第一图书网, tushu007.com

<<中华老字号>>

图书基本信息

书名：<<中华老字号>>

13位ISBN编号：9787503674686

10位ISBN编号：7503674687

出版时间：2007-7

出版时间：中国法律图书有限公司

作者：王正志

页数：344

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

没有比当年梁启超先生评述清末权臣李鸿章的句式更适合表达我们创作本书的心情了。
中国的老字号完全可以说成是一幅色彩斑斓的图画：北京的同仁堂、全聚德、王致和、内联生、东来顺、六必居、月盛斋、张一元、吴裕泰，上海的恒源祥、上海老饭店、老正兴，杭州的张小泉、楼外楼、胡庆余堂，天津的狗不理、桂发祥十八街、达仁堂，广州的陶陶居，青岛的青啤，江西的景德镇，贵州的茅台，山西的杏花村，四川的五粮液等。
祖国各地，大江南北，一家家老字号无声地记载历史、传承文明。
翻开任一家老字号的掌故，老字号创始人们的技艺才华、眼界见识，无一不让人敬吧、赏惜。
如同仁堂不仅有“修合无人见，存心不天知”自律准昆，多年来还秉承着“炮制品繁必不敢省人工，品位虽贵必不敢减物力”的古训；六必居有“黍稻必齐，曲蘖必实，湛之必洁，陶瓷必良，火候必得，水泉必香”的“六必面”；胡庆余堂有“戒欺”匾，此类示例均可作为国人早年诚信为商的典范。
然而老字号现状不容乐观。
建国初期，中国老字号大约有8000家，经过对私改造和市场自然淘汰，到1990年保留有1600家（国内贸易部评定“中华老字号”数字）。
目前仅存的一千多家，其中多数经营困难，部分企业长期亏损、面临破产，据统计，只有不到10%的老家号企业有一定品牌效应和规模效应。
作为长期在法律实务领域工作的律师，我们接触到的老字号企业状况也参差不齐，个中缘由自然是千差万别，但在对于知识产权问题上的表现却是惊人地一致。
感慨之余，我们希望为老字号做些事情。
从知识产权法律角度总结我们的经验，传播法律知识与信息，为老字号企业的发展振兴尽些绵薄之力，是本书诞生的缘由。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王正志，安徽霍邱人，安徽大学法学学士、文学学士，美国天普大学法学硕士。
曾多在美国天普大学、美国宾西法尼亚大学、中国政法大学及清华大学从事知识产权研究工作与演讲活动。
王正志律师现任北京高博隆华律师事务所高级合伙人，北京飞科艾普知识产权代理公司高级顾问，商务部首期“中华老字号”评审专家。
曾成功代理多起老字号知识产权案件并发发表相关文章多篇。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

一　中华老字号概述（一）中华老字号的概念及其历史特点（二）中华老字号的认定（三）中华老字号的基本情况（四）中华老字号发展面临的机遇和挑战（五）促进、保护中华老字号发展的重要途径及其意义二　中华老字号的知识产权保护概述（一）知识产权概述（二）中华老字号的知识产权保护三　中华老字号的商标保护（一）商标与商标权概述（二）中华老字号的商标保护概况（三）中华老字号的商标保护中的特殊问题（四）中华老字号商标与相关权利的冲突（五）中华老字号的商标策略四　中华老字号的专利保护（一）专利概述（二）中华老字号授予专利权的条件（三）中华老字号的专利权申请（四）中华老字号的专利权实施（五）中华老字号专利权的保护（六）中华老字号的专利战略（七）中药行业的中华老字号专利保护五　中华老字号的反不正当竞争与商业秘密保护（一）中华老字号的反不正当竞争保护（二）商业秘密和中华老字号的商业秘密保护（三）中华老字号的商业秘密保护中的特殊问题（四）侵犯中华老字号商业秘密的法律责任（五）中华老字号商业秘密的侵权损害赔偿责任六　中华老字号的知识产权保护的其他内容（一）网络环境下中华老字号的知识产权保护（二）中华老字号的著作权保护（三）中华老字号保护的非物质文化遗产保护（四）中华老字号的地理标志保护七　中华老字号的知识产权国际保护（一）中华老字号的知识产权国际保护概述（二）知识产权国际保护的主要方式及其基本原则（三）与中华老字号的知识产权有关的国际组织及其公约八　附件

编辑推荐

《中华老字号:认定流程、知识产权保护全程实录》是有关中华老字号的专业法律问题，其中着重对中华老字号的认定流程、认定条件、知识产权等方面展开剖析。
没有比当年梁启超先生评述清末权臣李鸿章的句式更适合表达我们创作《中华老字号:认定流程、知识产权保护全程实录》的心情了。
中国的老字号完全可以说成是一幅色彩斑斓的图画：北京的同仁堂、全聚德、王致和、内联生、东来顺、六必居、月盛斋、张一元、吴裕泰，上海的恒源祥、上海老饭店、老正兴，杭州的张小泉、楼外楼、胡庆余堂，天津的狗不理、桂发祥十八街、达仁堂，广州的陶陶居，青岛的青啤，江西的景德镇，贵州的茅台，山西的杏花村，四川的五粮液等。
祖国各地，大江南北，一家家老字号无声地记载历史、传承文明。
翻开任一家老字号的掌故，老字号创始人们的技艺才华、眼界见识，无一不让人敬吧、赏惜。
如同仁堂不仅有“修合无人见，存心不天知”自律准昆，多年来还秉承着“炮制品繁必不敢省人工，品位虽贵必不敢减物力”的古训；六必居有“黍稻必齐，曲蘖必实，湛之必洁，陶瓷必良，火候必得，水泉必香”的“六必面”；胡庆余堂有“戒欺”匾，此类示例均可作为国人早年诚信为商的典范。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com