

图书基本信息

书名：<<反垄断与反不正当竞争法律实务精解>>

13位ISBN编号：9787301204924

10位ISBN编号：7301204922

出版时间：2012-4

出版时间：北京大学出版社

作者：北京市律师协会 编

页数：405

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

本书(十二卷)是2012年由北京市律师协会组织编写的大型律师业务指导丛书。丛书旨在充分发挥北京律协所属61个专业委员会的业务指导作用,通过制定业务操作指引、撰写业务操作指南、推荐业务示范文本、提供典型案例分析,以指导全行业律师业务,提升律师业务水平,增强律师业务能力,防范律师业务风险,保证律师服务质量,严守律师职业操守。

本书是北京律师展示专业水平、交流业务心得的开放性平台。通过本套丛书,在律师业务的众多领域,汇集了北京律师的业务成果,总结了北京律师的执业经验,反映了北京律师的专业钻研,体现了北京律师的职业精神。

本书的出版,是北京律协业务指导工作的最新尝试,这将推动律师实务界的业务总结和经验交流,推进法制进步和社会文明。

书籍目录

绪 论

上篇 反垄断篇

第一章 垄断协议

第一节 垄断协议

第二节 横向垄断协议

第三节 纵向垄断协议

第四节 知识产权与垄断

第五节 行业协会与垄断

第二章 滥用市场支配地位

第一节 相关市场

第二节 市场支配地位

第三节 滥用市场支配地位的行为

第三章 经营者集中

第一节 申报标准与范围

第二节 申报与审查程序

第三节 经营者集中之相关市场界定与抗辩分析

第四节 审查关注点与反竞争效果评估

第五节 集中附加条件实务考察与分析

第六节 经营者集中案件的监管与处罚

第七节 国家安全审查

第四章 滥用行政权力排除、限制竞争

第一节 规范与角色

第二节 表现与认定

第五章 反垄断行政执法

第一节 反垄断执法谁主沉浮

第二节 反垄断如何“以小搏大”

第三节 执法机关的调查与处罚

第四节 反垄断行政执法的基本制度

第六章 反垄断法的域外适用与豁免制度

第一节 域外适用

第二节 豁免制度

下篇 反不正当竞争

第七章 仿冒行为

第一节 市场知名度

第二节 特有的名称、包装、装潢

第三节 具体行为与后果

第八章 商业贿赂

第一节 商业贿赂

第二节 商业贿赂的常见表现形式

第三节 商业贿赂的罪与罚

.....

章节摘录

版权页：插图：必须说明的是，搭售涉及一个法律竞合问题。

《反垄断法》及《反不正当竞争法》所称搭售指经营者利用其对被搭品在经济、技术等方面的优势地位而强迫交易相对人购买其不愿购买的搭卖品，这与商品零售企业在销售名牌、优质、畅销商品时硬性搭配杂牌、劣质、滞销商品而侵犯消费者选择权的情形竞合。

《消费者权益保护法》第9条规定：“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。

消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。

”经营者的搭售行为一方面排斥了购买者向其他经营者购买与搭卖品同类商品的可能，从而排斥了公平竞争；另一方面，也剥夺了消费者的消费选择权，损害了消费者的权益。

对于前述法律竞合问题，全国人大常委会法制工作委员会作出下述解释：“这条规定所讲的搭售，并不是指零售企业向消费者销售名牌、优质、畅销商品时硬性搭配杂牌、劣质、滞销商品。

零售企业这种搭售质次价高的商品的行为，虽然侵害了消费者的合法权益，但从竞争关系的角度讲，却不是《反不正当竞争法》所调整的内容。

对这种行为可以在有关保护消费者权益的法律中加以规范。

《反不正当竞争法》所称搭售以及附加其他不合理条件，指的是经营者利用其经济和技术等方面的优势地位，在销售某种产品时强迫交易相对人购买其不需要、不愿购买的商品或接受其他不合理条件。

这种行为违反了公平销售的原则，妨碍了市场的竞争自由，也影响了交易相对人自由选购商品的经营活动，还会导致使竞争对手的交易机会相对减少的后果，因而具有明显的反竞争性质。

”按照上述解释，《反垄断法》及《反不正当竞争法》所称搭售应仅限于“经营者利用其经济、技术等方面的优势地位，在销售产品时强迫交易相对人购买其不需要、不愿购买的商品或接受其他不合理条件”。

而对于商品零售企业销售商品时硬性搭配质次价高商品而侵犯消费者选择权的行为应受《消费者权益保护法》的规制。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>