Санкт-Петербургский государственный университет

***ЛИ Шаньлинь***

**Выпускная квалификационная работа**

**«Имплементация международно-правовых актов по охране товарных знаков в Китайской Народной Республике и Российской Федерации»**

Уровень образования: магистратура

Направление 40.04.01 «*Юриспруденция*»

Основная образовательная программа ВМ.5815 «*Международное частное право*»

Научный руководитель:

Доцент кафедры международного права,

кандидат юридических наук

Карандашов Иннокентий Игоревич

Санкт-Петербург

2023 г.

**Содержание**

[Введение 3](#_Toc135320240)

[Глава 1. Товарный знак как объект правовой охраны. 6](#_Toc135320241)

[§1.1. Понятие товарного знака 6](#_Toc135320242)

[§1.2. Функции товарных знаков 10](#_Toc135320243)

[§1.3. Виды знаков 13](#_Toc135320244)

[§1.4. Системы международной правовой охраны товарных знаков 18](#_Toc135320245)

[Глава 2. Международные договоры в сфере охраны товарных знаков и их имплементация в праве Китая и России 23](#_Toc135320246)

[§2.1. Парижская конвенция по охране промышленной собственности 23](#_Toc135320247)

[§2.1.1. Применение судами Китая Парижской конвенции 32](#_Toc135320248)

[§2.3. Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков и Протокол к нему 35](#_Toc135320249)

[§2.3.1. Имплементация Мадридского соглашения в Китае 35](#_Toc135320250)

[§2.3.2. Имплементация Мадридского соглашения в СССР и Российской Федерации 42](#_Toc135320251)

[§2.4. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) 47](#_Toc135320252)

[§2.4.1. Имплементация Соглашения ТРИПС в Китае 47](#_Toc135320253)

[§2.4.2. Имплементация Соглашения ТРИПС в России 52](#_Toc135320254)

[§ 2.5. Двусторонние соглашения, затрагивающие вопросы охраны товарных знаков 56](#_Toc135320255)

[Глава 3. Сравнительный анализ правовой охраны товарных знаков в России и Китае 61](#_Toc135320256)

[§3.1. Вопросы охраны отдельных видов товарных знаков (общеизвестный товарный знак, коллективный товарный знак, товарный знак в составе доменного имени, нетрадиционные товарные знаки) 61](#_Toc135320257)

[§3.2. Правовая ответственность за незаконное использование товарного знака 70](#_Toc135320258)

[Заключение 73](#_Toc135320259)

[Список использованной литературы 76](#_Toc135320260)

# **Введение**

Товарные знаки выступают интеллектуальным продуктом, использование, признание которого непосредственно влияет на будущее экономики страны. На сегодня разработано немало международных договоров, актов международных организаций по их охране, причем количество таких источников имеет тенденцию к росту, а круг регулируемых ими отношений – к расширению.

Происхождение товарных знаков можно проследить с древних времен, когда ремесленники печатали надписи или “знаки” на своих изделиях. С годами эти знаки превратились в современную систему регистрации и защиты товарных знаков. Поскольку страны постепенно начали осознавать ценность, которую несет в себе товарный знак в международной торговле, они осознали и необходимость в едином регулировании, дабы обеспечить правовую определенность в их охране за рубежом. Поэтому на международном уровне вопрос охраны товарных знаков начал регулироваться еще в 19 веке. Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 года заложила фундаментальные начала в регулировании этого вопроса. Последующие международные договоры без исключений опираются на нее, привнося новизну в регулирование охраны товарных знаков. Усложнение международно-правового регулирования в этой области порождает проблему его имплементации.

Целью настоящей работы является выяснение состояния национального законодательства Китая и России по охране товарных знаков на предмет того, как в Китае и России имплементированы нормы международных договоров по охране товарных знаков, насколько их законодательство соответствуют требованиям международных договоров, заключенных этими странами, а также сходства и различия в подходах законодателей двух государств по их имплементации.

Для достижения поставленной цели мы ставим перед собой следующие задачи: 1) проанализировать историю создания законодательства Китая и России по охране товарных знаков; 2) исследовать утратившие силу и действующие нормативно-правовые и ненормативные правовые акты, связанные с нашей темой; 3) провести исследование практики правоприменения соответствующих положений международных договоров и актов в судебной практике Китая и России.

Актуальность работы продиктована необходимостью адаптироваться к новым глобальным условиям (возможностям и потребностям) охраны результатов интеллектуальной собственности, одним из которых являются товарные знаки, тогда как международно правовая система и национально-правовые системы (российская и китайская система) еще не успели претворить в жизнь идеи из прошлого столетия. В связи с этим существует необходимость в тщательном рассмотрении последствий восприятия норм международного права национальным законодательством России и Китая и их влияния на национальные системы охраны товарных знаков.

Методологическую основу исследования составили исторический, сравнительно-правовой, системно-структурный анализ, позволившие  глубже познать сущность и особенности национальных систем, международной и национальной систем охраны товарных знаков, взаимосвязи между ними. Выявить правовые явления и закономерности по адаптации национальных систем Китая и России к стандартам международных договоров и потребностям рынков.

Теоретическую основу исследования составили труды известных ученых, а также деятелей Китая и России, участвовавших в законодательной деятельности в области изучения вопросов охраны товарных знаков и имплементации международных договоров по охране товарных знаков: В.Ф.Яковлева, А.Л.Маковского, В.М.Шумилова, Е. А.Павловой, Ян Цзяньфэн, Чжан Найгэн и другие.

Исследование проведено по материалам судебной практики, законодательства Китая и России, международных договоров, направленные на охрану товарных знаков:Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г., Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности 1994г., Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891г. и Протокол к этому Соглашению 1989 г. и дополнительных документов по их разъяснению (Руководство к международной регистрации знаков в соответствии с Мадридским соглашением и Мадридским протоколом, Общая инструкция, Административная инструкция  по применению Мадридского соглашения о международной регистрации знаков и Протокола к нему), а также других актов международных организаций, как решений Ассамблеи Мадридского союза, Совместной рекомендации в отношение охраны общеизвестных товарных знаков, разработанной в рамках Всемирной организации интеллектуальной собственности.

# **Глава 1. Товарный знак как объект правовой охраны.**

# **§1.1. Понятие товарного знака**

1.1.1. История становления понятия товарного знака

Хотя история использования знаков человеком насчитывает тысячи лет, история того, как знаки стали товарными знаками, собственностью и были защищены законом, относительно коротка. В ранних обществах, где товарный оборот не преодолевал географических ограничений, производительность не могла достичь массового производства, а ведущим фактором была сельскохозяйственная экономика, покупатель и продавец заключали сделки без посреднического вмешательства. Символы, прикрепленные к физическим товарам, были частью творческого искусства, с их помощью ремесленники и продавцы выражали определенные душевные чувства. Постепенно знаки на товарах стали играть роль идентификации производителя. Когда качество товара начали связывать с репутацией производителя, знаки приобрели юридическое значение. Но только в капиталистический период права на товарные знаки как разновидность права частной собственности начали признаваться и охраняться законом в рамках специально сформированной системы правовой защиты[[1]](#footnote-1).

Из-за скачка производительности и научно-технического прогресса, особенно революции в области транспорта, стало возможным перемещать товары на большие расстояния. Когда производители товаров не могут наладить прямую связь с потребителями, вопрос о том, чем замещать прямой контакт доверия при расширении торговых операций, стал приоритетным. Когда товар продается вне места производства, на удаленном рынке, производителю нужен определенный носитель, чтобы указать источник продаваемого товара.

Сегодня, в условиях глобальной и тесной экономической взаимосвязи государств, миру еще не представлена целостная система охраны товарных знаков. С моей стороны, первой причиной является разночтения в понимании того, что есть товарный знак.

1.1.2 Определения понятия товарного знака.

Начнем с того, что товарный знак могут называть по-разному. В зависимости от того, кем знак налагается на товар, промышленником при выпуске продукта или торговцем при переходе товара через его руки, его могут назвать “фабричным клеймом” или “торговым клеймом”[[2]](#footnote-2). В зависимости от способа индивидуализации они носят различные названия: тавро, пломба, печать, девиз, метка, этикетка, виньетка, капсюль[[3]](#footnote-3).Также синонимичными являются понятия “торговая марка”, “логотип” и “бренд”. Но с моей стороны, даже на бытовом уровне отождествление “бренда” с “товарным знаком” является ошибочным. Дело в том, что бренд, в его современном понимании, это не только и не столько “название или логотип продукта, определяющие его уникальные качества и отличающие от других продуктов”[[4]](#footnote-4), сколько продуманный и детально сформированный специалистами по рекламе образ, обладающий определенным набором качеств, отпечатавшийся в потребительском сознании и вызывающий позитивные ассоциации[[5]](#footnote-5).

Применительно к содержательной части понятия “товарных знак”, его возможно понимать по-разному ввиду выполняемых им ролей. Его возможно рассматривать как нематериальный актив компании, который имеет определенную стоимость, подлежит оценке и находится на балансе компании[[6]](#footnote-6). Что касается его нормативных определений, обратимся к анализу национально-правовых актов.

В соответствии с п. 1 ст. 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), «на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак».

Согласно ст.8 Закона «О товарных знаках» Китайской народной республики (далее – Закон КНР «О товарных знаках»), любые обозначения, включая слова, графики, буквы, цифры, трехмерные символы, цветовые комбинации, звук или любую их комбинацию, которые позволяют отличить товары физического лица, юридического лица или других организаций от товаров других лиц могут быть поданы на регистрацию в качестве товарных знаков.

Эти два нормативных положения указывают на первую проблему, которая заключается в том, какое место имеет процедура регистрации в появлении товарного знака. Иными словами, существует ли товарный знак без государственной регистрации.

Как известно, процедура регистрации товарного знака получила распространение во всех государствах мира. Эта практика привела к тому, что с товарными знаками ассоциируют их регистрацию. Но насколько правильно вписать эту процедуру в составляющую часть понятия товарного знака? С одной стороны, такая ассоциация объясняемая. Как и во многих государствах при первоначальной законотворческой деятельности в области регулирования оборота интеллектуальной собственности, в закон КНР «О товарных знаках» изначально был внедрен абсолютный принцип регистрации товарных знаков, то есть правовой защите подлежали только зарегистрированные товарные знаки[[7]](#footnote-7). А статья 1477 ГК РФ декларирует, что только свидетельством, полученным в результате регистрации, можно удостоверять право на товарный знак.

С другой стороны, абсолютный принцип регистрации товарных знаков всё же со временем отвергается обществом. После внесения поправок в Закон КНР «О товарных знаках» в 2001 году статья 31 (в настоящее время статья 32 предусматривает, что «недопустима конкурентная предрегистрация товарных знаков, которые использовались другими и имеют определенную сферу влияния»[[8]](#footnote-8). Кроме того, Закон КНР «О товарных знаках» с поправками, внесенными в 2013 году, в пункте 3 статьи 59 предусматривает, что «товарные знаки, которые использовались другими и имеют определенную сферу влияния», могут продолжать условно использоваться даже после регистрации другими лицами. То есть так называемое «право преимущественного использования товарного знака»[[9]](#footnote-9). Тем самым на законодательном уровне расширили диапазон этого понятия, которое стало включать и зарегистрированные и незарегистрированные товарные знаки. И в России, в ст. 1 ранее действующего Закона РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» говорилось о том, что товарный знак и знак обслуживания - обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических или физических лиц. Это показывает, что Китай идет по верному направлению развития данного понятия, проверенному опытом России.

Я считаю, что, во-первых, и китайские и российские законодатели определяли и определяют товарные знаки через виды и выполняемую(-ые) функцию(-ии). Регистрация, которая пришла со временем, лишь помогает товарным знакам в выполнении функции идентификации. Но надо признать тот факт, что именно регистрация сделала товарные знаки индивидуализированными, придала им объективную ценность для рынка, она действительно стала одной из характеристик товарного знака в современном обществе. Поэтому я считаю, что товарный знаки – это статус любого вида обозначений, позволяющих отличить товары физического лица, юридического лица или других организаций от товаров других лиц, который (статус) выражается в наделении особым режимом правовой охраны в соответствии с международными договорами и национально-правовыми актами.

# **§1.2. Функции товарных знаков**

Общеизвестно, что товарный знак является важной частью картины оформления продукта и упаковки. Красиво оформленный, содержательный, оригинальный и отличительный товарный знак может хорошо украсить продукт и украсить упаковку, делая потребителей счастливыми от покупки.

Защита товарного знака препятствует недобросовестным конкурентам, например, контрафакторам, использовать похожие отличительные знаки для сбыта некачественных или иных товаров или услуг. Эта система позволяет квалифицированным и предприимчивым людям производить и продавать товары и услуги на максимально справедливых условиях, способствуя тем самым развитию международной торговли.

Традиционно принято говорить, что товарный знак призван идентифицировать и отличать товары компании от товаров ее конкурентов, побуждая компанию инвестировать в капитал бренда[[10]](#footnote-10). С этим нельзя не согласиться, но и нельзя на этом останавливаться. Но как раз часто встречаются такие краткие определения, как написано на официальном сайте Всемирной организации интеллектуальной собственности: “товарный знак — это знак, призванный проводить различие между товарами и услугами разных предприятий”[[11]](#footnote-11), или “под именем товарного знака следует понимать тот знак, которым торговец стремится отметить внешним образом свои товары для отличия их от однородных товаров других торговцев”[[12]](#footnote-12). Такие подходы к пониманию функции товарных знаков порождают следующие вопросы.

Первый вопрос заключается в выявлении объекта идентификации. Несмотря на то, что товарный знак еякобы представляет собой всего лишь символ, обозначение, но, по сути, он является показателем деловой репутации конкретных юридических и физических лиц. То есть товарный знак может идентифицировать лица.Но при продаже на удаленных от места производства рынках производителю необходим носитель информации для указания происхождения продаваемого товара. В результате товарный знак начал смещаться от "идентификации лиц" к "идентификации вещей".

Второй вопрос состоит в том, для кого идентифицируются товарные знаки, кому должны быть очевидны с первого взгляда различия товарных знаков. Это важно выяснить и закрепить на законодательному уровне. Дело в том, что для специалистов в области товарных знаков не составит большого труда отыскать подлинную информацию о бренде и отличить его продукты, товарные знаки от схожих с ними. В то же время для конкурентов, которые желают воспользоваться большим имиджем уже известного на рынке бренда, также не составит много трудностей зарегистрировать до степени смешения схожий или даже одинаковый знак. Как пример, можно привести спор между пекинской текстильной компанией Cottonfield и японской компанией Ryohin Keikaku из-за товарных знаков “Muji” и “无印良品”[[13]](#footnote-13). Дело заключалось в том, что японский бренд “Muji”, проиграв право на товарные знаки, подал жалобу в Бюро по товарным знакам Китайского национального управления интеллектуальной собственности (далее – Бюро по товарным знакам) против регистрации спорных знаков на ряд товаров из 20, 24, 35 классов по Международной классификации товаров и услуг[[14]](#footnote-14) (далее – МКТУ) в редакции 11.4. Оценив фактические обстоятельства дела, Бюро по товарным знакам в итоге приняло Решение[[15]](#footnote-15) № 0000040020 о разрешении регистрации товарного знака "MUJI", обосновав тем, что типы товаров по МКТУ, на которых используются товарные знаки двух компаний, хотя одинаковы или схожи по функциональному использованию и каналам сбыта и являются аналогичными товарами, оба знака несколько отличаются по составу слов, призыву и общему внешнему виду, поэтому оба знака не являются аналогичными знаками, используемыми на аналогичных товарах, и их сосуществование не должно вызывать путаницу и непонимание у потребителей. Решения государственных органов Китая справедливые, хотя проглядывается некая ожесточенность, напряженность рыночной конкуренции. Этот пример очень наглядно показывает, как выглядят и где находятся «идентифицирующие признаки» в глазах профессионалов. Достаточно изменить комбинацию, расположение слов и зарегистрировать внешне идентичные товарные знаки для других товаров одного и того же класса МКТУ. Если посмотреть на витрины магазинов и продаваемые товары этих двух компаний, то можно сказать, что эти идентифицирующие тонкости незаметны для обычного гражданина. А когда продукт узнается, товарный знак также сохраняется в сознании. Со временем возникает то, что торговцы называют "сильным проникновением", и возникает естественная эквивалентность между товарным знаком и идентифицируемым продуктом. Продавцы начинают активно использовать товарный знак для идентификации и маркетинга своих продуктов или услуг[[16]](#footnote-16). Именно поэтому в вопросе о идентификационной функции я больше склоняюсь к тому, что идентификационное качество товарного знака должно явно выражено для потребителей, а не только для профессионалов в области регистрации товарных знаков. Эту позицию также можно найти в работе Г.Ф. Гревениц из Мюнхенского университета[[17]](#footnote-17).

Однако стоит обратить внимание на то, что на выполнение идентификационной функции товарного знака существенно влияет сам вид товарного знака.

# **§1.3. Виды знаков**

1.3.1 Виды или классификация

Сегодня можно выделить немало видов знаков, используемых для ведения хозяйственной деятельности.

По кругу правообладателей знаки делятся на: индивидуальные (продавцы и производители) и коллективные товарные знаки.

По объекту идентификации делятся на: товарные знаки и знаки обслуживания.

По назначению я бы выделила сертификационный, запасной знаки, знаки градации качества.

Сертификационный знак. Это означает, что он контролируется организацией, которая имеет возможность контролировать определенный товар или услугу, и используется подразделением или лицом, отличным от организации, для своего товара или услуги, чтобы доказать происхождение, сырье, метод производства, качество товара или услуги или другие особые знаки качества, такие как зеленые знаки продуктов питания, знаки натуральной кожи, знаки чистой шерсти, знаки электрика и т. д.

Знак градации качества. Он используется на одном виде товаров с разным качеством, спецификацией и сортом. Некоторые из этих товарных знаков имеют одинаковое название, но разную графику или текстовые шрифты, некоторые имеют одинаковую графику, но отличаются разными цветами, разной бумагой, разной техникой печати или другими знаками для различения качества разных товаров, а некоторые отличаются разными названиями товарных знаков или графикой.

Запасной товарный знак, также известный как складской товарный знак, относится к регистрации нескольких товарных знаков на одни и те же товары или аналогичные товары одновременно или по отдельности, которые не обязательно используются сразу после регистрации, а сначала хранятся, а затем используются по мере необходимости.

По степени популярности, известности можно выделить обычный товарный знак, известный на уровне города (города федерального значения, областного центра и т.д.), на уровне области, края, провинции, общеизвестный в стране и общеизвестный на международное уровне.

Как мы видим, по сравнению с товарами и услугами, которые так или иначе структурированы в МКТУ, на сегодня еще не существует единой классификации всех видов товарных знаков. Причина в том, что товарные знаки не делятся по какому-либо критерию исчерпывающим образом. Кроме того, далеко не все существующие виды востребованы для более упорядоченного нормативного регулирования охраны товарных знаков.

1.3.2 Нормативное регулирование видов товарных знаков

Законодатели Китая и России весьма лояльно расположены по отношению к новым видам товарных знаков. В этом можно убедиться на основе статьи 1482 ГК РФ и статьи 8 Закона КНР «О товарных знаках».

Согласно ст.8 Закона КНР «О товарных знаках», любой знак, отличающий товары физического, юридического лица или другой организации от товаров других лиц, включая слова, графику, буквы, цифры, трехмерные знаки, цветовые сочетания и звуки, а также комбинации этих элементов, может быть подан на регистрацию в качестве товарного знака.

Согласно ст.1482 ГК РФ, в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации. Товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании. Более широкий выбор товарных знаков представлен в Заявке на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака[[18]](#footnote-18) (далее – Заявка на государственную регистрацию товарного знака РФ ). Здесь приведены такие нетрадиционные товарные знаки, как вкусовой, изменяющийся, световой, голографический знаки и т.д. Как видим, перечень открытый.

Однако на практике очень сложно реализовать лояльную политику при регистрации новых, нетрадиционных товарных знаков. Во-первых, несмотря на очень передовую форму Заявки на государственную регистрацию товарного знака РФ, пока не выработаны требования для закрепления их параметров в целях идентификации нетрадиционных товарных знаков.

В отличие от Заявки на государственную регистрацию товарного знака РФ, в Заявке о регистрации товарных знаков Китая (далее – Заявка о регистрации товарных знаков КНР) прослеживается большая сдержанность в регистрации новых видов товарных знаков. По количеству основных запрашиваемых сведений и структуре она больше схожа с формой Заявки о международной регистрации, относящейся к Мадридскому Протоколу[[19]](#footnote-19)(далее – форма ММ2)[[20]](#footnote-20).

Положительная сторона такой сдержанности и простоты по форме состоит в том, что можно детально урегулировать каждый новый вид товарного знака. Например, тут же, в самой Заявке о регистрации товарных знаков КНР, дается маленькое указание для желающих зарегистрировать звуковые товарные знаки: “если заявка на регистрацию товарного знака подается посредством звукового обозначения, то звук, заявленный в качестве товарного знака, должен быть описан в пентатонической или простой партитуре и сопровождаться текстовым описанием; если он не может быть описан в пентатонической или простой партитуре, то используется текстовое описание. Если невозможно описать звук в пентатонической или простой партитуре, описание должно быть словесным. Описание товарного знака и звуковой образец должны быть идентичны”[[21]](#footnote-21).

Для таких традиционных товарных знаков, как словесных, изобразительных и объемных уже разработаны и применяются многие правила. Это и Приказ Роспатента от 31.12.2009 N 197 "Об утверждении Методических рекомендаций по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство", и Руководство по экспертизе товарных знаков в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, разработанное в целях методического обеспечения процесса экспертизы заявок на товарные знаки, проводимой в условиях действия части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. No 230-ФЗ с последующими изменениями и дополнениями, в том числе от 12 марта 2014 г. No 35-ФЗ. Кроме того, для изобразительных товарных знаков даже создана Международная классификация изобразительных товарных знаков, то есть Венская классификация (далее – ВКЛ), созданная Венским соглашением[[22]](#footnote-22) 1973 г. В ней изобразительные товарные знаки получили подробную систематизацию с делением на 29 категорий, 145 групп и примерно 1700 подгрупп. По сравнению с этим, не будет преувеличением назвать нормативное регулирование и классификация нетрадиционных товарных знаков несколько недоработанными.

С одной стороны, отсутствие должных нормативных предписаний объясняется сложностью технического обеспечения и нехваткой специалистов. Но чем сложнее создать товарный знак, чем больше описывающих его показателей, тем лучше он выполняет функцию идентификации и тем самым повышается охраноспособность товарного знака. С другой стороны, эти пробелы как раз говорят о том, что на современном этапе развития экономики достаточно пользоваться традиционными товарными знаками. Излишние нововведения могут привести к появлению новых способов недобросовестной конкуренции и обмана потребителей.

# **§1.4. Системы международной правовой охраны товарных знаков**

Практика показывает, что защита товарных знаков давно вышла на международный уровень. Международная защита товарных знаков прежде всего основывается на международных договорах, которыми учреждается та или иная международная система охраны товарных знаков. Рассуждая о международных системах, следует признать, что помимо Мадридской системы, еще нет другой системы, которая получила бы столь же обширное признание на международном уровне. Тем не менее нельзя отрицать существование других подобных систем. Выделение международной правовой охраны товарных знаков требует выделения системообразующих признаков. Рассмотрим этот вопрос подробнее.

Во-первых, центром, вокруг которого выстраивается система, является международный многосторонний договор, который может быть как универсальным, так и региональным и является основой регулирования системы. К содержанию таких договоров (в данном случае “договор” используется для обозначения родового понятия, охватывающего все виды международных соглашений, независимо от формы, наименования, состава участников) не предъявляется требования наличия в нем революционных новшеств – они могут основываться на ранее действовавших или разработанных договорах, внося частичные изменения в действующий универсальный правовой режим. Эти новшества состоят, как правило, в расширении круга регулируемых правоотношений и учете прогресса в области коммуникационных технологий.

Во-вторых, в самом международном договоре содержатся самоисполнимые унифицированные нормы, готовые для имплементации и адресованные непосредственно пользователям, владельцам товарных знаков. Они не нуждаются в адаптации или трансформации, но, к в отношении такого договора могут иметься инструкции и руководства (например, Руководство к международной регистрации знаков в соответствии с Мадридским соглашением и Мадридским протоколом[[23]](#footnote-23)), в которых дается комментарий и разъяснения по его применению.

В-третьих, нормы, образующие данную систему, должны регулировать некоторые административные моменты. Иными словами, каждая система должна быть обособлена от других собственной картиной административных процедур. Они могут проявляться в сфере действия договора (виды товарных знаков, к которым применяется договор), сроках действия регистрации, сроках, на который можно пролонгировать регистрацию, формах типовых международных бланков, размерах пошлин и сборов.

Наконец, в качестве дополнительного системообразующего фактора следует выделить то, что разработка и принятие договора должны происходить под эгидой международной организации. Самой известной международной организацией в области охраны интеллектуальной собственности является Всемирная организация интеллектуальной собственности. Будучи специализированным учреждением Организации Объединенных Наций, она успешно осуществляет деятельность по развитию сбалансированной международной системы интеллектуальной собственности. Она осуществляет административные функции в отношение 26 международных договоров, включая договор о ее учреждении. . Среди них охране товарных знаков посвящены Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г., Договор о законах по товарным знакам 1994 г., Мадридское соглашение, заключенное в 1891 г., Протокол к Мадридскому соглашению 1989 г., Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков 1957 г., Венское соглашение об учреждении Международной классификации изобразительных элементов знаков 1973 г., Сингапурский договор о законах по товарным знакам 2006 г. Участие международной организации не является обязательным элементом каждого международного договора, однако оно во многом способствует образованию целостной, доступной системы охраны товарных знаков. Роль такой организации заключается в оказании адекватного дополнительного технического содействия, включая техническую, правовую и иную поддержку для укрепления институциональных возможностей стран-участниц по выполнению положений международного договора. Внутри организации образован постоянно действующий орган, который является важным звеном системы и помогает государствам во внедрении положений договора в национальное законодательство и связывает внутригосударственные системы охраны товарных знаков с международной.

Исследование Крылеповой[[24]](#footnote-24), показывает, что «международной экстерриториальной модели правовой охраны товарного знака» присущи следующие признаки: приоритет товарного знака, заранее зарегистрированного по международной системе, необходимость одобрения заявки всеми участниками, на территории которых испрашивается охрана и наличие единых для всех участников международного договора унифицированных норм. С данным взглядом, пожалуй, я соглашусь частично. Международная охрана товарных знаков не сводится только к регистрации, несмотря на ее относительно более заметную эффективность. Терминология «международная экстерриториальная модель правовой охраны товарного знака» по смысловому содержанию имеет больший охват, тогда как перечисленные признаки характерны только для регистрационной системы охраны товарных знаков.

С моей стороны, первые два признака скорее можно назвать лишь последствием создания международных систем регистрации и регистрации в них товарных знаков. Разработанные на сегодня международные договоры образуют 2 системы охраны товарных знаков: институциональная и регистрационная. И эти договоры могут носить системообразующий и системоразвивающий характер. В системообразующих договорах предусматриваются расширение институтов охраны, установление новых стандартов охраны товарных знаков. Примером таковых могут послужить Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883г. и Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности, Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков. Системоразивающих договорах ставится цель способствовать более эффективному исполнению обязательств, вытекающих из системообразующих договоров (Сингапурский договор о законах по товарным знакам 2006.). При этом один международной договор может носит как системообразующий, так и системоразвивающий характер. Исследуемая Крылеповой «международная экстерриториальная модель правовой охраны товарного знака» подразумевает под собой международные системы регистрации товарных знаков, однако охрана не сводится только к регистрации, поэтому предложенные ей признаки нельзя применить институциональным договорам. А подразумевать под международной охраной товарных знаков лишь их регистрацию было бы излишним преувеличением значения регистрации среди иных механизмов обеспечения охраны исключительных прав на товарные знаки.

# **Глава 2. Международные договоры в сфере охраны товарных знаков и их имплементация в праве Китая и России**

# **§2.1. Парижская конвенция по охране промышленной собственности**

Рассматривая Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности 1883 года (далее – Парижская конвенция 1883) с точки зрения предложенных мною 4 признака системообразующего договора, сложно прийти к однозначному выводу о том, выстроена ли система охраны товарных знаков вокруг нее.

Парижская конвенция является первой в мире международной конвенцией по промышленной собственности. В конце девятнадцатого века, с быстрым развитием мировой экономики, все более и более частыми становились международные технические обмены. В целях защиты собственных технологических достижений и обеспечения международной защиты своих патентных прав различные промышленно развитые страны призвали к созданию единой международной патентной системы, которая была подписана одиннадцатью странами на Парижской дипломатической конференции 20 марта 1983 г. Она вступила в силу 6 июля 1884 года, и к ней присоединились 94 страны. Конвенция претерпела шесть пересмотров, последним из которых является Стокгольмский акт 1967 года[[25]](#footnote-25).

Согласно ст. 67.1 Конституции РФ, «Российская Федерация является правопреемником Союза ССР на своей территории, а также правопреемником (правопродолжателем) Союза ССР в отношении членства в международных организациях, их органах, участия в международных договорах….». То есть Парижская конвенция действует в отношении России в порядке универсального правопреемства. Каковы были исторические условия, способствовавшие присоединению СССР к Парижской конвенции?

Подписание Парижской конвенции было обусловлено несколькими факторами. Важнейшими из них были потребность в трансфере технологий, развитие торговли, а также динамика отношений с США[[26]](#footnote-26). Период после Второй мировой войны характеризуется развитием правового регулирования средств индивидуализации интеллектуальных прав, в первую очередь, за счет развития международно-правового регулирования интеллектуальной собственности. Ускоренное развитие научно-технического прогресса стимулировало развитие экономики знаний и увеличило потребность в юридическом обслуживании результатов интеллектуальной деятельности. Важным событием этого периода было присоединение СССР к Парижской конвенции по охране промышленной собственности в 1965 году[[27]](#footnote-27). Это стало первым шагом в рамках международных усилий, направленных на обеспечение охраны патентов на изобретения и средств индивидуализации в других странах.

После подписания Парижской конвенции было принято Положение о товарных знаках, утвержденное Госкомизобретений СССР 8 января 1974 года. С вступлением в силу Основ гражданского законодательства Союза ССР и республик в 1991 году, были закреплены объекты промышленной собственности, такие как товарные знаки и знаки обслуживания, фирменные наименования и секреты производства. Однако реальные возможности для правовой охраны получили только те объекты, в отношении которых были приняты специальные законы, такие как Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" и Патентный закон Российской Федерации от 23.09.1992 N 3517-1. В 1994 году, с принятием части первой ГК РФ, права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (фирменное наименование, товарные знаки и знаки обслуживания) были выделены в самостоятельную группу. Средства индивидуализации также были оформлены в самостоятельную правовую группу "средств индивидуализации".

Концепция общей части права интеллектуальной собственности была введена в Гражданский кодекс Российской Федерации четвертой частью, которая содержит главу 69 "Общие положения". В этой главе определены основные понятия и принципы правового регулирования интеллектуальной собственности в России, включая объекты интеллектуальной собственности и принципы их защиты. Глава 69 представляет собой основу для более подробного регулирования прав интеллектуальной собственности в других законах и нормативных актах.

Несмотря на то, что влияние Парижской конвенции проникло в правовую систему уже с момента подписания Лиссабонского акта, тем не менее, до сих пор в четвертой части ГК РФ сохранились пережитки прошлого, советских времен, которые внешним образом якобы представляют неудачными результатами имплементации Парижской конвенции. Предлагаю начать с рассмотрения двух позиций относительно юридической оценки вступления СССР в Парижскую конвенцию: оценка юридико-лингвистических качеств русского текста конвенции и степени влияния на национальный режим правового регулирования интеллектуальной собственности[[28]](#footnote-28).

Одним из возможных недостатков интерпретации текста Парижской Конвенции является использование юридического термина "фирменное наименование" в качестве аналога понятию "tradename" в пункте 2 статьи 1 Конвенции.

Особенность советской интерпретации Парижской конвенции объясняется желанием СССР сохранить национальный правовой режим неприкосновенным, что выразилось в нежелании решать правовые споры в международной юрисдикции. Такое своеобразие трактовки отчасти являлось неотвратимым последствием ранее предпринятого заимствования положений Конвенции. Еще до формального подписания на нормативно-правовых актах отразилось влияние Парижской конвенции.

Так например, в период до присоединения Советского Союза к Парижской конвенции товарные знаки иностранных правообладателей подлежали регистрации в СССР на принципах взаимности со стороны страны заявителя в отношении советских предприятий за рубежом, такой правовой режим международного регулирования средств индивидуализации интеллектуальных прав фиксировался в двусторонних торговых соглашениях.

А для периода после вступления СССР в Парижскую конвенцию характерны усиление правовой охраны иностранных средств индивидуализации в национальной юрисдикции, борьбы с контрафактом. В советском праве появились новые нормы об ограничении регистрации наименований юридических лиц, схожих с иностранными товарными знаками.

К сожалению, появление огромного количества нововведений, правовых институтов, юридических терминов без корректного понимания привели к укоренению искаженного правосознания и функционирования средств индивидуализации в современной России.

Именно ввиду данных обстоятельств можно констатировать, что Парижская конвенция была изначально воспринята в законодательство СССР путем рецепции. Последующее присоединение не смогло повернуть уже начатый процесс в нужное русло имплементации. А при создании системы законодательства России на самых ранних этапах ввиду регулирования охраны интеллектуальной собственности в России разными правовыми актами главные недостатки проявлялись в отсутствии системности и правовых пробелах. Решающая стратегия по преодолению этой проблемы находилась в принятии части четвертой Гражданского кодекса РФ.

В Российской Федерации сегодня действуют 133 закона и подзаконных актов по регулированию права на интеллектуальной собственности[[29]](#footnote-29), среди них 17 регулируют охрану товарных знаков. Гражданский кодекс является наиболее важным законом, где сосредоточены большинство имплементированных норм. Только с разработкой и принятием части четвертой Гражданского кодекса РФ от 18 декабря 2006 года Парижская конвенция вместе с другими международными договорами об унификации права в сфере интеллектуальной собственности получили лаконичную имплементацию в национальное законодательство России. Были отменены с 1 января 2008 г. шесть федеральных законов 1992-1993 гг. по регулированию прав на товарные знаки, в том числе Закон Российской Федерации от 23 сентября 1992 года N 3520-1 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров", Постановление Верховного Совета Российской Федерации от 23 сентября 1992 года N 3521-1 "О введении в действие Закона Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" и Федеральный закон от 11 декабря 2002 года N 166-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров"[[30]](#footnote-30).

Как отметил В. Ф. Яковлев и А.Л. Маковский[[31]](#footnote-31), для включения в четвертую часть ГК РФ отбирались те нормы конвенций, которые предназначены регулировать гражданско-правовые отношения равноправных субъектов по поводу результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. И действующая редакция части четвертой Гражданского кодекса позволяет заключить, что нормы Парижской конвенции, касающиеся охраны товарных знаков, получили полную имплементацию в российском законодательстве. Установки о приоритете (конвенционном и выставочном) нашли отражение в статьях 1494, 1495 ГК РФ. Правило об обязательном использовании товарного знака (статья 5 Парижской конвенции) отражено в статье 1486 ГК РФ. Положения об охране общеизвестных товарных знаков (Статья 6-bis) закреплены в статьях 1508, 1509 ГК РФ. А правило о недопущении государственной регистрации гербов, флагов и других государственных эмблем стран Парижского союза (в том числе знаки межправительственных организаций) установлено в п.2 ст.1483 и ст.1231.1 ГК РФ. Гражданский кодекс РФ также в п. 3 ст. 1483 имплементировал абз. 3 (B) ст. 6 quinquies Парижской конвенции, устанавливающий запрет на регистрацию в качестве товарных знаков обозначений, противоречащих общественным интересам, принципам морали и нравственности. Российское законодательство, ориентируясь на это положение статьи 6-septies Парижской конвенции, установило в ст.1512 ГК РФ соответствующее основание для оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку. Правовая охрана коллективного знака (статья 7.bis) урегулирована статьями 1510, 1511 ГК РФ.

Однако отмечено выше, Гражданский кодекс РФ является лишь наиболее важным законом по интеллектуальной собственности. Однако попытка сведения всех положений Парижской конвенции в единый правовой акт является нереализуемой и неправильным подходом. Предусмотренные Парижской конвенцией нормы и правила нашли свое отражение также в отдельных законах Российской Федерации, что является естественным процессом адаптации международных норм к национальному законодательству. Данные нормы уже имеют своим адресатом органы государств-участников Парижской союза. Например, статья 9 Парижской конвенции предусматривает обязанность государств наложить арест на продукт, незаконно снабженный товарным знаком или фирменным наименованием, при ввозе в те страны Союза, в которых этот знак или фирменное наименование имеют право на законную охрану. Для имплементации данного положения, в первую очередь, от государства требуется создание необходимых процедур в публичном праве, по результатам которых доказывается правомерность использования товарных знаков. И эти нормы находятся в разные законах РФ. Статья 1515 ГК РФ дала общее определение понятию “контрафакт” и закрепила право правообладателя требовать изъятия из оборота, а сами процедуры, которыми он должен пройти, чтобы доказать правонарушение и добиться наложения ареста, предусмотренного статьей 9 Парижской конвенции, находятся в главе 57 Федерального закона от 03.08.2018 "О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"[[32]](#footnote-32)(включение в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности, ст.334). И несмотря на то, что такой метод имплементации усложняет анализ выполнения обязательств из Парижской конвенции Российской Федерацией, тем не менее он представляется оптимальным с учетом различий в правоотношениях, на регулирование которых нацелены нормы Парижской конвенции.

Китай присоединился к Парижской конвенции 19 декабря 1984 года по принятию Восьмым заседанием Постоянного комитета Шестого Всекитайского собрания народных представителей соответствующего решения. Присоединяясь к Конвенции, Китай сделал оговорку о том, что Китайская Народная Республика не считает себя связанной положениями пункта (1) статьи 28 указанной Конвенции[[33]](#footnote-33). В ней действует иной порядок вступления договора в силу.

Согласно данным ВОИС[[34]](#footnote-34), в Китае принято 52 закона и подзаконных актов по охране товарных знаков.

Из них основным законодательством в этой области выступает «Закон о товарных знаках», принятый 23 августа 1982 года. После обнародования в 1982 году «Закона о товарных знаках» и изменения экономической ситуации в Китае, произошли значительные изменения в области регулирования охраны товарных знаков. Китай присоединилась к Парижской конвенции в 1985 году и присоединился к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков в 1988 году, а к Протоколу к Мадридскому соглашению 1989 года - в 1995 году. Выполнение обязательств из этих договоров требовало привести законодательство о товарных знаках в соответствие с ними. Однако на тот период времени китайское законодательство о товарных знаках значительно отставало. Для того, чтобы усовершенствовать правовые механизмы охраны товарных знаков и адаптироваться к требованиям международных договоров, Постоянный комитет Всекитайского собрания народных представителей проводил множество исследований и проверок. И после двух пересмотров (1993 и 2001 годов) «Закон о товарных знаках» в редакции 2001 года оказался чрезвычайно насыщен по содержанию. Во-первых, он предоставил физическим лицам право на подачу заявки на регистрацию товарного знака(«Закон о товарных знаках» в редакции 1993 года лишал физических лиц их статуса субъектов прав на товарные знаки): статья 4 «Закона о товарных знаках» 2001 г. согласуется с международными договорами, такими как Парижская конвенция и Соглашение ТРИПС, и разрешает физическим лицам подавать заявки на регистрацию товарных знаков, что является самым главным моментом в этой редакции закона. Во-вторых, получили закрепление правило о приоритете товарных знаков и положения о запрете предрегистрации (сквоттинг) чужих товарных знаков, аналогичные положениям Парижской конвенции. Правило о запрете предрегистрации чужих товарных знаков, ранее реализованное на практике, но не закрепленное в «Законе о товарных знаках» 1993 года. В-третьих, добавлены положения об охране общеизвестных товарных знаков (статьи 13,14 «Закона КНР о товарных знаках»), что тоже является шагом по имплементации Парижской конвенции.

Сегодня же действует четвертая редакция «Закона о товарных знаках», принятая на 10-м заседании Постоянного комитета Тринадцатого Всекитайского собрания народных представителей 23 апреля 2019 г. В нем можно найти положения Парижской конвенции о конвенционном и выставочном приоритете (ст.25 Закона о товарных знаках 2019 г.), об обязательном использовании товарного знака (ст.49 Закона о товарных знаках 2019 г.), об охране общеизвестных товарных знаков (ст.13, ст.14), о праве владельца товарного знака запрещать использование товарного знака агентом или представителем, если он (владелец) не давал согласия на такое использование(ст.42) и об охране коллективных товарных знаков(ст.4). В отличие от России, уже здесь в статье 62 предписывается обязанность уполномоченного государственного органа наложить арест при получении информации о нарушении исключительного права при ввозе контрафактных товаров, которая более подробно имплементирована в статье 25 и статье 38 Регламента Китайской Народной Республики «О применении таможенными органами административных наказаний»[[35]](#footnote-35)

Анализ общей структуры и положений «Закона о товарных знаках» Китая позволяет сказать, что Парижская конвенция в нем имплементирована полностью. При создании этого закона изначально и в его последующих редакциях законодатель преследовал цель компактного и полного изложения всех правил, упомянутых в Парижской конвенции, касающихся охраны товарных знаков. Он как единый нормативно-правовой документ адресован и уполномоченным государственным органам, и физическим и юридическим лицам. По моему мнению, такой способ имплементации, c одной стороны, показал решительность Китая по исполнению своих обязательств из Парижской конвенции, а с другой стороны, сделал правоприменение более эффективным.

# **§2.1.1. Применение судами Китая Парижской конвенции**

Вступление международного договора в силу для Китая не означает, что на него может прямо ссылаться суд на практике, и положения договора не станут автоматически основанием для решения суда. Многие страны мира проводят различие между применением различных договоров и даже разными положениями одного и того же договора. Например, в Соединенных Штатах договоры подразделяются на "самоисполнимые договоры" и "несамоисполнимые договоры". Суды могут напрямую ссылаться на первые, а на вторые можно ссылаться только после того, как они получили отражение во внутреннем законодательстве. В отличие от них, страны ЕС, включая Нидерланды и Германию, ссылаются на "прямое действие" договоров, суть которого по-прежнему заключается в том, чтобы определить, является ли договор непосредственно применимым в судебной практике, исходя из его содержания[[36]](#footnote-36).

Хотя Китай не проводит четкого разграничения по этому вопросу, но в отношении возможности применения различных международных гражданских и коммерческих договоров в судах, в отношение международных договоров по охране интеллектуальной собственности отчмчает их необходимую трансорфмация при вхождении в национального законодательства.

Например, Верховный народный суд неоднократно признавал прямую применимость Конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров (CISG), а Соглашение Всемирной торговой организации по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (далее – Соглашение ТРИПС) подлежит применению после преобразования в соответствии с обязательствами Китая по вступлению в ВТО. Это было сделано в 2001 году, принятием второй редакции «Закона КНР о товарных знаках». Парижская конвенция была непосредственно применены китайскими судами. Однако вопрос о применимости этих двух конвенций необходимо обсуждать в контексте конкретного содержания их положений.

Вопрос о соотношении юридической силы договоров в области охраны интеллектуальной собственности и внутреннего законодательства был четко оговорен в китайском законодательстве. Согласно статье 142(2) Общих принципов гражданского права 1986 года и статье 4 Судебного толкования закона о применении права (I), когда положения международного договора противоречат положениям внутреннего законодательства, положения международного договора имеют приоритет над положениями внутреннего законодательства, за исключением договоров по интеллектуальной собственности, которые были преобразованы или должны быть преобразованы во внутреннее законодательство. Таким образом, очевидно, что международные договоры по интеллектуальной собственности, которые не подлежат преобразованию, имеют приоритет над внутренним законодательством, но договоры по интеллектуальной собственности, которые были преобразованы или подлежат преобразованию, не имеют приоритета над внутренним законодательством.

Таким образом, Парижская конвенция не предполагает, что на нее можно ссылаться или что она имеет прямое действие в национальных судах договаривающихся сторон, что также является точкой зрения договаривающихся сторон. Однако, выполнение минимальных стандартов защиты, которые предписываются договорами, является обязанностью каждого государства-участника. Когда стандарт защиты внутреннего законодательства ниже, чем стандарт международных договоров, китайские суды все равно должны напрямую применять договоры для защиты законных прав и интересов сторон.

В свете вышеизложенного и общих теоретических принципов применения международных договоров в национальных судах, а также учитывая дух законодательства, регулирующего международные договоры в области интеллектуальной собственности, применение международных договоров в области интеллектуальной собственности в национальных судах имеет свою специфику.

# **§2.3. Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков и Протокол к нему**

# **§2.3.1. Имплементация Мадридского соглашения в Китае**

Мадридская система регистрации товарных знаков позволяет заявителям регистрировать товарный знак или подавать заявку на товарный знак на основе товарного знака в стране происхождения и подавать ее в Международное бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности через агентство по регистрации товарных знаков страны происхождения и через предоставляемые ею транзитные услуги для одновременного завершения процесса подачи заявления на регистрацию в других договаривающихся странах мира. Первоначальное намерение и цель создания этой системы состоит в том, чтобы позволить правообладателям товарных знаков упростить процесс международной регистрации товарных знаков и снизить стоимость международной регистрации, а также получить охрану при регистрации товарных знаков в требуемых странах или регионах за относительно короткий период времени.

Мадридская система функционирует на протяжении 132 лет на основе Мадридского соглашения о международной регистрации знаков и более 24 лет на основе Протокола к указанному соглашению. Они представляют собой отдельные, хотя и неразрывно между собой связанные международные договоры, направленные на создание экономичного и удобного механизма регистрации товарных знаков.

До вступления Протокола в силу Мадридское соглашение было единственным международным договором Мадридской системы. В 2015 году все члены Мадридского союза стали сторонами Протокола, в связи с чем Ассамблея Мадридского союза приняла решение с 11 октября 2016 года заморозить применение положений, регулирующих международные заявки и регистрации (статьи 14(1) и (2)(a) Соглашения). В связи с этим в нынешнюю нормативно-правовую базу Мадридской системы входят Протокол, Инструкция и Административная инструкция[[37]](#footnote-37).

По разным причинам многие страны общего права, представлены Соединенными Штатами, большинство скандинавских стран Северной Европы и большинство азиатских стран, представленных Японией, долгое время оставались вне Мадридской системы[[38]](#footnote-38). Основные причины заключаются в том, что Мадридское соглашение налагает на государства-члены множество предварительных условий. Например, требование о том, что товарный знак, подаваемый на международную регистрацию, должен быть предварительно зарегистрирован в стране происхождения, что противоречит законодательству о регистрации товарных знаков некоторых стран(например, США). В то же время Мадридское соглашение требует, чтобы французский язык был единственным официальным языком, в чем также не поощряли многие англоговорящие страны. Ввиду этой ситуации ВОИС начала искать разумное решение. С одной стороны, она должна не только учитывать интересы членов Мадридского союза (далее – Союз) на тот момент, но и решить проблему того, как устранить юридические препятствия для присоединения этих государств, не являющихся членами Союза, к системе. Очевидно, что вносить изменения в основные положения действующего Мадридского соглашения нецелесообразно. Поскольку ключевые юридические вопросы, связанные с этим, являются краеугольными камнями, поддерживающими соглашение, если оно будет существенно пересмотрено, это в корне устранит существующую ценность соглашения, которое, очевидно, не будет поддержано и одобрено государствами - членами Союза.

Поэтому в 1980-х годах ВОИС начала переговоры с Соединенными Штатами и другими крупными странами, не являющимися членами Организации, с целью изучения соответствующих поправок к Мадридскому соглашению и Протокола к нему для устранения препятствий на пути присоединения этих стран к Союзу[[39]](#footnote-39). После нескольких лет переговоров окончательный юридический текст Протокола к Мадридскому соглашению был окончательно доработан и принят в июне 1989 года. Официально он вступил в силу 1 апреля 1996 года. Одной из важных особенностей Протокола является то, что он устраняет недостатки, связанные с требованием к заинтересованным странам существенно изменить свое внутреннее законодательство.

Эффективность имплементации Мадридского соглашения требует создания и производства новых характерных для Мадридской системы операций (например, замена региональных и национальных систем регистрации) новыми учреждениями или существующими к тому времени национальными ведомствами. Эти меры сложно внедрить не только из-за высоких затрат, но и главным образом потому, что они не вписывались в существующие институциональные рамки стран, поскольку внедряемые институты могут быть взяты из правовых систем других государств, которые чужды национальному законодательству). Если страна не смогла создать требуемые критически важные институты, которые составляют одной из целей разработки международного договора, то она не будет готова функционировать в Мадридской системе, поддерживать территориальное расширение регистрации и предоставлять охрану зарегистрированным через Мадридскую систему товарным знакам.

Китай стала участником Мадридского соглашения о международной регистрации знаков 4 октября 1989 г. и участником Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков 1 декабря 1995 г.

Главное государственное управление торгово-промышленной администрации Китайской Народной Республики в соответствии с Мадридским соглашением, Протоколом к нему, Общей инструкцией к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков и Протоколу к этому Соглашению от 1 апреля 1996 года (далее – Общая инструкция 1996 г.), «Законом о товарных знаках» Китая 1993 года и «Положением о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках» разработала «Меры по реализации Мадридской международной регистрации» от 24 мая 1996 года. Ее разработка была связана с поправками и дополнениями, внесенными Общей инструкцией 1996 г. к Инструкции к Мадридскому соглашению.

В 2003 году, чтобы обеспечить правильное осуществление международной регистрации товарных знаков в стране, Главное государственное управление торгово-промышленной администрации Китайской Народной Республики, приняло «Меры по реализации Мадридской международной регистрации» 2003 года (далее – «Меры по реализации 2003 г.»).

Основными причинами пересмотра являются: первое, статья 12 Положения о применении «Закона о товарных знаках» Китайской Народной Республики требует установления конкретных мер для международной регистрации товарных знаков. Второе, Общая инструкция к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков и Протоколу к Мадридскому Соглашению подверглась очередной поправке. Следовательно, необходимо было внести некоторые дополнения или исключения в «Меры по реализации 1996 г.» соответственно, которые являлись ведомственным нормативным актом.

Основные поправки к «Мерам по реализации 2003 г.» включали в том числе следующие нововведения[[40]](#footnote-40), через которых законодатели Китая желали сделать процедуры по международной регистрации более лаконичными.

Добавлено положение о том, что «больше не подтверждается отказ в расширении охраны на территории Китая ex officio». Таким образом, для зарегистрированного на международном уровне товарного знака, в отношении которого испрашивается охрана в Китае, если Ведомство по товарным знакам реализует право на отказ в распространении охраны на территории Китая, оно направляет уведомление об отказе в Международное бюро ВОИС только один раз, и нет необходимости направлять его повторно в подтверждение отказа через некоторое время.

Добавлены положения о «возражении против нескольких категорий товаров или услуг». Это поможет заявителю возражения понять, как заполнять форму заявления о возражении против регистрации товарного знака.

Увеличено количество норм, регулирующих коллективные и сертификационные товарные знаки. Ведомство по товарным знакам заявило Генеральному директору Всемирной организации интеллектуальной собственности, что, если лицо, зарегистрировавшее коллективный знак или сертификационный знак, испрашивает территориальное расширение в отношение Китая, заявитель должен в течение трех месяцев с даты регистрации коллективного знака или сертификационного знака в Реестре Международного бюро представить предметный квалификационный аттестат, правила использования товарного знака и другие сертификационные документы в Ведомство по товарным знакам через агентскую организацию по регистраици товарных знаков.

Добавлено положение о «одновременной уступке товарных знаков» и о их судебном рассмотрении. Это в основном сформулировано в соответствии с «Положением о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках» и Общей инструкцией к Мадридскому соглашению и к Протоколу к этому соглашению.

Однако «Меры по реализации Мадридской международной регистрации» были лишь ведомственным нормативным актом, а именно Приказом № 7 Главного государственного управления торгово-промышленной администрации Китайской Народной Республики. Поскольку Приказ № 7 является нормативным документом, сформулированным учреждением, находящимся в непосредственном подчинении Государственного совета Китая, его юридическая сила находится на более низком уровне, а влияние ограничено, что не способствует полному использованию преимуществ международной регистрации товарных знаков через Мадридскую систему. В то же время он не может быть непосредственно применен судом при рассмотрении дел. Как практика международной регистрации товарных знаков, так и судебная практика требуют повышения юридической силы и уровня обоснованности национально-правовых норм, связанных с международной регистрацией товарных знаков. Это привело к тому, что после пересмотра «Закона о товарных знаках» Китая в 2013 году, в соответствии с положениями статьи 21 в новой редакции, в «Положение о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках» была добавлена специальная глава(глава 5) о международной регистрации товарных знаков, которая устанавливала соответствующее содержание международной регистрации мадридских товарных знаков, реализуя трансформацию норм международного договора во внутреннее законодательство, что не только облегчает практику ведомств по интеллектуальной собственности и народных судов, но и облегчает владельцам прав на товарные знаки защиту их прав, и имеет большое значение для продвижения Мадридской системы международной регистрации товарных знаков и улучшения внутреннего законодательства.

Глава 5 «Положения о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках» основана на «Мерах по реализации Мадридской международной регистрации», в ней удалены некоторые устаревшие положения, а также пересмотрены и улучшены положения в соответствии с тенденцией развития международных договоров и пересмотренным «Законом о товарных знаках». Однако ввиду различий в структуре и конкретных положений Мадридской системы международной регистрации товарных знаков и «Закона о товарных знаках» Китая, существует исключение из применения «Закона о товарных знаках» и «Положения о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках». На заявки о территориальном расширении с указанием Китая не распространяется срок рассмотрения внутренних заявок на зарегистрированные товарные знаки. Ведомство по товарным знакам не применяет положения «Закона о товарных знаках» о сроках рассмотрения возражений к зарегистрированным на международном уровне товарным знакам. Положение о том, что заявитель должен изменить имя или адрес заявителя вместе со всеми его зарегистрированными товарными знаками, и положение о том, что передача товарного знака подается и оформляется совместно передающей стороной и получателем, не применяются к оформлению изменений и передачи международных регистраций товарных знаков. Все исключения из общего порядка национальной регистрации товарных знаков, сделанные для международной регистрации товарных знаков перечислены в статье 50 «Положения о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках» в редакции 2014 года.

Нормы главы 5 «Положения о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках» не воспроизводит дословно или постатейно Мадридское соглашение и Протокол к нему. В целом, эти нормы делают отсылки к Мадридскому соглашению и Протоколу 1989 г., решают коллизии применения положений международного договора и национального законодательства в области охраны товарных знаков и устанавливают временные ограничения для совершения тех или иных юридически значимых действий, связанных с регистрацией. Конечно, в них обязательно тоже содержатся материальные нормы, установки, привнесенные из Мадридского соглашения, которые, например, касаются субъектов, имеющих права на подачу заявки на международную регистрацию, но их очень мало.

Поэтому, обращаясь в Ведомство по товарных знакам за международной регистрацией товарного знака в Мадридской системе или желая распространить охрану в отношение Китая, заявителям следует руководствоваться, прежде всего, Мадридским соглашением, Протоколом к нему, Общей инструкцией и главой 5 «Положения о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках».

# **§2.3.2. Имплементация Мадридского соглашения в СССР и Российской Федерации**

С принятием Советом Министров СССР постановления от 3 сентября 1975 г. № 775-243 «О присоединении к Мадридскому соглашению» с 1 июля 1976 г. СССР (и соответственно начиная с 25 декабря 1991 г. Российская Федерация как его правопреемник) наряду с почти 60 другими странами стал участником Мадридского соглашения о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г.

Протокол к Мадридскому соглашению был изначально подписан от имени СССР, но только с принятием постановления Правительства Российской Федерации от 19 декабря 1996 г. № 1503 Россия стала участником Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков от 27 июня 1989 года, который вступил в силу для нее 10 июня 1997 года[[41]](#footnote-41)

Присоединяясь к Мадридскому соглашению 1967 года, правительство СССР в соответствии со статьями 3bis, 14(2)(d) и (f) указанного Акта заявило[[42]](#footnote-42), что охрана, вытекающая из международной регистрации, распространяется на Советский Союз только в случае точно выраженного ходатайства владельца знака и что применение этого Акта ограничивается знаками, зарегистрированными после даты, на которую его присоединение вступает в силу. Состоявшееся членство в Парижском союзе в определенной степени упростило присоединение к Мадридскому соглашению.

После присоединения СССР не испытывал особых трудностей в плане образования нужных учреждений, так как к тому времени функции «ведомство Договаривающейся стороны» по Мадридскому соглашению выполнял Государственный комитет СССР по делам изобретений и открытий(далее – Госкомизобретений СССР), а работу по проведению экспертизы заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания осуществляли эксперты Всесоюзного научно-исследовательского института государственной патентной экспертизы (далее – ВНИИГПЭ), созданного постановлением Совета Министров СССР от 22 июля 1960 г.

После присоединения к Мадридскому соглашению постепенно были внесены изменения в ряд правовых актов СССР, касающихся охраны товарных знаков: Положение о товарных знаках (далее – Положение 1974), утвержденное Государственным комитетом Совета Министров СССР по делам изобретений и открытий 8 января 1974 года, разработана Инструкция по государственной экспертизе заявок на регистрацию товарных знаков и выдачу свидетельств на товарные знаки ТЗ-2-80 от 06.03.1980 г., специально создана Инструкция о порядке прохождения и оформления в системе Комитета документации, связанной с регистрацией товарных знаков в соответствии с Мадридским соглашением о международной регистрации знаков, утвержденной постановлением Государственного комитета СССР по делам изобретений и открытий от 10 мая 1979 года. Как мы видим, эти правовые акты СССР касались регламентации процедурных моментов (экспертиза, оформление документации), а не изменения материально-правовых норм. Наблюдая за последующими законодательными изменениями в области охраны товарных знаков, вызванными политическими переменами, можно сказать, что сущностных материально-правовых изменений, привнесенных из Мадридского соглашения нет. Положения закона СССР от 3 июля 1991 года N 2293-1 «О товарных знаках и знаках обслуживания» почти так же перекочевали в Закон РФ от 23.09.1992 N 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», который в 2008 году был заменен частью четвертой Гражданского кодекса РФ. В последней нет упоминания о Мадридском соглашении и Протоколе к нему. Российские законодатели также выбрали путь применения отсылки к общей системе международных договоров в соответствующей области(п.5 ст.1514). Действительно, Мадридское соглашение и Протокол к нему ввиду своего системообразующего характера, в отличие от Парижской конвенции, имеют в себе множество готовых к применению самоисполнимых норм, которые не требуют трансформации в национальное законодательство.

Несмотря на общее сходство подходов китайских и российских законодателей, диктуемое характером норм этих международных договоров, тем не менее, мною отмечены некоторые различия. В России сегодня действует единый акт, Гражданский кодекс, в который включены все основные нормы по охране результатов интеллектуальной собственности, исключительных прав, в том числе товарных знаков. И Россия знала в своем прошлом отдельное нормативное регулирование охраны товарных знаков, как Китай сегодня. Но среди действующих законов нет ни одной ссылки к Мадридскому соглашению. Оно хотя и входит в число международных договоров по смыслу статьи 1479 ГК РФ, но это не дает гражданам возможность узнать о нем, об этой международной системе регистрации товарных знаков. А Китай, имея Гражданский кодекс, все же продолжает путь отдельного регулирования охраны товарных знаков.

Подход российских законодателей сделал общую систему положений Гражданского кодекса РФ, касающихся охраны товарных знаков, более стабильной, гибкой, восприимчивой к новшествам и изменениям. А подход китайских законодателей сохранил собственную систему и традиции охраны товарных знаков и в то же время активно адаптировал ее к международной системе, воспользовавшись преимуществами последней.

Стоит добавить, что работа над имплементацией положений Мадридского соглашения и Протокола к нему продолжается до сих пор. Сегодня Ассамблея Мадридского союза ежегодно проводит сессию, где рассматриваются и принимаются предлагаемые Рабочей группой поправки к Инструкции к Протоколу к Мадридскому соглашению о международной регистрации товарных знаков. Например, на своей пятьдесят пятой (24-й очередной) сессии Ассамблея Мадридского союза приняла поправки к правилам 9, 15, 17 и 32 Инструкции к Протоколу, которые вступят в силу 1 февраля 2023 г. Эти поправки потребуют обновления формы международной заявки, что означает возможность заявителям теперь подавать международные заявки на регистрацию нетрадиционных (например,звуковых) товарных знаков. На пятьдесят седьмой (25-й очередной) сессии Ассамблеи Мадридского союза, который состоится 6-14 июля 2023 года, будет в том числе обсуждены поправки к правилам 17,18,17(2)(vii) Инструкции, обязывающие ведомства государств-членов Мадридского союза предоставлять владельцам минимальный срок для ответа на уведомление о предварительном отказе и четко указывать дату начала и окончания такого срока, тем самым упрощая для них процедуру управления портфелем прав. Предложение по внесению этой поправки сделано еще в ноябре 2021 года Рабочей группой по правовому развитию Мадридской системы международной регистрации знаков. Она с помощью Международного бюро собрала информацию о сроках ответа на уведомления о предварительном отказе и порядке их расчета в каждом государстве-члене Мадридского союза. Это будет содействовать принятию Ассамблеей решения о назначении минимального срока (согласно п. 4 документа MM/A/57/1[[43]](#footnote-43)) для ответа на уведомление о предварительном отказе. Соответствующие поправки начнут действовать непосредственно, не требуя имплементации, поскольку также являются Инструкцией к Протоколу. Национальные ведомства интеллектуальной собственности лишь будут оповещать через официальные порталы о таких “новшествах”.

# **§2.4. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС)**

# **§2.4.1. Имплементация Соглашения ТРИПС в Китае**

Китай вступил во Всемирную торговую организацию (далее – ВТО) 11 декабря 2001 года. Переговоры о вступлении Китая в ВТО, которые велись на протяжение 15 лет и включали в себя 3 этапа, стали сложным соревнованием в истории многосторонней торговой системы и редкостью в истории мировых переговоров. До вступления в ВТО и выполнения своих обязательств по Соглашению ТРИПС Китай уже установил базовую систему регистрации товарных знаков в своем внутреннем законодательстве, а также активно участвовал в различных конвенциях в области международной координации регистрации товарных знаков и принял международную систему регистрации товарных знаков.

27 октября 2001 г. на 24-м заседании Постоянного комитета ВСНП 9-го созыва в соответствии с Решением[[44]](#footnote-44) «О внесении изменений в Закон КНР о товарных знаках» прошел второй пересмотр «Закона о товарных знаках». В соответствии с требованиями Соглашения ТРИПС, изменения, внесенные Китаем в систему товарных знаков перед вступлением в ВТО, отражены в следующих областях. Добавлены составные элементы товарных знаков (статья 8 Закона о товарных знаках 2001 г.), добавлены положения о коллективных знаках, сертификационных знаках и географических указаниях (статья 3 закона), а также добавлены положения о том, что различительная способность может быть получена в результате использования (пункт 1 статьи 11). В части процедуры регистрации товарных знаков добавлены положения о приоритете регистрации товарных знаков (статьи 24 и 25), добавлена система судебного пересмотра административных решений по товарным знакам (статьи 32,33,34). В отношение оснований для отказа в регистрации товарного знака добавлено положение о запрете на регистрацию в качестве товарного знака официальных знаков, знаков контроля (статья 10), введены ограничения на регистрацию агентом или представителем владельца без разрешения последнего (статья 15), добавлены положения о защите права приоритета и запрете сквоттинга товарных знаков (статья 31). Помимо прочего, установлены равные права для всех заявителей (статьи 4) и введены конкретные критерии признания знака общеизвестным и способы их защиты (статьи 13, 14).

В связи с отсутствием глубокого изучения и понимания основных принципов и конкретных обязательств системы регистрации товарных знаков Соглашения ТРИПС, вторая поправка предвзято стремится к согласованности с соответствующими положениями Соглашения ТРИПС, а некоторые положения даже являются прямым пересказом, перефразированием текста Соглашения ТРИПС, в то время как способность контролировать пределы внутреннего законодательства все еще относительно недостаточна, а в некоторых аспектах также предполагается высокий стандарт обязательств, в определенной степени выходящий за рамки реальных потребностей[[45]](#footnote-45).

К примеру, ТРИПС не предусматривает, что трехмерные объекты могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков. Охрана трехмерных товарных знаков (объемных товарных знаков) не является обязательством, которое должны соблюдать участники. Перечисление в статье 8 «Закона о товарных знаках» включает трехмерный объект, что указывает на добровольность Китая принять на себя обязательства, выходящие за рамки минимальных стандартов соглашения.

Статья 9 Закона о товарных знаках устанавливает основные условия, которым должен соответствовать товарный знак, подаваемый на регистрацию, то есть «должен иметь отличительные признаки», что совпадает с пунктом 1 статьи 15 Соглашения ТРИПС, в котором отличительность принимается за основу требования о регистрации товарного знака. Статья 11 Закона о товарных знаках гласит, что товарный знак без отличительных признаков «может быть зарегистрирован в качестве товарного знака, если он приобрел отличительные признаки в результате использования (то есть получил широкую известность среди группы общественности после использования, что приводит к узнаваемости) и его легко идентифицировать». Статья 10 предусматривает исключение из отказа в регистрации товарного знака, когда название места имеет другие значения, что также подпадает под положение статьи 11 «Закона КНР о товарных знаках» (о приобретении различительной способности путем использования). Соглашение ТРИПС не требует от членов приобретать отличительные признаки в результате использования, и члены не обязаны это делать, однако положения Китая в этом отношении выходят за рамки минимальных требований Соглашения ТРИПС. Поэтому мы видим, что Китай соблюдает обязательство минимального стандарта ТРИПС в отношении требования и определения различительной способности товарного знака и превышает обязательство минимального стандарта ТРИПС в отношении разрешения приобретения различительной способности путем использования.

Подобные превышения минимальных стандартов вызваны правовой традицией и временным решением законодателя по адаптации национальной правовой системы к требованиям международных договоров и нельзя считать противоречиями положениями ТРИПС. Но существуют ли в китайском законодательстве противоречия положениям ТРИПС?

Согласно пункту 2 статьи 62 ТРИПС, от стран-членов требуется предоставить разумный период времени для регистрации права при условии, что процедура регистрации знака соответствует основным требований к приобретению права, чтобы избежать необоснованного сокращения срока охраны. Кроме того, пункт 4 той же статьи требует, чтобы процедура не должна приводить к необоснованному увеличению сроков и не должна вызывать необоснованной задержки. Эти положения указывают на то, что подтверждение прав посредством регистрации товарного знака должно соответствовать требованиям эффективности. В отличие от этого, согласно действующему законодательству Китая о товарных знаках, двойная система рассмотрения возражений привела к четырехуровневой системе рассмотрения возражения против регистрации товарного знака двумя административными инстанциями и двумя судебными инстанциями, а именно: решение Ведомства по товарным знакам о возражении, решение о пересмотре возражений Экспертной комиссии по товарным знакам, решение суда первой инстанции в первой инстанции и окончательное решене суда второй инстанции.

Существует мнение[[46]](#footnote-46), что такая система приводит к сложным и неэффективным процедурам рассмотрения возражений по товарным знакам, что может не полностью соответствовать требованиям Соглашения ТРИПС в части эффективности прав сторон, и, кроме того, она неэффективно реализует основную стандарты Соглашения ТРИПС в части защиты прав. Я не могу согласиться с данной точкой зрения.

В ходе третьей и четвертой поправок в «Закон о товарных знаках» вносился ряд изменений к статьям и пунктам, чтобы больше соответствовать идеям, принципам и целям создания международных договоров по охране товарных знаков (в том числе ТРИПС), а не только их тексту. Если существовали какие-либо превышения стандартов, упущения при имплементации, которые привели бы к искажению смысла положений международного договора, то в ходе этих поправок законодатель бы непременно исправил эти неточности.

Ранее статья 8 «Закона о товарных знаках 2001 г.» прямо имитирует первый абзац статьи 15 Соглашения ТРИПС, определяя типы товарных знаков, которые могут быть зарегистрированы, путем определения функций товарных знаков и их перечисления. Закрытым перечнем она ограничила тип регистрируемых товарных знаков любыми видимыми знаками с отличительными функциями, указывая, что Китай не принимает регистрацию не визуально воспринимаемых товарных знаков, таких как звуки и запахи, что не нарушает минимальные стандарты обязательств Соглашения ТРИПС, но неточно излагает его смысл. Его решили изменить через 12 лет, 30 августа 2013 г. на 4-м заседании Постоянного комитета ВСНП 12-го созыва в соответствии с Решением[[47]](#footnote-47) «О внесении изменений в Закон КНР о товарных знаках» были внесены 34 изменений, добавлены в совокупности 20 статей и пунктов. Были внесены изменения в том числе и в статью 8. Согласно статье 8 «Закона о товарных знаках 2013 г.», перечень регистрируемых товарных знаков стал открытым, регистрации подлежат уже больше видов товарных знаков, включая звуковые.

Четырехуровневая система рассмотрения возражений же осталась и после четвертой поправки[[48]](#footnote-48) к «Закону о товарных знаках» Китая после 2019 года. Согласно статье 41 ТРИПС, процедуры, обеспечивающие соблюдение прав интеллектуальной собственности, должны быть, в первую очередь, равными для всех и справедливыми. Временные и финансовые издержки по сравнению с ними уходят на второй план. Китай, установив четырехуровневую систему, также регламентировал временные ограничения на подачу возражений. Это свидетельствует о том, что регулирование в Китае в этой части не только соответствует ТРИПС, но способствует повышению уровня доверия к ее системе охраны товарных знаков.

Однако Китай не смог в полной мере воспользоваться правами, закрепленными за членами в соответствии с ТРИПС. Например, пункт 2 статьи 15 ТРИПС оставляет за членами значительную законодательную свободу в плане отказа в регистрации товарного знака на основаниях, прямо не предусмотренных ТРИПС и Парижской конвенцией, тогда как в законодательстве Китая в настоящее время включены только те основания для ограничения регистрации товарных знаков, которые прямо предусмотрены в ТРИПC(статья 26 «Закона КНР о товарных знаках»).

# **§2.4.2. Имплементация Соглашения ТРИПС в России**

Переговоры о вступлении России в ВТО велись с 1993 по 2011 год[[49]](#footnote-49), и 22 августа 2012 года Россия стала 156-м членом Всемирной торговой организации.

От России также требовалась корректировка законодательства в соответствие с нормами и правилами соглашений ВТО. В этой связи в ходе переговоров о вступлении России в ВТО Правительство Российской Федерации Распоряжением от 8 августа 2001 г. N 1054-р утвердило План мероприятий по приведению законодательства Российской Федерации в соответствие с нормами и правилами Всемирной торговой организации. Во исполнение данного акта был подготовлен и принят ряд новых законов (например, «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» 2003 г.), внесены изменения в действующие в то время законы.

Вытекающие из Соглашения ТРИПС поправки в наиболее важные законы в сфере интеллектуальной собственности были приняты в России в 2002-2007 годах[[50]](#footnote-50). В течение этого периода в доктрине высказывались разные точки зрения относительно соответствия российского правового регулирования положениям ТРИПС и необходимости внесения изменений в Закон РФ «О товарных знаках», а также о том, имеются ли расхождения между частью четвертой Гражданского кодекса РФ и Соглашением ТРИПС, и каковы причины и суть этих расхождений.

Работа над приведением законодательных положений по охране товарных знаков в соответствие с ТРИПС в России началась с принятием новой редакции Закона РФ «О товарных знаках» от 11 декабря 2002 года. Ею были внесены 72 поправок к предыдущей редакции данного закона. Российские законодатели избегали дословного копирования формулировок положений ТРИПС, но при этом обеспечивали полное отражение концепций, регулирований, механизмов, предусмотренных в Соглашении ТРИПС. У зарубежных экспертов по праву нередко вызывал обеспокоенность[[51]](#footnote-51) отход от текстов ТРИПС, который, по их мнению, мог бы привести к нарушениям исключительных прав иностранных правообладателей. Такие настроении оказались излишними, так как расхождения были сугубо внешними. Например, эксперты Европейского союза отмечали, что в главе 76 Гражданского кодекса РФ отсутствует определение концепции «вероятности смешения» из п. 1 ст. 16 ТРИПС. Однако эта концепция была отражена через запрет регистрации товарных знаков, «тождественных или сходных до степени смешения» с товарными знаками и иными обозначениями, принадлежащими другим лицам, в п. 6 ст. 1483 ГК. То есть законодатель может в ходе имплементации прибегнуть к более детальному описанию, разъяснительному толкованию, чтобы предварительно исключить возможные потребности в объяснении, которые бы затруднили процесс правоприменения. В других случаях законодатель может заменить текст имплементируемого акта более коротким, но точным выражением. Например, п. 3 ст. 16 Соглашения ТРИПС устанавливает, что правила об охране общеизвестных товарных знакаов применяются и к товарам или услугам, «отличным от тех, для которых зарегистрирован товарный знак, при условии, что использование этого товарного знака для упомянутых товаров или услуг будет указывать на взаимосвязь между упомянутыми товарами или услугами и владельцем зарегистрированного товарного знака…». Данному положению корреспондирует п. 3 ст. 1508 ГК, но существуют некоторые терминологические отличия. При его разработке использовалась формулировка «неоднородные товары» вместо «отличных от тех, в отношении которых зарегистрирован товарный знак». А «указывать на взаимосвязь» заменено одним словом «ассоциироваться». Следовательно, подобные терминологические расхождения не повлияли на передачу сути положений ТРИПС.

Россия на первых этапах имплементации восприняла только самые необходимые изменения, чтобы комплексно соответствовать регулированию ТРИПС и обеспечить минимальный стандарт правовой охраны товарных знаков. К дословному воспроизведению прибегала редко. Словесное единство или сходство никогда не стояло первоочередной задачей при имплементации ТРИПС и любого другого международного соглашения.

Что касается регламентации процедур рассмотрения возражений, в России, также как в Китае, установлены 2 порядка оспаривания решения компетентного государственного органа о предоставлении регистрации и отказе в регистрации товарного знака. В России, согласно статье 1513 ГК РФ, возражение против предоставления регистрации можно подать в претензионном порядке в Роспатент. Решение Роспатента о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку или об отказе в таком признании можно обжаловать в судебном порядке. Однако, в отличие от Китая, Верховный Суд РФ в абз. 2 п. 136 своего Постановления Пленума от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" разъяснил, что основанием для признания принятого ненормативного правового акта недействительным могут послужить только те нарушения, допущенные Роспатентом при предоставлении правовой охраны товарному знаку, которые носят «существенный характер и не позволили всесторонне, полно и объективно рассмотреть указанные возражения, заявления». Иными словами, только ввиду нарушения процедур рассмотрения возражений, заявлений можно обжаловать принятые Роспатентом в претензионном порядке решения по возражениям. В Китае же, согласно статьям 34 и 35 «Закона о товарных знаках» в редакции 2019 года, сохраняется четырёхуровневая система рассмотрения возражений против предоставления охраны товарному знаку. И на каждом уровне дело рассматривается по существу, в том числе и в судебном порядке[[52]](#footnote-52).

Таким образом несмотря на то, что в некоторых государствах непосредственно применяются акты ВТО, прежде всего ТРИПС[[53]](#footnote-53), тем не менее, в Китае и России придерживается позиция необходимости его трансформации в национальное законодательство. В Китае ввиду отсутствия до 2001 года зрелой, всесторонне урегулированной системы охраны товарных знаков, потребовалось основательно изменить структуру «Закона КНР о товарных знаках». В результате активных действий по имплементации положений ТРИПС и других международных договоров была создана относительно надежная правовая система охраны товарных знаков, и это достижение было сделано за относительно короткий период времени, и получило международное внимание и высокую оценку[[54]](#footnote-54).

Опыт Китая был замечен многими российскими специалистами в области юриспруденции. Заметив очевидную прогрессивность и действенность норм Соглашения ТРИПС, ряд ученых согласен с тем, что положения ТРИПС должны стать частью российского законодательства в области интеллектуальной собственности[[55]](#footnote-55). Даже если Россия не вступит в ВТО, рецепция положений ТРИПС поможет ей начать реальную борьбу с «пиратством». В результате присоединения России к ВТО, Закон РФ «О товарных знаках» и заменяющая его часть четвертая Гражданского кодекса РФ не претерпели кардинальных перемен.

# **§ 2.5. Двусторонние соглашения, затрагивающие вопросы охраны товарных знаков**

Среди двусторонних соглашений между Китаем и Россией по вопросу охраны товарных знаков, в первую очередь, можно назвать Меморандум о взаимопонимании между ведомствами двух государств. Китай и Россия для реализации двустороннего сотрудничества в сфере правовой охраны интеллектуальной собственности использовали такую особую форму международного акта государств, как меморандум. Руководитель Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам Борис Петрович Симонов и руководитель Китайского государственного управления по интеллектуальной собственности Тянь Липу[[56]](#footnote-56) еще в 2006 году подписали Меморандум о взаимопонимании, который был заменен новым Меморандумом о взаимопонимании от 2 декабря 2020 года.

Данный меморандум является новым соглашением, которое включает в себя положения о международном сотрудничестве в рамках нескольких многосторонних форматов, включая Всемирную организацию интеллектуальной собственности, БРИКС и Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество. Оно также предусматривает расширение сотрудничества в области географических указаний и наименований мест происхождения товаров, информационных технологий и обмена данными. Кроме того, меморандум также содержит положения об обмене опытом в области экспертизы патентов и товарных знаков, а также о проведении обучения кадров и повышении общественной осведомленности. Все эти меры имеют целью укрепление международного сотрудничества в области интеллектуальной собственности и способствование развитию научно-технического прогресса и инноваций в различных областях экономики. Подчеркивается, что данное соглашение имеет важное значение для развития сотрудничества в области интеллектуальной собственности, особенно в свете современных вызовов и возможностей, которые предоставляются быстро изменяющимся технологическим и экономическим окружением[[57]](#footnote-57).

Среди всех подписанных меморандумов о взаимопонимании между Роспатентом и соответствующим ведомством Китая по интеллектуальной собственности особое внимание было уделено охране товарных знаков, так как на протяжении нескольких лет обсуждался и составлялся меморандум по этому вопросу[[58]](#footnote-58).

Так, после подписания 19 мая 2010 года в Пекине Меморандума о взаимопонимании по сотрудничеству между Федеральной службой по интеллектуальной собственности (Российская Федерация) и Главным государственным административным управлением промышленности и торговли Китайской Народной Республики (SAIC) состоялись взаимные визиты на высоком уровне и мероприятия по обмену информацией. В связи с непрерывным развитием китайско-российских экономических и торговых отношений все большее значение приобретало сотрудничество в области правовой охраны товарных знаков и обеспечения соблюдения законов.

В сентябре 2013 года Федеральная служба по интеллектуальной собственности России и Главное государственное административное управление промышленности и торговли Китая достигли консенсуса в отношении переговоров о заключении меморандума о взаимопонимании и сотрудничестве в сфере правовой охраны и защиты товарных знаков, поскольку российско-китайские экономические и торговые отношения продолжали развиваться. 20 мая 2014 года в ходе четвертого саммита Совещания по взаимодействию и мерам доверия в Азии (СВМДА) руководитель Главного государственного административного управления промышленности и торговли Китайской Народной Республики Чжан Мао и руководитель Федеральной службы по интеллектуальной собственности Российской Федерации Борис Симонов в присутствии Председателя Си Цзиньпина и Президента Российской Федерации Владимира Путина подписали Меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве в сфере правовой охраны и защиты товарных знаков (далее – Меморандум по товарным знакам 2014 г.)

В нем российская и китайская стороны определили цели сотрудничества, принципы выбора способов достижения этих целей (равенство и взаимная выгода), формы, методы и мероприятия по сотрудничеству.

В практике международного права использование такой формы международного документа как меморандума не является редкостью[[59]](#footnote-59). Проблема, связанная с такими документами, состоит в том, имеется ли у них сила международного договора по смыслу Венской конвенции о праве международных договоров 1969 года. Но сложности в определении правовой природы Меморандума по товарным знакам 2014 г. не возникли, так как, согласно пункт 8 прямо указывает, что данный меморандум «не является международным договором, не создает прав и обязательств, регулируемых международным правом».

Следовательно, данный Меморандум по товарным знакам 2014 г. не требует имплементации, поскольку он не является традиционным международным договором. Он не нуждается в ратификации, не содержит каких-либо материально-правовых норм по охране товарных знаков, не ставится вопрос самоисполнимости или несамоисполнимости договора, употребляемая терминология в нем абсолютно не характерна для международных договоров («настоящий меморандум применяется с даты подписания», «прекращает применяться» и т.д.).

В результате подписания Меморандума по товарным знакам 2014 г. Россия и Китай укрепили обмены по вопросам правовой системы товарных знаков, практики регистрации товарных знаков и процедур экспертизы, а также правоприменения товарных знаков в будущем.

# **Глава 3. Сравнительный анализ правовой охраны товарных знаков в России и Китае**

# **§3.1. Вопросы охраны отдельных видов товарных знаков (общеизвестный товарный знак, коллективный товарный знак, товарный знак в составе доменного имени, нетрадиционные товарные знаки)**

3.1.1. Охрана общеизвестных товарных знаков

В процессе развития законодательства о товарных знаках большинство стран создали систему защиты прав на товарные знаки, основанную на системе регистрации. По сравнению с базовой системой получения прав на товарный знак посредством использования, система регистрации имеет очевидное преимущество с точки зрения эффективности определения прав на товарный знак, поскольку в соответствии с законом исключительное право на использование товарного знака предоставляется лицу, предварительно зарегистрировавшему товарный знак. Однако сама система регистрации имеет и негативные последствия, в основном в плане отсутствия защиты интересов фактических пользователей товарного знака. В случае применения принципа "первым зарегистрировался" первый пользователь товарного знака часто не может эффективно защитить свои интересы в отношении товарного знака в связи с нарушением прав на товарный знак другими лицами. В частности, в том, что касается товарных знаков с высокой степенью популярности, потребители уже могут сформировать чувство отличия после больших инвестиций пользователя товарного знака, и если охрана товарному знаку, в итоге, предоставлена не будет, это приведет к несправедливости с учетом инвестиций пользователя товарного знака и выгод от приобретенной им деловой репутации, а также будет неблагоприятным для защиты интересов потребителей.

Поэтому многие страны, принявшие систему регистрации, также скорректировали свои системы регистрации товарных знаков, добавив исключения в систему регистрации без изменения основных принципов системы регистрации, позволяя предшествующим пользователям товарного знака оспаривать принцип предварительной регистрации при определенных условиях в интересах защиты интересов предшествующих пользователей и потребителей. Суть охраны общеизвестных товарных знаков заключается в том, что отказ от принципа абсолютной предварительной регистрации позволяет признать и защитить законные интересы владельца общеизвестного товарного знака, который был использован первым. Охрана общеизвестных товарных знаков является мерой по исправлению недостатков системы регистрации, поскольку первая делает акцент на защите интересов владельцев общеизвестных товарных знаков при сохранении эффективности и формальной справедливости.

Законодательные положения, направленные на регулирование охраны общеизвестных товарных знаков закреплены, в первую очередь, в «Законе КНР о товарных знаках». Несмотря на наличие только 4 статей, выделенных на правовое регулирование товарных знаков, Китай очень последовательно имплементировал статьи по охране общеизвестных товарных знаков Парижской конвенции (статья 6-bis) и Соглашения ТРИПС (п. 2 п. 3 статьи 16). В отличие от России, в «Законе о товарных знаках» КНР можно четко увидеть правовые установки каждого из двух международных договоров, последовательно внедренные китайскими законодателями. Отличия состоят в полноте данных договоров.

По смыслу п. 2 ст. 16 ТРИПС, если использование является обязательным условием регистрации, то во внимание принимается та степень известности, которая достигнута путем рекламы. Тем самым, в ТРИПС использование стало пониматься в широком смысле. Это означает, что нет необходимости требовать, чтобы узнаваемость, известность были достигнуты в результате фактического потребления товара или услуги. На это сделан акцент в пункте 4 статьи 14 «Закона о товарных знаках» КНР, согласно которому при установлении общеизвестности товарного знака устанавливается в том числе фактор «масштаб и географический охват любых рекламных усилий в отношении знака». В России подобное положение тоже есть, оно содержится в пункте 17 Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденным приказом Минэкономразвития России от 27.08.2015 N 602. Однако такой способ имплементации образовывает неудобство и сложности длязаявителей и заинтересованных лиц в отслеживании такого важного изменения, состоящего в том, что теперь реклама может выступить одним из важнейших доказательств известности, способом ее достижения. Такая особенность международно-правовой охраны общеизвестных товарных знаков явно не нашла признания в законодательстве РФ. Внимание, уделенное в пункте 4 статьи 14 «Закона о товарных знаках» КНР, и сложившаяся практика имеют очевидный эффект. В Китае заявители, желая получить особый режим охраны исключительных прав, в ходе доказывания прежде ссылаются на инвестиции в расходы на рекламу.

Одним из острых вопросов в предоставлении охраны общеизвестному товарному знаку состоит в признании его общеизвестным. Ввиду того, что в Парижской конвенции и Соглашении ТРИПС не оговорены условия такого признания, это создавало много препятствий для национальных ведомств по интеллектуальной собственности и заявителей, правообладателей, поскольку не было нормы, дающей разъяснения относительно того, как обосновать «общеизвестность». В 2000 году ВОИС разработала Совместную рекомендацию в отношение охраны общеизвестных товарных знаков (далее – Рекомендация ВОИС). Факторы, на которые можно обратить внимание при принятии решения о признания товарного знака общеизвестным, приведены в статье 2 Рекомендации ВОИС. Они нашли отражение в статье 14 «Закона о товарных знаках» КНР, где приведен открытый перечень критериев (например, степень осведомленности о знаке среди соответствующей круга общественности, длительность использования знака, продолжительность, история охраны знака в качестве общеизвестного знака и другие). В Российском законодательстве эти положения отражены, но не в Гражданском кодексе, а в Административном регламенте предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденным приказом Минэкономразвития России от 27.08.2015 N 602 (далее - Административный регламент). Несмотря на то, что указанный Административный регламент тоже нормативно-правовой акт, но все-таки не является основным законодательством по интеллектуальной собственности. Имплементировав обосновывающие «общеизвестность» факторы в Административный регламент, российские законодатели избежали лишнего загромождения Гражданского кодекса, но оставили заявителей с риском получения отказа в предоставлении охраны из-за того, что они не смогли сразу в основном законодательстве увидеть факты, обоснование которых заявитель увидит больше шансов признания его товарнго знака общеизвестным. В судебной практике это приводит к тому, что в обоснование своей позиции о признании или непризнании товарного знака общеизвестным суду приходится после указания на Административный регламент ссылаться на акты ВОИС, показав тем самым цели и идеи, заложенные в этих актах. Например, в решении Суда по интеллектуальным правам от 27 мая 2020 г. по делу N СИП-1099/2019[[60]](#footnote-60) суд в опровержение позиции Роспатента сослался не только на Рекомендации ВОИС, но и на Пояснительные примечания к Рекомендации ВОИС. Этим суд аргументировал, что длительность использования не является единственным критерием общеизвестности, Административный регламент хотя и содержит «исчерпывающий перечень документов», но так как имплементирует Рекомендации ВОИС, отнюдь не может им противоречить. Следовательно, выбор предъявляемого доказательства оставляется на усмотрение сторон; обширность и релевантность круга потребителей также учитывается.

Однако, с моей точки зрения, есть одно важное положение в развитие 4 параграфа 2 главы 76 Гражданского кодекса РФ. Это абз. 2 п. 1 ст.1508 ГК РФ, согласно которому «товарный знак и обозначение, используемое в качестве товарного знака, не могут быть признаны общеизвестными товарными знаками, если они стали широко известны после даты приоритета тождественного или сходного с ними до степени смешения товарного знака другого лица, который предназначен для использования в отношении однородных товаров». Несмотря на то, что по своей природе это – норма против недобросовестной конкуренции, именно в Гражданский кодекс следовало ее внести, ведь уже здесь непосредственно решен вопрос соотношения двух особых механизмов защиты прав: общего, применимого ко всем (по смыслу Парижской конвенции) результатам интеллектуальной собственности, и специального, ориентированного на особую охрану общеизвестных товарных знаков. Подобного положения нет в «Законе о товарных знаках» КНР. С моей точки зрения, при следующих пересмотрах можно учесть опыт России.

3.1.2. Охрана товарного знака в составе доменного имени

С конца 20 века в обзоре юристов всех государств начала подниматься новая проблема охраны товарных знаков – защита товарных знаков, с использованием которых создавали доменные имена – абстрактные символьные имена, удобные для восприятия с конкретным IP-адресом.

Исключительные права на товарные знаки нарушаются путем указания в составе доменного имени названия уже зарегистрированного товарного знака и регистрации данного доменного имени, без законных прав на соответствующий товарный знак. С повышением общемировых стандартов национальной и международной регистрации товарных знаков суды, при наличии доказательств, исключающих правовые неопределенности, выделяют основания для защиты нарушенных прав. Однако проблема заключается не самом получении защиты, а в ее способах по восстановлению или возмещению нарушенных прав, в их закреплении на законодательном уровне и признании на судебном уровне. Законодательство и судебная практика Китая и России показывают, что они находятся на разных этапах решения данного вопроса применительно к охране товарных знаков.

Из обстоятельств спора компании BELLVILLES против доменного имени компьютерной сети Yang Xiaohong о нарушении прав на товарный знак и фирменное наименование[[61]](#footnote-61) следует, что до принятия второй редакции «Закона о товарных знаках» КНР регистрация доменных имен не обеспечивалась нужными нормативным актами, что приводило к распространенным случаям недобросовестного извлечения выгоды из их регистрации. Киберсквоттеры могли зарегистрировать порядка 60 тысяч доменных имен с целью последующей их перепродажи другим. Вступление в силу второй редакции «Закона о товарных знаках» КНР внесло большие изменения общий механизм защиты товарных знаков, все они отражённые в параграфе 3 второй главы «Закона о товарных знаках» КНР. Так как в «Законе о товарных знаках» КНР не решался вопрос нарушения прав на товарные знаки доменными именами, Верховный народный суд КНР дал разъяснение в «Комментарии по некоторым вопросам применения законодательства при рассмотрении гражданских споров о товарных знаках»(2002). Он предусматривает, что регистрация доменного имени со словами, тождественными или сходными с зарегистрированным товарным знаком другого лица, и использование доменного имени для операций электронной коммерции в отношении товаров, что может ввести в заблуждение соответствующую публику» подпадает под действие статьи пункта 5 статьи 52 «Закона о товарных знаках» КНР 2001 года, которая предусматривает причинение иного ущерба исключительному праву другого лица на использование зарегистрированного товарного знака. Подобное правонарушение чаще суды квалифицировали как нарушение исключительного права на товарный знак. Но Постановление Пекинского суда по интеллектуальной собственности от 6 апреля 2023 года по делу Beijing Xiongying Culture Media Co., Ltd. против ответчика CCTV International Network Co., Ltd. о нарушении прав на товарный знак и недобросовестной конкуренции (далее – Постановление №1260) продемонстрировало высокий профессионализм суда в квалификации совершенного противоправного деяния. Постановление №1260 показало, что на сегодня в Китае основательно разграничиваются недобросовестная конкуренция и нарушение прав на товарные знаки. Суд в этом деле отнес к нарушению исключительных прав на товарный знак использование в составе доменного имени компании Beijing Xiongying Culture Media Co., Ltd. зарегистрированного и общеизвестного товарного знака «CCTV», который используется для обозначения Центрального телевидения Китая. А в качестве недобросовестной конкуренции квалифицировал акт ответчика, который разделах своего сайта "Драма" и "Кино" сделал прямые ссылки на главную страницу или второстепенные страницы сайта CCTV.com, что заставляет общественность полагать, что сайт, на который подается жалоба (то есть сайт ответчика), является другой страницей сайта истца, вводя тем самым в заблуждение.

В результате Пекинский суд по интеллектуальной собственности усмотрел как минимум два состава правонарушений, и меры ответственности за их совершение были назначены раздельно в соответствии с «Законом о товарных знаках» КНР и «Законом о борьбе с недобросовестной конкуренцией».

Поэтому Китай вопреки советам юристов[[62]](#footnote-62) о заимствовании опыта Австрии, где такое поведение регулируется как недобросовестная конкуренция, поскольку «препятствует конкурентам», определил на основе сложившейся нормативной базы и правовой традиции более подходящий для него путь.

В российской судебной практике же до сих категории нарушение исключительного права и недобросовестная конкуренция используются судом хаотично. Например, при аналогичных обстоятельствах спора в Решении Арбитражный суд города Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 25 июля 2022 г. по делу № А56-30955/2022 суд констатирует, что «сама по себе регистрация доменного имени…может быть признана актом недобросовестной конкуренции и нарушением исключительного права на товарный знак». В Постановлении от 11 июля 2022 г. по делу № А56-41852/2021 Тринадцатый арбитражный апелляционный суд указал, что «…сами по себе действия по приобретению права на доменное имя могут быть признаны нарушением права на товарный знак в случае, если судом установлено, что действия администратора по приобретению доменного имени являлись актом недобросовестной конкуренции». Стоит отметить Постановление Суда по интеллектуальным права от 20 января 2017 г. по делу № А21-10484/2015. Я считаю, что оно определило, что Россия, ее првоприменительная практика по данному вопросу более близкой к Китаю. Суд, хоть и определяет данное правонарушение в качестве акта недобросовестной конкуренции, «поскольку созда[е]т препятствия компании в размещении информации о ней и ее товарах с использованием данных товарных знаков в названном домене российской зоны сети Интернет», но меры ответственности все-таки были назначены в соответствии с положениями части четвертой Гражданского кодекса РФ.

Данные факты свидетельствуют о том, что Россия и Китай имеют разные решения вопроса защиты товарного знака в составе доменного имени. Истоки нужно искать, прежде всего, в законодательстве о противодействии недобросовестной конкуренции. В «Законе о борьбе с недобросовестной конкуренцией» предусматриваются меры ответственности, в отличие от российского Закона «О защите конкуренции», которая отсылает к другим нормативно-правовым актам. Каждый из них имеет свое преимущество. Закон РФ «О защите конкуренции» посредством отсылки к другим актам стал более стабильным, не подвергаемым изменениям. А «Закон о борьбе с недобросовестной конкуренцией» КНР и ее судебная практика меняют квалификацию правонарушения в сторону более детальной, что способствует восстановлению нарушенных прав и укреплению системы охраны товарных знаков в Китае.

# **§3.2. Правовая ответственность за незаконное использование товарного знака**

Как частное право, подтвержденное государственной властью, право на товарный знак не только охраняет частные интересы правообладателей, но также имеет ярко выраженный оттенок экономической или культурной политики. Объект уголовно-правовой защиты фокусируется на «экономическом порядке», стоящем за экономической или культурной политикой интеллектуальной собственности, в то время как объект деликтно-правовой защиты фокусируется на самой «собственности». Такая общественно-экономическая природа права на товарный знак признается и в России, и в Китае. Оба государства установили схожие механизмы привлечения к административно-правовой и уголовно-правовой ответственности, имея лишь незначительные отличия.

Согласно статье 14.10 Кодекса об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), Россия предусматривает 2 состава административных нарушений прав на товарные знаки: незаконное использование и производство в целях сбыта либо реализация товара. Статья 180 Уголовного кодекса РФ предусматривает размер сумм денег, превышение которого влечет за собой уже уголовную ответственность. Смысл ст.14.10 КоАП РФ в том, что она предусматривает институт административной преюдиции, которая подтверждает неоднократность совершения правонарушения. Так, по российскому законодательству лицо подвергается административному наказанию, если в течение года дважды незаконно использовал товарные знаки и если размер причиненных убытков составил более 250 тысяч рублей.

Согласно статье 57 «Закона о товарных знаках» КНР, Китай установил намного более детальные составы нарушений прав на товарные знаки, среди которых нужно отметить «умышленное содействие нарушению исключительного права на использование товарного знака и помощь другим лицам в совершении нарушения исключительного права на использование товарного знака», что по смыслу соответствует квалифицированному составу по ч. 4 ст. 180 УК РФ. Если законодатели в КоАП решили отграничить акт недобросовестной конкуренции от нарушения прав на товарные знаки и строго ограничиться двумя составами, то в «Законе о товарных знаках» КНР законодатели оставили перечень открытым. Но в Уголовный кодекс Китая вошли только 3 состава из оговоренных в статье 57. Чтобы деяние считалось преступлением против товарного знака, оно также должно отвечать требованиям «серьезности обстоятельств» и «особой серьезности обстоятельств». В соответствии с совместно изданным Верховным народным судом и Верховной народной прокуратурой в 2004 году «Комментарием по некоторым вопросам, касающимся конкретного применения закона при рассмотрении уголовных дел о нарушении прав интеллектуальной собственности» (далее – Комментарий 2004 г.), «серьезность обстоятельств» или «особая серьезность обстоятельств» также определяется суммой денег, задействованных в деле.

Критерий, которому должно соответствовать деяние по подделке товарных знаков, чтобы считаться преступлением, должно включать «незаконную реализацию свыше 50 тысяч юаней или незаконное извлечение прибыли свыше 30 тысяч юаней». Если это подделка двух или более зарегистрированных товарных знаков, то «незаконная реализация должна быть свыше 30 тысяч юаней или незаконное извлечение прибыли свыше 20 тысяч юаней». Я считаю, что данные положения законодательства России и Китая могут послужить отчетливыми показателями разного отношения публичной власти к необходимости ее вмешательства в вопросы нарушения исключительного права на товарный знак. Если в России путем назначения карательных мер пытаются восстановить нарушенный общественный порядок, то в Китае больше усматривают в нарушении исключительного права на товарный знак частно-публичное обвинение. И так как основной состав преступления по ст. 180 УК РФ очень простой, а размер причинённого ущерба (250 тысяч рублей), по сравнению с Китаем, очень низок, по моему мнению, именно в России строже привлекают к ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак.

# **Заключение**

Государства, даже будучи участниками одних и тех же международных договоров по охране товарных знаков, из-за различия правовых систем, своеобразия подходов к имплементации таких договоров в рамках своих национально-правовых систем иметь разные уровни охраны товарных знаков. Иногда в национальных системах обеспечивается более высокий стандарт, нежели установленный в международных договорах.

В результате анализа международных договоров РФ и Китая, внутригосударственных правовых актов этих стран, а также юридической доктрины установлено, что международные договоры и выстроенные на их основе международные модели, то есть совокупность взаимосвязанных институтов на развитие одного из векторов охраны товарных знаков, системы охраны товарных знаков содержат только самые минимальные стандарты, которые не сдерживают государства от дальнейшего развития законодательства по охране товарных знаков, совершенствования тех или иных аспектов этого вопроса.

Россия и Китай имеют совершенно разные по структуре и системе законодательства в области охраны интеллектуальной собственности, но, будучи участниками международных договоров по охране товарных знаков, они имеют в целом схожее регулирование по этому вопросу. Однако их законодательства в этом отношении имеют и отличия.

Во-первых, законодательное регулирование в области охраны товарных знаков существует в Китае в виде отдельного закона несмотря на то, что в Китае с недавних пор действует гражданский кодекс, в то время как в России законодательные нормы об охране товарных знаков предусмотрены Гражданским кодексом.

Способы имплементации международных договоров в области охраны товарных знаков несколько отличаются в РФ и Китае. Так, в каждой из этих стран возможно прямое применение договоров, однако в отношение актов ВТО Китай всегда требует их обязательной имплементации, в том числе в отношение ТРИПС.

Автор полагает, что в России все три международные договора получили должного научного изучения, анализа еще до их подписания или в ходе имплементации. Российские законодатели уделили должное внимание Парижской конвенции, а законодательство России более проникнут духом ее создания, тогда как в Китае много усилий отдается технической работе по имплементации, иногда без полного понимания положений соответствующих договоров.

На национальном и международном уровнях охраны товарных знаков законодатель большое значение придает международной системе регистрации товарных знаков. Имплементационная работа продолжается по отношению к дополнительным документам – Общей инструкции к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков и Протоколу к этому Соглашению, в которую периодически вносятся изменения решениями Ассамблеи Мадридского союза.

Китай и Россия могли бы учесть опыт друг друга в имплементации договоров, регулирующих охрану знаков, и связанных с ними актов.Например, при имплементации таких договоров, как Мадридское соглашение, которые содержат в себе преимущественно самоисполнимых норм, Россия может для имплементированных норм такого договора выделить отдельный раздел, главу, как сделано в главе 5 «Положения о применении Закона Китайской Народной Республики о товарных знаках». А Китаю следует опыт России по имплементации положений об общеизвестных товарных знаках из Парижской конвенции и Соглашения ТРИПС. А именно, учет положений о приоритете не только товарных знаков, но и других объектов интеллектуальной собственности, как сделано в подпункте 1 пункта 9 статьи 1483 ГК РФ.

Помимо этого, чтобы решить проблемы с охраной и защитой товарных знаков, следует вместо разработки и заключения новых международных договоров принять меры по анализу и пересмотру законодательства, переосмыслить полноту имплементации в него не только самих норм, но и идеи уже заключенных международных договоров.

Товарный знак для сегодняшней мировой экономики представляет собой не столько индивидуализирующее товар, услугу обозначение, сколько средство ведения экономической войны. Следовательно, имплементационная работа государств в отношение норм уже заключенных международных договоров должна быть продолжена, так как в них закреплены самые надежные принципы и механизмы охраны права использования товарных знаков в обычных целях. Без укоренения созданных механизмов государство не только потеряет инициативу в ведения торговой войны, но и понесет множество неоправданных и не возмещаемых убытков.

# **Список использованной литературы**

*1. Нормативно-правовые акты и иные официальные документы*

*1.1. Международные нормативно-правовые акты и иные официальные документы*

*1.1.1. Международные договоры*

1.Конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883 года.[Электронный ресурс] // Указом Президиума ВС СССР, –1968 –N 3104-VII– СПС «КонсультантПлюс».

2.Мадридское соглашение о международной регистрации знаков (измененное 28 сентября 1979 г.) [Электронный ресурс] // Международные договоры и соглашения в области охраны промышленной собственности, Нормативные акты и документы патентного поверенного. – 1995. – Т.1– СПС «Кодекс».

3.Марракешское соглашение об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г. [Электронный ресурс] // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2012. – № 37 (приложение, ч. VI). – С. 2514–2523. – СПС «КонсультантПлюс».

4.Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от от 15 июня 1957 года, пересмотренное в Стокгольме 14 июля 1967 года и в Женеве 13 мая 1977 года и измененное 28 сентября 1979 года. [Электронный ресурс] // официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности [сайт]. — режим доступа:<https://www.wipo.int/treaties/ru/classification/nice/>

5.Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков (Мадридский протокол) от 27 июня 1989 года. [Электронный ресурс] // официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности [сайт]. — режим доступа:<https://www.wipo.int/treaties/ru/registration/madrid_protocol/index.html>

6.Международная классификация изобразительных элементов товарных знаков, созданная Венским соглашением, заключенным 12 июня 1973 года. [Электронный ресурс] // официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности [сайт]. — режим доступа:<https://www.wipo.int/classifications/vienna/ru/>

*1.1.2. Акты международных организаций, органов и конференций*

7.Общая инструкция к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков и Протоколу к этому Соглашению (действует с 1 февраля 2019 г.) // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/textdetails/18607 (дата обращения: 14.05.2023).

8.Административная инструкция по применению Мадридского соглашения о международной регистрации знаков и Протокола к нему (действует с 1 февраля 2019 г.) // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/textdetails/18659 (дата обращения: 14.05.2023).

9.Руководство к международной регистрации знаков в соответствии с Мадридским соглашением и Мадридским протоколом // WIPO URL: https://www.wipo.int/publications/en/series/index.jsp?id=185 (дата обращения: 14.05.2023).

10.Совместной рекомендации в отношение охраны общеизвестных товарных знаков, разработанной в рамках Всемирной организации интеллектуальной собственности. // WIPO URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/marks/833/pub833.pdf (дата обращения: 14.05.2023).

*1.2. Нормативно-правовые акты и иные официальные документы*

*Российской Федерации*

*1.2.1. Федеральные законы*

11.О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от от 18.12.2006 N 231-ФЗ// Собр. законодательства Российской Федерации. – 2006. –№ 52. – Ст. 5497. – СПС «КонсультантПлюс».

12. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации[Электронный ресурс] : федер. закон от 03.08.2018 N 289-ФЗ// Собр. законодательства Российской Федерации. – 2008. –№ 32. – Ст. 5082. – СПС «КонсультантПлюс».

*1.2.2. Постановления и распоряжения Правительства*

*Российской Федерации*

13.Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 16.07.2020 № 428 «О внесении изменений в приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 482 // Официальный интернет-портал правовой информации. 2023. URL :<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=sUKeP2TQtnKfXChb2&cacheid=9C5B96BDC2AB3DE440995E7538BA1A16&mode=splus&rnd=550D538C0C9CC96F953A9D5DC49D41F8&base=LAW&n=372547#WDMeP2TshFq9HxKm> (дата обращения : 08.04.2022). Режим доступа : Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс

14.Приказ Минэкономразвития России от 27.08.2015 N 602 (ред. от 07.06.2017) "Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком"// Официальный интернет-портал правовой информации. 2023. URL :https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=222280&dst=100009#CtsRbeToF89Rzt8u(дата обращения : 08.04.2023). Режим доступа : Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс

*1.2.3. Нормативные акты федеральных органов исполнительной власти*

*и уполномоченных организаций*

15.Административный регламент предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденным приказом Минэкономразвития России от 27.08.2015 N 602

*1.3. Акты высших органов судебной власти Российской Федерации,*

*имеющие нормативное содержание*

*1.3.1. Постановления пленумов Верховного Суда Российской Федерации*

*и Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации*

16.О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации[Электронный ресурс]: постановление Пленума Верхов. Суда Рос. Федерации от 23.04.2019 г. № 10 // Бюл. Верхов. Суда Рос. Федерации. — 2019. — № 7. — СПС «КонсультантПлюс».

*1.4. Нормативно-правовые акты и иные официальные документы*

*иностранных государств*

*1.4.1. Нормативно-правовые акты высших представительных органов*

*власти иностранных государств*

17.中华人民共和国主席令 第五十九号 // 中华人民共和国中央人民政府 URL: http://www.gov.cn/gongbao/content/2001/content\_61154.htm (дата обращения: 12.12.2022).

18.全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国商标法》的决定（主席令第六号） // 中华人民共和国中央人民政府 URL: http://www.gov.cn/zhengce/2013-08/30/content\_2602289.htm (дата обращения: 12.02.2023).

19.全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国建筑法》等八部法律的决定(含：消防法、电子签名法、城乡规划法、车船税法、商标法、反不正当竞争法、行政许可法) // 中国法律检索系统 URL: http://law.pkulaw.com/chinalaw/27409ccd46fe8016bdfb.html (дата обращения: 12.04.2023).

20.中华人民共和国商标法(2019年修正) // 人民网 URL: http://ip.people.com.cn/n1/2019/1106/c179663-31440313.html (дата обращения: 14.05.2023).

*1.4.2. Иные нормативно-правовые акты и официальные документы,*

*принятые в иностранных государствах*

21. Решение № 0000040020 от 20 апреля 2020 года [Electronic resource]. — режим доступа:<http://wsgs.sbj.cnipa.gov.cn:9080/tmpu/yycw/detail.html?appId=A708E33C15110240E053640B50195FD1>

**2. Материалы судебной практики**

*2.1. Материалы судебной практики Российской Федерации*

2.1.1. Акты арбитражных судов Российской Федерации

22.Решение Суда по интеллектуальным правам от 27 мая 2020 г. по делу N СИП-1099/2019 Суд признал недействительным решение Роспатента об отказе в признании обозначения общеизвестным товарным знаком на территории РФ, поскольку у Роспатента не имелось оснований для вывода о том, что заявленное обозначение перестало соответствовать признакам общеизвестного товарного знака на момент подачи компанией заявления о признании обозначения общеизвестным товарным знаком [Электронный ресурс]//. Доступ из справочно-правовой системы «Гарант».

23.Решение Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 25 июля 2022 г. по делу № А56-30955/2022

24.Постановление Суда по интеллектуальным правам от 20 января 2017 г. по делу № А21-10484/2015

25.Постановление одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от от 23 ноября 2022 г. по делу № А65-3232/2022

*2.2. Материалы судебной практики иностранных государств*

26.京73民终1260号与人北京熊鹰文化传媒有限公司与被与人央视国际网络有限公司侵害商标权及不正当竞争民事二审判决书

**3. Специальная литература**

*3.1. Книги*

27.Шершеневич, Г. Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 2. Товар. Торговые сделки / Г. Ф. Шершеневич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 480 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07831-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://proxy.library.spbu.ru:2767/bcode/489708(дата обращения: 31.03.2022).

28.冯晓青. 知识产权法[M]. 北京:中国政法大学出版社.2008.

29.Keller K., Apéria T., Georgson M. Strategic Brand Management: A European Perspective /Keller K.- Pearson Education Limited, 2008. – 968 p.

*3.2. Статьи*

30.Львова И. В. Роль товарных знаков в продвижении товаров на рынке и особенности экспертизы товарных знаков в России / И. В. Львова // Интеллектуальные права: вызовы 21-го века : материалы Международной конференции (14-16 ноября 2019 г.). Томск, 2019. С. 101-108. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000669738>

31.Осминин Борис Иванович Вопросы самоисполнимости международных договоров (на примере США, Нидерландов и России) // Журнал российского права. 2012. №6 (186). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-samoispolnimosti-mezhdunarodnyh-dogovorov-na-primere-ssha-niderlandov-i-rossii (дата обращения: 18.05.2023).

32.Абрамов, С. А. К вопросу о присоединении СССР к Парижской конвенции по охране промышленной собственности и правовом режиме средств индивидуализации / С. А. Абрамов // Право и практика. – 2020. – № 2. – С. 46-50. – EDN LKWMGM.

33.В.Ф.Яковлев., А.Л.Маковский О четвертой части Гражданского кодекса // Журнал российского права. - 2007. - №2 . - С. 3-13.

34.Бородай, Л. Н. Новое в правовом регулировании Мадридской системы / Л. Н. Бородай // Роль интеллектуальной собственности в прорывном научно-технологическом развитии общества : тезисы докладов участников XXIII Международной конференции Роспатента, Москва, 16–17 октября 2019 года. – Москва: Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности», 2019. – С. 39-43. – EDN JZCAGR.

35.Шумилов, В. М. Право ВТО и законодательство России / В. М. Шумилов // Евразийский юридический журнал. – 2013. – № 4(59). – С. 22-28. – EDN QAJTKP

​​36.Павлова, Е. А. Четвертая часть ГК и Соглашение ТРИПС: причины и суть расхождений / Е. А. Павлова, О. Ю. Шилохвост // Патенты и лицензии. – 2007. – № 11. – С. 2-9. – EDN OJYDXL

37.Тюрина, Н. Е. Прямое действие права Всемирной торговой организации в национальном законодательстве (подходы Китайской Народной Республики и Российской Федерации) / Н. Е. Тюрина, С. Ли // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2019. – Т. 161, № 1. – С. 82-91. – DOI 10.26907/2541-7738.2019.1.82-91. – EDN RXBGGU.

38.Лисаускайте Валентина Владо Меморандум как особая форма правового сотрудничества государств в сфере бедствий // Сибирский юридический вестник. 2017. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/memorandum-kak-osobaya-forma-pravovogo-sotrudnichestva-gosudarstv-v-sfere-bedstviy (дата обращения: 18.05.2023).

39.Сюй, Л. Приведение законодательства КНР о защите прав на интеллектуальную собственность в соответствие с ТРИПС / Л. Сюй // Евразийский юридический журнал. – 2017. – № 6(109). – С. 52-55. – EDN ZDESSB.

40.田晓玲. 我国商业标识法律保护制度的协调与完善[J]. 现代法学,2020,42(04):197-209.

41.刘文远. 从“移植”到“内生”的演变:近代中国商标权取得原则的确定及调整[J]. 知识产权,2015,(04):72-79.

42.孔嘉. 国际商标注册马德里体系概述及法律热点问题剖析(上)[J]. 中国律师,2011,(04):81-83.

43.吕娜, 知识产权司法案例 上海贝拉维拉制衣有限公司诉杨晓红计算机网络域名侵犯商标权、企业名称权纠纷案. 贺化 主编,中国知识产权年鉴,知识产权出版社,2006,444-449,年鉴.

44.吴群. 马德里商标国际注册修订解读[J]. 工商行政管理,2003,(11):32-33.

45.郑波. 《保护工业产权巴黎公约》简介[J]. 政治与法律,1985,(01):10.

46.Burrus Bernie R., The Soviet Law of Inventions and Copyright // Fordham Law Review. Vol.30(4). 1962. P. 693-726.

47.Strategic Brand Management: A European Perspective. / Keller K., Apéria T., Georgson M. – 1 publ., – Harlow, England : Prentice Hall Financial Times, 2008– URL :<https://www.econbiz.de/Record/strategic-brand-management-a-european-perspective-keller-kevin-lane/10003679802> (дата обращения : 08.04.2022).

48.de Rassenfosse, Gaétan and van Pottelsberghe de la Potterie, Bruno, On the Price Elasticity of Demand for Patents (September 1, 2010). Oxford Bulletin of Economics and Statistics, Vol. 74, No. 1, p. 58-77, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=1726211 or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1726211>

49.On the Price Elasticity of Demand for Patents/ Gaetan de Rassenfosse, Bruno van Pottelsberghe de la Potterie // oxford bulletin of economics and statistics. – 2012. –Volume74, Issue1 – URL : https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.2011.00638.x (дата обращения : 08.04.2022).

*3.3. Диссертации и авторефераты диссертаций*

50.Лиховолова М.О. Языковые особенности товарных знаков: канд. филол.наук / М.О. Лиховолова. — СПБ., 2016. — 53 c.URL :<https://dspace.spbu.ru/handle/11701/3350> (дата обращения : 08.04.2022).

51.Мартынов, П. А. Соглашение ТРИПС: правовой анализ и влияние на российское законодательство в области интеллектуальной собственности : специальность 12.00.03 "Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право" : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Мартынов Павел Александрович. – Москва, 2005. – 162 с. – EDN NOGHZT.

52.杨建锋. 论TRIPS协定下商标注册制度[D].复旦大学,2009.

*4. Интернет-ресурсы*

53.Товарные знаки // Всемирная организация интеллектуальной собственности URL: https://www.wipo.int/trademarks/ru/ (дата обращения: 08.04.2022).

54.Пекинская "MUJI" снова выиграла судебный процесс против японской "MUJI // Baidu URL: https://baijiahao.baidu.com/s?id=1715543763625858631&wfr=spider&for=pc (дата обращения: 08.04.2022).

55.Международные бланки ВОИС // Федеральная служба по интеллектуальной собственности URL: https://rospatent.gov.ru/ru/docs/form/vipo (дата обращения: 08.04.2022).

56.Формы заявлений на регистрацию товарных знаков // Бюро по товарным знакам Китайского национального управления интеллектуальной собственности URL: http://sbj.cnipa.gov.cn/sbsq/sqss/ (дата обращения: 08.04.2022).

57.Российская Федерация // Всемирная организация интеллектуальной собственности URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/members/profile/RU?collection=laws&collection=treaties&subjectMatter=4 (дата обращения: 19.03.2022).

58.Paris Notification No. 114 Paris Convention for the Protection of Industrial Property // WIPO URL: https://www.wipo.int/treaties/en/notifications/paris/treaty\_paris\_114.html (дата обращения: 09.01.2023).

59.Китай // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/members/profile/CN?collection=laws&collection=treaties&collection=judgments&subjectMatter=4&typeOfTreaty=22 (дата обращения: 09.04.2023).

60.Регламент Китайской Народной Республики «О применении таможенными органами административных наказаний» // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/legislation/details/6600 (дата обращения: 09.05.2023).

61.Договоры, административные функции которых выполняет ВОИС // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/ShowResults?search\_what=A&act\_id=18 (дата обращения: 12.03.2023).

62.Ассамблея Мадридского союза пятьдесят седьмая (25-я очередная) сессия // WIPO URL: https://www.wipo.int/meetings/ru/details.jsp?meeting\_id=75063 (дата обращения: 27.03.2023).

63.Депутаты рассказали о плюсах и минусах участия в ВТО // Государственная дума Федерального собрания Российской Федерации URL: http://duma.gov.ru/news/46056/ (дата обращения: 12.04.2023).

64.田普利与西蒙诺夫签署合作谅解备忘录 // 中华人民共和国国家知识产权局SIPO URL: https://www.cnipa.gov.cn/transfer/pub/old/zscqgz/2006/201310/t20131024\_854267.html (дата обращения: 13.05.2023).

65.Роспатент и Китайское государственное управление интеллектуальной собственности подписали Меморандум о взаимопонимании // Роспатент Федеральная служба по интеллектуальной собственности URL: https://rospatent.gov.ru/ru/news/memorandum-o-vzaimoponimanii-02122020 (дата обращения: 13.05.2023).

66.工商总局与俄签署商标法律保护与执法合作谅解备忘录 // 中国人民共和国国家人民政府 URL: http://www.gov.cn/xinwen/2014-05/22/content\_2685258.htm (дата обращения: 13.05.2023).

67.杨珮茹 知识产权国际条约在我国法院的适用 // 知识产权. - 2020. - №09. - С. 72-83.

715543763625858631&wfr=spider&for=pc (дата обращения: 08.04.2022).

1. 刘文远.从“移植”到“内生”的演变:近代中国商标权取得原则的确定及调整.知识产权,2015..72 页 [↑](#footnote-ref-1)
2. Шершеневич, Г. Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 2. Товар. Торговые сделки. М., 2022. С. 11. [↑](#footnote-ref-2)
3. Цит. по : Шершеневич, Г. Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 2. Товар. Торговые сделки. М., 2022. С. 11 [↑](#footnote-ref-3)
4. Keller K., Apéria T., Georgson M. Strategic Brand Management: A European Perspective / Pearson Education Limited 2008 – 3 p. [↑](#footnote-ref-4)
5. Лиховолова М.О. Языковые особенности товарных знаков. СПБ., 2016. С. 4. [↑](#footnote-ref-5)
6. Львова И.В. Роль товарных знаков в продвижении товаров на рынке и особенности экспертизы товарных знаков в России. Томск. 2019. С.101. [↑](#footnote-ref-6)
7. 张桥辉. 我国未注册商标的法律保.2021.47页 [↑](#footnote-ref-7)
8. 出处同上. [↑](#footnote-ref-8)
9. 出处同上. [↑](#footnote-ref-9)
10. Gaetan de Rassenfosse, Bruno van Pottelsberghe de la Potterie：On the Price Elasticity of Demand for Patents，oxford bulletin of economics and statistics. 2012. p.55 [↑](#footnote-ref-10)
11. Товарные знаки // Всемирная организация интеллектуальной собственности URL: https://www.wipo.int/trademarks/ru/ (дата обращения: 08.04.2022). [↑](#footnote-ref-11)
12. Цит. по : Шершеневич, Г. Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 2. Товар. Торговые сделки. М., 2022. С. 11 [↑](#footnote-ref-12)
13. Пекинская "MUJI" снова выиграла судебный процесс против японской "MUJI // Baidu URL: https://baijiahao.baidu.com/s?id=1715543763625858631&wfr=spider&for=pc (дата обращения: 08.04.2022). [↑](#footnote-ref-13)
14. Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от от 15 июня 1957 года, пересмотренное в Стокгольме 14 июля 1967 года и в Женеве 13 мая 1977 года и измененное 28 сентября 1979 года. [Электронный ресурс] // официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности [сайт]. — режим доступа: <https://www.wipo.int/treaties/ru/classification/nice/> [↑](#footnote-ref-14)
15. Решение № 0000040020 от 20 апреля 2020 года [Electronic resource]. — режим доступа: <http://wsgs.sbj.cnipa.gov.cn:9080/tmpu/yycw/detail.html?appId=A708E33C15110240E053640B50195FD1> [↑](#footnote-ref-15)
16. 刘文远. 从“移植”到“内生”的演变:近代中国商标权取得原则的确定及调整.知识产权,2015, 74页. [↑](#footnote-ref-16)
17. Graevenitz, G. V. Which Reputations Does a Brand Owner Need? Evidence from Trade Mark Opposition. 2009. С.1. [↑](#footnote-ref-17)
18. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 16.07.2020 № 428 «О внесении изменений в приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 482 // Официальный интернет-портал правовой информации. 2020. URL : <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=sUKeP2TQtnKfXChb2&cacheid=9C5B96BDC2AB3DE440995E7538BA1A16&mode=splus&rnd=550D538C0C9CC96F953A9D5DC49D41F8&base=LAW&n=372547#WDMeP2TshFq9HxKm> (дата обращения : 08.04.2022). Режим доступа : Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс [↑](#footnote-ref-18)
19. Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков (Мадридский протокол) от 27 июня 1989 года. [Электронный ресурс] // официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности [сайт]. — режим доступа: https://www.wipo.int/treaties/ru/registration/madrid\_protocol/index.html. [↑](#footnote-ref-19)
20. Международные бланки ВОИС // Федеральная служба по интеллектуальной собственности URL: https://rospatent.gov.ru/ru/docs/form/vipo (дата обращения: 08.04.2022). [↑](#footnote-ref-20)
21. Формы заявлений на регистрацию товарных знаков // Бюро по товарным знакам Китайского национального управления интеллектуальной собственности URL: http://sbj.cnipa.gov.cn/sbsq/sqss/ (дата обращения: 08.04.2022). [↑](#footnote-ref-21)
22. Международная классификация изобразительных элементов товарных знаков, созданная Венским соглашением, заключенным 12 июня 1973 года. [Электронный ресурс] // официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности [сайт]. — режим доступа: https://www.wipo.int/classifications/vienna/ru/ [↑](#footnote-ref-22)
23. https://www.wipo.int/publications/en/series/index.jsp?id=185 [↑](#footnote-ref-23)
24. Признаки экстерриториальной охраны товарных знаков / А. О. Крылепова // Актуальные проблемы российского права. – 2021. – Т. 16, № 10(131). – С. 73-83. – DOI 10.17803/1994-1471.2021.131.10.073-083. – EDN EKGGYN. [↑](#footnote-ref-24)
25. 郑波. 《保护工业产权巴黎公约》简介. 政治与法律,1985. 10页 [↑](#footnote-ref-25)
26. Burrus Bernie R., The Soviet Law of Inventions and Copyright .Fordham Law Review. 1962. P.700 [↑](#footnote-ref-26)
27. Абрамов, С. А. К вопросу о присоединении СССР к Парижской конвенции по охране промышленной собственности и правовом режиме средств индивидуализации.С.48 [↑](#footnote-ref-27)
28. Там же.С.48 [↑](#footnote-ref-28)
29. Российская Федерация // Всемирная организация интеллектуальной собственности URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/members/profile/RU?collection=laws&collection=treaties&subjectMatter=4 (дата обращения: 19.03.2022). [↑](#footnote-ref-29)
30. Федеральный закон от 18.12.2006 N 231-ФЗ (ред. от 30.12.2015) "О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" [↑](#footnote-ref-30)
31. В.Ф.Яковлев., А.Л.Маковский О четвертой части Гражданского кодекса. Журнал российского права. 2007. С. 3-13. [↑](#footnote-ref-31)
32. Федеральный закон от 03.08.2018 N 289-ФЗ (ред. от 19.12.2022) "О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" [↑](#footnote-ref-32)
33. Paris Notification No. 114 Paris Convention for the Protection of Industrial Property // WIPO URL: https://www.wipo.int/treaties/en/notifications/paris/treaty\_paris\_114.html (дата обращения: 09.01.2023). [↑](#footnote-ref-33)
34. Китай // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/members/profile/CN?collection=laws&collection=treaties&collection=judgments&subjectMatter=4&typeOfTreaty=22 (дата обращения: 09.04.2023). [↑](#footnote-ref-34)
35. Регламент Китайской Народной Республики «О применении таможенными органами административных наказаний» // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/legislation/details/6600 (дата обращения: 09.05.2023). [↑](#footnote-ref-35)
36. Осминин Борис Иванович Вопросы самоисполнимости международных договоров.2012.С.81 [↑](#footnote-ref-36)
37. Бородай, Л. Н. Новое в правовом регулировании Мадридской системы.Москва. 2019. С. 40. [↑](#footnote-ref-37)
38. 孔嘉 国际商标注册马德里体系概述及法律热点问题剖析(上) .中国律师. - 2011. 81页 [↑](#footnote-ref-38)
39. 出处同上.83页. [↑](#footnote-ref-39)
40. 吴群."马德里商标国际注册修订解读." 工商行政管理 .2003.32 页33. [↑](#footnote-ref-40)
41. О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации[Электронный ресурс]: постановление Пленума Верхов. Суда Рос. Федерации от  23.04.2019 г. № 10 // Бюл. Верхов. Суда Рос. Федерации. — 2019. — № 7. — СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-41)
42. Договоры, административные функции которых выполняет ВОИС // WIPO URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/ShowResults?search\_what=A&act\_id=18 (дата обращения: 12.03.2023). [↑](#footnote-ref-42)
43. Ассамблея Мадридского союза пятьдесят седьмая (25-я очередная) сессия // WIPO URL: https://www.wipo.int/meetings/ru/details.jsp?meeting\_id=75063 (дата обращения: 27.03.2023). [↑](#footnote-ref-43)
44. 中华人民共和国主席令 第五十九号 // 中华人民共和国中央人民政府 URL: http://www.gov.cn/gongbao/content/2001/content\_61154.htm (дата обращения: 12.12.2022). [↑](#footnote-ref-44)
45. 杨建锋. 论TRIPS协定下商标注册制度.复旦大学,2009. 7页 [↑](#footnote-ref-45)
46. 出处同上.164页 [↑](#footnote-ref-46)
47. 全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国商标法》的决定（主席令第六号） // 中华人民共和国中央人民政府 URL: http://www.gov.cn/zhengce/2013-08/30/content\_2602289.htm (дата обращения: 12.02.2023). [↑](#footnote-ref-47)
48. 全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国建筑法》等八部法律的决定(含：消防法、电子签名法、城乡规划法、车船税法、商标法、反不正当竞争法、行政许可法) // 中国法律检索系统 URL: http://law.pkulaw.com/chinalaw/27409ccd46fe8016bdfb.html (дата обращения: 12.04.2023). [↑](#footnote-ref-48)
49. Депутаты рассказали о плюсах и минусах участия в ВТО // Государственная дума Федерального собрания Российской Федерации URL: http://duma.gov.ru/news/46056/ (дата обращения: 12.04.2023). [↑](#footnote-ref-49)
50. Шумилов, В. М. Право ВТО и законодательство России .Евразийский юридический журнал.2013.С. 25 [↑](#footnote-ref-50)
51. Павлова, Е. А. Четвертая часть ГК и Соглашение ТРИПС: причины и суть расхождений.Патенты и лицензии. 2007. С. 1 [↑](#footnote-ref-51)
52. 古井贡酒与国家知识产权局商标不予注册复审行政纠纷，一审判决！ // 开心投资 URL: http://www.hkkaixin.com/content-57-39307-1.html (дата обращения: 12.05.2023). [↑](#footnote-ref-52)
53. Тюрина, Н. Е. Прямое действие права Всемирной торговой организации в национальном законодательстве (подходы Китайской Народной Республики и Российской Федерации. Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2019. С.84 [↑](#footnote-ref-53)
54. 冯晓青. 知识产权法.北京,2008.28页 [↑](#footnote-ref-54)
55. Мартынов, П. А. Соглашение ТРИПС: правовой анализ и влияние на российское законодательство в области интеллектуальной собственности.Москва, 2005. С.13 [↑](#footnote-ref-55)
56. 田普利与西蒙诺夫签署合作谅解备忘录 // 中华人民共和国国家知识产权局SIPO URL: https://www.cnipa.gov.cn/transfer/pub/old/zscqgz/2006/201310/t20131024\_854267.html (дата обращения: 13.05.2023). [↑](#footnote-ref-56)
57. Роспатент и Китайское государственное управление интеллектуальной собственности подписали Меморандум о взаимопонимании // Роспатент Федеральная служба по интеллектуальной собственности URL: https://rospatent.gov.ru/ru/news/memorandum-o-vzaimoponimanii-02122020 (дата обращения: 13.05.2023). [↑](#footnote-ref-57)
58. 工商总局与俄签署商标法律保护与执法合作谅解备忘录 // 中国人民共和国国家人民政府 URL: http://www.gov.cn/xinwen/2014-05/22/content\_2685258.htm (дата обращения: 13.05.2023). [↑](#footnote-ref-58)
59. Лисаускайте Валентина Владо Меморандум как особая форма правового сотрудничества государств в сфере бедствий.Сибирский юридический вестник. 2017. C.116 [↑](#footnote-ref-59)
60. Решение Суда по интеллектуальным правам от 27 мая 2020 г. по делу N СИП-1099/2019 Суд признал недействительным решение Роспатента об отказе в признании обозначения общеизвестным товарным знаком на территории РФ [↑](#footnote-ref-60)
61. 吕娜, 知识产权司法案例 上海贝拉维拉制衣有限公司诉杨晓红计算机网络域名侵犯商标权、企业名称权纠纷案. 贺化 主编,中国知识产权年鉴,知识产权出版社.2006.446页 [↑](#footnote-ref-61)
62. 田晓玲. 我国商业标识法律保护制度的协调与完善. 现代法学.2020.203页 [↑](#footnote-ref-62)