

DB42

湖 北 省 地 方 标 准

DB42/T 2103—2023

经营者竞争行为合规自我审查指南

Guidelines for self-compliance review of undertakings competitive behavior

2023 - 09 - 27 发布

2024 - 01 - 01 实施

湖北省市场监督管理局 发布

目 次

前言 III

引言 V

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 竞争合规工作流程 3

5 竞争合规策划 3

 5.1 合规调查 3

 5.2 范围界定 4

 5.3 风险识别 4

 5.4 制订方针 4

6 竞争合规组织与支持 5

 6.1 资源配置 5

 6.2 能力与意识 5

 6.3 管理制度 6

 6.4 实施培训 6

7 竞争合规审查实施 7

 7.1 审查原则 7

 7.2 审查要点 7

 7.3 审查内容 8

 7.4 沟通与交流 8

 7.5 应急与响应 8

8 竞争合规监督与改进 9

 8.1 监督 9

 8.2 评价 9

 8.3 改进与优化 9

附录 A（规范性） 竞争行为负面清单 11

 A.1 垄断协议行为 11

 A.2 滥用市场支配地位 11

 A.3 经营者集中 12

 A.4 不正当竞争 12

参考文献 14

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由湖北省市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：武汉歇尔曼市场研究院、上海兰迪（武汉）律师事务所、武汉市法学会竞争法研究会、湖北省标准化与质量研究院、武汉大学法学院、湖北省工商业联合会、湖北省楚商联合会、上海政法学院丝绸之路律师学院、湖北省科技信息研究院战略管理研究所、武汉市市场监督管理局价格监督检查和反不正当竞争处。

本文件主要起草人：张亚卿、商建刚、孙晋、谢秋琪、周云舫、罗知、盛建新、李必伟、张之中、王涛、陈立彤、徐芹、黄俊、李景中、祝亚军、曾令刚、张戈哥。

本文件实施应用中的疑问，可咨询湖北省市场监督管理局，联系电话：027-87255910，邮箱：C.S@landinglawyer.com；对本标准的有关修改意见建议请反馈至武汉歇尔曼市场研究院，联系电话：027-85558448，邮箱：C.S@landinglawyer.com。

本文件为首次发布。

引 言

为实现高质量发展，发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好地发挥政府作用，各类市场主体（以下统称经营者）在生产经营活动中依法合规开展竞争，是社会主义市场经济属性和高质量发展的内在要求，是国家竞争政策的根本原则和基本遵循。

本文件目的在于指导经营者建立竞争合规管理体系，从工作流程、策划、组织、实施、监督、改进等方面，给出要求和规范。帮助经营者遵循竞争合规政策法规要求、界定竞争合规范围、配备必要的资源和管理组织体系，指导识别竞争合规要点、自我审查评估和处理竞争合规风险、监督与持续改进，以提升竞争合规管理水平，从而提高经营者的市场竞争力。同时，有助于政府及其职能部门通过标准化管理工具，引导经营者提升竞争合规文化，提高竞争合规管理能力；引导经营者依法合规有序参与市场竞争，增强竞争力，谋求高质量发展。

本文件不构成对特定经营者的法律意见或建议。

经营者竞争行为合规自我审查指南

1 范围

本文件提供了经营者合规竞争的策划、组织与支持、审查实施、监督与改进的指导。
本文件适用于指导经营者参与市场竞争合规管理和自我评价，行业协会可参照使用。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

经营者 undertakings

从事商品生产、经营或者提供服务的自然人、法人和非法人组织。包括不同所有制的国有企业、民营企业、外商投资企业和其他各种组织形式的市场主体，如个体工商户、个人独资企业、公司、合伙企业、外国公司的分支机构等。

3.2

相关市场 relevant market

经营者（3.1）在一定时期内，就特定商品或者服务（以下统称商品）进行竞争的商品范围、地域范围。

3.3

相关方 interested party

与经营行为有关联的上下游经营者、合作伙伴、行业协会、监管机构和其他相关的自然人、法人和非法人组织等。

3.4

竞争合规政策法规 competitive compliance policies and regulations

《反垄断法》《反不正当竞争法》，国务院反垄断委员会发布的竞争政策，国家市场监督管理总局发布的与市场竞争有关的规章、指南、指引等规范性文件，司法解释，包括已经发布、修订和新增的。

3.5

竞争合规 competitive compliance

经营者通过自身规章制度建设及其日常运行，力求保障相关岗位及其从业人员代表或代理经营者的行为能够符合竞争合规政策法规（3.4），符合本行业行政主管部门、行业自律组织和本组织制订的竞争规则、准则、守则，符合国际条约、规则，符合相关商业道德和职业操守等要求。

3.6

竞争合规管理 competitive compliance management

以系统防范和控制竞争合规管理风险（3.7）为目的，以经营者及其从业人员经营管理行为作为对象，主动开展市场竞争行为合规的调查研究、合规策划、风险评估、制度制定、风险处置、考核评价、监督检查、合规培训、持续改进等管理活动。

3.7

竞争合规管理风险 competitive compliance management risk

经营者及其从业人员的行为，因不符合竞争合规政策法规（3.4）规定的竞争合规（3.5）义务，而对经营者造成负面影响的可能性及其后果。

注：上述负面影响，可能会引发民事、行政、刑事法律风险，造成经营者经济、商誉损失。最终导致损害消费者利益和社会公共利益，破坏市场竞争秩序。

3.8

竞争合规目标 competitive compliance objectives

经营者（3.1）期望实现的竞争合规管理（3.6）的结果。

3.9

价格 prices

各类有形商品、无形资产、有偿服务交易时需要付出的单位对价。

3.10

垄断协议 monopolistic agreements

排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。

注1：协议或者决定可以是书面或者口头等形式。

注2：其他协同行为是经营者之间虽未明确订立协议或者决定，但是存在书面、电子数据之外的意思联络或信息交流，其实质上存在协调一致的行为。表现为事实行动上的趋于一致性，包括近似行动，如涨价幅度控制在相对固定的区间等。包括不同品牌相同类别经营者之间的协议行为和相同品牌下的协议和协调一致的行为。

3.11

市场支配地位 dominant market position

经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场（3.2）能力的市场地位。

3.12

经营者集中 concentration of undertakings

经营者合并，或者经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权，或者经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权，或者能够对其他经营者施加决定性影响的情形。

3.13

竞争合规文化 culture of competition compliance

经营者及其从业人员诚实守信，自觉维护竞争机制、尊重公平竞争规则、具有崇尚公平竞争意识的普遍认知和文化氛围。竞争合规文化应是可以实验和测评的。

3.14

最高管理者 top management

在最高管理层指挥和控制经营者（3.1）的个人或机构。

3.15

中高层管理者 executive group

直接向最高管理者（3.14）报告，分管或者负责一个或者多个部门或者单位的个人或机构。

3.16

决策者 decision maker

对经营者（3.1）重大行为行使决策权的机构或个人，如股东、股东会或股东大会、执行董事或董事会、合伙人大会等。

3.17

监督者 supervisor

对决策者（3.16）和决策的行使者行使监督权的机构或个人，如监事、监事会、合规委员会等。

4 竞争合规工作流程

- 竞争合规工作流程应包括（见图1）：
- 经竞争合规调查、风险识别、初步评价后界定的竞争合规范围，该范围应确定优先等级；
 - 确定竞争合规策划方案，制定适宜的方针；
 - 配备必要的资源，对经营者内部组织机构进行优化；
 - 竞争合规组织机构应确定适合经营者的制度规范，明确需要制定文件的制度；
 - 竞争合规机构有计划地组织实施专业培训，培训内容不限于上述规范；
 - 经营活动中，持续贯彻维持合规竞争行为；
 - 制定响应机制，方便及时、正确、高效处理政府职能部门的关注和调查，应对投诉、举报、起诉，以及积极妥善应对媒体和舆论关注；
 - 监督和持续改进，贯穿经营者生产经营活动全过程。

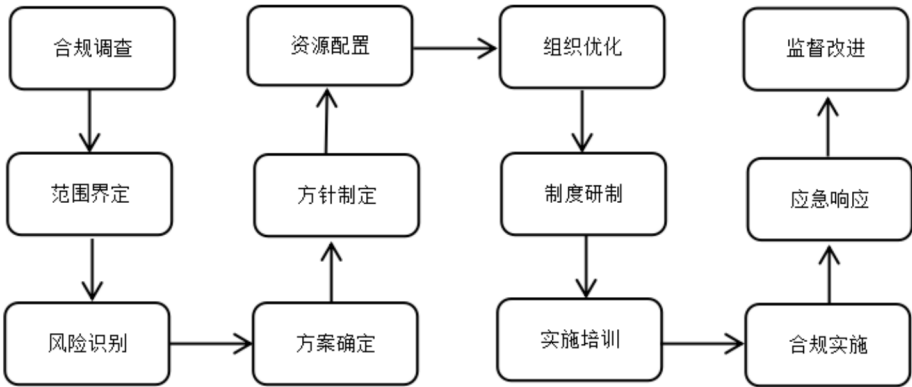


图1 竞争合规工作流程

5 竞争合规策划

5.1 合规调查

为披露、识别和分析经营者与市场竞争有关的信息和风险，应进行竞争合规调查。调查的要点包括但不限于：

- 所处行业，应力求精准细分；
- 主营业务；
- 商业模式，尤其是市场扩展获得客户与交易机会的模式；
- 盈利模式，尤其是价格（3.9）确定办法与机制；
- 与商业模式和盈利模式最为密切的竞争行为所对应的竞争合规管理风险点，如是否有固定价格、限定向第三人转售最低价、商业贿赂等情形；
- 日常生产和经营主要交易结构；
- 对从业人员的奖惩激励办法和机制；
- 竞争合规文化现状；
- 已经发生的风险事件和同行业风险事件、典型案例，可以发现的自己和行业内类似情形；

- 适用于所在行业的法律、法规、规章以及其他规范；
- 国务院反垄断执法机构和各级人民政府反不正当竞争执法机构（以下统称竞争执法机构）对本行业的监管和竞争合规风险预警情况；
- 上下游经营者的以上情况；
- 已制定的所有相关风险控制措施；
- 其他与经营者竞争相关的内容。

5.2 范围界定

5.2.1 竞争合规应清晰、明确地界定经营者主体、相关商品和地域市场、时间等范围。

5.2.2 竞争合规范围一经界定，经营者在此范围内的所有活动，均须包括在其竞争合规管理规范内。经营者竞争合规管理的可信度取决于范围的选取。

5.2.3 若经营者的某一部分被排除在经营者竞争合规管理之外，应作出解释和说明。如本文件仅在特定的运行单位或单元实施，可以采纳经营者内部可适用的其他部门业已建立的方针、规范，用来满足本文件的要求。

5.2.4 范围界定可按照问题导向或结果导向作出安排，通常需要考虑如下因素：

- 所在行业；
- 监管要求；
- 社会文化环境；
- 经济形势；
- 市场竞争状态；
- 自身发展阶段；
- 所在地理区域；
- 内部关联关系；
- 上下层级关系；
- 时间区间；
- 境内、境外情况；
- 当前内部和外部突出的问题；
- 其他影响竞争合规管理的因素。

5.3 风险识别

竞争合规管理范围界定后，需要进一步识别对生产经营活动能够产生实际或者潜在影响的竞争合规管理风险（3.7），应做到：

- 风险识别和评价应依据经营者所在行业特性先确定风险的范围、性质和时效性，识别出重点领域、重点环节、重点人员，以及境外经营行为的竞争合规管理特殊的风险点；
- 当风险点不确定时，可对照附录 A 列举的负面清单逐一查对；
- 在发生应急事件时，中高层管理者应第一时间识别出该事件可能与竞争合规相关并作出及时反应；
- 经识别的竞争合规风险可以类型化，并在适当排序后进行清单式管理；
- 依据识别的风险，确定适宜的竞争合规管理方案。

5.4 制订方针

经营者应有一个竞争合规方针，该方针应清晰阐明经营者竞争合规目标（3.8）并经最高管理者（3.14）批准。方针应：

- 适合经界定范围的经营者市场竞争行为风险管理的性质和规模；
- 可以传达到全体从业人员，使其认识到各自的竞争合规义务；
- 有利于培育竞争合规文化；
- 反映经营者竞争合规管理（3.6）覆盖范围内的活动，包括新商品特有性质、规模和影响；
- 可以便利地被相关方获取，如反映在规则、规范、合同、协议、承诺书、提示函中；
- 当经营者是另一个经营者的一部分时，经营者的最高管理者应当在后者竞争行为合规管理方针的框架内规定自己的竞争行为合规管理方针，将其形成文件，并得到上级经营者的认可；
- 具体、可实现、可测评，兼顾短期和长期需要；
- 通过制定和实施一个或多个方案来实现竞争合规目标（3.8），包括但不限于资金保障、组织机构和人力资源保障、时间保障、考核办法以及监督检查等。方案可以细化、具体到经营者运行的基本单元；
- 考虑到境内和境外情况，必要时单独制定境外竞争合规方针和实施办法。

6 竞争合规组织与支持

6.1 资源配置

- 6.1.1 最高管理者（3.14）应确保为竞争合规管理的策划、调查、培训、实施、保持、监督和改进提供必要的资源。这些必要的资源包括组织机构、人力资源、基础设施、数据与信息化技术、资金。
- 6.1.2 为便于竞争合规管理工作的有效开展，决策者（3.16）应对竞争合规（3.5）相关内容、作用、职责和权限做出明确规定，形成文件，并有效传达到为经营者或代表经营者工作的所有人员。
- 6.1.3 决策者（3.16）应设置必要的组织机构，确保竞争合规管理体系有效运行，保障高效向最高管理者或决策者直接汇报的独立性。
- 6.1.4 经营者可设立竞争合规管理委员会、合规部等组织机构，尚不具备条件单独设立专门的竞争合规管理部门的，可由风险防控、法务等部门履行竞争合规管理部门职责，但应配备竞争合规专员、合规师或合规官。

6.2 能力与意识

- 6.2.1 经营者应确保所有为它或代表它进行工作、可能具有竞争合规管理风险的人员，基于必要的教育、培训或实践，获得相应的意识、知识、理解和技能。
- 6.2.2 经营者应积极培育竞争合规文化、意识和能力，通过签订竞争合规承诺书、制定手册、张贴宣传标语、举行培训学习会议、举办知识竞赛等方式，强化全员依法合规竞争价值观，筑牢合规经营思想基础。竞争合规文化应覆盖最高管理者、决策者、监督者、审计合规风控部门、法务部门、市场运行管理部门、人事部门、财务部门等为经营者或代表经营者工作的全体人员。要求经营者：
- 所有人员了解经营者的竞争合规管理方针和目标，以及与他们工作有关的经营活动和服務中的竞争合规管理风险；
 - 工作环境和性质可能产生竞争合规管理风险的人员，知晓可能的竞争合规风险点；
 - 高度关注与自己存在或可能产生交易的上下游市场主体采用的商业模式、尤其是定价模式和价格控制模式，违反竞争合规政策法规的可能；
 - 要求代表它工作的合同相关方，能够证实他们的从业人员具有必要的能力和已经接受了适当的教育和培训；
 - 确定培训需求，制订培训计划，采取相应培训行动和措施来实施培训；
 - 通过培训、教育或工作经历，获得或提高所需的竞争合规意识、知识、理解和技能；

- 确定行使竞争合规管理职能的人员具备胜任工作所需的经验、能力和培训的程度，如取得合规师职业技能资格并持续获得继续教育；
- 高度关注相关行业协会可能涉嫌排除、限制竞争的行为，采取主动回避措施并可提出风险提示和建议；
- 具备初步判断行政机关制订实施的与市场主体有关的政策措施，是否涉嫌违反公平竞争审查制度的能力，知晓主动回避和寻求救济的途径。

6.3 管理制度

6.3.1 管理文件

6.3.1.1 竞争合规管理应确定制度规范，内容应包括：

- 竞争合规方针、目标；
- 竞争合规实施方案；
- 对竞争行为管理覆盖范围的描述；
- 竞争合规管理风险界定信息；
- 经营者的组织机构图；
- 竞争合规文化、培训、汇报、承诺、审核、风险识别与评估、咨询、内部发现与举报、考核、应急处理等机制；
- 经营者实施竞争合规风险管理（3.7）的培训、学习、检查过程、痕迹记录资料；
- 识别、分析、评价、控制竞争合规管理风险（3.7）所需的图形、文字、音视频记录，包括但不限于经营者竞争合规范围、特性、要点和措施。

6.3.1.2 竞争合规管理规范可结合实际情况制订文件，是否需要形成文件可考虑：

- 不形成文件可能产生的后果，包括竞争合规管理方面的后果，如是否足以在事后被检查时，经营者能够就这些文件，证实经营者已经尽最大努力遵循竞争合规政策法规（3.4），从而争取获得宽大处理、谅解，直至可能承担法律责任的减轻与豁免，如从轻、减轻或者免于行政处罚，不起诉等；
- 形成文件的益处，例如：易于交流和培训，从而方便组织成员掌握和获取以及付诸实施，易于维护和完善修订，避免混淆和偏离，提供直观证实努力遵循竞争合规政策法规的证据，以便寻求违法谅解、宽大或者豁免处理；
- 用来证实遵守竞争合规政策法规和其他要求的需要；
- 出于本文件的要求，如标准认证以及认证过程文件；
- 竞争合规规范管理文件应当进行必要的控制。

6.3.2 文件控制

经营者应建立、实施并保持其竞争合规规范，对规范形成的文件进行控制：

- 在文件发布前进行审批，确保其完整性、充分性和适宜性；
- 必要时对文件进行自我审查和更新，并重新审批；
- 确保对文件的更改和现行修订状态作出标识；
- 确保文件字迹清晰，标识明确；
- 确保对策划和运行竞争合规风险管理所需的外部文件进行标识，对发放作记录和控制；
- 防止对过期文件的非预期使用，如需保留，应作适当标识；
- 确保在使用时，从业人员能够方便快捷地获取和查阅，如制定、发放竞争合规手册。

6.4 实施培训

- 6.4.1 中高层管理者（3.15）应确定与经营者相适应的竞争合规管理（3.6）有关的培训需求。
- 6.4.2 决策者应组织和实施培训，或采取必要措施来满足这些需求，如用公开、可视方式展现有关竞争合规知识、规范、文化。
- 6.4.3 经营者应建立、实施并保持相应的规范，不断提升经营者竞争合规文化，让工作人员意识到：
- 符合竞争合规方针与规范，符合竞争合规管理要求的重要性；
 - 工作中的竞争合规管理风险，实际的或潜在的影响，个人工作的改进所能带来的效益；
 - 实现与竞争合规管理要求相匹配的作用与职责；
 - 偏离规定的竞争合规管理规范的现实的和潜在的后果；
 - 所在行业可能出现的和通常容易出现的竞争合规管理风险；
 - 掌握竞争合规政策法规基本知识的重要性。

7 竞争合规审查实施

7.1 审查原则

- 7.1.1 经营者竞争行为合规审查由经营者内部人员或经营者聘请的外部机构和专业人员完成。实施审查的人员应当具备必要的专业知识和实务技能，并保证独立性，以公正、客观、科学实施。
- 7.1.2 对于小型经营者，如中小微企业，只要审查人员与所审查的活动无直接的利益关系，就可以认为审查人员是独立的。
- 7.1.3 审查应覆盖经营者从事市场竞争整个活动，全要素的进行，覆盖所界定的范围。审查过程可延续一段时期，以考察、验证经营者遵循竞争合规管理规范是否落实。
- 7.1.4 具体审查工作至少包括：
- 竞争合规调查；
 - 制订审查计划和工作方案；
 - 相关人员访谈；
 - 查阅文件和资料；
 - 征询利益相关方意见；
 - 征询竞争执法机构和行业主管部门意见；
 - 征询行业协会、商会等社会组织的意见；
 - 咨询专业机构；
 - 定性分析；
 - 定量分析；
 - 测评和抽查。

7.2 审查要点

- 竞争合规审查应结合附录A列举的负面清单逐一查对，还应关注如下要点：
- 是否符合经营者竞争行为合规管理工作的预定安排和本文件的要求；
 - 竞争合规管理措施恰当的实施和保持，以及持续维持适宜性、充分性和有效性的情况；
 - 经营者的商业模式、盈利模式、定价策略是否涉嫌垄断；
 - 特定行业和领域、特定区域，有市场支配地位的经营者是否涉嫌滥用市场支配地位；
 - 经营者集中申报制度性安排、申报程序、作业流程、控制体系等是否已经建立；
 - 拥有专利、商标、著作权等知识产权的经营者，是否涉嫌滥用知识产权实施垄断；
 - 参与编制的标准，是否存在垄断、不正当竞争，或有这种可能；

- 行业协会有关行业自律规定与经营者竞争合规管理之间的关联度；
- 经营行为可能辐射影响到相关市场，可能产生的边际效应和影响；
- 因不同的交易对象和不同的市场环境显示的差异；
- 是否建立判断、识别竞争合规管理风险的准则、方法和原则；
- 重要竞争合规管理信息利用和数据收集、分拣、保存、销毁情况；
- 境外竞争合规风险控制机制，特殊协助，反馈与修订情况；
- 动态识别和评价的频率，紧急情况下的识别和评价启动机制；
- 识别和评价并不增加或减少经营者的法律责任。

7.3 审查内容

包括但不限于：

- 竞争行为合规管理方针、目标的修改需求；
- 竞争合规风险要点的发掘和梳理汇总；
- 竞争合规管理规范遵循情况，包括境外竞争合规规范；
- 已经发生的竞争合规管理风险和相关情况；
- 行业协会有关市场行为规范涉及竞争合规的情况；
- 行政机关和法律法规授权的具有管理公共事务职能的组织制定的与市场主体经济活动有关的政策措施直接或间接影响经营者竞争合规的风险。如限定交易、排斥或限制外地经营者参与本地招标投标活动、签订行政协议或备忘录妨碍其他经营者进入相关市场或对其他经营者实行不平等待遇等；
- 配合竞争执法机构开展反垄断、反不正当竞争调查机制建立情况；
- 评价改进的机会，和对竞争行为合规管理运行和修改的需求；
- 评估已经造成的竞争损害后果，包括但不限于对市场竞争秩序的损害、对经营者自身的损害、对其他经营者的损害、对利益相关方的损害、对消费者利益损害；
- 提出合理的改进与优化办法以及启动改进与优化的机制。

7.4 沟通与交流

经营者应建立沟通与交流的行为规范：

- 内部各层次和职能部门之间的信息交流，内部交流可通过例行的工作组会议、通讯简报、公告栏、互联网等手段或方法进行；
- 决策者应决定是否应就其竞争合规风险管理与外部进行信息交流，决定如何交流交换信息。进行外部交流的手段可包括季度报告、年度报告，通讯简报、互联网和社区会议等；
- 外部尤其需要注意确保内部敏感信息不会被泄露，进而因此产生竞争违规的风险，如与外部交换价格信息、定价模型、算法等高度敏感信息；
- 与其他具有合规管理职能的监督部门（如审计、监察部门）建立合作与信息交流机制；
- 与竞争执法机构（包括业务所涉国家和地区的竞争执法主管机构）建立沟通渠道，以了解竞争执法机构期望的竞争合规流程、内容，就复杂或专业性强且存在重大竞争合规风险的事项，可以及时获得咨询；
- 与外部竞争合规专业服务机构建立方便快捷畅通的沟通、咨询渠道。

7.5 应急与响应

7.5.1 经营者应建立、实施并保持应急准备和响应规范，用于识别潜在紧急情况，规定响应措施，保障响应速度、专业人员和工作安排，包括提前做好寻求竞争合规专家或第三方专业机构支持的预案。

7.5.2 经营者应对实际发生的紧急情况作出快速识别和积极响应，并预防、减少或消除随之产生的竞争合规管理风险造成的不良影响，尤其是媒体和舆论等社会面影响。

7.5.3 当竞争执法机构开展调查时，经营者应积极配合，正确理解要求、依法妥当提供资料。在相关要求不确定时，可以主动向调查机关报告、咨询；或者及时寻求外部专家顾问和专业机构支持，获得专业意见和指导。

7.5.4 经营者不得拒绝提供调查机关提示的有关材料、信息，或者提供虚假材料、信息，或者隐匿、销毁、转移证据，或者拒绝、阻碍调查。

7.5.5 应急响应还应注意利益相关方、社会公众的利益和媒体关注。

7.5.6 经营者宜制定应急和响应规范，规范应考虑：

- 与自己最为密切的竞争合规管理风险的类型；
- 对紧急情况或事故类型和规模的预测、识别；
- 处理紧急情况或事故合法的最适当的方法；
- 内、外部联络计划，寻求外部专业支持的资源和路径；
- 把可能的损害降到最低的措施；
- 针对不同类型的紧急情况或事故的补救和响应措施；
- 制定和实施预防以及纠正措施的需要；
- 定期测试应急响应规范，确保有效；
- 对实施应急响应规范人员的有效培训；
- 保持规范的科学、有效、先进性。

8 竞争合规监督与改进

8.1 监督

8.1.1 竞争合规风险管理需要进行监督，将评价竞争合规管理绩效、运行控制、目标符合情况等信息形成文件。

8.1.2 监督者可以授权总法律顾问或合规官实施监督，也可以委托第三方专业机构实施。

8.1.3 监督可分为常态化监督、阶段性监督和特殊目的监督。监督应有记录。监督应关注行业典型案例及其评析，竞争执法机构发布的竞争合规风险提示。

8.1.4 经营者应为内部员工和相关方的举报、投诉设置便利条件；可以设置奖励措施予以鼓励；采取必要措施，确保相关信息不被泄露。

8.2 评价

8.2.1 经营者宜定期对竞争合规管理活动及其绩效进行检查与评价。竞争合规经营管理情况可纳入相关部门和负责人年度综合考核内容，员工竞争合规履职情况可作为相关岗位员工考核、晋升任用、评先评优的重要依据。

8.2.2 竞争合规评价可由合规管理部门组织开展，也可以委托第三方专业机构实施。检查与评价过程应确保客观公正，检查与评价的频率应与竞争合规管理现实成熟度相匹配。

8.2.3 本文件和经营者声明遵守的竞争规范，是评价依据的一部分。

8.3 改进与优化

经营者应建立、实施和保持适宜的竞争合规管理，持续改进与优化，预防和应对现在和未来潜在的竞争合规管理风险。特别应当注意：

- 识别不合规行为，承诺采取措施；
- 调查不合规行为，分析原因，制定竞争合规整改方案；
- 评价方案是否切实可行，是否与存在的问题以及竞争合规管理风险所影响的严重程度相匹配；
- 实施制定的方案和措施，预防、避免不合规竞争事件发生；
- 当竞争执法机构约谈或提出竞争合规行政指导意见时，应主动、全面、及时地实施整改，并报告整改情况；
- 当竞争执法机构调查时，应积极主动配合调查，涉及的相关问题自查自纠，以争取宽大处理；
- 其他应注意事项。

附 录 A
(规范性)
竞争行为负面清单

A.1 垄断协议行为

A.1.1 横向垄断协议

具有竞争关系的经营者之间达成下列协议：

- 固定或者变更商品价格，包括固定或者变更价格水平、价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用，约定采用据以计算价格的标准公式、算法、平台规则等，限制参与协议的经营者的自主定价权，以及其他固定或变更价格的协议；
- 限制商品的生产数量或者销售数量，包括以限制产量、固定产量、停止生产等方式限制商品的生产数量，或者限制特定品种、型号商品的生产数量，或者以限制商品投放量等方式限制商品的销售数量，或者限制特定品种、型号商品的销售数量，以及其他限制商品的生产数量或者销售数量的协议；
- 分割销售市场或者原材料采购市场，包括划分商品销售地域、市场份额、销售对象、销售收入、销售利润或者销售商品的种类、数量、时间，划分原料、半成品、零部件、相关设备等原材料的采购区域、种类、数量、时间或者供应商，其他分割销售市场或者原材料采购市场的协议；
- 限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新商品，包括限制购买和使用新技术、新工艺，限制购买、租赁、使用新设备和新产品，限制投资和研发新技术、新工艺、新产品，拒绝使用新技术、新工艺、新设备、新产品，其他限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品的协议；
- 联合抵制交易，包括联合拒绝向特定经营者供应或者销售商品，联合拒绝采购或者销售特定经营者的商品，联合限定特定经营者不得与其具有竞争关系的经营者进行交易，以及其他联合抵制交易的协议。

A.1.2 纵向垄断协议

经营者与交易相对人达成下列协议：

- 固定向第三人转售商品的价格，包括价格水平、价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用；
- 限定向第三人转售商品的最低价格，或者通过限定价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用限定向第三人转售商品的最低价格。

A.1.3 其他垄断协议

国务院反垄断执法机构在个案执法中认定的，上述7种协议行为以外的其他垄断协议。
组织其他经营者达成上述垄断协议或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助的。

A.2 滥用市场支配地位

具有市场支配地位的经营者滥用市场支配地位从事下列行为：

- 以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品；
- 没有正当理由，以低于成本的价格销售商品；

- 没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易；
- 没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易；
- 没有正当理由，搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件；
- 没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇；
- 国务院反垄断执法机构认定的上述 6 种市场支配地位滥用行为以外的其他滥用市场支配地位的行为；
- 利用数据和算法、技术以及互联网平台规则等，从事前述滥用市场支配地位的行为。

A.3 经营者集中

经营者集中存在下列情形：

- 符合经营者集中申报标准，未事前主动申报；
- 经营者集中未达到国务院规定的申报标准，但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，未能主动申报。或者，国务院反垄断执法机构要求申报，经营者拒不申报或迟延申报的；
- 经营者提交的申报文件、资料不完备，未能在国务院反垄断执法机构规定的期限内补交的；
- 国务院反垄断执法机构审查期间，尚未作出决定且未逾规定期限，经营者即实施集中的；
- 附加限制性条件批准经营者集中后，未遵守相关要求的；
- 外资并购境内企业或者以其他方式参与经营者集中，涉及国家安全的，未按照我国有关规定申请国家安全审查的。

A.4 不正当竞争

A.4.1 商业混淆

实施下列引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的商业混淆行为：

- 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；
- 擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；
- 擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页、应用软件等网络经营活动标识；
- 擅自将他人有一定影响的商业标识设置为互联网和其他软件搜索关键词；
- 销售擅自使用他人有一定影响的商业标识的商品；
- 故意为他人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；
- 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。

A.4.2 商业贿赂

为谋取交易机会或者竞争优势，采用财物或其他手段贿赂下列单位或者个人：

- 交易相对方或其工作人员；
- 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。

A.4.3 虚假宣传

对商品生产经营主体以及商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉、资格资质、交易信息、经营数据等作虚假或者引人误解的虚假宣传，欺骗、误导相关公众。

下列帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传行为：

- 组织虚假交易、虚构评价、伪造物流单据、诱导做出指定的评价等；
- 为其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传提供组织、策划、制作、发布等服务以及资金、场所、工具等条件；
- 其他帮助进行虚假或者引人误解的商业宣传的行为。

A. 4. 4 侵犯商业秘密

实施下列与商业秘密有关的行为：

- 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；
- 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；
- 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；
- 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。

A. 4. 5 有奖销售

从事下列有奖销售行为：

- 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；
- 采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售；
- 抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

A. 4. 6 商业诋毁

自行或者委托他人编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害或者可能损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

从事上述行为，帮助其他经营者损害或者可能损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

A. 4. 7 网络不正当竞争

利用网络实施：

- 利用网络技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施妨碍、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；
- 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；
- 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；
- 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；
- 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。

参 考 文 献

- [1] GB/T 19000-2016《质量管理基础和术语》
- [2] GB/T 35770-2022《合规管理体系 要求及使用指南》
- [3] ISO 37301-2021《合规管理体系 要求及使用指南》
- [4] ISO FDIS 31022《风险管理 法律风险管理指南》
- [5] 《中华人民共和国反垄断法》（2008年8月1日施行，2022年6月14日第一次修订）
- [6] 《中华人民共和国反不正当竞争法》（1993年9月2日发布，2019年4月23日第二次修订）
- [7] 《中华人民共和国价格法》（1998年5月1日施行）
- [8] 《中共中央 国务院关于进一步加快建设全国统一大市场的意见》（2022年3月25日施行）
- [9] 《国务院关于经营者集中申报标准的规定》（国务院令529号 2018年9月18日实施）
- [10] 《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》（国发〔2016〕34号 2016年6月1日施行）
- [11] 《关于禁止滥用知识产权排除、限制竞争行为的规定》（国家市场监督管理总局令第31号 2020年10月23日修订）
- [12] 《禁止垄断协议规定》（国家市场监督管理总局令第65号 2023年4月15日施行）
- [13] 《禁止滥用市场支配地位行为规定》（国家市场监督管理总局令第66号 2023年4月15日施行）
- [14] 《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定》（国家市场监督管理总局令第64号 2023年4月15日起施行）
- [15] 《经营者集中审查规定》（国家市场监督管理总局令第67号 2023年4月15日施行）
- [16] 《国务院反垄断委员会关于相关市场界定的指南》（国反垄发〔2009〕3号 2009年7月6日发布）
- [17] 《国务院反垄断委员会关于知识产权领域的反垄断指南》（2019年1月4日发布）
- [18] 《国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南》（2019年1月4日发布）
- [19] 《国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南》（2019年1月4日发布）
- [20] 《国务院反垄断委员会经营者反垄断合规指南》（国反垄发〔2020〕1号 2020年9月11日发布）
- [21] 《国务院反垄断委员会关于汽车业的反垄断指南》（国反垄发〔2019〕2号 2020年9月18日发布）
- [22] 《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（国反垄发〔2021〕1号 2021年2月7日发布）
- [23] 《国务院反垄断委员会关于原料药领域的反垄断指南》（国反垄发〔2021〕3号 2021年11月15日发布）
- [24] 《国家市场监督管理总局企业境外反垄断合规指引》（国市监反垄发〔2021〕72号 2021年11月15日施行）
- [25] 《湖北省经营者反垄断合规指引》（湖北省市场监管局 通告〔2020〕9号 2020年9月18日发布）