

收文編號：1050003611

議案編號：1050519071001700

立法院議案關係文書 (中華民國41年9月起編號)
中華民國105年5月25日印發

院總第 887 號 政府提案第 15350 號之 1177

案由：行政院農業委員會函，為 105 年度中央政府總預算決議，檢送有關主導農畜產品產地標章制度並為消費者嚴選優質產品之書面報告，請列入議程，請查照案。

行政院農業委員會函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 105 年 05 月 18 日

發文字號：農科字第 1050052356 號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：普通

附件：如文

主旨：有關大院第 8 屆第 8 會期第 14 次會議審議 105 年度中央政府總預算案，針對本會應主導農畜產品產地標章制度，確立產品地域品牌形象鼓勵產銷並為消費者嚴選優質產品，向大院經濟委員會提出書面報告一案，本會業已備妥相關資料，敬請大院排入議程，以利進行專案報告，請查照。

說明：

- 一、依據大院 104 年 12 月 18 日第 8 屆第 8 會期第 14 次會議通過之「中華民國 105 年度中央政府總預算案審查總報告（修正本）」辦理。決議全文如下：「鑑於當前全國各地農產品產地標章建立機制疏漏，竟產生麻豆文旦包裝的文旦不產自麻豆，瑞穗鮮奶瓶子裝的鮮奶不產自瑞穗之荒謬現象，針對第 5 目『農業發展』預算，建請行政院農業委員會應主導農畜產品產地標章制度，確立產品地域品牌形象鼓勵產銷，並為消費者嚴選優質產品，並儘速提出詳盡書面報告向立法院經濟委員會提出說明。」。
- 二、檢附「行政院農業委員會農產品產地標章書面報告」1 份。

立法院第 9 屆第 1 會期第 15 次會議議案關係文書

正本：立法院

副本：本會會計室、本會國會聯絡組、本會科技處

行政院農業委員會農產品產地標章書面報告

壹、前言

大院審查 105 年度中央政府總預算案，核有決議事項：鑑於當前全國各地農產品產地標章建立機制疏漏，竟產生麻豆文旦包裝之文旦不產自麻豆，瑞穗鮮奶瓶子裝之鮮奶不產自瑞穗之荒謬現象，針對第 5 目「農業發展」預算，建請行政院農業委員會應主導農畜產品產地標章制度，確立產品地域品牌形象鼓勵產銷，並為消費者嚴選優質產品，並儘速提出詳盡書面報告向立法院經濟委員會提出說明。爰遵照決議提出本報告。

貳、產地標章制度法令依據

我國於 91 年正式成為 WTO 會員，有關智慧財產權部分有履行與貿易有關之智慧財產權協定（Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, 簡稱 TRIPS）之義務，依 TRIPS 第 22 條規定，地理標示（Geographical Indication, GI）之定義有 3 個特徵：（一）該地理標示必須標示出某商品源自某成員之地域內；（二）該商品必須具有某種特定質量、信譽或其他特性；（三）這些特性必須主要是與該地理標示相關聯。各會員國應提供之保護，主要包括為防止虛偽標示以免公眾產生混淆誤認，各會員國應不准其註冊、使其註冊無效或防止不公平競爭。

為配合 TRIPS 有關地理標示保護規定，我國於商標法中明定，得以申請註冊產地證明標章及產地團體商標之方式提供地理標示註冊之保護，分別於商標法第 80 條第 2 項及第 88 條第 2 項予以規範，此即我國之產地標章制度。

商標法係經濟部智慧財產局（以下簡稱智慧局）主管法令，行政院農業委員會（以下簡稱本會）係配合智慧局對產地標章之規範，辦理產地標章推廣及輔導。

100 年 6 月 29 日修正公布商標法全文 111 條，於 101 年 7 月 1 日施行，原第 72 條證明標章條文移列至第 80 條，增修產地證明標章、產地團體商標及團體標章之定義、使用規範書應載明事項及其使用定義等規定。

產地證明標章指以含有該地理名稱或足以指示該地理區域之標識，證明該地理區域之商品或服務具有特定品質、聲譽或其他特性（商標法第 80 條第 2 項）。例如「合歡山高冷茶」標章係南投縣政府註冊之產地證明標章，用以證明標章使用人生產製造之合歡山高冷茶產自於合歡山地區。

產地團體商標係指該團體之會員提供之商品或服務來自一定產地，該地理區域之商品或服務具有特定品質、聲譽或其他特性，且該等特性與地理環境須具有關連性（商標法第 88 條第 2 項）。例如「麻豆文旦」係由臺南市麻豆區農會於 98 年註冊之產地團體商標。該商品生產範圍界定於臺南市麻豆區之行政區域內，商品與地理環境具有關連性。

立法院第 9 屆第 1 會期第 15 次會議議案關係文書

產地證明標章及產地團體商標之商品或服務之品質、聲譽或其他特性應與該地理區域具有關連性，即其品質，指可客觀辨識之物理特性，例如水果甜度及果粒重量；聲譽，指對消費者而言，商品享有之聲譽與地理區域連結，例如提及某商品，消費者即聯想到某產地。

然部分商標之圖樣中文雖包括地名，但因其申請註冊之商標種類不同，該地名代表意涵與商品品質間之關係並不相同，以「瑞穗鮮乳」為例，「瑞穗鮮乳」係統一企業股份有限公司申請註冊之一般商標，係依修正前商標法第 23 條第 4 項規定核准。「瑞穗鮮奶」雖有地名作為說明文字商標，惟該商標經申請人長期使用，已經成為商品標示。對消費者而言，該商標係代表申請人商品之識別標識，並不具有地名識別性，瑞穗鮮奶並非一定要產自瑞穗，且其商品品質與產地並無直接關連性。

參、推動情形及執行成效

近年來智慧局與本會積極協調與努力宣導產地證明標章及產地團體商標之重要性，有關其推動情形及執行成果分述如下：

一、國內外註冊情形

截至本（105）年 3 月底止，我國農產品依商標法已註冊之「產地證明標章」包括池上米及阿里山高山茶等計 27 項，以稻米及茶葉為大宗，漁畜產品則包括高雄市岡山區公所申請之岡山羊肉及澎湖縣政府申請之澎湖優鮮水產品；「產地團體商標」包括關廟鳳梨及麻豆文旦等計 29 項，品項以水果及蔬菜為主，畜產品則包括金門酒糟牛肉。

本會專案補助各直轄市、縣（市）國內農產品地名至國外申請地名商標註冊，100 年計補助麻豆文旦、關廟鳳梨及關山米等 3 件至中國大陸申請產地名稱註冊；101-102 年共計補助澎湖優鮮水產至新加坡、花蓮縣玉里鎮公所玉里米與苗栗縣公館鄉農會公館紅棗赴中國大陸及臺南市關廟區農會關廟鳳梨至日本等地申請產地名稱註冊之費用。

二、搶註案之撤銷

為避免我國著名產地地名在中國大陸被搶註冊，並加強保護我國農漁畜產品著名產地名稱，本會依產業重要性辦理已遭中國大陸搶註商標之撤銷，並輔導赴中國大陸或國際申請產地地名證明標章保護。經多方努力，「阿里山」及「日月潭」搶註案，於 96 年 1 月 25 日裁定撤銷，「梨山」及「霧社之春」於 96 年 4 月 9 日裁定撤銷，其餘「杉林溪」、「松柏長青」、「梅山」、「溪頭」4 案，中國商標評審委員會認為因在中國大陸亦有相同地名或撤銷案所提供證據不足以證明係公知公用之茶產地名稱，並不違反中國大陸商標法之規定，維持原註冊。另外本會 96 年亦委託專利商標事務所辦理「池上」米、「西螺」醬油及「燕巢」芭樂等 3 項農產品產地名稱搶註案之撤銷，及「古坑」咖啡商標異議補充案，業分別於 96 及 97 年間撤銷。

三、推廣及教育宣導活動

為協助建立產地共同品牌，增加農民收益，以及強化消費者對產地標章之認識，本會與智慧局不定期辦理產地標章研討會，邀請推動產地標章成效良好之標章權人分享執行及推廣經驗。

其次，本會自 103 年開始每年辦理大型農產品特展時，針對標章農產品（如咖啡茶特作區）亦規劃專區，展示及說明不同產地茶品及咖啡之風味特色，並教導消費者辨識與選購具標章標示之安全、優質與可追溯產品。同時利用本會參與國際食品展佈展機會，規劃主題形象區及展售據點，選擇具有外銷潛力者進行宣傳，增加其曝光度及知名度，吸引國外買主採購，及鼓勵消費大眾優先選購具有標章之國產農產品。

本會辦理農業科技跨領域人才培訓—創新增值班課程時，亦將標章管理監督納入課程規劃，以強化農業人才對標章保護觀念。

四、具體效益

以發展最久之池上米為例，由臺東縣池上鄉公所依商標法第 80 條第 2 項規定申請註冊產地證明標章，該標章給予商品四大保證：包括(一)產地：證明商品來自池上地區 1,500 公頃水稻田；(二)產量：發行公版袋，標章並以流水編號管控數量，1 年兩次定期抽查，杜絕非產地水稻混充；(三)品質：符合 CNS 稻米標準及食味值規範；(四)安全：採收前進行農藥殘留檢測。該標章獲得池上地區三大米廠之肯定與配合，目前受認證廠商有 18 家，成功推動成為花東著名標章。

池上米產地證明標章至 104 年底累計發證張數已超過 1 千萬張，具體效益則包括(一)產品價格提升，促進農民收益成長 1 倍以上；(二)制定品質量價標準、提升產品品質；(三)杜絕仿冒、保障消費者權益；(四)延續稻作文化、傳承地方產業；(五)帶動農村經濟發展觀光。

除此之外，具產地證明標章之阿里山茶由嘉義縣政府依商標法第 80 條第 2 項規定申請註冊，並與鄉（鎮）公所、農會合作，進行單位面積產量之合理性查核，確保產地來源，杜絕標章濫用，每臺斤售價較未標示茶葉約提高 20%。該標章由地方政府主導並進行整體行銷，相當具有公信力並有助提升形象及銷售量，近年來中國大陸對臺灣高山茶需求遽增，並要求購買有產地證明標章之產品，累計至 104 年底已發證超過 70 萬張。

肆、未來推動方向

近年來，本會與智慧局已積極協調與努力宣導，有關此制度未來推動方向，以下依制度宣導、生產管理及行銷推廣三方面加以說明：

一、制度宣導

本會將持續與智慧局不定期辦理相關研討會及交流活動，邀請已申請或欲申請產地證明標章及產地團體商標之直轄市、縣（市）政府、鄉鎮公所及農民團體等參加，並加強對標章、商標權人之智慧財產保護觀念宣導，讓其重視產地證明標章、產地團體商標制度之真正意涵，促使其自發性推動及自主性管理，並請各產業主管機關定期回報其使用成效並加強輔導。

二、生產管理

產地證明標章及產地團體商標制度推行多年，消費者對其賦予商品品質之保證功能相當信任，加上近年來食安問題多有所聞，消費者在購買農產品時，更加注重對安全及品質之要求，並更加仰賴產地證明標章及產地團體商標作為購買指標。標章及商標權人核發產地證明標章及產地團體商標時，必須作好標章使用之管理監督，加強栽培及加工過程之查核，並做好農藥殘留檢測及標章編號回溯機制，才能強化消費者信心，建立公信力。

三、行銷推廣

為增進消費大眾對產地證明標章及產地團體商標之認識，未來將藉由國內外辦理農產品展售活動或大型展覽之機會，加強對產地證明標章及產地團體商標農產品之行銷，產業主管機關進行產業輔導時，可結合相關資源協助標章、商標權人辦理促銷宣傳活動。

伍、結語

推動產地證明標章及產地團體商標制度之經營及推廣需要投入許多人力及經費，其成效往往需要數年後始可顯現。除了本會與智慧局持續密切合作，針對具有發展潛力但仍未提出申請者，輔導並建立管理規範，以順利取得產地標章及商標外；對於已申請使用者，則加強辦理行銷推廣活動，增加消費大眾之信心，並對產地證明標章及產地團體商標權人加強智慧財產保護觀念，強化管理及制度維護，以維護產地標章及商標價值。此外，除了政府機關資源投入外，產地標章及商標制度推動之成功與否，最重要因素在於標章及商標權人本身投入程度，若能結合當地產業、歷史及文化等元素，發展出配套之體驗及產地旅行，採用由下而上之推動模式，將可拓展直銷通路，提升產地知名度，發揮更大效益。