
经营者 竞争合规指引

Competition Compliance Guide For Business Operators

第三版



安徽省市场监督管理局

目录

TABLE OF CONTENTS

1	关于本指引	P01
2	竞争法体系概述	P02
3	法律责任	P03
4	如何做好合规	P05
5	垄断行为的识别与防范	P06
6	不正当竞争行为的识别与防范	P14
7	商业秘密保护规范摘编	P19
8	如何配合反垄断反不正当竞争调查	P21
9	典型案例警示	P25
10	公平竞争法律法规标准索引	P28

1

关于本指引

About the guidelines

本指引旨在引导和帮助我省经营者加强竞争领域合规管理，提升全社会公平竞争意识，强化竞争政策实施，增强我省企业反垄断、反不正当竞争合规意识和维护市场公平竞争的自觉性，提升对垄断及不正当竞争违法行为的认知风险防范及处置能力，有效预防和降低违法行为产生的法律风险，树立依法经营的良好形象，激发经营者市场活力和创造力。

本指引也致力于努力培育市场竞争文化、优化营商环境，强化竞争政策实施、促进经营者合法经营，提升我省反垄断、反不正当竞争执法透明度，建立统一开放、公平竞争的现代化市场体系。

本指引并非规范性文件，所列信息仅为一般性指导▼

○不构成法律或者其他专业建议

○不作为任何司法管辖区的法律声明

本指引仅以发布日期为限提供最新的信息。因相关法律法规及其他规范性文件可能产生变化，如果有任何具体的问题，请寻求专业人士的建议。

2

竞争法体系概述

Overview of the competition law system

竞争能够最大限度地激励创新，提升效率，争取市场优势地位。对效率和进步的不断追求贯穿竞争过程始终。无论是在国内市场还是全球市场，竞争程度都在不断深化，各类规模的经营者的都应致力于尽可能地提高效率，而不是通过其他反竞争的手段求得生存和发展。

竞争法体系是市场经济国家的基本法律制度，为了促进社会主义市场经济健康发展，鼓励和保护公平竞争，提高经济运行效率，维护社会公共利益和消费者利益，国家已经制定了《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称《反不正当竞争法》）、《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）。同时，国家市场监督管理总局公布了《禁止垄断协议规定》《禁止滥用市场支配地位行为规定》《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定》《经营者集中审查规定》《关于禁止滥用知识产权排除、限制竞争行为的规定》《规范促销行为暂行规定》，国务院反垄断委员会印发了《关于平台经济领域的反垄断指南》《关于原料药领域的反垄断指南》等 8 个反垄断指南。

两部公平竞争相关法律都必须被遵守。如果经营者没有履行反垄断法所设定的义务，从事了反垄断法所禁止的行为，除有豁免情形外，将被反垄断执法部门认定为违法，而代价则是被没收违法所得并处以高额的罚款，最高的处罚额度将达到其上一年度销售额的 10%。如果经营者没有遵守反不正当竞争法的规定，从事了反不正当竞争法所禁止的行为，将没收违法所得并处以高额的罚款，最高的处罚额度将达到五百万元。同时，还可能面临来自于其他经营者或者消费者的民事诉讼索赔。

3 法律责任

Liability

如果经营者在经营中没有做好合规，未能有效地避免、应对和处置反垄断及反不正当竞争法律风险，那么一旦违反公平竞争的相关法律，将承担相应的法律责任：

行政责任

达成或实施垄断协议、滥用市场支配地位、违法实施集中等排除、限制竞争行为，实施混淆、商业贿赂、虚假宣传、侵犯商业秘密、不正当有奖销售、损害商业信誉商品声誉、互联网不正当竞争行为，以及拒绝、阻碍调查的，除法律法规明确可以豁免的情形外，由市场监督管理机构依法追究法律责任。

民事责任

经营者实施垄断、不正当竞争行为，给他人造成损失的，依法承担民事责任。

刑事责任

违反反垄断法规定，构成犯罪的，依法承担刑事责任。违反反不正当竞争法规定，构成犯罪的，依法承担刑事责任。



根据《反垄断法》规定，经营者面临的行政处罚主要有：

经营者达成或实施垄断协议

将被责令停止违法行为，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。行业协会组织本行业的经营者达成垄断协议的，由反垄断执法机构责令改正。可以处三百万元以下的罚款；情节严重的，社会团体登记管理机关可以依法撤销登记。

经营者滥用市场支配地位

将被责令停止违法行为，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。

违法实施经营者集中

具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，将被责令停止实施集中、限期处分股份或者资产、限期转让营业以及采取其他必要措施恢复到集中前的状态，处上一年度销售额百分之十以下的罚款；不具有排除、限制竞争效果的，处五百万元以下的罚款。

拒绝、阻碍反垄断调查的

将被责令改正，对单位处上一年度销售额百分之一以下的罚款，上一年度没有销售额或者销售额难以计算的，处五百万元以下的罚款；对个人处五十万元以下的罚款。

根据《反不正当竞争法》规定，经营者面临的行政处罚主要有：

不正当竞争行为

没收违法商品或违法所得。混淆行为，违法经营额五万元以上的，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。商业贿赂行为，处十万元以上三百万元以下的罚款。虚假宣传行为，处二十万元以上二百万元以下的罚款。侵犯商业秘密行为，处十万元以上五百万元以下的罚款。不正当有奖销售行为，处五万元以上五十万元以下的罚款。损害他人商业信誉、商品声誉和网络不正当竞争行为，处十万元以上三百万元以下的罚款。情节严重的，可能被吊销营业执照。损害他人商业信誉、商品声誉还必须消除影响。

妨碍监督检查部门履行职责，拒绝、阻碍调查

对个人可以处五千元以下的罚款，对单位可以处五万元以下的罚款，公安机关可能依法给予治安管理处罚。

4 如何做好合规

How to comply

我们鼓励经营者积极参与市场竞争，并对经营者所实施的一切有利于促进市场竞争、培育竞争文化的举动表示肯定。建议经营者根据自身的业务性质、业务规模、财务状况、经营管理模式及主要风险来源，制定并实施适合自身的公平竞争策略。以预防和降低反垄断、反不正当竞争领域风险为目的，以经营者及其员工经营管理行为为对象，开展公平竞争管理活动。

竞争文化倡导

践行诚实守信，公平竞争，在生产经营活动中严格守法，避免直接或间接从事竞争法律法规禁止的垄断行为。

建立制度

经营者建立并有效执行公平竞争相关法律的管理制度，提高经营管理水平，避免员工从事违法行为，树立依法经营的良好形象。



承诺机制

鼓励高级管理人员作出并履行明确、公开的竞争合规承诺。鼓励其他员工作出相应的竞争合规承诺。

管理机构

具备条件的可建立公平竞争管理部门或者确定专人，明确工作职责，完善咨询、检查、汇报、培训、考核等内部机制。

队伍建设

根据业务规模、合规风险水平等因素配备合规管理人员，提升队伍能力水平。

培训机制

通过教育培训等方式，帮助和督促员工了解并遵守相关规定，增强员工的竞争合规意识。

风险处置机制

对识别、提示和评估的各类竞争法律风险采取恰当的控制和应对措施。

奖惩制度

激励和鞭策员工遵守公平竞争相关法律。

5

垄断行为的识别与防范

Identification and prevention of monopoly

反垄断法禁止的 4 类违法行为 01 经营者之间达成垄断协议

反垄断法禁止的 4 类违法行为

经营者之间达成垄断协议

经营者滥用市场支配地位

具有或可能具有排除、限制竞争效果的经营者的集中行为

与行政权力有关的排除、限制竞争行为

垄断协议是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。

协议

指经营者通过明确的协议来表达限制竞争的意愿并决定付诸行动，这种共同意愿可以是书面形式，也可以是口头形式。

决定

指经营者通过团体的形式形成的集体意思表示，并在团体成员中执行，其在性质和后果上相当于成员之间的协议。决定可以是书面形式，也可以是口头形式。

协同行为

指经营者虽未明确订立书面或者口头形式的协议或者决定，但实质上存在协调一致的行为。经营者可通过默示的协调一致行为来达到共同限制竞争的目的，包括市场行为具有一致性，并不能作出合理解释的，以及进行过意思联络或者信息交流等。

从事垄断协议行为具体来说，主要表现为以下两类：

横向垄断协议

具有竞争关系的经营者达成或者实施垄断协议

纵向垄断协议

交易相对人达成或者实施垄断协议

反垄断法禁止的 4 类违法行为 01 经营者之间达成垄断协议 横向垄断协议

横向垄断协议也就是通常所说的合谋或者串谋，被称为“核心卡特尔”，是世界各国都严格禁止并处以最严厉处罚的行为，也是经营者面临的最主要的反垄断法风险。所有经营者都应当独立地实施销售、采购及作出相关市场决策行为。

经营者应当避免与其他经营者从事以下行为：

固定或者变更商品价格

包括直接固定或者变更价格水平、价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用，以及约定采用据以计算价格的标准公式、算法、平台规则等或者限制参与协议的经营者的自主定价权的行为。

限制商品的生产数量或者销售数量

包括以限制产量、固定产量、停止生产等方式限制商品的生产数量，或者限制特定品种、型号商品的生产数量，又或者以限制商品投放量等方式限制商品的销售数量，以及限制特定品种、型号商品的销售数量的行为。

分割销售市场或者原材料采购市场

包括划分商品销售地域、市场份额、销售对象、销售收入的种类、数量、时间，以及划分原料、半成品、零部件、相关设备等原材料的采购区域、种类、数量、时间或者供应商。

限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品

包括限制购买、使用新技术、新工艺，限制购买、租赁、使用新设备、新产品，或者以限制投资、研发新技术、新工艺、新产品，拒绝使用新技术、新工艺、新设备、新产品。

联合抵制交易

包括联合拒绝向特定经营者供应或者销售商品，或联合拒绝采购或者销售特定经营者的商品，以及联合限定特定经营者不得与其具有竞争关系的经营者进行交易。

交换敏感信息

利用数据和算法、技术以及平台规则等，通过意思联络，交换敏感信息，行为协调一致等方式，达成垄断协议。

同时，也应当避免参与或者支持行业协会组织的经营者之间达成或者实施的垄断协议，包括以行业自律、章程等方式制定的排除、限制竞争的规则、规定、建议，以决议的形式统一定价、限制数量、划分市场，共同抵制、拒绝交易等。

温馨提示：经营过程中，你不可避免地会与竞争对手发生接触，比如业务往来或者参加行业性会议等。当你遇到被请求参与垄断行为或其他经营者提起可能涉嫌违反反垄断法的敏感话题时，我们建议你应当立即明示拒绝参与并及时避席。

你还可以做好拒绝与避席的相关证据记录，如果其他经营者最后达成并实施了垄断行为，这些证据将有可能帮助你证明自身未参与该垄断行为。

说明性案例

某市 5 家保险公司在推广实施安全生产责任保险过程中，对该市 18 个行业安责险市场区域进行划分，约定不得跨区域承保，限定相关企业人员只能在特定的保险公司进行投保。

某市货运商会，组织 26 家货运公司协商选定 5 家保险公司承办业务，不与其他保险公司产生业务关系，联合抵制 5 家保险公司之外的保险公司进入该市运输市场开展业务。



反垄断法禁止的 4 类违法行为 01 经营者之间达成垄断协议 纵向垄断协议

经营者与交易相对人缔结协议或者决定时不应约束对方的自主经营权，特别是定价权，不得固定向第三人转售商品的价格，限定向第三人转售商品的最低价格。此外，一些非价格的纵向限制行为也是存在违反反垄断法风险的，比如

经营者应当避免与其他经营者从事以下行为：

排他性销售（独家销售）

即供货商向销售商承诺，出于转售某种商品的目的，在某个市场或者该市场某区域只向对方提供商品，这种模式可发生于生产商和批发商、生产商和零售商、批发商和零售商之间。

排他性购买（独家购买）

即销售商向供货商承诺，除了供货商或者由其指定的第三方外，该销售商不得从其任何供货商手中购买协议产品。

限制经销商实施被动销售与交叉供货的地域限制或者客户限制

这里所说的被动销售是指经销商应客户的主动要求销售商品；交叉供货是指同一上游经营者的经销商之间互相销售商品；地域限制是指限制经销商只能或者不得在特定区域销售商品；客户限制是指限制经销商只能或者不得向特定客户销售商品。

说明性案例

某公司是一家汽车生产商，通过在全国各地授权经销商来实现商品的销售。该公司设置大区经理对各经销商进行管理，规定各经销商转售商品的最低价格，并对经销商提供售后服务的工时价格给出指导价。为保障价格政策的实现，该公司还划分了各经销商的销售区域，严禁窜货和跨区域销售。

反垄断法禁止的 4 类违法行为 02 经营者滥用市场支配地位

市场支配地位是我们对于经营者市场力量的一种描述，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（商品品种、商品品质、付款条件、交付方式、售后服务、交易选择、技术约束等）的**市场地位**。

能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位（包括排除其他经营者进入相关市场；延缓其他经营者在合理时间内进入相关市场；导致其他经营者虽能够进入该相关市场但进入成本大幅提高，无法与现有经营者开展有效竞争等情形）。

经营者拥有市场支配地位本身并不违法。反垄断法并不反对经营者通过合法经营获得市场支配地位，也不会反对拥有一定市场力量的经营者凭借更好的技术和更高的效率在市场取得更大的成功。

一般来说，我们对经营者市场支配地位的认定，需要通过相关市场界定和**相关因素的考量来综合评估。▼**

- 该经营者在相关市场的市场份额，以及相关市场的竞争状况；
- 该经营者控制销售市场或者原材料采购市场的能力；
- 该经营者的财力和技术条件；
- 其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度；
- 其他经营者进入相关市场的难易程度；
- 与认定该经营者市场支配地位有关的其他因素。

有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位：

一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的

两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的

三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的

最为典型的滥用市场支配地位的主要行为模式：

以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品

没有正当理由，以低于成本的价格销售商品

没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易

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

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

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上实行差别待遇

说明性案例

▲某市供电责任有限公司利用其在该市境内收购小型水电站上网电能的独占地位，要求各水电站负担水电站至公司变电站的线路损耗。经查，供电公司交易对象既有下游用电的用户，也有上游提供电能的用户。收取线损费用的行为是违背用户的意愿而收取不应当收取的费用，应属滥收费用的限制竞争行为。

▲某某水务有限公司通过政府授权获得该市城区供水特许独家经营权。近年来，在供水经营中，明示或暗示房地产开发企业将给水安装工程、二次供水工程、接水装表工程等交由其全资子公司某建筑工程安装有限公司或其指定的企业施工。对供水工程所需的水表、管材等主要材料和设备，当事人要求房地产开发企业、施工单位必须使用当事人提供或指定的品牌、厂商。

▲某市天然气有限公司在无法证明燃气表是由用户损坏而需要更换时强制用户将普通气表更换成 IC 卡智能表并收取费用。

温馨提示：关系国民经济命脉和国家安全的企业（包括供水、供电、供气、电信、有线电视等公用企业）以及依法实行专管专卖的行业，在相关市场易被推定具有市场支配地位，反垄断法律风险较高。应当依法经营，诚实守信，严格自律，接受社会公众的监督，要特别注意避免实施限定交易、附加不合理交易条件、差别待遇等滥用市场支配地位，损害消费者利益的行为。

反垄断法禁止的 4 类违法行为 03 具有或可能具有排除、限制竞争 效果的经营者集中行为

所谓经营者集中，是指经营者合并，或者是经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权，又或者是经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。

经营者集中行为，可能会使得相关市场中出现经济力量过于集中的情况，从而对市场竞争造成损害。

当经营者计划实施经营者集中行为时，应当根据《国务院关于经营者集中申报标准的规定》评估是否符合申报标准。如符合，应按有关规定事先向国家反垄断局进行经营者集中申报，未申报的不得实施集中。违法实施经营者集中，不仅会受到经济处罚，还可能被要求恢复到集中前的状态。

说明性案例

A 公司与 B 公司签署合资合同，在某市设立合营企业。该合营企业注册成立后，A 公司持股 51%，B 公司持股 49%，且两家公司上年度中国境内营业额达到申报标准，但双方未在实施经营者集中前向国务院反垄断执法机构申报。



反垄断法禁止的 4 类违法行为 04 与行政权力有关的排除、限制 竞争行为

经营者在自身最大限度地识别和防范反垄断法律风险的同时，也应知晓行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力，实施排除、限制竞争的行为。因为，当经营者被上述机构命令、要求或者组织从事反垄断法所禁止的任何垄断行为时，并不能成为其从事该行为的免责理由。

因此，一旦遇到此类情况，经营者应当予以明确的拒绝，并向反垄断执法部门投诉和举报。

这些行为包括▼

- 限定或者变相限定单位或个人经营、购买、使用其指定的经营者提供的商品
- 妨碍其他经营者进入相关市场或者对其他经营者实行不平等待遇，排除、限制竞争
- 妨碍商品在地区之间的自由流通
- 排斥或者限制经营者参加招标投标以及其他经营活动
- 排斥、限制、强制或者变相强制外地经营者在本地投资或者设立分支机构
- 强制或者变相强制经营者从事反垄断法规定的垄断行为

说明性案例

▲某省一行政机关未履行任何招投标程序，与该省一家网络印章科技公司签订新型防伪印章治安管理信息系统建设合同，约定由该公司统一负责提供软件及升级工作，并向全省所有刻章企业供应章材和芯片。随后，该行政机关又向各下属行政机关下发了实施方案，明确规定该科技公司为全省新型防伪印章系统建设项目中标单位，负责软件的开发建设，要求各地积极支持配合，杜绝各行其是、各自为政。

▲某省某县政府在组织全县公立医疗机构实施药品、医用耗材集中配送过程中，指定由某医药公司独家配送。

6 不正当竞争行为的识别与防范

Identification and prevention of Unfair competition

反不正当竞争法禁止的 7 种行为

反不正当竞争法禁止的 7 类违法行为 01
混淆行为

混淆行为

经营者应当避免实施以下引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的行为▼

商业贿赂行为

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；

虚假宣传行为

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）；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；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。

侵犯商业秘密行为

说明性案例

不正当有奖销售行为

某省某电梯有限公司未经商标权利人许可在其电梯上使用 SIEMENS 标志。经进一步查证，执法人员发现当事人虽然经 SIEMENS 商标权利人及其授权人同意在电梯上标注“西门子合作伙伴”和“Siemens core components”等字样，但当事人在使用过程中将 SIEMENS、siemens、Siemens 与其他字母分列两排，且字号明显放大并突出，其他字母字号较小易被忽略。

损害商业信誉、商品声誉行为

互联网不正当竞争行为

温馨提示：如果你已是有一定影响的企业，生产和销售有一定影响的商品，要积极防止竞争对手对你的企业和商品实施混淆行为。

反不正当竞争法禁止的 7 类违法行为 02 商业贿赂行为

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：

交易相对方的工作人员；

受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；

利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

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。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为；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。

说明性案例

羊某在某地开设“好得家生活馆”销售食品及其他商品，采取向旅行社及自带团队的导游、驾驶员给付现金的方式，吸引导游、驾驶员带旅游团游客过来消费。根据旅游团游客人数，以每人 10 元或 12 元的标准支付“人头介绍费”，并按旅游团游客消费总额 10% 至 30% 的标准，支付“销售提成”。

反不正当竞争法禁止的 7 类违法行为 03 虚假宣传行为

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。

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。

说明性案例

某市某网络科技有限公司通过组织虚假交易等方式，为入驻拼多多、苏宁易购等第三方交易平台的商家提升网店信誉，增加商品销量记录。该公司自建服务器，使用 PO 工作室刷单平台系统，将通过网络采购或购买手机号码自行注册两种方式取得的购物平台上的买家账号导入系统，使用网店商家提供的资金（先行支付或当事人垫付），通过计算机模拟手机客户端操作的方式虚假下单采购商品，并使用网络采购的空包物流单号或商家自行联系的物流发送空包裹，欺骗第三方交易平台取得交易记录，从而实现刷单炒信流程。

反不正当竞争法禁止的 7 类违法行为 04 侵犯商业秘密行为

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。

经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：

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

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

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

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

说明性案例

某电子科技有限公司 A 是工艺装备部长和原料生产线项目执行人，与公司签订企业员工保密协议和项目保密协议。协议明确约定，A 在任职期内完成与公司业务相关的发明创造、技术秘密或其他商业秘密信息均为职务成果，公司享有知识产权。A 在该公司研发出被列为企业核心商业秘密的原料除杂加工工艺后，为了牟取私利，与该公司的原料供应商 Z 合伙在另外一个地方建厂，并将其窃取的生产工艺秘密传授给工厂管理人员 S，利用该项工艺生产成品原材料。

温馨提示：你不侵犯他人的商业秘密，也要保护好本企业的商业秘密，有效的方法包括设立管理和监控机构，建立保密规章制度，严格控制接触范围，加强重点部位监控与管理，与相关员工签订保密协定，提高技术监控手段，加强人员教育管理等。

反不正当竞争法禁止的 7 类违法行为 05 不正当有奖销售行为

经营者进行有奖销售不得存在下列情形：

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；

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；

抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

说明性案例

某从事家居品牌管理的公司，为了提高其管理的某家新开张家居商场的知名度，举行有奖销售活动。抽奖式有奖销售活动的奖品包括一辆租赁的奔驰 smart 小轿车的一年使用权等。当事人向某二手车行租赁了一辆红色二手奔驰 smart 小轿车，摆放于商场内的抽奖区域。在户外广告及宣传资料中，标注“送车子，送金子，送票子，免单 100%”“终极大奖礼献全城，奔驰豪车免费开回家”等内容。对上述奖品的信息未作明确清晰的表述。

反不正当竞争法禁止的 7 类违法行为 06 损害商业信誉、商品声誉行为

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。

说明性案例

某市某丰田汽车销售服务有限公司主要销售卡罗拉等一汽丰田品牌汽车。在无事实依据的情况下，利用其在汽车之家网站平台上所拥有的企业网页的新闻资讯栏目，转发一篇新闻资讯文章《10 万元级别家用车为什么只考虑卡罗拉》。在文章中，当事人将其所销售的卡罗拉牌轿车与几种主要的同价位轿车，在产品质量、配置、安全性能等方面进行了贬损性对比，并通过实车配图的形式诋毁。

反不正当竞争法禁止的 7 类违法行为 07 互联网不正当竞争行为

互联网已经成为生产经营活动的重要载体，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。

互联网不正当竞争专指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的行为，主要包括：

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

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

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

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

说明性案例

某市某网络科技有限公司是某知名外卖平台某地区的代理商，其代理的外卖平台在当地市场占有率有所下降，主要因为部分签约其代理外卖平台的商家同时上线“闪×”平台。该公司要求有关商家退出“闪×”平台，对拒不退出的商家，通过使用后台管理软件修改后台数据的方式，缩小相关商家在当事人代理的外卖平台上的配送范围，将原本正常半径为 2.5 公里至 3 公里的配送范围缩小到 0.2 公里至 1.5 公里，使得商家接单量显著下降，迫使商家退出“闪×”平台后才予以恢复。



7 安徽省地方标准

《商业秘密保护规范》摘编

Excerpt of the Code for the Protection of Trade Secrets

本文件规定了商业秘密保护的基本原则、企业自我保护、行政保护、司法保护、协同保护等方面的内容。

本文件适用于企业开展商业秘密保护工作。

企业自我保护

基本要求

- a. 企业应建立或确定商业秘密保护责任部门，配备专（兼）职保密管理人员，明确保密职责权限。
- b. 企业应建立内控外防的商业秘密保护管理制度，建立健全商业秘密保护管理体系文件，实现商业秘密的产生、使用、存储、流转等全过程事项的管理。
- c. 企业应划定涉密区域，配备并维护商业秘密保护所需的设施设备。
- d. 企业应组织开展商业秘密保护相关法律法规、制度文件等的学习培训，确保相关人员具备商业秘密保护的意识和能力。
- e. 企业应形成并保留商业秘密自我保护的过程记录。

行政保护

企业有证据表明其商业秘密受到侵犯，可向市场监督管理部门举报，寻求行政保护，并提供但不限于以下材料：

- a. 商业秘密权利人主体信息；
- b. 涉案商业秘密的内容和载体；
- c. 商业秘密的构成要件，包括商业秘密自主研发 / 开发的相关证明材料或有关转让授权材料、不为公众所知悉的证据、现实或者潜在的商业价值证据、采取保密措施的证据；
- d. 因侵权行为导致的损失；
- e. 侵权人主体信息；
- f. 侵权人接触或实施侵权行为的相关证明材料，如侵犯商业秘密行为的时间、地点、手段、后果及其他情节；
- g. 市场监督管理部门要求企业提交的其他材料。

市场监督管理部门查证立案后，企业应积极配合问询、现场检查等调查取证工作，并及时补充提供涉案的证据。

企业可根据案件进展情况，在立案后变更、增加其所主张的商业秘密具体内容。

司法保护

企业商业秘密侵权案件符合刑事案件立案条件的，企业可向公安机关控告，并提供但不限于以下材料：

- a. 商业秘密权利人主体信息；
- b. 涉案商业秘密的内容和载体；
- c. 商业秘密的构成要件，包括商业秘密自主研发 / 开发的相关证明材料或有关转让授权材料、不为公众所知悉的证据、现实或者潜在的商业价值证据、采取保密措施的证据；
- d. 因侵权行为导致的损失；
- e. 侵权人主体信息；
- f. 侵权人接触或实施侵权行为的相关证明材料，如侵犯商业秘密行为的时间、地点、手段、后果及其他情节；
- g. 公安机关要求提交的其他材料。

企业应配合公安机关、人民法院开展案件的查办和调查取证工作。

企业应根据人民法院的要求出庭参加案件审理。涉及商业秘密的案件，企业可向人民法院申请不公开审理。

企业可向人民检察院提起商业秘密诉讼活动法律监督。

对于涉及国家工作人员利用职权实施犯罪的，企业可向人民检察院举报。

协同保护

企业可向园区管理机构、行业协会以及第三方服务机构等社会组织寻求商业秘密保护工作支持，利用外部服务资源，提高企业商业秘密保护工作能力。这些服务资源包括但不限于以下方面：

- a. 商业秘密保护宣传培训；
- b. 商业秘密管理建设等；
- c. 涉密信息的信息管理系统的开发、部署和维护；
- d. 商业秘密侵权风险监测与预警；
- e. 商业秘密信息鉴定或评估；
- f. 商业秘密维权协助。

8

如何配合反垄断反不正当竞争调查

How to cooperate with the investigations on antitrust and unfair competition

反垄断、反不正当竞争执法机构：

国家市场监督管理总局

职责：

拟定有关反不正当竞争的制度措施、规则指南；组织指导查处不正当竞争等扰乱市场秩序的行为。

(具体承担部门为价格监督检查和反不正当竞争局)

国家反垄断局

职责：

拟订反垄断制度措施和指南；组织实施反垄断执法工作；指导企业在国外的反垄断应诉和合规工作；组织指导公平竞争审查工作；承担反垄断执法国际合作与交流工作；承担国务院反垄断委员会日常工作。

安徽省市场监督管理局

职责：

根据授权负责垄断协议、滥用市场支配地位和滥用行政权力排除、限制竞争等反垄断执法工作。指导企业在国外的反垄断应诉和合规工作。组织指导查处混淆、商业贿赂、虚假宣传等不正当竞争行为。

(具体承担部门为反垄断和反不正当竞争执法局)

各市县市场监督管理局

职责：

根据委托承担有关反垄断调查，协助省局进行案件处理。查处混淆、商业贿赂、虚假宣传等不正当竞争行为。

配合反垄断调查的正确应对

如果经营者在经营中出现了涉嫌垄断的问题，我们希望经营者能够诚信守法并积极履行法律责任和社会责任，正确地予以应对和处置，这将是对经营者有益的做法。

1、主动报告

参与垄断协议行为的经营者，在该行为尚未被发现之前，主动向执法机关报告该行为，并因此可获部分或全部免除相关处罚。具有其他垄断行为的经营者，立即停止相关违法行为。

如已经造成损害后果的应当主动积极地消除、减轻相关后果和影响。基于此行为，经营者可以根据《行政处罚法》第三十二条获得从轻或者减轻处罚。

2、积极配合调查

经营者需要让每一位员工了解法律对反垄断执法部门调查行为有哪些授权，并在执法部门行使这些权力时不从事任何拒绝、阻碍的行为。主要表现为

拒绝、阻碍执法人员进入经营场所（或者办公场所）或者拖延执法人员进入的时间

拒绝回答问题

隐匿、销毁、转移证据

拒绝、拖延向执法人员提供文件资料或者获取文件资料的权限

提供误导性信息或者虚假材料信息

拒绝、阻碍执法行为并不能给经营者带来任何有益的帮助。相反，或将因为这些行为被执法部门依据反垄断法第六十二条予以处理，包括：对单位处上一年度销售额百分之一以下的罚款，上一年度没有销售额或者销售额难以计算的，处五百万元以下的罚款；对个人处五十万元以下的罚款。

经营者可以采取以下有益的应对和处置方式，将带来从轻、减轻乃至豁免经济处罚的可能。

3、有益应对

可以提出宽大申请

对涉嫌违反反垄断法的行为，可通过主动报告反垄断执法部门未掌握的、对启动调查或者对认定垄断协议起到关键性作用的证据（包括参与垄断协议的经营者、涉及的商品范围、达成协议的内容和方式、协议的具体实施等情况），并持续配合反垄断执法部门直至调查终结的方式，以此申请适用宽大政策。这也是经营者应对反垄断风险的重要方式，可以减轻或者免除处罚，但目前仅适用于垄断协议案件。

反垄断执法机构将根据经营者主动报告的时间顺序、提供证据的重要程度以及达成、实施垄断协议的有关情况，决定是否减轻或者免除处罚。

在同一个垄断行为中，第一个申请者将可以免除处罚或者按照不低于百分之八十的幅度减轻罚款；对于第二个申请者，将可以按照百分之三十至百分之五十的幅度减轻罚款；对于第三个申请者，将可以按照百分之二十至百分之三十的幅度减轻罚款。



可以提出承诺和中止调查申请

对涉嫌违反反垄断法的行为，经营者可在被反垄断执法机构调查的过程中，在反垄断执法部门掌握足够认定违法行为的证据之前，通过书面承诺在反垄断执法部门认可的期限内采取具体措施消除行为影响的方式，提出中止调查书面申请。

我们将根据被调查经营者的中止调查申请，在考虑行为的性质，持续时间、后果、社会影响、承诺的措施及预期效果等具体情况后，决定是否中止调查。

经营者履行承诺的，应接受我们对履行承诺情况的监督。在承诺期间结束后，我们可终止调查，由此使得经营者免于行政处罚。

但如经营者未履行承诺，或者作出中止调查决定所依据的事实发生重大改变，又或者中止调查的决定是基于经营者提供的不完整或者不真实信息作出的，我们将恢复调查。

但是，承诺制度不适用于固定或者变更商品价格、限制商品生产或者销售数量、分割销售市场或者原材料采购市场的涉嫌垄断协议案件。

说明性案例



某局依法对某公司涉嫌垄断行为进行立案调查。为查明案件事实，依法向当事人送达了《调查通知》，要求其在 10 个工作日内积极配合调查，并提供相应年度的有关协议、单证、会计账簿、业务函电、电子数据等文件、资料。截至期满，当事人未提供任何相关材料。之后，某局再次向当事人送达了《限期接受调查的通知》，限其 3 个工作日内按照要求配合调查。期满后，当事人仅寄送一份表达其不构成垄断行为的申述意见，并未按照规定要求提供相关材料。

某局认为，当事人应当配合反垄断执法机构依法履行职责，不得拒绝、阻碍反垄断执法机构的调查。当事人的上述行为违反反垄断法有关条款及查处相关案件程序规定，构成拒绝提供有关材料的行为，依法对当事人作出行政处罚，责令其立即改正，并处罚款 20 万元。

配合反不正当竞争调查的正确应对

经营者要积极配合我们监督检查部门如下调查行为:

进入涉嫌不正当竞争行为的经营场所进行检查

询问被调查的经营者、利害关系人及其他有关单位、个人，要求其说明有关情况或者提供与被调查行为有关的其他资料

询问被调查的经营者、利害关系人及其他有关单位、个人，要求其说明有关情况或者提供与被调查行为有关的其他资料

查封、扣押与涉嫌不正当竞争行为有关的财物

查询涉嫌不正当竞争行为的经营者的银行账户

监督检查部门调查涉嫌不正当竞争行为，遵守《中华人民共和国行政强制法》和其他有关法律、行政法规的规定，并将查处结果及时向社会公开。

监督检查部门及其工作人员对调查过程中知悉的商业秘密负有保密义务。

监督检查部门会向社会公开受理举报电话、信箱或者电子邮件地址，并为举报人保密。对实名举报并提供相关事实和证据的，监督检查部门应当将处理结果告知举报人。

9 典型案例警示

Typical case alert

1. 延安市 10 家混凝土企业垄断协议案

2018 年 8 月，陕西省反垄断执法机构依法开展反垄断调查。经调查，2018 年 7 月，延安市 10 家混凝土生产企业以原材料价格上涨为由，在延安市某酒店商议联合上调混凝土销售价格，经商议决定不同标号的混凝土每立方米价格均上调 60 元。商议最终形成《关于调整混凝土价格的联合声明》并陆续盖章。随后，10 家混凝土企业将此联合声明和统一涨价情况告知各自下游建筑企业，与各自下游建筑企业签订调整价格的补充协议并执行新的价格（或直接执行新的价格），对部分不接受涨价的用户停止供货。截至执法机关启动调查，混凝土企业陆续停止联合涨价行为，实施垄断协议时间约为 1 个月。延安市 10 家混凝土生产企业有关经营行为，违反了《反垄断法》。2019 年 8 月，陕西省反垄断执法机构依法责令延安市 10 家混凝土企业停止违法行为，并处以罚款 4,922,907.73 元。

2. 山东康惠医药有限公司等 3 家公司滥用市场支配地位案

经调查，2015 年 8 月至 2017 年 12 月，山东康惠医药有限公司、潍坊普云惠医药有限公司和潍坊太阳神医药有限公司滥用在中国注射用葡萄糖酸钙原料药销售市场的支配地位，实施以不公平的高价销售商品、附加不合理交易条件的垄断行为，排除、限制了市场竞争，损害了消费者利益。2020 年 4 月，市场监管总局依法作出行政处罚，责令当事人停止违法行为，没收违法所得并处罚款共计 3.255 亿元。

3. 阅文集团收购新丽传媒控股有限公司股权未依法申报经营者集中案

阅文集团是腾讯控股有限公司的控股子公司。阅文集团收购新丽传媒 100% 股权，并于 2018 年 10 月 31 日完成股权变更登记，在此之前未向市场监管总局申报，构成未依法申报违法实施的经营集中，但不具有排除、限制竞争的效果。2020 年 12 月，市场监管总局依法对阅文集团处以罚款 50 万元。

4. 阿里巴巴集团控股有限公司滥用市场支配地位案

2020年12月,市场监管总局依据反垄断法对阿里巴巴集团控股有限公司(以下简称阿里巴巴集团)在中国境内网络零售平台服务市场滥用市场支配地位行为立案调查。经查,阿里巴巴集团在中国境内网络零售平台服务市场具有支配地位。自2015年以来,阿里巴巴集团滥用该市场支配地位,对平台内商家提出“二选一”要求,禁止平台内商家在其他竞争性平台开店或参加促销活动,并借助市场力量、平台规则和数据、算法等技术手段,采取多种奖惩措施保障“二选一”要求执行,维持、增强自身市场力量,获取不正当竞争优势。调查表明,阿里巴巴集团实施“二选一”行为排除、限制了在中国境内网络零售平台服务市场的竞争,妨碍了商品服务和资源要素自由流通,影响了平台经济创新发展,侵害了平台内商家的合法权益,损害了消费者利益,构成反垄断法第十七条第一款第(四)项禁止“没有正当理由,限定交易相对人只能与其进行交易”的滥用市场支配地位行为。根据反垄断法第四十七条、第四十九条规定,综合考虑阿里巴巴集团违法行为的性质、程度和持续时间等因素,2021年4月10日,市场监管总局依法作出行政处罚决定,责令阿里巴巴集团停止违法行为,并处以其2019年中国境内销售额4557.12亿元4%的罚款,计182.28亿元。



5. 扬子江药业集团有限公司达成并实施垄断协议案

2019年11月，市场监管总局根据举报，对扬子江药业集团有限公司（以下简称扬子江药业集团）涉嫌达成并实施垄断协议行为立案调查。经查，2015年至2019年，扬子江药业集团在全国范围内（不含港澳台地区）通过签署合作协议、下发调价函、口头通知等方式，与药品批发商、零售药店等下游企业达成固定药品转售价格和限定药品最低转售价格的协议，并通过制定实施规则、强化考核监督、惩罚低价销售经销商、委托中介机构监督线上销售药品价格等措施保证该协议实施。扬子江药业集团上述行为排除、限制了竞争，损害了消费者合法权益和社会公共利益，违反《反垄断法》第十四条“禁止经营者与交易相对人达成下列垄断协议：（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”的规定。2021年4月15日，市场监管总局根据《反垄断法》第四十六条、四十九条规定作出行政处罚决定，责令扬子江药业集团停止违法行为，并处以其2018年销售额254.67亿元3%的罚款，计7.64亿元。



6. 知网滥用市场支配地位案

同方知网(北京)技术有限公司、同方知网数字出版技术股份有限公司和《中国学术期刊(光盘版)》电子杂志社有限公司共同运营的“知网”，滥用在中文学术文献网络数据库服务市场的支配地位，通过独家合作维持、巩固、强化自身市场支配地位，排除、限制了相关市场竞争，以不公平的高价销售数据库服务，损害了用户合法权益，阻碍了中文学术文献网络数据库服务市场技术进步和创新发展，影响了学术交流传播，破坏了良好的科研学术生态环境。违反了《反垄断法》第二十二条第一款第（一）项、第（四）项禁止的“以不公平的高价销售商品”和“没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易”的规定，构成滥用市场支配地位行为。被市场监管总局作出“责令停止违法行为”和“处以2021年度中国境内销售额17.52亿元5%的罚款（计8760万元）”的处理。

10

公平竞争法律法规标准索引

Index of fair competition laws, regulations and standards

1. 中华人民共和国反垄断法

(2007年8月30日第十届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过 根据2022年6月24日第十三届全国人民代表大会常务委员会第三十五次会议《关于修改〈中华人民共和国反垄断法〉的决定》修正)

2. 中华人民共和国反不正当竞争法

(1993年9月2日第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过 2017年11月4日第十二届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议修订 2019年4月23日第十三届全国人民代表大会常务委员会第十次会议修订)

3. 制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定

(2023年3月10日国家市场监督管理总局令第64号公布)

4. 禁止垄断协议规定

(2023年3月10日国家市场监督管理总局令第65号公布)

5. 禁止滥用市场支配地位行为规定

(2023年3月10日国家市场监督管理总局令第66号公布)

6. 经营者集中审查规定

(2023年3月10日国家市场监督管理总局令第67号公布)

7. 关于禁止滥用知识产权排除、限制竞争行为的规定

(2015年4月7日国家工商行政管理总局令第74号公布 根据2020年10月23日国家市场监督管理总局令第31号修订)

8. 规范促销行为暂行规定

(2020年10月29日国家市场监督管理总局令第32号公布)

9. 企业境外反垄断合规指引

(2021年11月15日国家市场监管总局印发)

10. 国务院反垄断委员会关于原料药领域的反垄断指南

(2021年11月15日国务院反垄断委员会印发)

11. 国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南

(2021年2月7日国务院反垄断委员会印发)

12. 经营者反垄断合规指南

(2020年9月11日国务院反垄断委员会印发)

13. 国务院反垄断委员会关于知识产权领域的反垄断指南

(2019年1月4日国务院反垄断委员会印发)

14. 国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南

(2019年1月4日国务院反垄断委员会印发)

15. 国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南

(2019年1月4日国务院反垄断委员会印发)

16. 国务院反垄断委员会关于汽车业的反垄断指南

(2019年1月4日国务院反垄断委员会印发)

17. 《商业秘密保护规范》安徽省标准

(2022年10月26日安徽省市场监督管理局发布)

国家市场监督管理总局

网址: www.samr.gov.cn

地址: 北京西城区三里河东路8号 (邮编: 100820)

电话: 010-88650000 (总机)

安徽省市场监督管理局

网址: amr.ah.gov.cn

地址: 合肥市包河区延安路13号 (230051)

市场监管热线: 12315 总值班电话: 0551-63356114

传真: 0551-63356000 (工作时间)、63356001 (夜间、节假日)

如果希望获得更多重要和专业的信息, 可以向专业的律师咨询。

我们也欢迎经营者向政府寻求帮助, 我们将在法律授权的职能范围内提供帮助。