

# 国内外地理标志研究框架及关键科学问题

董丽江\*, 杜奇辉, 张博文, 骆曼, 林锦屏#

云南大学地球科学学院, 云南 昆明

收稿日期: 2023年12月22日; 录用日期: 2024年3月13日; 发布日期: 2024年3月21日

## 摘要

在地理标志保护上, 国内外建立了不同的地理标志保护体系, 国内分为地理标志证明商标、地理标志保护产品(PGI)、农产品地理标志(AGI)三个保护体系, 欧盟也有三个地理标志(GI)类别: 受保护的原产地名称(PDO)、受保护的地理标志(PGI)、葡萄酒的地理标志保护。在地理标志申报热潮的影响下, 国内外学者对地理标志及相关的法律保护进行了大量研究。通过文献计量分析发现, 国外集中研究受保护的原产地名称和地理标志的质量、影响、产权问题, 国内聚焦农产品地理标志和地理标志法律、品牌建设、产权问题的研究。本文基于国内外对地理标志的研究, 梳理与总结出地理标志的研究框架和关键科学问题, 提出研究展望, 为后续地理标志研究提供研究基础, 拓展学者的研究思路。

## 关键词

地理标志, 研究框架, 关键科学问题, 国内外, 文献计量分析

# Research Framework and Key Scientific Issues of Geographical Indication at Home and Abroad

Lijiang Dong\*, Qihui Du, Bowen Zhang, Man Luo, Jinping Lin#

School of Earth Sciences, Yunnan University, Kunming Yunnan

Received: Dec. 22<sup>nd</sup>, 2023; accepted: Mar. 13<sup>th</sup>, 2024; published: Mar. 21<sup>st</sup>, 2024

## Abstract

In terms of geographical indication protection, different geographical indication protection systems have been established at home and abroad. The domestic geographical indication protection system is divided into three parts: certification trademark of geographical indication, Protected Geographi-

\*第一作者。

#通讯作者。

cal Indication (PGI) and Agricultural Product Geographical Indication (AGI). The EU also has three Geographical Indication (GI) categories: Protected Designation of Origin (PDO), Protected Geographical Indication (PGI), and geographical indication protection of wine. Under the influence of the upsurge in the declaration of geographical indication, scholars at home and abroad have done a lot of research on geographical indication and related legal protection. Through bibliometric analysis, it is found that foreign countries focus on the quality, influence and property rights of protected designation of origin and geographical indication, while domestic focuses on geographical indication of agricultural products and geographical indication law, brand construction and property rights. Based on the research on geographical indication at home and abroad, this study combed and summarized the research framework and key scientific issues of geographical indication research, put forward research prospects, provided a research basis for the follow-up research on geographical indication, and expanded the research ideas of scholars.

## Keywords

Geographical Indication, Research Framework, Key Scientific Issues, At Home and Abroad, Bibliometric Analysis

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

地理标志是指来源于某地区的商品，其特定质量、信誉或者其他特征主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的地方标志[1]。保护葡萄酒和烈酒是地理标志设置的初始目的，后来为了保护消费者和生产者的利益，使其利益免受侵犯，逐渐扩大到家禽、奶酪等农产品方面。范围也不再局限于某一地区，扩散至国家甚至全球。随着商业活动的活跃，各国纷纷制定了自己的知识产权法律，地理标志得到了更严格的法律保护[2]。地理标志受国家法律保护，能有效遏制假冒仿冒行为，保护生产者利益[3]；地理标志商标注册地的居民可以共享地理标志的知识产权价值，有利于当地居民增收，促进区域产业集群发展，增强区域产品市场竞争力，推动地方产业提质升级[4]；同时，地理标志产品的宣传更具有深度和广度，是消费者选择商品时考虑的重要因素，鲜明的地域特征，更严格的产前、产中和产后保障，符合消费者多样化、个性化、品质化的消费需求。因此，关于地理标志的研究众多，梳理相关研究文献，对地理标志的发展极具重要意义。本文以国内外有关地理标志的文献为研究对象，借助计量分析方法，总结了国内外主要研究内容、研究框架以及关键科学问题，为后续地理标志研究提供研究基础和思路参考。

## 2. 地理标志研究脉络分析

### 2.1. 研究方法与数据来源

为了厘清地理标志的主要研究内容、研究框架和关键科学问题，本文采用 CiteSpace 软件对国内外地理标志的研究进行了可视化分析。外文文献数据来源于科学引文索引(Web of Science)数据库平台，以“Web of Science 核心合集”为文献检索数据库，语种限定为“所有语言”，检索时间范围为“所有年份”（截止到 2022 年 12 月 31 日），以“Geographical Indication”为主题检索词对外文文献进行检索，共获得外文文献 2084 篇(图 1)。中文文献来源于中国知网中文期刊全文数据库，选择“主题”检索项，期刊来源类型限定为 SCI、EI、北大核心、CSSCI、CSCD 和 AMI，检索词为“地理标志”，剔除无关文献后共检索到中文文献 910 篇，以“地理标志”为检索词，共获取到“硕博论文”1046 篇，共采集国内地理标

志研究相关文献 1956 篇(图 1)。

## 2.2. 文献可视化分析

### 2.2.1. 发文时段统计

根据年度载文量分布可知(图 1), 国内外地理标志研究始于 20 世纪 90 年代, 21 世纪初期发文数增幅变大。国外总体处于递增状态, 2021 年达到最高 152 篇; 国内增幅有一定波动, 2010~2014 年期刊论文发文量较多, 占总发文量的 32%。

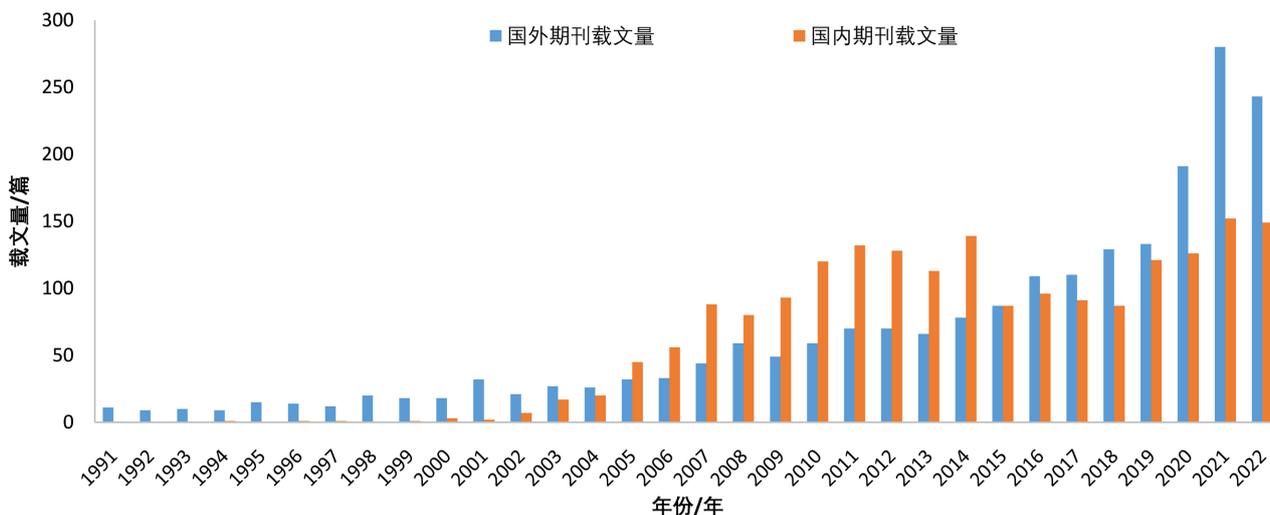


Figure 1. Annual publication volume of geographical indication research at home and abroad

图 1. 国内外地理标志研究年度载文量

### 2.2.2. 载文期刊统计

在国内外来源期刊分布上(表 1), 归纳得到国外刊发量居首位的期刊是 *British Food Journal* (32 篇), 其次是 *Sustainability* (31 篇)和 *Food Chemistry* (24 篇); 国内刊发量最多的期刊为《安徽农业科学》(29 篇), 其次是《世界农业》(25 篇)和《知识产权》(23 篇)。总结发现, 国内外来源期刊主要是农业、法律、食品类期刊, 说明国内外学者更注重农产品地理标志和地理标志的法律问题等的研究。

Table 1. Statistics of the top ten source journals of geographical indication at home and abroad

表 1. 国内外地理标志前十来源期刊统计

国外期刊名称	载文量	国内期刊名称	载文量
British Food Journal	32	安徽农业科学	29
Sustainability	31	世界农业	25
Food Chemistry	24	知识产权	23
Journal of World Intellectual Property	19	湖北社会科学	23
Foods	17	酿酒科技	22
IIC-International Review of Intellectual Property and competition Law	16	农业经济	19
Journal of Intellectual Property Law & Practice	14	中国蔬菜	17
Journal of the Science of Food and Agriculture	11	电子知识产权	16
Food Control	11	北方园艺	13
Queen Mary Journal of Intellectual Property	10	食品科技	13

### 2.3. 文献计量分析

论文关键词是文章核心内容的体现,选取 2084 篇外文文献与 1956 篇中文文献关键词作为研究对象,运用 CiteSpace 软件对其进行高频词统计分析,得出国内外排前 30 位的高频词(表 2)。

**Table 2.** Statistics of high-frequency keywords and word frequency of geographical indication at home and abroad  
**表 2.** 国内外地理标志高频关键词及词频统计

序号	外文高频词	词频	中文高频词	词频
1	Quality	110	知识产权	306
2	Origin	64	农产品	148
3	Food	49	法律保护	118
4	Terroir	46	保护	93
5	Product	39	商标	74
6	Rural development	34	品牌建设	68
7	Protection	29	品牌	59
8	Geographical origin	27	对策	57
9	Classification	24	区域品牌	51
10	Olive oil	21	传统知识	49

论文关键词出现的频次可较好地反映该领域的研究重点与焦点。运用 CiteSpace 软件进行论文关键词共现分析,得出国内外地理标志关键词共现图谱(图 2)。通过绘制高频关键词共现网络图,结合高频词统计(表 2),发现国外文献高频关键词“Quality”、“Origin”、“Food”、“Terroir”、“Rural development”、“Protection”等居于网络中心,是国外学者关注的焦点(图 2 左);中文高频关键词“知识产权”、“农产品”、“法律保护”、“商标”、“居民”、“品牌建设”等居于网络中心,是国内学者关注的焦点(图 2 右)。借助于高频关键词共现网络分析,对比国内外地理研究的相同点和不同点发现,国内外研究均集中在地理标志的发展现状、产权问题等方面,但也有不同,国外研究也关注地理标志原产地、地理标志的影响研究,国内则注重地理标志的品牌建设、商标的研究。



**Figure 2.** Co-occurrence network map of high-frequency keywords of geographical indication at home (right) and abroad (left)

**图 2.** 国内(右)、国外(左)地理标志高频关键词共现网络图谱

### 2.3.1. 国外主要研究内容

#### 1) 地理标志的质量研究

地理标志(GI)具有凭证属性,用于区分特定地区的产品质量。起源于法国的欧洲葡萄酒法律,旨在保护优良葡萄酒的品质和产地。为研究地理标志申请成功是否能提高生产质量,Lopez-Bayon 等做了调查,结果表明,GI 类别(即受保护的地理标志)葡萄酒厂与葡萄酒质量呈倒 U 形关系。

#### 2) 受保护的原产地名称研究

三个 GI 类别:受保护的原产地名称(PDO)、受保护的地理标志(PGI)、葡萄酒的地理标志保护构成了欧盟(EU)优质食品的核心。欧盟地理标志保护制度源于 20 世纪的法国,起初主要是在葡萄酒和烈酒领域实行保护[5]。消费者往往高度重视食品的质量、真实性、道德标准、原产国和可持续生产,因此,关于受保护的原产地名称(PDO)和受保护的地理标志(PGI)产品的研究越来越多,研究的对象集中在“橄榄油和品种”、“奶酪和化学含量”、葡萄酒和类型区分上。

#### 3) 地理标志的影响研究

地理标志能使具有地域属性的产品和服务增值,影响当地的经济和社会发展。突出表现在对农村发展产生积极影响,能提高产品附加价值,为生产者带来好处,增加农户的福祉。地理标志对维持农业发展也会产生积极影响,地理标志产品价格上涨,促进农民继续耕种,从而维持农村社区的农户数量和耕地面积。

#### 4) 地理标志的产权问题研究

地理标志是世界贸易组织在 TRIPs 协议中提出的,要求各缔约国给予的一种独立的知识产权,是知识产权中最具争议的范畴之一[6],地理标志也是公共权利[7]。由于理论基础尚不完善,与 GI 保护相关的理论问题备受争议。同时,旧世界和新世界的国家在这个问题上存在分歧[8]。地理标志的产权问题伴随着地理标志概念的产生和发展全过程,因而一直是国外学者研究的热点问题。

### 2.3.2. 国内主要研究内容

#### 1) 农产品地理标志研究

从国内地理标志申请与授予情况看,地理标志的保护范围主要涉及农产品及其制成品,农产品地理标志是国内学者研究的主要对象之一,国内学者主要围绕农产品地理标志的商标保护、保护模式[9] [10]、价格以及影响[11] [12]进行探索。

#### 2) 地理标志知识产权问题研究

地理标志是现代知识产权制度的重要组成部分,是 TRIPs 协定所确定的七大类知识产权之一。国内对地理标志产权问题的研究集中在分析各国地理标志知识产权保护的现状和存在的问题。如广东茶叶[13]、咸宁特产[14]、中国脐橙[15]、湖北省道地药材[16]等地理标志知识产权保护的现状受到重点关注;部分学者则通过调研地理标志产品,分析其知识产权保护存在的问题和困境[17]。

#### 3) 地理标志法律问题研究

经过几十年的发展,中国建立了集体商标、证明商标保护地理标志的法律体系,但我国地理标志的法律保护还面临一系列的困境和难题。比如地理标志法律概念及保护条件不一致,地理标志授权确权制度不完善,地理标志侵权救济制度也还不完善等[18]。在这个过程中,各个时期、各个地方、各种地理标志的法律问题一直受到国内学者的重点关注[1]。

#### 4) 地理标志品牌建设研究

地理标志作为区域品牌,本身具有很强的组织功能,能实现地区生产经营的产业化和规模化。近些年,国内学者围绕地理标志品牌价值评价、品牌营销策略、各地品牌建设路径等做了大量研究,地理标志品牌竞争力、品牌管理、品牌影响力也受到学者关注。各地应建立本地特色地理标志品牌,增加当地地理标志附加值,助推当地经济发展。

### 3. 研究框架

地理标志研究框架如下图 3 所示。

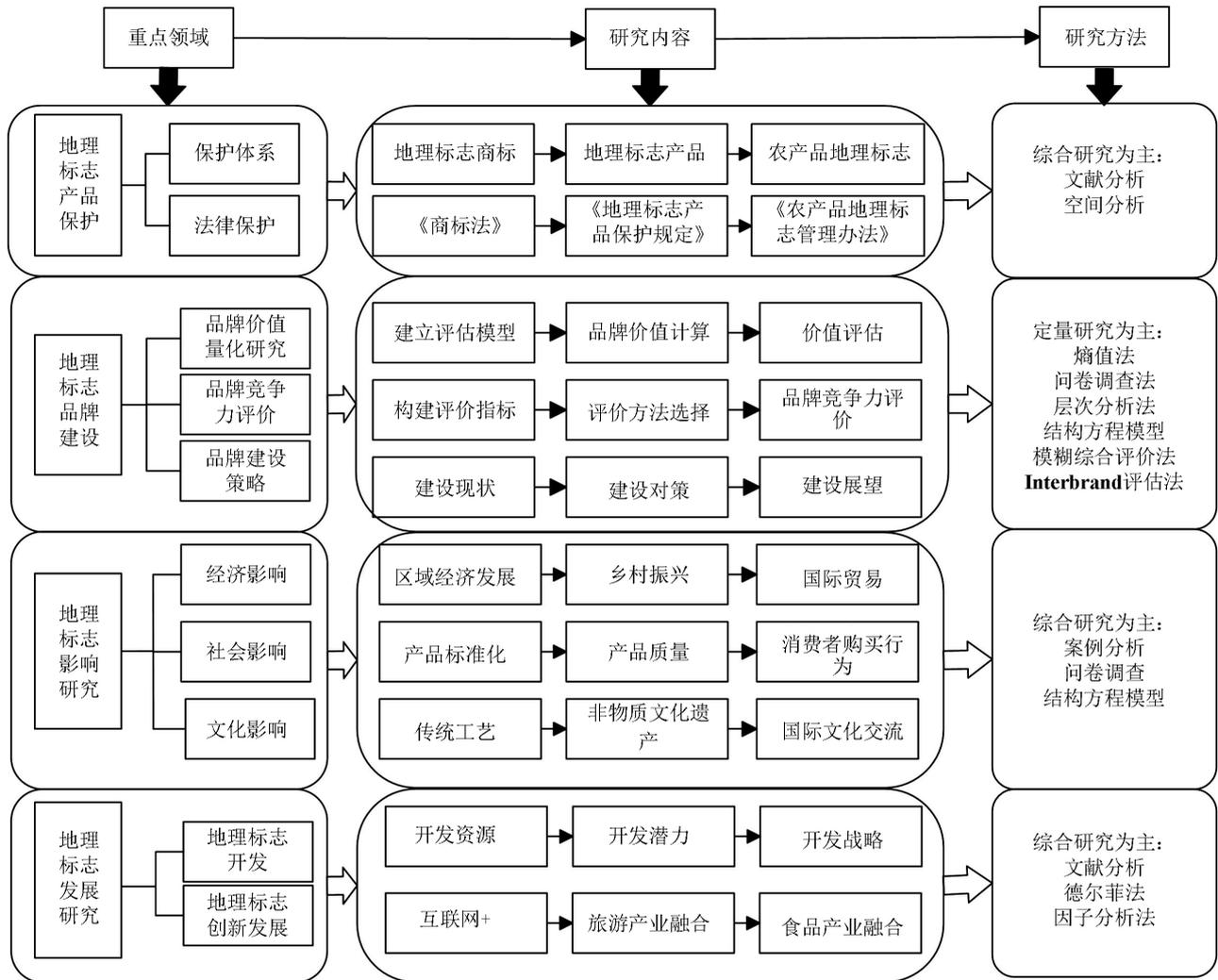


Figure 3. Research framework of geographical indication

图 3. 地理标志研究框架

#### 3.1. 地理标志保护研究

我国地理标志保护有三个体系：地理标志商标、地理标志产品和农产品地理标志，《商标法》《地理标志产品保护规定》和《农产品地理标志管理办法》分别对三个体系进行法律保护，因此国内的研究主要围绕这三大体系和对应的法律法规进行展开，主要研究内容为三大体系概念的解释、对应法律保护的特点、各地地理标志的保护现状、存在问题、解决对策，以及国际地理标志法律保护制度、保护模式与国内的异同，进而提出地理标志保护需完善之处。

#### 3.2. 地理标志品牌建设研究

地理标志作为区域品牌，蕴含着地方特色文化，通过挖掘地理标志品牌内涵、宣传品牌文化提高地理标志品牌影响力，推动地方地理标志品牌可持续发展。通过建立量化评价模型，计算品牌价值以及预

期收益和品牌强度对地理标志品牌进行量化评价。基于地理标志品牌价值评价,建立地理标志品牌竞争力评价模型,对地方品牌竞争力进行量化评估,在此基础上,分析地方地理标志品牌建设的现状、存在的问题,提出建设性意见,提高地方地理标志品牌的知名度。

### 3.3. 地理标志影响研究

地理标志这一标签能给地方带来经济、社会、文化等方面的影响,在经济方面,显著影响地方产业发展,促进地方产业转型升级,形成产业集聚,推动区域经济发展,最明显的是推动农村发展,进而助推乡村振兴进程。在社会影响方面,地理标志对产品的品质和质量有较高要求,要求产业生产标准化,高质量的产品符合现代消费者对绿色、健康食品的需求,会影响消费者的购买意愿和购买行为。在文化影响方面,地理标志蕴含丰富的地方特色文化,在宣传和营销过程中可继承、发扬、传播地方传统工艺和非物质文化遗产,同时也促进国际文化交流。

### 3.4. 地理标志发展研究

围绕地理标志的发展,国内学者主要以开发地理标志资源和创新发展为主,地理标志资源开发首先要明确地理标志资源的丰富性、独特性等,其次对其开发潜力进行评价,在评价的基础上制定地理标志开发战略。在创新地理标志发展方面,国内学者主要对地理标志与食品、旅游产业融合、高质量发展进行了研究。

## 4. 关键科学问题

### 4.1. 地理标志申报和保护过程中政府作用的研究

近年来,地理标志保护开发引起了学界研究热潮,但我国现有地理标志农产品的讨论研究多集中在法律保护、品牌建设等方面,对地理标志保护申报和开发过程中地方政府的作用研究则较少涉及,微观层面如镇村级别的讨论更加匮乏。事实上,地方政府在地理标志申请过程中的地位十分重要,2005年7月1日起实施的质检总局《地理标志产品保护规定》中规定,地理标志申请主体,由当地县级以上人民政府制定的地理标志产品保护申请机构或人民政府认定的协会和企业,因此地方政府行为直接影响地方地理标志申报的数量,同时也对后续地理标志的保护工作发挥重要作用。

### 4.2. 地理标志可持续发展研究

成功的地理标志可以保护传统食品、环境和生物多样性,从而能够防止生产外迁,创造就业机会,促进当地发展,还有助于建立安全、多样化、健康的饮食体系。目前,我国的地理标志注册工作取得了很大成绩,但在使用中还存在重注册轻管理、部分产品市场混乱、消费者认知不足等问题,不利于促进地理标志的可持续发展。OriGIn是一个总部设在日内瓦的非政府组织,代表来自40个国家的约500个生产者协会和其他与地理标志相关的机构。如今,OriGIn正与粮农组织合作,根据粮农组织的粮食和农业系统可持续性评估框架(SAFA)和可持续发展目标,提供具体的支持和工具,帮助地理标志生产者解决可持续性问题的。OriGIn董事总经理Massimo Vittori也提到地理标志在应对当今的可持续性挑战方面具有战略地位,这并不意味着地理标志就其定义而言是可持续的,而是生产者在其地域内相互协调来保护和推广其产品及当地资源的方式是可持续发展道路的基础。地理标志可持续发展战略的目的是提高生产者的意识和能力,以确定可持续发展优先事项并制定持续改进的战略。因此,如何加强地理标志使用管理,促进其可持续发展,是我们面临的一个重要课题,但国内外系统探讨地理标志可持续发展的研究匮乏,是未来需要加强研究的一个方面。

### 4.3. 地理标志顾客感知价值研究

顾客感知价值是顾客在感知到产品或服务的利益之后，减去其在获取产品或服务时所付出的成本，从而得出的对产品或服务效用的主观评价。体现顾客对产品或服务所具有的价值特定认知，从而区别于一般意义上的产品或服务的客观价值。近年来，学术界有相当一部分学者开始证明顾客感知价值已逐渐被认为是提高企业竞争优势的新来源和企业经济效益持续增长的引擎，但在地理标志的顾客感知价值研究上还较匮乏，根据有关文献资料显示，在对顾客感知价值进行研究的时候很少基于农产品角度展开研究，尤其是对于地理标志农产品，现有的研究都是针对无公害食品、绿色食品、有机食品等。因此，地理标志的顾客感知价值是未来需要加强研究的一个方面，因顾客感知价值影响消费者的重购意愿，地理标志的感知价值与重购意愿研究也应该提上议事日程。

### 4.4. 地理标志旅游价值及旅游开发研究

地理标志是一种重要的旅游资源，具有巨大的开发潜力，但国内学者集中探究地理标志的经济和社会价值，地理标志旅游价值少见；国外部分学者将地理标志产品作为美食旅游资源进行研究，但地理标志产品的种类除了农产品，还有手工艺品等，可作为旅游资源进行旅游商品开发。因此，在未来研究中应加强地理标志旅游价值研究，拓宽地理标志产品旅游资源开发种类研究，为地方旅游开发提供借鉴价值，既促进地理标志产品的保护，又可助推地方经济的发展。

## 5. 结论与展望

### 5.1. 结论

国外学者对地理标志产品的研究集中在地理标志产品的保护现状、影响、产权问题等方面，同时地理标志产品的原产地、管理、质量等问题也受到关注。我国学者主要从研究国外地理标志保护制度[19]、剖析我国法律保护存在的问题[20]、实证分析提出制度完善意见[21]等角度探索适合我国国情的地理标志保护机制。但地理标志申报和保护过程中政府作用等微观层面研究、地理标志可持续发展研究、地理标志顾客感知价值研究、地理标志旅游价值及旅游开发研究未受到学者重点关注。

### 5.2. 展望

地理标志产品拥有高附加值、生产区域性、产品独特性、文脉悠久性等特点，具有文化、经济、社会和生态价值，发展潜力巨大。基于地理标志产品的价值进行旅游资源开发是应有之义，各地有必要以保护为首要原则和根本前提，挖掘地理标志产品潜在的旅游价值并进行旅游开发，通过一系列科学方法对地理标志产品进行保护性旅游开发与利用。结合地理标志的重要意义及地理标志研究的不足，对此本文提出国内外学者应从以下四个方面加强和深化地理标志的研究：

1) 加强微观层面地理标志申报和保护中的政府作用研究。政府对当地地理标志申报和保护发挥的作用巨大，如何发挥政府作用培育地理标志产品，结合地理标志发展旅游，带动当地经济发展，亟待研究。

2) 注重顾客对地理标志的感知价值研究。地理标志产品的宣传更具有深度和广度，是消费者选择商品时考虑的重要因素，较普通产品而言，有鲜明的地域特征，有更严格的产前、产中和产后保障。一般来说，由政府牵头、多方参与共同推进品牌化建设，使地理标志产品更加具备“公信力”，符合消费者多样化、个性化、品质化的消费需求，市场竞争优势显著。剖析顾客对地理标志的感知价值，可为挖掘地理标志的旅游价值、促进当地旅游业的发展奠定基础。

3) 探寻地理标志可持续发展路径。地理标志的可持续发展旨在保护地方特色，促进农村经济增长，提高农民收入，推动农村产业结构调整和农村生态文明建设，探寻地理标志的可持续发展意义重大。

4) 重视地理标志旅游价值及旅游开发研究。地理标志可以提升旅游目的地的知名度形象,通过地理标志的保护和宣传,可以将该地区独特的自然风光和人文景观等特色展示给游客,推动当地社会经济的发展。所以探究地理标志的旅游价值,提高相关产业的附加值和竞争力,为当地旅游业提供更为丰富的旅游资源和体验,将有助于旅游业的可持续发展。

## 基金项目

国家自然科学基金项目(41561031); 云南省教育厅科学研究基金项目(2023Y0191); 云南大学第十四届研究生科研创新项目(KC-22222128)。

## 参考文献

- [1] 刘成伟. 加强地理标志的商标保护[J]. 知识产权, 2002, 12(2): 34-37.
- [2] 江南. 加快地理标志国家层面专门立法[N]. 中国贸易报, 2022-03-08(006).  
<https://doi.org/10.28113/n.cnki.ncmyb.2022.000249>
- [3] 孙远钊. 论地理标志的国际保护、争议与影响——兼论中欧、中美及相关地区协议[J]. 知识产权, 2022(8): 15-59.
- [4] 王弘儒, 杜广杰. 中国地理标志的空间分布与农业经济增长[J]. 华东经济管理, 2021, 35(5): 82-90.  
<https://doi.org/10.19629/j.cnki.34-1014/f.200927008>
- [5] 王冰, 芦智远, 张耀武, 张娟, 吕岩, 周全, 夏飞. 浅谈农产品地理标志发展现状与品牌建设[J]. 现代食品, 2021(23): 34-39. <https://doi.org/10.16736/j.cnki.cn41-1434/ts.2021.23.011>
- [6] De Nicola, A.O. (2016) Asymmetrical Indications: Negotiating Creativity through Geographical Indications in North India. *Economic Anthropology*, 3, 293-303. <https://doi.org/10.1002/sea2.12065>
- [7] Farmer, E.A. (2014) Codifying Consensus and Constructing Boundaries: Setting the Limits of *Appellation d'Origine Contrôlée* Protection in Bordeaux, France. *Polar: Political and Legal Anthropology Review*, 37, 126-144.  
<https://doi.org/10.1111/plar.12054>
- [8] Wang, X. (2018) Absolute Protection for Geographical Indications: Protectionism or Justified Rights? *Queen Mary Journal of Intellectual Property*, 8, 73-88. <https://doi.org/10.4337/qmjip.2018.02.01>
- [9] 赵萍. 国际农产品地理标志保护模式分析[J]. 世界农业, 2016(8): 157-161.  
<https://doi.org/10.13856/j.cn11-1097/s.2016.08.027>
- [10] 李纪生, 陈超. 农产品地理标志产权属性及保护模式的探讨[J]. 科技管理研究, 2010, 30(15): 157-160.
- [11] 尚旭东, 郝亚玮, 李秉龙. 消费者对地理标志农产品支付意愿的实证分析——以盐池滩羊为例[J]. 技术经济与管理研究, 2014(1): 123-128.
- [12] 周安宁, 应瑞瑶. 我国消费者地理标志农产品支付意愿研究——基于淘宝网“碧螺春”交易数据的特征价格模型分析[J]. 华东经济管理, 2012, 26(7): 111-114.
- [13] 韩俊英. 广东茶叶地理标志知识产权保护制度研究与对策分析[J]. 福建茶叶, 2016, 38(4): 284-285.
- [14] 孙志国, 何岳球, 定光平, 等. 咸宁特产资源地理标志知识产权保护分析[J]. 湖北农业科学, 2013, 52(4): 986-990.
- [15] 胡再, 孙志国, 王树婷, 等. 脐橙资源地理标志知识产权保护分析[J]. 湖北农业科学, 2012, 51(21): 4924-4927.
- [16] 张宇清. 湖北省道地药材知识产权保护研究[J]. 湖北社会科学, 2019(5): 54-58.
- [17] 向玥. 侗锦织造技艺传承的知识产权保护困境和出路研究[J]. 今古文创, 2021(26): 78-79.
- [18] 林秀芹, 孙智. 我国地理标志法律保护的困境及出路[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2020, 52(1): 49-61.
- [19] 吴彬, 刘珊. 法国地理标志法律保护制度及对中国的启示[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2013(6): 121-126.
- [20] 孟祥娟, 李晓波. 地理标志保护制度存在的问题其解决[J]. 知识产权, 2014(7): 61-67.
- [21] 刘亚军. 完善我国地理标志法律保护实证分析[J]. 当代法学, 2004(2): 46-52.