



全国职业高中国家教委规划教材

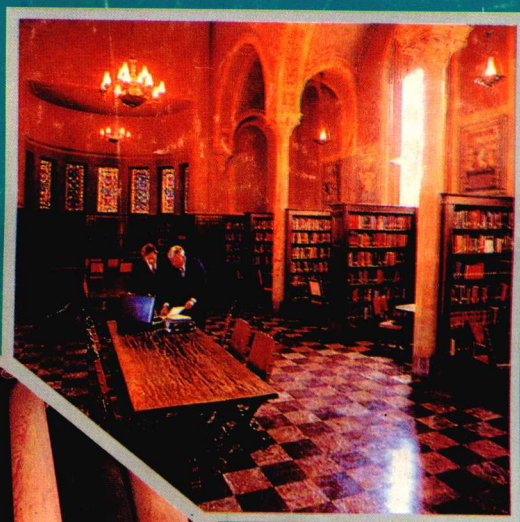
· 商品营销专业 ·

商业法规知识

(试用本)

全国职业高中商品营销专业教材编写组编

SHANGPIN



上海科技教育出版社

7月6日 8:30

全国职业高中国家教委规划教材

· 商品营销专业 ·

商业法规知识

(试用本)

7922.2 / 11
全国职业高中商品营销专业教材编写组

江苏工业学院图书馆
藏书章

上海科技教育出版社

(沪)新登字116号

全国职业高中国家教委规划教材

· 商品营销专业 ·

商业法规知识

(试用本)

全国职业高中商品营销专业教材编写组 编

上海科技教育出版社出版

(上海冠生园路393号)

新华书店上海发行所发行 江苏大丰印刷二厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 5.125 字数 133000

1994年6月第1版 1994年6月第1次印刷

印数 1—24200

ISBN 7-5428-0928-8

G · 831

定价: 2.80元

目 录

第一章 商品经营法规概述	1
第一节 社会主义市场经济与商品经营法规.....	1
第二节 商品经营法规及其构成要素.....	7
第三节 商品经营中的经济法规关系.....	12
第二章 商业企业登记管理的法规知识	18
第一节 商业企业登记.....	18
第二节 违反商业企业登记的法律的责任.....	22
第三章 商品进销运存的法规知识	25
第一节 商品购进的法规.....	25
第二节 商品销售的法规.....	28
第三节 商品运输的法规.....	35
第四节 商品储存的法规.....	38
第四章 商品经营的税收和财会法规知识	45
第一节 商品经营的税收法规.....	45
第二节 商品经营的财会法规.....	54
第五章 商品经营的商标、计量、广告法规知识	61
第一节 商品经营的商标法规.....	61
第二节 商品经营的计量法规.....	66
第三节 商品经营的广告法规.....	67
第六章 商品经营食品卫生法规知识	73
第七章 商品经营的涉外法规知识	80
第八章 消费者权益保护法规知识	86
第一节 消费者的权利和责任.....	86

第二节	商品经营者的义务	90
第三节	消费者权益的管理和监督	92
第四节	损害消费者权益的处罚	94
第九章	订立经济合同的法规知识	97
第一节	经济合同基础知识	97
第二节	订立经济合同的法规	104
第十章	履行经济合同的法规知识	113
第一节	履行经济合同的法规	113
第二节	经济合同的变更和解除	117
第三节	违反经济合同的责任	120
第四节	经济合同的管理	123
第十一章	商品经营的经济合同	129
第一节	商品经营购销合同	129
第二节	商品运输合同	134
第三节	商品仓储保管合同	138
第四节	商品加工承揽合同	142
第十二章	经济仲裁和经济司法	148
第一节	经济仲裁	148
第二节	经济司法	151

第一章 商品经营法规概述

市场经济是法制经济，没有法制建设为基础，市场经济就缺乏规则和秩序，长久下去必然会造成经济生活，乃至整个社会生活的混乱。实践证明，只有通过法制建设，才能健全和保护市场经济关系，发挥市场经济的正常功能，从而加速我国的社会主义现代化建设。为此，加强市场经济中的经济立法，普及经济立法知识，使参与市场竞争的企业、职工掌握经济法规知识，就能在政府宏观控制下，规范市场秩序，在确保公正、公开和公平的基础上，形成商品经营的良性循环。

第一节 社会主义市场经济与商品经营法规

党的十四大提出了我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。这是经过改革开放十四年的实践再一次确认了的中国经济改革的目标，这是人类经过长期实践共同总结出来的文明成果，也是中国人民在改革中获得的最有意义的精神解放。

一、社会主义市场经济体制的确立

市场经济是指适应社会化大生产和市场国际化的客观需要，以市场作为配置资源的经济运行的形式和方法。它通过市场机制即价格机制、竞争机制、供求机制和风险机制等，对社会经济活动中的资源配置进行调节。在市场经济形式下，一方面微观利益主体或生产者有充分的自主权，又由于微观主体的经营决策要受到市场机制调节的制约，因而能促使微观主体不断追求高效率，

加强管理和更新技术。另一方面在宏观上能促进资源在国民经济运行中的合理配置和最佳投入，从而使产业结构得到合理的调整。

社会主义市场经济是指在以社会主义公有制为主体，包括其他各种经济成分在内的基础上，用市场机制来作为社会经济活动中的资源配置方式，是市场经济的特殊性。这种特殊性主要表现在：在所有制结构上，社会主义市场经济是以公有制包括国有制和集体所有制经济为主体，多种经济成分并存。个体经济、私营经济、外资经济作为公有制经济的有益补充，长期共同发展。在分配制度上，以按劳分配为主体，其他分配形式为补充，坚持效率与公平相统一的原则，合理拉开收入差距，逐步实现共同富裕。在宏观调控上，在资本主义条件下，生产资料私人占有，尚且注重国家对市场的调控。何况我们是以公有制经济为主体的社会主义国家，国家可通过对市场的宏观调控促使市场机制更加健康地运行。

建立社会主义市场经济体制是发展我国社会主义现代化事业的需要，也是最终实现由计划经济的模式向社会主义市场经济模式的转变。社会主义国家在革命取得胜利之初，社会生产力水平还比较低，经济结构比较简单，经济联系还不广泛。这时为了集中力量恢复经济，保证重点建设项目，实行计划经济体制曾起过积极的作用。但是，从社会主义各国长期实践看，计划经济体制存在着严重的缺陷：（1）计划经济本身的运行有很大的主观性，而社会化大生产条件下的资源合理配置又必须遵循价值规律。这种主观与客观的矛盾性，使国家对企业管得过多，统得过死，使企业的积极性和主动性得不到充分发挥。（2）社会主义初级阶段，一切通过国家计划调节经济，无法满足越来越复杂多变的社会生产和人民的需要。而市场经济就是价值规律发生作用的经济，也是竞争机制发生作用的经济。竞争既是经济发展的内在动力，又是一种外部的压力，它促使每一个竞争者不断地加强企业管理，

改进生产技术，提高劳动生产率和降低生产成本，使自己在同行业中处于领先地位，至少能立于不败之地。

实行社会主义市场经济，并不排斥国家对经济进行的宏观计划指导。社会主义国家可以利用公有制的优势，有重点地对极少数产品实行计划调节和支持少数经济效益差的企业；对国家经济建设产生重大影响的基础设施、大型工程和高新技术产业的发展，国家可以集中一部分财力、物力加以保护和支持，以加快国民经济的发展。

当然，在中国由传统的计划经济体制转为市场经济体制，还得花二三十年的时间才能实现。我们要学习和借鉴资本主义国家市场经济中有价值的经验，博采众长，兼收并蓄，继承人类创造的文明成果，使我们的社会主义市场经济体制尽快地建立起来。

二、企业与市场的法规化

当前，以转换经营机制为核心的企业改革正在向纵深发展。企业经营机制转换的目的在于把企业推向市场，使之真正成为独立自主、自负盈亏的商品经营者。同时，也只有市场竞争的风风雨雨中，企业才能真正提高素质，实现经营机制的转换。

1. 实行社会主义市场经济，企业应有的权利与义务

社会主义市场经济，要求企业按照市场和供求状况进行经营。所以，在社会主义市场经济体制下，企业应取得合法的权利和应负的责任。

(1) 企业必须具有经营决策权。所谓经营决策权是指企业应有权把握市场供求的现状和发展趋势，决定经营的商品；同时还应有权拟定商品的经营方式，以适应不断变化的市场需求。

(2) 企业有权制定商品的销售价。商品的质量和价格，是企业市场竞争中赖以生存的两大支柱。企业的定价权，使商品销售根据市场需求、价值规律波动，使企业在竞争中处于有利地位。

(3) 企业应有各种经营权。在社会主义市场经济条件下，企

业必须努力提高经济效益，必须具有承受市场风险的经济实力。

(4) 企业应有权和其他企业联合组成企业集团。由多个企业组成企业集团，经济实力雄厚，能起到规模经营。在社会主义市场经济条件下，企业的规模小，资金少，在市场竞争中有其不利一面。企业要增加占有的资金量，单靠自己进行积累，难以做到。组成企业集团，才能适应社会主义市场经济发展的要求。

(5) 企业应有人事任免和劳动用工及工资、奖金分配权。社会主义的市场，促使企业提高管理水平和提高劳动者的素质。企业在人事管理上必须有权聘用、解聘、招聘、辞退的权利。企业应有工资和资金的分配权，实行岗位加浮动和计件工资制，奖励在经营中作出突出贡献的职工。

(6) 企业应有留利资金的支配权。企业要适应市场需求的变化，必须增加资金积累。企业把留利的大部分用于积累，用一部分增加职工的工资和奖金，一部分用于教育提高职工经营素质。

(7) 开展企业间的竞争，优胜劣汰。在社会主义市场经济条件下，各类经营企业必然会进行激烈的竞争。企业按照市场的需求进行商品经营，市场就能更快地发展起来。竞争对企业是一种压力，也是一种动力。

(8) 企业实行自负盈亏。国有企业的自负盈亏，实质应是企业职工自负盈亏。即企业在盈利时，职工的工资、奖金可以增加；发生亏损时，奖金不发或少发，必要时连基本工资也必须作相应的扣除，以弥补企业的亏损。只有企业职工自负盈亏，才能保证国有商业企业的生存和发展。

总之，社会主义市场经济把企业推向市场，使企业成为“自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束”的市场主体。

2. 市场法规化

在企业市场化的过程中，还要培育和形成一个体系完整、规则明确和秩序井然的市场。市场形成的首要标志之一，就是市场规则。在我国，市场规则可以分为两类：一类是政策性的市场规

则，其长处是制定快、程序简单、针对性强。短处是缺乏权威性和公开性，特别是在市场竞争和交换中，各利益主体之间形成争议个案，难以适用并由此来进行评判。另一类是法规化的市场规则。其优点在于具有公开性、权威性和统一性。可以作为国家机关和行政司法部门裁决争议个案的依据，不足之处是制定程序较为复杂。但是，它可以通过政府的行政立法来弥补。

市场法规化就是政府制定法律型的市场规则，使市场发展有法可依，有章可循。法律化的市场规则应包括的内容有：

(1) 主体性的市场规则。制定这类规则的目的，是确立在市场中进行竞争和交换的各利益主体的法律地位。从法律上来看，市场交换实质是财产所有权在不同利益主体之间的转换。在我国，不同类型的企业与国家形成不同的产权关系，不同产权关系又形成不同的利益主体。为此，通过了《全民所有制工业企业转换经营机制条例》、各类企业法、公司法、外资企业法、个体工商户条例等，规范不同利益主体的市场规则。

(2) 体系性的市场规则。其目的是建立统一的、完备的市场体系和与之相适应的法律规范体系，以便于政府实施宏观调控手段。为此，制定公布了经济合同法、会计法、票据法、股票发行与交易管理暂行条例、保险法等。这样，当企业进入某个特定的市场以后，就可以在法律已经界定的范围内，自由、公平地竞争。

(3) 保障性的市场规则。其目的是禁止一些有害的市场活动，保证市场机制正常运行。市场机制的运行，一方面能为企业增加活力、动力，获得可观的经济效益；另一方面又蕴含着风险，使经营不善的企业失败、破产。为此，制定公布了商标法、质量法、计量法、食品卫生法、劳动法、消费者权益保护法等，使企业明确：市场竞争和交换不能损害公共利益和他人利益。

企业市场化，市场法规化，归根到底是要确立和完善社会主义市场经济体制，避免资本主义市场经济的盲目性和自发性，使社会主义市场经济逐步显示其优越性。

三、改革需要法制，法制促进改革

世界经济发展表明，各个国家不论其社会制度性质，要使本国经济发展的速度加快，提高综合国力，丰富人民物质生活和精神生活，都必须走发展市场经济的道路。

在深化改革的过程中，党的十四大为我国选择了一条社会主义市场经济的道路，这是前人没有走过的道路，也是我们面临的一个新课题。

1. 市场成为经济运行的中心和基础

在市场经济条件下，流通与交换是社会再生产过程链的中心环节，生产是为了交换而生产，生产由市场交换需求来调节的生产。

2. 市场经济的本质特征是平等和竞争

在市场经济条件下，任何商品经营主体在商品的价值规律面前人人平等，等价交换是支配法人与法人、法人与自然人之间关系的基本准则。

3. 市场经济是机会均等与占有的不平等同时并存

市场经济的机会均等和竞争平等，是建立在等价交换条件下的。但是竞争的结果必然是占有的不平等。

4. 市场经济具有盲目性和自发性

市场机制是一种竞争机制，竞争机制是一种自发机制，竞争不加调节必然会产生过度竞争和不当竞争，造成资源配置的浪费和盲目性。

为此，市场经济本质上是一种法制经济，要求用法律来规范和调整经济关系，并使法制成为市场经济的支架和运作规则。

(1) 维护宪法和法律的尊严，用改革精神，加快经济立法。任何企业在经营过程中，必须以法规经营，不得超过法规的规定，自行其是。

(2) 重申法无明文规定不为罪和法律不涉及既往的原则。在

社会主义市场经济体制确立过程中，必然会出现一些新的经济关系、新的经营方式和新的经营矛盾，对其是鼓励、限制或禁止，法律往往无明文规定，需要实践来探索和检验。经过社会实践检验，对新出现的经济犯罪形态和形式，应抓紧立法，坚决做到令行禁止。新颁布的法律不适用于它颁布前所发生的行为。这样才能真正鼓励探索者，挽救失足者，打击犯罪者。

(3) 在经济法规的立法中，注重运用利率、税率、汇率等经济杠杆调控经济，如银行法、价格法、税法、外汇法等，建立高效灵敏的利率、税率和汇率调节机制。

(4) 从中国的国情出发，参照、借鉴一些市场经济比较发达国家和地区的法律条文，尽可能避免市场经济的消极因素，获得比资本主义更优越的运行效果。

改革需要法制，法制促进改革。市场经济正是通过竞争与法制，开拓经济沿着良性发展的道路，加快步伐，尽快建立社会主义市场经济新体制。

第二节 商品经营法规及其构成要素

社会主义国家为了确立和维护商品经营的市场秩序，通过政府的专业部门的有关机关，运用行政权力，对商品生产者和经营者及其市场经济活动进行管理和监督，由此产生商品经营法规。

一、商品经营法规的概念

商品经营法规作为是国家调整商品生产者、经营者在市场经济活动中的经济关系，并实行监督管理的法律、法令、条例、规则等规范性文件的总称，是经济法规的一个重要组成部分。

这里的“调整”是指运用商品经营法规，对商品经营中的各种经济关系予以协调、控制、影响。商品经营中的禁止性规范，是不允许经济主体从事的某种行为；义务性规范，是要求经济主

体必须履行的行为；授权性规范，是指在一定限度内允许经济主体选择某种行为的方式。国家就是通过这种调整来保证经营机制有秩序地运转，将经济关系纳入法律规定的范围。

这里的“经济关系”，主要包括以下两点：

1. 经营管理关系

经营管理关系是由国家对经济的管理关系，国家、企业、消费者之间的经济关系，企业内部的经济关系和经济监督关系等构成的。

(1) 国家对经济的管理关系，是国家对生产、流通部门及其与之直接有关的部门进行宏观调控的关系，如商业经营体制的确定、市场经济的运行规则等。国家运用两种方式对经济关系进行管理。第一种是经济行政管理关系，即上下级之间的经济管理关系；第二种是通过国家的法律规定或运用各种经济杠杆，如税收、利率、利润、物价等，拟定社会经济组织共同遵守的规则，进行计划、组织、监督、核算等经济活动，形成市场经营的完好运行机制。

(2) 国家、企业和消费者的经济关系。这三者关系，说到底还是生产、分配、流通、消费的关系。国家进行宏观调控；企业进入市场，为消费者服务；消费者通过企业间的竞争，获得自己所需要的商品和服务。为此，国家通过立法，规定各自的权利与义务，并规定相应的法律责任，使其在经济活动中自觉履行。

(3) 企业内部的经济关系。企业内部的经济关系包括经济责任制、经营承包制、股份制等产生的经济关系。这是商品经营法规的主体与其附属部门之间、企业与职工个人之间的经济关系。

(4) 经济监督关系。企业走进市场，国家对企业的管理体制是通过国家调控市场，市场引导企业来实现的。因此，在市场经济条件下，国家主要靠经济手段管理商品经营。为此，国家通过财政、银行、审计、统计、会计、海关、税务、工商行政管理等部门的法律、规则、条例等，对经济进行监督。

2. 横向经济联系的经济关系

横向经济联系的经济关系，包括不同所有制企业的经济联系、不平等主体间的协作关系、经济竞争关系、环境保护关系等。

(1) 不同所有制企业的经济联系，是指国有、集体、个体、私营、股份制、中外合资、合作经营等企业，在市场经营竞争中形成的一种经济联系。协调他们之间业已发生的商品经营联系，对于繁荣市场，保障国民经济的顺利发展有重大影响。

(2) 不平等主体间的协作关系，即行政上有隶属关系的主体，用平等协商有偿的方法所进行的协作关系。

(3) 经济竞争关系。商业企业为了获得自身的经济利益，必然与不同的经济主体进行竞争，在竞争中就可能出现哄抬物价、坑蒙拐骗等现象。国家运用经济法规，规范竞争规则，维持和保障正常的经济秩序，保护消费者的正当利益。

(4) 环境保护关系。环境保护关系是指保护环境、自然资源，防治污染和其他公害而产生的各种社会关系。国家用经济法规淘汰对环境保护不利的商品，提倡安全、无公害产品。例如在食品经营中流行的“绿色食品”，以改善生态环境、生活环境。我们要运用法律、规章、条例等法规，修筑“绿色通道”，保证子孙后代的繁衍和昌盛。

二、商品经营法规关系的构成要素

作为商品经营的法规关系，是由主体、内容(权利与义务)、客体三个要素所构成的。

1. 商品经营法规关系主体

商品经营法规关系的主体，也称商品经济法规主体，是指依法享有经济权利和承担经济义务的经营法规关系的当事人。也就是说，商品经营法规关系主体的资格是由法律规定的，任何商品经营法律关系的参与者，都享有一定的权利和承担一定的义务。

商品经营法规关系主体可以分为：

(1) 商品经营法规关系的基本主体

① 国家管理机关。根据我国宪法规定，国家管理机关包括国家权力机关和国家行政机关。国家经济管理机关主要进行宏观调控、平衡、协调服务工作。除国家计划委员会、经济委员会外，还有国内贸易部、国家工商行政管理局、国家税务局、中国人民银行等。

② 企业法人。企业法人是指按照一定的法定程序成立的，有一定的组织机构和独立支配的财产，并享有经济权利和承担经济义务的社会组织。

③ 企业法人的分支机构。在商品经营法规中，我们称为二级法人。他们随企业取得企业法人资格的同时，就具备了经营法规主体资格。

④ 企业内部的职能机构、各层次的经营单位。他们通常是企业的部门、营业部或商品大类经营部、柜组等。一般说来，他们不具备企业法人资格，但是在企业内部经济关系调整中，如果实行经营承包制，就形成了经营法规的主体。

(2) 商品经营法规关系的特殊主体

市场经济的发展，商业体制改革的深入，又出现了非企业法人。

① 各种形式的不具备企业法人条件的经济联合体，即不同所有制企业的联合，不同行业之间的联合，中外企业之间的联合等。这些联合体应受商品经营法规的调整。

② 从事经营活动的非经济组织。这主要是事业单位，依靠国家财政拨款实行总额包干的单位。他们虽不是经济组织，但是他们也会适时从事商品经营活动，此时也要受到商品经营法规的调整。

③ 依法从事经营活动的公民。这主要是指个体工商户、专业户、承包经营户等。商品经营法规对他们的资格、经营范围及其权利、义务也作了规定，同样受到国家法规的保护和调整。

商品经营法规关系主体的资格，是由国家根据法定条件赋予的，是经过国家的有关机关审查，符合法定条件，同意批准后才能取得的。

2. 商品经营法规关系内容

商品经营法规关系内容是指商品经营法规关系主体享有的经营权利和应承担的义务。这是商品经营法规关系的基础，也是商品经营法规关系的基本要素之一。

经济权利在商品经营中可以称为商事权利，是指商品经营法规关系的当事人，通过自己作出一定的行为或要求他人为一定行为或不为一定行为，以便实现自己利益的一种资格。

经济义务在商品经营中可以称为商事义务，是指商品经营法规关系的当事人，必须作出的一定行为或不作出一定行为的责任。

商事权利具有财产权、债权等，同时又由此派生出计划权、决策权、命令权、禁止权、审核权、批准权、许可权、撤销权、确认权、免除权、协调权、检查权、监督权、承包权、请求权、诉讼权等。

商事义务主要有认真贯彻执行国家方针政策、遵守国家的法律、法规；履行商品经营管理职责、经济合同、依法纳税，保证经销商品质量、遵守财经纪律等。

商事权利和商事义务，是随着商品经营而产生，并不断完善，尽量向国际化发展，同国际惯例一致起来，使商品经营法规关系真正建立在公正、公平和公开的市场竞争机制之中。

3. 商品经营法规关系客体

商品经营法规关系客体是指商品经营法规关系主体的权利和义务所指向的客观事物、目标或结果，这也是商品经营法规关系行为。

可以成为商品经营法规关系客体的，主要有物、行为、智力成果等。

物是指人类能控制，使之具有使用价值和价值的物质，包括天然存在的物质财富和人工劳动的产品，以及由物转化的形态。

行为是指商品经营主体为了达到一定经济目的所进行的商品经营管理活动；商品经营管理的行政行为，如登记行为、注册行为、命令行为、审查行为等；完成一定的工作，如承揽加工合同；提供一定劳务，如运输、仓储保管等。

智力成果是指人类脑力劳动的成果，如专利技术、商标图案等。

商品经营法规关系是通过市场，由经营主体与客体，围绕经营内容，在为消费者服务过程中，逐步形成的特定的商品经营关系。

第三节 商品经营中的经济法规关系

商品经营中的经济法规关系，是以商事权利和商事义务为内容的经济关系，它同所有的法规关系一样，都是以国家强制力保证实施的一种社会关系。但同时还具有其自身特点。

一、商品经营法规关系的特征

商品经营法规关系是国家及其职能部门，通过法律、法规、章程、规则、条例等经营规范，对商品生产者、商品经营者及其市场经济活动作出强制制约性的要求。这就决定了商品经营法规关系的特征是：

1. 以商品经营为中心内容的经济法规关系的调整

商品经营包括商品购进、商品运输、商品存储、商品销售等各个环节，这是涉及到国家、企业和消费者个人各自经济利益的关系。商品经营法规把企业的经营活动纳入法制轨道，理顺了商品经营中的纵横关系，使企业遵循社会主义国家的意志，执行国