

总编 王立民

主编 吴 弘

2006年

国家司法考试辅导读本

经济法 商法

- 易学易记 紧扣考纲 重点突出
- 针对性强 考试所涉法条、司法解释俱全
- 应试性强 历年真题、模拟试题充足
- 权威性高 由评卷和命题老师编写

上海人民出版社

2006 年国家司法考试辅导读本丛书

2006 年国家司法考试

辅 导 读 本

经济法 商法

总编 王立民
主编 吴 弘

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

经济法 商法/吴弘主编.

—上海:上海人民出版社,2006

(2006 年国家司法考试辅导读本/王立民总编)

ISBN 7-208-06309-5

I. 经... II. 吴... III. ①经济法—中国—法律工作者—资格考核—自学参考资料②商法—中国—法律工作者—资格考核—自学参考资料 IV. ①D922.29②D923.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 060518 号

责任编辑 曹培雷 张美娣

封面装帧 甘晓培

· 2006 年国家司法考试辅导读本 ·

总编 王立民

经济法 商法

主编 吴弘

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行 常熟新骅印刷厂印刷

开本 787×1092 1/16 印张 34.75 字数 916,000

2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 7-208-06309-5/D·1089

定价 56.00 元

总 序

我国的国家司法考试以其权威、规范、严格、廉洁而被誉称为“中国第一考”。它为选拔合格的司法人才、统一司法人员的法律知识水平、提高司法人员的素质都起到了不可替代的作用。这一考试越来越引起人们的关注,特别是有志于从事司法职业的人们积极参与其中,设法通过这一考试,取得准入司法领域的资格。

我校作为我国法学教育的重镇,十分重视国家司法考试工作。一方面,努力使这一考试与法学教育结合起来,促进法学教育;另一方面,则积极为社会服务,推出一系列有助于促进这一考试的措施。其中,比较突出的是在几年前成立了“华东政法学院国家司法考试教育与研究中心”,校长何勤华教授任中心主任。此中心以从事与国家司法考试相关的教育、培训与研究为己任,并以此为出发点开展各项工作。中心成立以后,便利用我校的法学优势与品牌,举办了一系列应对国家司法考试的辅导班,其中有业余基础班、脱产封闭班、模拟考试冲刺班等等,其辅导总人数列上海地区第一。这些辅导班的办班效果比较理想,通过考试率比较高,其中的脱产封闭班通过率达47%。有这样的实践,我们就有了撰写本丛书良好的资源基础。

国家司法考试工作有个过程,其中的评阅试卷程序十分关键。它是否能正确反映考生的成绩,公平对待每一位考生的决定性程序之一。我校于2005年承担了当年国家司法考试的评卷工作,并出色地完成了任务,得到有关领导和社会的广泛好评。这年的评卷工作有其一定的特殊性,是第一年在网上评卷。每套考卷由4张卷子组成,其中前3张为客观题卷,通过机读完成;后1张则是主观题卷,由评卷人员在局域网上评阅。我们启用专门的程序,用电脑评卷。前3张客观题卷扫描机读,确保准确无误。后1张则按题分为8组,我们先将题与答案输入电脑,然后由评卷人员在网上评卷,同步还有电脑监控,避免了可能出现的差错,保证了评卷的质量。我们认真对待这一“新生事物”,并取得了许多有益的经验。这些经验也是我们能撰收本丛书的一个重要条件。2006年我校将继续承担国家司法考试的评卷工作,我们有决心把这一工作做得更好。

不少考生为了通过国家司法考试,需要了解更多的相关信息,其中包括以往这一考试的题型、内容等一些有关情况,以提高自己的应对能力。于是,涉及这一考试的辅导书便应运而生了,而且还有增多的趋势。本丛书也是一种国家司法考试的辅导书。撰写本丛书的作者都是我校的成员,其中的骨干都是我校的法学教授,其中既有硕士、博士研究生导师,也有博士后合作导师。由他们来负责撰写本丛书有以下的优势。第一,他们有很深的法学理论造诣。这些教授大多具有硕士、博士学位,有的还是博士后。他们在法学理论研究方面都有丰硕的学术成果,有扎实的法学理论根底,是法学领域的行家。第二,他们有成功的法学教育实践。这些教授都长期在法学教育的讲台上授课。其中,有的已有20年以上的教龄,有的已荣获全国优秀教师、上海市高校教学名师、校“十佳教师”等多种称号。他们有成功的法学教学实践和精湛的教学方法,能把自己掌握的丰富法学理论知识传授给学生。第三,他们也有了国家司法考试的经验。这一经验包括命题和评卷等的工作经验。这些教授中不乏有人已多次参与过国家司法考试的命题工作,也参加过2005年在我校进行的这一考试的评卷工作,具有可贵的司法考试经验。此外,这些教授还是各种司法考试辅导班的主讲教师,精通考试的内容和范围,也深知其答题的要求和技巧。由他们来撰写本丛书,就集中了与这一考试有关的多种优势,可使其具有更强的针对性,便于考生从中获

益,通过国家司法考试。

本丛书有其自己的一些突出方面,主要表现在以下这些。首先,内容简要。这是指根据司法部颁布的国家司法考试大纲(以下简称《考纲》)所撰写的内容比较简要。考纲的内容是考试的范围。为示区别,在2006年考纲中新增加的内容用“*”标明。本丛书严格按照考纲的要求编写其内容;而且内容以要点为主,简明扼要,没有赘述。考生不仅可以一目了然,还易学易记,有利于提高学习效率。其次,法律法规和司法解释俱全。这是指与考纲内容相关的法律法规和司法解释比较俱全。国家司法考试中许多内容都与我国现行的法律法规和司法解释相关,而且其中有的还是考试的直接内容。本丛书在有关内容后都列有这些法律法规和司法解释,便于考生学习和掌握。最后,试题充足。这是指历年的国家司法考试的真题和仿真模拟试题比较充足。本丛书把历年的国家司法考试的所有真题都附在相关内容之后,考生可以从中发现命题的思路、题型、内容安排和答题要求等一系列问题,并有的放矢地为迎考作准备。同时,本丛书还依据考纲的要求,附有数量比较充足的仿真模拟试题,加大训练力度,增加练习机会,提高通过率。从以上的这些突出方面可见,本丛书是一本集考纲和相关内容、法律法规和司法解释、试题等为一体的国家司法考试辅导书,真可谓“一书在手,需要俱全”。它极大地方便了考生学习、掌握这一考试的内容,可从容应对考试,不失为考生的良师益友。

本丛书共有8分册,分别为:法理学、宪法、行政法与行政诉讼法分册;国际法、国际私法、国际经济法分册;经济法、商法分册;刑法分册;民法分册;刑事诉讼法分册;民事诉讼法与仲裁制度分册;法制史、司法制度和法律职业道德、法律文书分册等,每册中的内容都与考纲的要求和内容对应,并按考纲的要求和内容撰写。每册的内容均有这样四个部分组成:考纲要求及根据考纲所编写的知识要点、相关的法律法规条文及司法解释、历年试题及答案、模拟试题及解析等。这些内容排列以考纲内容为线索和核心,应试的作用比较明显,希望它能帮助各位考生应试,真正体现它的价值。

华东政法学院 副校长、教授、博导 王立民
中国国家司法考试协调委员会协调委员

2006年6月于华东政法学院

目 录

经 济 法

第一章 竞争法	3
第一节 反不正当竞争法.....	3
第二节 拍卖法	16
第三节 招标投标法	25
第二章 消费者法	35
第一节 消费者权益保护法	35
第二节 产品质量法	50
第三章 银行业法	65
第一节 商业银行法	65
第二节 银行业监督管理法	74
第四章 证券法	84
第一节 证券法概述	84
第二节 证券发行	87
第三节 证券交易	93
第四节 证券上市.....	102
第五节 上市公司的收购制度.....	107
第六节 证券机构.....	111
第七节 证券投资基金法律制度.....	118
第八节 违反证券法的法律责任.....	131
第五章 财税法	140
第一节 税法.....	140
第二节 会计法.....	158
第三节 审计法.....	164
第六章 劳动法	169
第一节 劳动法概述.....	169
第二节 劳动合同.....	172
第三节 集体合同.....	185

第四节 劳动基准法	187
第五节 劳动争议	193
第七章 土地法和房地产法	199
第一节 土地管理法	199
第二节 城市房地产管理法	211
第八章 环境保护法	220
第一节 概述	220
第二节 环境保护法的基本制度	223
第三节 环境法律责任	231
第四节 环境纠纷的处理程序	237

商 法

第一章 公司法	245
第一节 公司法概述	245
第二节 公司的设立	252
第三节 公司的股东	262
第四节 公司的董事、监事、高级管理人员	266
第五节 公司的财务与会计制度	269
第六节 公司债券	273
第七节 公司的变更、合并与分立	278
第八节 公司的解散与清算	282
第九节 外国公司的分支机构	287
第十节 有限责任公司	289
第十一节 股份有限公司	309
第二章 合伙企业法	345
第一节 合伙企业制度概述	345
第二节 合伙企业的设立条件与程序	347
第三节 合伙企业的财产	350
第四节 合伙事务的执行	353
第五节 合伙与第三人的关系	357
第六节 入伙与退伙	360
第七节 合伙的解散与清算	365
第三章 个人独资企业法	368
第一节 个人独资企业概述	368
第二节 个人独资企业的设立	370
第三节 个人独资企业的投资人及事务管理	372

第四节 个人独资企业的解散与清算	375
第四章 外商投资企业法	378
第一节 外商投资企业法概述	378
第二节 中外合资经营企业法	380
第三节 中外合作经营企业法	387
第四节 外资企业法	390
第五章 企业破产法	397
第一节 破产法概述	397
第二节 破产案件的申请与受理	399
第三节 债权人会议	402
第四节 破产宣告和破产清算	404
第五节 和解程序与整顿程序	410
第六章 票据法	413
第一节 票据法的概述	413
第二节 票据权利和票据行为	417
第三节 票据抗辩与补救	425
第四节 汇票	430
第五节 本票与支票	445
第七章 保险法	451
第一节 保险法概述	451
第二节 保险合同总论	453
第三节 保险合同分论	465
第四节 保险业法律制度	485
第八章 海商法	495
第一节 海商法概述	495
第二节 船舶与船员	497
第三节 海上货物运输合同	505
第四节 海上旅客运输合同	516
第五节 船舶租用合同	520
第六节 船舶碰撞	525
第七节 海难救助	528
第八节 共同海损	531
第九节 海事赔偿责任限制	536
第十节 海事诉讼特别程序	540

经 济 法

第一章 竞 争 法

第一节 反不正当竞争法

一、考纲要求及知识要点

(一) 考纲要求

反不正当竞争法的立法目的 市场竞争原则 限制竞争行为(公用企业或其他依法具有独占地位的经营者的限制竞争行为 政府及其所属部门的限制竞争行为 搭售或附加其他不合理条件的行为 招标投标中的串通行为) 不正当竞争行为(欺骗性交易行为 商业贿赂行为 虚假宣传行为 侵犯商业秘密行为 低价倾销行为 不正当有奖销售行为 诋毁商誉行为) 监督检查(监督检查部门 监督检查部门的职权) 违反反不正当竞争法的法律责任(违反反不正当竞争法的行为种类及其法律责任)

(二) 知识要点

1. 反不正当竞争法的立法目的

- (1) 制止不正当竞争行为,这是立法的直接目的;
- (2) 保护经营者和消费者的合法权益,这是立法目的的直接延伸;
- (3) 鼓励和保护公平竞争,这是最终目的。

2. 市场竞争原则

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。

3. 限制竞争行为

(1) 公用企业或其他依法具有独占地位的经营者的限制竞争行为:是指公用企业或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,排斥其他经营者的行为。

这里的“公用企业”是指涉及公共事业的经营者,包括供水、供电、供热、供气、邮政、电讯、交通运输等行业的经营者。“依法具有独占地位的经营者”是指在某个行业或者某种产品依法或者自然形成的具有某种垄断性质的经营者。这两种经营者在某个行业或者对某种产品享有其他经营者无法比拟的经济优势,因此他们很容易利用优势限制其他经营者的公平竞争或者使其他经营者没有机会参与竞争。

这种限制竞争行为的构成要件有三:

- ① 主体的特殊性,主体必须是公用企业或依法具有独占地位的企业;
- ② 行为的特定性,即主体利用其特殊身份实施了法律、行政法规所明文列举禁止的行为;
- ③ 行为的社会危害性,这种危害性体现在:一方面排挤了其他经营者的公平竞争,另一方面损害了用户和消费者的合法权益。

(2) 政府及其所属部门的限制竞争行为:是指政府及其所属部门滥用行政权力,限定他人购买其指定的经营者的商品,限制其他经营者正当的经营活动,或者限制经营者跨地区、跨部门的交易,干扰、阻碍正常的交易活动。其主要表现为滥用行政权力,目的是为了谋取行业或者地方

的局部利益。

这种限制竞争行为的构成要件有三：

①行为的主体限于政府及政府所属有关部门；②客观上有滥用行政权力的事实；③滥用权力的目的是保护本部门、本地区的利益，从而损害了外地经营者和本地用户、消费者的合法权益。

(3) 搭售或附加其他不合理条件的行为：是指经营者利用其经济优势，违背交易相对人的意愿，在交易中搭配销售其他商品或附加不合理交易条件的行为。所谓附加其他不合理条件是指搭售商品以外的对用户、消费者明显不公平的条件，如限制技术受让方在合同技术基础上进行新的技术研制开发，限制转售区域等。

这种限制竞争行为的构成要件有四：

①行为的主体是一般的经营者；②实施搭售凭借的是自身的经营优势；③搭售行为违背了购买者的意愿；④搭售行为有损同行业竞争对手的合法权益，也损害了购买者对搭售商品的自主选择权。

(4) 招标投标中的串通行为：招标投标中的限制竞争行为可以分为两类：一是投标者之间串通抬高或者压低标价，二是招标者与投标者相互勾结排挤竞争对手。

第一类行为的构成要件有三：

①行为的主体是投标者，既可能是全体投标者，也可能是部分投标者；②客观上投标者之间实施了串通行为；③串通的目的是通过某种安排排挤其他投标者或者使招标者得不到竞争利益。

第二类行为的构成要件也有三：

①行为主体包含两方，即招标者与投标者；②客观上在招标者与投标者之间有共谋的行为；③共谋的目的是为了让投标者中标，以排挤其他投标者。

4. 不正当竞争行为

(1) 欺骗性交易行为：是指经营者在其经营活动中以虚假不实的方式或者手段来推销自己的商品或者服务，损害其他经营者及用户、消费者利益的行为。

经营者的下列行为属于欺骗性交易行为：

①假冒他人的注册商标；②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；③擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是该他人的商品；④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。

欺骗性交易行为的构成要件有三：

①主体限于一般的经营者；②经营者在市场经营活动中客观上实施了欺骗性的行为；③欺骗性的行为足以造成用户、消费者的误认，为此损害了其他经营者的利益。

(2) 商业贿赂行为：是指经营者为了争取交易机会给予交易对方相关人员和能够影响交易的其他人员以财物或者其他好处的行为。

商业贿赂行为的构成要件有四点：

①主体是市场交易的经营者，即可能是卖方也可能是买方；②行为的目的是为了争取市场交易机会，以排挤其他竞争对手；③采用账外暗中的方式给予对方相关人员或者能够影响交易的其他人员以财物或者其他好处；④行为具有社会危害性，即损害了其他经营者的公平竞争权利。

(3) 虚假宣传行为：是指经营者利用广告和其他方法对产品的性能、质量、成分、用途、产地等作引人误解的宣传。虚假宣传行为既包括虚假宣传，又包括引人误解的宣传。所谓“引人误解的宣传”是指宣传的内容容易引起他人的错误联想，从而导致其作出错误的决策。

虚假宣传行为的构成要件有四：

①行为主体是经营者和广告的经营者(包括广告的制作者和广告的发布者);②客观上实施了虚假广告或以其他方式进行了虚假宣传的行为;③虚假广告或者其他虚假宣传达到了引人误解的程度;④广告的经营者在主观上明知或者应知要制作、发布的广告有虚假,而经营者则不管主观上处于何种状态均须对虚假广告承担法律责任。

(4) 侵犯商业秘密行为:是指利用非法的手段获取、使用、披露其他经营者的商业秘密的行为。这里的“商业秘密”是指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益、具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。换句话说,作为商业秘密的技术信息与经营信息必须具备秘密性、实用性、保密性三个基本条件。

侵犯商业秘密行为的构成要件有四:

①行为主体既可以是经营者,也可以是第三人;②技术信息与经营信息都是商业秘密;③行为主体客观上实施了侵犯商业秘密的行为;④已经或者必将给权利人带来损害后果。

(5) 低价倾销行为:又称降价排挤行为,是指经营者以排挤竞争对手为目的,以低于成本的价格销售商品的行为。低价倾销行为不仅损害了其他经营者的合法权益,而且也干扰了正常的经济秩序。

低价倾销行为的构成要件有三:

①主体仅限于经营者;②经营者客观上实施了低价倾销商品的行为;③经营者的目的是为了排挤竞争对手,以便独占市场。

(6) 不正当有奖销售行为:是指经营者在销售商品或提供服务时,以欺骗或其他不正当的手段,附带提供金钱、实物或其他好处作为交易奖励的一种行为。

事实上,有奖销售是市场经济条件下经营者常用的一种促进消费的手段。所以法律并不禁止所有的有奖销售,而是对可能产生不正当竞争后果的有奖销售行为予以禁止。这类不正当的有奖销售行为主要有:

①采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售;②利用有奖销售的手段推销质次价高的商品;③抽奖式的有奖销售,最高奖的金额超过五千元。

不正当有奖销售行为的构成要件有三:

①行为主体是经营者,其他主体经有关部门批准进行的有奖募捐、各种彩票的发售,不适用《反不正当竞争法》;②行为主体实施了法律禁止的不正当有奖销售的行为;③行为的目的是争夺客户,扩大市场份额,排挤竞争对手。

(7) 诋毁商誉行为:是指经营者捏造、散布虚假事实,损害竞争对手的商业信誉、商品声誉,从而削弱其竞争力,为自己取得竞争优势的行为。商誉是社会公众对市场经营主体名誉的综合性积极评价,它是经营者长期努力,刻意创造,并投入一定的金钱、时间等取得的。

诋毁商誉行为的构成要件有四:

①行为的主体是经营者,其他主体如新闻单位被利用或被唆使的,仅构成一般的侵权行为;②客观上实施了诋毁商誉的行为,即有捏造、散布的虚假事实,若采用对比方式,对产品或服务的客观情况予以描述,即使这种行为使竞争对手的优势明显失去,也不构成诋毁商誉;③针对特定的竞争对手,这里的竞争对手可能是一个,也可能是多个;④经营者主观上出于故意,目的是为了败坏对方的商誉,致对方于竞争的不利地位。

5. 监督检查

(1) 监督检查部门:县级以上工商行政管理部门是不正当竞争行为的监督检查部门。法律、行政法规规定由其他部门监督检查的,依照其规定。

(2) 监督检查部门的职权:

①按照规定程序询问被检查的经营者、利害关系人、证明人,并要求提供证明材料或者与不正当竞争行为有关的其他材料;被检查的经营者、利害关系人和证明人应当如实提供有关资料或者情况。②查询、复制与不正当竞争行为有关的协议、账册、单据、文件、记录、业务函电和其他资料。③检查与不正当竞争行为有关的财物,必要时可以责令被检查的经营者说明该商品的来源和数量,暂停销售,听候检查,不得转移、隐匿、销毁该财物。

6. 违反《反不正当竞争法》的法律责任

违反反不正当竞争法的行为种类及其法律责任

(1) 公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者的限制竞争行为:公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者的限制竞争行为,要由省级或者设区的市的工商行政管理部门追究其行政责任,包括:责令停止违法行为和罚款。对于被指定的经营者借此销售质次价高商品或者滥收费用的,也应依法追究行政责任,包括:没收违法所得和罚款。

(2) 政府及其所属部门限制竞争行为:政府及其所属部门的限制竞争行为,采取由其上级行政机关责令改正的处罚形式。对于情节严重的,由同级或者上级机关对直接责任人员给予行政处分。对于被指定的经营者借此销售质次价高商品或者滥收费用的,应依法追究行政责任,包括:没收违法所得和罚款。

(3) 搭售或附加其他不合理条件的行为:该行为被侵害的对象是相对交易者。被侵害的经营者权益受到不正当竞争行为损害的,可以向人民法院提起诉讼,要求侵权人承担损害赔偿责任。

(4) 招标投标中的串通行为:对于投标者串通投标,抬高标价或者压低标价;以及投标者和招标者相互勾结,以排挤竞争对手的公平竞争的,其中标无效。经营者应依法承担相应的行政责任,其主要形式为罚款。

(5) 欺骗性交易行为:经营者假冒他人的注册商标,擅自使用他人的企业名称或者姓名,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的,依照《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国产品质量法》的规定处罚。

经营者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的,应依法追究行政责任,包括:责令停止违法行为、没收违法所得以及罚款,情节严重的可以吊销营业执照;销售伪劣商品,构成犯罪的,还应依法追究其刑事责任。

(6) 商业贿赂行为:对于经营者的商业贿赂行为,不构成犯罪的,依法追究行政责任,包括:罚款及没收违法所得;构成犯罪的,还应依法追究其刑事责任。

(7) 虚假宣传行为:经营者利用广告或者其他方法,对商品作引人误解的虚假宣传的,依法追究行政责任,包括:责令停止违法行为以及罚款。

广告经营者,在明知或者应知的情况下,代理、设计、制作、发布虚假广告的,也应依法追究其行政责任,包括:责令停止违法行为、没收违法所得以及罚款。

(8) 侵犯商业秘密行为:对于侵犯商业秘密的,应依法追究其行政责任,包括:责令停止违法行为以及罚款。

(9) 低价倾销行为:《反不正当竞争法》没有规定对低价倾销行为者的行政责任和刑事责任。但受害的经营者可以通过诉讼程序要求追究不正当经营者的损害赔偿责任。

(10) 不正当有奖销售行为:经营者违反《反不正当竞争法》规定进行有奖销售的,应依法追究其行政责任,包括:责令停止违法行为以及罚款。

(11) 诋毁商誉行为:对于诋毁商誉行为,《反不正当竞争法》没有具体规定行政责任和刑事

责任,如给竞争对手造成侵害的,被侵权人可以《反不正当竞争法》的规定,向人民法院提起诉讼,请求救济。

二、法律及相关解释

法律

《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1条 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。

第2条 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。

第5条 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。

第6条 公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者,不得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。

第7条 政府及其所属部门不得滥用行政权力,限定他人购买其指定的经营者的商品,限制其他经营者正当的经营活动。

政府及其所属部门不得滥用行政权力,限制外地商品进入本地市场,或者本地商品流向外地市场。

第8条 经营者不得采用财物或者其他手段进行贿赂以销售或者购买商品。在账外暗中给予对方单位或者个人回扣的,以行贿论处;对方单位或者个人在账外暗中收受回扣的,以受贿论处。

经营者销售或者购买商品,可以以明示方式给对方折扣,可以给中间人佣金。经营者给对方折扣、给中间人佣金的,必须如实入账。接受折扣、佣金的经营者必须如实入账。

第9条 经营者不得利用广告或者其他方法,对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。

广告的经营者不得在明知或者应知的情况下,代理、设计、制作、发布虚假广告。

第10条 经营者不得采用下列手段侵犯商业秘密:

(一)以盗窃、利诱、胁迫或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密;

(二)披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密;

(三)违反约定或者违反权利人有关保守商业秘密的要求,披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密。

第11条 经营者不得以排挤竞争对手为目的,以低于成本的价格销售商品。

有下列情形之一的,不属于不正当竞争行为:

(一)销售鲜活商品;

(二)处理有效期限即将到期的商品或者其他积压的商品;

(三)季节性降价;

(四)因清偿债务、转产、歇业降价销售商品。

第12条 经营者销售商品,不得违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件。

第13条 经营者不得从事下列有奖销售：

- (一) 采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售；
- (二) 利用有奖销售的手段推销质次价高的商品；
- (三) 抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五千元。

第14条 经营者不得捏造、散布虚伪事实，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

第15条 投标者不得串通投标，抬高标价或者压低标价。投标者和招标者不得相互勾结，以排挤竞争对手的公平竞争。

第16条 县级以上监督检查部门对不正当竞争行为，可以进行监督检查。

第17条 监督检查部门在监督检查不正当竞争行为时，有权行使下列职权：

- (一) 按照规定程序询问被检查的经营者、利害关系人、证明人，并要求提供证明材料或者与不正当竞争行为有关的其他资料；
- (二) 查询、复制与不正当竞争行为有关的协议、账册、单据、文件、记录、业务函电和其他资料；
- (三) 检查与本法第五条规定的不正当竞争行为有关的财物，必要时可以责令被检查的经营者说明该商品的来源和数量，暂停销售，听候检查，不得转移、隐匿、销毁该财物。

第21条 经营者假冒他人的注册商标，擅自使用他人的企业名称或者姓名，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的，依照《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国产品质量法》的规定处罚。

经营者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的，监督检查部门应当责令停止违法行为，没收违法所得，可以根据情节处以违法所得一倍以上三倍以下的罚款；情节严重的可以吊销营业执照；销售伪劣商品，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第22条 经营者采用财物或者其他手段进行贿赂以销售或者购买商品，构成犯罪的，依法追究刑事责任；不构成犯罪的，监督检查部门可以根据情节处以一万元以上二十万元以下的罚款，有违法所得的，予以没收。

第23条 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，省级或者设区的市的监督检查部门应当责令停止违法行为，可以根据情节处以五万元以上二十万元以下的罚款。被指定的经营者借此销售质次价高商品或者滥收费用的，监督检查部门应当没收违法所得，可以根据情节处以违法所得一倍以上三倍以下的罚款。

第24条 经营者利用广告或者其他方法，对商品作引人误解的虚假宣传的，监督检查部门应当责令停止违法行为，消除影响，可以根据情节处以一万元以上二十万元以下的罚款。

广告的经营者，在明知或者应知的情况下，代理、设计、制作、发布虚假广告的，监督检查部门应当责令停止违法行为，没收违法所得，并依法处以罚款。

第25条 违反本法第十条规定侵犯商业秘密的，监督检查部门应当责令停止违法行为，可以根据情节处以一万元以上二十万元以下的罚款。

第26条 经营者违反本法第十三条规定进行有奖销售的，监督检查部门应当责令停止违法行为，可以根据情节处以一万元以上十万元以下的罚款。

第27条 投标者串通投标，抬高标价或者压低标价；投标者和招标者相互勾结，以排挤竞争对手的公平竞争的，其中标无效。监督检查部门可以根据情节处以一万元以上二十万元以下的罚款。

第30条 政府及其所属部门违反本法第七条规定，限定他人购买其指定的经营者的商品、限制其他经营者正当的经营活动，或者限制商品在地区之间正常流通的，由上级机关责令其改正；情节严重的，由同级或者上级机关对直接责任人员给予行政处分。被指定的经营者借此销售质次价高商品或者滥收费用的，监督检查部门应当没收违法所得，可以根据情节处以违法所得一倍以上三倍以下的罚款。

三、历年试题及答案

(一) 单项选择题

1. 2003年第一卷第13题：

根据我国《反不正当竞争法》和相关法律的规定,下列哪一种关于诋毁商誉行为的表述是正确的?

A. 新闻单位被经营者唆使对其他经营者从事诋毁商誉行为的,可与经营者构成共同的不正当竞争行为

B. 经营者通过新闻发布会形式发布影响其他同业经营者商誉的信息,只要该信息是真实的,不构成诋毁行为

C. 诋毁行为只能是针对市场上某一特定竞争对手实施的

D. 经营者对其他竞争者进行诋毁,其主观心态既可以是故意,也可以是过失

答案:B

2. 2003 年第一卷第 15 题:

甲欲买“全聚德”牌的快餐包装烤鸭,临上火车前误购了商标不同而外包装十分近似的显著标明名称为“全聚德”的烤鸭,遂向“全聚德”公司投诉。“全聚德”公司发现,“全聚德”烤鸭的价格仅为“全聚德”的 1/3。如果“全聚德”起诉“全聚德”,其纠纷的性质应当是下列哪一种?

A. 诋毁商誉的侵权纠纷

B. 低价倾销的不正当竞争纠纷

C. 欺骗性交易的不正当竞争纠纷

D. 企业名称侵权纠纷

答案:C

3. 2004 年第一卷第 19 题:

甲市某酒厂酿造的“蓝星”系列白酒深为当地人喜爱。甲市政府办公室发文指定该酒为“接待用酒”,要求各机关、企事业单位、社会团体在业务用餐时,饮酒应以“蓝星”系列为主。同时,酒厂公开承诺:用餐者凭市内各酒楼出具的证明,可以取得消费 100 元返还 10 元的奖励。下列关于此事的说法哪一项是不正确的?

A. 甲市政府办公室的行为属于限制竞争行为

B. 酒厂的做法尚未构成商业贿赂行为

C. 上级机关可以责令甲市政府改正错误

D. 监督检查部门可以没收酒厂的违法所得,并处以罚款

答案:D

4. 2005 年第一卷第 21 题:

甲经贸公司租赁乙大型商场柜台代销丙厂名牌床罩。为提高销售额,甲公司采取了多种促销措施。下列措施哪一项违反了法律规定?

A. 在摊位广告牌上标明“厂家直销”

B. 在商场显著位置摆放该产品所获的各种奖牌

C. 开展“微利销售”,实行买一送一或者买 100 元返券 50 元

D. 对顾客一周之内来退货“不问理由一概退换”

答案:A

(二) 多项选择题

1. 2002 年第一卷第 90 题:

经营者以低于成本价销售下列商品的行为,哪些不属于不正当竞争行为?

A. 销售鲜活商品

B. 销售有效期限将到期的商品