

<<商标侵权认定>>

图书基本信息

书名：<<商标侵权认定>>

13位ISBN编号：9787510201684

10位ISBN编号：7510201683

出版时间：2009-11

出版时间：中国检察出版社

作者：李亮

页数：243

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>

<<商标侵权认定>>

内容概要

《商标侵权认定》共七章，第一章，商标之本体与本质。

商标，追根寻源属于标识的一种，商标最早与法律联系在一起是在1618年的英国，1804年《法国民法典》第一次将商标权与其他财产权放在同样保护的地位。

此后，英国于1862年、美国于1870年、德国于1874年、日本于1875年相继颁布商标法。

目前，世界上多数国家和地区都制定了商标法。

传递信息是供应商面向广大消费者通谕信息的具有商业上获得成功的战略意义的行为，该成功离不开企业名称、商品、服务的商标、产品的原产地名称等标志的建设，从这个意义上讲，商标是信息的传递者。

在社会经济生活环境当中它区别商品和服务的来源，证明商品的质量，如证明商标、集体商标是对付市场上以次充好、假冒伪劣产品的有力武器；商标体现的是商誉的全部价值。

其他可以体现商誉价值的还包括商号、商品名称等能够将商品、服务与其来源联系起来的东西。

所以说，商标是商誉的表现形式，商誉是商标的内容，商标所传递的具有标识性的信息是企业的商誉。

商标保护得好的企业商誉必然高，商标保护不力的企业必然因为商誉的降低而举步维艰。

商标权的非物质性，也可以称为无形性。

它是指作为知识产权客体的“智慧创作物”本身表现为信息形态，而非物质形态。

具体而言，作为知识产权客体的“智慧创作物”不占有任何物理空间，通常以商品和服务为载体而存在。

作为财产权的商标权，公共利益和私人利益一直交织在该权利中，某种程度、某个阶段，对公共利益的保护要高于对私人利益的保护。

<<商标侵权认定>>

作者简介

李亮，1970年出生，河南省汝南县人，1991年毕业于河南大学，于2000年、2006年先后毕业于中南财经政法大学，取得民商法学硕士、博士学位。

现任安徽省滁州市中级人民法院副院长，国家四级高级法官。

2006年—2008年，浙江嘉兴学院法律系兼职教授，2009年起，安徽财经大学法学院兼职教授。

2000年以来，参与完成多项省、部级课题，在《社会科学家》、《人民司法》、《法律适用》、《法治研究》等期刊发表民商法、知识产权论文三十余篇。

当前主要学术兴趣在于民商法、知识产权的基础理论与审判实务研究。

<<商标侵权认定>>

书籍目录

导论 内容提要 第一章 商标之本体与本质 一、认识商标 (一) 与商标有关的历史 (二) 商标是信息传递者 二、商标规定性——商誉 三、商标权之哲学基础 (一) 商标权之哲学基础 (二) 商标权存在的哲学基础 四、商标权之本质——无形财产权 五、商标权中的公益与私益 第二章 商标权人的权利 一、商标权保护的内容 (一) 专用权 (二) 禁止权 (三) 使用许可权 (四) 转让权 (五) 续展权 (六) 出质权 二、商标权扩张及其利益平衡 三、商标权扩张的深层体现 四、商标权扩张与利益平衡 (一) 商标法蕴涵的利益平衡机制 (二) 商标权深层次扩张与利益平衡 五、商标权与物权内容上之比较 (一) 商标所有权 (二) 商标质押权 六、商标权主体的单向性到多向性 (一) 主体开放 (二) 共有 七、全方位的商标构成要素 (一) 平面商标 (二) 网络带来新的商标构成要素 八、小结 第三章 商标侵权的构成 一、商标侵权的理论及其发展 (一) 混淆理论 (二) 联想理论 (三) 淡化理论 二、商标侵权行为的构成要件 (一) 行为的违法性 (二) 造成或可能造成损害 (三) 因果关系 (四) 商标侵权行为归责原则 三、小结：立法建议 第四章 商标侵权的类型与认定 一、商标侵权行为的类型 (一) 未经商标注册人许可或同意型侵权行为 (二) 销售型侵权行为 (三) 伪造或擅自制造型侵权行为 (四) 其他型侵权行为 二、商标相同或近似的认定 (一) 相同商标的认定 (二) 近似商标的认定 (三) 认定采用的具体方法 (四) 几种商标近似的具体判断 三、商品相同或类似的认定 (一) 商标法意义上的商品 (二) 相同商品的认定 (三) 类似商品的认定 四、混淆可能的认定 (一) 普通商标侵权认定适用“禁止混淆”标准 (二) “禁止混淆”标准的发展 (三) 商标的合理使用对混淆认定的影响 (四) 商标合理使用的判断标准 五、小结：关于商标侵权认定的几点建议 (一) 立法方面的建议 (二) 司法实践方面的建议 第五章 商标权侵权抗辩 一、商标权限制的概念与正当性 (一) 均衡利益：商标权人、其他竞争性厂商、社会公众间的利益的合理分配 (二) 商标法正义价值探寻：公平、合理分享社会财富的手段 (三) 实现商标法的公共利益：防止商标权人滥用权利 二、商标权合理使用：立法例与类型 (一) 叙述性合理使用 (二) 指示性合理使用 (三) 说明性合理使用 (四) 平行使用 三、先使用权人的使用 四、非商业性使用 五、商标权的穷竭 第六章 网络商标侵权 一、网络时代商标权的新变化 二、网络商标侵权的概念和特点 三、网络商标侵权的表现形式及分析 (一) 网页上的商标侵权 (二) 网上域名的商标侵权 (三) 网络链接中的商标侵权 四、小结：我国处理网络商标侵权的对策和建议 (一) 立法的完善 (二) 执法的加强 (三) 司法对策 第七章 商标侵权的民事责任 一、商标侵权的民事责任——损害赔偿 (一) 商标侵权损害赔偿制度的功能 (二) 商标侵权损害赔偿制度的性质 (三) 商标侵权损害赔偿的目的和原则 二、商标侵权损害赔偿的范围和计算方法 (一) 商标侵权损害赔偿的范围 (二) 商标侵权损害赔偿的计算方法 三、小结：我国商标法赔偿数额计算方法的完善 (一) 我国不同法律对于赔偿数额计算方法的适用顺序规定不一 (二) 法定赔偿制度未能发挥应有之功效 (三) 损害之修复与损害赔偿金额 (四) 商誉损害应列入赔偿范围 参考文献

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>