

중국 병행수입제도의 법적 문제에 관한 연구:

중국 판례를 중심으로

A Study on the Chinese Parallel Import System:

Focused on Law Cases in China

주 령 키* Ling-Ke Zhou

박 광 서** Kwang-So Park

| 목 차 |

| | |
|-----------------------|----------|
| I. 서론 | V. 결론 |
| II. 이론적 배경 | 참고문헌 |
| III. 병행수입 관련 중국 판례 | Abstract |
| IV. 병행수입 관련 중국판례의 시사점 | |

국문초록

본 연구는 중국에서 점점 이슈가 되고 있는 병행수입 시스템의 법적 문제를 분석하였다. 현재 중국에는 병행수입에 대한 법률이 없으므로 중국 법원은 병행수입 사건을 판결할 때 원고의 소송 청구에 따라서 「專利法」, 「商標法」, 「反不正當競爭法」 등 여러 법률에 의해서 다르게 판결하고 있다. 따라서 동일한 사례임에도 불구하고 법관과 적용 법률에 따라서 다른 결론이 나오고 있다는 것이 문제로 지적된다. 본 연구에서는 병행수입의 개념과 이론적 근거를 살펴보고, 중국의 대표적인 3개 사례를 통해서 중국법원이 병행수입 판결에 대한 시사점을 파악하고, 입법 필요성을 제시하였다.

<주제어> 중국 병행수입제도, 브랜드상품, 상표권침해

* 건국대학교 대학원 국제무역학과 박사과정, 제1저자

** 건국대학교 상경대학 국제무역학과 교수, 교신저자

I. 서론

일물일가의 법칙(The Law of One Price)에 의하면 한 시점에 모든 지역에 있는 같은 상품의 가격은 같아야 한다. 만약 한 지역의 어떤 상품은 다른 지역의 같은 상품에 비해서 싸다면 가격이 싼 곳에서 상품을 사서 비싼 곳에서 팔면 위험 없이 이익을 챙길 수 있다. 이런 싸게 사서 비싸게 파는 거래를 재정거래(arbitrage)라고 한다. 경제학 원리에 따르면 시장이 균형상태일 때 재정거래의 기회가 존재되지 않아야 한다.

그러나 일물일가의 법칙은 성립되지 않다는 경우가 많다. 상품시장에서 같은 상품임에도 불구하고 서로 다른 지역에서 다른 가격으로 판매하고 있는 경우가 많다. 이런 가격차이가 발생하는 원인은 다음과 같이 들 수 있다. 첫째, 국가별로 같은 상품에 대한 가격 탄력성이 다르다. 공급자의 입장에서 가격차별화를 이용하면 이윤을 극대화시킬 수 있다. 둘째, 공급자가 서로 다른 지역 시장에서의 포지셔닝(Positioning)이 다르다. 같은 상품임에도 한 시장에서 고급품 세분시장에 진출하려고 하고, 다른 시장에서 일반상품 세분시장에 진출하는 경우가 이에 해당된다. 셋째, 국가별로 가격구조가 다르다. 상품의 공급가격이 같으나, 관세, 내국세 등 차이가 있기 때문에 최종 소비가격이 다를 수밖에 없다. 이런 원인으로 같은 상품의 가격이 국가마다 다르게 측정되고 있기 때문에 무역거래자에게 재정거래의 기회가 노출된다.

여기에서 주의할 점은 재정거래 기회를 이용하는 무역거래는 상품의 생산자, 혹은 상표권자의 허락을 받지 않으면서 진행되는 병행수입의 경우이다. 병행수입을 통한 수출은 수출을 장려하는 측면에서 보면 이런 무역거래가 수출국에는 해가 되지 않기 때문에 규제를 할 필요가 없다. 하지만 수입국의 입장에서 보면 물품이 국내시장의 정상가격보다 싸게 들어오고 국내시장을 교란시킬 수 있기 때문에 이를 규제할 필요성도 있다는 점이다.

실제 가격지수를 살펴보면, 같은 상품이 선진국 시장보다 개발도상국 시장에서 가격이 더 비싸게 측정되기도 한다. 특히, 중국은 세계 최대의 개발도상국으로서 최종 소비재의 가격이 미국과 유럽 등 선진국에 비해서 훨씬 더 높게 책정이 된다(賈玉玲, 1993). 최근 들어 중국인들은 싼 가격으로 품질이 좋은 상품을 구입하기 위해서 해외직구 상품을 비롯한 병행수입 상품을 많이 구매하고 있다. 그러나 중국에서 병행수입을 규제하는 법률이 없다(劉耿, 2015). 따라서 중국에서 병행수입과 관련한 법적다툼이 많이 일어나고 있다.

본 연구의 목적은 중국에서 발생하는 병행수입 관련 소송사례를 통해서 현재 중국법원이 병행수입에 대한 태도가 어떻게 돼 있는지를 밝히고, 이에 대한 시사점을 제시하는 데에 있다. 아울러 병행수입거래에서 관련 당사자의 합법적 이익을 보호하고 수입거래의

안정을 위해서 중국법원이 병행수입에 대해서 어떤 태도를 갖고 있는지를 밝히고자 한다.

본 연구의 연구방법은 문헌연구 방식을 택했다. 중국과 한국의 선행연구와 중국의 판례를 주로 활용했다. 선행연구로는 한중간에 병행수입을 비교한 논문이 하나 있지만 중국의 판례를 한국에 소개하는 논문이 이 논문이 처음이다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 병행수입의 의의와 이론

병행수입¹⁾이란 “국내의 독점판매자에 의해서 외국상품이 수입되는 경우 제3자가 다른 유통경로로 권리자에 의해서 적법하게 상표가 부착된 상품을 국내 독점 수입업자의 허락 없이 수입하는 행위”(박승락, 1996; 손상기·권손기, 2004)로 정의될 수 있다. 이 정의에 의해서 <그림 1>과 같이 표현할 수 있다. 병행수입 거래에는 다섯의 관련 당사자가 있으며, 이들의 이행관계가 서로 다르다. 첫째, 지식재산권자와 지식재산권을 받은 자는 한 당사자이다. 이들은 상품의 최초 공급자로서 병행수입으로부터 이익을 받는지 손해를 받는지 여부는 명확하지 않다.

둘째, 공식수입업자가 지식재산권자의 해외지사인 경우에는 병행수입으로 인해서 해외 시장의 판매가격이 하락함으로써 지식재산권자가 손해를 받는다. 그러나 지식재산권자와 공식 수입업자가 단순히 본인(principal)과 대리인(Agent)인 경우에는 병행수입으로 해외 시장에서의 판매량이 증가함으로써 지식재산권자가 이익을 볼 수도 있다. 물론 병행수입으로 인해서 공식수입량이 감소할 수도 있으나, 감소된 수입량은 병행수입으로 이전되고 본인과 대리인 사이의 비즈니스관계를 악화시킬 수 있다.

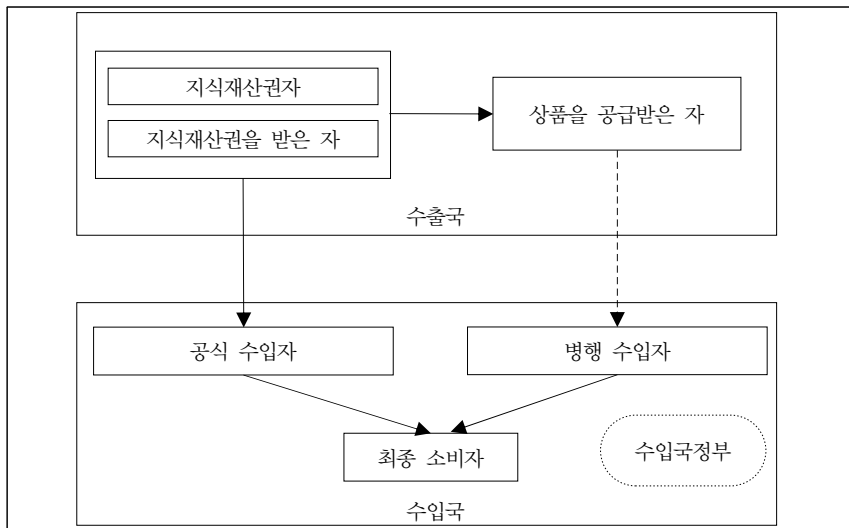
셋째, 수출국에서 상품공급을 받아 수출하는 자는 병행수입으로부터 이익을 받는다. 병행수입이 없으면 이 당사자는 수출국에서만 판매를 하고 병행수입으로 해외시장을 개척하게 된다.

넷째, 공식 수입업자의 입장에서 보면 병행수입이 좋게 보일 리가 없다. 앞에서 언급했듯이 공식 수입업자는 지식재산권자 간의 관계가 같은 회사의 해외 판매지사일 수도 있고, 본인과 대리인의 관계일 수도 있다. 병행수입으로 인해서 공식 수입업자의 현지

1) 병행수입은 중국에서 평행진구(平行進口)라고 명명되나, 이 글에서는 한국 독자들에게 더 익숙한 한국식 영어를 사용한다.

판매량을 떨어뜨리기 때문에 본인과 대리인의 관계인 경우엔 공식 수입업자 손해를 본다. 그리고 해외 판매지사인 경우에도 전체 회사의 입장에서 볼 때 이익을 챙길 수 있을지 몰라도 현지 판매지사의 매출량이 감소함으로써 성과급을 덜 받게 된다. 왜냐하면 판매법인의 관리방식이 성과관리인 경우가 대부분이기 때문이다.²⁾

〈그림 1〉 병행수입의 개념 및 이해관계 당사자



자료 : 저자 작성

다섯째, 병행 수입업자는 병행수입거래에서 이익을 챙길 수 있다. 그는 해외와 본국 간 같은 상품의 가격차를 이용해서 재정거래를 한다. 통상적으로 병행수입업자가 수입국 시장에서 공식 수입된 상품의 가격보다 낮은 가격으로 상품을 공급하기 때문에 경쟁력이 강하다.

여섯째, 수입국의 최종 소비자는 병행수입으로부터 이익을 얻는다. 병행수입으로 인해서 같은 상품이라도 예전보다 낮은 가격으로 살 수 있게 되기 때문에 소비량이 상승함으로써 소비자효용이 높아진다.

일곱째, 〈표 1〉에서 보는 바와 같이, 병행수입으로부터 명확히 손해를 받는 당사자는 수입국의 공식 수입업자이다. 실제로 대부분 병행수입으로 인한 소송은 공식 수입업자가 병행 수입업자를 대상으로 제기하는 것이 대부분이다.

2) Frynas, J. G., and K. Mellahi(2005), *Global Strategic Management*, Second Edition, Oxford University Press, pp.243-244.

〈표 1〉 병행수입의 이해관계 당사자

| 당사자 | 역할 | 수혜자 혹은 피해자 |
|-----------|---------------------|------------|
| 지식재산권자 | 상품의 최초공급자 | 명확하지 않음 |
| 수출국 공급받는자 | 병행수입 거래의 공급자 | 수혜자 |
| 공식 수입업자 | 수입국에서의 공식 판매권자 | 피해자 |
| 병행 수입업자 | 국내의 가격차를 이용하는 재정거래자 | 수혜자 |
| 최종소비자 | 상품 최종 소비하는 자 | 수혜자 |

자료 : 저자 작성

여덟째, 〈그림 1〉에서 보듯이 병행수입 이해관계자에는 수입국 정부도 해당된다. 수입국 정부의 입장에서 볼 때 공식수입이든 병행수입이든 모두 같은 세율을 적용하고 수입자에게서 관세를 징수했기 때문에 수혜자로 볼 수 있다. 그러나 상표권 보호 및 수입국 시장을 관리해야 하는 법 집행자로서 수입국 정부가 대놓고 병행수입을 장려할 수는 없다.

2. 병행수입에 대한 법적 근거

병행수입에 대해서 가장 큰 쟁점은 병행수입업자의 수입행위가 공식 수입업자의 권리를 침해하는지 여부이다. 대부분 국가는 병행수입에 대해서 용인하는 태도를 취하고 있다. 병행수입을 용인하는 이유에 대한 법적 근거에는 묵시허가이론과 권리소진이론이 있다(嚴桂珍, 2009).

1) 묵시허가이론

묵시허가이론(Implied license theory)은 보통법에서 나온 개념이다. 묵시허가이론에 의하면 지식재산권자가 지식재산권을 포함한 상품을 타인에게 양도하는 순간에 특별한 명시 없이 상품공급을 받는 자가 상품에 대한 모든 권리를 취득하게 된다. 상품을 재매도하는 권리도 이 “모든 권리”에 포함되기 때문에 지식재산권자의 동의 없이 해외로 수출해도 되고, 병행 수입업자가 상품을 수입하고 국내에서 다시 판매해도 된다는 이론이다.

특히 서적에다가 “전부 혹은 일부 복제 금지”라는 문구를 표시하는 것도 묵시허가이론에 의해서 하는 “특별한 명시”이다. 물론 상표상품(브랜드상품)³⁾은 서적 같은 저작권 관

3) 주로 중국에서 상표상품, 한국에서는 브랜드상품이라고 명명하지만, 본 연구에서는 브랜드상품이라고 칭한다.

런 상품이 아니지만 묵시허가이론을 이용해서 브랜드상품의 병행수입을 해석하기도 한다(馬樂, 2011). 묵시허가이론에 의해서 지식재산권자가 최초로 수출국에서 상품을 공급 받는자에게 상품을 매도할 때 특별한 설명이나 명시를 하지 않았다면 병행수입거래는 합법적이다.

그러나 묵시허가이론은 경제발전을 저해할 수도 있다. 만약 모든 지식재산권자가 최초 상품을 공급할 때 항상 “특별한 명시”를 한다면 공급받는자를 제약할 수 있고 상품의 유통에 나쁜 영향을 끼칠 수 있다. 그러므로 대부분 국가가 병행수입을 해석할 때 묵시허가이론을 사용하지 않는다(尹林峰, 2012).

2) 권리소진이론

권리소진이론(theory of exhaustion of the right)이 묵시허가이론에 비해서 흔히 사용되는 해석근거이다. 권리소진이론은 “권리자 또는 권리자의 동의를 받는 자가 시장에서 첫 거래에 제공한 상품에 대해서는 그 상표권은 대가(대금)의 취득에 의해서 사용돼서 소진됐고, 제3자가 상표의 사용, 판매행위는 상표권 침해행위가 되지 않는다.”라는 것이다(계승균, 2011). 그러므로 수출국에서 상품공급을 받는 자는 그 상품을 지식재산권자로부터 받았으므로 상품을 다시 해외로 수출하는 행위와 병행 수입업자가 상품을 현지국에서 판매하는 행위는 합법적이다.

권리소진이론에서 유의해야 하는 점은 권리소진이론은 국내소진이론과 국제소진이론으로 나뉜다는 것이다. 국내소진이론에 의해서 만약 지식재산권자가 국내시장에 상품을 투입하는 순간부터 권리가 소진되지만, 만약 국내시장에서 상품을 출시하지 않고 외국시장에서 상품을 출시하는 경우, 국내에서 상품에 대한 모든 권리를 여전히 갖는다. 예를 들어서, Sony사의 Play station 게임기가 중국에서 생산되는데 처음엔 중국시장에서 출시하지 않았다. 중국의 어떤 수입자가 미국시장에서 Play station 게임기를 구입해서 중국에 수입하면, Sony사가 이런 행위를 제약할 수 있다.⁴⁾ 국내소진이론의 대응 개념으로서 국제소진이론에 의해서 전 세계 어떤 시장에서 상품을 출시한 후에 전 세계에서 권리가 소진된다. 국제소진이론과 국내소진이론을 비교하면 4가지 차이점을 알 수 있다. 첫째, 앞에서 설명했듯이 국제소진이론의 적용범위가 전 세계이므로 국내소진에 비해서 적용범위 더 넓다.

4) 중국정부는 게임기에 대해서 엄격히 관리했기 때문에 처음에는 Play station 게임기가 중국시장에서 공식 출시되지 못했다. 이런 경우엔 수입자가 해외시장에서 Play station 게임기를 수입하는 것은 Sony사의 입장에서 보면 유리하다. 그러므로 법적으로 Sony사가 수입자의 행위를 제약할 수 있으나, 실제적으로 권리를 행사할 이유는 없다.

둘째, 국제소진이론에 의해서 병행수입이 합법화되지만, 각 국가에서 해석하는 국제소진이론의 “국제”의 범위가 달라서 병행수입의 허용범위도 다르다(鄭成思, 1994). 예를 들어서, 미국상표법에 의해서 미국회사 혹은 미국회사와 관계가 있는 회사가 해외시장에서 상품을 출시한다면 지식재산권자의 권리가 소진된다. 즉, 미국은 국제소진이론을 채택한다. 그러나 여기에 “미국회사 혹은 미국회사와 관계가 있는 회사”라는 전제조건이 있다. 만약 미국회사도 아니고, 미국회사와 관계도 없는 회사라면 국제소진이론에 적용되지 않는다(李明德, 2002).

셋째, 국제소진이론에 적용된다면 지식재산권자가 세계시장을 분할하는 능력이 상실된다. 국제소진이론에 의해서 병행수입이 가능하기 때문에 회사가 가격차별화를 실시한다면 병행수입의 기회가 제공되고, 병행수입으로 인해서의 가격균등화현상을 일으킨다.

넷째, 국제소진이론으로 인해서 각 국의 소비자에게 병행수입상품을 소비하는 기회가 제공된다.

3) 국제규칙(TRIPS)

병행수입에 관한 국제규칙 가운데 “무역관련 지식재산권에 관한 협정(Agreement Trade-Related Aspects of Intellectual Property Right: 이하 TRIPS)”이 흔히 인용되고 있다. TRIPS 제28조에 의해서 지식재산권자가 지식재산권에 대한 배타적 수입권한을 갖으며, 기타 무역업자가 지식재산권자의 허락이 없이 지식재산권을 이용해서 생산된 상품을 수입할 수 없다.⁵⁾ 즉, 지식재산권자 혹은 수입국의 공식 수입업자는 TRIPS에 의해서 병행 수입업자의 수입을 금지할 수 있다.

그러나 TRIPS 제28조가 지식재산권자가 이 조항을 인용할 때 TRIPS의 제6조에 의해야 한다는 각주(footnote)가 있다. TRIPS의 제6조⁶⁾에 의하면 만약 당사자가 내국민대우(TRIPS 제3조)와 최혜국대우(TRIPS 제4조)에 의해서 무역 분쟁을 해결할 때 TRIPS에 의해서 권리소진으로 해석해서는 안 된다.

이들 조항들을 종합해서 해석하자면 TRIPS는 지식재산권을 보호하나 권리소진을 다루지 않는다. 그러므로 각 국은 국내소진인지 국제소진인지를 채택할 때 각 국의 상황을

5) TRIPS Article 28: A patent shall confer on its owner the following exclusive right: a) where the subject matter of a patent is product, to prevent third parties not having the owner's consent from the acts of: making, using, offering for sale, selling, or importing for these purposes that product.

6) TRIPS Article 6: For the purposes of dispute settlement under this Agreement, Subject to the provisions of Article 3 and 4 nothing in this Agreement shall be used to address the issue of the exhaustion of intellectual property rights.

고려해서 스스로 결정할 수 있다.

그리고 TRIPS 제51조에 의하면 각 국의 지식재산권자가 해당 수입국의 행정기관에 지식재산권을 침해하는 상품의 수입 금지를 신청할 수 있다. 또한 TRIPS에서는 어떤 상품이 지식재산권을 침해하는 상품인지에 대해서 규정하고 있다. TRIPS에 의해서 ① 위·모조 상품(counterfeit trademark goods); ② 불법 복제한 상품(pirated copyright goods)만 지식재산권을 침해하는 상품으로 인정된다. <그림 1>에서 봤듯이 병행수입상품도 최초의 지식재산권 혹은 지식재산권자로부터 동의를 받는 자로부터 나오기 때문에 위·모조 상품 및 불법 복제한 상품이 아니다.

요컨대, 병행수입이 합법인지의 법적 근거는 권리소진이론이 합리적인 해석이다. 그러나 TRIPS에 의해서 권리소진문제를 처리해서 안 되기 때문에 TRIPS는 병행수입을 금지하는 근거가 될 수 없다. 또한 TRIPS는 지식재산권을 침해하는 상품의 수입금지하고 있으나 병행수입상품이 TRIPS에서 말하는 지식재산권을 침해하는 상품이 아니다. 즉, 현행 국제규칙은 병행수입을 금지하지 않고 있다. “금지하지 않는다면 할 수 있다”는 사법의 일반원칙에 의하면 병행수입거래를 해도 불법행위가 아닐 수도 있다.

3. 기타 선행연구

지금까지 병행수입의 법적 근거를 살펴봤다. 이 절에서는 중국 병행수입에 대한 선행 연구를 검토한다.

항의청과 조현숙(2014)은 지식재산권을 중심으로 한국과 중국 간의 병행수입제도에 대해서 연구했다. 그들의 연구에 따르면 병행수입에 관련법은 특허법과 상표법이며, 중국의 특허법인 「中華人民共和國專利法」 제(69조)에 의해서 중국의 특허법이 국제소진이론을 채택했으나 「中華人民共和國商標法」에서 브랜드상품분야의 권리소진문제에 대해서 단 한 마디도 없으므로 이는 소송이 발생하는 원인이 됐다고 주장했다.

張力偉(2008)는 브랜드상품의 병행수입 행위에 대해서 연구했다. 그는 브랜드상품의 병행수입에 대해서 개방적인 태도를 갖는다. 그의 연구에 따르면 병행수입은 소비자의 소비를 촉진할 수 있을 뿐만 아니라 상표권의 독점행위를 제약할 수도 있기 때문에 좋은 점도 있다. 그러나 일부상품은 같은 상표이지만 중국시장의 상품과 해외시장의 상품

7) 「中華人民共和國專利法」第69條: 有下列情形之一的, 不能時為侵犯專利權:

(一) 專利產品或者依照專利方法獲得的產品, 由專利權人或者經其許可的單位、個人售出後, 使用、許諾銷售、銷售、進口該產品的; (특허권자 혹은 그의 동의를 받는 자가 특허 상품을 판매한 후 다른 자가 다시 그 상품을 판매하거나 수입하는 경우, 지적재산권을 침해하는 행위로 보지 않는다).

간 분명한 차이가 있으므로 한도가 없는 병행수입은 시장을 교란할 수 있다고 주장했다.

譚紅과 吳韶艷(2004a)은 병행수입에 대해서 절대적인 태도를 갖지 말라고 제안을 했다. 그들은 중국이 개발도상국으로서 병행수입에 관련법을 입법할 때 상표권자의 권익과 자유무역의 질서를 비롯한 2가지 차원에서 균형을 잡아야 한다고 주장했다. 그들의 연구 결과에 따르면 병행수입 측면의 중국의 국익을 극대화하기 위해서 중국정부는 단순히 국제소진과 국내소진 중 하나만 채택하는 것보다 종합적으로 중국의 병행수입의 한계가 어디인지를 결정할 필요가 있다. 그들은 이 주제를 더 깊이 연구한 후에 중국이 미국처럼 원칙적으로 병행수입을 허가하면서 특별한 경우에 금지해야 한다고 주장했다(譚紅, 吳韶艷, 2004b).

王超와 趙其一과 陳佳聲(2003)도 이와 비슷한 주장을 했는데, 중국의 무역개방도가 높아짐에 따라서 소비자들이 병행수입 상품을 접촉할 수 있는 기회가 많아지고 있는데, 국가가 이에 대해서 아무런 법률을 제정하지 않는 것이 바람직하지 않다고 주장하고, 중국의 실제 경제 및 상업 환경을 고려해서 병행수입에 대해서 “일정한 제한이 있는” 개방의 태도를 취할 필요가 있다고 주장했다.

현재 중국의 학계 및 업계에서는 병행수입에 대해서 개방적인 태도를 갖는 것이 추세이다. 그러나 중국의 실제 상황을 고려해서 병행수입을 반대하는 의견이 없는 것이 아니다. 萬政偉(2003)는 병행수입의 4가지 부정적 영향을 제시했다.

첫째, 현 단계에서 중국기업의 가장 큰 경쟁력은 가격경쟁력이다. 값이 싼 외국상품이 병행수입으로 중국 국내로 들어오는 경우에는 국내기업에 압력을 주고 국내기업의 성장에 불리하다.

둘째, 일반적으로 국내의 공식 수입업자가 병행수입 상품을 구매하는 소비자에게 A/S를 제공하지 않는다. 소비자들이 이를 이해하지 못한다면 공식 수입업자의 상업적 신용과 명예(goodwills)는 피해를 받을 수 있다.

셋째, 공식 수입업자는 일반적으로 판매량을 자극하기 위해서 마케팅활동을 펼치지만 병행 수입업자는 이런 활동을 하지 않는다. 그러나 마케팅활동의 효과는 공식 수입상품 뿐만 아니라 병행수입 상품까지 영향을 미칠 수 있으므로 공평하지 않고, 병행 수입업자가 무임승차(free rider)가 될 수 있다.

넷째, 일반적으로 지식재산권자가 공식 수입업자 간에 일정지역에서의 독점판매권의 합의가 있다. 만약 병행수입이 합법화된다면 독점판매권의 의미가 상실되고 수입업자의 합법적 권익이 보호를 받지 못하게 된다.

중국 브랜드상품 병행수입에 대한 선행연구를 검토한 결과로 대부분 학자들은 병행수입에 대해서 긍정적인 태도를 갖는다. 그러나 중국은 브랜드상품 병행수입의 한계가 어

디자인에 대한 법률이 없다는 것도 사실이다. 그러므로 중국의 브랜드상품 병행수입문제를 연구하려면 법률조항 연구보다 사례연구가 필요하다.

Ⅲ. 병행수입 관련 중국 판례⁸⁾

중국이 성문법 국가로서 원칙적으로 모든 중국법원의 판결은 법률조항의 근거가 있어야 한다. 그러나 브랜드상품 병행수입에 대한 법률 조항이 없으므로 소송이 있을 때 해당 판사가 자신의 판단에 의해서 판결을 내릴 수밖에 없다. 본 장에서는 대표적인 판례를 통해서 중국법원이 브랜드상품의 병행수입에 대한 태도를 살펴해보도록 한다.

1. “利華” 사례⁹⁾

최초의 병행수입 상품이 언제부터 중국시장에 진입됐는지를 알 수 없으나, 중국 최초의 병행수입으로 인한 소송사건은 1999년의 “利華” 사례이다.

上海利華는 네덜란드 Unilever사 상품의 중국지역에서 독점판매사이다. 上海利華는 Unilever사의 허가를 받아 1997년에 중국 관련기관에 “LUX”상표를 등록하고 언론을 통해서 이 사실을 홍보했다. 1999년 5월에 上海利華는 廣東省 廣州市의 J무역회사가 태국으로부터 대량의 “LUX”비누를 수입했음을 발견하고 하역항 佛山市의 세관에 신고했다.

세관은 「中華人民共和國知識產權海關保護條例」¹⁰⁾와 「中華人民共和國海關保護的實施辦法」에 의해서 J사가 수입한 “LUX”비누를 압수했다. 그러나 條例와 辦法은 지식재산권을 침해하는 상품의 수출입금지와 그의 법적 처리절차만 규정됐고, 어떤 상품은 지식재산권을 침해하는 상품인지에 대해서는 언급이 없다. 그러므로 J사가 수입한 상품이 지식재산권을 침해하는 상품임은 해당 세관의 판단이다.

1997년 7월에 上海利華는 J사를 대상으로 廣州市中級人民法院에 소송을 제기했다. 법원은 안건을 심사한 후 원고가 이미 언론을 통해서 자사가 “LUX”상품의 독점판매권을 취득했음을 홍보했으므로 피고가 이 사실을 모를 수 없다고 판단했다. 결국은 피고의 행위는 원고의 상표권을 침해했다는 판결을 내렸다.

8) 중국 판례는 中國四川省自貢市中級人民法院 民事審判3庭 鄭軼法官의 도움으로 수집정리된 것으로 鄭軼法官에게 감사의 뜻을 전한다.

9) 廣東省廣州市中級人民法院 (1999)穗中民終字第00852號.

10) 條例 第3條: 國家禁止侵犯知識產權的貨物進出口(국가가 지적재산권을 침해하는 상품의 수출입을 금지한다).

법원은 이런 판결을 내린 법적 근거는 상표법¹¹⁾ 제38조에 의해서 같거나 비슷한 상품에게다 지식재산권자의 동의 없이 같거나 비슷한 상표를 붙이는 행위는 지식재산권을 침해하는 행위로 본다. 피고는 자사의 행위는 지식재산권을 침해하는 행위라 아니라 병행수입행위라고 항변했는데, 판결문을 보면 법원은 “피고의 수입행위는 Unilever사 혹은 Unilever사의 동의를 받은 자의 동의를 받은 후 진행됐음을 증명하지 못했다”는 이유로 피고의 항변을 기각했다. “利華”사례의 판결이 나온 후에 학계에서 어떤 행위는 병행수입으로 간주될 수 있는지에 대한 논의가 진행됐다. 법원의 판결에 질의하는 학자도 있었다. 王佳(2001)는 법원이 병행수입의 정의를 잘못 이해했다고 지적했다. 그의 주장에 따르면 현재 국제무역이 발전하는 외부환경 하에서 많은 상품은 최종소비자가 구매하기 전에 이미 몇 차례 거래됐으므로 병행 수입업자도 최초의 지식재산권자의 수입허가를 받지 못하는 경우 많다. 그러므로 병행 수입업자는 수입행위는 지식재산권자의 동의를 받았음을 증명할 필요가 없고, 단지 위·모조품이 아님을 증명하면 된다는 것이다.

“利華”사례를 통해서 2가지를 알 수 있다. 첫째, 관련 법조항이 없으므로 브랜드상품의 병행수입이 지식재산권을 침해했는지에 대해서는 심리하는 판사가 조리(條理)에 따라서 주관적으로 판단한다는 점이다.

둘째, “利華”사례 이전에 중국에서 병행수입거래가 있었을 수도 있지만 관련 소송이 없으니 법원 판사도 병행수입에 대해서 참조할 선행 판례가 없어서 익숙하지 않았다. 그래서 “利華”사례의 판결은 쟁점이 있는 판결이라고 할 수 있다.

2. “AN'GE”사례¹²⁾

프랑스의 의류회사인 AN'GE사는 2000년 중국무역회사인 北京法華毅霖사와 계약하여 AN'GE 의류 중국 北京, 山西, 重慶, 浙江, 四川, 黑龍江, 福建, 天津, 昆明 지역의 독점판매권을 北京法華毅霖사에 부여했다. 양 당사자의 계약에 의해서 AN'GE 본사를 비롯한 어떤 회사도 이상 지역에서 AN'GE의류를 판매할 수 없다. 계약을 체결한 후 AN'GE사는 중국지역에서 다른 회사와 계약한 적이 없었다. 그러나 2001년부터 北京世紀恒遠사는 홍콩에서 AN'GE의류의 홍콩지역 판매권을 갖는 香港瑞金사에서 AN'GE의류를 수입하여 重慶의 백화점에서 매장을 열어 판매했다. 이를 발견한 北京法華毅霖사는 北京世紀恒遠사와 백화점을 대상으로 불공정거래의 행위가 존재하는 이유로 소송을 제기했다. 北京世紀

11) “利華”사례 심리했을 때의 상표법은 상표법 1993년 버전이다.

12) 北京市朝陽區人民法院 (2007)朝民初字第14021號.

恒遠사는 北京法華毅霖사와 AN'GE사 간의 계약을 인정하나 계약이 자사를 비롯한 제3자에게 구속력이 없다고 주장했고, 백화점은 단지 매장만 임대하는 역할로서 北京世紀恒遠사의 행위에 대해서 책임이 없다고 주장했다.

1심 법원은 원고의 청구를 기각했다. 법원의 판결문에 의해서 北京法華毅霖사의 독점판매권은 AN'GE의류를 구매자(최종소비자, 도매상, 소매상)가 다른 회사를 통해서 AN'GE의류를 합법적으로 구입하는 행위를 구속할 수 없다. 그리고 北京世紀恒遠사가 판매하는 AN'GE의류는 정품이므로 불공정거래행위로 간주될 수 없다고 판결했다.

“AN'GE”사례가 “利華”사례에 비해서 가장 큰 차이점은 원고가 상표권침해의 이유로 소송을 제기하지 않고, 불공정거래의 이유로 제기했다는 점이다. “AN'GE”사례에서 얻을 수 있는 시사점은 병행수입이 불공정거래행위가 아니라는 것이다. 「中華人民共和國反不正當競爭法」 제5조 제3항¹³⁾에 의해서 소비자가 어떤 상품을 다른 상품으로 잘못 인식하게 하는 행위는 불공정거래행위로 보지만 “AN'GE”사례에서 피고가 판매하는 상품은 “AN'GE”사가 생산한 정품이므로 이에 해당되지 않는다. 그리고 동법의 제6조¹⁴⁾에 의해서 독점판매권을 취득한 기업이더라도 구매자(최종소비자, 도매상, 소매상)가 자사만을 통해서 해당상품을 구매하게 할 수 없다.

“AN'GE”사례를 통해서 알 수 있는 것은 병행수입은 불공정거래행위가 아니라는 것이지만, 병행수입은 완전히 합법한 것인지 알 수 없고 아직도 “회색지대”이다(郭麗華, 2002). 특히 「反不正當競爭法」과 「商標法」 상 모순이 있다. 「反不正當競爭法」 제6조에 의하면 독점판매권은 실질적으로 의미가 없는 것이지만 「商標法」¹⁵⁾에 의해서 상표의 독점판매권을 침해하는 행위는 상표권을 침해하는 행위로 본다. 그러므로 중국법에 의해서 병행수입은 합법인지 아직도 명확하지 않다.

3. “MICHELIN” 사례¹⁶⁾

談國強, 歐燦 부부는 湖南省 長沙市에서 자동차 부속품 가게를 운영했다. 그들은 MICHELIN의 중국지사를 거치지 않고, MICHELIN의 일본지사가 생산한 타이어를 수입하

13) 「中華人民共和國反不正當競爭法」 第5條: 經營者不得采用下列不正當手段從事市場交易, 損害競爭對手: (三) 擅自使用他人的企業名或者姓名, 引人誤認是他人的商品(구매자가 자사 상품을 타사 상품으로 잘못 인식하게끔 하기 위해서 타 기업명 혹은 성명을 동의 없이 사용하면 안 된다).

14) 同法 第6條: 公用企業或者其他依法具有獨占地位的經營者, 不得限定他人購買其指定的經營者的商品, 以排擠其他經營者的公平競爭(독점판매권을 취득한 자는 구매자가 한정된 경영자에게서 상품을 구입하게끔 하면 안 된다).

15) 상표법 2001년 버전 제52조; 2013년 버전 제57조.

16) 湖南省長沙市中級人民法院 (2009)長中民三初字第0073號.

여 판매했다. 2009년에 MICHELIN사는 談國強, 歐燦부부의 가게에서 타이어를 구입했고, 이를 검사한 후 MICHELIN의 일본지사가 생산한 정품임을 인정했음에도 불구하고 談國強, 歐燦부부를 대상으로 소송을 제기했다.

MICHELIN사는 談國強, 歐燦부부의 행위가 자사의 상표권을 침해하는 행위라고 주장했지만 談國強, 歐燦부부는 판매하는 타이어는 MICHELIN의 일본지사가 생산한 정품이므로 상표권 침해행위가 아니라고 항변했다.

법원은 원고가 제시한 타이어를 검사한 후 다음 결과를 얻었다. 첫째, 피고가 판매하는 타이어는 MICHELIN의 일본지사가 생산한 정품 타이어이다. 둘째, 중국 國家監督檢驗檢疫總局과 國家認可監督管理委員會가 공포한 「強制性產品認證管理規定(3C認證)」에 의하면 중국에서 합법적으로 판매하는 모든 타이어가 안전검사를 받은 후에 타이어에 3C마크를 찍어야 하는데, 談國強, 歐燦부부가 판매하는 타이어는 3C마크가 없다. 양 당사자가 법원의 이 2가지 검사결과에 대해서 이의가 없다. 이 안전에서 가장 큰 쟁점은 해외에서 합법적으로 생산된 상품은 불법적으로 중국에 반입된 이후 해당 기업의 상표권을 침해하는지는 것이다.

長沙市中級人民法院은 피고의 행위가 상표권 침해행위로 판결을 내렸다. 판결문에서 법원이 내세운 근거는 다음과 같다. 중국과 일본의 타이어에 대한 검사기준이 다르기 때문에 일본의 안전기준에 부합하지만 중국의 안전기준에 부합한지 알 수 없다.¹⁷⁾ 만약 중국 소비자가 이런 타이어를 사용함으로써 사고를 일으킨다면 MICHELIN사의 상업적 명예(goodwills)에 부정적인 영향이 초래될 수 있다. 법원은 이를 근거로 피고가 상표권을 침해했다고 판결했다.

이 안전을 통해서 병행 수입업자가 얻을 수 있는 시사점은 다음과 같다. 첫째, 병행수입을 할 때 해당 상품이 국내외 품질차이¹⁸⁾가 있는지를 확인해야 한다. 만약 분명한 품질차이가 있다면 수입된 물품은 시장에 투입되기 전에 중국의 해당검사를 받고 인정을 받아야 한다. “MICHELIN”사례에서 피고가 일본과 중국 간의 타이어 검사기준의 차이를 무시하고 중국의 기준에 의해서 취득해야 하는 3C마크를 취득하기 전에 상품을 시장에 투입했기 때문에 상표권침해행위가 구성된다.

둘째, 병행수입 상품은 공식적인 통관절차를 거쳐야 한다. “MICHELIN”사례에서 피고가 판매한 타이어는 공식적 통관절차를 거치지 않고 들어왔기 때문에 MICHELIN의 일본지사가 생산한 정품 타이어이더라도 법적으로 정품으로 인정되지 않는다. “MICHELIN”사례를 통해서 알 수 있는 것은 중국법에 의해서 불법적으로 반입된 물품은 비록 정품이

17) 실제로 일본의 안전기준이 중국보다 더 엄격하더라도 법적으로는 이를 인정하지 않는다.

18) 여기서 말하는 품질차이는 상품의 물질적 품질차이뿐만 아니라 수출국과 중국 간의 품질 검사기준의 차이도 포함된다.

더라도 이의 거래행위는 합법적 병행수입행위로 간주될 수 없다는 것이다.

IV. 병행수입 관련 중국 판례의 시사점

1. 중국판례에서의 시사점

1999년 “利華”사례 이후 병행수입으로 인한 소송은 점점 많아지고 있다. 본 연구에서 살펴본 “利華”사례, “AN’GE”사례, “MICHELIN”사례는 중국 법조계와 실무계에서 매우 대표적인 사례이다.

이 3가지 사례를 통해서 중국에서 병행수입상품을 합법적으로 거래하기 위해서 구비해야 하는 조건을 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 수입된 상품은 지식재산권자 혹은 그의 동의를 받은 자가 생산한 정품이어야 하며, 병행 수입업자는 이를 증명할 수 있어야 한다. “利華”사례에서 피고는 태국에서 “LUX”비누를 수입했는데 이는 수입된 비누는 Unilever사 혹은 그의 동의를 받은 자에게서 나왔음을 증명하지 어렵더라도 적어도 비누는 Unilever사 혹은 그의 동의를 받은 자가 생산한 정품임을 증명해야 한다.

둘째, 병행수입도 공식 수입절차를 거쳐야 한다. “MICHELIN”사례에서 談國江, 歐燦부가 판매하는 타이어가 공식 수입절차를 거치지 않고 반입된 것이기 때문에 그 자체는 중국에서 불법상품이며, 합법적 병행수입상품으로 볼 수 없다.

셋째, 병행수입으로 반입되는 상품은 중국과 그의 수출국에서 같은 품질이어야 한다. 그렇지 않다면 병행수입상품의 품질문제로 인해서 분쟁이 발생한 후에 해당 상품은 중국지사의 상업적 신용과 명예를 훼손시킴으로써 이런 수입행위는 상표법에 의해서 상표권을 침해하는 행위로 본다.

넷째, 병행수입상품은 중국법에 의해서 특정한 인정을 받아야 거래될 수 있다면 상품이 병행수입으로 들어온 후 해당기관의 검사를 받고 인증을 받아야 한다. 그렇지 않다면 인증이 없는 상품을 판매함으로써 소비자권익을 침해하는 행위와 대상 지식재산권자의 상표권을 침해하는 행위로 본다.

2. 입법적·실무적 시사점

중국경제가 세계무역에서 차지하는 비중이 커짐에 따라서 중국에 병행수입으로 들어오는 브랜드상품도 기하급수적으로 늘어나고 있다. 그러나 병행수입과 관련한 법률이 구비돼 있지 못하기 때문에 병행수입을 어디까지 인정해야 할 것인지에 대한 논의가 계속되고 있다.

법률의 흠결 때문에 학자들은 판례를 통해서 중국의 병행수입의 한계를 추정하고 있는데 분명한 것은 중국이 성문법국가라는 점이다. 따라서 이전의 판례가 다음 소송의 판결을 구속할 수는 없다.¹⁹⁾ 특히 병행수입사례에서 보듯이 판사들은 자유재량에 의해서 판결하는 경우가 많기 때문에 판례연구를 통해서 병행수입의 한계를 추정하기 어렵다.

병행수입은 국제무역의 발달로 인해서 많이 증가하고 있고, 앞으로 더 증가할 것으로 보인다. 병행수입거래의 안정과 해당 당사자의 합법적 권익을 보호하는 목적으로 병행수입이 중국의 경제발전에도 영향을 고려해야 한다. 병행수입 때문에 중국내의 브랜드상품 가격이 인하될 것으로 예상된다. 그러므로 소비량의 상승을 자극함으로써 중국의 소비자잉여가 증가하는데 좋은 점인 반면에, 공급자의 입장에서 볼 때 가격인하로 생산량이 감소하고, 특히 만약 중국지역에서 공식으로 판매되는 상품은 중국에서 생산되는 경우 생산의 대폭 하락으로 인해서 경제성장의 둔화시킬 수 있다는 단점이다. 이런 장단점을 종합적으로 분석한 후 병행수입에 대해서 장려할 것인지, 차단할 것인지를 결정해야 할 것이다.

둘째, 각 당사자 이해 간의 균형을 잡아야 한다. 정부의 행정목표는 전체 사회구성원의 이익이 공평하게 보호를 받는다는 것이다. 그러므로 어느 일방의 이익만을 고려해서는 안 되기 때문에 소비자와 병행 수입업자의 입장에서 볼 때 병행수입은 좋은데, 정부로서 공식 수입업자 혹은 독점판매권자의 이익을 완전히 무시하면 안 된다.

셋째, 자유경쟁의 질서를 유지해야 한다. 지식재산권의 보호는 이노베이션을 자극하는 것이지만 과도한 보호는 시장의 경쟁을 약화시키는 것이다. 그러므로 지식재산권자가 자신의 권리를 이용해서 타당한 정도의 이익을 추구할 때 보호를 받아야 하나 지식재산권을 이용해서 독점시장구조를 추구할 때 병행수입을 통해서 이런 행위를 차단할 필요가 있다.

위와 같은 시사점을 고려하여 중국의 병행수입에 관한 입법에 대해서 다음과 같이 권의한다. 첫째, 병행수입의 장점을 고려하여 다음의 경우에 병행수입에 대해서 개방적인

19) 最高人民法院은 해마다 모범판례를 모아서 공포하고 있다. 最高人民法院이 공포한 판례는 다음 소송 판결 시의 근거가 될 수 있으나, 현재 중국학자들이 주요 연구하고 있는 병행수입 대표적 판례는 모범판례로 수록되지 않기 때문에 이들 판례는 법조항 같이 쓸 수 없다.

태도를 가질 필요가 있다. ① 국내의 상표권자와 해외의 상표권자가 동일한 회사인 경우, 병행수입은 독점행위를 제약할 수 있다. ② 국내의 상표권자가 독점판매권자인 경우에도 독점을 제약할 수 있다. 하지만 이 경우에는 상표법의 개정이 요구된다.

둘째, 다음과 같은 경우엔 병행수입을 제약할 필요가 있다. ① 국내외 같은 상표의 상품임에도 불구하고 큰 품질차이가 있는 경우이다. 이 때 병행수입은 소비자의 선택을 혼란시킬 수 있으므로 금지해야 한다. ② 병행수입상품임을 소비자에게 명확히 밝힐 필요가 있다. 그렇지 않는 경우 금지해야 한다. 국내외 상품품질이 같더라도 A/S, 부가서비스 등 면에서 볼 때 차이가 있으니 소비자를 보호하는 방향으로 병행수입상품은 병행수입상품임을 밝혀야 한다. ③ 만약 국내의 상표권자가 많은 마케팅활동을 하는 경우, 병행수입을 어느 정도 제약할 필요가 있다. 병행 수입업자가 무료로 상표권자의 상업적 신용과 명예(goodwills)를 이용하는 경우 불공정한 경쟁행위로 볼 수 있다.

일부 명품(브랜드)상품의 중국지역 가격은 여러 가지 이유 때문에 해외 선진국의 가격에 비해서 터무니없이 높은 편이다. 그렇기 때문에 병행수입의 공간이 생기게 마련이다. 현실적으로도 중국의 병행수입에 대한 소송사건이 점점 많아지고 있다. 이를 해결하기 위한 근본적인 해법은 병행수입의 장점과 단점을 종합적으로 고려하면서 빠른 시간 내에 입법할 필요가 있다.

V. 결론

본 연구는 병행수입 관련 이론 및 당사자 사이의 이해관계를 밝히고 중국의 병행수입과 관련한 대표적인 판례를 살펴서 중국에서 병행 수입업자로서 합법적인 병행수입거래를 하기 위해서 구비되어야 하는 요건을 요약했다.

중국의 병행수입의 법적 문제점을 다음과 같다. 첫째, 중국은 브랜드상품의 병행수입을 규정하는 법이 없다. 특허법의 역할을 하는 「專利法」에 의해서 특허상품에 대해서 중국은 국제소진이론을 채택하고 있으나, 브랜드상품의 병행수입에 대해서 「商標法」상 명확한 언급이 없다. 따라서 병행수입은 법적 근거가 없는 회색지대가 된다. “MICHELIN” 사례에서 피고가 불법적으로 일본산 타이어를 중국으로 반입하고, 필요한 인증마크를 취득하지 않으면서 상품을 판매했음으로써 상표권침해행위로 처벌을 받았으나, 만약 공식 통관철차를 거치고, 필요한 인증마크를 모두 취득했다면 판결결과가 어떻게 달라지는가에 대해서 「商標法」에 의해서 알 수 없다.

둘째, 서로 다른 법률 사이의 모순이 존재한다. 「反不正當競爭法」에 의해서 어떤 브랜드상품의 독점판매권을 취득하는 기업도 소비자가 자신만을 통해서 해당 상품을 구입하게 할 수 없다. 공식적인 독점판매권자가 2개 이상 있을 수 없으므로 자사가 아닌 다른 회사는 병행 수입업자밖에 없다. 그러나 「商標法」에 의해서 독점판매권을 침해하는 행위도 해당 상표권을 침해하는 행위로 본다. 병행 수입업자와 독점판매권을 취득한 공식 수입업자 사이에 이해가 상충된다. 병행수입은 독점판매권을 침해할 수밖에 없기 때문에 「商標權」에 의해서 금지되어야 한다.

셋째, 판사의 자유재량권이 매우 넓다. 브랜드상품의 병행수입을 규제하는 법률이 없고, 이를 유추 해석할 수 있는 법률 사이에는 모순이 존재하기 때문에 판사는 자유재량권에 의해서 판단할 수밖에 없다. 따라서 같은 사건이 판사에 따라서 서로 다른 결과를 가져올 수 있다. “AN’GE”사례에서 원고가 패소했지만 사실은 원고가 AN’GE사와 합의에 따라서 重慶市 AN’GE의류의 독점판매권은 원고에게 있기 때문에 피고는 분명히 원고의 독점판매권을 침해했다.

결론적으로 일부 명품(브랜드)상품의 중국지역 가격은 여러 가지 이유 때문에 해외 선진국의 가격에 비해서 터무니없이 높은 편이다. 따라서 병행수입의 요구는 높을 수밖에 없다. 현실적으로 늘어나는 중국의 병행수입에 대한 소송사건을 해결하기 위한 근본적인 해법은 병행수입의 장점과 단점을 종합적으로 고려하여 빠른 시간 내에 병행수입에 관한 법률을 제정하는 것이다.

참고문헌

- 계승규(2011), “상표법상 권리소진이론에 관한 일 고찰,” 「법학논총」, 제31권 제3호, pp.7-35.
- 박승락(1996), “竝行輸入과 競爭政策,” 「貿易學會誌」, 제21권 제2호, pp. 225-249.
- 손상기·권순기(2004), “Globalization에 따른 Gray Market의 효율적 시장관리 전략에 관한 국제 비교 연구,” 「貿易學會誌」, 제29권 제4호, pp.99-126.
- 황의청·조현숙(2014), “한국과 중국의 병행수입제도에 관한 비교연구: 지식재산권을 중심으로,” 「통상정보연구」, 제16권 제4호, pp.79-102.
- Frynas, J. G., and K. Mellahi(2005), *Global Strategic Management*, Second Edition, Oxford University Press, pp.243-244.
- 郭麗華(2002), “試析商標平行進口,” 「財經理論與實踐」 第23期 第3號, pp.124-127.
- 賈玉玲(1993), “十七種產品國內外價格比較,” 「價格理論與實踐」 第9基, pp.59-62.
- 劉耿(2015), “我國平行進口中的商標權保護問題探討,” 「江蘇科技信息」 第32期, pp.37-38.
- 李明德(2002), “美國商標法中的平行進口,” 「中華商標」 第7期, pp.18-20.
- 馬樂(2011), 「國際知識產權貿易中平行進口法律規制研究」, 法律出版社.
- 譚紅·吳韶艷(2004a), “論我國對商標平行進口規制的完善,” 「貴州警官職業學院學報」, pp. 33-43.
- 譚紅·吳韶艷(2004b), “從立法的角度看我國對商標平行進口規制的完善,” 「新蜀師範高等專科學校學報」 第18卷 第3號, pp.22-24.
- 王超·趙其一·陳佳聲(2003), “論商標平行進口問題對我國國際貿易的景響,” 「商業研究」 總第266期, pp.119-121.
- 王佳(2011), “商標法對平行進口的限制,” 「華東政法學院學報」 第5期, pp.34-37.
- 嚴桂珍(2009), 「平行進口法律規制研究」, 北京大學出版社.
- 尹林鋒(2012), 「平行進口知識產權法律規制研究」, 知識財產出版社.
- 鄭成思(1994), “Trips與中國的知識產權研究,” 「法律科學: 西北政法學院學報」 第6期, pp. 8-14.
- 張力偉(2008), “淺析商標權平行進口制度的完善,” 「法制與社會」 第1期(上), p.123.

A Study on the Chinese Parallel Import System: Focused on Law Cases in China

Ling-Ke Zhou
Kwang-So Park

• Abstract •

The problems of parallel import in China have been becoming hot issues day by day, because the brand name goods' price in China is much higher than in other developed countries. This study researched the parallel import's basic theories and law cases, and analyzed the legal matters of Chinese parallel import system. First of all, China hasn't any law on parallel import so far. So the court judges determined the law cases based on 「patent law」, 「trademark law」 or 「anti-unfair competition law」. Therefore even in the same case, there might be different decisions according to judges or applied laws. This study handled three different law cases on the parallel import. We found some problems of Chinese parallel import system, so our conclusion is that to solve those kinds of problems, China should legislate the new parallel import law as soon as possible.

〈Key Words〉 Chinese Parallel Import System, Brand name goods, Infringement of trademark rights