

欧盟产品市场一体化进程研究

——以欧盟葡萄酒（wine）市场为例

1、欧盟葡萄酒市场分析

1.1、欧盟对葡萄酒（wine）的定义

各个国家对葡萄酒的定义有所分歧。美国的定义很宽泛，认为酒是任何一种水果（葡萄、桃子、梨等）发酵制作而成的饮料，其市场上普通酒的酒精含量为 7% 至 14%；而欧盟把酒定义为由葡萄发酵而成的饮料，欧洲市场普通酒（table wine）的酒精含量一般为 9% 至 15%。本文所指的酒为葡萄酒。

欧盟的葡萄酒可以分为两大类，约 40% 是普通葡萄酒（table wines），60% 是特质葡萄酒（quality wines）。特质葡萄酒是在某些特殊地区种植生产的，每个成员国有自己的标准来划定特殊种植区域，有些国家几乎把所有葡萄种植区定为特殊区域。

1.2、葡萄酒在欧盟农业的重要地位

与其他农产品相比，葡萄酒在欧盟农业生产中占有相对重要的地位，在不同成员国中其重要程度有所不同。

在 2000 年的农业结构调查中，葡萄种植面积约为 320 万公顷，占欧盟二十五国农业可利用土地面积的 2%。葡萄酒产值占欧盟农业总产值的比例非常大，2004 年欧盟十五国的比例为 5.7%，由于在一些新加盟的成员國中，其葡萄酒产值比例很高，所以欧盟二十五国的比例为 5.3%，几乎与小麦的产值所占比例相当（6.7%），是橄榄油（2.2%）和糖（1.7%）的两倍多。¹从产值的绝对数值方面考虑，2004 年葡萄酒的产值为 170 亿欧元。

在欧盟大多数成员国中，葡萄酒在农业生产中占有重要地位，法国、卢森堡、意大利、奥地利、葡萄牙，其葡萄酒产值比例较高。如表 1 所列，2004 年葡萄酒产值占农业产值的 5.3%，在法国、意大利、卢森堡其比例超过 10%，几乎与其谷类产值所占比例相同，其中法国葡萄酒产值比例是甜菜产值比例的七倍多；奥地利、葡萄牙的葡萄酒产值约占农业产值的 9%，其中奥地利葡萄酒产值比例是甜菜比例的四倍多，是小麦的两倍；德国的葡萄酒产值比例与其甜菜比例相当。在某些地区，葡萄酒是农业经济的主导产业，其产值占到 20% 到 30% 左右，法国南部的朗格多克-鲁西荣地区甚至高达 45% 以上。

表1：2004年欧盟及部分成员国葡萄酒产值占农业总产值的比例（%）

	EU-25	EU-15	德国	西班牙	法国	意大利	卢森堡	匈牙利	奥地利	葡萄牙
葡萄酒	5.3	5.7	2.7	3.1	12.9	10.7	11.3	5.1	8.9	8.6
橄榄油	2.2	2.4		7.2		4.9				1.3
小麦	6.7	6.5	9.5	3.8	9.0	4.7	4.0	8.7	4.5	1.8
谷类	14.0	13.2	18.4	13.0	15.8	11.5	8.4	24.8	13.2	6.1
甜菜	1.7	1.6	3.0	0.9	1.7	0.9		1.9	2.3	0.5

资料来源: Eurostat - Economic Accounts for Agriculture

1.3、欧盟葡萄酒市场的发展进程分析

1.3.1 葡萄酒的生产

1.3.1.1 葡萄酒产量及产值

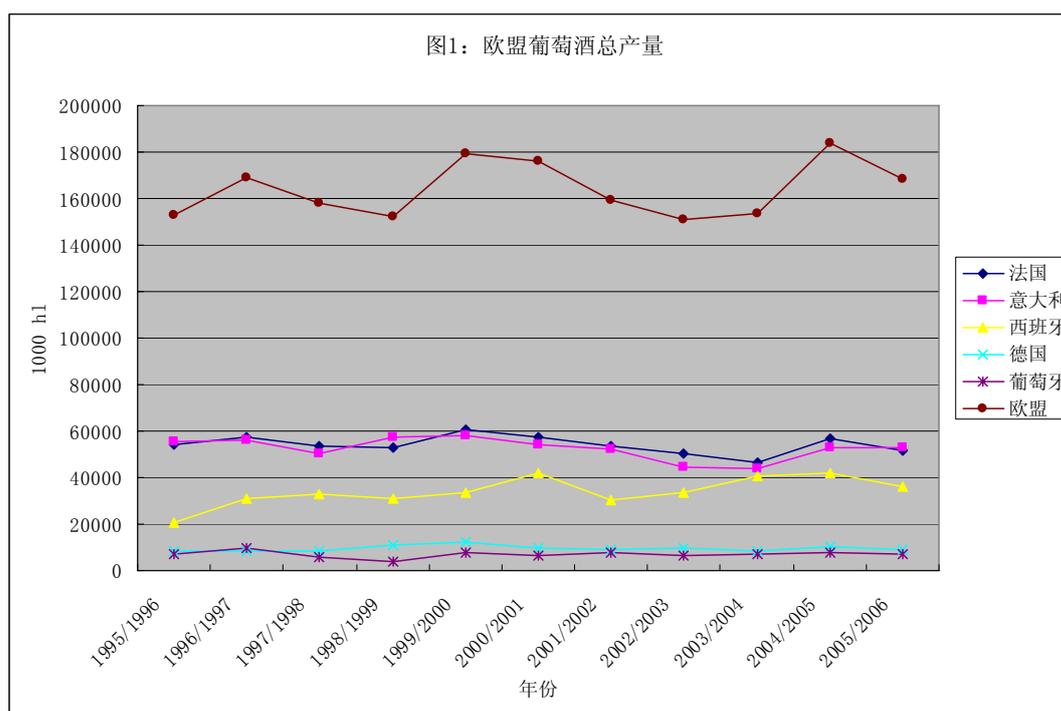
欧盟是全球主要的葡萄酒生产商，拥有占世界 45% 的葡萄树，其产量占世界总产量的 60%。在过去的五年里，欧盟二十五国葡萄酒的平均年产量达到 1.78 亿 hl(百升)（波动范围在 1.66 亿 hl 和 1.96 亿 hl 之间），总值约为 161 亿欧元。随着罗马尼亚和保加利亚的加入，

¹ Wine Labeling Regulation

葡萄酒产量将净增 700 万 hl。其中法国是最大的生产国，每年平均生产 5500 万 hl，占欧盟总产量的 30.6%，其总值为 77 亿欧元，占欧盟二十五国总产值的一半左右；意大利仅次于法国，总产量为 5100 万 hl，占欧盟总产量的 28.5%，其总值为 42 亿欧元，占欧盟总值的 25.8%；西班牙是欧洲第三大葡萄酒生产国，年产量为 4300 万 hl 左右，占欧盟总产量的 23.2%，总值为 12 亿欧元，占欧盟总值的 7.6%。德国尽管总产量没有西班牙高，仅为 1000 万 hl，但其总值几乎与西班牙相同，为 11 亿欧元。葡萄牙总产量为 720 万 hl，总值接近 10 亿欧元。接下来是匈牙利（450 万 hl，1.81 亿欧元），希腊（360 万 hl，4600 万欧元），奥地利（250 万 hl，4370 万欧元）。其他的较小的葡萄酒生产国为斯洛文尼亚（100 万 hl），捷克共和国（52 万 hl），斯洛伐克（44 万 hl），塞浦路斯（42.5 万 hl），卢森堡（14 万 hl）和马尔他（6.7 万 hl）。表 2 列出自 1995 年以来，主要生产国及欧盟葡萄酒的总产量。

年份	法国	意大利	西班牙	德国	葡萄牙	欧盟
1995/1996	54354	55702	20876	8361	7255	152817
1996/1997	57240	56322	31000	8678	9712	169323
1997/1998	53612	50563	33218	8394	6124	157777
1998/1999	53071	57140	31173	10727	3750	152562
1999/2000	60535	58074	33723	12244	7859	179117
2000/2001	57540	54088	41692	9950	6694	176005
2001/2002	53389	52293	30547	8980	7790	159122
2002/2003	50352	44604	33478	9984	6677	150923
2003/2004*	46360	44087	40758	8289	7283	153253
2004/2005*	56545	53000	42144	10147	7476	183700
2005/2006**	51600	52754	36325	9100	7253	168355

资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit；*是临时数据；**是预测数据



资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit；2004/2005 年数据为临时数据；2005/2006 年数据为预算数据

从上图中可以看出，欧盟葡萄酒产量每年的波动较大。一方面是由于葡萄种植方法不同，一方面因为葡萄酒生产工艺有所变化。在过去二十年里，世界葡萄酒产量呈下降趋势，但欧盟葡萄酒的产量呈上升趋势。随着欧盟的扩大，产量将继续增加。

1.3.1.2 葡萄种植情况

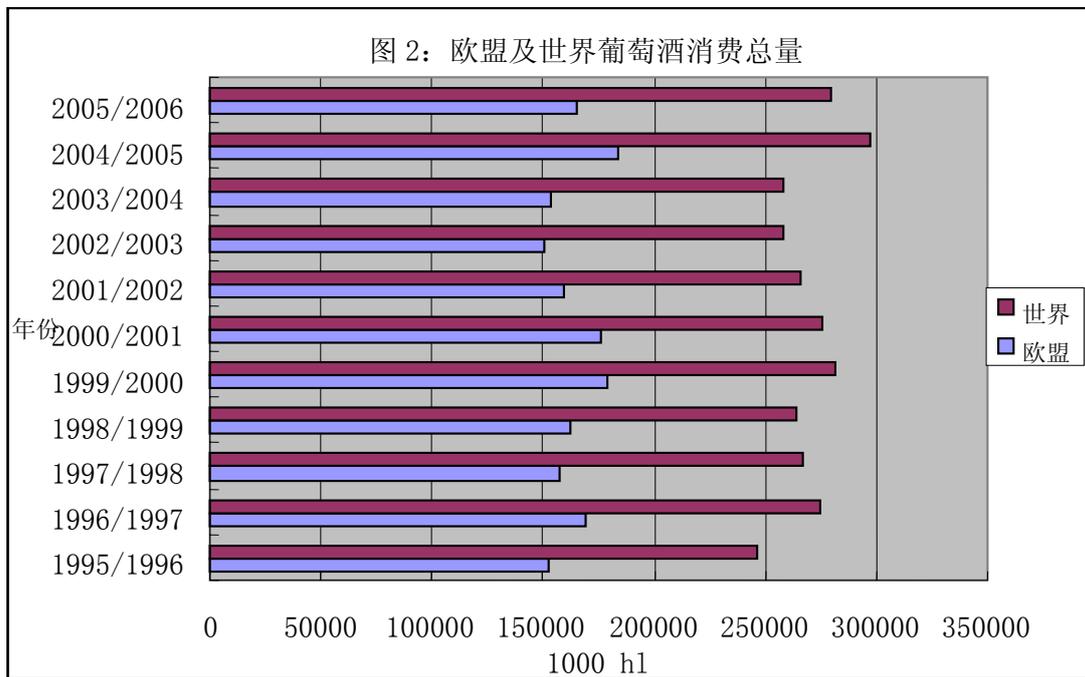
截止到 2005 年，欧盟 25 国拥有 160 万个葡萄园，葡萄树种植面积达到 340 万公顷。平均一个葡萄园的面积为两公顷，实际上大多数葡萄园利用面积不超过一公顷。

欧洲各国葡萄酒工艺流程差异很大，不仅体现在葡萄酒特殊化程度的不同，其葡萄园种植规模、葡萄种类也有所不同。在某些地区甚至强调其葡萄酒质量与制作过程及其土壤特质紧密相连。

自 1975/1976 年度禁止开发新种植园及对葡萄园改造进行补贴以来，欧盟葡萄园种植面积迅速下降，在二十世纪九十年代初其下降速度加快。从 1776 年到 1996 年，葡萄树的种植面积从原来的 450 万公顷减少到 340 万公顷，以每年 1.4% 的速度递减，相当于每年减少 5.6 万公顷。自 1999 年对葡萄酒市场结构进行改革以来，这个速度有所减缓，因为在开始的三年里，允许开发 5.1 万公顷葡萄园。随着 2004 年欧盟的扩大，葡萄园面积增加了 10.5 万公顷，增加 3% 左右。而如今欧盟二十五国葡萄园面积为 340 万公顷，也就意味着新增面积比减少面积要小，在某些地区无法保持均衡水平。

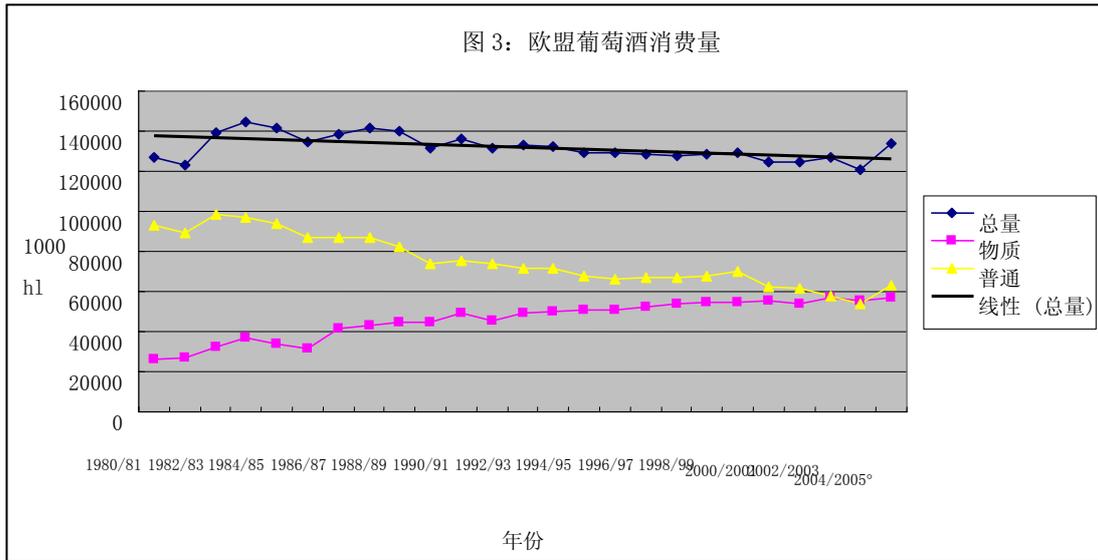
1.3.2 葡萄酒的消费

自 1995/1996 年度以来，欧盟葡萄酒消费总量平均占世界葡萄酒消费量的 61%。具体见下图：



资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit；2004/2005 年数据为临时数据；2005/2006 年数据为预算数据

在过去的二十多年里，欧盟特质葡萄酒消费量不断上升，而普通葡萄酒消费量不断下降，导致消费总量呈下降趋势。见下图：

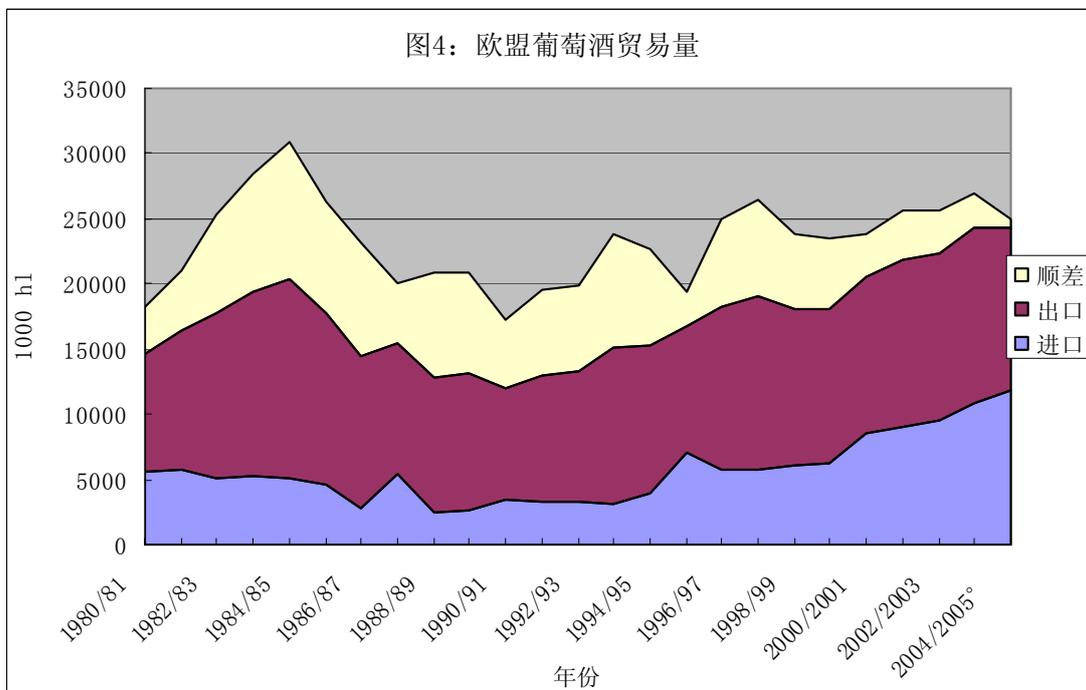


资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit

1.3.3 葡萄酒的贸易

2005年欧盟葡萄酒出口额达到150亿欧元，出口量为1300万hl。其他新兴的葡萄酒生产国家正在步步逼近其领先的地位。从1991/1993到2001/2003十年间，南美洲的出口额增加了770%，澳大利亚增加500%，智利增加270%，美国增加160%。

2005年欧盟进口葡萄酒达1200万hl，几乎与出口量持平（1300万hl）。欧盟在全球贸易中地位的下滑，是因为欧盟成员国产量不断减少的同时，其他国家正在战略性地不断扩大产量，如美国增加26%，智利增加48%，澳大利亚增加169%，新西兰增加240%。



资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit; 2004/2005年数据为临时数据，2005/2006年数据为预算数据

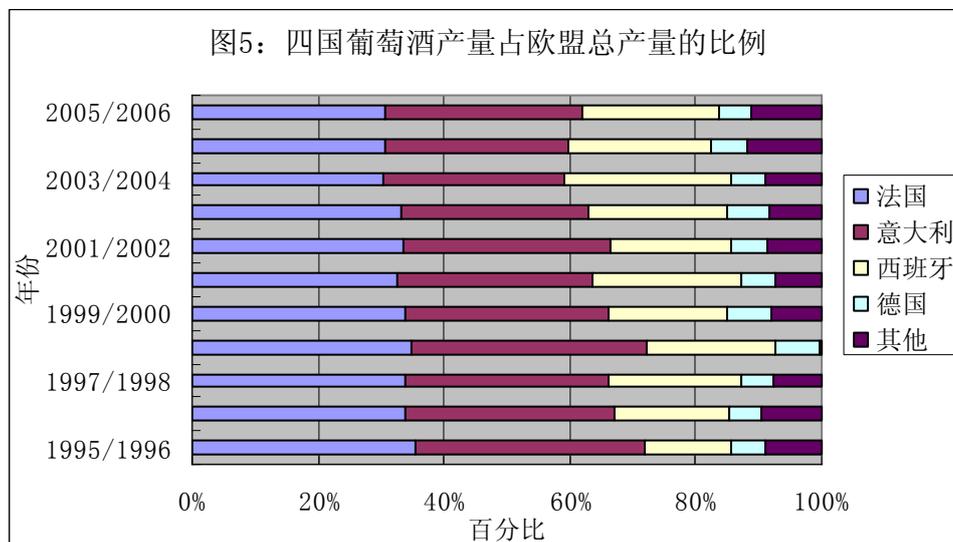
如上图所示，欧盟葡萄酒进口量不断增加，出口量比较稳定，顺差不断减少，其贸易优势不断下降。

2、欧盟部分成员国对葡萄酒的相关规定（以法国、意大利、西班牙和德国为例）

2.1、该四国在欧盟葡萄酒市场的地位分析

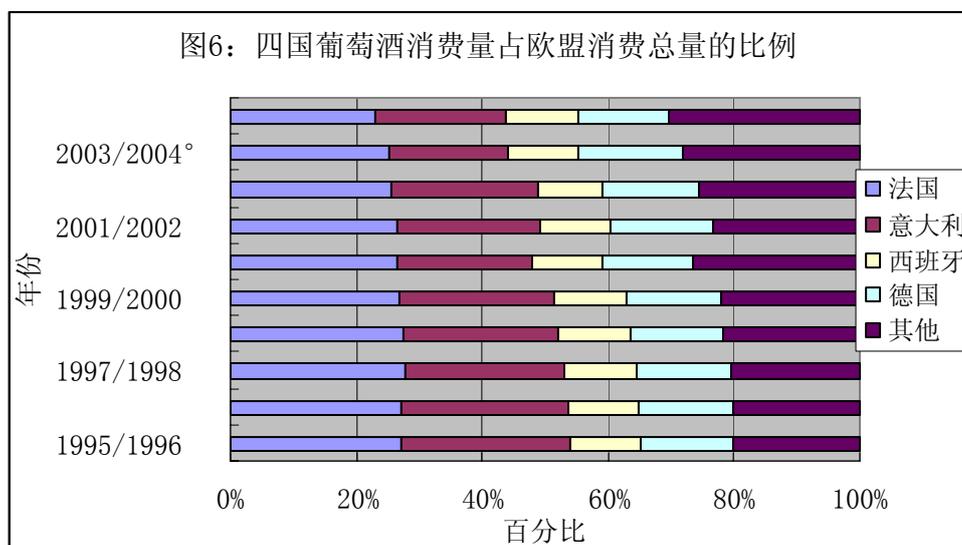
法国、意大利、西班牙和德国在欧盟葡萄酒市场中占有重要地位。

四国葡萄酒产量占欧盟葡萄酒总产量的 90%左右，1998/1999 年份甚至占到 99.7%。



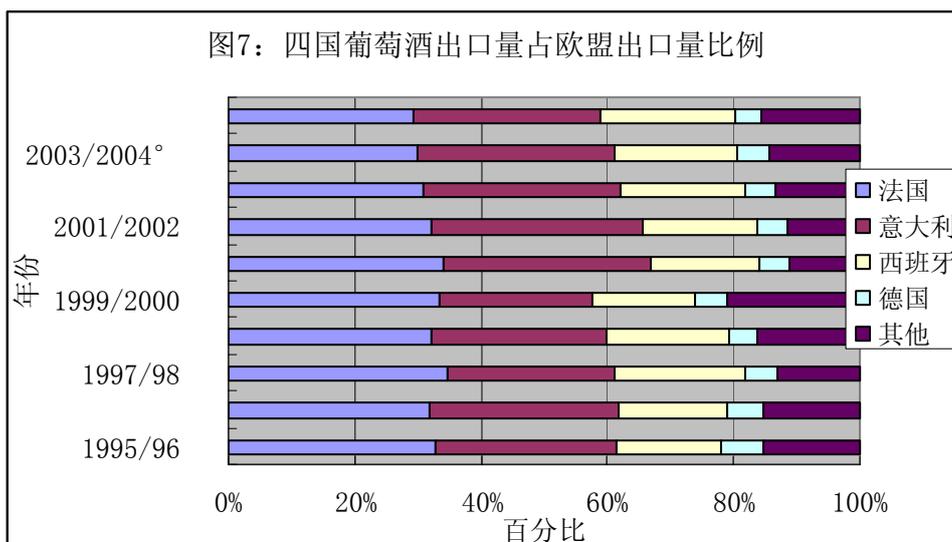
资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit；2004/2005 年数据为临时数据；2005/2006 年数据为预算数据

四国葡萄酒消费量占欧盟消费总量的 70%以上，在九十年代其比例为 80%左右。



资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit；2004/2005 年数据为临时数据

近十年来，除 1999/2000 年度外，四国葡萄酒出口量占欧盟葡萄酒出口总量的 83% 以上，2000/2001 及 2001/2002 年度甚至达到 89%。

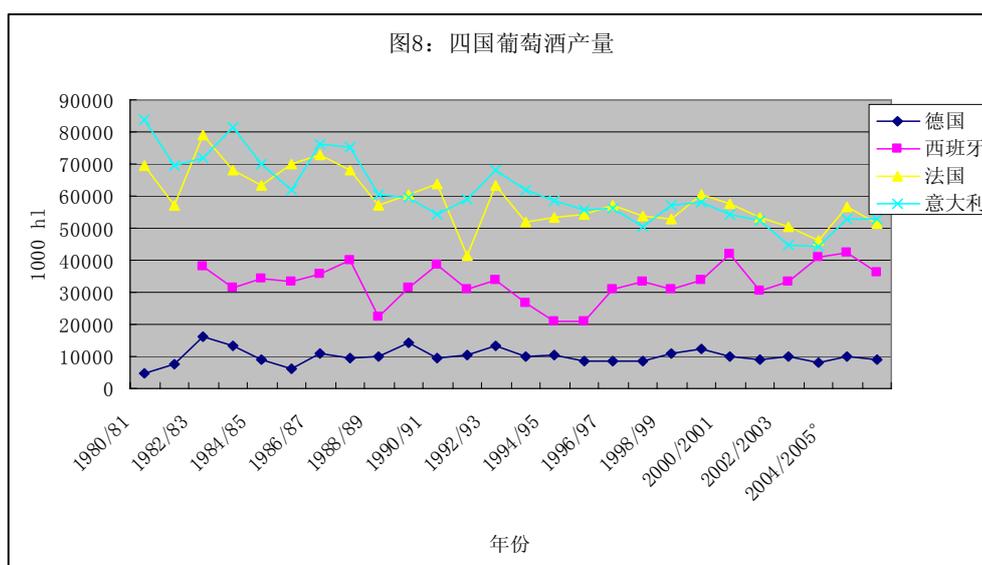


资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit；2004/2005 年数据为临时数据

2.2、该四国葡萄酒市场的发展现状

2.2.1 产量占欧盟总量的90%左右

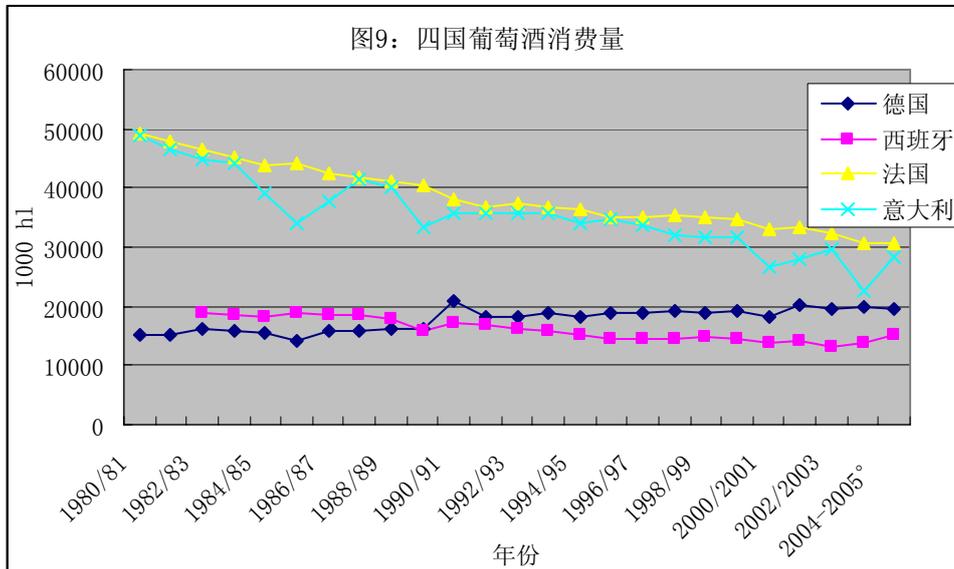
自1980/1981年度以来，法国和意大利葡萄酒产量均呈下降趋势。意大利葡萄酒平均年产量为6100万hl，成为世界最大的葡萄酒生产国，最高产量为1980/1981年度8400万hl，最低产量为2003/2004年度4400万hl。产量的下降引起葡萄园面积的减少，从1982年到1996年，葡萄园面积从160万公顷减少到80万公顷(Allamani et al., 1995a; ISTAT, 1999)，这导致葡萄酒业在二十世纪九十年代减少10万个就业机会，1985至1995十年间近200个当地葡萄酒公司倒闭。法国葡萄酒平均年产量为5900万hl（百升），最高产量为1982/1983年度的7900万hl，最低是1991/1992年度的4100万hl。其中红葡萄酒产量高于白葡萄酒，1993年红酒产量比例达到64%，其余36%的白葡萄酒中约三分之一制成白兰地酒。1980/1981年度以来，西班牙葡萄酒平均产量为3300万hl，最高产量为2004/2005年度4200万hl，最低产量为1995/96年度2000万hl。自1995年以来，其产量持续上升，使西班牙成为世界第三大葡萄酒生产国。德国葡萄酒产量波动较小，平均产量为1000万hl，其中80%左右为白葡萄酒。



资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit；2004/2005 年数据为临时数据；2005/2006 年数据为预算数据

2.2.2 消费占欧盟总量的70%以上

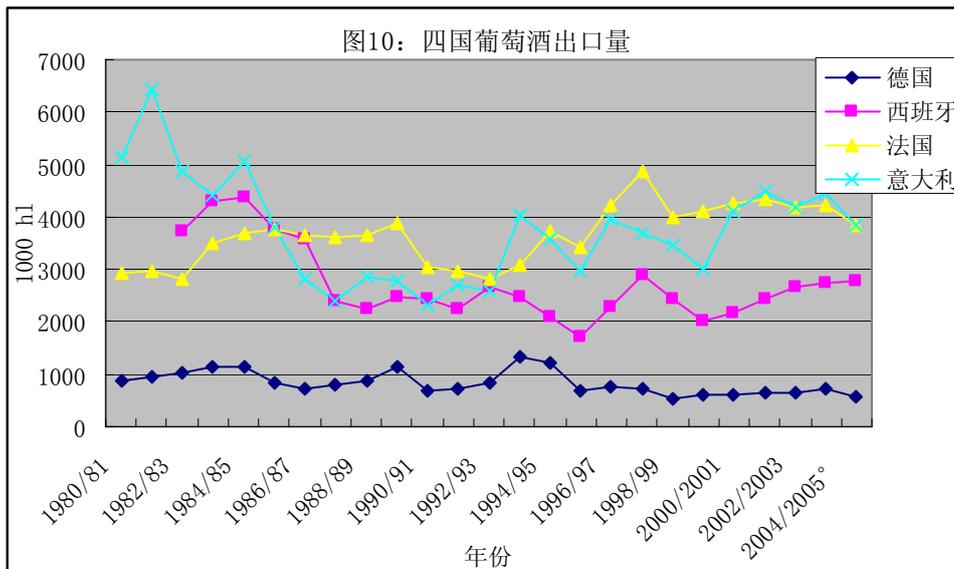
自1980/1981年度以来，法国和意大利葡萄酒消费量持续下降。法国年平均消费量为3855万hl，意大利为3548万hl，意大利的波动更大，最低消费量为2003/2004年度的2261万hl。西班牙葡萄酒消费量也呈下降趋势，但速度比较缓慢，年平均消费量为1607万hl。德国葡萄酒消费量稳步上升，平均每年消费1773万hl。



资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit; 2004/2005 年数据为临时数据; 2005/2006 年数据为预算数据

2.2.3 出口占欧盟总量的83%以上

自1980/1981年度以来，法国平均每年出口到欧盟外部国家的葡萄酒为367万hl，意大利为376万hl，西班牙为274hl，德国为83万hl。其中德国出口量较稳定，法国呈稳步上升趋势，意大利和西班牙出口量波动较大，意大利在八十年代一直呈下降趋势，九十年代以来逐步上升，西班牙一直呈下降趋势，直到二十一世纪以来才缓慢上升。



资料来源：European Commission DG AGRI -Wine Unit; 2004/2005 年数据为临时数据; 2005/2006 年数据为预算数据

2.2.4 在全球市场的竞争优势不明显²

在经济全球化进程不断加快过程中，四国葡萄酒业的综合竞争优势并不明显。如下：

表 3：四国葡萄酒市场竞争优势状况

	国内市场形势	国内市场增长潜力	规模经济效应	产业调整灵活性	吸引外资能力	综合竞争优势
法 国	强	弱	弱	弱	中	弱
意大利	强	弱	弱	中	中	中
西班牙	中	弱	弱	中	中	中
德 国	强	中	弱	弱	弱	弱

资料来源：WORKING PAPER, DEIAgraWP-06-002 by Richard CASTALDI, Susan CHOLETTE, Mahmood HUSSAIN

我们选取了五个因素来说明市场竞争优势的强弱。第一个因素国内市场形势强弱取决于葡萄酒的销售量及消费者是否愿意购买本国葡萄酒。法国、意大利和德国为“强”，他们已经形成了固定的消费习惯，葡萄酒消费量较大，西班牙为“中”。第二个因素国内市场增长潜力，“强”意味着国内人口数量较多，人均葡萄酒消费量持续增长。四国除德国为“中”外，其余都为“弱”，与消费量不断下降（图 9）有关。第三个因素是规模经济效应，若该国存在较大的公司足以影响消费者的消费习惯及葡萄酒的价格，则为“强”。但四国葡萄酒业均为“弱”，因为其生产厂商比较分散，规模较小，德国以家族企业居多。第四个因素是产业调整的灵活性，取决于厂商是否能够采用新技术进行产品创新，产品是否可以不受相关规定约束而进行灵活调整。法国和德国为“弱”，法国生产的特质葡萄酒较多，相关规定比较复杂且固定，产品调整比较困难。第五个因素是吸引外资能力，这取决于该国是否愿意接受外来资本进入葡萄酒行业，德国为“弱”，其余三国为“中”。综合五个因素，意大利和西班牙综合竞争优势为“中”，主要受国内消费量不断下降及缺乏规模经济效应所牵连，但两国致力于外部市场的扩展，并努力创造良好环境吸引外资。法国和德国综合竞争优势为“弱”，他们的国内葡萄酒市场几乎饱和，增长潜力较小；厂商规模较小，劳动力资源及土地资源稀缺，商标制度复杂，新产品开发较慢，这些都是导致其在全球葡萄酒市场的综合竞争优势较弱的原因。

2.3、四国对葡萄酒的相关规定

2.3.1 名称 (Appellation) 及分类 (Classification)

☆ 法国：

法国葡萄酒分为四个等级：

* **vin de table (table wine)** 是法国政府规定最少的葡萄酒；

* **vin de pays (country wine)**，严格按照产地来命名的葡萄酒；

* **Vins d'Appellation d'Origine Contrôlée or AOC wines**，在法国大概有 400 多种 AOC 葡萄酒；

* **Vins Délimités de Qualité Supérieure (VDQS)**, or **Delimited Wines of Superior Quality**，是介于 vin de pays 和 AOC 之间的葡萄酒，规定没有 AOC 那么严格，但生产过程受到严格控制。

Appellation d'origine contrôlée (AOC or AC) 是法国 Institut National des Appellations d'Origine (INAO) 为确保特质葡萄酒 (quality wine) 质量而制定的原产地标准。早在 1935 年，AOC 就颁布了，目的是为了保证那些高品质葡萄酒及优良葡萄园不受那些蓄意搭便车乱用名称的行为的影响。如果生产商在 AOC 下生产的产品不符合其标准，将示为违法。所有符合 AOC 标准的产品将在商标上注明 AOC 图章，为了防止混淆，其他产品的商标中不得含有 AOC 字样。而有些产品的商标是根据地名得来的，可能含有 AOC，这种情况下，必须加注

² Working paper, DEIAgraWP-06-002, A country-level analysis of competitive advantage in the wine industry

该地的邮编。尽管AOC并不能保证葡萄酒的生产质量，但它对基本的生产原料及生产工艺进行的规定。这些标准存在于以下七个方面：

* 对土地的规定：根据几个世纪以来土地利用面积的记录以及土壤条件、结构及海拔等因素来制定合适的葡萄园面积大小；

* 对葡萄种类的规定：根据历史记录及现存土壤和气候条件，规定每片土地适合耕种的葡萄种类；

* 对种植实践的规定：规定了每公顷应种植的葡萄树数量、剪枝技术以及施肥方法；

* 允许的产量：产量过高会影响葡萄的质量，因此对最高产量进行了规定；

* 酒精含量：所有 AOC 葡萄酒必须达到最低标准的酒精含量，也就是要求葡萄必须达到一定的成熟度（主要是糖份含量）来确保葡萄酒的口味（尽管在一些地区允许通过加糖来达到酒精含量要求）；

* 葡萄酒生产：AOC 在历史经验基础上，对生产葡萄酒过程进行了规定，为了保证生产出最佳葡萄酒；

* 官方品尝鉴定：从 1979 年以来，专家品酒小组就对 AOC 下的葡萄酒进行逐年鉴定。只有符合以上七方面标准的葡萄酒才能被冠以 AOC 图章标致。

☆ 意大利

二十世纪五十年代，欧洲共同市场（the European Common Market）把意大利葡萄酒定义为烈酒，必须与欧洲其他酒混合饮用。这使得意大利葡萄酒无法与法国德国葡萄酒相比，成为二等葡萄酒。1963 年，为了提高葡萄酒质量得到欧洲其他国家的认可，意大利政府在法国 AOC 基础上制订了新的葡萄酒控制及命名方案，即 **DOC**, *denominazione di origine controllata* (controlled denomination of origin)，于 1992 年通过并执行。DOC 可以指生产特质葡萄酒的地区，也可以作为葡萄酒商标的一部分指这种葡萄酒或葡萄园。在此商标下的葡萄酒必须在葡萄标准、酒的颜色、香味、味道、酒精含量、酸度、葡萄成熟期及葡萄园最高产量等方面达到 DOC 委员会的要求。

1980 年，出现了 **DOCG** 葡萄酒，即 *denominazione di origine controllata e garantita* (controlled and guaranteed designation of origin)，是在 DOC 基础上特别划分出一些特殊葡萄酒。DOCG 比 DOC 要求更加严格，如瓶子的大小、产量较少、品尝控制以及进一步的化学测验。DOCG 葡萄酒的瓶塞上封有粉红色、带有数字的图章，必须是五年以上 DOC 葡萄酒才有可能获得 DOCG 商标，现在有 25 个 DOCG 商标。

1992 年，意大利政府又增加了一个等级——**IGT**，即 *indicazione geografica tipica* (typical geographic indications)。指特定地区生产出的葡萄酒，IGT 区域比 DOC 区域要大得多。IGT 要求必须用被许可的葡萄生产葡萄酒，但对于口味、颜色及产量的要求并没有 DOC 那么具体。普通葡萄酒（*vini da tavola*, table wine) 是位于意大利葡萄酒等级最底层的葡萄酒，对其商标没有任何产地要求。

☆ 西班牙：

西班牙葡萄酒分类与法国和意大利相似，特质葡萄酒生产区域所属于 **Denominación de Origen (DO)** 系统。DO 商标大致说明了两方面内容：一是产于某些地区的葡萄酒所特有的质量、特点及唯一性，其来源于不同地区的土壤及气候等自然条件和葡萄酒制作工序；二是可以作为消费者选择葡萄酒的依据，意味着消费者对其质量的认可。

Denominación de Origen Calificada (DOCa) 是近年来出现的比 DO 标准理高的葡萄酒商标，**伊里奥哈（红）葡萄酒（Rioja）** 达到了此标准。

在取得 DO 标准认证之前，需达到 **Vino de la Tierra (VT or VdIT)** 要求，其对葡萄种类及地区鉴定进行了规定。

在 DO 商标之外，西班牙还有一个针对普通葡萄酒（table wine）分类：**Vino de Mesa (VM)**

or VdM)和 *Vino Comarcal* (VC or CV)。前者对葡萄园及地区不进行特别要求，大多数情况下是由许多地区的葡萄混合制作而成；后者可能对其进行要求，也可能与DO区域相同，但其葡萄酒可以是由几个地区葡萄混合制成。

☆ 德国：

德国在 1971 年为了简化葡萄酒商标，使其看上去像是由某个特定葡萄园生产出来的葡萄酒，制定了与葡萄酒相关法律——*Grosslagen*。但德国葡萄酒种类繁多，即使在较大的葡萄种植区域也如此，那些普通葡萄酒以及混合葡萄酒的质量低于特定葡萄园产出的葡萄酒，所以执行起来困难较大，但这一初衷是有意义的。*Grosslagen* 的功能类似于法国的 AOC，但 *Grosslagen* 葡萄酒并没有像 AOC 葡萄酒那样把葡萄酒的特性一一标明。原因有两个，首先没有法律要求 *Grosslagen* 注明在商标上，其次 *Grosslagen* 出现在产地后面来命名葡萄酒。如，Ürzig 附近地区的 *Grosslagen* 葡萄酒被称为 *Schwarzlay*，那些由十几个离 Ürzig 几公里远的地区的葡萄混合而制成的葡萄酒也可以冠以 *Ürziger Schwarzlay* 这个具有吸引力的名字来出售。因此这一规定完全混淆了特定葡萄园及其他葡萄园的葡萄酒，由于德国葡萄酒产区纵横交错，几乎每一种 *Grosslagen* 葡萄酒都会遇到这种情况。1994 年德国通过了新的葡萄酒法，但并未能解决原有机制存在的问题，*Grosslagen* 仍然是主要的商标法。

2002 年德国主要葡萄酒生产商协会—the *Verband Deutscher Prädikats- und Qualitätsweingüter* (VDP)发布了一项葡萄酒分类方法。用 *Grosses Gewächs* 来代表特质葡萄酒，尽管它仅适用于某些地区，但毕竟起到一定的积极作用，*Grosses Gewächs* 葡萄酒必须符合以下标准：

- * 葡萄必须来自于所规定的地区；
- * 葡萄种类受到严格限制；
- * 最大产量为 50hl/ha；
- * 必须用传统葡萄酒制作工艺进行生产；
- * 葡萄园、酒窖及葡萄酒都要经过附加的检察；
- * 葡萄最小重量必须与 *Spätlese* 相同；The minimum must weight must be at least equivalent to *Spätlese*.
- * 葡萄必须人工采摘；
- * 葡萄汁必须先进行加工。

Classified Sites (the second tier) 葡萄酒和 *Gutswein* and *Ortswein* ('estate' and 'commune' wines, the third level)葡萄酒的规定并没有以上那么严格。

而这些规定仅对 VDP 成员有效，对 VDP 组织外的生产商毫约束力。例如 Mosel 地区的葡萄酒生产商选择用 *Erste Lage* (literally 'first sites')作为商标而不是 *Grosses Gewächs*，与葡萄园相关性更大些。该地区 *Riesling S* 葡萄酒是最新选用的商标，指那些特殊地区生产的干葡萄酒。Rheingau 地区的葡萄酒则沿用原有的 *Erstes Gewächs* (first growths)来标识。总之，德国葡萄酒的分类不明晰，使消费者更加迷惑。

如今德国消费者比较熟悉的是 **Prädikat** 这个分类系统，尽管有许多不足，但在葡萄酒瓶上标明其分类，给消费者带来许多便利。大多数德国出口的葡萄酒具有 **Qualitätswein mit Prädikat** (QmP)质量标准，这是 **Prädikat** 分类中的顶级产品。之下有两级分类：*Tafelwein* (类似于法国 AOC 的 *vin de table*)和 *Landwein* (类似于法国 AOC 的 *vin de pays*)，但总体来讲，没有人对这两种分类感兴趣。另外一种类别是 **Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete** (QbA)葡萄酒。与 QmP 不同的是，QmA 标准允许在葡萄酒制作工序中增加糖份来保证酒精含量，而 QmP 标准则视此为违法行为。

现在德国实行的 **Prädikat** 规定中共有六个标准：

- * **Kabinett**: 这是口味最淡的葡萄酒，甜酸适中；

* **Spätlese:** 字面意思为晚收获 (late harvest), 为含有更高的糖份做准备, 然后制成葡萄酒;

* **Auslese:** 字面意思为选择性收获 (selective harvest), 制成这种葡萄酒的葡萄是经过特殊筛选, 糖份比上一种葡萄酒还要高。晚收获是想要生产出口味更加浓厚的葡萄酒。

以上三种葡萄酒所用的葡萄汁糖份含量逐渐增加, 从干葡萄酒到甜葡萄酒; 以下三种葡萄酒则是非常甜 (intensely sweet) 的葡萄酒。

* **Beerenauslese:** 字面意思为选择性的葡萄 (selected grapes), 用特殊选择的葡萄, 经过脱水处理, 制成最好的甜葡萄酒;

* **Trockenbeerenauslese:** 字面意思为干浆选择 (dry berry selection), 选用特殊的葡萄经过干燥处理之后制成的葡萄酒;

* **Eiswein:** 字面意思为冰葡萄酒 (ice wine), 葡萄在葡萄树上一直到冬季, 采摘前经过了霜冻, 然后制成葡萄酒。

QmP 葡萄酒在其商标上就注明 Prädikat 的标准, 指明葡萄酒的特性, 但存在的不足是它并未指明最后的葡萄酒的特性, 而是指出用来发酵制成葡萄酒的葡萄汁的糖份含量。由于没有对酒精含量或者剩余糖份含量进行规定, 很有可能原来糖份相同的葡萄汁在发酵后所制成的葡萄酒口味完全不同。完全发酵可以制成干葡萄酒, 酒精含量较高; 按照传统发酵方法制成的葡萄酒酒精含量较少, 剩余糖份较多, 则制成了甜葡萄酒。

另一个不足之处是受葡萄收获期的影响较大。如在 2003 年、2005 年, 气候非常温暖, 葡萄生长迅速, 葡萄汁糖度比次年要高。这两年制成的 Kabinett 葡萄酒要比往年口味浓郁, 甚至达到了 Spätlese 葡萄酒的标准, 但葡萄酒瓶上仍标为 Kabinett, 当然是由葡萄酒生产商自己决定的, 也许没有达到他们所认为的 Spätlese 标准, 也许是因为怕失去偏好 Kabinett 葡萄酒的消费者。

2.3.2 商标

从下表可以看出, 法国对葡萄酒商标要求最高, 必须项和禁止项最多, 意大利的商标规定比较宽松, 可选项比较多, 可由生产商自由选择。西班牙和德国的葡萄酒商标规定比较相近, 除了西班牙对某些地区的葡萄酒要求一定要注明 “wine” 之外, 其他规定都相同。

表 4: 四国葡萄酒商标规定

	必须项	可选项	禁止项
法国	产地所在国家 产地名称 质量标准 生产商 (或品牌所有者) 名称及地址 酒瓶容量 酒精含量 “wine” 字样 (针对某些地区) 确认图章 (Authenticity Seal)	葡萄种类 葡萄收获期 葡萄园名称 “Domain” 字样 “Dry”/“Medium Dry”/ “Sweet”	“wine” 字样 (针对某些地区) SO ₂ 及其他添加剂 分析/品尝鉴定 (Analysis / Tasting Notes / Approvals)

意大利	产地所在国家 产地名称 质量标准 生产商（或品牌所有者）名称及地址 酒瓶容量 酒精含量	葡萄种类 葡萄收获期 葡萄园名称 “Domain” 字样 “Dry”/“Medium Dry”/ “Sweet” SO ₂ 及其他添加剂 确认图章 品尝鉴定	“wine” 字样
西班牙	产地所在国家 产地名称 质量标准 生产商（或品牌所有者）名称及地址 酒瓶容量 酒精含量 “wine”（针对某些地区）	葡萄种类 葡萄收获期 葡萄园名称 “Domain” 字样 “Dry”/“Medium Dry”/ “Sweet” 确认图章	“wine”字样（针对某些地区） SO ₂ 及其他添加剂
德国	产地所在国家 产地名称 质量标准 生产商（或品牌所有者）名称及地址 酒瓶容量 酒精含量 品尝鉴定	葡萄种类 葡萄收获期 葡萄园名称 “Domain” 字样 “Dry”/“Medium Dry”/ “Sweet” 确认图章	“wine”字样（针对某些地区） SO ₂ 及其他添加剂

3、欧盟层面对葡萄酒的相关规定

3.1、葡萄酒共同市场组织（The Common Market Organization for Wine）的内容及其分析

3.1.1 葡萄酒共同市场组织（The Wine CMO）的发展³

创建葡萄酒共同市场组织的目的是通过协调葡萄酒相关的技术和管理法规、消除关税及其他贸易壁垒，来促进欧盟成员国之间葡萄酒的自由流动。如今它已经成为共同农业政策中最大的组织也是最复杂的共同市场组织，因为它不仅像其他组织那样控制价格及贸易，还制定了生产、流通等政策直接影响整个葡萄酒行业。

按照 1957 年罗马条约规定，欧共体的共同农业政策发展为共同关税联盟。这给欧盟成员国的葡萄酒市场带来了巨大变化，因为原有的葡萄酒市场是被高度保护的。1959 年，欧共体各成员国的葡萄酒市场开始实行共同关税政策。

在 1962 年颁布了第一部为促进葡萄酒市场发展的正式规定，旨在改进欧共体葡萄酒市场的供给平衡。每年除了公布葡萄酒的生产及存货外，还公布所登记的葡萄园数量。然而，在 1969 年，葡萄酒在整个欧共体农业中的地位还是微不足道的，其市场仍然按照各成员国各自的规定运行。

1970 年，在两个关于普通葡萄酒和物质葡萄酒的共同市场政策基础上，制定了正式的葡萄酒共同市场政策。共同体偏向于从欧盟外部国家进口葡萄酒，并制定了不同层面的相关规定。这导致了在 1976 年的新规定，其禁止开发新的葡萄园来生产普通葡萄酒，并为原有葡萄园转为种植其他家产品的园主提供补贴。

³ Ex-post evaluation of the Common Market Organisation for wine, *Final Report*, European Commission - DG Agriculture Tender AGRI / EVALUATION / 2002 / 6

1980年CMO为了减缓葡萄酒过剩的状况出台了新规定,对那些临时或永久放弃葡萄酒种植的园主提供补助,并引进了专门的蒸馏措施。1982年蒸馏措施成为市场规制中一项永久规定,然而这又导致了酒精存量的增加及处理成本的上升。1984年的都柏林协议(Dublin Agreement)提出了一种逐步减少蒸馏配额的方法。

1987年CMO在都柏林协议基础上进行了进一步改革,直到1999年欧洲葡萄酒市场发生了许多变化后才采取了新的措施。1987年的改革取得一定成效,20世纪90年代欧洲葡萄酒市场的均衡状况得到改善,生产过剩减少,特定区域生产的特质葡萄酒取得了成功。但同时也存在许多问题,例如普通葡萄酒消费量下降,葡萄园趋于老龄化,实际天气状况直接影响葡萄园产量的变化,因而仍存在的生产过剩的风险,一些地区长期以来并未按照需求状况进行生产,因此也存在着长期结构上生产过剩问题。另一方面,部分地区的葡萄酒供不应求,正在进一步扩大生产。1995年的URAA(Uruguay Round Agricultural Agreement)给欧洲葡萄业带来重大影响。其对外贸易政策发生了深远的变化,欧盟葡萄酒市场更加开放,参与到全球竞争中。其他国家葡萄酒市场逐渐形成,国际贸易不断增加。在新的市场环境下,为了促进欧洲葡萄酒竞争力的提升,1999年CMO制定了新的规定,即Council Regulation(EC)1493/1999。

3.1.2、1999年改革及当前市场规制机制⁴

1999年改革措施是从2000年8月1日正式实施的,它基于以下两个原则:

首先是简化市场机制,尤其是使不同的蒸馏方法合理化。这促进了市场透明度,减少不可估计误差,增加了不同区域间的差异性,引进更多的补贴。其次是引进了新的工具,利用补贴(现在是4.5亿欧元)来资助市场结构重组以及葡萄园的改造,使得产品更具竞争力。

之所以进行改革,是为了适应二十世纪80年代至90年代末欧洲葡萄酒市场所呈现的新形势:生产剩余比从前有所减少。但剩余危机并未完全消除,一方面某些地区所生产的普通葡萄酒数量超过需求数量,这些地区需要结构重组政策为那些产品找到出路;另一方面乌拉圭回合协议使得欧盟出口补贴减少,欧盟外部其他国家的葡萄酒很容易进入内部市场,也会导致葡萄酒过剩。

过去的政策加上新的市场机制,使得当前的葡萄酒行业的规制主要包含四个部分:

☆ **结构政策**,关于葡萄酒生产潜力的规定,具体如下:

1999年的改革,采取新的葡萄种植权管理方法,目的是在维持原有禁止开发新葡萄园的政策的同时,促进种植权的流通。此外欧盟颁发了5.1万公顷的葡萄种植权,同意成员国增加葡萄园种植权,通过合法手续来规范种植权利。欧盟把生产潜力的总量作为主要报告指标和控制工具,这是采取结构政策的先决条件。同时对彻底放弃葡萄种植进行资助,并为葡萄园重组及改造出台了新的制度。

原来限制葡萄种植面积的政策有两种,一是禁止开发新的葡萄园及再植的时间限制(八年)。不管从法律角度还是从经济角度,这项政策都引来了许多批评。生产者更希望拥有更多的自由,特别是在欧盟之外其他国家并未对此进行限制的条件下。此外,许多违反规定的行为不断出现,控制该政策实行的难度较大。另一种是为那些放弃种植葡萄的园主设定的奖赏制度。自1988/1989年度以来,约有50万公顷葡萄园被挖除,在控制欧盟葡萄酒生产方面取得了很大成效。1996年欧盟委员会出台新政策,允许成员国在部分或全部领土范围内拒绝使用该政策。

葡萄园结构重组政策是1999年的改革之一,目的是加快结构调整,提高欧洲葡萄酒的竞争力,用高质的葡萄园代替低质葡萄园。供给商由于执行重组计划而导致的收入损失,在新

⁴ WINE Common Market Organisation, *Working paper*, European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development

旧葡萄园共存的期间内（最多不超过三年）将得到欧盟委员会的补助。各成员国从欧盟得到的结构重组和改造扶持取决于其各自的重组计划及葡萄园的生产潜力。欧盟第一年给各成员国的补贴是基于其葡萄园占整个欧盟的比例进行了分配的，接下来就按照各成员国上报的调整成本进行修改。如果一些成员国并没有完全用尽所欧盟给予的配额，则其他成员国可以获取更多补贴。成员国有权分配这些补贴，也可以用国内基金来补充欧盟的补贴，使国内每公顷葡萄园的补贴达到欧盟配额的上限。但至今，没有任何成员国运用国内基金进行补贴。每年该补贴成本约为4.5亿欧元（占整个葡萄酒业预算的33%）。欧盟所提供的每公顷的补贴费用在各成员国间差异较大，从3600欧元到17000欧元不等，平均为7300欧元。

由于这个政策实施不久，缺乏精确的统计数据，至今其在长期内对葡萄酒业的影响仍不明晰。一些成员国如西班牙，成为该政策获益最大的国家，充分利用补贴进行葡萄园改造。从占葡萄园总面积的比例来看，希腊是采取该政策最少的国家（2.3%），而奥地利是最多的国家（14.3%）。

☆ **市场干预政策**，包括葡萄酒及葡萄汁私人存贮的规定；四项蒸馏政策，两项是必须执行，两项是可自由选择执行；强制执行蒸馏政策后的酒精公共存贮及管理政策；对通过添加葡萄汁来提高酒精含量的方法进行资助。

在葡萄酒共同市场政策中，关于蒸馏的政策是其首选的干预政策，旨在以担保价格回收市场中过剩的葡萄酒。一部分葡萄酒被加工为酒精，可以应用于其他酒类的生产；其余的葡萄酒经处理后投放到燃料市场销售。1999年的改革中，欧盟委员会颁布了四种不同的蒸馏政策，其中两个是生产商必须执行的政策，两个可以自愿执行，其收购价格取决于不同的蒸馏方法。第一种特殊的蒸馏政策主要是针对Chartentes葡萄酒的，当市场中该葡萄酒超过一定数量时，就必须进行蒸馏处理；第二种蒸馏政策是针对葡萄酒生产过程中的副产品的，在葡萄酒生产过程中如果葡萄榨渣的压力过大，会影响到葡萄酒的质量，因此要对其副产品进行蒸馏。这项政策是可以自愿执行的。第三种政策称作危机蒸馏（crisis distillation），供给商可自愿执行。当市场中葡萄酒数量严重过剩时可以采取该措施；第四种是可饮用酒精蒸馏政策，旨在扶持应用这种传统的处理方法而生产的葡萄酒市场。

蒸馏后的酒精被欧盟计算为公众库存量，经处理后大多用于工业，长期以来当作燃料进行出口。2005年共有230万hl的库存酒精，其中42%来自意大利，36%来自法国。

尽管1999年进行了改革，但蒸馏政策的执行与预期效果相差甚远。诚然，该政策在稳定葡萄酒价格方面做出了一些贡献，然而像其他价格扶持政策一样，它并未考虑需求情况，使得供给者可以无视需求量的大小进行生产，从某种意义上讲，这种蒸馏政策对葡萄酒生产过剩也做出了一定贡献。

在制酒过程中，对如何提高天然葡萄酒的酒精含量有严格的规定，可以有两种方法，一是用蔗糖，一是用葡萄汁。用蔗糖提高酒精浓度的方法也被称为加糖法（Chaptalisation, sugaring in the dry），这种方法普遍用于欧盟中北部地区，其成本是另一种方法的三分之一。欧盟南部地区则利用浓缩葡萄汁来增加酒精浓度，为使其合法化，在1982年，这种方法也被正式认可。

☆ **大量关于特殊技术的规定**，包括特定的制酒工序；对物质葡萄酒及地区认证的规定；对葡萄酒名称及介绍的规定；对所注册的葡萄园的管理和控制的规定；供给商行会及区域组织的指导方针。

☆ **贸易机制**：对进口关税及出口补贴的规定。1995年7月1日的乌拉圭回合协议（Uruguay Round Agreement）给欧盟与其他国家的贸易政策带来了巨大变化。在此之前，边界保护非常明显，进口商品要按照参考价格（reference price）进行交易，入关时还要缴纳关税及其他附加费。但签署这个协议后，欧盟必须取消边界保护政策，在五年内关税减少20%。这意味着欧盟葡萄酒市场不再孤立于世界市场，事实也证明，其他国家的葡萄酒产品不断涌入欧盟

市场。另一个重要的影响是：欧盟葡萄酒市场成为开放的市场，其他国家的产品进入该市场后，很难再利用价格扶持政策来控制和管理葡萄酒过剩问题。

支出预算。欧盟葡萄酒市场的支出预算主要针对普通葡萄酒。其比例不断变化，占 EAGGF（European Agricultural Guidance and Guarantee Fund，欧洲农业指导与保证基金）总支出的 2.5% 至 5.5%。2004 年实际支出为 10.92 亿欧元，预算拨款 12.28 亿欧元，其分配如下：

- * 42% 用于支付葡萄酒直接或间接蒸馏成本。其中 3.23 亿欧元为蒸馏费用，1.89 亿欧元为酒精库存成本；

- * 37% 用于支付葡萄酒市场结构调整费用，约为 4.5 亿欧元；

- * 13% 支付于利用葡萄汁来增加葡萄酒浓度的费用，为 1.56 亿欧元；

- * 其余用于葡萄酒及葡萄汁私人存储费用、退税、挖除葡萄园补贴等费用。

过去，欧盟对葡萄酒业的干预政策主要集中在减少生产（挖除葡萄园及限制开发新葡萄园等）及市场稳定（蒸馏政策）方面，1999 年的改革提出改进市场结构，更注重如何提升欧盟葡萄酒的内部市场及外部市场的竞争力。欧盟从外部进口的葡萄酒给欧盟葡萄酒市场带来了激烈的竞争，欧盟要持续不断地进行努力来维持并提升欧盟葡萄酒的市场竞争力。这并非仅仅是让供给与需求相匹配、加快葡萄园更新速度、使生产结构合理化，还包括从装瓶销售、市场营销、存储、行业商会、提升产品质量等多层面的促进葡萄酒行业现代化的政策。

3.1.3、葡萄酒的分类

欧盟把葡萄酒主要分为两类：

特质葡萄酒（quality wine，特定地区生产的葡萄酒，即所谓的“quality wine psr”）及普通葡萄酒（table wine）。

☆ 特质葡萄酒：

欧盟的立法中并没有明确规定哪些葡萄酒属于特质葡萄酒。在 1970 年，为了保护各成员国的传统葡萄酒，提出了关于特质葡萄酒鉴定及控制的方案，其中还涉及到葡萄酒的生产工序，要求各成员国遵照执行。具体如下：

- * 根据自然条件，精确划分葡萄生产区；

- * 列出适合每个葡萄园所种植的葡萄种类；

- * 为了保证特质葡萄酒的质量，规定了葡萄种植的具体方法；

- * 在欧盟规定的范围内，规范葡萄酒的制作过程，特别是在增加甜度及酒精度方面；

- * 规定最小天然酒精含量；

- * 各成员国自己规定每公顷葡萄园的最大产量；

- * 对葡萄酒进行评估鉴定；

- * 葡萄种植及葡萄酒的生产过程要在特定地区内完成；

- * 如果未达到标准，原来的特质葡萄酒可能被降为普通葡萄酒。

各成员国划分葡萄酒的方法大概分为两类：

第一类是认为国内所有生产葡萄酒的地区都适合生产特质葡萄酒，并且产量相对较高。这些国家包括德国、卢森堡、英国及奥地利。每年都要对各种葡萄酒进行检测，来确定其是否达到特质葡萄酒标准。实际上，德国和卢森堡约 90%-95% 的葡萄酒被划为特质葡萄酒，英国和奥地利的比例稍小，因为采取这项政策的时间稍晚。这种方法实际上反映的是消费者的心理而并不是立法者的想法，它促进了葡萄酒质量的提升。其实这些葡萄酒本身并不存在销售问题，除非是葡萄大丰收，产量异常。除了匈牙利，其他所有新成员国都采取这种划分方法。

第二类方法是制定具体的标准，只有那些通过相关化学检测的葡萄酒被列为特质葡萄酒。其目的是为了完善特质葡萄酒的标准体系、限制生产特质葡萄酒地区的葡萄产量、保证

葡萄酒的价格及增加葡萄酒与产地之间的联系。这种方法被其他国家所采用。

欧盟委员会曾几次尝试制定统一的标准来划分特质葡萄酒，但至今未实现，仍由各成员国根据各自的鉴定及分类体系来控制监督（详见 2.3.1）。

☆ 普通葡萄酒：

欧盟规定除了特质葡萄酒以外、用欧盟自己生产的葡萄制作而成、酒精含量在 8.5%至 15%之间、达到一定酸度的葡萄酒都被划为普通葡萄酒。欧盟的葡萄酒不允许采用进口葡萄为原料，也不允许混合进口葡萄生产葡萄酒。为了便于市场管理，促进葡萄酒在内部市场的自由流动，无论是红葡萄酒还是白葡萄酒，欧盟都对不同的普通葡萄酒进行了具体的说明及划分。

区分特质葡萄酒和普通葡萄酒之后带来两个主要的结果：一是决定了市场干预政策的主要方向，大多是针对普通葡萄酒的；二是确定了葡萄酒的商标及介绍制度，给消费者选择葡萄酒带来一定便利。

但必须强调的是，这个划分只是部分影响到当前的葡萄酒市场。一些普通葡萄酒无论在价格还是在质量上都跻身于顶级葡萄酒之列，而也有一些特质葡萄酒的市场价格相对较低。此外，一些特质葡萄酒也同样要面临营销困境。

出于商业角度的考虑，在一些成员国中涌现出其他的葡萄酒分类方法。例如：带有地理标志的普通葡萄酒（*table wines with a geographical indication*）。在欧盟外的其他国家还把对特质葡萄酒的相关规定引入到普通葡萄酒中，如：*Varietal wine and Brand wines*。这些方法提高了一些普通葡萄酒的竞争力，但同时也导致了消费者的概念混淆。

3.1.4 控制葡萄酒生产潜力：种植、再植、挖掘⁵

3.1.4.1 禁止种植新葡萄树，限制改种权利

禁止种植新葡萄树是用来维持葡萄酒市场平衡最老的方法之一，可以追溯到1976年。开始引进的时候只规定在两年内禁止种植新葡萄树，后来期限慢慢延长。最近一次的1999年的改革，把期限定为十年，直到2010年7月31日。这种政策总是与一系列免除政策相伴：

* 在供不应求的情况下，欧盟有权颁布新的种植权来促进市场平衡。例如，在1996/1997年度的价格打包（*price package*）政策之后，欧盟在1996/1997和1997/1998年度内颁布了1万公顷新的葡萄种植权；

* 在某些特殊情况下，各成员国有权解除禁令。例如出于嫁接、科研的需要以及家庭消费量的影响，成员国可以适情况对某些地区解除禁令；

* 在结构政策下，成员国可以在发展计划所规定范围内颁发新的种植权。因此1988/1989年度，法国颁布9218公顷葡萄种植权，在1990至于1997年间，西班牙颁布700公顷种植权，Piedmont地区为了调整结构，颁布了2500公顷葡萄种植权；

* 1999年改革中，颁发了6.8万公顷葡萄种植权，其中1.7万由欧盟储备，其余分配到各成员国，其目的是发展高质葡萄园，保证产品销售出路，规范违法种植，以及促进结构调整。这些新的种植权在2003年7月31日之前就进行了分配；

* 对新加入欧盟的捷克及马尔他，也颁发了新的种植权。

自1976年以来，改种权的颁发必须基于葡萄种植者的申请，允许其在相同地区开发同样面积的葡萄园，或者转移到其他葡萄园。改种权在开发新葡萄园后八年内有效。

对这种政策有两种对立的观点：

支持种植完全自由化的人认为：

* 欧盟外的其他葡萄酒生产国并未对此进行限制，这扭曲了葡萄酒市场的竞争；

* 降低生产潜力的政策所带来的实际影响可能被高估了。技术进步也可能导致每公顷产

⁵ Consolidated TEXT, produced by the CONSLEG system of the Office for Official Publications of the European Communities, CONSLEG: 1999R1493 — 01/05/2004

值上升。如果为了符合市场需求，种植方法的改进可以使产值增加一倍。在此情况下，仅仅关注生产这一单一要素是否合理呢？其他要素是否真的无法控制呢；

* 葡萄酒市场的法律框架已经改变。欧盟市场现在已经是开放市场，消费者需求无论在数量上还是在质量上都有所改变。在新的市场环境下，那些适应过去市场形势的供给商未必适应新的竞争环境。对新种植权的限制使市场调整变得更加困难；

* 此外，政策的管理监督非常困难，对其执行结果很难检测，仍有许多非规定范围内的葡萄园存在。

支持执行禁令的人认为：

* 尽管现在葡萄酒产量已经有所下降，但欧盟葡萄园面积广大，仍存在产量波动的可能，因此现在就放弃禁令似乎还为时过早；

* 新种植权的颁发可以改变葡萄酒的生产结构，往往是从传统的种植者转换到拥有肥沃富饶种植园的新种植者，因此可提高葡萄酒产值；

* 禁令是市场扶持政策的必须品，就像蒸馏政策和欧盟对彻底放弃种植的补贴政策一样；

* 如果没有禁令，伴随着技术进步，葡萄酒生产和新葡萄园的增加将加剧市场剩余。欧盟的经验表明，在那些自由种植区域，葡萄酒产业面临着严峻的地方供给过剩情况。禁令的实施，可以在一定程度上阻止生产过剩。

然而，违法种植的葡萄园仍然存在。

为了巩固1976年提出的禁令，在1987年引进了惩罚政策，对那些由非法种植的葡萄生产的葡萄酒，要求供给商自己承担其蒸馏成本。但很难对该政策进行监督控制，于是1999年的改革中提出：

* 开发任何新的葡萄园都属于违法行为。近年来的检查表明，仍存在非法开发的葡萄园，这些将在短期内清除；

* 1998年之前完成规范葡萄园的任务。但这个期限不断延长，第一次延至2002年7月31日，第二次延至2005年7月31日。由于法律解释有很大难度，尤其在意大利和西班牙，现在又延至2007年底。

3.1.4.2 对永久放弃葡萄种植进行补贴

欧盟控制葡萄酒产量的另一个方法是对永久放弃葡萄种植进行补贴。各成员国根据自己制定的标准（地区、葡萄树种类、葡萄园年限等），对那些符合标准，申请永久放弃种植权的葡萄种植者进行补贴。

各成员国的补贴是在考虑了技术生产标准的基础上制定的固定金额。尽管各成员国之间可以有所差异，但必须低于欧盟规定的最高标准（年均产量低于20hl/ha的葡萄园，补贴为1450欧元/ha；年产量高于160hl/ha，补贴为12300欧元/ha；平均为6300欧元/ha，其平均年产量为50-80hl/ha）。对某些特定地区也可以进行限制，不允许其放弃种植。

各成员国可以运用各自的国家补贴对这一政策进行补充。

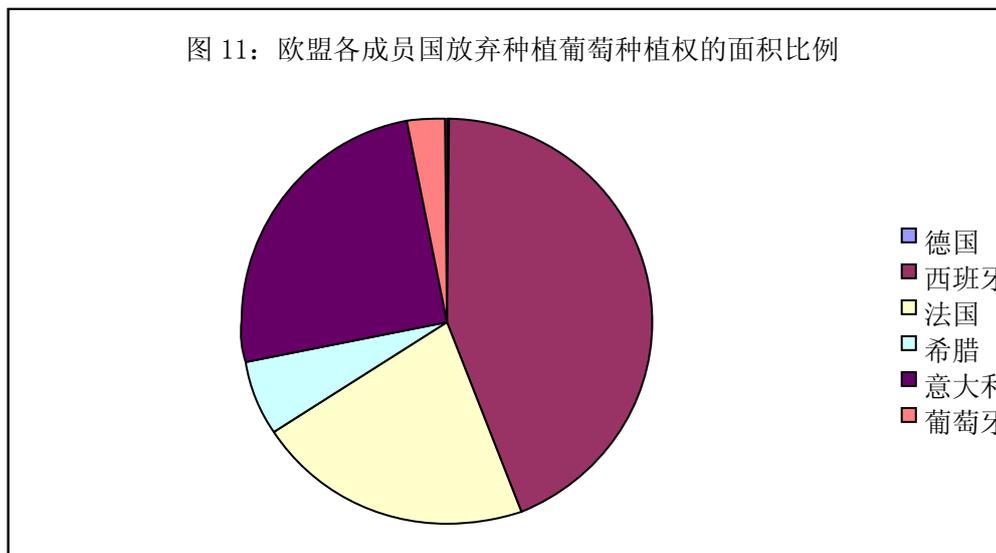
欧盟2005年此项预算为1800万欧元，占对葡萄酒行业总预算的1.5%。

如下表所示，从1988/1989年度至2004/2005年度，约有50万公顷葡萄园被挖除。在1991/1992年度达到高潮，近8万公顷葡萄园被挖除。从1996/1997年度以来，面积明显下降，这是由于在1996年欧盟议会出台了一个新条款，允许各成员国把部分葡萄园划分在此政策之外。因此，在1996年之前，是否执行这项政策取决于供给商个人，但在此之后，完全取决于成员国国家政府的规定。但近年来，由于连续几年葡萄丰收，葡萄酒生产过剩，一些成员国又重新开始执行这项政策，尤其是法国。这一政策取得了一定成效，与1988年葡萄园面积相比，2005年的面积减少了13%。其中主要发生在西班牙（44%）、意大利（25%）和法国（21%），如下图所示。

表5：得到EAGGF补贴、永久放弃种植权的葡萄园面积（单位：ha）

	奥地利	德国	西班牙	法国	希腊	意大利	卢森堡	葡萄牙	总和
1988/1989		126	10362	29401	1281	14740	1		55911
1989/1990		96	12245	9995	4984	14312	2		41634
1990/1991		136	17361	7411	7229	20987	1		53125
1991/1992		116	42817	10162	6467	16600	1	3229	79392
1992/1993		117	45244	11963	2440	14581	2	3225	77572
1993/1994		152	36132	11773	3112	13875	3	4579	69626
1994/1995		152	25309	8231	2543	19035	7	2448	57725
1995/1996		150	30313	7609	1702	11783	22	1398	52977
1996/1997			145	1546		300			1991
1997/1998		34	174	1418		209			1835
1998/1999			21	663		290			974
1999/2000		209		895					1104
2000/2001	57	651		682			4		1394
2001/2002	37			1379					1416
2002/2003	17	317		1535					1869
2003/2004	20	236		338			2		596
2004/2005				2470					2470

资料来源：DG AGRI



资料来源：DG AGRI

但这一政策也存在一定的局限性：

* 那些处于生命期末期的葡萄园，无论是否得到欧盟补贴都要被挖除，这种补贴应用于这样的葡萄园是种浪费；

* 某些被挖除的葡萄园产量很低，对控制葡萄酒的产量作用不大；

* 挖除了葡萄园后，破坏了原有的整体性，对环境保护造成负面影响。

3.1.4.3 控制规定：附随文件及登记证明

附随文件及登记证明被看作是葡萄酒行业的保证书，由经营者持有。这个文件也是生产葡萄酒的基础及存储葡萄酒的证明（详见Commission Regulation (EC) No 1282/2001）。在Council Regulation (EC) No 1493/1999 和Commission Regulation (EC) No 884/2001这两个文

件中规定了如何应用附随文件及登记证明。

欧盟生产的葡萄酒必须在取得官方核查后的随附文件之后才能在欧盟内部市场进行流通，它包括发货人、收货人及产品的详细描述，其必须由欧盟指定操作员签发，每个随附文件只能应用于一次流通。

附随文件可以作为特质葡萄酒及普通葡萄酒的产地证明。

如果葡萄酒产品要缴纳消费税，那么还要加附相关的税款文件。这一过程已经无纸化，生产商、批发商等都可以通过Excise Movement and Control System (EMCS)这一系统进行操作。这也引起了一些争议，是否也可以让附随文件无纸化，以简化商品的流通呢？

每个附随文件的登记申请都要登记产品相关的证明、质量及数量，同时也要对酒精浓度、酸度、及脱氧等状况进行说明。

各成员国可以固定某个日期，每年对产品的市场进入及退出进行一次整合以达到年度平衡，制作的年度平衡表中要包括产品库存量。

3.1.5 市场干预政策：葡萄酒蒸馏

3.1.5.1 强制蒸馏

☆ 葡萄酒生产过程中的副产品必须蒸馏⁶

这一政策的目的是为了保证葡萄酒的质量，避免压力过大，处理在葡萄酒生产过程中产生的全部副产品，如葡萄榨渣、渣滓等，葡萄酒生产者要把这些副产品交付蒸馏。为了避免过度蒸馏，规定了副产品中的最小酒精含量。

每年约130万hl的酒精进行这种蒸馏，其成本由两部分组成：

* 对副产品的运输进行补贴，以0.995欧元每 % vol./hl的最低价格进行补偿。这个成本也可以用其他方法描述，即每hl纯酒精的成本约为90欧元，每hl的葡萄酒约为9欧元。

* 蒸馏后的酒精被记入公共库存，欧盟储存及处理这些酒精的成本约为：每hl纯酒精90欧元，每hl葡萄酒约为9欧元。

也就是说，每hl葡萄酒的蒸馏成本约为15欧元。

按照这种算法(蒸馏补贴+公共储存成本)，每年这项成本在2亿欧元至2.3亿欧元⁷之间(约占葡萄酒业预算的15%)，其中约8000万至9000万欧元是蒸馏费用。

其蒸馏之后的酒精不得作为可饮用酒精市场。

这是强制政策，所有普通葡萄酒及特质葡萄酒的副产品都要被蒸馏。然而一些产品却有免除蒸馏权(在德国、卢森堡、奥地利、捷克、斯洛伐克、斯洛文尼亚及匈牙利)。在这些国家，葡萄酒生产商必须在监督下回收副产品(没有任何补贴)，必须把其处理成不可用于葡萄酒生产、用于其他领域的产品(如化学肥料)。此技术对环境的影响仍在探讨中，要对其进行彻底地分析评估。

☆ 对有双重用途的葡萄种类进行强制蒸馏(双重分类)⁸

有些种类的葡萄既可以制成葡萄酒，又可以制成特殊用途的酒精。这项蒸馏政策主要是针对由这种葡萄生产出来的葡萄酒，其大多产于Charentes地区，通常被蒸馏为Cognac(白兰地酒的一种)。但结构上的生产过剩有可能使其在寻找市场出路的过程中威胁到葡萄酒市场的平衡。因此，这种葡萄酒在供过于求的情况下必须进行蒸馏。

与第一种强制蒸馏情况类似，其成本也由两部分组成：

* 对葡萄榨汁等的运输进行补贴，以1.34欧元每 % vol./hl的最低价格进行补偿。这个成本也可以用其他方法描述，即每hl纯酒精的成本约为65欧元，每hl的葡萄酒约为6欧元。

⁶ Article 27(3) of Council Regulation (EC) No 1493/1999 on the common organisation of the market in wine.

⁷ The budget figures cited represent annual average EAGGF expenditure for 2000-04.

⁸ Article 28(1) of Council Regulation (EC) No 1493/1999 on the common organisation of the market in wine.

* 蒸馏后的酒精被记入公共库存，欧盟储存及处理这些酒精的成本约为：每hl纯酒精90欧元，每hl葡萄酒约为8欧元。

这样，每hl葡萄酒的蒸馏成本约为14欧元。

每年约有100万hl至200万hl的葡萄酒进行此类蒸馏，其成本约在1500万至3000万之间。

在实际操作中，如果当年此类葡萄酒生产过剩，且其能转化为Cognac酒的产量超过预计需求量的25%，剩余葡萄酒就被强制蒸馏。

尽管多年来共同市场组织的规定的强制蒸馏政策比较严格，但这并没有让生产者明显减少产量，即使在那些产量过高的地区（如120hl/ha，这已经是法国均产的两倍多）。因此这项政策似乎是过剩葡萄酒的主要出路，人们担心这个问题会长期存在。

与第一种强制蒸馏情况相同，这种强制蒸馏之后的酒精也不得作为可饮用酒精市场。

3.1.5.2 非强制蒸馏

☆ 蒸馏为可饮用酒精

这个政策的目的是多方面的：

* 在葡萄酒市场销售年度之初，对过剩葡萄酒数量进行预测，然后把过剩部分进行蒸馏，以保证葡萄酒价格（最终保证生产者收入）。

* 为了提高所售葡萄酒的整体质量，把质量差的葡萄酒进行蒸馏。

* 为了扶持可饮用酒精市场。蒸馏后的酒精可以作为原料进入其他酒类制作过程，欧盟对白兰地酒及利口酒的生产商购买原料（蒸馏后的酒精）的价格进行补贴。

这种蒸馏政策也涉及到两种补贴成本，但与强制蒸馏不同的是，其蒸馏后得到的酒精并不进行回收，蒸馏者可以自行处理。

* 第一种补贴是付给蒸馏者用来以2.488欧元每 % vol./hl的最低价格从生产者购买葡萄酒。这个成本也可以用其他方法描述，即每hl纯酒精的成本约为175欧元，每hl的葡萄酒约为20欧元。

* 第二种补贴是付给蒸馏者作为私人存储酒精的成本补贴，约为每hl纯酒精12欧元或者每hl葡萄酒约为1.3欧元。

这样，每hl葡萄酒的蒸馏成本约为21.5欧元，每年用于此项蒸馏的成本约为2.5亿欧元（占总预算的20%）。

如果不进行补贴，将存在两方面的风险：

* 欧盟的可饮用酒精要面对由其他国家进口的酒精的激烈竞争。

* 由葡萄酒蒸馏之后的酒精制作而成的烈酒要面对由其他原料（如谷类）制成的烈酒的激烈竞争。

☆ 危机蒸馏

该政策的目的是：

* 除去特殊种类葡萄酒的过剩问题；

* 保证不同生产年份间葡萄酒供给的连续性；

这项蒸馏措施很早就开始实行，在1999年改革中增加了两项非常重要的修改意见：

* 这项政策是在接受成员国的要求下执行的，但部分供给商可以自愿执行，对某种特定葡萄酒或特定生产区域进行规定要求强制执行。只有在成员国要求下，对一些特质葡萄酒才进行此类蒸馏。

* 这项政策不仅适用于普通葡萄酒，还适用于特质葡萄酒。

是否采取这个补充政策的判断标准是，看葡萄酒市场中某些特殊区域生产的特质葡萄酒的价格是否持续下降。若可论证价格下降为事实，那么就采取些类蒸馏。

其成本也包括两部分，付给蒸馏者的成本，再加上回收酒精的成本。

* 一是付给蒸馏者用来以2.488欧元每 % vol./hl的最低价格从生产者购买葡萄酒。这个

成本也可以用其他方法描述，即每hl纯酒精的成本约为112欧元，每hl的葡萄酒约为12欧元。

* 二是作为公共存储酒精的成本，约为每hl纯酒精90欧元或者每hl葡萄酒约为10欧元。每hl葡萄酒的危机蒸馏成本为22欧元。

自从1999年引进以来，危机蒸馏分别在2000/2001、2001/2002、2004/2005年度应用过。前两个年度蒸馏后得到的纯酒精量分别为65万hl和70万hl，2004年葡萄大丰收，决定了2005年危机蒸馏的葡萄酒达到800万hl。其成本每年变化较大，取决于蒸馏的数量和付给供给商的最低价格。

一个非常重要的变量是从供给商处收购葡萄酒的最低价格，在蒸馏过程中不得不固定最低价格。如果定得太低，供给商会失去蒸馏动力，尽管成员国政府要求蒸馏葡萄酒，但供给商仍会置之不理。相反，如果定价过高，会影响葡萄酒市场的正常秩序。因此各国的最低价格有所不同，如2005年法国特质葡萄酒收购价格为3.35欧元/% vol/hl，希腊为2.3欧元/% vol/hl。

3.1.5.3 酒精处理办法

葡萄酒蒸馏之后得到的酒精一般受到严格控制并算作公共储备进行保存。这些酒精的处理有几种不同的方式，但不能影响到正常的食品市场，特别是可饮用酒精市场。欧盟的相关规定如下：

* 作为新的工业用酒精

用于此部门的酒精量每年控制在40万hl之内，欧盟对此规定了最低价格，但并未要求强制执行。此类酒精最多应用于面包发酵粉的生产中，其他的如暖房供热、消防队员训练及其他化学产品等用量较少。事实上，市场吸收量非常小，仅为最大限度的一半左右，而且价格较低（目前是10欧元/hl），因此这种酒精处理方法被认为是相对边缘化的方法。

* 卖给欧盟外其他国家的燃料部门

欧盟对此也规定了最低价格。把酒精卖到欧盟外的其他国家，主要为加勒比海岸国家及巴西。2002年从数量上讲，这种方式成为蒸馏葡萄酒所得酒精的主要处理方式。但2003年突然停止，因为存在很大的坏帐风险。

* 作为生物酒精

这是在1999年改革中提出的，目的是促进欧洲生物燃料项目的发展。

起初，这类酒精是通过公共销售系统进行销售的，仅一些被授权的公司可以购买，其价格比较适中（19欧元/hl）。近年来，随着生物燃料部门的不断发展及石油价格的上升，对蒸馏葡萄酒所得酒精的需求大量增加。因此，2005年欧盟放弃公共销售系统，取而代之的是更为简单的交易手续。

3.1.5.4 对蒸馏政策的分析

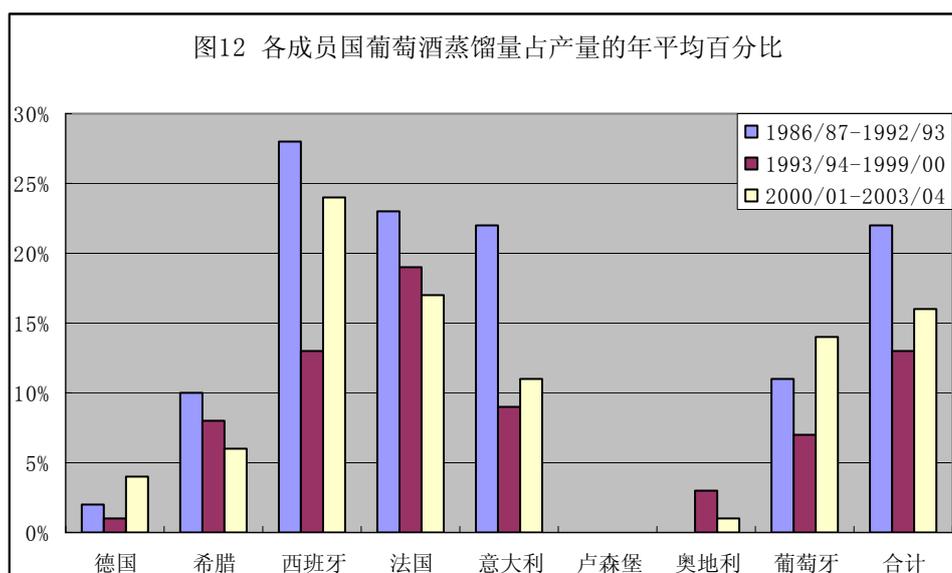
如上所述的葡萄酒蒸馏系统，从目标实现的角度考虑，无疑存在其内部逻辑性。它不仅包括旨在提高葡萄酒质量的长期政策，还包括促进市场平衡的经济政策。

考虑蒸馏数量的发展，其占葡萄酒产量的比例是一个重要的参考数据。这一数值每年变化较大，近年来的数据很不乐观。例如，在1986年到1993年间，这个比例为22%，1993至1999年间为13%，2000年以来年平均值为16%。这一现象最为显著的存在于西班牙和葡萄牙，其次为德国和意大利（见下表）。

表 6：各成员国葡萄酒蒸馏年平均量（1000hl）

	葡萄酒产量			葡萄酒蒸馏数量			占年产量的百分比		
	1986/87- 1992/93	1993/94- 1999/00	2000/01- 2003/04	1986/87- 1992/93	1993/94- 1999/00	2000/01- 2003/04	1986/87- 1992/93	1993/94- 1999/00	2000/01- 2003/04
德 国	11 253	9 819	9 276	238	79	411	2%	1%	4%
希 腊	4 183	3 699	3 484	413	305	193	10%	8%	6%
西班牙	33 301	28 211	36 619	10 027	4014	8 753	28%	13%	24%
法 国	61 052	54 885	51 910	14 264	10 672	8 868	23%	19%	17%
意大利	64 723	56 949	48 768	14 809	5 462	5 758	22%	9%	11%
卢森堡	169	149	136	0	0	0	0%	0%	0%
奥地利		2 329	2 478		69	26		3%	1%
葡萄牙	8 575	6 585	7 111	1096	493	992	11%	7%	14%
合 计	183 273	161 978	159 798	40 847	21 074	25 000	22%	13%	16%

资料来源：DG AGRI



资料来源：DG AGRI

葡萄酒蒸馏政策体系对扶持市场价格、保证供给商收入起到了很大的作用，这在2004年的欧盟报告中得到了肯定⁹。然而仍存在许多葡萄酒剩余，从整体上看，各种蒸馏措施并未达到令人满意的结果。

* 尽管过去预防性蒸馏措施在对葡萄酒市场起到了直接而积极的影响，但随后的可饮用酒精的蒸馏效果就差了许多。在西班牙，普通葡萄酒的价格仍低于可饮用酒精蒸馏的收购价格，从某种程度上讲，这是蒸馏政策产生的影响之一。一方面是由于收购价格过高，一方面是因为蒸馏数量逐年递减，达不到促进市场平衡的数量，无法使市场上葡萄酒的价格高于保证价格。

⁹ http://europa.eu.int/comm/agriculture/eval/reports/wine/index_en.htm

* 预防性蒸馏及近年来实施的对有双重用途的葡萄种类进行强制蒸馏并没有解决法国 Charentes 地区严重的葡萄酒生产过剩的问题。

* 就危机蒸馏而言，其数量是根据各成员国提供的数据而定，但这些数据经常相互矛盾或缺乏真实性。另外，这项蒸馏措施不是强制性的，很可能导致葡萄酒库存的增加，把当年的葡萄酒储存到来看再销售，供给商的选择比较灵活。尽管政府提供了大量的补贴促进蒸馏措施的执行，但实际数量远远小于理论值。总体而言，供给商只要能为其产品找到更好的出路，他们就不会选择蒸馏。现在这种形势似乎在转变，2005年各大葡萄酒生产国蒸馏数量大大增加，这也正是葡萄酒市场不景气的一个信号。

3.2 共同市场的地理标志 (Geographical Indications) 规定及其在葡萄酒市场中的应用

3.2.1 地理标志的作用

根据WTO《与贸易有关的知识产权协议》(TRIPS)中的定义：地理标志是指原产于某一成员国领土上某个地区或某一地点的产品的鉴别标志；标志产品的质量、声誉及其他确定的特征主要决定于其原产地¹⁰。葡萄酒产品由于受到酿酒葡萄质量的决定性影响，而特定的地理环境的特点(如气候环境、土壤条件、地质情况及适合该地区酿酒的葡萄品种等因素)决定了酿酒葡萄的质量和个性。也就是说，葡萄酒产品会带有浓厚的原产地域特点与个性。因此，世界各国葡萄酒生产都将地理标志的应用与管理纳入原产地域产品保护的范畴。欧盟成员国中，德国、奥地利将原产地命名与质量等级结合使用；西班牙、法国、希腊、意大利、葡萄牙、罗马尼亚有原产地命名的专门法律，并与质量等级相结合；塞浦路斯、匈牙利、卢森堡等国家原产地命名葡萄酒需要通过国家商标认可。从中可以看出，地理标志虽然不是商标本身，但由于产品蕴含了很多的产区特性，从而地理标志就像产品商标一样，从一定意义上代表了出产于该地区的产品质量。

地理标志在经济上起到许多作用，这取决于生产者如何利用这一合法的保护措施以及消费者如何看待它。简单总结出以下四个作用¹¹：

* 原产地作用：地球标志指出产品的原产地。

* 质量标识：地理标志代表着某种产品特殊的质量，或者消费者认为其质量与地理标志紧密相连。

* 投资及广告效应：地理标志就是促销方式之一；因为有地理标志保护政策，投资风险降低。

* 文化保护作用：地理标志政策要求保留当地传统的产品生产工序、消费习惯及文化特性。¹²

这些基本的作用成为地理标志保护政策本质和范围的基础。在讨论地球标志保护政策的合理范围的时候，经常把这些作用作为出发点，并把它作为创建各种合法措施的工具。地理标志的保护政策只有在起到这些作用时才真正合理。

3.2.2 法律上地理标志政策的发展

为了解地理标志的合法保护政策，了解它的演变过程是必不可少的。跟其他知识产权形式类似，GIs源于国王为了资助战争或其他用途而颁布的垄断特权¹³。第一部关于地理标志

¹⁰ 《地理标志与葡萄酒——中国个性》

¹¹ Here the simplest categorisation found in William Cornish and David Llewelyn, *Intellectual Property: Patents, Copyright, Trade marks and Allied Rights* (2003) 87, is used as a starting point for GIs.

¹² Tomer Broude, 'Taking 'Trade and Culture' Seriously: Geographical Indications and Cultural Protection in WTO Law', (2005) 649 *ExpressO Preprin Series*, 16; MEMO/03/160, Why do Geographical Indications matter to us?, 30 July 2003.

¹³ Peter Drahos and John Braithwaite, *Information Feudalism: Who Owns the Knowledge Economy?* (2)

保护的法律规定于14世纪、15世纪的法国、葡萄牙及意大利托斯卡纳区，主要是为了国家财政¹⁴。从那时起，简单的地理标志通过立法可以作为保护政策。直到20世纪，法国首先突破了简单地理标志政策，建立了全面的地理标志保护政策体系，对后来的国家立法及国际立法起到了很大的作用。

3.2.2.1 法国——超越简单地理标志保护的诞生地

法国在1982年就颁布了关于简单地理标志保护的法律规定，对那些乱用原产地的生产商给予处罚¹⁵。例如在这部法令下，阿尔及利亚的苹果不能被标识为西班牙苹果。但那时并不要求标注原产地。可如果生产商要说明原产地的话，就必须是真实可靠的。

突破简单的地理标志是在19世纪晚期欧洲遭受葡萄根瘤蚜瘟疫之后。这场瘟疫使得法国的葡萄园完全灭绝。之后消费者对葡萄酒的需求急剧增加，生产商的机会随处可得。但是什么样的葡萄酒才能以特质葡萄酒的名义进行销售是个令人苦恼的问题，因为有些供给商竟然随心所欲地扩大了葡萄酒的范畴。原有的葡萄园由于瘟疫带来了巨大的损失，而后来又面临着相当高的再植成本，所以葡萄酒生产商想要得到政府担保，希望他们的付出最终能在市场上得到收益¹⁶。

法国政府应生产者的要求，在1905年到1911年间确立了相关法律来应付欺诈行为，对某些地理标志进行界定，如Champagne和Bordeaux。但不幸的是，这些法律并没有阻止质量低劣的葡萄酒涌入市场，最终葡萄酒价格体系崩溃。这个界定方法也遭到一些供给商的反对，他们按照原来地理标志政策是属于特质葡萄酒范围内，但新的界定把他们排除在区域之外。这一措施在保护质量方面并不完善，并没有规定特质葡萄酒应有的本质标准及味觉要求。而新的界定标准在第一次世界大战结束前重新出台，因为法国急于要求德国承认并尊重他们所生产的葡萄酒及烈酒的地理标志体系，并要令其包括在凡尔赛条约之内¹⁷。

1919年颁布的法律是个知识产权集。在该法律下，生产商要注册一个地理名称作为原产地名称(AO)。这个原产地名称是根据产品的地理标志所定，通常由当地行政部门界定。在行政边界与经济边界对原产地的划分通常不一致的情况下，按照产品当地的生产实践进行判断。在解决争端过程中，大多数按照领土标准解决。但生产商也可以要求法院按照特殊标准进行调节，如一些特殊的葡萄园及葡萄酒制作工序。

最终，在1935年出台了针对葡萄酒及烈酒的受约束的原产地名称规定(AOC)。同时还成立了专家协会，即后来的国家葡萄酒及烈酒原产地名称协会(INAO)，来详细说明对其产品的具体要求。自从那时起，AOC认定受控于政府的监督，而且不再给葡萄酒及烈酒的生产商新的权力申请AOs。1955年对奶酪产品创建了类似的体系，1990年扩大到农业产品。后来，原有AOC法律成为消费者代码的一部分，控制着法国的地理标志体系。

3.2.2.2 国际条约

一国的地理标志保护政策很难解决国外伪劣商品的冲击，因此在19世纪末，直接或间接地出现了一些多边条约及双边条约来进行地理标志保护。至今，仍有许多错综复杂的地理标志国际法律体系。在此选出与欧盟地理标志保护政策相关的四部多边协议和双边协议。

☆ 多边协议

* 巴黎公约(Paris Convention, 1883)

¹⁴ Norbert Olszak, *Les Appellations d'origine et indications de provenance* (2001) 51.

¹⁵ Paul Roubier, *Le Droit de la Propriété Industrielle, Volume II* (1954) 722 and 753.

¹⁶ Olszak, *supra* note 85, at 6; SCT/6/3, *Geographical Indications: Historical Background, Nature of Rights, Existing Systems for Protection and Obtaining Effective Protection in Other Countries*, WIPO (2001), 9.

¹⁷ Art. 275 of the Treaty of Versailles of June 28, 1919. See Olszak, *supra* note 85 at 8; and Stephen P. Ladas, *Patents, Trademarks, and Related Rights: National and International Protection I-III* (1975) 1579.

1883年制定了《巴黎公约》。当时是由法国代表负责起草，是在1824年法国地理标志保护政策的基础上完成的。1883年的原本中提出在存在欺诈目的或仿造地名的情况下，简单的地理标志无法起到产品识别作用。这个条约在20世纪经几次修改，如今其范围已经扩大，有169个国家签署了这个协定¹⁸。

这个条约的目的是通过产品来源保护简单地理标志。第九款和第十款中要求签署协议的国家要对那些直接或间接滥用原产地标识的进口产品进行查封。例如，“德国啤酒”就是直接的原产地标志，“埃菲尔铁塔”可以看作是间接标志。

《巴黎公约》第十款中还禁止使用虚假及误导性的产地标识，来阻止不公平竞争。其规定，如果其产地标识可能引起公众对产品特性的误解，那么就不得使用这种地理标志。因为某些产品的生产区域与产品特性之间确实存在紧密联系。例如，如果“Champagne”出现在西班牙的气泡酒瓶上，会给消费者带来误导，会把这种西班牙气泡酒当作是法国香槟酒，而其二者的质量和特点却不尽相同。

根据第二十五款规定，每个签署协定的国家都有责任和义务执行其规定，但却没有任何强制措施来保证。《巴黎公约》的许多规定直到1994年出台的TRIPS中才得以执行。

★ 马德里协议 (Madrid Agreement, 1891)

法国和英国渴望对简单地理标志进行更多的保护，在1886年对《巴黎公约》进行修改。这些提议在1890年马德里召开的外交协商会上得到肯定，1891年起草为《马德里协议》。起初有八个国家签署，现在有34个国家¹⁹。与《巴黎公约》类似，《马德里协议》也几经修改。

与《巴黎公约》相比，《马德里协议》在以下三个方面增加了管理力度：首先在第一款中扩大了对简单地理标志的保护；其次，第三款中禁止在广告及其他商业信息中滥用简单地理标志，其保护范围不仅涉及到商品还涉及到所有的商业渠道；第三，最重要的是在第四款中规定，所有禁止成员国把关于葡萄酒的地区性的地理标志看作普通术语。葡萄牙曾多次提出这个建议，而且范围更广，这个规定意味着成员国不能宣称其葡萄酒区域性的地理标志（如Champagne或Madeira）看作一般的地理标志进行保护。

然而这个协议对根除滥用简单地理标志保护并未起到明显的作用。因为一小部分成员国仍对规定存有分歧，各国对虚假地理标志的处理也有所不同。

★ 里斯本协议 (Lisbon Agreement, 1958)

到1958年，一些加强地理标志保护的尝试均以失败告终。葡萄牙和世界知识产权国际组织（WIPO）在原产地命名（AO）这一概念下，是指某一商品原产地包括国家地区或确定地点的地理名称，但是该产品质量或特征完全或主要决定于原产地的地理条件包括自然和人为因素。一起提出了新了保护地理标志政策，后来AO不仅是产品原产地的标识，还把其质量与原产地紧密结合起来。这就形成了《里斯本协议》²⁰，与之前的协议不同的是，它引入了注册体系。因为这个协议规定了极其强劲的保护政策，仅有少数国家愿意采纳，至今，只有25个成员国。

与《巴黎公约》和《马德里协议》不同的是，《里斯本协议》限定了保护地理标志的国家、区域及地点的名称，并要求指出其质量和品质取决于其特有的地理环境、自然及人文因

¹⁸ Paris Convention for the Protection of Industrial Property, 2006(4).

<www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/index.html>

¹⁹ The Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indication of Source of Goods, 2006(4)<www.wipo.int/treaties/en/ip/madrid/index.html>

²⁰ Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration and Regulation of October 31, 1958. [Hereinafter ‘Lisbon Agreement’]

素（第二款中规定）。可起到这种作用的地理标志必须在世界知识产权组织（WIPO）的国际办公属注册，之后便受到所有成员国的保护（第五款中规定）。

《里斯本协议》还从三个方面超越了之前的协定。首先，在第三款中扩大了保护范围，对那些冒充商品进行严格控制，即使这些商品确实在同一产地生产又标注“kind, type, make, imitation”等词语；其次，认为地理标志保护可以涉及所有商品，而不仅仅是葡萄酒；第三，该协议认为地理标志是最高级的，并在第五款中规定在两年内解决先前贸易商标中与新的地理标志注册体系有所冲突的问题。

★ 《与贸易有关的知识产权协议》（TRIPS, 1994）

对《巴黎公约》进行修改的失败以及达成一致的困难性，表明各国在地理标志保护方面的需求各不相同。当美国提议将《与贸易有关的知识产权协议》（TRIPS）作为 GATT 乌拉圭回合多边贸易谈判的内容时，欧共体意识到这是一个加强地理标志国际保护的良机。尽管在谈判中达成共识的观点不多，但在 TRIPS 第 22—24 条中对地理标志的范围做出了折衷的规定，最终作为 WTO 协议的附件之一。TRIPS 规定了相对强硬而有效的保护政策。不执行规定的成员国将向 WTO 提出诉讼，按照 WTO 争端解决机制进行制裁。目前，WTO 有 149 个成员国。

跟《里斯本协议》类似，TRIPS 规定对某些种类的地理标志进行保护。而 TRIPS 的规定更加宽松，仅要求地理标志能够表明某商品来源于某成员地域内，或来源于该地域中的某地区或某地方，该商品的特定质量、信誉或其他特征，主要与该地理来源相关联。在 TRIPS 规定下，地理标志可以包括地理名称或地理符号。目前并没有注册要求，但第 23 条要求对葡萄酒地理标志的注册体系进行谈判（见下文）。

TRIPS 满足了两种不同层次的保护需求：对葡萄酒及烈酒的额外保护以及对其他产品的一般地理标志的基本保护。对基本保护政策是在第 22 条中规定的，略微突破了《巴黎公约》和《马德里协议》的规定。其规定：如果某商标中包含有或组合有商品的地理标志，而该商品并非来源于该标志所标示的地域，于是在该商标中使用该标志来标示商品，在该成员地域内即具有误导公众不去认明真正来源地的性质；如果某地理标志虽然逐字真实指明商品之来源地域、地区或地方，但仍误导公众以为该商品来源于另一地域；以上两种情况，如果立法允许，该成员应依职权驳回或撤销该商标的注册，或者依一方利害关系人的请求驳回或撤销该商标的注册²¹。换句话说，以上规定包含三个组成要件：1、保护地理标志免受多公众产生误导的使用；2、保护地理标志免受以不正当竞争方式使用；3、包含有地理标志的商标如果可能误导公众的话，应当拒绝注册或撤销。因此，以虚假或者欺骗性的方式使用图标（如“艾菲尔铁塔、金字塔或泰姬陵）或者语言、词汇指示地理来源的行为都应属于第 22 条禁止的范围。只有公众不会把产品与原产地联系起来的情况下，地理相关的词汇可以被注册为商标。例如，“Greenland”可以作为热带饮品贸易商标来使用，因为不会引起消费者的误解，他们不会把这种饮品与真正的产地联想起来。

与《里斯本协议》相比，对葡萄酒及烈酒的特殊保护政策是相同的。在第 23 条中有补充保护规定，扩大了其保护范围：

1、各成员均应为利害关系人提供法律措施，以制止用地理标志去标示并非来源于该标志所指的地区的葡萄酒或烈酒，即使在这种场合也同时标出了商品的真正来源地，即使该地理标志使用的是翻译文字，或即使伴有“种类”、“类型”、“风格”、“仿制”之类的表达方式，虽然本协议第四十二条第一句规定了应采用民事程序，但成员在履行此项义务时，可以不采用民事程序而采用行政程序。也均在制止之列。

2、如果某葡萄酒或烈酒的商标中包含有或组合有标示该酒的地理标志，则对于所标示

²¹ <http://www.law-bridge.net/LAW/20051/2017265587017.html>

者并非该酒之来源地的商标，如果域内立法允许，成员应依职权驳回或撤销该商标的注册，或应根据一方利害关系人的请求，驳回或撤销该商标的注册。

3、如果诸多葡萄酒使用同音字或同形字的地理标志，则保护应及于每一标志。各成员均应在顾及确保给有关生产者以平等待遇、而且不误导消费者的情况下，确定出将有关同音字或同形字地理标志之间区别开的实际条件。

4、为有利葡萄酒地理标志的保护，应在“与贸易有关的知识产权理事会”中举行谈判，以建立葡萄酒地理标志通告及注册的多边体系，使加入该体系的成员在保护地理标志方面可利用该体系。

与此同时，与其他产品不同的是，在解决葡萄酒和烈酒相关的贸易争端时，公众概念可以起到决定性作用²²。

☆双边协议

对地理标志保护的双边协议由来已久，只是协议双方通常只根据各自关心的领域提出比较具体的保护政策，而其保护的范围常常并未明确指出。这就意味着法院有权决定何时地理标志成为通用术语而丧失其保护作用。例如，在1910年葡萄牙与美国签署的双边协议中规定，“Porto”和“Madeira”在美国受到保护，但因为其范围并未界定清楚，伴有其“种”“类”的商标引起商业纠纷。

在一战后，双边协议出现了新的形式。在这些协议中，关于地理标志的保护政策取决于原产地国家的法律。因此，在出口产品的同时，原产地所在国家的法律也一同“出口”到了进口国。在出现所谓的违法行为时，要向原产地所在国家的相关机构提出诉讼，而不能根据进口国自己国家的法律进行处理。许多类似的协议出现在欧洲南部国家，如意大利、法国和西班牙。至今仍有一些协议在双边贸易中起着作用。如在1921年芬兰和法国签署的双边协议中的第16条规定，法国的地理标志适用于法国法律。

双边协议至今仍是促进国际地理标志保护的一个有效工具，欧盟是主要的提倡者。欧盟正在寻求通过双边协议来对TRIPS的规定进行补充，对那些被认为是通常用语的地理标志进行保护，并要使得地理标志的作用超越商标。例如，在1994年欧盟与澳大利亚签署的葡萄酒协议中²³，要求“Champagne”和“Chianti”可以用作地理标志。最近一次的欧盟与美国的葡萄酒协议中²⁴，要求“Champagne”可以作为地理标志应用²⁵。

3.2.3 地理标志与欧盟共同市场

欧共同体条约²⁶的目标就是消除一切不必要的贸易壁垒，在欧共同体内部创建共同市场。而地理标志被看作是某地区产品合法的专利权，这就与共同市场商品的自由贸易理念产生矛盾。尽管在共同市场建立过程中，采取了许多调节政策，但地理标志仍然被各成员国的法律所保护并广泛应用。

欧盟主要通过三个方面来调整这一矛盾。首先，欧共同体试图统一各国的地理标志法，而至今进展非常缓慢，仅有非常有限的部分地理标志间接地被统一。其次，欧共同体可以采取超国家层面的欧盟范围内的地理标志政策。最后，欧共同体在寻求使地理标志与商品自由流通能够相融的结合点，在欧共同体协议的28条及30条项下做出相应的规定。

²² Peter M. Brody, 'Protection of Geographical Indication in the Wake of TRIPs: Extending United States Laws and the Administration's Proposed Legislation', (1994) 84 *Trademark Rep.* 520, 534.

²³ Arts 8 and 9. See also Des Ryan, 'The Protection of Geographical Indications in Australia under the EC/Australia Wine Agreement', (1994) 16 *E.I.P.R.* 512, 522.

²⁴ Agreement between the European Community and the United States of America on trade in wine, OJ 2006L 87/2.

²⁵ Art. 6. See also IP/06/294, EU-US Wine Accord Will Help EU Wine Trade with US, 10 March 2006

²⁶ The Treaty Establishing the European Community, OJ 2002 C 325. [Hereinafter 'EC Treaty']

3.2.3.1、指令 (Directives)

欧盟并没有直接特定的指示来规定地理标志，但地理标志却间接受到保护。如在一些与保护公平竞争及保护消费者知情权的相关规定中都提到了地理标志保护政策。

在《数量限制指令》²⁷ (The Quantitative Restrictions Directive) 中特别规定禁止采取对本国产品有利或给予本国产品特权的政策。根据第二条规定，对那些与原产地无关的商品仅界定为本地产品，而不适用于地理标志保护政策。这样一来，就禁止了各成员国内部对本地产品进行保护的可能。

《1984年9月10日欧盟理事会关于误导性广告和比较广告的第84/450/EEC号指令》²⁸ 第三条中规定，判断广告是否存在误导性要考虑其全部内容及信息是否带有地理性或商业性的原产地预期。并进一步要求比较广告不能非法利用地理标志的声誉来进行产品促销。

《食品商标指令》²⁹ 采取了更为具体的规定，几乎包含所可以执行具体标准的所有食品。在第二条中提到：商标的使用必须避免误导购买者，特别是在食品的物质方面，如天然属性、特点、成分组合及原产地等等。

商标的立法对保护地理标志也是非常重要的，因为它在某种程度上保证了那些并未注册的地理标志也能识别某一商品的出处。《商标指令》³⁰ 的第三条中指出：含有地理区域相关标记，或者可能使公众认为其质量或生产区域与其有关的商标，不予注册；即使注册了，也必须宣告无效。在第六条中还强调，如果欧盟之外的生产商在贸易中运用来源地作为质量标志，而其真实可信，那么欧盟内部的经营商无权阻止其使用这样的商标。

3.2.3.2、条约 (Regulations)

为了促进欧盟市场商品的自由流动，欧盟对农产品创建了许多规定，并在欧盟范围内采取了许多关于地理标志方面的政策。主要规定是建立在以下三个方面：

- * 对农产品及食品的保护；
- * 对葡萄酒产品的保护；
- * 对烈酒及酒精饮料的保护。

☆农产品及食品

为了与WTO的规定相一致，欧共体在近来把1992年的原产地规则 (Origin Regulation) 做了修改，形成新的原产地规则。而在本质上，与原有的规定相比差异并不大，尽管它确实引进了一些新的政策，例如如何应对欧盟外反对注册地理标志的国家。

原产地规则是专门对某些地理标志进行注册和保护，大多针对所消费的食品及农产品的地理标志。对于食品，还可以在欧共体条约第一附件中找到相关规定，而在第二附件及第一附件中有针对农产品的相关规定。对葡萄酒及烈酒的规定不在其范围内。

条约提供了两种不同形式的地理标志：受保护的地理标志 (PGI) 及受保护的原产地名称 (PDO)。为了享受欧共体所提供的保护，地理名称必须先注册。集体、某些自然人和法人可以申请注册 PGI 或 PDO 的地理名称。申请要登记在有相关地理区域的成员国内，成员国负责核查其是否符合条约的规定。这个核查要求在合理的时间内，对自然人和法人的利益与成员国已经拥有的规定是否相符作出判断。如果申请者符合条约要求，则成员国政府将其送到欧盟委员会，由委员会调查其是否符合受保护名称的相关要求。申请将会在欧盟委员会官方杂志进行发布，之后的六个月内，有反对意见的其他成员国及欧盟外国家可以进行申诉，在第七款中对其程序有所规定。如果没有反对意见，那么所注册的地理标志将受到 PDO 和

²⁷ Directive 70/50/EEC

²⁸ Council Directive 84/450/EEC of 10 September 1984 concerning misleading and comparative advertising

²⁹ Directive 2000/13/EC

³⁰ Directive 89/104/EEC

PGI 的保护。

欧盟委员会最初想把 1992 年的原产地规则作为唯一标准。认为其有利于欧共体内所有农产品和食品的地理标志的统一，废除所有与条约标准不符的各成员国的地理标志。然而，在 *Montagne* 案例中，欧盟法院议定欧盟成员国依据国内法律对地理标志的保护政策为合法的保护。

☆葡萄酒产品

共同葡萄酒市场组织是欧共体立法中最复杂最详细的一个领域，对地理标志的规定包含在许多交叉行业规定之中。事实上，单一规定的术语也存在前后不一致的情况，不同规定中更是如此。

《葡萄酒标准》（*The Wine Regulation*）³¹对葡萄酒业进行了广泛的规定，地理标志的保护是其主要的组成部分。在第二章及附件六、附件七中，对地理标志的名称变换、传统术语及商标都进行了规定。这一条约涉及到大多数葡萄酒，葡萄制品及葡萄汁。而且还有一些其他条约对其进行补充，其中包括《葡萄酒商标规则》（*The Wine Labelling Regulation*）³²。这两个条约中都没有对地理标志进行直接定义，而是间接地通过两种独立的葡萄酒种类来进行定义的：特质葡萄酒及普通葡萄酒。原产地命名必须用于特质葡萄酒，而普通葡萄酒也可以应用地理标志。这些规定仍保留着一些传统的术语，其只能应用于有地理标志的特质葡萄酒及普通葡萄酒中。此外，有些特殊形状的酒瓶专门用于某种特别的葡萄酒。

鉴定和控制葡萄酒命名及葡萄酒瓶形状的权力属于各成员国。申请注册及其他形式的认证均按照成员国自己的法律所操作。然而，欧盟委员会要求成员国必须遵照以下关于命名的规定：

- * 原产地命名应用于某些指定的特质葡萄酒³³；
- * 地理标志应用于指定的普通葡萄酒；
- * 传统术语可以应用于特质葡萄酒及有地理标志的普通葡萄酒；
- * 传统术语可以应用于某种特殊的葡萄酒酒瓶上³⁴。

☆烈酒及酒精饮料

《烈酒条约》及《酒精饮料条约》³⁵都对不同的酒精饮料及其商标进行了广泛地定义，同时也包括地理标志保护的相关规定。威士忌酒（whiskey）、浪姆酒（rum）、伏特加酒（vodka）、味美斯酒（vermouth）及桑格利亚汽酒（sangria）等酒精饮料可以受到地理标志的保护。

3.2.4 葡萄酒的原产地命名及地理标志保护政策

葡萄酒业的规定把 GIs 当作原产地命名进行保护，把简单的 GIs 作为地理标志进行保护。同时，一些间接的 GIs 或间接的简单 GIs 是通过传统术语或酒瓶形状来进行保护的。

欧盟并没有对原产地命名进行直接的定义，但参考《葡萄酒标准》（*Wine Regulation*）附件六的内容，可以得出其含义：葡萄酒的名称与某个葡萄酒生产地区或葡萄酒联合制作区域有着紧密的联系，用此来命名特质葡萄酒。此外，命名必须满足下列三个条件：

- * 葡萄酒（葡萄）必须来源于特定地区；
- * 葡萄酒的质量取决于这一特定地区；
- * 葡萄酒生产制作过程必须在这一特定区域完成。

很显然，这就要求地理位置赋予葡萄酒不同的质量，但比起 PDO 或 PGI 对农产品和食品的要求，这一联系略为宽松些。在《原产地规则》（*the Origin Regulation*）中，产品的质

³¹ Regulation 1493/1999 on the common organisation of the market in wine.

³² Regulation 753/2000

³³ Wine Regulation, *supra* note 176, Art. 54 (4).

³⁴ Wine Labelling Regulation, *supra* note 178, Art. 9.

³⁵ Wine-Based Drink Regulation, Regulation 1601/91

量取决于原产地，对于葡萄酒来说，其质量完全取决于生产葡萄酒的地区。还有一些非地理用语，只要符合以上三个条件也可以用来命名特质葡萄酒。

地理标志（geographic indication）这个术语仅涉及到葡萄酒生产地区，并没有对其质量进行保证。根据《葡萄酒标准》第 51 款，如果某种葡萄酒是由不同区域的葡萄制作而成，85%以上的葡萄产地名称可以用来命名普通葡萄酒。

地理标志的应用是特质葡萄酒所必须的。此外，其商标必须包含具体的术语如“AOC”或“Qualitätswein”来指出该葡萄酒属于特质葡萄酒。然而，一些葡萄酒并不受此规定约束，如Champagne和Prot等。对于普通葡萄酒，地理标志运用与否是可选择的，但一旦应用，商标中必须含有“普通葡萄酒（table wine）”、“PGO”、“Landwein”或“vin de pays”等字样，来说明该葡萄酒应用了地理标志³⁶。

某些特质葡萄酒及有地理标志的普通葡萄酒的商标可以用传统术语（traditional terms）进行补充，如 Clásico, Cream, Château 或 Claret。这些词语源于葡萄酒的生产方式或葡萄成长过程以及质量、颜色、产地类型或与其葡萄酒生产历史上的特殊事件。葡萄酒商标规定（the Wine Labeling Regulation）保留了对某些葡萄酒酒瓶形状的特殊规定，如 Flûte d’Alsace, Clavelin and Bocksbeutel，这些酒瓶的形状能够让人联想到葡萄酒的特质及原产地。尽管传统术语及酒瓶形状是被保护的，但在大多数情况下并不被看作是地理标志。然而，对于某种特定的葡萄酒而言，一些传统术语及酒足饭饱瓶形状与其原产地有着非常紧密的联系，因此可以被看作是间接地理标志或间接简单地理标志。例如，传统术语 Charet 可以作为波尔多红葡萄酒的间接地理标志。



图 13 *Flûte d’Alsace, Clavelin* 和 *Bocksbeutel* 或 *Cantil*。

3.2.4.1 生产区域

如上文所述，葡萄酒命名及应用的权力仍属于各成员国。对于特质葡萄酒，要满足一些必须的生产条件，其中之一就是区分生产区域。看起来这是《葡萄酒标准》所严格控制的，但与《原产地规则》类似，还规定了许多例外条款，为更好的完善这一机制留下了许多自由的空间。

《葡萄酒标准》的附件三中指出，成员国可以授权在特定区域附近生产特质葡萄酒（汽酒除外）。按照惯例，成员国甚至可以授权特质葡萄酒的部分生产环节在特定区域外进行。此外，在附件六中提出，到 2008 年 12 月 31 日，成员国的惯例可以运用于特质汽酒或其他更多葡萄酒业产品。尽管这些例外条款是基于传统实践的惯例的，但《葡萄酒标准》对扩大特殊区域留有余地足够空间。

3.2.4.2 其他生产条件

成员国还必须对特质酒生产的其他条件进行规定，《葡萄酒标准》中对一些条件进行了限制。除了必须执行的生产标准外，成员国还可以根据生产的公平及从前的惯例，对其他

³⁶ *Ibid.*, Art. 28; and Wine Regulation, *supra* note 176, Annex VII A(2)(b).

生产条件或特质进行控制。如何合法使用葡萄酒命名规则是成员国法律明文规定的。一种葡萄酒必须按照当地法律及其特质所命名。

PDOs、PGIs 以及一些并不严格的生产规定似乎都在阻止葡萄酒市场进行生产改革。有人提议,为了拥有更多的渠道进入国际市场,对意大利托斯卡纳区的葡萄酒生产商进行改革,放弃原有的 Chianti Classico 特质葡萄酒,引进由非该地区生产的葡萄如 Cabernet Sauvignon,混入传统的葡萄中,生产出当地最好的普通葡萄酒,在酒瓶上标明“托斯卡纳区”(Toscana)作为地理标志。这些新的葡萄酒很快就成为了“Super Tuscans”,并且比原有的 Chianti Classico 酒占有更多的国际市场份额,但在国内市场仍不景气,因为它是混合酒,传统意义上无法成为上品。与传统惯例相悖的现代化方法在成员国规定范围内都无法受到地理标志的保护。有时市场力量促使生产商采用新的生产方式,而不管是否享受到地理标志所带来的利益。这种来自市场压力可以促进传统标准的改革。在托斯卡纳地区“Super Tuscans”的成功已经促成了生产条件的转变:曾经托斯卡纳白葡萄是制成 Chianti Classico 葡萄酒的必要条件,但现在的法律已经将其废除了。那些非托斯卡纳区生产的白葡萄酒也可以混合生产原有的 Chianti Classico 葡萄酒。

尽管在现实运用中葡萄酒的地理标志标准比较随意,但与原产地保证及文化保护相比,其仍然是葡萄酒市场中处于首位的营销策略。

4、欧盟葡萄酒市场现阶段的改革

4.1 改革的必要性³⁷

4.1.1 欧盟葡萄酒市场当前形式及中期预测

自从 1975/76 年度以来,欧盟葡萄酒市场生产过剩的问题通过一系列限制生产能力、鼓励永久放弃种植权等措施得到一定的缓解,葡萄酒产量从 1976 年 450 万公顷减少到 2005 年的 320 公顷。然而,自 1996 年以来,由于成员国采取可选择性的挖掘政策,加上新增种植权的分配,抵消了原有的成果。过去五年内欧盟 25 国葡萄酒产量在 1.66 亿 hl 和 1.96 亿 hl 之间波动。特质葡萄酒产量占欧盟葡萄酒总量的比例不断上升,现在几乎与普通葡萄酒相同。

近年来欧盟葡萄酒的消费量以每年 0.65% 的速度逐步下降,这主要是因为普通葡萄酒的消费量下降,而特质葡萄酒消费量逐步上升,因此二者几乎持平。

自 1996 年以来,欧盟 25 国葡萄酒进口量以每年 10% 的速度递增,2005 年已经达到近 1180 万 hl(百升)。所谓的“新兴世界”的葡萄酒已经在欧盟市场内占有一定份额。而同时期的出口量增长却非常缓慢,2005 年为 1320 万 hl。但总体来看,欧盟葡萄酒贸易仍呈顺差。

根据欧盟葡萄酒共同市场组织(Wine COM)的中期预测(到 2010/2011 年度),将会有 2700 万 hl(占总产量的 15%)葡萄酒过剩,如果除去蒸馏后转化为可饮用酒精外,约为 1500 万 hl(占总产量的 8.4%)。这种过剩主要是普通葡萄酒,而特质葡萄酒的形势也不断恶化。

4.1.2 当前的葡萄酒共同市场组织(Wine CMO)的问题及环境的变化

☆市场形势

- * 葡萄酒的消费模式趋附于日常化;
- * 据预测结构性剩余约为 1500 万 hl,相当于欧盟 27 国葡萄酒总产量的 8.4%;
- * 每年要求蒸馏的葡萄酒量约占产量的 15%;
- * 葡萄酒库存量逐年增加,仍未找到合适的处置方式,这将带来葡萄酒体格及生产者收入下降的压力;
- * 进口增长率比出口增长率高,顺差逐渐减小,加上世界葡萄酒贸易自由化程度的提高,

³⁷ Towards a sustainable European wine sector ,Communication from the commission to the council and European parliament, COM(2006) 319 final

欧盟葡萄酒关税的下降，存在进口量超过出口量的可能；

* 新兴世界（new world）葡萄酒生产和销售的增长，迫使欧盟葡萄酒生产商必须增强竞争力。

☆对生产能力的控制

* 原来所执行的限制葡萄种植权的政策对生产能力的控制效果显著，但一些成员国颁布了新的种植权之后，这一政策收效甚微；

* 对葡萄园种植权的限制，增加了生产成本，对优化结构起到阻碍作用，降低了竞争力；

* 非欧盟国家并不采取这种种植限制政策；

* 结构重组及结构调整政策使生产商有机会把产品升级为特质葡萄酒，同时也可能增加其产量；

* 自 1996 年以来，实际上挖掘政策就已经中止了；

* 多年来，一些成员国仍然未对所谓的不合格葡萄园（irregular vineyards，1998 年之前开发的）或违法葡萄园（illicit vineyards，在 1998 年 9 月 1 日之后开发的）进行处置。

☆市场扶持政策

* 蒸馏葡萄酒蒸馏政策对于保证种植者收入来说是不起作用的，也不能作为处理生产过剩的永久方法；

* 危机蒸馏是用来解决葡萄酒过剩的，也是一种优化结构的办法，但至今仍仅涉及到特质葡萄酒；

* 私人存储资助计划成为调整结构的方法之一，葡萄酒的存储成本同时也应该计算在葡萄业的成本收益核算中。

☆葡萄酒生产工序、地理标志及商标

* 生产工序要求非常严格，要采用并按照 WMPs(Wine Making Practices)的要求执行，这阻碍了竞争力的提升；

* 欧盟的规定非常复杂，特别是在定义、葡萄酒制作及分类方面，如特质葡萄酒、普通葡萄酒及带有地理标志的普通葡萄酒；

* 对于特质葡萄酒，在国际上并没有公认的标准，对于地理标志，欧盟委员会的立法并不像 WTO 的 TRIPs，没有对地理标志进行明确的定义。此外，近年来，新增了许多特质葡萄酒及带有地理标志的普通葡萄酒，使消费者更加不解，削弱了欧盟委员会在欧盟内部执行地理标志政策的力度，减小了国际市场的竞争能力，也是造成葡萄酒市场形势下滑的原因之一；

* 对于商标政策：

消费者对商标感到非常困惑，因为其法律体系颇为复杂，而且各种法律工具混合使用，处理不同类型的葡萄酒及某些特殊的葡萄酒都有不同的法律工具；某些死板的商标规则阻碍了欧洲葡萄酒市场的发展。主要的障碍是禁止在普通葡萄酒的商标上注有葡萄园名称及葡萄种类；欧盟外部国家经常指责欧洲商标政策中竟然还规定了商品名称（如特质葡萄酒、普通葡萄酒及带有地理标志的普通葡萄酒）、可选择指示的应用、酒瓶形状的保留及传统术语的应用。对商标政策的评价还应该把它对进口的影响及欧盟的国际义务考虑在内；

* 据一些客观的分析称，欧洲葡萄酒制作惯例的适当自由化，与国际葡萄酒及葡萄组织（International Wine and Vine Organization ,OIV）政策一致，更多考虑消费者导向的商标政策，将会使欧盟葡萄酒生产商增加葡萄酒的销路，提高销量，从而提升他们的竞争力，减少结构不平衡。

☆健康及生活方式

近几年来，青少年饮酒而导致的高风险消费趋势逐渐增长，对这种现象的关注也越来越多。还有一种说法，年长的人喝酒有助于健康。在新的葡萄酒政策中，应该涉及到相关酒精

有害的相关信息，而不仅仅提到其有益之处。

4.2 欧盟新葡萄酒政策的目标³⁸

在上述背景下，将来的政策应该保证生产商收入的稳定性，使保加利亚和罗马尼亚入盟得到平稳过渡，并充分尊重国际准则。欧盟的葡萄酒业生产着世界最好的葡萄酒，潜力巨大，但必须促进可持续发展。新的政策还要能应对新的环境，主要目标是：

- * 促进葡萄酒现代化发展，提高葡萄酒生产及营销的效率，增强欧盟葡萄酒生产商的竞争力；加强欧盟特质葡萄酒在世界范围内的荣誉；重新获得原来的市场并在欧盟及世界范围内开拓新市场，巩固欧洲葡萄酒在世界市场的领导地位；

- * 简化立法，创建一个清晰、简单的葡萄酒政策体系，颁布更多有效而灵活的生产及商标制度，特别是要从原来的生产商导向转为消费者导向；通过提出更为简单有效的政策法规，优化产业结构，减少生产能力，来保证供求间数量和质量上更好的平衡；

- * 新政策要保护欧盟葡萄酒生产的最佳传统工艺，加强葡萄生产地区的公共设施建设，并保证所有的生产环节都是在尊重环保的前提下进行。保护产品的原有质量及传统特性，维护一些敏感葡萄种植区域，因为其葡萄栽培对环境或风景影响较大，此外，还要为农村提供更多的就业机会；

- * 新的欧盟葡萄酒政策还必须考虑到人们的健康及对消费者的保护。

4.3 政策选择

考虑到上文所述的对欧盟葡萄酒市场优势及弱势的分析，现存葡萄酒共同市场组织存在的问题，以及所要达到的目标，提出了四个供选政策。

4.3.1 方案一：维持现状，进行有限的调整

这项政策保持原有的 CMO 大多数措施，仅对一些关键问题进行个别调整。许多管理生产潜力的工具仍然大量保留：

- * 对新种植权的限制要延长至 2010 年；

- * 永久放弃种植权的政策仍保持原状，如果市场形势发生变化，很可能扩大管理范围；

- * 沿用葡萄园的结构调整政策，只对现存问题进行微调（对那些正常葡萄园的更新加强控制；改进当前的评估效率的方法）。

市场政策特别是蒸馏政策，仍将继续在 CMO 中扮演重要角色：

- * 就副产品蒸馏而言，根据现在所执行的政策，仍将是义务性的；

- * 对于其他蒸馏政策，或维持现状，或对具体支出进行一些调整（如略降低可饮用酒精的蒸馏价格），把蒸馏政策与结构调整政策联系起来（尝试把执行危机蒸馏与永久放弃种植权连接起来）；

- * 继续原有的私人存储政策和对葡萄汁生产的补贴，如需要进行细微地改进；

- * 对采用葡萄汁增加葡萄酒浓度的补贴将维持在现有水平，尽管存在上调压力（因为由甜菜制成的糖的价格在下降，采用葡萄汁增加浓度成本比加糖要高）。对加蔗糖增加浓度的做法也不会有任何变更；

- * 出口退税将按照 WTO 框架下的规定执行。

调整政策（葡萄酒制作工序、质量政策及地理标志和商标的保护政策等）都将维持现状。

4.3.2 方案二：对 CMO 政策进行深刻改革

这项改革措施对 CMO 所有政策工具进行深层修改，从简单纯粹的去效率最差的政策，到引进新的整合工具，CMO 仍将保留其特性。

市场干预政策，特别是蒸馏政策，即使不考虑其成本，在长期它对减少葡萄酒结构性剩余的作用仍值得怀疑。因此，必须正视这个问题，把重点放在引进创建市场平衡的结构性工

³⁸ Commission staff working document, Annex to the Communication from the commission to the council and the European parliament, Towards a sustainable European wine sector ,Impact assessment,{COM(2006) 319}

具上。

频频发生的生产剩余已经成为葡萄酒市场的一个特征，因此限制生产潜力的政策仍将继续实施并加强其执行力度：

- * 延长对新种植权禁止政策，直到 2010 年；但如果葡萄酒市场形势有所好转或达到平衡，禁止政策将被架空。

- * 为了减少全球葡萄酒的潜在产量，要加强永久放弃种植权方案的实施，特别是对那些并没有市场出路来解决其产品销售问题的葡萄园。对葡萄酒生产商掘除葡萄园的直接补助将通过《单一支付方案》（Single Payment Scheme, SPS）进行支付；

- * 对葡萄园结构调整方案的连续性在第一个备选改革措施中已经提出。对结构重组的需求要仔细核实，如果其分析准确的话，可以通过利用各成员国现有的相关基金及促进农业发展政策减少实施这项措施的预算。最后，在结构重组和永久放弃种植权这两项措施之间要建立起联系，这样才能让各成员国有动力来实施葡萄园挖掘政策。

市场干预政策，特别是蒸馏政策，大体上将被废除：

- * 对副产品的蒸馏政策可以由葡萄酒生产商自愿选择执行（但没有欧盟的财政补贴），尽管在葡萄酒市场政策（WMP）规定下，葡萄酒生产过程中禁止对榨渣加压；

- * 危机蒸馏政策将被废除，或通过各成员国的政府政策建立安全网络机制；

- * 对有双重用途的葡萄种类进行强制蒸馏、可饮用酒精蒸馏及私人存储政策和果汁补助都将被完全废除；

- * 为了保证欧盟生产商间的公平竞争，在取消对果汁补助之后，要制定一个更为严格的途径来控制用蔗糖增加葡萄酒浓度的做法。这个限制将包含禁止用蔗糖增加浓度的一整套禁令；

- * 与 WTO 框架接轨，彻底取消出口补贴。

现有对市场干预政策的预算中，与放弃永久种植权无关的部分，将被分配到各成员国关于成员国（或地区）葡萄酒生产打包政策的预算中，或者转移到下一层政策支出中。

各成员国国家层面的打包政策可以对一些符合条件的政策（如满足共同市场政策、与改革目标一致、减少不公平竞争的规定）给予更多的政府补贴。其措施可以包括：

- * 结构调整政策；

- * 为安全网络机制提供资助（管理成本、部门间协调基金、减轻自然灾害手段、基本的收入危机救助等）；

- * 对绿色种植的资助。

那些转移到第二层的资金主要是为葡萄酒生产地区的农业发展政策提供额外的资助。像烟草部门改革那样，可以用来加强对早期退出行业的葡萄酒生产商进行补贴，可以加强农业环境及葡萄园条件的改善，如提供一些资金对葡萄园所在地区引进具体而公认的环境标准，从而规范生产，避免其对环境的破坏；或者对那些利于环境保护的生产方法（如有机农作物管理，ICM）进行资助。

对于葡萄酒生产工序的规定，除了增加浓度问题已经被验证与市场政策有关外，还要增加以下几点：

- * 简化欧盟委员会审批葡萄酒制作工序的过程；

- * 承认 OIV（International Organization of Vine and Wine，国际葡萄树及葡萄酒组织）的惯例，在欧盟层面上制定与其一致的政策；

- * 如果进口国接受，可以批准特殊的葡萄酒生产工序；

- * 结束对从非欧盟国进口葡萄汁的禁止，允许其与欧盟葡萄酒进行混合；

地理标志（GI）体系，特别是针对葡萄酒的相关规定，仍将发挥其作用；但必须进一步完善，使其与地理标志保护（Protected Geographical Indications）体和原产地命名保护

(Protected Designation of Origin)政策更加一致，并严格遵照 WTO-TRIPS 协议。这就要求欧盟对葡萄酒的现有分类进行修改。

最后，要简化商标规则，为所有不同种类的葡萄酒创建一个单一合法的商标框架。这个商标制度要更加灵活，能适应消费者的需求。此外还要包括一些强制执行的规定。

改革方案二与方案一相比，是一个更加坚决的途径，可以立刻取消新种植权及其他市场干预政策，相应地会废除挖掘过程。它把整个预算分配到各成员国关于葡萄酒生产的打包政策中，或者用于解决葡萄酒生产国及地区的农业发展问题。这个方案对葡萄酒部门的要求更加苛刻，因为它包含许多方面深入的改革。然而与下面的方案四相比，这些措施的影响小得多，因为通过各成员国打包政策及农业发展政策可以得到相当可观的预算来对葡萄酒业进行组织重组。

4.3.3 方案三：沿着 CAP（共同农业政策）的改革

这个改革方案提供了一个自 2003 年以来共同农业政策改革中对于葡萄酒业一体化的政策要求。把葡萄酒部门的整体预算改为《单一支付方案》（Single Payment Scheme, SPS），所涉及的数额是以公顷数为基础的。对葡萄树的补贴在 SPS 体系下是符合条件的，要根据相互依从、相互协调及财政规定进行制定。

延用在方案二中提到的，对新种植权的禁止延长到 2010 年以后，但如果市场形势有所改善达到平衡的话，禁令将立即解除。放弃永久种植权的葡萄园挖掘政策也将大量废弃，各成员国的结构重组费用将转移到 SPS 预算中。

废除所有市场干预政策，原有这些政策的预算重新分配到 SPS 中。

如方案二规定相同，随着取消果汁补贴，必须禁止用蔗糖增加葡萄酒浓度的做法。

对于葡萄酒制作工序惯例、质量政策、地理标志及商标保护等规则，均与方案二相同。

4.3.4 方案四：重新规范葡萄酒市场

这个改革方案要求立刻废除所有对生产潜力的限制政策及市场干预政策。即废除对新种植权的禁令、永久放弃种植权的补贴、CMO 框架下结构重组及结构调整政策及其他所有市场干预政策，使葡萄酒部门完完全全地重新洗牌。

把原有的预算转移到各成员国的农业发展预算中。

葡萄酒制作条例（WMP）也不再是欧盟层面的政策，国际葡萄树及葡萄酒组织（OIV）是唯一一个规范标准。用蔗糖增加葡萄酒浓度的方法根据当前共同农业政策（CMO）仍可以保留。

对当前的地理标志及商标体系根据 PDO/PGI 体系及其他规定进行一体化整合。

4.3.5 最终选择方案二

欧盟委员会在考察以上四个备选方案时，主要针对其对市场稳定性、供给商收入、葡萄园发展及环境的影响进行分析，再考虑到预算成本，最终认为方案二是四个方案中较合适的。

欧盟委员会认为方案一并不能解决葡萄酒剩余问题，也无法提高欧盟葡萄酒业的竞争力。同时，葡萄酒行业协会的代表对此也持同样观点，认为需要较为深入的改革来促进葡萄酒业的发展。

方案三有许多优势，但同样也存在一系列严重的技术及财政困难：

* 主要的优势在于，把葡萄园的整合融入到单一支付方案中。《单一支付方案》是改革后共同农业政策的核心，欧盟对生产的补贴提高到改革前的两倍，为那些想要改种其他作物的农民提供了非常大灵活性；

* 这个方案所带来的问题是，如果葡萄酒的供给不能迅速得到控制，那么某一地区形成的价格压力将会对整个市场造成很大的影响。此外，当前的可支配预算，大多数情况下，对葡萄种植者而言是远远不够的。

方案四的彻底改革方案，将对以葡萄种植及葡萄酒生产为主要经济来源的地区造成剧烈

的影响，不利于这些地区的农业发展及环境保护。

欧盟委员会之所以偏爱方案二，是因为它与当前葡萄酒市场急需解决的问题相符，且与欧盟想把预算作为经济杠杆而不是社会救助的目标相吻合。改变预算方式是这一方案的主要思想之一，将会对中期市场平衡的建立有很大的帮助。方案二可以采取一步到位的改革方式或分两步骤进行改革，欧盟委员会及各成员国将此进行进一步探讨。

5、结论与建议

在经济一体化进程中，欧盟产品市场一体化程度较高，但仍存在许多障碍。之所以选择葡萄酒业作为分析对象是因为，首先葡萄酒在国际经济中的地位和作用也不可小觑：它是种植加工一体化的产业，可带动与葡萄种植相关的农业生产资料和农业机械化的生产，与葡萄酒酿造相关的发酵及酿酒设备、包装瓶、标、箱等材料生产，与销售有关的葡萄酒批发、运输等行业的发展。因此，在国际经济中占有重要地位，其生产为世界上 3700 多万人提供了就业机会，其国际贸易业十分活跃，年交易量达 1000 万多吨，贸易额为 130 亿美元。其次，葡萄酒业在欧盟农业中占有极其重要的地位，其产值比例较高；再次，欧盟葡萄酒在世界葡萄酒市场上占有领先地位，但近年来这个优势不断受到“新世界”国家的挑战，欧盟正进行新一轮的葡萄酒业改革；最后，尽管葡萄酒的价格和税率在欧盟内部趋同，但由于地理标志保护及商标保护等其他因素的影响，且成员国的规定与欧盟层面的规定不完全一致，葡萄酒的自由流动仍受到一定程度的阻碍。

5.1 统一葡萄酒分类及标准

目前主要的四大葡萄酒生产国——法国、意大利、西班牙及德国的等级标准各不相同，成员国层面及欧盟层面对葡萄酒的分类仍未统一。

法国采用 AOC 政策为特质葡萄酒制定原产地标准，意大利运用 DCO 和 DOCG 标准来区分特质葡萄酒，西班牙采用 DO 系统对消费者提供质量认证，德国主要由 QmP 和 QbA 两个标准控制葡萄酒的质量。即使对于本地消费者而言，如何区分葡萄酒质量的优劣都是一个比较令人困惑的问题，葡萄酒在成员国间进行贸易流通后，外国消费者的不解是可想而知的。出于商业目的，在一些成员国中涌现出其他的葡萄酒分类方法，如带有地理标志的普通葡萄酒等。这更加混淆了消费者对葡萄酒分类的概念，不利于葡萄酒在欧盟内部自由流动。

欧盟把葡萄酒主要分为特质葡萄酒和普通葡萄酒两类，对特质葡萄酒鉴定及控制也提出了方案，其中还涉及到葡萄酒生产的工序，要求成员国遵照执行。但对特制葡萄酒的划分标准仍未统一，至今仍由各成员国根据各自的鉴定及分类体系来控制监督，这就造成欧盟层面对葡萄酒的分类标准形同虚设，对促进葡萄酒自由流动方面未起到应有的作用。统一葡萄酒分类标准，给消费者一个统一的概念，有利于增加葡萄酒的消费量。

5.2 统一地理标志保护政策

地理标志被看作是某地区产品合法的专利权，与欧盟共同市场的自由贸易理念相矛盾。但对于葡萄酒而言，由于受到酿酒葡萄质量的决定性影响，而特定的地理环境的特点（如气候环境、土壤条件、地质情况及适合该地区酿酒的葡萄品种等因素）决定了酿酒葡萄的质量和个性。也就是说，葡萄酒带有浓厚的原产地域特点和个性。从而，地理标志就像产品商标一样，从一定意义上代表了该地区葡萄酒的质量，地理标志的保护政策被广泛应用。

欧盟试图调整这一矛盾，统一各国的地理标志法，而至今进展非常缓慢，仅有非常有限的部分地理标志间接地被统一。尽管在《葡萄酒标准》中对地理标志的名称变换、传统术语及商标都进行了规定，但鉴定和控制葡萄酒命名及葡萄酒酒瓶形状的权利属于各成员国，申请注册及其他形式的认证均按照成员国自己的法律所操作。葡萄酒命名及应用的权力仍属于各成员国，成员国可以授权在某特定区域附近生产物质葡萄酒，甚至可以授权物质葡萄酒的部分生产环节在特定区域外进行。可见，欧盟对其监控力度仍很微弱，并不能保证统一标准

的实施。

欧盟应该对地理标志进行明确定义，在统一地理标志保护政策的基础上，建立超国家层面的欧盟范围内的地理标志政策，并寻求使地理标志与商品自由流通能够相融的结合点。

5.3 创建清晰简单的葡萄酒政策体系

葡萄酒共同市场组织目前已经成为欧盟农业共同市场组织中最大也是最复杂的组织，它不仅像其他组织那样控制价格及贸易，还制定了生产、流通等政策直接影响整个葡萄酒行业。虽然经过多次调整与改革，当前的政策体系仍非常复杂，主要包括结构政策、市场干预政策、特殊技术规定及贸易机制等。

其中葡萄酒蒸馏政策是主要的市场干预政策，但从整体上来看，各种蒸馏政策并未达到令人满意的结果。总体上来讲，蒸馏政策可能吸收葡萄酒市场的过剩产品，但其适宜性仍有待探讨。蒸馏之后的产品中，只允许非常小的一部分酒精以较低价格出售，用作燃料继续利用，这还遇到其他酒精的竞争。而这些酒精并非来自葡萄酒，而来自葡萄酒生产过程中的副产品。问题在于：为了生产那些实际上需求不大的燃料酒精而蒸馏这些副产品真的很重要的吗？其对环境的影响也有待进一步检测研究。在开放的欧洲葡萄酒市场内，价格扶持政策逐渐失灵。欧盟以外其他国家的葡萄酒可以自由进入欧洲市场，除非其他葡萄酒价格大幅度上涨，否则参考价格将逐渐失去其作用。因此，收购价格的制定变得越来越困难。执行蒸馏政策的成本很高，但效果却不显著。欧盟要逐渐减少对其的补贴，不该为生产过剩买单。

5.4 加快改革进程

尽管欧盟至今仍是世界葡萄酒最大的供给体，消费量及出口量位居世界领先地位，但来自美国、阿根廷、中国、澳大利亚、非洲南部和智利等新兴世界的威胁越来越大。

2006年欧盟为葡萄酒市场的改革进行了调研，并于7月宣布了改革方案，但受到了法国的强烈反对。2007年7月4日，欧盟再次决定将对葡萄酒市场进行深入改革以夺回被新兴世界所占的市场份额。而也有人预测这将是欧盟南北部葡萄酒生产国之间的较量。其改革政策包括：整体挖掘20万葡萄园来缩小葡萄酒业的规模，每个成员国必须减少10%的产量，对那些自愿退出行业的供给商给予补贴；取消所有由生产过剩产生的补贴，如蒸馏补贴、存储补贴及出口补贴等；同时将会从2014年起放松对种植权的限制，允许具有竞争力的供给商扩大产量。这次提出的改革政策中另一个关键是禁止用蔗糖调节葡萄酒浓度，正是这一规定把欧盟葡萄酒生产国分为两大阵营。南部国家享受着充足的阳光，葡萄甜度已经达到标准，对此表示支持；而北部如卢森堡、德国和奥地利对此项禁令表示反对。农业部长将在2007年秋季对此进行讨论，欧盟希望在2007年底达成一致，顺利的话将于2008年实施。

由于各生产国的气候及地理条件差异很大，如何达成一致这一协调过程仍很艰难。但吸纳了250万左右劳动力的葡萄酒业，在欧盟农业中占有重要地位，为了提高其竞争力，改革是必须而且是迫在眉睫的，尽管改革很痛苦，使得一些供给倒闭退出葡萄酒市场，但仍要加快改革进程，否则欧盟葡萄酒业整体竞争力将受到更大的威胁。