

<<商标法专题研究>>

图书基本信息

书名：<<商标法专题研究>>

13位ISBN编号：9787513002578

10位ISBN编号：7513002576

出版时间：2011-1

出版时间：冯涛、等 知识产权出版社 (2011-01出版)

作者：冯涛

页数：293

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>

<<商标法专题研究>>

前言

加入世界贸易组织近十年的时间里，我国发展所面临的国际竞争日趋激烈。

温家宝总理指出，国家间的竞争说到底就是知识产权竞争。

我们建设创新型国家、创新型企业，必须依靠自主创新。

其中最主要的是专利技术创新和品牌创新。

如果说专利创新处于产品创新的前端，那么品牌创新则最终保障产品的市场优势。

商标，特别是驰名商标，不断扩大产品的市场占有率，提高产品的市场收益率。

为了更好地保障商标权的创造、运用、管理，保护商标权，发挥商标的各项经济功能，发挥商标法的各项制度功能，国家工商行政管理总局、最高人民法院、地方人民政府及其有关部门、中央和地方企业依据国务院发布的《国家知识产权战略纲要》，制定实施了相应的执法、司法以及管理制度。

这些制度的有效实施不断推进我国商标战略向纵深发展，提高了国家和企业的经济竞争力。

为了总结我国商标立法、执法、司法和管理的经验成就，展望商标法的发展前景，为法学界、法律界、企业界和政府管理部门提供有益的理论指导，我们精心组织编写了《商标法专题研究》一书。

商标法的内容繁多，都值得细细研究。

而我们选取若干亟待解决的难度较大的问题作为研究对象，目的在于抓住主要矛盾，解决主要问题，力求全面、系统地阐释每个问题的因果关系，提出相应的对策。

本书的编写坚持“以我为主”的原则，主要研究中国商标法实践和理论中的重大课题。

本书从商标法的目的、价值、功能、原则、法律关系等基本问题入手，研究了我国商标法的源流、两岸三地商标法的异同；国家、地方和企业商标战略的实施；集体商标和证明商标的运用与保护；商标权的投资与融资担保；商标海外侵权与维权；商标恶意异议与典型侵权救济等问题。

根据不同的论题，我们运用了相应的研究方法。

如运用历史分析法，研究中国商标制度发展历程；运用比较法，研究“一国两制”的商标制度；运用系统分析法，研究商标战略的纵向结构；运用经济分析法，研究集体商标和证明商标的价值利用、商标权投资与融资的价值基础。

<<商标法专题研究>>

内容概要

《商标法专题研究》重点研究商标法的基本价值、基本原则、基本范畴，商标法的历史沿革与未来发展的基本规律，商标战略制度的实施与完善建议，我国区际商标制度的协调机制。重点解决的难题主要包括证明商标与集体商标的保护利用、地理标志如何促进农业发展、驰名商标保护与打造国际品牌、我国商标的海外维权机制、商标权担保融资制度、商标争议处理制度的改革。

<<商标法专题研究>>

书籍目录

第一章 商标法基本问题第一节 商标法的目的第二节 商标法的价值第三节 商标法的功能第四节 商标法的原则第五节 商标法律关系第二章 中国商标立法的现状与趋势第一节 商标法的产生与发展第二节 中国区际商标制度第三节 中国商标法的未来趋势第三章 商标战略制度第一节 商标战略的制度化和规范化第二节 国外商标战略制度及其借鉴第三节 中国商标战略制度及其实施第四节 中国商标制度的国际化目标第四章 集体商标与证明商标制度第一节 集体商标的基本界定第二节 集体商标的运用与保护第三节 证明商标的基本界定第四节 证明商标的运用与保护第五节 集体商标与证明商标保护国际立法第五章 商标权投资与融资制度第一节 商标价值评估制度第二节 商标权投资制度第三节 商标权质押融资制度第六章 中国商标海外维权制度第一节 国际商标注册制度第二节 世界贸易组织规则与商标保护第三节 中国商标海外维权制度第七章 商标异议与典型侵权救济第一节 商标异议的基本界定第二节 恶意商标异议的法律规制第三节 典型商标侵权救济后记

<<商标法专题研究>>

章节摘录

在现代社会，消费者和生产者的完全分离意味着厂商应当为商品找到一种直接能与消费者沟通的渠道。

商标就是重要的渠道之一。

现代消费者已经习惯于通过商标识别商品。

产品来源的识别对于确保消费者在购买商品时作出最后的决定是十分关键的。

由于生产同类商品的厂商竞争的存在，同类商品具有很多不同的商标，消费者会通过购买实践而逐渐地趋向于偏爱其中的某一个或某一些商标的商品。

久而久之，他们可能会对少量的商标商品形成一种“商标虬隋结”。

一旦形成这种情结，很多消费者将不会轻易改变自己的商标导向，因为对他们来说，这些商标比其他的商标具有更重要的文化意义。

与消费者这种商标心理相一致，厂商的市场营销行为也集中于使消费者以商标为参照来购买商品。

毋庸置疑，当一个单词或者符号等作为商标在一个特定的商品上使用而使其含义变得特定时，它就具有了反映该商品信息的功能。

在众多同类商品的选购中，商标正好充当了“商品信息指示器”的作用。

其二，商标标示商品质量一致性增进消费者利益。

同一商标标识了同一质量的产品这一信息，会使消费者在购买商品时获得一种安全感。

这种安全感使消费者进入了一个更大的市场，在这个市场中消费者只需要认牌购货。

可见，在维持商品同一质量基础上获得的安全感，促进了消费者对特定商标商品的青睐。

反过来，厂商也获得了继续维持产品质量的动力。

换言之，商标促进了商品生产者提高商品质量并坚持商品质量的一致性。

这种在确保商品质量一致性基础上形成的消费者对商标商品的信任感，最终会积极影响厂商销售此类商品的市场占有率。

因此，对商标的法律保护，为厂商针对消费者对其商标认可的行为进行投资提供了激励，商标法对生产者为了通过保持产品质量的一致性来维护在消费者中的信誉也提供了激励。

商标法确保商品质量的一致性，这是形成特定商标信誉的基础和保障。

一个特定的商标确保了购买者在市场中购买同一来源与同一质量的商品。

换言之，商标之所以代表了被附载的商品生产者的商誉，是因为它体现了商品的同一来源和商品质量的一致性。

商标受到保护，是基于其通过商标权人对商品质量的维护而在贸易中获得重要性。

像美国《兰哈姆法》提供的最有价值和重要的保护之一是“控制在商标名义下制造和出售商品的质量的权利”。

美国国会报告在指出商标是竞争的本质时，也指出“商标鼓励质量的维护”。

有关判例则指出“商标法允许消费者依赖于产品质量的连续性”。

后记

世界各国和国际立法对商标法给予了与专利法同等的立法地位。这说明商标法是建立健全市场经济法制不可或缺的法律规范。商标法的学习研究和适用应得到政府、企业和学术机构的普遍重视。本书是我们撰写《知识产权法》之后的又一新作。全书的框架和内容绝大部分是我们自己的别出心裁，但引用前人的成果是必不可少的。几乎所有的引用都注明了出处，以尊重他人的版权。如果还有疏漏，敬请有关作者谅解。本书的写作首先得到了江苏大学专著出版基金的资助，使我们能够专心写作。我们希望本书不会令资助者失望。在写作过程中，我们深入到一些企业进行调研，他们给予了大力协助。这里需要提及的是江苏赛威电气设备有限公司和江苏安普特防爆科技有限公司。好友李冠新、李斌、李玉虎、胡小红等博士给予了很多精神支持，在此谨表谢意。本书的写作得到了知识产权出版社的大力支持。能与专业的出版社合作，我们感到十分欣慰。感谢责编的辛勤劳动。本书是集体合作的结晶，但明确分工及相应的权利义务是十分必要的。全书大纲的提出和统稿由冯涛负责，同时独立撰写了第一、二、三、六章，第七章第一、三、四节。牛玉兵（江苏大学）参与撰写了第四章、第七章第二节。尚清锋（南京大学）参与撰写了第五章。对两位同志参与研究表示感谢。

<<商标法专题研究>>

编辑推荐

《商标法专题研究》是由知识产权出版社出版的。

<<商标法专题研究>>

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>