

<<中外反不正当竞争法经典案例>>

图书基本信息

书名：<<中外反不正当竞争法经典案例评析>>

13位ISBN编号：9787508609126

10位ISBN编号：7508609123

出版时间：2007-7

出版时间：中信

作者：黄勇，岑兆琦编著

页数：395

字数：480000

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>

## <<中外反不正当竞争法经典案例>>

### 内容概要

判例是法律和法理的集中展现和阐释，是法律具体应用的生动记载，是活的法律。

现代反不正当竞争法已有百余年的历史，各国在反不正当竞争司法中，已累积了浩如烟海的判例，其中有些判例因具有示范价值或者里程碑意义而成为名案和经典，不仅是其本国反不正当竞争法律的集中展示，还常常具有国际影响和示范效应。

本书的编著者独具匠心，按照世界知识产权组织国际局发布的《反不正当竞争示范条款》的体例，从卷帙浩繁的中外判例中选取了35个很有代表性的名案，汇集成册，并精心评注，特别是对于国外的判例进行了原滋原味的译介，使读者能够一窥全豹。

因此，本书立意独特，无论对于司法实务还是学理研究，均具有重要的参考价值。

<<中外反不正当竞争法经典案例>>

书籍目录

第一章 反不正当竞争法概述 一、不正当竞争行为的概念 二、不正当竞争行为的种类第二章 对他人企业或活动引起混同的行为 一、对他人商标引起混同 二、对他人商号引起混同 三、对他人商标或商号以外的商业标识引起混同 四、对他人产品外观引起混同 五、对他人产品或服务名称引起混同 六、对知名人物或著名虚拟角色引起混同第三章 损害他人商誉或声誉行为 一、损害他人商标的商誉或声誉 二、损害他人商号的商誉或声誉 三、损害他人商标或商号以外的商业标识的商誉或声誉 四、损害他人产品外观的商誉或声誉 五、损害他人产品或服务名称的商誉或声誉 六、损害知名人物或著名虚拟角色的商誉或声誉第四章 误导公众行为 一、以产品的制造方法误导公众 二、以产品或服务对特定目的适用性误导公众 三、以产品或服务的质量、数量或其他特性误导公众 四、以产品或服务的来源地误导公众 五、以产品或服务的提供或供给条件误导公众 六、以产品或服务的价格或其计算方式误导公众第五章 诋毁他人企业或其活动的行为 一、诋毁他人产品的制造方法 二、诋毁他人产品或服务对特定目的的适用性 三、诋毁他人产品或服务的质量、数量或其他特性 四、诋毁他人产品或服务的来源地 五、诋毁他人产品或服务的提供或供给条件 六、诋毁他人产品或服务的价格或其计算方式第六章 侵犯商业秘密 一、以违反合同方式侵犯商业秘密 二、违反保密义务方式侵犯商业秘密第七章 商业贿赂行为 第八章 不正当有奖销售行为 第九章 滥用优势地位 附录 保护工业产权巴黎公约(节选) 反不正当竞争示范条款 公平商业行为指令(节选) 德国反不正当竞争法(最新版) 后记

<<中外反不正当竞争法经典案例>>

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>