

<<地理标志的保护与管理>>

图书基本信息

书名：<<地理标志的保护与管理>>

13位ISBN编号：9787802474598

10位ISBN编号：7802474590

出版时间：2009-5

出版时间：知识产权出版社

作者：李祖明

页数：270

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>

<<地理标志的保护与管理>>

内容概要

地理标志法律制度在世界范围内都处于一个刚刚建立的起始期，本书作者认为地理标志问题不仅仅是法律问题，而更应当从地理标志经营管理、经济文化发展的角度来思考，本书视角独特、观点新颖，值得阅读。

<<地理标志的保护与管理>>

书籍目录

缘起第一章 地理标志概述 第一节 地理标志概念 第二节 地理标志特征分析 第三节 传统知识项下地理标志保护探讨第二章 相关国际公约对地理标志的保护 第一节 《巴黎公约》 第二节 《制止虚假或欺骗性商品来源标识马德里协定》 第三节 《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》 第四节 《与贸易有关的知识产权协定》 第五节 欧盟的地理标志保护第三章 我国地理标志资源及法律保护现状 第一节 我国地理标志资源 第二节 我国地理标志法律保护现状第四章 地理标志保护模式研究 第一节 地理标志权 第二节 权利取得 第三节 权利保护第五章 地理标志保护的例外 第一节 商标使用的例外 第二节 姓名及商号使用的例外 第三节 通常名称使用的例外 第四节 其他例外规定第六章 地理标志与相关制度的比较 第一节 地理标志与商标 第二节 地理标志与专利 第三节 地理标志与商业秘密 第四节 地理标志制度与原产地规则 第五节 地理标志与名牌 第六节 地理标志与认证标志第七章 地理标志的经营与管理 第一节 管理是基础, 保护是关键, 提升产业是目的 第二节 地理标志产业的发展应走精品路线 第三节 地理标志的规范管理 第四节 地理标志管理与其他规范的配合 第五节 地理标志保护制度与农业经济现代化

<<地理标志的保护与管理>>

章节摘录

当然，以此考量地理标志的知名度时也要注意有些地理标志产品的经营还很粗浅，甚至没有包装，或者即使有包装也是预包装；有些则是因为没有品牌意识，即使在出口过程中也没有打上自己的地理标志或其他品牌。

比如，山西的永济芦笋，出口量占中国出口量的一半，但在国内没有市场。

而且，其销售到国外的时候，主要是贴牌，为外企创牌，但这又不同于服装的贴牌，外商又非常认可该地理标志产品，这种知名度在国际市场的经销商中的确存在，但没有出现在商品的包装上。

我们可以说地理标志的经营者的经营意识和手段需要提高，但目前的情况却是客观存在的。

第三，和同类产品的售价比。

知名度就是附加值，这种附加值也会直接体现在商品的售价或销量上，但因为地理标志产品的质量与地域的关联性，真正的地理标志产品的产量是有限的，不可能无限扩大产量和销量，因此，地理标志的知名度的高低最终会体现在其售价的高低上。

正如前文介绍，马家沟芹菜比其他地方产的芹菜高出几十元的价格也是其知名度的一个证明。

广东汕头市潮阳区的金玉三捻橄榄，售价是同类三捻橄榄的十多倍，每年收获季，当地乡镇领导非常头痛，因为有关领导、各种关系户都要托关系购买此商品。

该商品在申报前事实上已经走精品路线，且产量有限，当地也未盲目扩大规模。

这无疑也证明了地理标志的知名度，说明其产品值得保护。

当然，我们不能简单地因为某个地理标志产品与同类产品的售价比不高就否认该地理标志的知名度进而否认该地理标志的存在。

事实上，我国的大部分地理标志产品因为经营、管理、保护的不到位，致使其产品售价不高。

<<地理标志的保护与管理>>

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>