

# 江门市企业商业秘密保护工作指引

## 第一条 目的

为全面贯彻落实党中央、国务院关于强化商业秘密保护决策部署，强化经营者商业秘密保护意识，维护公平竞争市场秩序，促进市场主体创业创新发展，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》及相关法律法规，制定本工作指引，为我市企业构建商业秘密防护体系提供实务指引。

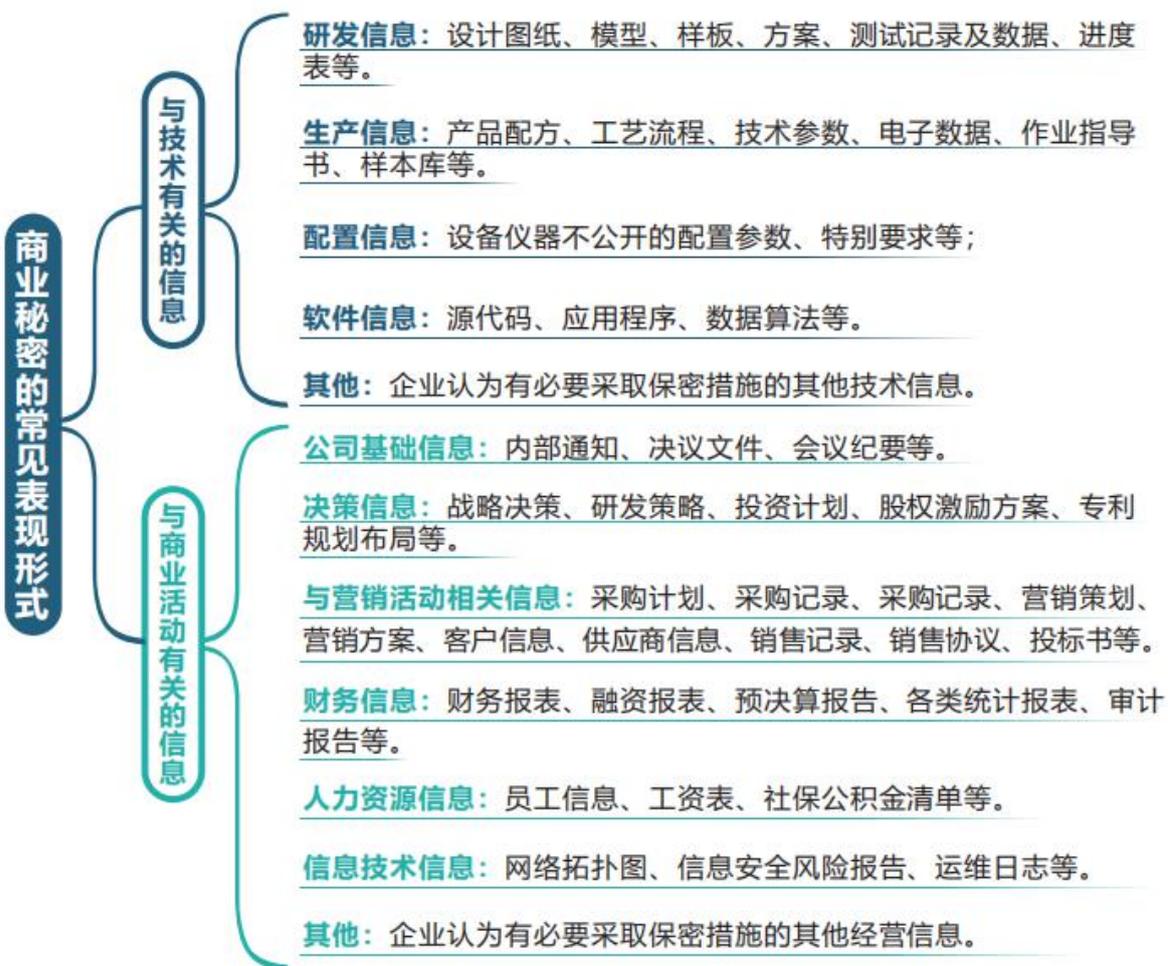
## 第二条 定义

根据《民法典》第一百二十三条规定，商业秘密属于知识产权的客体之一。

根据《反不正当竞争法》第九条第四款规定，商业秘密是指不为公众所知悉，具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息。

技术信息主要包括：技术设计、程序、质量控制、应用试验、工艺流程、设计图纸（含草图）、工业配方、制作工艺、制作方法、试验方式和试验记录等。技术信息可以是一项完整的技术方案，也可以是一项完整技术方案中的一个或若干个相对独立的技术要点。

经营信息主要包括：管理方案、管理诀窍、客户名单、货源情报、产销策略、投融资计划、标书、标底等方面的信息。经营信息可以是一个完整的经营方案，也可以是经营方案中若干相对独立的信息要素个体或组合。



### 第三条 商业秘密构成要件

企业商业信息是否构成商业秘密，可以从商业秘密的三个构成要件进行认定：

**（一）非公知性。**该信息在涉嫌侵权行为发生时不为其所属领域的相关人员普遍知悉或者不能从公开渠道容易获得。以下信息不具备非公知性：

1. 在所属领域属于一般常识或者行业惯例；
2. 仅涉及产品尺寸、结构、材料、部件的简单组合等内容，所属领域的相关人员通过观察上市产品即可直接获得；

3. 已通过公开的出版物、报告会、展览等方式披露或公开，或者可以通过其他公开渠道获得。

将公众所知悉的信息进行整理、改进、加工后形成的新信息，不为所属领域的相关人员普遍知悉和容易获得的，该新信息具备非公知性。

**（二）价值性。**该信息因其秘密性能够为经营者带来直接的、现实的或者间接的、潜在的经济利益或者竞争优势。

**（三）保密性。**权利人为防止信息泄露采取了与该信息商业价值、独立获取难度等因素相适应的合理的保护措施。

采取保密措施不要求是绝对的、无缺陷的措施，具有下列情形之一，在正常情况下足以防止涉密信息泄漏的，可以认定为采取相应保密措施：

1. 限定涉密信息的知悉范围，只对必须知悉的相关人员告知其内容；
2. 对于涉密信息载体采取加锁等防范措施；
3. 在涉密信息的载体上标有保密标志；
4. 对于涉密信息采用密码或者代码等；
5. 签订保密协议；
6. 对于涉密的机器、厂房、车间等场所限制来访者或者提出保密要求；
7. 确保信息秘密的其他合理措施。



#### 第四条 取得方式

商业秘密可通过以下方式取得：

- (一) 通过企事业单位或个人自主研发取得；
- (二) 通过商业秘密权利人许可、转让而合法取得；
- (三) 通过“反向工程”取得：“反向工程”是指通过技术手段对从公开渠道取得的产品进行拆卸、测绘、分析等手段而获得该产品的有关技术信息；
- (四) 通过分析研究公开资料、信息、技术，整合改进后取得；
- (五) 其他合法渠道取得。

#### 第五条 泄密途径

商业秘密泄密主要风险在于企业对商业秘密保护工作

不重视、保密制度不健全，保密人员不专业、保密责任落实不到位。具体体现为：

**（一）人员泄密：**

1. 关键人才流动泄露商业秘密；
2. 员工离职和业余兼职泄露商业秘密；
3. 企业内部人员为谋私利泄露商业秘密；
4. 企业/员工发表学术论文、推广产品泄露商业秘密。

**（二）企业内部管理不善泄密：**

1. 企业接待外来人员参观中泄露商业秘密；
2. 企业不注重废旧商业秘密载体的管理；
3. 企业对业务交往或经济合作对象缺乏防范。在没有适当保护的情况下，将产品或工艺核心机密信息提供给供应商、客户、承包商、律师和会计师等。

**（三）企业对网络及电子数据管理不善泄密：**

1. 网络泄密，如企业网络、数据库及应用软件；
2. 介质泄漏，如硬盘、U 盘、光盘等。

**（四）竞争对手或商业间谍窃密：**

包括通信、谈话截取或窃听、收集或盗取文件资料、废旧电脑磁盘、办公废纸、工业垃圾等。

**第六条 泄密损失**

商业秘密是企业重要的无形资产，决定了现代企业的竞争优势和持续发展能力。企业商业秘密泄露对企业造成的损失包括但不限于：

**（一）直接经济受损。**  
商业秘密转让或许可的权利被破坏，核心技术、客户数据泄露导致订单流失、营收锐减。

**（二）市场优势瓦解。**  
商业秘密泄露导致前期投入成本沉没，竞争对手快速复制技术，企业丧失技术独占性。

**（三）战略部署失效。**  
市场拓展计划、并购策略等商业决策外泄，使竞争对手提前阻击，企业长期战略目标被迫搁浅，行业地位与议价权被削弱，进入恶性竞争。

**（四）品牌形象崩塌。**  
泄密事件经媒体曝光后，公众对企业管理能力产生质疑，消费者信任度下降，长期积累的品牌价值大幅缩水。

## 第七条 保护原则

**（一）企业自主。**经营者高度重视商业秘密保护，将商业秘密保护纳入经营者整体知识产权保护战略规划。经营者遵守国家的法律、法规和相关规章制度，经营者的商业秘密保护范围、期限、区域、组织领导等由经营者自主决定。

**（二）预防为主。**商业秘密保护的核心在于防范，采取

有效的商业秘密保护措施有利于控制泄密风险，降低泄密概率，提高维权成功率。

**（三）政府指导。**政府职能部门按照相应的职能依法履职，并根据企业的需求指导企业做好相关护密维权工作。

**（四）合理适当。**商业秘密主要依赖于权利人采取保密措施，以弥补法律强制性保护的不足。采取保密措施不要求是绝对的、无缺陷的措施，只要是合理的、适当的即可。

## **第八条 商业秘密自我保护措施**

为防止商业秘密泄露，经营者可以采取与商业秘密的商业价值、独立获取难度等因素相适应、合理且具有针对性的自我保护措施（可参考附件商业秘密保护“五个一”建设模版）：

**（一）**按照技术信息和经营信息的商业价值或效用，科学划定商业秘密的范围和秘密级别。其中与产品研发有关的技术方案、原材料构成及供应渠道、研发成本等事关企业核心竞争力的信息需列入较高级别的商业秘密。

**（二）**建立健全商业秘密保护制度，对商业秘密采取相应保密措施，包括：指定专人管理，严格保密要求；专设保密场所，实现有效保护；采取加密手段，防止拷贝复制；实施隔离措施，控制接触范围等。

**（三）**内设商业秘密保护管理组织，定期开展本企业商业秘密保护工作的监管与检查，监管检查的重点包括：涉密人员、涉密载体、涉密计算机网络、涉密商务活动、重点涉

密区域、商业秘密保护范围筛选、商业秘密保护工作制度落实情况等。

**（四）**对于可能接触商业秘密的内部员工，告知其负有保守商业秘密的义务，并可以与其签订保密协议和竞业限制协议，将商业秘密的知悉人员控制在最小范围，必要时可以实行商业秘密拆分保护，分部分掌握，成组合使用。针对离职员工，要求其登记、返还、清除、销毁其接触或者获取的商业秘密及其载体，继续承担保密义务。

**（五）**在委托开发、委托加工、商业咨询、技术转让等商务活动中及时签订保密协议，明确各方保密义务和保密责任，防止商业秘密在商务交往中泄露。

## **第九条 救济途径**

经营者的商业秘密被侵犯，可视不同情况，采取不同的救济措施：

**（一）寻求民事保护。**权利人可以依法向仲裁机构申请仲裁，或者向人民法院提起民事诉讼，要求侵权人停止侵权并赔偿损失。

**（二）寻求行政保护。**权利人可以向县级以上市场监督管理部门举报，追究侵权人行政责任。

**（三）寻求司法保护。**侵犯商业秘密行为给权利人造成损失数额在五十万元以上的，侵权人违法所得数额在五十万元以上的，致使权利人破产或者遭受其他重大损失的，权利人可以向公安机关报案，追究侵权人的刑事责任。

查处侵犯商业秘密案件过程中，各相关机构严格履行保密义务和责任。

## **第十条 提交材料**

权利人认为其商业秘密受到侵犯，向县级以上市场监督管理部门请求保护其商业秘密时，提交以下材料：

**（一）** 举报书；

**（二）** 证明主张保护的商业秘密权利人主体资格。请求人为该商业秘密的权利人，或者与权利人具有独占使用许可、排他使用许可关系的被许可人。普通使用许可合同的被许可人须经权利人书面授权；

**（三）** 证明请求保护的商业秘密符合商业秘密的法定构成要件，包括该商业秘密的产生过程、载体、具体秘密点内容、商业价值、不为公众所知悉以及对其采取的具体保密措施等；

**（四）** 证明被举报人具有接触或实施侵犯该商业秘密的行为；

**（五）** 证明被举报人使用的商业信息与请求人请求保护的商业秘密具有共同或类似商业价值；

**（六）** 举报人因此造成的经济损失、损失数额计算的依据和方法等；

**（七）** 市场监督管理部门要求需要提供的其他相关材料。

**第十一条** 本指引不具有法律约束力，不属于强制性规

范，仅供相关单位参考使用。

附件：商业秘密保护“五个一”建设模版