

# 中欧地理标志协作给重庆农产品出口的启示

张娟

重庆对外经贸学院外语外贸学院

**摘要：**中国与欧盟签订的地标保护与合作协议对中欧农产品贸易有明显的促进作用。针对重庆地标农产品聚积效应不强和农产品出口存在的诸多约束的问题，可学习欧盟的农产品地标保护计划和促进政策，以提高地标农产品的附加值和经济效益。通过发挥中欧地标保护与合作的农产品的示范效应，并同步财政支持，进行政企民全面合作，借助中欧班列的物流运输，有望打开重庆农产品出口新格局。

**关键词：**地理标志；中欧地理标志合作协定；重庆；农产品出口

**作者简介：**张娟（1988—），女，重庆人，硕士研究生，助教，研究方向：国内外经贸实务。

**收稿日期：**2023-08-20

2020年9月14日，中国与欧盟正式签署《中欧地理标志保护与合作协定》（“China-EU GI Agreement”），以下简称《协定》。意味着中欧正式加强双方的地理标志认证、保护与合作，并积极促进地理标志产品的双边贸易。《协定》包括十四条和七个附录，主要规定了地理标志保护规则和互认清单[1]。协议附录纳入了双方共超过500个地理标志产品，涉及到酒类、食品、茶叶、农产品等。其中地标产品共275件，分两批进行保护，第一批互认的各100个地理标志产品由2021年3月1日起开始保护。第二批175个地理标志产品将于协议生效后四年内完成相关保护程序。

我国的地理标志产品分别由知识产权局，农产品地理标志可由农业农村部管理。受知识产权局保护的地理标志产品与受农业农村部保护的农产品地理标志有些许不同。前者指产品的质量或其他主要特性取决于其产地特有的自然和人文因素，由知识产权局审核批准以其产地的地理名称进行命名。包括来自本地区的种植、养殖产品。产品的原材料全部或部分出自本地区，并通过本地区特有的工艺生产和加工的产品。后者保护的标志是指产于特定地域，该地区的自然生态环境和历史人文因素决定了其产品的品质和相关特征，并以该地域名称命名的特有的农产品。其中包含来源于农业活动中获得的植物、动物、微生物及其产品。

## 1 中欧地标协定对中欧农产品贸易的促进效果

我国的地理标志产品在数量和产值上迅速增长，根据《关于进一步加强地理标志保护的指导意见》政策解读，2020年市场主体使用新增地理标志和所有地理标志专用标志的直接产值870.37亿元，总产值6398.06亿元。在《协定》中提到，欧盟拥有超过40000个地理标志产品，其市值超过748亿欧元。中国一直是欧盟的主要贸易伙伴，2020年，中欧贸易额达6495亿美元，中国首次成欧盟第一大贸易伙伴。在中欧农产品贸易方面，2020年中国向欧盟出口的农产品总值51.28亿欧元，2021年继续增加到60.96亿欧元，2022年更是年增长60%，出口达到97.93亿欧元。2020年较2019年出口值53.48亿欧元虽有4.1%下降，但考虑到全球新冠疫情影响，出口值微降属于正常范畴，并且2021年的出口值开始大幅反弹。中国对欧盟的农产品出口处于第五位出口方的位置。中国对欧盟自2014年以来的农产品出口情况如图1所示，可以看出近几年在稳定增长后经历了2020疫情期负增长，回升趋势明显。同时中国对欧盟农产品进口量也保持增长势头，特别是在2020年依然保持22%的增速，进口量

达到 176.84 亿欧元，2021-2022 年进口量有所下降，金额分别为 171.37 亿欧元和 157.94 亿欧元。图 2 中国对欧盟农产品进口统计中可以看出进口增速有下降趋势，但是中国仍是欧盟农产品第三出口国。

中欧农产品贸易能在疫情困境中实现逆增长，体现了双方务实合作的决心，也看出了中欧双方的贸易协议起到了稳定商业信心，促进贸易增长的重要作用。其中《中欧地理标志保护与合作协定》在签订后 2 年多的时间里证实了其对打开中国农产品国际销售市场的有效性。欧盟的地理标志产品保护制度完善，其成员国法国、意大利、西班牙等地标产品数量庞大，种类齐全，市场增长明显，产品经济附加值显著，值得中国各省市促进地标产品发展学习和借鉴。

## 2 中欧地标产品协作对重庆农产品出口的启示

国家知识产权局的地理标志产品统计表明，2021 年全国累计地标产品注册量 7 677 件，2022 年累计注册量 6 373 件。2021、2022 年重庆的注册量分别为 281 件和 295 件，分别列全国第七位、第八位，属于中上水准。但在中欧首批地标互认名单中，重庆仅巫溪洋芋入选。第二批认定的名单中包含了重庆另外六个地标产品：大足石雕、涪陵榨菜、丰都牛肉、合川桃片、忠州豆腐乳、石柱黄连。两批名单中重庆的地标产品数占整体名单的 2.5%，明显低于重庆在全国地标注册量占比的 3.6%(2021), 4.6%(2022)。



图 1 中国对欧盟农产品出口

数据来源：EU-China Agri-food Trade Statistical Factsheet May 2023, Agri-food Trade in 2014, 2015

### 2.1 重庆地标产品现状

#### 2.1.1 地标保护由多主体管理到统一管理

2019年10月以前，中国的地标注册申请可以通过国家工商局、国家质检总局和国家农业部。因此存在同种农产品重复登记的情况。在该月国家知识产权局颁布了地理产品的统一标志，并宣布该标志受到商标及专利法保护。2020年4月出台了《地理标志专用标志管理办法（试行）》（以下简称《地标管理办法》），实现了由国家知识产权局统一授权和管理地理标志产品和地理标志商标。

### 2.1.2 重庆地标产品以农产品为主

根据重庆海关进出口商品分类，农产品包括肉类、水产品、蔬菜及食用菌、干鲜瓜果及坚果、茶叶、粮食、罐头、酒类及饮料、烟草及其制品。在重庆已申请地标保护的产品中，农产品占绝大多数。据不完全统计，重庆地标农产品量在177件以上[2]。

### 2.1.3 地标农产品聚集效应不强

为全面强化地理标志保护，国家知识产权局颁布《国家地理标志产品保护示范区建设管理办法》，在全国29个省份批准筹建50个地理产品保护示范区。其中重庆地理标志产品保护示范区仅有江津花椒、酉阳茶油。根据《地标管理办法》，地标产品申请由所在地县级以上人民政府指定的申请机构或认定的协会和企业提出，经省级知识产权管理部门初审和国家知识产权局审查批准予以保护。说明农业专业合作社、技术推广中心、行业协会和龙头企业等的中介服务作用很重要。例如在涪陵地区的青头菜、榨菜的地理标志申请和证书持有者为涪陵区榨菜管理办公室。合川区的农产品地标产品分别由村镇的农业服务中心、蔬菜技术指导站申请获得，其他区县的地标申请和持有情况类似。重庆市现有的为地标产品进行的组织和平台有重庆市地理标志发展促进会（以下简称地标促进会）、重庆知识产权公共服务平台。然而在地标促进会的会员中，为地标申请提供中介服务相关的单位只有涪陵榨菜管理办公室，云阳县渝峰天麻种植协会[3]。说明中介服务组织数量少，无法达到地标农产品品牌打造，行业协会未起到聚集作用，市场促进和推广效果有限。

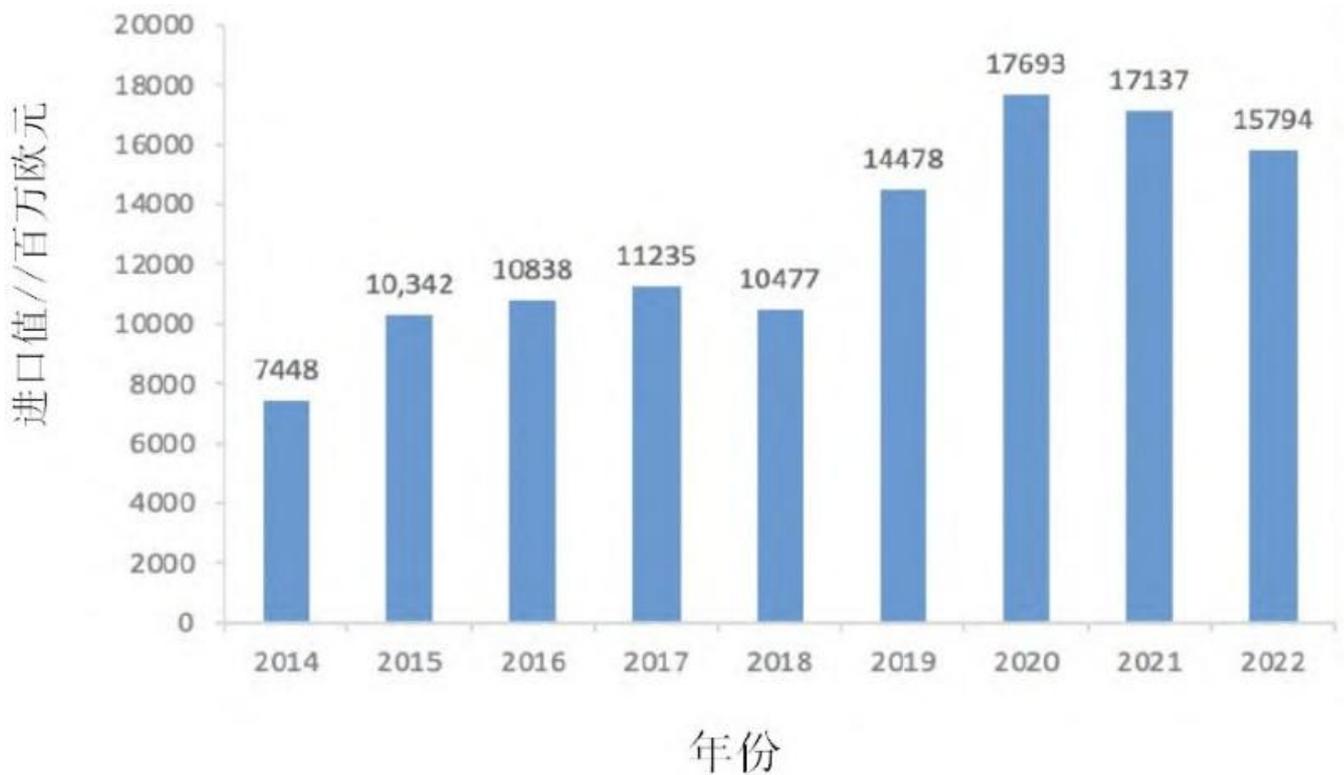


图2 中国对欧盟农产品进口

数据来源：EU-China Agri-food Trade Statistical Factsheet May 2023, Agri-food Trade in 2014, 2015

#### 2.1.4 地标产品未能带动农产品出口

同样，在带动农产品出口上重庆的情况也不容乐观。从重庆海关统计数据了解到2020年重庆农产品出口额7.98亿元，农业总产值2749.05亿元；2021年全年农产品出口额为11亿元；2022年农产品出口增长为13.24亿元。重庆市统计局的2022年12月综合月度数据表明该年的农业总产值为3068.44亿元。可以看出重庆的农产品主要以内销为主。2019—2020年间，重庆从12个市级农产品出口示范基地扩大到6个类别23个市级农产品出口示范基地。

### 2.2 重庆农产品出口增量的新出路

#### 2.2.1 借鉴欧盟经验，扩大地标产品的政府背书

由欧盟牵头，定期对农产品地理标志保护计划进行调研，邀请民众、消费者组织、产品加工协会、地标产品联盟等个人和组织参与。调研的内容包括地标计划的现状及挑战；增强地标发展的目标；达成目标的可选政策；地标方案修订的预期影响。根据欧盟地理标志产品（GI）搜索，意大利是持有欧盟认证的地理标志产品数量最多的国家，共有935件，其中以葡萄酒居多，有549件，在食品种类下以果蔬和谷物为首，计132件，奶酪64件，橄榄油54件。法国在欧盟注册的地标有792件，其中葡萄酒455件，生肉80件，果蔬和谷物63件，奶酪58件。希腊共有285件欧盟地标产品，其中食品148件，包括有果蔬和谷物50件，橄榄油33件，奶酪24件。大量的有欧盟背书的地理标志产品给意大利带来的经济利益也是可观的。根据意大利农业和食品市场服务研究所（ISMEA）在2020年公布的意大利地理标志（IDO, IGP, TSG）农产品和酒类的报告，其产品价值达到169亿欧元，出口值95亿欧元，占整个意大利农产品和酒类出口的21%，覆盖了18万家企业。可见地标产品的经济价值高，能够带动农产品出口。针对重庆农业总产值高但出口量少，重庆可借助7种产品进入中欧地理标志第一批、第二批互认名单，努力发挥有国际认证的产品的质量、经济的示范效应，并更多争取后期进入互认名单的机会，创造品牌价值，带动区域内其他农产品的出口。

#### 2.2.2 重庆政府做好地标保护和鼓励地标申请

根据2021年国家知识产权局、国家市场监督管理总局颁布的《关于进一步加强地理标志保护的指导意见》，第一原则就是完善地理标志法律制度体系，提高地理标志保护法治化水平，严格地理标志审查认定，严厉打击地理标志侵权假冒行为[4]。作为重庆的地方政府，一定要把法律保护政策执行到位，特别是联合民间机构和产业协会一起打击冒用地理标志的违法犯罪行为，营造良好的地理标志申请和使用环境。在农业生产还处于经营主体小而分散，以农户单户或家庭农场为生产单元的现状下，地理标志的宣传工作要进到村镇，利用农业合作社、技术指导站等基层组织深入到农户中。地理标志发展促进会联合产业协会也要到农户中进行地理标志产品培训[5]。政府除了直接对农户使用地理标志进行资金奖励或补助外，也可设立地理标志产业基金用于促成产业协会与信贷部门达成贷款协议，为申请地理标志或加入使用的农户或企业进行贷款。

#### 2.2.3 发挥中欧互认地理标志产品的示范作用

巫溪洋芋作为重庆唯一入选首批中欧互认地理标志的产品，要从经济效益、质量保证、品牌认知度推广上做出好的示范。重庆另一著名商标产品涪陵榨菜，是集种植、加工、销售、融资于一体的典范，其品牌价值早已达到147.32亿元，居全国区域农产品公用品牌价值第二位，2022年涪陵区榨菜产业总产值达130.05亿元。同时涪陵榨菜也入围了第二批中欧地理标志互认名单。巫溪洋芋和涪陵榨菜作为重庆农产品的两张名片，通过加强品牌宣传，促进产品出口形成经济增值，充分显示地理标志产品溢价效益。据统计，欧盟认证的地理标志产品的售价为同类无标志的产品的2.1倍，加工产品的溢价效应还更明显[6]。在“明星”产品的带领下，重庆地域的农产品声望有望在国内外得到提高，从而促进地理标志产品的申请和使用，带动整体农产品出口。

#### 2.2.4 利用中欧班列促进农产品出口增量

当地标产品具有一定知名度和国际认可后，保证产品足量供给是提高收益的有效保障。在中国与欧盟进行地标互认合作之际，也是中欧班列快速发展的黄金时期。对于农产品出口要求运输时间短、资金运转、防疫要求高的特点，高时效低成本的铁路运输应当承担我国农产品走向欧洲的大任。从中国铁路及海关发布的数据来看，2022 年中欧班列全年开行 1.6 万列，发送 160 万标箱，同比分别增长 9%、10%，通达欧洲 23 个国家 180 个城市。其中，中欧班列（成渝）开行超过 5200 列。重庆是中欧班列的开创者，早在 2011 年，就打通了由重庆直达德国杜伊斯堡的铁路线路。中欧班列（成渝）累计开行突破 1 万列，发运箱量近 90 万标箱，占全国中欧班列近两成。重庆作为“一带一路”重要货运中心，有着显著的地理和经济优势，特别是重庆和成都联手共建成渝地区双城经济圈，重庆海关和成都海关大力支持成渝两地中欧班列开展内外贸货物混编运输，中欧班列在成渝两地的集结中心建设。推广实施铁路快速通关模式，除传统模式外，邮件、跨境电商进出口运输业务也得到支持。这对于重庆已注册的地理标志产品来说绝对是有很好的机会，四川也是地理标志产品拥有量的大省，两地在中欧互认的地理标志产品进出口运输上可以更紧密合作，形成规模效应，带动其他农产品的出口增量。

利用政府+协会+企业+个体户联动，推广重庆地标产品的知名度，增加产品经济价值。政府和协会做好地标产品的立法和行业规范，配套财政支持，有效发挥地标产品的经济价值优势。优先促进列入中欧互认地标产品的出口，形成规模效应，起到明星产品模范效应。减少通关手续，增加物流效率，利用中欧班列加大重庆向欧洲的农产品输送。使得重庆的农产品出口能在中欧地标持续并不断加强合作的背景下，享受到可持续发展的红利。

### 参考文献

- [1] 李蕾, 落实地理标志协定深化中欧产业合作[J]. 中国国情国力, 2021(4), P56-59.
- [2] 重庆科集知识产权管理咨询有限公司, 西南大学. 重庆市地理标志资源分析评价及导向目录[R], 2018.
- [3] 谭丽玲, 重庆市地理标志农产品品牌发展对策研究[J]. 种业导刊, 2020(6): 7-12.
- [4] 王笑冰, 林秀芹, 中国与欧盟地理标志保护比较研究[J]. 厦门大学学报, 2012(3): 125-132.
- [5] 朱涛, 重庆市农产品地理标志保护现状分析与建议[J]. 重庆文理学院学报, 2013(7): 58-62.
- [6] 张亚峰, 许可, 刘海波. 意大利地理标志促进乡村振兴的经验与启示[J]. 中国软科学, 2019(12): 53-61.