

企业如何保护你的客户名单 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/480/2021_2022__E4_BC_81_

[E4_B8_9A_E5_A6_82_E4_c122_480429.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/480/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E5_A6_82_E4_c122_480429.htm) 2007年2月1日起《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》（“《解释》”）开始施行。这是自1993年12月1日《中华人民共和国反不正当竞争法》施行以来，最高人民法院首次就审理不正当竞争民事案件出具司法解释。《解释》结合了反不正当竞争法施行以来的法院审判经验，对一些难点、有争议的问题作出了重要解释。《解释》共19条，其中就有9条是关于商业秘密的，并有1条专门就“商业秘密中的客户名单”作出解释。本文将结合新司法解释，从经营者的角度，对如何保护客户名单进行法律分析和解读。什么是“商业秘密中的客户名单”？《解释》对“商业秘密中的客户名单”做了专门的、较为复杂的定义：“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”。在理解这个定义的时候，应当注意以下要点：1、客户名单是一种特殊客户信息。在一些客户名单侵权诉讼中，被告经常用“客户在原告的网站等公开宣传资料上公开、没有秘密可言”作为抗辩。过往业界也存在一种观点，即：“如果客户名单本身是公开的，但是原企业与该客户的交易价格、客户的需求状况等则是保密的，不应以客户名单作为商业秘密来主张权利，可以以侵犯企业的其他经营信息作为商业秘密加以保护”。此次的《解释》对客户名单的外延和内涵作出了

明确的界定 - 客户名单不仅仅是客户的名称，它是由除客户名称以外的客户地址、联系方式以及交易的习惯、意向、内容等构成的客户信息。如果将商业秘密划分为技术秘密和经营秘密，经营秘密又划分为内部管理秘密和外部营销秘密的，基本上可以将客户名单理解为“外部营销秘密”。

2、客户名册是客户名单的一种载体，但不等同于客户名单；特定客户也是客户名单。根据《解释》，客户名单包括客户名册。客户名册是经营者经过加工、整理，汇集和记录客户信息的载体，可以书式形式、电子文档等方式存在。《解释》明确将“保持长期稳定交易关系的特定客户”定性为客户名单。笔者的理解是，某个客户或者某些客户（客户信息）也是受到法律保护的客户名单。在以往的侵权案例中，比较常见的是跳槽员工将客户名册非法占有，一旦被非法占有的客户名册被调查发现，权利人就能打赢官司。但是近期的案例显示，侵权人的反调查能力不断增强，不再非法使用客户名册，而是只针对重点客户进行不正当竞争。《解释》的出台，将有助于权利人维权。

3、客户名单应当具有区别于公知信息的特殊性。客户名单不容易受到法律保护的一个主要原因是它包含的一些信息（如客户的名称和地址）公知性较强，秘密性弱。因此，要想使自己的客户名单成为受法律保护的商业秘密中的客户名单，就需要具有区别于公知信息（如公开出版的黄页、企业名录）的特殊性。这个特殊性主要是通过客户名单中所包含的秘密性较强的要素（如）来实现。客户的交易习惯、具体交易内容（如价格、品质要求、技术标准、需求类型和需求量等），经营者掌握了这些就可以大大增加交易机会，减少开拓成本，是体现客户名单商业价值的

重要因素。“不设防的秘密就不是秘密”客户名单要成为商业秘密中的客户名单并获得反不正当竞争法的保护，必须同时符合3个法定条件。第一是要属于区别于公知信息的特殊客户信息，即“不为公众所知悉”，“公开的事实永远不能成为秘密”，这在本文前面已经介绍了。其次是具有商业价值，能为权利人带来竞争优势，这也不需要多加解释。最重要的一条就是要采取保密措施。如果指称他人侵犯客户名单，权利人必须负责对客户名单被采取的具体保密措施举证。《解释》明确要求权利人为防止信息泄漏应当采取与其商业价值等具体情况相适应的合理保护措施。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。上述保密措施并不是适用于所有经营者，法院也会根据个案的具体情况对保密措施的合理性进行判断。但是，笔者认为，签订保密协议是几乎所有需要保护自己商业秘密的经营者所应当采取的措施。是否需要签订《保密协议》“另有约定”呢？在职工跳槽、客户流失的案例中，被告方经常强调的一个抗辩理由是，客户之所以与原公司交易，完全是因为离职职工的个人因素，所以客户会在职工离职后与职工的新公司交易，不存在使用不正当手段挖客户。此次的《解释》对此种情形应如何处置作出了明确的解释：“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”。这个规定的关键词是：客户对个人的信赖，自愿选择，另有约定。这个规定实际上是在职工的个人价值、客户名单对经营者的商业价值和客户的自由交易权之间进行平衡：客户的自由交易权不应受到不合理的限制，客户有权自愿选择交易对象；如果职工的个人价值在客户选择交易对象时具有决定作用，那么就应当认可其个人价值，认定不存在不正当手段和不正当竞争。在尊重客户的自由交易权和职工个人价值的同时，“另有约定”则为经营者保护自己的客户名单留有机会。根据《解释》，如果离职职工的新单位在与原单位的客户交易之前，由客户出具一份自愿选择交易对象、无不正当手段的确认书（最好公证），那么职工的原单位就无计可施了，除非事前早就在保密协议中“另有约定”。如果你的公司已经与职工签订了保密协议，需要根据《解释》的新变化，决定是否对保密协议进行修改，作出特别约定。在决定是否采取“另有约定”来保护自己的商业秘密时，经营者还需要根据职工的重要性和双方的地位来考虑职工的能否接受。不论如何，笔者认为，经营者都有必要对是否需要修改保密协议作一番深入思考了。（作者：孙阳，广东万商律师事务所

，sun.lawyer@yahoo.com.cn）100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com