



知识产权实务丛书

地理标志申请 与保护实务

Dili Biaozhi Shengqing yu Baohu Shiwu

主 编 胡海容
副主编 杨宇静 曾学东



国防工业出版社

National Defense Industry Press

知识产权实务丛书

地理标志申请与保护实务

主 编 胡海容

副主编 杨宇静 曾学东

国防工业出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书详细分析了地理标志的发展历程及其保护体系,全面介绍了在国家工商行政管理总局商标局、农业部、国家质量监督检验检疫总局三个机构申请地理标志的差异以及选择不同机构的参考因素。同时,本书分享了涪陵榨菜、镇江香醋、射阳大米、湘莲四种地理标志发展过程中的得失成败。此外,考虑到地理标志保护的国际化趋势,本书还介绍了地理标志国际申请的途径以及注意事项。

为了方便读者阅读,本书中加入了二维码链接,利用智能手机的扫一扫功能,可即刻呈现资源链接的相关内容。

本书是一本地理标志申请与保护指南,可以为研究地理标志的学者、从事地理标志产业的企业以及地理标志的爱好者提供入门级的参考。

图书在版编目(CIP)数据

地理标志申请与保护实务 / 胡海容主编. — 北京 :
国防工业出版社, 2016. 4
(知识产权实务丛书)
ISBN 978 - 7 - 118 - 10788 - 3

I. ①地… II. ①胡… III. ①地理 - 标志 - 专利
申请 - 研究 - 中国②地理 - 标志 - 保护 - 研究 - 中国
IV. ①D923. 434

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 075391 号

※

国防工业出版社出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号 邮政编码 100048)
北京嘉恒彩色印刷有限责任公司
新华书店经售

*

开本 710 × 1000 1/16 印张 14 字数 215 千字
2016 年 4 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—3000 册 定价 42.00 元

(本书如有印装错误, 我社负责调换)

国防书店: (010) 88540777
发行传真: (010) 88540755

发行邮购: (010) 88540776
发行业务: (010) 88540717

《知识产权实务丛书》编委会

主 任：陶鑫良 上海大学知识产权学院院长，教授、博士生导师

副主任：王岚涛 国家知识产权局人事司司长

袁 杰 重庆市知识产权局局长

编委成员（按首字母顺序）：

陈纪纲 原重庆市知识产权局副局长

段淑华 珠海智专专利商标代理有限公司执行合伙人

郭 禾 中国人民大学知识产权学院副院长，教授、博士生导师

贺高红 大连理工大学盘锦校区管委会副主任，长江学者特聘教授、博士生导师

黄 晖 万慧达知识产权代理有限公司高级合伙人

黄良才 阿里巴巴集团法务部高级法律专家

黄玉烨 中南财经政法大学知识产权学院副院长，教授、博士生导师

李富山 深圳峰创智诚科技有限公司副总裁

齐爱民 重庆大学法学院教授、博士生导师

任 萍 重庆西南商标事务所有限公司董事长

单晓光 同济大学法学院院长，教授、博士生导师

沈剑锋 深圳峰创智诚科技有限公司副总裁

苏 平 重庆理工大学重庆知识产权学院院长、教授

孙海龙 重庆市第四中级人民法院院长，教授、博士生导师

王海波 工业和信息化部电子知识产权中心副主任

王活涛 深圳峰创智诚科技有限公司 CEO
薛 丹 国家知识产权局人事司副司长
姚 坤 国家工商行政管理总局商标审查协作中心副主任
杨 立 北京轻创知识产权公司总经理
曾学东 重庆市知识产权局副局长
张 平 北京大学知识产权学院常务副院长，教授、博士生导师
赵 杰 比亚迪股份有限公司知识产权高级经理
郑友德 华中科技大学法学院教授、博士生导师
朱雪忠 同济大学知识产权学院院长，教授、博士生导师
朱谢群 深圳大学法学院教授

总主编：袁 杰

副总主编：苏 平 薛 丹

编务办公室主任：胡海容 颜 冲

编务成员：黄光辉 穆丽丽 何培育 王烈琦

张 婷 覃 伟 邓 洁 高小景 郭 亮

《知识产权实务丛书》总序

中国知识产权制度的百年史，是一个从“逼我所用”到“为我所用”的法律变迁史，也是一个从被动移植到主动创制的政策发展史。从清朝末年到民国政府的50年时间里，我国知识产权制度始终处于“被动性接受”状态。自中华人民共和国成立以来，长达30年间则处于“法律虚无主义”阶段，知识产权尚无法律形式可言；至20世纪80年代以来，中国开始了知识产权立法进程，在极短的时间内创建了比较完整的知识产权法律体系。然而，这一时期的知识产权立法既有对外开放政策的内在驱使，同时也有外来经济和政治压力的影响，因此具有被动的特点和一定的功利色彩。进入新千年后，特别是《国家知识产权战略纲要》颁布实施以来，中国知识产权制度建设进入了战略主动期，即根据自身发展需要，通过知识产权制度创新去推动和保障知识创新，从而实现了由“逼我所用”到“为我所用”的制度跨越。

当前，我国经济发展进入新常态，实施创新驱动发展战略成为时代主题，创新已经成为引领发展的第一动力。知识产权制度既是创新活动激励之法，也是产业发展促进之法。可以认为，创新驱动发展战略的核心内容就是要实施国家知识产权战略，助推创新发展。中共中央《关于全面深化改革若干重大问题的决定》强调“加强知识产权运用和保护”，表明了影响我国当前创新发展的两大关键节点，也指出了未来知识产权战略实施的重要攻坚难点。这即是说，知识产权的有效运用，是创新发展的基本路径；知识产权的有力保护，是创新发展的基本保障。经济发展的新常态带来知识产权事业的新常态，知识产权学人要认识新常态、适应新常态、引领新常态。

伴随着中国知识产权事业的进步，我国的知识产权研究在三十余年间也经历了起步、发展到逐步繁荣的阶段。知识产权学者在知识产权的基础理论、制度规范和法律应用等方面积累了丰富的研究成果，这也为我国知识产

权的制度完善和战略实施提供了足够的理论支撑。然而，知识产权是一门实践性很强的学科。因此，知识产权问题的研究不应仅仅满足于学理研究，而且要坚持问题导向，回应现实需求，注重应用研究。我国的知识产权应用研究相对薄弱，知识产权文化普及还缺乏新的抓手，这显然不能满足当前知识产权事业发展的需要。我们十分欣喜地看到，在国家知识产权局人事司的支持下，重庆市知识产权局、国家知识产权培训（重庆）基地、重庆理工大学重庆知识产权学院组织编纂了《知识产权实务丛书》，可谓恰逢其时，正应其需。该丛书具有以下几个特点：一是以知识产权实务操作为核心，理论联系实际，并重在实践和具体操作，因而非常契合加强知识产权运用和保护的战略需求；二是编写人员采用“混搭”的方式，既有从事知识产权理论研究和教学的高校教师，也有具备丰富实践经验的律师、知识产权代理人、企业知识产权管理人员和专利审查员等实务专家；三是丛书既涉及知识产权申请、保护、分析、运营以及风险管理等具有普遍适用性的主题，同时也有晶型药物等特定领域的研究成果；四是从案例出发，以案说法，以事喻理，以经验示范，使所述内容颇具可读性。因此，这是一套适合知识产权从业者阅读的专业书籍，更是适合普通公民了解知识产权知识、运用知识产权制度的科普性读物，它使知识产权走下“神坛”，为公众所能知、能用。这对于普及知识产权文化，增强知识产权意识有所裨益。

值此丛书出版之际，谨以此文为序。

吴汉东^①

2015年11月30日于武汉

^① 本序作者为教育部社会科学委员会法学学部委员、国家知识产权战略专家、中南财经政法大学文澜资深教授、知识产权研究中心主任。

前 言

地理标志诞生已愈百年，但对我国而言仍是一个新生事物。比起商标、专利、著作权而言，同为知识产权大家族成员的地理标志的声名则显得稍逊风骚。近年来，全社会对地理标志的关注度与日俱增。世界贸易组织也曾致力于建立统一的地理标志国际申请制度。我国正处于农业转型升级的新时期，地理标志正是增加农民收入、推动农业产业化、实现农业现代化的有效途径。因此，我国十分重视地理标志的培育和保护。为此，本书从简明、实用、有趣的角度出发，对地理标志商标、农产品地理标志、地理标志产品的申请与保护角度进行了详细的探讨，以期对我国地理标志工作的发展有所裨益。

本书各章作者如下：

重庆理工大学重庆知识产权学院胡海容：第1、2章；

厦门大学嘉庚学院法学院杨宇静：第3、5、10章；

国家工商行政管理总局商标局李堃：第4章；

浙江工商大学法学院高映：第6、11章；

北京中咨荣安知识产权代理有限公司贾晨：第7章；

重庆市知识产权局曾学东：第8章；

中央民族大学法学院姚思涵：第9章。

鉴于作者在时间、精力 and 知识上的限制，本书内容难免会有疏漏乃至错误之处，恳请各位前辈、同仁不吝批评指正。

胡海容
2016年4月

目 录

❖ 总则篇 基础篇 ❖

第 1 章 地理标志知多少	1
1.1 什么是地理标志	1
1.1.1 地理标志一词的由来	1
1.1.2 地理标志的含义	2
1.1.3 地理标志与其他概念的区别	4
1.1.4 地理标志的性质——一种知识产权	6
1.2 地理标志有哪些特征	7
1.2.1 须包含真实存在的地理名称	7
1.2.2 须有真实存在的产品	8
1.2.3 产品与地理名称之间具有来源关系	8
1.2.4 产品的特殊品质主要是由来源地的自然因素、人文 因素决定的	8
1.2.5 地理标志的申请主体须为组织	9
1.3 哪些产品可以申请地理标志	9
1.3.1 作为地理标志商标申请的产品范围	10
1.3.2 作为农产品地理标志申请的产品范围	10
1.3.3 作为地理标志产品申请的产品范围	10
1.4 我国地理标志主要分布在哪里	11
1.4.1 地理标志商标的主要分布	11
1.4.2 农产品地理标志的主要分布	12

1.4.3	地理标志产品的主要分布	13
1.5	申请地理标志有什么用	14
1.5.1	地理标志是增加农民收入、推动农业产业化、实现农业现代化的有效途径	14
1.5.2	地理标志是提升产品价值的有效途径	17
1.5.3	地理标志是增强产品市场竞争力的有效途径	20
附录 1		21
1.	山东省地理标志商标分布	21
2.	重庆市三种地理标志申请情况	35
第 2 章	我国地理标志的保护体系	42
2.1	我们如何保护地理标志	42
2.2	地理标志商标保护	45
2.2.1	地理标志商标的保护历程	45
2.2.2	地理标志商标的保护规则	46
2.2.3	地理标志商标的保护案例	49
2.3	农产品地理标志保护	51
2.3.1	农产品地理标志的保护历程	51
2.3.2	农产品地理标志的保护规则	52
2.4	地理标志产品保护	53
2.4.1	地理标志产品的保护历程	53
2.4.2	地理标志产品的保护规则	54
2.4.3	地理标志产品的保护案例——金华火腿案	55

❖ 分则篇一 地理标志的申请 ❖

第 3 章	如何选择地理标志登记机构	60
3.1	可以向我国的哪些机构申请地理标志	60
3.2	我国地理标志受理机构的职能各是什么	60

3.2.1	国家工商行政管理总局商标局	60
3.2.2	农业部	61
3.2.3	国家质量监督检验检疫总局	61
3.3	不同的受理机构登记地理标志的时间与费用	62
3.3.1	不同机构登记地理标志的时间	62
3.3.2	不同机构登记地理标志收取的费用	63
3.4	怎样选择合适的机构申请地理标志	64

第4章 地理标志商标——向国家工商行政管理总局

商标局申请	68
4.1 向国家工商行政管理总局商标局申请地理标志的法律依据	68
4.2 谁可以申请地理标志商标	69
4.3 地理标志商标有哪些	70
4.4 申请地理标志商标需要具备什么条件	71
4.5 申请地理标志商标需要准备什么材料	71
4.6 地理标志商标审查的标准	73
4.6.1 申请人主体资格的审查	73
4.6.2 对地理标志产品特定质量、信誉或其他特征与该地域 自然因素、人文因素关系说明的审查	74
4.6.3 地域范围的审查	75
4.6.4 使用管理规则的审查	76
4.7 地理标志商标申请的流程	76
附录2	77
1. 普通商标注册申请书填写实例	77
2. 地理标志注册商标申请实例	79

第5章 农产品地理标志——向农业部申请

5.1 农业部登记农产品地理标志的法律依据	86
5.2 谁可以申请农产品地理标志	87
5.3 农产品地理标志有哪些	89

5.4 申请农产品地理标志需要具备什么条件 90

5.5 申请农产品地理标志需要准备哪些材料 93

5.6 向农业部申请农产品地理标志的流程 95

附录3 农产品地理标志质量控制技术规范（宁乡猪） 98

第6章 地理标志产品——向国家质量监督检验检疫总局申请 ... 104

6.1 国家质量监督检验检疫总局登记地理标志产品的法律依据 ... 104

6.1.1 国家质量监督检验检疫总局登记地理标志产品的法律
规定 105

6.1.2 国家质量监督检验检疫总局的主要职责 105

6.2 谁可以申请地理标志产品 107

6.3 地理标志产品有哪些 108

6.4 申请地理标志产品需要具备什么条件 111

6.4.1 对地理标志产品名称的要求 111

6.4.2 对地理标志产品的产地范围确定 112

6.4.3 对地理标志产品的安全、卫生、环保的要求 113

6.5 申请地理标志产品需要准备哪些材料 113

6.6 国家质量监督检验检疫总局如何审查 114

6.6.1 省级质检机构的初审 114

6.6.2 国家质量监督检验检疫总局的形式审查 114

6.6.3 异议的处理 115

6.6.4 国家质量监督检验检疫总局的专家技术审查会 115

6.6.5 发布批准公告，核准使用地理标志产品专用标志 116

6.7 向国家质量监督检验检疫总局申请地理标志产品的流程 117

附录4 120

1. 地理标志产品申报所需材料 120

2. 申报地理标志产品的《陈述报告》撰写示例 125

第7章 地理标志的域外申请 139

7.1 地理标志域外申请概述 139

7.1.1	什么是地理标志的域外申请	139
7.1.2	如何查询已申请的地理标志	139
7.1.3	如何查询别的国家或地区的地理标志立法	140
7.1.4	地理标志域外申请的途径	140
7.2	里斯本体系申请途径	141
7.2.1	里斯本体系是什么	141
7.2.2	里斯本体系保护的对象	143
7.2.3	里斯本体系申请的程序	143
7.2.4	里斯本体系申请的费用	145
7.3	马德里体系申请途径	145
7.3.1	马德里体系是什么	145
7.3.2	马德里体系保护的对象	146
7.3.3	马德里体系申请的程序	146
7.3.4	马德里体系申请的费用	152
7.4	欧盟申请途径	153
7.4.1	农产品和食品地理标志的申请	153
7.4.2	葡萄酒和烈性酒地理标志的申请	157

❖ 分则篇二 地理标志的保护 ❖

第8章	涪陵榨菜——世界名腌菜	160
8.1	涪陵榨菜的前世今生	160
8.1.1	涪陵榨菜的起源	160
8.1.2	涪陵榨菜的兴盛	162
8.2	涪陵榨菜的保护	166
8.2.1	涪陵榨菜与余姚榨菜之争	166
8.2.2	涪陵榨菜与绿色贸易壁垒	168
8.3	涪陵榨菜给我们带来了什么	169

第9章 江苏射阳大米——“天人合一”的米中精灵 171

9.1 射阳大米的前世今生 171

9.2 射阳大米的保护 173

9.2.1 射阳大米的保护方式 173

9.2.2 射阳大米的保护案例 176

9.3 射阳大米给我们带来了什么 178

第10章 镇江香醋——醋中奇葩 180

10.1 镇江香醋的前世今生 180

10.2 镇江香醋的保护 183

10.3 镇江香醋给我们带来了什么 187

第11章 湘莲——中国第一莲子 192

11.1 湘莲的前世今生 192

11.1.1 湘莲的历史人文 192

11.1.2 湘莲的品质特征 193

11.1.3 湘莲的地域特征 194

11.1.4 湘莲的生产经营规模 194

11.2 湘莲的保护 196

11.2.1 湘莲的自我保护措施 196

11.2.2 湘莲的行政保护措施 197

11.2.3 湘莲地理标志的保护案例 200

11.3 湘莲给我们带来了什么 205

11.3.1 经济效益 206

11.3.2 文化影响 207

参考文献 210

总则篇 基础篇

第 1 章 地理标志知多少

1.1 什么是地理标志

1.1.1 地理标志一词的由来

“读万卷书，行万里路”是古已有之的美好追求，而现代社会的飞速发展使得这种愿望的实现比之古人已容易了太多。时至今日，万里路的半径也早已超越了华夏大地。然而，每到一地，情趣仍然是类似的，寻古访幽是必须的，带一份当地的土特产也是必不可少的。到北京必定是想尝一尝烤鸭的，到法国香槟省必定是想品一品香槟的，到印度尼西亚必定是想喝一喝猫屎咖啡的，到瑞士必定是想看一看手表的。如果要给这些物品取一个共同的名字，普通大众将其称为“土特产”，而知识产权人士则根据《与贸易有关的知识产权协定》（以下简称“TRIPS”）将这种“特定品质与产地的自然和人文因素有决定关系的”特产称之为“地理标志”。

在国外，地理标志的源头最早可以追溯到 1883 年的《保护工业产权巴黎公约》中使用的“货源标记（indications of source）”或“原产地名称（appellations of origin）”两个词汇。这可以算是地理标志的前身，因为当时对这两个词所代表的含义尚不明晰。1994 年的 TRIPS 中使用了本书所讨论的地理标志（geographical indications）一词，这是地理标志首次出现在国际条约中。

在我国，多数人对于“地理标志”一词是陌生的，这主要是因为“地理标志”纯粹是个舶来的法律概念，而且舶来的时日尚短。与地理标志的国际保护相类似，最早进入我们视野的词是原产地名称，那是因为1985年3月中国加入《保护工业产权巴黎公约》，有了保护“原产地名称”的义务。最早的保护案例产生于1987年10月，国家工商行政管理局商标局在给北京市工商行政管理局《关于保护原产地名称的函》中指出：“我国是《保护工业产权巴黎公约》成员国，有义务遵守该公约的规定。若外国委托人反映的情况属实，你局应责令北京京港食品有限公司立即停止使用‘丹麦牛油曲奇’这一名称，以保护《巴黎公约》缔约国的原产地名称在我国的合法权益。”这一保护方式一直持续到了1995年。这一年我国《商标法实施细则》以及《集体商标、证明商标注册和管理办法》相继颁布，首次以集体商标、证明商标的方式保护地理标志，当年受理了包括“库尔勒香梨”“佛罗里达橘子”在内的14件地理标志申请。1996年11月7日，国家工商行政管理局批准了第一件地理标志证明商标——库尔勒香梨。1999年7月30日，国家质量技术监督局通过了《原产地域产品保护规定》，这个部门规章可以说是中国第一部保护地理标志的专门规章。本书中讨论的地理标志一词首次出现在我国的法律文件中始于2001年《商标法》的第二次修改，当时主要是为了满足TRIPS的要求。随后的2002年颁布的《农业法》中也使用了“农产品地理标志”一词。2005年国家质量监督检验检疫总局颁布的《地理标志产品规定》中使用了“地理标志产品”一词。自此，地理标志正式步入了我们的视野。

1.1.2 地理标志的含义

目前，对于地理标志的界定大同小异，这是因为这些界定的大多来自于1958年的《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》（以下简称《里斯本协定》）和1994年的TRIPS。前者将原产地名称界定为“一个国家、地区或地方的地理名称，用于指示一项产品来源于该地，其质量或特征完全或主要取决于地理环境，包括自然和人为因素”。后者将地理标志界定为“表明某一货物来源于一成员的领土或该领土内的一个地区或地方的标记，而该货物所具有的品质（质量）、声誉或其他特性实质上归因于其地理来源”。

由于我国有三个部门从不同的角度对地理标志进行了管理，因此我国也产

生了三个不同的定义。2001年的《商标法》将地理标志定义为“标示某商品来源于某地区，该商品的特定质量、信誉或者其他特征，主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志”。2005年的《地理标志产品规定》将地理标志产品定义为“产自特定地域，所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素，经审核批准以地理名称进行命名的产品”。2007年的《农产品地理标志管理办法》将农产品地理标志定义为“标示农产品来源于特定地域，产品品质和相关特征主要取决于自然生态环境和历史人文因素，并以地域名称冠名的特有农产品标志”。

由上可知，我国现行立法中地理标志的定义是融合了《里斯本协定》中的“原产地名称”与TRIPS中的“地理标志”两个定义的结果，只是侧重点不同而已。《商标法》中所称的“地理标志”侧重在商标，强调其识别功能，因此着眼于“标志”一词；《农产品地理标志管理办法》所称的“农产品地理标志”侧重于农产品的识别，因此着眼于“特有农产品标志”；《地理标志产品规定》侧重在产品本身，因此着眼于“产品”。因此，可以说现行立法对地理标志核心内容的界定相当一致，即特定商品或产品的特质是由此特有的地理因素所决定的，而地理因素包括人文因素和自然因素。考虑到我国现行立法对地理标志保护的现状，本书将“地理标志商标”“农产品地理标志”以及“地理标志产品”均作为论述的范围，因此，本书将地理标志界定为“某种产品的来源地标志，而该产品的特质全部或主要是由该来源地的自然因素、人文因素决定的”。^①

如果觉得这个界定显得不那么通俗易懂，不妨举例来说明。法国因时尚而著名，香槟和LV包更是闻名世界。法国香槟酒行业委员会注册了集体商标“香槟”，路易威登马利蒂注册了一般商标“LV”文字及图。香槟能够成为地理标志，但是LV却不能。这是因为LV尽管是法国人申请注册的，但是只要按照特定的工艺生产，世界的任何一个国家或地方都可以生产出标注LV商标字样的包。然而，“部分是土壤，部分是气候，部分是葡萄树，部分是人工和传统共同

^① 细心的读者会注意到，对于地理标志而言，自然因素和人文因素是缺一不可还是二选一的关系，三个法律文件的要求并不一致。《商标法》采用的是二选一，而《地理标志产品保护规定》和《农产品地理标志管理办法》采用的则是二者缺一不可。对于二者关系的详细研究可参见：王笑冰. 关联性要素与地理标志法的构造 [J]. 法学研究. 2015 (3): 82-101. 考虑到我国目前对于该问题的认识并不一致，本文采用“、”来连接自然因素和人文因素，读者可根据申报的对象不同灵活作出处理。