

<<反不正当竞争法案例评析>>

图书基本信息

书名：<<反不正当竞争法案例评析>>

13位ISBN编号：9787811346169

10位ISBN编号：7811346168

出版时间：2009-10

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：刘继峰 编

页数：217

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>

<<反不正当竞争法案例评析>>

前言

对外经济贸易大学出版社近年来一直致力于法律书籍的出版，为中国的法学研究和法律教育作出了重要贡献。

为了整合资源，打造更具影响力的作品，该出版社决定重点开拓民商法领域，推出“民商法系列丛书”，并委托本人筹划这一出版项目。

中国建设社会主义法治国家、推行社会主义市场经济体制的基本政治、经济目标决定了法律必然要在社会生活中扮演核心角色。

民商法作为维护社会普通民众、市场主体正当利益的法律部门，具有最为广泛的影响力，也最受社会关注。

中国当前的绝大多数法律纠纷为民商事纠纷，各级法院审理的绝大多数案件为民商事案件，律师从事的绝大多数工作为民商事业务。

民商事立法是中国立法机关花费时间最多的立法，民商事法律课程是中国各个大学法学院中学分最多的课程。

与民商法的这一重要地位相当的是，在中国的法律出版物中，民商法领域的图书所占数量也最多。

本套丛书要在如此多的出版物中产生影响力，就应当具有自己的特点。

我认为，本套丛书应当坚持如下几个原则：（一）解决中国的问题。

在选题上，应当选择中国目前在民商法领域面临的重大理论和实践问题，而不应是单纯介绍外国法。

（二）具有开拓性。

作为探讨对象的主题应当是尚未被充分地分析、整理、研究的问题，从而使作品在某一领域居于领先地位。

（三）尊重学术规范。

每一部作品都应当严格遵守学术规范，作品内容要有创造性，作品形式要符合国家在体例上的要求。绝不因赶进度而放弃质量，更不允许抄袭与剽窃行为。

在中国目前重数量而不重质量的学术浮躁现象面前，应当告诫自己做事要更慢一点，更严谨一点。

<<反不正当竞争法案例评析>>

内容概要

竞争是市场经济的灵魂。

竞争行为贯穿于商业活动的始终。

市场经济主体只有通过公平竞争，才能实现真正的优胜劣汰。

但是，作为有限理性经济人的市场主体，为了追求利益最大化，必然会在竞争的过程中采取非法的手段。

如此，竞争的外部环境会受到破坏，公平、公开的竞争秩序会遭到冲击，最终势必会形成恶性循环，严重阻碍经济的持续、健康发展。

随着市场经济的迅速发展，竞争的方式和手段都愈加呈现出多样化、复杂化的趋势。

同样，不正当竞争的方式和手段也愈加纷繁复杂。

如何明晰对实践中正当竞争行为的认识，全面地对该种行为进行法律层面的剖析，成为当下十分必要的课题。

实践中，对各种不正当竞争行为的界定仍不统一，相比其他商事法律对反不正当竞争法的认识和理解也不够深入，以至于在很多时候不能最大地发挥出反不正当竞争法的功用，及时有效地保护市场竞争秩序。

本书采用案例的方式，将近年来影响较大或者具有较强代表性的反不正当竞争案件进行梳理、分类、比较、分析，以案说法，摆脱单纯就法论法的机械模式。

在相关案例的分析中，本书突出法理分析这一内容的阐述，利用演绎推理的方法明确与该案相关的法律知识点，并试图通过案件以点带面，揭示其背后隐藏的相关知识点，以此建构反不正当竞争法的较为完善的认知体系。

本书可以为反不正当竞争法的教学人员，学习该法的人和运用该法实践工作者使用。

<<反不正当竞争法案例评析>>

书籍目录

- 第一章 反不正当竞争法总论 1. 一般条款的补充性调整 —— “范怡文”品牌服装设计被仿冒案
 2. 反不正当竞争法和其他法竞合时是否适用“特别法优于一般法”原则？
 ——王致和商标在德国被抢注案 3. 判例在竞争法中有何种地位？
 ——上门推销的法律性质分析第二章 商业标识的假冒、仿冒 4. 域名抢注如何适用法律？
 ——劳力士公司诉国网信息公司抢注域名侵犯其注册商标专用权案 5. 姓名的使用如何构成不正当竞争？
 ——湖南王跃文诉河北王跃文等侵犯著作权、不正当竞争纠纷案 6. 如何认定仿冒知名商品所特有的包装和装潢的不正当竞争行为？
 ——广合腐乳公司诉天城食品公司仿冒其特有包装、装潢案 7. 如何对反向假冒商标进行规制？
 ——北京服装一厂诉北京同益广告公司、北京开发促进会商标侵权案，第三章 商业贿赂 8. 不具备合法经营资格的企业能构成商业贿赂吗？
 ——孙某诉某区工商行政管理局案 9. 捐款未依法入账会导致商业贿赂吗？
 ——某市妇幼保健院诉某市工商行政管理局案 10. 非商业单位间的捐款属于商业贿赂吗？
 ——某县人民医院诉某县工商局案 11. 商业惯例就是合法的商业行为吗？
 ——某宾馆诉某市工商局行政处罚决定案第四章 引人误解的虚假宣传 12. 如何理解“引人误解的虚假宣传”？
 ——一西班牙米盖尔(香港)制造集团有限公司等与米盖尔(天津)发展有限公司商标侵权和不正当竞争案 13. 谁来承担虚假广告的法律责任？
 ——王某与郭德纲“藏秘排油”案 14. 运用比较广告进行宣传的法律规制 ——云南白药集团股份有限公司诉黄石飞云制药有限公司、北京金碧国全中医药研究所、广西南宁朝阳大药房连锁有限责任公司不正当竞争纠纷案第五章 侵犯商业秘密的不正当竞争行为 15. 已经“公开”的信息构成法律意义上的商业秘密吗？
 ——石狮市某休闲服饰有限公司诉傅某及晋江市某服装有限公司案 16. 商业秘密案件中，商业秘密权利人应当承担哪些举证责任？
 ——成都市某化学工业有限公司诉郭某案 17. 在与企业没有明确约定的情况下，企业高级管理人员在离职后是否还应承担竞业禁止义务？
 ——北京某软件技术有限公司诉北京某科技发展有限公司及俞某案 18. 竞业禁止协议的滥用及制度完善 ——华润汽车修理厂与王某签订的竞业禁止协议无效案 19. 反向工程构成要件是什么？
 通过反向工程获得技术信息是否构成侵犯他人商业秘密？
 ——南海市某五金制品厂诉黄某案第六章 不正当有奖销售 20. 为什么有奖销售应当规定最高限额？
 ——时代广场有奖促销案第七章 商业诋毁

<<反不正当竞争法案例评析>>

章节摘录

有学者认为：各国反不正当竞争法保护的并不是商品本身，而是区分不同商品生产者的识别性标识，“知名”与否也是针对这些商业符号而言的。

笔者认为这种观点实际上是一种偷换概念的诡辩论，因为商品的实体本身与其名称、包装、装潢等识别性标识共同构成一个密不可分的整体，商品实体或是识别性标识都是这个整体中的一部分，二者相互依赖，相互联系，商品实体依靠识别性标识来标表自己的独立性，表明其是与其他生产者生产的商品不同的商品，进而便于消费者识别。

商品实体和识别性标识离开了任何一方这种功能均无法发挥，识别性标识只有与商品实体结合在构成了商品这一整体后才有意义。

因此笔者认为上述观点片面过分夸大了商品识别性标识的作用，是不可取的。

另外，知名商品也是一个相对性的概念，我国地大物博，商品的知名程度也存在不同层次的差别，有全国知名的商品，也有地区知名的商品，法律并没有限定对“知名”进行认定时其影响范围的标准，因此，我们不能强求一个商品必须在全国范围内甚至世界范围内享有知名度才予以保护，这对生产者和经营者来说显然是不公平的，因此，在认定知名商品时，我们应该把它放到一个相对合理的范围内进行考虑。

在判断商品是否为知名商品时，我们应该按照《若干解释》的规定，结合商品的知名度、销售情况、宣传情况、是否获得权威性的评奖或作为知名商品受到保护等因素作出合理的综合性认定。

在本案中，广合腐乳多年来在国内外市场享有盛誉，在广东及东南亚地区几乎家喻户晓，并且产品行銷全国各地，凭借其可靠的产品质量，受到消费者的亲睐。

1992年和1998年“广合”商标被评为广东省著名商标，1996年被中国科技信息杂志社、中国消费者保护基金会推荐为消费者信得过产品，1995年和1997年被中国食品工业协会推荐为名牌产品，并获得中华之最佳的称号。

鉴于以上事实，可以认定广合腐乳是具有一定知名度、销售情况好、为消费者所熟悉并获得权威性评奖的知名商品。

4.特有的包装和装潢的认定《若干规定》第3条第2款规定：“本规定所称特有，是指商品名称、包装、装潢非为相关商品所通用，并具有显著的区别性特征。

”由此可见非通用性与显著性是认定特有包装和装潢的两个基本标准。

<<反不正当竞争法案例评析>>

编辑推荐

《反不正当竞争法案例评析》为民商法系列丛书·以案说法之一。

<<反不正当竞争法案例评析>>

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>