

经济师考试工商管理专业笔记二十二 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/83/2021\\_2022\\_\\_E7\\_BB\\_8F\\_E6\\_B5\\_8E\\_E5\\_B8\\_88\\_E8\\_c49\\_83516.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/83/2021_2022__E7_BB_8F_E6_B5_8E_E5_B8_88_E8_c49_83516.htm)

从市场竞争行为的范围上可分为：部门内竞争：指生产一组密切替代的同类商品的企业之间的竞争，包括完全同质产品竞争（价格手段）和差异产品竞争（非价格手段）。部门间竞争：包括满足同类需要的代用品生产经营者的竞争（替代性越强，竞争越激烈）和满足不同需要的有关产品间的竞争（这种竞争是由争夺社会成员可自由支配的收入、原材料或人才等引起）。根据是否采用价格手段：价格竞争：使用价格策略如心理定价、声望定价等。非价格竞争：指用价格以外的手段如广告、改进产品和服务来进行的竞争。按生产经营者在市场竞争行为中的侧重点不同分为：质量竞争：基本方式有创造优质名牌产品、保证产品性能稳定服务竞争：包括产前、产中和产后的全过程服务按是否符合法律法规和商业道德可分为：正当竞争和不正当竞争2．不正当竞争行为的概念：是指经营者违反《反不正当竞争法》的规定,损害其他经营者的合法权益,扰乱社会秩序的行为。这一概念具有以下特点：1) 行为的主体是经营者，而非政府及其所属部门；2) 是违反《反不正当竞争法》的行为；3) 社会经济危害是损害其他经营者合法权益，扰乱社会经济秩序这一概念最好与限制竞争行为的概念对比理解，不正当竞争行为与限制竞争行为既有联系，又有区别。限制竞争行为即为垄断，是指市场主体利用自身经济技术优势和某些特权，对竞争对手或顾客的竞争行为或购买行为进行限制，以谋求独占市场和市场垄断利润，损害他人

利益，破坏竞争秩序的行为。二者的联系表现在：都是与竞争有关的行为，都是对市场机制的破坏等。区别如下表所示：

：限制竞争行为与不正当竞争行为的区别

行为性质	行为结果
行为主体	行为的概念本质
不正当竞争	竞争行为扭曲市场机制，发挥消极作用
限制竞争	企业违反诚信原则和商业惯例
反竞争	抑制市场机制的积极作用
企业或政府对竞争的实质性限制	(二) 不正当竞争行为与限制竞争行为的表现形式

不正当竞争行为的表现形式是：仿冒行为、对商品质量作引人误解的虚拟表示行为、商业贿赂行为、虚拟宣传行为、侵犯商业秘密的行为、低于成本价格的销售行为（但不包括销售鲜活产品、处理即将到期的商品、季节性降价和因清偿债务、转产、歇业降价销售）、搭售或附加不合理交易条件行为、不正当的有奖销售行为、商业诋毁行为、串通招标、投标行为。（各行为的具体解释请参见书P240-241页。）

限制竞争行为的表现形式：不正当的交易限制（包括横向限制协议和纵向限制协议）、企业优势的滥用（6种表现形式见P241-242页）和行政性限制（包括部门垄断和地区垄断）。

八、对不正当竞争行为的监督管理（一）工商行政管理机关对不正当竞争行为的监督管理 《不正当竞争法》规定：县级以上人民政府工商行政管理部门是不正当竞争行为监督检查的行政执法主管部门。其主要职权有：询问权、查询、复制权、检查财物权、强制措施权、行政处罚权。（二）不正当竞争行为的法律责任包括：1．民事责任具体方式有：停止侵害、排除妨碍、消除影响、赔偿损失（最主要）例（04年）：因不正当竞争行为而应承担的民事责任中，最主要的是（ ）A．停止侵害B．赔偿损失C．罚款D．排除障碍2．行政

责任：责令停止违法行为、没收违法所得、罚款、吊销营业执照、责令消除影响。3. 刑事责任：构成犯罪的，可依法追究刑事责任。（三）限制竞争行为的法律责任 由于我国还没有单独的《垄断法》，所以可记住《反不正当竞争法》的第23条和第30条的相关处罚规定。（P243页）九、商标的概念与类型（一）商标的概念、构成要素与类型 商标是指能够将自然人、法人或者其他组织的商品或服务与他人的商品或服务区别开的可视性标志。从这一定义可看出，商标的使用者是商品的生产者、加工者、拣选者、经销者或服务的提供者，而不是消费者；商标的标志物是商品或服务而不是一般物品；标志的目的是为了销售而不是赠与。商标具有以下4个特征：显著性、独占或排他性、竞争性、可交易性。商标的构成要素包括有：文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合。可以是这其中的某一项，也可是其中的某两项甚至多项要素构成一个商标。商标的类型从不同的角度，可划分为不同的类型：按商标结构可分为：文字商标、图形商标、字母商标、数字商标、三维标志商标、颜色组合商标和组合商标。按商标用途可分为：商品商标和服务商标。按对商标的管理可分为：注册商标（商品商标、服务商标、集体商标、证明商标，见P245页）和未注册商标。按使用人的动机可分为联合商标（目的是为了保护自己其他商标，而不是为了使用）和防御商标（一般是驰名商标）。按一种商品上同时使用的商标可分为：主要商标、商品群商标和商品别商标。

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](http://www.100test.com)