

● 特许经营世纪精品丛书 ●

The Essence
of Franchising Law

丛书主编 李维华

孙连会 著

特许经营 法律精要



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



● 特许经营世纪精品丛书 ●

The Essence
of Franchising Law

丛书主编 李维华

孙连会 著

特许经营 法律精要



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书在分析总结中外特许经营法律理论和实践的基础上,对特许经营法律所涉及的方方面面进行了详细论述,内容既包括特许经营的基本知识、国内外特许经营法律发展概况、特许经营法律国际统一化趋势、特许经营的政府监管与行业自律等宏观立法问题,也包括特许经营中的知识产权、特许双方的权利义务、信息披露、商业秘密保护、特许经营费用等微观法律问题。本书对于指导中国特许经营立法、理论发展和实践应用都有一定的参考价值。

本书适合于特许经营律师、立法和司法人员及特许经营法律研究者阅读,它既可作为特许经营的各类教学、研究、培训、学习用教材或参考书,也可作为特许经营企业(包括特许人和受许人)开展特许经营实践的应用指导。

图书在版编目(CIP)数据

特许经营法律精要/孙连会著. —北京:机械工业出版社,2006.7

(特许经营世纪精品丛书)

ISBN 7-111-19545-0

I. 特... II. 孙... III. 专卖—商业管理—经济法—基本知识—中国
IV. D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 075656 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:贾秋萍 版式设计:黄玉军 责任校对:肖新民

封面设计:李世辉 责任印制:洪汉军

三河市宏达印刷有限公司印刷

2006 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

169mm×239mm · 10.75 印张 · 1 插页 · 329 千字

0001—5000 册

定价:35.00 元

凡购买本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68326294

编辑热线(010)88379001

封面无防伪标均为盗版

丛书序

1987年年底,第一家肯德基快餐店进驻中国。当时,人们并没有意识到,那正是商业模式的特许经营在中国发展的起点。此后的十几年里,特许经营在中国以意想不到的速度飞速发展,取得了有目共睹的成就。有关机构的不完全统计资料显示,我国社会商品零售额的5%左右是特许加盟店所创造的。2000年底,我国有特许经营企业410家,店铺11000多个,涉及30多个行业。到2001年6月,我国共有特许经营企业600多家,涉及40多个行业。2002年,国内特许经营企业超过1000家,所涉及的行业超过50个。至2003年10月,我国特许经营企业在1500家左右,加盟店约为7万家。2003年底,我国的特许经营企业在1900家左右,加盟店8.2万家,数量居于世界前茅。2004年底,我国的特许经营企业突破2000家,加盟店12万家。2005年,中国特许经营企业已突破2100家。最新数据显示,目前的中国已有2320多家特许人企业,成为世界上特许经营体系最多的国家和特许经营发展潜力最大的市场。

特许经营在中国的蓬勃发展,既带来了盟主与加盟商数量的快速上升,老字号与新品牌的崛起,也提出了诸如法律法规、人才培养、物流配送、协会建立、地区与行业差异等相关问题。因此,解决特许经营在实践与理论中的脱节问题就成为了当务之急。

目前,市面上有关特许经营类图书的数量不少,其中不乏优秀作品,但尚没有一套系统、全面介绍特许经营相关理论与实践的图书,本丛书的出版填补了这一空白。

至今,本套丛书已经正式出版了《特许经营理论与实务》、《餐饮特许经营实务》、《特许经营概论》、《企业全面资源运营论》、《如何开一家成功的餐饮店》、《如何开一家成功的时装店》、《特许经营致富》、《特许经营在中国》、《特许经营指南》、《如何避免特许经营欺诈》、《特许经营手册》等书籍,得到了市

场的肯定与认同。更多的相关图书也正在编写、审校、制作之中，相信很快就会与读者见面。

丛书出版以来，无数的热心读者就一直在与我就特许经营的相关内容进行交流，同时也给我提出了许多极其宝贵的建议，这其中包括企业家朋友、国内外的盟主与加盟商、特许经营业界的专家学者、教育界的同仁、我的同事、出版社的编辑、在各地作演讲与培训时的听众、参加特许经营高级经理人班或店长培训班以及特许经营沙龙的学员、中国政法大学商学院的大学生与研究生、我的特许经营顾问咨询客户、中国特许经营第一网（www.texul.com）的读者、中国政法大学特许经营研究中心的专家等，他们给了我很多颇为有益的启发与建议。

本套丛书有两个基本宗旨：

第一，为致力于特许经营行业的人士奉献一套相关理论与案例，力求权威、前沿，作为在实战中的指导，以便让特许经营在中国展现积累财富的巨大魅力，填补国内特许经营书籍市场空白。

第二，联合高水平的业内人士，博采众长、编研结合、写译并举，使其成为一套融合百家之长的精品系列，并尽可能使所有行业和背景的读者都能在本套丛书里找到需要的、适合自己的理论或案例。

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”。虽然参编专家都是特许经营理论研究者和实践者，其致力于研究特许经营的理论，总结各类实战经验，但由于丛书涉猎范围广泛及编者水平所限，其中疏漏之处在所难免，恳请大家指正。

最后，请允许我表达对如下人士的真诚谢意：

感谢本套丛书的新老读者！

感谢所有已出版书籍和即将出版书籍的作者、译者、编者朋友们！

感谢所有和我交流过的中外企业家、业内专家与职业经理人朋友们！

感谢中国政法大学商学院和中国政法大学特许经营研究中心的诸领导和同事们！

感谢所有对本丛书作出贡献的朋友们！

最后，感谢我的父亲李克臣、母亲董广英、我的夫人忻蕊以及亲朋好友，

你们的关怀与支持为我提供了主编此套丛书的源源动力。

李维华

2006 年 6 月

研究领域：特许经营、企业文化、资源运营、企业战略、人力资本、市场
营销、顾问咨询、商业计划、创业学、资本运作等

联系方式：liweihua169@126.com

中国特许经营第一网：www.texu1.com

前言

如果说，特许经营的主体即特许人和受许人双方是特许经营的躯体的话，业务咨询与法律服务则是其不可缺少的两翼。随着特许经营的发展，特许经营业务咨询与法律服务市场也渐趋活跃。但与业务咨询不同的是，法律问题是特许经营主体永远无法回避、无法忽略的问题。从签订特许经营合同到解决特许经营纠纷，从遵守国家关于特许经营的法律法规到履行自己的合同义务，法律是特许经营永恒的旋律！

在中国特许经营发展到第十几个年头的时候，仍旧逃不脱“规范与监管”的发展阶段和历史规律。而如何规范和监管，如何加强行业自律，关系到特许经营事业是能从困境中奋起而生，还是在乱局中堕落而死的关键问题。在这一方面，法律仍然是规范和监管的主要手段。特许经营立法、执法和司法都肩负着规范特许经营健康发展的艰巨使命，而对特许经营的政府监管和行业自律也离不开法律的支持和监督。

法律对中国特许经营的进一步健康发展是如此重要，这就是写作本书的基本原因！

本书共分两篇，上篇包含六章，下篇包含六章。

上篇重理论，主要是关于特许经营的基本概念、各国特许经营立法以及特许经营法律理论方面的介绍和论述。本篇旨在向读者全面系统地介绍国内外特许经营立法的基本情况，有助于帮助读者迅速掌握世界各国特许经营立法的概况。同时，作者根据自己的研究心得，对中国特许经营现行立法的发展与完善提出了中肯的建议和意见。此外，在参考其他国家特许经营相关经验的基础上，本篇还对如何建立、健全特许经营的政府监管机制和协会的行业自律进行了有意义的论述。

下篇重实务，主要是关于特许经营中的法律实务处理问题、特许经营合同制定以及特许经营纠纷解决问题。作者结合多年的律师实务经验，在各国特许经营立法和法律理论的基础上，对中国特许经营实践中的有关重大法律问题作了详细和富有创见的阐述。这些重大法律问题，如信息披露、知识产权、商业秘密保护、特许双方的权利义务及其法律责任等，既是特许经营合同中的重要条款，也是特许经营管理中的重大问题，更是特许经营纠纷和司法实践中的主要焦点所在。

总体来说，上篇更适合于特许经营初学者、特许经营专业学生作为学习教材之用，适合于立法机关作为立法参考之用，适合于特许经营主管部门、行业协会进行政府监管和行业自律时借鉴之用。而下篇则无疑更适合于特许经营实践的参与者，比如特许经营律师从业时的参考，仲裁机构和法官审案时的参考。同时，对于特许经营从业者，比如特许人和受许人来说，下篇内容也有着直接指导作用。

在本书的最后，作者特意推荐了几部有代表性的国外特许经营立法，并将中英文版本结合起来介绍给大家。这些资料并不容易通过公开渠道获得，有些是国外相关部门直接赠阅的，对于准备学习、了解国外特许经营法律的人士应该是有价值的。但对于其中的汉英、英汉翻译版本，如有不当之处，还请专业人士赐教。

我们都知道，现代特许经营源于美国，生根于一些发达国家，它们有比较丰富的特许经营理论和实践，有比较成熟的特许经营立法、执法和司法。因此，本书比较多地参阅了其他一些国家的特许经营立法和法律理论，吸收和借鉴了它们关于特许经营立法的一些基本理论和主要内容，力图介绍一些先进的、成熟的东西为我所用。同时，本书还紧密联系中国特许经营的实际，对处理有关立法、执法和司法问题，对有关特许经营业务实践提出了思考和建议。因此，作者试图写作一本结合国外与国内、联系理论和实际的一本书，并希冀对中国特许经营立法、执法和司法实践，对中国特许经营法律理论和实践的发展有所裨益、有所推进。目标虽然远大，因作者水平及视野之局限，能否达到目的，还尚不可知。

本书是作者的第一本书，难免会有各种问题和不足，恳请行内人士批评

指正。

最后，我还是要感谢我的夫人徐秀丽，她给了我许多鼓励和支持，愿她永远美丽年轻。

孙连会

2006 年 6 月

作者邮箱: lawlawyer@vip.sina.com

lawyerss@126.com

个人网址: www.franchising-lawyer.com

目 录

丛书序

前 言

第一篇 特许经营法律概要

第一章 特许经营中的基本法律概念

第一节 基本概念	3
第二节 特许经营与其他经营模式的区别	13
第三节 特许经营的类型	19

第二章 国外特许经营法律发展概况

第一节 美国特许经营法律介绍	25
第二节 欧洲特许经营法律介绍	43
第三节 大洋洲特许经营法律介绍	46
第四节 亚洲特许经营法律介绍	49

第三章 国际分特许经营指南介绍

第一节 主特许经营合同中的必备条款	53
第二节 分特许经营中的几个主要问题	62
第三节 主特许经营合同的善后处理及其他问题	68

第四章 国内特许经营法律发展概况

第一节 基本法律	74
----------------	----

第二节 特许经营专门立法的发展	77
第三节 特许经营规范性文件的制定	80

第五章 特许经营法律国际统一化趋势

第一节 特许经营信息披露示范法	90
第二节 欧洲统一立法的进展	94

第六章 特许经营的政府监管与行业自律

第一节 特许经营的政府监管	99
第二节 特许经营的行业自律	109

第二篇 特许经营中的主要法律问题

第七章 特许经营中的信息披露

第一节 信息披露制度概况	119
第二节 信息披露的具体内容	122
第三节 对《办法》关于信息披露规定的评价	131
第四节 违反信息披露义务的法律后果	139

第八章 特许经营中的知识产权法律制度

第一节 特许经营涉及的主要知识产权问题	145
第二节 特许经营中知识产权体系的建立与知识产权的 许可使用	157
第三节 特许经营中知识产权的保护	166

第九章 特许经营双方的权利和义务

第一节 特许经营双方的权利	174
第二节 特许经营双方的义务	179

第十章 商业秘密的法律保护

第一节 一般商业秘密保护制度	187
第二节 竞业禁止	189
第三节 不竞争	196

第十一章 特许经营费中的法律问题

第一节 加盟费	199
第二节 特许权使用费	209
第三节 保证金	212
第四节 其他费用	214
第五节 关于特许经营费用纠纷的案例解读	218

第十二章 特许双方的法律关系及对外责任

第一节 特许双方的法律关系	222
第二节 特许双方的对外责任	227

附录

附录一 商业特许经营管理办法	235
附录二 商业特许经营管理办法（试行）	242
附录三 马来西亚特许经营法（英文）	245
附录四 马来西亚特许经营法	270
附录五 澳大利亚特许经营行为准则（英文）	285
附录六 澳大利亚特许经营行为准则	307
附录七 国际统一私法协会特许经营信息披露示范法	322

参考文献	329
------------	-----

特许经营世纪精品丛书

第一篇

特许经营法律概要

第一音

特许经营中的基本法律概念

第一节 基本概念

一、特许经营历史简介

特许经营，译自英语的“franchising”或“franchise”。美国韦伯斯特词典将“franchise”解释为：①由政府、州或君主授予给个人或组织的特权或权力。②制造商授予给经销商或零售商销售其产品的权利。“franchise”来源于古法语“franc”，意思是“无偿、免除”。

与经济有关的特许经营的概念最早源于封建社会时期，它最早的含义乃是当权者对臣子的一种“恩赐”。在5世纪和12世纪之间，在欧洲一些国家，国王与贵族作为土地的惟一所有者，开始将与土地有关的权利授予给农奴。一些农奴获得特定的权利，包括从土地中获取收益的权利，同时根据具体情况向国王或贵族支付一定的费用或税。这些农奴或被授予公民权、自由人身份或有投票权的人，就被认为取得了特许经营权。实际上，在我国的封建社会也存在着政府授权形式的特许经营，比如茶、盐等的专卖制。

到中世纪的时候，随着政府特许经营的成熟，非政府亦即商业组织和个人之间的特许经营开始萌芽，即商业特许经营开始产生。比如在当时的英国，特许经营关系已经出现在酒厂及与其有契约关系的酒馆之间。而公认的现代意义

上的商业特许经营起源于 19 世纪的美国, 胜家缝纫机公司被视为商业特许经营的鼻祖。进入 20 世纪后, 随着现代工商业的崛起和美国公司的壮大, 商业特许经营开始被更多领域的公司采用, 如福特汽车公司、可口可乐等, 此时的特许经营是一种以销售产品、提供商标为主要内容的产品销售型特许经营。现代意义上的经营模式型特许经营是在 20 世纪 50 年代末和 60 年代初期的美国兴起的。其兴起的原因有多种。美国专家说, 经营模式型特许经营的兴起是美国经济从产品生产型向服务型转变的结果, 尤其是那些满足人们生活转型需要的服务; 其他原因包括妇女就业以及双收入家庭的增加, 以及消费者对便利化和统一化服务的渴望。大规模营销的崛起以及美国人口流动性的增加促进了特许经营的发展。在过去的 50 年中, 因为多种因素的存在, 美国消费者越来越依靠那些遍布社区、超市以及高速公路沿线的特许经营网点提供的各类知名品牌的产品和服务。经营模式型特许经营的代表包括麦当劳、肯德基等特许经营的巨擘, 它们以提供整套经营系统、销售产品或服务为主要内容。此后, 商业特许经营逐渐走向世界其他国家, 迎来了商业特许经营在世界的大发展时期。

纵观特许经营的发展历史, 我们可以看到, “特许经营”最早是由政府当局对某种垄断性权利的一种授权, 即政府特许经营; 而随着商品经济的发展, 这种方式逐渐运用到经济领域当中, 逐渐成为存在于企业之间的一种经营模式, 即商业特许经营。在当代社会, 各国为了提高某些公共资源和设施的运行效率、弥补政府资金的不足, 仍然在某些领域采用政府特许经营的方式, 如在污水处理、供水、供热等领域实施的特许经营。在国外, 体育运动中的职业运动队也被称为 “franchise”。在通讯行业, 政府部门授权给广播、电视和有线网络运营商进行经营的许可也称为特许权。

二、政府特许经营与商业特许经营

从特许经营的发展历史可以看出, 特许经营有两个大的分类: 政府特许经营和商业特许经营。

所谓政府特许经营, 是指在某些社会公用产品或服务领域, 由政府根据有关法律、法规的规定, 通过市场竞争机制选择公用事业投资者或者经营者, 并授权其在一定期限和范围内经营某项公用事业产品或者提供某项服务

的制度。

所谓商业特许经营，是指在社会经济领域，在平等的民事主体之间，一方将使用其商标、经营模式等提供产品或服务的权利授予给另一方行使的经营模式。

政府特许经营与商业特许经营的主要区别如下：

(1) 主体不同。前者只存在于政府与社会经济组织之间；后者存在于平等主体的社会经济组织之间。

(2) 授权范围与经营标的的归属不同。前者主要涉及建设权、经营权、收费权的授权，经营标的（如污水处理厂）的所有权最终归于政府和国家；后者的授权则包括商标、著作权、专有技术等一系列知识产权以及某种产品或服务的分销权，经营标的（如加盟店）的所有权一直归于受许人。

(3) 授权方式不同。前者主要通过招投标的方式选择经营对象；后者则通过双方协商的方式选择受许人。

(4) 经营范围不同。政府特许经营的范围适用于关系社会公共利益和公共资源配置的行业，如城市供水、供气、供热、污水处理、垃圾处理、公共交通等；而商业特许经营可以适用于各种经营行业。

(5) 公益性和公示性不同。前者关系大众利益，必须接受社会监督，在可能危及公共利益和公共安全时，政府有权接管特许经营项目；后者为单纯之商业行为，没有义务接受公众监督，特许人可以回购受许人的资产，但无单方接管之权。

(6) 适用法律不同。前者主要受专门的政府特许经营法律、法规 and 政策的约束；后者则主要受商业特许经营法律以及其他商事法律的约束。

本书专门论述商业特许经营中的法律问题，政府特许经营中的法律问题不予涉及。

三、什么是商业特许经营

在实践中，政府特许经营即以政府特许经营称之，而商业特许经营则常简称为特许经营。为叙述的方便，商业特许经营在本书中也简称为特许经营，文中所称的特许经营，如无特别指出，均指商业特许经营。