

台灣農業相關商標法規

—淺談台灣地理標示

商標在過去給予人的印象大多是與其文字、圖形、記號、顏色有關，但近年來因應科技的日益進步與人類對產品品質的要求提升，其他形式的商標也隨之產生，依照現行的商標法規，聲音以及立體形狀皆可以作為專利申請的標的，商標的可申請範圍也因而大大的增加。我國於 2002 年加入世界貿易組織 (WTO) 後，為了能順應國際的趨勢且能與世界各國的法規接軌，根據 WTO 的「與貿易有關的智慧財產權協定」(TRIPS) 第 22 條在 2004 年頒布了「地理標示申請證明標章註冊作業要點」。此項作業要點的實施主要是因世界經濟市場的全球化，再加上現代人生活水平

提高，對生活上食用或使用的各式產品相對的也有其品質與來源的要求，雖然過去我國商標法中對以地名作為商標進行註冊的申請案常常給予不准註冊的處理 (其核駁原因多是違反過去的商標法第 37 條第 6 款與第 10 款，亦即其使用的地名可能會致使公眾誤認或誤信商品的性質、品質或產地，或者是以地名作為商標的說明)，但隨著大眾對產品來源地的要求，加上政府積極推動發展具本土特色的精緻農產品，以地名作為產品的商標變成一種對本土精緻農產品行銷與推廣的方法，而「地理標示申請證明標章註冊作業要點」與近次商標法的修訂，也為以地名作為產品商標提供了管道。



古坑咖啡為近年來台灣新開發的農特產

地理標示的主要構成要件有 3 類，第 1 類是「為辨別商品係產自某一特定地區之標示」，也就是說標示本身是某一個區域的地理名詞，或是和該地理名詞具相關性的圖文，重點是該產品的原料來源、加工跟包裝必須在該地區進行。第 2 類則是「表示會員國的領域或其領域內某特定地區」，地理標示的區域範圍可能是指某個 WTO 會員國的領域，或者是單一的行政區域或結合不同的行政區域，甚至是產品的原料生長或加工生產製造過程的地區也可。第 3 類為「商品之特定品質、聲譽或其他特性與該地理來源間具有關聯性」，亦即商品所具備特定或優良的品質、聲譽或其他特性，主要和其地理來源有關聯，以北埔柿餅為例，北埔能生產品質佳的柿餅原料是和當地的「九降風」相關，故可說其與地理來源具有關聯；其他和當地的傳統技藝與製造技術相關者

亦為此類。目前最為大眾所知悉的地理標示是台東「池上」米，其也替地理標示的推行建立良好的示範。

近年來因為大陸市場的開放，台灣的農產品也都紛紛希望能進入這塊廣大市場，許多國內業者也至大陸進行商標的註冊，根據今年（2006）初智慧財產局的調查發現，台灣知名農產品產地名稱在大陸被搶先登記為商標的情況相當嚴重，初步調查結果顯示共有



台灣茶葉在大陸被搶註的情況最為嚴重

25 件申請案，其中 10 項尚在待審狀態，15 項已獲得商標權；以指定的商品別來看，10 項為茶葉，其商標圖樣多包括「阿里山」、「杉林溪」或「梨山」字樣；6 項為咖啡，所使用之地名為「古坑」；2 項為「池上」米；其他則如「大湖」的新鮮草莓、「西螺」醬油、「新竹」的穀類製品與魚製食品、「鹿港」豬肉、「埔里」水果酒



米粉亦是新竹的特產之一

以及「黑珍珠」新鮮水果。這些商標申請案中，雖然「古坑」咖啡之申請皆在待審狀態，但大部分茶葉產品的申請案皆已獲得商標權，此些商標的申請人固然需要維護自己於商業上的權利，但此一情況亦可能會對之後才進入大陸市場的農民或農會單位造成權益上的損失。

若以大陸現行之商標法來看，其第 10 條規範「縣級以上行政區劃的地名或是公眾知曉的外國地名，不得作為商標」，而我國在大陸被搶註冊的商標皆不符合其規定，因此農委會和智財局也已將其分為幾部分處理：

(一) 去文大陸商標審查單位請其重視台灣地名被搶註的情況。

(二) 若商標權人為台商，則政府出面約談請其將商標權授與當地農民或農會使用。

(三) 若商標權人為大陸廠商，政府將會協助農民或農會到大陸提出撤銷商標的訴訟。

目前積極解決之道應該是由政府單位對各地農會與農民進行輔導，協助農會或產銷班等團體至大陸進行本土農產品或特有產品的商標註冊，以替將來農產品出口大陸市場提供充分的保障。🌱

