从《中欧地理标志协定》看品牌保护对双边贸易的影响

作者：王欣蕾

电话：010-58352887
邮箱：xhcj@xinhua.org

2020年是中欧建交45周年，《中欧地理标志协定》正式签订是标志性事件之一。《中欧地理标志协定》是近年来中国对外商签订的首个重大、全面、高水平的地理标志双边协定，是整顿商品流通市场的重要举措。对于保障区域品牌基本利益、平衡双边贸易具有重大作用。

编辑：范珊珊
审核：张　骐

官方网站：cnfic.com.cn
客服热线：400-6123115

目录

一、《中欧地理标志协定》保障区域品牌基本利益 3
二、《中欧地理标志协定》对平衡双边贸易具有重大作用 4
三、品牌保护对双边贸易的影响体现在四方面.....4

从《中欧地理标志协定》看品牌保护对双边贸易的影响

2020年是中欧建交45周年，《中欧地理标志协定》正式签订是标志性事件之一。《中欧地理标志协定》是近年来中国对外商签订的首个重大、全面、高水平的地理标志双边协定，是整顿商品流通市场的重要举措。对于保障区域品牌基本利益、平衡双边贸易具有重大作用。

一、《中欧地理标志协定》保障区域品牌基本利益

国家地理标志是产品出自原产地的身份象征，维护产品的声誉，签订地理标志协定是整顿市场的重大措施。如果产品没有纳入国家地理标志保护体系，那么其标签标识就存在不规范的现象，产品本身的属性、成分、含量、原产地等信息难以真实反映，消费者可能会被混淆视听，原产地商家蒙受信誉损失和经济损失。我国的国家地理标志由国家工商总局、国家质检总局、农业农村部三个部门审批，是打响区域品牌知名度和信誉度、提升产品附加值、提振消费信心，从而保障市场流通的关键措施。

以全国米业首个国家地理标志产品、被纳入《中欧地理标志协定》的盘锦大米为例，其原产地辽宁盘锦地处辽河三角洲核心地带，辽河水灌溉、黑土地滋养。由于河蟹和大米共同生长，原则上盘锦大米是不能打农药的，否则河蟹就活不了，这是盘锦大米绿色有机的根源。据不完全统计，2019年盘锦市稻谷加工厂177家，用于商品流通的盘锦大米每年也不过百万吨，市场供不应求。

《中欧地理标志协定》是近年来中国对外商签订的首个重大、全面、高水平的地理标志双边协定，其重要性体现在三方面：保护数量多、保护商品种类丰富、保护待遇高，中欧班列支撑稳定供应链。历时8年22轮谈判，《中欧地理标志协定》于9月14日正式签订，包括十四条款项和七个附录，规定了地理标志保护规则和地理标志互认清单等内容，该协议于2021年生效，之后双边贸易商品保护范围还将扩大。《中欧地理标志协定》是中欧双方在互信互认基础上的贸易突破，在国内营商环境不断优化、中欧班列货运物流稳步增长的当下，此项协定相当于中欧双方在货物贸易过程中对商品品质品牌的背书。

《中欧地理标志协定》纳入了550个地理标志（中欧双方各275个），涉及酒类、茶叶、农产品、食品、纸品、纺织品等，包括烟台苹果、郫县豆瓣酱、大埔蜜柚、安吉白茶、帕尔玛火腿、菲达奶酪、爱尔兰威士忌等。这是欧盟首次通过协定允许外国地理标志持有者使用其官方标志，纳入协定的地理标志产品能得到双方国家的法律保护，把控品质源头，利于市场开拓、品牌维护。此次协定是进一步深化中欧自由贸易、维护贸易公平的里程碑事件，是当下疏通外贸阻梗、打开商品销路的重大突破。随着中欧贸易的深化，中欧班列也有望打开双边贸易新局面。

《中欧地理标志协定》通过公司权利保护保障生产经营者的基本利益，并强化农产品地理起源和传统专业知识相关的独特特征，保障消费者的知情权。《中欧地理标志协定》规范的主要是中欧农产品流通，通过制度规范来保护农业生产者的尊严和声誉，提高双方农业技术的价值，有望为农业生产者打开增值空间，保护消费者的基本权利，从而加强中欧贸易联系。

二、《中欧地理标志协定》对平衡双边贸易具有重大作用

上半年中欧农产品贸易总值逆势增长，在疫情逐渐得到控制、防疫物资紧缺程度有所缓和的当下，农产品贸易打开新局面，此次地理标志协定可谓是中欧农产品贸易的曙光。

海关数据显示，上半年，中欧双边农产品贸易额达到143.9亿美元，较2019年上半年增长12.8%。其中，中国向欧盟出口农产品38.3亿美元，较2019年上半年下降14.9%；中国从欧盟进口农产品105.6亿美元，同比增长27.8%。欧盟内，中国农产品出口前五名分别是德国、荷兰、西班牙、意大利和法国，合计占据中国对欧盟农产品出口总值的74.4%；中国农产品进口前五名分别是法国、德国、荷兰、西班牙和丹麦，合计占据中国进口欧盟农产品总值的82.4%。

由此看出，中国从欧盟进口农产品的需求依然旺盛，但中国对欧盟出口农产品的情况却不太乐观。《中欧地理标志协定》对中国农产品品质提升和品牌保护起到重要作用，有望逐步平衡中欧农产品进出口。

中欧农产品贸易产品集中度较高，《中欧地理标志协定》保护商品种类丰富，有望提升欧盟对国产品牌的认知度，更多种类的农产品有望走向欧盟市场。从具体的产品来看，上半年，中国对欧盟出口的前五大农产品分别是鱼类、蔬菜、肠衣、坚果、食用籽油，出口额合计16.8亿美元，占据中国向欧盟出口农产品总值的43.9%；中国从欧盟进口的前五大农产品分别是生猪产品、乳品、酒精及酒类、小麦产品和麻类产品，进口额合计82.8亿美元，占据中国从欧盟进口农产品进口总值的78.5%。

《中欧地理标志协定》纳入了550个地理标志（中欧双方各275个），涉及酒类、茶叶、农产品、食品等商品，保护种类创新高。国内各地已纳入国家地理标志体系的新鲜水果、调味品也能走向欧盟市场，此项协定对于帮助国内区域地理品牌拓展欧盟市场起到重要作用。

三、品牌保护对双边贸易的影响体现在四方面

国际层面来看，《中欧地理标志协定》有利于维护中欧双方在国际贸易中的形象。该协定是中国对外商签订的第一个全面的、高水平的地理标志双边协定，是加强双边经贸联系的里程碑式政

策文件。不同于直接采购协议，《中欧地理标志协定》有助于提升双方消费者的认知度和接纳度，在扩大贸易总量的同时，从品质源头和品牌保护的角度维护中欧商品的美誉度和正常的市场流通秩序，从而维护中欧双方在国际贸易中的地位。

国家层面来看，《中欧地理标志协定》保护商品数量多、保护商品种类丰富、保护待遇高，加快疏通中国外贸阻梗，在“双循环”战略背景下意义不凡。《在疫情阴霾逐渐退散、国家提出“双循环”战略的综合背景下，该协定落地标志着外贸的“拨云见日”。《中欧地理标志协定》的高规格、保护范围的全面性、保护力度之大、保护待遇之高都预示着中欧贸易将迎来新局面。一方面解决信息不对称，满足国内消费者对欧盟商品的需求，不是狭义的高端商品，保护范围将再次扩大。另一方面将国内区域地理标志商品推向欧盟市场。目前欧盟对华进口农产品集中度偏高，某种程度上代表着欧盟消费者对国内商品的需求单一、固有印象或认知不足。《中欧地理标志协定》将于2021年正式生效，届时或将迎来中国商品“走出去”热潮。

市场层面来看，《中欧地理标志协定》本质就是双方对国家地理标志商品的共同保护，是杜绝“黑色经济”、维护市场秩序的顶层措施。长久以来，商品流通的难题之一就是假冒伪劣盛行扰乱市场秩序，破坏供应链，受损的是链条上所有的市场参与者，最终伤害的是整个社会民生。《中欧地理标志协定》体现出中欧双方整顿商品流通市场的长期持续努力，纳入协定的商品在双方市场均受法律保护。商品信息变得更透明，打击假冒伪劣形成的“黑色经济”，该协定是促进境内外商品流通市场健康发展的积极措施。

企业层面来看，《中欧地理标志协定》有助于增强品牌生命力，打开欧盟市场，维护生产经营者的正当利益。《中欧地理标志协定》保护的是产业链、供应链中所有的参与者。以该协定保护面最广的农产品为例，农户、农业合作社、农产品加工企业、经销商、超市、消费者、当地政府均受益于协定对商品的品牌保护。当商品进入对方市场，有国家地理标志的商品相较于其他商品而言多了一层制度保护，是让消费者消除后顾之忧的保障，同时保障生产经营者的利益。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。