

成人高等法学教育通用教材

市场管理法教程

司法部法学教材编辑部 编审

主 编 吴宏伟

副主编 徐贵一

法律出版社

成人高等法学教育通用教材

市场管理法教程

司法部法学教材编辑部编审

主 编 吴宏伟

副主编 徐贵一

撰稿人 (以撰写章节先后为序)

吴宏伟 卢代富

谢国保 孙维智

徐贵一 殷少平

法 律 出 版 社

(京)新登字 080 号

成人高等法学教育通用教材
市场管理法教程
司法部法学教材编辑部编审
主 编 吴宏伟

出版·发行/法律出版社
经销/新华书店

印刷/中国人民解放军第一二〇二工厂

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/7.375 字数/193 千

版本/1995 年 9 月第 1 版 1995 年 9 月第 1 次印刷

印数/00,001—10,100

社址/北京市广安门外六里桥北里甲 1 号八一厂干休所(100073)

电话/3266781 3266796

出版声明/版权所有,侵权必究。

书号:ISBN7-5036-1164-2/D·939

定价:8.60 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

作者简介

吴宏伟 法学硕士。中国人民大学法学院副教授,经济法硕士生导师,兼任北京市法学会经济法学会副秘书长。主要著作有:《中华人民共和国经济法原理》(主编)、《中国经济法律百科全书》(副主编)、《经济合同法教程》(副主编)等。

徐贵一 山东省政法管理干部学院讲师,经法系副主任,兼任全国成人政法院校经济法研究会理事。主要著作有:《新编经济法概论》(主编)、《市场经济法》(参编)、《文化法学》(参编)等。

卢代富 法学硕士。西南政法学院经济法系副教授。主要著作有:《中国经济法律百科全书》(参编)、《中华人民共和国百法释解案例全书》(参编)、《土地法学教程》(参编)等。

谢国保 湖南省政法管理干部学院讲师,经济法系副主任,兼任全国成人政法院校经济法研究会理事。主要著作有:《企业涉外经济行为规范》(主编)、《企业内部管理规范》(主编)、《合同法教程》(参编)等。

孙维智 北京机械工业学院副教授,兼任北京市法学会经济法学会副秘书长。主要著作有:《经济法基础》、《中国投资环境》等。

殷少平 法学硕士。中国人民大学法学院讲师。

说 明

为了适应社会主义市场经济体制对法学教育的要求,提高和规范成人高等法学教育人才培养的质量和规格,根据成人法律本、专科教学方案和教学大纲的要求,我们组织有关法学教授、专家 and 实际部门同志编写了法律专业和经济法专业基础课和主干课的二十多种教材。这批教材 1994 年已陆续出版,供成人法学教育教学使用,也可供本科和电大、函授选用和参考。

这批教材是以邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论和党的十四大精神为指导,作者在编写时力求完整、准确的阐述基本概念、基本原理和基础知识,努力做到科学性、系统性和应用性的统一。由于编写时间短促,不足之处在所难免,欢迎读者批评指正。

《市场管理法教程》是这批教材的一种,由吴宏伟主编、徐贵一副主编。全书由正副主编统稿、定稿。各章撰稿人分工如下:

吴宏伟 第一、三、四章

卢代富 第二、六章

谢国保 第五、八章

孙维智 第七章

徐贵一 第九、十一章

殷少平 第十章

责任编辑:何燕

司法部法学教材编辑部

1995 年 6 月

目 录

第一章 导论	1
第一节 市场管理与市场管理立法.....	1
第二节 市场管理法概念.....	4
第三节 市场管理法的地位与作用.....	8
第二章 市场活动的基本规则	10
第一节 市场活动基本规则概述	10
第二节 市场活动中的各项规则	12
第三章 市场主体资格的确认与管理	19
第一节 市场主体概述	19
第二节 工商登记管理的法律规定	25
第三节 市场主体的监督管理	36
第四章 商标管理法律制度	42
第一节 商标法概述	42
第二节 商标注册管理	46
第三节 商标使用管理	54
第四节 商标印制管理	58
第五节 侵犯商标专用权的责任	61
第五章 广告管理法律制度	66
第一节 广告法概述	66
第二节 广告准则的法律规定	68
第三节 广告活动管理	73
第四节 法律责任	79
第六章 产品质量法律制度	82

第一节	产品质量法概述	82
第二节	产品质量的监督管理	87
第三节	生产者、销售者的产品质量责任和义务	95
第四节	产品质量责任	96
第七章	价格管理法律制度	110
第一节	价格法概述	110
第二节	价格管理的基本制度	113
第三节	价格体系与价格管理体制的法律规定	122
第四节	企业的价格权利和价格义务	125
第五节	价格监督检查制度	127
第六节	法律责任	129
第八章	专营和专卖	133
第一节	专营和专卖概述	133
第二节	专营	134
第三节	烟草专卖	141
第九章	消费者权益保护法律制度	147
第一节	消费者权益保护法概述	147
第二节	消费者的权利	152
第三节	经营者的义务	156
第四节	消费者权益的法律保护	162
第五节	消费者组织	165
第六节	法律责任	166
第十章	反不正当竞争法律制度	171
第一节	反不正当竞争法概述	171
第二节	不正当竞争行为	181
第三节	对不正当竞争行为的监督检查	193
第四节	法律责任	196
第十一章	几种主要市场管理的法律规定	202
第一节	生产资料市场管理的法律规定	202

第二节	金融市场管理的法律规定·····	206
第三节	房地产市场管理的法律规定·····	210
第四节	技术与信息市场管理的法律规定·····	215
第五节	集贸市场管理的法律规定·····	219
第六节	劳动力市场管理的法律规定·····	222
附录	编写本书时参考的主要书目·····	225

第一章 导 论

第一节 市场管理与市场管理立法

一、市场与市场管理

(一) 市场

市场,有狭义和广义之分。狭义的市场是指商品交换的场所。广义的市场是指商品交换关系的总和。市场与商品交换有着密不可分的联系。

市场是随着商品生产和商品交换而出现的。人类社会第一次大分工,促进了生产力的发展,使人们有了部分剩余产品,而这些产品的交换便产生了市场。这种原始的为商品交换而形成的地点、场所,就是今天人们所理解的狭义上的市场。

人类社会第二次和第三次大分工,促进了生产力的大发展,同时也促进了商品生产和商品交换。随着商品经济的高速发展,商品交换已不仅仅在定时定点的市场上进行,有些商品在没有市场的情况下也能交换。商品交换不仅仅只为了交换、消费,而且还涉及到商品生产的其他环节,等等。市场也就成了连接社会的生产、分配、交换、消费诸环节的纽带,成了反映国民经济发展变化的揭示器。在此情况下,广义的市场概念即应运而生。它包括物质商品和非物质商品的交换关系,固定场所和非固定场所进行的交换关系,商品生产与再生产的各个环节的商品交换关系,以及社会资源配置的全部交换关系。

市场可以根据不同的标准进行分类。

根据交换的商品的属性,可将市场分为生产资料市场,其交换的商品主要用于物质生产活动;生活资料市场,其交换的商品主要为

民生活需要的商品；生产要素市场，即金融市场、劳动力市场、房地产市场、技术市场、信息市场等。根据交换关系当事人的地位不同，可将市场分为买方市场，即市场商品供过于求，交换成功取决于买方的市场；卖方市场，即市场商品供不应求，交换成功取决于卖方的市场。根据商品交换的地域不同，可将市场分为国际市场；国内市场；地区市场；农村市场；城市市场。除此之外，还可将市场分为批发市场；零售市场；专业市场；综合市场；文化市场；超级市场，等等。

（二）市场管理

市场管理，是指国家对商品流通过程中交换主体及其交换行为进行规范、监督的活动。

基于商品生产和商品交换而形成的市场，在其发挥交换功能的同时，逐步地培育了商品经济条件下的价值规律、市场供需规律等促进商品经济乃至市场经济发展的客观规律。在市场、市场经济条件下，作为“市场调节之手”即无形之手的价值规律、市场供需等规律对于社会资源有效配置起到了积极的作用。但是，市场并不是万能的，市场也有其自身的局限性和消极影响。

在市场经济条件下，进入市场参加经济活动的均是独立的权利个体。他们为了自身的生存和发展，往往在市场经济活动中不顾市场运行一般规则，而侵犯他人权利，最终扰乱市场经济关系。在市场失灵的情况下，在“市场调节之手”无力调节时，必须有一种消除市场局限性从而维护市场正常运行的手段予以调控。此时，“国家调节之手”即有形之手出现在市场、市场经济中。而对市场管理乃属“国家调节之手”范畴。

通过国家对市场的指导、规范、监督、管理，保证市场有序运作，克服和消除其消极影响，保证市场主体公平交易、公平交换。

在市场经济条件下，世界上任何国家都是通过“国家调节之手”，克服和消除市场之不足，保证市场、市场经济在正常的条件下健康发展，从而维护社会成员的合法权益。

二、市场管理立法

对市场进行管理,源于国家组织经济的职能。国家属于历史范畴。国家自产生始,即具有了对内对外两方面的职能。管理经济、组织经济,保证国民经济顺利发展,便成了国家的内部职能。为了保证国家管理、组织经济职能之实现,国家必须采取相应的有效措施并付诸实施。法律这种形式,自然也就成了国家实现管理、组织经济之职能的有效措施。依法治国便成了人们向往并追求的目标。

法律是社会关系的调整器。法律具有的强制性,决定了法律的权威。国家通过法律这一形式,即可把国家的意志付诸实施。对市场的管理亦如此。因此,当国家根据市场的发展状况、规模、领域、目标等确定发展市场、市场经济目标时,又总是以法律的形式体现“国家调节之手”,从而有效管理市场,使其符合国家发展市场、市场经济的目标。任何现代市场经济的国家,对市场都进行着不同程度的管理。

新中国建立后至经济体制改革前,我国长期以来实行的是计划经济体制。这种体制基本上是排斥市场而运作的。实施的结果,必然是市场萎缩,市场经济的客观经济规律受到压抑,而国家行政权力有效于国民经济的各个领域,计划指挥领导着市场主体的生产经营活动,导致了高度集中但缺乏经济活力的局面。前期的市场管理立法是围绕着计划经济体制而展开的。经济体制改革后为建立社会主义市场经济体制,国家相应地颁布了一系列的旨在管理市场正常运行的法律规范。如对市场主体资格管理方面的有:1988年6月3日国务院颁布的《中华人民共和国企业法人登记管理条例》、1991年7月20日国家工商行政管理局发布的《私人企业登记程序》、1994年6月24日由国务院发布的《中华人民共和国公司登记管理条例》等;在商标广告管理方面的有:1993年2月22日经第七届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议修正的《中华人民共和国商标法》及其《实施细则》、1994年10月27日第八届全国人民代表大会常务委员会第十次会议通过的《中华人民共和国广告法》等;在商品价格管理方面的有:1987年9月11日国务院发布的《中华人民共和国价格管理条例》、1990年2月1日国家物价局发布的《商品和收费实行明码标

价制度的规定》等；在保护正当竞争管理方面的有：1993年9月2日第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过的《中华人民共和国反不正当竞争法》、1993年10月31日第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过的《中华人民共和国消费者权益保护法》等；以及大量的有关管理某类市场的法律规范。

第二节 市场管理法的概念

一、市场管理法的概念

市场管理法，是指调整市场交易管理关系的法律规范的总称。

在我国社会主义经济体制下，基于国家组织经济职能的实现，存在着各种管理关系。由于管理关系的属性不同及其法律调整的方式不同，因而也就形成了不同的调整某类管理关系为宗旨的法律部门。市场是商品经济的伴随物。市场交易管理关系自然也就被市场管理法所调整。

在我国，国家没有制定颁布统一的市场管理法法典，但存在着大量的以调整市场交易管理关系为宗旨的市场管理法律规范。这些法律规范的统一即构成了市场管理法。

二、市场管理法的调整对象

市场管理法的调整对象是市场交易管理关系。将市场交易管理关系具体化，市场管理法的调整对象就可表述为：

（一）市场主体管理关系

市场主体管理关系，即在管理市场主体资格过程中发生的市场管理关系。

进行商品交换、市场交易，缺少市场主体是不可想象的。市场主体除了必须具备符合商品生产、商品交换的物质条件外，还须依法定程序予以登记。在登记这一管理过程中，即产生了国家职能机关与市场主体之间形成的管理关系。

随着市场经济体制的运作，市场主体也会因自身条件或客观条

件发生变化,如市场主体变更、撤销等。市场主体的变化意味着市场主体资格的变化,因而也必须对其进行监督管理,也就产生了相应的市场管理关系。

国家通过市场主体管理关系,旨在依法确认市场主体的法律资格和法律地位;保证市场主体的合法权益的实现;防止和取缔所谓的经济实体进入市场从事非法经营活动;维护市场经济秩序,促进国民经济发展。

(二)商品交易管理关系

进入市场交易的产品为商品。商品通过市场具有了使用价值和价值两种属性。

从商品交易历史演变过程中可以看出,初期的商品交易关系取决于当事人双方的意思自治,而交易的商品也是初级的简单产品。商品交易自由便成了商品经济社会的基本标志。然而,随着社会生产力的提高,商品交易的发展,对商品的认识、对商品交易的安全、对商品交易的管理等都有了新的变化。对商品交易进行必要管理,也就成了必然的趋势。

在我国,以商品交易进行管理,可具体表现为对商品专卖、专营的管理、对商品质量的管理、对商品价格的管理等。由此而形成了商品专卖、专营管理关系,商品质量管理关系,商品价格管理关系等。基于生产资料、生活资料、房地产、技术等均属商品范畴,所以,将因上列商品作为交易客体而形成的管理关系,归入了商品交易管理关系。

国家通过商品交易管理关系,旨在保证商品交易不仅要符合市场交易的一般规则,而且还要符合国家对商品交易的特殊要求,从而实现国家宏观调控目标。

(三)竞争管理关系

商品经济、市场经济的一个基本规律,就是自由竞争。市场主体通过自身的物质条件,使商品符合市场供需要求,从而壮大自身的经济实力而在社会中立于不败之地。自由竞争极大地促进了商品经济的发展。

但是,商品经济、市场经济的实施,其基本的目标在于保证社会个体权利的实现。因此,在自由竞争中必然出现了正当的竞争和不正当的竞争。正当的竞争对于商品经济、市场经济的运作起到了重要作用,对于合理配置社会财产意义重大。“优胜劣汰”的意义是针对正当竞争所言。而不正当竞争行为是市场主体通过违背市场正当交易规则实施的。从个体权利而言,市场主体获得了最大可能的利益。但从市场经济秩序而言,不正当竞争行为破坏了竞争秩序,侵犯了他人的竞争权利,阻碍了市场经济的正常运行。因此,出于社会整体利益协调,保证市场竞争秩序的正常进行,国家势必要对市场进行管理,制止和消除不正当的竞争行为。

反对不正当竞争,亦即对市场竞争进行管理,其目的在于制止不正当竞争,保护正当竞争,恢复竞争秩序。

竞争管理关系又可具体分为反不正当竞争管理关系、制止侵害消费者权益管理关系、商标管理关系、广告管理关系等。

三、市场管理法的基本原则

市场管理法的基本原则,是市场管理的基本指导思想和行为准则。

(一)依法管理市场原则

我国社会主义市场经济体制建立与完善的基本目标,是发挥市场机制在资源配置中的基础性作用。为实现这一基本目标,就要培育和发展统一、开放、竞争、有序的市场体系。

有序的市场体系及其运行机制,表现为有序的市场运行和为有序的市场运行进行有效管理两个方面。有序的市场运行,取决于国家根据市场的一般规律而作出的法律规范。当市场运行出现无序现象并影响整体的市场有序运行时,同样要通过法律规范予以纠正和消除。市场经济就是法制经济的含义就在于此。

在法制经济条件下,不仅市场主体要合法、市场主体的市场经济行为要合法,而且也要求管理市场交易的行为要合法。这就表现在国家职能管理机关应具备合法的管理职权即取得合法的管理市场的资

格,国家职能管理机关在其职责权限内依法实施管理市场的行为,依法处理扰乱市场正常运行的违法行为。

国家职能管理机关依法管理市场的具体表现,一是严格按照国家规范市场运行的法律管理市场。国家法律无规定应由国家职能管理机关作出具体管理市场规定时,不得违背法律原则与精神,并保证其付诸实施。二是依法处理违规行为,督促市场主体的市场经济行为规范化。

市场经济的法制化,决定了市场管理的法制化。而市场管理的法制化,则决定了市场主体和管理市场职能机关的行为规范化。依法管理市场符合市场经济需要,符合社会经济发展的需要。

(二)维护市场经济秩序正常运行原则

我国社会主义市场经济秩序的正常、健康运行,才能实现市场经济体制,否则,不仅不能达到既定目标发展社会生产力,相反,还可能阻碍和破坏社会生产力的发展。因此,在管理市场的经济立法和经济执法、经济司法中都应应以维护市场经济秩序正常运行为基本出发点和最终归宿,排除影响这一既定目标实现的各种错误观点和错误做法。

在市场管理立法上,首先要确立市场运行的基本原则即市场调节与国家宏观调控原则,以及两者结合兼顾的贯彻实施;其次要确立市场管理的范围领域,以便社会明知遵循;最后要确立市场管理的职能机构及其管理措施。

在国家职能管理机关设置方面,应本着有利于市场经济秩序正常运行出发,合理设置协调配合的管理机关,并明确相互之间的职责权限,以克服和消除无人负责或大家都“负责”的局面。

国家职能管理机关依法行使职权时,应以法律为依据。无法可依时,应根据维护市场经济秩序正常运行的需要,妥善、合理地管理市场。避免任意执法的现象,超越职权执法等现象。

第三节 市场管理法的地位与作用

一、市场管理法的地位

市场管理法是调整市场交易管理关系的法律规范的总称。市场管理法是适应我国社会主义市场经济而形成的一门新型学科。

按照传统法律部门的划分,社会经济关系由民法、行政法和刑法调整。随着我国经济体制改革的深入发展,法学界的理论研究和司法实践,经济法成为一门独立的法律部门已成定局。经济法作为调整社会经济关系的基本法的地位已被社会确认。

根据一般理解表述,经济法由经济组织法、经济管理法、经济协调法、经济监督法、涉外经济法等几大部分构成。或经济法由市场主体法、市场运行法、市场管理法、宏观调控法、社会保障法等几大部分构成。或经济法由经济组织法、经济管理法、经济协作法等几大部分组成。无论采用何种表述方法,由于市场交易管理关系的内容涉及到主体的管理和商品交易管理关系,因此,市场管理法律规范属于经济法的范畴。

市场管理法以经济法律部门中的市场管理法律规范作为研究对象,并形成了法学意义上的市场管理法。掌握和了解市场管理法,对于建立和完善经济法体系、经济法学研究,具有重要的历史和现实意义。

二、市场管理法的作用

市场管理法的总目标,就是通过对市场交易的有效管理,促进市场、市场经济的发展。

(一)维护市场交易秩序

商品交换的基本条件,不仅取决于商品本身,更取决于与商品交换相应的良好市场交易秩序。然而,市场交易秩序的建立与完善,在一般条件下则由国家法律去规范。国家法律不仅确认市场的存在及领域,而且还要确认市场运行,市场交易的规则,以及保障市场运行、

市场交易正常秩序的措施与手段。

市场管理法是以调整市场交易管理关系为宗旨的。因此,当管理市场交易的内容被法律确认以后,即表示着市场交易的可行性、市场交易的限制范围、市场交易的管理程度法定化了。通过法律规定,引导市场主体有序地进行市场交易活动,及时地纠正和消除影响市场交易有序进行的各种不同的违法行为,以此维护市场交易秩序,促进市场、市场经济的健康发展。

(二)保护市场主体的合法权益

当市场主体依法取得法律资格后,即意味着其作为权利主体可以参与多种市场交易关系,其合法权益应受到保护。

在良好的市场交易秩序中,市场主体凭借交易行为获得经济利益、实现经济目标。然而,在充斥不公平交易行为、不正当竞争行为的市场中,给市场主体带来的只是风险和不安,其合法权益也将受到侵犯。

通过市场管理法,即可明确哪些行为属于公平、正当市场交易行为,哪些行为属于不公平、不正当市场交易行为,如何制止不公平、不正当市场交易行为,市场主体合法权益受到侵犯时如何获得法律保护。这些法律规范付诸实施时,在纠正和制裁违法行为的同时,市场主体的合法权益也就得到了保护。

(三)促进社会主义市场经济体制的建立与完善

我国社会主义市场经济体制是经济民主与经济集中相结合、市场调节和国家宏观调节相结合、以社会主义特征为基本的经济体制模式。在这一模式中,市场又归属于一个基本方面。充分发挥市场作用,对于我国经济体制模式具有重大意义。但是也不能不承认,市场因其自身的局限性、盲目性等消极因素而失灵。此时,必须加入国家宏观调节因素,而使经济体制目标模式正常建立、运行和完善。

通过市场管理法,既能保证发挥市场的巨大作用,又能保证国家调节之手的合法介入市场,以及促进国家职能部门依法管理。从而促进社会主义市场经济体制的完善。