

<<"十二五"规划大学教材>>

图书基本信息

书名：<<"十二五"规划大学教材>>

13位ISBN编号：9787560281148

10位ISBN编号：7560281141

出版时间：2012-4

出版时间：赵天祥、王伟 东北师范大学出版社 (2012-04出版)

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>

## <<"十二五"规划大学教材>>

### 内容概要

《"十二五"规划大学教材:知识产权法》的特点是简明扼要。

在每一章节之始,我们设立了“学习要点”,力求以简单明了的语言,介绍本章应掌握与理解的内容。

知识产权法学是一门实践性非常强的学问。

一方面,很多制度规则,包括很多理论学说,都是来自立法和司法的实践;另一方面,成文的制度和规则,以及相关的理论学说,又必须解决现实中出现的问题。

这与很多“纯理论”的学问形成了鲜明的对比。

与此相应,其中的“思考题”就相关章节中的重点内容设定问题,要求学习者予以掌握。

书籍目录

第一章 知识产权概论 第一节 知识产权的概念和范围 第二节 知识产权的特征 第二章 著作权法 第一节 著作权与著作权法概述 第二节 著作权法保护的客体 第三节 著作权主体概述 第四节 著作人身权 第五节 著作财产权 第六节 著作权的归属 第七节 著作权的期限 第八节 著作权的限制 第九节 著作权的保护与法律救济 第十节 邻接权 第十一节 出版者的权利和义务 第十二节 表演者的权利 第十三节 录音录像制作者权 第十四节 广播组织权 第十五节 计算机软件保护概述 第十六节 计算机软件著作权 第十七节 计算机软件著作权的登记与保护 第三章 商标法 第一节 商标概述 第二节 商标法的概念和历史发展 第三节 商标权的概念和特征 第四节 商标权的主体 第五节 商标权的客体 第六节 商标权 第七节 特殊商标的保护 第八节 侵犯商标权的判定 第九节 侵犯商标权的法律责任 第四章 专利法 第一节 专利概述 第二节 专利审批程序 第三节 专利权的客体 第四节 专利权的主体 第五节 专利权人的权利 第六节 专利权人的义务 第七节 专利权的保护范围 第八节 侵犯专利权行为的判定 第九节 侵犯专利权的法律责任 第五章 其他知识产权保护 第一节 商业秘密保护 第二节 商业秘密的法律保护 第三节 集成电路布图设计保护制度概述 第四节 布图设计专有权的内容和限制 第五节 布图设计专有权的取得和丧失 第六节 布图设计专有权的保护 第七节 制止不正当竞争概述 第八节 仿冒的实质 第九节 虚假宣传与商业诋毁 参考文献

## 章节摘录

版权页： 第八节 侵犯商标权的判定 一、商标权的保护范围 为了更好地保护商标权，保护范围显然要大于商标专用权本身的内容。

不仅在与核定使用的相同商品或服务上使用与核准注册商标相同的商标是被禁止的，在与核定使用的“相类似”的商品或服务上使用与注册商标“相近似”的商标，在与核定使用的相同商品或服务上使用与注册船标“相近似”的商标，在与核定使用的“相类似”的商品或服务上使用与注册商标相同的商标的行为都是被禁止的。

这样规定，有利于更加全面地保护商标专用权。

“核准注册的商标”与“核定使用的商品或服务”这两个要素加在一起，构成了商标专用权的保护范围。

商标权人所享有的商标专用权，以核准注册的商标和核定使用的商品或服务为限。

在这一基础上，对商标权的保护，便意味着商标权人有权禁止他人在与其核定使用的相同商品服务或者类似商品服务上使用与其核准注册商标相同或者近似的商标。

一、商标权保护的理论基础（一）制止混淆 1.混淆的含义 已经或者可能对商品或服务的来源及有关方面发生误认，即被称作“混淆”。

目前，我国规定，有两项内容会发生在商标法的混淆上：对商品或服务的“来源”或“出处”发生误认，即把假冒者的商品或服务误认为是商标权人的商品或服务，这种混淆通常发生在同种商品或服务上；对商品或服务的其他方面发生误认。

这里的其他方面是指，误认为不相同或不类似的商品或服务之间存在某种联系。

例如隶属关系、赞助关系、许可关系等。

根据程度不同，混淆可分为现实混淆和可能混淆。

现实混淆即购买者客观上已经发生了误认误购的事实，可能混淆则不要求已经产生混淆的事实，而是足以发生混淆即可。

根据我国有关商标的法律规定，只要存在着混淆的可能性，便构成混淆。

2.混淆的认定 如何认定混淆是司法与行政实践中的一个重要问题。

通常来说，商标的显著性和知名度越高，受保护的越宽，其他商标与其近似也越容易被认定为混淆；而显著性弱的商标，所受保护的越窄。

例如由普通词汇或通用名词构成的商标，其他商标即使与其相近似，也难以认定为混淆。

当然，需要强调的一点是，构成商标混淆的认定均是在个案中进行的。

根据我国工商行政部门和人民法院在各自工作范围内的经验，认定混淆可遵循以下原则：（1）主观标准。

以相关公众的一般注意力为标准。

相关公众是指与商标所标识的某类商品或者服务有关的消费者和经营者。

（2）客观标准。

商标是否会引起混淆，取决于商标的相似程度和商品的类似程度。

使用相同商标则必然产生混淆，而使用近似商标是否构成混淆，要结合各种因素加以考察，包括但不限于：商标之间的近似程度、商品的差异大小、等级、价格高低、知名程度等，上述因素应当给予综合考虑。

3.制止混淆与商标权保护 商标是消费者识别商品来源的标志，消费者通过商标识别商品的提供者，经营者通过商标吸引消费者。

制止混淆是确定商标保护范围的根本出发点之一，为了保护商标专用权，商标权以外的其他人在相同或者近似的商品或服务上使用相同或者近似的商标足以构成混淆的，均构成侵犯商标专用权。

因而防止消费者因为商标的使用行为而对商品来源等内容发生混淆，成为商标法最基本的目标。

（二）反淡化 1.淡化的含义 与混淆不同，“淡化”，就是减损、削弱驰名商标识别性和显著能力的行为。

淡化行为主要是针对驰名商标而言的，其主要表现形式有两种：玷污与冲淡。

## <<"十二五"规划大学教材>>

玷污是指，将与驰名商标相同或近似的商标使用在某些商品或服务上或者用于某种环境下，可能使该驰名商标的良好信誉被贬低、毁损。

例如，将某食品的驰名商标使用在某厕所清洗用品上，将某化妆用品的驰名商标使用在带有色情内容的网站上等。

这种使用行为会导致消费者对驰名商标产生不雅的联想及厌恶的情绪，从而玷污了该商标的形象，有损其价值。

冲淡是指，无权使用人将相同或近似的商标使用在与驰名商标既不相同也不类似的商品或服务上，使得该驰名商标与其商品之间的特定联系弱化。

例如：将“强生”作为商标使用在蛋糕、饮品上。

虽然蛋糕、饮品这些商品与驰名商标“强生”所核准使用的医疗卫生保健用品之间并无竞争关系，但这种使用容易使驰名商标与其商品或服务间的特定联系逐渐减弱、甚至消失，侵蚀了驰名商标特有的吸引力及广告价值。

同时，这样做在无形中也阻碍了驰名商标所有人在未来向新的市场领域开拓的步伐。

换句话说，“强生”商标所有人在今后或有可能进军糕点、饮品产业，如果不对前述举例中的行为加以禁止，那么驰名商标所有人的权益就要受到损害。

## <<"十二五"规划大学教材>>

### 编辑推荐

《"十二五"规划大学教材:知识产权法》可以让学生们进一步了解知识产权制度和学说,可以通过阅读相关的书目,学习和掌握更为广泛的理论知识,为将来的实务工作和学术研究打下必要的基础。

<<"十二五"规划大学教材>>

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>