

商标法44.1 | 地理标志的产区划定谁说了算？——简评“祁门红茶”最高法院再审案（2018）

日期：2018.11.22 作者：丁金玲、吴迪

“祁门红茶”商标权无效宣告请求行政案作为2017年度中国法院50件典型知识产权案例和2017年度北京知识产权司法保护十大创新性案例备受关注。然而案件并没有因为被列入年度案例而结束，日前最高院针对祁门县红茶协会再审申请的驳回裁定才算为此画上句号。

案情简介

争议商标“祁门红茶”为地理标志证明商标，由祁门县祁门红茶协会于2004年9月28日提出注册申请，提出注册申请时，祁门红茶协会提交了2004年安徽省农业委员会出具的《关于祁门红茶协会申请办理“祁门红茶”证明商标的证明》，将祁门红茶的产地范围划定在祁门县内。该商标初审公告后，安徽国润茶业有限公司对该商标使用的地域范围提出异议。为了使该证明商标尽快注册下来，双方在安徽省工商局的主持下达成协调意见：国润公司撤回异议申请，祁门红茶协会向商标局申请变更争议商标使用的地域范围。然而，在国润公司遵照协调意见撤回异议申请后，祁门红茶协会并没有提交变更地域范围的申请，争议商标被获准注册。

随后国润公司对争议商标提起无效宣告申请，主要理由是争议商标使用的地域不应仅限于祁门县内，安徽省农委对地域范围已经进行了调整，祁门红茶协会的做法违背了客观历史，有违诚实信用原则。评委经审理认为：祁门红茶协会将争议商标作为地理标志证明商标向商标行政机关申请注册时，将地理标志所标示地区仅限在祁门县的做法违背了客观历史，违反了申请商标注册应当遵守的诚实信用原则，构成2001年《商标法》第41条第一款（2013年《商标法》第44条第一款）所指以欺骗手段取得注册之情形。裁定争议商标予以无效宣告。

祁门红茶协会不服，诉至北京知识产权法院，一审法院经审理认为：本案并无证据显示原告祁门红茶协会在申请争议商标时实施了伪造申请材料等欺骗行为，且被告亦未举证证明原告申请注册争议商标时所标示地区违背了客观历史的行为系出于欺瞒商标行政机关之故意。因此，一审法院认为争议商标的申请不构成以欺骗手段或其他不正当手段取得注册的情形，判决撤销被诉裁定。

国润公司随后上诉到北京高院，主要的上诉理由为：国润公司证据能够证明无论在历史上还是现在，祁门红茶的产区都包括石台、东至、贵池等地。商标申请应当包括提交注册申请书至商标核准注册的整个申请过程，祁门红茶协会刻意隐瞒产区有争议的事实，不遵守协调意见的行为，违背了商标申请应当遵守的诚实信用原则，属于“其他不正当手段取得注册”的情形。

祁门红茶协会不服北京高院判决，认为祁门红茶特有的品质决定了其产区范围应采取“小产区”标准而非“大产区”标准，其产区范围的认定需要结合自然、人文、等因素综合考虑。国润公司认为基于行业主管机关的意见以及自然、人文等因素，祁门红茶的产区应

采“大产区”标准，祁门红茶协会在明知行业主管机关已对地域范围做出调整的情况下隐瞒未报，构成了以不正当手段取得注册的行为，不合理的限制了同行业竞争者的利益。

再审裁定

最高人民法院（2018）最高法行申4767号裁定书中指出，诉争商标“祁门红茶”系以地理标志申请证明商标，该类商标所标识的商品往往具有特定的质量、信誉或者其他特征，这种质量、信誉或者其他特征通常是由地理标志所标示的地区的自然因素或者人文因素所决定的，因此，地区范围的标示对于地理标志证明商标有着重要的意义。

按照国家工商行政管理总局《集体商标、证明商标注册和管理办法》的相关规定，申请地理标志作为证明商标的，应当附送管辖该地理标志所标示地区的人民政府或者行业主管部门的批准文件，说明该地理标志所标示的地区范围，所称地区无需与现行行政区划名称、范围一致。

安徽省行业主管部门安徽省农业委员会针对祁门红茶的生产地域范围所引起的相关主体的争议多次主持协调处理，最后对地域范围明确以“大产区”范围为准，祁门红茶协会和国润公司在商标注册争议期间均参加了由安徽省工商行政管理局主持的协调会，会后形成的会议纪要亦载明诉争商标应以“大产区”范围进行标示。据此，足以认定祁门红茶协会对诉争商标标示的地区范围和行业主管部门的意见有了明确的知悉，在此情况下，祁门红茶协会既未撤回先前提交的失效的安徽省农业委员会关于诉争商标产区范围的说明，亦未主动向商标注册机关如实披露上述争议协调处理的情况和安徽省农业委员会作为主管部门关于证明商标标示“大产区”的最终说明，违反了地理标志商标申请人应负有的义务，被诉裁定和二审判决认定其构成2001年商标法第41条第1款中规定的“不正当手段”行为，诉争商标应予无效，是正确的。

短评：

最高肯定了行政主管机关的意见，考虑到地理标志的申请涉及产区范围的划定和申请主体的界定，关乎各方利益的平衡，当地主管机关的整体协调必不可少，当地主管机关在产品、生产地域和申请主体方面享有发言权。另外，证明商标地理标志所指定的产品是基于地理标志所标示的地区的自然因素或人为因素决定的，当地行业主管部门，尤其是农业口部门，对于申请地理标志证明商标的地域范围划定、产品特有品质等拥有最为直接、清晰和全面的认识。具体到本案，最高院最终采取了安徽省农业委员会对祁门红茶产区划定范围的意见，以其确定的“大产区”地域范围作为判决本案的客观标准。另外，对于地域范围的划定，不仅在申请人注册地理标志证明商标时，应当附送相关主管部门的批准文件，且倘若注册申请提交后，地理标志证明商标指定产品的地域范围被重新划定的，理应由申请人主动说明，否则将因违反诚实信用原则，最终难以获得商标注册或维持商标继续有效。

就地理标志证明商标而言，将不属于产区的地域划入地域范围，即不当地扩大了地域范围，无疑会导致相关公众对产品的产地、特定品质等产生误认，损害消费者及实际产区生产者的利益。然而未将属于产区的地域划入地域范围，与相关公众普遍的认识不同，即不当地缩小了地域范围，同样也会误导公众、损害未划定产区生产者的利益。因此，地理标志商标限定的地域范围与实际不一致，无论是不适当地扩大了地域范围，还是不适当地缩小了地域范围，都将误导公众并难以起到证明使用该商标的商品来自于特定产区、具有特定品质的证明作用。

有关本案的后续报道，虽然案件已经经过三级法院审理完毕，安徽省农业委员会仍然将继续协调各方对祁门红茶的地理标志证明商标的申请进行积极推动，希望能重新成立代表各方利益的协会组织，将祁门红茶地标继续发扬光大。

