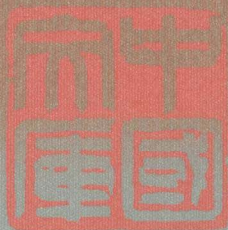


中国文库

· 哲学社会科学类 ·

竞争法论

徐士英 著



中国出版集团

世界图书出版公司

中国文库

哲学社会科学类

竞争法论

徐士英 著

中国出版集团

世界图书出版公司

图书在版编目(CIP)数据

竞争法论/徐士英著. —上海:世界图书出版公司,
2007.9

(中国文库)

ISBN 978-7-5062-8913-9

I. 竞… II. 徐… III. ①反不正当竞争法—研究—中
国 ②反托拉斯法—研究—中国 IV. D922.294.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第139179号

责任编辑:顾泓

整体设计:翁涌 李梅

责任印制:董文权

竞争法论

Jingzhengfa Lun

徐士英 著

世界图书出版公司出版

上海市尚文路185号B楼 邮编:200010

北京瑞古冠中印刷厂印刷 新华书店总店北京发行所经销

2007年9月第1版 2007年9月第1次印刷

开本:880毫米×1230毫米 1/32 印张:11.25

字数:300千字 印数:1—4500

ISBN 978-7-5062-8913-9

定价:31.00元



作者像

“中国文库”出版前言

“中国文库”主要收选 20 世纪以来我国出版的哲学社会科学研究、文学艺术创作、科学文化普及等方面的优秀著作和译著。这些著作和译著，对我国百余年来政治、经济、文化和社会的发展产生过重大积极的影响，至今仍具有重要价值，是中国读者必读、必备的经典性、工具性名著。

大凡名著，均是每一时代震撼智慧的学论、启迪民智的典籍、打动心灵的作品，是时代和民族文化的瑰宝，均应功在当时、利在千秋、传之久远。“中国文库”收集百余年来名著分类出版，便是以新世纪的历史视野和现实视角，对 20 世纪出版业绩的宏观回顾，对未来出版事业的积极开拓，为中国先进文化的建设，为实现中华民族的伟大复兴做出贡献。

大凡名著，总是生命不老，且历久弥新、常温常新的好书。中国人有“万卷藏书宜子弟”的优良传统，更有当前建设学习型社会的时代要求，中华大地读书热潮空前高涨。“中国文库”选辑名著奉献广大读者，便是以新世纪出版人的社会责任感和历史使命感，帮助更多读者坐拥百城，与睿智的专家学者对话，以此获得丰富学养，实现人的全面发展。

为此，我们坚持以“三个代表”重要思想为统领，坚持贯彻“百花齐放、百家争鸣”的方针，坚持按照“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的要求，以登高望远、海纳百川的广阔视野，披沙拣金、露抄雪纂的刻苦精神，精益求精、探赜索隐的严谨态度，投入到这项规模宏大的出版工程中来。

“中国文库”所收书籍分列于8个类别，即：(1)哲学社会科学类(哲学社会科学各门类学术著作)；(2)史学类(通史及专史)；(3)文学类(文学作品及文学理论著作)；(4)艺术类(艺术作品及艺术理论著作)；(5)科学技术类(科技史、科技人物传记、科普读物等)；(6)综合·普及类(教育、大众文化、少儿读物和工具书等)；(7)汉译学术名著类(著名的外国学术著作汉译本)；(8)汉译文学名著类(著名的外国文学作品汉译本)。计划出版1000种，自2004年起出版，每年出版1至2辑，每辑约100种。

“中国文库”所收书籍，有少量品种因技术原因需要重新排版，版式有所调整，大多数品种则保留了原有版式。一套文库，千种书籍，庄谐雅俗有异，版式整齐划一未必合适。况且，版式设计也是书籍形态的审美对象之一，读者在摄取知识、欣赏作品的同时，还能看到各个出版机构不同时期版式设计的风格特色，也是留给读者们的一点乐趣。

“中国文库”由中国出版集团发起并组织实施。收选书目以中国出版集团所属出版机构出版的书籍为主要基础，逐步邀约其他出版机构参与，共襄盛举。书目由“中国文库”编辑委员会审定，中国出版集团与各有关出版机构按照集约化的原则集中出版经营。编辑委员会特别邀请了我国出版界德高望重的老专家、领导同志担任顾问，以确保我们的事业继往开来，高质量地进行下去。

“中国文库”，顾名思义，所收书籍应当是能够代表中国出版业水平的精品。我们希望将所有可以代表中国出版业水平的精品尽收其中，但这需要全国出版业同行们的鼎力支持和编辑委员会自身的努力。这是中国出版人的一项共同事业。我们相信，只要我们志存高远且持之以恒，这项事业就一定能持续地进行下去，并将不断地发展壮大。

“中国文库”编辑委员会

“中国文库”第三辑

编辑委员会

顾 问

(按姓名笔画为序)

于友先 邬书林 刘 杲 许力以 杜导正 李从军 李东生
杨牧之 宋木文 张小影 柳斌杰 徐惟诚 龚心瀚

主 任：聂震宁

副主任：刘伯根

委 员

(按姓名笔画为序)

王之江 王 琦 王瑞书 边彦军 吕建华 刘玉山 刘国辉
刘健屏 李 岩 李保平 李 峰 杨 才 杨 耕 杨德炎
吴江江 吴希曾 吴尚之 吴 斌 何林夏 汪继祥 宋一夫
宋焕起 张伟民 张 琦 陈 鹏 胡守文 俞晓群 祝君波
贺圣遂 贺耀敏 栾世禄 黄书元 曹 铁 龚 莉 惠西平
程大利 焦国瑛 解 伟 薛炎文

“中国文库”第三辑编辑委员会办公室

主 任：刘伯根

副主任：刘国辉 宋焕起

成 员：（按姓名笔画为序）

于殿利 刘晓东 李红强 汪家明 林 阳

徐 俊 潘凯雄

出版编务组：

李红强 仵永成 蔡增裕 谢仲礼 乔先彪

全冠军

再 版 说 明

本书出版3年来,得到了读者的厚爱,除了作为华东政法大学经济法学专业的本科生和研究生的教材以外,其他的一些研究机构和进修培训机构在对竞争法进行研讨教学时,也将此书作为参考资料。可能是该方面的书籍相对较少的缘故,竟出现了求购的现象,使作者受宠若惊。出版社为了满足需求,曾加印了一次。考虑到近年来我国在竞争法理论研究和法律实施问题上引起了社会的广泛重视,反垄断立法提上了议事日程,反不正当竞争法的修改也指日可待。我国加入WTO后,其他有关竞争法问题的讨论也十分热烈,如我国参与国际竞争规则的制定问题、竞争全球化法与消费者保护之关系问题、外国产品召回制度对我国立法的挑战问题等。为此,作者与出版社不谋而合,决定再版此书。再版时作者针对上述变化进行了一定的修改,并增加了初版时受到字数限制而删除的国外竞争法相关内容,以便于读者对竞争法有更加全面的了解。

本书再版过程中,上海世界图书出版公司给予了很大帮助,我的研究生邱加化、沈路同学也做了不少工作,在此表示感谢。

作 者

2003年6月

前 言

我国进入 WTO 的日程已为期不远了,我们在欣喜之余,深感挑战也将随之而来。市场经济发展的历史和现实证明了这样一条确定无疑的道理:没有竞争的经济是缺乏效率的经济,而不加规范的竞争则是破坏经济的竞争。资本主义社会从放任自由竞争发展到对竞争行为严厉规制,给我们提出了有益的警示:发展市场经济必须重视竞争法律制度的建设。

我国目前正处于市场经济建设的初级阶段,但是并不能如有些人所说的可以暂时放松竞争秩序制度的建设,而先求得发展速度。恰恰相反,从生产力不够发达的计划经济体制直接向市场经济体制转轨,制度变迁的加速使我国的竞争秩序同时受到行政和市场双重力量的影响,竞争秩序法律制度的建设显得更为复杂和艰难。在不少领域中,不规范的竞争行为正以疯狂的姿态吞噬着原本就羸弱的市场机体,如不给予足够的重视,不仅将严重影响我国实现社会主义现代化的进程,同时也会使我国在国际竞争中处于被动地位。于是,就有了建立中国公平竞争规则的强烈呼唤。自 1890 年美国颁布《谢尔曼法》后,一百多年来,建立良好的竞争秩序一直是发达国家苦苦探求的难题,对我国这样的转型经济国家来说,更是一个亟待解决的难题。作者感到,既然是市场经济国家共同的课题,是现代经济法制建设不可避免的历史使命,中国作为在世界经济发展中占有重要地位的国家,也应该努力开拓和探索,同时中国的改革也给我国为世界市场经济秩序制度的创新作出努力提供了机会。

本书是我自1989年以来担任竞争法教学和研究之心得的一个小结。此前,曾撰写有关竞争法的论文,主持编写《反不正当竞争法简论》、《市场经济大宪章》等书,以及完成上海市八五社科规划的重点课题《公平竞争法研究》,为本书的编撰积累了一定的经验。本书的撰写在三个方面作了尝试:一是对建立竞争法基础理论的框架进行了尝试,较为全面地探讨了作为现代经济法重要组成部分的竞争法概念特征、调整对象、目标价值、基本原则等一系列问题,并对我国市场竞争的现状和立法对策作了评判和建议;二是对美国、日本、德国的竞争法理论和实践进行了一定程度的考察,并给予了归纳和评述,以期对我国的竞争法制建设有所借鉴;三是鉴于竞争法在现代经济法中的重要地位,作者在对竞争法理论进行探索的同时,也注意到把它作为一个典型的分论之一,联系经济法的基本理论进行分析,试图对现代经济法学理论体系的完整性作一点努力。所有这些尝试是否有效,还有待学术界同仁的评判。

十多年的研究,使我深感现代竞争法的理论和实践犹如一片深邃的大海,它所涵盖的内容不仅仅是对具体竞争行为的分析,而且还渗透着对经济民主、经济自由、国家干预、社会利益等重要命题的探讨,而这些任务绝非以我的学术和能力所能面对和承担的。即使是本书作了一点努力,也是得益于众多老师和专家的教诲与启示。这里,特别要感谢我在经济法方面的启蒙老师庄咏文教授,是她启发了我对经济法学研究的浓厚兴趣;感谢美国波士顿大学法学院弗兰克·阿泊教授、东京大学法学院的松下满雄教授、日本公平交易委员会的小林秀夫先生,他们对我在国外竞争法方面的学习研究给予了热情的帮助和勉励,使我获益颇多;感谢财经大学法学院院长丁邦开教授,他对书稿的审定提出了极为重要的意见,并给予我无私的帮助。同时,我还要感谢我的学生郑少华、丁文联、王建华、谢青、

仰炯豪、瞿向前、刘沐炎、谈瑞琼,他们在我的写作过程中做了大量的工作,从资料收集整理到一起研讨问题,最后打印文稿校对,使本书能够顺利出版。

徐士英

1999 年 11 月

目 录

第一章 竞争理论概述	1
第一节 竞争的性质和功能	1
第二节 竞争理论及其发展	8
第二章 竞争法基本理论	15
第一节 竞争法的概念和特征	15
第二节 竞争法的价值	23
第三节 竞争法的基本原则	28
第三章 竞争法的历史演变	34
第一节 现代竞争法的产生	34
第二节 现代竞争法的发展	37
第三节 现代竞争法的发展趋势	43
第四章 反垄断及其法律规制	45
第一节 垄断和反垄断法概述	45
第二节 滥用市场支配地位的法律规制	63
第三节 企业合并的法律规制	72
第四节 限制竞争协议的法律规制	82
第五节 行政性垄断的法律规制	97
第六节 反垄断法的适用	109
第七节 我国反垄断立法的构想	121
第五章 反不正当竞争法概述	130
第一节 不正当竞争行为概述	130
第二节 反不正当竞争法概述	135
第三节 不正当竞争行为的监督检查及法律责任	142

第六章 仿冒行为及其法律规制	148
第一节 仿冒行为概述	148
第二节 仿冒行为的表现形式	151
第三节 对仿冒行为的法律规制	155
第七章 虚假广告宣传行为及其法律规制	161
第一节 虚假广告宣传行为概述	161
第二节 虚假广告宣传行为的表现形式	163
第三节 对虚假广告宣传行为的法律规制	168
第八章 侵犯商业秘密行为及其法律规制	176
第一节 商业秘密的概述	176
第二节 侵犯商业秘密行为及其危害	184
第三节 侵犯商业秘密行为的法律规制	189
第九章 不正当促销行为及其法律规制	195
第一节 不正当有奖销售行为的法律规制	195
第二节 商业贿赂行为的法律规制	202
第十章 消费者权益保护法律制度	210
第一节 竞争秩序与消费者权益保护	210
第二节 消费者权益保护法的基本原则	215
第三节 保障消费者权利有利于公平竞争	219
第十一章 产品质量法律制度	233
第一节 产品质量法概述	234
第二节 产品质量监督管理法律制度	240
第三节 产品责任法律制度	250
第十二章 美国竞争法律制度	260
第一节 美国竞争法律制度的历史沿革	260
第二节 美国竞争法律制度的主要内容	266
第三节 美国竞争法律制度的特点及评析	286
第十三章 德国竞争法律制度	293

第一节	德国竞争法律制度的历史沿革	293
第二节	德国竞争法律制度的主要内容	294
第三节	德国竞争法律制度的特点及评析	302
第十四章	日本竞争法律制度	304
第一节	日本竞争法律制度的历史沿革	304
第二节	日本竞争法律制度的主要内容	308
第三节	日本竞争法律制度的特点及评析	316
第十五章	国际竞争法律制度	321
第一节	《保护工业产权巴黎公约》关于竞争的规定	321
第二节	欧盟竞争法律制度	326
第三节	联合国贸发会议关于公平竞争的“原则和规则”	337
第四节	世界贸易组织关于竞争的法律规定	340

第一章 竞争理论概述

竞争是一个古老的概念,人类社会进化发展的过程就是一部充满了竞争的历史。作为一种社会普遍存在的现象,竞争涉及人类社会的各个领域,不同领域的竞争有不同的表现形式,如政治竞争、艺术竞争、体育竞争、经济竞争等。竞争法中所指的竞争则是有着特定含义和独特表现形式的。竞争问题成为人们研究的课题始于经济学,研究的核心是竞争对市场资源配置效率的影响。法律对竞争的规制是在经济学的基础上进行的,因为竞争秩序的优劣足以影响市场的存在,必须运用国家法律的手段来规制市场竞争秩序,达到资源的优化配置。我国社会主义市场经济体制的建设,必须依赖竞争的作用,既要运用竞争机制,又要对其进行规范,以保障经济的顺利运行。

第一节 竞争的性质和功能

一、竞争的性质

从经济学的意义来说,竞争是市场的同义词,它是指市场主体为追求有利的市场条件,实现自身既定的经济目标而不断进行相互较量的过程。竞争的存在必须具备 3 个条件:第一,市场上存在多元的竞争参与者,包括竞争者和选择者,选择者对于竞争者具有重要意义;第二,竞争参与者之间的利益具有内在的制约关系,即一方经济利益的实现或增加对另一方有着直接的逆向关系;第三,具有实现竞争参与者利益的市场环境,即竞争者的胜败必须由市场体现出经济利益的增减。这些条件,就构成了市场经济意义上

的竞争。

竞争既是一个动态的行为过程,又是一种市场资源配置的机制。

(一) 竞争是一个动态的行为过程

竞争表现为竞争者之间在内在动力、外在压力推动下的持续不断的动态较量过程。首先,在市场经济的条件下,追求利益最大化是竞争的内在动力。经营者总是希望以最少的投入获取最大的利润,消费者也总想以最少的支出获得最大的消费效用。因此,为了获得或保持市场的优势,竞争者中总有人率先通过改革技术、改进劳动组织、增加宣传广告、运用新的促销手段等提高自己的竞争能力。其次,通过这些率先进行“技术创新和组织创新”^①的经营者的作用,为了不被激烈的竞争所淘汰,其他经营者也投身于这样的“改进”中去。正如马克思所说的,生产者要把自己的私人劳动转化为社会劳动,必须完成从产品到商品的“惊险跳跃”。如果跳不过去,就将在市场竞争中摔死,适者生存的市场竞争准则推动了竞争的发展。当这一过程普遍化之后,又会有一些新的企业开始新一轮挑战和呼应,市场就在这样循环往复的竞争过程中持续,而人类社会也就在这样的探索和改进中发展。

(二) 竞争是资源配置的有效机制

竞争不仅表现为一个经济运行的过程,同时也是一种市场资源有效的配置机制。由于社会资源的稀缺,资源配置的效率始终是社会经济运行体制追求的基本目标。从本质上讲,建立市场经济体制的目的就是要利用市场竞争机制的作用。通过市场主体之间的不断较量,使那些成本低、质量好的企业能获取利益,企业规模不断扩大;让成本高、质量差的市场主体退出市场。在竞争中所形成的市场价格,使资源从效益低的部门流向效益高的部门,从供

^① 参见胡汝银《竞争与垄断——社会主义微观经济分析》(上海三联书店1989年版,第27页)。