

地理标志集体商标的正当性使用研究

杨 婷

华东政法大学知识产权学院, 上海

收稿日期: 2023年12月8日; 录用日期: 2024年1月11日; 发布日期: 2024年1月18日

摘 要

胡辣汤、肉夹馍等事件引起了学界对于地理标志、集体商标以及地理标志集体商标权利边界问题的讨论。为了防止地理标志集体商标权利人滥用权利并踏入公共领域, 需界定对地理标志集体商标正当使用的构成要件, 即善意、描述性非商标性使用, 以及明确具体的使用情形, 如在菜单、企业字号、包装袋等使用地名和商品名称的行为。才能保障权利人和公众使用利益之间的平衡, 打击权利“滥诉”行为。

关键词

地理标志, 集体商标, 正当使用

Study on Legitimate Use of Collective Marks for Geographical Indications

Ting Yang

Intellectual Property School of East China University of Political Science and Law, Shanghai

Received: Dec. 8th, 2023; accepted: Jan. 11th, 2024; published: Jan. 18th, 2024

Abstract

The incidents of spicy soup and meat bun have triggered discussions on the boundary of geographical indications, collective trademarks and collective trademark rights of geographical indications. In order to prevent GI collective trademark owners from abusing their rights and stepping into the public domain, it is necessary to define the constituent elements of fair use of GI collective marks, namely bona fide and descriptive non-trademark use, and to clarify specific use situations, such as the use of geographical names and trade names in menus, business names, packaging bags, etc., in order to ensure the balance between the interests of rights holders and the public, and combat the “abusive litigation” of rights.

文章引用: 杨婷. 地理标志集体商标的正当性使用研究[J]. 争议解决, 2024, 10(1): 611-616.

DOI: 10.12677/ds.2024.101082

Keywords

Geographical Indications, Collective Marks, Fair Use

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 问题的提出

前段时间, 逍遥镇胡辣汤、潼关肉夹馍事件闹得沸沸扬扬, 引起了公众和学术界的注意。其中, 逍遥镇胡辣汤属于个人注册的普通商标, 后受让给当地胡辣汤协会。而潼关肉夹馍则是将地理标志注册为集体商标。两者均向其特定区域外的商户收取所谓的“会费”或“加盟费”, 而导致公众热议。在该事件中, 逍遥镇胡辣汤属于地理标志, 标示了产自逍遥镇、具有独特品质的胡辣汤。此时, 需明确逍遥镇胡辣汤地理标志的使用范围, 是否可允许逍遥镇以外的区域使用? 对于潼关肉夹馍, 其本身则是由地理标志注册的集体商标, 是否可以允许潼关以外的肉夹馍商户使用该集体商标? 是否允许潼关区域内达到特定品质的肉夹馍商户使用? 对于上述问题, 国家知识产权局对该问题进行了答复: “从法律上, ‘逍遥镇’作为普通商标, 其注册人并不能据此收取所谓的‘会费’。‘潼关肉夹馍’是作为集体商标注册的地理标志, 其注册人无权向潼关特定区域外的商户许可使用该地理标志集体商标并收取加盟费。同时, 也无权禁止潼关特定区域内的商家正当使用该地理标志集体商标中的地名。” [1]同时, 亦有众多学者对该事件进行了评论。该问题似乎已经解决, 但解决的依然是个案的问题, 该事件反映的本质问题是地理标志、集体商标的权利边界尚未明确, 公众自由使用的情形未明确。学界对地理标志、集体商标的研究多限于地理标志的保护模式、地理标志与集体商标的区别等问题, 而对于地理标志、集体商标的权利边界研究较少。因此, 急需要明确地理标志、集体商标的权利边界, 即地理标志集体商标权利人的保护范围怎么界定? 公众自由使用的空间在哪里? 当权利人滥用其权利而侵害公共领域时如何处理? 等问题。本文重点问题为地理标志集体商标的保护、正当使用等问题。同时, 胡辣汤、肉夹馍事件亦引发了国家知识产权局对集体商标、证明商标保护办法的修改, 并发布了《集体商标、证明商标管理和保护办法(征求意见稿)》进行公开征求意见[2], 本文也将结合该意见稿进行相应评述。

2. 地理标志、集体商标权利边界分析

2.1. 地理标志、集体商标的保护范围

2.1.1. 地理标志的保护范围

《商标法》第 16 条第 2 款规定, “地理标志, 是指标示某商品来源于某地区, 该商品的特定质量、信誉或者其他特征, 主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志”。从其定义可知, 地理标志标示的产品来源于特定区域, 且具有特定品质。对于其保护, 商标法第 16 条第 1 款规定, “商标中有商品的地理标志, 而该商品并非来源于该标志所标示的地区, 误导公众的, 不予注册并禁止使用”。因此, 地理标志则限于特定区域的特定品质商品使用, 且“我国应当坚持将地理标志保护的适用范围限定于农产品、食品和传统手工艺品” [3]。其为地理标志的权利范围, 即使用范围。一般而言, 权利范围小于保护范围。地理标志亦是如此, 地理标志的保护范围的相对人为除特定区域外其他任何个人或集体, 即地理标志标示的特定区域外的任何人均不可使用地理标志。与此同时, 若特定区域内的商品未达到地理标

志标示的特定品质，亦不能使用地理标志。一方面，我国幅员辽阔，地广物丰，拥有众多地理标志，而地理标志极大的促进了贸易交易，且“发展地理标志产业是一项实实在在的‘三农’工程”[4]，也可宣传地区文化和弘扬中国传统文化。另一方面，若允许特定区域以外或特定区域内产品未达到特定质量的商户使用地理标志，会使地理标志不再特别，其产品质量参差不齐，甚至沦为商品的通用名称，而被撤销或宣告无效[5]，亦不符合当前打造特色商品、促进消费、贸易的产业目标，从而失去地理标志所能产生的巨大利益。故必须严格限定且明确地理标志的使用范围。

2.1.2. 集体商标的保护范围

商标法第3条第2款规定，“集体商标，是指以团体、协会或者其他组织名义注册，供该组织成员在商事活动中使用，以表明使用者在该组织中的成员资格的标志”。“集体商标最主要的特点就是‘共有’和‘共用’”[6]，即集体商标归所有组织成员共同拥有，并共同使用，表明共有的商品品质。非成员不可使用集体商标，且集体商标具有相对封闭性。

2.1.3. 地理标志集体商标的保护范围

商标法第10条第2款规定，“县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标。但是，地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外”。地理标志通常由“地名 + 通用名称”组成，该条表明，地理标志可以注册为集体商标。地理标志虽然可以注册为集体商标，从而受到商标法的保护。但地理标志和集体商标之间存在区别，如地理标志的作用为标示来源以及商品的特定品质，而集体商标主要标示成员资格；地理标志为特定区域内的经营者所共有，是一种集体性权利，而集体商标则属于组织团体所有，是个体性权利等[7]。使得地理标志集体商标的保护不同于单纯的集体商标的保护，甚至有学者认为“地理标志所体现的特征并非集体商标和证明商标所能涵盖的，应该把地理标志作为一项独立的客体”[8]。因此，地理标志集体商标的保护有其特殊性。该特殊性便在于，地理标志集体商标，符合地理标志标示区域、产品的经营者，即使并非集体商标的成员，也可申请加入该集体组织，管理人不得拒绝；若不加入集体组织，亦可使用地理标志集体商标。地理标志集体商标的使用范围，依然不能超过特定区域且商品需达到特定品质。

2.2. 地理标志集体商标的正当使用

2.2.1. 正当使用的构成要件

首先，对于地理标志中的地名，属于公共资源，“地名本身不受商标法保护而可以自由被使用原则，关系到社会公众的合法权益的维护，也是民主社会和法治社会的共同要求”[9]。其次，“与普通商标比较而言，对地名商标的合理使用范围要大一些，法律对其保护也相对较弱”[10]。最后，《集体商标、证明商标注册和管理办法》第18条第2款规定“实施条例第六条第二款中的正当使用该地理标志是指正当使用该地理标志中的地名”。故，对于地理标志集体商标中的地名，公众可以正当使用。但需满足正当使用的条件：

1) 主观善意使用[11]

在认定地理标志集体商标正当使用的过程中，侵权人的主观态度较为关键。如商标法第16条规定：“商标中有商品的地理标志，而该商品并非来源于该标志所标示的地区，误导公众的，不予注册并禁止使用；但是，已经善意取得注册的继续有效”。其中，法律明文规定，若当事人商标含有地理标志，但是如果已经善意取得注册的，则商标继续有效。显然当事人善意的态度，很大程度上影响了地理标志相关问题的认定，包括地理标志集体商标的正当使用。其中，当事人的善意表明当事人主观上使用地理标志集体商标的地名，仅是为表明商品或原料的产地信息，而非表明商品属于来源于特定区域、具有

特定品质的特色商品，即主观上并没有搭借地理标志集体商标名誉、知名度而销售商品的故意。当然，此处所说的商品，与地理标志集体商标所标示的商品相同或类似，否则，一般属于公众可自由使用的领域。客观上，行为人使用地名标示来源时，不应该突出显示该地名，而引起消费者误认。有学者提到，在地理标志证明商标侵权案件中，“要综合考虑他人对地理标志证明商标是否突出使用、是否与自己的注册商标相区别等因素”[12]。虽然证明商标与集体商标有所不同，但不论将地理标志注册为集体商标还是证明商标，均是为了更好的保护地理标志，因此，二者对于界定地理标志的正当性地名使用有一定的共通性。当然，若是行为人并没有突出使用地名，但消费者依然对该商品是否为地理标志商品产生了误认或混淆，则行为人使用地名的行为仍然属于正当性使用。这是地理标志本身由地名和通用名称构成所必然导致的结果，因为任何权利都不能逾越公共领域，何况是频繁使用的地名。

同时，“在地理标志证明商标由地名与其他可视性标志组合而成时，正当使用的对象应仅限于该商标中的地名，而非该商标整体”[13]。因为一般而言，地理标志集体商标的可视性标志为其权利人独立创作或合法授权所得，非属于公共资源。此时，行为人擅自在其商品上使用可视性标志时，容易使消费者产生误认，并非正当使用行为。

2) 限于地名本身意义上的使用

使用地名时，仅为表明产地的使用目的，即限于地名本身意义上的使用，而不能作为地理标志集体商标意义上的使用。一方面，若将地名突出其他字体或颜色进行使用，属于商标意义上的使用，而非正当使用。另一方面，使用人还应该在商品上标示自己的商标。若使用人并未突出使用地名，同时在商品上标示了自己的商标，则消费者一般会将该商标作为识别商品来源的标识，将地名认为是商品产地，并不会使消费者产生地理标志的误认，属于正当使用行为。

3) 限于描述或者说明商品的相关信息

使用地名时，应该仅限于事实性描述或说明商品或原料的相关信息，而不能用于识别商品的来源，即作为商标使用。使用应该限于说明商品本身或构成商品的原料的地理来源，而不能有其他误导性的目的。

2.2.2. 正当使用的情形

地理标志集体商标的正当性使用情形总共有两大类，一类为公共领域的正当性使用，另一类为集体商标以外的非成员，对于其特定区域内特定商品的地理标志的正当性使用。我们主要讨论前一类。对于此类，《集体商标、证明商标管理和保护办法(征求意见稿)》(以下称意见稿)中有多条关于地理标志集体商标正当性使用的情形，笔者将结合此内容进行分析。

意见稿中第 21、22 条共规定 5 种正当性使用情形，分别为“在店铺招牌中使用客观表明地域来源；在企业名称字号中使用；在配料表、包装袋等使用表明产品及其原料的产地；其他正当使用地名的行为；以及他人以事实描述方式在特色小吃、菜肴、菜单、橱窗展示等使用涉及餐饮类的集体商标、证明商标中的地名和商品名称”。不仅列举了具体的使用情形，亦规定了其他正当使用地名行为的兜底条款，较为全面。5 种情形均为事实描述性使用地名和商品名称，且第一种情形中“客观表示地域来源”的用语，暗示了使用人的主观态度应为善意，其行为客观上也应表示地域来源。而第五种情形，即在菜肴、菜单等使用集体商标的地名和商品名称属于正当性使用行为，显然来源于“青花椒”案的启示，对餐饮类行业使用地名和商品名称的需求进行了正面的回应，并明文规定了使用的正当性，维护了公共领域。此 5 种正当性使用行为不仅较为具体明确，更重要的是对于现实中出现的问题进行了回应和解决，一定程度上统一了立法和实践。

2.2.3. 正当使用的限制

意见稿 24 条规定：“根据商标法第五十九条使用注册商标的组成部分，行为人存在恶意或者贬损集

体商标、证明商标的信誉，扰乱市场竞争秩序，损害其注册人合法权益的，应当依法承担法律责任”。表明使用人不仅应该善意使用地理标志集体商标中的地名和商品名称，同时不应该对权利人的信誉、合法权益造成影响，也不应该采用违反诚实信用等原则的手段实行不正当竞争，从而扰乱市场竞争秩序。否则，需承担相应的法律责任。此处的法律责任虽然并未明确，但多数情况下，应该承担民事责任，如停止侵权、消除影响、赔偿损失等。

2.3. 地理标志集体商标权利人不应滥用权利

当公众正当性使用地理标志集体商标中的地名或商品名称时，权利人不应该也不能阻止公众正当性使用，更不能以收取所谓“会费”或“加盟费”的形式变相扩张自身权利范围。权利人阻止他人正当性使用地名和商品名称的行为实际上并未使自己获利，而是侵犯了公众自由使用的空间，损害了公共利益，属于权利的滥用。此时，权利人要求他人停止使用地名、商品名称的诉求非但不能得到支持，与此同时，权利人还应该赔偿他人因自身行为而造成的损失，包括诉讼的合理开支等。对此，意见稿 28 条亦提到：“集体商标、证明商标注册人有下列行为的，由负责商标执法的部门责令限期改正，有违法所得的，没收违法所得；拒不改正的，处以违法所得 3 倍以下的罚款……情节特别严重的，国家知识产权局可以宣告注册商标无效：……(二)恶意阻止他人正当使用商标中含有的地名，扰乱商标管理秩序的；……”因此，地理标志集体商标权利人滥用自身权利，阻止他人正当性使用地名，不仅要承担败诉的后果，亦要受到商标执法部门的惩罚，包括没收违法所得和罚款，以及注册商标被宣告无效的法律风险等。故，地理标志集体商标权利人应该在自身权利范围内行使权利，不能滥用权利，否则必自食恶果。

3. 结论及建议

3.1. 维持地理标志集体商标权利人利益与公众利益之间的平衡

Trip 协议明确规定知识产权属于私权^[14]，地理标志集体商标作为客体之一，自然亦属于私权。故地理标志集体商标的核心是保护商标不受他人任意使用，以保障权利人为此付出的时间、精力以及金钱。但与此同时，对于私权被限制的领域，公众可以自由使用，以保护公共领域。具体对于地理标志集体商标而言，一方面，要阻止他人在特定区域以外或特定区域以内但非特定产品上使用地理标志集体商标，因为“生产特定产品的‘terroir’也是不可能被复制的”^[15]。他人不符合地理标志要求而使用地理标志集体商标，会使得地理标志集体商标的显著性降低，甚至沦为产品的通用名称；另一方面，亦要保障公众正当性使用其中地名和商品名称的自由，允许事实描述性使用的存在，从而维护公共领域的领地。

3.2. 明确地理标志集体商标正当性使用的情形

“逍遥镇胡辣汤”、“潼关肉夹馍”等事件引发了公众的热议，这些事件不是偶然，而是我国缺乏关于集体商标、地理标志使用的正当性情形的规定，使得这些行业协会滥用权利维权，引起公愤。因此，意见稿中新增加了几条关于地理标志集体商标正当性使用的情形。但需要指出的是，意见稿中并没有关于正当性使用构成要件的规定，从而使得“其他正当使用地名的行为”的兜底条款难以把握，只能交给司法实践中具体认定。因此，笔者认为，意见稿的内容还需进一步完善，不仅需要增加正当性使用基本构成要件的规定，还需要根据社会公众的意见进行完善。同时，若将意见稿中的正当性使用规定增加到商标法相应条款中，更能保障公众正当性使用的权利。

3.3. 对地理标志集体商标权利人滥用权利的行为加大惩罚

地理标志集体商标权利人应该在自身权利范围内行使权利，不能滥用权利。但近年来，行业协会等

滥用集体商标、地理标志进行恶意诉讼以及发送警告函等行为日益增多,急需加强对滥用权利的规制。权利滥用违反了诚实信用的基本原则,且以损害他人利益为目的,不具有合法性。因此,不仅要对权利滥用加大行政处罚,责令赔偿相对人损失和合理开支,同时还可对多次滥用权利的行为人纳入失信名单进行惩戒。

参考文献

- [1] 国家知识产权局. 关于“逍遥镇”“潼关肉夹馍”商标纠纷,国知局回应! [EB/OL]. “知识产权那点事”公众号. <https://mp.weixin.qq.com/s/h5F-ct8y7VqJUyo0jex9bg>, 2021-11-26.
- [2] 国家知识产权局. 关于就《集体商标、证明商标管理和保护办法(征求意见稿)》公开征求意见的通知[EB/OL]. https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/6/7/art_2073_175987.html, 2022-06-15.
- [3] 王莲峰, 黄泽雁. 地理标志保护模式之争与我国的立法选择[J]. 华东政法学院学报, 2006(6): 44-53..
- [4] 张玉敏. 地理标志的性质和保护模式选择[J]. 法学杂志, 2007, 28(6): 6-11.
- [5] 杨宁. 关于“潼关肉夹馍”商标批量维权事件的系统思考(六问六答) [EB/OL]. “知产力”公众号. <https://mp.weixin.qq.com/s/FMSi5w-Mexso-MzZYFQOCQ>, 2021-12-03.
- [6] 张萍. 有关集体商标那些事[J]. 中华商标, 2018(6): 48-50.
- [7] 何昆. 地理标志纳入集体商标和证明商标保护模式的质疑[J]. 哈尔滨学院学报, 2007, 28(8): 60-62.
- [8] 孙宁, 田琳. 从我国首例地理标志和注册商标之争谈地理标志的保护[J]. 沈阳航空工业学院学报, 2008, 25(6): 16-18, 25.
- [9] 冯晓青. 如何看待当前“逍遥镇”胡辣汤和“潼关”肉夹馍商标维权事件? [EB/OL]. “知产力”公众号. <https://mp.weixin.qq.com/s/hH5eeEcChbO3dja0GEFrMw>, 2021-11-26.
- [10] 刘亚军. 完善我国地理标志法律保护实证分析[J]. 当代法学, 2004, 18(2): 46-52.
- [11] 万玺. [热点事件评析]逍遥镇胡辣汤事件评析[EB/OL]. “循环经济法治”公众号. https://mp.weixin.qq.com/s/Qaapw_TBQRvt5jRvZwlAlw, 2021-12-19.
- [12] 宋亦淼. 地理标志证明商标侵权认定问题研究[J]. 科技促进发展, 2017, 13(8): 686-691.
- [13] 苏志甫. 地理标志证明商标司法保护中的侵权判定标准——评析五常市大米协会诉李贵同、北京金利兴盛粮油商贸有限公司侵害商标权纠纷案[J]. 中华商标, 2016(1): 36.
- [14] 马晓莉. 地理标志立法模式之比较分析——兼论我国地理标志的立法模式[J]. 电子知识产权, 2003(1): 52-56.
- [15] 王笑冰. 法国对地理标志的法律保护[J]. 电子知识产权, 2006(4): 16-21.