

原产地名称与地名的辨析

——贵州茅台酒与茅台镇的法律定位

张会嵬

(贵州省铜仁学院, 贵州 铜仁 554300)

摘 要: 因出产地名相同, 消费者经常把茅台酒与茅台镇酒相混淆, 从知识产权法的角度界定茅台酒原产地名称权与茅台镇地名的内涵, 原产地域产品标志依托于地名, 有特定的人文自然因素及质量信誉, 在依法划定的保护区域内享有名称专用权、无限期使用权、禁止他人使用权, 区分两者有利于依法维护国酒的地位及信誉, 及商家以茅台镇为依托, 创造更多的自主知识产权, 促进区域性产业经济发展。

关键词: 原产地名称; 地名; 茅台酒; 茅台镇

中图分类号: TS262.33; TS971 文献标识码: D 文章编号: 1001- 9286(2007) 04- 0142- 03

Analysis of Original Production Place Name and Place Name

——Legal Definition of Guizhou Maotai Liquor and Maotai Town

ZHANG Hui-ping

(Tongren College, Tongren, Guizhou 554300, China)

Abstract: Maotai Liquor and Maotai Town liquor (liquor produced in Maotai town) often confuse consumers because of the same production place name. In this paper, based on intellectual property law, the right of name of Maotai Liquor and the deep meaning of the place name of Maotai town were analyzed. Maotai Liquor used the name of the original production place, which gave it particular credits, and it possessed name private right, undated right of use, and exclusive use right. The accurate understanding of the difference between Maotai Liquor and Maotai town liquor was helpful for the maintenance of the status and the credit of Maotai Liquor as national liquor. On the other hand, the manufacturers depended on Maotai town to produce more autonomous intellectual properties, which could advance the economic development in that region. (Tran. by YUE Yang)

Key words: original production place name; place name; Maotai Liquor; Maotai town

原产地名称, 是以地理标志为依托而设定的一项识别性权利。我国为了适应加入世界贸易组织(WTO)的要求, 并与 TRIPS 协议接轨, 修改后的商标法将原产地名称纳入了我国法律保护的范围。在 1999 年国家技术监督局发布《原产地域产品的保护规定》后不久, “贵州茅台酒”与“绍兴黄酒”、“杭州龙井茶”等先后被认定为原产地域产品标志, “茅台”也因此成为在中国贵州茅台镇特定条件下按照特定工艺生产的白酒的地理标志。致此, 茅台用地名(茅台镇)命名的知识产权形成了从著作权、企业名称(商号)、驰名商标、原产地域名称等多方面的完整的保护体系。地名一旦成为商号、商标、原产地名

称、域名的组成部分, 获得国家主管部门的登记注册就成为一种知识产权, 拥有地名商号、商标的商业主体并对这些商业标志享有专有权, 是一种无形财产权, 具有支配、排他、可转让等项权利内容, 权利人自己在商业活动和核定的商品或服务上可以使用该项标志, 他人未经许可可在相同或同类的商品或服务上使用相同或相似的标志则构成侵权, 应承担法律责任。贵州茅台酒虽被赋予原产地域名称加以专门的保护, 因利益的诱导, 市场上常常把原产地名称(贵州茅台酒)与产地名称(茅台镇)相混淆, 出现打茅台酒产地原保护产品的擦边球, 借茅台镇之名侵犯茅台酒知识产权; 不使用企业名称, 而

收稿日期: 2007- 02- 07

作者简介: 张会嵬(1971-), 河北省怀安人, 在职研究生, 副教授, 从事法律教学、科研工作, 研究方向为经济法和民商法, 发表论文 20 余篇。

用“贵州茅台镇”或“茅台镇”作为商品名称的组成部分,打擦边球,侵犯“茅台”的知识产权,损毁国酒的质量和信誉。

1 原产地名称的法律界定

原产地名称,也称为原产地标记^[1],由世界知识产权组织管理的《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》第2条规定:在本协定中,原产地名称系指一个国家、地区或地方的地理名称,用于指示一项产品来源于该地,其质量或特征完全或主要取决于地理环境,包括自然和人为因素。如“法国香槟”、“波尔多葡萄酒”、“哈瓦那雪茄”、“中国贵州茅台酒”。原产地名称具有以下基本特征:

1.1 原产地名称是一个地理名称(地名)

原产地名称可以是一个国家的整个领域,也可以是该领域的某一地名、区域。如茅台酒原产地名称来源于茅台镇这一地名,茅台镇得天独厚的人文、自然条件孕育了国酒茅台,没有茅台镇就没有茅台酒,但茅台酒的原产地名称的法律意义又不同于茅台镇,以茅台镇这一地名为依托赋予了茅台酒企业专有的排他的原产地名称的知识产权保护。

1.2 原产地名称标明商品或服务的地理来源

原产地名称所标示的产品的生产者应该位于原产地名称所标示的特定区域,如果天然产品必须产自该特定区域内,如浙江省1999年对“龙井茶”的地理标志保护进行了试点性工作,他们根据土壤、水质、气候等因素,在杭州西湖边划定一块大约168平方公里的范围作为“龙井茶”的产品,规定该区域以外生产出来的茶叶不得以“龙井茶”冠名^[2]。如果是天然的加工产品或制成品,其生产过程应在指定的区域内,贵州茅台酒经国家质量监督机构批准为原产地产品后,为了防止贵州茅台酒标识与地名相混淆,保证茅台股份有限公司的专有排他权,又将茅台酒的原产地域保护范围限定在茅台股份有限公司生产车间及新建区域约7.5平方公里的区域内,国家质量技术监督部门对茅台酒的生产区域、原材料来源、生产工艺、包装标识、销售环节等进行直接监控,从而把茅台镇的其他同类商家与茅台原产地名称标志通过法律、行政手段加以区分、界定。

1.3 原产地名称表明商品的特定的质量、信誉或其他特点

茅台集团作为白酒行业的唯一的国家特大型企业,其品质蜚声寰宇。贵州茅台酒系“国酒、外交酒、健康酒、绿色食品”与英国苏格兰威士忌、法国科涅克白兰地等称为世界三大(蒸馏)名酒,成为中华民族酒业以至酒业文化的代表与象征,具有悠久的历史,神秘、精湛的工艺

酿造的千年古酒。可谓“饮的是芬芳,品的是时光”。不管白酒行业风云变幻,地位始终不变的是茅台。自2001年8月上市以来,贵州茅台的业绩一直在沪市1300家上市公司中位居第三,与上市时比,其股价涨幅近300%,成为中国股市第一高价股。

1.4 原产地名称标识的地区自然因素或人文因素

原产地名称所标识的产品的特定质量、信誉和其他特征主要由该原产地名称限定地区的自然因素或人文因素所决定。贵州茅台酒之所以作为原产地名称加以保护,是与该产品的特殊品质完全或主要归因该地的特殊气候、土壤、传统生产方式等特殊因素有紧密的联系。贵州茅台酒就像一棵生长在茅台镇中的“参天大树”,地处海拔400多米的高温湿热河谷地带,依靠形成时间在7000万年以上的地质地貌结构酝酿的优质水源,及赤水河上游10公里的无污染保护;地理环境相对封闭,有利于酿酒微生物生长,经过数千年酿酒的沉淀形成丰富的微生物群,在1986年确定为国家级优质酒用高粱生产基地,仁怀县沿赤水河的24个乡镇的优越自然条件的保障下,茅台酒与茅台镇的商家共享着这得天独厚的自然资源。人文因素:茅台除在茅台镇自然条件下,优良的品质主要来源于千年沉淀的酒文化的熏陶,茅台独一无二的酿造工艺技能,严格的生产程序,集春夏秋冬之精华,“天下茅台皆陈酿”,陈酿期达到5年至80年左右的丰富老酒资源,及茅台酒执行的是达到世界一流水平的“茅台酒标准”,以及ISO9000达到国际标准的系列质量保证体系,质量控制技术人员均为长期从事生产、科研的酿酒高级专业人员,因此,茅台酒的质量稳定性及恒久不变的高质量标准达到世界级的最高水平,这也是茅台酒共享资源的其他白酒不能等同于茅台酒获得原产地域产品标志的根本原因所在。

1.5 原产地名称标识产品的特殊性

原产地产品要纳入原产地名称保护必须有稳定的质量,要保证原产地产品具有稳定的质量就必须总结、归纳,获取生产工艺中的技术参数,制定原产地域产品的统一的生产技术标准和质量控制标准,即使是原产地域范围内的特定产品的生产者,也必须达到统一的标准时,才能准予其使用原产地名称。2003年贵州茅台酒股份公司获得了等同采用世界著名的美国“马尔科姆·波多里奇国家质量管理奖”模式评审出的全国质量管理奖,标志着国酒茅台已进入或接近世界先进企业管理的水平,成为当之无愧的世界名牌企业,有着与茅台镇其他商家所没有的个性(质量和信誉)。

1.6 原产地名称专有权

原产地名称专有权在我国必须申报审批登记注册

才能取得。原产地名称的适用地域范围,应当是特定产品的出产或生产活动所覆盖的特定区域,产品则是该区域特定的某一产品,贵州茅台酒是经过申报,于 2001 年获准原产地域产品专用标志,可以在其产品上使用原产地域产品专用标志,获得原产地域产品保护。《原产地域产品保护规定》第十九条规定:任何单位和个人不得伪造原产地域产品专用标志。任何单位和个人不得擅自使用原产地域产品的专用标志,不得使用与原产地域产品专用标志相近的、易产生该误解的产品名称或产品标识。任何单位和个人不得销售前款规定的产品。

原产地名称权是一种无形财产权,是指原产地保护范围内的符合特定条件的商品生产者对原产地名称所拥有的权利。原产地名称权的内容主要包括使用权与禁止权,即权利人自己使用和禁止他人使用原产地名称的权利。当非权利人使用原产地名称时,权利人可以提起诉讼,请求法律的保护。茅台的原产地名称标志权仅限于茅台集团的范围内,茅台镇的其他商家不能使用“茅台”原产地名称权。原产地名称权保护没有时间的限制,是一项永久性财产权利。原产地名称权依赖于特定的地理环境,与某类生产者相联系而存在的一种无法定消灭事由的永久性权利。原产地名称权既不能转让,也不能许可他人使用,否则会引起商品地域来源的混淆,扰乱社会经济秩序,也就丧失了地理标识的本来功能和作用^[3]。

2 贵州茅台酒与茅台镇的法律地位

贵州茅台酒原产地域产品标志,以茅台镇这一地名为依托,通过国家商标局、质检局认可取得的证明商标,原产地域产品标志,使地名商业标志化,在国家许可的

特定范围内享有专用权,它表明茅台酒与茅台镇的其他商家共享茅台镇的优质的酿酒资源,茅台镇是贵州茅台酒不可分割的载体,没有茅台酒原产地域,就没有茅台酒,茅台镇内的其他酒厂生产的酒,无论从原产地域的界定,还是从生产的工艺、水平及品质形成的特有条件,都不是茅台酒,也不能做出茅台酒。贵州茅台酒代表的特定的质量、信誉是茅台镇其他商家所无法比拟的,质量声誉或商誉蕴涵着巨大的无形资产价值,只有通过商业标记专有权的法律形式加以特殊的保护,才能确保这些物产永续存在,带给人们无穷的福祉。

同时,茅台酒使茅台这一贵州小镇的地名,蜚声海内外,清朝就有“城西茅台村制酒,全黔第一”。地名商业标志化只在商业领域内,于特定的商品或服务上设定了排他性权利,除此之外,这并不构成对其他生产经营者和广大消费者使用该地名的妨碍,也就是说,在公共领域,地名作为公共物品依然如故,任何厂商都有正当使用厂名、厂址的权利和义务。利用茅台镇优越的自然条件,茅台镇的声誉,打造自己的品牌,创造属于自己的知识产权,是茅台镇白酒企业成长过程中比较同行业的优势所在,正当地使用地名,标示产品的产地并不构成对原产地名称权,商标专属权的侵权。

参考文献:

- [1] 中国国家出入境检验检疫局.在我国国家出入境检验检疫局发布的《原产地标记管理规定》中,使用的是“原产地标记”术语[EB/OL].<http://www.dlbzcp.com/articles>, 2001- 03- 05.
- [2] 敖瑜.“入世”与我国地理标志保护[J].南京大学社会科学学报, 2001, (1): 52- 54.
- [3] 黄勤南.知识产权法[M].北京:法律出版社, 2000.

玉林泉荣获首届‘云南十佳名酒’殊荣

本刊讯:2007 年 3 月 10 日,玉林泉酒荣获由云南省商务厅、云南省酒类行业协会、云南日报报业集团春城晚报社共同主办的首届“云南十佳名酒”殊荣。

“云南十佳名酒”评选活动自 2006 年 12 月 5 日拉开帷幕,历时 1 个多月,参评的云南酒品达 45 个,评选活动得到了来自全省各地群众的广泛关注和大力支持,群众参评短信投票总量近 15 万票。在经过海选及短信投票阶段后,来自省内外的 29 名国家级评酒委员、国家注册高级品酒师聚集一堂,综合参考了参评酒企的生产规模、专家评定、公众意见、市场占有率、生产检测水平等多方因素,最终评选出了首届“云南十佳名酒”。在颁奖会上,获得“云南十佳名酒”的企业还联名发布了诚信宣言,他们将自发向全社会公开发布行业自律、品质保证和诚信经营 3 项承诺。

仅去年一年,玉林泉就荣获了以下各种荣誉:中国驰名商标、“中国畅销名酒”云南唯一推荐品牌、中国国家级评酒委员考试样品酒、云南省著名商标、云南省第三届工商企业诚信单位等。

此次玉林泉酒被评为首届“云南十佳名酒”,且在“云南十佳名酒”评比中获专家评分第一名,这是泰国 TCC 集团收购玉林泉后,坚持“五个不变”的经营方针的成果,也再次印证了玉林泉酒是小曲清香型白酒的典型代表。(小小)