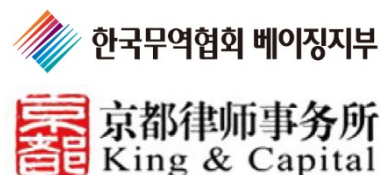




차이나

CHINA Legal Information

법률 정보



본 보고서의 내용은 베이징 징두법률사무소에서 제공한 자료입니다. 게재된 내용 및 의견은 일반적 정보 제공을 위해 작성된 것으로 특정 구체 사안에 대한 법률적인 의견을 드리는 것이 아님을 공지 드립니다. 본 보고서와 관련된 문의사항은 아래의 연락처로 문의 주시기 바랍니다.

김연 변호사(경도)

TEL. 86-10-5709-6000 EMAIL. jinyan@king-capital.com

최고인민법원 <부정경쟁방지법> 적용에 관한 해석 발표

1. 배경

2022년 3월 16일, 최고인민법원은 <중화인민공화국 부정경쟁방지법 적용에 관한 약간의 해석>(이하 “부정경쟁방지법 사법해석” 또는 “사법해석”이라 함)을 발표하였으며 <중화인민공화국 부정경쟁방지법>(2019)의 부대규정으로써 2022년 3월 20부터 효력이 발효되었음. 기존 사법해석은 2007년에 발표한 최고인민법원의 <부정경쟁 민사사건 심리에서 법률 응용에 대한 약간의 문제에 대한 해석>이 있으며, 2020년 중국최고인민법원은 동 해석의 적용성에 대해 일부 수정한 전례가 있음. 금번 <부정경쟁방지법 사법해석>은 다년간 사법재판 실제 적용과정에서 발생했던 문제들을 반영함으로써 향후 부정경쟁방지법 분쟁사건의 법률적용의 주요 기준으로 작용할 것이며 종 해석의 효력 발생 동시에 기존의 사법해석(2020) 수정본은 폐지되었음

신규 <부정경쟁방지법 사법해석>은 총 29개 조항으로 <부정경쟁방지법> 일반조항의

사법적용, 모조 및 혼동행위의 인정, 허위상업홍보와 오인을 일으키는 상업홍보 행위에 대한 인정, 상업적인 비방행위에 대한 적용요건, 온라인 전문조항의 구체적 적용 및 법적책임과 관할 등의 내용을 규정하였음

본 보고서는 금번 발표된 <부정경쟁방지법 사법해석>의 근거법인 <부정경쟁방지법> 관련 조항을 소개함으로써 기업에 도움을 드리고자 함

2. <부정경쟁방지법 사법해석> 의 주요내용

1) <부정경쟁방지법>의 일반조항에 대한 사법해석(제1조-제3조).

제1조, 제2조 및 제3조는 <부정경쟁방지법> 제2조 일반조항의 적용에 대한 세부 안내

<부정경쟁방지법> 제2조에는 경영자에 대한 준법요구 및 부정경쟁행위, 경영자 등에 대한 정의를 규정하였으며, 경영자는 생산경영활동 중에 자발성·평등·공평·신의성실 원칙에 따라 법률과 상업 도덕을 준수하여야 하고 "부정경쟁행위"란 경영자가 생산경영활동 중에 <부정경쟁방지법>을 위반하여 시장경쟁질서를 교란시키고, 기타 경영자 또는 소비자의 합법적인 권익에 손해를 입히는 행위를 가리키며 "경영자"란 상품생산·경영에 종사하거나 서비스(이하 '상품'이란 서비스를 포함한다)를 제공하는 자연인·법인·비법인 조직을 가리킨다고 규정함

- 본차 사법해석의 제1조에 의하면 경영자는 시장경쟁질서를 교란하고 다른 경영자 또는 소비자의 합법적 권익을 침해하며 부정경쟁방지법 제2장 및 특허법, 상표법, 저작권법 등의 규정에 위반되는 경우를 제외하고는 인민법원이 부정경쟁방지법 제2조를 적용하여 인정할 수 있음. 즉, <부정경쟁법>, <특허법>, <상표법>에 명확한 권리침해 행위가 규정되어 있을 경우 해당 규정을 적용하며, 상기의 <부정경쟁법>제2조의 일반조항을 적용할 수 없다고 규정함
- 사법해석 제2조에서는 경쟁관계에 대한 심화 해석을 소개하고 있으며, 경영자와 '생산 경영활동 중 거래 기회를 갈취하고 경쟁우위에 손해를 주는 등'의 관계가 있는 시장주체에 대하여 인민법원은 이를 부정경쟁방지법 제2조에서 규정한 "기타 경영자"로 볼 수 있다고 규정함
- 또한 사법해석 제3조는 인민법원은 특정 상업 분야에서 보편적으로 준수하고 인정하는 행위규범을 부정경쟁방지법 제2조에서 규정한 "상업도덕"이라고 인정할 수

있다고 규정하였음. 사법부에 의하면 동 조항을 명시한 목적 중 하나는 각 업종별 협회에서 현재 보편적으로 준수하지 않는 업종규칙 또는 상관습 등의 상업도덕에 대한 지침을 제정하여, 신흥 업종의 성실한 경영을 격려하는 것임

2) 모방과 오인유발 행위에 대한 사법해석(제4조-제15조)

<부정경쟁법> 제6조에 상업적인 혼동을 초래하는 행위에 대해 규정하였으며, 경영자는 다른 사람의 상품으로 오인하거나 다른 사람과 특정한 관계가 있다고 오해하도록 혼동을 초래해서는 아니된다고 규정하며 이에 해당하는 구체적인 행위 3가지와 도저조관(兜底条款: 입법 시점에 포함되지 않거나, 예측이 어려워 규정하기 어려운 다른 모든 조항들을 포괄하는 법률)을 규정하였음. 본차 사법해석의 제4조부터 제15조까지는 모두 제6조에 대한 부대규정으로 2020년판 사법해석의 수정본 대비 "일정한 영향"에 대해 명확히 하고 상법 관련 이론과 규칙을 적용하여 "혼동"을 구체화하였으며, 상업적인 표지로 사용할 수 없는 표지에 대해 부정경쟁법의 보호를 진행하지 않는 것, 명칭이 보호를 받을 수 있는 시장주체의 범위, <부정경쟁법> 제6조의 도저조관의 적용상황 및 판매시 권리침해와 권리침해 방조의 구성요건 등을 규정하였음.

- 사법해석 제4조는 일정한 시장 인지도와 상품 원산지를 구별하는 뚜렷한 특징이 있는 상품표지는 인민법원이 부정경쟁방지법 제6조에서 규정한 "일정한 영향이 있는" 표지로 인정할 수 있다고 규정하면서 "일정한 시장 인지도"에 대해 중국 내 관련 공중의 인지 정도, 상품 판매의 시기, 구역, 액수, 대상, 선전의 지속기간, 정도, 지역 범위, 표지가 보호되는 상황 등을 종합적으로 고려해야 한다고 규정하였고 제5조에서는 상품 출처와 구별되는 현저한 특징이 없다고 인정할 수 있는 경우에 대해 규정을 진행하였음.
- 또한 제6조에서는 상품의 객관적인 묘사, 설명으로 인하여 본 상품의 통용명칭, 도형, 모델명을 포함한 경우, 상품의 품질, 주요 원료, 기능을, 용도, 중량, 수량 및 기타 특징을 직접 표시한 경우, 지명을 포함한 경우 등에서 당사자가 부정경쟁방지법 제6조에 규정된 경우에 해당한다고 주장하는 경우, 인민법원은 이를 인정하지 아니한다고 규정하였음. 제7조에는 상표법에서 규정한 사용할 수 없는 표지의 경우 보호를 진행하지 않는다고 규정하였음.
- 제8조는 영업장소의 인테리어, 영업도구의 양식, 영업사원의 복장 등으로 이루어진 독특한 양식의 영업이미지, 제9조에서는 시장 주체 등록 관리부서에 등록된

기업명과 상업적으로 사용되는 해외 기업명, 상호, 제10조에서의 제품에 대한 포장, 홍보에 사용한 표지 등은 각각 <부정경쟁법>제6조에 규정한 "장식"과 기업명 및 "사용"으로 인정하여 보호받을 수 있음을 규정하였으며 이는 기존의 2020년 사법해석 수정본의 사법판단을 계승한 것으로 보임

- 사법해석 제11조에서 인민법원은 경영자가 타인과 일정한 영향이 있는 기업명(약칭, 상호 등을 포함), 사회조직명(약칭 등을 포함), 성명(필명, 예명 등을 포함), 도메인 주체의 일부, 웹사이트명, 웹페이지 등의 유사한 표지를 무단 사용함으로써 타인의 상품이나 타인과 특정한 연계가 있는 것으로 오인하게 하는 경우 당사자의 주장이 부정경쟁방지법 제6조 제2항, 제3항에 규정된 경우에 해당한다고 규정하였고, 제12조에서는 '일정한 영향을 미치는' 표지와 동일 또는 유사함을 인정할 때 상표의 동일 또는 유사함에 관한 원칙과 방법을 참작하여 판단할 수 있음을 규정하였음
- 또한 제13조에서는 신규로 <부정경쟁법> 제6조의 도저(兜底)조항에 대해 세분화한 규정을 진행하여 도저조항의 적용가능성을 제고하였음. 동 조항에 의하면 경영자는 다음의 혼동행위 중 하나를 실시하여 타인의 상품이거나 타인과 특정한 연계가 있는 것으로 오인하게 하는 경우 인민법원은 부정경쟁방지법 제6조 제4항에 의하여 인정할 수 있음
 - (1) 부정경쟁방지법 제6조 제1항, 제2항, 제3항에서 규정한 것 이외에 "일정한 영향을 미치는" 표지를 무단 사용한 경우
 - (2) 타인의 등록상표, 등록되지 않은 저명상표(驰名商标)를 기업명 중의 상호로 사용함으로써 대중의 오해를 초래하는 경우
- 제14조에서는 판매시 권리침해의 경우 <부정경쟁방지법> 적용에 대해 규정하였지만, 다만 판매자가 권리침해 상품인 것을 모르고 판매하였거나 합법적인 취득경로를 증명할 수 있을 경우 배상책임을 부담하지 않는다고 규정함. 또한 제15조에서는 부정경쟁 방조행위에 대해 민법에 근거하여 연대책임 부담을 주장할 경우 인민법원은 이를 지지한다고 규정하고 있음

<부정경쟁방지법 사법해석>에서 "상업혼돈" 관련 정황은 대부분 "표지혼돈"의 경우로 국한됨. 비록 <부정경쟁방지법> 제6조에 도저조항이 있지만 사법해석 제13조는 이를 다시 "표지혼돈"에 국한되도록 제한하였으며 현재로서는 시장활동의 혼돈행위로 확대해석하기는 어려울 것으로 보임.

3) 허위홍보 행위에 대한 사법해석 (제16조-제18조).

<부정경쟁방지법 사법해석>의 제16조에서 제18조까지는 허위홍보에 대한 사법해석으로 신규 내용과 더불어 용어 변경으로 더욱 엄격해진 판단기준을 도입하게 되었음. 즉, 기존 허위홍보관련 규정에서는 "대중으로 하여금 오인하도록 하는 허위홍보 행위"라고 규정하여, 허위홍보로써 대중을 오인하도록 유도한 사항이 있는지를 우선 입증해야 했지만, 금번 사법해석에 의하면 "대중을 속이고 오인하도록 하는 상업홍보"로 표현을 수정하여 상업홍보에 삽입되는 내용에 따라 허위여부를 판단하게 되었으므로, 사실에 부합되지 않는 내용을 제공한 것만으로도 허위상업광고로 인정되어 관련 법의 적용을 받게 되었음

- 제16조는 금번 사법해석에서 새로 추가된 내용으로 경영자가 상업 광고 과정에서 사실에 부합하지 않는 상품 관련 정보를 제공하여 소비자를 기만 및 오도한 경우 인민법원은 부정경쟁방지법 제8조 제1항에 규정된 허위 상업 광고로 인정해야 한다고 규정하였음.

제17조 경영자의 행위가 다음 각 호에 해당되며, 소비자를 기만 및 오도하는 경우 인민법원은 부정경쟁방지법 제8조 제1항에 규정된 "오해의 소지가 있는 상업 광고"로 인정할 수 있음.

- (1) 상품을 단편적으로 광고하거나 비교하는 행위
- (2) 과학적으로 입증되지 않은 관점과 현상 등을 정론으로 판단하는 사실을 상품 광고에 이용하는 행위
- (3) 애매모호한 단어 등을 사용하여 상업 광고를 하는 행위
- (4) 오해의 소지가 다분한 기타 상업 광고 행위

인민법원은 일상생활 경험, 일반 소비자의 주의력, 오해 발생 사실, 광고상품의 실태 등을 고려하여 오해의 소지가 있는 상업 광고 행위를 인정해야 함

- 제18조, 당사자가 경영자의 부정경쟁방지법 제8조 제1항의 규정 위반을 주장하며 손해배상을 청구하는 경우, 허위 또는 오해의 소지가 있는 상업 광고 행위로 인하여 손해를 입었음을 입증하여야 함

4) 비방허위 행위에 대한 사법해석 (제19조-제20조).

- 사법해석 제19조에서는 경영자가 부정경쟁방지법 제11조 규정에 따른 상업적 비방행위를 저질렀다고 주장하는 당사자는 본인이 그 상업적 비방행위의 특정 피해대상임을 입증해야 한다고 규정함. <부정경쟁방지법> 제11조의 상업적 비방행위에는 경영자의 허위 정보 또는 잘못된 정보를 날조·유포하여 경쟁 상대방의 상업 신용·상품 평판에 손해를 주는 행위 등이 있음
- 사법해석 제20조에 의하면 경영자가 타인이 조작한 허위 정보를 유포하거나 경쟁자의 신용과 상품의 명성을 손상시킨 경우 인민법원은 부정경쟁방지법 제11조에 따라 이를 인정해야 함

5) 온라인 부정경쟁행위에 대한 사법해석 (제21조-제22조).

<부정경쟁방지법 사법해석>의 제21조와 제22조는 부정경쟁방지법 제12조의 온라인 부정경쟁 행위에 대한 규정 관련 내용으로서 제12조의 제1항의 "리디렉션(합법적으로 제공하는 인터넷 상품 또는 서비스에 링크를 삽입하여, 방문자가 요청한 URL이 아닌 다른 URL로 연동시키는 행위) 강제진행"과 제2항의 "이용자의 사용 방해"에 대해 보다 실제 적용성이 높은 지침을 마련하였음

- 제21조 다른 경영자와 사용자의 동의 없이 직접적으로 발생된 리디렉션에 관하여 인민법원은 부정경쟁방지법 제12조 제2항 제1호에서 규정한 '리디렉션의 강제 진행'으로 인정해야 함

링크만 삽입하고, 리디렉션은 사용자가 촉발한 경우에는 인민법원이 링크 삽입의 구체적인 방식, 합리적 사유의 유무, 사용자 및 기타 경영자의 이익에 미치는 영향 등을 종합적으로 고려하여 그 행위가 부정경쟁방지법 제12조 제2항 제1호의 규정에 위반되는지 여부를 판단해야 함

- 제22조 경영자가 사전에 명시적으로 제시하지 않고 사용자의 동의를 얻어 오도, 기만, 사용자에게 수정 강요, 폐쇄, 삭제 등의 방법으로 다른 경영자가 합법적으로 제공하는 인터넷 상품이나 서비스를 악의적으로 방해하거나 손상시키는 경우 인민법원은 부정경쟁방지법 제12조 제2항 제2호에 따라 이를 인정하여야 함

6) 법률책임 및 관할에 대한 사법해석 (제23조-제29조).

<부정경쟁방지법> 제17조에 의하면 권리침해로 얻게된 이익을 계산하여 확정하기 어려울 경우 권리침해행위 관련 상황을 심리하여 500만 위안(약 9천2백만 원) 이하의 법정 벌금을 부과하도록 규정하였음. 다만 동 조항은 동법 제6조의 혼동의 행위와 제9조의 상업비밀 관련사항에만 적용되는 것으로, 이는 상표법과 특허법의 법정배상금을 500만 위안으로 상향 조정한 것에 상응하는 조치로서 풀이되고 있음. 따라서 상기 두 경우를 제외한 기타 행위로 인한 권리침해로 얻게 된 이익을 확정하기 어려울 경우 법정벌금 산정의 어려움이 존재하였고 금번 사법해석을 통해 이 문제를 해결하게 되었음

- 사법해석의 제23조에서는 부정경쟁방지법 제2조, 제8조, 제11조, 제12조에 규정된 부정당경쟁행위에 대하여 권리자가 침해당한 권리로 인해 입은 실질적 손실과 침해자가 권리 침해로 인해 얻은 이익을 확정하기 어려운 경우, 당사자가 부정경쟁방지법 제17조 제4항에 의하여 배상액의 확정을 주장하면 인민법원은 이를 지지하여야 한다고 규정함. 이로써 부정경쟁방지법의 일반조항으로 부정경쟁 행위를 확정할 경우, 허위정보 또는 허위활동으로 인한 침해행위, 온라인 침해행위 등에도 동일하게 최고 500만 위안의 법정배상금을 적용할 수 있게 되었음
- 사법해석의 제24조는 동일한 침해행위에 대한 중복책임에 대해 동일한 침해자가 동일한 주체를 대상으로 동일한 시간과 지역범위에서 행한 권리침해행위에 대하여 인민법원이 이미 저작권, 특허권 또는 등록상표전용권 등을 침해한 것으로 인정하여 민사책임을 명하였음에도 당사자가 그 행위는 부정당경쟁이라며 동일한 침해자에게 민사책임을 요구하는 경우, 인민법원은 이를 지지하지 않는다고 규정하면서 “일사부재리”원칙을 명확히 하였음
- 사법해석의 제25조에 의하면 부정경쟁방지법 제6조의 규정에 의거하여 당사자가 주장한 피고의 기업명 사용정지 또는 변경을 명하는 소송청구가 법률에 따라 타당하여 지지해야 한다면 인민법원은 그 기업명의 사용정지를 명하여야 함

금번 사법해석에서 관할에 대한 일부 세부규정을 마련하였으며, 특히 온라인 거래의 경우 임의선택 수취지의 관할 및 해외 발생 부정당행위의 국내 피해발생지를 관할로 확정하는 등의 내용을 규정하였음

- 제26조 부정당경쟁행위로 인해 제기된 민사소송은 권리침해 행위지 또는 피고의

주소지의 인민법원 관할로 함

당사자가 오로지 인터넷 구매자만이 임의로 선택할 수 있는 수취지를 권리침해 행위지로 주장할 경우, 인민법원은 이를 인정하지 않음

- 제27조 피소된 부정당경쟁행위가 중화인민공화국 영역 밖에서 발생하였으나 권리침해 결과는 중화인민공화국의 영역 내에서 발생하여 당사자가 그 권리침해 결과 발생지 인민법원의 관할을 주장하는 경우, 인민법원은 이를 인정하여야 함

신규 사법해석의 적용에 대해 제28조는 부정경쟁방지법 개정 결정 시행 이후, 인민법원에 접수된 부정당경쟁 민사사건은 그 결정 시행 전에 발생한 행위에 대해서는 개정 전의 부정경쟁방지법을 적용하고, 그 결정 시행 전에 발생하여 그 결정 시행 후까지 계속된 행위에 대해서는 개정된 부정경쟁방지법을 적용함

3. 시사점

1) 총칙 조항과 상업도덕의 경계를 명확히 하였음

기존 부정경쟁의 민사분쟁에서 많은 사건은 직접 <부정경쟁방지법>의 제2조 일반조항을 직접 인용하여 총칙조항의 일반화 현상이 발생하였음. 이는 일반조항의 부단한 확대해석과 중복보호 등 문제들을 야기시켰음. 이에 대해 본차 사법해석의 제1조에서는 시장경쟁질서를 교란하고 다른 경영자 또는 소비자의 합법적 권익을 침해하며 부정경쟁방지법 제2장 및 특허법, 상표법, 저작권법 등의 규정에 위반되는 경우 이외에 대해서만 부정경쟁방지법의 일반조항인 제2조인 도저(兜底)조항을 적용할 수 있다고 명확히 규정하여 특허법, 상표법 및 저작권법 등에 근거하여 보호한 후 다시 <부정경쟁법>에 의거 보호하는 중복보호를 제한하였으며 과도한 적용을 금지하였음

또한 제3조에서 “상업도덕”에 대한 규정을 진행하면서 상업도덕의 경계를 명확히 하고 나아가 업종별 상업도덕지침의 제정 및 준수를 이끌어내고자 함

2) “일정한 영향” 표시 인정 기준을 보다 구체적으로 규정함

<부정경쟁방지법 사법해석>에서는 제4조부터 제15조까지 총 11조에 걸쳐 표시의 “일정한

영향" 인정기준을 규정하였음. 본차 사법해석에서는 일정한 시장 인지도와 상품 원산지를 구별하는 뚜렷한 특징이 있는 표지는 "일정한 영향이 있는" 표지로 인정할 수 있다고 규정하면서도 또 "일정한 시장 인지도"에 대해 중국 내 관련 공중의 인지 정도, 상품 판매의 시기, 구역, 액수, 대상, 선전의 지속기간, 정도, 지역 범위, 표지가 보호되는 상황 등을 종합적으로 고려해야 함을 인정기준 원칙으로 규정하였음. 또한 사업장의 인테리어, 영업도구의 양식, 영업사원의 복장 등으로 이루어진 독특한 양식의 영업이미지 등도 "일정한 영향"을 가진 표식으로 인정하는 등 구체적인 규정을 마련함. 이를 통해 "일정한 표지"에 대해 보다 명확한 해석 적용이 가능해짐

3) 데이터 부정경쟁 행위에 대한 조항 부재

기존 법률로는 데이터자산에 대해 전면적이고 충분한 보호를 제공하기 어려우며 데이터 권익 관련 분쟁 시 <부정경쟁방지법>을 근거로 사법절차를 거치는 경우, 통상 제2조의 일반조항을 적용하여 사건심리를 진행하게 됨. 이러한 실정에 비추어 본차 사법해석의 의견수렴고에는 데이터권익보호에서 <부정경쟁방지법> 적용요건 및 지침등의 내용을 담은 바 있음. 다만, 최종본에서는 관련 내용이 삭제되었는데, 이에 대해 최고인민법원은 "데이터의 속성이 다양하고, 데이터 확보 및 사용과정의 복잡다단한 성격 및 빠른 속도로 발전하고 있는 산업 특징에 비추어 관련 규정을 신중하게 마련하는 것이 바람직하다"고 판단하여 최종본에서는 그 내용을 제외하였다고 밝힘. 다만 법조계에서는 데이터 부정경쟁 행위에 대한 관련내용의 부재는 금번 사법해석 내용 중 가장 아쉬운 부분이라고 평하고 있음