



＜中小企業のための海外侵害対策セミナー＞

中国における商標権保護対策について

敦和法律事務所
邬志昊 & 任晶晶

令和8年（2026年）7月30日

CONTENTS

目次

// PART ONE //

01

商標権侵害案件数とECプラットフォームの最新変化



// PART TWO //

02

模倣品対策の現状と突破口



// PART THREE //

03

『商標法』改正、2027年1月施行



// PART FOUR //

04

商標悪意出願の対策



PART ONE

01

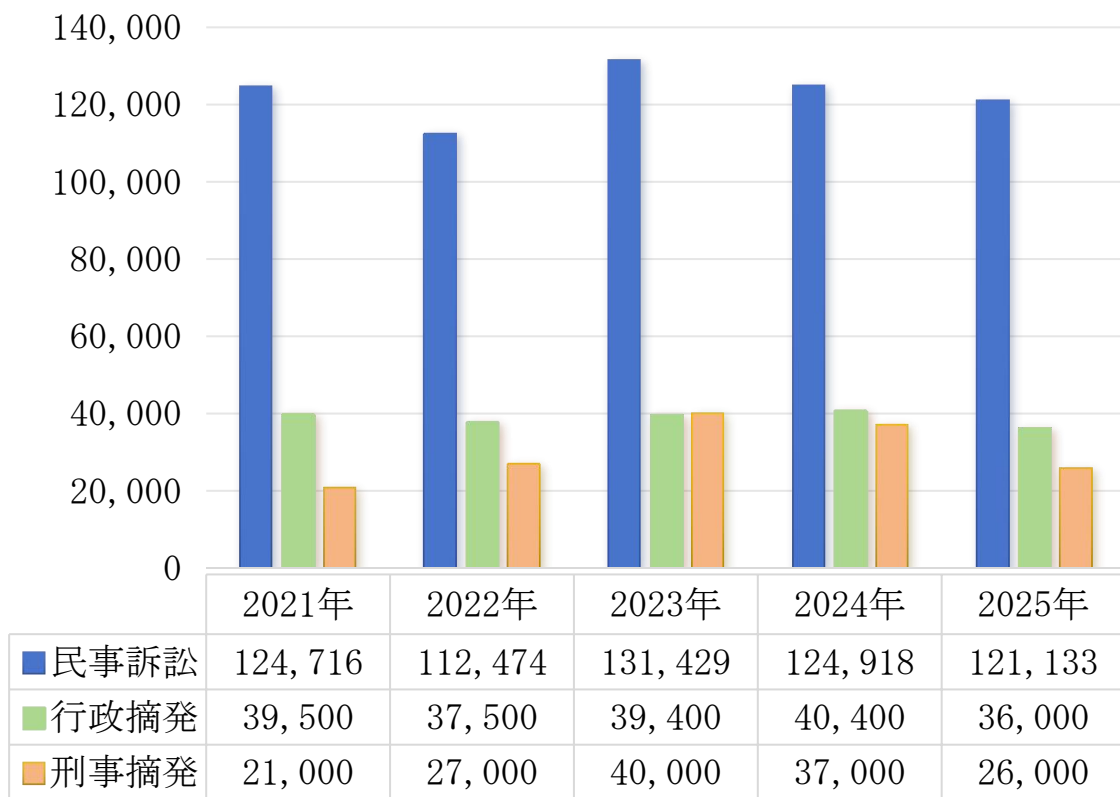


商標権侵害案件数とEC プラットフォームの最新変化



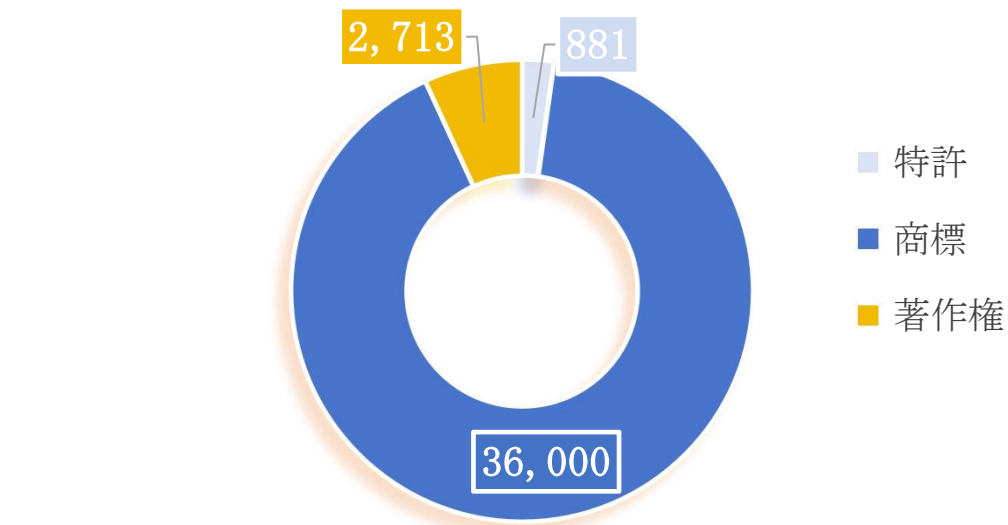
1.1 中国商標権侵害案件数のデータ分析

中国過去5年間の商標権案件数
(2021年～2025年)



データの出所：
①最高人民法院が発表した「中国法院知的財産権司法保護状況」（2021年-2025年）
②知的財産局が発表した「中国知的財産権保護状況」（2021年-2025年）

2025年知的財産権行政摘発案件数の内訳



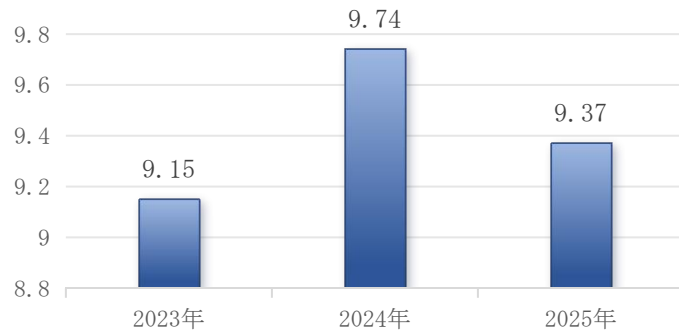
- 2023年～2025年にかけて、民事訴訟、行政摘発及び刑事摘発のいずれの案件数とも減少傾向を示す。
- 2025年行政摘発案件の内訳見ると、商標権関連案件が依然として高い割合を占める。

⇒中国国内の商標権侵害問題は依然として深刻な状況である。

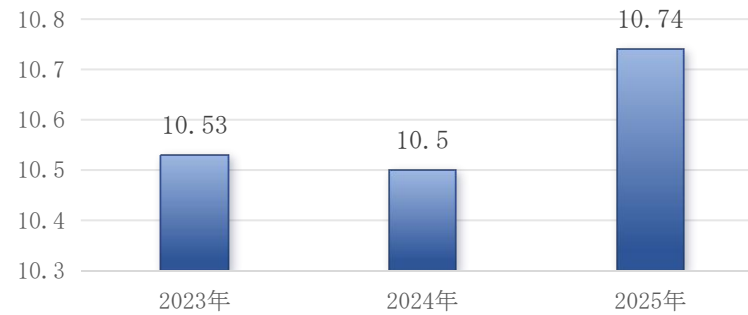
1.2 中国ECプラットフォームの変化と動向

- 中国のECサイト利用者は規模が大きい状態を維持するものの、2025年には減少傾向が見られる。ショート動画アプリの総利用者数は増加するが、成長率の伸びが鈍化する。
- 一方、近年ミニドラマアプリの利用者数が急速に拡大することで、中国のオンライン環境は正式に3.0時代に突入する。

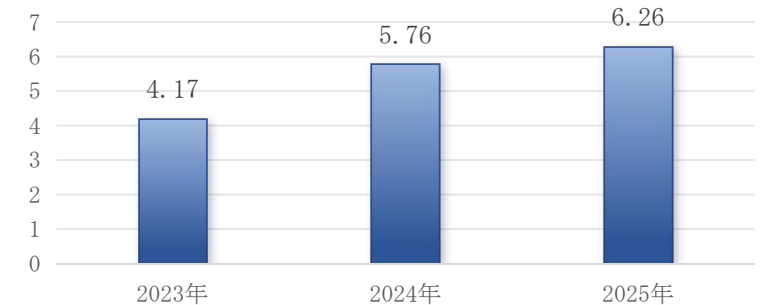
伝統的ECサイト利用人数変化
(単位：億)



ショート動画アプリ利用人数変化
(ライブコマース販売) (単位：億)



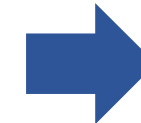
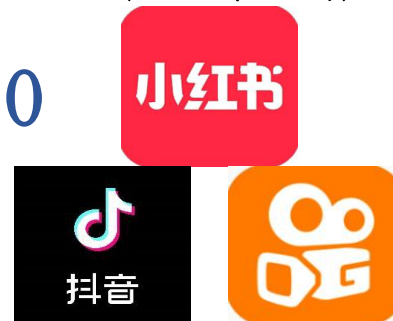
ミニドラマアプリ利用人数変化
(単位：億)



1.0 ECサイト
(TAOBAO、JD等)



2.0 ショート動画アプリ
(ライブコマース販売)
(TIKTOK、RED等)



3.0 ミニドラマアプリ
(紅果短劇等)



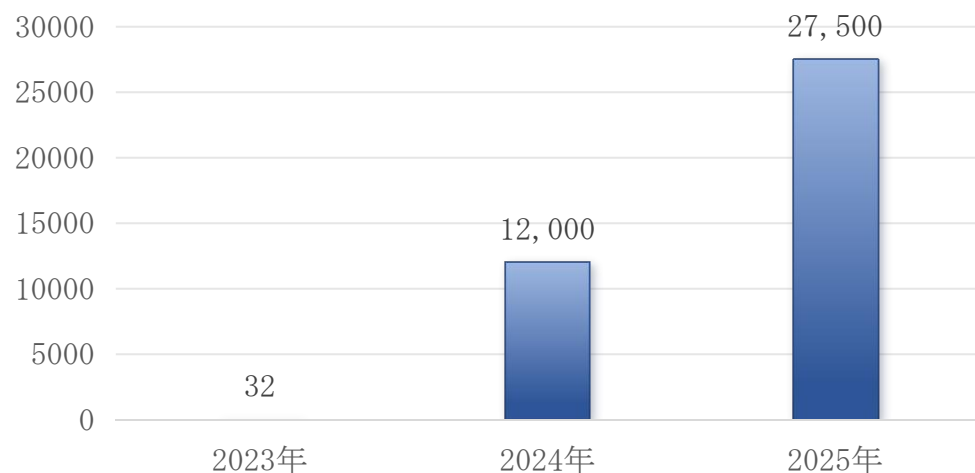
データ出所：CNNIC（中国互联网络信息中心）第55回調査報告【Harvesting整理】

1.3 中国ECプラットフォームの変化と動向

- ミニドラマアプリとは、全長1～2時間の長編ドラマを一話2～3分に分割し、無料配信するアプリの総称を指す。
- 利用者人数は短期間で爆発的に増加する。代表例「紅果短劇」として、2023年8月の32万の利用者数から、2024年8月には1.2億人、2025年12月には2.75億人へ拡大し、約2年間で860倍の規模に成長する。
- アプリ内の作品自体は無料で視聴できるが、TIKTOKや快手などのショート動画アプリのライブコマース配信と強制的に連携する仕組みを持つ。ユーザーはライブ配信を視聴しなければ続きのドラマを閲覧できない。
- この仕組みにより、ミニドラマアプリ内のライブコマースの露出率が大幅に上昇し、そのプロモーション効率はショート動画アプリ自身のライブコマースよりも高くなる。



ミニドラマアプリ「紅果短劇」利用人数変化
(単位：万)



ライブコマースでは特に化粧品や服装などが頻繁に販売され、その価格が明らかに安すぎる場合が多い。

⇒ EC サイトとショート動画アプリの利用者規模は従来大きな差がない状態を保つが、ミニドラマアプリの参入に伴い、当該バランスが崩れる。

PART TWO

02



模倣品対策の現状と突破口



2.1 オンライン模倣対策の困難

<過去>

- 模倣業者の警戒心が高くない、個別店舗を設立、単店舗の販売金額が高く、リンクを申立された後、短期間模倣品を販売不可になり、オンライン申立の効果が高い。
- 複数の店舗を開店しなかった原因で、販売量が集中して、オフライン目標も発見しやすい。

<現在>

- 開店数量が多く、1店舗あたりの販売量が低い、オンライン申立の効果が大幅に低下する。
- 強力なオフライン対策で模倣品の流通を阻止したいと考えるが、オンライン上適切な目標を発見しにくい。

困難点

①ECサイトのモニタリングを継続しているが、過去のような販売金額大きな目標を発見出来ない。

②オンライン上の対策が停まってないが、模倣品の流通に明確な効果がない。

③ショート動画アプリのモニタリングも開始しているが、申立以外、何の有効な対策がなく、費用対効果率が低い。

原因

模倣業者の警戒心が高める

模倣業者過去より隠蔽化

結論

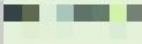
単なるオンライン上の対策が足りない。

モニタリングの方法を進化しなければならない。

2.1.1 オンライン模倣対策の困難に対する対策案

(事例①ECサイト)

このような案件に対応する時、弊社がよく使用している対策案は＜オンラインモニタリング＞＋＜関連業者分析＞である。
ECサイトの＜関連業者分析＞について、主な分析要点は店舗名、商品タイトル、商品宣伝写真、工商登録住所等。

No	店舗名	店舗URL	PF	商品タイトル	商品URL	工商登録会社名	工商登録住所	商品写真	販売金額	連絡先	電話	グループ判断結論
2	江西卡斯拓普机械有限公司		1688	C13 发动机配件 挖机喷油器 249-0705柴油共轨喷油嘴工程机械		江西卡斯拓普机械有限公司	江西省赣州市章贡区阳明国际		32,860	钟伟先生	15879716830 +86-0797-8888030	推测该三店铺存在关联性为团伙业者，原因如下： 1) 三店铺均位于江西赣州 2) 使用的商品标题高度一致，格式相近 3) 团伙中江西卡斯拓普机械以及江西鑫拓源动力机械的注册地址近似。 4) 团伙中江西卡斯拓普机械以及驰辉机械（赣州）主页使用完全一致的宣传图片，详情看备注图片；联系电话也一致。 5) 工厂图片背景高度相似，绿色地板黄色胶带，图片见下方。  源头工厂直供！高品质柴油器，燃油喷射器，适配多种机型！ Fuel injector, Diesel injector 
	驰辉机械（赣州）有限公司		TAOBAO	C13 发动机配件 挖机喷油器 249-0705柴油共轨喷油嘴工程机械		驰辉机械（赣州）有限公司	江西国际企业中心B4栋9层1号办公楼		10,690	李志华先生	18126817629 +86-0797-8888030	
	江西鑫拓源动力机械有限公司		JD	C11 发动机 配件-挖机 喷油器柴油共轨 喷油嘴249-0707		江西鑫拓源动力机械有限公司	江西省赣州市章贡区阳明国际		48,000	李明浩先生	18870130580	

店舗名、所在PFに関連が無く、
更に単一店舗の販売金額も高くない

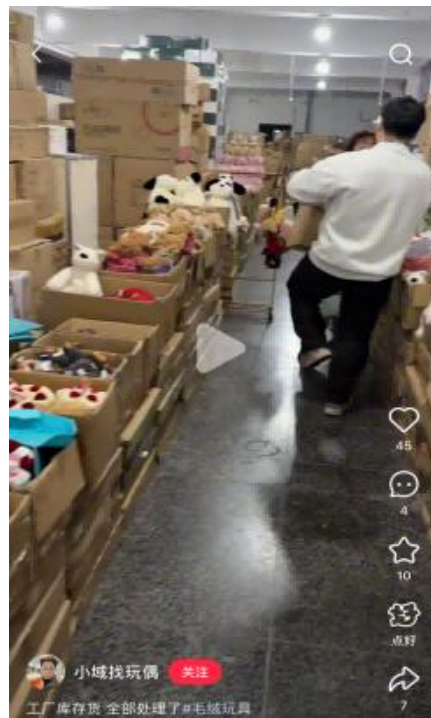
商品タイトル、商品写真及び
商品詳細ページの宣伝写真が一致
工商登録住所、連絡用電話も一致

この分析手法を通じて、一見無関係の業者に関連性を見出して、グループ業者としてまとめる。更にグループ業者に対して、摘発等オフライン対策で模倣品の流通を根源から差し止める事が可能である。

2.1.2 オンライン模倣対策の困難と対策案

(事例②ライブコマース)

ライブコマースの<関連業者分析>について、主な分析要点はIPアドレスの帰属地、ライブコマースの場所、ライブコマースの配信者、販売商品の種類、価額及び商品名など。



業者A

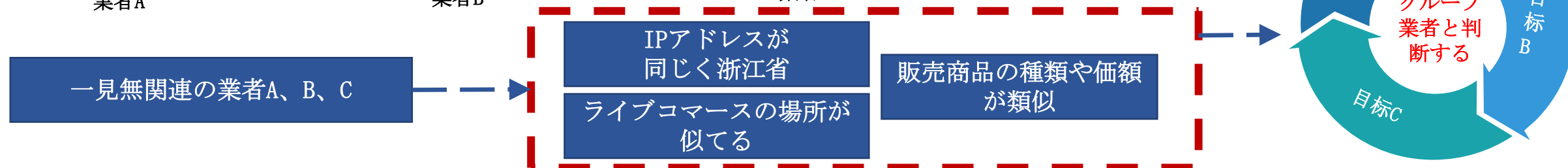


業者B

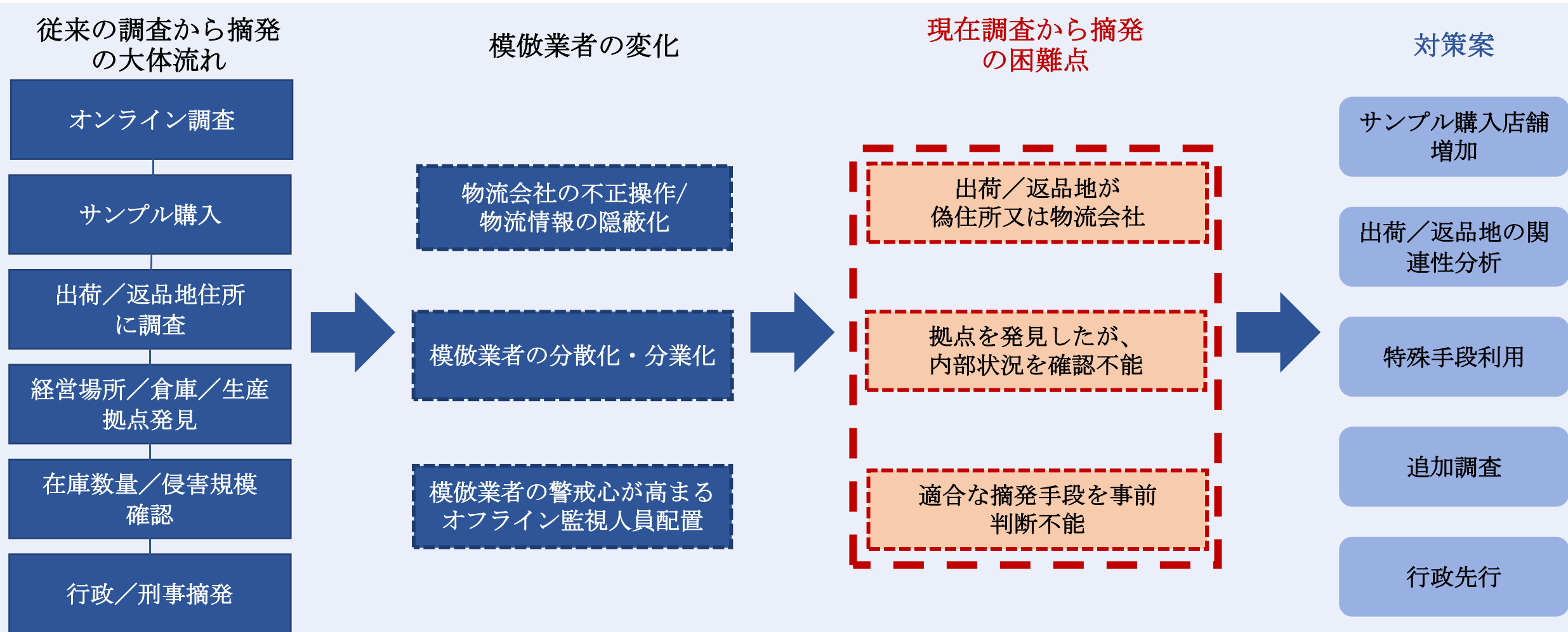


業者C

- 対象業者A、B、Cは同じショート動画アプリでライブコマースで模倣品を販売する。
- アカウント名、販売時間、配信者等一見何の関連もない。
- しかし、ライブ配信の現場、IPアドレスなどの情報を比べると、三者間強い関連性を立証でき、同一模倣グループと判断できる。



2.2 オフライン模倣対策の困難



近年模倣業者は調査方法に対して対策を構築し、警戒心を高めた。これにより調査難度が急激に上がり、調査期間・コストも同時に膨らんでいる。

2.2.1 オフライン模倣対策の困難に対する対策案

(事例①)

主要な対策案

サンプル購入店舗
増加

出荷／返品地の関
連性分析

＜案件背景＞

- 権利者がオンライン上対象業者を発見して、オフライン摘発を実施しようと計画する。
- 購入したサンプル品の出荷地/返品地に対して、実地調査を実施したが、すべて架空の偽住所であり、実際の事業者拠点を特定できず、案件が停滞する。

＜対策＞

- 1) オンラインで当該業者との関連性持つ業者の有無を再度検索して、2業者を発見する。
- 2) 当該2業者に対して、追加サンプル購入を実施した。その結果は出荷地と返品地が変更する。
- 3) 追加調査を実施して、対象業者の実際住所を確認する。

オンライン情報									サンプル購入情報					返品情報		鑑定結果	分析結果
No	PF	店舗名	店舗URL	商品名	商品URL	価格	連絡先	電話	物流追跡番号	物流キャプチャー	出荷住所	出荷者	出荷情報	返品先	返品情報		
1	拼多多	电子商行	https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=	万用表通用型 数字原装表棒 耐用	https://mobile.yangkeduo.com/goods.html?goods_id=	66.2	丁先生	18962748362	YT7524974001783		广东揭阳揭东区KH公司全益云仓服务部	仓库	13088888888 广东省汕头市 其它区汕头市	大茂(杰)	1751351535 广东省汕头市潮南区峡山街道下东浦菜鸟驿站	假货	——
2	拼多多	仪表店铺	https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=	万用表表笔测试线钳形表探针表棒	https://mobile.yangkeduo.com/goods.html?goods_id=	65	王先生	18962748362	YT7526620886426		广东陆丰市甲子服务部	xxx	13800138000 广东省佛山市禅城区其它区 其它区	小s	13754126712 广东省佛山市南海区里水大道56号时代家98座放菜驿站	假货	根据两店铺的物流发货点、发货人信息以及退货人信息判断，两店铺为关联店铺。
3	拼多多	一站式店铺	https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=	万用表通用型 数字原装表棒 耐用	https://mobile.yangkeduo.com/goods.html?goods_id=	66.2	李女士	17639462547	YT7531782901108		广东陆丰市甲子服务部	AA	13800138000 广东省佛山市禅城区其它区 其它区	小图	13045416413 广东省佛山市南海区里水大道56号时代家98座放菜驿站	假货	

2.2.2 オフライン模倣対策の困難に対する対策案

(事例②)

主要な対策案

特殊手段利用

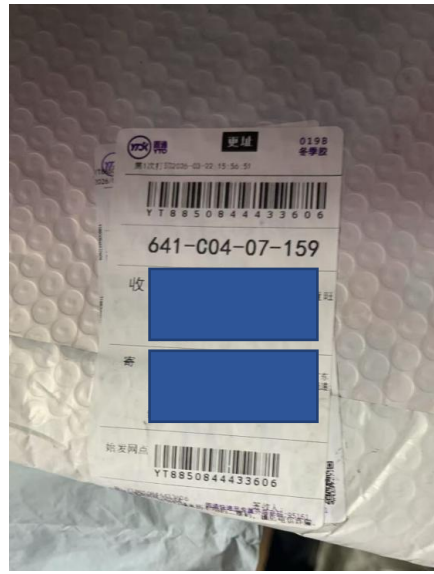
追加調査

〈案件背景〉

- ・ 返品地に対して調査結果は目標の住所を確認する。
- ・ 当該住所が住民宅であり、返品商品が長時間回収せず、対象業者を確認できない。

〈対策〉

- ・ 1) 特殊手段を利用して、新たなオフライン住所を発見する。
- ・ 2) 追加調査で新たな住所を確認して、対象業者の姿を確認する。



住所を確認し、返品物も当該住所で発見されたが、実際の模倣業者は特定できなかった

特殊手段

物流従業員との接触

物流従業員の行動軌跡確認

住所周辺の調査

隠蔽調査等

新たな住所発見

追加調査



模倣業者確認

2.2.3 オフライン模倣対策の困難に対する対策案

(事例③)

主要な対策案

行政先行

〈案件背景〉

- ・ 調査で模倣業者の住所を確認する。
- ・ 当該住所は倉庫であり、内部に進入できず、商品数量も確認できない。（オンライン販売量が刑事案件標準に満たず）
- ・ 調査段階で出荷量が大きく、刑事案件方向に推進しようとする。

〈対策〉

- ・ 工商部門と接触、最低限行政摘発の成功率を保証する。
- ・ 毎日の出荷量情報を公安に共有して、行政摘発現場に公安の出動を請求する。
- ・ 摘発現場の商品数量によって、公安移送して刑事案件になるか或いはただの行政摘発を再決定する。

案件：浙江省浦江县〇〇服装模倣品の刑事案件

時間：2026年6月25日

場所：浙江省金华市浦江县黄宅镇沙仁头村31号

対応部門：浦江县公安局、浦江县市場管理局

案件概要：

調査段階倉庫内部が不明→現場に公安行政同時到着

→行政先行→内部商品数量確認→公安移送



2.3 商標登録実務上の注意点（商標の不一致）

- ・ 実務上、多くの企業が登録商標と実際に使用している商標が完全に一致していないという問題がある。
- ・ 事例：あるお客様の登録商標はすべて大文字の「ABDE」。しかし、実際商品に使用する商標は「Abde」である。この状況で以下のリスクが高いと認識する。

行政摘発でのリスク

- ・ 行政摘発を申請する際、行政当局は登録商標と権利者の実際商品に使用されている商標を対比する。
- ・ 登録商標が「ABDE」、実際使用するのが「Abde」の場合、当局は「権利者自身が登録商標と異なる商標を使用している」と判断し、摘発申請を受理しない可能性がある。

三年不使用による取消審判のリスク

- ・ 《商標法》第49条により、登録商標が連続3年以上使用されていない場合、何人でも取消しを申請できる。
- ・ 三年不使用審査では、登録商標と同一の形での使用が求められる。登録「ABDE」、実際「Abde」使用する場合、この使用が「登録商標の使用」として認められるかが問題となる。その結果、登録商標自体が取り消される可能性がある。

★商標登録におけるアドバイス：

1. 商品で実際使用する商標（書体・大文字・小文字・デザイン）をそのまま中国で出願・登録する。
2. 大文字・小文字・異なる書体など、今後使用する可能性ある商標を事前に登録する。
3. 商標の使用記録（広告・販売記録・商品等）を商標使用証拠として保存する。



- 商標関連基礎リスクを事前回避する
 - ◆ 登録商標と実使用商標の一致状況を定期確認する
 - ◆ 各種使用態様の事前登録＋使用証拠を継続保管する

- オンライン流通環境の変化に対応したモニタリング体制を構築する
 - ◆ 従来のECサイトを対応すると同時に、ライブコマースの模倣品流通状況を注意する
 - ◆ グループ模倣業者を分析する方法を導入する

- オフライン調査・摘発の難点に対して、複合的な調査プランを計画する
 - ◆ 調査費用・期間の増加を踏まえた予算計画を策定する
 - ◆ サンプル購入店舗を増加して、物流情報を分析する
 - ◆ 物流追跡、隠蔽調査など特殊調査手段を柔軟活用する
 - ◆ 行政・公安と連携した一斉摘発体制を事前構築する

PART THREE

03



『商標法』改正、
2027年1月施行



3. 『商標法』改正、2027年1月施行

2026年6月26日 可決
2027年1月1日 施行

1983年以来初めての全面的な法改正
8章73条 → 9章87条

主な改正点：商標使用義務の強化、悪意のある出願の抑止、馳名商標の保護、商標代理機構の管理など

商標使用義務の強化

- 登録商標が三年間使用しなかった場合、商標管理部門は当該商標を取り消すことができる
- 三年間不使用抗弁の起算：侵害行為の発生前

第三章「商標登録の出願」を新設、悪意出願の抑止

- 動き標章（登録可能）
- 政治専属標章の使用禁止制度を新設
- 異議申立期間を3ヶ月→2ヶ月に短縮
- 悪意出願行為を明確化、行政罰を新設

商標権侵害保護制度を整備

- 「商標的使用」の範囲を拡大（インターネットの場合）
- 損害賠償計算方法の調整：権利者実際の損害 or 侵害者が侵害により得られた利益
- 「行刑銜接」の明確：

行政 ↔ 刑事

3. 『商標法』改正、2027年1月施行



商標代理業務への監督管理を強化

- 商標代理機構と従業員への強制備案制度を新設
- 商標代理機構と従業員の違法行為に対し、双罰制（代理機構と従事者の双方を処罰）を導入



誤認を招く商標への取締

- 行政罰則の増設
- 誤認を招く商標への監督・通報窓口を開設

*誤認を招く商標：欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質、プロセス、原材料等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの

例：〇〇手作りラーメン、「〇〇手作り」は登録商標



馳名商標の保護の強化

- 未登録馳名商標が非類似商品・役務においても保護可能
- 中国企業海外進出の支援



日系企業向けのメッセージ

今回の法改正は「使用重視」と「悪意登録の取締り」を重点に置きます。企業は実際に事業展開する商品・サービスをめぐって、商標登録戦略を構築し、登録件数の獲得から使用の質の向上へと意識を転換すべきです。

また、不使用取消審判や侵害抗弁に対応するため、オンライン・オフライン両面での**使用証拠**（販売契約書・請求書・広告宣伝物・展示会出展記録・メディア報道等）を継続的かつ計画的に保管・管理しましょう。

PART FOUR

04



商標悪意出願の対策



4. 商標悪意出願の対策

(1) 悪意出願の類型

最高人民法院裁判例——「SCHIFF」事件

タイプ1 使用を目的としない悪意出願

- 使用意思がなく、商標譲渡による不当利益を得るもの
- 現行「商標法」第4条1項

使用を目的としない悪意のある商標登録出願は拒絶しなければならない。

新「商標法」第19条

- 使用を目的とせず、かつ**通常**の生産経営上の必要を明らかに**超えて**なされる**商標登録出願**は、登録を認めない。
- 欺瞞又はその他の不正な手段により商標登録を出願してはならない。

タイプ2 タダ乗りを目的とする悪意出願

- ブランドにタダ乗りし、不当利益を得ることを目的とし、商標使用意図があるか、又は既に実際に使用しているもの
- 現行「商標法」第44条1項

登録された商標が…欺瞞的な手段若しくはその他の不正な手段で登録を得た場合は、商標局は当該登録商標の無効宣告を行う。

新法は現行法第4条1項と第44条第1項を統合した。これにより、登録を否定する絶対的理由として、審査・異議申立・無効宣告の各手続において統一的に使用することができる。

新法では「悪意」という修飾語が削除され、「通常生産経営上の必要を明らかに超えてなされる商標登録出願」との表現に変更された。これにより、企業が現在の事業範囲を超えて防御的登録を行う場合、認められるハードルが従来より引き上げられる可能性がある点に注意すべきである。

4. 商標悪意出願の対策

(2) 対策一行政ルート

異議申立

- いかなる単位・個人一絶対理由
- 先行権利者・利害関係者一相対理由
- 新法：異議申立期間を3ヶ月→2ヶ月に短縮

無効審判請求

- いかなる単位・個人一絶対理由（無制限）
- 先行権利者・利害関係者一相対理由（5年以内）

三年間不使用取消請求

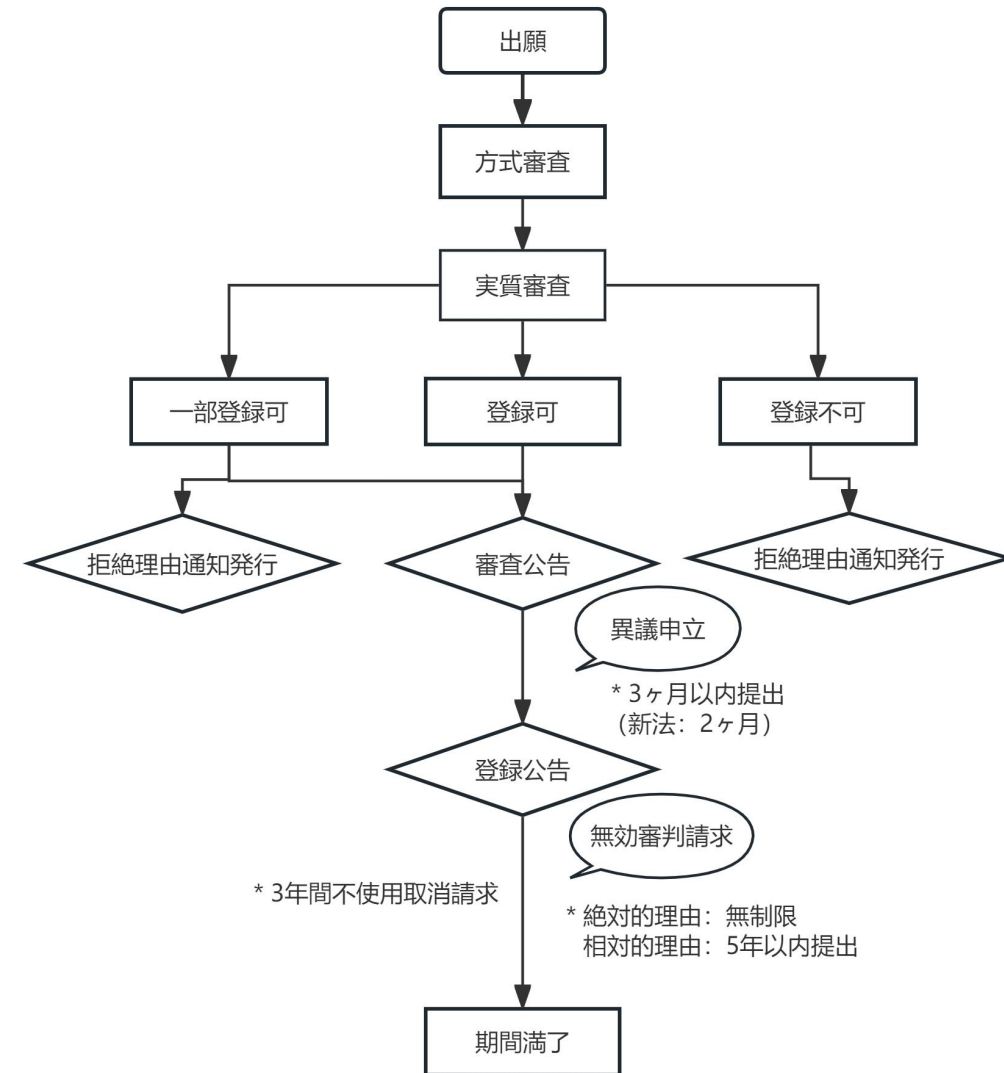
- いかなる単位・個人一正当な理由なく継続して3年間使用しない
- 新法：商標管理部門は当該商標を取り消すことができる

絶対理由

- ①使用を目的とせず、かつ通常の生産経営上の必要を明らかに超える
- ②欺瞞又はその他の不正な手段による登録
- ③商標として使用禁止される標章
- ④顕著な識別性を欠くもの
- ⑤機能的な立体商標
- ⑥商標代理機構が自ら他の商標を登録出願するもの

相対理由

- ①馳名商標の保護（馳名商標＋悪意登録の証明があれば、5年の制限を受けない）
- ②代理人・代表者・関連関係者による先取り
- ③地理的表示の誤認を招くもの
- ④先願商標と同一又は類似するもの
- ⑤他人の先願に係る同一又は類似商標の権益を害するもの
- ⑥他人の先行権益を害し、又は他人が既に使用し、かつ一定の影響を有する商標を先取りするもの



4. 商標悪意出願の対策

(2) 対策——行政ルート

現行法（第68条第4項）：悪意で商標を登録出願した場合、事情によって、警告、罰金などの行政処罰を科す。
ただし、商標法自体は「悪意」の具体的内容を明確に定めておらず、関連規定は部門規章（「商標登録出願行為の規範化に関する若干規定」）にのみ見られる。処分基準は、違法所得がある場合はその3倍かつ最高3万元以下、違法所得がない場合は1万元以下とされている。

→ 法的根拠の階層が低く、処罰効果に課題がある

行政罰則（新法第54条）

悪意出願の類型を明確化：

- ・ 禁用標章と知りながら出願する
- ・ 使用を目的とせず、かつ通常の生産経営上の必要を明らかに超える
- ・ 欺瞞的手段により出願する
- ・ 不正手段により出願する
- ・ 他人の馳名商標を故意に複製・模倣・翻訳する
- ・ 代理人・代表者・関連関係者による先取り
- ・ 他人の先行権益を害する
- ・ 他人が既に使用し、かつ一定の影響を有する商標を故意に先取りする

＋悪影響



商標法執行担当部門が警告を与え、10万元以下の罰金を併科することができる

4. 商標悪意出願の対策

(2) 対策——行政ルート

実務要点

商標を定期的に モニタリング

異議申立期間が2ヶ月に短縮されたことを踏まえ、商標モニタリング体制の構築が必須

証拠の収集・調査

オンラインで商標公告システムを活用し、出願人及び関連主体の出願件数・頻度・区分布・商標取引記録を検索する。
オフラインでは実地調査により、その経営状況や標章の実際の使用状況を確認する。ペーパーカンパニーである場合、使用目的がないことを裏付ける証拠となり得る。

確定判決・裁決による 悪意の認定

確定判決・裁決により悪意事実を認定すれば、当該認定を異議申立や無効宣告手続において証拠として使用することができる

(当所は司法判決で侵害者が悪意があることを認定させ、当該侵害者の他の商標を無効する成功事例がある)

交渉戦略

悪意の証拠を武器に、法的交渉を通じて侵害者にプレッシャーをかけ、商標の譲受けを目指す。これにより、長期間を要する行政手続を回避することができる。

行政罰則の活用

新法施行後は、行政処分手続を併用し、執行部門に対して侵害者への警告・罰金処分を求めることが可能となる。

4. 商標悪意出願の対策

(3) 対策——司法ルート

最高人民法院2025年知財典型事例——当所代理——（2025）粵73民終656号

実務上、悪意ある出願人が同一権利者の商標を大量に出願するケースが少なくなく、権利者は異議申立・無効宣告・取消審判等のために多大なコストを強いられる。しかし、これらの費用・損失は行政手続では補填できず、今回の新法でも民事賠償の明文規定は入れなかった。

事案概要

原告はビール業界の知名ブランド権利者。被告一（広東省のビール同業者）は2017年から2022年にかけて、被告二（知財代理会社）に委託し、原告の商標に類似した複数商標を出願、一部を第三者に使用許諾していた。

原告が当該複数商標に対し異議・無効宣告を提起したところ、被告一は国知局の裁決を不服として多次にわたり行政訴訟を提起。一連の手続において、国知局・裁判所はいずれも被告一の商標が原告商標と類似すると認定し、先行判決では被告一に他人商標を複製・模倣する故意があり、誠実信用原則に反し商標秩序を乱す「その他の不正手段」に該当すると判断。最終的に被告一の関連商標はすべて却下・不登録又は無効宣告となった。

原告提訴

被告一：「不正競争防止法」第2条の誠実信用原則に違反、損害賠償を求める。

被告二：商標代理機構として、被告一の悪意を知らず得たにもかかわらず幫助行為を提供したものであり、一部連帯責任を負うべきである。



一連の悪意出願行為の全体評価

商標登録の有無にかかわらず、「登録→ストック→譲渡→使用許諾」という一連の悪意出願行為を全体として評価する



誠実信義原則の違反

被告一の悪意出願行為により、原告は商標異議申立・無効宣告・行政訴訟さらには本件民事訴訟を提起せざるを得なくなり、原告の通常営業活動に一定の妨害を生じさせ、客観的に原告に損害をもたらしたものであり、「不正競争防止法」第2条誠実信義原則を違反する



代理機関が幫助侵害

悪意を知らずサービスを提供した商標代理機構は幫助侵害（連帯賠償責任）に該当する

不正競争行為
50万元

代理機構連帯責任10万元



ご清聴ありがとうございました!

■ 模倣対策部

電話 : +86 (21) 6226-0550

E-mail: issac.wu@harvestinglaw.com

■ 法務部

電話 : +86 (21) 3884-7887

E-mail: harvesting_jp@harvestinglaw.com

ご相談は無料ですので、お気軽にお問い合わせください。
日本語、中国語、英語いずれの言語でも対応が可能です。

【Harvestingニュースレター配信のご案内】

弊所では、ニュースレターにて、皆様の業務に役立つ中国知財情報等を毎月メールにて、配信させていただいております。

ご希望の方は、下記までご連絡いただけますと幸いです。 E-mail : connect@harvestinglaw.com



Wechat 公式アカウント