

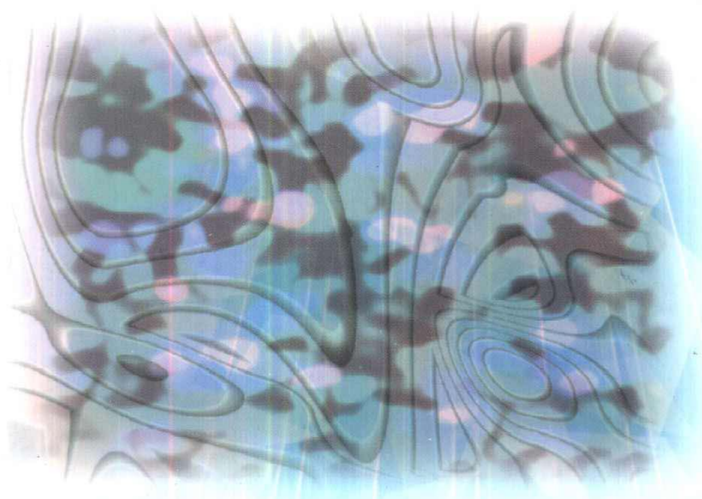


财经法学系列教材

市场管理学

CAIJING
FAXUE
XILIE
JIAOCAI

贵立义 主编



中国财政经济出版社

2.294.1-43

2/22/4.1-43
681

财经法学系列教材

市 场 管 理 法 学

主 编 贵立义

副主编 吴平魁 易 虹

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场管理法学/贵立义主编. —北京: 中国财政经济出版社,
2002.4

财经法学系列教材

ISBN 7-5005-5740-X

I. 市… II. 贵… III. 市场管理-商法-法的理论-高等学校-教材 IV. D912.290.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 026942 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph @ dre.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

880 × 1230 毫米 32 开 10.25 印张 246000 字

2002 年 5 月第 1 版 2002 年 5 月北京第 1 次印刷

印数: 1—3000 定价: 17.00 元

ISBN 7-5005-5740-X/D·0144

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

总 序

《财经法学系列教材》在上海财经大学法学院、上海外贸学院法学院、山西财经大学法学院、中央财经大学法律系、中南财经政法大学法学院、天津财经学院法律系、东北财经大学法学院、江西财经大学法学院、西安交通大学法律系、湖南大学法学院（以校名第一字笔划为序）等多所高等院校法学教师的共同努力下，已经问世几年了。1999年编委会大连会议根据教育部《法学专业核心课程教学基本要求》的精神，决定将《财经法学系列教材》中属于十四门核心课程的部分依教育部大纲的标准予以充实和改编，增加了《法学专业本科核心课程系列》，非核心课程部分仍保留《财经法学系列教材》的名称继续出版发行。这批教材是上述各院校两三百名专业教师智慧的结晶，我国马克思主义法学的百花园里又多了一束盛开的奇葩，令人欣慰。

当前，我国正在由计划经济向现代市场经济转变的过程之中，目标是建立完善的社会主义市场经济体制。市场经济的最大特点，就是在生产、流通、分配、消费等经济运行的基本环节，不单靠政府的计划指令而主要是靠自主的市场主体间的契约相联结。自由、公平的竞争秩序是市场经济得以存在和发展的基本前提。为此，就需要有完备的法律制度予以规范和保障。我们说市场经济是法治经济即源于此。法治经济的基本要求是要制定完备的市场经济法律，并保证在实践中得到严格的执行和遵守。这里首要的环节是要抓紧

制定市场经济法律，完善市场经济的法律制度体系，做到有法可依，有章可循。没有完备的市场经济法律体系，市场经济的运行无所遵循，就必然出现混乱的无序状态。当然，有了市场经济法律制度之后，还必须确保其执行和遵守，这是健全市场经济法制的中心环节。有法不依，执法不严，违法不究，同样会导致市场经济的混乱。由此可见，只有在完善市场经济法制的基础上，使市场经济关系、经济运行和经济管理都规范化、制度化，才能保障和促进市场经济的健康发展。

我们深知，社会主义市场经济法律体系的建立，法律的执行和遵守，人永远是起主导作用的因素。没有一大批具有健全的人格素质、浓厚的法律意识、科学的法学理论并熟悉市场经济法律专业知识的人才，完善市场经济法制，管理好市场经济，将是不可能的。因此，我们必须大力发展法学教育事业，下大力气培养社会主义市场经济法律人才。

古语云：“工欲善其事，必先利其器。”提高法学教育质量，必须有高质量的法学教材，而高质量的法学教材又与法学研究水平紧密相连。我国的法学研究，近 20 多年来呈现出初步繁荣的局面，法学书籍如雨后春笋般出现。然而，我们也必须看到，现有的研究水平和研究成果尚不尽如人意，高等院校法学教材建设也大大落后于教学的需要，既有理论深度又密切结合市场经济实际，能比较科学地揭示市场经济规律的法学教材为数甚少，特别是适合于财经院校法律专业特点的教材奇缺。因此，加强财经法学教材建设有其特殊的必要性和紧迫性，这也是结合财经院校法学教育实际、突出财经院校法学教育特色的关键所在。基于这种认识，以财政部和中国人民银行原来所属财经院校为主的一些法学院系决定联合编写《财经法学系列教材》，来推动财经法学研究，加强财经法学教材建设，以便为培养懂得经济、精通法律的高级专业人才做出贡献。

财经法学是一个较为宽泛的概念，它是指以法学十四门核心课

程为基础,以商务及财税金融法学为支架,以财经领域商事交往关系和经济管理关系的法律调整为研究内容的法学体系。提出这样一个概念也许有欠严谨,但它对我们全面把握财政经济法律制度、深入理解财经院校法学教育的特殊性却是不无裨益的。我们经常尴尬地看到,在传统法学教育机制下培养出来的学生,往往对财税金融法律实务不甚了解;法律院校科班出身的执业律师,对会计、税收乃至银行票据业务知之甚少,甚至一窍不通。如何查账、如何计税、如何运用票据手段进行融资往来,在这些方面,一个法学专门人才的法律知识甚至不如一个普通的财务人员。这种状况应当改变,也必须改变。正因为财经法学有着传统法律学科所不可比拟的多元性和交叉性,它更加强调法律理论和法律实务的互动关系,以及法学和经济学的相互配合关系,而这恰恰是传统法学教育的薄弱环节。基于这一考虑,我们精心组织编写了这批教材,以期适应当前财经院校法学教育的基本需要。

现在,这批教材已陆续出版,恳请同行和广大读者以审视的眼光,检验这些教材是否达到了上述要求。我们虽然作了应做的努力,但这批教材也许还存在这样或那样的毛病,其缺点、错误、不足之处诚请不吝赐教,以便再版时订正。

这批教材的编写出版发行,得到了财政部人教司、财政干部教育中心和中国经济出版社的支持和帮助,得到了各参编院校的支持和帮助,在此深表谢意。对于全体参编人员的辛勤劳动,深表敬意。

江平 余先予

2002年5月

前 言

党的十四大将建立社会主义市场经济作为我国经济体制改革的总目标。十四大报告在充分肯定了社会主义市场经济体制的重要作用的同时,还指出:“市场有其自身的弱点和消极方面,必须加强和改善国家对经济的宏观调控。我们要大力发展全国的统一市场,进一步扩大市场的作用,并依据客观规律的要求,运用好经济政策、经济法规、计划指导和必要的行政管理,引导市场健康发展”。在这里,实际上提出了如何加强市场管理的重要课题。要搞市场经济,就必须加强市场管理。近些年来,假冒伪劣产品充斥市场,不正当竞争手段十分恶劣,非法传销活动屡禁不绝,消费者合法权益遭受严重侵犯。这进一步证明,不加强对市场的管理,就不会有正常的市场经济,甚至就不会有市场经济。

为了保证市场经济的健康发展,党的十四大以来,全国人大及其常委会先后制定并颁布了《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》、《广告法》、《产品质量法》等直接规范市场秩序的法律,再加上以前颁布的《计量法》、《标准化法》、《进出口商品检验法》、《进出境动植物检疫法》等,综合起来,我们将其称为市场管理法。它作为一门市场经济条件下的新课,已在不少高等学校中开设。

为了满足教学需要,我们曾在1997年编写出版了《市场管理法教程》。经过4年多的使用,普遍反映较好。为了使这本教材更好地适应社会主义市场经济的需要,我们对原来的教程作了认真的修改,增加了内容,名曰《市场管理法》。

参加本教材编写的同志都是在高等财经院校多年从事经济法教

学与研究的专家学者。他们是东北财经大学法律系贵立义（第一、二、八章）；江西财经大学法律系易虹（第三章）；西安交通大学人文学院法学系吴平魁（第四章）；东北财经大学法律系孙非亚（第五章）；江西财经大学法律系袁明圣（第六章）；中央财经大学法律系安新宇（第七章）。书稿形成后，由贵立义教授逐章作了详细的修改并最后定稿。

编 者

2001 年 10 月

目 录

第一章 市场管理法概述·····	(1)
第一节 市场管理法的概念和特征·····	(1)
第二节 市场管理法的基本原则·····	(4)
第三节 市场管理法的作用·····	(7)
第二章 反不正当竞争法·····	(11)
第一节 反不正当竞争法概述·····	(11)
第二节 不正当竞争行为·····	(16)
第三节 反不正当竞争的监督机关·····	(27)
第四节 法律责任·····	(30)
第三章 消费者权益保护法·····	(36)
第一节 消费者权益保护法概述·····	(36)
第二节 消费者权利·····	(45)
第三节 经营者的义务·····	(54)
第四节 消费者组织·····	(64)
第五节 消费争议的解决·····	(70)
第六节 法律责任·····	(74)
第四章 产品质量法·····	(80)
第一节 产品质量法概述·····	(80)
第二节 产品质量监督管理·····	(87)
第三节 产品质量义务·····	(98)
第四节 产品质量责任·····	(103)
第五章 广告法·····	(120)
第一节 广告法概述·····	(120)

第二节	广告准则	(127)
第三节	广告活动与广告合同	(138)
第四节	广告审查	(145)
第五节	法律责任	(151)
第六章	计量法	(162)
第一节	计量法概述	(162)
第二节	计量单位和计量器具	(166)
第三节	计量器具	(172)
第四节	计量管理	(175)
第七章	标准化法	(191)
第一节	标准化法概述	(191)
第二节	标准的制定	(202)
第三节	标准的实施	(214)
第四节	法律责任	(220)
第八章	商品出入境检验检疫法	(226)
第一节	商品出入境检验检疫法概述	(226)
第二节	进出口商品检验法	(234)
第三节	进出境动植物检疫法	(239)
附录		(244)
	中华人民共和国反不正当竞争法	(244)
	中华人民共和国消费者权益保护法	(251)
	中华人民共和国产品质量法	(261)
	中华人民共和国广告法	(275)
	中华人民共和国计量法	(284)
	中华人民共和国标准化法	(290)
	中华人民共和国进出口商品检验法	(295)
	中华人民共和国进出境动植物检疫法	(301)
参考书目		(311)

第一章 市场管理法概述

第一节 市场管理法的概念和特征

一、《市场管理法》的概念

市场，可以从狭义和广义上来理解。狭义的市场一般指商品交易的场所，如粮食市场、水产品市场、农贸市场等。广义的市场是指经济体制的形态，如市场经济、市场调控、市场规律等，都不是指某一个具体的商品交易场所，而是指实行什么样的经济体制及其运行机制。我们在这里所说的市场，就是从广义上说的。因此，所谓市场管理，就是国家对市场经济的调控、引导、监督的活动。如国务院作出的关于整顿市场秩序的决定，这本身就是一项市场管理活动，它不是针对某一个具体的市场，而是针对全国的大市场。

在国家的市场管理活动中，必然产生各种社会关系，如国家经济管理机构同市场主体之间的关系，国家机关相互之间的关系（表现在管理职权的划分上）等，这些社会关系需要用法律来调整，只有用法律来调整，才能使市场管理走上法制的轨道。所以，国家通过全国人大及其常委会、国务院制定法律、行政法规等，对市场依法进行管理，这就出现了市场管理法。可见，市场管理法是调整市场管理关系的法律规范的总称。

二、《市场管理法》的特征

《市场管理法》作为我国法律体系的重要组成部分，它除了具有法的一般特征外，还具有自己的一些特征，主要有：

（一）《市场管理法》是调整国家行政机关同市场主体关系的法

在国家机关的分工中，国务院及各级人民政府是市场管理的主管机关。但不是国务院和各级人民政府中的所有部门都有管理市场的职权。在政府中，只有经济管理部门和监督部门才有权管理市场。如经济委员会、计划委员会、商业委员会等都是经济管理部门，工商行政管理、技术监督、税务、卫生等属于监督部门，它们都可以从不同的角度对市场进行管理。所以，受市场管理法调整而产生的市场管理法律关系，其主体一方只能是国家行政机关，另一方则是市场主体，即参与市场经营活动的公民、法人和其他组织。这一特征表明，市场管理活动是国家行使行政职权的活动，是国家对内职能的重要体现，国家作为市场的管理者同作为被管理者的市场主体之间的法律地位是不平等的，如果因管理和被管理发生争议，引起的是行政诉讼。

（二）《市场管理法》是内容非常广泛的法

我国没有一部统一的市场管理法法典。如刑事法律方面，我国有《中华人民共和国刑法》；婚姻家庭法方面，我国有《中华人民共和国婚姻法》；民事法律方面，我国有《中华人民共和国民法通则》等。尽管如此，不等于说我国没有市场管理法。我国市场管理法分别由不同的法律文件表现出来。可以说，凡涉及到市场管理方面的法律、法规，都是市场管理法的组成部分。如市场的设立、产品的质量、消费者的权益、商品交易的规则、对违法者的处罚、管理者与被管理者之间争议的解决等，凡调整这些关系的法律规范，都应属于市场管理法。可见，市场管理法包括的内容非常广泛。正因为如此，不同的教材在内容的选择上也不尽相同。

（三）《市场管理法》运用多种制裁手段调整市场管理关系

法律调整社会关系的制裁手段通常有三种：行政制裁、民事制裁、刑事制裁。有的法在调整某种社会关系时，往往只运用其中一种制裁手段，如《民法通则》第 134 条规定的承担民事责任的方式，虽然有 10 种，但归根结底只是民事制裁。而市场管理法则完全不同，如市场管理法中的《反不正当竞争法》第 22 条规定，“经营者采用财物或者其他手段进行贿赂以销售或者购买商品，构成犯罪的，依法追究刑事责任；不构成犯罪的，监督检查部门可以根据情节处以 10000 元以上 20 万元以下的罚款，有违法所得的，予以没收。”显然，在这一条规定中，对违法者的制裁既包括行政手段，又包括民事手段和刑事手段。市场管理法中的这种规定相当普遍，反映出市场管理法在调整市场管理关系时，运用多种的综合的制裁手段，更有利于加强对市场的管理。

（四）《市场管理法》的执法部门具有多部门性

根据宪法规定，国务院是国家最高权力机关的执行机关。即全国人大及其常委会制定的法律，作出的决定、决议等，由国务院具体实施。所以，国家在立法时都明确规定一个行政执法部门。如：《教师法》由教育部负责实施；《会计法》由财政部负责实施等。而市场管理法，由于是由诸多调整市场管理关系的法律、法规所组成，所以执法部门也呈现出多部门性。国家工商管理部门、技术监督部门、卫生防疫部门、物价部门、建设规划部门、房地产部门、劳务部门等，都从不同角度依法对市场行使一定的管理职权。按理说，这种多部门性能增强对市场的管理力量，但从实践看，也容易产生职责不清、权力不明的问题，处理不好，反而会削弱执法的力量。这是今后要着重解决的问题。

第二节 市场管理法的基本原则

《市场管理法》的基本原则是指在市场管理中应该遵循的基本准则。理解这些基本原则对国家市场管理机关准确执法、切实保护人民群众的合法权益、有力地打击各种违法行为都是非常重要的。这些原则归纳起来大体有以下几个：

一、对市场主体平等保护的原则

在计划经济的体制下，由于所有制比较单一，在法律上强调对国有经济、集体所有制经济的特殊保护，这在当时是对的。但在市场经济的条件下，经济成分多样化，市场主体多元化，不仅有国有经济、集体经济，还有私营经济、个体工商户、外商经济等，如果还坚持对某种所有制市场主体的特殊保护，就不适应市场经济多种所有制结构及市场主体法律地位平等的要求。作为政府的市场管理部门，应树立对各种市场主体平等保护的原则，不论是何种所有制的市场主体，谁的权益合法就保护谁，谁的行为违法就处罚谁。只有对市场主体平等保护，才能使市场经济健康发展。

二、公平竞争的原则

竞争是市场经济的本质特征，没有竞争就没有市场经济，搞市场经济就必然有竞争。只要有竞争就肯定存在不正当竞争的问题。正当竞争就是公平竞争，所谓公平不是指结果的公平，而是指一切竞争者应处于平等的法律地位，服从同一法律规则。公平既是我国民法通则规定的民事活动的基本原则，也是市场主体参与市场竞争的前提条件。市场主体在公平的环境中按照市场规则竞争，才能真正做到优胜劣汰。如果靠权力、靠关系竞争，必然会使市场竞争机

制遭到扭曲。要保护公平竞争，政府的市场管理部门就必须认真实施反不正当竞争法，坚决制裁不正当竞争行为。

三、保护弱者的原则

弱者，不是指没有社会地位和身体虚弱的人，这里的弱者主要是指消费者和劳动者。在现代市场经济条件下，一方面是现代化的大公司、大企业，它们拥有强大的经济实力，在市场活动中居于优势地位；另一方面是广大消费者、劳动者，他们以分散的个体出现，经济势力微弱，在市场活动中最容易受到伤害，如消费者在受欺骗的情况下购买假冒伪劣商品，劳动者受业主雇佣超时劳动，被随意克扣工资、甚至被随意解雇等，由于在市场经济的条件下，这些现象极易发生，所以，对消费者、劳动者合法权益的保护，就要规定为一项法律原则，我们政府的市场管理部门在处理消费者、劳动者的投诉时，应严格遵循这一原则。

四、维护社会正义的原则

社会正义是指社会公认的公正、正确、符合人民利益和要求的行爲。如在是非、善恶、美丑面前，敢于支持正确的、善良的、美好的行为，坚持同错误的、丑恶的行为作斗争，这就是维护社会正义。维护社会正义不仅是社会主义精神文明所要求的，而且是市场经济离不开的道德条件。如果在市场交易中，到处都充满了尔虞我诈、坑蒙拐骗，坏人得不到制裁，好人得不到支持，这样的社会便毫无正义可言。在一个没有正义的社会里搞市场经济简直是天方夜谈。所以，这就要求政府的市场管理部门，一定要敢于同一切破坏市场秩序的行为作斗争，要支持正确的，打击邪恶的，不容许任何假冒伪劣、坑蒙拐骗、巧取豪夺、恃强凌弱、寡廉鲜耻、为富不仁的现象存在。

五、违法行为法定原则

违法行为法定原则是指凡一切违法行为均应由法律作出明示禁止规定,法律未明示禁止的行为,应当视为合法行为,行为人应不受制裁。根据这一原则,法律法规中不得授予执法机关对法律未明示禁止的行为追究行政责任、民事责任和刑事责任的裁量权。政府的市场管理部门在对被管理者行使管理权时,必须坚决做到依法行政。其中,既包括遵守实体法,也包括程序法。违反程序的行政行为也是违法行政行为,因而也是无效的行政行为。还要注意的,依法行政的“法”,应包括宪法,全国人大及其常委会制定的法律,国务院制定的行政法规,省、自治区、直辖市人大及其常委会和较大市人大及其常委会制定的地方性法规,国务院各部、委颁布的部门规章,省、自治区、直辖市政府和较大市政府颁布的地方政府规章,民族自治地方人大制定的自治条例和单行条例。不属于上述范围内的规范性文件,都不是依法行政的根据。

六、管理与服务相结合的原则

我国各级人民政府和所有的国家机关一样,是为人民服务的政府,这是由国家的本质所决定的。改革开放以来,随着经济体制改革的不断深入,政治体制改革也逐步深化,其中转变政府职能是一项重要的内容。从企业和政府的关系角度讲,转变政府职能的重点是树立为企业服务的意识。所以,政府作为市场管理机关,在对市场主体实行依法管理的同时,必须做好发展市场经济的服务工作。我国市场管理法律、法规在这方面也有相应的规定。如《反不正当竞争法》规定“各级人民政府应当采取措施,制止不正当竞争行为,为公平竞争创造良好的环境和条件”。《消费者权益保护法》规定:“国家采取措施,保障消费者依法行使权利,维护消费者的合法权益”。这些规定表明,政府对市场不仅要管,而且还要服务。

第三节 市场管理法的作用

一、有利于维护市场秩序，保证社会主义市场经济健康发展

市场秩序是市场经济健康发展的保证。市场经济的最大特点就是在生产、流通、分配、消费等经济运行的基本环节，不是靠政府的计划指令而是靠自主的市场主体间的契约相联结，自由公平的竞争秩序是市场经济得以存在和发展的前提。

近年来，全国开展了打击走私、偷税、骗税、骗汇和制售假冒伪劣商品等违法犯罪活动的专项斗争，取得了明显成效，对促进社会主义市场经济的健康发展，发挥了重要作用。但由于复杂的经济、社会和思想原因，当前一些领域中市场经济秩序仍然相当混乱，主要表现在：假冒伪劣产品充斥市场，偷税、骗税、骗汇和走私活动屡禁不止，商业欺诈、逃废债务现象日益严重，财务失真、违反财经纪律的行为比较普遍，工程建设领域招投标弄虚作假、工程质量低劣的问题相当突出，文化市场混乱问题群众反映强烈，生产经营中的重大特大安全事故时有发生。国务院在 2001 年 6 月发布的《关于整顿和规范市场经济秩序的决定》中指出，这些问题触目惊心，不仅严重影响国民经济健康运行，给国家、企业和人民群众利益造成重大损害，而且造成投资环境恶化，社会道德水准下降，败坏国家信誉和改革开放的形象。大力整顿和规范市场经济秩序，已经成为当务之急。

首先，市场管理法对市场秩序作出了法律规定。建立良好的市场秩序的关键是靠法制。如果市场主体无法可依，有法不依，管理部门执法不严，违法不纠，就必然会出现无序的混乱状态，那就根本谈不上发展市场经济。制定市场管理法，就可以规范市场主体的