


NONGCHANPIN DILI BIAOZHIZHIGAI SHU

农产品地理标志概述

金发忠 主编



 知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

农产品地理标志概述

金发忠 主编

 知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

内容提要

本书介绍了农产品地理标志的基本概念, 外国和国际组织的保护制度、主要做法和经验, 我国农产品地理标志登记保护制度。书中对我国的农产品地理标志资源、登记保护体系、登记保护制度进行了详细解说, 具有很好的实务操作性, 并提出了一些针对性的政策建议。附录部分收集了相关的法律法规和制度规范。适合广大知识产权界业内人士、各级领导干部、各地农业科研、管理人员和高等院校师生以及其他感兴趣的人士阅读。

责任编辑: 张锦锐 责任校对: 董志英
特约编辑: 孙 璐 责任出版: 卢运霞

图书在版编目 (CIP) 数据

农产品地理标志概述/金发忠主编. —北京: 知识产权出版社, 2011. 5

ISBN 978—7—5130—0605—7

I. ①农… II. ①金… III. ①农产品—地理—标志—中国 IV. ①F326. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 103574 号

农产品地理标志概述

金发忠 主编

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010—82000893 82000860 转 8101

责编电话: 010—82000860 转 8165

印 刷: 北京画中画印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

版 次: 2011 年 9 月第 1 版

字 数: 360 千字

邮 编: 100088

邮 箱: bjb@cnipr.com

传 真: 010—82000893

责编邮箱: zjrsipo@sina.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 25

印 次: 2011 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 58.00 元

ISBN 978—7—5130—0605—7/F·424 (3506)

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

《农产品地理标志概述》编委会

编委会主任 陈生斗

编委会副主任 金发忠

总 主 编 金发忠

副 总 主 编 罗 斌 邓志喜 孟宪学 冯忠泽
李奇剑 朱 彧

主要编审人员 金发忠 罗 斌 邓志喜 孟宪学
冯忠泽 朱 彧 盛松华 魏 虹
宋 敏 任爱胜 张梦飞 杨敬华
陈 思 万靓军 高 芳 姜 楠
张延国 刘丽军 李治宇 朱海波
刘建华 王爱华

《农产品地理标志概述》编写组

主 编 金发忠

副 主 编 罗 斌 邓志喜 孟宪学 冯忠泽
李奇剑 朱 彧

统 筹 副 主 编 盛松华 张梦飞

执 行 副 主 编 陈 思 高 芳 杨敬华

主要编写人员 冯忠泽 朱 彧 盛松华 魏 虹
宋 敏 任爱胜 张梦飞 杨敬华
陈 思 万靓军 高 芳 姜 楠
张延国 刘丽军 李治宇 朱海波
刘建华 王爱华

目 录

第一章 农产品地理标志基础概念	(1)
第一节 基本概念	(1)
第二节 相关术语	(3)
第三节 保护模式	(4)
第二章 欧盟地理标志公共保护制度	(15)
第一节 欧盟对农产品和食品地理标志的保护	(16)
第二节 欧盟对葡萄酒和烈性酒地理标志的保护	(32)
第三节 TRIPs 协议框架下就欧盟地理标志保护法规的异议 争端	(38)
第四节 欧盟与一些国家有关酒类地理标志的双边协议	(40)
第三章 欧洲典型国家国内保护制度	(44)
第一节 法国	(44)
第二节 意大利	(70)
第三节 西班牙	(76)
第四节 葡萄牙	(97)
第五节 希腊	(106)
第六节 德国	(114)
第七节 英国	(126)
第八节 瑞士	(138)
第四章 美洲和亚洲典型国家保护制度	(145)
第一节 美国	(145)
第二节 加拿大	(150)
第三节 澳大利亚	(152)

第四节 印度	(157)
第五节 日本	(166)
第六节 韩国	(170)
第五章 我国农产品地理标志登记保护	(172)
第一节 我国农产品地理标志资源	(172)
第二节 我国农产品地理标志登记保护体系	(174)
第三节 我国农产品地理标志登记保护制度	(175)
第四节 我国农产品地理标志登记保护现状	(179)
第五节 我国农产品地理标志登记保护对策	(181)
附录 相关法律法规和制度规范	(190)
保护工业产权巴黎公约	(190)
制止商品产地虚假或欺骗性标记马德里协定	(217)
保护原产地名称及国际注册里斯本协定	(222)
与贸易有关的知识产权协议 (TRIPs 协议)	(232)
中华人民共和国农业法	(263)
中华人民共和国农产品质量安全法	(283)
农产品包装和标识管理办法	(292)
农产品产地安全管理办法	(296)
国家知识产权战略纲要	(301)
农业知识产权战略纲要	(313)
农产品地理标志管理办法	(321)
农产品地理标志登记程序	(326)
农产品地理标志使用规范	(330)
农产品地理标志登记申请人资格确认评定规范	(333)
农产品地理标志登记产品生产地域分布图绘制规范	(335)
农产品地理标志质量控制技术规范 (编写指南)	(336)
农产品地理标志产品品质鉴定规范	(339)
农产品地理标志产品品质鉴定检测机构管理办法	(348)

农产品地理标志产品感官品质鉴评规范	(354)
农产品地理标志产品品质鉴定抽样检测技术规范	(357)
农产品地理标志登记申请书	(360)
农产品地理标志登记审查报告	(361)
农产品地理标志现场核查规范	(366)
农产品地理标志产品名称审查规范	(377)
农产品地理标志专家评审规范	(379)
农产品地理标志使用申请书	(381)
农产品地理标志使用协议	(382)
农产品地理标志核查员培训注册管理规范	(387)

第一章 农产品地理标志 基础概念

第一节 基本概念

20世纪90年代关贸总协定（简称GATT）乌拉圭回合多边贸易谈判中，首次将农产品地理标志保护纳入了《与贸易有关的知识产权协议》（简称TRIPs协议），农产品地理标志成为一种知识产权形式。农产品地理标志TRIPs协议第22条第1款规定：“本协议的农产品地理标志，系指下列标志：其标示出某商品来源于某成员地域内，或来源于该地域中的某地区或某地方，该商品的特定质量、信誉或其他特征，主要与该地理来源相关联”。

在农产品地理标志出现之前，有关的国际条约中就已先后存在着两个与农产品地理标志相关联的概念，即“货源标记”和“原产地名称”。农产品地理标志产生和发展是在货源标记和原产地名称两个概念基础之上，不断发展起来的。

“货源标记”一词出现在1883年《保护工业产权巴黎公约》，（以下简称《巴黎公约》）第1条第2款、第10条，以及1891年《制止商品产地虚假或欺骗性标记马德里协定》（以下简称《马德里协定》）中。但

是《巴黎公约》和《马德里协定》都没有对“货源标记”的定义作出明确规定。《马德里协定》第1条第1款中的表述间接表明了“货源标记”的含义：“凡带有虚假或欺骗性标记的商品，其标记系将本协定所适用的国家之一或其中一国的某地直接或间接地标作原产国或原产地的，上述各国应在进口时予以扣押。”可见货源标记是作为商品来源国或来源地的一个国家或一个国家内一个地方的标记。具体包含两层含义：（1）明确强调了“标记”与商品“地理来源”而非其他来源——如商品的生产者——之间的联系，因此货源标记关注的是商品出产的地理地域，这种地理区域就是通过“……制造”这种标记来表示的一个国家或一个国家内的一个地区。（2）不要求商品具有某种源于或主要归因于其来源地的质量或特征。

“原产地名称”作为一个术语首先出现在《巴黎公约》第1条第2款中。该条款将“货源标记”和“原产地名称”同时规定为工业产权的保护对象，但没有对二者作任何区分性的界定，直到1958年签订的《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》）才对原产地名称作出了与货源标记不同的定义。《里斯本协定》第2条第1款规定：“在本协定中，原产地名称系指一个国家、地区或地方的地理名称，用于指示一项产品来源于该地，其质量和特征完全或主要归因于其地理环境，包括自然和人文因素。”可见，原产地名称首先必须是一个直接的地理名称，包括国家、地区和地方的地理名称。与《马德里协定》相比，这一要求大大抬高了使标记成为原产地名称的门槛，使可作为原产地名称之标记的范围大大缩小了。其次，要成为原产地名称还必须表明产品的质量和特点完全或主要归因于其来源地的地理环境，包括自然因素和人文因素。

如果将货源标记、原产地名称和农产品地理标志这三个概念进行比较，就会发现：货源标记概念的外延最大，它既没有限制所使用的标记的类型，也没有对产品的特征、条件作任何限制性的要求，涵盖了农产品地理标志和原产地名称；原产地名称所涵盖的范围最小，因为原产地

名称被限制在地理名称的范围之内，而且产品还必须具有符合要求的质量和特征；农产品地理标志则比原产地名称的范围要广一些，居于原产地名称和货源标记两者之间，换言之，所有的原产地名称都是农产品地理标志，但并非所有的农产品地理标志都是原产地名称。

第二节 相关术语

知识产权 公民或法人等主体依据法律的规定，对其从事智力创作或创新活动所产生的知识产品所享有的专有权利，又称为“智力成果权”、“无形财产权”，主要包括发明专利、商标以及工业品外观设计等方面组成的工业产权和自然科学、社会科学以及文学、音乐、戏剧、绘画、雕塑、摄影和电影摄影等方面的作品组成的版权（著作权）两部分。

地理标志 TRIPs 协议对农产品地理标志的定义：“农产品地理标志是指证明某一产品来源于某一成员国或某一地区或该地区内的某一地点的标志。该产品的某些特定品质、声誉或其他特点在本质上可归因于该地理来源”。

农产品 是指来源于农业的初级产品，即在农业活动中获得的植物、动物、微生物及其产品。

农产品地理标志 是指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。

农产品地理标志产品品质鉴评 是凭借感官对农产品地理标志申请登记产品的色、香、味、形等外在感官特性进行评价的活动。

外在感官特征 是指通过人的感官（视觉、味觉、嗅觉、触觉等）能够感知、感受到的特殊品质及风味特征。

内在品质指标 是指需要通过仪器检测的可量化的独特理化指标。

农产品地理标志现场核查 是指在审查农产品地理标志登记申报材料

料的过程中，根据需要对申请人相关情况进行实地核实确认的过程。

农产品地理标志公共标识 农产品地理标志实行公共标识与地域产品名称相结合的标注制度。公共标识基本图案由中华人民共和国农业部中英文字样、农产品地理标志中英文字样和麦穗、地球、日月图案等元素构成。公共标识基本组成色彩为绿色（C100Y90）和橙色（M70Y100）。

农产品地理标志核查员 是指在农产品地理标志登记工作中承担申报材料审查、现场核查、现场确认检查等相关任务并取得注册资格的专业人员。

商标 是商品的生产者、经营者在其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品上或者服务的提供者在其提供的服务上采用的，用于区别商品或者服务来源的，由文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合，或者上述要素的组合，具有显著特征的标志。

集体商标 是指以团体、协会或者其他组织名义注册，供该组织成员在商事活动中使用，以表明使用者在该组织中的成员资格的标志。

证明商标 是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制，而由该组织以外的单位或者个人使用于其商品或者服务，用以证明该商品或者服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志。

第三节 保护模式

一、各国对地理标志保护的取向

地理标志保护制度，从国际上的情况看，部分国家是基于保护本国农产品生产贸易的需要而制定相应法律，或在有关的法律中体现；部分国家则是因为加入与地理标志有关的国际条约或双边、多边协议，特别是加入 WTO 因应 TRIPs 协议的规定，而制定相应法律，或修订已有法律以调整贸易关系。因此，世界各国地理标志制度建立及法律制定的背

景、取向及标准各不相同。

实施地理标志保护，部分国家在 TRIPs 协议规范之前就已经制定有相关的法律，这种情况多半集中于历史文化比较悠久、农业及传统产业发达的国家，以欧洲的国家为主，如：法国、德国、意大利等。这些国家有许多以地理标志而闻名世界的商品，因而倾向于通过对地理标志的严格保护来维护其固有的经济利益。其中最为典型的是法国，为了避免地理名称被他国滥用，法国在一百多年前就制定了有关地理标志保护的律，并且积极和其他国家签署相关的地理标志双边或多边条约，以保护其国内地理标志。除了法国重点保护它的葡萄酒类的原产地名称之外，其他国家也针对本国的农产品地理标志立法加以保护，如希腊保护其境内奶酪的地理标志，意大利保护其境内橄榄油的地理标志。因此，欧洲国家间的双边或多边条约常常涉及地理标志的问题。

反之，对美国、加拿大、澳大利亚等欧洲移民的“新世界”国家以及非欧洲国家而言，这些标志并未给其带来较大的经济利益，故未特别强化对它们的保护，对制定保护地理标志的律也不十分积极。这些国家多数仅仅从防止消费者受误导的出发点，多半以反不正当竞争法或在商标法中做一些规定对地理标志进行保护。这些国家如此取向，一方面是认为，制定地理标志的相关律，似乎更多是保护外国，特别是老欧洲大陆国家相关产品的市场，对自己国家并无利益；另一方面，部分国外受保护的地理标志在国内可能已经被商家用作普通商标，或者由于任意普遍性的使用而变成通用名称，前者已成为专有权，后者不再是可以保护的象。这样，如果制定严格的地理标志相关律，国内商家以前已作为商标或是商品名称的某个名称，就可能与国外受保护的地理标志相同而被禁用，造成对国内相关产业或商品贸易的损害。

就保护地理标志的方式而言，是否一定要另订专门律，或是律条文中要有地理标志的类似相关称呼或定义，抑或是只要商标或是其他律能保护到地理标志，不管条文中有没有地理标志的成分在，都可以

算是符合 TRIPs 协议的规范，这些在 TRIPs 协议中并未作任何规范或建议。无论是制定专门以地理标志为名称的相关法律、或是建立类似的来源地名称保护法、更或是纳入到商标法中都是可以的。但是其所必须遵守的是，葡萄酒和烈性酒名称必须列入保护的机制范围中（不论是在法条上直接明示，或是间接保护）才算是符合 TRIPs 协议的规范。

所以，并非所有国家都制定相关地理标志的专门法律。大部分国家的地理标志相关法律常常被纳入到传统知识产权法规体系，如商标法或是反不正当竞争法中。譬如，虚假不实的产地标示的禁止，就通过反不正当竞争防止法加以保护，如：德国、瑞士等。一个 WTO 成员国相关地理标志保护的法律规定，除了地理标志的意义需要明确外，葡萄酒和烈性酒必须纳入保护范围。如果该法律没有明确对葡萄酒和烈性酒的保护，而通过商标法对葡萄酒和烈性酒的地理标志加以保护，这样做是否也算符合 TRIPs 协议地理标志的规定，在各国间仍有争议。但就目前的状况看，国际上只要该国法律能够保护到 TRIPs 协议所规定的地理标志的要件，尤其是葡萄酒和烈性酒的保护，多半都会放宽认为已经符合 TRIPs 协议的规范。

尽管如此，国际上有关地理标志的保护问题仍存在着较大的歧义，并且随着世界 150 余个国家已加入 WTO 组织，对于地理标志方面法律的制定及范围所引起的冲突将会更具多样性。从巴黎公约到 TRIPs 协议以及欧盟法令，都有地理标志相关规范的制定；国际上对于地理标志的保护范围，除了葡萄酒和烈性酒，甚至要延伸到其他农产品及农产品加工品，是否保护、保护对象、保护方式，以及建立一个怎样的地理标志通告和注册多边体系等议题，都有相当的争议。因此，需要认真把握、积极因应国际上地理标志保护的发展趋势，明确我国建立地理标志保护制度的原则及策略，建立适合我国国情的地理标志保护法规体系，扶植国内传统名、特、优原产地产品相关产业，发掘我国农产品国际贸易比较优势，维护国家的经济利益。

二、地理标志保护模式

尽管世界上大多数国家已经加入巴黎公约以及 WTO，但加入相应条约的成员在其国内以何种方式保护地理标志并不一定相关。根据 TRIPs 协议的精神，成员国可以通过专门立法或利用现有法规体系，达到对地理标志保护的目。无论是为了有效地执行国际条约的规定，还是为了保护本国商品，各国都通过国内立法来完善自己对地理标志的保护制度。一般而言，地理标志立法有五种模式：一是通过专门立法对地理标志进行的特殊权利的保护；二是通过商标法规定的集体商标和（或）证明商标注册来保护地理标志；三是混合立法模式；四是直接通过反不正当竞争法对地理标志实行保护；五是运用其他多种法律保护地理标志。

（一）专门立法模式

20 世纪初，人们就感到，防止虚假的或者欺骗性的使用来源地标识（产地标识），还不能对一些商品构成足够的保护。并且，随着对商品文化内涵要求的提高，还出现了保护和鼓励地方性和传统性生产方式的需要。于是，法国率先制定法律，通过规定专门的工业产权，从法律上承认原产地的存在，保护以原产地名称为核心对象的地理标志，使其原产地命名产品受到专门的监控和保护。法国是探索专门立法方式保护地理标志最早的国家，也是迄今采取专门立法方式保护地理标志的少数国家之一，这些说明了法国对于地理标志的保护重视程度，也反映了法国出自自然、历史、文化特殊背景的特别选择。

法国于 1919 年 5 月 6 日颁布《原产地名称保护法》，确立了原产地命名制度，还颁布了有关葡萄酒、烈性酒和奶酪的特殊保护措施，构成了保护地理标志的完整体系。根据该法，原产地包括国家、地区或者地点的名称，该名称只用于出产在此地名所指示地域范围内的某产品，其产品质量和特性取决于该地理环境，包括自然的和人文的因素。这意味着，只有出产于特定地域并且其特殊的质量和特性与该地的地理环境直

接关联的产品，才可受到这种特殊权利的保护。为确保产品拥有特殊的质量，原产地名称的主管机关建立了严格的质量监控机制，只有符合所规定的质量标准的产品，才受原产地保护。最初，原产地限于葡萄酒和白酒，后来范围扩大到其他产品（如奶制品，主要是奶酪和黄油）、家禽和植物产品。

该法律明确规定了原产地名称的注册登记以及保护原产地名称的司法程序和行政程序。民事法庭和有关行政机构可根据地理标志利害关系人的请求，根据地理来源和质量等标准，确定可以保护的原产地名称，相关工作包括公开调查，向直接有关的行业团体征求意见等。原产地名称的合法使用人获得由行政法明确其范围、对象的地理标志权，并可对非法使用原产地名称者追究民事乃至刑事责任。原产地命名产品生产地域的划分和生产标准的确定都必须通过行政管理程序加以确定，所以从产生方式上看，原产地名称的知识产权是基于公法认定、实行行政管理的结果。但被认定保护的地理标志不能表现通用性并落入公共领域。从使用的方式上看，地理标志权是一种民事权利。自认为有权使用原产地名称的人得予以使用，但自担风险。这是因为有关当事人，即生产者或协会等有权向大程序法院提出异议之诉，由法院核对是否具备使用该原产地名称权的条件；法院应划清有权使用争执中的原产地名称的地理范围，并确定产品为享受原产地名称应具备的质量和特征；法院应凭地方性的、真实的和稳定的习惯做出评定。

该法律明确规定假冒地理标志属不法行为。这种立法模式充分考虑到了地理标志权作为一项特殊工业产权的特点，并赋予了产地范围内特定经营者对地理标志的专属使用权和禁止权，保护力度较强。同时，因为地理标志是一种集体所有权，法院的裁决不仅针对诉讼双方，而且约束有关地区的所有生产者。该法还规定原产地名称不能作为注册商标，因为商标法不允许指示商品主要质量的标记作为商标，如果商标的注册在先，按照法国的判例认为，商标应撤销。法国的《保护原产地名称法》给予原产地名称以绝对优先权。

制定地理标志保护的专门法律，强调地理标志的地位和作用，提高了保护水平。特别是法国在原产地保护上的成功，积极影响了其他国家，引进了相同的或者近似的保护方式，主要是在葡萄酒和白酒上。但这种独立于商标法的保护方式也带来一些理论和实践上的问题。一方面，它需要建立一个专门的注册登记体系，易造成审查工作的重复和资源浪费，实际上会增加地理标志保护的制度成本；另一方面，特别是在新近实施地理标志制度的国家，难以避免历史上形成的地理名称随意使用（如作为商标）、地理标志泛化（如变为通用名称）等遗留的纠葛和矛盾。所以，至今只有少数国家明确采用专门法保护地理标志。

（二）商标法模式

特定地理标志的保护不仅基于公法和行政法律，而且还可以通过私法方式进行，即商标法保护模式，把地理标志当作是一种特殊的商标，利用注册集体商标或证明商标对地理标志进行保护。在英、美等国家，地理标志通过社团或机构申请注册构成集体商标或证明商标，纳入商标法的调整范围。如美国《商标法》第 1054 条规定：“按照现行适用的关于注册商标的规定，集体商标和证明商标，包括原产地标记，应根据本法……与商标同样的方式并具同样的效果予以注册，并且在注册后，有权享受本法为商标提供的保护。”此种商标由对其使用实行合法管理的某些人、国家、州、县等具名申请注册，注册后与普通商标一样，受到本法规定的保护。商标利害关系人对相关的地理标志拥有支配控制权利，并由证明商标或集体商标的所有人负责监督地理标志商品的质量；商标利害关系人具有“禁止权”，可对第三人在相关商品或服务上就该地理标志的申请注册或实际使用提出异议、申请无效或禁止使用，可以依据商标权对假冒地理标志等行为追究侵权责任。同时，这些国家对涉及地理标志的商标注册的主体资格作了限制，一般规定对地理标志的使用实施合法管理的政府机构或民间组织才有权申请注册，并取得集体商标和证明商标的商标权；商标注册人再依据该地理标志的使用规章，授权符合使用条件的企业或个人使用该地理标志。商标注册人有责任制