

市场竞争的法律 调整与对策

主 编 徐孟洲



中国政法大学出版社

市场竞争的法律 调整与对策

主 编 徐孟洲

副主编 周 珂 龙翼飞

撰稿人 (以章为顺序)

徐孟洲 方傅根 张泽云

龙翼飞 乐 山 譙荣德

贾林青 周 珂 杜彬瑜

王欣新 董 瑾

中国政法大学出版社

802921

(京) 新登字185号

市场竞争的法律调整与对策

主编 徐孟洲

●

中国政法大学出版社出版

秦皇岛市卢龙印刷厂印刷

新华书店经销

●

787×1092 32开本 10.75印张 233千字

1993年9月第1版 1993年9月第1次印刷

ISBN7-5620-1051-x/D·1003

印数: 2,200 定价: 8.50元

前 言

《市场竞争的法律调整与对策》一书为国家社会科学“七五”规划青年基金项目“社会主义竞争的法律调整机制研究”课题科研成果之一。

运用法律手段保护社会主义市场竞争行为，是发展社会主义市场经济的内在要求，是广大商品生产经营者、竞争者和消费者的强烈愿望。本书的酝酿、研究和写作正是基于这种愿望和要求而开始着手工作的。关于我国社会主义市场竞争的法律调整的范围、方法和立法形式，法律界存在着不同的思路，在本书中也有客观的体现。我们总的思路是采用各基本法律部门的方法，共同调整市场竞争关系，立法形式主张区别反垄断和制止其他不正当竞争的关系分别立法，制定以《反垄断法》、《反不正当竞争法》、《市场公平交易法》和《消费者利益保护法》为支柱的，配合已制定的《经济合同法》、《企业法》、《专利法》、《商标法》、《广告管理条例》、《产品质量责任法》和《破产法》等一系列有关法律、法规，组成比较完备的市场竞争关系法律调整规范体系，以利于加强市场的组织管理和制度建设，建立市场竞争法律规则，维护公平交易的市场秩序。本课题组的同志以其所长，竭尽全力研究和撰写各自承担的问题，取得了初步的成果，做出了自己力所能及的贡献。

社会主义市场竞争的法律调整和保护机制的研究，毕竟属于我国法学研究领域中的新课题，尤其是社会主义市场经

济体制目标刚刚确立，实践的发展和认识的深化，有许多问题尚需进一步观察和研究，所以本书所反映的理论观点和操作建议，是否符合社会主义市场经济发展的客观需要，只能由经济体制改革和法制建设实践来检验。但是我们相信，建立社会主义市场经济体制，发展社会主义民主政治、健全社会主义法制的事业将会取得迅猛的进展，为我们进一步深化市场竞争法律调整机制的研究，拓展了广阔的前景，我们将会有更新的科研成果奉献给亲爱的读者。

本书由徐孟洲任主编、周珂、龙翼飞任副主编、各章作者姓名如下：

第一章	徐孟洲	
第二章	徐孟洲	方傳根
第三章	徐孟洲	张泽云
第四章	龙翼飞	
第五章	乐 山	
第六章	譙荣德	
第七章	贾林青	
第八章	周 珂	
第九章	贾林青	
第十章	杜彬瑜	
第十一章	王欣新	
第十二章	杜彬瑜	
第十三章	杜彬瑜	
第十四章	董 瑾	

目 录

第一章 社会主义市场竞争与竞争法	(1)
一、市场竞争的概念和功能	(1)
二、市场竞争的外部环境	(4)
三、市场竞争的法律调整机制	(7)
四、市场竞争法及其体系	(12)
第二章 社会主义市场竞争与反不正当竞争法	(17)
一、市场竞争中的不正当竞争行为	(17)
二、制定我国反不正当竞争法的 必要性和迫切性	(31)
三、反不正当竞争法的立法基本思路	(33)
四、反不正当竞争法的概念和调整范围	(36)
五、反不正当竞争法立法形式和结构体系	(47)
六、国际社会中的反不正当竞争立法	(52)
第三章 社会主义市场竞争与反垄断法	(54)
一、垄断和垄断形式	(54)
二、社会主义市场经济条件下的竞争与 垄断	(62)
三、反垄断法及其性质和地位	(65)
四、反垄断法的适用除外制度	(67)
五、我国反垄断立法的现状	(72)
六、制定我国《反垄断法》的基本构想	(75)
第四章 社会主义市场竞争与公平交易法	(79)
一、市场竞争与市场交易	(79)
二、市场公平交易立法借鉴	(84)

三、我国市场公平交易立法的现状及其评价	(91)
四、完善我国市场公平交易立法的若干问题	(107)
第五章 社会主义市场竞争与专利制度	(114)
一、专利制度概述	(114)
二、如何利用专利制度参与竞争	(134)
三、不正当竞争与专利保护	(139)
第六章 社会主义市场竞争与商标法	(143)
一、商标在市场竞争中的价值和作用	(143)
二、商标法与不正当竞争的制止	(146)
三、注册商标与不正当竞争	(148)
四、未注册商标与不正当竞争	(153)
五、驰名商标与不正当竞争	(158)
第七章 社会主义市场竞争与侵权行为法	(167)
一、市场竞争中的侵权行为	(167)
二、侵权行为法对竞争的保护	(177)
第八章 社会主义市场竞争与消费者利益保护法	(189)
一、市场竞争与消费者利益	(189)
二、市场竞争与消费者权利保护	(199)
三、市场竞争与生产经营者义务	(205)
四、市场竞争与广告制作	(209)
第九章 社会主义市场竞争与产品质量法	(211)
一、市场竞争与产品质量责任	(211)
二、产品质量法对于竞争的保护	(225)
第十章 社会主义市场竞争与价格法	(234)

一、市场价格机制概述·	(234)
二、价格法的概念及其任务	(239)
三、我国价格管理条例的基本内容	(242)
四、当前我国价格改革面临的问题及价格法律制度的完善	(249)
第十一章 社会主义市场竞争与破产制度	(259)
一、破产法与市场竞争的关系	(259)
二、破产法对市场竞争环境保护的手段	(269)
第十二章 社会主义市场竞争与标准化法	(288)
一、标准、标准化及其在社会主义市场竞争中的作用	(288)
二、标准化法是规范市场竞争的手段	(291)
三、标准化法的基本内容	(292)
第十三章 社会主义市场竞争与计量法	(299)
一、计量法是规范市场交易与竞争行为的法律手段	(299)
二、我国计量立法的宗旨和调整范围	(301)
三、计量单位、基准、标准和检定的法律规定	(302)
四、计量认证和计量监督	(307)
五、计量法律责任	(309)
第十四章 国际市场竞争与反倾销法	(311)
一、反倾销法在市场竞争中的作用	(311)
二、关贸总协定的反倾销规定	(313)
三、西方发达国家的反倾销法	(315)
四、我国对西方国家反倾销法的对策	(323)
五、加强我国反倾销立法的必要性	(329)

第一章 社会主义市场竞争 与竞争法

一、市场竞争的概念和功能

瞬息万变的现实世界，到处充满着尖锐激烈的竞争，诸如经济竞争、商业竞争、科技竞争、体育竞赛、文艺演出比赛以及国际竞争，等等。正是这种富有进取性和排他性的竞争推动着某项社会活动的蓬勃发展。商品生产经营者之间的竞争，是经济领域里的竞争，是市场上的竞争，所以人们把这种竞争称之为经济竞争或市场竞争。为了研究和认识市场竞争及其法律调整机制，首先考察一下市场竞争的概念和功能是必要的。

市场竞争一般是指商品生产经营者在市场经营活动中，为了取得有利的产销条件而进行的相互争胜活动。这种相互争胜的活动，是竞争者把自己生产经营的商品投入市场接受价值规律和消费者的检验，相互比较，优胜劣汰的活动。就市场竞争的一般性质而言，它有以下几个特点：

第一，竞争是独立的商品生产经营者之间的个体（不是群体）竞争。这与垄断不同，它代表的不是基于某种共同利益而联合起来的社会力量，而是代表一种各有不同利益的、相当分散的社会力量。因为任何一个商品生产者都是独立的单个经济实体，都具有自己特殊的经济利益。所以，他们为

维护本身经济利益，在市场上彼此之间所进行的竞争，必然具有个体的、分散的性质。

第二，竞争是由双方经济力量的互相抗衡而引起的。在竞争中总有一方处于优势，另一方则处于劣势。在优势一方和劣势一方相抗衡这一总的形势下，竞争主要是发生在处于劣势地位的商品生产经营者的中间。

第三，处于劣势地位的商品生产者，总是企图摆脱自己的不利地位。为摆脱不利地位所具有的进取性，是一种旺盛的活力。正是这种活力，会导致竞争形势的改变和竞争者地位的转换。商品生产经营者的活力以及由此而促成市场地位的转化，是竞争这种经济力量的最基本的特征。

第四，商品生产者摆脱自己的不利处境，是通过竞争者个体的排他性的生产经营活动实现的。垄断者谋取经济利益，是依靠对市场的操纵和独占实现的。竞争不是这样，他主要依靠竞争者自己改善生产经营活动来实现。不过，这种独立的活动往往带有排斥他人的性质。

以上几点是所有的市场竞争所共有的一般特点，如果否认这些特点，那就等于否定了竞争。但是，竞争的本质体现着一定的社会经济关系。而一定的经济关系总是与该社会的基本经济制度相联系的。竞争不是资本主义社会的特有现象，但资本主义市场经济条件下的竞争，也不能等同于社会主义市场经济条件下的竞争。社会主义市场经济条件下的竞争具有市场竞争的一般特点，也有其自身区别于资本主义市场竞争的个性特征，这种个性特征是与社会社会主义基本制度结合在一起的。

对竞争性质的分析表明，竞争具有积极的进取性和排他性。马克思、恩格斯之所以赋予竞争以经济规律的意义，正

是因为竞争及其两种基本属性都是客观存在并发生着重要作用的。它的这种特性和作用始终不懈地推动着市场经济的运行。党的十四大报告指出：“我们要建立的社会主义市场经济体制，就是要使市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用，使经济活动遵循价值规律的要求，适应供求关系的变化；通过价格杠杆和竞争机制的功能，把资源配置到效益较好的环节中去，并给企业以压力和动力，实现优胜劣汰；”竞争机制的功能和作用，具体来讲，主要有以下几项：

第一，通过竞争实现价值规律的作用。每个商品生产者为了使自己在生产和销售中处于有利地位，获取更多的利益，总是设法使自己的个别劳动时间低于生产同类商品的其他企业所耗费的劳动时间。这就必须引起各商品生产者之间的竞争，经过激烈角逐，于是便自发地形成了社会必要劳动时间。商品价值正是由社会必要劳动时间决定的。所以，商品的价值是通过竞争决定的。所谓价值规律的作用，是从商品市场上的供求关系变化中，通过市场竞争从而通过商品价格的波动来实现的。正如恩格斯所说：“只有通过竞争的波动，从而通过价格的波动，商品生产的价值规律才能得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”^①

第二，竞争对经济的宏观调控具有积极的作用。在宏观调控上，必须发挥计划和市场两种手段的长处，保证重大比例比较适当，国民经济稳定协调发展。无论是计划手段，还是市场手段，都必须遵循价值规律，适应供求规律的要求。而竞争，正是与价值规律和供求规律相联系的。通过价格杠杆和竞争机制的功能，可以把资源配置到效益好的环节中

① 《马克思恩格斯全集》第21卷，第215页。

去，从而促进产业结构、产品结构、地区结构、进出口商品结构更加合理。

第三，竞争对微观经济活动的激励作用。优胜劣汰是竞争的必然结果。企业为了在市场竞争中能够生存和发展，就必须努力改善经营管理，提高劳动生产率，提高产品和服务质量，提高经济活动的效益，增强竞争能力。否则，企业就有破产、被淘汰的危险。

当然，开展竞争，也会产生一些消极因素，诸如垄断行为和不正当竞争行为等。只要我们加强市场的组织管理和制度建设，运用好政策、法律和必要的行政管理，是可以引导市场竞争健康发展的。

二、市场竞争的外部环境

建立和完善社会主义的统一的大市场，大力开展社会主义市场竞争，是一个长期发展的过程，是一项艰巨复杂的社会系统工程。既要充分激发市场机制、竞争机制的内在力量，又要有一个相对公平的外部环境，这是保证实现社会主义市场竞争的基本条件。

十五年伟大改革，找到了社会主义市场经济理论，明确了建立社会主义市场经济体制的正确方向，从根本上解除了把计划经济和市场经济看作属于社会基本经济制度范畴的思想束缚，使人们对市场、市场竞争的认识有了重大突破，并且在这种新的思想理论指导下，制订了新的方针政策，推动了经济改革实践的飞跃发展。这些理论和实践的成果，为创造竞争的外部环境奠定了一个坚实的基础。为了“创造”最佳的公平竞争环境，目前还应当从以下几个方面继续努力：

（一）转换国有企业的经营机制，使之成为独立的市场竞争主体

公平竞争的前提之一是一切市场竞争的参与者都应具备平等、独立的主体资格，能够自主地享受权利和承担义务，自由地进入市场参与竞争。目前，我国的非国有企业或经济实体在市场竞争中比较活跃，他们能以自然人和法人资格在市场中作为独立的竞争主体，产权关系明确，完全自主经营，自负盈亏。既可以独立享受竞争的好处，又承担竞争风险。但国有企业特别是大中型企业的经营机制不灵活，缺乏竞争主体所应有的活力。因此，各种企业在市场竞争中，还存在不平等不公正的现象和环境。必须通过深化改革，转换经营机制，理顺产权关系，实行政企分开，落实企业自主权，使国有企业真正成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的企业法人，并承担国有资产保值增值责任的独立竞争主体。

（二）加强市场体系的建设，拓展市场竞争的空间和对象

市场竞争的空间是指竞争主体活动的范围和场所。竞争的对象是指物质商品、服务、资金、劳务、技术、信息，等等。健全的市场体系是市场竞争的基本条件和必要的外部环境。要拓展市场竞争的空间，就要坚决打破条条块块的分割、封锁和垄断，就要冲出国门进入国际市场。要发展市场竞争的对象，就要在大力发展商品市场（生产资料和生活资料）的同时，积极培育资金市场、技术市场、劳务市场、保险市场、房地产市场和信息服务市场等，尽快形成全国统一的开放的大市场体系，使市场竞争向广度和深度发展。

（三）理顺价格、完善税制，保证竞争的公正合理

价格机制是市场机制的核心，是竞争的重要杠杆。价格机制的有效性和价格体系的合理性，是公平竞争的基本条件。创造公平竞争的环境，必须根据社会主义市场经济的要求和各方面的承受能力，加快改革步伐，积极理顺价格关系，建立起以市场形成价格为主的价格机制。

随着价格机制的转变和开展市场竞争，必然会伴随着资源配置和利益再分配的大变动，因而要求公平税负、相对平衡收入差距。为了在开展有效竞争的同时，又能较好解决社会收入分配的公平问题，必须统筹兼顾国家、集体、个人三者利益，理顺国家与企业、中央与地方的分配关系，逐步实行利税分流和分税制，尤其要重视和完善所得税制，强化征收管理工作，使每个市场竞争者都承受公开的税赋负担，这也是建立公平竞争环境所必需的条件。

(四)转变政府职能，加强和改善国家对经济的宏观调控

开展市场竞争必须转变政府职能，加强和改善国家对经济的宏观控制。加强宏观调控，首先应当按照社会主义市场经济的要求，转变政府职能。转变的根本途径是政企分开。凡是国家法律规定属于企业行使的权利，各级政府都不要干预，不要截留。政府的职能，主要是统筹规划，掌握政策，信息引导，组织协调，提供服务和检查监督，尽量造成一个能让企业充分发挥竞争能力的市场环境。同时，对于市场竞争中出现的消极现象和违法行为，必须运用政府的必要的行政管理手段和执法职能加以打击和制止，维护公平竞争的秩序。

(五)建立待业、养老、医疗和社会服务等社会保障制度

开展市场竞争，实现企业的优胜劣汰，必然会涉及企业

职工的生活，尤其是破产企业的职工生活。为了保证有个相对安定的社会环境，建立和完善社会保障制度是必要的条件。因此，应当积极建立待业、养老、医疗等社会保障制度和社会服务系统。这样才能解决好破产企业职工的安置问题、退休和老年服务问题、职工的伤残病死问题和无劳动能力或丧失劳动能力的职工的基本生活问题。只有解决企业办社会、企业负担过重的问题，才能使企业和职工解除后顾之忧，一心抓生产，轻装上阵参与平等竞争。

（六）进一步加强法制建设，完善为社会主义市场经济服务的法律机制

搞社会主义市场经济，最需要的是法治而不是人治，从这个意义上说，市场经济是法制经济。要创造一个良好的市场竞争的外部环境，就需要加强立法工作，特别是抓紧制订与完善保障市场活动、规范宏观经济管理和微观经济行为的一系列经济法规；就要严格执法，加强执法部门自身建设，提高人员素质和执法水平；就要深入开展普法教育，不断增强广大干部群众民主意识和法制观念。只有这样，才能真正使市场竞争活动纳入健康发展的轨道。

除上述六个方面外，还有推进科技进步、发展教育、精神文明建设和扩大对外开放等，都是创造一个良好的竞争环境所需要的重要条件。

三、市场竞争的法律调整机制

上面我们介绍了竞争和竞争的外部环境，现在我们来研究作为创造市场竞争外部环境条件之一的法律调整机制问

题。

任何社会都有一定的社会关系和社会活动，这种社会活动和社会关系体现了社会是个有组织有秩序的社会机体，这种组织和秩序往往需要一定的行为规则、社会规范的调整。法律规范的调整是整个社会规范调整系统中的一部分、一个子系统。法律调整就是通过法律规范调整自然人、法人或其他组织与社会的关系，赋予社会主体以一定的法律权利并使其承担相应的法律义务的方式，达到规范、确认和保护社会关系的目的。法律调整的基本价值目标，就是要确认、保护和发展对掌握国家政权的阶级有利的社会关系和社会秩序。在法律调整过程中，要使用一系列法律手段，这些法律手段，相互联系、相互制约，构成整个法律调整机制。所谓法律调整机制，就是实现法律调整的各种法律手段的统一系统。在法律调整机制中，法律规范、法律事实、法律关系、适用法的活动和机构以及法律意识等是构成法律调整机制的基本要素。作用于某一类社会关系的法律调整机制，便形成某一特定的法律调整机制。例如，经济法律调整机制、行政法律调整机制、刑事法律调整机制等等。保护市场竞争的法律调整机制是作用于市场竞争关系、规范竞争行为的法律调整机制，它是一个多种法律手段并用的综合调整系统。

（一）保障竞争质量的法律规范

法律规范是法律调整机制的核心内容，是法律调整的基础和根据。没有法律规范，法律调整机制无法运行。所谓竞争质量包括竞争主体的合格和可识别性，竞争行为的正当和合理，竞争双方的权利义务内容的明确，竞争手段或途径必须正当有效等。市场竞争功能与作用能否发挥，取决于竞争质量的好坏。为了保证竞争质量，首要的一条就是制定保

障竞争质量的一系列法律规范，为竞争主体的竞争行为提供一定的模式或标准。

市场竞争的法律规范以其执行的职能划分，可以分为调整性规范和保护性规范。竞争的调整性规范是确定在一定的竞争状态下主体权利、义务安排的法律规范，包括义务性规范、禁止性规范和授权性规范。竞争的保护性规范是维护已建立的竞争的法律关系、秩序，对违反竞争法律规范的行为人给予制裁的法律规范，它同调整性规范结合起来发挥作用。从所属法律部门的性质看，竞争法律规范可以分为民法规范、经济法规范、行政法规范和刑法规范等等。

（二）竞争法律规范模式转化为竞争法律关系的机制

当出现竞争法律规范设定的一定的法律事实，便引起竞争法律关系的产生、变更和消灭，这时法律规范的一般竞争行为模式转化为实际具体的法律关系，法律规范的内容就通过法律关系得到充分体现。这种转化过程实际上是通过法律规范和法律事实两个前提，由当事人的活动结成具体法律关系的。

竞争活动和竞争关系是多种法律部门保护的对象，调整竞争关系的法律规范有经济法律规范、民事法律规范，又有行政法律规范等。因此，由不同的法律部门规范调整不同类型竞争关系过程中，形成了竞争方面的经济法律关系、民事法律关系和行政法律关系等。所谓竞争法律关系，是一个由多种具有竞争性质的权利义务关系所构成的复合体。竞争法律关系是竞争法律调整机制中的主要法律手段，是这个机制的不可分割的组成部分。

（三）竞争法的适用活动

竞争法的适用，即竞争方面的法律规范的适用，它是实