

第三章 地理標示之國際保護

第一節 地理標示保護之發展沿革

在傳統之商品交易市場上，除了透過商標外，商品之地理來源亦是消費者在購買時之重要選擇因素；¹ 生產者往往會在其所產製之商品上，附加其地理來源之標誌（例如當地之地理名稱，或其他圖形、符號等），以供消費者購買時之參考依據，如前所述。而關於此種與商品地理來源有關之標誌，早期僅單純表示商品之來源地；但隨著時代的演進、國際貿易與商業環境之蓬勃發展，此等標誌已不再僅僅具有上述之功能而已；有些甚至可同時表彰該商品之品質、聲譽或其他特性，與其原產地產生一定之關聯性。自十九世紀以來，國際上對於此種商品地理來源標誌之保護，可謂持續不斷地在發展當中。

與商品地理來源有關之標誌，除了本文之地理標示外，尚有「來源地標示（Indication of Source）」與「原產地名稱（Appellation of Origin）」等類型；² 而其中三者相互間，更有其特殊且密切之關聯性、甚至是歷史、國際角力結果等背景存在。詳言之，地理標示概念之形成並非突然，而有其歷史發展軌跡可循。在早期，與商品地理來源有關之標誌，並非如同專利、商標般，有其被世界各地所接受之一般性定義與專門用語；³ 例如「來源地標示」、「原產地名稱」等，最早雖源自於巴黎公約，但由於其並未就其定義與範圍作出明確之規範，導致後來持續發展之各個不同的國際規範有所分歧，而各國之內國法往往又依其產業發展狀況而有其不同之規範，使得此種與

¹ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 1.

² 事實上，與地理標示有關之國際條約與保護客體，並不限於本文所提及之上述幾種類型，例如前述 GATT 之 Marks of origin；本文為求明確與容易了解，僅擇取幾種與地理標示（TRIPS 規範下）發展有密切關係之各個國際規範保護客體，予以比較探討。

³ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 2.

商品地理來源有關之標誌，在概念上相當紛亂與不一致。⁴ 後來，WIPO 首次提出地理標示之概念與用語，並被當時之歐洲共同體所採納。此概念原本預期將「來源地標示」、「原產地名稱」以及其他標誌，皆予以包含在內。⁵ 但發展至 WTO/TRIPS 之後，卻又演變出另一個具有其獨特內涵之保護類型出來，有別於前面所述之各種標誌類型、亦非一個統稱所有商品地理來源標誌之概念。⁶

本文將於下節，依其時間順序之發展，就若干與地理標示較為相關且重要之國際規範條約，⁷ 作進一步之探討，期能更明確了解地理標示之發展過程與內涵。為便於瞭解，茲先將各該條約所保護之客體簡列如次：

⁴ 例如歐體依據歐洲共同體條約第 43 條，頒布了 Nr.2081/92 命令，針對農產品及食品之『地理標示』與『原產地名稱』之保護，其中所謂的『原產地名稱 (Designations of Origin)』，在意義與概念上，與上述之「原產地名稱 (Appellation of Origin)」極為類似，但仍有某種程度之不同；即便使用相同之用語『地理標示 (Geographical Indications)』，歐體與 TRIPS 之定義與範圍亦不盡相同。See Daniel Gervais, *supra* note103, at 119.

⁵ See Sergio Escudero, *supra* note1, at 1.

⁶ 創造出此一新名詞，仍然遭受到許多會員之批評。Id, at 2.

⁷ 從締約者之數量來觀察，條約得區分為「雙邊」及「多邊」條約兩種；前者是由兩個國際法主體所締結的條約，後者則是由兩個以上的國際法主體所締結之條約。黃異，國際法，國立編譯館主編，啓英文化公司印行，1996 年初版 1 刷，頁 19~20。

表（一） 與地理標示有關之國際規範及其保護客體簡介

條約名稱	規 範 客 體	說 明
巴黎公約 1883	來源地標示 - Indications of Source 原產地名稱 - Appellations of Origin	同時出現「來源地標示」與「原產地名稱」之用語；但二者之定義與其相互之關係不明確。
馬德里協定 1891；1958	來源地標示 - Indications of Source	規範「來源地標示」，但並無定義。
里斯本協定 1958	原產地名稱 - Appellations of Origin	規範「原產地名稱」，且予以明文定義。
開發中國家商標、商號名稱與不公平競爭行為模範法 1966	來源地標示 - Indications of Source 原產地名稱 - Appellations of Origin	同時將「來源地標示」與「原產地名稱」列為保護之客體，且分別加以定義。
GATT （WTO/TRIPS 草案） 1994	地理標示 - Geographical Indications	出現「地理標示」之用語，定義與「原產地名稱」相近。

第一項 巴黎公約

依尋國際規範之發展，最早從一八八三年所議定之巴黎公約開始，即要求各締約會員必須對於「來源地標示〈*Indication of Source*〉」或「原產地名稱〈*Appellation of Origin*〉」給予保護，而將其列為規範之客體。⁸ 不過，該公約對於上述之「來源地標示」與「原產地名稱」，並未進一步作任何定義與解釋，亦未指出其相互間之關係為何。相較於 TRIPS 對於地理標示之規範，巴黎公約對於來源地標示與原產地名稱僅提供廣泛且薄弱之保護。⁹

巴黎公約第十條第一項規定：「前條¹⁰ 之規定，於直接（*direct*）或間接（*indirect*）使用不實標示商品來源或其出產、製造商或貿易商有直接或間接之情事，亦適用之。」¹¹ 亦即，無論以任何方式，只要對於商品有不實標示其來源等情事發生，即可對於該商品實施沒入、扣押（*seize*）或禁止其進口。本項主要係針對「來源地標示」而言，而與原產地名稱較無關係；¹² 不過，原產地名稱在概念上仍可被來源地標示之表現形式所包含，且在巴黎公約最初之協商中，二者本屬同性質之表示。¹³

⁸ 巴黎公約第一條第二款規定：「工業財產保護之標的為：專利、新型、新式樣、商標、服務標章、商號名稱、來源地標示或原產地名稱，以及制止不正當之競爭。」

⁹ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 9.

¹⁰ 即巴黎公約第 9 條之規定：「(1)各同盟國家對於進口之商品非法附有其境內所保護之商標或商號者，應予扣押。(2)非法附有商標或商號於商品之發生地所屬國以及輸入之國家，均應實施扣押。(3)扣押之執行，得由檢察官、其他主管機關，或利害關係人(不論其為自然人或法人)依各國法令申請之。(4)各同盟國家對於過境商品不予扣押。(5)倘同盟國家法律不准於商品進口時予以扣押，則應改為禁止進口或於其輸入國內後予以扣押。(6)倘同盟國家法律既不准於商品進口時予以扣押，亦不准其禁止進口及於其輸入國內後予以扣押，則於其法律配合修正前，該國應准予其國民依現行法令採行訴訟及尋求救濟。」

¹¹ Art. 10 of the Paris Convention.

¹² See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 9.

¹³ *Id.*, at 9. 另可參考以下之論述：「來源的標示（即本文之來源地標示），

巴黎公約亦課與其締約會員義務，必須確保同盟國家之國民免受不公平之競爭，並禁止以下之行爲：(1) 任何使公眾對競爭者之企業、商品或工商活動等，產生混淆之行爲；(2) 於交易過程中，以不實陳述損害競爭者之企業、商品或工商活動之信譽者；(3) 於交易過程中，以標示或陳述，致使公眾對商品之性質、製造過程、特徵、合適性或品質產生誤認。¹⁴ 本條提供了禁止誤導來源地標示之保護基礎，其中亦包含原產地名稱。¹⁵

第二項 馬德里協定

一八九一年四月十四日，於西班牙馬德里所簽訂（之後又分別在布魯塞爾、華盛頓、海牙、倫敦、尼斯及斯德哥爾摩進行修訂）之「馬德里抑制商品虛偽不實或引人錯誤之商品來源地標示協定」（Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indication of Source on Goods）（以下簡稱馬德里協定）。¹⁶ 馬德里協定第一條第一項主要是延續巴黎公約第十條第一項之規定，賦予本協定之締約會員義務，凡是以直接或間

係足以指明提供商品或服務的特定國家或國際組織的說明或標記。各國多禁止不實或誤導的標示。產地標示（即本文之原產地名稱），係指商品產地的國家或地區名稱，象徵因特定地域的環境所彰顯的商品品質或特質，所謂環境，包括自然及人為因素，公約中的「或」字是在「發源地」乙詞尚未確定時所訂定，至今已不復正確。商品的產地被視為「來源標示」的一種，著重產地與商品的品質或特質的關連。部分國家廣泛立法保護其產地名稱，防止其受到不當的使用。」陳文吟，巴黎公約解讀，經濟部智慧財產局（網路版），2000年4月，頁18。

¹⁴ Art. 10*bis* of the Paris Convention .

¹⁵ See Sergio Escudero , *supra* note 1, at 9.

¹⁶ 本協定主要之功能，乃在於為各締約會員之國民，提供了一條簡便的商標國際註冊途徑。1989年6月27日，在馬德里另外又簽訂了「商標國際註冊馬德里協定有關議定書」，其目的在於使那些對國際註冊體系感興趣，但卻因國內法律等問題而難以加入馬德里協定之國家，能夠參與此一商標國際註冊體系所制定之另一條約。截至2003年4月10日為止（韓國加入「馬德里議定書」之生效日），該議定書之締約會員總數為57個。資料來源：

<http://www.wipo.int/cn/news/>（Accessed on 2003/4/23）。

接之方式，將各締約會員境內的地名標示於商品上，而有虛偽不實或引人錯誤之情形而進口者，應予沒入、扣押。¹⁷ 此外，本協定亦建立起如何實行扣押之原則，以及規定管理機關之執行方式。¹⁸ 例如，在出現虛偽不實或引人錯誤之來源地標示時，或是將貼附有虛偽不實或引人錯誤之來源地標示之商品進口時，國家亦應予沒入、扣押；¹⁹ 締約會員其境內若無相關之規定者，則必須禁止其進口；²⁰ 而倘若締約會員對於此種標示虛偽不實或引人錯誤之來源地的商品，既無進口時予以扣押之規定，亦無禁止進口或於邊境扣押之相關規定時，在其法律尚未修改前，應允許其國民以訴訟或其他可資救濟之方式替代之。²¹ 倘若再無相關之保護規定，則適用與商標或商號有關之法律；但過境商品則為例外。²²

本協定從其規範內容觀之，原則上僅就「來源地標示」為規範客體，並不及於「原產地名稱」；²³ 且和巴黎公約相同，皆未對於來源地標示作出定義。須注意者，乃巴黎公約僅就在商品上標示虛偽不實之「來源地標示」予以制止；但馬德里協定則擴及至引人錯誤之「來源地標示」。²⁴ 而在保護之方式上，馬德里協定除了沒入、扣押（*seize*）與禁止其進口外，更增加了禁止該商品之販賣（*sale*）、陳列（*display*）、或販賣之要約（*offering for sale*）等方式，此為巴黎公約所無。²⁵ 另外，任何國家之法院可以決定何種具有通用性質之名稱（例如種類名稱），並不適用本協定；但與葡萄產品來源之區域性名稱有

¹⁷ Art. 1 (1) of the Madrid Agreement.

¹⁸ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 10.

¹⁹ Art. 1 (2) of the Madrid Agreement.

²⁰ Art. 1 (3) of the Madrid Agreement.

²¹ Art. 1 (4) of the Madrid Agreement.

²² Art. 1 (5) of the Madrid Agreement.

²³ 若單純從文義上解釋，馬德里協定似僅就「來源地標示」予以規範。但若進一步從其條文規範（例如第 4 條，詳後述）或其制定背景觀之，似若干程度存有保護「原產地名稱」之概念存在。

²⁴ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 10.

²⁵ Art. 3*bis* of the Madrid Agreement.

關者，則為例外。²⁶ 似可認為，本條之規定可謂最早有關於「酒類地理標示」之保護規定。²⁷

第三項 里斯本條約

基本上，許多國家對於馬德里協定並不滿意。特別是法國等歐洲傳統國家，皆曾積極努力地將「原產地名稱」提議也納入馬德里協定保護之範圍，但卻未竟全功；²⁸ 因此，由法國、義大利、葡萄牙等國所致力推動，於一九五八年十月簽訂之「里斯本原產地名稱保護及其國際註冊條約（Lisbon Agreement for the protection of Appellation of Origin and their international registration）」（以下簡稱里斯本條約），於焉誕生。²⁹ 里斯本條約第一條第二項規定，各會員應依照本條約之規定，在其境內保護本條約之其他會員，在其領域內產品之原產地名稱；而所謂原產地名稱，係指一個國家、地區或地方之地理名稱，用來指明來源於該地之產品（products），其品質與特性，完全或主要係歸因於該地理環境，其中包括自然和人為因素。³⁰ 此係首次在國際規範上明文將原產地名稱予以定義之條約。而從上述之定義中可以得知，原產地名稱之特徵主要為：（1）使用在產品（products）之上；（2）可象徵或表彰其產品所具有之品質或其他特性；（3）該產品所具有之品質或特性，完全或主要係歸因於該地理來源者；（4）原產地名稱之「名稱」須為地理名稱（Geographical Name）。

須注意者，乃欲構成本條約所保護之原產地名稱，須具備

²⁶ Art. 4 of the Madrid Agreement.事實上，是否僅侷限於與葡萄產品來源之區域性名稱，曾引發多次爭議；後來更因此造就了里斯本條約之出現。詳參見方彬彬，前揭著，頁246~249。

²⁷ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 10.

²⁸ 方彬彬，前揭著，頁249。

²⁹ 里斯本協定曾於1967年、1979年於斯德哥爾摩修正。

³⁰ Art. 2 (1) of the Lisbon Agreement.

以下兩個要件：(1) 須為原產國³¹ 承認且保護之原產地名稱；
(2) 須經過 WIPO 國際事務局之國際註冊程序已取得註冊。³²
因此，欲取得里斯本條約對於原產地名稱之保護資格並不容易；不過，若一但取得，則其亦提供較為嚴密之保護。例如，以任何方式仿冒原產地名稱，即使其所標明之產品係真實來源（可能為相同地名），或使用翻譯形式，亦或附加「種類（Kind）」、「樣式（Type）」、「型式（mark）」、「模仿（imitation）」字樣等類似之名稱，均禁止之，³³ 此係禁止藉由地名淡化等附加陳述方式，公然依附其原產地名稱；³⁴ 而其他締約會員亦不能在其境內，將該原產地名稱轉換為通用名稱（generic）。³⁵ 不過，若根據國際註冊通知，一個原產地名稱已在一國家取得保護，如果該名稱在通知前已為第三人在該國使用，此時該國之主管機關應有權賦予該當事人，在不超過兩年之期限內，結束其使用；且必須在本條約第五條第三款所規定之一年期限屆滿後三個月內，通知國際事務局。³⁶ 另外，若依據本條約第五條之規定，在國際事務局辦理註冊登記後，原則上無須延展（或更新），該原產地名稱將持續受到保護。³⁷ 里斯本條約原則上並不排除特別聯盟各國，依照其他國際條約已經給予原產地名稱之保護，例如巴黎公約以及其後之修訂本，馬德里協定以及其後之修訂本，或是其他根據國家法律或法院判例所給予者之保護。

事實上，本條約之締約成員並不多，截至二〇〇三年四月十五為止，僅有法國、義大利、墨西哥等二十個會員參加。³⁸ 而

³¹ 所謂原產國（country of origin），係指其名稱構成原產地名稱，而賦予產品聲譽之國家、地區或地方所在之國家。Art. 2 (2) of the Lisbon Agreement.

³² See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 11. 至於國際註冊之程序，詳規定於本條約第五條以下。

³³ Art. 3 of the Lisbon Agreement.

³⁴ 方彬彬，前揭著，頁 250。

³⁵ Art. 6 of the Lisbon Agreement.

³⁶ Art. 5 (6) of the Lisbon Agreement.

³⁷ Art. 7 (1) of the Lisbon Agreement.

³⁸ 詳參表（二）。另外，斯洛伐克（Slovakia）提交了一個奶酪的原產地

若干重要國家，例如美國、德國、英國、加拿大等，也因皆有其各自之利益考量而未加入，使得該協定之重要性大為降低；但對於此種具有集體專屬性質之地理來源標誌的發展與保護，仍有其重要意義存在。³⁹

名稱“LiptovskaBryndza”，使得里斯本協定之原產地名稱註冊總數已達844個。資料來源：<http://www.wipo.int/cn/news/>（Accessed on 2003/4/23）。

³⁹ 方彬彬，前揭著，頁254。

表（二） 里斯本條約之締約國家與參加日期⁴⁰

締約國家		參加日期
1.	阿爾及利亞 Algeria	July 5, 1972
2.	保加利亞 Bulgaria	August 12, 1975
3.	布基納法索國 Burkina Faso	September 2, 1975
4.	剛果 Congo	November 16, 1977
5.	喀斯塔瑞卡 Costa Rica	July 30, 1997
6.	古巴 Cuba	September 25, 1966
7.	捷克 Czech Republic	January 1, 1993
8.	法國 France	September 25, 1966
9.	加彭 Gabon	June 10, 1975
10.	海地 Haiti	September 25, 1966
11.	匈牙利 Hungary	March 23, 1967
12.	以色列 Israel	September 25, 1966
13.	義大利 Italy	December 29, 1968
14.	墨西哥 Mexico	September 25, 1966
15.	葡萄牙 Portugal	September 25, 1966
16.	摩多幅共和國 Republic of Moldova	April 5, 2001
17.	塞爾維亞 Serbia and Montenegro	June 1, 1999
18.	斯洛伐克 Slovakia	January 1, 1993
19.	多哥 Togo	April 30, 1975
20.	突尼西亞 Tunisia	October 31, 1973

⁴⁰ 截至 2003 年 4 月 15 日止。資料來源：

<http://www.wipo.int/treaties/general/parties.html#1> (Accessed on 2003/4/24)。

第四項 開發中國家商標、商號名稱與不公平競爭行為 模範法

一九六六年十一月十一日所簽定之開發中國家商標、商號名稱與不公平競爭行為模範法（**Model Law for Developing Countries on Marks、Trade Names and Arts of Unfair Competition**，以下簡稱模範法），明確地將「來源地標示〈**Indication of Source**〉」與「原產地名稱〈**Appellation of Origin**〉」並列且明文予以定義。所謂來源地標示，係指「任何一種用來表示源自於某一特定國家、團體、地區或地方之產品或服務之說明或符號。」⁴¹ 而所謂原產地名稱，係指「一個國家、地區或地方之地理名稱，用來指明來源於該地之產品，而產業之質量與特點純粹或主要取決於該地理環境，其中包括自然和人為的因素。」⁴² 須注意者，乃早期在巴黎公約之規範中，並無法得知來源地標示之保護範圍為何；而在馬德里協定，若從該協定之全文名稱中觀之，似僅保護與商品有關之來源地標示；本模範法則明確地指出其保護範圍乃係包含產品（**products**）與服務二者。致於其對原產地名稱之定義，原則上則係延續里斯本協定之規範，不再贅述。

本模範法原則上禁止對於來源地標示與原產地名稱之濫用。例如禁止「直接或間接對於商品或服務使用虛偽不實或引人錯誤之來源地標示，或對其生產者、製造者或供應者本身使用虛偽不實或引人錯誤之說明。」⁴³ 或禁止「直接或間接使用虛偽不實或引人錯誤之原產地名稱，或仿冒原產地名稱，即使在產品上註明了真正之原產地，或該名稱係以翻譯之形式，或隨附諸如『同類』、『同型』、『同風格』、『相仿』或其他類似

⁴¹ Art.1 (1) (5) of the Model Law.

⁴² Art.1 (1) (6) of the Model Law.

⁴³ Art.51 (1) (1) of the Model Law.

標示者，亦同。」⁴⁴ 由於使用虛偽不實或引人錯誤之原產地名稱，將可能使原產地之生產者與一般消費者造成嚴重之損害；因此，任何主管機關以及任何相關之個人或團體組織，特別是能正確地使用上述標示或名稱，以表彰其商品或服務之生產者、製造者或商人，都可以向法院採取制止或抑止上述所提到之非法行為，或通過其代表之團體組織以達到該目的。⁴⁵

第五項 TRIPS 草案

GATT 在歷經八次之貿易回合談判後，終於在一九九三年十二月十五日之烏拉圭回合談判結束時，在各國達成一致之協議下，除了對於貨品貿易、服務貿易、智慧財產權與爭端解決等重要項目擬定新協定外，並決定成立 WTO，以取代 GATT 在組織方面之功能，並彌補其不足。⁴⁶

於 WTO 架構底下之 TRIPS，其最初之版本提案，乃係由歐洲共同體⁴⁷ 於一九九〇年三月二十九日所提出，其中 C 部份為關於地理標示之議題（包含原產地名稱），共有三個條文（第十九條至第二十一條）。⁴⁸ 其認為，所謂地理標示，乃係指「可表彰某一產品，其源自於某一國家、地區或地點，而該產品之品質、聲譽或其他特性，主要係歸因於該地理來源者，包含自然及人為因素。」⁴⁹ 此定義已接近現行 TRIPS 之規定，但多了「包含自然及人為因素」。另外，「地理標示應被保護，以防止任何構成不公平競爭之使用行為，包含易使公眾誤認其產品之真實產地的使用；特別是～某一產品並非來自於該產

⁴⁴ Art.51 (1) (ii) of Model Law.

⁴⁵ Art.51 (2) of Model Law.

⁴⁶ 羅昌發，前揭著，頁 6。

⁴⁷ 現已改制為歐洲聯盟。

⁴⁸ 其標題為：Geographical indications including appellations of origin.

See the EC proposal, Document MTN/GNG/NG11/W/68.

⁴⁹ *Id.* Art.19.

地，卻在交易上直接或間接地使用系爭地理標示；或任何侵占性、仿冒或引起（混淆），即使已明確標示該商品之實際產地，或該名稱或稱號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；除了真實之原產地外，在產品之稱號或描述上，使用任何容易使人聯想到該產品與任何地理區域之方式」⁵⁰者，皆在禁止之列；須注意者，乃上述之規定係適用於「任何產品之地理標示」，若相較於現行 TRIPS 第二十三條關於葡萄酒與烈酒之額外保護規定，可謂更廣泛且嚴格之保護。⁵¹ 另外，歐洲共同體之提案亦認為，「當情況適當時，原產地名稱⁵²也應受到保護，尤其是葡萄酒，可使得原產國也受到保護」。⁵³ 歐洲共同體之提案及其他要素最後合併納入現行 TRIPS 第二十三條之葡萄酒及烈酒之「額外保護」中。⁵⁴

繼歐洲共同體之後，美國是第二個提案之國家。該提案之 C 部份，為關於地理標示之議題（包含原產地名稱），共有二個條文（第十八條至第十九條）。⁵⁵ 其認為應透過集體商標與證明商標之制度以保護地理標示；⁵⁶ 而此亦是美國現行法制下所採行之制度，已如前述。須注意者，乃美國之提案中雖贊成對於地理標示之保護；但其亦強調，關於葡萄酒之地理標示，只有在造成公眾對其真實原產地有所誤導時，方禁止該酒類產地之非通用名稱的使用。⁵⁷

⁵⁰ *Id.* Art.20 (1) .

⁵¹ 相同見解，Sergio Escudero , *supra* note 1, at 23.

⁵² 須注意者，乃歐洲共同體於該提案中，對於原產地名稱係以「Appellations of Origin」稱之，但嗣後於 1992 年 7 月 14 日所公佈之 Nr.2081/92 命令中，其第 2 條第 2 項第 (a) 款卻改用「Designations of Origin」，取代先前「Appellations of Origin」之用語，概念上與里斯本條約之定義大致相同；但卻進一步要求該產品之加工須完成於該特定之地理區域內，只有在符合條第 4 項至第 7 項之例外規定時，方予以放寬。

⁵³ See Art.20(2) of the EC proposal, Document MTN/GNG/NG11/W/68.

⁵⁴ See Sergio Escudero , *supra* note 1, at 23.

⁵⁵ 其標題為：Geographical indications including appellations of origin. See the US proposal, Document MTN.GNG/NG11/W/70.

⁵⁶ *Id.* Art.18.

⁵⁷ *Id.* Art.19. 關於其歷史背景，已如前述。

另外，在瑞士之提案裡，其 C 部份，乃係關於地理標示之議題（包含原產地名稱），共有二個條文（第二二〇條至第二二一條）。⁵⁸ 該提案指出，地理標示與原產地名稱皆應被保護；⁵⁹ 所謂地理標示，「乃係一個直接或間接涉及到產品之原產地，其中包含特性與品質，且該特性與品質與其原產地有關。」⁶⁰ 而所謂原產地名稱，「乃地理標示之適格類型，係一個國家、地區或地方之稱號，而其可表彰源自於該區域之產品，與其品質、聲譽或其他特色，主要或完全歸因於該地理來源，其中包含自然與人為因素。一個稱號（denomination）有其慣有之地方特色，可表現出品質、聲譽或其他特色者，亦可被視為原產地名稱。」⁶¹ 另外，其更明白地提到「服務」亦可包含在上述之概念中。⁶² 此種定義除了可以表現出，地理標示乃係一個總體概念，而原產地名稱僅係此種標誌概念下的一種適格類型外；⁶³ 本文認為，該提案似乎表現出其企圖心，欲整合各國之提案定義與先前之國際規範類型。此種特殊且全新之提案，或實值參考；但也因變化太大，而未被各國所採納。

TRIPS 協商團體之主席（Lars Anell，瑞典大使）在整合上述各國所提出之版本後，於一九九〇年七月二十三日，提出協商後之報告。⁶⁴ 其中第三部份之第三點為地理標示（包含原產地名稱）之保護。該提案包括保護地理標示之義務以防止「任何侵占性的仿冒或引起聯想，即使在產品上註明了真正之原產地，或該名稱（appellation）或稱號（designation）係以

⁵⁸ See the Swiss proposal, Document MTN.GNG/NG11/W/73.

⁵⁹ *Id.* Art.220（1）.

⁶⁰ See the Swiss proposal, *supra* note178, Art.220（2）.

⁶¹ *Id.* Art.220（3）.

⁶² *Id.* Art.220（4）.

⁶³ See Daniel Gervais, *supra* note103, at 123.

⁶⁴ See Document MTN/GNG/NG11/W/76. 須注意者，乃該份報告亦提出兩種本質上及結構上互為不同之方法。其中之一為簡單之 TRIPS，內容包含各討論之領域與智慧財產權之七大項目；另外一種方法則又細分為兩部分，一部份為仿冒及盜版商品之交易，另一部份則為智慧財產權之取得、範圍、使用權之標準及原則。

翻譯之形式，或隨附諸如『同類』、『同型』、『同風格』、『相仿』或其他類似標示者，亦同。」⁶⁵ 而其亦提及以下之義務：「透過合作以達成建立起專為已受保護之地理標示的國際註冊程序，以促進地理標示(包含原產地名稱)的保護。」⁶⁶ 隨後，於一九九〇年十二月三日在布魯塞爾所召開之部長級會議中，則進一步提出協議草案；⁶⁷ 此協議草案相較於前述之報告，可謂更加精緻與用心。⁶⁸ 例如該草案可謂第一個提及「葡萄酒（wines）地理標示之額外保護」的構想；須注意者，乃其尚未提到烈酒（spirits）部分。⁶⁹ 另外，為促進保護，該協議草案認為「...委員會應『檢查其成立過程』，建立起地理標示的通知與註冊多邊制度，以供所有參與該制度之國家可受保護之。」⁷⁰ 不過此係包含各種產品之地理標示，而非僅限於葡萄酒之地理標示。⁷¹

地理標示之爭議，由於涉及龐大之經濟利益糾紛，上述所提出之草案仍無法獲得共識；因此在隔年十二月，GATT 總執行長（Arthur Dunkel）又提出一份新的綜合文件，稱之為「Dunkel Text」，⁷² 嘗試再一次地尋求各國可能接受之平衡點。事實上，此綜合文件仍然無法（或根本不可能）獲得各國家或經濟組織之完全認同，但已和現行 TRIPS 之規定幾近相似；⁷³ 因此本文不再進一步就其內容作詳細論述。須注意者，乃關於 Dunkel Text 對於地理標示之定義，其內容略為「某一商品，源自於某一國家、地區或地點，而該商品之品質、聲譽

⁶⁵ *Id.* Section 3, Art.2 (b) (1) .

⁶⁶ *Id.* Art.3.

⁶⁷ See Document MTN/TNC/35/Rev.1. 引自 Sergio Escudero , *supra* note1, at 25.

⁶⁸ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 25.

⁶⁹ See Art.25 of Document MTN.TNC/35/ Rev.1.引自 Sergio Escudero , *supra* note 1, at 25.

⁷⁰ *Id.* Art.27.

⁷¹ See Sergio Escudero , *supra* note 1, at 25.

⁷² This document was circulated under the reference MTN.TNC/W/FA and was presented on 20 December 1991.

⁷³ 例如條文順序、地理標示之定義、保護內容與範圍、葡萄酒與烈酒之額外保護及其通知註冊制度、國際談判與例外條款等。

或其他特性，其係歸因於該地理來源者。」，⁷⁴ 雖與前述歐洲共同體所提之版本定義相似，但卻少了「包含自然與人為因素」一詞，因此有學者認為，可藉此推論出 Dunkel Text（包含現行之 TRIPS）乃係有意地將地理標示之範圍，排除人為因素，而僅侷限於因自然因素所形成之地理標示。⁷⁵ 本文則認為：

（1）Dunkel Text（現行 TRIPS 亦同）雖刪除了「包含自然與人為因素」一詞，但卻在商品之「品質和特性」外，增加了「聲譽」一項，使得地理標示之範圍擴大，而非限縮；（2）「地理」一詞之意涵，並非專指自然因素一種意義而已，如前所述，係泛指地理之來源，舉凡與該地理來源有關，例如當地之自然氣候、人為技術亦或歷史、人文等因素，若能使得一般人對於商品與該區域進一步產生聯想，皆可納入此範圍；（3）智慧財產權之保護，乃係隨著時代之發展與進步，正逐漸地在擴大當中，日後對於地理標示之保護，不但可能擴及到整個與地理來源有關之商品來源標誌，甚至是服務亦有可能納入，當然 Dunkel Text（現行 TRIPS 亦同）之規定並不包含服務在內；（4）以當時（或目前）產業發展之趨勢來看，工業等其他產品之商業價值，往往更勝農產品而專美於前，因人為因素所產生之地理標示，似無強加排除之理由；（5）原產地名稱乃係地理標示之特殊類型之一，⁷⁶ 而原產地名稱既已包含了自然及人為因素，則依此解釋，地理標示之範圍當然並非僅侷限於自然因素，而係包含因自然、人為甚或其他因素，而解釋成 Dunkel Text（現行 TRIPS 亦同）乃係更擴大其保護範圍才是。⁷⁷

⁷⁴ Art.22（1） of the Dunkel Text.

⁷⁵ See Bendekgey, Lee/ Mead, Caroline H., International Protection of Appellation of Origin and Other Geographical Indications, TMR Vol.82, at 785.（1992） 引自方彬彬，前揭著，頁 257。相同見解，我國公平交易委員會第三處－郭淑貞、王榮菁、李文秀、林秋妙，國際化與自由化政策下、產地標示與不公平競爭之關係，第四屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集，87 年度自行研究計畫報告，頁 649。趙晉枚，產地表記保護的真意及我國的因應模式（四），工業財產權與標準，87 年 4 月，頁 32。

⁷⁶ 此係 WIPO 之見解，詳前述。

⁷⁷ 參考 WIPO 對於現行 TRIPS 地理標示之見解，其認為：「地理標示之使用並不侷限於農產品。地理標示尚可突顯出，在產品原產地中，因人

第六項 小結

綜上所述，⁷⁸ 來源地標示、原產地名稱與地理標示之關係，可詳細比較如下：

為因素致使產品具有特殊之品質，而這些人為因素可以包括特殊之生產技能與傳統。原產地可以是一個村莊或城鎮，一個地區或國家。後者的一個例子是"瑞士"，它在許多國家中被當成是瑞士製品之地理標示，特別是將其認為是手錶的地理標示。」亦可間接得此結論。資料來源：<http://www.wipo.int/about-ip/en/index.html>。(Accessed on 2003/4/20)

⁷⁸ 現行 TRIPS 第 22 條關於地理標示之定義，已於第 2 章第 1 節作介紹，因此本文並未再多作論述。

表（三） 來源地標示、原產地名稱與地理標示之關係

		來源地標示 Indication of Source	地理標示 Geographical Indication	原產地名稱 Appellations of Origin
使用該名詞之國際規範		巴黎公約、馬德里協定 ⁷⁹ 、開發中國家商標商號和不正當競爭行為模範法	TRIPS 草案、TRIPS	巴黎公約、里斯本協定、開發中國家商標商號和不正當競爭行為模範法
保護範圍	服務	✓		
	商品	✓	✓	✓
表彰內容	品質		✓	✓
	聲譽		✓	
	其它特性		✓	✓
表現形式	地理名稱	✓	✓	✓
	與地理來源有關之標誌	✓	✓	
	其它	✓		
註冊與否			✓ 80	✓

另外，因地理標示與原產地名稱之概念較為相似，甚至可認為原產地名稱乃係地理標示之一種類型，本文則進一步就上述表

⁷⁹ 須注意者，乃馬德里協定若從其規範名稱中觀之，似僅指商品而言。詳前述。

⁸⁰ 目前依 TRIPS 之規定，僅葡萄酒與烈酒之地理標示須予以註冊，目前仍在發展當中。至於是否擴及其他類型之地理標示，目前仍在 WTO 會議中討論。

（三）所未提及之部分，予以比較如下：

表（四） 地理標示與原產地名稱之差異⁸¹

	地理標示	原產地名稱
內容與範圍	任何指向某一國家、區域或地方之表示（Indication）；包含任何標誌（Symbols）。	乃係某一國家、區域或地方之地理名稱（Geographical Name）；範圍僅適用於該地理名稱。
保護對象	商品（Goods）。	產品（Products）。
表彰內容	品質（Quality）、特性（Characteristics）聲譽（Reputation）。	品質（Quality）、特性（Characteristics）
使商品具特色之原因	地理來源（Geographical Origin）－不限於自然與人為因素。	地理環境（Geographical Environment）－包含自然（Natural）與人為因素（Human factors）。

尚須注意者，乃學說上對於原產地名稱、來源地標示與地理標示相互間之概念，在論述上並不一致；茲整理其見解如下：

（一）地理標示包含「來源地標示」與「原產地名稱」

「世界知識產權組織在新的公約中使用了“地理標識”（Geographical Indication），這些公約是有關標識特定產品的特定地理來源的名稱和符號的國際保護公約。使用該術語的意圖是運用其最廣泛的意義。它既包含原產地標識⁸²，又包括來源地（出產地）意義上的產地標識⁸³。」⁸⁴「貨源標記⁸⁵或原

⁸¹ See Daniel Gervais, *supra* note 103, at 123.

⁸² 即本文之原產地名稱（Appellations of Origin）。

⁸³ 即本文之來源地標示（Indication of Source）。

產地名稱，是與商標有關的商品區別標志，在《知識產權協定》中統稱為「地理標記」。⁸⁶「《知識產權協議》所稱的地理標記就是指《巴黎公約》中所說的貨源標記、原產地名稱。」⁸⁷我國學者賴文平教授亦認為，若從 TRIPS 第二十三條及第二十四條觀之，其中特別規定締約國必須提供公告及註冊（Notification and Registration）之體制來看，地理標示應包含來源地標示與原產地名稱。⁸⁸若採此種見解，則地理標示之涵義與範圍最廣。

（二）地理標示即等同於「原產地名稱」，但與「來源地標示」不同

「1993 年結束的關貿總協定烏拉圭回合多邊貿易談判，締結了《與貿易有關的知識產權協定》，該協定對原產地名稱的保護，包括…」。⁸⁹「原產地名稱，也稱為原產地標志或地理標志，對原產地名稱的具體內涵，我國法律沒有明確的界定。根據世界知識產權組織《保護原產地名稱及其國際註冊里斯本協定》第 2 條，和世界貿易組織《與貿易有關的知識產權協議》第 22 條的規定，所謂原產地名稱，是指由地理名稱所構成的，用於標示來源於該地且由該地之地理環境來決定其特定品質的商品的一種區別性標志。」⁹⁰「“地理標志”是協議中提出應予保護的又一商業標記。這一標記，又稱“原產地標

⁸⁴ 孔祥俊，前揭著，頁 191。

⁸⁵ 「貨源標記，即是用來表示商品出處的標志，換言之，是表示商品於特定的國家、地區、地方所生產、製造或加工而使用的區別標志，例如“中國製造”、“北京製造”等。」詳參見吳漢東、劉劍文，前揭著，頁 316。而此即為來源地標示（Indication of Source）之意義。

⁸⁶ 同前註 205，頁 316。

⁸⁷ 林剛，前揭著，頁 400。

⁸⁸ 賴文平，地理標記研究（上），工業財產權與標準，85 年 11 月，頁 23。

⁸⁹ 李永明，知識產權法學，杭州大學出版社，1997 年 6 月第 3 次印刷，頁 512~520。

⁹⁰ 黃勤南，前揭著，頁 428。

記”。…」⁹¹「貨源標記又稱產地標記，它是用於表明一種產品來源於某一特定的國家、地區或地方，而由表示一個國家、地區或地方的名稱、符號或圖形構成的標記。如“中國製造”。其目的僅僅是爲了指明產品或服務的來源地。《德國商標法》上用“地理來源標志”一詞…。原產地名稱又稱地理標志。1958 年締結的《保護原產地名稱及其國際註冊里斯本協定》使用了“原產地名稱”一詞…《與貿易有關的知識產權協議》採用了“地理標志”一語…。⁹²

（三）本文見解

本文認爲：

（1）在 TRIPS 所定義之地理標示，概念上比里斯本協定中所定義之原產地名稱之範圍更廣。⁹³ 所有的原產地名稱皆爲地理標示；但並非所有的地理標示皆爲原產地名稱。⁹⁴ 換言之，原產地名稱乃係地理標示之一種特殊類別；地理標示之概念包括了原產地名稱（同 WIPO 見解）。

（2）馬德里協定中所定義之來源地標示（Indication of Source），乃係一個不同於地理標示與原產地名稱、範圍甚至更廣泛的概念；⁹⁵ 其包含任何直接或間接地指涉某一國家或特定領域之標

⁹¹ 鄭成思，知識產權法（“九五”規劃高等學校法學教材—民商法系列），司法部法學教材編輯部編審，法律出版社，1997 年 7 月第 1 版，頁 216。

⁹² 沈致和、王春燕，前揭著，頁 245~246。

⁹³ 相同見解，Daniel Gervais, *supra* note 103, at 125. 劉國奇，原產地域保護和原產地證明商標保護，資料來源：

<http://www.hongdun.gov.cn/gslt/%E5%8E%9F%E4%BA%A7%E5%9C%B0%E4%BF%9D%E6%8A%A4%E5%92%8C%E5%8E%9F%E4%BA%A7%E5%9C%B0%E8%AF%81%E6%98%8E%E5%95%86%E6%A0%87%E4%BF%9D%E6%8A%A4.htm>（Accessed on 2003/5/20）。

⁹⁴ See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 7.

⁹⁵ 就範圍大小而言，有學者認爲來源地標示涵蓋了地理標示與原產地名稱。See Sergio Escudero, *supra* note 1, at 6.

誌。範圍除了商品外，更及於服務，而此部份乃 TRIPS 所無。

⁹⁶ 須注意者，乃來源地標示雖可表現出產品（products）之來源（地），但卻不能表現出該產品來源地與其產品之品質、聲譽或其他特性，是否具有一定之關連性。例如常可見到 Made in china、Made in American 等附加於商品上之標誌，即為適例。此和地理標示可象徵或表彰商品所具有之品質、聲譽或其他特性，且商品所具有之品質、聲譽或其他特性，主要係歸因於該地理來源者，有所不同。來源地標示，原則上並不適用於 TRIPS 第二十二條第一項之範圍內；因為此種標示只能表現出產品的來源地，但對於品質、聲譽及其他特性，由於沒有一定之關連性，因此在概念上應予以排除。⁹⁷ 須注意者，乃因來源地標示與原產地標示之範圍較廣，可能涵攝到地理標示；但此部份若已符合地理標示之概念，理論上則直接適用地理標示之規範即可解決。

（3）另外，因「某一標誌能否作為地理標示，乃是一個涉及到國內法和消費者觀念之問題」，⁹⁸ 故地理標示在各國間之範圍可能不盡相同。

第二節 TRIPS 之基本規範

第一項 概說

⁹⁶ See Daniel Gervais, *supra* note 103, at 125. 另外，我國學者亦有認為，TRIPS 第 22 條第 1 項對於地理標示之定義，只適用於商品（goods）上，至於服務則不包括在內，同此結論。詳參見趙晉枚，前揭文，產地表記保護的真義及我國的因應模式（四），頁 32。

⁹⁷ WTO 之貿易談判委員會即明白指出，地理標示不包含「來源地標示（Indications of Source）」，蓋其僅能表彰產品之來源功能而已。See WTO/TN/IP/W/7, para.30. 須注意者，該文件亦將「indications of origin」予以排除。

⁹⁸ WIPO 見解。資料來源：

http://www.wipo.int/cn/about-ip/index.html?wipo_content_frame=/cn/about-ip/geographical_ind.html（Accessed on 2003/5/23）。

自十九世紀以來，國際上對於地理來源標誌之保護，在商品經濟之長期發展下，仍不斷地在發展與擴大當中，已如前述。特別是地理標示，在現代之商業領域裡，已逐漸佔有一定之地位與功能，倘若被不肖業者予以瓢竊濫用，而為虛偽不實之標示時，將使消費者在選擇商品時，因該標示而發生混淆、誤認而購買之，使消費者之權益遭受到嚴重損害。另外，對於真實標示之業者本身，不但可能導致該地理標示之評價逐漸降低，造成難以估計之利益損失，更有可能因為第三人之濫用，使得地理標示成為通用名稱而不受保護。WIPO 即認為：「消費者往往將地理標示理解為代表產品之來源地和品質的標記。有相當多的地理標示皆具有極富價值之聲譽；如果對其不加以適當保護，將因不正當之商業行為而被虛偽陳述。未經授權的當事者虛假地使用地理標示之行為，例如把並非生長在大吉嶺茶園的茶葉冠以"大吉嶺"之名稱，將損害消費者與合法之生產者。其使得消費者受到矇騙，讓其誤以為其所購買者乃係具有特殊品質和特性之真品，但實際上他們所購買的卻是一種毫無價值的贗品。合法之生產者也蒙受了損失，因為被他人搶走其具有價值之商業活動，同時也損害了其所公認之產品聲譽。」⁹⁹ 綜上所述，若不對地理標示給予適當之保護與管理，放任此種虛偽不實之地理標示，持續地侵害消費者與合法生產者之權益，甚者更將對於整個國家之交易秩序、經貿或農工商等產業發展與對外之國際形象，造成嚴重且不利之影響。

故對於地理標示，已經有越來越多之國家意識到其保護之必要性，而紛紛尋求解決之道，例如單獨立法或是在其他現行法制底下（例如商標法或不正競爭法等）予以規範。國際規範上最早從巴黎公約開始，其中經歷馬德里協定，里斯本協定，開發中國家商標、商號名稱及抑止不正競爭行為模範法等重要之國際條約，已逐漸形成保護之共識；最後被 TRIPS 納入保

⁹⁹ 資料來源：<http://www.wipo.int/about-ip/en/index.html>（Accessed on 2003/3/23）。

護之客體。凡是 WTO 協定之會員，皆應「實施本協定之規定。」而「會員得提供較本協定規定更廣泛之保護，但不得抵觸本協定。會員得於其本身法律體制及程序之內，決定履行本協定之適當方式。」¹⁰⁰ 截至二〇〇三年為止，參與 WTO 之會員已達到一百四十六個國家或區域性經濟團體。¹⁰¹ 從這一個觀點而言，關於地理標示之保護課題，已不容再忽視（至少是對於 WTO 之會員而言）。以下，本文將就 TRIPS 之基本規範內容，逐一作詳細之介紹。

第二項 一般規定

第一款 禁止使用不實之地理標示與不公平競爭之行為

TRIPS 第二十二條第二項規定：「會員應提供地理標示之利害關係人法律途徑以防止：（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。」本項主要在宣示，禁止任何人使用不實之地理標示與不公平競爭之行為，詳述如下：

第一目 禁止使用不實之地理標示

¹⁰⁰ Art. 1（1）of the TRIPS .

¹⁰¹ 資料來源：

http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm (Accessed on 2003/6/2)。

TRIPS 原則上禁止使用不實之地理標示，以防止導致公眾誤認商品之產地。所謂不實，亦即違反真實原則；而真實之意涵，不僅要求確有其地且來自其地，更涵蓋消費者對該商品之品質或其他特性之期待。¹⁰² 所謂誤認或誤信，係就結果論而言；凡是造成一般大眾對於某一商品與不實之地理標示產生聯想，皆包含之。¹⁰³ 另外，地理標示之構成，主要係以商品結合地理名稱為主，若將其標示在商品上，即謂以明示之方法；但若以其他暗示之方法（例如當地之特殊標記－日本富士山、巴黎鐵塔等，或於商品包裝上之附加說明），使得消費者對於該商品之來源、品質或其他特性，產生誤認、誤信者，亦屬本條所禁止之列。

至於，若使用不實之地理標示，但未致公眾對於該商品之來源、品質或其他特性，產生誤認、誤信者，則非本條所禁止之範圍。¹⁰⁴ 例如：（一）該地理名稱已轉化為通用名稱，例如在一般大眾之概念上僅表示商品種類或其性質之種類名稱；¹⁰⁵（二）幻想性標示－任何人皆可輕易、明確地判斷，該標示並不具有表彰商品品質或其他特性之功能，亦不會將商品與某一地理區域相聯結。上述之概念已於前面第二章第三節第二項「地理標示之範圍」中介紹過，故不在贅述。

第二目 禁止不公平競爭之行為

¹⁰² 方彬彬，前揭著，頁 51。

¹⁰³ 有學者認為，所謂誤導（誤認）可包含兩種情形，一係造成商品與某地之不實聯想，另一則為泛指就產品之產地傳達不實之印象。而 TRIPS 應包含第一種情形並無問題；至於第二種情形則有待觀察。參見趙晉枚，前揭文，產地表記保護的真意及我國的因應模式（四），頁 33。

¹⁰⁴ See Daniel Gervais, *supra* note 103, at 126.

¹⁰⁵ 有將種類名稱在細分成「廣義之種類名稱」與「狹義之種類名稱」，前者包含狹義之種類名稱與性質陳述，詳參見方彬彬，前揭著，頁 66~74。本文則採取廣義之種類名稱見解。

所謂不公平競爭之行爲，依巴黎公約第十條之一第二項規定，係指「違反工商業務之誠信競爭行爲」。¹⁰⁶ 至於何謂違反工商業務之誠信競爭行爲，依該公約第三項之例示規定，有以下三種類型：

- (一) 任何使公眾對競爭者之企業 (*establishment*)、商品或工商活動等，產生混淆之行爲¹⁰⁷

此類型之不公平競爭行爲，包含任何一種可能造成一般大眾混淆誤認之行爲，例如對於競爭者之企業、商品或工商活動等行爲。¹⁰⁸ 基本上，若其使用者乃相同或近似於商標或企業名稱之地理標示，因為有商標法或公司法等特別法加以規範，固可逕依該法律予以禁止之。另外，其他足以構成商品表徵之地理標示使用行爲，若因此而造成商品之混淆誤認，亦可逕依不公平競爭之相關法制予以制止。

- (二) 於交易過程中，以不實陳述損害競爭者之企業、商品或工商活動之信譽者¹⁰⁹

此類型之不公平競爭行爲，係指以不實之陳述，指控競爭對手之企業、商品或其工商活動等，予以詆毀攻擊。至於其所涵蓋之範圍如何，則需視各國之立法自行決定之。

¹⁰⁶ Art. 10*bis* (2) the Paris Convention.

¹⁰⁷ Art. 10*bis* (3) (a) the Paris Convention.

¹⁰⁸ 唯一例外者，乃對於地理標示之來源地的混淆誤認；蓋此係 TRIPS 第 22 條第 2 項第 a 款所規範。因為：(一) 歷史原因 - 早期巴黎公約於修正時，有國家認為應將「*origin*」加入，但卻被美國予以否決；(二) 若從 TRIPS 第 22 條第 2 項之規定觀之，第 a 款與第 b 款分別列之，應有其意義區別；否則若將第 b 款作最廣義之解釋，則第 a 款之規定似屬多餘。詳參見趙晉枚，前揭文，產地表記保護的真意及我國的因應模式 (四)，頁 34。

¹⁰⁹ Art. 10*bis* (3) (b) the Paris Convention.

（三）於交易過程中，以標示或陳述，致使公眾對商品之品質、製造過程、特性、合適性或品質產生誤認¹¹⁰

此種類型亦屬不公平之競爭行為，凡是針對該商品之品質、製造過程、特性、合適性或品質的認知等，均包含之。

第二款 禁止不實之地理標示註冊為商標

TRIPS 第二十二條第三項規定：「商標與非其商品原產地之地理標示結合或構成，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；該會員應制定法律，或依利害關係人之申請，不准此等商標之註冊或評定其註冊無效。」TRIPS 原則上禁止不實之地理標示註冊成為商標，以避免一般消費大眾之誤認誤信，損害真實標示之當地生產者權益。例如台灣廠商若欲以瑞士之文字，向我國智慧財產局申請商標註冊，使用於鐘錶類之商品時，即應（依法）予以禁止而駁回之；若已經註冊，則應（依法）將其評定為無效。原則上構成本款之事由，必須符合以下之要件：

- （一）係爭商標之全部或部分包含地理標示；
- （二）該商標所表彰之商品並非來源於該地理標示所指涉之地域；
- （三）商標之使用將造成一般大眾之誤導，使商品與產地產生不正確之聯想。

另外，同條第四項規定：「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

¹¹⁰ Art. 10bis (3)(c) the Paris Convention.

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。」此和上述第三項之情形有所不同。蓋第三項所稱者，乃係商品原非來源於該產地，卻以該產地作為地理標示而使用之；第四項則係相反，乃商品雖真實來源於該產地，但因其他國家有相同之地名，一般大眾卻對於商品真正之來源地產生錯誤，被引導指向其他相同地名之非真正產地也。舉例而言，英國劍橋（Cambridge）所出產之陶瓷在法國享有極高之知名度；但是位於美國波士頓境內亦有一名為劍橋（Cambridge）之地區，其亦向法國銷售該商品，並以劍橋陶瓷為地理標示而銷售之，此時該美國廠商若將其作為商標而向法國申請註冊，則可能會被主管機關予以駁回，或構成不公平競爭之行爲。¹¹¹

第三項 葡萄酒與烈酒地理標示之額外保護

關於葡萄酒與烈酒¹¹²之地理標示，TRIPS 第二十三條作有進一步之保護規範。該條第一項規定：「會員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與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然。」¹¹³原則上，每一WTO之會員均應對於利害關係人提供法律途徑，以防止第三人就葡萄酒與烈酒使用非真正產地之地理標示，即使已明確標示該商品之實際產地，亦或是該地理標示僅係翻譯用語或一種補充說明（例如將該地理標示與「同類」、「同型」、「同風格」、「相仿」或其他類似標示等附加於該商品上）者，皆屬之。

¹¹¹ 公平交易委員會第三處－郭淑貞、王榮菁、李文秀、林秋妙，前揭文，頁651。

¹¹² 「Spirits」，有將其翻譯成蒸餾酒或烈酒等不同名稱；鑒於世界各國對蒸餾酒之分類不一，定義未盡相同，本文因此選擇採取較為廣泛之用語－烈酒，以作為本文對於「Spirits」之中文翻譯。

¹¹³ Art. 23 (1) of the TRIPS.

同條第二項規定：「葡萄酒與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。」¹¹⁴ 大致上來說，葡萄酒與烈酒之地理標示與一般之地理標示保護差別在於，前者無須具備「可能引起混淆」之要件。¹¹⁵ 因此葡萄酒與烈酒之地理標示之保護可謂較為嚴格。只要某一商標含有葡萄酒與烈酒之地理標示者，無論是否會造成一般大眾之混淆或誤導，皆應依法定職權或利害關係人之申請，駁回該商標之註冊申請，或將其註冊評定無效。

同條第三項規定：「葡萄酒與烈酒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¹¹⁶ 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。」¹¹⁷ 由於世界幅員遼闊，其中不乏相同或類似之地名者，倘若恰巧兩個地區皆生產葡萄酒與烈酒之產品，則對於各該地理標示均應提供保護之途徑；而此係建立在，相關生產者仍可獲得公平待遇之確保，以及一般大眾不致於被誤導之前提下。

同條第四項規定：「為促進會員對葡萄酒之地理標示保護，與貿易有關之智慧財產權協定理事會應就建立保護之葡萄酒之地理標示，通知及註冊之多邊體系進行諮商，使葡萄酒等產品，於參與該體系之會員間可獲得保護。」¹¹⁸ 此即目前 TRIPS 理事會所在推動之建立多邊葡萄酒與烈酒之地理標示登記及通知制度。¹¹⁹ 須注意者，乃本項僅提到葡萄酒，依文

¹¹⁴ Art. 23 (2) of the TRIPS.

¹¹⁵ 羅昌發，前揭著，頁 731。

¹¹⁶ 亦即第 22 條第 4 項：「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。」

¹¹⁷ Art. 23 (3) of the TRIPS.

¹¹⁸ Art. 23 (4) of the TRIPS.

¹¹⁹ WTO 之貿易談判委員會，曾於 2003 年 2 月 18 日之會議中再次確認。
See WTO/TN/IP/W/7, para.6~8.

義解釋並不包含烈酒在內；但 DOHA 宣言於第十八段明文指出，本項之解釋應包含葡萄酒及烈酒兩種在內。我國已於二〇〇二年十月與阿根廷、澳大利亞、加拿大、美國等十七個國家，聯合提出葡萄酒與蒸餾酒地理標示之多邊登記及通知制度建議案；¹²⁰ 而 WTO 秘書處目前則已將各國之背景資料與建議彙整成冊，以供未來更進一步之整合。¹²¹

第四項 國際談判與例外規定

第一款 國際談判

歐洲共同體在談判時主張，美國應將其有關葡萄酒之通用名稱（common name）回歸其原來之意義，¹²² 但為美國所反對，蓋已無回復之可能，故希望就既有之用語，設有若干之例外規定。事實上，不僅美國有此種問題，其他諸如拉丁美洲、澳大利亞等國，由於早期歐洲國家實施殖民政策，殖民地之業者為顯示出殖民地與宗主國之關係，往往將其宗主國境內之地名附加在其商品上，而有其歷史背景因素存在。¹²³ 以下之規定為 TRIPS 國際談判之基本條款，由於其宣示之意義大於實質意義，概念明確且清楚，故本文僅就其條文分列如下，不再贅述：

（一）TRIPS 第二十四條第一項規定：「會員同意依據前條之規定，就加強對於個別之地理標示保護進行談判。會員不得依據

¹²⁰ See WTO/TN/IP/W/5。

¹²¹ See WTO/TN/IP/W/7。

¹²² 例如香檳—champagne，不應為商品之種類名稱，應將其回歸到地理名詞之意義。

¹²³ Terence P. Stewart, ed., *The GATT Uruguay Round: A Negotiating History (1986-1992)*, Vol. II :Commentary 2303-04 (1993). 引自羅昌發，前揭著，頁 732~733。

第四項至第八項之規定而拒絕進行談判，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。」

（二）TRIPS 第二十四條第二項規定：「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。」

（三）TRIPS 第二十四條第三項規定：「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。」

第二款 例外規定

第一目 事前善意使用之例外

在 TRIPS 制定有關於地理標示之保護規定時，尚考量到不朔及既往之問題。TRIPS 第二十四條第四項規定：「本節之規定，不得要求會員禁止其國民或居民，繼續使用另一會員境內之所有葡萄酒或烈酒地理標示，於同一或類似之商品或服務上，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：（一）在西元一九九四年四月十五日以前，已達十年以上者；或（二）於上開日期前係善意使用者。」例如，Budweiser（百威）啤酒案。該案之波希米亞之百威城（Budweis），早在十三世紀時，即開始以當地特殊之方法釀製啤酒，並且以該城之地名－Budweiser（百威）

稱之。後來在十九世紀時，美國某酒類製造商亦以 **Budweiser**（百威）命名，更依該文字取得商標權。¹²⁴ 若依 **TRIPS** 本條項之規定，則該美國之酒類製造商，仍可繼續使用 **Budweiser**（百威）此一名稱。基此規定，**TRIPS** 原則上同意，就現狀中，相同或近似於地理標示之使用行為，在符合一定要件下，得繼續使用之。亦即：（一）須為葡萄酒或烈酒之地理標示；（二）須在西元一九九四年四月十五日以前，使用已達十年以上，或於上開日期前係善意使用者；（三）於會員之領域內連續使用於同一或類似之商品或服務。

尚須注意者，乃本項之條文明確指出，適用之客體係有關葡萄酒或烈酒同一或類似之商品或服務的特殊地理標示。若依嚴格之文義解釋，應只有與葡萄酒或烈酒有關之地理標示方有適用。但因 **TRIPS** 第二十三條之制定背景，實係基於葡萄酒或烈酒地理標示之經濟價值甚高，可謂第二十二條之特別規定，凡屬於葡萄酒或烈酒之地理標示，只要有不實標示之情事，雖不致造成一般大眾之混淆誤認，仍然必須予以規範，涵攝範圍顯然大於一般之地理標示；因此，依舉重以明輕之法理，似無限制「一般」地理標示之善意使用人不得繼續使用之。¹²⁵

第二目 善意註冊之例外

TRIPS 第二十四條第五項規定：「商標之申請或註冊係屬善意者，或係因善意使用而取得，該二種情形之一係於：（一）此等規定係於該會員依第六篇實施之前；或（二）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

¹²⁴ 美國上訴法院第二巡迴法院，1923 年案，**AnheuserBusch, Inc. v. Budweiser Malt Products Corp.**, 295 F.306。引自趙晉枚，前揭文，產地表記保護的真意及我國的因應模式（四），頁 44。

¹²⁵ 類似見解，趙晉枚，前揭文，產地表記保護的真意及我國的因應模式（四），頁 38。其指出：「又本項善意使用之例外，雖然未明文規定適用於何一條款，觀其內容，似主要針對第 23（1）條及第 22（2）（a）條的情形。」依該文義，似指此種善意使用之不溯及既往，包含一般類型之地理標示與葡萄酒與烈酒之地理標示。

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。」若某一地理標示在某一會員之領域裡，於該國依 TRIPS 第六篇之規定實施前，或於該國受到保護前，因善意之商標申請、註冊或因使用而取得商標專用權者，縱使該商標相同或近似於此一地理標示，亦不得因此而損及此商標註冊之資格或有效性，或其使用之權利。

第三目 現有類名不受影響之例外

TRIPS 第二十四條第六項規定：「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通用名稱。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習用名稱。」依本項所規定之兩種例外，一為商品之通用名稱（common name），另一則為葡萄種類之習用名稱（customary name）。分別說明如下：

一、商品之通用名稱（common name）

所謂「通用名稱」，乃前述之廣義種類名稱（包含所有依交易之觀點，用以指示商品之種類或其性質等之標示，一般大眾並不會因此種標示之附加，而產生商品地理來源之誤認）之概念。以香檳 - Champagne¹²⁶ 一詞為例，其原意係指，位於

¹²⁶ Champagne，是由 Champ 田野，Campagne 農村二字所組成，有「田野鄉村」之意思。相傳在十七世紀時，由天主教僧侶 Dom Perignon 於無意中所發明之氣泡酒。此種香檳酒，以 2 次瓶內[天然發酵]，產生二氧化碳而成。適飲溫度為 5 -10 。其具清新氣息與葡萄的細膩，且酒中的氣泡體積應細小而數量均衡，能在杯邊形成一圈均勻的泡沫，可單獨飲用或配以頭盤或海鮮，亦是喜慶宴會不可缺的飲料；與其他地區所生產之加氣葡萄酒（只能被稱做氣泡酒 - Sparkling Wine）有所不同。香檳區所產之香檳酒主要有以下之葡萄品種來釀製：黑比諾 Pinot Noir、磨坊比諾 Pinot Meunier 與夏多內 Chardonnay；前兩者屬紅葡萄，後者則屬白

法國東北邊、距巴黎約一百四十五公里處一個極小區域之地理名稱，由於該地區擁有肥沃的土壤、適宜的氣候以及獨特的名貴葡萄品種，因而釀製出舉世聞名的香檳酒。據法國政府規定，只有在法國香檳地出產的汽泡酒才可以冠以香檳酒之名稱，而其他地方所生產者僅可稱為汽泡酒。不過該名詞在美國、南美洲等某些國家，卻已經成為稱呼所有氣泡葡萄酒之通用名稱，而與法國香檳區已無任何關連。若依 TRIPS 本項之規定，在美國之業者應可以繼續使用 **Champagne** 之用語於所有類型之氣泡葡萄酒上。

二、葡萄品種之習用名稱（**customary name**）

目前可用來釀酒之葡萄品種約有一萬種；不過常見且經常被飲用之葡萄酒，卻僅有五十餘種葡萄。¹²⁷ 歐洲乃是釀酒業之發源地，在經由古老傳統與其政府之嚴格管制下，葡萄酒往往以其生產地之地理名稱（或當地之行政區域名稱）做為酒名，當地人瞭解並且尊重此種指定產品之劃分（後來即發展成為原產地名稱 - **Appellation of Origin**），而葡萄本身之品種名稱原則上則不記載於酒瓶之標籤上。¹²⁸ 例如由法國勃根地地區（**BURGUNDY**）所生產之葡萄-黑匹諾（**PINOT NOIR**）所釀製而成之葡萄酒，稱之為勃根地紅酒（而非黑匹諾酒），原則上屬於地理標示之概念。但後來隨著歐洲移民來到美洲、澳洲、非洲等地，並將其所生產之葡萄酒紅酒統稱為勃根地（白

葡萄。詳參見陳千浩，法國 **FRANCE** 葡萄酒歷史。資料來源：
http://www.kitchens.com.tw/wine/franc_mens=1.htm（Accessed on 2003/3/16）。酒地生活網：

<http://www.remynews.com.tw/greap/grape2.htm#e>（Accessed on 2003/3/16）。

¹²⁷ 林錢微，葡萄品種知多少？資料來源：

<http://www.coa.gov.tw/magazine/fst/c250646.htm>（Accessed on 2003/3/16）。

¹²⁸ 林錢微，葡萄有貴族。資料來源：

<http://www.coa.gov.tw/magazine/fst/c250851.htm>（Accessed on 2003/3/16）。

酒則以夏伯尼稱之），¹²⁹ 此種情形即與 TRIPS 保護之地理標示之精神相違背；但為尊重現況，TRIPS 仍然作有例外之規定，倘若此地理標示已成為某一會員境內之習用名稱，並於成立 WTO 協定生效之前即已存在者，則該會員仍得繼續使用之。

第三款 其它

第一目 申請商標核駁或評定無效之期間

TRIPS 第二十四條第七項規定：「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於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。」此必須配合前述 TRIPS 第二十二條第三項與第二十三條第二項來看。蓋在此條項裡，雖要求會員應允許利害關係人之申請，核駁含有地理標示之商標註冊申請，或將其評定為無效；但倘若該商標之註冊申請係為善意，在達於一定期間（五年）後，該商標實質上並無不當使用，且於當地已成為眾所週知之表徵時，則又例外允許該商標之繼續存在。須注意者，乃 TRIPS 並未對於何謂「不當使用」有所說明，若配合前述第二十二條第三項與第二十三條第二項以觀，似應分別指：（1）將一般之地理標示，不當使用於商標圖樣，不實且達於使人混淆誤認之程度；（2）將葡萄酒或烈酒之地理標示，不當使用於商標圖樣，有不實標示之情形而言。

第二目 使用人名不受影響

¹²⁹ 同前註 248。

TRIPS 第二十四條第八項規定：「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受人之姓名之權利。但其使用以不致公眾誤認者為限。」此為合理使用（Fair use）之概念，在不至於使公眾誤認或誤導之前提下，並無任何理由限制個人應如何使用其姓名。

第三目 所在國不受保護之地理標示

TRIPS 第二十四條第九項規定：「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。」某一會員若對於其境內之地理標示已不保護，或已停止保護，亦或根本不再使用時，並無必要或強求其他會員須提供義務性之保護；此為當然之理，固不在贅述。

第五項 小結

綜合上述 TRIPS 所禁止使用之態樣，本文約略予以分類，可將其簡化成以下四種類型：（一）禁止以不當方式將地理標示作為商品名稱予以使用；（二）禁止以不當方式將地理標示作為商品之說明而使用；（三）禁止以不正競爭之方式使用地理標示；（四）禁止將地理標示給予不當註冊（例如商標）。

TRIPS 第二十二條到第二十四條中，有關於地理標示之保護規定，皆已如前述，本文不再多作說明。另外，須注意者，TRIPS 僅係最低程度之要求，若會員欲制定更嚴格之保護制度，理論上而言應無問題。

第三節 國際保護趨勢與發展現況

第一項 「杜哈發展議程」(Doha Development Agenda, DDA)

WTO 第四屆部長會議於二〇〇一年十一月九日至十四日於卡達首都杜哈(Doha)舉行，會中通過「杜哈發展議程」(Doha Development Agenda，以下簡稱 DDA)，並發表多哈部長宣言，正式展開多邊貿易談判工作；其中設立「貿易談判委員會」¹³⁰負責推動談判工作之進行，並責成總理事會負責監督。貿易談判委員會由秘書長出任當然主席，其下並分設八個談判小組。

¹³¹ 以下就與地理標示有關之討論情形，簡述如下：¹³²

(一) 參與模式：

澳洲代表團發言指出，於里斯本協定中，有超過百分之九十以上的註冊商標或證明標章，乃係由歐盟之會員所有，WTO/TRIPS 似無必要予以詳細討論，而此立論並獲得南非、紐西蘭、加拿大等會員之支持。相反的，歐盟、瑞士、匈牙利等會員則基於其以往之立場而發言反對，強調唯有強制所有會員均共同參與，建立葡萄酒與烈酒地理標示多邊註冊與通知制度，對於該類商品方能獲得完整之保護。

(二) 註冊制度究採自願註冊或強制註冊？

¹³⁰ 該委員會應於 2005 年 1 月 1 日以前完成下列事項：農業、服務業、非農產品市場進入、智慧財產權、貿易規則、爭端解決、貿易與發展、以及貿易與環境等八項議題。

¹³¹ 此八個談判小組分別為：農業談判小組、服務業談判小組、非農產品市場進入談判小組、貿易規則談判小組、智慧財產權談判小組、爭端解決談判小組、貿易與環境談判小組，以及貿易與發展談判小組。

¹³² 資料來源：

http://www.trade.gov.tw/global_org/wto/Wto-import/news/wto_9112.htm
(Accessed on 2003/3/21)。

我國代表發言指出，在九月份特別會議中，我國已就本項議題與包括美國、加拿大、日本、阿根廷、智利、澳洲與紐西蘭等十七國共同連署提出立場文件，¹³³ 主張於自願性、不具拘束力、不增加負擔與中立性之下，建立多邊註冊與通知制度。此外，我國認為強制性的多邊制度與自願性的多邊制度有相當不同之處，且各會員未來於執行上，特別在法律執行效力方面將會有疑慮產生，因此建請堅持採取強制性及具有法效性之註冊制度的歐盟、瑞士及匈牙利等會員，應多予考量全體會員之利益及福祉。最後我國代表亦呼籲其他相關會員，正是 TRIPS 第一條所言之「於會員國國內法架構下，會員應可自行決定其適當之方式以執行本協定」之基本意涵與義務範圍，應包括自願性之多邊制度在內。美國亦認為，由於強制性多邊制度之執行成本甚鉅，將造成會員境內行政機關之負擔過大，故應採自願性多邊制度較為妥當。

（三）有關通知與註冊制度設立之目的：

部分會員如日本、加拿大等國，認為建立多邊註冊制度的目的，係在匯整各國葡萄酒與烈酒產品之地理標示保護現況，故應儘可能涵蓋相關資訊的完整性與透明性；其中葡萄酒與烈酒之產品名稱、用語等翻譯工作，將是本制度面臨之最大挑戰。其他有關通知與註冊制度設立之目的與內容，本文將於後段有更詳盡之介紹。

須注意者，乃最受爭議的焦點之是否擴大地理標示之保護產品範圍，本項議題係由智慧財產權理事會例會進行談判，各主要國家主張如下：

（一）澳洲、加拿大、瓜地馬拉、紐西蘭、巴拿馬、菲律賓

¹³³ 此係由阿根廷、澳大利亞、加拿大、美國與我國等十七個國家所聯合提出之建議文件。See WTO/TN/IP/W/5.

及美國：基於利益義務不平等、地理標示定義須進一步釐清及增加額外成本等觀點，反對擴大地理標示保護產品之範圍。

（二）歐盟、瑞士等多數歐洲國家：主張應擴大地理標示保護產品之範圍至所有產品（特別是農產品），以尊重並保護傳統生產技能，以及維護消費者權益。¹³⁴

第二項 WTO/TRIPS 貿易委員會之特別會議

第一款 貿易委員會第六次特別會議

基於 WTO/AIR/2078 所發表之議程，TRIPS 第六次特別會議¹³⁵ 已在二〇〇三年四月二十九日至三十日舉行。該議程之項目有：（一）建立葡萄酒與烈酒地理標示之通知及登記多邊制度之協商；（二）國際組織觀察員之地位；¹³⁶ （三）其他事項。

關於議程的第一個項目，其中有三份文件：首先乃是由香港所提出之關於「在 TRIPS 第二十三條第四項之規定下，地理標示之通知及登記多邊制度」之提案¹³⁷；第二份乃是由主席所提出之紀錄，其中包含葡萄酒與烈酒地理標示之通知及登記多邊制度之草案原文；¹³⁸ 而第三份文件，則為歐洲共同體針對傳統用詞之意見交流。¹³⁹ 該討論乃係根據主席所提供之草案文件中所列之標題建構而成，而分別就每個標題，代表團受邀對於香港之提議發表各自之意見。討論相當廣泛且有所助益；WIPO 國際事務處在這些討論中，被邀請作為專家代表。

¹³⁴ 林家榮，W T O 新回合農漁業重要議題談判進展情形。資料來源：
<http://www.coa.gov.tw/magazine/farming/9111/012.htm>（Accessed on 2003/3/16）。

¹³⁵ See WTO/TN/IP/6.

¹³⁶ 關於國際組織觀察員之地位，則沒有發展。See WTO/TN/IP/6, para.3.

¹³⁷ See WTO/TN/IP/W/8.詳後述。

¹³⁸ See WTO/JOB(03)/75.

¹³⁹ See WTO/JOB(03)/76.

¹⁴⁰ 須注意者，乃此次會議於地理標示註冊上之法律效力（Legal Effect），以及解決地理標示爭議之機制體（Mechanisms），與參與（Participation）等問題，各國在立場上仍相當分歧，許多爭議仍有待解決。¹⁴¹

主席於本次會議中表達，希望於第七次特別會議中（預計在二〇〇三年七月二至三日舉行），代表團能發表出一份真正含有獨特一致之草案版本，而非像現在這些意見相當分歧之提案。爲了朝此方向前進，主席將密集舉辦但非正式之多種形式的會議，其中當然仍秉持著高度的透明化。在下一步，主席將會針對特別會議中之工作成果的最新近況，在非正式的會議中（可能會在六月初的定期會議），分享其所做出的評估。¹⁴²

第二款 香港之聯合建議

由香港在二〇〇三年四月十七日所提出之「在 TRIPS 第二十三條第四項之規定下，地理標示之通知及登記多邊制度」文件中，¹⁴³ 就「通知與註冊之制度辦法（the mechanism of the system of notification and registration）」、「法律效力（its legal effect）」與「參加（participation）」等三方面，提出聯合建議。本文擇其重要內容，略述如下：

第一目 目的

本文件之目的，乃係基於先前所建立之 TRIPS 協定第二十三條第四項底下，就葡萄酒與烈酒地理標示之通知與註冊多邊制度，所提出之另一項替代模式。茲簡介如下：

¹⁴⁰ See WTO/TN/IP/W/8, para.2.

¹⁴¹ *Id.* para.4.

¹⁴² *Id.* para.5.

¹⁴³ See WTO/TN/IP/W/8.

- (一) TRIPS 第二十三條第四項底下之多邊制度，主要係爲了促進葡萄酒與烈酒地理標示之保護，與 TRIPS 第二十二條至第二十四條之規定相互呼應。¹⁴⁴
- (二) 依據 TRIPS 第一條第一項之規定，WTO 之會員得基於其本身法律體制及程序之內，決定其履行本協定之適當方式。¹⁴⁵
- (三) 智慧財產權具有地域性（屬地主義）。¹⁴⁶
- (四) 此制度不能於 TRIPS 所列條款之外，另額外地強加法律上義務，或是賦予額外之權利。¹⁴⁷
- (五) 該制度之建立與管理，不能造成參加之會員國過度之財政與管理上負擔。¹⁴⁸

第二目 特色與法律效力 (Features and Legal Effect)

- (一) 此制度之功能僅係爲了檢驗「通知」之手續。以下資料若向有關當局通知之後，即可註冊；資料之內容如下：「該地理標示之相關資料」、「所有權」、「訴求保護之書面宣稱」等。¹⁴⁹
- (二) 本制度並沒有處理地理標示之爭議事項。上述之爭議事

¹⁴⁴ *Id.* para.3 (i) .

¹⁴⁵ *Id.* para.3 (ii) .

¹⁴⁶ *Id.* para.3 (iii) .

¹⁴⁷ *Id.* para.3 (iv) .

¹⁴⁸ *Id.* para.3 (v) .

¹⁴⁹ *Id.* para.4 (i) .

項將由各國之法律繼續處理解決。¹⁵⁰

（三）制度之營運費用將由參與之會員，在通知數量之基礎下分擔之。¹⁵¹

（四）參加本制度之會員，其國內之法院或行政機關，應當接受已註冊之地理標示，為以下三項之表面證據：（1）所有權；（2）某一標誌符合 TRIPS 第二十二條第一項所定義之地理標示時；與（3）於原產地受保護。¹⁵²

（五）所提議之法律方式（多邊制度）將會幫助地理標示之所有者，排除其在本國法內，於一連串之國內訴訟程序，在證明上之法律上負擔。在經由參加會員之國內制度下，將使得地理標示之保護更加順利。¹⁵³

（六）此多邊制度，並無意於歧視或損害在國家境內之法律制度下，所作推定之操作。¹⁵⁴

（七）關於第二十二條到第二十四條，其範圍或例外規定之適用問題，應由參與會員之國內法院或行政機關，在適用其國內法，與考量有關當地環境之因素而決定之；而其決定只具有地域性之效力。¹⁵⁵

（八）本制度在開始之初，即應採取以自願參加之方式為之。至於參與範圍之問題，則應於該制度每實行四年之後檢討一次。¹⁵⁶

¹⁵⁰ *Id.* para.4 (ii) .

¹⁵¹ *Id.* para.4 (iii) .

¹⁵² *Id.* para.4 (iv) .

¹⁵³ *Id.* para.4 (v) .

¹⁵⁴ *Id.* para.4 (vi) .

¹⁵⁵ *Id.* para.4 (vii) .

¹⁵⁶ *Id.* para.4 (viii) .

另外，該份提案之文件中，有兩份附件。其中，附件一規定了詳細的辦法；附件二則附上執行該系統，所需費用之初步估計。本文不再詳述。

第三款 WTO 關於「建立葡萄酒與烈酒地理標示之通知及登記多邊制度的協商」之爭議與論點

有關「建立葡萄酒與烈酒地理標示之通知及登記多邊制度的協商」，各會員之態度並不一致，因而產生許多爭議與不同之論點，茲整理如下：¹⁵⁷

第一目 通知及登記制度之用意

（一）葡萄酒與烈酒地理標示之通知及登記制度的用意，根據 TRIPS 第二十三條第四項之規定，主要係在於促進保護葡萄酒與烈酒地理標示之執行與獲得，而非提高其保護之層面。¹⁵⁸ 至於如何促進（to facilitate），有認為至少應包含如下：

- （1）有效辨別地理標示之方式；¹⁵⁹
- （2）註冊制度之成立。其可使會員國知曉在其境內已受保護之地理標示，並便易其保護之取得。¹⁶⁰
- （3）一個多邊制度可幫助執行機構促進合法之保護，並且使生產者和消費者獲得有效之法律保護；¹⁶¹
- （4）促進之運作過程如同一水平上之路線，其涵義與提昇或增

¹⁵⁷ See WTO/TN/IP/W/7.

¹⁵⁸ *Id.* para.33.

¹⁵⁹ See WTO/TN/IP/M/2, para. 66. 引自 *Id.* para.36.

¹⁶⁰ See WTO/TN/IP/M/2, para. 76. 引自 *Id.* para.36.

¹⁶¹ See JOB(02)/70, para. 18; WTO/TN/IP/M/2, paras. 68, 81. 引自 *Id.* para.36.

加完全地不同，並不會有拋物線之路徑出現。¹⁶²

(5) 簡化保護國家利益之過程；¹⁶³

(6) 並不是保證給予特定地理標示之保護，並非強制性。¹⁶⁴

(二) 葡萄酒及烈酒皆在第二十二條與第二十三條保護之下。

(三) 多邊制度是否會造成更多執行義務，以及增加額外保護之層面呢？各會員國將審核許多地理標示之通知，其便產生了許多義務、責任，又或者會員們之作用就好比是一個國家審核機構，此並不在 TRIPS 所要求的範圍內。

(四) 此制度並未訂定一個機制體來找出不受保護之地理標示，因此潛在著負面影響，例如增添訴訟案件及行政上之成本負荷。

第二目 通知及註冊制度之內容

(一) 通知及註冊必須清楚地區別。「通知」為一會員國之責任，其必須辨別出該國之境內所有之地理標示，並呈遞相關之資料。「註冊」則為 WTO 秘書處之責任，其必須彙整所有的通知資料，以使所有 WTO 之會員得以分享以及取得所有相關之資訊。「通知」及「註冊」應被視為一單一動作的要素；而該制度必須包含「通知」之所有記錄。¹⁶⁵ 亦有認為，在此制度上應可細分為四個步驟，亦即：通知、正式審核、異議與註冊。¹⁶⁶ 須注意者，乃此註冊並非像其他智慧財產權，例如商標之註冊般，具有其一定之法律效力；因此必須經由正式審核徵程

¹⁶² See JOB(02)/94, page 4; WTO/TN/IP/M/2, para. 70. 引自 *Id.* para.36。

¹⁶³ See WTO/TN/IP/M/2, para. 79. 引自 *Id.* para.36。

¹⁶⁴ See WTO/TN/IP/M/2, para. 78; WTO/TN/IP/M/3, para. 131. 引自 *Id.* para.36.

¹⁶⁵ *Id.* para.54.

¹⁶⁶ See WTO/IP/C/W/107 Rev.1; WTO/IP/C/W/255.

序，方能加強其合法性。¹⁶⁷ 以下就較具爭議之部分提出討論。

(1) 通知 (Notification)

在提案之過程中，地理標示若符合下列之條件，即須通知：¹⁶⁸

- (a) 為會員境內之地理標示，且在其國內法下已有資格受保護，或者是符合 TRIPS 第二十二條第一項之定義，並可從產品看出其乃源自於該區域。
- (b) 必須在其境內已受保護，且不能與 TRIPS 第二十四條第九項之規定相違背，方可向 WTO 秘書處通知。

關於地理標示之通知文件，(建議) 包含：地理標示在其會員境內受保護之協約、國內立法、行政或司法上之決議、該地理標示文字之拼法、申請者之資料、原產地之國名、產品品質特徵之描述，與地理標示在其會員境內開始受保護之日期、期限或到期日等資料。¹⁶⁹ 而提出通知之會員必須提供 WTO 包含其本國語言之四種版本。¹⁷⁰ 須注意者，乃關於地理標示翻譯之爭議問題。有認為，關於語言有兩個探討方向，一為地理標示之語言，另一為伴隨資料之語言；關於地理標示，到底在其他國家該使用何種語言型式，原則上由相關之國家商討之即可，此點並不會造成太大的爭議。¹⁷¹ 但亦有認為，因 TRIPS 第二十三條第一項明示葡萄酒與烈酒地理標示之翻譯版本亦

¹⁶⁷ See WTO/TN/IP/W/7, para.55.

¹⁶⁸ *Id.* para.58.

¹⁶⁹ *Id.* para.61.

¹⁷⁰ *Id.* para.65.至於通知裡之資料應以 WTO 之三種語言中之一種，來通知 WTO，由會員國自行翻譯成該種語言，或視情況而定由執行機構翻譯。資料不應太繁雜，因為大部分的資料都可在 WTO 裡獲得。*Id.* para.66.

¹⁷¹ *Id.* para.68.

受保護，故不可謂不重要；此種地理標示之翻譯應該存在並使他人知道，因該「通知」將引起各國境內某種程度之法律上效力。¹⁷² 對於地理標示之通知，WTO 秘書處必須予以檢查，而該檢查並不是要檢測出該地理標示是否尊重其境內之國內立法，亦或是否尊重 TRIPS 之規定；其只不過在於檢查地理標示是否合於規定，以確保通知文件之正確性。WTO 秘書處或可謂具有「過濾器」之功能。¹⁷³

（2）異議（Opposition）

對於是否在地理標示之通知後，增設異議程序，有以下三種態度：

- （a）應設立一套異議程序，以解決會員之間對於地理標示保護之爭議；¹⁷⁴
- （b）原則上由雙方協調解決；倘若雙邊無法解決爭議時，則由多邊仲裁機構以茲解決；¹⁷⁵
- （c）地理標示之註冊，對於會員間並無任何法律上效力，因此無須設立一套異議程序。蓋異議應僅屬國內法層次之程序；如果一會員對於他會員所通知之地理標示提出異議，應以提出與通知會員相一致之法律為基礎。若異議成功，則由提出通知之會員告知執行機構，將該地理標示之註冊移除。¹⁷⁶

¹⁷² *Id.* para.69.

¹⁷³ *Id.* para.75.

¹⁷⁴ *Id.* para.77.

¹⁷⁵ *Id.* para.77.

¹⁷⁶ *Id.* para.78.此種爭端解決方式，與一般專利權及商標註冊之爭端解決方式相同。換言之，乃係在會員境內、依其國內法律解決。需注意者，乃里斯本協定與尼斯條約有關於保護本身是否要擴展與否，皆不以國內法之根據來作考慮，較為特殊，但並不被國際多數國家所採納。*Id.* para.80.

在採取異議制度之前提下，對於異議之期間，有認為應有十八個月的期間，蓋此方有足夠的時間讓會員審查該通知文件，以及決定是否提出異議。當然亦可考慮其他期間。¹⁷⁷ 亦有認為，會員原則上並不需要在十八個月內作出「最後決定」；例如判斷其是否為通用名稱，只要提出表面證據即可，而無須將所有的證據在此期間內完全找出。之後在雙邊之協商下，情況將逐漸明朗。¹⁷⁸ 無論如何，限定之期間必須合理且適當，且需足夠使所有會員（包含開發中之國家）可在期限內審查所有的通知文件。¹⁷⁹ 須注意者，乃異議之對象並不侷限於在會員境內，以通用名稱（generic name, TRIPS 之用語為 common name）所生產之商品；亦包含單純為市場行銷之行爲。根據屬地原則，某一地理標示在其境內是否為通用名稱，由該國自行決定之。若地理標示並非通用名稱，亦被認為有足夠之條件受到保護，則在 TRIPS 之規定下，事實上已在其國內發生效力；註冊之程序只是使其更具有存在性價值。¹⁸⁰

有認為異議程序之制度，可再細分為兩個階段。第一階段為雙邊協商，無法解決時則可進入至第二階段：多邊階段。有提案指出多邊階段可以透過仲裁之方式；此階段所做出之決定將是最終且具有約束力（IP/C/W/234 與 IP/C/W/255）。若發展仲裁制度，¹⁸¹ 則會員應盡其所能地以 WTO 現有之程序及原則為根據，倘若其他解決爭端之替代制度若有多邊、簡單又有效率之特性，則皆可列入考慮。¹⁸² 不過，對於上述之仲裁制度，亦有以下之意見：（a）TRIPS 裡並沒有任何一項條文，強迫要

¹⁷⁷ See WTO/TN/IP/M/3, para. 41. 引自 *Id.* para.83.

¹⁷⁸ See WTO/TN/IP/M/4, para. 60. 引自 *Id.* para.83.

¹⁷⁹ See WTO/TN/IP/M/3, para. 38. 引自 *Id.* para.83.

¹⁸⁰ See WTO/TN/IP/M/4, para. 82, 引自 *Id.* para.88.

¹⁸¹ 設立仲裁制度之理由如下：a) 為了確保雙邊交易能力有限之小國也能有同樣機會享有其應得之合法商業利益；b) 該制度不會讓各個國家決定質疑之最後結果，故可防止異議制度之濫用，也可視為一種投資，以防止永久的協調；c) 仲裁制度與 WTO 之所採之制度，性質不同(第 25 條與 DSU 第 22 條第 6 項)。已有前例 (ASCM 第 8 條第 5 項)。 *Id.* para.92.

¹⁸² See WTO/TN/IP/M/2, para. 35; WTO/TN/IP/M/3, para. 42. 引自 *Id.* para.91.

求會員使用仲裁之方式；此制度將會改變既有之義務，並超越了特別會議之授權。¹⁸³（b）基於智慧財產權之屬地原則，會員如何在其境內執行 TRIPS 之規範過程，不應有仲裁者的出現；蓋仲裁者並不熟悉該國之運作系統，或到底該地理標示是如何地被其境內消費者所看待。¹⁸⁴ 第二十四條之例外，只能由國內法庭或行政機關根據其國內法以作決定。¹⁸⁵（c）異議之影響並不大，因為只有少數幾個國家願意經由龐大的蒐集、審查後提出議異；大部分的國家並不願意經由行政管道以審查數以千計之地理標示文件。¹⁸⁶（d）多邊層次下之仲裁制度並無法有效地運作。¹⁸⁷（e）若決定將地理標示交由仲裁者處理，則必定需要一定數量之仲裁者以及糾紛處理專家，以解決所有的爭議；此問題需好好地研究。¹⁸⁸（f）該制度極為繁重，具有高度管制性及需要高額之費用。¹⁸⁹

（3）註冊（Registration）

在 TN/IP/W/5 文件中未提及多邊異議程序；在執行機構收到通知文件後即可辦理註冊，形式上採用一可易搜尋到的資料庫（包含通知文件本身）。至於資料庫內容如下：已通知之葡萄酒及烈酒之地理標示、提出通知之會員、其會員境內開始受保護之日期、保護期限、任何該標示受保護之相關條約。¹⁹⁰ 至於在國內法下之法律效力，參與之會員應保證，在關於地理標示之認可以及保護之相關決定上，會依據其國內法且查閱資料庫及其他來源之資料。在做這一類之決定時，必須將資料庫之

¹⁸³ See WTO/TN/IP/M/3, paras. 25, 46. 引自 *Id.* para.93.

¹⁸⁴ See WTO/TN/IP/M/2, paras. 84, 95; WTO/TN/IP/M/3, para. 25. 引自 *Id.* para.93.

¹⁸⁵ See WTO/TN/IP/M/3, para. 25. 引自 *Id.* para.93.

¹⁸⁶ See WTO/TN/IP/W/1, page 2. 引自 *Id.* para.93.

¹⁸⁷ See WTO/TN/IP/M/2, para. 84. 引自 *Id.* para.93.

¹⁸⁸ See WTO/TN/IP/M/3, para. 64. 引自 *Id.* para.93.

¹⁸⁹ See WTO/TN/IP/M/2, para. 36; WTO/TN/IP/M/3, para. 127. 引自 *Id.* para.93.

¹⁹⁰ See WTO/TN/IP/W/5, page 4. 引自 *Id.* para.94.

資料考慮在內。TRIPS 第二十四條之例外規定，在國內法下仍為有效。未參與之會員，在其國內法下做出以上之決定時，仍希望其能經由該資料庫及其他來源之資料上作考量。¹⁹¹

在 IP/C/W/107Rev.1 文件中指出，通知文件須於刊登時起十八個月後方可註冊。而註冊內容將會註記其所發生過之「異議」，例如提出異議之國名亦或引用之相關條文。註冊只有在沒提出異議之情形下，於該國家之境內有法律上效力。在地理標示之有效（存續）期限內，未提出異議之國家日後不可再依 TRIPS 第二十二條第一項、第二十二條第四項與第二十四條第六項之規定，對該地理標示提出異議；¹⁹² 但依據 TRIPS 第二十四條第八項與第二十四條第九項之規定，在其國內法庭前，可於任何時間援用之；¹⁹³ TRIPS 第二十四條第四項與第二十四條第五項之例外規定，於國內法層次下運作。¹⁹⁴

另外，於 IP/C/W/255 之文件則建議，通知文件須於刊登時起十八個月內，沒有受到異議方可註冊。至於根據 TRIPS 第二十二條第一項及第二十四條第九項之規定，所遭異議之地理標示，若異議成立，則無法給予註冊；換言之，仲裁者之決定具有極強之效力存在（*erga omnes nature*）。依 TRIPS 第二十四條第四項、第五項、第六項之規定，而為異議且成立時，仍可註冊；但必須備註該地理標示在異議成立之會員境內，並無法律上效力。¹⁹⁵ 至於依據 TRIPS 第二十二條第一項及第二十四條第九項之規定，與依據第二十四條第四項、第五項及第六項之規定，所為之異議有何不同？前者之影響較為重要，蓋凡是不符合地理標示之定義，亦或不在原產國有受保護之情形

¹⁹¹ See WTO/TN/IP/W/1, page 2; WTO/TN/IP/W/5, page 5. 引自 *Id.* para.95.

¹⁹² See WTO/IP/C/W/107/Rev.1, D.4; WTO/TN/IP/M/3, para. 21. 引自 *Id.* para.96.

¹⁹³ See WTO/TN/IP/M/3, para. 30. 引自 *Id.* para.96.

¹⁹⁴ See WTO/TN/IP/M/4, para. 84. 引自 *Id.* para.96.

¹⁹⁵ See WTO/TN/IP/M/3, para. 43. 引自 *Id.* para.97.

下，基此所提出之異議較為節省時間與精力，也可預防失敗之異議會引起不必要的經濟損失。至於後者之影響範圍較小，因其適用性須視提出異議之會員境內特殊之週遭環境而定。¹⁹⁶

第三目 參與 (participate)

有些認為會員國應可自由選擇參不參與此一制度，但考量到通知及登記應該在 WTO 所有會員國裡都發生效益，故有些則主張應全部參與；且里斯本協定就是因為採自願性質，導致運作並不成功。

第三項 地理標示與「遺傳資源」保護之發展與結合

在過去，原住民族或第三世界國家的生物資源，曾對於全球經濟之發展，提供了無私與無比的貢獻；¹⁹⁷ 後來卻因為歐美智慧財產權制度的形成，伴隨全球經貿體系之擴張與發展，反而讓這些原本即存在於該民族與國家境內之資源，在法律上卻被判定為他人所私有之智慧財產；甚者，有些資源更遭受到可能滅失的危機。在此種背景下，造就了生物多樣性公約 (Convention on Biological Diversity, 以下簡稱 CBD) 之形成。

¹⁹⁸ 該公約制定之目的，乃係為了「保護生物多樣性、持久使

¹⁹⁶ See WTO/TN/IP/M/3, para. 43. 引自 *Id.* para.98.

¹⁹⁷ 世界上生物多樣性有 90% 是在原住民的領地內予以開發。概原住民生活中不變的核心價值觀念乃是土地、植物、動物和人群的統一與和諧，其仍然保有互助、分享的生活方式，是將有限的自然資源做最有效的分配和分享。而現代資本主義之工商社會，則是不斷地將資源攫取與佔有，以期獲得龐大的經濟利益。因此現存之原始物種資源往往僅存在於原住民族與若干之第三世界國家中。

¹⁹⁸ 1992 年 6 月 15 日，於巴西里約所簽署之生物多樣性公約，乃係在聯合國環境計畫贊助下所談判磋商而完成；一開始之動機是為了減輕富有生物多樣性的開發中國家與低度開發國家對於全球利益的生物多樣性保

用其組成部分，以及公平合理分享由利用遺傳資源而產生的惠益。」。¹⁹⁹ 生物多樣性公約之內容，在概念上並不容易理解，本文僅就其中與地理標示較為相關之定義與內容，特別是遺傳資源部分，作一簡單之介紹。

所謂生物資源，係指「對人類具有實際或潛在用途或價值的遺傳資源、生物體或其部分、生物群體、或生態系統中任何其他生物組成部分。」²⁰⁰ 而遺傳資源，則係指「具有實際或潛在價值的遺傳材料。」²⁰¹ 進一步參考 CBD 第十五條第一款之規定：「確認各國對其自然資源擁有的主權權利，因而可否取得遺傳資源的決定權屬於國家政府，並依照國家法律行使。」在解釋上，本款可謂係賦予原住民族或第三世界國家等資源地，對於其境內之遺傳資源擁有所有權。²⁰² 此種「遺傳資源」與地理標示在概念上，有其若干程度之相似性存在，例如：（1）皆係存在於某一特定區域，具有濃厚之區域性色彩；（2）須經一段時間之發展而逐漸形成；（3）皆有其實際用途與經濟價值存在；（4）可由當地之居民所共同享有，非專屬於個人之保護權。由於各國可以「運用與制訂相關之法律措施或其他適當之方式，以保護原住民及其知識、創新和做法。」²⁰³ 因此，地理標示制度可能與遺傳資源之保護相結合。

有認為，地理標示可以作為發展植物新品種的原始物種之來源指示，²⁰⁴ 例如基因銀行、野生物種、農田或亞馬遜森林

存的重擔。

¹⁹⁹ Art.1 of the CBD. 中文翻譯係參考行政院農業委員會之自然保育網，以下同。資料來源：
<http://www.coa.gov.tw/external/preserve/preserve/law/international/biodiv/index.htm>。（Accessed on 2003/5/12）。

²⁰⁰ Art.2 of the CBD.

²⁰¹ *Id.*

²⁰² 郭華仁，原住民的植物遺傳資源權與傳統知識權，資料來源：
<http://192.192.196.3/npgrc-web/publish/train/train01/class-2.html>
（Accessed on 2003/5/12）。

²⁰³ Art.8（10）of the CBD.

²⁰⁴ 所謂植物資源之來源指示，係指「可證明當地農夫透過其傳統育種技

等；²⁰⁵ 或以之作爲保護傳統知識，提升植物品種及當地族群或原住民所發展的草本典籍 (herbal formulation) 的經濟價值。²⁰⁶ 須注意者，乃依 TRIPS 第二十四條第九項規定：「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。」因此，若欲實現上述構想的第一步，乃該原產地國須先以地理標示保護該植物品種及其草本典籍之名稱，否則其他國家亦無義務保護之。

茲舉一爭議案例—「the Punjab's Basmati rice」，或可作爲本項之參考。Basmati，當地稱之爲“Queen of Fragrance (芳香之后)”或“Fragrant earth (芳香之地)”，乃係一種高品質香米之名稱，其種植於北印度及巴基斯坦，於國際上享有盛名。在引進美國之後，隨即被當地之 RiceTec 公司以“Basmati rice lines and grains”申請專利，並經美國專利商標局准予專利。²⁰⁷ 由於這兩家公司在 CBD 簽定前即已取得該權利，故其並無義務與印度及巴基斯坦分享因該香米之聲譽所取得之利益；印度和巴基斯坦因此嘗試立法，欲透過地理標示之制度，以保護 Basmati 米、甚至是其他之傳統資源。其後之發展實值繼續注意。

術而發展出新品種的貢獻。See Patricia Lucia Cantuária Marin, *Providing Protection for Plant Genetic Resources— Patents, Sui generis systems, and Biopartnerships*, published by Kluwer Law International, 2002, at 71.

²⁰⁵ *Id.*

²⁰⁶ *Id.*

²⁰⁷ 資料來源：<http://www.etcgroup.org/article.asp?newsid=34> (Accessed on 2003/5/12)。