

中华人民共和国 反不正当竞争法

案例解读本

Law of the People's Republic of China
Against Unfair Competition



法律出版社
LAW PRESS CHINA

编辑出版说明

中华人民共和国 反不正当竞争法

案例解读本

Law of the People's Republic of China
Against Unfair Competition

(1) 由于编写本书是我们的初步尝试,不足之处在所难免。本书案例由施金晶负责整理,在此谨表感谢!

(2) 本书案例由施金晶负责整理,在此谨表感谢!

(3) 由于编写本书是我们的初步尝试,不足之处恳请读者批评指正。本书案例由施金晶负责整理,在此谨表感谢!

由于编写本书是我们的初步尝试,不足之处恳请读者批评指正。本书案例由施金晶负责整理,在此谨表感谢!



法律出版社
LAW PRESS CHINA

编者

2010年8月

图书在版编目(CIP)数据

中华人民共和国反不正当竞争法案例解读本 / 法律出版社法规中心编. —北京:法律出版社,2010.6
(中华人民共和国法律案例解读本)
ISBN 978-7-5118-0901-8

I. ①中… II. ①法… III. ①反不正当竞争法—案例—分析—中国 IV. ①D922.294.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 121207 号

©法律出版社·中国

责任编辑/周 洋

装帧设计/李 瞻

出版/法律出版社

编辑统筹/法规出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京外文印刷厂

责任印制/吕亚莉

开本/850×1168 毫米 1/32

印张/2.75 字数/64 千

版本/2010 年 9 月第 1 版

印次/2010 年 9 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908
上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456 深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978-7-5118-0901-8

定价:8.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

编辑出版说明

随着我国法律体系的不断完善,人们的法律意识显著增强,运用法律处理日常事务的需求也越来越普遍。但是,对于一般读者而言,法律本身的专业术语过于艰深,学法的难度很大。为了便于读者学法用法,我们在编辑出版法律注释本的基础上,组织力量编写了这套案例解读本。本系列旨在通过具体案例,说明法律规定的具体内涵。这套书具有如下特点:

(1)**针对性**。根据相关法律条文所规范的法律行为,选择与此相关的案例,进行解说。

(2)**通俗性**。本书所选案例,紧扣条文的内容,对案例的解析,其语言力求通俗易懂、便于理解。

(3)**延展性**。为便于读者对法律法规之间的连续性有所了解,在条文后边还附有关联法规的目录或者条文,读者可以方便地查阅和运用。

由于编写本书是我们的初步尝试,不足之处恳请读者批评指正。本书案例由施金晶负责整理,在此谨表感谢!

编者

2010年8月

《中华人民共和国反不正当竞争法》

适用提要

党的十四大明确地把建立社会主义市场经济体制确定为经济体制改革的目标。竞争是推动资本主义从自由资本主义到垄断资本主义的内在动力。竞争是市场经济最基本的运行机制。竞争过程中会出现正当的竞争行为和不正当的竞争行为,各种不正当竞争行为往往会造成对公平竞争秩序的严重破坏,影响市场经济的健康发展。实行市场经济的资本主义国家,都把反不正当竞争的法律作为规范市场经济关系的基本法律之一。我国实行社会主义市场经济,虽然与资本主义市场经济有区别,但由于市场经济具有共同的特征,因此在社会主义市场经济中也不可避免地会出现不正当竞争行为。在我国市场经济日趋活跃的情况下,市场经营活动中出现了许多不正当的竞争行为,严重地危害了公平竞争秩序,损害了有关经营者的利益。因此,制定反不正当竞争法对于维护社会主义市场经济秩序,鼓励和保护公平竞争,制止不正当竞争行为,保障经营者的合法权益具有十分重要的意义。

1992年年初,根据全国人大常委会的立法计划,国家工商行政管理局承担起反不正当竞争法的起草任务。国家工商行政管理局起草的草案经国务院常务会议审议后,提交全国人大常委会审议。1993年9月2日,八届全国人大常委会第三次会议审议并通过了《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不正当竞

争法》)。《反不正当竞争法》有以下主要内容:

(1)关于不正当竞争行为。

本法所称的经营者,是指从事商品经营或者营利性服务(以下所称商品包括服务)的法人、其他经济组织和个人。本法所称的不正当竞争,是指经营者违反本法规定,违反自愿、平等、公平、诚实信用的原则和公认的商业道德,损害其他经营者的合法权益,扰乱社会经济秩序的行为。

《反不正当竞争法》第2章共11条,具体列举了不正当竞争行为,其中大多数为国际立法例所共有,只有个别行为是根据我国现实市场交易活动中的突出问题加以规定的。这里,需要对下列三种行为加以说明:

①《反不正当竞争法》第13条规定,经营者不得从事下列有奖销售:一是采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售;二是利用有奖销售的手段推销质次价高的商品;三是抽奖式的有奖销售,最高奖的金额超过5000元。关于“抽奖式的有奖销售”,国外在立法上一般也都是作为一种不正当竞争行为加以禁止的。在我国,有些经营者不是通过提高质量、降低成本、改善服务进行正当竞争,提高经济效益,而是利用一般消费者的投机、发财心理,追逐所谓“效益”。在现实经济生活中,商家以此作为推销商品甚至是推销假冒伪劣商品的手段,对公平竞争秩序的破坏性很大,也败坏了社会风气。因此,《反不正当竞争法》对“抽奖式的有奖销售”明确予以禁止。

②《反不正当竞争法》第8条规定,经营者不得采用财物或者其他手段进行贿赂以销售或者购买商品。这里的“贿赂”不完全是刑法上的概念。刑法上的受贿主要指非法收受他人财物。所谓“其他手段进行贿赂”,如给对方的供销人员提供出国机会、免费旅游,以这类手段销售或者购买商品也属于不正当竞争行为。

③《反不正当竞争法》第10条对经营者不得采用不正当手段

侵犯他人的商业秘密作了规定。有些国家专门制定保护商业秘密法,在没有单独立法的国家,一般都是在反不正当竞争法中对此加以规定。

(2) 关于监督检查部门。

有些国家专门设立处理不正当竞争行为的全国性机构,如美国的联邦贸易委员会、日本的公正交易委员会、韩国的公正交易委员会。设立专门性机构,对于法律的贯彻实施是有好处的。但就我国的实际情况而言,工商行政管理部门的主要职能就是维护市场经济秩序,完全可以作为不正当竞争行为的监督检查部门。因此,《反不正当竞争法》规定,县级以上人民政府工商行政管理部门对不正当竞争行为进行监督检查;法律、行政法规规定由其他部门监督检查的,依照其规定。

(3) 关于不正当竞争行为的法律责任。

根据我国的立法实践,并借鉴国外的经验,《反不正当竞争法》对不正当竞争行为分别规定了民事的、行政的和刑事的三种责任。

为了充分保护不正当竞争行为受害人的民事权益,《反不正当竞争法》第20条规定,经营者违反本法规定,给被侵害的经营者造成损害的,应当承担损害赔偿责任,被侵害的经营者的损失难以计算的,赔偿额为侵权人在侵权期间因侵权所获得的利润;并应当承担被侵害的经营者因调查该经营者侵害其合法权益的不正当竞争行为所支付的合理费用。

为了保证国家对市场活动的必要干预和对交易秩序的有效维持,《反不正当竞争法》规定,监督检查部门可以根据受害人的请求或者依据职权查处不正当竞争行为,责令停止违法行为,消除违法后果或者影响,可以根据情节给予罚款、责令停业整顿或者吊销营业执照等行政处罚。

此外,《反不正当竞争法》还规定,对于采用假冒、模仿、虚假

手段从事市场交易,诋毁、贬低竞争对手的商业信誉、商品声誉,采用财物或者其他手段进行贿赂以销售或者购买商品,以及侵犯商业秘密等行为,情节严重、构成犯罪的,依法追究刑事责任。

与反不正当竞争相关的法律主要有:《反垄断法》、《商标法》、《刑法》等。为贯彻实施《反不正当竞争法》,1996年11月15日,国家工商行政管理局公布了《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》;2007年1月最高人民法院公布了《关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》。

目 录

《中华人民共和国反不正当竞争法》适用提要	1
----------------------------	---

中华人民共和国反不正当竞争法

第一章 总则	1
--------------	---

第一条 立法目的	1
----------------	---

第二条 原则	1
--------------	---

〔案例 1〕 模仿他人 VI 识别系统构成不正当竞争案

〔案例 2〕 湖南王甲状告河北王甲,使用同名构成
不正当竞争案

第三条 政府管理	5
----------------	---

〔案例 3〕 工商局查处不正当竞争受阻案

第四条 监督	7
--------------	---

第二章 不正当竞争行为	7
-------------------	---

第五条 不正当竞争手段	7
-------------------	---

〔案例 4〕 甲乙公司商标侵权纠纷案

〔案例 5〕 假冒知名商品不正当竞争案

〔案例 6〕 假冒他人名优标志不正当竞争案

第六条 禁止垄断经营	11
------------------	----

〔案例 7〕 自来水公司强行规定每月最低消费

第七条 禁止权力经营	13
------------------	----

〔案例 8〕 L 市政府行政垄断侵权案

第八条 禁止贿赂方式经营	14
--------------------	----

〔案例 9〕 甲公司商业贿赂扰乱市场秩序案

第九条 禁止虚假广告	15
[案例 10] 冒充红木虚假宣传销售案	
[案例 11] 网上虚假宣传不正当竞争案	
[案例 12] 利用比较广告虚假宣传不正当竞争案	
第十条 侵犯商业秘密行为	18
[案例 13] 乙某窃取甲某客户名单侵权案	
[案例 14] 第三人侵犯商业秘密侵权案	
第十一条 禁止倾销	21
[案例 15] 金店低于成本销售不正当竞争案	
[案例 16] 合法低于成本出售商品案	
第十二条 禁止搭销	23
[案例 17] A 超市捆绑销售营养盐侵权案	
第十三条 禁止有奖销售	24
[案例 18] A 化妆品有限公司涉嫌欺骗性有奖销售案	
[案例 19] 附赠式有奖销售与抽取式有奖销售案	
第十四条 禁止损害商誉	26
[案例 20] 伪装成消费者投诉诋毁竞争者商誉案	
第十五条 禁止串通投标	27
[案例 21] 恶意串通假投标,“聪明人”自食恶果案	
第三章 监督检查	29
第十六条 监督机关	29
[案例 22] 反不正当竞争法的执法主体	
第十七条 监督机关职权	30
第十八条 监督检查程序	31
第十九条 被检查者义务	31
第四章 法律责任	31
第二十条 民事责任及范围	31
第二十一条 假冒标识的行政及刑事责任	32

第二十二条	以贿赂方式经营的行政及刑事责任	32
[案例 23]	收受商业贿赂构成刑事犯罪案	
第二十三条	限定他人购买的责任	34
第二十四条	虚假宣传的责任	34
[案例 24]	虚假广告宣传被罚案	
第二十五条	侵犯商业秘密的责任	35
[案例 25]	甲制药厂窃取乙制药厂实验室溶液样品案	
第二十六条	违反有奖销售的责任	36
第二十七条	串通投标的责任	37
第二十八条	处分被责令暂停销售财物的责任	37
第二十九条	对处罚的救济	37
第三十条	政府及主管部门违法的责任	37
第三十一条	执法人员违法的责任	38
第三十二条	包庇者的责任	38
第五章 附则		38
第三十三条	生效日期	38

附 录

中华人民共和国反垄断法(2007.8.30)	39
中华人民共和国消费者权益保护法(1993.10.31)	50
关于禁止商业贿赂行为的暂行规定(1996.11.15)	58
关于禁止公用企业限制竞争行为的若干规定(1993.12.24)	60
关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定(1993.12.24)	62
关于禁止串通招标投标行为的暂行规定(1998.1.6)	63
关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当	

竞争行为的若干规定(1995.7.6)	65
关于禁止侵犯商业秘密行为的若干规定(1998.12.3 修订)	67
最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律 若干问题的解释(2007.1.12)	69

中华人民共和国反不正当竞争法

(1993 年 9 月 2 日第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过 1993 年 9 月 2 日中华人民共和国主席令第 10 号公布 自 1993 年 12 月 1 日起施行)

第一章 总 则

第一条 【立法目的】^①为保障社会主义市场经济健康发展,鼓励和保护公平竞争,制止不正当竞争行为,保护经营者和消费者的合法权益,制定本法。

关联法规

《消费者权益保护法》第 1 条

《反垄断法》第 1 条

第二条 【原则】经营者在市场交易中,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则,遵守公认的商业道德。

本法所称的不正当竞争,是指经营者违反本法规定,损害其他经营者的合法权益,扰乱社会经济秩序的行为。

① 条文主旨为编者所加,下同。

本法所称的经营者,是指从事商品经营或者营利性服务(以下所称商品包括服务)的法人、其他经济组织和个人。

案例1 模仿他人 VI 识别系统构成不正当竞争案

甲某为 A 市东北人餐厅的店主,1995 年该餐厅设计师设计了一整套以东北民间特色为基调的企业 VI 识别系统,并确立了餐厅固定的广告语和男服务员的 T 恤衫广告语。该 VI 识别系统内容包括色彩、餐厅名称的书写方式、服务人员服饰及其他装饰用的面料和固定图案的窗花,并被使用在东北人餐厅纸巾的包装设计、餐厅的布置装饰及菜谱上。东北人餐厅通过其优质的服务赢得了广大客户的喜爱,赢得了良好的商业信誉。之后,东北人餐厅进军临近的 B 市餐饮市场,开设了四家“东北人”风味饺子坊分店,享有很高的知名度。2006 年 3 月,乙餐厅开业,在散发的传单中落款为“东北人风味饺子馆”,而且“东北人”三个字的字体同东北人餐厅的完全相同。在东北人餐厅的多次强烈要求下,乙餐厅将“东北人”三个字更换为“东北菜”,但其牌匾与东北人的牌匾仅一字之差,菜谱、纸巾、服务员服装的设计、T 恤衫广告语、餐厅的装饰布局等仍与“东北人”相同或近似。

2006 年 6 月,甲某向 B 市中级人民法院起诉,称被告“东北菜”为谋取不法利益,在商业经营中通过模仿“东北人”而故意误导消费者。原告认为被告的行为违反了《反不正当竞争法》的规定,请求法院判令被告停止其不正当竞争行为并登报道歉、赔偿损失。

B 市中级人民法院经审理认为:原、被告都是餐饮业的经营,经营的也都是东北风味,市场竞争关系客观存在。“东北人”对丰富的地方风俗特色进行选择、加工、设计并固定为 VI 识别系统,从而通过独特的表现形式体现独特的风格,使消费者产生印象。但被告在对地方风俗特色进行选择时,在内容和表现形式上有诸多的地方与有较高知名度的“东北人”相同或雷同,容易使消费者误认为被告是“东北人”的又一分店,违背了自愿、平等、公平、诚实信用的市场竞争原则,其借用他人在消费者中已有形象的故意是明显的,是一种不诚实的市场行为,已构成对“东北人”的不正当竞争侵权。据此,B 市中级人民法院根据《反不正当竞争法》第 2、20 条,判决“东北菜”构成对“东北人”的不正当竞争,应立即停止不正当竞争行为,一次性赔偿原告经济损失人民币 10 万元,并公开道歉。

东北菜餐厅不服,提起上诉,主要理由是一审判决没有法律依据。原审判决适用的是《反不正当竞争法》第2条,而该法第5条至第15条是对不正当竞争行为的界定,可是这些条款无一被引用并作为判决依据,因此,其没有触犯不正当竞争行为规定中的任何一条,不应受到处罚。二审法院认为,东北菜餐厅的行为虽然没有构成《反不正当竞争法》第5条至第15条规定的具体不正当竞争行为,但其有违经营者应当遵循的公平诚信原则。根据《反不正当竞争法》第2条的规定,经营者违反第9条第1款规定的原则也属于违反“本法规定”,第1款规定的公平、诚信等原则是法院认定不正当竞争行为的原则依据,因此东北菜餐厅的不违反《反不正当竞争法》的理由不能成立。鉴于原审判决认定事实清楚,适用法律正确,因此判决驳回上诉,维持原判。

本案涉及《反不正当竞争法》第2条的法律效力问题。一般认为,第2条是反不正当竞争的一般条款,具有兜底条款的效力。《反不正当竞争法》第5条至第15条规定了十一种不正当竞争行为,已经不能满足现实生活的需要,因此对新型的不正当竞争行为应根据第2条进行处理,以免出现钻法律空子的行为。本案中,被告的行为很显然是一种仿冒混淆行为,但《反不正当竞争法》第5条没有将视觉识别系统作为一种仿冒混淆的类型。但被告的行为确确实实造成了使消费者误认的客观效果,侵害了原告的经营成果。因此适用一般条款,认定被告的行为构成不正当竞争是正确的。

但值得注意的是,此案发生的时间较早,因此适用了《反不正当竞争法》第2条;如果发生在现在,则可以适用《反不正当竞争法》第5条,因为2007年2月1日生效的《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》明确规定:“由经营者营业场所的装饰、营业用具的式样、营业人员的服饰等构成的具有独特风格的整体营业形象,可以认定为《反不正当竞争法》第五条第(二)项规定的‘装潢’。”

案例2 湖南王甲状告河北王甲,使用同名构成不正当竞争案

在2005年的全国书市上,湖南作家王甲发现北京的A出版社推出一本作者名为“王甲”的新书《国风》,并大张旗鼓地对外征订,打出的口号是“《国画》之后看《国风》”。《国风》仅在封三内侧以极小文字注明:“王甲,38岁,河北遵化人氏,职业作家。发表作品近百万字。”

湖南王甲通过河北公安部门了解到,这个河北“王甲”是今年才改的名。他原名王乙,是个农民,只有小学文化,目前做煤炭生意。一日,湖南书商丙某对王乙说,他的煤炭生意不好做,是因为笔画不吉利。王乙于是改名为“王甲”,并按规定到当地有关部门重新办理了身份证。之后,河北“王甲”成为B公司的签约作家,并由北京A出版社出版了署名“王甲”的《国风》。了解了这些情况之后,湖南王甲于2005年6月向长沙市中级人民法院起诉,认为河北王甲、B公司和A出版社三被告的行为构成不正当竞争,要求判令三被告停止侵权,做出公开声明,并赔偿经济损失。被告辩称:作家不是《反不正当竞争法》界定的主体,因此被告的行为不构成不正当竞争。

长沙市中级人民法院经审理查明:查明原告湖南王甲系国家一级作家,擅长撰写官场小说,在全国范围内享有较高知名度。根据《反不正当竞争法》第2条第2款的规定,不正当竞争的主体为经营者;根据该法第2条第3款的规定,本法所称的经营者,是指从事商品经营或者营利性服务(以下所称商品包括服务)的法人、其他经济组织和个人。而现阶段,我国除了传统的商品流通市场外,还形成了文化市场、技术市场等新兴市场。《反不正当竞争法》并没有将“经营者”限定为传统市场中的商品经营者或者营利性服务的提供者,因此在这些新兴市场中,同样应当适用《反不正当竞争法》来规范竞争秩序。而作家湖南王甲通过出售作品的出版发行权,从文化市场上换取等价物,是文化市场的商品经营者,符合《反不正当竞争法》对竞争主体的要求。在文化市场上,作者是消费者考虑的重要因素,而被告河北王甲、丙某、B公司在明知湖南王甲为知名作家后,仍然署名王甲,并打出“《国画》之后看《国风》”的标语,明显是要误导消费者,使其认为《国风》是著名作家王甲的又一新著,从而达到推销自己作品的目的。因此,三被告的行为构成不正当竞争行为。判决三被告立即停止侵权,并对湖南王甲的损失承担连带赔偿责任。

本案涉及《不正当竞争法》的主体问题。虽然本案还涉及《著作权法》的一些问题,但此处主要讨论《不正当竞争法》的主体“经营者”的界定。经营者是指从事商品经营或者营利性服务(以下所称商品包括服务)的法人、其他经济组织和个人。此处的“商品”不仅包括传统市场上的有形商品,也包括服务,更包括技术、专利等无形商品。因此,向社会

提供无形商品的主体也能成为“经营者”。本案中,原告湖南王甲正是一个提供自己作品的文化市场的经营者,被告河北王甲和 B 公司、A 出版社也同样是提供作品的文化市场的经营者,两者构成竞争关系,因此被告的行为构成对湖南王甲的不正当竞争行为,长沙市中级人民法院事实认定清楚,适用法律正确。

关联法规

《民法通则》第 3、4、7 条

《最高人民法院民事审判第三庭关于转发(2004)民三他字第 10 号函的通知》

《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第 7 条

《国家工商行政管理总局关于擅自将他人知名餐饮服务特有的装饰、装修风格作相同或近似使用的行为定性处理问题的答复》

《国家工商行政管理总局对保险公司借助学校强制保险行为定性处罚问题的答复》

《国家工商行政管理局关于以贿赂手段承包建筑工程项目定性处理问题的答复》

《国家工商行政管理局关于对商品价格和市场信息进行虚假宣传定性处理问题的答复》

《国家工商行政管理局关于铁路运输部门限定用户接受其指定的经营者提供的铁路运输延伸服务是否构成限制竞争行为及行为主体认定问题的答复》

《国家工商行政管理局关于在非相同非类似商品上擅自将他人知名商品特有的名称、包装、装潢作相同或者近似使用的定性处理问题的答复》

《国家工商行政管理局关于在证券交易中从事不正当有奖销售活动定性处罚问题的答复》第 1 条

第三条 【政府管理】各级人民政府应当采取措施,制止不正当竞争行为,为公平竞争创造良好的环境和条件。

县级以上人民政府工商行政管理部门对不正当竞争行为