



连锁经营管理法律法规实务

童宏祥 王卓亚 ◎ 主 编

Chain Operation
Management Series



复旦大学出版社

复旦卓越·连锁经营管理专业系列教材



复旦卓越·连锁经营管理专业系列教材

连锁经营管理法律法规实务

童宏祥 王卓亚 ◎ 主 编

Chain Management Series

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

连锁经营管理法律法规实务/童宏祥,王卓亚主编. —上海:复旦大学出版社,2015.4
(复旦卓越)

连锁经营管理专业系列教材

ISBN 978-7-309-11259-7

I. 连… II. ①童…②王… III. 连锁经营-经营管理-经济法-中国-高等学校-教材
IV. D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 040634 号

连锁经营管理法律法规实务

童宏祥 王卓亚 主编

责任编辑/张志军

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

上海春秋印刷厂

开本 787×960 1/16 印张 22 字数 364 千

2015 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-11259-7/D·727

定价:39.80 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

序

连锁经营是一种商业组织形式和经营管理模式,是经营同类商品或服务的若干企业,以一定的形式组成一个联合体,在整体规划下进行专业化分工,并在分工基础上实施集中化管理,把独立的经营活动组合成整体的规模经营,从而实现规模效益。随着我国改革开放的逐渐深入,一些商业企业开始学习美国等发达国家连锁经营管理模式。1990年12月,第一家连锁企业美佳超市在广东开业,1991年9月,上海联华连锁超市诞生,1992年1月,北京希福连锁企业开业。其他行业在政府的推动下也先后采取了连锁经营模式,出现了连锁超市、连锁便利店、连锁专卖店、连锁酒店等经营形态,开启了我国零售业连锁经营新篇章。由于中外资金汹涌而入,我国零售业连锁企业发展获得了资金的支持,出现了“跑马圈地”的现象,连锁企业规模迅速扩张,市场占有率逐步扩大,2000—2010年,我国百强企业商品销售总额增速每年都在20%以上。从2011年起,基于互联网发展起来的电子商务现代商业模式迅猛发展,尤其是以B2C、O2O模式为代表的网上商店和智慧型商店的出现,为顾客提供在线购物,负责配送客户所购商品,提供网上货款支付结算方式,给予顾客线下体验等,已经成为现代零售业的发展趋势,并独占鳌头。

高等职业教育是现代职业教育的一个重要组成部分,高等职业院校担负着为社会经济发展提供适用的应用型、技能型专门人才的重任。在我国高职专业目录中,连锁经营管理是一个非常年轻的专业,其出现只有十多年的时间,专业建设的经验积累较少,专业教材十分薄弱。近年来,教育部出台了一系列文件,提出了职业教育的改革,包括课程体系、教学模式和教材建设等内容。

上海立达职业技术学院的连锁经营管理专业是经上海市教育主管部门批准,与台湾醒吾科技大学合作办学的项目。我校在连锁经营管理专业建设中,积极借鉴台湾技职教育的成功经验,依据现代服务业态的特点,制定了连锁经营管理专业人才培养方案,进行了“五个度”的对接,即课程体系与工作岗位的嵌入度、课程内容与职业标准的切入度、课程管理与培养目标的衔接度、课程模式与学生认知规律的融合度、学业与就业的对接度,全方位提升了学生的综合职业素质,满足了企业对人才的需求。为了保证连锁经营管理专业人才培养方

案的有效实施,我院提出了“十二五高职连锁经营管理专业系列教材”建设方案,主要包括《连锁经营管理实务》《店员操作实务》《店长管理实务》《区督导与区经理管理实务》《连锁企业财务管理实务》《连锁企业人力资源管理实务》《连锁企业仓储配送实务》《连锁门店运营实训》《连锁经营管理法律法规实务》《连锁企业信息化管理实务》《网上商店运营实务》《智慧型门店运营实务》《连锁企业微型创业实务》等课程教材。为此,我们组建了由上海立达职业技术学院、台湾醒吾科技大学和连锁企业的专家、教授构成的教材编委会,并组织海峡两岸有关职业院校的专业老师和企业的部门经理或业务骨干共同编写。

希望“十二五高职连锁经营管理专业系列教材”能为我国连锁经营管理专业的教学改革起到抛砖引玉的作用。由于编者学识、时间和经验有限,希望专家和同仁给予批评和指导。

谢谢!

上海立达-醒吾商贸与旅游学院院长 童宏祥 教授

2015年1月

前 言

时下,我国高职连锁经营管理专业正在不断地探索培养符合连锁企业要求的应用型管理专门人才,努力构建以就业为导向、以职业素质为核心的应用型专业课程体系。本教材改变了传统的课程设置,将课程与我国连锁经营管理相关的法律法规进行了有机的整合,体现了现代职业教育应用型的教育理念。

本教材有两个方面的新意:在体系方面,从连锁经营管理的视角出发,围绕连锁企业运营过程介绍相关的法律法规,系统地阐述了公司法、劳动法、工业产权法、合同法、商业特许经营管理条例、产品质量法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、食品安全法、仲裁法和诉讼法的主要内容;在结构方面,突出了案例引导的主体地位,根据高职学生的认知特点,从点到面,由浅入深进行介绍,强调理论知识与实际法理应用的结合,帮助学生理解和掌握法律知识。

本教材体系合理,结构新颖,案例丰富,具有较强的实用性,是一本十分适用于高等职业院校连锁经营管理专业的教材。

本书由上海立达职业技术学院童宏祥教授、王卓亚副教授担任主编,由童宏祥教授负责策划。具体编写分工是:童宏祥(第一章、第二章),王卓亚(第三章、第四章、第十一章),上海立达职业技术学院王晓艳讲师(第五章),台湾醒吾科技大学校长特别助理王建华博士(第六章),台湾醒吾科技大学廖垣达博士(第七章),上海立达职业技术学院杨文君博士(第八章),台湾醒吾科技大学王裕泰教授(第九章),上海立达职业技术学院程欣然讲师(第十章),全书由童宏祥统稿。由于笔者的水平有限,书中难免有错误或纰漏,恳请同行和专家不吝赐教。

编者

2015年1月

目 录

导 论	连锁经营法律制度概述	1
第一节	连锁经营概述	3
第二节	连锁经营企业组织结构与职能	9
第三节	我国连锁经营管理相关立法	14
	复习与思考	16
第一章	连锁企业的设立——公司法	19
第一节	公司法	20
第二节	有限责任公司	33
第三节	股份有限公司	40
	复习与思考	45
第二章	连锁企业人力资源的管理——劳动法	49
第一节	劳动法概述	50
第二节	劳动合同	53
第三节	集体合同	72
第四节	劳动基准法	75
第五节	劳动保障	83
第六节	劳动争议	86
	复习与思考	89
第三章	连锁企业的产权管理——工业产权法	96
第一节	工业产权法	97
第二节	专利法	98
第三节	商标法	110
	复习与思考	124

第四章 连锁企业的市场交易——合同法	129
第一节 合同概述	130
第二节 合同的订立	135
第三节 合同的效力	144
第四节 合同的履行	149
第五节 合同的变更与转让	154
第六节 合同的权利义务终止	155
第七节 违约责任	161
复习与思考	175
第五章 连锁企业的加盟——商业特许经营管理条例	179
第一节 特许经营概述	180
第二节 特许经营的法律关系	182
第三节 特许经营活动的法规规定	185
第四节 特许经营的法律责任	191
复习与思考	193
第六章 连锁企业的商品管理——产品质量法	197
第一节 产品质量法概述	198
第二节 产品质量的管理与监督	200
第三节 生产者与销售者的产品质量法律责任	203
复习与思考	206
第七章 连锁企业的市场竞争——反不正当竞争法	211
第一节 反不正当竞争法概述	212
第二节 不正当竞争行为	214
第三节 不正当竞争行为的法律责任	223
复习与思考	224
第八章 连锁企业的服务对象——消费者权益保护法	229
第一节 消费者权益保护法概述	230
第二节 消费者权利与经营者义务	232
第三节 消费者权益的保护	239

第四节 损害消费者权益的法律责任	244
复习与思考	247
第九章 连锁企业的食品管理——食品安全法	253
第一节 食品安全法概述	254
第二节 食品安全监管体制	256
第三节 食品生产经营相关制度	259
第四节 食品生产经营者的法律责任	264
复习与思考	266
第十章 连锁企业的争议解决——仲裁法	270
第一节 仲裁概述	271
第二节 仲裁程序	277
第三节 涉外仲裁	285
复习与思考	288
第十一章 连锁企业的商事争议——诉讼法	292
第一节 诉讼和民事诉讼概述	293
第二节 民事诉讼案件的受案范围和管辖	296
第三节 民事诉讼案件的审判组织和诉讼参加人	299
第四节 民事诉讼的程序	303
复习与思考	315
第十二章 连锁企业的社会责任	320
复习与思考	328
参考答案	332

导论 连锁经营法律制度概述

学习目标

- 了解连锁经营的概念、类型
- 熟悉我国连锁经营的相关立法
- 明确连锁经营管理法律法规制度的重要性

案例导入

麦当劳公司成立于 1955 年,它的前身是麦当劳兄弟于 1937 年在美国的加利福尼亚州开设的一家汽车餐厅。为了使生意做得更大,麦当劳兄弟产生了以特许加盟的方式经营连锁店的想法,并做出了尝试。1953 年,尼尔·福克斯向麦当劳兄弟支付了 1 000 美元,取得了特许经营权,接着又先后批准了十几家特许加盟店。这些特许加盟店没有遵循麦当劳的经营管理制度,结果使麦当劳的形象和声誉受到损害。1954 年,雷·克罗克看到了麦当劳特许加盟和连锁经营的发展前景,经过一番努力,得到了麦当劳兄弟的授权,处理麦当劳特许经营权的转让事宜。1961 年,雷·克罗克买下了麦当劳公司的所有权,并且大刀阔斧地改进了特许加盟和连锁经营制度,使麦当劳得到迅速发展。麦当劳的特许加盟和连锁经营制度具有五大特点:一是严格挑选加盟商;二是统一加盟条件,加盟商至少要拥有自有资金 10 万~17.5 万美元。签订合同后先付首期特许费 4.5 万美元,此后每月交一笔特许权使用费和房产租金,前者约为月销售额的 4%,后者约为 8.5%;三是统一企业名称、标志,所有的加盟店都以“麦当劳”命名,企业的标志是“金色拱门”,它是一个弧形的字母 M,以黄色为标准色;四是统一广告宣传,麦当劳的加盟商于 1967 年设立了全国广告基金,作为全国性广告宣传费用;五是统一产品质量、服务规范、作业程序和员工培训。

请思考下列问题:

1. 连锁经营的特征是什么?
2. 麦当劳连锁经营的成功秘诀是什么?

连锁经营作为一种商业模式,最早在我国出现于 20 世纪 90 年代。连锁经营是市场经济发展到一定阶段的产物,作为市场竞争主体的连锁企业应当了解我国宪法指导下的社会主义市场经济法律体系,熟悉在连锁经营中所涉及的法律制度,包括民商法、经济法、行政法、刑法、诉讼法等。从法的渊源,即法的表现形式上来看,包括法律、行政法规、部门规章及地方性法规、政府规章等。本章主要介绍连锁经营概述及连锁经营在我国的相关立法情况。

第一节 连锁经营概述

连锁经营是一种商业运营模式,由于能对人、财、物进行最优化的资源配置,集商流、物流、信息流、资金流为一体,被越来越多的商家所采用。在现代大都市的生活环境中,连锁经营的模式已经涉及食、衣、住、行、育、乐等行业,为我们的生活带来了便捷。

一、连锁经营方式的基本特征

连锁经营是指经营同类商品或服务的若干个门店,以一定的形式组合成一个联合体,由经营总部根据整体规划进行专业化分工和集中化管理,并以获取规模经济效益的一种经营方式。其基本特征如下:

(一) 统一的组合标设

连锁企业通过招牌、标志、商标、标准色、标准字、装潢、外观、门店布局、商品陈列、包装材料、员工服装、识别卡等组合标设,在公众面前展现企业的外在形象,如图0-1所示。组合标设的统一性不仅有利于消费者识别连锁企业的门店,购买门店的商品,更重要的是能获取消费者对这种企业文化的认同,从而产生积极的消费行为。



图 0-1 统一组合标设

(二) 统一的经营理念

连锁企业为了实现自己的经营目标,必须根据企业条件、市场环境、经营方式和经营目标,形成具有核心价值观的共同信念,引导企业的经营活动,影响从业人员的行为规范。企业文化与经营理念是企业经营的灵魂,统一的经营理念是实现企业经营目标的根本条件。

(三) 统一的商品及服务

连锁企业门店经营的商品是总部根据客户目标群的需求而确定的,商品的种类、规格、数量都将依据客户要求不断地调整。所有门店的服务规范也是由总部根据企业管理目标统一制定,从业人员必须严格执行。整齐划一的商品和服务能使消费者产生信任感,增强对企业的忠诚度,是实现企



图 0-2 整齐划一商品服务

业经营目标的主要途径,如图 0-2 所示。

(四) 统一的经营管理

连锁企业为了实现经营目标,必须在经营管理过程实现专业化、标准化、规模化和信息化。其中,专业化是现代服务业发展的基础;标准化是现代服务业发展的要求;规模化是现代服务业发展的加速器;信息化是现代服务业发展的动力。

1. 专业化

专业化主要表现为三个方面:

- (1) 职能分工。如总部主要职能是管理,门店主要职能是销售;
- (2) 岗位分工。如商品部主要负责采购,物流部主要负责配送,人力资源部主要负责招聘、培训与人事管理等;
- (3) 人员分工。根据从业人员的经历、能力、学历等不同情况,分配适宜的工作岗位,做到人尽其才。

2. 标准化

标准化主要表现为四个方面:

- (1) 连锁门店整体格局具有统一标准,如门店外观、从业人员服饰一致性;
- (2) 商品与服务具有统一标准,如商品种类、服务规范一致性;
- (3) 工艺与操作具有统一标准,如工艺要求与操作流程一致性;
- (4) 考核评估具有统一标准,如考核标准、评估形式一致性。

知识链接

肯德基的冠军计划

肯德基全球推广的“CHAMPS”冠军计划即标准化服务,是肯德基取得成功业绩的精髓之一。C——Cleanliness,保持美观整洁的餐厅;H——Hospitality,提供真诚友善的接待;A——Accuracy,确保准确无误的供应;M——Maintenance,维持优良的设备;P——Product Quality,坚持高质稳定的产品;S——Speed,注意快速迅捷的服务。冠军计划有非常详尽、可操作性极强的细节,要求肯德基在世界各地每一处餐厅的每一位员工都严格地执行统一规范的操作。这不仅是行为规范,而且是肯德基企业的战略,是肯德基数十年在快速餐饮服务经营上的经验结晶。

3. 规模化

规模化是连锁经营的主要策略,不仅要求连锁企业设立时必须达到一定的

门店数,还要在初期阶段迅速扩张门店的规模。规模化是连锁经营方式产生的客观条件,能直接产生较好的经济效益。

知识链接

7-ELEVEN 连锁经营规模化发展

1927 年创立于美国德州达拉斯的 7-ELEVEN,初名为南方公司,主要业务是零售冰品、牛奶、鸡蛋。1946 年,推出的便利服务的“创举”,将营业时间延长为早上 7 点到晚上 11 点,自此,“7-ELEVEN”传奇性的名字诞生,后来发展成 24 小时全天候营业。随着连锁经营的迅速发展,7-ELEVEN 商店遍布美国、日本、中国大陆、新加坡、台湾等国家和地区。1978 年统一企业集资成立统一超商有限公司,将整齐、开阔、明亮的 7-ELEVEN 引进台湾,掀起台湾零售通路的革命。走过艰辛的草创初期,统一超商坚持了 7 年,终于转亏为盈,在积极开展连锁经营和创新行销模式下一直稳居台湾零售业龙头领导地位。1992 年,深圳便有了大陆首家 7-ELEVEN 便利店,现在,这一数字已超 1 900 家,其门店数量已超过以扩张闻名的麦当劳和星巴克。

4. 信息化

连锁企业门店众多,分布广泛,商品配送量大,实现总部、配送中心与各门店的高效运转,有赖于信息技术的开发和信息系统的完善。搭建 POS 系统、条形码技术、ERP 系统、SCM 供应链管理系统等技术,有利于推动连锁企业信息化技术的发展,为连锁经营高速有效运转提供强有力的技术支持,如图 0-3 所示。信息化主要表现为三个方面:



图 0-3 POS 系统、条形码

(1) 通过网络实现门店之间、门店与总部之间的商流、物流、资金流、信息流的即时交互;

(2) 通过网络实现总部与供应商之间的商流、物流、资金流、信息流的即时交互;

(3) 通过网络实现了企业与消费者之间的商流、物流、资金流、信息流的即时交互。

经营管理过程的信息化不仅减少了大量的从业人员,还增强了时效性和准

确性,大大降低了生产或服务成本,给企业带来了客观的经济效益。

二、连锁经营方式的基本类型

根据企业经营所有权的不同,连锁经营方式可分为直营连锁、特许连锁和自由连锁三种基本类型。

(一) 直营连锁

1. 直营连锁的含义

直营连锁又称正规连锁,是指连锁企业总部通过独资、控股和兼并等途径开设多家门店,对人、财、物以及商流、物流、信息流进行统一管理,实施统一领导、统一经营。

2. 直营连锁的特征

主要表现为:

- (1) 门店所有权归属同一个投资者,各门店不具有独立的法人资格;
- (2) 门店由总部统一领导、统一经营、统一核算,各门店依据总部的经营方针、经营方案、人事制度和分配制度执行。

3. 直营连锁方式分析

直营连锁方式最大优点是能产生较大的经济效益,具体表现是:

- (1) 利用高度集权管理与规模优势进行统一经营活动,开展有效的现代化经营管理,运用现代化信息管理手段,从而降低管理成本,提高经济效益;
- (2) 利用企业整体实力从金融机构获得低利润的贷款,从供应商获得较高的折扣,可降低资金与商品成本,增强企业的经济效益。

直营连锁方式最大缺点是缺乏张力,具体表现是:

- (1) 总部以单一资本向市场辐射,建立一家家门店,完善各类管理设施和设备,将会受到资金的限制,影响企业的发展速度;
- (2) 高度统一导致门店与总部的利益关系不紧密,缺乏活力,积极性与创造性受到了限制。

(二) 特许连锁

1. 特许连锁的含义

特许连锁也称特许经营,是指特许人与被特许人签订合同,授予被特许人使用其商标、商号、经营模式等经营资源,被特许人按合同约定在统一经营体系下从事经营活动,并向特许人支付特许经营费。特许人是连锁总部,或称加盟总部、特许总部,被特许人是加盟店,转让的是知识产权。

2. 特许连锁的特征

特许连锁的特征表现为两个方面:一是特许的媒介是合同,特许人、被特许人的权利与义务在合同中约定,并产生法律效力;二是所有权与经营权分离,门店所有权归属不同投资者,经营权归属于总部。

3. 特许连锁方式分析

特许连锁方式最大优点是能对特许连锁企业的双方产生积极的经济效益,具体表现为:

(1) 连锁总部通过加盟的途径,不仅可运用较少的资金占有较大的市场,成为利润的增长点,还可通过众多的整齐划一的加盟店,展现连锁企业的形象,从而促进商品销售;

(2) 加盟店通过加盟的途径,可运用少量资金就可创业,享受盟主企业的知识产权、管理经验和价廉物美的商品,不仅能降低创业风险,还能保证一定的资金回报。

特许连锁方式最大不足是盟主难控加盟店以及加盟店缺乏活力,具体表现为:

(1) 由于所有权与经营权分离、连锁总部管理与监控条件的限制、加盟店参差不齐和利益驱动等因素,对消费者的服务质量、诚信难以掌控,会损害连锁企业信誉;

(2) 由于加盟合同对经营范围的约束,不利于发挥加盟店的积极性与创造性。

知识链接

85 度 C 在中国大陆坚持不加盟政策

咖啡的最佳温度是 85 度,在这一温度,咖啡的甘、苦、酸、香醇等微妙均衡的口感才能很好地释放。2003 年,吴政学即以此为名创立了 85 度 C,这家咖啡与面包的混搭零售商到 2006 年已发展到 237 家,店铺规模和营收均击败星巴克成为台湾岛上最大的咖啡连锁店。2007 年 11 月,85 度 C 在上海开设第一家分店,现在大陆共拥有 300 多家店,全部为直营,不开放加盟。在台湾因部分加盟主不好好训练员工,第一线服务不到位,使得 85 度 C 品牌形象打了折扣,所以吴政学宁愿直营,确保服务品质。

(三) 自由连锁

1. 自由连锁的含义

自由连锁又称自愿连锁,是指企业之间为了共同利益结合而成的事业合作

体,签订合同约定开展经营活动,达到共享规模效益的目的。通常由一家或若干家企业组成自由连锁总部,然后吸收其他企业加盟,并对其进行服务指导,承担货物采购与配送业务。

2. 自由连锁的特征

自由连锁的特征表现为三个方面:

(1) 总部与分店不是隶属关系,自由连锁各成员店仍是独立法人,实行独立核算、自负盈亏和人事自主;

(2) 总部与分店不是紧密的合作关系,各分店在经营范围与方式上都有较大的自主权;

(3) 总部向分店征收加盟金,分店每年按销售额的一定比例向总部缴纳。

3. 自由连锁方式分析

自由连锁方式最大优点是布点快、自主性强、规模效益明显,具体表现为:

(1) 通过自愿协商的形式形成的自由连锁,扩张快、拓展市场迅速,可取得规模效益;

(2) 总部统一采购、配送,可降低运营成本;

(3) 分店独立性强,积极性高,形成集中与灵活的有效机制,促进连锁企业的发展。

自由连锁方式最大不足是协同性差,集中优势的发挥受到影响,具体表现为:

(1) 由于加盟店是独立法人、独立核算、具有较大的自主经营权,在与总部经营策略产生矛盾时,顾全自己利益,影响集体利益;

(2) 缺乏高度统一的组织机构体系,对市场的决策比较慢,集中统一的运作优势会受到一定影响。

知识链接

国际自由连锁组织 SPAR

全球最大自愿连锁超市组织 SPAR 于 1932 年创建于荷兰,业务遍布全球 34 个国家,拥有 1 000 多个零售商合作伙伴,1.5 万多家会员门店。山东家家悦连锁超市是其在中国的第一个会员,秉承现代超市管理理念,从文字说明到色彩搭配,从货架陈列到物品摆放,统一改造,标志上还注明“SPAR”字样,加盟后营业额同比增加 30% 多。