

一次有名的“跳槽”

百事可乐经营秘密案述评

张玉瑞

龙虎相争

百事可乐公司(PepsiCo)和快克公司(Quaker)都是饮料生产的巨无霸级公司,均在争夺运动饮料和新一代饮料市场。

在运动饮料市场中,快克公司的Gatorade品牌居支配地位。百事可乐公司All Sport品牌饮料的销售量远远比不上对手的Gatorade。

两公司的竞争你死我活,百事可乐公司寻求知名企业进行合资,扩大生产规模;而快克公司购买了生产新一代饮料的大型企业施耐普公司,其产品的销量又是百事可乐公司类似产品的一倍,占据了竞争的优势地位。在龙虎相争中,百事可乐公司和快克公司均视1995年为关键年头,力争在该年份扩大自己市场,压缩对手市场。

此时关键人物雷蒙德(Redmond)上场了。此人自1984年至1994年为百事可乐北美分公司工作,最后升为加利福尼亚地区业务的总经理,百事可乐在该地区的年收入额为5亿美元,占在全美国收入的20%。由于身居高位,雷蒙德掌握很多商业秘密,与公司签有保密合同,并在合同中约定,不得向公司内部其他领导和雇员,披露任何保密信息,也不得为自己或者他人利益,使用保密信息。

引火烧身

自1994年5月开始,快克公司就开始挖墙脚,秘密与雷蒙德接触,许给其Gatorade品牌销售部副总监的位置。当得知雷蒙德并未拒绝时,百事可乐北美分公司人事部负责人立刻找到他,说如果他这样做,公司就会对他提起诉讼。

警告无效,百事可乐北美分公司对快克公司和雷蒙德提起诉讼,要求禁止雷蒙德披露、使用百事可乐的商业秘密,禁止雷蒙德在快克公司从事有关价格、市场和销售的工作。

对簿公堂

在诉讼中,原告百事可乐主要列举了以下商业秘密:未来3年的战略规划,包括竞争策略、收入目标,制造、包装、销售产品的计划,年度工作计划,即1995年的工作安排。其中价格政策(对不同地区、不同销售渠道的价格规划),是原告公司重要的商业秘密,该政策从侧面表现了零售商对价格的接受程度,以及原告公司对销售、配送系统的改进等等。

原告指出,雷蒙德作为加利福尼亚州地区的销售总监,参与了上述规划、计划的制定和执行。此外,他还掌握原告公司在特定市场上对其他品牌饮料发动商业攻势的计划和安排,

例如在某些敏感地区，突然投入大量资金促销，迅速扩大市场份额，缩小与竞争对手差距。

原告坚持认为，由于雷蒙德在被告快克公司的新位置，要求对竞争产品的生产、包装、销售、利润、成本负责，其必然使用原告公司的商业秘密和保密信息，使被告快克在直接竞争中取得不正当优势。

被告辩称，雷蒙德的工作不会侵犯原告的商业秘密，因为他按照被告公司已经制定的计划工作，与原告的规划、计划毫无关系。另一方面，被告公司与原告公司的销售方法也完全不同，百事可乐公司有自己独立的批发系统，向零售商直接供货，而快克公司没有独立的批发系统，要向社会上的批发商和大型仓储销售中心供货。

义正辞严

一审法院支持原告，根据原告要求发布了初步禁令。被告不服，向联邦巡回上诉法院提出上诉。

二审法院援引商业秘密保护领域某权威的话指出：“保护商业秘密的宗旨，是维护商业道德和促进研究开发，同时维护公共利益，保障对无专利保护产品与技术的自由开发和竞争。”保护商业秘密不能禁止雇员的择业自由，如何把握住二者关系，是在执法中面临的困难问题。有关判例和学说均承认，如果雇员为新雇主工作，在客观上不可避免地出现雇员使用原雇主的商业秘密，原告的商业秘密就等于产生了不可挽回损失的风险，法院可以禁止雇员为新雇主从事特定工作。

二审法院完全同意一审法院的认定：除非雷蒙德具有超人的能力，可把原告的信息分离出来，否则在为快克公司工作中，必然会运用对百事可乐公司的知识，开展工作。其必然使用的关键知识，已经不属于个人的一般技能和经验。

二审法院指出，本案不同于一般商业秘密侵权案，本案例原告没有主张一项技术或一份客户名单构成商业秘密，而是主张其战略和战术知识（指原告为与被告竞争对出击产品的生产、包装、利润、成本的安排，对进行市场销售、竞争的安排）构成商业秘密，并要求禁止被告在直接竞争中取得不正当优势。这种优势不是指被告利用原告的知识建立自己的生产、销售体系，而是在竞争中知道原告将要做什么，怎样做。正如原告公司所做的比方：一场球赛开始了，自己队伍中的一名球员拿着战术手册，跑到对方球队效力。

二审法院由此认为，被告公司雇用雷蒙德，具有不正当竞争的恶意。于是全面维持了一审法院判决，包括其初步禁令的范围。

启示

1. 本案特点是原告要求保护的经营秘密极其概括，它是一种“宏观”上的商业秘密，不像一份客户名单、一套图纸，一个计算机软件那样具体。这说明商业秘密中可以包含经营上的规划、计划。

2. 本案原告的商业秘密，在激烈竞争中，对被告具有重要商业价值。原告公司球赛的比方非常恰当。被告知道了原告的商业秘密后，效果并非是直接强化被告销售体系（其销售体系与原告的不同），而是使被告根据其销售体系，在知道原告的具体竞争行为后，采取相应的战略战术。

3. 为防止被告不正当利用原告的商业秘密，法院可以禁止竞争对手雇用从原告跳槽出来的雇员，从事某些岗位的工作。如果跳槽人员执意暗地里为被告出谋划策，与原告进行竞争，这种判决结果有点像公文游戏。实际上，赢得了本案诉讼的胜利，原告就赢得了进一步监视被告侵权、提起诉讼的主动权，如果被告积极出谋划策，原告可进一步指控被告已经使用了自己的商业秘密，给自己造成实质损害，并请求法院禁令和赔偿。