

反不正当竞争法（2025修订） 出台

作者：林熙翔 吴琼 傅鹏 陈青青 王宁

引言

2025年6月27日，十四届全国人大常委会第十六次会议表决通过新修订的《反不正当竞争法》（“[《反不正当竞争法（2025修订）》](#)”），自2025年10月15日起施行。

《反不正当竞争法》自1993年正式施行，于2017年、2019年进行了两次修订。随着新经济、新业态、新模式的发展，《反不正当竞争法》在实施中面临新问题。国家市场监督管理总局（“[国家市监总局](#)”）于2022年公布修订草案征求意见稿（“[2022年征求意见稿](#)”）、全国人大常委会于2024年就修订草案一审稿（“[2024年一审稿](#)”）向社会公开征求意见。修法历时近三年，相较于2022年征求意见稿（就此解读请见[海问观察 | 反不正当竞争法修订草案征求意见稿](#)），最终成文务实而节制，有针对性地回应当前若干现实关切。

《反不正当竞争法（2025修订）》重点完善如下方面：

- 完善规制混淆行为的情形，明确搜索关键词的显性/隐性使用的合法边界
- 强化商业贿赂治理，规制受贿行为和新增个人责任
- 完善网络不正当竞争监管制度和平台经营者责任
- 规制滥用优势地位侵害中小企业合法权益行为
- 删除征求意见的“商业数据”新概念，回归数据反不正当竞争保护初心
- 明确规制指使或协助他人实施的不正当竞争行为
- 完善行政调查程序和强化法律责任

我们简要评述如下，供读者参考。

1、完善规制混淆行为的情形，明确搜索关键词的显性/隐性使用的合法边界

就商业标识的仿冒混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联

系，是反不正当竞争法所禁止的最基本的传统不正当竞争行为。

《反不正当竞争法（2025修订）》第7条第1款第（2）（3）项增加“网名、新媒体账号名称、应用程序名称或者图标”作为示例，以涵盖实务中新兴的商业标识类型。需要说明的是，与其他传统的商业标识的保护相同，前述新增商业标识亦需达到“有一定影响”的程度，就其混淆行为才受反不正当竞争法的规制。

《反不正当竞争法（2025修订）》第7条第2款新增“擅自将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，或者将他人商品名称、企业名称（包括简称、字号等）、注册商标、未注册的驰名商标等设置为搜索关键词，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的”，亦明确规定为受规制的混淆行为。

就前一行行为而言（擅自将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用），事实上是从立法技术角度针对《商标法》第58条^[1]的完整性照应，不涉及新创设拟规制的混淆行为。就后一行行为而言，涉及就搜索关键词使用他人商业标识（包括显性和隐性使用情形下）是否构成混淆行为这一实务中颇具争议的话题，这一新增条款在法律层面就此做出评价和定性，即只有关键词搜索“显性使用”他人商业标识（换言之需符合“引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的”这一要件）方才落入《反不正当竞争法（2025修订）》第7条关于禁止仿冒混淆行为的规制范畴，而就关键词搜索“隐性使用”他人商业标识（例如使用他人商业标识触发搜索链接功能，在竞价排名使其自身的推广链接出现在搜索结果的较前位置），则不视为混淆行为。从文义解释角度，就《反不正当竞争法（2025修订）》就“非混淆性隐性使用搜索关键词”行为未作出违法性评价，为平台经济的相关商业模式留下合理发展空间。尽管如此，司法实践中是否仍可能出现基于《反不正当竞争法（2025修订）》第2条一般条款寻求救济而得到支持的情形，仍有待观察。

2、强化商业贿赂治理，规制受贿行为和新增个人责任

关于商业贿赂行为的认定，《反不正当竞争法（2019年修正）》、2022年征求意见稿、2024年一审稿以及《反不正当竞争法（2025修订）》之间存在差别。其中体现的商业贿赂对象及本质的演变，值得重点关注。

《反不正当竞争法》（2019年修正） 第七条 经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势： （一）交易相对方的工作人员； （二）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人； （三）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。 经营者在交易活动中，可以以明示方式向交易相对方支付折扣，或者向中间人支付佣金。经营者向交易相对方支付折扣、向中间人支付佣金的，应当如实入账。接受折扣、佣金的经营者也应当如实入账。 经营者的工作人员进行贿赂的，应当认定为经营者的行为；但是，经营者有证据证明该工作人员的行为与为经营者谋取交易机会或者竞争优势无关的除外。
《反不正当竞争法（修订草案征求意见稿）》（2022.11.22） 第八条 经营者不得自行或者指使他人采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势： （一）交易相对方或者其工作人员； （二）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人； （三）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。 任何单位和个人不得在交易活动中收受贿赂。
《反不正当竞争法（修订草案）征求意见》（2024.12.25） 第八条 经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势： （一）交易相对方的工作人员； （二）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人； （三）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。 前款规定的单位和个人不得在交易活动中收受贿赂。
《反不正当竞争法》（2025年修订） 第八条 经营者不得采用给予财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势： （一）交易相对方的工作人员； （二）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人； （三）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。 前款规定的单位和个人不得收受贿赂。

上述对比可知，2022年征求意见稿曾将“交易相对方的工作人员”修改为“交易相对方或者其工作人员”，即将“交易相对方”纳入贿赂对象的范围。这一修订一经提出即引发了学术界和实务界广泛的关注和争议。就此，2024年一审稿以及《反不正当竞争法（2025修订）》未采纳该扩展性表述，而是回归了《反不正当竞争法（2019年修正）》的表述，未将“交易相对方”纳入贿赂对象。

关于交易相对方是否应纳入贿赂对象的讨论由来已久。1993年出台的《反不正当竞争法》中将收受商业贿赂的主体描述为“对方单位或个人”，这使得贿赂的定义过于宽泛。实践中经营者向交易相对方提供某些特殊的商业利益（例如在其他司法管辖区域内被视为正当竞争行为的对经销商、零售商以及其他销售渠道合作商的报酬、奖励、赠品、折扣），在《反不正当竞争法》下会被认定为商业贿赂。

2017年《反不正当竞争法》修订后，仅将交易相对方的工作人员、受委托人和有影响力的第三方作为贿赂对象，“交易相对方”不再明确列为贿赂对象，实践中对于与交易相对方之间“公对公”的激励行为的执法关注也有所弱化。目前，《反不正当竞争法（2025修订）》沿用了这一定义。

我们认为，不将“交易相对方”列为贿赂对象，更为符合商业贿赂的本质，即以存在三方关系、通过向收受方提供利益诱使收受方违反对第三人的法律义务为基本模式。

除上述外，《反不正当竞争法（2025修订）》最终采纳的对于商业贿赂条款的修订还包括以下方面：

(1) 将受贿行为明确纳入规制范围：《反不正当竞争法（2025修订）》在原有条款的基础上，新增对受贿行为的禁止性规定，即“前款规定的单位和个人不得收受贿赂”，并删除了征求意见稿中“在交易活动中”的限定，监管机关打击收受贿赂行为的态度和趋势愈加明确，后续对于收受贿赂一端的执法可能更为严厉。

(2) 完善并加重商业贿赂的处罚力度：为了与将受贿行为纳入规制范围相匹配，《反不正当竞争法（2025修订）》增设了针对收受商业贿赂行为的处罚，使对“给予”和“收受”两个端口的处理标准保持一致。

对于单位责任，《反不正当竞争法（2025修订）》提高了罚款上限，设置了两个阶梯的处罚，即情节一般的情况下，处十万元以上一百万元以下的罚款；而情节严重的情况下，处一百万元以上五百万元以下的罚款。

值得注意的是，《反不正当竞争法（2025修订）》还增设了商业贿赂的个人责任，即“经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对实施贿赂负有个人责任，以及有关个人收受贿赂的，由监督检查部门没收违法所得，处一百万元以下的罚款”。这将进一步增加对于商业贿赂行为的打击力度和威慑力。关于哪些人员属于上述“主要负责人和直接责任人员”，暂无具体的解释规则。执法机关是否会参照其他受规制的违法行为，例如刑事犯罪中的责任人认定标准，或达成垄断协议行为中承担个人责任的人员范围予以认定，仍有待观察。

3、完善网络不正当竞争监管制度和平台经营者责任

第13条第4款新增，“经营者不得滥用平台规则，直接或者指使他人对其他经营者实施虚假交易、虚假评价或者恶意退货等行为，损害其他经营者的合法权益，扰乱市场竞争秩序。”这一条款旨在解决网络交易场景下通过恶意交易行为妨碍、破坏其他经营者的正常经营的行为：（1）故意通过短期内与其他经营者进行大规模、高频次交易、给予好评等，引发相关惩戒，使其他经营者受到搜索降权、降低信用等级、商品下架、断开链接、停止服务等处置；（2）恶意在短期内拍下大量商品不付款；（3）恶意批量购买后退货或者拒绝收货。作为实践中的示例，义乌反刷单案[2]中，经由某电商平台推送线索，从事反向刷单行为的当事人最终被认定构成破坏生产经营罪。

第14条新增，“平台经营者不得强制或者变相强制平台内经营者按照其定价规则，以低于成本的价格销售商品，扰乱市场竞争秩序。”这一条款旨在针对性回应当前“内卷式”竞争，指向实践中平台经营者通过算法、数据、平台规则甚至直接通过系统后台操作等方式迫使平台内经营者以低于成本的价格向消费者销售商品等不正当竞争行为。其中，关于如何认定“以低于成本的价格销售商品”，尚待配套规则或者执法实践进一步明确，可能需要关注和考虑反垄断执法领域的现有相关规则（例如平均可变成本）[3]。

第21条新增，“平台经营者应当在平台服务协议和交易规则中明确平台内公平竞争规则，建立不正当举报投诉和纠纷处置机制，引导、规范平台内经营者依法公平竞争；发现平台经营者实施不正当竞争行为的，应当及时依法采取必要措施，保存有关记录，并按规定向平台经营者住所地县级以上人民政府监督检查部门报告。”这一条从法律层面就平台经营者的平台治理责任提出更高要求，平台经营者不仅自身的市场竞争行为需合法合规，亦有责任建立平台内竞争规则，及时处理平台内经营者之间的不正当竞争行为，向县级以上政府部门报告相关情况，积极承担维护市场秩序的角色。

4、规制滥用优势地位侵害中小企业合法权益行为

《反不正当竞争法（2025修订）》第15条新增“大型企业等经营者不得滥用自身资金、技术、交易渠道、行业影响力等方面的优势地位，要求中小企业接受明显不合理的付款期限、方式、条件和违约责任等交易条款，拖欠中小企业的货物、工程、服务等账款”，将此作为一项不正当竞争行为；第31条就此不正当竞争行为新增罚则，“由省级以上人民政府监督检查部门责令改正，逾期不改正的，处一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万以上五百万元以下的罚款”。

上述新增条款旨在解决近年来社会关切的拖欠中小企业账款问题，从文义解释的角度，仅限于大型企业滥用优势地位拖欠中小企业账款的行为，而不涉及其他行为（例如限定、搭售或者附加其他不合理条件等）。未来执法与司法实践中，是否有可能通过扩张解释将之应用于其他行为，仍有待观察。此外，前述条款中“大型企业”“中小企业”所适用的标准，亦尚待有关方面研究、制定和修改有关配套制度。就大型企业滥用优势地位行为的行政处罚权限设置于省级以上人民政府监督检查部门，通过提升执法层级，以确保执法统一，此举亦体现立法者的审慎考量。

回顾滥用优势地位条款的修订过程，可以看出立法者的务实态度和最终成文的节制。

2022年征求意见稿拟再次引入“相对优势地位”的概念，规定具有相对优势地位的经营者无正当理由不得实施特定行为，对交易相对方的经营活动进行不合理限制或者附加不合理条件：（1）强迫交易相对方签订排他性协议；（2）不合理限定交易相对方的交易对象或者交易条件；（3）提供商品时强制搭配其他商品；（4）不合理限定商品的价格、销售对象、销售区域、销售时间或者参与促销推广活动；（5）不合理设定扣取保证金，削减补贴、优惠和流量资源等限制；（6）通过影响用户选择、限流、屏蔽、搜索降权、商品下架等方式，干扰正常交易。“**相对优势地位**”，包括经营者在技术、资本、用户数量、行业影响力等方面的优势，以及其他经营者对该经营者在交易上的依赖等。

关于滥用相对优势地位的规则，于2017年《反不正当竞争法（修订草案送审稿）》的首次修订过程中已有相关规定，但在同年最终正式出台并实施的修订版《反不正当竞争法》中被删除；2019年经修订的《反不正当竞争法》中亦未增加这一规则。此外，我们注意到，2020年10月20日市场监督管理总局发布的《网络交易监督管理办法（征求意见稿）》第31条亦提及“网络交易平台经营者不得滥用优势地位干涉平台内经营者的自主经营，不得对平台内经营者与其他平台的商业合作进行不合理限制或者附加不合理条件”^[4]，但是这一规定在正式出台和实施的《网络交易监督管理办法》中删除。前述立法沿革，侧面反映出“滥用相对优势地位”作为一项执法工具颇具争议。其删除的原因可能在于（1）认定标准在实践中可能产生较大的不确定性；（2）与市场支配地位不同，相对优势关注的是相对议价能力而非市场支配力量，合理运用这一执法工具，在规制市场行为的同时避免不当干预市场正常运作，要求更高的执法技术；（3）与滥用市场支配地位规则竞合，但却不要求经营者具备市场支配地位，可能会影响《反垄断法》滥用市场支配地位条款的实用性，并潜在地使得该条款在《反不正当竞争法》更低的标准下缺乏适用空间。

2024年一审稿中即已删除“相对优势地位”的概念和定义，规制主体限于“大型企业等经营者”，规制行为限于“强迫签订排他性协议或者其他方式扰乱公平竞争秩序”。但即便如此，仍存在上文提及的争议和担忧。《反不正当竞争法（2025修订）》则明确聚焦和限定在拖欠中小企业账款这一社会普遍关切和亟待解决的问题，体现本次修法节制务实的风格。

5、删除征求意见的“商业数据”新概念，回归数据反不正当竞争保护初心

2022年征求意见稿一个重要的增补是，引入了“商业数据”的概念，并就经营者不得当获取或使用其他经营者的商业数据进行了一系列规定。其中，“商业数据”是指经营者依法收集、具有商业价值并采取相应技术管理措施的数据。获取、使用或者披露与公众可以无偿利用的信息相同的数据，不属于不正当获取或者使用其他经营者商业数据。上述规定在《反不正当竞争法（2025修订）》中被删除。

这一修改，总体反映了回归成熟数据监管框架、用好“现有工具”解决问题的务实思路。对此，我们理解可能存在两方面的原因和发展渊源。

首先，目前数据分类分级、数据保护和数据流通利用的规则经过若干年的发展，已经具备一定的体系和成熟度。2016年《网络安全法》颁布，2021年《数据安全法》和《个人信息保护法》颁布。随着这三部数据领域基础法律的颁布，立法和执法部门配套出台了《网络数据安全条例》等一系列法规、规章、国家标准，如果不专门讨论国家秘密的话，基本奠定了以“核心数据、重要数据、一般数据”为层次、个人信息保护为专门条线、关键信息基础设施运营者加码数据保护义务这一监管结构。在此基础上，各行业主管部门和各地方颁布具体的重要数据目录和识别细则，指导各类主体做好数据分类分级和相应保护。该体系中，并没有专门界定“商业数据”这一垂直概念。因此，如果在《反不正当竞争法（2025修订）》中引入“商业数据”概念，不一定与现有的数据分类分级和数据保护体系完全兼容，这将导致存在一定理解和适配成本，甚至可能产生个案适用中的冲突。因此，《反不正当竞争法（2025修订）》不再单独创设“商业数据”概念，有利于提升对关键概念理解的一致性，进而促进不同法律适用的统一，降低维权和争议解决的程序成本。

其次，即使仅从数据获取和利用的反不正当竞争保护这一个角度来看，“商业数据”概念介于“商业秘密”和未经专门界定的数据权益这两个概念中间，其存在的必要性有待商榷。或者说，引入这一新概念的理解和对齐成本，可能高于其带来的立法收益。具体征不显著，或者说不容易明显区分和辨认。例如，是否“具有商业价值”其实在大量案件中并不一定是争议焦点，具有一定的商业价值相对容易论证，并且这一要素甚至是根据《反不正当竞争法（2019年修正）》主张权利难以避免需要一定程度上先论证的要素，因为如果没有商业价值，很难证明原告竞争利益遭受的损害、被告不当攫取了原告具有竞争优势的资源。此外，“经营者依法收集”似乎在多数情况下也是一个必然前提，换言之，如果数据是违法获取的（典型如未经授权从第三方获得第三方拥有权益的数据），则权利人本身也难以顺利主张反不正当竞争有关的诉请。对于是否“采取相应技术管理措施”，则有一些模糊，不容易具体分辨界限。

因此，《反不正当竞争法（2025修订）》最终采取了比较简约的规定，描述为“经营者不得以欺诈、胁迫、避开或者破坏技术管理措施等不正当方式，获

取、使用其他经营者合法持有的数据，损害其他经营者的合法权益，扰乱市场竞争秩序”。保护的对象被简化为“合法持有的数据”，一定程度上回归到“轻客体”“重行为”的立法思路，对所谓保护的“客体”，即保护什么数据，不做过多复杂的规定，更不创设新概念，而是直接使用普通术语“数据”；同时，重在强调是否使用了一些不正当方式，是否造成了权益的损害，是否扰乱了竞争秩序等传统保护案例中已经建立起的认知规范。

与上述修改思路相类似的是，《反不正当竞争法（2025修订）》在数据的反不正当竞争保护这一前沿领域上，也删除了一些2022年征求意见稿新增的其他相对可能引起争议的规定。例如，《反不正当竞争法（2025修订）》删除了“获取、使用或者披露与公众可以无偿利用的信息相同的数据，不属于本条第一款所称不正当获取或者使用其他经营者商业数据”这一例外。上述规定中，“与公众可以无偿利用的信息相同的数据”是否具有竞争法意义上的可保护性，是一个争议较多的话题。例如日常场景中的企业工商登记信息，或大模型训练中大量的开源数据集，都属于公众可以无偿利用的信息，但对这些信息进行一定加工管理后的数据，是否应当可以被任何第三方随意获取、使用，则争议很大。本次删除这一规定，也有利于消除法律适用上的争议。

6、明确规制指使或协助他人实施的不正当竞争行为

	反不正当竞争法 (2019年修正)	反不正当竞争法 (2025年修订)
仿冒 混淆	第六条 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：.....	第七条 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：.....经营者不得帮助他人实施混淆行为。
商业 贿赂	第七条 经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：.....	第八条 经营者不得采用给予财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：.....
虚假 宣传	第八条第二款 经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。	第九条第三款 经营者不得通过组织虚假交易、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。
商业 诋毁	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。	第十二条 经营者不得编造、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。

相较于《反不正当竞争法（2019年修正）》，《反不正当竞争法（2025修订）》就上述主要的不正当竞争行为的帮助行为作不同程度的规制和细化，体现打击帮助行为、强调帮助责任的执法导向：

(1) 仿冒混淆：新增经营者不得帮助他人实施混淆行为的禁止性规定及罚则，补足了对仿冒混淆帮助责任的规制。就“帮助”行为的具体行为主体以及行为类型，或可参考2024年一审稿第7条项下“为实施混淆行为提供仓储、运输、邮寄、印制、隐匿、经营场所等便利条件”的规定；但值得关注的是，前述2024年一审稿提供的示例性场景仍聚焦于传统不正当竞争场景，是否能够扩张解释适用于网络平台场景仍需进一步讨论观察。

(2) 虚假宣传：新增虚假评价的行为类型，但未采纳2022年征求意见稿第9条第3款项下就策划、制作、发布服务的服务提供商的协助行为的规制。作为参考，前述2022年征求意见稿项下的“帮助”行为在当前商业实践中似乎多见于互联网平台服务场景；就网络服务提供者以及平台内经营者而言，其虚假宣传行为亦可受到第十三条网络不正当竞争行为项下“不得滥用平台规则，直接或者指使他人对其他经营者实施虚假交易、虚假评价或者恶意退货等行为”的特别规制。

(3) 商业诋毁：明确经营者不得指使他人编造、传播虚假或误导性信息及损害商誉。

7、调整行政调查程序和法律责任

(1) 调整行政调查程序

《反不正当竞争法（2025修订）》扩大了调查手段，增加约谈机制，在提高监管效率的同时一定程度上保持监管的可预期性。此外，除商业秘密外，亦进一步强调监管机构调查过程中对个人隐私和个人信息的保密义务。

(2) 调整法律责任

- 调整违法行为的处罚额度。整体而言，上调商业贿赂、商业诋毁、侵犯商业秘密、网络不正当竞争行为的罚款上限（商业贿赂、侵害商业秘密、商业诋毁、网络不正当竞争行为、滥用优势地位行为的处罚上限均为500万元）。根据执法实践需要，为确保过罚相当，降低了单位商业贿赂、平台压迫低价、虚假宣传行为的处罚下限；特别地，《反不正当竞争法（2025修订）》取消了虚假宣传行为的最低罚款下限。

- 增加商业贿赂行为对应的个人责任。详情参见前述第2部分的评述。

- 增加商业混淆行为中合法来源销售者的处罚豁免机制。对于销售混淆产品的行为提供合法来源抗辩，在销售者不知道商品属于混淆商品，且能够证明合法来源的前提下，仅责令停止销售，不予行政处罚。

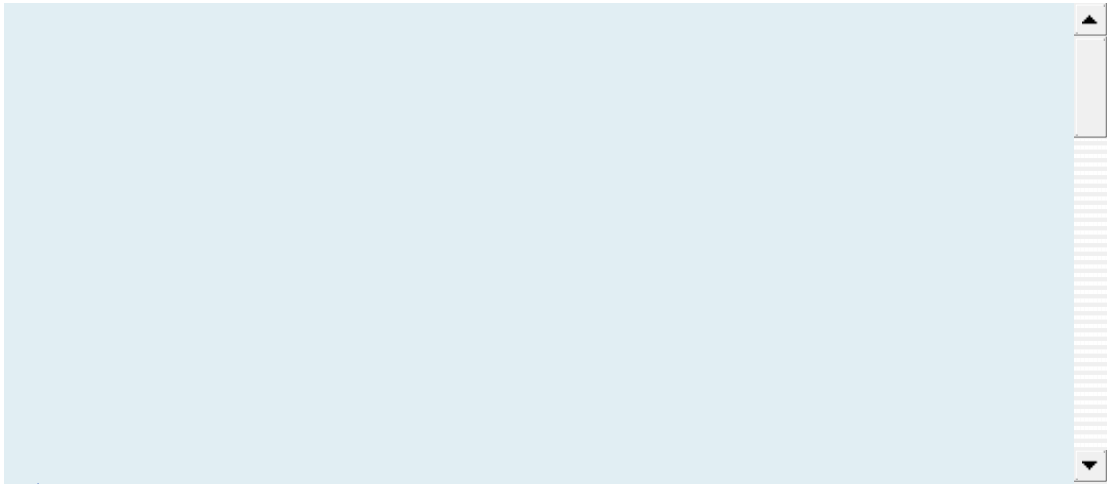
- 扩张治安管理处罚的适用范围。区别于《反不正当竞争法（2019年修正）》项下将治安管理处罚归属于妨碍调查行为的法律责任之一，《反不正当

竞争法（2025修订）》将治安管理处罚进一步扩展适用于各类不正当竞争行为。与之相关的，对于妨碍调查行为，进一步加大打击力度，罚款上限增加一倍。

如下请见就修订前及现行《反不正当竞争法》和《征求意见稿》项下就相关不正当竞争行为的行政处罚条款对比小结，供读者参考。

违法行为	《反不正当竞争法》	《反不正当竞争法》 (2025年修订)
混淆行为	- 责令停止违法行为，没收违法商品； - 违法经营额超过5万元，可并处违法经营额5倍以下罚款； - 没有违法经营额或违法经营额不足5万元，可并处25万元以下罚款； - 情节严重的，吊销营业执照； - 登记的企业名称构成混淆的，应及时变更登记。	- 责令停止违法行为，没收违法商品； - 违法经营额超过5万元，可并处违法经营额5倍以下罚款； - 没有违法经营额或者违法经营额不足5万元，可并处25万元以下的罚款； - 情节严重的，并处吊销营业执照。 销售混淆商品的，适用前款规定； 销售不知道是混淆商品，且能证明商品为合法取得并说明提供者，责令停止销售，不予行政处罚。 - 登记的市场主体名称构成混淆的，应及时变更登记。
商业贿赂	- 没收违法所得；处10万元以上300万元以下罚款； - 情节严重的，吊销营业执照。	- 没收违法所得，处10万元以上100万元以下的罚款； - 情节严重的，处100万元以上500万元以下罚款，可并处吊销营业执照。 - 经营者法定代表人、主要负责人和直接责任人员对实施贿赂负有个人责任，以及有关个人收受贿赂的，没收违法所得，处100万元以下罚款。
虚假宣传	- 责令停止违法行为；处20万元以上100万元以下罚款； - 情节严重的，处100万以上200万元以下罚款，可吊销营业执照； - 属发布虚假广告，按《广告法》处罚。	- 责令停止违法行为，处100万元以下罚款； - 情节严重的，处100万元以上200万元以下罚款，可并处吊销营业执照。 - 属发布虚假广告，按《广告法》处罚。
侵犯商业秘密	- 责令停止违法行为；没收违法所得；处10万元以上100万元以下罚款； - 情节严重的，处50万元以上500万元以下罚款。	- 责令停止违法行为；没收违法所得，处10万元以上100万元以下罚款； - 情节严重的，处100万元以上500万元以下的罚款。
有奖销售	责令停止违法行为，处5万元以上50万元以下罚款	不涉及调整
商业诋毁	- 责令停止违法行为、消除影响，处10万元以上50万元以下罚款； - 情节严重的，处50万元以上300万元以下罚款。	- 责令停止违法行为、消除影响，处10万元以上100万元以下的罚款； - 情节严重的，处100万元以上500万元以下罚款。

滥用优势地位	N/A	- 责令限期改正，逾期不改正的，处100万元以下罚款； - 情节严重的，处100万元以上500万元以下罚款。
网络不正当竞争行为	- 责令停止违法行为，处10万元以上50万元以下罚款； - 情节严重的，处50万元以上300万元以下罚款。	- 责令停止违法行为，处10万元以上100万元以下罚款； - 情节严重的，处100万元以上500万元以下罚款。
平台压迫低价	N/A	- 责令停止违法行为，处5万元以上50万元以下罚款； - 情节严重的，处50万元以上200万元以下罚款。
从轻或减轻 / 不予处罚情形	- 主动消除或减轻危害后果等法定情形的，依法从轻或者减轻处罚； - 违法行为轻微并及时纠正，没有造成危害后果，不予处罚。	不涉及调整
失信记录	记入信用记录，并予以公示。	不涉及调整
妨碍调查	责令改正，对个人可以处5,000元以下罚款，对单位可以处5万元以下罚款，并可以由公安机关依法给予治安管理处罚。	责令改正，对个人可以处1万元以下罚款，对单位可以处10万元以下罚款。
治安管理处罚及刑事责任	构成犯罪的，依法追究刑事责任。	- 构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚； - 构成犯罪的，依法追究刑事责任。



2025-07-04