

<<判例与专题评点丛书>>

图书基本信息

书名：<<判例与专题评点丛书>>

13位ISBN编号：9787509312865

10位ISBN编号：7509312868

出版时间：2009-6

出版时间：中国法制

作者：李伟

页数：306

字数：263000

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>

前言

随着全球经济一体化步伐的加快，作为商品标记的商标的作用日益受到重视，与之相关的法律体系也日趋完善。

但当前社会上商标侵权行为层出不穷，假冒商标、销售假冒注册商标产品等现象屡见不鲜，极大地侵害了企业和消费者的合法权益。

因此，了解商标法律法规，正确地使用商标，坚决捍卫商标权利，成了发展商品经济的必修课。

本书选取大量有代表性的商标案例，通过案例评析的方式系统阐释了商标法的基本理论、一般原则和法律内容。

全书以专题的形式展开，共分九个专题，包括：专题一“商标的概念”，专题二“商标的分类”，专题三“商标的构成要件”，专题四“商标权的取得”，专题五“商标权的内容”，专题六“商标权的利用”，专题七“商标权的无效”，专题八“商标权的主要侵权形态及其保护”，专题九“驰名商标的特殊保护”。

全书的特点在于每个专题的案例选择都兼顾了学术的系统性和实践的实用性，并在案例之后以综述的形式对本专题的相关法律问题进行了深度探讨，为实务工作者理解法律、运用法律提供了有益参考。

此外，在一些专题后还附有商标的相关文书和法律文件，如商标申请书、商标异议书、商标许可合同示范文本、商标转让合同示范文本、相关司法解释等，有利于读者更形象、更直观地了解和学习商标实务。

本书适合各类高等院校法学专业、管理专业师生在教学中使用，也可供司法工作者、工商行政管理系统执法工作人员、律师、企业管理人员等参考使用。

<<判例与专题评点丛书>>

内容概要

本书根据纠纷类型划分为若干专题，每个专题选精选近年来司法实践中的典型判例，在此基础上全面阐述该专题所涉及的审判依据、法律要义、裁判思路、司法实践中的重点和难点。

作者简介

李伟女，1972年出生，法学博士，山东省高级人民法院知识产权庭副庭长，长期从事知识产权审判工作，先后在《政法论坛》、《法律科学》、《山东社会科学》等期刊发表学术论文二十余篇，2006年、2007年先后赴欧洲、美国就专利法和知识产权司法保护进行考察学习。

书籍目录

专题一：商标的概念 一、案例 (一) 商标与商品名称辨析案 (二) 商标与商品装潢辨析案
 (三) 商标与商务标语辨析案 (四) 商标与商号辨析案 (五) 商标与特殊标志辨析案
 (六) 商标与地理标志冲突案 (七) 地名商标与地名使用权冲突案 (八) 商标与域名保护
 案 二、综述 (一) 商标与相关概念辨析 (二) 选取商品通用名称作为商标应审慎 (三)
) 商标权与商号权的冲突及解决 (四) 选用地名商标的风险及防范 (五) 商标权与域名权的
 冲突及解决 附1：特殊标志管理条例 附2：奥林匹克标志保护条例 附3：世界博览会标志保
 护条例 附4：地理标志产品保护规定 附5：地理标志产品专用标志管理办法 专题二：商标的分
 类 一、案例 (一) 侵犯未注册商标案 (二) 侵犯服务商标案 (三) 立体商标审查案
 二、综述 (一) 未注册商标的法律保护 (二) 服务商标的法律保护 (三) 立体商标的法
 律保护 附：关于保护服务商标若干问题的意见 专题三：商标的构成条件 一、案例 (一) 标
 志外观审查案 (二) 标志显著性审查案 (三) 商标违反公序良俗被撤销案 (四) 标志与
 在先合法权利相冲突被撤销案 二、综述 (一) 商标的显著性的概念 (二) 商标的固有显著
 性 (三) 商标的获得显著性 (四) 商标显著性的退化 (五) 我国的驰名商标反淡化保护
 (六) 在先权利 专题四：商标权的取得 一、案例 (一) 因使用在先而取得商标权案 (二)
 因注册而取得商标权案 专题五：商标权的内容 专题六：商标权的利用 专题七：商标权的无
 效 专题八：商标权的主要侵权形态及其保护 专题九：邓名商标的特殊保护 附录

章节摘录

专题一：商标的概念 二、综述 (一) 商标与相关概念辨析 1. 商标与商品名称
商品名称，是指用以区别其他商品而使用在本商品上的称谓。

商品名称有通用名称和特有名称之分。

根据我国《商标法》的规定，商品的通用名称不能作为商标注册，但经过使用取得显著特征，并便于识别的，可以作为商标注册；商品的特有名称如果符合法定条件，可以作为商标注册。

商品通用名称是指一类商品区别于另一类商品的规范化称谓，是对同一类商品的一般称呼。

例如“汽车”是一个通用名称，因此不能申请“汽车”作为商标使用。

商品特有名称是指非为相关商品所通用，具有显著区别性特征的称谓，是标明产地、性能、特点的某一特定商品的名称。

例如，“两面针”原本是一种药材的名称，但经过长时间的广泛使用、宣传之后，一般消费者在看到“两面针”时想到的不是“两面针”这种药材，而是一个商品的品牌，因此“两面针”可用作商标注册。

需要进一步指出的是，《商标法》不允许将他人的注册商标作为自己的商品的名称使用，以免产生商标淡化的后果。

2. 商标与商品装潢 商品装潢，是指为宣传和美化商品而附加的装饰。
美观大方、新颖别致的装潢设计能够引起消费者的注意和兴趣，激发购买欲望。
虽然装潢也具有识别商品的作用，但是，装潢和商标存在明显的区别。

(1) 使用目的不同。

使用商品装潢的目的在于说明或美化商品，刺激消费者的需求欲望。

商标的使用是为了区分商品，即把不同企业的同一种或类似商品区别开来；商标是表明生产者、销售者所生产、销售商品的标记，以示同一种商品或近似商品的不同生产者和销售者。

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>