



**17th EU-China Competition Week
Beijing, 15-18 October 2018**

不公平商业行为指令 2005/29/EC ("UCPD")

**Christoph Decker
European Commission
DG Justice and Consumers
Beijing, 16 October 2018**

课程大纲

背景介绍



主要特征



执行与实施



2016 UCPD 指南

背景介绍

欧盟不正当商业行为法

- **为何重要?**
 - UCPD是维护公平、可靠的零售市场的工具
 - 各成员国公平制度不尽相同，可能阻碍欧盟作为单一市场的市场自由
 - *哪里可以找到?*
 - 欧盟的多层次法律体系及其执行

欧盟不公平商业惯例法



成员国

本国自有的法律

执行欧盟法规的法律

欧盟法律

以行业划分的促进公平的工具

关于公平规则和/或执行的横向工具

误导性和比较性广告指令
2006/114 / EC (MCAD)

UCPD

消费者保护合作 (CPC) 条例
2006/2004 / EC (将由
经修订的CPC第
2017/2394号条例取代)

禁令指令2009/22 / EC
(由“代表行动指令”取代,
见COM (2018) 184 final)

主要特征

范围

该指令适用于

企业对消费者的不公平商业行为
与产品有关的商业交易之前、期间和之后
损害消费者的经济利益

第二条 2(d)

“企业对消费者的商业行为”（以下也称为商业行为）是指与促销、销售或供应产品直接相关的，由销售者向消费者作出的任何行为、行为过程、交流（包括广告和营销）。

指导原则

- 在竞争激烈的市场中诚实守信的交易者
- 消费者自由自主决定是否交易
- 基准：普通消费者、群体消费者中的普通样本

第18条：该指令将普通消费者作为基准，即有基本常识、懂观察和谨慎的消费者。如法院所解释，该指令考虑到社会、文化和语言因素，也含旨在防止剥削消费者的规定。因为消费者这一特性使得他们容易受到某些不公平的商业行为待遇。

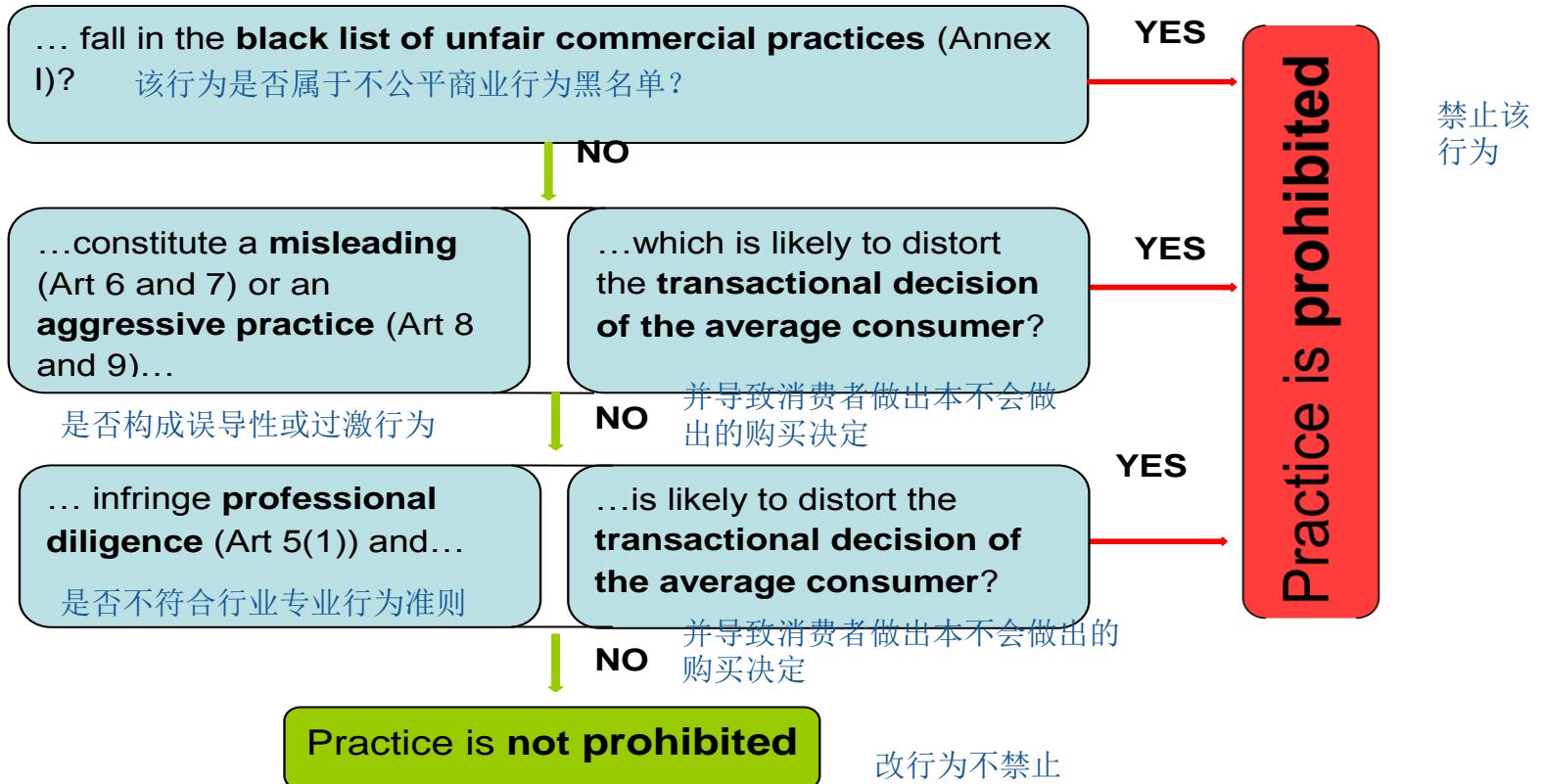
监管手段

- 完全协调
- “安全网” 以保护某些行业特定的消费者
- 判断某一商业行为为不合理的**3**步走测试
 - 1)** **31**项属于黑名单的商业行为（不再需二次审查）
 - 2)** 关于误导性和激进销售行为的详细规则（需要具体问题具体分析）
 - 3)** 一般法则-（需要具体问题具体分析）

判断不公平性的三步走法则

3-step test for assessing unfairness

Does the commercial practice:



附件一中的黑名单

➤ 例子：附件I第20号

➤ 如将产品描述为“免费”或类似措辞，而消费者却需支付除完成某商业行为、快递运输等不可避免的费用之外的任何其他费用。

➤ 真实案例：

瑞典的一家电信运营商在销售带号码资费的手机时，将价格写为“0 克朗”。但实际上，用户每月还需缴纳话费。法院与消费者监察专员的意见一致，认为这一做法违反了附件一UCPD第20号文件。

第6条：误导行为

- 第6条第（1）款：提供给消费者的信息应当真实有效，不应欺骗或以任何可能的方式欺骗消费者。商品的整体展示也应当真实有效，即便光从语言角度来看，信息是正确。
- 误导指的是，某些做法会很有可能导致消费者本不会做的交易决定
- 实际案例：

二手车销售案例。 卖方表示里程为“里程表读书为162.120，未经证实”，而实际上里程至少为180.200公里。 这一做法被捷克商业监察局和捷克法院判为误导消费者的行为。

第7条：误导性遗漏

- 第7条第（1）款一般规定商家有义务提供普通消费者需要作出交易决定的所有重要信息。
- 误导性遗漏信息指的是，故意去掉“可能导致普通消费者做出他本不会做出交易决定”的重要信息。
- 第7条第（2）款：如果未能确定商业行为中的商业目，导致普通消费者做出他本不会作出的交易决定，那么这便属于误导性遗漏。

第7条：误导性遗漏

➤ 真实案例：

波兰竞争和消费者保护办公室对销售人寿保险产品的某商家采取了制裁，因其未在广告中包含重要信息。该商家称，如果被保险人员死亡，他的亲属将获得所有保险福利。但是，该商家没有告知消费者，如果因合同前24个月内意外事故而死亡，则亲属只能获得很少的保险福利。

激进的销售行为- 第8-9条

第8条:

激进的销售行为指的是：综合考虑某销售行为发生的环境、特征、实际情况，如果有采取骚扰、胁迫、包括使用武力或不当影响力，造成严重干扰或可能严重干扰普通消费者对产品的选择或行为的自由，从而导致消费者作出他本不会作出的交易决定的行为。

实际案例:

拉脱维亚消费者权益保护局于2012年10月23日做出决定，拉脱维亚法院也已经确认，认为航空公司使用预先打好勾的选项是不公平的，是激进的销售行为，也不符合行业专业准则。

第5条：一般条款

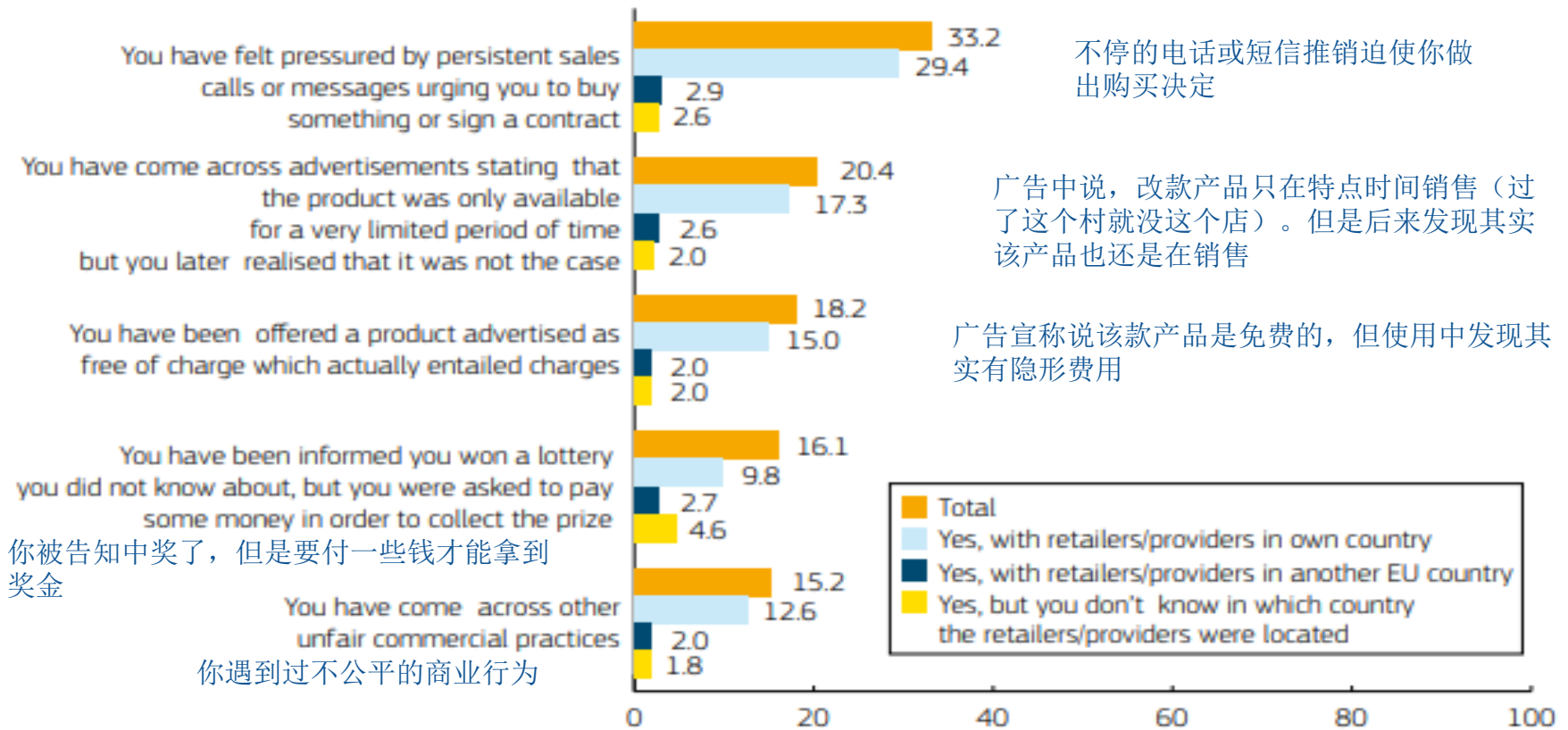
1. 禁止不正当的商业行为。

2 如有下列情况，则可认为是不公平行为：

(a) 违反行业专业准则

(b) 实质上扭曲或可能严重扭曲其目标消费群体或其所针对的普通消费者的

不公平的商业行为 - 欧盟消费者的体验



Source: 2017 Consumer Conditions Scoreboard



European
Commission

执法

- 成员国执法（欧洲委员会无执法权）
- 但是，欧盟层面有规范约束成员国公众和私有领域执行UCPD的工具

公共领域执法

- 第11条 UCPD: 成员国执法系统的最低要求
- 消费者保护合作 (CPC) 条例2006/2004 / EC (将由经修订的CPC第2017/2394号条例取代): 协调成员国在跨境案件中的公共执法行动

私人执法

个人行为

- 目前欧盟法律未规定可用性；取决于成员国自治的法律
- 根据“消费者新政”（COM [2018] 185 final）“Omnibus Directive”规定了UCPD违规个别补救措施的可用性

集体行为

- 符合条件的实体可根据禁令指令2009/22 / EC申请禁令救济
- 根据“消费者新政”（COM [2018] 184 final）下的“代表行动指令”提案，符合条件的实体可以要求禁令，宣告和补偿性救济

2004年消费者保护合作（CPC）条例

- 是特殊的合作框架，当有害行为涉及2个或更多欧盟国家时，可保护消费者的集体经济利益
- **工具箱**：在跨境背景下执法合作所需的最少权力
- **范围广泛**：其附件涵盖消费者需求和行业法律
- 协同程序：高效整合资源，执法行为更加统一



执法合作：到目前为止取得了什么成果？



Apple, Google
和亚马逊改变了营
销方式
提供应用内购买的
游戏

**5家大型汽车租赁公
司=欧盟市场的65
%，承诺引入更公
平的条件**



**自2007年以来，
通过扫描检查了
5000个网站**

**数百天的培训，交
流最佳实践、研讨
会**



经修订的CPC规则2017/2394

目前情况

自2020年1月17日后

政府部门只能对进行中的非法行为
采取制裁

- 可制裁短期的非法行为，并杜绝重复发生类似违法

未涵盖一些关键消费者权利

- 将覆盖范围扩大、涵盖范围更广：地理封锁，增加乘客权利，金融服务

政府部门在识别和阻止网络不良销
售商方面的权力有限

- 权利扩大，可关停非法网站，可获取网站经营者所有信息，确保保护消费者赔偿权

很多问题（例如侵权）没有得到协
调处理

- 颁布了欧盟层面的流程，由欧委会统一协调

情报分享非常有限

- 增加信息的预警流程，相关各方可相互通气

2016 UCPD指南

UCPD指南

- 2016年5月25日通过的关于UCPD实施/应用的EC指南更新（以所有官方语言提供）
- 关于UCPD在数字经济中应用的具体章节
- http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm
- 旨在促进合规和执法+提高法律确定性的指南
- 关于UCPD的解释和实例（法院、国家法院和主管部门的例子）