

한국 IPG Information

발행: 2010년 6월

한국 IPG 사무국 (JETRO 서울·센터)

한국 IPG의 활동

목차

< 한국 IPG 활동 >

- 제 2 회 IPG 세미나 1p
- SJC 지재위원회
(금년도 건의사항 제안) 2p
- 향후 활동 2p
- 이용바랍니다 3p
- 제 2 회 IPG 세미나 4p

< IP를 알자 >

- 한국 IP 뉴스 5p
- 한국 보도 → 일본어 번역
(중국 모방품 '산짜이') 6~7p
- '신지식 최전선은 지금'
(저작권의 지뢰밭을 헤매다)
8p

● “제 2 회 한국 IPG 세미나”를 개최하였습니다.

일시 : 6월 15일
 오후 3시~6시
 (6시부터 교류회)
 장소 : 롯데호텔 36층
 아스토크
 참가자 : 56명



❖ 개회사	SJC 지적재산위원장 사사키 요시히로 사장
❖ 모방품 대책 사례	한국다이와정공(주) 아베 코이치 대표이사
❖ 포케몬코리아의 모방품 대책	(주)포케몬코리아 하세가와 히로후미 대표이사
❖ 2010년도 YKK 모방품 대책 활동	YKK KOREA(주) 박진우
❖ 상해 IPG	YKK(중국)투자유한공사 이시카와 요시아키

세미나 강연내용은 다음호 뉴스기사에 게재될 예정입니다.
 (이번호 제 4page 에 관련정보가 게재되어 있습니다.)

현재 회원 등록수 / 회원사 : 22 개사
 협력회원사 : 12 개사

한국 IPG 회원 등록

www.jetro-ipr.or.kr/admin/files/IPG_mem.pdf

한국 IPG 사무국

일본무역진흥기구 (jetro)
 서울센터 지재팀

전화 / 02-3210-0195
 e-mail / jetroi@jetro.or.kr

榎本吉孝 (에노모토 요시타카)
 曹恩実 (조은실)
 趙乾東 (조건동)
 池崎麻理絵 (이케자키 마리에)

사무국소식

제 1 호 「한국 IPG · Information」입니다. 한국 IPG 회원 (한국국내) 과 한국지적재산 네트워크 (일본국내) 회원들께 모방품 대책에 관한 정보 및 한국의 지적재산에 대한 정보와 한국 IPG의 활동 상황을 전해 드리겠습니다. 많은 응원 부탁드립니다.

「한국 IPG · Information」에 게재된 기고 · 번역문 등은 모두 권리자의 허락을 받아 게재된 것이므로 무단으로 전재와 무단 복제를 금합니다.

● SJC 건의 사항(지적재산분야)에 대한 제안/SJC 지적재산위원회

SJC 지적재산위원회는 한국의 지적재산권 현황에 대한 일본계 기업의 의견 및 요망사항을 수렴하여 19 개 항목으로 정리, 작성하였으며, 동 자료가 한국 정부에 대한 건의사항을 반영될 수 있도록 SJC 산업정책위원회에 제출하였습니다. 향후, SJC 이사회 의 검토 및 승인을 거쳐 한국 정부에 제출될 예정인 바 승인 결과가 나오는 대로 추후 공지할 예정입니다.

건의사항에 대한 수렴은 SJC 회원기업을 중심으로 이루어졌으며 그 외에 일본 지적재산협회 (JIPA), 컨텐츠 해외유통 촉진 기구(CODA)에서 협조해 주셨습니다.

<<참고:2009 년도 SJC 건의사항중 수락 가능 회신을 받은 사항 (지식재산분야)>>

SJC 건의 사항	한국 정부측 답변(수락 가능한 사항)
■ 모방품 단속 강화, 지식재산 마인드의 향상	개선책⇒특허·디자인까지 국경조치 확대 예정. 한국 특허청에 사법 경찰권 도입(금년 8 월) . 중학교 1 학년의 기술 가정 부교재 (지식 재산 보호) 제작
■ 특허권 등 침해 입증의 용이화	개선책⇒소송수속상의 비밀유지 명령 제도 도입 추진
■ 영상저작물의 불법 업로드 제거용 '비디오·핑거프린트 시스템'도입	개선책⇒기술개발중, 트라이얼 운영 사업 실시중. 불법영상저작물에 대한 추적 업무 실시
■ 특허심사에 대하여 의견서만을 제출했을 경우 거절 되는 경향이 있으므로 개선을 요청	개선책⇒의견서의 내용을 충분히 검토하는 심사 지침 운영중
■ 선출원 의장의 일부와 동일의 (또는 유사)후 출원의 부분 의장(부품의장)에 대한 보호	개선책⇒취지에 공감, 의견 수렴 시작함.
■ 화면 디자인(DVD player 와 같이 물품과 수상기가 분리되는 케이스)에 대한 보호 확충	개선책⇒보호 받을 수 있는 방향으로 개선 추진
■ 상표의 선후 출원에 관한 규정의 적용 판단 시기(출원시→결정시)	개선책⇒무효가 확정된 선등록 상표는 처음부터 없었던 것으로 하도록 법개정
■ 국제특허분쟁 지원 사업의 운용 개선	개선책⇒2010 년도에 운용 폐지

2009 년 SJC 건의 사항은 http://www.sjchp.co.kr/sjc2/report/file/201001_jp.pdf 참조

● 향후 활동

7 월 8 일 지적재산권 보호 담당 사법 경찰공무원의 직무능력 강화를 위한 워크숍 (한국특허청 주최) 에 참가하여 일본 기업 상황에 대해 설명할 예정입니다.

경찰의 모방품·해적판 단속 직원등이 참가하는 한국 정부 주최의 워크숍.

한국 IPG 는 경찰 등의 단속 직원을 대상으로 일본기업의 모방 피해 실태와 사업에 미치는 영향에 대해 워크숍에서 강연 할 예정입니다 .

(한국 IPG 리더 : YKK 한국지사 · 사사키 요시히로씨에게 강연 의뢰함).

<워크숍 개요>

참가자 : 경찰청 소속 지능범죄·사이버·외사수사관 약 80 명 ,해양 경찰청 소속 외사수사관 약 20 명
특허청 산업재산보호팀 특별사법 경찰발령 예정자 16 명

목 적 : 지적재산권보호를 담당하는 사법경찰관 (특허청의 특별사법경찰권 발령자 포함)의 업무수행시에 필요한 식별 요령 및 수사 기법에 대한 지식습득
위조상품 단속업무시 조직간의 유기적 연계체계를 확립해 단속의 효율성을 향상

9월 2~3일(서울 세관), 9~10일(인천공항 세관), 16~17일(광주 본부세관)
/세관직원대상 진위판정 관련 연수

세관에서 실시하는 ‘세관직원 대상 진위판정 연수’는 세관 단속직원을 대상으로 기업의 담당자가 자사상품의 진위판정 방법을 고지하여 세관에서의 모방품 단속의 효율성을 높일 수가 있습니다.

한국 IPG에서는 주한 일본계기업이나 일본 국내 기업이 자사제품에 대해 세관에서 진위 판정 연수를 실시할 수 있도록 한국 정부 (TIPA:무역관련 지식재산보호협회)와 조정 중입니다.

9월 일정은 상기와 같으며, 일본계 기업의 참가여부 (4개 회사 정도)가 확정되면 한국 IPG에서 참가 기업 모집안내를 할 예정입니다. 일본 국내기업의 참가도 가능하며 본행사는 12월에도 개최될 예정입니다. <경제산업성 지원사업>

이용 바랍니다!

무료 법률상담 <산업재산권 제도기반정비사업 (일본 특허청)>

모방품·복사제품의 피해, 지식재산 라이선스, 기술정보 유출로 인한 트러블등 한국에서의 지적재산에 관한 문제를 변호사·변리사등 한국의 전문가가 상담 해 드립니다. 상담료는 일본 특허청의 지원 사업으로 전액 지원해 드립니다.

공개 상담

상표, 특허, 저작권 등 지적재산에 관한 전반적인 질문과 궁금한 점이 있으시면 한국 IPG 사무국으로 문의하여 주시기 바랍니다. 협력회원사 (법률·특허사무소) 전문가에게 답변을 드릴수있도록 협조 의뢰하겠습니다. 내용은 회원 간의 지식·정보 공유를 목적으로 「한국 IPG·Information」과 한국 IPG의 홈페이지에 <Q&A> 형식으로 공개하겠습니다. (상담자는 익명처리 하겠습니다)

모방품에 관한 침해조사비용에 대한 지원 <중소기업 지적재산권 보호대책사업 (중소기업청)>

지적재산권이 침해된 중소기업을 대상으로 모방품·해적판의 제조원이나 유통 경로의 특정, 시장에서의 판매 상황등의 정보를 제공하고 침해조사 관련 비용의 2/3 (상한:300 만엔)을 지원해 드립니다.

7월 7일(수)
/일중환·지적재산전략 심포지엄 (주최:한국 특허청등)

한국·중국·일본 3개국 및 기업의 지적재산 전략에 관한 심포지엄이 개최됩니다. 일본측 강연자는 특허청 심판부 다카기 시게키부장, 혼다기켄공업 구지 나오토고문님입니다.

일시 :2010.7.7.(수) 14:00~17:20

장소: 【그랜드인터컨티넨탈호텔】

참가를 희망하시는 분은 한국 IPG 사무국으로 연락바랍니다 (참가비 무료, 한중일 동시 통역).

제2회 한국 IPG 세미나

日時：2010年6月15日（水） PM15：00～PM18：00
 場：ソウル・ソウル・ソウル アストラム
 主催：ソウル・ソウル・ソウル委員会、日本貿易振興機構（JETRO）ソウル・センター

한국 다이와정공 (아베 고이치 대표 이사)

이이스 박스의 모방품은 취급설명서도 그대로 복제했으며 다이와정공의 상표는 없지만 일본에서 제조한 것으로 되어있다. 구입자는 짝퉁인 줄 알면서도 당사에 불만을 제기 한다. 한국에 판매 회사를 설립한 후 현지에서 감시하게 되니 노골적인 모방은 감소했다. 향후 한국 내에서 업계단체 근대화에 노력하고 서로 전근대적인 행위는 자제하자는 의식을 높여나가고싶다.

사례⑤ RIGGOR AS-75(Scissors)의 예

- (경위)
 1. 2006년 서울 시내 마트의 낫시도구 매장에서 침해품을 발견
 2. 동미트의 테넨트기 거래 신청을 위해 당시를 방문했을 때 침해품의 판매 중지를 요구
 3. 테넨트회사는 판매 중지를 승낙함. 그 후에도 폐기지 변경품이 복수 유통



수사기관에 의한 적발 예

2009년 7월 30일, SJC(서울 세관 클럽)에서 요청이 있어, 특허청이 경찰의 협력을 바탕으로 하여 대전지방에서의 단속을 실시했습니다.
 그 결과, 포켓몬 카드 게임의 모방상품을 전국적으로 유통하고 있던 업체를 적발하였습니다.
 당시에 이미 제7단계까지 발매되어 있던 모방상품으로, 그때까지 상당한 수량이 유통되어왔다고 생각됩니다.

- <특별 단속의 경위>
 - 단속 요청
 ↓
 - 정보 입수 활동 실시
 (포켓몬스터 위즈 카드 게임의 유통을 확인)
 ↓
 - 유통업자에 대한, 특별 단속 실시

<특별 단속의 결과>
 - 상표법위반으로 형사입건: 4명

* 압수품: 포켓몬스터 카드 게임 189상자



포켓몬 코리아 (하세가와 히로시 대표 이사)

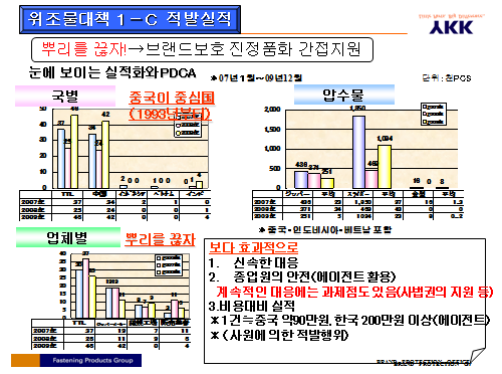
한국에서 인기가 오르기 시작할 때에 짝퉁이 터져 나온다. 한국에 카드 게임(정규품)이 진출하기 전에 벌써 짝퉁 카드게임이 히트 상품이 되어 정규품이 없는 상황에서 모방품 대책이 힘들었다. 거래처와의 계약서에는 모방품 취급 관여 금지 조항과 모방품을 발견했을 경우 통보하는 등 상호 협력에 대해서도 정했다. 모방품 근절은 고객의 인식을 바꾸는 노력이 중요하다.

YKK 한국사 (박진우씨)

모방품 대책의 목적은 진품의 확대, 브랜드 가치 유지와 확립, 소비자보호의 측면이 있다. 모방품은 건전한 시장을 저해하는 행위로서 단속해야 한다.

모방품에서 진품으로의 변환을 통해 시장을 확보한다.

짝퉁 점유율(매장)과 적발 실적, 세관금지 실적등을 공개 해서 사내에서 모방품에 대한 대책을 추진하고 있다. 직원 적발을 유도하기 위한 『적발 가이드 라인』도 작성하였다.



YKK(중국)투자유한공사 (이시카와 요시아키씨)

IPG 모든 회원 기업/단체가 주체가 되는 기업참가형 조직이다.

국내에서는 ① 베이징 IPG (2000년 출범, 약 80개 회사 가입 법률해석이나 정부와의 관계 활동을 주로 한다), ② 상해 IPG (2002년 출범, 147개 회사 가입, 비즈니스상의 문제해결을 목표로 한다), ③ 광둥 IPG (2005년 출범, 50개 회사 가입, 행정 기관 세미나 지원가 활동하고있다.

한국 IP 뉴스

● 문화체육관광부, 「게임」 위법유통 차단에 적극적으로 착수

닌텐도용 게임인 「메이플 스토리DS」(네쿠손)가 시판된지 약1주일 지난 후부터 불법 소프트가 국내에서 광범위하게 유통되고 있다. 이에 대해 문화체육관광부는 4월 28일부터 불법 소프트의 삭제·전송 중단의 조치를 취하고 있다. 네쿠손측의 고소를 계기로 수사 기관의 수사와는 별도로 저작권 사법경찰 로서의 단속 활동과 소프트의 전송 차단도 적극적으로 실시하고 있다. 불법 소프트를 업로드 하고 있는 자에 대해 영리목적일 경우에는 물론, 위반 행위가 경미한 업로드 게시관에 대해서도 저작권자의 고소가 있을 경우 검찰에 송달하는 등의 조치를 취하고 있다. 온라인 서비스 제공자에 대해서도 소프트의 전송 차단 조치를 요청하고, 불법 소프트가 복제·전송되었을 경우에는 삭제 또는 전송 중단 등의 시정 권고, 행정처분, 과태료부과 등의 조치와 함께 저작권 침해방조에 대해서도 수사하고 있다. 또, 소프트를 게임기로 실행하는 위법 게임 팀의 판매자를 추적·처벌하는 수사도 진행중이다.

문화체육관광부는 현재 온라인상에서 유통되고 있는 게임 파일은 100% 파일이며, 이를 다운로드하는 행위가 게임 개발자의 의욕을 버하시키고, 최종적으로 양질의 게임을 즐길 수 없게 하는 결과를 초래한다며, 인터넷 사용자의 협조와 주의를 요청하고 있다.

● 근절되지 않는 오픈 마켓의 짝퉁거래, 막지 않는 것인가! 막을 수 없는 것인가?

인터넷상의 위조품 거래가 늘어나고 있다. 업계에 따르면 인터넷상의 오픈 마켓(G마켓이나 옥션 등)은 대책 시스템을 준비하고 있기는 하지만 적극적인 단속은 하지 않고 있는 상황이다. 오픈 마켓은 전자상거래법상의 통신 판매 중개사업자이기 때문에 거래 상품에 대하여 법적인 책임이 없고, 위조 상품의 거래시에도 중개 수수료를 받기 때문에 매출에 영향을 주므로 단속에 소극적인 것으로 보인다.

이에 대해 G마켓은 2008년부터 위조품 방지 시스템인 BPP(Brand Protection Program)을 실시하고, 약 60 명의 모니터링 직원이 가격이 저렴하고 위조 상품이 의심되는 상품에 대하여 판매자에게 수입 면허장등의 증명서류를 요구하고 있어 시스템 도입에후는 위조품 적발 건수가 1년 전에 비해 60% 감소했다. 참가 브랜드수도 70개 회사에서 100개 회사로 증가하고 있는 상황이다 라고 반론하고 있다. 또, 옥션은 G마켓보다 앞선 2003년부터 위조 방지 시스템인 베로 시스템을 도입했지만 7년간의 실적은 미미한 형편이다. (디지털 타임즈 5월 16일자)

● 패밀리레스토랑에서 트는 음악도 저작권료 내라

한국 음악저작권협회등 콘텐츠 저작권 관련 5개 단체는 현행 저작권법으로 900평 이하의 소규모 점포의 배경음악은 저작권료를 지불할 필요가 없다고 규정한 조항을 개정해야 한다는 견해를 발표했다.

법이 개정되면 식당이나 제과점 등에서 정규의 CD를 배경음악으로 틀 경우 추가 비용을 지불해야 한다.

현재 조항에는 청중이나 관중에게 공연료등 반대급부를 받지 않을 때는 판매용 음반 및 영상저작물을 얼마든지 활용할 수 있다고 규정돼 있다. 900평 이상의 할인점이나 호텔 등의 대규모 영업장은 저작권 비용 면제 대상에서 제외된다. 저작권단체는 이 조항을 개정하여 호텔이나 공연장과 같은 대규모 장소에서 음원 콘텐츠를 사용할 때마다 저작권료를 받는 대상을 패밀리레스토랑이나 제과점등으로 확대해야 한다고 발표할 계획이다. (전자신문 5월 28일자)

<한국의 지식재산 관련 법률 개정>

- 특허법시행규칙 일부개정령(7월 28일 시행)
- 실용신안법시행규칙 일부개정령
- 상표법 일부개정법 (6월 8일 공포, 시행)
- 상표법 시행규칙 일부개정령(7월 28일 시행)
- 상표등록령 전부 개정령 (5월 4일 공포, 5월 5일 시행)
- 발명진흥법 일부개정법 (6월 8일 공포, 12월 9일 시행)

※ 상세한 기사, 그 밖의 뉴스에 대해서는 『한국 지식재산 뉴스』를 참조 바랍니다.

URL: www.jetro-ipr.or.kr/news/news02.asp

중국, 산자이(작통) 휴대폰 방관해도 되나?

세계 휴대폰 생산의 메카인 중국 선전에는 삼성전자·노키아보다 유명한 게 하나 있다. 바로 중국 최대의 ‘산자이(작통 휴대폰)’ 최대 시장인 ‘화창베이’다. 화창베이 시장에는 각종 전자부품부터 휴대폰·TV 까지 없는 게 없다. 심지어 최근 출시된 아이패드도 작통 제품이 버젓이 전시돼 있다.

Samsung, Nokia, 애플 아이캔 등 뻥뻥한 제품들을 보면 웃음이 절로 난다. 그러나 그냥 비웃고 넘기기에는 마음이 개운치 않다. 산자이의 성장 속도가 너무 빠르기 때문이다.

공식 시장 조사기관에 따르면 중국 산자이 휴대폰 시장은 1억 4000 만대로 추산된다. 그러나 현지 업체는 산자이 시장이 2 억개 이상 될 것으로 예상한다. 지난해부터는 인도·아프리카·동남아 등으로 수출까지 되고 있다. 아직 기능, 디자인 등에서 조잡한 수준을 벗어나지 못했지만, 20 달러 내외의 휴대폰 한대 가격은 개발도상국 소비자들끼리 뿌리치기에는 너무 매력적이다.

산자이의 품질 수준도 급속도로 개선되고 있다. 업체간 치열한 경쟁이 낳은 결과다. 중국 내 주요 산자이 업체는 약 300 개 정도로 추산되는데, 매년 새로 생기고 사라지는 업체는 따로 셀 수도 없을 정도다. 차별화된 산자이 제품으로 살아남아야 하는 나름 치열한 경쟁 환경이다. 산자이에서 성공해 유명 브랜드로 거듭난 휴대폰 업체도 꽤 있다. 산자이 업계의 활황은 중국 부품 업체를 육성하는 효과를 내고 있다. 심지어 BYD, 트롤리 등 중국 대형 부품 업체들도 산자이 효과를 누렸던 것으로 알려졌다. 중국 휴대폰 업체들은 2005 년 이전만 해도 대부분의 부품을 한국, 일본 등에서 수입해서 썼지만 지금은 메모리 반도체 등 일부를 제외한 모든 부품을 자국에서 구매하고 있다.

30~40 년 전 일본은 미국·유럽에 조잡한 작통 전자제품을 팔아 산업을 육성하고 경제 성장을 이룩했다. 20~30 년 전에는 한국이 그 길을 고스란히 따라가 성공했다. 아직도 산자이가 우습게만 보이는가.

“진품같은 작통폰 年 2억대 유통”

<상> 진짜보다 더 진짜 같은 제품들

우스꽝스럽기만 했던 중국 산자이(작통 전자제품). 삼성·노키아 등 글로벌 휴대폰업체는 이제 웃지 않는다. 노키아는 산자이폰의 시장 잠식으로 벌써 타격을 받고 있다. 휴대폰 시장 1 등을 위해 저가 시장 공략이 불가피한 삼성도 신홍 시장에서 산자이와 치열한 경쟁을 벌일 판이다. 산자이폰이 국내외 휴대폰산업에 얼마나 영향을 미칠 것인지, 어떻게 대응해야 할 것인지 현지 취재로 살펴봤다.

세계 휴대폰 제조의 메카 선전. 이곳에는 삼성·LG·노키아·소니 등 세계 대부분의 세트업체와 수많은 부품업체가 모여 ‘전자산업 클러스터’를 형성했다. 선전의 전자산업은 매년 가파른 상승 곡선을 그리며 중국 경제의 성장엔진이 됐다.

양지가 있으면 음지도 있는 법이다. 선전의 또 다른 이름은 ‘산자이의 천국’이다. 시내 환복관에 있는 ‘화창베이(華強北)’ 시장이 그 메카다. 일본 아키하바라와 우리 용산상가의 중국판이다. 그러나 규모나 내용은 일본과 한국을 크게 압도한다.

용산상가보다 10 배나 더 크다.

이러한 규모보다 이곳을 더 유명하게 한 것은 바로 산자이이다. 수동부품 하나부터 최신 아이패드까지 그대로 베낀 산자이로 넘친다. 이곳 산자이에서 최근 가장 비중이 큰 품목이 바로 휴대폰이다.

산자이폰이라고 다 같지 않다. 겉모습만 베낀 가짜(페이크) 상품과 오리지널 산자이, 탈세 제품 등으로 구분된다. 페이크는 기존 정품과 비슷한 외관과 브랜드로 소비자에게 혼란을 준다. 삼성(Samsung), 노키오(Nokia)와 같은 브랜드를 붙였다. 작통인 게 확표가 난다. 이와 달리 오리지널 산자이는 외관 및 브랜드가 정품과 거의 똑같다. 마감재나 기능의 차이를 일반인이 구별하기 힘들다. 최근 인기를 모은 애플 아이폰을 주로 베꼈다. 탈세 제품은 유럽·동남아 등지로 수출한 정품이 다시 중국으로 유입된 것들이다. 정부의 수출 지원을 받아 해외에 싸게 유통된 제품을 내수 시장에 몰래 들여온 제품이다. 산자이인지 아닌지에 논란이 많다. 최근 중국 정부가 수출 지원을 낮추면서 탈세 제품의 인기는 점점 사그라지고 있다. 이 밖에 게임·음악 등의 기능을 강화하기 위해 스피커를 6 개 부착하거나 폴더폰에 터치스크린을 부착한 특이한 제품들도 종종 눈에 띄었다.

산자이의 매력은 무엇보다 가격이다. 20 달러 정도면 화창베이 시장에서 쓸 만한 휴대폰을 살 수 있다. 심지어 12 달러짜리도 있다. 하루에 1~2 달러 수입으로 사는 개발도상국 소비자에게 산자이 휴대폰의 매력은 뿌리치기 힘들다. 어렵잡아 중국의 산자이폰 출하량은 연 1 억 4000 만~2 억대다. 지난해부터 인도·아프리카·동남아시아 지역으로 수출까지 된다. ‘싼 게 비지떡’이란 말도 화창베이에선 옛말이다. 최근 몇 년 사이 산자이의 품질이 엄청난 수준으로 개선됐기 때문이다. 300 여개에 달하는 산자이 휴대폰업체와 새로 생긴 업체 간 경쟁이 치열해져 품질이 떨어지는 휴대폰은 시장에 발을 내밀지도 못한다. 작통도 품질이 뒷받침되지 않으면 살아남지 못하는 곳이 바로 화창베이다. 카메라 모듈 전문업체 엠씨넥스차이나의 최만호 팀장은 “이곳에서 산 20 달러 수준의 휴대폰으로 전화를 걸고 받는 데 전혀 문제가 없다”면서 “2 세대 통신 기능에서는 정품보다 나은 제품도 나왔을 정도”라고 말했다.

최신 흐름의 수용 속도도 엄청나게 빠르다. 아이폰, 블랙베리 산자이는 물론이고 아직 해외에 판매되지 않은 작통 아이패드까지 화창베이에서 어렵지 않게 구할 수 있다. 유명 브랜드의 옷과 구두, 핸드백을 베껴 정품 못지않게, 되레 독자적인 작통 시장의 영역을 구축한 중국 패션상품의 바통을 이제 휴대폰이 이어받고 있다.

<중>회사는 어떻게 탄생되고, 성장하나?

OPPO·BBK·지오니·K 터치·아홍은 자체 브랜드를 가진 중국 로컬 휴대폰 업체 ‘빅 5’로 불린다. 이들은 중국 소비자에게 친근함을 무기로 시장점유율을 높이고 있다. 빅 5 중 일부 기업은 산자이로부터 시작해 브랜드 기업으로 거듭나 ‘성공신화’를 쓰고 있다. 지금도 수많은 산자이 업체들은 자체 브랜드를 꾸꾸며, 치열한 경쟁 속에서 살아남기 위해 안간힘을 쓴다. 신홍시장으로 산자이 제품이 점점 더 많이 흘러들어 가면서 글로벌 휴대폰 업체들도 대응책 마련에 고심 중이다.

◇산자이지의 '요람' 디자인 하우스=300 여개에 달하는 주요 산자이지 업체들 중 대부분은 디자인 하우스부터 시작해 성장했다. 디자인 하우스는 휴대폰 주기판에 칩·안테나·카메라모듈 등 부품들을 배열해 설계도를 만들고 제조업체에 판매하는 회사다. 사장을 포함한 5명 내외의 엔지니어들이 주축이며, 보통 프로젝트당 10만달러 내외를 받는다. 수백, 수천에 달하는 디자인 하우스 중 종합 산자이지 업체로 변신하는 사례는 극소수에 불과하다. 그만큼 시장 내 경쟁이 치열하기 때문이다. 디자인 하우스를 통해 자본을 축적한 기업들은 제조라인을 설립 또는 인수해 전방산업인 제조 공정까지 관여한다. 이 단계에서 어느 정도의 연구개발과 관리 시스템이 구축된다. 디자인 하우스 단계에는 도면 작성과 튜닝 업무만 하지만, 제조라인을 갖추면 공정 및 양산에도 신경써야 하기 때문이다. 화창베이 시장 한편에서는 고객이 원하는 스펙에 맞춰 휴대폰을 조립해주는 상점들이 많다. 이들이 바로 디자인 하우스 단계에서 제조 단계로 막진입한 업체들이다. 이 과정에서 고정비 상승을 감당하지 못해 망하는 업체도 많다.

화창베이 시장에서 맞춤형 휴대폰을 판매하고 있는 친샤오첸(34)은 “독특한 기능을 갖추거나, 차별화된 제품을 만들지 못하면 살아남기 힘들다”면서 “산자이지 제품도 경쟁력을 확보하지 못하면 살아남기 힘든 시대가 도래했다”고 말했다.

◇산자이지 '브랜드'를 탐내다=월 200만개 제조 수준으로 성장한 산자이지는 더 이상 산자이지가 아니다. 자본과 기술력을 어느 정도 이상 확보하면서 보통 제조회사와 차이가 없어지기 때문이다. 즉 산자이지가 읍지에서 양지로 나오는 시기다. 이 단계에서 많은 산자이지 업체가 브랜드 기업으로 거듭난다. 로컬 기업 빅5 중 하나인 지오니가 대표적인 사례다. 월 50만~100만대 제조 수준까지는 '주먹구구식'으로 버틸 수 있지만, 그 이상에서는 체계적인 관리와 공급망이 필요해진다. 월 50만대 이하의 제조 규모에서는 화창베이 시장 등을 통해 부품 조달이 가능하지만, 그 이상 규모에서는 공식적인 유통망으로 부품업체와 직접 거래해야 한다. 세금 회피가 어려워지는 것은 물론, 부품 시장 수급에 따른 변동성도 커진다. 브랜드를 확보한 중국 로컬 업체는 해외 시장 공략을 시작하면서 노키아 등 저가 휴대폰 시장점유율이 높은 기업들과 직접 경쟁하기 시작한다. 중국 업체들이 인도·동남아·아프리카 등 GSM 계열 시장에서 힘을 발휘하면서 노키아는 물론 삼성까지 직·간접적인 타격을 받고 있다.

현지 업계 관계자는 “최근 중국 산자이지 회사 6개가 컨소시엄을 구성해 인도에 공장을 세우기도 하는 등 산자이지 업체들의 양성화 속도가 빨라지고 있다”면서 “중국 정부도 물밑에서 산자이지 업체를 지원하고 있어 향후 저가 휴대폰 시장에서 중국 업체들의 약진이 두드러질 것”이라고 말했다.

<하> 국내 IT 업계 대응 시급하다

산자이지(짝퉁) 업체들은 인도·동남아·아프리카 등 신흥 시장으로 영역을 확대하고 있다. 이미 로컬 브랜드로 거듭난 업체들은 저가 시장에서 중·고가 시장까지 치고 올라오는 상황이다. 심지어 하반기부터는 중국산 스마트폰까지 잇따라 등장할 전망이다. 산자이지 제품도 휴대폰·MP3 플레이어 등의 제품군을 넘어 넷북·노트북·TV까지 확대되고 있다. 삼성전자·LG 전자

등 국내 기업들은 이제 저가 시장은 물론 중·고가 시장에서도 중국 업체와 경쟁해야 하는 상황에 직면했다. 몇년 사이 중국 업체들은 엄청난 수준의 기술적 도약을 이룩했다. 그 이면에는 중국과 대만의 협력 체제인 '차이완(중국+대만)' 효과가 작용하고 있다. 대만 반도체 전문기업 미디어텍은 저가 베이스밴드칩과 휴대폰을 구동하는 소프트웨어(SW)인 소스코드를 중국 업체에 제공하고 있다. 예전에는 휴대폰 제조업체가 SW를 개발했지만, 지금은 미디어텍에서 소스코드를 받아 중국업체들이 쉽게 휴대폰을 만들 수 있게 됐다. 중국 당국은 산자이지 업체들의 양성화에 팔을 걷어 붙이고 있다. 관련 연구개발(R&D)에 막대한 자금을 투자하고 있으며, 세제 지원 등 다양한 인센티브를 통해 중국 업체들의 기술력 향상을 독려하고 있다. 기술과 자본을 축적한 중국 업체들은 스마트폰 개발에도 속도를 내고 있다. 안드로이드폰 개발에 돌입한 중국업체만 OPPO·지오니·도프다(HTC의 중국 브랜드)·레노버 등으로 확인됐다. 또 위풍·메이주 등 고급폰 제조업체들도 비밀리에 스마트폰 개발에 착수했다. 중국 로컬 휴대폰 업체인 지오니의 양잔첸 부사장은 “당장 출시될 중국산 스마트폰이 아이폰·블랙베리보다 좋은 성능을 낼 수는 없을 것”이라면서도 “다만 게임·음악 등 엔터테인먼트 기능에 집중하고 비교적 저렴한 가격에 스마트폰을 내놓는 ‘엔트리 프리미엄 전략’을 이용한다면 충분히 시장에서도 통할 것”이라고 말했다. 평일 낮에도 화창베이 시장은 수많은 사람들로 북적인다. 동남아 등지에서도 부품을 구입하기 위해 화창베이를 들른 바이어들이 유독 눈에 많이 띈다. 중국산 부품 수요 증가에 힘입어 최근 화창베이 시장 부품 섹터는 빠르게 확장되고 있다. 산자이지 및 중국 전자업계의 활황은 부품 업체를 육성하는 효과로 이어지고 있다. BYD·트룰리 등 중국 대형 부품 업체들은 터치스크린 패널, 각종 IC는 물론 모바일용 CPU까지 제조할 수 있는 역량을 갖췄다. 특히 리튬·철 2차전지는 전기차 대회에서 한국, 일본산 제품 못지않은 성능을 선보여 세계를 깜짝 놀라게 한 바 있다. 2005년 이전만 해도 중국 전자업체들은 핵심 부품 대부분을 한국, 일본에서 수입했다. 그러나 지금은 메모리 반도체 등 일부를 제외한 대부분의 부품을 자국에서 조달하고 있다. 중국 당국은 글로벌 휴대폰 생산 기반 확보 전략의 일환으로 세트업체에 자국 부품을 사용할 것을 장려하고 있어 중국산 부품 산업은 더욱 탄력받고 있다. 심지어 삼성·LG 전자 등 국내 세트업체들도 매년 중국산 부품 조달 비중을 높이고 있다. 세계 4위 컴퓨터 제조업체 레노버의 양위안칭 사장은 “중국이 컴퓨터를 비롯한 IT 시장에서 일본이나 한국을 따라잡는 것은 필연적인 일”이라고 장담한 바 있다. 이 같은 말들은 점점 현실로 우리에게 다가오고 있다. 차이완의 부상에 대비해 신흥지역을 중심으로 중·저가 시장 공략을 강화하고, 국내 부품·소재 산업을 육성해야 한다는 전문가들의 지적이 잇따르고 있다. 지난해 삼성전자 실적이 일본 전자 기업을 압도했다는 승전보가 울렸을 때 39년째 한국에 근무하고 있던 미쓰이물산의 모모세 다다시 고문은 “13억 인구 중 1퍼센트만 전자업계에 종사한다고 쳐도 무섭지 않은가? 아마 이르면 5년, 10년 내에 중국 어느 전자 기업의 영업이익이 한국의 2배라는 기사가 나올지 모를 일”이라고 경고한 바 있다.

(전자신문/2010.4.19,21,22,23)

저작권의 지뢰밭을 헤매다

FILE No ; 18

어린 아이가 한국 여가수 손담비의 히트곡 일부를 따라하며 춤추는 모습을 촬영하여 부모가 “어린이다운 노래를 부르면 좋았을 텐데...” 라는 댓글과 함께 그 동영상을 블로그에 올린 것이 화근이 되어 저작권 침해사건으로 비화된 일이 있었다.

저작권법은 작사가·작곡가에게 저작권이 있는 가사나 곡을 타인이 “공중 송신” 하는 것을 권리침해로 간주한다. 그러나 부모가 촬영한 이 동영상 자체도 부모가 정성을 담아 제작한 작품(저작물)이다. 내 아이가 천진난만하게 노래 부르는 모습을 보여 주고 싶은 부모 마음이 히트곡의 권리나 이익을 해쳤다고 판단할 수 있는 것일까?

저작권은 특허나 상표처럼 등록하지 않아도 창작한 것을 표현한 순간 권리가 발생. 합니다.

평범한 작품, 보잘것없는 작품까지 권리의 가치가 있느냐는 차치하고라도, 최근에는 끊임없이 새로운 저작물이 대량으로 생산되고 또한 다양한 매체를 통해서 전달되고 있어서 누구나 간단히 이용할 수가 있습니다. 게다가 우리는 이러한 타인의 저작물을 다양한 방법을 이용하여 새로운 홈페이지나 동영상 등의 UCC (User Created Contents) 등을 통해 일상적으로 자신의 저작물을 “재생산” 하고 있습니다.

그러나 한국 저작권법상 권리자의 허락 없이 저작물을 이용하는 것은 원칙적으로 저작권 침해로 간주되고 있습니다. 앞서 말한 “손담비 동영상 사건” 이외에도, 인터넷 포털 사이트에서 사진 저작물의 검색을 위하여 원본 사진이 실려있는 웹사이트로 링크시켜 게시하는 조그마한 썸네일 이미지 (thumb nail image)가 저작권 침해로 문제가 된 사건도 있습니다. 이런 경우에 이용자를 권리 침해자로 간주하여 책임을 물을 것인지, 즉 저작권 침해로 규제하는 것이 현실적으로 타당한 것인지에 대하여 문제가 제기되고 있습니다. 권리 보호를 지나치게 치중하여 창작활동을 하는 사람들에게 저작권 침해라는 “지뢰밭” 을 걷게 하는 것은 아닐는지...

저작권 침해의 예외로, 현재의 저작권법에는 “인용”이나 “사적 이용”, “학교 교육 목적” 등이 규정되어 있습니다. “손담비 동영상 사건” 이나 “썸네일 이미지 사건” 에 대해서 한국 법원은 헌법에 규정된 표현의 자유를 감안하고 비현실적인 판결을 피하기 위한 고육지책으로 “정당한 범위내에서 공정한 관행에 합치된 인용에 해당하므로 권리 침해가 아니다” 라고 판단했습니다만, 법률 해석으로서는 의문의 여지가 남아있습니다.

또한 흔히 “사적 이용이기 때문에 복사해도 좋다” 라는 생각을 하기 쉬운데, 디지털 기기의 발달로 언제든 원본과 동등한 복제가 용이한 탓에, 저작권자의 이익에 큰 손상을 입힐 우려가 높아짐에 따라 사적 이용의 허용 범위는 좁아지고, 가정 내에서의 복제 이용 정도만 인정될 정도가 되었습니다. 그리고 인터넷상의 게재는 설혹 개인 블로그라 하더라도 법률 개정에 의해 “공중 송신”으로서 명시적으로 금지되게되었습니다.

최근 일본과 한국에서 논의되고 있는 것이 저작권의 “공정 이용 (fair use)” 에 관한 것입니다. 이것은 저작권 침해에 의한 실제적인 피해가 그다지 크지 않으면 타인의 저작물을 합법적으로 자유롭게 이용할 수 있는 환경을 조성하여 일정 범위 안에서는 이용자가 안심하고 저작물을 자유롭게 이용할 수 있는 길을 열자는 것입니다.

저작물의 fair use (공정이용)

공정이용 제도는 저작권 국제 조약의 “3단계 테스트” 또는 미국에서 판례법으로 발전해 왔습니다. “3단계 테스트” 는 저작물의 이용이 “그 저작물의 통상적인 이용과 충돌하지 않는지”, “저작자의 합법적인 이익을 불합리하게 해치지 아니하는지”, 그리고 “특별한 경우인지”를 3단계로 살펴보는 것입니다. 또, 미국 저작권법에 입법된 공정이용 조항은 “저작물 이용의 목적과 성격”, “저작물의 성격”, “저작물 전체와 비교하여 이용된 부분의 양의 상당성”, “이용이 저작물의 잠재적 시장 또는 저작물의 가치에 대하여 미치는 영향” 등의 4 가지 항목을 종합적으로 고려하여야 한다는 것입니다.

한국에서는 2008년에 공정이용 조항을 포함한 개정법이 발의된 것을 시작으로 문화 체육 관광부와 권리자 단체, 이용자 단체 등을 중심으로 중요 현안으로서 계속해서 논의가 되고 있고, 미국의 공정이용 조항을 도입 또는 참조할 가능성이 있습니다.

상기 두 종류의 침해 사건을 공정이용이라는 개념에 적용시키면 2건 모두 침해가 아니라는 결론에 도달하게 됩니다. 이러한 결과는, 권리자에 있어서는 자신의 이익을 크게 해칠 일이 없고 오히려 자신의 저작물을 알리는 효과를 얻을 수도 있으니, 이용자도 타인의 저작물을 필요한 만큼 충분히 이용하면서 새로운 저작물의 재생산도 안심하고 할 수 있는, 그야말로 안정 맞춤이라 할 수 있겠습니다. 단지 저작권 침해 문제는 다양해서 상기의 두 사건 이외에도 다양한 케이스가 있으므로 공정이용의 개념만으로 모든 고민이 단번에 해결되는 것은 아닙니다. 일본과 한국에서는 여러 기관/단체의 이해가 교착되어 아직까지도 법률에 명문화하지 못하고 있는 실정입니다만, “공정이용”이 저작권 침해라는 지뢰밭에서 안전한 길잡이가 될 것은 틀림이 없을 것입니다.

< 해설자 >

김·장 법률사무소 김용갑 변호사
1969년 생. 1999년부터 김·장법률사무소에서 지식재산권·저작권업무를 중심으로 활동. 2004~2005년 일본문교부의초청으로 규슈대학 유학.
저서 「모방 대책 메뉴얼 (한국 편)」.
(감수 : 일본무역진흥기구 = JETRO서울센터 부소장 에노모토 요시타카)

<< The Daily NNA 【한글 판】 지면은 매월 2째주 수요일에 게재 >>

