

尤溪县市场监督管理局文件

尤市场监管规〔2026〕1号

尤溪县市场监督管理局 关于印发《尤溪县市场监督管理局 反不正当竞争执法检查规范》的通知

各市场监督管理所，各股室、直属单位：

现将《尤溪县市场监督管理局反不正当竞争执法检查规范》
印发给你们，请遵照执行。

尤溪县市场监督管理局

2026年9月11日

（此件主动公开）

尤溪县市场监督管理局反不正当竞争执法检查规范

为加强反不正当竞争工作，便于依法依规开展涉企行政检查，切实提升监管实效，根据《中华人民共和国行政处罚法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》《最高人民法院、最高人民检察院关于印发〈关于办理商业贿赂刑事案件适用法律若干问题的意见〉的通知》《市场监督管理行政处罚程序规定》《规范促销行为暂行规定》等法律法规的规定，结合工作实际，制定本执法检查规范。

一、现场检查流程与程序

（一）出示证件

现场检查不得少于2名执法人员，应当主动出示行政执法证件。

（二）现场检查

1. 执法人员应当制作现场笔录，载明时间、地点、事件等内容，由执法人员、当事人签名或者盖章。

2. 无法通知当事人，当事人不到场或者拒绝接受调查，当事人拒绝签名、盖章或者以其他方式确认的，执法人员应在笔录或者其他材料上注明情况，并采取录音、录像等方式记录，必要时可以邀请有关人员作为见证人。

3. 执法人员可以询问当事人及其他有关单位和个人。询问应当个别进行，并制作询问笔录。经核对无误后，由被询问人在笔

录上逐页签名、盖章或者以其他方式确认。执法人员应当在笔录上签名。

4. 根据检查内容和要求，收集相关证据。

可以要求当事人及其他有关单位和个人在一定期限内提供证明材料或者与涉嫌违法行为有关的其他材料，并由材料提供人在有关材料上签名或者盖章。

在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，可以依据《中华人民共和国行政处罚法》第五十六条的规定对与涉嫌违法行为有关的证据采取先行登记保存措施，并在规定时间内依法作出相关处理。

5. 现场检查过程中按照有关规定采取拍照、录音、录像等方式记录现场情况。

（三）提出改正要求

对当事人实施的行为明显不符合法律法规等规定的，应当提出改正要求，并进行教育指导。

二、现场检查内容与检查方法

（一）混淆行为

检查内容：

1. 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；

2. 擅自使用他人有一定影响的名称（包括简称、字号等）、姓名（包括笔名、艺名、网名、译名等）；

3. 擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网

页、新媒体账号名称、应用程序名称或者图标等；

4. 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淆行为。

检查方法：

查看商品的包装、容器、标签、说明书、介绍手册、相关价目表等处；查看经营者经营场所及相关文件资料，如营业场所的装饰、营业用具的式样、营业人员的服饰、门牌店招、宣传告示、展览、商业推广活动、办公用品、发票收据及相关合同等；查看经营者官方网站、微信微博、社交网络平台、应用程序等信息载体；查看广播、电视、电影、互联网、公开发行的出版物、广告牌、邮寄广告或者其他广告载体。

（二）商业贿赂

检查内容：

经营者采用财物或者其他手段贿赂有关单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势。具体对象包括交易相对方的工作人员、受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人、利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

检查要点：

商业贿赂中的财物，既包括金钱和实物，也包括可以用金钱计算数额的财产性利益。

（三）虚假或引人误解的商业宣传

检查内容：

1. 经营者对其商品的性能、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宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

2. 经营者通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

检查方法：

查看经营者经营场所相关宣传资料，网站、自媒体及各类社交网络平台等，以及以现场演示、上门推销、宣传会、推介会、发布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不构成广告的商业宣传活动，是否存在虚构经营者基本信息、服务内容、经营状况、曾获荣誉，及使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料等，以及其他与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符。

检查要点：

1. 提供不真实的商品相关信息，欺骗、误导相关公众的，应当认定为虚假的商业宣传。

2. 经营者具有下列行为之一，欺骗、误导相关公众的，可以认定为“引人误解的商业宣传”：对商品作片面的宣传或者对比；将科学上未定论的观点、现象等当作定论的事实用于商品宣传；使用歧义性语言进行商业宣传；其他足以引人误解的商业宣传行为。

（四）侵犯商业秘密

检查内容：

1. 以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密；

2. 披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密；

3. 违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；

4. 教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密。

经营者以外的其他自然人、法人和非法人组织实施上述所列违法行为的，视为侵犯商业秘密。

检查要点：

1. 不为公众所知悉，在涉嫌侵犯商业秘密的行为发生时，有关商业信息不为其所属领域的相关人员普遍知悉和容易获得。

2. 具有商业价值，商业信息具有现实的或者潜在的价值，能为权利人带来资产增加、营业收入或者利润增长、用户数量增长、成本费用降低、研发时间缩短、交易机会增加、商业信誉或者商品声誉提升等商业利益或者竞争优势。

生产经营活动中形成的阶段性成果或者失败的实验数据、技术方案等符合前款规定的，属于具有商业价值的情形。

3. 权利人采取相应保密措施，即权利人为防止商业秘密泄露，采取与商业秘密及其载体的性质、商业秘密的商业价值等因素相适应的合理保密措施。

（五）不正当有奖销售行为

检查内容：

1. 所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确，影响兑奖；

2. 有奖销售活动开始后，无正当理由变更所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息；

3. 采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖等欺骗方式进行有奖销售；

4. 抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

检查方法：

查看奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息。奖品为积分、礼券、兑换券、代金券等形式的，查看是否公布兑换规则、使用范围、有效期限以及其他限制性条件等详细内容；需要向其他经营者兑换的，是否公布其他经营者的名称、兑换地点或者兑换途径。

检查要点：

1. 经营者在有奖销售前，应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者

的除外。在现场即时开奖的有奖销售活动中，对超过五百元奖项的兑奖情况，应当随时公示。

2. 奖品为积分、礼券、兑换券、代金券等形式的，应当公布兑换规则、使用范围、有效期限以及其他限制性条件等详细内容；需要向其他经营者兑换的，应当公布其他经营者的名称、兑换地点或者兑换途径。

3. 经营者进行有奖销售，不得采用以下谎称有奖的方式：（1）虚构奖项、奖品、奖金金额等；（2）仅在活动范围中的特定区域投放奖品；（3）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；（4）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；（5）未按照向消费者明示的信息兑奖；（6）其他谎称有奖的方式。

4. 经营者进行有奖销售，不得采用让内部员工、指定单位或者个人中奖等故意让内定人员中奖的欺骗方式。

5. 抽奖式有奖销售最高奖的金额不得超过五万元。有下列情形之一的，可依据《规范促销行为暂行规定》第十七条的规定认定为最高奖的金额超过五万元：（1）最高奖设置多个中奖者的，其中任意一个中奖者的最高奖金额超过五万元；（2）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的，累计金额超过五万元；（3）以物品使用权、服务等形式作为奖品的，该物品使用权、服务等市场价格超过五万元；（4）以游戏装备、账户等网络虚拟物品作为奖品的，该物品市场价格超过五万元；（5）以降价、优惠、打折等方式作为奖品的，降价、优惠、打折等利

益折算价格超过五万元；（6）以彩票、抽奖券等作为奖品的，该彩票、抽奖券可能的最高奖金额超过五万元；（7）以提供就业机会、聘为顾问等名义，并以给付薪金等方式设置奖励，最高奖的金额超过五万元；（8）以其他形式进行抽奖式有奖销售，最高奖金额超过五万元。

（六）商业诋毁

检查内容：

经营者编造、传播或者指使他人编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。

检查方法：

查看经营者经营场所相关宣传资料，网站、自媒体及各类社交网络平台等，以及现场演示、上门推销、宣传会、推介会、发布会等商业宣传活动。

检查要点：

1. 投诉人主张经营者实施了《中华人民共和国反不正当竞争法》第十一条规定的商业诋毁行为的，应当举证证明其为该商业诋毁行为的特定损害对象。

2. 经营者传播他人编造的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，应认定为商业诋毁行为。

（七）互联网不正当竞争行为

检查内容：

经营者利用数据和算法、技术、平台规则等，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的

网络产品或者服务正常运行的行为：

1. 未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；
2. 误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；
3. 恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；
4. 其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

检查要点：

1. 未经其他经营者和用户同意而直接发生的目标跳转，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》第十三条第二款第（一）项规定的“强制进行目标跳转”进行认定。仅插入链接，目标跳转由用户触发的，综合考虑插入链接的具体方式、是否具有合理理由以及对用户利益和其他经营者利益的影响等因素。
2. 经营者事前未明确提示并经用户同意，以误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载等方式，恶意干扰或者破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》第十三条第二款第二项予以认定。

三、本执法检查规范自印发之日起施行，有效期五年。由县市场监督管理局负责解释。

