

出口企业经营管理者 **必读** 丛书

原产地标记 操作实务

高建华 康玉燕 顾仁飞 编著



YUANCHANDI BIAOJI
CAOZUO SHIWU



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

出口企业经营管理者必读丛书

原产地标记操作实务

高建华
康玉燕 编著
顾仁飞

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

原产地标记操作实务/高建华, 康玉燕, 顾仁飞编著.
北京: 中国商务出版社, 2005. 10
(出口企业经营者必读丛书)
ISBN 7-80181-463-0

I. 原... II. ①高... ②康... ③顾... III. 产地证
说明书—基本知识 IV. F760.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 113835 号

出口企业经营者必读丛书
原产地标记操作实务
高建华 康玉燕 顾仁飞 编著
中国商务出版社出版
(北京市安定门外大街东后巷 28 号)
邮政编码: 100710
电话: 010-64269744 (编辑室)
010-64220120 (发行二部)
网址: www.cctpress.com
E-mail: cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行
北京密兴印刷厂印刷
787×980 毫米 16 开本
21 印张 388 千字
2005 年 11 月 第 1 版
2005 年 11 月 第 1 次印刷
印数: 4000 册
ISBN 7-80181-463-0
F·848
定价: 33.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

《原产地标记操作实务》

编 委 会

编著 高建华 康玉燕 顾仁飞

编委 王瑞猛 林光龙 卢祥华 周 键 金亚光

谢秋慧 桂家祥 王 伟 张 哲 蔺 婧

胡莉莉 张 敏 朱小菊 许春丽

内 容 提 要

《原产地标记操作实务》一书是适应国家三农战略、打造民族精品、构建国际名牌，从产品原产地的角度，专门为提升农副产品、食品及其他工业品并使之增值而撰写的一部专门著作。它的主要立论依据是：WTO的《原产地规则协议》、《与贸易有关的知识产权协议》(TRIPs)以及我国的《中华人民共和国进出口货物原产地条例》。理论原理是：原产地标记是原产地规则的有机组成部分，是原产地工作的重要内容；原产地标记的真实性是通过证明验证注册活动来实现的。这种证明验证注册活动是国家对原产地标记立法保护的重要内容。

本书共八章，详细介绍了原产地标记的生产和发展的历史背景、WTO有关原产地规则的基本精神、世界各国原产地标记历史和现状、各国立法保护的措施和法律法规，以及我国原产地标记历史和现状，对我国加入世贸组织后加强原产地标记立法保护的框架设想和建议提出了建设性的意见，还详细介绍了原产地标记如何取得法律保护等具体操作程序、申请要求以及法律层面等相关事宜，为我国名牌战略提出了一个框架性模式。本书内容丰富，资料翔实，观点新颖，文字生动流畅，具有操作性和实用性强等特点，值得国际贸易工作者和广大工贸生产经营者一读。

编 者

2005年9月

【目 录】

第一章 概论	(1)
第一节 研究产品原产地的意义	(2)
第二节 原产地标记的产生和发展	(4)
第三节 原产地标记和原产地证明	(8)
第四节 货物原产地证明	(10)
第五节 产品的产地标签	(16)
第六节 原产地标记注册的意义	(20)
第二章 国际贸易中的原产地问题	(25)
第一节 货物原产地与人们的日常生活息息相关	(25)
第二节 货物原产地概念的发展和变化	(27)
第三节 货物原产地问题涉及各国的经济利益	(29)
第四节 原产地的判定	(31)
第五节 原产地问题是一个深层次问题	(32)
第六节 中国出口货物原产地标准和确定货物原产地的判定方法	(34)
第三章 原产地规则	(37)
第一节 原产地规则的概念	(37)
第二节 原产地规则与商品归类——正确进行 HS 编码归类	(41)
第三节 原产地证明书	(43)
第四节 WTO《原产地规则协议》简介	(46)
第五节 WTO《原产地规则协议》与国际贸易	(53)
第六节 国外对原产地规则的利用	(57)
第七节 直面原产地规则的思考	(59)

第四章 原产地标记及其保护	(62)
第一节 原产国标记.....	(62)
第二节 地理标志.....	(67)
第三节 原产国标记和地理标志的共性.....	(76)
第四节 原产国标记和地理标志的特性.....	(80)
第五节 原产国标记的保护.....	(82)
第六节 地理标志的保护.....	(84)
第七节 原产地标记的法律保护.....	(86)
第八节 地理标志产品保护的国际通例.....	(89)
第九节 地理标志和商标及其区别.....	(92)
第十节 证明商标.....	(100)
第五章 世界各国的原产地标记	(104)
第一节 美国的原产地标记.....	(104)
第二节 日本的原产地标记.....	(106)
第三节 欧共体原产地规则中的原产地标记.....	(111)
第四节 其他国家或地区原产地标记.....	(120)
第五节 北美自由贸易协定原产地标记规则.....	(123)
第六章 原产地标记的立法保护探讨	(127)
第一节 原产地标记的种类和定义.....	(128)
第二节 原产地标记主要特征的立法界定.....	(129)
第三节 原产地标记与原产地工作.....	(130)
第四节 原产地标记与知识产权.....	(131)
第五节 世界各国原产地标记的国内法保护.....	(134)
第六节 酒类原产地标记的特殊保护.....	(137)
第七节 我国原产地标记的使用和保护.....	(138)
第八节 原产地标记保护的立法建议.....	(142)
第七章 我国原产地标记	(148)
第一节 进口货物原产地标记.....	(149)
第二节 出口货物原产地标记.....	(151)
第三节 原产地证明和原产地标记管理.....	(155)

第四节	政府采购中的原产地标记	(158)
第五节	反倾销及转口贸易中的原产地标记	(162)
第六节	边境贸易中原产地标记	(165)
第七节	加工贸易中的原产地标记	(168)
第八节	我国的地理标志	(173)
第八章	《原产地标记管理规定》及其实施办法	(177)
第一节	《原产地标记管理规定》及其《实施办法》简析	(177)
第二节	《原产地标记管理规定》和《实施办法》内容概要	(184)
第三节	原产地标记注册的一般性程序	(189)
第四节	原产地标记注册审核要点	(193)
第五节	各种相应表式的样式及填制	(197)
第六节	原产地标记剖析图解	(208)
第七节	我国原产地证明书法律地位的立法保障	(210)
第八节	原产地标记高层立法的框架思考	(211)
附件一	原产地标记管理规定	(219)
附件二	原产地标记管理规定实施办法	(222)
附件三	WTO 原产地规则协议	(232)
附件四	WTO《与贸易有关的知识产权协议》(15 条—24 条)	(256)
附件五	欧共体部长理事会条例第 2081/92 号	(264)
附件六	欧共体委员会条例第 2037/93 号	(289)
附件七	官方公报第 L 196, 24/07/1997 P. 0039—0040	(295)
附件八	欧盟委员会条例第 1428/97 号	(300)
附件九	欧盟部长理事会条例第 692/2003 号	(305)
附件十	中华人民共和国进出口货物原产地条例	(313)
附件十一	原产地标记注册监督管理规范(试行)	(317)
附件十二	地理标志产品保护规定	(321)
参考资料		(325)

第一章 概 论

原产地，是产品的生产、加工、制造、出生或出土地的简称。原产地问题历来备受世界各国的高度关注。这是由于除了原产地问题本身具有经济利益以外，还有其深层次的原因——诸如贸易政策、经济交往相关安排、经济集团之间的交往、货物关税的确定以及诸多国际政治背景等等。因此，原产地问题已经成了国际贸易谈判的重要内容。而原产地问题中的一个重要实体，就是原产地标记。

原产地标记，是产品来源地的符号，任何一种与产地有关的文字、图案、说明、标签、标志等都是原产地标记的标示形式。贸易是导致原产地问题产生的土壤和催化剂，没有贸易就没有原产地问题。而原产地问题的核心是原产地规则。所谓原产地规则，就是以行政立法的手段把原产地问题具体化、法律化和操作化。

原产地标记是原产地规则的重要组成部分，是原产地工作的重要内容，是产品原产地标示的一种形式，是国际贸易中产品护照，属说明性标志，通常用来说明产品（本书中所指的产品为硬件、软件、流程性材料和服务四大类）的来源地。它主要由原产国标记和地理标志两大类构成。

原产国标记，最早出现在美国海关《关于进口食品及其他产品应施加原产国标记的规定》中的第 134 部分——原产国标记。它是指用于指示一项产品来源于某个国家或地区的标识、标签、标示、文字、图案以及与产地有关的各种书面说明等。《关贸总协定》“第九条”的标题，marks of origin 曾被译为“原产国标记”，但它在相当程度上包容了地理名称，应译为原产地标记。这从第九条第六点可以得到佐证：“各缔约方应相互合作，以防止使用商品名称假冒产品的真实原产地，从而损害一缔约方领土内受其立法保护的产品的独特地区或地理名称。这里所称的“商品名称来表示原产地的”，就是原产地名称，而原产地名称国际社会普遍称之为地理标志，是以地理名称来命名的产品。这就充分表明，原产地标记的确包括原产国标记和地理标志两大类。因而后来由关贸总协定第九条《原产地标记》发展而成为《原产地规则协议》同样适用地理

标志的管理；第二个英语名称为“Indication of resource”，普遍被译为“产地标记”或“货源标记”。

地理标志，其英文名称为“Appellation of origin”应释为以原产地名称命名的，也有译为“原产地名称”的。第二个英文名称为“Geographical indication”，一般译为“地理标志”，又称为“原产地名称”，是指一个国家、地区或特定地方的地理名称，用于指示一项产品来源于该地，其该产品的质量特征，完全或主要取决于该地区的自然因素和人文因素的。不论是原产国标记产品，还是地理标志产品，归根到底是产品的原产地问题。在国际贸易中引发的原产地问题，主要有三个因素：一是关系到产品的配额限定；二是涉及到产品的市场准入和市场占有以及关税待遇；三是直接影响到国家的主权和贸易关系人的经济利益以及知识产权的保护等等。

国际惯例普遍认为，原产地标记包括原产国标记和地理标志，都是客观存在的，它的自然属性是不受法律保护的，属自我声明范畴。只有经第三方认证注册后方受到法律保护。经认定注册的原产地标记，才具有了社会属性，如同原产地证明书一样，它既具有居间证明的作用，又具有法律上的举证功能，因而也就有了受保护的属性。

正由于原产地标记是原产地规则的有机组成部分，是原产地工作的重要内容，因此世界各国历来十分重视原产地工作，尤其对一个主权国家至关重要，都把它作为国家重要的经济政策加以研究，强化理论体系的建立和法律保障框架的构建以达到立法保护的目的。

原产地标记的植根基础就是原产地规则，离开了原产地规则来研究原产地标记就成了无本之木，无源之水。因此，我们对原产地标记的基本立论框架的定位是：原产地标记的理论基础是原产地规则；原产地标记的属性是说明性标示；原产地标记的内涵是产品来源地的表示；原产地标记的外延是产品的原产地标签及其标签法规；原产地标记真实性的表现形式是原产地标记注册认证标志，它的基本特征就是公正性、独立性和权威性，是国际公认的合格评定业务和验证证明业务；原产地标记的管理实践是国家立法的保障体系之一，它的主要形式是注册登记制度。

第一节 研究产品原产地的意义

任何一个主权国家都历来重视货物的原产地工作，这是由于在国际贸易中，根据《技术性贸易壁垒协议》，原产地规则是一个国家对外贸易谈判的重

要筹码，它直接关系到国家的经济利益和民族工业和民族农业的切身利益。

近 20 年来，世界各国政府，尤其是西方国家都纷纷致力于货物原产地工作的研究，早在 1973 年关贸总协定“京都回合谈判”时，就对货物的原产地规则进行了深层次的研讨，并导致了《京都公约》的产生。世贸组织成立以后，又及时地委托世界海关组织（WCO），在 3 年内制定一个协调的《非优惠原产地规则》草案。要求各国应遵循《原产地规则协议》来制定原产地规则，就原产地规则的内容来说，它主要包括判定货物原产地标准、运输规则、单证要求等等。由于原产地规则不是一个纯技术性问题，在其背后往往隐藏着各国的经济利益和政治目的，有的想使某种产品取得原产资格，有的却竭力反对获得原产资格，有的国家往往在某一产品上在某种背景下希望取得原产地资格，而在某种特定环境中又希望把产品原产地定为他国，表现了十分矛盾的心态。这就使原产地规则的制定十分复杂。正由于这种错综复杂的关系和社会背景，WTO 的《非优惠性原产地规则》时至今日尚未出台。香港历来是进口瑞士手表零部件而组装“瑞士表”的大户。而瑞士对采用其散件组成的产品标志为“瑞士制造”竭力反对要求标志为“香港制造”，但香港贴标所有的零部件均为瑞士制造，仅仅在香港组装了一下，不构成实质性改变，应标志为“瑞士制造”，这种由于原产地问题的争论由来已久，而且仍然陷入一个没有结果的深渊。各国政府如此十分致力于货物原产地规则的协调，主要基于两个目的：一是因为它是在国际上仅有的尚未进行统一的海关技术，它必将对各国海关程序产生深刻的影响，并直接关系到市场的维护和市场的准入；二是货物的原产地规则直接影响到各国的经济利益，诸如：最惠国待遇，反倾销和反补贴中的保障措施、原产地标记、歧视性数量限制和关税配额以及政府采购和贸易统计等等，都无一例外地涉及货物的原产地问题。

研究规则就是为了利用规则。研究原产地标记就是为了利用原产地标记，为我所用。我国的商品经济起步晚，我们对国际贸易中的许多规则的研究还在初始阶段，这是可以理解的。问题在于，进入 21 世纪的世界经济日益一体化、资本流通日趋自由化和国际市场竞争白热化的情况下，尤其我国刚加入世贸组织，许多规则对我国来说，都是新事物，新情况，不研究和充分利用游戏规则就会陷入十分被动的局面。研究原产地标记就是按照国际上通行的做法和惯例，制定我国的原产地标记规则，构筑我国原产地标记的框架，为我国的国际贸易服务，为我国的关税服务，为广大消费者、生产者和经营者服务，切实维护国家的经济利益，维护和保护我国自主的与贸易有关的知识产权，这就是我们研究原产地标记的全部意义。

第二节 原产地标记的产生和发展

原产地标记和世间一切事物一样,都由它的产生和发展过程。这个过程的历史堆积和延伸,就是随着商品经济的发展而发展起来的历史。资本主义生产是商品生产的最高形式,是工场手工业广泛发展的结果。由于大工业的建立,生产力迅速提高,社会产品极大增加,导致了商品经济的发展和商品的堆积。因此,扩大市场,谋求产品的销路就成了商品生产唯一追求和出路。可以说,没有销路的商品生产就没有生存的空间。而这个“销路”除了扩充国内市场以外,更重要的是扩展国际市场,并利用国际市场再来刺激和发展国内市场,这是市场发展的必然结果。贸易,不论是国内贸易还是国际贸易,它是展示商品的大舞台,是商品实现自身价值的竞技场。商品的包装、标签、标志是直面消费者的形象,是消费者的第一视觉和第一印象。而原产地标记就是这些形象和印象中的一个组成部分。这就是营销中所称的原产国形象或原产地形象。在改革开放初期,中俄边境贸易迅猛发展,导致不法商人大量走私或非法入境俄伪劣产品,并擅自冠以“中国制造”,一时间,在俄“中国货”就成了“劣质商品”代名词的恶劣原产国形象。这和我国民众在20世纪30年代对日本货(东洋货)就是“烂污”货概念几乎无二异。但值得令人振奋的是由于我国政府近年来加大了市场整顿力度,大力推进名牌战略措施,中国货重新赢得了俄罗斯消费者。在占地4 000多平方米,距红场仅10分钟车程的新村街中国商场,96家业主,经营着60%以上的“中国制造”的中国产品,由于精心打造,货真价实,产品地道和正宗,已经赢得了越来越多的俄罗斯消费者的信任。这就是原产国形象的魅力。但我们必须看到,维护原产国形象,保护原产地标记的真实性,打击假冒伪劣商品的任务任重而道远。近日,国家有关部门对“毒米”的封杀,就牵涉到河南原阳大米和江苏射阳大米的原产地形象,被恶意假冒,严重干扰了消费市场秩序,值得令人深省。因此,在商品经济的大潮中尤其在加入WTO后的新的形势下,加强原产地标记的管理和保护,其实就是维护产品产地形象的重要举措,是商品走向市场的形象工程。

1. 原产地标记的产生

(1) 原产国标记

原产国标记和其他原产地标记一样,是客观存在的,是原产地工作的重要内容,是伴随着商品的交换和贸易的发展而产生的,是原产地规则的有机组成

部分。就贸易体系而言,虽然它不是贸易行为,但它为贸易行为服务,在整个贸易活动过程中起着重要作用——在贸易活动行为前的生产过程中用它来确定产地,在贸易活动行为后的营销过程中识别原产地;在贸易活动行为过程中判定原产地,以享受不同的经济待遇。因此,原产国标记是贯穿整个贸易行为中的标准性和标识性的具有商业价值的产品护照。

美国 1930 年税则法案 (Tariff Act of 1930) 第 304 条以及例外条款第 134 部分,首次提出了原产地标记。这是世界上第一个以法典的形式确立原产地标记的法律地位。按照这个规定,每一原产于外国的货物或其包装必须附有原产地标记。它的直接理由就是要使美国的“最终购买者 (Ultimate purchaser)”了解该商品的真实原产地。这里需要指出的是,按照美国原产地标记规则的解释,“最终购买者”不是指“最终消费者”,而是指美国境内最终一个按货物进口时的原样收到货物的人。也就是说,当商品处于进口状态零售时,其零售商就是该进口商品的最终购买者。至于进口商品在美国经过进一步加工后再上市,就有可能出现这样两种原产国标记:“Made in Foreign Country x”(国外×国制造)和“Made in U. S. A”(美国制造)。前者的“最终购买者”为零售商;后者的“最终购买者”为第一手从零售商购买的人。

1947 年《关税与贸易总协定》(以下简称《协定》)第九条,专门列出了“原产地标记”一条。这是世界各缔约国第一次对原产地标记达成共识,充分体现了各国政府对国际贸易中的原产地标记的高度关注,并以《协定》的形式加以法律化,可见原产地标记在国际贸易中的重要作用了。这个《协定》的中心内容就是:

- ① 实施原产地标记应施行“国民待遇原则”;
- ② 原产地标记的施行有助于国际贸易,而不应造成国际贸易的困难和阻碍;
- ③ 要求在进口时对进口货物加贴原产地标记是允许的,公认的;
- ④ 各缔约国应通力合作制止滥用商品名称假冒产品的真实原产地,确保受到当地立法保护的独特地区或地理标志产品不受到损害。

由于各国的经济状况极不相同,社会环境和人文背景相差甚远,要有一个统一的原产地标准绝非易事。正是由于这个缘故,各国政府出于各自自身利益的需要,诸如美国、欧共体、日本、香港等国家和地区纷纷就原产地规则问题提交了各自的提案,竭力要求规范原产地规则,直到 1986 年 9 月 20 日的部长会议上才达成了协议。这个协议就是《原产地规则协议》,它是乌拉圭回合多边贸易谈判的结果。

从 20 世纪 90 年代开始,世界海关组织着手对乌拉圭回合贸易谈判达成的

《原产地规则协议》进行细化,历时3年,技术委员会前后召开正式会议17次,在来自70多个国家和地区的有关国际组织代表,其中包括联合国贸发会、国际商会、联合国统计局和国际纺织服装局等有关专家、学者和官员的共同参与下,终于完成了《非优惠原产地规则》草拟蓝本。这是世界上第一部关于原产国标记的标准。这个《规则》的全面实施可能指日可待,它必将对世界原产地工作起到极其深远的影响。但在这个《规则》中没有提到运输要求和单证要求,更没有一个程序规则。也就是说,只提供了对产品原产地的具体判定标准,而如何解决和由谁来判定,判定结果如何表述,信息传递的标志和标示如何定位等等,都需要加以完善和研究。同时,就原产地标准问题,尚有许多细节和认识未达成共识,统一的世界性的非优惠性原产地规则出台尚不容乐观。原产地规则的复杂和技术性毋庸置疑,因为原产地规则绝不仅仅为海关统计、征税而存在,更重要的是管理、使用、经营产品的人,政府采购政策执行的人,反倾销和反补贴案的审理执行的人以及国家贸易政策和保障措施等等都需要利用原产地规则来各行其事。尤其《规则》仅对有形产品进行了量化,而大量存在的,已日趋发展的“服务”贸易、“技术”贸易中的原产地问题和“来源地”问题还有待研究和制定《规则》,这是原产地工作不断发展的必然结果,也是原产地工作不断深化的必然趋势。因此,世界性的《非优惠性原产地规则》的出台还有相当一段路要走。

(2) 地理标志

地理标志的产生和原产国标记产生一样,同样受商品经济原动力的驱动。由于地理标志是商标的邻近性标记,具有很高的商业价值,因此从它诞生之日起,就有被假冒的可能。

1883年《保护工业产权的巴黎公约》第一次把地理标志纳入知识产权的保护范围,提出对使用假冒地理标志应予制裁。这是对地理标志实施保护的第一个法规;随后,1891年各缔约国在马德里签署了《制止商品来源的虚假或欺骗性标记的马德里协定》,进一步规定了对原产地标记属于假冒或可能引起误认原产地的商品,在进口时予以扣押。

《保护产地名称及国际注册的里斯本协定》的可贵之处就在于它首次提出了把地理标志和地理标志产品的质量联系起来,提出了特定的地理环境、人文因素决定其质量和风味科学概念,使地理标志产品的立法保护有了深层次的内在依据。这是地理标志发展的一大进步。国家质检总局于2001年3月制定并颁布实施的《原产地标记管理规定》及其《实施办法》就是根据这一基本原理制定的。

关于国际间地理标志保护的立法还有许多,如非洲知识产权的《班吉协

定》和1966年11月11日通过的《发展中国家商标商号和反不正当竞争行为示范法》等等，对地理标志实施保护等方面都作了具体规定。因此，地理标志一产生就面临着需要保护的问题，但保护的立法却远远滞后于地理标志的产生，尤其我国对地理标志产品的保护还在起步阶段，这和我几千年来形成的深厚文化底蕴和人文背景极不相称，也不利于和世界经济的接轨，需要下大力气加以研究。

2. 原产地标记在国际贸易中的作用

原产地标记和原产地规则一样，其本身不是贸易行为，但它实实在在地在贸易中起作用，主要表现在：

(1) 各国政府实施管理进口配额或实施差别关税待遇，海关当局对进口货物的原产国标记的查验是必不可少的；美国早在1930年就颁布了《税则法案》(Tarriff Act of 1930)，禁止中性包装物进口，对原产国标记要求必须具有永久性和明确性，不接受未标明原产国标记包装的产品入境。

(2) 随着世界经济一体化进程的加剧，多边贸易或双边贸易协定大量增加，导致了对不同国家实施不同进口关税税率的格局。这就十分需要在货物进口入关时查核其原产国，以便根据相应的税率表开征关税；譬如，最近我国政府通过多边贸易谈判达成的《曼谷协议》缔约国之间的互惠关税优惠待遇的安排，原产国标记的确定是十分重要的。再如，我对香港零关税的特别贸易安排，产品进入内地时，原产地标记是必不可少的。

(3) 对配额和设限进口产品的识别。不论是被动配额，还是主动配额，其关键的程序就是确定原产国。

(4) 反倾销和反补贴调查的需要。反倾销和反补贴诉讼或应诉，首要的问题就是要解决被诉讼或需要应诉的标的物究竟产自何国，来自何地。这是调查的要点之一，也是确定诉讼是否成立的焦点。

(5) 各国政府实施政府采购制度的需要。由于政府采购中的原产地规则具有可以不受“国民待遇”原则的制约，因此，政府采购中的原产地规则可以根据各国的具体情况另行确定。可以制订各自的《政府采购的原产地规则》，以达到最大限度地采购“国产货”的目的。这个确定“国产货”的标准，就是该国政府采购中的原产国标记标准。

(6) 树立产品销售形象，保护消费者的合法权益，防止假冒伪劣和打击非法转口等方面具有十分积极的意义；这是原产地标记包括地理标志在内的国际间协作和共同打击假冒伪劣的国际合作机制。

(7) 由于注册认证的原产地标记受到法律保护，有助于生产制造厂商的形

象工程建设,有利于产品的促销,为消费者选择地道、纯正,正宗原产地提供了消费指南,具有无形的宣传效果和广告功能。

(8) 注册受保护的原产地标记,是产品正宗产地的护照,有效地提升原产地形象,净化投资环境,对招商引资具有十分积极的意义。

但我们必须清醒地认识到,由于生产的国际化、世界经济的一体化和跨国公司跨国营销的加剧,使得产品的原产地问题越来越复杂,越来越难以捉摸。因此,它潜在的技术性就愈来愈复杂多变。

第三节 原产地标记和原产地证明

原产地标记是表明产品进入流通领域成为商品时一种产地来源的自然属性。它的真实性是需要通过证明来实现的,这种证明就是原产地证明书。因此,原产地证书就是对原产地标记进行证明的鉴定或认定业务。原产地注册标志就是对原产地标记确认或证明的表示,它是通过注册认定来实现的。但不管是证明活动还是认定注册活动,都需要经过必要的审核、鉴定、检验或检疫等程序过程,这是确保证明或注册的真实性的必不可少的环节,也是注册产品受到相关法律保护的必不可少程序,是国际间通用的对产品进行合格评定的重要手段。

正因为货物原产地证明包括原产地注册认定标志,是通过鉴定来实现的,因此,这种鉴定必须是公正的、独立的。鉴定业务,不论是公证还是私证,都必须是公正的。失去了公正性的鉴定,其证明结论就无法准确,也只有这样,其证明才能起到民事上的居间证明和法律上的举证作用。

第三方检验鉴定机构签发的各种检验、鉴定证书(其中包括原产地证明书)之所以能起到调节协调和证明作用,就是因为它具有与当事人无经济利害关系的独立地位,把自己的工作建立在亲自实践、独立鉴定的基础上。如果丧失独立地位、偏听、盲从,未经监督检验,未经调查研究也未作必要的验证活动,凭信当事人的结论或盲目迁就当事人的片面要求,而做出理由不充分,证据不确凿,违背事实真相,违背责任界限的结论是十分有害的。失去了公正,就失去了真实,就会陷入作伪证的泥潭,这是十分危险的。

1. 真实性是原产地证明的核心

不能体现真实和反映事物本来面目的任何证明都是伪证。如果由于“真实性”的问题而导致严重后果的,还要追究其法律责任。货物原产地的证明同样

如此。因此,证明行为人,不管是法人还是自然人,公正是确保证明结论真实可靠的基础。

2. 合法性是原产地证明具有有用属性的基本条件,是取得法律有效地位的基础

货物原产地证明书在国际贸易中能否起到居间证明,举证作用以及通关入境和享受市场准入等相关作用,主要取决于证书是否合法,签证机构法律地位是否明确等。同时,也取决于签证行为人在履行签证程序过程中程序是否完整,依据是否明确,诸如与有关鉴定的标准、国际贸易惯例、公约、规则等是否相符,都是导致证书是否合法的因素。因此,就货物原产地证明的合法性而言,应注意:

- (1) 签证机构的法律地位是确立的;
- (2) 签证行为是准确和规范的;
- (3) 证明事实的依据是确凿的。那种认为“原产地证明的认受性并不取决于签发方,而是取决于要求方即进口方”的说法显然有失偏颇。

3. 准确性是原产地证明的灵魂

货物原产地证明和其他鉴定业务一样都应亲自实践,以确保证明结论的准确。为此鉴定行为人应:

(1) 对货物原产地的鉴定程序的准确和规范。按照签证程序的基本要求,完成签证程序。诸如标识、标志、牌号、产品说明书、中性包装货物的流通动态以及原产地规则的掌握和应用等等,都必须是规范的、有序的。

(2) 用以检测货物质量和品味的仪器设备、器具、试剂和环境等必须符合检验、鉴定依据规定的技术条件和应达到精度。

(3) 对证明货物原产地结论和依据材料必须进行客观、周密的调查了解,分析研究,做到立论有据,结论准确。

作为货物原产地证明的公证鉴定业务只有具备了上述“三性”——真实性、合法性和准确性,才具备了证明的信誉和公证的权威。因此,这种签证权,既有“事权”的因素,又是公证和行政职权的体现。

证明货物原产地的签证权的取得,需要两个方面的素质:一是资格,即是要独立贸易关系人以外的无利害关系的法人;二是资质,就是要具备签证的从业技术、技能和手段。而国家出入境检验检疫局正是充分具备了这两个方面的素质。

①国务院三定方案中明确规定:中华人民共和国原出入境检验检疫局(现