

<<德国反不正当竞争法研究>>

图书基本信息

书名：<<德国反不正当竞争法研究>>

13位ISBN编号：9787511811363

10位ISBN编号：7511811361

出版时间：2010-11

出版时间：范长军、郑友德 法律出版社 (2010-11出版)

作者：范长军 著

页数：460

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>

## <<德国反不正当竞争法研究>>

### 内容概要

德国法律，基于严谨科学的理性思维和博大精深的历史沉淀，为各国法律发展提供了有益的借鉴，而其成熟健全的现代知识产权法，则为国际知识产权制度不断注入新的活力。

“法律不是逻辑，而是社会生活。

”德国《反不正当竞争法》或许有助于增加我们对这句话的理解：虽然其条文数量极少，但是却关照并维系着行为主体的丰富的社会关系，当事人也经常以该法为依据提起诉讼，法官依据该法所作出的判决也异常庞大，以至于对该法简单的二十余条进行逐条解释的“评注”，动辄多达三四千页。

<<德国反不正当竞争法研究>>

作者简介

范长军，男，1975年出生，湖南隆回人。

华中科技大学法学院讲师。

2006年10月至今，受德国汉斯·赛德尔基金会(Hanns-seidel Stiftung)资助，在德国拜罗伊特(Bayreuth)大学攻读法学博士学位。

主要研究方向为知识产权法、民法、德国法及欧盟法。

## &lt;&lt;德国反不正当竞争法研究&gt;&gt;

## 书籍目录

引文中的主要德文与中译名德国反不正当竞争法——导读第一编 基本理文艺学与基本问题第一章 导论第一节 概念、法律渊源、性质与特征一、概念二、法律渊源三、性质与特征第二节 历史发展一、1896年《反不正当竞争法》二、1909年《反不正当竞争法》三、2004年《反不正当竞争法》四、2008年《反不正当竞争法》第三节 与宪法的关系一、基本权利的间接的第三人效力二、基本权利对反不正当竞争法的影响方式三、联邦宪法法院判决的基本发展四、各基本权利与反不正当竞争法第四节 与民法的关系一、反不正当竞争法与民法的一般关系二、与民法典相关条文的关系三、与营业权的关系第五节 与知识产权法、卡特尔法的关系一、与知识产权法二、与卡特尔法第六节 与共同体法的关系一、基本问题二、反不正当竞争法与基本自由三、通过派生法的协调四、来源国原则第二章 立法目标与调整对象第一节 立法目标一、保护利益：从个体法到社会法二、现行《反不正当竞争法》的规定三、竞争者四、消费者第二节 调整对象一、历史发展二、构成要件三、促进竞争的意图四、公法主体的竞争第三章 一般条款第一节 历史发展一、1909年《反不正当竞争法》二、2004年《反不正当竞争法》三、2008年《反不正当竞争法》第二节 本身不合法的商业行为一、功能二、误导性的商业行为三、攻击性的商业行为第三节 违反专业注意义务的不合法商业行为一、概述二、违反适用于经营者的专业注意义务三、侵害的显著性第四节 其他不合法的商业行为一、概述二、构成要件三、侵害的显著性四、主观要件第五节 一般条款的司法具体化一、转义二、利益衡量三、宪法四、法律评价五、法律之外的标准六、案例群七、一般条款的兜底范围第二编 侵害竞争者利益的行为第四章 贬低商誉与诋毁商誉第一节 贬低商誉一、概述二、构成要件三、法律责任第二节 诋毁商誉一、概述二、构成要件三、法律责任第五章 不当模仿他人成果第一节 概述一、历史发展和保护目标二、竞争政策上的理由第二节 构成要件一、一般构成要件二、供应模仿竞争者产品的产品三、竞争属性四、导致模仿构成不正当行为的特殊情形第三节 特别问题一、兼容产品二、保护期限三、法律责任第六章 阻碍竞争第一节 概述一、现行《反不正当竞争法》的规定二、历史发展三、保护目标四、与其他法的关系第二节 构成要件一、一般构成要件二、竞争者三、阻碍四、有目的第三节 具体类型一、挖聘竞争者的雇员二、违法的权利警告三、与顾客相关的阻碍：争夺竞争者的顾客四、与产品相关的阻碍五、低价倾销六、联合抵制七、通过标志及域名实施的阻碍第七章 不正当的比较广告第一节 概述一、现行《反不正当竞争法》的规定……第三编 侵害消费者利益的行为第八章 侵害决定自由第九章 误导行为第十章 不可合理预期的骚扰第四编 侵害公共利益的行为第十一章 违法行为第十二章 整体的市场阻碍第五编 民事制裁与程序规定第十三章 民事制裁第十四章 程序规定第六编 刑事规定第十五章 广告犯罪第十六章 侵害企业秘密罪附录主要参考文献后记

## <<德国反不正当竞争法研究>>

### 章节摘录

版权页：自20世纪60年代至90年代，在欧洲与国际范围内进行比较，德国反不正当竞争法特别严厉：附赠、折扣、搭售与比较广告原则上被禁止；广告只要对少数的10%~15%的相关交易人群构成误导，法院就认定其构成误导广告。

这种严厉判断日益受到学术界的批判；联邦宪法法院也在几个判决中宣布，严厉的广告禁止与《基本法》第5条保障的意见自由不一致；此外，由于欧洲法院认为德国反不正当竞争法中的一些贸易限制规定违反了商品流通自由原则（《欧洲共同体条约》第28条），因此共同体法也要求德国法自由化。因而20世纪90年代揭开了反不正当竞争法的自由化序幕：第一，司法实践采纳了共同体法中的具有通常信息、通常注意力的普通消费者形象并放弃了对搭售的禁止；第二，为转化欧共体关于比较广告的指令而自2000年起原则上允许比较广告；第三，2001年取消了附赠与折扣禁止。

最终，2004年德国颁布了新的《反不正当竞争法》。

新法追求法典化、自由化与欧洲化的目标：第一，法典化。

在新的一般条款中（第3条），“不正当竞争行为”概念取代了“违背善良风俗”概念，并通过轻微门槛条款予以补充；在11种不正当竞争行为的列举规定中（第4条），由司法实践根据1909年《反不正当竞争法》第1条所发展而来的最重要的案例群得以法典化；对当时在共同体法已经获得规定的不正当行为，在新法中进行了专门的规定。

## <<德国反不正当竞争法研究>>

### 编辑推荐

《德国反不正当竞争法研究》是德国知识产权与竞争法研究丛书之一。

<<德国反不正当竞争法研究>>

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>