

中国 市场法学

谢次昌 主编

中国政法大学出版社

(京)新登字185号

中国市场法学

•
谢次昌 主编

•
中国政法大学出版社出版
北京昌平东旭印刷厂印刷
新华书店经销

•
787×1092 32开本 9.5印张 200千字
1993年5月第1版 1993年5月第1次印刷
ISBN7—5620—0996—1/D·948

印数：4,000 定价：5.80元

序 言

从法律的角度来研究当今的市场关系，是一个重要的课题。随着社会主义市场经济的发展和经济体制改革的深入，我国的市场迅速发展，市场关系也日趋复杂，提出了许多新的问题，亟需抓紧建立完善市场法律制度，使市场行为规则化，以维护市场的正常秩序，更好地为发展社会主义市场经济、促进生产、满足人民需要服务。

纵观人类历史，市场总是与一定的法律规范紧密联系在一起。在市场发展的初期，就产生了一种客观需要，即把每天重复着的市场活动，用一个共同规则概括起来，设法使个人服从市场活动的一般条件。这个规则首先表现为习惯，后来便成为法律。从此以后，市场发展的每一个阶段，都有一定的市场立法与之相适应，一定的市场立法又总是保护着市场每一个阶段的发展。

在简单商品市场阶段，以罗马法为代表的市场立法，对买主和卖主、债权人和债务人、契约、债务等问题作了明确的规定，严格保护了私有财产和债权人的利益。这种反映简单商品经济关系的市场立法，对当时古罗马帝国的市场稳定和发展，起了重要的保护作用。

在前资本主义市场阶段，以商事立法为代表的市场立法，冲破了罗马法和封建法律的体系，按照商业活动自身的

习惯和特点，对合伙、公司、票据、保险、海商等作了规定。这种反映资本主义经济萌芽的商法，是重商主义政策的结果，它保护和推动了国内市场和世界市场的发展，加速了资本的原始积累。

在自由资本主义市场阶段，以法国民法典和商法典为代表的市场立法，规定了动产和不动产的占有、使用、收益和处分，规定了契约的效力、损害赔偿、债务履行和破产程序，确立了机会均等、契约自由的原则，从而确认了从封建的、专制的直接羁绊下解脱出来的自由和平等的商品生产者新的主体地位，保障了资产阶级的全部财产所有权、债权和竞争自由权，它以自由的原则保证和繁荣了资本主义的市场经济。

在垄断资本主义市场阶段，单靠民商法已经不能有效地维持垄断竞争的市场秩序，于是国家干预私人经济的现代经济法就应运而生，以反垄断法为代表的市场立法，对市场所谓的“不正当竞争”、“不正当贸易”，实行强制性管理和干预。这种国家直接干预和调整市场经济活动的法律，对维护垄断竞争的市场秩序起着一定的作用。

社会主义市场是计划经济与市场调节相结合条件下的市场，它与资本主义市场有着本质的区别：第一，它是建立在社会主义公有制基础上的统一的市场；第二，它是在国家宏观调控和行政管理下的市场；第三，它是以促进社会主义有计划市场经济发展和满足人民生产生活服务为目的的市场。党的十一届三中全会以来，我国社会主义市场得到了迅速发展，从理论上破除了社会主义经济排斥商品货币关系、否定市场、市场机制的传统观念，确立了发展商品经济中计划与市场的内在统一关系，破除了单一消费品市场的概

念，提出了培育社会主义市场体系，发挥市场的整体性功能的原则，不仅促进了商品市场的繁荣和发展，而且还初步建立了生产资料市场和生产要素市场。

我国社会主义市场的迅速发展，迫切需要建立市场法律体系。近几年来，随着我国法制建设的不断健全，我国已经陆续颁布了一些调整市场关系的法律和法规，如《民法通则》、《经济合同法》、《技术合同法》、《专利法》、《商标法》、《食品卫生法》、《药品管理法》、《进出口商品检验法》、《价格管理条例》、《广告管理条例》、《企业法人登记条例》、《投机倒把行政处罚条例》、《城乡集市贸易管理办法》等。这些法律和法规，对于保护合法交易、制止违法活动，维护市场的正常秩序，促进市场的发展起了重要作用。但是，从总体来看，我国的市场立法还不健全，还有许多领域没有具体的严格的法律规范，已经颁布的法律和法规之间也存在不相协调的现象。在社会主义市场经济体系逐步形成，市场机制的作用日趋加强的新形势下，需要加快研究建立新的市场法律体系，制定出配套的一系列市场法律法规，以适应进一步改革开放的要求。

《中国市场法学》一书正是适应这种形势而编写的。这本书对市场法律体系作了较新的分类和概括，详细阐述了市场主体制度、市场客体制度、市场竞争制度、市场契约制度、市场调节制度、市场表示制度、市场票据制度、消费者保护制度的内容和特点，并对生产资料市场、资金市场、劳务市场、技术市场、土地市场的法律调整问题作了专题论述，是目前研究市场法律制度较全面、较完整的一本专著。作者对一些问题的看法和观点，在理论界、法学界可能有不同意见，这不要紧，经过争鸣会使之更加完整准确。本书的

出版将有助于推动当前的市场立法，对于加强各类市场管理工作也有一定的指导意义。

愿《中国市场法学》一书能成为引玉之砖，促进整个法学的繁荣和发展。

王江云

1989年7月27日

编者的话

本书参加编写的人员有

- 谢次昌 第一章、第二章、第十章
胡安潮 第三章、第九章、第十五章
冯 霞 第四章
谢 青 第五章、第七章
胡采霄 第六章 第十一章
戴宏芳 第八章
昌玲芬 第十二章
王宝森 第十三章
孙积录 第十四章

全书由谢次昌主编并统稿，胡安潮、戴宏芳参加了部分统稿工作。

书稿完成后，承蒙国家工商行政管理局市场管理司司长王江云同志帮助审阅并代作序，在此我们表示深深的感谢！

1989年7月初稿

1991年6月修改

目 录

序 言 编者的话

第一编 市场法绪论

第一章 市场概述

- 第一节 市场与市场类型..... (1)
- 第二节 商品流通与市场机制..... (14)
- 第三节 国家对市场的调节..... (19)

第二章 市场法概述

- 第一节 市场法的概念和特征..... (24)
- 第二节 市场法的调整原则和方法..... (28)
- 第三节 市场法的地位和作用..... (34)
- 第四节 商品流通秩序与市场法制建设..... (40)

第二编 市场法律基础

第三章 市场主体制度

- 第一节 市场主体制度概述..... (44)
- 第二节 主体进入市场的程序..... (48)
- 第三节 市场主体的变更和退出市场..... (52)

第四章 市场客体制度

- 第一节 市场客体制度概述…………… (56)
- 第二节 对实物性市场客体的管理…………… (62)
- 第三节 对非实物性市场客体的管理…………… (71)

第五章 市场竞争制度

- 第一节 市场竞争制度概述…………… (78)
- 第二节 反垄断法律制度…………… (80)
- 第三节 防止不正当竞争法律制度…………… (87)
- 第四节 打击投机倒把法律制度…………… (91)

第六章 市场契约制度

- 第一节 市场契约制度概述…………… (95)
- 第二节 合同的种类及法律特征…………… (103)
- 第三节 合同管理…………… (121)

第七章 市场调节制度

- 第一节 市场调节制度概述…………… (127)
- 第二节 价格调节制度…………… (130)
- 第三节 税收调节制度…………… (138)
- 第四节 信贷调节制度…………… (147)
- 第五节 财政补贴制度…………… (149)

第八章 市场表示制度

- 第一节 市场表示制度概述…………… (151)
- 第二节 商标法律制度…………… (154)
- 第三节 广告法律制度…………… (167)
- 第四节 商品说明法律制度…………… (181)

第九章 市场票据制度

- 第一节 市场票据制度概述…………… (189)
- 第二节 票据法律行为…………… (193)

第三节	票据的法律管理·····	(197)
第四节	票据法律制度的发展和我国的票据 立法·····	(200)
第十章	消费者保护制度	
第一节	消费者保护制度概述·····	(204)
第二节	外国的消费者保护立法·····	(212)
第三节	我国的消费者保护立法·····	(220)

第三编 市场体系及其法律调整

第十一章 生产资料市场及其法律调整

第一节	生产资料市场概述·····	(228)
第二节	我国生产资料市场的现状·····	(234)
第三节	我国生产资料市场的法律调整·····	(235)

第十二章 资金市场及其法律调整

第一节	资金市场概述·····	(240)
第二节	我国资金市场的现状·····	(245)
第三节	健全和完善我国资金市场管理 制度·····	(247)

第十三章 劳务市场及其法律调整

第一节	劳务市场概述·····	(250)
第二节	我国劳务市场的法律调整·····	(255)

第十四章 技术市场及其法律调整

第一节	技术市场概述·····	(269)
第二节	我国技术市场的发展及其作用·····	(277)

第一编 市场法绪论

第一章 市场概述

第一节 市场与市场类型

一、市场的概念及一般特性

市场的概念有狭义和广义之分。狭义的概念是指一定时间、地点进行商品交易的场所；广义的概念是指一定社会商品交换关系的总和。

市场是商品经济的范畴。哪里有商品生产，哪里就有市场。列宁指出：“商品经济出现时，国内市场就出现了，国内市场是由这种商品经济的发展造成的。”（《列宁选集》第一卷第189页）

商品是用来交换的劳动产品。在社会经济生活中，这种交换产生和存在的前提是生产的社会分工。由于社会分工，不同的生产者分别从事不同产品的生产，他们都为别人需要、社会需要而生产，彼此互相联系，互相依存，如果没有分工，也就没有交换，所以说市场是商品经济中社会分工的表现。

商品交换需要有一定的场所。被选择进行产品交换的适当地点，就是最初的集市市场。这种地点通常设在四通八达、交通方便、人口聚集的地方，是城市和集镇的主要组成

部分。随着商品经济的发展，这种场所的数量和范围日益扩大，从而形成全国范围甚至世界范围的市场。这种以地域或空间为标志的市场，就是狭义概念的市场。

商品交换关系，是不同所有者经济联系的体现。这种经济联系随着交换日益频繁而不断发展，特别是出现了以商人为媒介的“商品交换发达形式”以后，商品世界的流通过程“就表现为无数不同地点不断结束又不断重新开始的这种运动的无限错综的一团锁链。”（《马克思恩格斯全集》第13卷，第84页）从而使一种商品形态变化的循环，不可避免地和别种商品形态变化的循环交织在一起。在这种复杂的商品交换关系背后，实际上反映了人与人之间的复杂的利益关系，研究这种人与人之间的经济关系，正是马克思主义政治经济学的出发点。从这个意义上，我们又可以把市场看作是商品生产者、中间商和消费者交换关系的总和，这就是市场概念广义的解释。

市场的一般特性有以下几点：

1. 市场形成的基本条件是：市场上存在买方与卖方，有可供交换的商品，具备买卖双方都能接受的交易价格及其他条件。只有具备了这三个条件，才能实现商品的让渡，形成现实的而不是观念上的市场。

2. 市场活动的中心内容是商品买卖，因而必须具备消费者、购买力和购买欲望三个要素。没有消费者就谈不上购买力和购买欲望，或是消费者没有购买力和购买欲望，都不能形成现实的市场。只有三个要素结合起来，才能促成买卖行为。

3. 市场交易活动的当事人，不外是生产者、中间商与消费者。他们在市场商品交换中的地位不相同。参与交换的目的

和要求也不一样，因而都有各自不同的经济利益。正确处理交易活动、当事人之间的经济利益关系，是商品交换顺利进行的条件。

4. 市场是沟通生产和消费的桥梁，是商品供求双方发生经济联系的场所。商品经济的普遍规律如价值规律、供求规律，都要通过市场来发生作用。

二、市场的产生和发展

在蒙昧时代，由于社会生产力水平十分低下，人们共同劳动所得的产品极其有限，只够维持最低限度的生活，没有什么剩余，因而不可能有商品生产和商品交换，也就不存在市场。

人类同自然界进行了长期的斗争，渡过了蒙昧时代，进入了野蛮时代。在野蛮时代的中级阶段，社会生产力已有很大提高，第一次社会大分工的结果，使游牧部落从其他野蛮部落中分离出来。人们除了生产能够满足自身消费的产品外，还有一定的剩余产品可以用来进行交换。这种交换是在共同体与共同体的交界处偶然进行的。由于社会分工，不同所有者进行交换，彼此互相成为市场。原始的市场出现了。

随着人类社会第二次大分工和私有制的产生，出现了直接以交换为目的的商品生产。到野蛮时代高级阶段末期，个人和个人之间的交换已成为商品交换的唯一形式，市场的范围日益扩大，交换的品种和数量也日渐增多。

社会分工的扩大，使人们对市场的依赖程度逐渐增加，独立的商品生产者市场而生产，除自给性生产外，人们要通过市场进行交换，才能满足多种多样的需要。在商品生产不断发展的过程中，发生了人类社会第三次大分工，商人的出现，更促进了市场的发展。

最初的市场主要是一个空间概念，就是一个交换的场所。当时生产力发展水平很低，货物单纯，数量其少，交通不便，生产者自带货物到市场，日中而市，交易而退，交换手续与形式都很简单，交易活动当事人之间的关系也简单明了，市场上没有什么设备和服务，也没有什么组织。随着商品经济的发展。物物交换发展成为以货币为媒介的简单商品流通，在简单商品流通的基础上，又产生了商业，市场范围日益扩大，从一城一地发展到全国，形成很多商业城市，四通八达，纵横交错，联系着生产与消费，联系到全国以至全世界，这时市场已不单纯是交换的场所，为适应交换发展的需要，逐渐增加了各种服务项目，并日益完善了现代市场组织不可缺少的各种机能，如从兑换货币发展为钱庄、银行；从寄存货物发展为仓库、货栈；从经纪人、牙行发展到交易所、信托公司等，特别是交通运输业的发展，更使得世界市场日益扩大，整个世界都被交换紧紧地联系在一起了。

市场在我国有着几千年的历史。据易系辞记载：“神农氏作，……始列廛于国，日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所”。这说明我国从游牧社会进入农业社会后，就出现了原始的市场。到春秋时期、大中封建主统治中心的庄园，相继形成城镇，发展成早期的都会。到汉唐时期，这种都会已有一定规模。《史记·货殖列传》列举的著名都会就有十九个。在这些都会中，“无非街通五衢，商贾之所臻，万物之所殖者”。唐代的长安就有东市、西市、洛阳有南市、北市，它们已成为规模不同的商业中心。有的成为全国性的中心商市，如当时的长安；有的是一个大地区的中心商市，如当时的洛阳、开封等地，苏南沿海的扬州、泉州、广州等地成为与国外通商的中心商市；此外，还

有许多较小地区的中心商市，市场网络遍布全国各路，沟通着商品交换，联系着地区经济，已成为国家经济生活的枢纽。市场的扩展反映了社会生产力、商品经济的发展，市场的扩展也推动了社会生产力、商品经济的进一步发展。但是，由于我国长期处于封建社会，商品经济很不发达，自然经济占统治地位，市场也就不会有长足的发展，直到清朝末年，也只有沿海城市比较发达，内陆市场还是闭塞狭小而落后的。

在国民党统治时期的旧中国，经济极端落后，商品经济很不发达。抗日战争前，个体农业和手工业产值在整个国民经济生产总值中占90%左右，现代工业仅占10%左右，而且主要掌握在外国资本家和官僚资产阶级手中。这种情况在国内市场表现尤为突出。当时，帝国主义在华投资商业投资占43.2%，外商在华开设的洋行、商店、交易所等有八千多家，加上蒋、宋、孔、陈四大家族设立的各种商业独占组织垄断着市场，在市场上活动的商业资本又多与封建地主经济相结合，各种行业都有“行帮”组织，由大商户操纵、把持，割裂市场。可见，国民党统治的旧中国完全是一个半封建半殖民地的市场。

资本主义社会虽然只有几百年的历史，都形成了空前巨大的社会生产力，使商品经济得到了高度的发展，市场几乎成为无所不包的经济领域。市场主宰着资本主义经济的一切，国内外市场的需求，象神经中枢一样，主宰着资本主义这个“商品巨人”的全身。资本主义社会的市场经济经历了几个发展阶段：第一阶段以自由竞争为特点。从十八世纪六十年代产业革命算起至上世纪末。大约经历了一百五十年的历史。在自由竞争的条件下，商业是完全自由的，市场上的供

给和需求是作为两个统一体、两个集合力量来互相发生作用的，生产者、经营者、消费者之间，以及生产者之间、经营者之间、消费者之间，都在市场上进行自由的竞争；第二阶段以私人垄断为特点，时间大约从上世纪末到本世纪三十年代或四十年代。竞争必然出现优胜者和失败者，并促进联合，导致垄断。垄断组织不仅能够使资金、技术、劳力、设备得到更合理的利用，从而增强竞争的实力和优势，而且能够对本国乃至世界的原料来源和市场容量作大致的估计。在这个基础上，他们彼此商定销售条件，划分销售地区，规定产品数量，确定价格，在各个企业之间分配利润等等。但是，垄断没有消除竞争，而是加剧了资本主义的基本矛盾；第三阶段以国家干预为特点，时间大约在本世纪三十年代，特别是第二次世界大战以后。为了缓和垄断带来的一系列矛盾，资本主义国家普遍对经济进行干预，把计划的因素引到市场中来，出现了介于自由竞争和垄断之间的一种市场形式。

社会主义市场也经历了自己不同的发展阶段。十月革命以后，苏联和东欧社会主义国家实行了高度集中的计划经济，重要生产资料被视作产品而不是商品，实行计划分配，企业也不是独立经营的主体，市场机制没有得到充分发挥。六十年代以后，一些社会主义国家进行了经济体制改革，市场的作用日益扩大。

我国的社会主义市场是在全国解放后逐步建立起来的。建国初期，我国存在五种经济成份，即国营经济、合作社经济、农民和手工业者的个体经济、私人资本主义经济和国家资本主义经济。国内市场是多家经商、多条渠道。在社会主义改造过程中，我国力求建立的市场模式是：国家经营和集

体经营是主体，一定数量的个体经营是补充；计划生产是主体，在国家计划许可范围内的自由生产是补充；国家市场是主体，一定范围内国家领导的自由市场是补充。到1955年底社会主义改造基本完成以前，我国私营零售商业销售额仍占29.1%。但是，由于改造的步骤快了一些，过早地实行了合作化和全行业的公私合营，使这种市场模式未能持续。随后，又出现了“大跃进”，批判“右倾机会主义”，在流通领域停止选购、自销，限制和取消小商小贩，关闭自由市场，合并流通渠道，国营商业从领导市场发展成实际上独家经营。特别是文化大革命，使这种情况日趋严重，造成流通渠道单一，经营方式呆板，市场死滞。

党的十一届三中全会以后，在流通领域逐步地克服了排除商品经济、否定市场和市场机制的“左”的倾向，建立了多种经济形式，多种流通渠道、多种经营方式、少环节的市场流通体制。特别是生产资料进入市场以后，国内社会主义市场更进入了一个繁荣活跃的局面。长期以来，我国一直不承认生产资料是商品，不准进入市场，这就把我国商品人为地分为两块，流通也分成两个领域。消费品在市场上流通，生产资料只能由物资系统实行统一分配，计划调拨，这就切断了生产资料系统经济活动的横向联系，造成了产销脱节。流通呆滞。自从对部分生产资料按商品和市场原则经营后，生产资料的经营活跃起来了。以此为开端其他生产要素也开始进入市场，一个包括消费品和生产要素在内的社会主义市场体系，正在逐步形成。

三、市场的作用

市场的历史和商品的历史同样久远。随着商品生产和商品交换的发展，特别是伴随着商业的产生和发展，市场的范