

商品购销中的 法律责任

赵 兵 福生霞 编著

北京经济学院出版社

D922.294.4

2.31

393269

商品购销中的法律责任

赵 兵 福生霞 编著



北京经济学院出版社

(京)新登字 211 号

图书在版编目(CIP)数据

EA08/59

商品购销中的法律责任/赵兵,福生霞编著. —北京:北京经济学院出版社,1996.8

ISBN 7-5638-0511-7

I. 商… II. ①赵… ②福… III. 商业经济-商品流通-经济学-法规-中国-参考资料 IV. D922.294.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 24054 号



北京经济学院出版社出版
(北京市朝阳区红庙)

河北省迁安印刷厂印刷
全国新华书店发行

787×1092 毫米 32 开本 8.875 印张 200 千字

1996 年 8 月第 1 版 1996 年 8 月第 1 次印刷

印数:00 001—3 000

定价:12.00 元

前 言

为加强商品流通领域中法律责任的研究,满足商品购销实践对法律的需求,为社会主义市场经济服务,我们编写了《商品购销中的法律责任》一书。法律责任是法学的重要理论之一,而专门论述商品流通领域法律责任的论著尚不多见。本书结合我国立法实践,按照商品的流转顺序,系统阐明了商品流通过程中各主要环节的法律责任,并从实用性出发,每章编入若干有针对性的案例,具体说明我国司法机关和行政执法机关是如何确认和追究商品购销中的法律责任的。尤其是本书在消费者权益一章中,详细论述了消费者个人追究生产者、销售者法律责任的具体操作程序和方式方法,对于广大消费者依法保护自己的权益具有重要参考价值 and 实际意义。

本书按照商品购销活动的顺序编排,从商品离开生产领域进入交换开始,首先论述商品购销主体;其次论述商品进入市场后违反市场管理、侵犯消费者权益、违反产品(商品)质量规定等的法律责任;再次论述商品购销中的三种特殊情况即无效、代理和担保的法律责任;最后论述违反商品购销的法律形式——购销合同和涉外商品购销的法律责任。

本书能够帮助教学、科研等理论工作者系统研究商品购销中法律责任的理论与实践,能够帮助执法人员系统了解商品购销中法律责任的立法现状和办案经验,能够为广大企事业单位、合同当事人等商品市场参与者按照法律要求调整自

己的购销行为提供法律咨询和服务。

本书由赵兵、福生霞撰写,最后由赵兵总纂、定稿。

在本书撰写和出版过程中,得到了首都经贸大学戴凤歧教授,北京物资学院张声书院长、何元录教授的关怀和指导,并得到北京经济学院出版社陈文冰、赵颖君同志的热情帮助,在此一并表示感谢。

由于作者水平有限,不当之处在所难免,恳请读者和法学界同仁批评指正。

作 者

1996年3月

目 录

第一章 商品购销中法律责任概述	(1)
第一节 明确商品购销中法律责任的重要 意义.....	(1)
第二节 商品购销中法律责任的概念和特征.....	(4)
第三节 商品购销中法律责任的范围和种类.....	(7)
第四节 商品购销中法律责任的确认	(10)
第五节 商品购销中法律责任的形式和免除	(14)
第二章 商品购销主体	(18)
第一节 商品购销主体的概念和种类	(18)
第二节 主体超越经营范围的法律责任	(23)
第三节 主体变更法律责任的承担	(26)
第四节 主体撤销法律责任的承担	(30)
第五节 主体停业法律责任的承担	(34)
第六节 主体破产法律责任的承担	(36)
第三章 商品市场管理	(42)
第一节 违反商品市场一般管理的法律责任	(42)
第二节 投机倒把的法律责任	(50)
第三节 不正当竞争行为的法律责任	(58)
第四章 消费者权益	(73)
第一节 消费者权益的法律保护	(73)
第二节 侵犯消费者权益的民事责任	(79)

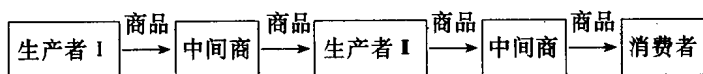
第三节	侵犯消费者权益的行政责任和刑事 责任	(85)
第四节	消费者权益保护的时效和途径	(90)
第五章	产品(商品)质量	(97)
第一节	产品(商品)质量的监督管理	(97)
第二节	生产者的产品(商品)质量责任	(102)
第三节	销售者的产品(商品)质量责任	(111)
第六章	产品(商品)计量、标准化	(122)
第一节	违反产品(商品)计量的法律责任	(122)
第二节	违反产品(商品)标准化的法律责任	(131)
第七章	商品价格	(141)
第一节	我国的商品价格立法	(141)
第二节	商品价格管理	(144)
第三节	违反商品价格管理的法律责任	(150)
第四节	价格违法案件的处理	(155)
第八章	商品结算	(158)
第一节	违反现金管理的法律责任	(158)
第二节	违反银行结算管理规定的法律责任	(162)
第九章	无效商品购销	(173)
第一节	无效商品购销概述	(173)
第二节	主体不合格的法律責任	(175)
第三节	内容不合法的法律責任	(181)
第四节	违背当事人真实意愿的法律責任	(185)
第五节	可撤销的购销行为的法律責任	(191)
第十章	代理商品购销	(194)
第一节	代理商品购销的概念和形式	(194)
第二节	无权代理的法律責任	(198)

第三节	代理人未持有正式授权委托书的 法律责任·····	(203)
第四节	滥用代理权的法律责任·····	(208)
第五节	代理违法事项的法律责任·····	(211)
第十一章	担 保·····	(213)
第一节	保证人的法律责任·····	(213)
第二节	定金担保的法律责任·····	(223)
第十二章	购销合同·····	(229)
第一节	购销合同概述·····	(229)
第二节	违反购销合同履行的法律责任·····	(232)
第三节	变更、解除购销合同的法律责任 ·····	(237)
第四节	逾期供(提)货与逾期付款的法律 责任·····	(243)
第五节	不能交货与中途退货的法律责任·····	(245)
第六节	违反产品质量要求的法律责任·····	(250)
第十三章	涉外商品购销·····	(256)
第一节	违反涉外商品购销管理的法律责任·····	(256)
第二节	违反涉外商品购销合同的法律责任·····	(265)

第一章 商品购销中法律 责任概述

第一节 明确商品购销中法律 责任的重要意义

商品自脱离生产领域进入流通领域,再从流通领域过渡到最终消费者手里,是一个非常复杂的过程。在专业化生产的经济条件下,商品往往从生产到流通,再从流通进入生产,然后再从生产进入流通,经过这样多次反复运动,才最终进入消费领域。商品在流通过程中,又往往经过若干购销主体的多次转手。商品流通的一般情况如下图所示:



生产者 I:指从事商品生产,并向中间商或直接向生产者 II 提供所生产的原材料、设备、能源等生产资料商品的经济组织和个人。

生产者 II:指将购入的生产资料投入生产,并向中间商或直接向消费者提供生活资料商品的经济组织和个人。

中间商:指那些购入商品(包括生产资料和生活资料)后再行转售,专门从事商品贸易活动以获得利润的经济组织和

个人。中间商包括批发商和零售商。

消费者:指为生活消费的目的而购买商品和劳务的一切个人和家庭。

应该说明,上图描述的仅仅是商品流通的一般情况,在实践中,商品在生产者与中间商之间的往复运动往往不是一两次,而是三次、四次,甚至更多。另外,中间商购入商品后再转卖给其他中间商,商品在多个中间商之间转手购销的情况大量存在。例如,棉农将棉花卖给棉商,棉商再卖给纺织厂,纺织厂将棉花织成布后卖给服装厂,服装厂制做出衣服卖给批发商,批发商再卖给零售商,零售商将衣服最终卖给消费者。上述实例中,棉农、纺织厂、服装厂是生产者,棉商、批发商、零售商是中间商。从棉花、衣服的运动情况看,经过七个购销主体之间的六个购销环节才完成流通全过程。

目前,我国正在建立和完善社会主义市场经济,流通领域中商品购销多主体、多渠道、多环节是市场经济的本质特征之一。我国的商品购销主体是多种多样、千差万别的。从所有制看,包括国有企业、集体企业、私营企业、个体工商户、三资企业等。从购销业务看,包括农业经济组织、工业企业、商业企业、物资企业,以及各种各样专业性、综合性的贸易公司。另外,还包括在体制改革中涌现出的企业集团、联营企业、股份制企业等,以及购买商品的消费者个人和家庭。发生在以上众多购销主体之间的购销关系是大量的、复杂的。在这种情况下,加强商品流通领域的法制建设,明确商品购销主体的法律地位、权利义务和应承担的法律责任是一项非常重要的工作。凡是有资格参与商品购销活动的合法主体,必须在法律规定的范围内从事商品购销活动,否则就要依法承担责任,受到法律的制裁。

法律责任是法律规范中的重要逻辑要素之一。法律调整是通过建立一定的权利义务关系来实现的,一旦商品购销主体不履行自己承担的义务,实施了违法的行为,就要通过国家强制力的作用,追究违法者的责任,维护被破坏了流通秩序。只有明确并严格追究商品购销活动中的法律责任,才能使有关流通领域的立法真正体现出强制性,真正起到规范、制约、限制人们行为的作用,实现立法的预期目的。笔者认为,明确并且严格追究商品购销活动中的法律责任具有以下重要意义:

第一,能够保护商品购销主体和广大消费者的合法权益。明确规定并严格追究商品购销活动中的法律责任,可以恢复和补偿被违法者侵犯的竞争对手和消费者的合法权益,增强广大竞争对手和消费者的安全感和对法律的信赖感,维护等价有偿、平等互利、公平竞争的社会主义市场交换准则。

第二,有利于对广大商品购销主体进行社会主义法制教育。明确规定并严格追究商品购销活动中的法律责任,等于为广大购销主体提供了一个信息,即只能按照法律所规定的内容和方式行为,否则必然带来不利的后果。这就在一定程度上起到了法制教育的作用。同时,还能够增强广大购销主体和人民群众同违法行为作斗争的勇气。

第三,能够预防商品流通中违法行为的发生。追究商品购销中的法律责任,是对购销主体所实施的违法行为的否定,这对那些可能从事同样违法行为的主体是一个警告。同时,追究违法者的责任,必然给违法者在物质上和精神上都带来一定不利后果,这样就可促使违法者改变自己的行为,进而便起到预防违法行为发生的作用。

第四,有利于打击商品流通中的违法犯罪行为,维护商品

流通过程中的经济秩序。追究违法者的责任,可以通过强有力的手段将购销主体的行为控制在法律的范围之内,有利于加强国家对商品流通活动的宏观调控,打击违法者的嚣张气焰,维护商品流通过程中正常的经济秩序。

第二节 商品购销中法律责任的概念和特征

一、概念

商品购销中的法律责任,是指商品购销主体实施了违反国家商品流通领域法律规范的行为(包括作为与不作为),依法应当承担的法律后果。

商品是用来交换的劳动产品,是社会生产发展到一定阶段的产物,是生产力和社会分工不断发展的结果。随着商品经济的发展,商品交换的范围和规模将不断扩大。

在社会主义制度下,商品离开直接的生产领域进入流通领域,经过若干环节,最后到达消费者和用户手中,这一商品运动的全过程即为商品流通。流通是交换的总和。商品流通是由众多商品购销主体的交换行为构成的。商品流通是一个十分复杂的运动过程,参加商品交换的主体包括各种经济组织,它们构成了多样复杂的经济关系。这些发生在商品流通过程中的多样复杂的经济关系,包括商品购销关系、商品储存关系、商品运输关系等等。其中最重要、最能反映商品交换本质的是商品购销关系。购和销是商品流通过程中的基本矛盾,它们既是相互对立的,又是相互依存和统一的。商品购销这一商品在流通过程中的基本活动决定、制约和影响商品在流通过程中的其他活动。

从整个社会经济角度看,商品购销活动具有重要地位和作用。首先,没有商品交换,社会再生产就无法进行。一方面,生产者必须通过市场交换把商品销售出去,换回货币,使劳动消耗得到补偿。另一方面,生产者要通过市场交换购入生产资料,补偿生产所造成的物质资料消耗,如果没有商品交换,生产就失去了正常周转的条件。因此,商品购销活动在受商品生产支配的同时,又与商品生产互为媒介,互为前提。其次,交换与分配互为前提,互相制约。交换与分配是社会再生产过程中联结生产和消费的两个相对独立的中间环节。商品生产出来后,必须通过交换,取得货币后,才能在此基础上进行分配。因此,一个国家能否组织好商品购销活动,是能否顺利实现分配的条件。再次,商品交换是联结生产和消费之间的桥梁和纽带。消费是社会再生产的终点环节,它决定交换。同时,商品不经交换,就不能进入消费领域,也就没有消费。我国社会主义市场经济条件下的交换活动,其本质仍然是商品的交换。在这种情况下,要实现生产的目的,要使商品成为现实的商品,要满足人民物质和文化生活的需要,必须通过商品购销活动,实现商品从生产领域到消费领域的转移。

正因为商品交换在社会经济发展中具有重要地位和作用,国家必须采用法律手段对商品购销活动加以规范和制约,将其纳入法制轨道。由于我国社会主义市场经济条件下购销主体的多元化,因此首先要明确规定各种购销主体的法律地位、组织关系,以及它们相应的权利义务和责任;其次要制定体现国家宏观调控思想意志的,调整国家经济管理机构与商品购销主体之间经济关系的,对商品购销行为进行管理的法律规范;再次要制定反映市场运行规律的,调整商品购销主体之间市场协作关系的法律规范,如商品交易关系、竞争关系、

代理关系的法律调整。应当指出,在上述法律规范中,明确规定各类商品购销主体在流通活动中应当承担的法律责任,对于严肃商品购销活动的立法,打击商品流通领域的违法犯罪行为,维护商品交换的正常秩序,促进国家经济发展,具有重要意义。

二、特征

商品购销法律责任和所有法律责任一样,必须是法律主体实施了违法行为,即实施了法律所禁止的行为或未实施法律规定必须履行的义务,而依法必须承担的法律后果。在少数情况下,法律责任可以由责任主体自觉承担,但大部分情况是由国家司法机关和其他授权机关依法追究,除国家司法机关和其他授权机关以外,任何社会组织和个人都不能行使追究法律责任的职权。与其他法律责任相比,商品购销法律责任具有以下特征:

(一)主体特征。商品购销法律责任的承担者是商品购销法律关系的主体。它们是商品流通和市场交易的参与者,包括各类从事商品购销活动的企业、社会组织和个人。它们只能在法律规定的范围内从事合法的购销行为,否则就要承担法律责任。这其中,对商品购销活动负有管理职责的国家经济管理机构,也是商品购销法律关系的主体之一,必须依法行使职权,否则应依照国家赔偿法、行政法等承担责任。本书研究的重点是各类企业、组织、个人在商品购销活动中的法律责任。

(二)法律适用特征。有关商品购销活动的法律规范是经济法的重要组成部分。因此,商品购销法律责任,就其性质而言,是一种经济法律责任。责任主体违反了商品购销活动方面的经济法律规范,是其承担责任的基础和前提。同时,责任主体必须依照经济法中有关商品购销活动方面的规定而承担责

任。因此,商品购销活动中的法律责任,适用经济法中有关商品购销活动的法律规范,而不适用其他法律规范。

(三)范围特征。商品购销法律责任发生在市场之中。有商品经济就有市场。商品流通是指商品自离开生产领域到进入消费领域之间的全过程。而这一过程无论是从商品交换关系的总和而言,还是从商品交易的场所和地点而言,都属于市场的范围。在这一范围内的任何市场交换环节中发生了违法行为,都应追究法律责任。这一责任一般与商品采购、销售、转让等市场交易行为密切联系。因此,商品购销法律责任是发生在市场范围内的,关系着一定经济利益关系的一种法律责任。

(四)形式特征。商品购销法律责任作为一种经济法律责任,承担责任的形式是多样的。同时,由于责任主体违法的性质、内容、程度、方式不同,所以商品购销法律责任与其他法律责任相比,其责任形式更为全面、复杂,大致包括行政责任、民事责任和刑事责任。

第三节 商品购销中法律责任的范围和种类

一、法律责任的范围

商品购销中的法律责任,是在商品流通过程中发生的法律责任。如前所述,商品流通过程没有超越市场的范畴,因此,商品购销活动的法律责任,是发生在市场范围内的,与商品流通过程密切相联系的法律责任。它不同于市场以外的法律责任,也不同于市场之内与商品流通无密切联系的法律任,如违反资金市场、技术市场的法律责任等。

商品购销法律责任的范围主要是:

第一,依法负有法律责任的商品购销主体发生了变化如何处理,权利人应向谁追究责任,通过何种程序追究。

第二,商品购销主体在购销活动中如果违反了国家对市场交易的组织管理,或实施了更为严重的诸如投机倒把等违法行为,应受到怎样的追究和制裁。

第三,商品在流通过程中,其计量、标准化、产品质量,以及价格、收费等,应按照何种规定办理,达到怎样的法律要求;如果违反了国家对商品进行管理的上述规定应承担怎样的法律责任。

第四,商品购销主体在进行市场交易过程中,如果采用不正当竞争或采用其他非法手段侵犯了其他竞争对手和消费者的合法权益,应承担哪些法律责任。

第五,对于商品购销活动中经常发生的几种比较特殊的法律行为(主要有无效购销的行为、代理购销的行为和经济担保的行为),当责任主体违反法律规范,给国家、社会、他人造成损害时,应如何承担法律责任。

第六,商品购销主体违反经济合同法时,应承担怎样的法律责任。

二、法律责任的种类

法律责任的种类,可以按照不同的分类标准进行分类。

第一,按照商品购销活动中主体的不同,可将法律责任分为生产者的责任和中间商的责任。

生产者的责任,是指生产者将自己生产出的商品销售给其他人时的违法责任,主要包括商品不符合国家规定的标准、质量的责任,违反国家商品流通管理的责任,商品交易过程中的违约责任等。生产者的责任又可分为产业生产者的责任和消费生产者的责任。产业生产者的责任,是指从事能源、设备、

原材料等生产资料的生产者,将生产资料商品销售给中间商或其他生产者时的违法责任。消费生产者的责任,是指从事生活消费品的生产者,将生活资料商品销售给中间商或消费者个人和家庭时的违法责任。

中间商的责任,是指中间商在专门从事购入和销售商品的贸易活动中的违法责任,主要包括违反商品流通管理规定的责任,违反验货、储存、运输等规定的责任,违反商品购销合同的责任等。中间商的责任又可分为批发商的责任和零售商的责任。批发商的责任是指将购入的商品销售给生产企业和零售商时的违法责任。零售商的责任是指将购入的商品销售给消费者个人和家庭时的违法责任。

第二,按照商品购销法律关系的不同,可将法律责任分为违反国家流通管理的法律责任和违反市场商品交易的法律责任。

违反国家流通管理的法律责任,是指发生在商品购销主体与国家经济管理机关之间的,违反国家对商品流通进行指导、管理和监督的法律规范而应承担的责任。

市场商品交易的法律责任,是指在商品购销主体之间发生的,违反了自愿、平等、等价有偿的原则和有关商品购销方面的法律规范而应承担的责任。

第三,按照商品购销活动内容不同,可将法律责任分为:不正当竞争的法律責任;侵犯消费者权益的法律責任;违反了商品计量、标准化、质量要求的法律責任;违反商品价格、收费、结算规定的法律責任;违反商品购销合同的法律責任;等等。

第四,按照商品购销活动法律責任的性质不同,可将其分为行政責任、民事責任、刑事責任。