

《广告法》与《反不正当竞争法》的界定与联系

◆李欣欣

(国药肽谷有限公司北京分公司, 北京 100027)

【摘要】本文以我国《广告法》和《反不正当竞争法》为主要参考法律,探讨了如何判断产品经营者的销售行为是否属于广告行为。在日益多元化的大众媒体环境下,广告行为的界定面临着挑战。本文对广告行为和反不正当竞争行为进行了区别和联系的分析,并就产品外包装宣传信息的问题进行了深入探讨。本文提出,产品外包装宣传应当遵守相关法律法规,确保信息的真实性和准确性。在虚假宣传等方面,应当遵守相关法律约束,维护市场秩序,保护消费者的权益。

【关键词】广告法;反不正当竞争法;产品销售行为;产品外包装宣传;虚假宣传

随着社会的进步和科技的发展,大众媒体的形式越来越多样化,从传统的电视、广播、期刊、杂志到如今的线上公众媒体平台,产品销售行为也逐渐涵盖了更多的形式。因此,如何界定产品销售行为是否属于广告行为,成了一个亟待解决的问题。同时,广告行为与反不正当竞争行为之间的区别和联系也需要进一步明确。本文以《广告法》和《反不正当竞争法》为主要参考法律,旨在探讨以上问题,并提出相关建议,以更好地指导实践。

一、广告行为与反不正当竞争行为的区别与联系

《广告法》与《反不正当竞争法》是我国法律体系中的两部重要法律,在市场经济发展过程中起着至关重要的作用。随着大众媒体的日益多元化,产品销售行为也逐渐涵盖了更多的形式,给广告行为的定义和分类带来了新的挑战。

从定义上来看,广告行为是指企业或个人通过各种媒体形式向公众传播产品或服务的信息,以促进销售 and 市场份额增长的一种行为。广告行为通常是有偿的,即广告主需要支付费用给媒体平台以获取广告曝光的机会。其主体可以是企业或个人,通过广告来提高产品或服务的知名度和销售额。广告行为的核心目的在于传达特定的信息,吸引潜在消费者的注意力,并促使其购买或使用该产品。同时,广告行为也可以根据其特征进行分类。其中,有偿性是指广告主需要支付费用才能获得广告曝光的机会;主体明确指的是广告行为的实施者可以明确界定;信息传播是指广告行为旨在传递产品或服务的信息;针对性则指的是广告行为可以根据目标受众的需求和兴趣进行设计,以确保信息能够准确地传达给潜在消费者;公开性则是指广告行为通常是以公开、透明的方式进行。

然而,在实践中,广告行为和反不正当竞争行为之间的界限可能会变得模糊。部分企业或个人通过虚假宣传、误

导消费者等不正当手段来获取不正当利益。该行为不仅涉及《广告法》的规范,也违反了《反不正当竞争法》的相关规定。因此,在界定广告行为和反不正当竞争行为时,需要综合考虑法律的规定、市场的实际情况以及消费者的权益保护。相关部门应加强对广告行为和反不正当竞争行为的监督,完善法律法规,提高公众的法律意识,以维护市场秩序、促进健康竞争和保护消费者的利益。

广告行为和反不正当竞争行为在概念和特征上存在一定的联系与区别。从概念上来说,广告行为是为了推销产品或服务而进行的信息传播活动,而反不正当竞争行为则是通过非法手段获取利益或损害竞争对手合法权益的行为。在特征上,广告行为和反不正当竞争行为有明显的差异。广告行为主要关注信息传播和市场推广,广告主会向广告发布者支付费用。广告行为通常涉及明确的广告主和广告发布者。广告可以根据目标受众的特点进行定制和调整,以更有效地吸引目标受众的注意力。广告通常会在公开的媒体或平台上发布,例如,电视、广播、互联网等。而反不正当竞争行为更注重公平竞争和市场秩序,通常是通过不公平的手段获取利益或损害竞争对手合法权益。反不正当竞争行为可以包括多种不同的行为,例如,虚假宣传、商业贿赂、侵犯商业秘密等。反不正当竞争行为通常会对竞争对手的利益造成损害,违反了市场公平竞争的基本原则和法律规定。

在实践中,界定广告行为和反不正当竞争行为需要根据具体情况进行综合判断。当广告行为存在虚假宣传、误导消费者等不正当行为时,就可能构成反不正当竞争行为。例如,如果一个企业在广告中夸大产品的功效,或虚假宣传产品的质量以获取不正当竞争优势,那么这种行为既涉及《广告法》的规范,也违反了《反不正当竞争法》的相关规定。因此,相关部门应加强对广告行为和反不正当竞争行



为的监督,在界定其边界时需要综合考虑以下因素:法律的规定、市场的实际情况以及消费者的权益保护。通过完善法律法规提高公众的法律意识,以维护市场秩序、促进健康竞争和保护消费者的利益。

二、产品外包装宣传信息的归属问题

产品外包装宣传信息的归属问题在《广告法》与《反不正当竞争法》领域中备受关注。随着消费市场的不断扩大和媒体形式的多样化,产品销售行为已涵盖了更多的形式,其中,产品外包装宣传成为企业进行品牌推广和产品营销的重要手段之一。然而,对于产品外包装宣传信息的归属问题,却存在着一定的法律约束、界定和管理规范挑战。

首先,从法律约束角度来看,产品外包装宣传受到《广告法》和《反不正当竞争法》的约束。根据《广告法》的规定,产品外包装宣传应真实、准确,不得含有虚假宣传、误导消费者的内容。《广告法》还规定了广告的基本要求和行为规范,如不得损害社会公共利益、不得违反社会道德风尚等。《反不正当竞争法》则明确了一系列不正当竞争行为的种类和禁止性规定,包括虚假宣传、商业诋毁、恶意比较等。因此,企业在宣传产品外包装时,要遵守《广告法》和《反不正当竞争法》的相关规定,确保宣传内容真实、合法。其次,界定和归属产品外包装宣传信息是一个复杂的问题。在实际操作中,需要考虑宣传信息的真实性和准确性以及竞争性质等方面的因素。如果某个宣传信息明显夸大了产品的功效或含有虚假宣传的内容,可以将其视为广告行为,并适用《广告法》的规定。而如果某个宣传信息具有明显的竞争目的,旨在获取市场优势或损害竞争对手的合法权益,可以将其视为反不正当竞争行为,并适用《反不正当竞争法》的规定。然而,也有一些情况下,产品外包装宣传既具有广告的特征,又涉及竞争对手之间的竞争关系,这就需要综合考虑《广告法》和《反不正当竞争法》的规定,根据具体情况进行判断和界定。

针对产品外包装宣传的合理规范与管理,笔者提出了以下建议。首先,企业应加强自律,确保产品外包装宣传内容的真实、准确。企业应严格遵守《广告法》和《反不正当竞争法》的相关规定,确保宣传信息不存在虚假宣传、误导消费者等不当内容。其次,有关职能部门应加强对产品外包装宣传的监督,加大对市场的监测力度,及时发现并处罚违法违规的宣传行为。同时,建立健全的监督管理机制,加强与企业的沟通和合作,共同推动市场秩序的健康发展。此外,消费者也扮演着重要的角色,应提高对产品外包装宣传的辨识能力,不被虚假宣传所欺骗。同时,消费者可以通过投诉、举报等方式,积极参与到对不正当宣传行为的监督中来。总之,对于产品外包装宣传信息的归属问题,需要综合考虑法律的约束、界定和管理规范。只有通过合理

规范和管理,才能维护市场秩序,保护消费者权益并促进健康竞争的发展。

三、经营者在线平台虚假宣传的法律约束

随着互联网的普及,在线平台已成为经营者进行广告宣传的重要场所。然而,虚假宣传问题也在此类平台上愈发凸显。为了维护市场秩序和消费者权益,我国相关法律对在线平台的虚假宣传行为进行了严格的规范和约束。

首先,《广告法》在规范在线平台虚假宣传中起到了关键作用。该法条规定,广告内容要真实、准确,不得含有虚假成分或误导消费者的信息。对于在线平台上的广告,《广告法》同样适用。这意味着,经营者在发布广告时必须确保内容的真实性,不得夸大产品功效或进行虚假宣传。此外,《广告法》还规定了广告的基本要求和行为规范,如不得损害社会公共利益,不得违反社会道德风尚,这些规定同样适用于在线平台上的广告行为。其次,我国《电子商务法》对在线平台虚假宣传行为进行了进一步规范。根据《电子商务法》的规定,经营者在电子商务平台上从事宣传活动时,不得发布虚假宣传信息,不得采取虚假交易、刷单等手段误导消费者。《电子商务法》还明确了处罚措施,包括罚款、责令停业整顿、吊销许可证等,为维护消费者权益和市场秩序提供了强有力的法律支持。此外,《反不正当竞争法》也对在线平台虚假宣传行为进行了约束。根据《反不正当竞争法》的规定,经营者不得以虚假宣传、误导消费者等手段,获取市场优势或损害竞争对手的合法权益。对于在线平台上的虚假宣传行为,《反不正当竞争法》禁止此类行为并详细定义了一系列不正当竞争行为的种类和处罚措施,包括虚假宣传、商业诋毁、恶意比较等。经营者在进行在线平台宣传时,要遵守这些规定,以维护市场秩序和消费者权益。为了共同维护市场秩序和消费者权益,消费者的参与也至关重要。消费者应提高对在线平台虚假宣传的辨识能力,关注产品的实际性能和质量,而非单纯依赖宣传信息。同时,消费者应保持警惕,避免被虚假宣传所欺骗。如果发现经营者在在线平台上进行虚假宣传,消费者可以向相关部门进行投诉和举报。综上所述,针对经营者在在线平台上的虚假宣传问题,需要综合运用《广告法》《电子商务法》和《反不正当竞争法》等法律手段进行规范和管理。同时,消费者也应当提高辨识能力,共同维护市场秩序和消费者权益。

为了加强对经营者在线平台虚假宣传的监督管理,相关部门采取了一系列措施,以维护市场秩序和消费者权益。监测和执法是监督管理在线平台虚假宣传的重要手段。通过加大对在线平台的监测频率和执法力度,可以及时发现并处理违法违规的宣传行为。这种监测和执法可以迅速发现并处理虚假宣传行为,从而防止其误导消费者和破坏市场秩序。

序。例如,可以设立专门的监测机构或利用先进的技术手段,对在线平台上的宣传内容进行实时监控和数据分析,以便及时发现异常的宣传活动。建立健全的监督管理机制,是保障在线平台虚假宣传监督的重要措施。通过与在线平台的紧密合作,可以更好地了解市场动态,及时发现问题,并采取相应措施进行处理。同时,监督管理机构还可以与在线平台共同探讨如何加强监督和促进市场的健康发展,提高市场的透明度和公正性。消费者是维护市场秩序和消费者权益的重要力量。通过加强对消费者的教育,提高他们的法律意识和辨识能力,使他们能够更好地识别虚假宣传,并避免被误导。例如,可以开展广泛的宣传活动,包括线上和线下宣传,向消费者传递虚假宣传的危害和如何识别虚假宣传的知识。同时,还可以鼓励消费者积极参与投诉和举报虚假宣传行为,共同维护市场秩序和消费者权益。

为了更好地解决经营者在线平台虚假宣传问题,以下是一些具体的建议和措施。经营者应该自觉遵守相关法律法规,严格遵守宣传内容的真实、准确。他们应该建立内部的宣传审核机制,确保线上平台的宣传内容经过严格审核,避免出现虚假宣传。此外,经营者还可以加强员工培训,提高员工对虚假宣传的识别能力,从而减少出现虚假宣传的可能性。在线平台应该建立完善的审核机制,对平台上发布的宣传内容进行严格审核。对于涉嫌虚假宣传的信息,应该及时发现并采取相应的处理措施。此外,在线平台可以引入先进的技术手段,如人工智能、大数据分析等,通过对宣传内容的自动化识别和分析,提高审核的准确性和效率。消费者作为市场的关键参与者,应该加强对消费者的教育和宣传,提高他们对虚假宣传的辨识能力。通过开展各种形式的消费者教育活动,如线上课程、宣传资料、公益讲座等,向消费者传递如何识别虚假宣传的知识和技巧。同时,也可以鼓励消费者积极参与监督,如提供举报渠道,让消费者能够及时举报涉嫌虚假宣传的行为,共同维护市场秩序和消费者权益。有关职能部门应该加强对在线平台虚假宣传的监督和执法力度,确保相关法律法规得到有效执行。通过加大对违法行为的处罚力度,形成有效的威慑

力,使经营者不敢轻易违反法律法规。同时,有关职能部门还应该加强对机构自身的监督和评估,确保监督管理机构工作的公正、透明。

四、结束语

本文基于《广告法》和《反不正当竞争法》,探讨了广告行为、产品外包装宣传信息与在线平台的虚假宣传问题。研究表明,广告行为与反不正当竞争行为在性质、目的和法律要求上有明显区别,前者为了提高销售与品牌知名度,后者则破坏了市场秩序,损害了消费者合法权益。在法律上,广告行为应遵循《广告法》的真实性、准确性、不得误导消费者的规定,而反不正当竞争行为则受《反不正当竞争法》的约束,禁止虚假宣传、商业诋毁等行为。然而,两者间也具有紧密的联系,不当的广告行为可能转化为反不正当竞争行为。因此,监督和管理广告行为,以及打击反不正当竞争行为至关重要。针对产品外包装宣传信息和在线平台虚假宣传,企业应遵守《广告法》和《反不正当竞争法》的规定,有关职能部门应加大监督和执法力度,及时发现并处罚违规行为,同时,建立健全的监督管理机制,加强与企业的合作。为了更好地保护消费者权益和维持市场秩序,应加大监督和执法力度,明确法律责任和处罚措施,加强对产品外包装宣传信息和在线平台虚假宣传的监督。

参考文献:

- [1]王艳芳.反不正当竞争法中竞争关系的解构与重塑[J].政法论丛,2021(02):19-27.
- [2]陈萍.反不正当竞争法中竞争关系的界定[D].扬州:扬州大学,2019.
- [3]李国海,刘芷辰.论《广告法》与《反不正当竞争法》涉比较广告条款之衔接[J].长沙大学学报,2017,31(03):88-91.
- [4]郑晶.不正当竞争比较广告的法律规制[J].法制与经济(下旬),2013(07):51-52.

作者简介:

李欣欣(1984—),女,汉族,山西吕梁人,本科,研究方向:民商法、广告法。

