

智慧財產權說明函

零售產業發展近年甚鉅，如何在消費市場獲取亮點必須著手創新概念並重視核心價值方為王道。本公司旗下自「美廉社」單一品牌開始，於本民生產業戮力近十五年，深刻認知到策略性品牌管理之重要性，在公司發展的歷程上，逐步依照規劃建構出許多屬於公司的自有品牌。從品牌命名、形象建構、品牌知覺都經由最高決策小組帶領專案管理師以及設計師一同擘劃，其中尤以品牌識別一環甚顯重要。著力於品牌形象規劃目的是能夠讓一般大眾輕鬆辨識公司旗下商品與服務。顯著的品牌標誌，無論是從品牌命名、圖形、標語、品牌個性論述等皆歸諸商標，眾多具高辨識度的商標成為企業形象及信譽的重要代表，同時也代表對消費者的承諾。

商標執行成果：

1. 商標暨專利盤查

通路面品牌共有：美廉社、美廉城超、美廉便利架、GO 美廉、心樸市集。

商品面自有品牌：VV 代表綠色生活等級優質之原料生產之食品、Simple Life 物美價廉之日用品、心樸市集自主設立選品原則嚴格把關據國家驗證之最高等級商品、美廉社咖啡 Simple Mart Cafe 等。

2. 執行情形

所有商標皆有委託專業公司「聖島國際專利商標聯合事務所」進行商標與專利申請。

商標：

據資料顯示至民國 109 年為止，共計有 79 個商標進行申請並且註冊成功，專用期限最長款到民國 119 年。另外，有 24 個商標已進行申請作業中。

專利：

據資料顯示至民國 109 年為止，共計有乙項專利「車輛人員物流自動登記系統」進行申請並取得專利。

為樹立品牌形象，公司對於品牌規範之要求嚴謹，對外視覺形象皆由視覺中心管控，凡涉及品牌與商標議題，則會依循規範流程向視覺中心提出申請，由該中心經確認需求後，進行作業後統一配發需求單位，故此能夠強化品牌意識，將鮮明的品牌傳達給更多顧客。

本公司持續深耕零售產業佈局，自有品牌規劃已從單一品牌變成品牌家族，持續藉由具高度辨識性的品牌商標帶動策略。自民國 108 年起三商家購商標正式取得，民國 109 年世界各國雖飽受疫情衝擊，但零售市場仍舊需求不斷，處在本業位置，公司持續在產品形象、廣告企劃、商品規劃、產品包裝及銷售渠道上，皆以品牌資產策略方向逐步邁進，創建明確的商標、發展新創的專利完成有效的組合，驅動市場。