

중국의 새로운 모방제품 유통방식 + 중국의 Trade Dress 보호 법규정 + 상품모방 부정
경쟁행위 대응방안



중국의 새로운 온라인 거래방식으로 소개된 C2M(Customer to Manufacture) 사이트 비야오상청이 급성장하고 있다는 소식입니다. 간략하게 설명하면, 나이키, 프라다 등 유명제품을 만드는 공장의 제조업체가 그 기술과 디자인을 활용하여 만든 제품을 오리지널 브랜드를 떼고 오리지널 제품의 1/4 ~ 1/10 정도의 파격적인 가격으로 소비자에게 직접 판매하는 방식입니다.



비야오상청 [출처: 비야오상청]

아래 필립스 커피머신의 경우, 필립스 오리지널 제품(오른 쪽 검은색)과 거의 유사한 제

품(왼쪽 은색)을 오리지널의 약 1/4 가격(1599 → 399)에 해당하는 파격적 저가로 소비자에게 직접 판매하는 방식입니다. 제품 디자인도 똑같지는 않지만 거의 비슷합니다.



비야오상청 홈페이지에서 판매 중인 필립스 제조상의 커피 머신(왼쪽), 징둥에서 판매 중인 필립스 커피 머신(오른쪽) [출처: 비야오상청]

브랜드를 붙이지 않기 때문에 상표권 침해문제는 없습니다. 특허침해 또는 디자인 침해도 문제될 수 있지만, 일반적으로 부정경쟁행위로 규율할 수 있는지 여부가 핵심 쟁점일 것입니다.

제품 출시 전에 특허, 실용신안, 디자인, 상표 등을 출원, 등록하면 제일 바람직합니다. 대기업이 아닌 중소기업은 중국출원 비용 등 현실적 난관이 많습니다. 우리나라에서는 등록된 지식재산권을 가지고 있지 않더라도 상품형태의 dead copy와 같은 부정경쟁행위에 대한 금지청구권이 인정됩니다. 모방제품의 제조 및 판매금지청구 뿐만 아니라 손해배상까지 청구할 수 있습니다.

우리나라에서 가능하지만 중국에서는 가능하지 않습니다. 중국법상 상품형태의 모방행위를 부정경쟁행위로 규율하는 규정이 없기 때문입니다. 앞서 설명한 비야오상청 거래 제품도 부정경쟁행위금지를 근거로 판매금지청구를 하기는 쉽지 않다고 생각합니다.

중국 부정경쟁방지법에 관한 자료를 찾아보다 최근 발표된 좋은 논문을 발견하여 소개해 드립니다. 중국 인민대학 유학중인 특허청 서기관께서 중국법상 상품모방을 포함한 trade dress 보호법제 일반에 대한 상세한 설명은 물론 한국법과 함께 비교 검토한 좋은 논문입니다. 중국법령과 한국 법령을 비교하면서 실무적 포인트를 검토하여 실무자들에게 좋은 참고자료로 보입니다. 첨부한 논문을 꼼꼼하게 읽어 보시기 바랍니다. 위 논문 중 요점을 간략하게 인용하면 다음과 같습니다.

중국 반부정당경쟁법(부정경쟁방지법에 해당) 제2조 제1항의 “경영자는 시장거래에서 자기의사·공평·평등·신의성실 원칙과 일반적으로 인정되는 상업 도덕을 준수해야 한다” 규정과 제2항의 “이 법에서 부정경쟁행위란 경영자가 이 법의 규정에 위반하여 기타 경영자의 합법적 권익에 손해를 입히거나, 사회경제질서를 문란하게 하는 행위를 말한다”라는 규정은 법 목적 조항일 뿐만 아니라 부정경쟁행위 일반정의 조항으로 해석할 여지가 있음. 그러나, 우리나라 (차)목과 같은 일반조항으로 해석하기는 부족함.

중국 반부정당경쟁법 제5조 제2항의 “지명상품 특유의 명칭·포장·장황(장식에 해당)을 무단으로 사용하거나 또는 지명상품과 유사한 명칭·포장·표장을 사용하여 타인의 지명상품과 혼동을 유발하여 구매자로 하여금 당해 지명상품인 것처럼 오인을 일으키게 하는 행위”라는 부정경쟁행위 정의조항은 우리 부정경쟁방법상의 (가)목의 부정경쟁행위 조항에 대응됨. 대상을 지명상품으로 한정하여 주지성을 요건으로 함.

행정법규 제3조 제1항에서 “지명상품이란 시장에서 일정한 지명도가 있어 관련 공중이 익숙하게 알고 있는 상품”이라고 정의하고 있으며, 동법 제5조 제2항의 ‘지명상품’의 ‘상품’에는 ‘서비스’도 포함하고 있음. 지명상품의 판단은 사법해석 제1조에 의해 “당해 상품의 판매기간, 판매지역, 판매금액, 판매대상, 광고·선전기간·범위 등을 고려하여 종합적으로 판단”한다고 규정. 중국 내에서 일정한 시장 지명도를 가지고 공중에 잘 알려져 있는 상품을 지명상품으로 인정함.

- 중국에는 우리나라 부정경쟁방법상의 (자)목의 ‘상품형태 모방금지’ 조항과 (차)목의 ‘일반적 부정경쟁행위 금지’ 조항은 없음.

〈표 1〉 한국과 중국의 부정경쟁방지법상 개별조항 보호요건 비교

한국 부정경쟁방지법(제2조 제1호)			중국 반부정당경쟁법(제5조 제2항)	
(가)목	① 국내에 널리 인식된 표지(주지성)	∞	① 중국 내 지명상품(知名商品)	
	② 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품임을 표시한 표지	∞	② 특유(特有)한 명칭·포장·장황	
	③ 동일·유사한 표지 사용 또는 그 표지를 사용한 상품을 판매·반포 또는 수출·수입	∞	③ 동일·유사한 포장 등 무단사용	
	④ 타인의 상품과 혼동케 하는 행위	∞	④ 구매자로 하여금 지명상품인 것처럼 오인, 혼동 유발	
(자)목	상품형태 모방행위 금지 (주지여부 무관, 3년 이내)	⇔	관련 규정 없음	

〈표 2〉 한국과 중국의 부정경쟁방지법상 일반조항 보호요건 비교

한국 부정경쟁방지법(제2조 제1호 차목)		중국 반부정당경쟁법(제2조 제1항, 제2항)	
① 그 밖에		① 경영자가	제2조 제2항
② 타인의 상당한 노력의 성과		② 이 법의 규정에 위반하여	
③ 공정한 상거래 관행, 경제질서에 반하여 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용		③ 합법적 권익에 손해를 입히거나,	
④ 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위는 부정경쟁행위로 간주		④ 사회경제질서를 문란하게 하는 행위는 부정경쟁행위로 간주	
		① 경영자는	제2조 제1항
		② 자기의사(自願)·공평·평등·신의성실 원칙에 따라	
		③ 일반적으로 인정되는 상업도덕을 준수해야 한다.	

- 실무적 포인트 - 현재로서는 중국 내 주지성을 획득한 저명상품을 제외하고는 등

특권리 없이 부정경쟁행위로 판매금지청구를 할 수 없음. 결국 중국에 특허, 실용
신안, 디자인, 상표를 출원, 등록해야만 모방제품의 제조, 판매를 막을 수 있음.

첨부: 중국의 trade dress 보호법제 논문

변리사 22년/변호사 14년, 심판소송, 상표/디자인/저작권/부정경쟁분쟁, One-Stop 대응

T. 02-591-0657 E. kkh@kasanlaw.com H. www.kasanlaw.com