

论地理标志的国际保护措施

吴彬, 赵平

(华中农业大学 外国语学院, 湖北 武汉 430070)

摘要 地理标志的国际保护始于《巴黎公约》, 但 TRIPS 协议对地理标志的保护最全面、保护标准最高。分析了地理标志保护的相关国际公约, 阐述了世界贸易组织多哈回合关于地理标志保护谈判的最新进展以及我国在 TRIPS 协议新一轮国际谈判中应持的态度。

关键词 地理标志; 巴黎公约; 马德里协定; 里斯本协定; TRIPS 协议; 多哈回合

中图分类号: D923.4 **文献标识码**: A **文章编号**: 1008-3456(2009)02-0035-04

International Protection on Geographical Indications

WU Bin, ZHAO Ping

(College of Foreign Languages, Huazhong Agricultural University, Wuhan, Hubei, 430070)

Abstract The international protection of geographical indications originated from Paris Convention, but TRIPS agreement provided the most comprehensive and highest standard for the protection of geographical indications. This paper analyzes the relevant regulations from international treaties and conventions, and illustrates the recent development about the protection of geographical indications in Doha round negotiation sponsored by WTO and China's stand in the new round of international negotiation in TRIPS agreement.

Key words geographical indications; Paris Convention; Madrid Agreement; Lisbon Agreement; TRIPS Agreement; Doha round

地理标志是世界贸易组织制定的《与贸易有关的知识产权协议》(以下简称 TRIPS 协议)中正式提出的、同商标权、专利权和版权并列的一种知识产权。地理标志作为一种识别性的商业标志, 它不仅表明了商品的地理来源, 而且还标示了商品的特定品质与信誉, 体现了质量、信誉背后所蕴藏的创造性劳动成果和巨大的商业利益。因此受到世界各国的普遍重视, 并制定了相关条约或协定对此加以保护。

一、TRIPS 协议之前地理标志的国际保护

对地理标志进行国际保护是从 1883 年的《保护

工业产权巴黎公约》(以下简称《巴黎公约》)开始的。《巴黎公约》将地理标志列入工业产权保护的范畴, 并且对防止假冒地理标志的行为作了一些实质性的规定。后来的《禁止虚假的或者欺骗性的商品来源的马德里协定》(以下简称《马德里协定》)和《原产地保护及其国际性注册的里斯本协定》(以下简称《里斯本协定》), 则分别对利用假冒地理标志进行不正当竞争行为和地理标志的国际注册程序作了比较详尽的规定。

1. 《巴黎公约》(1883 年)

1883 年缔结的《巴黎公约》是最早提出、对地理标志进行保护的国际公约。该公约明确将原产地名称(地理标志)列入工业产权的保护对象之一。《巴

黎公约》第 1 条(2)规定“工业产权的保护对象有专利、实用新型、工业品外观设计、商标、服务商标、厂商名称、货源标记(indications of source)或原产地名称和制止不正当竞争。”该条中的“原产地名称”的含义是“用来表明产品所来自的国家、地区和地方的地理名称,而产品的质量和特点完全是或主要是由于地理环境所致,包括自然的或人为的因素在内。由此可见,我们现在所指的地理标志的定义是脱胎于《巴黎公约》中的“原产地名称。”

《巴黎公约》总体来说只是对地理标志进行了较低水平的保护,它对原产地名称的定义及何为假冒原产地名称都没有做出规定。但《巴黎公约》对原产地名称的保护仍然具有重要的意义,它是 19 世纪末世界贸易开始蓬勃发展的时候签订的,对国际中出现的假冒、虚假原产地名称进行了规定。它促使世界各国认识到原产地名称的知识产权性质,促使成员国通过各种手段保护本国的有商业价值的原产地名称,防止国际贸易中的侵权^[1]。

2.《马德里协定》(1891 年)

《马德里协定》是《巴黎公约》的一个子公约,它对原产地名称的保护是较为全面的。它规定所有缔约国均应依其各自法律,对商品带有虚假或欺骗性产地名称(包括该名称直接或间接地指明一个缔约国或其中的一个地方,是有关商品的原产国或原产地)的行为进行制裁。《马德里协定》第 1 至 4 条构成了保护来源地标识的核心条款,具体来说,第 1 条明确了相应的制裁措施即除了扣押和禁止进口以外,如果加入国的国内立法欠缺,在此情形下适用扣押和禁止进口的相关规定,且未对相关立法进行有效修改之前,该协定允许该国在此情形下,适用原来的相关规定,采取特殊的措施。第 2 条对实施机关和操作流程作了规定。第 3 条之 2 则禁止在销售、展览或提供任何商品时,使用在商品来源地上可能欺骗公众的任何标识。第 4 条规定各成员国法院有权对有关的名称进行裁判,确定其是否已成为通用名称而不再受到公约的保护。但是用于酒类产品上的地区名称,则不在受审查之列。这就是说,酒类产地名称只要在原属国受到保护,便无条件地在各成员国获得保护。

《马德里协定》没有区分货源标记和原产地名称,它没有从正面对货源标记进行保护,而是侧重于从禁止的角度对货源标记进行保护的。而且《马德里协定》成员国数量太少,只有 33 个。但是,它毕竟

是《巴黎公约》体系内第一个针对虚假或欺骗性货源标记问题作出专门规定的多边协定。

3.《里斯本协定》(1958 年)

《里斯本协定》是《巴黎公约》体系内第一部专门规定原产地名称保护的条约,它成为真正意义上的原产地名称保护制度的开始。该协定有以下规定:(1)第一次对原产地名称作了定义性规定。(2)获得其他成员国保护的原产地名称必须首先在其本国(即原属国)获得保护。(3)公约规定了一个原产地名称的国际注册体系,受到一国保护的原产地名称可以到世界知识产权组织下属的国际局注册,以获得所有成员国的保护。其他成员国可在一年内提出不对该名称进行保护的异议,超过期限不提出异议则自动获得保护。(4)原产地名称优先原则。如果一个已经获得保护的原产地名称在国际注册之前,在其他成员国已经被第三方使用(比如商标形式),该第三方应在两年内逐步停止使用。

《里斯本协定》首次概括了原产地和原属国的定义,还对保护原产地名称的目的和原产地的国际注册作出了规定。它明确了原产地名称的概念,有利于各国对原产地名称的国内保护。同时它规定了严格的国际注册条件,从而使其成员国更好地保护其他成员国的原产地名称。

4. WIPO《发展中国家原产地名称和地理标志示范法》

1975 年, WIPO 颁布了一部供发展中国家采用的地理标志示范法。示范法和国际条约不同,它本身不是法律,也不是国际条约或条约草案,而只是各国在制定其国内法时予以采用的标准或样本,各个国家在制定其国内法时可以根据具体情况予以调整或采用。该示范法详细规定了对原产地名称保护的的条件、违法使用的责任和保护措施。

二、TRIPS 协议中的地理标志保护

1994 年 4 月达成的 TRIPS 协议是世界贸易组织框架中最为重要的三大协议之一,也是迄今为止知识产权国际保护中覆盖面最广、总体保护标准最高的知识产权条约。TRIPS 协议使用了地理标志(geographical indications)这一术语,包括三个条文,即第 22 条至 24 条。

1. TRIPS 协议对地理标志保护的原则性规定

TRIPS 协议第 22 条主要规定了对地理标志保护的一般标准,要求各成员国对各种可能误导公众、

损害真正权利人行使权利的情况加以制止。主要包括以下情形:

(1)不论以任何使用方式,在商品的称谓或表达上,明示或暗示有关商品来源于非其真正来源地、并足以使公众对该商品来源误认的。明示方式如在杭州生产的火腿上标明“金华火腿”字样,暗示方式如在原产中国的香水上使用“埃菲尔铁塔”(法国巴黎的标志性建筑物)图形作为商品的标记。

(2)构成《巴黎公约》1967年文本第10条之2规定的不正当竞争行为的做法。主要是针对以下行为:不择手段地对竞争者的营业所、商品或工商业活动造成混乱的一切行为。在经营商业中,具有损害竞争者的营业所、商品或工商业活动商誉性质的虚伪说法;在经营商业中使用会使公众对商品的性质、制造方法、特点、用途或数量易于产生误解的表示或说法。该款的保护基本上属于一种反不正当竞争的保護。

(3)商品的商标含有或由地理标志组成,而该商品并非来源于该标志所标示的区域,如果在某一成员内在这种商品上使用有这样标志的商标,对该商品的真正来源地具有误导公众的性质,那么该成员如果法律允许,应依职权或者依利害关系人的请求,拒绝该商标的注册或使注册无效。

(4)虽真实指明商品之来源地,但仍误导公众以为该商品来源于另一地域,则亦应予以禁止。如美国德克萨斯州巴黎市(Paris)的裁缝不能在他们的产品上使用巴黎标志,因为它很容易误导消费者使其认为该衣服来源于法国的巴黎(Paris)^[4]。

2. TRIPS 协议对葡萄酒和烈酒的专门保护

TRIPS 协议之所以专门对此做出规定,是由于酒类在许多国家都是利润较高的商品。而酒类商品的特征、质量又往往取决于酿造它的地域的水质、土质、气候等地理环境及酿造人员的技术,因此,对酒类地理标志的保护有着特殊的重要性。

(1)禁止用地理标志表示并非来源于标志所指地方的酒类。酒类产品的一个显著特点在于其质量与产地的地理特征密切相关。不同地理条件下出产的酒的色味差异很大,如法国波尔多地区特殊的气候、水分等自然环境,使得该地区酿出的酒风味独特。

(2)在葡萄酒的商标中,包含并非其来源的地理标志,成员国应依职权或利害关系人的请求,驳回或撤销该商标的注册。

(3)葡萄酒使用同音字或同形字的地理标志,则

保护应及于每一标志。各成员均应在顾及确保对有关生产者以平等待遇、而且在不误导消费者的情况下,确定出将有关同音字或同形字地理标志之间区别开的实际条件^[2]。

3. TRIPS 协议对地理标志保护的例外或限制

(1)在先或善意使用的例外。如果某一成员方的经营者在葡萄酒或白酒或服务上,使用另一成员方在相同的商品或服务上的标志,只要符合“在先使用”或“善意使用”的任何一个条件,便可继续使用该标志。

(2)在先善意注册商标的例外。在世界贸易组织建立之前或某地理标志在其本国获得保护之前,某商标已善意获得商标权的,则不在禁止之列。

(3)通用语的例外。“通用语”是一个国家公有领域的用语。如果只因为它与某个受保护的地理标志相同就禁止一般人使用,会显得不合理。

(4)名称权的例外。名称权是一种在先权利。TRIPS 协议第 24 条第 8 款规定,对地理标志的保护不得损害他人对其姓名或名称的正常使用,即使这里的姓名或名称与某个受保护的地理标志相冲突。但是这里也有一个限度,即以“不致误导公众”为限。另外,如果一个地理标志的保护在先,某人起名或更名在后,也不能适用这一规定,因为这种在后的使用难以证明自已已有善意。

(5)来源国不保护或已停止保护的例外。TRIPS 协议第 24 条第 9 款规定,任何成员都没有义务对在来源国不受保护或停止保护的地理标志,或在来源国已经不再使用的地理标志进行保护,这是情理之中的。因为地理标志的特征之一就是该地理标志必须是现实存在的,而且若成员国国内不予保护,再对其进行保护显得既不必要也不合理。

三、多哈回合中关于地理标志保护谈判新进展

1. 地理标志扩大到葡萄酒和烈酒以外的产品及相关规定

2001年11月9日至14日,在卡塔尔首都多哈举行了世界贸易组织第四次部长会议,会议发表了《多哈宣言》,启动了WTO新一轮多边谈判。其中议题之一是讨论将TRIPS协议对葡萄酒、烈酒地理标志保护扩大到其他产品地理标志的问题。根据《多哈宣言》第12条、第18条的有关授权及《关于WTO现有决议实施有关问题的谅解》的有关规定,

TRIPS 协议理事会讨论了对葡萄酒及烈酒等产品的地理标志保护水平扩大到其他产品的问题。以欧盟、瑞士、印度、土耳其等成员为代表的一方均要求除葡萄酒和烈酒外, TRIPS 协议应把诸如奶酪、巧克力及茶叶等产品纳入到地理标志的保护范围。而以美国、澳大利亚为代表的一方认为, 地理标志的扩大保护不能带来真正的利益, 反而会形成新的困难。有的成员的地理标志很少, 而有的成员的地理标志很多, 如果进行扩大保护, 必然会在成员之间形成权利与义务的不平衡。

2. 建立葡萄酒、烈酒地理标志多边通告和注册体系

建立葡萄酒、烈酒地理标志多边通告和注册体系, 是 TRIPS 协议第 23 条第 4 款的要求, 即“为有利葡萄酒地理标志的保护, 应在与贸易有关的知识产权理事会中举行谈判, 以建立葡萄酒地理标志通告及注册的多边体系, 使加入该体系的成员在保护地理标志方面可利用该体系。”建立通告和注册体系, 是欧盟和瑞士在乌拉圭回合谈判中提出的要求, 其他国家均表示反对, 所以第 4 款规定了就此问题在 TRIPS 理事会内进行谈判。

关于建立葡萄酒、烈酒地理标志多边通告和注册体系的建议主要来自两方: 一是以欧盟为代表的传统欧洲大陆国家, 主张建立对所有成员都有约束力的多边系统; 二是以美国为首的欧洲移民国家(澳大利亚、新西兰、加拿大、拉丁美洲国家)则主张建立数据库性质的多边系统。但无论最终采用哪种方案, 都应该是出于 TRIPS 协议第 23 条第 4 款的有利于葡萄酒和烈酒地理标志保护的目, 并尽量减少地理标志保护中的成本开支, 防止出现葡萄酒和烈酒等地理标志保护的支出大于它们可获得的收益。

四、我国在 TRIPS 协议新一轮国际谈判中应持的立场

我国已经加入世界贸易组织。作为世界上最大的发展中国家, 在地理标志国际保护新一轮谈判中应当采取什么样的态度, 促使谈判结果有利于我国及广大发展中国家, 最大限度地实现我国地理标志的价值, 具有十分重大的意义。

正确的决策取决于, 对加入 WTO 后, 关于地理标志保护国际标准对中国而言利弊的正确分析, 取决于对我国具体产业特点的恰当评估, 取决于对国

内及国际形势的准确预测^[3]。我国历史悠久、自然资源丰富, 有着众多的土特产品、传统手工艺制品及民族手工艺制品, 符合地理标志的商品很多。对地理标志的扩大保护符合我国的利益, 有利于我国特色产品和民族手工艺制品进入国际市场, 维护我国产品在国际市场的知识产权利益。在保护范围上, 我国应当反对将工业产品纳入地理标志保护范围, 坚持地理标志保护的产品范围限于农产品、食品和具有地方特色的传统手工艺制品。我国的工业产品落后于发达国家, 而且工业产品的质量与一个地方的地理条件没有直接的关系。因此, 将工业产品纳入地理标志的保护范围将抵消我国在传统地理标志产品上的资源优势。我国主张地理标志扩大保护, 关键是如何在谈判过程中协调不同国家的利益, 在扩大地理标志的保护范围的基础上, 利用 TRIPS 协议第 24 条的例外规定, 结合我国的具体国情, 最大限度地保护我国的利益。比如, 欧盟、瑞士、印度、土耳其等成员均要求把奶酪、巧克力及茶叶等产品纳入到地理标志的保护范围。茶叶的纳入对我国是有利的, 其他两项的纳入对我国则是不太有利的。对此, 我国在 TRIPS 谈判中应采取正确的态度。就我国酒类产品在国际市场上而言, 葡萄酒没有太大的世界优势, 但白酒(属于烈酒)则有一定的优势, 而我国的名酒有一部分是通过注册地名商标给予保护的。TRIPS 协议对葡萄酒、烈酒的地理标志保护的范要宽于地名商标的保护范围^[5]。因此, 我国应当解决地名商标, 特别是驰名地名商标注册不当的问题, 使其享有 TRIPS 协议对酒类产品的特殊保护。我国还应加强对已申请证明商标的“贵州茅台”、“景德镇瓷器”地理标志的国际保护。同时还要加强对 TRIPS 协议第 24 条例外条款的研究, 争取最佳的利益协调结果。

参 考 文 献

- [1] 王笑冰. 论地理标志的法律保护[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [2] 孔祥俊. WTO 知识产权协定及其国内法实用[M]. 北京: 法律出版社, 2002: 195.
- [3] 李顺德. 中国知识产权保护法律体制[OL]. (2005-03-14) [2009-01-05]. <http://privatelaw.cn/>.
- [4] 万怡挺. 解读 TRIPS 协定中地理标志条款[J]. WTO 经济导刊, 2006(7): 28-29.
- [5] 王志本. 地理标志保护的格局、争端案例及我国取向[J]. 知识产权, 2005(2): 33-35.

(责任编辑: 侯之学)