

云南省地理标志保护水平持续提升,但存在“重注册轻应用”等问题——

如何让地理标志 带富一方

本报记者 段毅 朱丹



石林西街口人参果 本报记者 杨峥 摄

截至2022年1月
云南省地理标志证明商标
已注册**304**件
农产品地理标志登记**86**件
地理标志保护产品批准**64**件
三大地理标志产品合计**454**件
在全国排**第六位**

地理标志产品包括

茶叶

中药材

禽肉类

水果

蔬菜

工艺品

涉及

养殖业

种植业

加工业

距今有600多年历史的阳宗海“汤池老酱”今年4月1日有了地方标准:以当地温泉水作汁、地方原料为质,经过和面、蒸煮、研磨、腌制及两次渥堆发酵的特殊工艺,在汤池特殊地理环境的恒温下所产生。这一标准的出炉,解决了作为地理标志产品的“汤池老酱”在生产中没有统一标准的痛点,为企业进一步使用地理标志打下基础。

彝族《梅葛》记录:在“宇宙洪荒、开天辟地、造人造物”时代,大姚就有核桃树。大姚县核桃博物馆工作人员介绍:“同样是核桃,大姚出产的核桃个头大、壳薄,果仁不饱和脂肪酸含量较高,涩味淡,得名纸皮核桃。”2009年,“大姚核桃”获原国家工商总局地理标志证明。2015年8月,原国家质检总局批准“大姚核桃”为地理标志保护产品。

大姚县现有9家企业获准使用“大姚核桃”地理标志产品专用标志。大姚

广益发展有限公司负责人认为,使用地理标志增强了辨识度,增加了企业产品的竞争力,尤其是在与客户建立长期稳定的供需关系方面有了品牌硬支撑。2021年,广益的核桃产品远销北京、上海、广州等国内市场,实现销售收入1.6亿元,利润1500多万元,带动了县内多个村的核桃种植户。

从2000年3月21日宣威火腿获准成为我省首个地理标志保护产品至今,我省实现了地理标志在全省16个州(市)全覆盖,包括茶叶、中药材、禽肉类、水果、蔬菜、工艺品等多种特色产品,涉及养殖业、种植业和加工业等领域。

“根据规定,相关组织在注册地理标志产品时,要提交县志等文献材料来证明产品的地域存在和信誉情况。国际市场的确权保护与县志这种传统文化载体内容的使用,恰好构成了地理标志产品同时具备品牌溢价和文化溢价的

双重基因。”中国检验认证集团云南有限公司经理张彦明介绍,在发达国家,每新增1个地理标志农产品可带动相关行业就业增加0.08%,产值增加0.32%。从品牌溢价幅度看,欧盟地理标志产品价格普遍较同类产品翻番,其中葡萄酒平均增值幅度可达2.85倍。

在云南,地理标志也为高原特色农产品提升了价值,其中“勐海茶”地理标志产品比同类产品价格普遍高出20%以上,实现每公斤毛茶收购价平均提高25元以上,茶叶亩产增收2000元左右;保山小粒咖啡品牌价值提升到23.07亿元,农户严格按地理标志产品要求种植管理加工的咖啡,价格比同类产品高50%左右。



宣威火腿

地理标志产品带动农民增收

对地理标志认识不足,用标积极性不够;科技支撑不够,许多产品存在内在特定品质特征不清,导致无法用标或者用标以后也无法实现特定品质可持续利用;产品文化价值未充分挖掘,没有讲好地理标志产品品牌故事,“文化溢价”低,影响经济效益等等。

为了更好地推动地理标志产品既“出圈”又“生钱”,2021年5月,云南省市场监管局出台《云南省地理标志运用促进工程实施方案》,围绕重点县域和重点园区,启动实施云南省地理标志运用促进工程,进一步推动地理标志在全省的有效运用。

2021年7月,云南省科技厅下达地理标志农产品关键技术研究与应用科技重大专项。今年2月17日,中国(昆明)区域地理标志产品促进与服务中心在云南省农业科学院落成。

“盘活存量,用好已有的地理标志,产生可持续效益;做大增量,深挖潜力,源源不断做大地理标志池,是我们的努力方向。”刘家迅介绍,地标产品中30%以上是园艺作物,通过科学手段对农作物进行气候、生态、环境相关的规律挖

掘,进行标准化的技术制定,使其特定的品质持续为人类利用,是农科人员在地标产业前端负责的部分。

县域也在各展其能。有的不断拓宽地理标志产品应用边界,挖掘其中蕴含的文化价值、旅游价值、生态价值,让“地理标志+”成为撬动城乡发展的支点。在福贡县,地标产品“老姆登茶”成为当地的旅游伴手礼和生态大使,“老姆登”是怒族语“人喜欢来的地方”,这里有云南省屈指可数的几处雪地茶园,良好的生态环境和民族文化的故事“包装”,让“老姆登茶”深受游客喜爱。

品质是地理标志产品的基础。在石林彝族自治县西街口镇,当地出产的人参果曾经遭遇外来的“李逵”冲击,因打假维权产生烦恼。为了让西街口人参果贴牢“西街口”标签,当地政府和企业推动地理标志产品与地方产业发展互相结合,积极进行人参果的标准体系建设,为出台昆明市人參果地方标准打下基础;建设产业相关数据库,完成人参果可追溯系统,以数字技术破解地标侵权。如今,人参果成为西街口乡村振兴

推动地理标志产品走向世界

酒在中国市场做知识产权保护工作过程中,感受到国外地理标志保护所创造出的巨大价值,以论坛形式邀请法国香槟协会、欧洲知识产权组织、法国领事馆知识产权参赞前往勐海茶产地交流论道,引起了当地企业和茶农对地理标志运用的重视,不少茶农主动参加培训,主动参与到古树茶品牌的保护中。

2018年,云南东南亚知识产权服务有限公司受文山相关部门委托,代理“文山三七”地理标志证明商标国际注册取得突破,在德国、法国、缅甸等国家进行了成功注册,这意味着“文山三七”在境外销售有了原产地品牌维权的手段。

周德明表示,地理标志国际化是地方产业走出去、做大做强的必然,为不断加深地理标志保护产品国际合作的深度和广度,云南省应加速推进地理标志证明商标的国际注册,让地理标志产品在服务外交外贸、推动特色产业发

展、发扬传统文化、推动乡村振兴等领域发挥应有的作用。

刘家迅建议,云南农产品出口连续多年稳居西部第一,远销110余个国家和地区,我们应该用好中欧地理标志协定的“双边专门协定模式”与区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的“地理标志章节模式”,将地理标志市场成熟的欧盟和与我国文化传统相近相通的周边国家,作为我省地标产品海外市场开拓、扩大地标领域国际影响力的主要方向。不断提高国际市场上的云南地标产品能见度,推动更多优质的云南地理标志产品走出去。



石屏杨梅



剑川木雕



保山小粒咖啡

2021年3月1日,《中欧地理标志协定》正式生效,云南省有10个地标产品列入中欧275个地理标志保护产品互认清单。互认清单中都是中欧双方久负盛名、家喻户晓的地理标志。其中,云南的保山小粒咖啡、普洱茶、普洱咖啡、罗平小黄姜名列首批生效产品阵容,这些产品不仅可在对方市场获得高水平保护,还可使用对方的地理标志官方标志。

没有什么比企业和农户看到实实在在的效益更具有说服力。曾经有一段时间,保山小粒咖啡小有名气,但本土品牌孵化缓慢,多年来一直做不大、做不强。保山市出台地理标志专用标志使用管理的实施意见,为保山小粒咖啡等地理标志产品提供操作指导意见和有力保护,建立了农户+基地+龙头企业+地理标志的地理标志产品经营模式,农户直接从产业发展中受益。2020年,保山小粒咖啡出口产值达1.9亿元,主要销往英国、法国、西班牙、加拿大等20多个国家和地区。去年,保山市提出立足高端化、特色化、精品化发展方向,全链条重塑咖啡产业,搭乘“中欧地理标志协定”的快车,保山小粒咖啡将迎来更大的国际市场。

2017年至2019年,每年西双版纳勐海茶王节同期都举行“普洱茶对话葡萄酒”论坛,论坛发起者云南东南亚知识产权服务有限公司负责人周德明介绍,公司在为法国波尔多、香槟等葡萄

新闻链接

地理标志产品是指产自特定地域,所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素,经审核批准以地理名称进行命名的产品。在中国加入WTO后,地标产品的概念根据《与贸易有关的知识产权协定》引入,是来源于特定地域中产品质量和信誉的“身份证”。

由于历史的原因,目前我国对地理标志的保护主要有三个体系并行:以原国家知识产权局为主导的,以《商标法》为主要依据的地理标志证明商标体系;以国家市场监督管理总局为主导的,以《地理标志产品保护规定》为主要依据的“地理标志保护产品”登记保护体系;以农业农村部为主导的,以《农产品地理标志管理办法》为主要依据的“农产品地理标志”认证保护体系。虽然随着机构改革,国家知识产权局(商标局)已纳入国家市场监督管理总局管理,但法律上仍未改变三个体系并行的状态。

专家访谈

以科技支撑 地理标志产业

为推动云南地理标志发展,2022年2月,中国(昆明)区域地理标志产品促进与服务中心成立,重点从事地理标志资源调查,地理标志标准化体系建设,检验检测、认证,品牌打造等研究与应用。就地理标志发展的机遇与现状,本报记者日前采访了促进与服务中心负责人、省农科院专家刘家迅。

问:以科技支撑地理标志产业具体来说有哪些工作?

答:2021年7月,由云南省农业科学院牵头,联合北京航空航天大学云南创新研究院、西南林业大学与鼎宏知识产权服务集团等,承担了云南省科技重大专项“地理标志农产品关键技术研究与应用”,项目包括低纬高原自然生态环境与地理标志农产品品质形成研究;地理标志农产品标准化技术研究与标准制定;地理标志农产品认证与信息化管理技术研究(高效认证);地理标志农产品大数据、时空区块链数字认证等。

具体来说,就是用科学方法确定申报目标,挖掘人文历史,分析测试产品理化指标,探究特定品质成分与自然因子的相关性,对当地历史耕作技术进行研究,去伪存真,用现代科学做支撑,研制相关地标产品的生产标准;对特定生产区域,应用北斗地理数据,结合区块链技术实现地理标志产品溯源。

问:应如何改变地标“重注册轻应用”“注而不用”“用而不响”等问题?

答:建议完善监管体系,加强技术指导,实施跨区域、跨品牌联盟,培育产业集群,加大宣传推广力度等多方面入手,推动地标产业健康发展。

问:中国(昆明)区域地理标志产品促进与服务中心提出的“地理标志+”是个什么概念?如何利用“地理标志+”服务云南经济高质量发展?

答:“地理标志+”简单来说就是将地理标志与服务业、农业、特色产业等融合发展,赋予地理标志产品一定的文化内涵,形成地理标志产业链,提升地理标志品牌影响力,实现地理标志产业高质量发展,从而将地理标志打造成某一区域或某一市场的金字招牌。云南特色农产品数量多、品质好,农产品地理标志处于待开发阶段,需要分阶段、分层次、多渠道进行市场拓展。

本报记者 朱丹 段毅

地标故事

“勐海茶”的“地标群”

勐海县是我省拥有茶叶地理标志最多的地区,除“勐海茶”外,各个山头茶均有自己的地理标志。地理标志的运用使“勐海茶”品牌价值不断提升,有效助力当地脱贫攻坚和产业升级。

勐海县是云南省乃至全国茶叶产业依存度最高的地区。大叶茶种植面积居全国第二,普洱茶产量全国第一,是国际茶界公认的世界茶树的原产地之一和驰名中外的普洱茶发祥地之一。

为推动茶产业发展,勐海县在提升茶叶种植、加工品质、市场规范管理的同时,积极打造勐海茶品牌和勐海名山茶品牌。2012年,由勐海县茶叶技术服务中心向国家商标局提出申请,2014年获准注册“勐海茶”地理标志证明商标。由于自然环境独特,勐海县山山有茶,寨寨制茶,但各山味不同,各村茶香异,山头茶成为“勐海茶”这个大地理范围内,一道独特的风景。

勐海县抓住优势特点,成功申请注册了“勐海班章茶”“勐海保塘茶”等16件地理标志证明商标,自“勐海茶”等地理标志证明商标注册以来,勐海县充分发挥政府、企业、合作社(茶农)3方的联动作用,积极推行公司+初制加工厂(所)+基地+合作社+茶农的经营模式,对扩大茶叶种植面积、提高产品质量,为当地农民脱贫致富起到了积极的作用。

本报记者 朱丹 段毅

“团结乡苹果” 商标维权记

“团结乡苹果”是昆明市团结乡的优质农产品,因团结乡独特的地理环境造就了苹果肉质细腻、甘甜多汁的口感。

为将苹果产业做大做强,2017年,昆明市西山区团结街道办事处果树技术经济协会提出“西山团结乡苹果”地理标志证明商标的申请。然而,该商标已被一家商贸公司抢先注册,直接造成了“团结乡苹果”无法申请地理标志的尴尬局面。

“团结乡苹果”的知名度和美誉度,来自于团结乡近30年的规划发展和支持推动,以及当地果农多年辛苦的种植、培育和管理,如果“团结乡”商标被一家公司独占,不仅会损害消费者利益,还会严重阻碍当地苹果种植产业的发展。果树技术经济协会随即对被贸易公司抢注的“团结乡”商标提出无效宣告申请。在云南东南亚知识产权服务有限公司公益代理诉讼的帮助下,有效利用法律武器维护了团结乡苹果声誉,被抢注的商标最终被裁定为无效,为后续“团结乡苹果”地理标志证明商标的申请注册扫清了障碍。

本报记者 朱丹 段毅



保山咖啡豆



建水紫陶 本版图片除署名外均为供图