AZ 法规

上海市人大常委会办公厅公告

上海市第十五届人大常委会第二十五次会议对《上海市反不正当竞 争条例(修订草案)》进行了审议。为进一步发扬立法民主,现将草案 (征求意见稿)及相关说明在解放日报、上海法治报、东方网(www. "上海人大"微 eastday.com)、新民网(www.xinmin.cn)、上海人大网、 信公众号上全文公布,向社会广泛征求意见,以便进一步研究修改,再 提请以后的市人大常委会会议审议。现将有关事项告知如下:

公开征求意见的时间

2020年10月9日至2020年10月24日

- 二、反映意见的方式
- (一) 来信地址: 上海市人民大道 200 号, 市人大常委会法制工作 委员会立法二处:邮政编码:200003
 - (二) 电子邮件: lqi256@163.com
 - (三) 传 真: 63586583

上海市人大常委会办公厅 2020年10月9日

第一章 总 则

第一条 (目的和依据)

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,制止不 正当竞争行为,保护经营者和消费者 的合法权益, 优化营商环境, 根据 《中华人民共和国反不正当竞争法》 和有关法律、行政法规的规定,结合 本市字际. 制定本条例.

第二条 (经营者义务)

在本市从事商品生产、经营或者 提供服务(以下所称商品包括服务)的 自然人、法人和非法人组织(以下简称 "经营者")在生产经营活动中,应当遵 循自愿、平等、公平、诚信的原则,遵守 法律法规和商业首德, 不得实施或者 帮助他人实施不正当竞争行为。

第三条 (协调机制)

市人民政府建立反不正当竞争工 作协调机制,研究决定本市反不正当 竞争重大政策,协调处理本市维护市 场竞争秩序的重大问题, 为公平竞争 创造良好的环境和条件。

各区人民政府建立本区反不正当 竞争工作协调机制,协调处理本区跨 部门反不正当竞争执法等工作。

第四条 (部门职责)

市市场监督管理部门负责指导 协调本市不正当竞争行为监测、预防 和查处工作,查处本市重大、跨区等 不正当竞争行为。区市场监督管理部 门负责本行政区域内不正当竞争行为 监测、预防和查外工作。

公安、发展改革、财政、文化旅 游、地方金融监管、网信、民政、体 商务等部门(以下与市场监督管 理部门统称为监督检查部门) 根据法 律、行政法规的规定,负责各自职责 范围内不正当竞争行为监测、预防和 杏外工作。

第五条 (监测分析)

本市探索建立对不正当竞争行为 的监测、分析、研究机制。

市场监督管理部门应当会同有关 部门、专业院校、科研机构、行业组 织等, 对重点领域、重点区域以及新 型业态中出现的不正当竞争行为探索 开展监测、分析和研究, 为本市制定 反不正当竞争重大政策提供参考。

第六条 (执法能力)

市场监督管理部门应当加强线上 线下监管体系建设和监管执法队伍建 设,利用人工智能、大数据等现代信 息技术,提高发现、认定和查处新型 不正当竞争行为的能力,维护公平竞 争的市场秩序

第七条 (行业自律)

行业组织应当加强行业自律,引 规范会员依法竞争,协调处理会 员之间的竞争纠纷,维护市场竞争秩

行业组织应当在政府部门指导 下,制定本行业公平竞争的自律性规 范,配合、协助监督检查部门查处不 正当音争行为.

第八条 (跨区域协作)

本市推动实施长江三角洲(以下 简称"长三角") 区域反不正当竞争 工作协作, 开展跨区域协助、联动执 法,实现执法信息共享、执法标准统 一, 促进长三角区域反不正当竞争重 大政策协调和市场环境优化。在长三 角生态绿色一体化发展示范区探索反 不正当竞争执法一体化。

本市加强与其他省市反不正当竞 争工作的交流合作,配合、协助外省 市有关行政机关和司法机关做好调查 取证、文书送达、执行等工作。

第九条 (信用监管)

本市对实施不正当竞争行为的经 营者实行信用监管。

监督检查部门应当依法将经营者 受到行政处罚的信息向市公共信用信 息服务平台归集。行政机关按照本市 有关信用管理规定,对失信主体采取 惩戒或者联合惩戒措施。

第十条 (法治宣传)

本市探索反不正当竞争法治官传 模式创新,营造公平竞争的市场环

市监督检查部门、市高级人民法 院应当定期发布反不正当竞争典型案 会同宣传、司法行政等部门通过 以案释法、情景互动等方式开展法治 宣传,提升市场主体参与公平竞争的 法律意识。

第二章 不正当竞争行为

第十一条 (商业混淆)

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:

- (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;
- (二) 擅自使用他人有一定影响 的企业名称(包括简称、字号等)、

上海市反不正当竞争条例(修订草案)

(征求意见稿)

(四) 使用歧义性语言进行宣传

(五) 其他足以引人误解的商业

第十四条 (利用刷单炒信的虚假

经营者不得实施下列行为,帮助

(一) 组织虚假交易、虚构评

二) 为其他经营者进行虚假或

(三) 其他帮助进行虚假或者引

被帮助的其他经营者实施的虚假

经营者对其他经营者提供的网络

其他经营者对销售数量、用户评价

应用排名、搜索结果排名等进行虚假

价、伪造物流单据、诱导做出指定的

者引人误解的商业宣传提供组织、策

划、制作、发布等服务以及资金、场

或者引人误解的商业宣传是否完成,

不影响前款规定的违法行为的认定。

第十五条 (不当风险提示)

产品或者服务进行安全检测后作出的

风险提示信息,不得对其他经营者提

供的网络产品或者服务作虚假或者误

第十六条 (侵犯商业秘密)

迫、电子侵入或者其他不正当手段获

使用以前项手段获取的权利人的商业

的保密要求,披露、使用或者允许他

人使用其掌握的权利人的商业秘密;

反保密义务或者权利人的保密要求,

获取、披露、使用或者允许他人使用

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

配方、加工工艺、设计方案、操作手

销策略、薪酬体系、投标中的标书内

过技术手段,对从公开渠道取得的产

品进行拆卸、测绘、分析等方式获得

该产品技术信息的,不属于侵犯他人

密的实际情况,采取有效的保密措

法、制作方法、程序代码等信息;

(三) 其他商业信息

第十七条 (保密措施)

营信息等商业信息,包括:

经营者不得实施下列侵犯商业秘

(一) 以盗窃、贿赂、欺诈、胁

(二) 披露、使用或者允许他人

(三) 违反保密义务或者权利人

(四)教唆、引诱、帮助他人违

前款所称的商业秘密,是指不为

(一) 实验(试验)数据、产品

(二) 客户资料、货源情报、产

经营者通过自行开发研制或者通

商业秘密权利人应当根据商业秘

(一) 限定涉密信息的知悉范

(二) 对于涉密信息载体采取加

或者引人误解的商业宣传:

现象作为定论事实的;

或引人误解的宣传)

所、工具等条件;

密的行为:

取权利人的商业秘密;

权利人的商业秘密。

容等信息:

商业秘密的行为

施,包括:

人误解的商业宣传。

社会组织名称(包括简称等)、姓名 (包括笔名、艺名、译名等);

- (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
- (四)擅自使用与他人有一 响的商品独特形状、节目栏目名称、 企业标志、网店名称、店招店牌、自 媒体名称或者标志、应用软件名称或 者图标等相同或者近似的标识:
- (五) 明知或者应当知道会引起 混淆, 仍生产、销售相关商品、标识 或者印有标识的物品;

(六) 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 潘行为.

前款所称的有一定影响的标识, 是指一定范围内为公众所知晓, 能够 识别商品或其来源的显著性标识。经 营者在先使用他人有一定影响的标 识,可以在原使用范围内继续使用。

经营者不得通过将他人有一定影 响的标识与关键字搜索关联等方式, 帮助其他经营者实施混淆行为。

第十二条 (商业贿赂)

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。

经营者应当根据经营活动需要, 建立健全充分有效的反商业贿赂管理 制度并严格落实, 自觉抵制商业贿赂 等不正当竞争行为

经营者、交易相对方、中间人支 付或者接受折扣、佣金的,均应当按 照相关财务制度如实入账。 任何单位和个人不得收受、承诺

收受或者通过他人收受贿赂, 为经营 者谋取交易机会或者竞争优势

第十三条 (虚假或引人误解的宣 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 官传, 欺骗, 误导消费者,

前款所称的商业宣传行为包括:

- (一) 在经营场所或者展览会 展销会、博览会等其他场所, 以及自 营网站对商品进行展示、演示、说 明、解释、推介或者文字标注等;
- (二) 通过上门推销或者举办鉴 定会、宣传会、推介会等方式,对商 品进行展示、演示、说明、解释、推 介或者文字标注等;
- (三) 张贴、散发、邮寄商品的 说明、图片或者其他资料;
 - (四) 其他商业宣传行为

有下列情形之一,足以造成相关 公众误解的,可以认定为引人误解的 商业宣传:

- (一) 对商品作片面的宣传或者 对比的;
- (二) 不完全引用或者忽略前提 条件、必要信息使用第三方数据、结

(三) 将科学上未定论的观点、 锁、标注保密标识等措施;

- (三) 对于涉密信息设置密码或 者代码等;
- (四) 与相关人员签订保密协议 或者对相关人员提出保密要求;
- (五) 对于涉密信息所在的机 厂房、车间等设备、场所采取限 制来访者或者提出保密要求等保密管 理措施;
 - (六) 其他相应的保密措施。

第十八条 (有奖销售的禁止情

经营者为了销售商品或者获取竞 争优势,采取向消费者提供奖金、物 品或者其他利益的有奖销售行为,不 得存在下列情形: (一) 所设奖的种类、兑奖条

- 、奖金金额或者奖品等有奖销售信 息不明确,影响兑奖; (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 (三) 抽奖式的有奖销售, 最高
- 奖的金额超过五万元。 前款第 (一) 项所称的有奖销售

信息不明确,包括: (一) 公布的奖项种类、参与条

- 件、范围和方式、开奖时间和方式、 奖金金额不明确; (二) 奖品价格、品名、种类、
- 数量不明确;
- (三) 中奖概率、兑奖时间、条 件和方式、奖品交付方式、弃奖条 件、主办方及其联系方式不明确;
- (四) 其他有奖销售信息不明 本条第一款第(二)项所称的谎

称有奖的方式进行有奖销售,包括: (一) 虚构奖项、奖品、奖金金

- (二) 在活动期间将带有中奖标 志的商品、奖券不投放、未全部投放 市场或者仅在特定区域投放;
- (三) 未在有奖销售前明示,将 带有不同奖金金额或者奖品标志的商 品、奖券按不同时间投放市场;
 - (四) 未按照明示的信息兑奖;
 - (五) 其他谎称有奖的方式。 本条第一款第 (三) 顶规定的最

高奖的金额超过五万元,包括一次性 抽奖金额超过五万元,以及同一奖券 或者购买一次商品具有两次或者两次 以上获奖机会累计金额超过五万元的

有奖销售开始后,经营者不得变 更奖项种类、参与条件、开奖方式、 兑奖方式等信息或者另行附加条件、

第十九条 (商业诋毁)

经营者不得编造、传播或者指使 他人编造、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

前款所称的传播包括:

- (一) 以声明、告客户书等形式 将信息传递给特定或者不特定对象;
- (二) 利用或者组织、指使他人 利用大众媒介、网络散布相关信息;

关于《上海市反不正当竞争条例(修订草案)(征求意见稿)》征求意见有关事项的说明

起草背景

一流的营商环境, 离不开公平有 序的市场环境,离不开对经营者、消 费者合法权益的有力保护。随着市场 经济不断发展,经济结构、经营模 竞争手段等均发生了较大变化, 新的热点难点问题不断涌现。2017 年,全国人大常委会对《中华人民共 和国反不正当竞争法》作出修改,我 市亦有必要通过修改《上海市反不正 当竞争条例》,科学规划反不正当竞 争工作路径,及时补足制度短板,回 应社会关切。

主要内容

《修订草案(征求意见稿)》共 5章39条,分为总则、不正当竞争 行为、对涉嫌不正当竞争行为的调 查、法律责任以及附则。主要内容包

- (一) 明确分工协作, 共同营造 公平竞争的市场环境
- 一是明确了政府及部门的职责 是探索建立不正当竞争行为监测、
- 分析和研究机制。对新型不正当竞争 行为探索开展监测、分析和研究。三 是强化行业组织在反不正当竞争工作 中的作用。四是推动实施长三角区域 反不正当竞争工作协作。 (《修订草 案(征求意稿)》第一章)
- (二) 针对突出问题, 细化各类 不正当竞争行为

细化完善不正当竞争行为,提高 辨识度,增强执法操作性,将数据不 当获取与使用、电商平台限制选择等 归人网络领域不正当竞争行为作了规

- (《修订草案(征求意见稿)》第
- (三) 完善查处程序, 进一步规 范行政执法
- 是规范立案程序。 二是完善调 查措施和程序。明确监督检查部门采 取调查措施的具体程序,规范了操作 流程。三是健全相关配套程序。明确 了有关方面和人员的配合调查义务 以及监督检查部门及其工作人员在调 查过程中知悉的商业秘密的保密义 四是完善有关抄告和举报工作要

求。同时,发挥社会力量,鼓励、支 持和保护社会监督。 (《修订草案 (征求意见稿)》第三章)

三、征求意见的重点 1、哪些不正当竞争行为比较突

- 出,如何规制? 2、如何强化经营者在公平竞争
- 中的主体责任? 3、有关部门应当如何采取措施
- 保障公平竞争的市场环境?
 - 4、其他意见和建议。