

王宾容 王霁霞 孙志燕 编著



企业管理中的 法律风险及防范

法是什么？普通老百姓可能无法对法做一个准确的定义，但人们会感觉到，法体现着公平和正义，它经常用来解决社会纠纷，具有维护社会秩序稳定的重要作用。

QIYE GUANLIZHONG DE
FALU FENGXIAN JI FANGFAN



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

王宾容 王霁霞 孙志燕 编著

企业管理中的 法律风险及防范

法是什么？普通老百姓可能无法对法做一个准确的定义，但人们会感觉到，法体现着公平和正义，它经常用来解决社会纠纷，具有维护社会秩序稳定的重要作用。

QIYE GUANLIZHONG DE
FALU FENGXIAN JI FANGFAN

经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业管理中的法律风险及防范/王宾容, 王霁霞,
孙志燕编著. —北京: 经济管理出版社, 2005

ISBN 7-80207-217-4

I. 企... II. ①王...②王...③孙... III. ①
企业管理: 风险管理②企业法—基本知识 IV. ①
F272.3②D912.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 007195 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银洋印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 卢小生

技术编辑: 晓 成

责任校对: 郭红生

787mm × 1092mm/16

25.5 印张

441 千字

2005 年 5 月第 1 版

2005 年 5 月第 1 次印刷

印数: 1—5000 册

定价: 38.00 元

书号: ISBN 7-80207-217-4/F·206

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

前 言

秋风送爽，秋菊飘香，在北京美丽的十月里，这本阐释企业经营管理中的法律风险及防范的小书终于完稿了。

多年的法律实践，使笔者感到，人们对法律的认识在很多情况下都局限于“决之于已然之后”。谈到法律，就会与打官司联系在一起，而实际上，如果企业在经营管理中对法律予以应有的重视，许多风险是可以防范的，许多损失是可以避免的，法律的重要功能就是防患于未然。于是笔者萌生出为企业界人士写一本如何防范法律风险的书，这一想法得到了经济管理出版社卢小生同志的首肯与支持。

市场经济是法制经济，法律像一把双刃剑，既约束企业行为，也为企业提供保护。企业如何在法律提供的空间内依法经营决策？如何依靠法律，有效地防范市场经营风险，在激烈复杂的市场竞争中立于不败之地？……这些问题在我国加入世界贸易组织后，国内市场融入全球经济，国内企业更广泛地参与国际市场竞争时必将更加突出地显现出来。

本书紧紧围绕中国企业经营运作展开，由于篇幅与作者知识结构的限制，本书不可能对企业管理中的所有问题做出全面的阐释，本书仅对企业的设立、公司治理结构、合同、知识产权、人力资源管理、市场营销等的法律问题进行了分析，并结合我国加入世界贸易组织的具体情况，对我国企业如何面对国际竞争的问题从法律角度进行了分析，最后就如何解决争议这一问题进行了阐释。

本书的论述从企业管理的实际需要出发，以具体的案例来阐释中国企业经营运作面临的法律风险，以及如何应对。通过对典型法律风险问题的深度分析，将相关的法律问题串联在一起，以利企业管理者触类旁通。

感谢经济管理出版社卢小生同志，感谢北京科技大学，感谢张建明先生、杜一起先生对本书作者的鼓励和支持，感谢李春晓女士对本书的校对，没有他们的大力支持，本书就不可能出版。

本书是在三位作者的通力合作下完成的，此时，回忆起当时的一次次讨论，感触颇多。真诚地希望本书对企业界人士能够有所裨益，那样，作者的初衷也就实现了。

作者

2004年10月30日

目 录

第一章 企业管理与法律	1
第一节 企业管理中的法律	2
第二节 企业的管理活动与法律	4
第三节 企业管理中的法律风险	10
第二章 企业设立中的法律风险及防范	15
第一节 概述	15
第二节 企业类型的选择	16
第三节 企业出资中的法律风险及防范	25
第四节 股权转让中的法律风险及防范	33
第三章 公司治理中的法律风险及防范	47
第一节 概述	47
第二节 股东与股东会	49
第三节 董事、董事会及经理	63
第四节 公司的监督机制	77
第四章 合同管理中的法律风险及防范	89
第一节 概述	89
第二节 合同纠纷的法律适用	91
第三节 合同订立与成立中的法律风险及防范	98
第四节 合同效力与履行中的法律风险及防范	110
第五节 合同变更、转让与终止中的法律风险及防范	124
第六节 违约责任承担	136
第五章 知识产权管理中的法律风险及防范	149
第一节 概述	149
第二节 专利管理中的法律风险及防范	151
第三节 商标管理中的法律风险及防范	165

第四节 著作权管理中的法律风险及防范	177
第五节 技术合同管理中的法律风险及防范	187
第六节 商业秘密保护中的法律风险及防范	195
第六章 市场营销中的法律风险及防范	207
第一节 概述	207
第二节 产品包装与宣传中的法律风险及防范	208
第三节 产品定价与销售中的法律风险及防范	223
第四节 产品质量管理中的法律风险及防范	236
第七章 人力资源管理中的法律风险及防范	247
第一节 人力资源管理与法律	247
第二节 劳动合同的签订、履行与终止中的法律风险及防范	249
第三节 劳动者的权利和社会保障中的法律风险及防范	263
第四节 劳动争议解决中的法律风险及防范	281
第八章 企业跨国经营中的法律风险及防范	293
第一节 概述	293
第二节 设立外商投资企业的法律风险及防范	294
第三节 国际贸易中的法律风险及防范	307
第四节 信用证法律风险及防范	326
第五节 提单法律风险及防范	340
第六节 国际贸易救济措施	352
第九章 争议的解决	371
第一节 争议解决方式	371
第二节 争议解决中的律师	385

第一章 企业管理与法律

从系统学的观点来看,企业是一个与其外部环境相互作用的开放系统,它从社会接受人力、材料、资金和信息等形式的投入,再转换成为产品、服务、社会福利,以及其自身可持续发展的积累等。管理则是对企业的这一系列投入产出活动进行计划、组织、协调、控制。从根本上说,管理就是将人、机器、材料、金钱、时间、场地等各种似乎互不相关的资源组合成一个达到目标的总系统的过程。

在市场经济中,企业不仅是经济组织也是社会组织,对一个企业来说,确定它所面临的运行环境的时候,必须充分、全面地考虑与企业有利害关系的各方面的要求和期望。这些利害关系者一般可被分为两大类:一类是企业内部的要求者,即股东和雇员;另一类是企业外部的要求者,他们不属于企业内部人员,但将受到企业作为产品生产者和销售者所开展的一些活动的影响。企业外部要求者包括顾客、供应商、政府、竞争者、当地社区和普通公众。其中:①股东要求参与利润、清算资产的分配,有配股权,选举权,可以检查公司账目,进行股票的转换,选举董事等;②雇员要求在就业中获得经济、社会和心理上的满足感,满意的工作条件,分享利益;③顾客要求提供与产品本身有联系的各种服务;④供应商要求及时履行信贷义务,签约、购买以及验收过程中的专业作风;⑤竞争者要求对手遵守社会和行业的竞争规范和规则,具有商业政治家的风格;⑥政府要求企业及时纳税,开展公平竞争,遵守用以指导公平和自由竞争的公平政策,履行企业义务,遵守法律;⑦当地社区要求企业成为社区中提供良性就业和规律性就业的好组织,企业应参与社会事务,热心并支持地方政府,支持文化和慈善事业;⑧普通公众要求企业参与社会并为社会作贡献,承担政府和社会负担中的合理部分,合理而公平的产品价格,发展高新技术。而这一切,都是与法律密不可分的。

第一节 企业管理中的法律

一、什么是法

法是什么？普通老百姓可能无法对法做一个准确的定义，但人们会感觉到，法体现着公平和正义，它经常用来解决社会纠纷，具有维护社会秩序稳定的重要作用。在我国古代，法写做“灋”，《说文》中称，“法，刑也。平之如水；从水；所以触不直者去之，从去。”“灋”，“兽也，似山牛一角，古者决讼，令触不直，象形从豸。”“律”，《说文》则解释为，“律，均布也”，均布是古代调音律的工具。从法的古体写法，我们可以看出古代人们认为法应体现公平正义，是人人遵守的朴素看法。而这恰恰就是法的价值所在。

从法学的角度看，法是由国家制定或认可，并由国家的强制力保证实施的，反映着统治阶级意志的规范体系，这一意志的内容是由统治阶级的物质生活条件所决定的，它通过规定人们在社会关系中的权利和义务，确认、保护和发展有利于统治阶级的社会关系和社会秩序。

二、我国法律的表现形式

在我国，制定法律的主体可以是全国人大，也可以是地方人大，可以是国务院，也可以是国务院的部委。这些不同的主体制定出来的规范性文件就构成了我国法律体系的全部。具体讲，法律是以下列形式表现的：

（一）宪法

宪法是我国的根本大法，是我国法律最主要、最高的渊源，具有最高法律效力。我国《立法法》和《宪法》都明确规定，宪法具有最高的法律效力，一切法律、行政法规、地方性法规、自治条例和单行条例、规章都不得同宪法相抵触。

（二）法律

这里所称的法律是狭义的法律，是指由国家最高权力机关全国人民代表大会及其常务委员会制定、颁布的规范性文件的总称，包括全国人大及其常委会做出的具有规范性的决议、决定等。如《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国证券法》等。法律的效力和地位仅次于宪法，高于行政法规、地方性法规和规章。

（三）行政法规

行政法规是国家最高行政机关国务院依据宪法和法律制定的有关国家行政管理活动的规范性文件，包括决议、决定、指示、命令、条例、章程等。如《中华人民共和国公司登记管理条例》、《计算机软件保护条例》等。行政法规的法律地位和效力低于宪法和法律，高于地方性法规和规章，行政法规不得与宪法和法律相抵触。

（四）地方性法规、民族自治地方的自治条例和单行条例

地方法规、民族自治地方的自治条例和单行条例等的制定机构可以依照本地区的情况，制定符合本地区经济发展要求的法规。地方性法规的效力高于本级和下级地方政府规章，不得同宪法、法律、行政法规相抵触。

（五）规章

规章可以分为国务院各部委的部门规章和地方性规章。《立法法》规定，部门规章之间、部门规章与地方政府规章之间具有同等效力，在各自的权限范围内施行。同一机关制定的法律、行政法规、地方性法规、自治条例和单行条例、规章，特别规定与一般规定不一致的，适用特别规定；新的规定与旧的规定不一致的，适用新的规定。

（六）特别行政区的法律

特别行政区的法律包括全国人大制定的有关特别行政区基本法，以及由特别行政区的有关立法机关以基本法为依据制定的各种具有规范性的法律文件。

三、法的部门

我们知道，每一部法律都有其调整的主要内容，根据法律调整内容的不同，我国的法律又可分为宪法、民法、刑法、经济法、行政法等若干个部门法。

宪法是调整国家宪法关系的法律，包括《宪法》及修正案和宪法性法律，如《国务院组织法》、《地方人民代表大会组织法》等。

民法主要调整平等主体之间的民事法律关系，包括合同、婚姻、继承等民事关系。

经济法是调整在国家协调经济运行过程中发生的经济关系的法律规范的总称。

行政法是调整公民、法人与政府之间关系的法律规范的总称。

刑事、民事与行政诉讼法则分别是刑法、民法与行政法的诉讼程序法。

在宪法、民法、经济法等诸多部门法中，很难说哪个部门法与企业关系不

密切,民法、经济法自不待言,如《合同法》、《担保法》、《海商法》、《专利法》、《商标法》、《著作权法》、《劳动法》、《证券法》、《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》、《产品质量法》等,其他部门法也与企业的经营活动相联系,如企业违法经营会导致行政机关对其进行处罚,这里涉及行政法;如果企业的违法经营达到了严重的程度,很可能被追究刑事责任,又涉及刑法。企业在经营中出现纠纷后要诉讼又与诉讼法相联系。此外,除了我国的国内法之外,一些我国参加或缔结的国际公约和国际惯例也成为与企业相关的法律,如《联合国国际货物销售合同公约》、《2000年国际贸易术语解释通则》等,尤其是入世后企业面临着国际化的市场竞争,国际公约和国际商事惯例对企业经营的影响更为突出。

因此,企业的经营活动与法律规定息息相关,法律对企业从设立、注册、经营到清算、合并、分立、破产的全过程都有明确、详细的规定。企业如果不知晓这些规定,就很容易在经营管理中产生纠纷,影响企业的正常运营。

第二节 企业的管理活动与法律

企业具体的经营活动按照现代管理理论的创始人——法国工业家亨利·法约尔的划分方法,分为六类:技术的(生产);商业的(采购、销售和交换);财务的(资金的筹集和最恰当的使用);安全的(财产和人身的保护);会计的(包括统计);管理的(计划、组织、指挥、协调和控制)。这些活动存在于各种不同规模的企业,企业管理人员依据不同的划分方式,将这些经营活动对应于相应的部门。部门划分的依据主要有职能、产品和位置。目前,较为盛行的是按职能的部门划分。环境的差异性、动态性和不稳定性使得企业内部结构的差异性和复杂性非常显著,如来自环保和消费者的压力可能导致企业增设新的部门;但由于产品、地理区域的变化,也可能使企业部门重组。事实上,并不存在一个统一标准的部门划分方式。在一些大型企业中,在某一层可能是按产品划分为不同的独立的产品部;而在次一层,可能是职能专业化;在第三层,可能是以地理区域或顾客为依据的部门划分。

无论部门如何划分,企业为实现目标,管理人员从事的最基本的管理活动可以粗略地概括为生产管理、人力资源管理、营销管理、财务管理和研究与开发管理。

一、生产管理与法律

生产管理过去几乎完全集中在制造管理方面,强调企业使用的技术和方法。目前,生产管理的范围大大拓宽,通常被称做生产运作管理,包括对制造产品或提供服务过程中各种活动的计划、协调和实施。生产运作实质上是企业将可利用的资源转化成商品或服务的过程,生产运作管理则是对该过程所涉及的生产性系统的设计、运行和控制,具体包括生产和库存控制、制造系统、原料控制、资源分配、设备安排、采购、质量控制、工作设计、生产能力计划、项目管理和选址分析。有效而高效的运作系统是任何一个组织的核心。

生产管理是一个系统,生产管理的各个环节与法律都有密切的关系。如产品的计划就要考虑特殊产品的生产许可、环境保护等法律问题;选址涉及到法律对房地产关系的调整;采购不可能脱离合同;产品质量与产品质量法、标准化法等有着天然联系;生产的全过程都与安全生产的法律规范联系在一起,因此,生产管理必须考虑法律。

二、研究开发与法律

研究开发活动通常是包含在企业的生产运作活动之中,但近几年,由于科学技术飞速发展、市场变化日益迅速、需求日益多样化,企业为了生存和发展,必须创造性地适应未来的变化。因此,研究与开发作为一种“对企业未来的投保”,其在企业经营中的重要意义日益凸显,成为左右企业未来的重要活动之一,有越来越多的企业设立独立的部门从事该项活动。

从企业经营的角度来看,企业的研究开发实际上是一种为实现企业经营目标而进行的经济性行为。针对不同的目标,企业所从事的研究与开发活动也有所不同。为了充分利用企业资源,实现成本最小化,研发多集中于对现有产品、现有工艺的改良;为扩大市场占有率,强化竞争力,使既得利益最大化,研发多集中于新产品、新工艺的开发;为了创造新利润的来源,开拓新事业领域,研发多集中于新技术应用的探求。

企业研究开发的重点是产品开发。如前所述,企业的研究开发是关系到企业未来生存与发展的一种投保,那么产品开发是企业竞争战略的核心。为了保持长期的竞争优势,不断创造新的利润源,适应差异化的市场需求,产品开发具有极为重要的意义。产品开发在企业研究开发中的重要地位同时决定了工艺开发的重要性。因为新产品的竞争力除了产品本身的性能特性之外,还需要有优异的质量和竞争性的价格,而后者又是与技术密不可分的。

众所周知,技术是企业经营的基本要素之一,技术具有将企业所拥有的资

源转换为商品和服务的功能。但一项技术的功能会随着时间和环境的变化而减弱。在科学技术日新月异的今天,技术的寿命周期与产品的寿命周期一样日益缩短,且这种缩短的趋势仍将加速。因此,企业需要不断地采用新技术来取代老化的技术。在当今竞争日趋激烈的环境中,不断探索具有经营功效、具有活力的新技术已经成为企业生存与发展的一个不可缺少的重要因素,而研究与开发正是一项这样的企业活动。

作为企业经营活动基本环节之一的企业研究开发,不仅需要技术上的创造力,对研究开发从时间、预算、组织等多方面进行科学管理也是至关重要的。但是,由于研究开发活动本身所具有的创造性特点和不确定性特点,企业研究开发管理与企业的生产运作管理以及其他管理相比较,更复杂、更具独特性。主要包括研究开发费用管理、组织管理以及研究开发中的知识产权管理。

企业在研究开发过程中,一方面要重视收集和管理专利情报,目的是为了进行技术预测,避免重复研究和重复投资,防止专利纠纷;另一方面是对已经形成的知识产权的管理,使相应的成果获得法律的肯定,如进行专利的申请,对一些不便申请专利的专有技术采取必要的保密措施;对软件产品进行著作权登记,等等。与研究开发较为密切的法律有商标法、专利法、著作权法、反不正当竞争法等。

三、市场营销与法律

市场营销是企业在市场环境中从事的另一种经营活动,是在市场营销观念指导下产生的一种现代企业行为。

市场营销相对于企业的生产管理、财务管理、人力资源管理等众多企业管理活动,最显著的区别是市场营销管理是在市场上或企业外部进行的,而其他管理活动基本上属于内部管理,因此,社会公众往往从一个企业市场营销工作的成败看其整体管理水平的高低。而从企业管理实际情况看,市场营销工作的好坏,也确实决定着企业总体效益的高低。

从市场营销的运行过程来看,它是包括营销战略决策、生产、销售等阶段在内的总循环过程,这一过程涉及生产、流通和消费各个领域。

市场营销是以消费者需求为基点和中心的企业经营行为。这是市场营销的显著特点之一,消费者需求成为左右企业一切生产经营活动的出发点。从事市场营销的企业均以营利为基本目标,但这一目标的实现,必须以满足消费者需要为基础,获取利润的手段必须有利于消费需求的满足。因此,企业在市场营销中,无论从事市场调研、产品开发,或是制定价格、广告宣传都强调以消费

者的需求为出发点,不仅满足已有的现实需求,还要激发、转化各种潜在需求,进而引导和创造新的需求;不仅满足消费者的近期、个体需要,还要顾及消费者的长远需要,维护社会公众的整体利益。

市场营销是以整体营销组合作为运行手段和方法的有机系统。市场营销应在产品设计、包装、商标、定价、财务、销售、服务、公关、分销渠道、仓储运输等各个环节和方面都要制定相应的营销策略,以综合性的策略组合进行整体营销。这些策略和手段又归结为几个方面。即商品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略,以及近年来迅速发展的公共关系策略和财务控制策略等。整体营销组合即由这些策略结合而成。不仅如此,在每种策略中又包含了一系列具体手段,如产品策略中包含产品组合、产品寿命周期、新产品开发、包装、商标等手段;定价策略中包含成本核算、价格构成、定价技巧等手段;分销渠道策略中包含销售地点、销售渠道、存货控制、运输设施等手段;促销策略中包含广告、人员推销、营业推广等手段;公共关系策略中包含政府关系、新闻界关系、社区关系、顾客关系、经销商关系等。这些具体手段又构成该策略的下一层次的组合。整体营销组合与各个策略组合相互联系,共同作用,构成市场营销手段和方法的完整系统。

在市场经济条件下,企业作为资源配置与运用的基本单位和经济活动的主体,市场是配置资源的基础,企业必然要被推向市场,在复杂的商品交换关系和市场体系构成的经济环境中运行。市场营销则是企业根据市场需求组织生产经营,通过满足消费者来满足自身追求的行为过程。作为市场经济条件下企业的一种原生性职能,市场营销要解决的是企业生产与消费者需求之间的适应、企业的产品与消费者之间的交换问题。因此,在市场环境中,企业市场营销活动的能力,势必对企业的生存和发展产生举足轻重的影响。相应地,市场营销在现代企业经营管理中也具有多方面的重要作用。与市场营销活动有关的法律有消费者权益保护法、产品质量法、广告法、反不正当竞争法、合同法等。

四、人力资源管理与法律

人力资源管理是行为科学在管理学中的应用,这个术语强调企业管理者作为人力资源的开发者和使用者的作用。它直接集中于——对人力资源的有效管理。人力资源管理在大多数企业的人事和行业关系中有其先行词。然而这些先行词主要是人事职能,强调选拔、培训、报酬体系和其他更技能性的人事侧面。实际上,人力资源管理更广泛,并且突出强调对人的有效利用是整个企业的基本管理职能,其重要性等同于生产、营销和财务职能。

人力资源管理强调人是最重要的组织资源——他们处于第一位，是企业的一种战略性资源，它支撑着企业的整体经营战略。人力资源在许多企业中的战略作用日益增加。对生产率的日益关注、对质量改善的需要、未来技能劳动力的短缺迹象以及与雇员权利相关的法规的颁布实施都突出了有效的人力资源管理的重要性。美国著名管理学家德鲁克指出，“企业或事业的惟一真正资源是人，管理就是充分开发人力资源以做好工作。”因此，人力资源管理是企业经营战略的一个重要组成部分，承担着为企业不同战略发展阶段提供合乎质量和数量要求的劳动力的重任。处理这些人力资源问题的综合战略对企业来说都是极为重要的。

企业实施人力资源管理的过程，是对人力资源进行获取、整合、激励、控制、调整及开发的过程，其目的在于有效地运用人力资源实现企业目标。具体包括人力资源配置、人力资源开发、人力资源报酬、人力资源保护和人力资源关系。

人力资源配置是指在特定的地点和时间上使合适的员工胜任特定的工作岗位。包括工作分析、人力资源计划、招聘和选择等内容；人力资源开发包括员工培训、职业生涯计划和绩效评价等内容；人力资源报酬主要包括报酬管理、福利管理和激励计划等；人力资源保护是为了让员工在安全和健康的环境中工作并受到良好的保健，能够使他们更有效地工作，从而给企业带来长期的利益，包括安全管理、健康管理等内容；人力资源关系包括人际关系管理、劳动关系管理等内容。

随着经济全球化趋势日益增强，科技革命迅猛发展，知识经济的曙光初现，企业将面临着更为激烈的竞争。知识经济是建立在知识和信息基础之上不断创新的经济，人力资源将成为企业赖以发展的战略资源和动力之源，成为企业制胜的关键因素，企业的竞争实质上成为人力资源的竞争。因此，为在激烈的国际竞争中占有优势，实现企业的可持续发展，各国企业都将人力资源管理提升到战略地位，作为现代企业管理的核心内容之一。与人力资源管理联系最为密切的法律是劳动法。

五、企业财务管理与法律

企业财务管理是运用决策、计划、控制等具体管理职能，从价值的角度对企业生产经营过程中的财务活动进行管理的过程。企业的生产经营过程既是使用价值的生产过程又是价值的生产过程，是物流和资金流的统一体。对企业生产经营过程的管理必须同时对物流和资金流进行管理，并使物流管理与资金流

管理紧密结合。财务管理就是对资金流的管理,对于监督和控制产品价值的形成,提高企业投入产出效率,实现资本的保值增值,具有其他专业管理不可替代的重要作用。企业财务管理的内容非常丰富,大致可以归纳为两个方面:一是合理组织企业的各种财务活动;二是正确处理财务活动中体现的各种财务关系。

所谓财务活动,即企业的资金运动。在市场经济条件下,企业任何经营活动都离不开资金的支持,因此,企业生产经营过程的各个方面必然伴随着财务活动。以工业企业为例,要开办一家企业,首先必须筹足规定的注册资金,才能办理注册登记。企业开办以后,要开展生产经营活动,首先也必须有足够的货币资金用以购买各种生产要素,然后根据市场需要,将各种生产要素投入生产过程,生产出产品,再将产品销售出去,收回货款,并获取利润实现增值,从而完成由货币—实物—货币的资金运动过程的一个循环,并转入下一个循环。如此不断循环往复,才能保证企业生产经营活动的持续进行。从资金流的角度来看,企业的财务活动包括资金的筹集、投放、耗费、回收和分配。

企业财务管理还必须重视和正确处理企业各方面的财务关系,才能保证企业生产经营和财务活动顺利而有效地进行。这些财务关系主要有企业与投资者、债权人之间的财务关系;企业与被投资单位和债务人之间的财务关系;企业与供应商和销售商之间的财务关系;企业与税务部门之间的财务关系;企业与企业内部各单位之间的财务关系;企业与企业职工之间的财务关系。

以上企业财务管理的基本内容是相互联系的。合理组织企业财务活动是企业财务管理的基本要求,而正确处理各种财务关系则是合理组织企业财务活动的必要条件。如果各种财务关系处理不当,就难以保证企业财务活动顺利而有效地进行。

如前所述,企业生产经营过程各方面的活动都离不开资金的支持,都有财务活动发生,因此,对企业生产经营过程的各个方面都必须进行财务管理。也就是说,对企业的全部生产经营活动都必须从财务的角度来考察其经济合理性,对企业的任何决策方案都必须从财务角度来评价其可行性。企业生产经营的成效,最终都可以通过一系列的财务指标反映出来。此外,由于企业的根本任务是实现资本的保值和增值,评价一个企业经营的好坏,最主要的是看其财务状况的好坏和财务成果的大小。而加强财务管理,对于改善企业财务状况,取得良好经济效益,实现企业资本的保值增值,具有其他专业管理不可替代的,甚至是决定性的作用。因此,从这个意义上讲,财务管理在整个企业管理

活动中具有重要地位。

上述这五项活动分别完成不同但又相互联系的任务,对企业的经营来说都是必不可少的,这些活动的相互协调又决定了企业能否成功。如生产与营销的相互协调配合,营销部门如果不及时向生产部门反映市场的需求,那么生产部门就有可能提供的是无市场需求的产品和服务。同样,如果财务部门不积极配合,研究开发部门进行产品或服务开发与创新活动时,可能就会因资金原因而难以实现。财务管理除与会计法、审计法等法律有密切关系外,还与公司法、合同法、诉讼法等有密切关系。

第三节 企业管理中的法律风险

从某种意义上说,企业管理就是风险管理。在现代社会制度下,严密的法律制度,为市场经济发展所不可或缺,我国在近年逐步迈向成熟健全的市场经济环境过程中,特别是在加入世界贸易组织后,新增修订的法律数量也大幅增加。法律规范,主要是以权利、义务与义务未履行时所产生的责任等要素来架构起一套游戏规则,未遵照这套规则者,就会产生责任。所以,企业经营行为违法而招致法律责任,就是法律风险,这种风险是企业必须加以面对、了解与管理的。

一、从汇凯并购案谈起^①

企业经营所可能产生的法律责任多种多样,轻则损失金钱,重则名誉扫地、关门倒闭。下面我们先以一个具体案例来看法律风险所带来的后果。

深圳汇华集团的前身是深圳市食品公司,20世纪80年代起曾长期承担内地向香港地区供应鲜活食品的绝大部分业务,当时号称深圳八大公司之一,属国有独资企业。由于经营不善,从1994年开始,汇华集团效益严重下滑,到1997年已是资不抵债,并且每年还在继续发生2000万元左右的亏损。

深圳市政府通过多方联系,选中当时发展势头正猛的北京汇凯集团来并购汇华集团。深圳市政府按照当时国家的有关政策和规定,提出给汇凯集团提供一系列优惠政策,包括给予该企业享受6亿多元银行挂账停息的优惠政策,允

^① 蔡书环:《汇凯身陷并购困局 1.9亿债务变成4亿 诸多承诺未能兑现》,载《中华工商时报》,2002年9月16日。