

<<商标监管以案说法>>

图书基本信息

书名：<<商标监管以案说法>>

13位ISBN编号：9787802151307

10位ISBN编号：7802151309

出版时间：2006-12-01

出版时间：中国工商出版社

作者：赵俊山

页数：388

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>

<<商标监管以案说法>>

内容概要

我国加入世界贸易组织五年来，随着科技进步和经济全球化的迅猛发展，知识产权保护作为与科技和经贸活动密切相关的重要因素，日益受到国际社会的普遍关注。

商标专用权是知识产权的重要组成部分，目前我国的各类商标申请总量和商标注册申请量已连续四年居世界第一，大力推进商标品牌战略，加大保护商标专用权力度，已成为社会、政府和企业的共识。

· 保护商标专用权是商标行政执法工作的核心。

实践证明，立足我国国情的商标权行政保护制度，具有很大的优越性。

它适宜尽快查处侵权假冒案件，及时控制和缩小侵权行为对商标权利人的损害后果，补偿被侵权人的损失。

近年来，全国各级工商行政管理机关作为商标行政执法部门，充分发挥程序简便、主动灵活、行动迅速的行政执法优势，突出执法重点，强化执法力度，以保护驰名商标、农产品商标和地理标志为重点，深入开展保护注册商标专用权行动，严厉查处以侵犯食品、药品商标，涉农商标和以企业名称侵犯高知名度商标权益等为主的各类商标侵权行为，为建立和维护统一开放、竞争有序的社会主义市场经济秩序，扩大我国知识产权保护工作的国际影响做出了积极努力，发挥了重要作用。

<<商标监管以案说法>>

书籍目录

第一编 如何计算非法经营额1. 关于商标侵权非法经营额的几个问题2. 如何理解“非法经营额无法计算”问题3. 浅谈非法经营额“无法计算”的客观标准4. 如何界定冒充注册商标中的“非法经营额”5. 冒充注册商标行为应着重处罚与教育相结合6. 冒充注册商标经营额的认定不应违反法律规定7. 界定“非法经营额”应以事实为依据8. “非法经营额”界定之我见9. 定牌加工侵权如何计算非法经营额10. 也谈定牌加工侵权非法经营额的计算

第二编 如何对待权利冲突1. 专利权与商标权冲突时如何处理2. 工商部门无权认定他人取得的专利权无效3. 此案应在撤销专利权后再行处理4. 处理商标侵权是撤销专利权的前提条件--再谈专利权与商标权冲突时如何处理5. 专利权与在先商标权冲突工商部门有权先处理6. 制止商标侵权不用等7. 是侵权而不是“权利冲突”8. “广寒寨”引起的纠纷--从一起案件看字号权与商标权的)中突及在先权利的保护9. 权利冲突应确定侵权行为应制止--兼论商标权与字号权冲突的解决办法10. 行政权力有边界违规使用方处罚--也谈对字号权与商标权冲突的行政干预

第三编 如何理解竞合1. 法规竞合时如何准确定性--对一起非法印制商标案件的分析2. 法规竞合还是行为竞合3. 是行为竞合还是想象竞合--兼谈想象竞合及法律法规适用原则和转致4. 该案类似“牵连犯”5. 同类·管辖一移送--对《法规竞合时如何准确定性》一文的几点看法6. 适用《商标法》能否达到处罚目的7. 也谈竞合8. 牵连违法可以“数罪并罚”9. 牵连违法不应并罚--也谈“牵连犯”的处断原则10. 是假冒注册商标还是傍名牌11. 是商标侵权也是虚假宣传12. 此案应定为商标侵权13. 想象竞合时应从重处罚.....

第四编 如何判断合理使用

第五编 如何把握定牌加工

第六编 如何搜集有效证据

第七编 关于反向假冒

第八编 关于违法主体

第九编 关于商标印制

第十编 关于行政复议及诉讼

第十一编 关于虚假宣传

第十二编 其他典型案例

第十三编 执法实践解读

<<商标监管以案说法>>

章节摘录

假冒注册商标行为与一般商标侵权行为既有联系又有区别。

二者的相同之处是都构成商标侵权行为；区别则有两点：一是使用的商标不同，前者使用的商标与注册商标相同，后者使用的商标与注册商标近似；二是商品不同，前者使用的商品与注册商标核定使用的商品相同，后者使用的商品与注册商标核定使用的商品类似；责任不同，前者除承担行政责任、民事责任外，情节严重的还要承担刑事责任，后者一般承担行政责任、民事责任。

目前在对假冒注册商标行为的认定上存在一些误区。

误区之一：商标完全相同，即认为假冒的商标与注册商标完完全全相同，包括大小、字体、排列、组合、颜色甚至商标标识的制版、印刷、质地以及使用位置等都相同才构成假冒注册商标。

误区之二：商品完全相同，即使用假冒注册商标的商品与注册商标核定使用的商品完全相同，如该核定使用的商品为药皂，他人在消毒皂上使用，则认为二者不是相同商品。

再如假冒注册商标的商品的质量劣次，一些观点就认为该商品与被假冒注册商标的商品不相同。

误区之三：假冒注册商标的同时必须同时假冒企业名称，实际上，确实有一些侵权人不仅假冒他人的注册商标，而且同时假冒他人的企业名称，但冒充他人企业名称并非假冒注册商标行为的构成要件。

误区之四：对假冒注册商标行为的范围理解不完整，假冒注册商标行为不仅包括生产假冒注册商标商品行为和销售假冒注册商标商品的行为，还包括伪造、擅自制造他人注册商标标识和销售伪造、擅自制造的注册商标标识行为。

误区之五：假冒注册商标行为一定构成犯罪，构成商标犯罪的要件除在相同商品上使用与他人注册商标相同商标外，还须考虑情节因素，如非法经营额是否特别巨大、行为人是否累犯、所侵犯的商标是否为驰名商标等。

如果没有这些情节因素，只需追究当事人的行政责任。

下面笔者谈一下假冒注册商标行为认定的原则和标准。

1.关于相同商标的判断原则和标准。

一是整体视觉原则，即假冒商标只需在整体上、主体上与注册商标相同即可，不必考虑极细微的区别如字体、颜色、排列、大小等。

二是多数认同原则，即以多数普通消费者的认知结果为判断标准。

三是第一印象原则，简单地说如果某商标大多数普通消费者第一眼看上去与注册商标无区别，则可以认定为相同。

四是前后混淆原则，即大多数普通消费者在市场上看到假冒商标而忘记了先前看到的商标注册人的商标，则此事实可以作为判断两者为相同商标的依据之一。

五是“添加不影响属性”原则，简单地说，如行为人将他人注册商标与自己的注册商标组合使用，如果他人的商标的显著性和知名度明显高于自己的注册商标，则仍然可以认定组合使用的商标与他人的注册商标为相同商标。

<<商标监管以案说法>>

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>