

「智慧財產權專欄」系列六

標題：簡介地理標示

什麼是地理標示（GI；Geographical Indication）？相較於商標權、專利權或著作權，對國人來說，除了對 GI 的定義、特徵不是很了解之外，究竟要用什麼法律機制加以保護？保護範圍是什麼？特別在發生爭議時，應如何解決？都相當陌生。

「地理標示」顧名思義與地理名稱相關，而與地理名稱相關者，國人較熟悉的問題是，如果以地理名稱申請商標註冊，不是可能屬於產地的說明，就是可能有欺罔公眾之虞，而不准註冊。因此地理名稱在什麼情況下可以得到保護？「麻豆」文旦、「凍頂」烏龍茶、「池上」米、「新竹」米粉等，是否可以取得專用並排除他人使用的權利，國人有了解的必要。

TRIPS（與貿易有關之智慧財產權協定）第 22 條規定 GI 的定義有三個特徵（一）該地理標示必須標示出某商品源自某成員的地域內（二）該商品必須具有某種特定的質量、信譽或其他特性（三）這些特性必須主要是與該地理標示相關聯。各會員國應提供的保護，主要包括為防止虛偽標示以免公眾產生混淆誤認，各會員國應不准其註冊、使其註冊無效或防止不公平競爭。TRIPS 第 23 條針對葡萄酒與烈酒進一步規定更高保護規定，不以公眾混淆誤認為要件。

地理標示的保護主要來自歐洲國家的需求，特別是葡萄酒產品，在歐洲國家對不同葡萄酒產區的品質管控有相當嚴格的規定，造就了其高品質的聲譽，而各個特定的「葡萄酒產區」足以區別其品質特性，具有表彰商品來源的功能。各國對 GI 的保護大致上可區分為商標法或特別法、公平法、菸酒管理法等。以特別法加以保護者，主要為歐盟及其會員國（主要為法國），其特色在於取得登記註冊的行政審查相當清楚而嚴格，例如規定葡萄酒的種植面積、收穫量、葡萄樹的栽培、製造過程的管控等，而取得註冊後該地理標示可永久存續，類似該地區的公共財。

由於歐盟國家對於地理標示的保護來自於悠久的歷史傳統，對許多國家來說均無此特別法保護的經驗，因此對地理標示的保護會依照商標權保護的模式加以考慮。一般而言，地理標示不能由某一地區的個人或企業擁有，只能由該地區內達到一定標準的企業或個人共同使用，這與我們比較熟悉的證明標章證明他人商品特性、品質的功能雷同，為配合地理標示之保護，我國商標法於證明標章中明文增加為證明產地，亦可申請註冊為證明標章的規定。

地理標示的保護並不是國人所熟悉的事項，更沒有保護傳統，因此在 TRIPS

規範下，對於達到 TRIPS 第 22 條的要件者各國應給予保護，而如何證明具有 TRIPS 第 22 條的保護條件，則應舉證證明之。至於外國地理標示部分能否得到我國保護，在 TRIPS 理事會尚未做出決定前，如與我國有雙邊協定者，即可在我國依相關規定得到保護。以歐盟為例，其檢送與我國之地理標示清單，倘有第三人申請商標註冊即會遭到核駁；進口有該標示的葡萄酒，一經發現即會遭到处罰。另外縱使未與我國有雙邊協定，但倘能提出外國的註冊情形、使用情形及其產品特性、聲譽等具體證據資料，亦可主張他人商標註冊無效。

(本文作者為經濟部智慧財產局商標權組審查官劉綦綦)