

图书基本信息

书名：<<地理标志保护研究-基于农业区域品牌化发展视角的思考>>

13位ISBN编号：9787513010252

10位ISBN编号：7513010250

出版时间：2011-12

出版时间：吕苏榆 知识产权出版社 (2011-12出版)

作者：吕苏榆 著

页数：214

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>

内容概要

地理标志具有突出的经济价值、社会价值和人文价值，其“亲农性”特点在促进农业区域品牌化发展中得到了最充分的体现。

《地理标志保护研究：基于农业区域品牌化发展视角的思考》拟着眼于“农业区域品牌化发展”的视角，深入剖析美国与欧盟地理标志之争的根源，探讨其对东亚各国及地区的影响，进而充分阐释地理标志的价值所在，此后，重点围绕我国农产品地理标志保护问题展开研究。

在详细介绍我国农产品地理标志保护最新发展现状的基础上，选取典型案例，归纳、总结实践中存在的主要问题，并最终指出：农产品地理标志保护绝非单纯的知识产权法律保护问题；我国不仅应大力挖掘潜在的农产品地理标志资源，更应努力提高农产品地理标志管理水平，在追求数量规模的同时，提升农产品地理标志的市场价值，使其真正成为促进我国农业区域品牌化发展、彰显地域特色的有效工具。

作者简介

吕苏榆（1973.10 - ），女，河海大学商学院副教授，河海大学知识产权研究所副主任。曾就读于南京大学商学院国际贸易专业、南京大学法学院经济法专业，获经济学学士学位、法学博士学位。

工作期间，合作出版编著两部，发表核心论文十余篇，参加“863”“948”等多项国家及部、省级重大科研项目。

2010年8月至2011年8月，受国家留学基金委选派，前往美国威斯康星大学（麦迪逊）（University of Wisconsin-Madison）东亚法律研究中心做访问学者。

主要研究方向：知识产权管理。

书籍目录

第一章 地理标志的概念界定及权利特性 一、地理标志的概念界定 二、地理标志与相关概念的辨析 三、地理标志的权利特性第二章 地理标志的价值及对农业品牌化发展的促进 一、地理标志的价值 二、农业品牌化发展 三、地理标志对农业品牌化发展之促进第三章 地理标志保护的国际法律渊源 一、《保护工业产权巴黎公约》 二、《制止产品来源虚假或欺骗性标记马德里协定》 三、《关于乳酪行业中原产地名称的使用及其命名的国际公约》 四、《保护原产地名称及国际注册里斯本协定》 五、《与贸易有关的知识产权协定》第四章 欧盟与美国地理标志保护制度 一、欧盟地理标志立法 二、美国地理标志立法第五章 欧盟与美国地理标志之争 一、欧盟与美国地理标志之争的历史回顾 二、欧盟与美国之“场外”对峙 三、根源探析 四、与欧美地理标志之争相关的几个热点话题第六章 美欧地理标志之争对东亚的影响 一、“地理标志”概念的移植 二、国内地理标志保护体系的构建 三、地理标志保护立场分化 四、东亚国家、地区间的地理标志摩擦凸显 五、发展趋势第七章 我国地理标志保护立法 一、第一阶段(1985.3~1995.2) 二、第二阶段(1995.3~2001.11) 三、第三阶段(2001.12至今)第八章 我国农产品地理标志保护现状 一、我国农产品地理标志注册登记概况 二、农产品地理标志的地区分布 三、我国地理标志农产品结构分析 四、我国已开展的农产品地理标志保护工作第九章 我国农产品地理标志保护存在的问题 一、权利冲突 二、质量管理不到位 三、地理标志资源未得到有效利用 四、消费者认知度偏低 五、地理标志国际交流与合作欠深入第十章 我国农产品地理标志保护对策 一、完善立法,加强法律保护 二、重视经营与管理,充分实现地理标志价值结束语附件 附件1 地理标志在各产品类别中的分布 附件2 地理标志综合价值指数评价规范中大项与中项简表 附件3 第一批综合价值指数五星级地理标志名单参考文献

章节摘录

此外,根据《巴黎公约》确立的“国民待遇”原则,在工业产权保护领域,巴黎公约成员必须将给予本国国民的保护同样给予其他成员国的国民。

因此,从理论上来看,国民待遇原则的确立,将使得某一成员国的地理标志在其他成员国内也能受到该国为其地理标志提供的保护。

然而,从实践中来看并非如此。

我国有学者明确指出:“在地理标志保护领域,国民待遇的实际作用非常有限。

这是因为:(1)许多国家对本国地理标志的保护水平本身就低,即使适用国民待遇,外国的地理标志也得不到有效的保护;(2)提供高水平保护的国家往往有一套严格的地理标志命名和管理规则,外国的地理标志很难满足这些规则所确定的要求和条件,因此事实上被排除在保护范围之外。

”由此可见,《巴黎公约》对于地理标志的保护十分有限。

二、《制止产品来源虚假或欺骗性标记马德里协定》 《马德里协定》制定于1891年4月。

后历经多次修改,如1911年6月2日在华盛顿、1925年11月6日在海牙、1934年6月2日在伦敦及1958年10月31日在里斯本修订,1967年7月14日在斯德哥尔摩补充。

截至2008年9月,《马德里协定》共有54个缔约方,它们分别是:阿尔及利亚、巴西、保加利亚、古巴、捷克、多米尼加、埃及、法国、德国、匈牙利、伊朗、爱尔兰、以色列、意大利、日本、黎巴嫩、列支敦士登、摩纳哥、摩洛哥、新西兰、黑山、葡萄牙、波兰、摩尔多瓦、圣马力诺、塞尔维亚、斯洛伐克、西班牙、斯里兰卡、瑞典、瑞士、阿拉伯、叙利亚、突尼斯、土耳其、英国。

《马德里协定》针对《巴黎公约》的不足,作出了以下改进: 1.扩展保护范围 首先,与《巴黎公约》相比,《马德里协定》对地理标志的保护从禁止“虚假”货源标记扩展到了禁止“欺骗性”货源标记,即规定成员国之间不仅应禁止“虚假”货源标记,还应禁止使用“欺骗”性货源标记。

依据该协定,凡带有虚假的或欺骗性标志的商品,其标志是将本协定所使用的国家之一或其中一国的某地区直接或间接标作原产国或原产地的,上述国家应在进口时予以扣押;在使用虚假或欺骗性产地标记的国家或者在已进口带有虚假或欺骗性产地标识商品的国家也应实行扣押。

“虚假”与“欺骗性”标记之间的差异在于:前者标注的是产品的非真实来源地,后者则可以是货物来源地的真实名称,但其使用却具有公众误导性。

其次,《马德里协定》对地理标志的保护从边境措施扩展至各种商业信息渠道。

1934年伦敦会议修订该协定时增加了一项规定,即“适用本协定的国家也承诺,在销售、陈列和推销商品时,禁止在招牌、广告、发票、葡萄酒单、商业信函或票据以及其他任何商业信息传递中使用具有广告性质并可能使公众误认商品来源的任何标记。

”
.....

编辑推荐

吕苏榆所著的《地理标志保护研究——基于农业区域品牌化发展视角的思考》着眼于“农业品牌化发展”的视角，对地理标志保护问题进行再探讨。

在前人研究的基础上，利用一手外文资料，深入剖析美欧地理标志之争的根源，探讨其对东亚各国及地区的影响，进而充分阐释地理标志的价值所在。

此后，重点围绕我国农产品地理标志保护问题展开讨论。

从农产品地理标志地区分布、地理标志农产品结构、已开展的地理标志保护工作等方面详细介绍我国农产品地理标志保护最新发展状况，选取典型案例，提炼实践中存在的主要问题，并给出对策建议。

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>