

根据 **06**
最新大纲编著

LG400司法考试培训学校 专用教材
中国人民公安大学出版社

商 经

国家司法考试 名家专题

李树建 编著

民法、商法经济法学卷



中国人民公安大学出版社

LG400司法考试培训学校 专用教材（商经）
中国人民公安大学出版社

国家司法考试名家专题

民法、商法经济法学卷

李树建 编著

中国人民公安大学出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

司法考试名家专题. 民法、商法经济法学卷/席志国, 李树建编著. —北京: 中国人民公安大学出版社, 2006. 4

ISBN 7 - 81109 - 367 - 7

I. 司... II. ①席...②李... III. ①民法 - 中国 - 法律工作者 - 资格考核 - 自学参考资料②商法 - 中国 - 法律工作者 - 资格考核 - 自学参考资料③经济法 - 中国 - 法律工作者 - 资格考核 - 自学参考资料 IV. D92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 035525 号

国家司法考试名家专题 民法、商法经济法学卷 (商经)

GUOJIA SIFA KAOSHI MINGJIA ZHUANTI
MINFA SHANGFA JINGJIFAXUEJUAN
SHANGJING
李树建 编著

出版发行: 中国人民公安大学出版社
地 址: 北京市西城区木樨地南里
邮政编码: 100038
经 销: 新华书店
印 刷: 北京蓝空印刷厂

版 次: 2006 年 4 月第 1 版
印 次: 2006 年 4 月第 1 次
印 张: 44.75
开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数: 852 千字
印 数: 0001 ~ 5000 册

ISBN 7 - 81109 - 367 - 7/D · 353

定 价: 76.00 元 (本卷二册)

总 定 价: 258.00 元 (全套四卷八册)

本社图书出现印装质量问题, 由发行部负责调换

联系电话: (010) 83903254

版权所有 侵权必究

E-mail: cpep@public.bta.net.cn

www.jgclub.com.cn

2006年司法考试大纲知识点增删说明

经济法

1. 增加：承销协议的主要内容（第四章“证券法”第二节）
2. 增加：代销发行失败（第四章“证券法”第二节）
3. 删除：债券交易的暂停和终止的“例外情况”（第四章“证券法”第三节）
4. 增加：股票上市的条件（第四章“证券法”第四节）
5. 增加：劳动合同的内容（第六章“劳动法”第二节）
6. 劳动争议处理程序之“协商”改为“和解”（第六章“劳动法”第五节）

商 法

1. 增加：我国公司法上的公司概念、国家独立财产公司的独立责任的例外情况、公司的权利能力和行为能力、公司法的概念和性质（第一章“公司法”第一节）
2. 2005年“第二节 公司的一般制度”扩展为第二节“公司的设立”、第三节“公司的股东”、第四节“公司的董事、监事、高级管理人员”、第五节“公司的财务与会计制度”、第六节“公司债券”、第七节“公司的变更、合并与分立”、第八节“公司的解散与清算”、第九节“外国公司的分支机构”
3. 增加：公司设立的立法例、公司设立的登记、公司的名称（第一章“公司法”第二节）
4. 删除：公司组织机构和公司股份（第一章“公司法”第二节）
5. 增加：股东的概念、股东代表诉讼法的制度（第一章“公司法”第三节）
6. 把有限责任公司、股份有限公司等相关知识点合并到第四节“公司的董事、监事、高级管理人员”
7. 增加：公司财务会计制度的依据、会计事务所的聘请与解聘（第一章“公司法”第五节）
8. 增加：债券概念、特征、公司债券和公司股票的区别（第一章“公司法”第六节）
9. 增加：公司变更；公司合并程序、分立程序（第一章“公司法”第七节）
10. 增加：对内转让的规则、对外转让的规则（第一章“公司法”第十节）
11. 增加：强制执行程序中的股东优先购买权、股东的股权收购请求权（第一章“公司法”第十节）
12. 增加：一人有限责任公司（第一章“公司法”第十节）
13. 增加：股东大会的召开 股东大会的决议 累计投票权（第一章“公司法”第十一节）
14. 增加：独立董事制度、上市公司的独立董事、董事会秘书、上市公司的独立董事制度、独立董事任职资格的权限、独立董事的特别职权、董事会秘书（第一章“公司法”第十一节）
15. 增加：公司设立中发起人的责任；股份发行原则和条件；收购本公司股份；对上市公司组织结构的特别规定（第一章“公司法”第十一节）
16. 删除：上市公司（第一章“公司法”第十一节）
17. 增加：清算组与债权人会议的关系 几种特殊请求权的性质与处理（第五章“企业破产法”第四节）
18. 2005年“汇票的转让”扩展为2006年3个知识点：（1）汇票的背书转让；（2）汇票质押的方式与后果；（3）汇票贴现的性质与方法（第六章“票据法”第四节）



选择LG400的理由

一所有“权威资质”的名校

LG400,作为中国最专业的司法考试培训学校,司法部唯一直属法律培训机构——中华全国律师函授中心推出的唯一司法考试培训知名品牌。从近两年的司法考试通过率可以看出,2004年考前突破班通过率39.1%,精英班通过率51.2%,系统班通过率65.8%;2005年平均通过率45.3%,系统班通过率67.2%,最高分为446分!被誉为司法考试领域的“黄埔军校”。

课程设置最具应试过关要求

大胆设想、反复求证,我们首创“系统阶段性全程培训”模式,循序渐进、全面系统地帮助考生从教材、法条、案例、习题、模考各方面把握;2006年依据考试趋势,再次独家首创四个月超长“实验班”,小班教学,精品辅导,打造司法考试“铁军”。

拥有顶级的辅导教材

LG400优秀师资鼎力编写《名家专题》系列司法考试辅导丛书,在新颖、实用、减负的理念下塑造同类用书中的极品。

联系我们

北京总校

地 址:北京市海淀区中国政法大学研究生院
东门南行150米治建写字楼202、301

咨询电话: (010) 62227168 62227169

网 址: www.LG400.com

邮 箱: service@lg400.com

西安分校: (029) 87771212

地 址: 西安南大街粉巷18号雄狮物业B408室

辽宁分校: (024) 81340033

地 址: 沈阳市和平区中山路111号亚洲商务
贸易中心

兰州分校: 13119404921

地 址: 甘肃信息大厦四楼

杭州分校: 13385718575

地 址: 杭州市古翠路50号(浙江省劳动保障
宣传教育中心四楼)

哈尔滨分校: (0451) 88773121

地 址: 哈尔滨市直属机关职工大学四楼培训部

郑州分校: (0371) 63726208

地 址: 郑州南阳路177号

济南分校: (0531) 86959995

地 址: 济南经六路251号槐荫广场以
北向西200米

合肥分校: (0551) 2679898

地 址: 合肥庐江路127号省供销社农
资大厦411室

长春分校: (0431) 6637566

地 址: 长春东民主大街519号长春老
年大学老干部活动中心106室

重庆分校: (023) 65283695

地 址: 重庆沙坪坝区西南政法大学
办公南楼101室

厦门分校: (0592) 5200700

地 址: 厦门市槟榔路1号联谊广场
一层

南宁分校: (0771) 3986546

地 址: 南宁市友爱路22号南棉商业
街旭东职业技能培训学校

焦作分校: (0391) 2207571

写在时间的前面

一方面，是长达 320 万字的“标准”教材、数以万计的法条和司法解释、层峦叠嶂的历年真题；一方面，是短短数月的复习时间……如何在如此短的时间和如此多的复习材料间超脱从容、快意考场？如何保证最有效的时间花在最有价值的地方？

现在摆在您面前的，就是这样一份以洗练、精干，并完全以司法考试过关和尽力减轻考生负担为目标的宝藏，一股九月流火中的清凉之风，一颗提前让您收获的“盛夏的果实”。

《国家司法考试名家专题》丛书，是 LG400 司法考试培训学校在多年办学过程中科学求证和积累经验的基础上，首次组织师资力量编写的产品。它具有几个特点：

首先，强强联合。由司法考试专业辅导、知名司法考试培训机构 LG400 与中国人民公安大学出版社，以及强大的著作团队合作出版。一线名师团队根据多年培训经验呕心著成，每科一卷、责任到人。由中国政法大学博士席志国编写民法、法学硕士李树建编写商经法、中国政法大学博士侍东波编写民事诉讼法、中国人民大学博士李奋飞编写刑事诉讼法、中国人民大学博士杜启新编写刑法、中国人民大学副教授吴鹏编写行政法及行政诉讼法、中国政法大学法学讲师杨帆编写法理法制史、中国政法大学博士周超编写三国法。

其次，全套丛书共 8 本，内容简练、针对性强。与市场形形色色的辅导用书相比，本丛书最大的特色是简明扼要、直击考点。此外，书中还穿插着老师总结的各种“小口诀”，让考生轻松记忆、减轻负担；有的专题还列明部门法易混淆知识的比较（如三大诉讼法），使考生能举一反三、融会贯通。

再次，体例编排合理。丛书部门法每专题内容都按以下结构编排：章节标题——知识体系——考点及实例——重点法条。“知识体系”分为“结构图”和“理论指南”两部分，前者勾勒出本专题的知识框架，后者对本专题的重点内容和易考点、新增知识点作出提示性说明。“考点及实例”所设考点全部针对考试设置，断然抛却不可能考或极少考的知识点，使得重点更加清晰凸显；同时在考点后附相关经典真题，让考生明确考查方式。“重点法条”精选部门法条和关联司法解释，让考生在了解知识点后集中记忆。与市场已有的

辅导用书相比,丛书没有“考点”与“法条”大量内容重复的弊病。在诉讼法中更将这两部分结合在一起论述,在全书的最后放置“重点法条索引”,清晰简明。对于一些重要的理论法和实体法(民法、刑法等),每专题视需要设有“法理概览”部分,以提升考生的深层理解。此外,每一部门法开篇处亦有本法考试重点、热点的简要说明和本法的知识体系导图,高屋建瓴地让考生从整体上对本部门法一一了然于胸。

最后,形式得当。为了便于考生把握本丛书的重点内容,在每本书的显要位置增加了2006年司法考试大纲知识点增删说明。同时,书中作出各种重点标识。比如,以不同的印刷字体来彰显内容层次;重要词汇和句子用黑体抑或加波浪线;尚不足以说明其重要性的,则在其后附加“注意”,不惜笔墨、详加阐释,以使考生把握应试过关的重点内容。总之,一切围绕突出、强调知识结构和重点而设。

“世上无难事,只要肯登攀”,说的是毅力;“一朝在手,事半功倍”,讲的是技巧。准备司法考试是一项与时间赛跑的工作,在这倒计时开始之前,拥有一套好的辅导教材往往可以在大家比拼毅力时,让您从技巧上脱颖而出、决胜千里!

“百步穿杨,一剑霜寒”,可能是神话,但我们愿意与您一起创造神话!!

编者

杨帆 郭玉国 傅东波 周旭

2006. 3

目 录

Contents

经 济 法

- 专题一 竞争法 \ 2
- 专题二 消费者法 \ 19
- 专题三 银行业法 \ 34
- 专题四 证券法 \ 44
- 专题五 税法、会计法、审计法 \ 68
- 专题六 劳动法 \ 89
- 专题七 土地法和房地产法 \ 106
- 专题八 环境保护法 \ 119

商 法

- 专题一 公司法 \ 126
- 专题二 合伙企业法 \ 174
- 专题三 个人独资企业法 \ 192
- 专题四 外商投资企业法 \ 198
- 专题五 企业破产法 \ 212
- 专题六 票据法 \ 227
- 专题七 保险法 \ 251

◎ 附一 \ 276

◎ 附二 \ 278

经 济 法



专题一 竞争法

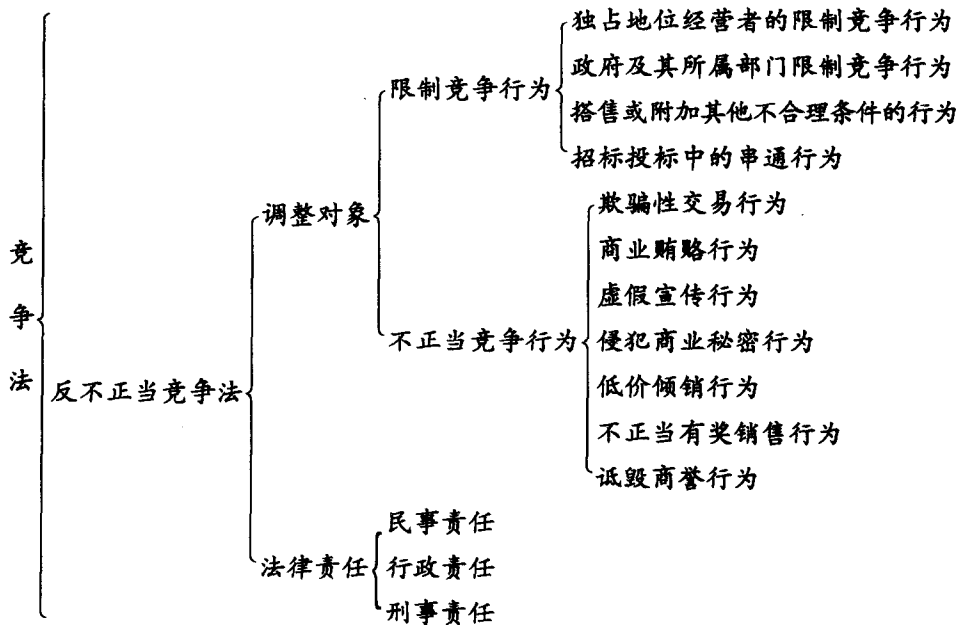


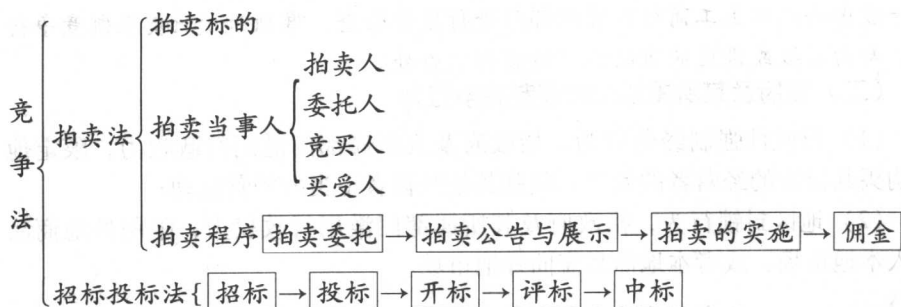
总说明

本专题考查《反不正当竞争法》、《拍卖法》和《招标投标法》，近三年司法考试中年均占4分，2005年分值为3分，考查重点是不正当竞争行为的认定、拍卖当事人的权利义务、拍卖规则、中标项目的履行和分包责任的承担等。



知识体系





考点及实例

一、概 述

《反不正当竞争法》的调整对象，是市场竞争中经营者之间不正当竞争关系及监督检查部门与市场竞争主体之间的竞争管理关系。其规制的行为包括两类：一是限制竞争行为，即妨碍、甚至完全阻止、排除市场主体进行竞争的协议和行为；二是不正当竞争行为，即经营者在市场竞争中，采取非法的或者有悖于公认的商业道德的手段和方式，与其他经营者竞争的行为。

二、限制竞争行为

（一）公用企业或其他依法享有独占地位的经营者的限制竞争行为

（1）限定用户或消费者只能购买和使用其附带提供的相关商品，而不得购买和使用其他经营者提供的符合技术标准的同类商品；

（2）限定用户或消费者只能购买和使用其指定的经营者生产或者经销的商品，而不得购买和使用其他经营者提供的符合技术标准的同类商品；

（3）强制用户或消费者购买其提供的不必要的商品及配件；

（4）强制用户或消费者购买其指定的经营者提供的不必要的商品；

（5）以检验商品质量、性能等为借口，阻碍用户或消费者购买、使用其他经营者提供的符合技术标准要求的其他商品；

（6）对不接受其不合理条件的用户、消费者，拒绝、中断或者削减供应相关商品或者滥收费用。

注意：

此类行为的特点：①主体特定。必须是公用企业或其他依法享有独占地位的企业，如电力局、自来水公司，一般具有合法的垄断地位；②行为特定。即利用自己的优势地位实施了上述禁止行为，但是被指定的经营者的行为不构成限制竞争行为。注意，违反《反不正当竞争法》的行

为一般由县级以上工商行政管理部门进行监督检查，唯独对于此类限制竞争行为，却由省级或设区的市的监督检查部门查处。

（二）政府及其所属部门的限制竞争行为

（1）行政性强制经营行为，指政府及其所属部门滥用行政权力，限定他人购买其指定的经营者的商品，限制其他经营者正当的经营活动；

（2）地区封锁行为，指政府及其所属部门滥用行政权力，限制外地商品进入本地市场，或者本地商品流向外地市场。



此类行为的要点：①主体限于政府及其所属部门，这里的“政府”指除中央人民政府外的各级人民政府；

②实施上述行为的主要目的是为了阻碍或排除竞争，维护本部门、本地区利益。

【例】某牌啤酒是国内知名品牌产品，2000年进入某地市场以后，销量直线上升，使当地的一种品牌的啤酒市场占有率迅速下降。当地政府为了保护自己的啤酒市场，责令其质量监督检验检疫局对前者的各种卫生指标进行检查。检查后，该局同政府主管领导协商后，认定该啤酒为不合格产品，并通过媒体向社会发布了检查结果，使该啤酒在这一地区的销量直线下降。后经上级主管部门对该啤酒进行抽查，结果是所有指标均达到了国家标准。那么，该地方政府的行为是：

- A. 正当的执法行为
- B. 限制竞争行为
- C. 维护公平竞争行为
- D. 正当的扶植本地产业的行为

（答案：B）

解析：本题的考点是政府及其所属部门的限制竞争行为。见《反不正当竞争法》第7条第2款规定。

（三）搭售或附加其他不合理条件的行为

经营者销售商品时，违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件。其他不合理条件，是指搭售以外的不合理的交易条件，如限制转售区域、限制技术受让方在合同技术的基础上进行新技术的研制开发等。

（四）招标投标中的串通行为

招标投标中的限制竞争行为分为两类：第一，投标者串通投标，抬高标价或者压低标价；第二，投标者和招标者相互勾结，排挤竞争对手的公平竞争。

法律责任：上述两类行为的后果首先是中标无效。此外，《招标投标法》也对串通行为规定了相应的法律责任，根据后法优于前法的原则，应优先适用《招标投标法》。

【例】根据《反不正当竞争法》的规定，下列各项中，属于限制竞争行为

的是:

- A. 某市燃气公司要求该市所有燃气用户只能购买和使用其提供的燃气灶具, 否则不予供气
 - B. 某市公安交通警察支队要求所有的汽车用户必须到其指定的公司安装汽车防盗报警器, 否则不准上路
 - C. 某招标人在招标前将标底提前透露给一个投标人
 - D. 某电信局要求其辖区内的用户必须使用其提供的电话机, 否则不予安装
- (答案: ABCD)

解析: 本题的考点是《反不正当竞争法》规定的4种限制竞争行为。见《反不正当竞争法》第6条、第7条、第12条、第15条的规定。

三、不正当竞争行为

(一) 欺骗性交易行为

1. 行为。

(1) 假冒他人注册商标; (2) 擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢, 造成和他人的知名商品相混淆, 使购买者误认为是该知名的商品; (3) 擅自使用他人的企业名称或姓名, 引人误认为是他人的商品; (4) 在商品上伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志, 伪造产地, 对商品质量作引人误解的虚假表示。

2. 要点。

(1) 行为主体是从事市场交易活动的经营者; (2) 客观上实施了上述不正当竞争行为; (3) 该欺骗性行为已经或足以使消费者或用户误认。

注意: 假冒他人注册商标的行为至少有两个性质: 一是侵犯注册商标专用权, 二是不正当竞争。但是, 如果所假冒的他人商标不是注册商标, 则不构成侵犯注册商标专用权, 是否构成其他不正当竞争行为则视具体情况而定。

【例】 下列行为中属于不正当竞争行为的是:

- A. 市场一服装摊的卖主将其出售的腈纶衫都挂上私自印制的纯羊毛标志
 - B. 某地方一个小酒作坊在自己生产的白酒标签上印上“获1999尤里卡国际发明博览会金奖”字样, 而实际上毫无此事
 - C. 某食品厂在其生产的汉堡包的包装上印有麦当劳特有的红色“M”
 - D. 某酱菜厂在自己生产的腐乳包装瓶的标签上印有“王致和”字样, 而该厂与王致和厂毫无关系
- (答案: ABCD)

解析: 本题的考点是不正当竞争中的混淆(或称假冒)行为。见《反不

正当竞争法》第5条规定。

（二）商业贿赂行为

商业贿赂是指经营者为争取交易机会，暗中给予能够影响市场交易的有关人员以财物或其他好处。



判断合法与否的关键是看财物、折扣、佣金等是否如实入账。

此外，根据国家工商总局《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》，有关单位或个人购买或销售商品时收受贿赂的，同样按照《反不正当竞争法》第22条对经营者行贿的处罚规定予以处罚。如导游带团到旅游用品商店购物，提成就是商业贿赂行为。

【例】不正当竞争行为中的商业贿赂行为具有以下特征：

- A. 商业贿赂的主体是从事市场交易的经营者，既可以是卖方，也可以是买方
 - B. 商业贿赂的对象是经营者交易相对人和对商业成交具有决定作用或重大影响的人
 - C. 商业贿赂是经营者故意的行为
 - D. 商业贿赂是违反《反不正当竞争法》甚至是违反《刑法》的违法行为或犯罪行为
- （答案：ABCD）

解析：本题考查商业贿赂行为。见《反不正当竞争法》第8条、第22条规定。

（三）虚假宣传行为

1. 虚假宣传行为，是指经营者利用广告或其他使公众知道的方法，对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。构成虚假广告必须达到足以引起一般公众误解的程度。

2. 要点。

（1）行为主体是广告主（产品生产者）、广告代理制作者（广告公司）和广告发布者（媒体），在某些场合，三者身份可能重叠；（2）客观上对其商品或服务作虚假广告或以其他方式进行虚假宣传；（3）虚假宣传达到了引人误解的程度；（4）主观方面，广告经营者在明知或应知情况下，方对虚假广告负法律责任；对于广告主，则不论其主观上处于何种状态，均必须对虚假广告承担法律责任。



其一，广告主发布虚假广告，应负民事责任；广告经营者、广告发布者明知或应知广告虚假仍设计、制作、发布的，应依法承担连带责任；广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址的应承担全部民事责任；社会团体或其他组织在虚假广告中向消费者推荐商品或服务

务,使消费者的合法权益受到损害,应当依法承担连带责任。其二,本行为与欺骗性交易行为中的虚假表示行为的区别。前者仅仅只是在产品的说明书或者标签上进行虚假的说明并没有利用媒体进行宣传,后者则相反。

(四) 侵犯商业秘密的行为

1. 商业秘密包括技术信息和经营信息。

2. 行为:

- (1) 以盗窃、利诱、胁迫或其他不正当手段获取权利人的商业秘密;
- (2) 披露、使用或允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密;
- (3) 根据法律和合同,有义务保守商业秘密的人(包括与权利人有业务关系的单位、个人,在权利人单位就职的职工)披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密。

 第三人明知或应知上述违法行为,获取、使用或披露他人的商业秘密,视为侵犯商业秘密。在实践中,第三人的行为,可能与侵权人构成共同侵权。

第三人指任何不特定人,不一定是具有竞争关系的经营主体。

3. 要点:(1) 认定是否构成侵权,首先必须依法确认商业秘密确实存在;(2) 主体可以是经营者,也可以是其他人;(3) 客观上实施了侵犯他人商业秘密的行为;(4) 该行为已经或可能给权利人带来损害后果。

【例】根据《反不正当竞争法》的规定,下列行为中,属于不正当竞争行为的是:

- A. 一个人明知是他人窃取的商业秘密而有偿取得并使用
 - B. 甲和乙就一项技术签订了一份技术转让合同,同时约定不论该转让协议是否达成,只要受让方接触到了该技术的核心部分,合同中的保密条款永久有效。而在合同未达成后,受让方即将该技术的核心部分全部泄露给了自己的亲属
 - C. 使用人不知道自己取得并使用的技术是他人骗取来的
 - D. 使用人窃取的技术是早已公诸于众的技术
- (答案: AB)

解析: 本题的考点是不正当竞争中的窃取商业秘密的行为。见《反不正当竞争法》第10条规定。

(五) 低价倾销行为

1. 低价倾销行为是指经营者以排挤竞争对手为目的,以低于成本的价格销售商品。但下列行为除外:(1) 销售鲜活商品;(2) 处理有效期限即将到期的商品或其他积压商品;(3) 季节性降价;(4) 因清偿债务、转产、歇业降价销售商品。

2. 要点: (1) 主体是经营者; (2) 客观上实施了低于成本价销售的行为。需要注意的一点是, 在国际贸易中, 构成倾销并不以低于成本价为条件; (3) 经营者低价倾销的目的是排挤竞争对手, 以便独占市场。

 **注意:** 生活中许多商场谎称“吐血价”、“跳楼价”销售, 而实际上并没有低于成本销售, 这是价格欺诈, 并不构成低价倾销行为, 但有可能构成虚假宣传行为。

【例】 甲家电销售公司和乙家电销售公司是处于同一城市的两家企业, 经营的商品种类相同。长期以来, 甲公司一直盯着乙公司的价格, 乙公司根据自己的需要作出价格调整时, 甲公司也相应地对自己的价格作出调整, 而且其价格总是低于乙公司。最近, 甲公司为了提高市场占有率, 一直以低于成本的价格销售同乙公司经销的相同种类的电器, 乙公司向有关部门举报。问, 甲公司的行为是:

- A. 正当的竞争行为
- B. 正当的让利行为
- C. 不正当的以虚假价格销售商品的行为
- D. 不正当的低价倾销行为

(答案: D)

解析: 本题的考点是不正当竞争中的低价倾销行为。见《反不正当竞争法》第 11 条规定。

(六) 不正当有奖销售行为

1. 有奖销售分两种, 一是奖励给所有购买者的附赠式有奖销售。另一是奖励部分购买者的抽奖式有奖销售。法律并不禁止所有的有奖销售行为, 只禁止可能造成不良后果的有奖销售。

 《反不正当竞争法》只是禁止某些抽奖式有奖销售, 对于附赠式有奖销售并不禁止。因为这种赠与对于任何一个消费者都意味着机会均等, 不会诱发消费者的过度投机心理, 从而损害正当的竞争秩序。

2. 行为: (1) 谎称有奖销售或者对所设奖的种类, 中奖概率, 最高奖金额, 奖品总金额, 奖品种类、数量、质量、提供方法等作虚假不实的表示; (2) 采取不正当的手段故意让内定人员中奖; (3) 故意将设有中奖标志的商品、奖券不投放市场或者不与商品、奖券同时投放市场; 故意将带有不同奖金金额或者奖品标志的商品、奖券按不同时间投放市场; (4) 抽奖式的有奖销售, 最高奖的金额不得超过 5000 元。注意, 附赠式有奖销售无此限制; (5) 利用有奖销售手段推销质次价高的商品。

3. 要点: (1) 经营者主观存在故意; (2) 行为主体是商品或服务的经营
者, 合法的彩票发售活动不受《反不正当竞争法》调整, 而非法从事彩票发

售的行为也不受《反不正当竞争法》规制；(3) 抽奖式的有奖销售最高奖金不超过 5000 元，在多次开奖的场合，5000 元是奖金合计的最高限额，也就是说此项规定是针对中奖的可能性，而不是现实性。



①不超过 5000 元的意思是包含 5000 元在内都是合法的，超过 5000 元才违法；②同一张奖券连续开奖累计超过 5000 元是违法的。

(七) 诋毁他人商誉的行为

构成要件：(1) 有捏造散布虚伪事实的行为，若散布的是真实的信息则不构成此行为；(2) 针对对象是一个或多个特定的竞争对手；(3) 主观上故意；(4) 客观上对竞争对手造成了损害，即为不特定的第三人所知道或推知。但如果只是在几个客户中间传播，一般不应该认定为不正当竞争行为。



①在经营者利用他人或通过他人实施此行为时，其他非经营者实施的侵害他人商誉的行为不构成不正当竞争行为，但可构成共同侵权人，如新闻单位被利用和唆使侵害他人商誉，仅仅构成一般的侵害他人名誉权的行为，而非不正当竞争行为；②对比性广告通常以同行业所有其他经营者为竞争对手而进行贬低宣传，此时应认定为诋毁他人商誉行为。

四、拍卖法概述

(一) 拍卖的概念和特点

拍卖是指以公开竞价的形式，将特定物品或财产权利转让给最高应价者的买卖方式。拍卖的特点：1. 涉及委托人、拍卖人、竞买人三方当事人；2. 公开竞价；3. 现场成交。

(二) 拍卖标的

(1) 委托人所有或者依法可以处分的物品或者财产权利；(2) 必须是合法的、能够在市场上自由流通或者转让的客体。



①依照法律或者按照国务院规定需经审批才能转让的物品或者财产权利，在拍卖前，应当依法办理审批手续；②委托拍卖的文物，在拍卖前，应当经拍卖人住所地的文物行政管理部门依法鉴定、许可。

(三) 监督管理部门

省、自治区、直辖市的人民政府和设区的市的人民政府负责管理拍卖业的部门对本行政区域内的拍卖业实施监督管理

【例】依照拍卖法的规定，必须以拍卖方式出售的商品包括：

- A. 国家行政机关和司法机关罚没的物品
- B. 无主的物品