

# 营造更加公平有序市场环境

## ——全国人大常委会反不正当竞争法执法检查组赴上海、北京检查随行记

经济日报·中国经济网记者 魏永刚 李万祥



图为全国人大常委会反不正当竞争法执法检查组在北京某企业考察。  
本报记者 李万祥摄

没有竞争,何来市场?人们都说,竞争是市场经济最基本的运行机制,是市场经济的灵魂。这个运行机制发挥作用、运转正常,与一部基础性法律密切相关——《中华人民共和国反不正当竞争法》。这部法律共5章33条,篇幅虽短,但涉及各行各业、方方面面,与其他法律法规及条例一起,构筑起鼓励和保护公平竞争、维护市场经济秩序的法网。

反不正当竞争法与市场秩序、营商环境联系紧密,关系着市场主体、消费者切身利益。企业等市场主体只有依法公平有序参与竞争,才能避免卷入不正当竞争纠纷,远离纷争。这部法律具体实施得如何?有哪些新情况新问题?如何进一步完善?结合各地具体情况,经济日报记者近日跟随全国人大常委会反不正当竞争法执法检查组先后赴上海、北京检查采访,一探究竟。

### 向侵犯商业秘密行为“亮剑”

“在案件办理中,涉及侵犯商业秘密的案子多不多?具体办案有没有难点?”“企业在经营中有没有遇到过被侵犯商业秘密的情况?”执法检查中,侵犯商业秘密的行为是检查组成员比较关心的问题。

侵犯商业秘密以及虚假宣传、混淆行为、商业贿赂、违法有奖销售、商业诋毁和网络领域等不正当竞争行为,不仅损害经营主体的利益,而且侵害消费者权益。

据统计,2018年以来,北京市场监管部门共适用反不正当竞争法查处违法案件767件,罚没款金额共计5758万元。

执法检查组认为,北京作为首都和国家政治中心,要坚持首善标准,发挥示范作用,充分认识反不正当竞争法的重大意义,结合实际推动法律全面深入有效实施,创造公平竞争的市场环境。

商业秘密,是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。这一内容,是反不正当竞争法修订后的一大亮点。

反不正当竞争法于1993年9月颁布,并于今年12月实施。随着我国社会主义市场经济建设的推进,这部法律于2017年进行了全面修订,2019年4月又作了修正。

最近一次修订中,法律对侵犯商业秘密的行为新增一条,即“教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求,获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密”;同时明确“经营者以外的其他自然人、法人和非法人组织实施前款所列违法行为的,视为侵犯商业秘密”。

可见,修订后的法律不仅增加了禁止行为类型,而且扩大了惩治对象范围。同时,法律对这类不正当竞争行为加大了惩罚力度:“经营者恶意实施侵犯商业秘密行为,情节严重的,可以在按照上述方法确定数额的一倍以上五倍以下确定赔偿数额。”

反不正当竞争法对保护商业秘密、商品名称、包装装潢等作出了明确规定,与商标法、专利法、著作权法等衔接配套,共同完善了我国知识产权保护法律体系。

### 筑牢疫情期间执法防线

在突如其来的新冠肺炎疫情背景下,出现了一些破坏市场秩序的经营行为。规范竞争行为能有效维护良好的市场秩序,推动复工复产和经济稳步复苏。

## 执法检查就是“法律巡视”

□ 蔡玲

### 法治经纬

开展对法律法规实施情况的检查监督,是各级人大及其常委会多年来依法开展监督工作的重要形式。

人大执法检查就是“法律巡视”,是行使宪法法律赋予的监督权、保证法律得到有效实施的一把“利剑”。做好新时代人大执法检查工作,要把握好监督原则,尤其要落实“依法”二字;要突出重点,坚持问题导向;要精心组织,各环节工作环环相扣、依次递进;要严格执行政治八项规定精神,杜绝形式主义、官僚主义。

目前,全世界已有100多个国家和地区出台了竞争法,建立竞争政策体系。我国反不正当竞争法是鼓励和保护公平竞争、维护市场经济秩序的基础性法律。党

的十九届四中全会提出,要建设高标准市场体系,强化竞争政策基础地位,落实公平竞争审查制度,加强和改进反垄断和反不正当竞争执法。开展反不正当竞争法执法检查,就是贯彻落实党的十九届四中全会精神,抓住影响法律实施的关键问题、制约反不正当竞争法执法工作的突出问题、危害公平竞争市场环境的重点问题,推动和促进经济发展。

笔者有幸参加了全国人大常委会反不正当竞争法执法检查工作,感觉地方在贯彻实施法律中还存在一些不足和问题。

一是反不正当竞争行为依旧存在。市场竞争中采用不正当、不公平竞争手段扭曲要素资源配置效率问题较为突出;诚信意识、契约意识缺乏,竞争秩序不规范导致创新能力不足。二是破除地方保护主义的司法审查机制亟待建立。要规制利用行政垄断实施市场分割、指定交易、强

制交易、搭售等排除、限制竞争的垄断行为,降低制度性交易成本。三是商业贿赂名目更加隐蔽,危害不容忽视。这种不正当竞争行为滋生了腐败,破坏了公平竞争环境,不利于企业科技创新和转型发展。

从各地实践看,实施好反不正当竞争法,需要从不同方面着力。要注重培育竞争文化,强化全社会的公平竞争意识。发展中国特色社会主义市场经济必须牢固树立公平竞争、诚信守法经营理念,使其内化于心,外化于行,成为人们自觉遵循的行動指南。

从政府行为角度看,需要进一步规范政府扶持行为,严厉制止行政垄断和地区封锁,加快推进市场准入制度改革,大力减少行政审批事项;严格实施公平竞争审查制度,规范政府自身行为。这也是落实反不正当竞争法的关键环节和重要切入点。对各地区、各部门政策制定涉及市场

### 提高针对性让法律“精准”落地

据上海法院介绍,2018年1月至2020年7月,上海法院共受理不正当竞争一审案件1295件,二审案件93件。突出特点之一是疑难、复杂、新类型案件持续增长,这类案件多为涉网络不正当竞争纠纷。

“2015年1月至2019年12月,北京法院共受理各类不正当竞争纠纷一审案件2306件,其中,涉及网络不正当竞争案件535件,增速明显。”北京市高级人民法院民三庭庭长杨柏勇说,市场主体为探寻互联网领域的竞争边界,依据反不正当竞争法规定发起诉讼,导致涉网络不正当竞争纠纷案件数量上升明显。

随着市场经济不断发展,竞价排名、刷单炒信、不当风险提示、不当数据获取或使用、平台强制“二选一”等等常常成为舆论关注的焦点,也对执法司法提出新挑战。

10月27日,上海市人大常委会会议表决通过了新修订的《上海市反不正当竞争条例》,于明年1月1日起实施。这次修订是在反不正当竞争法2017年和2019年修订后,全国首个通过的反不正当竞争地方性法规,有利于提高辨识度,增强执法操作性。

记者注意到,针对反不正当竞争法规定的“其他混淆行为”,上海市《条例》增加了具体情形描述,对实践中出现的利用“刷单炒信”虚假宣传等方式损害竞争对手商誉的行为作了专门规定。比如经营者不得利用或者组织、指示他人利用大众媒介、信息网络散布相关信息。

按照法律规定,执法部门对涉嫌不正当竞争行为进行调查时,如查封、扣押与涉嫌不正当竞争行为有关的财物和查询涉嫌不正当竞争行为的经营者的银行账户,应当向设区的市级以上人民政府监督检查部门主要负责人书面报告,并经批准。对此,基层执法人员反映,该项规定导致审批复杂化,不利于快速有效地制止不正当竞争行为,建议授权各区进行审批。

法律规定“经营者在生产经营活动中,应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则,遵守法律和商业道德”。实践中对于“商业道德”的理解各有不同。

“‘商业道德’是道德的法律化,如何划定道德和法律的界限,难度较大,可能出现类似案件在不同省区认定结论的不一致,影响司法尺度的统一。”杨柏勇说。

对此,有的企业呼吁更好发挥行业组织的作用,加强行业自律,引导、规范会员依法竞争,维护市场竞争秩序。有的企业建议加强对老字号的法律保护,依法打击“傍名牌”的恶意注册行为。

执法检查中,有的地方表示,由于反不正当竞争法修订不久,对于执法检查中发现的新情况新问题,建议最高人民法院和国家主管部门适时出台具体实施细则、司法解释或行政性法规,为基层依法履职提供有力支撑;有的地方建议进一步明确反不正当竞争法与广告法、商标法、专利法等法律边界,提高针对性和实效性。

一路问,一路看,一路记。在执法检查中,全国人大常委会执法检查组成员更加认识到,实施好、完善好反不正当竞争法,全社会都要进一步为法律有效实施创造条件,多措并举提高对不正当竞争行为的打击效力,通过深化改革扩大开放,为反不正当竞争法贯彻实施创造良好环境。

准入、产业发展、招商引资、招投标、政府采购、经营行为的规章、规范性文件和其他政策措施,要进行合法性审查。

深化改革开放是促进公平竞争的重要条件。要扩大关键领域如信息、金融、医疗、教育和高端制造业领域市场准入开放,明确市场准入管理的标准、程序和审批时限,完善国民待遇加负面清单外资管理模式;要加快自由贸易试验区建设,对标国际高标准投资贸易自由化便利化规则,探索提升贸易便利化改革措施,加快推进试点成功经验复制推广,提升改革创新的整体性和协调性;要营造公平竞争的市场环境,消除不同所有制企业面临的制度落差,保证各种所有制经济依法平等使用生产要素,公开参与市场竞争,同等受到法律保护。

当然,加强执法检查和监督,也是更好实施反不正当竞争法的重要方面。要加强执法检查和监督,是为了切实维护公平竞争秩序。要依法处罚排除、限制竞争的各种垄断行为,同时加大处罚信息公示力度,实施联合惩戒机制。贯彻实施好反不正当竞争法,就是要营造公平竞争的市场环境,激发市场主体活力,努力推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

(作者系全国人大财经委委员)

## 销售仿冒黄酒 被处3倍罚款

本报记者 魏永刚

白酒市场,常见真假之辨。上海市浦东新区市场监管局提供的一则案例显示:2018年5月30日,浙江古越龙山绍兴股份有限公司举报称,该公司的“清醇俊郎”黄酒自2010年上市以来很受欢迎,但近年来销量下滑。调查发现,市场上出现了几种外包装酷似“清醇俊郎”黄酒的仿冒酒。

如何去伪存真,精准执法?浦东新区市场监管局随即对被举报的4家仿冒酒销售企业开展统一执法行动。上海某酒业销售有限公司便是黄酒系列案主角之一。据了解,检查当日,执法人员在当事人的仓库内发现“清醇某”黄酒272箱,共2176瓶。这些酒与古越龙山公司的“清醇俊郎”黄酒外包装高度近似,执法人员当场采取扣押措施。

经调查,当事人主营酒水批发,2017年以前曾是古越龙山公司经销商之一。看到“清醇俊郎”这款低度黄酒比较畅销后,当事人于2017年10月,委托浙江湖州一家黄酒厂仿照“清醇俊郎”的酒瓶和外观设计,生产了“清醇某”清爽型黄酒2500箱。随后向饭店和零售店批发。

调查发现,两种黄酒装潢相似,极易造成误认。上海市浦东新区市场监管局认定,当事人的行为违反了反不正当竞争法第六条第一项,决定没收黄酒2176瓶,并处违法所得3倍的罚款计97758元。

记者注意到,此案件中,当事人认为“清醇俊郎”黄酒不具有影响力,两种酒的装潢在几处细节上有所不同,不构成近似。基于此,当事人选择通过听证、行政复议、诉讼等途径寻求救济,展开维权。

针对“清醇俊郎”黄酒是否具有影响力、两者的装潢是否构成近似、是否会造成混淆等焦点问题,浦东新区市场监管局认为,商品是否具有影响力,应当综合考虑该商品的销售持续时间、销售区域、销售量、销售对象、所做的广告宣传等因素。在当事人委托他人生产“清醇某”之前,“清醇俊郎”经过长期销售已获得了特定区域相关公众的认可。

“清醇俊郎”酒瓶上的标贴作为外包装装潢中的主要部分,经过长期、稳定的使用,产生了识别商品来源的作用,可以使消费者通过该标贴与商品来源之间建立起固定联系,并能与其他经营者的商品相区别。“清醇俊郎”的装潢属于有一定影响力的装潢,在其影响力辐射的地域范围应当得到保护。

同时,执法部门认为,对于商品装潢近似的判断应当基于普通消费者对于商品装潢整体视觉效果的感受。两种黄酒的标贴形状都是长方形,大小一样,颜色上红下黄,特别是标贴上突出使用的“清醇”两字,并非规范字体,而当事人使用了与古越龙山公司完全相同的字体和文字,两者在整体视觉效果上差异不明显,应认定为近似。同时,两种黄酒为相同商品,其销售渠道、消费群体基本相同,更是在同一地区销售,极易引起消费者对两者产生混淆,或者认为两者具有关联性。

据了解,在市场监管部门开展的黄酒系列案统一执法行动中,共没收仿冒黄酒1万瓶,罚款近50万元,有效制止了“搭便车”“傍名牌”的市场混淆行为。

## “皇冠曲奇”虚假宣传被判赔偿

本报记者 李万祥

曲奇饼干颇受大众喜爱,然而市场上鱼龙混杂的品牌则使消费者分不清楚。“驳回上诉,维持一审判决”,这是北京知识产权法院日前公布的一则二审结案信息。法院认定皇冠曲奇产品产地、质量的广告宣传构成反不正当竞争法规定的虚假宣传行为,应当依法承担相应的法律责任。

记者调查发现,在曲奇类产品市场上,“蓝罐曲奇”“皇冠曲奇”两个品牌在产品包装、装潢上相差无几,极易混淆,容易引发谁是“丹麦皇室御用”曲奇之争。

据了解,原告丹麦蓝罐公司于2009年得到丹麦皇室许可,准许其产品及市场推广中使用皇室御用认证。在市场推广过程中,原告发现市场上销售的“皇冠曲奇”和自己的产品在包装、装潢上相近,并且也使用丹麦皇室御用等宣传语。

原告认为,皇冠曲奇涉及虚假宣传,同时当代商城石景山分公司作为销售者,未尽谨慎义务,二者的行为损害其合法权益,故将益嘉公司和当代商城石景山分公司诉至一审法院,要求二者停止侵权、赔偿损失。

一审法院支持原告诉求,认定被告益嘉公司对皇冠曲奇产品产地、质量的广告宣传构成反不正当竞争法规定的虚假宣传行为,应当依法承担相应的法律责任。一审判决被告立即停止涉案虚假宣传的不正当竞争行为,并刊登声明消除对原告造成的影响,同时赔偿原告经济损失2000000元以及诉讼合理支出40000元。

被告不服一审判决,上诉至北京知识产权法院,请求撤销一审判决,改判驳回原告的全部诉讼请求。

北京知识产权法院经审理认为,皇冠曲奇产品与蓝罐曲奇产品在中国大陆地区彼此之间具有极强的可替代性。被告通过涉案的宣传行为可能会让相关公众对皇冠曲奇产品是否亦获得“丹麦皇室御用品牌”产生误认,从而稀释原告的蓝罐曲奇产品在中国大陆地区“丹麦皇室御用品牌”的品牌价值,进而影响蓝罐曲奇产品在中国大陆地区的市场占有率。

法院认为,被告在电商及电视台的皇冠曲奇产品广告中大量使用欧洲宫廷人物聚会风格的画面,并配有“皇家”“御制配方”“皇家御用”等宣传语,加之涉案皇冠曲奇的全称为皇冠丹麦曲奇,相关公众在接触到上述广告宣传时通常情况下会将宣传中的皇冠曲奇产品与丹麦皇室产生联系,进而认为皇冠曲奇产品的生产得到了丹麦皇室的授权。然而,事实上被告并未实际获得丹麦皇室的授权。被告实施的上述虚假宣传内容已引人误解,其行为已经构成反不正当竞争法规定的虚假宣传行为。

值得注意的是,企业的虚假宣传行为虽然并未直接损害其他企业的商业信誉或产品的商品声誉,但是这并不代表虚假宣传行为没有产生不良影响。由此,北京知识产权法院认为,一审法院判决被告刊登声明消除因涉案虚假宣传的不正当竞争行为对原告造成的影响并无不当。

本版编辑 许跃芝