



Newsletter

Add: 中国北京市丰台区万豊路68号銀座和諧広場オフィスタワー20F 〒100161

Tel: 86-10-62113695 Fax: 86-10-62198011 Email: int@cnkip.com Homepage:www.cnkip.com

Topic-1

CNIPA、「知的財産のこの10年間」をテーマに、記者会見を開催

Topic-2

CNIPA、実用新案の進歩性に対する審査の強化等を決定

Topic-3

第11回中国知識産権年会（CIPAC2022）、開催日程が確定

Topic-4

CNIPA、「『商標権侵害の判断基準』に対する理解と適用」を発表（連載）

CNIPA、「知的財産のこの10年間」をテーマに、記者会見を開催

2022年10月9日、国家知識産権局（CNIPA）は「知的財産のこの10年間」をテーマに記者会見を行い、2012年—2022年の10年間の中国の知的財産の各方面における成果をまとめた。

1. 専利

2022年9月現在、高価値発明専利の審査期間は13ヶ月に短縮され、発明専利の平均審査期間は16.5ヶ月に短縮され、商標登録の平均審査期間は4ヶ月に安定化された。

2012年から2021年まで、国家知識産権局は合計3953万件の発明専利を授権し、年平均増加率は13.8%、合計35563万件の商標登録を行い、年平均増加率は25.5%である。

2022年9月現在、中国の有効な発明専利は408.1万件、うち国内出願人（香港、マカオ、台湾を除く）の有効な発明特許は315.4万件、WIPOが分類した35個の技術分野で統計すると、2022年7月時点で有効な専利の上位3分野は、コンピュータ技術（28.4万件、9.3%）、計測（23.5万件、7.7%）、デジタル通信（21.0万件、6.9%）であった。有効な商標登録は415.3万件、集積回路は計5.9万件授権した。

10年以上維持される発明専利の件数は39.5万に達し、有効専利件数の13.0%を占める。

2. 国際

WIPOの最新報告書「グローバル・イノベーション・インデックス」によると、中国の順位が2012年の34位から2022年の11位に上昇、10年連続で着実に向上していることが判明した。

BrandFinanceの「最も価値のあるグローバルブランドトップ500」のうち、中国は2012年の52社から2022年の84社に増加し、その資産総額は1兆6,000億ドルである。

2012年から2021年にかけて、中国における知的財産権使用料の輸出入総額は2兆1900億元、年平均増加率は13.7%、そのうち輸出は年平均成長率31.2%と、輸入の成長率を20%近く上回る。

PPHのパートナーは30カ国となった。

3. 譲渡と融資

2021年には、全国の専利譲渡許可件数は422,000件となり、2012年の4.8倍となる。そのうち、新エネルギー自動車、デジタルイノベーション、ハイエンド設備製造などの新興産業がとりわけ活発で、譲渡ライセンス数は10年前に比べてそれぞれ10.1倍、9.7倍、6.5倍になっている。

過去10年間、大学機関が取得した専利の譲渡の平均増加率は20.5%に達している。

専利と商標の質権融資の累計額は1兆3千億元に達し、年平均成長率は27.2%であった。その中で、2021年の質権融資額は3098億元に達し、2012年の8.7倍になり、サービスを受けた企業数は10年前の10.6倍になった。

2021年、全国の専利集約型産業の付加価値は12兆1300億元に達し、GDP成長率に24.6%寄与した。

知的財産保険は2万5千社以上の企業に1千億元以上のリスク保障を提供し、実体経済に対する知的

財産金融サービスの幅と深さは大きく拡大した。

4. サービス

北京以外の江蘇、広東、河南、湖北、天津、四川など 6 箇所の専利審査協力センターを建設し、広州、上海、重慶、済南、鄭州など 5 箇所の商標審査協力センターの建設を指導し、合計 2 万人近くの特許・商標審査官を有することになった。

専利・商標登録出願の「完全オンライン化」を実現し、専利の電子出願率は 2012 年比で 17.2%増、商標は 39.3%増、99.1%と 99.5%となった。

専利拒絶査定不服審判・無効請求審判と商標異議申立決定書を全面的に公開し、過去 10 年間で専利拒絶査定不服審判・無効請求審判の決定書は 17 万 6 千件、商標異議申立決定書は 153 万件が公開された。

知的財産権従業者の規模は 70 万人以上に達し、弁理士資格を持つ人材は 6 万人に達した。

5. 権利保護

27 の省（区・市）に 96 の保護センターと快速権利保護センターを配置した。

知的財産権紛争の多様な解決を強化し、全国で 1000 以上の知的財産権紛争の調停組織の設立を推進した。

権利保護を援助する機関の総数は 1,300 以上となった。

当記者会見のより詳細な内容は、CNIPA の公式サイトにて確認できます。

<https://www.cnipa.gov.cn/col/col3071/index.html>

CNIPA、実用新案の進歩性に対する審査の強化等を決定

中国人民政治協商会議全国委員会の第 03510 号提案を受けて、CNIPA は、最高人民法院と合同して、審査基準を健全化し、授権された専利の質を向上させ、行政審査と司法裁判の基準を統一するよう決定した。

当決定では、とりわけ重要なのは、以下の 2 点と思われる。

(一) 実用新案に対する明らかな進歩性審査を推進する

現在、中国では、実用新案に対する審査は、「初歩審査+評価報告書」の制度を取っている。初歩審査段階では、審査官は先行技術または抵触出願の情報に基づき、当実用新案は明らかに新規性を有するかどうかを審査する。授権された実用新案の質を更に向上させるために、CNIPA は実用新案の制度改革を積極的に推進し、「専利法実施細則」の改正草案では、明らかに進歩性がないことを審査の範囲に入れて、同時に、セットとなる「専利審査指南」の改正も行い、関連審査基準の更なる具体化と健全化を目指す。

(二) 司法裁判の基準と行政審査の基準の統一を促進する

知識産権の上訴案件の審理の中、人民法院は、選別統括・手続きの接合・審理のメカニズム・裁判の基準等の面から、専利に関する民事・行政案件の審理業務の協働推進のメカニズムを創設し、権利の有効性に関する判断と権利侵害の二種類の訴訟の有機的接合を実現できた。同時に、最高人民法院は、知識産権に関する民事訴訟の証拠に対する司法解釈を頒布し、証拠の提出・証明に対する妨害・証拠の保全・司法鑑定等の制度を持続的に健全化させ、当事者が積極的に能動的に挙証するよう励まし、導かせることで、知識産権に関する民事訴訟における「挙証難」の問題の解決・権利主張のコストの低減・知識産権に対する保護の質と効果の向上に、重要な役割を果たした。それを受けて、CNIPA は、技術・法律等の多くの視点から、無効請求審判案件が関わる専利に対し正確な評価をし、有効性に対する行政決定と継続の裁判結果の間の一貫性を保持するよう促進する。

上記内容に関しては、CNIPA の公式サイトにて確認できます。

https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/9/6/art_516_178500.html?xxgkhide=1

第 11 回中国知識産権年会（CIPAC2022）、開催日程が確定

第 11 回中国知識産権年会（CIPAC2022）の開催日程が公表された。2022 年度の中国知識産権年会（CIPAC）は、2022 年 11 月 19 日（土）－11 月 20 日（日）に、江蘇省蘇州市の蘇州国際博覧センターにて開催する予定である。新型コロナウイルスの影響で延期での開催となるが、今年も無事に開催日程を確定できた。

中国知識産権年会（CIPAC）は、中国知識産権出版社有限責任会社が主催するものであり、その前身の中国専利情報年会（2010-2016）と中国専利年会（2017-2018）を経て、様々な変革で、現在の中国知識産権年会（CIPAC）として定着した。

CIPAC は中国最大級の知的財産交流イベントとなり、その参加者は、世界的な知的財産組織・世界各主要国の政府機関・中国各地の知識産権局・世界各国の企業と大学があり、その参加者は 5 つの洲、43 カ国に及ぶ。

CIPAC2022 に関する詳細な情報は、CIPAC の公式サイトにて確認できます。

<http://www.cipac.com/>

CNIPA、「『商標権侵害の判断基準』に対する理解と適用」を発表（連載）

2022年8月12日に、国家知識産権局（CNIPA）が、「『商標権侵害の判断基準』に対する理解と適用」を発表した。2020年6月15日、国家知識産権局（CNIPA）は「商標権侵害の判断基準」を制定し、公布した。商標権に関する法執行の業務指導をさらに促進し、基準の普及と解釈をさらに改善し、法執行者が規定の意味を正確に理解し、各地での実施過程における基準の適用に関する質問を迅速に答えるため、国家知識産権局（CNIPA）は、「『商標権侵害の判断基準』に対する理解と適用」を作成した。

当文書は、38条からなる「商標権侵害の判断基準」を逐条解釈した上、各条文に関連する典型的な判例も紹介した。

本稿は、「『商標権侵害の判断基準』に対する理解と適用」の重要な内容を取り上げ、抄訳の上、連載を行う。

第十四条 被疑侵害商標は、他人の登録商標と比較し、登録商標との同一性が認められる状況には、以下の場合を含む。

(一) 文字商標が次のいずれかの状況を有する場合。

1. 文字の構成および配列順序が同一である場合。
2. 登録商標のフォント、アルファベットの大文字・小文字、文字の水平・垂直方向の配置を変更し、登録商標と基本的に区別がつかない場合。
3. 登録商標の文字、アルファベット、数字の間隔を変更し、登録商標との間に本質的な差異がない場合。
4. 登録商標の色を変更し、登録商標の識別力に影響を与えない場合。
5. 登録商標に商品の一般名称、図形、型番及び識別力を欠くその他の内容のみを追加し、登録商標の識別力に影響を与えない場合。

(二) 図形商標は、構成要素、表現方式等の視覚的差異が基本的にない場合。

(三) 文字と図形の組合せ商標の文字構成、図形外観及びその配置が同一であり、全体として基本的に視覚的に差異がない場合。

(四) 立体商標の識別力のある立体標識と識別力のある平面要素が同一であり、または基本的に差異がない場合。

(五) 色彩組合せ商標における色彩の組合せ及びその配置が同一であり、または基本的に差異がない場合。

(六) 音声商標の聴感と音楽全体のイメージが同一であり、または基本的に差異がない場合。

(七) 登録商標の視覚的効果または聴覚的認識と基本的に差異がない場合。

本条では、文字商標、図形商標、文字と図形の組合せ商標、立体商標、色彩の組合せ商標、音声商標を他人の登録商標と同一のものと認定することについて詳細に規定するものである。本条は、関連する

司法解釈と一致し、同時に、立体商標、色彩組み合わせ商標、音商標などの非伝統的な商標の商標同一性の判断方法に関する規定を追加するものである。

本条に対する解説：強調すべきなのは、『商標権侵害の判断基準』及びその後発表された『最高人民法院・最高人民検察院による知的財産権侵害刑事事件の処理における具体的な法律適用の若干問題に関する解釈（三）』のどちらも、登録商標に商品の一般名称、型番及びその他の識別力を欠く内容のみを付加し、登録商標の識別力に影響を及ぼさない場合、同一商標と認定すべきと規定する。

立体商標の構成はより複雑で、識別力のある立体標識からなる立体商標・識別力のある立体標識と識別力のある平面要素からなる立体商標・識別力のある立体標識と識別力のない平面要素からなる立体商標・識別力のない立体標識と識別力のある平面要素からなる立体商標などがある。本条は、立体商標の識別力のある立体標識と識別力のある平面要素が両方同一であるか、または基本的に差異がない場合にのみ、同一商標として判断できると規定する。

音声商標のような非伝統的な商標は、同一商標のケースは実務上比較的稀であるため、本条では原則のみを規定する。

第二十条 混同が生じやすい場合として、次の場合を含む。

(一) 関連公衆に、当該商品またはサービスが登録商標の権利者によって生産されまたは提供されていると信じさせるのに十分なものである場合。

(二) 関連公衆に、当該商品またはサービスの提供者が登録商標の権利者との間に投資・許可・加盟または提携などの関係があるように信じさせるのに十分なものである場合。

本条に対する解説：強調しなければならないのは、混同が生じやすいというのは、混同が実際に発生することを要件としない。混同の可能性さえあれば充足のである。

第二十一条 商標法執行機関は、混同が生じやすいか否かを判断する際に、以下の要因およびそれらの相互作用を考慮しなければならない。

- (一) 商標の類似性
- (二) 商品又はサービスの類似性
- (三) 登録商標の識別力及び知名度
- (四) 商品又はサービスの特徴及び商標使用の態様
- (五) 関連公衆の注目度や認知度
- (六) その他の関連要因

本条に対する解説：本条では、混同が生じやすいか否かの判断は、様々な要素を総合的に考慮する必要があることを明らかにする同時に、要素間には一定の関連性、柔軟性、非排他性があることも明確にした。各要素は可変的であり、相対的であり、そしてケースに応じた役割は関数となるような特徴もあり、決定的な役割を果たしたわけでもない。したがって、特定のケースに対処する場合、商標の法執行機関は、各ケースの状況を考慮する必要があり、各要素を総合的判断すべきである。

商標の類似度と商品・サービスの類似度は、混同と正の相関があり、商標の類似度が高ければ高いほど、商品・サービスの類似度が高ければ高いほど、他の条件が同じな場合、混同を招く可能性が高くなる。

商標の識別力の強さは、3つの要素に左右される。1つ目は、標識の独自性である。標識は、ユニークであればあるほど、識別力が強くなる。文字商標の場合、固有語よりも造語の方が特徴的である。例えば、「長城」の文字よりも「華為」（ファーウェイ）の文字の方が商標として識別力が高い。図形商標の場合、実在するもののデザインよりも、架空のもののデザインの方が識別力が高い。例えば、架空の宇宙人は、実在する動物用よりも、識別力が高い。2つ目は、商標標識とそれが標識する商品またはサービスとの関連性である。関連性が弱ければ弱いほど、識別力は強くなる。例えば、携帯電話に「アップル」を使用した場合、アップルが携帯電話そのものと関連しないため、より識別力が高くなるが、果物の商標として「アップル」を使用した場合、両者が強く関連するため識別力を欠くことになる。3つ目は、商標標識の認識可能性である。認識可能性が強ければ強いほど、識別力も強くなる。商標が複雑すぎたり、単純すぎたりすると、関連公衆の認識や記憶に資することができない。商標の識別力が弱くなる。また、商標自体の識別力、すなわち生得的識別力の上、特定の商品やサービスに使用された結果としての商標の識別力、すなわち後天的識別力を考慮する必要がある。したがって、商標の識別力の判断は、以下を考慮する必要がある。商標の識別力の判断は、商標の使用が認められた商品又はサービス、使用期間、使用範囲、広告宣伝等を考慮する必要がある。通常、登録商標の識別力が強ければ強いほど、類似の商標が同一または類似の商品に使用された場合の混同の可能性は高くなる。

登録商標の知名度とは、その商標が関連公衆にどの程度知られているかを意味する。商標の知名度の判断は、商標を使用した商品またはサービスの事業売上高、利益、納税額、市場占有率、広告量、売上高、広告宣伝のエリアを総合的に考慮すべきである。通常、商標の知名度が高ければ高いほど、混同の可能性は高くなる。

商品またはサービスの特徴とは、商品またはサービスが所属する産業の特殊性を意味する。例えば、自動車産業は、商品の専門性が高く、商品価値が高いという特徴があり、商標の使用態様は、主として、表示場所、表示方法等、当事者による商標の使用を指す。

関連公衆の注目度・認知度とは、消費者などの関連公衆が商品やサービスを購入したり選んだりする際に、その商品やサービスの特徴に注目し、それを識別する能力のことである。注目度や認知度は、通常、商品やサービスの価格、寿命、消費者の健康への影響、消費頻度、消費環境などに関連して決定される。通常、関連公衆の注目度や認知度が高ければ高いほど、混同の可能性は低くなる。

その他の関連要因としては、被疑侵害者のパクリの意図などがある。被疑侵害者のパクリの意図がある場合は、混同の可能性を認定する要件が低くなる。

『「商標権侵害の判断基準」に対する理解と適用』の全文は、CNIPAの公式サイトにて確認できます。

https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/8/12/art_66_177297.html