

WIPO



CDIP/5/5

原文：英文

日期：2010年3月2日

世 界 知 识 产 权 组 织  
日 内 瓦

## 发展与知识产权委员会 (CDIP)

### 第五次会议

2010年4月26日至30日，日内瓦

面向发展中国家和最不发达国家(LDCs)企业发展的

知识产权与产品品牌项目

*由秘书处编拟*

1. 在2009年11月16日至20日举行的发展与知识产权委员会(CDIP)第四届会议上，讨论了大韩民国关于“援助最不发达国家(LDCs)农民和生产者对其产品获取品牌的计划”的文件 CDIP/4/12。委员会在讨论该文件时请秘书处就所述提案编拟一份项目文件，并考虑各代表团就此提出的意见(参见主席总结的第9段)。

2. 为此，已编制一份关于“面向发展中国家和最不发达国家(LDCs)企业发展的知识产权与产品品牌”项目并作为本文件的附件。

3. 该项目的费用概算总计为 885,000 瑞郎，其中的 660,000 瑞郎系非人事费用，225,000 瑞郎为人事费用，涉及将投入到项目落实工作的 WIPO 现有工作人员的费用。

4. 请 CDIP 审议和批准本文件的附件。

[后接附件]

## 附件

发展议程建议：4 和 10

## 项目文件

<b>1. 提 要</b>	
<u>项目代码:</u>	DA_4_10_01
<u>项目标题:</u>	面向发展中国家和最不发达国家(LDCs)企业的知识产权与产品品牌
<u>发展议程建议:</u>	<p>建议 4: 尤其重视中小企业以及从事科研和文化产业工作的各机构的需求, 并根据成员国的请求, 帮助其制订知识产权领域的适当国家战略。</p> <p>建议 10: 帮助成员国通过进一步发展基础设施及其他设施, 发展并提高国家知识产权机构的能力, 争取提高国家知识产权机构的效率, 并促进知识产权保护与公共利益之间实行公平的平衡。此项技术援助亦应延及处理知识产权事务的分区域和区域组织。</p>
<u>项目预算:</u>	<p>非人事费用: 660,000 瑞郎</p> <p>人事费用: 225,000 瑞郎</p>
<u>项目期限:</u>	36 个月
<u>所涉的WIPO重要部门以及所关联的WIPO计划:</u>	<p>合作促进发展(CFD)部门和商标、工业品外观设计和地理标志部门</p> <p>关联的 WIPO 计划: 2、4、8、9、30</p>
<u>项目简介:</u>	<p>本项目主要旨在为中小型企业(SMEs), 特别是发展中国家和最不发达国家(LDCs)当地农民和生产者行业协会组建的中小企业提供支助, 帮助他们制订并实施在打造产品品牌中适当使用知识产权的战略。在这方面, 本项目将协助促进当地社区的发展, 并提高社区和机构能力; 重点放在推广和战略性使用知识产权, 特别是推广和战略性使用地理标志与商标。</p> <p>本项目系根据大韩民国在第三届 CDIP 会议上提出的一项提案(文件 CDIP/3/7), 并在第四届 CDIP 会议上作为第一阶段的工作批准</p>

	<p>了这一项目，本项目文件涉及了原始提案中的所有要素，但文件说明了对实现预期成果的更为严谨的监测结构。</p> <p>打造品牌是提高产品销售能力最强有力的工具之一。不过，发展中国家——特别是最不发达国家的农民和生产者，往往没有为其产品取得品牌的能力。适当使用知识产权，特别是使用地理标志和商标，可以有助于提高其产品的附加值，增加出口收益并实现脱贫。更重要的是，传统生产方法，辅以创新程序和地方社区的承诺，就能有助于建立社会、经济和环境发展的崭新标准。机构有效使用知识产权的能力、适宜的基础设施和设备，也将发展成为本项目的组成部分。</p> <p>通过为地方企业的发展提供实用工具，本项目诠释了发展议程的精神，为在国家发展优先考虑事项框架内的 <b>WIPO</b> 合作活动指明了方向。</p>
<b>2. 项目介绍</b>	
2.1. 关于议题/关注问题的介绍	
<p>因其与原产地和生产方法相关的特点而打造了独特产品质量的世界各地的产品，日益享有崇高的声誉并得到了国际上的承认。这些产品的开发和商业化得益于对知识产权的战略性应用，其中包括地理标志、商标、证明商标和集体商标。使用地理标志、商标和公平贸易标签打造品牌的适宜战略提升了产品价值，有助于提高产品的市场需求并增加生产厂家的经济回报。由于这一战略可为组成战略性销售联盟的一大批生产者或农民创造利益，所以此种战略可以成为地方/农村发展的关键特征。为帮助当地社区以及特别是农民和生产者的中小型企业设计并实施一项成功的品牌战略，本项目将包括以下三个主要组成部分。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. <u>研究与知识产权战略发展</u>：这一阶段的工作将先从产品或产品集群的策划和识别入手，产品的独到之处是与某一特定社区或地区相联系的；在这一地域内生产者已经组成协会，或有意组成一个打造其产品品牌并使之实现商业化的联盟。 (1) 针对每一种确定的产品，本项目接下来将帮助当地社区及其中小企业制订并实施一项品牌战略。战略重点要放在知识产权的利用方面，特别是地理标志、商标和显著标志以及其他证明商标的任择方案，即，公平贸易标签或有机产品标签。战略将说明拟采取的行动以及在每种情况下所要使用的工具，以期发展产品的多样性，对其进行保护并实现产品的商业化。</li><li>b. <u>能力建设</u>：本阶段将包括一系列培训计划，面向生产者和农民协会，以及政府官员和知识产权局的工作人员，侧重于技术性的知识产权问题、打造品牌和实</li></ul>	

现商业化的任择方案以及提高广泛利益攸关者的认识。

- c. **提高认识**：这一阶段将在本项目执行期间举行一次有关“通过产品品牌促进企业发展” (2) 主题的会议，旨在展示拟载入文件的各种经验与战略方法。决策者、当地社区、非政府组织和政府间组织的代表，将参加此次会议的讨论，会议还将作为一个论坛，为当地社区的利益介绍用于打造产品品牌的方法。
- (1) 在本项目框架内，将在已存在保护地理标志和显著标志法律框架的国家内查明地区和产品。
- (2) 召集有关这一议题会议的提案载于大韩民国在第三届 CDIP 会议上提交的原始提案中，并在第四届 CDPI 会议期间被批准作为第一阶段的工作。但在本项目文件中，此次会议定于在项目周期结束时举行，因为这样安排可在实际执行项目之后，更加有效地把此次会议作为分享项目执行经验、教训的论坛。

## 2.2. 目 标

为处理发展议程建议 4 和 10，本项目旨在实现以下目标：

- 借助发展生产者/农民协会、中小型企业 and 公共机构战略联盟推动当地社区的企业发展，通过战略性使用知识产权打造产品品牌。
- 提高包括知识产权局在内的国家机构能力，有效处理商标和地理标志的注册与审查程序。
- 在可持续发展优先考虑事项的框架内，提高有关产品品牌对当地社区和地方中小企业的企业发展影响的认识。

## 2.3. 完成战略

将在三个国家执行本项目，每一个国家位于不同地区，旨在每一国家内为两种产品开发打造独特的产品品牌。在可能的情况下，项目将审议把国家经验推广到分地区一级的实用的任择方案。将根据下述标准选择上述国家：已存在保护地理标志和显著标志的法律框架；对当地社区发展提供政治支持并作出承诺；已经具备针对当地农民与生产者协会的机制；具有鲜明特点和通过知识产权或打造品牌进行保护的潜力的特定产品或产品集群。

本项目三方面的要素(参见上文第 2.1 部分)，将对有效性和可持续性具有相辅相成的作用。具体而言，为实现以上项目目标将进行下述各项任务和活动：

- a. 将通过研究并借助为选定的产品发展适宜品牌战略的方式实现企业发展目标。在与相关主管机构和当地社区密切协商的条件下，研究工作将能够在每个国家至少查明两种因其独特品质而具有强势品牌潜力的产品，并在发展品牌战略方面得到当地生产者/农民协会以及地方有关机构的大力支持。在这种情况下，将会根据关键要素发展这种

品牌战略，这些要素即：原产地/生产的具体特点和要求、生产者集团的组织、已生效的法律与规范框架、国内和/或出口的市场潜力。

- b. 将通过一系列面向当地社区，生产者、农民和中小企业协会，知识产权局以及政府主管机构的讲习班和研讨会，来实现能力建设目标，目的是为了提高他们对知识产权制度的了解以及有效使用知识产权的能力，从而打造产品品牌并在市场上一显身手。
- c. 整理收集在本项目执行期间取得的各种经验，并在有志于通过打造产品品牌支持当地发展的利益攸关者会议上分享这些经验，通过这些方法可以实现提高认识的目标。

国际和当地专家将作为顾问，在合作促进发展部门的协调下参与完成战略的工作。本项目将仰仗各国对口政府主管机构的支持，包括国家知识产权局的支持。

### 3. 审查与评价

#### 3.1. 项目审查时间安排

如上文 2.1 项下所述，本项目的每一个阶段都将始终对进展情况进行监测。具体而言，在第一年期间，预计执行本项目的阶段(a)，在第二年，将开始执行阶段(b)，并在第三年期间将继续进行这一阶段的工作并执行阶段(c)。上述会议的召开将成为第三年执行工作的高潮。

#### 3.2. 项目自我审评

*[除进行项目自我审评外，还将对某些项目进行独立审评]*

项目成果	圆满完成的指标(成果指标)
<p>当地生产者/农民社区与相关主管机构就选定产品品牌的可能性达成协议</p> <p>依据拟议的指南，就产品品牌的战略选择与程序开始磋商进程</p> <p>提高认识、能力并加强基础设施，以使战略性利用知识产权和其他产品品牌的营销任择方案成为可能</p> <p>召集一次关于“通过产品品牌支持当</p>	<p>在三个国家中，每个国家查明两种具有独特品质和巨大品牌潜力的产品</p> <p>在每个国家编制供中小企业、当地社区和生产者/农民协会用于设计和使用产品品牌的书面指南；与利益攸关者进行磋商</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 制定知识产权的使用、行政执法和管理程序与规则(地理标志和商标)；</li> <li>- 为产品质量证明与管理制定标准和程序。</li> </ul> <p>针对每一查明的产品，举行一系列有关产品品牌的能力建设讲习班，参与人群涉及当地社区、知识产权局和其他相关主管机构</p> <p>编制案例研究报告并在会议上介绍这些研究成果，在会议文件中公布项目经验</p>

<p>地社区发展”的专题会议以分享经验与教训</p>	
<p>项目目标</p>	<p>圆满实现项目目标的指标(成果指标)</p>
<p>帮助发展中国家和最不发达国家的中小型企业、农民与生产者协会通过战略性地利用知识产权打造产品品牌，为地方企业发展作出贡献。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 促进生产者/农民、中小型企业(SMEs)和公共机构通过使用知识产权打造产品品牌建立战略联盟</li> <li>- 对当地社区、非政府组织和包括知识产权局在内的国家机构的代表进行培训，以有效处理与商标和地理标志注册和审查相关的程序</li> </ul>	<p>为评价集体品牌战略以及采取的行动对地方资源与可持续性的影响而建立监测和控制系统；这一系统可以对采取该战略前、后的成果进行比较，并可在产生负面影响的情况下使用改正负面影响的机制。</p> <p>建立的协调架构和采取的积极举措，保证了产品质量、营销和推广；建立的系统显示出品牌战略提高了效益并降低了成本。</p> <p>在知识产权保护和打造品牌的适宜法律工具方面接受培训的当地社区、知识产权局和政府机构人员的数目；</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 对知识产权局工作人员进行地理标志注册程序方面的培训；</li> <li>- 在有关选定的产品方面，提交了 6 项商标和/地理标志申请</li> </ul>



## 5. 预 算

### 5.1. 2010/2011 两年期项目预算

	2010 年 [0030 /09.1]	2011 年 [0030 /09.1]	[计划/预算 单位]	[计划/预算 单位]	
<b>差旅和研究金</b>					
工作人员出差	15,000	40,000			
第三方差旅		80,000			
研究金					
<b>订约承办事务</b>					
会议		10,000			
专家酬金		5,000			
出版					
其他(SSA)	105,000	285,000			
<b>设备和用品</b>					
设备					
用品与材料					
总 计	120,000	420,000	-	-	540,000

### 5.2. 2012/2013 两年期后的项目预算

	2012 年计划/ 预算单位	[计划/预算 单位]	[计划/预算单 位]	[计划/预算单 位]	
<b>差旅和研究金</b>					
工作人员出差					
第三方差旅	48,000				
研究金					
<b>订约承办事务</b>					
会议	7,000				
专家酬金	5,000				
出版	10,000				
其他(SSA)	50,000				
<b>设备和用品</b>					
设备					
用品与材料					
总 计	120,000	-	-	-	120,000

[附件和文件完]