

陕西省市场监督管理局文件

陕市监发〔2021〕250号

陕西省市场监督管理局 关于加强反不正当竞争执法推动高质量发展 发展的通知

各设区市、韩城市、杨凌示范区、西咸新区市场监管局：

为深入贯彻落实党的十九届五中全会关于加强反不正当竞争执法、提升市场综合监管能力和市场监管总局《关于加强反不正当竞争执法推动高质量发展的通知》（国市监竞争发〔2021〕25号）要求，加大重点领域反不正当竞争执法力度，推动我省经济高质量发展，现就有关事项通知如下。

一、深刻认识加强反不正当竞争执法的重要意义

2021年是中国共产党成立100周年，也是“十四五”开局之年，是我国现代化建设进程中具有特殊重要性的一年。中央经济

工作会议深刻指出,反不正当竞争是完善社会主义市场经济体制、推动高质量发展的内在要求。面对经济社会发展和国际竞争环境变化的新趋势,科技变革和产业革命带来的新挑战,要准确把握反不正当竞争的新战略定位,充分认识反不正当竞争法是鼓励和保护公平竞争、维护市场经济秩序的基础性法律。加强反不正当竞争执法,是持续优化营商环境,保护创新促进发展,激发市场主体竞争活力,维护公平竞争市场秩序的重要举措,强化监管执法、提高监管效能、严管竞争失序,确保“十四五”开好局、起好步。

二、围绕重点工作,推动反不正当竞争执法取得新成效

(一) 坚持问题导向,完善制度规则

1. 严格对照整改存在的问题,全面落实意见建议。围绕强化公平竞争法治意识、加大普法宣传力度、探索创新监管方式、加强新兴领域反不正当竞争监管等重点任务,对照全国人大《反不正当竞争法执法检查报告所列问题汇总表》(见附件1),《反不正当竞争法执法检查报告所提建议汇总表》(见附件2),涉及本地区的,要结合本地实际进一步梳理细化,明确整改措施、任务分工和完成时限,将执法检查报告要求落实落地,切实将执法检查要求作为在新发展阶段承担新使命、展现新作为、新风貌的重要任务和工作动能,一以贯之、持续推进。

2. 推动建立反不正当竞争协调机制,充分发挥协调机制作用。省局将积极推动建立全省反不正当竞争联席会议制度,各地也要结合实际参照建立本地区反不正当竞争联席会议制度。建立

健全信息共享、信息通报、重大问题会商、联合执法等工作机制，形成反不正当竞争监管合力。

3. 着力完善规则体系。积极配合省局研究制定反不正当竞争法配套法规，细化法律规定、完善法律规制、统一执法标准，为执法夯实法制基础。及时总结好经验、好做法，制定办案指南、合规指南，为监管执法和企业合规提供明晰指引。

（二）聚焦突出问题，开展专项行动

2021年6月至12月，在总局统一部署下，开展全省重点领域反不正当竞争执法专项行动。各地市场监管部门要按照《2021年重点领域反不正当竞争执法专项行动整治重点》

（见附件3），结合实际，突出重点行业、重点区域、重点时段、重点人群，聚焦市场主体、人民群众反映强烈的突出问题和影响市场公平竞争的难点、堵点问题，加大执法力度，查办一批重点案件，严惩一批违法主体，曝光一批典型案例，提高法律震慑力，维护公平竞争市场环境。

1. 突出重点行业。围绕服务经济发展大局，更好促进新产业、新业态、新模式发展，加大对重点行业不正当竞争问题治理力度，维护公平竞争市场秩序，激发市场活力和社会创造力，推动行业持续健康发展，创造良好消费环境和营商环境。认真落实中央办公厅、国务院办公厅印发的《建设高标准市场体系行动方案》，加强平台经济、共享经济等新业态领域反不正当竞争规制，加大网络不正当竞争行为监管力度。加强网络领域知识产权保护和商誉保护。依法查处医药购销企业不正当营销行为。着力规范医疗美

容等医疗服务行为。

2. 突出重点区域。针对集贸市场、校园周边、车站、高速路沿线服务区、城乡结合部、旅游景区等重点区域制售仿冒商品、虚假宣传等违法行为集中多发问题，加强监管执法，抓住关键，加大对区域内重点企业、重点环节、重点商品的巡查力度，汇聚执法力量，精准重拳出击，严厉打击各类不正当竞争行为，全面净化市场环境。

3. 突出重点时段。针对节假日、重大庆典、交易展会，十四运、残特奥会，以及“双11”“6·18”网络集中促销期间，百姓消费需求增加、集中释放，违法促销、虚假宣传等各类不正当竞争行为多发，损害消费者权益等问题，以重点时段为重要监管着力点，提前部署、密切关注，加大检查巡查力度，严厉打击网络违法促销行为，严厉打击违规商业炒作行为，着力维护市场竞争秩序，优化节日消费环境，全面促进消费。

4. 突出重点人群。聚焦“保健”市场、校外培训机构、学生消费品市场的仿冒、虚假宣传突出问题，全力服务农民、儿童、学生、老人等特殊群体生活学习需求，围绕群众投诉举报量多、反映集中的问题，开展有针对性的监管执法，强化消费者权益保护，维护重点人群利益，努力营造安全放心的消费环境，保障居民日常生活需要，不断提升人民群众满意度和获得感。

（三）加强商业秘密保护，维护企业竞争优势

积极探索对商业秘密的有效保护方式，完善保护规则，加大保护力度，维护企业核心竞争力，满足企业对商业秘密保护的迫

切要求，激发企业研发热情，为企业创新活力赋能增值，为经济社会高质量发展提供有力支撑。

1. 加大执法力度。加大对激发高质量发展的优势产业和催生高质量发展的创新产业、科技密集型企业的保护力度，鼓励企业依法积极维权，快速响应企业维权诉求，查处一批商业秘密侵权典型案例，及时公布典型案例，形成社会威慑，构筑商业秘密保护高地。推动建立市场监管、法院、检察院、公安等部门和单位协作联动机制，推行重大案件督办、联合办案等制度。

2. 加强普法宣传。针对高科技企业、中小微企业等反映的商业秘密被侵权呈多发趋势，加大反不正当竞争法宣传力度，重点对新经济领域企业、中小微企业、行业协会等开展有针对性的宣传活动，着力解决员工流动导致泄密频繁、泄密手段多样化、投诉举报“举证难”等问题，指导企业加强商业秘密自我保护，强化知识产权维权意识，推动建立健全商业秘密自我保护、行政保护、司法保护为一体的商业秘密保护体系。

3. 对辖区重点企业开展商业秘密保护调研。各地要围绕本地区主导产业、优势特色产业、高新技术产业，全面了解从事相关产业的企业商业秘密保护的基本情况（包括企业是否知晓商业秘密保护的范围，企业自身对保护商业秘密的防范措施及保护途径，市场监管部门指导、服务企业做好商业秘密保护工作的意见、建议等），按照分配的企业数量（见附件4），组织各级市场监管部门走访发放《陕西省企业商业秘密保护基本情况调查问卷》（见附件5），于8月20前将问卷邮寄省局价监竞争局或将问卷电子版

发送至省局价监竞争局电子邮箱，为省局下一步制定出台引导企业加强商业秘密保护的有关政策提供支撑。

4. 探索开展商业秘密保护示范基地建设。借鉴发达地区经验做法，探索开展商业秘密保护示范基地、商业秘密保护示范区和示范站（点）建设，逐步构建“点线面”结合的立体保护示范模式。

三、加强组织协调，务求工作实效

（一）精心组织实施。加强组织领导，强化属地责任，结合实际制定切实可行的实施方案，细化工作措施、明确推进计划、加强督导检查，提升工作精细化水平，稳妥有序、整体推进各项工作，务求取得实效。加强指导，组织开展对系统内执法人员的技能培训。

（二）加强机制建设。坚持打建结合，完善制度和机制，及时总结好经验、好做法，形成可复制可推广的经验模式，探索构建长效监管机制和社会共治治理体系。邀请相关部门参加培训和研讨，加大政策研商和问题研究力度。大力强化竞争政策倡导，推动竞争政策实施。

（三）形成执法合力。省局将通过跨区域统一部署、挂牌督办、指定管辖、交办等工作机制，加强对涉及面广、影响力大、疑难复杂等重大案件的指导。各地要及时协调和解决执法办案中遇到的法律适用等问题。充分发挥区域间执法协作机制优势，加强信息共享、线索移送、案件协查、联合执法。适时开展区域联合执法行动。及时曝光典型案例，加大以案释法力度，增强警示

震慑效应，持续释放严监管信号。

（四）做好统计报送。建立数据统计和信息报送制度。建立重点案件查办工作台账，对省局转办、交办、督办以及自行发现的重大案件线索，实时跟踪查办进展，加强指导调度。请各地每月（2021年6月—10月）20日前将《2021年度重点领域反不正当竞争执法专项行动统计表》（见附件6）报送省局价监竞争局，同时报送适用反不正当竞争法查办案件的处罚决定书等信息，并于2021年12月10日前报送全年工作总结及1个以上典型案例。

联系人：葛政，电话：029-86138936，邮箱：429020359@qq.com。

- 附件：
1. 反不正当竞争法执法检查报告所列问题汇总表
 2. 反不正当竞争法执法检查报告所提建议汇总表
 3. 2021年重点领域反不正当竞争执法专项行动整治重点
 4. 各市（区）企业商业秘密保护调查问卷分配表
 5. 陕西省企业商业秘密保护基本情况调查问卷
 6. 2021年度重点领域反不正当竞争执法专项行动统计表


陕西省市场监督管理局
2021年6月16日

附件 1

反不正当竞争法执法检查报告所列问题汇总表

主要方面	主要问题	
<p>一、配套法规制度不健全，影响法律有效实施。</p>	<p>(一) 反不正当竞争法对不正当竞争行为采取“列举+兜底”的方式作了概括性规定，涉及到市场竞争的诸多领域，还需要健全与之配套的法规制度，保障法律有效实施。这方面工作还有较大差距。</p>	<p>1. 配套的法规制度没有及时出台。由于缺少配套细则，导致不同部门不同地区对法律规定的有些概念和原则理解上存在差异，执行中又标准不一。传统商业贿赂、侵犯商业秘密、商业标识混淆等，大数据、人工智能、区块链、物联网等新模式新业态中的不正当竞争行为，也存在认定标准不清的问题，迫切需要制定配套法规制度等予以明确。还有的部门规章与新修订法律规定存在不一致，尚未跟进修改。</p> <p>2. 部分地方配套法规制定修订进展迟缓。因经济发展水平、结构等存在差异，区域间不正当竞争案件在类别上差异明显：西北、中南地区商业贿赂案件占比较大；西南、华东地区损害商业信誉案件占比较大；东北、华北地区网络领域不正当竞争案件占比较大。地区间不正当竞争行为的差异，客观上需要各地依据自身发展实际制定有针对性的地方法规来加以规制，以提升监管执法的针对性和有效性。</p> <p>3. 司法解释尚未及时跟进。随着新情况新问题的不断出现，人民法院依据反不正当竞争法第二条关于不正当竞争行为原则性规定裁判新类型不正当竞争行为的情形增多，裁判标准不一的现象时有发生；第十二条关于网络不正当竞争行为规定的适用空间大，适用标准有时也存在不一致的情况，亟需及时制定和完善相关司法解释。</p>

<p>二、老问题依然突出，新问题层出不穷。</p>	<p>(二) 随着市场经济的发展和市场主体间的竞争愈发激烈，市场混淆、商业贿赂、虚假宣传、侵犯商业秘密、商业诋毁等长期存在的不正当竞争行为不仅屡禁不止且违法案件不断增多，随着网络经济快速发展，这些不正当竞争行为向线上延伸，商业模式的不断创新又产生新的不正当竞争行为，给市场监管执法带来新的挑战，对公平竞争市场秩序带来新的冲击。</p>	<p>4. 老问题依然多发频发。当前不正当竞争行为主要集中在仿冒混淆、虚假宣传、侵犯商业秘密等方面，在依反不正当竞争法判决的案件中分别占 41.3%、18.8%、17.7%。比如，食品领域仿冒混淆、侵犯商标现象依然普遍，“娃恰恰”“康师傅”“粤利粤”“雲碧”等仿冒产品屡见不鲜。广东一知名照明公司反映，全国有超千家企业字号与其相同，绝大部分未经授权甚至恶意攀附，该企业在维权过程中逐一进行民事诉讼要求对方改名，费时费力、效果不彰，企业合法权益难以得到有效保护。</p>
		<p>5. 老问题在互联网场景下花样翻新且风险进一步放大。一些老问题通过技术加持转移到线上，一些不良商家的不正当竞争手段更加复杂和隐蔽。利用传统传播方式“自卖自夸”的夸大或虚假宣传现今演变为组织专业团队利用网络软文诱骗消费者，甚至通过少数网红“直播带货”等助力虚假宣传，互联网虚假宣传案件已占全部虚假宣传案件的一半以上。</p>
		<p>6. 销售假冒伪劣产品由传统的实体店面、固定场所向利用网络等新型渠道延伸，有的朋友圈、网店成为假货网络购销的新渠道。</p>
		<p>7. 商业诋毁演变为专业“水军”带节奏，或假借“打假”“维权”恶意投诉举报，呈现出组织化、职业化、规模化特征。上述不正当竞争行为相比线下，具有实时灵活、违法成本低、传播速度快、覆盖范围广、技术深度介入等特点，对被侵权企业合法权益的损害程度和市场竞争环境的破坏程度远远大于线下，对企业经营发展带来较大影响甚至冲击，同时也损害了消费者的权益。</p>
		<p>8. 随着科技快速发展，借助技术手段，衍生出广告屏蔽、流量劫持、数据杀熟、网络链接、骗取点击、捆绑软件、恶意侵犯等新型网络不正当竞争行为，刷单炒信、竞价排名等虚假宣传行为花样翻新，知识产权碰瓷、勒索性维权、黑公关、有偿删帖等新型不正当竞争行为甚至形成黑灰产业。新型不正当竞争行为诋毁企业信誉和产品声誉，成本低、隐蔽性强且传播快，杀伤力大，受害企业举证难、维权成本高。</p>

		<p>9. 有些商家为增加交易量、吸引消费者关注，通过故意刷单虚增交易量以获得消费者关注，有的电商平台出于同样目的对商家刷单炒信行为态度暧昧，个别平台甚至提供某些便利，导致不搞刷单炒信的电商平台和商家难以吸引消费者而陷入经营困难。反不正当竞争法只适用于经营者，对相关第三方监管处罚缺失，造成市场上“劣币驱逐良币”。</p>
		<p>10. 随着数据竞争日趋白热化，有的企业、平台利用手机移动应用程序（APP）越界索权过度采集个人信息，有的打造信息“茧房”，有的通过对消费者数据的过度获取与算法歧视，干扰消费者的选择，获取不正当竞争优势。</p>
		<p>11. 排除和限制竞争行为凸显。当前，购物、外卖、社交、酒店旅游、音乐等商品和服务网络平台发展迅速，市场集中度日益提高，有的平台利用优势地位和商家对其的依赖性，采取不正当手段强迫中小商家在平台间“二选一”，如果发现商家在其他平台继续销售即对商家进行惩处甚至直接下线其所有在售商品。部分商家被迫“二选一”而压减产能、裁减员工，导致线上不正当竞争影响向线下传导。有的外卖平台随着商家对其依赖度的提高而向其收取更高比例的佣金，商家经营压力不断增大，经常是赔本赚吆喝，部分难以承受压力的商户要么离开平台，要么压降商品质量，最终损害消费者的权益。</p> <p>快递行业恶性低价竞争抢夺市场愈演愈烈，头部企业通过规模优势不断压价竞争，中间层商户则被迫降低快递员派送费来跟随降价，有些中小快递商户倒闭，对快递员队伍的稳定性也带来冲击，对市场竞争秩序产生不利影响。</p> <p>大型网络平台又布局社区团购，重现“烧钱补贴”“跑马圈地”的场景。</p>

<p>三、相关法律存在交叉重叠，法律适用存在难点堵点。</p>	<p>(三)维护公平竞争秩序、保护经营者消费者合法权益，既要发挥反不正当竞争法的作用，也涉及其他领域的相关专门法律。既有市场监管部门作为执法主体的反不正当竞争法、反垄断法、广告法、消费者权益保护法、电子商务法、商标法等 20 余部法律，也包括其他行业主管部门作为执法主体的商业银行法、保险法、电信条例等方面的专门法律法规。这些法律法规从不同角度规范市场主体经营行为，在违法行为认定、行政处罚设置等方面存在交叉重叠。如何协调不同法律之间的适用，成为反不正当竞争法实施中的难点堵点。</p>	<p>12. 法律处罚标准不易把握。对同类违法行为不同法律规定的罚则不尽一致，比如，反不正当竞争法第二十条和消费者权益保护法第五十六条都对“虚假或者引人误解的商业宣传”行为的处罚作了规定，但两者的处罚标准并不一致，导致执法实践中对适用法律和处罚依据难以判定。还有，反不正当竞争法对违法行为规定的处罚幅度偏大，且未对违法程度和处罚梯度作进一步的细化，执法自由裁量权过大，容易导致相似案件处罚标准不一等问题。</p>
		<p>13. 法律规定存在交叉重叠。反不正当竞争法规定，发布虚假广告的虚假宣传行为按广告法处罚，但通过多种传播途径以及互联网、新媒体进行虚假宣传的，哪些属于广告、哪些是广告之外的其他宣传行为，区分标准和界限不清晰。对商标侵权与故意混淆包装、装潢、企业名称等违法行为，是以商标侵权为主适用商标法处罚，还是以违法行为的具体表现为主，而适用反不正当竞争法处罚，执法实践中存在困惑。反不正当竞争法、消费者权益保护法、食品安全法均对虚假宣传行为作出规定，反不正当竞争法、药品管理法均对商业贿赂行为予以规制，在实际查处食品领域的虚假宣传和医药领域的商业贿赂时存在法律适用争议。</p>
		<p>14. 法律适用的协调性不足影响监管。反不正当竞争的执法权分属多个部门，随之带来竞争法律实施的不正常现象。一方面，由于权益驱动，对容易监管的一些传统不正当竞争行为，相关部门都愿管，有的甚至抢着管；同时，由于新型不正当竞争行为监管难度大，相关部门不愿管，经常出现相互推诿现象而造成监管真空。另一方面，由于涉网案件的主要行为发生地与行为主体所在地不一致，有的案件管辖权难以确定，导致立案难、取证难、执行难；甚至有的出于地方利益保护，以管辖权争议为由对异地执法维权协调配合不够。</p>

		<p>15. 一些经营者利用自身的优势经营地位,对交易相对方进行不合理限制或者附加不合理条件的问题较为突出,反不正当竞争法缺乏明确的对应条款加以规制。</p>
<p>四、调协作机制不健全,尚未形成有效的监管合力。</p>	<p>(四)反不正当竞争工作协调机制尚需落实落地,跨区域监管协调难度较大,法律实施仍然存在难点堵点。</p>	<p>16.反不正当竞争工作协调机制有待建立健全。2020年11月12日,国务院同意建立由市场监管总局牵头的反不正当竞争部际联席会议制度,相关工作正在组织开展,作用尚待发挥。</p>
		<p>17.多数地方还未建立相应的工作协调机制,在实际工作中影响甚至制约了部门间执法监管的统筹谋划、高效协同。区域监管协作机制建设有较大差距。不正当竞争行为往往涉及多主体、多领域、多地区,特别是网络不正当竞争行为去地域化特征明显,这进一步暴露了各地市场监管部门区域执法、行政监管部门分别执法的短板,执法信息交流不够及时、案件移送不够顺畅、联动配合不够紧密等问题影响执法司法的效果和力度,一定程度上制约了法律有效实施。</p>
		<p>18.执法司法认定标准不一。例如销售仿冒混淆商品行为是否构成反不正当竞争法第六条规定的“擅自使用”行为,行政执法与司法机关之间、不同司法机关之间对这一问题的认识有时也不尽一致。此外,检查中不少基层执法部门反映,查封扣押强制措施的批准权集中在设区的市级以上政府监管部门,一定程度上影响了执法效率,并容易导致证据转移或灭失,成为法律实施中的堵点。</p>

附件 2

反不正当竞争法执法检查报告所提建议汇总表

主要方面		主要建议
一、强化公平竞争法治意识，健全市场体系基础制度。坚持平等准入、公正监管、开放有序、诚信守法原则，推动形成高效规范、公平竞争的内陆统一市场。	(一) 加大普法宣传力度，树立公平竞争理念。	1. 对内外资企业、国有大中型企业、互联网企业，开展有针对性的反不正当竞争法宣传活动。发挥行业协会、商会等组织作用，通过签署行业自律协议、发布自律章程等，引导经营者诚实守信。指导企业加强商业秘密保护，强化知识产权保护意识。将严重破坏市场公平竞争秩序的市场主体列入失信名单，用信用手段助力营造公平竞争的社会环境。
	(二) 健全公平竞争审查机制，强化竞争政策作用。	2. 完善公平竞争评估制度，强化公平竞争审查的刚性约束。建立公平竞争审查抽查、考核、公示制度。建立健全第三方审查和评估机制。加大清理废除妨碍全国统一市场和公平竞争的存量政策的工作力度。建立违反公平竞争问题反映和举报绿色通道。
	(三) 加快转变政府职能，持续优化营商环境。	3. 各级政府要严格落实法律要求，带头遵守法律规定，打造法治政府，既要“退一步”，把属于市场发挥作用的领域还给市场，不干预企业经营和市场竞争；也要“进一步”，依法建立完善公平开放透明的市场规则，创新监管执法方式，维护公平竞争的市场秩序。
	(四) 拓宽反不正当竞争执法国际视野，为企业参与国际竞争营造良好条件。	4. 加强全球性、前瞻性、战略性谋划，密切跟踪国际趋势。加强侵犯商业秘密、海外商业贿赂、互联网企业走出去等重点前沿问题研究，为有效维护我国企业海外合法权益提出有针对性的政策建议。

二、完善配套法规和制度建设,推动反不正当竞争法更好落实落地。	（五）充分发挥反不正当竞争法的基础作用，完善相关法律法规规章等的协同配套，构建完备的竞争法律制度，为公平竞争的市场环境提供坚实、有效的法治保障。	5. 加快梳理研究反不正当竞争法配套制度，细化补充法律规定。明确各类不正当竞争行为的认定要件、判定标准，细化处罚梯度，提升法律精准度和可操作性。
		6. 市场监管部门要会同有关方面，及时修订《关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为的若干规定》等相关规章，为企业合规提供清晰指引。
		7. 总结司法实践中反不正当竞争法与商标法、专利法等法律之间的适用规则，司法机关出台相关司法解释，发布指导性案例或指导意见，进一步明确案件办理的标准及尺度，统一法律适用。
	（六）积极支持推动地方立法工作。	8. 各地市场监管部门主动加强与地方人大的联系沟通，总结好经验、好做法，加快地方性法规立法工作进度，细化完善法律规定，夯实法律实施基础。
	（七）对涉及市场公平竞争的法律法规进行梳理，做好相关法律的衔接协调。	9. 充分发挥反不正当竞争工作协调机制的作用，由市场监管总局统筹推进相关法律关系的研究，着力增强法律的一致性协调性。确有需要的，提出对相关法律打包修法的建议。加强与有关部门的协调沟通，深入研究提出增强反不正当竞争法与相关专门法律一致性协调性的修法工作建议。

三、进一步理顺体制机制，全面提升执法司法水平。	(八)深化市场监管体制改革，提升市场综合监管能力。	10. 根据不同层级政府的事权和职能，优化配置执法力量，进一步加强反不正当竞争执法部门职能机构建设和人才队伍建设，保证权威性、独立性。借助第三方专业技术服务，提升监管能力水平。
	(九)多元协同，发挥反不正当竞争部际联席会议制度作用。	11. 明确相关部门职责，构建部门间优势互补、分工协作、齐抓共管的工作格局。加强对竞争政策实施的统筹协调，适应市场监管综合执法体制，研究优化国务院反垄断委员会、公平竞争审查部际联席会议及反不正当竞争部际联席会议的职能配置，加强统筹协调机制建设。
	(十)强化部门间、区域间协作，提升反不正当竞争工作合力。	12. 加强行政执法部门间信息共享，加大配合力度，及时有效制止各类不正当竞争行为。
		13. 明确各类不正当竞争案件行政机关移交公安机关的标准，加强行政执法与刑事司法的有效衔接。
		14. 加强区域协同，及时总结推广反不正当竞争区域协作方面的经验做法，坚决克服地方保护主义，密切执法联动，加强对游走于地区间的不正当竞争黑灰产业链、上下游违法经营者的打击力度。
	(十一)加大重点领域执法司法。	15. 聚焦影响公平竞争和人民群众关切的问题，切实发挥司法机关职能，依法惩治不正当竞争违法犯罪行为。
		16. 针对故意傍名牌、蹭热度的市场混淆行为，建议修改完善企业名称登记管理规定等制度性文件，推进建立全国统一的企业名称规范管理系统，积极研究与商标数据共享对接，为做好企业名称查重比对提供更好服务。
		17. 加强对行业领军企业、老字号企业、科技密集型企业、中小企业等市场主体商业标识、商业秘密的保护，维护企业合法权益。

四、探索创新监管方式,加强新兴领域反不正当竞争监管。	(十二)强化平台企业的主体责任。	18. 压实平台企业法律责任,教育引导平台企业切实履行社会责任,自觉加强合规审查和伦理审查。
		19. 积极促进建立规范有效的行业组织,通过签署行业自律协议、发布自律章程、开展普法教育等,构筑稳定、统一、完善、普遍认可的自律规范和行为约束机制,构建公平、自律、健康的竞争秩序环境。
	(十三)认真研究解决互联网平台强制经营者“二选一”问题。	20. 认真研究平台的特性,有针对性地加强监管。依法对互联网平台公司,特别是业内具有优势支配地位的平台在日常运营、制度规范方面依法加强监管,对违规经营者进行教育引导、适时约谈,对强制“二选一”等破坏公平竞争、扰乱市场秩序的违法行为依法严惩,形成有力震慑。
		21. 建议司法机关加快发布一批遏制互联网平台恶性竞争的典型案例,为打击平台强制“二选一”等互联网不正当竞争行为提供指引。
(十四)创新监管方式。切实加强网络经济发展的前瞻性研判,把握好支持创新发展和维护竞争秩序的平衡。	22. 要促进线上、线下一体化监管,探索对平台开展线上闭环监管、非接触监管、信用监管等柔性管理。充分运用大数据等手段,对各类不正当竞争行为加强预警、分析,及时发现倾向性、苗头性问题和违法行为线索。加快数字转型和数据整合,探索运用互联网、大数据、人工智能等技术手段进行案件查办,提升监管执法水平。	

2021 年重点领域反不正当竞争执法 专项行动整治重点

一、加大网络不正当竞争行为监管力度

1. 平台企业利用技术手段实施“二选一”，实施限流、屏蔽、流量劫持、数据杀熟、捆绑软件、恶意不兼容等妨碍、破坏其他经营者正常经营或者运行的不正当竞争行为。

2. 经营者采用虚构交易、编造用户评价、误导性展示用户评价、以恶意好评触发电商平台惩罚机制、虚假营销、虚构流量数据、虚构交易互动数据、对经营者自身或其商品（包含服务，下同）作虚假或者引人误解的商业宣传。

3. 利用新技术手段、新媒体、新型销售模式开展虚假宣传的行为。组织专业团队、利用专门软件工具刷单炒信。利用网络软文、网络红人、知名博主、直播带货等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

二、加强网络领域知识产权保护和商誉保护

4. 经营者擅自使用他人有较高知名度和影响力的域名主体部分、网站名称、APP 名称等，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。利用电商平台、朋友圈、短视频等新型渠道销售仿冒服装、日用品等民生重点商品。

5. 经营者、平台企业对同行业竞争者通过雇佣专业“水军”“黑公关”等编造、传播虚假或者误导性信息，损害竞争对手商业信誉、商品声誉行为。

三、严厉打击违规商业炒作行为

6. 利用庆祝活动宣传报道或者领导人讲话内容等对其商品作虚假的商业宣传，假借“特供”“专供”等名义对商品作虚假的商业宣传等不正当竞争行为。

7. 利用会销等方式，对与庆祝活动相关的工艺品、纪念品等作虚假的商业宣传等不正当竞争行为。

8. 借庆祝建党 100 周年、十四运和残特奥会等名义作虚假宣传，恶意炒作特许商品、纪念品等不正当竞争行为。

四、严厉打击违法促销行为

9. 线上促销活动中促销信息公示不明确。采用欺骗性的手段开展有奖销售活动。最高奖金额超过五万元的抽奖式有奖销售等违法行为。

10. 利用“进店送”“扫码送”开展违法有奖销售行为。线上线下促销中的价格欺诈等不正当价格行为。

五、大力查处医药购销企业不正当营销行为

11. 在医药购销过程中给付“回扣”。捆绑推销药品耗材。借助科研合作、学术推广等名义，在设备采购、工程建设、科研经费等重点领域进行利益输送等商业贿赂行为。

12. 疫情防控物资出口企业在获取相关生产资质、参加招投标及供应商审查、签订采购合同、组织生产销售、目的地货物通关、外方质量抽查等环节存在的商业贿赂等不正当竞争行为。

六、着力规范医疗美容等医疗服务行为

13. 医疗美容机构提供的医疗服务，与通过店堂、微信公众

号等发布有关美容效果的承诺不一致的行为。对美容效果作缺乏科学依据或者支撑的虚假宣传，欺骗、误导消费者的行为。聘请网红等代言人进行直播宣传，代言人利用话术进行虚假的商业宣传，诱导消费。

14. 通过搜索引擎、生活服务类平台等，擅自使用他人知名标识、误导性宣传等多种混淆方式，使消费者误认为与其他知名医疗机构存在关联，欺骗、误导消费者的行为。

15. 以超低价格吸引顾客上门，再通过话术诱导推荐消费者购买高价套餐的行为。

16. 未经授权使用“协和”等具有较高知名度的商标、企业字号或简称，引人误认为是知名医院商品，或与知名医院存在特定联系的行为。宣称知名医院专家、发布虚假医疗信息等方式，对经营者或其商品作虚假或者引人误解的商业宣传行为。中医药服务领域虚假宣传等不正当竞争行为。

七、保护消费者合法权益

17. 在农村、城乡结合地区生产销售仿冒农资产品，其他日用品等商品，侵害农民合法权益的行为。

18. 以“保健”为名推销普通商品、伪高科技产品、保健理疗产品等，宣称有疾病治疗或预防功能等侵害老年、病弱群体合法权益的行为。

19. 校外培训机构、在线培训机构、早教机构等对师资、培训效果等作夸大、不实宣传的行为。擅自使用少先队标识标志、对近视眼镜功效作虚假宣传的侵害学生、家长合法权益的行为。

附件 4

各市（区）企业商业秘密问卷调查分配表

市(区)	问卷调查企业数量
西安市	150
宝鸡市	100
咸阳市	100
铜川市	50
渭南市	100
榆林市	100
延安市	100
汉中市	100
安康市	100
商洛市	100
韩城市	50
杨凌示范区	50
西咸新区	50
总计	1150

附件 5

陕西省企业商业秘密保护基本情况调查问卷

一、本问卷是为加强企业商业秘密保护、下一步制定出台我省商业秘密保护有关政策进行前期调研。市场监管部门将根据企业的意见建议，优化企业服务，携手做好商业秘密保护工作。感谢您的配合。

二、问卷中选择性问题请选择您认为合适的答案。

1. 企业名称是？（填空题）

2. 企业联系人及联系方式是？（填空题）

3. 企业主要从事的行业是？（单选题）

4. 企业是否知晓商业秘密的保护范围？（单选题）

- 是
- 否
- 不清楚

5. 企业是否有商业秘密价值评估体系和流程？（单选题）

- 是
- 否

6. 企业将哪些信息列入需要保护的商业秘密？（可多选）

技术设计、程序、质量控制、应用试验、工艺流程、设计图纸、工业配方、制作工艺、制作方法、试验方式和试验记录等技术信息

管理方案、管理诀窍、客户名单、货源情报、产销策略、投融资计划、标书、标底等经营信息

其他，如有，请填写_____

7. 企业是否有制定相关保密规定？（单选题）

- 是
- 否

8. 企业是否考虑过建立商业秘密保护的专门部门？（单选题）

- 已设立
- 未设立
- 未设立，但考虑设立
- 未设立，也不考虑设立

9. 企业是否对员工定期开展过商业秘密的相关培训？（单选题）

- 未开展过
- 定期开展
- 开展过，但不定期

10. 企业在员工劳动合同中是否有商业秘密保密条款？（单选题）

- 是
- 否

11. 企业是否与关键员工签订专门的商业秘密保密协议？（单选题）

- 是
- 否

12. 企业是否与关键员工签订过竞业限制协议？（单选题）

- 是
- 否

13. 企业是否为涉密人员支付保密费或补贴？（单选题）

- 是
- 否

14. 企业是否在涉密信息的载体上标有保密标志？（单选题）

- 是
 - 否
 - 不清楚
15. 企业是否对涉密的机器、厂房、车间等场所限制来访者？（单选题）
- 是
 - 否
 - 不清楚
16. 企业是否与相关客户、来访者等签订过保密协议？（单选题）
- 是
 - 否
 - 不清楚
17. 企业是否制定商业秘密保护的应对措施？（单选题）
- 有
 - 无
18. 企业是否发生过泄露商业秘密的事件？（单选题）
- 是
 - 否
19. 企业是否了解商业秘密的泄密途径和方式？（单选题）
- 是
 - 否
 - 不清楚
20. 如企业发生过泄密事件，企业发生泄密事件后有无采取补救措施加强防范？（单选题）
- 是
 - 否

21. 企业商业秘密受到侵害时，会采取哪些措施来维护自己的合法权益？（多选题）

- 及时报警
- 委托律师处理
- 向法院起诉
- 向市场监督管理局反映
- 与侵权方协商
- 其他

22. 企业是否需要市场监管局组织专门的培训以有效保护商业秘密？（单选题）

- 是
- 否

23. 企业是否需要市场监管局制定标准化的文本管理流程或格式合同，指导企业更好保护商业秘密？（单选题）

- 是
- 否

24. 企业还需要市场监管局提供哪些服务来指导企业做好商业秘密保护工作？（填空题）

25. 企业对加强商业秘密保护有什么好的建议或意见？（填空题）

附件 6

2021 年重点领域反不正当竞争执法情况统计表

填报单位：

填报人：

填报时间：

反不正当竞争工作情况		单位	数量			
开展宣讲、培训、合规指导		(次数)				
建立商业秘密保护指导站(联系点)、示范企业、示范基地		(个数)				
开展跨区域、跨部门协作执法		(次数)				
反不正当竞争立案及案件查处情况			立案数 (件)	结案数 (件)	案值 (万元)	罚没金额 (万元)
合计						
互联网、数字经济、平台经济领域	小计					
	仿冒混淆行为					
	刷单炒信等虚假宣传行为					
	商业诋毁行为					
	利用技术手段实施的不正当竞争行为					
	其他不正当竞争行为					
医药购销、医疗美容服务等领域	小计					
	医药购销领域商业贿赂行为					
	医疗美容机构虚假宣传行为					
	擅自使用知名医院商业标识等仿冒混淆行为					
	借“保健”之名的虚假宣传行为					
	中医药领域虚假宣传行为					
	其他不正当竞争行为					
违规商业炒作	小计					
	利用庆祝名义实施虚假宣传行为					
	假借“特供”“专供”等名义实施虚假宣传行为					
	借庆祝建党 100 周年、十四运和残特奥会等名义作虚假宣传，恶意炒作特许商品、纪念品行为					
	其他不正当竞争行为					
教育领域	小计					
	教育培训机构虚假宣传行为					
	近视防治相关虚假宣传行为					
	擅自使用少先队标识标志行为					
其他不正当竞争行为						
农村地区、涉农商品	仿冒混淆、虚假宣传等不正当竞争行为					
促销行为	不正当有奖销售、虚假宣传等不正当竞争行为					
其他行业和领域的反不正当竞争行为						

注：报送今年以来累积数据

