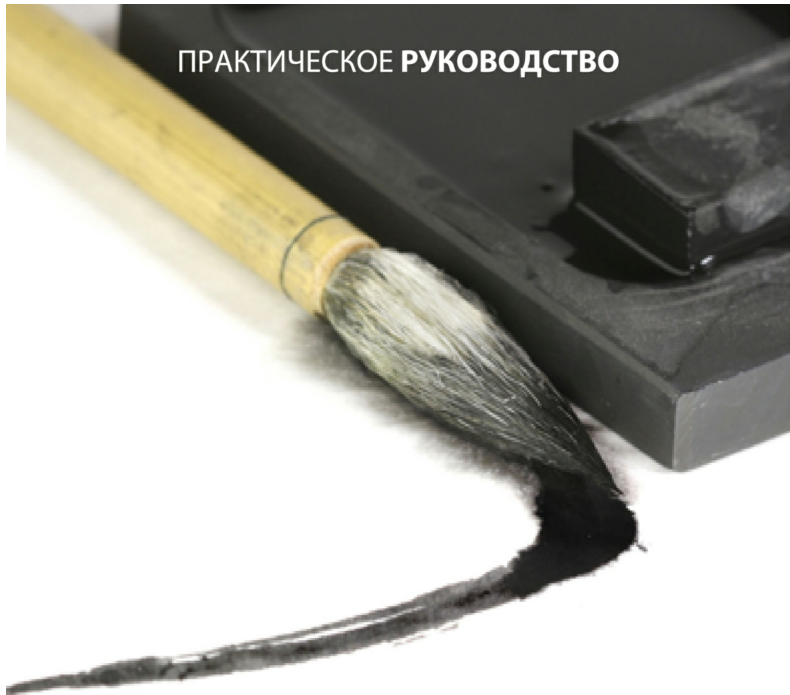


ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО



IPR

ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
В КИТАЕ

Карло Диего Д'Андреа



16+

Карло Диего Д'Андреа

Право интеллектуальной собственности в Китае

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=64055292

SelfPub; 2021

Аннотация

Подготовленное адвокатом Карло Диего Д'Андреа руководство – это прекрасный инструмент для углубленного исследования одной из ключевых бизнес-тем в Китае: интеллектуальная собственность. Какие права относятся к интеллектуальной собственности? Каким образом иностранная компания может защитить свои права в Китае? Какие действия стоит предпринять, если Вы участвуете в выставке на территории Китая и боитесь быть «скопированы»? Руководство является незаменимым инструментом по защите своих интересов на обширной территории и рынке Китая. PDF-формат издания не отображает используемый в книге шрифт.

Содержание

Предисловие	4
Глава 1. Введение	7
Глава 2. Товарный знак	10
Источники правового регулирования	10
Транслитерация	18
Конец ознакомительного фрагмента.	21

Карло Диего Д'Андреа

Право интеллектуальной собственности в Китае

Предисловие

Стефано Бельтраме

В свой последний визит в Шанхай премьер-министр Италии Маттео Ренци встретился со студентами известного местного университета. Разговаривая с ними, он напомнил об еще одной стороне глобализации, а именно о том, что – это своего рода революция, меняющая существующую рабочую среду. При этом основная задача состоит не в том, чтобы понять, хороша или плоха глобализация, а в том, как необходимо реагировать на изменения, которые происходят невероятно быстро, как к ним адаптироваться. "Для нас, итальянцев, – сказал президент, – глобализация – это большая возможность, она позволяет использовать на рынке большинство наших качеств, которые часто признаются и ценятся в мире: стиль, технологии, уникальная способность к инновациям, креативность. Эта комбинация между тысячелетней культурой и невероятной промышленной традицией, результат работы наших рук и нашего разума".

Итальянский стиль встречается в различных секторах производства: от моды до механики, от автомобилестроения до продуктов питания, от вертолетов до медицины.

Более того, в Китае, как и во всем остальном мире, результаты нашего творчества настолько ценятся, что вызывают уважение, восхищение, как, впрочем, и подражание. Последнее потребовало обратить наше внимание на усиление защиты нашего основного ресурса в конкурентной борьбе на международном рынке – интеллектуальной собственности.

Конкурентный международный рынок требует особого внимания по такому важному вопросу, как защита интеллектуальной собственности. Даже специалисты в этой области, мнение которых я, безусловно, уважаю, должны быть предельно внимательны и продумывать наперед возможные действия. Поэтому прежде чем начать какую-либо коммерческую деятельность, любой компании целесообразно задуматься о необходимых действиях по защите собственных товарных знаков, образцов, патентов.

Данное практическое руководство по правам интеллектуальной собственности в Китае представляет собой инструмент, необходимый для того, чтобы дать первоначальные ориентиры в регулировании интеллектуальной собственности и понять, какие основные шаги в данной области необходимо предпринять компании при входе на рынок с такими большими возможностями и такими же неизбежными рисками.

Чтение данного руководства обеспечивает сознательный подход предпринимателей при освоении китайского рынка, для которого, более чем для какого-либо другого, актуально правило о том, что превенция спора в самом начале всегда лучше самого спора. При этом предварительное изучение регулирования прав интеллектуальной собственности, как правило, позволяет избежать будущих конфликтов и при этом понять, как эффективней осуществить вход брендов и продуктов на рынок Китая.

Стефано Бельтраме

Бывший Генеральный Консул Италии в Шанхае

Глава 1. Введение

Интеллектуальная собственность всегда была одним из самых «острых» вопросов в контексте быстро развивающейся экономики Китая, поскольку изначально государство принимало за основу общие руководящие принципы и систему плановой экономики.

В связи с этим, а также при учете правового кризиса во время гражданской революции в Китае, которая продолжалась вплоть до 1978 года, отмены действующих законов в данной области в связи с особенностями новой политической системы, а также дальнейшего экономического подъема страна приобрела печальную славу производителя широкого спектра поддельной продукции.

Начиная с 80-х годов, когда в Китае возобновила свою работу школа права и был признан принцип главенства права над политикой, произошло значительное усиление права. Однако до сих пор во многих своих аспектах оно еще в значительной степени находится на этапе развития.

Благодаря ратификации Конвенций Всемирной Торговой Организации (далее – ВТО), к которой страна присоединилась в 2001 году, верховенство права стало прослеживаться еще и на практике. Китай был вынужден решить проблемы, связанные с применением закона, касающегося восстановления нарушенного права собственника, а также пробле-

мы необходимости введения новых и обновления действующих в то время законов, как общерегулятивного, так и правоприменительного характера, в обоих процессуальной и в административной сферах.

В конце 90-х годов реформы в большинстве своем происходили в области корпоративного права, включая такую крупную область, как защита прав интеллектуальной собственности, и будут обсуждаться далее в настоящем руководстве.

Среди возможных причин реформ можно выделить следующие три основные фактора:

– Во-первых, безусловно, общий экономический интерес, который стал спусковым крючком и затем постоянно стимулировал систему Китая идти в ногу с промышленно развитыми странами. Однако такой прогресс был бы невозможен без проведения реформ, которые обеспечили иностранным инвесторам основные гарантии защиты их прав на территории Китая, а азиатскому колоссу надежную репутацию на международном рынке.

– Во-вторых, повышение уровня благосостояния китайского населения, обусловившее формирование среднего класса, усиливающего свое политическое влияние. Заинтересованность этого класса в регулировании, совпадающем с общей либеральной направленностью взглядов мирового сообщества, сделало его необходимым демократическим посредником для промульгирования интересов зарубежных

юридических и физических лиц внутри страны.

– В-третьих, возможно, наиболее важным фактором в долгосрочной перспективе стал поэтапный процесс «открытия» страны в последние 30 лет, в ходе которого в связи с постоянными и многосторонними контактами Китая с внешним миром «западные» принципы защиты права постепенно проникли во все социальные сферы государства. Это подтверждает и тот фактор, что одной из основных стадий обучения чиновников Министерства торговли КНР (Минторг КНР) является прохождение ими стажировки в Европе.

Развитие, описанное выше, будет иметь дальнейший эффект на признание и защиту прав интеллектуальной собственности в такой стране, как Китай, где реальная экономика основана на противостоянии силам глобального рынка.

В настоящем руководстве, принимая во внимание сложность предмета и необходимость обобщения необходимых фактов, мы кратко обсудим все способы и формы защиты права интеллектуальной собственности в Китайской Народной Республике.

Глава 2. Товарный знак

Источники правового регулирования

Описывая источники регулирования данного института в Китае, необходимо предварительно разделить их на две основные категории: внутренние (или национальные) и международные источники. При этом под последними следует понимать международные договоры, к которым присоединилось государство.

Национальные источники:

– Закон Китайской Народной Республики «О товарных знаках» от 27.10.2001 года с изменениями от 30.08.2013 года, основная цель которых улучшить соблюдение международных правил, обязательных к исполнению с 01 мая 2014 года;

– Уведомления соответствующих административных органов исполнительной власти, например, Управления по товарным знакам при Главном государственном управлении торговли и промышленности в Китае;

– Разъяснения народных судов Китайской Народной Республики.

Международные источники:

– Парижская конвенция по охране промышленной соб-

ственности, подписанная 20.03.1883 года и ратифицированная Китаем в 1985 году;

– Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков (далее – Мадридское соглашение) от 14.04.1891 года, ратифицированное Китаем в 1989 году;

– Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации товарных знаков (далее Протокол к Мадридскому соглашению) от 27.06.1989 года, ратифицированный Китаем в 1995 году.

Важно упомянуть тот факт, что большинство стран в настоящее время, как и Китай, ратифицировали оба документа: Мадридскую конвенцию и протокол к ней. Согласно тексту актов в случае коллизии между ними должна применяться «защитная оговорка», содержащаяся в статье 9 *sexies* Протокола к Мадридскому соглашению, предусматривающая применение в подобной ситуации Протокола к Мадридскому соглашению.

Регистрация товарного знака

Для компании важно еще до начала своей коммерческой деятельности в Китае задуматься о регистрации в этом государстве своего товарного знака. При этом существуют две системы регистрации товарного знака: национальная (непосредственная) и международная. В настоящем руководстве мы познакомим Вас с национальной системе регистрации, которая является механизмом защиты Ваших прав интеллектуальной собственности, предоставляемым внутренним

правом Китая. Однако для более полного понимания необходимо кратко описать механизм международной регистрации товарного знака. Согласно этой системе Вашему товарному знаку будет предоставлена охрана в пределах права того государства, в котором товарный знак был зарегистрирован впервые.

Международная регистрация осуществляется в соответствии с процедурой, описанной в упомянутых ранее Мадридском соглашении и Протоколе к нему. При этом Китай является одной из немногих стран, которые оставили за собой право решать вопрос о действии товарного знака в пределах своей территории. Данная особенность в некоторых случаях представляет серьезную проблему для владельца объектов интеллектуальной собственности, так как период с момента подачи заявки до момента принятия решения соответствующими органом, в течение которого товарному знаку не предоставляется защита, может превышать один год. В свою очередь, внутренняя регистрация товарного знака гарантирует его защиту в течение предшествующего времени, а именно со дня получения заявки органами власти.

Важно также уточнить, что в Китае в отличие от стран Европы для признания международного товарного знака необходимо прохождение определенной процедуры в соответствующих местных органах власти. Обязанность по подаче заявления на прохождение процедуры признания международного товарного знака лежит на его владельце.

В Китае, органом, уполномоченным на регистрацию товарного знака, является Управление по товарным знакам КНР (УТЗ КНР). Данный орган, называемый также Генеральным управлением по товарным знакам, подотчетен Государственному управлению промышленности и торговли КНР (ГУПТ КНР).

В Китае, иностранные граждане и юридические лица не имеют права на самостоятельную подачу заявки. Согласно закону «О товарных знаках» они должны использовать для этого услуги китайского патентного поверенного, который подготовит и представит в орган необходимый пакет документов. Важной особенностью для составления заявки и, следовательно, будущего положительного решения по заявке является используемый в документах язык. Все документы без каких-либо исключений должны быть составлены на китайском языке.

Другая важная особенность связана с правовой системой Китая. Она требует Вашего внимания в том случае, если товарному знаку необходима защита на территории Гонконга, Макао или Тайваня. Для этих регионов Вам необходимо будет подавать отдельную заявку, так как фактически регистрация в Китае не действует на данной территории.

В заявке на товарный знак должны быть описаны товары и классы товаров, для которых регистрируется товарный знак. Классы, на которые мы ссылаемся, перечислены в Ниццком соглашении о Международной классификации товаров

и услуг для регистрации товарных знаков от 15 июня 1957 года.

Ниццкая конвенция включает в себя 45 классов, которые подразделяются на две основные категории:

- Товары (с 1 по 34 класса);
- Услуги (с 35 по 45 классы).

При этом закон предусматривает необходимость указания в заявке конкретных подклассов и подробного описания товаров, для которых регистрируется товарный знак. Например, товарный знак для сети гостиниц типа «постель и завтрак» должен не только быть зарегистрирован в соответствующем классе 43 («Рестораны и временные помещения»), но также в соответствующем подклассе (подкласс 4301) и иметь в заявке слово "жилье" вместе со всеми другими техническими терминами, которые требуют защиты.

После подачи заявки в регистрирующий орган (УТЗ КНР) следует экспертиза товарного знака, которая включает в себя два этапа: формальную и фактическую экспертизу. Цель формальной экспертизы состоит в оценке соответствия документов, а также полноты, правильности и достоверности классов, указанных в заявке. Целью фактической экспертизы является непосредственная проверка уникальности товарного знака, выявление возможного его совпадения с уже зарегистрированными в Китае товарными знаками.

Ниже представлен список основных документов, необходимых для подачи в УТЗ КНР при регистрации товарного

знака:

- Доверенность, выданная на имя китайского патентного поверенного;
- Документ, описывающий товарный знак и его графическую часть, подписанный заявителем и скрепленный печатью компании;
- Скрепленная печатью лицензия на ведение коммерческой деятельности в Китае (для российских компаний - Свидетельство о государственной регистрации юридического лица).

Важно упомянуть, что все документы, представленные в соответствующий орган, должны сопровождаться переводом на китайский язык в случае, если оригинал документа составлен на другом языке.

В случае принятия УТЗ КНР заявки, орган направляет заявителю письменное уведомление, которое содержит в себе подтверждение о принятии пакета документов и результаты формальной экспертизы. Однако данное уведомление не стоит путать с разрешением на регистрацию товарного знака.

Несмотря на положительные результаты формальной экспертизы, результаты фактической экспертизы могут иметь как положительный, так и отрицательный характер. Подробное их описание представлено нами ниже:

УТЗ КНР может принять отрицательное решение по результатам проверки в следующих случаях:

- Несоответствие товарного знака положениям закона

КНР «О регистрации товарного знака»;

– Товарный знак является тождественным или сходным до степени смешения с зарегистрированным или прошедшим предварительное утверждение товарным знаком другого лица в отношении однородных или сходных товаров.

Уведомление УТЗ КНР об отказе в приеме заявки на регистрацию товарного знака направляется заявителю в письменной форме и должно включать все причины отказа. Информация о такой заявке не публикуется в соответствующем бюллетене.

При этом в случае несогласия заявителя с результатами проверки закон предусматривает его право обратиться за пересмотром решения в Комиссию по пересмотру товарных знаков (КПТЗ) в течение 15 дней со дня получения уведомления. В случае вынесения КПТЗ аналогичного отрицательного решения и несогласия с ним заявителя последний имеет право в течение 30 дней обжаловать такое решение в соответствующем народном суде.

В случае положительного результата предварительной экспертизы заявка принимается и публикуется в специальном бюллетене по товарным знакам. После размещения в бюллетене полной информации о заявке закон предусматривает 90-дневный срок для направления третьими лицами протеста относительно регистрации предварительно утвержденного и опубликованного товарного знака. Если в течение указанного периода не было заявлено протеста, товар-

ный знак окончательно утверждается и публикуется в бюллетене по товарным знакам.

Согласно закону период охраны товарного знака должен отсчитываться с момента его регистрации и составляет 10 лет. При этом, в случае истечения срока охраны, владелец имеет право подать заявление на продление данного срока еще на 10 лет. Как правило, вся процедура занимает около 18-24 месяцев, начиная со дня подачи заявления. Однако данный период может быть сокращен до 12 месяцев при условии направления запроса в электронной форме.

Закон предусматривает процедуру отмены зарегистрированных товарных знаков. Согласно ей лицо, являющееся владельцем другого ранее зарегистрированного товарного знака, или лицо, обладающее правами на зарегистрированный товарный знак, имеют право подать заявку на прекращение охраны товарного знака в Комиссию по пересмотру товарных знаков. Важно также помнить, что любое заинтересованное лицо (включая третьих лиц, желающих зарегистрировать идентичные или похожие товарные знаки) имеет право потребовать аннулирования зарегистрированного товарного знака, в случае его неиспользования в течение, как минимум, 3 лет.

Транслитерация

Стандартная процедура защиты товарного знака в Китае является полной и правильной. Она включает в себя регистрацию словесной части товарного знака как на латинице, так и с использованием китайских иероглифов.

Регистрация товарного знака с использованием двух языков гарантирует следующие преимущества:

– Это позволяет использовать весь потенциал как местного, так и международного рынка;

– Это облегчает понимание товарного знака для китайского потребителя, для которого предпочтительным будет прочтение упрощенных китайских иероглифов;

– Он защищает от возможности регистрации словесной части товарного знака третьими лицами на китайском языке.

Что означает транслитерация? Под процедурой транслитерации понимается подбор аналога графем конкретной системы письма в другой системе письма. При этом конкретная графема исходной системы должна соответствовать определенной графеме или последовательности графем конечной системы письма, независимо от произношения двух языков. Адаптация иностранных слов на китайском языке является довольно сложным процессом в связи со сложностью произношения имени на китайском языке, для чего необходима его транскрипция в идеограммах.

При разработке китайского имени товарного знака может использоваться несколько вариантов перевода, фонетическая или звуковая аналогия, аналогия значения или сочетание этих подходов.

При этом неудивительно, что для качественного перевода важны очень глубокие и широкие познания китайской культуры и фонетики. Ошибки при переводе товарного знака, являющегося одним из важнейших активов компании, могут привести к ситуации, когда он не сможет быть принят и признан потребителями, что может повлечь за собой крупные потери компании.

Существуют яркие примеры, когда компании решали использовать фонетический или звуковой способ для перевода своего товарного знака. Одним из самых известных случаев является перевод товарного знака компании «McDonald's», китайский вариант которого выглядит как «###» и читается как «Майданлао» (перевод: пшеница/надлежащий/работа).

Другие компании, наоборот, предпочитают переводить словесную часть товарного знака, основываясь на ее значении. Известным примером является китайский вариант товарного знака компании «Volkswagen», переведенный на китайский язык как «####» («Дачжун Цичэ»), значение которого аналогично переводу оригинала с голландского языка как «народный/автомобиль». Этот же способ использовала компания «Shell», зарегистрировав китайские иероглифы «##», читаемые как «Цяопай» в качестве китайского варианта

словесного обозначения своего товарного знака.

Однако наиболее эффективным методом считается перевод товарного знака с помощью сочетания сразу двух способов. Лучшими примерами подобного компромисса являются:

– Товарный знак «Coca-Cola», который в Китае известен под именем «####» и читается как «Кэкоу Кэлэ». При этом преимуществом является не только, безусловно, схожее звучание перевода, но и смысл иероглифов («Кэкоу» – вкусно и «Кэлэ» – мочь/веселиться), который совпадает с общей направленностью продукта и бренда;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.