



Beijing Wei Chixue Law Firm
北京魏启学律师事务所

中國北京市東城區北三環東路 36 號北京環球貿易中心 C 座 16 層 郵遞區號: 100013

Tel: 86-10-5825-6596 (WEI) 86-10-5825-6089 (LIU)

Tel: 86-10-5825-6366 (總機) Fax: 86-10-5957-5201

URL: <http://www.lindaliugroup.com>

E-mail: linda@lindapatent.com

致：全国人民代表大会常务委员会法制工作委员会

日期: 2017 年 09 月 22 日

地址: 北京市西城区前门西大街 1 号

送达方式: Express

总页数: 12

对于《中华人民共和国反不正当竞争法（修订草案）》的
意见

您好!

我们是北京魏启学律师事务所，受一般社团法人日本知识产权协会（以下简称“JIPA”）委托，就题述一事联络贵委员会。

如附件所示，JIPA 对《中华人民共和国反不正当竞争法（修订草案）》，总结了意见和建议，现发送给贵委员会，敬请查收。

如有任何疑问或要求，敬请随时与我所或 JIPA 联系。

以上，非常感谢!

此致

敬礼



附件:

日本知识产权协会对于《反不正当竞争法（修订草案）》的意见

共 11 页

2017年9月22日

致 中华人民共和国 全国人民代表大会常务委员会法制工作委员会

一般社团法人日本知识产权协会

常务理事 大水 真己

对于《中华人民共和国反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的意见

敬启

谨向贵局致以诚挚的问候。

我日本知识产权协会系于1938年在日本设立的知识产权相关的民间用户团体，拥有940家左右的日本主要企业作为会员，致力于就世界各国知识产权制度的运用完善，向相关部门提出意见建议。此次，我协会就题述《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》进行了认真研究。

我协会已将有关意见进行了归纳，具体请详见附件。敬请予以考虑。

另外，我协会非常愿意就本次我协会所提出意见的背景、理由等向贵方进行说明，若有需要，还请不吝告知。

此致

敬礼

附件：对于《中华人民共和国反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的意见

联系方式：

一般社团法人日本知识产权协会

代事务局长 西尾 信彦

TEL: 81-3-5205-3433

FAX: 81-3-5205-3391

Email: nishio@jipa.or.jp

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议①

名称	关于不正当竞争行为（修订草案二次审议稿第 2 条）
现状 / 问题点	第 2 条第 1 款以及第 2 款是为禁止第二章未规定的不正当竞争行为而设立的不正当竞争行为的一般性条款，但根据该一般性条款，较难预测何种行为会被认定为不正当竞争行为。
完善建议	1. 关于违反第 2 条的行为的认定要件、认定方法，以及何种行为会被认定为违反该条，希望在指导方针中通过示例等予以明确。 2. 希望此前最高院判决（最高人民法院（2009）民申字第 1065 号）中体现的适用一般性条款的三个要件在今后也能继续适用。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议②

名称	关于不正当竞争行为（修订草案二次审议稿第6条）
现状 / 问题点	擅自获取或使用与他人的商品名称、企业名称及其简称、字号，或者他人的姓名、笔名、艺名，或者社会组织的名称及其简称等（以下简称“他人的商品名称等”）相同或者近似的域名，会给他人带来财产损失以及信用贬损。但是，并未明确记载获取或使用与他人的商品名称等相同或者近似的域名的行为属于不正当竞争行为。
完善建议	希望将以谋利、加害为目的（谋利加害目的）获取、持有或使用与他人的商品名称、企业名称及其简称、字号，或者他人的姓名、笔名、艺名，或者社会组织的名称及其简称相同或者近似的域名的行为追加为不正当竞争行为。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议③

名称	关于不正当竞争行为（修订草案二次审议稿第 6 条）
现状 / 问题点	第 6 条第 1 款第 1 号中仅写明了“知名商品特有的名称、包装、装潢”，但“具有显著性的文字、型号等”能否成为保护的对象不明确。 其经过长期的使用等具备了显著性时，可判断为属于“特有的标识”。
完善建议	希望将具有显著性的文字排列，包括型号追加为第 6 条内容，对其给予反不正当竞争法上的保护。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议④

名称	关于不正当竞争行为（修订草案二次审议稿第 6 条）
现状 / 问题点	第 6 条第 1 款第 1 号中仅写明了“知名商品特有的名称、包装、装潢”，但是商品的形态能否成为对象不明确。 另外，店铺内外的装潢能否成为对象也不明确。 其经过长期的使用等可以具备区别于其他商品的显著性。
完善建议	希望能将商品的形态、店铺等内部或外部的装潢也明确列入第 6 条第 1 款第 1 号的保护对象中。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议⑤

名称	关于商业秘密（修订草案二次审议稿第9条）
现状 / 问题点	即便在获取商业秘密当时并不知道存在违法的获取行为，但之后因为某种情形而知道该事实的情形也有很多。但是，关于这种情形是否包含在修订草案第9条中，由于是否需要知道何时存在违法行为一事在法律上并未明确规定，因而可能会引起解释上的疑义。例如，若作出“在获取商业秘密的时间点并不知道存在违法的获取行为时，则并非本条款的适用对象”的狭义解释，则会导致该行为不被视为商业秘密侵权。
完善建议	第三人因存在不正当获取行为等，善意、非重大过失地获取商业秘密，之后转化为恶意、重大过失时，为使其转化为恶意、重大过失后使用、公开该商业秘密的行为也包含在不正当竞争行为之中，希望对相关规定予以明确或者创设新的规定。但是，也需注意避免善意获取人在转化为恶意、重大过失时造成难以预料的损害。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议⑥

名称	关于商业秘密（修订草案二次审议稿第 9 条第 2 款）
现状 / 问题点	第 9 条第 2 款中规定，第三人明知或者“应知”商业秘密是非法手段取得，仍获取、披露、使用或者允许他人使用的，视为侵犯商业秘密。其中，对于“应知”的情况未明确规定。
完善建议	希望关于会被认定为“应知”的情况在相关指导方针中列举事例予以明确。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议⑦

名称	关于监督检查（修订草案二次审议稿第 13 条）
现状 / 问题点	第三章的修正案构建了社会举报体制，意图加强行政处罚，但也存在因条文解释的不同而产生对行政处罚公正性的顾虑。虽然第 16 条规定了依职权调查的范围及措施，但“涉嫌不正当竞争行为”的表述，会使行政禁令依照盖然性的判断进行。但是，“涉嫌”究竟为何种程度却并不明确。另外，第 19 条规定了任何人都有举报不正当竞争行为的权利，而判断是否属于商业秘密相关的不正当竞争行为却并非易事，但为防止权利滥用的受理举报的运用方针等尚未公布。
完善建议	希望制定记载有监督检查的全部手续以及判断标准的指导方针等。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议⑧

名称	关于刑事责任（修订草案二次审议稿第 31 条）
现状 / 问题点	修订草案第 31 条并未明确何种行为“构成犯罪”，因此无法预测，担心可能反而会妨碍商业秘密的运用。
完善建议	希望具体列举构成犯罪的行为，或者制定指导方针等。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议⑨

名称	关于知名商业标识的保护（修订草案二次审议稿第 6 条）
现状 / 问题点	商业标识因近年来网络、社交媒体的普及而处于迅速扩张的环境之中。一旦商业标识广为人知，那么该标识本身的独特品牌形象也会具有顾客吸引力，其所具有的财产价值甚至超过了表明与权利人实际使用的商品或业务之间的联系的作用。这种知名商业标识若由非真正权利人的第三人来擅自使用，即使不会产生混淆，也会导致容许第三人无需作出经营上的努力就能利用前述商业标识对顾客的吸引力傍名牌搭便车，淡化真正权利人与知名商业标识之间的联系等恶劣影响，因而不会导致与知名商业标识混淆的行为也应被禁止。
完善建议	建议在第 6 条所规定的各项行为中，将对知名商业标识、企业及企业集团名称进行搭便车或淡化丑化的行为追加为不正当竞争行为，且不以市场混淆为要件。
相关法律等	

对于中国《反不正当竞争法（修订草案二次审议稿）》的建议⑩

名称	对尚未获得“合法权益”的商品形状的模仿行为（修订草案二次审议稿第6条）
现状 / 问题点	关于商品的形状，存在基于外观设计国际申请的国际公开或他国在先公开的授权公告，趁尚未在中国销售产品、或外观设计专利权尚未完成授权的期间内，进行产品形状复制的情况。 但是，尽管草案第6条明确规定擅自使用知名的包装、装潢，造成与他人知名商品混淆或者误认的，属于不正当竞争行为，但如前所述，对于在中国国内尚未“知名”的、在外观设计专利授权前就被复制的商品形状，则缺乏应对的手段。如果等待中国的外观设计专利授权再进行应对，则担心会错失权利行使的时机。
完善建议	希望在第6条各项中追加，特定期限内的明显的依样模仿行为也作为处罚对象。 但是，由于没有取得知名度或权利即可以起诉，反而会出现恶意使用该规定妨碍他人经营的情况，因而需要严格规定其适用条件，例如，模仿他人的商品形状的依据、具有恶意的举证义务以及行使权利的时效限制。
相关法律等	