打击传销和反不正当竞争执法典型案例

1.广州聚X信息科技有限公司网络传销案

2.广州弘X医药有限公司商业贿赂案

3.广州市花都区狮岭康X通信器材店混淆案

4.广州市钛X生物科技有限公司不正当竞争案

5. 广州抖X信息技术有限公司从事混淆行为案

6.广州市白云区松洲金X叶烟酒商店从事混淆行为案

7.广州市荔X湖畔房地产有限公司商业诋毁案

**1.广州聚X信息科技有限公司网络传销案**

聚X公司于2017年7月设立运营“爱易加”网上商城，以网络分销的模式销售普通产品和礼包产品，其中，礼包产品分为520礼包、1万元礼包、5万元礼包和10万元礼包。消费者通过关注微信公众号、扫描网站主界面的“微信扫一扫进入商城”或他人的“专属二维码”进入“爱易加”网上商城，在该商城购买520元及以上一定金额的礼包产品即可以成为聚X公司相应级别的会员，获得推荐他人以同样方式成为聚X公司新会员的资格。截至2018年3月31日，聚X公司共发展会员人数为2925人，形成了上下线多层次关系的营销人员网络。聚X公司向会员发放直接推荐奖和间接推荐奖，根据会员级别及其所直接或间接发展下线会员的级别确定不同奖励标准，以微信支付方式将奖金发放至会员的微信账户。会员可以直接使用或者发起提现。

聚X公司上述行为符合《禁止传销条例》第七条第一款第（二）规定的“组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员交纳费用或者以认购商品等方式变相交纳费用，取得加入或者发展其他人员加入的资格，牟取非法利益的”传销行为和第七条第一款第（三）项规定的“组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，形成上下线关系，并以下线的销售业绩为依据计算和给付上线报酬，牟取非法利益的”传销行为，原广州市工商行政管理局（现市场监管局）据此于2018年10月10日对聚X公司作出罚款50万元的行政处罚。后聚X公司不服，向广州市人民政府申请行政复议，市政府决定维持原行政处罚决定；聚X公司仍不服，提起行政诉讼，被广州互联网法院判决驳回其诉讼请求。

**2.广州弘X医药有限公司商业贿赂案**

2017年12月28日及2018年2月27日，原广州市工商行政管理局（现市场监管局）检查发现广州弘X医药有限公司（下称当事人）在经营药品过程中涉嫌有向客户某某地区医院的工作人员以“讲课费”名义帐外暗中支付现金。涉嫌违反《中华人民共和国反不正当竞争法》（1993年版）第八条第一款的相关规定。后立案查明：2015年7月至2017年7月间，当事人从他人处购进广东省药品交易中心的中标药品后，向医院销售配送力能、乐凡命等药品。当事人副总经理潘某在宴请某某地区19家医院的工作人员过程中，为促进药品销售，向对方承诺若工作人员开具当事人所配送药品、则假借“讲课费”名义给予一定金额的现金。一段时间过后，当事人副总经理潘某编造邀请工作人员讲课的相关会务资料申请支付“讲课费”。会计唐某填写《付款凭证》交由会计唐某确认需支付“讲课费”的工作人员是当事人的客户医院的工作人员后，潘某和唐某在《付款凭证》上签名审批。然后潘某到出纳杨某处提取现金向工作人员支付“讲课费”，在支付“讲课费”的时候，将当事人编造的会议资料交给相关工作人员、但相关会议并未召开。当事人没有将“讲课费”的支出情况在其法定财务帐中如实记录，只是凭《付款凭证》及相关的会务资料在以“讲课费”名义在法定帐外登记留存。期间，当事人帐外暗中假借“讲课费”的名义在饭局上向19家医院74位工作人员分别支付2000元、3000元、4000元不等的现金，合计181000元。当事人向工作人员支付“讲课费”鼓励工作人员向患者开具当事人所配送的药品，而医院采购药品时是根据工作人员开具药品品种进行采购补充。因此，当事人向工作人员支付“讲课费”的行为客观上促进了当事人向医院销售药品排挤了其他药品经销商的销售机会。

当事人的上述行为，构成了《中华人民共和国反不正当竞争法》（1993年版）第八条所指的商业贿赂行为，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》（1993年版）第二十二条规定，原广州市工商行政管理局对当事人作出罚款190000元；没收违法所得688686.47元的行政处罚。

**3.广州市花都区狮岭康X通信器材店混淆案**

经原花都区工商局（现市场监管局）检查并立案查明，广州市花都区狮岭康X通信器材店（下称当事人）在未获得中国移动授权的情况下，自2017年7月6日开业至2018年5月17日期间擅自使用了该公司的主品牌标识“”标识和“”，具体包括：在店内收银台的前部标有“”标识；在店内收银柜台侧后方的墙面上安装有蓝底背板，上标有白色“”标识，该背板构成该店铺的主要标识。而包括当事人所在的广州市花都区狮岭镇东升东路及附近的东升中路、康政东路、康政西路等路段有中国移动正式授权经销商4家，当事人使用的“”标注与上述中国移动授权经销商几乎一致，使消费者产生混淆，误认为当事人同时是中国移动的授权经营商。另，通过查询12345广州市政府热线平台，有消费者投诉称当事人为中国移动经营商，与其有消费纠纷，亦有消费者投诉当事人以充值话费、赠送话费、消费满一定话费赠送手机、“预存话费”、“叠加月租费”，与中国移动有密切关联的业务误导消费者进行消费的情况。“”标识属中国移动代表品牌的标识。根据中国移动在官方网站公布的运营数据，该公司于2018年04月共有客户总数逾8.9亿户，属于有一定影响的企业。

综上所述，当事人于2017年7月6日至2018年5月17日期间，擅自在经营场所的等明显位置使用“”标识和“”标识作为店铺的主要、显著标识，使消费者误以为该店与中国移动通信集团有限公司存在特定联系，并且与附近的中国移动授权经销商产生混淆。其行为属于《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第（一）项 “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；”所指的擅自使用与他人有一定影响的品牌标识相同的标识，引人误认为与他人存在特定联系的违法行为。原花都区工商局依法依规对当事人作出如下处罚：1、责令当事人立即停止擅自使用“中国移动手机店”字样印章、“”标识和“”标识的行为；2、罚款149900元。

**4.广州市钛X生物科技有限公司不正当竞争案**

经原广州市工商局（现市场监管局）网络监测发现并立案查明，广州市钛X生物科技有限公司（下称当事人）为取得市场竞争优势、吸引消费者浏览和购买，自2018年5月1日以来，通过虚构交易的方式，对“leten雷X旗舰店”销售的“雷霆男用自慰器成人情趣性用品自卫慰撸全自动电动夹吸抽插飞机杯”等21款商品的销售状况及用户评价进行虚假的商业宣传：当事人使用微信账号招揽网店老顾客等人员假扮消费者，要求假扮的消费者在天猫商城选择指定的商品下单并付款。当事人通过微信转账的方式向假扮的消费者返还货款，并通过快递向假扮的消费者寄送事先约定赠送的小礼品（如维达纸巾等价值较低的小商品）。当事人将寄送包裹的物流运单号录入天猫后台系统以冒充真实的商品交付过程，待假扮的消费者签收包裹并确认收货后，当事人要求假扮的消费者对交易订单给予五星好评或按其提供的评语作虚假评价，以此完成虚构交易的线上流程。事后，当事人通过微信转账的方式向假扮的消费者另行支付实施虚构交易的佣金。2018年5月1日至2018年8月15日期间，当事人通过上述运作方式对天猫网店“leten雷X旗舰店”销售的21款涉案商品虚构交易共10951笔，虚构交易额1961814.47元，产生真实经营额2254121.55元。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条的规定，原广州市工商行政管理局决定责令当事人停止违法行为，处罚款人民币250000元。

**5.广州抖X信息技术有限公司从事混淆行为案**

广州抖X信息技术有限公司（下称当事人）在经营过程中，在其经营场所装潢及宣传板上突出使用“抖音”及“抖音图形”的商标标识字样、在其《抖音电商服务合同》附页上标注“官方申请商业版账号，由北京抖音总部1-2工作日内发放”、“报送北京运营中心”字样等，作引人误认为其与“抖音短视频”app软件权利人北京字节跳动科技有限公司存在特定联系的宣传，从而提升业绩，促成更多交易以获取利益。当事人通过上述经营手段与2名客户签订了《抖音电商服务合同》并提供相应服务。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第（四）项的规定，构成其他足以引人误认为是他人商品或与他人存在特定联系的混淆行为。越秀区市场监管局依法责令其立即停止违法行为，在收到处罚决定书30日内办理名称变更登记，并处罚款9万元。

**6.广州市白云区松洲金X叶烟酒商店从事混淆行为案**

广州市白云区松洲金X叶烟酒商店（下称当事人）未经广东金叶连锁有限公司授权，擅自在其经营场所悬挂带有“广东金叶（连锁）富康路专营店”、“广东金叶烟酒专卖”、“广东金叶”字样招牌，并以“广东金叶富康路专营连锁店”名义对外经营，引人误认为其是“广东金叶连锁有限公司”的授权店之一。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第（二）项的规定，构成擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）行为。白云区市场监管局依法责令其立即停止违法行为，并处罚款2.8万元。

**7.广州市荔X湖畔房地产有限公司商业诋毁案**

广州市荔X湖畔房地产有限公司（下称当事人）为“广铝·荔X湖畔”楼盘开发商，当事人在“广铝·荔X湖畔”楼盘A1栋门口安装喷画布。喷画布内容包括，“一般情况下，厨余垃圾处理厂距离大于500米，可视为无伤害距离；但厨余垃圾处理厂的臭味，可能随着风向飘到几公里外，业内人士一致认为，距离厨余垃圾处理厂大于3公里以外，才可视为安全距离。”等内容，并将距离垃圾场2公里以内的其它3个楼盘影响程度定义为“严重”，将距离垃圾场2-2.6公里的其它7个楼盘影响程度定义为“较严重”，将当事人的“广铝·荔X湖畔”楼盘影响程度定义为“不影响”。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第十一条“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”的规定，构成损害竞争对手商品声誉的不正当竞争行为。当事人在朱村厨余垃圾场项目信息公示以及公众意见收集阶段，通过编造、传播虚假或者误导性信息，既损害了竞争对手的商业信誉、商品声誉，对朱村地区的楼盘销售造成了影响，又增加了相关公众对政府规划的朱村厨余垃圾厂的误解，违法情节恶劣，增城区市场监管局依法责令当事人停止违法行为、消除影响，并处罚款12万元。