

现代
经济法学
系列教材

竞争法学

邵建东 方小敏 王 炳 唐晋伟 编著

现代
经济法学
系列教材

竞争法学

邵建东 方小敏 王 炳 唐晋伟 编著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争法学/邵建东等编著.

北京:中国人民大学出版社,2009

(现代经济法学系列教材)

ISBN 978-7-300-10217-7

I. 竞…

II. 邵…

III. 市场竞争-经济法-法的理论

IV. D912.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 213868 号

现代经济法学系列教材

竞争法学

邵建东 方小敏 王 炳 唐晋伟 编著

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	涿州市星河印刷有限公司		
规 格	170 mm×228 mm 16 开本	版 次	2009 年 1 月第 1 版
印 张	27 插页 2	印 次	2009 年 1 月第 1 次印刷
字 数	541 000	定 价	43.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

编写说明

根据出版社对“现代经济法学系列教材”的定位，我们编著了这本教材。在编著的过程中，我们力求使本书成为一本内容充实、观点新颖、学术性较强的教材，即界于理论著作与普通教科书之间的作品，既体现出教材的系统性、权威性和全面性，又具有较开阔的视野和一定的学术深度。在体系结构安排上，我们尝试设置了程序法，将竞争法领域中的程序问题专门列出来作系统介绍。在内容安排上，反不正当竞争法部分立足于国内的立法、司法和执法现状，侧重于结合实践作分析；而反垄断法部分由于我国尚缺乏必要的法律实践，故侧重于与国外最新的法律进展和法学原理进行比较分析。为了便利读者理解，几乎在每一章的前面都列出一个或若干个典型案例。这些案例大部分来源于我国《最高人民法院公报》，有些则选自国外的司法实践。

本书的第一编“竞争法总论”和第二编“反不正当竞争法”由邵建东（南京大学法学院教授）编著，第三编“反垄断法”由方小敏（南京大学法学院副教授）编著，第四编“竞争程序法”由王炳（南京航空航天大学法律系讲师）和唐晋伟（南京工业大学法学院讲师）编著。王炳对“竞争法总论”的部分内容也有贡献。全书由邵建东作了统一审阅核定。

由于我们水平和精力有限，这本教材中难免存在错误与不足，敬请读者批评指正。

邵建东

2008年12月22日于南京

总 目

第一编 竞争法总论

第一章 竞争法的产生与发展	3
第一节 竞争法的产生	3
第二节 竞争法的发展	6
第二章 竞争法的调整与内容	13
第一节 竞争法的调整	13
第二节 竞争法的内容	20
第三章 竞争法的地位与作用	23
第一节 竞争法的地位	23
第二节 竞争法的作用	26
第四章 我国竞争法的产生与现状	29
第一节 我国竞争法的产生	29
第二节 我国竞争法的现状	33
第三节 我国竞争法现状评价	41

第二编 反不正当竞争法

第五章 反不正当竞争法概述	51
第一节 反不正当竞争法的概念和特征	56

第二节	反不正当竞争法的立法宗旨	58
第三节	不正当竞争行为的一般构成	60
第四节	反不正当竞争法与相关法律部门的关系	78
第六章	擅自使用他人商业标记行为	83
第一节	擅自使用他人商业标记行为概述	91
第二节	假冒他人注册商标	94
第三节	擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢	100
第四节	擅自使用他人企业名称或姓名	109
第五节	伪造或冒用质量标志和伪造产地	111
第七章	商业贿赂行为	116
第一节	商业贿赂概述	118
第二节	商业贿赂的性质	120
第三节	商业贿赂行为的表现形式及危害	126
第四节	商业贿赂行为的构成要件	129
第八章	虚假广告行为	131
第一节	虚假广告概述	133
第二节	禁止虚假广告的法律规定	135
第三节	虚假广告行为的主要表现形式	138
第四节	虚假广告行为的构成要件	141
第九章	侵犯商业秘密行为	145
第一节	商业秘密法律保护概述	148
第二节	商业秘密的构成和种类	150
第三节	侵犯商业秘密行为的表现形式	154
第四节	商业秘密的法律性质	157
第十章	诋毁商誉行为	161
第一节	商誉及诋毁商誉行为概述	162
第二节	诋毁商誉行为的表现形式	164
第三节	诋毁商誉行为的构成要件	169



第十一章 不正当有奖销售行为	172
第一节 有奖销售概述	173
第二节 有奖销售的利弊分析	176
第三节 违法的有奖销售行为	177

第三编 反垄断法

第十二章 反垄断法概述	183
第一节 反垄断法的基本理论问题	183
第二节 反垄断法的历史发展和演变	193
第三节 反垄断法的适用范围	205

第十三章 禁止垄断协议	211
第一节 垄断协议概述	213
第二节 禁止垄断协议原则及其例外	220
第三节 横向垄断协议和纵向垄断协议	236

第十四章 滥用市场支配地位	252
第一节 市场支配地位概述	253
第二节 市场支配地位的认定	256
第三节 滥用市场支配地位的行为	266

第十五章 经营者集中控制制度	281
第一节 经营者集中控制制度概述	283
第二节 经营者集中的申报程序	289
第三节 经营者集中的审查程序	295
第四节 经营者集中合并控制标准	298

第十六章 禁止滥用行政权力限制竞争	306
第一节 滥用行政权力限制竞争行为概述	307
第二节 滥用行政权力限制竞争行为的构成要件	310
第三节 外国法对滥用行政权力限制竞争行为的规范	312
第四节 我国反垄断法对滥用行政权力限制竞争行为的规范	317

第四编 竞争程序法

第十七章 竞争民事程序	327
第一节 竞争民事程序概述	328
第二节 竞争民事责任	333
第三节 民事诉讼程序	339
第四节 民事非诉讼程序	346
第十八章 竞争行政程序	350
第一节 竞争行政程序概述	351
第二节 竞争行政普通程序	362
第三节 竞争行政简易程序	377
第四节 竞争行政特别程序	379
第五节 竞争行政程序救济	384
第十九章 竞争刑事程序	388
第一节 竞争刑事程序概述	389
第二节 竞争犯罪和刑罚	393
第三节 刑事诉讼程序	396
第四节 附带民事诉讼程序	402
第二十章 竞争程序其他法律问题	406
第一节 竞争民事程序与竞争行政程序的关系	406
第二节 竞争民事程序与竞争刑事程序的关系	409
第三节 竞争行政程序与竞争刑事程序的关系	411



细 目

第一编 竞争法总论

第一章 竞争法的产生与发展	3
第一节 竞争法的产生	3
一、竞争法的产生过程	3
二、竞争法产生的原因	4
第二节 竞争法的发展	6
一、竞争法的发展历程	6
二、竞争法的发展趋势	10
第二章 竞争法的调整与内容	13
第一节 竞争法的调整	13
一、竞争法的概念	13
二、竞争法的调整对象	14
三、竞争法律关系	16
第二节 竞争法的内容	20
一、竞争法的主要内容	20
二、竞争法内容的立法安排	21
第三章 竞争法的地位与作用	23
第一节 竞争法的地位	23
一、竞争法属于经济法	23
二、竞争法是经济法的核心	24

第二节 竞争法的作用	26
一、关于竞争法作用的理论分歧	26
二、本书的观点	27
第四章 我国竞争法的产生与现状	29
第一节 我国竞争法的产生	29
一、制定竞争法的必要性	29
二、制定竞争法的过程	30
第二节 我国竞争法的现状	33
一、反不正当竞争法现状	33
二、反垄断法现状	37
第三节 我国竞争法现状评价	41
一、立法评价	41
二、执法评价	45
三、司法评价	46

第二编 反不正当竞争法

第五章 反不正当竞争法概述	51
典型案例 1 “枫叶”牌西裤案	51
典型案例 2 美国杜邦公司诉北京国网信息有限责任公司 计算机网络域名侵权纠纷案	52
第一节 反不正当竞争法的概念和特征	56
一、反不正当竞争法的概念	56
二、反不正当竞争法的特征	57
第二节 反不正当竞争法的立法宗旨	58
一、直接目的：“制止不正当竞争”	58
二、最终目的：“鼓励和保护公平竞争，保障社会主义市场 经济健康发展”	58
三、根本目的：“保护经营者和消费者的合法权益”	58
第三节 不正当竞争行为的一般构成	60
一、不正当竞争行为的主体	60
二、不正当竞争行为的范围	63
三、不正当竞争行为侵害的客体	74
第四节 反不正当竞争法与相关法律部门的关系	78



一、与反垄断法之间的关系	78
二、与民法之间的关系	79
三、与知识产权法之间的关系	80
四、与消费者权益保护法之间的关系	81
五、与产品质量法之间的关系	82
第六章 擅自使用他人商业标记行为	83
典型案例 1 南京雪中彩影公司诉上海雪中彩影公司及其分公司商标侵权、不正当竞争案	83
典型案例 2 哈尔滨啤酒有限公司诉圣士丹啤酒有限公司不正当竞争纠纷案	86
典型案例 3 湖南王跃文诉河北王跃文等侵犯著作权、不正当竞争案	88
典型案例 4 上海大中华橡胶四厂诉临泉县振兴福利鞋厂等假冒他人名优标志构成不正当竞争案	90
第一节 擅自使用他人商业标记行为概述	91
一、我国现行法的规定	91
二、对此类行为的不同称呼	91
三、此类行为属于“擅自使用他人商业标记的行为”	92
四、有关立法情况	92
五、对现行法第 5 条诸项规定之间关系的认识	93
第二节 假冒他人注册商标	94
一、商标在市场竞争中的功能	94
二、注册商标与注册商标专用权	95
三、假冒他人注册商标	95
四、作为不正当竞争的假冒注册商标	96
五、商标法与反不正当竞争法的关系	98
第三节 擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢	100
一、保护知名商品特有的名称、包装、装潢的必要性	100
二、知名商品特有的名称、包装、装潢及其特征	100
三、知名商品的认定	102
四、擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢	106
五、擅自使用造成误认或混淆	108
第四节 擅自使用他人企业名称或姓名	109
一、企业名称与姓名	109

二、擅自使用行为的构成要件	110
第五节 伪造或冒用质量标志和伪造产地	111
一、概述	111
二、伪造或冒用质量标志行为	111
三、伪造产地行为	113
第七章 商业贿赂行为	116
典型案例 温州中院终审判决酒店收取“进场费”属商业贿赂 ...	116
第一节 商业贿赂概述	118
一、商业贿赂的概念	118
二、商业贿赂的法律调整	118
第二节 商业贿赂的性质	120
一、商业贿赂与回扣	120
二、回扣与折扣	122
三、商业贿赂与佣金	125
四、商业贿赂与其他经济现象	125
第三节 商业贿赂行为的表现形式及危害	126
一、商业贿赂行为的表现形式	126
二、商业贿赂行为的危害	127
第四节 商业贿赂行为的构成要件	129
一、商业贿赂行为的主体	129
二、商业贿赂行为的客观方面	129
三、商业贿赂行为的主观方面	130
四、商业贿赂行为的损害客体	130
第八章 虚假广告行为	131
典型案例 北京市鹤鸣日新市场拓展服务有限责任公司 诉北京讯合科技有限责任公司虚假宣传构成 不正当竞争纠纷案	131
第一节 虚假广告概述	133
一、广告的概念和特征	133
二、广告在市场竞争中的重要性	134
三、虚假广告及其性质	135
第二节 禁止虚假广告的法律规定	135
一、国外禁止虚假广告的立法情况	135



二、我国现行法中禁止虚假广告的主要规定	136
第三节 虚假广告行为的主要表现形式	138
第四节 虚假广告行为的构成要件	141
一、虚假广告行为的主体	141
二、虚假广告行为的主观方面	142
三、虚假广告行为的客观方面	142
四、虚假广告行为的损害客体	144
第九章 侵犯商业秘密行为	145
典型案例 厦门市粉末冶金厂诉厦门市开元区横竹金属制品厂、 陈昆西、陈孟宗商业秘密侵权纠纷上诉案	145
第一节 商业秘密法律保护概述	148
一、外国商业秘密保护制度概述	148
二、我国保护商业秘密的立法情况	149
三、商业秘密法律保护的国际化	150
第二节 商业秘密的构成和种类	150
一、商业秘密的构成	150
二、商业秘密的种类	154
第三节 侵犯商业秘密行为的表现形式	154
一、经营者以不正当手段获取他人的商业秘密	154
二、经营者非法披露、使用或允许他人使用以不正当手段 获取的商业秘密	155
三、违反约定或违反保密要求披露、使用或允许他人使用 他人的商业秘密	156
四、第三人消极侵犯他人的商业秘密	156
五、商业秘密权利人的职工违反合同或违反保密要求，披露、 使用或者允许他人使用商业秘密的行为	156
第四节 商业秘密的法律性质	157
一、国外有关商业秘密法律性质的学说	157
二、我国有关商业秘密法律性质的学说	158
三、商业秘密是一种特殊的知识产权	158
第十章 诋毁商誉行为	161
典型案例 杭州娃哈哈集团诉珠海巨人集团诋毁商誉案	161
第一节 商誉及诋毁商誉行为概述	162

一、商誉的概念	162
二、禁止诋毁商誉的理由	163
三、禁止诋毁商誉的立法情况	164
第二节 诋毁商誉行为的表现形式	164
一、主要表现形式	164
二、分类尝试	168
第三节 诋毁商誉行为的构成要件	169
一、诋毁商誉行为的行为主体	169
二、诋毁商誉行为的主观方面	169
三、诋毁商誉行为的客观方面	170
四、诋毁商誉行为的损害后果	171
第十一章 不正当有奖销售行为	172
典型案例 抚顺市啤酒厂有奖擂台赛案	172
第一节 有奖销售概述	173
一、有奖销售的概念	173
二、有奖销售的特征	173
三、有奖销售的种类	174
四、我国现行法对有奖销售的规定	175
第二节 有奖销售的利弊分析	176
一、有利的方面	176
二、不利的方面	177
第三节 违法的有奖销售行为	177

第三编 反垄断法

第十二章 反垄断法概述	183
第一节 反垄断法的基本理论问题	183
一、反垄断法的经济学理论	183
二、竞争秩序的特性及对反垄断法的影响	185
三、反垄断法的价值目标	188
第二节 反垄断法的历史发展和演变	193
一、反垄断法发展概况	193
二、反托拉斯法在美国的产生和发展	195
三、欧共体竞争法的产生和发展	198



四、我国反垄断立法概况	200
第三节 反垄断法的适用范围	205
一、主体范围	205
二、反垄断法的适用除外领域	206
三、反垄断法的域外效力	209
四、知识产权保护与反垄断法适用	210
第十三章 禁止垄断协议	211
典型案例 中国方便面协会牵头涨价案	211
第一节 垄断协议概述	213
一、垄断协议的概念	213
二、垄断协议的形态	213
三、垄断协议的构成要件	216
第二节 禁止垄断协议原则及其例外	220
一、国外禁止垄断协议立法概况	220
二、我国禁止垄断协议立法和实践	223
三、垄断协议豁免制度	229
第三节 横向垄断协议和纵向垄断协议	236
一、概念和特征	236
二、规制模式之争	237
三、横向垄断协议	239
四、纵向垄断协议	244
第十四章 滥用市场支配地位	252
典型案例 德国本拉特加油站低价倾销案	252
第一节 市场支配地位概述	253
一、市场支配地位的含义	253
二、市场支配地位的类型	254
三、市场支配地位对竞争的影响	255
第二节 市场支配地位的认定	256
一、相关市场的界定	256
二、认定市场支配地位的理论方案	261
三、美欧认定市场支配地位的标准	262
四、我国《反垄断法》关于认定市场支配地位的规定	265
第三节 滥用市场支配地位的行为	266

一、概述	266
二、垄断价格	268
三、掠夺性定价	270
四、拒绝交易	273
五、限定交易	274
六、搭售和附加其他不合理交易条件	275
七、差别待遇	276
八、滥用基础设施垄断权限制竞争行为	277
九、知识产权人滥用市场支配地位限制竞争行为	278
第十五章 经营者集中控制制度	281
典型案例 波音合并麦道案	281
第一节 经营者集中控制制度概述	283
一、经营者集中的概念	283
二、经营者集中的类型	285
三、反垄断法规制经营者集中的必要性	286
第二节 经营者集中的申报程序	289
一、申报模式	289
二、申报标准	290
三、申报主体和申报义务	293
四、违反申报义务的责任	294
第三节 经营者集中的审查程序	295
一、审查期限	295
二、审查机关的职权和义务	295
三、当事人的权利和义务	297
四、审查决定	298
第四节 经营者集中合并控制标准	298
一、外国法合并控制标准的规定和实践	298
二、我国《反垄断法》对合并控制标准的规定	300
三、针对外资并购的国家安全审查	303
第十六章 禁止滥用行政权力限制竞争	306
典型案例 哈尔滨市市容办滥用行政权力限制竞争案	306
第一节 滥用行政权力限制竞争行为概述	307
一、概念与界定	307



二、特征	309
三、主要危害	310
第二节 滥用行政权力限制竞争行为的构成要件	310
一、主体要件	310
二、行为要件：滥用行政权力	311
三、结果要件：足以排除或限制竞争	312
第三节 外国法对滥用行政权力限制竞争行为的规范	312
一、概述	312
二、美国法上的州行为理论及其所受的限制	313
三、欧共体法对成员国限制竞争行为的法律控制	314
四、结论：有关规制模式的思考	317
第四节 我国反垄断法对滥用行政权力限制竞争行为的规范	317
一、反垄断法规制的必要性	317
二、反垄断法禁止制度的形成	318
三、《反垄断法》禁止的行为	319

第四编 竞争程序法

第十七章 竞争民事程序	327
典型案例 星源公司、统一星巴克诉上海星巴克及其分公司 商标侵权及不正当竞争纠纷案	327
第一节 竞争民事程序概述	328
一、竞争民事程序的概念和地位	328
二、竞争民事程序的类型	329
三、竞争民事程序参与人	330
第二节 竞争民事责任	333
一、概述	333
二、停止侵害	333
三、损害赔偿	335
四、其他民事责任形式	338
第三节 民事诉讼程序	339
一、管辖	339
二、诉前保全	341
三、司法制裁	342
四、诉讼费用	344