



# 大成奢侈品与时尚法律专递

(2017年第1期, 总第6期)

## Dentons Luxury and Fashion Legal Newsletter

(2017 Vol. 1, Sum. 6)

**大成 DENTONS**

上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心 15/16 层 (200120)  
15/F, 16/F Shanghai Tower, 501 Yincheng Road (M), Pudong New Area, Shanghai  
电话 / Tel: +8621 58785888 传真 / Fax: +8621 58786218

# 目录

## CONTENTS

### 市场动态 | Market Movements

刚泰控股拟收购意大利顶级珠宝 BUCCELLATI 85%股份  
Gangtai Holding Is to Acquire the Top Italian Jewelry Brand BUCCELLATI

传山东如意集团拟收购英国老牌风衣 Aquascutum  
It's Said Shandong Ruyi Group Is to Acquire the UK Brand Aquascutum

日本高端牛仔品牌 EVISU 回购中国市场的零售权及特许经营权  
Japanese Premium Denim Brand EVISU Bought Back Its Retailing & Franchising Rights in China

Satch 专柜混卖数千双假鞋，嫌疑人系独家授权经销商  
The Sole Authorized Distributor Sold Fake Satch Shoes in the Boutiques

大成上海律师协助安正时尚集团股份有限公司成功通过中国证监会发审会审核  
Dentons Shanghai Successfully Obtained CSRC Approval of IPO for Anzheng Fashion Company Limited by Shares

### 案例研究 | Case Study

最高院再审宣判：乔丹体育“乔丹”商标侵犯迈克尔·乔丹姓名权  
The Supreme People's Court Re-tried That Jordan Sports Infringed the Right of Name of Michael Jordan

欧莱雅公司“OR ROUGE”商标在中国的领土延伸保护获得法院支持  
Territorial Extension of Protection of L' OREAL's Trademark “OR ROUGE” Was Supported by the Court

### 立法动态 | Regulation Update

最高院发布《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》  
The Supreme People's Court Promulgated the *Rules on Issues Relating to the Hearing of Administrative Cases on Granting and Affirming Trademark Rights*

## 市场动态

### Market Movements

#### 刚泰控股拟收购意大利顶级珠宝 BUCCELLATI 85%股份

刚泰控股（600687）于 2016 年 12 月 23 日发布公告称，拟间接收购意大利顶级珠宝品牌 Buccellati（布契拉提）85%股份，整体交易金额暂定为 14.64 亿元人民币。交易结构如下：

由刚泰控股的第二大股东刚泰集团设立子公司悦隆实业，悦隆实业在意大利设立用于跨境并购的 SPV，由该 SPV 收购目标公司 BHI（Buccellati Holding Italia S.p.A.）85%的股份。之后，刚泰控股将以发行股份的方式购买刚泰集团持有的悦隆实业 100%股权，并通过悦隆实业持有 BHI 85%股份。前述交易完成后，刚泰控股将募集配套资金，用于 Buccellati 营销网络建设项目。BHI 仍保留原管理层，原股东保留 BHI 少数股权，并持有“卖出期权”，以激励原股东改善对目标公司的管理，防范业绩风险。

Buccellati 品牌由 Mario Buccellati 先生于 1919 年创立，作为意大利最负盛名的珠宝商之一，致力于奢侈品珠宝、银饰品和手表以及其他奢侈品的制造、加工与销售，尤其受到意大利、西班牙、比利时、埃及等各国的王室贵族的青睐喜爱。Buccellati 品牌拥有一套精湛的独门技艺——织纹雕金，此雕刻与织纹技艺在文艺复兴时期为金匠们使用，后已逐渐失传。刚泰控股发布的预案显示，截至 2016 年 9 月 30 日，Buccellati 在意大利、法国、英国、美国共设立了 12 家直营店，并在意大利、欧洲其他国家、美国、亚洲及中东地区拥有 219 个批发商渠道销售终端。2016 年 1 至 9 月，Buccellati 未经审计的营业收入为 2873.63 万欧元，约合人民币 2.085 亿元。

业界预测，Buccellati 品牌知名度和精湛工艺对于刚泰控股在奢侈品珠宝行业提高市场份额、提高定价能力将具有举足轻重的作用。

#### 传山东如意集团拟收购英国老牌风衣 Aquascutum

继我们第四期简报中提到中国山东如意科技集团（“如意集团”）完成收购法国时尚集团 SMCP，现又传山东如意拟收购英国老牌风衣 Aquascutum（雅格狮丹），但消息未受到山东如意和 Aquascutum 母公司 YGM 贸易的证实。

YGM 贸易公告称，与两个独立第三方订立谅解备忘录，计划出售雅格狮丹品牌产品的制造和销售业务及相关的知识产权，涉及交易金额为 1.2 亿美元约合 9.3 亿港元，出售价格上调或下调不超过 500 万美元，但未说明买家身份。YGM 贸易早前表示已就独家权利向建议买方收取 500 万美元作为不可退还的订金，交易预计将在 2017 年 3 月 31 日前完成。

Aquascutum 创立于 1851 年。1897 年，Aquascutum 被授予皇家认证。此后的 20 世纪，该品牌一直受到社会精英、政界领袖和文化名流的青睐。除了丘吉尔和众多皇室成员以外，Aquascutum 的顾客还包括大家熟知的加里格兰特和撒切尔夫人，品牌曾与 Burberry 齐名。但 2000 年后，Aquascutum 销售业绩不断下滑，逐渐淡出主流奢侈品市场。其母公司 YGM 贸易（HK. 0375）一直在寻求买家抛售 Aquascutum。

#### 日本高端牛仔品牌 EVISU 回购中国市场的零售权及特许经营权

2016年12月14日，日本高端牛仔品牌EVISU的母公司EVISU Group Limited宣布，其联合私募基金Cassia Investments，以4000万美元价格向IDG资本出资支持的合作伙伴乾玺贸易（上海）有限公司收回EVISU在中国市场的零售权及特许经营权。而EVISU Group Limited的董事会主席及CEO David Pun仍为最大股东。David Pun表示，过去数年与中国的合资企业伙伴共同合作，为品牌建立了知名度，在中国市场争占席位，现在正是理想时机将中国业务与总公司其他业务整合，在往后日子实现品牌的环球目标。

EVISU旗下共有超过150个销售点，另设网上平台EVISU.com，为全球顾客服务。品牌始创于1991年，凭着后袋手绘海鸥图样的日本风格布边牛仔裤声名大噪。时至今日，品牌的产品已迈向生活化，提供各式各样的产品，包括男士和女士牛仔裤、T恤、衬衣、汗衫、针织服、内裤和眼镜等时尚生活精品。

### Satch 专柜混卖数千双假鞋，嫌疑人系独家授权经销商

据澎湃新闻报道，上海市公安经侦总队破获一起罕见的、性质恶劣的独家经销商委托制造和销售假冒“沙驰”品牌皮鞋的案件。据上海市公安局经侦总队通报，这起制售假冒世界知名品牌皮鞋案共抓获犯罪嫌疑人2名，缴获Satch（沙驰）品牌的皮鞋1800双，涉案商品价值200余万元。Satch品牌早在1930年代初期诞生于意大利，目前在全国100多家商场开设品牌专柜。

### 大成上海律师协助安正时尚集团股份有限公司成功通过中国证监会发审会审核

2016年12月21日，由大成上海律师担任发行人律师的安正时尚集团股份有限公司（以下简称“安正时尚”）首次公开发行股票并上市项目已顺利通过主板发审委2016年第188次会议审核。安正时尚本次IPO拟发行新股7,126万股，发行后总股本预计为28,504万股。

安正时尚是一家集研发、生产、销售及品牌管理于一体的全国性多品牌时装企业，旗下拥有“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”及“斐娜晨”等多个品牌风格鲜明互补、市场定位差异有序的成熟男女时装品牌，在2015年全国大型零售企业的女装品牌销售排名中，“玖姿”品牌被列入市场综合占有率前十大女装品牌之一，并在高端女装品牌销售排名中位列行业第三。由大成上海办公室高级合伙人王汉齐律师、龚丽艳律师、王恩顺律师，合伙人范建红律师牵头组成工作团队，并带领郭梦媛律师、魏伟强律师、杨明星律师等为安正时尚IPO项目提供专项法律顾问，历时近6年。

大成上海办公室在担任安正时尚IPO项目专项法律顾问期间，为安正时尚IPO项目公司重组、辅导、申报、发行审核等事项提供了大量优质、高效的专业法律服务，获得安正时尚及其主管机关、中信证券等合作机构一致好评。

## 案例研究 Case Study

### 最高院再审宣判：乔丹体育“乔丹”商标侵犯迈克尔·乔丹姓名权

持续四年的“乔丹”商标侵权案件终于尘埃落定，最高人民法院于2016年12月8日作出判决，乔丹体育（再审被申请人）对争议商标“乔丹”的注册损害了迈克尔·乔丹（再审申请人）对中文“乔丹”享有的在先姓名权，违反《商标法》第三十一条“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”，撤销一审、二审判决，判令商标评审委员会重新裁定。同时，最高人民法院认定，迈克尔·乔丹对拼音“QIAODAN”和“qiaodan”不享有在先姓名权，故乔丹体育可继续享有拼音商标“QIAODAN”和“qiaodan”。

最高院将案件争议焦点分为八个具体问题，本文仅就其中相对重要的四个问题归纳如下：

#### （一）再审申请人主张保护姓名权的法律依据是什么？

《商标法》第三十一条规定：“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”。该条没有穷尽“在先权利”，故依据其他法律予以保护的民事权利，也应概括性地得到《商标法》的保护。最高院认为，根据《民法通则》第九十九条、《侵权责任法》第二条的规定，自然人享有姓名权。未经许可擅自将他人姓名注册为商标，容易导致相关公众误认为标记有该商标的商品或者服务与该自然人存在代言、许可等特定联系的，应当认定该商标的注册损害他人的在先姓名权，违反《商标法》第三十一条的规定。该行为不仅损害自然人人格尊严，也损害了消费者的合法权益。

#### （二）再审申请人对其外文姓名的部分中文译名是否享有姓名权？

在这个部分，最高院阐述了将外国人的部分中文译名作为姓名权进行保护的观点。参照《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第六条第二款<sup>1</sup>，最高院在本案中创设了一项规则，即自然人就特定名称主张姓名权保护的三项条件：

- （1）该特定名称应具有一定知名度、为相关公众所知悉；
- （2）相关公众使用该特定名称指代该自然人；以及
- （3）该特定名称已经与该自然人之间建立了稳定的对应关系，但不需要达到“唯一”的程度。

最高院认为，参照该司法解释，在判断外国人能否就其外文姓名的部分中文译名主张姓名权保护时，需要考虑我国相关公众对外国人的称谓习惯。由于语言和文化等方面的差异以及为了便于称呼，我国相关公众通常习惯于以外国人外文姓名的部分中文译名来指代、称呼该外国人，而不会使用其完整姓名的中文译名。本案主要证据如下：

- （1）国内大量关于迈克尔·乔丹的宣传报道显示，我国公众、媒体以中文“乔丹”指代迈克尔·乔丹；
- （2）两份调查报告显示，受访者在提到“乔丹”时，绝大多数想到的首先是美国篮球运动员迈克尔·乔丹，其次是乔丹体育；
- （3）乔丹体育《招股说明书》的“品牌风险”中特别注明，“特别提醒投资者‘可能会有部分消费者将发行人及其产品与迈克尔·乔丹联系起来从而产生误解或混淆，在此特提请投资者注意。’表明乔丹体育明知相关公众会将中文“乔丹”商标与再审申请人相互联系。

<sup>1</sup> 《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》（法释〔2007〕2号）第六条第二款规定，具有一定的市场知名度、为相关公众所知悉的自然人的艺名、笔名等，可以认定为《反不正当竞争法》第五条第（三）项规定的“姓名”。《反不正当竞争法》第五条第（三）项规定，经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：（三）擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品；

因此，最高法院认为相关证据证明中文“乔丹”符合前述三项条件，再审申请人可以依法主张对中文“乔丹”姓名权的保护。对于乔丹体育有关“单纯‘姓氏’或其翻译不能成为姓名权的客体”的主张，不予支持。

### （三）中文“乔丹”商标的使用是否会使相关公众误认为与再审申请人具有关联？

最高法院认为，根据迈克尔·乔丹的宣传报道的有关证据，中文“乔丹”在我国具有长期、广泛的知名度，相关公众熟悉并普遍使用中文“乔丹”指代再审申请人。因此，相关公众看到中文“乔丹”商标后，很容易由此联想到再审申请人本人，进而容易误认为标记有“乔丹”商标的商品与再审申请人存在代言、许可等特定联系。两份调查报告和乔丹体育《招股说明书》的“品牌风险”提示均佐证，相关公众容易误认为标记有中文“乔丹”商标的商品与再审申请人存在特定联系。

### （四）乔丹体育对于“乔丹”商标的注册是否存在明显的主观恶意？

最高法院认为，乔丹体育申请注册“乔丹”商标时是否存在主观恶意，是认定“乔丹”商标的注册是否损害再审申请人姓名权的重要考量因素。最高法院认为，在案证据足以证明乔丹体育是在明知再审申请人及其姓名“乔丹”具有较高知名度的情况下，并未与再审申请人协商、谈判以获得其许可或授权，而是擅自注册了包括“乔丹”商标在内的大量与再审申请人密切相关的商标，放任相关公众误认为标记有“乔丹”商标的商品与再审申请人存在特定联系的损害结果，使得乔丹体育无需付出过多成本即可实现由再审申请人为其“代言”的效果。乔丹体育的行为有违《民法通则》第四条规定的诚实信用原则，其对于“乔丹”商标的注册具有明显的主观恶意。

## 短评

业界普遍认为，最高法院的判决纠正了中国企业错误的侵权行为，保护了消费者权益，维护了市场秩序，具有重要意义和司法价值，为名人姓名的商标和知识产权保护做出了示范性指示，对体育产业健康发展、体育用品知识产权的保护都有正面作用。

而早在2004年，国际流行乐坛著名女歌星布兰妮的名字也被万富达公司在中国注册为商标“布兰妮BRITNEY”，布兰妮将中国工商总局商标评审委员会（简称商评委）起诉至北京市第一中级人民法院，请求法院撤销商评委准予注册的裁定。而她并没有那么“幸运”。法院认为，布兰妮提交的证据不足以证明万富达于2001年8月申请注册“布兰妮BRITNEY”商标时，她的姓名已在中国公众中广为知晓，“布兰妮BRITNEY”不属于中国商标法关于驰名商标的保护范围，万富达的商标没有损害布兰妮的姓名权，因此法院判决驳回了布兰妮的诉讼请求。

时至今日，对“乔丹”案件的热议还未结束，最高法院即于今年1月10日发布了《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》（法释〔2017〕2号），将于今年3月1日生效。最高法院将在“乔丹”案件中创设的“即自然人就特定名称主张姓名权保护的三项条件”纳入了该规定第二十条：“当事人主张诉争商标损害其姓名权，如果相关公众认为该商标标志指代了该自然人，容易认为标记有该商标的商品系经过该自然人许可或者与该自然人存在特定联系的，人民法院应当认定该商标损害了该自然人的姓名权。当事人以其笔名、艺名、译名等特定名称主张姓名权，该特定名称具有一定的知名度，与该自然人建立了稳定的对应关系，相关公众以其指代该自然人的，人民法院予以支持。”据此，类似案件的审理将有法可依，也表明在宏观背景下，引导中国企业孵化、培育自主知识产权的壮士断腕的决心。

## 欧莱雅公司“OR ROUGE”商标在中国的领土延伸保护获得法院支持

据中国知识产权报报道，北京市高级人民法院对欧莱雅英国公司和国家工商行政管理总局商标评审委员会之间关于“OR ROUGE”商标是否可获得领土延伸保护的纠纷作出终审判决，认为虽然诉争商标的法语意思是“金色、红色”，但其并未直接表示相关商品（第3类化妆品）的特点，故判决支持被上诉人欧莱雅公司获得“OR ROUGE”商标在中国的领土延伸保护。

### 案件背景

欧莱雅公司于2012年10月4日通过国际注册在欧盟申请并获准注册了“OR ROUGE”（第G1151247号）。2013年3月16日，欧莱雅公司向国家商标局申请在中国的领土延伸保护，指定使用在第3类化妆品等商品上。商标局经审查后向WIPO发出驳回通知书，驳回诉争商标在指定使用的所有商品上在中国的领土延伸保护申请，驳回理由为：诉争商标文字的法语含义为“金色、红色”，表示了指定使用商品的特点，缺乏显著性。之后，本案经过商标评审委员会复审、北京知识产权法院一审审理和北京市高级人民法院终审审理。

### 案件争议焦点

根据商标保护地域性原则，诉争商标在其他国家和地区获准注册的情况，不能成为诉争商标在中国获准注册的当然依据。诉争商标在中国获准领土延伸保护的前提是仍需要符合我国《商标法》规定的各项条件。

本案争议焦点为，诉争商标是否具有显著性，是否构成《商标法》第十一条第一款第（二）项规定的“仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的”不得注册为商标的情形。北京市高级人民法院认为，诉争商标为法文，有“金色、红色”之意。从认知习惯方面，相关公众不易识别前述含义；同时，诉争商标指定使用的是商品为化妆品、护肤液等，并未直接表示指定商品的特点，未构成《商标法》第十一条第一款第（二）项规定的情形。

### 短评

从本案看出，判别商标是否具有显著性，应当以相关消费者对该商标的认知和理解为基础。本案中，中国消费者以汉字为母语，一般以英语为国际通用语言，对于法语的认知度不高，一般消费者不理解诉争商标的法语含义。并且，“金色、红色”的法语含义也没有指向化妆品、护肤液的主要功能，相关消费者也不能通过“金色、红色”的意思联想到化妆品的皮肤护理功能。因此，诉争商标并不构成《商标法》第十一条第一款第（二）项规定的丧失显著性的情形。

## 立法动态 Regulation Update

### 最高院发布《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》

2017年1月10日最高人民法院发布了《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》（法释〔2017〕2号）（以下称《商标授权确权规定》），商标授权确权行政案件，是指相对人或者利害关系人因不服商标评审委员会作出的商标驳回复审、商标不予注册复审、商标撤销复审、商标无效宣告及无效宣告复审等行政行为，向人民法院提起诉讼的案件。《商标授权确权规定》是在最高院《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》（法发〔2010〕12号）的基础上，吸收了该意见中的部分重要条文，另针对司法实践中仍然存在的突出问题制定的。以下几方面内容对《商标法》的相关条款作了更进一步解释，值得关注。

#### 商标显著性问题

第七条：审查诉争商标是否具有显著特征，应当根据商标所指定使用商品的相关公众的通常认识，判断诉争商标整体上是否能够使相关公众识别商品来源。

第八条：审查诉争商标为外文标志时，应当根据中国境内相关公众的通常认识，对该外文商标是否具有显著特征进行审查判断。标志中外文的固有含义可能影响其在指定使用商品上的显著特征，但相关公众对该固有含义的认知程度较低，能够以该标志识别商品来源的，可以认定其具有显著特征。我们上文提及的欧莱雅公司“OR ROUGE”商标确权案中法院就是运用了本项规则。

#### 在先权利保护

《商标授权确权规定》第十八至二十三条以概括和举例的方式明确对司法实践中比较突出的几项在先权利的保护，即著作权、姓名权（含笔名、艺名、译名等特定名称）、企业字号、角色形象著作权、作品名称和他人已在先使用的商标。

其中，关于对在先姓名权（含笔名、艺名、译名等特定名称）的保护，已在上文“乔丹”商标案中提及，此处不再复述。

鉴于司法实践中已经对“邦德 007”、“功夫熊猫”、“哈利波特”等知名的作品名称或者角色名称给予了保护，最高院在《商标授权确权规定》第二十二条第二款中对该项规则进行了明确规定：“对于著作权保护期限内的作品，如果作品名称、作品中的角色名称等具有较高知名度，将其作为商标使用在相关商品上容易导致相关公众误认为其经过权利人的许可或者与权利人存在特定联系，当事人以此主张构成在先权益的，人民法院予以支持。”

关于抢注他人已在先使用的商标的问题，根据《商标授权确权规定》，商标申请人在相同或类似商品上抢先注册其在先使用并有一定影响的商标的，商标申请人明知或者应知该商标的，即可推定其构成“以不正当手段抢先注册”。商标申请人须举证证明其没有利用在先使用商标商誉的恶意。关于在先使用并有一定影响的证明标准，《商标授权确权规定》规定，在先使用人举证证明其在先商标有一定的持续使用时间、区域、销售量或者广告宣传的，可以认定为有一定影响。

#### 短评

另外，《授权确权规定》还进一步明确了驰名商标保护的审理规则等，本文暂不一一介绍。面对形形色色的案件，商标确权是一项复杂的法律解释工程。

大成上海分所对商标授权确权拥有丰富的法律经验，于2016年12月16日举办了《2016年商标讲座》，由高级合伙人徐劲科律师致开幕词，高级合伙人余力律师、合伙人王芳律师主讲，体系化地对商标确权进行解读、辨析和讨论，带来了一场生动、有趣、深刻的头脑风暴，为各大公司客户的品牌保护和运营提供了深刻的实战经验之谈。如对该讲座内容有兴趣，可随时联系我们。

如需咨询任何相关问题或针对本文发表任何意见，请联系：

**徐劲科** 公司并购部 高级合伙人  
邮箱：bailey.xu@dentons.cn

**陈洲** 公司并购部 律师  
邮箱：joanne.chen@dentons.cn

**汪槱** 公司并购部 律师  
邮箱：josh.wang@dentons.cn

## 免责声明

本法律简报所述容仅供一般性参考，并非提供任何法律意见或建议。我们不对任何依赖本文的任何内容采取或不采取行动所导致的后果承担任何形式的法律责任。

## 大成简介

大成律师事务所成立于 1992 年，是中国最早的合伙制律师事务所之一。2015 年 1 月，大成律师事务所与全球十大律所之一的 Dentons 律师事务所正式签署合并协议，共同打造一个全新的、布局全球的世界领先国际律师事务所。这将是目前全球律师业规模最大的律师事务所。合并后的新律所在全球统一使用中文名称“大成律师事务所”（“大成”），英文名称“Dentons”。2016 年 4 月 25 日，大成与新加坡历史最悠久、最负盛名的律师事务所瑞德正式合并。目前，新律所执业律师人数超过 7300 人，新律所将在全球设有 125 多个办公室，遍及五大洲 55 多个国家和地区，为国内外客户带来更多的法律服务优势。

大成在中国的北京、长春、长沙、成都、常州、重庆、大连、福州、广州、哈尔滨、海口、杭州、合肥、呼和浩特、黄石、吉林、济南、昆明、拉萨、南京、南通、南宁、南昌、宁波、青岛、石家庄、上海、沈阳、苏州、深圳、太原、天津、武汉、乌鲁木齐、无锡、温州、厦门、西安、西宁、银川、郑州、舟山、珠海设有分所，在中国台北设有台湾大成律师事务所。

If you have any inquiries, please feel free to contact:

### Bailey Xu

Corporate and M&A Department Senior Partner  
E-mail: bailey.xu@dentons.cn

### Joanne Chen

Corporate and M&A Department Attorney-at-law  
E-mail: joanne.chen@dentons.cn

### Josh Wang

Corporate and M&A Department Attorney-at-law  
E-mail: josh.wang@dentons.cn

## Disclaimer

This newsletter is only for general reference, not for giving any legal advice or suggestion. We do not take any responsibility of any result caused by any conduct or not taking any conduct depending on this newsletter.

## Introduction of Dentons

Founded in 1992, Dacheng Law Offices is one of the first partnership law firms in China. In January 2015, Dacheng Law Offices and Dentons, one of the top 10 global law firms, signed their contract of combination in order to build a new and global leading international law firm in the world. The new law firm is now the largest law firm globally. The new law firm, after the combination, will be known as “大成律师事务所” in Chinese and “Dentons” in English. On 25th April 2016, Dentons and Rodyk, the most famous and oldest law firm in Singapore combined. Now, the new law firm has over 7300 lawyers. It will show more superiority to national and global clients in more than 125 locations serving 55-plus countries and areas over the five continents.

Dentons China Offices' network: Beijing, Changchun, Changsha, Chengdu, Changzhou, Chongqing, Dalian, Fuzhou, Guangzhou, Ha' erbin, Haikou, Hangzhou, Hefei, Hohhot, Huangshi, Jilin, Jinan, Kunming, Lhasa, Nanjing, Nantong, Nanning, Nanchang, Ningbo, Qingdao, Shijiazhuang, Shanghai, Shenyang, Suzhou, Shenzhen, Taiyuan, Tianjin, Wuhan, Urumqi, Wuxi, Wenzhou, Xiamen, Xi' an, Xining, Yinchuan, Zhengzhou, Zhoushan, Zhuhai and Taipei.