



民商法系列丛书·以案说法

Minshangfa Xilie Congshu Yian Shuofa

Shangye Texu Jingyingfa Anli Pingxi

商业特许经营法 案例评析

郑俊果 刘梦阳 ©编著



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

民商法系列丛书·以案说法

商业特许经营法 案例评析

郑俊果 刘梦阳 编著

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

商业特许经营法案例评析 / 郑俊果, 刘梦阳编著.

—北京: 对外经济贸易大学出版社, 2011

(民商法系列丛书. 以案说法)

ISBN 978-7-5663-0091-1

I. ①商… II. ①郑… ②刘… III. ①专卖 - 商业经营 - 经济法 - 案例 - 分析 - 中国 IV. ①D922.294.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 155324 号

© 2011 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

商业特许经营法案例评析

郑俊果 刘梦阳 编著

责任编辑: 李明娟 汪友年

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 170mm × 230mm 18 印张 333 千字

2011 年 8 月北京第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0091-1

印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 31.00 元

民商法系列丛书

编委会主任：

江 平（中国政法大学终身教授、博士生导师）

编委会成员：

王保树（清华大学法学院教授、博士生导师）

尹 田（北京大学法学院教授、博士生导师）

孙宪忠（中国社会科学院法学研究所研究员、博士生导师）

刘俊海（中国人民大学法学院教授、博士生导师）

苏号朋（对外经济贸易大学法学院教授、博士生导师）

总 序

对外经济贸易大学出版社近年来一直致力于法律书籍的出版，为中国的法学研究和法律教育作出了重要贡献。为了整合资源，打造更具影响力的作品，该出版社决定重点开拓民商法领域，推出“民商法系列丛书”，并委托本人筹划这一出版项目。

中国建设社会主义法治国家，推行社会主义市场经济体制的基本政治、经济目标决定了法律必然要在社会生活中扮演核心角色。民商法作为维护社会普通民众、市场主体正当利益的法律部门，具有最为广泛的影响力，也最受社会关注。中国当前的绝大多数法律纠纷为民商事纠纷，各级法院审理的绝大多数案件为民商事案件，律师从事的绝大多数工作为民商事业务。民商事立法是中国立法机关花费时间最多的立法，民商事法律课程是中国各个大学法学院中学分最多的课程。与民商法的这一重要地位相当的是，在中国的法律出版物中，民商法领域的图书所占数量也最多。

本套丛书要在如此多的出版物中产生影响力，就应当具有自己的特点。我认为，本套丛书应当坚持如下几个原则：（一）解决中国的问题。在选题上，应当选择中国目前在民商法领域面临的重大理论和实践问题，而不应是单纯介绍外国法。（二）具有开拓性。作为探讨对象的主题应当是尚未被充分地分析、整理、研究的问题，从而使作品在某一领域居于领先地位。（三）尊重学术规范。每一部作品都应当严格遵守学术规范，作品内容要有创造性，作品形式要符合国家在体例上的要求。绝不因赶进度而放弃质量，更不允许抄袭与剽窃行为。在中国目前重数量而不重质量的学术浮躁现象面前，应当告诫自己做事要更慢一点，更严谨一点。

本套丛书由三个部分组成：第一部分是专著，包括在民商法某一

领域有开创性研究的作品；第二部分是教材，包括本科生与研究生层次的教材；第三部分是案例，包括教学案例和向法律专业人士及关注法律的社会各界人士提供的案例作品。

本套丛书具有开放性，我们将出版全国各大法律院校、研究机构在民商法领域学有专攻的专家学者的优秀作品，从而将本套丛书逐步打造成重要的民商法作品。

为了保证本套丛书的质量，对外经济贸易大学出版社延请北京各大法学院校与研究机构的专家学者组成编委会。编委会主任由中国政法大学终身教授、博士生导师江平先生担任，编委会成员包括：王保树（清华大学法学院教授、博士生导师）、尹田（北京大学法学院教授、博士生导师）、孙宪忠（中国社会科学院法学研究所研究员、博士生导师）、刘俊海（中国人民大学法学院教授、博士生导师）、苏号朋（对外经济贸易大学法学院教授、博士生导师）。

民商法是颇具魅力的法律部门，我们正是受其吸引而不断地研究、探索，希望本套丛书能够为这一进程助一臂之力。

苏号朋

2007年8月20日

前言

随着我国市场经济体制的不断完善，商业特许经营模式于20世纪90年代初进入我国后，不仅发展规模迅速、涉猎的行业众多，而且为促进我国市场经济的繁荣、满足投资者与消费者的需求起到了积极的作用。

为规范商业特许经营行为，针对商业特许经营模式的特征为无形资产的输出、考虑到社会公众对商业特许经营了解不充分、特许人与被特许人之间的信息不对称，1997年11月14日，国内贸易部发布了《商业特许经营管理办法（试行）》，以规范商业特许经营行为、保护特许人与被特许人双方的合法权益；之后，根据我国商业特许经营的发展需要及我国市场经济环境的变化，商务部于2005年2月1日起颁行的《商业特许经营管理办法》，以保障商业特许经营中中外特许商待遇一致、降低加盟风险、强化对特许经营的监管。鉴于我国市场经济环境的发展变化、商业特许经营在我国快速发展中存在特殊问题，为进一步规范商业特许经营活动，促进商业特许经营健康、有序发展，维护市场经济秩序，自2007年5月1日起开始实施由国务院颁行的《商业特许经营管理条例》。同时，商务部颁布了与之配套的《商业特许经营信息披露管理办法》、《商业特许经营备案管理办法》。

本书的特点在于通过比较分析与历史分析的方法，结合不同历史时期商业特许经营中存在的问题及其相关法律、法规、规章、制度的具体规定，一方面为研读者揭示本案例中存在的商业特许经营法律纠纷的根源在哪里，同时也对解决纠纷及其适用当时有关法律、法规、规章、制度的后果及其合理性进行了相应的辨析，重点在于希望通过相关案例的研读，对从事与研究商业特许经营的读者，能够给予预防、化解、解决商业特许经营纠纷的法学启迪，并对相关制度的完善提供一定的法理基础。

本书是由郑俊果、刘梦阳共同完成的，其中：郑俊果负责大纲的审定与绪论、第一、第二、第三章内容的编著，刘梦阳负责每章的法条与附录内容的编著。在前期的资料收集过程中，康俊、王会杰、秦娜杰、黄冀蒙同学给予了大量

2 ► 商业特许经营法案例评析

的帮助，出版社的编辑在校对、文字修改方面提出了极其宝贵的建议，在此表示深深的感谢！

书中存在不足之处，欢迎大家批评指正。

郑俊果

2011 年 7 月

目录

绪论	1
第一章 商业特许经营主体资格法律风险的防范	9
案例 1 特许人不享有注册商标签订特许合同的效力认定 冯某诉北京某品牌推广公司特许经营合同纠纷案	9
案例 2 特许人没有直营店签订特许合同性质的认定 王某诉北京某美容公司特许经营合同纠纷案	14
案例 3 双方均不具备特许资格签订加盟合同的效力认定 名为加盟、实为借用经营资格的加盟合同纠纷案	18
案例 4 医药用品行业特许经营应具备的资格条件 刘某诉某医药零售连锁有限公司合同纠纷案	22
案例 5 被特许人转让特许经营权的特许合同效力认定 北京某烤鸭集团有限公司特许经营合同纠纷案	26
案例 6 特许人欠缺法定资格要件签订特许合同的效力认定 北京某水业连锁有限公司特许经营纠纷案	30
案例 7 被特许人合法权益保护的途径 李某与北京某有限公司特许加盟合同纠纷案	36
案例 8 特许资格对特许人权益保护的重要性 刘某与北京某公司特许经营纠纷案	40
案例 9 专利技术特许权特许经营资格的条件认定 郭某与临沂某太阳能科学研究所加盟纠纷案	44
案例 10 特许经营合同关联主体之间法律关系的认定 上海 A 建筑工程设计有限公司与 上海 B 木业有限公司合同纠纷案	51
案例 11 附条件特许经营合同主体资格的认定	

	某美容科技开发有限公司与杨某特许经营纠纷案	56
案例 12	特许人资格条件欠缺对履行中合同的溯及力 广州某咨询服务有限公司诉佛山市某育婴 咨询有限公司特许经营纠纷案	61
案例 13	外商投资者特许经营资格的认定标准 韩某与北京某健美有限公司特许经营合同纠纷案	67
案例 14	被特许人利用特许人法定资格规避风险的防范 杨某与刘某特许经营连锁加盟合同纠纷案	71
案例 15	诚实信用为特许者必备的品格要件 刘某诉北京某科教文化有限公司特许加盟合同纠纷案	76
案例 16	特许人的法定义务是否为特许资格的必要条件 上海某服饰贸易有限公司特许经营资格的认定	80
第二章	商业特许经营合同内容法律风险的防范	87
案例 17	被特许人利用特许合同规避经营风险的防范 陈某诉上海某食品有限公司特许经营合同纠纷案	87
案例 18	特许经营合同中违约金的性质认定 上海某餐饮公司诉沈某特许经营合同纠纷案	92
案例 19	加盟合作办学协议的性质认定与法律规范 厦门某教育资讯有限公司诉北京某英语培训中心纠纷案	97
案例 20	特许加盟费与特许权使用费的法律含义是否相同 上海某快餐有限公司与浙江某食品有限公司 特许经营合同纠纷案	101
案例 21	特许经营合同权利、义务内容的特殊性 周某与某国际企业管理(北京)有限公司特许经营纠纷案	106
案例 22	特许经营合同解除与违约责任是否竞合 某教育培训学校诉北京某文化艺术传播 有限公司特许经营合同纠纷案	109
案例 23	特许经营合同中服务费、意向金之间的关系 杨某诉北京某咖啡有限公司特许经营纠纷案	114
案例 24	特许经营合同与商业代理协议的关系 上海某软件有限公司与长沙某信息技术 有限公司特许经营纠纷案	118

案例 25	特许加盟协议与商品寄售合同的关系 沈阳某物业管理有限公司诉上海某贸易 有限公司特许经营纠纷案	122
案例 26	特许经营合同纠纷可否按一般买卖合同解决 张某诉太原某艺术品有限公司合同纠纷案	126
案例 27	加盟费是否为特许经营合同的构成要件 韩某诉北京某商贸有限公司特许经营纠纷案	131
案例 28	特许人违约时特许加盟费可否要求返还 重庆某保健服务有限公司与赵某特许经营纠纷案	134
案例 29	被特许人与其表见代理人是否共同承担违约责任 刘某与某公司特许加盟合同纠纷仲裁案	138
案例 30	缴纳订金可否作为特许经营合同生效的要件 香港某服饰(实业)有限公司诉刘某特许代理合同纠纷案	142
案例 31	特许经营合同主体法律关系独立的重要性 上海某广告公司诉俞某特许经营合同纠纷案	147
案例 32	特许经营合同解除后违约金与特许使用费的竞合 佛山某房地产开发有限公司与广东某百货 有限公司特许经营纠纷案	152
案例 33	被特许人违约时特许保证金可否被没收 避风塘公司诉唐某特许经营合同纠纷案	157
案例 34	特许经营广告的虚假宣传是否等同于合同欺诈 徐某与北京某科技有限公司特许经营合同纠纷案	161
案例 35	特许经营合同撤销后过错方的赔偿额如何确定 北京某咨询服务有限责任公司与北京某眼镜 连锁服务有限公司特许经营纠纷案	165
案例 36	被特许人能否以商标侵权维护特许经营权 许某与合肥某化妆品有限公司特许经营纠纷案	169
第三章	商业特许经营权的法律风险防范	175
案例 37	跨区域设立代收点是否超越特许经营权限 付某与上海某洗衣有限公司合同纠纷案	175
案例 38	特许经营费的明确对特许经营权保护的重要性 某咖喱屋有限公司诉某餐饮有限公司特许经营纠纷案	179

案例 39	加盟合同到期后特许人特许经营权的保护 北京奥婷环燕美容化妆品有限公司与 北京盈魅怡人美容化妆品有限公司加盟合同纠纷案	183
案例 40	特许经营权的核心内容是商标还是运营模式 深圳某公司与某酒店管理有限公司特许经营合同纠纷案	186
案例 41	特许经营权是否包括特定区域的独家竞争权 某窗帘布艺经营部与张某窗帘经营部不正当竞争纠纷案	191
案例 42	被特许人违约特许人可否擅自转让特许经营权 延吉某社区市民信息咨询服务社与马某特许经营纠纷案	195
案例 43	特许经营权中保密条款显失公平的认定 某房地产营销有限公司诉某房地产经营 有限公司特许加盟纠纷案	197
案例 44	被特许人成员退出其特许权是否当然终止 张某与陈某、余某特许经营委托合同纠纷案	202
案例 45	明晰特许经营权内容对被特许人权益保护的重要性 周某诉北京某灯饰有限公司特许经营合同纠纷案	210
案例 46	特许经营权维护中撤销权制度的运用时机 吴某与北京某服饰设计有限公司特许经营纠纷案	214
案例 47	特许经营费的内容与特许权使用期限是否有关 某儿童用品(北京)有限公司特许经营纠纷案	220
案例 48	特定高管团队可否作为特许经营权的内容 黄骅某商贸有限公司与庆云县某商厦有限公司特许加盟纠纷案	225
案例 49	特许经营权与商品特许经营权重合的法律规制 北京 A 文教玩具有限公司与广州市某玩具商行特许经营纠纷案	229
案例 50	特许经营合同履行中特许人丧失特许权的法律后果 高某诉北京某餐饮管理有限公司特许经营合同纠纷案	233
案例 51	特许人补足特许资格前特许权的法律保护 雷某与上海某保健用品有限公司特许经营合同纠纷案	237
附录一	商业特许经营管理法规汇编	243
附录二	商业特许经营法律知识问答	265

绪 论

一、商业特许经营的涵义与历史沿革

（一）商业特许经营的涵义

1. 商业特许经营的概念

商业特许经营是指，拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术、特殊经营领域、产品核准权等经营资源的企业或组织——特许人，通过订立合同，将其拥有的这些经营资源许可其他经营者——被特许人使用，被特许人按照合同约定在统一的经营模式或监管制度下开展经营活动，并向特许人支付相应费用或接受特许人特殊监管的经营活动或营销方式。

2. 商业特许经营的法律特征

从商业特许经营的概念可以看出，商业特许经营的法律特征有四个：一是特许人必须对特许商标、服务标志、独特概念、专利、经营诀窍等拥有法定的特许权。特许人是拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术、产品核准权等经营资源的法定企业或组织。二是被特许人经特许人授权才可以合法使用其有关权利。特许人和被特许人之间是一种合同或监督、管理关系，双方通过订立特许经营合同确定各自的权利（权力）和义务。三是被特许人应当在统一的经营模式或监督、管理下开展经营活动，以保证特许经营高度的系统化、组织化、规范性，维护品牌形象、产品质量。四是被特许人应当向特许人支付相应的费用、履行相应的服从、注意义务。特许人具有较高商业价值的经营资源需要被特许人支付相应的费用并履行相应的服从、注意义务。

3. 商业特许经营的分类

实践中，商业特许经营按照特许的标的与地域分为可以进行不同的分类。

按照特许经营的标的可以分为商品销售特许经营、经营模式特许经营二类。其中，商品销售特许经营是指，加盟商在一定区域内以自己名义买入及转销由特

许人生产或销售的产品,加盟商可以使用特许人的产品商标,并按照特许人的经营理念进行经营,即商品销售特许经营中加盟商可能是专营或半专营特许人的产品,相应地也从特许人处得到相应的服务与支持,二者构成了稳固的产品营销网络;经营模式特许经营是指,特许人许可加盟商有权在一定区域使用按特许人的专有技术及技术指导,以特许人之企业形象生产、销售一定产品或服务,即加盟商不仅使用特许人的商标和经营理念,而且按照特许人营销商品的营业系统进行经营,保持与特许人营销商品和服务的一致性。

按照特许经营的地域范围,特许经营可以分为直接特许经营与区域特许经营二种形式。直接特许经营是指,特许者将特许经营权直接授予特许经营申请者,获得特许经营权的被特许者按照特许经营合同设立特许店,开展经营活动,不得再行转让特许权;区域特许经营是指,由特许者将在指定区域内的独家特许经营权授予被特许者,该被特许者可将特许经营权再授予其他申请者,也可由自己在该地区开设若干特许点,从事经营活动。

(二) 商业特许经营的历史沿革

商业特许经营肇始于1865年美国的胜家缝纫机公司。由于当时美国胜家缝纫机公司生产的产品属于领先的新产品、市场上消费者对新产品的性能及产品本身认识不足,胜家公司决定采取特许经营的方式进行产品销售,收到了良好的经营效果。商业特许经营模式的近现代发展归功于饮食服务行业特许经营方式的广泛运用,最成功的莫过于麦当劳了,它已经成为世界上拥有最多连锁店的特许经营系统。随着许多采取特许经营的著名企业,如可口可乐、麦当劳、肯德基的高速发展和扩张,特许经营受到了全世界企业的高度关注。自20世纪70年代初开始,日本各大公司不惜重金购买美国的区域特许经营授权,并纷纷导入美国的特许经营专有技术和经营方式,并结合本国的实际情况,开发出适用于日本本土的特许连锁经营管理模式,使特许经营在日本得到迅猛发展。

特许经营自在美国诞生至今已有一百多年的历史,它成功的经营模式已为世人瞩目。1959年,为了进一步推动特许经营事业的发展,国际特许经营协会IFA成立,现在共有600家会员遵守着其制定的特许经营道德规范和营运标准。近几年特许经营在我国也发展迅速,这种经营方式长盛不衰的原因在于其独特的三大经营策略:一是特许商利用特许经营模式实行大规模的低成本扩张。具体的策略有:(1)特许商实行集中控制的方式既赚取合理利润,又不涉及加盟商的日常管理、投资风险;(2)利用加盟店对所属地区市场的深入了解,发掘企业尚无涉及的业务范围、建立分销网络、确保产品的市场开拓。二是加盟商借助特许商特有的商标、技能、经营模式迅速占领市场。具体策略有:(1)通过享用特许

商良好的已有市场商誉、品牌,不仅可以在创业阶段就拥有良好的形象,而且可以使许多工作得以顺利开展、节约广告费用;(2)借助特许商的品牌形象、管理模式,避免市场风险,分享采购、广告、经营、技术开发等规模经营效益;(3)从特许商处获得培训、选址、资金融通、市场分析、统一广告、技术转让等经营经验的传授与支持。三是消费者能够从规范化的特许经营模式中满足其相应的需要。主要策略有:(1)特许经营业务范围、经营方式、产品价格的统一性,减少了消费者的选择成本;(2)特许经营目标市场选择、定位的稳定性及其围绕目标市场进行的营销策略组合,能及时了解目标市场的变化、满足消费者对产品和服务的时代性需要。

商业特许经营的不足主要表现为以下三个方面:一是由于商业特许经营模式的系统、规范性,使得被特许人在经营中的自主、创新性受到一定的限制;二是鉴于特许经营中经营商品补充、配备的标准、规格化,货源的补充渠道受限;三是商业特许经营性质、合同内容的特殊性,导致被特许人的加盟、退出以及退出以后,被特许人经营自由的有限性。

二、我国商业特许经营现状分析

(一) 我国商业特许经营的现状分析

中国的特许经营业起步于20世纪90年代初期,其特点是起步晚、发展快、质量差、机会多。1987年,肯德基首先把特许经营的概念带入中国,与随后而来的麦当劳给中国的工商界提供了特许经营的启蒙教育。1993年,中国本土的企业家开始尝试创立自己的特许经营生意。李宁公司和全聚德分别在各自的行业推出了自己的连锁系统,成为首批中国商业特许经营成功的典范。伴随着中国大陆的改革开放,至2007年5月,中国已经有2600多个特许经营体系,其中涉及的行业多达60余种,加盟店铺总数多达20万家,成为世界上经营体系最多的国家。特许经营行业包括超市、便利店、餐饮、汽车配件、通讯器材、医药、茶叶、音像、图书、鞋业、眼镜、蜂产品、建材家居、美容、培训、洗涤、汽车租赁、家政服务、装饰装修和儿童教育等。

在所谓2600多个特许经营体系中,真正具备完善物流配送体系、营运管理规范、经营成功经验的,充其量不过100家,而真正能够给加盟商带来盈利的加盟项目更是屈指可数。经过1995~2000年的狂热成长期后,中国的特许经营业进行了长达4年的调整期,大量的盲目快速发展起来的连锁系统和公司退出市场,国际知名品牌明显地显示出其功底扎实的优势,国家的立法、司法和职能部门逐步建立健全法制、法规,投资人也开始更加审慎地选择真正可信的生意机

会。截至 2005 年底,中国已有 2 320 个特许经营体系在中国连锁协会注册,16.8 万家连锁店在特许经营中。《商业特许经营管理条例》等一系列规范商业特许经营的法律制度体系也于 2007 年出台。随着中国加入世贸组织,零售业的国门洞开,以及经济的持续发展,在今后的几年里国际社会的连锁业主们必将大规模快速抢占中国市场。2006 年到 2010 年的五年里,是中国引进国际特许经营品牌的黄金时期,这是国际品牌进入中国的大好时机。

尽管我国短短十几年商业特许经营的发展经验无法与其他国家百年积淀相比,但由于一些特许经营者缺少商业诚信,商业特许经营在中国的发展逐渐衍生为少数企业和个人的“摇钱树”、“聚宝盆”,一些人采用造假、诈欺等手段诱骗投资人加盟,而一旦骗取的加盟费到达可观数量,便迅速蒸发、销声匿迹。例如已被媒体报导的“庄信娃娃”风波、“得意馆”咖啡骗局、“麦肯母”陷阱、韩国“安真美”时尚女鞋、“嘉年华”童装、“万兔速丽”餐饮等事件,召唤着国人应在强化对商业特许经营行为法律规范的同时,增加相关的商业特许经营知识与经验,以更好地发挥商业特许经营对我国市场经济发展的积极、促进作用。

(二) 我国商业特许经营法制建设的发展历程

商业特许经营的核心属于无形资产的输出,由于特许人与被特许人之间的信息不对称,容易成为欺诈等违法犯罪活动的手段。我国市场经济发育尚不成熟,加之社会公众对特许经营了解不够充分,商业特许经营在我国快速发展中存在一些特殊的问题。1997 年 11 月 14 日,国内贸易部发布了《商业特许经营管理办法(试行)》,目的就是为规范特许经营行为,保护特许者与被特许者双方的合法权益,进一步推动连锁经营的发展。

根据我国商业特许经营的发展需要及其经济环境背景的变化,2004 年底由商务部正式颁布、2005 年 2 月 1 日实施的《商业特许经营管理办法》中有三方面的核心内容备受关注:一是中外特许商待遇一致,可以站在统一起跑线上公平竞争;二是细化市场信息披露原则,降低加盟风险;三是特许经营不得擅自转让,强化对特许经营的监管。其目的一方面是为了履行我国加入 WTO 的承诺,规范外商投资企业进入中国特许经营市场;另一方面是为了规范国内商业特许经营行为,促进商业特许经营的健康有序发展。经过十几年的发展我国特许经营呈现出数量增长快、地区分布广、业态和业种多样的特点。特许经营的发展,在调整和改善流通结构、促进中小企业发展、扩大就业等方面发挥了积极的作用。

随着我国市场经济环境的发展变化、商业特许经营领域本土性问题的凸显,取而代之的是 2007 年 5 月 1 日开始实施的《商业特许经营管理条例》(下称《条例》)。《条例》是国内第一部涉及特许经营的法规,意味着特许经营这种经

营模式从先前的行业自律被纳入法律监管。由于特许经营在性质上属于合同行为,适用合同法和其他有关民事法律,从事特许经营活动是当事人的民事权利。如何通过行政法规对特许经营活动进行规范和管理,是制定条例时首先需要考虑的问题。为此《条例》确立的立法思路有二:一是必须把握好行政权力介入民事法律关系的程度,处理好当事人意思自治与行政干预的关系;二是根据国外的相关经验和我国的实际情况,只要特许人的行为规范了,就基本上可以达到维护市场秩序的目的。为保证《条例》的贯彻落实,在深入调研和广泛征求各方面意见的基础上,颁布了《商业特许经营备案管理办法》和《商业特许经营信息披露管理办法》。这两个办法的颁布既是贯彻落实《条例》的具体措施,也是规范特许经营活动,促进商业特许经营健康、有序发展的重要保证。

三、商业特许经营案例的学习、研究方法与体系

(一) 商业特许经营案例的学习、研究方法

学习、研究商业特许经营案例首先在思想观念上要做好三项准备:一是由于商业特许经营性质、法律规范渊源的政策、经济杠杆、道德规范等多元性,在有关案例分析中要注重法律与经济、政治、道德之间,即法、理、情之间的互动关系;二是商业特许经营行为与合同的双重性,即商业特许经营行为规范中既要注重民事合同当事人权利的保护,又要体现国家预设或公共利益的维护;三是有关商业特许经营立法、司法、执法机构的多元性,即商业特许经营具有经济法的综合性、属于私法化了的公法,在相关案例的纠纷处理中必需以公平竞争、和谐相处,整体利益、协调平衡为基本原则。

商业特许经营案例的学习、研究方法应注重以下三点:一是注重运用比较的方法,时刻注重民法、商法、经济法、行政法之间的关系是怎样的,它们之间的联系与区别有哪些?为什么?不同部门法理念、原则之间的差异,决定了各自功能、作用不同,他们之间的分工协作与相辅相成,决定了商业特许经营案例研习者身份角色的差异性。二是注重运用历史解读的方法,解析商业特许经营法律制度体系的功能与作用,切忌只用文意解释法。商业特许经营在不同国家、同一国家的不同历史时期,其行为依存的背景条件、发挥作用的舞台不同,尤其是我国公有制为基础的社会主义市场经济条件下商业特许经营法律渊源的综合性、功能作用的特殊性,决定了历史性的分析既往商业特许经营案例经验的重要性。三是注重理论联系实际的方法,关注商业特许经营法律制度面对特许人和被特许人之间信息不对称、被特许人的众多性、特许经营企业的类公众公司属性的特有信息披露与备案制度。鉴于商业特许经营行为、性质的综合性,立法、司法、执法机