

et lux in tenebris lucit

厦门大学法学院罗马法研究所主办

罗马法与现代民法

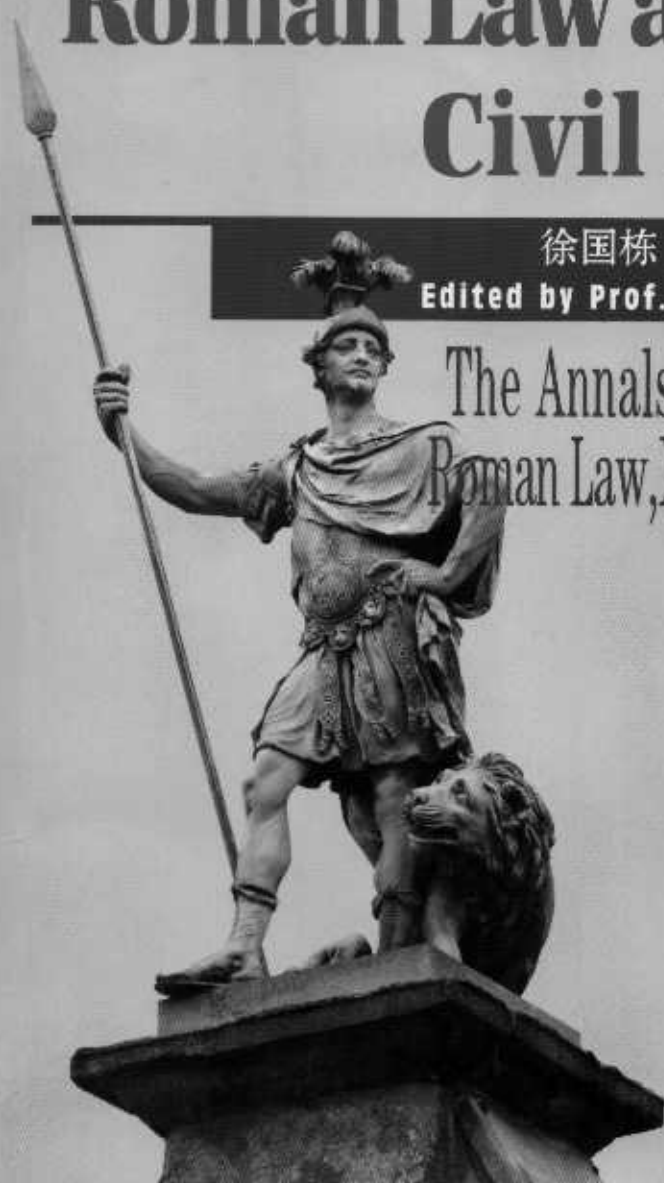
第八卷 (2014年号) Vol.VIII (2014)

Roman Law and Modern Civil Law

徐国栋 主编

Edited by Prof. Xu Guodong

The Annals of Institute of
Roman Law, Xiamen University



厦门大学出版社 国家一级出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS 全国百佳图书出版单位

编辑部地址:

福建省厦门市思明南路422号

厦门大学法学院罗马法研究所

电子信箱:

guodong@xmu.edu.cn

图书在版编目(CIP)数据

罗马法与现代民法. 第8卷/徐国栋主编. —厦门:厦门大学出版社, 2014. 12
ISBN 978-7-5615-5380-0

I. ①罗… II. ①徐… III. ①罗马法-文集②民法-文集 IV. ①D904.1-53
②D913.04-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 306682 号

官方合作网络销售商:



厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

总编办电话:0592-2182177 传真:0592-2181253

营销中心电话:0592-2184458 传真:0592-2181365

网址:<http://www.xmupress.com>

邮箱:xmup@xmupress.com

厦门市明亮彩印有限公司印刷

2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

开本:720×970 1/16 印张:28.5 插页:2

字数:496 千字 印数:1~2 000 册

定价:60.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

目 录

拉丁法律术语译名统一专题研究

罗马法系及其内部关联·拉丁语及

其他语言·体系的内部交流 [意]桑德罗·斯奇巴尼著 姜爱华译(1)

“Interrogationibus in iure”诸译名评析 肖俊(12)

周相先生《罗马法原论》中的同词异译现象缕陈 姜爱华(18)

罗马法中企业主责任诉讼的译名辨析

——结合《学说汇纂》第14卷翻译中遇到的问题 王莹莹(34)

“Actio de in rem verso”在罗马法中的历史真实及其在现代法中的演进

——兼谈其中译名的统一 李 飞(43)

“Locatio conductio”的译法探讨

——以借贷贷的译名为主要说明对象 蒋军洲(60)

罗马的法律中译名的诸问题研究 齐 云(73)

浅谈《民法大全选译》中译名的同名异译问题 汪 琴(88)

罗马法原始文献的中译和意译

——方法论的观察 [意]阿尔多·贝特鲁奇著 曾健龙译(99)

有关诉名的《学说汇纂》意大利语

翻译 [意]马岱奥·马罗内著 姜爱华译(106)

厦门大学的法律意大利语和拉丁语教学 [意]董罗贝著 徐国栋译(134)

意大利汉语词典编撰浅谈 [意]卡萨齐 [法]莎丽达(139)

对优士丁尼引用古代著作名称拉—中—日对照表的分析 尹春海(151)

《萨宾评注》《告示评注》的内涵及其体系谈

——古罗马法律评注作品类型介绍 肖 俊(156)

罗马的法律和元老院决议大全 齐 云 徐国栋(171)

优士丁尼《学说汇纂》引用古代作品拉丁原文、诸中译

及日译对照表 肖 俊 尹春海(254)

《学说汇纂》所引用的古代作家及作品目录

拉丁文、英文、中文对照表…………… 汪 琴(271)

罗马法研究

罗马法学家思想中对归责问题的经验把握

与过错概念的扩张…………… [意]里卡尔多·卡尔迪里著 徐国栋译(287)

罗马法系中的扶养之债

——历史、内容、义务人和发生

根据…………… [意]安托略·萨科丘著 史志磊译(302)

论罗马法上的公共引水道

——兼论公有物的法律制度…………… 黄文煌(315)

对奴隶提起的诉讼

——奴隶权利在晚期罗马出现的

历史…………… [俄]亚历山大·谢甫琴科著 徐铁英译(339)

罗马法学在日本的作用

——对日本罗马法研究进程的

一省察…………… [日]佐藤笃士著 尹春海译(347)

杂项研究

欧盟关于酒精饮料生产

与销售的法律规范…………… [意]埃·马里奥·阿庇亚诺著 徐铁英译(383)

“第12届中—东欧国家和亚洲国家罗马法学者研讨会”

综述…………… 李 飞(401)

“第4届罗马法·中国法与民法法典化”国际研讨会综述…………… 徐铁英(426)

超世法学的出世与入世

——评汪琴的《基督教与罗马私法》…………… 尹春海(445)

杂项研究

欧盟关于酒精饮料生产 与销售的法律规范

[意]埃莫内吉尔多·马里奥·阿底亚诺著^① 徐铁英译

一、关于葡萄酒和烈性酒的国内法及国际条约的 结构与定位概览

依据贯彻共同农业政策的相关职权,欧盟在葡萄酒与烈性酒生产与销售的各个方面做了详尽的规定,给成员国在该领域进行立法仅留下有限空间,它们基本上只是按要求完成纯粹的管理(应符合欧盟规范,它在冲突的场合优先适用)与监控任务。

欧盟规范在最近三年获得了整体更新,一方面更好地回应了市场与消费者的实际需求;另一方面使国际贸易愈加顺畅。第二点同时与以下背景相关:欧盟与多个第三国缔结了复杂精巧的国际协议体系,消除至少大大减少阻碍葡萄酒(主要)和烈性酒的贸易壁垒以促进其交易。这并未产生放任无序的结

^① 都灵市律师,欧盟法博士。

果,而是产生了一个在该领域创造一套共同规则的长期任务,不可避免地给各方带来相互妥协和让步。

关于葡萄酒和烈性酒生产与销售的国内法及国际条约规范下列事项:酿造方法、原产地名称的保护、标签张贴、产品认证及在相关行政机关办理手续的方式。

接下来我们开始探究这些问题之所以重要的理由。

众所周知,酿造技术代表了葡萄酒或烈性酒的生产方式。在这个问题上,法律追求两个目标:保护消费者的健康及其经济利益。事实上,某些加工工序可能是有害的或有危害健康的风险,因此应予禁止。即便不存在此等危险,某种生产方式也可能对消费者造成损害,如生产一种虽然可以饮用、却是用劣质的、不合格的农业原材料制造的产品。这亦应取缔,因为从经济角度来看,消费者受到了蒙骗。因此,对于普通产品而言存在一条标准,低于该标准是不被允许的。

因而,对生产技术的规制与饮料标签上的质量标识紧密相关:瓶子或其他用于饮料销售的容器上标签的质量等级越高,所盛饮料的生产标准就越严格。正因如此,给饮料张贴标签并非随性而为的,而是被置于严格的规制与监控下,以确保容器所书与事实相符,否则不仅会给消费者、也会对真正的生产者造成经济损失。显而易见,酿造或蒸馏出高品质产品将造成生产成本的显著增加。

如同世界上许多其他国家一样,在欧盟,人们主要使用原产地名称和地理标志(前者对产品的要求较之后者更严格)凸显某种葡萄酒或烈性酒的品质。人们认为某种产品的品质与其产地紧密相关——基于这块土地特殊的地理因素(气候条件与土壤的化学成分)及人文因素(培育农作物并将其转化成饮料的传统方式)。这些因素结合在一起成就了具有非凡感官特性的葡萄酒或烈性酒。^①

此等观念与 TRIPS 协定(《与贸易有关的知识产权协定》,于 1994 年 4 月 15 日在马拉喀什缔结,《关税与贸易总协定乌拉圭回合谈判》)的规定一致,一些知识产权问题已通过它规定在世界贸易组织(WTO)的相关协定中,约束所有的成员国,包括中国。TRIPS 协定第 22 条实际上承认了保护的必然性:“识别出一件产品乃源于成员国某地或该地某地区或所在地的标志,当一种特定的品质、名望或其他本质上可归于原产地的产品特征。”该概念与欧盟的原

① 也同样适用于食品。

产地名称概念对应。

现在我们尝试进一步阐释有关生产技术的欧盟规范与那些关于品质标识的规范之间的互动。

在第一个层面上,欧盟规范总体规定了所许可和完全禁止的生产方式。关于前者,有时规定了一些无论如何不能再降低的底线,否则将损害人体健康,或生产出无论如何都不能接受的劣质产品。符合最低标准的产品虽可销售,但只能在标签上标明其属性(属葡萄酒或烈性酒),禁止张贴任何品质标识。

为了将葡萄酒和酒精饮料提升至更高等级,即可在标签上张贴品质标识,生产者应在生产过程中遵从更为严苛的限制,亦由欧盟规范所设。然而在这里,成员国被授权进一步加重欧盟规范所设立的严格标准,以确保葡萄酒和烈性酒的本质特征与其领域内某地的地理标志相符。

显然,对原产地名称的保护是整个规范体系的轴心。此等保护建立在两项前提之上:首先,它以一块特定土地,即一块出产特定产品的地理区域为核心;其次,承认一个特定的原产地名称——其授予是相关国家与欧盟委员会的专门行政程序的结果——以存在一种保证特定品质的相关生产模式为前提。上述特定原产地名称获得认可后,使用它的权利仅归属于采取该生产方式的生产者。

该体系基本上行之有效。若该饮料不是产自那里或未遵守相关的生产方式,无人能够在欧盟销售贴有对应于欧盟特定领域的原产地名称或地理标志的葡萄酒或烈性酒。同样,亦不允许欧盟外的生产者在欧盟进口和销售标有欧盟地理名称的葡萄酒和烈性酒,但允许在标签上标明外国原产地名称。

前面已阐释了欧盟为了促进葡萄酒和烈性酒的销售所缔结的国际条约的重要性。现在来看看缔结这些国际条约的理由。

首先,特殊的生产过程预示了欧盟与第三国间的交易(大量行政事务使其变缓甚至停滞)障碍,尤其是当进口国不承认、限制、甚或干脆不许可使用在生产国通常被采用的特定工序时。

其次,如果不同国家在原产地名称的保护水平和方式上存在差异,则很可能扰乱不同国家生产者之间的竞争。事实上,一个国家如果不恰当保护外国的原产地名称,那么本国生产者便能合法地在他们国家生产和销售当地生产的却标有外国地理名称的产品,这对该地区确实遵守相关生产方式的人造成损害。

再次,张贴标签的有关规则——为消费者的利益而设——进一步阻碍了

贸易。若它们互不协调,每个国家都可以在贸易中拒绝不符合本国标签张贴规则的葡萄酒。这便给外国生产者添加了调适的义务,使他们负担更高的成本和令人烦恼的手续。

这便解释了欧盟在葡萄酒和烈性酒的贸易中缔结国际条约的原因。这是一个广泛的国际关系网络,缔造它是为创造一个法律环境,使方才所提问题得到尽可能一致的处理。时至今日,中国是主要的缺席者。在评价目前取得的成就时,还应适当考虑到达成一项完全一致的国际规范恐怕是极为困难的,考虑到横亘于诸多法律体系间的差异,它们为经济利益所决定——也是不同国家生产者的规模大小以及对经济资源的支配力不同的结果——常常具有很大差异。

从欧盟自身的视角来看,它已在很大程度上逐步实现了一个目标——今日仍处于发展中——与通过多边协议达成的类似,不过在那里显然只有一个统一规则,而欧盟的实际情况由于诸多规定在这类协议中的例外和保留而碎片化,有时甚至足以动摇其效力。

在继续下文之前,须注意到:目前27个欧盟成员国缔结并于2009年12月1日生效的《里斯本条约》,使欧盟的制度框架发生了一些重要的变革。

尽管如此,我们所关心的问题只有一个形式上的变化:现行有效的关于酒类的规范中所使用的“欧洲共同体”这一术语,现在已为“欧洲联盟”替代,它在《里斯本条约》生效之前既已被采用。

二、关于烈性酒的法律规范综述,酒精饮料的界定

目前该问题在欧盟由欧洲议会和理事会2008年1月15日CE n. 110/2008号关于酒精饮料的概念、命名、介绍、标签及地理标志的保护的规则(以下简称《规则》)所调整^①,也就是那些在英文版中被称为“spirit drinks”、在法文版中为“boissons spiritueuses”的饮料。

我们所说的那些饮料大体上——与啤酒和葡萄酒不同——是酒精含量超过15%并具有下面将提到的若干特征的饮料。

^① 欧洲议会和理事会2008年1月15日CE n. 110/2008号规定,见欧共体官方公告(G. U. C. E. 2008年2月13日 L39,第16页),随后由欧洲议会和理事会2008年12月16日CE n. 1334/2008号关于用于食品的香料和一些具有香料添加特性的食品成分的规则所修订(G. U. C. E. 2008年12月31日 L354)。

欧盟立法者通过上述《规则》在该领域提出了一个更加高效、简明的规范，导入了一个与葡萄酒（它毫无疑问更加宽广复杂^①）平行的范畴，在欧盟层面整理^②现行的规范框架。

该《规则》具有普遍效力：它是强制性的，直接在每个欧盟成员国适用，约束其领域中的每个主体（私的或公共机关）。^③ 在冲突的场合，《规则》优先于内国法。成员国还有义务采取必要措施贯彻该《规则》。即便此等措施缺位，亦不阻碍《规则》的直接适用^④，可为任何利害关系人主张。

现在我们来考察《规则》的结构与目标。

首先，该《规则》的适用对象得以明确，即在欧盟生产或销售^⑤的酒精饮料^⑥，对它们设置了具有普遍效力的最低质量要求^⑦，但对供出口用的产品做了例外规定，它们最终由目的地第三国法规调整^⑧。不过只要它们符合共同体（现为联盟）参加的国际协议，就不应影响到为进口到欧盟的产品所做的例外规定。^⑨

① 关于葡萄酒生产与销售的基本规则规定在欧洲议会和理事会 2007 年 10 月 22 日设立农产品市场共同组织以及关于一些农产品的特别规定的 CE n. 1234/2007 规则的第 2 章（统一 OCM 规则，见 2007 年 11 月 16 日 G. U. C. E. L 299，第 1 页），以及欧洲议会和理事会 2009 年 5 月 25 日的 CE n. 491/2009 规则修订（载上述公告 L 154，2009 年 6 月 17 日）。欧洲议会对该规则还发布了以下实施细则：有关葡萄酒领域对与第三国交易、生产潜能与监管的支持计划 n. 436/2009 号规则（G. U. C. E. L 170，2008 年 6 月 30 日，第 1 页），有关葡萄酒行业中葡萄栽培记录、强制申报及市场监管信息、监督产品运输的文件和登记簿的管理规则（G. U. C. E. L 1282009 年 5 月 27 日，第 15 页），n. 606/2009 号关于酿酒规则的规定（G. U. C. E. L 1932009 年 7 月 24 日，第 1 页）以及关于特定葡萄酒产品受保护的原产地名称和地理标志、传统称谓、标签及介绍的 CE n. 607/2009 号规定（G. U. C. E. L 193，2009 年 7 月 24 日，第 60 页）。

② 《规则》注 1、注 2。

③ 《罗马条约》第 288 条第 2 款。

④ 《罗马条约》第 291 条。

⑤ 《规则》第 1 条第 2 款；参见注 5。

⑥ 《规则》第 2 条。

⑦ 《规则》第 2 条、第 3 条。

⑧ 《规则》第 1 条第 3 款。

⑨ 欧盟委员会 2009 年 10 月 7 日关于欧盟与相关第三国相互承认一些酒精饮料的条约之适用的 CE n. 936/2009 号规定（G. U. C. E. L 264，2009 年 10 月 8 日，第 5 页）。

其次,它通过两条路径提升相关饮料的品质。^①一方面,这些饮料现在被分为46个类,每一类都在欧盟法的层面上以一个特定名称及相应的生产技术要求为特征。这些技术要求允许技术革新以对各类饮料进行改进,只要无碍被视为其声誉之关键因素的传统生产方式。^②另一方面,上述各类饮料在各国的地理标志受到保护。这意味着承认各成员国有权对与其领土相关的地理标志规定更为严苛的质量要求和生产标准,保护传统生产工艺。为符合TRIPS协定的规定^③,上述保护亦扩展至第三国的地理标志。

最后,作为刚才所提到原则的必然结果^④,对欧盟生产或进口的“酒精”饮料的命名^⑤、介绍^⑥与贴标签^⑦的方式受到透彻的控制。

至此,我们对《规则》的内容有了一个快速的全景检视,接下来进一步深入论述。

三、酒精饮料的概念

为明确哪些酒精饮料适用《规则》,只看最低酒精含量——15%^⑧——这一标准是不够的。^⑨

除标明最低酒精含量外,饮料还应标明其适于人类饮用及具有的独特口感^⑩,将其归入酒精饮料(因此由该规则规范)的决定性因素是生产方式:由两种不同的技术或它们的搭配构成。

第一个是蒸馏:通过该程序产品自然发酵,得到酒精饮料中的乙醇,具有

① 参见《规则》注2。

② 参见《规则》注2和注6。

③ 参见《规则》注13和注15。

④ 参见《规则》注9。

⑤ 根据《规则》附件1(第14点)，“命名”指在标签、介绍和包装中，在伴随某种饮料的运输文件、销售文件尤其是发票和交付单据以及广告中使用的语词。

⑥ 根据《规则》附件1(第15点)，“介绍”指在标签、包装、广告和促销中，在图像和类似形式，以及在容器包括瓶子和瓶塞所使用的语词。

⑦ 根据《规则》附件1(第16点)，“标签”指所有的描述及其他赋予某种饮料以特性的标记、插图、商标，张贴于容器之上，包括瓶塞或悬于其上的垂饰以及瓶颈覆盖物。

⑧ 唯一的例外为以鸡蛋制成的烈性酒或advocaat或avocat或advokat(由附件2第41点规范)做出的，其最低酒精含量为14%；《规则》第2条第3款。

⑨ 《规则》第2条第1款c项。

⑩ 《规则》第2条第1款a、b项。

或多或少的芳香。^① 如果不将蒸馏程序与另一技术并用的话,那么正是这样的芳香赋予饮料以价值。

第二个是为令酒精获得特殊的感官气味,以往从特定地区出产的农作物^②(不得在从原材料中得到这种芳香之前找寻不相干的味,否则可能失去大部分的芳香^③)或蒸馏过的农产品(从收取的作物那里保留了芳香^④)中获得。它可通过两套不同方法完成:将植物性原材料浸渍(或类似的处理方式)在酒精或农作物溜出液中^⑤;或添加香料、糖、其他物质(农作物和/或食物和/或甜味剂,后者应属于规定在附件1中的)至酒精或农作物溜出液中。^⑥ 无论如何,酒精应当符合前述附件所规定的要求,且不能是合成的。^⑦

除了直接取得即求诸刚才所说的一种或几种技术,酒精饮料还可以通过混合多种已具有该特性的饮料而获得,或使其中的某个与其他产品混合,可以是酒精(往往源自农作物)饮料,也可以是普通的非酒精饮料。^⑧

以下产品不适用《规则》^⑨并被明确排除:啤酒,(含高酒精度的)葡萄酒与未发酵的葡萄汁;苦艾酒和其他产自新鲜葡萄而经植物或芳香汁调制过的葡萄酒;其他的发酵饮料,如苹果酒;浓度超过80%体积分数的性质未变的乙醇酒精,以及性质尽管已改变但依然具有一定浓度的乙醇和白兰地。^⑩

① 《规则》第2条第1款d项i点,第一小段。

② 规定只能使用源于农业原材料的酒精有两个目的:保护消费者的健康,活化农业原材料市场(参见《规则》注18)。

③ 《规则》附件1,第1点(对允许添加的甲醇规定了限度)。

④ 《规则》附件1,第2点。

⑤ 《规则》第2条第1款d项第i点,第2小段。

⑥ 《规则》第2条第1款d项第i点,第3小段。

⑦ 《规则》第3条。

⑧ 《规则》第2条第1款d项第2点。

⑨ 《规则》第2条第2款,将由NC2203,2204,2205,2206和2207诸规则规范的饮料排除,据欧洲议会和理事会1987年7月23日的有关税率和统计的术语表以及共同关税的CEE n. 2658/1987号规定而制定(G. U. C. E. L 236, 1987年9月7日,第1页),最后的修改由理事会2000年1月31日的n. 254/2000号规定所作(G. U. C. E. L 28, 2000年1月31日,第16页)。

⑩ NC2208内的下列产品显然适用《规则》:酒精体积比重低于80%的未变性酒精;烧酒、烈性酒和其他含蒸馏酒精的饮料;由饮料的准备材料组成的酒精准备材料。

四、酒精饮料的生产与分类规则

生产规则在欧盟和成员国两个层面上得以建构。为提升本国生产的酒精饮料的品质,成员国往往可以介入^①并规定较之前者所核准的——仅关涉欧盟整体的最低标准——更为严格的要求。这也是欧盟赋予成员国的权利。

无论如何,一方面,成员国较严格的规范应遵守欧盟规范^②;另一方面,这些规范不能成为成员国在其领土内禁止或限制进口与其不符的酒精饮料的借口。^③易言之,如果某种饮料的生产符合欧盟规范以及对生产者具有管辖权的成员国所合法发布的规范,便可在整个欧盟领域自由流通。^④

在这个制度框架下,规范依据属于未分类的酒精饮料还是可归入附件2规定的类型而不同。后者还有一个重要的次级分类,即使用附件3中所列地理标志的饮料。

我们接下来详细说明这方面的问题。

(一)未分类的酒精饮料

《规则》^⑤规定此处的饮料可以从任何农业原材料和/或宜于人类食用的产品中获得,可能包括:源自农产品的酒精、色素和甜味剂(具体见附件1);芳香剂(见CE n. 1334/2008^⑥号规范)。显然,此等规则——代表了绝对的最低标准——实际上重复了欧盟立法者采纳的上述界定“酒精”饮料的标准。

考虑到其简明的性质,此等标准显然不宜于提升并保护酒精饮料的品质。该任务由——在前面已显端倪——《规则》关于酒精饮料的分类那一部分承担,接下来便是规范生产方式和保护地理标志的规定。

① 《规则》第6条和第11条:明确规定成员国的规定只能最为严格。

② 《规则》第6条第1款末尾。

③ 《规则》第6条第2款。

④ 不能忘记1976年2月17日的历史性判决,案件45/75, *Reux* 法院,与 *Cassis de Dijon* 的判决对立。

⑤ 《规则》第5条第3款。

⑥ 可添加到未“分类”饮料中的芳香剂规定在欧洲议会和理事会2008年12月16日的有关在食品和调味料中使用的芳香剂以及芳香类物质的CEE n. 1334/2008号规定第3条第2段a节(G. U. C. E. L 354, 2008年12月31日,第34页),定义为“芳香物质、芳香制剂、加热芳香调料、烟熏方向调料、先芳香剂或其他的调料或混合物”。

(二)分类的酒精饮料

毫无疑问,可归入当前规定在《规范》附件2中的46种^①分类的饮料的生产规范尤为复杂严格。每种有自己名称的酒精饮料都附有最终的生产标准和质量要求。

《规则》还在这些分类的饮料间进一步加以区分,依据其生产技术,^②即是通过蒸馏获取(附件2第1至第14条所列之饮料)或是给酒精加香料或植物性原材料浸渍所得的某种方式(剩下的第15至第46条)。

只要附件2未对某类饮料做例外规定,那么前述第一组饮料均须符合以下共同规则^③;它们只能从定义中规定的有关农业原材料中通过酒精发酵和蒸馏生产出来;禁止添加酒精或加成芳香类物质;焦糖(只得用作染色)和甜味剂(仅可在欧盟通过适宜程序设置的最高值的限度内用来调和最终的味道,成员国不同规定的除外)的添加受到限制。

除非附件2特殊规定,对属于上面提到的第二组的饮料适用以下标准^④:

① 《规则》第4条参引附件2,在那儿“酒精”饮料被分为:(n.1)朗姆酒;(n.2)Whisky或Whiskey;(n.3)谷物烧酒;(n.4)葡萄酒酿制的烧酒;(n.5)Brandy或weinbrand;(n.6)葡萄渣或marc制成的烧酒;(n.7)果渣酿的烧酒;(n.8)葡萄干或raisin brandy酿的烧酒;(n.9)果子酿的烧酒,果子可为果肉,从特殊原材料采摘的浆果、蔬菜替代,也可采用其他名称;(n.10)以苹果或梨制成的果酒酿制烧酒;(n.11)蜂蜜烧酒;(n.12)Hefebrand或酒糟制成的烧酒;(n.13)Bierbr与o eau-de-vie de bière;(n.14)Topinambur或向日葵烧酒;(n.15)伏特加;(n.16)浸渍和蒸馏后的果子酿制的烧酒;(n.17)(果子或其他原材料酿制的);(n.18)龙胆酒;(n.19)加欧洲刺柏的酒精饮料;(n.20)Gin;(n.21)蒸馏过的Gin;(n.22)伦敦Gin;(n.23)香菜味酒精饮料;(n.24)Åkvavit或acquavit;(n.25)茴香酒精饮料;(n.26)Patis;(n.27)Patis de Marseille;(n.28)Anis;(n.29)蒸馏的Anis;(n.30)苦味酒或bitter;(n.31)加香料的伏特加;(n.32)烈性酒;(n.33)(果子或其他原材料酿制的)甜酒;(n.34)Crème de cassis;(n.35)Guignolet;(n.36)Punch au rhum(n.37)SloeGin;(n.38)Sambuca;(n.39)Maraschino或marrasquino或maraskino;(n.40)核桃壳酒;(n.41)鸡蛋做的烈性酒或advocaat o avocat o advokat;(n.42)鸡蛋烈性酒;(n.43)Mistrā;(n.44)Vākevā glōgi或spiritglōgg;(n.45)Berenburg或beerenburg;(n.46)蜜酒或水蜜酒。此外,附件2还在上述46种之外规定了2种饮料:Rhum-Verschnitt和Slivovice。《规则》第14条第2款规定斜体的名称不得翻译成其他语言。

② 《规则》第2条第2款。

③ 《规则》第5条第1款。

④ 《规则》第5条第2款。

它们可从普通农业原材料^①中取得(对于某些类型饮料的若干限制性例外是显而易见的,它们源于特殊农产品);就其性质而言需要添加酒精的(满足附件1规定的要求);可包括香精物质^②和必要的芳香调味剂^③以及食用染料与甜味剂(后者不仅为了调和味道,还为满足某种产品的特定需求,以符合特定成员国的具体规定)。

(三)使用地理标志分类的酒精饮料

这里的饮料指那些——至少在理论上——具有最高品质的饮料,事实上,《规则》对成员国进行干预是必要的,而这种干预以前只是偶尔为之。

在附件3中,分类的饮料这一类别的次级分类使内国的地理标志得到了欧盟保护:由于该规则的禁令,成员国有义务于2015年2月15日之前向委员会提交并公布关于各种可使用该类标识的饮料的技术登记表^④(这是对过去做法的重要革新)。

该文件表达了所构建体系的一项基本要素:对希望给自己的产品打上获得认可的地理标志的人提出了统一标准。^⑤它重申了与欧盟规范相一致的义务,成员国只能做有限的例外规定^⑥,表明成员国在技术登记表中规定的标准不能低于附件2中对可使用地理标志的饮料规定的标准,只要将来的某项欧盟规则未在具体情况中进行授权。

因此,技术登记表应记载表明饮料之独特性的证明要素,正是由于它们,此等地理标志方可享受特殊保护。

技术登记表因而包含下列信息^⑦:对饮料的描述,包括物理、化学、感官方面的品质与特性,即那些使其与同类饮料区分的因素;指明相关地理区域,即

① 详细规定见《罗马条约》附件1中有关农业原材料的规定。

② 对“香精物质”的合法添加,在上述CE n.1334/2008规则第3条第2段b项中规定。

③ 对“芳香物质”的合法添加,在上述CE n.1334/2008规则第3条第2段b项中规定。

④ 《规则》第17条和第20条。具有地理标志的“酒精”饮料的“技术登记表”基本上与D.O.P.(受保护的原产地命名)和I.G.P.(受保护地理标志)的葡萄酒生产的规定一致:参见欧盟委员会2007年第1234号规则,第118条第2款、第4款。

⑤ 《规则》第15条第4款。

⑥ 《规则》第6条。

⑦ 《规则》第17条第4款。

饮料的生产地;可表达饮料与其环境或地理产地之间联系的因素(保护地理标志的观念即建立在该概念上);根据联盟和/或内国和/或当地的规定而应遵守的条件;对标签上的地理标志和/或特定规范的补充说明。

五、命名、介绍与标签

首先要指出,《规则》对这些问题进行了规制^①,而非关于可食用产品的标签与介绍的欧盟指令对此规制。^②

已如上述,我们记得酒精饮料被进一步分为三大类:未分类的、单纯分类的以及那些不仅是分类的,还可使用附件3中的地理标志的饮料。

到目前为止,此等划分和生产规则与关于饮料的命名、标签和介绍的规则有关系:消费者应当知道自己买了什么,而有良心的生产者在向市场介绍自己的劳动成果时也应得到合理对待与保护。

上述三大类饮料适用一些共同规则。

首先,必须使用符合下面即将提到的形式和语言版本的销售名称。^③它们不得由品牌、商标或绰号替代。^④这显然并不代表禁止它们之间具有相似性。无论如何,对于使用附件3中地理标志的饮料,不得以此等行为规避该禁令:以《规则》不允许的用语补充地理标志。

此外,当将食品作为调味成分用于某种酒精饮料时,《规则》允许在最终产品的介绍及成分表中引用其名称,但以保证饮料本身被消费者正确认识、品质未被其他不那么珍贵的材料消除、稀释或混淆。该原则亦适用于标示着陈酒^⑤或者通过混合^⑥创造出另一种酒精饮料的情形。

① 《规则》第8条。

② 欧洲议会和理事会2000年3月20日关于协调各成员国有关供食用的产品标签、介绍及相关广告立法的指令(G. U. C. E. L 109, 2000年5月6日,第29页)及后续修订。该指令是欧盟的另一个规范渊源。然而,与《规则》不同的是,该指令约束成员国达成一个特定目标,在形式和方式上将权限留给了成员国的国内机构:《罗马条约》第288条第3款。

③ 《规则》第9条第1款、第2款。

④ 《规则》第9条第8款。

⑤ 《规则》第12条第3款。

⑥ 《规则》第9条第9款、第10条、第11条。

为了使用《规则》规定的地理标志以外的(例如为表明酒的陈化^①和包装^②或用于获取乙醇的原材料^③)其他标志^④,可使用一种或多种欧盟官方语言以便消费者理解。在国际交易中存在一些例外。如果饮料由第三国出口到欧盟,允许以原产地国的语言显示这些标志,但应附有一种前述语言的译本。反之,如果是欧盟生产的饮料出口,相关标志亦可以目的地国语言显示。

(一)未分类的酒精饮料

假若某国不规范其领域内的生产活动并施加较欧盟规范更为严格的内国规则,那么这些饮料的品质就会趋向于下降。此处的饮料均应使用酒精饮料的表达(以一种或多种欧盟官方语言^⑤)作销售名称,不得以任何方式替换或修改。^⑥

我们所知的唯一例外是,某国根据本国法律规定可附加某个地理标志^⑦;后者可补充上述销售名称而不是替代它。理由在于,这是在将来的登记中认可新的原产地标识的一个途径。

因此,禁止以造成与分类的饮料或贴有附件3中的地理标志的饮料发生混淆的方式设计饮料的销售名称,具体说来在“属”、“类型”、“方式”、“风格”、“商标”、“味道”或其他方面使用近似的表述。^⑧

① 《规则》注10。

② 《规则》第12条第2款及附件1。

③ 《规则》第12条。

④ 《规则》第14条。

⑤ 《规则》第14条第1款。

⑥ 《规则》第9条第2款。

⑦ 关于未分类的饮料的销售名称,《规则》第9条第2款实际上对同条第5款规定了例外情况。

⑧ 《规则》第9条第7款,与TRIPS协议第23条第1款一致。

(二) 分类的酒精饮料

简单地说,应当以表达某饮料^①(例如谷酿烧酒,用葡萄渣酿制的烧酒^②,杜松子酒,伏特加,烈性酒,等等)的特定种类,并仅可由该类饮料使用的销售名称进行交易,其他类型的饮料不得采用该名称。^③

命名应当依据附件 2 的规定,对于那些不是以斜体^④表示的,应翻译为其他欧盟官方言语。

只要符合本国法规,分类的饮料也可以使用地理标志。^⑤

(三) 具有地理标志分类的酒精饮料

上面最后一项规则此刻依旧适用,但有一个重大改变:地理标志——欧盟承认并保护——不仅可补充销售名称,甚至可以完全替代它^⑥(例如:意大利的用葡萄渣酿制的烧酒若符合意大利本国法规定的要件,也可以 Grappa 或 Grappa di Barolo 或皮埃蒙特 Grappa 或伦巴第 Grappa 或福疏里 Grappa 等名称销售)。

此外,地理标志不得以附件 3 未规定的语言或形式进行翻译。^⑦

综上所述可知,地理标志只能在两种情形中以其他描述补充:对于目前规定在附件 3 中的地理标志,在 2008 年 2 月 20 日前已经以适当的用语表达的;对于一切地理标志(因而还有那些可能在将来获得承认的),若此等补充已规

^① 《规则》第 9 条第 1 款。无论如何,依据该条第 3 款,若某种“酒精”饮料具有附件 2 中的种类的要件,则可以采用相应命名。

^② 应注意的是,如果单独来看的话,“烧酒”(acquavite)这个词并不属于分类的饮料的定义中。事实上,该术语在附件 2 中往往与其他经蒸馏得出的产品的特性相伴,名称由这两部分组成。考虑到混淆的危险会对消费者造成的损害,不管怎样,给某个未分类的酒精饮料打上“烧酒”或“烧酒类”的标签构成对《规则》第 9 条第 4 款和第 7 款的违反。实际上,“烧酒”这一用语——不考虑其众多种类(依蒸馏原材料区分:谷物、葡萄酒、葡萄渣、果渣、葡萄干、新鲜果子或渣子、苹果或梨的果酒、蜜、酒糟、向日葵)——总是指称某种分类的酒精饮料,因而,代表了较之未分类的饮料更严、更高的质量要求。

^③ 《规则》第 9 条第 4 款。

^④ 《规则》第 14 条第 2 款,整合了上述 TRIPS 协议第 23 条第 1 款的另一项原则。

^⑤ 《规则》第 9 条第 5 款,第二部分。

^⑥ 《规则》第 9 条第 5 款,第一部分。

^⑦ 《规则》第 14 条第 2 款。

定在相关饮料的技术登记表中。^①

六、对地理标志的保护

在前文中，我们对一些主题优先进行了体系化的论述，现在则要对该领域中的若干问题进行较深入的研究。

当酒精饮料原产地的地理标志代表了某种品质或声誉或在认定的其他特性时为决定性因素时，《规则》便对其施以保护。《规则》^②采纳了 TRIPS 协定第 22 条规定的概念：“地理标志是……表明某一货物来源于一成员的领土或该领土内的一个地区或地方的标记，而该货物所具有的质量、声誉或其他性质实质上归因于其地理来源。”

如上所述，具有地理标志的饮料的技术登记表的作用实际上在于确保这些因素最终对饮料施加了影响，即具有的独特质量及感官要求。它们最终取决于人文因素（当地的传统生产方式）与环境因素的互动，依特定地域而异。

附件 3 在欧盟层面上^③整合了目前已被“认定的”（即已获承认）地理标志并阻却其成为“普通的”^④名称。尽管这些名字可使人想起它最初的生产或销售地，但随着时间的流逝它们在欧盟已转化为一种指代大家共同使用的饮料名称^⑤（例如附件 2 中的伦敦杜松子酒或马赛茴香酒）。因此，“普通的”名称不得被认可为地理标志。^⑥

尽管如此，这些名称享受如下保护。^⑦ 首先，可对抗对未登记产品——直接或间接的——商业利用，在这个意义上，它们可与具有地理标志的饮料相提并论，或者说此等利用构成对其声誉的盗用。^⑧ 其次，可对抗任何盗用、模仿

① 《规则》第 9 条第 6 款。

② 《规则》第 15 条第 1 款。

③ 《规则》第 20 条。

④ 《规则》第 15 条第 3 款。

⑤ 《规则》第 15 条第 3 款最后一段。

⑥ 《规则》第 15 条第 3 款第 2 段。

⑦ 《规则》第 16 条第 1 款 a、b、c 项。

⑧ 比如，正因为此处的保护，禁止给下列饮料贴上 Grappa（根据附件 3，这是一种用葡萄液酿制的烧酒的原产地标识——在附件 2 中被分入第 6 号——在意大利生产，符合相关的技术登记表）的标签：葡萄酒或谷物、果实（其他的类型）制成的白酒；用产自意大利的葡萄渣但不符合技术登记表的方式酿造（此时欠缺典型性质量要求）。

或隐喻,即使“寄生”产品的真实产地已标在标签上或以翻译的方式(这本身是被禁止的^①)盗用地理标志,或是在它旁边伴有(无论翻译与否)诸如“属”、“类型”、“方式”、“风格”、“商标”、“风味”或其他类似表述。^②再次,对抗任何虚假或欺骗性的标示——关于产品的来源、产地、性质或基本品质——及那些可使人混淆其原产地的标志。最后,作为兜底条款,《规则》还特别规定已认定的地理标志在任何情况下均可对抗任何在产品的真实产地上的欺骗消费者的做法。^③

同音的标志可以登记,但有限制并附条件^④,这也是因为 TRIPS 协定在该问题上仅对葡萄酒作了规定。^⑤如果发音相同的名称——尽管其使用是正当的——有使消费者产生混淆的风险,认为使用该名称的产品源于其他地区,那这种行为本身被禁止。当不存在此等风险时,《规则》规定应采用适当措施区别这些产品,该负担由时间上较后的登记者承受。

关于在将来承认目前尚未包括在附件 3 中的新的地理标志的程序,由欧盟委员会负责。^⑥

对与欧盟某地相关的地理标志,委员会依据其所属国^⑦附有相关产品的技术登记表的申请而决定。

反之,对与第三国领土相关的地理标志的申请亦可由直接利害关系人^⑧提出。此外,光附上技术登记表是不够的,还必须证明该地理标志在第三国——所涉领土所处其中——法中得到了适当保护。^⑨

同样,当相关产品未遵守其技术登记表规定的要求得到确认时,将已获承认之地理标志从目录中删除的权力亦属于委员会。^⑩

① 因而给用葡萄酒制成的白酒或其他任何属“酒精”饮料却未分类的饮料——无论在哪生产——贴上“烧酒风味”的标签。亦见前文已引述的《规则》第 14 条。

② 于是与上述《规则》第 9 条第 7 款所做的禁止联系了起来。

③ 《规则》第 16 条第 1 款 d 项。

④ 《规则》第 19 条。

⑤ TRIPS 协议第 23 条第 3 款。

⑥ 《规则》第 17 条;参见注 17。

⑦ 《规则》第 17 条第 2 款。

⑧ 《规则》第 17 条第 3 款事实上宣称承认的申请“直接或通过相关第三国当局”被提交给委员会;该方式与提交此等申请的资格仅归属于第三国的观念不符。

⑨ 《规则》第 17 条第 3 款最后一部分。

⑩ 《规则》第 18 条。

最后,《规则》还规定了商标与登记的地理标志间的关系。^①

TRIPS 协定^②也规定,若某个商标包含已登记的地理标志或由已登记的地理标志构成,禁止其登记,即便已经存在也是无效的(有例外,在某些情形保护现状^③)。此时使用此等商标可能损害地理标志并使《规则》提供的保护落空,造成盗用或滥用,而这些是良法所应避免的。在后一情形中,应给在注册这些地理标志的集体组织保护这些标志留下一定的空间,在标签上使用这些地理标志的产品具有与其相关的品质。^④

总而言之,商标并不总是优先于地理标志。实际上,若在一段较长的时间中具有众所周知的声誉,当一个能使消费者就产品的真实身份产生错误认识的新的地理标志(亦即不属于已认定的那些)进行认可之时,商标优先。因而在类似的情形中,排除了地理标志的登记。^⑤

七、监管措施

总体而言,成员国负责进行必要的监管以确保《规则》得到遵守,指明本国的相关职能部门并分享为此目的而必须的信息。^⑥

对于具有地理标志的饮料而言,无论在欧盟还是对于第三国,规则都更为严格^⑦;在产品投入市场之前,须核对是否符合其技术登记表规定的要求,所需费用由经营者承担。

该核查工作委托给生产国的公共机关或认证机构。后者应当符合欧洲 EN 45011 规范或 ISO/CEI 65 标准。^⑧此外,对于欧盟的地理标志,认证机构

① 《规则》第 23 条。

② TRIPS 协议第 23 条第 2 款:“对包含识别葡萄酒的地理标志的……或包含识别烈性酒的地理标志的烈性酒,对其商标注册一成员应依职权予以拒绝或废止,如果该成员的立法允许或有利害关系的一方针对不是来源于该产地的葡萄酒或烈性酒提出要求”。

③ 《规则》第 23 条第 2 款。

④ 在葡萄酒领域,商标与名称的关系上,上述 CE n. 1234/2007 规定第 118 条作了规定。

⑤ 《规则》第 23 条第 3 款,并不与已被废除的基本规范一致。

⑥ 《规则》第 24 条。

⑦ 《规则》第 21 条。

⑧ 有关管理产品认证体系组织的一般要求。

应由独立的第三方设立,并符合 CE 882/2004 规范第 2 条的规定。^①

无论如何都应当明确,《规则》无论是对公共当局还是指定的认证机构的监管提出了两点要求:一、对客观性和不偏不倚提供适当担保;二、配备具有相应资质的人员及符合要求的设备。

八、欧盟委员会之权力

首先,为贯彻《规则》^②以使之得到统一适用^③并解决实践中的具体问题(包括维护和发展有关酒精饮料的共同法则)^④,采取一切必要措施之权属于欧盟委员会——在酒精饮料领域中由欧洲经济与社会委员会协助。^⑤

委员会还被委托在酒精饮料领域为地理标志设立一个共同象征的职责。^⑥

此时,依据《规则》第 25 条第 3 款^⑦,应遵循由 1999/468CE 号决定设立的^⑧所谓“条例程序”。

此外,欧盟委员会还对《规则》确立的其他具体任务具有管辖权,它们实际上不仅仅是执行性的。在已提到的地理标志的登记^⑨、撤销^⑩、查禁^⑪的权力之

① 欧洲议会和理事会 2004 年 4 月 29 日关于对饲料和食品的规范及动物健康和福利的规范的遵守进行核查的官方监管的 CE n. 882/2004 规定(G. U. C. E. L 191, 2004 年 5 月 28 日,第 1 页),最终由欧洲议会和理事会 2009 年 6 月 18 日 n. 596/2009 号规定(G. U. C. E. L 188, 2009 年 7 月 18 日,第 14 页)修订。

② 《规则》第 27 条。

③ 《规则》第 25 条第 1 款。

④ 《规则》第 28 条第 2 款。

⑤ 《规则》第 24 条第 3 款。

⑥ 《规则》第 28 条第 2 款。

⑦ 《规则》注 16。

⑧ 理事会 1999 年 6 月 28 日设立由委员会授予的执行权之行使方式的决定(G. U. C. E. L 184, 1999 年 7 月 17 日,第 23 页);随后由理事会 2006 年 7 月 17 日 2006/512/CE 决定所修订(G. U. C. E. L 200, 2006 年 6 月 22 日,第 11 页)。

⑨ 《规则》第 17 条第 8 款。

⑩ 已登记在附件 3 中的地理标志有未遵守技术登记表规定的要求的情形确认后被撤销,《规则》第 18 条。

⑪ 目前已登记在附件 3 中的地理标志,若对其有管辖权的国家未在 2015 年 2 月 20 日前向委员会呈交饮料的技术登记表,被查禁,《规则》第 20 条第 3 款。

外,委员会获得授权以实现下列目标:相对于《规则》附件1和附件2,对用于出口的欧盟产品做例外规定,如果这样做为目的国法律所要求^①;对甜味剂的最大值^②及对陈化的禁止^③予以适当调整;修改定义列表和技术要求列表以及分类的饮料(附件2)的定义;修改地理标志登记目录(附件3)^④;决定技术登记表及其变更^⑤;对地理标志的登记程序及上述登记表的修改规定例外情形。^⑥

至于非纯粹执行性质的权力,就像规则自身规定的那样,尽管不是在关键领域中^⑦,其实施应依据——根据第25条第3款——上述1999/468/CE号决定第5条(附)规定更有力的“附监管的条例程序”进行。

① 《规则》第1条允许给予文本所载的理由修改附件1和附件2。

② 《规则》第5条第1款c项。

③ 《规则》第12条第3款。

④ 《规则》第28条第1款b项,并参考《规则》注17。

⑤ 《规则》第21条,援引了《规则》第17条。

⑥ 《规则》第28条第1款b项。

⑦ 《规则》注17。

et lux in tenebris lucit
Roman Law and Modern
Civil Law

The Annals of Institute of
Roman Law, Xiamen University

责任编辑 甘世恒 邓 臻
封面设计 姝 婕
美术编辑 卓 群



厦门大学出版社
微信二维码



厦门大学出版社
微博二维码

D0841-1-1

ISBN 978-7-5615-5380-0



9 787561 553800 >

定价:60.00元