

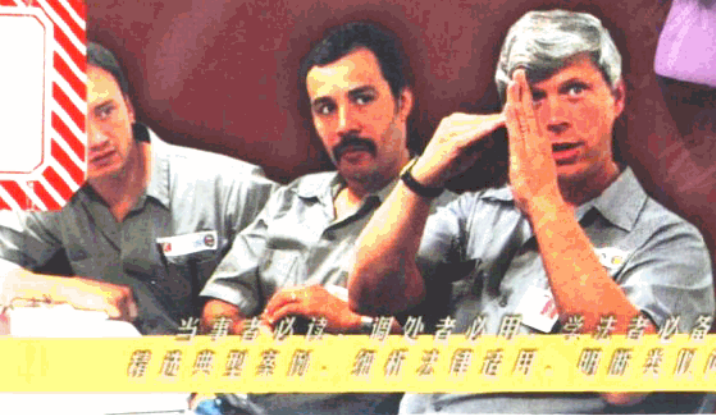
实用经济法律
经济纠纷丛书

丛书主编 黄和新
江苏人民出版社

秦美琴

怎样排解不正当竞争纠纷

党的十五大报告指出
是发展社会主义市场经济
是社会文明进步的重要
长治久安的重要保障



当事者必读、调处者必用、学法者必备
提供典型案例、剖析法律适用、明晰类似问题

实用经济法律

排解经济纠纷丛书

丛书主编

黄和新



0883176

怎样排解不正当竞争纠纷



35.25
QMQ

秦美琴

书 名 怎样排解不正当竞争纠纷
编 著 者 秦美琴
责任编辑 蒋德群
出版发行 江苏人民出版社
地 址 南京中央路 165 号
邮政编码 210009
经 销 江苏省新华书店
印 刷 者 扬州印刷总厂
开 本 850×1168 毫米 1/32
印 张 7.375 插页 2
印 数 1—6050 册
字 数 165 千字
版 次 1998 年 10 月第 1 版第 1 次印刷
标准书号 ISBN 7—214—02259—1/F·533
定 价 11.00 元
(江苏人民版图书凡印装错误可向承印厂调换)

序 言

黄和新同志主编的《排解经济纠纷丛书》即将面世了,这是在实现依法治国的时代背景下,我国中青年学者在民商法、经济法学的应用研究方面取得的新成果,可喜可贺。

党的十五大报告指出,依法治国是发展社会主义市场经济的客观需要,是社会文明进步的重要标志,是国家长治久安的重要保障。而要进一步发展社会主义法制,推进依法治国,在我看来,除必须坚持有法可依、有法必依、执法必严、违法必究四个方面的有机统一外,更必须坚持立法、执法、司法和普法教育四个方面的协调发展。因为一定社会的法制水平,不仅同立法、执法、司法有密切关系,而且同全体人民的法律意识的强弱有密切联系。正如小平同志所指出的那样:“加强法制重要的是要进行教育,根本问题是教育人。”^①因而,“深入开展普法教育,增强全民的法律意识,着重提高领导干部的法制观念和依法办事能

^① 《邓小平文选》,第三卷,163页,人民出版社,1993。

力”^①，是加强法制和推进依法治国的重要方面。从一定意义上讲，加强全民法制教育是一个更为基础性的工程。这一基础工程要求我们法律学者在这方面必须有所作为。

随着社会主义市场经济的渐次发育和社会主义法制的不断加强，我国关于民商法、经济法方面的立法和司法也已取得了很大的成就，与此相关的法学理论研究也日益繁荣，科研成果日益丰富。广大法学理论工作者紧密结合经济体制改革和社会主义建设的实践，抓住社会主义市场经济运行中所产生的大量新问题，广泛借鉴古今中外民商法、经济法研究的经验教训和各种学说，孜孜以求，深入探索，不断研究，涌现出一大批具有一定理论深度的高质量民商法学、经济法学论文、专著和教科书。我国的民商法学、经济法学学术园地中呈现出一派欣欣向荣的景象。但美中略嫌不足的是，在这片学术园地中尚缺乏高质量的关于民商法学、经济法学应用研究方面的著作。我们身处一个伟大变革之中的时代，在我们的身边，作为法制经济的市场经济正深刻地改变着人们的生活和社会意识。民商法、经济法作为市场经济的基本法律形式，在社会生活中正发挥着越来越重要的作用。但由于其面广量大，理解和适用上均存有相当大

^① 江泽民：《高举邓小平理论伟大旗帜，把建设有中国特色社会主义事业全面推向二十一世纪》，36～37页，人民出版社，1997。

的难度,为此,更需要法学工作者多做一些应用性的基础研究。作为一名经济法学者,我在为国内民商法学、经济法学理论研究的满园春色而欣喜的同时,也一直期待着学界诸君有高质量的应用民商法学、应用经济法学著作问世。如今,《排解经济纠纷丛书》的出版令我倍感欣慰。

《排解经济纠纷丛书》旨在通过对与现实经济生活紧密关联的生动实例的研究和与此相关的法律知识的深入分析,循着由个别到一般的基本思路,对我国民商法、经济法进行比较全面的宣传和普及,从而为广大公民、法人了解法律规定,提高法律意识,解决实际问题提供了一把经久耐用的钥匙。

与以往的案例选编或案例评析类著述不同的是,《排解经济纠纷丛书》以一种全新的方法和体例对所选编的案例进行研究。它不是单纯地注释、评论现行民商法、经济法条文,也不是简单地分析评说案例,而是提出人们经常性关注、触及、经历的法律问题,指出争议的焦点、解决这些问题的切入点及所适用的法律规定,进而概括出处理类似问题的一般理论原则和涉及的有关实务,很好地实现了三个结合:法律规定、法学理论与实际生活相结合,普及与提高相结合,就事论事与举一反三相结合。它不但为广大公民、法人提供了一套时效强、适用面广、可读性与针对性俱强的又有一定理论分析的实用工具书,更能使读者不仅知

其然而且知其所以然,有利于提高广大读者理解法律的水平及实务操作能力,推进我国民商法制、经济法制现代化的进程。

《排解经济纠纷丛书》的作者都是高校法学教师或执业律师,他们既有较为扎实的法学理论功底,又有丰富的实践经验。对于书中选录的案例,作者都从执业律师的角度,充分发挥其富有实务经验和理论修养的优势,把理论和实际紧密结合起来,剖析有据,论证有力,富有见地。我作为法学教育战线上的一名老战士,非常乐意向广大读者推荐这套丛书,相信它在宣传、普及我国民商法律、经济法律,在开展法制教育,增强全民的法律意识等各方面都能够发挥积极的作用,对法律工作者的实务活动也会有重要的参考价值。当然,这套丛书也并非十全十美,仍有值得商榷和探讨的问题,这有待于读者的批评,也有待于作者的进一步研究和探讨。

值此《排解经济纠纷丛书》即将付梓之际,我期望民商法学、经济法学方面能有更多更好的应用性研究新作问世,也期待中青年学者在民商法学、经济法学研究方面有更大的进步。

是为序。

中国人民大学法学院教授
经济法学博士研究生导师

刘文华

1997年10月28日

目 录

不正当竞争不仅损害竞争对手而且扰乱经济秩序	
——“红磨坊”能坐享“天府之国”的美誉吗？	1
市场的“游戏规则”不容破坏	
——“普恩复”能击倒“博洛克”吗？	17
凡是经营者都能成为不正当竞争行为的主体	
——公民(自然人)能否成为不正当竞争行为的主体？	33
√ 舍本销售害人不利己	
——天成金店低价销售金制品的行为违法吗？	41
搭售商品、附加条件属不正当竞争行为	
——工商行政管理局对某电器公司的处罚有法律依据吗？	54
谎称有奖的促销行为不可取	
——兴隆百货公司利用有奖销售欺骗消费者是否应承担民事责任？	64
· 商业贿赂,公平交易中的“毒瘤”	
——某贸易公司不正当促销该负何种法律责任？	72
○ 回扣有合法与非法之分	
——账外暗支回扣应如何处罚？	79

做虚假广告属不正当竞争行为

- 这家果茶厂的广告合法吗? 88

做比较宣传和比较广告要注意正确、准确

- 某洗涤剂厂贬低别家产品、抬高自家产品应
承担何种责任? 98

侵害他人企业的信誉是违法行为

- 如何认定某化学制品厂对某生物化学厂的
诋毁行为? 105

0 知名商品特有名称、包装和装潢不可假冒

- 民权县葡萄果酒厂假冒民权葡萄酒厂的白
葡萄酒瓶贴应承担何种法律责任? 115

注册商标受法律保护

- “致和”腐乳厂的行为是否构成对王致和
腐乳厂商标专用权的侵犯? 128

冒名经营必然自食其果

- 季建斌擅自使用他人的企业名称应如何处理? 139

产品认证标志不容移花接木

- 金属橱柜厂冒用金奖标志应受何种法律制裁? 146

串通投标是一种欺骗性交易行为

- 某建筑工程公司与另两家公司串通投标应负
何种法律责任? 161

侵犯商业秘密纠纷的处理

- 孔某与新兴合金厂的行为是否侵犯了某金属
合金厂的权益? 170

10 滥用优势地位推销其指定商品背离市场法则

- 某市煤气公司强迫居民使用本公司出售的煤
气灶合法吗? 183

ㄟ 权力干预与公平竞争格格不入

- 某县政府明令禁止外地商品进入本地市场是
否合法? 194

ㄟ 不正当竞争行为的监督检查

- 某自来水公司要求某管道公司给付赞助费的
行为该由哪个部门来监督? 208

不正当竞争不仅损害竞争对手 而且扰乱经济秩序

——“红磨坊”能坐享“天府之国”的
美誉吗？

【案情简介】

原告某市天府之国美食有限公司于1993年10月开张，专营川菜、火锅，系该市旅游定点餐厅。《新民晚报》、香港《大公报》等几家新闻媒体曾先后对原告的经营进行过报道，并在报道中将原告简称为“天府之国”。被告为该市红磨坊俱乐部有限公司，该公司在招聘了原告工作人员何某等8人后，于同年12月20日开设火锅厅，在营业场所外显著位置挂出“红磨坊二楼火锅厅特聘‘天府之国’特级火锅师主厨，欢迎品尝”的横幅，并购买了印有原告标记的火锅单用于对外经营。挂横幅、使用原告火锅单持续一周有余。被告部分服务员对外营业时，身着原告制服达一月有余。此外，被告火锅厅负责人还私下要求原告的服务员为其拉客。为此，天府之国美食有限公司以被告红磨坊俱乐部有限公司的不正当竞争行为损害了原告的利益为由，向所在区法院起诉，要求判令被告消除影响，赔礼道歉，赔偿经济损失8.436万元，并承担本案诉讼费。

但被告辩称:招用原告工作人员是正常的,制服、火锅单上没有原告的名称、标志,横幅上“天府之国”是指四川而非原告。火锅厅经理何某是要求原告的服务员在原告客满、客人要走的情况下把客人介绍到被告处,并未损害原告的利益,请求驳回原告的诉讼请求。

【案例剖析与法律适用】

在本案的审理过程中,法院经审理查明原告起诉所指控的被告侵权事实存在,并查明原告 1993 年 11 月和 12 月、1994 年 1 月的营业额分别为 98 万、102 万、77 万元;被告红磨坊俱乐部有限公司 1993 年 12 月、1994 年 1 月的营业额分别为 6 万元、14 万元。法院认为:被告红磨坊俱乐部有限公司的上述行为,是一种误导、欺骗的不正当竞争行为,违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不正当竞争法》)的有关规定;而且被告的行为直接造成了原告营业额下降的损害结果。依据《反不正当竞争法》第 20 条和《中华人民共和国民事诉讼法》(以下简称《民法通则》)第 134 条第 1 款第 1、7、9 项的有关规定,判决被告应于本判决生效之日起 20 日内在本市一家市级报刊以 1/16 的版面刊登启事,向原告赔礼道歉,消除影响,并赔偿原告损失 3 万元。一审宣判后,原、被告均未上诉。

不正当竞争行为的表现形式是多种多样的。本案被告的行为违反了《反不正当竞争法》的第 5 条第 3、4 款的规定,即“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;”“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。”具体体现

在以下几个方面：一、在营业场所外显著位置挂出“红磨坊二楼火锅厅特聘‘天府之国’特级火锅师主厨”，擅自使用天府之国美食有限公司的名称，使消费者误认为被告火锅厨师为原告单位主厨。二、被告冒用原告火锅单对外营业，部分服务人员还身着原告制服达一月余。天府之国美食有限公司在当地可以说是知名企业，其服务标识为消费者所熟知，被告冒用原告火锅单也恰恰是看中了这一点，实际上对消费者作了一种虚假的宣传。三、从双方几个月的营业额来看，明显地反映出被告侵权给双方带来的影响。被告的种种辩解可以说是完全站不住脚的。承审该案的法院认定被告的行为是一种误导、欺骗消费者的不正当竞争行为，这是完全正确的，所下判决于法有据。

【解决类似问题的理论与实务】

在市场经济渐次发育的中国，人们越来越多地为各种不正当竞争行为所困扰，而绝大多数国民对《反不正当竞争法》中的基本范畴知之甚少，对与竞争有关的法律问题，尤其是不正当竞争行为的种种表现了解不多，因此从理论上廓清一些基本概念、介绍相关的基本知识就显得尤为重要。

一、竞争的概念、特征及功能分析

什么是竞争，这是剖析《反不正当竞争法》首先需要弄清的问题。

早在1907年，德国法学家罗伯在其著作中对“竞争”一词作过这样的解释：竞争是各方通过一定的活动来施展自己的能力，为达到各方共同的目的而各自所作的努力，而且竞争行为仅存在于同类商品的供应之间。综合各家学说，可对“竞

争”赋予一个一般性定义,即竞争主要是两个或两个以上的企业在特定的市场上通过提供同类或类似的商品或劳务,为争夺市场地位或顾客而作的较量,并产生优胜劣汰的结果。竞争有以下基本特征:

(一) 竞争主要发生在市场主体之间。

市场主体是指从事商品生产经营活动、参与市场经济关系的营利性社会经济组织或自然人。其特征有二:一是市场主体必须是自然人或社会经济组织。在传统法律中一般将市场主体概括为公民(自然人)和法人两大类。但随着社会经济的发展和经济活动的日趋复杂化,一些新的市场主体形式应运而生,如我国现行法律中所确认的“不具有法人资格的其他经济组织”即是一例。二是市场主体必须从事商品生产经营活动,参与市场经济关系,且必须以营利为目的。这是区分市场主体与非市场主体的根本标志。

作为市场主体之间的竞争既可以发生在特定的竞争者之间,也可以发生在不特定的竞争对象之间。在商品经济不发达的较早时期,市场主体之间的竞争比较单纯和明显,竞争者的数量也极为有限。因此竞争者可以比较容易地分清自己的竞争对手。据此我们可以认为,这时的竞争基本上发生在特定的市场主体之间。随着商品经济的发展和现代市场体系的最终形成,各种竞争日趋激烈和复杂。体现在市场主体方面就是市场主体之间的分工更加细密,市场主体的数量日益增多,市场主体参与竞争的层面不断扩张,从技术到人才、从资金到设备、从产品的数量到产品的质量、从产品的价格到销售渠道,都存在激烈竞争。这些变化使竞争者常常难以确切分清自己在竞争中所处的位置,在许多场合下甚至不得不以不特定的市场主体作为自己的竞争对手。现代社会的竞争已经

日益呈现出多视角、多层次和全方位展开的发展趋势。

(二) 竞争的目的是为了获得有利的市场条件和尽量多的经济利益。

市场条件是指影响或决定市场主体生存和发展能力的诸种因素的总和。市场条件的具体内容多种多样,其中对市场主体的生存和发展起决定作用的是市场主体的资本拥有量、人才储备和技术力量、市场占有份额或市场占有率以及市场价格的高低。由于市场条件的状况直接影响或决定着市场主体的生存和发展能力,因此任何市场主体都必须为争取有利的市场条件而奋力拼搏。经济利益在经济学上又称为经济效益,是指市场主体在实现商品价值或服务价值的过程中所获得的实际利润。市场条件和经济利益是互相联系、互相影响的,在一般情况下,市场条件决定市场主体的经济利益,而市场主体所获经济利益的情况又会反过来影响到市场条件的好坏。经济利益是市场主体追求的最终目标,而市场条件则是实现经济利益的必要条件和重要表现。但市场条件本身并不能等同于市场主体的经济利益,它仅仅是市场主体谋取经济利益的客观基础。由于受主客观因素的影响,即使拥有较好市场条件的主体也不一定能获得较多的经济利益,同样,获得较多经济利益的主体也并非一定拥有较好的市场条件。

利益驱动规律是市场经济的基本规律之一,市场主体从事市场活动的主要宗旨就是为了获得一定的经济利益。然而市场经济又是相对自由和开放的经济体制,在这种经济体制下,社会分工的普遍存在和市场主体的多元化,使得市场主体间既有生产经营方面的互相联系、互相协调,也有经济利益方面的互相冲突和互相矛盾。为了生存和发展,每一市场主体都不得不在经济利益的驱动下,在各种利益冲突中尽力保持

自己的有利地位并不断壮大自己的实力,主体间的市场竞争也就会不可避免地发生。

(三) 竞争的结果会导致优胜劣汰。

优胜劣汰是指在竞争中赢得胜利的市场主体能够继续生存和发展,而在竞争中处于不利地位以至于无法继续生存和发展的市场主体则被淘汰的市场竞争领域中的一种社会现象。

虽然从局部看,竞争的直接结果常常是一方的成功与另一方的失败,并且具体的成败可能并不一定影响竞争者的命运和前途。但从全局观之,长期的经常的竞争无疑会导致优胜劣汰的结局。同时,也只有体现优胜劣汰的竞争,才是完整意义上的竞争。我国自实行社会主义市场经济以来,竞争规律作为基本经济规律之一,得到了社会的普遍认可。但是由于受种种因素的制约,优胜劣汰规律贯彻得还不彻底,较为典型的是由于社会保障体系不健全,企业体制转轨还存在一些问题,加之地方、部门保护主义还未根本消除,因此使得企业破产制度没有得到认真实行。其结果是保护了落后,削弱了竞争规律的积极作用。而这一问题的解决又必须有赖于加大改革力度,强化优胜劣汰功能,充分发挥竞争规律的积极作用。

竞争是市场经济的基本规律,是与价值规律同样起作用的规律。恩格斯曾经说过:“只有通过竞争的波动从而通过商品价格的波动,商品生产的价值规律才能得到贯彻,社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”竞争的主要功能表现在:

竞争是促进社会生产力发展的动力;竞争是促使生产要素流动和资源合理配置的有力杠杆;竞争是使消费者获得优

质廉价商品或服务的重要手段。

总之,竞争是市场经济的必然产物,是促进技术进步、社会进步和人们生活水平提高的进步力量。但是,竞争本身也具有另外的特性:一方面,竞争会淘汰一些失败者,会使这些失败者所付出的劳动归于无效,造成社会资源的浪费;另一方面,竞争会倾向于垄断和使某些利益主体不择手段地追逐私利。所以我们所说的竞争的作用,是指正当竞争的作用。过度竞争、不必要的竞争和不正当竞争都不会产生上述的进步作用,因而必须以经济的、法律的手段等加以制约,以发挥正当竞争的积极作用。

二、不正当竞争及其危害

不正当竞争是正当竞争的反称。早期的不正当竞争行为是诚实、体面的商人和商品生产者所不会从事的行为。“正当”两字也表明早期的不正当竞争带有很强的伦理色彩,不正当竞争也往往不是法律评价的对象。直到19世纪,西方国家才开始对不正当竞争行为作法律界定。

1850年反不正当竞争的概念首先在法国出现。1883年的《保护工业产权巴黎公约》就已使用该概念。该公约第10条之二[不正当竞争]第(2)项规定:“凡在工商业活动中违反诚实经营的竞争行为即构成不正当竞争的行为。”并在其后特别列举了3种禁止的不正当竞争行为。1896年德国制定了第一部专门禁止不正当竞争行为的法律——《反不正当竞争法》,这是世界上最早的关于反不正当竞争的特别法。该法和其后许多国家制定的类似法律都对不正当竞争行为作了定义。

国内外的学者专家对不正当竞争的定義大致有3种看法:其一,不正当竞争是指在市场经济活动中,采取虚假、欺诈