



行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書
(出國類別：出席國際會議)

參加 APEC 地理標示研討會出國報告

服務機關：財政部國庫署、經
濟部智慧財產
局、國際貿易局

出國人：呂姿慧稽核、張瓊惠
商標助理審查官、
陳弘宜研究員

出國地區：泰國 曼谷

出國期間：92.5.13-14

報告日期：92.5.30

A4/
C09201864

系統識別號:C09201864

公 務 出 國 報 告 提 要

頁數: 19 含附件: 否

報告名稱:

APEC地理標示研討會

主辦機關:

經濟部智慧財產局

聯絡人／電話:

彭瑀／27380007 分機 2920

出國人員:

呂姿慧	財政部國庫署	稽核
陳宏宜	經濟部國際貿易局	研究員
張瓊惠	經濟部智慧財產局	商標助理審查官

出國類別: 研究

出國地區: 泰國

出國期間: 民國 92 年 05 月 12 日 -民國 92 年 05 月 15 日

報告日期: 民國 92 年 05 月 30 日

分類號/目: A4／法律司法 A4／法律司法

關鍵詞: 地理標示

內容摘要: 澳洲為協助開發中會員體瞭解地理標示保護制度於澳洲國內的運作情形及 WTO 關於酒類地理標示多邊登記通知制度及一般地理標示的諮商進展，向 APEC 申請經費舉辦本研討會，希望能藉由本研討會活動，促進開發中會員體對於本議題之認識。報告內容分別就地理標示的保護類型、政策制定、澳洲的地理標示保護制度、地理標示的 WTO 諮商進展等加以說明。

本文電子檔已上傳至出國報告資訊網

目 錄

目 錄	1
壹、前言	2
貳、行程及與會人員	2
參、地理標示的保護類型	2
肆、澳洲保護地理標示制度簡介	11
伍、TRIPS 理事會討論地理標示議題的進展	14
陸、心得與建議	17

壹、前言

澳洲為協助開發中會員體瞭解地理標示保護制度於澳洲國內的運作情形及 WTO 關於酒類地理標示多邊登記通知制度及一般地理標示的諮商進展，向 APEC 申請經費舉辦本研討會，希望能藉由本研討會活動，促進開發中會員體對於本議題之認識。

貳、行程及與會人員

本次會議期間為九十二年五月十三、十四兩日。計有印尼、泰國、菲律賓、馬來西亞等會員體派員出席。我國由國庫署呂姿慧、經濟部智慧財產局張瓊惠、國際貿易局陳弘宜代表參加。會議講員完全由澳洲派員擔任。

本次研討會首先由澳洲派駐泰國大使 Miles Kupa 致詞歡迎各會員體代表，說明澳洲對智慧財產權及地理標示議題之重視。接著由 Mr. William Van Caenegem、Mr. Geoff Bins、Ms. Helen Dawson、Mr. Adrian White 分就地理標示的保護類型、政策制定、澳洲的地理標示保護制度、地理標示的 WTO 諮商進展等加以說明，詳細情形謹陳報如次：

參、地理標示的保護類型

- 一、地理標示的定義主要包含三個要素：產品產地、產品的品質與特性，產品的品質與特性得自產地的地理及居民的特質。它與一般產地標示的差別在於除表示產品的產地之外，另表

彰當地產品的特質。所謂居民的特質通常指的是當地傳統小規模的農耕技術。

二、各國保護地理標示的方法有三種類型：公平交易法、證明標章、另立特別法等，此三種方法可並存，不互相排斥。馬來西亞、印尼代表表示國內已有特別立法保護地理標示；泰國代表表示國內保護地理標示法案正由國會審查中；澳洲代表說明國內只就酒類地理標示特別立法保護，一般產品則以證明標章加以保護；韓國代表說明國內係以證明標章方式保護地理標示。

三、現行保護地理標示的國際條約有巴黎工業財產權公約（The Paris Convention on Industrial Property 1883）、馬德里產地標示公約（The Madrid Agreement on False Designations of Origin 1891）、里斯本保護產地標示條約（The Lisbon Agreement for the Protection of Appellation of Origin 1958）及 TRIPS 協定第二十二條至第二十四條。

四、TRIPS 規定對於地理標示的保護分為酒類產品及酒類產品以外的一般產品，對於保護酒類產品的要求較為嚴格，只要酒類產品非產自其地理標示所表示的地方，不論是否會使公眾產生誤導，即禁止使用，縱使商品上標示有真實的產地、所使用之地理標示係翻譯詞或伴以「同類」、「同型」、「同風格」、「相仿」或其他類似的說明。對於酒類產品以外之一般

產品則要求較鬆，只需提供防止不公平競爭或不實而誤導之標示的措施即可。會員需提供登記制度，對於一般產品則要求較鬆，只需提供防止不公平競爭或錯誤表示的措施即可。TRIPS 規定並不要求會員為地理標示設立獨立的登記制度，以其他方法例如以證明標章方式保護地理標示亦符合 TRIPS 規定。

五、目前 WTO 關於地理標示議題的談判主要有兩部分一為建立酒類地理標示多邊登記制度，另一為擴大酒類地理標示高標準保護至酒類以外所有產品。由於多數國家並沒有保護地理標示的制度，擴大地理標示保護可能引起的問題包括增加會員義務負擔、增加行政成本、TRIPS 協定下會員權利、義務失衡等。

六、以公平交易法保護地理標示：

(一) 例如澳洲的貿易保護法第五十二條 (Section 52, The Trade Protection Act)，此種保護方式並不賦予地理標示居先權 (priori right)，而是透過禁止不實或引人誤信的標示，間接保護地理標示。當事人欲主張公平交易法的保護需證明特殊商譽的存在、有不實或引人誤信的標示及受有損害 (交易轉向、稀釋商譽等)。就地理標示而言，有關商譽的部分，當事人需證明多數消費者認知該標示為地理標示，非通用的類名 (generic

terms)。

(二) 利用公平交易法保護地理標示有以下缺點存在：

1. 不賦予專屬權或所有權；
2. 舉證責任繁重；
3. 判決結果無法預測；
4. 清楚標示來源即可避免公平交易法規定，以香檳酒為例，澳洲產的發泡酒只要清楚標示澳洲香檳以示與法國香檳有所區別，即可避免違反公平交易法規定；
5. 對造可辯駁該地理標示為通用名詞，例如主張消費者認為該標示為酒類的一般名稱而非地理標示；
6. 對於仍未建立商譽的地理標示無法給予保護。

(三) 以公平交易法保護地理標示的優點：

1. 可有效遏止大部分的錯誤標示案件；
2. 無登記、審核及維持成本；
3. 簡單具彈性；
4. 比維持註冊制度的成本低。

(四) 以香檳為例，在澳洲及紐西蘭有兩種不同的判決結果，澳洲因國內有專區產製香檳多年，法院認為香檳

僅為酒類的一般名稱，但紐西蘭法院卻認為香檳專指法國香檳區生產的發泡酒。

七、以商標保護地理標示

（一）以商標法保護地理標示的優點：

1. 可克服公平法的舉證問題；
2. 授予排他權利；
3. 所有權歸屬清楚；
4. 商標法已備具防止混淆及欺瞞的完整規定；

（二）以商標法保護地理標示的限制：

1. 商標的文字、圖形需具有顯著性，描述性的文字無法申請註冊取得商標；
2. 商標僅具有輔助地理標示的功能；
3. 商標雖有以上限制，但也有例外，例如以證明標章或集體商標保護地理標示，即可使用描述性的文字、名稱，英美法國家通常以此類的標章保護地理標示。

八、提供獨立的登記制度保護地理標示：

（一）地理標示登記制度的特點：

1. 描述性地理名詞可登記成為地理標示此點與證明標章

或團體商標相同；

2. 地理標示的所有權由該區域內的人所共有；
3. 授予排他權；
4. 沒有商標的「使用」規定；
5. 提供強力規定防止商譽的稀釋；
6. 在訴訟上，當事人無法以商標法認為該地理標示為一般名詞及善意使用等作為答辯；
7. 即使利用 disclaimer 清楚標示真正來源，仍違反地理標示的標示規定，例如標示澳洲香檳，雖已清楚標示該產品為澳洲所製造，無誤導消費者之嫌，但仍違反地理標示規定，因為在該制度下只有法國的香檳區才是香檳的真正產地；
8. 對於適用區域需有明確的定義；
9. 需證明商品特質與區域的關連性；
10. 不得授權他人使用。

九、地理標示保護制度的歷史演變

（一）保護地理標示的歷史論據：

1. 地理標示保護制度起初僅為地方莊園的結合，以保護來源標示的地方性制度，隨著酒品流通的增加，此制

度逐漸從全國性轉為區域性，現在更在 WTO 多邊架構下推廣此制度；

2. 不願見到多年辛苦建立、維護的地區性產品商譽淪為一般名詞；
3. 殖民地時代已過去，因此地理標示應隨著此時代的結束，而回歸母國；
4. 地方權利應優於工業的更替；
5. 區域及其產品的獨特性是其他地區所沒有的。

(二) 歐盟及法國保護地理標示的模式：

1. 法國模式：法國採用產地標示(Appellation of Origin, 以下簡稱 AOC)保護地理標示，此制度有幾項特性：嚴格限制適用區域、嚴格的生產標準、嚴格的控制與管理。
2. 歐盟的模式：歐盟對於保護地理標示有兩項制度，一為保護來源標示制度(Protected Designation of Origin, 以下簡稱 PDO)；另一為保護地理標示制度(Protected Geographical Indication, 以下簡稱 PGI)。
3. PDO 的規定較為嚴格，適用的產品必須於指定區域內生產、加工及完成，產品的特性基本上或完全需來自於該區域內的地理及居民因素。

4. PGI 與 PDO 相較之下較為鬆散，PDO 要求產品的生產必須完全在該區域內完成，PGI 只要求產品當地加工或完成等任一生產階段在該區內進行，即可適用該制度取得保護。此外，PGI 與 PDO 一樣均要求產品特性需來自於當地的地理及居民因素。

（三）TRIPS 的現況與歐盟對於地理標示的立場

1. 關於地理標示歐盟現階段的目標是將歐盟區域內的現行制度，擴大推動成為國際多邊制度；
2. 雖然歐盟無法永遠接受境內的地理標示成為一般名詞，但瞭解仍須接受國際談判的結果而有所折衷；
3. 歐盟關於地理標示的權利仍須與殖民地人民繼續使用該地理標示的權利相平衡；
4. 關於 WTO 會員以證明標章保護酒類地理標示是否符合 TRIPS 規定，目前仍有爭議。

（四）澳洲與歐盟保護酒類地理標示雙邊協定

1. 澳洲為進入歐盟的酒品市場，與歐盟訂定歐盟澳洲葡萄酒協定（EU-Australian Wine Agreement），同意保護歐盟數千項的葡萄酒地理標示，以換取歐盟保護澳洲的三十項葡萄酒酒地理標示。
2. 為配合執行此協定，澳洲修正澳洲葡萄酒及白蘭地公

司法 (The Australian Wine and Brandy Corporation Act 1993)，將前述協定所包含的歐盟及澳洲酒類地理標示納入保護清單。

3. 澳洲保護酒類地理標示的制度與歐盟有很大的不同，澳洲認為歐盟過度限制生產過程的標準與產品規格，將對酒業發展形成障礙，因此，澳洲故意放寬此方面的規定，讓當地釀酒業在享受地理標示保護的同時仍保有技術發展的空間。

(五) 地理標示保護制度的政策理論依據

1. 獨特性原則：貨品特別是農產品具有生產地的地理與人文特性。在地理特性方面，該區域有明確範圍且具有一致性的地理特徵。在人文特性方面，通常指的是傳統小規模、勞力密集的地方性農耕技術。
2. 保護消費者與商譽：地理標示因兼表彰產地及產品品質之功能，因此得防止消費者受錯誤標示欺瞞，並得提供地理標示持有人更妥善、有效的商譽保護。
3. 地理標示與商標具有類似功能：地理標示與商標一樣，具有克服買、賣兩方資訊取得不對等性、區隔商品與提高附加價值等功能。

肆、澳洲保護地理標示制度簡介

- 一、澳洲保護地理標示的法制分兩部分，澳洲葡萄酒及白蘭地公司法提供葡萄酒產品地理標示登記制度，葡萄酒以外的產品則適用商標法 (Trade Marks Act 1995)、商業標示法 (Commerce Trade Descriptions Act 1905)、侵權法 (Torts)、澳洲紐西蘭食品局標示及廣告標準 (Australia New Zealand Food Authority Labelling and Advertising Standards)、澳洲食品標準規則烈酒標準 (The Australian Food Standards Code Spirit Standard)。
- 二、依據澳洲舊版商標法規定，地理名詞因不具先天識別性，商標申請人無法利用此類地理名稱取得商標登記，1995 年修法後，始准許地理名詞在例外情形下，因長久使用，取得第二層意義而具特別顯著性，才能註冊取得商標登記。
- 三、澳洲為執行歐盟澳洲葡萄酒協定，修訂澳洲葡萄酒及白蘭地公司法，在農漁林業部下設澳洲葡萄酒及白蘭地公司 (Australian Wine and Brandy Corporation, 以下簡稱 AWBC) 負責酒類地理標示的登錄、透過其地理標示委員會 (Geographical Indication Committee, 以下簡稱 GIC) 審定澳洲的釀酒地理區域及執行與歐盟的葡萄酒協定等。目前在該公司登錄的僅有澳洲與歐盟的酒類地理標示，尚沒有其他國家的此類標示申請登錄。

四、本法的適格申請人包括葡萄農、釀酒人、葡萄農會、釀酒人協會、宣稱的葡萄農或釀酒人組織。

五、審查標準：澳洲僅對國內的酒類地理標示訂有審核標準，審查項目包括申請地理區域的釀酒歷史、地理情況、氣候、收成期間、排水情況、水源取得、高度、該地理名稱的傳統使用情況等，此外，並要求申請的地理區域必須是相連的單一地理區域，區域內至少有五個獨立的葡萄莊園，每個莊園土地面積至少有五英畝，年產量至少五百噸以上。對於登錄的歐盟酒類地理標示則沒有審核標準，有爭議時由法院依個案認定。澳洲的產品標準（Specifications）較歐盟寬鬆，只要求附有澳洲酒類地理標示產品需包含 85% 以上當地生產之葡萄即可。

六、申請費：每個標示申請案需繳交 2000 澳幣申請費，另送 GIC 審查時需繳交 375 澳幣的審查費用，除了申請費及審查費以外，不再收取年費之類的維持費。

七、異議程序：

（一）初審決定：GIC 受理審查申請案後，即諮詢澳洲商標局、葡萄農會、釀酒人協會意見及其他利害關係團體意見，隨後做出初審決定（Interim Determination）並刊登於政府公報及相關區域的地方報紙，徵求利害關係人意見。

(二) 終審決定：GIC 審查利害關係人提出之意見後，做出最終決定，利害關係人得於終審決定提出後 28 天內向行政法院 (Administrative Appeals Tribunal) 提出上訴，如有法律解釋上的問題亦可向澳洲聯邦法院提起上訴。

八、執行政序：AWBC 利用其稽核及出口審核系統，監督酒廠遵守地理標示規定。烈酒則另有執行規定，在邊境管制方面，澳洲檢疫局 (Australian Quarantine Inspection Service) 負責監督進口烈酒的地理標示符合澳洲食品標準規則烈酒標準，在國內市場部分則由州政府依照相關法規執行，此外，另有澳洲競爭及消費者委員會 (Australian Competition and Consumer Commission, 以下簡稱 ACCC) 依照交易法 (the Trade Practice Law) 監督烈酒的標示事項。

九、經 AWBC 登錄的地理標示，依據澳洲商標法第四十二條規定商標局不受理此類標示申請商標，對於未登錄的地理標示申請商標，商標審查員則依一般方式處理，審核該地理名稱是否具有特別顯著性。

十、團體商標：澳洲的團體商標申請程序與審核標準與一般的商標申請程序類似，只有「使用」的規定、授權及申請人的資格方面有所不同，集體標章只接受協會提出申請，亦不得授權、移轉。因團體商標的限制條件較多，目前申請註冊通過

的僅有 41 案，包含部分歐盟的葡萄酒及農產品。

十一、證明標章：證明標章在於證明商品或服務的品質、精密度等其他特性，包含產地、使用原料及製造方式等。它與一般商標不同（包括團體商標），並不用以證明商品或服務的來源，因此，得完全或部分使用單一的地理名詞。它的審核程序雖與一般商標類似，但商標審查員於審查此類申請案時，將考量該證明標章是否因使用或其他情況取得特別顯著性。

十二、證明標章與酒類地理標示登記制度的比較：

- （一）證明標章有特定的所有權人，酒類地理標示在申請階段有特定的申請人，但一經登記後，則不載明所有權人；
- （二）證明標章必須繳交維持費用，以維持其效力，酒類地理標示則無需繳交維持費，核准登錄後永久有效。

伍、TRIPS 理事會討論地理標示議題的進展

一、TRIPS 理事會目前關於地理標示的討論分兩部分：

- （一）建立酒類地理標示多邊登記制度：依據杜哈部長宣言第十八段指示，TRIPS 理事會需於 2003 年 9 月部長會議前就建立酒類地理標示多邊登記及通知制度完成諮商；
- （二）擴大酒類地理標示保護至酒類以外產品：前項杜哈部

長會議指示由 TRIPS 理事會討論此議題。

二、建立酒類多邊登記及通知制度：關於建立前述制度主要有兩個提案，分別為歐盟等國提案及美國、日本、澳洲等國的聯合提案。歐盟提案具強制性質，美、日聯合提案則採志願性質。

三、法律效果：

（一） 歐盟提案：參與此制度會員如未於地理標示提出登記申請後 18 個月內提出異議或撤回其異議，需將該地理標示視為適格取得地理標示保護，不得以該標示不符合定義、錯誤表示其來自於其他領域或係一般名詞為由，拒絕給予保護；不參與此制度會員如未於前述 18 個月期間內提出異議或撤回其異議，不得以該標示不符合定義、錯誤表示其來自於其他領域或係一般名詞為由，拒絕給予保護。

（二） 美日聯合提案：參與會員於適用其國內法決定是否承認及保護酒類地理標示時，應諮詢已登記的酒類地理標示清單及其他資訊，並於做成前述決定時，考量登記清單所提供之資訊；關於不參與會員的法律效果，僅鼓勵此類會員於進行前述決定時，參考登記清單內容及其他資訊。

四、擴大酒類地理標示保護至酒類以外產品：由歐盟、保加利亞、捷克等國提議，要點有三：

- (一) TRIPS 第 23 條給予酒類地理標示的保護應擴大到所有產品；
- (二) TRIPS 第 24 條的規定事項亦應適用於所有產品；
- (三) 將設立之酒類多邊登記制度開放給其他產品申請登記。

五、阿根廷、澳洲、加拿大、智利及我國等國則提出反對意見，理由如次：

- (一) TRIPS 第 22 條及第 23 條所提供的保護成本不同；
- (二) 地理標示的定義仍不夠明確；
- (三) 地理標示是否屬於一般名詞或為地理標示，因屬地主義關係，各國的認定不同，滋生困擾；
- (四) 一般產品適用酒類地理標示的保護將使現行以商標法保護地理標示的國家需修正其商標法，關於禁止使用地理標示部分，刪除需以構成混淆、誤信為要件。
- (五) TRIPS 第 24 條規定的例外情形，可能排除許多產品取得地理標示保護。

六、TRIPS 目前的進展：關於建立酒類地理標示多邊登記制度，目前有 TRIPS 理事會主席提出登記制度的選項及香港對於法律效果的提案。擴大地理標示保護部分，保加利亞等國續於 2003 年 4 月 30 日的 TRIPS 理事會特別會議提出修正提案。

七、歐盟要求第五次 WTO 部長會議將擴大地理標示議題列為優先討論議題，歐盟並於 2003 年 1 月 26 日表示將擴大地理標

示保護談判與農業市場開放談判掛勾。

陸、心得與建議

- 一、澳洲對於地理標示的保護分為葡萄酒類產品與一般產品，因澳洲釀酒業發達，為保護其本土產品及進入歐盟市場，對於葡萄酒另行設立登記制度加強保護，至於其他產品包括烈酒在內，則未設有地理標示登記制度，除了提供商標法、公平交易法、商業標示法等消極性保護之外，只能藉由申請團體商標或證明標章取得積極性保護，澳洲的立法模式值得我國參考。
- 二、澳洲與我國一樣均與歐盟簽署保護酒類地理標示的雙邊協定，澳洲保護歐盟酒類項目達數千項，我國則有六千項之多，因每個地理標示的認定標準不一，無法對歐盟產品訂定統一的認定標準，因此澳洲只制定適用國內酒品的地理標示認定標準，對於歐盟產品則不訂標準，有爭議時由法院認定，我國在執行保護歐盟地理標示時，主管機關亦遭遇同樣問題，似可仿效澳洲作法，以減少行政負擔。
- 三、各國保護地理標示的方法有三種類型：公平交易法、證明標章、另立特別法等，此三種方法可並存，不互相排斥。我國目前並無就地理標示之保護，單獨訂立特別法規範，而係由商標法、公平交易法（以下簡稱公平法）及菸酒管理法共同規範。商標法對地理標示的保護，分為積極註冊與消極排除

註冊之保護。前者係指所有產品（包括酒類產品）均可透過申請註冊為商標法中之「證明標章」方式得到保護，惟證明標章在於證明商品或服務之品質、精密度或其他特性，包含產地、使用原料及製造方式等，非為證明該標章係一地理標示而設，故依商標法取得證明標章之註冊，不等同於取得地理標示之註冊，所得到之保護水準與一般註冊商標大同小異。而後者目前商標法係以三十七條第六款「商標圖樣有使公眾誤認誤信其商品之性質、品質或產地之虞者，不得申請註冊」，來排除包含不實地理標示或由不實地理標示組成之商標圖樣申請註冊。至於地理標示不實使用之防止，則由公平法及菸酒管理法共同規範。

四、因應 TRIPS 理事會需於 2003 年 9 月部長會議前就建立酒類地理標示多邊登記及通知制度完成諮商，我國是否須額外建立獨立的地理標示註冊制度，來判斷某一地理用語（文字、圖案、符號或商品容器等）是否為一地理標示，以便向 WTO 秘書處作出通知並取得國際註冊？管見以為此須考慮國家利益的問題。我國的農業雖有政府輔導，然向來極為開放，農人為配合市場的需要，轉作的彈性很大，產品的種類推陳出新。地理標示所強調的傳統古法、侷限特定生產地以及會產生特定而一貫的品質和信譽的產品，在我國不易存在，地理標示所產生的利益，對我國而言並不顯著。且我國農業產值的比例逐年下降，農地不斷釋出。再者，過去酒類產品由

政府專賣，酒廠遍及各地，政府不願以產地標榜。現在酒類產品雖開放給民間生產，然仍未有許多有名的酒類生產地發展出來。在此環境下，以農產品為主要訴求的地理標示，其對我國利益的增進有限，歐盟嚴格的註冊保護制度，未必為我國所需。反之，地理標示註冊制度的建立，牽涉法規的訂立或修改、相關人力的建置、相關資料庫及設備的添購、其他執行的成本等，所需的行政成本相當龐大。比較成本與效益，建議維持 TRIPS 的低度保護水準，依我國現行的法律制度保護即可。

五、雖然依我國現行的法律制度保護地理標示，不需額外建立地理標示之註冊制度，然地理標示主管機關權責的釐清，相關資訊的流通以及相關決定與處分的一致性，實有加以整合的必要。同時，若我國自願選擇參加酒類產品國際註冊及通知制度，地理標示名單如何決定？由何機關主管？由何機關為通知、審查其他各國所為地理標示之通知，並提出異議？由何機關擔任聯絡窗口？相關問題極待討論與研究。