

중국 IPR(지적재산권) 이슈점검과 시사점

박승찬 (중국경영연구소/용인대 중국학과, 소장/교수)

작성일: 2014년 10월 20일

■ 중국 내 특허 및 상표 등 IPR 인식제고 및 변화

- 과거 ‘작통 중국’에 대한 인식과 달리 최근 중국의 발명특허, 실용신안, 디자인 출원량이 급격히 증가하는 추세로, 이미 2011년 특허출원 세계 1위인 미국을 추월하였고, 그 격차는 점차 확대되고 있는 추세임.

○ 2013년 중국 내 특허 총 출원량은 237.7만 건(특허; 82.5만 건, 실용신안: 89.2만 건, 디자인: 66만 건)으로 지속적으로 증가하는 추세, 출원인 통계로 보면, 중국 대륙이 42.715만 건, 타이완 1.074만 건, 일본이 4.119만 건이고, 한국은 1.086만 건으로 기타 다른 국가 대비 뒤쳐져 있음.



- 중국은 ‘한국식의 창조경제’를 벤치마킹하고, 2020년 지식재산권이 강한 나라를 만들기 위해 글로벌 스탠다드를 표명하고 있으며, 2014년 5월 1일 <新상표법>을 발표하였고, 7월에는 중국 <저명상품인정 및 보호규정(驰名商标认定和保护规定)> 수정본을 발표하는 등 지속적으로 관련 법률을 수정 하고 있음.

○ 현재 중국에서 ‘지적재산권 전문 법원’ 설립에 대한 논의가 한창이며, 북경, 상해, 광주 등 3개 지역에 시범적으로 설립될 가능성이 매우 높음. 중국이 지적재산권 전문법원을 설치하는 목적은 글로벌 시장에서 점점 규모가 커지는 자국 기업의 R&D를 독려하는 동시에 미국, 유럽 등의 지적재산권 보호 강화에 대응하기 위해서임.

- 지난 6월 북경에서 개최된 ‘2014년 중국 기업 지적재산권 전략포럼’에서 향후 특허경영을 통한 글로벌 경영의 확대와 기술 중심의 高부가가치 산업으로의 이전을 강조하였음. 현재

중국은 특허 창출요소를 고려한 제품개발에 집중하고 있으며, 이미 PCT 국제특허 출원을 통해 5만 2,000건의 해외출원을 완료함.

- 동 포럼의 핵심은 중국 ICT 기업들의 특허의 창출, 보호, 활용을 고려한 특허 경영을 가속화해야 하고, 특허분쟁을 사전에 예방하기 위한 ICT 사전 특허 출원 노력 및 특허 경쟁력 강화를 위한 기업 차원의 노력이 선행되어야 한다는 것임.

■ 한중 ICT 산업 경쟁심화에 대비한 특허 경쟁력 제고와 중국 내 특허 출원 강화

- 최근 중국 ICT 산업의 급성장과 기술경쟁력 제고로 인해 향후 한중 ICT 산업간 경쟁은 더욱 치열할 것으로 전망되고, 중국 기업들의 해외 특허출원도 더욱 확대될 것으로 전망됨.
 - 최근 신흥시장 진출을 위해 알리바바, 텐센트, 샤오미, 화웨이, 레노버 등 중국의 대표적 ICT 기업들의 특허경쟁력 강화가 매우 빨라지고 있는 추세로, 2011년 중국 출원인의 인도 출원은 976건으로 한국 출원인의 737건 보다 훨씬 많음.
 - 특허 중국 ICT 기업은 PCT 출원에서 매우 빠르게 대응하고 있는 상태이나, 한국기업의 경우 점차 그 세력이 하락하는 추세로 향후 중국 ICT 기업과의 기술 격차를 고려해 신성장 동력기술 및 제품에 대한 특허 사전 확보 및 중국 내 특허 출원 강화가 매우 시급한 실정임.

■ 우리 소비재 기업의 중국 내 IPR 침해사태가 급증하는 추세

- 최근 중국 내 한류 인기의 급상승으로 인해, 화장품, 의류, 가공식품, 유아용품 등 한국산 소비재에 대한 수요가 급증하고 있는 추세이나, 그와 맞물려 국내 소비재 기업의 중국 내 상표권 침해를 당하는 사례가 증가하고 있음.
 - 과거 KT&G의 정관장 상표권 침해를 시작으로, 최근 들어, 소비재 전반으로 확대되는 추세로 5억 명 이상의 중국인이 시청한 ‘대장금’ 드라마의 경우 대장금 상표에 대한 상표출원 및 등록은 중국인에 의해 선점을 당함. 중국인에 의하여 총 45개 상품류 가운데 23개 상품류(김치, 조미료, 주방용품, 의류 등)에 “대장금” 상표를 출원 및 등록하였음.
 - 최근 들어, 대중수출이 늘고 있는 화장품, 패션, 유아용품 브랜드까지도 중국인에 의해 상표권이 도용되고 있는 추세로, 과거 아모레퍼시픽, 동인비, 애경 화장품에서부터 에고이스트의 패션브랜드, 예지미인의 생리대 등 전방위적으로 한국 대표 소비재 브랜드가 중국 상표 사냥꾼에 의해 무차별하게 공격을 당하고 있는 실정임.
- 우리 기업의 지적재산권을 침해하는 중국기업들은 중국 내수판매뿐 아니라 침해 제품을 국제적으로 유통하고 있어, 이에 대한 중국 유관제도를 활용한 우리기업들의 적극적인 대처가 필요한 상황임.
 - 지재권 침해제품의 국제적인 유통을 막고, 지재권 권리인의 권익을 보호하기

위해 중국의 <지적재산권 해관보호조례(中和人民共和國知識產權海關保護條例)>를 적극 활용해야 함. 동 제도는 중국에 등록된 상표 및 특허, 저작권 등의 지재권을 중국 해관에 등록을 하면 중국 해관에서 수출입을 관리, 감독하여 침해제품의 수출입을 제한하는 제도로 저렴한 가격으로 침해제품의 국제적인 유통을 막을 수 있음.

■ 협상중인 한중 FTA를 통한 IPR 제도적 측면의 보완책 마련이 시급

- 중국은 정부의 정책적 지원, 저렴한 인건비를 활용한 가격과 품질 경쟁력 확보, 글로벌 기업의 벤치마킹을 통해 시행착오를 줄이는 ‘Faster Follower’ 전략을 기반으로 과거의 성장모멘텀에서 벗어나 기술 및 부가가치 중심으로 성장모델을 다변화하고 있어, 그에 따른 대중 수출은 점차 악화될 수밖에 없음을 인식해야 함. 따라서 현재 진행 중인 한중 FTA 지적재산권 협상을 통해 전반적인 제도적 보완책 수립이 선행되어야 함.
 - 국내기업 지재권 침해의 약 60%가 중국에서 발생(피해금액 약 3조 원)하고 있는 만큼, 한중 FTA를 통한 지재권 분야의 수준 높은 규범 및 불법 저작물 유통을 막기 위한 중국정부의 적극적인 노력을 촉구해야 함.

■ 시사점

- 최근 중국에서 한국기업들의 상표권 및 특허권을 침해하는 제품이 기하급수적으로 늘어나고 있으며, 우리기업의 적극적인 대처와 노력이 필요함. 지적재산권 침해와 같은 비경제적 손실은 투자손실로 인한 경제적 손실보다 그 영향과 파급효과 더욱 크기 때문에 기업의 주의와 보호노력이 절실히 요구됨.
- 브랜드 중심의 글로벌 시대에는 중국시장 진출여부를 막론하고, 무조건 중국시장에서 상표를 미리 출원해야 하고, 중국에서 만들어진 짝퉁 및 산짜이 제품이 국제적으로 유통되지 못하도록 중국해관을 이용한 지적재산권 보호제도를 적극적으로 활용해야 하고, 정부차원의 대중협상을 통한 제도개선 및 기업들이 관련 제도를 활용할 수 있도록 홍보를 강화해 나가야 함.

※ 참고자료

- www.posri.re.kr/issue/journal
- www1.customs.gov.cn/zscqbh
- www.ipr.gov.cn
- www.sipo.gov.cn
- www.ETODAY.CO.KR/news/section/newsview.php?idxno=974028