

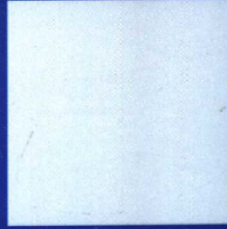
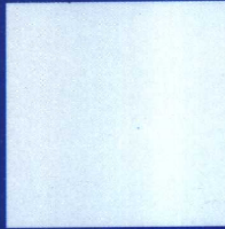
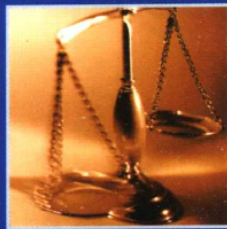
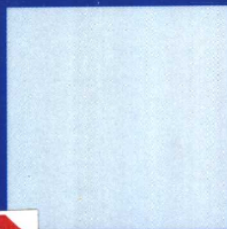
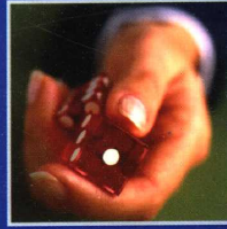
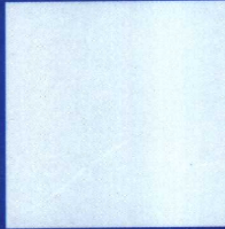
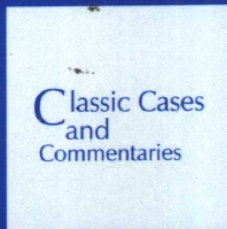
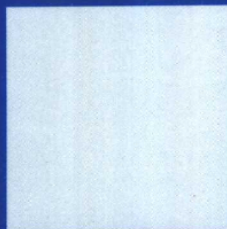
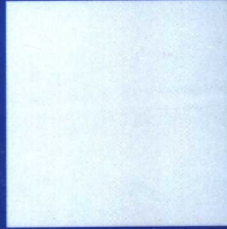
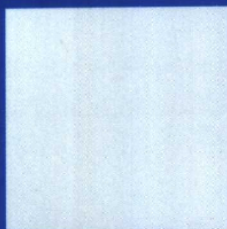
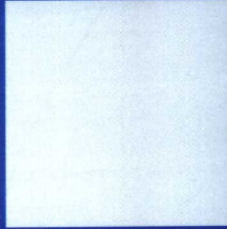
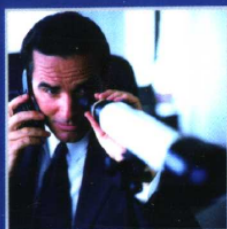
中外反不正当竞争法

经典案例评析

Anti-Unfair Competition Law

Classic Cases and Commentaries

黄勇 岑兆琦 编著



中信出版社
CHINA CITIC PRESS

中外反不正当竞争法

经典案例评析

Anti-Unfair Competition Law

Classic Cases and Commentaries

判例是法律和法理的集中展现和阐释，是法律具体应用的生动记载，是活的法律。现代反不正当竞争法已有百余年的历史，各国在反不正当竞争司法中，已累积了浩如烟海的判例，其中有些判例因具有示范价值或者里程碑意义而成为名案和经典，不仅是其本国反不正当竞争法律的集中展示，还常常具有国际影响和示范效应。

《中外反不正当竞争法经典案例评析》的编著者独具匠心，按照世界知识产权组织国际局发布的《反不正当竞争示范条款》的体例，从卷帙浩繁的中外判例中选取了35个很有代表性的名案，汇集成册，并精心评注，特别是对于国外的判例进行了原滋原味的译介，使读者能够一窥全豹。因此，本书立意独特，无论对于司法实务还是学理研究，均具有重要的参考价值。我作为一位长期从事反不正当竞争法的理论研究者 and 实务工作者，对于本书的创意颇为赞赏，因而也乐于向广大读者推荐。

孔祥俊 最高人民法院知识产权庭副庭长

上架建议◎法律·竞争法

ISBN 978-7-5086-0912-6



9 787508 609126 >



 LexisNexis®

www.publish.citic.com

定价：66.00元

09

国家“十五”“211工程”课题项目

中外反不正当竞争法

经典案例评析

Anti-Unfair Competition Law

Classic Cases and Commentaries

黄勇 岑兆琦 编著

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

中外反不正当竞争法经典案例评析/黄勇, 岑兆琦编著. —北京: 中信出版社, 2007. 7

ISBN 978-7-5086-0912-6

I. 中… II. ①黄…②岑… III. 反不正当竞争法—案例—分析—世界
IV. D912. 290. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 073692 号

Copyright© LexisNexis 律商联讯 2007

本书版权为律商联讯所有, 侵权必究。

未经书面许可, 不得以任何形式影印或复制本书的任何部分。

中外反不正当竞争法经典案例评析

ZHONGWAI FANBUZHENGDANG JINGZHENGFA JINGDIAN ANLI PINGXI

编 著: 黄 勇 岑兆琦

策 划 者: 中信出版社策划中心

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路 14 号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京牛山世兴印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 25.5 字 数: 480 千字

版 次: 2007 年 7 月第 1 版 印 次: 2007 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-0912-6/D · 221

定 价: 66.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。 服务热线: 010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

前言

竞争是市场经济的产物。商品经济的发展催生了市场经济，也促进了竞争的产生和发展，同时，竞争对市场也起到了重大调节作用。1993年3月我国《宪法》修正案中确定了“社会主义市场经济”，同年9月我国出台了《反不正当竞争法》，该法旨在鼓励和保护公平竞争，制止不正当竞争，保护经营者和消费者的合法权益。

反不正当竞争法和反垄断法同属竞争法范畴，均以竞争行为或竞争关系为调整对象，以保护和促进竞争、维护消费者的合法权益为目的。两者不同之处在于，反不正当竞争法禁止不正当竞争行为，反对经营者以不正当手段获得竞争优势，以维护公平的竞争秩序，故又称为公平竞争法；反垄断法禁止垄断行为，反对限制和扭曲市场竞争，以促进社会效率的提高。对于两者的关系，中国台湾学者认为“自由竞争法（反垄断法）重在追求经济的效益，而非分配之公平，促进‘动的安全’，所谓经济宪法指此部分。公平竞争法（反不正当竞争法）重在维护财产权，即‘静的安全’”。

反垄断法和反不正当竞争法的立法体例主要有分立制和合并制。前者如德国，在制定《反不正当竞争法》的同时，又另行制定《反对限制竞争法》；后者如中国，只有一部《公平交易法》，我国采取了分立制。

本书中收录了中国、欧盟、美国、德国、英国、日本等国家和地区共35个案例。由于各国的法律制度不一，每个案例中所涉及的法律和突出的重点、难点问题也不同，故本书在编排体例上尽量兼顾不同法系之间的差别，采用了世界知识产权组织《反不正当竞争示范条款》的体系进行编排。除了第一章概述之外，第二章至第六章按照《反不正当竞争示范条款》中商业混同、淡化行为、误导公众行为、商业诋毁、侵犯商业秘密的章节中所举例的行为来编排相应的案例，同时结合我国立法对《反不正当

竞争示范条款》中没有涉及的商业贿赂、不正当有奖销售、滥用优势地位等内容进行了补充和完善，这样将各国各地区不同的案例有机地联系起来，从而使本书案例编排体系完整、结构清晰，便于读者查找和研究。

我们对案例的评析基本上按照以下的思路：首先阐述案件诉讼过程，包括诉因、诉讼请求和理由、法院判决基本情况；其次揭示双方争讼的焦点和法律问题，总结概括法院认定事实和适用法律的情况；再次对案件中涉及的基本法律概念和原理进行说明和解释；最后对影响案件判决的有关证据规则和举证责任问题进行评价。这样有利于法学教学、研究人员和法律实务工作者更好地理解和分析案情，同时便于他们更好地了解、掌握国内外反不正当竞争法的立法情况和最新的动向。

本书是对外经济贸易大学竞争法中心的科研项目之一。竞争法中心是为了顺应经济全球化与我国加入世界贸易组织所发生的一系列变化与要求，满足国内市场竞争中对合理竞争规则和竞争机制的迫切法律需要而成立的。竞争法中心密切关注我国《反垄断法》的起草和《反不正当竞争法》的修订进程，在教学中运用大量的案例对中外法律进行解读，以案说法。通过案例教学，我们深切感受到对典型案例的理解和剖析，有助于把握立法的原意，掌握法律推理、法律适用的方法和原则，准确地分析案件事实和各種法律关系，提高分析、解决问题的能力。我们希望本书的出版对教学、科研和执法能带来一定的帮助。

在案例的编译过程中，由于我们的资料有限，翻译的水平有待提高，错漏在所难免，希望读者不吝批评指正。

编著者

2007年4月

Preface

Competition is a product of market economy. The commodity economy not only gives birth to the market economy, but also boosts competition, which at the same time greatly shapes the market as well. In March 1993, the Chinese Constitution Amendments confirmed "Socialist Market Economy" and in September of the same year, the Anti-Unfair Competition Law was promulgated, which aims at promoting and protecting fair competition, preventing unfair competition, and safeguarding the legitimate rights of operators and consumers.

Anti-Unfair Competition Law and Anti-Monopoly Law both belong to the category of competition law. They regulate competition behaviors or competition relationships, and intend to protect and promote competition as well as vindicate the consumer's legal rights. The difference between these two laws lies in very competition behaviors that they regulate. To be more specific, the Anti-Unfair Competition Law prohibits unfair competition, and opposes illegal measures of operators to obtain competitive advantages, in order to maintain the fair competition order. Hence it is also named as Fair Competition Law. Unlike Anti-Unfair Competition Law, the Anti-Monopoly Law prohibits monopoly behavior, and opposes restraints and distortion of market competition, so as to enhance the efficiency of the whole society.

There are two models to make Anti-Monopoly Law and Anti-Unfair Competition Law: to legislate separately and to legislate in combination. Germany follows the former one, which makes two different statutes for Anti-Restraints Competition Law and Anti-Unfair Competition Law. Taiwan, on the other hand, follows the latter one and enacts a single Fair Trade Law only. China has obviously chosen the separate model.

This book selects 35 typical cases of anti-unfair competition from different countries and areas such as China, European Union, United States, Germany, United Kingdom and Japan etc. They are arranged in the system of WIPO Model Provision On Protection Against Unfair Competition and it is a way that can give as much consideration as possible to the difference among different legal systems.

This book is part of the University of International Business and Economy Competition Law Center research programs. The Competition Law Center (CLC) is established to accommodate the changes and requisites caused by economy globalization and China's entrance to WTO, as well as to satisfy the urgent legislative need of reasonable competition rules and competitive mechanism in domestic market. CLC closely monitors the drafting of Chinese Anti-Monopoly Law and the amendments of Anti-Unfair Competition Law, and tries to use tremendous cases to analyze foreign and domestic laws. Through the case law analysis, we believe that the understanding and analyzing of the typical cases would not only facilitate the understanding of the lawmakers' original intention, help to master legal reasoning and the methods of legal application, but also enhance the ability to analyze relevant facts and legal relationships precisely, and finally reinforce the capability to analyze or solve legal problems.

We sincerely hope that the publication of this book would be of certain help to law teaching, researching and enforcement.

Authors

April 2007, Beijing

目 录

■ 第一章 反不正当竞争法概述	1
一、不正当竞争行为的概念	1
二、不正当竞争行为的种类	2
■ 第二章 对他人企业或活动引起混同的行为	4
一、对他人商标引起混同	7
二、对他人商号引起混同	12
三、对他人商标或商号以外的商业标识引起混同	33
四、对他人产品外观引起混同	45
五、对他人产品或服务名称引起混同	50
六、对知名人物或著名虚拟角色引起混同	65
■ 第三章 损害他人商誉或声誉行为	70
一、损害他人商标的商誉或声誉	72
二、损害他人商号的商誉或声誉	91
三、损害他人商标或商号以外的商业标识的商誉或声誉	111
四、损害他人产品外观的商誉或声誉	124
五、损害他人产品或服务名称的商誉或声誉	132
六、损害知名人物或著名虚拟角色的商誉或声誉	139
■ 第四章 误导公众行为	150
一、以产品的制造方法误导公众	153
二、以产品或服务对特定目的适用性误导公众	158

三、以产品或服务的质量、数量或其他特性误导公众	184
四、以产品或服务的来源地误导公众	204
五、以产品或服务的提供或供给条件误导公众	216
六、以产品或服务的价格或其计算方式误导公众	220
■ 第五章 诋毁他人企业或其活动的行为	230
一、诋毁他人产品的制造方法	233
二、诋毁他人产品或服务对特定目的的适用性	239
三、诋毁他人产品或服务的质量、数量或其他特性	248
四、诋毁他人产品或服务的来源地	252
五、诋毁他人产品或服务的提供或供给条件	265
六、诋毁他人产品或服务的价格或其计算方式	273
■ 第六章 侵犯商业秘密	290
一、以违反合同方式侵犯商业秘密	292
二、违反保密义务方式侵犯商业秘密	319
■ 第七章 商业贿赂行为	330
■ 第八章 不正当有奖销售行为	338
■ 第九章 滥用优势地位	353
■ 附录	363
保护工业产权巴黎公约（节选）	363
反不正当竞争示范条款	366
公平商业行为指令（节选）	373
德国反不正当竞争法（最新版）	384
■ 后 记	395

Table of Contents

■ Chapter 1 Basics of Anti-unfair Competition Law	1
I. The Concept of An Act of Unfair Competition	1
II. The Category of An Act of Unfair Competition	2
■ Chapter 2 Causing Confusion with Another's Enterprise or Its Activities	4
I. Confusion of Trademark Divisional Trading Officer v. Kingsley Clothing Ltd	7
II. Confusion of Trade Name Coca-cola Co. v. William S. Purdy	12
III. Confusion of Business Identifier Qualitex Co. v. Jacobson Products Co., Inc.	33
IV. Confusion of Product Appearance Beijing Hutongyou Touring Co. v. Beijing Sifangbotong Co.	45
V. Confusion of Presentation of Product or Services America Online, Inc, v. AT&T Co.	50
VI. Confusion of a Celebrity or a Well-known Fictional Character Bette Midler v. Young & Rubicam Inc.	65
■ Chapter 3 Damaging Another's Goodwill or Reputation	70
I. Dilution of Trademark Ringling Bros. Shows, Inc. v. Utah Division of Travel Development	72
II. Dilution of Trade Name Nissan Motor Co. v. Nissan Computer Co.	91

III. Dilution of Business Identifier Toshiba Europe GmbH v Katun Germany GmbH.	111
IV. Dilution of Product Appearance Ferrero Co. v. Mongtesha Co.	124
V. Dilution of Presentation of Product or Services Songweihe v. Guangzhou Northeast Restaurant	132
VI. Dilution of a Celebrity or a Well-known Fictional Character New Tinkerbell Inc. , v. The Disney Store, Inc.	139

■ Chapter 4 Misleading the Public 150

I. Misleading of Manufacturing Process Beijing Chaowei Biological Products Inc. v. Junenggai Inc.	153
II. Misleading of the Suitability for a Particular Purpose Director General of Fair Trading v. Tobyward Ltd. Federal Trade Commission v. Pantron I Corp.	158
III. Misleading of Quality or Quantity or Other Characteristics Lisa M. Shannon, v. Boise Cascade Co. Regina v. Southwood	184
IV. Misleading of Geographical Origin Hunan Gudongchun Tea Products Inc. v. Yiqinyuan Tea Products Co.	204
V. Misleading of the Conditions Offered or Provided on The Commission of the European Communities V. Nissan Co.	216
VI. Misleading of Price or its Calculation DSG Retail Ltd v. Oxfordshire County Council	220

■ Chapter 5 Discrediting Another's Enterprise or Its Activities 230

I. Defamation of Manufacturing Process Kliogest Pharmaceutical Co. v. Presomen Pharmaceutical Co.	233
II. Defamation of the Suitability for a Particular Purpose Fujian Damin Biological Engineering Co. v. Fuzhou South Seashore Co.	239
III. Defamation of Quality or Quantity or Other Characteristics Beijing Hejiweiye Electronic Products Co. v Beijing Jiandalande Co.	248
IV. Defamation of Geographical Origin Fashion Boutique of Short Hills, Inc. v. Fendi USA, Inc.	252
V. Defamation of the Conditions offered or provided on Mishiqiang v. Sanlu Co.	265

VI. Defamation of Price or Its Calculation British Airways Plc v. Ryanair Ltd	273
■ Chapter 6 Infringement of Secret Information	290
I. Infringement by Breach of Contract Komplementär-GmbH v. Former Employee ED Nowogroski Insurance, Inc. , v. Michael Rucker	292
II. Infringement by Breach of Confidence T-N-T Motorsports, Inc. v. Hennessey Motorsports, Inc.	319
■ Chapter 7 Business Corruption.	330
■ Chapter 8 Unfair Premium Sales	338
■ Chapter 9 Abuse of Predominant Bargaining Position	353
■ Appendices	363
Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Excerpts)	363
Model Provision On Protection Against Unfair Competition	366
Unfair Commercial Practices Directive (Excerpts)	373
Anti-unfair Competition Law of Germany	384
■ Postscript	395

第一章 反不正当竞争法概述

一、不正当竞争行为的概念

(一) 有关国际公约和外国法律对不正当竞争的定義

1967年斯德哥尔摩修订的《保护工业产权巴黎公约》第十条之二规定：“凡在工商业事务中违反诚实的习惯做法的竞争行为（act of competition）构成不正当竞争的行为（an act of unfair competition）。”^①

世界贸易组织1995年《与贸易有关的知识产权协议》（TRIPS）第三十九条规定：“在保证针对《巴黎公约》（1967）第十条之二规定的不公平竞争（unfair competition）而采取有效保护的过程中，各成员应依照第二款对未披露的信息（undisclosed information）和依照第三款提交政府或政府机构的数据进行保护。”第四十条规定：“本协定的任何规定均不阻止各成员在其立法中明确规定在特定的情况下可构成对知识产权的滥用并对相关市场中的竞争产生不利影响的许可活动或条件。”^②

世界知识产权组织（WIPO）1996年《反不正当竞争示范条款》第一条（a）：“在工业或商业活动中，任何违反诚实商业习惯的行为和做法（acts and practices），构成不正当竞争行为（an act of unfair competition）。”^③ WIPO对《反不正当竞争示范条款》的解释中强调：“《巴黎公约》第十条之二中提及‘竞争行为’，本《示范条款》中不正当竞争行为不以竞争行为作为条件。这就意味着《示范条款》也适用于没有直接竞争关系的行为

① <http://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/zh/docs/paris.pdf>.

② 《世界贸易组织乌拉圭回合多边贸易谈判结果法律文本》，法律出版社2000年版，第338页。

③ WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO) MODEL PROVISIONS ON PROTECTION AGAINST UNFAIR COMPETITION http://www.wipo.int/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfair_competition.pdf.

人与受该行为影响的利害关系人之间的情形。即使行为人的行为不是直接针对竞争对手,但是行为人据此获得了比竞争对手更强了竞争能力,从而影响了竞争……《示范条款》中不正当竞争行为摒弃了以竞争行为作为条件,也清楚地表明要保护消费者利益。”^①

德国 2004 年修订的《德国反不正当竞争法》第一条规定:“不正当的竞争行为是不允许的,如其以不利于共同竞争者、消费者或其他市场参与者的方式妨碍竞争,且这种妨碍并非无关紧要的。”^②

美国 1914 年《联邦贸易委员会法》第五条规定:“商业中和影响商业的不公平的竞争方法是非法的;商业中和影响商业的不公平和欺骗性行为及惯例是非法的。”^③

(二) 我国对不正当竞争的定義

依据我国 1993 年《反不正当竞争法》第二条第一款、第二款,凡是违背“自愿、平等、公平、诚实信用”原则,或者违背“公认商业道德”的行为,都可以认定为不正当竞争行为,这是界定不正当竞争行为的最基本原则。

该法第二条第二款规定:“本法所称的不正当竞争,是指经营者违反本法规定,损害其他经营者合法权益,扰乱社会经济秩序的行为。”《反不正当竞争法》第二条规定不正当竞争行为的几个要素:实施主体是经营者,目的是为了获取竞争利益;采用了不正当的手段;损害了其他经营者的权益和市场竞争秩序。

二、不正当竞争行为的种类

(一) 国际公约和惯例

《保护工业产权巴黎公约》第十条之二(3)中特别指出应禁止以下不正当竞争行为:“(1)具有采用任何手段对竞争者的营业所、商品或工商业活动产生混淆(create confusion)性质的一切行为;(2)在经营商业中,具有损害(discredit)竞争者的营业所、商品或工商业活动的信用性

① 同前页注释③。

② 牛文祺:“以消费者权益为首要保护对象德国《反不正当竞争法》新鲜出炉”,《法制日报》,2005年5月24日。

③ 黄勇、董灵:《反垄断法经典判例解析》,人民法院出版社,2002年版,第501页。

质的虚伪说法；（3）在经营商业中使用会使公众对商品的性质、制造方法、特点、用途或数量易于产生误解（mislead）的表示或说法。”^①

WIPO《反不正当竞争示范条例》规范下列不正当竞争行为：对他人企业或活动引起混同的行为、损害他人商誉或声誉的行为、误导公众行为、诋毁他人企业或其活动的行为。

（二）我国《反不正当竞争法》

在我国《反不正当竞争法》第二章（第五条至第十五条）中列举了以下不正当竞争行为：

1. 商业混同行为 [第五条（一）、（二）、（三）项]：包括假冒他人的注册商标；擅自使用知名商品特有的或与之近似的名称、包装、装潢；擅自使用他人的企业名称或者姓名。

2. 商业诋毁行为（第十四条）。

3. 对商品或服务作引人误解的宣传或表示：包括虚假的商品或服务标示行为 [伪造或冒用认证标志、名优标志；伪造产地；对质量作引人误解的虚假表示，第五条（四）项]、虚假广告宣传（第九条）。

4. 侵犯商业秘密（第十条）。

5. 商业贿赂（第八条）。

6. 不正当的有奖销售（第十三条）。

7. 依法具有独占地位的经营者的限制竞争行为（第六条）。

8. 低于成本价销售以排挤竞争对手（第十一条）。

9. 搭售行为（第十二条）。

10. 串通投标行为（第十五条）。

11. 滥用行政权力限制竞争行为（第七条）。

其中前6项属于传统的不正当竞争行为，后5项属于限制竞争行为 [已经纳入我国《反垄断法》（草案）调整范围，本书不做详细介绍]。

^① WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO) MODEL PROVISIONS ON PROTECTION AGAINST UNFAIR COMPETITION http://www.wipo.int/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfair_competition.pdf.

第二章 对他人企业或活动引起混同的行为

《保护工业产权巴黎公约》第十条之二（3）对“商业混同行为”的定义是：“具有采用任何手段对竞争者的营业所、商品或工商业活动产生混淆（create confusion）性质的一切行为。”^①

世界知识产权组织国际局（WIPO）《反不正当竞争示范条款》第二条规定：“在工业或商业活动中，对他人企业或其活动，特别是对该企业提供的产品或服务，引起或者可能引起混同的任何行为或做法，构成不正当竞争行为。”并举例说明在下列各项中特别可能引起混同：（i）商标，无论注册与否；（ii）商号；（iii）商标或商号以外的商业标识；（iv）产品外观；（v）产品或服务的说明；（vi）知名人物或著名虚拟角色。^②

我国《反不正当竞争法》第五条禁止下列商业混同行为：“经营者不得采取下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：（一）假冒他人注册商标；（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。”

根据我国《反不正当竞争法》，商业混同行为是指经营者不正当地从事市场交易，使自己的商品或服务与他人的商品或服务相混淆，造成或足以造成购买者误认误购的不正当竞争行为。商业混同行为可分为两种形式：（1）未经权利人许可，擅自使用他人特有的、为公众所知的商品名称、包装、装潢、商标、其他标记或企业名称等，即所谓假冒；（2）未经权利人许可，擅自使用与他人相近似的并足以致人混淆或误认的商品名

① <http://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/zh/docs/paris.pdf>.

② WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO) MODEL PROVISIONS ON PROTECTION AGAINST UNFAIR COMPETITION. http://www.wipo.int/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfair_competition.pdf.