

<<知识产权法新经典案例评析>>

图书基本信息

书名：<<知识产权法新经典案例评析>>

13位ISBN编号：9787811233346

10位ISBN编号：7811233347

出版时间：2008-8

出版单位：清华大学出版社有限公司

作者：刘银良

页数：190

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>

<<知识产权法新经典案例评析>>

前言

第1章 著作权法案例 两广告语著作权纠纷案 一、一汽无锡柴油机厂与江苏四达集团公司著作权纠纷案 本案原告是中国第一汽车集团公司无锡柴油机厂（以下简称“一汽无锡柴油机厂”），被告是江苏四达动力机械集团有限公司（以下简称“四达集团公司”）。本案主题是广告语著作权纠纷。

一汽无锡柴油机厂于2001年创作完成“卖出一台机、赢得一颗心、进入一家门、送上一片情”的广告语，并使用在企业及产品宣传中。

被告所属四达无锡柴油机厂的四达牌柴油机《保用服务手册》在封底显著位置突出使用了该广告语。本案讼争的两焦点分别是该广告语是否属受著作权法保护的作品以及被告的商业性使用是否构成对原告著作权的侵权。

无锡市中院认为，该广告语应被认定为受著作权法保护的广告语。

理由包括：第一，该广告语通过文字的形式为人们所感知，表达了作者对企业某种经营文化的思考结果，是具有外在表示的智力成果；第二，该广告语可通过有形形式复制，具有可复制性；第三，该广告语由语法结构、字数均相同的短语组成，每句短语的第三个字均为“一”字，作者将经营思想通过文字排比方式表达出来，具有独创性。

被告辩称，原告主张的四句话应认定为企业经营理念和经营方式，不属于著作权法保护的作品，且被告在市场推广时明确标明了自己的厂名、厂址及商标，因而不会造成混淆。

法院认为，虽然沿袭他人思想并不违反法律规定，但本案讼争的广告语已是通过独创的有形形式表达出来、受著作权法保护的作品，被告在自己的产品《保用服务手册》中抄袭、复制他人作品，侵犯了作者的著作权；著作权侵权不以是否构成混淆为要件，因而不支持被告因不会造成混淆而可使用广告语的主张。

因此，法院认为被告侵犯了原告著作权，但认为鉴于所涉广告语的文字作品的字数较少，在侵权的《保用服务手册》上去除该广告语即可停止侵权，没有必要销毁这些物品；对于经济损失赔偿，根据作品影响力、被告经营规模和侵权过错大小等因素综合考虑，确定赔偿数额为5千元。

<<知识产权法新经典案例评析>>

内容概要

本书全面评析了36个新经典知识产权案例，分为著作权法、商标法、专利法、反不正当竞争和商业秘密保护四章。

本书所选案例均是近年来的实际案例，具有代表性和时代性，也富有影响性和争议性。

每个案例中都有针对性的分析和评论，帮助读者加深理解知识产权法理论和增强知识产权实战技能。

本书的内容和文字具有趣味性。

本书既可以和知识产权法教材配合使用，也可以单独使用。

本书面向的读者既包括学习和研究知识产权法的法学本科生、研究生和教师，也包括从事知识产权实务工作的知识产权代理人员、律师、法官及产业界和科技界的管理人员和研发人员等。

<<知识产权法新经典案例评析>>

作者简介

刘银良，男，2001-2002，联合国大学高等研究所 博士后；1997-2000，北京大学法学院 法学博士；1991-1994，北京大学生命科学院 理学硕士；1985-1989，烟台大学生物化学系 理学学士。

<<知识产权法新经典案例评析>>

书籍目录

第1章 著作权法案例 两广告语著作权纠纷案 何小利与罗林侵犯著作权纠纷案 王天成诉周叶中等侵犯著作权案 王长征与余华等侵犯著作权纠纷案 宁勇与电影《卧虎藏龙》著作权人等侵犯著作权纠纷案 上海市测绘院诉上海锦屏文化发展有限公司等著作权纠纷案 北京三面向版权代理有限公司诉他人侵犯著作权纠纷群案 38公司与上海弘联公司著作权纠纷案 北大方正等与北京高术天力科技公司等计算机软件著作权侵权纠纷案 樊元武与清华同方光盘公司、中国学术期刊杂志社著作权侵权纠纷案 环球唱片有限公司与珠海海湾大酒店著作权侵权纠纷案 李氏六兄妹与南通市图书馆确认著作权、返还财产纠纷案 上海步升公司诉北京飞行网公司等侵犯录音制作者权纠纷案

第2章 商标法案例 浙江蓝野酒业有限公司与上海百事可乐有限公司等商标侵权纠纷案 大众文艺出版社与上海文艺出版总社商标侵权纠纷案 北京秀水街公司与世界时尚名牌企业侵犯注册商标专用权纠纷群案 正通公司、商标评审委员会与华蜀公司商标行政纠纷案 武汉荣宝斋与商标评审委员会关于“荣宝斋”商标行政纠纷案 西安小肥羊与商标评审委员会及第三人内蒙古小肥羊商标异议纠纷案 金华市火腿公司与浙江省食品公司请求确认不侵犯商标权纠纷案 库尔勒希伯来纸业公司与巴州库尔勒香梨协会商标侵权纠纷案

第3章 专利法案例 Diamond v. Charkrabarty：关于可专利主题的里程碑案件 徐州市中诚科技公司等与专利复审委员会专利无效行政纠纷案 万艾可专利无效行政诉讼案 昆明制药集团公司和昆明龙津药业公司专利侵权纠纷案 施特里克斯公司与圣利达公司侵犯专利权纠纷案 三共会社诉万生公司申请临床批号侵犯专利权纠纷案 MedImmune v. Genentech：美国最高法院关于宣告之诉的最新判决 奇瑞汽车有限公司与赵申苓确认不侵犯专利权纠纷案 恒瑞公司与安万特公司专利侵权、不正当竞争纠纷案 靖江市合金钢机械厂专利权授予前使用费纠纷及专利侵权纠纷案

第4章 反不正当竞争和商业秘密案例 原告王跃文诉被告王跃文等不正当竞争纠纷案 威凌摩托车实业有限公司与本田株式会社不正当竞争侵权纠纷案 三际无限公司与阿里巴巴公司等不正当竞争纠纷案 安客诚信息服务公司与上海辰邮科技发展公司等侵害商业秘密纠纷案 上海文艺出版总社与延边大学出版社等侵犯知名商品特有名称等纠纷案

<<知识产权法新经典案例评析>>

章节摘录

第1章 著作权法案例两广告语著作权纠纷案一、一汽无锡柴油机厂与江苏四达集团公司著作权纠纷案
本案原告是中国第一汽车集团公司无锡柴油机厂（以下简称“一汽无锡柴油机厂”），被告是江苏四达动力机械集团有限公司（以下简称“四达集团公司”）。

本案主题是广告语著作权纠纷。

一汽无锡柴油机厂于2001年创作完成“卖出一台机、赢得一颗心、进入一家门、送上一片情”的广告语，并使用在企业及产品宣传中。

被告所属四达无锡柴油机厂的四达牌柴油机《保用服务手册》在封底显著位置突出使用了该广告语。

本案讼争的两焦点分别是该广告语是否属受著作权法保护的作品以及被告的商业性使用是否构成对原告著作权的侵权。

无锡市中院认为，该广告语应被认定为受著作权法保护的广告语。

理由包括：第一，该广告语通过文字的形式为人们所感知，表达了作者对企业某种经营文化的思考结果，是具有外在表示的智力成果；第二，该广告语可通过有形形式复制，具有可复制性；第三，该广告语由语法结构、字数均相同的短语组成，每句短语的第三个字均为“一”字，作者将经营思想通过文字排比方式表达出来，具有独创性。

被告辩称，原告主张的四句话应认定为企业经营理念和经营方式，不属于著作权法保护的作品，且被告在市场推广时明确标明了自己的厂名、厂址及商标，因而不会造成混淆。

法院认为，虽然沿袭他人思想并不违反法律规定，但本案讼争的广告语已是通过独创的有形形式表达出来、受著作权法保护的作品，被告在自己的产品《保用服务手册》中抄袭、复制他人作品，侵犯了作者的著作权；著作权侵权不以是否构成混淆为要件，因而不支持被告因不会造成混淆而可使用广告语的主张。

因此，法院认为被告侵犯了原告著作权，但认为鉴于所涉广告语的文字作品的字数较少，在侵权的《保用服务手册》上去除该广告语即可停止侵权，没有必要销毁这些物品；对于经济损失赔偿，根据作品影响力、被告经营规模和侵权过错大小等因素综合考虑，确定赔偿数额为5千元。

<<知识产权法新经典案例评析>>

编辑推荐

《知识产权法新经典案例评析》由清华大学出版社/北京交通大学出版社出版。

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>