

反不正当竞争法实用问答

孔祥俊 武建英 刘泽宇 编著

知识产权问答丛书

知识产权出版社

知识产权问答丛书

反不正当竞争法 实用问答

孔祥俊 武建英 刘泽宇 编著

知识产权出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

反不正当竞争法实用问答/孔祥俊, 武建英, 刘泽宇编著.

—北京: 知识产权出版社, 2006. 1

(知识产权问答丛书)

ISBN 7-80011-901-7

I. 反... II. ①孔... ②武... ③刘... III. 反不正当竞争法—中国—问答 IV. D922. 294. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 122861 号

本书的所有版权受到保护, 未经出版者书面许可, 任何人不得以任何方式和方法复制抄袭本书的任何部分, 违者皆须承担全部民事责任及刑事责任。

知识产权问答丛书

反不正当竞争法实用问答

孔祥俊 武建英 刘泽宇 编著

责任编辑: 李琳

文字编辑: 周正国

责任校对: 韩秀天

装帧设计: 段维东

责任出版: 杨宝林

知识产权出版社出版、发行

地址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

通信地址: 北京市海淀区蓟门桥西土城路 6 号 邮编: 100088

<http://www.cnipr.com>

(010) 82000893 (010) 82000860 转 8101

北京白帆印务有限公司印刷

新华书店经销

2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 7.75 字数: 180 千字

印数: 1~3 000 册

ISBN 7-80011-901-7/D·190

定价: 15.00 元

如有印装质量问题, 本社负责调换。

内 容 提 要

本书针对经济生活中最经常出现的各种不正当竞争行为，根据我国《反不正当竞争法》及相关法律、行政法规的规定，分门别类详细一一招解答，从而使大家懂得如何捍卫自身的权益，避免因缺乏反不正当竞争法方面的知识而造成各种失误和损失。

读者对象：中等文化程度以上的社会大众。

序

2001年11月10日，随着多哈会议上的槌声，中国终于完成了“入世”的实际步骤，成为世界贸易组织（WTO）的一员。WTO的成员在享受WTO规则所提供的诸多权利的同时，也需要履行相应的义务，尊重与保护知识产权就是WTO的成员应当履行的重要义务之一。

众所周知，知识产权制度是“舶来品”，它产生于三四百年前的西方国家。知识产权制度在中国生根、开花、结果，则只是20世纪80年代以后的事情。十几年来，虽然我们不遗余力地进行了知识产权法的普及宣传，但由于经济发展水平以及传统的思想、文化、道德等多方面因素的掣肘，效果还不够理想，在某种程度上甚至还浮于表面。在保护知识产权方面，我们还任重道远。“入世”以后，为了使知识产权保护工作更加卓有成效，进一步提升、强化国民的知识产权保护意识，普及有关知识产权知识就显得十分迫切。

本套知识产权问答丛书就是为达到上述目的而设计的。本丛书的编写人员或者是多年从事知识产权教学研究的大学教师，或者是在知识产权管理部门从事专利、商标实际工作的专家，或者是在知识产权实务方面具有丰富经验的专利、商标代理人，他们长期工作在我国知识产权领域第一线，对知识产权的相关问题有着比较深刻、准确的认识，在指导读者学习、掌握、运用知识产权知识等方面也有一些很好的方法，所以，本套丛书具有较强的实用性、普及性。我们期待着这套知识产权

问答丛书能够在社会上引起较热烈的反响，帮助各界读者积极应对“入世”后所面临的一些复杂形势，对促进、发展我国的知识产权事业有所贡献。

北京大学知识产权学院教授



前 言

市场经济是竞争经济，竞争是市场经济的基本规定性。只有通过生机勃勃的市场竞争，市场资源才能够得到优化配置，市场效率才会得到提高，市场经济的优越性才会得到充分发挥。同时，市场竞争具有一定的盲目性，以自身利益最大化为追求目的的市场主体，有时会以破坏市场机制的不正当竞争手段进行市场竞争，从而导致市场竞争的无序，阻碍市场机制正常发挥作用。为维护正常有效的市场竞争，国家必须以制度规范市场竞争行为，维护市场竞争秩序。反不正当竞争法就是国家规范市场竞争的重要法律部门。

我国全国人大常委会于1993年9月2日通过了《中华人民共和国反不正当竞争法》。这是我国第一部专以调整市场竞争关系、维护市场竞争秩序为目的的法律。该部法律自颁布以来，国家行政管理机关制定了一系列《反不正当竞争法》的配套性规章，地方立法机关制定了《反不正当竞争法》的实施性地方性法规。这些法律、地方性法规和规章构成了我国反不正当竞争的法律体系，在纯化市场竞争手段、维护市场竞争秩序和完善我国社会主义市场经济体制中发挥了重要作用。

为普及反不正当竞争法律知识，帮助广大经营者和执法人员理解反不正当竞争法律规范，我们应知识产权出版社之约撰写了这本《反不正当竞争法实用问答》。本书针对当前市场竞争中比较常见的不正当竞争行为，结合《反不正当竞争法》及其配套性规定的内容和精神，以问答的形式对有关法律问题进行解读，力求做到全面、准确和通俗易懂，期望对读者有所助益。

当然，由于水平所限，许多问题的选取和解答未必妥当，尚请读者不吝指正。

孔祥俊

2005 年 11 月 20 日

目 录

一、反不正当竞争法概述

1. 就我国反不正当竞争法而言,反不正当竞争法的含义是什么? (1)
2. 反不正当竞争法与竞争法和反垄断法的关系 (2)
3. 反不正当竞争法与知识产权法之间是什么样的关系? (5)
4. 国外反不正当竞争法在立法上的基本方法有哪些? (9)
5. 国际条约是如何规范不正当竞争行为的? (10)

二、不正当竞争行为

6. 不正当竞争行为的含义是什么? (13)
7. 什么是“经营者”? (17)
8. 如何从法律上理解“从事商品经营或者营利性服务”? (17)
9. 对《反不正当竞争法》中的“经营者”应当如何理解和认定? (19)
10. 从行为角度界定的经营者的具体类型有哪些? (21)
11. 如何理解《反不正当竞争法》上的“其他经济组织”? (22)

三、仿冒行为

12. 什么是仿冒行为,它有什么样的特征? (24)

13. 《反不正当竞争法》禁止的仿冒行为有哪些? (25)
14. 假冒他人注册商标行为的具体形态有哪些? (26)
15. 假冒他人注册商标行为在触犯《反不正当竞争法》的同时又触犯《商标法》时, 应该适用《商标法》还是适用《反不正当竞争法》? (27)
16. 仿冒商品名称、包装和装潢行为的构成要件有哪些? (27)
17. 什么是商品的名称? (28)
18. 什么是商品的包装? (28)
19. 什么是商品的装潢? (29)
20. 什么是商品的特有性? (30)
21. 如何认定某种商品为知名商品? (32)
22. 相同或近似使用的认定标准是什么? (34)
23. 引起误认(混淆)的判断标准是什么? (37)
24. 在规范仿冒商品包装、装潢行为的过程中, 《反不正当竞争法》与《专利法》的适用关系如何? (38)
25. 擅自使用他人的企业名称或姓名的行为的构成要件有哪些? (41)
26. 案例分析 (42)

四、反向仿冒行为

27. 什么是反向仿冒? (43)
28. 美国反向仿冒的基本类型有哪些? (45)
29. 美国反向仿冒的构成要件包括哪些? (45)
30. 我国法律上是如何对反向仿冒行为进行定性的? (49)
31. 基于我国的实际情况, 反向仿冒行为主要包括哪几类? (51)

五、公用企业的不正当竞争行为

- 32. 什么是公用企业？公用企业与公用事业有什么区别和联系？ (52)
- 33. 什么是自然垄断？为什么说公用企业具有自然垄断的属性？ (53)
- 34. 公用企业为什么要通过网络或者其他基础设施进行经营？ (54)
- 35. 公用企业在市场交易中，其可能实施的限制竞争行为的类型有哪些？ (55)
- 36. 什么是“其他依法具有独占地位的经营者”？ (56)
- 37. 对烟草部门强制他人购买其指定牌号卷烟的行为如何定性？ (56)
- 38. 对公用企业违反法律规定从事损害竞争的行为如何进行处罚？由谁进行查处？ (57)
- 39. 因公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者的违法行为而受到损害可否提起民事诉讼？ (58)
- 40. 案例分析 (58)

六、行政垄断行为

- 41. 什么是行政垄断？行政垄断有何特征？ (62)
- 42. 行政垄断的表现类型有哪几种？ (62)
- 43. 什么是强制交易行为？一般包括哪几种类型？ (63)
- 44. 什么是地区封锁？地区封锁的表现形式有哪些？ (63)
- 45. 我国长期以来为什么会存在行政垄断？ (65)
- 46. 为什么要对行政垄断进行法律规制？ (66)
- 47. 如何对我国行政垄断进行规制？在这方面《反不正当竞争法》是如何规定的？ (67)

48. 案例分析	(68)
----------------	------

七、商业贿赂行为

49. 《反不正当竞争法》中规定的商业贿赂行为的含义是什么?	(71)
50. 商业贿赂的构成要件有哪些?	(72)
51. 如何理解商业贿赂行为的主体——经营者的职工执行职务行为的法律性质?	(75)
52. 商业贿赂的财物手段包括哪些?	(77)
53. 如何理解商业贿赂的其他手段?	(80)
54. 从法律的角度讲, 回扣是什么?	(81)
55. 如何理解“账外暗中”?	(83)
56. “账外暗中”是不是商业贿赂的一般要件?	(86)
57. 如何理解“返回一定比例的价款”?	(86)
58. 回扣的表现形式主要有哪些?	(87)
59. 回扣与折扣有哪些区别?	(88)
60. 回扣与一般商业贿赂的区别有哪些?	(89)
61. 什么是作为商业贿赂的附赠?	(90)
62. 我国的相关法律对附赠作出了怎样的禁止性规定?	(92)
63. 什么是佣金, 它具有哪些特征?	(93)
64. 佣金与商业贿赂具有什么样的关系?	(94)
65. 折扣与商业贿赂具有怎样的关系?	(95)
66. 什么是折扣?	(96)
67. 商业贿赂的行政处罚的基本规定和立法精神是什么?	(96)
68. 商业贿赂行为中如何处理受贿人的违法所得问题?	(97)
69. 行政贿赂行为中, 如何处理行贿人的非法所得	

- 问题? (99)
70. 在商业贿赂行为中, 行贿与受贿是连为一体的行为, 是否可以将二者一并处罚? 如果是, 如何对其进行一并处罚? (100)
71. 商业贿赂与其他行为可以一并处罚吗? (101)
72. 案例分析 (102)

八、虚假表示与虚假宣传行为

73. 《反不正当竞争法》第 5 条第 4 项所规定的虚假表示, 是一种“在商品上”所作的虚假表示。那么, 应当如何理解“在商品上”的含义呢? (105)
74. 《反不正当竞争法》第 9 条规定的“其他方法”的含义是什么? (106)
75. 什么是质量标志? (107)
76. 什么是名优标志? (108)
77. 什么是产地? (109)
78. 产地有怎样的重要意义? (110)
79. 《反不正当竞争法》中规定的产地是国际公约上的原产地吗? (113)
80. 我国产地认定的最终形成地原则是什么? 按照该原则产地的具体类型包括哪些? (115)
81. 为什么要按照日常生活标准确定国内市场上销售的商品的产地? (119)
82. 进口商品的产地如何确定? (121)
83. 产地与厂址是什么关系? (122)
84. 虚假表示与虚假宣传的类型主要有哪些? (123)
85. 如何理解虚假宣传行为是一种误导行为? (124)
86. 引人误解的虚假宣传行为的判断标准是

- 什么? (125)
87. 商品质量的含义是什么? (125)
88. 对商品质量作引人误解的虚假宣传的基本类型
有哪些? (127)
89. 对商品价格的虚假宣传行为包括哪些行为? (128)
90. 对商品数量的虚假宣传行为包括哪些行为? (129)
91. 商业广告必须具备什么样的要件或者法律
特征? (130)
92. 虚假广告宣传一般分为哪几类? 具体表现形式
有哪些? (131)
93. 虚假表示的事项上,《反不正当竞争法》与
《产品质量法》是如何衔接的? (132)
94. 在虚假表示的法律责任问题上,如何处理
《反不正当竞争法》与《产品质量法》的竞合
问题? (134)
95. 如何确定不能适用《产品质量法》的虚假表示
行为的法律责任? (136)
- 96.《反不正当竞争法》与《广告法》均有利用广
告进行虚假宣传的行为的规定,那么如何处理
二者之间的关系以决定法律的适用? (138)
97. 案例分析 (142)

九、侵害商业秘密行为

98. 什么是商业秘密? (143)
99. 商业秘密的权利人包括哪些人? (144)
100. 商业秘密构成要件包括哪些? (144)
101. “不为公众所知悉”的含义是什么? (145)
102. “不为公众所知悉”的新颖性意义是什么? (145)
103. “不为公众所知悉”的“相对秘密”含义是

什么？	(147)
104. 如何理解“不为公众所知悉”与“不能从公 开（公共）渠道直接获取（获得）”？	(148)
105. “能为权利人带来经济利益”的含义是 什么？	(149)
106. “实用性”的含义是什么？	(150)
107. “商业秘密的秘密性”的含义是什么？	(151)
108. 为什么要求采取保密措施？	(152)
109. 保密措施有哪些？	(152)
110. 保密措施须达到何种程度？	(153)
111. 什么是技术信息？	(155)
112. 什么是经营信息？	(155)
113. 法定的侵犯商业秘密的行为有哪几种类型？	(159)

十、以低于成本的价格销售商品的不正当竞争行为

114. 什么是低于成本的价格销售商品的行为？其 构成要件是什么？	(161)
115. 法律上对低于成本的价格销售商品的行为有 什么例外的规定？	(162)
116. 如何理解成本价格？合理的成本价格是如何 确定的？	(162)
117. 如何理解“低于成本价格”？是否可以行业平 均成本（社会必要劳动时间）为依据认定限 制竞争的低于成本价销售行为？	(163)
118. 依法降价处理的商品是否属于低于成本价格 销售商品的行为的例外？其具体类型有 哪些？	(163)
119. 以低于成本的价格倾销商品的行为的具体 表现有哪些？	(164)

- 120. 如何理解和认定“以排挤竞争对手为目的”? (165)
- 121. 如何看待低价销售行为的危害后果? (166)
- 122. 对低价倾销行为实施行政处罚前,当事人可否要求举行听证? (166)
- 123. 如何追究低于成本价销售行为的法律责任? (167)
- 124. 案例分析 (168)

十一、搭售行为

- 125. 什么是搭售行为? 如何理解搭售行为的含义? (171)
- 126. 《反不正当竞争法》规定的搭售行为的类型有哪些? (172)
- 127. 国外关于搭售行为有哪些分类? (173)
- 128. 什么是维持转售价格? (174)
- 129. 什么是划分市场行为? (174)
- 130. 什么是独家交易行为? (175)
- 131. 如何判断搭售成立时搭售商品与被搭售商品之间是性质上相互独立的且是完全不同的商品? (175)
- 132. 关于搭售的法律责任是如何规定的? (176)
- 133. 案例分析 (176)

十二、有奖销售行为

- 134. 什么是有奖销售? 有奖销售有什么特征? (180)
- 135. 有奖销售分为哪两种类型? (180)
- 136. 有奖募捐及其他彩票发售活动是否属于《反不正当竞争法》意义上的有奖销售? (181)
- 137. 附赠式有奖销售与商业贿赂有何区别? (181)

138. 《反不正当竞争法》禁止哪些有奖销售行为? (182)
139. 什么是欺骗性的有奖销售行为? 有哪些表现? (182)
140. 什么是利用有奖销售的手段推销质次价高的商品? (185)
141. 什么是巨奖销售行为? 一般表现为哪几种形式? (186)
142. 若两种或两种以上单项最高奖金额之和超过了 5000 元, 此类有奖销售是否属于不正当的巨奖销售? (187)
143. 在证券交易过程中从事不正当有奖销售活动是否适用《反不正当竞争法》? (188)
144. 经营者从事不正当有奖销售行为的应承担什么样的法律责任? (188)

十三、商业诋毁

145. 什么是商业诋毁? 商业诋毁行为有什么特点? (189)
146. 商业诋毁包括哪几种形态? 有哪些具体表现? (190)
147. 商业诋毁行为侵犯的客体是什么? (191)
148. 商誉的内容的核心是什么? (191)
149. 商业诋毁行为的构成要件有哪些? (192)
150. 如何理解虚假宣传行为与商业诋毁行为两者的竞合? (193)
151. 《反不正当竞争法》对商业诋毁行为规定了哪些法律责任? (194)
152. 案例分析 (194)