

三资企业

厂长经理

法律指南

■ 主编 高军绪 副主编 辜明安 耿利永

实用法律丛书



实用法律丛书

三资企业厂长经理法律指南

主 编 高军绪

副主编 辜明安 耿利永

撰稿人(以姓氏笔划为序)

王兆亮 刘立志 李玉军

李 静 高军绪 耿利永

秦顺东 辜明安 穆伯祥

中国对外经济贸易出版社

图书在版编目(CIP)数据

三资企业厂长经理法律指南/高军绪主编. —北京:中国对外经济贸易出版社,1999.1

(实用法律丛书)

ISBN 7-80004-703-2

I. Ⅰ. 高… Ⅲ. 三资企业—法律—基本知识—中国 IV .D922.292.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 35735 号

实用法律丛书

三资企业厂长经理法律指南

主 编 高军绪

副主编 辜明安 耿利永

*

中国对外经济贸易出版社出版

(北京安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码:100710

新华书店北京发行所发行

北京地矿印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开

13.125 印张 339 千字

1999 年 1 月第 1 版

1999 年 1 月第 1 次印刷

印数:5000 册

ISBN 7-80004-703-2

D·48

定价:17.00 元

前 言

世界的加速度发展,使各国的联系日益密切,相互合作,互相投资,创造着经济和社会发展的奇迹,各国利用外资的规模也正逐年增大。改革开放后的中国以开阔的胸襟,迎八方宾朋,会各路客商,在吸收利用外资方面取得了显著的成就。自1980年以来,中国累计批准了30万家三资企业,已陆续开业的有14.5万家,这些三资企业使1750万人就业,创造了可观的社会经济效益。

成就显然属于过去,但面向21世纪的中国也一定前景光明。目前,我们正在着力于各种软、硬设施建设,努力提高对外开放的水平,“鼓励引进先进技术和关键设备”,“依法保护外商投资企业的权益,实行国民待遇,加强引导和监管”(引自党的十五大报告)。可以预计,随着我国投资环境的进一步改善和我国经济的不断发展,三资企业将会获得更大的发展。

企业兴旺发达的因素固然是多方面的,但人的因素是最为宝贵的。所谓竞争是“人才的竞争”,尤其是在企业中起着指挥、管理作用的将才则更显珍贵,可以说在市场激烈的竞争中,三资企业是否真正具有活力,其经理们的作用是至关重要的,而其是否具有相关的法律素养,在法治经济中经营企业,则犹如上场参赛的运动员是否懂得竞赛规则一般重要。

本书正是基于三资企业进一步健康发展的需要,为三资企业提供有关三资企业设立、经营、管理以及纠纷解决等诸多问题的法律服务而编写。我们力求在借鉴既有成果的基础上做到深入浅出,理论联系实际,简明扼要,使读者从中受益,期望为我国三资企业的蓬勃发展尽绵薄之力。

本书具体分工如下:

辜明安:设立篇之一、二、三

刘立志:设立篇之四、管理篇之四
秦顺东:经营篇
李玉军:管理篇之一
李静:管理篇之二
穆伯祥:管理篇之三、争议解决篇之三
王兆亮:争议解决篇之一、二
耿利永:争议解决篇之四、五
高军绪:附录

由于编者才智与能力有限,错漏之处难免,恳请读者不吝赐教,我们将衷心感谢!

作 者

1998年10月于西南政法大学

序

江泽民同志在中国共产党第十五次全国代表大会的报告中指出：“进一步扩大社会主义民主，健全社会主义法制，依法治国，建设社会主义法治国家。”这就意味着中国法治现代化进程将迈上新的台阶，预示着插上市场经济和法治双翼的东方巨龙将在 21 世纪腾飞。在当今中国，法治已成为党的治国方略，改革与发展的热点和人们关注的焦点。每个公民学法、用法、守法，拿起法律武器维护自己的合法权益，将成为一种时代强音。

《实用法律丛书》的创意者、作者顺应时代的潮流，怀着强烈的责任感、使命感，为肩负着特殊使命的军官、警官，鏖战商场的企业家和员工，泛舟学海的知识阶层，外出务工的各界朋友，以及每一个家庭，分别提供一部实用法律书籍。

该丛书针对不同的读者，多角度捕捉生活中遇到或可能遇到的诸多法律问题，根据最新法律、法规，进行深入细致的讲解。尤为可贵的是，丛书的作者力图突破这类图书过去的写作模式，不再满足于阐释法律，而以精巧的构造，典型的案例，丰富的知识，生动的语言，营造了一种令人赏心悦目的氛围，吸引读者不能不走近它，接受它。不难看出——丛书的创意者及全体作者为了奉献一套令读者满意的法律著作，可谓用心良苦。

这套丛书的出版，为普及法律做了有益的尝试。我们期望有更多的法学工作者为法律走向大众倾注自己的心血，撰写出更好的法律读物。

徐静村

1998 年 10 月于西南政法大学

实用法律丛书编辑委员会

总 编 孙洁冰

副总编 商建富

耿利永

委 员 (以姓氏笔划为序)

卫 强 王小林 孙洁冰

吕 轶 陈友坤 陈 莉

李 燕 杜睿哲 洪学军

高军绪 耿利永 商建富

黄 伟 辜明安 葛建军

谢海定

目 录

企业新伙伴的诞生——设立篇

- 一、从这里登堂入室——三资企业设立的领域和条件…………… (3)
 - 1. 远近高低各不同——设立三资企业的领域 …… (3)
 - 2. 众里寻他——寻找投资伙伴的秘诀 …… (5)
 - 3. 结义到底为哪般——三资企业项目的确定 …… (7)
 - 4. 我们合适不合适——设立三资企业的条件 …… (9)
 - 5. 无规矩不成方圆——三资企业的法律原则 …… (11)
- 二、并非“三十九级台阶”——三资企业设立的程序…………… (14)
 - 6. 不可缺少的手续——三资企业项目建议书 …… (14)
 - 7. 如何说服“婆婆”——可行性研究报告 …… (16)
 - 8. 口说不足为凭——合资(合作)合同 …… (18)
 - 9. 成就事业的指南——三资企业章程 …… (20)
 - 10. 这不完全是…回事——三资企业的协议、合同
与章程 …… (22)
 - 11. 大功即将告成——三资企业设立申请 …… (23)
 - 12. 绝非想要为难你——审批制度 …… (25)
 - 13. 弄清谁该干什么——审批机构与程序 …… (27)
 - 14. “通行证”就快到手了——设立登记及相关问题 ……
…………… (28)
- 三、“流在心里的血”——三资企业设立的资本…………… (30)
 - 15. 你的财力与能力——三资企业的投资总额与
注册资本 …… (30)
 - 16. 份子是这样凑成的——各方出资的确定与注册

资本的变更	(32)
17. 不缴现金行吗——出资方式	(34)
18. 兑现你的承诺——各方出资的缴付	(37)
19. 如何借鸡下蛋——关于借入资金的法律规定	(39)
20. 你有我有怎么有——合营各方股权的确定	(41)
21. 我们可以团结更多的人——三资企业的 股票发行	(42)
22. 借你的钱用用——三资企业债券及其发行	(43)
四、健全的机体——组织机构	(45)
23. 法律对三资企业组织机构的一般规定	(45)
24. 董事会的组成	(46)
25. 谁主沉浮——董事会与总经理	(47)
26. 总经理的权力有多大	(49)
27. 经理与经理——总经理、副总经理、部门经理	(50)
28. 职工之家——工会	(51)

人尽其才,物尽其用——管理篇

一、谋事在人——企业领导与劳动人事管理	(55)
1. 鸟无头不飞	(55)
2. 企业领导各有风骚	(56)
3. 领导素质是关键	(57)
4. 政治素质是保障	(58)
5. 知识就是力量	(60)
6. 能力是个综合指数	(61)
7. 领导也是一门艺术	(61)
8. 用人艺术——现代伯乐	(62)

9. 待人艺术——成功的润滑剂	(64)
10. 意见沟通——开锁的钥匙	(66)
11. 会海里的游泳术	(67)
12. 招兵买马	(68)
13. 去莠存良	(69)
14. 选好千里马	(69)
15. 有约在先——劳动合同	(70)
16. 劳动合同的订立	(71)
17. 劳动合同的期限	(71)
18. 劳动合同的期限规定有因	(72)
19. 这样的劳动合同无效	(73)
20. 劳动合同并非不可变更	(74)
21. 用人单位可以解除劳动合同	(75)
22. 这些情况下不能解除劳动合同	(75)
23. 劳动合同解除的代价	(76)
24. 不会休息就不会劳动	(77)
25. 劳动安全卫生不容疏忽	(78)
26. 女职工和未成年工的特权	(79)
27. 劳动争议与解决办法	(82)
二、成功的内当家——三资企业的财务管理	(86)
28. 你的上司是谁	(86)
29. 谁来当家理财	(87)
30. 财可不能随便乱理	(88)
31. 数清你的钱	(89)
32. 欠债还钱——负债也需管理	(92)
33. 老板的权益不可忽视	(93)
34. 丰收果实的回报	(93)
35. 钱要花得明明白白	(95)
36. 外汇管理有章可循	(99)

37. 灵活的外汇管理政策	(100)
38. 外汇帐户,请先登记	(102)
39. 汇不汇由你	(103)
40. 外汇有限,请勿乱用	(104)
41. 请为我保留一份外汇利润	(105)
42. 国家帮你渡难关	(106)
43. 有借有还,再借不难	(109)
44. 税收优惠多多	(111)
三、企业生命之所在——质量管理	(113)
45. 经营要想好,质量需可靠	(113)
46. “尺子”拿在手,产品就无阻	(114)
47. 国际通用的“尺子”	(115)
48. 中国“尺子”	(116)
49. 学“行话”、用“行话”	(118)
50. 关键术语有几何	(119)
51. 质量航标向何方	(120)
52. 质量管理——爱你没商量	(120)
53. 质量策划——为质量绘制蓝图	(121)
54. 质量计划——你来我往成新篇	(121)
55. 产品畅销,源在何处	(122)
56. 为质量体系说东西	(123)
57. 给产品质量找靠山——质量保证模式	(124)
58. 让他人相信咱——质量体系认证	(125)
59. 持有“通行证”,销售显神通	(126)
60. 办理申请,有人欢喜有人忧	(127)
61. 方方面面的质量管理	(131)
62. 本是同“兄弟”,相处自乐意	(133)
63. 质量要可靠,制度要健全	(134)
64. 送你几把质量管理的金钥匙	(135)

65. 质量法规知多少	(139)
66. 甩不掉的质量要求	(140)
67. 当心祸起质量	(143)
68. 不要因为质量进牢房	(145)
四、有形无形都是财——产权管理	(148)
69. 有形无形都是财	(148)
70. 安家立业的前提——土地使用权的获得	(149)
71. 企业取得土地使用权后	(150)
72. 秘密就是不为人所知道的东西——非专利技术的管理	(152)
73. 商家信誉、企业名声的载体——商标	(153)
74. 获得法律保护的前提——注册与续展	(155)
75. 打假有道——防止和对付商标侵权	(156)
76. 公开的秘密——专利	(157)

运筹帷幄,决胜千里——经营篇

一、夫当志存高远——经营战略	(161)
1. 两个 40% 和一个 20%——经营战略在“二战”以后的勃兴	(161)
2. 没有突破的观念,就没有突破的事业——全新的现代企业经营战略观念	(162)
3. 思想 + 目标 + 方针 + 行动 = 经营战略要素构成	(163)
4. 撤退? 死守? 或进攻——把握企业经营总体战略	(164)
5. 一个篱笆三个桩——总战略还需分战略扛	(165)
6. 硬件软件,不分伯仲——企业投资环境评析	(166)
7. 外面的世界很精彩,外面的世界也很实在	

——企业经营外部环境分析	(167)
8. 吃透政策, 搞懂法律——企业经营政治法律环境 分析	(169)
9. 经济发展, 中国政府和老百姓的第一话题 ——企业经营经济环境分析	(170)
10. 谁拥有技术, 谁就拥有未来——企业经营技术 环境分析	(171)
11. 圣诞节, 情人节, 终究不如春节——企业经营 社会文化环境分析	(171)
12. 揣摩自己的家底而后行——企业经营内部条件 分析	(172)
13. 谱写企业明天——经营战略的制定	(173)
14. 好战略 ≠ 万事大吉——关键还在落实	(173)
15. 灵活性绝非朝秦暮楚——经营战略的调整与 转折	(174)
二、重中之重, 生死成败系之——经营决策	(175)
16. 从重生产到重经营, 从重执行到重决策 ——现代企业经营决策重心的转移	(175)
17. 感性认识与理性分析的契合——经营决策 程序	(176)
18. 以人为本——定性决策方法	(178)
19. 数学测算——定量决策方法	(180)
三、天高任鸟飞——市场开拓	(182)
20. 由点向面的延伸——市场概念的更新	(182)
21. 万变不离人、财、物——市场的构成要素	(182)
22. 消费品市场与生产资料市场——舍我其谁	(183)
23. 摸清消费需求, 激发购买动机——生产销售之 关键	(185)
24. 五个 W 的选择——购买行为分析	(186)

25. 逐一解剖,化整为零——市场细分化 (187)
26. 全面撒网? 还是重点突破——目标市场的选择 (188)
27. 没有调查研究,就没有决策——市场调查的重要性 (190)
28. 以最短的时间获取最多的市场行情——市场调查的步骤和方法 (191)
29. 风物长宜放眼望——市场预测 (191)
30. 经理、专家、销售人员、顾客、电脑,究竟听谁的——市场预测方法分析 (192)
31. 没有永远赚钱的时新产品——产品寿命周期分析 (194)
32. 该扶则扶,该放则放——产品寿命周期各阶段之策略 (195)
33. 认天命,尽人力——延长产品寿命周期的途径 (196)
34. 专一化与多样化之间的永恒困惑——产品组合策略 (196)
35. 创品牌,树形象——产品商标策略 (198)
36. 绝非花哩胡哨地舍本逐末——产品包装策略 (198)
37. 各领风骚三五年,你方唱罢我登台——新产品开发策略 (199)
38. 一眼盯着法律,一眼盯着市场——产品定价的规矩 (201)
39. 高价唬人? 低价诱人? 还是按质论价——产品定价策略 (202)
40. 成本导向? 市场导向? 抑或心理导向——产品定价方法 (203)

41. 直接外销与间接外销——企业产品销售方式选择 (204)
42. 中间商分羹,不情愿也无奈——生活资料销售渠道的类型结构选择 (206)
43. 产供销一条龙——生产资料销售渠道的类型结构选择 (207)
44. 长度、宽度、具体中间商——销售渠道选择的三要素 (208)
45. 拨开云雾见大日——影响销售渠道选择的因素分析 (208)
46. 水畅还得渠好——最佳销售渠道的选择 (209)
47. 有则改之,无则加勉——厂家对商家的监督管理 (210)
48. 拉过来,推出去——促销策略 (211)
49. 不是简单的自我吹捧——广告促销 (211)
50. 铺天盖地而来的广告难道就没有一个谱——广告的设计原则 (212)
51. 上电视? 上报刊? 上卫星——最佳广告媒体的选择 (213)
52. 越是原始的往往越管用——现代人员推销 (213)
53. 跑不断的腿,说不烂的嘴,笑不完的脸——推销人员的培训 (214)
54. 分工负责,优化组合——推销人员的组织分工 (214)
55. 要想销售好,就得服务好——销售服务的功效 (215)
56. 售前,售后;定点,巡回——全方位的销售服务方式 (215)
57. 现炒现卖——营业推广促销 (216)

四、请进来,走出去——国际业务	(216)
58. 进进出出都把关——进出口许可证制度	(216)
59. 先申请,后取证——三资企业不例外	(218)
60. 买卖多少有限额——进出口配额制度	(219)
61. 进出国门先体检——进出口商品检验制度	(220)
62. 要多要少发个价——要约	(221)
63. 干与不干回个音——承诺	(223)
64. 有货还得好好卖——卖方义务	(225)
65. 有钱也得好好花——买方义务	(227)
66. 防人之心不可无,自我保护不可少——违约救济 方法	(228)
67. 丢了谁负责——货物所有权和风险的转移	(229)
68. 行话——国际贸易中的价格术语	(230)
69. 时间、费用、方便——运输方式的选择	(232)
70. 他山之石,可以攻玉——国际技术转让	(232)
71. 该讲的一定得讲——国际技术转让协议	(233)
72. 不该讲的千万别讲——国际技术转让协议中 不得规定的限制性条款	(235)
73. 一次付清? 还是分期付款——国际技术转让 的计价	(236)
74. 是金? 是铁——技术引进的审查	(237)
75. 有利? 有害——技术出口的审查	(238)

寸益必争——争议解决篇

一、伤心总是难免的——争议的产生	(241)
1. 无奈的思绪——三资企业争议的产生	(241)
2. 内外之争——外国投资者与中国合作者之间 的争议	(241)

3. 向东道国挑战——外国投资者与中国政府之间的投资争议	(242)
4. 各执牛耳——三资企业同我国其他企业、经济组织或个人之间发生的纠纷	(243)
5. 民官之争——三资企业同行政部门之间的争议	(243)
6. 涉外之争——三资企业涉外经济、民事纠纷	(244)
二、有话好好说——协商与调解	(244)
7. 真心真意化纠纷——协商	(244)
8. 和为贵——调解	(245)
9. 法院调解	(246)
10. 涉外调解机构的调解	(247)
11. 联合调解	(248)
12. 仲裁机构的调解	(248)
三、找裁判说理去——仲裁	(249)
13. 仲裁为何偏偏受喜爱	(249)
14. 进行劳动争议仲裁要申请	(249)
15. 商事纠纷亦仲裁	(250)
16. 商事仲裁循规蹈矩	(252)
17. 持协议来说理	(253)
18. 仲裁机构怎么来组成	(255)
19. 仲裁如何来进行	(256)
20. 申请程序晓分明	(256)
21. 接到受理通知,你应.....	(258)
22. 财产保全可申请	(259)
23. 仲裁由谁来掌管	(260)
24. 你的仲裁权利有几何	(261)
25. 开庭仲裁定“短”“长”	(262)
26. 国际商事仲裁亦“红火”	(264)