



## CHINA GAME NEWS

- 중국 및 인도 게임산업 한국의 아성에 도전하다.
- 《네트워크문화 경영허가증》 획득한 12개 업체
- 2004년 중국 온라인 게임시장, 42억 위안으로 전망
- 비행시뮬레이션 《IL2: Forgotten Battle》 9월 9일 출시

## GAME 관련 기관

- 텐번커모우(天本科貿)유한책임회사

## GAME 소개

- 《신 시여우지(新西游记)》

## CHINA GAME 순위

- 9월 온라인 게임 순위

## MOBILE NEWS

- 베이징 쇼링통(小灵通) 6개월 내 가입자 수 10만 명 돌파

## IT NEWS

- 2003년 중국 국제 네트워크 문화엑스포 베이징에서 개최

## 법률과 정책

- 중화인민공화국 상표법 실시조례(1)



한국게임산업개발원  
www.gameinfinity.or.kr

서울특별시 광진구 구의동 546-4 테크노마트빌딩 32층  
TEL:02) 3424-4131 FAX:02) 3424-5039 nymph@gameinfinity.or.kr

**CGW CHINA GAME NEWS**

**중국 및 인도 게임산업  
한국의 아성에 도전하다.**

ZDNet China는 지난 9월 4일 중국과 인도의 게임산업은 앞으로 많은 발전을 할 것이며, 이는 중국 게임시장을 독점하던 한국게임의 위상에 많은 영향을 미칠 것이라고 보도했다.

최근 중국 정부는 500만 위안을 투자하여 “온라인게임 통용엔진 연구개발 및 시범제품 개발” 등 2개 연구과제를 "국가 863프로젝트" 차원에서 추진하기로 하였다고 각 매체에서 보도했다.

과기부의 한 관계자는 이상의 프로젝트는 구체적으로 어느 한 게임을 개발하는 것이 아니라, 게임제작 업체들을 위한 게임제작에 사용하는 개발 플랫폼을 구축하기 위한 것이라고 밝혔다.

지난해 중국 게임산업 수익은 1억 1,000만 달러에 이르며, 모바일 게임으로 인한 전산산업 수익만해도 8억 7,000만 달러를 기록했다.

또한 중국의 빠른 인터넷 보급은 중국 PC게임산업의 전망이 밝다는 것을 보여준다.

이와 동시에 인도의 게임산업도 발전하기 시작하였다.

“인도 경제시보”의 보도에 따르면 삼성, 소니 및 마이크로소프트 등 대기업들이 인도시장에 대규모로 진입하기 시작하였으며, 인도 토종업체들도 게임 소프트웨어 개발을 시작하였다.

2005년 인도 게임산업은 5,000만 달러의 규모를 갖추게 될 것으로 전망된다.

마이크로소프트는 인도 게임시장은 현재는 무질서한 상태이지만 개선되는 중이라고 보고있다.

(자료: [http://news.17173.com/content/2003-9-4/n48\\_964836.html](http://news.17173.com/content/2003-9-4/n48_964836.html))

**《네트워크문화 경영허가증》  
획득한 12개 업체**

지난 9월 7일 문화부에서는 최초로 《네트워크문화 경영허가증》을 획득한 12개 업체 명단을 발

표했다.

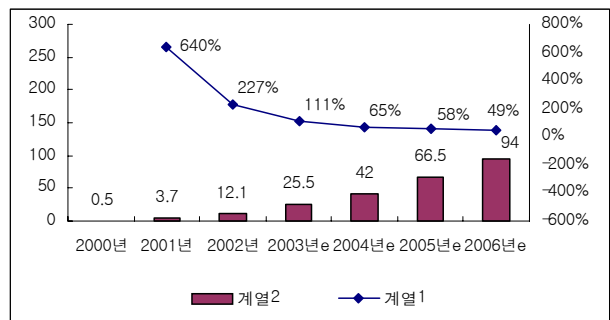
《네트워크문화 경영허가증》을 획득한 업체들은 온라인게임, 온라인 뮤직, 온라인 시청 주파수, 네트워크 지적재산권보호 및 콘텐츠관리 등 5개 분야에 종사할 수 있다.

《네트워크문화 경영허가증》을 획득한 업체는 아래와 같다.

- 차이나텔레콤주식유한회사
- 차이나 테통(铁通)정보유한회사
- 상하이 성다(盛大)네트워크유한회사
- 베이징 시나 인터넷정보서비스유한회사
- 창청(长城)광대역네트워크과기유한회사
- 베이징 베이다광정(北大方正)광대역네트워크과기유한회사
- 베이징 수호인터넷정보서비스유한회사
- 베이징 귀엔(国研)네트워크디지털과기유한회사
- 베이징 거화(歌华)네트워크문화유한회사
- 스촨(四川) 공중정보산업유한책임회사
- 베이징 진산(金山)디지털엔터테인먼트과기유한회사
- 상하이 쉰우청(九城)정보기술유한회사

(자료: <http://tech.sina.com.cn/i/c/2003-09-08/0927230281.shtml>)

**2004년 중국 온라인게임 시장  
42억 위안으로 전망**



계열1: 성장률    계열2: 시장규모(억 위안)

상하이 아이루이(艾瑞)시장컨설팅유한회사는 인터넷매체, 온라인판매 등 온라인 경제분야에 대한 시장조사를 전문적으로 하는 조사연구기구이다.

최근 아이루이사가 발표한 중국 온라인 경제발전상황 《2003년 중국 온라인게임 연구보고》에 의하면 2003년 중국 온라인게임 시장의 규모는 25

억 5,000만 위안에 이를 것이며, 오는 2004년에는 42억 위안 규모로 발전할 것이라고 전망했다.

통계에 따르면 2002년 중국 온라인게임 시장은 227%의 성장 폭을 자랑한 12억 1,000만 위안을 달성했다. 2003년에는 25억 5,000만 위안, 2004년에는 42억 위안으로 폭증할 전망이다.

이러한 통계는 온라인게임의 거대한 시장 잠재력과 풍부한 이윤 폭을 말해준다.

(자료: [http://news.17173.com/content/2003-9-11/n187\\_103630.html](http://news.17173.com/content/2003-9-11/n187_103630.html))

## 비행시뮬레이션

### 《IL2: Forgotten Battle》 9월 9일 출시

비행시뮬레이션 애호가들의 많은 기대를 받았던 《IL2: Forgotten Battle》이 9월 9일 출시되었다.

제2차 세계대전을 소재로 한 이 게임은 《IL》의 후속작품으로 이미 여러모로 전편을 추월하고 있다.

출시에 앞서 위비사(育碧)는 CHN-ACES OF CHINA 중국 톱 비행팀을 초청하여 게임의 제2단편을 제작했으며 이는 최고의 품질을 자랑한다.

위비사는 우선 제2단편을 선보인 후 최후의 완성품을 9월 9일 출시했다.

#### CHN-ACES OF CHINA 중국 톱 비행팀

CHN-ACES OF CHINA 중국 톱 비행팀은 2000년 중국 전투비행 아날로그 이벤트에 열중한 비행원들로 구성되어 있다.

이미 2,000여 명의 회원과 수백 명의 온라인비행사 규모를 갖추었으며, 훈련뿐 아니라 국내경기, 국제 게임교류 등 온라인 전투비행 아날로그 이벤트를 적극적으로 추진하고 있다.

CHN-ACES OF CHINA는 톱 비행팀, 특기 비행표현팀과 2개의 아날로그 전선 비행팀을 갖고 있으며, 국내 톱 비행 아날로그 고수들로 묶여졌다. 이들의 평균 연령은 28세, 평균 온라인 비행시간은 2,000시간 이상이다.

중국 전투비행 아날로그 이벤트는 개인성적, 팀 작전 수준이 모두 세계적인 수준에 달하여 많은 주목을 받고 있다.

그들은 아날로그 플랫폼으로 비행과 공중 작전의 흥미와 의의를 보다 많은 사람들에게 전달하려 하며, 전투비행 아날로그 이벤트를 성숙된 전자경기운동으로 이끌어내기 위해 최선을 다하고 있다.



(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/09/09055287.shtml>)

## CGW GAME 관련 기관

### 텐번커모우(天本科貿)유한책임회사

1996년 1월에 설립된 텐번커모우유한책임회사(이후 텐번커모우)는 컴퓨터 시스템 프로젝트, 특종 국제 망 기술지원, 네트워크 멀티미디어 연구개발, 비디오게임 제품 개발·생산·판매 등을 주로 하는 회사이다.

현재 베이징, 상하이 등지에 현지 법인회사를 설립했다. 또한 지난 2002년 10월 베이징통신관리국에 ICP허가증을 신청하는 등 자체의 실력과 결부한 전신권설팅 멀티미디어 부가가치 서비스업무 개척에도 힘을 모으고 있다.

텐번커모우사는 중국의 다양한 고객을 유치하는 동시에 홍콩, 일본 등의 업체들과도 다양한 기술프로젝트 제휴관계를 맺고 있다.

또한, 국제 정세에 대한 충분한 이해를 장점으로 외국 특히 일본의 CP회사, 휴대폰 개발생산회사 및 운영업체들과 양호한 협력관계를 추진해왔다.

일본 DoCoMo사가 20%의 지분을 차지한 홍콩 허지황푸(和記黃埔)가 최초로 일본 모바일게임을 수입할 때 텐번커모우사의 기술인원 및 번역인원들이 공동 참여하였다.

현재도 본 게임의 운영·보수, 고객센터 및 기술지원은 텐번커모우사가 제공하고 있다.

이 업무는 텐번커모우사가 외국 휴대폰 게임컨텐츠의 현지화를 추진하는 계기로 되었다. 향후 중국 고객에서 최적의 서비스모형을 개발해낼 것으로 기대된다.

ICP라이선스 취득을 앞두고 텐번커모우사는 차이나 모바일과의 제휴를 적극 추진하고 있다.

개발 실력을 가진 일본 CP사와의 합작을 발판으로 중국시장에 적절한 컨텐츠를 도입하고 기술이전을 전제로 컨텐츠의 현지화, 상업화를 완성하는 한편, 중국시장과 어긋나는 컨텐츠 및 차이나모바일과의 제휴추진에 애로사항이 되고있는 CP운영방식을 해결한다.

텐번커모우사는 차이나모바일과 일본 CP업체 사이 협력의 창구역할을 제공할 자신과 능력을 갖추었으며, 단기일 내 양호한 상업모형을 구축해 모바일 컨텐츠 발전분야에서 차이나모바일에 가치성 높은 참고자료를 제공해줄 것으로 기대된다.

텐번커모우사는 또한 신기술의 개발이용을 중요시하고 국내외의 다각적인 합작을 적극 추진하고 있다.

차이나모바일 데이터업무는 현재 빠른 발전을 하고 있다. 차이나모바일의 거대한 사용자시장 또한 우수한 ICP에게 무한한 시장호기를 마련해주었다.

텐번커모우사는 차이나모바일의 발전 환경에 맞춰 외국의 우수 모바일 콘텐츠 현지화에 최선을 다할 것을 약속했다.

#### 제품:

모바일게임:

《未知の情緣-情篇》(영문: 《Other Side Boys》)

《未知の情緣-緣篇》(영문: 《Other Side Girls》)

(자료: <http://www.w8.com.cn/aboutus.html>)

## CGW GAME 소개

### 《신 시여우지(新西游记)》

개발업체 : 주어웨(卓越)디지털(중국)

대리업체 : 21cn.com

클로즈 테스트 : 2002년 11월 20일

오픈 테스트 : 2003년 4월 1일

유료화 시간 : 2003년 6월 18일

공식 사이트 : <http://online.21cn.com>

#### 게임설명:

《신 시여우지》는 중국 고전 소설 《서유기》를 소재로 하고 있다. “천궁에서 소동을 벌이다”와 “서천으로 불경을 취하러 가는” 것을 배경으로 다채로운 무협과 신화가 공존하는 환상의 세계를 부각했다.

인물은 큰 머리 Q판 조형에 과장된 동작을 나타내고 성격, 행동, 감정 표현이 풍부하여 생동감이 넘치며 귀엽다.

미술 디자인은 당나라와 천축 사이 30여 개 국가와 지역을 관통하고 화면이 소박하고 인물이 많으며 즐거리가 풍부하다.

천궁에서 땅속의 저승에까지 화면이 계속 바뀌고 원작에 충실하여 중국 전통문화의 신선과 마귀세계를 구축하여 고전문화 분위기가 농후하다.

게임은 신선, 마귀, 요괴, 도술, 불교 등 8대 파로 구분되며 모두 각각의 장점을 갖고 있다.

기능설정이 풍부하고 다채로우며 각 파마다 자기 특유의 무술 및 법술을 보유하고 있다.

특기와 법술은 《신 시여우지》의 강점이다.

유저들은 게임에서 개인의 취향에 따라 어느 파든지 가입할 수 있으며, 신선 또는 요괴로 등장하여 자신의 개성을 나타낼 수도 있다.

미션이 방대하여 천궁에서 소동을 벌이던 곳에서 서천으로 불경을 취하러 가는 도중에 다양한 체험을 하면서 수많은 임무를 완성해야 하는 것 외에 많은 퀘스트까지 있어 유저들이 게임 도중에 해야 할 일이 많다.

미션은 초급에서 고급으로 갈수록 난이도가 크

고 레벨에 따라 퀘스트가 나오는데, 이런 퀘스트는 완수 여부와 상관없다. 임무 완수 시 따르는 장려금은 게이머들의 수련에 도움을 준다.

**CHINA GAME 순위**

**9월 온라인 게임 순위**

**최신뉴스**

**《신 시여우지》 요금 결제방식 전환 시스템 9월 1일 오픈**

《신 시여우지》는 지난 6월 18일부터 본격적으로 상업화 해온 이래 많은 유저들의 관심과 성원을 받아왔다.

특히 학생 유저들을 대상으로 하는 요금결제방식 전환 시스템이 곧 오픈 될 것이라는 소식이 전해지면서 많은 학생 유저들의 기대를 모았다.

《신 시여우지》는 상업화를 진행해오면서 계속하여 점수제 결제방식을 진행해 왔다. 9월 1일부터는 점수제 결제방식과 월 정액 카드제를 동시에 사용하게 된다. 또한 기존의 점수제 결제방식을 사용하였던 학생 유저들은 소원에 따라 월 정액 카드로 전환할 수 있게 되었다.

9월 1일 전에 "학생 무료 월 카드 전환" 이벤트를 통해 신청 답장을 받은 유저들은 아래 방법에 따라 기존에 사용하는 포인트카드를 월 정액 카드로 전환할 수 있다.

**방법 :**

1. 《신 시여우지》의 공식사이트 <http://online.21cn.com/>에 등록한 후 "회원 등록" 위치에 유저의 ID와 패스워드를 입력해야 한다.
2. 로그인을 마친 유저는 "월 정액카드로 전환" 기능을 클릭 한 후 안내메시지에 따라 진행하면 된다.

주의 : 월 정액카드로 전환시키려면 유저의 계정에 최소 450점 이상 있어야 한다.

(자료: [http://news.17173.com/content/2003-8-29/n215\\_131676.html](http://news.17173.com/content/2003-8-29/n215_131676.html))

인기순위 TOP 10			
순위	게임명칭	개발사/대리사	투표
1	미르의 전설3	Wemade/ 광통위러(光通娛樂)	8621
2	라그나로크	GRAVITY/ 즈관덴즈(智冠電子)	6412
3	통화(童話)	레이죄즈윈(雷爵資訊)/ 베이징사이위이창(世紀創)	6132
4	W.Y.D	Joy Impact/ 환러수머(欢乐数码)	6134
5	미르의 전설2	Wemade/ 성다(盛大)	6101
6	정무(征服)	텐칭수머(天晴数码)/ 왕룡(網龍)	6071
7	라그하임	Nako/감마니아	6002
8	유	Webzen/쥬유청(九城)	5824
9	드로이안2	Wizgate/ 베이징 찬통(神童)	5569
10	파천일검	MAGICS/중광왕(中網)	5316
기대순위 TOP 10			
1	리니지2	Ncsofe/시나닷컴	75381
2	A3	Actoz/베이징빙(北極冰)	36189
3	스톤에이지2	화이귀지(华奥国际)/ 베이징화이	21068
4	EQ	Verant.SOE/유비아	14310
5	World of War Craf	Blizzard/ 오우메이덴즈(奧美電子)	14261
6	영웅(英雄)2	--/--	11086
7	젠샤칭웬(劍(世靜塵)Online	진산시산취(金山西山居)/ 진산소프트	10893
8	훤셴런우(火線任務)	DOOBIC/ 둥팡즈통(東方雷通)	10100
9	Tankbb	Softnyx/ 상하이 조우홍(兆鴻)	5256
10	Sealonline	--/--	4216

(자료: <http://www.myyho.com/game.htm> 9월 10일)

## 베이징 쇼링통(小灵通) 6개월 내 가입자 수 10만 명 돌파

최근 개최된 "베이징통신 쇼링통 서비스 제1차 에이전트 대회"에서 베이징통신은 쇼링통 기지국 구축에 박차를 가하고 있다. 동시에 산하 69개 에이전트 업체들과 공동으로 펼치는 다양한 판촉 이벤트를 올 연말까지 가입자 50만 명 유치를 목표로 내 세웠다.

베이징통신에서 발표한 최신 자료에 의하면 9월 1일 현재 베이징 지역에 구축된 기지국이 5,600개, 커버면적이 380km<sup>2</sup>에 이르며 4환(环)내에서는 어디서나 모두 신호가 가능하다고 한다.

베이징통신 마케팅부 경리 리리토우(李立涛)는 베이징에서는 이미 9만 명 이상의 쇼링통 유저를 확보하였는데, 그 발전 속도는 "기적"에 가깝다고 밝혔다.

쇼링통의 6개월간 발자취를 돌이켜 보면 여러모로 상황이 매우 힘들었다.

네트워크를 구축하면서 쇼링통 번호를 제공하였으며 정책과 시장도 매우 준엄하였다.

이런 상황에서 쇼링통은 반년만에 10만 명에 가까운 가입자를 유치하여 베이징 통신업무 판매의 신기록을 창조했다.

베이징통신은 매월 1,000여 개 기지국 구축을 목표로 네트워크 구축을 추진하고 있다.

이번 대회에서는 69개 에이전트 업체 외 량쑤(朗讯), 캉자(康佳)등 8개 휴대폰 제조업체들이 참석하였으며, 14가지 최신 쇼링통 휴대폰이 전시되었다.

(자료: <http://www.mc21st.com/information/market/showmp.sap?id=735>)

## 2003년 중국 국제네트워크문화엑스포 베이징에서 개최

"2003년 중국 국제 네트워크 문화엑스포"가 오는 10월 23~26일 베이징 스키탄(世紀坛)에서 개최될 예정이다.

이는 중국에서 처음으로 "네트워크 문화시장을 번영과 정보문화산업 발전"이라는 주제로 개최하는 대형 전시회이다.

이번 전시회는 문화부, 국무원 정보판공실 및 베이징 시 정부에서 연합으로 주최하며, 신식산업부 및 차이나텔레콤이 협찬하고, 차이나텔레콤과 베이징 거화(歌华)문화발전회사가 전담한다.

네트워크 장비업체, 콘텐츠 제공업체, 게임업체 및 PC방 등 네트워크 관련업체들이 이번 전시회에 참가한다.

처음으로 국가 정부에서 연합하여 개최하는 네트워크 문화엑스포로서 이번 대회는 중국 IC산업을 발전시켜야 한다는 테마를 내놓았다. 그러나 여기서 말하는 IC는 사람들이 보통 이해하는 칩 산업이 아닌 정보 콘텐츠(Information Content)산업을 말한다.

정보 콘텐츠산업의 첫 번째 의미는 네트워크 콘텐츠(Internet Content), 다음은 네트워크문화(Internet Culture), 그 다음으로는 사람들이 보통 말하는 PC방(Internet Cafe)을 포함한 하류(下游)산업이다. 한국, 일본 및 대만 지역에서는 이 산업을 콘텐츠산업이라고 정의하고 있다.

이 산업은 정보기술과 전통적인 문화산업을 결합하여 시장화를 통해 관련 산업구조를 형성할 것이다.

이 산업의 가치는 데이터화를 핵심으로 하는 콘텐츠 생산, 판매, 서비스 산업구조를 형성하는데 있다.

이 산업은 문화, 예술, 과학기술, 교육, 엔터테인먼트 등을 포함하는 동시에 콘텐츠 저장, 전송, 전환기술개발 및 하드웨어, 소프트웨어의 연구제작도 견인하고 있다.

신규 IC산업의 전시창구 역할을 하게 될 이번 전시회에서는 네트워크문화를 전파하고 이에 대한 토론을 진행한다. 뿐만 아니라 기타 관련 산업의 네트워크 콘텐츠, 온라인게임 등 면에서의 발전 동향과 새로운 상업모델도 제시하게 된다. 또한 세계 각국의 정보문화제품을 위해 넓은 전시 플랫폼을 제공하고, 국제 네트워크콘텐츠를 위해 양호한 교류공간을 창조하며, 세계 각국의 정보문화업체들에 넓은 발전계기를 마련해줄 것이다.

동시에 국제 선진 콘텐츠 산업개념을 종합한 기반에서 완전히 중국에서 독자적으로 제조한 IC산업개념을 제출한다.

전시회 개최 소식이 발표된 후 한국, 일본, 미국 등 많은 국가의 100여 개 업체들이 전시회 참여협의를 체결하였으며, 부스예약도 활성화를 보이고 있다.

(자료: <http://www.hyinfo.net/shownews1.asp?NewsID=6197>)

## 제1장 총칙

제1조 《중화인민공화국 상표법》(이하 《상표법》이라고 칭함)에 근거하여 본 조례를 제정한다.

제2조 본 조례에 지적된 상품상표 관련규정은 서비스상표에도 적용한다.

제3조 상표법과 본 조례에서 지적된 상표의 사용이란 상표를 상품, 상품의 포장, 용기 및 상품거래 문서에 사용하거나 또는 홍보, 전시 및 기타 상업 활동에 사용하는 것을 가리킨다.

제4조 상표법 제6조에서 반드시 등록상표를 사용해야 한다고 지적된 상품은 법률, 행정법규에 반드시 등록상표를 사용해야 한다고 규정된 상품을 가리킨다.

제5조 상표법 및 본 조례의 규정에 따라 상표등록, 상표평가심사를 완성하는 과정에 분쟁이 생겼을 경우 관련 당사자는 상표가 유명상표의 조건에 부합된다고 주장할 경우 상표국 또는 상표 평가심사위원회에 유명상표 인정을 신청할 수 있으며, 상표법 제13조 규정을 위반한 상표등록신청은 거부하거나 또는 상표법 제13조 규정을 위반한 상표등록은 취소할 수 있다. 당사자는 신청 시 반드시 상표가 유명상표에 부합됨을 증명할 수 있는 자료를 제공해야 한다.

상표국, 상표평가심사위원회는 당사자의 청구에 따라 사실여부를 조사한 후 상표법 제14조 규정에 따라 유명상표여부를 인정한다.

제6조 상표법 제16조 규정에 지적된 지리표지는 상표법과 본 조례 규정을 참조할 수 있으며, 상표 또는 집단상표 신청등록의 증명으로 사용된다.

지리표지를 증명상표로 등록하였으며 또한 해당 상품이 지리표지 사용조건에 부합될 경우 자연인, 법인대표 또는 기타조직은 본 증명상표 사용을 요구할 수 있으며, 본 증명상표 관리기구는 사용신청을 허가해야 한다.

지리표지를 집체상표로 등록하였으며 또한 해당

## CGW 법률과 정책

### 중화인민공화국 상표법 실시조례(1)

#### [차 례]

#### 중화인민공화국 상표법 실시조례(1) 제1장 총칙

중화인민공화국 상표법 실시조례(2)  
제2장 상표등록신청  
제3장 상표등록신청에 대한 심사

중화인민공화국 상표법 실시조례(3)  
제4장 등록상표의 변경, 양도, 등록연기  
제5장 상표평가심사

중화인민공화국 상표법 실시조례(4)  
제6장 상표사용관리  
제7장 등록상표전용권보호  
제8장 부록

상품이 지리표지 사용조건에 부합될 경우 자연인, 법인대표 또는 기타조직은 본 지리표지를 집체상표로 등록한 단체, 협회 혹은 기타 조직에 참여하겠다는 요구를 제출할 수 있으며, 해당 단체, 협회, 기타 조직은 내부 장정에 근거하여 회원으로 받아들여야 한다.

지리표지를 집체상표로 등록한 단체, 협회 혹은 기타 조직에 참여의향이 없을 경우 여전히 정상적으로 본 지리표지를 사용할 수 있으며 해당 단체, 협회, 기타 조직에서는 금지할 권리가 없다.

제7조 당사자가 상표대리조직에 상표등록신청 또는 기타 상표 관련 사항을 위탁할 경우 반드시 위탁서를 제출하고 대리 내용 및 권한을 명확히 밝혀야 한다. 외국인 또는 외국계업체인 경우 위탁서에 위탁인의 국적을 밝혀야 한다.

외국인 또는 외국계 업체의 대리위탁서와 관련 증명 서류의 인증, 인정수속은 대등원칙에 따라 처리해야 한다.

상표법 제18조에서 지적된 외국인 또는 외국계 업체란 중국에 상주지 또는 영업장소가 없는 외국인, 외국계 업체를 가리킨다.

제8조 상표등록을 신청하거나 기타 상표 관련 사항을 처리할 경우 반드시 중문을 사용해야 한다.

상표법 또는 본 조례에 따라 제출되는 각종 증거물, 증빙자료들이 외국어인 경우 반드시 중문번역본을 첨부해야 하며 첨부되지 않았을 경우 증거물, 증명자료들을 제출하지 않은 것으로 처리된다.

제9조 상표국, 상표평가심사위원회 사업인원이 아래의 상황 중 한 가지가 있을 경우 반드시 처리절차를 피해야 하며 당사자 또는 이해관계자가 회피를 요구할 수도 있다.

- 1) 당사자 혹은 대리인과 친척관계인 경우
- 2) 당사자 혹은 대리인과 기타 관계가 있어 공정성에 영향이 미칠 가능성이 있을 경우
- 3) 상표등록신청 또는 기타 상표 관련 사항의 처리와 직접적인 이해관계가 있을 경우.

제10조 본 조례의 별도 규정 외 당사자가 상표

국 혹은 상표평가심사위원회에 제출한 서류 혹은 자료의 출시일은 당사자가 직접 교부했을 시 교부날짜를 제출일로 정하고 우편으로 송부했을 경우 우편 소인일자를 기준으로 한다.

소인일자가 명확하지 않을 경우 상표국 혹은 상표평가심사위원회에서 실제로 받은 일자를 제출일로 정한다.

그러나 당사자가 실제 발송일 증거를 제출할 수 있는 경우는 제외한다.

제11조 상표국 또는 상표평가심사위원회의 각종 서류는 우편, 직접 배달 또는 기타 방식으로 당사자에게 송부되며 상표대리조직에 위탁했을 경우 상표대리조직에 송부되므로 당사자에게 송부된 것과 동일시한다.

상표국 또는 상표평가심사위원회가 각종 서류를 당사자에게 우편 배달했을 시 당사자가 실제로 받은 날을 기준으로 하며 우편 도착일이 명확하게 표시되지 않았을 경우 우편은 서류 발송일부터 만 15일을 기준으로 당사자가 받은 것으로 취급한다.

직접 발부했을 경우 당일을 기준으로 하며 우편 배달 또는 직접 발부가 불가능할 경우 공고문형식으로 당사자에게 알리며 공고 발부일로부터 만 30일을 기준으로 이미 발송된 것으로 취급한다.

제12조 상표국제등록은 중국이 가입한 관련 국제조약에 근거하여 처리된다. 구체적인 방법은 국무원 공상행정관리부의 규정에 따른다.

계속...

※ CHINA GAME WEEKLY 자료제공	
 DONGGUK UNIVERSITY	<b>동국대학교 중국산업경제연구소</b> http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icie TEL: 054-770-2475 / FAX: 054-773-6002
	 高華偉業