

<<商标案例与评析>>

图书基本信息

书名：<<商标案例与评析>>

13位ISBN编号：9787800017902

10位ISBN编号：7800017907

出版时间：1996-11

出版时间：企业管理出版社

作者：白光

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>

## <<商标案例与评析>>

### 作者简介

白光 1948年生，  
河北省霸州市人，1975  
年毕业于兰州大学，现  
为农业部北京农垦管理  
干部学院副教授，多年  
从事于经济理论与经济  
法教学和研究工作。

主要著作有《商品  
经济社会的基本经济规  
律论》、《经济基础理论热  
点》、《社会主义经济理论  
与改革实践》（合编）、《中  
国特色的社会主义理  
论》（合编）、《科技兴垦》、  
《企业经营与管理》等十  
余部专著与教材。

二十  
余年中先后发表经济论  
文五十余篇，其中有十  
余篇曾获部级、省级、研  
究会及期刊等优秀论文  
奖。

## <<商标案例与评析>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 商标序曲

#### 第一部分 商标定位案例

- 1.1 可口可乐：药草与果子名称的结合
- 1.2 索尼：“小家伙”与“声音”的合一
- 1.3 金利来：“金输”不如意后的灵感
- 1.4 雀巢：哺育、舒适、依偎的象征
- 1.5 柯达：天狼星、母亲的联想
- 1.6 三洋：志在世界三大洋
- 1.7 卡西欧：四兄弟团结奋斗的结晶
- 1.8 蓝带：扎带子产生的神奇效应
- 1.9 万宝路：人名和地名的品牌
- 1.10 埃克森：历史上最昂贵的改名
- 1.11 力士：上等、精华的文字内涵
- 1.12 麦当劳：“M”的特许加盟而成为名牌
- 1.13 艾德赛尔：汽车与止咳药名称雷同而失败
- 1.14 六必居：六个必须做到的字号
- 1.15 同仁堂：寓意深远的老牌子
- 1.16 999：一个白拣来的商标名称
- 1.17 娃哈哈：来自新疆民歌的启发
- 1.18 活力28：具有鲜明个性的创意
- 1.19 鄂尔多斯：真正的开司米故乡
- 1.20 英雄HERO：激励民族精神的名称

#### 第二部分 商标图形设计案例

- 2.21 意大利的阿里塔里亚航空公司的商标图形  
字母造型设计
- 2.22 加拿大蒙特利尔的丽索联社商标图形  
字母形象化设计
- 2.23 意大利“CIMET”冷冻设备商行的商标图形  
字母的象征性设计
- 2.24 国际羊毛局三束球状羊毛标志图形  
弧线型象征性设计
- 2.25 中国扬子电器公司“扬子”商标图形  
粗线型象征性设计
- 2.26 广东健力宝集团的“健力宝”商标图形  
拼音字母的象征性设计
- 2.27 广东太阳神集团的“太阳神”商标图形  
几何图形的象征性设计
- 2.28 美国HangTen国际公司的“金脚丫”商标图形  
具体形象造型设计
- 2.29 上海三枪集团的“三枪”商标图形  
具体形象的寓意设计
- 2.30 孔乙己土特产有限公司的“孔乙己”商标图形  
鲁迅笔下小人物形象设计
- 2.31 宁波万里春针织有限公司的“万里春”商标图形

## <<商标案例与评析>>

汉字形象造型设计

2.32中国咸阳保健品厂的“505”商标图形

数字型寓意性设计

2.33广东罐头厂的“鹰金钱”商标图形

形象的民族风格设计

2.34江苏红豆集团的“红豆”商标图形

内涵与象征的结合性设计

2.35宁波一休集团股份公司的“一休”商标图形

儿童形象与象征设计

2.36河北省豪门集团的“豪门”啤酒商标图形

体现中国传统风格的设计

2.37山东粮油进出口公司的花生商标图形

理念与视听的创造性设计

2.38我国外贸出口的“新芽”茶叶商标图形

简洁清新的创意设计

2.39美国西屋公司的“W”商标图形

讯号化设计的演变趋势

2.40“可口可乐”商标图形

世界上第一个立体商标图形

第三部分 商标注册不当案例

3.41“至宝”商标注册不当

3.42“劲旅”及图形商标违反禁用条款

3.43“ELLE”商标与驰名商标相重

3.44“多烯康”是药品通用名称

3.45“毛鸡”是毛鸡酒商品的主要原料

3.46“青龙GREENDRAGON”商标

缺乏显著性

3.47鞋底图形商标对商品具有叙述性

348“PEPSILIGHT”商标直接表示了

商品的性能

3.49“PAristyles”商标是法国首都的名称

3.50“VEHAI味海”商标表示了商品特点

3.51“OXFOPD”商标是英国牛津地名

3.52“麻元”商标是商品的通用名称

3.53“DUTCHBABY”商标直接表示了商品的

消费对象和容器

3.54“POND'S”商标图形是产品的包装容器

3.55“金品”商标象征商品质量上乘

3.56“OK”商标是“好”的口头语，

表示了商品的质量

3.57“ORIGINAL”商标是“新颖”

“独特”的含义

3.58桔黄色图形商标难以被消费者认同

3.59“黑”商标直接表示了商品的特点

3.60“PARISTAR”商标易使消费者误认

商品的产地

3.61“娃哈哈”商标与他人“娃哈哈”

<<商标案例与评析>>

的文字相同

3.62 “EMIR” 商标图形与他人商标形式近似

3.63 “CAT” 商标同他人商标字母相近似

3.64 “CERES” 商标与他人商标英文相同

3.65 “小太阳” 商标与他人商标译意相同

3.66 “羊石” 商标与他人商标文字近似

3.67 “乌龙山井” 商标与“乌龙山” 相重

3.68 “天竹” 商标与“天” 字商标近似

3.69 “安娜” 商标与“ANNA” 商标近似

3.70 “FOREIGNBABY洋娃娃” 商标与  
“娃娃” 商标构成近似

第四部分 商标驳回后复审准予公告案例

4.71 “TEXWOOD” 商标是抽象苹果图形还是  
服装通用图形

4.72 “MR.PEANUT” 商标是直接还是间接  
暗示了商品的原料

4.73 “圣诞” 商标是否会产生不良影响

4.74 “COLDFLOW” 商标是直接还是间接  
暗示商品的特点

4.75 “黄日香” 商标是否有对本商品的夸大宣传

4.76 “H.N图形” 商标是否表示了产品的  
原料是鸭子

4.77 “BILLIGIO” 商标图形是卡通小人还是  
鞋的通用图案

4.78 “ABCCLUB” 商标是否会造成商品  
产地的误认

4.79 “妈妈” 商标是否缺乏显著性

4.80 “好媳妇” 商标没有显著性吗

4.81 “金色” 商标是否表示了商品颜色

4.82 “916” 数字商标不能注册吗

4.83 “吉羊” 商标图形是否直接表示了  
商品的原料构成

4.84 “JOHNSON’ SBABYFACE” 商标是否直接  
表示了商品的功能和用途

4.85 “佛光” 商标是否能产生不良影响

4.86 白云山公司的几何图形商标是否与  
他人图形商标近似

4.87 “天马” 近似商标能否在非类似  
商品上使用

4.88 “元祖” 商标是否与他人商标近似

4.89 “大众” 商标与近似商标能否  
产生产地的误认

4.90 “Blic” 商标与“BLISS” 商标是否近似

4.91 “Phoebes” 商标是否同“月亮”  
商标在含义上近似

4.92 “SHARK” 商标是否与“SHARP” 商标近似

4.93 “白玉兰” 商标与“玉兰” 商标

## <<商标案例与评析>>

是否是近似商标

4.94 “JAEGER” 商标与 “HUNTER” 商标的含义是否相同

4.95 “双虎” 商标与 “大亚双虎” 商标是否是近似商标

4.96 “封神” 商标与 “风神” 商标是否是近似商标

4.97 “图形” 商标内含上是否同另一商标近似

4.98 “宝生园” 商标是否与 “冠生园” 商标近似

4.99 两 “环光” 商标能否共存

4.100 “R6” 商标能否与注册标记及商品的规格型号混同

第五部分 商标异议与争议案例

5.111 “古升” 商标的异议复审

5.112 “敌杀死” 商标的异议复审

5.113 “TORUS托勒斯” 商标的异议复审

5.114 “两面针” 商标的异议复审

5.115 “TEK” 商标的异议复审

5.116 “bossini” 商标的异议复审

5.117 掷铁饼运动员图形商标的异议复审

5.118 “娃哈哈” 商标的争议与终裁

5.119 “羊羊” 商标的争议与终裁

5.120 “SENSUN” 商标的争议与终裁

5.121 “DK” 图形商标的争议与终裁

5.122 “EGG” 商标的争议与终裁

5.123 “丽珠得乐” 商标的争议与终裁

5.124 “双妹” 商标的合法所有人之争

第六部分 商标抢注与流失案例

6.125 “欧元” 被抢注，欧洲统一货币名称的启用受阻

6.126 “同仁堂” 被日本抢注后失而复得

6.127 天津 “狗不理” 在日本被抢注的遭遇

6.128 “五星” 啤酒因被抢注而改为 “九星”

6.129 台湾 “CM” 商标在大陆被抢注经裁定予以撤销

6.130 被香港在大陆抢注的台湾 “PHONIC” 商标经裁定予以撤销

6.131 “少年文艺” 抢注案始末

6.132 “红双喜” 商标被抢注，只得饮恨易名

6.133 “强力”、“圣斗士” 商标被抢注，花钱买回原本属于自己的东西

6.134 “维尔康” 商标被抢注，结果是 “鸡飞蛋打”

6.135 “田力宝” 商标抢注后的幸运

6.136 “851” 商标因抢注而成 “公共财产”

6.137 “麦当劳” 在南非注册因不使用而流失

6.138 “飞鸽” 商标忽视续展，“鸽子” 飞入别人家

6.139 “金华火腿” 流失杭州，金华万众

<<商标案例与评析>>

能否争“回归”

- 6.140 “含羞草”为他人“作嫁衣”怨谁
- 6.141 “日芝”因商标使用许可而倒了牌子
- 6.142同是一家的两商标，竟形成强烈反差
- 6.143合资后“洁花”成昨日“黄花”，“孔雀”不再“开屏”
- 6.144合资潮“淹没”了众多中国名牌
- 6.145 “露美”在冷落中觉醒，商标被重新“赎回”

第七部分 商标违法与侵权案例

- 7.146 “天宏”刺五加香啤未注册商标冒充注册商标
- 7.147 “太阳”牌锅巴因大量假冒被迫转产
- 7.148冒牌“宏基”电脑被查处
- 7.149假“MOBIL”商标机油受到严肃处理
- 7.150假“咸亨”自酿“苦酒”
- 7.151日本和泉药品侵权，中国进口经销商受罚
- 7.152外商委托国内企业定牌生产而引发的商标侵权
- 7.153美国“山特”商标在西安受到保护
- 7.154金奖产品也构成了商标侵权
- 7.155使用他人获金奖商标为广告宣传为何，也构成商标侵权
- 7.156 “雄鸡”、“钻石”商标的侵权竟是为了出口
- 7.157钻法律空子，聪明反被聪明误
- 7.158拖了四年之久的郎酒商标侵权案得以解决
- 7.159 “竹叶青”酒的商标名称与商品名称之争
- 7.160 “三九胃泰”的商品名称与商标名称之争及处理后余波
- 7.161觅踪追击端掉假“乐百氏奶”黑窝
- 7.162假冒“多宁”商标标识，射阳一厂长被判拘役
- 7.163中、美海关相继查扣假冒“双龙图形”商标的龙口粉丝
- 7.164快速出击捣毁非法印制假冒商标标识和假冒名牌化妆品黑窝
- 7.165非法销售“五星”、“九星”商标触犯刑律

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>