

<<企业商标战略>>

图书基本信息

书名：<<企业商标战略>>

13位ISBN编号：9787513005197

10位ISBN编号：7513005192

出版时间：2011-10

出版时间：知识产权出版社

作者：缪仁康，王瑜，路光 著

页数：176

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>

<<企业商标战略>>

前言

前言： 2010年6月17日，北京市高级人民法院就“解百纳”商标争议案作出终审判决，驳回中粮酒业有限公司、中粮长城葡萄酒（烟台）有限公司和中法合营王朝葡萄酒有限公司等作为原告，请求二审法院依法认定第1748888号“解百纳”商标属不正当注册，同时请求撤销北京市第一中级人民法院（2008）一中行初字第916号行政判决书的第二项判决，并改判为：被告国家工商行政管理总局商标评审委员会在60日内就第1748888号“解百纳”商标争议重新作出裁定。

这标志着“中国葡萄酒业商标第一案”落下帷幕，张裕公司最终获得“解百纳”商标的专有使用权。

“解百纳”商标保卫战作为一个商标案件非常具有典型意义。

该案件从张裕公司向国家工商总局商标局提出商标申请，到2010年6月北京市高级人民法院作出终审判决，前后历时8年，几乎将商标申请过程中所涉及的程序都走了一遍。

《国家知识产权战略纲要》将知识产权工作划分为4个部分——创造、应用、保护、管理，该案件也全部涉及。

企业的商标创造主要体现在商标取名和规划上，“解百纳”作为葡萄酒的商标，是一个非常好的名字，其文字内涵体现了张裕公司深厚的文化底蕴。

我国企业一般不注重商标的应用，甚至连最起码的商标使用标志“R”都没有。

好的商标应用方式对商标的宣传推广具有事半功倍的效果，而应用不当则可能将商标断送

，“JEEP/吉普”、“席梦思”、“氟利昂”等商标就是因为应用问题淡化为商品的通用名称，而“解百纳”陷入通用名称之争与张裕公司应用不当有直接关系

。谈到商标保护，人们往往狭隘地认为这是对商标权利的保护和对侵权行为的打击。

在张裕公司与长城公司、王朝公司为代表的诉讼中，各方博弈的是“解百纳”背后的市场利益——胜者享有“解百纳”产品的市场盛宴，败者退席。

这是一个企业与一个行业的利益之争，在这种复合的多次博弈中，是选择合作还是背叛，体现出企业的战略抉择水平。

我国企业对商标的管理也很薄弱，有的企业甚至连最起码的商标登记制度都没有，没有人知道自己公司到底有多少个商标。

据报道，张裕公司招聘了大量法律人才参与“解百纳”商标保卫战，并取得了最后的胜利，但是对于知名商标的管理需要全方位的思考，需要战略高度的管理才能使商标为企业带来商业利益的最大化。

尽管张裕公司在“解百纳”商标保卫战中表现出商标诉讼策略的高明，纵观整个过程可以看出，该公司对商标管理似乎缺乏战略性思维。

一般的中小企业对商标战略与规划的忽略也就可想而知。

2008年6月5日发布的《国家知识产权战略纲要》明确提出，“到2020年，把我国建设成为商标注册、运用、保护和管理水平达到国际先进水平的国家。

”《国家知识产权战略纲要》发布以来，政府层面，各省市都在制定自己的战略，并积极推行；企业层面，国内各大企业也在积极研究、制定符合本企业的知识产权战略，当然，也包括商标战略的规划与实施措施。

此外，针对企业开展的各种知识产权培训在全国各地如火如荼展开，企业的商标战略规划成为企业关注的重点。

基于此，我们针对国内企业，尤其是中小企业的现实需要撰写此书。

本书作者既从事知识产权理论研究，担任高校知识产权教学工作，同时也是知识产权专业律师，并为多家企业提供知识产权法律服务。

本书结构体系新颖，以讲座形式为基本架构，内容围绕实务操作展开，涉及企业商标整体规划、商标取名、商标使用、商标维权、商标管理等方面；每一讲采用提问—解答体例，语言通俗易懂，

<<企业商标战略>>

图文并茂，并结合实际案例进行分析，便于读者理解和融会贯通。

在国家工商总局正推行商标战略之际，本书可以作为商标培训教材，也可以作为企业商标管理的实用操作手册。

<<企业商标战略>>

内容概要

本书以提问—解答的讲座形式，从企业商标战略规划、商标注册、商标维权、商标运营与管理以及打造企业品牌等方面切入，全面解析企业商标战略的规划与实务操作技巧，语言通俗易懂、图文并茂，便于读者理解。

在国家全面推行商标战略之际，本书可作为商标战略管理教程或企业商标管理实务操作手册。

<<企业商标战略>>

作者简介

缪仁康，浙江苍南人，律师，北京城市学院知识产权研究中心副主任。长期致力于法学理论研究和实践工作，擅于法庭辩论和谈判，曾成功代理上百件民商事案件，并为多家大型企业提供法律服务，主持多项课题研究，在国内外核心期刊发表多篇专业论文。

王瑜，江西永修人，律师，中国知识产权研究会高级会员，中国政法大学科技园商标研究中心执行主任，北京城市学院知识产权研究中心副主任。多次主持知识产权课题研究项目，主持大型企业知识产权战略规划，发表知识产权文章三百多篇。出版了《从普通商标到驰名商标——企业商标全程法律策划》、《公司知识产权管理》、《企业知识产权战略实务》等著作。

路光，资深律师、知识产权管理师，北京市首信律师事务所、北京尚德技研知识产权代理事务所合伙人。长期从事知识产权法律理论研究和实务工作，在专利申请、复审、无效及知识产权实务诉讼方面有着自己独到建树，为众多国内外客户办理过多起复杂、疑难案件。

<<企业商标战略>>

书籍目录

第一讲 商标与注册商标

- 一、什么是商标
- 二、商标的功能和作用
- 三、商标为什么要注册
- 四、商标与其他知识产权的保护策略

第二讲 企业商标战略规划

- 一、不同企业，不同的商标战略
- 二、从“解百纳”商标之争看企业商标战略思维
- 三、企业商标体系的构建

第三讲 商标取名

- 一、商标取名的技巧与方法
- 二、针对不同的企业和商标类型的取名技巧
- 三、去海外注册商标的取名技巧
- 四、商标取名要注意哪些问题

第四讲 商标注册

- 一、商标注册规则与程序
- 二、商标的分类注册
- 三、注册联合商标
- 四、商标防御注册策略选择
- 五、商标海外注册
- 六、商标注册的新潮流

第五讲 商标的规范使用

- 一、注册商标不规范使用的后果
- 二、法律规定的使用规范
- 三、商标的规范设计
- 四、如何制定商标使用规范

第六讲 商标管理

- 一、商标为什么要管理
- 二、如何建立企业商标管理机制
- 三、商标管理实务
- 四、商标购买实务

第七讲 商标运营

- 一、注册商标的虚拟经营
- 二、利用商标进行投、融资
- 三、利用商标开展特许经营
- 四、如何实现“国际品牌中国造”
- 五、驰名商标怎么做好“带头大哥”

第八讲 商标维权

<<企业商标战略>>

- 一、 商标侵权及其救济途径
- 二、 商标维权的民事途径
- 三、 商标维权的行政途径
- 四、 商标维权的刑事途径

第九讲 打造驰名商标

- 一、 什么是驰名商标
- 二、 驰名商标的认定和申请
- 三、 如何打造驰名商标
- 四、 如何购买现成的驰名商标

第十讲 打造百年品牌

- 一、 驰名商标有哪些“死法”
- 二、 打造百年品牌要做好哪些功课
- 三、 百年品牌的传承与创新

章节摘录

第一讲 商标与注册商标 2008年，一条说橘子里有蛆虫的短信在几天之内迅速传遍全国，导致全国的橘子滞销，这被人们称之为“广元橘子事件”。柑橘在我国是仅次于苹果的第二大类水果，柑橘产业是总产值超过260亿元的支柱产业，“广元橘子事件”给国内柑橘产业造成上百亿元的损失。

因一篇文章谈到香蕉可能引起普通病变，逐渐以讹传讹地演变成“人吃了会致癌”，于是海南的香蕉价格持续低迷，最低价仅1毛3分钱1斤，村民只好将香蕉当猪饲料或喂养家禽。

“千里之堤溃于蚁穴”，如此庞大的农产品产业，竟如此弱不禁风。

……

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>