

中国の商標法の歴史・現状・発展

曲 三 強
孫 友容(訳)

要旨：中国の商標法は、誕生してからの32年間に3回の法改正を経ており、いずれの法改正も歴史的な進歩である。本稿は、中国の商標法の歴史的な歩みを回顧し、その現状を紹介した上で、第3次法改正の重要な内容と、それがもたらす変化に関する分析に重点を置くこととする。さらに、本稿はこれらに基づき、中国の商標法の将来的な発展にあたって、商標法の価値に対する位置付けを民法や私法の価値に対する位置付けと一致させ、商標法制度の完備を維持し、商標戦略を全面的に実施することにより、中国を創造型の世界強国にするという目標を早期に実現すべきであると主張する。

キーワード：商標法、登録商標、第3次法改正、商標専用権

I. 商標法の歴史

1. 近代以来の商標法の発展

中国の古代社会において、統治者には根深く揺るがしがたい重農抑商の観念があり、全体的な私法が欠缺していたため、商標の保護にとって必要な政治的支持と制度的基礎が欠けていた。近代に至り、1902年に、中英続議通商行船条約に関する交渉過程において、イギリス側は中国に商標の保護に関する法律を制定するよう強く求めた。その後の中米や日中の続議通商行船条約にも、同じような条文が埋め込まれた。これらの不平等条約を実施するために、清朝政府は、1904年に中国の歴史上初の商標法——商標登録試弁章程（「商標注冊試辦章程」）を公布し、これによって中国の商標法制度の発展の道が切り開かれた。商標登録試弁章程はその後の中国の商標立法に、完全な体系を擁する標本を提供した。北洋政府が1923年に制定

した商標法とその施行細則は、まさにこの商標登録試弁章程を元に、当時の在中國イギリス大使館が立案した条文を参照しながら起草を完成させたものである。この商標法を施行するために、北洋政府は1923年に中国の歴史上初の商標局を設立した。南京国民政府は、その成立の初期に北洋政府の1923年商標法を暫く援用していたが、その後、商標法の国内施行の経験をまとめ、外国の立法例を参照した上で、1930年に新しい商標法と商標法施行細則を制定し、公布した。もっとも、その実体的な内容には、北洋政府の商標法に比べて実質的な変化は見られない。民間の商工業の業者等の要求に応じ、南京国民政府は、1935年と1940年に商標法改正を行うことによって、商標の構成要素・商標専用権の範囲・保護の手続等を当時の社会経済の発展の需要に合致させるようにした。1949年以降、同法は台湾で適用し続けられ、数多くの法改正が行われた。

2. 中華人民共和国における商標に関する最初の法規定

中華人民共和国はその成立の1949年以降、それぞれ1950年代と1960年代において商標の管理に関する法律規範を制定したことがある。政務院は1950年に、国民党政府の商標局が認めた登録商標を処理するための手続規定および商標登録暫定条例を公布し、また、同年に商標登録暫定条例施行細則の施行を許可した。同条例においては、任意登録主義が採用され、登録することで商標の専用権を取得するようになっていた。もっとも、国務院は1963年に、1950年の商標登録暫定条例の代わりに、商標管理条例を制定し、全面的な登録制を採用し、未登録商標の使用を一切禁止するようにした。また、暫定条例が商標専用権を定めたのに対し、新条例は「専有的使用」や「権利」に言及していない。この新条例の目的は、商標に対する管理を強化し、企業による保証を促進し、商品の品質を向上させることにあるが、当時有効な消費者保護法等の経済法が欠けていた中で、市場の力ではなく計画経済に依存するこの目的は実現されがたいものであった。さらに、文化大革命の中で、商標登録機関が撤廃され、輸出商品や外国企業の商標については中国国際貿易促進委員会が代わって処理することにな

り、「中央工商局」の印鑑までも同委員会が使用することになったため¹、1977年になってようやく商標管理に関する法的規制を回復させることになった。前記の規定から、中華人民共和国が成立してからの30年間、経済体制の関係やソ連の影響で、商標は、私人の財産権の客体と真に見られたことはなく、せいぜい行政管理の道具にすぎなかったことがわかる。

3. 改革開放以来の商標法の制定と発展

1980年代初期、改革開放政策の推進により、貨幣経済がよみがえり、対外貿易が発展し続けるにつれて、商標に対する保護は、その内在的な需要が生じ、かつ、外部からの圧力を受け続けたため、中華人民共和国の法整備過程における回避できない議題となった。1978年に国家工商行政総局が設立され、商標の管理に関する整理整頓を担当し、できるだけ迅速に統一的な登録制度を復活させようとした。そこで、一年間にわたる全国的な商標整理登記により、有効な商標が32,589件（うち外国商標5,130件）であることが確定した²。1979年7月7日に締結された「中華人民共和国とアメリカ合衆国貿易協定」6条は、両国の法人と自然人が、互恵に基づき、互いの法律や規則に従って商標登録を出願し、互いの領土内におけるこれらの商標の専用権を取得することができる、と定めた。中米双方は、各自の法律に基づき、かつ、国際的な慣習を適宜参照しながら、なるべく互いの法人または自然人に特許と商標の保護を与え、かつ、このような保護を自国民に与えるものと同じようにする、ということについて合意した。

1982年全国人民代表大会常務委員会は、中華人民共和国初の商標法であり、中華人民共和国初の知的財産に関する単独法でもある中華人民共和国商標法を可決した。1982年商標法は、国内外のオブザーバーから、中国の商標分野における調整手段への顕著な突破口と見られ、私有財産権を確立し、商標の専用権に法的保護を与えた。

¹ 侯麗葉「《商標法》頒布30周年回顧」知識産権2012年第7期

² 侯麗葉「《商標法》頒布30周年回顧」知識産権2012年第7期

II. 商標法の現状

商標法は、商標権者の利益のみならず、消費者の利益にも密接に絡んでいる。商標は、企業にとって市場競争における直接のゲーム・ポイントだけではなく、国際貿易にとってトラブルを引き起こし得る問題でもあるため、商標に関する立法や商標に対する保護が広く注目される。

商標法は1983年に施行されてから、すでに計3回の法改正が行われた。1回目は1993年2月に行われ、その主な変更点は役務商標の保護を加えたことと、不当に登録された商標の取消制度を確立したことである。2回目は2001年10月に行われ、その主な変更点は著名商標に対する保護とその認定の規則、団体商標・証明商標・地理的表示に対する保護、自然人も商標登録の出願人になり得ること等を定め、商標に対する保護を強化したことである。これらの2回の法改正は基本的に成功しており、知的財産権の一種である商標権の創造・権利行使・保護・管理や、経済と社会の発展への促進のために重要な役割を果たした。もっとも、同法の第2回の改正以来、中国が直面する国内外の情勢は大きく変化したため、2回の改正に関わる規定を含む商標法規定の一部は、もはや新しい情勢や、改革開放と経済の発展に適応できなくなってきた³。そこで、商標法に対する第3次法改正は、2013年8月30日に、第12回全国人民代表大会常務委員会の第4回会議が「中華人民共和国商標法の改正に関する決定」（「關於修改『中華人民共和国商標法』的決定」）を公布することによって行われた。

具体的に言えば、2003年末、中国の立法機関は商標法改正のプロセスに再び着手する。2004年から2008年までの間に、「商標法（改正案）」（意見募集案）の原稿10件以上が起草され、その結果として、2009年11月18日に、工商総局の局務会の審議を通過した「商標法（改正案審議用原案）」（「商標法（修訂送審稿）」）が、正式に国務院に提出され審査を仰ぐことになる。2011年9月1日、「中華人民共和国商標法（改正草案意見募集案）」（「中華人民共和国商標法（修訂草案征求意见稿）」）は国務院法制辦公室に全文で公表される。2012年12月24日、「商標法（改正草案）」（「商標法（修正案草案）」）は初めて全国人民代表大会常務委員会第30回会議による審議のため

³ 「全国人大常委首次審議商標法修正案草案」 中華商標2013年第1期

提出され⁴、さらに、2013年8月30日に、第12回全国人民代表大会常務委員会第4回会議が、『中華人民共和國商標法』の改正に関する決定』を公布する。よって、商標法の第3回の法改正が完成した。この新たに改正された商標法は2014年5月1日より施行されている。

商標法改正案は商標法に対して53箇所の改正を行い、改正後の商標法条文は元の64ヶ条から73ヶ条に増えた。今回の商標法改正の目的は、「商標権帰属の確定に関する手続が複雑であることによって商標登録の審査期間が長引いてしまうこと、悪意のある出願や異議申出に対する打撃における実施可能性の向上が強く望まれること、商標権侵害行為に対する処罰の強度がもはや社会や経済の発展に対応できなくなっていること、商標登録の手続が国際的な慣習との間に未だ隔たりがあること」、といった問題を解決するためである⁵。そこで、同改正の主な内容は以下の通りである。すなわち、商標登録可能な標識の類型を増やすこと、商標における異議申出制度や著名商標に対する保護の制度を完備させること、登録商標専有権を侵害する行為の類型を増やすこと、懲罰的損害賠償制度を導入すること、法定の損害賠償額を引き上げること、商標出願代理に関する業務規則を定めること、業界の自律を強化すること、違法行為の法的責任を明確化すること、などである⁶。

Ⅲ. 商標法改正がもたらす変化

商標法の第3次法改正は、顕在化した目下の3種類の問題について、積極的に対応した。第一に、出願者による商標登録にさらなる便宜を与えることであり、第二に、市場における公平な競争秩序をよりよく維持することであり、第三に、商標専有権に対する保護を一層強化することである。

⁴ 「全国人大常委会首次審議商標法修正案草案」中華商標2013年第1期

⁵ 左玉茹「〈商標法〉征求意见稿之短長」電子知識產權2011年第2期

⁶ 金武衛「〈商標法〉第三次修改回顧与総結」知識產權2013年第10期

1. 出願者による商標登録にさらなる便宜を与えることについて

(1) 商標登録可能な範囲の拡大

商標権の客体の範囲に対する改正は、新商標法がもたらした重大な変更の1つである。改正法は、視覚的要件を削除し、その8条に音声等の標識が登録可能であるという規定を増設した。海外において、消費者に熟知されているノキア社やインテル社の特有の音声標識は、アメリカやシンガポール等の国で商標登録することに成功している。アメリカ全国放送会社のNBC三音階は、アメリカ特許商標庁で初めて登録した音声商標であり、ヤフー社の「Yodel」は、インドが2003年に音声商標の登録を認めてから初の登録に成功した例である⁷。将来、中国において、音声標識で商品や役務を区別する現象が大量に現れることが予測される。したがって、同改正は、商標法を時代の需要により適応できるように改正し、先見の明があり、国際的な傾向と整合させることに必然的な結果であるということができよう。ちなみに、修正草案の段階では、単一色彩の商標も加えられていたが⁸、改正商標法はこのような意見を取り入れなかった。

(2) 「一標多類」の申請方法に関する規定

改正商標法22条2項は、「商標登録の出願者は、1つの出願を通じて多数の分類に属する商品について同一の商標を出願することができる」と定めている。「一標多類」は、中国の商標登録制度を国際的なルールと整合させるための重大な変更の1つである。この制度を導入する趣旨は、出願者による同一商標について多分類での出願に便宜を提供するためである。これは、規模の大きい、多分類にまたがる経営を行う、かつ防衛的な商標登録を重視する企業を保護することに有益である。

(3) 商標登録の異議申出制度の完備

改正商標法は、従来の異議再審査制度に対して部分的な調整を行った。具体的に言えば、被申立人にとっては、商標権帰属の確定における障害が少なくなり、異議中の商標に対する権利を素早く獲得できる。一方、申出

⁷ 楊延超「面对音声商標，我們準備好了嗎」檢察日報2013年1月18日第5版

⁸ 「中国商標法修改動向」中国專利与商標2012年第4期

人にとっては、異議が不成立と認められた場合、もはやこれに対する再審査を求める権利を有しなくなる。また、改正商標法33条は、相当な理由に基づいて異議の申出をすることができる主体について、従来の「あらゆる者」を「当該商標登録が自らの先使用権を侵害すると主張する先使用権者または利害関係者」に改正した。これらの改正により、一定の程度において、悪意のある一部の異議申出を防ぎ、すなわち他人が異議制度を利用して商標登録の期間を意図的に引き延ばすことを防ぐことが可能になった。

(4) 商標登録審査と事件審理の時限に関する規定の増設

改正商標法34条から54条までの規定は主に以下のことを定めている。すなわち、登録出願中の商標について、商標局は、商標登録出願の書類を受領した日から9ヶ月以内に審査を完了しなければならない。もっとも、一方の当事者にのみ関わる商標権帰属の確定に関する事件について、審査期間を9ヶ月延長し、双方の当事者とも関わる商標権帰属の確定に関する事件について、審査期間を12ヶ月延長した。また、特殊な事情によってさらに延長する必要がある場合、国务院の工商行政管理機関の許可を得た上で、さらに3ヶ月ないし6ヶ月延長することができる。他方、新設の条文は、商標登録の審査や事件の審理の期限について制限を設けることによって、商標登録の期間が長すぎ、当事者の権利に影響を及ぼしているという当面の状況を改善することができるとともに、商標権獲得までの期間に対する予測可能性を高めた。

2. 市場における公平な競争秩序をよりよく維持することについて

(1) 信義則条文の増設

改正商標法7条は、「商標を登録出願や使用するにあたって、信義誠実の原則を遵守しなければならない」という規定を増設した。民事行為が遵守すべき基本的な原則を改正商標法に明文で書き込むことの目的は、市場にある主体が商標に関する活動を行う際に信義則を遵守することを提唱し、かつ、当面日増しに猖獗している商標の抜け駆け出願という行為を規制するためである。同条文は今後、商標権帰属の確定および権利の保護に関する事件において一般条項として適用され得る。

(2) 著名商標の保護制度の完備

改正商標法は著名商標の使用とその保護についてかなり全面的かつ明確に定めている。法13条は、「関係する公衆に熟知されている商標であり、これを有する者はその権利が侵害されたと考える場合、本法の規定に従って著名商標に対する保護を求めることができる」と明文で定めている。また、改正商標法は商標局、商標審査委員会、法院が著名商標を認定する際の具体的な手続をも定めている。特に、法14条は、「著名商標については、当事者の請求により、商標に関する事件の処理にあたって認定する必要がある事実として認定を行わなければならない」と強調している。さらに、改正商標法14条と53条によると、生産者・経営者は、「著名商標」のような文字を、商品または商品の包装・容器に用いたり、あるいは広告宣伝や展覧その他の商業活動において用いたりしてはならず、これに違反した場合に10万円の過料を科されることになる。

(3) 未登録商標に対する保護の強化

改正商標法は、その15条に2項を加え、「同一分類の商品または類似する商品について登録出願した商標は、他人が先使用している未登録商標と同様であるまたは近似しており、かつ、出願者は当該他人との間に前項規定以外の契約・業務取引関係その他の関係を有し、他人の商標の存在を明確に知っており、さらに、当該他人は異議の申出をする場合、登録を拒絶しなければならない」と定めている。この規定の主な目的は、他人がすでに先使用している商標について抜け駆け登録をする行為を防止するためである。この改正により、従来の規定より一歩進み、すでに使用されているが登録こそされていない商標に対する保護の強度を高め、頻発している商標の抜け駆け登録の現象をある程度より有効に抑制することができるようになった。

(4) 商標出願の代理行為の規範化

改正商標法19条、20条は、商標出願の代理組織が商標出願の代理業務に従事する際に遵守すべき信義則の具体的な内容を例示し、商標出願の代理業界の組織が、その業界の自律的な規範に違反した会員に対して懲戒処分を課して信用記録に記入することができるという規定を増設した。また、

法68条は、商標出願の代理組織または代理人が信義則に反し、依頼人の適法な利益を侵害した場合、法律に従って民事責任を負わなければならないと定めている。これらの新設条文は商標出願の代理組織等業界の自己規制や良好な発展に有益であろう。

3. 商標専用権に対する保護を一層強化することについて

(1) 商標権侵害の構成要件の調整

改正商標法57条は商標権侵害の構成要件について調整を行い、商品と商標が完全に同一である場合と近似や類似の場合とを区別すると同時に、混同要件を導入し、さらに、「幫助的な権利侵害」に関する規定を増設した。

(2) 商標と企業名称の処理アプローチの明確化

改正商標法は、商標と企業の名称が衝突した場合の法的適用を明確化した。具体的には、法58条によると、「他人の登録商標、未登録の著名商標を企業の名称の中の屋号として使用し、公衆に誤認させ、不正競争行為に該当する場合、『中華人民共和国反不正当竞争法』に従って処理する」。

(3) 正当な使用の範囲の明確化

改正商標法59条は、識別性を欠いている標識や立体標識の正当な使用の問題について以下のように定めている。第一に、「登録商標の中に当該商品の普通名称、図形、型番が含まれる場合、あるいは商品の品質、主な原材料、機能、用途、重量、数量その他の特徴を直接に表示する場合、または地名が含まれる場合、登録商標の専用権者は他人の正当な使用を禁止することができない」。第二に、「立体標識の登録商標の中に含まれる商品そのものの性質による形状、技術的な効果を獲得するために必要である商品の形状、または商品に実質的な価値を与えるための形状について、登録商標の専用権者は他人の正当な使用を禁止することができない」。

(4) 挙証不十分の効果の明確化

改正商標法63条2項は被告の挙証が不十分である場合の効果を決めている。すなわち、「人民法院は、損害賠償の金額を確定するために、権利者が挙証に全力を尽くしたが侵害行為に関する帳簿と資料が侵害者の把

握の下にある場合、侵害行為に関する帳簿と資料を提出するよう、侵害者に命じることができる。侵害者が提出しないまたは虚偽の帳簿と資料を提出する場合、人民法院は権利者の主張とその提出した証拠を参照して損害賠償の金額を確定することができる」。この規定は、侵害者の挙証に対する一種の督促であり、事件の事実の究明ないし正しい認定にとって有益であろう。

(5) 民事賠償基準の細分化

改正商標法は商標権侵害に関する民事賠償の計算基準を細分化した。改正商標法60条は、行政上の調停・損害賠償手続を改善し、行政訴訟の提起のほかに、「商標専用権侵害における損害賠償の金額に関する争いについて、当事者は事件を処理する工商行政管理機関による調停を求めることができる」と定めている。さらに、法63条はいくつかの場合の損害賠償の計算方法を明確化した。まず、損害賠償を計算する順番を確定し、すなわち侵害行為によって権利者が被った実際の損害、侵害行為によって侵害者が獲得した利益、商標権使用料の倍数という順番に従って確定する。次に、悪意のある侵害行為に対し、通常の損害賠償額の1倍から3倍という懲罰的な損害賠償を命じることができると定めている。さらに、法定の賠償額の上限を300万元まで引き上げた。

IV. 商標法の発展

西洋の学者によると、中国の商標法は、西洋の商標法理論を直接に継受した産物であり、中国経済の発展に基づく自然な制度的需要に対応しておらず、かつ、中国の伝統的な制度や文化を受け継いだものではないため、断層的な印象を与え、その運用は常に満足のいかない結果に至ってしまう。制度の継受における断層は中国の商標法理論の研究不足をもたらし、また、一方的に西洋または国際条約の条文を継受することは商標立法の正当性の欠如を招来する。商標法に関する作業は未だに主に法制定と法改正に集中しており、商標の正当性を十分に理解して論証されないまま、国際条約との同調性を追求することに没頭すると、将来の改正の際に相変わらず多数の課題が残され、かえって海外からの批判を浴びることになってしま

う⁹。

目下の中国の商標法による商標権に対する保護は、「管理の強化」をその主たる目的とし、その基礎的な位置付けは商標管理法であり、商標法の立法趣旨から各具体的な制度の設計まで、至る所において行政的な管理という色彩が強い。このような立法精神は、商標法の本質的な属性に反し、市場経済の発展を妨げ、国際的な規範と一致していない。したがって、「商標管理の強化」を主な価値とするという中国の商標法の長期にわたる固有の現状を如何に改変し、商標法の新たな価値システムを如何に構築するかが重要な研究テーマの1つとなる¹⁰。

社会や経済の活動に本質的な変化が起これつつあるにつれて、中国の現行商標法は、その立法理念と立法技術における欠陥が日々顕著化している。立法者がこれらの欠陥について2回の調整を行ったものの、基本的な理念と構造は改変されていない。したがって、新しい商標法の改正作業では、局部の整備に留まるべきではなく、基本的な問題に着眼して徹底的な変革を行うべきである。

中国の商標法は計3回の改正を経たが、その1条の規定は一貫して存続してきた。すなわち、「商標管理を強化し、商標専用権を保護し、生産者・経営者がその商品と役務の品質を保証することを促し、商標の信用を維持するために、かつ、これらにより、消費者・生産者・経営者の利益を保障し、社会主義の市場経済の発展を促進するために、この法律を制定する」という条文である。この文言から見ると、「商標管理を強化」……「するために」という文言を第一順位で例示することからわかるように、中国の現行商標法は、商標管理の強化という価値を中核的な価値としつつ、商標権の保護という法的価値にも配慮するものである一方、消費者の權益の保護や公平な競争の維持という価値への着目が薄い。このことは、計画経済体制が残した「持病」であり、現代の法整備に極めて馴染まない。これに対し、劉春田教授は、商標法の第3回の改正は、「その内部に入り」（「入乎其内」）、商標法制度の特別な法則を知り抜き、「その外部に出て」（「出

⁹ 李士林「重新審視商標法的哲学基礎」雲南大学学报法学版第26卷第1期

¹⁰ 姜宇思「論我国《商標法》價值定位的轉向与相關制度的修改」吉林大学修士學位論文2012年

乎其外」、個別機関による立法がもたらす思考上の制約を克服すべきであり、法改正は、民事立法の基本的な原則を堅守しつつ、行政機関の権力の拡張を有効に制限すべきである、と呼びかけている¹¹。経済体制の転換は、中国の商標法の位置付けにおいて必要な調整を求めており、計画経済時代の商標管理法から市場経済時代の権利保障法への転換である¹²。

商品経済が発達している国または地域であればあるほど、あるいは国際市場と緊密にリンクしている国または地域であればあるほど、グローバル経済という背景の下、国内における商標に関する公平競争の秩序の維持を重視する。また、これらの国または地域は、法的価値の確定について同じアプローチを採用する。すなわち、商標権者の権利に対する保護を基本手段として、良好かつ公平な競争関係の形成を促進し、もって商品経済の高度な発展をさらに実現させ、市場における消費者の権益を守ることを積極的に推進する、というのである。

中国の商標法の価値に対する位置付けは、民事法や私法の価値に対する位置付けと一致しなければならない。中国の商標法は民法の体系の一部であり、物権法や契約法と同じ地位を有する民事法であるべきである。したがって、その法改正の際に、民事法や私法の価値に対する位置付けを重視しなければならず、公平という価値を維持し、私権という価値を守ることに着目して、商標法の価値に対する位置付けを修正すべきである¹³。商標法は民法の原則を堅持すべきであり、また、民法の思想・方法・体系・制度を利用して商標法制度を見直し、統御すべきである。商標法の基本理論への尊重を前提として、商標という道具を十分に利用し、社会全体の福祉を向上させ、物資が豊かであり、分配が合理的であるという理想的な社会を目指すべきである。

¹¹ 劉春田「民法原則与商標立法」知識産権2010年第1期

¹² 鄧宏光「從公法到私法：我国〈商標法〉的必然轉向—以我国〈商標法〉第三次修訂為背景」知識産権2010年第3期

¹³ 姜宇思「論我国《商標法》價值定位的轉向与相關制度的修改」吉林大学硕士学位论文2012年

V. 終わりに

中国の商標法は誕生してからの32年間に、3回の法改正を経ており、いずれの法改正も歴史的な進歩である。未来を展望すると、商標法制度の完備を維持し、商標戦略を全面的に実施し、中国経済の発展方式の転換や中国の経済・科学技術・文化の全面的な発展に対する、商標法制度の歴史的な推進機能を十分に利用し、発揮するということが、中国を創造型の世界強国に築きあげるという目標を早期に実現することに資するものであろう¹⁴。

参考文献

- [1] 李順徳「継往開来 与时俱進—記念中国商標法頒布30周年」中華商標2012年第10期
- [2] 鄧宏光「從公法到私法：我国〈商標法〉的宬然転向—以我国〈商標法〉第三次修訂為背景」知識産権2010年第3期
- [3] 左玉茹「〈商標法〉征求意见稿之短長」電子知識産権2011年第2期
- [4] 劉春田「民法原則与商標立法」知識産権2010年第1期
- [5] 李士林「重新審視商標法的哲学基礎」雲南大学学报法学版第26卷第1期
- [6] 楊延超「面对音声商標，我們準備好了嗎」檢察日報2013年1月18日第5版
- [7] 「中国商標法修改動向」中国專利与商標2012年第4期
- [8] 郝廷飛「關於中国商標法第三次修改的幾点看法」企業導報2012年第24期
- [9] 「全国人大常委会首次審議商標法修正案草案」中華商標2013年第1期
- [10] 侯麗葉「《商標法》頒布30周年回顧」知識産権2012年第7期
- [11] 金武衛「《商標法》第三次修改回顧与総結」知識産権2013年第10期
- [12] 尚清鋒＝趙暉「私法視角下中国商標注册制度的價值回歸」知識産権2012年第11期
- [13] 鄧宏光＝周園「商標的未来發展—兼論中国《商標法》的第三次修改」華南師範大学学报社会科学版2011年第4期
- [14] 姜宇思「論我国《商標法》價值定位的転向与相關制度的修改」吉林大学修士学位论文2012年

¹⁴ 李順徳「継往開来 与时俱進—記念中国商標法頒布30周年」中華商標2012年第10期

- [15] 彭学龍『知識産権法新世紀初的若干研究重点』（法律出版社・2004）
- [16] ローレンス・ソルム（王凌雌訳）『法理詞彙：法学院学生的工具箱』（中国政法大学出版社・2010）
- [17] リチャード・A・ポズナー（金海軍訳）『知識産権法的経済結構』（北京大学出版社・2005）
- [18] 鄭成思『商標法的経済学分析』（北京大学出版社・2006）
- [19] ピーター・ドラホス（周林訳）『知識財産法哲学』（商務印書館・2008）
- [20] ウィリアム・P・アルフォート（李琛訳）『窃書為雅罪—中華文化中的知識産権法』（法律出版社・2010）

【訳者付記】

本訳は、文部科学省私立大学戦略的研究基盤形成支援事業（平成23年～平成27年度）「情報財の多元的価値と、創作・利用主体の役割を考慮した知的財産法体系の再構築」による研究成果の一部である。