

2025



# ZNAKI TOWAROWE W CHINACH

PARTNER WYDANIA



Polska Agencja  
Inwestycji i Handlu  
Grupa PFR

PORADNIK DLA  
AMBITNYCH  
PRZEDSIĘBIORCÓW

STRATEGIA · KREACJA · REJESTRACJA · OBRONA





## Spis treści

<b>Informacje ogólne</b>	<b>5</b>
Co to jest ZNAK TOWAROWY?	6
Dlaczego warto CHRONIĆ ZNAK TOWAROWY?	7
Jakie ryzyka niesie BRAK PRAWA OCHRONNEGO na znak towarowy?	9
Jak dobiera się produkty do ochrony pod daną marką? CZYM JEST KLASYFIKACJANICEJSKA?	10
<b>Znaki towarowe w Chinach</b>	<b>11</b>
Jakie znaki można zgłaszać do ochrony W CHINACH?	12
Jakie WARUNKI musi spełniać znak towarowy?	13
KTO powinien zgłosić znak do ochrony w Chinach?	14
DLACZEGO należy zarejestrować znak towarowy w Chinach?	14
<b>Chińska wersja znaku</b>	<b>15</b>
Czy działając w Chinach, muszę mieć chiński odpowiednik mojego znaku?	16
Jak stworzyć dobrą chińską markę - odpowiednik mojego brandu w Chinach?	17
O czym jeszcze MUSISZ WIEDZIEĆ?	19

## Procedura rejestracji znaku w Chinach 20

Jak wygląda procedura rejestracji znaku towarowego w Chinach?	21
Krajowy system rejestracji	21
MIĘDZYNARODOWY system rejestracji	23
Zgłoszenie bezpośrednio vs WIPO - CO JEST BARDZIEJ OPŁACALNE?	24
Ile kosztuje rejestracja znaku towarowego w Chinach?	25
Dlaczego dobór odpowiednich klas produktów i usług jest ważny?	25
Jak przedłużyć okres ważności znaku towarowego?	26
Ile klas można zgłosić w trakcie rejestracji znaku?	26
Czy rejestracja w Chinach oznacza rejestrację na innych terytoriach, np. w Hongkongu?	26
Odzyskanie znaku towarowego ukradzionego w Chinach	27

## Naruszenie praw do znaku towarowego w Chinach 28

Jak działać w przypadku (prób) naruszenia praw do znaku towarowego?	30
CO GROZI za naruszenie znaku towarowego w Chinach?	32

## Sprzedaż znaku towarowego w Chinach 33

JAK WYGLĄDA PROCEDURA przeniesienia praw do znaku towarowego w Chinach?	35
---	----





## Kim jesteśmy?

Jesteśmy pierwszym punktem kontaktu dla eksporterów i inwestorów, działającym na kilkudziesięciu rynkach świata. Doradzamy bezpłatnie na rzecz rozwoju i promocji polskiej przedsiębiorczości.

Naszą misją jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Działamy zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH).

**20+**  
lat doświadczenia

**70+**  
rynków

**200+**  
ekspertów

## Wspieramy rozwój i wizerunek polskich przedsiębiorców



edukujemy  
(m. in. webinaria,  
podcasty, szkolenia)



współpracujemy  
z administracją  
publiczną



łączymy  
z organizacjami  
wsparcia biznesu



współpracujemy  
z partnerami  
regionalnymi



organizujemy  
misje  
gospodarcze



weryfikujemy  
partnerów  
biznesowych

## Myślisz o ekspansji zagranicznej? Pora zacząć działać!

Pomożemy w:

- Analizie potencjału eksportowego i przygotowaniu strategii ekspansji,
- Weryfikacji kontrahentów i partnerów biznesowych,
- Poznaniu kultury biznesowej,
- Organizowaniu spotkań B2B z kontrahentami,
- Promocji biznesu.

## Skontaktuj się z nami



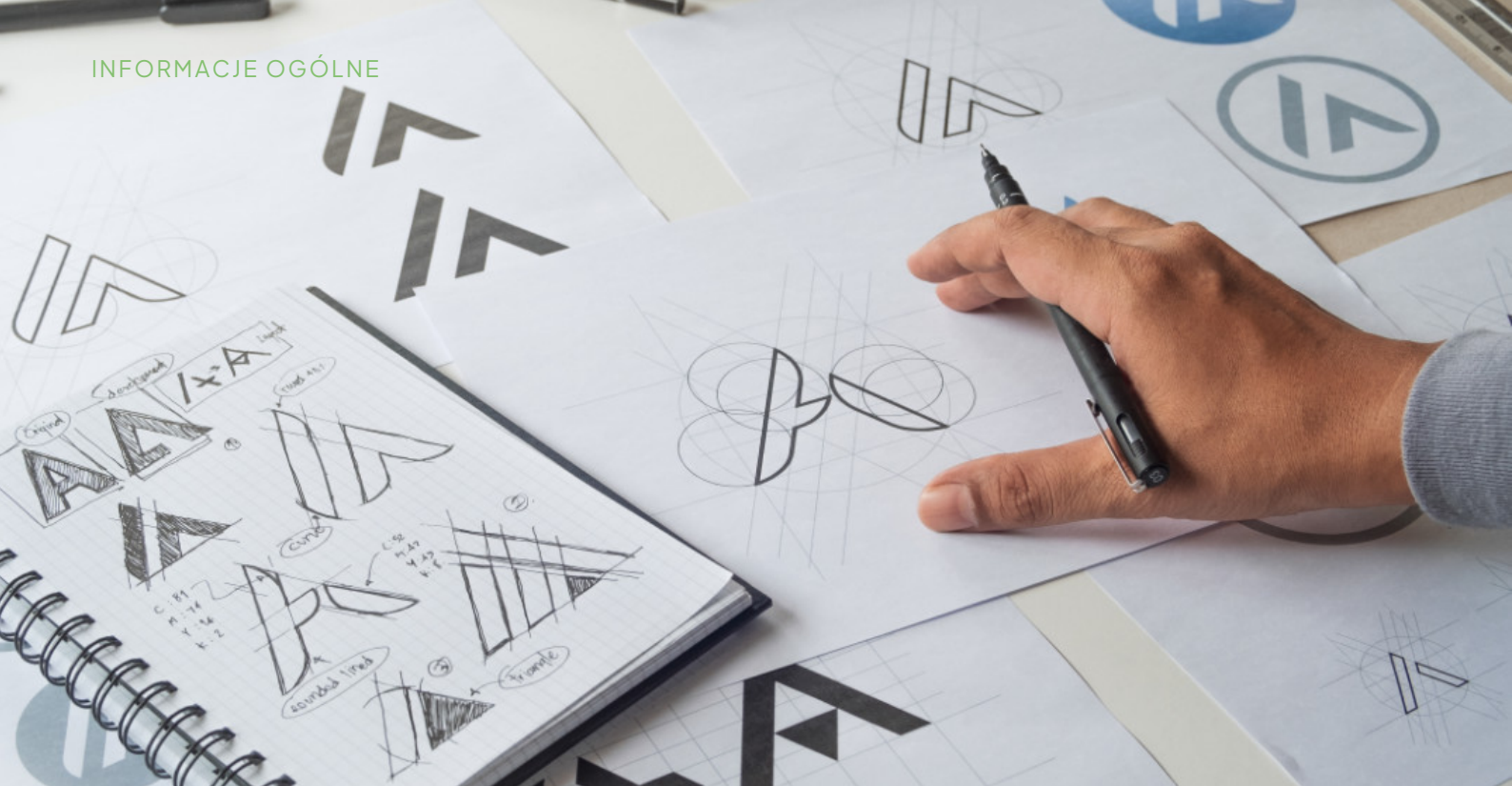
Formularz kontaktowy



china@paih.gov.pl

# Informacje ogólne





## Co to jest ZNAK TOWAROWY?

Znak towarowy to wykorzystywane od dekad w handlu specjalne oznaczenie, którego celem jest jednoznaczne identyfikowanie towarów i usług należących do jednego przedsiębiorcy i odróżnianie ich od oferty innych firm. Innymi słowy: celem utworzenia konceptu znaków towarowych jest udzielenie ochrony prawnej wyłączności na rynku na działanie pod daną marką.

Znaki towarowe to elementy kluczowe z punktu widzenia możliwości ekspansji, budowy wartości firmy, wizerunku i reputacji marki na rynku.

Znaki towarowe mogą przybierać **różne formy**.

Najczęściej stosuje się znaki: słowne, graficzne, słowno-graficzne, dźwiękowe, pozycyjne, przestrzenne czy multimedialne.



# Dlaczego warto CHRONIĆ ZNAK TOWAROWY?

- **Ochrona przed konkurencją, nieuczciwą konkurencją i podróbkami.** Rejestracja znaku towarowego daje przedsiębiorcy wyłączone prawo do używania go w obrocie gospodarczym na danym terenie i w ramach konkretnych produktów. Oznacza to, że żaden inny podmiot nie będzie mógł oznaczać swoich artykułów czy usług w podobny sposób. Jeśli natomiast wprowadzi do obrotu markę identyczną lub podobną, właściciel znaku towarowego będzie miał narzędzia prawne do zwalczania nieuczciwego naruszciciela.
- **Ochrona przed „złodziejami marki”** – dysponując marką zarejestrowaną na wyłączność, odbierasz pole działania „złodziejom marki”. Są rynki, gdzie proceder kradzieży marek jest wciąż popularny. Warto wiedzieć, że odzyskiwanie praw do znaku może być kosztowne i długie – taniej i szybciej jest zarejestrować ją z wyprzedzeniem.
- **Możliwość dochodzenia roszczeń.** Prawa wyłączne na znak towarowy dają jego właścicielowi nie tylko narzędzia prawne do walki z nieuczciwymi naruszcicielami, ale także prawo żądania zaprzestania nieuczciwych działań, odszkodowania za naruszenie, a nawet wydania przez sąd zakazu dalszego używania znaku.
- **Korzyści marketingowe.** Prawna ochrona znaku towarowego to także element budujący pozycję rynkową marki – jej zasięg i wartość ekonomiczną. Marka to jeden z najcenniejszych zasobów firmy.
- **Wzrost wartości firmy.** Znaki towarowe zwiększają wartość firmy poprzez postrzeganie jej jako bardziej wiarygodnej i profesjonalnej.
- **Większe zaufanie klientów.** Firma inwestująca w ochronę swoich znaków towarowych obdarzana jest większym zaufaniem przez jej klientów. W ten sposób prawa ochronne komunikują jakość oferowanego produktu czy usługi.
- **Możliwość rozwoju biznesu na rynkach zagranicznych.** Rejestracja znaku towarowego w Unii Europejskiej lub na innych kluczowych rynkach zagranicznych daje przedsiębiorcy możliwość ekspansji na te rynki oraz udzielania licencji na obrót towarami oznaczonymi daną marką lokalnemu partnerowi.
- **Możliwość sprzedaży lub licencjonowania znaku towarowego.** Zarejestrowany znak towarowy jest wartościowym aktywem, który można sprzedać lub licencjonować innym przedsiębiorcom oraz spółkom powiązanim z właścicielem znaku. Dzięki temu może on generować dodatkowe przychody.
- **Możliwość wejścia w najlepsze kanały dystrybucji.** To aspekt szczególnie ważny w Chinach. Wielu tamtejszych operatorów handlu elektronicznego i tradycyjnego warunkuje przyjęcie produktu do dystrybucji przedstawieniem świadectwa ochrony znaku. Oczekują także licencji uprawniającej lokalny podmiot do dystrybucji konkretnej marki. W ten sposób dana sieć handlowa lub plat-

forma e-commerce zapewnia lokalnym konsumentom pewność, że kupują produkt oryginalny, pochodzący z autoryzowanych przez producenta kanałów dystrybucji.


- **Ochrona graniczna znaku.** Jest to bardzo ważne i niedoceniane narzędzie kontroli importu i eksportu produktów oznaczonych znakiem towarowym. Dzięki temu narzędziu prawnemu właściciel znaku towarowego może zablokować nieautoryzowany import lub eksport oznakowanych artykułów.
- **Zabezpieczenie interesów importera na rynku zagranicznym.** Posiadając wyłączne prawa na znak towarowy na rynku zagranicznym, importer ma pewność, że inwestując w promocję danej marki na tym rynku, będzie jedynym podmiotem korzystającym z wartości marki.
- **Możliwość skorzystania z programów wsparcia eksportu lub programów pomocy w ekspansji.** Coraz częściej krajowe instytucje wspierając eksporterów, wymagają posiadania rejestracji znaków towarowych, by uczestniczyć w misjach gospodarczych.
- **Prawo pierwszeństwa do domeny.** Rejestracja znaku towarowego w wielu przypadkach ułatwia odzyskanie domeny internetowej. Dla przykładu – walcząc o domenę w Chinach, należy udowodnić, że jest się właścicielem lub posiadaczem praw do znaku towarowego, używanego w domenie. Posiadacz świadectwa rejestracji znaku towarowego ma zatem duże szanse na jej odzyskanie.
- **Przyciąganie inwestorów.** Prawo do ochrony znaku towarowego może być atutem, gdy będziesz szukać inwestora. Pokazuje to, że przedsiębiorca traktuje swój biznes

poważnie, inwestuje w niego i dba o jego ochronę prawną, a tym samym o zyski firmy.

- **Marka jako zastaw.** W wielu krajach, w tym w Chinach, znak towarowy może być przedmiotem zabezpieczenia, np. kredytu udzielonego przez bank.







## Jakie ryzyka niesie BRAK PRAWA OCHRONNEGO na znak towarowy?

Jeśli producent odwleka moment złożenia wniosku o ochronę swojego znaku towarowego, zgadza się tym samym na wiele możliwych naruszeń, powodując ryzyko uzyskania rejestracji takiego samego znaku przez osoby nieuprawnione i narażając się jednocześnie na poważne ograniczenia działania na rynku lub straty finansowe. Z tego właśnie powodu planując wprowadzenie nowej marki czy ekspansję na kolejny rynek, należy odpowiednio wcześniej zadbać o zabezpieczenie praw do znaku towarowego – najlepiej jeszcze przed faktycznym rozpoczęciem sprzedaży w wybranym kraju.

# Jak dobiera się produkty do ochrony pod daną marką? CZYM JEST KLASYFIKACJA NICEJSKA?

Przed przedsiębiorcą planującym zgłosić znak do ochrony stoi kilka decyzji do podjęcia – na przykład na jakich terytoriach zgłaszać znak, w jakiej kolejności, ale przede wszystkim jakie produkty zgłaszać. Dość często zdarza się, że po sukcesie rynkowym danej marki jej właściciel decyduje się wykorzystać jej znajomość do powiększenia udziałów rynkowych czy wejścia w nowy segment. Dobrym przykładem są tutaj kosmetyki. Początkowo linia może dotyczyć kosmetyków kolorowych, potem asortyment poszerza się o gamę produktów do pielęgnacji ciała, by na końcu pod daną marką promowane były też ubrania.

Gdy w momencie zgłaszania znaku właściciel firmy ma podobne plany, warto rozważyć zgłoszenie znaków we wszystkich klasach. Jest tylko jedno „ale” – w systemie ochrony znaków towarowych umożliwia się wygaszanie ochrony znakom nieużywanym, co oznacza, że zarejestrowanie znaku „na wyrost” w nowych kate-

goriach może skutkować koniecznością obrony nieużywanego znaku w przyszłości. Wiemy, jak temu zaradzić. Wyznajemy zasadę **#File1st®**, co w tym kontekście oznacza, że łatwiej znaku bronić, niż walczyć o jego ochronę.

Ustalając, jakie produkty mają być chronione pod daną marką, wskazuje się konkretną klasę, do której przynależą. Klasy odzwierciedlają system przyporządkowania produktów według przyjętej globalnie klasyfikacji towarów i usług. Wykaz ten często nazywany jest klasyfikacją nicejską towarów i usług. Został ustalony na mocy porozumienia nicejskiego z dnia 15 czerwca 1957 r. i jest zarządzany

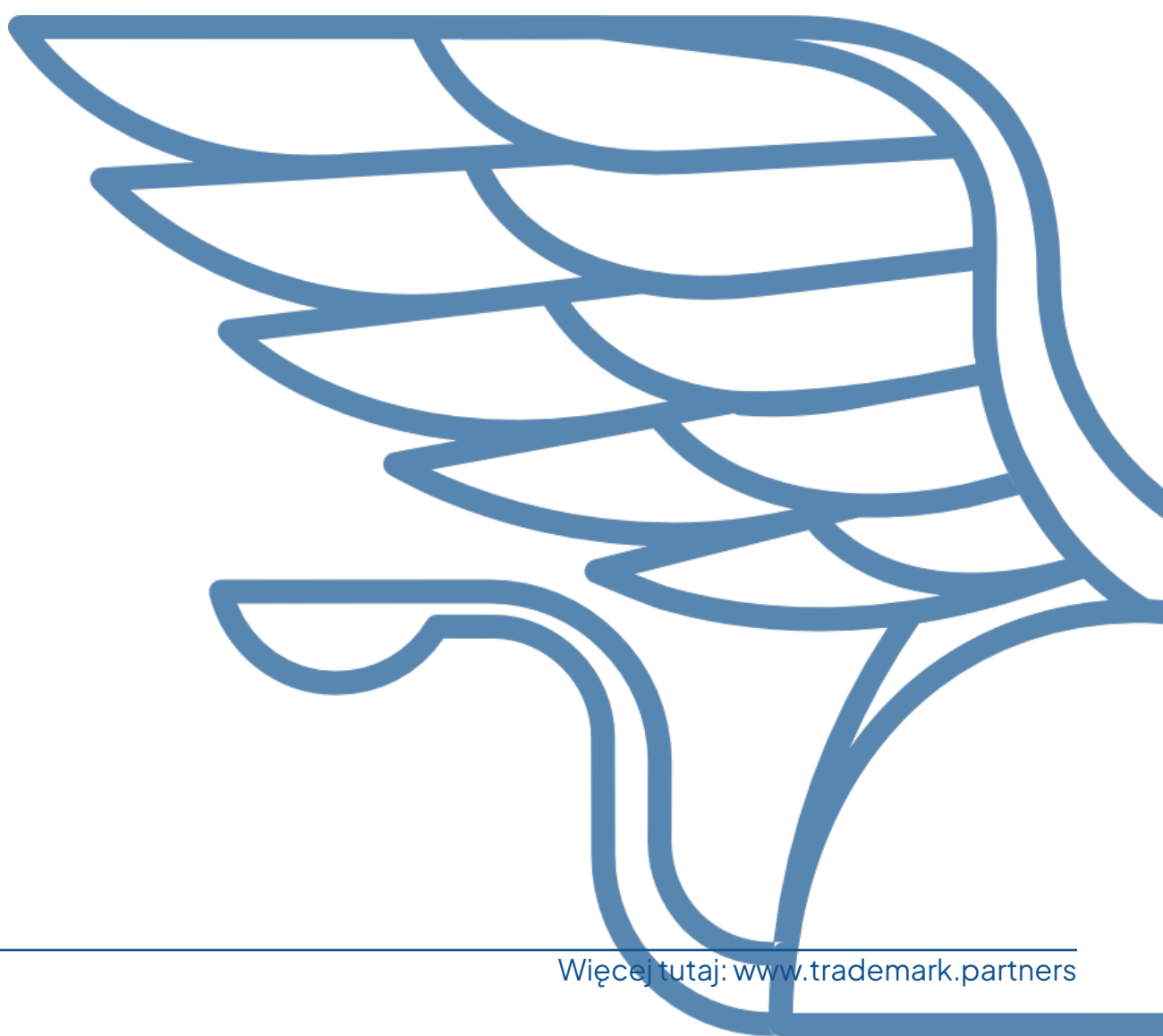
przez Światową Organizację Własności Intelektualnej. Dopasowaniem produktów do klas zajmuje się profesjonalny pełnomocnik, taki jak Trademark Partners, pomagający przygotować i złożyć wnioski o rejestrację marki w Chinach.

**Klasyfikacja nicejska**  
znaków towarowych zawiera  
45 klas zgłoszeniowych:

**34 klasy produktowe**  
oraz  
**11 klas usługowych.**

# #File1st®

# Znaki towarowe w Chinach



# Jakie znaki można zgłaszać do ochrony W CHINACH?

Najczęściej spotykanymi rodzajami znaków towarowych zgłaszanych w Chinach są:

- znaki słowne – zawierające łącińską lub chińską transkrypcję znaku albo obie jednocześnie,
- słowno-graficzne – zawierające element graficzny znaku wraz z łącińską lub chińską transkrypcją znaku albo oboma jednocześnie,
- cyfry,
- znaki graficzne (ikony, symbole, logo),
- domeny internetowe,
- dźwięki,
- unikalne kombinacje kolorów,
- trójwymiarowe kształty.

Zgłaszać można także znaki skomponowane jako kombinacje ww. elementów, przy czym całość musi być na tyle unikalna, by Chiński Urząd ds. Znaków Towarowych uznał ich charakter odróżniający i w konsekwencji przyznał ochronę.



# Jakie WARUNKI musi spełniać znak towarowy?

Aby skutecznie zarejestrować znak towarowy w Chinach, oznaczenie to powinno spełniać poniższe wymogi:

01

**Zgodność z prawem** – zgłaszany do ochrony znak towarowy musi spełniać wymogi lokalnego prawa. Między innymi nie może być identyczny ani podobny do nazwy lub flagi państwa, nazwy i logo chińskich agencji rządowych, logo i hymnu chińskiej armii ani konkretnych lokalizacji lub znanych budynków, będących siedzibą tego typu instytucji, do logo Czerwonego Krzyża oraz innych organizacji o charakterze międzynarodowym; ponadto znak nie może zawierać treści dyskryminujących którąkolwiek narodowość ani stanowić nadmiernej reklamy. Wszystkie te ograniczenia zwane są przesłankami bezwzględny odmowy rejestracji znaku.

02

**Charakter odróżniający** – znak towarowy powinien być łatwy do odróżnienia w ramach towarów lub usług jednego producenta od towarów lub usług innego podmiotu oraz nie może naruszać praw własności intelektualnej innego podmiotu. Czyli prościej – musi on być na tyle charakterystyczny, by Chiński Urząd ds. Znaków Towarowych uznał, że można mu udzielić ochrony, bo nie zachodzi ryzyko pomylenia tego znaku z innym znakiem z tej samej branży.

03

**Znak nie powinien być podobny do innego znaku o uznanej renomie i zasięgu rynkowym.**

04

**Znak nie powinien zawierać elementów opisowych czy mylić odbiorców co do swojego charakteru (znaki nie mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do charakteru, jakości, pochodzenia geograficznego lub innych cech towarów).**

05

**Dostępność** – znak towarowy musi być dostępny do rejestracji, co należy sprawdzić w oficjalnej bazie znaków krajowego Chińskiego Urzędu ds. Własności Intelektualnej (CNIPA), która zawiera informacje zarówno o już zarejestrowanych znakach towarowych, jak i tych wstępnie zaakceptowanych, aplikacjach odrzuconych oraz o innym statusie.

06

**Znak spełnia wszystkie pozostałe przesłanki pozwalające na udzielenie mu ochrony zgodnie z lokalnym prawem.**

# KTO powinien zgłosić znak do ochrony w Chinach?

Dopóki znak nie zostanie zarejestrowany w Chinach, w świetle tamtejszego prawa firma nie dysponuje w stosunku do niego żadnymi prawami ochronnymi. Z tego powodu konieczność rejestracji znaku towarowego dotyczy zarówno firm eksportujących produkty lub usługi na rynek chiński, jak i importerów zlecających produkcję bezpośrednio do chińskich fabryk, a także firm już działających lub planujących biznes z chińskimi partnerami.

## DLACZEGO należy zarejestrować znak towarowy w Chinach?

W przypadku rejestracji znaku towarowego w Chinach zastosowanie znajduje tzw. zasada „kto pierwszy, ten lepszy” (ang. first-to-file), zgodnie z którą tamtejszy urząd w pierwszej kolejności rozpatruje wnioski o rejestrację znaku złożony przez osobę, która pierwsza wystąpi z wnioskiem o ochronę. Z tej przyczyny wiele firm wciąż wpada w pułapkę niezarejestrowania swojego znaku towarowego odpowiednio wcześniej, co wystawia je na ryzyko licznych naruszeń.

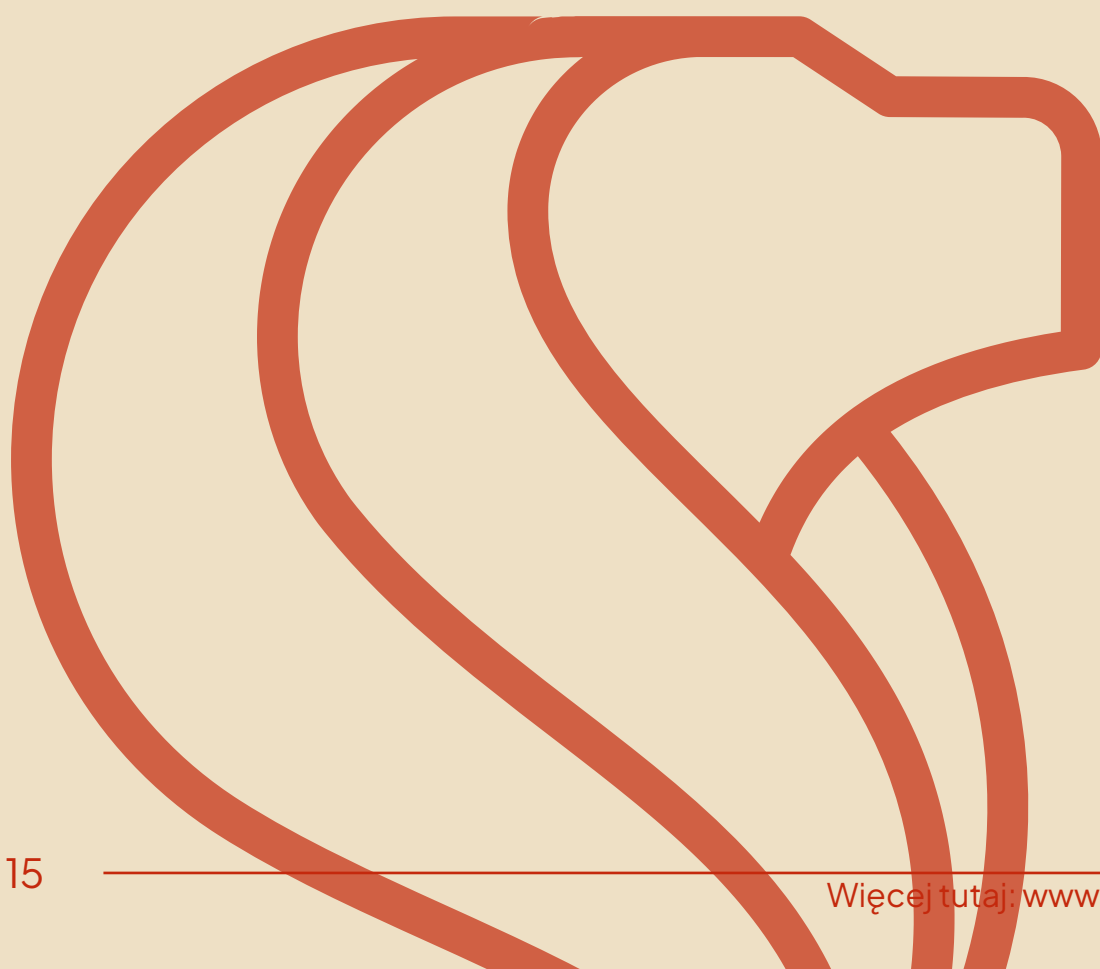
Nierzadko okazuje się, że firma, chcąc rozpocząć interesy z Chinami, nagle dowiaduje się, że jej znak towarowy **został już wcześniej zarejestrowany przez inną chińską firmę**. Tego rodzaju taktyczne rejestracje określane są jako tzw. rejestracje w złej wierze, ponieważ często okazuje się, że producent z Chin dokonuje rejestracji z bezpośrednim zamiarem jej późniejszego odsprzedania z dużym zyskiem. Jeśli zagraniczny przedsiębiorca nie zajmie się

rejestracją znaku towarowego w Chinach z wyprzedzeniem, w konsekwencji może to ograniczyć swobodę jego działalności. Możliwa jest sytuacja, gdy brak praw do znaku całkowicie wykluczy wejście na rynek chiński w przypadku eksporterów do tego kraju. Firmy importujące z Państwa Środka mogą być narażone na ryzyko, gdy posiadacz znaku zablokuje odprawę towarów sygnowanych tym logo w chińskich urzędach celnych.

To wszystko decyduje o tym, że jak najszybsza rejestracja znaku towarowego leży w bezpośrednim interesie zagranicznych producentów, pozostając najskuteczniejszym narzędziem bezpieczeństwa i ochrony znaków towarowych na rynku chińskim.

品牌中文名称

# Chińska wersja znaku



Ważną informacją dla zagranicznych producentów wchodzących na rynek chiński jest to, że rejestracja znaku towarowego zapisanego alfabetem łacińskim nie chroni go w pełni przed nieuprawnionym użyciem w języku chińskim.

Chodzi mianowicie o sytuację, gdy lokalny dystrybutor utworzy chiński odpowiednik marki, po czym zgłosi go do ochrony na siebie, a następnie wykorzystując międzynarodową reputację oryginału, wypromuje sobie „swoją” chińską wersję, stawiając producenta na strategicznie bardzo niekorzystnej pozycji, szczególnie w sytuacji zakończenia współpracy. Na rynku jest wiele przykładów takich przypadków.

Z tego i z wielu innych powodów, które szerzej tutaj opisujemy, rekomendowaną praktyką jest rejestrowanie również chińskich wersji zagranicznych znaków towarowych.

## Czy działając w Chinach, MUSZĘ MIEĆ CHIŃSKI ODPOWIEDNIK MOJEGO ZNAKU?

Chińskie prawo tego formalnie nie wymaga, pozostawiając swobodę wyboru przedsiębiorcy. Z wielu powodów dobrze jest jednak mieć chiński odpowiednik znaku. W tym miejscu szczególnie warto wymienić dwa z nich.

Pierwszym jest fakt, że Chińczycy posługują się na co dzień chińskimi znakami, a nie alfabetem łacińskim, co sprawia jednocześnie, że znacznie lepiej i szybciej zapamiętują nazwy chińskie niż te zapisane w oryginale.

Drugą, być może jeszcze ważniejszą przesłanką, jest to, że wszystkie raporty wyszukiwania w internecie pokazują, iż podczas wyszukiwania jakiejś marki w sieci Chińczycy zdecydowanie

częściej wpisują w przeglądarkę jej chińską nazwę. Wobec tego posługiwanie się tylko oryginalną marką pozbawia Cię jednocześnie szans na dotarcie do większej grupy klientów.





# JAK STWORZYĆ DOBRAŃ CHIŃSKAŃ MARKEŃ - odpowiednik mojego brandu w Chinach?

Powiedzmy to sobie jasno:

**Stworzenie silnej marki,**  
która miałaby dobre konotacje  
ze światem wartości Twojego  
brandu i produktu,  
**to sztuka.**

Tym większa, im bardziej wysublimowane są Twoja grupa docelowa i Twoja marka. Chińska nazwa, którą przyjmiesz jako chiński odpowiednik Twojej marki, musi być ponadto możliwa do zgłoszenia do ochrony, co czyni jej kreację bardzo wymagającym aktem sztuki słownej.

## Istnieje kilka popularnych strategii tworzenia chińskiego odpowiednika marki:

01

Nazwa marki ma podobne brzmienie do jej oryginału, ale posiada dodatkowe znaczenie, np. Coca Cola:

可口可乐®

(wymowa: kě kǒu kě lè), co można odczytać jako „posmakuj i poczuć szczęście” lub „skosztuj szczęścia”.

02

Nazwa marki ma zamierzone znaczenie, ale jej brzmienie jest inne niż w oryginale, np. Apple:

苹果

(wymowa: píng guǒ), co znaczy po prostu „jabłko”.

03

Nazwa marki brzmi podobnie, ale nie posiada konkretnego znaczenia, np. McDonald's:

麦当劳

(wymowa: mài dāng láo).

04

Nazwa marki jest wynikiem połączenia wyżej wymienionych metod – wówczas mogą w niej występować pewne znaki charakterystyczne dla danej marki, np.

星巴克

Starbucks:

(wymowa: xīng bā kè – **uwaga** literę ‘x’ należy czytać jako ‘s’)

Więcej superciekawych przykładów na to, jak tworzone są chińskie brzmienia marek, znajdziesz

TUTAJ

#File1st®

## O czym jeszcze MUSISZ WIEDZIEĆ?

Jeśli to nie Ty stworzysz chińską markę,  
to z pewnością zrobi to Twój dystrybutor,  
a Ty stracisz wpływ  
na jej brzmienie i znaczenie.

Jest ponadto prawdopodobne, że to on, a nie Ty,  
zgłosi znak do ochrony i zacznie budować jego  
popularność. W przypadku, gdy z biznesowych  
powodów rozstaniesz się z tym partnerem,  
to on zatrzyma swoją markę dla siebie.

Jeśli chcesz  
tego uniknąć,  
przyjmij kontrolę nad  
skomponowaniem brzmienia  
Twojej chińskiej marki i jej  
zarejestrowaniem jako  
pierwszy.

#File1st®

# Procedura rejestracji znaku w Chinach



# JAK WYGLĄDA PROCEDURA rejestracji znaku towarowego w Chinach?

Jeśli chcesz zgłosić znak do ochrony w Chinach, dostępne są dwie ścieżki rejestracji znaku towarowego – przedsiębiorcy mogą skorzystać z procedury krajowej lub międzynarodowej.

## KRAJOWY SYSTEM REJESTRACJI

Aplikacja w systemie krajowym to naszym zdaniem **najkorzystniejsza forma zgłoszenia**. Polega na złożeniu wniosku bezpośrednio do Chińskiego Urzędu ds. Znaków (CNIPA). Takie działanie **wymaga wsparcia profesjonalnego pełnomocnika**, ponieważ żadna zagraniczna firma ani osoba nie jest w stanie samodzielnie przygotować i złożyć aplikacji o ochronę.

Zaletami aplikacji krajowej, bezpośrednio do Chińskiego Urzędu ds. Znaków (CNIPA), są przede wszystkim:

- **szybkość działania** i krótki czas rozpatrzenia wniosku o ochronę;
- **możliwość lepszego doboru produktów i usług** spośród znajdujących się na liście zaakceptowanej przez CNIPA;
- **Natychmiastowe ustanowienie pełnomocnika**, który w przypadku jakichkolwiek problemów jest na miejscu i w bezpośred-

Wiele międzynarodowych korporacji od lat zgłasza wiele wniosków o ochronę lokalnie w Chinach.

**To dobra i rekomendowana praktyka.**

nim kontakcie z Twoim biurem. To może mieć fundamentalne znaczenie w przypadku konieczności odwołania się od odmowy czy odpowiedzi na sprzeciw, kiedy w krótkim czasie trzeba zgromadzić dokumentację wspierającą odwołanie czy odpowiedź do urzędu;

- **uzyskanie od razu po przejściu procesu chińskiego certyfikatu rejestracji marki**, który jest dokumentem wydanym przez lokalny urząd, w języku chińskim. Taki dokument ma znacznie szersze zastosowanie niż zaświadczenie wydawane przez instytucje międzynarodowe.

Więcej informacji o zastosowaniu chińskiego certyfikatu znajdziesz

TUTAJ

## Procedura krajowa obejmuje kilka etapów:

01

Złożenie wniosku do CNIPA przez pełnomocnika – zgłoszenie należy sporządzić w języku chińskim.

02

Po ok. 4 tygodniach od złożenia wniosku chiński urząd nadaje sprawie numer rejestru przypisany do znaku towarowego.

03

Następnie wniosek zostaje poddany ocenie formalnej i merytorycznej, która trwa kolejne 3–4 miesiące. Badanie obejmuje istnienie przesłanek do odmowy: **bezwzględnych** (np. niezgodności z prawem) oraz **względnych** (konflikt z innymi wcześniej zgłoszonymi znakami, brak odróżnialności lub inne powody).

Jeśli urząd uzna, że nie ma przeszkód, by znakowi udzielić ochrony, upublicznia swoją decyzję (jest to tzw. **publikacja znaku**) w oficjalnym elektronicznym biuletynie rządowym CNIPA (China Trademark Gazette). Wówczas rozpoczyna bieg trzymiesięczny termin na wniesienie sprzeciwu (to jest tzw. **okres sprzeciwowy**).

W przypadku odmowy CNIPA wydaje uzasadnienie decyzji. Przedsiębiorca ma wówczas krótki czas na podjęcie decyzji o odwołaniu się i skierowaniu do urzędu wniosku do ponownego rozpatrzenia. Dopiero na tym etapie jest możliwość załączenia licznej dokumentacji wspierającej argumentację wnioskującego.

04

Jeśli nikt nie wniesie skutecznego sprzeciwu, w ciągu kolejnych 3 miesięcy, licząc od dnia publikacji decyzji, **urząd wydaje ostateczne postanowienie o rejestracji znaku towarowego w Chinach**. Procedura krajowa kończy się wydaniem świadectwa rejestracji marki.

# MIĘDZYNARODOWY SYSTEM REJESTRACJI

Drugim, choć mniej rekomendowanym sposobem rejestracji znaku towarowego w Chinach jest rejestracja międzynarodowa w tzw. systemie madryckim. Wówczas należy złożyć wniosek, wskazując na terytorium Chin jako terytorium zgłoszenia. Zgłoszeń dokonuje się poprzez krajowy urząd patentowy (UPRP), a jednostką odpowiedzialną za ich rozpatrywanie jest Biuro Międzynarodowe Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO).

Aby rozpocząć procedurę międzynarodową, przedsiębiorca musi posiadać krajowy lub regionalny znak towarowy zarejestrowany (bądź przynajmniej zgłoszony) w urzędzie patentowym jednego z terytoriów należących do systemu madryckiego (np. EUIPO). Wniosek rozszerzający o rejestrację znaku na teren Chin należy złożyć w ciągu 6 miesięcy, licząc od dnia zgłoszenia marki w Polsce lub w Europie.



W przypadku procedury międzynarodowej zgłaszający nie otrzymuje certyfikatu potwierdzenia rejestracji znaku towarowego w Chinach. Taki dokument wydawany jest automatycznie wyłącznie w zgłoszeniu bezpośrednio krajowym.

Dodatkowo z uwagi na nieduże, ale jednak istniejące różnice w klasyfikacji produktów i usług przyczyną odmowy rejestracji międzynarodowej może być wskazanie produktu, który nie jest akceptowany przez CNIPA.

Kolejną wadą zgłoszenia międzynarodowego jest brak wyznaczonego lokalnego pełnomocnika, który w razie odmowy od razu może przygotowywać odwołanie, co ma duże znaczenie w kontekście bieżącego terminu odwołania. W praktyce zgłaszający, otrzymawszy odwołanie, w pośpiechu szuka pomocy, co nie zawsze kończy się sukcesem.

W przypadku uzyskania rejestracji na drodze procedury międzynarodowej przedsiębiorca **nie otrzyma** chińskiego certyfikatu rejestracji znaku. Będzie musiał dodatkowo wystąpić o wydanie tego dokumentu w ramach osobnego wniosku kierowanego bezpośrednio do CNIPA, co wiąże się z kolejnymi **miesiącami oczekiwania i dodatkowymi kosztami**. Możemy w tym oczywiście pomóc - doskonale wiemy, jak to robić.

# Zgłoszenie bezpośrednio vs WIPO – CO JEST BARDZIEJ OPŁACALNE?

Mimo że zarówno chiński, jak i międzynarodowy system rejestracji znaków towarowych bazują na międzynarodowej klasyfikacji nicejskiej produktów i usług, należy pamiętać, że w Chinach są one uszeregowane w klasy i podklasy, których nie używa się na gruncie europejskim.

Fakt ten może okazać się problemem w trakcie składania wniosków w systemie międzynarodowym, który uniemożliwia samodzielne ustalenie podklas – w tym przypadku zostają one wskazane odgórnie przez weryfikatorów CNIPA,

co w pewien sposób ogranicza możliwość uzyskania ochrony znaku w pełnym zakresie. Z tego powodu skuteczniejszym i bardziej popularnym rozwiązaniem okazuje się rejestracja poprzez system krajowy.

Zdarzają się także różnice w dopuszczonych do rejestracji produktach i usługach, które mogą przesądzić o pełniejszym zabezpieczeniu znaku w Chinach lub braku rejestracji w zgłoszeniu międzynarodowym z powodu wskazania produktów nieakceptowanych przez CNIPA.

## TABELA PORÓWNAWCZA

	Krajowa procedura zgłoszenia bezpośrednio w Chinach	Procedura zgłoszenia przez instytucje międzynarodowe
Okres ochrony prawnej znaku	 <p>10 lat licząc od dnia rejestracji</p>	 <p>10 lat licząc od dnia rejestracji</p>
Szybkość rozpatrywania wniosku w Chinach	 <p>Chiński Urząd ds. Znaków Towarowych (CNIPA) rozpatruje wniosek od razu po jego wpłynięciu. Najszybsze procedury trwają ok. 6 miesięcy od złożenia wniosku do wydania certyfikatu (indywidualne przypadki, dodatkowo w przypadku braku sprzeciwu czy komplikacji).</p>	 <p>Wniosek obsługiwany jest najpierw w WIPO i dopiero po paru miesiącach odsyłany jest do Chin do CNIPA w celu pełnego rozpatrzenia.</p>
Lokalny pełnomocnik	 <p>Lokalny pełnomocnik wyznaczony od razu, niezwłocznie dostępny do działania w przypadku problemów z rejestracją.</p>	 <p>Składając wniosek o ochronę znaku w Chinach przez WIPO, nie wyznacza się pełnomocnika. W przypadku odmowy stanowi to niemały problem, ponieważ jedyną dopuszczalną formą apelacji lub odpowiedzi na sprzeciw jest złożenie dokumentów bezpośrednio do CNIPA za pośrednictwem lokalnego pełnomocnika. A ponieważ wnioskodawca, składając wniosek o ochronę, takowego nie wyznaczył, musi w pośpiechu szukać odpowiedniego przedstawiciela przed CNIPA, jeśli chce zdążyć z terminami.</p>
Klasyfikacja	 <p>Dobór produktów z listy standardowych produktów i usług przyjętych w ramach klas i podklas przez CNIPA.</p>	 <p>Klasy (brak podklas), mniej precyzyjny wybór towarów i usług (ryzyko wyboru produktów spoza standardowej listy CNIPA, a tym samym uzyskania odmowy).</p>
Chiński certyfikat	 <p>Wydawany od razu po rejestracji (ok. miesiąc po zarejestrowaniu znaku). Certyfikat wydawany bez dodatkowych kosztów (w cenie usługi), niezbędny do egzekwowania swoich praw wynikających z rejestracji znaku.</p>	 <p>Brak certyfikatu. Aplikujący mimo wszystko musi wyznaczyć lokalnego pełnomocnika i wystąpić z osobnym wnioskiem o lokalny certyfikat rejestracji, co wiąże się z kilkumiesięcznym oczekiwaniem i dodatkowymi kosztami.</p>



# Ile kosztuje rejestracja marki w Chinach?

Całkowity koszt przygotowania i złożenia wniosku o ochronę znaku towarowego w Chinach zależy od liczby zgłaszanych znaków i klas ujętych w jednej aplikacji. Otrzymasz od nas solidne rabaty przy jednoczesnym zgłaszaniu wielu znaków, wielu klas lub na różnych terytoriach. Szczegóły znajdziesz w naszym [cenniku](#).

# Dlaczego dobór odpowiednich klas produktów i usług jest ważny?

Ważną informacją dla zagranicznych firm rejestrujących swoje znaki w Chinach pozostaje fakt, że chińska lista produktów i usług możliwych do ochrony różni się - w niewielkim stopniu, ale zawsze - w szczegółach od listy obowiązującej w ramach klasyfikacji nicejskiej, co okazuje się niezwykle istotne w kontekście bezpośrednich zgłoszeń w tym państwie. Największą różnicą jest samo uporządkowanie produktów i usług. O ile w Chinach przypisano je do klas i podklas, o tyle w systemie międzynarodowym wyszczególnia się wyłącznie klasy. Tylko odpowiedni dobór klas produktów i usług zapewnia pełną ochronę marki za Wielkim Murem.

W chińskim urzędzie patentowym nie ma ponadto możliwości rozszerzania ochrony znaku na nowe towary lub usługi w późniejszym czasie. Jeśli firma planuje zatem w niedalekiej przyszłości uzu-



pełnić dotychczasową działalność o kolejne produkty lub usługi, powinna uwzględnić je już w trakcie rejestracji marki.

# Jak przedłużyć okres ważności znaku towarowego?

W zgłoszeniu można wskazać dowolną liczbę klas, jednak każda kolejna klasa towarów lub usług oznaczać będzie **nowy wniosek**. W Chinach pod jednym numerem rejestru figuruje wyłącznie

jeden znak w jednej klasie. Finalny koszt rejestracji znaku w Chinach jest ściśle uzależniony od liczby klas zgłoszonych do ochrony.

## Ile klas można zgłosić w trakcie rejestracji znaku?

W zgłoszeniu można wskazać dowolną liczbę klas, jednak każda kolejna klasa towarów lub usług oznaczać będzie **nowy wniosek**. W Chinach pod jednym numerem rejestru figuruje wyłącznie jeden znak w jednej klasie. Finalny koszt rejestracji znaku w Chinach jest ściśle uzależniony od liczby klas zgłoszonych do ochrony.

## Czy rejestracja w Chinach oznacza rejestrację na innych terytoriach, np. w Hongkongu?

Prawa ochronne w Chinach ważne są wyłącznie w Chinach kontynentalnych. Chcąc wystąpić o ochronę w Hongkongu czy Makau, należy przygotować i złożyć wnioski bezpośrednio do odpowiednich urzędów patentowych. Oczywiście jako Trademark Partners jesteśmy gotowi do pomocy - dobrze wiemy, jak rejestrować znaki czy w Hongkongu czy na innych terytoriach.



# Odzyskanie ukradzionego w Chinach znaku towarowego

Nietrudno sobie wyobrazić konsternację przedsiębiorcy, gdy ten dowiaduje się, że w Chinach już [zarejestrowano jego markę](#). Można tylko przypuszczać jak smakuje mieszanka irytacji i wściekłości, połączona z poczuciem winy zaniechania rejestracji z odpowiednim wyprzedzeniem. Złość bywa większa, jeśli firma posiadała prawa do marki w Chinach, ale je w niefrasobliwy sposób utraciła. Niestety bywa i tak.

Chcąc uniknąć zarzutu o naruszenie, pozostaje zawiesić na kołku plany biznesowe z Państwem Środka, przynajmniej do momentu [odebrania osobie nieuprawnionej ochrony prawnej znaku](#). Następnie podnieść rękawicę i rozpocząć walkę o uzyskanie praw ochronnych własnego znaku towarowego. Sytuacja jest trudna ale nie jest beznadziejna - chińskie prawo umożliwia [odzyskanie praw do znaku](#) i coraz częściej się to udaje. Sukces jednak uzależniony jest do wielu przesłanek.



Kliknij w obrazek obok, aby przeczytać cały artykuł na ten temat.





Jak odzyskać skradziony w Chinach znak towarowy krok po kroku?



[www.trademark.partners](http://www.trademark.partners)

**#File1st®**  
TO EXPAND FASTER





# Naruszenie praw do znaku towarowego w Chinach

## Kwestię naruszenia praw do znaku towarowego można rozpatrywać w dwóch kategoriach:

01

Naruszenie znaku przed jego formalnym zgłoszeniem w chińskim urzędzie (np. rejestracja w złej wierze, świadome używanie marki podobnej do innej).

02

Naruszenie praw ochronnych do już zarejestrowanego znaku towarowego (np. sprzedaż podróbek).

Naruszenie praw do znaku towarowego to problemy, które dotyczą nawet duże, powszechnie znane firmy.

Głośnym przykładem sporu o prawa do marki w Chinach była np. firma Tesla:

ZOBACZ

# JAK DZIAŁAĆ w przypadku (prób) naruszenia praw do znaku towarowego?

W sytuacji gdy firma stwierdzi, że podjęto próbę rejestracji jej znaku towarowego lub został on już zarejestrowany przez kogoś innego, istnieje kilka dróg postępowania. W zależności od przypadku stosuje się dowolną kombinację z nich. Szczegóły ustala się zależnie od konkretnej sytuacji.

## 1 Sprzeciw

W sytuacji gdy przedsiębiorca stwierdzi, że nieuprawniona osoba próbuje zarejestrować jego znak w Chinach, może oprotestować taką próbę. Jest to możliwe wyłącznie na etapie publikacji, w okresie 3 miesięcy, licząc od dnia jej rozpoczęcia.

By sprzeciw był skuteczny, protestujący musi wykazać, że udzielenie ochrony danemu znakowi będzie równoznaczne z naruszeniem jego praw do tego znaku lub do innych wcześniej nabytych praw własności intelektualnej.

Do zgłoszenia sprzeciwu niezbędne jest działanie poprzez profesjonalnego pełnomocnika, takiego jak Trademark Partners, który przygotuje i złoży do CNIPA odpowiednią dokumentację prawną. Cała procedura rozpatrywania sprzeciwu trwa zazwyczaj ok. 9 miesięcy.

Jeśli urząd odrzuci protest, uznając go za niezasadny, znak zostanie zarejestrowany.

## 2 Unieważnienie znaku towarowego

Może jednak zdarzyć się, że naruszenie zostanie zauważone już po zarejestrowaniu znaku towarowego.

Wówczas przedsiębiorca może próbować go unieważnić, powołując się na poniższe przestanki:

- rejestracja w złej wierze
- oszustwo
- naruszenie wcześniejszego prawa
- niezgodność rejestracji z lokalnymi przepisami prawa.

Do zgłoszenia wniosku o unieważnienie niezbędne jest wsparcie profesjonalnego pełnomocnika, takiego jak Trademark Partners, który w imieniu strony zainteresowanej przygotuje i złoży do CNIPA odpowiednią dokumentację prawną. Cała procedura trwa zazwyczaj ok. 12–18 miesięcy.



# 3 Wygaszenie znaku towarowego

W określonych przypadkach dopuszcza się również możliwość wszczęcia postępowania wygaszania znaku towarowego. Dotyczy to sytuacji, gdy znak towarowy nie był używany przez okres 3 ostatnich lat.

Strona, wobec której wniesiono o wygaszenie praw ochronnych, otrzyma od Chińskiego Urzędu Patentowego szansę udowodnienia, że używa znaku. Jeśli zrobi to skutecznie, znak nie zostanie wygaszony.

Cała procedura trwa zazwyczaj ok. 10–12 miesięcy.

# 4 Negocjacje

Najszybszym sposobem na odzyskanie prawa ochronnego do znaku towarowego nierzadko okazuje się podjęcie rozmów negocjacyjnych z osobą, która podjęła próbę rejestracji znaku lub wręcz już ją uzyskała.

Negocjacje prowadzić powinien profesjonalny pośrednik. Odpowiednio przeprowadzone, nawet jeśli nie doprowadzą do przeniesienia praw do znaku, mogą pomóc znacząco usprawnić przebieg całej procedury odzyskiwania znaku.

W przypadku, gdy brak jest przesłanek zgłoszenia danego znaku w złej wierze, negocjacje w celu odkupienia znaku mogą okazać się jednym z szybszych sposobów pozyskania praw do tego znaku. Końcowym etapem jest wówczas przepisanie i zarejestrowanie praw ochronnych na nową osobę w rejestrze znaków towarowych.



# CO GROZI za naruszenie znaku towarowego w Chinach?

Chiny zaostrzyły przepisy dotyczące kar za naruszenie znaku towarowego. Zgodnie z obowiązującym prawem właściciel znaku ma prawo do zażądania zniszczenia towarów sygnowanych podrobionym logo, a także materiałów i narzędzi wykorzystywanych przy produkcji tych wyrobów.

Stwierdzając naruszenie prawa ochronnego do znaku towarowego, można skorzystać z kilku dostępnych ścieżek prawnych:

01

**Droga administracyjna** – wniesienie skargi do lokalnego urzędu ds. regulacji rynku (Administration for Market Regulation, AMR), procedura prowadzi do konfiskaty i zniszczenia towarów oraz nałożenia grzywny w maksymalnej wysokości 250 tys. RMB.

02

**Droga sądowa w ramach postępowania cywilnego** – wniesienie pozwu o naruszenie znaku towarowego, co może skutkować wezwaniem do zaprzestania naruszania znaku towarowego, konfiskatą i zniszczeniem towarów oraz sprzętu wykorzystanego przy produkcji i/lub zasądzeniem odszkodowania w maksymalnej wysokości 5 mln RMB.

03

**Postępowanie przed organami celnymi** – przedłożenie zgłoszenia organom celnym w celu zablokowania eksportu lub importu podrobionych produktów, wobec czego służby celne mają prawo zatrzymać i zniszczyć podrobione produkty.

04

**Postępowanie karne** – złożenie zawiadomienia do prokuratury, sąd może skazać winnych na karę pozbawienia wolności do lat 7 lub karę grzywny.

ODZYSKANIE W CHINACH ZNAKU  
TOWAROWEGO, który został  
zarejestrowany w złej wierze  
JEST MOŻLIWE.

SPRAWDŹ CASE STUDY



Trademark Partners

Firma spożywcza z sukcesem odzyskuje znak towarowy w Chinach

#File1st®  
TO EXPAND FASTER

www.trademark.partners





# Sprzedaż znaku towarowego w Chinach



W Chinach dopuszcza się możliwość sprzedaży zarówno nowych znaków towarowych, jak i tych już używanych.

Pierwszy przypadek najczęściej dotyczy sytuacji, w której dany **znak został stworzony w bezpośrednim celu jego szybkiej sprzedaży**. Tutaj transfer praw do znaku odbywa się zazwyczaj niemal natychmiast, gdy znajdzie się odpowiedni nabywca, a strony transakcji ustalą satysfakcjonujące dla siebie warunki sprzedaży.

Drugi możliwy scenariusz zakłada natomiast **sprzedaż znaku towarowego, który został zarejestrowany przez nieuprawnioną stronę trzecią**. Chodzi więc o tzw. rejestrację w złej wierze, gdy osoba zgłaszająca znak towarowy do ochrony robi to z pełną premedytacją, wiedząc, że rejestrowany znak nie stanowi jej własności. Mimo że Chiny w ostatnich latach wyraźnie zaostrzyły przepisy związane z tego rodzaju praktykami, walka o skuteczne odzyskanie prawa do znaku

nadal może okazać się czasochłonna i wymagająca. Jeśli strona kupująca zgodzi się jednak na odkupienie praw do własnego znaku, strony powinny uzgodnić warunki sprzedaży znaku, a następnie bezpiecznie sformalizować przeniesienie praw do marki zgodnie z literą chińskiego prawa.

Odrębną sytuacją w kontekście sprzedaży znaków towarowych jest **zakup marki już funkcjonującej na rynku**, która zdołała pozyskać pewien procent udziałów rynkowych i jest obecna w social mediach. Zakup takiego brandu wiąże się z bardziej skomplikowaną procedurą, która każdorazowo powinna zostać poprzedzona szczegółowym audytem firmy będącej właścicielem znaku towarowego, a także wyceną pozyskiwanego znaku i odpowiednio sporządzoną umową prawną regulującą zasady przekazania wszystkich źródeł wartości znaku.

# JAK WYGLĄDA PROCEDURA przeniesienia praw do znaku towarowego w Chinach?

Jeśli rejestracja znaku towarowego w Chinach nastąpiła w formie zgłoszenia bezpośrednio w chińskim urzędzie patentowym, przeniesienie praw do znaku powinno odbyć się w ramach analogicznej procedury. Aby sformalizować transfer praw ochronnych do znaku, należy złożyć w urzędzie stosowną aplikację z podpisami obu stron transakcji. Co istotne, w chwili składania wniosku obie strony muszą posiadać prawo do reprezentacji. W kontekście osób prawnych oznacza to, że muszą mieć one aktywny status, czyli figurować w świetle prawa jako działające firmy dysponujące prawem do składania oświadczenia woli.

Jeśli aplikacja nie zawiera wad formalnych, nowy właściciel powinien otrzymać oficjalne postanowienie o przeniesieniu praw ochronnych w ciągu ok. 6 miesięcy od daty złożenia wniosku.

Procedura transferu praw  
do znaku towarowego  
**wymaga pośrednictwa  
profesjonalnego  
pełnomocnika takiego jak  
Trademark Partners.**



**Trademark  
Partners**  
www.trademark.partners



@trademarkpartners