第一图书网, tushu007.com

<<论商标权的本质>>

图书基本信息

书名：<<论商标权的本质>>

13位ISBN编号：9787802178809

10位ISBN编号：7802178800

出版时间：2009-8

出版时间：人民法院出版社

作者：郑其斌

页数：226

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

随着知识产权在社会生活中占据越来越重要的地位以及人们对这一事实的认识的不断加深，有关知识产权的研究成果也越来越多，作为传统知识产权一部分的商标权也不例外。
但同时我们也注意到，一方面，关于知识产权基本理论的研究成果中对于商标权涉及较少。
这是因为商标权虽然传统上被作为知识产权的一个组成部分，但是由于商标权的特性，在一定程度上它成为了知识产权中的异类。
另一方面，以商标权为对象的研究成果中对于具体制度的研究成果显然比关于基本理论的研究成果要多。
而关于商标权基本理论问题的研究应当是商标权具体法律制度研究的基础，对于商标权本质问题的解释又无疑是商标权基本理论问题的核心。
“我们怎能希望解答一个其含义连我们都还不理解的问题呢？
”①因此，认识商标、认识商标权是解决一切学术争论的起点，同时更是保护商标权、促进经济发展的一项重要的前提工作。
因此本文试图追寻商标权本质，回答“商标权是什么”这一基本问题，为商标权具体法律制度的建构提供一个基础性的路径。
商标只有在发达的商品经济中才有意义。
为了以后的论述，有必要在此界定商标所存在的市场结构。
它由三方主体组成，包括商标权人、竞争者和消费者。
需要说明的是，竞争者可以是与商标权人存在竞争关系的经营者，也可以是虽然与商标权人不存在竞争关系，但是由于在其提供的商品市场上仍然存在其他经营者，从而形成竞争关系的经营者。

<<论商标权的本质>>

内容概要

《论商标权的本质》实为解读商标权著作中难得的佳作。
作者主要采用了历史研究的方法、理论联系实际的方法和比较研究的方法对商标权的本质进行了深入、透彻的探讨，使读者如拨开云雾，直面商标权基本理论问题的核心。
在探析商标权本质的基础上，作者又直指商标法中若干重要问题，并进行了具有实务应用性的分析，使读者豁然开朗，更使建构商标权具体法律制度的路径逐渐清晰。

作者简介

郑其斌，男，安徽全椒人，1979年生，中国劳动关系学院法学系讲师。
2000年毕业于重庆大学经济法专业，获得法学学士学位，2003年、2006年毕业于中国人民大学法学院民商法学专业，分别获得法学硕士、法学博士学位。
自2000年始，钻研知识产权法学，在《社会科学》、《电子知识产权》、《法律适用》等刊物上发表论文十余篇，参与专利法及其实施细则第三次修订等多项国家级科研项目。

<<论商标权的本质>>

书籍目录

第一章 商标的本质一、商标的功能(一)商标功能的历史考察(二)商标功能的理论评说(三)商标功能的再认识二、商标的本质(一)有关商标本质的各种理论评说(二)商标的本质——联系说的构建(三)商标的异化——符号的独立价值第二章 商标概念的辨析一、识别性商业标记(一)商号、企业名称(二)商品特有包装装潢、特有的商品外观、商品特有名称二、地理标志、特殊标志(一)地理标志(二)特殊标志三、商誉(一)商誉的概念和特征(二)商誉与商标的关系四、商标与知识产权的其他对象(一)商标的价值及其实现途径(二)商标与发明、作品的不同点第三章 保护商标的正当性基础一、劳动财产权理论在解释商标保护时的困境(一)洛克的劳动财产权理论简介(二)以劳动财产权学说解释商标保护中的困境二、工具主义理论在解释商标保护时的前提缺失(一)工具主义理论简介(二)以工具主义理论解释商标保护的前提缺失三、商标保护的正当性基础(一)自由(二)平等(三)保护消费者利益(四)经济效率第四章 商标权的本质一、作为财产权的商标权(一)商标保护的历史考察(二)商标权的财产权地位的确立(三)商标的财产价值二、反不正当竞争保护与商标权保护的关系(一)反不正当竞争保护的方式和对象(二)反不正当竞争保护是对商标在商标权以外的补充保护三、商标权的本质界定(一)商标权保护的核心：保护联系(二)保护商标权是保护商誉的重要手段(三)商标权的发展：商标符号的商品化四、商标权的制度功能(一)促进品质保证(二)降低搜寻成本(三)维护自由竞争和诚实信用的社会经济秩序(四)促进投资与创新(五)强化权利意识第五章 商标权的内容——权利范围的界定一、权利范围的确定方式(一)传统理论对商标权的具体内容的描述(二)权利范围的确定方式——“ 正面还是反面 ”的选择二、从禁止利用的角度确定商标权的权利范围(一)禁止混淆(二)禁止引发注意力的联想三、从禁止损毁的角度确定商标权的权利范围(一)行为人不一定具有竞争关系(二)使用相同、近似的符号或足以使人产生联想的不近似的符号(三)造成了弱化、丑化的后果第六章 商标权取得制度评价与建构一、商标的联系本质决定了使用取得的正当性(一)联系必须在使用中建立(二)使用取得制度的合理性所在(三)使用取得制度的弊端二、商标及商标权本身的特性决定了注册取得制度的正当性(一)商标本身的抽象性决定了注册取得的合理性(二)权利的明确性要求决定了注册取得的必要性(三)注册制度对权利范围的明确满足了权利的垄断性要求三、注册制度对商标基本条件的要求(一)可以注册的标记(符号)(二)显著性(三)不侵犯他人在先权利四、注册取得制度的优化(一)完善对于“ 意图使用 ”的监督(二)完善商标权的使用义务(三)禁止商标权人只许可他人使用而自己不使用五、商标注册行政行为的性质认识六、使用而未注册的商标的保护(一)未注册商标应当得到法律的保护(二)未注册商标的保护范围第七章 驰名商标保护与认定制度的再认识一、我国现行驰名商标保护与认定制度简介(一)对驰名商标的特殊保护规定(二)驰名商标的认定机关(三)驰名商标认定的基本规则二、现行驰名商标制度的困境三、驰名商标的本质四、驰名商标制度的改造(一)驰名商标认定的考虑因素(二)驰名商标认定的必要性、主动性与被动性(三)驰名商标的保护记录与自认、“ 个案有效 ”规则(四)驰名商标的消费者教育(五)驰名商标保护的条件——不仅“ 驰名 ”，还需要造成损害第八章 侵犯商标权行为的特征与判定一、侵犯商标权行为的特征二、侵犯商标权行为判定的特殊因素三、关于商标反向混淆案件的分析(一)商标反向混淆的事实后果(二)商标反向混淆的侵权法基础(三)商标反向混淆的责任认定结语参考文献后记

章节摘录

消费者通过各种途径认知了某个商标。
凭借该商标，消费者只能认识到，而且也只应该认识到，该产品与原先自己选择的产品具有同一性或相关性。
对于标示某一商标的低质量商品或质量不稳定的商品，消费者能够选择的是不买。
如果经营者进行了虚假描述，对消费者实施了欺骗行为，那么消费者可以追究其欺诈的责任。
但是，这绝不是商标的功能，也不是商标法所能调整的。
“商标在任何意义上都不是保证商品质量的标记，它既不能担保优质，又不能担保标准化。”①商标无法保证商品的质量，商标管理部门也无法从私权的角度强制经营者履行所谓“品质保证”的义务。
例如，某个商标曾经因为商品卓越的品质而享有盛誉，但是该商标的权利人现在生产经营困难，无法保护产品的高质量。
“三聚氢胺”事件中的“三鹿”奶粉并不会因为质量问题而丧失商标权。
此时，商标行政管理部门并不应当因商品质量的变化而取消其商标专用权。
这一点，国内有学者有同样的认识，只是他得出了不同的结论。
② 另外，品质本身也是一个内涵不确定的词语，对于不同的商品而言，品质的内涵是不同的。
现在，商品的市场分类越来越细，品质问题更是难以确定。
例如，同是白酒，却可能有不同的香型。
再如一般认为“肯德基”是卖炸鸡的，但是它现在也推出不同种类的新产品，有炸猪排、炸鱼肉，这同样属于品质问题。

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