万志前，周贤桀. 日本地理标志法及其对我国的启示［J］. 山西农业大学学报（社会科学版），2022，21（1）：26-35.
WAN Zhiqian，ZHOU Xianjie. The geographical indication law of Japan and its enlightenment to China［J］. Journal of Shanxi Agricultural University（Social Science Edition），2022，21（1）：26-35.
DOI：10.13842/j.cnki.issn1671-816X.2022.01.004

日本地理标志法及其对我国的启示

万志前，周贤桀
（华中农业大学 文法学院，湖北 武汉 430070）

摘 要：日本《地理标志法》自2015年正式施行，标志着日本地理标志保护进入专门法与商标法混合保护的时代。该法结构合理，确立了生产者利益、产业发展、消费者利益三重保护目的，明确了保护对象的范围。该法主要就地理标志的注册、管理以及不法利用地理标志的法律责任进行了规范，并在兼顾公益和私益、信息充分公开与交流、平衡与商标法的关系等方面有创新。我国《民法典》已将地理标志单列为知识产权的客体之一，实施该法典，应借鉴日本的经验，整合我国现有地理标志保护制度，制定我国的《地理标志法》。

关键词：日本；地理标志；生产者团体；专门法
中图分类号：D913 **文献标识码：**A **文章编号：**1671-816X（2022）01-0026-10

日本具有悠久的农业文化历史，诞生了众多品质优良的农产品，这些产品通常结合该产地的地理名称进行命名，如神户牛肉（神戸ビーフ）、夕张密瓜（夕張メロン）、饭早栗（飯沼栗）等。在日本，这些地理术语或地理名称被称作“区域品牌”[1]。绝大多数日本农产品“区域品牌”由地理来源与产品名称结合而成，因此，日本学者通常将“区域品牌”等同于“地理标志”[2]。地理标志作为农林水产品、食品等的名称，可以判定该产品的特定产地，而且能够确定其产品的品质等固有特性与该产地之间存在关联性，换言之，地理标志是识别“有故事的产品”的工业产权[3]。日本亦是WTO会员国之一，最初适用《不正竞争防止法》保护地理标志，以履行TRIPS协议对地理标志最低保护义务。为适应工商业及旅游业发展，日本于2005年修订商标法，增加了“地域团体商标制度”，允许地域名称与商品或服务名称结合申请地域团体商标，形成了如静冈茶、孙治茶、冲绳黑糖等知名地域团体商标。但以《不正竞争防止法》《商标法》以及《农业标准法》所组成的地理标志保护体系难以满足地理标志保护的需求。在“知识产权立国”战略的推动下，为保护地区农产品品牌，提高农产品附加值，同时借农产品出口提高地区知名度，以带动地区旅游业发展[4]，日本于2014年6月颁布《特定农林水产品名称保护法》①，该法通常被称为《地理标志法》（GI）[5]，标志着日本对地理标志的保护进入相关法与专门法并行的混合保护模式[6]。为配合《日欧经济合作协定》（JEPA）谈判，《地理标志法》于2018年进行了修正（平成30年第88号法律更正），增加了有关外国地理标志产品注册的专门章节。

随着我国《民法典》将地理标志作为知识产权独立客体予以保护，《中华人民共和国政府与欧洲联盟地理标志保护与合作协定》（以下简称《中欧地理标志协定》）正式签署和2020年9月国家知识产权局《地理标志保护规定（征求意见

① 本研究所称《特定农林水产品名称保护法》（特定農林水産物等の名称の保護に関する法律）（平成31年2月1日改正）参考日本农林水产省发布版本：https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/index.html，[2020-11-8]

收稿日期：2021-08-09 **修回日期：**2021-09-03
基金项目：国家社会科学基金“植物新品种知识产权保护困境与制度创新研究”（16BFX168）；中央高校基本科研业务费专项资金“知识产权支撑乡村振兴的法政策研究”（2662019PY042）
作者简介：万志前（1974-），男，副教授，博士。研究方向：农业知识产权。E-mail：wzihou@sina.com

稿）》（以下简称《征求意见稿》）的发布，地理标志保护的专门立法已然成为一种趋势。借鉴日本地理标志保护的专门立法经验完善我国地理标志保护制度，对促进乡村振兴，打造区域特色农业经济，整合区域优质农业生产要素资源，传承和发展区域特色农业农村文化具有重要意义[7]。本研究拟在分析日本地理标志整体构造、主要内容和创新之处的基础上，分析该法对完善我国地理标志保护制度的启示。

一、地理标志法整体构造

（一）体例结构的严谨性

《地理标志法》共分六章四十三条和附则。第一章为“总则”（第一条、第二条），包括立法目的和地理标志定义与保护对象。第二章为“特定农林水产物等的名称保护”（第三条—第五条），包括标志使用和主管大臣措置命令。第三章为“注册规定”（第六条—第二十二条），此章为该法核心章节，其内容囊括申请主体、申请材料清单与公开、申请异议程序、专家意见听取、拒绝注册事由、注册信息公开、注册信息变更规范与流程、注册失效、违规处置和注册注销事由。第四章为关于外国特定农林水产物的特别规定（第二十三条—第三十二条）。第五章为杂项（第三十三条—第三十八条），包括公示方法、生产检查、举报查证、部门协作和地方管理。第六章为罚则（第三十九条—第四十三条），对不同违法行为处以罚金或有期徒刑。附则主要包括生效期限、定期检讨、法律冲突调整、实施细则制定等内容。

该法结构完善，布局合理，逻辑严谨。开篇明确立法目的、保护范围，将注册程序作为核心内容予以规定，并设立了外国特定农林水产物保护的专门章节，以行政管理和违法处罚结束，形成一个有效的闭环管理。同时设置了十年期的检讨修改，以确保该法适应时代发展。

（二）立法目的的“三重性”

《地理标志法》首条便开宗明义确立了保护特定农业、林业和渔业等生产者利益、促进产业发展，同时保护消费者利益的“三重保护目的”。

1. 保护生产者利益

保护生产者利益是《地理标志法》首当其冲的目的。该法出台前，日本长期以《商标法》为基础、《不正竞争防止法》为补充的保护模式禁止虚假标示原产地的行为，以保护正宗地源产品的生产经营者的利益。特别是2005年修改的《商标法》第七条之二（地域团体商标）允许由“产地名称＋通用名称”组成的“地域团体商标”进行注册以实现对地理标志的保护，标志着日本对地理标志的保护由“防御性保护模式”转为“主动性保护模式”[8]。但“地域团体商标”将申请者限制为地方事业协同组合等法人组织，其立法更多是出于保护地域团体之财产（权利）的目的而展开，标志的使用授权、侵权赔偿、质量管理等交由注册组织自行处理。

《地理标志法》将地理标志保护的申请者规定为地方生产者团体。此种变更是将地理标志视为区域共同财产进行保护，为实现此目的，立法允许多个生产者团体共同注册，同时将标志使用和质量管理纳入行政监管范围以保护合法生产者的正当利益。

2. 促进产业发展

农业作为基础产业，通常应当围绕该产业发展加工业与服务业，以延长产业链，提升产业整体价值。地理标志作为知识产权客体之一，受日本“知识产权立国”国策的影响[9]，日本最高农业政策制定部门和农业事务的主管部门农林水产省在其发布的《2020农林水产省知识产权战略》中，明确将地理标志作为知识产权保护的核心纳入农林水产省知识产权战略规划，同时提出设立地理标志保护系统（GI系统），旨在促进农产品海外市场输出、推广日本饮食和料理文化、将地方饮食与观光旅游相结合，带动文化出口，以实现提高国家影响力的战略目的，进而促进相关产业发展[10]。

日本立法者并没有将《地理标志法》局限于管理本国地理标志、促进产业发展的国内法律，而是将其作为实现日本国际产业协作的重要筹码。欧盟作为日本农产品主要贸易地区[11]，有适用于所有成员国的农产品、葡萄酒和烈酒的地理标志（PGI）系统。在经济合作协定（EPA）的早期谈判中便提出关于规范地理标志（GI）保护系统，双方GI受到同等保护的设想[12]。但在《商标法》保护下，日本仅在TRIPS规定的酿造

和蒸馏酒范围内实施了地理标志系统，且最初只有6种（壹岐、球磨、琉球、薩摩、白山、山梨）获得了对等保护。《地理标志法》的出台标志着日本面向整个农产品的地理标志系统的初步建立，较好地对接了欧盟的地理标志保护（PGI）系统。2018年7月1日最终签订的《日欧经济合作协定》（JEPA）第十四章中，双方达成了对于地理标志互认的协定，并确认包括协议签订时217个欧盟地理标志和56个日本地理标志的对等保护。此项协议的签订也促使日本修改《地理标志法》，新增外国农林水产品保护的专项条款。

在贸易谈判的背景下，日本通过部分让渡本国农业竞争利益，以换取在非知识产权类目中出口的优势，如取消欧盟对日本汽车的进口关税，因而此项协议也被称作“汽车换奶酪”协议[3]。可见，日本规范地理标志亦有增加优势产品出口，从而推动整体贸易增长的目的。

3. 保护消费者利益

地理标志保护与消费者权益密切相关，因此《地理标志法》将消费者利益作为立法目的之一。地理标志产品在品质特征、工艺特性等方面比普通产品具有比较优势，加之地理标志产品产量普遍低于普通产品，因此地理标志产品价格具有“溢价现象”[13]。随着收入增长和对农产品品质、安全、多样化的关注，消费者开始关注地理标志农产品，并愿意为“地理标志”农产品买单[14]。因此，消费的购买决策除受品牌名称影响外，产地标志也是一个重要因素[15]，如在消费者眼中，葡萄酒产区会增加葡萄酒的价值[16]。

作为地理标志经济价值变现的最终承载者，消费者通常更加偏好具有地理标志认证的产品，并愿意为此支付更高溢价[17]。农产品的品质具有隐蔽性和市场信息不对称，若有地理标志的识别，消费者就能在同类竞品中选择有质量保障的产品，避免受到假冒伪劣产品的侵害。因而地理标志的保护，有助于保障地理标志产品的品质，打破农产品的“逆向选择”，形成农产品生产者和消费者的良性互动[18]。由此可见，无论是出于支付溢价还是信赖利益，地理标志保护与消费者权益保护总是紧密关联。

为实现保护消费者利益的立法目的，《地理标志法》从产品质量、信息公开、侵权救济三个维度进行了规制。为确保产品质量，在申请阶段便将生产过程管理和团体资质纳入监管部门审查范畴，同时审查中强调申请团体需有能力和财产履行生产管理义务，注册后通过定期汇报和不定期现场检查的方式予以行政监管；为保障消费者知情权，《地理标志法》将注册产品的信息和详情进行专门公开；对于侵权救济，《地理标志法》虽无对消费者救济的直接条款，但准许消费者依照《消费者契约法》提起赔偿请求和团体诉讼。

（三）保护范围的限定性

《地理标志法》第二条仅将与农业、林业和渔业有关的产品和食品纳入保护范围。这明显窄于TRIPS协定第二十二条关于地理标志的保护范围，即地理标志包括所有类型的产品，只要与这些产品有关的“质量、声誉或其他特征”归因于该特定地理区域。酒精、药品、准医药产品、化妆品和再生医学用品因受《酒税法》《医药品、医疗器械等的质量、有效性和安全法》规范而被明确排除在农业、林业和渔业产品的产品清单之外。对于酒类的单独管理显然是为与TRIPS协定一致。

为有效实施《地理标志法》，2015年发布的《法律实施令》进一步明确了可注册的四类产品的范围：一是食用农林水产品，如鸡蛋、蔬菜、水果、海鲜、牛奶；二是食品和饮料，如面包、豆腐、橄榄油、现成食品可以归为此类；三是非食用农林水产品，主要包括观赏植物、工艺作物、观赏鱼和珍珠等；四是使用农、林、渔产品制造或加工的产品，包括饲料（限于以农业、林业或渔业产品作为原料或成分生产或制造的产品），如漆、竹材料、精油、木炭、木材、榻榻米和生丝[19]。

二、《地理标志法》的主要制度

《地理标志法》的核心内容包括地理标志的取得、标志管理和不当使用的规制措施（含法律责任）。

（一）地理标志的取得

权利的取得途径通常包括原始取得和继受取得。该法仅规定了地理标志的原始取得，即申请注册取得。

1. 申请主体

《地理标志法》第六条将申请主体表述为“从事生产过程管理业务的生产者团体”。对于此类团体的具体要求则较为灵活，如果农林渔产品的生产者或加工者认为这些产品符合与质量或声誉相关的基于地理位置的身份标准，则可以组成生产者团体。生产者团体原则上由成员组成，成员可以是但不限于是农业、林业和渔业产品的直接生产者[20]。若生产者团体是法人组织，必须任命代表或经理。生产者团体的任务是多重的。首先，负责准备所有必要的文件向农林水产省申请地理标志；其次，获得批准后负责生产过程管理和控制[21]。对于外国地理标志申请则通过专章“关于外国特定农林水产物的特别规定”引入“同等制度”，即对具有同等保护水平的地理标志产品进行互认，并无对申请主体的特别规定。

2. 申请材料

申请人应该提供详实的申请材料。《地理标志法》第七条之一第一款以列举的方式载明生产者团体应当提交载明组织的地址和管理人信息，申请对象的分类、名称、生产地、特性、生产方法的注册材料。第二款则规定应随附《明细书》和《生产过程管理业务规定》供农林水产省审查产品质量特定性和生产管理标准，而在《特定农林水产物审查要领》中额外要求地理标志申请人需要在地理标志注册之前收集表明产品与生产地区之间的历史、文化和环境关系的数据，同时需提交延续二十五年以上生产历史的证明[22]。此项规定的添补可视为地理标志审查中更加侧重于传统性的认定，这也是汲取“地域团体商标”审查中周知性认定困难的实践经验。同时在名称上仅要求产品名称可以确定该产品的原产地，以及产品质量特征与原产地相关即可登记，若可以确定地域则可以不包括地名。第四款则涉及申请人信息和申请对象的分类与名称等材料的公开。第七条之二则补充规定了申请材料补正和拒绝事由。

3. 注册公示

第八条、第九条承接上文申请补正环节，规定了注册公示程序。为确保注册者信息真实有效，同时保护其他合法使用者利益不被侵害，此阶段将公开范围扩展至补正后的全部申请材料，并给予为期三个月的公示期供社会监督。任何人均可在此期间内就注册事项向农林水产大臣提交书面意见，收到异议后农林水产大臣需将异议书副本转交申请组织，此项条款旨在确保申请主体的知情权和申辩权。为确保所涉异议的真实，第十一条设置了听取专家（学識経験者）和利害相关人意见的程序，需组织意见听取的事由则援引拒绝条款第十三条第二至四款中所涉情况，主要是关于生产过程管理业务、申请名称和种类问题。

4. 申请注册拒绝事由

《地理标志法》旨在鼓励和促进地理标志产品的注册使用，以提高地理标志产品市场竞争力，促进产业发展和推广地域文化，对于法定拒绝注册事项的设立相对克制。但基于“比起农业产业化发展，其安定性更为重要”这一政策思路的考量[23]，该法第十三条规定了申请注册拒绝的事由，主要包括：生产者团体因违反相关规定被注销，并且自注销之日起尚未满两年的；申请组织管理人员因本法规定被判处有期徒刑并已执行完毕或未执行不满两年的，或申请组织管理人员在被依法注销的生产者组织注销之日前三十天内任职，且自注销之日起未满两年的；生产过程业务管理规范不符合要求的；申请产品不属于注册范畴或已注册的；申请名称属于注册商标但未取得商标持有者许可的。

就地理标志申请注册的实践而言，整个地理标志注册过程持续时间为6到18个月不等，平均持续时间为10.4个月[24]。

（二）严格的地理标志管理

地理标志注册后，《地理标志法》从公权和私权两个层面规范了地理标志的使用管理。

1. 行政机关的监管

地理标志由农林水产省直接管理。相较特许厅的商标模式管理，地理标志的管理更具专业性，农林水产省管理更加贴近农业生产团体实际。地理标志的专门管理部门也标志着日本进入了地域团体商标和地理标志并行的共同保护模式。

从注册标识看，农林水产省重新设计了统一的地理标志标章，并且在第四条和农林水产省发布的《法律施行规则》中明确了使用方式和强制要求。基于保障产品的稳定生产和声誉价值不因

注册变动而受到影响、保证产品竞争力和农业生产稳定性的考虑，地理标志保护无时效限制。为确保在长期授权下地理标志产品质量的稳定性以及产品与原产地相关的特定质量标准相符，农林水产省对使用准入和生产过程管理进行严格监督，生产者团体需定期（原则上是一年）向农林水产大臣提交生产实绩报告书，接受生产过程管理状况的问询。同时，《地理标志法》第三十四条赋予了农林水产省以行政检查权，准许其向注册生产者团体、生产者和其他有关方面询问有关业务情况，检查生产者的营业场所、仓库、田野、工厂，以及营业状况和原料账目等。为确保检查适当且有效，该法第三十六条和第三十七条分别规定了协同检查权和授权下属地方部门检查权。

2. 生产者团体的管理义务

《地理标志法》围绕品质管理和信息变动告知构建了注册生产者团体的管理义务。其一，对个体生产者的生产管理义务。作为生产过程管理执行主体，生产者团体需组织个体生产者确认生产明细书并对其进行生产业务全程管理。其二，基于保护区域公共利益而设立的信息变动告知义务。两个或两个以上注册的生产者团体若更改生产明细书需共同申请（第十六条之二），注册生产者组织拟改变生产过程管理业务规则或中止生产过程管理工作时，必须提前通知农林水产大臣（第十八条和第十九条明确规定）。此类信息变动告知义务旨在保障区域内共同利益者的知情权。其三，接受社会监督义务。基于农林水产省不可能详细知道所有地理标志或注册商标使用情况的设想，《地理标志法》第三十五条规定，任何人均有权向农林水产大臣检举报告涉嫌违反地理标志使用规定或滥用与地理标志相关注册商标的情况。农林水产大臣经必要调查，认定属实的，有权发布命令督促生产者团体整改，拒不改正的，将面临注册取消和被起诉的风险。

（三）不当使用的惩戒

《地理标志法》对不当使用地理标志的行为，规定严厉的惩戒措施。该法专章规定了不当使用地理标志处罚措施，主要包括：违法使用地理标志或类似标志且拒绝更正的，处以5年以下有期徒刑或500万日元以下罚金或两者并罚（第三十九条）；违法使用注册标识或类似标识并拒绝更正的，处以3年以下有期徒刑或300万日元以下的罚金（第四十条）；窃取或泄露专家审查过程或征求意见过程中了解到的有关生产或生产者团体秘密的，处六个月以下有期徒刑或50万日元以下罚金（第四十一条）；没有按规定提交或提交虚假生产者团体名称住所代表人信息或注销组织清算人信息、自行更改生产过程管理办法或自行停止生产过程管理业务、拒绝接受生产业务检查的生产者处以30万日元以下罚金（第四十二条）。

根据《地理标志法》第四十三条的规定，除处罚违法行为人外，对行为人所在的生产者组织也要处以罚金。如涉及前述第三十九条，处以3亿以下罚金刑；涉及前述四十条，处以1亿以下罚金刑；违反第四十二条依照该条处罚金刑。可见《地理标志法》通过强化不当行为的惩戒措施，以提高地理标志的保护水平。相较“地域团体商标”依照《商标法》第七十八条所规定的“最高一年以下有期徒刑，1000万日元以下的罚款或两者并罚” 的处罚标准，《地理标志法》不仅大幅提高处罚上限，且对于地理标志的违法处罚更加细化。

三、《地理标志法》的创新

为有效实现立法目的，保障地理标志产品生产稳定，日本地理标志法有诸多创新，主要体现在以下几个方面。

（一）注重信息的充分公开与交流

为保障生产者和消费者利益，《地理标志法》倾注了大量条文规定信息公开与信息交流，并贯穿注册流程始终。首先，向农林水产大臣提出申请前，要求当地的生产者和加工者必须组织和集体定义生产区域和最终产品的性质[25]，农林水产省在收到注册申请时即需向社会公开申请者部分信息以便于其他适格团体共同申请（第七条第四款），进入注册公示阶段需将全部申请材料向社会公开以供公众查阅（第八条），在此期间准许任何人提出书面意见并由注册部门转送申请注册团体（第九条），完成注册申请后生产者团体需组织生产者再次确认明细书与生产过程管理规范可行性，同时农林水产省需将注册序号、受理时间和申请信息对社会公开（第十二条第三项）。

生产者团体内部的交流，有利于充分沟通生产方式和质量标准，保障产品质量的一致性；注册信息的公开便于其他适格生产者团体共同申请，减少重复审查和权利冲突；申请材料的公示有利于保障消费者知情权，便于社会监督。

（二）保障注册的有效性

如前所述，《地理标志法》出于促进产业发展的目的，在拒绝事项上的设置极为克制。但为确保产品生产和质量稳定，该法创造性地将生产稳定性和质量管理同注册有效性相关联。如该法第二十条注册失效中规定，当生产者团体解散清算或生产过程业务管理停止时，需立刻上报农林水产大臣取消生产者团体的名册注册并向社会公开。在第二十二条明确规定了注册撤销的事由，包括生产者团体不再由生产者组成（a项）、因管理者受到刑事处罚触发拒绝注册事由（此项原文表述为涉及第十三条一（b）项事由）、违反农林水产大臣关于质量管理的处置命令（c项）、以欺诈手段获得注册（d项）。从上述两项失效和撤销事由中不难发现，《地理标志法》将生产过程管理业务放在了极其重要的地位。同时在前述注册拒绝（第十三条）事由中也将生产者团体和管理人员稳定性（第一款b项）和生产过程管理业务（第二款）适当性纳入审查。此外，为确保生产和质量的稳定性，该法还规定了生产管理检查和定期汇报制度，对于不符合管理规定的地理标志予以撤销。值得注意的是，《地理标志法》并未对违法组织或个人设立长期从业禁止的限制（最长两年期）。

保障注册有效性的制度设置，能够确保注册组织从事实际生产，避免不事生产的组织占用公共资源；倒逼组织管理人员加强管理，规范生产者行为；同时为管理部门提供了纠错机制，保障对注册组织的有效指导监督。

（三）平衡地理标志与注册商标的关系

为避免地理标志与现行地域团体商标冲突，同时形成有机配合的保护机制，《地理标志法》对于地域团体商标产品注册地理标志进行了特别规定。在拒绝注册的第十三条第4款中明确提到当申请注册的名称与农林渔产品和食品或类似产品、服务有关的注册商标相同时拒绝注册，但在随后的例外条款中规定当申请生产者团体与注册商标所有人建立专有使用权关系或是注册商标持有者准许注册，若注册商标持有者同申请生产者团体达成专有使用权协定，则仅准许该申请组织注册。同时在取消注册的第二十条中规定商标权人或者专用权人撤回许可时注册取消。对于通过“同等制度”互认的外国地理标志产品，若与本国既有农林水产类产品或服务注册商标一致或类似的，除得到本国商标持有者许可否则不予直接互认（第二十九条）。

总而言之，为平衡地理标志和现有注册商标的关系，《地理标志法》倾向于既有商标优先于地理标志的处理办法，较好维系了地理标志与地域团体商标之联系。但此项规定也直接导致了半数以上持有地理标志为产业协同组合[①]。

日本地理标志法自实施至今已逾六年，截至2021年8月已有108个登记在册的地理标志产品，其中包括“甲子柿”、“八代晚白柚”、“八丁味噌”等著名农产品。自2017年日欧地理标志实现互认以来，日本高质量农林水产品出口数量和货值上均实现了快速增长。同时，地理标志系统的制定为日本在种子和肉牛的遗传资源保存保护上提供了一系列法律支持。此外，农林水产省日本食品海外推广中心（JFOODO）围绕“地理标志产品”等优质农产品进行推广，在海外市场取得了良好的反响[②]。

四、《日本地理标志法》对我国的启示

地理标志对农业农村发展和乡村振兴具有重要作用。我国拥有丰富的农业资源，既有充分利用地理标志的资源底蕴，也有利用地理标志的基础，但我国地理标志保护制度存在保护层级低、保护目的和注册范围狭窄、多头管理以及持有者及其义务不明等问题，这些问题可借鉴日本《地理标志法》相关经验加以解决。

① 截至2021年9月1日，在册的108种地理标志产品中63种申请主体为以农协为代表的产业协同组合。根据农林水产省地理标志登记名册（https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/index.html）统计。

② 参见日本农林水产省2018年、2019年公开年报（https://www.maff.go.jp/e/data/publish/index.html）。

（一）地理标志保护应专门立法

我国目前对地理标志保护实行的是混合保护模式，由《地理标志产品保护规定》和《农产品地理标志管理办法》对地理标志给予专门保护，同时在《商标法》体系下创设了地理标志集体商标和证明商标，以克服一般商标难以保护地理标志的不足[26]。虽然我国的混合保护模式对地理标志产品提供了较为全面的保护，但仍存在一定的局限性，主要表现在以下三点：第一，专门保护制度尚停留在部门规章层面，保护层次低，国际互认难。第二，专门保护下的两套地理标志保护制度，无论依照哪套标准对地理标志进行确权，均需对产品质量、产品与产地的地域性关联等进行审查，但是这两种适用范围交叉重叠的制度，缺乏协调配合机制，致使同一产品的保护标准不一，必然会发生无法协调的刚性冲突[27]。第三，地理标志虽然能够纳入《商标法》保护，但《商标法》对地理标志的保护是一种防御性保护，即商标含有地理标志，误导公众的，不予注册并禁止使用①。即使可通过证明商标和集体商标保护地理标志，但“证明商标和集体商标并非专门只用于地理标志，法律不能强制性地将它们所标示的产品质量和特定的地理环境联系起来，两者之间并不必然存在密切的因果关系”[28]，这与地理标志的内涵明显相悖。总之，现有地理标志保护体系存在立法权与管理权上的冲突，浪费了法律资源，增加了地理标志持有人的成本，亦造成消费者市场认知的困惑[29]。

因此我国亟需制定一部主导性的地理标志法，以形成有效有序的地理标志法律保护体系。

2021年1月1日施行的我国《民法典》第一百二十三条将地理标志作为与作品、发明、商标、商业秘密、植物新品种等并列的知识产权客体，为后续专门立法提供了基本法的支持。且在《中欧地理标志协定》商议过程中，我国地理标志保护涉及多部门多主体，不仅产生了一定程度的行政资源浪费，也对地理标志的互认产生了困扰。为落实该《协定》，更好实施国际互认和实现全面、高水平的地理标志对等保护，我国也应完善地理标志保护制度。基于上述原因，我国应借鉴日本地理标志专门立法保护的经验，整合我国现有立法，制定地理标志专门法，最终形成以地理标志法为主导、商标法为辅助、反不正当竞争法为重要补充的多个法律相互补充协调的保护体系[30]。

（二）扩大保护目的和范围

我国现行地理标志专门保护制度的保护目的较为狭窄。《地理标志产品保护规定》致力于规范产品名称，保证产品的质量和特色；《农产品地理标志管理办法》旨在保证地理标志农产品的品质和特色，提升市场竞争力；国家知识产权局公布的《征求意见稿》中也仅提出规范产品名称和专用标志使用，保证地理标志产品的质量特色之目的。上述规定在立法目的上均存在局限性。地理标志作为合法垄断的区域公共财产，其受益对象是产区内所有符合规范的生产者；地理标志农产品常作为区域农业发展的支柱，其着眼点不应仅限于名称或标志的规范使用，而应当立足于保护相关产业发展；消费者出于对地理标志产品质量的认同和信任而支付的产品溢价和信赖利益也应当得到保护。因此，地理标志专门立法应确立保护生产者利益、促进产业发展和保护消费者利益的多重立法目的。

我国《民法典》虽实现了地理标志的名称统一，但是在注册对象上尚未能实现一致。如依照《商标法》的规定，符合条件的商品或服务可申请证明商标和集体商标，《地理标志产品保护规定》将保护范围仅限于该地区种植、养殖产品和原料全部或部分来自其他地区并依照该地域特定工艺加工产品；《农产品地理标志管理办法》将保护范围限于来源于农业的初级产品。《征求意见稿》则沿用《地理标志产品保护规定》的保护范围。考虑产业发展实际和增长空间，应在整合现有地理标志范围的基础上，将我国特有中药材等药用农林产品及加工品、特殊农林水产品（如观赏植物、观赏鱼、竹制品、生丝等）、部分手工艺品等纳入保护范围。此外，为履行TRIPS协议的义务，应当将地理标志中酒类产品单列保护。

---

① 《商标法》第十六条第二款规定：商标中有商品的地理标志，而该商品并非来源于该标志所标示的地区，误导公众的，不予注册并禁止使用；但是，已经善意取得注册的继续有效。

（三）整合注册管理部门

我国现行有三套地理标志审查制度[①]，但其侧重均有不同，造成了同一地理标志产品注册持有主体不一，缺乏统筹协调的问题。2018年3月启动的新一轮国家机构改革，将前国家工商总局地理标志集体商标和证明商标与前国家质检总局地理标志产品的管理职责统一并入重新组建的国家知识产权局，并统一了“地理标志产品专用标志”的官方标志。此次改革为结束我国地理标志多头管理提供了契机，但本次改革只是整合了地理标志的标记，实际审查中仍然并行地理标志产品和地理标志商标两套确权制度。“农产品地理标志”由农业农村部依照《农产品地理标志管理办法》单独管理。

参考日本地理标志的保护模式并结合我国知识产权行政管理的实际，应在地理标志专门立法的基础上，对现有行政管理体制进一步优化，确立由单一部门主导、相关部门配合的管理模式。考虑到地理标志大多为初级农产品或手工艺品，可将“地理标志产品”与“农产品地理标志”整合，由农业农村部统一地理标志管理。对于集体商标和证明商标继续由国家知识产权局依照《商标法》进行管理。此举有利于将地理标志保护与乡村振兴相结合，实现农业发展、农民增收、农村繁荣。

简而言之，即首先实现“农产品地理标志”和“地理标志产品”的整合，形成统一的地理标志保护制度，同时保留集体商标和证明商标，以实现对更广泛产品的保护。

（四）明确地理标志持有者及其义务

我国地理标志保护施行的首要困扰在于地理标志持有者混乱。《商标法》第三条允许团体、协会或者其他组织作为地理标志持有者；《地理标志产品保护规定》规定政府部门或生产经营者均可以作为农业地理标志的持有者；《农产品地理标志管理办法》规定的地理标志的持有者为农民专业合作经济组织、行业协会等组织。以农业农村部公布的2020年首批农产品地理标志注册产品为例，持有主体可划分为社团法人、科研推广机构、事业法人单位、质量检测机构、销售服务机构五大类[②]，而在国家知识产权局管理的地理标志产品中，依照原国家质量监督检验检疫总局《地理标志产品保护规定》申请的地理标志产品则均由地方人民政府作为持有人[③]。如此一来，同一地理标志产品的保护途径不同，申请或持有者也不同[④]。不同注册主体法律性质不同，其管理能力和责任能力更是相去甚远。

为维护地理标志的集体公共利益，同时兼顾生产管理责任和合法使用者加入退出自由，我国应借鉴日本《地理标志法》的规定，将生产者团体作为地理标志的申请或持有主体。即明确由特定组织和符合条件的生产者团体作为地理标志注册持有主体，同时保护其他合法团体共同注册的权利，但地方政府不得持有地理标志。《征求意见稿》中将申请人规定为县级以上人民政府指定的产地范围内的产品生产者协会或者保护申请机构，但是对于协会的性质和注册数量并无规定，应加以明确。此外由县级以上人民政府指定产品生产者协会作为申请者有可能导致权力寻租，应明确具备条件的生产者协会均有权申请地理标志。

《征求意见稿》对地理标志管理、运用和使用进行了一定规制，但对于地理标志注册者的责任义务尚不明朗。应借鉴日本《地理标志法》的规定，明确注册生产者组织对生产过程进行质量管理，接受有关部门检查和社会群体监督的义务。此外，我国地理标志保护立法应明确地理标

---

① 即《商标法》体系下的《集体商标、证明商标注册和管理办法》《地理标志产品保护规定》和《农产品地理标志管理办法》。

② 如赵县皇冠梨持有人是赵县绿色梨果产业协会，天津小站稻持有人是天津市津南区农业技术推广服务中心，萝北五味子持有人是萝北县多种经营办公室，上方山香椿持有人是北京市房山区农业环境和生产监测站，仙居杨梅持有人是仙居县果品产销协会。参见农业农村部公告第290号。

③ 参见国家知识产权局第331号《关于批准对连江海带等5个产品实施地理标志产品保护的公告》，地理标志产品的持有人均为地方人民政府。

④ 如汤阴北艾，地理标志产品持有人为河南省汤阴县人民政府，地理标志集体证明商标持有人为汤阴县医药产业服务发展中心，农产品地理标志产品持有人为汤阴县医药行业管理办公室。此外，连江海带也有类似情况，其地理标志产品持有人为福建省连江县人民政府，地理标志集体证明商标持有人为连江市海带协会。

志和注册商标之间关系，对已登记注册商标的产品未经所有人许可不得注册为地理标志，对于已注册地理标志产品不得注册为注册商标；明确侵害地理标志的民事责任和刑事责任，以增加违法使用地理标志的成本。

五、结论

日本《地理标志法》某种程度上是对“地域团体商标”实践经验的继承发展，通过对申请注册、使用管理、违法使用处罚等事项的细化规制，能有效减少仿制品流通，促进就业，增加销售金额与产量[31]，实现了保护生产者、消费者利益，促进产业发展的立法目的。随着我国《民法典》的实施和《地理标志保护规定》（征求意见稿）的发布，特别是《中欧地理标志保护与合作协定》的正式签订，为适应国内产业整合和国际贸易发展，地理标志专门立法实有必要。专门立法可以解决当前地理标志多套标准管理的混乱局面，实现单一部门管理的便利，克服权利冲突，实现地理标志的有效保护。

参 考 文 献

[1] Daisuke Kojo. The Importance of the Geographic Origin of Agricultural Products: A Comparison of Japanese and American Approaches[J]. 14 Mo. Envtl. L. & Pol'y Rev., 2006: 275-321.

[2] 吕苏榆. 日本农业区域品牌发展探析[J]. 现代日本经济，2012（2）：73-79.

[3] Bonadio E，Mcdonagh L，Sillanpaa T M. Intellectual property aspects of the Japan-EU economic partnership agreement[J]. LSE Research Online Documents on Economics，2020：2.

[4] 郭笑然，周李，虞虎，等. 日本乡村振兴政策演变及其效果分析[J]. 世界地理研究，2020，29（5）：905-916.

[5] 農林水產省. 地理的表示法(GI)(特定農林水産物等の名称の保護に関する法律)[R/OL]. (2020-06-30)[2021-09-01]. https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/index.html.

[6] 王国华. 日本农产品地理标志保护制度构建及影响研究[J]. 世界农业，2016（6）：11-15，30.

[7] 武晋仓. 论地理标志在乡村振兴中发挥的作用[N]. 中国知识产权报，2020-02-26(04).

[8] 管育鹰. 日本地理标志保护制度研究[J]. 知识产权，2011（6）：79-85.

[9] 知的財産戦略会議. 知的財産戦略大綱(2002)[EB/OL]. (2002-07-23)[2021-09-01]. http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki/kettei/020703taikou.html.

[10] 农林水产省. 2020农林水产省知识产权战略[R/OL]. (2015-05-28)[2021-08-01]. https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/b_senryaku/index.html.

[11] 农林水产省. 农林水产物进出口实绩EU2020年更新[R/OL]. (2021-01-01)[2021-09-01]. https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/index.html#78.

[12] 农林水产省. EPA/FTA経済連携交渉について[R/OL]. (2020-06-07)[2021-09-01]. https://www.maff.go.jp/j/kokusai/renkei/fta_kanren/index.html.

[13] 尚旭东，郝亚玮，李秉龙. 西部大开发中地理标志畜肉产品的消费行为分析[J]. 经济问题探索，2011(10)：143-148.

[14] Loureiro M L，Mccluskey J J. Assessing consumer response to protected geographical identification labeling[J]. Agribusiness，2010，16（3）：309-320.

[15] Batt P J，Dean A. Factors influencing the consumer's decision[J]. Australian&New Zealand Wine Industry Industry Journal，2000（S1):31-41.

[16] Cohen E，Remaud，Hervé，et al. Building brand salience for commodity-based wine regions[J]. International Journal of Wine Business Research，2009，21(1)：79-92.

[17] Lee J Y，Pavasopon N，Napasintuwong O，et al. Consumers' Valuation of Geographical Indication-Labeled Food：The Case of Hom Mali Rice in Bangkok[J]. Asian Economic Journal，2020，34（1）：79-96.

[18] 张国政，徐增，唐文源. 茶叶地理标志溢价支付意愿研究——以安化黑茶为例[J]. 农业技术经济，2017（8）：110-116.

[19] 农林水产省. 特定农林水产物等名称保护的有关法律施行令(政令第227号)[EB/OL]. (2015-10-08)[2021-09-01]. http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/outline/pdf/doc7.pdf.

[20] Uytsel S V. The New Japanese Act on geographical Indications ——an intangible cultural heritage perspective[EB/OL]. (2015-11-18)[2021-09-01]. cfm? abstrat_id=2692449.

[21] Uytsel S V. Geographical indications in Japan——a new start[EB/OL]. (2015-11-18)[2021-09-01]. http://papers.ssrn.com/s013/papers.cfm? abstrat_id=2692450.

[22] 农林水产省. 特定农林水产物等审查要领[EB/OL]. (2019-01-31)[2021-09-01]. https://www.

maff. go. jp/j/shokusan/gi_act/outline/index. html.
[23] 清水徹朗,乔禾. 日本农业政策与农协改革相关动向及日本农业的未来展望[J]. 世界农业，2016（8）：95-101.
[24] A. Tashiroet al. Internal processes of Geographical Indication and their effects：an evaluation framework for geographical indication applicants in Japan[J]. Journal of Ethnic Foods，2018（5）：202-210.
[25] Gugerell K，Uchiyama Y，Kieninger PR，et al. Do historical production practices and culinary heritages really matter? Food with protected geographical indications in Japan and Austria[J]. Journal of Ethnic Foods，2017（2）：118-125.
[26] 王晓艳. 论我国地理标志的保护模式[J]. 知识产权，2019（11）：59-68.
[27] 王笑冰. 关联性要素与地理标志法的构造[J]. 法学研究，2015（3）：82-101.
[28] 杨和财,李华. 我国地理标志专门立法保护探讨[J]. 西北农林科技大学学报（社会科学版），2008（2）：104-108.
[29] 柳励和. 地理标志的利益博弈及其法律保护[J]. 法治研究，2009（5）：23-28.
[30] 孟祥娟，李晓波. 地理标志保护制度存在的问题其解决[J]. 知识产权，2014（7）：61-67.
[31] 農林水産省. 平成30年度農林水産省年報[R/OL]. (2019-03-31)[2021-09-01]. https://www. maff. go. jp/j/pr/annual/h30mokuzi. html.

The geographical indication law of Japan and its enlightenment to China

WAN Zhiqian，ZHOU Xianjie

（*College of Humanities & Law*，*Huazhong Agricultural University*，*Wuhan* 430070，*China*）

Abstract：The Law of Geographical Indications in Japan was formally implemented in 2015，marking the new era of the mixed protection of the specialized law and the trademark law. Built with a reasonable structure，the law defines its triple protection purpose for the producer′s interest，industrial development，and consumer interest and clarifies the scope of protection. The law mainly standardizes the registration and management as well as the legal liability for illegal use of geographical indications. Moreover，the law innovated in balancing the public interests and private interests，information disclosure and exchange，and its relationship with the trademark law. In China，the geographical indications have been listed as one object of intellectual property right in Civil Code. To implement the Code，learning from Japan′s experience and integrating China′s existing protection system of geographical indications is a must in formulating the Law of Geographical Indications in China.

Keywords：Japan；Geographical indications；Producer groups；Specialized law

（编辑：程俐萍）