
农产品品牌构建及其途径

—以浙江茶产业为例

钱杭园 杨小微 沈学政

(1. 浙江林学院人文学院, 浙江临安 311300;

2. 浙江林学院茶文化学院, 浙江临安 311300)

【摘要】介绍了农产品品牌构建的涵义及其基本形式,从农产品地理标志的申报和使用、证明商标的申请、驰名商标和著名商标的评定、有机食品和绿色食品的认证等方面探讨了农产品品牌构建的基本途径。以浙江省茶产业为例,分析了其发展现状、品牌构建情况和所取得的成效。

【关键词】农产品; 品牌构建; 茶产业; 浙江省

【中图分类号】F 324. 3 **【文献标识码】**A **【文章编号】**0517- 6611(2010)02- 00940- 04

农产品的品牌构建,既是当前农产品生产的一项紧迫任务,也是适应农业和农村经济发展新阶段、提高农业和农村经济整体素质的客观要求。因此,农产品品牌构建的重要性,在中共中央 2005~ 2008 年的“一号”文件中连续得到体现。2005 年主张“整合特色农产品品牌,支持做大做强名牌产品,提高农产品国际竞争力”;2006 年提出“积极发展特色农业、绿色农业和生态农业,保护农产品知名品牌”;2007 年强调要“搞好无公害农产品、绿色食品、有机食品认证,依法保护农产品注册商标、地理标志和知名品牌”;2008 年进一步明确要“积极发展绿色食品和有机食品,培育名牌农产品,加强农产品地理标志保护”。农产品品牌构建的具体途径,在各部门、各地区的实践中不断的完善,成为我国打造“品牌中国”的一项重要内容。

1 农产品品牌构建的涵义及其基本形式

品牌,是一种名称、术语、标记、符号或图案,或是它们的组合,用以识别某个或某群销售者的产品与服务,并使之与竞争对手的产品或服务相区别。品牌创建的关键就是努力提高品牌的市场占有率,并将其稳定在较高的水平上^①。农产品品牌有不同于工业产品品牌之处,即它既可以是农产品的区域品牌,俗称“大品牌”,又可以是农产品的企业品牌,俗称“小品牌”。因此,农产品的品牌构建在基本遵循品牌构建的共性要求、体现品牌快速成长的一般规律的同时,其指导原则应体现特殊性,即企业为主、市场导向、政府推动,在品牌构建的形式上也应具有多样性^{②③}。

1.1 地理标志产品和农产品地理标志

1.1.1 地理标志产品。我国的地理标志产品,是指产自特定区域,所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自

基金项目:浙江省重点创新团队项目资助。

作者简介:钱杭园(1965-),男,浙江嵊州人,硕士,教授,从事应用传播学、农产品品牌建设研究。收稿日期 2009-09-07

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^④。具体包括:一是该地区种植、养殖的产品;二是原材料全部来自该地区或部分来自其他地区,并在该地区按特定工艺生产和加工的产品。

我国地理标志产品保护制度的建立可追溯至 20 世纪 90 年代。1999 年 8 月,原国家质量技术监督局发布《原产地域产品保护规定》,这是我国第一部专门规定原产地域产品保护制度的部门规章。2001 年,原国家出入境检验检疫局借鉴世界贸易组织 TRIPS 协定和欧盟地理标志保护制度,发布了《原产地标记管理规定》及其实施办法。2005 年 7 月,国家质量监督检验检疫总局制定发布了《地理标志产品保护规定》。这一规定着重体现了统一名称、统一制度、统一注册程序、统一标志和统一标准的“五统一”原则,使得我国的地理标志保护制度得到进一步完善。迄今为止,我国质检系统已对全国 600 多个产品实施了地理标志产品保护,核准了 4 000 多个企业使用地理标志产品专用标志,产品范围涉及酒类、茶叶、水果、传统工艺品、食品、中药材、水产品等,保护产值近 5 000 亿元^⑤。

1.1.2 农产品地理标志。我国的农产品地理标志,是指标示农产品来源于特定地域,产品品质和相关特征主要取决于自然生态环境和历史人文因素,并以地域名称冠名的特有农产品标志^⑥。这里所称的农产品是指来源于农业的初级产品,即在农业活动中获得的植物、动物、微生物及其产品。

申请地理标志的农产品,要符合 5 个条件:①称谓由地理区域名称和农产品通用名称构成;②产品有独特的品质特性或者特定的生产方式;③产品品质和特色主要取决于独特的自然生态环境和人文历史因素;④有限的生产区域范围;⑤产地环境、产品质量符合国家强制性技术规范要求。

1.2 证明商标

证明商标,是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制,而由该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^⑦。我国在 1994 年 12 月首次发布了《集体商标、证明商标注册和管理办法》;1995 年 4 月我国在第 3 次修订《商标法实施细则》时,首次把集体商标、证明商标纳入了法律的保护范畴。因此,证明商标主要是保证所使用商品的特定品质,注册证明商标能保护我国名优土特产品。

1.3 驰名商标和著名商标

1.3.1 驰名商标。驰名商标制度是国际社会普遍认同,并且各国广泛采用的一项法律制度。它最早出自于 1883 年的《保护工业产权巴黎公约》,此后,世界贸易组织的 TRIPS 协议对“驰名商标”作了进一步认定。在我国,驰名商标是国家工商行政管理总局商标局根据企业的申请,所认定的一种商标类型,同时,也可以通过司法认定程序加以确认。驰名商标是指“在中国为相关公众广为知晓,并享有较高声誉的商标”^⑧。因此,驰名商标的法律意义是使商标享受在非相同或类似商品上的扩大保护。我国自 1991 年第一次认定驰名商标以来,现已有 1 624 个商标通过国家工商总局的行政认定而获得中国驰名商标称号。另外,通过司法认定了 200 余件驰名商标^⑨。

1.3.2 著名商标。著名商标,是我国各省(市)在商标保护实践中形成的介于驰名商标和普通商标的特殊商标类型。它一般是指“在一定区域内知名的注册商标”^⑩。而事实上,它是各地政府通过事前认定方式所赋予商标的荣誉称号。由于著名商标既不是国际公约所要保护的对象,也没有成为我国现行《商标法》所保护的对象,因此,各省(市)大多在地方立法层面制定与颁布了著名商标认定和保护办法。目前,各地有著名商标 15 000 多件^⑪。

1.4 有机食品和绿色食品

1.4.1 有机食品。有机食品,是指按照有机的耕作和加工方式生产与加工的、产品符合国际或国家有机食品要求和标准,并通过国家认证机构认证的一切农副产品及其加工品。目前经过认证的有机食品包括有机农作物产品、有机茶产品等 8 个类别。现在,我国的有机食品正处在快速发展时期,2006 年我国有机食品出口额 3.5 亿美元,占全球市场份额的 0.7%。2007 年,我国有机食品企业总数达到 692 家,产品总数达到 3 010 个^②。

1.4.2 绿色食品。绿色食品是对无污染的安全、优质、营养类食品的总称。它是指按照特定生产方式生产,并经国家有关的专门机构认定,准许使用绿色食品标志的无污染、无公害、安全、优质、营养型的食品。1990 年 5 月,我国农业部正式规定了绿色食品的名称、标准及标志,其中,绿色食品标准分为 2 个技术等级,即 AA 级绿色食品标准和 A 级绿色食品标准。绿色食品标志,是我国绿色食品发展中心于 1996 年 11 月 7 日向国家工商行政管理总局商标局申请并核准注册的我国第 1 例证明商标。据不完全统计,目前,绿色食品证明商标已在 8 类 1 000 多种食品上核准注册 33 件证明商标。

2 农产品品牌构建的基本途径

2.1 农产品地理标志的申报和使用

由于农产品地理标志是集体公权的体现,且农产品地理标志证书是长期有效的,因此其登记申请人不能是企业或个人,而应当是由县级以上地方人民政府择优确定的农民专业合作社经济组织、行业协会等服务性组织。这个服务性组织还应具备以下条件:①具有监督和管理农产品地理标志及其产品的能力;②具有为地理标志农产品生产、加工、营销提供指导服务的能力;③具有独立承担民事责任的能力。

农产品地理标志的申请、获得一般经过的程序为:符合农产品地理标志登记条件的申请人※向省级人民政府农业行政主管部门提出登记申请并提交相关材料※省级人民政府农业行政主管部门完成对申请材料的初审和现场核查,并提出初审意见※符合条件的,报送农业部农产品质量安全中心※农业部农产品质量安全中心对申请材料提出审查意见,并组织专家评审※通过专家评审的,由农业部农产品质量安全中心代表农业部向社会公示※公示无异议的,由农业部做出登记决定并公告,颁发《中华人民共和国农产品地理标志登记证书》。

农产品地理标志的使用规程为:符合相关条件的单位和个人,可以向登记证书的持有人申请使用农产品地理标志;使用时,应当按照生产经营年度与登记证书持有人签订农产品地理标志使用协议,明确使用的数量、范围及相关的责任、义务。

2.2 证明商标的申请

证明商标的申请注册遵循注册商标的一般程序,即注册准备和准备材料—按商品与服务分类提出申请—申请日的确定—商标审查—初审公告—注册公告—领取商标注册证。一件新申请证明商标从申请到发证一般需要 1.0~ 3.5 年,其中,申请受理和形式审查约需 1 个月,实质审查约需 24~ 30 个月,异议期 3 个月,核准公告到发证约 2 个月。

同时,证明商标的申请注册还须明确申请人的资格和条件。根据《商标法》、《集体商标、证明商标注册和管理办法》,申请人的主体资格范围是:“对某种商品或服务具有管理能力的组织”。申请人应具备的条件是:①必须是经依法登记的、具有法人资格的企业或事业单位;②必须有当地工商管理部门出具的申请人主体资格证明,该主管部门一般指中央或省级以上的业务主管部门;③必须指定所申请证明商标的使用管理规则。

2.3 驰名商标和著名商标的评定

2.3.1 驰名商标的评定。

目前,我国驰名商标的评定实行行政主管部门与人民法院均可认定的双轨制,但须以当事人提出申请或请求为前提,并且该申请或请求必须建立在相关权益受损的基础上。

(1)行政认定。中国驰名商标大部分都是通过工商总局(商标局和商标评审委员会)认定的。在商标注册、使用与评审过程中产生争议时,国家工商行政管理总局商标局和商标评审委员会可以根据当事人的请求,依据具体事实认定该商标是否驰名。

行政认定中通过商标局认定的一程度为:要申请认定驰名商标,必须通过所在地省、自治区、直辖市工商行政管理局报送有关材料;由各省级工商局将经过初审并签署意见的有关申请材料以邮寄方式及时报送国家工商总局商标局;最后,由国家工商总局商标局认定该商标是否驰名。在商标注册过程中产生争议时,有关当事人认为其商标构成驰名商标的,可以向商标局请求认定其为驰名商标,此时应当提交其商标构成驰名商标的证据材料。

依照《商标法》及条例的规定,在商标评审过程中产生争议时,有关当事人认为其商标构成驰名商标的,可以向商标评审委员会请求认定驰名商标,此时,有关当事人应当依法提交其商标构成驰名商标的证据材料。

(2)司法认定。人民法院根据当事人的请求和案件的具体情况,可以对涉及的注册商标是否驰名依法做出认定。《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》及《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》的出台,为人民法院认定驰名商标提供了充分的法律依据。

目前,许多企业通过司法认定这一途径来认定驰名商标,这使得驰名商标在某种程度上泛滥成灾^⑨。为此,2008年11月11日,最高人民法院公布了《关于在审理侵犯商标权等民事纠纷中认定和保护驰名商标应用法律若干问题的解释(征求意见稿)》,规定人民法院对驰名商标的认定不写入判决主文,也不在调解书中予以认定。

2.3.2 著名商标的认定。

在我国,著名商标的认定机构是省级工商行政管理部门。认定标准主要有4个:一是该商标自核准注册之日起连续试用期满3年;二是使用该商标的商品在省内或国内同类产品中质量和售后服务优良,且在相关公众中具有较高知名度和良好的市场信誉;三是使用该商标的年产量、销售额、利润和市场占有率等主要经济指标在省内同行业或者国内同类产品中名列前茅;四是该商标注册人有健全的商标使用、保护和管理措施。

与驰名商标相比,著名商标一般由地方性法规来规范,不享受在非相同或类似商品上的扩大保护,仅倾向于在省内享受一些特殊政策服务。

2.4 有机食品和绿色食品的认证

2.4.1 有机食品的认证。有机食品必须通过合法的认定机构的认证。目前,国际上相关的组织机构包括:欧盟的QC&I;美国的IBD;荷兰。有机食品的认证过程分为2个阶段。一是申请有机食品的认证,其程序为:申请—预审并制订初步的检查计划—签订有机食品认证—检查合同—审查—实地检查评估—编写检查报告—综合审查评估意见—认证决议—有机食品标志的使用。经过认证的证书有效期为1年。二是有机食品保障的认证。其程序为:通知—实地检查评估—编写检查报告—综合审查评估意见—认证决议。经过认证的证书有效期为1年。

2.4.2 绿色食品的认证。绿色食品标志的申请认证程序为:申请—现场考察并写出报告—审核并定稿—现场检查好环境质量现状调查并写出报告—中心认证处审核材料—中心认证处做出结论—申请企业领取绿色食品证书。

3 浙江茶产业品牌构建情况

3.1 浙江茶产业发展概况 浙江省是我国重要的产茶区域之一,浙江的茶产业以绿茶为主,是我国绿茶生产、加工和出口大省。2007年,浙江省茶产业发展取得显著成效,继续在全国保持领先和优势地位。

3.1.1 茶产业实现“三增长”。浙江省共有产茶县(市、区)72个,茶农150万户,绿茶生产面积16.90万hm²,比2007年增长2.9%;产量16万t,比2007年增长5.3%;产值56亿元,比2007年增长13.0%。其中,无公害茶叶生产面积12.60万hm²,有机茶认证面积1.22万hm²,生产企业273家。

3.1.2 茶产业“四大工程”取得成效。自2007年以来,茶产业品牌推广工程、茶厂优化改造工程、茶树良种化工程和茶叶采制机械化工程取得显著成效。

3.1.3 茶产业扶持力度加大,出台多项优惠政策。2007年,浙江省下发《关于加快发展农业主导产业,推进现代农业建设的若干意见》,把茶叶列入新一轮重点扶持的十大主导产业之一。省财政厅、农业厅下发《关于加快发展浙江茶叶产业的实施意见》,许多产茶县(市、区)也出台了发展茶叶产业的配套政策,扶持力度不断加强。因此,绿茶产业已成为促进浙江省农业增效、农民增收和茶区新农村建设的重要产业^⑨。

3.2 浙江省茶产业品牌构建及其成效 浙江省于2001年提出实施茶产业精品战略和名牌战略,要求各地按照每个产茶县或一个区域原则上集中力量重点扶持一个具有地方特色、竞争力强的茶产业品牌,全面开展品牌整合和品牌宣传、推广活动,基本形成了茶产业的品牌构架,即地理标志产品、证明商标、驰名商标与著名商标、有机食品和绿色食品等系列品牌形式,使茶产业品牌构建取得了显著成效。

3.2.1 地理标志产品先声夺人。截至2005年12月31日,我国公布的地理标志产品有187个。其中茶叶产品18个,占当时总数的9.6%,它们分属浙江、福建、安徽、江西、四川、陕西、江苏、广西、贵州、湖南等10个省份,分别为龙井茶、安吉白茶、乌牛早茶、武夷岩茶、安溪铁观音、黄山毛峰茶、太平猴魁茶、狗牯脑茶、庐山云雾茶、蒙山茶、紫阳富硒茶、洞庭(山)碧螺春茶、雨花茶、凌云白毫茶、余庆苦丁茶、梵净山翠峰茶、溪州莓茶、桃源野茶王。其中,浙江最多,拥有3个(龙井茶、安吉白茶、乌牛早茶),占18个中的16.7%。截至2009年3月31日,浙江省茶产业共拥有地理标志产品13个,分别是龙井茶、安吉白茶、乌牛早茶、临海蟠毫、江山绿牡丹茶、余姚瀑布仙茗、径山、磐安云峰、苍南翠龙茶、大佛茶、桐庐雪水云绿茶、开化龙顶、普陀佛茶,仅次于福建省(14个),名列第2。这13个茶叶品牌中,有7个(龙井茶、安吉白茶、乌牛早茶、径山、大佛茶、桐庐雪水云绿茶、开化龙顶)产自全国名优绿茶重点区域,1个茶品牌(余姚瀑布仙茗)产自浙江省特色优势茶叶基地^{⑩⑪}。

3.2.2 证明商标独占鳌头。证明商标包括地理标志证明商标和品质证明商标2种类型,其中,农产品主要以地理标志证明商标为主。2004年9月,全国经核准的注册地理标志证明商标或集体商标有220件。据统计,这些农产品的收购价格普遍上涨15%~20%^⑫。截至2009年4月,浙江省共有地理标志证明商标68件,总量占到全国的1/5,稳居各省、市第1位,其中茶产业品牌共有12件,分别是安吉白茶、余姚瀑布仙茗、江山绿牡丹茶、临海蟠毫、大佛、径山、磐安茶、普陀佛茶、苍南翠龙茶、桐庐雪水云绿茶、龙井茶、开化龙顶,占浙江省地理标志证明商标总数的17.7%^⑬。这些获得证明商标的茶产业品牌分别出自安吉、余姚、

江山、临海、新昌、余杭、磐安、普陀、苍南、桐庐、西湖区、开化等县(市、区),其中,安吉、新昌、余杭、桐庐、西湖区、开化等6县(市、区)为全国名优绿茶重点生产区域。2009年3月评出的2008年浙江省农产品证明商标十大创牌先锋中,茶产业品牌就占了3席(安吉白茶、径山茶、余姚瀑布仙茗)。

3.2.3 驰名商标正在起步,著名商标锦上添花。到2009年4月,我国通过行政认定给予驰名商标保护的商标已达1624件^①。其中,“安吉白茶”于2008年被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标,这是浙江省第1个被行政认定为驰名商标的农产品证明商标,也是第1个茶产业品牌的证明商标。这标志着浙江省茶产业品牌构建体系又增添了新内容,茶产业品牌中的驰名商标争取工作正在起步。另外,浙江省茶产业品牌中有3个品牌通过了司法认定程序,也被认定为“驰名商标”;2007年5月,“乌牛早茶”品牌被安徽省蚌埠市中级人民法院司法认定为“驰名商标”^②;2007年10月,诸暨“绿剑”茶,被司法认定为“驰名商标”;2008年2月,“余姚瀑布仙茗”商标被新疆克孜勒苏柯尔克孜自治州中级人民法院司法认定为中国证明商标类驰名商标^③。

浙江省自1997年4月通过《浙江省著名商标认定和保护条例》以来,著名商标的认定和保护工作卓有成效,其中,茶产业及其产品获得浙江省著名商标的数量逐年增加,为农产品的创品牌工作及农民增收、农业增效和农村发展作出了重要贡献。2004~2008年,浙江省茶产业获得的著名商标数量分别是3、15、11、7和14件,确认延续的著名商标数量分别是2、5、10、5和19件。同时,浙江省及下属各市也开展了“名牌产品”的评选工作,有许多农产品以及茶产业品牌获得浙江省和各市级“名牌产品”称号。2007年浙江省共有133个农产品获得市级“名牌产品”称号,其中茶叶品牌有10个,占7.5%。有许多茶产业品牌获得浙江省农产品知名品牌和金奖称号,如2007年浙江省农业博览会共评出615个金奖农产品,其中茶产品共获49个金奖,占金奖总数的8.0%。

3.2.4 有机产品和绿色食品方兴未艾。浙江省是我国最早生产并加工有机茶的省份,自1989年开始生产有机茶,至今已有20年。目前,浙江有机茶生产处于全国领先地位,有机茶面积和产量都占全国总量的40%左右,认证产品覆盖各类名优茶和蒸青、眉茶、珠茶、花茶、红茶等^④。2001年5月,浙江省武义县被评为第1个“中国有机茶之乡”,全县现有茶园面积0.73万hm²,产量7100t,产值2.28亿元,其中有机茶面积0.14万hm²,产量850t,产值6000万元,分别占全县茶产业的19.10%、11.97%和26.32%^⑤。截至2006年底,浙江省有37家企业的100个产品经中绿华夏绿色食品认证中心检查,获得有机食品认证。其中,茶叶生产企业21家,产品41个,它们分别属于嵊州、泰顺、天台、东阳、余杭、长兴、莲都、萧山、杭州、宁波等市、县(区)。浙江省有375家企业的834个产品经中国绿色食品发展中心认定审核,可使用绿色食品标志。其中,茶叶生产企业67家,产品90个,分别占企业总数的17.87%和产品总数的10.80%。

通过这些品牌构建的途径,浙江茶产业在全国继续保持着领先地位,浙江茶产业品牌建设和茶文化内涵的发掘也继续保持着领先地位。浙江省在茶产业品牌整合中提出了“浙江绿茶”这一区域品牌,以期茶产业的增长、增收和增效做出新的贡献。

参考文献:

①黄合水,曾晶,雷莉.论名牌及其构建[M]//丁俊杰,董立津.品牌.北京:中国工商出版社,2005:264-266.

②冯帼英,朱海松.品牌快速成长十八法[M].广州:广东经济出版社,2003:249-258.

③农业部.中国名牌农产品管理办法[EB/OL].(2007-09-13)http://www.chinacourt.org/flwk/show.php?file_id=121436.

-
- ④国家质量监督检验检疫总局.地理标志产品保护规定[EB/OL].(2005-06-07)
- ⑤杨蕾.地理标志的沿革[N].青岛财经日报,2007-03-06.
- ⑥农业部.农产品地理标志管理办法[EB/OL].(2007-12-25)http://www.chinacourt.org/flwk/show.php?file_id=124069.
- ⑦国务院.中华人民共和国商标法(第二次修订)[EB/OL].(2007-10-27)<http://www.sbmade.com/info/detail.asp?id=390>.
- ⑧国家工商行政管理总局.驰名商标认定和保护规定[EB/OL].(2003-04-17)http://www.chinacourt.org/flwk/show.php?file_id=85008.
- ⑨盛芸.论我国驰名商标与著名商标的制度整合[J].现代商业,2009(5):141.
- ⑩张律伦.我国著名商标法律保护的困境与出路[J].法治研究,2008(12):56-58.
- ⑪刘劭君.对我国驰名商标工作的几点反思[J].中华商标,2008(12):23-26.
- ⑫李明洋.中国有机食品市场分析[J].农业工程技术,2009(2):39-40.
- ⑬陶喜年.浙江驰名商标泛滥调查[N].时代周报,2009-02-12.
- ⑭朱志泉.中国绿茶产业发展现状[J].中国茶叶,2008(9):4-5.
- ⑮农业部办公厅.全国茶叶重点区域发展规划(2009-2015年)[EB/OL].(2009-06-02)
- ⑯俞燎远.浙江省特色优势茶叶基地建设成效与思路[J].茶叶,2007(2):98-100.
- ⑰叶尤.全国地理标志工作研讨会在疆召开[N].中国工商报,2004-09-17.
- ⑱叶海,吕律.蛋比鸡贵浙江特产的农产品商标全国最多[EB/OL].(2009-03-06)
- ⑲张晓松.中国通过行政认定驰名商标1624件[EB/OL].(2009-04-28)
- ⑳安徽省蚌埠市中级人民法院.安徽省蚌埠市中级人民法院民事判决书,(2007)蚌民三初字第1号[Z].2007.
- ㉑沈华坤.余姚名茶:怎样发挥更大的品牌效应?[EB/OL].(2008-01-29)
- ㉒浙江省茶叶协会.浙江有机茶产业状况与发展对策[J].中国茶叶,2008(10):20-22.
- ㉓郑旭霞,邓树青.武义县有机茶产业建设成效与措施[J].中国茶叶,2007(1):34-35.
- ㉔CHENYX, XUH. Fuzzy quantitative measure on brand extension of agricultural products[J]. Asian Agricultural Research, 2009, 1(6):49-52.

②李剑华. 中国农产品出口中的绿色壁垒分析[J]. 内蒙古农业科技, 2009(2):13- 15.