

DB3208

淮 安 市 地 方 标 准

DB3208/T 190—2023

地理标志使用管理规范

Management specification for the use of geographical indications

2023 - 12 - 07 发布

2023 - 12 - 15 实施

淮安市市场监督管理局 发 布

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由淮安市知识产权局提出并归口。

本文件起草单位：淮安市知识产权保护中心、江苏省盱眙龙虾协会、江苏食品和药品职业技术学院、南京天一商标事务有限公司。

本文件主要起草人：刘松、刘天昊、唐惠玲、王树红、韩三峰、谢彪、王蓁、孙悦、顾颖、李敏、胡雨谷。

地理标志使用管理规范

1 范围

本文件规定了地理标志的术语和定义、管理人、申请、产品质量、流通管理、产业统计、投融资、品牌培育和退出。

本文件适用于地理标志管理人对地理标志保护的实施和管理。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 17924—2008 地理标志产品标准通用要求

GB/T 21374—2008 知识产权文献与信息 基本词汇

GB/T 36678 区域品牌价值评价 地理标志产品

3 术语和定义

GB/T 17924—2008和GB/T 21374—2008界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

地理标志 **geographical indications**

标示某商品来源于某地区，该商品的特定质量、荣誉或者其他特征，主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志。

[来源：GB/T 21374—2008，3.1.23]

3.2

地理标志产品 **product of geographical indications**

产自特定地域，所具有的质量、声誉或其特征本质上取决于其产地的自然因素和人文因素，经审核批准以地理名词进行命名的产品。地理标志产品包括：

- a) 来自本地区的种植、养殖产品；
- b) 原材料全部来自本地区或部分来自其他地区，并在本地区按照特定工艺生产和加工的产品。

[来源：GB/T 17924—2008，3.1]

3.3

集体商标 **collective mark**

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，在表明使用者在该组织中的成员资格的标志。

[来源：GB/T 21374—2008，3.3.5]

3.4

证明商标 **certification mark**

由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制，而由组织以外的单位或者个人使用于其商品或者服务，用以证明该商品或者服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志。

[来源: GB/T 21374—2008, 3.3.6]

3.5

地理标志专用标志 special marks for geographical indications

适用在按照相关标准、管理规范或者使用管理规则组织生产的地理标志产品上的官方标志。

3.6

管理人 administrator

地理标志申请经批准或者注册后,申请人为该地理标志管理人并承担地理标志管理和保护的主体责任。包括下列主体:

- a) 地理标志产品保护的申请人;
- b) 集体商标、证明商标的权利人。

3.7

合法使用人 legal user

依据相关法律法规使用地理标志专用标志的主体。包括下列主体:

- a) 经公告核准使用地理标志产品专用标志的生产者;
- b) 经公告地理标志已作为集体商标注册的注册人的集体成员;
- c) 经公告备案的已作为证明商标注册的地理标志的被许可人;
- d) 经国家知识产权局登记备案的其他使用人。

4 管理人

4.1 机构

应设立地理标志管理机构或委托第三方负责地理标志保护工作,内容包括但不限于:

- a) 制定地理标志发展战略规划;
- b) 根据地理标志保护产品的产地范围、类别、知名度等方面因素,制订相应的地理标志产品的团体标准和管理规范,并推动相关部门制订国家标准、地方标准;
- c) 根据地理标志保护的政策法规对地理标志产品名称和专用标志的使用、产品质量特色等进行管理和服
- d) 按照地理标志产品的标准、管理规范或者规则以及保护措施对合法使用人开展培训、生产指导和技术服务;
- e) 牵头制定地理标志保护体系,实施、运行并持续改进,保持其有效性。

4.2 人员

4.2.1 应明确从事地理标志保护工作人员的任职件,确保其满足相应条件。

4.2.2 应采取教育、培训,提升地理标志保护人员的能力。

4.3 机制

应与相关部门建立工作协调机制,沟通协调地理标志各方的权责,协调和整合政策、资金等资源推动做好地理标志运用和产业发展。

4.4 基础设施

4.4.1 应根据地理标志管理服务需要配备相关办公设施和软硬件设备。

4.4.2 宜建立全链条地理标志信息管理系统。

5 申请

5.1 申请程序

5.1.1 地理标志保护产品

5.1.1.1 地理标志保护产品产地范围内的生产者自愿向管理人书面提交《地理标志保护产品专用标志申请书》、营业执照复印件和在企业标准信息公共服务平台自我声明公开的执行标准。

5.1.1.2 管理人受知识产权管理部门，委托第三方或组织专家组，依据管理规则对书面资料进行审查和实地核查，并现场抽取样品送有资质的检验机构进行检测。

5.1.1.3 管理人根据审查、核查和检测报告综合评判，符合管理规则的上报知识产权管理部门。

5.1.2 地理标志集体商标

5.1.2.1 符合地理标志集体商标使用管理规则的经营者，自愿向管理人提交《地理标志集体商标使用申请书》、营业执照复印件和在企业标准信息公共服务平台自我声明公开的执行标准。

5.1.2.2 管理人在地理标志集体商标使用管理规则规定的期限内派人完成对产品 & 产地进行考察并综合审查后，做出书面审核意见。

5.1.2.3 通过审核的经营者，由管理人发放《地理标志集体商标使用证》，并向国家知识产权局商标局申请变更注册事项，由国家知识产权局商标局公告。

5.1.3 地理标志证明商标

5.1.3.1 符合地理标志证明商标使用管理规则的经营者，自愿向管理人提交《地理标志证明商标使用申请书》、营业执照复印件和在企业标准信息公共服务平台自我声明公开的执行标准。

5.1.3.2 管理人在地理标志证明商标使用管理规则规定的期限内，派人完成对产品 & 产地进行考察并综合审查后，做出书面审核意见。

5.1.3.3 通过审核的经营者，由双方签订《地理标志证明商标使用许可合同》，报当地知识产权管理局存查，管理人在一年内报国家知识产权局商标局备案，由国家知识产权局商标局公告。

5.2 专用标志使用

5.2.1 合法使用人在设计附有地理标志专用标志的包装、标签、广告等情形时，应严格按照相关要求设计。

5.2.2 管理人和合法使用人应建立专用标志印刷、发放和使用台账，宜利用信息化技术建立专用标志信息管理系统。

6 产品质量管理

6.1 应组织合法使用人采取多种质量管理措施，建立健全以地理标志产品标准为主的覆盖生产、流通、销售全流程的标准体系、检测体系和质量保证体系并保证体系有效运行等。

6.2 应组织合法使用人共同开展关键技术研究，鼓励合法使用人生产过程中涉及产品、生产设备或工艺方法技术改进与创新，依据技术发展及时制修订相关标准，提高地理标志产品质量。

6.3 应根据区域性、季节性等产品特点制定年度监管计划，重点加强对产地范围、产品生产环境、原辅材料、品种、投入品、生产生产工艺、生产设备、质量特色、质量检验、分等等级、包装、标识、运输和贮存等环节的监督管理。

6.4 管理人和合法使用人宜应用大数据、区块链、电子围栏等技术，建立来源可查、去向可追、责任可究的产品质量全过程追溯监管系统。

6.5 管理人和合法使用人应规范生产过程中的工艺文件、图纸、原料配方、技术路线、源程序代码和创意等的使用管理并采取保密措施。

7 流通管理

7.1 应建立畅通的投诉举报机制，及时处理相关侵权投诉与举报，开展消费者满意度调查。

7.2 应建立产品销售市场监管机制，发现存在侵犯地理标志专用权、有证据证明为伪劣产品和违反地理标志管理规定等行为时，应及时采取措施，收集证据，依法打击侵权行为。

7.3 应搭建相关方的合作交流平台和建立行业自律机制，规范合法使用人的市场竞争行为。

7.4 宜建立舆情监测系统和危机应急管理机制。

8 产业统计

8.1 管理人应建立统计调查制度，组织合法使用人实施地理标志统计调查，并按要求上报有关行政主管部门。

8.2 合法使用人应建立生产、仓储、销售台帐，并按要求向管理人和有关行政主管部门定期报告相关统计资料。

9 投融资

9.1 应与知识产权管理部门、金融机构和财政部门等建立沟通协调机制，建立健全地理标志管理人和合法使用人基本情况、产业规划、市场行情、发展动态等信息与金融机构的共享机制。

9.2 应根据地理标志特点，联合金融机构研发适合地理标志的金融产品和融资模式。

10 品牌培育

10.1 管理人宜于合法使用人在充分沟通的情况下，综合考虑地理标志产业发展需求，充分挖掘和分析地理标志区域优势，进行地理标志品牌定位，以提升地理标志品牌价值为着力点，制定地理标志中长期品牌发展目标。

10.2 管理人和合法使用人共同作为地理标志品牌培育的组织方，应根据地理标志产品特色，整合各方资源，发挥市场主体优势，形成地理标志—产品—品牌—产业的发展合力，构建多主体协同培育模式。

10.3 宜结合时代特点，持续丰富地理标志品牌的文化内涵，使消费者对地理标志品牌形成文化感知和认同感。

10.4 宜围绕地理标志品牌关键绩效评价指标，定期监测关键绩效评价指标，选取合适、有效的分析方法，定期分析和评价地理标志品牌竞争力与发展趋势。对不同时期的评价结果进行分析，发掘提升地理标志品牌价值机会，识别存在的问题，采取必要的改进措施。可根据GB/T 36678开展地理标志品牌价值评价活动。

11 退出

11.1 地理标志保护产品生产者

经公告核准使用地理标志产品专用标志的生产者存在下列情形之一的,管理人应通知生产者停止使用地理标志专用标志,并报知识产权主管机关,由知识产权主管机关按规定处理:

- a) 未按照相关标准、管理规范组织生产或者2年内未在相应地理标志产品上使用专用标志,被知识产权主管部门责令限期整改,但拒不整改或者整改后仍不符合要求的;
- b) 生产者已经迁出地理标志产品保护范围;
- c) 生产者不再从事该地理标志产品生产;
- d) 从事地理标志产品生产的,许可证已经注销或者被吊销;
- e) 生产者营业执照已经注销或者被吊销。

11.2 集体商标注册的注册人的集体成员

经公告地理标志已作为集体商标注册的注册人的集体成员存在下列情形之一的,管理人应取消其成员资格,收回其《地理标志集体商标使用证》,并收回或监督其消除地理标志专用标志的包装、标签、广告等:

- a) 未按照相关标准、管理规范和《地理标志集体商标管理使用规则》组织生产或者2年内未在相应地理标志产品上使用专用标志,被知识产权主管部门责令限期整改,但拒不整改或者整改后仍不符合要求的;
- b) 集体成员已经迁出地理标志产品保护范围;
- c) 集体成员不再从事该地理标志产品生产;
- d) 集体成员营业执照已经注销或者被吊销。

11.3 地理标志证明商标的被许可人

经公告备案已作为证明商标注册的地理标志的被许可人存在下列情形之一的,管理人应取消终止与被许可人地理标志证明商标使用许可合同,收回其《地理标志证明商标使用证》,并收回或监督其消除地理标志专用标志的包装、标签、广告等:

- a) 未按照相关标准、管理规范和《地理标志证明商标管理使用规则》组织生产或者2年内未在相应地理标志产品上使用专用标志,被知识产权主管部门责令限期整改,但拒不整改或者整改后仍不符合要求的;
 - b) 被许可人已经迁出地理标志产品保护范围;
 - c) 被许可人不再从事该地理标志产品生产;
 - d) 被许可人营业执照已经注销或者被吊销;
 - e) 许可合同有效期届满前,管理人提出限期续签合同,逾期不签订的,合同有效期届满后;
 - f) 被许可人营业执照已经注销或者被吊销。
-