

高等学校法学试用教材

商业法教程

法学教材编辑部 编审

穆镇汉 主编

法律出版社

295

高等学校法学试用教材

商 业 法 教 程

法学教材编辑部编审

主 编 穆镇汉

撰稿人（以撰写章节先后为序）

徐德敏 穆镇汉 郎少一

王家发 邵伯定

法 律 出 版 社

高等学校法学试用教材

商业法教程

法学教材编辑部编审

法律出版社出版 新华书店发行

法律出版社印刷厂印刷

850×1168毫米 32开本 9.75印张 256,000字

1987年10月第一版 1989年6月第二次印刷

印数 20,001—38,300

ISBN 7-5036-0092-6/D·93

定价 2.35 元

本书已列入国家教育委员会组织制订的高等学校文科教材编选计划。

说 明

在国家教育委员会和司法部的关怀和支持下，法学教材编辑部组织编写了一批高等学校经济法专业系列教材，共十八种。计有：《经济法基础理论》、《经济合同法基本原理》、《工业企业法教程》、《财政法教程》、《金融法教程》、《自然资源法教程》、《环境保护法教程》、《保险法教程》、《商标法教程》、《司法会计鉴定学教程》、《专利法教程》、《公司法教程》、《商业法教程》、《农业经济法教程》、《能源法教程》、《特区经济法教程》、《外商投资企业法教程》、《计划法教程》，将陆续于一九八六年和一九八七年出版。

这批教材是适应我国社会主义经济建设和法制建设的需要，贯彻对内搞活经济、对外实行开放的政策，为加速培养经济法人才而编写的。它论述了经济法的基本理论，根据我国现行的经济法律、法规，对各个部门经济法进行了比较系统而详实的阐述。教材注意理论联系实际，力求作到具有社会主义中国的特色。同时对古代和外国的经济法也有相应的评价和介绍。有些教材并附有有关的法律、法规，供学习时参阅。

这批教材可供高等学校经济法专业必修课和选修课选用，也可作为培训经济法人才的学习用书，同时对各有关经济部门和企事业单位的工作也有参考价值。

参加编写这批经济法教材的院校和部门有：中国政法大学、北京大学法律系、中国人民大学法律系、西南政法学院、华东政法学院、西北政法学院、中南政法学院、武汉大学环境法研究所、郑州大学法律系、北京经济学院、北京财贸学院、深圳大学法律系、北京林业大学、对外经济贸易部、农牧渔业部、国家专利局、北京市高级人民法院、群

众出版社、中国市场出版公司、中国人民保险公司上海分公司、上海银行学校等,对上述单位的支持谨表谢意。

这批教材在编写过程中,曾参考了国内外的一些有关著作,书中附有参考过的主要书目。

由于我国经济法的理论研究开展不久,经济法学科尚未形成一个法学界公认的明确体系,加以这批教材编写时间短促,因而在学科划分的系列性和科学性上,尚有待进一步探讨。书中的缺点和错误在所难免,欢迎读者提出批评和建议,供修订时参考。

《商业法教程》初稿执笔人是:徐德敏(第一、二、十三章)、穆镇汉(第三章)、郎少一(第四、五、七、九章)、王家发(第六章;第八、十一章与郎少一合写;第十章与徐德敏合写)、邵伯定(第十二、十四章)。初稿经集体讨论后,由穆镇汉、徐德敏、郎少一进行修改,最后由穆镇汉、徐德敏定稿。

本书责任编辑何燕。

法学教材编辑部

一九八六年十一月

目 录

第一章 商业法概述	1
第一节 商业法的概念与调整对象.....	1
第二节 我国商业法的本质与作用.....	7
第三节 我国商业法的体系及与有关部门法的关系	9
第二章 商业法的产生与发展	13
第一节 资本主义商法的产生与发展.....	13
第二节 苏联与东欧社会主义国家的商业管理体制 及商业立法.....	18
第三节 我国商业法的产生与发展.....	24
第三章 我国商业法的基本原则	32
第一节 计划指导下发挥市场机制.....	32
第二节 国营商业为主导多种经济形式并存.....	35
第三节 多渠道、少环节、开放式.....	37
第四节 等价有偿.....	39
第五节 保护竞争.....	40
第六节 经营责任制.....	41
第七节 提高经济效益.....	42
第八节 维护消费者的利益.....	43
第四章 国家商业管理机关	46
第一节 国家商业管理机关的设置.....	46
第二节 国家商业管理机关的管理职能和管理方法.....	51
第三节 国家商业管理机关的职责.....	53

第五章 我国商业的经济形式	56
第一节 商业经济形式概述.....	56
第二节 国营商业.....	58
第三节 集体商业.....	61
第四节 个体商业.....	66
第五节 联营商业与合营商业.....	68
第六节 中外合资商业.....	69
第六章 商业企业的开办、变更、消灭与商业登记	72
第一节 商业企业的开办、变更和消灭.....	72
第二节 商业登记.....	76
第三节 商业字号.....	83
第七章 商业企业和商个人	87
第一节 商业企业和商个人的概念与种类.....	87
第二节 商业企业及商个人的基本权利与基本义务.....	92
第三节 商业企业的领导体制.....	96
第四节 商业网点.....	99
第八章 商业经营活动	106
第一节 商业经营活动的概念、范围与任务.....	106
第二节 商业经营活动的原则.....	110
第三节 商业经营活动的规定.....	112
第九章 市场管理	123
第一节 社会主义统一市场的特点与分类.....	123
第二节 市场管理的概念、原则和任务.....	126
第三节 市场管理的具体规定.....	130
第十章 物价管理	140
第一节 物价管理概述.....	140
第二节 我国物价体系的规定.....	144
第三节 我国物价管理体制的规定.....	146
第四节 物价监督检查制度.....	149

第十一章	商业广告管理	152
第一节	商业广告的概念和种类.....	152
第二节	社会主义商业广告的特征和作用.....	157
第三节	商业广告管理的具体规定.....	160
第十二章	商业合同	167
第一节	商业合同的概念和作用.....	167
第二节	商品购销合同的种类和主要内容.....	170
第三节	其他类型的商业合同.....	174
第十三章	商业法的实施与检查监督	178
第一节	商业法的实施与检查监督概述.....	178
第二节	加强商业法贯彻执行的检查与监督.....	180
第十四章	违反商业法的法律责任	186
第一节	违反商业法的法律责任的概念与特征.....	186
第二节	违反商业企业登记的法律责任.....	187
第三节	违反市场管理的法律责任.....	188
第四节	违反物价管理的法律责任.....	190
第五节	违反广告管理的法律责任.....	192
第六节	国家商业管理机关和商业企业应承担的其 他法律责任.....	193
附录一	编写本书时的参考书目	194
附录二	有关法规	195

第一章 商业法概述

第一节 商业法的概念与调整对象

一、商业法的概念

商业法是指调整商业关系的法律规范的总称。由于生产资料占有形式,以及由此决定的社会政治、经济制度的根本差异,调整商事关系的法律制度的结构、体系以至于称谓也不大一致。建立在生产资料私有制基础之上的资本主义社会,是商品经济空前发展的社会,商事充斥到社会生活的各个领域,所以资本主义国家的基本商事立法,通常都包括公司法、票据法、保险法、海商法等方面的内容,传统上称为商法,主要调整建立在平等、自愿、等价与有偿的基础上的商事主体间的经济关系。与此同时,资本主义国家还制定单行商事法规,以补充基本商法的不足。建立在生产资料公有制基础之上的社会主义国家的商业,为了适应发展有计划的商品经济的需要,商业立法的任务,除了承担调整商事主体间的横向协作关系外,还赋有调整国家对商业工作的组织与领导中产生的纵向经济关系。社会主义国家的基本商事立法,习惯上称为商业法,此外还有不少商业单行法规颁布实施。从总体上讲,商法与商业法的调整范围有很多方面是一致的,在这个意义上讲,它们之间是一种包容关系。但是商事关系与商业关系也不能完全等同起来,从而商法与商业法又有重大区别。商法中的公司法不限于商业公司,而且票据法、保险法、海商法等也不能归属于或不能完全归属于商业法,从这些方面看,商法的调整范围宽于商业法。但商业法调整的纵向商业管理关系,又超出了一般商法的范围。

我国商业法,是指调整商业管理、商品流通以及商业服务关系的法律规范的总称。这一概念,既揭示了我国商业法作为一个独立的法律部门所调整的社会关系的特殊性,同时也体现了我国商业法有别于资本主义国家商法的特征,以及它在体系结构上的特点。任何一个法律部门总是以特定的社会关系作为其调整对象,我国商业法调整的社会关系,既不是单纯的商业管理关系,亦不是单纯的商品流通、商业服务关系,而是兼负上述两个方面的法律调整任务。我国商业法的概念,还突出了国家对商业管理工作的法律调整,这实际上是社会主义国家组织、管理商业职能作用的体现。它既能保证国家从宏观上对发展社会主义商品经济的集中统一领导,又能从微观上确保搞活商品流通,扩大商业服务。从而,促使商业计划的实现和商业的健康发展。这也是我国商业法与资本主义国家商法的本质区别之一。商业法在体系结构上,综合性极为明显。当前,我国尚无作为商业基本法的商业法典;其综合性自不待说,即使以后我国商业法典通过实施,由于商业法所调整的社会关系的特殊性,还需颁布各种单行商业法规。这就使商业法在体系结构上,较之社会主义法的任何其他部门综合性显著得多。

我国商业是整个国民经济的一个重要组成部分,其职能是专门组织商品流通和提供商业服务活动。在我国商业中,国营商业处于主导地位,集体(合作)商业是我国商业的一个重要组成部分。国营商业与集体(合作)商业共同构成了我国的商业主体。我国商业中还包括社会主义商业补充形式的城乡劳动者个体商业。此外还有属于国家资本主义性质的中外合资商业,作为我国商业的特殊补充形式。商业的社会性质,是由生产关系的性质决定的,而生产关系的性质主要取决于生产资料归谁所有。我国宪法规定:“中华人民共和国的社会主义经济制度的基础是生产资料的社会主义公有制,即全民所有制和劳动群众集体所有制。”我国商业属于社会主义性质的商业,其根本原因就在于作为我国商业主体的国营商业与集体(合作)商业,其生产资料归全民所有或劳动群众集体所有。社会主义商业

与资本主义商业比较,具有有计划地组织商品流通,为生产与人民生活需要服务的特点与优点,同时,商业经营的范围较之资本主义商业有一定的限制。

我国商业的范围,除传统的买卖业外,还包括饮食、修理、理发、照相等商业服务行业,以及旅馆业、旅游业、娱乐业、居间业、行纪业、加工承揽业、印刷装订业、仓库业、承揽运输业、出租业、广告业、咨询业、信息业、代办业等。总之,一切商品流通、商业服务业都属于商业的范围。

为了加强国家对商业工作的领导,保证商业的社会主义方向,充分发挥商业在社会再生产过程中的职能作用,就有必要对商业管理、商品流通以及商业服务中所发生的各种经济关系加以有效的法律调整,使之秩序化、制度化,这个任务只能由商业法来承担。通过商业法的规范作用,以维护我国商业管理的统一性与严肃性,确保商业关系参加者的主体资格与合法权益,保证社会主义统一市场的形成和良好的经济秩序,促进商品经济的迅速发展,不断满足人民群众日益增长的物质与文化生活需要。

二、我国商业法的调整对象

一定的法总是以特定范围的社会关系为其调整对象的,顾名思义,商业法的调整对象应是商业关系。凡社会关系无不产生于一定的社会活动,商业关系也产生于商业活动。商业活动,基本体现为独立或相对独立的商业经营者与生产者、消费者在媒介商品流通和商业服务中的业务活动。

在我国,商业经营者组织的商品流通,往往包括多次买卖行为,既包括向生产者购买商品和出售生产资料以及向消费者出售商品,也包括商业经营者之间的买卖。

商业活动除最基本的购销活动外,还包括商品的调运储存业务。这是因为,有些商品属某地或几地生产,需要在异地甚至全国销售。

有些商品虽系季节生产，但需常年销售。为了使需求者的各方面需要能得以经常满足，商品的调运和储存活动就不仅是必要的，而且是必不可少的，用以服务于商业的购销活动。总的说来，商业活动主要包括商品的购、销、调、存这几个方面的业务活动。另外，由于商业法所调整的商业比之经济学中的商业范围要广，它还包括商业服务行业以及其他一些行业，相应的商业活动还应包括这些行业所进行的商业活动。

在这里有必要指出，商业经营者专门从事的商品买卖活动，体现了为卖而买的特征，它们在商业活动中的行为是完整的商业行为。而生产者向商业企业购进生产资料或向商业企业出售自己生产的商品，以及广大消费者为了自身的需要向商业经营者购进商品，它们在商业活动中所体现的商业行为是不完整的商业行为，但这并不妨碍它们作为商业活动参加者的资格。因此，在确定商业关系时，不仅包括商业经营者之间所发生的商业关系，而且也包括实际参加商业活动的生产者、广大顾客与商业经营单位之间所发生的商业关系。

为了实现国家对商业活动的宏观控制，以适应社会化大生产的要求，商业活动还表现为国家对商业企业为主体的商业活动参加者的组织和对商品实物形态、价值形态及其商行为等方面的管理活动。

上述各种商业活动中所产生的商业关系包括以下内容：

（一）商工产销关系。为了使工业部门生产的产品更好地适应市场的需要，同时使商业部门能及时组织适销对路的商品，实现供需平衡，商业与工业企业之间在生产、销售产品中发生着各种各样的关系，如工业品的计划收购，完成计划超产部分的收购与销售，工业自销，工商联营联销，以及计划外商品的收购，工商之间在供应与销售产品中发生的合同关系等。

（二）商农之间在农产品收购和工业品销售中产生的关系。商业与农业之间的关系，实际上体现了国家与农民之间的经济关系。在

农产品收购方面,鉴于原来曾发挥积极作用的农产品统派购制度,目前已经影响到农村商品生产的发展和经济效益的提高,中央决定从1985年起,除个别品种外,不再向农民下达农产品统派购任务,按照不同情况,分别实行合同定购和市场收购。在此情况下,商业企业在收购农产品时,要采取灵活多样的方法,方便农民交售。同时,商业企业也应及时组织日用工业品和农副业用的生产资料供应农村,以满足发展农村商品经济和提高广大农民群众生活水平的需要,农商之间存在着各种各样的协作关系。

(三)商业系统内部的关系。商业系统内部的关系比之前两种关系要复杂得多,不仅有管理性关系,还有协作性关系;不仅有宏观管理关系,还有微观管理关系;不仅有组织关系,还有财产关系等。这种关系是一种综合的商业关系,包括商业行政管理机关(商业部、厅、局以及中央与地方各级工商行政管理部门)上下级之间的关系以及它们与商业企业、商个人之间的关系,诸如企业登记,商业计划的编制、下达,商品的分类及计划管理,市场与物价的管理,商标管理,商业合同和广告管理等一系列旨在保证商品流通顺利进行的商业管理与监督活动。以及对非商业系统的购销活动,例如工业企业自销活动的管理与监督等。商业系统内部关系大量的则是不同经济性质、不同经营方式、不同地区的各个商业企业之间以及它们与商个人之间所发生的经济关系,例如,国营批发商业企业与零售企业之间的关系,国营商业企业与集体商业企业、商个人之间的关系。这些关系如能理顺就能疏通商品流通渠道,确保各种从事商业活动的主体能在相同或基本相同的条件下进行经济活动并开展竞争。

商业企业内部的经营管理关系,包括企业内部的领导关系,即企业的经理、职工代表大会之间的关系以及各自的职权与责任,企业内部管理者与被管理者之间的关系(包括经营承包关系)。企业内部关系还包括内部相平行的组织之间的协作关系。这些关系的正确处理,在很大程度上能确保商业企业发挥应有的活力。

(四)商业企业与消费者个人之间的关系。商业活动的终端是其

与消费者的联系。这种关系决定着商业活动的经济效益以及广大人民群众能否得到高质量的商业服务和优质、廉价、充足的商品，对消费者合法权益的维护主要体现在这一环节上。商业企业与消费者个人之间所产生的商品买卖关系具有平等、自愿、等价有偿的性质，符合民法的调整原则，应作为民法的调整对象，但由于在这种经济关系中，商业经营单位的活动带有经营业务性质，与国民经济与社会发展计划有直接或间接的关系，加之商业的领导与监督，商业活动的出发点与归宿就在于向消费者提供必需的消费品和优质的商业服务，因此，它们之间所产生的关系也应包括在商业法调整对象之内。

总的来说，商业关系包括国家对商品流通进行领导与监督过程中与商业活动参加者所发生的社会关系，商业活动参加者在商品流通过程中相互之间进行商品交换，提供商业服务等所发生的社会关系，以及商业企业内部在组织商品流通和管理过程中所发生的社会关系。

要充分发挥我国商业在促进生产发展，满足社会需要方面的机能，上述各种商业关系必须协调发展，这一任务的实现需要通过商业法的调整作用，故商业关系就成为我国商业法的调整对象。我国商业法，通过对商业的地位与任务、国家管理商业的原则与方法的规定，对以国营商业为主导，多种经济形式，多种经营方式，多渠道、少环节、开放式的流通体制的规定，对商业行政管理机关及各种不同经济形式的商业组织、商业经营者在商品流通中法律地位、活动原则的规定，对商业经营者的登记，商品、商品价格及非商品收费、市场、广告、合同等方面管理的规定，对保护消费者利益的规定，以及对商业企业和商业从业人员的奖励与制裁的规定，使之成为商业活动的行为准则，从而保证商业活动中产生的经济关系能按照客观经济规律的要求以及国家和人民的意志进行发展。

第二节 我国商业法的本质与作用

法律作为经济基础的上层建筑，其本质是由其赖以树立起来的经济基础的性质决定的。我国经济的本质特征是建立在公有制基础之上的有计划的商品经济，这就决定了我国商业法的社会主义本质。从立法宗旨上，我国商业法与资本主义商法有本质区别。建立在私有制基础之上的资本主义商法是资产阶级国家用来维护资产阶级攫取最大限度商业利润，对商业职工及广大消费者群众进行剥削的工具。而我国商业法，则是为了充分发挥商业在促进与引导生产，保障供应，繁荣经济，维护消费者利益，满足人们日益增长的物质和文化生活需要中的作用。它是我国工人阶级和劳动人民群众在商业活动中的经济意志的体现，是国家组织、领导、监督商品流通与商业服务活动的重要工具。

我国商业法是流通领域中的客观经济规律与自然规律的制度化与法律化，由于它的调整作用，可以也必然会促使交换活动在整个社会再生产中发挥应有的作用。而资本主义国家的商法，不可能具有这样的本质特征。虽然不少资本主义国家都制定了商法或大量的商业法规，在有限的范围内也对商业活动发挥着某种调节与指导作用，但仍然无法防止商业危机的发生。

我国商业法在社会主义现代化建设中的作用，可以概括为以下几个方面：

（一）维护社会主义经济秩序。社会经济秩序的维护，是社会主义法的各个部门的共同任务。但流通领域中经济秩序的维护，首先是商业法的任务。当前一些商业性皮包公司的出现，冒牌商标的以假乱真，虚假广告的欺骗宣传，投机倒把、走私行为的扰乱市场等等，除了其他一些原因外，商业法制不够健全也是原因之一。特别是在搞活经济的形势下，如果没有必要的管理措施和健全的法制，有人就会借搞活之机进行违法犯罪活动。如果有了比较完备的商业法规，再

加上严格的执法与守法观念，流通领域的经济秩序就可以得到有效的维护，这将有助于整个社会经济的秩序化。

(二)促进工农业生产的发展。生产决定流通，流通又反作用于生产。商业对工农业生产发展的作用，是以反作用的形式体现出来的。商业通过其购销活动，一方面使生产部门的商品得到实现，同时为生产部门提供再生产所需的物质资料，使社会再生产得以继续进行。另一方面，商业还有指导生产，促使生产与消费相结合，以促进工农业生产发展的作用。商业法虽不能直接作用于工农业生产，但是，它可以通过调整工业与商业、农业与商业、商业与商业之间的经济关系，使这些经济关系协调，建立在有秩序的基础上，特别是通过沟通流通渠道，减少流通环节，给工农业生产发展创造良好的外部条件，使流通对生产的反作用建立在法制的基础之上，以促进工农业生产的发展，活跃城乡之间的物资交流。

(三)维护消费者利益。维护消费者合法权益的基础工作虽不在商业，主要在生产单位，但商业是商品与消费者直接见面的部门。因此，商业工作的好坏，与消费者利益的关系极为密切。通过商业法规的调整作用，组织好商品的采购与供应，把好商品收购的质量关，提高服务质量，改善服务态度，制裁、打击商品流通中各种有损于消费者利益的违法犯罪行为。特别是通过消费者利益保护法的贯彻与执行，能使广大消费者的利益得到确切地保护。

(四)为社会主义现代化建设积累资金。商业法通过对流通领域中经济关系的调整，主要是通过对多渠道、少环节、开放式的流通体制的确立，对商业企业、商个人等法律主体资格的确认，各种形式的经营承包制的认可、完善与保护，必然会调动各方面的积极性，提高劳动生产率，加速资金周转，降低流通费用，增长商业利润，其结果以税金形式上缴国家的建设资金会相应增加，从而促进社会主义建设。

(五)有利于促进对外贸易的发展。通过商业法的调整作用，可以促进我国工农业生产的飞速发展，增强我国商品在国际市场上的竞争能力和出口换汇能力，同时也为进口我国建设所必须的物资提