

高等院校会展专业教材

# 会展 法规与实务

HUIZHAN  
FAGUI YU SHIWU

樊英 刘冰 编著



南开大学出版社

- ◆本教材为广州大学教材出版基金资助项目
- ◆高等院校会展专业教材
- ◆南开大学出版社

◆樊英 刘冰 编著◆

# 会展法规与实务

**图书在版编目(CIP)数据**

会展法规与实务 / 樊英, 刘冰编著. —天津: 南开大学出版社, 2010.5  
高等院校会展专业教材  
ISBN 978-7-310-03400-0

I. ①会… II. ①樊…②刘… III. ①展览会—法规—中国—高等学校—教材 IV. ①D922.16

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 058015 号

**版权所有 侵权必究**

**南开大学出版社出版发行**

**出版人: 肖占鹏**

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

\*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

\*

2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 17.5 印张 322 千字

**定价: 30.00 元**

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

# 前 言

会展业作为一个新兴的产业部门,被誉为“朝阳产业”,它与旅游业、房地产业一起并称为 21 世纪“三大无烟产业”,具有广阔的发展前景,会展业涉及的领域非常广泛,但从目前我国会展业法制建设情况看还很不完善,立法层次不高,正式的行政法规也尚未出台。相关法律法规不少,但比较散乱,没有形成体系。毫无疑问,完善会展法对中国会展业的蓬勃发展起着关键作用,而一个正规的、合理的、有秩序的会展业才能更好地带动中国的经济。

随着会展业的迅速发展,会展法学作为新兴的法律学科分支应运而生。近些年来,不少学者开始投入到会展法学的教育和研究中,在某些领域取得了一定的成果。但一个不能忽视的事实是,会展法学作为具体的部门法分支学科,在法学研究中还基本处于边缘法学的地位。从事会展法研究的人员大多是从从事会展教育的人士,法学界对此关注不多,在很多问题上还没有涉足,在很多领域还没有达成共识。因此,加强会展法学研究迫在眉睫。

中国会展业的发展使培养会展人才成为当务之急,自 2003 年教育部首次在普通高校设立会展经济与管理专业起,近年来高等会展教育以令人难以置信的速度飞速发展。从现有的高等教育会展法规教材来看,数量不多,其中不乏好的教材,应该说倾注了会展教育者们的心血,为会展高等教育做出了贡献,也为本书的编写提供了不可多得的经验。但总的来看不少教材是对相关法律内容的论述,而与会展实践活动的联系性不强,从某种意义上说,这类教材多半属于会展业相关法律制度汇编,因而,对会展实践活动的具体指导性和应用性不大。

广州大学旅游学院(中法旅游学院)是国内最早开设会展类专业的院校之一。2002 年,旅游学院成立之际,就率先开展了会展专业的合作项目。2007 年获教育部批准同意设置会展经济与管理本科专业后,广州大学旅游学院大力加强会展经济与管理专业学科建设,积极鼓励教师们自编教材。本书编著者均为广州大学具有多年教学经验、从事相关法学教育的教师。在充分吸收同行同类教材编写宝贵经验基础上,尽快、尽早出版符合大专院校会展经济与管理专业的教材,为会展人才的培养尽了最大的力量。

本书编写侧重点在实务,编著者力图梳理会展业部门规章和相关法律法规,并密切结合会展业的发展动态与前沿问题,注重内容的科学性、系统性和实践性。融合了民商法、其他相关法律及会展业政策和部门规章,密切围绕会展业市场经营过程中最为常见和实用的理论与实践问题,在分析会展业法律关系和法律纠纷的基础上,运用相关法律制度,力图使学生在学习中注重法律基础、关注会展业发展动态、开阔视野,拓展知识面、培养解决实际问题的能力。这是我们在教材编写过程中所做的尝试,当然,难免有不完善的地方,我们愿意以诚恳的态度求教于方家。

本教材第一、二、三、六章为樊英编写;第四、五、七、八章为刘冰编写。并由樊英负责本教材的最后统稿工作。

本书编著者

2009年8月31日于广州市桂花岗

# 目 录

前言 .....	(1)
<b>第一章 会展业法律制度概述</b> .....	(1)
第一节 会展业概述 .....	(2)
第二节 会展法的概念及其调整对象 .....	(7)
第三节 会展法律关系 .....	(14)
第四节 我国会展法律体系 .....	(19)
附:中国进出口商品交易会(简称广交会)组织者简介 .....	(22)
复习思考题 .....	(23)
<b>第二章 会展业主体规制法律制度</b> .....	(24)
第一节 我国会展业管理机构 .....	(25)
第二节 会展组织者资质审批法律制度 .....	(27)
第三节 会展企业法律制度 .....	(37)
第四节 会展主体规制相关法规(节选) .....	(61)
案例分析 .....	(72)
复习思考题 .....	(73)
<b>第三章 会展合同法律制度</b> .....	(74)
第一节 合同法的一般性规定 .....	(74)
第二节 会展合同概述 .....	(89)
案例分析 .....	(114)
复习思考题 .....	(117)
<b>第四章 会展业知识产权保护法律制度</b> .....	(118)
第一节 知识产权的概念和特征 .....	(119)
第二节 对会展业本身的知识产权保护 .....	(127)
第三节 商标权保护的法律制度 .....	(130)
第四节 专利权保护的法律制度 .....	(141)

第五节 著作权保护的法律制度 .....	(149)
第六节 展会对知识产权保护的具体措施 .....	(156)
案例分析 .....	(158)
复习思考题 .....	(160)
<b>第五章 会展业出入境管理法律制度 .....</b>	<b>(161)</b>
第一节 涉外会展概述 .....	(162)
第二节 涉港澳台会展概述 .....	(167)
第三节 涉外会展人员出入境管理法律制度 .....	(173)
第四节 涉外会展物流的出入境管理法律制度 .....	(178)
第五节 涉外会展信息流的出入境管理 .....	(182)
第六节 我国会展企业出境展览的条件与程序 .....	(189)
案例分析 .....	(192)
复习思考题 .....	(193)
<b>第六章 会展消费者权益保护法律制度 .....</b>	<b>(194)</b>
第一节 会展消费者概述 .....	(195)
第二节 消费者权益保护法概述 .....	(197)
第三节 会展消费者权利与会展经营者的义务 .....	(200)
第四节 会展消费者权益争议与法律责任 .....	(207)
案例分析 .....	(211)
复习思考题 .....	(213)
<b>第七章 会展业市场管理法律制度 .....</b>	<b>(214)</b>
第一节 会展业市场管理概述 .....	(215)
第二节 对不正当竞争行为的规制 .....	(217)
第三节 会展业产品质量的规制 .....	(227)
第四节 会展业广告管理 .....	(230)
案例分析 .....	(239)
复习思考题 .....	(241)
<b>第八章 会展业经济纠纷及其解决 .....</b>	<b>(242)</b>
第一节 经济纠纷概述 .....	(243)
第二节 解决民事纠纷的方式 .....	(254)
第三节 经济纠纷调解 .....	(257)
第四节 经济仲裁的概念、特征 .....	(259)

---

第五节 经济纠纷的诉讼 .....	(262)
案例分析 .....	(269)
复习思考题 .....	(270)
参考文献.....	(271)
鸣谢.....	(272)



## 第一章

---

# 会展业法律制度概述

### 学习目的

从市场经济的内涵看,市场经济就是法制经济,只有进行严格的法律规范才能促进市场经济更健康的发展。会展法是一个新兴的法律分支,是随着我国会展业的发展而出现的,它对中国会展业的蓬勃发展起着保驾护航的作用。通过本章的学习,使学生了解我国会展业的发展现状及其地位和作用,了解法学的一些基本理论问题,掌握会展法的调整对象,熟悉我国会展法制建设的状况。

### 主要内容

- 会展业概述
  - 会展业的概念
  - 我国会展业发展现状
  - 会展业的地位和作用
- 会展法的概念及其调整对象
  - 法的一般原理
  - 会展法的概念及其调整对象
- 会展法律关系
  - 会展法律关系的概念
  - 会展法律关系的构成
  - 会展法律关系的发生、变更和消灭
  - 会展法律关系的保护
- 我国会展法规体系
  - 我国会展业立法现状
  - 我国会展法规体系

## 第一节 会展业概述

### 一、会展业的概念

学术界对会展的定义可以分“广义”和“狭义”两种。狭义的会展仅指展览会和会议；广义的会展是会议、展览会和大型节事活动的统称。

会展业是指由会展经济运行而引起的相互联系、相互作用、相互影响同类企业的总和，是一个新兴的服务行业。

### 二、我国会展业发展现状

改革开放 20 多年来，我国会展业从无到有，从小到大，以年均近 20% 的速度递增，行业经济效益逐年攀升，场馆建设日臻完善，已成为国民经济的助推器和新亮点。

概括起来，我国会展业良好发展态势主要体现在以下几个方面：

#### 1. 展览会场馆规模不断扩大

在第三届中国会展经济国际合作论坛上，中国贸促会首次发布了对中国内地展览场馆比较全面的统计：截至 2006 年底，中国内地共拥有 2000 平方米以上的各类会展中心和展览场馆 170 家，可用于展览的总面积达 536.5 万平方米，其中近 2/3 为室内展馆，1/3 为室外展馆。展览总面积已居世界前列，超过了号称“世界会展之国”——德国的展馆面积，拥有一批具有国际水平的现代化会展场馆。广州国际会展中心是到 2009 年 1 月为止，亚洲规模最大、设施最先进、档次最高，被认为能满足大型国际级商品交易会、大型贸易展览等需要的多功能、综合性、高标准的国际展览中心。已竣工的首期工程占地 43 万平方米，总建筑面积 39 万平方米，拥有三层共 16 个标准展厅，展厅总面积 16 万平方米，有国际标准展位 10200 个。据不完全统计，全国正在建设或规划将在未来几年建成的各类会展中心的会展面积可能超过 100 万平方米。当然，展馆的建设不是越多越好，也不是越大越好，更不是越豪华越好，关键是要适应国家以及当地经济发展的需要。

#### 2. 会展活动空前活跃

据有关调查表明，举办和参加会展的企业数和人数不断增多，2004 年我国会展项目数量超过 3000 个，出国办展近 800 个；参展企业 500 多万家，参会专业观众近 2000 万人次；节庆活动 5000 多个，参与观众达数亿人次。就展会类型来说，有外国来华单一国家展览，有综合性展览，有专业性展览。就国际展而言，专

业性展览约占95%以上。会展收入增幅明显,目前举办各类展会直接收入超过100亿元,间接带动的旅游、餐饮、交通、广告、娱乐、房产等行业收入高达数千亿元。

### 3. 会展质量逐步提高

经过多年发展,一些由政府主导的综合会展向专业会展转变,有的随着市场化、专业化、国际化水平的提高而成为著名会展,已培育出一批具有特色的、高水平的、较大影响力的会展知名品牌,诸如广交会、高交会、上交会等综合展。专业化会展比重增加,几乎涉及经济的各个部门和主要行业,如北京的机床展、纺机展、冶金铸造展和印刷展等已跻身国际同行展的前四名,珠海国际航空展成为亚洲第二大航展,而号称“中国第一展”并享誉全球贸易展的“广交会”是我国历史最长、规模最大、层次最高、影响最广、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易会展。

### 4. 组展主体呈多元化

目前主要有五大主体:一为政府机构,包括政府部门、事业单位,承担政府主导的各种重大经贸洽谈展会和综合性展会,政府主导型的展会仍是一大亮点,由国家部委和省市政府共同举办的大型展会活动,其中不少展会有高层领导人出席、讲话、剪彩、题词;二为行业协会,各种有影响的专业性会展大部分由行业协会主导或主办;三为国有企业,少数国有企业组织经营性会展等业务;四为民营企业,民营企业介入会展业,或主营或兼营,经营范围中有会展业务的民营企业在京、沪、穗这三地就超过千家;五为外资企业,境外的会展公司与国内有关单位结成合作伙伴,开展海外和国内招展,据不完全统计,目前国内举办的国际专业展将近40%有境外公司参与。

### 5. 会展群聚效应突出

会展业在全国各城市发展迅速,尤其以北京、上海、广州、大连、成都五大会展城市最为活跃,形成了“环渤海、长三角、珠三角、东北、中西部”五个会展经济产业带。环渤海会展经济带——以北京为中心,以天津、廊坊等城市为重点,其会展业发展早、规模大、数量多,专业化、国际化程度高,门类齐全,知名品牌展会集中,辐射广。长三角会展经济带——以上海为中心,以南京、杭州、宁波、苏州等城市为依托的会展产业带已经形成。该产业带起点高、政府支持力度大、规划布局合理、贸易色彩浓厚,受区位优势、产业结构影响大,发展潜力巨大。珠三角会展经济带——以广州为中心,以广交会为助推器,以深圳、珠海、厦门、东莞等会展城市群,形成了国际化和现代化程度高、会展产业结构特色突出、会展地域及产业分布密集的会展经济带。东北会展经济带——以大连为中心,以沈阳、长春等城市为重点的会展经济带,依托东北工业基地的产业优势及东北亚的区位

优势,形成了长春的汽博会、沈阳的制博会、大连的服装展等品牌展会。中西部会展经济带——以成都为中心,以重庆、西安等城市为重点的会展经济带,通过不断发展,现已形成了成都的西部国际博览会、重庆的高交会、西安的东西部洽谈会等品牌展会。从会展收入看,广东、北京和上海占据了垄断地位,占全国会展收入的近90%。同时,逐步形成新兴的会展业市场和一些具有一定实力的会展集团公司。

### 三、会展业的地位和作用

#### (一)会展业的地位

任何一个产业的形成都是生产力发展到一定历史阶段的产物,没有生产力和科学技术的发展,就不可能有新产业的出现。会展业作为一种新兴产业类型,是市场经济发展到具备了一定的经济、政治、文化、制度等方面的条件,是要素流动发展的必然结果。

会展业主要通过举办各种形式的会议和展览,包括大型国际博览会、展览会、交易会、运动会、招商会、经济研讨会等,吸引大量商务客和游客,促进产品市场的开拓、技术和信息交流、对外贸易和观光,并以此带动旅游、住宿、商业、餐饮、购物等多项相关产业的发展。会展业作为具有较高经济效益的朝阳产业,其影响面之广,关联度之高,是不容忽视的。

2002年5月,会展业以会议及展览服务业的名称被纳入我国《国民经济行业分类》。2004年8月,国家发改委正式把会展业列为“产业”,表明会展业在我国国民经济中的重要地位已得到国家的认可。

#### (二)会展业的作用

在会展经济高速发展的今天,会展业的作用日益凸现,概括起来,主要体现在以下几个方面:

##### 1. 会展业是城市发展和现代服务业的强劲引擎

首先,会展业是城市服务业的源头和引擎。举办会展,能够为城市带来大量的有较强消费能力的商务人员。为现代服务业如航空业、铁路业、运输业、酒店业、餐饮业、物流业及商业、旅游业等各类其他服务业提供了服务的主体。会展业还会促进做短暂停留的机构及人员在举办城市设立分公司、办事处,在所在区域开拓市场,为当地引入先进技术、理念和人才。其次,会展业影响着城市及区域经济的定位和经济模式。以珠三角会展经济带为例,早在1957年,国务院决定举办“广交会”以作为中国与国外进行商贸交流的窗口。到目前,广州有几万名世界各地尤其是非洲、中东等地的客商长期驻留,将中国的产品批发到世界各地,广州也发展成一个中国商品的对外贸易中心和集散地,这其中,已举办100

多届的广交会对广州经济特色的形成和影响功不可没;深圳在1999年开始举办中国国际高新技术成果交易会,与深圳市政府确定的发展高新技术产业互相影响;东莞市以制造业闻名,举办的各类工业展览会反过来促进其制造业名城的定位和发展。由此可见,会展业在帮助及促进一个城市、一个区域经济的模式的形成、城市经济定位方面所起到的作用。第三,会展业对城市宣传有着不可比拟与替代的作用。一个城市一个地区在全国全世界的宣传,最好的方式莫过于让从全国各地、世界各地的人们一次或数次来到这个地方,亲眼看、亲身感受;其次的方式便是不断地有人、有资讯提到这个地方,而会展业恰好可以做到这两点。大型的展览会对城市知名度的传播如同奥运会等顶级赛事一样,起着“引起关注,提振信心,促进城市发展”的作用。

## 2. 会展业具有强大的产业带动效应

会展业不仅能带来场租费、搭建费等直接收入,而且还能拉动或间接带动数十个行业的发展,直接创造商业购物、餐饮、住宿、娱乐、交通、通讯、广告、旅游、印刷、房地产等相关收入;不仅能集聚人气,而且能促进各大产业的发展,对一个城市或地区经济发展和社会进步产生重大影响和催化作用。据有关统计表明,一个好的会展对经济拉动效应能达到1:9,甚至更高。以深圳市会展业为例,自从1999年10月第一届深圳中国国际高新技术成果交易会的成功举办和高交会展览中心的建成使用,带动了深圳市会议展览业的第二次发展高潮,每年都有大规模的展览在深圳崛起和形成,深圳在高交会的带动下,每年都有70个左右的大中小型展览会,参展参会人数达到了至少200万人次以上,仅每年的高交会就达到了60万人次,2004年11月成功举行的首届深圳国际文化产业博览会参展参观者就达到了47万多人次。人的流动,无疑是财的流动,举办一个展览会也无疑给会展服务相关行业起到了带动作用,以下行业将是直接受益的行业:如展览馆场地服务、展览装饰设计、展品运输、展位灯光音响服务、数字投影设备服务、会议速记、会议论坛、新闻发布、产品推荐、礼仪模特服务、会议展览翻译、广告印刷、邮电通信、银行快递服务、鲜花服务、会议糕点、酒店住宿、餐饮业、歌舞娱乐场所、桑拿浴场、脚底按摩、美容美发、形象设计、休闲购物如酒吧间、咖啡屋、电子市场、商场购物、会展人才培养就业、订票服务、商务考察旅游等行业,这为以上相关行业带来了无限的商机,也为以上行业带来了劳动就业率,为稳定社会发展和带动城市经济以及增加城市税收带来了积极作用。

## 3. 会展业具有优化城市产业结构的功能

从产业经济学的角度看,会展业将产生城市产业结构优化效应。所谓产业结构优化是指推动产业结构合理化和高度化发展的过程,它主要遵循产业结构演化规律,通过创新,加速产业结构的高度化演进。当城市的主导产业被确定

后,将会通过扩散效应对整个城市产业结构的优化发展起到积极作用。会展业汇聚巨大的信息流、技术流、商品流和人才流,意味着各行业在开放潮中,在产品、技术、生产、营销等诸方面获取比较优势,优化配置资源,增强综合竞争力。使产业结构的发展顺着劳动密集型产业、资本密集型产业、技术(知识)密集型产业分别占优势地位的方向演进,使城市的产业结构向着更加合理化和高度化的方向发展,最终推动经济的发展。

#### 4. 展览本身创造出巨大的经济效益

展览的经济效益,包括实际的经济效益和潜在的经济效益。实际经济效益由贸易成交促成,潜在的经济效益主要体现在展览对宏观经济的作用、展览对企业经营决策的作用、展览的商品流通渠道作用等方面。应该说,成交是参展企业的最重要目标,参展商希望在每一个展览会上都能签署可观的购销合同以及投资、转让、合资意向书。在展览会上,参展企业有备而来是为卖,参观者有备而来是为买。在经过全面、彻底地介绍或了解产品后,双方就价格条件、包装条件、运输条件、交货条件、支付条件等进行讨价还价,最终达成一致,签订合同。据统计,2001年秋季在深圳举办的第三届“中国国际高新技术成果交易会”,吸引了国内外85个代表团、3320家参展商、15404种参展项目、1660家投资商,参观洽谈人士超过30万,成交金额达104.18亿美元。德国既是经济大国同时也是展览大国,其贸易量的80%是通过展览会达成的。这一统计数字说明了展览会在成交方面的作用。展览会巨大的宣传优势对于推出新产品、寻找新客户、销售和成交作用很大。由于现代市场营销活动是在以广泛的地域范围和复杂的人际关系为背景的社会化大生产条件下进行的,所以仅有优质的产品、合理的价格和适当的渠道,并不一定就能立即吸引大量的顾客。因为在商品经济的大千世界中某一企业的产品及其有关情况并不一定会引起他们的注意。这就需要企业采取各种有效的方法,把企业的有关信息传递给自己的目标市场,以引起消费者的注意,激发他们的需求欲望,吸引他们购买企业的产品,这一系列做法及其策划就是企业的促销策略。消费者一般是在进行比较后才会购买他们所了解的产品,他们对某企业的有关信息知道得越多,选择该企业产品的可能性也就越大。

一般而言,会展业的发展需要具备若干前提条件:一是制造业发达,具有明显的产业优势;二是经贸活动频繁,市场繁荣;三是城市功能设施齐全,交通便利;四是展馆及配套服务设施完善。值得注意的是,近些年来,各地纷纷对会展业青睐有加,片面、过分地推崇会展业,会给人一种错觉,以为会展业是万能的,只要极力推动,自然就会产生经济效应。事实上,会展业须以产业为基础,只是产业链中的一个环节而已,它的基本因素仍是服务业,两者并非“鸡与鸡蛋”的关系。恰当地评估会展业在产业发展中的作用,有利于会展业的发展。现在,许多

城市都在探索会展业的问题,连一些中小、偏远城市,也计划通过会展业带动城市的发展,而完全忽视了本地的产业规模、状况、前景。但事实的情况是,在城市产业单调、规模不大的情况下,会展业并不能发挥多大的作用。

## 第二节 会展法的概念及其调整对象

### 一、法的一般原理

#### (一)法的概念及其特征

##### 1. 法的概念

法是一种规范,是一种由国家制定或认可的,规定人们法律上的权利和义务,并由国家强制力保证实施的规范。

##### 2. 法的特征

法作为一种社会规范,具有一般社会规范所具有的规范性、概括性、预测性等特性。作为一种特殊的社会规范,法还同时具有以下几个方面的基本特征:

(1)法是调整人们行为的特殊社会规范。规范总的来说有两大类:技术规范和社会规范。技术规范是调整人与自然的关系、规定人们如何使用自然力、劳动工具和劳动对象的行为规则,反映着自然科学的成就,也就是人们通常所说的技术标准、操作规程。社会规范是调整人与人之间社会关系的行为规则。法律规范、道德规范、社会团体规范等都属社会规范。法律规范规定人们可以做(授权)什么、应该做(义务)什么、禁止做(禁止)什么,从而成为评价人们行为合法不合法的标准。是指引人们行为并预测未来行为及其后果的尺度,也是警戒和制裁违法行为的根据。法律规范作为特殊的社会规范,它的特殊性在于它是统治阶级用来调整人与人关系的调整器,它是调整统治阶级与被统治阶级之间、国家与公民之间、公民相互之间关系的特殊的行为规范,是阶级社会特有的社会现象,是统治阶级维护社会秩序的手段。

(2)法是由国家制定或认可的并具有普遍约束力的行为规范。制定和认可是国家创制规范的两种基本形式。认可就是承认已有的规范具有法律效力,制定虽是创制新的规范,但也不是凭空想出来的,往往是经验的总结,是带有一定预见性的经验总结。法由国家制定或认可,表明法是以国家意志的形式表现出来的,具有国家意志的属性,这是法有别于其他规范的重要特性之一。法的普遍约束力就是指上升为国家意志的法,在该国权力管辖范围内具有普遍的有效性,要求一律遵行。

(3)法通过规定人们的权利和义务调整社会关系。法总是明确规定人们在

一定社会关系中的权利和义务,以此来调整人们的关系。这里显示了法律调整的特殊方式。法律调整的方式一般采用权利、义务规范,如允许人们做出某种行为,就是赋予人们法律上的权利;禁止或规定必须做的行为,就是人们应当承担的法律上的义务。

(4)法由国家强制力保证实施。这是法律规范区别于其他社会规范、技术规范的重大特点。人们遵守法律规范,当然不单纯是出于对国家制裁的惧怕,由于种种原因,在社会主义国家人们对法律规范的遵守大都出于自觉。但国家强制力的保证仍是法律规范区别于其他非法律规范的重要标志。一种规范如果没有国家强制力的保证,如果违反了这种规范可以不受国家法律的制裁,那么这种规范就不是法律规范。法律规范由国家强制力保证实施,即谁违犯了它,就要受到国家的制裁。

## (二)法的作用和职能

### 1. 法的作用和职能的概念

“作用”和“职能”两个术语所表达的意思十分相近,都说明被研究对象的活  
动、运作和它对外界的影响。法的作用侧重讲的是法对人的行为或社会生活的  
影响;而法的职能侧重讲的是法发挥这种影响的活动方向。

### 2. 法的具体作用和职能

法的作用是指法通过对人们思想的影响,实现对人们行为的评价、指引、预  
测,实现对合法行为的保护和对非法行为的谴责、制裁、警戒和预防的规范作用。  
法是规定法律上的权利与义务的,所谓法律权利就是法律允许做、能够做的行  
为,它是一种有选择的指引,为社会成员发挥主动性、创造性提供了条件。所谓  
法律义务是法律要求做、必须做的行为,这是一种命令式的指引,是无条件的必  
须遵行的指示。

法的职能一方面是指法通过规范人们的行为,确认、建立并发展一定的社会  
关系。另一方面是指运用法律手段保护这种社会关系的能力。前者就是法的调  
整性职能,即运用法律手段确认、建立、发展一定的社会关系,使一定的社会关系  
具有法律关系的性质,从而确立一定的法律秩序;后者就是法的保护性职能,即  
运用法律手段保护这种已经建立的法律关系、法律秩序,使其不受侵犯或恢复、  
弥补被侵害的法定权利的职能。如果说法的调整性职能是反映社会生活的正常  
状态、建立合法关系与合法秩序的职能的话,那么法的保护性职能就是反映社会  
生活的异常状态,旨在限制、取缔非法关系,以恢复被破坏的法律秩序的职能。

## (三)法的渊源

法的渊源,是指法的表现形式,即法是由何种国家机关,依照什么方式或程  
序创制出来的,并表现为何种形式的法律文件。法的渊源的种类,主要是依据创



制法的国家机关不同、创制方式的不同划分的。历史上不同类型的法,以及同一类型的法在不同的国家,法的渊源都有所不同。奴隶制时代,法的渊源主要是习惯法,成文法是在较晚的历史时期才出现的。封建制时代,法的渊源有习惯法、法律、帝王诏令、判例等。在东方国家,家族法占有特殊地位。在欧洲,教会法则是各国法重要的渊源。在欧洲大陆国家,资产阶级的法以成文法为主要渊源,英美国家则是判例法占重要地位。目前,我国法的渊源主要有以下几种:

#### 1. 宪法

它由国家最高权力机关——全国人民代表大会制定。它规定国家的基本制度和根本任务,是国家的根本大法,具有最高的法律效力。

#### 2. 法律

它是由全国人民代表大会及其常务委员会经一定立法程序制定的规范性文件。其法律效力和地位仅次于宪法,是制定其他规范性文件的依据。

#### 3. 行政法规

它是由国家最高行政机关——国务院制定、发布的规范性文件。它通常冠以条例、办法、规定等名称。其地位次于宪法和法律,是一种重要的法的形式。

#### 4. 地方性法规

省、自治区、直辖市的人民代表大会及其常务委员会在与宪法、法律和行政法规不相抵触的前提下,可以根据本地区情况制定、发布规范性文件即地方性法规。省、自治区人民政府所在地的市和经国务院批准的较大的市以及经济特区市的人民代表大会及其常务委员会在宪法、法律和行政法规允许范围内制定的适用于本地方的规范性文件,也属于地方性法规。

#### 5. 民族自治地方自治条例和单行条例

民族自治地方(自治区、自治州、自治县)的人民代表大会有权依照当地民族的政治、经济和文化特点,制定自治条例和单行条例。

#### 6. 特别行政区法

国家在必要时设立特别行政区,全国人民代表大会制定的特别行政区基本法以及特别行政区依法制定并报全国人民代表大会常务委员会备案的、在该特别行政区内有效的规范性法律文件,属于特别行政区法。

#### 7. 规章

国务院各部委,省、自治区、直辖市人民政府,省、自治区人民政府所在地的市和国务院批准的较大的市以及某些经济特区市的人民政府在其职权范围内依法制定、发布的规范性文件为规章。规章的效力低于宪法、法律和行政法规。

#### 8. 国际条约

国际条约不属于国内法的范畴,但我国签订和加入的国际条约对于国内的