

中国市场经济法律快通丛书

快通

反不正当竞争法

——商海“红绿灯”

管晓峰 编著

(全国普法办公室推荐读物)



中国政法大学出版社



国防大学 2 062 4137 9

- 全国普法办公室推荐读物
- 中国市场经济法律快通丛书

快通反不正当竞争法

——商海“红绿灯”——

中宣部出版
司法部著作



中国政法大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

快通反不正当竞争法: 商海“红绿灯”/管晓峰编著. -北京: 中国政法大学出版社, 1995. 9

ISBN 7-5620-1401-9

I. 快… I. 管… II. 反不正当竞争法-中国-学习参考资料 IV. D922. 294

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 16143 号

中宣部出版局
司法部宣传司 **组织编写**
管晓峰 编著

出版 中国政法大学出版社

发行 新华书店经销

印刷 中国人民解放军第一二零一工厂

开本 787×1092

字数 85 千

印张 4. 125

印数 6,001—9,500

版次 1995 年 8 月第 1 版 1996 年 6 月第 2 次印刷

书号 ISBN 7-5620-1401-9/D·1361

定价 5.00 元

《中国市场经济法律快通丛书》编委会

名 誉 主 编：刘 颀

编 委 会 主 任：宋镇铃 孙鸿翔

编委会副主任：孟祥林 刘一杰 王遂起

黄勤南 隋彭生

编 委：（按姓氏笔划为序）：

王晓晖 孙剑英 池源淳

杜 茂 贾永清 徐 波

率蕴铤

出版说明

党的十四大和十四届三中全会确立了社会主义市场经济体制的战略构想和基本框架。市场经济是法制经济。社会主义市场经济体制的建立和完善,必须有完备的法制来规范和保障,迫切需要人们知法、学法、懂法,树立与市场经济相适应的法律意识,学会用法律手段管理经济和维护国家、集体、个人的合法权益。为全面、系统地向广大读者介绍、宣传、普及与中国社会主义市场经济紧密相关的各种法律知识,特别是使没有专门学习过法律的各界人士能够较快地掌握和应用这些知识,中宣部出版局和司法部宣传司组织有关专家、学者编写了这套《中国市场经济法律快通丛书》。

本丛书涉及经济合同法、产品质量法、消费者权益保护法、反不正当竞争法、公司法、保险法、对外贸易法、房地产法等几十个已经颁布和即将颁布的有关经济法律,每个法出一本书,拟出50本(种),分批出版。丛书每种一般为8—10万字。丛书体例采用以案释法和问答的形式,突出实用性,紧密结合当前我国社会主义市场经济飞速发展的需要,文字精炼,写法深入浅出、通俗易懂。丛书有两个主要特点:一是采用问答式,简洁鲜明,直接入题,并以案说法,具体、生动、形象,便于广大读者阅读、理解;二是作者均为我国法律界亲临一线的

专家、学者，所引案例时代感强，著述有权威性。

本丛书的编辑出版，得到了中宣部副部长龚心瀚和司法部原副部长王巨禄的大力支持，从选题筹划到组织专家撰稿，从出版发行到成书宣传，他们都提出许多重要的意见和建议，特别是两位领导亲自主持并参加丛书编委会议，具体指导丛书的编撰工作。

本丛书得到了全国普法办公室的支持，经他们审定，本书被推荐给广大读者。本丛书的编辑出版，得到了中国政法大学出版社的大力支持，特别是社长池源淳、总编辑率蕴铤、副社长徐波等同志做了大量的具体工作。出版要繁荣，要为推进改革开放、建立社会主义市场经济体制和实现现代化建设提供强大的智力支持，这是时代赋予出版工作的基本任务。我们期望有更多的出版单位为完成这一基本任务积极做出自己的贡献。

丛书编撰工作还得到了有关部门和一些同志的热情帮助和支持，在此一并致谢。敬请广大读者对出版的每批图书提出意见，以便今后我们把这项工作做得更好。

中国市场经济法律快通丛书

编委会

目 录

1、什么是不正当竞争？	(1)
2、什么是反不正当竞争法中的自愿原则？	(2)
3、什么是反不正当竞争法中的平等原则？	(4)
4、什么是反不正当竞争法中的公平原则？	(6)
5、什么是反不正当竞争法中的诚实信用原则？	(7)
6、什么是公认的商业道德原则？	(9)
7、买了膛内注水的鸭子能不能退货？	(10)
8、个人能对商店出售没有产地的矿泉水 进行监督吗？	(11)
9、领导个人批评就能代替当事人承担 不正当竞争的法律的责任吗？	(12)
10、君霞剪刀厂能假冒他人的注册商标吗？	(14)
11、为促进销售能否使用社会上知名商品的名称？	(15)
12、使用与他人相同的包装可以打入国际市场吗？	(16)
13、能利用他人的装潢来推销自己的产品吗？	(17)
14、使用与知名商品相近似的名称打开 市场销路是否可行？	(18)
15、使用与他人包装相近似的包装不构成侵权吗？	(20)
16、在产品上标其他企业的名称是借鸡生蛋吗？	(21)
17、借用名厨声誉开饭馆是正常的经营技巧吗？	(22)
18、随意使用名小吃招牌扩大营业是自我联营吗？	(23)
19、为尽快扩大生产是不是可以擅自使用 国家质量认证标志？	(25)

- 20、为完成财政上缴任务是否可以自己决定
借用他人的电工认证标志? (26)
- 21、使用民间团体评的优质酒称号行吗? (28)
- 22、产地在产品的市场竞争中没有关系吗? (29)
- 23、公用企业推销产品没有商量吗? (30)
- 24、不买供水公司的水表就不能通水吗? (32)
- 25、非得用特快专递方式才能寄挂号信吗? (33)
- 26、不买电讯局的电话机就不能通话吗? (35)
- 27、必须由煤气供应站购买并安装热水器
才算合格吗? (36)
- 28、非得买公安局指定的防盗门才算安检合格吗? (37)
- 29、为关照本系统的利益就可以不让外
单位在此经营吗? (39)
- 30、本地的蒜苔自由流向外地是否应该
收土特产费? (41)
- 31、烟价不合理,烟农自然向往烟价相对
公平市场对吗? (42)
- 32、为了推销本公司的积压物资就能用不公开的
回扣方式吗? (43)
- 33、这里卖的电缆真是那么好吗? (45)
- 34、回扣与监狱之路怎么这么接近? (46)
- 35、为公就可以帐外收回扣吗? (48)
- 36、购买了大件商品就可以随意给折扣吗? (50)
- 37、出国考察算不算折扣? (51)
- 38、广告宣传的质量与产品的质量是否是一回事? (53)
- 39、达不到输出功率的收录机能否退货? (55)

- 40、随意夸大农药的用途应否承担赔偿责任? (56)
- 41、打他人的牌号作产品的宣传有无
法律根据? (57)
- 42、私改食品的有效期应否承担赔偿责任? (59)
- 43、为开拓市场是否可以自定产品的产地? (61)
- 44、广告代理按客户的要求做广告是否应
承担广告不实的法律责任? (63)
- 45、给钱就可以随意为客户设计广告吗? (65)
- 46、制作广告能充分吸引消费者就行了吗? (66)
- 47、盗窃商业秘密是属于不正当竞争行为吗? (68)
- 48、巧妙获取他人的商业秘密就是合法吗? (70)
- 49、强使他人透露商业秘密是平等交换吗? (72)
- 50、与自己生产有关就可以披露他人的
商业秘密吗? (74)
- 51、利诱得来的商业秘密可以随便使用吗? (76)
- 52、双方合作开发的科技产品一方可以
允许他人使用吗? (78)
- 53、允许使用不等于使用人自由允许
他人使用吗? (79)
- 54、销售渠道是否属于商业秘密? (81)
- 55、经营自由是否可以低于成本价销售? (84)
- 56、降价销售鲜鱼是非法排挤同行吗? (85)
- 57、低价销售积压商品是不正当竞争吗? (87)
- 58、批发同样的商品价格相差悬殊是
不正当竞争吗? (88)
- 59、在同行中抢先季节性降价算不算不正当竞争? (90)

- 60、以低于成本销售商品是否都属于不正当竞争？ (92)
- 61、市场短缺就可以搭售吗？ (94)
- 62、市场经济就可以随便附加条件进行销售吗？ (95)
- 63、有奖销售必须有奖吗？ (97)
- 64、谁拿奖都是有奖销售吗？ (99)
- 65、有奖销售就可以不顾商品的质量了吗？ (101)
- 66、有奖销售的奖金是否可由经营者自己确定？ (103)
- 67、经商可以搞兵不厌诈吗？ (105)
- 68、为争客户怎么宣传都行吗？ (107)
- 69、投标可以与招标者充分协商吗？ (109)
- 70、投标者可以联合起来对付招标者吗？ (111)
- 71、工商所能否查处不正当竞争行为？ (112)

附录

- 中华人民共和国反不正当竞争法 (115)

1. 什么是不正当竞争？

【问】 某市的鸿运汽水厂和明华汽水厂生产的汽水都比较受大众的喜爱，该城人口不多，一到冬天汽水的销路就不是很好，两个厂都勉强维持生产，企业的经济效益较差。鸿运厂见汽水在冬天销路不佳，就打算以消费促生产，去城里的各商店、饭店联系，向他们推销本厂生产的鸿运牌汽水，动员本厂所有的职工联系销售，多售多奖，职工的积极性调动起来了，汽水的销路也很快打开，鸿运汽水厂的经济效益节节提高，厂里喜气洋洋。但是，该城的消费总能力并没有增加多少，鸿运汽水厂增加的市场就是明华汽水厂减少的市场，鸿运厂的汽水在市场上多卖了，明华厂的汽水在市场上就少卖了。明华厂见状不怨自己的销售工作没有搞好，也不怨自己的汽水品种、口味十多年一贯制，而是认为鸿运厂抢走了自己的生意。于是就琢磨法子把鸿运厂的汽水市场搞掉或搞垮，让自己的汽水占领市场。明华厂派员买了五十箱鸿运厂生产的汽水，然后把汽水放在太阳下晒，又拿到锅炉房烤，又放在冷风中吹，折腾了近一个多月，硬是把这五十箱汽水搞得变质了。然后再把这五十箱汽水通过关系混入鸿运厂给其他商店的汽水中，消费者买了这些变质的汽水后都觉得酸臭刺鼻，纷纷要求退货退钱，说鸿运牌汽水的质量不行了，厂家对产品的质量不负责任。小城不大，消息一传十，十传百，使许多人都怀疑鸿运牌汽水不可靠。这时明华厂乘机大力宣传他们生产的明华牌汽水的质量如何如何可靠，又规定凡进其五十箱货的奖一块电子表。这一来，明华厂的汽水销路大长，而鸿运厂的汽水几乎卖不出去。

鸿运厂一开始以为真是自己的汽水的质量不行，一定是哪个生产环节出了问题，全厂停产整顿，清查责任，可查来查去查不出什么质量问题。后来终于发现是明华厂搞的鬼，鸿运厂的人非常生气，就找明华厂说理，要求其停止搞鬼，不要再侵害鸿运厂的产品质量信誉。可明华厂的人自恃在工商行政管理局认识人，认为反正鸿运厂的市场已经被抢过来了，这点事情不算个啥。就装聋作哑，拒不认帐，更不认错。鸿运厂见与其说理无效，就向当地人民法院提起诉讼，要求明华厂停止侵害，挽回影响，赔礼道歉并赔偿损失三十万元。请问：明华汽水厂的行为是否构成不正当竞争行为？

【答】 明华厂悄悄的购进鸿运厂的汽水，故意将其搞变质，然后再偷偷的投入市场，使消费者误以为是鸿运厂的汽水质量不行，败坏了鸿运厂的名誉，给鸿运厂造成了较大的损失，构成了侵权事实。根据我国民法通则第101条、第102条的规定，法人的名誉权受到侵害的，有权要求停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉，并可以要求赔偿损失。另根据我国反不正当竞争法的规定，明华厂靠损害他人的合法利益的方法抢占市场的行为已经构成了不正当竞争，应当承担相应的法律责任。

2. 什么是反不正当竞争法中的自愿原则？

【问】 北方某水果批发市场常年从南方运香蕉来卖。由于人们的生活水平提高了，香蕉在北方的销路也日渐看好，商贩王某看到批发香蕉能赚大钱，就想把该批发市场的香蕉批发业务垄断起来，在价格上先降后提，将其他的批发商挤出去，就与外地运香蕉来的客商说，要他们把所有的香蕉都给他，他付

给的价钱比其他批发商每公斤高一角钱。但是，那外地香蕉客商走南闯北，见多识广，知道他这么提出来没安好心，虽然现在的价钱比其他批发商高些，但一旦其他的批发商被挤走，这人就会翻脸不认人，就会逼着我们把外地的香蕉大幅度降价，到时再找其他的批发商就不行了。因为有此顾虑，这些外地香蕉客商都不愿意与王某签定香蕉总经销的合同，只说你愿意要多少都行，你愿意出高价我们可以给你挑好的，但你要我们把香蕉全都卖给你一个人，这不行。王某说你们这些人真不知好歹，我出的价钱高，你们就要把货卖给我，这点市场常识都不懂，还跑来做生意，真是笑话。但不管王某怎么说，那些外地客商就是不干。

王某开始以小利引诱外地客商，不能得逞，就以这些外地客商无理拒签合同为由，告到当地工商行政管理部门，要求工商行政管理部门出面干涉，制止外地客商签订合同违法行为。工商行政管理部门经过调查，认为王某要外地客商把香蕉都卖给他其动机不纯，其目的是想垄断市场，外地客商不愿意签此合同是有道理的，遂不支持王某的请求，反而批评了王某，告诫其合同是双方自愿的行为，任何人都不得强迫他人签订合同，在订合同时须坚持自愿原则，这也是我国反不正当竞争法规定的自愿原则在具体的经济活动中的体现。请问：什么是反不正当竞争法中的自愿原则？

【答】反不正当竞争法中的自愿原则是指在市场的商品交易和商品服务中，尊重交易各方和服务的各方都是平等的民事主体的地位，是否交易和是否接受服务或是否提供服务应由当事人自己决定，任何人不得以自己的行政上的势力或财产上的势力或其他方面的势力来强迫他人接受自己的条件，即使提出

条件的人自己认为条件很合理，但是，只要对方认为条件不合理或者不愿意与之打交道的話，该生意就不能做成。王某见识破其垄断香蕉市场的花招，又见工商行政管理部门的人不支持他，才不得不放弃这个图谋。这个案件说明，在生产经营中要注意有人别有用心的先予后取的垄断市场的图谋，要学会利用法律来保护自己的合法权益。

3. 什么是反不正当竞争法中的平等原则

【问】 某市的外贸进出口公司经营大理石工艺品的出口业务。该公司和本市的十一家工艺美术厂企业有业务协作关系。这些企业的主要产品就是生产大理石工艺品，而这些产品由于生产成本低，在国内市场上的销路并不是很好，企业的多数产品要靠出口，而企业又没有进出口权。所以凡是出口方面的事情都委托给该外贸公司做。时间一长，外贸公司看到这十一家企业的产品要依靠自己才能出口，就在价格上狠压企业，并大言不惭地说，你们这些企业靠我公司才有饭吃，我们把价格压得低些是因为国际市场的价格较低，你们只有以这个价格我们才收购，否则，就不管你们了。由于生产成本确实降不下来，按外贸公司规定的价格企业就赚不了钱，这十一家企业就联合起来去外地找了一家进出口公司经销大理石工艺品，价钱要比原来高出三成。这十一家企业的生产经营情况有了很大的改善，日子好过多了。可是本市的这家外贸公司没有了这十一家企业产品的出口业务，马上经济效益就降下来了，就找原业务厂家要求继续经销其出口业务，厂家要求提高价格，但公司拒绝了。该公司得不到那十一家企业的业务，不思是自己低价压人的结果，

反去市里告那十一家企业是吃里扒外，把好处都给了外地，影响了本地的财政收入。要求市领导以行政命令规定本市企业的产品只能给本公司经销。市领导不作调查研究就答应了该公司的要求。这十一家企业不服市里的规定，联合向法院提起行政诉讼，请求人民法院变更市里不合理的规定。法院经过审理，认定某外贸进出口公司强压价格是严重地损害了企业的利益。现在强调保护企业的生产经营自主权，企业有权去外地寻找价格更合理的公司经销其产品，用行政命令来压企业的经济利益是不对的。遂依法作出撤销市里的行政决定的判决，并指出该公司的行为是一种不正当竞争的行为，违反了反不正当竞争法规定的平等原则，应予制止。请问：什么是反不正当竞争法的平等原则？

【答】 我国反不正当竞争法总的立法精神就是为了维护市场正常的经济秩序，保护生产经营者和消费者的合法权益。该法中的平等原则就是指在市场活动中，不管当事人的经济力量如何或社会地位如何，他们的民事主体地位是一样的，他们的权利义务是对等的。我国的宪法、民法通则、经济合同法以及反不正当竞争法都规定了当事人在经济活动中各自的权利义务关系是平等的，不允许一方当事人有超越法律的特权，有强加于人的特权。因为只有各方当事人的地位平等，才有获取经济利益机会的平等。在社会的商品处于供过于求的情况下，如何保护生产经营者和消费者的合法利益就是反不正当竞争法关于平等原则的基本任务。在法律对不正当竞争行为没有具体的规定，尤其是反不正当竞争法没作具体的规定时，就可以用反不正当竞争法规定的原则的精神去判断案件的是非，去明确双方当事人的权利义务，从而达到保护公平竞争的目的。

4. 什么是反不正当竞争法中的公平原则？

【问】 其服装公司（以下简称甲公司）自己生产服装，也对外批发服装。由于该公司的对外关系较广，市场销售量较大，就联系本地的几十家小服装企业生产服装，由他负责收购再批发出去。由于该公司控制了市场，当地的小服装企业都要仗仰他的鼻息，他对那些小企业说一不二，经常在价钱上压低，使小企业的生产效益一直较差，再加之他还经常拖欠小企业的货款，使小企业常感流动资金不足，生产越来越困难。这些小企业就自己组织起一个服装批发公司（以下简称乙公司）对外销售服装，这一来企业的服装价格比原来高多了，其经济效益显著改善。甲公司由于失去了对原几十家小企业的业务，加上那些企业还组成一个新的公司与自己竞争，其利润日渐跌落。甲公司就想法如何把过去的业务夺回来，把那些小企业组成的公司所占的市场从本地挤出去。于是就向税务部门举报乙公司偷逃税，要求税务机关给予其重罚。目的使其经济上承受不了，不得不回到自己手中。但是税务机关经过调查没有发现乙有偷逃税的情况。甲公司的企图落空，一计不成，又生一计，他又去工商行政管理部门找人要求注销乙公司的服装批发业务的营业资格。其理由是一个地区只有一家服装批发公司就足够了，同时有多家服装批发企业，彼此竞争，互相压价，谁也赚不了好价钱，对地方的财政收入没有好处，所以要制止乙公司的不法竞争活动，继续让本公司享有本地市场的高占有率。请问：对甲公司的这个要求应怎么看待？

【答】 当地的一些部门和干部认为一山不容二虎，还是只

让甲公司控制本地的市场，对本地的财政收入有好处。对乙公司也不必注销其资格，但是应规定其只能在外地市场上销售服装，不得在本地市场与甲公司竞争。但也有人认为甲公司在本地的生意被乙公司抢了，并不是乙公司的不正当竞争，而是甲公司对原与他有交往的几十家小企业太苛刻，人家是忍无可忍才自己组建新公司来维护自己的合法利益的。他们这么做对增加本地的就业机会，增加本地财政收入都有好处，应当予以支持。工商行政管理局的领导经过研究认为甲公司的要求是无理的，各企业应当都遵守市场规则，在生产经营中进行公平的竞争，那种依靠行政力量维护少数人的利益的做法早已过时，在现在市场经济活动中，只有靠产品的质量和价格上的优势才能赢得市场。公平竞争是我国民事经济活动中必须要遵守的一个基本原则。所有的生产经营者不但可以根据这个原则扩大自己的生产规模，生产出更多的为社会所需要的产品，而不必怕人家说抢了他的市场，而且当有人不顾市场规则，硬不让他人竞争时，还可以请求法院或工商行政管理部门用这条原则保护自己的合法权益。

5. 什么是反不正当竞争法中的诚实信用原则？

【问】 某住宅小区的某副食店（以下简称甲店）经营日用副食品，由于此住宅小区商业不发达，只有这一家副食店，附近的群众都要到此店买东西，商店的生意不错。某火腿肠工厂（以下简称乙厂）想在此住宅小区销售火腿肠，要寻找一个独家代理推销其火腿肠，甲店条件是该乙厂不得在此小区再找其他代理商，也不得把火腿肠批发给这个小区的其他人销售。乙厂