UNGRIA®
Europa - USA - Argentina - Brasil - México

Nueva Ley de Marcas en China: novedades clave a partir de 2027



La reforma de la Ley de Marcas de China entrará en vigor el **1 de enero de 2027** e introduce cambios importantes en el **registro, el uso y la protección de las marcas en China.** Las empresas extranjeras que operan en el mercado chino deberán revisar sus estrategias de Propiedad Industrial para adaptarse al nuevo marco legal.

La nueva normativa refuerza los mecanismos contra las solicitudes abusivas de marcas, concede mayor relevancia al uso efectivo de los signos registrados y modifica determinados procedimientos administrativos y judiciales.

Por lo tanto, si tu empresa opera en China, fabrica allí a través de terceros o planea expandirse a este mercado en los próximos años, es crucial adaptar tu cartera de marcas antes de que finalice el periodo transitorio.

Actuación de oficio contra el no uso de marcas

Hasta ahora, la caducidad por falta de uso durante tres años consecutivos solo podía ser instada a solicitud de un tercero interesado. A partir del 1 de enero de 2027, la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA) tendrá la facultad de **cancelar de oficio aquellas marcas registradas que no acrediten un uso real y efectivo en el mercado durante tres años consecutivos sin causa justificada**, así como en determinados supuestos en los que la marca se haya convertido en una denominación genérica.

Es decir, las tradicionales "marcas defensivas" o los registros masivos de marcas en China sin respaldo comercial quedarán expuestos a una actuación directa por parte de la Administración, por lo que, este contexto, es altamente recomendable revisar la cartera de marcas chinas que llevan muchos años sin un uso efectivo.

Exclusión de responsabilidad: tenga en cuenta que esta comunicación es de carácter general. No ha sido redactada para ofrecer asesoría legal y no establece relación de algún tipo entre abogado y cliente. No se ofrece garantía alguna con respecto al asunto del presente documento o en cuanto a la integridad o exactitud de esta nota, y no se asume responsabilidad alguna por las medidas (o falta de ellas) adoptadas al usar o confiar de cualquier manera en la información contenida en la misma. En ningún caso nos haremos responsables de los daños y perjuicios resultantes de la de la dependencia o el uso de esta información. Cualquier análisis relacionado o referente a los desarrollos indicados anteriormente debe aplicarse a un caso en particular y debe consultarse o verificarse con los abogados locales de cada jurisdicción.

Reducción del plazo para presentar oposiciones

Otro cambio relevante afecta al procedimiento de oposición contra solicitudes de marcas publicadas para su registro.

Con la entrada en vigor de la nueva ley, **el plazo general para presentar una oposición se reduce detres meses a dos meses** desde la publicación correspondiente.

Esta reducción puede tener consecuencias prácticas relevantes para las empresas que necesitan vigilar las solicitudes de terceros y decidir si procede actuar frente a una marca potencialmente conflictiva.

Eliminación y redefinición del plazo de bloqueo

Hasta ahora, tras la caducidad, revocación o anulación de una marca registrada, existía un **periodo automático de "bloqueo" de un año** en el que la CNIPA no aprobaba ninguna nueva solicitud idéntica o similar para los mismos productos o servicios.

Con la nueva ley, **este bloqueo dejará de aplicarse a los supuestos de revocación, declaración de nulidad y caducidad sin renovación** contemplados anteriormente, y quedará libre de inmediato para que un tercero la solicite.

Sin embargo, se mantiene una restricción de un año cuando el titular solicita voluntariamente la cancelación de su marca registrada.

Mayor control sobre solicitudes de marcas presentadas de mala fe

La nueva Ley **endurece las sanciones para quienes registren marcas con fines especulativos o sin una necesidad comercial real**: solicitar marcas masivas o sin fin comercial real podrá acarrear multas de hasta 100.000 yuanes en los supuestos previstos legalmente.

De esta manera, se pretende reforzar las restricciones aplicables a las solicitudes que carezcan de intención de uso y excedan claramente las necesidades normales de producción y actividad empresarial del solicitante. Desde el punto de vista de las empresas extranjeras que operan en China, resulta especialmente importante registrar las marcas con una estrategia comercial definida, documentar los

Exclusión de responsabilidad: tenga en cuenta que esta comunicación es de carácter general. No ha sido redactada para ofrecer asesoría legal y no establece relación de algún tipo entre abogado y cliente. No se ofrece garantía alguna con respecto al asunto del presente documento o en cuanto a la integridad o exactitud de esta nota, y no se asume responsabilidad alguna por las medidas (o falta de ellas) adoptadas al usar o confiar de cualquier manera en la información contenida en la misma. En ningún caso nos haremos responsables de los daños y perjuicios resultantes de la de la dependencia o el uso de esta información. Cualquier análisis relacionado o referente a los desarrollos indicados anteriormente debe aplicarse a un caso en particular y debe consultarse o verificarse con los abogados locales de cada jurisdicción.

motivos que justifican la cobertura solicitada y actuar con rapidez frente a terceros que intenten apropiarse de signos distintivos ajenos.

Reconocimiento del uso digital

Respondiendo a la realidad del comercio electrónico, la reforma reconoce formalmente el **uso de marcas en plataformas digitales, redes sociales y publicidad en línea** como prueba válida de uso.

Nuevos formatos de marcas

Nace la posibilidad de proteger marcas dinámicas o de movimiento. Esta modificación puede resultar especialmente interesante para empresas tecnológicas, plataformas digitales y compañías que utilizan animaciones, secuencias visuales u otros recursos dinámicos como parte de su identidad de marca.

¿Qué estrategia adoptar ante la nueva Ley de Marcas en China?

La nueva Ley de Marcas en China **exige adoptar una estrategia de protección de marcas más planificada**, basada en registrar las marcas tal y como se utilizan en el mercado y para los productos y servicios que respondan a las necesidades reales de la empresa.

No se trata únicamente de obtener registros, sino de poder justificar su alcance y mantener pruebas documentales que acrediten su uso efectivo, disponibles para aportarlas en caso de oposición, cancelación o cualquier otro procedimiento en el que resulte necesario defender los derechos adquiridos. En este contexto, **revisar las carteras de marcas será fundamental** para actualizar los registros, identificar posibles vulnerabilidades, consolidar expedientes y detectar oportunidades para reforzar la protección.

Anticiparse a estos cambios permitirá a las empresas no solo reducir riesgos jurídicos, sino también consolidar su posición comercial en China y **adaptar su estrategia de Propiedad Industrial a las nuevas exigencias del mercado en este territorio.**

En **UNGRIA** te asesoramos y acompañamos paso a paso ante las novedades de la nueva Ley de Marcas en China. Nuestro equipo especializado en Propiedad Industrial está a tu disposición para auditar tu cartera, coordinar la recopilación de pruebas de uso con validez legal y diseñar una **estrategia de protección de marcas.**

CONTÁCTANOS

Exclusión de responsabilidad: tenga en cuenta que esta comunicación es de carácter general. No ha sido redactada para ofrecer asesoría legal y no establece relación de algún tipo entre abogado y cliente. No se ofrece garantía alguna con respecto al asunto del presente documento o en cuanto a la integridad o exactitud de esta nota, y no se asume responsabilidad alguna por las medidas (o falta de ellas) adoptadas al usar o confiar de cualquier manera en la información contenida en la misma. En ningún caso nos haremos responsables de los daños y perjuicios resultantes de la de la dependencia o el uso de esta información. Cualquier análisis relacionado o referente a los desarrollos indicados anteriormente debe aplicarse a un caso en particular y debe consultarse o verificarse con los abogados locales de cada jurisdicción.