

95

“九五”规划高等学校法学教材

◁ 经济法系列 ▷

jiu wu gui hua gao deng xue xiao fa xue jiao cai

种明钊/主编

# 竞争法

司法部法学教材编辑部编审

jiu wu gui hua gao deng xue xiao fa xue jiao cai

法律出版社

“九五”规划高等学校法学教材——经济法系列

# 竞 争 法

司法部法学教材编辑部编审

主 编 种明钊

撰稿人(以撰写章节先后为序)

种明钊 赵万一

~~胡光森 赵学军~~

~~石冀军 李 强~~

法 律 出 版 社

## 图书在版编目(CIP)数据

竞争法/种明钊主编.-北京:法律出版社,1997.6

“九五”规划高等学校法学教材·经济法系列

ISBN 7-5036-1989-9

I. 竞… I. 种… III. 市场竞争-经济法-中国-高等学校-教材 N. D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 11493 号

---

出版·发行/法律出版社

经销/新华书店

印刷/北京印刷三厂印刷

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/11.625 字数/310 千

---

版本/1997 年 6 月第 1 版 1997 年 6 月第 1 次印刷

印数/00,001—10,100

---

社址/北京市广外六里桥北里甲 1 号八一厂内(100073)

法律出版社发行部教材科

电话/63266794 63266796

出版声明/版权所有,侵权必究。

---

书号:ISBN 7-5036-1989-9/D·1623

定价:14.50 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

## 说 明

根据国家教委《关于“九五”期间普通高等教育教材建设与改革的意见》，我部“九五”规划的重点是编写对实现法学教育目标起关键作用和具有重大影响的现代法学教材。

现代法学教材坚持以邓小平建设有中国特色社会主义理论和党的十四大精神为指导，面向现代化、面向世界、面向未来，紧密结合我国改革开放和市场经济、法制建设以及法学教育改革的实际，瞄准培养跨世纪高质量法律人才的目标，努力编写出版反映当代先进水平的法学教材。

这批教材分若干系列，力求完整、准确地阐明基本概念、基本原理和基础知识，吸收国内外优秀学术成果，在理论与实践相结合的基础上，达到理论性、实践性和应用性的统一。

尽管编著者做出了很大努力，但不完善之处在所难免，尚祈读者批评指正。

《竞争法》是经济法系列的一种，由种明钊主编，撰稿人分工如下：

- |     |                   |     |     |
|-----|-------------------|-----|-----|
| 种明钊 | 赵万一               | 胡光志 | 第一章 |
| 胡光志 | 赵万一               | 盛学军 | 第二章 |
| 盛学军 | 第三、十五、十六、二十章      |     |     |
| 种明钊 | 石慧荣               | 第四章 |     |
| 胡光志 | 第五、十七、十八、十九章      |     |     |
| 赵万一 | 第六、七、八章           |     |     |
| 张耕  | 第九、十、十一、十二、十三、十四章 |     |     |
| 石慧荣 | 第二十一章             |     |     |

初稿完成后,赵万一、石慧荣参加了统稿工作,由种明劼修改定稿。

责任编辑 杨 克

司法部法学教材编辑部

1997年5月

## 作者简介

赵万一 法学硕士。西南政法大学副教授，硕士生导师。四川省高校“十佳青年教师”和“做出有突出贡献的中国博士硕士学位获得者”。主要著作有：《中国竞争保护法律制度研究》（独著）、《中国证券法的理论与实务》（独著）、《香港法要论》（主编）。

胡光志 法学硕士。西南政法大学讲师。主要著作有：《产品质量法学研究》（参编）、《中国股票、债券买卖与法律实务》（参编）。

盛学军 法学硕士。西南政法大学经济法系讲师。主要著作有：《经济法教程》（参编）、《金融欺诈法律研究》（副主编）。

石慧荣 法学硕士。西南政法大学副教授、硕士生导师、科研处副处长。主要著作有《产品质量法学研究》（副主编）、《经济法概论》（副主编）。

张耕 西南政法大学副教授，硕士生导师，经济法系基础理论教研室主任。主要著作有：《中国税法》（主编）、《中国经济法》（参编）、《专利法与商标法》（参编）等。

# 目 录

## 第一编 总 论

<b>第一章 竞争的一般原理</b> .....	( 3 )
第一节 竞争的概念与特征 .....	( 3 )
第二节 竞争产生的社会经济基础 .....	(16)
第三节 竞争的类型 .....	(20)
第四节 竞争的功能 .....	(25)
<b>第二章 竞争法律制度概述</b> .....	(32)
第一节 竞争法概要 .....	(32)
第二节 竞争法的法律体系 .....	(38)
第三节 竞争法律规则 .....	(41)
第四节 竞争法的地位和作用 .....	(47)
<b>第三章 竞争法的历史沿革</b> .....	(55)
第一节 外国竞争法的产生和发展概况 .....	(55)
第二节 美国的竞争法 .....	(58)
第三节 德国的竞争法 .....	(68)
第四节 日本的竞争法 .....	(73)
第五节 我国竞争法的产生和发展 .....	(76)
<b>第四章 国际竞争法律制度</b> .....	(83)
第一节 《保护工业产权巴黎公约》中有关竞争的规定 .....	(83)
第二节 欧洲共同体的竞争法律制度 .....	(86)
第三节 关贸总协定中的竞争制度 .....	(89)
第四节 联合国《控制限制性商业惯例的多边协议的	

公平原则和规则》 .....	( 98 )
----------------	--------

## 第二编 公平竞争法

<b>第五章 公平竞争法概要</b> .....	(103)
第一节 公平竞争的概念 .....	(103)
第二节 鼓励、保护公平竞争的必要性 .....	(106)
第三节 公平竞争法律制度的完善 .....	(108)
<b>第六章 公平竞争的基本原则</b> .....	(111)
第一节 公平竞争基本原则概述 .....	(111)
第二节 公平竞争基本原则的具体内容 .....	(115)
<b>第七章 公平竞争的立法条件</b> .....	(129)
第一节 明确的市场主体 .....	(129)
第二节 严格的财产界限 .....	(138)
第三节 完备的市场体系 .....	(141)
<b>第八章 公平竞争的法律实施</b> .....	(149)
第一节 公平竞争实施的道德基础 .....	(149)
第二节 公平竞争实施的法制环境 .....	(154)

## 第三编 反不正当竞争立法

<b>第九章 不正当竞争行为概述</b> .....	(165)
第一节 不正当竞争行为的概念与特征 .....	(165)
第二节 不正当竞争行为的类型 .....	(168)
第三节 不正当竞争行为的危害 .....	(171)
<b>第十章 不正当销售行为</b> .....	(176)
第一节 不正当有奖销售行为 .....	(176)
第二节 不正当亏本销售行为 .....	(182)
<b>第十一章 商业混同行为</b> .....	(189)



第一节	商业混同行为的概念与特征·····	(189)
第二节	假冒他人注册商标的行为·····	(191)
第三节	仿冒知名商品特有名称、包装、装潢的行为·····	(201)
第四节	擅自使用他人的企业名称或姓名行为·····	(206)
<b>第十二章</b>	<b>欺骗性质量标示行为</b> ·····	(210)
第一节	欺骗性质量标示行为概述·····	(210)
第二节	伪造或冒用质量标志的行为·····	(211)
第三节	伪造产地的行为·····	(215)
第四节	对商品质量作引人误解的虚假表示·····	(219)
<b>第十三章</b>	<b>引人误解的虚假宣传行为</b> ·····	(221)
第一节	引人误解的虚假宣传行为的概念与特征·····	(221)
第二节	禁止引人误解的虚假宣传的法律规定·····	(222)
第三节	引人误解的虚假宣传的种类·····	(226)
第四节	处理引人误解的虚假宣传时应划清的几个 界限·····	(235)
<b>第十四章</b>	<b>商业贿赂行为</b> ·····	(237)
第一节	商业贿赂行为的概念与特征·····	(237)
第二节	禁止商业贿赂行为的立法概况·····	(239)
第三节	商业贿赂行为的类型·····	(242)
第四节	商业贿赂行为与相关行为的区别·····	(245)
第五节	商业贿赂行为与贿赂罪·····	(251)
<b>第十五章</b>	<b>侵犯商业秘密的行为</b> ·····	(253)
第一节	商业秘密的概念及其种类·····	(253)
第二节	商业秘密的性质与特征·····	(256)
第三节	侵犯商业秘密的行为及其危害·····	(262)
第四节	禁止侵犯商业秘密的法律规定·····	(265)
<b>第十六章</b>	<b>商业诽谤行为</b> ·····	(270)
第一节	商誉、商誉权及商业诽谤行为·····	(270)
第二节	商业诽谤行为的表现形式及危害·····	(275)

第三节	禁止商业诽谤行为的法律规定	(277)
-----	---------------	-------

## 第四编 反垄断立法

<b>第十七章</b>	<b>垄断与反垄断立法</b>	(283)
第一节	垄断概述	(283)
第二节	反垄断立法	(290)
<b>第十八章</b>	<b>经济性垄断</b>	(297)
第一节	经济性垄断的概念与特征	(297)
第二节	经济性垄断的危害	(299)
第三节	我国的经济性垄断	(302)
<b>第十九章</b>	<b>行政性垄断</b>	(314)
第一节	行政性垄断的概念和特征	(314)
第二节	行政性垄断的危害	(316)
第三节	行政性垄断的成因	(319)
第四节	行政性垄断的主要表现形式	(323)

## 第五编 竞争法律救济制度

<b>第二十章</b>	<b>监督检查制度</b>	(331)
第一节	监督检查制度概述	(331)
第二节	监督检查的主体及其职权	(336)
第三节	监督检查的程序	(345)
<b>第二十一章</b>	<b>法律责任制度</b>	(348)
第一节	违反公平竞争的法律责任制度概说	(348)
第二节	实施不正当竞争行为所应承担的法律责任	(353)
第三节	违反监督检查的法律责任	(360)

# 第一编 总 论



# 第一章 竞争的一般原理

中国经济运行的最终目标模式是建立起社会主义市场经济体系。这一体系的建立依赖于许多种社会经济条件,其中最主要的条件之一就是要引入社会竞争机制,以便利用竞争制度所具有的强大力量,尽可能地提高经济效率和发展社会生产力。可以毫不夸张地说,社会主义市场经济的有效运行必须有赖于规范的竞争行为和完善的竞争保护机制。竞争是促进社会经济发展的原动力之一。离开了竞争就没有社会经济的持续、正常、高速的发展,也就没有真正意义上的社会主义。

## 第一节 竞争的概念与特征

### 一、竞争的概念

#### (一) 竞争的一般含义

竞争是一个内涵颇为丰富的概念:既有涵盖整个生命体运动的所谓生物学意义上的竞争,也有涉及人类社会生活各个层面的社会学意义上的竞争;既有蕴含有重大社会经济价值和广泛社会效益的经济学意义上的竞争,也有具有特定内含和明确调整范围的法学意义上的竞争。生物学意义上的竞争是生物体为维持自己的生存而不断适应外部环境的过程,它既是生物不断进步的动力,也是生物进化的起点和终点,且贯穿于整个生物进化的全过程。著名生物学家达尔文在其划时代名著《生物进化论》中所揭示的“物竞天择,适者生存”,就是对生物界竞争的最好写照。可以十分肯定地说,没有竞争就没有生物的进步,包括人类在内的整个生物界就会因为缺乏生命力而衰

亡。社会学意义上的竞争则是指社会主体为了争得更好的生存环境，而与其他社会主体间不断进行的斗争和协调，其极端表现形式是战争，其常规表现形式是阶级斗争和不同利益集团之间的争斗。正是这种主体利益的差别性铸就了竞争的驱动力，使竞争的主要着眼点被外化为谋求更多的经济利益。可以说经济利益既是推动竞争的原动力，也是一切竞争的出发点和最终归宿。对此恩格斯曾指出：“每一个社会的经济关系首先是作为利益表现出来的。”<sup>①</sup> 马克思也指出：“人们奋斗所争取的一切都与他们的利益有关”。<sup>②</sup> 社会竞争存在于整个人类社会的发展过程之中，特别是在人类出现私有制之后，以阶级斗争为表现形式的生存竞争更成为社会发展的常规形态。对此，毛泽东在《丢掉幻想，准备战斗》一文中就精辟地指出：“阶级斗争，一些阶级胜利了，一些阶级消灭了，这就是历史，这就是几千年的文明史。”<sup>③</sup> 离开了竞争，社会就不能进步，人们也就无法享受所有的现代文明。

## （二）经济学意义上的竞争概念

对于经济学意义上的竞争，在我国理论界至今尚无一致的看法。不过就人们的惯常理解来看，竞争有时指的是抽象的竞争规律，有时又是指的具体的竞争行为。前者实际上指的是优胜劣汰规律，后者则是指在商品经济条件下，市场主体为取得有利的产销条件和生存环境、实现良好的经济效益而进行的以抑制和排斥竞争对手为条件的积极性生产经营行为。按照马克思主义的观点，竞争的产生和存在首先必须依赖两个最基本的条件：一个是社会分工；另一个则是多元的利益主体。社会分工是人类社会发展到一定阶段的必然产物，有了社会分工，就有了交换和市场，也就有了个体产品为社会承认的强烈需求以及为实现这一需求而实现的竞争。马克思指出：“社会分工则使

---

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年版，第537页。

② 《马克思恩格斯全集》第1卷，第82页。

③ 《毛泽东选集》（1卷本）人民出版社，1967年横排袖珍本第1376页。

独立的商品生产者互相对立，他们不承认别的权威，只承认竞争的权威，只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制。”<sup>①</sup> 多元利益主体的存在，决定了各自具有独立的经济利益。这种对个体利益的强烈追求构成了竞争的原动力，竞争也就演化为追求各自利益的单个资本或其他经济活动当事人之间的复杂的相互作用。它调节着资本和社会经济资源在不同社会生产部门之间的分配，引起价格波动，导致生产技术和经济组织结构的不不断演进，从而促进了社会生产力的发展和社会经济的增长。马克思主义的这种竞争理论直接导源于资本主义经济学家的竞争理论，是对以亚当·斯密为代表的社会竞争理论的扬弃。为此我们有必要对资本主义经济学家的竞争理论作一简单回顾。

在西方经济学中，竞争首先是单个厂商的事情，主要发生在厂商之间。竞争与市场是联系在一起的，竞争的过程和竞争的结果必须在市场中才能得到验证。因此商品经济或市场经济的竞争，实质上也就是市场的竞争。<sup>②</sup> 在资本主义竞争理论中，最具代表性的是新古典学派的完全竞争理论。完全竞争理论的代表人物是17至18世纪的法国古典经济学家布俄吉尔内尔和英国古典经济学家亚当·斯密。他们在对封建割据和垄断进行深刻批判的基础上提出了理想的完全竞争理论。亚当·斯密认为，垄断给垄断者带来局部利益，但却以牺牲国家利益和消费者利益为代价，也损害了企业竞争和改进经营的活力，且使生产要素得不到合理流动和合理配置。为了清除封建残余的束缚，应建立完全的竞争机制，由市场这个“看不见的手”对社会经济进行自发调节。他认为，只要市场中的每个个体都努力追逐自己的利益，就可以在总体上有效地促进全社会的利益。通过市场的自发调节，就可以使自然价格和市场价格基本上达到平衡，可以使供求关系互相适应。在市场经济中，国家或君主应放弃对私人企业的具体干

---

① 《资本论》第1卷，人民出版社，1975年版，第394页。

② 参见张德霖著《竞争与不正当竞争》，人民日报出版社，1994年版第9—16页。

预,而只负责三件事情:抵御外敌入侵,保护社会;严格执行正义的法律,使社会上每个人免遭非法侵害和压迫;经营公共事业公共设施等无利可图而又为社会所必需的事项以维护自由竞争的顺利进行。<sup>①</sup>完全的自由竞争通常要具备以下几个条件:自由的市场,即市场上不存在任何外在力量的控制;众多的市场主体,即每一个生产主体或购买主体都无法通过个人的买卖行为影响市场的价格;完全性的信息,即各个买主和卖主都对目前的市场状况完全了解,每个人都可以通过自己的意志进行自由选择;同质的产品,生产要素的自由流动,即生产要素在各产业部门之间有完全的流动性,不存在进入障碍;均质的劳动,即各种生产要素之间具有完全替代性;所有企业的目的都是为了获得最大限度的利润。这种完全竞争的好处是:通过自由竞争可以创造出尽可能低的价格和尽可能高的产量和质量,消费者可以按实际上可以接受的最低价格买到所需产品;生产者则可以按照均衡价格出售自己的产品,从而获得正常的利润;从社会方面来看,社会上的人力、物力、财力,可以有效地分配到每一个部门和每一种商品的生产上,从而使资源得到最有效的利用。

由于这种完全竞争仅仅是一种舍去了现实应用条件的抽象性的竞争,在现实经济生活中可以说是几乎是不存在的。因此许多经济学家纷纷对完全自由竞争理论进行修正。其中最具代表性的是不完全竞争理论。这一命题于1924年为伦敦大学教授鲍里所提出,其代表人物是张伯伦和罗宾逊。按照西方微观经济学的观点,不完全竞争是介于完全竞争与垄断之间的一种竞争模式。它不再像完全竞争理论和垄断理论那样把市场竞争要素作简单化的设计,而是从现实出发,研究市场的复杂性和企业规模的差异性。假定市场上存在众多的厂商和多样化的产品,彼此间共同参与竞争。不同厂商所生产的产品之间互有差异,厂商可以对其产品拥有某种程度的垄断,并可以通过产

---

<sup>①</sup> 参见亚当·斯密《国民财富的性质和原因的研究》,商务印书馆1974年出版。陈有西著《反不正当竞争法律适用概论》,人民法院出版社1994年版第16—22页。



品的差异在一定程度上影响市场的价格,而不像完全竞争条件下的竞争者那样只是既定价格的被动接受者和遵从者。但各种有差异的产品之间又具有一定程度的可替代性,这又使不同企业和不同产品之间会展开竞争。这样每个厂商都是既作为垄断者,又作为竞争者的双重身份来参与市场经济活动的。由于这种理论比较接近社会经济现实情况,因此从它一产生就受到了较为广泛的社会认同。

### (三) 法学意义上的竞争概念

法律是统治阶级意志的反映,是各种社会需求和社会现象,借助一定的媒介形式表现出的具有足够约束力的强制性规范。法学概念也不过是对社会关系的科学描述。同样,法学意义上的竞争概念也应当是对经济学上竞争概念的恰切回应。但法学概念又不能是将经济学意义上的概念简单地、机械地照搬到法学领域,而应遵循自己的逻辑规律对竞争概念作出明确肯定的界定。由于各国立法传统和立法技术上存在一定差异,因此对于什么是法学意义上的竞争,各国法律上作了不同的回答。按照日本《关于禁止私人垄断及确保公正交易的法律》第2条第4款之规定:“本法所称竞争,是指两个以上的事业者在其通常的营业活动范围内,并且对该事业活动的设施或形态不加以重大变更,进行或能进行下列各号之一行为的状态。”“一、对同一的需求者供给同种或类似的商品或劳务;二、由同一的供给者接受同种或类似的商品或劳务的供给。”该法第2条第1款和第2款则规定,本法律所称的事业者是指从事商业、工业、金融业以及其他事业的人,为事业者的利益而工作的负责人、职工、代理人、其他人员以及以增进事业者的共同利益为主要目的的两个以上的事业者的结合体或联合体。我国台湾地区现行的《公平交易法》第4条规定:“本法所称竞争,谓二以上事业在市场上以较有利之价格、数量、品质、服务或其他条件,争取交易机会之行为。”按照该法第2条的规定,这里所说的事业包括公司、独资或合伙之工商行号、同业公会、其它提供商品或服务从事交易之人或团体。

我国现行的《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不