

입체상표의 개념과 한계를 하리보 곰 젤리 판례를 통해 이해하고, 소비자 인식이 상표권 판단에 미치는 영향을 설명할 수 있다.

커뮤니티

문제 생성 조건

- 학습 목표: 입체상표의 개념과 한계를 하리보 곰 젤리 판례를 통해 이해하고, 소비자 인식이 상표권 판단에 미치는 영향을 설명할 수 있다.
- 문제 유형: 사료(텍스트) 해석형
- 교과 과목: 국어 >
- 세부 조건: 본문 1500자 내외, 난이도 어려움, 4문제
- 문제 스타일: 3문장 이내로 간결하게
- 선택지 스타일: 각 선택지는 20자 내외

제시문

전 세계인의 사랑을 받는 하리보 골드베렌 젤리는 그 독특하고 귀여운 곰 모양으로 유명하다. 어린 시절의 추억과 함께 달콤한 즐거움을 선사하는 이 작은 곰들은 오랜 시간 동안 소비자들의 인식 속에 각인되어 왔다. 그러나 만약 이 단순하고 보편적인 곰 모양이 특정 기업만이 독점적으로 사용할 수 있는 권리의 대상이 된다면 어떨까? 이는 단순히 하나의 과자 모양을 넘어, 상표권의 본질과 범위에 대한 근본적인 질문을 던진다. 실제로 하리보는 자사의 곰 모양 젤리를 ‘입체상표(3D 상표)’로 등록하여 법적 보호를 받으려 시도했지만, 그 과정에서 법원의 엄격한 판단과 마주해야 했다. 이 사건은 단지 유명 과자 회사의 분쟁을 넘어, 상표권이 지닌 한계점과 더불어 현대 사회에서 소비자의 인식이 상표권 보호에 얼마나 결정적인 영향을 미치는지를 여실히 보여주는 중요한 법적 선례로 남게 되었다.

본론: 입체상표의 개념과 하리보 골드베렌 판결의 전개

1. 입체상표의 이해와 출처표시 기능

생성: 문제로

<https://munjero.xyz/> 여기에서 추가로 더 많은 문제를 받을 수 있습니다

입체상표는 상품 자체의 독특한 외형, 포장의 형상, 또는 용기의 모양 등 3차원적 형상을 상표로 등록하여 법적 보호를 받는 제도이다. 이는 문자나 도형처럼 2차원적인 표장이 아닌, 실제 입체적인 형태를 통해 특정 상품의 출처를 소비자에게 식별시키는 기능을 수행한다. 예를 들어, 코카콜라 병의 유려한 곡선 디자인이나 토블론 초콜릿의 피라미드형 독특한 모양은 소비자들이 해당 제품을 보는 순간, 그 제조원 또는 판매원을 즉각적으로 연상하게 만든다. 이러한 형상들은 단순한 디자인을 넘어 특정 브랜드의 상징으로 기능하며, 소비자들에게 품질에 대한 신뢰를 제공하고 상품 선택에 결정적인 영향을 미친다. 그러나 모든 입체적인 형상이 상표로 인정될 수 있는 것은 아니다. 상표법의 핵심 목적은 '출처 식별'에 있으며, 이는 곧 소비자가 해당 형상을 보았을 때 다른 상품과 구별하여 특정 기업의 제품임을 명확히 인식할 수 있어야 한다는 의미이다. 즉, 상표의 본질적인 가치는 시장에서 소비자의 혼동을 방지하고, 특정 생산자의 상품 또는 서비스를 다른 생산자의 그것과 구별해주는 '자타상품 식별력'에 있다.

2. 하리보 골드베렌 사건의 배경과 핵심 쟁점

하리보 골드베렌은 1920년대 독일에서 처음 출시된 이래, 약 100년에 가까운 시간 동안 전 세계적으로 막대한 인지도를 쌓아왔다. '작은 곰'을 뜻하는 이름처럼 귀여운 곰 모양은 아이들뿐만 아니라 성인들에게도 큰 사랑을 받으며 하리보의 대표 상품으로 자리매김했다. 하리보는 이러한 국제적인 성공과 시장 내 독보적인 지위를 바탕으로, 자사의 곰 모양 젤리에 대해 상표권을 확보하여 잠재적인 경쟁사들의 유사한 제품 출시를 법적으로 방지하고자 했다. 하지만 이 시도는 중대한 도전에 직면했다. 곰 모양은 오랜 역사를 통해 동화, 장난감, 예술 작품, 그리고 심지어 다양한 형태의 제과류에 이르기까지 광범위하게 사용되어 온 매우 보편적이고 대중적인 형상이었기 때문이다. 따라서 법적 쟁점은 다음과 같이 첨예하게 대립했다: "하리보 골드베렌 젤리가 아무리 전 세계적으로 유명하다고 해도, 이처럼 보편적인 곰 모양 자체를 하리보가 법적으로 독점할 수 있는가?" 이 질문은 상표권이 개인의 창작물에 대한 보상을 넘어, 공공의 영역에 속하는 보편적 형태에 대한 접근성을 어떻게 보장할 것인가에 대한 고민을 담고 있었다.

3. 독일 연방대법원의 '골드베렌' 판결 (하리보 대 린트 소송)

이 논쟁의 대표적인 사례가 바로 하리보와 스위스의 고급 초콜릿 제조업체 린트(Lindt) 간의 소송이다. 린트는 크리스마스를 앞두고 금박으로 포장된 초콜릿 곰 인형을 출시했고, 하리보는 이를 자사의 주력 제품인 '골드베렌(Goldbären)' 젤리와 소비자들이 혼동할 수 있다며 상표권 침해 소송을 제기했다. 하리보는 린트의 초콜릿 곰이 자사의 '황금 곰' 상표를 침해한다고 주장했다. 그러나 독일 연방대법원은 하리보의 주장을 받아들이지 않고 린트의 손을 들어주며 다음과 같은 중요한 판단 기준을 제시했다.

* 곰 모양의 보편성: 법원은 '곰 모양' 자체가 특정 기업에만 속하는 고유한 형상이 아니며, 광범위하게 사용되는 보편적인 형태이므로 특정 기업이 이를 독점할 수 없다고 판단했다. 상표권은 특정 주체에게 독점적 권리를 부여하지만, 이는 공공의 영역에 속하는 일반적인 형태에까지 미칠 수 없다는 원칙을 재확인한 것이다.

* 금박 포장의 일반성: 린트의 초콜릿 곰이 사용한 '금박 포장'은 특정 상품의 출처를 나타내는 식별력이 있는 요소라기보다는, 시장에서 선물용 제품이나 고급스러운 이미지를 부여하기 위해 흔히 사용되는 일반적인 장식 요소에 불과하다고 보았다. 따라서 금박 포장만으로는 소비자들이 특정 브랜드를 연상하기 어렵다고 판단했다.

* 소비자 혼동 가능성 없음: 대법원은 일반 소비자들이 하리보의 '골드베렌' 젤리와 린트의 '금박 초콜릿 곰'을 서로 다른 종류의 제품(젤리 vs 초콜릿)이자 서로 다른 기업의 제품으로 충분히 구별할 수 있을 것이라고 판단했다. 즉, 소비자들이 두 제품을 혼동하여 구매할 가능성이 낮다고 보아 하리보의 상표권 침해 주장을 기각했다.

결과적으로 하리보는 이 소송에서 패소했으며, 이는 입체상표의 보호 범위에 대한 중요한 이정표를 제시했다.

분석: 판결이 상표권의 본질에 주는 시사점

이 독일 연방대법원의 판례는 입체상표의 보호 범위와 상표권의 본질에 대해 다음과 같은 중요한 시사점을 던진다.

1. 보편적 형상의 독점 불가 원칙 재확인:

입체상표는 일반적인 형태나 기능적으로 필수적인 형태를 독점하는 수단이 될 수 없다는 점을 명확히 했다. 상표권은 혁신을 장려하고 기업의 노력을 보호하지만, 동시에 공공의 영역에 속하는 보편적 자원(형상)의 자유로운 사용을 막아서는 안 된다. 따라서 상표로 보호받기 위해서는 해당 형상이 다른 유사 제품과 명확히 구별되는 차별성과 독창성을 지녀야 한다. 이는 단순히 귀엽고 대중적인 모양이라고 해서 상표권을 부여할 경우, 시장 내 경쟁을 저해하고 후발 주자의 진입을 어렵게 만들어 산업 발전과 소비자의 선택권을 제한할 수 있다는 상표법의 근본 원칙을 강조한 것이다.

2. 소비자 인식이 상표권 보호의 핵심 기준임의 강조:

상표의 본질적인 기능은 상품의 '출처 식별력'에 있다. 즉, 소비자가 특정 상표를 보았을 때 그 상품이 어느 기업에서 생산되었는지를 명확히 인지할 수 있어야 한다는 것이다. 하리보의 곰 모양 젤리가 아무리 유명하고 귀여울지라도, 대부분의 소비자들은 그 곰 모양 자체를 하리보 고유의 것이라기보다는 곰이라는 보편적인 동물의 형상으로 인식한다. 법원은 소비자들이 곰 모양 젤리를 단순히 '귀여운 젤리'로 인식할 뿐, 특정 기업의 출처를 나타내는 표장으로 인식하지 않는다는 점에 주목했다. 이는 상표권이 기업의 일방적인 권리가 아니라, 소비자의 합리적인 판단과 혼동 방지를 위한 제도임을 시사한다. 상표권은 소비자가 특정 상표를 통해 상품의 출처를 쉽게 파악하고, 그에 기반하여 합리적인 구매 결정을 내릴 수 있도록 돕는 사회적 약속이다.

3. 기업 전략의 재정립 필요성:

이번 판결은 기업들이 단순히 상품의 외형 자체를 독점하려는 시도가 성공하기 어렵다는 교훈을 준다. 진정한 브랜드 경쟁력은 단일한 형상의 독점보다는, 여러 요소의 복합적인 결합을 통해 소비자의 인식 속에 강력한 '브랜드 아이덴티티'를 구축하는 데 있다는 점을 시사한다. 예를 들어, 하리보의 경우 곰 모양 젤리 자체보다는 '하리보'라는 브랜드명, 특유의 로고, 포장 디자인, 색상, 그리고 오랜 역사와 마케팅이 결합되어 소비자들에게 '하리보 골드베렌'이라는 독특한 이미지를 형성한다. 따라서 기업은 상표권을 확보하려 할 때, 개별 요소의 독창성뿐만 아니라 이들이 상호작용하여 소비자가 특정 기업을 명확하게 인식하도록 만드는 종합적인 전략을 수립해야 한다. 이는 소비자에게 '이것은 ○○의 제품이다'라는 명확한 메시지를 전달하는 것이 상표의 핵심적인 역할임을 재확인시켜 준다.

결론: 젤리에서 드러난 상표권의 경계와 미래 지향점

하리보 골드베렌 사건은 단순한 간식 모양을 둘러싼 분쟁을 넘어, 현대 지식재산권의 중요한 한 축인 상표권의 한계와 그 본질적인 기능을 명확히 드러낸 교과서적 판례다. 법원은 "누구나 자유롭게 사용할 수 있는 보편적 형상은 특정 기업이 독점할 수 없다"는 원칙을 단호하게 재확인했다. 이는 상표권이 기업의 독점적 이익만을 위한 것이 아니라, 시장 내의 공정한 경쟁 환경을 조성하고 소비자의 혼동을 방지하며 궁극적으로는 혁신을 장려하는 공공의 기능을 수행한다는 점을 강조한다. 결국, 입체상표는 법률 조항 속에서 살아 숨 쉬는 것이 아니라, 시장에서 활동하는 소비자들의 인식과 판단 속에서 비로소 그 가치를 발휘하는 권리임을 우리는 명확히 이해해야 한다. 기업은 이러한 교훈을 바탕으로, 독창적이고 차별화된 디자인과 브랜드 요소를 전략적으로 결합하여 소비자에게 강력하고 긍정적인 브랜드 이미지를 심어주는 데 집중해야 할 것이다. 이는 미래 지식재산권 전략의 핵심 방향이 될 것이다.

문제

문항 1. 윗글을 바탕으로 입체상표에 대한 설명으로 가장 적절한 것은 무엇입니까?

- ① 상품의 독특한 외형을 등록하여 법적으로 보호받는 제도입니다.
- ② 모든 3차원적 형상이 상표로 자동 인정되는 것을 의미합니다.
- ③ 소비자 혼동을 유발하는 디자인을 적극적으로 장려합니다.
- ④ 기능적으로 필수적인 형태를 독점적으로 사용할 수 있게 합니다.
- ⑤ 문자나 도형과 달리 출처 식별 기능이 전혀 없습니다.

문항 2. 하리보와 린트 간의 소송에서 독일 연방대법원이 중요하게 판단한 내용으로 적절하지 않은 것은 무엇입니까?

- ① 곰 모양은 특정 기업이 독점할 수 없는 보편적 형상입니다.
- ② 금박 포장은 출처 식별력이 없는 일반적 장식 요소입니다.
- ③ 소비자들이 하리보와 린트 제품을 혼동할 가능성이 높습니다.
- ④ 두 제품의 종류(젤리 vs 초콜릿)가 달라 혼동 가능성이 낮습니다.
- ⑤ 상표권은 공공 영역의 보편적 형태에 미치지 못합니다.

문항 3. 윗글에 나타난 상표권의 본질적인 기능과 역할에 대한 설명으로 가장 적절한 것은 무엇입니까?

- ① 기업이 시장에서 무제한적인 독점적 지위를 확보하도록 돕습니다.
- ② 소비자가 상품의 출처를 쉽게 식별하여 혼동을 방지하는 것입니다.
- ③ 경쟁사의 유사 상품 출시를 원천적으로 봉쇄하는 수단입니다.
- ④ 새로운 디자인의 개발 및 혁신을 제한하는 역할을 합니다.

- ⑤ 기업의 마케팅 비용을 최소화하는 부수적 효과를 가집니다.

문항 4. 하리보 골드베렌 판결이 기업들에게 주는 교훈으로 적절하지 않은 것은 무엇입니까?

- ① 단순한 형상 독점 시도는 성공하기 어렵습니다.
- ② 소비자 인식 속 브랜드 아이덴티티 구축이 중요합니다.
- ③ 다양한 브랜드 요소의 복합적 결합이 필요합니다.
- ④ 기능적으로 필수적인 형태를 적극적으로 상표 등록해야 합니다.
- ⑤ 출처를 명확히 알리는 종합적인 전략 수립이 중요합니다.

문항 5. 윗글의 내용을 종합적으로 고려할 때, 추론할 수 있는 사실로 가장 적절한 것은 무엇입니까?

- ① 상표권은 기업의 창작물에 대한 보상만을 목적으로 합니다.
- ② 보편적 형상에 대한 독점은 산업 혁신을 저해할 수 있습니다.
- ③ 상표법은 소비자의 판단 능력과 무관하게 적용됩니다.
- ④ 매우 유명한 상표는 어떤 형태든 보호받을 수 있습니다.
- ⑤ 입체상표는 문자상표보다 상표권 보호가 용이합니다.

정답 및 해설

문항 1 해설

정답: ①

해설

입체상표는 상품의 외형이나 형상을 상표로 등록하여 보호하는 제도이다. 선택지 2, 3, 4, 5는 각각 '모든 3차원 형상이 자동 인정되는 것', '소비자 혼동을 유발', '기능적으로 필수적인 형태 독점', '출처 식별 기능 없음' 등 지문의 내용과 상반되거나 잘못된 설명을 포함하고 있으므로 적절하지 않다.

문항 2 해설

정답: ③

해설

독일 연방대법원은 하리보와 린트 제품 간에 소비자의 혼동 가능성이 낮다고 판단했다. 지문에는 "소비자 혼동 가능성 없음: 대법원은 일반 소비자들이 하리보의 '골드베렌' 젤리와 린트의 '금박 초콜릿 곰'을 서로 다른 종류의 제품(젤리 vs 초콜릿)이 자 서로 다른 기업의 제품으로 충분히 구별할 수 있을 것이라고 판단했다."고 명시되어 있다.

문항 3 해설

정답: ②

해설

지문은 "상표법의 핵심 목적은 '출처 식별'에 있으며", "상표의 본질적인 가치는 시장에서 소비자의 혼동을 방지하고, 특정 생산자의 상품 또는 서비스를 다른 생산자의 그것과 구별해주는 '자타상품 식별력'에 있다"고 명확히 설명한다. 즉, 상표권의 본질적인 기능은 소비자가 상품의 출처를 쉽게 파악하고 혼동을 방지하는 것이다. 기업의 독점적 지위 보장은 상표권의 수단 또는 결과이지, 그 자체로 본질적인 기능이 아니다.

문항 4 해설

정답: ④

해설

지문은 "입체상표는 일반적인 형태나 기능적으로 필수적인 형태를 독점하는 수단이 될 수 없다"고 명시하고 있다. 이는 보편적 또는 기능적으로 필수적인 형태는 상표로 보호받기 어렵다는 의미이다. 따라서 기능적으로 필수적인 형태를 적극적으로 상표 등록하라는 것은 판결의 교훈과 상반된다.

문항 5 해설

정답: ②

해설

지문은 "상표권은 혁신을 장려하고 기업의 노력을 보호하지만, 동시에 공공의 영역에 속하는 보편적 자원(형상)의 자유로운 사용을 막아서는 안 된다. ... 이는 단순히 귀엽고 대중적인 모양이라고 해서 상표권을 부여할 경우, 시장 내 경쟁을 저해하고 후발 주자의 진입을 어렵게 만들어 산업 발전과 소비자의 선택권을 제한할 수 있다는 상표법의 근본 원칙을 강조한 것이다."라고 설명하며, 보편적 형상의 독점이 산업 혁신을 저해할 수 있음을 추론하게 한다. 다른 선택지들은 지문의 내용과 모순되거나, 지문에서 직접적으로 추론하기 어렵다.

AI 추천 학습 자료

- kipo.go.kr

[https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQFeqeILg11glnCUIxKINKy_5atqXz_KkDMZRsa8KEZfpFlldvLP8vMut9fieg9v7WE6FrO4jrIIYgIDj1JL9aQ19rcMMI_rWr2URKvUIrsILOh3nO-JJf8GibCzL_-X3NBz0Vms6TuObYazh6Jc1MOWaboKsg==)

[AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yq](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yqX2GYhbfxgE7iv-jW7dEpHrvKovLzHWZVfCmm1nCyts1j2Gc8FbZjPoFYDbkIMLb3SSStwyJIEHTDq9dGg3jblwIrLeJYld2cEyRrzmfg9xhByipX6O)

[RKvUIrsILOh3nO-JJf8GibCzL_-X3NBz0Vms6TuObYazh6Jc1MOWaboKsg==](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yqX2GYhbfxgE7iv-jW7dEpHrvKovLzHWZVfCmm1nCyts1j2Gc8FbZjPoFYDbkIMLb3SSStwyJIEHTDq9dGg3jblwIrLeJYld2cEyRrzmfg9xhByipX6O)

- jhip.kr

[https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yqX2GYhbfxgE7iv-jW7dEpHrvKovLzHWZVfCmm1nCyts1j2Gc8FbZjPoFYDbkIMLb3SSStwyJIEHTDq9dGg3jblwIrLeJYld2cEyRrzmfg9xhByipX6O)

[AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yq](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yqX2GYhbfxgE7iv-jW7dEpHrvKovLzHWZVfCmm1nCyts1j2Gc8FbZjPoFYDbkIMLb3SSStwyJIEHTDq9dGg3jblwIrLeJYld2cEyRrzmfg9xhByipX6O)

[X2GYhbfxgE7iv-](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yqX2GYhbfxgE7iv-jW7dEpHrvKovLzHWZVfCmm1nCyts1j2Gc8FbZjPoFYDbkIMLb3SSStwyJIEHTDq9dGg3jblwIrLeJYld2cEyRrzmfg9xhByipX6O)

[jW7dEpHrvKovLzHWZVfCmm1nCyts1j2Gc8FbZjPoFYDbkIMLb3SSStwyJIEHTDq9dGg3jblwIrLeJYld2cEyRrzmfg9xhByipX6O](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQG8vNV068bGyDVcWHrdvdytyvIOJRMWcOclM26RbRlql5xlC_rsCIhZvbwoYKNxwQ4g4VM4NIz_x8LqtOFQof3AXJKC6yqX2GYhbfxgE7iv-jW7dEpHrvKovLzHWZVfCmm1nCyts1j2Gc8FbZjPoFYDbkIMLb3SSStwyJIEHTDq9dGg3jblwIrLeJYld2cEyRrzmfg9xhByipX6O)

생성: 문제로

<https://munjero.xyz/> 여기에서 추가로 더 많은 문제를 받을 수 있습니다

[dvjl6O_spRYaIRTLZmSJELhyi8ZtKMRryh0072mqbZRBj_BhZBmCuIHdgFxAfsXkQRwC1TrOTHyaxiV8zg0S-j](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQGb8DKWBnHBJLOsUx8_5GbEGEZVKOcr0M0AT3eAjg4IzwXx-3Lw12VzCyo1G2_JG0vng70tLsU9H2OyMc9DiL7qJ2_vuLAVKN0G3Cvsm-Cf7I4kFgzKfWJbg8AnwGaQmuMXgAmWZURu8vB2bT91xZTU4_HQXmuXuu8MZi0DZ0bdQUwZ3cc7zZb_0TndGs0WulFuHL4EDutZEpkVa1k6BdSavZvn5JYeGXXd-1V-OMIWLTNtcuYshWW7CvXQXW1ZG5W-o8xTRpuX_vdQLHWwGzgekmaAqs9f6tHP5g==)

- **jhip.kr**

<https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/>

[AUZIYQGb8DKWBnHBJLOsUx8_5GbEGEZVKOcr0M0AT3eAjg4IzwXx-3Lw12VzCyo1G2_JG0vng70tLsU9H2OyMc9DiL7qJ2_vuLAVKN0G3Cvsm-](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQGb8DKWBnHBJLOsUx8_5GbEGEZVKOcr0M0AT3eAjg4IzwXx-3Lw12VzCyo1G2_JG0vng70tLsU9H2OyMc9DiL7qJ2_vuLAVKN0G3Cvsm-)

[Cf7I4kFgzKfWJbg8AnwGaQmuMXgAmWZURu8vB2bT91xZTU4_HQXmuXuu8MZi0DZ0bdQUwZ3cc7zZb_0TndGs0WulFuHL4EDutZEpkVa1k6BdSavZvn5JYeGXXd-1V-OMIWLTNtcuYshWW7CvXQXW1ZG5W-o8xTRpuX_vdQLHWwGzgekmaAqs9f6tHP5g==](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/Cf7I4kFgzKfWJbg8AnwGaQmuMXgAmWZURu8vB2bT91xZTU4_HQXmuXuu8MZi0DZ0bdQUwZ3cc7zZb_0TndGs0WulFuHL4EDutZEpkVa1k6BdSavZvn5JYeGXXd-1V-OMIWLTNtcuYshWW7CvXQXW1ZG5W-o8xTRpuX_vdQLHWwGzgekmaAqs9f6tHP5g==)

- **e-patentnews.com**

<https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/>

[AUZIYQGU3ZVCyatgHUY2sJXNvbXYiWPLpf3r61DSWrfc091Xjd2Aux0Oxj5GL4SiKblAQXF-](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQGU3ZVCyatgHUY2sJXNvbXYiWPLpf3r61DSWrfc091Xjd2Aux0Oxj5GL4SiKblAQXF-)

[dxopu7jGVJ7j_YZ4tbtd01o2z8d9Hs7OsfFqO5z7RwE0v0PdkUmMCto=](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/dxopu7jGVJ7j_YZ4tbtd01o2z8d9Hs7OsfFqO5z7RwE0v0PdkUmMCto=)

- **newsprime.co.kr**

<https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/>

[AUZIYQEV5ZeE2tWPC7fOakTUP30163rYRz_c_DSUfAOY89Ei3c6gTNqXXhzlUhoNliJvD8nUgBM0RT-l9KWDc0qf-](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQEV5ZeE2tWPC7fOakTUP30163rYRz_c_DSUfAOY89Ei3c6gTNqXXhzlUhoNliJvD8nUgBM0RT-l9KWDc0qf-)

[B_ZputLatIovp95ss6PeOXnUpm0aFARxbTZcqMITCcvtiImHvUvPbawt_QiJgSxxPR92KxxPO42sIsqIw==](https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/B_ZputLatIovp95ss6PeOXnUpm0aFARxbTZcqMITCcvtiImHvUvPbawt_QiJgSxxPR92KxxPO42sIsqIw==)