

实用版
法规专辑



实用版法规专辑

竞争法

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

实用版法规专辑

竞争法

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争法/中国法制出版社编. —北京: 中国法制出版社, 2008. 8

(实用版法规专辑)

ISBN 978 - 7 - 5093 - 0672 - 7

I. 竞… II. 中… III. ①反不正当竞争法 - 汇编 - 中国②反托拉斯法 - 汇编 - 中国 IV. D922. 294. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 118210 号

竞争法

JINGZHENGFA

经销/新华书店

印刷/涿州市新华印刷有限公司

开本/850 × 1168 毫米 32

版次/2009 年 6 月第 1 版

印张/6.25 字数/134 千

2009 年 6 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 0672 - 7

定价: 15.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

网址: <http://www.zgfzs.com>

市场营销部电话: 66033393

传真: 66031119

编辑部电话: 66066820

邮购部电话: 66033288

我国的立法体系

全国人民代表大会	修改宪法，制定、修改刑事、民事、国家机构的和其他的基本法律。
全国人民代表大会常务委员会	制定和修改除应当由全国人民代表大会制定的法律以外的其他法律；在全国人民代表大会闭会期间，对全国人民代表大会制定的法律进行部分补充和修改；解释法律。
国务院	根据宪法和法律，制定行政法规。
省、自治区、直辖市人民代表大会及其常务委员会	根据本行政区域的具体情况和实际需要，在不同宪法、法律、行政法规相抵触的前提下，制定地方性法规。
较大的市的人民代表大会及其常务委员会	根据本市的具体情况和实际需要，在不同宪法、法律、行政法规和本省、自治区的地方性法规相抵触的前提下，制定地方性法规，报批准后施行。
经济特区所在地的省、市的人民代表大会及其常务委员会	根据全国人民代表大会的授权决定，制定法规，在经济特区范围内实施。
民族自治地方的人民代表大会	依照当地民族的政治、经济和文化的特点，制定自治条例和单行条例，报批准后生效。 依照当地民族的特点，对法律和行政法规的规定作出变通的规定，但不得违背法律或者行政法规的基本原则，不得对宪法和民族区域自治法的规定以及其他有关法律、行政法规专门就民族自治地方所作的规定作出变通规定。
国务院各部、委员会、中国人民银行、审计署和具有行政管理职能的直属机构	根据法律和国务院的行政法规、决定、命令，在本部门的权限范围内，制定部门规章。
省、自治区、直辖市和较大的市的人民政府	根据法律、行政法规和本省、自治区、直辖市的地方性法规，制定地方政府规章。
中央军事委员会	根据宪法和法律制定军事法规，在武装力量内部实施。

- 注：1. 较大的市是指省、自治区的人民政府所在地的市，经济特区所在地的市和经国务院批准的较大的市。
2. 法的效力等级：宪法 > 法律 > 行政法规 > 地方性法规、部门规章、地方政府规章；地方性法规 > 本级和下级地方政府的规章；部门规章 = 地方政府规章。（> 表示效力高于，= 表示效力相等）
3. 司法解释：司法解释是最高人民法院对审判工作中具体应用法律问题 and 最高人民检察院对检察工作中具体应用法律问题所作的具有法律效力的解释，司法解释与被解释的有关法律规定一并作为人民法院或人民检察院处理案件的依据。

编辑说明


运用法律维护权利和利益，是读者选购法律图书的主要目的。法律文本单行本提供最基本的法律依据，但单纯的法律文本中的有些概念、术语，读者不易理解；法律释义类图书有助于读者理解法律的本义，但又过于繁杂、冗长。

基于上述理念，我社自2006年7月率先出版了“实用版”系列法律图书，所出品种均深受广大读者的认同和喜爱。本着“以读者为本”的宗旨，应读者需要，我们将与社会经济生活密切相关的领域所依托的法律制度以专辑形式汇编出版，延续了“实用版”系列简洁、实用的风格，为广大公民提供最经济有效的法律学习及法律纠纷解决方案。

本专辑具有以下鲜明特点：

1. **出版权威。**中国法制出版社是国务院法制办公室所属的中央级法律类图书专业出版社，是国家法律、行政法规文本的权威出版机构。

2. **法律文本规范。**法律条文利用了我社法律单行本的资源，与国家法律、行政法规正式版本完全一致，确保条文准确、权威。

3. **条文解读专业、权威。**本书中的解读都是从全国人大常委会法制工作委员会、国务院法制办公室等对条文的权威解读中精选、提炼而来，并用标示出来，简单明了、通俗易懂，涵盖百姓日常生活中经常遇到的纠纷与难题。

4. **附录实用。**书末收录经提炼的法律流程图、诉讼文书、办案常用数据（如损害赔偿金额标准）等内容，帮助您大大提高处理法律纠纷的效率。

5. **“实用版法规专辑”**除延续上述“实用版”系列特点外，兼从某一社会经济生活领域出发，收录、解读该领域所涉重要法律制度，为解决该领域法律纠纷提供支持。

2009年6月

竞争法律制度与你

竞争法，是指为维护正常的竞争秩序而对市场主体的竞争行为进行规制的法律规范的总称。竞争是市场经济最重要的运行机制，作为调整竞争关系的基本法律规范，竞争法的内容几乎涉及所有的经济领域和经济活动，它从根本上维护了整个国家的市场结构和市场秩序，使竞争机制的作用能得以正常的发挥，并由此带来国家经济的繁荣和发展。现代竞争法被一些国家的法学家们称作国家的“经济宪法”或国家经济的“基石”。

竞争法在市场经济中所发挥的作用是多方面的，主要可以归纳为以下几点：第一，维持合理的市场结构，创造公平合理的竞争环境；第二，保护和鼓励正当竞争，维护正常的竞争秩序；第三，规范政府行为，为政府对市场竞争管理提供依据；第四，协调经营者与消费者关系，维护消费者的合法权益。

按照一般理解，竞争法主要包括反不正当竞争法和反垄断法。不正当竞争和垄断都是市场竞争过程中出现的违反公平竞争规则的行为，都会给市场竞争秩序带来危害。我国调整竞争法律关系的法律规范主要集中于《中华人民共和国反不正当竞争法》、《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》、《中华人民共和国反垄断法》、《中华人民共和国价格法》、《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国反倾销条例》、《中华人民共和国反补贴条例》和《中华人民共和国保障措施条例》之中。

《中华人民共和国反不正当竞争法》由中华人民共和国第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议于1993年9月2日通过，并

于1993年12月1日起施行。该法共五章33条，详尽列举了十一种不正当竞争行为，包括：（1）采用假冒或混淆等不正当手段从事市场交易的行为；（2）公用企业限制竞争行为；（3）政府及其所属部门滥用行政权力行为；（4）商业贿赂行为；（5）虚假广告行为；（6）侵犯商业秘密；（7）低价倾销行为；（8）搭售商品或附加其他不合理条件的行为；（9）违法有奖销售行为；（10）损害商誉行为；（11）串通招投标行为。并对由此产生的法律责任以及监督检查部门的职权和检查程序予以规定，为保障市场经济健康发展，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起到了重要作用。

《中华人民共和国反垄断法》由中华人民共和国第十届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议于2007年8月30日通过，自2008年8月1日起施行。该法共八章57条，分章对垄断协议、滥用市场支配地位、经营者集中、滥用行政权力排除、限制竞争等垄断行为进行具体规制，并对由此产生的法律责任以及反垄断执法机构的职权和调查程序予以规定。该法对于维护经营者和消费者合法权益，促进技术创新和技术进步，提高企业竞争力，保证国民经济的健康、持续、协调发展，具有极为重要的作用。

竞争法律要点提示

法律要点	法 条	页 码
不正 当 竞 争 手 段	《反不正当竞争法》第5条 《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》第1-7、17、18条	第5页 第31-33、36页
禁 止 垄 断 经 营	《反不正当竞争法》第6条 《反垄断法》第8、32、36条 《关于禁止公用企业限制竞争行 为的若干规定》	第9页 第61、83、86页 第50页
禁 止 权 力 经 营	《反不正当竞争法》第7条 《反垄断法》第8、32、33、36、 37条	第10页 第61、83、84、 86、87页
禁 止 贿 赂 经 营	《反不正当竞争法》第8条 《关于禁止商业贿赂行为的暂行 规定》	第12页 第44页
禁 止 虚 假 宣 传	《反不正当竞争法》第9条 《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》第8、17、18条	第14页 第33、36页
侵 犯 商 业 秘 密	《反不正当竞争法》第10条 《反垄断法》第41、54条 《关于禁止侵犯商业秘密行为的 若干规定》 《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》第9-14、17、18条	第15页 第90、103页 第39页 第34-36页

法律要点	法 条	页 码
禁止有奖销售	《反不正当竞争法》第 13 条 《关于禁止有奖销售活动中不正 当竞争行为的若干规定》	第 19 页 第 53 页
横向垄断协议	《反垄断法》第 13 条	第 66 页
纵向垄断协议	《反垄断法》第 14 条	第 68 页
垄断协议豁免 的情形	《反垄断法》第 15 条 《工商行政管理机关查处垄断协 议、滥用市场支配地位案件程序 规定》第 21 条	第 70 页 第 113 页
禁止滥用市场 支配地位	《反垄断法》第 17 条 《反不正当竞争法》第 11、12 条 《制止价格垄断行为暂行规定》 第 3-8 条 《关于禁止公用企业限制竞争行 为的若干规定》第 4 条	第 72 页 第 18 页 第 135、136 页 第 50 页
市场支配地位 的认定因素	《反垄断法》第 18 条	第 76 页
市场支配地位 的推定因素	《反垄断法》第 19 条	第 77 页
经营者集中的 情形	《反垄断法》第 20 条	第 77 页
禁止行政权力 妨碍商品地区 间流通	《反垄断法》第 33 条 《反不正当竞争法》第 6、7、 23、30 条 《制止价格垄断行为暂行规定》 第 12 条	第 84 页 第 9、10、25、 29 页 第 136 页

目 录

- 中华人民共和国反不正当竞争法 (1)
(1993年9月2日)
- 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 (31)
(2007年1月12日)
- 关于禁止串通招标投标行为的暂行规定 (37)
(1998年1月6日)
- 关于禁止侵犯商业秘密行为的若干规定 (39)
(1995年11月23日)
- 医药行业关于反不正当竞争的若干规定 (42)
(1993年10月4日)
- 关于禁止商业贿赂行为的暂行规定 (44)
(1996年11月15日)
- 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 (47)
(1995年7月6日)
- 关于禁止公用企业限制竞争行为的若干规定 (50)
(1993年12月24日)
- 关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定 (53)
(1993年12月24日)
- 中华人民共和国反垄断法 (56)
(2007年8月30日)
- 工商行政管理机关制止滥用行政权力排除、限制

竞争行为程序规定	(107)
(2009年5月26日)	
工商行政管理机关查处垄断协议、滥用市场支配 地位案件程序规定	(109)
(2009年5月26日)	
关于外国投资者并购境内企业的规定	(116)
(2006年8月8日)	
制止价格垄断行为暂行规定	(135)
(2003年6月18日)	
中华人民共和国价格法	(137)
(1997年12月29日)	
中华人民共和国反倾销条例	(147)
(2004年3月31日)	
最高人民法院关于审理反倾销行政案件应用法律 若干问题的规定	(160)
(2002年11月21日)	
中华人民共和国反补贴条例	(163)
(2004年3月31日)	
最高人民法院关于审理反补贴行政案件应用法律 若干问题的规定	(176)
(2002年11月21日)	
中华人民共和国保障措施条例	(179)
(2004年3月31日)	
实用附录：	
外国投资者并购境内企业反垄断申报指南	(185)

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。

◆ [条文参见：《反垄断法》第1条；《消费者权益保护法》第1条；《产品质量法》第1条]

第二条 【经营原则】 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。

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。

◆ (1) 自愿原则。自愿原则是指经营者在所从事的市场交易活动中，能够根据自己的内心意愿，设立、变更和终止商事法律关系。^①经营者有权自主决定是否参加某一市场交易活动，

^① 条文主旨为编者所加，下同。

他人无权干涉。②经营者有权自主决定交易的对象、交易的内容和交易的方式。③经营者之间的交易关系是以双方真实意思表示一致为基础。根据这一原则，任何以欺骗、胁迫、强迫手段进行交易的行为，或利用自己的某种优势强制交易对方接受不合理的条件都是不正当的。而像政府及其所属部门滥用行政权力限定他人购买其指定企业的商品，也是与自愿原则相背离的行为。

(2) 平等原则。平等原则是商品经济的本质要求，是指任何参加市场交易活动的经营者的法律地位平等，都享有平等的权利能力。其具体含义包括：①市场交易关系当事人不存在行政上的隶属关系，各自独立；②市场交易关系当事人依照法律规定享有平等的民事权利；③市场交易关系当事人之间权利义务的设定都是双方自愿协商，意思表示一致的结果。基于这一原则，在市场交易活动中，任何单位或个人都不能凭借行政权力限定他人的商品交易行为，也不能滥用经济优势或依法具有的独占的经济地位排挤其他经营者的公平竞争。平等原则还意味着，社会主义市场对所有经营者都是平等开放的，任何组织或个人不得以任何形式进行分割和封锁。

(3) 公平原则。公平原则是社会公平竞争观念在法律上的体现，其具体要求是：①凡是参与市场竞争的经营者都应依照同一规则行事。反对任何采取非法的或不道德的手段获取竞争优势的行为。诸如利用贿赂、回扣推销商品；不正当地获取、利用他人商业秘密，以及利用自己的经济优势不正当地阻碍他人参与市场竞争的行为都是不公平竞争行为。②在市场交易关系中，民事主体在享有权利和承担义务上不能显失公平，更不能一方只享受权利，另一方只承担义务。像经营者销售商品，违背购买者的意愿搭售其他商品或者附加其他不合理条件，既不符合自愿原则，同时也有悖于公平原则。

(4) 诚实信用原则。诚实信用原则与公平原则一样，也是社会公认的商业道德观念在法律上的体现，诚实信用，是指经营者在

市场交易活动中应保持善意、诚实、恪守信用。反对任何欺诈性的交易行为。可以说，在市场交易中任何企图不通过自己的诚实劳动，而是采取不正当的手段获得他人创造的有利条件，或者假冒他人注册商标，擅自使用他人的企业名称、字号等，以及对商品的质量、性能、产地等作虚假标示，使消费者产生混淆或误解的行为进行竞争，都是与诚实信用原则相悖的、不正当的市场交易行为。

(5) 遵守公认的商业道德。公认的商业道德，是指在长期的市场交易活动中形成的，为社会所普遍承认和遵守的商事行为准则。公认的商业道德是以公平、诚实信用为基础所形成的各种具体的商业惯例。其中一些重要的商业惯例已被法律所吸收，成为法律规范。但有限的法律条文不可能反映出商业道德的全部内容。因此确定“遵守公认的商业道德”这一原则，对于发挥商业道德的规范作用，具有十分重要的意义。

◆ 不正当竞争，是指经营者违反本法规定的行为。具体指本法第二章所列举的 11 种行为，包括：①采用假冒或混淆等不正当手段从事市场交易的行为；②公用企业限制竞争行为；③政府及其所属部门滥用行政权力行为；④商业贿赂行为；⑤虚假广告行为；⑥侵犯商业秘密；⑦低价倾销行为；⑧搭售商品或附加其他不合理条件的行为；⑨违法有奖销售行为；⑩损害商誉行为；⑪串通招投标行为。

◆ 商品经营，是指以营利为目的的商品交换活动。营利性服务，是指以营利为目的，以提供劳务为特征的经营行为。这里的法人包括企业法人和实行企业化经营，依法具有从事经营活动资格的事业单位法人，以及从事营利性活动并依法取得经营资格的社会团体法人。其他经济组织，是指不具备法人资格，但依法可以从事营利性活动的社会组织。个人，主要是指依法能够从事商品经营或服务的自然人。

◆ [条文参见：《反垄断法》第 12 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。

◆ 工商行政管理机关分中央和地方两个层次。中央是中华人民共和国国家工商行政管理总局，为国务院直属职能机构；地方是省、自治区、直辖市工商行政管理局，省辖市（地）工商行政管理局和区、县（含县级市）工商行政管理局。对不正当竞争行为享有执法权的，法律原则上规定限于县级以上工商行政管理机关。但是根据本法第23条的规定，公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者，限定他人购买其指定的经营者的商品，以排挤其他经营者的公平竞争的，由省级或设区的市的工商行政管理部门查处。这是对本条的例外规定。

◆ [条文参见：本法23条]

第四条 【社会监督】国家鼓励、支持和保护一切组织和个人对不正当竞争行为进行社会监督。

国家机关工作人员不得支持、包庇不正当竞争行为。

◆ 本条所指的社会监督是指广义上的社会监督，包括立法监督、行政监督、司法监督以及群众监督等。国家机关中对不正当竞争行为有查处权、审判权的机关，其实施监督的行为就是履行其法定义务的行为，其行为产生相应的法律后果，可以对不正当竞争行为实施一定的行政、司法措施。如责令行为人停止违法行为、处以一定金额的罚款等。而其他机关、社会组织和个人，所实施的揭发、检举行为，主要是作为监督检查部门查处不正当竞争行为的线索，本身不能对不正当竞争行为采取任何强制措施。

第二章 不正当竞争行为

第五条 【不正当竞争手段】 经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：

（一）假冒他人的注册商标；

（二）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商品；

（三）擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品；

（四）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。

◆ 假冒他人的注册商标。商标是区别商品来源的标志，经商标注册机关核准注册的商标为注册商标。按《商标法》及《商标法实施条例》的规定，可以向商标注册机关申请注册取得专用权的商标有商品商标、服务商标和集体商标、证明商标。商品商标、服务商标和集体商标、证明商标一经注册，商标注册人即依法取得商标专用权，受法律保护。《商标法》第52条对侵犯注册商标专用权的行为作了明确规定，包括：（1）未经商标注册人的许可，在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的；（2）销售侵犯注册商标专用权的商品的；（3）伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的；（4）未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的；（5）给他人的注册商标专用权造成其他损害的。《商标法实施条例》第50条又对给他人的注册商标专用权造成其它损害的行为作了具体规定：（1）在同一种或者类似商品上，将与他人注册商标相

同或者近似的标志作为商品名称或者商品装潢使用，误导公众的；(2) 故意为侵犯他人注册商标专用权行为提供仓储、运输、邮寄、隐匿等便利条件的。凡违反《商标法》及《商标法实施条例》的上述行为，均构成本条规定的假冒他人的注册商标的行为。

◆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商品。知名商品，是指在市场上具有一定知名度，为相关公众所知悉的商品。特有，是指商品名称、包装、装潢非为相关商品所通用，并具有显著的区别性特征。知名商品特有的名称，是指知名商品独有的与通用名称有显著区别的商品名称。但该名称已经作为商标注册的除外。包装，是指为识别商品以及方便携带、储运而使用在商品上的辅助物和容器。装潢，是指为说明与美化商品而在商品或者其包装上附加的文字、图案、色彩及其排列组合。

特有的商品名称、包装、装潢应当依照使用在先的原则予以认定。对使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，可以根据主要部分和整体印象相近，一般购买者施以普通注意力会发生误认等综合分析认定。一般购买者已经发生误认或者混淆的，可以认定为近似。人民法院认定知名商品，应当考虑该商品的销售时间、销售区域、销售额和销售对象，进行宣传的持续时间、程度和地域范围，作为知名商品受保护的情况等因素，进行综合判断。原告应当对其商品的市场知名度负举证责任。在不同地域范围内使用相同或者近似的知名商品特有的名称、包装、装潢，在后使用者能够证明其善意使用的，不构成本款规定的不正当竞争行为。因后来的经营活动进入相同地域范围而使其商品来源足以产生混淆，在先使用者请求责令在后使用者附加足以区别商品来源的其他标识的，人民法院应当予以支持。

有下列情形之一的，人民法院不认定为知名商品特有的名