

# 加强地理标志保护 推动地方特色产业发展

## ——全国政协双周协商座谈会发言摘登(一)

编者按 为深入学习领会习近平总书记关于知识产权保护的重要论述、关于地理标志工作的重要指示，聚焦地理标志管理、保护、使用等方面的难点堵点和短板弱项广谋良策，在挖掘、发现、宣传、培育地理标志

产品和推动地方特色产业发展上多作贡献，营造重视地理标志和知识产权工作的良好社会氛围，7月21日，全国政协召开双周协商座谈会，专门就此进行协商议政。现将有关发言摘登如下——

### 部委介绍情况及回应

#### 国家知识产权局局长申长雨：

党中央、国务院高度重视地理标志保护工作。习近平总书记多次在主持十九届中央政治局第二十五次集体学习时专门强调，要加强地理标志立法，在地方考察指导时也多次对做好“土特产”文章作出重要指示，要求发展好柞水木耳、大同黄花、柳州螺蛳粉、茂名荔枝等地理标志产品。同时，总书记还亲自谋划推动了中欧地理标志保护与合作协定的签署，有力密切了中欧经贸关系。

2018年机构改革后，地理标志相关管理职能划到国家知识产权局。我们深入贯彻落实习近平总书记重要指示和党中央、国务院决策部署，积极推进地理标志保护与运用相关工作。

一是地理标志制度体系逐步完善。印发《地理标志保护和运用“十四五”规划》，会同市场监管总局联合出台《关于进一步加强地理标志保护的指导意见》。发布统一的地理标志专用标志，并纳入官方标志保护。推进地理标志专门立法工作。

二是地理标志保护水平持续提升。开展地理标志保护资源普查，严格地理标志审查认定，严厉打击侵权假冒行为。高标准建设国家地理标志产品保护示范区，实施地理标志运用促进工程，开展地理标志助力乡村振兴行动。

三是地理标志国际合作不断深化。积极落实《中欧地理标志保护与合作协定》和《区域全面经济伙伴关系协定》，推动中欧、中法、中泰地理标志产品互认互保。

尽管地理标志保护与运用取得了积极成效，但还存在一些问题有待破解：

一是两种保护模式的协调问题。目前我国对地理标志的保护分为专门保护和商标保护两种模式，如何做到两种模式有机共存、相互协调，既节约成本，提升保护效果，又不产生冲突，并能够很好地与国际接轨，需要我们做好制度设计。

二是保护不够有力的问题。地理标志产品保护制度的立法位阶较低，目前《地理标志产品保护规定》还只是部门规章，为地理标志产品保护提供的法律救济有限。

三是发展质量不高的问题。存在重注册轻管理、重数量轻质量的现象，有产品缺精品、有高质量无高价，地理标志品牌价值尚未充分显现。

下一步，我们将积极研究吸纳各位委员的宝贵意见建议，与有关部门密切配合，进一步做好地理标志相关工作。

一是加快推动地理标志立法进程。立足中国实际，尊重历史、观照现实、参照国际，构建符合中国国情的地理标志法律制度。协调好地理标志产品保护与商标保护以及质量监督等工作的关系，注重两种模式的融合协调，实现倍增效应。

二是加快出台地理标志统一认定制度实施方案。优化地理标志审查工作机制，统一地理标志认定的入口和出口。做好与相关部门的沟通协调和工作对接，妥善处理好农产品地理标志的平稳过渡，规范持证主体管理，夯实品牌发展基础。

三是完善地理标志保护和运用体系。会同市场监管部门加大执法力度，严厉打击侵权假冒行为。强化溯源管理，明确检测标准。发挥好知识产权管理部门、地方政府、行业协会、龙头企业以及电商平台的作用，共同打造优质地理标志品牌，推动区域特色经济发展。继续积极参与多边框架下地理标志国际规则制定，提出中国方案，贡献中国智慧，维护中国利益。同时，动态监测我国地理标志境外被侵权情况，积极开展维权援助，推动我国地理标志产品更好地走向国门，提升国际竞争力。

2002年国务院发布的《商标法实施条例》规定，地理标志可注册集体商标或证明商标。2005年、2007年，原国家质检总局和原农业部分别发布部门规章《地理标志产品保护规定》和《农产品地理标志管理办法》，通过地理标志保护产品批准或农产品地理标志登记进行行政保护。我国地理标志保护的渠道各有特色和优势，但标准不一、程序各异、重复保护；产品保护权利主体错位，农产品地理标志权利边界不明，缺乏高水平保护规则，不利于执法和权益保障。建议：

立足地理标志的法律属性，充分发挥商标保护和专门保护优势，构建普惠包容、平衡有效的地理标志制度。只有结合商标基础保护优势，加强高水平专门保护，形成相互协调的统一地理标志制度，才能更好满足我国地理标志特色产业发展、促进乡村振兴和传承传统文化的需。

基于我国实践，借鉴国际做法，构建模式协调、程序协同的统一地理标志制度。应构建以商标保护与专门保护相互协调、审查程序相互协同的融合保护模式。充分利用商标保护国际通行、成熟便利、门槛不过高的特点，发挥基础性保护作用；同时发挥专门保护在质量监控上的优势，对品质更优、声誉更好、关联性更强、质量可控的地理标志产品，提供更高水平的专门保护。程序上，由申请人自主选择保护模式，审查机构统一认定，实现“一门进、一门出”的改革目标。

加快地理标志专门立法进程，强化运用和执法，促进特色产业高质量发展。通过法律规范进一步明确部门职能，强化地理标志运用和区域品牌建设，加强溯源管理，提升特色产业效益。建议国务院加快制定地理标志条例，尽快公开征求意见，凝聚更多共识。

### 政协委员发言

全国政协提案委员会副主任，民建中央专职副主席李世杰：

## 保护地理标志核心价值 推动产业高质量发展

今年5月，杨震副主席率全国政协提案委员会调研组，就加强地理标志保护到广西、云南两省区实地调研。我们深入工厂车间、田间地头，了解永福罗汉果、柳州螺蛳粉、云南白药、下关沱茶等地理标志产品的保护和发展情况。与地方相关部门、基层代表等座谈交流，听取各方意见建议。

我们了解到，各地贯彻落实中央有关文件精神，推进地理标志保护工作，坚持完善政策措施、健全工作机制，与挖掘资源、培育品牌、强化监管相结合，取得了积极成效。但在保护与发展方面，还面临一些突出问题：保护与发展的制度基础有待夯实，产品特色质量保护面临考验，品牌价值和社会效益不够显著。为此建议：

深化体制机制改革，确保认定和管理的连续性。统一规范不同保护渠道的地理标志名称、保护地域范围划定，明确主管部门的职责和保护主体的权利义务，形成统一审查标准、统一专用标志、

统一保护监督的工作格局。

加强标准化体系建设，确保产品特质的稳定性。建立地理标志产品分类分级与品质管理体系，推进全产业链标准化生产，推动质量安全监管和追溯管理。建立特色品质指标体系，充分利用现代技术手段开展检测鉴定。完善地域划定、标准实施、质量监管、标志使用等有效监管制度体系，确保产品特色质量“不走样”。

加大地理标志品牌扶持力度，调动政府、市场和生产者的积极性。系统谋划全面推进地理标志产业发展的政策举措，聚焦地理标志大数据系统建设、品牌设计推广、联合打假维权、对外贸易等重点领域，加强政策倾斜和经费支持。鼓励地方政府引导行业协会和生产企业积极使用地理标志专用标志。支持改善生产和仓储设施条件，提升优质特色产品供给能力，促进地理标志品牌价值和经济效益提升，助推区域经济发展和乡村振兴，拓宽农民增收致富渠道。

全国政协委员，黑龙江省哈尔滨市副市长张海华：

## 以“五常大米”为例谈地理标志产品品牌建设和保护

近年来，黑龙江省立足寒地黑土的资源优势，大力加强地理标志品牌建设。比如，享誉全国的五常大米连续八年稳居地理标志产品大米类全国第一，品牌价值已攀升至713.10亿元。尽管如此，在五常大米地理标志品牌建设保护中仍存在一些突出问题。

法律法规不够健全完善。2020年国家知识产权局制定的《地理标志专用标志使用管理办法（试行）》，缺少对地理标志品牌进行有效保护的专门规定。

溯源体系尚未完全建成。因溯源系统使用不具有强制性，缺少法律法规支撑，没有实现溯源使用全覆盖，加之部分农户、农业合作社及米业加工企业因溯源费用导致成本增加不愿纳入溯源管理。

产权保护力度尚需加大。目前，五常大米年产量70万吨左右，但是每年利用五常大米品牌销售量达到1000万吨，商标侵权问题严重。虽然进行多次打击，但是效果不明显。

检测技术靶向不够精准。现行检测标准缺乏特异性指标限制，且现有检测手段仅能从常规理化指标判断产品质量，无法确定其产地和品种是否符合地标授权范围。对食品添加剂使用剂量也未明确规定。

上述问题，也是其他地理标志农产品品牌建设和保护中存在的共性问题。结合五常大米实例，建议：

理顺管理机制。补充和完善地理标志产品相关认定标准和管理机制，或专门立法保护

强化溯源限制。出台相应法律法规，加大扶持补贴力度，加强地理标志产品溯源体系建设，为今后打假维权和行政执法提供遵循。

实行联合维权。组织专项行动并完善工作机制，由市场监管总局牵头、公安部门配合，在全国范围内开展维权专项行动。

明确检测标准。重新修订和补充完善大米检验检测标准，增加地理标志产品特异性指标。

全国政协委员，武夷星茶业有限公司董事长何一心：

## “茶行业”地理标志产品现状和发展建议

在中国农产品市场化发展历程中，地理标志认证给区域特色产品包括茶叶的高质量发展提供了“最强保护色”。但不得不承认，原产地、生产者、消费者对地理标志的认知还很淡薄，企业在执行地理标志保护过程中同样面临无所适从的困境。建议：

完善地理标志准入制度，建立严进宽出的地理标志使用和退出机制。将地理标志资源普查作为主管部门常态化工作，明确调查范围、调查要求、调查周期，摸清家底，每年由主管部门公布国家地理标志目录。建立健全地理标志产品可追溯体系。一方面在充分整合现有地理标志数据基础上，出台统一数据标准，实现全国地理标志数据互通共享；另一方面，严格执行地理标志产品可追溯管理办法，同时利用大数据、小程序等为消费者构建准确便捷的查询平台。

建立地理标志产品专属销售平台，充分发挥市场价值。建议地理标志管理部门与大型卖场和线上平台开展战略合作，建立专属国家地理标志产品销售区域，解决产业链主要环节信息缺乏，监管难度大等问题。

发挥地方政府、产业协会和生产企业等方面的协同作用，构建品牌竞争力。大型公共事业采购中设置地理标志产品招标条件，给予更多市场资源配置，同时对于强力品牌与优势品牌给予更多关注与推广。明确地理标志产品质量标准机制国际化的重要性，让地理标志优势走向国门。

强化保护力度，提高造假售假成本。对于假冒地理标志的行为，特别是规模化造假和售卖应该坚决给予严惩重罚。主管部门要引导使用地理标志的经营主体之间形成共生共荣意识，努力维护原产地的真实性和品质独特性。

全国政协委员，山东省政协副主席段青英：

## 地理标志农产品发展问题及建议

发展农产品地理标志对做好“土特产”文章，推进乡村振兴具有重要意义，但存在一些问题现实问题。一是品牌发展基础相对薄弱，品牌市场竞争力不强。二是地理标志农产品产权保护力度不够。建议：

健全完善认定制度，尽快明确相关政策。加快构建地理标志认定制度框架，明确农产品地理标志定位与发展路径，确保现有地理标志农产品的平稳过渡。立足农产品地理标志在地理标志体系中的主体地位，注重发挥行业主管部门优势，与乡村产业高质量发展相结合，充分保障广大中小农户的用标权益，促进农民增收和乡村振兴。由农业农村部门建立统一的地理标志农产品目录，向社会权威发

布，让监管更加精准，消费有目录可查。

明确持证主体，保障地理标志产品健康发展。规范持证主体管理，按程序取消部分不能适应产业发展的空主体、旧主体，培植培育更多新主体。加大对“冒用”、“以次充好”等行为的查处力度，有效遏制地理标志侵权行为。

夯实品牌发展基础，持续提升品牌影响力。健全完善质量标准体系，支持引导企业在品种保护、标准化生产、产业链延伸、品牌打造等方面多点发力，提升地理标志农产品品质，提高附加值。将农产品地理标志纳入区域公共品牌体系，打造一批优势品牌。积极发展新媒体运营，支持企业与电商企业共建“农产品地理标志专区”，提升市场影响力。

全国政协委员，中国农业科学院原党组书记张合成：

## 产业发展的抓手 地理标志产品应作为土特产

据农业农村部数据，2019年实施地理标志农产品保护工程以来，支持保护883个产品，单个产品平均年产值超过6亿元。为加快发展地理标志农产品，建议：

开展地理标志农产品产业发展试点示范。地理标志农产品是发展特色农业的重要资源。由于地域限制明显，生产规模较小，衍生品种稀缺、品质独特、风味稀有、产量稀少等特征，从而获得高价值的销售溢价。应以地理标志产品为抓手发展土特产产业集群，结合乡村产业帮扶，在国家农产品特色优势区开展试点示范。

要立足小农户参与方便、获得利益。我国小农户占绝大多数并且将长期存在，现阶段农业企业仍然数量少、规模小、研发能力低，农产品质量安全和生态环境基础依然脆弱。不要简单套用大工业品的生产管理措施来管理小农户生产，防止农民多找门、多跑路、多花钱、多“婆婆”。也要确保涉及质量安全、资源承载力、环境容量、产地生态稳定性等底线安全。

要有利于传统制作技艺与文化弘扬。在“机器生产”“流水线作业”“标准化产品”呼声越来越高的时代，保护独特地理生态气候、手工制作技艺、生活习俗文化，是地理标志农产品独特消费价值的核心基础，也是赓续农耕文化的需要。扩大世界范围内地理标志农产品的市场互动，与世界各地分享中国富有独特生态与文化价值的“土特产”。

要突出保护共同持有人利益。我国应实施专门保护制度，明确区别地理标志与商标、品牌等边界。特别要保护共同持有人利益，防止独家注册、垄断使用、“公权私用”。现阶段要坚持统一领导分类管理的体制，“统”要实现领导体制机制标准制度统一有效，“分”要实现部门各尽所能、行业分类管理、产业整体推进、服务就近就便。

全国政协委员，京东集团高级执行副总裁曹鹏：

## 加快建立志数字产品全链条体系

近年来，以地理标志为核心的品牌化发展道路已成为推动区域产业转型升级、助力乡村振兴和农业现代化的新引擎。目前，地理标志产品在标准杂、“马甲”货、品牌弱等市场乱象和短板，导致农户辛苦种出来的产品卖不上好价格，消费者选购难、体验差。建议：

建立共保机制。由国家知识产权部门联合地方政府、协会、平台和企业，共建地理标志品牌标准体系，完善从产地到销端的联动机制，健全地理标志产品供应链生态，推动地理标志产品产业化发展。

建立统一溯源系统。由国家相关部门发起建立全国地理标志产品统一溯源体系，一物一码，为地理标志产品提供统一“标识”认证，并利用区块链等技术提供可信防伪认证和全流程数字化溯源服务，为地理标志产品开启“标识+标识”双重保护，使其有“标”可依、有“码”可查，全程可追溯。

开展线上线下联动治理。平台企业在扩大地理标志产品销售中发挥了积极作用，同时也承担着地理标志产品治理的职责。可以利用大数据、人工智能等新技术，通过系统自动识别和卡控，对海量线上商品实施前置、高效管理。

推动品牌建设。地理标志产品的产业化发展，离不开品牌和营销。建议产地与平台联动，共建品牌，以销促产，提升地理标志产品的竞争力和附加值，带动农民增收、企业增效和产业发展。

全国政协副秘书长，民进中央专职副主席何志敏：

## 加快构建专门的地理标志保护制度