

现代企业行为规范丛书（六）

企业竞争行为规范

徐孟洲 徐锦平 黄磊碧 董瑾 编著



中国计量出版社

现代企业行为规范丛书 (

企业竞争行为规范

主编 刘文华

副主编 徐孟洲 刘长顺

徐孟洲 徐锦平 黄磊碧 董瑾 编著

中国计量出版社

(京) 新登字 024 号

图书在版编目 (CIP) 数据

企业竞争行为规范/徐孟洲等编著. —北京: 中国计量出版社,
1995. 9

(现代企业行为规范丛书; 6/刘文华主编)

ISBN 7-5026-0828-1

I. 企… I. 徐… II. 企业经济-经营决策-竞争-道德规范
IV. F272. 3-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 14384 号

现代企业行为规范丛书 (六)

企业竞争行为规范

徐孟洲 徐锦平 黄磊碧 董瑾 编著

责任编辑 刘长顺

*

中国计量出版社出版

北京和平里西街甲 2 号

邮政编码 100013

河北省永清县第一胶印印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

版权所有 不得翻印

*

开本 850×1168/32 印张 6 字数 132 千字

1995 年 9 月第 1 版 1995 年 9 月第 1 次印刷

*

印数 1—8000 定价: 9.00 元

序

我们正在以建设社会主义市场经济体制为目标,以建立现代企业制度为改革方向,进行全方位、深层次的经济体制改革。改革的基本目标和方向都要求作为现代市场经济基本主体的企业,不仅应是一个具有独立的财产、能够自负盈亏、自我发展的经济实体;也必须是一个能够自主经营、自我约束的合格的法律主体。所谓合格的法律主体,既是指企业必须依法成立,依法获得法人资格;也是指企业的经济活动和经济行为,都应依法进行,都不得违反法律。企业应该是最规范化的社会组织。

党的十四届三中全会通过的《关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》提出建立现代企业制度的目标是:产权清晰、权责明确,政企分开,管理科学。这些现代企业的基本特征都应该通过相应的法律规范予以确立和体现。1993年年底,为适应建立现代企业制度的需要而颁布的《中华人民共和国公司法》,其第一条立法宗旨就是要规范公司的组织和行为。在一定意义上说,规范公司的组织事宜应属首要的,因为一个不按照法律规范建立的公司必然会做出不规范的甚至是违法的、犯罪的行为。至于那些非法经济组织,更无从谈及它们会有什么规范的行为。当然,即使依法建立的企业、公司,也不能保证它们都会依法经营,按规范行事。由于不懂法或不理解法,由于非法利益动机的驱使,以及由于其他外界因素的影响,等等,都可能使企业、公司做出不规范的或违法的行为。尤其在我国,多年以来,经济生活主要不是靠法律机制引导和保障其运行,当前又处于新旧体制交替时期,法制建设还不够完备、严密,因而使经济生活中的不法、违法行为,比比皆是,经济秩序时遭破坏,企业的利益也常常受到严重影响。因为企业

间不规范行为的结果,往往不是失误、上当,受到经济损失;就是因违法受到法律制裁。害人、害己、害国家。相反,行为规范化的企业,可以凭借自身的法律素质和品格,在市场经济大潮中立于不败之地;可以充分运用法律和政策的有关规定,踏踏实实地获取合法利润;可以充分运用强有力的法律手段,保护自己的合法权益。社会主义市场经济在一定意义上说是一种法制经济。它不仅要求大企业、大公司的行为要规范化,所有独资企业、合伙企业;所有全民所有制企业和非全民所有制企业,都必须活动合法化、行为规范化。而且,随着市场经济的日益发展,法律的机制功能也将越来越加强,企业的法律意识也需要越来越高。早学习、早规范、早提高素质。有远见卓识的厂长、经理,会体验到这种“超前投资”是绝对必需的和无本万利的。

有鉴于此,中国人民大学法学院以青年经济法学工作者为主组织了编著队伍,在中国计量出版社的支持下,出版了这套《现代企业行为规范丛书》。《丛书》对企业的主要经济活动和经济行为,如:企业组织行为,企业劳动行为,企业财务会计行为,企业融资行为,企业生产营销行为,企业合同行为,企业竞争行为,企业涉外经济行为,企业资源和环境保护行为,以及企业诉讼行为和非诉讼行为,根据现行经济法律、经济政策、财经纪律和其他规范性文件以及市场实际和企业实际需要,进行翔实的论述。以期能给企业提供基本的法律帮助,在企业行为规范化和建立企业制度过程中,做出应有的贡献。

应该说明的是,规范企业行为的主要手段是法律,但是,法律不是万能的,不可能包罗企业的一切行为。尤其在我们法律建设仍不严密、完备的现时期,企业的相当一部分经济活动或行为,还需要依据经济政策、财经纪律去规范和调整。而且,从根本上说,道德规范对人们(包括企业)行为往往起着更广泛、更长久的规范作用。事实上,我国实施的法律规范中,已逐渐渗进了相当一部分具有道德要求的规范(如诚实信用原则)。所以,本书在阐述企业法律行为规范的同时,也融进了必要的政策规范、纪律规范和道德

规范。全方位、多手段地规范企业行为,这是本丛书的一个特色。此外,在主要论述企业行为规范的同时,对政府行为也提出了一定的自我约束的规范化要求。这也是企业行为规范化所必需的。

本丛书在保持应有的基本理论水准的情况下,突出了实用性和可操作性。在整个编著过程中,都立足于企业的实际需要,想企业之所思,写企业之所需,力图使这套丛书能成为企业生产经营活动中一本“小百科”。平时开卷有益,能陆续从中吸取法律营养;遇到问题翻一翻,能从中得到方向性的指导和提供解决问题的办法。经济法不同于传统法律思想的一个重要之点就在于它不仅仅是为事后打官司提供裁判的准则,而它更重要的是要教育人们如何依法确立经济法律关系,保证经济生活正常、健康地运行。我们力图在这方面突出“预防为主、防治结合”的精神,使企业少受纠纷困扰,少受经济损失。

刘文华

1995年7月26日于京

编 者 的 话

为适应我国现代企业制度改革与发展的需要，帮助企业家与广大经营管理人员系统了解企业行为规范，提高依法科学管理企业的水平，我们按照《现代企业行为规范》丛书总体要求，撰写了《企业竞争行为规范》一书。在编著本书过程中，得到了中国人民大学法学院有关领导和同行的热情支持，并参考了有关作者的科研成果，在此，一并表示衷心感谢。

本书共有十章。参加本书撰稿的作者是：徐孟洲、徐锦平、黄磊碧和董瑾，第一、二、三、四、九、十章由徐孟洲撰写；第五、六章由徐锦平撰写；第七、八章由黄磊碧撰写；董瑾参加了第十章的撰写。

由于中国的现代企业制度正处在创建和发展之中，企业行为规范尚不完备，加之作者水平所限，难免有错漏或不妥之处，请读者竭诚予以指正。

编 者

1995年6月20日

目 录

第一章 企业竞争行为与规范	(1)
一、市场经济中的企业竞争行为	(1)
二、企业竞争的社会规范与社会控制	(3)
三、企业竞争的道德规范	(5)
四、企业竞争的政策规范	(6)
五、企业竞争的法律规范	(7)
第二章 企业竞争主体规范	(11)
一、公平竞争与竞争主体	(11)
二、企业竞争主体的组织形式	(12)
三、竞争企业的法律权利与义务	(21)
第三章 企业产品质量竞争行为规范	(24)
一、产品质量在市场竞争中的地位	(24)
二、一般产品质量竞争规范	(25)
三、特殊产品质量竞争规范	(34)
四、产品质量竞争中的道德规范	(39)
第四章 企业价格竞争行为规范	(41)
一、价格是企业参与市场竞争的手段	(41)
二、价格竞争的一般法律规范	(42)
三、价格竞争中的反牟取暴利规范	(48)
四、价格竞争中的反不正当竞争规范	(52)
五、价格竞争中的回扣、折扣和佣金	(57)
六、价格竞争的道德规范	(60)
第五章 知识产权竞争行为规范	(64)
一、企业竞争中的知识产权问题	(64)
二、专利竞争行为与不正当竞争行为	(66)
三、商标竞争行为与不正当竞争行为	(72)

四、著作权竞争行为与不正当竞争行为	(80)
第六章 企业联合竞争行为规范	(84)
一、企业竞争中的联合问题	(84)
二、联合中的正当竞争行为	(88)
三、联合中的不正当竞争行为	(92)
四、联合中的垄断行为	(94)
第七章 企业兼并行为规范	(99)
一、企业竞争中的兼并问题	(99)
二、企业正当兼并行为	(106)
三、企业不正当兼并行为	(113)
四、企业的兼并与垄断问题	(120)
第八章 企业破产行为规范	(123)
一、企业竞争中的破产问题	(123)
二、破产与反不正当竞争行为规范	(132)
三、企业竞争中的破产预防	(138)
第九章 企业竞争与计量规范	(145)
一、计量法是维护公平竞争的手段	(145)
二、企业计量行为的基本规范	(147)
三、对计量器具的管理规范	(151)
四、计量监督和计量认证规范	(153)
五、计量法律责任规范	(155)
第十章 企业参与国际市场竞争的规则与对策	(158)
一、国际市场竞争的特点	(158)
二、国际市场竞争的普遍规则	(161)
三、企业参与国际市场竞争的对策	(169)
主要参考文献	(179)

第一章 企业竞争行为与规范

一、市场经济中的企业竞争行为

20 世纪 70 年代开始的中国改革与开放，已经取得了举世瞩目的辉煌成就。以公有制为主体、多种经济成份共同发展的格局已经形成；市场运行机制的基础性作用开始发挥，全国统一的竞争性市场体系逐步完善；以间接调控为主的政府宏观调控体系开始运转；国有企业改革与现代企业制度正在推进，社会主义市场经济体制的确立，将促进我国经济的更快发展。

搞社会主义市场经济，不仅要遵循社会主义特有的经济规律，而且要按照价值规律、供求规律和竞争规律的要求，创造公平竞争的环境，把各种资源配置到效益好的行业和生产环节中去，并给企业以压力和动力，实现优胜劣汰。

在市场经济中，企业不仅作为市场的主体，拥有独立的经营自主权，而且要直接参与市场竞争，成为市场竞争主体，经受激烈的市场竞争环境的考验。胜者昂首前行，败者为市场所淘汰。正是这种富有挑战性的竞争保持着市场经济的长盛不衰的无限活力。

竞争是一种主体之间的互动的争胜活动，它存在于政治、经济、军事、科技、体育等各个领域之中，是社会发展的普遍现象。市场竞争是市场主体为了生存和发展的利益目标，通过市场诸方面条件而进行的相互争胜活动。

市场竞争主要是企业之间的竞争。这种企业竞争，为争得第一或最优，为追求利润的最大化或使用价值最大化，竞争者会采用各种竞争手段进行激烈拼搏，这里既会有正当、合法、体面的

方式，也会出现不正当、非法和不道德的竞争作法。因此，开展市场竞争，必然有企业的正当竞争行为与不正当竞争行为的并存。政府的调控机制和国家的法律是鼓励、支持和保护企业的正当竞争行为；与此同时要谴责、限制和打击不正当竞争行为。

企业的正当竞争行为，是采用合乎社会公德和国家法律规范的，以不断提高技术水平、管理水平和劳动效率，提高商品质量和服务质量，降低生产成本，增加花色品种，满足广大人民群众需要为目的的积极竞争行为。在一个公平竞争的市场体系中，由于管理和法制的健全，企业竞争的正当行为是主流，从而推动市场经济的健康发展。

企业的不正当竞争，根据我国《反不正当竞争法》第2条的规定，“是指经营者违反本法规定，损害其他经营者的合法权益，扰乱社会经济秩序的行为。”这是对不正当竞争行为的界定。在《反不正当竞争法》的第二章，对我国市场竞争中的主要不正当竞争行为列举了11条，主要有6部分：

- (1) 利用商标作引人误解的虚假表示，损害竞争对手的行为；
- (2) 利用广告或其他办法，作引人误解的宣传及捏造、散布虚假事实，损害竞争对手的行为；
- (3) 利用价格排挤竞争对手的行为；
- (4) 盗窃或故意泄露商业秘密及获取、使用他人的商业秘密的行为；
- (5) 以贿赂和有奖奖售等手段，不正当招徕顾客，或违背购买者意愿施行搭售的行为；
- (6) 利用经济优势或滥用政府职权，限制经营者正当经营活动及恶意串通，排挤竞争对手的行为。

尽管会出现和存在上述不正当竞争的行为，使市场竞争出现一定的消极后果，但竞争的积极作用始终是主要的，消极方面是次要的，只要我们加强对市场的组织管理和制度建设，运用好道德、政策和法律等社会规范手段，是完全可以兴利除弊，引导市场竞争健康发展的。

二、企业竞争的社会规范与社会控制

人类的活动是在一定的社会中进行的，个人和群体、组织和企业也都生活在一定的社会之中。“社会是人类生活的共同体。马克思主义认为，社会在本质上是生产关系的总和，它是以共同的物质生产活动为基础而相互联系着人们的有机总体”

社会中人们的生活是按照一定组织和管理秩序发展的。而这种组织和管理秩序往往又是通过社会规范调控的。因此，社会规范和社会控制是人类社会各方面的生活所不可缺少的因素。对社会经济生活和企业竞争活动的有效调整，也必然要借助于社会规范和以社会规范为主的社会调控的手段。

（一）社会规范

社会规范是规定着社会成员行为的行为模式，是人们参与社会生活的行动准则。它具有一定的价值取向，赋予社会生活特定的导向，使人们参与社会生活的行为纳入普遍稳定的社会运行轨道。社会规范是对社会成员的活动目标和方式的规范和约束，表明了人们可以做什么，不可以做什么，做了会有什么样的结果等。所以，社会规范具有较强的约束性。社会规范与个别命令和指示不同，它还具有统一和普遍适用的特点，从而摆脱了“单纯偶然性和单纯任意性的形式。”

人类社会生活千姿百态，纷繁复杂，因而反映社会生活的社会规范也是丰富多样，内容极其广泛，但它们的类型归纳起来，主要有道德习俗规范、政策纪律规范、宗教规范和法律规范等四类。而对经济生活和企业影响较大的主要是政策和法律规范。但同时我们也必须了解到这样一个现实，任何行为过程都不是简单地仅受单一的社会规范来调节，而往往是同一行为同时受到多种社会规范的共同调整或综合管理。

社会规范能够介入社会生活，或者说社会规范得以实现，必

须依靠一定的社会控制系统。只有运用社会控制系统来推行社会规范，才能使其达到预期的调整目标。这样，我们不仅应了解社会规范本身的内容，而且还应懂得这些社会规范是如何被贯彻和执行的。所以，我们要学习和研究社会控制机制。

（二）社 会 控 制

根据社会学家的解释，社会控制始终是社会学研究的一个重要领域。社会控制有广义和狭义之分。“广义的社会控制是指社会组织体系运用社会规范以及与之相应的手段和方式，对社会成员（包括社会个体、社会群体及社会组织）的社会行为及价值观念进行指导和约束，对各类社会关系进行调节和制约的过程。”狭义的社会控制是指对社会越轨者施以社会惩罚和重新教育的过程。显然，对社会经济生活的控制，对企业竞争行为的规范应当依靠广义的社会控制，不仅仅针对越轨者的行为。

控制从其本意上讲，主要是指人们对客观活动过程及其活动结果所进行的调节、引导、监督和管理的行为过程。对企业的经济活动进行的控制是社会控制，是社会控制中的经济控制。对企业活动采取什么样的社会规范手段进行控制，从而可以将针对企业经济活动的社会控制分为伦理道德社会控制、习俗惯例社会控制，政策纪律控制和法律控制等。

伦理道德的控制是一种积极的非强制性的软控制。政策法律控制是一种规范性的带强制性的社会控制，是一种硬控制。对企业活动进行控制，长期以来我们习惯于政策和政治教育手段，这种方式是和集中统一的计划经济体制相联系的。现在由计划经济体制转换为市场经济体制，那么就社会控制的方法也应由以政策控制为主变为以法律控制为主，兼施其他社会控制方式。因为中国社会主义市场经济应当是法治的经济。企业主体的活动要制度化和法律化。这样，我们在本书阐述企业竞争行为规范时，将以竞争的法律规范为主来介绍。

三、企业竞争的道德规范

道德是调整人们之间以及个体与社会之间关系的行為规范的总和。它包括伦理思想和伦理思想指导下人的行为所体现情感、风格、情操等等。道德是一种依靠社会舆论、人们的信念、习惯、传统和教育来保证实现的社会规范。道德作为一种社会意识形态，它同社会经济基础的联系密切，它比较直接地反映和作用于社会经济基础，反映着人们在生产和生活中的相互关系，并且为其所反映的经济基础服务。

我国所实行的市场经济是社会主义市场经济，是具有社会主义精神文明的市场经济。在推动社会主义市场竞争中，我们丝毫不能忽视社会主义道德的作用。我国宪法和法律都规定“尊重社会公德”，“民事活动应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则。”、“要遵守公认的商业道德。”这些规定，是以法律形式要求人们遵守道德规范。

所以，我们在强调和发挥市场竞争的作用的同时，要发扬社会主义道德在企业竞争中的规范作用，要树立竞争的道德观念。

企业竞争的道德规范，是规范企业竞争行为的具有最高标准的行為规范，它是社会主义精神文明的具体表现。根据社会主义道德的要求，每一个企业都必须明确和积极履行道德义务，承担更多的社会责任，不得侵犯竞争对手的经济、民事权利，在生产和经营中不得从事欺诈行为；在经济交往中不得背信弃义；在竞争中不得借助权力、金钱进行不正当的行为；在国家利益、社会利益和长远利益与自身利益相矛盾时，要服从国家的、社会的长远利益，必要时还要牺牲自身的利益，这是道德规范高于法律规范要求的体现。

企业竞争道德行为通过企业竞争中表现出来的道德权利和道德义务反映的。在以后各章中我们将分别阐述企业竞争道德规范的具体要求。

四、企业竞争的政策规范

政策，简而言之是指政治的对策。根据提出政策的主体的不同，可以分为阶级的政策、政党的政策和国家或政府的政策。阶级的政策通常是由该阶级政党的政策为代表的。执政党的政策在国家和社会生活中占有支配地位。在我国，共产党是执政党。中国共产党的领导地位，已由我国的宪法所确认，全国各族人民所拥护。因此，在我国，国家和政府的政策实质上就是党的政策，即中国共产党的政策。

我们党的政策，就是指党在一定时期内为完成一定任务而规定的调整人们之间、阶层之间、阶级之间、民族之间、国家和地区之间以及它们内部关系的行为准则。毛泽东同志指出：“政策是革命政党一切实际行动的出发点，并且表现于行动的过程和归宿，一切革命政党的任何行动都是实行政策。”党的政策是规范党组织、党员行为的准则，是指导人民进行革命实践和现代化建设的胜利保障。

党的政策，根据所规范的内容，可分为政治、经济、军事、教育、文化、民族、宗教、科技、外交和社会等政策。党的十一届三中全会以来，随着全党工作重点的转移到社会主义现代化建设上来，以经济建设为中心，坚持四项基本原则，坚持改革开放的基本路线的确立，我们党为实现党的基本路线，制定了一系列的经济政策，涉及到经济体制、产业结构、计划、财政、税收、金融、保险、资源、能源、工业、农业、商业、交通运输、基本建设、市场管理、对外经济贸易等等方面，这些经济政策，直接或间接地规范或指导企业的竞争行为。企业参与市场竞争，也必须认识和了解党的经济政策，遵守这些经济政策的要求。

政策还可以分为总政策、基本政策和具体政策三个层次。所谓总政策是党在一个相当长的时期内，为完成一项总任务而规定的基本的行为准则。“基本路线要管一百年，动摇不得。”基本路

线就是党在社会主义初级阶段的总政策。总政策在一定历史时期只有一个。在总政策指导下，党对各个不同领域不同战线，根据总任务制定一些大政方针，这种方针叫基本政策，是政策的第二个层次。至于具体政策，则多为贯彻基本政策的具体规范和措施，也可以仅仅是针对某项具体情况或个别措施制定的行为规范。但一切具体的政策必须以总路线、总政策、基本政策为依据、为指导。

企业竞争政策规范，是规范企业竞争行为的政策，是为实现党在现阶段的经济任务而制定的。因此，企业竞争政策规范的内容，是社会主义市场经济条件下，竞争的自愿原则、平等原则、公平原则、诚实信用原则、商业道德原则的具体化。对企业竞争行为实施政策调整，就是要求企业党组织、干部和党员带领全体职工自觉遵守上述各项经济政策，按照竞争的原则办事。否则，要对违犯政策的行为人进行党纪处分。

五、企业竞争的法律规范

竞争是市场经济的产物。竞争机制是推动市场经济发展的动力。发展社会主义市场经济，必须保护，发展竞争，发挥竞争机制的作用。但是，在激烈的市场竞争中，各方竞争者都力争第一获取最丰厚的利润，正是由于这种利益的驱使，个别竞争者往往不惜运用各种不正当的手段排斥、贬抑、损害自己的竞争对手。因此，竞争也会带来一些消极的东西，产生一些不正当竞争的行为。保护和发展市场竞争，就必须制止这些不正当竞争行为。制止不正当竞争行为，除了依靠社会调整系统中的道德规范、纪律规范、政策规范之外，还不能缺少强制性的法律规范。企业进行竞争，必须了解和遵守规范企业竞争行为的法律规范。

（一）调整社会关系的一般法律规范

法律调整是社会调整系统中的一部分，它是运用国家权力对

社会关系和人的行为进行的社会调整。法律调整必须运用“法”这种特殊的社会规范对社会进行调整，因此，要了解法是如何作用于社会关系的，首先要了解法律规范的一般特征和结构等问题。

法律规范是法的基本细胞，所以，简单地说，法是法律规范的总和。法律规范作为法的基本细胞，它有一系列的与其他社会规范不同的特点：

(1) 它是命令式的必须遵守的行为规则，而不是口号或建议。命令人们可以做什么，不可以做什么，在这里能够活动，在那里却是禁止活动的，一定的时间内可以做，一定的时间外不可以做等，均属命令式的具体的行为规则。

(2) 它不是普通的行为规则，而是国家制定或认可的，有强制性的行为规则。这意味着这种行为规则是必须普遍遵守的，不遵守或违反这些行为规则是要承担一定法律责任的。

(3) 它反映的不一定是全体社会成员的共同意志，而是掌握国家政权、对社会实行国家领导的阶级的意志。也就是说法律规范具有明显的统治阶级的意志性。

(4) 这种规则，明确规定了社会关系参加者在法律上的权利和义务以及规范的要求被违反时的制裁措施。

(5) 这是一般的行为规则，它对任何在其效力范围内的当事人的行为的指导和评价，使用同一标准。

(6) 这是有国家强制力保证实现的规则，例如：公、检、法，司法机关和海关、税务、工商行政管理机关等都是体现国家强制力的司法和执法机关。

(7) 这是旨在确认、保护和发展对统治阶级有利的社会关系和社会秩序的行为规则。

在我们国家，法律规范具有社会主义性质，它是由国家制定和认可的、体现着被社会主义社会发展的规律性所制约的工人阶级为领导的广大人民的共同意志的，人人必须遵守的行为规则，是规定社会关系参加者法律上的权利和义务，并以社会主义国家教育的、组织的和强制措施保证其实现，以确认、保护和发展有