

地 理 标 记 的 法 律 保 护

叶 京 生

地理标记(Geographical indication)是为表明商品的原产地而在商品上使用的一种标记,是知识产权的保护主题之一。地理标记在国际商品贸易中,尤其是在农产品贸易中起着十分重要的作用。对许多产品来说,地理标记是这类产品从原产地国出口到其他国家时代表产品质量的重要标志,也是消费者选购商品的主要依据。正因为如此,地理标记的价值在被社会承认的同时,也潜在着被他人盗用的危

险。由于地理标记涉及到每个国家的经济利益,地理标记的保护一直是国际贸易中各国普遍关注的一个问题。在当前世界经济走向区域集团化、贸易垄断不断加强、贸易摩擦日益激烈的情况下,地理标记的法律保护已越来越受到各国的重视。本文拟从我国的实际情况出发,对地理标记的概念和特点、地理标记的保护方法及注意问题进行探讨,以期增强对地理标记的认识和保护。

一、地理标记的概念与特点

地理标记是指用在商品上表明商品原产地的名称或标志。所谓原产地就是产品的产出地,包括某个国家或某个国家内的某一地区。它不仅可以是天然产品的产地,而且也可以是产品的制造或加工地。前者相对比较容易确定,后者有时因原料地和制造、加工地不一,而较难正确判断。

地理标记和商标都是商品上使用的标志,但它们之间有很大的不同。主要不同之处是,商标是用以区别不同生产、经营者的商品的标记,一般属于某个企业专有,而地理标记则是为表明商品原产地而使用的一种标记,它不属于某个企业专有。因为在同一个产地内,生产经营的企业往往不止一个,他们可能使用同样的地理标记,所以地理标记只能属某一地区内有关企业所共有,由他们共同使用。但对某些特殊产品,从国家主管部门的角度来保护和限制地理标记在商品上的使用,则是可能的。

《保护工业产权巴黎公约》明确规定地理标

记为工业产权的保护对象,并将地理标记进一步划分为产地标记(Indication of source)和原产地名称(Appellation of origin)两种。产地标记是指用以表明某产品是在特定的国家、地区、地方或场所所生产加工而使用的文字或图形,如“美国制造”的文字以及日本富士山、中国长城的图形等;原产地名称是不仅用以表明某产品产自某国、某地区,而且表明该产品的品质、特点是与该产地的地理环境(包括自然因素、人的因素或两者的结合)有密切关系而使用的国家或地区的名称,如茅台酒、法国香水等。两者的主要区别是,原产地名称强调地理环境和产品质量特性之间的内在联系,具有保证产品质量的作用;而产地标记仅反映商品的产地,任何产自某一地区的产品都可以使用代表该地区的标记。所以原产地名称是产地标记的一种,是因产品的质量和特性而使用的一种特殊的产地标记。凡原产地名称都属于产地标记,而产地标记并不都是原产地名称。

二、地理标记的法律保护

目前,世界上许多国家都对地理标记实行法律保护。各国对地理标记的保护主要通过有关法律,如民法、贸易法、食品法、海关法、制止不正当竞争法等来实现的。也有的国家在工业产权立法或专门的保护条例中规定对地理标记加以保护。各国对地理标记的保护具有以下共同特点:第一,对地理标记的权利只是一种广义的专用权,即它不专属于某个企业或个人,而为国家或地区内符合生产条件的全体生产、经营者集体拥有;第二,地理标记只能用于依法核准的该产地内的一种或数种产品;第三,地理标记的效力以一个国家法律发生效力的地域范围为限;第四,地理标记无时间限制,也不因长期不使用而丧失效力;第五,地理标记不能转让。

为有利于国际贸易,在对地理标记实行国内保护的同时,不少国家还通过签订国际性公约或条约,对地理标记实行国际保护。目前已签

订的国际公约和条约主要有《保护工业产权巴黎公约》、《制止产品来源虚假或欺骗性标记马德里协定》和《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》。此外,在《关税与贸易总协定》中,对地理标记的国际保护也作了规定。该协定规定,为防止假冒或误认原产地标志,各缔约国应当对保护消费者给予适当考虑,并应根据出口国的具体情况互相提供协助。

我国改革开放以来,随着商品经济的发展和知识产权保护制度的不断完善,对地理标记的法律保护也十分重视,已经制定颁布了《出口货物原产地规则》及其《实施办法》。我国还于1985年3月19日加入了巴黎公约。目前,有关部门正在积极组织起草《原产地名称保护条例》。我国地理标记法律制度的建立使地理标记的保护做到有法可依,有章可循,将大大有利于我国对外贸易的进一步发展。

三、保护地理标记的国际公约和条约

通过缔结多边公约和条约对地理标记实行保护是地理标记国际保护的最重要途径。因为对地理标记的法律保护意味着非产自某个地区的产品一律不得使用该地的地理标记,也不得用作产品的商标(因为这样做有可能会使公众产生误会)。原产地以外的国家对地理标记的保护通常以原产地国家是否对它保护为前提。假如原产地国家未给予保护,其他国家则也不保护。但是对在原产地国家受保护的地理标记,其他国家并不自动进行保护。其他国家是否保护,这要看原产地国家和其他国家之间有无缔结保护地理标记的多边条约。由此可见,签订多边条约对地理标记实行国际保护的重要性。以下是对目前已签订的有关地理标记保护的国际公约和条约作简要的介绍和比较。

1. 《保护工业产权巴黎公约》

简称《巴黎公约》,于1883年在巴黎签订,

曾先后作过六次修订,是世界上最早的保护工业产权的国际公约。该公约明确规定产地标记和原产地名称为工业产权的保护主题。该公约的第十条规定,本公约第九条所述的对标有非法商标或厂商名称的商品在输入该商标或厂商名称受保护的公约成员国时予以制裁的规定,同样也适用于直接或间接使用虚假原产地名称的商品。制裁的原则是扣押进口产品或按该成员国的法律采取诉讼和救济手段。公约第十条第二款还针对不正当竞争行为,规定了各成员国有义务禁止使用混淆、虚假或使公众产生误解的地理标记。

通过巴黎公约保护地理标记的优点是:第一,参加的成员国较多(至1990年3月1日,已有100个成员国);第二,由于没有提及当原产地名称在非产地国变成商品的普通名称后是否算“不会使公众产生误解的标记”,因而对原产

地国家有利;第三,对非法使用地理标记的制裁是非强制性的,而且只适用于使用虚假原产地名称,不适用于使用使公众误解的原产地名称。这对原产地国也比较有利。巴黎公约不足之处主要在于它只规定了保护地理标记的基本原则,并没有规定如何保护的细则,因而给具体执行带来一定困难。

2. 《制止产品来源虚假或欺骗性标记的马德里协定》

该协定于1891年在西班牙马德里签订,以后共修订过五次。它在两方面与巴黎公约的规定相比有所改进。一是它规定成员国之间不仅应制止虚假的货源标记,而且也应制止欺骗性的货源标记。一项货源标记即使不是虚假的,只要它有欺骗性,也将受到制裁,这使产地标记的保护标准有一定提高;二是明确规定了酒类商品将不因原产地名称变成普通商品名称而导致不受保护的后果。但该协定有较多不足之处:第一,参加的成员国较少(目前只有31个);第二,未明确规定禁止在翻译中或通过加上“种类”或“型号”等字样而使用非法的货源标记;第三,除酒类商品外,其他货源标记变成普通商品名称后都不受保护;第四,对非法使用货源标记的制裁是有限的。

3. 《保护原产地名称及其国际注册的里斯本协定》

该协定于1958年在葡萄牙首都里斯本签订,1967年曾在斯德哥尔摩作过修订。其主要优点是,其他人只要使用经国际注册的正确、合法的原产地名称,就构成非法使用;经国际注册的原产地名称只要没有在原产地国家变成普通商品名称,也视为在其他成员国没有变成普通名称。但该协定也有许多不足之处:第一,成员国少(目前只有16个国家参加);第二,地理标记的定义过窄,只涉及原产地名称;第三,原产

地国家对原产地名称的保护只要求符合该国的专门法律,没有考虑一般法律对制止欺骗性行为的规定;第四,未规定国际注册机构拒绝保护的理理由;第五,除判断原产地名称是否变成普通名称外,未规定适用原产地国家的法律。

随着世界经济贸易的不断发展,现有的国际公约和条约已不能满足地理标记国际保护的需要,为了使地理标记在国际贸易中进一步发挥作用,许多国家都一致提出要求修改现有的国际公约与条约或制订新的多边条约来改进商品地理标记的国际保护。

1974年世界知识产权组织准备着手制订一项名为“地理标记保护条约草案”的新的多边条约,因70年代末巴黎公约修订工作的开始,这项“条约草案”暂告停止。巴黎公约的修订工作目前正在进行,修订的范围也包括地理标记的保护。在讨论中有关专家建议在巴黎公约中专门增加一项保护产地标记和原产地名称的新条款,并建议使用世界知识产权组织“条约草案”中所使用的地理标记这一名称。此外,目前正在进行的关贸总协定乌拉圭回合多边贸易谈判已把知识产权列为讨论的新议题之一。本轮谈判在1990年11月制定的“与贸易有关的知识产权问题包括冒牌货贸易协定草案”中,也对地理标记的国际保护问题作了新的具体规定。但是地理标记国际保护的主要趋势是缔结新的多边条约。因为许多国家认为,现有的公约和条约都经过多次修改,仍不能适应形势的需要,只有通过新的多边公约才能解决。为此,1990年5、6月间,世界知识产权组织在日内瓦召开的地理标记国际保护专家委员会会议上,专家们提出改进地理标记保护的建建议,并审议了世界知识产权组织国际局准备的文件“新条约的必要性及其可能的内容备忘录”。

四、我国企业使用和保护地理标记应注意的问题

随着我国地理标记保护制度的不断完善以及该领域国际合作的加强,对我国企业使用和

保护地理标记提出了更高的要求,结合当前的实际情况我们应着重注意以下几个问题。

1. 进一步认识地理标记的性质和特点,尽可能不将地理标记用作商标或作为商标申请注册

上已述及,地理标记是一种地区性、集体性的专用权,不能为某一个企业所独占,将地理标记作为商品的商标使用,起不到区别不同生产者或经营者的目的,不仅完全失去了使用的价值,而且还可能引起不必要的纠纷。尽管有的国家的法律允许地理名称或标记可申请取得商标权,但这是有一定条件限制的。例如,作为商标注册的地理名称或图形只能限于表示商品产地的标记,凡是在商品产地上可能使公众产生混淆的地理标记一律不能作为商标注册,已经注册的,也可依法予以撤消。况且,目前绝大多数国家(包括我国)都已规定,地理名称不能作为商标注册,即使有关产品是该国或该地区制造的也一律不予批准,所以,为了避免商标注册申请被驳回而浪费精力和费用,也应注意尽量不要将地理标记作为商标在国内外申请注册。

2. 不要在商品上使用与产地不相符合的地理标记,以免发生侵权或构成使用虚假或欺骗性产地标记的违法行为

在自己生产或经营的商品上使用与产地不符的地理标记,有可能会对他人地理标记的侵权或构成使用虚假标记欺骗消费者的不法

行为,从而引起法律纠纷和麻烦。例如,天津某电视机厂生产并销售带“北京”标记的电视机,曾引起消费者的投诉。又如,我国企业在生产的酒类商品上使用了法国历史上的省名“香槟”(CHAMPAGNE),曾受到法国有关部门的警告。鉴于我国已参加《巴黎公约》,有保护成员国原产地名称的义务,故国家工商行政管理总局已宣布我国企业自1991年起不得在酒类商品上使用“香槟”的名称。总之,我们在使用地理标记时,应谨慎行事,避免上述类似问题的发生。在外贸出口中,尤其对有配额限制的国家出口产品时,更应遵守国际上有关地理标记使用的公约规定和惯例,以避免引起法律纠纷。

3. 提高地理标记法律保护的意识,注意保护自己的地理标记,维护地区和国家的合法权益

地理标记是一种知识产权。这种权利一旦受到侵犯,不仅会使广大消费者利益受到损害,而且也会给地方和国家的利益造成损失。因此,我们在尊重他人权利的同时,也应当注意保护自己这方面的权益。在对外贸易中,应密切注意国外商人有无非法利用我地理标记销售产品、损害我国权益的行为,一经发现即应通过法律途径及时有效地予以制止,以防止在声誉上和经济上给我们带来损害。

(上接第16页)

合同规定的出资金额按时到位。首先,建立外商投资企业出资档案,利用企业投产、变更登记及定期检查等方式,随时将出资情况记录在案,掌握出资动态;其次,在审批、登记、审计和日常管理工作环节建立督促出资制度,充分发挥工商行政管理、财税等监督检查作用;再次,依法处理长期不出资或出资不足的外商投资企业,严格执行国家关于外商投资企业出资规定,对经督促仍然不出资或出资不足企业应坚决依法处理,长期不出资应依法注销,出资不足的应变更登记,对未缴足资本的不得参与利润分配。

六、加强税收管理,制定反避税的有关政策规定

针对外商投资企业特别是外商独资企业,通过“两头在外”,采用“划拨价格”高进低出等人为定价手段,向其海外机构或母公司转移利润,逃避税收行为,在国家统一的反避税法规出台前,应按国际惯例,运用经济手段制定有关倾斜政策,维护国家利益。