



장옌핑 등 VS 중산시 구쥘 링리 도자기 조명장식 공장의 상업비밀침해 분쟁 사건

20

01 서지 사항

국가 법원	중국 광둥성 고급인민법원	사건번호	2006) 粵高法民三终字第92号
판결 일자	2006년 10월 31일	판결 결과	상소기각(권리자 승)
원심원고(피상소인)	중산시 구쥘 링리 도자기 조명 장식 공장		
원심피고(상소인)	1. 장옌핑, 2. 서자푸		
참조 법령	중화인민공화국 민사소송법 제153조, 반부정당경쟁법 제10조		
영업비밀	고객 명단		
키워드 (Keyword)	고객명단(客户名单), 특정고객 명단(特定化的客户名单), 인터넷 감시 및 통제 소프트웨어(网络警监控软件),		

02 사건 개요

원심 원고 중산시 구쥘 링리 도자기 조명 장식 공장(이하 '링리 공장')은 조명장식을 전문으로 하는 회사이다. 장옌핑은 2002년 9월부터 2003년 9월까지, 2004년 8월부터 2005년 8월까지 링리 공장 대외무역부서에 종사하였다. 서자푸는 2002년 6월 17일부터 2005년 7월 중순까지 링리 공장 공정부서를 주관하였다.

링리 공장은 상업비밀 보호를 위하여 2004년 8월 24일과 같은 해 7월 5일, 장옌핑·서자푸와 각각<비밀보호 협의>를 체결하였다. 또한 링리 공장은 인터넷 감시 및 통제 소프트웨어(AnyView)를 구매·설치하였으며, 이를 이용하여 직원들의 업무용 컴퓨터를 실시간으로 감시 및 통제하였다.

링리 공장은 장옌핑과 서자푸가 재직할 시기 그리고 사직한 후에 고객자료를 유출하고 사용한 행위와 관련해 상업비밀 침해 소송을 제기하였고, 원심법원이 링리 공장의 청구를 인용하였다. 이에 대해 장옌핑과 서자푸는 판결에 불복하여 상소하게 되었다.

03 주요 쟁점

원심 원고(피상소인)	⇔	원심 피고(상소인)
링리 공장의 상업비밀은 고객들과 연관된 모든 정보와 자료를 포함하는 것이다		링리 공장은 노동법 규정을 위반하였다. 링리 공장은 통신 비밀권, 사생활권, 그리고 알 권리를 침해 하였다.
장옌핑과 서자푸는 링리 공장의 상업비밀을 침해하는 행위를 하였다.		공개된 자료로 작성한 고객명단은 상업비밀에 포함되지 않는다.

04 판결 요지

링리 공장이 주장하는 고객명단(일련번호 220개, 내용은 166개)은 고객명칭이나 이메일 또는 전화번호만 포함하고, 이 정보들은 공공경로를 통해 얻어질 수 있다. 그러므로 이와 같은 일반적인 고객명단은 상업비밀 제도의 보호를 받지 못한다. 그러나, 링리 공장이 제출한 Sarin, Gaurav, Ola, Andre 네 고객과는 장기적이고 안정적인 거래관계를 맺었으며, 링리공장이 위 네 고객의 수요유형, 수요습관, 경영법칙, 가격수용 능력 등을 포함한 종합정보 이므로, 위 166명의 고객이 포함된 명단에서 분리하여 특정 고객명단을 형성시켰고, 이 특정고객 명단은, 비밀성, 실용성을 갖추고 비밀보호 조취도 취해졌으므로, 법이 보호하는 상업비밀에 해당한다 할 것이다.

장옌핑의 개인 이메일에는 고객 Sarin, Gaurav, Ola, Andre의 정보가 저장되어 있었고, 서자푸와 함께 해당 메일을 이용하여 고객 Sarin(sarink@lighting.co.th), Ola(ola.bartholdsson@seven.net, ola.bartholdson@seven.net, ola@seven.net)와 거래협의를 진행하였다. 또한 실제로 비즈니스 관계를 맺었으며 이익을 얻었다. 장옌핑은 링리 공장의 허가를 받지 않고 링리 공장의 고객자료를 복제하였으며, 장옌핑과 서자푸는 해당 정보를 이용해 이메일을 통해 Lena와 Golf라는 영어이름을 사용하여 링리 공장의 고객 Sarin과 Ola와 비즈니스 관계를 맺었다. 해당 행위는 링리 공장의 상업비밀에 대한 공동 침해 행위라고 보았다.

05 Key Point

중국 상업비밀 관련 판례에 있어서, '고객명단'이 상업비밀에 해당하는지 여부가 자주 다루어진다. 본 사건은 상업비밀로 보호를 받을 수 있는 고객명단과, 보호받지 못하는 고객명단을 구분하고, 그 구분기준을 제시하고 있다는 점에서 주목할 만하다.

공개적으로 발행된 전화번호부, 이메일, 광고물 등에서 그대로 복사하여 만든 고객명단은 사회적 공공정보이고, 소수가 전유할 수 없는 자료라고 보아, 상업비밀로 별도 법적 보호를 부여하지 않는다.

하지만, 권리자와 장기적이고 안정적인 거래관계를 맺으며, 특정 고객과 수요유형, 수요습관, 경영법칙, 가격수용 능력 등을 포함한 종합정보를 형성하는 특정고객 명단이라면 달리 보아, 상업비밀로 법에 의한 보호를 받아야 한다고 보았다.

이와 같이 시간과 자금, 노동을 지불하여 획득한 '특정 고객명단'은 명단 소유자에게 시장에서 경쟁우위를 차지하고, 거래 기회를 증가시킬 수 있으며, 거래비용을 감소시킬 수 있어서, 결국에는 경제적 이익을 가져올 수 있는 바, 지식재산권으로서 법에 의한 보호가 필요할 것이다.
