

El registro de marcas y patentes en la R. P. China China Mayo 2017

Este documento ha sido realizado
por Elena Vázquez Domingo, bajo la
supervisión de la Oficina Económica
y Comercial de la Embajada de
España en Pekín.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. MARCO NORMATIVO	5
2.1. Marcas	5
2.2. Patentes	7
3. LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO PREVENTIVO	9
4. CÓMO REGISTRAR UNA MARCA EN CHINA	11
4.1. Sistema nacional	11
4.2. Sistema internacional	14
4.3. Diferencias y similitudes entre ambos registros	16
4.4. Registro de una marca en idioma chino	17
5. CÓMO REGISTRAR UNA PATENTE EN CHINA	19
5.1. Sistema nacional	19
5.2. Sistema internacional – Convenio de París	22
5.3. Sistema internacional – Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT)	23
5.4. Diferencias y similitudes entre los diferentes registros	24
6. OPCIONES DE ACTUACIÓN ANTE UNA VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL	26
6.1. Mecanismos de defensa	26
6.2. Marca	28
6.3. Patente	30
7. PROTECCIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN	32
7.1. Registro ante la Oficina de Marcas (CTMO)	32
8. FUENTES DE INFORMACIÓN	34
9. BIBLIOGRAFÍA	36
10. ANEXOS	37

1. INTRODUCCIÓN

La protección de los derechos de propiedad intelectual es un tema crítico en China y supone una gran preocupación para las empresas extranjeras que tengan a este país en el punto de mira. Si bien es cierto que la situación ha mejorado en los últimos años, dado que las **Autoridades chinas han venido actualizando la legislación para la protección de la propiedad intelectual de acuerdo a las directrices de la Organización Mundial del Comercio (OMC)**. Sin embargo, la primera labor en este sentido debe llevarla a cabo la propia empresa mediante la adopción de medidas destinadas a minimizar el riesgo de copia o falsificación, imprescindibles para la defensa de la propiedad intelectual.

Según los datos de la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual (SIPO por sus siglas en inglés), en el año 2016 se observó un **aumento en la cantidad de registros y concesiones de las distintas modalidades de derechos de propiedad intelectual**. Además se llevaron a cabo avances considerables a la hora de realizar los exámenes, así como en la eficiencia para el registro y concesión de estos derechos.

En cuanto al registro de marcas, a lo largo del 2016, el número de solicitudes alcanzó los 3.691.000, aumentando un 28,4% de forma interanual; de las cuales el 81,3% se hicieron a través de Internet. A finales del 2016, adquirieron el registro definitivo un total de 12.376.000 marcas.

En el caso de las patentes, en el año 2016, se solicitaron 3.465.000 de patentes, lo cual supuso un crecimiento interanual del 23,8%, siendo las patentes de modelos de utilidad las más solicitadas (1.476.000), seguidas de las de invención (1.339.000), de las que se aprobaron 404.000, y las de diseño (650.000).

Además, cabe mencionar la **reducción del tiempo de solicitud**, que para las patentes de invención se ha reducido en dos meses (de 24 a 22) mientras que para los modelos de utilidad y las patentes de diseño ha pasado de cuatro a tres meses.

La colaboración de China con otros países en temas de patentes se hace palpable al analizar los datos relacionados con el número de patentes aprobadas siguiendo el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT por sus siglas en inglés). En el año 2016, se aceptaron 2.800 solicitudes internacionales, un 31,2% interanual más.

Otra de las preocupaciones de las empresas extranjeras que hacen negocios con China es el nivel de protección legal con el que cuentan en caso de que se produzca alguna infracción de los derechos de propiedad intelectual. En los últimos años se han llevado a cabo **revisiones de las leyes**, tanto de patentes (en vigor desde octubre de 2009 su última enmienda) como de marcas (cuya úl-

tima actualización entró en vigor en mayo de 2014), orientadas a **ampliar las competencias de los cuerpos administrativos** y a aumentar considerablemente la cuantía de las multas impuestas por delitos contra la propiedad intelectual. Para ello se han incluido principios propios de las legislaciones europeas, tales como los conceptos de buena fe, el reconocimiento de las *well-known trademarks* o la toma en consideración sobre la necesidad de establecer algún tipo de reconocimiento especial a las indicaciones de origen o geográficas (DD. OO.) dentro del sistema de marcas en China. Además, desde febrero de 2016, ha entrado en funcionamiento una línea especial para denunciar cualquier tipo de infracción que se produzca relacionada con los derechos de PI en todo el país.¹

A lo largo del 2016, los tribunales de primera instancia de todo el país admitieron a trámite 136.534 casos de violación de los derechos de propiedad intelectual, para los cuales dictaron sentencia en 131.813 ocasiones, estas cifras representan un crecimiento interanual del 24,8% y del 30,1% respectivamente. De forma más detallada, los casos de patentes admitidos alcanzaron los 12.357, mientras que en el caso de las marcas fueron 27.185. El total de casos resueltos relacionados con empresas extranjeras ascendió un 25,6% respecto al 2015, sumando un total de 1.667.

¹ China Intellectual Property Rights Aid and Report Complaints Network accessible a través de la página web (en chino) www.12330.gov.cn o del número de teléfono 12330.

2. MARCO NORMATIVO

2.1. MARCAS

El marco normativo para el registro de marcas en China lo establece la [Ley de Marcas de la República Popular China](#). Esta ha sufrido diversas modificaciones a lo largo de su vigencia, la última de ellas entró en vigor el año 2014, introduciendo varias mejoras y adaptaciones, con la finalidad de equipararse a las legislaciones homólogas de otros países miembros de la OMC.

A continuación, se esbozan algunos principios y definiciones básicas contenidas en la Ley de Marcas de la R. P. China:

¿Qué es una marca comercial?

Una marca es un signo que identifica la procedencia de los bienes y servicios, de modo que los consumidores puedan distinguir entre los bienes y servicios de un fabricante de los de otro.

¿Qué protección ofrece el registro de marca?

Una vez que la marca es concedida y queda registrada, el propietario tiene el derecho exclusivo de usarla en las clases de bienes y servicios abarcados por el registro. Por lo tanto, puede prohibir que otros usen su marca sin consentimiento. Las Autoridades chinas son las garantes de la protección de las marcas registradas.

¿Qué se puede registrar como marca?

La marca o su signo pueden constar de palabras, caracteres, letras, cifras, formas, símbolos tridimensionales, colores y combinaciones de todos los elementos anteriores. Antes de la entrada en vigor de las últimas modificaciones, en China no se reconocía la posibilidad de registrar como marca sonidos u olores, tal y como ocurre en Europa. Sin embargo, la nueva normativa permite registrar sonidos y dotarles de la misma protección que a los demás elementos. Por el contrario, los olores siguen sin contemplarse. Ante tal posibilidad, es aconsejable registrar todo aquello que legalmente esté admitido, como elemento diferenciador asociado a nuestra marca (logo, colores y sonidos identificativos, formas o envases característicos utilizados). De este modo se estará protegido ante posibles imitaciones que puedan crear confusión en el mercado.

¿Qué requisitos existen para registrar una marca?

- 1) **Debe ser legal** (Artículo 10 de la Ley de Marcas): una marca no puede ser igual o similar al nombre o bandera de un Estado u otras entidades u organizaciones internacionales. Tampoco puede ser de naturaleza discriminatoria o de publicidad engañosa. En general, se incluyen una serie de limitaciones básicas con las que se pretende evitar la confusión o identificación de la marca con signos oficiales reconocidos.
- 2) **Debe ser distintiva** (Artículo 11 de la Ley de Marcas): no se pueden usar nombres genéricos de productos o materias primas.
- 3) **No puede ser funcional** (Artículo 12 de la Ley de Marcas): este requerimiento aplica sobre las formas tridimensionales. Para ser registradas, estas formas no pueden ser una mera reproducción del producto genérico o representar una cualidad técnica que pueda evitar que un competidor utilice dicha cualidad en sus productos. Por ejemplo, una empresa que venda manzanas no podría registrar la imagen de una manzana como marca, pues impediría a otros competidores entrar en el mercado.
- 4) **Debe estar disponible** (Artículo 13 de la Ley de Marcas): no se podrán registrar marcas para ciertas clases de productos en las que previamente exista una marca similar o idéntica (en el apartado 4 de este documento se explica cómo consultar el estado de una marca). Con carácter general, el criterio que priva sobre la disponibilidad de una marca es siempre el temporal, esto es: quien primero solicita el registro de la marca tiene una presunción a su favor y prioridad frente a terceros que quieran solicitar su registro posteriormente. Terminado el proceso y una vez aprobada la solicitud y concedida la marca, su derecho es firme (mientras lo renueve cada 10 años mediante el pago de una tasa), a menos que algún interesado logre probar que la marca ha entrado en desuso.

2.1.1. Estatus de marca renombrada: *Well-known trademark*

En algunas circunstancias, se puede solicitar el estatus de marca renombrada (en China). Este reconocimiento puede dar protección a la marca incluso aunque no estuviera registrada, y permite obtener mayores indemnizaciones o ayuda para evitar el registro de marcas similares.

El ámbito de protección de las marcas renombradas se extiende a dos supuestos (art. 13):

- 1) Si la *well-known trademark* **no está registrada**: se puede oponer o solicitar la cancelación de marca frente a **productos de la misma clase**.
- 2) Para una marca calificada como *well-known trademark* que **está registrada**: pueden ejercitarse acciones incluso contra **productos de distinta clase**.

Sin embargo, el reconocimiento de una marca como “renombrada” se realiza caso por caso y en la práctica resulta muy complicado alcanzar este estatus. Además se imponen requisitos como que la marca sea generalmente conocida en China, sin tenerse en cuenta si lo es o no en el extranjero, o el tiempo de uso de la misma, entre otros. Además, una vez alcanzado el estatus de marca renombrada, ni el fabricante ni los intermediarios pueden indicarlo en los bienes, ni en el empaquetado, tampoco en ningún tipo de actividad comercial, ferias o publicidad.

2.2. PATENTES

En el caso de las patentes, el marco normativo viene estipulado por la [Ley de Patentes de la República Popular China](#). Dicha ley ha sido modificada varias veces a lo largo de los años, la última modificación tuvo lugar en el año 2009.

A continuación, se describen algunos principios y definiciones básicas contenidas en la Ley de Patentes de la R. P. China:

¿Qué es una patente?

La ley china reconoce tres modelos de protección mediante patentes (Artículo 2):

- 1) **Patentes de invención:** cualquier solución técnica relativa a un producto o proceso, o bien cualquier mejora de un producto o proceso.
- 2) **Modelos de utilidad:** cualquier solución técnica para mejorar la utilización de un producto en relación con su forma, estructura o la combinación de ambas.
- 3) **Diseños:** cualquier nuevo diseño de forma, color o combinación de los mismos con un sentido meramente estético y preparado para la producción industrial.

¿Qué protección ofrece el registro de la patente?

El registro de una patente confiere el derecho legal exclusivo de un invento o un nuevo diseño, por lo tanto otorga al propietario de la patente el derecho a evitar que otros hagan uso ilícito del material patentado durante un tiempo determinado.

Las patentes son un derecho territorial, esto significa que si no se tiene registrada la patente en el país en el que se está cometiendo una vulneración de los derechos de propiedad intelectual, las opciones de reclamar se verán reducidas.

¿Qué requisitos son necesarios para la concesión del registro de patente?

Según el Artículo 22 de la Ley de Patentes, para las patentes de invención y los modelos de utilidad, estos deben ser innovadores, originales y con aplicación práctica. Por su parte los diseños deben ser claramente diferentes a otros ya existentes o a las combinaciones de las características de diseños ya existentes; además no deben estar en conflicto con los derechos legales adquiridos por otros con la fecha anterior a la solicitud.

Sin embargo, no se considerarán invenciones, y por tanto no se concederán patentes en ninguno de los siguientes casos (Artículo 24):

- Descubrimientos científicos
- Las reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales
- Métodos para la diagnosis o tratamiento de enfermedades
- Las variedades vegetales y las razas animales

- Sustancias obtenidas mediante transformación nuclear
- Diseños usados principalmente para marcar el patrón, color o la combinación de ambos

Con motivo de la entrada en vigor de la nueva Ley de Patentes ([Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes](#)) el uno de abril de 2017, si el primer depósito pretende realizarse en otra oficina que no sea la española (OEPM), previamente se tiene que remitir a la OEPM la solicitud, de cara a que analice si la invención afecta a la seguridad nacional, y no puede realizar el depósito fuera de España sin la autorización del Gobierno Español. En el caso de que afectara a la seguridad nacional, la tramitación de la patente sería bajo el régimen de patentes secretas.

3. LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO PREVENTIVO

Como se ha mencionado anteriormente, en China rige el principio de que quien solicite el registro de una marca o patente en primer lugar tiene preferencia. Por este motivo, es recomendable adelantarse mediante registros preventivos, aunque no se haya tomado aún una decisión sobre la entrada en el mercado chino. Existen medidas que toda empresa debe adoptar para evitar vulneraciones de su propiedad intelectual en China.

Es muy útil preparar un inventario de derechos de propiedad intelectual antes de comenzar las operaciones en China, así como de las medidas que se han tomado para su protección y planes de contingencia para en el caso de que se produzca una violación de estos derechos. Conviene también tener documentadas a todas las empresas locales con las que se haya contratado la cesión de derechos de propiedad intelectual, o a las que se les haya comisionado producción o distribución, o que puedan tener acceso a información crítica sobre el producto, siempre sobre la base de que únicamente se deberá compartir la información imprescindible para el negocio.

Debido a que en los delitos de propiedad intelectual la prueba recae sobre el presunto perjudicado, es fundamental registrar los derechos de propiedad intelectual en China para poder emprender acciones administrativas o judiciales en su defensa. Este registro deberá realizarse, preferiblemente, con anterioridad a comenzar cualquier acción de promoción o distribución en China, ya que en este país prima el principio de *first to file*, otorgándose preferencia a quién primero presente la solicitud correspondiente.

También deben de cuidarse tareas administrativas como el archivo de documentos que prueben la titularidad de un derecho de propiedad intelectual, la renovación de los derechos cuando caduquen o el tratamiento adecuado de la correspondencia.

Aparte de la fundamental protección que otorga el registro, otra medida que resulta efectiva es el uso de tecnología antifalsificación como etiquetas especiales, tintas, componentes químicos, moldes y hologramas colocados en el producto o en el envoltorio que permitan al consumidor distinguir entre el producto real y otro falsificado. En este sentido, además de la marca se hace imprescindible registrar los logos, la botella, envoltorio o cualquier otro signo distintivo del producto.

En el caso concreto de las marcas, uno de los riesgos de no tenerla registrada surge por parte de algunos agentes o distribuidores que asisten a ferias para localizar marcas extranjeras de interés que todavía no están registradas en China, así se adelantan y realizan ellos el registro. A veces la intención es simplemente la de pedir un “rescate” por estas marcas, mientras que otras veces pretenden utilizarlas para sus propios productos. Para evitar esta práctica, llamada “**secuestro de**

marca", es recomendable iniciar los trámites de registro antes de realizar labores de promoción de producto en China.

Un caso en el que resulta especialmente importante registrar la marca es el supuesto de que se fabrique en China a través de un *Original Equipment Manufacturer* (OEM), aunque la producción se dedique exclusivamente a la exportación, pues muchas veces el fabricante registra la marca por su cuenta y puede llegar a bloquear los envíos fuera del país como forma de chantaje para obtener mayores beneficios contractuales.

Es importante mencionar que existen casos en los que se concede prioridad de registro, como son que se solicite el registro de una marca ya registrada en país extranjero y haya algún tratado o acuerdo entre China y ese tercer país, o el supuesto de haberse exhibido productos por primera vez en algún evento o feria comercial en China (artículos 25 y 26 de la ley).

No obstante, **se recomienda el registro preventivo**, pues los secuestros de marca siguen siendo frecuentes, y obtener la calificación de *Well-known Trademark* puede resultar difícil, como se verá más adelante.

En el caso de las patentes, los titulares de una patente en el extranjero están protegidos en China gracias al Convenio de París, al cual se adhirió China en 1985, y al Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), firmado por China en 1994. En general, se intenta promocionar más la innovación nacional que la protección de las patentes extranjeras, sin embargo, la existencia de las regulaciones en materia de patentes sirve para que los funcionarios y empresas chinas sean más conscientes de la protección de la propiedad intelectual.

4. CÓMO REGISTRAR UNA MARCA EN CHINA

Antes de comenzar la preparación del registro de una marca, se recomienda visitar la página web de la Oficina China de Registro de Marcas ([CTMO](#) por sus siglas en inglés), en chino, o la página web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ([OMPI](#)), en español, inglés o francés, que ofrecen la posibilidad de consultar, por Internet y de forma gratuita, el estado del registro de una marca para las diferentes categorías de la Clasificación de Niza. Se trata de herramientas de gran utilidad, pues permiten ver si alguna empresa o particular se ha adelantado a la hora de realizar un registro, muestran los estados de las diferentes solicitudes o permiten analizar qué solicitudes ha realizado una empresa en concreto.

El registro de la marca es un proceso que dura entre **12 y 18 meses**, aunque puede durar más en caso de que haya objeciones. La protección de las marcas es perpetua y está sujeta al pago de tasas de **renovación cada 10 años** a partir de la fecha de registro.

El registro es un proceso que se puede realizar mediante dos vías: sistema nacional (a través de la Oficina China de Registro de Marcas) o sistema internacional (a través de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual). En ambos casos, los precios son asequibles y el procedimiento básico oscila entre los 450€ para el registro a través del sistema nacional y los 600€ para el registro internacional en blanco y negro.

Una vez que la marca resulta aceptada, todos los productos deberán llevar el logotipo ® o los caracteres chinos *zhúcéshāngbiāo* (注册商标) que indican que se trata de una marca registrada.²

4.1. SISTEMA NACIONAL

Las marcas pueden registrarse recurriendo al sistema nacional chino, que conlleva la presentación de la solicitud directamente ante la Oficina China de Registro de Marcas ([CTMO](#)), organismo responsable del registro y administración de marcas comerciales, dependiente de la Administración Estatal de Industria y Comercio de la R. P. China ([SAIC](#)).

² Oficinas Económicas y Comerciales de España en China. Guía invertir en China (2014).

Los solicitantes **extranjeros** que carezcan de residencia o domicilio social en China deberán presentar las solicitudes de **registro de marcas a través de agentes locales de registro**³. A este respecto, se puede solicitar ante el SAIC un listado público de agentes colegiados registrados⁴.

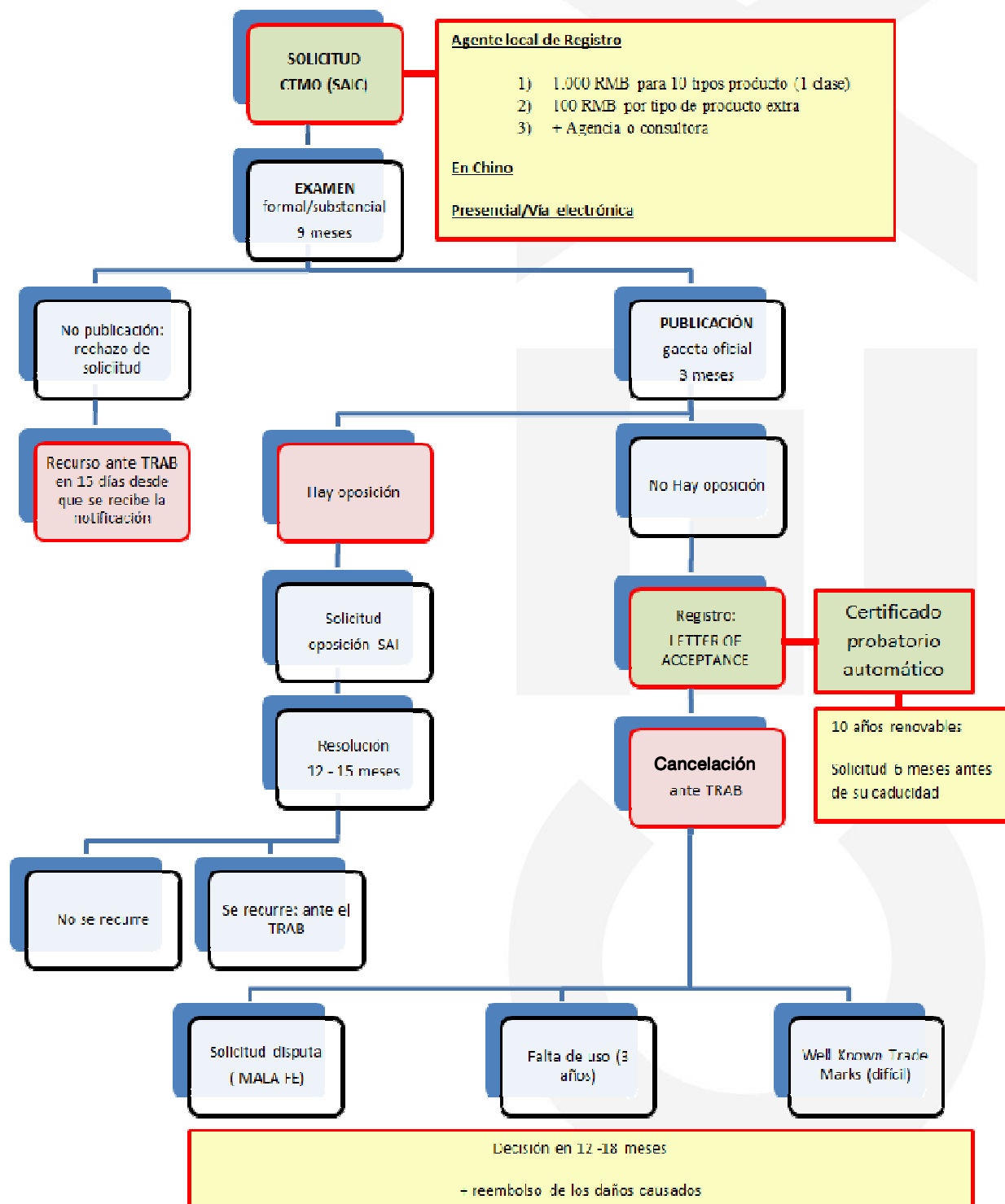
Una vez presentada la solicitud, en un plazo de nueve meses, el organismo responsable toma la decisión de si procede registrar la marca en base a cuestiones formales y de fondo. Si se cumplen todos los requisitos, se abre un período de tres meses a partir de la fecha de publicación en el Boletín Oficial de Marcas de la R. P. China para dar aviso a terceros.

Finalmente, en caso de no haber ninguna objeción, se procede a registrar de manera definitiva la marca, obteniendo la empresa una **“Letter of Acceptance”** con un **certificado probatorio** inmediato y oponible frente a terceros. Además, es fundamental saber que, **hasta que no se produce el registro de manera definitiva, la marca no está protegida**, y sólo se detenta una mera prioridad de registro sobre la misma. El registro será válido durante 10 años y renovable indefinidamente, siempre que se solicite la renovación en los 12 meses anteriores a la fecha de expiración, con posibilidad de conseguir una prórroga de 6 meses.

El procedimiento antes explicado puede verse de manera más detallada en el siguiente esquema, donde también aparecen las diferentes actuaciones que se pueden llevar a cabo para defender la marca, tal y como se desarrollará posteriormente en el apartado 6 del presente documento.

³ China IPR SME Helpdesk de la Unión Europea publica un documento en el que ofrece consejos para encontrar un agente para la protección de la Propiedad Intelectual: http://www.china-iprhelpdesk.eu/sites/all/docs/publications/How_to_find_an_IP_Agent.pdf

⁴ El listado (en chino) de agencias aprobadas por el SAIC para el registro de marcas se puede encontrar en el siguiente enlace: http://sbsq.saic.gov.cn:9080/tmoas/agentInfo_getAgentDlsws.xhtml



- Precios aproximados. Para información completa visitar los enlaces sobre las tasas facilitados en este documento.

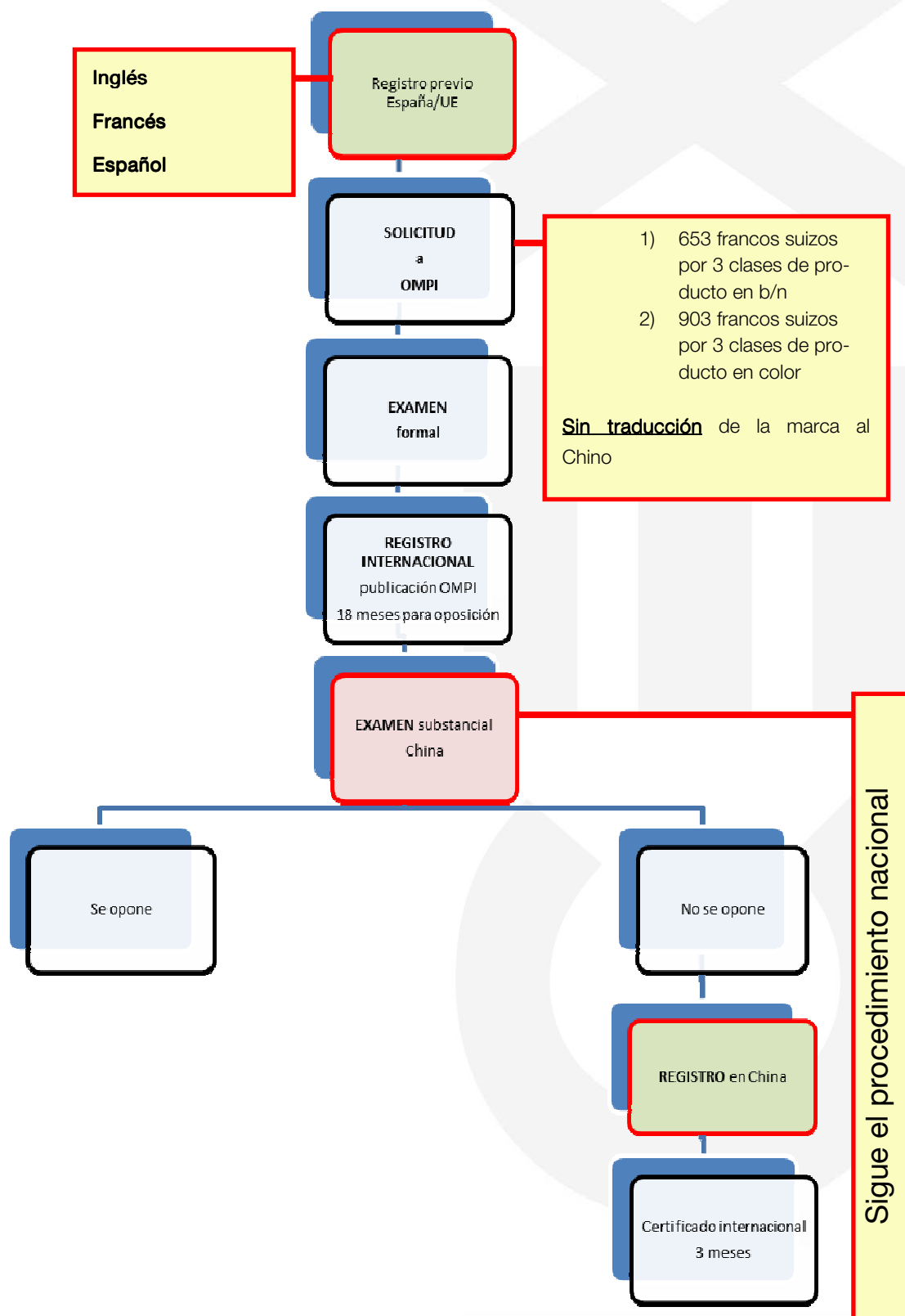
4.2. SISTEMA INTERNACIONAL

Al ser China un país firmante del Acuerdo de Madrid, se puede realizar una solicitud de registro ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ([OMPI](#)) y solicitar la extensión a China de la protección de una marca ya registrada en España.

Una marca sólo puede ser objeto de solicitud internacional **si ha sido registrada con anterioridad** en un estado miembro del Acuerdo de Madrid (España y los países miembros de la UE también son parte de ese acuerdo). Cuando se solicita el registro internacional, la solicitud para los nuevos países es idéntica al registro ya existente, por lo que este sistema **no permite la traducción de la marca al idioma chino**. No obstante, una vez queda registrada la marca en China, se puede solicitar ante la CTMO que se complete la inscripción aportando la denominación de la marca en caracteres chinos. Cabe señalar que en virtud del artículo 25 de la Ley de Marcas de la R. P. China, cuando se recibe la solicitud internacional, esta gozará de prioridad frente a otros registros de la misma marca, siempre y cuando la solicitud en China se haga en el plazo de seis meses desde la primera solicitud en el país de origen.

Las solicitudes que se realicen por este sistema se presentarán ante la **Oficina Nacional de Protección de Marcas** del país del registro de origen, que se ocupará de remitir dicha solicitud a la OMPI. De este modo, tras examinar la **OMPI** que se cumplen los requisitos formales, da **publicidad** al procedimiento mediante su publicación en el [Boletín de la OMPI de Marcas Internacionales](#) y da traslado al país de destino del registro (en este caso China), que dispondrá de un plazo de **18 meses para oponerse** a dicha solicitud. Por tanto, dentro de dicho plazo, el país destinatario deberá de haber resuelto si procede o no el registro de la marca, ya que tendrá, en su caso, que oponerse a la petición de la OMPI. No obstante, si el motivo de rechazo está fundado en algún procedimiento de oposición, se puede ampliar el período de 18 meses.

El procedimiento queda resumido en el siguiente esquema:



EL REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES EN LA R. P. CHINA

Para más información se puede consultar la página web de la Organización Mundial de la Protección Intelectual (OMPI) en <http://www.wipo.int/portal/es/>.

4.3. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE AMBOS REGISTROS

A continuación se puede encontrar una tabla que muestra las principales diferencias y similitudes que existen entre ambos sistemas de registro:

Aspectos	Sistema nacional	Sistema Internacional
Idioma	chino	español, inglés o francés
Alcance	Una solicitud para cada clase de producto (10 productos/servicios por clase) Sólo válido para China	Una solicitud para tres clases de servicios/bienes Posibilidad de extenderse a varios países en la misma solicitud
Certificados	Obtención de un certificado automático oponible a terceros una vez obtenida la "letter of acceptance"	Obtención de certificado bajo solicitud. Tarda 3 meses como máximo
Coste	Consultar tabla de costes para cada 10 tipos de producto aquí El incremento de coste debido al uso de agencias y abogados especialistas para el registro no es significativo, aunque dependerá de la agencia y el bufete de abogados elegido.	Consultar las tablas de costes aquí . Se diferencia entre registros en blanco y negro y en color.
Validez	10 años renovables, solicitándolo con 6 meses de antelación	
Clasificación	Clasificación Internacional de Bienes y Servicios del Acuerdo de Niza . Sin embargo, en China se incluyen algunas sub-categorías.	
Conclusión	En cuanto a procedimiento y duración, son similares, aunque siempre dependerá de las oposiciones planteadas por terceros frente a los registros y la agencia elegida para tramitar la solicitud. Por otro lado, el registro de la marca internacional debe hacerse en alguno de los tres idiomas indicados, por lo que dificulta la traducción de la marca al idioma chino. Sin embargo, es una opción recomendable si lo que se desea es realizar un registro preventivo y proteger una marca ya registrada en su versión original. Aun así, hay que tener en cuenta que si surgiese algún problema en la solicitud en el país de origen siguiendo el sistema internacional, la solicitud de China también se vería afectada, afectando así gravemente a la protección de la marca. Por último, las sub-categorías incluidas en el sistema nacional no aparecen cuando se realiza la solicitud mediante el Sistema de Madrid, por lo que podría darse el caso de que el producto/servicio quede comprendido en una sub-categoría que la CTMO establece pero que el Sistema de Madrid no contempla.	

4.4. REGISTRO DE UNA MARCA EN IDIOMA CHINO

Aunque sea posible registrar una marca extranjera empleando únicamente el alfabeto romano, resulta altamente recomendable el registro de la marca no solo en su nombre original, sino también en caracteres chinos. Los motivos son principalmente dos:

- En primer lugar, si una marca no tiene versión china, es bastante probable que sean los propios consumidores locales los que instauren una traducción de la misma, que puede que no se adapte a la imagen que la empresa quiere transmitir. Por lo tanto, la creación de la marca en idioma chino ayudará a que los consumidores la reconozcan y valoren.
- Por otra parte, el registro en chino también disuadirá a posibles competidores de registrar una marca extranjera en su versión fonética china usando caracteres que se pronuncien de forma similar.

Debido a la variedad y complejidad del idioma chino, es recomendable que la decisión de la versión china de la marca sea tomada con la **ayuda de expertos** en *marketing* y propiedad intelectual, traductores y hablantes nativos.

A la hora de crear una marca en el idioma chino, existen diferentes alternativas:

- **Crear una traducción literal:** algunas empresas optan por una traducción literal de su marca extranjera al idioma chino, especialmente cuando su marca tiene un nombre distintivo. Un ejemplo de esta opción es la marca estadounidense de ordenadores Apple, cuya marca para el mercado chino es “Ping Guo” que significa literalmente “manzana”. Cabe señalar que al tratarse de productos TI es posible la utilización de este nombre. Si fueran productos hortofrutícolas, no hubiera sido posible porque se puede alegar monopolio del nombre de un producto.
- **Crear una traducción fonética:** una opción muy recomendable, cuando la marca tiene cierto reconocimiento en el mercado chino, es elegir una traducción fonética en la que los caracteres chinos de la marca tengan una pronunciación similar a la pronunciación extranjera. Algunos ejemplos de marcas internacionales que han adoptado esta estrategia son Mc Donald’s, con su marca “Mai Dang Lao - 麦当劳”, o Audi, conocido como “奥迪 - Aodi”. Sin embargo, es necesario ser cuidadoso a la hora de elegir una versión fonética de una marca extranjera, pues puede ser que los caracteres elegidos tengan un significado desfavorable o perjudicial en algunos dialectos chinos. Por otro lado, incluso en el caso en que no se opte por esta opción y se elija una traducción literal de la marca, es importante registrar igualmente una versión fonética, aunque no se vaya a utilizar comercialmente. El motivo es impedir (o más bien dificultar) que cualquier otra empresa inscriba una marca que fonéticamente pueda confundirse con la marca original.
- **Combinar una traducción literal y fonética:** la mejor opción a la hora de crear una marca en el idioma chino es elegir una combinación de las dos alternativas anteriores, eligiendo un nombre que suene similar al original y que además haga referencia a la marca o tenga un significado positivo en chino.

Es bastante famoso el caso de la primera traducción en base al sonido fonético escogida para la marca Coca-Cola, el que se traducía como algo parecido a “sabor de cera en la boca”, definitivamente no es la mejor imagen para una bebida gaseosa. Al final se cambió el nombre por “feliz sabor en la boca”.

Un ejemplo de éxito es la marca española Cola Cao, que en chino está registrada como “Gao le Gao - 高乐高”, que significa literalmente “alto, feliz, alto” o “crecer alto y feliz”.

5. CÓMO REGISTRAR UNA PATENTE EN CHINA

La [Oficina Estatal de Propiedad Intelectual](#) (SIPO por sus siglas en inglés) ofrece en su página web la posibilidad de ver el estado de las patentes concedidas. Es importante recordar que en China las **patentes se conceden por orden de solicitud**, no de invención.

La concesión de una **patente de invención** tiene una duración de **20 años**, mientras que los **modelos de utilidad y los diseños** se protegen durante **10 años**.

A la hora de registrar una patente se puede optar por diferentes vías: el sistema nacional, el sistema del Convenio de París o de acuerdo al Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT por sus siglas en inglés). A continuación se analizarán cada uno de ellos más en detalle.

5.1. SISTEMA NACIONAL

Se puede presentar la solicitud de registro de patente en China ante la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual, tanto físicamente como por [vía electrónica](#). En ambos casos los **documentos** presentados deben estar **en chino**.

Al igual que en el caso de registro de una marca, los solicitantes **extranjeros** que carezcan de residencia o domicilio social en China deberán presentar las solicitudes de **registro de patentes a través de agentes locales de registro**. A este respecto, se puede solicitar ante la SIPO un listado público de agentes colegiados registrados⁵.

En el año 2012, la SIPO introdujo un proceso de examen rápido aplicable a algunas categorías de solicitud de patentes:

- Solicitudes importantes en sectores de industrias emergentes, tales como TI, biotecnología, proyectos energéticos ecológicos, etc.
- Proyectos energéticos de bajo consumo de carbón
- Solicitudes presentadas primero en China y a continuación en otros países
- Otras solicitudes que sean de interés público o nacional y requieran prioridad

⁵ El listado (en chino) de agencias aprobadas por la SIPO para el registro de patentes se puede encontrar en el siguiente enlace:
<http://dlgl.sipo.gov.cn/txnqueryAgencyOrg.do>

Además, dependiendo del tipo de patente que se quiera registrar, el procedimiento puede variar.

- 1) Patentes de invención: en el caso de las patentes de invención estas deben pasar tanto un examen preliminar como un examen a fondo⁶.

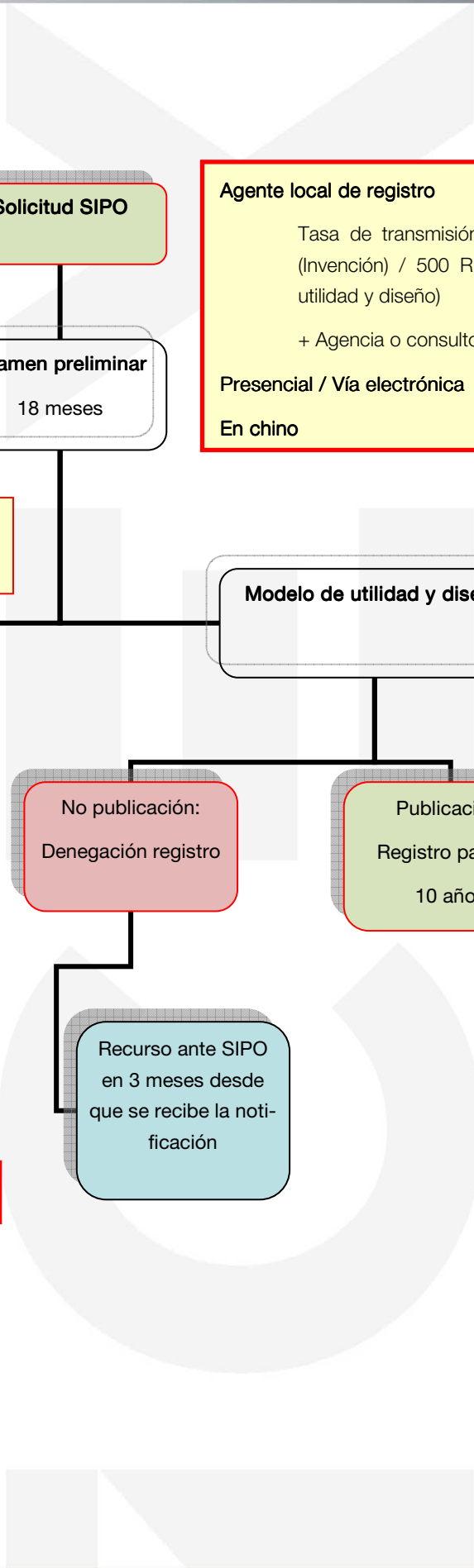
Una vez recibida la solicitud de registro de patente y tras el examen previo, la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual tiene un margen de 18 meses a partir de la fecha de solicitud⁷, siempre y cuando esta cumpla con los requisitos, para publicarla.

En los tres años siguientes a la fecha de solicitud de registro de patente, la SIPO llevará a cabo un examen a fondo de la solicitud. Si no se dieran todos los requisitos, se otorga un plazo adicional al solicitante para enmendar su solicitud o realizar alegaciones. Las denegaciones de registro pueden recurrirse ante los tribunales. Si, de lo contrario, se cumplen todos los requisitos, y previo pago de la cuota determinada, la SIPO otorga el derecho de patente, emite un certificado y anota la patente en su registro, la cual se hará efectiva a partir de la fecha de publicación.

- 2) Modelos de utilidad: el proceso de registro para este tipo de patentes es más corto (con una duración aproximada de tres meses) que el de las patentes de invención, ya que no se llevará a cabo un examen a fondo de la solicitud. En este caso se presentará la solicitud y si se cumplen todos los requisitos formales, y tras el pago de la cuota establecida, la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual otorga el derecho de patente; mientras que si hay algún requisito que no se cumple, la SIPO se lo comunica al solicitante para que enmiende su solicitud o realice alegaciones. Las denegaciones de registro pueden recurrirse ante los tribunales.
- 3) Diseños: el procedimiento para las patentes de diseño es igual que el de las patentes de modelos de utilidad.

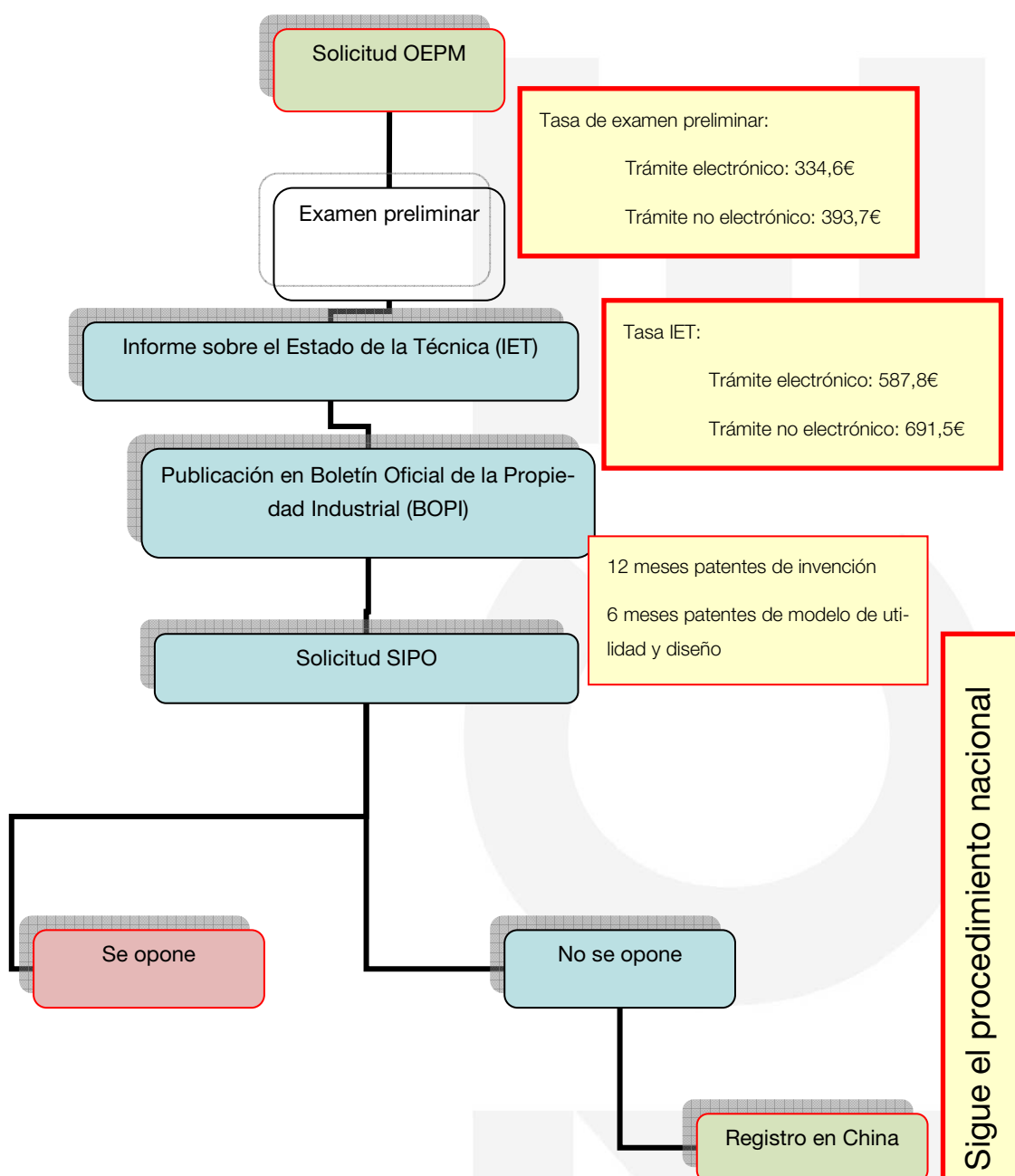
⁶ En el siguiente enlace de la SIPO se puede consultar información acerca del examen de la patente: <http://cpquery.sipo.gov.cn/txnPatentInfoList.do?inner-flag:open-type=window&inner-flag:flowno=1489725595020>

⁷ La fecha de solicitud es la fecha en la que la SIPO recibe los documentos de solicitud. En caso de entregarse por correo postal, la fecha de solicitud será la fecha que figure en el matasellos.



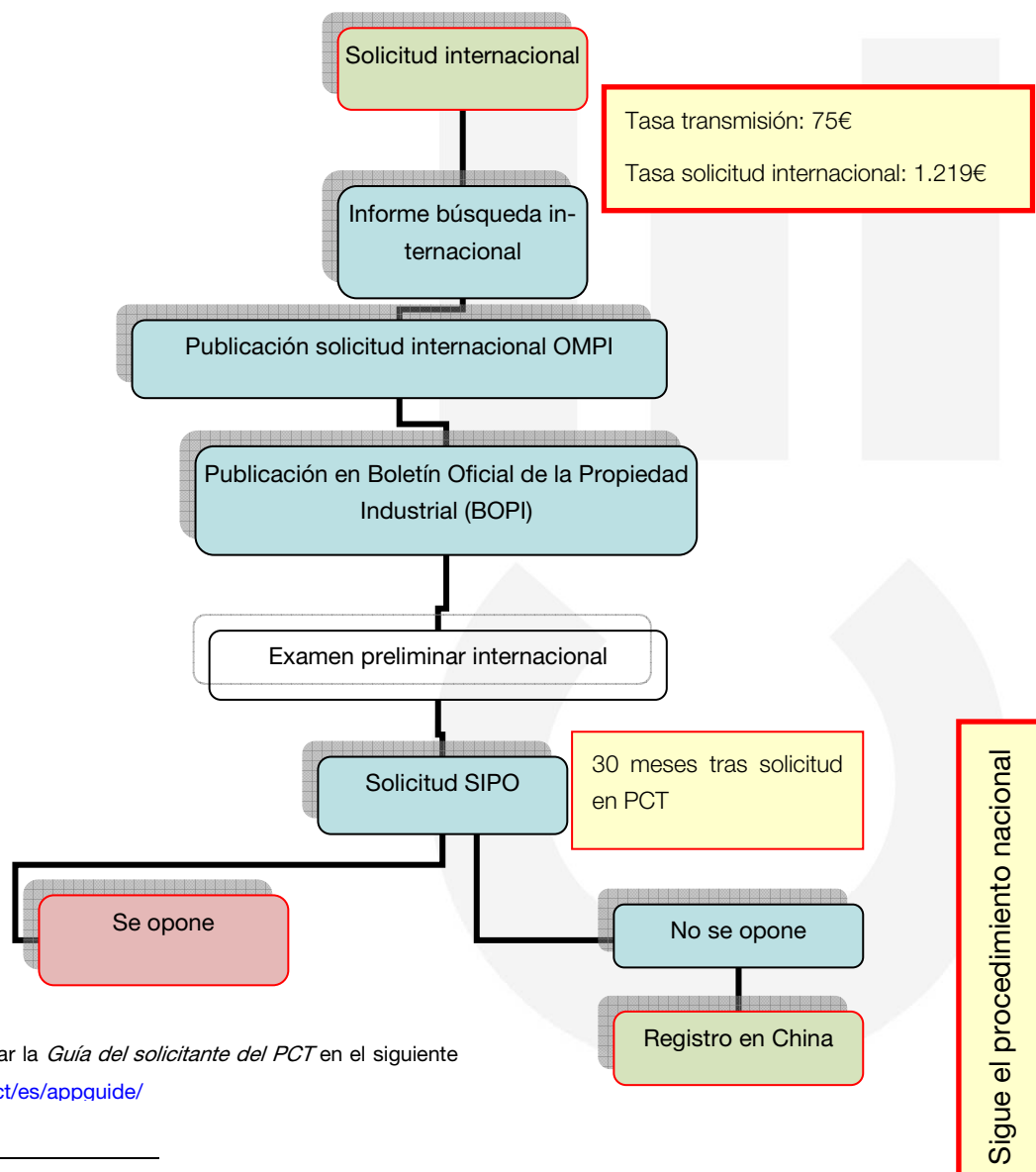
5.2. SISTEMA INTERNACIONAL – CONVENIO DE PARÍS

En primer lugar, se debe presentar una solicitud de registro de patente en otro país que debe ser miembro del [Convenio de París](#) (están incluidos todos los países miembros de la Unión Europea, así como China), en el caso de España sería ante la [Oficina Española de Patentes y Marcas](#). A continuación se presentará una segunda solicitud de registro de patente en China ante la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual (SIPO), dentro de un plazo de doce meses (seis meses, en materia de modelos y diseños), reivindicando, como fecha de prioridad, la de la primera solicitud de registro, esta segunda solicitud tendrá el mismo procedimiento que el seguido para el sistema nacional.



5.3. SISTEMA INTERNACIONAL – TRATADO DE COOPERACIÓN EN MATERIA DE PATENTES (PCT)

Para registrar una patente en el marco del [Tratado de Cooperación en materia de Patentes](#) (PCT), al cual pertenecen todos los países miembros de la Unión Europea, así como China, se debe, en un primer momento, presentar una solicitud de registro de patente internacional mencionando a China entre los estados designados. Las solicitudes de registro relativas al PCT pueden presentarse ante la [Oficina Europea de Patentes](#), o ante cualquier oficina nacional de patentes⁸ de un estado miembro de la Unión Europea⁹. En los treinta meses siguientes, el solicitante deberá formalizar el procedimiento de registro ante la SIPO China, el cual seguirá un proceso muy similar al del sistema nacional.



Para más información consultar la *Guía del solicitante del PCT* en el siguiente enlace: <http://www.wipo.int/pct/es/appguide/>

⁸ En España sería ante la Oficina Española de Patentes y Marcas.

⁹ La OEPM apoya financieramente la obtención de patentes en el exterior a través de un [Programa de ayudas](#) que se convoca anualmente.

5.4. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE LOS DIFERENTES REGISTROS

A continuación se puede encontrar una tabla que muestra las principales diferencias y similitudes que existen entre los diferentes sistemas de registro:

Aspectos	Sistema nacional	Convenio de París	Sistema PCT
Idioma	chino	español y chino	español
Alcance	Sólo válido para China	Una solicitud por cada país.	Tramitación de manera simultánea, a través de una única solicitud, en más de 140 países.
Denominación	Certificación de patente	Sistema de solicitud	Sistema de solicitud
Coste	Consultar tabla de costes aquí	Consultar las tablas de costes aquí (OEMP) y aquí (SIPO).	Consultar tabla de costes aquí
	El incremento de coste debido al uso de agencias y abogados especialistas para el registro no es significativo, aunque dependerá de la agencia y el bufete de abogados elegido.	Los importes que deberán abonarse al entrar en la fase nacional constituyen los costes más importantes antes de la concesión de la patente: gastos de traducción de la solicitud, tasas de presentación de la oficina nacional y honorarios de abogados o mandatarios de patentes locales.	La OEPM ofrece descuentos del 75% sobre la tasa de búsqueda internacional. Los importes que deberán abonarse al entrar en la fase nacional constituyen los costes más importantes antes de la concesión de la patente: gastos de traducción de la solicitud, tasas de presentación de la oficina nacional y honorarios de abogados o mandatarios de patentes locales.
Validez	20 años para las patentes de invención, y 10 años para los modelos de utilidad y los diseños		
Margen de tiempo para la solicitud nacional		12 meses máximo	30 meses máximo

Conclusión	En cuanto a procedimiento y duración, son similares, aunque siempre dependerá de las oposiciones planteadas por terceros frente a los registros y la agencia elegida para tramitar la solicitud. Con la solicitud a través de PCT, los solicitantes españoles tienen una gran ventaja ya que la OEPM es Administración Internacional de Búsqueda y Examen Preliminar Internacional, por lo que pueden realizar todas las actuaciones relativas a la tramitación de acuerdo con el PCT hasta la entrada en la Fase Nacional (mes 30 desde la fecha de prioridad) en español y de una manera accesible. Este procedimiento permite "comprar tiempo", ya que se puede retrasar la decisión de entrar en la fase nacional hasta 30 meses desde la fecha de presentación internacional o de prioridad, en su caso, y mantener en secreto el invento un mínimo de 18 meses, lo que puede resultar útil para impulsar la viabilidad y evitar gastos innecesarios.
-------------------	---

6. OPCIONES DE ACTUACIÓN ANTE UNA VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

6.1. MECANISMOS DE DEFENSA¹⁰

Cuando se produce una violación de los derechos de propiedad intelectual, hay que tener en cuenta varios factores para poder tomar una decisión acertada que dé solución a la infracción que se está cometiendo.

En cuanto al organismo ante al que acudir, hay que hacer distinción dependiendo de la naturaleza del derecho infringido, en este caso marcas o patentes.

- **Derechos de marca:** la mayor parte de las empresas extranjeras que sufren este tipo de infracción optan por acudir a la Administración Estatal de Industria y Comercio de la R. P. China (SAIC por sus siglas en inglés), ya que actúan de una manera más eficaz y rápida. También es posible acudir a las oficinas de la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China (AQSIQ por sus siglas en inglés) o a los tribunales.
- **Derechos de patente:** por lo general, este tipo de violaciones suelen llevarse ante los tribunales, o también cabe la posibilidad de solucionarlo a través de la Administración General de Aduanas (GACC por sus siglas en inglés), la Oficina de Administración de Patentes (PAO por sus siglas en inglés) o, la opción más común, a través de la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual (SIPO por sus siglas en inglés).

Por otro lado, también hay que considerar qué procedimiento es el más adecuado cuando se descubre una violación de los derechos de propiedad intelectual, y seguir el que mejor pueda solucionar y poner fin a dicha infracción. A continuación se describen brevemente las tres vías de actuación posibles:

- 1) **Acción administrativa.** Esta suele ser la opción más utilizada, debido a que es considerablemente más efectiva y rápida.

¹⁰ Oficinas Económicas y Comerciales de España en China. *Guía invertir en China* (2014).

En el caso de las marcas, sin embargo, según la zona del país, es más complicado conseguir la aprobación de la Administración Estatal de Industria y Comercio para una intervención, ya que existe cierta tendencia a proteger a las empresas locales.

Si se acude a AQSIQ, habrá más probabilidades de que actúen contra los falsificadores, ya que no tienen conexiones con la industria local. Sin embargo, este organismo está especializado en la vigilancia de la calidad de los productos y sus posibles efectos sobre la salud, por lo que es más difícil que intervengan en casos de violación de derechos de propiedad intelectual, a no ser que el producto falsificado sea de muy baja calidad.

El principal inconveniente de este tipo de acciones administrativas es su limitada efectividad. Por lo general, tan solo se lleva a cabo una redada para incautar y posteriormente destruir los productos que infringen los derechos de propiedad intelectual, pero no se consigue el cese total de la actividad del falsificador, que en ocasiones vuelve a actuar pasado un tiempo.

En el caso de las patentes, se debe acudir a cualquiera de los organismos competentes y denunciar la violación de los derechos de patente. La actuación general en este tipo de situaciones es la de intentar llegar a un acuerdo entre ambas partes, y si fuese el caso la SIPO puede ordenar el cese de la actividad de la parte infractora.

- 2) **Actuación aduanera.** Las autoridades aduaneras están autorizadas por ley para identificar y confiscar bienes sospechosos a su entrada y salida del país o en depósito aduanero. Para obtener esta protección, las empresas deben registrar previamente la propiedad intelectual ante la Administración General de Aduanas.

En caso de que Aduanas detecte bienes sospechosos de infringir derechos de propiedad intelectual, se informará al propietario, el cual podrá inspeccionarlos en el plazo de tres días y decidir si solicita la intervención de las autoridades. Los propietarios de los derechos también pueden actuar por iniciativa propia si aportan la cantidad suficiente de pruebas.

Una vez que los bienes hayan sido interceptados, Aduanas llevará a cabo una investigación, y aquellos bienes que infrinjan los derechos de propiedad intelectual podrán ser vendidos por las autoridades aduaneras en subasta pública (tras haber eliminado las características que constituyen la infracción), o podrán ser destruidos o donados.

Las medidas adoptadas por Aduanas son recurribles en primer lugar ante la Administración General de Aduanas y posteriormente ante los tribunales.

- 3) **Vía judicial.** Este procedimiento es más caro y más lento que la acción administrativa, sin embargo es la única manera mediante la que se puede conseguir una indemnización. Optar por la vía judicial es recomendable en los siguientes casos:
- Si los daños sufridos suponen una gran pérdida económica.
 - Si es la única forma de conseguir que el infractor cese en su actividad.
 - Si se desea dar publicidad al caso.
 - Si se trata de un caso en el que las administraciones sean reticentes a actuar.
 - Cuando, por las características del caso y de los implicados, se intuye que las autoridades locales favorecerán a la empresa local infractora.

Se puede iniciar una acción judicial contra la manufactura, venta, oferta, distribución, uso y exportación de productos. Normalmente se solicita la orden judicial de cierre, la indemnización económica y la destrucción de las mercancías y moldes. Aunque los tribunales realizan su propia investigación, la carga de la prueba recae en la parte acusadora quien debe aportar pruebas notariadas. Es importante tener en cuenta que, según el [Derecho Procesal Civil de la R. P. China](#) las **pruebas recabadas por empresas de investigación extranjeras no tienen validez en los tribunales chinos**, por lo tanto se deberá recurrir a empresas de investigación locales.

El titular del derecho de propiedad intelectual, así como cualquier parte interesada, puede solicitar a los tribunales que adopten medidas cautelares al inicio del proceso, aportando las garantías necesarias, para ordenar el cese de la infracción y preservar la propiedad si puede demostrarse que una tercera parte está realizando o va a realizar actos que violan derechos de propiedad intelectual, y que, de no detenerse, producirán daños irreparables a sus derechos e intereses legítimos.

Igualmente, cuando los titulares o partes interesadas intuyan que las pruebas de la infracción pueden ser destruidas, o ser difíciles de obtener en un futuro, tienen derecho a solicitar al juez la adopción de medidas para preservarlas como medida cautelar del proceso judicial.

6.2. MARCA

En China, las marcas que no están registradas, prácticamente no tienen protección (salvo que tengan la categoría de marcas renombradas), y resulta complicado oponerse a una marca ya registrada.

Por este motivo, es frecuente que algunas empresas chinas que localizan marcas extranjeras sin registrar, se adelanten a los titulares originales y procedan a realizar el registro en China a su nombre. Este caso es particularmente habitual con marcas de compañías que fabrican en China, aunque no vendan en el país, o con empresas que acuden a ferias y reparten catálogos y muestras sin tener la marca registrada.

Estos casos de marcas “secuestradas” pueden llegar a dificultar la entrada de un competidor en el mercado local. Y aunque se recomienda el registro preventivo, la nueva Ley de Marcas aporta **opciones para actuar** frente a tales actividades. La elección de cualquiera de las vías precisa contar **con la asesoría de abogados especializados** en la protección de derechos de propiedad intelectual, que informarán sobre las posibilidades de recuperar la marca o bien defenderla ante registros anteriores.

6.2.1. Momentos en que se puede actuar contra el registro de marcas

Existen dos momentos concretos en los que una empresa puede actuar contra el registro/inscripción de una marca:

Primero, durante el **período de publicación**, en el que se da publicidad a la solicitud de la marca, precisamente para otorgar un plazo de oposición a la solicitud a titulares previos de derechos sobre la misma o a cualquier otra parte interesada. Este plazo tiene una duración de **tres meses** a partir de la fecha de publicación durante el que puede interponerse una **acción de oposición** por

cualquiera de las causas que se verán más adelante. La propia oficina resolverá sobre la oposición en el plazo de 12 meses (con posibilidad de prorrogarlo seis meses más). Frente a esta decisión, en un plazo de 15 días, cabe recurso de alzada frente al Trademark Review and Adjudication Board (TRAB por sus siglas en inglés) que entre 9 y 12 meses deberá decidir sobre el asunto.

El segundo momento en que se puede ejercer una acción es **cuando la marca ya se encuentra registrada** con carácter definitivo (una vez recibida la “letter of acceptance”). Se dispone, por lo general, de un plazo de **cinco años** desde que se ha concedido el registro para interponer una **acción de cancelación** ante el TRAB. Éste deberá responder a la reclamación entre los 12 y 18 meses siguientes y en caso de estimarse procedente, debido a que la marca ha estado registrada a todos los efectos, puede fijarse una compensación económica por el uso indebido de la marca.

6.2.2. Causas de oposición y nulidad

Como se explicó anteriormente, hay dos momentos en que se pueden llevar a cabo acciones contra el registro de una marca. En primer lugar, la acción de oposición puede imponerse durante el período de publicidad de 3 meses, y cabe la posibilidad de alegar un número considerable de objeciones, ya que el registro de la marca, en esta fase, no es un derecho adquirido. Tales causas de oposición pueden clasificarse en los siguientes cuatro puntos:

- Registros hechos bajo la inobservancia de prohibiciones en la ley para determinados tipos de marcas.
- Registros hechos en vulneración de cualquiera de los preceptos de la norma.
- Alegaciones de mejor derecho y prioridad de registro frente a quien ha abierto el procedimiento.
- Por los mismos motivos previstos para la acción de cancelación, como se verá a continuación.

En segundo lugar tenemos la acción de nulidad que puede presentarse en un plazo de 5 años a partir de que queda firme el registro de la marca. Puesto que la decisión de la CTMO que aprueba el registro de la marca es un acto administrativo firme que genera derechos, se admiten sólo una serie de causas tasadas legalmente, y el elenco de objeciones se reduce principalmente a tres:

- 1) **Registro de mala fe** por parte de alguna empresa o individuo. Pretende evitar los casos de secuestros de marcas, donde se entiende que, aunque se produzca el registro con anterioridad, las intenciones de dicha empresa para con esa marca no son legítimas.
- 2) **Por falta de uso:** la marca debe utilizarse. Pasado un período de tres años sin hacer uso de la marca, puede solicitarse su cancelación. Obviamente este supuesto no aplica como causa de oposición.
- 3) En el caso de ser una *Well-known Trademark*, el mero uso de la misma, aun sin estar registrada, implica la protección de la marca de oficio, además de poderse accionar frente a registros e inscripciones por parte de terceros si las autoridades no bloquearon en su debido momento el registro de la misma. Además, si el registro se hizo de mala fe y la marca tiene tal categoría de *well-know trademark*, **no existe plazo para interponer una declaración de nulidad** (no se aplica el período de cinco años).

En cualquiera de las tres situaciones resulta fundamental recabar todas las pruebas posibles sobre el uso de marca en China. Es especialmente importante toda información sobre cuál es la relación con la persona/empresa que ha realizado el primer registro para ver si es un posible competidor / proveedor / cliente / distribuidor que pueda haber registrado la marca con intención de perjudicar a la otra empresa o bien un individuo o agente de marcas que ha registrado con la mera intención de “secuestrar” la marca para cobrar un rescate, pero no está haciendo uso de ella. En el último caso, es importante cerciorarse de que la marca no está siendo utilizada, siempre procurando llevar las actuaciones oportunas sin alertar al titular de la inscripción con anterioridad al inicio del procedimiento, de modo que no disponga de margen de maniobra para refutar el argumento sobre la falta de uso de la marca.

6.3. PATENTE

Igual que en el caso de las marcas, las patentes en China se conceden por orden de solicitud, es decir siguiendo el principio de *first to file*. Además, la patente solo estará protegida una vez que se haya efectuado el registro.

Es preciso apuntar que, según la Ley de Patentes de la R. P. China, se autoriza la práctica de licencia obligada de patente. El poseedor de una patente puede ser obligado a otorgar una licencia sobre ella si no la explota de manera efectiva pasados tres años de su registro sin razón justificante, o si la utiliza para realizar prácticas monopolísticas, entre otras razones.

6.3.1. Momentos en que se puede actuar contra el registro de patentes

En China, una violación de los derechos de patente tan solo puede ser **denunciada una vez que se haya efectuado el registro de dicha patente**.

En el caso de los **modelos de utilidad y los diseños**, el propietario de los derechos de patente solo puede demandar al infractor por aquellos **actos que se hayan producido tras el registro efectivo de la patente**. Por otro lado, en el caso de las patentes de **invención**, la parte afectada puede solicitar el pago de una cantidad razonable al infractor por cualquier acto que haya ocurrido **a partir de la fecha en que la invención fuese publicada** en el [Boletín de patentes de la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual](#) (en chino).

Una vez que los derechos de patente estén registrados, el propietario de los mismos, en caso de descubrir que se está cometiendo alguna infracción, puede denunciarla en un plazo de **dos años** a partir de la fecha en que se produzca dicha infracción o a partir de la fecha en la que se supone que debería haber tenido conocimiento de dicha infracción. Si se sobrepasasen esos dos años, el propietario de la patente perdería su derecho a llevar a cabo cualquier acción en contra del infractor, pero no perdería su derecho de patente.

En un primer momento, en caso de disputa, son las partes involucradas las que tendrían que llegar a un acuerdo. En caso de que esto no ocurra, cualquiera de las partes puede emprender acciones legales ante los tribunales, y puede solicitar al organismo competente en materia de patentes que interceda en la resolución de la disputa. Una vez notificada la resolución, si el infractor no está de acuerdo, tiene un plazo de 15 días para recurrir la decisión ante los tribunales.

6.3.2. Causas de nulidad

Tras el registro efectivo de una patente, cualquier parte interesada puede presentar una solicitud de cancelación de los derechos. Entre las posibles razones por las que pedir la nulidad se encuentran la patentabilidad, la falta de una descripción detallada, la inclusión de información nueva no presentada en la solicitud original, la falta de claridad, o la vulneración de cualquiera de los preceptos de la norma.

Una vez examinada la solicitud de nulidad, el organismo competente en materia de patentes publica la decisión (en el plazo de un año aproximadamente), tras lo cual, y durante los tres meses siguientes, cualquiera puede emprender acciones legales en los tribunales en caso de no estar de acuerdo con la decisión tomada.

La declaración de nulidad implica que la patente no fue nunca válida. Y el efecto retroactivo de la nulidad no afectará a las resoluciones sobre violación de la patente que hubieran sido ejecutadas con anterioridad a la declaración de nulidad; ni tampoco afectará a los contratos concluidos antes de la declaración de nulidad, en la medida en que hubieran sido ejecutados con anterioridad a la misma. Esto no obstante, por razones de equidad y en la medida que lo justifiquen las circunstancias, será posible reclamar la restitución de sumas pagadas en virtud del contrato.

Además, se podrá requerir una indemnización por daños y perjuicios cuando el titular de la patente hubiera actuado de mala fe.

7. PROTECCIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN

Una indicación geográfica o denominación de origen es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen. Por lo general, la indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos.

Existe un escaso desarrollo legal en China en cuanto a la protección de las Denominaciones de Origen (DD. OO.). Se puede incluso llegar a afirmar que no se encuentran protegidas como tal, como institución jurídica con un marco normativo específico. Sin embargo, esto no significa que no se puedan emprender algunas vías para dotarlas de defensa bajo el régimen de protección de marcas.

Como se mostrará a continuación, la vía más eficaz e integral para proteger la denominación de origen es mediante el registro ante la CTMO como marca colectiva o bien como marca de certificación.

7.1. REGISTRO ANTE LA OFICINA DE MARCAS (CTMO)

En este supuesto, la protección se logra con el registro de la indicación de origen como **marca colectiva** o bien como **marca de certificación**, siempre que dicha D. O. esté protegida en el país de origen como tal, al amparo del artículo 16 de la Ley de Marcas y de la regulación sobre [la Protección de Marcas Colectivas y de Certificación](#).

La **marca colectiva** supone que la marca distintiva de una indicación geográfica solo puede ser utilizada por un determinado número de empresas autorizadas, y en caso de variar dicha relación de compañías, es preciso actualizar el listado ante la CTMO cuando se producen inclusiones o exclusiones. Por el contrario, la **marca de certificación permite su uso a todas aquellas empresas que cumplan con los requisitos técnicos aportados por los Consejos Reguladores**, los que son previamente estipulados por el solicitante (Consejo Regulador) desde que se formaliza el registro.

De los dos métodos, se recomienda el uso del segundo, esto es, registro de la D.O. como **marca de certificación**, ya que así estarán protegidas todas las empresas que cumplan en origen con los requisitos descritos por el Consejo Regulador en el expediente de registro, sin necesidad de comunicar continuamente las inclusiones y actualizaciones del listado de empresas de un determinado Consejo Regulador ante la CTMO.

Si bien la Oficina de Marcas china debería, en principio (aunque no siempre lo hace), declinar de oficio cualquier solicitud de registro del nombre de una ciudad o lugar geográfico (por ejemplo Jerez), las DD. OO. no están protegidas de por sí en China, y aquellas que no correspondan a lugares geográficos (por ejemplo CAVA), se encuentran totalmente indefensas frente a cualquier registro previo. Por tanto, es fundamental comprobar que la D. O. bajo la que están amparados los productos de exportación a China, se encuentre registrada ante la CTMO como una marca de certificación. En caso contrario, debemos instar a los Consejos Reguladores de las DD. OO. de los que seamos miembros a que lleven a cabo dicho registro, ya que son ellos los responsables y garantes de la defensa internacional de la denominación de origen.

Por lo demás, el procedimiento es el mismo que el seguido para el registro de una marca comercial.

La principal ventaja que ofrece esta vía de protección es que cuenta con el respaldo de un cuerpo normativo, la Ley de Marcas, la cual estipula perfectamente los procedimientos para la defensa de la marca así como las infracciones y consecuencias por la vulneración de la norma. Además dispone de un organismo, la Administración Estatal de Industria y Comercio de la R. P. China (SAIC por sus siglas en inglés), garante de su supervisión y cumplimiento.

7.1.1. Registro complementario ante la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China (AQSIQ).

Este sistema de protección debe emplearse de **manera complementaria** al anterior, pues al contrario que en el supuesto previo, el registro a través de la [Administración General de Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena \(AQSIQ\)](#), se fundamenta en la Regulación sobre la Protección de Productos con Indicaciones Geográficas, que dispone de menor fuerza que la antes mencionada ley.

Suele ser práctica habitual por parte de los Consejos Reguladores de las DD. OO. acudir a ambos tipos de registro para garantizar la protección de la marca. Sin embargo, no debe olvidarse nunca el registrar la indicación geográfica siempre como marca colectiva, para así bloquear su uso a terceros.

8. FUENTES DE INFORMACIÓN

Recursos electrónicos y fuentes de información

China IPR Helpdesk: portal de atención a la PYME creado por la UE para temas de propiedad intelectual en China. Además de publicaciones y documentos de gran interés, incluye un catálogo de estudio de casos de propiedad intelectual.

OMPI: el portal de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ofrece gran cantidad de información relevante al sistema de registro internacional para marcas vía Acuerdo de Madrid. Destacan:

- [Listado de países firmantes](#)
- [Simulador del proceso de registro y de costes](#)
- [Información sobre el registro de una marca internacional](#)

También ofrece información detallada acerca del registro de patentes siguiendo el [Tratado de Cooperación en materia de Patentes \(PCT\)](#).

CTMO: el portal de China Trademark Office incluye información sobre los trámites y formularios necesarios para tramitar el registro de una marca en China. También dispone de un listado de agencias autorizadas para realizar el registro y [tasas](#).

AQSIQ: portal oficial de la General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of P.R.C., donde se puede encontrar información sobre las últimas actualizaciones legales y en materia de políticas relacionadas con la calidad de productos y su control.

Ley de Marcas de la República Popular China: en inglés y de manera gratuita

Ley de Patentes de la República Popular China: en inglés y de manera gratuita

Medidas para el Registro y Administración de las Marcas Colectivas y de Certificación: en inglés y de manera gratuita

SAIC: portal de State Administration for Industry and Commerce, que permite encontrar información sobre legislación y protección de propiedad intelectual en China. Además se publica de manera anual el [Estudio Anual sobre el Desarrollo de la Estrategia de Marcas Registradas en China](#).

OEPM: página oficial de la Oficina Española de Patentes y Marcas, responsable del registro y concesión de las distintas modalidades de propiedad intelectual. Incluye toda la información sobre registro de marcas y patentes en España y permite consultar la clasificación internacional de bienes y servicios según la [clasificación de Niza](#).

IPO: página oficial de la Intellectual Property Owners Association, donde se pueden encontrar datos interesantes sobre el registro en diversos países de derechos de propiedad intelectual,

noticias, notas legales y estudios, como el [Empirical Study on Determination and Protection of Well-Known Trademarks in China](#).

SIPO: página oficial de la Oficina Estatal de Propiedad Intelectual, responsable del registro y protección de los derechos de propiedad intelectual. Incluye información sobre el registro de patentes, así como de las [tasas](#) aplicables.

ELZABURU, S.L.P.: firma especializada en propiedad industrial e intelectual y tecnologías de la información, cuya misión es proteger, defender y poner en valor la innovación y creaciones de sus clientes. ELZABURU asesora a todo tipo de clientes, desde las grandes corporaciones hasta las pymes, acompañándoles y colaborando en su proceso de expansión nacional e internacional.

Oficinas Económicas y Comerciales de España en China: para cualquier consulta relacionada con el registro de marca en China, puede contactar con cualquiera de las Oficinas económicas y comerciales de España en el país a través de los siguientes correos electrónicos:

Shanghái: shanghai@comercio.mineco.es

Pekín: pekin@comercio.mineco.es

Cantón: canton@comercio.mineco.es

Hong Kong: hongkong@comercio.mineco.es

9. BIBLIOGRAFÍA

FERNÁNDEZ RODRIGO, GUILLERMO; BALLESTEROS GÓMEZ, PABLO. OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN PEKÍN (2016). *El registro de marcas en China*. ICEX España Exportación e Inversiones

<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2016626506.html?idPais=CN>

CHINA IPR SME HELPDASK (2016). *Trademarks [FAQs]*

<http://www.china-iprhelpdesk.eu/content/trademarksfaqs>

Ley 24/2015, de 24 de julio, sobre Patentes («BOE» núm. 177, de 25 de julio de 2015)

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-8328

OFICINAS ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE ESPAÑA EN CHINA (2014). *Guía Invertir en China*. Shanghái: ICEX España Exportación e Inversiones

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (2016). *Guía del solicitante del PCT – Fase Internacional*

<http://www.wipo.int/pct/guide/es/gdvol1/pdf/gdvol1.pdf>

STATE INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA (2015). *2015 Intellectual Property Rights Protection in China*

<http://english.sipo.gov.cn/laws/whitepapers/201607/P020160721403876149335.pdf>

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT LIMITED (2016). “Chapter 10: Intellectual property and licensing” en *China Hand October 2016*

Trademark Law of the People's Republic of China (as amended up to Decision of August 30, 2013, of the Standing Committee of National People's Congress on Amendments to the Trade-mark Law of the People's Republic of China)

10. ANEXOS

Consejos prácticos a la hora de registrar una marca¹¹

- Registrar la marca en las categorías necesarias si es que se prevé ampliar en el futuro la línea de negocio a otros productos que puedan tener relación.
- **Registrar la marca en blanco y negro además de en el color principal** que se vaya a emplear, ya que así se amplía la protección a todos los colores. También es recomendable registrarla en una **tipografía estándar además de la que se va a utilizar**, ya que se produce una extensión similar de la protección.
- Es importante registrar la marca y su nombre **en chino también en Internet**.
- Es muy recomendable **registrar la marca y los productos en las aduanas chinas**, para que desde allí se haga el seguimiento sobre la autenticidad de los productos que entran y salen del país y evitar la exportación de copias piratas a terceros mercados. Es importante registrar la marca así como las empresas a las que se permite su uso mediante licencias, de lo contrario la Administración General de Aduanas podría detener productos bajo una licencia válida.
- **A la hora del registro conviene tener especial cuidado en quien deviene propietario de la marca.** Desafortunadamente, no son pocos los casos en los que por despreocupación del empresario extranjero o porque resulta más fácil, se ha dejado en manos del socio o distribuidor local el proceso de registro de la marca, y este se inscribe inicialmente como titular y con ello propietario de la marca en China. Esto significa que solo podrá distribuirse el producto a través del socio local y aceptando todas sus condiciones, a menos que el titular original le compre los derechos de la marca en China.
- Si la marca aún no está registrada, se debe tener una **actitud vigilante a la hora de repartir catálogos y muestras en las ferias en China**, para evitar que se produzca algún registro oportunista por personas ajenas a la empresa.
- En caso de no utilizar la marca en tres años, esta puede ser dada de baja del registro por las autoridades, por tanto han de guardarse documentos, catálogos, etc., que demuestren que la marca sigue en uso.

¹¹ Oficinas Económicas y Comerciales de España en China. *Guía invertir en China* (2014).

Guía para la búsqueda de información en bases de datos chinas (en chino)

<http://www.epo.org/searching-for-patents/helpful-resources/asian/china/search.html>

Agentes para el registro de marcas y patentes en China

China Sinda Intellectual Property Limited

Pekín: Unit B, 11/F , Focus Place, 19 Jinrong Dajie (Financial Street)

Beijing 100033, P. R. China

tel.: (86 10) 6657 6688

fax: (86 10) 6657 8088

c.e.: sinda@chinasinda.com

www.chinasinda.com

Liu, Shen & Associates

Oficina en Pekín

10/F, 10 Hanhai Plaza (1+1 Plaza), Caihefang Road Haidian District

Beijing 100080, P. R. China

tel.: (86 10) 6268 1616 ; 6268 0066

fax: (86 10) 6268 1818

c.e.: mail@liu-shen.com

www.liu-shen.com

Oficina en Shanghai

Zhongrong Plaza No. 1510, Pudong District,

Shanghai, P. R. China

tel: (021) 5133 6899

fax: (021) 5133 6939

c.e.: sh@liu-shen.com

Oficina en Hong Kong

Room 3716, 37/F Sun Hung Kai Centre

30 Harbour Road, Wanchai Hong Kong

tel: (852) 2877 7755

fax: (852) 2511 7326

c.e.: liushen@biznetvigator.com

Shanghai Patent and Trademark Law Office, LLC

29 & 34/F, 435 Guiping Lu (United Building)

Shanghai 200233, P. R. China

tel.: (86 21) 3418 3200

fax: (86 21) 6485 5062 ; 6485 3180 ; 6482 8651 ; 64828652

c.e.: info@siit.intnet.com.cn

www.sptl.com.cn

NTD Patent & Trademark Agency LTD

Oficina en Pekín

9-11/F, Unit A, 27 Jin Rong Da Jie (Investment Plaza)

Beijing 100033, P. R. China

tel.: (86 10) 6361 1666

fax: (86 10) 6621 1845 ; 6621 1846 ; 6621 1847 ; 6621 1848

c.e.: pat@chinanttd.com (Patentes); tm@chinanttd.com (Marcas); law@chinanttd.com (Derechos de autor); mailbox@chinanttd.com ; ntd@china.com

www.chinanttd.com

Oficina en Shanghái

Suite 15D, Crystal Century Tower,

567 Weihai Road, Shanghai 200041, P. R. China

tel.: (86 21) 2213 9988 ; (86 21) 6386 5900 (Línea directa)

fax: (86 21) 5238 3380

c.e.: cwen@chinanttd.com

Oficina en Hong Kong

Units 1805-6, 18/F. Greenfield Tower, Concordia Plaza,

No.1 Science Museum Road, Tsimshatsui East,

Kowloon, Hong Kong

tel.: (852) 2739 1818

fax: (852) 2722 0051

c.e.: ntd@chinanttd.com.hk

China Patent Agent (HK) Ltd.

Oficina en Pekín

16/F, CCOIC Building, 2 Huapichang Hutong, Xicheng District

Beijing 10035, P. R. China

tel.: (86 10) 8220 2288

fax: (86 10) 6621 1564 (Patentes); 6621 1590 (Marcas)

c.e.: mail@cpahkltd.com

www.cpahkltd.com

Oficina en Shanghái

23/F, Crystal Century Mansion,

567 Weihai Road, Jing'an District,

Shanghai 200041, P. R. China

tel.: (86 21) 5203 1399

fax: (86 21) 6288 3922

c.e.: mail@cpahkltd.com

Oficina en Shenzhen

12/F, Block One, China Phoenix Building,

2008 Shennan Road, Futian District,

Shenzhen 518026, P. R. China

tel.: (86 755) 8275 5788

fax: (86 755) 8368 8269

c.e.: mail@cpahkltd.com

Oficina en Hong Kong

22/F., Great Eagle Center,
23 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong
tel.: (852) 2828 4688
fax: (852) 2827 1018
c.e.: mail@cpahkltd.com ; patent@cpahkltd.com (Patentes);
trademark@cpahkltd.com (Marcas)

Jeekai & Partners

Floor 15A, Building No. 5, GTFC Plaza, 9 Guang'an Road,
Fengtai District, Beijing 100055, P. R. China
tel.: (86 10) 6350 9806
fax: (86 10) 6641 0215 ; 6641 0770
c.e.: service@jeekai.com
www.jeekai.com

China Science Patent & Trademark Agent Ltd

Oficina en Pekín

11/F, Bldg. D, International Finance and Economics Center, No. 87,
West 3rd Ring North Rd. Haidian District, Beijing 100089, P. R. China
tel.: (86 10) 6861 9696 ; 6861 9620 (Línea directa en inglés) ; 6861 9696 (Línea directa en chino)
fax: (86 10) 8237 8400 ; 8237 8485
c.e.: csptal@csptal.com
www.csptal.com

Oficina en Shanghái

Regus One Prime
Room 2526, 25F., No. 1361, North Sichuan Road,
Hongkou District, Shanghai 200080, P. R. China
tel.: (86 21) 2601 1673
fax: (86 21) 2601 1673
c.e.: csptsh@csptal.com

Oficina en Hong Kong

Unit 713, 7/F., Delta House, 3 On Yiu Street,
Shatin, New Territories, Hong Kong
tel.: (852) 2153 1678
fax: (852) 2153 0978
c.e.: csptsh@csptal.com

Lehman, Lee & Xu

Oficina en Pekín

10-2 Liangmaqiao Diplomatic Compound, No.22 Dongfang East Road
Chaoyang District, Beijing 100600, P. R. China
tel.: (86 10) 8532 1919
fax: (86 10) 8532 1999
c.e.: mail@lehmanlaw.com
<http://www.lehmanlaw.com>

Oficina en Shanghai

Suite 606, We International Hub No. 501, Jiujiang Road, Huangpu District
Shanghai 200001, P. R. China
tel.: (86 21) 5877 9296
fax: (86 21) 5877 9196
c.e.: shanghai@lehmanlaw.com

Oficina en Hong Kong

Suite 3313, Tower One
Times Square, 1 Matheson Street, Causeway Bay, Hong Kong
tel.: (852) 3588 2188
fax: (852) 3588 2088
c.e.: hongkong@lehmanlaw.com

Beijing Sanyou Intellectual Property Agency Ltd.

16/F, Unit A, Corporate Square, 35 Jinrong Street (Investment Plaza)
Beijing 100033, P. R. China
tel.: (86 10) 8809 1921
fax: (86 10) 8809 1920
c.e.: sanyou@sanyouip.com
www.san-you.com

Lung Tin Intellectual Property Agent Ltd.

Oficina en Pekín

18 Floor, Tower B, 5 Huizhong Road (Grand Place), Chaoyang District,
Beijing 100101, P. R. China
tel.: (86 10) 8489 1188
fax: (86 10) 8489 1189
c.e.: ltbj@lungtin.com
www.lungtin.com

Oficina en Shanghai

Room 1505, No. 333, North Caoxi Road
Shanghai 200030, P. R. China
tel.: (86 21) 6085 0566
fax: (86 21) 6085 0599
c.e.: ltsh@lungtinlaw.com

Oficina en Hong Kong

Offices C&D, 8/F, Centre Mark II, Nos. 305-313 Queen's Road Central
Hong Kong
tel.: (852) 2304 1729
fax: (852) 2793 4694
c.e.: info@lungtin-ip.com

CCIPT Patent & Trademark Law Office

Oficina en Pekín

10/F, 158 Fuxingmennei Street (Ocean Plaza)
Beijing 100031, P. R. China
tel.: (86 10) 6641 2345 ; 6851 6688
fax: (86 10) 6641 5678 ; 6641 3211
c.e.: mail@ccpit-patent.com.cn
www.ccpit-patent.com.cn

Oficina en Shanghái

F18, Crystal Century Mansion, Wei Hai Road
Shanghai 200041, P. R. China
tel.: (86 21) 6288 8686
fax: (86 21) 6288 3622
c.e.: shanghai@ccpit-patent.com.cn

Oficina en Hong Kong

Unit 09, 34/F., Office Tower
Convention Plaza No. 1 Harbour Road, Hong Kong
tel.: (852) 2523 1833
fax: (86 21) 2523 1338
c.e.: hongkong@ccpit-patent.com.cn

Dragon Intellectual Property Law Firm

Maples International Center 10F, Bldg. 2, No. 32 Xizhimen North Street,
Haidian District, Beijing 100082, P. R. China
tel.: (86 10) 8225 2547
fax: (86 10) 8225 0563
c.e.: info@dragonip.com
<http://www.dragonip.com>

Zhongzi Law Office

7th Floor, New Era Building 26 Pinganli Xidajie
Beijing 100034, P. R. China
tel.: (86 10) 6609 1188
fax: (86 10) 6609 1199
c.e.: mail@zz-iplaw.com.cn
<http://www.zhongziip.com>

China Trademark & Patent Law Office

Yuxin Bld, 14 Yuetan Nanjie, Xichengqu,
Beijing 100045, P. R. China
tel.: (86 10) 6857 0083 (Patentes); 6857 0098 (Marcas internacionales); 6857 0091 (Marcas nacionales)
fax: (86 10) 6857 5836 (Patentes); 6857 5680 (Marcas internacionales); 6857 0089 (Marcas nacionales)
c.e.: cts@cntrademark.com ; patent@ctplo.cn
www.cntrademark.com ; www.trademarkpatent.com.cn

Kangxin Partners, P.C.

Floor 16, Tower A, InDo Building, A48 Zhichun Road, Haidian District
Beijing 100098, P. R. China
tel.: (86 10) 5657 1588
fax: (86 10) 5657 1599
c.e.: iplaw@kangxin.com (General); patent@kangxin.com (Patentes);
trademark@kangxin.com (Marcas)
www.kangxin.com

Unitalen Attorneys at Law

Oficina en Pekín

7/F, 22 Jian Guo Men Wai (Scitech Place)
Beijing 100004, P.R. China
tel.: (86 10) 5920 8888 ; 8511 5888
fax: (86 10) 5920 8588 ; 8511 0966 ; 8511 0968
c.e.: mail@unitalen.com
www.unitalen.com

Oficina en Shanghai I

15th Floor, Wangwang Plaza, No.211 Shi Men Yi Road Jing'an District
Shanghai 200041, P.R. China
tel.: (86 21) 6122 0388
fax: (86 21) 6130 4915

Oficina en Shanghai II

Room 303, Silver Plaza, Fortune International Plaza, No.43, Guoquan Road
Yangpu District, Shanghai 200433, P.R. China
tel.: (86 21) 3362 5068 ; 33625062
fax: (86 21) 33625166

Lecome Intellectual Property Agent Ltd.

Oficina en Pekín

Floor 16, Tower B, INDO Mansion, No.48-Jia Zhichun Road, Haidian District
Beijing 100098 P. R. China
tel.: (86 10) 5873 3366
fax: (86 10) 5873 3399
c.e.: china@lecome.com
www.lecome.com

Oficina en Shenzhen

Rm. 1411, 14/F, Hualian Building Shennan Md. Rd. Futian District
Shenzhen 518031, P. R. China
tel.: (86 755) 8366 7950
fax: (86 755) 8366 8754
c.e.: shenzhen@lecome.com

Boss & Young Attorneys at Law

Oficina en Shanghái

12th-15th Floor, 100 Bund Square, 100 South Zhongshan Road, Huangpu District Shanghai
200010, P.R. China
tel.: (86 21) 2316 9090
fax: (86 21) 2316 9000
c.e.: shanghai@boss-young.com
www.boss-young.com

Oficina en Pekín

Room 05-07, F/09, Building A, Parkview Green FangCaoDi, No.9 Dongdaqiao Road, Chao
Yang District, Beijing 100020, P.R. China
tel.: (86 10) 5690 7088
fax: (86 10) 5690 7100
c.e.: beijing@boss-young.com

DEQI Intellectual Property Law Corporation

7/F, Xueyuan International Tower No. 1 Zhichun Road, Haidian District
Beijing 100083, P. R. China
tel.: (86 10) 8233 9088
fax: (86 10) 8233 1881
c.e.: mail@deqi-ip.com
www.deqi-ip.com

Huahe IP Limited

Room 909, 8 Beichendong Street (Huibin Building), Chaoyang District
Beijing 100101, R.P.China
tel.: (86 10) 8498 0362 ; 8497 3157
fax: (86 10) 8497 3158
c.e.: info@huahe-ip.com
<http://www.huahe-ip.com>

BeiJing Golden Bridge IP Agency Co., Ltd

A 608, Horizon International Tower, No.6, Zhichun Road, Haidian District,
Beijing 100088, P.R. China
tel.: (86 10) 8280 0716 ; 8280 0726 ; 8280 0736
fax: (86 10) 8280 0500
c.e.: info@goldenbridgeip.com
<http://www.goldenbridgeip.com>

Kelong International Intellectual Property Agent Ltd.

A-1303, Horizon International Tower No.6, Zhichun Road, Haidian District
Beijing 100088, P.R. China
tel.: (86 10) 8280 0568
fax: (86 10) 8280 0578
c.e.: kelong@kelong-ip.com
www.kelong-ip.com

Insight Intellectual Property Co., Ltd.

Oficina en Pekín

19th Fl., Tower A, InDo Bldg. No. 48A, Zhichun Road Haidian District
Beijing, P.R. China
tel.: (86 10) 5873 2666 ; 5873 2889 (Línea directa)
fax: (86 10) 5873 2989
c.e.: insight@insightip.com ; wangdaz@insightip.com (Sr. Daz Wang)
www.insightip.com

Oficina en Hong Kong

Unit 503, 5/F, Tower 2, Lippo Centre, 89 Queensway, Admiralty, Hong Kong
tel.: (86 52) 2157 1751
fax: (86 52) 2865 4177

Leader Patent & Trademark Firm

8F-6, Bldg. A, Winland International Center, No. 32 Xizhimen North Street,
Haidian District, Beijing 100082, P. R. China
tel.: (86 10) 6226 0318
fax: (86 10) 6227 0318
c.e.: international@infopatent.com.cn ; evonne.y@infopatent.com.cn
www.infopatent.com.cn

KingSound & Partners

Oficina en Pekín

11 Fl. Block B, 116 Zizhuyuan Rd., Haidian District,
Beijing 100097, P. R. China
tel.: (86 10) 5893 0011
fax: (86 10) 5893 0022
c.e.: ks@kingsound-ip.com.cn ; patent@kingsound-ip.com.cn (Patentes); trade-mark@kingsound-ip.com.cn (Marcas)
www.kingsound-ip.com.cn

Oficina en Shanghái

Room 2704 398 Caoxibei Rd., Xuhui District,
Shanghai 200030, P. R. China
tel.: (86 21) 6326 2681
fax: (86 21) 6326 2048
c.e.: shanghai@kingsound-ip.com.cn

Guandong Trademark Association (Marcas)

Room 113-115, 1 Tiyu Xiheng jie,
Guangzhou, P. R. China
tel.: (86 20) 8558 7047 ; 8558 7048 ; 8558 6207
fax: (86 20) 8558 7049
c.e.: master@gdta.com.cn
www.gdta.com.cn

Beijing Wankeyuan Intellectual Property Agent Ltd.

No.77 North Sanhuanzhonglu Road, Haidian District,
Beijing 100088, P. R. China
tel.: (86 10) 8207 6995 (Patentes); 8207 6997 (Marcas)
fax: (86 10) 6235 6369
c.e.: wky@wky.com.cn
www.wky.com.cn

Wang & Associates

Suite 306 China Life Tower, 16 Chaoyangmen Wai Dajie, Chaoyang District
Beijing 100020, P. R. China
tel.: (86 10) 6588 3010 ; 6588 9667
fax: (86 10) 6588 2877 ; 6588 2878
c.e.: ipchina@wang-associates.com ; hywei@wang-associates.com
www.wang-associates.com

King & Wood Mallesons

Oficina en Pekín I

40th Floor, Tower A, Beijing Fortune Plaza 7 Dongsanhuan Zhonglu, Chaoyang District
Beijing, 100020, P. R. China
tel.: (86 10) 5878 5588
fax: (86 10) 5878 5599
c.e.: kwm@cn.kwm.com
<http://www.kwm.com>

Oficina en Pekín II

20th Floor, East Tower, World Financial Center 1 Dongsanhuan Zhonglu, Chaoyang District,
Beijing 100020, P. R. China
tel.: (86 10) 5878 5588
fax: (86 10) 5878 5599
c.e.: zhunongfan@cn.kwm.com (Sr. Nongfan Zhu, Propiedad Intelectual)

Oficina en Shanghái

17th Floor, One ICC, Shanghai ICC 999 Middle Huai Hai Road, Xuhui District
Shanghai 200031, P. R. China
tel.: (86 21) 2412 6000
fax: (86 21) 2412 6150
c.e.: kwm@cn.kwm.com

Beijing East IP Inc.

Suite 1601, 1 East Chang An Ave., Tower E2, The Towers, Orient Plaza
Doncheng District
Beijing 100738, P.R. China
tel.: (86 10) 8518 9318
fax: (86 10) 8518 9338
c.e.: info@eastip.com
www.eastip.com

Angela Wang & Co

37/f, 3708 Westgate Tower 1038 Nanjing Road West,
Shanghai 200041, P.R. China
tel.: (86 21) 6267 9773
fax: (86 21) 6272 3877
c.e.: shanghai@angelawangco.com
www.angelawangco.com

Watson & Band

Oficina en Shanghái

26/F, The Center, No.989 Changle Road,
Shanghai 200031, P.R. China
tel.: (86 21) 5292 1111 ; 6350 0777
fax: (86 21) 5292 1001 ; 6272 6366
c.e.: mail@watson-band.com.cn ; mailip@watson-band.com.cn
www.watson-band.com.cn

Oficina en Pekín

5C, D Block, Fuhua Mansion, No. 8 North Chaoyangmen Street, Dongcheng District, Beijing
100027, P.R.China
tel.: (86 10) 6625 6025
fax: (86 10) 6445 2797
c.e.: beijing@watson-band.com.cn ; mailip@watson-band.com.cn

Oficina en Hong Kong

Room 2004, Kinwick Center, 32 Hollywood Road, Central District, Hong Kong
tel.: (852) 3197 0091
fax: (852) 3197 0093
c.e.: mail@watson-band.com.cn ; mailip@watson-band.com.cn

Ding & Associates Patent Trademark & Law

No. 13, Lane 1000, Zhangheng Road, Zhang Jiang High-Tech Park, Pu Dong New Area,
Shanghai 201203, P. R. China
tel.: (86 21) 6134 1075
fax: (86 21) 6105 0317
c.e.: master@iplcn.com
www.iplcn.com ; <http://en.iplcn.com>

Standard Patent & Trademark Agent Ltd,

8F. Sunshine Golf Building, No.7008 Shennan Boulevard,
Shenzhen 518040, P. R. China
tel.: (86 755) 8287 2707
fax: (86 755) 8287 3034 ; 8287 2706
c.e.: info@szstd.com
www.szstd.com

Advance China IP Law Office

Oficina en Pekín

Rm. 1402-1403, Tower A, Truth Plaza, No. 7 Zhichun Rd., Haidian District,
Beijing 100191, P.R. China
tel.: (86 10) 8226 3399
fax: (86 10) 8273 7016
c.e.: beijing@acip.cn
www.acip.cn

Oficina en Shanghai

Rm.604, Yongda Int'l Tower, No.2277 Longyang Rd, Pudong District,
Shanghai 201204, P.R. China
tel.: (86 21) 6289 0851 ; 6289 0852 ; 6289 0853
fax: (86 21) 6289 0850
c.e.: shanghai@acip.cn

Ningbo Channel Patent Attorneys Office

16/F, 65 Jiefang South Road, Sunshine Mansion,
Ningbo-Zhejiang 315010 P.R. China
tel.: (86 574) 8719 6518 ; 2772 0066 ; 8719 6528 ; 8719 6538
fax: (86 574) 2772 0068 ; 2772 0069
c.e.: info@cnpat.com
www.cnpat.com

Asian First Step Consulting

668 Beijing East Road, West Building, Office 11A, Huanpu District
Shanghai, P.R. China
mov: (86) 13816557649
c.e.: contact@afstep.com
www.afstep.com

GMK Intellectual Property Ltd.

308 & 309 Yuetan Tower 2 Yuetan North Street, Xicheng District
Beijing 100045, P.R. China
tel.: (86 10) 6808 3081 ; 6808 3082
fax: (86 10) 6808 3083
c.e.: info@gmkip.com
<http://www.gmkip.com>

Rouse

Oficina en Pekín

Unit 1601 Central Tower, China Overseas Plaza No.8 Guanghua Dongli
Jianguomenwai Avenue, Beijing 100020, P.R. China
tel.: (86 10) 6569 3030
fax: (86 10) 6569 3040
c.e.: beijing@rouse.com
<http://www.rouse.com>

Oficina en Shanghái

Room 2701 Park Place 1601 Nanjing Road (West),
Shanghai 200040, China
tel.: (86 21) 3251 9966
fax: (86 21) 3251 8818
c.e.: shanghai@rouse.com
<http://www.rouse.com>

Beijing Gaowo IP Firm

Oficina en Pekín

6 Floor, Huayi Holdings Tower, No. 11 Caihefang Road,
Haidian District, Beijing 100080, P.R. China
tel.: (86 10) 5166 1047
mov.: (86) 1360 1217 327
fax: (86 10) 5141 3158
c.e.: ip@gaowoip.com / gaowo-anna@foxmail.com
www.gaowoip.com

Oficina en Hong Kong

Nam Hong Street, Shau Kei Wan, Hong Kong Plaza, No. 17 Li Wenyan 1 # 6-D
tel.: (852) 5513 5567
c.e.: gaowo@gaowoip.com

HFG Law and Intellectual Property

Oficina en Pekín

Suite 712, Shi Ye Plaza, N° 65 Fu Xing Rd.,
Haidian District, Beijing, P.R. China
tel.: (8610) 6815 0420
fax: (8610) 6815 0430
c.e.: Hfg_china@hfgip.com

Oficina en Shanghái

14/F, Hua Qi Building, No. 969 Wuding Road,
Shanghai 200040, China
tel.: (8621) 5213 5500
fax: (8621) 5213 0895
c.e.: descudero@hfgip.com (Sr. Daniel de Prado)
www.hfgip.com

DESCARGO DE RESPONSABILIDAD: La información contenida en este informe, así como los datos de las empresas incluidas tienen una finalidad meramente informativa y no tienen valor oficial ni jurídico. La Oficina Económica y Comercial de España en Pekín y el ICEX no se hacen responsables de su veracidad, actualización así como de cualquier problema que pudiera surgir relacionados con la protección y registro de marcas y patentes en China.