

“企业端”公平竞争行为合规指引清单·不正当竞争类

合规事项	常见违法行为表现	法律依据	风险系数	风险领域	合规建议
一、混淆行为	<p>经营者实施了擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识的，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。包括使用与他人标识完全相同的标识、近似的标识，包括商品标识、服务标识，包括明确列举的商品名称、包装、装潢及未明确列举的他人商标、商品形状等。</p> <p>例如：某厂家生产“连花清温茶（代用茶）”用于销售，该代用茶与以岭药业生产的连花清瘟胶囊在商品名称和包装、装潢上均近似，产生混淆。</p>	<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p> <p>第六条 经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：</p> <p>(一) 擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；</p> <p>(二) 擅自使用他人有一定影响的企业名称(包括简称、字号等)、社会组织名称(包括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等)的混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。</p> <p>(三) 擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；</p> <p>(四) 其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。</p> <p>第十八条 经营者违反本法第六条规定实施混淆行为的，由监督检查部门责令停止违法行为，没收违法商品。违法经营额五万元以上的，可以并处违法经营额五倍以下的罚款；没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以并处二十五万元以下的罚款。情节严重的，吊销营业执照。</p> <p>经营者登记的企业名称违反本法第六条规定的，应当及时办理名称变更登记；名称变更前，由原企业登记机关以统一社会信用代码代替其名称。</p>	☆☆☆	服装、食品饮料、电子产品、日用消费品等	<p>经营者在生产经营活动中不能实施擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识的混淆仿冒行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。</p>
	<p>经营者实施了擅自使用他人有一定影响的企业名称(包括简称、字号等)、社会组织名称(包括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等)的混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。</p> <p>例如：某电商平台运营店铺，在网店销售中利用韩国某知名影星的姓名实施混淆行为，攀附他人的声誉，引人误认为其商品是他人商品或者与他人存在特定联系。</p>		☆☆☆		<p>经营者在生产经营活动中不能实施擅自使用他人有一定影响的企业名称(包括简称、字号等)、社会组织名称(包括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等)的混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。</p>
	<p>经营者擅自使用了他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等的混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。</p> <p>例如：在权利人已是知名企业的情况下，未经权利人许可，擅自注册与权利人域名主体部分相同的域名，且在该网站上使用了权利人网站的文章、案例、图片等内容，并通过网络平台对外销售商品或者提供服务，引人误认为是权利人的商品，或者与权利人存在特定联系，误导公众。</p>		☆		<p>经营者在生产经营活动中不能实施擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等的混淆行为，包括公益网站，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。</p>

二、商业贿赂	<p>经营者采用财物或者其他手段贿赂交易相对方的工作人员或受交易相对方委托办理相关事务的单位、个人，或者利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人以谋取交易机会或者竞争优势。</p> <p>例如：某药品经营企业为向某医院销售药品，给予该医院药品采购人员销售回扣，该行为涉嫌构成商业贿赂行为。</p>	<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p> <p>第七条 经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：（一）交易相对方的工作人员；（二）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；（三）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。经营者在交易活动中，可以以明示方式向交易相对方支付折扣，或者向中间人支付佣金。经营者向交易相对方支付折扣、向中间人支付佣金的，应当如实入账。接受折扣、佣金的经营者也应当如实入账。经营者的工作人员进行贿赂的，应当认定为经营者的行為；但是，经营者有证据证明该工作人员的行为与为经营者谋取交易机会或者竞争优势无关的除外。</p> <p>第十九条 经营者违反本法第七条规定贿赂他人的，由监督检查部门没收违法所得，处十万元以上三百万元以下的罚款。情节严重的，吊销营业执照。</p>	☆☆☆	医药、工程建设、招标投标、政府采购等	1. 建立反商业贿赂的内部规章制度； 2. 设立反商业贿赂部门，配备专职合规人员； 3. 严格且有效的内部财务制度、会计制度和审计制度； 4. 针对各层级工作人员的反商业贿赂培训； 5. 重点岗位如营销、采购等人员的监督和风控机制； 6. 新型商业模式和交易模式的“高线合规”审查； 7. 聘请专业外部律师介入合规审查、违规人员处理等。
三、虚假宣传	<p>经营者对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。具体表现为：</p> <ol style="list-style-type: none"> 内容虚假，与实际情况不符； 使用含糊不清、有多重语义的表述； 仅陈述部分事实，让人引发错误联想。 <p>例如：某茶叶店向消费者介绍某地黑茶具有“降三高、减肥、治疗心脏病”等功效及在店内张贴宣传安化黑茶的海报含有涉及疾病预防、治疗功能的内容，实际上并无相关功效，该茶叶店系对商品功能作了引人误解的虚假宣传。</p>	<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p> <p>第八条 经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。</p> <p>第二十条 经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。经营者违反本法第八条规定，属于发布虚假广告的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚。</p>	☆☆☆	医疗、医疗美容、保健品、教育培训、旅游、电商等	经营者在生产经营活动中开展商业宣传要遵守诚实信用的原则，不得通过在经营场所内对商品进行演示、说明，上门推销，召开宣传体验会、推介说明会等形式，对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。商品相关信息包括：1. 商品的自然属性信息；2. 商品的生产者、经营者、服务提供者的信息；3. 商品的市场信息。
	<p>经营者通过组织虚假交易等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传。</p> <p>例如：组织刷单炒信（虚构成交量、交易额、用户好评，假聊）等，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。</p>		☆☆☆		经营者在生产经营活动中不得通过组织虚假交易等方式，伪造商品热销和不真实评价等假象，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

四、商业秘密	<p>经营者实施下列侵犯商业秘密的行为: (一)以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入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)违反保密义务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; (四)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。</p> <p>例如:部分企业高管携带原公司的相关商业秘密资料到新公司,通过这些商业秘密资料(包括不限于技术信息例如技术设计、样品、工艺流程和经营信息例如发展规划、竞争方案、客户名单等)为新公司谋取利益。</p>	<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p> <p>第九条 经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为:</p> <p>(一)以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密;</p> <p>(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;</p> <p>(三)违反保密义务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;</p> <p>(四)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。</p> <p>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。</p> <p>第三人明知或者应知商业秘密权利人的员工、前员工或者其他单位、个人实施本条第一款所列违法行为,仍获取、披露、使用或者允许他人使用该商业秘密的,视为侵犯商业秘密。</p> <p>本法所称的商业秘密,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。</p> <p>第二十一条 经营者以及其他自然人、法人和非法人组织违反本法第九条规定侵犯商业秘密的,由监督检查部门责令停止违法行为,没收违法所得,处十万元以上一百万元以下的罚款。情节严重的,处五十万元以上五百万元以下的罚款。</p>	☆☆☆	科技、制造业、互联网行业等	<ol style="list-style-type: none"> 1.参照积极寻求市场监管部门帮助,结合企业实际,针对性地建立人防、技防、物防等制度和措施; 2.认真梳理、界定企业自身商业秘密保护范围,分级管理; 3.成立商业秘密保护组织机构,定岗定责; 4.实行动态管理,建立风险排查机制; 5.建立泄密桌面演练机制,快速处置侵权事件。
五、有奖销售	<p>经营者进行有奖销售时存在下列情形:</p> <p>(一)所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确,影响兑奖;</p> <p>(二)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;</p> <p>(三)抽奖式的有奖销售,最高奖的金额超过五万元。</p> <p>例如:某家居广场为了提高销量,举行有奖销售活动,一等奖奖品为一辆宝马汽车使用权,该有奖销售的最高奖超过五万元。</p>	<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p> <p>第十条 经营者进行有奖销售不得存在下列情形:</p> <p>(一)所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确,影响兑奖;</p> <p>(二)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;</p> <p>(三)抽奖式的有奖销售,最高奖的金额超过五万元。</p> <p>第二十二条 经营者违反本法第十条规定进行有奖销售的,由监督检查部门责令停止违法行为,处五万元以上五十万元以下的罚款。</p>	☆☆☆	零售行业、房地产业、电商等	<ol style="list-style-type: none"> 1.不得作虚假或者引人误解的商业宣传; 2.保证奖品、赠品符合法律规定; 3.所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息公布要明确; 4.不得擅自对已公布的有奖销售信息做不利于消费者的变更; 5.禁止谎称有奖或人为干预中奖; 6.抽奖式有奖销售最高奖金额不得超过五万元。

六、商业诋毁	<p>经营者编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。</p> <p>例如：某公司为了提高其APP的关注度，在没有事实依据的情况下，编造“某平台10个司机8个养不活自己、套路太多、赚不到钱、你被坑过吗”等虚假采访视频，并上传至该APP进行广泛传播。</p>	<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p> <p>第十一一条 经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。</p> <p>第二十三条 经营者违反本法第十一条规定损害竞争对手商业信誉、商品声誉的，由监督检查部门责令停止违法行为、消除影响，处十万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上三百万元以下的罚款。</p>	☆☆	互联网行业、科技、食品等	<p>1.重视市场监测与维护。企业应当设立岗位对市场进行实时监测，并以可视化的形式对监测及维护结果进行呈现，以便能及时发现并迅速作出反应，化解商业诋毁风险。</p> <p>2.维权路径的合规建设。合理的维权程序能够更好地维护自身合法权益。被诋毁企业可以先寻求行政管理部门的帮助，由其进行证据的收集和认定，并作出相应的查处结果，之后再寻求民事诉讼途径救济。</p> <p>3.宣传策略的合规建设。企业在宣传的过程中，对具有竞争关系的经营者要审慎进行对比宣传。</p>
七、网络反不正当竞争	<p>经营者利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行。</p> <p>例如：某公司为了谋取非法利益，通过官网、微信朋友圈等平台，宣传推广适用于“某音”等短视频软件的群控管理系统。该系统通过电脑端向被控手机移动端“某音”APP群发点击指令的方式，同时对多个“某音”APP虚假账号进行批量登录和群控操作，实现批量模拟刷视频养号、批量关注、批量私信、批量评论、自动批量发布作品等功能。</p>	<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p> <p>第十二条 经营者利用网络从事生产经营活动，应当遵守本法的各项规定。</p> <p>经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为</p> <p>(一)未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；</p> <p>(二)误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；</p> <p>(三)恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；</p> <p>(四)其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。</p> <p>第二十四条 经营者违反本法第十二条规定妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的，由监督检查部门责令停止违法行为，处十万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上三百万元以下的罚款。</p>	☆☆	互联网行业	<p>1.经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转。</p> <p>2.经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务。</p> <p>3.经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容。</p> <p>4.经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。</p>

“企业端”公平竞争行为合规指引清单 · 垄断类

合规事项	常见违法行为表现	法律依据	风险系数	风险领域	合规建议
一、垄断协议	<p>具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议：（一）固定或者变更商品价格；（二）限制商品的生产数量或者销售数量；（三）分割销售市场或者原材料采购市场；（四）限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品；（五）联合抵制交易；（六）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。</p> <p>例如：三家生产同样原料药的厂家，利用市场优势，达成并实施垄断协议，提价向下游厂家出售原料药，或划分市场，或拒绝交易。</p>	<p>《中华人民共和国反垄断法》</p> <p>第十七条 禁止具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议：</p> <ul style="list-style-type: none"> （一）固定或者变更商品价格； （二）限制商品的生产数量或者销售数量； （三）分割销售市场或者原材料采购市场； （四）限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品； （五）联合抵制交易； （六）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。 <p>第五十六条第一款 经营者违反本法规定，达成并实施垄断协议的，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，并处上一年度销售额百分之一以上百分之十以下的罚款，上一年度没有销售额的，处五百万元以下的罚款；尚未实施所达成的垄断协议的，可以处三百万元以下的罚款。经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对达成垄断协议负有个人责任的，可以处一百万元以下的罚款。</p>	☆☆☆	医药、文体、汽车、建材、社会保险、教育、交通运输、殡葬等；行业协会组织等	企业在与其他经营者沟通、交易时，应当注意：与其他经营者沟通时注意防止讨论有关销售价格、销量、客户信息等竞争性敏感信息，防止其他经营者滥用已获取的信息达成垄断协议。不向其他经营者统一发布有关价格计算、价格调整等方面的管理政策，注意维持转售价格方面的风险。不组织和协助其他经营者达成分割市场的协议，避免被认定为提供实质性帮助。
	<p>（一）固定向第三人转售商品的价格 （二）限定向第三人转售商品的最低价格；（三）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。</p> <p>例如：厂家和代理商达成并实施垄断协议，限定其商品的转售价格或者限定某商品转售的最低价格。</p>		☆☆☆	价格协议	不固定向第三人转售商品的价格，不限定向第三人转售商品的最低价格，不达成纵向垄断协议。

二、滥用市场支配地位	<p>具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为：（一）以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品；（二）没有正当理由，以低于成本的价格销售商品；（三）没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易；（四）没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易；（五）没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件；（六）没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件下实行差别待遇；（七）国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。具有市场支配地位的经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事前款规定的滥用市场支配地位的行为。</p> <p>例如：某互联网平台在行业内拥有市场支配地位，要求在平台开店的商家，不得在其他平台开设店铺，也不准参加其他平台的优惠活动。</p>	<p>《中华人民共和国反垄断法》</p> <p>第二十二条 禁止具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为：</p> <ul style="list-style-type: none"> （一）以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品； （二）没有正当理由，以低于成本的价格销售商品； （三）没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易； （四）没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易； （五）没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件； （六）没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件下实行差别待遇； （七）国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。 <p>具有市场支配地位的经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事前款规定的滥用市场支配地位的行为。</p> <p>本法所称市场支配地位，是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场的能力的市场地位。</p> <p>第二十四条 有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位：</p> <ul style="list-style-type: none"> （一）一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的； （二）两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的； （三）三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的。 <p>有前款第二项、第三项规定的情形，其中有的经营者市场份额不足十分之一的，不应当推定该经营者具有市场支配地位。</p> <p>被推定具有市场支配地位的经营者，有证据证明不具有市场支配地位的，不应当认定其具有市场支配地位。</p> <p>第五十七条 经营者违反本法规定，滥用市场支配地位的，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，并处上一年度销售额百分之一以上百分之十以下的罚款。</p>	☆☆☆	<p>建立健全反垄断合规体系，及时评估业务合法性。</p> <p>公用事业，如供水、供电、供气、供暖等；社会保险</p> <p>加强员工反垄断合规培训，提升员工反垄断合规意识。</p> <p>加强反垄断法中列举的滥用市场支配地位的行为排查。</p>
------------	--	--	-----	--