

商标、工业品外观设计和地理标志法律常设委员会

第三十九届会议
2018年4月23日至26日，日内瓦

秘鲁代表团的提案

秘书处编拟的文件

在2018年4月5日的来文中，秘鲁代表团向世界知识产权组织（产权组织）国际局转送了本文件附件中所载的提案。

[后接附件]

秘鲁共和国关于承认和保护国家品牌的提案

解释性说明

一、背景

在当今日益全球化的市场中，国家之间在不断进行竞争以获得承认，并在商业上进行定位来吸引旅游、外国投资、人力资本以及对本国产品和服务的需求。用以实现这些目标的战略必须对该国国民来说是可信的，是与其受众相关的，而且与其竞争者是有差异的。

近年来，各国政府越来越有意于实施各项政策并设计国家品牌建设战略，将一系列国家价值与特定的标志、标记或徽记联系起来，建立起可与该标志联系起来的声誉。

各国都在致力于推广强大的品牌，这些品牌可以铭记在公众脑海中，在国内和国际上都能产生直接影响，同时建立全球竞争优势。国家品牌是在国内外提升国家正面形象的一种手段。

二、国家品牌的性质

国家品牌具有独特特点，使其与一般商标有所不同。这些特点包括下述方面：

- 它是一国采用的标志，是旨在传播和推广该国身份和形象及其战略部门——包括旅游业、出口和投资——的政策与战略的一部分。
- 鉴于其性质和适用性，它的使用不限于或严格限定为某些商品或服务，因为国家品牌表示和代表整个国家。
- 这一工具被投射到国内和国外。在国内，它有助于实施政策，加强和提升国家在本国公民中的形象。在国外，它有助于将该国介绍给国外公众，增强该国对这些公众的吸引力，并提高其对该国产品和服务的认识和接受度，从而促进商业、经济、旅游与文化联系。

国家品牌构成一种专门的显著性标志，因为尽管其叫做“品牌”，但它不用于特定公司的具体产品或服务，不作为商标（普通商标、集体商标或认证商标）。国家品牌不像商标那样受到私法的规制，而且在对其承认和保护方面不应被拉低到这个层面。

国家品牌在国家身份和形象方面发挥象征性作用。它们可以被用作总括性的标志，与该国商品和服务的其他标志（地理标志和原产地名称）并存。

三、保护的依据

在国际层面上，对于什么是国家品牌尚没有达成一致的定義，也没有以具有国际约束力的方式对其进行规管的规管制度。在多边领域，有《保护工业产权巴黎公约》第六条之三规定的用以表明监督和保证的国家徽记和官方标志的通知和通告程序。包括秘鲁在内的一些国家已经采用这一程序来通知和保护用以表明监督和保证的本国国家徽记和官方标志。

但是，在国际社会中，由于缺少对国家品牌的一致定义，一些国家的做法是将这些标志视同商标，并将其作为商标予以注册。然而，这种注册提供的保护有限，并需支付相当高的费用。除此之外，将其作为商标对待降低了这种标志的地位，将所涉国家降格到了受私法规制的人的层面，与注册商标的商事企业地位相当。这种做法的后果和影响代价高昂，特别是在涉及对国家品牌排他权的防御和后续执法方面。

综上所述，国家品牌明显需要一种特别程序，使其能够根据其特殊性质，得到简便、有效、具有成本效益和国际化的保护，以便防止第三方未经授权注册和使用相同或近似标志，从而补充上文提到的《巴黎公约》第六条之三所提供的方法。

草 案

国家品牌制度

考虑到：

对于在以通信和贸易全球化为特征的现代世界中开展活动的国家，在实施提升国家身份和形象的国家政策中，国家品牌是传播过程所需的基本标志；

使用国家品牌构成了推动包括旅游、出口和投资在内的各个商业领域发展，提升国家身份和形象的国家政策的一部分；

目前尚无承认和保护国家品牌的国际制度；

《保护工业产权巴黎公约》第六条之三规定了用以表明监督和保证的国家徽记和官方标志的通知与相互通告制度；

一些国家已经据此适用了第六条之三所规定的、对于该国用以表明监督和保证的官方徽记和标志的保护；

尽管如此，仍宜制定在成员国之间承认国家品牌的体系，以便加强保护，防止可能未经授权注册或使用相同或近似标志；并且

这一体系必须简便、高效且具有成本效益，并建立在对国家品牌的相互通知和依职权保护之上；

国家品牌制度

第一章

国家品牌承认和保护体系

第1条：宗旨和范围

本细则建立承认和保护成员国国家品牌的共同体系。

第2条：国家品牌的定义

国家商标是成员国所采用和使用的，用以在国内外提升本国形象，同时促进本国旅游业、文化、美食、出口或所作投资的任何标志。国家品牌不应有期限，亦不得被剥夺。

第3条：国家品牌的数量和变体

每一成员国应决定该国希望保护的国家品牌的数量和变体，并依据本细则规定的程序进行通知。

第4条：国家品牌的所有权

每一成员国应决定其享有的国家品牌的所有人，并应指定一个或多个机构行使该权利及由其产生的其他权利。

第 5 条：国家品牌的保护

1. 只要未提出任何附理由的反对意见，一个成员国的国家品牌一经依照本细则第 6 条规定的程序作出通知，即应在其他成员国得到承认和保护。

2. 在前述通知作出之前，每一成员国对其通过以任何身份使用、传播或注册而获得的国家品牌权利，不受影响。

第二章

国家品牌的通知和保护程序

第 6 条：国家品牌的通知和保护

1. 成员国主管机构收到国家品牌通知，应立即通知该成员国的国家知识产权局。如果上述两个机构为不同实体，则应向后者传送一份通知副本。

2. 成员国自收到上文第 1 款所述通知之日起，有九十（90）个日历日的时间通知该国对承认和保护国家品牌的附理由反对意见。

3. 本条提到的通知和任何反对意见应同时提交给国际局。

第 7 条：国家品牌的公布

每一成员国应在官方媒体上公布依本制度承认和保护的国家品牌。

第 8 条：写入数据库及其他登记簿

受到承认和保护的国家品牌应写入显著性标志的数据库和登记簿，或其他登记簿。

第三章

国家品牌的保护

第 9 条：国家品牌的有效性

1. 已通知成员国的国家品牌应予以无限期保护。

2. 保护国家品牌的义务，经作出通知的成员国明确请求，应即终止。作出此种请求，应采用为国家品牌初始通知所规定的程序。

3. 国家品牌不以任何使用要求作为保持承认和保护的条件。

第 10 条：国家品牌的使用和使用许可

1. 每一成员国应决定使用该国国家品牌有关政策和细则。

2. 每一成员国应制定在国内或国外寻求和获得授权使用该国国家标志的程序和条件，并指定经赋权发放此种授权的国家机构。

第 11 条：确保国家品牌得到保护的措施

每一成员国应采取必要的行政或私法措施，确保通知该国的国家品牌确能够享有本细则所规定的保护。为此，每一成员国应规定，该国国家机构在就显著性标志的注册和保护作出决定时，应依据其内部程序，查询受承认和保护的国家品牌，并将其纳入考虑。

第 12 条：国家品牌的保护

1. 每一成员国应自行或应当事方请求，驳回对任何商标、商号、标志、旗帜、标语、地理标志、原产地名称，或任何其他与受保护的国家品牌相同或近似的显著性标志的注册和保护。
2. 每一成员国应自行或应当事方请求，注销违反第 1 款或恶意取得的任何注册。此种注销不受时间限制。
3. 与受保护国家品牌相同或近似的标志的任何使用或即将使用，未经与国家品牌相关的成员国国家主管机构明确书面同意的，每一成员国应自行或应当事方请求，采取必要措施，防止或终止此种使用或即将使用。此种行动应不受时间限制。
4. 为本条之目的，除其他外，标志的使用包括下列行为，不论其是否出于营利目的：
 - (a) 在商业中使用；
 - (b) 在任何通信媒介或传播媒介中使用；
 - (c) 在广告或文档中使用；
 - (d) 制造复制或包含国家品牌或近似标志的文件、标签、包裹、包装纸、外包装或其他元素或材料，以及销售或占有此类元素或材料；及
 - (e) 可能表示与受保护国家品牌有联系或关联的任何使用。

第 13 条：国家品牌保护的预防措施和最终措施

在针对侵犯显著性标志的行动中，上文第 12 条所述侵权行为发生或可能发生地的成员国的国家主管机构，应自行或应当事方请求，采取该国立法规定的预防措施和最终措施。

最后条款

第 14 条：缴费和费用

国家品牌的通知和公布程序及其执法程序，不缴纳任何费用或其他收费。

第 15 条：依其他国际文书取得的保护

本安排赋予的保护，不影响成员国授予其他成员国国家品牌的保护，无论是依据《保护工业产权巴黎公约》第六条之三用以表明监督和保证的国家标志或官方标记而授予的保护，或是遵守对个别成员国有约束力的国际条约或国际协定而授予的保护。

[附件和文件完]