

기획조사 05-012

韓流 국가의 한국 문화상품 지적재산권피해 현황 및
대응방안

2005.3

kotra 정보조사 본부
해외조사팀

목 차

<요약>

I. 조사 개요	1
II. 한류와 문화상품의 피해.....	2
III. 한국 문화상품의 지적재산권 침해 사례 및 대응방안	
중국.....	5
홍콩.....	20
대만.....	30
일본.....	37
베트남.....	44
싱가포르.....	58
인도네시아.....	66
말레이시아.....	77
IV. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제.....	86

<첨부>지재권 피해사례 사진

<요약>

1. 한류와 문화상품

한국 대중문화에 대한 열풍은 97년 중국에 한국 드라마가 방영되기 시작하면서 음반과 영화 등으로 확산되어 한류스타를 배출하고 이는 한국 대중문화 전반에 대한 관심으로 고조되면서 한류를 형성함.

한류는 한류스타를 통해 중국, 일본, 대만, 홍콩, 베트남에서 급속히 형성되어 한류 국가의 범주를 형성하였으며 이들 한류 범주 국가는 잠재적 시장규모 면에서 한국 정부와 수출업체에게는 EU, ASEAN, BRICs 등 거대 경제권 차원의 관리가 요구되고 있음.

그러나 한류를 형성한 방송영상, 음반, 영화 등 문화상품은 최근 한류국가를 중심으로 광범위하게 진행되는 불법복제 및 도용 등에 직접 노출되어 있음.

한국과 한국 문화에 대한 관심의 반증으로 이해하여 문화상품에 대한 지적재산권 침해를 간과할 수도 있으나, 문화 상품의 고부가가치 성장 가능성, 생산과 고용 유발 효과 등 경제적 측면에서 경계해야할 시각으로 분석됨.

2. 문화 상품의 국별 피해 사례

<중국>

□ 중국은 한류 근원지, 지적권 침해 심각

불법 복제된 DVD, VCD가 한국영화 인기유지의 일등 공신역할을 하고 있음. 대중 음반에서 드라마로 다시 영화에 대한 관심으로 확대되는 과정에서 불법 복제물은 한국 영화의 대중화를 선도하는 역할을 하고 있음.

중국산 불법복제 DVD, VCD는 현지뿐만 아니라 동남아 한류 국가에도 유통되는 것으로 보이며, 온라인상에서도 불법거래가 이루어짐.

완구용 핑이 “탑블레이드”를 만든 (주)손오공의 경우 중국 업체가 만든 유사제품이 더 많이 팔린 사례도 발생함.

- 온라인 게임인 ‘한게임’, 미르의 전설 2, 3 내용 무단 도용
- 자동차의 디자인 무단 도용
- 기타 오리온 초코파이, 정관장인삼, 빈폴, 르까프, 알코렉스, DACOM 등 상표도용 및 모방사례 다수

<홍콩>

- 드라마, 음반, 캐릭터 등 광범위한 불법 복제물 거래 성행

점조직 형태로 불법 제조후 상가 비디오숍 등에 유통됨. 유명 상표의 경우 홍콩에 페이퍼 컴패니를 설립하고 중국 본토에서 복제품 및 가짜 상품을 생산/유통하여 소송 제기도 어려운 형편임.

- 태극기 휘날리며, 실미도등 영화 VCD/DVD 불법 복제
- ‘대장금’ 등 드라마 불법 복제 및 유통
- 보아, 베이비복스, 비 등 음반 복제 및 유통
- 캐릭터 무단 도용

<대만>

- 대만정부의 엄중한 단속에도 불구하고 은밀히 불법 DVD, VCD 거래

불법 복제품이 인터넷 경매사이트를 통해 주문배달 형식으로 유통되어 단속을 피함.

- 영화, 드라마 DVD, VCD 불법 복제 제품 판매
- ‘뮤’ 온라인 게임의 D/B 도용 의혹 등

<일본>

- 저작권 침해 사례보다 한류의 긍정적 효과 부각.

중화권 보다 늦게 기화된 한류 열풍은 양국간 우호적 분위기를 조성하는데

기여한 것으로 판단되며 저작권 위반 사례는 적은 편임.

- 겨울연가 주인공 목걸이 위조품 판매(일본 판권업체간)

<베트남>

- 중국산 불법 DVD, VCD 비디오샵 등에 공공연하게 유통

중국산 불법 복제품이 음반, 비디오샵을 통해 유통되고 있으며, 한국산 온라인 게임의 경우 웹상에서 공짜로 유통되는 경우도 있음. 한국 문화에 대한 관심은 “베트남 한국어 사전”을 불법 복제할 정도로 고조됨.

- 영화 ‘서울에서의 72시간’ 불법 복제 및 유통
- 베이비 박스 음반 불법 복제 및 유통
- ‘리니지’ 게임의 불법 복제 및 유통
- ‘베트남 한국어’ 사전의 무단 복제 출판

<싱가포르>

- 드라마, 영화 등이 주로 불법 유통대상으로 중국 보따리상들도 가세

불법 복제물들은 말레이시아를 거쳐 유입되고 있으나 최근 중국으로부터 직접 반입되는 사례도 있는 것으로 조사됨. 중국에서 입국한 일부 단기 체류자들은 좌판 혹은 Beer Pub등을 돌려 직판하기도함.

드라마의 경우 대만등지에서 Subtitle이 삽입된 복제품이 전질 30개 한 세트가 원화 12,000~18,000원 사이에 거래되는 사례도 있음.

- 한국 드라마, 영화의 DVD 불법 복제 및 유통

<인도네시아>

- 2002 월드컵이후 이슬람권 문화에 생성되는 한류의 초기단계

불법 복제 DVD, 음반 등 거래 성행. 인터넷 온라인 게임인 ‘바람의 나라

(Nexia)', Gunbound, 팡팡테리블등 한국계 게임이 시장 석권중이나 인터넷 환경의 미비로 대중화에는 다소 시간이 걸릴듯함.

- 태극기 휘날리며, 비무장지대 등 DVD 다수 불법복제 및 유통
- 유명 연예인 출연 드라마, 영화 VCD 불법 복제 및 유통
- 'Korean Best Female' 등 인기 여/남자가수 히트곡 불법제작 CD 유통

<말레이시아>

□ 정부 단속에도 불구하고 불법 DVD, VCD 복제품 거래

현지 불법제조업체가 시내 쇼핑센터나 노점상에 유통시키고 있음. 영화의 경우 개봉과 동시에 불법 복제품이 판매되고 있으나 특정업체가 제조한 실적은 없음.

- 태극기 휘날리며등 한국영화 전반 VCD, DVD 불법 복제 유통
- '마리아야기' 등 만화 불법 복제 유통
- 드라마 '겨울 연가' 등 DVD 불법 복제 유통

3. 한국 기업의 대응 방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응 방안

□ 업계 공동차원의 관리 필요

- 일시적 이익을 위한 개별 기업의 불리한 계약 조건 수용등은 관련 업계 전체의 불이익을 초래 할 수 있다는 인식 필요
- 업계 공동의 기술 유출을 방지하기 위한 “가이드라인” 필요
- 피해 발생시 협회와 관계 부처의 공동 대응 모색으로 유사 사례 발생 방지 모색

□ 현지 지적재산권 관련 법규, 절차 사전 숙지로 사전 대응 강구

- 딜러를 통한 시장 진출 경우도 현지 지재권 관련부처에 사전 등록 필요

- 교역 대상 국가에 상표등록 등 재산권 보호절차 철저 이행
- 계약서 작성시 계약 종료후 지재권 침해 사항에 대한 보상조항을 삽입하는 등 적극 대응

수출 계약시 현지 불법 복제율을 감안 조기 자본회수노력 강화

- 계약 추진시 계약 착수금등 비중 확대 노력 필요
- 불법 복제에 대응할 수 있는 현지 파트너 혹은 딜러와 계약 추진

2) 정책적 추진 과제

정부 차원의 전담지원 채널 마련 검토

- 중소기업의 현실적인 대응 어려움을 감안 전문인력 및 전담조직 활성화

- 일본은 소관 부처간 문제를 체계적으로 해결하기 위해 중앙부처 조직형태의 “지적재산전략본부”를 신설하여 지재권 보호 및 대응관련 업무 총괄

지적재산권 보호를 위한 협상과 조율 추진

- 미국은 지적 재산권 피해 우선감시국(Priority Watch List) 지정을 통해 통상압력의 소재로 활용중
- 일본, EU등과 공동 대응방안 강구

kotra 해외 무역관에 피해 신고 창구 마련 검토

- JETRO는 지재권 침해가 광범위하게 전개되는 중국 시장에 모니터 활동을 전개하여 본국 관련부처와 대응 체재 구축

지적재산권 보호 매뉴얼, 침해대응 Best Practice 대 업계 전파 및 교육

- 아국기업의 투자진출이 지속확대되고 있는 추세에 맞추어 해외투자희망 기업들에게 해외투자신고수리 접수 기관 혹은 투자진출 지원기관에 배포하여 진출 단계에서 정보 제공 시스템 구축 검토

□ 韓流 붐의 조성과 문화상품 특성을 고려한 합리적 접근 요구

○ 싱가포르 The New Paper(2004.2)에 의하면

“싱가포르에서 인기 있던 일본 드라마들은 일본 방송가로부터 싱가포르 VCD들이 불법 VCD라는 경고를 받고부터 2002년 소매상들의 선반으로부터 내려진후 인기를 잃었다. 대신에 한국의 가을동화, 겨울연가 등으로 관심을 돌렸다” 라는 기사가 있음.

- 문화상품의 특성상 어느 정도 적당한 수준에서의 피해는 불가피하다는 시장의 의견도 있어, 시장별 심층 조사를 통해 케이스별 적절한 대응 방안 강구 필요

I. 조사 개요

1. 조사 배경

최근 중국, 일본, 홍콩, 대만 등 한류(韓流) 열풍 국가에서 한국의 국가이미지와 상품 인지도가 상승하여 경제 문화적 파급 효과가 크게 나타나고 있음.

그러나 한류 열풍에 수반된 부정적 영향으로 한국 상품의 유·무형 재산권에 대한 침해가 빈번히 이루어지고 있어 이에 대한 현황을 파악하여 기업 및 정부 차원의 대응방안 모색이 필요할 것으로 보임.

2. 조사대상 지역

- 중국, 홍콩, 대만, 일본, 베트남, 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아 (8개국)

3. 조사 방법

- KOTRA 해외무역관의 현장 실사

4. 조사 범위

- 방송, 영화, 애니 메이션, 음반, 게임, 캐릭터, 애플리케이션, 게임, 만화, 모바일

5. 국가별 주요 조사 내역

1. 주재국의 한류 현황
2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례
3. 주재국의 지적재산권 보호 현황
4. 주재국 침해에 대한 외국 기업의 대응 사례
5. 한국 상품의 지적재산권 보호 방안

II. 한류와 문화상품의 피해

1. 한류와 한류 국가

1) 한류의 개념

중국, 일본, 대만, 홍콩 및 동남아 일부 지역을 중심으로 불고 있는 한국 대중문화에 대한 관심과 열기로 해석함.

- 중국을 한류의 근원지로 보며, 96년부터 소개된 한국음악/드라마에 인기가 시초로 인식됨(음반 : 98년 H.O.T, 드라마 : 97년 사랑이 뭐길래 등)

2) 한류의 확산과 한류스타

현지 공중파에 방영된 한국 드라마/가수의 인기에 힘입어 급속히 확산되었으며, 한류 스타를 배출하여 국가별 한류 열기는 곧 한류 스타의 인기와 비례하는 것으로 파악됨.

- 중국(97,사랑이 뭐길래)-->홍콩(97, 별은 내가슴에)-->베트남(99, 의가 형제)-->대만(99, 가을동화)-->말레이시아(2001, 겨울연가)-->싱가포르(2002,겨울연가)-->인도네시아(2002,가을동화)-->일본(2003, 겨울연가) 등으로 확산됨

○ 가수, 연예인 등 스타의 확산

- HOT, 클론, 안재욱, 유승준, 김남주, 장동건, 원빈, 송혜교, 보아, 최지우, 배용준, 장나라 등의 한류스타 배출

- 한류 스타는 현지 한국 상품의 직접 마케팅을 위한 CF 등에 적극적으로 활용되어 일부 소비재 제품의 시장 확대에도 기여함.

3) 한류 국가

- 문화 관광부는 1월 '범정부 한류지원정책협의회'를 구성하고 한류의 확산

대상 지역을 중국, 일본, 홍콩, 대만에서 베트남, 말레이시아, 인도네시아 등 까지 확대키로 함.(인도도 한류 확대 대상지역으로 포함되었으나 동 조사에서는 제외함).

2. 문화 산업과 문화상품

1) 문화산업의 개념

문화예술의 창작물 또는 문화예술용품을 산업의 수단에 의하여 제작·공연·전시·판매를 업으로 영위하는 것을 말함(문화예술진흥법).

문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로 정의(문화산업진흥기본법).

여기서 문화상품이라 함은 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유무형의 재화와 서비스 및 복합체(문화관련 콘텐츠 및 디지털 문화콘텐츠 포함)를 말함. 문화적 요소라 함은 예술성, 창의성, 오락성, 대중성을 말함.

2) 문화산업의 범주

출판, 신문잡지, 방송영상, 만화, 광고, 영화, 비디오, DVD, 애니메이션, 음반, 게임, 모바일콘텐츠, 캐릭터, 공예, 공연, 디자인 등으로 정의됨.

3. 지적 재산권 보호 영역

□ 산업재산권+ 저작권+ 신지적 재산권 포함 개념

지식 재산권으로도 불리며 인간의 지적 연구 활동의 소산에 대해 하나의 재산적 가치를 갖도록 법적으로 보호되는 권리의 총칭(Intellectual Property Right). 산업재산권(Industrial Property Right), 저작권(Copyright)에서 신지적재산권까지 확대됨.

○ 산업재산권 : 특허권, 실용신안권, 의장권 및 상표권

- 저작권 : 저작재산권, 저작인격권, 저작인접권
- 신지적 재산권 : 반도체 직접회로 배치설계, 식물신품종, 생명공학, 인공지능, 멀티미디어, 인터넷 관련 재산권

Ⅲ. 한국 문화상품의 지적재산권 침해 사례 및 대응방안

중국 시장

<상하이 무역관>

1. 중국의 한류 현황

1) 한류의 근원

한류의 주요 근원으로는 국가차원의 문화적 정체성 부족, 개혁·개방이후 급속한 경제발전과정에서 대중소비 문화의 대두와 중국 문화 콘텐츠 자체가 가지고 있는 생산 및 유통구조의 낙후성에 비해 우월한 한국 문화컨텐츠의 경쟁력 등이 원인으로 분석됨.

첫째로, 중국은 유교 문화의 종주국이나, 근래 사회주의의 경험으로 유교문화가 중추 역할을 하지 못하고 있으며 사회주의 이데올로기가 중국인들의 문화적 욕구를 충족시키지 못했음. 이러한 문화 주체성을 찾는 과정에서 문화 욕구를 충족시켜주던 홍콩의 반환, 중국시장 진출이 빨랐던 대만과 일본 문화에 식상해짐에 따라 한국 문화가 수요자에게 어필할 수 있었음.

일본의 경우 역사 왜곡과 수상의 신사 참배 등으로 경제외적 요인 특히 정치, 정서적 측면에서 중국인의 문화적 욕구 충족 대상으로 수용되기에 적합하지 못했던 것을 보임.

따라서 한류의 등장은 자본주의 문화가 확산되고 있는 중국 등 동아시아 지역에 일본과 홍콩 문화가 식상해지거나 기피된 결과로 대중문화의 부재 속에 부각된 문화적 현상으로 해석할 수 있음.

둘째로 문화 콘텐츠는 철저한 경쟁체제 속에서 경쟁력을 가질 수 밖에 없으며 한국은 드라마, 영화 등 대중문화 상품의 질적 개선을 통해 중국 등 화교

권 국가와 미주, 유럽 및 중동 국가에까지 문화 상품을 수출하는 등 국제적인 경쟁력을 갖게 되었다는 점도 요인으로 분석됨.

특히 중국과 대만시장의 80% 내외를 점유(02년 IDC 추정)하고 있는 온라인 게임의 경우 한류 영향의 결과라기보다, 국내 정보통신 인프라의 우수성과 수요기반, 시장경쟁을 통하여 경쟁력을 갖게 되었고, 국내 시장의 수요자를 대상으로 시장성 검증이 충분히 이루어진 상태에서 진출하였다는 점임. 따라서 국경을 초월한 제품 자체 경쟁력의 시장평가라고 판단됨.

셋째로 개혁개방이후 대외 문화에 노출이 확대되고 급속한 경제 발전으로 생활의 질이 향상되면서 문화적 감수성이 예민해지고 다양해진 젊은 세대를 중심으로 문화 콘텐츠에 대한 수요가 폭발적으로 증가하였음.

기타 음반과 DVD 등 비디오 산업, PC게임 등에서 불법복제가 성행하고 있는 상황도 한류의 급속한 확산에 작용한 것으로 판단됨.

2) 한류의 현황

중국은 한류의 시발국이라고 할 수 있음. 대외 개방정책 실시 이후 소득증대, 중산층 형성과 같은 사회, 경제적 변화에 요구되는 다양한 대중문화 부재의 결과로 한국 문화상품에 대한 흥미가 고조됨.

상공회의소 '한류열풍의 실체와 기업의 전략적 활용방안'(2005. 2) 국가별 문화상품 실적추이에 나타난 바에 의하면 한국은 인구와 경제규모 대비 실적 추이가 절대적으로 낮은 상태로 일본 수출규모의 12.3%에 불과함. 또한 게임 등 기타 문화컨텐츠가 포함되지 않아 정확한 집계는 어려우나 음반 구성비가 60.2% 일본(44.9%)과 대만시장(34.1%)에 비해서는 훨씬 높아 문화상품의 일부 품목에 치우치고 있는 모습을 보이고 있음.

특히 일본과 비교하여 볼 때 한류의 영향에 따른 경제적 유발효과는 상대적으로 떨어지는 상황임.

【국가별 문화상품 실적 추이(단위: 천\$)】

지역	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
----	-------	-------	-------	-------	-------

일 본	32,067	30,675	33,279	52,409	138,639
(방 송)	2,946	1,186	2,311	6,276	36,000e
(영 화)	5,279	5,758	6,582	13,893	40,401
(음 반)	23,842	23,731	24,386	32,240	62,238
중 국	1,609	6,427	11,314	15,445	17,099
(방 송)	985	2,487	3,663	6,149	6,600e
(영 화)	35	365	379	806	206
(음 반)	589	3,575	7,272	8,490	10,293
홍 콩	2,083	5,793	10,967	7,510	9,289
(방 송)	-	1,161	2,001	1,080	1,800e
(영 화)	253	1,044	1,443	835	702
(음 반)	1,830	3,588	7,523	5,595	6,787
대 만	-	7,003	15,956	14,380	18,912
(방 송)	-	2,494	7,085	8,100	11,400e
(영 화)	35	125	179	907	1,069
(음 반)	2,485	4,384	8,692	5,373	6,443

주) '04년 음반수출실적은 11월까지 누적금액임

자료 : 상공회의소 '한류열풍의 실체와 기업의 전략적 활용방안', 2005. 2

일각에서는 한류의 열기가 이미 식었다는 주장도 나오고 있으나, 중국 대중 음악 잡지인 '당대가단'에 의하면, 외국 연예인 인기순위에서 2002년 6월에는 안재욱 등 5명이 2004년 5월에는 한국 연예인 8명이 Top 10안에 들어가 있어 여전히 한류의 영향이 지속되고 있다고 볼 수 있음.

【연예잡지 당대가단(當代歌壇) 집계 외국 연예인 인기순위】

순위	2002년 6월	2004년 5월
1	안재욱	강타
2	강타	보아
3	기무라 다쿠야(일본)	장나라
4	NRG	원빈
5	하마사키 아유미(일본)	JTL
6	김희선	배용준
7	신화	맥스트리트보이즈(미국)
8	킨키 키즈(일본)	세븐
9	타카시 카시와바라(일본)	안재욱
10	히로스에 료코(일본)	Avrill Lavigne(미국)

문화 산업뿐만 아니라 최근에는 미용, 패션, 한국어, 유학, 태권도와 같이 문화산업 외적인부문에서 한국에 대한 선호도가 두드러지게 나타나고 있음. 특히, 드라마와 영화 등 비주얼 콘텐츠의 영향으로 미용과 패션에 대한 관심이

높아지고 있어 특정스타에 대한 몰입과 모방 차원을 넘어 문화 파생상품 관심 단계까지 진입된 상태로 평가됨.

중국 인기온라인게임 톱10중 '미르의 전설 2, 3', '뮤' 등 5개가 포진하는 등 온라인 게임에서 한국은 중요한 위치를 점하고 있음. 특히 중국 최대 온라인 게임업체인 “선다”의 경우 매출액의 60%이상을 한국 온라인 게임이 점유하고 있을 만큼 온라인 게임 제작에 대한 한국 의존도가 높음.

현재 중국내 한국영화 인기유지의 일등공신은 불법복제 DVD/VCD임.

- 대중가요에서 드라마로, 드라마에서 영화로 관심 영역을 넓혀가던 “한류족”의 문화갈증을 해소하는 창구 역할을 했음
- 한국가수를 중심으로 일기 시작한 한류열풍에도 불구하고 중국을 비롯한 동남아 지역 음반수출이 소폭증가에 그치거나 감소추세로 이어진 것은 시사하는 바가 매우 큼

3) 한류의 효과

음반, 드라마, 영화, 게임 등 한류의 핵심 문화상품 직접 판매와 함께 한류 관광객 유치, 스타체험, 공연관람, 드라마 촬영지 답사 등의 관광상품 수요로 파급되는 효과가 기대됨.

- 특히, '04년 '겨울연가' 등 한류로 인한 추가관광 수입과 국가 홍보효과의 경제적 효과가 1조원에 달한다는 보고가 있을 정도로 문화상품의 부가가치 창출 가능성이 높음.**

* 출처 : 한국관광공사 “한류에 따른 마케팅 보고서”

드라마나 영화의 간접 광고효과로 관련 제품의 인식 제고를 유발하여 한국 제품 전체에 대한 구매욕과 구매 상품에 대한 만족감이 높아질 수 있음. 또한 유행에 민감한 젊은이들은 스타와의 동일시를 위해 액세서리, 화장품 수요가 발생하는 등 간접적인 경제효과도 기대됨.

일부 소비재의 한류 스타마케팅의 경우 매출 증가 등 가시적인 성과를 거두었으나 한류와 전체 한국 소비재 매출간의 직접적인 상관관계를 기대하는 것은 다소 무리가 있음.

농심은 한류 열풍의 진원지라고 할 수 있는 인기그룹 H.O.T를 모델로 '새우깡'과 '양과링' 등 스낵 제품의 CF를 중국 전역에 내보내며 청소년층을 공략했고, 이러한 마케팅의 영향으로 외환위기 직후에는 라면 등의 수출실적이 6,000만 달러 수준에 머물렀으나 중국시장의 판매신장에 힘입어 수출목표를 9,000만 달러로 상향 조정함.

4) 한류에 대한 향후 전망

중국의 경제는 자본주의체제이지만 정치체제는 여전히 사회주의이기 때문에 문화산업에 대한 통제 가능성을 배제할 수 없음. 특히 음반과 비디오산업, PC 게임에서 불법복제가 범람하고 최근 젊은세대를 중심으로 P2P 사이트를 이용한 불법 거래도 문화상품 수요에 악재로 작용할 수도 있음.

과거 홍콩의 대중문화를 받아들이던 한국의 현황을 고려할 때 그 지속기간은 실제로 길지 않았음. 문화상품의 주 소비계층인 젊은 세대는 지속적으로 새로운 유행을 찾는 경향이 강하고, 기호의 변화가 급속하므로 비교적 많은 대체재가 존재하는 문화상품의 교체주기도 단기화 될 것임. 따라서 다양하고 경쟁력 있는 문화컨텐츠의 지속적인 확보가 요구될 것임.

중국은 일본에 비해 한류 스타 선호가 한국상품 전체의 이미지 개선과 실제 관련 문화 상품의 구매로 이루어지는 파급 효과가 낮은 것으로 판단됨. 이는 한류 스타를 좋아한다고 해서 한국의 상품과 한국 자체를 좋아하는 것은 아니라는 의미임. 최근 중국의 일부 일간지 등에서 한류에 관한 악의성 보도를 하는 등 부정적 이미지를 부각시키는 사례를 보면 한류에 대한 안티세력 역시 존재함을 알 수 있음.

경제수준의 발전, 올림픽 개최, WTO 가입에 따라 향후 문화상품의 수요가 폭발적으로 증가할 것으로 기대됨(2005년 189억달러, 2010년 394억달러, 2015년 669억달러(한국의 약 3배) *

* 출처 : 김종휴/북경올림픽의 한국 문화산업에 대한 효과 분석/2000

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

◁ 지적재산권 관련 참고 사항 ▷

- 세계관세기구(WCC) 추정 전세계 짝퉁시장 물품교역량의 5~7% 약 512조원(중국 2/3 생산)
- 지난해 특허청에 접수된 해외투자 한국기업의 지적재산권 피해사례는 33건으로, 2001년 18건에 비해 큰 폭으로 늘어났음
- 일본무역진흥회가 실시한 중국 진출 일본계 기업의 조사에서는 54%(회답 672사)가 모방품의 피해가 있다고 대답했음. 중국에서는 일본 기업의 피해가 1조엔에 달한다는 민간 추계도 있음.
- 중국에서 인증·수출 대행을 위해 도면을 받아간 후 복제품을 생산하는 사례가 빈번하게 발생

중국시장은 2001년 WTO가입이후 미국과 EU 등의 강력한 지적재산권 보호 관련 압력에 처해 있고, 이로 인해 일부 집중 단속과 처벌이 있기도 하였음.

그러나 구매자의 지적재산권 관련의식이 낮아 불법 복제물을 죄의식 없이 어디서든 쉽게 저렴하게 구입할 수 있는 상황이며 공급 측면에서도 기업의 대소형을 가리지 않고 지적재산권의 침해가 이어지고 있음.

(예 : 자동차 제조사의 디자인 도용 등)

□ 지적재산권 피해 주요 사례

구분	온라인 게임
제목	'한게임'의 플래시게임
업체명	NHN
침해내용	플래시게임 내용의 도용
침해유형	저작권 등 침해
유통구조	인터넷 접속
진행상황	NHN 해당기업에 경고장 송부후 서비스 중단

구분	온라인 게임
제목	미르의 전설 2, 3
업체명	위메이드엔터테인먼트
침해내용	산다가 중국에서 서비스하고 있는 온라인 게임 '전기세계'가 위메이드엔터테인먼트가 개발한 온라인 게임 '미르의 전설'과 '미르의 전설3'를 상당부분 표절 및 도용하였다고 주장
침해유형	저작권 등 침해
유통구조	인터넷 접속
진행상황	베이징 인민법원에 지적재산권 침해 소송 제기
기타	'미르의 전설 2' 서비스의 빅히트로 중국 최대의 온라인 게임 업체로 성장한 산다의 매출 60%이상이 국내 온라인 게임업체 개발한 게임이며 최근 '미르의 전설'의 공동판권자인 액토즈 소프트웨어를 인수한 바 있음

구분	제품, 오토바이
제목	일본 '혼다'사와 유사한 로고와 브랜드('홍다') 사용
업체명	혼다
침해내용	유사 로고 및 브랜드 사용
침해유형	상표권 침해
유통구조	
진행상황	소송에서 승소 판결

구분	제품
제목	동양제과 오리온 초코파이한국인삼공사 정관장빈폴
업체명	동양제과, 한국인삼공사, 빈폴
침해내용	상표도용 및 유사 모방품 제조
침해유형	
유통구조	
진행상황	

구분	제품
제목	자외선 칫솔 살균기
업체명	에센시아
침해내용	중국내 인증·수출 대행을 위해 제품도면을 받아 동일 제품 생산 판매 및 광고
침해유형	특허권 위반도면 도용
유통구조	
진행상황	

구분	제품
제목	디자인 도용
업체명	GM
침해내용	GM대우의 자동차인 마티즈 디자인 도용(차제, 내관, 내부디자인, 주요장치 및 주요부품 호환)
침해유형	지적재산권 침해
유통구조	
진행상황	중국의 체리자동차 QQ를 지난 12월 디자인 도용혐의로 고소현재 상하이 제2고등법원 계류중
기타	최근 마티즈외에도 도요타 등 외국자동차 메이커들과 자동차 디자인 도용관련 시비가 늘어다고 있는 상태임(혼다 CR-V 디자인 도용으로 중국업체 2개사 제소, 닛산-중국 GWA 분쟁,GM 및 폴크스 바겐 등, 도요타의 경우 03년 체리자동차를 상대로 한 상표권 침해 및 손해배상청구에서 패소)

구분	제품
제목	축구공
업체명	大連歐凱皮革有限公司(이하 OK피혁)
침해내용	OK피혁의 '開創' 브랜드 도용
침해유형	상표 도용상표권 위반
유통구조	대형 유통업체를 통해 소매
진행상황	까프푸 대련점의 관련 상품 판매정지 및 100만위안의 배상을 요구하는 소송을 제기, 中級人民法院에 계류중

구분	제품
제목	소형 전화기
업체명	퓨센스
침해내용	유사제품 생산
침해유형	
유통구조	대형 유통업체를 통해 소매
진행상황	퓨센스 생산중단후 업종 변경

구분	제품
제목	스피커
업체명	브릿즈인터내셔널
침해내용	복제품 생산
침해유형	

유통구조	
진행상황	한국업체인 U전자에 의해 피해업체와 동일한 스피커가 국내로 수입된 경우

□ 기타 사례

- 'DACOM'은 서울에 주소를 둔 한국인 에이전시가 중국 당국에 상표권을 등록해 사용이며, 농심은 중국인이 도메인으로 사용됨
- '정관장', '르까프', '알코렉스' 등의 상표도 중국 제품에 도용됨
- 손오공의 완구용 팽이 '탑블레이드'는 중국 업체가 만든 유사제품이 원제품보다 더 많이 팔렸음

3. 중국의 지적 재산권 보호 현황

1) 지적재산권 보호 세부 내역

□ 상표권

구분	내용	비 고
관련법령	○ 『중화인민공화국 상표법』 ○ 『중화인민공화국 상표법 실시조례』	
보호대상	등록상표의 전용권	
절 차	상표출원신청	국가공상행정관리국 상표국
	예비판정 및 공고	규정미부합 등시 출원 기각후 서면 통지
	출원 기각에 대한 재심 청구, 소송	일차적으로 통지접수일로부터 15이내 상표평심위원회 재심청구동 위원회 결정불복시 통지접수일로부터 30일 이내 인민법원 제소
	이의신청	예비판정이 난 상표공고일로부터 3개월 이내
	이의재정에 대한 재심 청구	당사자 불복시 통지접수일로부터

	구, 소송	15일 이내 상표평심위원회 재심청구동 위원회 결정불복시 통지접수일로부터 30일 이내 인민법원 제소
	상표 등록	예비판정후 3개월 이내 이의신청이 없을 경우
존속기간	10년	기간만료 6개월 전 갱신신청

□ 특허권

구분	내용	비 고
관련법령	○ 『중화인민공화국 전리법』 ○ 『중화인민공화국 전리법 실시세칙』	
보호대상	발명, 실용신안 및 의장	
절 차	특허출원신청	국가공상행정관리국 특허국
	예비심사 및 출원 공개	출원일로부터 18개월 내 출원 공개
	실질심사	발명특허의 경우 출원일로부터 3년 이내 출원에 대해 실질 심사
	실질심사를 위한 참고 자료 제출	
	출원 수정	실질심사후 규정 미부합의 경우 출원인의 의견 진술, 출원 수정을 요구할 수 있으며 해소되지 않는 경우는 기각가능
	특허 등록	특허권부여후 1년째부터 연간사용경비 납부
	특허권의 무효선언 청구	관련 회사 및 개인은 특허권 부여 공고일로부터 특허재심위원회에 무효선언 청구 가능동 위원회 결정에 불복시 통지 수령일로부터 3개월 내 인민법원에 소송 제기 가능
소요기간	특허출원일로부터 통상 4년	
존속기간	발명특허 20년, 실용신안 및 의장특허 10년	출원일로부터 기산

□ 저작권

구분	내용
관련법령	<ul style="list-style-type: none"> ○ 『중화인민공화국 저작권법』 ○ 『중화인민공화국 저작권법 실시조례』
보호대상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중국 공민, 법인 또는 기타 조직체의 작품은 그 발표 여부와 상관없이 보호 ○ 외국인, 무국적 작품의 경우 저작자가 속한 국가 또는 거주국이 중국과 체결한 협정 또는 공동으로 가입한 국제조약에 근거하여 보호 ○ 단, 외국인, 무국적 작품을 중국에서 최초 출판했을 경우 저작권 보호 ○ 중국화 협정이 체결돼 있지 않거나 공동으로 국제조약에 가입돼 있지 않은 국가의 저작자 및 무국적인의 작품이 중국이 가입한 국제조약의 회원국에서 최초로 출판됐을 경우 또는 회원국과 비회원국에서 동시 출판될 경우 보호

2) 지적재산권 침해 구제 절차

- 구체적 내용은 <중국 지적재산권 침해 대응 매뉴얼> 참조

(1) 상표권

○ 인민법원의 이용

- 『중화인민공화국 민사소송법』 등 민사소송 법규에 따라 소제기

○ 행정기관의 이용

- 공상행정관리국
- 국가질량감독검험검역총국
- 세관

○ 공안국, 인민검찰원 및 인민법원(형사사법제도) 이용

(2) 특허권(특허, 실용신안, 의장)

- 인민법원의 이용
 - 『중화인민공화국 민사소송법』 등 민사소송 법규에 따라 소제기
- 행정기관의 이용
 - 특허관리 업무부서 이용
 - 세관의 이용(특허권의 침해제품에 대한 규제조치)
- 공안국, 인민검찰원, 인민법원(형사사법제도) 이용

(3) 불공정경쟁방지법 이용에 따른 구제

4. 외국 기업의 대응 사례 연구

최근 국제지적재산권연맹(IIPA)는 중국에 대해 저작권 침해문제에 관한 특별 조사를 착수하는 한편, 세계무역기구(WTO)와 동 사안을 협의할 것을 미국 정부에 요청하였음

또한 중국을 포함한 15개국을 '우선 감시 대상국'으로 지정하고 2005년 7월 31일까지 중국의 이행 여부에 대한 특별조사 실시도 요청함.

□ 외국의 대응(보호) 사례

[미국]

- 미국은 자국의 지적재산권 침해 국가에 대해 '슈퍼301조'라는 강력한 외교적 압력을 행사하고 있음.
- 미국 통상대표부(USTR)는 지난 4월에 발표한 포괄통상법 스페셜 301조(지적재산권 침해국 통상 지역의 특정 제재)의 연차 보고서를 통해 중국 등과 함께 '음악 CD 등의 복사품 소굴'(미업계 관계자)로 우크라이나를 지명하였음. 그리고 지난 1월에는 우크라이나에서의 수입품에 보복 관세를

부과하고 제재 조치도 단행

○ 미국 특허청(PTO)은 베이징 주재 미 대사관에 특허권 문제를 전담하는 담당관까지 파견하는 등 중국의 지적재산권 침해에 대해 이례적인 대처를 하고 있음

○ 미국 상공회의소는 최근 중국을 WTO에 제소해 줄 것을 미 무역대표부(USTR)에 청원

[유럽연합(EU)]

○ 유럽연합(EU) 국가들은 주한유럽연합상공회의소 지적재산권위원회라는 창구를 통해 압력을 가하고 있음. 지적재산권위원회는 또 매년 한두차례씩 한국의 세관, 검찰, 경찰을 대상으로 단속 교육까지 직접 펼치고 있음

[일본]

○ 일본 정부도 지난 7월 '지적재산전략대강'을 결정하는 등 대응 시작

5. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응 방안

(1) 콘텐츠 경쟁력 측면

콘텐츠의 현지화

- 이미 현지화 시도가 진행되고 있는 방송과 영화의 경우와 같이 현지 전문가와의 공동 기획, 개발 및 유통을 하는 콘텐츠의 현지화를 추구

콘텐츠의 다양화와 마케팅 강화

- 장기적인 한류의 유지 및 확산을 위해서는 지속적인 콘텐츠의 다양성을 확보해야 할 것임. 라이프 사이클이 짧은 산업의 특성상 진부한 패턴의 반복과 일부 스타에만 의존하는 스타마케팅은 수요자가 쉽게 식상할 수

있음. 따라서 궁극적으로 전문성과 창의성을 가진 인력의 확보가 중요할 것으로 보임.

- PPL(Product Placement) 마케팅 등을 통해 마케팅 효과를 극대화

(2) 지적재산권 보호 측면

□ 교역 대상 국가에 적극적으로 상표권 등록과 관리 등 사전 예방조치를 하는 것이 가장 효율적인 대처가 될 것임.

- 피해 발생시 협회나 관계 부처와 즉각적인 협의를 거쳐 공동 대처하는 것이 바람직할 것임.

□ 중국 업체 등과 협상할 경우 지적재산권이 국부와 관련된 공공재적 성격이라는 공동 인식을 가지고 경쟁업체간 최소한의 협상 가이드 라인을 마련하여 지나친 경쟁으로 인한 ‘제살 깎아먹기식’ 기술 유출을 사전에 방지토록 노력

- 한국업체와 중국 온라인 게임업체 선다 등의 사례를 볼 때 개별 기업의 경우 업계 전체에 불리할 수 있는 계약조건 등을 일시적인 실적 확보를 위해 받아 들일 수 있는 개연성을 가지고 있음.

- 중국의 광대한 시장 메리트는 개별 업체로 하여금 지적재산권의 핵심 기술이나 기술 인력 자체의 유출로 유인될 수 있음. 이는 향후 문화컨텐츠와 관련된 국가 전체의 지적재산권의 누수 역할을 할 수 있어 협회를 중심으로 한 업계 전체의 공동 대응과 인식의 공유가 있어야 할 것이며 이를 효과적으로 감시 감독할 수 있는 체제가 마련되어야 할 것임.

2) 정책적 과제

(1) 콘텐츠 경쟁력 측면

□ 대중 문화 인프라 양성

- 대중문화산업 경쟁력의 핵심 요소인 창의성과 혁신을 촉진하는 사회적 시스템의 구축
- 기획, 마케팅, 홍보, 금융 등 분야별 전문 인력 양성
- 자금/세제 지원
- 문화산업에 대한 연구 지원
- 한류의 기반 조성을 위한 교류·협력 강화

(2) 지적재산권 보호 측면

- 현지 지적재산권과 관련된 법규, 절차 등이 포함된 상세 매뉴얼 자료 등을 제작 대업계 전파
- 사후 피해가 발생할 경우 신고 접수 채널을 일원화하고 해당 자료를 DB화하여 동일한 피해가 재발하지 않도록 방지하고 이에 대한 통계와 Best Practice를 마련하여야 함
- 지적재산권은 성격상 개별 기업 스스로 보호를 해야하는 상황이므로 중소기업의 경우 상표권 등록 등에 소요되는 사전 비용이 사후처리 비용보다 유리하다는 사전 예방 의식을 제고할 필요가 있음
- 거래처의 다변화 고무
- 지적재산권을 가진 개별 기업의 대중 의존도가 심화될수록 협상력의 저하, 업계내 경쟁을 통한 기술 유출 등을 통해 지적재산권의 실효성이 떨어질 수도 있으므로 거래처 다변화를 고무하여야 할 것임
- 미국과 유럽연합에서 볼 수 있듯이 국가적 차원에서 지적재산권 보호를 위한 협상과 압력을 병행
- 정책적 접근시 미국과 EU와의 공동보조 병행 필요

홍콩 시장

<홍콩무역관>

1. 홍콩의 한류 현황

1) 한류의 근원

홍콩의 한류는 중국, 대만의 한류 근원과 약간 차이가 있으며 일본의 한류와 비슷한 맥락에서 파악해야 함. 홍콩문화는 이미 80년대 한국에서 높은 인기를 얻은 선례가 있어 일본패션이나 만화, 게임 등의 문화가 한국으로 전해 온 것과 같이 현재의 한류는 문화전달의 방향이 역전되어진 형태로 파악됨.

따라서 홍콩 한류는 중국 본토의 개혁과 개방으로 대두된 문화적 욕구와 소득 증가에 따른 소비문화 대두로 기인한 한류 열풍과는 차이가 있음.

한류 스타의 경우도 중국에서 성공했어도 홍콩에서도 모두 성공한 것은 아니며, 가수들의 경우 홍콩 내에서 성공한 사례가 많지 않음. 반면 영화나 드라마는 홍콩의 정서를 대변해 줄 수 있는 캐릭터에 의해 큰 인기를 얻고 있음.

윤사마 배용준이 출현한 겨울연가의 부드럽고 자상한 남성이미지가 일본 여성들에게 큰 호소력을 가지고 있었던 것처럼 전지현의 엽기적인 그녀의 경우 홍콩처럼 여성 지위가 높은 특수성외에도 영화 삽입 음악이 어필 할 수 있었기 때문임.

또한 최근 한류를 주도하는 “대장금”의 경우 현지 메인 채널인 TVB에서 방영되었다는 환경적 요인과 음식문화가 발달된 홍콩인들에게 한국 전통요리를 소개하는 독특한 컨셉이 인기 요인으로 분석됨.

한국 패션이나 문화를 추종하는 분위기는 여타 한류국에 비해 상대적으로 미약함. 전지현 주연의 ‘엽기적인 그녀’이후 이영애 주연의 ‘대장금’까지 일부 한국 영화 또는 드라마가 계속적으로 방영되어 인기를 얻고 있으나 연예인

추종 또는 특정 드라마, 영화에서 과급된 문화적 모방 형태는 다른 한류국에 비해 상대적으로 약한 편임.

이는 홍콩이 일본문화와 함께 과거 아시아 문화를 이끈 대표적 선도문화의 주체였다는 자긍심과 대만, 중국 등에 실질적인 영향력이 상대적으로 줄어든 위기의식도 작용한 것으로 분석됨.

2) 한류의 현황

현재 홍콩의 한류는 “대장금”의 이영애가 이끌고 있으며 최근 야후 홍콩 사이트에서 가장 인기 있는 연예인으로 설문 조사되었으며, 홍콩의 폭발적인 인기에 대해 한국 방송국에서 홍콩의 “장금열풍”에 대해 취재하기도 하였음.

각종 일간지에서 “대장금”관련 보도를 다루고 각종 만화책, VCD/DVD 등도 발간됨. “대장금”의 소재 특성으로 한국음식에 대한 큰 관심이 이어져 한국 음식점에서는 한국 전통요리를 메뉴에 포함시키는 곳도 증가함.

한류 전달의 매개체는 중국으로부터 유입되는 불법복제 DVD /VCD 등이며 유력 채널인 TVB 등에서 자주 한국 방송이 방영되는 것도 요인임.

3) 한류의 효과와 향후 마케팅전망

한류는 한 동안의 소강분위기에서 “대장금”을 계기로 다시 기화되었음. 동남아 쓰나미/해일 발생 등으로 동남아 관광지역에 대한 대체지역으로써 한국관광이 증가했으며, 한국어 교육에 대한 열의와 한국전통문화와 음식문화에 대한 관심으로 확대됨.

한류를 선도하는 소비층은 10대, 20대 젊은층이었으며 40대 이상의 홍콩인들에게 2002년 한-일 월드컵 열기만 인식되어 있었으나 대장금이 중년층에게 큰 인기를 얻으면서 한국 문화 알리기를 위한 계기가 마련된 것으로 평가됨.

특정 스타나 드라마에 편승한 한류 지속 가능성이 희박하므로 경제적 반사이익을 구체화시키기 위한 기업들의 움직임이 필요함.

한류와 제품 홍보를 연계하는 스타마케팅의 조직적 역량이 필요하며 국가 이미지 제고에 대한 매리트를 중소기업들도 향유할 수 있는 다양한 컨소시엄 이벤트 확보도 검토되어야 할 것으로 보임.

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

홍콩정부 뿐만 아니라 중국정부에서도 이미지 개선을 위해 노력하고 있으나 중국-홍콩의 24시간 육로개방 및 중국대륙 관광객 급증으로 불법제품의 이동이 더욱 가속화되고 있음.

1990년대까지 홍콩은 불법복제 성행 요주의국 이미지가 강했으나 최근 불법복제 범람국의 이미지가 중국으로 이전되어 국제사회의 악명은 기존에 비해 크게 감소한 상황임.

홍콩이 중국과 “1국2체제”라는 특수 상황과 홍콩의 자유로운 회사설립을 악용한 피해사례가 지속적으로 발생하고 있음.

- 홍콩을 이용한 외국기업들의 상표 도용은 세계적인 유명회사와 유사한 이름으로 “페이퍼컴퍼니”를 설립하면서 시작됨.
- 홍콩은 최소 납입자본금이 HKD 1불이되어 회사설립제도를 악용하여 동페이퍼컴퍼니에서 중국 지역 기업에게 제품을 의뢰 생산하여 가짜 회사(페이퍼컴퍼니)의 상표를 붙여 판매하고 있음.
- 피해업체는 홍콩의 페이퍼컴퍼니를 대상으로 소송 제기해야 하여 상호등 록말소신청을 해야 하는 어려움이 있음. 삼성, LG 등의 브랜드도 예외가 없는 상황임.
- 일본기업들은 홍콩의 페이퍼컴퍼니를 대상으로 소송을 제기 승소 또는 계류중인 경우도 있으나 한국기업의 경우는 구체적인 소송제기 사례가 없음.

1) 영화 DVD/VCD

- 제목 : 태극기 휘날리며, 실미도 등 다수의 한국 영화 VCD 및 DVD
- 업체명 : CJ 엔터테인먼트 등
- 침해내용 : 정품 가격은 HKD 165불이나 불법복제품의 경우 HKD15불에 거래됨
- 침해유형 : 저작권등 침해
- 유통구조 : 현지 점조직으로 운영되는 제조업자가 불법으로 제조후 소매장에 직판하며 상가, 비디오숍에서 쉽게 구입할 수 있음.

2) 드라마

- 제목 : 대장금 VCD/DVD
- 업체명 : 파노라마 디스트리뷰션WM(대장금 DVD/VCD 공식 유통업체, 홍콩회사)
- 침해내용 : 독점권에 대한 불법유통
- 침해유형 : 저작권등 침해
- 유통구조 : 현지 점조직으로 운영되는 제조업자가 불법으로 제조후 유통소매장, 주로 상가 비디오숍 등
- 진행상황 : 10개 소매상을 대상으로 HKD 10만 달러의 소송 제기 상태

3) 음반

- 제목 : 보아, 베이비복스, 비 등
- 업체명 : 각종 음반사
- 침해사례 : 개인앨범 CD
- 침해유형 : 저작권 침해
- 유통구조 : 불법으로 제조후 유통 소매장에 직판하며, 주로 상가 길거리 CD숍 등에서 구입가능

4) 캐릭터

- 제목 : 마시마로 토끼 캐릭터

- 업체명 : CLKO
- 침해사례 : 마시마로 토끼 캐릭터에 대한 무단 사용
- 침해유형 : 캐릭터 무단사용
- 유통구조 : 소매점이나 전통 의류상가 등
- 진행상황 : 2003년 11월 27일 중국 광저우 및 북경 내 중국기업을 대상으로 무단 사용으로 1억위안 이상의 손실발생에 대한 소송제기로 계류중

3. 홍콩의 지적재산권 보호 현황

1) 지적재산권 보호 세부 내역

(1) 상표

구분	내용
관련법령	상표법(Trade Marks Ordinance) 제559조
보호대상	등록상표 전용권
절차	<ol style="list-style-type: none"> 1. 상표출원신청 <ul style="list-style-type: none"> - 상표출원 신청서 (T2, T2S) 제출(필요에 따라 T2A 제출요) 수수료 - 일반 상표출원 수수료 : HKD1,300 - 방어적상표출원신청 (Defensive Trade Mark)수수료 : HKD1,500 2. 규정미부합 신청여부 검사(Deficiencies checking) 3. 적정성 여부 검사 (Search & Examination) 4. 이의신청 (Objections) : 적정성이 입증되지 않은 경우 신청자는 6개월까지 보완제출 가능, 3개월까지 추가연장이 허용됨 5. 상표출원 공보 (Publication of Trade Mark) : 홍콩지적재산권 저널에 상표공보 6. 상표등록

	<p>참고1) 상표출원신청전 적정성여부를 위해 Search and Preliminary Advice services를 이용할 수 있음 (사전 유사상표검색 등으로 비용 HKD200)</p> <p>참고2) 신청후 최종 등록까지 정해진 시간은 없으나 대략 6개월 정도 소요됨</p>
존속기간	10년. 만기 6개월 이내에 1차례 연장이 가능하여 최장 20년까지 가능

(2) 의장

구분	내용
관련법령	등록의장법(Registered Design Ordinance) 제522조 등록의장규정((Registered Design Rules) 제522A조
보호대상	의장
절차	<p>1. 의장등록신청 필요 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 의장등록신청서 (D1) - 의장 설명기재서 - 의장출원비용 및 홍콩지적재산권저널 의장등록공보비 납부 <ul style="list-style-type: none"> ○ 수수료 : 1품목 미만 1개디자인 비용 : HKD785 - 1품목 미만 추가디자인 비용 : HKD590(1품목 추가당) - 1품목 1개디자인 비용 : HKD1,570 - 1품목 추가디자인 비용 : HKD1,180(1품목 추가당) <p>2. 의장등록신청이 이루어 진후 최장 3개월 이내에 적정성여부에 대한 심사가 이루어짐. 등록확인서 홍콩지적재산권저널 특허공보에 등재되며 등록확인서는 일반적으로 신청 후 2개월 이내에 발행됨</p>
존속기간	최초 5년이며 추가로 5년씩 연장이 가능하며 최고 25년까지 가능함

(3) 특허

구분	내용
관련법령	특허법(Patent Ordinance) 514조 특허규정(Patent(General) Rules) 514C조

보호대상	발명, 실용신안
절차	<p>Step 1) 특허출원신청</p> <p>해당사무실에 해당특허출원신청서를 제출후 6개월 이내에 관련 해당자료를 제출해야함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특허출원신청서양식(P4) - 해당특허명세서 - 발명품명(영어 및 중국어) - 요약서(Abstract, 영어 및 중국어) - 대리인인 경우, 위임장 및 기타 법령이 정한 서류 <ul style="list-style-type: none"> - 외국어인 경우, 공증필요 <p>수수료 : 최초 접수시작일로부터 1달이내에 특허출원비용 HKD380과 홍콩지적재산권저널(특허공보) 등재비 HKD68이 필요함</p> <p>Step 1에서는 특허출원신청이 이루어지고 특허(등록)사정을 하는 동안 특허신청인이 특허수수료를 납부하고 특허권 설정등록을 하면 2개월 이내에 심사를 함. 최종 확정되면 홍콩지적재산권저널에 특허 공보를 함.</p> <p>Step 2) 특허등록 및 인준</p> <p>특허 공고후 6개월 이내에 등록 및 최종 인준을 위한 해당자료 제출필요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특허 등록신청서양식 P5 - 기타 번역 공증된 법령이 정한 서류 <p>수수료 : 등록 및 인준을 위한 요청후 1개월 이내에 등록비용 HKD380 과 홍콩지적재산권저널 등재비 HKD68불이 필요함</p> <p>참고) 관련 인터넷 웹사이트 www.ipd.gov.hk/eng/intellectual_property/patents/how_to_apply</p>

	.htm
존속기간	최장 20년 - 특허출원유지를 위해 특허출원(Step1)후 특허 등록심사(Step2)까지의 기간이 5년이 경과하면 특허출원 유지를 위해 Form P9 작성 및 추가 유지 비용 납부필요

(4) 저작권

구분	내용
관련법령	저작권법(Copyright Ordinance) 528조 저작권법(Copyright (Suspension of Amendments) Ordinance 2001) 568조저작권보호법(Prevention of Copy right Piracy Ordinance) 544조
보호대상	저작권 보호범위 - 저작권은 자동적으로 작품이나 새로운 아이템의 생성시점에 적용되는 법이며 홍콩내에서 저작권을 사전등록할 필요가 없는 것이 특허법이나 상표법, 의장법 등과는 다른 부분임 - 소유주에 원 작품에 대한 권리를 의미하므로 책, 컴퓨터 소프트웨어, 음악작품, 대본 등의 드라마작품, 그림, 사진, 조가품, 유성영화, 방송작품, 케이블 작품 등 다양한 영역에 걸쳐서 모두 존재하며 특별한 제한이 있는 것이 아니며 일반인의 사진촬영과 같이 단순한 아이템에도 적용됨 주관부서 - Composers and Authors Society of Hong Kong Limited - The Hong Kong Copyright Licensing Association Limited - The Hong Kong Reprographic Rights Licensing Society Limited
존속기간	기본적으로 50년이나 해당내역에 따라 약간의 차이가 있음

2) 지적재산권 침해 구제 절차

(1) 법원재판이용

- 지적재산권(특허, 상표, 의장 등)에 대한 침해가 있는 경우, 변호사 회사

나 에이전트를 통한 소송제기

(2) 행정기관이용

- 홍콩세관(The Customs and Excise Department)에 신고

(3) 사법경찰권이용

- 지적재산권조사국(Intellectual Property Investigation Bureau,
板權及商標調查局)에 신고

4. 외국기업의 대응 사례 연구

□ 외국의 대응(보호) 사례

일본 유명기업인 마쓰시타전기, 히타치, 산요, 도시바 등에서 유사 일본상표 등록에 따른 등록말소 소송제기가 있었음

- 특히 히타치의 경우 20개사에 대한 소송결과 18개사에 대해 승소하여 페이퍼컴퍼니를 등록 말소 하였음
- 마쓰시타의 경우도 “홍콩 마쓰시타전기 국제집단유한공사”라는 페이퍼컴퍼니를 상대로 3년에 걸친 소송결과 2004년 상호 등록말소를 성공시킴

5. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응 방안

□ 개별 기업차원의 자사 브랜드에 대한 피해사례 모니터링 필요

홍콩은 과거 불법복제 등 지적재산권 침해관련 요주의 국으로 분류된 경향이 있으며, 특히 마카오와 함께 중국의 주강삼각주지역으로부터 생산되는 불법제품의 복제 및 가짜브랜드 가공의 빌미를 제공하고 있는 지역으로 인식되고 있음.

2) 정책적 과제

- 불법복제가 성행하는 영화,음반 DVD/VCD 시장 보호를 위한 정부 차원의 외교적 협상 병행 필요
- 정부 차원의 전문 인력을 양성하여 피해구제 전담 조직에 배치 중소기업 지원
- 침해사태 발생시 신속히 해결하여 중소기업의 피해를 최소화 할 수 있는 전담기구의 설치 검토

대만 시장

<타이베이 무역관>

1. 대만의 한류 현황

1) 한류의 근원

“韓流”는 중국어로 “寒流”와 같은 발음으로 원래 시베리아 지역에서 불어오는 찬 바람을 일컫는 용어에서 “한국에서 갑자기 불어온 매서운 바람”이란 의미로, 음악, 드라마, 패션 등 한국대중문화 열풍을 대표하는 단어임.

대만지역의 경우 중국본토지역에 비해 비교적 늦게 시작되었으며 이에 중국본토에서 사용한 “韓流”라는 단어를 사용하기 시작함. 최근 “畝韓族”라는 신조 단어가 생성되어 “한국문화 매니아, 추종자”들을 일컫는 단어로써 대만내 한국문화의 영향력을 대표 키워드로 인식됨.

2) 한류 현황

(1) 드라마

“파리의 연인” 인기리 방영, “순풍산부인과” 지속적으로 재방영됨.

(2) 음반

대만가수들의 한국가요 중국어판 버전이 많은 인기를 보이고 있으며, 한국가수로는 “보아”가 일본에서 유명하다는 매리트를 가지고 있기 때문에 지속적인 인기를 유지하고 있음.

(3) 영화

“아시아 영화=재미없음”이라는 편견이 아직 남아 있어, 한국 영화개봉에 대한

관심도가 매우 낮음. 또한 적절한 대사 번역작업이 이루어지지 않아 “공포영화”이외에 다른 장르의 영화는 지속적인 관심을 끌지 못하고 있음.

(4) 기타

“한국=성형왕국, 한국미인=성형미인”이라는 이미지가 너무 강해 한류로 인하여 가장 경제적 효과가 나타난 것은 성형외과의사들이라는 시장의 평가도 있음(한국식 성형수술 유행).

“合韓族”과 같은 親韓主義파들이 있는 반면 한국에 대해 반감을 가진 안티 한국 세력들도 다수 존재. 이들은 인터넷 동아리를 만들어 한국제품 불매운동 및 비판 등의 글도 게재함.

3) 한류의 효과

(1) 드라마

“이브의 모든 것”으로 시작 “대장금”으로 완성된 대만의“韓流”는 주로 “TV 드라마”에 의해 선도되고 있으며, 기타 분야에서는 비교적 약세를 보임.

- 가을동화, 겨울연가, 천국의 계단, 대장금 등 관광 상품을 노린 드라마들이 연속 히트하면서 한국관광객이 대폭 증가하고 있는 추세임.
- “순풍산부인과”는 유무선 TV이외에도 지속적인 인기속에 재방영 되고 있으며 비슷한 류의 대만자체 시트콤 제작방영도 활발함.
- 한국드라마 수입방영이 활발한 GTV(케이블)사의 경우 드라마 속에 등장하는 한국제품 판매 부서를 신설 운영중임.

(2) 방송

한국 오락프로를 벤치마킹하는 경우가 거의 없었는데 KBS 2TV 의 “스펀지”와 유사한 프로그램도 제작 방영함.

○ 기타 TV광고 속에 한국을 모티브로 하는 광고들도 다수 등장

(3) 게임

한국게임산업에 대한 관심 고조로 관련 연구보고서 다수 등장함.

(4) 식품

한국 드라마의 대만방영 성공으로 한국 음식에 대한 관심이 고조됨.

○ 특히 “대장금” 방영시기에 맞춰 대만인들의 “웰빙”에 관한 관심 고조로 한국 식품, 요리철학 등에 대한 인식개선 및 수입희망자 증가 추세임.

(5) 핸드폰

2000년 MBC 연속극 “이브의 모든 것” 방영후 폴더형 핸드폰에 대한 관심 증가로 현재 대만시장은 폴더형이 주류를 이룸.

(6) 기타

한국-대만간 단교이후 대만인들의 反韓 감정이 한류로 인해 많은 부분에 있어 희석되어 양국간 교류 증대로 이어져 2004년 10월 양국간 “항공기복항” 개시.

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

대만의 경우 지적재산권 침해에 대한 단속 및 관리가 엄중하여 하기 2개의 케이스를 제외하고 기타 분야에 대한 피해사례 없음.

1) 드라마·영화 DVD

- 제 목 : 한국 드라마·영화 DVD
- 침해내용 : 정품가격은 현지화 600-1,000NT\$이나 불법으로 복제한 제품의 경우 50-100NT\$에 거래
- 침해유형: 저작권 침해

- 유통구조 : 중국으로부터 밀수된 불법복제품이 인터넷 경매 사이트를 통해 판매유통 혹은 전단지 홍보 및 주문배달됨
- 진행사항 : 대만정부의 불법 음반, 비디오에 관한 단속이 엄중하여 현재 나이트 마켓 및 일반 시장단속은 잘 이루어져있지만, 인터넷 판매 및 전단지 홍보 등은 단속하기 힘든 상황
- 참고자료: “영화, 드라마 DVD,VCD 불법판매” 파일 참조

2) 게임

- 제 목 : 뮤
- 업체명 : 웹젠
- 침해내용 : 대만지역 첫 진출시 파트너에 주었던 판권 회수상에서 문제가 발생했으며 뮤의 D/B를 이용해 新제품 개발의혹 있음
- 침해유형: 저작권침해
- 유통구조: 편의점, 전자상가, 인터넷 상거래 등
- 진행사항 : 동사는 현재 前대만파트너의 의혹 부분에 대한 물증 수집 단계

3. 대만의 지적재산권 보호 현황

1) 지적재산권 보호 세부내역

(1) 상표·의장

상표 전용기간은 등록일로부터 10년이며, 신청후 연장이 가능하나 1회 10년으로 제한함.

상표전용기간이 만료하였음에도 불구하고 등록연장을 하지 않는 경우 자동 소멸됨.

동일인이 유사상표를 동일상품 혹은 동종상품에 사용 지정하는 경우는 연합 상표로 신청해야 하고 동일인이 동일상표를 성질이 같은 비 동종 혹은 유사한 상품에 사용을 지정하는 경우, 보호 상표로 신청 등록할 수 있음.

(2) 특허

대만의 발명특허권 유효기한은 신청일로부터 20년. 단, 특허권 기간이 4년을 경과하고 부당하게 사용될 경우 특허권을 철회할 수 있도록 되어있으며, 특허가 등록된 물품을 위조시 3년 이하의 징역, 혹은 10만元 이하 벌금을 부과.

신형 특허권은 신청일로부터 12년, 실용신안권의 경우 신청일로부터 10년 .

발명특허 신청시 신청서 1부, 선서서 1부, 설명서 및 신청특허범위설명서, 필요시 도안 등 각 2부(영어 등 외국어일 경우 번역설명서 2부), 위임서 1부(대리 신청시), 국적증명서 또는 법인증명서 1부(외국인 신청자의 경우), 대만국민 신분증, 회사영업허가서 또는 법인등록증 사본 1부(내국인 신청자의 경우) 등이 필요

(3) 저작권

현행 저작권은 저자사후 50년간 보호되며, 위반시 징역 및 벌금, 친고죄 등 엄격하게 보호하고 있음

물품수출관리요령을 통해 위조상표 관리를, 유선TV방송법(1999년 2월 3일 공포시행), TV방송법, 위성 TV 방송법(1999년 2월 3일 공포 시행) 등을 통해 비디오 및 음반의 불법상영을 적극 규제

2) 지적재산권 침해 구제절차

(1) 특허심판신청

- 신청장소: 경제부 智慧財產局 3층 서비스 데스크
- 구비서류: 신청서 4 부, 위임서 1부, 심판이유서 및 증거 각각 4부, 증거자료(서면원본 1부, 샘플 1부)
- 신청비용: 9,000달러(NTD), 서류보충시 2000달러(NTD) 추가

(2) 심리

(3) 피고소자에게 통보 및 회답 획득

(4) 신청자 및 대리자에게 진행상황 통보

(5) 심사위원회의 심판

(6) 심판종료

○ 각 케이스 별로 당 소요기간이 다르며, 일반적 케이스의 경우 평균 12개월, 우선특혜케이스의 경우 6개월 정도의 시간 소요

○ 주관부서 : 經濟部 智慧財產局 專利 3 組/전화(886-2-2738-0007)

4. 외국기업의 대응 사례 연구

□ 외국의 대응(보호) 사례

국제지적재산권연맹(IIPA)이 오는 4월초 정식 발표할 “수퍼 301조”에서 대만은 “일반관찰” 등급 받음. 그간 한국, 중국과 함께 “우선관찰” 대상국이었으나 40년 만에 “우선관찰” 대상에서 제외됨.

최근 대만정부의 문화컨텐츠 및 관련제품에 관한 정부규제가 적극적으로 이루어지고 있어 국제적으로도 대만에 대한 특별한 대응조치 및 보호에 대한 요청은 없음.

IT관련기술 분야 특허권 분쟁 사례가 다수 존재하나, 동관련 분쟁해결은 미연방법정에서 이루어짐. 단, 이들 기술관련 특허권 분쟁의 경우 실제 대만 업체들의 기술침해로 인한 분쟁이라기보다 외국업체들이 경쟁사들을 “견제”하기위한 수단으로 사용되는 경향이 있음.

5. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응방안

□ 상표, 특허에 대한 현지 사전 등록 필수

- 상표, 특허 등에 관한 현지 등록이 완비 되었을 경우 이후 발생하는 문제 및 분쟁들에 대해 법적인 보호를 받을 수 있음
- 음반, 방송 등 문화 관련 상품들에 관한 지적재산권 보호 및 규제에 경우에도 대만 자체적으로 적극적 규제 및 보호 정책을 펴고 있어 피해는 줄어들 것으로 판단됨

2) 정책적 과제

□ 정부 차원의 외교적 노력 필요

- 중국에서 제작되어 대만으로 유통되고 있는 불법음반, 영화 드라마 DVD 등에 대해서는 중국측에 정부차원의 조율이 필요할 것으로 판단됨

일본 시장

<동경무역관>

1. 일본의 한류 현황

1) 한류의 근원

일본의 한류는 2003년 NHK 위성방송을 통해 방영된 한국 드라마 겨울연가(일본식 명칭 : 후유노 소나타, 冬のソナタ)에서 비롯됨. 이후 2004년 4월부터의 3차 지상파 방송을 계기로 급속하게 일본내 한류붐이 본격화되어 일종의 사회현상으로 자리 잡게 되었음.

88올림픽을 전후로 김치 등 한국식품, 에스테 등이 인기를 끌면서 기반이 조성고 한일 월드컵 공동개최를 계기로 스포츠, 문화 분야에도 관심 폭이 넓어진 상태에서 드라마, 배우의 인기를 배경으로 한류가 완성된 것으로 보임.

2004년부터 점화되기 시작되었다는 점에서 중화권에 비해 현재까지 지속 기간이 상대적으로 짧지만 일본의 엔터테인먼트시장이 세계 2위의 규모라는 점에서 현재의 한류가 지속될 경우 경제적 효과는 매우 클 것으로 기대됨.

2) 한류 현황

한류 드라마팬 층에서 출발한 일본내 한류붐은 점차 일반 대중으로 층이 넓어질 것으로 보이며, 관심 분야도 드라마, 영화, 배우 등에서 한국 전통상품, 세탁기, 청소기, TV 등의 가전제품, 자동차 등으로 확산될 것으로 보임.

가전왕국, 자동차왕국 일본시장에서 국산제품이 일본제품과 경합하는 것 자체가 거의 불가능 했던 점을 감안하면 매우 고무적인 현상임. DVD의 경우 그 동안 각종 특전, 할인혜택을 제공해도 거들떠보지도 않던 중년여성들이 오로지 “겨울연가”를 보기위해 DVD 기기를 사고 있을 정도임.

양국 정부도 2005년을 한일 “우정의 해”로 정하고 경제, 문화, 사회의 다양

한 분야에서 교류 확대를 위한 이벤트를 준비하고 있으며, 아울러 기업의 제휴, 협력을 통한 글로벌 마켓을 공동으로 개척하는 윈윈전략 케이스 확산을 지원하기 위해 투자협정, 상호인증협정, 자유무역협정(FTA)체결 교섭을 진행시켜오고 있음.

특히 2005년은 양국이 국교 정상화 이래 40주년을 맞이하는 해로 양국간 역사적 특성에 기인하는 정치사회적 측면의 민감한 사안만 없다면 한류 열풍은 이 같은 우호협력 분위기 확산에 기여할 것으로 판단됨.

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

하기 제소사례는 동일기업에 의한 제소사례로 3개사중 하기 2개사와는 화해가 성립되었고 나머지 1개사는 계류중(그러나 하기 사례이외의 사례는 구체 사항 파악 곤란함)

- 제소일 : 2004.6
- 관할재판소 : 고베지방법재판소
- 제소기업 : M TRADING
- 피제소기업 : 인터넷통신판매회사 츠타야 온라인
- 손해배상금액 : 1,000만엔
- 참고 : 겨울연가의 주인공 장식품(폴라리스 목걸이)의 위조품 판매혐의
- 결과 : 2004.8.16에 화해
- 조건 : 1,000만엔의 목걸이, 관련상품의 구입판매로 화해

* 상기와 같이 공식적으로 한국 상품관련 지재권 제소사례는 미미한 편임

3. 일본의 지적재산권 보호 현황

1) 지적재산권 보호 세부 내역

* 공업소유권(특허권, 실용신안권, 의장권, 상표권)의 보호대상임

(1) 상표법의 보호대상(상표권)

상표법 제2조에서 정하는 상표, 즉 문자, 도형, 기호 혹은 입체적 형상 및 이들의 결합, 이들과 색채와의 결합으로서 업으로서 상품을 생산, 증명 혹은 양도하는 자가 동 상품에 대해 사용하는 것, 또는 업으로서 역무를 제공 혹은 증명하는 자가 그 역무에 대해서 사용하는 것을 보호의 대상으로 함. 따라서 냄새, 맛, 테마송과 같은 음은 보호 대상에서 제외됨.

종래에는 상품의 제조, 판매 등의 거래시에 상표를 사용하는 자가 자신이 제공하는 상품을 동종의 상품으로부터 식별하기 위해 상품에 대해 사용하는 표장만을 보호하였으나, 최근에는 광고, 금융, 음식업 등의 서비스의 거래시에 서비스를 제공하는 자가 자기가 제공하는 서비스를 동종의 서비스로부터 식별하기 위해 서비스에 대해 사용하는 마크를 상품에 관련된 상표와 동등하게 상표법하에서 보호함.

(2) 의장법의 보호대상

의장법 제2조에 규정된 의장 즉, 물품(물품의 부분 포함)의 형상, 모양 혹은 색채, 또는 이들의 결합으로 시각을 통하여 미감을 일으키는 것을 보호대상으로 함.

따라서 물품이란 일체 불가분의 관계에 있고 또한 물품의 외관에 나타나지 않는 구조적 기능은 보호 대상이 됨. 발명·고안이 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로 특허법·실용신안법은 그 측면으로부터 보호하는데 대해 의장법은 미관의 면에서 창작을 파악하여 이를 보호하는 점이 다름

(3) 특허법의 보호대상

특허법 제2조에 규정된 발명 즉, 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창중 고도의 것을 보호대상으로 함. 따라서 금융보험제도·과세방법 등의 인위적인 결정, 계산방법·암호 등 자연법칙의 이용이 없는 것은 보호의 대상이 아님

(4) 실용신안법의 보호대상

실용신안법 제2조, 제3조에 규정된 고안 즉, 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창조물로 물품의 형상, 구조 또는 조합에 관련된 것을 보호대상으로 함.

따라서 물품의 형상 등에 관련된 것이므로 방법에 관련된 것은 제외됨. 또한 특허법의 보호대상과 달리 기술적사상의 창작중 고도의 것이어야 할 필요는 없음.

2) 지적재산권의 보호 체계

*지적재산권은 지적창조물과 영업상의 標識로 구성

(1) 지적창조물

- 발명--- 특허법
- 고안--- 실용신안법
- 디자인·의장--- 의장법
- 상품의 형태--- 부정경쟁방지법

- 영업비밀(예:제조기술, 고객리스트)--- 부정경쟁방지법
- 반도체 집적회로---반도체집적회로의 회로배치에 관한법률
- 식물신품종--- 종묘법

- 저작물(예:소설, 음악, 프로그램)--- 저작권법
- 저작인접권(實演者, 레코드제작자, 방송사업자등)

(2) 영업상의 표지

- 상호--- 상법
- 상표(서비스마크포함)
- 등록상표--- 상표법
- 미등록상표(주지)--- 부정경쟁방지법
- 지리적 표지---부정경쟁방지법, 상표법, 酒稅의 보전 및 주류업조합 등에 관한법률(예:삼페인, 스카치 등)

3) 지재권 침해 구제

(1) 『일본지적재산중재센터』에 의한 중재절차

동 센터는 1998년 3월에 공업소유권분야의 분쟁처리를 목적으로 공업소유권중재센터라는 명칭으로 설립. 현재 ADR(재판외의 분쟁해결수단)기관으로 일본변호사연합과 일본변리사회간에 공동 운영됨.

*동센터를 통한 구체적인 구제절차에 대해서는

☞ 홈페이지(www.nichibenren.or.jp/jp/hp/houka/flow.html)참조

(2) 정부 모방품. 해적판 대책종합창구를 통한 구제

*주소 : 東京都千代田區霞ヶ關 1-3-1

(TEL : 81-3-3501-1701(09:30-17:00), FAX : 81-3-3501-6588)

기업등(일본진출 외국기업 현지법인 등 포함)이 모방품, 해적판에 의한 피해 시 법령의 문의, 외국정부에의 대응 필요시 상담기관으로 활용

○ 업무내용

- 모방품, 해적판에 관한 메일, 전화, 면담에 의한 상담접수
- 모방품, 해적판에 관한 정보관리 및 제공하고 필요한 정부 관련부처와 조정

4. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응방안

□ 기업별로 지재권 보호를 위한 환경이 각기 상이하므로 각 기업 사정에 맞는 지재권 보호 대책 수립 및 이행

- 일본의 경우 첨단 기술분야인 디지털(전기전자)부문에서 해외에 설치한 생산거점을 국내로 이전하는 움직임이 최근 확산되고 있는 추세임

- 해외공장을 국내로 재차 이전하는 국내회귀현상은 첨단기술제품의 경우 생산거점을 국내에 온존함으로써 기술 시너지효과를 발휘하고 아울러 기술보호를 용이하게 하려는 의도 등이 복합적으로 작용한데 따른 것임

- 일례로 미에현(三重縣) 가메야미지역 일대는 일본의 LCD산업집적단지화 하여 기술 누출 방지를 위한 엄격한 보안관리중

□ 국내외의 유기적 협력체제 구축

- 국내는 물론 해외에 있어서도 현지진출 정부기관 및 경제유관기관 등과 지재권보호를 위한 유기적 협조 체제를 구축하고 지재권 침해관련 감시 등 예방활동과 침해사례 발생시에 신속한 대응방안을 모색할 필요가 있음.

2) 정책적 추진 과제

□ 지재권보호를 위한 정부차원의 분위기 조성

- 날로 더해가는 지재권 보호의 중요성, 주요국의 지재권 보호정책 강화 등 지재권보호가 앞으로의 산업경쟁력을 좌우하는 주요 팩터로 부상하고 있는 최근 추세를 고려, 정부차원에서 지재권 보호의 중요성을 일깨우는 계몽 운동 전개

- 일본의 경우 “知的財産立國”을 캐치프레이즈로 내걸고 정부 조직 정비 및 활동 강화

- 민간기업들도 개별기업 차원에서 지재권보호활동을 강화하도록 유도

□ 국가차원의 지적재산보호를 위한 정부조직 설치

- 지재권의 특성상 여러 소관부처에 얽혀 있는 문제를 체계적으로 해결하기 위해서도 중앙부처 횡단적 조직 형태의 지재권보호 대책본부(태스크포스 형태 등 포함)를 설치

- 예: 일본은 정부조직으로 “지적재산전략본부”를 신설, 지재권보호 및 대응

관련 업무 총괄기능부여

- 효과적인 대책사업을 추진하기 위한 인력 확보, 관련예산의 과감한 편성 등도 추진

- 해외의 지재권 보호(사전 보호 및 사후대책 포함)를 위한 거점 설치
 - 일본의 경우 지재권 침해사태가 빈발하고 있는 중국에 해외거점(JETRO 해외사무소 등)을 설치하고 현지 정부·기업을 대상으로 한 감시활동과 대응 활동을 전개중

베트남 시장

<하노이무역관>

1. 베트남 한류현황

1) 한류의 근원

한국과 베트남은 1992. 12월에 정식으로 국교 수립하였으나 베트남과의 경제 교류가 시작된 것은 이보다 훨씬 이전인 1980년대 초반으로 주로 삼성, 현대, LG와 같은 대기업을 중심으로 이루어짐.

대 베트남 진출이 확대되면서 특히 LG의 드봉 화장품, LG 냉장고, 에어컨 등 가전제품, 삼성 휴대폰, 컴퓨터 모니터, 대우자동차 등을 중심으로 "한국"과 제품브랜드 이미지가 연계되어 베트남 소비자에게 인식되기 시작함.

한국산 제품이 베트남시장에 성공적으로 진출한 것은 한류문화의 보급에 따른 것으로 1990년대 초반부터 현지에 방영되기 시작한 한국 드라마가 크게 기여한 것으로 평가됨.

베트남에서 최초로 방영된 드라마는 MBC 드라마인 "느낌"으로 젊은세대 특히 여성층을 중심으로 많은 인기를 끌었으며 이후 "내사랑 유미", "첫사랑", "유리구두" 등 신세대 취향의 드라마 방영이 계속되면서 한류열풍을 이어감.

1990년 후반 특히 인기를 많이 끈 드라마로는 장동건이 주연한 "의가형제"를 들 수 있는데 이후 장동건은 베트남 한류 스타의 대명사로 인식됨.

베트남에서 한국드라마가 인기몰이를 한 것은 가족간의 사랑, 충성심, 낭만적 사랑, 윗사람에 대한 공경 등 양국간 문화의 유사성으로 수용에 저항감이 없었고 텔런트, 영화배우의 현대적 의상, 세련된 외모가 한국 열풍을 촉발시킨 원인으로 보임.

2) 한류 현황

한국 드라마가 소개되기 시작하면서 LG, 미원, 대우 등 베트남 내수시장을 공략하는 한국기업 들은 드라마 방영 시간대에 전자제품, 화장품 등 소비재를 중심으로 자사제품의 홍보 마케팅을 강화함.

아울러 한류스타 마케팅을 본격적으로 시행하여 장동건, 김남주, 안재욱, 베이비복스와 같은 한류스타를 초청하여 팬사인회와 같은 이벤트 행사를 개최함으로써 시장 확대를 본격화함.

LG, 삼성 같은 대기업은 스포츠 행사(축구, 태권도 등) 스폰서, 각종 전시회 개최 등을 통해 자사제품의 홍보를 확대하고 있음.

2004년의 경우 한국드라마가 전국적으로 26개가 방영된 것으로 파악되고 있는데 국영 중앙방송국인 VTV 뿐 아니라 지방방송국(하노이-하노이TV, 하띠이-HTV, 호치민-HTV9)에서도 각각 한국 드라마를 수입하여 방송함.

영화도 기존에 미국영화 일변도에서 2000년대 초반부터 한국영화를 수입하기 시작함. 베트남 최대 영화수입배급사인 FaFilm에서 이루지고 있으며 2002년부터 한국투자기업인 "좋은친구들"이 영화 배급을 시작하였음. "좋은친구들"은 2002년 호치민시에 복합상영극장인 "다이아몬드 시네마"를 오픈하였으며 2003년에는 다낭시에 극장을 오픈하여 시장을 확대하고 있음.

그러나 최근 너무 많은 한국드라마, 영화가 보급되어 방영되면서 부작용이 나타나고 있는데千篇일률적인 단조로운 스토리의 한국드라마에 식상하기 시작한 것으로 분석됨.

이는 베트남 방송국의 예산부족으로 외국영화 수입예산이 충분치 못해 자사제품의 홍보를 목적으로 하는 한국 대기업에 의해 무료로 드라마가 대량 공급됨으로써 엄선된 내용의 드라마 보다는 삼각관계, 연인의 암으로 인한 사망, 불륜관계 등 유사한 스토리의 드라마가 반복 상영에서 기인된 것으로 분석됨.

최근에 국영TV(VTV1)에 방영된 드라마인 "대장금"은 기존과는 다른 스타

일의 드라마로 베트남 시청자들에게 폭발적인 인기를 끌며 한국 드라마의 새로운 가능성을 보여준 예임.

드라마에서 한국의 식문화, 의상, 의료수준, 높은 전통문화에 대한 인식제고를 가능하게 하여 기존 단조로운 한국드라마와 달리 흥미를 유발한 것으로 평가됨.

3) 한류의 효과

□ 한국 상품의 시장점유율 확대

한류문화의 가장 직접적인 효과는 베트남 시장에서의 한국 상품의 보급이 광범위하게 확대된 것으로 보이며 한국 제품에 대한 시각도 고급제품으로 인식되어 판매되고 있음. 한국제품의 품질은 아직 독일, 프랑스 등 유럽국가, 일본, 미국 등에 비해 다소 떨어지지만 거의 대등한 수준으로 평가되고 있으며 중국, 대만 등에 비해서는 확실히 우수한 품질을 보유한 것으로 평가됨.

한국제품의 판매량은 꾸준히 증가해 1997년 15억불에 불과했던 대베트남 수출이 2004년에는 30억불을 돌파함으로써 두 배 이상 증가하였음.

한국 패션제품 수입상인 Sunny Bloomy Co.사와의 인터뷰에 따르면 동사는 한류열풍이 일어나고 있는데 착안해 1998년 후반부터 악세서리, 의류 등 한국산 패션제품 수입을 시작했는데 비즈니스를 시작한지 불과 4-5년만에 수입규모가 10배 이상으로 확대되어 하노이에서만 2개의 샵을 운영하고 있음.

□ 한국의 국가이미지 제고 효과

한류현상은 한국 상품의 판매라고 하는 미시적 효과뿐만 아니라 거시적으로 한국에 대한 국가이미지를 높이는 긍정적인 효과를 가져 온 것으로 평가됨.

무역관에서 매년 실시하고 있는 국가이미지 조사에서 한국은 미국, 일본, EU 국가와 거의 대등한 수준의 점수를 보임으로써 소위 말하는 KOREA 디스카운트는 한국에 적용되지 않고 있음을 알 수 있음. 다만 일부제품군에서 “한국제품=저가품”이라는 인식이 있으나 점차 사라지고 있는 단계임.

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

1) 피해 개요

베트남에서 지적재산권 침해사례가 나타난 것은 오래전부터이지만 표면화되기 시작한 것은 1990년대 초반 베트남이 "개방정책"을 도입하면서 국내외 투자자들이 지적재산권 침해에 대한 우려를 제기하기 시작하면서부터임.

우려가 표면화된 것은 베트남이 지적재산권 보호에 관한 협상을 시작하면서 부터인데 1995년 스위스와의 저작권협정체결, 1997년 미국과의 저작권 보호협정 체결, 2001년 미-베무역협정 발효 등이 대표적인 예임.

2004년 베트남이 지적재산권에 관한 베른협약(Bern Convention)에 가입하면서 지적재산권 보호에 대한 관심이 한층 더 높아지고 있음. 이에 따라 신문, 방송 등에서 지적재산권 침해의 심각성에 대해 활발히 논의가 이루어지고 있으며 이에 따라 대중의 관심도 높아지고 있음. 그러나 아직까지 지적재산권 침해에 대한 공식통계는 발표되지 않고 있어 정확한 피해규모를 파악하기는 어려운 상황임. 매스미디어에서 인용되고 있는 저작권 침해관련 수치는BSA (Business Software Alliance) 또는 IFPI(International Federation of the Phonographic Industry) 등 저작권 관련 단체의 조사결과에 따른 것임.

다음은 지적재산권 관련 베트남의 피해사례로 추정되는 것으로 주로 영화, 음악, 게임과 같은 문화상품에 집중되어 있음. 이런 추정은 언론보도나 관련 주제의 세미나에서 발표된 사례들임.

- ▶ 소프트웨어(게임 포함) : BSA의 조사에 따르면 2001년도 기준 베트남의 소프트웨어 불법복제율은 94%에 이른다고 함. 이는 1999년 98%, 2000년 97%에 비해 다소 낮아지고 있는 추세이나 아직도 세계 최고의 불법 복제율을 보이고 있음.
- ▶ 비디오 등 영상물 : 베트남에서 가장 일반적으로 유통되고 있는 불법 영상물은 VCD, DVD로 불법 CD, DVD 유통이 90%로 추산되고 있음(선봉지 보도인용). IFPI의 불법 복제물 보고서도 베트남이 높은 불법복제로 인한 피해가 계속되고 있다고 인용하고 있음.

- ▶ 출판물 : 이밖에 소설, 사전류, 책자 등 많은 외국서적이 저작권자의 동의 없이 불법 번역 출간되고 있는 것으로 나타났으며 최근 한국에서 발간된 “베한사전”이 출판사의 사전 동의 없이 불법 복제되어 유통되고 있는 것으로 조사되었음.

2) 한국상품 피해사례

(1) 영화

- 제목 : 서울에서의 72시간(72hours in Seoul)
- 업체명 : Fafilm Vietnam-Hochiminh Branch
- 침해내용 : 정품의 가격은 20불이나 불법복제품의 경우 1.4불(22,000VND)에 거래되고 있음.
- 침해유형 : 저작권 침해
- 유통구조 : 중국에서 불법 복제된 불법복제품이 대형 도/소매업자 비디오샵의 경로로 유통됨.
- 진행상황 : DVD샵에서 불법 복제된 한국영화, 드라마를 손쉽게 구입할 수 있으나 아직 한국 업체들로부터 조사가 진행되지 않은 상태임.

(2) 음악

- 제목 : 베이비복스
- 업체명 : NA
- 침해내용 : 정품의 가격은 20불이나 불법복제품의 경우 35,000베트남동(2.3불)에 유통되고 있음.
- 침해유형 : 저작권 침해
- 유통구조 : 중국에서 불법복제된 불법복제품이 대형도매업자, 소형도매업자, 음반샵의 경로를 통해 유통됨.
- 진행상황 : 베트남에는 한류영향으로 베이비복스, 보아, 장나라등 한국가수의 노래가 인기를 끌고 있으며 K-pop으로 불리고 있음. 또한 한 가수 앨범 뿐 아니라 여러가수 노래를 모아 CD로 판매되고 있으나 아직 한국 음반사가 관심을 기울이지는 못한 상태임.

(3) 게임

- 제목 : 리니지TM, 리니지2(온라인게임)
- 업체명 : 엔씨소프트
- 침해내용 : 월회비가 15불에 달하는 정품가격이 베트남에서는 공짜로 유통되고 있음.
- 유통구조 : 베트남 소프트웨어회사 또는 개인 게이머
- 진행상황 : 베트남 게임시장의 대부분이 불법 프로그램으로 현재 최고의 인기게임은 한국 엔씨소프트의 “리니지” 시리즈임. 게임의 경우 서버에서 불법으로 다운받아 공짜로 게이머에게 게임을 공급하고 있는 것으로 나타났으며 공급업체는 게임을 판매하는 것이 아니라 접속사이트 유료 광고 배너 게재를 통해 이익을 내는 것으로 알려짐.

(4) 책자, 서적

- 제목 : 배한사전
- 업체명 : 한국외국어대 출판사(Publishing House of Korean university of Foreign Studies), 조재현 교수
- 침해내용 : 한국에서 제작한 배한사전을 불법복제하여 40불에 상당하는 사전이 7.6불에 거래
- 침해유형 : 저작권 침해
- 유통구조 : 출판사도매업체서점소비자
- 진행상황 : 12003년 베트남 백과사전출판사와 하이퐁출판사는 한국출판사의 허가 없이 배한사전을 발간하였음. 이에 한국측은 2004년 5월 베트남출판사에 20만불의 보상금 지급을 청구 계류중임

3. 베트남의 지적재산권 보호현황

1) 지적재산권 보호 세부내역

(1) 상표

정의 : 상표는 재화나 서비스를 다른 제조업체나 상업주체와 구별하기 위해

사용되는 상징으로 문자, 이미지 또는 이들의 조합의 형태로 표현될 수 있으며 하나 또는 이상의 색깔로 표시된다고 정의하고 있음.(민법 제785조)

등록되는 마크는 제품에 특유한 것으로 인정되어야 하며 ▷단순한 기하적 형태, 숫자, 알파벳, 단어로 발음될 수 없는 철자, 일반적으로 사용되지 않는 외국어 ▷재화나 서비스의 시간, 장소, 원산지, 품질, 속성, 목적 등을 가리키는 단순한 표식은 인정되지 않음. 다만 이것이 신청제품이나 재화에 특유한 것으로 입증될 경우 고유마크로 등록될 수도 있음.

베트남에서 상표를 등록하기 위해서는 신청자는 NOIP(National Office of Industrial Property)에 서류를 제출해야 함. 통상적으로 등록은 형식검사(1단계, 3개월 소요), 실체검사(2단계, 9-12개월), 등록증명서 발급(3단계, 1개월)의 단계를 거치며 등록된 상표권 보호는 등록일로부터 시작됨. 등록된 상표권은 10년간 유효하며 추가 10년이 갱신될 수 있음.

(2) 의장

정의 : 의장은 윤곽선, 3차원형태, 색깔 또는 이들의 조합에 의해 표시되는 제품의 외관으로 새로운 특성을 가지고 있으며 산업재 또는 수공품의 원형으로 사용되는 것을 의미함(민법 제784조)

- 등록기관 : NOIP(National Office of Industrial Property)

- 등록절차

1단계 : 형식검사(1개월)-> 2단계 : 실질검사(6개월) -> 3단계 : 등록증명서 발급

- 효과 : 의장등록의 효력은 5년이며 5년 추가연장이 가능

(3) 특허

정의 : 특허권은 발명특허와 실용신안권으로 구분된다

· 발명 : 세계적으로 새로운 기술해법으로 다양한 사회, 경제분야에 적용이 가능한 창의적인 단계를 포함해야 함.

· 실용신안 : 새로운 창의적 단계를 포함할 필요는 없으나 산업상 이용할 수 있는 물품의 형상, 구조 또는 조합에 관한 세계적으로 새로운 고안으로 장치, 과정, 실체, 미생물 또는 이들의 새로운

기능을 활용하는 것 등이 포함될 수 있음.

- 등록기관 : NOIP(National Office of Industrial Property)
- 등록절차
1단계 : 형식검사(1개월), 형식검사 구비서류를 제출하면 접수공문이 1개월 이내 발송되며 이후 다음단계로 진행==>2단계 : 실질검사. 발명의 경우 42개월이내, 실용신안의 경우 36개월내 실질검사 서류제출이 완료되어야 함.
- 효과 : 발명특허 : 20년, 실용신안권 : 10년

(4) 저작권(Copyright)

민법 제747조에 따르면 베트남에서 보호되는 저작권 대상은 저작물, 문학작품 및 연설, 극본 및 다른 형태의 예술공연, 영화 및 비디오작품, 라디오 및 텔레비전작품, 잡지 또는 논평, 음악, 건축, 조각, 사진작품, 과학(작품, 책자, 교재 등), 사진/건축/과학프로젝트에 관련된 스케치, 그림, 도표, 번역/번안/변형/편집/주석으로 사용된 작품, 컴퓨터프로그램 및 소프트웨어 등임.

저작권은 저작물에 관해 다른사람들이 사용할 수 없도록 제한할 수 있는 독점적 권리로 저작권 보유자는 아래와 같은 독점적 권리를 가짐.

- 저작물의 재생산
 - 저작물의 공연
 - 저작물 인쇄본 배포
 - 외국에서 베트남으로 저작물 수입
- 효력
- 개인 저작권 : 저작권자의 생존기간 + 50년
 - 공동 저작권 : 저작권자의 생존기간 + 50년
 - 영화, TV방송 : 최초 상영일로부터 50년
- 저작권침해로 분류되지 않는 행위
- 개인적 사용을 목적으로 하는 복제
 - 자기 작품에 주석, 삽화로 사용하기 위해 저작권자의 의사를 침해하지 않는 수준에서의 인용

- 신문기사, 정기간행물, 방송, TV프로그램, 다큐멘터리 등 제작을 위해 저작권자의 의사를 침해하지 않는 수준에서의 인용
- 학교에서의 교육, 시험목적에 사용하기 위해 저작권자의 의사를 침해하지 않는 수준에서의 인용
- 도서관, 문서보관을 위한 복사
- 베트남어 작품을 소수민족 언어로 번역, 배포하거나 그 반대의 경우
- 공공장소에서 극본 또는 다른 형태의 예술작품 공연
- 교육목적 또는 보도목적에서 공연을 녹음, 녹화하는 행위
- 조각, 건축, 사진 등의 작품을 소개하기 위해 사진을 찍거나 방송하는 행위

3) 지적재산권 침해 구제절차

(1) 베트남의 지적재산권 관련 법령

베트남은 세계 다른 국가와는 달리 아직 지적재산권 보호에 관한 독자적인 법률이 없음. 현재 지적재산권 보호법 제정이 추진되고 있으며 2005년 말 법률초안이 국회에 상정될 것으로 예상되고 있음.

현재는 민법(1995.10.28 제정, 1996.7.1 발효)에 의해 지적재산권 보호가 이루어지고 있는데 제6부에서 지적재산권 보호에 관한 일반적 가이드라인을 규정하고 있을 뿐이며 세부 실행규정은 별도 제정되어 실행되고 있음.

1. Decree No. 76/CP (of the Government Providing Detailed Regulations and Guidelines for Implementing the Civil Code Provisions on Copyrights dated October 24, 1996 ("Decree 76");
2. Decree No. 63/CP of the Government Providing Detailed Regulations and Guidelines for Implementing the Civil Code Provisions on Industrial Property Rights dated October 24, 1996 ("Decree 63");
3. Circular No. 3055/TT/SHCN of Ministry of Science, Technology and Environment ("MOSTE") Providing Guidelines for Implementing the Provisions on Procedures for Establishing Industrial Property Rights and A Number of Other Procedures in Decree 63/CP, which took effect on January 15, 1997 ("Circular No. 3055");

4. Decree No. 12/1999/ND-CP of the Government Providing Sanctions Against Administrative Violations in the field of Industrial Property dated 6 March 1999 ("Decree 12");
5. Decree No. 54/2000/ND-CP of the Government on the Protection of Industrial Property Rights on Trade Secrets, Geographic Indications, Trade Names and Protection of the Rights Against Unfair Competition dated 3 October 2000 ("Decree No. 54");
6. Decree No. 06/2001/ND-CP of the Government amending and supplementing the above-referenced Decree 63 in a number of important aspects dated 15 February 2001 ("Decree 6").

베트남은 여러 부처에서 지적재산권 보호를 규정하는 시행령, 시행세칙을 공포한 상태이며 이는 베트남이 대외적으로 체결한 양자간, 다자간 조약을 이행하기 위한 과정임.

따라서 당분간 각 부처별로 독자적 법 제정이 있을 것으로 보이나 지적재산권 보호법이 제정되면 관련 법규정의 통합이 이루어질 전망이다.

2) 베트남의 협정 및 협약 가입현황

(1) 다자간 협정

- 공업재산권 보호에 관한 파리협약(Paris Convention for the protection of industrial property rights)
- Mark의 국제등록에 관한 마드리드 협정(Madrid Agreement concerning the international registration of Marks)
- 특허협력협정(PCT, Patent Cooperation Treaty)
- 베른협약(International Berne Convention on Literature and arts)

(2) 양자간 협정

- 미베간 저작권관계 설립에 관한협정(US-Vietnam Copyright Agreement)
- 지적재산권에 관한 스위스와의 협정(Agreement between the Republic of Switzerland and the Socialist Republic of Vietnam on the protection of

intellectual property rights)

3) 구제절차

- (1) NOIP에 침해사실을 신고하고 침해 사실확인을 받음(30-45일)
- (2) NOIP에서 사실조사와 함께 침해사실이 확인될 경우 양자간 중재(30일)
- (3) 중재 실패시 관련부처에 이첩(사안에 따라 과학기술부의 IP조사관, 무역부의 시장관리팀(Market Management force), 세관(수입물품), 경제공안(복제제품 또는 원산지정보가 없는 모조품 등)
- (4) 관련제품 압수(3-4단계 총 15-30일) 5) 법원에 제소

관련규정에 따르면 법원 제소후 7일 이내에 해당법원은 재판을 시작해야 하며 3개월 이내에 재판이 종료되어야 함. 그러나 실제 소송이 종료되는데 장시간이 소요되는 것이 일반적이며 이는 증거부족, 법원의 빠박한 소송일정 등으로 수년씩 걸리는 경우가 많음.

○ 수수료

- 중재 : 침해당사자가 로펌을 통해 진행할 경우 사안에 따라 달라지기는 하나 일반적으로 1,000-2,000불 정도 수수료 소요
- 압수 : 해당제품이 통관을 위해 항구 창고에 보관이 되어 있는데 지재권 침해등으로 세관의 검사가 필요한 경우 지재권 침해를 제기하는 자가 물품가격의 20%에 해당하는 금액을 세관에 예치하여야 함. 침해사실이 입증되면 이 금액은 환불되고 침해가 입증되지 않으면 창고보관료로 납부하게 됨.
- 소송비용 : 사안 및 변호사 고용여부에 따라 차이가 많이 남.

○ 주관부서

▷ 상표, 의장, 특허

National Office of Intellectual Property of Vietnam NOIP

과학기술부(Ministry of Science and Technology) 산하기관
Add.: 384-386 Nguyen Trai St., Thanh Xuan Dist., Hanoi
Tel: (+84-4) 858 3069/858 4020
Fax: (+84-4) 858 8449
Website: www.noip.gov.vn
CEO: Pham Dinh Chuong

▷ 저작권

베트남 저작권사무소(Copyright office of Vietnam)
문화정보부(Ministry of Culture and Information) 산하기관

Add: Ngo 151 Hoang Hoa Tham St., Ba Dinh Dist., Hanoi
Tel: (+84-4) 843 3988
Fax: (+84-4) 843 2630
E-mail: cbqtg@hn.vnn.vn / CEO: Vu Manh Chu

4. 외국기업의 대응 사례 연구

1) FIFA 사례

세계축구협회(FIFA)가 2002년 월드컵 개최전 베트남 호치민시에 소재한 쇼핑센터(Saigon Shopping Center)에서 월드컵 심볼을 사용한 상품광고를 한 바 있었음. 이후 FIFA 측에서 이를 발견하여 저작권을 침해하는 불법행위임을 알리고 광고 중지를 요청하여 시정 조치됨.

2) 월트디즈니 사례

세계적인 캐릭터인 미키마우스와 위니더푸(Winnie The Pooh)의 저작권자인 월트디즈니사 베트남 사무소는 2004년 베트남회사가 이 두 캐릭터가 포함된 상표를 등록하려는 것을 등록단계에서 인지하게됨.

월트디즈니사는 상표권 등록담당기관인 NOIP에 상업적 목적의 상표권 재생

산 및 복제는 위법임을 주장하여 사전에 상표등록 방지를 성공함.

5. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응방안

- 자사 제품이 지적재산권 피해를 입을 가능성이 있는 경우 이에 대한 대비책 마련이 필요함
- 실례로 우리기업인 말표구두약의 경우 수출을 통해 베트남시장에 제품을 공급하였으나 본격진출을 고려하고 있는 시점에 베트남업체가 상표를 도용하여 상당한 부분 시장잠식을 한 것을 발견하고 이를 해결하는데 3년여 시간을 소비한 사례가 있음.
- 따라서 개별기업에서도 특정 해외시장 진출시 해당국의 지적재산권 보호 관련 법규, 기관등에 대한 파악을 통해 대응책을 수립하고 만일의 사태에 대비하는 노력이 필요함.
- 딜러 등을 통해 시장진출을 하는 경우에도 해당국 지재권 관련부처에 등록을 하는 외에도 계약서에 침해 보상조항을 삽입하는 등 치밀한 준비가 바람직함.

2) 정책적 과제

- 베트남 정부에서 "지적재산권 보호법"을 제정하여 향후 지적재산권에 대한 보호를 강화할 것으로 알려지고는 있으나 양자간 보호 협정을 체결도 검토 필요
- 상표, 디자인, 특허 등 지적재산권 침해 사례를 전파하기 위한 정보제공 시스템 구축 필요
- 아국기업의 투자진출이 지속 확대되고 있는 추세에 맞추어 해외투자희망 기업들에게 적극적으로 정보를 제공하여 해외투자를 하려는 기업이면 반드시 관련된 정보를 제공받을 수 있는 시스템 구축이 요망됨

- 은행 등 해외투자신고 접수수리기관과 해외진출지원 상담기관을 활용 지적재산권 침해사태에 관한 지역별 정보를 사전에 제공할 수 있도록 연계

<첨부> 지적재산권 침해사태 실사사진

싱가포르 시장

<싱가포르무역관>

1. 싱가포르의 한류 현황

1) 한류의 근원 및 현황

싱가포르에서 한류가 시작된 해는 대략 2000년이며, 2002년에 방영된 ‘겨울연가’의 인기로 한류가 크게 고조된 바 있음. 중국계(약77%), 말레이계(약15%) 및 인도계(약7%)로 구성된 다인종 싱가포르는 중국계의 여성층(10대 전후부터 40대 중장년)위주로 한류가 생성되어 있음.

한류를 선도하는 것은 단연 드라마와 영화, 음악 등 기타 분야는 상대적으로 약한 상황임. 2004년 5월, 싱가포르 신문 The New Paper가 며칠간 여론조사를 통해 ‘싱가포르인이 좋아하는 한국과 일본의 팝 연예인 순위’에 의하면 배용준이 33.48%를 득표 1위를 차지 하였고 보아 등 많은 한국 연예인들도 10위안에 들어 싱가포르에서 인기가 있음을 알 수 있음.

(싱가포르인이 좋아하는 한국과 일본의 팝 연예인 순위)

1위 배용준 (33.48%)

2위 아유미 하마사키 (7.96%)

3위 타쿠아 키무라 (7.73%)

4위 보아 (6.86%) 5위 장나라 (4.66%)

6위 원빈 (3.73%) 7위 최지우 (3.68%)

8위 타케시 카네시로 (3.57%) 9위 장동건/권상우 (3.18%)

[자료원] The New Paper/2004.5.10

○ 2004년 싱가포르에서 상영되었던 한국 영화와 TV 드라마 방영 사례 :

▪ 영화 (극장 상영 기준) :

‘바람난 가족’, ‘스캔들’, ‘내츄럴시티’, ‘영어완전정복’, ‘내 여자친구를

소개합니다’, ‘태극기 휘날리며’

▪ TV 드라마 :

‘라이벌 가족’, ‘별을 쏘다’, ‘러브레터’, ‘술의 나라’, ‘요조숙녀’, ‘로펌’, ‘울인’, ‘내 마음을 뺏어봐’, ‘여름향기’, ‘인어공주’, ‘내 사랑 팔쥐’, ‘신 귀공자’, ‘눈물이 보일까봐’, ‘우리가 정말 사랑했을까’

2) 한류의 효과

한류 열풍 지역중 면적에서 가장 협소한 싱가포르의 경우 자체 문화상품을 찾기 어려워 다양한 국가의 문화상품이 비교적 저항감 없이 수용되고 있음. 한류 이전의 헐리우드식 미국류, 일본류, 홍콩류 및 대만류 등이 현재도 흔재되어 있으나 최근 들어 한류가 부각된 양상임.

수년전 일본 드라마들이 싱가포르에서 상당한 인기를 끌어 지금의 한류와 유사한 일본류 현상이 일정기간 있었으나, 일본 문화상품에 대한 인기가 일본 상품 구매증가나 문화에 대한 보다 깊은 이해를 유도했는지 등의 상관관계는 찾기 힘들었던 것으로 보임.

한류가 전체 한국 상품 판매 증가에 긍정적으로 작용 여부는 구체적으로 조사된바 없으나 직접 관련된 문화상품에 대해서는 구매 증가와 함께 한국 전체에 대한 긍정적 이미지 제고에 도움이 될 것으로 기대됨.

○ 한류와 관련하여 싱가포르에서 나타난 주요 양상은 아래와 같음

- 한국 소비제품에 대한 관심 상승
- 한국 화장품만을 전문적으로 판매하는 한국화장품 전문점 오픈
- 삼성 휴대폰 등의 시장 점유율 상승 및 이에 힘입은 팬택 휴대폰의 싱가포르 시장 진입
- 한국 특성이 반영된 모발 관리 미용 전문점 오픈
- 미용 성형 측면에서 한국보다 보수적인 싱가포르인들에게 미용 성형 기술의 부분적 수용 문화 형성
- 한국 음식과 요리를 시식해 보려는 싱가포르인들의 증가와 한국 식당, 한국 음식 판매점 증가

- 겨울여행을 한국에서 보내려는 경향 증가(싱가포르는 겨울철이 휴가 시즌)
- 2005년 1월, 싱가포르방송청과 한국방송위원회간 MOU 체결 등 (방송 분야에서 상호 협력 목적)

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

1) 피해 개요

영화, 드라마, 애니메이션, 음반, 게임, 캐릭터 등의 불법 복사물은 육로로 연결된 말레이시아에서 여전히 밀반입되고 있으며 최근에는 중국으로부터 밀반입이 증가하는 것으로 보임.

소프트웨어의 경우 싱가포르에서 소프트웨어 불법 복제율은 43%에 달하는 것으로 조사되었으며 중국은 92%, 미국 22% 로 나타남(싱가포르 업무용소프트웨어연합체/BSA/Business Software Alliance, 2003년 발표자료).

싱가포르 당국이 적발 조치한 저작권과 상표권침해 건수 및 피해규모를 보면 다음과 같음.

[Statistics on Number of Raids and Total Value Seized by Singapore authorities]

Year	Copyright Raids	Trademark Raids	Total Raids	Total Value Seized
2000	308	146	454	S\$16,310,436.28
2001	308	183	491	S\$15,553,324.95
2002	284	207	491	S\$9,415,266.00
2003	266	160	426	S\$33,185,092.00

[자료원 : <http://www.ipos.gov.sg/main/index.html>]

2) 한류 관련 상품 피해 사례 (Tampines 지역 답사)

(1) 주요 불법복제 유통 대상

한국 드라마, 영화 등이 주요 불법 복제 및 유통대상이며 음반 등 기타 분야

는 드문 것으로 보임

(2) 불법복제품 가격 수준 예

DVD 정품은 \$20~30 (원화 12,000~18,000원 상당) 가격에 판매되지만 복
사품 가격은 \$5~8 (원화 3,000~4,800원 정도)에 불과

* \$: 싱가포르 달러 (이하 동일)

- VCD 경우는 3개에 \$5 가격에도 팔리고 있음.
- 대만 등지에서 Subtitle을 삽입하거나 더빙 작업한 한국산 드라마 전질
30개 한 세트의 경우 \$25~30 가격에 유통되고 있음.

(3) 유통 판매 지역 장소

시내 중심 중대형 정규 매장에서는 불법 복제품이 많지 않으며, 시내 외곽지
역의 아파트 주거단지, 상가에 있는 판매점이나 노점 좌판상, 혹은 Beer Pub
등지에서 유통되고 있는 것으로 조사됨. 또한 중국에서 입국한 단기 체류자
가 Beer Pub 등을 돌며 “보따리 행사” 형태로 유통시키고 있음.

3. 싱가포르의 지적재산권 보호 현황

1) 지적재산권 관장기관

- Intellectual Property Office of Singapore(IPOS, www.ipos.gov.sg)

2) 지적재산권 종류

- 상표 (Trade Marks)
- 특허 (Patents)
- 의장 (Designs)
- 저작창작 (Copyright)
- IC 디자인 (Lay out-Designs of ICs)
- 거래비밀 (Trade secrets)

3) 지적재산권 세부보호 내역

(1) 상표 (Trade Marks)

- 등록 대상 : 현재는 시각적으로 인식 가능한 요소 (로고, 색깔, 포장 등)만 등록 가능하나, 향후 변경예정 법령 하에서는 소리, 냄새와 같은 비시각적 요소도 등록 가능 예정
- 등록목적 : 다른 서비스와 상품과의 구별, 상표 도용으로 인해 발생 가능한 피해에 대한 사전 법적 보호 장치 등
- 보호 기간 및 갱신 : 10년 주기로 갱신
- 등록 비용 : 평균 \$1,500
- 등록에 필요한 심사 소요기간 : 6~18개월 (심사기관 : IPOS)
- 국내 출원 및 마드리드 협정을 통해 세계 출원 동시 가능

(2) 특허 (Patent)

- 의의 : 발명의 대한 독점적이고 배타적인 권리를 국가가 인정
- 특허 명세서 요구 조항 : 기술 요약서, 독점 권리 범위 명시 조항, 발명 프로세스/기구/방법 및 상품 혹은 프로세스 도안 등
- 특허 등록서 준비에 필요한 비용 및 기간 : \$4000~12,000, 4~6주
- 특허 심사 및 등록 비용과 기간 : \$4,500~5,000, 3~4년
- 등록 유효 기간 및 비용 : 20년, 약 \$9,000

(3) 의장 (Designs)

- 의의 : 도안, 무늬, 형태, 구성, 모양에 대한 권리를 법적으로 보장
- 유효 기간 및 갱신 : 5년 주기로 갱신 (2회 갱신 가능)
- 비용 : 평균 \$1,200
- 심사 기간 : 약 1년

(4) 저작창작 (Copyright)

- 의의 : 등록할 필요 없이 자동적으로 권리를 인정받는 지적재산권
- 대상 : 소프트웨어, 문학, 드라마, 음악/예술 작품, 레코드, 영화, 방송

4) 지적재산권 구제절차

- (1) 처리기구 : Secretariat of the Copyright Tribunal,
Intellectual Property Office of Singapore
- 주소 : 51 Bras Basah Road #04-01 Plaza By The Park
Singapore 189554, Tel: 6339 8616 Fax: 6339 0252

(2) 업무내역

- 영화, 드라마 등 저작물의 공연, 방송 등 사업적 이용 허가권 부여
- 상기 허가권과 관련한 분쟁 조정 등

(3) 구제절차를 규정한 관련 법령

- The Copyright Tribunal (Procedure) Regulations 1988
(Subsidiary Legislation No. S413/88)
- Part VII of the Copyright Act (Cap. 63)

4. 외국기업의 대응 사례 연구

미국은 싱가포르와 FTA 체결시 저작권법 강화 개정과 시행 요구

2003년 미국이 싱가포르와 FTA를 타결하면서 싱가포르 정부에 대해 저작권법의 강화 및 시행토록 요구한 바 있음. 이에 따라 2004년 싱가포르 Copyright Act 등이 개정되었으며, 2005년 1월 1일부터 시행되고 있음.

이로 인해 현재 43%에 이르는 싱가포르에서의 소프트웨어 불법복제율이 10% 감소하여 향후 33%로 낮아질 수도 있을 것으로 전망됨. 2004년 10월 개정된 저작권법 시행후 소프트웨어 업체들의 판매가 증가한 것으로 나타났는데, 이미징과 출판 SW 회사인 ADOBE는 매출이 35% 증가했고, 건축관련 SW 회사 AUTODESK사는 구입문의 증가 등의 사유로 직원을 추가 채용하

였다고 함.

□ 개별 기업들의 저작물 침해에 대한 법정 소송 등

○ 인터넷 지도 다운로드 사용에 대한 법정 소송 제기 (2004년 2월)

- navigation 및 tracking 프로그램 분야 싱가포르 업체인 ‘Virtual Map’ 사는 싱가포르에 있는 싱가포르 로컬 및 외국기업 100여개사가 자사 사이트 (streetdirectory.com) 에 있는 싱가포르 지도를 다운로드 받아 각 회사 사이트에서 회사 찾아오는 약도(지도) 등의 용도로 등재한 것에 대해 회사별로 \$5만 상당의 피해 보상 소송 제기

- 100여개사 중 60개사는 Virtual Map사와 협의를 통해 분쟁을 해결하고 나머지 40개사 정도가 법정에서 분쟁 예상

[자료원 : 현지 신문 종합]

○ 개별기업 차원에서 먼저 협의를 통해 합의를 시도하나 법정 소송을 통해 해결하는 경우 많음

5. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응방안

□ 수출 계약시 지역의 불법 복제율을 감안 자금의 조기환수 노력 강구

○ 불법 복제율이 높은 국가에 대해서는 계약(착수금) 비중 확대 등을 통해 초기 단계에 최대한의 수익 회수 추진

□ 불법 복제에 대해 해당국에서 적절히 대응할 수 있는 경영 및 자금력을 갖춘 딜러와 계약 추진

2) 정책적 과제

□ 한류 국가에 대한 민관 합동의 심층적 사전 조사 및 대응 필요

- 정부, 유관기관은 물론 문화상품 관련 업계의 공동조사 수행으로 국가별 상품진출 전략 및 지적권 보호방안 등에 대한 구조적 방안 마련 시급

□ 싱가포르 현지의 다양한 문화 상품 특수성을 감안 합리적 접근 필요

- The New Paper, 2004.5.4일자 기사에 의하면

“일본 드라마들은 일본 방송가로부터 싱가포르 VCD들이 불법 VCD라는 경고를 받고부터 2002년 소매상들의 선반으로부터 내려진 후 인기를 잃었다. 대신 소비자들은 한국 드라마로 눈을 돌리기 시작했다”

- 시장별 특성에 적합한 진출 지원전략 수립이 요구됨

□ 현지 모니터 요원 선발 운영

- 해당국 문화상품 동향에 박식하고 동종 분야에 종사하고 있는 주재국 한국인을 선발 운영 검토

- 매년 주기적으로 한국 문화 지적상품 도용 피해 실태 등 필요정보를 조사하여, 한국 정부에 보고하고 관련 단체/기업들에 전파 활용

인도네시아 시장

<자카르타 무역관>

1. 인도네시아 한류 현황

1) 한류의 근원

인도네시아에 한국기업의 진출이 본격적으로 시작된 것은 1988년부터라고 할 수 있으며, 한국의 노동운동이 본격화 되면서 인건비가 급상승하여 우리 기업의 해외진출이 활발해지기 시작한 시점임. 당시 인니 수하르토 대통령도 고용 증대를 위해 노동집약적인 산업에 대한 투자유치를 적극 장려함에 따라 한국의 봉제, 신발, 섬유업체가 대거 진출하게 되었음.

2000년까지 인니 진출 한국 업체 수는 약 800개사에 달한 것으로 추산되며 50 만명 이상의 인니 근로자들이 한국 공장에 취업하였고, 이들 가족까지 포함시 약 200 만명 이상의 인니인이 한국기업과 연관을 갖게 되었음.

그러나 인니인에게 한국과 한국인에 대한 인식이 명확히 각인 된 것은 2002년 월드컵으로 볼 수 있으며 한류의 기반이 마련되었다고 판단됨.

인니의 한류는 중국, 베트남, 홍콩등과 확산되어 있는 상태는 아님. 이는 인니가 중국이나, 홍콩, 일본, 베트남과는 다른 이슬람 문화권으로 매우 보수적이며 특히 여성의 행동 제약이 많기 때문임.

2) 한류 현황

(1) 방송

2002년 월드컵 종료후 한국에 대한 관심이 제고된 것을 활용하여 한국 드라마 “가을동화”가 현지 방송에서 처음 방영됨. 가을 동화에 이어 “겨울연가”, “내사랑 팔취”등 지금까지 한국 드라마가 약 20편정도 현지에 방영되었음.

또한 인니의 방송 이외에 중국, 홍콩 등지에서 방송된 한국 영화, 음악 등이 케이블 TV를 타고 인니에 방영되기도 하였음.

인니는 이슬람 국가이나 여성들이나 장년층은 동양인 특유의 멜러물을 좋아하는 성향이 있어 한국 드라마는 현지에서 비교적 인기를 끈 것으로 평가받고 있음.

인니에서 방영된 한국 드라마에 출연한 송혜교, 원빈, 송승헌, 배용준, 장나라, 박용하 등 텔런트 들은 비교적 인니에서 알려져 있으나, 팬 클럽을 결성할 만한 정도는 아직 아닌 것으로 보임.

2004년 12월 15일 한국의 외교통상부가 주관하는 한-아세안 대화관계수립 15주년 기념행사의 홍보대사 자격으로 인니를 방문한 장나라의 팬 싸인회에는 200명 정도의 인니 팬들이 모였으나 인근 동남아에서 볼 수 있는 것과 같이 대 성황을 이룬 것은 아니었음.

한국의 MBC 방송국은 2004년 10월 인니 최대의 방송국인 RCTI와 업무협조 약정을 체결하였음. 향후 프로그램 제작, 방영 등에 대한 상호 협조를 규정여 동 약정이 실질적으로 이행되면 현지 방송을 통한 한류의 확산에 크게 기여할 것으로 판단됨.

(2) 영화

인니 영화관에서 상업적으로 상영된 한국영화는 없음. 2004년 11월 개최된 자카르타 영화제에 한국의 이창동 감독(전 문화부 장관)이 초청되어 ‘초록 물고기’, ‘오아시스’, ‘박하사탕’ 3편이 영화제의 일환으로 상영되었음.

근래에 들어 한국영화 DVD의 해적판이 시내에 유통되고 있음. 최근작인 ‘태극기 휘날리며’ 등이 자막도 없이 한화 1,000원에 전자상가 등에서 유통되고 있으며 대부분 중국등지에서 들어온 것으로 보임.

인니의 영화 관람료는 지역에 따라 차이가 있으나 자카르타의 경우 한국돈 5,000원- 7,000원 수준으로 한국과 비슷함. 인니의 1인당 국민소득이 1,000달러 정도로 한국의 1/10 수준이라는 점을 감안할 때 영화 관람료는 매우 고가

로 주로 상류층을 대상으로 하고 있음. 따라서 영상물에 의한 한류 전파는 영화 보다는 방송 부문이 효과적일 것으로 판단됨.

(3) 음악

음악의 경우도 본격적인 진출한 단계는 아니며, 그 동안 한국의 가수 겸 탈렌트인 박용하(겨울연가 출연), 댄스가수인 백지영이 인니를 다녀 간적이 있으나, 개인 콘서트가 아니라 현지 프로그램에 출연하는 정도였음. 한국의 음악은 주로 홍콩 방송 등 케이블 TV 를 통해 접하고 있는 상황임.

그럼에도 불구하고 2004. 12.17일 인니를 방문한 한국 가수 BOA는 입국시 300여명의 팬들이 공항에서 마중하는등 인기를 끌었음. BOA는 12월 17일, 인니 방송국이 주최한 인니 최대 가요제인 Ami Samsung Awards 시상식에 초청을 받아 인니를 방문하였음. 동행사를 후원하고있는 삼성전자가 한류 마케팅 차원에서 인니주재 공관의 협조를 받아 BOA를 초청하였으며, 3시간동안 진행된 동행사의 마지막 피날레를 장식하여 열광적인 호응을 받았음. 또한 12월 18일 개최된 팬 싸인회에는 2,000명이 넘는 팬들이 몰려 앞으로 인니에서의 성공 가능성을 보여주었음.

이에 따라 BOA의 매니지먼트 회사인 SM엔터테인먼트는 앞으로 인니시장의 본격적인 공략을 위해 단독 콘서트 개최등도 적극 추진하겠다고 함.

(4) 게임

인니의 게임시장은 아직 초기 단계이나 한국 게임이 시장을 석권하고 있음. 인니에 인터넷 게임이 도입은 한국 교포업체인 Boleh.net가 2001년 3월 ‘바람의 나라’ 를 Nexia란 이름으로 출시하면서 시작되었음.

현재 Boleh.net 이외에 7개 회사가 10개의 인터넷 게임을 서비스중이며 1개 게임을 제외하고는 모두 한국 게임들임.

- Boleh.net의 Nexia는 2004년 8월말 서비스가 중단될 때까지 누적 이용자가 총 50만명에 달한 것으로 파악되고 있음. 2003년 2월에는 인니 최초의 3D 게임인 Laghaim을 선보여 현재까지 20만명의 누적 이용자를 확보하

였으며, 2003년 3월에는 Gunbound를 서비스 30만명의 누적 이용자를 확보 하였음. 2004년에는 ‘광광테리블’, ‘거상’ 서비스도 시작하였음.

그 밖에 Global Online Interactive 사가 한국 게임 ‘Redmoon’을, Lyto.net 사가 역시 한국게임인 ‘Ragnarok’을 서비스 하고 있는데, 2003년 5월 서비스가 시작된 ‘Ragnarok’은 동시 접속자 2만명이라는 인니 최고의 접속율을 기록하기도 하였음. 이외에 서비스 되고 있는 한국게임으로는 탄드라, 릴 온라인, O2jam 등이 있음.

그러나 아직 인니에서 온라인 게임 사용자가 증가하기에는 많은 제약 요인이 있는데 첫째 인터넷의 보급이 부진하다는 점임.

2003년 현재 인터넷 가입자가 100만명에도 미치지 못하고 있는 실정이어서 (인구 2억 2천만명) 인터넷 게임은 주로 PC방에서 이용되고 있음. 인니 전역의 PC방은 약 1,000개 정도인 것으로 추산되며, 최근에는 인터넷 라인을 사용하지 않고 인트라넷을 사용하는 게임 전용 PC방인 ‘게임센터’도 상당수 운영되고 있음. 개인 인터넷을 사용하여 게임을 하는 사용자는 전체의 5% 정도에 불과한 것으로 파악되고 있음.

둘째는 신용카드 보급이 많지 않고, 모바일 결제나, ARS 결제등이 도입되지 않아 사용 요금 징수가 어렵다는 점임. 핸드폰 모바일 게임의 경우에도 핸드폰 사용이 90% 이상 선불제(전화카드 사용)여서 대금징수의 문제로 보급이 늦어지고 있음. 이에 따라 각 서비스회사별로 게임전용 카드를 판매하여 대금 징수를 하고 있는 실정임.

셋째는 인터넷 서비스 환경으로 전용선 보급이 미비하고 통신 속도가 느려 고속의 인터넷 게임이나, 전송 속도가 느린 섬세한 화면의 게임을 서비스하는데 한계가 있기 때문에 도입하는 게임의 선택에 어려움이 있음.

3) 한류의 효과

우리 기업들이 한류를 활용한 마케팅을 시도한 적은 현재까지 없었던 것으로 파악됨. 자카르타 국제공항에 삼성전자와 LG 전자가 TV를 설치하고 수시로 한국관련 드라마나 가수의 공연 모습을 Part Time으로 보여주고 있음

나, 삼성이나 LG는 이미 지명도가 높은 브랜드로 한류의 모습을 잠깐 잠깐 보여주는 것이 브랜드 이미지에 도움이 되고 있다고는 보기 어려움.

삼성전자가 금년부터 인니 최대의 가요제인 Ami Awards 의 스폰서로 나서면서 가요제 명칭도 Ami Samsung Awards로 변경하고, 한국의 BOA를 초청한 것은 한류를 적극적으로 인니에 끌어들이겠다는 좋은 시도로 여겨짐.

인니는 아직 한류가 미 정착 단계이기 때문에 한류를 활용한 전략 보다는 한류를 정착시키고 확산하려는 시도가 필요한 것으로 보임.

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

지적재산권이 침해되고 있는 한국 문화상품은 영화, TV 드라마를 불법 복제한 DVD(VCD) 및 음반 CD에 한정되고 있음.

불법 복제품(DVD,CD)은 포장지 및 내용이 주로 중국어 표기 및 더빙 되어 있는 점으로 볼 때 중국(또는 홍콩,대만)에서 복제품(또는 원판)을 구입, 인도네시아 현지에서 대량으로 불법 복제하여 초저가에 판매하거나 비디오 테이프(VCD)대여 Shop에서 대여하고 있는 것으로 파악됨.

1) DVD(영화)

- 제목 : 태극기 휘날리며, 비무장지대 등 DVD 다수
- 침해내용 : 불법복제품 DVD를 초저가에 판매
 - . 하드케이스로 판매 : 인니 현지화로 7,000루피아(미\$0.78)
 - . 소프트케이스(비닐포장)로 판매 : 6,000루피아(미\$0.67)
- 침해유형 : 저작권 침해
- 유통구조 : 현지 점조직으로 운영되는 제조업자가 불법으로 제조후 유통 소매장에 직판하며, 주로 상가 비디오숍 등에서 거래됨.
- 참고사항 : 첨부 불법복제 거래품 사진 참조

2) VCD(영화, TV 드라마)

- 제목 : 채림, 권상우, 장동건, 원빈, 송혜교, 배용준, 이병헌, 최지우, 김희

선, 김하늘, 김남주, 차인표, 이영애, 장나라, 김재원 출연 영화 및 TV드라마

- 침해내용 : 불법복제품 VCD를 비디오 대여점에 초저가 판매
 - . 비디오 대여점 판매가 : 개당 평균 3,000루피아(미\$0.33)
 - . 비디오대여점의 소비자대여가 : 개당 1,000루피아/1일(미\$0.11)
- 침해내용 : 저작권 침해
- 유통구조 : 현지 점조직으로 운영되는 제조업자가 불법으로 제조후 비디오 대여점에 직판
- 참고사항 : 첨부 비디오 대여점의 한국필름 복제품 리스트 참조

3) 음반 CD

- 제목 : 한국 여가수 노래 모음집(Korean Best Female)
한국 남가수 노래 모음집(Korean Best Male) 등
- 침해내용 : 불법복제품 음반 CD를 음반 판매점에서 초저가 판매
 - . 개당 평균 10,000루피아(미\$1.11)
- 침해내용 : 저작권 침해
- 유통구조 : 현지 점조직으로 운영되는 제조업자가 불법으로 제조후 음반 판매점에 직판
- 참고사항 : 첨부 한국산 음반 CD 사진참조

3. 인니의 지적재산권 보호 현황

1) 인도네시아에서의 지적재산권 분류

- 저작권(Copyright)
- 특허(Patent)
- 상표권(Mark)
- 상기밀(Trade Secret)
- 산업디자인(Industrial Design)
- Lay-out Design of Integrated Circuit.

2) 지적재산권 관계법령

- 저작권법 ; Law No. 19/2002 concerning on Copyright
- 특허권법 : Law No. 14/2001 concerning on Patent
- 상표법 : Law No. 15/2001 concerning on Mark
- 상기밀법 : Law No. 30/2000 concerning on Trade Secret
- 산업디자인법 : Law No. 31/2000 concerning Industrial Design
- Law No. 32/2000 concerning Lay-out Design Integrated Circuit

3) 지적재산권 취급기관 : 법무인권부 산하 지적재산권국

- 기관명 : Directorate General of Intellectual Property Right
The Ministry of Justice and Human Rights
- 주소 : Jl. Daan Mogot Km. 24, Tangerang 15119, Indonesia
- 전화 : (62-21) 552-5388, 552-4839
- Fax : (62-21) 552-5366
- E-mail : djhaki@indosat.net.id, dgip@indosat.net.id

4) 각 지적재산권별 취득절차

특허권 (10년~20년), 상표권 (10년), 저작권 (무기한), 산업디자인권 (10년) 등이 관련법령에 의해 일정기간 보호되고 있으나 위반시 벌칙조항이 유명무실하여 지적소유권 침해사례가 빈번히 발견되고 있음.

(1) 상표

상표의 중요성에 대한 인식이 미흡하여 정부차원에서 자기상표 개발을 적극 유도하는 등의 별도 조치가 강구되지 않고 있음

○ 상표출원 등록 절차

- 소정 신청양식에 인도네시아어로 작성, 지적재산권에 신청
- 신청시 1주일 이내 상표출원. 등록 접수증 발급
- 접수일로부터 1년 이내 출원승인
- 1년간의 심의과정에서 이미 동일.유사상표가 출원.등록되어 있을 경우 등록 거절

o 상표권 등록 유지

- 상표권은 10년간 유효하며 매 10년마다 갱신하여야 함
- 우선 등록주의를 채택하고 있음.

(2) 의장(산업디자인)

상표권에 준하여 취급되며 등록절차 등 제반사항이 상표권 담당기관인 지적재산권국에서 동일 기준과 절차에 따라 처리함.

(3) 특허

특정기간 동안 기술 분야의 발명에 대해 권리를 인정받을 수 있는 특별 권리로 발명자는 발명 자체에 대한 권리 이행자이면서 타인에게 동 권리를 사용할 수 있는 허가를 부여할 수 있음.

o 취득조건

- 반드시 신청이 선행되어야 함.
- 한가지 발명에 대해 한가지 특허권 부여
- 법무성이 정해 놓은 비용을 지적재산권국에 납부해야 함.
- 발명가 또는 일반인은 특허신청을 함으로써 동 발명품에 대한 권리를 지니게 되는데 인도네시아 영구 거주자가 아닌 경우 대리인으로 PATENT CONSULTANT를 경유해야 함.

o 취소사유

- 특허권 승인일로부터 4년간 권리이행이 되지 않을 경우
- 특허법에 규정된 기간내에 연간수수료(ANNUAL CHARGES) 납부의 의무 이행치 않을 경우
- 특허사항이 다른 특허와 유사하거나 동일한 발명건으로 다른 사람에게 이미 특허승인이 이루어진 경우 그 소유자가 취소소송을 함으로써 특허가 취소됨.

(4) 저작권

○ 적용대상

- 인도네시아 시민, 거주자, 법인의 모든 창작물
- 비인도네시아시민, 거주자, 법인이 인도네시아내에서 최초로 창작한 것

○ 효력

- 책, 팸플렛, 논설, 강의, 연설, 통역, BATIK을 포함한 그래픽예술, 작곡, 건축술 등 최초로 등록된 창작물은 저자 생애기간은 물론 사후 50년까지 보호됨
- 음악쇼, 전통음악및 노래, 드라마, WAYANG 연극, 판토마임, 영화촬영 기술,비디오녹화, 음향녹음 등은 최초 발표후 50년간 보호됨
- 사진촬영기술, 컴퓨터 프로그램, 번역, 각색 등은 최초 발표후 25년간 보호됨

5) 지적재산권 침해 구제 절차

(1) 구제절차

- 저작권(Copyright) 침해의 경우, 법무인권부의 지적재산권국에 신고하면 해당부처에서 현장 급습 및 증거 확보 후 법원에 형사 고소함

- 저작권법에 의하면 불법복제품 제작자는 7년 징역형 또는 50억 루피아(미\$ 55.6만)의 벌금형에 처하며, 유통.판매자는 1년 징역형 또는 5억 루피아(미\$ 5.6만)의 벌금형에 처하고, 쇼핑몰 운영자도 불법 복제품 판매 방치혐의로 처벌받도록 되어 있음

- 상표, 특허 등 일반적인 지적재산권(저작권을 포함)을 침해당했을 경우, 관련 증거를 확보하여 법원(Court of Commerce)을 통한 민사소송 방식에 의해 구제절차를 취하도록 되어 있음.

- 변호사를 통해 법원에 사건 제출 → 재판부 판결
* 피해 보상 및 방지에 필요한 조치 등을 판결

(2) 주관부서

- 기관명 : Directorate General of Intellectual Property Right
The Ministry of Justice and Human Rights
- 주소 : Jl. Daan Mogot Km. 24, Tangerang 15119, Indonesia
- 전화 : (62-21) 552-5388, 552-4839
- Fax : (62-21) 552-5366
- E-mail : djhaki@indosat.net.id, dgip@indosat.net.id

4. 외국기업의 대응 사례 연구

인도네시아는 중국, 베트남에 이은 세계 3위의 불법 복제품 국가로서 인식되고 있으며 지적재산권 침해가 사회 전반에 걸쳐 광범위하게 이루어지고 있는 것으로 보임. 사법제도의 불투명성 및 정부 단속의 비실효성으로 개별 기업 차원의 지적재산권 침해 대응 사례는 미미한 것으로 조사됨.

□ 소프트웨어 불법복제 사용 예방조치

- 일자 : 2003.6월
- 대상업체 : Microsoft Indonesia
- 대응사례 : Microsoft Indonesia사는 인도네시아 컴퓨터 비즈니스협회(Apkomindo)와 인도네시아에서의 합법 소프트웨어 사용을 촉진시키기 위한 양해각서(MOU)를 2003년 6월 12일 체결. 인도네시아 컴퓨터 비즈니스협회(Apkomindo)는 양해각서 체결 후속조치로 전국 15개 도시의 1300여 회원사에 대해 향후 진품 소프트웨어를 설치를 촉구함

<Microsoft Indonesia - Apkomindo MOU 주요내용>

- 마이크로소프트사는 인니 컴퓨터비즈니스협회 회원사 판매책임자들에 대해 합법소프트웨어 사용의 장점 및 사용법에 대해 연수 실시
- 인니 컴퓨터비즈니스협회는 구매자들에게 Microsoft 합법 소프트웨어 사용을 촉진
- 마이크로 소프트웨어사는 Apkomindo가 컴퓨터전시회 등 컴퓨터 관련 행사를 개최할 경우 후원금 제공(후원금 규모는 Apkomindo가 판매한 Micr

osoft 합법 소프트웨어 수량에 따라 결정)

□ 미국의 지적재산권 보호를 위한 통상압력

○ 미국은 인도네시아를 지적재산권침해 “우선감시대상국(Priority Watch List)”으로 지정하여 각종 무역협상시 통상 압력의 소재로 사용하고 있음.

5. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응 방안

□ 상표, 산업디자인, 특허, 저작권의 현지 등록을 통한 법적인 보호 장치 마련이 우선

○ 현지 산업재산권에 대한 법적, 제도적 보호 장치가 취약하지만 장기적 관점에서 사전적 조치는 권고됨

2) 정책적 추진 과제

□ 한류 확산을 위한 합리적 대응 요구

○ 인도네시아의 불법 복제품으로 인한 지적 재산권 침해는 대부분 미국상품 위주로 성행하여 한국의 문화상품의 피해는 일부에 한정된 것으로 보임.

○ 따라서 개별국 차원에서 지적재산권 침해 문제를 거론 하는 것은 실효성이 미흡할 것으로 보임. 오히려 동남아 국가중 상대적으로 한류 열풍이 약한 인도네시아에 대해 한류 붐을 강화 방안이 고려되어야 할 것으로 판단됨.

○ 다만, 중장기적으로 지적재산권 침해에 대한 대책으로 미국 등과 공동보조를 취할 필요성은 있음.

참 부 : 1. 불법 복제 음반 CD 및 영화 DVD 포장 사진

2. 비디오 대여점의 한국드라마 VCD 불법복제품 리스트

말레이시아 시장

<쿠알라룸푸르 무역관>

1. 말련의 한류 현황

1) 한류의 근원 및 현황

말레이시아는 마하티르 전총리가 1982년부터 추진한 동방정책(Look East Policy-일본과 한국을 배우자는 운동)을 통해 많은 공무원들이 한국에서 연수 받았으며, 일반 국민들도 한국에 대해 호감을 갖고 있는 편임.

본격적인 한류 열풍은 2001년 '겨울연가'가 방영되어 큰 인기를 끌면서 시작되어 가을동화, 울인, 호텔리어, 명랑소녀 성공기, 대장금 등 한국 드라마들이 지속적으로 방영되고 있으며 태극기 휘날리며, 가위, 폰 등의 한국 영화도 꾸준히 상영됨.

겨울연가 주제가는 말레이어로도 번역되어 현지 가수가 노래하기도 하고, 사람들이 많이 모이는 곳에서도 종종 들을 수 있을 정도로 인기가 높음. 한국 드라마 VCD도 잘 팔리는 편임.

한류 열풍에 따른 한국 관광객 수도 크게 증가하고 있음. 겨울연가의 촬영지였던 남이섬 등이 인기코스가 되었으며, 특히 겨울철 스키여행을 할 수 있는 곳 중 한국이 가장 가깝고 비교적 저렴하기 때문에 현지인들에게 인기가 있음. 한국관광공사는 말레이시아 방한객 증가에 따라 쿠알라룸푸르 지사를 2004년말 설립하였으며 본격적인 홍보 활동에 나서고 있음.

축구를 매우 좋아하는 말레이시아 국민들에게 2002년 한-일 월드컵 개최 및 한국의 4강 진출에 따른 축구 열기도 한류 열풍의 제고에 효과적이었던 것으로 분석됨.

핸드폰, 자동차, 가전제품 등 한국 상품의 현지 진출이 확대되고 고급제품 또는 가격 대비 가치가 높은 제품으로서의 이미지를 구축하면서 문화적 한

류 영향과 더불어 한국에 대한 이미지를 제고시키는 효과를 낳고 있음.

2) 한류의 효과

한국 드라마 및 연예인들에 대한 인기는 매우 높지만 다른 한류 국에 비해서는 상대적으로 낮은 편임. VCD, DVD 불법 복제율이 높기 때문에 가요나 영화 등 문화 상품 자체의 직접 판매 연결은 미흡하고 가수 보다 연기자, 배우들이 많이 알려진 편임.

화장품의 경우 한국 제품은 인지도가 낮아 시장진출에 어려움이 많았으나 “에뛰드”는 송혜교를 모델로 내세워 대중적 인지도를 확보하면서 시내 주요 백화점에 성공적으로 진출함.

한류 열풍이 시작되던 2001년 말레이시아의 한국 관광객수는 5만5천명이었으나, 2004년에는 9만3천명으로 68% 증가하였음.

한류 열풍과 더불어 한국에 대한 위상을 높인 일등공신은 자동차와 핸드폰이라고 볼 수 있음.

현대 및 기아자동차는 48만대 규모의 전체 자동차 시장 중 약 10%를 차지하여 현지 자동차회사가 독점적 지위를 누리던 시장을 잠식하였으며, 일본차들과 나란히 경쟁하고 있음. 현지 자동차의 품질에 불만을 갖고 있지만 외국 수입차의 가격이 너무 높아 구입에 어려움을 겪던 소비자들에게 가격이 저렴하면서 품질과 디자인이 뛰어난 차를 선보여 매년 100%씩 판매가 증가하고 있음.

삼성 핸드폰은 판매가격이 가장 높은 제품으로 자리매김하였으며, 매출액 기준 30%의 시장점유율로 2위를 차지하고 있음. 특히 삼성전자는 12억불에 이르는 전자복합단지 투자를 통해 6천명 이상을 현지 고용하고 있으며 각종 기업상 수상 및 현지 봉사활동 등으로 현지에서 우호적으로 각인됨.

한국의 모바일 콘텐츠, 온라인 게임 등이 활성화되어 있어 이동통신사, 콘텐츠 프로바이더의 수입이 늘어나고 있음. 그러나 소비자들은 한국산 게임인지 모르고 사용할 만큼 한류 열풍과의 직접적인 관련은 적은 편임.

2. 한국 상품의 지적재산권 피해 사례

1) 영화

- 제목 : 태극기 휘날리며 등 한국영화 전반 (사진 참조)
- 업체명 : 강제규 필름 등
- 침해내용 : 불법복제 DVD는 화질 및 정보량에 따라 RM8(US\$2.1) ~ RM13(US\$3.4)에 거래 (환율 US\$1.00 = RM3.80 고정)
- 침해유형 : 저작권 침해
- 유통구조 : 현지 점조직으로 운영되는 제조업체가 불법으로 제조 후 시내 쇼핑센터나 노점 상가 등에서 판매.
- 진행상황 : 말레이시아의 영화, 소프트웨어 등의 불법복제는 매우 광범위하며 특히 영화 VCD, DVD는 99% 불법복제품이 유통되고 있음. 정부의 여러 차례 단속에도 불구하고 좀처럼 사라지지 않으며 매장에는 정품 DVD를 판매하는 것처럼 위장하고 복제품 카다로그만 별도로 전시하여 손님들이 선택하면 외부 창고에서 갖다 주는 식으로 영업하고 있음.

대부분의 영화가 개봉상영과 동시에 DVD와 판매되고 있는 실정으로 특정업체가 제조하거나 한 적은 없으며, 정부에서 정기적인 단속활동을 펼치고 있음.

2) 애니메이션

- 제목 : 마리아야기
- 업체명 : 씨즈엔터테인먼트
- 침해내용 : 상기 영화 DVD 불법복제 유통과 동일함. 한국에서 비교적 알려진 영화, 애니메이션 등은 모두 현지에서 불법 복제된 VCD, DVD로 유통되고 있음.

3) 방송

- 제목 : 겨울연가 등
- 업체명 : KBS2

- 침해내용 : 상기 영화 DVD 불법복제 유통과 동일함. 정품 VCD, DVD 등도 판매되고 있으나, 복제한 해적판 유통이 압도적임

4) 음반

한국 가수는 드라마나 영화 배우에 비해 크게 알려져 있지 않아 가요 음반을 복제 유통한 경우는 찾기 어려움. 그러나 말레이시아는 음반 CD도 상기 영화 DVD와 마찬가지로 불법복제가 성행하고 있어 미국, 영국 등의 유명 음반은 거의 모두 불법 CD를 구할 수 있으며, 정품 CD 가격이 RM40~50인 반면 불법 CD는 RM10정도에 거래됨. 한국 가요가 크게 인기를 끌면 불법 복제도 성행할 것으로 예상됨

5) 게임

한국업체가 주로 진출하는 분야는 온라인 게임으로 현지 최대유통사인 Terra ICT (M) Sdn Bhd에 의하면 온라인 게임 특성상 불법복제 문제는 없다고 함. 싱글 유저 게임은 주로 Playstation이나 XBox가 많이 사용되는데 시중에서 불법 DVD를 파는 곳에서 대부분 해적판 게임 CD를 같이 취급하고 있음

6) 기타 상표권 침해 및 상품 모방 사례

Water Ionizer (이온수 생성기)

- 업체명 : (주)하이텍홀딩스
- 침해내용 : 중개 에이전트인 Rekamacro Resources (M) Sdn Bhd사를 통해 Singer사에 이온수 생성기를 공급하던 중 최근 Singer사에 납품된 제품이 자사 제품이 아니라는 것을 발견함. 중개인은 중국에서 제품을 똑같이 복제하여 수입한 것으로 나타남. 내용물뿐만 아니라 포장지의 한글도 똑같이 복사하여 육안으로 식별이 어려울 정도임
- 침해유형 : 산업재산권 침해
- 유통구조 : 이온수 생성기는 여러 국가에 수출 중이라서 만약 중국업체가 다른 나라에도 수출을 시도할 경우 매우 심각한 타격이 될 수 있음
- 진행상황 : 하이텍홀딩스의 수출담당자가 무역관을 방문하였음. 중개 에이전트에게 경고 서한을 발송하고 거래를 중단하도록 설명하였으며 변호

사를 소개하여 소송을 제기하도록 권유

* 첨부 : 복제품 사진/포장지의 한글까지 동일하여 원본 식별이 쉽지 않음

□ 자연여과식 정수기 (Mineral Pot & Filter)

- 업체명 : Korea Water Purified Total Management (M) Sdn Bhd
- 침해내용 : 1997년부터 정수기를 말레이시아에 수출해 오다가 2000년에 현지에 공장을 설립하여 내수 공급 및 수출하던 중 현지에서 동일한 디자인과 상표로 제품을 복제하여 정품 가격의 절반 이하로 시중에 유통하고 있는 것을 적발함. 현재 말레이시아 내수시장은 거의 판매를 못하고 있음
- 침해유형 : 산업재산권 침해
- 유통구조 : 말레이시아 기업이 불법 복제한 것과 중국에서 저가로 수입된 제품 두 가지가 있으며 Giant 등 시내 대형슈퍼, 할인점에서 판매됨
- 진행상황 : 상표 및 산업디자인을 현지 진출 당시 등록하였기 때문에 법적 권리를 갖고 있으나 현지유통업체들과의 관계 때문에 법원에 제소하지는 않고, 할인점 등 유통업체에 경고 서한 발송을 통해 불법제품을 수거해 줄 것을 요청한 상황

3. 말련의 지적재산권 보호 현황

1) 지적재산권 보호 세부 내역

(1) 상표

- 법령 : Trademark Act 1976 (1994, 2000 개정)
- 보호내용 : 등록된 상표에 대해 배타적 사용권한을 가지며, 위반업체에 대한 법적 제재 가능. 등록신청 후 10년간 유효함
- 절차 및 소요기간 : 신청 → 심사 (3개월) → 공고 (5개월) → 등록, 총 13개월 소요
- 비용 : 신청시 RM250, 광고비 RM450
- 등록기관: Registrar Of Trade Marks
Intellectual Property Division

Ministry Of Domestic Trade And Consumer Affairs
Tingkat 32, Menara Dayabumi
Jalan Sultan Hishamuddin
50623 Kuala Lumpur
Tel: 03-22748671
Fax: 03-22741332

(2) 의장 (산업디자인)

- 법령: Industrial Design Act 1996
- 보호내용: 등록된 의장은 5년간 보호되며, 5년씩 2번 연장가능
- 절차 및 소요기간: 신청 → 날짜배정(당일) → 심사 (6개월) → 증명서 발급 (4~8주) → 공고 (2~4주)
- 등록기관: Industrial Designs Registry
Intellectual Property Division
Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs

(3) 특허

- 법령: Patent Act 1983 (1995, 2000, 2003 개정)
- 보호내용: 특허는 20년간 보호, 실용신안은 10년 (5년 보호 및 5년 갱신 가능)
- 절차 및 소요기간: 신청 → 1차 시험 (특허요건 구비여부) → 2차 시험 (특허내용 심사) → 특허인정 발표
- 등록기관: The Patent Registration Office
Intellectual Property Division
Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs

(4) 저작권

- 법령: Copyright Act 1987
- 보호내용: 일반적으로 저작권은 저자 생존기간 및 사후 50년간 보호, 음반 및 영상물은 출판일로부터 50년간 보호. 다른 지적재산권과 달리 국내 교역 및 소비자부 집행부에 의한 형사처벌이 가능함 (RM2만 링깃 벌금)

또는 5년 징역) 저작권은 등록이 필요 없고 저작권자의 확인만 요함

2) 지적재산권 침해 구제 절차

저작권의 경우 국내교역 및 소비자부의 집행과(enforcement unit)에 신고하면 해당부처에서 현장 급습 및 증거 확보 후 법원에 형사 고소함

그 외 지적재산권(저작권도 포함)은 모두 법원을 통한 민사소송 방식으로 진행됨. 즉, 변호사를 통해 법원에 사건 제출 → 지적재산권 피해 보상 및 방지에 필요한 조치/금전적 보상 등을 판결 후 집행함

- 주관부서: Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs

4. 외국기업의 대응 사례 연구

□ 저작권 침해 (불법소프트웨어 사용 적발)

- 일자: 2004년 9월 22일
- 대상업체: Business Software Alliance (BSA)
- 침해내용: 페낭 소재 브랜드 컨설팅업체에서 컨설팅 영업활동에 불법 소프트웨어(Autodesk AutoCAD 2002, Discreet 3D Max, Microsoft Office X P Pro, Solid Works)를 사용
- 대응내용: BSA의 요청으로 국내교역 및 소비자부 조사공무원이 현장을 급습하여 RM80,000 상당의 불법소프트웨어 및 사용 중인 컴퓨터 3대 RM 15,000 상당을 증거물로 확보. 회사 경영진은 형사상 최대 5년 징역형 또는 RM20,000의 벌금을 물게 되며, 민사상 BSA의 손해 산정에 준해 배상 예정(자료원: BSA Malaysia)

□ 특허권 침해 (차 도난방지 시스템 모방)

- 일자: 1998년
- 대상업체: Electro Cad Australia Pty Ltd (원고, 호주업체)
Mejati Rcs Sdn Bhd (피고, 말레이시아업체)

- 침해내용: 원고의 차 도난방지 시스템인 Stopcard Auto Theft Device (일명 Stopcard)에 대해 피고는 유사제품 ‘Stopcar’를 출시함. 피고업체는 Stopcar를 자체기술로 개발하였으며 Stopcard 진출 이전에 이미 시장에 출시하였다고 주장
- 판결내용: 특허법 1983년 14조 2항 (말레이시아 국내외 여부, 구두나 문자로 명시 여부에 관계없이 특허 신청 전에 대중에게 알려진 모든 것은 특허 등록이 불가능한 발명)에 의해 피고 패소하여 Stopcar 제품이나 유사제품의 생산, 유통, 판매 금지 및 손해배상 판결

□ 상표권 침해 (유사상표 사용)

- 일자: 1995년
- 대상업체: Clouet & Co. Pte. Ltd (원고, 싱가포르업체)
Maya Toba Sdn Bhd (피고, 말레이시아업체)
- 침해내용: 원고는 1940년부터 물고기 통조림용 Ayam Brand를 상표로 등록하였고 1960년에 말레이시아에도 상표로 등록하였으며, 1976년에는 상표의 빨강 및 노랑색 라벨도 상표로 등록하여 상당한 인지도를 획득함. 피고는 Botan Brand를 사용하고 있는데 모양, 크기, 색깔이 매우 유사하나 차이를 구별할 수 있기 때문에 상표권 침해를 부인
- 판결내용: 상표법 3조에 의하면 상표는 상품과 소유자의 관계를 표시하는데 사용되는 기호로 라벨도 포함하므로 원고의 빨강색 및 노랑색 라벨은 적법한 상표로 등록되었음. 피고의 빨강색 및 노랑색 라벨은 원고의 것과 동일한 색깔로 상표법을 위반하였으며 빨강색과 노랑색의 시각적 영향이 큰 상황에서 원고와 피고의 상표간의 미묘한 차이는 무의미하다고 판결. 피고업체의 유사상표 사용을 금지하고 손해배상 결정

5. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응 방안

- 말레이시아 국민들의 구매력 증가와 소비계층 다양화로 성공적 진출을

위해서는 브랜드 강화 노력이 필요하며, 브랜드 정착을 위해서 상표, 산업디자인, 특허 등록 등 법적 보호를 받을 수 있도록 준비해야 함

- 영화나 TV 프로그램의 불법복제는 말레이시아의 현실상 빠른 시일내 해결되지는 않겠지만, 가능한 불법복제를 피할 수 있는 모바일 다운로드, 온라인 접속 게임 등의 형태로 진출방법을 다양화할 필요가 있음
- 아울러 정품 가격을 합리적 수준으로 인하하고 (말레이시아는 라이선스 판보다 수입 판 비중이 높기 때문에 CD, DVD 가격이 상당히 높은 편임) 포장, 디자인을 고급화하여 차별화하는 노력도 필요

2) 정책적 추진 과제

- 미국, 일본 등 저작권 침해를 많이 받고 있는 국가들과 연대하여 공동 대응할 필요
- 말레이시아 정부에서는 현장 단속 등을 통해 주기적으로 불법 CD, DVD 유통 조직을 적발하고 있으나 처벌 수위가 낮은 반면 업체들의 수익이 높고, 점조직으로 운영되고 있기 때문에 전체 유통망을 잡아내는 것이 어려워 단속 기간이 지나면 다시 불법 복제물 판매를 개시하는 모습을 볼 수 있음.

IV. 한국 기업의 대응방안 및 정책적 과제

1) 업계의 대응 방안

업계 공동차원의 관리 필요

- 일시적 이익을 위한 개별 기업의 불리한 계약 조건 수용등은 관련 업계 전체의 불이익을 초래 할 수 있다는 인식 필요
- 업계 공동의 기술 유출을 방지하기 위한 “가이드라인” 필요
- 피해 발생시 협회와 관계 부처의 공동 대응으로 유사 사례 방지 모색

현지 지적재산권 관련 법규, 절차 사전 숙지로 사전 대응 강구

- 딜러를 통한 시장 진출 경우에도 현지 지재권 관련부처에 사전등록 필요
- 교역 대상 국가에 상표등록 등 재산권 보호절차 철저 이행
- 계약서 작성시 계약 종료후 지재권 침해 사항에 대한 보상조항을 삽입하는 등 적극 대응

수출 계약시 현지 불법 복제율을 감안 조기 자본회수노력 강화

- 계약 추진시 계약 착수금등 비중 확대 노력 필요
- 불법 복제에 대응할 수 있는 현지 파트너 혹은 딜러와 계약 추진

2) 정책적 추진 과제

정부 차원의 전담지원 채널 마련 검토

- 중소기업의 현실적인 대응 어려움을 감안 전문인력 및 전담조직 활성화
- 일본은 소관 부처간 문제를 체계적으로 해결하기 위해 중앙부처 조직형태의 “지적재산전략본부”를 신설하여 지재권 보호 및 대응관련 업무 총괄

지적재산권 보호를 위한 협상과 조율 추진

- 미국은 지적 재산권 피해 우선감시국(Priority Watch List) 지정을 통해 통상압력의 소재로 활용중
- 일본, EU등과 공동 대응방안 강구

- kotra 해외 무역관에 피해 신고 창구 마련 검토

- JETRO는 지재권 침해가 광범위하게 전개되는 중국 시장에 모니터 활동을 전개하여 본국 관련부처와 대응 체재 구축

- 지적재산권 보호 매뉴얼, 침해대응 Best Practice 대 업계 전파 및 교육

- 아국기업의 투자진출이 지속확대되고 있는 추세에 맞추어 해외투자희망 기업들에게 해외투자신고수리 접수 기관 혹은 투자진출 지원기관에 배포하여 진출 단계에서 정보 제공 시스템 구축 검토

- 韓流 붐의 조성과 문화상품 특성을 고려한 합리적 접근 요구

- 싱가포르 The New Paper(2004.2)에 의하면
“싱가포르에서 인기 있던 일본 드라마들은 일본 방송가로부터 싱가포르 VCD들이 불법 VCD라는 경고를 받고부터 2002년 소매상들의 선반으로부터 내려진후 인기를 잃었다. 대신에 한국의 가을동화, 겨울연가 등으로 관심을 돌렸다” 라는 기사가 있음.

- 문화상품의 특성상 어느 정도 적당한 수준에서의 피해는 불가피하다는 시장의 의견도 있어, 시장별 심층 조사를 통해 케이스별 적절한 대응 방안 강구 필요

<자료사진> 불법복제 DVD, CD

1. 대만의 불법 DVD 판매 사이트



2. 말레이시아 불법 복제 영화 DVD



3. 베트남 불법복제 DVD



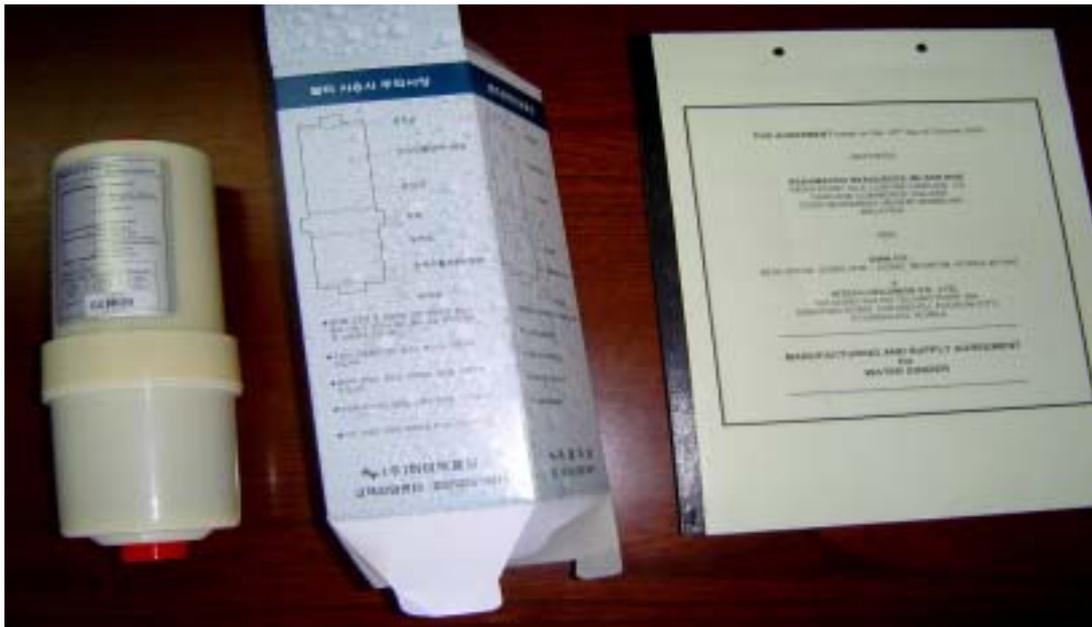
4. 인도네시아 불법음반(Korean Best Female)



5-1 인도네시아 불법음반(Korean Best Male)



6. 말레이시아 상표 도용사례



KOTRA 발간자료목록 (2003-2005)

□ 기획조사

번호	제목	발간일자
03-01	2003년 1월중 해외시장 수요전망	2003.1
03-02	세계시장 개방추이변화의 시사점및대응방안	"
03-03	2003년 2월중 해외시장 수요전망	2003.2
03-04	2003년 중국 경제 뉴트랜드	2003.3
03-05	2003년 3월중 해외시장 수요전망	"
03-06	2003년 4월중 해외시장 수요전망	2003.4
03-07	이라크전후 복구사업 진출방안 및 KOTRA 지원대책	"
03-08	2003년 5월중 해외시장 수요전망	2003.5
03-09	2003년 6중 해외시장 수요전망	2003.6
03-10	2003년 하반기 수출전망	"
03-11	중국시장에서의 한·대·일 경학동향분석	"
03-12	이라크전후 중동시장진출 종합대책	"
03-13	7월중 해외시장 수요전망	2003.7
03-14	월드컵개최후 국가이미지	2003.6
03-15	WTO 분쟁해결 우리의대응방안	2003.7
03-16	주요국 서비스분야 비관세 장벽	"
03-17	DDA 협상개요	"
03-18	POST-SARS-수출전망	"
03-19	2003 수입규제 동향	2003.7
03-20	EU 수입시장에서의 한중일 경합통상	2003.7
03-21	국민소득2만불달성에관한 주체국전략 및 시사점	2003.8
03-22	8월중 해외시장수요전망	"
03-23	멕시코 자동차수입시장개방현안과대책	2003.9
03-24	9월중 해외시장 전망	"
03-25	WTO유통서비스협상 동향 및 대책	2003.10

03-26	10월중 해외시장 수요전망	“
03-27	FTA 체결지연으로 수출기업경쟁력불리	“
03-28	11월중 해외시장 수요전망	2003.11
03-29	12월중 해외시장 수요전망	2003.12
03-30	브랜드이미지조사	“
03-31	주요국환경규제현황 및 대응방안	“
03-32	해외무역관에서 바라본 2004년도 수출전망	“
03-33	의류산업 경쟁력 강화를 위한 전략적 제안 Zara와 Marks & Spencer 사의 사례에서 배운다	2003.12
03-34	홈센터 외국유통기업의 중국진출동향과 우리기업의 진출전략	2003.12
03-35	중남미 국별 FTA추진현황 및 우리나라와의 추진가능성	2003.12
03-36	수출20대국 한국산 일류상품 경쟁현황	2003.12
03-37	2003년 대한수입규제 동향 및 2004년 전망	2003.12
03-38	<WTO DDA> 정부조달 투명성 협상 동향	2003.12
04-01	1월중 해외시장 수요전망	2004.1
04-01	2월중 해외시장 수요전망	2004.2
04-03	인도, 태국 FTA가 우리 수출에 미치는 영향	2004.2
04-04	중국진출 일본기업의 경영실태 분석 및 시사점	2004.2
04-05	2004년 3월중 해외시장 수요전망	2004.3
04-06	국제원자재가격 상승에 따른 주요국 현황 및 대응사례	2004.2
04-07	수출 엘도라도 Brics를 잡아라	2004.3
04-08	쿼터제 폐지 후 대미 수출 전망	2004.3
04-09	2004년 4월중 해외시장 수요전망	2004.4
04-10	ASEAN 지역 FTA 확산이 우리나라에 미치는 영향	2004.3
04-11	섬유 수입쿼터 폐지에 따른 주요 섬유수출국 대응방안	2004.4
04-12	일본-멕시코 FTA 체결 후 한국의 대멕시코 주요 수출상품별 영향분석	2004.4
04-13	5월중 해외시장수요 전망	2004.5
04-14	미국의 對리비아 경제제재 완화 이후 시장 환경 및 진출방안	2004.4

04-15	WTO/DDA 비농산물 분야 비관세장벽 리스트 분석	2004.5
04-16	외국기업의 중국기업 M&A현황 및 전망	2004.5
04-17	6월중 해외시장 수요전망	2004.6
04-18	WTO/DDA 반덤핑 협상 동향과 우리의 대응방안	2004.6
04-19	러시아 개발 프로젝트 현황 및 우리기업의 진출방안	2004.6
04-20	EU 수입시장에서의 한중일 경합동향	2004.6
04-21	브라질 시장에서의 한중일 경합동향	2004.6
04-22	국내 IT기업의 해외진출 현황과 시사점	2004.6
04-23	대만을 기점으로 한 일본기업의 중국시장 진출 동향	2004.6
04-24	2004 해외진출 한국기업 현황 분석	2004.6
04-25	중국의 CCC 인증 전면 실행현황 및 우리의 대중 수출 투자에 미치는 영향	2004.6
04-26	2004 하반기 해외시장 수요 전망	2004.6
04-27	일본시장에서의 한.중.미 경합동향 분석	2004.6
04-28	2004년 상반기 수입규제 동향 및 하반기 전망	2004.6
04-29	7월중 해외시장 수요 전망	2004.7
04-30	수출2000억불시대 국가 이미지 현황 및 시사점	2004.7
04-31	주요국의 對韓 섬유쿼터 해제 품목 리스트 - 미국, EU, 캐나다의 對韓 섬유쿼터 해제 품목 -	2004.8
04-32	선진국 신규 환경규제와 우리수출에의 영향 및 대응방안	2004.9
04-33	WTO/DDA 무역원활화 논의동향과 향후 전망	2004.9
04-34	8월중 해외시장 수요전망	2004.7
04-35	9월중 해외시장 수요전망	2004.8
04-36	WTO 통일 원산지 규정 협상 동향과 대응 방안	2004.9
04-37	원유 및 원자재 가격상승에 대한 주요국 동향	2004.10
04-38	섬유 교역자유화 이후 미.중 섬유 교역 전망	2004.11
04-39	해외 윤리경영 사례	2004.11
04-40	7월중 해외시장 수요전망	2004.7
04-41	8월중 해외시장 수요전망	2004.8

04-42	9월중 해외시장 수요전망	2004.9
04-43	10월중 해외시장 수요전망	2004.10
04-44	11월중 해외시장 수요전망	2004.11
04-45	12월중 해외시장 수요전망	2004.12
04-46	한국문화 및 문화상품이미지조사	2004.11
04-47	2005년도 수출전망	2004.12
04-48	중국 서부 대개발 현황과 우리의 진출방안	2004.12
04-49	중동 최대 수출시장, 이란을 잡아라	2004.12
04-50	중남미 시장에서의 외국인투자동향과 우리의 진출현황	2004.11
04-51	한.중.일 3국의 에너지확보전략 비교 및 우리의 대응방안	2004.12
04-52	EU 확대 후 6개월 - 폴란드, 헝가리, 체코 동향 및 우리의 대응방안	2004.11
04-53	북미 실버시장현황 및 진출방안	2004.11
04-54	중국에서의 지적보호 매뉴얼	2004.12
04-55	중국진출기업 사례분석	2004.12
04-56	세계 FTA 추진현황 및 주요 수출시장에서 한국상품 차별사례	2004.12
04-57	쿄토의정서 발효대비 선진국 대응방향	2004.12
04-58	중국의 출판업시장현황 및 우리기업의 진출현황	2004.12
04-59	아세안의 VIP시장을 주목하라	2004.12
04-60	2004년도 대한수입규제 동향 및 2005년도 전망	2004.12
04-61	ASEAN 비관세장벽 현황조사	2004.12
05-001	위엔화 평가절상, 초읽기에 들어갔다	2005.1
05-002	주요시장의 수입급증품목과 한국상품의 경쟁동향	2005.1
05-003	일본을 통해 본 우리의 환경 대책	2005.2
05-004	아프리카 무역 Trend변화와 대처방안	2005.2
05-005	해외시장 수요전망	2005.1
05-006	해외시장 수요전망	2005.2

05-007	중국의 FDI 확대와 드러나는 비즈니스 리스크	2005.2
05-008	중국제품의 시장잠식과 EU주요국 점유, 의류업계 피해 및 대응 동향	2005.3
05-009	3월 해외시장 수요전망	2005.3
05-010	칠레시장에서 한-칠레 FTA 체결 이후 시장점유율 변화	2005.3
05-011	중남미 조달시장의 가교 미주개발은행(IDB)	2005.3

□ 현안리포트

번호	제목	발간일자
05-001	부시 2기 행정부 출범에 따른 대미 통상 여건 변화 전망	2005.1
05-002	이라크 총선 이후 경제통상 전망 및 활용전략	2005.2
05-003	美 05/ 06 예산 연두교서 무엇을 담나?	2005.2
05-004	우크라이나의 EU 가입논의 동향 및 전망	2005.2
05-005	동남아 쓰나미/ 지진 복구 추진현황 모니터링	2005.3
05-006	중국의 대중동 경제협력강화와 대응방안	2005.3
05-007	WTO 설립 이후 10년간 對韓 반덤핑 조사 개시 현황 분석	

작성자

- 자카르타 무역관 박상협 부장
- 홍콩 무역관 이영기 과장
- 쿠알라룸푸르 무역관 빈준화 과장
- 하노이 무역관 정원준 과장
- 상하이 무역관 박한진 차장
- 도쿄 무역관 신태철 차장
- 싱가포르 무역관 오태영 차장
- 타이베이 무역관 김운태 과장
- 해외조사팀 김용성 선임연구원

韓流 열풍 국가의 한국 문화상품 지적재산권피해 현황
및 대응방안

발행인 : 채 훈

발행처 : KOTRA

인쇄처 : 학림사 02)752-0463

발행일 : 2005년 3월

주소 : 서울시 서초구 염곡동 300-9
(우 137-749)

전화 : 02)3460-7114(대표)

홈페이지 : www.kotra.or.kr

Copyright © 2005 by kotra. All rights reserved.

이 책의 저작권은 kotra에 있습니다.

저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.