



OTROS  
DOCUMENTOS

---

2020



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

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Pekín

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.



OTROS  
DOCUMENTOS

1 de julio de 2020  
Pekín

Este estudio ha sido realizado por  
Mónica Wang Xiang

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Pekín

<http://China.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-021-0

# Índice

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Introducción                                                                  | 4  |
| 2. Marco normativo                                                               | 6  |
| 2.1. Marcas                                                                      | 6  |
| 2.1.1. Estatus de marca renombrada: <i>Well-known trademark</i>                  | 7  |
| 2.2. Patentes                                                                    | 8  |
| 3. La importancia del registro preventivo                                        | 10 |
| 4. Cómo registrar una marca en China                                             | 12 |
| 4.1. Sistema nacional                                                            | 12 |
| 4.2. Sistema internacional                                                       | 15 |
| 4.3. Diferencias y similitudes entre ambos registros                             | 17 |
| 4.4. Registro de una marca en idioma chino                                       | 19 |
| 5. Cómo registrar una patente en China                                           | 21 |
| 5.1. Sistema nacional                                                            | 21 |
| 5.2. Sistema internacional – Convenio de París                                   | 24 |
| 5.3. Sistema internacional – Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT) | 25 |
| 5.4. Diferencias y similitudes entre los diferentes registros                    | 26 |
| 6. Opciones de actuación ante una vulneración de los derechos de PI              | 28 |
| 6.1. Mecanismos de defensa                                                       | 28 |
| 6.2. Marca                                                                       | 30 |
| 6.2.1. Momentos en que se puede actuar contra el registro de marcas              | 31 |
| 6.2.2. Causas de oposición y nulidad                                             | 31 |
| 6.3. Patente                                                                     | 32 |
| 6.3.1. Momentos en que se puede actuar contra el registro de patentes            | 33 |
| 6.3.2. Causas de nulidad                                                         | 33 |
| 7. Protección de las denominaciones de origen                                    | 35 |
| 7.1. Registro ante la oficina de marca (CNIPA)                                   | 35 |
| 8. Fuentes de información                                                        | 37 |
| 9. Bibliografía                                                                  | 39 |
| 10. Anexos                                                                       | 40 |

# 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 realizado actualizaciones en la legislación para la protección de la propiedad intelectual de acuerdo con 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.

En China, según los datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO por sus siglas en inglés), en el año 2018 se observó un **aumento en la cantidad de registros y concesiones de las distintas modalidades de derechos de propiedad intelectual**. En patentes se pasó de 1.381.594 en 2017 a 1.542.002 en 2018 que se traduce en un 11,6% de crecimiento, en los modelos de utilidad de 1.687.593 solicitudes en 2017 aumentó a 2.072.311 en 2018 que supone un incremento del 22,8%, en las marcas de 5.739.669 solicitudes en 2017 se presentaron 7.365.522 en 2018, por lo tanto, un aumento del 28,3%.

Un gran cambio fue en 2018 cuando el Congreso Nacional del Pueblo aprobó la creación de la Administración Estatal para la Regulación del Mercado que dirige la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA por sus siglas en inglés). Se están llevando a cabo avances considerables a la hora de realizar los exámenes, así como en la eficiencia para el registro y concesión de estos derechos.

Además, cabe mencionar los **tiempos de solicitudes** y aprobación que para las marcas toman de 14 a 18 meses. Las patentes de invención pueden tardar de tres a cinco años, mientras que para los modelos de utilidad y las patentes de diseño es de un año.

La colaboración de China con otros países en materias de patentes se constata con la candidatura de Wang Binying a la presidencia de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

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 y mejoras de las leyes**, tanto de patentes (último borrador de enmienda publicado en junio de 2020) como de marcas (cuya última actualización entró en vigor en 2019), orientadas a **ampliar las competencias de los cuerpos administrativos** y a prohibir las presentaciones de marcas con mala fe. 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 propiedad intelectual (PI) en todo el país.<sup>1</sup>

A lo largo del 2018, los tribunales del país admitieron a trámite 301.278 casos de violación de los derechos de propiedad intelectual en primera instancia, para los cuales dictaron sentencia en 287.795 ocasiones.



---

<sup>1</sup> China Intellectual Property Rights Aid and Report Complaints Network número de teléfono 12330. En la web Intellectual Property Protection Center <http://www.bjiipcc.cn/index.html> se puede consultar el derecho chino de propiedad intelectual, disponible sólo en chino.

## 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 contemplado diversas modificaciones a lo largo de su vigencia, la última de ellas entró en vigor en el año 2019, introduciendo varias mejoras y adaptaciones, con la finalidad de **fortalecer la protección** de marcas, combatir las solicitudes de marcas con mala fe e incrementar las consecuencias de las infracciones a la Ley de Marcas.

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. No obstante, 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 desde su promulgación en 1984, la última modificación fue aprobada en el año 2008 y entró en vigor en el 2009. El 20 de junio de 2020, el Congreso Nacional del Pueblo de la República Popular de China lanzó su Plan de Trabajo de Legislación 2020 del Comité Permanente de la Asamblea Popular Nacional. El plan incluye enmiendas a la ley de derechos de autor, cuyo borrador ya se publicó a principios de 2020, y la ley de patentes, cuyo borrador se lanzó más de un año antes.

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.

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 25):

- 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** al contrario que Europa, otorgándose preferencia a quién primero presente la solicitud correspondiente. La distinta normativa ha presentado varios casos que han tardado años en solucionarse.

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. Aunque, el objetivo de la actualización de la Ley de Marcas de 2019 es perseguir y penalizar este tipo de prácticas.

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 un 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.

Aunque como se menciona, China está desarrollando cambios para evitar la mala fe o perseguirla, como la apertura de tribunales especializados en propiedad intelectual; el nivel de protección sigue siendo menor que en los países europeos y hay que tener en cuenta la diferencia entre las legislaciones. Una de las prácticas que se están llevando a cabo últimamente son en las plataformas de *E-commerce*, aunque la plataforma pide a sus proveedores que sea poseedor de la marca de algún modo, éstas crean un registro de derecho de autor de la imagen de la marca ante notario, lo cual estas plataformas aceptan, por lo que en el interior de China pueden vender productos bajo marcas que no posean, sin embargo los productos suelen ser bloqueados en la frontera.

## 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 **14 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 de las tasas institucionales son asequibles y el procedimiento básico oscila entre los 900€ para el registro a través del sistema nacional y los 700€ para el registro internacional en blanco y negro. Sin embargo, hay que tener en cuenta que se necesita contratar a un agente especializado en el sistema nacional que, depende de la empresa, que puede llegar a suponer varios miles de euros<sup>2</sup>.

Una vez que la marca resulta aceptada, todos los productos deberán llevar el logotipo ® o los caracteres chinos Zhùcè shāngbiāo (注册商标) que indican que se trata de una marca registrada.<sup>3</sup>

### 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 China National Intellectual Property Administration ([CNIPA](#)).

<sup>2</sup> Para cifras concretas consultar con los agentes de la lista

<sup>3</sup> Oficinas Económicas y Comerciales de España en China. Guía invertir en China (2018).

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**<sup>4</sup>. A este respecto, se puede solicitar ante el CNIPA un listado público de agentes colegiados registrados<sup>5</sup>. Hay que tener en cuenta que estos agentes pueden llegar a ser muy costosos<sup>6</sup>.

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. En total el registro de marca puede llegar a los 5 años.

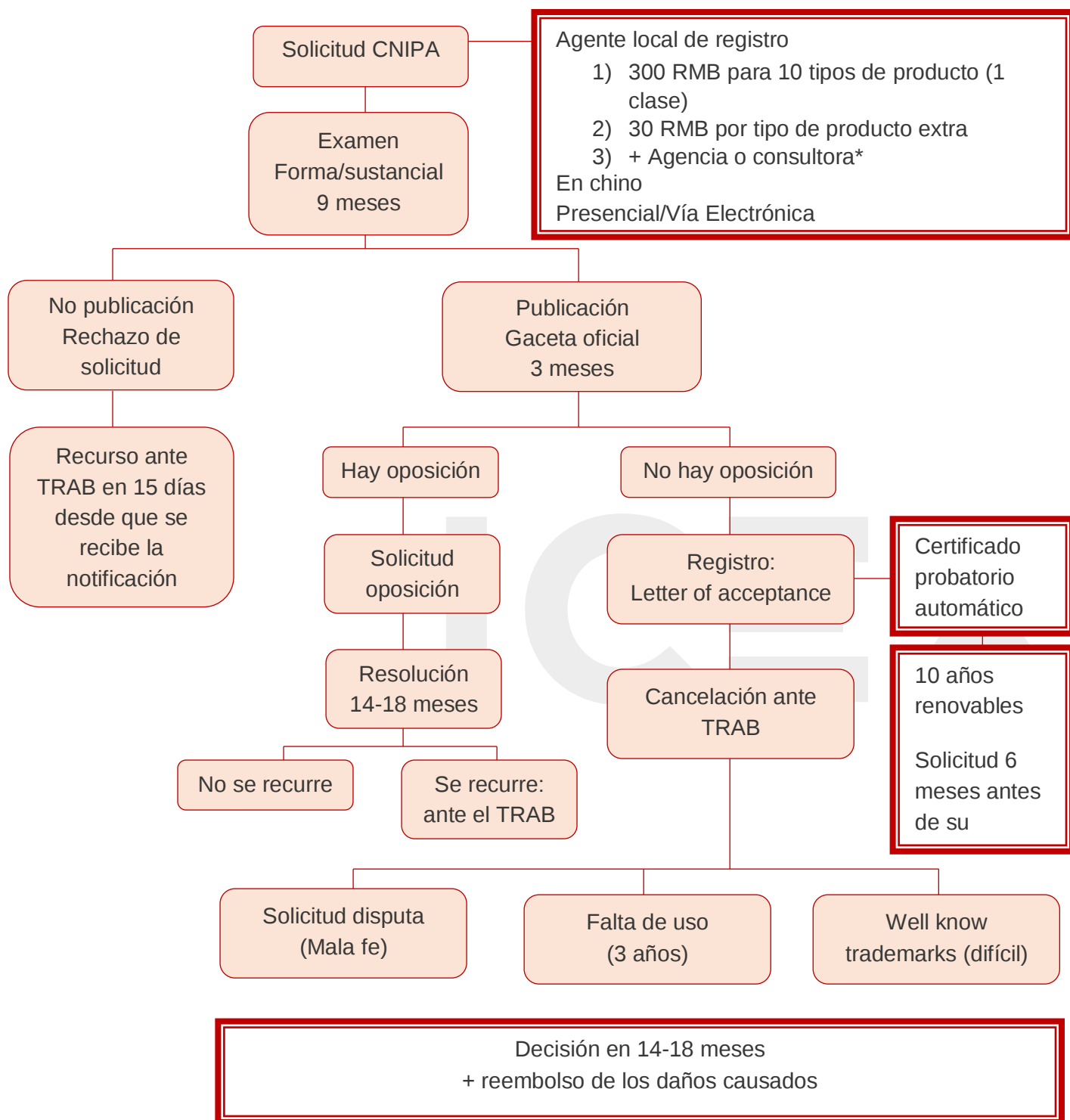
<sup>4</sup> China IPR SME Helpdesk de la Unión Europea publica un documento en el que ofrece consejos para encontrar un agente para la protección de la Propiedad Intelectual: [https://www.china-iprhelpdesk.eu/sites/all/docs/publications/How\\_to\\_find\\_an\\_IP\\_Agent.pdf](https://www.china-iprhelpdesk.eu/sites/all/docs/publications/How_to_find_an_IP_Agent.pdf)

<sup>5</sup> El listado (en chino) de agencias aprobadas por el SAIC para el registro de marcas se puede encontrar en los siguientes enlaces:

Sin despacho de abogados: [http://wssq.sbj.cnipa.gov.cn:9080/tmsve/agentInfo\\_getAgentDljg.xhtml](http://wssq.sbj.cnipa.gov.cn:9080/tmsve/agentInfo_getAgentDljg.xhtml)

Con despacho de abogados [http://wssq.sbj.cnipa.gov.cn:9080/tmsve/agentInfo\\_getAgentDljg.xhtml](http://wssq.sbj.cnipa.gov.cn:9080/tmsve/agentInfo_getAgentDljg.xhtml)

<sup>6</sup> Para cifras concretas consultar con los agentes de la lista



\*Puede llegar a los miles de Euros

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

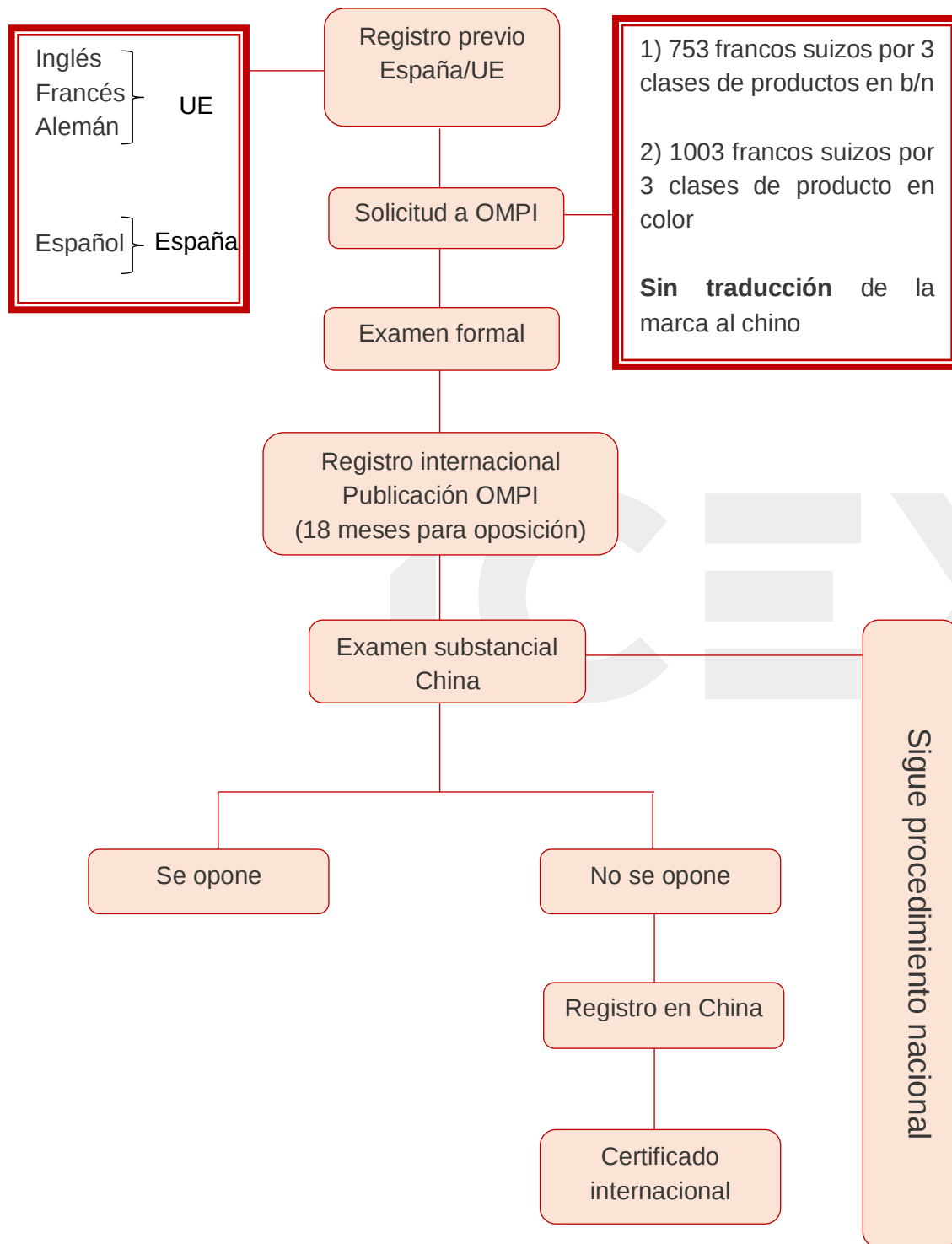
## 4.2. Sistema internacional

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 dentro del plazo de seis meses desde la 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:



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                                                                                                    |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Idioma</b>        | Chino                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Español, inglés o francés                                                                                                |
| <b>Alcance</b>       | Una solicitud para cada clase de producto (10 productos/servicios por clase)<br><br>Sólo válido para China                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Posibilidad de extenderse a varios países en la misma solicitud                                                          |
| <b>Certificados</b>  | Obtención de un certificado automático oponible a terceros una vez obtenida la “letter of acceptance”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Obtención de certificado bajo solicitud. Tarda 4 meses como mínimo.                                                      |
| <b>Coste</b>         | Consultar tabla de costes para cada 10 tipos de producto <a href="#">aquí</a><br><br>El incremento de coste debido al uso de agencias y abogados especialistas para el registro es significativo, aunque dependerá de la agencia y el bufete de abogados elegido puede llegar a ascender a los varios miles de euros <sup>7</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Consultar las tablas de costes <a href="#">aquí</a> .<br><br>Se diferencia entre registros en blanco y negro y en color. |
| <b>Validez</b>       | 10 años renovables, solicitándolo con 6 meses de antelación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                          |
| <b>Clasificación</b> | Clasificación Internacional de Bienes y Servicios del <a href="#">Acuerdo de Niza</a> . Sin embargo, en China se incluyen algunas sub-categorías.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                          |
| <b>Conclusión</b>    | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> |                                                                                                                          |

<sup>7</sup> Para cifras concretas consultar con los agentes de la lista

## 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 ya que la mayoría de la población solo tiene capacidad para entender los caracteres chinos, aunque esta situación está cambiando, la traducción que den los consumidores 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 tecnológica 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”.

icex

## 5. Cómo registrar una patente en China

La [Oficina Estatal de Propiedad Intelectual](#) (CNIPA 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 CNIPA un listado público de agentes colegiados registrados<sup>8</sup>. Hay que tener en cuenta que estos agentes pueden llegar a ser muy costosos<sup>9</sup>.

En el año 2017, la CNIPA introdujo un proceso de adjudicación prioritaria aplicable a algunas categorías de solicitud de patentes:

- Las industrias nacionales prioritarias para el desarrollo, tales como la eficiencia energética y el medio ambiente, TI de nueva generación, la biología, la fabricación de equipos de alta gama, las nuevas energías, los nuevos materiales, los vehículos de nueva energía y la fabricación inteligente.

<sup>8</sup> El listado (en chino) de agencias aprobadas por la CNIPA para el registro de patentes se puede encontrar en el siguiente enlace: <http://dlgl.cnipa.gov.cn/txnqueryAgencyOrg.do>

<sup>9</sup> Para cifras concretas consultar con los agentes de la lista

- Las industrias estimuladas por los gobiernos provinciales y los municipios organizados en distritos.
- Sectores o tecnologías relacionados con Internet, *Big Data* o computación en la nube, u otros productos que se actualizan muy rápidamente.
- Que el solicitante de la patente o el solicitante de la revisión esté preparado para la explotación o haya iniciado la explotación, o que haya pruebas de que otra persona está explotando su invención.
- Solicitudes presentadas primero en China y a continuación en otros países.
- Otras solicitudes que sean de interés público o nacional y requieran prioridad.

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 fondo<sup>10</sup>.

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 solicitud<sup>11</sup>, 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 CNIPA 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 cumplieren todos los requisitos, y previo pago de la cuota determinada, la CNIPA 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.

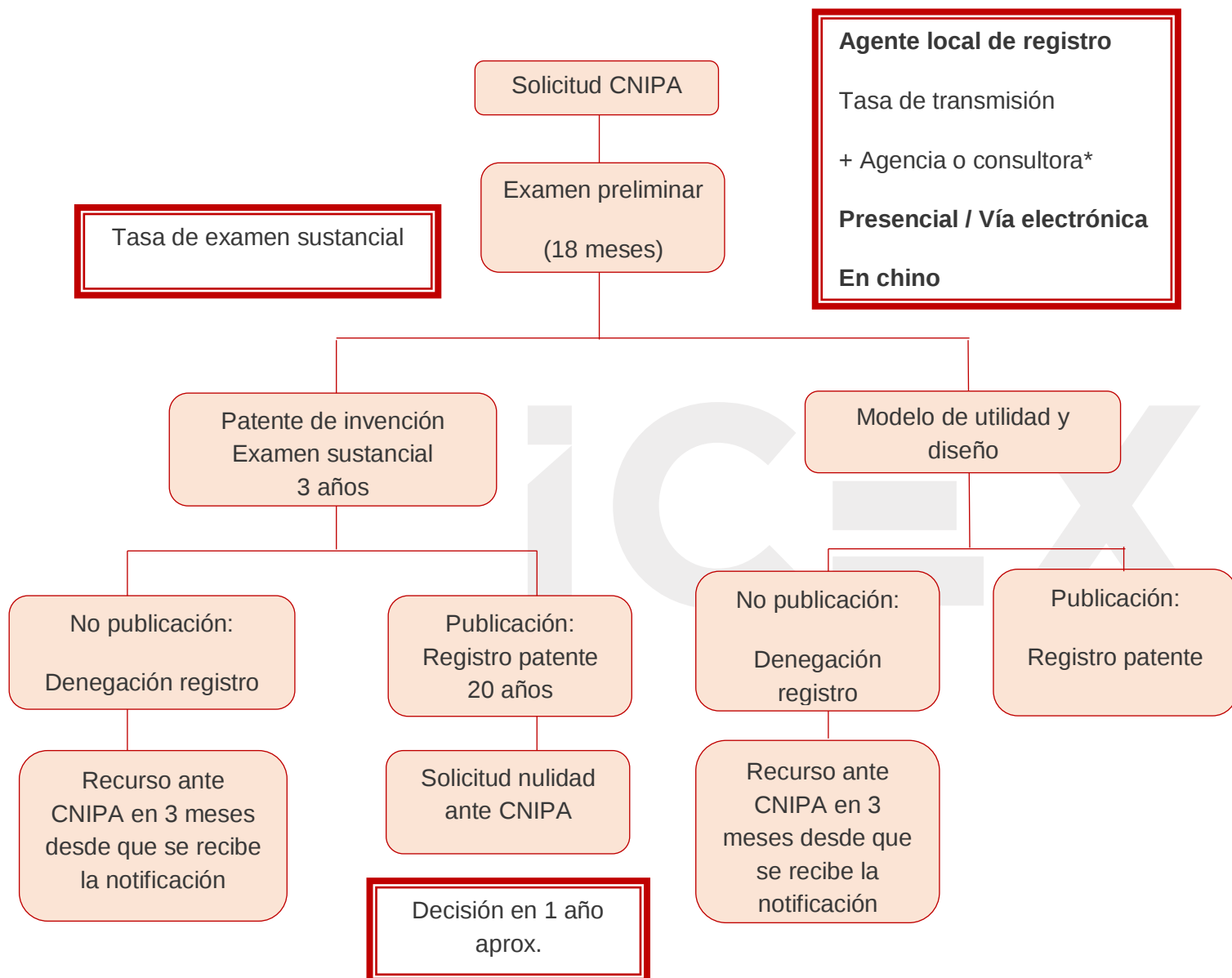
- 2) Modelos de utilidad: el proceso de registro para este tipo de patentes es más corto (con una duración máxima de diez meses) que el de las patentes de invención, ya que no se llevará a cabo un examen a fondo de la solicitud. En este caso se presentará la solicitud y si se cumplen todos los requisitos 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 CNIPA se lo comunica al solicitante para que enmiende su solicitud o realice alegaciones. Las denegaciones de registro pueden recurrirse ante los tribunales.

<sup>10</sup> En el siguiente enlace de la CNIPA 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>

<sup>11</sup> La CNIPA determinará la fecha de solicitud, dará un código de solicitud, y emitirán una notificación de aceptación de la solicitud que cumpla con las condiciones de aceptación. Si acepta la solicitud se considerará la fecha de solicitud el día que recibe los documentos o la fecha que figure en el matasellos si los documentos se envían a los encargados correctamente.

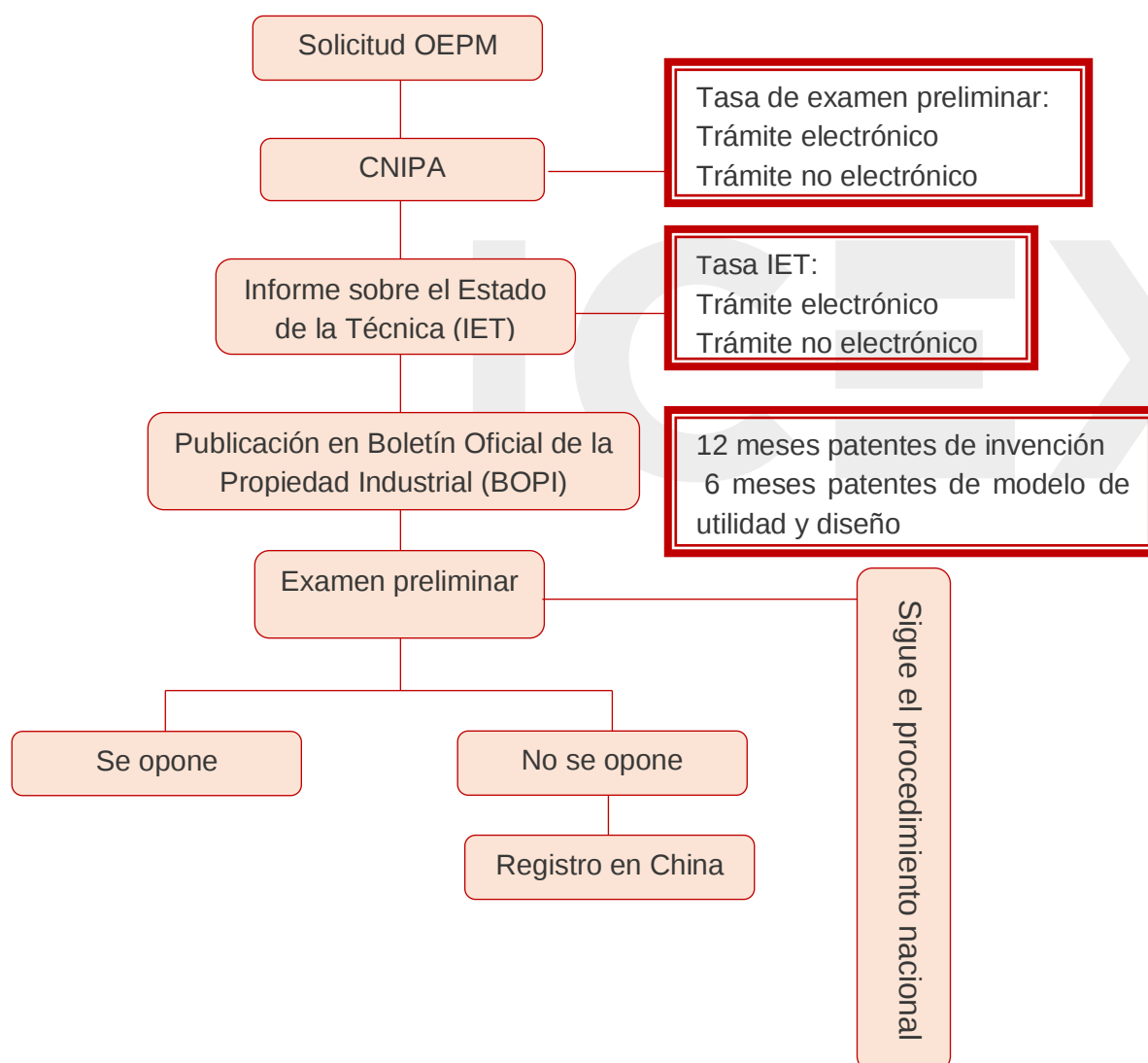
- 3) Diseños: el procedimiento para las patentes de diseño es igual que el de las patentes de modelos de utilidad.



\*Puede llegar a los miles de Euros. Para cifras concretas consultar con los agentes de la lista.

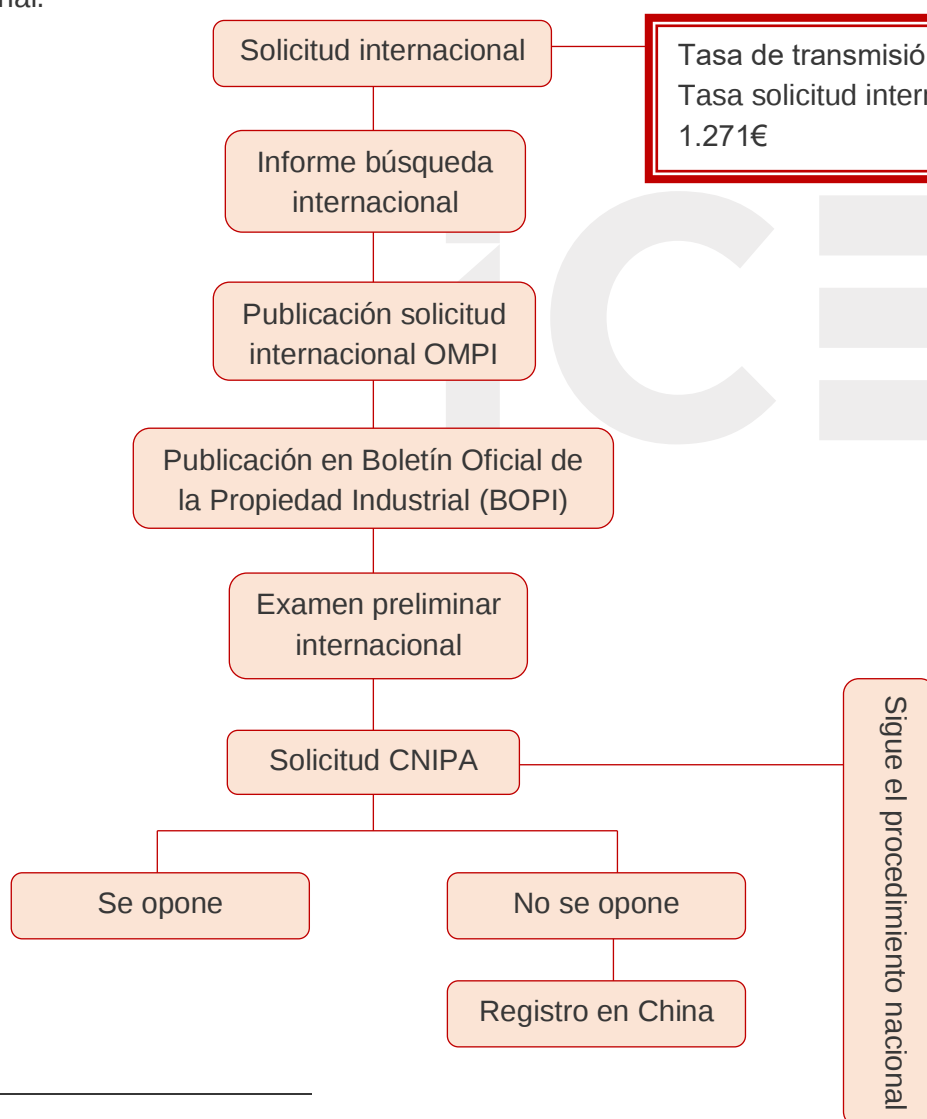
## 5.2. Sistema internacional – Convenio de París

En primer lugar, se debe presentar una solicitud de registro de patente en un país que sea 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 (CNIPA), 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 patentes<sup>12</sup> de un estado miembro de la Unión Europea<sup>13</sup>. En los treinta meses siguientes, el solicitante deberá formalizar el procedimiento de registro ante la CNIPA China, el cual seguirá un proceso muy similar al del sistema nacional.



<sup>12</sup> En España sería ante la Oficina Española de Patentes y Marcas.

<sup>13</sup> La OEPM apoya financieramente la obtención de patentes en el exterior a través de un [Programa de ayudas](#) que se convoca anualmente. [https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos\\_relacionados/Tasas/2018\\_tasas\\_pct\\_1\\_abril\\_2018.pdf](https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Tasas/2018_tasas_pct_1_abril_2018.pdf)

## 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                                       | Los gastos sólo se dan cuando se obtiene el código de aceptación                                                                                                                                                                            | Los gastos sólo se dan cuando se obtiene el código de aceptación                                                                                                                                                                                                                           | Consultar tabla de costes <a href="#">aquí</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                             | El incremento de coste debido al uso de agencias y abogados especialistas para el registro es significativo, aunque dependerá de la agencia y el bufete de abogados elegido puede llegar a ascender a varios miles de euros <sup>14</sup> . | 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.<br><br>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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

<sup>14</sup> Para cifras concretas consultar con los agentes de la lista

**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.

iCEX

## 6. Opciones de actuación ante una vulneración de los derechos de PI

### 6.1. Mecanismos de defensa<sup>15</sup>

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 Reguladora del Mercado de la R. P. China (SAMR por sus siglas en inglés). Siendo la nueva institución encargada de estos temas, creada a partir de la fusión de otros organismos entre ellos la Administración Estatal de Industria y Comercio (SAIC), y la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China (AQSIQ por sus siglas en inglés) donde anteriormente se presentaban los afectados; o acuden 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) o, la opción más común, a través de la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA).

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.

En el caso de las marcas, sin embargo, según la zona del país, es más complicado conseguir la aprobación de la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China para una intervención, ya que los esfuerzos centrales del gobierno se diluyen hasta llegar a las instituciones locales, donde puede existir cierta tendencia a proteger a las empresas locales,

<sup>15</sup> Oficinas Económicas y Comerciales de España en China. *Guía invertir en China* (2018).

pese a los esfuerzos del gobierno chino por proteger cada vez más a las empresas extranjeras.

El principal inconveniente que se derivaba en los últimos años de este tipo de acciones administrativas era su limitada efectividad. Por lo general, tan solo se llevaba a cabo una redada para incautar y posteriormente destruir los productos que infringen los derechos de propiedad intelectual, pero no se conseguía el cese total de la actividad del falsificador, que en ocasiones volvía a actuar pasado un tiempo. Con el endurecimiento de la ley y la reestructuración de las instituciones se espera que la efectividad en contra de las empresas chinas infractoras sea mucho más efectiva.

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 CNIPA 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. Existe la opción de retener sólo un cargamento en el que se sospeche que los bienes infringen la Ley de Propiedad Intelectual sin que se esté inscrito en la Administración General de Aduanas, sin embargo, la posibilidad de que sea efectiva es muy baja.

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.

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 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.

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.

Por último, se puede llevar a cabo la vía criminal, sin embargo, esta solo conseguiría que los infractores fueran ingresados en establecimientos penitenciarios sin que hubiese otro tipo de compensación o reparación, por lo que se recomiendan las vías desarrolladas anteriormente.

## 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 15 meses (en la OEPM, cada institución tiene diferentes plazos). 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. Para el registro malicioso, el propietario de una marca conocida no está sujeto al límite de tiempo de cinco años. Después de que la Junta de Revisión y Adjudicación de Marcas reciba la solicitud para declarar la invalidez de la marca registrada, lo notificará a las partes interesadas por escrito y presentará una respuesta dentro de un plazo. La Junta de Revisión y Adjudicación de Marcas tomará una decisión para mantener la marca registrada o declarará inválida la marca registrada dentro de los doce meses a partir de la fecha de recepción de la solicitud, y lo notificará a las partes por escrito. Si por circunstancias especiales requieren una extensión, se podrá extender por seis meses con la aprobación de los departamentos de la Administración de Industria y Comercio del Consejo de Estado.

### 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 realizado el registro 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 dos 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. 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.), pero se está llevando a cabo una **negociación entre la Unión Europea y China** para cambiar esta situación. 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. Además, el acuerdo llevado a cabo en la Cumbre UE-China de abril de 2019 se espera que pueda entrar en vigor antes de finales de 2020.

Como se mostrará a continuación, la vía más eficaz e integral para proteger la denominación de origen, si no se encuentra entre las que se están negociando conjuntamente con la UE, sería mediante el registro ante la CNIPA como marca colectiva o bien como marca de certificación.

### 7.1. Registro ante la oficina de marca (CNIPA)

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 CNIPA 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 CNIPA.

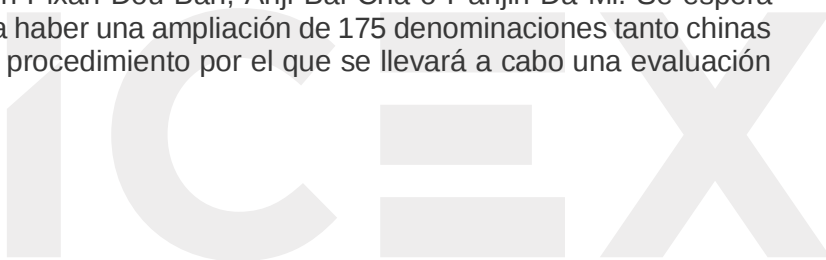


Si bien la Oficina de Marcas china debería, en principio (aunque no siempre lo hace), declinar de oficio cualquier solicitud de registro del nombre de una ciudad o lugar geográfico (por ejemplo Jerez), las DD. OO. no están protegidas de por sí en China, y aquellas que no correspondan a lugares geográficos (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 CNIPA 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.

Algunas DD.OO. se encuentran integradas en el mencionado acuerdo de la UE y China. Las dos partes han presentado listas de productos con indicaciones geográficas para la negociación de su protección. Entre las DD.OO. europeas se encuentran el Cava, Champagne, Feta, Prosciutto o Queso manchego. En el lado chino se incluyen Pixian Dou Ban, Anji Bai Cha o Panjin Da Mi. Se espera que una vez aprobado el acuerdo pueda haber una ampliación de 175 denominaciones tanto chinas como europeas que seguirán el mismo procedimiento por el que se llevará a cabo una evaluación y publicaciones para observaciones.



## 8. Fuentes de información

| Recursos electrónicos y fuentes de información                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>China IPR Helpdesk:</b> 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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p><b>OMPI:</b> 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">Listado de países firmantes</a></li> <li>- <a href="#">Simulador del proceso de registro y de costes</a></li> <li>- <a href="#">Información sobre el registro de una marca internacional</a></li> </ul> <p>También ofrece información detallada acerca del registro de patentes siguiendo el <a href="#">Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT)</a>.</p> |
| <p><b>CTPO:</b> 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 <a href="#">tasas</a>.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Ley de Marcas de la República Popular China:</b> en inglés y de manera gratuita</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Ley de Patentes de la República Popular China:</b> en inglés y de manera gratuita</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Medidas para el Registro y Administración de las Marcas Colectivas y de Certificación:</b> en inglés y de manera gratuita</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>SAIC:</b> portal de State Administration for Industry and Commerce, que permite encontrar información sobre legislación y protección de propiedad intelectual en China.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>OEPM:</b> 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 <a href="#">clasificación de Niza</a>.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p><b>IPO:</b> 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 <a href="#">Empirical Study on Determination and Protection of Well-Known Trademarks in China</a>.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>CNIPA:</b> 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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>ELZABURU, S.L.P.:</b> 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, acompañándolos y colaborando en su proceso de expansión nacional e internacional.</p>                                                                                                                                                                                                                                          |



Oficinas Económicas y Comerciales de España en China continental y la región administrativa especial: 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](mailto:shanghai@comercio.mineco.es)

**Pekín:** [pekin@comercio.mineco.es](mailto:pekin@comercio.mineco.es)

**Cantón:** [canton@comercio.mineco.es](mailto:canton@comercio.mineco.es)

**Hong Kong:** [hongkong@comercio.mineco.es](mailto:hongkong@comercio.mineco.es)

ICEX

## 9. Bibliografía

- VÁZQUEZ DOMINGO, ELENA. OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN PEKÍN (2017). *El registro de marcas y patentes en la R.P. China*. ICEX España Exportación e Inversiones  
<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017772322.html?idPais=CN>
- CHINA IPR SME HELPDASK (2016). *Trademarks [FAQs]*  
<http://www.china-iprhelpdesk.eu/content/trademarksfaq>
- 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](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-8328)
- OFICINAS ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE ESPAÑA EN CHINA (2018). *Guía Invertir en China*. Cantón, Pekín y Shanghai: ICEX España Exportación e Inversiones  
<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2018805602.html?idPais=CN>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (2016). *Guía del solicitante del PCT – Fase Internacional*  
<https://www.wipo.int/pct/en/guide/index.html>
- 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 Trademark Law of the People's Republic of China)

## 10. Anexos

### Consejos prácticos a la hora de registrar una marca<sup>16</sup>

- 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 quién 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.

### 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>

<sup>16</sup> Oficinas Económicas y Comerciales de España en China. *Guía invertir en China* (2018).



### Agentes para el registro de marcas y patentes en China

#### **China Sinda Intellectual Property Limited**

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](mailto:sinda@chinasinda.com)  
[www.chinasinda.com](http://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](mailto:mail@liu-shen.com)  
[www.liu-shen.com](http://www.liu-shen.com)

##### Oficina en Shanghái

Zhongrong Plaza No. 1510, Pudong District,  
Shanghai, P. R. China  
tel: (021) 5133 6899  
fax: (021) 5133 6939  
c.e.: [sh@liu-shen.com](mailto: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](mailto: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) 6482 8651; 6482 8652  
c.e.: [info@sptl.com.cn](mailto:info@sptl.com.cn)  
<http://www.sptl.com/>



### **NTD Patent & Trademark Agency LTD**

#### Oficina en Pekín

10<sup>th</sup> Floor, Tower C, Beijing Global Trade Center, 36 North Third Ring Road East, Dongcheng District

Beijing 100033, P. R. China

tel.: (86 10) 6361 1666

fax: (86 10) 6621 1845

c.e.: [mailbox@chinantd.com](mailto:mailbox@chinantd.com) ; [ntd@china.com](mailto:ntd@china.com)

[www.chinantd.com](http://www.chinantd.com)

#### Oficina en Shanghái

Suite 15D, Crystal Century Tower,

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

tel.: (86 21) 2213 9988

fax: (86 21) 5238 3380

c.e.: [cwen@chinantd.com](mailto:cwen@chinantd.com); [shadmin@chinantd.com](mailto:shadmin@chinantd.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@chinantd.com.hk](mailto:ntd@chinantd.com.hk)

### **China Patent Agent (HK) Ltd.**

#### Oficina en Pekín

CPA Tower, No. 46 Huayanbeili, Chaoyang District

Beijing 10029, P. R. China

tel.: (86 10) 8220 2288

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

c.e.: [mail@cpahkltd.com](mailto:mail@cpahkltd.com)

[www.cpahkltd.com](http://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](mailto: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](mailto: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](mailto:mail@cpahkltd.com) ; [patent@cpahkltd.com](mailto:patent@cpahkltd.com) (Patentes);  
[trademark@cpahkltd.com](mailto: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](mailto:service@jeekai.com)  
[www.jeekai.com](http://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](mailto:csptal@csptal.com)  
[www.csptal.com](http://www.csptal.com)

Oficina en Shanghái  
Regus One Prime  
16F., Building B., No. 688, DaLian Road,  
YangPu District, Shanghai 200082, P. R. China  
tel.: (86 21) 2525 3624  
fax: (86 21) 2525 3624  
c.e.: [csptsh@csptal.com](mailto:csptsh@csptal.com)

Oficina en Hong Kong  
Room 03, 20/F., Tower A, New Trade Plaza,  
6 On Ping Street, Shatin,  
New Territories, Hong Kong  
tel.: (852) 2770 3955  
fax: (852) 2770 4991  
c.e.: [csptsh@csptal.com](mailto:csptsh@csptal.com)



Oficina en Tianjing

Room 905, Xincheng Building, No. 259 Anshan West Road, Nankai District,  
Tianjin 300192, P. R. China  
tel.: (86 22) 8358 6889  
fax: (86 22) 8358 6889; 8025  
c.e.: [csptsh@csptal.com](mailto:csptsh@csptal.com)

Oficina en Wuhan

1803, A Building, Modern Optics Valley Trade Center, Optics Valley Avenue, East Lake High-Tech Development Zone, Wuhan  
c.e.: [csptsh@csptal.com](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto:hongkong@lehmanlaw.com)

**Beijing Sanyou Intellectual Property Agency Ltd.**

Oficina en Pekín

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](mailto:sanyou@sanyouip.com)  
<https://www.sanyouip.com/English/w/>



Oficina en Suzhou

Building G5, 101 Park, No. 158 Jinfeng Street, Science and Technology Town, High-Tech Zone  
Suzhou 215163, P. R. China

tel.: (0512) 6807 9993

fax: (0512) 6807 5551

c.e.: [sanyou@sanyouip.com](mailto:sanyou@sanyouip.com)

<https://www.sanyouip.com/English/w/>

**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](mailto:ltbj@lungtin.com)

[www.lungtin.com](http://www.lungtin.com)

Oficina en Shanghái

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](mailto:ltsh@lungtinlaw.com)

Oficina en Hong Kong

Unit 11, 10F, Kowloon Plaza, 485 Castle Peak Rd., Cheung Sha Wan,  
Hong Kong

tel.: (852) 2304 1729

fax: (852) 2793 4694

c.e.: [info@lungtin-ip.com](mailto: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](mailto:mail@ccpit-patent.com.cn)

[www.ccpit-patent.com.cn](http://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](mailto: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: (862) 2523 1338  
c.e.: [hongkong@ccpit-patent.com.cn](mailto:hongkong@ccpit-patent.com.cn)

**Dragon Intellectual Property Law Firm**

Oficina en Pekín

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](mailto:info@dragonip.com)  
<http://www.dragonip.com>

Oficina en Suzhou

Room 801 Block 5, No.9 Xuesen Road, SND, Suzhou.  
c.e.: [szoffice@dragonip.com](mailto:szoffice@dragonip.com)

**Zhongzi Law Office**

Oficina en Pekín

6-8 Floor, New Era Building 26 Pinganli Xidajie, Xicheng District,  
Beijing 100034, P. R. China  
tel.: (86 10) 6609 1188  
fax: (86 10) 6609 1199  
c.e.: [mail@zhongziip.com](mailto:mail@zhongziip.com)  
<http://www.zhongziip.com>

Oficina en Shanghai

Unit C, 7<sup>th</sup> Building, Ocean Commercial Building Phase II, 618 Yanán East Road, Huangpu District,  
Shanghai 200001, P. R. China  
tel.: (86 21) 6190 7007  
fax: (86 21) 6190 7008  
c.e.: [zhongzish@zhongzi.com.cn](mailto:zhongzish@zhongzi.com.cn)

**China Trademark & Patent Law Office**

7-8 F Yuexin Bld, Yuetan Nanjie, Xichengqu,  
Beijing 100045, P. R. China  
tel.: (86 10) 6857 0083 (Patentes); 6857 0098 (Marcas internacionales)



fax: (86 10)6857 5836 (Patentes); 6857 5680 (Marcas internacionales);  
c.e.: [patent@ctp.cn](mailto:patent@ctp.cn)  
<http://en.ctp.cn/>

### **Kangxin Partners, P.C.**

#### Oficina en Pekín

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](mailto:iplaw@kangxin.com) (General); [patent@kangxin.com](mailto:patent@kangxin.com) (Patentes);  
[www.kangxin.com](http://www.kangxin.com)

#### Oficina en Xian

65 Keijer Street, Tsinghua Science Park, Building G, Room 1002  
Xi'an, Gaoxing District  
tel.: (86 010) 5657 1275  
fax: (86 010) 5657 1275  
c.e.: [tm@kangxin.com](mailto:tm@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  
fax: (86 10) 5920 8588  
c.e.: [mail@unitalen.com](mailto:mail@unitalen.com)  
[www.unitalen.com](http://www.unitalen.com)

#### Oficina en Shanghái 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 Shanghái 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 3, Tylfull Hotel Office Building, No.1 West TuCheng Road, Haidian District  
Beijing 100088 P. R. China

tel.: (86 10) 5873 3366

fax: (86 10) 5873 3399

c.e.: [china@lecome.com](mailto:china@lecome.com)

[www.lecome.com](http://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](mailto:shenzhen@lecome.com)

### **Boss & Young Attorneys at Law**

#### 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 7088

c.e.: [beijing@boss-young.com](mailto:beijing@boss-young.com)

[www.boss-young.com](http://www.boss-young.com)

#### 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 9090

c.e.: [shanghai@boss-young.com](mailto:shanghai@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-iplc.com](mailto:mail@deqi-iplc.com)

[www.deqi-iplc.com](http://www.deqi-iplc.com)



### **Huahe IP Limited**

Room 909, 8 Beichendong Street (Huibin Building), Chaoyang District  
Beijing 100101, R.P.China  
tel.: (86 10) 8497 3157  
fax: (86 10) 8497 3158  
c.e.: [info@huahe-ip.com](mailto: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](mailto: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](mailto:kelong@kelong-ip.com)  
[www.kelong-ip.com](http://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](mailto:insight@insightip.com); [wangdaz@insightip.com](mailto:wangdaz@insightip.com) (Sr. Daz Wang)  
[www.insightip.com](http://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](mailto:international@infopatent.com.cn)  
[www.infopatent.com.cn](http://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](mailto:ks@kingsound-ip.com.cn); [patent@kingsound-ip.com.cn](mailto:patent@kingsound-ip.com.cn) (Patentes);  
[trademark@kingsound-ip.com.cn](mailto:trademark@kingsound-ip.com.cn) (Marcas)  
[www.kingsound-ip.com.cn](http://www.kingsound-ip.com.cn)

#### Oficina en Shanghai

Room 18B. No. 238 (New East Asia Hotel) Nandan East Road, Xuhui District,  
Shanghai 200030, P. R. China  
tel.: (86 21) 6326 2681  
fax: (86 21) 6326 2048  
c.e.: [shanghai@kingsound-ip.com.cn](mailto:shanghai@kingsound-ip.com.cn)

### **Guandong Trademark Association (Marcas)**

57 Tianhe Sports Road West,  
Guanzhou, P. R. China  
tel.: (020) 8558 7047; 8558 7048; 8558 6207  
fax: (020) 8558 6510  
c.e.: [postmaster@gdta.com.cn](mailto:postmaster@gdta.com.cn)  
[www.gdta.com.cn](http://www.gdta.com.cn)

### **Beijing Wankeyuan Intellectual Property Agent Ltd.**

Habitación 312A, Edificio Haowei, No. 25 Road Beitaipingzhuang, Distrito de Haidian,  
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](mailto:wky@wky.com.cn)  
[www.wky.com.cn](http://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](mailto:ipchina@wang-associates.com); [hywei@wang-associates.com](mailto:hywei@wang-associates.com)  
[www.wang-associates.com](http://www.wang-associates.com)

### **King & Wood Mallesons**

#### Oficina en Pekín

18th 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 5566  
c.e.: [patent@cn.kwm.com](mailto:patent@cn.kwm.com) (patentes); [trademark@cn.kwm.com](mailto:trademark@cn.kwm.com) (marcas); [kwm@cn.kwm.com](mailto:kwm@cn.kwm.com)  
<https://www.kwm.com/en/cn>

#### 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.: [patent@cn.kwm.com](mailto:patent@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@beijingeastip.com](mailto:info@beijingeastip.com)  
<https://www.beijingeastip.com/>

### **Angela Wang & Co**

#### Oficina en Shanghái

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](mailto:shanghai@angelawangco.com)  
[www.angelawangco.com](http://www.angelawangco.com)



Oficina en Hong Kong

14/f, South China Building, 1-3 Wyndham Street, Central,  
Hong Kong

tel.: (852) 2869 8814

fax: (852) 2868 0708

c.e.: [lawyers@angelawangco.com](mailto:lawyers@angelawangco.com)

[www.angelawangco.com](http://www.angelawangco.com)

**Watson & Band**

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](mailto:beijing@watson-band.com.cn); [mailip@watson-band.com.cn](mailto:mailip@watson-band.com.cn)

[www.watson-band.com.cn](http://www.watson-band.com.cn)

Oficina en Shanghai

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](mailto:mail@watson-band.com.cn); [mailip@watson-band.com.cn](mailto:mailip@watson-band.com.cn)

**Ding & Associates Patent Trademark & Law**

Suite 707-708, Sandhill Central, 505 Zhang-Jiang Road, Pudong District,  
Shanghai 201210, P. R. China

tel.: (86 21) 6105 0315

c.e.: [international@iplcn.com](mailto:international@iplcn.com)

[www.iplcn.com](http://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](mailto:info@szstd.com)

[www.szstd.com](http://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](mailto:beijing@acip.cn)

[www.acip.cn](http://www.acip.cn)

#### Oficina en Shanghái

Rm.2304-06, Yongda Int'l Tower, No.2277 Longyang Rd, Pudong District, Shanghai 201204, P.R. China

tel.: (86 21) 6289 0851

fax: (86 21) 6289 0850

c.e.: [shanghai@acip.cn](mailto:shanghai@acip.cn)

### **Ningbo Channel Patent Attorneys Office**

16/F, No. 65 Jiefang South Road, Sunshine Mansion, Ningbo-Zhejiang 315010 P.R. China

tel.: (86 574) 2772 0066; 8719 6528; 8719 6528; 8719 6538

fax: (86 574) 2772 0068; 2772 0069

c.e.: [info@cnpat.com](mailto:info@cnpat.com)

[www.cnpat.com](http://www.cnpat.com)

### **GMK Intellectual Property Ltd.**

Room 803, Edificio Jianwei, 66 Nanlishi Road, Xicheng District

Beijing 100045, P.R. China

tel.: (86 10) 6808 3081

fax: (86 10) 6808 3083

c.e.: [info@gmkip.com](mailto: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) 8632 4000

fax: (86 10) 6569 3039

c.e.: [beijing@rouse.com](mailto: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](mailto:shanghai@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) 8287 3602  
fax: (86 10) 5141 3158  
c.e.: [gaowo@gaowoip.com](mailto:gaowo@gaowoip.com)  
[www.gaowoip.com](http://www.gaowoip.com)

**HFG Law and Intellectual Property**

Oficina en Pekín

Suite 712, Shi Ye Plaza, N° 65 Fu Xing Rd.,  
Haidian District, 100036 Beijing, P.R. China  
tel.: (8610) 6815 0420  
fax: (8610) 6815 0430  
c.e.: [Hfg\\_china@hfgip.com](mailto: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.: [Hfg\\_china@hfgip.com](mailto:Hfg_china@hfgip.com)  
[www.hfgip.com](http://www.hfgip.com)





Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

