

# 共同富裕视野下地理标志产品生产规则 调整程序的完善路径

陈嘉乐

(北京师范大学法学院)

**摘要:** 产品生产规则对内约束着生产者的生产加工行为,保障产品符合地理标志定义。我国地理标志商标法保护模式与专门法保护模式都存在缺少产品生产规则调整程序的问题。地理标志的预期功能与共同富裕所追求的目标和原则具有一致性,但完善的生产规则调整程序是实现预期功能的前提。在追求共同富裕的背景下,应当明确商标法在地理标志保护中的兜底定位;采取“一人一票”的表决通过与修改程序,保障底层生产者对生产规则的主导权,实现分配正义,并加强对日常生产加工活动的监管。

**关键词:** 地理标志,生产规则,共同富裕,分配正义

DOI编码: 10.3969/j.issn.1674-5698.2023.08.004

## Improvement Path of the Adjustment Procedure of the Production Rules of Geographical Indication Products from the Perspective of Common Wealth

CHEN Jia-le

(Law school, Beijing Normal University)

**Abstract:** Product production rules internally constrain the production and processing behaviors of producers and guarantee that products meet the definition of geographical indications. The geographical indication protection modes of trademark law and specialized laws in China suffer a lack of adjustment procedure of the product production rules. The expected functions of geographical indications are consistent with the goals and principles pursued by common wealth, but a perfect adjustment procedure of production rules is a prerequisite for realizing the expected functions. In the context of pursuing common wealth, we should improve the provisions of production technical regulations in the trademark law, and clarify the bottom position of trademark law in the protection of geographical indications; adopt the “one person, one vote” voting and amendment procedure to guarantee the bottom producers’ dominant power over the production regulations, achieve distributive justice, and strengthen the supervision of daily production and processing activities.

**Keywords:** geographical indications, production rules, common wealth, distributive justice

### 1 地理标志中调整生产规则的内部规范 存在不足

我国的地理标志法律保护包括商标法保护和

专门法保护。《商标法实施条例》第13条第6款将提交地理标志证明商标使用管理规则的义务交给了申请者,但对这一规则如何制定和调整,却并未做出规定。同时,对于如何监督生产规则的实施也

---

作者简介: 陈嘉乐,硕士,研究方向为知识产权法。

并未有相关规定。持有者尽管负有一定的监督义务,但也缺少相应的具体监督标准,没有相应的国家强制力来保障其在生产过程中得到践行,成为事实上的“空中楼阁”。对消费者而言,只能依靠市场竞争、选择和买卖双方的博弈来督促生产者保障这些特征。然而,地理标志产品所应当参照的标准并不只是任何进入市场的产品都应当遵守的、《产品质量法》中的基本要求,而是能够匹配其溢价的独特标准。许多地理标志产品所拥有的独特特征一般消费者无法通过常识来进行辨认,且科技发展使得这些过去只有在特定制作方法下才能够达到的特征可以通过现代的科技完成复刻,完全可以做到“以假乱真”。在以“理性人”假设为基础的市场经济中,一旦出现成本更低的替代方案,甚至是出现以普通产品来代替地理标志产品而消费者无法察觉的状况,这些方法代替地理标志中所要求的、本源的生产方法就会成为必然。这就使得一个具有公信力的第三方监督变得尤为必要。而在目前的商标法保护模式下,并没有任何具有公信力的强制措施来保障这些内容在生产过程中得到实现和遵守。消费者的消费心理逐渐变得多元化。例如:扶贫意愿<sup>[1]</sup>,对家乡的“乡愁”<sup>[2]</sup>,绿色发展、保护环境的理念<sup>[3]</sup>,都可能使得消费者产生消费欲望。在此背景下,这种缺少生产规则约束的地理标志不但没有保护消费者利益,反而给消费者的信赖利益造成了严重的损害。

专门法保护同样存在诸多不足。

根据《地理标志产品保护规定》第8条规定,地理标志产品的申请人为相关的机构、特定的协会或者企业;第10条要求申请人在申请时提交包括生产规则、产品技术标准等内容在内的材料;第17条要求针对地理标志产品应当制定相应的国家标准、地方标准或管理规范。以上3项条款虽明确了如何制定生成规则,提供了可供参考之处,但仍存在较多的问题:(1)同样未对产品生产规则的制定和调整规则予以明确。地理标志是一项由多个成员使用的知识产权,不同成员所制造的产品必然会产生一定差异。这使得产品的技术规范、技术标准等内容对地理标志产品的发展至关

重要。法国与意大利是具有较为完善地理标志保护体系的国家。两国都对地理标志产品生产规则的调整程序与方式有着明确的法律要求<sup>[4]</sup>,这是我国地理标志专门法规及规范中所欠缺的重要内容。(2)尽管确定了生产规则由申请人提交,但第17条又规定了行政机关制定国家标准、地方标准或管理规范的义务。二者之间的联系,以及生产者在不同情况下应当参照哪一项标准进行生产这些问题并未通过其他条款进行说明,使得地理标志产品的生产以及监管者在监管时所应当依照的标准不明确。《农产品地理标志管理办法》第8条中规定农产品地理标志的生产技术规范由县级以上人民政府选取的农民专业合作经济组织或行业协会等组织在申请时予以提交。同样出现了前述的生产规则制定程序不明确的问题。

我国目前与地理标志相关的法律规范中尽管在各方面都已经进行了相对完善的规定,但生产规则却是其中的一个较大的空白。既无相关的法律规范对生产规则直接进行指定和调整,也并未授权特定的群体依照何种程序完成前述工作。

## 2 地理标志与共同富裕的一致性

在追求共同富裕的大背景下,地理标志生产技术规范的调整规则有着更为重要的意义。习近平总书记强调:“共同富裕是中国特色社会主义的根本原则,所以必须使发展成果更多更公平惠及全体人民,朝着共同富裕方向稳步前进”<sup>[5]</sup>。“共同富裕要解决的是发展的不平衡、不充分问题,公平地分享发展成果、将发展结果由人民共享而不是由特定的个体或群体独享是实现共同富裕的主要道路”<sup>[6]</sup>。缩小收入差距,增加中等收入人群的比重是我国实现共同富裕所面临的巨大挑战,也是共同富裕的重要目标之一<sup>[7]</sup>。

地理标志作为一项集体使用的知识产权,其发展积累的成果能够惠及群体而非单独的个体,符合共同富裕将发展的成果惠及更多公民、坚持共建共享的思路,同时,小资本和小企业较多而资本市场的大企业较少的市场主体构成是经过检验的、有利于破除垄断、实现共同富裕的推手<sup>[8]</sup>,而

地理标志保护制度下所形成的各个生产者独立生产、互不隶属的生产方式将会有利于在特定市场内形成这样的市场主体构成，减少乃至杜绝垄断企业的形成，缩减贫富收入差距；地理标志通常具有较高的声誉，能够为产品带来较多的溢价，帮助低收入人群增加收入、减少收入差距，实现共同富裕所追求的缩小收入差距、贫富差距的目标，扩大中等收入人群的占比；地理标志所具有的较高声誉能够弭平生产者在创业初期与其他生产者之间的差距，有利于推动“大众创业，万众创新”。

同时，地理标志独特的制度设计的内在又能够对所需要帮助的对象实现“准确识别”，从而实现“精准扶贫”。地理标志通过自身可观的商业价值以及对生产方式的限定，提取出只有在传统生产模式下产品才可以具有的特点，并赋予这些特点较高的商业附加值，让传统模式下生产的产品在市场中重新获得竞争力，同时，地理标志确定了统一的生产规则，有助于集体成员之间交换优良的传统生产技术，提升当地居民之间的生产效率。

目前，一些较落后地区与贫困人民并非是因缺少劳动能力而陷入贫困，而是由于在市场经济的大背景下，工业化生产相比于传统的生产方式效率更高，使得这些地区的人民依照传统的生产方式生产的产品不具有市场竞争力，从而陷入一种“有力使不出”的状态，被动陷入贫困。地理标志不但能给这部分群体生产的产品带来可观的经济附加值，而且具有相对的排他性，其他市场主体要想享受到这部分经济附加值就必须放弃他们竞争优势的来源——工业化生产方式，这是规模主体难以接受的。因此，地理标志可以充分利用如今消费者选择的个性化、差异化，为这些底层生产者开辟出一条全新的赛道，避免与规模主体产生直接竞争，从而保障他们的经济利益。精准脱贫是对共同富裕根本原则的有力回答，地理标志制度则为精准脱贫的实现提供了不可或缺的制度支持。

此外，地理标志产品的生产往往使用的是传统的生产加工方式，与工业化生产相比，造成的环境污染相对较小，从而维持住地理标志产品生产地区的农业与绿色景观，为当地的生产者们提供

绿色、健康的生存环境与生产加工条件。习近平总书记曾说过：“绿水青山就是金山银山。”地理标志制度不仅能够为贫困人群带来经济利益，让共同富裕体现在物质层面，还可以营造绿色的生活环境，让共同富裕体现在生态层面，实现该经济模式的可持续发展。

可以发现，地理标志保护制度与共同富裕所追求的目标具有较高的契合度；地理标志的商业价值、品牌效应，能够显著提高产品所具有的经济附加值，实现高质量发展，发展地区支柱型产业<sup>[9]</sup>。而地理标志制度的内在设计又使得地理标志所产生的经济利益能够准确造福特定地区的底层生产者，帮助他们改变贫困现状，实现精准脱贫，让共同富裕的实现走好关键一步。同时，地理标志又有助于帮助生产地区维持良好的自然环境条件，而不会像工业化大生产一般造成严重的环境破坏，从而维持生产者们所能享有的隐性福利，为共同富裕的实现提供隐性支持，让当地居民在生态上实现共同富裕。

### 3 生产规则调整程序对实现共同富裕的意义

应当注意到的是，地理标志的种种预期作用的实现需要建立在各个民事主体都能够平等地使用地理标志，没有任何市场主体能够对地理标志进行垄断的前提下。在对外使用时，根据地理标志或地理标志证明商标的定义，标志的持有人并不适用地理标志，其他民事主体符合使用条件的就可以向持有人申请使用，同时使用者也无权禁止他人使用。因此，在地理标志的对外使用这一问题上，并不会造成不平等的情况出现，但地理标志相对普通商标有一项重大的区别：地理标志产品的生产需要遵守地理标志生产规则这一特殊的标准。这是一项“对内约束”的标准，是生产者所需承担的一项义务而非所享有的权利。在完善的地理标志保护制度中，生产者生产的产品应当符合地理标志产品生产规则的要求，才能够获得在产品上使用地理标志的权利。这显示出生产规则是一项

左右生产者能否使用地理标志的重要内部规则。目前,我国针对地理标志的相关法律中还未出现地理标志产品生产规则如何进行调整的规范。地理标志产品生产规则是一项针对地理标志使用者的内部规范,基于知识产权的私权特征与民事规范领域“法无禁止即可为”的基本法理,应当认为地理标志的持有者或使用者对地理标志产品生产规则有进行调整的权利,而这也是地理标志可能与共同富裕的目标渐行渐远的重要“岔路口”。

地理标志一直以来服务的对象大都是中小型企业、农民、个体工商户等底层生产者,但随着地理标志保护制度的完善,地理标志的价值不断增高,适用范围不断扩大,越来越多的产品纳入地理标志的保护范围中,规模经济主体进入地理标志使用者行列并非不可能。

中国在《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》中提出了将地理标志专用标志在市场主体中的使用率扩大到80%的目标,意味着扩大地理标志的使用面,让地理标志的作用惠及更多群体是中国未来地理标志发展的战略方向。

现代农业生产是一个充满垄断的行业。世界农业综合体寡头中,前15名寡头的经济总量之和为前100名寡头经济总量之和的45%<sup>[10]</sup>。这些农业综合体的垄断优势主要来源于成本领先和差异化<sup>[11]</sup>,而地域或历史的配对正是实现差异化的重要方式之一<sup>[12]</sup>。地理标志是少有的同时强调地域和历史,并将二者联系起来的知识产权制度,是实现差异化并稳定从中取得经济利益与竞争优势的重要手段。这使得大型农业综合体有着介入地理标志发展并垄断相关行业获取利益的意愿与可能性。当地理标志的声誉足够大、能够为他们带来足够多的利益时,规模经济主体就可能介入其中,例如:香槟和波尔多葡萄酒使用地理标志的历史悠久,在国际上享有盛名,其地理标志能够带来巨大的经济利益,这也使得二者的生产被规模经济主体介入,生产方式体现出了高度工业化的特点<sup>[13]</sup>。在扩大地理标志使用面的宏观政策下,为适应受人为因素影响较强的手工业或工业产品、服务等内容的需求,对产地的严格要求可能会出现松动,在地

理标志所能带来的利益非常可观的情况下,规模经济主体可能会加入地理标志的使用群体中。例如:欧盟的两种地理标志类型中,在保护强度相同的情况下,受保护的地理标志只要求制作、加工或制备的其中一个环节发生在指定区域<sup>[14]</sup>。在这一标准下,受保护的地理标志可以更为灵活地安排生产,将原料来源以及部分制备、加工环节安排在原产地之外的区域进行。这一优势使得受保护的地理标志的注册数量攀升迅速,很快实现了对受保护的原产地名称的反超<sup>[15]</sup>。对严重依靠本地资源、缺少分工的家庭农场而言,生产规则的变更影响并不大。受保护的地理标志之所以能够获得欧洲各国的青睐,正是因为它能够为各国具有规模化生产能力的企业提供帮助,使得他们在如何安排生产加工环节上具有较大的调整空间。在其他地区,大型公司的介入则更显突出:对南非的Rooibos茶的案例研究显示,当地的主要生产者并非贫困的农户而是大规模生产者<sup>[16]</sup>。Bowen对龙舌兰酒的研究也显示出龙舌兰酒的生产依靠的也并非当地的底层生产者,而是规模巨大的跨国公司<sup>[17]</sup>。无论是地理标志对产地的放松,还是地理标志发展之后价值的提升,都会引起大型生产者的兴趣,并介入其中成为特定地理标志产品生产行业内不可忽视的,甚至是具有主导性的力量。

同时,地理标志的功能与目的同国内农村土地的“三权分立”的立法体例存在冲突。地理标志保护制度是欧盟的改革共同农业政策(CAP)中的重要组成部分,而这项农业政策的实现需要大量的农民回流至农村地区<sup>[15]</sup>。而土地“三权分立”的重要功能则是便于土地流转,增加农民的土地流转收入,同时有助于规模经营主体的培育<sup>[18]</sup>。可以发现,“三权分立”制度是为增加在外务工农民收入而设计的法律规范,是有利于推动农民工在外务工的规范,与地理标志吸引农民回流的目的相反。地理标志的溢价功能有助于提升规模经营主体的盈利,从而支撑规模经营主体的培育,中国地理标志目前的实际情况也显示出中国地理标志的使用促进了农业生产的规模化<sup>[19]</sup>而并非如欧洲地区所预期的维持家庭单位的生产,这对地理标志产品的底

层生产者而言并不是一件好事；另一方面，地理标志带来的产品溢价也可能会让农民选择提高土地流转费用来增加自己的收入，而并非回到家乡重新从事相关的生产经营活动。土地“三权分立”既有助于规模经营主体的培养，又无法稳定保障农民的回流，与地理标志保护制度所追求的防止农村空心化以及维持家庭作坊式生产的目的相反，会进一步降低生产者对地理标志的管理和控制权利的关注，并最终使得地理标志的控制与标准制定权利与国外一样被大型资本或企业所把持。

当规模经济主体在生产规则的制定活动中占有主导地位时，尽管表面上这一规范对规模经济主体与底层生产者来说“一视同仁”，但二者在实际生产能力、生产方式上的重大区别仍会在实质上造成不平等，这对脆弱的底层生产者影响巨大。正如“桥梁寓言”和专利权领域著名的“亿贝案”<sup>[20]</sup>，通过“小杠杆”独占巨大利益的目的。由于地理标志的声誉通常要高于单个商标的声誉，个别生产者就倾向于通过控制标准的定义或实施来建立自身的主导（或垄断）地位，以此谋取巨大的声誉上的利益，例如：法国大型生产商Lactalis就曾试图修改标准，将诺曼底金文奶酪的原料从牛奶变为巴氏杀菌奶<sup>[10]</sup>。

效率原则本就并非知识产权的根本原则<sup>[10]</sup>，这一点在地理标志中体现得更为明显。罗尔斯认为，社会中受恩惠较少者应当从社会制度中得到某种补偿<sup>[21]</sup>，这也是地理标志的重要目标之一。地理标志重要预期之一就是将利益分配到中底层生产者的手中<sup>[16]</sup>，但实际情况却不尽如人意<sup>[22]</sup>，底层生产者们无法充分享受到收益，却需要承担维护地理标志的成本<sup>[23]</sup>。而规模经营主体在地理标志产品的生产环节中占据重要乃至主导地位是导致这一问题的主要原因之一，无论是横向与底层生产者竞争、挤压底层生产者的生存与盈利空间，还是通过控制产品销售的上下游纵向压缩底层生产者的利益空间，都会使得地理标志无法将所带来的收益分配到需要帮助的预期主体手中。规模经济主体的进入意味着它们可以依靠规模经济带来的固定成本、专业化程度与劳动生产率方面的优势，降

低单位产出所需的成本，从而在竞争中取得广泛的胜利<sup>[24]</sup>，挤兑底层生产者的生存空间。规模经济主体对于发展经济的宏观目标而言或许是有利的，但在追求共同富裕的大背景下，我国对收入分配的要求已经从过去的“效率优先兼顾公平”，转向到了“公平优先”<sup>[25]</sup>，将经济增长的利益分享给底层生产者、实现分配正义这一目标才是目前经济发展的主要目标，而缺少完善的地理标志产品生产规则调整程序会给实现这一目标带来阻碍。

#### 4 共同富裕背景下生产规则调整程序的完善方向

（1）以提高差异性为方向，完善《商标法》中的生产规则调整程序

地理标志的监管强度与标志所能够带来的溢价具有正相关性<sup>[26]</sup>。商标法保护模式下缺少生产规则相关条款约束、没有有力监管者的特点使得地理标志商标无法实现对产品各个生产环节的有效监控，不利于地理标志发展与积累声誉，因此完善相关的生产规则条款势在必行。中国选择了商标法保护模式与专门法保护模式并存的地理标志保护体系，就意味着商标法保护模式应当与专门法保护模式之间存在一定的区别，才能够凸显两模式并存的意义，实现不同的生产者各取所需。商标法保护模式与专门法保护模式的区别主要在于二者的保护强度不同。在法国等“旧世界”国家的支持下，专门法保护模式所提供的保护强度要强于一般商标的保护强度。但是，正如欧盟“受保护的地理标志”受到欢迎而“受保护的原产地名称”愈发被冷落，准入标准与保护强度必须呈现出一种正相关，才能够保障不同的生产者可以各取所需，而不会一窝蜂地涌向其中一种。在其他因素相同的情况下，为商业标识提供的保护力度越高，标识被他人侵害的可能性以及被侵害时受到的损失就越小，商业标识的声誉就更易积累，具有更高的经济价值。根据法国的经验，地理标志在专门法模式下的保护强度要高于普通商标，不仅无需证明地理标志的声誉实际受到了影响，也并不要求证

明行为构成混淆、欺诈等不正当竞争行为<sup>[27]</sup>。若中国借鉴法国对地理标志的强保护,那么商标法保护模式与专门法保护模式就存在保护力度上的差距,此时,放低产品在商标法模式下对生产加工方式的制约,才能够使得二者之间存在一定的差异,避免出现其中一类标志受到追捧而另一种标志无人问津的情况。在构建商标法的生产规则时,应当采取比专门法保护模式更为宽松的生产规则要求,以保障商标法保护模式与专门法保护模式之间拥有各自的特点,从而丰富生产者在保护模式上的选择。

## (2)从实体权利与程序两方面完善生产规则的调整程序

地理标志的重要潜能在于提高农民的收入,并留住农村人口,但这些潜能的实现都依赖于分配正义得到充分实现<sup>[28]</sup>。地理标志产品与标准化的粮食生产相比,不仅是新立一个“质量标准”,还引入了一个制约生产方式的规范。规模经济主体的巨大优势之一在于规模效应所形成的低生产成本,而这一优势的实现离不开工业化生产的生产机械与标准化的生产流程,而地理标志产品在传统生产方式下所要求的非公开、需要较高学习成本的生产技艺以及对现代化生产机械排斥的特点是中小型生产者与规模经济主体形成错位竞争、保障自身竞争优势的关键。但这一优势形成的前提是生产技术规范的内容有利于哪部分民事主体,则由哪部分群体主导规范地通过,从而保障这部分群体的利益。从前述的经验教训中可以发现,他国对生产规则的表决程序并没有相应的规定,规模经济主体介入之后,迅速通过其在经济上的巨大份额与影响力,在规范的制定过程中占据主导权,使得本应中立的监管机构也不得不偏向规模经济主体,以保障生产得以持续<sup>[17]</sup>。尽管有学者对法国允许价值链上的所有利益相关者都可以参与产品规格制定<sup>[29]</sup>的规定提出了批判,认为由国家制定相关的规范更为适当<sup>[30]</sup>。但所得到的结果仍旧有待商榷:1)法国制度下并非完全依照人数进行表决,而是依照一定的比例进行,这使得规模主体能够利用其在产量上的优势,迫使普通生产者无法联合起来保障他们对产品生产规则调整

的主导权,例如:圣米歇尔山湾的Bouchot贻贝被最大的生产者所控制<sup>[31]</sup>;2)在国家主导、自上而下形成的制度下,生产者和消费者都对地理标志制度缺乏相应的了解,这会使得生产者和政府当局更倾向于将地理标志作为一个商业标识<sup>[32]</sup>,地理标志所预期的增加乡村社会凝聚力、传承传统文化等方面的功能无法得到实现;3)生产者主导相关规范的制定确实可能造成一定的资源浪费,违背知识产权中的效率原则,但追求效率本就不是地理标志的第一要务,甚至有学者认为耗时性正是地理标志产品的价值来源<sup>[33]</sup>,否则替换为现代化的生产模式反而更具效率,相反,实现分配正义,提高底层生产者的收入是地理标志制度面临的重要问题;4)《与贸易有关的知识产权协定》中要求各方认识到知识产权属于私权,保障生产者对生产规则的影响更符合知识产权的私权取向;5)地理标志产品的产生是一个漫长且复杂的过程,消费者的选择与偏好对地理标志产品形成现有的状态同样贡献颇丰,让消费者作为利益相关者参与产品质量技术规范的制定可以使传统社区掌握地理标志产品未来的发展方向,是对传统社区基本权利的尊重。鉴于中国生产者大多对地理标志制度缺乏了解的现状,由相关行业协会或者政府主导、生产者参与的方式来制定生产规则,最后生产者依数量表决制定的规范是否通过,既可以避免规模经济主体与底层生产者的直接冲突,也可以保留底层生产者对这一规范的最终控制权。

完善生产规则的调整程序同样重要。生产规则的调整始终是一个动态平衡的过程:在地理标志注册之初,其声誉较低,需要以要求较低的生产规则来减少生产障碍、降低生产成本,同时吸引观望的生产者加入使用地理标志的团队中来;随着地理标志的声誉逐渐增高与生产者数量的增加,为了维持产品的质量,保障产品的特色,防止以次充好的情况出现,及时提高生产规则中对产品品质与生产加工标准的要求非常重要。

地理标志产品的生产加工技术并非一成不变,而是在不断动态变化的,现代的生产者也正处在塑造“未来的传统”的过程中。完善的修改程序意味着生产者能够及时调整地理标志的发展方略、更新

技术要求,不仅能够提升自己的生产效率,也能够加强广大中小型生产者之间的合作交流,提高集体凝聚力,让地理标志产品在市场中更具竞争力。

在确定了制定与修改程序后,还需要加强监督。在欧洲地区,地理标志不仅是知识产权法的一部分,也是农业政策监管机制的一部分,法国国家原产地名称管理委员会(INAO)不仅要划定产区与生产方法,还会对产品进行监督。不但监测产品质量<sup>[34]</sup>,还会对生产过程进行监管以防止生产过剩<sup>[16]</sup>。尽管在前文中强调了生产者参与制定与修改程序的重要性,但在监管这一层面,行政机关更易做到公平公正,这也与欧盟法律对地理标志的监管采取官方控制原则的趋势相一致,但中国的行政资源相对匮乏,面对这一浩大的工程,针对不同的产品合理确定监管的范围、方式、频率,有效分配有限的行政资源非常重要,与行业协会之间的协作、减少行政资源的损耗也非常关键。

综上所述,在地理标志相关的法律规范中,应当明确生产者在申请地理标志时拥有制定生产规则的权利与义务,并且每个生产者在提出合理理由的情况下,都有依照内部程序申请修改既定生产规则的权利,相关行业协会与地方政府有对生产者群体进行指导的责任。生产规则的制定和修改都应当有完善、清楚的内部程序,且必须经过全体生产者表决才能够通过。在表决过程中,每一个生产者,包括自然人、法人和非法人在内,都拥有平等的表决权,不因其在生产总量上的区别存在差异。行

业协会与地方政府可以从专业角度为生产者群体阐明利害关系,但不得对生产者应有的权利做出限制,在生产规则的制定与修改活动中也不具有表决权。通过权利的合理配置,确保中底层生产者对生产规则内容的决定权,防止规模经济主体介入后挤压其生存空间。此外,地理标志相关法律规范中还需要合理确定地理标志产品生产规则的监管制度,保障这些生产规则在日常的生产活动中能够得到遵守,避免生产规则沦为“空中楼阁”。

## 5 结语

内部规则的制定方式是地理标志区别于一般商标的重要特点之一。中国学者目前主要关注地理标志对外保护生产者的一面,而忽略了地理标志内部如何规范生产者的行为。无论是专门法保护模式还是商标法保护模式,都需要完善产品生产技术规范的相关条款,合理确定产品的生产加工要求,并完善对强制性标准实施情况的监督。另一方面,地理标志与商标有所区别,其不仅是商业标识,更承载了国家在实现脱贫攻坚、保障分配公平、推动共同富裕等方面的期望。生产规则对内约束生产者的特点决定了它可以影响生产者的生产加工行为,进而控制地理标志为特定群体使用,从而间接实现国家在共同富裕背景下对地理标志的期望,因此,完善地理标志产品生产规则的调整程序对于实现共同富裕具有重要意义。

## 参考文献

- [1] 曾寅初,丁烨,曾起艳. 消费者参与消费扶贫的意愿与行为:影响因素及其差异性分析[J]. 世界农业, 2021(07):35-47+119.
- [2] 张钢仁,李林竹,包玉泽. 心理所有权和乡愁视角下产地对地理标志产品溢价支付意愿的影响路径研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2022(02):57-66.
- [3] 姜明睿. 全民环境共治视角下消费者地理标志农产品支付意愿研究[D]. 哈尔滨: 东北林业大学, 2022.
- [4] Penker, Marianne et al. Polycentric Structures Nurturing Adaptive Food Quality Governance – Lessons Learned from Geographical Indications in the European Union[J]. Journal of rural studies, 2022,89:208–221.
- [5] 习近平. 人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标 [M]. 中共中央文献研究室.十八大以来重要文献选编(上). 北京: 中央文献出版社, 2014.
- [6] 刘培林,钱滔,黄先海,等. 共同富裕的内涵、实现路径与测度方法[J]. 管理世界, 2021,37(08):117-129.
- [7] 张来明,李建伟. 促进共同富裕的内涵、战略目标与政策措施[J]. 改革, 2021,331(09):16-33.
- [8] 李实. 共同富裕的目标和实现路径选择[J]. 经济研究,

- 2021,56(11):4–13.
- [9] 苏沛华.共同富裕背景下地理标志产业发展探析[J].中国市场监管研究,2023,364(02):54–58.
- [10] Augustin Jean(ed) and others.Geographical Indications and International Agricultural Trade[M].New York:Palgrave Macmillan,2012:120.
- [11] [美]迈克尔·波特竞争优势[M].陈丽芳,译.北京:中信出版社,2017:42–45.
- [12] Rastoin, J., & Vissac–Charles, V. . Le groupe stratégique des entreprises de terroir[J].Revue Internationale P.M.E.,1999,12(1–2):171–192.
- [13] Hughes, Justin.Champagne, Feta, and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications[J].The Hastings law journal,2006,58.2:299–386.
- [14] See Article 5(2)of regulation 1151/2012.
- [15] Andrea Zappalaglio.The Transformation of EU Geographical Indications Law: the present, past and future of the origin link[M].New York:Routledge press,2021:159–163.
- [16] Gangjee Dev.Relocating the Law of Geographical Indications[M].Cambridge:Cambridge University Press, 2012:284–285.
- [17] Bowen, Sarah, and Ana Valenzuela Zapata..Geographical Indications, Terroir, and Socioeconomic and Ecological Sustainability: The Case of Tequila[J].Journal of rural studies,2009,25.1:108–119.
- [18] 为什么要完善土地所有权、承包权、经营权分置办法? [EB/OL].(2016–07–19)[2023–06–14].<https://www.tuliu.com/read-35673.html>.
- [19] 李启平,赵溯,晏小敏.地理标志促进农业经济发展的实证研究[J].经济经纬,2014,31(03):26–30.
- [20] [美]罗伯特·P·莫杰思.知识产权正当性解释[M].金海军,史兆欢,寇海侠,译.北京:商务印书馆,2019:313–323.
- [21] 廖申白.《正义论》对古典自由主义的修正[J].中国社会科学,2003(05):126–137+208.
- [22] Agostino, Mariarosaria, and Francesco Trivieri..Geographical Indication and Wine Exports. An Empirical Investigation Considering the Major European Producers[J]. Food policy, 2014,46:22–36.
- [23] Jena, Pradyot R., and Ulrike Grote.Changing Institutions to Protect Regional Heritage: A Case for Geographical Indications in the Indian Agrifood Sector[J].Development policy review, 2010,28.2:217–236.
- [24] 张元智,马鸣萧.企业规模、规模经济与产业集群[J].中国工业经济,2004(06):29–35.
- [25] 苏畅.马克思主义共同富裕思想与我国的实践路径研究[D].北京:中共中央党校,2018.
- [26] Deselnicu, Oana C. et al..A Meta–Analysis of Geographical Indication Food Valuation Studies: What Drives the Premium for Origin–Based Labels?[J].Journal of agricultural and resource economics,2013,38.2: 204–219.
- [27] 王笑冰.法国对地理标志的法律保护[J].电子知识产权,2006(04):16–21.
- [28] FAO.Promotion of Traditional Regional Agricultural and Food Products: A Further Step towards Sustainable Rural Development:ERC/08/4[R].26th FAO Regional Conference for Europe,2008.
- [29] Belletti,Giovanni,Andrea Marescotti,and Jean–Marc Touzard..Geographical Indications, Public Goods, and Sustainable Development:The Roles of Actors' Strategies and Public Policies[J].World development,2017,98.98:45–57.
- [30] Pick, Barbara, and Delphine Marie–Vivien.Representativeness in Geographical Indications: A Comparison Between the State–Driven and Producer–Driven Systems in Vietnam and France[J].Sustainability,2021,13.9:5056.
- [31] Pick, B. Producers[N]. Telephone interviews.2018–06.
- [32] Marie–Vivien D , Pick B , Anh D T .Geographical Indications and Trademarks in Vietnam: confusion or real difference?[C]// Agriculture in an Urbanizing Society.2015.
- [33] Nidhi Buch and Hetvi Trivedi.Geographical indications of indian handlooms——between legal right and real right[J]. New York:Routledge press,2022:65.
- [34] Marie–Vivien, Delphine et al.Are French Geographical Indications Losing Their Soul? Analyzing Recent Developments in the Governance of the Link to the Origin in France[J].World development,2017,98:25–34.