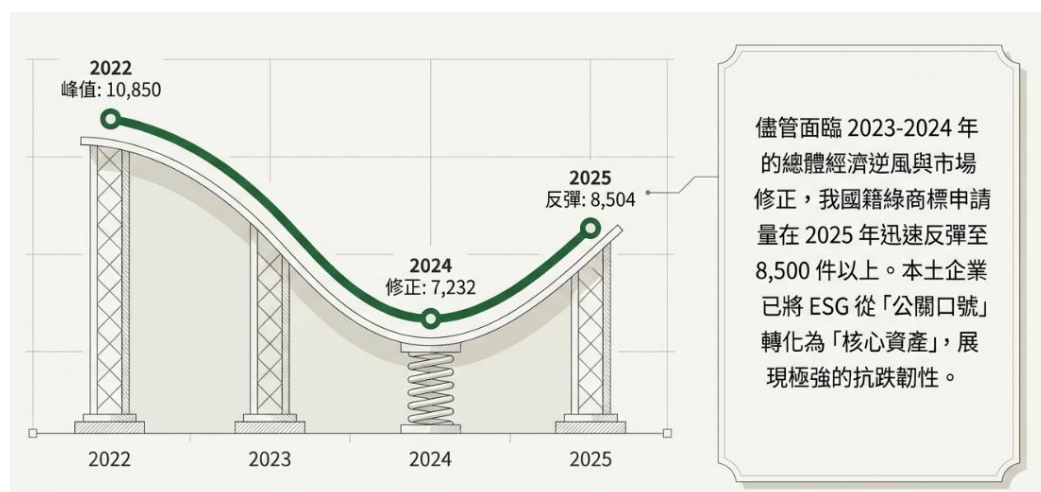


圖 81.我國籍綠商標申請量近期3年趨勢圖

將我國籍綠商標申請量放大近3年詳細端詳，如圖81，儘管我國籍綠商標申請量自2022年達到高峰，逐步遞減至2024年，2025年迅速反彈超過8,500件。意味者本土企業逐步重視綠商標，已將企業ESG從口號概念轉型為實質行動。

承圖80，外國籍綠商標申請量近三年來(自2022年起)出現腰斬式下滑(-53%)，暗示外商在台灣早期綠商標布局可能已經達到飽和，或者受制於全球資本緊縮，轉而採取更保守之在地化策略。

七、綠商標將企業永續承諾轉化為消費者信任

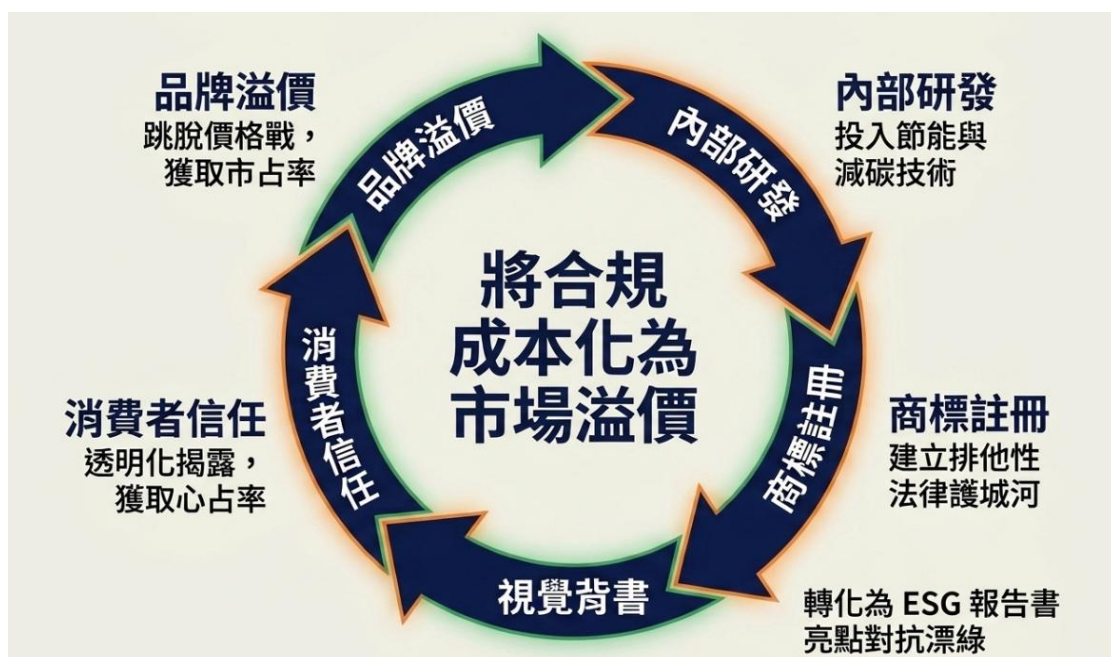


圖 82. 綠商標驅動ESG商業價值的引擎核心圖

從內部研發開始，檢視企業現有商品或服務，對照綠商標九大類35小類，盤點具有潛力的綠色元素，將產品線融入節能、減碳等九大類綠色元素，針對核心產品進行差異商標註冊申請，利用商標布局，進一步申請35小類綠商標之商品或服務，建立隱形護城河，透過精準的類別布局，經無形的永續轉化為受智慧財產法律保護的資產，排除同業競爭者輕易模仿企業品牌。將商標註冊證轉化為消費者易懂的永續故事、產品包裝與ESG報告書亮點，轉化ESG報告書之視覺亮點，成為企業對外溝通的最強視覺背書，降低行銷溝通成本。這種透明化、標準化的揭露，能讓資訊不對稱的消費者更容易進行對比與驗證，強化消費者清晰辨識度。當綠色元素成功融入產品線並取得商標保護後，消費者能透過這些受法律保障的LOGO進行清晰辨識。這種識別力能讓真正在研發上投入（如融入節能、減碳、循環元素）的企業，與僅在行銷上口頭宣稱的「漂綠」行為區隔開

來當建立消費者信任，獲取心占率，讓消費者得以清楚辨識商標，有效對抗市場漂綠質疑。進一步產生品牌溢價，跳脫價格戰，最終獲取市占率，將永續成本化為長期品牌的市占率。

真正的ESG領導品牌，不僅僅把LOGO變成綠色無形的隱形資產，而是將綠色寫入品牌的法律DNA中。讓「綠商標」不只是企業法務部門的KPI，透過申請多達 35 小類的綠商標布局，企業能建立起堅實的法律護城河，更是用來連結消費者信任與產生綠色品牌無形資產的強力後盾。透過消費者信任，綠色品牌能從單純的法律合規，進化到獲取消費者的「心占率」。當品牌擁有最強背書時，消費者更願意支付綠色代價，且對品牌更加忠實。

將永續承諾從空洞的口號落實為嚴謹的品牌無形資產，企業綠色的隱形資產已成為不可逆的全球共識。對抗漂綠的有效手段是將內部研發的實力透過商標布局轉化為受法律保障的行銷溝通工具，最終形成消費者可信任的市場地位。

過去十年，台灣市場已有超過12萬件綠商標築起企業ESG的隱形護城河，下一個十年，將由掌握綠色智慧財產權的企業勝出，將減碳技術與綠色商品或服務「商標化」，建立排他性的品牌護城河，將永續承諾轉為實質商業效益，驅動ESG商業價值的引擎核心，就從註冊下一個綠商標開始。

八、綠色經濟對我國智慧財產權版圖的實質影響



圖 83.雙軌綠色護城河模型圖

綠色經濟已全面滲透至我國智慧財產布局的核心，成為企業構築「商業護城河」的重要手段，並具備防禦與進攻的雙重戰略價值。綠色技術專利與綠商標的「雙軌並行」將成為新常態，企業不再只保護技術細節，更重視透過商標在終端市場建立綠色品牌信賴感，形成軟硬實力兼具的防禦網。符合規範的綠商標，能有效降低企業面臨「漂綠」的爭議，利用綠商標提升品牌在ESG報告書中的實質可信度，以因應外界對漂綠質疑。

隨技術進步定期檢視商標布局是否覆蓋新的綠色產品線，確保防禦網無漏洞。透過綠商標構建永續競爭力，不僅是法律保護的必要手段，更是掌握未來綠色市場、爭取全球資本青睞的關鍵。及早啟動綠色資產布局，方能在淨零競速中贏得長期的戰略主動。

全球綠色商標的分布圖譜，實質上是各國在淨零經濟中的實力消長縮影。掌握這些高度集中的技術數據與其背後的法律風險，將

是企業在永續投資時代中維持長久競爭力的關鍵。透過綠商標建構永續競爭力，不僅是法律保護的必要手段，更是掌握未來綠色市場。及早布局綠色技術專利及綠商標，爭取全球資本與國際訂單的青睞，已成為贏得淨零競速的關鍵實力。