

 中国书籍文库
教育创新论丛

JINGJIFA ANLI JIAOCHENG

经济法案例教程

□ 马召伟 薛全忠/主编

中国书籍出版社



 中国书籍文库
教育创新论丛

JINGJIFA ANLI JIAOCHENG

经济法案例教程

□主 编/马召伟 薛全忠

副主编/刘云霞 罗云方

赵新颖 徐 勇

黄德霞

中国书籍出版社



图书在版编目(CIP)数据

经济法案例教程/马召伟,薛全忠主编. —北京:
中国书籍出版社,2010.12

(教育创新论丛)

ISBN 978-7-5068-2390-6

I. ①经… II. ①马… ②薛… III. ①经济法—案例—
中国—教材 IV. ①D922.290.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第263850号

责任编辑/ 王文军 于建平

责任印制/ 孙马飞 张智勇

封面设计/ 中联华文

出版发行/ 中国书籍出版社

地 址: 北京市丰台区三路居路97号(邮编:100073)

电 话: (010)52257142(总编室) (010)52257154(发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

经 销/ 全国新华书店

印 刷/ 北京天正元印务有限公司

开 本/ 710毫米×1000毫米 1/16

印 张/ 70

字 数/ 1260千字

版 次/ 2010年12月第1版 2010年12月第1次印刷

总 定 价/ 150.00元

前 言

本书是塔里木大学重点课程《经济法》(编号: TDZGKC09087)的研究成果之一。是由课题组全体成员共同努力的结果。

经济法是一门理论与实践结合非常紧密的课程。教学中通过具体案例的讲解,有利于学生对其深奥理论的理解,增强学生解决实际问题的能力,同时又能调动他们的学习积极性。

本书内容分为三编,第一编:市场规制法;第二编:宏观调控法;第三编:国家投资经营法。具体又分为十章,每章分为两部分:第一部分(法条),第二部分(案例分析)。本书是课题组把经济法课堂教学中精选的案例加以整理而成。具体分工如下:

第一章、第九章:薛全忠;第二章:刘云霞、赵新颖、黄德霞;第三章:刘云霞;第四章:徐勇;第五章:马召伟;第六章:赵新颖;第七章、第八章:黄德霞;第十章:罗云方

统稿:马召伟 薛全忠

本书共30万字,主编2人,每人编写5万字,副主编5人,每人编写4万字。编写人员如下(按姓氏笔画为序):

主编:马召伟 薛全忠

副主编:刘云霞 罗云方 赵新颖 徐勇 黄德霞

目 录

CONTENTS

第一编 市场规制法	1
第一章 反不正当竞争法	/ 1
第一部分 法条	/ 1
第二部分 案例分析	/ 10
第二章 反垄断法	/ 41
第一部分 法条	/ 41
第二部分 反垄断法案例	/ 50
第三章 消费者权益保护法	/ 69
第一部分 法条	/ 69
第二部分 案例分析	/ 76
第四章 产品质量法	/ 102
第一部分 法条	/ 102
第二部分 产品质量法案例	/ 112
第二编 宏观调控法	149
第五章 税法	/ 149
第一部分 法条	/ 149
第二部分税法案例分析	/ 178
第六章 银行法	/ 209
第一部分 法条	/ 209
第二部分 案例分析	/ 228
第七章 会计法	/ 245
第一部分 法条	/ 245

第二部分 会计法案例分析	/ 253
第八章 审计法	/ 264
第一部分 法条	/ 264
第二部分 审计法案例分析	/ 280
第九章 价格法	/ 289
第一部分 法条	/ 289
第二部分 价格法案例	/ 298
第三编 国家投资经营法	308
第十章 国有资产管理法及国有企业法	/ 308
第一部分 法条	/ 308
第二部分 案例分析	/ 323

第一编

市场规制法

第一章

反不正当竞争法

第一部分 法条

一、中华人民共和国反不正当竞争法

《中华人民共和国反不正当竞争法》已由中华人民共和国第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议于1993年9月2日通过，现予公布，自1993年12月1日起施行。

第一章 总则

第一条 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。

第二条 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。

第三条 各级人民政府应当采取措施，制止不正当竞争行为，为公平竞争创造良好的环境和条件。

县级以上人民政府工商行政管理部门对不正当竞争行为进行监督检查；法律、行政法规规定由其他部门监督检查的，依照其规定。

第四条 国家鼓励、支持和保护一切组织和个人对不正当竞争行为进行社会监督。

国家机关工作人员不得支持、包庇不正当竞争行为。

第二章 不正当竞争行为

第五条 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。

第六条 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。

第七条 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。

第八条 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。

第九条 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。

广告的经营者的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。

第十条 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。

第三人明知或者应知前款所列违法行为，获取、使用或者披露他人的商业秘密，视为侵犯商业秘密。

本条所称的商业秘密，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。

第十一条 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。

第十二条 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。

第十三条 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。

第十四条 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。

第十五条 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。

第三章 监督检查

第十六条 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。

第十七条 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。

第十八条 监督检查部门工作人员监督检查不正当竞争行为时，应当出示检查证件。

第十九条 监督检查部门在监督检查不正当竞争行为时，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。

第四章 法律责任

第二十条 经营者违反本法规定，给被侵害的经营者造成损害的，应当承担损害赔偿责任，被侵害的经营者的损失难以计算的，赔偿额为侵权人在侵权期间因侵权所获得的利润；并应当承担被侵害的经营者因调查该经营者侵害其合法权益的不正当竞争行为所支付的合理费用。

被侵害的经营者的合法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。

第二十一条 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。

第二十二条 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。

第二十三条 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。

第二十四条 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。

第二十五条 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。

第二十六条 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。

第二十七条 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。

第二十八条 经营者有违反被责令暂停销售，不得转移、隐匿、销毁与不正当竞争行为有关的财物的行为的，监督检查部门可以根据情节处以被销售、转移、隐匿、销毁财物的价款的一倍以上三倍以下的罚款。

第二十九条 当事人对监督检查部门作出的处罚决定不服的，可以自收到处罚决定之日起十五日内向上一级主管机关申请复议；对复议决定不服的，可以自收到复议决定书之日起十五日内向人民法院提起诉讼；也可以直接向人民法院提起诉讼。

第三十条 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。

第三十一条 监督检查不正当竞争行为的国家机关工作人员滥用职权、玩忽职守，构成犯罪的，依法追究刑事责任；不构成犯罪的，给予行政处分。

第三十二条 监督检查不正当竞争行为的国家机关工作人员徇私舞弊，对明知有违反本法规定构成犯罪的经营者故意包庇不使他受追诉的，依法追究刑事责任。

第五章 附则

第三十三条 本法自 1993 年 12 月 1 日起施行。

二、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

（法释〔2007〕2 号，2006 年 12 月 30 日最高人民法院审判委员会第 1412 次会议通过）

中华人民共和国最高人民法院公告

《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》已于 2006 年 12 月 30 日由最高人民法院审判委员会第 1412 次会议通过，现予公布，自 2007 年 2 月 1 日起施行。

二〇〇七年一月十二日

为了正确审理不正当竞争民事案件，依法保护经营者的合法权益，维护市场竞争秩序，依照《中华人民共和国民法通则》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国民事诉讼法》等法律的有关规定，结合审判实践经验和实际情况，制定本解释。

第一条 在中国境内具有一定的市场知名度，为相关公众所知悉的商品，应当认定为反不正当竞争法第五条第（二）项规定的“知名商品”。人民法院认定知名商品，应当考虑该商品的销售时间、销售区域、销售额和销售对象，进行任何宣传的持续时间、程度和地域范围，作为知名商品受保护的情况等因素，进行综合判断。原告应当对其商品的市场知名度负举证责任。

在不同地域范围内使用相同或者近似的知名商品特有的名称、包装、装潢，在后使用者能够证明其善意使用的，不构成反不正当竞争法第五条第（二）项规定的不正当竞争行为。因后来的经营活动进入相同地域范围而使其商品来源足以产生混淆，在先使用者请求责令在后使用者附加足以区别商品来源的其他标识的，人民法院应当予以支持。

第二条 具有区别商品来源的显著特征的商品的名称、包装、装潢，应当认定为反不正当竞争法第五条第（二）项规定的“特有的名称、包装、装潢”。有下列情形之一的，人民法院不认定为知名商品特有的名称、包装、装潢：

(一) 商品的通用名称、图形、型号；

(二) 仅仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的商品名称；

(三) 仅由商品自身的性质产生的形状，为获得技术效果而需有的商品形状以及使商品具有实质性价值的形状；

(四) 其他缺乏显著特征的商品名称、包装、装潢。

前款第(一)、(二)、(四)项规定的情形经过使用取得显著特征的，可以认定为特有的名称、包装、装潢。

知名商品特有的名称、包装、装潢中含有本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量以及其他特点，或者含有地名，他人因客观叙述商品而正当使用的，不构成不正当竞争行为。

第三条 由经营者营业场所的装饰、营业用具的式样、营业人员的服饰等构成的具有独特风格的整体营业形象，可以认定为反不正当竞争法第五条第(二)项规定的“装潢”。

第四条 足以使相关公众对商品的来源产生误认，包括误认为与知名商品的经营者具有许可使用、关联企业关系等特定联系的，应当认定为反不正当竞争法第五条第(二)项规定的“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”。

在相同商品上使用相同或者视觉上基本无差别的商品名称、包装、装潢，应当视为足以造成和他人知名商品相混淆。

认定与知名商品特有名称、包装、装潢相同或者近似，可以参照商标相同或者近似的判断原则和方法。

第五条 商品的名称、包装、装潢属于商标法第十条第一款规定的不得作为商标使用的标志，当事人请求依照反不正当竞争法第五条第(二)项规定予以保护的，人民法院不予支持。

第六条 企业登记主管机关依法登记注册的企业名称，以及在中国境内进行商业使用的外国(地区)企业名称，应当认定为反不正当竞争法第五条第(三)项规定的“企业名称”。具有一定的市场知名度、为相关公众所知悉的企业名称中的字号，可以认定为反不正当竞争法第五条第(三)项规定的“企业名称”。

在商品经营中使用的自然人的姓名，应当认定为反不正当竞争法第五条第(三)项规定的“姓名”。具有一定的市场知名度、为相关公众所知悉的自然人的笔名、艺名等，可以认定为反不正当竞争法第五条第(三)项规定的

“姓名”。

第七条 在中国境内进行商业使用，包括将知名商品特有的名称、包装、装潢或者企业名称、姓名用于商品、商品包装以及商品交易文书上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，应当认定为反不正当竞争法第五条第（二）项、第（三）项规定的“使用”。

第八条 经营者具有下列行为之一，足以造成相关公众误解的，可以认定为反不正当竞争法第九条第一款规定的引人误解的虚假宣传行为：

- （一）对商品作片面的宣传或者对比的；
- （二）将科学上未定论的观点、现象等当做定论的事实用于商品宣传的；
- （三）以歧义性语言或者其他引人误解的方式进行商品宣传的。

以明显的夸张方式宣传商品，不足以造成相关公众误解的，不属于引人误解的虚假宣传行为。

人民法院应当根据日常生活经验、相关公众一般注意力、发生误解的事实和被宣传对象的实际情况等因素，对引人误解的虚假宣传行为进行认定。

第九条 有关信息不为其所属领域的相关人员普遍知悉和容易获得，应当认定为反不正当竞争法第十条第三款规定的“不为公众所知悉”。

具有下列情形之一的，可以认定有关信息不构成不为公众所知悉：

- （一）该信息为其所属技术或者经济领域的人的一般常识或者行业惯例；
- （二）该信息仅涉及产品的尺寸、结构、材料、部件的简单组合等内容，进入市场后相关公众通过观察产品即可直接获得；
- （三）该信息已经在公开出版物或者其他媒体上公开披露；
- （四）该信息已通过公开的报告会、展览等方式公开；
- （五）该信息从其他公开渠道可以获得；
- （六）该信息无需付出一定的代价而容易获得。

第十条 有关信息具有现实的或者潜在的商业价值，能为权利人带来竞争优势的，应当认定为反不正当竞争法第十条第三款规定的“能为权利人带来经济利益、具有实用性”。

第十一条 权利人为防止信息泄漏所采取的与其商业价值等具体情况相适应的合理保护措施，应当认定为反不正当竞争法第十条第三款规定的“保密措施”。

人民法院应当根据所涉信息载体的特性、权利人保密的意愿、保密措施的可识别程度、他人通过正当方式获得的难易程度等因素，认定权利人是否采取了保密措施。

具有下列情形之一，在正常情况下足以防止涉密信息泄漏的，应当认定权利人采取了保密措施：

- （一）限定涉密信息的知悉范围，只对必须知悉的相关人员告知其内容；
- （二）对于涉密信息载体采取加锁等防范措施；
- （三）在涉密信息的载体上标有保密标志；
- （四）对于涉密信息采用密码或者代码等；
- （五）签订保密协议；
- （六）对于涉密的机器、厂房、车间等场所限制来访者或者提出保密要求；
- （七）确保信息秘密的其他合理措施。

第十二条 通过自行开发研制或者反向工程等方式获得的商业秘密，不认定为反不正当竞争法第十条第（一）、（二）项规定的侵犯商业秘密行为。

前款所称“反向工程”，是指通过技术手段对从公开渠道取得的产品进行拆卸、测绘、分析等而获得该产品的有关技术信息。当事人以不正当手段知悉了他人的商业秘密之后，又以反向工程为由主张获取行为合法的，不予支持。

第十三条 商业秘密中的客户名单，一般是指客户的名称、地址、联系方式以及交易的习惯、意向、内容等构成的区别于相关公知信息的特殊客户信息，包括汇集众多客户的客户名册，以及保持长期稳定交易关系的特定客户。

客户基于对职工个人的信赖而与职工所在单位进行市场交易，该职工离职后，能够证明客户自愿选择与自己或者其新单位进行市场交易的，应当认定没有采用不正当手段，但职工与原单位另有约定的除外。

第十四条 当事人指称他人侵犯其商业秘密的，应当对其拥有的商业秘密符合法定条件、对方当事人的信息与其商业秘密相同或者实质相同以及对方当事人采取不正当手段的事实负举证责任。其中，商业秘密符合法定条件的证据，包括商业秘密的载体、具体内容、商业价值和对该项商业秘密所采取的具体保密措施等。

第十五条 对于侵犯商业秘密行为，商业秘密独占使用许可合同的被许可人提起诉讼的，人民法院应当依法受理。

排他使用许可合同的被许可人和权利人共同提起诉讼，或者在权利人不起诉的情况下，自行提起诉讼，人民法院应当依法受理。

普通使用许可合同的被许可人和权利人共同提起诉讼，或者经权利人书面授权，单独提起诉讼的，人民法院应当依法受理。

第十六条 人民法院对于侵犯商业秘密行为判决停止侵害的民事责任时，停止侵害的时间一般持续到该项商业秘密已为公众知悉时为止。

依据前款规定判决停止侵害的时间如果明显不合理的，可以在依法保护权利人该项商业秘密竞争优势的情况下，判决侵权人在一定期限或者范围内停止使用该项商业秘密。

第十七条 确定反不正当竞争法第十条规定的侵犯商业秘密行为的损害赔偿额，可以参照确定侵犯专利权的损害赔偿额的方法进行；确定反不正当竞争法第五条、第九条、第十四条规定的不正当竞争行为的损害赔偿额，可以参照确定侵犯注册商标专用权的损害赔偿额的方法进行。

因侵权行为导致商业秘密已为公众所知悉的，应当根据该项商业秘密的商业价值确定损害赔偿额。商业秘密的商业价值，根据其研究开发成本、实施该项商业秘密的收益、可得利益、可保持竞争优势的时间等因素确定。

第十八条 反不正当竞争法第五条、第九条、第十条、第十四条规定的不正当竞争民事第一审案件，一般由中级人民法院管辖。

各高级人民法院根据本辖区的实际情况，经最高人民法院批准，可以确定若干基层人民法院受理不正当竞争民事第一审案件，已经批准可以审理知识产权民事案件的基层人民法院，可以继续受理。

第十九条 本解释自二〇〇七年二月一日起施行。

第二部分 案例分析

案例 1:

知识点：经营者利用其独占地位强迫进行交易的法律后果及其责任承担问题。

案例摘要

XX 市自来水公司自 1998 年以来一直使用 XX 市给水设备厂生产的 2KG - B 型全自动给水设备，1999 年 1 月，市自来水公司与某电脑给水设备厂达成代销其给水设备的协议，销售利润实行 3:7 分成，自来水公司每名职工集资入股 300 元成立了“XX 电脑给水设备加工厂”，经查该厂无厂房，无设备，根本不生产给水设备，只是代销某电脑给水设备厂的设备而从中获利。为了取

得销售优势，市自来水公司和市给水办于2000年11月5日联合下发《关于实验二次加压给水设备统一管理规定的通知》（〔2000〕5号）并于11月19日至28日在该市电视台播发。该《通知》第二条规定：“二次加压给水设备必须采用指定的定型产品，我市一律用某电脑给水设备厂生产的DWS系列定时、定压、高频调速全自动节能型微机控制给水设备，一律取消气压式给水设备，如采用气压式给水设备，自来水公司将不予供水，节水办不予办理各种用水手续。”该文件的实施，影响了该市另一给水设备厂的产品销售。

该市工商局为了维护市场经济秩序，保护公平竞争，制止不正当竞争行为，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条、第二十三条之规定，作出以下处罚决定：

一、责令市节水办、市自来水公司停止实行（2000）5号文件中第二条规定；

二、责令市自来水公司在该市电视台发表声明或公告，消除影响，以正视听。由于XX电脑给水设备加工厂无厂房、设备、注册后也从未生产给水设备，该市工商局依法吊销该厂的营业执照。

点评

第一，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行为违法。

《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条规定：“公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者，不得限定他人购买指定的经营者的商品，限制其他经营者正当的经营活动。”《关于公用企业限制竞争行为的若干规定》该条中所谓“公用企业”是指城镇中为适应公众的生活需要而经营的公共利益性质的企业。本案中XX市自来水公司供给自来水，办理用水手续，是典型的公用企业。该强迫用户必须购买其代销的设备，并以不给供水，不给办理用水手续为要挟，其目的也是为了排挤该市另一给水设备厂的产品销售，因此自来水公司的上述行为违反了《反不正当竞争法》的有关规定，根据该法第二十三条的规定，可以由省级或者设区的市的监督检查部门责令其停止违法行为，并可根据情节处以5万元以上二十万元以下的罚款。

第二，同时市节水办作为行政机关滥用行政权力限定他人购买其指定的商品，也应该承担相应责任。

《中华人民共和国反不正当竞争法》第七条规定：“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”。而市节水办正是政府所属部门之一，其限定他人购买其指定的经营者的商品的行为已经构成滥用