

论地理标志的 法律保护

王笑冰 著



中 国 人 民 大 学 出 版 社

教育部人文社会科学重点课题
“世界贸易组织与中国知识产权制度的发展”研究丛书
山东大学人文社会科学青年成长基金项目

论地理标志的法律保护

王笑冰 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

论地理标志的法律保护 / 王笑冰著.
北京: 中国人民大学出版社, 2006
ISBN 7-300-07103-1

I. 论…
II. 王…
III. 地理-标志-保护-研究-中国
IV. D923.434

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 015678 号

教育部人文社会科学重点课题
“世界贸易组织与中国知识产权制度的发展”研究丛书
山东大学人文社会科学青年成长基金项目

论地理标志的法律保护

王笑冰 著

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511239 (出版部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	河北涿州星河印刷有限公司		
开 本	787×965 毫米 1/16	版 次	2006 年 3 月第 1 版
印 张	17	印 次	2006 年 3 月第 1 次印刷
字 数	304 000	定 价	29.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

出版说明

本书是教育部人文社会科学研究重点课题“世界贸易组织与中国知识产权制度的发展”的成果之一。

世界贸易组织担负着规制全球范围内货物贸易、服务贸易和知识产权贸易活动的任务。其中，知识产权作为一种新型的财产形态，无论对人类的物质生活，还是对精神生活，都发挥日益重要甚至举足轻重的作用。毋庸置疑，继农业、制造业之后，知识业将成为占主导地位的产业。知识创造将成为最具影响力的人类生活方式。知识产权贸易也必将成为未来世界贸易的决定因素。除了单纯的知识产权贸易之外，货物贸易和服务贸易中的技术含量和品牌价值也日益成为这两类贸易的核心。知识，将成为人类的主宰；知识产权，将成为一切财富的主宰；知识产权贸易，将成为一切贸易的主宰。可见，知识产权贸易成为世界贸易组织的三大对象之一，绝非偶然。中国是在工业化的过程中，同时搭上知识化的快车的。现代化是一项极其错综复杂的系统工程，无论生产技术、经济基础、行为方式、文化氛围、法律理念、思维方式、立法制度、国际环境，都要相互匹配，协调整合为一个既博大而精微、又对立统一的有机体。各利益主体的矛盾与协调、冲突与妥协、斗争与合作，无处不在。知识产权制度作为其中的一部分，是我们着重研究的内容。本课题旨在因应世界贸易组织《与贸易有关的知识产权协定》，对我国知识产权的相关制度及其发展作出理论上的说明，以便使我们对世界贸易组织和我国知识产权制度的认识尽可能建立在理性的基础上。

市场经济是一个课堂，正在逐步走向新型全球化的世界市场更是一个大的、变动不居的课堂。我们相信，在融入世界、走向现代化的路途中，学习将成为中国人民的主要生活方式。今天，我们把这些成果出版，谨供国人参考。

中国人民大学知识产权教学与研究中心

刘春田

2005年6月

目 录

导论	(1)
一、问题的提出	(1)
二、研究的方法	(2)
三、本书的结构安排	(4)

第一编

第一章 地理标志的概念、缘起和历史演变	(9)
一、地理标志的概念	(9)
二、地理标志的缘起和历史演变	(15)

第二编

第二章 TRIPS 协定之前国际条约中的地理标志保护	(21)
一、1883 年《保护工业产权巴黎公约》	(22)
(一) 工业产权保护国民待遇原则的确立	(22)
(二) “货源标记”和“原产地名称”第一次被纳入 国际条约保护对象	(22)
(三) 地理标志和商标的区分	(23)
(四) 《巴黎公约》对地理标志的具体保护	(23)
二、1891 年《制止商品产地虚假或欺骗性标记马德里协定》	(25)
(一) 地理标志保护范围的扩大	(26)
(二) 第一次对通用名称和葡萄产品的地名问题作出特别规定	(27)
三、1951 年《关于奶酪原产地名称和命名之使用的国际公约》	(28)
四、1958 年《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》	(30)
(一) 《里斯本协定》对原产地名称的保护	(30)
(二) 原产地名称的国际注册	(32)
五、1975 年 WIPO《地理标志保护条约草案》	(33)
六、WIPO《发展中国家原产地名称和地理标志示范法》	(35)

七、WIPO 修订《巴黎公约》第 10 条之四的草案	(36)
八、1990 年 WIPO 制定新的地理标志国际保护条约的努力	(38)
九、国际葡萄酒组织 (OIV) 对葡萄酒地理标志的保护	(39)
十、《国际橄榄油协定》	(41)
第三章 TRIPS 协定中的地理标志保护	(44)
一、谈判过程	(44)
(一) TRIPS 谈判中的五个草案文本对 地理标志保护的不同建议	(44)
(二) “主席草案”和布鲁塞尔最终法草案对 地理标志保护的规定	(46)
(三) Dunkel 草案的提出和通过	(47)
二、适用于地理标志的 TRIPS 协定之一般规定	(48)
三、地理标志的定义和范围	(49)
(一) 构成地理标志之标记的范围	(49)
(二) 地理标志商品应当具备的要素	(50)
(三) 地理标志所指示的对象的范围	(51)
四、适用于所有商品之地理标志的最低标准保护和共同保护	(52)
(一) 适用于所有商品之地理标志的最低标准保护	(53)
(二) 适用于所有商品之地理标志的共同保护	(55)
五、适用于葡萄酒和烈性酒地理标志的附加保护	(55)
六、仅适用于葡萄酒地理标志的额外附加保护	(56)
七、关于地理标志保护的谈判和 TRIPS 协定适用情况的审查	(58)
八、地理标志保护的例外	(59)
九、与地理标志保护有关的国内执法的要求	(61)
十、WTO 争端解决机制的适用	(62)
第四章 欧共体对地理标志的保护	(63)
一、《关于保护农产品和食品地理标志和原产地名称的欧洲理事会 第 2081/92 号条例》	(65)
(一) 2081/92 条例产生的背景	(65)
(二) 2081/92 条例的目标、法律依据和适用范围	(66)
(三) “受保护的原产地名称”和“受保护的地理标志”	(67)
(四) 保护的範圍	(68)
(五) 不得作为地理标志或原产地名称注册的标志	(68)

(六) 地理标志和商标	(71)
(七) 同名地理标志的保护	(73)
(八) 注册程序	(74)
(九) 异议程序	(75)
(十) 2081/92 号条例对第三国产品的适用	(76)
(十一) 2081/92 号条例与国内法的关系	(78)
二、欧共体对葡萄酒和烈性酒地理标志的保护	(78)
(一) 葡萄酒地理标志的保护	(78)
(二) 烈性酒地理标志的保护	(82)
第五章 双边条约和地区性多边条约对地理标志的保护	(84)
一、双边条约中的地理标志保护	(87)
(一) 欧共体与澳大利亚葡萄酒协定	(87)
(二) 欧共体与南非的双边协定	(89)
二、地区性多边协定对地理标志的保护	(89)
(一) 《北美自由贸易协定》	(90)
(二) 安第斯共同体第 486 号决议	(91)
(三) 《班吉协定》	(94)
第六章 各国国内法对地理标志的保护	(98)
一、欧洲国家对地理标志的保护	(99)
(一) 法国	(99)
(二) 德国	(109)
(三) 英国	(114)
(四) 瑞士	(117)
二、新世界国家对地理标志的保护	(122)
(一) 美国	(123)
(二) 澳大利亚	(128)
(三) 加拿大	(131)
三、其他国家对地理标志的保护	(133)
(一) 印度	(133)
(二) 日本	(137)
(三) 韩国	(140)

第三编

第七章 地理标志保护的理论依据、方式及其性质	(143)
一、为什么要保护地理标志?	(143)
(一) 地理标志的误导性使用	(144)
(二) 地理标志的淡化	(144)
二、地理标志的保护方式	(145)
(一) 不正当竞争法和假冒诉讼	(146)
(二) 受保护的原产地名称或注册地理标志	(147)
(三) 证明商标和集体商标	(148)
(四) 行政体制的保护	(150)
三、地理标志的性质	(151)
第八章 通用名称和同名地理标志	(154)
一、通用名称	(154)
二、同名地理标志	(157)
第九章 地理标志与商标	(160)
一、商标的一般理论及地名商标问题	(160)
(一) 商标的概念与法律保护	(160)
(二) 地名商标	(162)
二、地理标志与商标的区别与冲突	(167)
(一) 地理标志与商标的区别	(167)
(二) 地理标志与商标的冲突	(167)
三、地理标志与商标冲突的解决途径	(168)
(一) 各国立法中的解决方案	(169)
(二) 国际条约中的安排	(170)
(三) 国际组织的决议和建议	(172)
四、“时间在先,权利在先”?	(174)
(一) 在先原则的确立	(174)
(二) 在先原则的适用	(175)
(三) 在先原则的必要修正	(177)
五、小结	(177)
第十章 地理标志与传统知识的保护	(179)
一、传统知识的概念和特征	(179)

(一) 传统知识的概念	(179)
(二) 传统知识的特征	(180)
二、传统知识的重要性和保护行动	(181)
(一) 传统知识的重要性	(181)
(二) 保护传统知识的国际行动	(183)
三、与传统知识有关的生物盗版案例	(184)
(一) “Neem” 案	(184)
(二) “Turmeric” 案	(185)
(三) “Ayahuasca” 案	(185)
(四) “Hoodia Cactus” 案	(186)
(五) “Basmati” 案	(187)
四、传统知识的法律保护	(188)
(一) 现有知识产权制度对传统知识的保护	(188)
(二) 专门立法保护	(189)
五、地理标志与传统知识的保护	(190)
第十一章 地理标志的经济分析	(193)
一、信息不对称与地理标志的保护	(193)
(一) 信息不对称和信息经济学	(193)
(二) 信息不对称的应对之策——信誉理论	(195)
(三) 地理标志的保护	(195)
二、地理标志的经济价值分析	(197)
(一) 地理标志对产品增值效益的分析	(197)
(二) 地理标志的成本分析	(200)
三、地理标志产品供应链管理的分析	(201)
(一) 私人产品、公共产品和俱乐部产品	(201)
(二) 作为俱乐部产品的地理标志	(203)
第十二章 加强地理标志保护的争论	(205)
一、葡萄酒和烈性酒地理标志通知和注册多边制度	(206)
(一) 美国和日本的联合提案	(206)
(二) 欧共体和匈牙利的提案	(207)
(三) 中国香港的提案	(208)
(四) INTA 的立场	(208)
(五) 谈判委员会主席和 TRIPS 理事会秘书处关于建议	

草案的备忘录	(209)
二、关于地理标志扩大保护的争论	(210)
(一) TRIPS 协定对地理标志的差别保护是否正当?	(211)
(二) 进行扩大保护的谈判有无法律依据?	(211)
(三) TRIPS 协定第 22 条对地理标志的一般保护是否足够 充分?	(213)
(四) 扩大保护的潜在成本	(214)
三、小结	(217)
第四编	
第十三章 我国地理标志保护的现状、问题和对策	(221)
一、我国地理标志保护的立法	(221)
(一) 证明商标和集体商标的保护	(222)
(二) 地理标志产品的保护	(225)
(三) 原产地标记的保护	(228)
(四) 其他法律对地理标志的一般保护	(230)
二、我国地理标志保护存在的问题	(231)
(一) 商标保护和地理标志产品保护之间的矛盾及其成因	(231)
(二) 我国地理标志使用中存在的问题	(235)
三、对策和建议	(236)
(一) 商标与地理标志产品保护冲突的对策	(237)
(二) 地理标志保护模式的选择	(237)
(三) 加强对地理标志的国际保护	(240)
(四) 积极参与国际谈判, 为本国争取最大的利益	(241)
参考文献	(242)
后记	(259)

导 论

一、问题的提出

正如本书题目所示,本书将“地理标志”作为自己的研究主题。地理标志的问题,在我国作为知识产权的研究对象是在 20 世纪 90 年代关贸总协定 (General Agreement on Tariff and Trade, 简称 GATT) 乌拉圭回合多边贸易谈判中将地理标志保护纳入了《与贸易有关的知识产权协定》 (The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, 简称 TRIPS 协定) 之后才开始的。^① 和专利权、著作权、商标权等知识产权相比,地理标志不仅在我国,就是在国际上也是一个后起的知识产权研究对象。但是,自从地理标志保护问题被纳入 TRIPS 协定之后,对地理标志保护的研究开始成为国际知识产权界的一个研究热点。

世界贸易组织 (World Trade Organization, 简称 WTO) 拥有一百四十多个成员, WTO 的各个多边贸易协定对所有成员都具有强制的拘束力。TRIPS 协定作为 WTO 多边贸易协定之一,其对知识产权保护的规定对各成员知识产权制度的影响是不言而喻的。其中地理标志保护问题的提出,对各成员的知识产权制度产生了不同程度的冲击,特别是对那些原本没有地理标志保护制度的成员来说更是如此。因此如何认识地理标志,对地理标志进行保护的意义如何,其对各成员社会经济的影响如何,地理标志与其他知识产权 (特别是商标权) 的关系如何,等等,就成为各成员实施 TRIPS 协定所面临的问题。

研究地理标志问题的重要性不仅在于如何实施 TRIPS 协定之相关规定的的问题上,而且还关系到在 WTO 中就地理标志保护的进一步谈判中如何确定各自的立场,如何在谈判中维护和实现各自利益的问题。在目前 WTO 地理标志的谈判中,分别存在着以欧共体和美国为代表的立场对立的双方,它们各得到其他一些

^① 在此之前我国国内曾有一些译作谈到地理标志的保护问题,参见 [日] 广部和也:《如何保护原产地标志和原产地名称》,载《商标法 50 讲》,51 页,北京,法律出版社,1987; [法] 多米尼克·菲莉奥:《原产地名称》,载《中法商标法律讲座选编》,268 页,北京,经济管理出版社,1991。

WTO 成员的支持。但此外还有不少成员,包括我国,在这个问题上立场模糊,看不到它们对此问题的明确政策。这种局促暧昧、缺乏主动性的姿态在一定程度上是出于对地理标志问题认识的不足,特别是对地理标志之保护将对本国可能产生的利弊缺乏必要的、清晰的判断。这种认识的不足也就使它们不可能在这一问题上有一个明确的政策和方针,不利于其在 WTO 谈判活动中主动出击,采取使本国利益最大化的谈判行动。

即便抛开 TRIPS 协定对各成员的影响不谈,地理标志保护对于一国、一地区的影响也是十分明显的。在有着完善的地理标志保护制度的国家中,地理标志产品在其国民经济中占据了十分重要的地位,发挥了重大的经济和社会作用。对于那些具有丰富多样的自然和人文资源的发展中国家来说,地理标志保护将会给它们的经济发展提供有价值的借鉴和思路。

最后,就我国而言,地理标志保护问题的研究除了具有上述意义外,还有一个如何理顺现行地理标志保护相关立法的问题。我国在地理标志保护问题上由于政出多门,目前在不同的立法层次上存在若干内容、保护范围和效力相互冲突的法律法规,这进一步表明了我国在地理标志保护问题上的认识和政策是相当模糊的。因此如何理顺这些法律法规,建立合乎我国国情的地理标志保护制度也是本选题的一个落脚点。

二、研究的方法

本书以比较方法、概念分析方法和经济分析方法作为主要研究方法,并适当辅以案例分析方法。

比较的方法是书中所要使用的主要研究方法。比较方法已经成为现代法学研究中经常用到的研究方法之一。比较不仅仅是同一个国家的法律秩序之内的不同规则之间的比较,而应具有更深层的、超国家的含义,即比较首先是世界上各种不同的法律秩序的相互比较。^① 法律比较的研究方法必须建立在广博的资料占有和开阔的观察视野的基础之上,这样才能使比较研究不会失于偏颇。比较方法作为一种探索有关防止和解决社会冲突的模式 of 法学研究方法,能够比那种仅面向一国国内的法学提供范围更为广阔的问题解决模式。这是因为,世界上种种法律体系能够提供更多的、在它们分别发展中形成的丰富多彩的解决办法,不是那种

^① 参见 [德] K. 茨威格特、H. 克茨著,潘汉典等译:《比较法总论》,3~4 页,贵阳,贵州人民出版社,1992。

局限于本国法律体系的界限之内即使是最富有想像力的法学家在他们短促的一生中能够想到的。^① 只有通过比较才能发现个性和差异,通过对个性和差异的分析才能发掘出不同法律制度所赖以形成的历史、文化、地理背景中哪些是决定性的因素,哪些是次要的因素,哪些又是综合性的因素,等等。这样就能对事物的把握达到了然于胸而又不失于片面的程度。因此比较的方法还能打破那种不加反省的民族偏见,帮助人们理解世界上不同的社会、文化制度,促进国际相互理解。通过比较更有利于发展中国家认识、了解外部的先进法律文化和制度,促进本国的法律进步。^② 但上述比较的方法仅指以法律制度作为比较对象的比较,本书所要进行的比较研究包括两个方面:一方面就是上面提到的法律制度的比较,但这里不仅指不同国家地理标志保护制度的比较,而且还有不同的国际条约、双边或多边协定中有关地理标志保护规定的比较。法律制度的比较将构成本书的一个重要组成部分,也是本书论述得以展开的基础;另一方面是指法律概念的比较,即不同国家地理标志之概念以及地理标志和商标等其他相关概念的比较。这种概念的比较是概念分析的一种辅助手段,可以帮助我们更清楚、更准确地把握和界定地理标志概念的内涵和外延。

其次是概念分析的方法。概念是判断、推理与论证的基础,概念是思维的起点。^③ 对于法学研究而言,概念的确定是一个基本的起点。人们通过判断、推理与论证所获的新认识,又形成新的较深刻的概念。^④ 就本选题而言,确定“地理标志”的概念是进一步推理和论证的基础和起点,要确定“地理标志”的概念就要对“地理标志”概念中的各个相关因素的概念进行界定,并以此为基础通过推理和论证来确定“地理标志”这一概念本身。事实上,对“地理标志”概念构成要素的不同理解会使地理标志保护制度产生不同的执行效果,这一点已经为欧共体各成员国实施共同体地理标志保护制度的实践所证实。

最后是经济分析的方法。20世纪60年代在欧美兴起的法律经济学为法学研究开拓了一片新的天地。法律经济学利用经济学方法来研究各种法律问题,已经在许多法律领域内,包括在知识产权领域内都取得了成功,为立法界和司法界提供了深具借鉴价值的研究成果。本书将在借鉴西方学者对地理标志经济学研究成

① 参见[德]K. 茨威格特、H. 克茨著,潘汉典等译:《比较法总论》,26页,贵阳,贵州人民出版社,1992。

② 参见[德]K. 茨威格特、H. 克茨著,潘汉典等译:《比较法总论》,27页,贵阳,贵州人民出版社,1992。

③ 参见金岳霖主编:《形式逻辑》,19页,北京,人民出版社,1979。

④ 参见金岳霖主编:《形式逻辑》,19页,北京,人民出版社,1979。

果的基础上,从经济学中的生产销售者与消费者之间产品信息不对称(information asymmetry)角度,以及从西方经济学中关于公共产品、私人产品和俱乐部产品的理论出发,对地理标志的保护、地理标志的经济价值以及地理标志产品的营销管理作一经济分析。

在以上各种研究方法中,将适当穿插一些实践案例的介绍分析,以便为理性的分析提供一些感性材料基础,从而达到对相关问题的深入理解和把握。

三、本书的结构安排

本书拟分四编。

第一编即第一章,即“地理标志的概念、缘起和历史演变”。这一编将简要对地理标志的相关概念作一介绍和分类,并对地理标志及其保护的缘起作一历史溯源,简要介绍其历史演变。

第二编共分五章,即第二、三、四、五、六章。第二章是对巴黎公约体系下,即现在的世界知识产权组织(World Intellectual Property Organization,简称 WIPO)所管理的有关地理标志保护的公约和法律文件及其他一些不属于 WIPO 体系的和地理标志有关的国际条约的介绍,包括《保护工业产权巴黎公约》、《制止商品产地虚假或欺骗性标记马德里协定》、《关于奶酪原产地名称和命名之使用的国际公约》(《史特蕾莎公约》)、《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》、WIPO《地理标志保护条约草案》、WIPO《发展中国家原产地名称和地理标志示范法》、国际葡萄酒组织(L'Office International de la Vigne et du Vin,简称 OIV)的相关决议和《国际橄榄油协定》。第三章是对 TRIPS 协定中有关地理标志保护规定的分析介绍。第四章是对欧共体地理标志保护制度的专门介绍。第五章是对有关地理标志保护的双边或地区性多边条约的介绍,包括欧共体与澳大利亚葡萄酒协定、欧共体与南非双边协定、《北美自由贸易协定》、安第斯共同体的有关决议以及《班吉协定》等。第六章是对各国国内法的介绍。该章按照不同国家的历史文化传统关系及其在 WTO 谈判中对地理标志保护立场的不同,将其划分为旧世界国家和新世界国家。旧世界国家主要是欧洲国家,重点介绍法国、德国、英国、瑞士等国家的地理标志保护制度;新世界国家主要是欧洲移民国家,介绍美国、澳大利亚、加拿大等国家的相关法律规定;此外本章还将对在这一划分之外的其他国家,主要是印度、日本和韩国有关制度作一介绍。

第三编是对地理标志保护之相关理论问题的探讨,共六章,即第七、八、九、十、十一和十二章。第七章是关于地理标志保护的理论依据、方式及其性质

的论述,探讨为什么要保护地理标志,对地理标志的保护方式的划分,以及地理标志的性质如何,等等。第八章主要研究地理标志保护中的通用名称的问题和同名的地理标志保护的问题。第九章是地理标志与商标关系的问题,这是本书的一个重点理论问题。第十章探讨了地理标志与传统知识保护的关系。第十一章是对地理标志保护的经济分析,主要有三个方面的内容,即地理标志保护的经济学原理分析、地理标志本身的经济价值分析以及地理标志产品的供应链管理分析。第十二章介绍目前 WTO 地理标志保护谈判的现状和正反两方的对立观点。谈判主要涉及两个方面内容,一是关于建立地理标志通知和注册多边制度的谈判,二是关于将 TRIPS 协定对葡萄酒和烈性酒地理标志之附加保护扩大到其他产品上的谈判。

第四编即第十三章,作为本书的结论部分。通过以上的介绍和理论分析,最终的落脚点还是要解决我国地理标志保护面临的种种问题。本章的内容就是介绍我国地理标志保护的现状和存在的问题,并针对这些问题提出自己的几点建议。

第一编