

中國大陸地理標記(誌)保護制度

周建文*

壹、前言

「地理標記」一語，在大陸商標法稱「地理標誌」，也常被大陸學者、專家稱為「原產地標記」或「原產地名稱」¹，但是大陸《原產地標記管理規定》中，又將「原產地標記」定義為“包括原產國標記和地理標誌”²，即台灣商標法所稱的「地理標示」。

大陸地區幅員遼闊，資源豐富，氣候多樣，歷史悠久，物華天寶，名物特產數不勝數。因此保護地理標誌，對於促進農村經濟發展、農業結構調整、農民收入增加同樣具有重要意義。發展地理標誌將會為大陸建設新農村和全面小康社會作出更大的貢獻。

中國大陸對於地理標記的保護起始於 1985 年 3 月 19 日加入《保護工業產權巴黎公約》，對巴黎公約成員國履行公約規定的義務。最初因無專門相關法規依據，僅是以行政文件的形式對地理標記進行保護。進入 20 世紀 90 年代後，中國大陸對於地理標記的保護，歷經一個機關一套體系、兩個機關兩套體系、三個機關三套體系、兩個機關三套體系。目前主要是兩個機關兩套體系，也就是國家工商行政管理總局商標局(以下稱國家商標局)的商標法體系和國家質量技術監督檢驗檢疫總局(以下稱國家質檢總局)(科技司的地理標誌管理處)部門規章《地理標誌產品保護規定》的地理標誌體系。但是這兩個機關兩套體系竟是形同陌路，各自為政，各行其事。所以如果僅就商標體系談大陸對地理標誌保護，就如同研究歐聯對地理標記保護制度不就歐體商標法、農產品與食品、葡萄酒和烈酒三大體系著手，筆者以為是不能窺其全貌的。

2002 年年底，中共中央召開農村工作會議做出了一重大決策，把解決三農”

*筆者為經濟部智慧財產局商標審查員。

¹鄭成思：《WTO知識產權協定逐條講解》，稱「地理標誌又稱原產地標誌」，中國方正出版社 2001 年 1 月第 1 版，2002 年 1 月北京第 3 次印刷，頁 89。吳漢東主編：《知識產權法》，謂「原產地名稱又稱地理標誌」，中國政法大學出版社，1999 年 8 月第 1 版，頁 396。姜丹明主編：《知識產權損害賠償》，則稱「原產地標誌和原產地名稱的統稱產地識別標記。原產地標誌又稱為貨源標記或產源標記」，人民法院出版社 2000 年 1 月第 1 版，頁 106~107。陳潔、趙倩編著：《WTO 與知識產權實務》，謂「地理標誌又稱原產地標誌」，吉林人民出版社 2001 年 1 月第 1 版，頁 91。王蓮峰：《地理標誌的法律保護》，亦稱「地理標誌又稱原產地標記」。

<http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20060119-64301.asp> (2006/03/10)。劉成偉：《加強地理標誌的商標保護》，稱「所謂地理標誌，或稱為原產地名稱」，

<http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20051012-54637.asp> (2006/03/10)。

²《原產地標記管理規定》第四條。

問題作為全黨工作的重中之重”，並自 2004 年起，每年都以 1 號文件提出解決“三農”問題的政策措施。2004 年，中國大陸與歐盟舉辦了“中歐知識產權合作 S2 項目”下的地理標誌國際研討會；2005 年與澳大利亞聯合舉辦了“中澳地理標誌研討會戰略性利用商標促進經濟暨農村發展國際研討會”；2005 年 12 月，與泰國商務部簽署了《中泰地理標誌活動專項行動計劃》。2006 年，與美國專利商標局聯合舉辦了“中美地理標誌保護研討會”。2007 年 6 月 26 日~28 日，與世界智慧財產組織(WIPO)聯合在北京舉辦“世界地理標誌大會”。由此看來，中國這條巨龍真的為地理標記動了起來。

貳、中國大陸對地理標記(誌)保護之歷史和依據

一、以行政文件對地理標記的保護的階段

以行政文件的形式對地理標記(原產地名稱)進行保護，例如：

第一個是關於“丹麥牛油曲奇”名稱問題：1986 年 11 月 6 日，國家工商總局商標局就“縣級以上行政區劃名稱作商標等問題的復函”(復安徽省工商局)，其中明確規定：行政區劃名稱作商標與保護原產地名稱產生矛盾。“北京京港食品有限公司在其生產的一種食品上，使用“丹麥牛油曲奇”名稱。北京市工商局就此向國家工商總局商標局請求指示。1987 年 10 月 29 日，國家工商行政管理局發佈《關於保護原產地名稱的函》¹，針對北京京港食品有限公司使用“丹麥牛油曲奇”作為產品名稱一案，指出：“我國是《保護工業產權巴黎公約》成員國，有義務遵守該公約的規定，……保護《巴黎公約》締約國的原產地名稱在我國的合法權益。”責令北京京港食品有限公司立即停止使用“丹麥牛油曲奇”這一名稱，以保護《巴黎公約》締約國的原產地名稱在我國的合法權益。此為地理標誌國際保護的案例。

第二個是關於“龍口”名稱的問題：山東省工商行政管理局曾經就“龍口”名稱能否作為普通商標註冊問題向國家工商總局商標局請求指示。1988 年 5 月 9 日答復概括如下：“龍口”是地方長期使用在粉絲商品上的帶有產地名稱性的稱謂，不宜由某一企業作商標註冊專用。²

第三個是關於“香檳”的名稱問題：20 世紀 80 年代中後期，隨著國

¹國家工商行政管理局商標局編：《中華人民共和國商標法律法規彙編》，中國法制出版社 1995 年 4 月第 1 版，第 311 頁。李宏軍：《論地理名稱在商標法中的權利定位》，「這說明中國很早就意識到這兩種權利的衝突，可惜的是，在這之後，我們沒有很好地重視和解決這權利衝突。」
http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/d1bz/t20050822_52720.asp (2005/10/21)。

² <http://www.fae.cn/Html/2004115135435-1.Html> (2006/02/06)。

內一些企業假冒法國原產地名稱“香檳”現象的日益泛濫，法國方面提出了強烈抗議。在相關權利人的強烈要求下，1989 年 10 月 26 日國家工商行政管理局發布工商標字[1989]第 296 號《關於停止在酒類商品上使用香檳或 Champagne 字樣的通知》指出：“香檳是法文‘Champagne’的譯音，指產於法國 Champagne 省的一種起泡白葡萄酒。它不是酒的通用名稱，是原產地名稱。……原產地名稱是工業產權保護的內容之一。《保護工業產權巴黎公約》明確規定，各成員國有義務保護原產地名稱。我國是巴黎公約成員國，有保護原產地名稱的義務。”又 1996 年 7 月 29 日，國家工商行政管理局商標局發布商標管[1996]292 號《關於制止在酒類商品上使用“香檳”或“Champagne”字樣行為的批復》¹重申“香檳是法文‘Champagne’的譯音，指產於法國 Champagne 省的一種起泡白葡萄酒，既屬於原產地名稱，又屬於公眾知曉的外國地名。1989 年，國家工商行政管理局曾發出《關於停止在酒類商品上使用香檳或 Champagne 字樣的通知》(工商標字[1989]第 296 號)，要求停止在酒類商品上非法使用“Champagne”或“香檳”字樣，以履行《保護工業產權巴黎公約》所規定的義務保護原產地名稱。”

這些行政規定，在一定程度上解決了地理標誌或原產地名稱保護中大量侵權現象的發生，同時也使人們對地理標誌或原產地名稱有了一定的認識。然而，上面這些規定，僅是在行政機關作出的行政決定層面上給予地理標誌或原產地名稱所作的保護。這些規定無論從影響範圍，還是從保護力度上來看，對地理標誌的保護都是很不夠的。

二、以證明商標和集體商標對地理標記的保護

(一)以證明商標和集體商標保護地理標記的法令依據

1994 年 12 月 26 日，國家工商行政管理局根據 1993 年修改的《商標法實施細則》的規定，在多次會商有關部門後，發佈制定了《集體商標、證明商標註冊和管理辦法》(原國家工商局 22 號令)，並自 1995 年 3 月 1 日起實行。該《辦法》第二條規定：“證明商標是指由對某種商品或者服務具有檢測和監督能力的組織所控制，而由其以外的人使用在商品或服務上，用以證明該商品或服務的原產地、原料、製造方法、質量、精確度或其他特定品質的商品商標或服務商標。”在此所講的“原產地”是指原產地名稱，原產地

¹ 國家工商行政管理局商標局編：《中華人民共和國商標法律法規最新彙編》，工商出版社 1999 年 9 月第 1 版，第 387 頁。對四川省工商行政管理局川工商[1996]86 號《關於對用“香檳”作酒類商品名稱行為進行處罰適用何依據的請示》。

名稱可以作為證明商標註冊，在中國首次明確以證明商標的形式保護地理標記或原產地名稱。在 1995 年 7 月 13 日，國家工商行政管理局發布的《集體商標與證明商標註冊指南》第四部分“原產地名稱與證明商標”中，明確指出：“我國法律、法規將原產地名稱或標誌納入證明商標保護範圍”，“我國目前尚無保護原產地名稱的專門立法，地名一頒佈能作為普通商標註冊，如何保護原產地名稱一直沒有找到切實可行的辦法。現在隨著《集體商標、證明商標註冊和管理辦法》頒佈實施，通過證明商標對原產地名稱進行保護已為現狀。”《集體商標、證明商標註冊和管理辦法》並於 1998 年 12 月 3 日國家工商行政管理局令第 86 號修正。

2001 年 10 月 27 日，中國對《商標法》進行第二次修改，於 2001 年 12 月 1 日起施行。在新《商標法》第三條第三款(項)規定：“本法所稱證明商標，是指由對某種商品或者服務具有監督能力的組織所控制，而由該組織以外的單位或者個人使用於其商品或者服務，用以證明該商品或者服務的原產地、原料、製造方法、質量或者其他特定品質的標誌。”第十條第二款(項)規定：“縣級以上行政區劃的地名或者公眾知曉的外國地名，不得作為商標。但是，地名具有其他含意或者為集體商標、證明商標組成部分的除外；已經註冊使用的地名商標繼續有效。”第十六條規定：“商標中有商品的地理標誌，而該商品並非來源於該標誌所標示的地區，誤導公眾的，不予註冊並禁止使用；但是，已經善意取得註冊的繼續有效。前款所稱地理標誌，是指標示某商品來源於某地區，該商品的特定質量、信譽或者其他特徵，主要由該地區的自然因素或者人文因素所決定的標誌。”從國家法律的層次上首次明確規定將地理標記納入商標法的保護體系。

2002 年 8 月國務院頒佈，同年 9 月 15 日起施行的《商標法實施條例》第六條：“商標法第十六條規定的地理標誌，可以依照商標法和本條例的規定，作為證明商標或者集體商標申請註冊。以地理標誌作為證明商標註冊的，其商品符合使用該地理標誌條件的自然人、法人或者其他組織可以要求使用該證明商標，控制該證明商標的組織應當允許。以地理標誌作為集體商標註冊的，其商品符合使用該地理標誌條件的自然人、法人或者其他組織，可以要求參加以該地理標誌作為集體商標註冊的團體、協會或者其他組織，該團體、協會或者其他組織應當依據其章程接納為會員；不要求參加以該地理標誌作為集體商標註冊的團體、協會或者其他組織的，也可以正當使用該地理

標誌，該團體、協會或者其他組織無權禁止。”這是中國首次明確規定可以利用註冊集體商標來保護地理標記。這一規定很明顯的是授權法(子法)已超越商標法(母法)，因為在 2001 年 10 月 27 日修改的商標法中並未規定可以利用註冊集體商標來保護地理標記。

2003 年 4 月 17 日，國家工商行政管理總局發布同年 6 月 1 日起實施《集體商標、證明商標註冊和管理辦法》(以下簡稱《辦法》)。根據集體商標、證明商標本身的特殊性，《辦法》明確規定了集體商標、證明商標和地理標記註冊、使用和管理有別於普通商標的特殊要求和規定。

(二)地理標誌的註冊與保護¹

1. 地理標誌集體商標或者證明商標的申請

作為集體商標或者證明商標的地理標誌申請註冊程式，與商品商標相同。地理標誌的註冊人應當是對地理標記標示商品的特定品質具有監督能力的組織，可以是社團、協會、行業團體組織，而不是某個商品的生產者或者經營者。申請註冊地理標誌應附送申請人主體資格證明文件和集體、證明商標使用管理規則：

(1)集體商標使用管理規則主要包括：使用集體商標的宗旨；商品的品質；使用的手續；使用人的權利、義務；成員違反其使用管理規則應承擔的責任；註冊人對商品的檢驗監督制度等內容。

(2)證明商標使用管理規則主要包括：使用證明商標的宗旨；商品的特定品質；使用該證明商標的條件；使用該證明商標的手續；使用該證明商標的權利、義務；使用人違反該使用管理規則應承擔的責任；註冊人對商品的檢驗監督制度等內容。

在使用管理規則中還應當明確註冊人姓名、地址、機構設置、產品地域範圍、管理費及規則生效時間及修改規則程式等內容。

另外，應附送地理標誌所標示地區省級以上人民政府或者行業主管部門對申請人指定註冊的商品的特定品質具有監督能力及其商品生產地域範圍的證明文件。所謂地域，無需與該地域所在地區的現行行政區劃的名稱、範圍完全一致。劃定地域範圍要非常慎重，應當尊重傳統，尊重歷史，並應當

¹何京萍：《地理標誌的註冊與保護》，《中華商標》2004 年第 10 期，頁 13~16。謝樂軍：《中國對原產地名稱的保護》，《中國專利與商標》，2001 年第 1 期，頁 72~73。薑丹明主編，《知識產權損害賠償》，人民法院出版社，2000 年 1 月第 1 版，頁 285~288，291~304。國家工商行政管理總局、農業部二〇〇四年十二月七日，《關於加強農產品地理標誌保護與商標註冊工作的通知》，附錄 10、《如何申請地理標誌註冊》？

尊重當地人民政府或者行業主管部門的意見。提供詳細說明申請人所具有的或者其委託的機構具有的專業技術人員、專業檢測設備等情況。

外國人、外國企業在中國申請註冊地理標誌，應當委託國家認可的具有商標代理資格的機構代理，應附送主體資格證明文件並應詳細說明該申請人所具備的，或者其委託的機構具有專業技術人員、專業檢測設備等情況。以地理標誌作為集體商標申請註冊，該組織應當由來自該地理標誌標示的地區範圍內的成員組成。申請人也應當提供該地理標誌以其名義在其原屬國受法律保護的證明。商標註冊申請書件，包括商標使用管理規則、證明文件等，應當使用中文，並以中文本為準。

2. 地理標誌申請的審查

國家商標局對地理標誌的審查分兩種，一種是形式審查，即審查申請書件是否齊全，申請程式是否合法；一種是實質審查，即審查原產地名稱是否符合《商標法》、《商標法實施細則》和《集體商標、證明商標註冊和管理辦法》的規定。

(1)形式審查：

由國家商標局申請處負責。經審查，申請人提交文件齊全，申請程式合法，由國家商標局向申請人發出《受理通知書》；手續不權或文件不齊的，國家商標局向申請人發出《商標註冊申請補正通知》，通知申請人補正文件和手續，待申請人在規定期限內按要求補正後，商標局再向申請人發出《受理通知書》。申請人未在規定期限內按要求補正，國家商標局不予受理。

(2)實質審查：

符合形式審查條件的地理標誌的申請文件，由國家商標局審查五處進行實質審查。實質審查包括：對地理標誌本身；對地理標誌申請人主體資格；對主管部門證明文件；對產品所在地是否是地理標誌；對地理標誌使用和管理規則；地理標誌所標示的商品的特定品質、信譽或者其他特徵；該商品的特定品質、信譽或者其他特徵與該地理標誌所標示的地區的自然因素和人文因素的關係；該地理標誌所標示的地域範圍；作為集體商標或者證明商標的地理標誌實質審查是對商標是否具備註冊條件的審查，是依照《商標法》的有關規定審查，即商標是否屬於《商標法》第十條禁用之列；商標是否具有顯著特性，便於識別；商標是否與在先

申請或者已註冊的商標權利衝突，包括普通商標在先權利。地理標誌的註冊 由商標局依事實來認定。

3.《地理標誌產品專用標誌管理辦法》和地理標誌產品專用標誌

大陸國家工商行政管理總局爲了加強對地理標誌的保護，維護地理標誌註冊人的合法權益，規範地理標誌產品專用標誌（以下簡稱專用標誌）的使用，促進地理標誌產品的發展，根據《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國商標法實施條例》的有關規定，制定了《地理標誌產品專用標誌管理辦法》，該辦法已於 2007 年 1 月 30 日開始正式實施。又於同年 2 月 1 日正式公佈了地理標誌產品專用標誌。該專用標誌是國家工商行政管理總局商標局爲地理標誌產品設立的專用標誌，用以表明使用該專用標誌的產品的地理標誌已經國家工商行政管理總局商標局核准註冊。

專用標誌的基本圖案由中華人民共和國國家工商行政管理總局商標局中英文字樣、中國地理標誌字樣、GI的變形字體、小麥和天壇圖形構成，綠色 (C：60 M：0 Y：100 K：0；C：100 M：0 Y：100 K：50) 和黃色 (C：0 M：20 Y：100 K：0)爲專用標誌的基本組成色。¹

已註冊地理標誌的合法使用人可以同時在其地理標誌產品上使用該專用標誌，並可以標明該地理標誌註冊號。專用標誌使用人可以將專用標誌用於商品、商品包裝或者容器上，或者用於廣告宣傳、展覽以及其他商業活動中。使用專用標誌無需繳納任何費用。專用標誌應與地理標誌一同使用，不得單獨使用。地理標誌註冊人應對專用標誌使用人的使用行爲進行監督。專用標誌應嚴格按照國家商標局頒佈的專用標誌樣式使用，不得隨意變化。專用標誌屬於《中華人民共和國商標法》第十條規定保護的官方標誌，各級工商管理部門負責對專用標誌實施管理。對於擅自使用專用標誌，或者使用與專用標誌近似的標記的，各級工商管理部門可依照《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國商標法實施條例》的有關規定予以查處。有關此管理辦法由國家工商行政管理總局解釋。

4.有關葡萄酒地理標誌的保護

依《辦法》第九條和十二條規定，多個葡萄酒地理標誌構成「同音字或者

¹ 代表了國家註冊和保護的統一性；標誌主圖爲天壇，是中華民族的標誌性建築物；圖中麥穗代表農業，綠葉代表生命和發展，綠色主色代表具有地理標誌特徵的農產品，黃色輔色代表豐收、希望。中新網記者 2007 年 2 月 1 日電，劉長忠：《中國公佈地理標誌產品專用標誌 保護特色農產品》，http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20070202_84363.asp (2007/4/4)。

同形字的」，在這些地理標誌能夠彼此區分且不誤導公眾的情況下，每個地理標誌都可以作為集體商標或者證明商標申請註冊。使用他人作為集體商標、證明商標註冊的葡萄酒、烈酒地理標誌標示並非來源於該地理標誌所標示地區的葡萄酒、烈酒，即使同時標出了商品的真正來源地，或者使用的是翻譯文字，或者伴有諸如某某“種”、某某“式”、某某“類”等表述的，適用商標法第十六條的規定。

但是依據國家工商行政管理總局、農業部 2004 年 12 月 7 日，關於加強農產品地理標誌保護與商標註冊工作的通知¹，工商行政機關與農業主管機關在地理標記保護工作的分工與合作，其中第四、第五點將會影響地理標誌證明商標、集體商標的註冊申請、審查、認定和檢驗等作業，所以有必要予以注意，以便預知其發展動向。

此外，關於商標保護地理標誌體系，值得吾人探討的是 2001 年新《商標法》第十條第二款(項)規定：“縣級以上行政區劃的地名或者公眾知曉的外國地名，不得作為商標。但是，地名具有其他含意或者為集體商標、證明商標組成部分的除外；已經註冊的使用地名的商標繼續有效。”僅「縣級以上行政區劃的地名」不得作為商標，似乎為投機者開了方便之門。因為大多數名優特產品產於鄉鎮、村裏的小農戶，在當地可能家喻戶曉，但還沒有達到全國或全省知名程度的地名如果都可以被註冊為商標，也為商標與地理標誌的爭端種下禍根。

又依《辦法》第九條和十二條規定，多個葡萄酒地理標誌構成「同音字或者同形字的」，在這些地理標誌能夠彼此區分且不誤導公眾的情況下，每個地理標誌都可以作為集體商標或者證明商標申請註冊。關於「同音字或者同形字的」一語，筆者建議修正為「形音同近而來源不同的」。至於「這些地理標誌能夠彼此區分且不誤導公眾的情況下」，建議應修正加入考量「平等對待該產品生產者」因素，才符合 TRIPS 協定第 23 條規定。

再則是，大陸商標法第三條界定「集體商標」是供該組織成員在商事活動中使用，以表明使用者在該組織中的「成員資格」的標誌，似值得吾人深入探討的。美國的「集體標章」(collective mark)可分為三種，及集體商標(collective trademark)、集體服務標章(collective service mark)和集體成員(資格)標章(collective membership mark)。²集體商標和集體服務標章是表彰團體、組織的

¹ 國家工商行政管理總局、農業部：《關於加強農產品地理標誌保護與商標註冊工作的通知》(2004/12/7)，《中華商標》，2004 年 12 期。

² 目前伊拉克也採此種分法。

成員所生產、製造的商品或提供的服務，區別成員的商品或服務和其他企業的商品或服務的標誌，是一種商品商標、服務商標，而不是表彰成員的資格、身分。集體成員(資格)標章才是在表彰成員資格、身分。在英國，集體標章包括集體商標和集體服務標章。臺灣商標法¹第 76 條界定「團體商標」表彰「該團體之成員所提供之商品或服務，並得藉以與他人所提供之商品或服務相區別」，第 74 條界定「團體標章」表彰「組織或會籍」。在美國，地理標記可以註冊為集體商標或集體服務標章而不是集體成員(資格)標章。在英國，地理標記除可註冊為集體標章外，也可註冊為證明標章。在臺灣，地理標示不允許註冊為「團體標章」，目前是允許註冊為「團體商標」或「證明標章」的。地理標誌有表彰「地理來源」的功能，在大陸，地理標誌可以註冊為「集體商標」，以表彰「成員資格」嗎？所以宜於下次修法時一併修正以免讓人感覺「牛頭不對馬尾」。

至於大陸集體商標所有人本身可否使用集體商標問題，在 2004 年國家工商總局商標局：《對集體商標、證明商標進行註冊和保護》一文中，可見「集體商標的所有權屬於一個集體，商標由這個集體的成員共同使用，而集體組織本身並不使用。」²在筆者電話向大陸國家商標局請益時，法律服務處和審查五處給的答案是一樣的，即集體商標所有人是可以使用的，因沒像證明商標所有人有營業限制。又在電話向大陸董保霖先生請益，董先生則認為集體本身是不可以使用的。由此看來，兩岸學者、專家，甚至主管機關官員，普遍對於集體標章(商標)的性質是欠缺正確認識的。

三、以《原產地地域產品保護規定》(原產地地域產品對原產地)地理標識的保護

1999 年 7 月 30 日，國家質量技術監督局通過，並於同年 8 月 17 日發布、實施《原產地地域產品保護規定》。

該《規定》第二條規定：“本規定所稱原產地地域產品，是指利用產自特定地域的原材料，按照傳統工藝在特定地域內所生產的，質量、特色或者聲譽在本質上取決於其原產地地域地理特徵並依照本規定經審核批准以原產地地域進行命名的產品。”(從上述規定可以看出，這裏所講的“原產地地域產品”實質上是受“原產地名稱”保護的產品。

該《規定》第五條規定：“國家質量技術監督局對原產地地域產品的通用技術要求和原產地地域產品專用標誌以及各種原產地地域產品的質量、特性等方面的要求制定

¹ 台灣 92 年商標法，5 月 28 日修正公布，11 月 28 日施行。

² 《中華商標》，2004 年第 4 期，第 50 頁。

強制性國家標準。”據此，國家質量技術監督局在 1999 年 12 月 7 日，發布實施了具有強制性的國家標準《原產地地域產品通用要求》(GB17924-1999)(General requirements for products of designations of origin or geographical indications)。

該《要求》對“原產地地域產品”所下的定義是：“利用產自特定地域的原材料，按照傳統工藝在特定地域內所生產的，質量、特色或者聲譽在本質上取決於其原產地地域地理特徵的，並以原產地地域名稱命名的產品。”並加了兩個註釋：“註 1 用特定地域名稱命名的產品，其原材料來自本地區。該產品的品質、特色和聲譽取決於當地的自然屬性和人文因素，並再命名地域按照傳統工藝生產。2 用特定地域名稱命名的產品，其原材料部份或全部來自其他特定地區，該產品的特殊品質、特色和聲譽取決於當地的自然屬性和人文因素，並在命名地域按照傳統工藝生產。”

該《要求》對確定原產地地域產品的基本原則規定如下：

- “1. 產品名稱應由原產地地域名稱和反映真實屬性的通用產品名稱構成。
2. 產品的品質、特色和聲譽能體現原產地地域的自然屬性和人文因素，並具有穩定的質量，歷史悠久，風味獨特，享有盛名。
3. 在原產地地域內合理的傳統生產工藝或特殊的傳統生產設備生產的。

原產地地域是公認的、協商的、一致的，並經確認的。”

依照該《規定》規定，對於原產地地域產品保護採取兩類審批和兩級審查的模式。第一類審批示對各地原產地地域產品保護“申報機構”的審批，要經過國家質量技術監督局所設原產地地域產品保護辦公室的形式審查和原產地地域產品保護專家審查委員會的技術審查，方可取得“申報機構”的資格。第二類審批是對使用原產地地域產品“專用標誌”的審批，要經過各地“申報機構”的初審和原產地地域產品保護辦公室的審核，方可取得使用“專用標誌”的資格。

依照該《規定》規定，“任何單位和個人不得偽造原產地地域產品專用標誌。”、“任何單位和個人不得擅自使用原產地地域產品專用標誌，不得使用與原產地地域產品標誌相近的、易產生誤解的產品名稱或者產品標識。”、“任何單位和個人不得銷售前款規定的產品。”

違反上述規定，“由質量技術監督行政部門依據《中華人民共和國產品質量法》、《技術監督行政案件辦理程式的規定》等予以行政處罰。”

該相關業務隨著 2001 年 4 月 10 日國家出入境檢驗檢疫局與國家質量技術監督局合併為國家質檢總局，也歸入國家質檢總局法規司的綜合處。

四、以《原產地標記管理規定》和《原產地標記管理規定實施辦法》保護

2001 年 3 月 5 日，國家出入境檢驗檢疫局發布，並於同年 4 月 1 日起施行《原產地標記管理規定》(以下稱“原產地規定”)和《原產地標記管理規定實施辦法》(以下稱“原產地實施辦法”)。2001 年 4 月 10 日，國家出入境檢驗檢疫局與國家質量技術監督局合併為國家質檢總局(正部級)。但這兩個機關在地方的機構並未合併。因此“國家質檢總局”一個機關就有兩套制度、辦法保護地理標誌制度，這兩套制度、辦法並分別由“國家質檢總局”的法規司的綜合處、通關業務司的原產地證處負責。直到 2004 年 10 月，“國家質檢總局”的國際合作與科技司分為國際合作和科技兩個司，並將這兩套制度、辦法的業務歸由科技司的地理標誌管理處¹負責。

“原產地規定”第四條規定：“本規定所稱原產地標記包括原產國標記和地理標記。原產地標記是原產地工作不可分割的組成部分。原產國標記是指用於指示一項產品或服務來源於某個國家或地區的標識、卷標、標示、文字、圖案以及產地有關的各種證書等。地理標記是指一個國家、地區或特定地方的地理名稱，用於指示一項產品來源於該地，且該產品的質量特徵完全或主要取決於該地的地理環境、自然條件、人文背景等因素。”第五條規定原產地標記的使用範圍，包括“(一)標有“中國製造/生產”等字樣的產品；(二)名、特產品和傳統的手工藝品；(三)申請原產地認證標記的產品；(四)涉及安全、衛生、環境保護及反欺詐行為的貨物；(五)涉及原產地標記的服務貿易和政府採購的商品；(六)根據國家規定須標明來源地的產品。”

“原產地實施辦法”第五條規定使用原產國標記的產品，包括“(一)在生產國獲得的完全原產品；(二)含有進口成分，並獲得原產資格的產品；(三)標有原產國標記的涉及安全、為升級環境保護的進口產品；(四)國外生產商申請原產地標記保護的商品；(五)涉及反傾銷、反補貼的產品；(六)服務貿易和政府採購中的原產地標記的產品。”第六條規定使用地理標誌的產品，包括“(一)用特定地區命名的產品，其原料全部、部分或主要來自該地區，或來自其他特定地區，其產品的特殊品質、特色和聲譽取決於當地的自然環境和人文因素，並再該地採用傳統工藝生產；(二)以非特定地區命名的產品，其主要原材料來自該地區或其他特定地區，但該產品的品質、風味、特徵取決於該地的自然環境和人文因素以及採用傳統工藝生產、加工、製造或形成的產品，也是為地理標誌產品。”

¹ 該處成立當時編制員額僅 3 人。

“原產地規定”第十二條規定：申請出境貨物原產地標記註冊，申請人應向所在地檢驗檢疫機構提出申請，並提出相關的資料。申請入境貨物原產地標記註冊的，申請人應向國家檢驗檢疫局提出申請，並提交相關的資料。“原產地實施辦法”第十、十一、條分別規定：“國家檢驗檢疫局對所受理的入境貨物原產地認證標記的申請，組織專家進行評審，評審合格的，予以註冊。”、“檢驗檢疫機構受理出境貨物地理標記認證申請後，由直屬檢驗檢疫局依據《原產地標記註冊程式》進行評審，評審合格的，報國家檢驗檢疫局審批。經審批合格的，國家檢驗檢疫局批准註冊並頒發證書。出境或務員產國標記註冊的申請，檢驗檢疫機構按照《中華人民共和國出口貨物原產地規則》簽發原產地證書的要求進行審核。經審核符合要求的，生產製造廠商可在其產品上施加原產地標記“中國製造/生產”字樣；不符合要求的，不得施加。”、“服務貿易中的原產地標記，申請人應提供該項服務的權利證明和服務特殊性的依據，由檢驗檢疫機構組織驗證，對符合標準的，簽發《原產地標記證明書》。”

該相關業務隨著 2001 年 4 月 10 日國家出入境檢驗檢疫局與國家質量技術監督局合併為國家質檢總局，也歸入國家質檢總局通關業務司。

為了推進原產地標記註冊制度的健康發展，規範原產地標記註冊產品的監督管理，保證原產地標記註冊產品標誌的正確使用，加強原產地標記產品註冊後的後續監督管理，2004 年 10 月，國家質檢總局發佈實施《原產地標記註冊監督管理規範》(試行)。為了保證原產地標記註冊評審員工作的質量，提高工作效率，確保原產地標記註冊評審員勝任履行規定職責的能力，還同時制定了《原產地標記註冊評審員管理規程》(試行)。

五、以《地理標誌產品保護規定》對地理標誌的保護

2005 年 6 月 7 日，國家質檢總局以局長令形式頒佈了《地理標誌產品保護規定》，自同年 7 月 15 日起施行。原國家質量技術監督局公佈的《原產地域產品保護規定》同時廢止。原國家出入境檢驗檢疫局發佈的《原產地標記管理規定》和《原產地標記管理規定實施辦法》中關於地理標誌的內容與本規定不一致的，以《地理標誌產品保護規定》為準。

為了有效保護中國的地理標誌產品，規範地理標誌產品名稱和專用標誌的使用，保證地理標誌產品的質量和特色，才根據《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國標準化法》、《中華人民共和國進出口商品檢驗法》等有關規定制定此規定。

該規定所稱的地理標誌產品，是指產自特定地域，所具有的質量、聲譽或其他特性本質上取決於該產地的自然因素和人文因素，經審核批准以地理名稱進行命名的產品。地理標誌產品包括：來自本地區的種植、養殖產品和原材料全部來自本地區或部分來自其他地區，並在本地區按照特定工藝生產和加工的產品。

1. 申請及受理

(1)申請人：地理標誌產品的保護申請，由當地縣級以上人民政府指定的地理標誌產品保護申請機構或人民政府認定的協會和企業提出，並徵求相關部門的意見。

(2)申請人應提交以下資料：

(a)有關地方政府關於劃定地理標誌產品產地範圍的建議。

申請保護的產品在縣域範圍內的，由縣級人民政府提出產地範圍的建議；跨縣域範圍的，由地市級人民政府提出產地範圍的建議；跨地市範圍的，由省級人民政府提出產地範圍的建議。

(b)有關地方政府成立申請機構或認定協會、企業作為申請人的文件。

(c)地理標誌產品的證明材料，包括：1.地理標誌產品保護申請書；2.產品名稱、類別、產地範圍及地理特徵的說明；3.產品的理化、感官等質量特色及其與產地的自然因素和人文因素之間關係的說明；4.產品生產技術規範（包括產品加工工藝、安全衛生要求、加工設備的技術要求等）；5.產品的知名度，產品生產、銷售情況及歷史淵源的說明。

(d)擬申請的地理標誌產品的技術標準。

(3)受理：出口企業的地理標誌產品的保護申請向本轄區內出入境檢驗檢疫部門提出；按地域提出的地理標誌產品的保護申請和其他地理標誌產品的保護申請向當地（縣級或縣級以上）質量技術監督部門提出。

2. 審核及批准

(1)初核、上報：

省級質量技術監督局和直屬出入境檢驗檢疫局，按照分工，分別負責對擬申報的地理標誌產品的保護申請提出初審意見，並將相關文件、資料上報國家質檢總局。

(2)審查、異議、公告：

(a) 審查：

國家質檢總局對收到的申請進行形式審查。審查合格的，由國家質檢總局在國家質檢總局公報、政府網站等媒體上向社會發佈受理公告；審查不合格的，應書面告知申請人。

國家質檢總局按照地理標誌產品的特點設立相應的專家審查委員會，負責地理標誌產品保護申請的技術審查工作。

(b) 異議：

有關單位和個人對申請有異議的，可在公告後的 2 個月內向國家質檢總局提出。

(c) 公告：

國家質檢總局組織專家審查委員會對沒有異議或者有異議但被駁回的申請進行技術審查，審查合格的，由國家質檢總局發佈批准該產品獲得地理標誌產品保護的公告。

3. 標準制訂及專用標誌使用

(a) 標準制訂：

擬保護的地理標誌產品，應根據產品的類別、範圍、知名度、產品的生產銷售等方面的因素，分別制訂相應的國家標準、地方標準或管理規範。

國家標準化行政主管部門組織草擬並發佈地理標誌保護產品的國家標準；省級地方人民政府標準化行政主管部門組織草擬並發佈地理標誌保護產品的地方標準。

地理標誌保護產品的質量檢驗由省級質量技術監督部門、直屬出入境檢驗檢疫部門指定的檢驗機構承擔。必要時，國家質檢總局將組織予以複檢。

(b) 專用標誌使用：

地理標誌產品產地範圍內的生產者使用地理標誌產品專用標誌，應向當地質量技術監督局或出入境檢驗檢疫局提出申請，並提交以下資料：**1**地理標誌產品專用標誌使用申請書。**2**由當地政府主管部門出具的產品產自特定地域的證明。**3**有關產品質量檢驗機構出具的檢驗報告。

上述申請經省級質量技術監督局或直屬出入境檢驗檢疫局審核，並經國家質檢總局審查合格註冊登記後，發佈公告，生產者即可在其產品上使用地理標誌產品專用標誌，獲得地理標誌產品保護。

4. 保護和監督

各地質檢機構依法對地理標誌保護產品實施保護。對於擅自使用或偽造地理標誌名稱及專用標誌的；不符合地理標誌產品標準和管理規範要求而使用該地理標誌產品的名稱的；或者使用與專用標誌相近、易產生誤解的名稱或標識及可能誤導消費者的文字或圖案標誌，使消費者將該產品誤認為地理標誌保護產品的行為，質量技術監督部門和出入境檢驗檢疫部門將依法進行查處。社會團體、企業和個人可監督、舉報。

各地質檢機構對地理標誌產品的產地範圍，產品名稱，原材料，生產技術工藝，質量特色，質量等級、數量、包裝、標識，產品專用標誌的印刷、發放、數量、使用情況，產品生產環境、生產設備，產品的標準符合性等方面進行日常監督管理。

獲准使用地理標誌產品專用標誌資格的生產者，未按相應標準和管理規範組織生產的，或者在 2 年內未在受保護的地理標誌產品上使用專用標誌的，國家質檢總局將登出其地理標誌產品專用標誌使用註冊登記，停止其使用地理標誌產品專用標誌並對外公告。

5. 處罰：

違反此規定的，由質量技術監督行政部門和出入境檢驗檢疫部門依據《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國標準化法》、《中華人民共和國進出口商品檢驗法》等有關法律予以行政處罰。

6. 其他：

國家質檢總局接受國外地理標誌產品在中華人民共和國的註冊並實施保護。具體辦法另外規定。

國家質檢總局統一管理全國的地理標誌產品保護工作及此規定的解釋。各地出入境檢驗檢疫局和質量技術監督局依照職能開展地理標誌產品保護工作。

地理標誌產品保護遵循申請自願，受理及批准公開的原則。

申請地理標誌保護的產品應當符合安全、衛生、環保的要求，對環境、生態、資源可能產生危害的產品，不予受理和保護。

根據國家質檢總局公告 2005 年第 151 號文之規定，新版地理標誌保護產品專用標誌自 2005 年 11 月 1 日起開始使用。原產地域產品專用標誌和原產地標記（地理標誌）專用標誌的使用截止時間至 2006 年 6 月 30 日。¹

¹見「中華人民共和國地理標誌產品保護專用標誌使用徵訂」，
<http://www.npgi.com.cn/news/usebiao.htm> (2006/06/16)。

此規定整合了原《原產地地域產品保護規定》中「原產地地域產品」、「原產地地域產品專用標誌」和《原產地標記管理規定》、《原產地標記管理規定實施辦法》中「地理標誌」的相關規定，改稱「地理標誌產品」、「地理標誌產品專用標誌」。由「強制」改為「申請自願」。地方「質檢機關」、「檢驗檢疫機關」負責受理申請、審核、查處。違反此規定的，由質量技術監督行政部門和出入境檢驗檢疫部門依據《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國標準化法》、《中華人民共和國進出口商品檢驗法》等有關法律予以行政處罰。申請程式大致相同。

雖然有稱「該規定的制定、發佈和施行標誌著地理標誌產品保護制度在我國的進一步完善。它充分體現了統一名稱、統一制度、統一註冊程序、統一標誌和統一標準的“五個統一”原則，同時還注重發揮質量技術監督部門從源頭抓產品質量，執行打假和出入境檢驗檢疫部門對進出口產品進行監管的質能優勢，形成了質檢系統的合力。」¹筆者以為「地理標誌產品保護規定」這一部門規章的發佈，是在解決國家質檢總局本身由兩個機關(國家出入境檢驗檢疫局與國家質量技術監督局)合併後，由兩個部門(法規司的綜合處、通關業務司的原產地證處)分別負責兩套體系(兩個部門規章)，改由一個部門(科技司的地理標誌管理處)負責兩套體系，更進一步把有關智慧財產的地理標誌保護彙整為一套體系。從 2001 年機關合併到 2005 年「地理標誌產品保護規定」發佈，歷時四年餘，國家質監總局總算在地理標誌保護問題上完成機關內部的「統一」，不必再受到外界批評「一種業務」，由「一個機關」的「兩個部門」分別「兩套體系」進行的壓力而已。

就該規定的內容來說要作為一完整地理標誌法規範似仍嫌有些不足，例如：未就與商標間的關係有任何規定；除對 2 年內未使用予註銷外，未對地理標誌的終止、廢止(取消)、撤銷規定；對形音同近而來源不同的葡萄酒地理標誌也未規定；對地理標誌保護的例外未為規定；對例外得由單一個人或公司申請註冊地理標誌也未規定。

此規定仍然是部門規章，依據《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國標準化法》、《中華人民共和國進出口商品檢驗法》等有關法律予以「行政處罰」，效力如何令人懷疑。

六、其他

(一)、「反不正競爭法」(1993 年 9 月 2 日第八屆全國人民代表大會常務委員會第三次

¹ 楊蕾：《地理標誌在我國的沿革》，

http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20070202_84242.asp (2007/4/4)。

會議通過)¹。

(二)、「產品質量法」(2000 年七月八日修正)。²

(三)、「產品標識標注規定」(國家質量技術監督局技監局監發[1997]172 號 1997 年 11 月 7 日發布)。³

(四)、「《消費者權益保護法》(1993 年 10 月 31 日通過、公佈,1994 年 1 月 1 日起施行)。

⁴

(五)《中華人民共和國進出口貨物原產地條例》(2004 年 8 月 18 日國務院第 61 次常務會議通過,國務院令 416 號公佈,自 2005 年 1 月 1 日起施行)。

(六)《中華人民共和國知識產權海關保護條例》及其實施辦法(自 2004 年 7 月 1 日起施行)。

(七)《中華人民共和國農業法》(2002 年,自 2003 年 3 月 1 日起施行)。

該法第 23 條第 3 款(項)符合國家規定標準的優質農產品可以依照法律或者行政法規的規定申請使用有關的標誌。符合規定產地及生產規範要求的農產品可以依照有關法律或者行政法規的規定申請使用農產品地理標誌。在此筆者好奇的

¹第五條規定“經營者不得採用下列不正當手段從事市場交易,損害競爭對手:……四、在商品上……,偽造產地……。”、第九條:“經營者不得利用廣告或者其他方法,對商品的……產地等作引人誤解的虛假宣傳。”、第二十一條:“經營者……偽造產地……,依照……《中華人民共和國產品質量法》的規定處罰。”

²第四條:禁止偽造或者冒用認證標誌、名優標誌等質量標誌;禁止偽造產品的產地,偽造或者冒用他人的廠名、廠址;禁止在生產、銷售的產品中摻雜、摻假,以假充真、以次充好。第十八條:生產者不得偽造產地,不得偽造或者冒用他人的廠名、廠址。第二十五條:銷售者不得偽造產地,不得偽造或者冒用他人的廠名、廠址。第四十一條:生產者、銷售者偽造產品的產地的,偽造或者冒用他人的廠名、廠址的,偽造或者冒用認證標誌、名優標誌等質量標誌的,責令公開更正,沒收違法所得,可以並處罰款。

³該「規定」是根據《產品質量法》等法律、法規的規定制定的。第九條:“進口產品的原產地,依據《中華人民共和國海關關於進口貨物原產地的暫行規定》予以確定。”、第十八條:“生產者標注的產品的產地應當是真實的。產品的產地應當按照行政區劃的地域概念進行標注。本規定所稱產地,是指產品的最終製作地、加工地或者組裝地。又在異地進行輔助性加工的,應當按照本條第二款的規定確定產地。法律、行政法規對產品產地的認定另有規定的,從其規定。”、第二十四條:“生產者、銷售者……不得偽造產品的產地……,不得偽造或者冒用生產許可證標誌、產品條碼和認證標誌、名優標誌等質量標誌以及其他質量證明。”『暫行規定』於 2005 年 1 月 1 日『中華人民共和國進出口貨物原產地條例』施行時廢止。

⁴ 第八條:消費者享有知悉其購買、使用的商品或者接受的服務的真實情況的權利。消費者有權根據商品或者服務的不同情況,要求經營者提供商品的價格、產地、生產者、用途、性能、規格、等級、主要成份、生產日期、有效期限、檢驗合格證明、使用方法說明書、售後服務,或者服務的內容、規格、費用等有關情況。第五十條:經營者有下列情形之一,《中華人民共和國產品質量法》和其他有關法律、法規對處罰機關和處罰方式有規定的,依照法律、法規的規定執行;法律、法規未作規定的,由工商行政管理部門責令改正,可以根據情節單處或者並處警告、沒收違法所得、處以違法所得一倍以上五倍以下的罰款,沒有違法所得的處以一萬元以下的罰款;情節嚴重的,責令停業整頓、吊銷營業執照:(一)生產、銷售的商品不符合保障人身、財產安全要求的;(二)在商品中摻雜、摻假,以假充真,以次充好,或者以不合格商品冒充合格商品的;(三)生產國家明令淘汰的商品或者銷售失效、變質的商品的;(四)偽造商品的產地,偽造或者冒用他人的廠名、廠址,偽造或者冒用認證標誌、名優標誌等質量標誌的。

是，主管的農業部不知是否也承認未經其認定和檢驗的國家質檢總局依其部門規章認定和檢驗的地理標誌記和產品？

參、地理標誌在中國大陸實施成績、不足與建議

近年來，中國經濟的持續發展備受世界矚目。但是，中國的農業與農村經濟並未能在這一發展中保持與其他行業相同的步伐，反而是在這一發展中拉開了與其他行業的距離。健康的經濟環境需要各個產業處在一種動態的平衡之中，而農業的滯後影響到了經濟的全局。解決農民、農村、農業的“三農”問題，讓農業走出當前的困境是目前維持經濟持續發展和社會穩定的當務之急。¹

中國共產黨的十六大提出，統籌城鄉經濟社會發展，建設現代農業，發展農村經濟，增加農民收入，是全面建設小康社會的重大任務。在《中共中央國務院關於促進農民增加收入若干政策的意見》(以下簡稱“中央一號文件”)，將知識產權(智慧財產權)保護工作從城市向農村延伸，積極做好農產品地理標誌保護與商標註冊工作，對於推進農業產業化經營、增加農民收入、促進農村經濟發展具有重要意義。²

大陸國家工商行政管理總局副局長李東生先生指出，地理標誌保護一直是國際上知識產權保護的重要內容。地理標誌保護問題之所以在國際上受到重視，是因為地理標誌的保護關係到保護自然資源、和人文資源，關係到傳統優

¹ 母洪、朱丹：《證明商標在農業產業化中的作用》，《中華商標》，2004 年第 10 期，第 45 頁。有關三農問題請參閱符啓林；楊蕾：《“三農”問題中政府角色的重新厘定》，《中國農業大學學報》(社會科學版)，2005 卷 1 期，2005/03，第 7-11 頁；牛若峰：《中國的“三農”問題：回顧與反思》(出處：《古今農業》2003/3)，

<http://www.guoxue.com/economics/ReadNews.asp?NewsID=2605&BigClassID=29&SmallClassID=83&SpecialID=123> (2006/03/24)；吳秀玲教授：《中國大陸『三農問題』政治、經濟、社會三層面之初探》，

<http://www.education.ntu.edu.tw/school/civics/doc/93%E4%B8%8B%E4%BD%9C%E6%A5%AD%E5%88%86%E4%BA%AB/%E5%A4%A7%E9%99%B8%E6%94%BF%E7%B6%93%E7%A4%BE/%E4%B8%AD%E5%9C%8B%E4%B8%89%E8%BE%B2%E5%95%8F%E9%A1%8C%E4%B9%8B%E5%88%9D%E6%8E%A2.doc> (2006/03/24)；溫鐵軍：《三農問題之證偽》
<http://72.14.203.104/search?q=cache:XKqQsoDwsHgJ:www.chinaelections.org/readnews.asp%3Fnewsid%3D%257B5A8517D8-FB8A-4938-A29F-21A9D9C8ED6F%257D+%22+three+%22+%22+%E4%B8%89%E8%BE%B2+%22&hl=zh-TW&gl=tw&ct=clnk&cd=14> (2006/03/24)。

² 國家工商行政管理總局、農業部：《關於加強農產品地理標誌保護與商標註冊工作的通知》(2004/12/7)，《中華商標》，2004 年 12 期，第 19 頁。

勢農業的發展和農產品的國際競爭力，關係到廣大農民的利益甚至是國家的重大利益。要抓住本世紀頭二十年這個重要戰略機遇期，集中力量，全面建設惠及十幾億人口的更高水準的小康社會。而全面建設小康社會的重點和難點，都在農村。大陸現有農村人口 8 億多，占全國人口總數的 60% 多。因此，統籌城鄉經濟社會發展，建設現代農業，發展農村經濟，增加農民收入，是全面建設小康社會的重大任務。中央 1 號文件指出，在解決“三農”問題上已經取得了很大成績，但同時也應當清醒地看到，當前農業和農村發展中還存在許多矛盾和問題，突出的是農民增收困難。這一問題直接關係到全面建設小康社會目標的實現；不僅是重大的經濟問題，而且是重大的政治問題。因此，要把解決好農業“農村”農民問題作為全黨工作的重中之重。¹

“地理標誌產品保護制度不僅僅是一種知識產權，需要進行保護，而且應該是一套完整的質量管理體系，是一項重要的農村發展戰略。”在(2005 年)11 月 18 日召開的“中國 --- 歐盟小專案便捷基金地理標誌研討會”上，長期從事地理標誌研究的法國卡慕國際有限公司北京代表處首席代表馮黎明反復強調自己的觀點：地理標誌應該成為促進特色農業發展，解決“三農”問題的有效途徑。²

一、地理標誌實施成績

在中國大陸，由於正確的政策領導和有關機關與業界的積極作為，目前經由國家質檢總局認定的地理標誌已多達 600 多個，而向商標局註冊為證明商標或集體商標的地理標誌到 2007 年 6 月約 250 個，³其中約 220 個是中國國內的。在這些地理標記中，有關農產品的占達 94% 多。2004 年 9 月 7 日至 8 日，國家工商總局商標局在新疆召開了全國地理標誌工作研討會。⁴自 1994 年中國將地理標誌納入商標法律體系予以保護以來，經過各級工商行政管理機關和有關部門堅持不懈的努力，地理標誌保護工作在促進農民增收方面已經初見成效，各地湧現了不少成功利用地理標誌發展農村特色經濟、增加農民收入的典型。⁵

北京“平谷桃”地理標誌於 2002 年核准註冊後，在平谷工商分局的積極配合下，平谷區委區政府召開專題大會進行公佈和宣傳，組織成立了由多家單位參加

¹ 張豫寧：《運用商標和地理標誌促進農民增收》，《中華商標》，2004 年 10 期，第 6~9 頁。

² 《地理標誌制度是解決三農問題的有效途徑》(來源：中國質量資訊服務網)
http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20051229_63661.asp (2006/03/10)。

³ 呂珊：《世界地理標誌大會在京舉行》，《中華商標》2007.07，第 4~5 頁。

⁴ 商綜：《全國地理標誌工作研討會在新疆召開》，《中華商標》，2004 年第 10 期，第 4~5 頁。

⁵ 《地理標誌在促進農民增收方面初見成效》

<http://sbj.saic.gov.cn/pub/show.asp?id=238&bm=sbyw> (2006/03/11) 中國商標網。黎長志：《看地理標志如何點“土”成金》，《中華商標》，2005 年第 1 期，頁 29~30。

的平谷桃聯合監管機構，對平谷桃進行嚴格的規範化管理，大力推進平谷桃的標準化生產。近兩年來，平谷桃已佔領北京市的中高檔市場，出口額占全國鮮桃出口的 40% 左右，全區 15 萬桃農 2003 年實現人均銷售收入 2600 多元，比 2002 年增長 18%。

天津“小站稻”地理標誌於 1999 年核准註冊後，商標註冊人制定了《小站稻栽培技術操作規程》、《小站稻質量標準手冊》，並在全市稻區推廣應用，提高了小站稻的品質，小站稻成為許多連鎖超市糧食類中最受歡迎的商品之一，經濟效益不斷上升：普通大米每斤不足 2 元，精製小站稻可賣到 4.5 元；出口日本的小站稻離岸價格每公斤達 48 元人民幣，擺上日本超市的小站稻價格每公斤達到 100 元人民幣。¹為適應市場需求，天津市 12 家小站稻生產加工企業與當地稻農簽訂小站稻種收合同，實行優質優價，並為簽訂合同的稻農提供種子、肥料、技術指導、低息貸款等全程服務，解除了稻農的後顧之憂，稻農由此效益大增，天津稻農每年增收逾千萬元。

山東“章丘大蔥”地理標誌於 1999 年核准註冊後，經過 5 年多的使用、管理、培育和發展，基本實現了基地標準化、營銷多元化、管理規範化的現代農業目標，蔥農普遍過上了小康生活。2003 年，章丘大蔥種植面積達 9.82 萬畝，年產量達到 4.4 億公斤，產值近 4 億元，主產區人均收入 1338 元，占人均全部收入的 32%。章丘大蔥的經濟效益不斷提高，章丘大蔥的平均價格從 1999 年的每公斤 0.4 元上升到 2003 年的每公斤 0.9 元，年均升幅為 20%-30%。同時，大蔥產業的發展還帶動了運輸、餐飲等相關產業的繁榮。²

黑龍江“五常大米”地理標誌核准註冊後，五常市大米協會以“五常大米”商標為依託，開發品牌，監控質量，統一標識，維護信譽，大米協會不斷壯大。截止 2003 年 6 月，已發展加工企業會員 450 家，營銷會員 136 名，稻農 6 萬多戶，種植水稻 100 多萬畝，形成了生產、加工和銷售一條龍的產業鏈，大大提高了五常大米的規模、質量、信譽和發展後勁，近兩年促進農民增收逾 1200 萬元。

江蘇陽山鎮的“陽山水蜜桃”地理標誌核准註冊後，陽山水蜜桃的知名度不斷提高，當地農民借“陽山水蜜桃”地理標誌的知名度，在農業增效、農民增收方面收到顯著成效。全鎮桃樹面積 6000 多畝，年產水蜜桃 6000 餘噸，產值 4000 多萬元。全鎮農民年人均收入 7229 元，戶均存款 10 萬元，其中 70% 來源於水蜜桃的

¹ 天津市工商行政管理局：《發揮『小站稻』優勢 促進農業名優產品發展》，《中華商標》2004 年第 10 期，第 20 頁。

² 山東省工商行政管理局：《『章丘大蔥』商標興農紀實》，《中華商標》，2004 年 10 期，第 26 頁。

收入。其中有 1000 多戶農民水蜜桃收入超萬元，有的桃農收入達 10 多萬元，最高畝產 3 萬元以上。¹

浙江余杭區的“徑山茶”地理標誌於 2003 年核准註冊後，杭州市工商局余杭分局幫助註冊人對徑山茶生產基地和茶廠加強標準化管理，徑山茶於 2004 年 5 月被評為“浙江省十大名茶”，生產不斷擴大，效益不斷提高。2004 年，徑山茶產量達 625 噸，產值達 1.17 億元，比去年增長 23%；徑山茶每公斤均價為 221.67 元，最高價達 3600 元，增幅為 17.85%；徑山茶農人均收入達 5000 元，增幅為 25%。

浙江“安吉白茶”地理標誌於 2001 年核准註冊後，商標註冊人和有關部門大力弘揚白茶文化，強化品質管理，健全營銷網路，有力地推動了安吉白茶產業化發展。目前，安吉白茶已經成為全縣農業的支柱產業，遠銷港、澳、台、美、日、英、德、澳大利亞等國家和地區，安吉縣也由此被命名為“中國白茶之鄉”。2003 年，安吉白茶栽種面積達 1666.5 公頃，年產量達 150 噸，產值達 1.5 億元。²

廣西“田陽香芒”地理標誌於 2002 年核准註冊後，田陽縣工商局積極指導當地農民使用、管理和保護“田陽香芒”證明商標，田陽縣參與開發田陽香芒的 2 萬多農民率先脫貧致富，其中年收入超過萬元的農民由 1998 年的 40 多戶增加到 2003 年的 550 戶。³

新疆“庫爾勒香梨”地理標誌核准註冊後，針對侵權假冒比較嚴重的現象，巴音郭楞自治州工商局在指導商標註冊人規範商標使用許可行為同時，加大打擊商標侵權假冒行為的力度，僅今年上半年，州工商局查處侵犯“庫爾勒香梨”證明商標專用權案件的案值就達 380 萬元。由於管理嚴格，注重品質，庫爾勒香梨贏得了良好聲譽，目前產品遠銷到香港、澳門、新加坡、泰國、馬來西亞、菲律賓、法國、加拿大等國家或地區。再如庫爾勒香梨，2004 年銷售額近 3 億元，市場價每箱比非該產地的香梨高出 3~5 元，有近 7000 戶農民種植庫爾勒香梨，戶均收入 3 萬元。⁴

在新疆吐魯番，葡萄產業一直是當地農業的第一大產業，其生產規模已成為全疆乃至全國最大的葡萄生產區。但由於缺乏保護，侵權假冒現象非常普遍，吐魯番葡萄、葡萄乾的形象和聲譽受到很大損害。“吐魯番”葡萄、葡萄乾註冊為地

¹ 江蘇省工商行政管理局：《“陽山水蜜桃”富一方經濟》，《中華商標》，2004 年 10 期，第 22 頁。

² 浙江省工商行政管理局：《“安吉白茶”的品牌效益》，《中華商標》，2004 年 10 期，第 24 頁。

³ 廣西壯族自治區工商行政管理局：《“田陽香芒”創水果名牌》，《中華商標》，2004 年 10 期，第 30 頁。

⁴ 中郡聯合地理標誌研究中心(《中國地理標誌》課題組)：《第一次全國地理標誌調研報告 2005》
<http://unn.people.com.cn/GB/41495/3590083.html> (2006/03/10)。

理標誌後，保護吐魯番葡萄、葡萄乾有了法律武器，吐魯番葡萄也走上了面向市場、注重品質、產業化生產的健康發展之路。2003 年，吐魯番地區的葡萄種植面積已達 41.3 萬畝，占耕地總面積的 40% 以上，葡萄總產 52 萬噸，葡萄乾總產 8 萬噸，占全疆產量的 85.7%，占全世界產量的 7%；葡萄的產值占全地區農業總產值的 50%，占農民人均收入的 60% 以上。

2005 年 7 月，中郡聯合地理標誌研究中心(《中國地理標誌》課題組)在其《第一次全國地理標誌調研報告(2005)》中也舉出幾個地理標誌實施成功案例。¹

如“信陽毛尖”地理標誌證明商標獲得註冊後，河南省信陽市工商局指導信陽市茶葉協會對“信陽毛尖”茶葉的質量和生產技術進行規模化管理，大力推進“龍頭企業+茶農+地理標誌”的生產模式，使“信陽毛尖”茶葉的市場知名度日益提高，成為信陽的一大支柱產業，形成產值超千萬元龍頭企業 10 餘家，從業茶農 20 余萬人。2004 年，“信陽毛尖”產量達 1450 萬公斤、產值 7 億元，分別比 2001 年增長 21%、28%，茶農人均收入 3700 元，比 2001 年增長了 17%。

再如“六安瓜片”地理標誌證明商標獲得註冊後，通過實施“龍頭企業+農戶+地理標誌+專營店”的六安茶葉產業化模式，既保證了茶葉品質，又取得顯著經濟效益。安徽省六安市 15 家授權企業生產“六安瓜片”地理標誌證明商標的茶葉 250 噸，產值 12 億元，每公斤增值 100 元，共增值 2500 萬元，全市 12 萬茶農人均增收 250 元。

如大陸第一個受到保護的地理標誌產品“紹興酒”，曾經在國際市場三分之二的份額被產自日本、臺灣等的“紹興酒”所擠佔。得到保護後，紹興古越龍山酒廠銷往日本的紹興酒比上年增長 14%，塔牌紹興酒銷量整體翻一番。女兒紅黃酒利稅比上年增長 18.07%，東風酒廠出口日本的紹興酒比上年增長 1 倍以上。

再如煙臺蘋果。棲霞天譽公司獲得“煙臺蘋果”地理標誌後，出口國由原來的 7 個增加到 14 個，銷量同比增加 200 多萬公斤。蓬萊鑫園公司在獲得使用地理標誌後，新結交了十幾個客戶，其中一名歐洲客戶沖著“原產地保護”的牌子，一次就簽訂了 3000 噸的購貨合同。

據國家工商行政管理總局統計，目前從全國各地反映的情況看，已經獲得地理標誌註冊的農產品收購價格普遍上漲了 15% 至 20%。

如“安溪鐵觀音”地理標誌證明商標獲得註冊保護後，出口單價比全國茶葉平

¹ 中郡聯合地理標誌研究中心(《中國地理標誌》課題組):《第一次全國地理標誌調研報告 2005》
<http://unn.people.com.cn/GB/41495/3590083.html> (2006/03/10)。

均價格高出 80%。安溪縣 107 萬人口中，涉茶人口超過 70 萬人，比“安溪鐵觀音”地理標誌註冊前淨增 18 萬人，農民近年人均純收入都以 8% 以上的幅度增長。市場已經從東南亞逐步擴大到日本、歐美等 100 多個國家和地區，每年出口 7000 多噸，創匯 3000 多萬元。¹

再如“哈密大棗”地理標誌獲得註冊保護後，銷售價格由過去的每公斤 30 多元上漲到 130 多元，成為當地農民增收的錢袋子。²

再如 2003 年使用“中寧枸杞”地理標誌證明商標的枸杞每公斤銷售價格平均比 2002 年提高 2.6 元，“中寧枸杞”已成為中寧縣經濟發展的一大支柱，2003 年實現產值 2.34 億元。³

自從統一使用‘射陽大米’這個集體商標以後，每公斤大米比普通大米要高出 0.3 元至 0.4 元，這樣一算，‘射陽大米’大陸第一個地理標誌集體商標，這個品牌至少給射陽的農民增加 4500 萬元收入。⁴

由此可見，保護地理標誌，有利於促進農民增收，更進而有利於促進農業產業化、規模化發展，還有助於形成大陸農產品在國際市場上的競爭力，保持競爭優勢。在目前，積極做好地理標誌保護工作，對促進“三農”問題的早日解決，有著十分重要的意義。

二、地理標誌實施的不足與建議

如上所述，地理標記保護對中國大陸發展和進軍國際市場的重要性，由於正確的政策領導和有關機關與業界的積極作為，在促進農民增收方面也初見成效。但是，中國大陸面對此新課題，在實施和發展的過程中也曾出現了些令人惋惜的情事。

由於地理標誌具有「集體性」，保護相當不易，容易發生“一塊臭肉壞了一鍋湯”、“一粒老鼠屎壞了一鍋粥”，何況大陸「假冒地理標誌的侵權現象十分嚴重、人們保護地理標誌權的法律意識淡薄」⁵讓一些馳名的地理標誌產品履受「株

¹ 吳學安：《地理標誌：仍待開掘的金礦》。來源《經濟參考報》
http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20060124_64412.asp (2006/03/10)。

² 新疆維吾爾自治區工商行政管理局：《發揮工商職能服務經濟發展》，《中華商標》，2004 年 10 期，第 29 頁。

³ 寧夏回族自治區工商行政管理局：《『中寧枸杞』品牌》，《中華商標》，2004 年 10 期，第 38 頁。

⁴ 賀曉亮：《“射陽大米”創造驚人價值》(文章來源：揚子晚報網)
<http://www.syagri.gov.cn/xwzx/nyxw/bdnx/200602/2117.html> (2006/03/22)。

⁵ 蔡寶剛：《強化地理標誌法律保護的法理分析》(來源：法律資訊網)
http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20051012_54638.asp (2006/03/10)。

連」，諸如“龍口粉絲”的“毒粉絲”、“金華火腿”¹的“毒火腿”、“騾馬肉”掉包的“平遙牛肉”、“加醋酸的”“山西老陳醋”、“死豬肉”做“太倉肉鬆”、“石蠟的硬”“重慶火鍋底料”等等事件的一再發生。

在使用和管理中也存在著諸多問題，如「企業、農戶依法使用的意識淡薄，規範的難度大」、「宣傳不到位，認識上存在偏差」、「管理難以到位，執法難度大」。²

中郡聯合地理標誌研究中心的調查報告也提出：「重視不夠，投入不足，技術改造少，產品不符合時代要求，品牌不突出，地理標誌經濟的“比較優勢”沒有轉化為競爭優勢，沒有形成滿意的競爭力，市場萎縮，相當多的地理標誌保護不到位，市場混亂」³等問題。

而最受詬病的則是地理標誌保護的「管理體制」問題，此見諸「在地理標誌管理體制方面存在的“軟肋”，已經成為制約地理標誌保護的瓶頸。」、「地理標誌保護的“體制之痛”」⁴，「目前，我國地理標誌保護工作面臨的最大困擾來自於管理體制上的衝突。」⁵中郡聯合地理標誌研究中心(《中國地理標誌》課題組)：《第一次全國地理標誌調研報告(2005)》也認為：問題是地理標誌兩種管理體制，不僅導致多方面的不一致，而且會造成不必要的市場資源浪費。一方面，導致市場主體無所適從。另一方面，造成行政資源的浪費。⁶

董葆霖先生呼籲這種情況已經在實踐中產生以下問題：(一)形成地理標誌保護法律制度的衝突，影響了我國地理標誌保護法律制度的統一性、一致性，導致企業無所適從，重復註冊。(二)對同一標誌進行法律性質不同的保護，帶來權利歸屬矛盾、權利互相衝突的問題，帶來註冊人的權利衝突。根據《商標法》的規定，註冊商標是註冊人的一種民事權利，地理標誌作為一種知識產權，也是註冊人的民事權利。但國家質檢總局認定的“原產地產品專用標誌”卻是一種屬於公權範疇的質量標誌。

¹ 由於「金華」火腿商標的註冊，在大陸引爆二十多年的搶「金華」火腿商標、「金華」火腿商標與「金華火腿」地理標誌爭端，直到上海中級人民法院的判決才緩和下來。

² 陳用雅：《“常山胡柚”證明商標的使用和管理》，《中華商標》，2001年9期，第34~35頁。

³ 中郡聯合地理標誌研究中心(《中國地理標誌》課題組)：《第一次全國地理標誌調研報告2005)》
<http://unn.people.com.cn/GB/41495/3590083.html> (2006/03/10)。

⁴ 吳學安：《地理標誌：仍待開掘的金礦》。來源《經濟參考報》
http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20060124_64412.asp (2006/03/10)。

⁵ 張今：《地理標誌的國際保護及我國保護中存在的問題》，來源：《中國知識產權報》
http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t2005123_63389.asp (2006/03/10)。

⁶ 中郡聯合地理標誌研究中心(《中國地理標誌》課題組)：《第一次全國地理標誌調研報告2005)》
<http://unn.people.com.cn/GB/41495/3590083.html> (2006/03/10)。

據瞭解，國家質檢總局認定的“原產地產品專用標誌”大多是已經在商標局註冊的普通商品商標，如“茅臺”酒、“水井坊”酒、“五糧液”酒、“口子”酒、“蒙山”茶等等，這些商標都屬於這些企業的知識產權；有的是已經在商標局註冊的地理標誌證明商標，如“紹興黃酒”。(三)影響大陸對外交往：大陸對地理標誌的多頭保護，可能導致對不同地理標誌的差別保護，導致對有關地理標誌保護問題的理解不一致，這不僅可能影響大陸履行入世的承諾，不利於參與新一輪WTO談判，也會影響大陸的國際形象。¹

王笑冰先生甚至說：在大陸，商標與原產地名稱的衝突在實踐中可以說是層出不窮，發展到現在已經是積弊深重，對大陸原產地產品的發展帶來了十分不利的影響。²

2004年12月7日，國家工商行政管理總局與農業部聯合發布通知，將在地理標誌證明商標的認定審查及檢驗程式合作的計畫。2005年7月15日，質量監督檢驗檢疫總局發布生效的《地理標誌產品保護規定》，將《原產地產品保護規定》和《原產地標記管理規定》地理標誌管理工作合二為一，雖然這僅是國家質監總局總在地理標誌保護問題上完成內部的「整合」其部門規章，但是已被認為《地理標誌產品保護規定》正式實施，「再一次刺痛了國內地理標誌保護方面的“軟肋”」³或說此規定的發布無助於解決與國家商標局間的爭端，反而會更引起「爭權」問題的尖銳化。

對於地理標誌保護的不足，大陸學者、專家們也紛紛提出各家解決韜略⁴，如：中郡聯合地理標誌研究中心認為：「第一，地理標誌要有效保護、第二，地理標誌要強化管理、第三，地理標誌要實施“名牌”戰略、第四，地理標誌要保護和發展相統一。」⁵又如王蓮峰先生也主張：「1.應選擇專門立法方式保護地理

¹ 董葆霖：《政出多門 必起衝突》，《中華商標》，2004年第10期，第34頁。

² 王笑冰：《論商標與原產地名稱的衝突、成因及其對策》，《商業標識權利衝突及其解決對策理論研討會論文集》，主辦單位：中國社會科學院知識產權中心、中國法學會知識產權法研習會，協辦單位：中國知識產權培訓中心，2003年7月，北京。

³ 吳學安：《地理標誌：仍待開掘的金礦》。來源《經濟參考報》
http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20060124_64412.asp (2006/03/10)。

⁴ 請參閱郭寶明：《入世後我國的原產地名稱地理標誌保護初探》，
http://www.cnipr.com/zsyd/xsyd/zs1w/banquan/t20030918_41843.htm (2006/02/06)；劉亞軍：《完善我國地理標誌法律保護實證分析》，
<http://www.privatelaw.com.cn/new2004/ztyj/..%5C20050317-141223.htm> (2005/6/1)；張玉敏：《我國地理標誌法律保護的制度選擇》，《知識產權》，2005年第1期(第15卷總第85期)第17~18頁。

⁵ 中郡聯合地理標誌研究中心(《中國地理標誌》課題組)：《第一次全國地理標誌調研報告2005》
<http://unn.people.com.cn/GB/41495/3590083.html> (2006/03/10)。

標誌；2.成立保護地理標誌的專門機構；3.制定嚴格的地理標誌的質量監督制度；4.制定保護地理標誌的地方立法。」¹

由上，我們可以清楚看到，不管是支援商標管理體系或另建立專門體系者，似乎有一個共識，就是認為目前地理標誌保護的「管理體制」出了問題²。或許有多數專家、學者會認為這兩種法律性質不同的權利，本質上就會產生衝突、矛盾，甚至「打架」。所以認為不應兩套制度並行保護地理標誌。筆者試著分析其原因，不外乎是在於對地理標誌保護的方式上的歧見。工商商標機關堅持地理標誌與商標或證明標章在本質上是相同的，地理標誌註冊為證明商標、集體商標是保護地理標誌最好的方法，不必要再為保護地理標記另外單獨專門立法。美國地理標誌委員會主席科波爾曾經說過的一句話“保護地理標誌的最好方式，無疑是將地理標誌註冊為證明商標。”筆者以為制度是成長的，不是移植的，「橘逾淮為枳」，或方枘圓鑿，或削足適履，都不是最為妥適的。美國與中國的歷史文化背景、發展情況、地理和氣候環境條件、利益不同，地理標記對美國與對中國的重要性也不同，在美國被認為是保護地理標誌最適合的制度，在中國的環境一定也是最好、最有利的嗎？國際上那些以單獨專門立法、智慧財產或工業財產(權)法、與商標並同立法或在商標法中專章規定的國家為數也不少。地理標誌制度源自歐洲，歐洲共同體(歐體)不是在地理標誌單獨專門立法保護制度外，在其歐體商標法中也允許地理標誌註冊為集體標章嗎？歐體成員國們不是都有了商標制度，都有證明標章和/或集體標章，又為什麼要有一套保護地理標記和原產地名稱的制度？印度、泰國不是有商標制度嗎，又為什麼要單獨專門立法保護地理標記？因此，我們也該平心靜氣地再回過頭來看看，如果兩套制度相容、並存，能對這個國家更有利，又為何要棄之如敝屣，拒之於千里。為了消除適用商標法和質檢總局新的地理標誌部門規章間可能存在的任何不一致，中國大陸應儘快調和國家質檢總局和國家工商行政管理總局的關係。筆者以為中國大陸地理標誌保護出現問題，不在於因有兩個管理體制並存，而是在於如中國社會科學院李順德老師一針見血的肺腑之言，即「政出多門，缺乏必要的協調和統一」、「法出多門，立法不夠規範，有待完善」和「保護意識不強，有待改善」，³或許「忠言」常「逆耳」，「良藥」常「苦

¹ 王蓮峰：《地理標誌的法律保護》

<http://www.nipso.cn/gnwzscqxx/dlbz/t20060119-64301.asp> (2006/03/10)。

² 筆者所以不是選「國家知識產權局」，是因中國大陸的現有體制一直讓外界疑惑的是，為何智慧財產(知識產權)三大業務中只有專利業務隸屬「國家知識產權局」，商標、著作權(版權)業務主管機關為何分別隸屬國家工商行政管理總局和新聞出版總署？

³ 請詳參李順德：《中國對原產地地理標識的保護》，國家知識產權局條法司編《專利法研究》，

口」，但卻「良於行」！

筆者以為中國大陸是個文明古國，幅員廣大，各種地形、氣候孕育得天獨厚的名優特產豐富，更是有必要建立一套完善的、符合國家需要的地理標誌「強保護」制度。一個國家中的幾個部門，美其名是各自「依法行政」，實則是「各自為政」、「各行其事」，罔顧對國家、社會和人民造成很大的傷害。

國外地理標誌產品究竟應向國家商標局或國家質檢總局註冊，要求的要件、標準不同，所受保護程度不同，有糾紛時誰有權利提出、主張救濟？應向哪個機關尋求救濟、主張權利？在國家商標局註冊的僅能向國家商標局尋求救濟、主張權利？在國家質檢總局註冊的是否能作為向國家商標局尋求救濟、主張權利的依據？當在國家商標局或國家質檢總局註冊的一個是商標，一個是地理標誌，外國政府應認定是否已在原屬國受保護的地理標誌依據為何？在在顯示出「缺乏必要的協調和統一」的管理體制和「立法不夠規範，有待完善」的缺失。

所以，筆者以為應單獨專門制定地理標誌保護法，由「智慧財產機關」的國家商標局負責註冊、管理，「質量檢驗機關」的國家質檢總局負責地理標記產品檢驗，兩個機關「各司其職，共成大事」有它的優點，也是國際趨勢。

1 在專責機關方面：

(1)地理標誌智慧財產的一種，由智慧財產機關註冊、管理相關業務，是「名正」且「言順」的；

(2)由於地理標記與商標的共通性和關聯性，利用現有的建制、長期累積經驗的商標機關來作為地理標示的註冊保護機關，則是最能迅速接手、駕輕就熟，與商標資訊亦最便利相互檢索¹，可以避免商標與地理標誌兩種權利產生衝突。若與商標分別建立機關，人員、資料庫設備，將增加不少行政成本。²基於善用商標審查人員累積經驗、行政經濟，且依大陸目前現有機制看來，由國家商

知識產權出版社 2002 年 12 月第一版，第 211-225 頁。

¹ 格魯吉亞(喬治亞)1999 年 11 月 1 日實施「原產地名稱和地理標記法」第 8 條第 1 項規定，審查應進行檢索有關商標、原產地名稱和地理標記的資料庫。

² 「部門過多、機構臃腫、效率過低是嚴重制約我國政治體制有效運轉的“毒瘤”，也是影響我國經濟高速發展的重大障礙。為了根治這一“毒瘤”，加促我國經濟的發展，改革開放以來，在黨的領導下，我國政府先後進行了多次機構改革，裁撤了一大批職能部門。然而，遺憾的是，我國政府的機構改革卻屢次陷入膨脹——精簡——再膨脹——再精簡的怪圈。筆者以為，產生這一怪圈的原因是多方面的，但其中極不可忽視的一個方面在於立法尤其是基本法對政府職能部門設置的需求上」。請參閱(作者不詳)《《環境保護法》與自然資源基本法合併立法的可行性和必要性——兼論我國《環境保護法》的完善》

<http://www2.esnai.net/info/xxwk/jjf/jjflw/2005/01/2715000221.shtml> (2006/03/23)。

標局負責地理標誌的註冊、管理最為妥當。

(3)但國家商標局的人員的某些專業技能、設備不足，有必要在國家商標局設置「地理標誌委員會」類的單位負責地理標誌認定，並網羅產品主管機關如農漁部門專家擔任委員會成員，甚至擔任委員會主任委員。如此既能補充國家商標局的不足，也能達「權責一致」，「協調和統一」。或許有人要問不是也可以如有些國家由產品主管機關如農業部門或在農業部門設置「地理標誌委員會」類的單位負責地理標誌認定，國家商標局依據產品主管機關的認定作成地理標誌申請案的准駁？但筆者以為，這將增加審查作業流程的人力、時間成本，且也造成「權責不一致」，有權者無責，有責者無權。在救濟程序中，國家商標局當被告為產品主管機關作的非商標局專業的「認定」作辯護等不合理的現像。

(4)至於產品是否符合產品(規格)說明，應由公的品質檢驗機關或經由政府檢驗機關核准的私人檢驗單位進行檢驗。目前，大陸由責司品質檢驗的國家職檢總局負責歸「智慧財產」的地理標誌的註冊、管理作業，難免他人有「越廚代庖」，「不務正業」之語，且由品質檢驗機關來註冊、管理地理標誌的保護也屬保護地理標誌體系世界首見¹。或許有人會說韓國地理標記保護制度中不是關於農、漁產品地理標記也由品質檢驗、管理機關的地理標記委員會註冊、管理？事實上它們是韓國農、漁產品各主管部的所屬機關，且地理標記要註冊為集體標章時，專利局局長應考慮農、漁部長的意見。所以與中國大陸的情況也是不同的，不宜混為一談。又或許有人會問國家工商行政管理總局亦與農業部聯合發佈通知將在地理標誌證明商標的認定審查及檢驗程式合作的計畫，由農業部門的檢驗機構負責地理標誌產品是否符合產品規格說明的標準、要件不也一樣，何須質檢單位介入？筆者不禁要問，檢驗設備、專業人員，農業部比得上國家質檢總局嗎？

2 在單獨專門立法方面：

(1)地理標誌與商標均屬於智慧財產的一種，各屬獨立的法域，可以給予獨立的法權。

(2)目前部門規章，依據的是「質量」、「標準化」、「進出口商品檢驗法」，而不是智慧財產法。且目前部門規章保護力度不足，規範內容也有些欠缺，尤其是與商標間關係的規範上明顯不宜由部門規章限制一依商標法律取得的權利。

¹ 張玉敏：《我國地理標誌法律保護的制度選擇》，《知識產權》，2005年第1期(第15卷總第85期)第18頁，認為國家質量監督檢驗檢疫總局「管地理標誌認定和保護工作沒有法律根據，而且與其工作性質衝突應當停止。」

(3)“三農”問題的重要性和緊迫性，要積極發揮保護地理標誌的功能，為地理標誌立法已是刻不容緩的當務之急。

(4)中國要成為現代法治國家，對此關係國家、社會和人民權益重大的事項，自應以法律規範，依法行政。

肆、結語

中國大陸幅員廣大，各種不同地理、地質、氣候、種族、文化習俗的文明古國，在各地孕育出各種名優特產品，富有大量地理標記資源。在著名商標方面，大陸目前是無法與先進開發國家較量，但地理標記是大陸的強項(鄭成思老師語)。地理標記制度關係著大陸的政治、經濟、社會、文化，其保護制度完善與否，對大陸有極其重大意義，是只許成功不許失敗的。善用和發揮這上天和祖先所賜「強國富民」的龐大資產的功效，更是大陸目前共同努力、奮鬥的目標。大家都知道「萬事起頭難」，地理標記保護制度較完善的歐洲國家也曾經有過一段努力過程。「天下無難事，只怕有心人」，在正確政策領導和有關機關和業者的積極作為下，地理標誌在促進農民增收方面已經「初見成效」，但有志之士仍須繼續努力。在大陸，學者、專家有主張如同法國制定一智慧財產(知識產權)法統一各種的智慧財產權法律，也有主張如德國立法方式標章和其他標識保護法(有稱於商標法「專章」規定，有稱商業標誌保護模式)，但較多的是主張應採單獨專門立法或依商標法註冊為證明標章(商標)或集體標章(商標)。對大陸來說，筆者可以很肯定的說，透過地理標記法和商標法雙軌的「雙重」(雙層)保護地理標記，且由智慧財產國家機關—商標局負責註冊和管理，由國家質量機關—國家質檢總局負責品質檢驗「各司其職，相輔相成」是最恰當、最有利的。由於兩岸血統、文化、歷史傳統淵源關係深厚，往來日益頻繁，經濟互依性也愈來愈重，難免有些地理標記上的糾葛問題，吾人也衷心期盼兩岸應儘速面對面協商、化解這些糾紛，圖謀共榮、共享的策略和成果。

* 國家質檢總局：地理標誌產品專用標誌分刮開式、揭開式、可追溯標三種：

以武夷茗茶為例

一、刮開式

二、揭開式

三、可追溯標



編號：1-A

編號 1-B

編號 1-D

規格：(20*20)mm

規格：(20*30)mm

規格：(25*35)mm

防偽技術：微縮文字、版紋 防偽技術：螢光模、防偽版紋 防偽技術：光柵模、螢光油墨

* 國家工商總局：地理標誌產品專用標誌

