第一图书网, tushu007.com

<<商标>>

图书基本信息

书名：<<商标>>

13位ISBN编号：9787503683411

10位ISBN编号：7503683414

出版时间：2008

出版时间：法律出版社

作者：于泽辉

页数：324

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

前言

知识产权从市场中来，也必须回到市场中去。
基于此，在多年的知识产权理论研究和教学工作中，本人一直非常关注知识产权法律制度的实施情况，希望从实践和理论两个层面的结合，寻求知识产权研究成果得以服务知识产权实践的途径。
近年来，与知识产权相关的重大事件时常见诸报端，成为课堂教学和学术研究的对象，也成为本人在承担国家有关机关委托的立法和司法解释起草等工作过程中的思考对象。
随着我国知识产权立法的日益完善，相关的法制宣传气知识产权教育活动也逐步在全国范围日益深化，保护知识产权的法治意识正逐步深入人心。
从内在的知识产权意识到保护与运用知识产权的外在行动的转变，会受到一系列条件的制约与影响。
我国企业的研发和自主创新能力不高，普遍缺乏知识产权保护意识，这是我们不可回避的现实。
外国企业频频以知识产权为武器对中国企业实施打压．表面上是知识产权侵权纠纷，但本质上则是企业之间的市场之争。
加入世界贸易组织之后，企业作为市场主体对知识产权的认识在逐步提高，许多企业成立专门的知识产权部门，积极保护自己的知识产权，处理相关的知识产权事务，这无疑是一个十分可喜的现象。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

丛书考虑了我国企业的实际情况和部分行业的特点，通过企业知识产权管理活动中的成功经验与失败教训的总结归纳，面向企业有针对性地提供系统而全面的知识产权解决方案。

丛书通过典型案例透彻剖析，较好地将知识产权制度的理论知识与企业知识产权实践结合起来，使丛书兼具理论性和实用性，增强了阅读的生动性和针对性。

古人云：“徒法不足以自行。”只有作为市场主体的企业充分认识到了知识产权的重要性，并将保护自己的知识产权和尊重他人的知识产权从遵守法律的被动要求内化为企业的主动行为，才能够真正有效地贯彻知识产权法。

丛书在国家实施知识产权战略之际问世，无疑为中国企业送来及时雨，有利于提升我国企业的知识产权运用与管理水平。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

于泽辉，北京市集佳律师事务所和北京集佳知识产权代理有限公司合伙人会议主席。
兼任国际保护知识产权协会（AIPPI）中国分会理事，中华商标协会常务理事。
发表《论侵害人身权的精神损害》、《关于北京市外来人口的调查报告》等论文数篇，主编、与他人合作出版《商标专利代理》、《商标指南》、《知识产权战略与实务》系列出版物等图书。

李雷，北京集佳知识产权代理有限公司副所长，从事知识产权工作多年，代理了大量专利、商标案件，精于专利战略，善于为企业提供整体知识产权解决方案，使企业能够有效地将公司管理与知识产权管理相结合，曾为多家知名公司提供知识产权保护方案，与多家大型企业及著名公司建立了良好的长期合作关系。
发表《名字与牌子——运动员姓名的市场化》、《企业内部的商标管理》、《给改名换标一个理由》等文章。
受邀为中国海洋石油总公司、北京广播电台等多家企、事业单位做知识产权讲座。

书籍目录

第一篇 企业商标权的取得——商标战略的基础　第一章 商标权取得概述　　第一节 商标权　　一、商标的概念及法律特征　　二、商标的作用　　三、商标、商号、司徽、招牌、品牌的简单定义及相互联系　　第二节 商标权取得的途径与步骤　　一、申请注册　　二、商标审查　　三、初审公告　　四、注册公告　　五、领取商标注册证　　第三节 商标在中国　　一、我国商标的渊源　　二、我国商标申请及发展现状　第二章 商标定位，设计、检索——优秀商标的起点　第三章 商标注册技巧——企业商标战略的基础　第四章 商标权转让、变更、续展、许可的法律问题以及应对技巧　第五章 国外商标权取得第二篇 商标异议、复审、争议及商标撤销　第六章 商标局审理的商标案件　第七章 商标评审委员会审理的商标案件　第八章 商标异议和异议答辩　第九章 撤销连续三年不使用商标及撤销复审答辩　第十章 商标驳回复审　第十一章 商标异议复审及复审答辩　第十二章 商标争议及争议答辩第三篇 企业商标诉讼保护　第十三章 与商标授权有关的行政诉讼案件　第十四章 商标侵权民事救济途径　第十五章 涉及商标侵权的行政解决途径　第十六章 商标侵权刑事救济途径第四篇 企业商标管理　第十七章 企业基础商标管理工作　第十八章 企业转向商标管理工作编后记实例目录　第一章 商标权取得概述　第二章 商标定位，设计、检索——优秀商标的起点　第三章 商标注册技巧——企业商标战略的基础　第四章 商标权转让、变更、续展、许可的法律问题以及应对技巧　第五章 国外商标权取得　第六章 商标局审理的商标案件　第七章 商标评审委员会审理的商标案件　第八章 商标异议和异议答辩　第九章 撤销连续三年不使用商标及撤销复审答辩　第十章 商标驳回复审　第十一章 商标异议复审及复审答辩　第十二章 商标争议及争议答辩　第十三章 与商标授权有关的行政诉讼案件　第十四章 商标侵权民事救济途径　第十五章 涉及商标侵权的行政解决途径　第十六章 商标侵权刑事救济途径　第十七章 企业基础商标管理工作　第十八章 企业转向商标管理工作

章节摘录

第一章 商标权取得概述　　第一节 商标权　　一、商标的概念及法律特征　　“商标”，是指“任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品或者服务与他人的商品或者服务区别开的文字、图形、数字、三维标志和颜色组合，以及上述要素的组合”。
商标权是商标专用权的简称，是指商标注册人在法律规定的有效期限内，对其经商标主管机关核准的注册商标依法所享有的权利，包括商标注册人对其注册商标的排他专用权、收益权、处分权、续展权和禁止他人侵害的权利。
其中商标专用权，是商标权的核心，是商标专用权人对其注册商标享有充分支配和完全使用的权利。
商标处分权，包括商标转让权和商标使用许可权，是商标专用权人按照自己的意愿处理其商标专用权，可依法转让，也可依法许可他人使用。
　　商标权具有以下法律特征：　　1．独占性　　又称专用性、垄断性，是指商标注册人对注册商标所享有的独占使用权，任何人未经商标注册人同意，不得使用该商标。
　　2．时间性　　商标权为有一定期限的权利，在有效期内才受到法律的保护，超过法定期限即丧失法律效力。
根据《商标法》规定，商标权有效期10年，自核准注册之日起计算，期满前6个月内申请续展，在此期间内未能申请的，可再给予6个月的宽展期。
续展可无限重复进行，每次续展期10年。

编辑推荐

时下，关于商标的话题在新闻媒体中屡屡被提起，很多企业都在被侵害或成功的事例中认识到了商标的重要性，但是，当市场上的不正当竞争者、伪劣假冒他人产品者获取巨大利益时，多数的经营者还尚未认识到商标的重要性，以及应如何依法保护自己的商标。

正是在这种环境下，本书应运而生，本书采用了大量当今最新的案例，注重理论与实际相结合的实务分析，对每一个问题在阐述商标制度基本理论和法律依据的同时，都紧密结合了相关典型案例。

全书分四篇分别地介绍了企业商标权的取得、商标异议、复审、争议和商标撤销、商标权的司法及行政保护以及企业商标管理这四个部分的内容。

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