

## 发展与知识产权委员会（CDIP）

### 第三十六届会议

2026年5月4日至8日，日内瓦

关于通过知识产权增强小企业能力：

制定在注册后阶段为地理标志或集体商标提供支持的战略的项目完成报告

秘书处编拟

1. 本文件附件载有“通过知识产权增强小企业能力：制定在注册后阶段为地理标志或集体商标提供支持的战略”发展议程项目的完成报告。报告覆盖项目实施的整个期间，即2022年11月至2025年12月。

2. 请委员会注意本文件附件中所载的信息。

[后接附件]

<b>项目提要</b>	
<b>项目代码</b>	DA_1_4_10_11_01
<b>项目标题</b>	<a href="#">通过知识产权增强小企业能力：制定在注册后阶段为地理标志或集体商标提供支持的战略</a>
<b>发展议程建议</b>	建议 1、4、10 和 11。
<b>项目预算</b>	项目总预算：592,300 瑞郎，用于非人事资源。
<b>项目期限</b>	39 个月（最初期限的 36 个月+CDIP 第三十三届会议商定的 3 个月延长）
<b>所涉的产权组织重要部门/领域</b>	实施部门：品牌和外观设计。 所涉其他部门：区域和国家发展。
<b>项目简介</b>	<p>项目的目标是开发能力建设工具和举措，增强发展中国家地理标志或集体/证明商标用户或权利人的能力，以在注册后阶段有效利用自己的知识产权。</p> <p>在关注参与的发展中国家特定地理标志或集体/证明商标的同时，项目将制定战略/计划和工具，其他地理标志或集体/证明商标的用户或权利人能够加以复制，并由国家或区域范围内的相关机构和利益攸关方纳入主流。</p>
<b>项目管理人</b>	品牌和外观设计部门商标、工业品外观设计和地理标志部里斯本注册部主任亚历山德拉·格拉齐奥利女士。
<b>所关联的 <a href="#">2024/25 年工作计划和预算预期成果</a></b>	<p>4.1 更有效地利用知识产权支持所有成员国及其相关区域和次区域的增长与发展，包括通过将发展议程建议纳入主流。</p> <p>4.3 知识产权知识和技能在所有成员国得到增进。</p> <p>4.4 更多创新者、创造者、中小企业、高校、研究机构和社群成功地运用知识产权。</p>
<b>项目实施概况</b>	<p>以下是根据已批准的项目文件（<a href="#">CDIP/27/7</a>）中描述的项目产出的交付，对项目实施情况的概述。</p> <p>试点产品的选择、项目小组的批准以及国家层面的项目计划：</p> <p>在四个受益国分别选择了以下试点产品：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 阿尔及利亚：“Datte Deglet Nour de Tolga”（托尔加椰枣）地理标志</li> <li>• 巴西：“Mel do Norte de Minas Gerais”（米纳斯吉拉斯北</li> </ul>

部的蜂蜜) 地理标志

- 巴基斯坦: “Sindhri Mango” (Sindhri 芒果) 地理标志
- 乌干达: “Rwenzori Mountains of the Moon Coffee” (鲁文佐里月亮山脉的咖啡) 地理标志。

所有受益国的国家项目计划已获确认, 并指定了国家指导委员会成员和国家协调员。

在阿尔及利亚, 2023年12月在比斯卡拉为国家主管部门代表和主要利益攸关方举办了启动活动。其中包括项目管理培训。

#### 关于注册后挑战的国家研究

2023年5月, 聘请了两名国际专家制定方法, 以研究使用或持有地理标志或集体/证明商标的当地生产者面临的挑战, 并指导国家顾问。

6月, 国际专家编拟了一份初步调查, 以明确国家顾问应为研究收集的信息。

巴基斯坦和乌干达的国家研究于2023年9月完成。巴西和阿尔及利亚则分别于2023年12月和2024年4月完成。这四份研究报告于2025年整合并分享供确认。

经整合的全球研究最终版于2025年9月完成, 并以英文、法文和葡萄牙文在发展议程目录中[提供](#)。

#### 信息活动

2023年10月至2024年9月期间, 在四个受益国举办了信息活动。这些会议汇集了国家主管部门、生产者群体和当地利益攸关方, 旨在介绍经整合的国家研究结果, 探讨注册后的挑战, 并加强对选定地理标志集体管理的理解。

在巴西, 活动被纳入“Seminário de Apicultura no Norte de Minas” (米纳斯吉拉斯北部养蜂研讨会), 使项目能够触及超过600名参与者, 受众范围显著扩大。

在巴基斯坦, 举办了两场信息活动。第一场向国家主管部门和利益攸关方介绍项目和初步研究结果, 第二场则直接与生产者交流, 旨在提高对地理标志和计划的项目活动的认识。

#### 集体管理和内部治理讲习班

2024年3月至2025年6月期间, 在四个受益国组织了一系列关于集体管理和内部治理的国家讲习班。

在阿尔及利亚，讲习班的重点是内部治理和控制制度。就决策制定程序、职责的文件记录以及与主管部门协调实施控制机制提供了实用指导。

在巴西，讲习班侧重于加强组织结构、改进决策制定流程，并明确地理标志群体内部的责任。

在巴基斯坦，组织了两场讲习班，汇集公共主管部门、生产者组织、私营部门代表和研究人员，以增进对地理标志治理的理解。特别关注选定地理标志的管理和技术方面。

在乌干达，该会议支持鲁文佐里地理标志协会和当地机构明确角色和责任，并应对实际管理挑战。

总体而言，这些活动巩固了四个受益国的集体管理做法，并加强了内部治理体系。

#### 为加强集体管理制定的战略、指南和培训材料

讲习班结束后，专家与项目小组密切协作制定了行动计划，解决受益国选定地理标志的治理与管理需求及缺口。

在阿尔及利亚，国家专家于 2025 年 8 月最终确定了行动计划，为指导后续实施阶段提供了明确的框架。

在巴西，已制定行动计划解决负责监管选定地理标志的 CODEANM 协会的治理和管理缺口。该计划指出了与代表性、包容性、内部流程、沟通及资源相关的问题，并提出了立即可行的低成本措施，例如文件的数字化、在线推广以及提高透明度。

在巴基斯坦，制定了行动计划以加强选定地理标志的治理和管理。制作了一份多语言手册，指导生产者完成地理标志用户注册程序，并与巴基斯坦知识产权局合作制作了一部动画视频，以清晰易懂的方式解释授权程序。

在乌干达，行动计划侧重于加强选定地理标志的治理和管理。还与地理标志生产者协会合作编拟了一份手册，提高咖啡种植者和当地买家的认识。

#### 品牌建设和商业化战略的制定

通过专门的讲习班和制定量身定制的战略，为加强选定地理标志的品牌建设、推广和商业化提供了定制的支持。

在阿尔及利亚，一名原产地产品集体品牌建设和营销专家为选定地理标志的生产者群体提供了培训和量身定制的技术援助。该支持包括与生产者密切协作设计并实施市场营销和品牌建设战略，以及编拟品牌

建设指南，促进注册后的集体商业化。2025 年 12 月，组织了关于推广、市场营销和控制的最终讲习班，以巩固这些努力。

在巴西，2025 年 3 月为生产者和当地合作伙伴举办了市场营销和品牌建设讲习班。会议重点关注界定该地理标志的价值主张、加强品牌形象、改进与买家的沟通，并确定提升市场定位的切实行动。之后，该地理标志的品牌建设战略得到确定，其中列明了关键信息、目标市场和优先推广行动。

在乌干达，2025 年 5 月为生产者和当地合作伙伴举办的市场营销和品牌建设讲习班，促成了营销和品牌战略的制定，以加强该地理标志的市场定位、定义面向买家的关键信息，并确定优先推广行动。

#### 意识提升活动

在所有受益国均制作了意识提升材料，以加强选定地理标志的知名度、认可度和市场定位。

在阿尔及利亚，与国家顾问协作制作了一整套意识提升材料，包括动画视频、纪录片风格视频、新的视觉形象和标志、品牌手册和专门网站。

在巴西，地理标志生产者群体参加了“Origens Brasileiras”和“Superminas”贸易博览会，提升了知名度并加强了与消费者和买家的接触。制作了一套完整的推广材料，包括纪录片风格的视频、动画视频、新标志、品牌手册、专门的地理标志网站以及社交媒体页面。

在巴基斯坦，为选定地理标志制作了一部卡通风格的动画、一部纪录片风格的推广视频以及专门的地理标志网站。这些材料为地理标志发布活动提供了支持，在普通公众以及国内和国际重要利益攸关方中推广了该地理标志。

在乌干达，为“Rwenzori Mountains of the Moon Coffee”地理标志制作了一部纪录片风格的宣传视频、一部卡通风格的动画以及一个专门网站。这些工具连同该地理标志的社交媒体页面，加强了面向生产者、买家和消费者的推广，并为地理标志发布活动提供了支持。2024 年 11 月，与乌干达注册服务局（URSB）协作，在坎帕拉为公共和私营利益攸关方举办了国家地理标志会议。2025 年 10 月，在肯尼亚“东非咖啡市场与会议”上进一步推广了该地理标志，提供了地区曝光和与国际买家及行业伙伴接触的机会。

#### 支持制定和实施经济高效的控制和认证制度

开展了有针对性的活动，以加强选定地理标志的控制和认证制度，重点关注根据各国国情调整的切实可行且经济高效的解决方案。

	<p>在巴西，与一家基于云的溯源服务提供商召开了会议，探讨可能在所有受益国复制的高科技解决方案。在巴西小微企业支持服务局（SEBRAE）的支持下，在核查现有控制计划和整合生产者名录方面取得了进展。为进一步运营该制度，聘请了两名国家顾问审查并实施地理标志控制计划。控制措施已在 2025 年收获季节期间得到应用。</p> <p>在巴基斯坦，组织了一场由控制主管部门、巴基斯坦知识产权局及相关利益攸关方参与的控制讲习班。重点关注为选定地理标志制定切实可行的控制计划，并界定各机构的职责。随后聘请了一名国家顾问，负责开发潜在地理标志用户数据库，并就选定地理标志“规范手册”的可能修正编拟意见报告。主要的芒果生产者出席了内部治理讲习班，以审查“规范手册”并进一步阐释地理标志体系和授权程序。</p> <p>在乌干达，控制和认证制度讲习班与市场营销和品牌推广讲习班于 2025 年 5 月同期举办。在国家主管部门和地理标志生产者协会的参与下，制定了具有成本效益的控制计划。制作了可追溯性表格和更新后的生产者名录，以支持控制系统的实际实施。</p> <p><u>地理标志治理与商业化的跨国审查讲习班</u></p> <p>2025 年 11 月，在瑞士日内瓦产权组织为来自阿尔及利亚、巴西、巴基斯坦和乌干达的项目小组和生产者举办了讲习班，进行跨国交流和项目成果的共同审查。讲习班重点关注内部治理、控制体系以及市场营销和品牌建设，是展示综合研究成果、审查已完成的技术和推广可交付成果的主要平台。</p> <p>作为补充，在 CDIP 第三十五届会议期间还组织了展览和品鉴活动，从而提高了委员会成员的认识。</p>
<p><u>项目主要成果和影响</u></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 在四个受益国开展信息活动、磋商及外联活动的成果是国家主管部门、生产者群体及其他利益攸关方对地理标志及其潜在益处的认识得到提高。</li><li>✓ 培训讲习班加强了参与者对地理标志（或原产地产品集体/证明商标）集体管理原则的理解，包括生产者群体内部的职责以及协调的决策制定的重要性。</li><li>✓ 向当地生产者和小企业介绍了地理标志体系（或原产地产品集体/证明商标体系）的关键要素，例如内部治理机制、基本控制工具以及对产品规范的遵守。</li><li>✓ 通过制作和传播宣传册、视频、专门网站以及开展宣传活动，提高了公众对地理标志的认识。这些活动突出了产品的独特品质，并向广大受众传达了地理标志保护的价值。</li></ul>

	<p>✓ 市场营销和品牌建设支持，特别是在巴西和乌干达，为地理标志生产者群体提供了关于如何在市场中展示原产地相关品质的指导，为进一步发展奠定了基础。</p> <p>✓ 地区和跨国交流，包括 2025 年 11 月在产权组织举办的讲习班以及对国家和地区活动的参与，促进了经验分享，并加强了参与者对地理标志治理、控制体系和意识提升良好做法的理解。</p>
<p><u>获得的经验教训</u></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 与国家联络点的持续对接经证明对推进活动至关重要。在联络点保持存在且沟通渠道畅通的情况下，实施进展更为顺利。不过，国家团队频繁变动或沟通渠道中断，导致整个项目周期出现延误。</li><li>2. 受益国所提供初步信息的准确性和完整性对项目的规划和执行有直接影响。若初始信息不完整，在实施过程中便需要调整。这突显了在项目启动时更严格的评估和核查程序的重要性。</li><li>3. 国家法律框架和机构就绪程度的差异影响了活动的针对性和有效性。更灵活、适应各国国情的方式将使项目的技术内容与每个国家的监管和制度环境更好地契合。</li><li>4. 面对面会议，特别是与生产者群体和当地主体的首次接触，经证明比虚拟互动更有效。实地考察有助于建立信任、明确期望，并提供对生产者实际情况的更深入理解，这对设计切实可行且可信的干预措施至关重要。</li><li>5. 在地理标志注册阶段积极参与的生产者群体，在项目活动中更为积极也更愿意参与。他们还展现出将地理标志用作发展工具的更强动力。</li><li>6. 当项目活动与具体的商业机会挂钩时，生产者的响应更为积极。宣传活动、推广材料以及与买家的接触激发了更浓厚的兴趣和持续的参与，证实了务实、以市场为导向的干预措施能显著增强对集体管理举措的承诺。</li></ol>
<p><u>风险和缓解措施</u></p>	<p>以下是在项目实施过程中确定的风险。相应的缓解策略也已确定并得到实施。</p> <p><u>风险 1:</u> 一些当地生产者和生产者群体反对为实施原产地产品的集体质量制度而改变自己的生产和商业化做法。</p> <p><u>缓解 1:</u> 开展极具影响力的信息和提高认识活动，介绍使用地理标志和集体/证明商标及相关集体质量制度的比较优势。</p> <p><u>风险 2:</u> 生产者群体内部的可能冲突，可能延迟适当实施地理标志或集体/证明商标及相关质量制度的集体管理。</p>

	<p><u>缓解 2:</u> 发起行动使当地主管部门和当地生产者认识到组织性缺陷对形成集体举措的影响。</p> <p><u>风险 3:</u> 生产者群体建立地理标志集体管理制度的机构能力有限。</p> <p><u>缓解 3:</u> 提供适合选定生产者群体的量身定制的培训，增强其有效管理和实施集体管理机制的能力。</p> <p><u>风险 4:</u> 国家主管部门和联络点的变化，可能导致进展延迟并且需要调整正在开展的工作。</p> <p><u>缓解 4:</u> 建立有力的沟通渠道，并保持与主要利益攸关方的持续接触，以确保顺利过渡并将干扰降至最低。</p> <p><u>风险 5:</u> 可导致限制或中断，阻碍项目实施的自然灾害的可能性。</p> <p><u>缓解 5:</u> 与国家协调员协调，密切监控每个受益国的情况；在可行情况下，调整活动的实施模式（优先考虑虚拟会议，尽量减少差旅）。</p>
<u>项目实施率</u>	<p>截至 2025 年 12 月，与分配给非人事资源的总预算成比例的预算执行为：83%。</p> <p>更多详细信息参见本文件附件二。</p>
<u>以前的报告</u>	<p>第一份进展报告载于文件 <a href="#">CDIP/29/2</a> 附件九，第二份进展报告载于文件 <a href="#">CDIP/31/3</a> 附件六，第三份进展报告载于文件 <a href="#">CDIP/33/3</a> 附件四，以及第四份进展报告载于文件 <a href="#">CDIP/35/3</a> 附件三。</p>
<u>后续行动和传播</u>	<p>建议设立专门的产权组织项目网页，承载在该项目下制作的项目文件、国家研究和意识提升材料。</p> <p>该网页上线后将持续开放访问，并酌情更新。</p> <p>有关该项目的所有相关信息也将继续在<a href="#">发展议程项目及产出目录</a>中提供。</p>

## 项目自我审评

### 红绿灯系统（TLS）标识

****	***	**	无进展	不适用
全部实现	显著进展	一定进展	毫无进展	尚未评估/业已停止

项目产出 (预期成果)	成功完成的指标 (产出指标)	绩效数据	TLS
选定除巴西外的三个受益国	(根据项目文件中概述的选择标准) 选定三个受益国	全部实现: 除巴西外, 另外三个受益国也已选定, 即: 阿尔及利亚、巴基斯坦和乌干达。	****
任命国家协调员	任命国家协调员 (每个受益国一个)	全部实现: 已在所有受益国任命国家协调员。	****
国家层面的项目计划	国家层面的项目计划得到批准 (每个受益国一个)	全部实现: 国家层面的项目计划已在所有受益国得到批准。	****
信息活动	举办信息活动	全部实现: 已在所有受益国举办信息活动。	****
关于注册后挑战的研究	1. 在每个受益国开展关于注册后挑战的研究; 和 2. 产权组织项目管理团队和每个受益国的国家协调员确认关于注册后挑战的研究报告	全部实现: 国家研究已完成, 全球研究已在发展议程目录网站上发布。	****
选定地理标志或集体/证明商标	地理标志或集体/证明商标选定 (每个受益国一个)	全部实现: 每个受益国均已完成地理标志或集体/证明商标的选择。	****
战略、指南或培训材料	制作战略、指南或培训材料, 以加强对地理标志或集体证明商标的集体管理	全部实现: 已在所有受益国为选定地理标志制定行动计划。	****
关于农村和当地发展的讲习班和培训活动	为相关利益攸关方和促进农村和当地发展举措的当地主体开展讲习班和培训活动	全部实现: 已在所有受益国举办讲习班。	****

关于集体管理的讲习班和培训活动	为选定生产者群体开展关于原产地产品质量制度的集体管理和加强内部治理的讲习班和培训活动	全部实现：已在所有受益国举办讲习班。	****
控制和认证制度	1. 制定控制和认证制度	显著进展：已在所有国家制定控制计划。正在乌干达和巴西实施。	***
	2. 实施控制和认证制度		
品牌建设和商业化战略	1. 制定和实施品牌建设和商业化战略	显著进展：巴西、乌干达和阿尔及利亚已制定品牌建设与商业化战略。巴西和乌干达已开始实施。	***
	2. 实施品牌建设和商业化战略		
意识提升	1. 开展意识提升活动	全部实现：已在每个受益国开展意识提升活动，并制作相关材料。	****
	2. 制作意识提升材料		

[后接附件二]

## 通过知识产权增强小企业能力：制定在注册后阶段为地理标志或集体商标提供支持的战略

### 截至 2025 年 12 月底的资源利用情况

(单位：瑞郎)

费用类别	项目预算	支出 <sup>1</sup>	预算利用
人事资源	-	-	-
非人事资源	592,300	491,745	83%
<b>总计</b>	<b>592,300</b>	<b>491,745</b>	<b>83%</b>

<sup>1</sup> 不包括项目审评支出。

[附件二和文件完]