

MBA精品课程系列教材

企业经理人法律教程

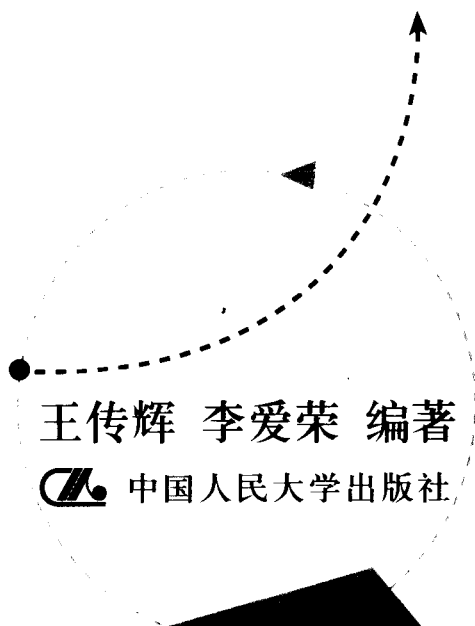
Master
of
Business
Administration

王传辉 李爱荣 编著

 中国人民大学出版社

MBA精品课程系列教材

企业经理人法律教程



王传辉 李爱荣 编著

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业经理人法律教程/王传辉, 李爱荣编著.

北京: 中国人民大学出版社, 2006

(MBA 精品课程系列教材)

ISBN 7-300-05351-3

I. 企…

II. ①王… ②李…

III. 法律-基本知识-中国-研究生-教材

IV. D92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 006304 号

MBA 精品课程系列教材

企业经理人法律教程

王传辉 李爱荣 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

开 本 787×1000 毫米 1/16 版 次 2006 年 2 月第 1 版

印 张 36.75 插页 2 印 次 2006 年 2 月第 1 次印刷

字 数 663 000 定 价 39.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



内容简介

本教材根据2005年最新修订的《公司法》、《证券法》等法规的内容编写，是目前国内少有的专为MBA学生及企业管理者写作的法律教程。特点有三：一是内容“度身定造”。围绕企业管理的实际需要，教材选取了企业的设立、治理、权利与侵权、知识产权、合同、融资、上市、并购、消费者保护、劳动保护、企业犯罪等与企业经营管理密切相关的主题。二是阐述“深入浅出”。教材回避复杂的法条和法律理论，叙述力求简明扼要，并以上百个小例子贯穿全书来帮助读者理解规则。三是案例“中西结合”。正文中的案例有60多个。“本土实践”选取本国经典或热点案例，“西方视角”和“前沿问题”旨在拓宽读者视野，引导读者深入思考。另外，课后思考题包括案例、困境练习和决策练习，对提高解决实际问题之能力十分有益。

本教材除适合MBA、EMBA等项目的学生使用外，也适合其他非法律专业的研究生、本科生及培训项目使用。

作者简介

王传辉

烟台大学法学学士、华东政法学院及美国密歇根大学法学硕士、上海社科院经济学博士，2004年美国麻省理工学院斯隆管理学院访问学者。现任中山大学岭南（大学）学院副教授，教授商法、国际贸易制度等课程。出版有专著《反垄断的经济学分析》（人大版）、教材《新编商法教程》（清华版）。

李爱荣

华东政法学院法学学士、中山大学法学硕士和哲学博士，曾在行政机关和司法部门从事法律实践工作，现任广东商学院法学院副教授，教学研究领域为：经济法、经济犯罪、法哲学等。发表有关公司法、司法改革和教学研究方面的论文30篇，出版专著一本。

总序

随着经济全球化进程的不断发展，以 MBA 教育为代表的中国管理教育日益受到关注，而 MBA 教育经过 13 年的风雨历程，也取得了长足的发展，引发了人们更加深刻的思考：如何进一步提升中国 MBA 教育的教学质量？

首先，经济全球化对国际化管理人才的素质提出了更高的要求。经济的全球化带来的产业升级和企业的国际化战略将是未来企业求得生存与发展的关键，越来越复杂的经济环境使跨国公司对具有全球性眼光的国际型人才需求日趋增多。经济全球化时代要求企业经营者彻底转变经营思想和经营理念，具备竞争观念、创新意识和开拓精神，具备全球性的敏锐洞察力，通晓多国语言，有雄厚的技术功底和创业精神，有能力管理日益细分和分散的组织。

其次，随着中国市场经济的日益完善，数以万计的民营企业迫切需要自己的企业家和职业经理人，如何使 MBA 教育本土化更是一个迫在眉睫的问题。如果说前 13 年 MBA 教育的发展更多走的是拿来主义的道路，那么现在更需要探索一条本土化的道路。

最后，随着中国企业改革的深化，专业 MBA 教育的时代来临了。现在不仅出现了 MPA、MPAcc 等专业硕士学位，在 MBA 中也向专业细分方向发展；不仅出现了市场营销方向、人力资源管理等专业方向的细分课程，而且出现了涉农管理 MBA、航空管理 MBA、电力资源管理 MBA 等等。正是这种专业方向的 MBA 教育，为 MBA 教育提供了更加广阔的市场。

在这样的市场需求下，编写一套国际化与本土化相结合、更加体现专业和行业细分的教材势在必行。中国人民大学出版社在全国 MBA 专业指导委员会的指导下，组织国内外一流专家，编写了“MBA 精品课程系列教材”。这套教材将很好地适应 MBA 教育的发展，也使 MBA 的毕业生更好地适应用人单位的需要，最终提升中国企业的管理水平，促进中国经济的进一步发展。

出 版 说 明

中国人民大学出版社将陆续推出“MBA 精品课程系列教材”，以满足规模越来越大的研究生层次的教学需要。

目前社会上已经引进了一批国外的 MBA 教材，但随着中国经济改革理论与实践的飞速发展，人们渴望学习包含更多中国企业实战经验的教材。我们将聘请国内各领域的一流专家，他们既熟悉西方经济管理理论和教学模式，又熟悉中国企业现实，有较为丰富的 MBA 教学经验。因此“MBA 精品课程系列教材”将是一套本土化的、具有较强实战性的教材。这套教材所涵盖的课程，不仅包括核心课，而且包括人力资源、市场营销、会计学、金融与财务管理、运营管理等专业方向课。我们希望通过不同学科模块的教学，使 MBA 教育更具针对性，也使 MBA 毕业生的专业素质和能力更高。在形式上，这套教材既包括传统的纸质教材，又包括案例和网上教学资源，这将更加方便教师教学。

愿这套丛书能为我国 MBA 教育事业的发展做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

2004 年 9 月



一、有关法律学习重要性的调查

2005年11月17日晚,笔者对中山大学岭南(大学)学院与麻省理工学院斯隆管理学院合办的IMBA项目即将结束商法课程学习的学生进行了一次匿名问卷调查,旨在了解商法对于MBA学生的重要性。^①以下是调查结论:

1. 学习商法课程前后对法律重要性认识的转变

学习法律之前,认为法律对企业经营管理“非常重要”的占57%,认为“重要的”占7%,认为“重要性一般”的占36%。

学习法律之后,全部学员认为法律对于企业经营管理非常重要或重要,其中认为非常重要的达86%。

2. 法律课程的地位

93%的学员认为法律课程应作为MBA项目的核心课或必修课。

3. MBA学生认为法律重要的理由

最集中的回答为:理解风险,避免损失;指导个人的工作和生活;开拓视野,提升思维能力;做一个合格的经理人。

4. 对经理人最重要的法律问题

最集中的回答为:合同、公司、劳动关系、消费者保护、知识产权。

二、企业经理人为什么要学习法律

市场经济是法治经济。这一最新流传的论断姗姗来迟地道出了法律在我国政治经济体制改革进程中的重要性。不理解法律,就无法理解这个由法律制度规范和支撑的社会,也

^① 2005年秋季学期在岭南(大学)学院学习商法课程的IMBA学生参加了本次调查,笔者对他们的合作表示感谢,并感谢助教黎毅的统计。

就无法真正了解市场经济的性质和未来走向。MBA 学生、现在的或未来的企业经理人，是企业的经营、管理和决策者，站在社会竞争的最前端，不知晓法律，就无法保证决策的合理性。具体而言，企业经理人学习法律的重要性在于：

1. 知晓企业在法律上的“财产”——权利

权利是法律所设定和保护的利益和从事某种行为的资格，如果企业有“权”不用，则可能造成盈利机会的丧失。要利用好企业的权利，则需先从学习法律开始。除了要了解企业有哪些实体的和程序上的权利，还要明白权利取得或受保护的条件。有些权利，如知识产权，其获得要符合法律规定的条件，甚至要办理申请手续。而且，法律对权利的保护也不是“尽心竭力”地达到完美正义，套用一句谚语，即“法律助自助者”。我们经常听到“以事实为依据，以法律为准绳”这句话，但更准确的说法应是“以证据证明的事实为依据”。不少人有理却败诉，是因为自己没有适当保存证据，无法证明事实。再如，订立合同如受欺诈，可申请法院撤销。但是，如果你不了解该撤销权的行使期限为一年，则有可能因为权利过期而败诉。

2. 知晓企业决策的法律“约束”——义务

与权利相对应，义务设定了法律主体行为的界限，是企业在决策时不可不考虑的“硬性约束”。之所以是“硬性”的，是因为如果违反，则要承担法律责任，包括民事的、行政的和刑事上的责任，可导致企业溃退、高管入狱。例如，上市公司东方电子于 2001 年曝出财务作假丑闻，证监会对之进行行政处罚，查封冻结炒股收入并罚款。董事长等三人被判刑，而股民也纷纷起诉要求民事赔偿。该公司股价自此一蹶不振。

3. 知晓利益相关者的权利和义务

企业经营管理，就是与企业内部和外部的各个利益相关者打交道，包括外部的竞争对手、供应商、消费者等，以及内部的股东、雇员等。可以说，企业与各个利益相关者的关系都有相应的法律来规范和约束，如竞争法、合同法、消费者保护法、保护股东利益的公司法、保护雇员利益的劳动法等。在处理企业与利益相关者的关系时，企业的相关决策需考虑到相关法律的约束。例如，公司召开股东会，如果程序不合法，会议决议的效力就会受影响。再如，有的企业为激励员工工作，实行末位淘汰制，这是不符合劳动法的。还有，不少企业认为自己的产品只要符合国家和行业标准就不会有法律上的麻烦，但学习了《消费者权益保护法》和《产品质量法》后，你会发现这种观念是多么的陈旧。

4. 训练思辨能力

在前述的法律调查中不少学生认为，不了解法律，就不是合格的经理人，这非常正确。

什么是合格的经理人？首要的要求是要能明白影响决策的各种因素，而上述三个方面的内容反映出法律是影响决策的重要因素。但是，学习法律的意义并不仅限于“知法”、

“懂法”和“用法”。

一名合格的经理人，掌握知识和分析工具只是基本要求。在此之上，还要表现出两种与众不同的素质：一是洞察力，即思维的全面、清晰、敏锐与深入；二是平衡力，即平衡各方利益冲突做出最适当的决定。法律学习对培养这两方面的素质有着重要作用。

法官在分析和判决案件时，有四个步骤：一是找出与分析问题有关的重要事实或信息；二是找出争议点；三是确定分析标准或判断原则；四是分析问题并尝试作出判决。要得出令人信服的结论，法官要做到：敏锐地找到重要事实、清晰地勾勒出争议所在、全面考虑各方利益冲突、深入分析可能的解决方案、平衡各方利益冲突并结合判断标准得出结论。因此可以说：学会了做一名合格的法官，也能成为一名合格的经理人。好法官的素质也是对一名合格经理人的要求，学员在法律学习的讨论和思辩中可以强化洞察力和平衡力。

目前，绝大多数商学院或管理学院都有法律课程，在很多知名商学院，法律是必修课或很受重视。例如，以全英文教学为特点的岭南（大学）学院从2005级IMBA学生开始将商法列为必修课。清华大学经济管理学院将商法列为基础课，并另提供财经法律、经济法、知识产权法、金融法等多门法律课程。美国的Wharton商学院设有法律研究和企业伦理系，并提供相关的博士项目。

三、本教材的特色

MBA教育是职业训练，以学生职业发展需要为中心。与法学院学生学习法律不同，MBA学生学习法律是为企业管理决策服务，因此相关的教学应满足学生两个方面的要求：一是精简。即MBA学生不需要精通法条，在有限的课程时间里掌握最重要的法律原则和基本法律思路即可，学习目的是形成法律意识而非成为法律专家。二是实用。学习到的法律知识与企业经营管理以及经理人自身密切相关，可以帮助MBA学生来分析和解决企业经营管理中的实际问题。在美国，不少法律教材定名为“企业的法律环境”、“企业家法律指南”等，体现出以企业及经理人需要为中心的特点。

本教材是国内少见的围绕MBA学生需要而编写的法律教程，具有以下特色：

内容选取方面。与企业经营管理活动密切相关，涉及企业的设立、治理、权利、合同、国际商事交易、融资、上市、并购、消费者保护、劳动保护和竞争行为规制等。另外，还介绍了企业犯罪和争议解决。

内容阐述方面。介绍重要的和基本的法律原则和规则，并在正文中穿插许多小案例来帮助读者理解生涩的法规。

联系现实方面。本教材是典型的案例教程。每一章由“引子”部分的案例引出本章的重要问题，“西方视角”介绍西方经验，“本土实践”介绍我国典型案例，而“前沿问题”

则介绍热点、焦点问题或网络时代的新问题。所选的案例不仅可以帮助学生分析实际问题,还可拓展国际视野并训练思辩力,其中不乏涉及知名公司的经典或有争议的案件,如“中国职业经理人第一案”、“立邦漆案”、“微软垄断案”、“乙肝歧视案”等,为学生学习法律铺垫了一个现实语境。

联系管理方面。MBA 学生学习最终要为管理实践服务。在正文中,对于企业管理要注意的地方不时有所说明。每章所附的思考题的设计也是促进学生将法律与管理问题结合起来思考。除了补充案例帮助学生掌握所学内容外,还有经理人联系企业伦理解决道德困境的问题,以及在法律环境的约束下如何决策的问题。

四、使用建议

本教材适合经管学科“商法”、“经济法”或类似课程使用,内容可满足3个学分教学的需要。如果是2个学分的教学,教师可根据自己教学的需要筛选,但要注意学生对基础部分内容的系统掌握。笔者建议以下内容为基础部分,供参考:

- 制度、法律与企业经营管理(第1章)。
- 企业的设立和变更(第2章)。
- 公司治理(第3章)。
- 债权(第6章)。
- 知识产权(第7章)。
- 合同的订立和效力(第8章)。
- 合同的履行与违约责任(第9章)。
- 证券的发行和上市(第13章)。
- 企业与消费者(第15章)。
- 企业与劳动者(第16章)。

案例教学是 MBA 教学的重要手段。教师可选用本教材中的案例和思考题引导学生思考、讨论、发言和撰写书面报告。组织方式可多样化,以训练学生不同定位上的思考:

- 对辩。选取学生分别担任原告和被告辩护律师进行辩论。
- 判决。让学生以法官的身份来对案件进行判决。
- 评价。让学生以中立的学者身份对法律规则或案件进行评论。
- 决策。让学生以企业经理的身份来阐述学习法律对管理实践的启示。

本教材初稿写作的分工为:王传辉负责第1、3、7、11、15、16、17章,李爱荣负责其余各章。分工写作后二人互换审阅,以彼此约定的“不留情面”的原则提出修改意见。之后是各自进行修改,然后两位作者相继进行了两次统稿。在交稿之前恰逢《公司法》和

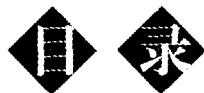
《证券法》修订，又根据法律新的变化对稿子做了一次修订，终在11月上旬定稿。

写作虽然辛苦，但收获令人喜悦。令作者感到欣慰的是本教材在形式上有所创新，在内容上也还丰富，希望对我国的MBA教育有所贡献。这里作者要感谢中国人民大学出版社的费小琳、班晓琼两位编辑，她们为本书的构思和写作提出了有益的建议。还要感谢我们的学生，与他们的互动也促进了我们法律研究的深入。最后谢谢家人的鼓励和支持。

在使用过程中如有任何建议，请及时反馈给出版社和我们，将不胜感激。

王传辉 李爱荣

2005年11月28日于广州



第1编 引言

第1章

制度、法律与企业经营管理	3
第1节 制度	4
第2节 法律制度	10
第3节 法律与企业经营管理	23
小结	30
思考题	31

第2编 企业的组织形式与治理

第2章

企业的设立和变更	35
第1节 法人制度与代理	36
第2节 企业的组织形式	42
第3节 有限责任公司的设立	48
第4节 股份有限公司的设立	54
第5节 公司法人格和“刺破公司面纱”	60
第6节 公司的变更与终止	64
第7节 公司的合并和分立	68
小结	71
思考题	72

第3章**公司治理** 75

第1节 公司治理的理论与模式 76

第2节 股东及股东会 84

第3节 公司的代理机构 91

第4节 公司的代理人 97

小结 116

思考题 117

第3编 企业的权利**第4章****物权** 123

第1节 物 124

第2节 物权 126

第3节 所有权 132

第4节 相邻关系和建筑物区分所有权 137

小结 140

思考题 141

第5章**人身权** 144

第1节 人身权概述 145

第2节 人身权分述 146

小结 155

思考题 156

第6章**债权** 158

第1节 债与债权 159

第2节 不当得利和无因管理 163

第3节 侵权 165

小结	180
思考题	180

第 7 章

知识产权	182
------------	-----

第 1 节 知识产权概述	183
第 2 节 著作权	187
第 3 节 专利	197
第 4 节 商标以及相关标志	209
小结	228
思考题	228

第 4 编 企业的交易**第 8 章**

合同的订立和效力	233
----------------	-----

第 1 节 合同法的基本原则	234
第 2 节 要约	239
第 3 节 承诺	246
第 4 节 合同成立与缔约过失责任	248
第 5 节 合同的效力	254
小结	263
思考题	263

第 9 章

合同的履行与违约责任	266
------------------	-----

第 1 节 合同的履行原则	267
第 2 节 双务合同中的抗辩权	269
第 3 节 债权人的代位权和撤销权	272
第 4 节 合同的变更和解除	276
第 5 节 违约责任	280
小结	285
思考题	286

第 10 章**合同法分论** 289

第 1 节 买卖合同 290

第 2 节 赠与合同 293

第 3 节 借款合同 295

第 4 节 保管合同 299

第 5 节 运输合同 303

小结 312

思考题 312

第 11 章**国际商事交易** 314

第 1 节 国际商事交易规则 315

第 2 节 世界贸易组织 326

小结 343

思考题 344

第 5 编 企业的发展**第 12 章****企业融资的若干问题** 349

第 1 节 借款的担保 350

第 2 节 融资租赁 359

第 3 节 引进外资 364

小结 370

思考题 371

第 13 章**证券的发行和上市** 372

第 1 节 证券的发行 373

第 2 节 证券上市 381

第 3 节 证券交易中的禁止性规定 387

小结	392
思考题	393

第 14 章

上市公司收购	395
--------------	-----

第 1 节 企业并购理论	396
第 2 节 上市公司股权收购	400
第 3 节 上市公司资产收购	410
第 4 节 买壳上市	418
第 5 节 上市公司收购中的反收购问题	422
第 6 节 企业并购的其他问题	427
小结	431
思考题	432

第 6 编 企业与利益相关者**第 15 章**

企业与消费者	437
--------------	-----

第 1 节 消费者保护概述	438
第 2 节 消费者权益保护法	443
第 3 节 产品质量法	453
小结	463
思考题	463

第 16 章

企业与劳动者	465
--------------	-----

第 1 节 劳动保护概述	466
第 2 节 劳动合同	469
第 3 节 对劳动者的保护	483
第 4 节 劳动争议的解决	498
小结	501
思考题	501