

第七章反不正当竞争法律制度 PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/80/2021_2022__E7_AC_AC_E4_B8_83_E7_AB_A0_E5_c47_80550.htm

第一节 反不正当竞争法概述

一、竞争的概念 (了解) 市场竞争是商品经济的产物。

竞争的特征：1. 行为秩序性。2. 主体多元性。3. 追求利益性。

二、反不正当竞争法及其表现形式 竞争关系是指市场

平等主体之间在竞争过程中形成的社会关系，即平等主体之间的

市场竞争关系。三、反不正当竞争法的基本原则 (了解)

(一) 自愿、平等原则 自愿平等是商品交易的基本要求。(

二) 公平和诚实信用原则 (三) 遵守公认的商业道德的原则

四、反不正当竞争法的作用 (一) 明确竞争主体的行为规范

，保证竞争有序化进行 (二) 确立竞争的原则和制度，保证

公平的竞争条件和竞争环境 (三) 制止和惩罚不正当竞争行为

，保护广大经营者和消费者的合法权益 第二节 经营者与消费者的

权益 一、经营者及其权益 经营者即是市场中的竞争者

，是指从事商品经营或者营利性服务的法人、其他经济组织

和个人。法律保护经营者的合法权益。企业法人是市场竞争

中最为常见的经营主体，企业享有生产经营决策权、产品劳

务定价权、物资采购权、销售权、联营兼并权、经营方式选

择权、拒绝摊派权等14项自主经营权。二、消费者及其权益

1. 安全权。2. 知情权。3. 自主选择商品和服务的权利。4

. 公平交易权。5. 依法获得赔偿权。6. 获得消费和消费者

权益保护方面知识的权利。7. 人格尊严、民族风俗习惯受

到尊重权利。8. 对商品和服务的监督权利。9. 依法成立维

护自身合法权益的社会团体的权利。 第三节 不正当竞争行为

及其表现

一、不正当竞争的特征

1. 竞争主体在主观上具有恶意性。
2. 竞争手段具有违法性。
3. 竞争的结果是侵犯竞争对手和消费者的合法权益，扰乱社会经济秩序。

二、不正当竞争行为表现的类型（掌握）

（一）虚假行为

1. 虚假标识行为：
 - （1）假冒他人注册商标；
 - （2）擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，使用与其近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆的；
 - （3）擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认的；
 - （4）在商品上伪造、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行为。
2. 虚假宣传行为，

（二）限制竞争行为

1. 滥用优势地位行为：
 - （1）限定用户、消费者只能购买和使用其附带提供的相关商品，而不得购买和使用其他经营者提供的符合技术标准要求的同类商品；
 - （2）限定用户、消费者只能购买和使用其指定的经营者生产或经销的商品，而不得购买和使用其他经营者提供的符合技术标准要求的同类商品；
 - （3）强制用户、消费者购买其提供的不必要商品及配件；
 - （4）强制用户、消费者购买其指定的经营者提供的不必要商品；
 - （5）以检验商品质量、性能为借口，阻碍用户消费者购买使用其他经营者提供的符合技术标准要求的其他商品；
 - （6）对不接受其不合理条件的用户、消费者拒绝、中断或者削减供应相关商品，或者滥收费用等行为。
2. 滥用行政权利行为。
 - （1）限制购买或者限制经营，
 - （2）地方封锁。

（三）不当交易行为

1. 商业贿赂行为。经营者销售或购买商品，可以以明示方式给对方折扣，可以给中间人佣金，但必须如实入账，接受折扣、佣金的经营者也必须如实入账。
2. 亏本销售行为。如欺骗性价格、歧视

性价格、协议控制价格等，倾销行为。以低于成本的价格倾销商品前行为有：（1）生产企业销售商品的出厂价格低于其生产成本的，或经销企业的销售价格低于其进货成本的；（2）采用高规格、高等级充抵低规格、低等级等手段，变相降低价格，（3）通过采取折扣、补贴等价格优惠手段，（4）进行非对等物资串换，（5）通过以物抵债，（6）采取多发少开票或不开票方法，使生产企业实际出厂价格低于其生产成本，经销。企业实际销售价格低于其进货成本的；（7）通过多给数量、批量优惠等方式，变相降低价格，（8）采用压低标价等方式

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