



判例与专题评点
丛书

反不正当竞争纠纷 新型典型案例 与专题指导

蒋强 陈勇 / 著

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

判例与专题评点丛书

反不正当竞争纠纷 新型典型案例 与专题指导

蒋强 陈勇 / 著

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

反不正当竞争纠纷新型典型案例与专题指导/蒋强,
陈勇著. —北京: 中国法制出版社, 2009. 12

(判例与专题评点丛书)

ISBN 978 - 7 - 5093 - 1617 - 7

I. 反… II. ①蒋…②陈… III. 反不正当竞争法 -
案例 - 分析 - 中国 IV. D922. 294. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 209205 号

策划编辑: 罗莱娜

责任编辑: 王进文

封面设计: 蒋怡

反不正当竞争纠纷新型典型案例与专题指导

FANBU ZHENGDANG JINGZHENG JIUFEN XINXING DIANXING ANLI YU ZHUANTI ZHIDAO

著者/蒋强 陈勇

经销/新华书店

印刷/三河市紫恒印装有限公司

开本/640 × 960 毫米 16

版次/2009 年 12 月第 1 版

印张/20.5 字数/274 千

2009 年 12 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 1617 - 7

定价: 39.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

传真: 66031119

网址: <http://www.zgfs.com>

编辑部电话: 66078158

市场营销部电话: 66033393

邮购部电话: 66033288

前 言

“案例是鲜活的法律。”尽管普遍认为我国知识产权法律制度走在与国际接轨的前沿，但是在知识经济高速发展的今天，知识产权法律制度可能还是为数不多的、需要更快适应社会发展变化的法律制度之一。然而，法律必须具有的稳定性及其固有的滞后性，使得知识产权从业人员在处理个案时需要向《反不正当竞争法》寻求智慧启迪。

《反不正当竞争法》是著作权法、专利法、商标法的兜底法，其立法宗旨是“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”，这一立法宗旨赋予了《反不正当竞争法》强大的法律调整功能。在权利人和侵权人之间存在竞争关系的案件中，几乎所有侵犯知识产权的行为都同时构成不正当竞争行为。根据特别法优先于一般法的原则，常规的知识产权侵权案件不需要适用《反不正当竞争法》。但是，在著作权法、专利法、商标法落后于技术和法律发展实践的情形下，越来越多的案件难以符合传统知识产权侵权行为的构成要件，或者利用著作权法、商标法、专利法难以实现充分、有效的保护。在这样的背景下，《反不正当竞争法》当仁不让，挺身而出，以其广泛的适应性和强大的生命力，成为补充法律漏洞、规范竞争行为、弘扬商业道德的防身利器。

《反不正当竞争法》把公认的商业道德纳入法律，既鼓励正当竞争，又防止竞争“过火”，要在市场环境中寻求适当的利益平衡点，具有极强的实践性、专业性和复杂性。因此，案例研究成为熟悉实践、积累经验、发掘技巧、理论提高的有效手段。在此，作者希望本书精选的生效判决能对读者有所帮助。随着2007年《中华人民共和国反垄断法》

的颁布，我国竞争立法已经基本完成了从全面调整到细化调整的转变。毫无疑问，立法者对经营者的规范经营已经更为关注。本书正是在这样的背景下的产物。

本书共设七个专题，这些专题是反不正当竞争诉讼案件中较为突出的难点和重点问题。每个专题分为案例和综述两部分，通过对典型案例所涉法律问题的解读，对本书作者而言，也是一种学习和提高。相信这些典型案例中所体现出的法官智慧对广大读者也会有一定的启发。

专题一和专题二主要阐述了《反不正当竞争法》总则第二条中涉及到的经营者界定和诚实信用原则的理解和应用；专题三至专题七主要阐述了几种常见不正当竞争行为的判断和理解，包括市场交易的不正当手段、虚假宣传、商业秘密、商业诋毁等典型的不正当竞争行为。

反不正当竞争诉讼案件中还有很多问题需要进一步深入探讨，而且本书论及的专题问题也有很多内容需要进一步研究，本书作者愿与读者一同“上下求索”。

本书作者写作分工：蒋强撰写本书专题一、二、四、七；陈勇撰写本书专题三、五、六。本书各专题论述均系相应作者个人之观点，与作者任职单位及本书其他作者无任何关联。囿于作者水平所限，书中不当之处，敬请读者批评指正。

作者

2009年12月

目 录

Contents

专题一：“经营者”的认定问题

一、案例	1
(一) 北京龙乐文化艺术有限责任公司诉中国音乐 著作权协会不正当竞争纠纷案	1
(二) 王跃文诉叶国军、王跃文（原名王立山）、 北京中元瑞太国际文化传播有限公司、华龄 出版社著作权侵权及不正当竞争纠纷案	6
(三) 上海博华国际展览有限公司、欧洲博闻公司 (CMP Information)诉中国食品添加剂生产应 用工业协会不正当竞争纠纷案	11
(四) 伍和家诉北京市中孚律师事务所、向阳不正 当竞争纠纷案	19
二、专题指导	25
(一) 解读“法人”、“其他经济组织”和“个人”	25
(二) 主体资格说	27
(三) 行为性质说	28
(四) “经营性”的认定标准	30
(五) 竞争关系的判断标准	32
(六) 参与竞争关系与影响竞争关系	35
(七) 从宽解释指导原则	37
(八) 结论	38

专题二：诚实信用原则的适用问题

一、案例	39
(一) 北京集佳知识产权代理有限公司诉北京广立信 国际知识产权代理有限公司不正当竞争纠纷案	39
(二) 湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司 诉广东美洁卫生用品有限公司、刘祥富、汤阳 春不正当竞争纠纷案	46
(三) 兰州易通电子科技有限公司诉甘肃智德网络科 技有限责任公司、王浩民不正当竞争纠纷案	55
(四) 北京三际无限网络科技有限公司诉北京阿里巴 巴信息技术有限公司、国风因特软件(北京) 有限公司不正当竞争纠纷案	62
二、专题指导	68
(一) 诚实信用原则在反不正当竞争法中的理论与实 践整理	68
(二) 根据《反不正当竞争法》的原则制止新型不正 当竞争行为	71
(三) 适用诚实信用原则反不正当竞争的若干重点难 点问题	74

专题三：知名商品特有的名称、包装、装潢的认定问题

一、案例	87
(一) 外语教学与研究出版社诉外文出版社不正当竞 争纠纷案	87
(二) 南通金土地绿色食品有限公司与南通乡村食品 有限公司仿冒知名商品特有名称不正当竞争纠 纷案	92
(三) 广州白云山光华制药股份有限公司与上海世康 特制药有限公司、广东保利祝福你大药房连锁	

有限公司仿冒知名商品特有包装、装潢案	98
(四) 汉高乐泰(中国)有限公司与烟台开发区泰盛 精化新材料有限公司侵犯知名商品特有名称、 包装、装潢不正当竞争纠纷案	108
二、专题指导	115
(一) 知名商品的认定	116
(二) 特有名称、包装、装潢的认定	117
(三) 是否足以使相关公众对商品的来源产生误认	120
(四) 赔偿数额的确定	121
 专题四：擅自使用他人企业名称纠纷的若干疑难问题	
一、案例	122
(一) 天水二一三机床电器厂、上海天健电气有限公 司诉上海康际电器有限公司、乐清市二一三电 器有限公司不正当竞争纠纷案	122
(二) 深圳市老隆餐饮管理有限公司诉深圳市老隆风 味食府、刘彪平不正当竞争纠纷案	128
(三) 长春试验机研究所诉长春试验机有限责任公司 计算机网络域名不正当竞争纠纷案	137
(四) 北京谷歌科技有限公司诉谷歌信息技术(中国) 有限公司不正当竞争纠纷案	141
二、专题指导	147
(一) 商号制度概述	147
(二) 商号立法现状分析	149
(三) “企业名称和姓名”理解适用中的若干难点问题	152
(四) 商号与其他商业标记的权利冲突及侵权判断标准	156
(五) 商标驰名度与处理权利冲突的关系	165
(六) 商号制度的基本理念和几点建议	173

专题五：虚假宣传的认定问题

一、案例	175
(一) 启东三上发展机电制造有限公司与启东市运输机 械厂有限公司侵犯知名商品特有名称、虚假宣传 纠纷案	175
(二) 兰州金蝶软件科技有限公司与金蝶软件(中国) 有限公司虚假宣传纠纷案	184
(三) 天津港保税区豪斯国际贸易公司与北京矿宝贸易 有限公司、李春艳、韩新春虚假宣传纠纷案	191
(四) 西尔维奥·塔尔基尼(Silvio Tarchini)与上海富 客斯实业有限公司不正当竞争纠纷案	200
二、专题指导	209
(一) 引入误解的虚假宣传行为概述	210
(二) 引入误解的虚假宣传行为的行为主体	211
(三) 引入误解的虚假宣传行为的判断标准	212
(四) 我国司法实践对引入误解的虚假宣传行为的判定	215

专题六：侵犯商业秘密案件中的重点和难点问题

一、案例	217
(一) 青岛新世纪国际物流有限公司与王兆刚、青岛启 航物流有限公司侵犯商业秘密纠纷案	217
(二) 宁夏正洋物产进出口有限公司与宁夏福民蔬菜脱 水集团有限公司、马宏东、刘军侵犯商业秘密纠 纷案	224
(三) 上海强人路信息服务有限公司与上海辰邮科技发 展有限公司、香罗奈(上海)国际贸易有限公司、 上海希望城经济发展有限公司、上海市健康教育 协会侵害商业秘密纠纷案	231
(四) 北京康瑞德现代科技有限公司诉北京协和洛克生	

物技术研究开发中心、沈健、张承侵犯商业秘密 纠纷案	239
二、专题指导	248
(一) 商业秘密的范围及其认定	248
(二) 如何认定侵害商业秘密的行为及如何举证	252
(三) 赔偿数额的确定	253

专题七：商业毁谤纠纷的常见问题及处理方法

一、案例	255
(一) 北京百度网讯科技有限公司诉北京搜狐 互联网信息服务有限公司不正当竞争纠纷案	255
(二) 北京搜狐互联网信息服务有限公司诉北 京网路科技有限公司不正当竞争纠纷案	262
(三) 北京千橡互联科技发展有限公司诉北京 新娱兄弟网络科技有限公司不正当竞争纠纷案	267
(四) 上海顺廉百货商店诉上海捷强金勇百货 有限公司不正当竞争纠纷案	273
二、专题指导	278
(一) 商业毁谤概念与理论简要梳理	278
(二) 商业毁谤立法现状整理	279
(三) 商业毁谤与侵犯名誉权	280
(四) 商业毁谤与言论自由	280
(五) 商业毁谤与赔礼道歉	282
(六) 商业毁谤与精神损害赔偿	285
(七) 商业毁谤与比较广告	286
(八) 商业毁谤与间接侵权	288
(九) 不特定毁谤的诉权问题	290

附 录

中华人民共和国反不正当竞争法	293
(1993 年 9 月 2 日)	

中华人民共和国商标法	297
(2001 年 10 月 27 日)	
中华人民共和国反垄断法	306
(2007 年 8 月 30 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	314
(2007 年 1 月 12 日)	
国家工商行政管理局关于《反不正当竞争法》第二十三条 和第三十条“质次价高”、“滥收费用”及“违法所得” 认定问题的答复	318
(1999 年 12 月 1 日)	
国家工商行政管理总局关于对《反不正当竞争法》第五条 第(四)项所列举的行为之外的虚假表示行为如何定性 处理问题的答复	319
(2007 年 10 月 17 日)	

专题一：“经营者”的认定问题

一、案例

（一）北京龙乐文化艺术有限责任公司 诉中国音乐著作权协会 不正当竞争纠纷案

► 要 旨

《反不正当竞争法》规定的“经营者”在市场经济环境下主要表现为企业，但并不仅限于企业。从事经营活动、参与市场竞争的社会团体或其他组织，如符合特定条件，也应当被认定为“经营者”。

► 案 情

尤小刚、张宏光、李玲玉分别是歌曲《美人吟》的词、曲作者和演唱者。2005年2月、3月，尤小刚、张宏光分别将词、曲著作权授权李玲玉使用，期限三年，李玲玉享有转授权的权利。同年10月，李玲玉与北京龙乐文化艺术有限责任公司（以下简称龙乐公司）签订为期三年的协议，约定该公司享有李玲玉“所属的全部影音作品资料在网络、通信行业设备服务及移动数据业务方面的开发运营权”；李凡、赵小源分别是歌曲《天不下雨天不刮风》的词、曲作者。2005年6月、8月，李凡、赵小源分别与龙乐公司签订无期限协议，将“所属其歌曲的信息网络传播权”交龙乐公司独家代理。

龙乐公司经营范围包括组织国内文化艺术活动等，该公司与陕西三

稷互动科技有限公司（以下简称三稷公司）、广东飞迅信息技术有限公司（以下简称飞迅公司）等公司有合作经营彩铃的业务。具体合作方式是：龙乐公司提供作为彩铃的歌曲，飞迅等公司负责与电信运营商协调，通过在国际互联网站上向用户提供收费下载服务等方式获得收益，所得与龙乐公司按比例分享。

中国音乐著作权协会（以下简称音著协）是社会团体法人，属于音乐作品著作权集体管理组织，依据与会员签订的合同管理会员作品，可以以自己的名义对侵犯会员著作权的行为提出主张，同时也可以以自己的名义签订合同，许可他人使用会员作品并收取使用费。音著协收取的使用费在扣除 20% 管理费后，每半年向权利人转付一次。具体方式为先向权利人寄送《分配明细表》，之后，将相关费用汇到权利人账户，《分配明细表》中在网络上使用的歌曲被标示为“WEB MUSIC”。李凡、赵小源及张宏光系音著协会会员，均在 1996 年与音著协（作为乙方）签订《音乐著作权合同》，该合同是音著协制作的格式合同，除作为甲方的著作权人及签订日期外，其余内容完全相同。该合同约定：“甲方同意将其音乐作品的公开表演权、广播权和录制发行权授权乙方以信托的方式管理”，“本合同第一条所称的音乐作品，指甲方现有和今后将有的作品”，乙方“有权以自己的名义向侵权者提起诉讼”，“本合同有效期为三年。至期满前 60 天甲方未提出书面异议，本合同自动续展三年。之后照此办理”。

2006 年 7 月，音著协就《天不下雨天不刮风》等多首歌曲被作为彩铃使用一事向三稷公司发函，称三稷公司所得授权并未解决词、曲版权问题，希望三稷公司通过友好协商的方式与其解决相关词曲版权问题，并在收悉该函后立即与音著协取得联系，否则，音著协将通过其它方式解决上述问题，而由此引起的一切责任及后果将由三稷公司承担。2007 年 7 月，音著协就《美人吟》等多首歌曲被作为彩铃使用一事向飞迅公司发函，希望飞迅公司于 2007 年 8 月 1 日之前与其取得联系，寻求通过协商的途径解决著作权许可使用问题。否则，音著协将通过法律途径解决上述事宜，而由此引发的一切法律责任由飞迅公司承担。2007 年 8 月，飞迅公司致函龙乐公司，要求龙乐公司于收到函件后十日内解决涉案歌曲的版权权属问题，否则将停止与龙乐公司合作彩铃业务下载结算。

► 诉 辩

原告龙乐公司诉称：该公司是国内较大的电信增值业务内容提供商，与国内上百家 SP 公司有长期、良好的合作关系。2003 年 6 月及 2005 年 12 月，该公司按照与飞迅公司、三稷公司签订的合同，将拥有信息网络传播权的《天不下雨天不刮风》、《美人吟》两首歌曲（以下简称涉案歌曲）提供给两公司，共同经营电话彩铃（又称电话个性回铃）业务。2006 年 7 月和 2007 年 7 月，音著协分别向三稷公司、飞迅公司发函，称该协会拥有上述两首歌曲的著作权，两公司使用上述歌曲构成侵权。三稷公司、飞迅公司收函后，以该公司版权有瑕疵为由暂停结算、合作。音著协以非营利性组织的名义进行营利性经营行为，以排挤竞争对手为目的肆意发函，不仅严重影响了该公司正常经营秩序，而且严重损害了该公司商业信用，属于不正当竞争行为。故起诉要求音著协停止侵权，在《法制日报》上公开赔礼道歉，赔偿经济损失 1 元及合理支出 100 元。

被告音著协辩称：第一，双方之间不存在平等的竞争关系，不属于反不正当竞争法调整范畴。龙乐公司是版权代理类公司，涉案行为是版权代理活动。而音著协是著作权集体管理组织，主要业务是对会员作品的著作权从事信托管理，收费标准要向国家版权局备案，业务活动也受版权局监管，同时承担着国家赋予的著作权法定许可使用费收转职能，与龙乐公司纯粹商业性质的版权代理业务存在重大区别，竞争地位不平等。第二，在会员并未声明保留的情况下，音著协对会员作品在网上的复制和表演行为享有管理权。涉案歌曲的著作权人与音著协签有人会合同，将作品的复制权、表演权和广播权信托给协会管理。而通过网络传播就是对作品的一种复制行为，在线播放也是对作品的机械表演。涉案歌曲著作权人李凡、赵小源、张宏光都是音著协会员，从没有向音著协声明保留信息网络传播权，并且一直接受音著协收转的网上著作权管理收益，说明他们认可音著协享有网上著作权管理权。第三，龙乐公司并未证明该公司业务受到影响系因音著协发函所致。第四、李凡、赵小源系龙乐公司法定代表人和艺术总监，该公司一方面接受音著协代转的网

上管理收益，一方面又非法授权龙乐公司使用音乐作品，本案诉讼属于恶意诉讼。综上，音著协请求法院驳回龙乐公司的诉讼请求。

► 审 判

北京市东城区人民法院（以下简称一审法院）认为：龙乐公司是以营利为目的的企业法人，该公司业务包括提供音乐作品与他方合作经营电话彩铃业务，依据约定比例获得收益，属于彩铃业务的经营者。音著协虽然是著作权集体管理组织，但可以相同方式许可他人使用音乐作品，并从收取的使用费中收取一定比例的管理费。与龙乐公司相比，虽然音著协收取管理费比例固定，但数额却可以随使用费额度有所升降，与龙乐公司上述行为均属于经营行为。任何一方经营彩铃业务并获取收益，都意味着占有一定的彩铃业务市场份额，故音著协与龙乐公司具有同业竞争关系。但是，就音著协实施的具体行为而言，其作为音乐著作权集体管理组织的发函行为属于代表权利人主张权利的行为，并不违背有关法律规定。音著协发函意在提示三稷、飞迅等公司使用音乐作品可能存在侵权行为，并要求与之协商解决版权问题，不能确定为经营行为。该函并未明确指向上诉人龙乐公司，无损害龙乐公司商誉的词语，不能确定为有意排挤、贬低龙乐公司商业信誉。至于龙乐公司认为该行为属于音著协以非营利性组织名义进行营利性经营，以及音著协主张涉案歌曲侵权不成立等主张，不属于不正当竞争之诉应当解决的问题。据此，对龙乐公司关于音著协捏造、散布虚假事实，损害该公司商业信誉的主张不予采信。龙乐公司要求音著协停止不正当竞争行为、公开道歉和赔偿损失之诉讼请求，缺乏事实和法律依据，不予支持。一审法院依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条之规定，判决驳回龙乐公司的诉讼请求。

龙乐不服一审判决，向北京市第二中级人民法院（以下简称二审法院）上诉。

二审法院认为：上诉人龙乐公司与被上诉人音著协具有同业竞争关系。音著协作为音乐著作权集体管理组织，其实施的涉案发函行为系根据其与会员签订的合同代表会员就涉案歌曲主张权利，并不违背有关法律规定。音著协的涉案发函行为不属经营行为，相关函件并未明确指向

上诉人龙乐公司，无损害龙乐公司商誉的词语，没有排挤该公司、贬低该公司商业信誉的内容。二审法院判决：驳回上诉，维持原判。

► 评析

本案两审判决意见基本一致，主要确认了以下几点：

1. 音著协的收费行为属于经营行为；
2. 音著协与龙乐公司存在竞争关系；
3. 音著协的发函行为不属于经营行为；
4. 音著协发函行为不属于散布虚假事实，无损龙乐公司商业信誉，没有违反法律，不构成不正当竞争。

具体到本专题所涉法律问题，可以得出以下几点启示：

一、从主体资格类型来说，音著协属于社会团体法人，并非企业法人。鉴于音乐作品数量众多，权利主体分散，词、曲作品产生的著作权数量庞大，主体分散，个人维权极为不便，以至于这些权利在知识产权领域被称为“小权利”。为解决“小权利”维权不便的问题，我国成立了中国音乐著作权集体管理协会即音著协。音著协与词、曲作者签订合同，使词、曲作者成为音著协的会员，并依据与会员签订的合同管理会员作品。音著协可以以自己的名义就其管理的作品发放许可、签订合同并可行使提起诉讼等维权权利。音著协将收取的使用费和维权所得在扣除一定比例的管理费后，转付给权利人。除音著协外，我国近年来还成立了中国音像著作权集体管理协会，管理录音、录像制品和电影类作品，其经营模式与音著协基本相同。在世界范围内，多数国家都有著作权集体管理组织，其中不少国家成立版权代理公司，实行公司化经营。基于我国的特殊国情，我国采取以设立社会团体法人的形式进行著作权集体管理。从法人性质和成立宗旨而言，音著协是社会团体法人而非企业，本身并非营利性主体。

二、从行为性质来说，音著协制定价格标准并收取许可费，以市场经济手段进行著作权经营活动，其所收费用应高于成本并可随市场行情调整，特别是音著协根据所得按固定比例收取会员管理费，事实上导致许可费和维权所得越多，音著协从中扣取的管理费越多，此种行为具有明显的营利性和经营性。

三、龙乐公司从事版权代理业务，收取音乐作品许可使用费并以此作为营利点。音著协从事版权管理业务，也收取许可使用费并从中获取利益。可见，龙乐公司与音著协之间存在竞争关系。

结合前述二、三部分的论述，音著协应被认定为反不正当竞争法规定的经营者。如其经营行为违反反不正当竞争法，应和企业法人一样，受到反不正当竞争法的制裁。

四、至于发函行为是否属于经营行为，可能存在认识上的分歧。一方面，音著协向使用其音乐作品的行为发函警告，告知其可能存在侵权行为，要求核实交涉，本身是其行使日常管理职能的一个维权环节。另一方面，发函行为的目的意在确认侵权行为，督促使用方支付许可使用费，以达到收取费用的最终目的。在司法实践中，此种发函行为较为普遍。也有一些版权持有人在面临侵权时，虽然发出警告函，但其本身并无意提起诉讼，而是将发函作为督促对方支付使用费的“促销”手段。因此，结合此种发函行为的目的，笔者认为此种发函行为也应当属于经营行为。

但是，音著协所发函件措辞谨慎，不至于损害龙乐公司商业信誉，龙乐公司的诉讼主张在实体上不能得到支持。综上，两审法院的判决结果是正确的。

（二）王跃文诉叶国军、王跃文（原名王立山）、北京中元瑞太国际文化传播有限公司、华龄出版社著作权侵权及不正当竞争纠纷案

► 要 旨

进入市场流通的作品属于商品，从事作品创作的作者属于反不正当竞争法规定的“经营者”。作者与其他作者及作品其他经营者之间的关系，可以适用反不正当竞争法调整，反不正当竞争法应当对作者提供救济途径。