

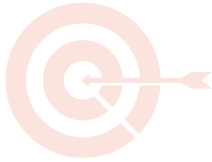
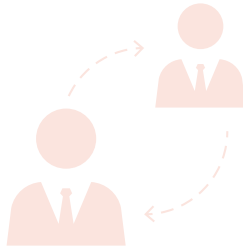
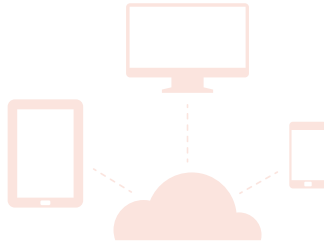
중국 상표

방어전

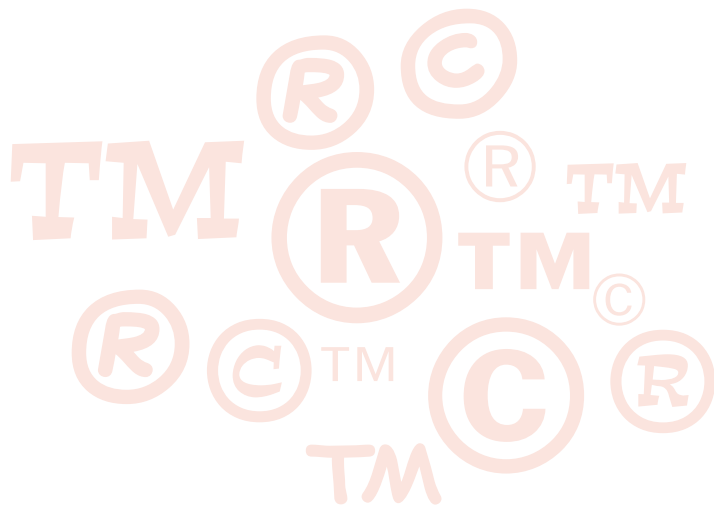


TM





Summary



지적 재산권은 경제 발전, 기술 혁신 및 문화 전파를 촉진하는 데 점점 더 중요한 역할을 해왔다. 국가, 기업, 심지어 개인까지도 지적 재산권의 중요성을 깨닫기 시작했다. 그러면 지적 재산권이란 구체적으로 무엇인가?

지적 재산권이란 상표권, 특허권, 실용신안권, 디자인권을 총칭하는 개념으로 새로운 것을 발견하거나, 어떤 것을 만드는 새로운 방법을 알아내거나, 새로운 상품을 디자인하거나, 상품의 새로운 기능을 개발한 사람에게 주어지는 권리이다. 상기 네 가지 권리 중에 필자가 강조하는 것은 바로 상표권이다.

상표권은 생산자 또는 상인이 상표를 특허청에 출원해 등록함으로써 등록상표를 지정상품에 독점적으로 사용할 수 있는 권리이다. 상표는 정보를 전달하고 가치를 창출하는 기능을 가진 정보 자원으로, 상표의 광범위한 홍보를 통해 소비자에게 잘 알려져 있으며 시장을 개척하고 기업에 이익을 가져다준다. 기업은 상표를 통해 자신의 제품을 다른 제품과 구별하여 시장에서 소비자의 선택과 구매를 촉진할 수 있다. 소비자가 상표에 익숙해지면 상표를 사용하여 제품을 생산한 회사를 알 수 있다. 이 브랜드의 제품의 품질이 좋으며 소비자는 계속 구매하고 그렇지 않으면 다른 브랜드를 선택한다. 따라서 기업과 소비자 모두에게 차별화가 중요하다.

그리고 상표는 기업의 상징이며 기업 이미지와 사회적 신망을 집중적으로 표현한 것이다. 기업은 상표의 독특함과 참신함과 같은 특정 기능을 사용하여 소비자에게 이미지를 보여주고 제품에 대한 소비자의 인상을 심화하며 소비자의 구매 욕구를 자극하며 제품 판매 확대라는 궁극적인 목표를 달성한다.

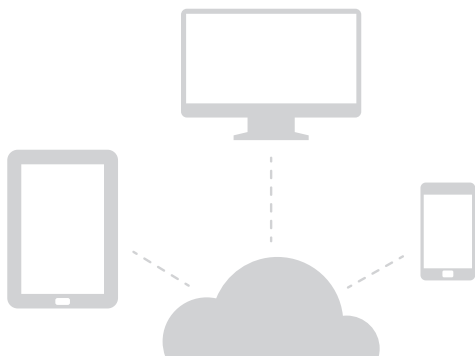
하지만 오늘날과 같이 빠르게 발전하는 사회에서는 국내외에 관계없이 상표권과 관련된 다툼과 분쟁이 점점 더 많아지고 있다. 무역자유화가 진행되면서 한국 기업이 해외에서 상표권을 침해 당하는 사례가 줄을 잇고 있다. 불법 행위자들은 유명한 상표를 악의적으로 선점 등록하거나 타인이 등록한 저명상표를 매입하고 부당한 경쟁 수단으로 타인의 시장 질서를 어지럽혀 폭리를 취함으로써 상표 권리자에게 손실을 입히는 일이 자주 발생하고 있다. 상표가 침해당하는 행위는 그 기업에 대한 다인의 인정을 나타내는 것이고 권리를 침해당한 기업이 이미 일정한 규모로 발전하였음을 증명하는 것이지만 상표권을 방어하기 위해 힘든 노력을 기울여 왔기 때문에 기업은 자신의 브랜드가 망가진 것을 지켜보면서 좌절하기도 한다.

불법으로 이러한 행위를 자행하는 자들은 한국의 유명 기업의 상표에 손을 대 자신의 이익을 충족시켜 기업에 피해를 주거나 막대한 손실을 야기하고 있다.기업은 이런 파렴치한 행위에 대해 어떻게 대응해야 하는가?

또한 상표가 성공적으로 등록이 되었다고 해도 상표가 비정상적으로 사용되거나 무분별하게 사용되면 향후 상표권 보호에 많은 어려움과 불편을 초래하여 권리 보호에 어려움을 겪고 심지어 상표권을 잃게 될 수도 있다. 상표를 좀 더 효과적으로 보호하고 부적절한 사용으로 인한 불필요한 손실을 피하려면 일상적으로 사용하면서도 어떻게 이 상응하는 권리를 할 수 있는가?

필자는 위의 질문에 대해 답할 것이고 한국 기업이 중국 상표 분야의 “게임규칙”을 잘 이해할 수 있도록 구체적인 사례를 통해 <중국상표법>을 분석하고 가장 합리적인 조언과 지침을 제공할 것이다. 아래내용은 한국 기업들이 상표를 사용하면서 미래의 잠재적 위험에 대응할 때 분노만이 아니라 법률이란 무기로 이 쉽지 않은 지적 재산권 방어전에서 더 전략적인 방법으로 이기는 데에 도움이 될 것이다.

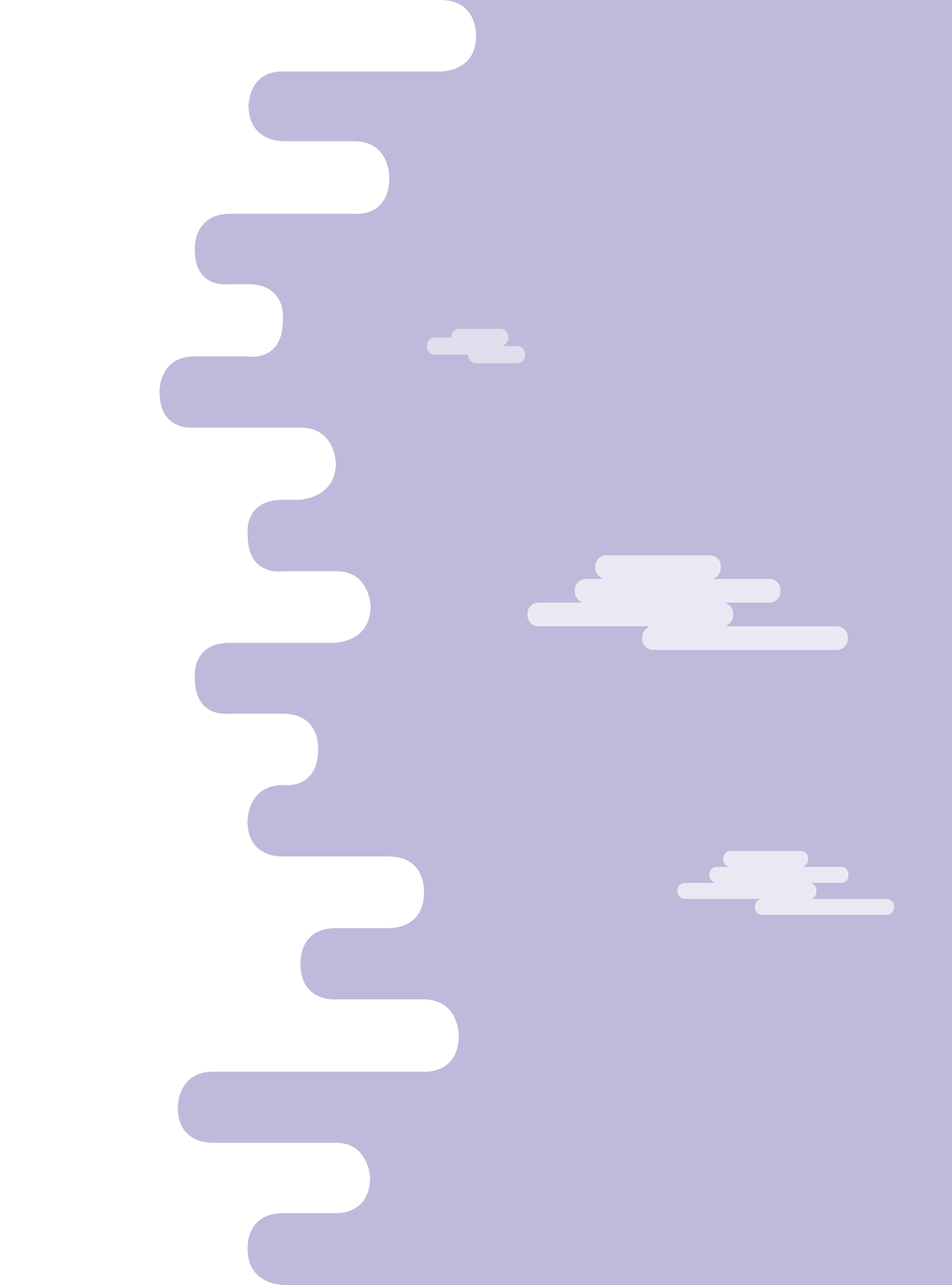




Contents

1	서문
5	제1장 상표권침해
6	[1] 악의적 상표선점에 대한 대응책
11	[2] 상표권 침해 배상의 계산방법
14	[3] 상표 방어를 위해 기업이 가져야 할 태도
17	제2장 상표의 보호
18	[1] 상표 이익제기의 응용과 대응
24	[2] 미사용 상표 등록 취소심판
29	[3] 등록상표 무효 선고 제도
33	[4] 세관등록의 중요성
36	[5] 상표를 어떻게 사용할 것인가?
39	부록
40	부록1
47	부록2
49	부록3





서문



악의적 상표 선점행위가 만연한 이유

A 주식회사는 중국의 한 회사가 자신의 명의로 된 모든 상표를 중국에 등록 신청하여 이미 초심공고까지 나온 것을 알게 되어, 즉시 이의신청을 제기하여 최종 등록을 저지하기로 결정하였다. 이의신청이 진행되자 해당 중국 회사는 규정된 기한 내 소명을 하지 않아 중국상표국은 최종 등록신청을 기각하기로 결정하였고, A 주식회사는 상표권을 지켜낼 수 있었다. 이는 전형적인 한국 유명 상표에 대한 악의적 선점 등록행위에 해당하는 사례로 A 주식회사가 신속하게 대응하였기 때문에 상표권을 지켜낼 수 있었던 사례로 볼 수 있다.

그 밖에도 상표신청 대리인이나 업체와 비즈니스 관계에 있는 관계자들이 악의적으로 상표를 선점하는 행위가 만연하다.

대리인의 악의적 선점 등록은 기업이 대행업체에 상표신청을 위탁하면 의뢰 기업이 건네준 자료로 우선 상표를 등록하는 것으로 기업이 신속하게 제지 조치를 취하지 않으면 큰 손실이 발생할 수 있다.

비즈니스 관계자의 선점 등록은 기업과 특정 계약이나 업무 거래 등의 관계가 있는 기업이나 개인이 해당 상표의 존재를 사전에 파악하여 악의적으로 선점 등록하는 행위이다. 이 또한 기업에 큰 피해를 야기할 수 있어 유의해야 할 것이다.

그렇다면 한국 상표가 해외에서 악의적으로 선점 등록되는 이유는 무엇일까?

악의적 선점 행위가 발생하는 이유

경제발전 속도가 가속화되면서 기업의 발전 방향 또한 글로벌하게 진행되고 있다. 그러나 일부 기업들의 상표권에 대한 인식은 비교적 낮은 수준으로 상표권에 대한 국제적 추세나 규칙에 대해 잘 알지 못한 경우가 많은데 바로 이 부분이 기업 자체의 주관적 원인이라고 볼 수 있다.

다른 하나는 객관적인 원인으로 상표선점 행위에 따른 이익이 막대하기 때문이다. 기업은 장기적인 경영 활동을 통해 상당한 지명도를 쌓게 되는데 상표 사냥꾼은 이러한 기업의 글로벌 전략을 파악하고 유명브랜드가 보유한 막대한 상업적 가치를 이용하여 상표를 악의적으로 선점하고 이를 합법화하여 수익을 얻고 있다.

이러한 목적의 악의적 상표 선점 사례를 보면 중국에서 해외 상표가 악의적으로 선점 등록되는 원인은 다음 세가지로 볼 수 있다.

첫째, 거액의 이익 도모 가능

상표사냥꾼은 대부분 상표 브로커이다. 이들은 악의적으로 기업이 보유한 유명 상표를 빼앗는 것을 직업으로 한다. 상표선점에 성공한 후에는 상표를 실제로 사용하지 않는다. 기업이 이러한 상황을 파악하게 되면 상표사냥꾼을 찾아 협상하거나 상표 사냥꾼이 직접 기업에 연락을 취해 선점한 상표를 고가에 양도하는데 이는 비교적 적은 자본으로 높은 수익을 얻을 수 있는 행위인 것이다. 상표 등록에 성공하면 양도와 권한부여 모두 가능하다. 일부 저명 상표 보유자는 매년 권한부여 비용으로 인민폐 천만위안에 가까운 비용을 받을 수 있고 이에 준하는 유명상표를 신청하면 엄청난 수익 확보도 가능한데 상표브로커 사이에서 악의적 상표 선점행위가 만연한 이유라고 볼 수 있겠다.

둘째, 경쟁자의 시장 선점 저지

매년 중국에서 발생하는 악의적 상표 선점 사례 중 일부는 중국 기업이 해외기업의 상표를 선점 등록하는 것이다. 중국기업이 해외 경쟁 기업에서 중국시장에 진출한다는 소식을 접하게 되고 해외 경쟁 기업의 상품이 중국 시장에 진출하면 시장 점유율이 커질 것을 우려하여 해외 기업의 상표를 먼저 등록하고 지적 재산권 침해 소송을 제기하여 해외 기업의 중국 진출을 저지하는데 일종의 무역장벽이 형성되는 것으로 볼 수 있다.

셋째, 독점 대리권 요구

최근 몇년간 일부 중국 상인들이 대형 국제 전시회에서 해외 기업의 제품 현황을 상세히 파악한 후 해당 제품의 중국시장 독점 대리권을 요구하는데 거절을 당할 경우 본인 명의로 주요 시장으로 파악되는 국가에서 상표를 등록하고 해당 상표권을 이용하여 제품 시장을 파괴하거나 타인이 그 제품을 취급하는 것을 저지하는 경우가 있다. 일부 상인들은 해당 상표를 선점하고 중국의 독점 대리권을 획득하여 해당 품목의 중국시장을 모두 독점하려 하기도 한다.

이렇게 중국에서 상표를 악의적으로 선점당한 기업은 모두 해외에서 일정한 지명도를 가지고 있거나 상표사냥꾼들과 직접적인 경쟁 관계에 있는 기업으로 볼 수 있다. 상표사냥꾼은 해외 경쟁사의 약점을 파악하여 상표라는 도구를 이용해 그들을 저지함으로써 이익을 확보하게 되는데 이 점이 바로 한국 상표가 중국에서 잇따라 악의적으로 선점당하는 이유이다.



제1장

상표권침해



[1]

악의적 상표선점에 대한 대응책

무역자유화가 진행되면서 한국 기업이 해외에서 상표권을 침해 당하는 사례가 줄을 잇고 있다. 불법으로 이러한 행위를 자행하는 자들은 해외의 유명 기업의 상표에 손을 대 자신의 이익을 충족시켜 기업에 피해를 주거나 막대한 손실을 야기하고 있다. 이러한 파렴치한 행위에 대해 기업은 어떻게 대응해야 하는가?



사전 방어

(1) 상표로 브랜드 전략을 세울 것

세계화가 가속화되면서 기업은 상표 브랜드 전략을 장기적인 발전 전략으로 선택해야 한다. 상표 브랜드는 기업의 글로벌 경쟁력을 높이고 제품의 부가 가치를 높이는데 중요한 역할을 하며 때로는 토지, 화폐 및 인력 자본 이상으로 중요하게 작용하기도 한다. 기업은 독립적인 지적 재산권이 없는 세계의 공장이 아닌 무형 자산을 늘려 경쟁력있는 기업으로 거듭나야 할 것이다.

상표 브랜드 전략 수립은 매우 중요하며 이는 기업의 국제시장 개척의 보호장치가 될 수 있다. 경제 글로벌화가 가속화되면서 기업은 국제 경쟁에 적극 참여하여 국제시장을 선점해야 하며 본 기업에 적합한 상표의 “대외 진출” 전략을 수립하여 목표 달성을 위해 노력해야 할 것이다. “대외 진출”을 위해서 기업은 상표 브랜드 전략을 수립하여 상표의 국제적 분쟁 발생 리스크를 줄여야 하며 분쟁 등이 발생할 경우 신속하게 대응하여 권익을 보호할 수 있을 것이다.

상표 브랜드 전략은 기업과 업계 경쟁사의 상표 정보를 분석하여 적합한 상표 전략의 유형을 선택하고 기업의 발전 방향을 고려함과 동시에 업계의 전반적인 발전 방향과 추세에도 부합해야 한다. 기업은 상표 개발을 위한 장기적인 계획을 수립하고 상표의 디자인과 등록, 보호 및 운영에 대한 업무 계획을 명확히 하는 것 또한 기업 브랜드의 성장과 발전에 도움이 될 것이며 기업의 브랜드 성장에 도움을 줄 수 있을 뿐 아니라 기업경영전략 결정을 보다

과학적으로 접근할 수 있도록 할 것이다.

(2) 등록은 가능한 빠르게 진행할 것

오늘날 전세계 대부분 국가에서 선출원주의를 채택하고 있다. 영미법계 국가 들 중에서 많은 국가들이 선사용주의를 채택하고 있긴 하지만 상표 심사 과정에서 여전히 선출원심사 원칙을 적용하고 있고 상표권 분쟁이 발생하면 권리 보유자는 자신이 상표에 대해 권한이 있음을 증명해야 하는데 이 때 먼저 사용한 사람이 상표권을 갖게 된다. 그렇기 때문에 선출원주의를 채택하고 있는 국가인지 선사용주의를 채택하고 있는 국가인지에 관계없이 상표를 최대한 빠르게 등록하는 것이 무엇보다 중요하다고 할 수 있다.

그렇다고 해서 맹목적으로 해외에서 상표를 대량으로 등록하라는 것은 아니다. 기업이 상표를 등록할 때 제품 수출 전 해외 시장에 대한 전체적인 상황을 파악하고 기업의 수출 전략과 기타 경영 전략을 결합시켜 제품 수출 목표 대상국을 확정하고 제품의 종류와 특성을 고려하여 중점 등록 국가와 지역을 선택하여 집중 등록하거나 몇 차례로 나누어 등록을 해야 한다. 전세계 주요국가의 상표권 보호 업무를 완성하고 기업의 해외 상표 “보호망”을 만들어야 한다. 즉, 기업의 실질적 수요에 따라 진행하되 무분별한 등록에 따른 낭비를 피해야 할 것이다.

주의해야 할 점은 상표 등록 시 지리적 위치를 고려해야 한다는 것이다. 일부 국가는 제품 판매를 위한 목표 시장은 아니지만 지리적 중요성이 있는 경우 상표등록을 소홀히 하여 타인이 선점할 수 있어 해당 국가와 연결된 다른 국가로 진입이 어려울 수 있다.

예를 들어 B 주식회사는 중국의 OEM 공장에서 상품을 생산하여 중국 내륙이 아닌 유럽과 미국 지역으로 판매중이었는데 상표를 파트너가 악의적으로 선점하고 심지어 세관에 보유 상표 등록까지 진행하여 B 주식회사의 화물이 세관에서 압류 되어 결국 B 주식회사는 해외 시장에 진출에 큰 지장을 받게 되었다.

사후 모니터링 강화

(1) 사후 모니터링과 경계 시스템 수립

상표 등록을 완료했다고 모든 근심이 없어지는 것은 아니다. 중국 시장에서 본인이 소유한 상표를 수시로 모니터링 해야 하며 타인이 본인의 상표를 도용하거나 유사한 상표를

사용하고 있는지 혹은 등록 신청을 하고 있는지에 대해 모니터링을 해야 한다. 지적 재산권 관련 부서를 별도로 설치하거나 지적 재산권 전문회사에 지적 재산권 공시를 실시간 모니터링 하도록 의뢰하고, 해외 상표에 대한 규격화된 모니터링 시스템을 구축해야 하며 본인의 상표와 같거나 또는 유사한 상표 출원 행위를 발견했을 경우 즉시 이를 제지하는 조치를 취해야 한다. 이는 상표 보호에 매우 중요하다. 이의신청과 무효심판 두가지 방법으로 상표를 되찾아 올 수 있는데 그 난이도 차이가 크기 때문이다.

상표에 대해 이의를 제기는 상표에 대한 확실한 권한을 얻지 못한 단계에서 진행하지만 일단 상표 등록이 확정되면 이미 정해진 권리를 폐지 시키는데 더 많은 비용을 지출하게 된다. 만약 한국 기업의 상표가 해외에서 악의적 선점 출원되어 실제로 사용된다면 한국기업은 큰 손실을 입을 수 있기 때문에 해외 상표 사용에 대한 경계 체제를 구축하는 것이 매우 중요하다고 할 수 있다. 또한 일상적인 상표 모니터링을 잘 수행할수록 권익 보호를 위한 비용을 줄일 수 있을 뿐만 아니라 소송 리스크도 예방할 수 있다.

(2) 상표권 방어를 일상화 할 것

상표권 방어는 지역성을 띠고 있기 때문에 일상적인 상업 행위라고 할지라도 기업은 상표권에 대한 대비를 일상화해야 한다. 특히 다음과 같은 두가지 상황에 주의를 기울여야 할 것이다.

-타겟 시장의 경쟁자

시장 경쟁이 심해짐에 따라 상표는 이미 경쟁 상대를 저지할 수 있는 중요한 수단이 되었다. 이들은 상표로 시장 장벽을 만들고 지적 재산권 분쟁을 조성하여 상대방이 현지 시장을 개척할 수 없게 하거나 상대방의 현지 시장 진입을 지연시켜 비즈니스 기회를 잃게 한다.

-독점 대리권을 요구하는 자, 딜러, 파트너

이들은 독점 대리권을 거절당하면 자신의 명의로 상표를 등록하여 기업의 해외 시장 진출을 저지하거나 타인의 독점 대리권을 저지할 수 있다. 전시회에서 제품을 상세히 살펴보고 관심을 보였으나 최종 합작 의사가 없는 사람도 주의를 기울여야 한다. 실제로 많은 상표 사냥꾼들이 이러한 부류에 속한다.

권리 방어에 능해야 한다.

(1) 권리 침해 발생 시 법률을 잘 활용해야

악의적 상표 선점 행위에 부딪히게 되면 기업은 다년간 심혈을 기울여 만든 상표를 빼앗기게 되는 것이므로 권리 보호를 위한 방어에 능해야 할 것이다. 타인이 자신의 상표를 악의적으로 등록하거나 상표권 분쟁이 발생할 것이 라는 사실을 알게 되면 기업은 먼저 전문가와 상의하고, 전문가는 사례를 분석하여 전문적이고 객관적인 컨설팅을 진행하고 해결 방향과 의견을 제시해야 한다. 기업의 실제 상황에 따라 권리를 보호하기 위해 법적 수단을 사용할 필요가 있다고 판단되면 실행 가능한 계획을 수립한다. 이를 통해 기업은 소송 진행 여부를 판단하고 소송 전략을 수립하여 소송에 따른 위험과 비용을 줄일 수 있다.

이 외에 기업은 국제 상표 분야의 “게임규칙”을 잘 이해하고 있어야 하며 국제 상표 법률 체계를 정확히 이해하고 있어야 한다. 특히 목표로 하는 해외 국가의 상표 법률 제도에 대해 알고 있어야 한다. 상표 등록 신청의 관련 절차, 후속 절차, 소송 증거에 대한 요구 등 세계 각국이 다른 규정을 적용하고 있기 때문에 목표국의 법규를 숙지하는 것이 중요하다고 볼 수 있겠다. 목표국의 법률 제도에 대해 알고 있을 경우 소송 및 기타 권리 방어, 보호 단계에서 편리하게 사용할 수 있다.

(2) 분노표출 보다 침착한 판단을 우선시해야

해외 상표 침해에 맞서 법률적 수단을 통해 권익을 보호하는 것은 기업의 적극적이고 긍정적인 행위로서 사회적으로도 아주 유익한 효과와 본보기가 될 수 있다. 다만 맹목적인 소송은 권익 호를 위해 지출해야 하는 비용이 매우 높을 수 있다. 시장의 관점에서 소송을 통해 해외 상표권에 따른 권익을 보호할 필요가 있는지, 소송을 끝까지 진행할 필요가 있는지에 관한 것과 기업 경영의 관점을 종합적으로 고려하여 결정해야 한다. 시장 경제의 측면에서 볼 때 지식 재산권은 일종의 도구이며 기업이 지식 재산권을 획득하고 이를 보호하는 최종 목적은 더욱 큰 경제적 이익을 얻기 위해서이다. 그러므로 기업은 해외에서 권익을 보호함에 있어 이해 득실을 따져보고 종합적으로 고려하여야 하는 것이다. 기업의 입장에서 보면, 기업의 해외 진출은 쉽지 않기 때문에 가능하면 손실을 줄이고 최대한의 이익을 얻는 것이 최선의 선택이 될 것이다.

상표 침해 목적은 오로지 이익을 얻기 위해서라고 볼 수 있다. 따라서 기업은 권리 침해 상황을 분석하여 소송 가능성이 불분명하거나 법적 절차에 오랜 시간이 소요되거나 소송 비용이 과도하게 높다는 사실을 알게 되면 분노는 잠시 내려놓고 변호사를 통한 경고장 발송,

양도 협상, 구매 등 다양한 해결 전략을 수립해야 한다. 이로서 상표권을 최저 비용으로 되찾아 와야 할 것이며 이 때 시간과 비용을 줄이기 위해 상대방 회사와 협상도 시도해야 한다. 원칙적으로 빨리 해결할 수 있는 것은 빨리 해결하고 빨리 해결할 수 없는 것은 지속적으로 적당한 시점과 기회를 찾아 해결해야 한다. 주의해야 할 것은 상표 협상은 단순히 돈과 이익의 게임이 아니라 쌍방이 정부, 매체, 사회 여론 등의 방면에서 발휘하는 능력 싸움이라는 것이다.

파트너에게 중요 상표를 뺏긴 B 주식회사는 상대방의 권리 침해 행위를 발견한 후 상대방과 교섭을 시도하였으나 협상이 결렬되자 즉시 전문 지적 재산권 대리회사와 변호사 사무소를 통해 상대방을 반격하였다. B 주식회사는 먼저 상대방이 소지한 상표에 대하여 무효선고를 청구하는 동시에 상표의 동일한 유형과 유사한 유형에 방어성 상표 등록을 하였으며 본 회사가 소지한 기타 상표를 세관에 등록하였다. B 주식회사는 사후 대응에 매우 적극적이었지만 대책 수립과 시행에 많은 노력과 시간이 필요했기에 분노를 잠시 내려놓고 먼저 상대방과 교섭하는 등 끊임없는 노력을 거쳐 상표 양도에 성공할 수 있었다.

상표가 침해당하는 행위는 다른 한편으로 기업에 대한 타인의 인정으로 볼 수 있으며 권리를 침해당한 기업이 이미 일정한 규모로 발전하였음을 방증한다.

한국 기업들은 긍정적인 태도로 상표 등록 침해 행위에 다각도로 대응해야 한다. 국제적 상표 보호에 대한 인식을 강화하고 상표의 사용 계획과 실행을 적시에 진행하며 해외 권리 침해에 대한 조기 경보 및 모니터링 시스템일 구축하고 해외 상표권의 권익을 적절하게 보호함으로써 브랜드 창시자가 상표 소유자, 사용자, 수혜자가 되도록 하여 기업 브랜드가 세계에서 빛을 낼 수 있도록 해야 할 것이다.

[2]

상표권 침해 배상의 계산방법

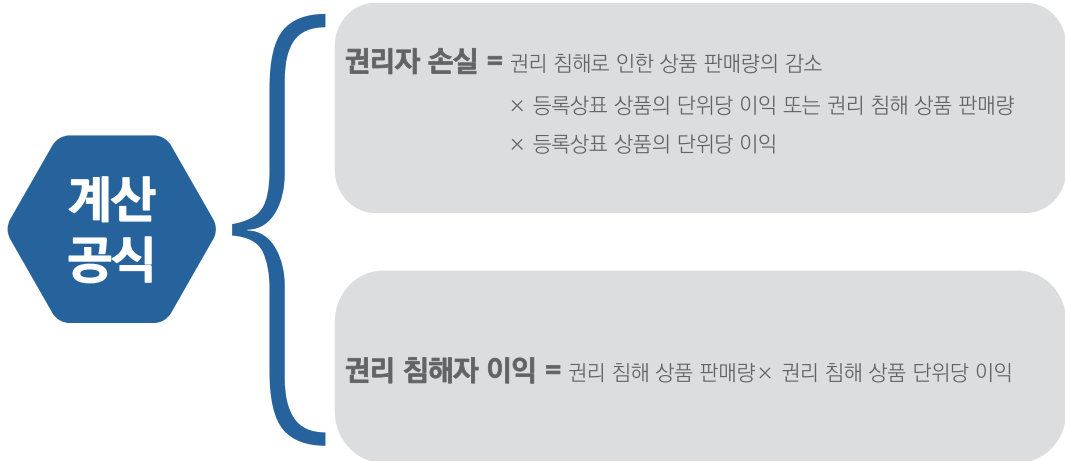
최근 한국 기업에 대한 상표권 침해가 지속적으로 발생하고 있으며 불법 행위자들은 유명한 상표를 악의적으로 선점 등록하거나 타인이 등록한 저명상표를 매입하고 부당한 경쟁 수단으로 타인의 시장 질서를 어지럽혀 폭리를 취함으로써 상표 권리자에게 손실을 입히는 일이 자주 발생하고 있다. 상표 권리자는 법적 수단을 통해 합법적 권익을 적극적으로 보호해야 하며 기업의 브랜드와 명예를 되찾고 손해 배상금을 최대한 많이 받아내야 할 것이며 불법 행위에 대한 단속을 위해 더욱 노력해야 할 것이다. 이를 위해 한국 기업은 상표권 침해에 대한 배상 관련 중국 상표법 규정을 이해하는 것이 필요하다고 볼 수 있겠다.

상표법 제63조는 상표권 침해 배상에 대하여 다음과 같이 규정하고 있다.

상표권 침해에 대한 배상 액수는 권리자가 권리 침해로 인하여 입은 실제 손실에 따라 확정한다. 실제 손실을 확정하기 어려운 경우에는 권리 침해자가 권리 침해로 획득한 이익에 따라 확정할 수 있다. 권리자가 입은 손실 또는 권리 침해자가 획득한 이익을 확정하기 어려운 경우에는 해당 상표 허가 사용료의 배수를 참조하여 합리적으로 확정한다. 악의적으로 상표권을 침해하였고 그 정황이 엄중한 경우에는 상기 기술한 방법에 따라 액수의 1 배 이상 3 배 이하의 배상액을 확정할 수 있다. 권리자가 권리 침해로 인해 입은 실제 손실, 권리 침해자가 권리 침해로 얻은 이익, 등록상표 허가 사용료를 확정하기 어려운 경우 인민법원에서 권리 침해 행위의 정황에 따라 인민폐 300 만위안 이하의 배상금을 지급하라고 판결할 수 있다.

상표법에서는 권리자의 손실, 침해자의 이득, 상표 허가 사용료의 배수, 징벌적 배상, 법정 배상 등 다섯가지의 배상금액을 산정 방법을 규정하고 있다. 그렇다면 이 다섯 가지 권리 침해 배상 계산 방법은 실제로 어떻게 적용해야 하는가?

먼저 “권리자의 손실”, “침해자의 이익”을 산출 한다.



상술한 공식에서 볼 수 있는바와 같이 상품 판매량은 전체 계산방법에 적용되는 기수로서 계산 결과에 영향을 준다.

그러나 실제로 이를 적용할때 상품 판매량은 확정하기 다소 어려울 수 있다. 첫째, 일부 기업이나 개인에게 완벽한 회계 제도가 없기 때문이다. 둘째, 판매량의 감소와 권리 침해 행위간의 인과관계를 확정하기 어렵기 때문이다. 설사 확정한다 하더라도 인과비례계수를 확정하기 어렵다. 지적 재산권 침해에 따른 상품 판매량 감소에 대한 구체적인 수치를 말하기는 쉽지 않다. 권리 침해 상품의 판매량에 대하여 권리 침해자는 자기의 이익을 보호하기 위하여 권리 침해 상품의 판매 수치를 자발적으로 제출하지 않는 경우가 일반적이다. 따라서 권리자의 손실과 권리침해자의 이익은 실전에서 적용되지 않는다.

둘째, 상표허가 사용료의 배수 참조

이러한 배상법의 목적은 “권리자 손실”과 “권리침해자 이익”에서 판매량 확정에 대한 어려움을 피하고 쉽고 빠르게 상표 침해 배상액을 확정하기 위한 것이다. 그러나 이러한 배상 방법에도 어려움이 따르게 되는데 바로 상표 허가 사용료를 어떻게 확정할 것이냐에 대한 것이다. 기업이 상표 사용을 허가했으나 허가 계약의 진실성, 사건 관련성에 대한 증거가 부족하여 완전한 증거 사슬을 형성하기 어려울 수 있다. 따라서 상표 허가 사용료의 배수를 참조하는 배상 방법은 극히 일부 사례만 있을 뿐 많이 사용되지 않는다.

마지막으로 “징벌적 배상”과 “법정 배상”이다

상술한 세가지 배상 방법은 실제로 적용하기 어렵기 때문에 “징벌적 배상”과 “법정배상”은 상표 권리 침해 배상에서 가장 흔히 사용하는 방법으로 그중 “법정배상”은 사법 집행 시 주로 사용되고 있다.

이 두가지 배상 방법은 법관이 권리 침해자의 악의적 행위와 각종 권리 침해 상황을 감안하여 배상 금액을 전면적으로 고려하게 되며 제출한 증거자료의 정확도에 대한 요구는 높지 않기 때문에 상표 허가 사용비는 증거로 사용 가능한 자료 중 하나 정도로 볼 수 있겠다.





상표 방어를 위해 기업이 가져야 할 태도

최근 들어 한국 기업의 상표가 중국에서 악의적으로 선점 등록되는 사례가 점점 증가하고 있어 기업에 막대한 경제적 손실을 초래하고 기업이 구축한 브랜드 이미지에도 영향을 주고 있다. 상표권을 방어하기 위한 노력이 고되다 보니 기업은 자신의 브랜드가 망가진 것을 지켜보면서 좌절하기도 한다.

기업은 상표 방어를 위해 아래 세가지 태도를 가져야 한다.

사전 방어 의식

사전 방어 의식이란 선견지명을 통해 남들이 보지 못한 가치와 기회를 봐야 한다는 뜻이다. 기업은 글로벌 마인드로 권익 보호를 위한 철저한 준비를 해야 한다. 브랜드 설립 초기부터 사전에 상표 등록을 진행하여 불법 행위자들에게 기회를 줘서는 안 될 것이다.

일부 기업은 브랜드를 키우고 있는 단계로 상표 등록이 필요하지 않다고 생각하는데 브랜드가 어느정도 형성되었다고 느끼게 되는 시기가 오면 이미 타인에게 악의적으로 선점 당한 것을 발견할 수도 있을 것이다. 물론 상표 등록에 성공했다고 안심해서도 안 된다. 동일한 상품에 유사한 상표를 등록하거나 기업에서 생산한 기타 유사 상품에 도 동일한 상표를 등록해야 하는데 이렇게 했을 때 비로소 완벽한 상표권 방어 체계가 형성되어 불법 행위자들의 침해 행위를 저지할 수 있을 것이다.

일부 기업에서는 해외 상표 등록을 해야 할 정도가 아니라고 판단할 수도 있다. 이는 대단히 잘못된 생각이다. 해외 진출 계획이 없더라도 보유한 상표가 해외에 등록되고 사용된다면 전체 브랜드 인지도에도 영향을 줄 수 있다. 또한 글로벌화가 가속화되고 있는 시점에서 기업의 해외 진출은 필연적인 것이다. 그러므로 기업은 반드시 사전에 상표에 대한 보호 체계를 수립하여야 할 것이다.

큰 그림을 그려야 한다.

상표를 빼앗겼을 때 가장 직접적이고 정확한 방법은 법적인 대응이라고 생각할 수 있지만 상황에 따라 꼭 그런 것 만은 아니다.

악의적으로 선점 등록 신청중인 상표가 아직 상표권리를 취득하지 않은 경우 이를 저지하기 위한 기업의 상표권 보호에는 약 21~27 개월이 소요되고 상표권이 이미 등록된 경우에는 시간이 더 길어지고 비용도 증가하게 된다. 해당 상표가 중간에 악의적으로 타인에 양도되면 상표를 되찾아오기 위한 과정은 더욱 복잡해진다. 그러므로 기업은 분노를 잠시 내려놓고 자신의 상황을 충분히 파악한 후 침착하게 대책을 세워 가장 적합한 해결 방안을 선택해야 한다. 상표권 침해자와 협의하여 상표권을 최저 가격으로 되찾아 올 수도 있을 것이다. 물론 대부분의 회사는 이러한 방법으로 상표를 되찾아 오는 것에 거부감이 있으나 시간도 비용이다. 2~ 5 년이란 시간동안 열심히 소송에 응해 승소한다고 해도 최종 손익에 대한 평가가 어떨지에 대해 기업에서 충분한 고민을 해야 할 것이다.

협력 정신

기업이 “전쟁”을 선택하기로 하고 법률적 수단으로 자신의 권익을 보호하려면 각 부문의 협력이 필요하다. 상표권 보호에 따른 어려움과 이에 소요되는 긴 시간도 감안해야 할 것이며 각 부서간의 협력을 중요하게 생각해야 할 것이다.

우선 정책 결정자가 작전을 수립하면 지적 재산권 부서나 법무팀이 이에 맞는 실행 방안을 강구하고 타 부서는 사건에 필요한 증거를 준비해야 한다. 이와 함께 민사 권리 침해 소송을 제기하여 권리 침해자의 상표 사용 금지를 요청하고 부당 경쟁 행위인 악의적 상표 선점과 양도 행위를 중지하도록 요구해야 하며 대중 매체 및 지식 재산권 관련 전문 대중 매체를 통해 여론을 이끌어 내고 소비자들의 정확한 인식과 관련 정부 부처의 관심을 끌 수 있도록 해야 한다. 또한 분쟁 기간에는 더 많은 광고를 하거나 소속 업종 협회, 소재지 정부 부처의 지지를 얻어내야 한다.

아무리 완벽한 상표권방어 보호 체계라 해도 불법 행위자들의 정교화된 침해 행위를 막기에는 더없이 부족할 수 있다. 그러므로 상표권 보호의 각 단계별로 준비를 철저히 하여 불법 행위자들로 인한 피해를 막아야 할 것이다.

제2장

상표의 보호



[1]

상표 이의제기의 응용과 대응

중국상표국은 상표 신청에 대한 초보 심사가 완료되면 상표 등록 조건에 부합하는 상표일 경우 이를 상표로 등록한다는 내용으로 공고를 하게 되며 공고 기간에 반대의견을 접수받은 경우 이를 심사하고 최종 등록 여부를 결정한다. 대중들이 반대 의견을 제기하여 상표국이 이를 심사 결정하는 절차가 바로 상표권 이의 제기 절차이다.

이러한 이의 절차가 생긴 배경으로는 중국 전역의 상표는 베이징 국가상표총국에서 심사하며 매년 진행되는 심사량이 매우 많기 때문이다. 심사원은 기존 상표와의 유사성과 명확성 등을 심사할 뿐 각 상표의 구체적인 사용 상황을 전혀 알지 못하는 상황에서 심사를 하게 되며 기타 내용에 대해서는 주동적으로 확인하지 않기 때문에 상표의 악의적 선점 사례도 증가하게 되었다.

또한 상표는 분류별 심사제도를 적용하기 때문에 제품의 분류가 모호할 경우 해당 상품에 사용된 상표의 정확한 분류에 대해 소비자가 정확하게 인식할 수 없게 되어 이에 따른 상표권 분쟁도 발생할 수 있다. 상표 이의에 대한 범위는 매우 넓은데 초심을 통과한 상표임에도 선 신청한 상표와 동일하거나 유사정도가 클 수 있고 《상표법》의 사용 금지 조항을 위반하였거나 타 상표와 비교하여 변식력이 없는 것, 신청인이 신청 자격을 구비하지 못한 것 등도 포함된다.



상표 이의 제기 사례

2018년 한국 C 주식회사 (이하 '이의 신청인'이라고 약칭)가 중국 이우시 모 회사 (이하 '피신청인'이라고 약칭)의 제 3류 상표에 대해 이의를 제기했다. 해당 상표는 이의 신청인의 독창적인 상표로서 2016년 중국 시장 진출 이후 판매량이 매우 폭발적이었기에 이의 신청인은 쟁의중인 상표에 대해 선사용권을 가졌다고 볼 수 있다. 피신청인에 의해 등록된 쟁의 상표는 악의적인 선점 등록 행위이고 이는 <상표법>제 32조의 규정을 위반한 것이므로 등록을 승인해서는 안 되는 것이다.

이후 중국상표국은 이의 신청인이 진술한 이유와 사실을 심사한 결과 이의 신청인이 제출한 증거는 이의 신청인이 먼저 중국에서 상표를 사용하였고 상표에 대한 영향력이 있다는 증거로 보기에는 불충분하다고 판단하였다.

그러나 상표국 조사 결과에 따르면 피신청인은 상표 분류별로 대량으로 등록 신청을 진행하였고 대부분 타인의 브랜드와 동일하거나 유사한 상표로 등록 신청을 하였으며 이중 대부분은 타인의 상표와 동일하거나 유사하다는 이유로 기각되었으나 피신청인은 이에 대해 합리적인 소명을 진행하지 않았다. 이러한 행위는 정상적인 상표 등록의 관리질서를 교란시키고 공정한 시장 질서를 훼손하며 신의성실 원칙을 위반한 것으로 판단하여 상표국은 <상표법>제7조, 제30조, 제35조 규정에 따라 쟁의 상표를 최종 등록하지 않기로 결정했다. C 주식회사는 최종 지적 재산권을 지켜낼 수 있었다.

상표 이의 신청 제도 응용

상기 사례를 통해 알 수 있듯이 상표 이의신청 제도는 상표 등록 절차의 혼란을 방지할 수 있는 핵심적인 법률 조치라고 볼 수 있다. 상표의 악의적 선점 행위는 비용이 낮고 수익은 높기 때문에 점점 증가하고 있는 것이다. 이의 제기 절차를 이해하고 이를 시행하는 것은 기업이 스스로의 권익을 보호하고 악의적인 행위를 저지하는 중요한 조치로 만약 권리자가 이의 제기를 할 수 있는 권한 행사를 게을리하여 상표를 빼앗기게 되면 선점자인 상표 권리자가 관련 영역에서 상표의 사용을 방해할 수 있을뿐더러 브랜드 가치를 약화시킬 수 있으니 유의해야 할 것이다.

이의 제기 절차는 권리자의 합법적인 권리를 보호하는데 유리할 뿐만 아니라 일정한 시간내 경쟁 상대의 유사브랜드로의 시장 진출을 저지하는 중요한 수단으로 사용될 수 있다. 그러므로 브랜드 중심으로 성장하는 기업일수록 상표권 이의신청제도를 브랜드 발전 전략에

포함시키고 전문 관리부서를 설립하여 모니터링 인력을 안배하고 특별예산을 편성해야 할 것이다. 이미 적지 않은 기업들이 지식 재산권 서비스 기구와 협력을 통해 이의 신청 제도를 확립하고 있다. 이의신청 제도를 충분히 활용하여 권리보호에 힘쓰고 권리침해자의 행위를 사전에 저지하는 해안이 필요할 것이다.

이의 제기 사건의 일부 특징을 통해 증거 자료에 대한 내용과 이의 제기를 당했을 경우 객관적인 대응 방안을 확인할 수 있다.

이의 증거 자료:

이의 신청은 증거 제시가 핵심이다. 그중 이의 신청의 상표 지명도는 최종 결정에 가장 큰 영향력을 발휘한다. 그렇다면 어떠한 유형의 증거 자료가 상표의 사용과 인지도에 대한 증거로 활용될 수 있는지 확인해야 하는데 업종을 막론하고 대체로 아래 유형을 예로 들 수 있다.



심사에 도움이 될 수 있는 증거 자료는 가능한 핵심적인 증거여야 하며 대량의 증거 자료 수집은 크게 중요하지 않다. 증거 자료의 제출 시 주목해야 할 것은 바로 이의 제기인 이 상표의 선사용자이거나 권리침해자와 이해 관계인이라는 내용을 포함하고 있어야 한다는 것이다. 대부분 이의 제기는 두차례로 나눠서 자료를 제출하는데 첫번째는 이의제기에 대한 기초적인 이유를 기술한 것이고 두번째는 항 후 3 개월 내 이에 따른 상세한 이유와 증거를

제출하게 된다. 최초 이의제기의 이유를 기술할 때 이의 제기자가 상표의 선사용자이거나 권리침해자와 이해 관계에 있음을 증명하는 기초 증거를 제출해야 한다. 그렇지 않을 경우 이의 신청 수리에 영향을 미칠 수 있어 유의해야 할 것이다.

이의제기를 당했을 경우, 이를 객관적으로 봐야 한다.

(1) 이의제기를 당한 것을 두려워하지 말자

많은 이의 제기자들은 본인이 보유한 상표 사용의 혼란을 방지하고 상표의 영향력을 약화를 방지하기 위해 이의 제기를 하게 되는데 대부분 자신의 상표권 방어와 보호 차원에서 진행한다. 심지어 일부 이의 제기 신청을 보면 무의식 중에 진행한 결정인 경우도 있다. 다시 말하면 상당수의 이의 제기는 목적성이 강하지 않기 때문에 특정 상표의 이의 제기에만 힘을 쏟을 가능성이 낮다고 볼 수 있다.

(2) 성공률

이의 제기 사건은 전체적으로 성공률이 낮는데 평균 32.58% 정도이다. 이의신청 기각 비율이 곧 답변이 채택될 비율이다. 총체적으로 볼 때 답변의 성공률은 이의 신청이 채택될 비율보다 훨씬 높다.

(3) 이의 제기에 대한 답변을 하지 않아도 전적으로 지는 것은 아니다

피이의자가 이의 제기에 대해 답변하지 않더라도 상표국은 여전히 이의 제기자의 제출 자료를 참고하여 상표의 등록 가능성을 객관적으로 판단한다. 상표국이 이의 제기자의 일방적인 의견만으로 직접 등록을 반려하는 것은 아니다.

상당히 많은 사례에서 이의 제기 이유가 불분명하거나 증거 자료가 불충분한 것을 볼 수 있다. 이의 제기에 따른 증거 자료는 지나치게 격식화되어 있을 뿐 목적성이 부족한 경우가 많기 때문에 오히려 피이의자에게 반전의 기회로 작용할 수 있다.

(4) 충분한 후속 법률 구제 절차

법률 절차로 보면 피이의자는 후속 법률 구제 절차를 충분히 활용할 수 있다. 만약 답변이

채택되지 못하면 다음 단계에서 등록 불허 재심을 신청하여 최종 상표등록을 쟁취할 수 있으며 행정 소송 절차를 통해서도 구제를 받을 수 있다.

(5) 융통성 있는 대응 방식

대응 방식으로는 답변 외에도 많은 방법이 있고 이를 하나의 조합으로 묶어 최종 이의 제기자와 협상하여 갈등을 해소할 수도 있다.

(6) 상표의 중요성에 대한 인식 정도

이의 신청 상표의 등록 여부는 이의 제기자 보다 피이의자에게 주는 영향이 훨씬 크다. 예를 들면 이미 사용 계획을 수립하여 사용중에 있거나 대량의 초기 투자를 진행한 경우 상표를 교체하지 못할 수 있다. 이런 상황에서 피이의자들은 답변을 더욱 중시하게 될 것이다. 이의 제기자에게 상표는 대수롭지 않은 일이 있을 수 있지만 피이의자의 경우에는 사건을 더 중시하게 되는 것이다. 이러한 상황과 태도의 차이가 최종 답변에 반영되어 유리하게 작용하게 된다.

(7) 이의 신청에는 주동적 방어를 해야한다.

전략적으로 보면 이의 답변은 피동적인 것이 아닌 주동적인 방어로 보아야 한다. 절차상 이의 신청에 대한 답변은 이의 제기자의 이의 제기에 대한 이유에 대해 답변을 하는 것에서 시작하는데 이의 제기자는 절차상 답변자의 답변 자료를 볼 수 없다. 따라서 답변자가 답변을 확실하게 진행하면 피동적 방어가 아닌 이의 제기 사유에 대한 논리적 허점을 지적하는 효과적인 반격을 꾀할 수 있는 것이다.

상표에 대한 이의 제기를 두려워할 필요는 없다. 피이의자가 해야 할 일은 사건의 상황을 정확하게 평가하여 답변의 성공률을 제고하는 것이므로 반드시 주동적으로 답변해야 한다. 비록 답변을 하지 않는다 하여 반드시 등록이 불허되는 것은 아니지만 답변을 진행하는 것이 답변을 하지 않는 것보다 지지를 받을 가능성이 분명히 높다는 것이다.

상표 이의 신청 시 주의 사항

1. 이의 제기자는 이의 제기 기간 내에 상표국의 초보 심사를 거쳐 「상표 공고」에 기재된 상표에 대해서만 이의를 제기할 수 있다. 이의 제기 기간은 초심 공고 가 나온 다음날

부터 3 개월이다. 이의신청 기간의 마지막 날이 법정 휴일일 경우 휴일 이후 첫 근무일로 연장할 수 있다.

2. 이의 제기자가 상표국에 이의 신청 자료를 제출한 날짜: 상표국에 직접 제출할 경우 제출일을 기준으로 한다. 우편일 경우에는 우편물 발송 소인일을 기준으로 하고 소인일이 선명하지 못하거나 소인이 없을 경우에는 상표국의 실제 접수일을 기준으로 한다. 우정국외 택배를 이용해 운송한 경우에는 택배 접수일을 기준으로 하고 접수일이 명확하지 않을 경우에는 상표국의 실제 접수일을 기준으로 한다. 그러나 당사자가 실제 발송일을 증명할 수 있는 증거를 제출할 수 있을 경우는 제외한다.

3. 이의 제기자가 제출하는 자료에는 명확한 이의 신청의 사유 및 사실관계, 법률적 근거가 있어야 한다. 이의신청의 이유는 상대방 당사자가 답변하고 상표국이 심사할 수 있도록 문자로 명확하게 밝혀야 한다. 만약 명확한 이의 사유와 사실관계 및 법률 적 근거가 없다면 이의 신청은 수리되지 않는다. 이의제기 신청인이 증거 자료를 보충할 필요가 있을 경우 이의 신청서에 이에 대한 내용을 기재하고 이의 신청을 제출한 날로부터 3 개월 이내에 제출하여야 하며 내용을 기재하여 별도의 성명을 진행하지 않은 것은 보충자료의 제출을 포기한 것으로 간주한다.

[2]

미사용 상표 등록 취소심판

사례

한국인 사업가 이모씨는 중국 칭다오에서 대형 유통 업체를 운영하면서 2012년 개인 명의의 제 35류 분류에 상표를 등록했다. 그러나 북경 모 유한책임회사는 <중화인민공화국 상표법> 제 49조의 규정에 따라 정당한 이유 없이 연속 3년 동안 사용하지 않았다는 이유로 2019년 11월에 중국상표국에 이모의 제35류 상표 취소 신청을 하였다.상표국은 신청을 접수하고 이씨는 통지를 받은 날로부터 2개월 이내에 그가 2016년 11월 14일부터 2019년 11월 13일까지 해당 상표를 사용한 증거 자료를 상표국에 제출할 것을 통지하였다.

이모는 통지를 받은 후 지정된 기한 내에 상표국에 통지서에 기재된 3년 이내의 기간 동안 상표수권 사용 허가 계약, 2018 - 2019년의 투자 유치 및 상업 운영 관리 협력 협의, 2018년 일부 임대 계약과 일부 상업 운영 관리 계약, 백화점 입점 사진, 홍보물품의 사진과 홍보물품 관련 영수증을 사용증거로 제출했다.

상표국은 심사를 통해 이모씨가 제공한 상표의 사용 증거가 유효하다고 인정하고 베이징의 모 유한회사의 미사용 상표에 대한 취소 신청 이유는 성립되지 않다고 판단하여 이 회사의 취소 신청을 기각 했다.

사례 분석

본 사건은 미사용 상표 등록 취소심판 사건의 전형적인 사례로 <상표법> 제 49조 제 2항의 규정에 따르면 정당한 이유 없이 연속 3년간 해당 상표를 사용하지 않으면 기업이나 개인은 상표국에 등록된 상표의 등록 취소를 신청할 수 있다. 이 조항은 상표 소유자가 상표를 적극적으로 사용하도록 장려함과 동시에 휴면 상태로 있는 상표를 방지하기 위한 조치인 것이다.

신청인은 타인의 등록상표가 연속 3년간 사용되지 않은 것을 근거로 상표국에 등록상표의 취소 신청을 한다. 상표국은 상표권자에게 사용 증거 제공 통지서를 보내고 상표권자는 2개월 이내에 상표 사용에 대한 직접 증거를 제공하여야 한다.

본 사례에서 이모씨가 미사용 상표 등록 취소심판에서 상표국에 제출한 모든 증거는 2016년 11월 14일부터 2019년 11월 13일에 걸쳐 있으며 해당 증거는 대부분 유효한 상태로 일종의 완벽한 증거 사슬을 형성할 수 있어 상표국은 기존 등록 상표에 대한 등록을 취소하지 않은 것이다.

미사용 상표 등록 취소심판의 응용

미사용 상표 등록 취소심판은 주로 두 가지 종류가 있다.

첫째, 상표권의 취소재심 행정분쟁으로 이는 관련 상표에 대하여 3년간 사용 여부를 직접 심사하는 경우이다.

둘째, 상표의 기각재심 행정분쟁으로 이는 상표 신청 시 유사 상표로 인해 등록이 기각된 경우 이에 불복하여 해당 유사 상표에 대해 취소 심판을 제기하는 경우이다.

통계에 따르면, 상표등록이 취소되는 사례 10건 중 1건은 미사용 상표 등록 취소심판으로 인한 것이다. 이 방식으로 상표등록을 신청하는 경우 성공률이 60%에 달하고 양도 등에 비해 비용이 매우 낮기 때문에 미사용 상표 등록 취소심판을 제기하는 것이 상표등록을 위한 중요한 통로가 된 것이다. 기존 상표권자의 상표 권리가 취소되면 상표권의 사망선고를 의미하기 때문에 기존 상표권자는 미사용 상표 등록 취소심판에 신중하게 대응해야 한다.

세계 각국에서도 상표를 사용하지 않을 경우 취소 혹은 무효화를 명시하고 있으나 그 기간에는 일정 부분 차이가 있다고 볼 수 있다.

미사용 상표 등록 취소심판 시 증거 자료 심사

미사용 상표 등록 취소심판 시 신청자에게는 증거 제출에 대한 요구사항이 거의 없기 때문에 최종 취소 여부는 당시 상표권을 보유하고 있는 상표권자의 증거 자료 제출 능력에 의해 결정된다고 볼 수 있다. 상표권자가 보유한 상표사용 증거에 대한 심사는 매우 엄격하게 진행되는 데 주로 다음 네가지 요소를 심사한다.

(1) 사용 기간

3년 기한이 관건이다.

만약 권리자가 통지서에서 지정한 3년간 상표를 사용했다는 증거 제출을 하지 못할 경우 심사 결과에 중대한 영향을 미치게 된다.

(2) 상표 표식에 대한 심사

만약 권리자의 상표가 유일한 상표가 아니라면 심사는 더욱 엄격하게 진행된다.

상표의 사용 과정에서 상표의 표식은 일정 변천 과정이 있게 되며 상표 표식의 사용 상태도 흔히 신청서와는 일정한 차이가 있게 된다. <상표 수권확인 행정사건 심사와 관련한 약간의 문제에 대한 최고인민법원의 의견> 제 20 조에서는 “실제로 사용하는 상표가 등록 심사된 상표와 약간의 차이가 있기는 하지만 그 뚜렷한 특징을 바꾸지 않은 경우에는 등록상표의 사용으로 본다”고 규정하고 있지만 만약 권리자의 상표가 유일한 상표가 아니라면 심사가 더욱 엄격하게 진행될 수 있으니 유의해야 할 것이다.

(3) 지정된 분류 내 상품에 사용되었는지 여부 심사

상표 사용증거는 상표권 상의 품목 분류에서 지정된 상품에 대해 등록상표를 사용한 것임을 증명해야 한다.

(4) 사용 행위 자체에 대한 심사

상표 사용 과정을 보면 직접 사용한 것과 사용을 허가한 것으로 나뉘는데 예를 들면 사용 허가에 대한 비용을 수취하고 사용자에게 영수증을 발급하기도 하는데 이 때 발급한 영수증을 제출하면 거래가 이미 발생한 것으로 인정되지만 영수증이 없다면 이를 입증하기 어려워 인정되지 않을 수 있다.

이렇게 상표의 사용은 상표가 미사용 상표 등록 취소심판에서 등록이 취소될 수 있는지 여부를 판정하는 아주 중요한 근거가 될 수 있는 것임을 알 수 있다.

그렇다면, “상표의 사용”이란 무엇을 의미하는가?

중국<상표법> 제 48 조에서는 상표사용에 대해 명확하게 정의하고 있다. 상표의 사용이란 상표를 상품, 상품의 포장 또는 용기 및 상품 거래 서류에 사용하거나 상표를 광고 홍보, 전시 및 기타 상업 활동에 사용함으로써 상품의 출처를 식별하는데 사용하는 행위를 말한다. 해당 조항을 통해 상표법이 규정한 상표사용여부를 판단하는 가장 근본적인 기준은 이 상표가 상품의 출처를 식별하는 기능을 하는지에 관한 것임을 알 수 있다.

최고인민법원은 <상표권 수권확인 행정사건의 심리에 관한 약간의 문제에 대한 의견>에서 상표권자가 직접 사용하고 타인의 사용을 허가하며 기타 상표권자의 의지에 위배하지 않는 사용은 모두 실제 사용행위에 속한다고 명확히 설명하고 있다. 그러므로 상표사용의 주체로 상표권자 본인이 포함될 뿐만 아니라 상표권자가 통제하는 피허가 사용자 및 상표권자의 의지에 위배하지 않는 기타 사용자도 포함된다고 볼 수 있다.

주의할 점은 상표 사용허가 시 상표권자와 피허가자 간의 상표 양도 또는 허가 행위만 있고 피허가 상표가 시장에서 판매하거나 홍보하거나 전시하는 상업활동에 사용되지 않을 경우에는 상표의 사용행위를 구성하지 않는다는 점이다.

미사용 상표등록 취소심판 관련 증거 활용 가능 목록

(1) 3년간 상표를 사용했다는 증거

<등록상표 사용증거 제공에 관한 통지>에서 'XXXX년 X월 X일부터 XXXX년 X월 X일까지 지정상품에 상표를 사용하였음에 대한 증거'라고 명시하고 지정 기간인 3년내의 구체적인 시간을 나타내야 한다.

(2) 진실성 있는 증거

사용증거는 객관적이고 진실성이 있어야 하며 위조된 계약서, 영수증, 광고 홍보 자료를 사용해서는 안 된다. 진실하지 않은 상징적 사용에 대해서는 법적으로 증거사용이 무효화될 수 있다.

(3) 공개된 증거

상표의 사용은 기업 내부에서 사용하는 것이 아니라 대중을 대상으로 하는 것이며 상표는 공개된 사업 분야에 사용하여 대중들이 상표의 존재를 알수 있도록 해야 한다.

(4) 관련성이 없는 일방적 증거 X

제출한 상표의 사용증거는 모두 일대일 대응 관계를 입증할 수 있어야 하며 상표사용의 완전한 증거 사슬을 형성해야 한다. 판매 계약서, 판매 영수증, 상표 표시 제품 등 모든 증거 자료는 각각 연관성이 있어야 한다.

(5) 중국 대륙에서의 사용 증거

〈상표법〉에서 규정한 상표의 사용은 중국 대륙에서의 사용행위를 지칭한다. 중국 대만, 홍콩, 마카오 지역에서 사용한 것은 대륙지역과 다른 상표 법률 제도로 대륙지역과는 다른 법의 영역에 속하기 때문에 이러한 지역에서 사용했음을 증명하는 사용 증거는 효과적인 증거로 사용될 수 없다.

상표권자는 일부 판매 계약서, 영수증, 제품 사진, 제품 포장 등 자료를 제공할 수 있을뿐 이 증거들이 서로 연결되지 못할 경우 해당 상표는 취소될 가능성이 있다. 따라서 상표권자는 상표를 사용하는 과정에서 반드시 유효한 상표의 사용증거를 수집하고 이를 보존해야 할 것이다.



[3]

등록상표 무효 선고 제도

등록상표권 무효선고 제도란 상표 등록 신청 과정 중 절대적 또는 상대적으로 등록 기각할 이유가 있으며 이를 상표등록 행정부처에서 등록된 이후 주동적으로 발견했거나 타인의 신청이 접수될 경우 등록상표에 대해 무효를 선고하여 상표권이 처음부터 존재하지 않은 상태로 돌아가도록 하는 법률 제도로 원 상표권을 소멸시키는 방법이다.

중국의 등록상표 무효선고 제도는 <상표법> 제 44 조와 제 45 조에 규정되어 있다.

중국 <상표법> 제 44 조의 규정에 따르면 이미 등록한 상표가 상표법 제 4 조, 제 10 조, 제 11 조, 제 12 조, 제 19 조 제 4 항의 규정을 위반하였거나 기만 수단 또는 기타 부정 수단을 등록을 하였을 경우에 상표국이 그 등록상표의 무효를 선고하며 기타 사업단위 또는 개인은 상표평심위원회에 등록상표의 무효선고를 청구할 수 있다.

<상표법> 제 45 조 규정에 따르면 이미 등록한 상표는 <상표법> 제 13 조 제 2 항 및 제 3 항, 제 15 조, 제 16 조 제 1 항, 제 30 조, 제 31 조, 제 32 조 규정에 부합하지 않을 경우 등록한 날로부터 5 년 내에 권리자 또는 이해 관계인이 쟁의 등록상표의 무효선고 청구를 제기할 수 있다. 일반적으로 저명상표 소유자는 상표의 등록일로부터 5 년 내에 제출하여야 한다. 그러나 상표의 등록이 악의로 등록되었음을 증명할 수 있는 경우에는 5 년 기한의 제한을 받지 않는다.



전형적인 사례

D 주식회사(이하 신청인)은 한국 유명 화장품 제조업체이다. 이 회사는 2018년 9월 한 한국무역회사의 중국지사(이하 피신청인)의 명의로 등록된 모 등록상표(이하 쟁의 상표)에 대해 중국 상표평심위원회(이하 상평위)에 무효선고 청구를 제기하였다. 그 원인은 다음과 같다.

쟁의 상표는 신청인이 선등록을 해야 하는 비교적 지명도가 높은 상표에 대해 악의적으로 선점 등록된 것이라고 주장한다. 쟁의 상표는 부당한 수단으로 등록되어 소비자를 오도하며 사회적으로 좋지 않은 영향을 미치게 되므로 <상표법>의 관련 규정에 따라 신청인은 상평위에게 쟁의 상표의 무효선고를 청구한다.

상평위에서 밝혀낸 사실 및 신청인이 제출한 증거에 따르면 피신청인은 제 3류 상품에 타인의 화장품 브랜드와 같거나 유사한 상표의 등록을 여러건 신청하였는데 그중 일부가 이미 무효로 선고되었거나 타인이 이미 무효선고 신청을 제출한 것이다. 신청인은 지명도 있는 상표 혹은 유사한 상표 등록을 신청하는 경우가 여러 차례 있으므로 쟁의 상표는 <상표법> 제 44조 제 1항에서 말하는 기타 부당한 수단으로 등록을 신청하는 경우에 속한다.

최종 <상표법> 제 44조 제 1항, 제 3항, 제 45조 제 1항, 제 2항, 제 46조의 규정에 따라 국가지적재산권국은 쟁의 상표에 대하여 무효를 선고하였다.

그렇다면 등록상표권 무효 선고 제도에 대해 우리가 알아야 할 것은 무엇일까?

1. 상표가 최종 무효 선고되는 경우

상표가 무효로 선고될 경우는 다음과 같이 몇 가지 경우가 있다.

- (1) 등록된 상표에 상표로 사용할 수 없는 표지 또는 모양 등이 포함된 경우
- (2) 사기 혹은 기타 부당한 수단으로 상표를 등록한 경우

(3) 등록상표가 타인의 선권리와 충돌하거나 타인의 미 등록상표를 가로채거나 타인의 유명한 상표권을 침해하는 경우.

2. 누가 무효 선고를 신청할 수 있는가?

일반적으로 상표는 두 가지 방식으로 무효선고를 받을 수 있다.

(1) 상표국이 상표의 무효선고를 하는 경우

(2) 기타 사업단위 또는 개인이 상표평심위원회에 상표 무효선고를 청구하는 경우

무효선고의 원인이 무엇이고 누가 무효선고를 했는지에 대해 이해했다면 이제 무효선고의 기한과 절차에 주목해야 한다.

3. 상표 무효 선고의 시간과 절차

〈상표법〉 제 44 조에 근거하여 상표국은 등록상표의 무효선고 결정을 한 경우에 서면으로 당사자에게 통지하여야 한다. 당사자가 상표국의 결정에 불복할 경우에는 통지를 받은 날로부터 15 일 이내에 상표평심위원회에 재심을 신청할 수 있다. 상표평심위원회는 신청을 접수한 날로부터 9 개월 이내에 결정을 하고 서면으로 당사자에게 통지 하여야 한다. 특수 사정으로 기간을 연장하여야 할 경우에는 국무원 공상행정 관리부서의 비준을 거쳐 3 개월 연장할 수 있다. 당사자는 상표평심위원회의 결정에 불복할 경우 통지를 받은 날로부터 30 일 이내에 인민법원에 소송을 제기할 수 있다.

따라서 기업은 무효선고를 받은 후 구체적인 원인에 따라 이에 상응하는 준비를 할 수 있다.

4. 악의적 선점 등록 행위의 추정

〈상표권 수권확인 행정사건의 심리에서 관한 약간한 문제에 대한 의견〉 제 25 조는 다음과 같이 규정하였다. 인민법원이 쟁의 상표 신청인이 타인의 저명상표를 악의적으로 등록 하였는지를 판단함에 있어서 인증상표의 지명도, 쟁의상표 신청인의 상표 신청 이유 및 쟁의 상표의 구체적인 사용상황 등을 종합적으로 고려해서 그 주관적인 의도를 판단한다. 상표 지명도가 높고 쟁의상표의 신청인이 상표 등록의 정당한 사유가 없을 경우 인민법원은 그 등록이 중국〈상표법〉 제 45 조 제 1 항에서 규정한 악의적인 등록에 해당한다고 추정할 수 있다.

5. 상표 무효 신고에 대한 핵심 답변 내용

(1) 상표의 음, 모양, 뜻 등으로 두개의 상표를 서술한다. 혹은 상품 자체에서 두 상표의 차이를 설명할 수도 있는데 특히 소비자의 구매에 대한 영향이 있는지를 설명해야 한다.

만약 상표가 일정한 독창성이 있거나 선 권리를 주장할 수 있는 요소가 있다면 모두 유력한 증거로 사용할 수 있다. 어떤 이유에 의해 상표가 무효신고되더라도 증거를 제출해야 하는 기한은 정해져 있기 때문에 정확하고 효과적 대응방안을 수립하고 적시에 전문가의 도움을 받거나 전문 지식 재산권 사무소에 의뢰하여 처리해야 할 것이다.

중국<상표법> 제44조, 제45조의 규정은 상표권 보호를 구현하기 위한 내용이다. 등록상표에 대한 무효신고 청구 제도는 당사자의 합법적인 권익을 보호하는데 도움이 되고 상표 등록과 시장 경제의 건전한 발전을 위해 적극적인 역할을 한다고 볼 수 있겠다.

[4]

세관등록의 중요성

수출입무역에 종사하는 기업은 화물의 통관을 위해 세관 검사를 진행해야 한다. 본 기고문에서는 지식 재산권 보호 중 세관등록의 역할에 대해 설명하고자 한다.

사례

E 주식회사는 중국에서 오랜 기간 기업을 경영하던 중 중국 기업과 분쟁이 발생하게 되고 지식 재산권의 중요성을 깨닫게 되었다. 이후 E 주식회사는 지적 재산권 보호 체제를 개선하고 적극적으로 상표등록과 지적 재산권 보호 행위를 취하게 되었고 그 일환으로 이미 등록된 상표 및 저작권을 세관에 등록하였다.

어느날 E 주식회사는 상표권 침해 혐의를 받고 있는 대량의 화물이 세관에 압수되었다는 사실을 통보받게 되었다. 만약 이 화물이 해외로 수출되어 유통될 경우 상표권자는 시장 점유율을 잃게 되어 막대한 손실을 받게 되고 압수된 화물이 품질상 문제가 있을 경우 국제시장에서 상표권자의 신용을 떨어뜨릴 가능성이 높고 이에 따른 손실은 더욱 예측할 수 없는 상황이었다.

상기 사례 중 세관이 적시에 상표권 침해 혐의된 화물을 압수한 것은 상표 유권자가 지적 재산권 체계를 중시하였기 때문이며 상표 등록외 해당 상표를 세관에도 등록했기 때문이다.

지식 재산권 세관 등록이란?

세관등록이란 상표권자가 세관에 지적 재산권과 관련된 물품, 지적 재산권의 합법적 사용, 침해 물품의 수출입 상품 관련 지적 재산권을 서면으로 세관총국에 통보하여 세관이 지적재산권을 보호하도록 요구하는 것을 말한다.

세관 압류의 가장 흔한 원인은 상품의 상표권 침해이다. 상표는 기술적인 식별이 요구되지 않기 때문에 외관 및 시각으로 식별 가능하다. 그러므로 상표의 제출은 세관 등록 중 가장 간단하고 효과적인 방법이라고 볼 수 있다. 이러한 사례로 살펴본 것처럼 해당 무역회사가 세관에 상표를 사전에 제출하여 상표등록을 했기 때문에 세관은 침해가 의심되는 물품을 통관 물품에 대한 일상 검사를 통해 신속하게 식별하고 그에 따라 후속 조치를 취할 수 있었던 것이다.

세관 등록을 진행하지 않았을 경우에는?

세관등록이 진행되지 않았다고 해도 보호를 받을 수는 있다. 2003년 12월 개정된 지적재산권의 세관 보호에 관한 규정에 따르면 지적재산권 자료 제출은 더 이상 세관의 지적재산권 보호 업무를 위한 필수 전제 조건은 아니다. 그렇다고 해도 세관 등록은 기업에게 여전히 중요하다고 볼 수 있겠다.

원칙적으로 중국 세관 공무원은 수출품의 상표 침해 여부를 검사할 때 자유 재량권을 가지며 일반적으로는 상표국의 데이터베이스를 기반으로 하지만 실제 검사에서는 자체 세관의 상표 데이터베이스에 의존하는 경우가 더 많다. 즉 세관등록은 세관 내부 상표 데이터베이스에 기록되므로 세관 검사 과정에서 해당 데이터베이스를 이용하여 상표권 침해 상품이 해외로 반출되는 것을 저지할 수 있는 것이다.

본 안건의 경우와 마찬가지로 상표권자는 세관에 상표를 제출하고 세관은 침해로 의심되는 물품을 발견하면 가능한 빨리 상표권자에게 권리를 확인하도록 통지한다. 권리확인 절차가 완료되고 최종 권리 침해로 판단되면 세관은 상표를 제거하도록 하거나 상품을 소각하여 국내외 상표권자의 권익을 원천으로부터 보장한다. 또한 권리 침해 행위를 한 수출입기업에 대한 경고를 하여 지적재산권의 원칙에 대해 이해할 수 있도록 조치를 취한다.

그 밖에도 상표권자가 타인이 자신의 상표권을 침해하고 있거나 침해할 우려가 있음을 발견하고 침해된 상표가 있는 상품을 해외로 배송할 수 있다는 사실을 알게 된 경우 해당 당사자는 의심되는 상표가 사용된 제품을 압수하도록 세관에 신청할 수 있다. 침해 물품의 경우 세관은 충분한 증명서와 이에 대한 보증서가 제출되면 신청서를 수락하고 조사를 시작하는데 이 경우 권리자는 주도적으로 잠재적인 침해 상황을 발견해야 할 것이며 이를 놓치게 될 경우 권리 침해자는 이 허점을 이용하여 침해 상품을 해외에 판매하게 될 것이다.

세관 심사 한 번으로 모든 문제가 해결되는 것은 아니다.

모든 종류의 지적재산권과 마찬가지로 세관등록에는 법적 기한이 있다. 일반적으로 지적재산권의 세관등록은 세관총국이 제출을 승인한 날로부터 효력이 발생한다. (중국 세관에 상표 세관등록을 신청하는데 약 1~2개월 소요) 유효기한은 10년이며 지적재산권이 10년 미만이면 남은 유효기간에 따라 계산한다. 세관등록의 유효기간은 갱신 등의 방법으로 연장할 수 있으며 유효기간이 만료되기 최소 6개월 전에 세관총국에 갱신 신청을 해야 한다.

합법적인 권익을 보호하기 위해 상표등록을 신청하는 것 외에도 가능한 빨리 세관총국에 자신의 지적재산권 정보를 제출해야 한다. 상표가 성공적으로 등록 신청 및 완료되는데 최소

1 년이 걸리며 상표등록 완료 후 세관등록 신청서를 세관총국에 제출하는데는 1-2 개월이 추가로 소요된다. 이 기간 동안 침해자는 자신의 상표에 속하지 않는 일부 상품을 해외에 판매할 가능성이 있다. 세관 신고를 위해 가능한 빨리 등록할 것을 권고하며 이로서 권리 침해를 효과적으로 저지할 수 있다.



[5]

상표를 어떻게 사용할 것인가?

상표는 기업의 영혼이자 기업의 상징이며 기업 문화를 표현할 수 있는 중요한 요소로 기업의 무형 자산인 상표는 일상 업무에서 중요한 역할을 한다. 일종의 지식재산으로서 상표는 그 가치가 있고 그 가치는 끊임없이 변화하고 있으며 기업의 지속적인 발전과 성장에 따라 상표의 가치는 점점 더 높아지고 있다.

그러나 상표가 성공적으로 등록이 되었다고 해도 상표가 비정상적으로 사용되거나 무분별하게 사용되면 향후 상표권 보호에 많은 어려움과 불편을 초래하여 권리 보호에 어려움을 겪고 심지어 상표권을 잃게 될 수도 있다. 상표를 좀 더 효과적으로 보호하려면 부적절한 사용으로 인한 불필요한 손실을 피해야 하며 일상적으로 사용하면서 이에 상응하는 지속적인 관리가 진행되어야 한다.

첫째. 상표 등록을 정확하고 표준화된 방식으로 진행하고 상표 정보 변경에 대해서는 적시에 상표국에 보고해야 한다.

(1) 상표등록 증서에 승인된 사용 분류 범위 내에서 상표를 사용해야 한다.

기업이 일상 생활에서 등록상표를 사용하는 경우 상표등록 증서에 승인 및 등록된 범위를 엄격히 준수하고 승인된 분류 범위를 초과하는 경우 상표등록을 신청해야 한다.

(2) 실제로 사용되는 상표는 등록상표 견본과 일치해야 한다.

사용 상표는 등록상표의 견본과 일치해야 하고 비율에 따라 확대 또는 축소가 가능하지만 디자인은 변경할 수 없다. 또한 가능한 상표가 추가된 표지를 사용하고 일상적인 상업용 문서에도 이를 사용하여 상품이나 서비스 혹은 상표가 사용되는 시기 등을 표시해야 하며 대외로 발급하는 영수증의 내용은 최대한 명확하게 하고 특정 상표는 관련 계약서에 기재된 내용과 일치해야 한다.

(3) 등록 정보 내용 변경 시 적시에 보고 해야 한다.

등록자의 이름, 주소, 기타 등록사항 등 상표등록 정보를 직접 변경해서는 안 된다. 실제로 관련 등록 정보를 변경해야 하는 경우에는 상표국에 변경 신청을 해야 한다. 동시에 등록 상표가 양도되거나 타인에게 상표권 사용이 허용될 경우 상표국에 신청서를 제출하여 상표국 공시 제도를 통해서 진행해야 한다.

둘째. 중요 상표에 대해서는 상표의 취급 방법을 차별화하고 상표의 가시적인 부분인 현저성과 상표의 영향력을 높이기 위해 주요 사용할 상표를 만들기 위해 노력해야 한다.

자신의 권리와 이익을 보호하기 위해 대부분의 기업에서는 상표등록 신청 시 주요 상표와 방어 상표를 조합하여 채택하는 경우가 많기 때문에 한 기업이 많은 상표를 보유하고 있을 수 있다. 이런 경우 기업은 자신이 소유한 상표를 정기적으로 전면 검토해야 한다. 주요 상표에 대해서는 장기적으로 주요 사용을 목적으로 별도로 분리하여 사용하고 북마크, 회사 작업복 또는 회사 건물의 기업 상징 기호로도 사용할 수 있기 때문에 상표의 독창성과 고유성을 높여야 하고 상표에 대한 대중의 인식을 강화해야 할 것이다.

주의해야 할 점은 관련 제품의 전단지, 매뉴얼 및 기타 홍보 자료는 적시에 업데이트를 진행해야 하고 인쇄 날짜가 명확 해야 한다는 것이다.

셋째. 향후 상표권 확인 또는 침해 사건에 대한 증거를 확보하기 위해 상표의 실제 사용증거 수집 및 분류에 주의해야 한다.

(1) 상표를 제품, 제품 포장, 용기, 제품 첨부 라벨, 제품 매뉴얼, 소개 매뉴얼, 가격표 등에 사용한다.

(2) 상표를 서비스 소개 매뉴얼, 서비스 장소 표지판, 상점 장식, 직원 의류, 메뉴, 가격표, 상품권, 사무용 문구, 편지 용지 및 기타 지정된 서비스와 관련된 소모품을 포함하여 서비스 장소에서 직접 사용한다.

(3) 상표를 계약서, 영수증, 상품 수입 및 수출 검사, 검역 증명서, 세관 신고서 등 상품 판매와 관련된 거래 문서에 사용한다.

(4) 라디오, 텔레비전, 인터넷 및 기타 매체에 사용되거나 공개 발행된 간행물 광고판, 우편 광고 또는 기타 광고에 상표를 사용한다.

(5) 상표를 전시회 및 박람회에서 사용하며 전시회 및 박람회에서 제공된 인쇄물 및 기타 자료에도 사용한다.

넷째. 상표의 사용 유효기한에 주의해야 한다.

상표등록 성공 후 등록자는 상표를 사용할 의무가 있으며 등록상표 승인 일로부터 특별한 이유 없이 상표를 사용하지 않는다면 중도에 타인으로부터 상표 무효심판 소송을 당할 수 있고 최종 등록이 취소될 수 있으니 유의해야 할 것이다. 상표의 유효기간은 10 년이며 유효기간이 만료된 후 계속 사용할 경우 상표 등록자는 갱신을 신청할 수 있으며 유효기간 만기 12 개월 전에 규정에 따라 관련 절차를 완료할 수 있다. 상표 갱신 후의 유효기간도 10 년이다. 상표 등록자의 실수로 인한 상표 소유권 상실을 방지하기 위해 상표의 유효 기간에도 주의를 기울여야 한다.

상표법에 따르면 상표의 보호는 상표 자체에 대한 보호뿐만 아니라 상표 사용과정에 대한

보호 이기도 하다. 상표를 보유한 기업의 노력을 통해 축적된 기업과 브랜드에 대한 평판과 명예를 보호하는 것이므로 기업은 매일 상표를 사용하면서 미래의 잠재적 위험에 대응하기 위한 튼튼한 기반을 마련해야 할 것이다.



목차



상표권 침해 판단 표준

제 1 조 상표법 집행의 지도를 강화하고 법 집행 기준을 통합하고 개선하여 상표로서의 전용 권에 대한 권리 보호를 강화하기 위해 <중화인민공화국 상표법>(이하 <상표법>으로 약칭) 및 <중화인민공화국 상표법 시행에 관한 조례>(이하 <상표법 시행 조례>으로 약칭)에 근거하여 및 관련 법규, 부서별 규칙에 따라 본 표준을 제정한다.

제 2 조 관련 상표 집행 기관은 상표 침해 사건을 처리하고 조사할 때 이 표준을 적용한다.

제 3 조 상표권 침해 여부를 판단하려면 상표법상의 상표 사용 여부를 판단하는 것이 일반적이다.

상표의 사용은 상표를 상품, 상품 포장, 용기, 서비스 장소 및 거래 문서에 사용하거나 상표를 표시하는 것을 말한다. 광고홍보, 전시 및 기타 상업활동에서 상품이나 서비스의 출처를 식별하는 데 사용된다.

제 4 조 상표가 상품, 상품 포장, 용기 및 상품 거래 문서에 사용하는 구체적인 표현 형식은 포함하나 이에 국한되지 않는다

(1) 직접 부착, 각인, 브랜딩 또는 직조 방식을 채택하여 제품, 제품 포장, 용기, 라벨 등에 상표를 부착하거나 제품 부착 라벨, 제품 매뉴얼, 소개 매뉴얼, 가격표 등에 사용되는 것

(2) 상품 판매 계약서, 영수증, 상품 수출입 검사 및 검역 증명서, 세관 신고서 등 상품 판매와 관련된 거래 문서에 상표가 사용되는 것

제 5 조 상표의 서비스 이용 장소 및 서비스 거래 문서상의 구체적인 표현 형식은 포함하되 이에 국한되지 않는다.

(1) 소개 매뉴얼, 직원 복장, 포스터, 메뉴, 가격표, 명함, 복권, 사무용 문구, 편지 및 서비스 제공에 사용되는 기타 관련 항목을 포함하여 직접 상표를 사용하는 것

(2) 청구서, 영수증, 송금 영수증, 서비스 계약, 보수 증명서 등 서비스와 관련된 문서에 상표를 사용하는 것

제 6 조 상표의 광고 선전, 전시 및 기타 상업 활동에 사용되는 구체적인 표현 형식을 포함하나 이에 국한되지 않는다.

(1) 라디오, 텔레비전, 영화, 인터넷 및 기타 미디어에 사용되거나 공개적으로 발행된

출판물에 사용되거나 광고판, 우편 광고 또는 기타 광고 매체에 사용되는 상표

(2) 인쇄 자료, 부스 사진, 전시회 인증서 및 전시회, 박람회에서 제공하여 사용되는 기타 상표 자료를 포함

(3) 상표가 웹사이트, 메신저, 소셜 네트워크 플랫폼, APP 등 매체에 사용되는 경우

(4) 상표가 QR 코드 등 정보 매체에 사용되는 경우

(5) 상점의 간판, 인테리어에 사용되는 경우

제 7 조 상표의 사용 여부를 판단함에 있어 사용자의 주관적 의도, 사용 방식, 홍보 방식, 업종 관행, 소비자의 인지 등 요소를 종합적으로 고려하여야 한다.

제 8 조 상표등록권자의 허가를 받지 않은 상황으로는 직접 허가를 받지 않은 것을 포함하여 상품과 서비스의 범주와 기한 및 수량을 초과하는 것도 포함된다.

제 9 조 동일한 상품이란 권리 침해자가 실제 생산, 판매한 상품 명칭이 타인의 등록 상표 사용 상품과 같은 이름 또는 상품 명칭은 다르지만 두 가지 상품의 기능, 용도, 주요 원료, 생산 부문, 소비 대상 판매 경로 등이 같거나 비슷한 상황, 혹은 대중들이 일반적으로 같은 상품이라고 인식하게 되는 것을 지칭한다.

동일한 서비스는 권리 침해자가 실제로 제공한 서비스 이름이 타인의 등록상표를 사용 서비스 이름과 같은 서비스로 제공되거나 또는 서비스 명칭은 다르지만 두가지 서비스의 목적, 내용, 방법, 장소 제공자, 대상 등에 같거나 비슷한 상황, 대중들이 일반적으로 같은 서비스라고 인식하는 것을 지칭한다.

사용하는 상품이나 서비스 명칭은 국가지적재산권국이 상표 등록 업무에서 사용하는 상품이나 서비스의 명칭을 말하는데 <유사 상품과 서비스 구분표>(이하 '구분표'로 약칭)에 열거된 상품이나 서비스 명칭과 구분표에 열거되지 않았으나 상표 등록이 가능한 상품이나 서비스 명칭을 포함한다.

제 10 조 유사 상품이란 상품의 기능, 용도, 주요 원료, 생산 부서, 소비대상, 판매경로 등 분야 에서 일정한 공통점을 가진 상품을 말한다.

유사 서비스란 서비스의 목적, 내용, 방식, 제공자, 대상, 장소 등 측면에서 일정한 공통점을 가진 서비스를 말한다.

제 11 조 동일한 상품 또는 동일한 서비스, 유사한 상품 또는 유사한 서비스에 속하는지에 대한 판단은 권리자의 등록상표에 사용하는 상품 또는 서비스와 권리 침해 혐의를 받는 상품 또는 서비스에 대한 비교를 통해 진행한다.

제 12 조 권리 침해 소지가 있는 상품이나 서비스가 다른 사람의 등록상표와 동일한 상품이나 동일한 서비스, 유사 상품 또는 유사 서비스에 해당되는지는 현행 구분표를 참조한다.

구분표에 포함되지 않은 상품에 대해서는 관련 대중의 일반적 인식에 기초하여 상품의 기능, 용도, 주요 원료, 생산 부문, 소비 대상, 판매 경로 등을 종합적으로 고려하여 동일 품목이 구성되는지 또는 이와 유사한 상품에 해당하는지 판단한다.

구분표에 포함되지 않은 서비스에 대해서는 해당 대중의 일반적 인식에 기초하여 서비스의 목적, 내용, 방식, 제공자, 대상, 장소 등을 종합적으로 고려하여 동일종류 혹은 이와 유사한 서비스의 구성 여부를 판단한다.

제 13 조 등록 상표와 동일한 상표란 침해의 소지가 있는 상표가 다른 사람의 등록 상표와 완전히 동일하거나 시각효과나 음성상표의 청각과 관련된 효과가 기본적으로 동일하여 관련 대중이 알기 어려운 상표를 지칭한다.

제 14 조 권리 침해 혐의를 받고 있는 상표와 타인의 등록상표를 비교할 때 등록상표와 동일하다고 인정할 수 있는 경우:

(가) 문자 상표가 다음과 같은 상황 중 하나일 경우

1. 문자 구성, 배열 순서가 완전히 동일한 경우
2. 등록상표의 글씨체, 알파벳 대소 문자의 배열을 바꾸었을 때 등록상표와 차이가 없을 경우
3. 등록상표의 문자, 자모, 숫자 등 간의 거리를 변경하였을 때 등록상표와 차이가 없는 경우
4. 등록상표의 색채를 바꾸기만 한 것으로 등록상표의 현저한 특징을 나타내는데 영향을 주지 않을 경우
5. 등록상표에 상품의 통용 명칭, 도형, 모델 등 현저한 특징이 아닌 내용만 추가했을 뿐 등록상표의 현저한 특징을 나타내는데 영향을 주지 않을 경우

(나) 도형 상표의 구성 요소, 표현 형식 등 시각적으로 대체적으로 차이가 없는 경우

(다) 문자 도형 조합 상표의 문자 구성, 도형 외관과 그 배열 조합 방식이 같고 상표의 전체적인 시각에서 대체적으로 차이가 없을 경우

(라) 입체 상표의 3D 효과와 평면 요소가 같거나 차이가 없을 경우

(마) 색채 조합 상표에서 조합의 색채와 배열 방식이 같거나 차이가 없을 경우

(바) 음성 상표의 청각 감지와 전체 음악 이미지가 같거나 차이가 없을 경우

(사) 기타 등록상표와 시각적 효과나 청각 이미지에 차이가 없을 경우.

제 15 조 등록 상표와 유사한 상표란 권리 침해 혐의를 받고 있는 상표가 타인의 등록 상표와 비교하여 문자 상표의 자형, 독음, 의미가 비슷하거나 도형 상표의 구성, 착색, 외형이 비슷하거나 문자 도형 조합 상표의 전체 배열 조합 방식과 외형이 비슷하거나 입체 상표의 3D 표지의 모양과 외형이 비슷하거나 색채 조합 상표의 색채나 조합이 비슷하거나 소리 상표의 청각 감각이나 전체적인 음악 이미지가 비슷한 것을 지칭한다.

제 16 조 권리 침해 혐의를 받고 있는 상표가 타인의 등록 상표와 비슷한 지에 대한 여부는 기존의 <상표 심사와 심사 표준>을 참조하여 상표 유사에 관한 규정에 따라 판단한다.

제 17 조 상표가 같거나 비슷한지를 판단 할때 권리자의 등록상표와 권리 침해 혐의를 받는 상표를 비교한다.

제 18 조 등록상표와 같거나 비슷한 상표를 판단할 때 대중의 일반적인 주의력과 인지력을 기준으로 격리 관찰, 전체 비교와 주요 부분 비교의 방법을 모두 인정한다.

제 19 조 상표권 침해 판단에서 동일 상품이나 동일 서비스에 유사상표를 사용하거나 유사한 상품이나 유사한 서비스에 동일하거나 유사한 상표를 사용하는 경우 쉽게 혼동되는지를 판단해야 한다.

제 20 조 상표법에 규정된 혼동되기 쉬운 상황은 다음을 포함한다.

(1) 대중으로 하여금 관련 상품이나 서비스를 동 상표권자가 생산하거나 제공하는 것이라고 생각하게 할 수 있다.

(2) 대중으로 하여금 관련 상품이나 서비스를 제공하는 자와 상표권자는 투자, 허가, 가맹 또는 합작 등 관계가 있다고 생각하게 할 수 있다.

제 21 조 상표법 집행 관련 부서는 혼동을 일으키기 쉬운지 여부를 판단하여, 아래의 요소 및 각 요소 간의 상호 영향을 종합적으로 고려해야 한다.

- (1) 상표의 유사 상황
- (2) 상품 또는 서비스의 유사한 상황
- (3) 등록상표의 식별력과 지명도
- (4) 상품 또는 서비스의 특징 및 상표 사용 방식
- (5) 대중의 주의력 및 인지 정도

(6) 기타 관련요소

제 22 조 등록 상표를 스스로 변경하거나 여러 개의 등록 상표를 조합하여 사용하여 타인과 동일한 상품이나 서비스에 등록된 상표와 동일하게 사용하는 경우는 상표법 제 57 조 제 1 항에 규정된 상표권 침해 행위에 속한다.

자체적으로 등록상표를 바꾸거나 여러개의 등록상표를 조합하여 사용하고 타인의 동일한 종류 또는 유사한 상품 또는 서비스의 등록상표와 비슷하게 사용하여 소비자의 혼동을 야기하는 경우 상표법 제 57 조 제 2 항에 규정된 상표권 침해 행위에 속한다.

제 23 조 동일한 상품이나 서비스에 대한 기업 명칭 혹은 상호를 두드러지게 사용하고 타인의 등록상표와 동일하게 하여 사용하는 경우는 상표법 제 57 조 제 1 항에 규정된 상표권 침해 행위에 속한다.

동일한 종류 또는 유사한 상품이나 서비스에 기업의 명칭에 있는 글자나 부호 등을 명확하게 사용하거나 타인의 등록상표와 비슷하게 하여 소비자의 혼동을 야기하는 경우 상표법 제 57 조 제 2 항에 규정된 상표권 침해 행위에 속한다.

제 24 조 색을 지정하지 않은 등록 상표는 자유롭게 색을 부착할 수 있으나, 색을 부착하는 행위가 타인이 보유한 상표와 동일하거나 유사한 상품 또는 서비스상의 등록상표와 유사하여 혼동을 초래하기 쉬운 경우는 상표법 제 57 조 제 2 항에 규정되는 상표침해행위에 해당한다.

등록상표의 지명도가 비교적 높고 권리 침해자와 상표권자가 같은 업계에 있거나 비교적 큰 관련성을 가진 업계에 있으며 정당한 이유 없이 등록상표와 같거나 비슷한 표지를 사용할 경우 권리 침해자는 등록된 상표의 가치를 이용하려는 의도를 가진다고 인정해야 한다.

제 25 조 공사나 자재 도급 경영 활동에서 도급 업자가 등록 상표 전용권을 침해하는 상품을 사용할 경우 상표법 제 57 조 제 3 항에 규정된 상표권 침해 행위에 속한다.

제 26 조 경영자가 상품의 판매활동을 진행할 경우, 등록 상표의 전용권을 침해하는 상품을 증정품으로 사용하는 경우 상표법 제 57 조 제 3 항에 규정된 상표 침해 행위에 속한다.

제 27 조 다음과 같은 상황은 상표법 제 60 조 제 2 항에서 규정한 판매한 상품이 등록상표 전용권을 침해하는 상품인지 여부를 판단할 수 없는 경우에 속하지 않는다.

- (1) 상품 구매 경로가 상업 관례에 부합되지 않고 가격이 시장 가격보다 현저히 낮은 경우
- (2) 장부, 판매 기록 등 회계 증빙 서류를 제공하지 않거나 회계 증빙 서류를 허위로 작성하는 경우
- (3) 사건 발생후 물증을 이전하거나 없애거나 허위 증명, 허위 상황을 제공하는 경우

(4) 유사한 위법 상황에 대해 처벌 등이 진행된 후 다시 위법행위를 한 경우

(5) 다른 당사자가 알고 있거나 알아야 한다는 것을 인정할 수 있을 경우

제 28 조 상표법 제 60 조 제 2 항에 규정된 설명 제공자란 권리 침해 혐의자가 자발적으로 공급업체의 명칭, 경영 주소, 연락처 등 정확한 정보나 단서를 제공하는 것을 말한다.

권리 침해 혐의자가 허위 또는 확인할 수 없는 정보를 제공하여 제공자를 찾지 못할 경우 설명 제공자로 간주하지 않는다.

제 29 조 상표권 침해 혐의자가 상표법 제 60 조 제 2 항에 규정된 판매한 상품이 등록 상표 전용권을 침해한 상품에 해당하는지 모르는 경우 그 권리 침해 상품에 대하여 판매 중지를 명령하고 공급 업체에 대해 조사하거나 사건의 단서를 관할권이 있는 상표법 집행 관련 부서로 이관하고 조사하여 처벌한다.

판매 중지를 명령한 권리 침해 상품을 권리 침해자가 다시 판매하는 경우는 관련 법과 규정에 의거하여 조사하고 처벌한다.

제 30 조 시장판매 주최자, 전시 주최자, 판매장소 임대인, 전자 상거래 플랫폼 등 경영자가 관리 직책을 소홀히 하고 시장내의 경영자, 참가자, 창구 임차인, 플랫폼 내의 전자 상거래 업자가 상표권 침해 행위를 하는 것을 알고 있거나, 알고도 제지하지 않을 경우, 혹은 상표법 집행 관련 부서의 통지나 상표권자가 효력이 있는 유관 행정, 사법 문서를 소지하고 있음에도 필요한 조치를 취하지 않은 경우는 상표법 제 57 조 제 6 항에 규정된 상표 침해 행위에 속한다.

제 31 조 타인의 등록 상표와 같거나 유사한 문자를 도메인으로 등록하고 이를 통하여 관련 상품 또는 서비스를 거래하는 전자 상거래를 운영하여 대중의 오해를 초래하는 경우는 상표법 제 57 조 제 7 항에 규정된 상표권 침해 행위에 속한다.

제 32 조 상표 침해 사건 조사 시 합법적인 우선권을 보호해야 한다.

외관디자인 특허권,作品著作权으로 타인의 등록상표 전용권에 대해 항변하고자 할 경우 등록상표 출원일이 외관디자인 특허출원일 또는 증거가 있는 해당 저작물의 창작완료일보다 앞선다면 상표법 집행이 가능하다.

제 33 조 상표법 제 59 조 제 3 항의 규정 "일정한 영향이 있는 상표"는 국내에서 먼저 사용된 일정 범위 내의 관련 대중에게 널리 알려진 미등록 상표를 가리킨다.

일정한 영향력이 있는 상표는 해당 상표의 지속적인 사용 시간, 판매량, 매출, 광고 홍보 등 요소를 고려하여 종합적으로 판단해야 한다.

사용자가 다음과 같은 상황에 해당할 경우 최초 사용 범위 내에서 계속 사용 가능한 것으로 인정하지 않는다.

- (1) 해당 상표를 사용하는 구체적인 상품이나 서비스를 추가한다.
- (2) 해당 상표의 도형, 문자, 색채, 구조, 쓰기 방식 등 내용을 바꿀 수 있지만 타인의 등록상표와 구별되는 것을 목적으로 하기 위한 변경은 제외한다.
- (3) 기존 사용 범위를 초과한 기타 상황

제 34 조 상표법 제 60 조 제 2 항의 "5 년 이내에 2 회 이상 상표를 침해한다"는 조항은 동일한 당사자가 상표법 집행에 관한 부서, 인민법원이 타인의 상표등록 전용권을 침해했다고 인정한 행정적 처벌 또는 판결의 발효일로부터 5 년 이내에 상표침해를 행하는 것을 말한다.

제 35 조 국가 지적재산권국에서 심사중이거나 인민법원에서 소송 중인 아래 상황의 경우 상표법 제 62 조 제 3 항에 관한 '중지'에 관한 규정을 적용할 수 있다.

- (1) 등록상표가 무효선고된 경우
- (2) 등록상표가 갱신 및 갱신 기간에 있는 경우
- (3) 등록상표권에 다른 분쟁 상황이 존재하는 경우

제 36 조 상표 침해 사건을 조사하는 과정에서 상표법 집행 관련 부서는 권리자에게 안건과 관련된 제품이 권리자에 의해 생산되었거나 생산을 허락한 상품에 대해 서면으로 의견을 제출하도록 요구할 수 있다. 권리자는 제출한 의견에 대하여 상응하는 법적 책임을 져야 한다.

상표 집행 관련 부서는 제시한 의견에 대하여 자격 및 의견에 대한 진실성을 심사하여야 한다. 권리 침해 혐의가 있는 사람이 해당 의견을 반복할 수 있는 증거를 제출하지 못한 경우 상표법 집행 관련 부서는 해당 의견을 증거로 채택한다.

제 37 조 본 표준은 국가지적재산권국이 책임지고 해석한다.

제 38 조 이 표준은 공포한 날로부터 시행한다.

부록 2

상표권 관련 각 절차 별 예상 소요 시간(참고)

상표 등록	시간
상표국이 상표등록 과정 중 <상표법>의 관련 규정에 부합되지 않는 내용에 대해 수정할 것을 신청인에게 요구하는 경우 신청인이 상표국에서 통지를 받은 날로부터 정정을 진행해야 하는 기한	30 일
상표등록 신청인이 우선권을 요청하는 경우 상표등록 신청을 제출할 때 서면 성명을 제출하고 처음 제출한 상표 등록 신청서 류의 부분을 제출해야 하는 기한	3 개월
상표등록 신청인이 우선권을 갖기 위해 중국에서 동일한 상품에 대하여 동일한 상표로 상표등록 신청을 제출하고자 할 경우 해당 상표의 해외 최초 등록 신청 제출일로부터 자료를 제출해야 하는 기한	6 개월
상표 기각	시간
상표국이 신청을 기각하거나 공고하지 않은 상표에 대하여 당사자는 기각 통지서를 받은 날로부터 상표평심위원회(이하 '상평위'로 약칭)에 기각 재심 신청을 제출해야 하는 기한	15 일
기각상표의 재심 기각 후 당사자가 상평위의 결정에 불복하는 경우 인민법원에 소송을 제기할 수 있는 기한	30 일
상표 이의 제기	시간
상표국이 상표 이의신청에 대한 답변 요청 통지서와 이의 신청서 부분을 이의 신청인에게 송달한 후 통지서를 받은 일자로부터 답변 자료를 제출해야 하는 기한	30 일
당사자가 이의 신청 또는 답변을 제출한 후 관련 증거 자료를 보충하기 위해 상표국에 상표 이의 신청서와 답변서를 제출해야 하는 기한	3 개월
피이의인이 상표국의 등록 불허 결정에 불복할 경우 상평위에 이의 재심을 신청할 수 있는 기한	15 일

피이의인이 상평위의 결정에 불복할 경우 통지서를 받은 날로부터 인민법원에 소송을 제기할 수 있는 기한	30 일
무효 선고	시간
상표국이 등록상표의 무효선고를 결정하는 경우 당사자가 통지서를 받은 날로부터 상평위에 재심을 신청할 수 있는 기한	15 일
재심이 기각되어 당사자가 상평위의 결정에 불복할 경우 당사자가 통지서를 받은 날로부터 인민법원에 소송을 제기할 수 있는 기한	30 일
기타 기업단위 또는 개인이 상평위에 등록상표의 무효선고를 청구할 경우 상평위에서 서면으로 당사자에게 통지 후 당사자가 통지를 받은 날로부터 답변을 제출해야 하는 기한	30 일
당사자가 상평위의 결정에 불복할 경우 통지서를 받은 날로부터 인민법원에 소송을 제기할 수 있는 기한	30 일
상표 취소	시간
타인이 정당한 이유 없이 연속 3 년간 상표를 사용하지 않았다는 이유로 상표국에 등록상표 취소심판을 청구할 경우 상표국은 상표권자에게 이를 통지하고 상표권자는 해당 상표의 취소심판 신청 전 상표에 대한 사용증거 자료를 제출하거나 상표를 사용하지 않은 정당한 이유를 설명하고 답변해야 하는 기한	2 개월
당사자가 상표국의 등록상표 취소 결정 또는 상표 취소 불허 결정에 불복할 경우 통지를 받은 날로부터 상평위에 재심을 청구할 수 있는 기한	15 일
당사자가 상평위의 상표 취소 결정 또는 상표 취소 불허 결정에 불복할 경우 통지를 받은 날로부터 인민법원에 소송을 제기할 수 있는 기한	30 일
상표 갱신	시간
등록상표의 유효 기간이 만료된 후에도 계속 사용하여야 할 경우 상표권자는 기간이 만료되기 전에 규정에 따라 갱신 신청을 해야 하는 기한	12 개월
갱신 기간 내에 갱신 신청을 하지 못한 경우에는 연장 가능한 상표의 최대 사용 기한	6 개월

부록 3

상표 관련 업무에 대한 평균 심사 소요 시간
(집계일 : 2020-3-30)

신청 항목	평균 소요시간 (월)
상표등록 출원	7
등록기각 재심신청	6
우선권 증명서류 제출 신청	1
등록 불허 재심 신청	12
상표 이의 신청	14
상품/서비스 통용명칭으로 된 등록상표 무효심판	7
등록상표 무효심판 재심	13
미사용 상표 등록 취소심판	8
상표 대리인 변경	1
상표출원인/상표자 명의/주소 변경	2
변경/양도/갱신 증명 재발급	2
상표등록증 재발급	2
상표등록 증명서 발급	2
상표출원/등록 사항 정정	4
지정상품/서비스 항목 삭제 신청	2
상표 사용 허가계약 등록	2
상표 사용 허가계약 변경	5
상표 사용 허가계약 만기 전 종료	4
상표갱신	1
상표등록말소 신청	2
상표양도	5
비고: 1. 상표 등록 신청 소요 시간 = 상표 기각 일자 - 상표 신청 일자 2. 이상의 자료는 최근 상표국에서 심사한 각종 상표 신청 사항 중 100건에 대한 평균 심사 시간이며 이는 개별적인 사건의 신청 시간과는 차이가 있을 수 있고 참고사항 일본 법적인 효력을 갖지 않음	

MEMO

A large, empty rectangular box with rounded corners, intended for writing a memo. The box is outlined in a thin grey line and occupies most of the page below the title.

중국 상표 방어전

KOTRA자료 20-220

발행인 : 권 평 오
발행처 : KOTRA (해외지재권실, 칭다오무역관(IP-DESK))
발행일 : 2020년 12월
주 소 : (06792) 서울시 서초구 현릉로 13
전 화 : 1600-7119(대표)
홈페이지 : www.kotra.or.kr
저 자 : 王乃伟(왕내위) 대표 변리사
蔡溢(재일) 고문
北京中北知识产权代理有限公司青岛分公司
(베이징BTA지재권대리유한공사칭다오지사)

ISBN

979-11-6490-531-7 (93320)
979-11-6490-532-4 (95320)(PDF)

Copyright © by KOTRA, All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 보호를 받는 저작물이므로
대한무역투자진흥공사의 동의없이 무단 전재 및 복제를 금합니다.





kotra 칭다오무역관

ISBN 979-11-6490-531-7 (93320)
979-11-6490-532-4 (95320)(PDF)