

## 第四章、 地理標示在 TRIPs 內容之相關規定及探討

我國加入 WTO 後，除了關稅及貿易方面的衝擊外，最重要的，便是法律層面的修改。而 TRIPs 便是制定智慧財產權法律的最基本要求。如前所述，大部份 TRIPs 協定所規定之智慧財產權領域，如：商標、專利等，我國早已制定專門法律保護。但地理標示方面之法律，除了新修正的商標法條文外，並未有任何對於地理標示作直接保護之規定。因此，必需就 TRIPs 協定中第二十二條至第二十四條有關於地理標示之保護，逐條作探討，以充份了解 TRIPs 相關規定，作為我國地理標示規定之參考。

### 第一節、 TRIPs 在地理標示方面的規範

WTO 之下 TRIPs 協定關於地理標示方面的規定，有以下幾條：

#### 第二十二條 地理標示之保護<sup>1</sup>

1. 本協定所稱之地理標示係指為辨別一項商品標示係產自一會員之領域，或其領域內之某一地區或地點，且該商品之特定品質，聲譽或其他性質，根本上係來自於原產地者。<sup>2</sup>

- 2.會員應提供地理標示之利害關係人法律途徑以防止：<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> *Article 22 Protection of Geographical Indications*

<sup>2</sup> 1. Geographical indications are, for the purposes of this Agreement, indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin.

(a)於設計或展示商品時,使用任何方式明示或暗示系爭商品產自非其實際產地之其他產地並致公眾誤認該商品產地者;

(b)構成(一九六七年)巴黎公約第十條之一所稱不公平競爭之任何使用行為。

3.商標與非其商品原產地之地理標示結合或組成,且在某一會員國內使用含該標示之商標於所述商品,本質上將造成公眾誤認其實際產地者;該會員應依法定職權,或利害關係人之申請,不准此等商標之註冊或裁定其註冊無效。<sup>4</sup>

4.商品之地理標示,縱確係該商品產地之領域、地區或地點,惟向公眾為該商品係產自其他領域之不實表示者,本條第一、第二及第三項各項規定仍適用之。<sup>5</sup>

## 第二十三條葡萄酒類和烈酒地理標示之額外保護<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> 2. In respect of geographical indications, Members shall provide the legal means for interested parties to prevent:

(a) the use of any means in the designation or presentation of a good that indicates or suggests that the good in question originates in a geographical area other than the true place of origin in a manner which misleads the public as to the geographical origin of the good;

(b) any use which constitutes an act of unfair competition within the meaning of Article 10*bis* of the Paris Convention (1967).

<sup>4</sup> 3. A Member shall, *ex officio* if its legislation so permits or at the request of an interested party, refuse or invalidate the registration of a trademark which contains or consists of a geographical indication with respect to goods not originating in the territory indicated, if use of the indication in the trademark for such goods in that Member is of such a nature as to mislead the public as to the true place of origin.

<sup>5</sup> 4. The protection under paragraphs 1, 2 and 3 shall be applicable against a geographical indication which, although literally true as to the territory, region or locality in which the goods originate, falsely represents to the public that the goods originate in another territory.

1. 會員國應提供利害關係人法律途徑，以防止非產自該產地之葡萄酒類或烈酒使用系爭之地理標示，即使已明確標示該商品之實際產地，或該地理標示係翻譯用語或補充說明與該產地商品「同類」、「同型」、「同風格」、「相仿」或其他類似標示者亦同。<sup>7</sup>
2. 葡萄酒類或烈酒之商標包括該等商品產地之地理標示或以地理標示構成者，會員國應依法定職權或利害關係人之申請不准該商標之註冊或評定其註冊無效。<sup>8</sup>
3. 葡萄酒類之地理標示若屬同名者，各標示均應保護之，但以合於前條第四項規定者為限。各會員應在確保相關生產者獲公平待遇之必要性及消費者不致誤導者前提下，訂定可行規定，以區別相關之同名標示。<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> *Article 23 Additional Protection for Geographical Indications for Wines and Spirits*

<sup>7</sup> 1. Each Member shall provide the legal means for interested parties to prevent use of a geographical indication identifying wines for wines not originating in the place indicated by the geographical indication in question or identifying spirits for spirits not originating in the place indicated by the geographical indication in question, even where the true origin of the goods is indicated or the geographical indication is used in translation or accompanied by expressions such as “kind”, “type”, “style”, “imitation” or the like.

<sup>8</sup> 2. The registration of a trademark for wines which contains or consists of a geographical indication identifying wines or for spirits which contains or consists of a geographical indication identifying spirits shall be refused or invalidated, *ex officio* if a Member's legislation so permits or at the request of an interested party, with respect to such wines or spirits not having this origin.

<sup>9</sup> 3. In the case of homonymous geographical indications for wines, protection shall be accorded to each indication, subject to the provisions of paragraph 4 of Article 22. Each Member shall determine the practical conditions under which the homonymous indications in question will be differentiated from each other, taking into account the

4.為促進會員對葡萄酒類之地理標示之保護，與貿易有關之智慧財產權協定理事會應就建立保護之酒類之地理標示通知及註冊之多邊體系進行諮商，使葡萄酒類產品於參與該體系之會員間獲得保護。<sup>10</sup>

#### 第二十四條國際談判：例外<sup>11</sup>

1.會員同意依據前條規定，就加強對個別地理標示之保護進行談判。會員不得據第四項至第八項之規定拒絕進行談判，或簽訂雙邊或多邊協定。就此談判而言，會員必須願意考慮適用此等條款於涵蓋於談判主題之個別地理標示上之使用。<sup>12</sup>

2.與貿易有關之智慧財產權協定理事會應隨時檢討本節規定之適用情形；首次檢討應於世界貿易組織協定生效後兩年內進行。任何足以影響遵守此等條款下之義務之情事均應通知理事會；上開情事若透過有關會員間之雙邊或複邊諮商無法達

---

need to ensure equitable treatment of the producers concerned and that consumers are not misled.

<sup>10</sup> 4. In order to facilitate the protection of geographical indications for wines, negotiations shall be undertaken in the Council for TRIPS concerning the establishment of a multilateral system of notification and registration of geographical indications for wines eligible for protection in those Members participating in the system.

<sup>11</sup> **Article 24** *International Negotiations; Exceptions*

<sup>12</sup> 1. Members agree to enter into negotiations aimed at increasing the protection of individual geographical indications under Article 23. The provisions of paragraphs 4 through 8 below shall not be used by a Member to refuse to conduct negotiations or to conclude bilateral or multilateral agreements. In the context of such negotiations, Members shall be willing to consider the continued applicability of these provisions to individual geographical indications whose use was the subject of such negotiations.

成合意之解決方案時，理事會應依會員之請求，與任一會員或數個會員間進行協商。理事會應採取所同意之措施以促進合作並提昇本節之宗旨。<sup>13</sup>

3.會員於執行本節規定時，不得減損世界貿易組織協定生效前已於該國存在之地理標示之保護。<sup>14</sup>

4.本節之規定不得要求會員國禁止其國民或居民繼續使用另一會員有關酒類同一或類似之商品或服務之特殊地理標示，但以在該會員境內連續使用此地理標示於相關商品和服務上，並合於下列情事之一者為限：<sup>15</sup>

(a)在西元一九九四年四月十五日以前，已達十年以上者；或

---

<sup>13</sup> 2. The Council for TRIPS shall keep under review the application of the provisions of this Section; the first such review shall take place within two years of the entry into force of the WTO Agreement. Any matter affecting the compliance with the obligations under these provisions may be drawn to the attention of the Council, which, at the request of a Member, shall consult with any Member or Members in respect of such matter in respect of which it has not been possible to find a satisfactory solution through bilateral or plurilateral consultations between the Members concerned. The Council shall take such action as may be agreed to facilitate the operation and further the objectives of this Section.

<sup>14</sup> 3. In implementing this Section, a Member shall not diminish the protection of geographical indications that existed in that Member immediately prior to the date of entry into force of the WTO Agreement.

<sup>15</sup> 4. Nothing in this Section shall require a Member to prevent continued and similar use of a particular geographical indication of another Member identifying wines or spirits in connection with goods or services by any of its nationals or domiciliaries who have used that geographical indication in a continuous manner with regard to the same or related goods or services in the territory of that Member either (a) for at least 10 years preceding 15 April 1994 or (b) in good faith preceding that date.

(b)於上開日期前係善意使用者。

5.商標之申請或註冊係屬善意者，或商標專用權係因善意使用而取得，該二種情形之一係於：<sup>16</sup>

(a)此等規定係於該會員依第六篇實施之前；或

(b)該地理標示於原產國受保護之前取得，

依本節規定所採行之措施，不得因此商標相同或近似於地理標示，而損及此商標註冊之資格或有效性，或使用之權利。

6.本節之規定並未要求會員對於其他會員之地理標示之保護，及於與其相同但係以普通使用方法表示商品或服務之一般名稱。本節之規定並未要求會員對於任何其他會員之葡萄產品之地理標示之保護，及於與其相同但於 WTO 協定生效之前已於該會員存在之葡萄品種一般名稱。<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> 5. Where a trademark has been applied for or registered in good faith, or where rights to a trademark have been acquired through use in good faith either:

(a) before the date of application of these provisions in that Member as defined in Part VI;  
or

(b) before the geographical indication is protected in its country of origin;

measures adopted to implement this Section shall not prejudice eligibility for or the validity of the registration of a trademark, or the right to use a trademark, on the basis that such a trademark is identical with, or similar to, a geographical indication.

<sup>17</sup> 6. Nothing in this Section shall require a Member to apply its provisions in respect of a geographical indication of any other Member with respect to goods or services for which the relevant indication is identical with the term customary in common language as the common name for such goods or services in the territory of that Member. Nothing in this Section shall

7.會員得規定，依本節對商標之使用或註冊提出之任何請求，必須於該受保護之標示受到不當使用且在該會員境內不當使用且已成為眾所周知後五年內為之，或於該會員註冊為商標（設若其於同日公告）五年內為之；但須該註冊日期早於因不當使用於該會員境內成為眾所周知之日期。但該地理標示之使用或註冊為惡意者，不適用之。<sup>18</sup>

8.本節之規定不得侵害任何人於商業交易中使用其姓名或其營業之被繼承人之姓名之權利。但其使用以不致公眾誤認者為限。<sup>19</sup>

9.原產地境內未獲得保護或已停止受到保護之地理標示，或於該國已不使用之地理標示，本協定並不課以保護之義務。<sup>20</sup>

---

require a Member to apply its provisions in respect of a geographical indication of any other Member with respect to products of the vine for which the relevant indication is identical with the customary name of a grape variety existing in the territory of that Member as of the date of entry into force of the WTO Agreement.

<sup>18</sup> 7. A Member may provide that any request made under this Section in connection with the use or registration of a trademark must be presented within five years after the adverse use of the protected indication has become generally known in that Member or after the date of registration of the trademark in that Member provided that the trademark has been published by that date, if such date is earlier than the date on which the adverse use became generally known in that Member, provided that the geographical indication is not used or registered in bad faith.

<sup>19</sup> 8. The provisions of this Section shall in no way prejudice the right of any person to use, in the course of trade, that person's name or the name of that person's predecessor in business, except where such name is used in such a manner as to mislead the public.

其中針對 TRIPs 第 22 條第一項地理標示之定義，是否有規定之必要，就以目前大多數的國家規定地理標示的相關法律者，都有將其地理標示定義納入其中；除了明確地理標示的意義，並和一般商標作規範外，另外其構成要件——「品質、聲譽或其他性質」，更代表了地理標示所應具有、並和商標相區別的特性。因為商標於註冊之時，並未有一定的聲譽在其中，而且商標也並非一定具有特定之品質或性質；若制定於商標法中，卻未對地理標示將以定義作區隔，可能難以界定二者的構成要件之區別，在申請註冊地理標示亦難以區別地名商標究竟可能為一般商標、地理標示、或是其他註冊排除事由而不予註冊。

針對第二十三條葡萄酒類和烈酒地理標示之額外保護部份，TRIPs 單獨針對此二種酒類作額外的地理標示之保護，即使該地理標示係翻譯用語或補充說明與該產地商品「同類」、「同型」、「同風格」、「相仿」或其他類似標示者，亦在保護、不予註冊的範圍之中。其中就翻譯部份，如：在國內即使用「香檳」、「champagne」、「香賓」等皆在此保護範圍之中，不論消費者是否有混淆、誤認之虞；因此免除了翻譯後，當地消費者可能不熟知該地理標示名稱為該會員國之地名，而可能准予註冊之情形發生。

另外，第二十四條第四項，地理標示之善意使用之例外條款，亦針對了若該會員國有善意使用地理標示之情形，可例外准予註冊外，其他若侵害到他會員國地理標示應給予保護。

## 第二節、 比較地理標示在 TRIPs 之下的爭議

商標及服務標章對廠商而言，常屬於最有價值且最重要之資產。廠商所生產

---

<sup>20</sup> 9. There shall be no obligation under this Agreement to protect geographical indications which are not or cease to be protected in their country of origin, or which have fallen into disuse in that country.



之商品，藉由商標與他人的商品相區隔，而使消費者選擇其為購買對象，並使廠商獲得商業上及貿易上之利益；而且廠商亦可透過授權的方式(或讓與商標之方式)，使商標具體獲得經濟利益之回報。但對開發中國家，商標之保護或歷史較短之國家對於地理標示之保護是否有重大之經濟上利益，較有疑義<sup>21</sup>。

GATT 在原始協定草案要求各會員國保護地理標示，而將其定義為「地理標示，係指該產品源自於某一會員國領域，或自該領域中之一地區或地點，而該產品的品質，名聲或其他特性主要來自於該地理來源者，包括其天然及人文因素。」其中，在 TRIPs 之下第 22 條第一款對地理標示省略了「包括天然及人文因素」，此有意省略有學者指稱，可能被視為縮小地理標示之範圍<sup>22</sup>。拙見以為，此「包括天然及人文因素」之省略，而改以「商品之特定品質、聲譽、或其他性質，根本上係來自於原產地者」，不只包含了天然及人文因素(其他性質)，更把特定品質或聲譽亦為地理標示所可以單獨具有的構成要素。又依 TRIPs 第 22 條第一項，就商品產地之不實標示而誤導大眾商品之地理來源；或其他構成巴黎公約第十條之一之不正競爭行為，會員國應提供法律救濟方法以供利害關係人防止。此條和原始協定比較，所保護的範圍顯然較寬。原協定草案不僅禁止任何直接或間接使用不實產地標示，亦如里斯本協定第三條般禁止翻譯形式、附加陳述以地名淡化之使用。而使用任何方法指稱或介紹商品可能造成任何非實際來源地之地區與該商品連結者，亦在禁止之範圍中<sup>23</sup>。因此就 TRIPs 協定針對地理標示之範圍而言，所包含之範圍似乎可以推定已不限於農產品之保護，僅管有針對葡萄酒類及烈酒類作額外的保護，但其中聲譽部份和特定品質和原產地作一適當連接者，有時和

---

<sup>21</sup> 羅昌發，GATT/WTO 與我國貿易：國際經貿法研究(四)，台北市：永然文化出版社，民 85 年 6 月，P150。

<sup>22</sup> 方彬彬，產地標示之保護——公平法與智財法系列六，大雅叢刊，民 84 年，p257。

<sup>23</sup> 見原始草案§20I，其禁止誤導大眾有關商品之真實來源。包括：

- (1) any direct or indirect use in trade in respect of products not coming from the place indicated or evoked by the geographical indication in question ;
- (2) any respiration, imitation ; or evocation, even where the true origin of the product is indicated or the appellation or designation is used in translation or accompanied by expression such as “kind”, “type”, “style”, “imitation”, or the like ;
- (3) the use of any means in the designation or presentation of the product likely to suggest a link between the product and any geographical area other than the true place of origin.

天然及人文因素並未有相當的關連。

在 TRIPs 協定§23 規定虛偽不實之地理標示者，會員國應提供利害關係人適當的法律途徑，以防止非產自該產地之葡萄酒類或烈酒使用系爭之地理標示。其中條文中並限定葡萄酒類及烈酒特別保護之地理標示，已限定會員國之內國法律將葡萄酒類及烈酒列為地理標示必要保護範圍中；若葡萄酒及烈酒之外的其他農產或商品，則應不在此限制內，除了依據第 22 條之規定必須導致公眾誤認才受到保護外，若要針對葡萄酒或烈酒之外的產品作額外的加強保護，仍應由各國法律單獨另訂之。但地理標示法律亦有另一爭議——是否可隨意性使用而構成商標，如 Altantic 雜誌、North Pole 香蕉、Paris 別墅等。但就地理標示的意義觀之，似乎只有使大眾誤認商品之來源不予以地理標示之保護。而前舉之例，消費者似乎無可能將其商標視為商品產地，故不在限制的範圍內。

馬德里協定中有針對葡萄酒製品的來源標示名稱作特別的保護，以免轉成一般名稱後失去了保護的要件。而在 TRIPs 協定中，經過各國的協商後，就此針對葡萄酒及烈酒地理標示也作了加強保護。就此點而言，雖是各國協商下的產物，但也是各國競爭最烈之處。如歐盟主張葡萄酒類地理標示之特別保護<sup>24</sup>，美國並未加以贊同，日本更基於政策考量，和美國共同提出修正版本。而印度、巴西、墨西哥等主張除了葡萄酒類及烈酒外，應就其他農產品予特別之保護<sup>25</sup>。

地理標示之保護與貿易之關聯亦甚為明顯。蓋對某些產品而言，地理名詞即代表了該產品之品質、信譽或其他特性；標示了此地理名詞，即會使消費者聯想到此等之產品特性，此時若由非該產地之產品使用此種地理名詞，顯有使消費者誤認之虞。由國際交易之角度而言，地理標示亦代表著十分重要的貿易上利益(特別是酒類產品地理標示所產生之龐大利益)。TRIPs 協定要求會員國提供必要的方法，以防止虛偽及誤導之方式使用此種地理標示；會員國亦須提供必要之方法，以對含有虛偽及誤導性之地理示之商標，撤銷或拒絕其註冊。

---

<sup>24</sup> TRIPs §23 I 就葡萄酒類及烈酒的額外保護規定係歐盟所提出之版本。

<sup>25</sup> 如：印度欲將稻米納入保護，巴西欲將咖啡也納入地理標示保護的範圍中。

### 第三節、WTO 與貿易有關智慧財產權協定理事會

#### 第一項、審查 WTO 會員國智慧財產權相關立法情形

依據規定，WTO 開發中會員執行 TRIPs 之過渡期間已於一九九九年年底屆滿，因此自二〇〇〇年一月一日開始，開發中會員需完全履行 TRIPs 義務。該理事會並決議於二〇〇〇至二〇〇一年期間開始審查開發中會員智慧財產權相關立法情形。

#### 第二項、保護地理標示的推動情形

##### （一）執行第二十三條第四項

本理事會繼續討論有關建立酒類地理標示多邊通知與登記制度，目前的討論以歐盟的提案及加拿大、美國、智利、日本的聯合提案為基礎，由於仍無共識，目前仍處於蒐集資料階段。

##### （二）執行第二十四條第一項

關於將地理標示之保護範圍從現行之酒類擴張至其他物品之提案，應瑞士、保加利亞、捷克、埃及等國之要求，列入會議議程，並在會議上，會員曾就本議題交換意見，惟未達成共識。

##### （三）檢討第二十四條第二項

關於填答保護地理標示問卷，目前已有歐盟會員國及其他二十個會員填答，秘書處已將填答結果摘要分送會員參考。

#### 第四節、WTO 會員國對於產地標示之爭議

##### 第一項、日本及美國在 1999 年 TRIPs 會議中有關於地理標示的提案

根據 TRIPs 第二十三條第四款的規定,地理標示須有以下的精神: the use of place names, or words associated with a place, to identify the origin, type and quality of a product. 而據此精神所衍生出的必要保護及註冊的地理標示商品,為葡萄酒及烈酒。但是部份國家認為不應及於烈酒,但甚至又有其他國家認為除了葡萄酒及烈酒外,還必需擴張保護到其他的商品。

又根據該款規定,並不能夠處理各國協商後對於地理標示保護的寬鬆的處理態度。因此,美國及日本便有一個新的關於地理標示的提案,除了終止期(expiry date)的改變外,還有許多地理標示本質上的變化。

在 WTO 推行地理標示時,也列出了很多相關資訊供各國參考。當 WTO 會員國制定相關地理標示法律時,一般而言都會參照 TRIPs 協定照章行事。但一些國家在制定後,不知該如何實施該法律。若該國有任何的反對該法案的實施,往往會形成一種內政問題,所以反映了現行 TRIPs 地理標示法案有其不合理及至礙難行之處,因此,美國及日本提出了地理標示的修正版供 WTO 參考。

它們認為,在歐盟的提案下,註冊的地理標示名稱應該是根據各國法律而定的。但是在 WTO 會員國中,地理標示註冊需建立相同的機制才能夠被保護於所有的 WTO 會員國中,儘管每個會員國都使用類似的機制及方法,但是因為沒有根本的改變該國原有的法律制度,所以各國實行起來在國與國之間都有衝突存在。

而在歐盟的提案中有提到,若該地理標示已經變成一般名稱,則不被允許註冊。但美、日認為,此項判定標準由該國作個別的規定,並不受到地理標示強制的規範中。在,美國及日本這新的提案中,並不是加上新的義務或約束,只是提

供更多的方法給各種不同國情的國家去規定、適用其地理標示的法律。

加拿大、澳大利亞、阿根廷、巴西、紐西蘭、波利維亞和智利等國支持美國及日本的提案。部份國家基本上認為此提案並非附加條款，但是還是要看過完整相關細節及和國內立法機關的討論後才能決定是否支持該提案。但是紐西蘭、智利、及南韓認為，該提案的保護範圍不應該擴張到烈酒方面；但是瑞士、古巴、埃及、南非、馬來西亞、印尼、菲律賓及泰國認為除了葡萄酒及香檳外，應該還要擴張到其他的產品上。

但歐盟卻相反的認為，它們的提案全部符合美國及日本所提案主要部份，僅就地理標示相關資料庫方面和美、日有些許的不同。

部份國家認為，到目前為止，它們較接受歐盟所提出的方案，因為他們對於現今的狀況提出較佳的「附加價值」，因為本身有可以保護之地理標示酒類。但對於其他國家，如：印度、古巴、南非等，在比較過兩者提案的優劣處後，覺得各有優缺點，並不能夠決定採行哪一種措施。

這個議題到現在並未有確切的結論，TRIPs 將再召開會議繼續討論這的議題，而兩方面也會準備他們的提案，並視各國地理標示法律在各國國內施行的效果再作調整。

## 第二項、TRIPs 第 22 條第一款下，定義地理標示及法律實行標準

就美國在其聯邦商標法第二節中定義地理標示為「only those areas which have a reputation for being associated with the specific goods at issue。」，就此定義，是否符合 TRIPs 協議第二十二條的規定。

地理標示需指名為辨別一項商品標示係產自一會員之領域，或其領域內之某一地區或地點，且該商品之特定品質，聲譽或其他性質，根本上係來自於原產地者。此才為地標示之真正意義。但並非和 TRIPs 協議第二十二條之規定完全相同始才能符合地理標示的意義，如：紐西蘭的地理標示定義中指出，地理標示為

「a given quality, reputation or other characteristic of the good which is essentially attributable to its geographical origin, in accordance with Article 22.1 of the TRIPS Agreement」，雖僅點出了地理標示的精神，但最後有「根據 TRIPS 協定 22 條之一之規定」，應可允許的範圍中。

而在南非的法律中並沒有任何一個條款像是 TRIPs 第 22.1 條定義地理標示的意義，但是就南非現存的一般法律及命令中<sup>26</sup>，其範圍足以包括地理標示的意義及在 TRIPs 所規定保護的範圍中，因此在 WTO 審查中，亦符合 TRIPs 關於地理標示之規範。

地理標示保護法中所定義的地理標示的範圍若嚴於 TRIPs 的規定，如紐西蘭<sup>27</sup>的規定，它們認為 TRIPs 僅是提供最基本、最少的保護而已，而 TRIPs 是要各國就其最基本的保護之下，衍生出就該國而言，更週嚴、更適合該國國情的保護。而 TRIPs 的規範僅是防止最基本的誤導及詐欺方式使用地理標示；而任何一個 WTO 會員國應有義務提供更額外、週嚴的保護地理標示，並符合 WTO 的相關規定。

奧地利的商標保護法(trademark protection law)修正案中已將 TRIPs 中 23.2 條的規定納入其中，並且在總則中排除若商標中含有不正確的地理標示名詞，不予以註冊的相關規定。<sup>28</sup>

而澳大利亞地理標示的保護，同時規定於 1995 年修定的商標法及貿易實施法(trade practice act)中，並且亦規定了保護葡萄酒及烈酒，亦符合地理標示的規定。

<sup>29</sup>

因此，並非所有國家都依照 TRIPs 規定，皆規定地理標示之意義；對於烈酒及葡萄酒之特殊保護，也並非所有國家皆有將其納入規範。但就目前 WTO 關於 TRIPs 協定下機構之意見而言，似乎也符合 TRIPs 有關於地理標示之規定。但究

---

<sup>26</sup> 南非商標法及不正競爭防止法上皆有地理標示的規定。

<sup>27</sup> New Zealand, IP/Q2/NZL/1

<sup>28</sup> Austria IP/Q2/AUT/1.

<sup>29</sup> Australia IP/Q2/AUS/1.

竟是只要對於葡萄酒及烈酒類產品之地理標示，該法律能有效保護就算符合 TRIPs 的規定，抑或要到達某一條文規範標準才能算是符合規範，就目前而言，以其立場來說似乎較傾向於前者。換句話說，只要能夠具備 TRIPs 所規定的保護地理標示的基本精神，並能夠保護到葡萄酒類及烈酒類相關的地理標示，應認為可符合 TRIPs 保護的水準。

### 第三項、1999 年日內瓦出席 WTO 之 TRIPs 理事會報告<sup>30</sup>

本次理事會的議題之一是檢討有關酒類和烈酒地理標示之額外保護的執行情形。因 TRIPs 第 23 條中規定「為促進會員對酒類之地理標示之保護，與貿易有關之智慧財產權協定理事會應就建立保護之酒類之地理標示通知及註冊之多邊體系進行諮商，使酒類產品於參與該體系之會員間獲得保護」 (§23.4)。關於此一議題已在 1997 年進行資料的蒐集，並有多國提出建議案。其中美國代表認為就 TRIPs 協定第 23.4 條進行協商的目的是在於促進保護。為達成此一目的，不應對 WTO 會員產生新的義務或負擔。而美國與日本的建議案認為，不會產生新的義務或賦加不當的負擔。其中澳洲代表也贊成美日的提案，亦即該體系必須是主動的，不是負擔，它可以真正地有助於達成 TRIPs 協定所要求的在國家層次對於地理標示的保護。

此一建議案要求在領域內已適當保護地理標示之會員，可依其選擇通知 WTO 秘書處。任何對於被通知的地理標示之挑戰將於國家的層次經由會員國內的異議與撤銷程序來處理。當在會員的領域內其地理標示被挑戰成功時，該參加的會員可撤回其通知的地理標示。

其中為了加強對葡萄酒類與烈酒之保護，參加的會員國可參考 WTO 秘書處資料庫所提供的資訊，對相關地理標示之保護作相關的立法，其中的建議制度將

---

<sup>30</sup>行政院及所屬各機關出國報告，出席 WTO 之 TRIPs 理事會報告；經濟部智慧財產局；民國 88 年 10 月 18 日。

可促進會員國的地理標示之保護。但是它並不在 TRIPs 協定中 Part 第 3 條外賦加實質的義務，因此並不具強制性，以及建議的制度允許自願參與，以反映 TRIPs 第 23.4 條的用詞「對參與該體系之會員」。其所建議地理標示保護體系旨在確認與調整在 WTO 會員間所存在的各種地理標示保護制度。

歐盟代表認為日本與美國所建議的制度，並未包含一個爭端解決手段，也因此無法同意其所提出之提案，因為日本與美國建議的制度並無在 WTO 中建立廣泛之異議程序，而是委由會員國的國內法來解決爭端，這樣子可能會造成部份會員國可能不會完全的保護酒類地理標示的情形產生，尤其是許多爭議性的地理標示酒類名稱可能被淡化成一般名稱的案例。而智利贊成日本和美國之提案，並重述 TRIPs 第 23.4 條所要諮商的僅限於酒類的註冊。

加拿大認為基於 TRIPs 第 23.4 條所建立的任何法律體系的基本特色，此一制度不能對會員國造成任何的負擔或費用。加拿大認為任何擴大涵蓋地理標示多邊註冊至其他物品，應可留到可能的下一回合來諮商。

歐盟的代表認為，美日提案並未提供一個真正的多邊性質。它看起來不過是一個資料庫體系，會員國將國內的地理標示通知並自動列入未來 WTO 所建立的資料庫，因此他們不瞭解該制度對於地理標示的額外保護會增加何種價值。基於此等理由歐盟的代表不認為美日這樣的提案會滿足 TRIPs 協定有關地理標示之目的；最重要的是，他們認為美、日的提案僅止於創造一個記錄資料庫，而並非為一個真正的地理標示註冊機制。將地理標示列入資料庫中並不滿足 TRIPs 第 23.4 條之目的，且並不符合真正註冊之目的。然而歐盟也贊成提案的制度採自願性質。雖然是採自願性質，但歐盟強烈建議，一旦一個地理標示被註冊，便對所有 WTO 會員國產生實質的拘束力，但此拘束力仍可由異議的程序來平衡，而且對於任何會員國給與對於註冊之異議，不應被理解創造了新的義務。

捷克代表認為，對於為國內法以及多邊協定所保護的葡萄酒類和烈酒地理標示，應建立一個資料庫，才可以有助於推動多邊國家註冊體系的第一步。但他們不贊同以團體或證明標章來保護地理標示。他們認為地理標示與團體標章與證明



標章（具有其他屬性）係屬不同的制度。應用它們之條件基本上不同。他們認為想要將地理標示的保護併入商標制度是不可能，也不贊成在方法上允許以團體與證明標章來保護地理標示的多邊地理標註冊制度。

紐西蘭代表贊成美日提案的理由如下：(1)該提案並不會對會員帶來進一步的負擔。它基本上是會員的資訊註冊。它要求同意參加的會員，當決定註冊時，向 WTO 提交一份通知地理標示的名單，或者經由國內立法以保護地理標示，此與 TRIPs 第 23.4 條之目的相符。(2)該提案完全承認 TRIPs 協定第 23.4 條，其中會員國有權以各種方式履行協定中關於地理標示的義務。(4)此提案不應對會員或秘書處在財務與資源上賦加不適當的負擔。(5)倘若參加的會員國對於地理標示名單有反對意見時，該種反對須經由贊成列入該地理標示於名單的會員國內藉由司法程序來處理。

匈牙利代表比較贊同歐盟的提案，它可以構成基於 TRIPs 協定第 23.4 條的理事會之工作基礎，但仍對美日提案表示興趣，並贊成其中幾點。在工業財產權之領域，一註冊體系經由依定義某些事項而預期產生某種法律效果。在 TRIPs 協定的其他部分，例如第二篇第二節中也以這樣的意思來使用「註冊」一詞。他認為美日提案補足了經由異議或諮商程序來解決可能的爭端的欠缺。關於異議程序，歐盟的提案可以成為理事會討論的基礎。

瑞士代表對於美日之提案有幾個疑問，由於 WTO 的會員可以在任何時間決定參加該體系或從該體系撤回。那麼對於該撤回的國家以及其他國家有何法律效果？至於「註冊」一詞基本上僅與資料庫有關。然而需要一個為其他會員所承認的類似體系，以及承認某些地理標示的行政步驟，包含例如通訊，辯論與反對意見的交換。關於「在國內法下的法律效果」希望能夠澄清會員同意提供被通知的地理標示之名單的義務的意思。例如，一位審查員並未考慮的那些地理標示將會導致何種妨礙其他國家地理標示之情形。

美國首先贊成歐盟與澳洲代表所提議的將理事會中有關註冊體系的型式，與涵蓋產品範圍的議題分開；但就目前為止，並沒有一份 WTO 會員國有所保護的

地理標示之名單，因此並沒有任何國家可以提供關於此等的訊息。對於關於美日提案之體系，撤回參加此一體系必然不會造成地理標示保護的過期。此一體系既不增加也不減少 TRIPs 保護地理標示之義務。此體系完全自願性地，會員不必一定要參加，或繼續參加，它們的決定或不決定參加並不影響它們在 TRIPs 下協定的權利或義務。

由以上各國代表之意見，WTO 理事會為了實行 TRIPs 第 23 條第 4 項所規定的「為促進會員對葡萄酒類之地理標示之保護，與貿易有關之智慧財產權協定理事會應就建立保護之酒類之產地標示通知及註冊之多邊體系進行諮商，使葡萄酒類產品於參與該體系之會員間獲得保護」，而進行有關地理標示之議題。至於是否包括其他產品之地理標示在內，應是附帶被提出討論的問題。其中美日所提出的建立非強迫性，不增加行政負擔的多邊註冊體系，成為各國討論之基本議題，但是在此也顯現出經濟大國往往在國際會議中掌握了主導性之趨勢。

在我國地理標示係以申請證明標章或團體標章保護，此外關於酒類及烈酒之地理標示對酒類產品的地理標示尚未有特別立法保護，目前可依菸酒管理條例處理。當可能導致民眾誤認地理標示時，亦可依公平法來處理，此外尚可依有關商品、食品、醫藥標示法等來處理。由於我國關於地理標示並無統一的管理機關，故並不宜以智慧財產局有涉及地理標示之法規，就當然認為智慧局為主管地理標示之機關。以瑞士來講，有關乳酪地理標示的主管機關為農業部。

未來各國所研擬的自願的多邊性註冊制度，我國是否配合參與，或如何對註冊產品提供保護，值得事先考量。

根據民國 88 年 9 月 29 日貿易局召開的「研擬我國世界貿易組織二千年回合諮商議題-政府採購透明化、智慧財產權之立場」會議紀錄，農委會關於農產品地理標示，該會不反對將地理標示擴大適用於農產品，至於標示制度則認宜先採自願性質。不宜強制會員國加入，此一意見亦反映出我國對擴大地理標示的適用立場。

我國關於地理標示並無專門之登記法規，最新商標法修正條文中雖明定了地理標示的存在，但是對於註冊方式僅以消極的方式處理。換言之，凡申請註冊的商標和外國之原產地標示以及對消費者有混淆誤認之虞時，不予商標之註冊<sup>31</sup>。

#### 第四項、2000 年 WTO 智慧財產權理事會會議紀錄<sup>32</sup>

有關酒類產品地理標示的多邊註冊制度案：此係協定第二十三條第四項之規定，要求會員協商多邊註冊制度的建立。本案經本理事會多次討論，仍未能獲得解決，美、歐雙方針對該制度是否應有強制保護的效果相持不下，而開發中國家亦堅持該制度須擴大提供其他商品的註冊，或至少須預留未來擴大適用的可能性。歐盟於本次會議提出其建議案的修正版，試圖在部份妥協的精神下保留註冊制度的強制保護性；另外，紐西蘭亦則提出較不具強制力的多邊註冊制度建議方案，該案則分獲美國、日本、加拿大等國的發言支持。本案在各國紛紛發言的情形下仍未能獲得協議，僅同意主席繼續進協調。

對於擴大地理標示的保護案，除前述 TRIPs 第二十三條第四項明定對酒類產品的多邊註冊制度之外，於 TRIPs 第二十四條第一項亦有「透過雙邊或多邊談判擴大地理標示的保護範圍」之規定，開發中國家便提議本案應可與前項多邊註冊制度合併研議，惟已開發國家認為兩項不同的規定應分別處理，「酒類產品的多邊註冊制度」係協定明訂的應辦事項，而「擴大保護的雙邊或多邊談判」則應分案處理，以免兩案因不當牽連而影響進度。本案由於各方意見無法妥協，仍僅得交由主席進行非正式協商解決。

---

<sup>31</sup> 商標法第二十三條第一項第十二款以及該項第十八款。

<sup>32</sup> [http://www.moeaboft.gov.tw/global\\_org/wto/Wto-import/import1/wto-import1-4.html](http://www.moeaboft.gov.tw/global_org/wto/Wto-import/import1/wto-import1-4.html)

有關地理標示制度的爭議，在多邊註冊制度的僵持之外，另有不定期檢討案的規定夾於其中。協定第二十四條第二項規定：本理事會應於協定生效後，不定期檢討地理標示制度的執行情形，其中第一次檢討應於協定生效後兩年內進行。由於此一檢討的範圍，可能包括對地理標示制度的擴大保護，所以有關「談判」、「檢討」與「多邊註冊」等議題均在各國的不同意見之中，僅同意由主席透過非正式協商解決。

由此可知，地理標示的保護，在各國間的差異性仍大，除了地理標示的基本定義所衍生的保護外，部份國家主張保護的產品應該擴張酒類之外的農產品，或相反的連酒類都不予以保護，而僅保護消費者不受欺騙之被動保護，都有相當之爭議。原則上，加入 WTO 後，分為開發中國家及已開發國家，分別有一年至三年不等的緩衝期，給予剛加入之會員國制定相關之法律及規章因應。但各國適用之情形大不相同，各國間也有相當之爭議。此爭議除了交付仲裁組織外，亦可以於 WTO 理事會中提出相關問題及提案，使其達到真正各國間的法律共識。

但每個國家皆以自己經濟及貿易活動為出發點，若該國產業已經發展至一定規模，但因為制定相關法律而導致某項產業的壓制，可能會採取消極的抗爭甚至疏於規定，再以雙邊協商或提案想辦法否決其相關智慧財產權之保護，而地理標示方面的爭議最為嚴重，除了因各國歷史發展不同，而有不同的目的保護其國內地理標示之產品，或是國內無相關產業可供保護，反而可能因為制定地理標示相關法律，而導致國內已適用之名稱無法再推行，必須另訂名稱以免侵權，其結果可能導致外國地理標示產品大筆入侵，而國內原有之地理名稱之商標不能繼續使用而必須從新起步，對於此部份產業影響不可謂不小，因此以下就歐洲國家有關地理標示之法律保護作一探討，探討部份國家的保護態樣。