

广东律师系列丛书之九

《广东律师》精选集

广东省律师协会 编



2011

COLLECTION OF GUANGDONG LAWYER



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

广东律师系列丛书之九

《广东律师》精选集2011

广东省律师协会 编

主 编：欧永良

副 主 编：张 翊 吴 青 陈小雄

执行主编：叶 港

编 辑：邓 捷 吴里新 叶芷兰



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

《广东律师》精选集 2011 / 广东省律师协会编.
—北京:法律出版社,2012.8
ISBN 978-7-5118-3628-1

I. ①广… II. ①广… III. ①律师业务—中国—文集
IV. ①D926.5-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 130393 号

《广东律师》精选集 2011
广东省律师协会 编

编辑统筹 法律应用出版分社
策划编辑 戴伟 薛晗
责任编辑 薛晗
装帧设计 马帅

© 法律出版社·中国

出版 法律出版社
总发行 中国法律图书有限公司
经销 新华书店
印刷 永恒印刷有限公司
责任印制 陶松

开本 A5
印张 13.75
字数 372千
版本 2012年8月第1版
印次 2012年8月第1次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

网址/www.lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782

重庆公司/023-65382816/2908

北京分公司/010-62534456

西安分公司/029-85388843

上海公司/021-62071010/1636

深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978-7-5118-3628-1

定价:42.00元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

前 言

《广东律师》杂志一直是广东律师思想交流和业务研讨的重要平台,也是展现广东律师丰富执业经验、深厚文化素养的窗口。为力求更好更全面反映广东律师的理论成果、办案经验、执业心得与文化素养,广东省律师协会组织专家对 2011 年度《广东律师》所刊载的文章进行认真评选,并首次将反映律师执业感悟和生活随想的杂文、散文类文章纳入评选范围,精选部分获奖文章结成本集。

2011 年《广东律师》精选集共收录了广东律师获奖文章 63 篇,约 29 万字,其中论文类的文章 36 篇,其他文章 27 篇。根据文章内容,精选集分为 7 个板块,分别是“行业发展”、“律所管理”、“民商法律实务”、“刑事法律实务”、“行政法律实务”、“国际法律实务”、“执业心声”。内容涵盖了广东律师对律师行业发展的思考探索,对法律法规、司法意见的尽智献策,执业过程的经验积累、价值反思和对生活点滴的感悟体会等。

希望本书的出版,能够对读者诸君有所裨益,或引起更多的讨论、交流与思考,从而为有价值的新思想、新观点、新理念的提出创造条件。

编 者

目 录

【行业发展】

- | | | |
|----|----------------------|-----|
| 3 | 品牌化战略是广东律师业发展的必由之路 | 余俊福 |
| 13 | 关于广东律师业做大做强的几点思考 | 陈锡康 |
| 25 | 引进民营资本投资法律服务业若干问题的思考 | 詹礼愿 |

【律所管理】

- | | | |
|----|--|-------------|
| 35 | 发挥粤港合作优势 打造两地律师事务所新品牌 | 林新强 王桂嫻 罗 杰 |
| 49 | CEPA 协议对佛山和香港律师合作模式的影响 | 曹建宇 |
| 56 | 律师和律师事务所违法行为查处工作存在的问题、
原因分析和建议
——结合《律师和律师事务所违法行为处罚办法》的
实施来谈 | 朱雪峰 |
| 62 | 中小型律师事务所专业化发展路径探索 | 蔡岱依 余品词 |
| 70 | 论律师事务所的“资本性” | 吴秀荣 |
| 80 | 建立在“资本性”理论下的一种分配模式 | 吴秀荣 |
| 83 | 专业化是小型律师事务所发展的必由之路
——赴上海律师事务所考察之感想 | 陈东文 |

- 88 山区小规模律师所如何进行规范化管理
——从广东客都律师事务所谈起 胡继宏

【民商法律实务】

- 93 瑕疵出资股权转让效力及其民事责任的承担 蒋毅
- 100 虚拟股份激励模式之法律价值 张亚美 何玮琦 刘竹雀
- 109 《〈婚姻法〉司法解释三》(征求意见稿)之我见 游植龙
- 119 浅谈车辆保险赔偿中存在的霸王条款 刘玉招
- 129 借用车辆被盗,保险人能否向借用人追偿 谭卫山
- 132 关于人身保险合同受益人地位的探讨 卢跃峰
- 140 论保险利益在立法与司法实践中的不足与对策 李欣
- 150 网络转载摘编法定许可的重新思考 饶卫华
- 157 教育品牌“培正”商标争议案 刘孟斌
- 164 以一起“反向揭开公司面纱”的成功案例谈我国
《公司法》的完善 卢旺盛
- 171 创新型中小企业知识产权质押贷款融资若干法律问题
探讨 邱晓琳
- 180 首付比例提高并非“情势变更” 钟胜荣
- 188 浅议限购令对房屋买卖合同的影响 林泰松 吴让军
- 194 委托办厂,被诬不当得利
——一起涉外不当得利案如何转败为胜 朱奕禧
- 205 侵权法的新发展
——从一起案例看商事侵权的特殊性 方金贵
- 214 农场贷款纠纷案
——“欠款确认表”确认的是什么 欧阳如松

【刑事法律实务】

- 223 第十二条生命:刑辩生涯中的又一“杰作” 肖万青
- 238 被犯罪分子非法占有、处置财产可否另行提起民事诉讼的
探讨 刘棉春
- 245 防止民间借贷成为非法集资犯罪 谨防“借贷”变“诈骗” 孙 威

【行政法律实务】

- 253 政府收回闲置土地过程中拆迁户权益的司法保护 宁伟辉
- 259 羊城三旧改造之法律点评 魏济民
- 268 试析开发商参与拆除重建类城市更新改造项目的风险
及其防范 罗琳芝
- 278 调解是如何达成的
——调解中的收益与成本形成机制中的法经济学探讨 温海滨

【国际法律实务】

- 287 从一起案例看国际货运代理人的身份识别及法律适用 李 红
- 293 “YM FAHA”轮和“闽诏渔 0339”轮碰撞案分析 郭香成

【执业心声】

- 303 女律师职业精神修炼 张丽杰
- 309 具备三类“优势特质”促进律师行业全面发展
——女律师执业心得 丁西冷
- 313 做一个自在的女律师 杜艳芝

- 317 我们走在大路上
——一名青年女律师的心声 马 筱
- 319 做一名受尊重的律师 王苗苗
- 323 我为弱者维权无怨无悔 刘曼生
- 327 通往律师实务、教学、科研结合之路 吕惠琴
- 331 实习律师的那些事儿 钟铁蕙
- 335 实习路上的失与得 曾 跃
- 338 律师写工作日记的意义何在 曾凡新
- 342 成败一线间,超极速查封
——记一实用新型案证据保全 朱 峰
- 349 以法律为信仰
——走出法律职业伦理困境的途径 刘 曦
- 361 对律师如何满足客户需要的几点思考 肖胜方
- 367 梦的旅程 郑宇佳
- 372 论儒家之侠与中国律师 徐小安
- 382 让律师回归律师的天空 邱旭瑜
- 385 刑辩律师,拒绝悲情 蔡 华
- 391 律师十日谈 廖旭东
- 403 谈谈律师的责任心 徐洪辉
- 407 富律师 穷律师 孔祥忠
- 409 关于律师的“赢” 龙元富
- 411 守住法律人的良心 张寅斌
- 413 法律在道德脚下喘气 胡春学
- 416 写给司考桥彼端的法律志士们 李 毅

418 | 善待每一位电话咨询者

陈 伟

420 | 有一种感动叫信任

管铁流

425 | 牢记使命,奉献亚运

白冬红

【行业发展】

品牌化战略是广东律师业发展的必由之路

余俊福

关于广东律师业做大做强的几点思考

陈锡康

引进民营资本投资法律服务业若干问题的思考

詹礼愿

品牌化战略是广东律师业发展的 必由之路

余俊福*

一、广东省律师业发展现状及存在问题的思索

截至 2010 年年底,北京律师人数 22,937 人,律师事务所 1486 家(其中所均人数 15.4 人);上海律师人数 12,485 人,律师事务所 1077 家(其中所均人数 11.6 人);广州律师人数 6850 人,律师事务所 396 家(其中所均人数 17.3 人);深圳律师人数 6248 人,律师事务所 359 家(其中所均人数 17.4 人)。2010 年北京律师业总收入 113 亿元(人均 49.3 万元),上海律师业总收入 58 亿元(人均 46.5 万元),广州律师业总收入 2010 年数字暂缺,深圳律师业总收入 26.9 亿元(人均 43.4 万元)。从律师规模和收入数据上看,广东律师业尤其是深圳区域律师业和北京、上海律师差距不大,但是从行业影响力上,广东律师又确实落后于北京、上海。原因何在?我们在做深圳市律师业中长期发展规划调研中发现,广东省律师业大概存在以下不足:

1. 律师事务所管理机制滞后。

目前广东省大多数小型所(一般在 20 人以下)、中型所(一般在 50 人左右)和大型所(一般在 100 人以上)都缺乏明确的定位和有效的管理,表现在:大多数律师还停留在单打独斗阶段,律师事务所缺乏有效的

* 广东晟典律师事务所。

营销和宣传策略;合伙人往往具有不懂管理、不善管理、不敢管理等通病;合伙人会议或管委会难以对聘请的管理人员充分地授权和有效地激励,导致引进的管理人员无所适从,进而导致律师事务所的无序发展。这些已经严重制约了律师事务所做大做强,使其很难与北京、上海等地品牌强所进行有力竞争,更何谈走出国门与国外的律师事务所同台竞技,分一勺羹。

2. 律师事务所在全国的影响力不足。

广东目前缺少像北京、上海在全国具有较大辐射力和影响力,在某些专业领域具有品牌号召力的品牌律师事务所。广东律师事务所越来越多,但是规模却越来越小,大部分的律师事务所是20人以下的小型所或成立不到3年的新所。这些所通常管理较为松散、业务领域较为分散,律师事务所的凝聚力不足,造成律师行业的整体力量很分散,规模大、管理强,示范性、专业性的事务所很难产生。正是因为缺少规模大,品牌响的律师事务所,本地的证券发行、投资并购、知识产权等方面的前沿业务正逐渐被北京、上海律师事务所所吞噬,本地律师事务所的核心竞争力在削弱。

3. 亟待政策调控指导及整体发展规划。

由于没有出台实质性的行业规划和政策引导,广东律师行业还大致处于无序发展阶段,例如擅长海事海商、反倾销等前沿领域的律师严重短缺,但是传统业务律师人数却严重饱和,造成法律服务市场的结构性恶性竞争;经济发达地区律师人数较为饱和、竞争激烈,而经济落后的偏远地区却找不到相应的法律服务人员;刚刚执业的青年律师缺乏系统的业务和执业道德、执业纪律方面的培训,律师业的发展后劲不足。目前的现状是大部分的律师和律师事务所仍在担心自己的生存问题,根本无心考虑律师事务所的长远规划和发展,律师事务所的发展受短期利益驱使,整体社会效益无法体现,律师业的劳动价值无法被社会认同,严重影响律师行业的健康良性发展。

二、品牌化战略是广东律师业发展的必由之路

品牌,是给拥有者带来溢价、产生增值的一种无形资产,其增值的源

泉来自于消费者心中形成的关于其载体的印象。

法律服务是特殊商品,其特殊性表现为法律服务的无形性和异质性。无形性是指法律服务由于其专业性,消费者对法律服务的质量难以进行客观正确的评价,唯一可感知的可能就是律师在法律界的声望、地位、影响力,甚至包括办公室的外观、法律文书的格式等。异质性是指每个律师的职业风格、专业素养都存在较大差异,并且律师提供法律服务的对象(即消费者)也存在差异性。这样,在以律师事务所整体作为考察对象时,不同客户(即消费者)每次接受服务形成的品牌体验可能会有所不同,甚至截然相反^[1]。可见,树立一个统一的、有影响力的品牌在法律服务领域具有十分重要的作用。既有利于律师和律师事务所推广自己良好的形象,也有利于律师事务所的纵深和持续发展。

律师业需要引入商业领域的品牌概念,即培养客户接受优质法律服务的习惯和认知,建立客户对律师和律师事务所的信任关系。事务所大力进行律师和律师事务所的品牌开发,打造专业的律师团队品牌,建立律师及律师事务所在行业中的品牌战略。品牌化战略既包括律师个人也包括律师事务所的品牌战略。律师个人品牌和律师事务所品牌的建立又具有相互促进作用。律师个人品牌对于律师事务所扩大影响力、树立行业领先地位具有促进作用,律师事务所品牌的建立也有助于律师个人品牌的形成。一直以来,律师个人品牌竞争是业界竞争的主旋律,但随着市场分工的细化和法律服务市场对专业化的更高要求,律师个人品牌的竞争正在向律师团队和律师事务所的品牌竞争转变。

综观已经在我国业内形成一定品牌影响力的大所,主要有以下几个特征:(1)成立时间较早,大多具有十几年甚至二十几年的历史;(2)在全国各地甚至国外设立分所;(3)管理架构较为合理,一般都推行准公司化管理;(4)有较为完善的规章制度和律师文化;(5)执业律师人数众多,在200~300名以上;(6)有较完善的律师、合伙人进入和晋升机制;

[1] 林泰松:“律师事务所的品牌战略研究”,载 <http://wenku.baidu.com/view/2bc5e9c34028915f814dc204.html>,2011年6月15日第一次下载。

(7)有较科学的分配机制、团队合作和专业分工制度;(8)有较为稳定的高端业务和大客户;(9)有在行业内具有一定影响力和知名度的品牌律师;(10)在一个或几个专业领域内处于行业领先地位,某些法律服务项目在业界享有较高知名度;(11)拥有全面的辅助设施,如法律图书馆和打字印刷部门,较多的律师助理和秘书¹⁾。这些品牌大所无论在影响力还是知名度上,无论是在管理模式还是分配机制上,无论是在营销策划还是业务开拓上,都各有千秋、可圈可点。

因此,广东的律师事务所要想在未来的法律服务市场成为行业领军者,必须坚持实施品牌化战略,必须确立发展目标、行业定位,必须有所突破、有所发展、有所创新。唯此才能在国内甚至国际舞台上与这些品牌所形成有力竞争。

三、品牌化战略实施方案

品牌化战略是指律师和律师事务所为提高自身的市场竞争力和行业内的影响力,围绕建立法律服务的品牌所制定的一系列长期性的,系统性的发展规划和行动方案。律师个人的品牌化战略其实应有意识地纳入律师事务所的品牌化战略之中,因为无论律师个人的专业化发展方向还是营销行为及目的与律师事务所是一致的,行为结果也具有一致性。因此,以下笔者将着重介绍律师事务所的品牌化战略实施方案。

(一)建立科学的专业化发展制度

专业化是律师建立与客户之间信任关系的基础。目前国外及国内的品牌化大所都设立专业化的分工。据“访问加拿大、美国纪实”一文介绍:加拿大戴维斯律师事务所有三百多人,其中律师一百多人,合伙人五十多人。像这种大型的律师事务所内部都有专业化分工,如商业、财政、金融、税收、国际贸易、环境保护、产品责任、房地产和诉讼等法律事务分工,这样他们才能适应现代经济、技术发展对法律事务的要求²⁾。因此,建造一家品牌化大所,首先应划分科学、合理的业务部门。每个案

[1] 陈宝权等:《中外律师制度比较研究》,法律出版社1995年版,第56页。

[2] “访问加拿大、美国纪实”,载《中国律师》1994年第3期。

件必须有指导律师、主办律师、辅助律师。主办律师对主办业务负责,业务部门负责人对业务进度、质量和客户反馈进行跟踪、评估和监督。律师事务所还应制定科学的业务流程,把法律业务变成服务产品,为客户提供物有所值、物超所值的法律服务。各业务部门可根据业务特点,制定一套完整的、规范的、实用的业务操作流程和操作指引。各业务部门负责人在业务总监的带领下,实行部门联动机制,进行业务规划、业务培训、业务协调和业务指导^[1]。

律师事务所专业化的目标,是让最专业的律师办理其最专业的业务,打造品牌业务团队(如知识产权团队、IPO团队、公司并购团队、银行业务团队)、打造明星律师(如知识产权大律师、证券大律师、公司并购大律师等),树立自己的专业特长,并在这些专业领域内成为区域内乃至全国行业内的“领头羊”。

在强调律师事务所专业化的同时,还应加强团队之间、业务部门之间、总所与分所之间的资源分享与业务协作,并通过兼并、合并等方式进行律师事务所的资源优化配置,实现强强联合和优势互补,在最短的时间内实现律师事务所的规模化发展。

(二) 建立系统的品牌营销制度

在律师事务所已经具备优质服务能力的情况下建设品牌,实质就是让消费者即客户认识到这种优质法律服务,并对委托法律事务的处理结果予以认可。达到这一目标,必须成功实现以下两方面的营销:

1. 外部营销

是将律师所的品牌形象、品牌承诺等相关信息通过一定途径在社会上进行传播与推广,在不特定的公众心目中建立一个初步的品牌形象,从而形成品牌资产的过程^[2]。

[1] 刘辉:“大型律师事务所品牌战略”,载 <http://wenku.baidu.com/view/48022fdd5022aaea998f0fb6.html>,2001年6月15日第一次下载。

[2] 林泰松:“律师事务所的品牌战略研究”,载 <http://wenku.baidu.com/view/2bc5e9c34028915f814dc204.html>,2001年6月15日第一次下载。

在这一阶段,仅为品牌信息的抽象传递,而没有消费者直接的品牌体验,因此与其他领域的品牌外部营销具有某些共通性,但是又不尽相同。在我国,律师和律师事务所与世界上大部分国家一样,不能进行商业广告宣传,在英国、美国,都禁止律师做个人广告,在德国,律师在信笺上标明他的非德国的海外大学学历,都必须取得其律师协会的同意^[1]。因此,与其他产品或服务相比,律师事务所的外部营销方式存在一定限制。律师事务所可以通过编印所刊、专业实务书籍、专业实务研讨会提升专业形象;通过参与社会公益活动、慈善事业,接办公众关注的热点事件的法律事务,参与大型体育赛事、世博会、高交会等盛事的法律咨询活动,参与电视广播等媒体的采访活动,参加司法信访、接访活动,参加“法律进社区”等活动在社会公众心目中建立良好的社会形象和品牌形象。

2. 内部营销

内部营销是律师事务所建立品牌的关键和核心。内部营销的目的是促使客户在接受服务过程中,对律师事务所品牌形象有一个切实体验,并形成客观、积极的评价。

在内部过程中,首先要积极对客户品牌认知进行管理和控制。从各国立法规定看,都规定律师应使客户对事态有适当了解,并使其尽快满足对有关材料进行了解的合理要求。律师也应在适当和必要的限度内,就事件向客户进行解释,以引导客户的期满值^[2]。在香港,对于事务律师的承诺进行了特别严格的限制,因为承诺直接影响客户对律师的认知。事务律师在作出承诺前,必须慎重考虑他是否有能力履行诺言。事务律师作出超过本身能力所能控制的承诺(承诺的实现有赖于第三方的行为或还没有发生的行为),是一种执业不当行为,这将直接导致客户

[1] 陶髦、宋英辉、肖胜喜:《律师制度比较研究》,中国政法大学出版社1995年版,第180页。

[2] 参见[法]色何勒·皮埃尔·拉特等:《西欧国家的律师制度》,陈庚生等译,吉林人民出版社1991年版,第154~160页。