R

WIPO
ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ

WIPO/ACE/18/32
ОРИГИНАЛ: АНГЛИЙСКИЙ
ДАТА: 20 АПРЕЛЯ 2026 ГОДА

Консультативный комитет по защите прав

Восемнадцатая сессия
Женева, 2–4 июня 2026 года

ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ТЕХНОЛОГИЙ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКТОМ В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ

Доклад подготовлен Лим Джун-Ёном, заместителем директора Бюро по урегулированию споров в сфере интеллектуальной собственности Министерства интеллектуальной собственности, Тэджон, Республика Корея[*]

РЕЗЮМЕ

В условиях роста оборота контрафактной продукции во всем мире и совершенствования методов подделки Республика Корея содействует внедрению технологий борьбы с контрафактом. В данном материале анализируются их практические применения на рынке и демонстрируется, как такие технологии функционируют не только в качестве мер безопасности, но и в качестве механизмов мониторинга рынка и защиты потребителей, тем самым повышая эффективность стратегий борьбы с контрафактом в онлайн-среде.

[*] В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата или государств — членов ВОИС.

I. ОНЛАЙН-ДИСТРИБУЦИЯ КОНТРАФАКТНЫХ ТОВАРОВ В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ И ЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

1. Быстрый рост онлайн-торговли сопровождается значительным увеличением оборота контрафактной продукции во всем мире. Все более изощренные методы подделки затрудняют отличие подлинных товаров от поддельных только с помощью визуального осмотра. Поэтому Министерство интеллектуальной собственности Республики Корея уделяет приоритетное внимание превентивному подходу, основанному на технологиях аутентификации, связанных с продуктом и позволяющих пользователям проверять подлинность (превентивные технологии борьбы с контрафактом). При внедрении на предприятиях эти технологии помогают потребителям и участникам рынка напрямую проверять подлинность, тем самым снижая ущерб от покупки контрафактной продукции, повышая барьеры для подделки и укрепляя защиту ценности бренда.

2. Развитие цифровых технологий и повсеместное внедрение цифровых платформ и мобильных устройств позволили устранить пространственные и временные ограничения, связанные с офлайн-транзакциями, что привело к резкому увеличению скорости и частоты оборота товаров, а также к значительному росту их объемов в цифровых каналах. В Республике Корея объем онлайн-транзакций за три года увеличился на 40%, вырос с 187 трлн корейских вон (127 млрд долл. США) в 2021 году до 259 трлн корейских вон (175,9 млрд долл. США) в 2024 году.

3. Условия, которые значительно повысили удобство для потребителей и предприятий, также способствуют распространению контрафактной продукции. Что еще более важно, контрафактная продукция, которая когда-то была сосредоточена в сегменте высококлассных брендов роскошных товаров, теперь распространилась на широкий спектр повседневных потребительских товаров — от товаров для младенцев до косметики и автомобильных запчастей — тем самым резко повышая риски для потребителей.

4. Масштаб этой проблемы отражается в её более широких экономических последствиях. Согласно отчету Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) «Незаконная торговля и корейская экономика» (2024 год), в 2021 году глобальная стоимость контрафактных товаров, нарушающих права интеллектуальной собственности (ПИС) корейских предприятий, достигла 11,1 трлн вон (9,7 млрд долл. США), что эквивалентно примерно 1,5% экспорта страны. Убытки от продаж на внутреннем и внешнем рынках, вызванные контрафактом, оцениваются в 7 трлн вон (6,1 млрд долл. США). Контрафакт привел к потере 13 500 рабочих мест в производственном секторе Республики Корея и сокращению государственных доходов на 1,8 трлн вон (1,57 млрд долл. США), что эквивалентно трехлетним расходам Министерства интеллектуальной собственности. Распространение контрафактной продукции не только снижает доходы предприятий и сокращает занятость путем неправомерного присвоения результатов творчества и труда, но и угрожает здоровью и безопасности населения.

5. Для урегулирования сложившейся ситуации министерство приняло ряд правоприменительных и политических мер по борьбе с распространением контрафактной продукции. Они включают проведение законодательных и институциональных реформ в сотрудничестве с Национальным собранием, а также усиление мониторинга и правоприменения в интернете. В частности, в сотрудничестве с владельцами товарных знаков осуществляется постоянный мониторинг онлайн-площадок на предмет наличия объявлений о продаже контрафактной продукции, а операторам платформ предъявляется требование блокировать такие объявления при их обнаружении. В 2025 году было выявлено и заблокировано 307 718 внутренних и 210 034 международных случая распространения контрафактной продукции в интернете. Однако эти цифры

отражают лишь выявленные случаи. Учитывая бюджетные и операционные ограничения, связанные с охватом мониторинга, фактический объем контрафактной продукции, циркулирующей в интернете как внутри страны, так и на международном уровне, вероятно, значительно выше.

6. Развитие технологий способствует увеличению масштабов и возможностей операций по производству контрафактной продукции. Достижения в области ИИ позволили производить контрафактные товары, которые при визуальном осмотре невозможно отличить от подлинных. Генеративные инструменты ИИ могут анализировать элементы дизайна подлинных товаров с высоким разрешением и способствовать их высокоточному воспроизведению. Расширение трансграничных онлайн-транзакций также ускорило развитие и интернационализацию сетей незаконного распространения. Одних только мер по мониторингу и правоприменению недостаточно, чтобы идти в ногу со сложностью и объемом деятельности по производству контрафактной продукции, что делает все более необходимыми превентивные технические меры.

II. РОЛЬ ПРАВИТЕЛЬСТВ И ВЛАДЕЛЬЦЕВ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В ПРЕДОТВРАЩЕНИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ

7. Поскольку одних только правоприменительных мер недостаточно для адекватного решения проблемы распространения контрафактной продукции в интернете, для ее предотвращения требуется участие государственных органов и участников рынка. Правительства играют центральную роль посредством правоприменения, регулирования и поддержки малых предприятий, в то время как владельцы товарных знаков вносят свой вклад путем внедрения аутентификации продукции и других превентивных мер в своих цепочках поставок.

8. Ограниченность традиционных подходов к обеспечению соблюдения прав также признана на международном уровне: ОЭСР в своем проекте добровольных «Руководящих принципов по борьбе с незаконной торговлей на онлайн-площадках» (май 2025 год) подчеркивает важность сотрудничества между правительствами, онлайн-платформами и владельцами товарных знаков посредством обмена информацией о распространении контрафактной продукции и совместных инициатив по повышению осведомленности о подлинных товарах.

9. ОЭСР подчеркивает роль правительств в поддержке малых и средних предприятий (МСП), а правообладателям рекомендуется внедрять технологии, позволяющие надежно отличать их подлинные товары от подделок, тем самым укрепляя превентивный потенциал в рамках каналов сбыта. Эти рекомендации подчеркивают важность технологий аутентификации как практической превентивной меры и создают политический контекст для усилий по содействию их внедрению.

III. ИНИЦИАТИВЫ МИНИСТЕРСТВА ПО ВНЕДРЕНИЮ ПРЕВЕНТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКТОМ

10. В соответствии с этим подходом, основанным на сотрудничестве, внедрение технологических мер противодействия правообладателями стало важным компонентом превентивных усилий по борьбе с контрафактом. Несмотря на свой потенциал, технологии борьбы с контрафактом не получили широкого распространения из-за ограниченной осведомленности о доступных решениях и обеспокоенности относительно затрат на внедрение. Поэтому Министерство предприняло шаги по укреплению

сотрудничества между государственным и частным секторами и содействию внедрению технологий борьбы с контрафактом во всех отраслях промышленности.

11. В 2025 году министерство организовало в Сеуле две конференции, посвященные технологиям борьбы с контрафактом: «Технологии предотвращения распространения контрафактной продукции» (в июне) и «Технологии аутентификации контрафактной продукции» (в октябре). Целью мероприятий было углубление понимания среди предприятий и правообладателей, а также содействие практическому внедрению этих технологий в рамках борьбы с контрафактом. Среди участников были предприятия, обладающие технологиями по борьбе с контрафактом («поставщики технологий») , владельцы товарных знаков, а также национальные и зарубежные организации.

12. В рамках конференций были проведены семинары, посвященные стратегиям государственного и частного секторов по сдерживанию распространения контрафактной продукции; создавались возможности для налаживания контактов между поставщиками технологий и владельцами товарных знаков; были представлены программы реагирования на нарушения прав ИС и проводились консультации; а также организованы выставки , на которых демонстрировались технологии борьбы с контрафактом, используемые в стране и за рубежом . В ходе демонстраций также было показано интегрирование защитных элементов и информационно-коммуникационных технологий для таких областей применения, как корпоративный маркетинг и управление сбытом. Таким образом, участники смогли ознакомиться с новейшими технологическими тенденциями и примерами их применения, а также понять важность аутентификации продукции и мер по предотвращению контрафакта.

IV. ТЕХНОЛОГИИ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКЦИЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ

13. В ходе выставочных и демонстрационных сессий был представлен широкий спектр технологий, включая технологии проверки подлинности, средства защиты от подделок и системы мониторинга на базе ИИ. Они варьировались от базовых (таких как голограммы и этикетки) до передовых решений (таких как водяные знаки на базе ИИ). Технологии были разделены на три уровня в зависимости от сложности проверки, доступности и необходимости использования специализированного оборудования. Понимание различных характеристик и функционального охвата этих технологий имеет решающее значение для оценки их пригодности в различных отраслях и контекстах правоприменения.

14. **Технологии 1-го уровня** состоят из визуально проверяемых элементов защиты от подделок. Они являются наиболее широко используемыми решениями благодаря своей простоте и относительно низкой стоимости, а их основная функция заключается в укреплении уверенности потребителей в подлинности продукта. Типичные примеры включают защитные этикетки с элементами оптической интерференции, которые меняют цвет или изображение в зависимости от угла обзора, что позволяет проверять подлинность невооруженным глазом, а также этикетки с защитой от несанкционированного вскрытия, на которых появляются предупреждающие надписи, такие как «VOID» или «OPEN», при снятии с упаковки. Однако их способность сдерживать подделку или обеспечивать надежную аутентификацию ограничена, и возможности для их интеграции в более широкие функции, такие как маркетинг или управление цепочкой поставок, весьма ограничены.

15. **Технологии уровня 2** позволяют проверять подлинность с помощью имеющихся в широком доступе устройств, таких как смартфоны или простые инструменты для осмотра, в целях выявления скрытых компонентов. Они обеспечивают более надежную

аутентификацию и более эффективную защиту от подделки по сравнению с решениями уровня 1, а также позволяют осуществлять взаимодействие между продуктом и цифровыми системами. К примерам относятся защитная печать, видимая только под специальным ультрафиолетовым светом, невидимые защитные этикетки типа водяных знаков или QR-коды, содержащие многоуровневые защитные элементы, которые потребители могут проверять с помощью мобильных приложений. Некоторые приложения генерируют уникальные защитные значения для каждого экземпляра, что позволяет обнаруживать попытки подделки и отслеживать движение товара в режиме реального времени по всем каналам дистрибуции. Такие функции позволяют увязывать информацию об аутентификации с маркетинговыми коммуникациями и функциями мониторинга цепочки поставок. Однако они, как правило, требуют более высоких начальных инвестиций и затрат на внедрение системы, чем технологии уровня 1.

16. **Технологии уровня 3** требуют специализированного оборудования для проверки и обеспечивают наивысшую степень безопасности. Они в основном используются в целях расследования и правоприменения и, как правило, встраиваются во внутренние системы аутентификации или проверки, а не в системы проверки, ориентированные на потребителя. В качестве примеров можно привести маркеры с встроенной радиочастотной идентификацией (RFID), которые обеспечивают аутентификацию и отслеживаемость на всех этапах дистрибуции; микротекстовые элементы, встроенные в поверхность продукта, которые можно подтвердить только при увеличении; а также передовые системы идентификации на основе реакции материала или электромагнитные системы, которые позволяют обнаруживать подделку, утечку или несанкционированный возврат. Поскольку эти технологии, как правило, незаметны для потребителей, они в меньшей степени способствуют укреплению потребительского доверия, но имеют огромную ценность для правоохранительных органов и правообладателей при проведении проверок, расследований и мониторинга цепочки поставок.

V. ДАЛЬНЕЙШАЯ ИНТЕГРАЦИЯ С ФУНКЦИЯМИ УПРАВЛЕНИЯ ДИСТРИБУЦИЕЙ И КОММУНИКАЦИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

17. При интеграции с информационно-технологическими системами технологии борьбы с контрафактом могут функционировать как часть более широких систем отслеживания продукции и управления дистрибуцией, а также маркетинга. Данные аутентификации, генерируемые в процессе проверки, позволяют владельцам брендов отслеживать движение продукции по каналам дистрибуции практически в режиме реального времени. Например, это позволяет розничным партнерам подтверждать информацию о производстве, дистрибьюторам — проверять авторизованные каналы продаж, а штаб-квартире — осуществлять централизованное отслеживание и аналитику. Подозрительные модели аутентификации — такие как повторяющиеся попытки проверки, данные о необычных местоположениях или нестандартные маршруты дистрибуции — могут указывать на деятельность, связанную с контрафактом, что позволяет оперативно реагировать и принимать целенаправленные меры по защите прав.

18. На потребительском уровне эти технологии также могут служить интерфейсами связи между правообладателями и покупателями. С помощью мобильных интерфейсов на основе QR-кодов или аналогичных технологий потребители могут проверять подлинность товара и одновременно получать доступ к информации о продукте или бренде, инструкциям по использованию или рекламному контенту. Поскольку аутентификация генерирует данные о времени и местоположении, она также может способствовать централизованному мониторингу и выявлению аномальных моделей поведения. Эта многофункциональность — сочетание аутентификации, коммуникации и

генерации данных — поддерживает стратегии защиты и вовлечения потребителей, одновременно повышая доверие потребителей к подлинным продуктам бренда.

VI. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

19. Расширение онлайн-торговли изменило характер контрафакции, а достижения в области производства и ИИ сделали поддельные товары гораздо более трудноотличимыми от подлинных с помощью традиционных методов идентификации и проверки. Одних только мониторинга и ответных мер правоприменения недостаточно для решения проблемы крупномасштабного распространения подделок в интернете; их необходимо дополнять превентивными мерами и усилиями со стороны государственного и частного секторов.

20. Опыт Республики Корея показывает, что превентивные меры и средства аутентификации — в частности, технологии борьбы с контрафактом, связанные с конкретными товарами — могут эффективно дополнять правоприменительные меры по борьбе с контрафакцией. При внедрении на предприятиях такие технологии позволяют проверять подлинность на различных этапах рынка, в том числе потребителями, дистрибьюторами и правоохранительными органами. При интеграции с информационно-коммуникационными технологиями данные аутентификации также могут способствовать мониторингу дистрибуции, выявлять необычные схемы, облегчать расследования и способствовать принятию обоснованных решений о покупке. Таким образом, превентивные технологии аутентификации служат не только средствами защиты, но и практическим инструментом обеспечения прозрачности рынка и надзора за ним.

21. Помогая предотвратить попадание контрафактной продукции на рынок, эти технологии по борьбе с контрафакцией служат не только для защиты ценности бренда предприятий и доверия потребителей, но и для охраны здоровья и безопасности населения, что в конечном итоге способствует формированию более надежного рынка и созданию условий, благоприятных для устойчивых инноваций. Правительства могут оказывать содействие, повышая осведомленность о технологиях борьбы с контрафакцией, поощряя их использование и поддерживая взаимодействие между правообладателями, платформами и правоохранительными органами. Министерство будет продолжать совершенствовать институциональные меры и укреплять сотрудничество между государственным и частным секторами в целях борьбы с контрафакцией.

[Конец доклада]