

反垄断合规中应重视引导员工使用微信等社交工具

詹昊、宋迎、吴院渊、杨扬

随着科技的发展，微信群、QQ群等社交工具因其即时性、广泛性、便利性、经济性等特征，被广泛应用于生活与工作。在实务中，很多企业及其员工为了节约商务沟通的成本、提高工作效率，经常在微信群、QQ群中发布相关的商业信息、商务政策和文件等。与此同时，从PVC价格垄断案等案件可以看出，员工不谨慎地在微信群中交流敏感信息可能会引发该员工所属企业的反垄断风险。本文中，笔者将在介绍关于电子数据的相关法律规定以及相关反垄断执法案件的基础上，就企业员工的社交工具的使用提出反垄断合规建议。

一、 相关法律法规中关于“电子数据”的规定

最高人民法院关于适用《中华人民共和国民事诉讼法》的解释（法释[2015]5号）第一百一十六条将电子数据定义为“通过电子邮件、电子数据交换、网上聊天记录、博客、微博客、手机短信、电子签名、域名等形成或者存储在电子介质中的信息”。

《中华人民共和国反垄断法》第三十九条第一款第（三）项规定反垄断执法机构调查涉嫌垄断行为时，可以查阅、复制被调查的经营者、利害关系人或者其他有关单位或者个人的有关单证、协议、会计账簿、业务函电、**电子数据**等文件、资料。《工商行政管理机关查处垄断协议、滥用市场支配地位案件程序规定》、《反价格垄断行政执法程序规定》中也存在相同规定。

从前述规定可以看出，反垄断执法机构可以收集电子数据并且可以将该数据作为做出行政处罚决定的证据。

二、 反垄断执法机构将“微信”中的信息作为反垄断执法证据的案件

由于电子数据具有能够客观真实地反映实际情况、便于保存、具有一定的客观性与稳定性等优势，近年来，反垄断执法机构在调查时也重视收集、查阅、复制相关的电子数据。如在海尔纵向垄断案以及 PVC 价格垄断案中，反垄断执法机构将企业员工在微信群中的发言作为了作出行政处罚决定的证据之一。

1. 海尔纵向价格垄断案¹

2016 年 8 月 12 日，上海物价局在其网站上公告了对重庆新日日顺家电销售有限公司上海分公司等三家海尔子公司（以下简称“海尔子公司”）的行政处罚决定书。该案中，海尔子公司对经销商采取了限定终端零售最低价格的管控措施，并与上海地区经销商达成并实施了“限定向第三人转售商品最低价格”的纵向垄断协议。从上海物价局公告的行政处罚决定书可以看出，海尔子公司实施“限定向第三人转售商品最低价格”所通过的手段之一是“通过产品经理和客户经理在微信群中要求经销商按照限价表调整价格，自查整改”。该案中，上海物价局将相关的微信截图作为认定相关事实并且最终作出行政处罚的证据之一。

2. PVC 价格垄断案²

2017 年 10 月 16 日，国家发展和改革委员会（以下简称“发改委”）在其网站上公布了对 18 家达成并实施横向价格垄断协议的 PVC 企业的行政处罚决定书。该案中，发改委认定涉案的 18 家 PVC 企业通过“联合体领导交流微信群”与具有竞争关系的经营者讨论商品价格并最终达成统一涨价的一致意见，属于具有竞争关系经营者达成价格垄断协议的违法行为。从前述行政处罚决定书可以看出，各涉案企业实施垄断协议主要体现在：1）部分涉案企业在达成垄断协议后

¹<http://www.shdrc.gov.cn/fzgggz/jggl/jghzcfjds/24137.htm>

²http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863599.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863601.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863602.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863609.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863620.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863629.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863651.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863652.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863653.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863655.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863656.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863657.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863659.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863661.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863663.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863664.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863666.html
http://jjs.ndrc.gov.cn/fjgld/201710/t20171016_863668.html

召开内部定价会，上调 PVC 销售价格；2）在实际销售过程中按照微信群中的提议一定程度调高其 PVC 产品的销售价格。

根据发改委办案人员在第十五次中欧竞争政策周上披露的事实³，18 家涉案企业 93 人在中发言 3800 多条，共计达成价格垄断协议 13 次，其中 11 次相关企业在微信群中发布《价格执行表》提议其他企业调高 PVC 产品的销售价格，2 次虽然未发布《价格执行表》但明确约定了涨价幅度。

笔者在与涉案的相关企业沟通过时，该涉案企业表示其对员工在微信群中达成统一涨价的一致意见的情况并不知情。并且，该企业在向在微信群中发言的员工核实相关事实时，这些员工均表示并未意识到与竞争对手的员工在微信群中讨论涨价事宜会违反《反垄断法》，其发言并非为了达成横向垄断协议，仅是出于商业上的礼仪而采取的跟风行为。

三、 合规建议

考虑到反垄断执法机构可能将企业员工在微信群、QQ 群中的发言、发布相关的商业信息、商务政策和文件等作为反垄断执法的证据，同时从保护企业商业秘密以及反垄断合规的角度，笔者建议企业应重视引导员工在业务中谨慎地使用微信等社交工具，具体如下：

- 1) 建议企业加强对员工的反垄断合规培训，为业务人员制定简单易懂的反垄断合规指引，避免员工因不熟悉《反垄断法》而触碰反垄断红线；
- 2) 建议企业就员工通过微信等社交工具发布与日常业务相关的事宜制定相关的合规指引，明确员工不得在微信群、QQ 群等中，特别是竞争对手也参与的群中发布与销售价格、成本、销量、产量、交易相对方、销售区域、原材料购买区域等敏感信息；并且在该指引中要求员工在微信群中发现竞争对手发布敏感信息时不得跟风发言、点赞等，鼓励员工就相关情况及时与合规或法务部门沟通；
- 3) 建议企业在相关的合规指引中明确员工不得通过微信群、QQ 群等的社交工具发布含有公司商业秘密的商业信息或者商务政策和文件等。

³<http://www.euchinacomp.org/attachments/article/529/03%20-%20NDRG%20and%20SAIC%20-%20Session%201%20Zeng-CN.pdf>