



出版发行管理丛书

● 黄先蓉 著

书业法律基础

SHUYE FALÜ JICHU

山西经济出版社



出版发行管理丛书

书业法律基础

SHUYE FALÜ JICHU

黄先蓉 著

山西经济出版社

责 编：郭立群
复 审：宋晋平
终 审：赵建廷

图书在版编目 (CIP) 数据

书业法律基础 / 黄先蓉著. - 太原: 山西经济出版社, 2001.2

(出版发行管理丛书)

ISBN 7-80636-497-8

I. 书… II. 黄… III. 出版工作—行政管理—行政法—基本知识—中国 IV. D922.16

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 08094 号

书业法律基础

黄先蓉 著

山西经济出版社出版发行

030012 太原市建设南路 15 号 0351-4922102

<http://www.sxep.com.cn> E-mail: sxep@sx.cei.gov.cn

新华书店经销 铁三局印刷厂印刷

开本: 850 × 1168 1/32 印张: 11.125 字数: 267 千字

2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月太原第 1 次印刷

印数: 1—5000 册

ISBN 7-80636-497-8

F·496 定价: 16.80 元

《出版发行管理丛书》顾问委员会名单

(按姓氏笔画排列)

卜景春	万晓耕	尤广巽	邓 耘	王书铭
王永禄	王世钧	王 庆	王兴怀	王英民
王俊国	王 益	王殿双	方秀英	田胜立
朱建纲	齐书学	刘 杲	孙庆国	杨朱烈
李救力	李绍达	吴力田	何庆养	邹禄民
宋木文	汪軼千	周立伟	张金福	张佩清
张绍昌	张建国	胡廷贵	袁良喜	梅铁怀
曾石铃	鲁杰民	童自烈	谢洪涛	潘国彦
颜长庚	戴 群			

出版发行管理丛书

书业法律基础

总序

总序

我们正面对着社会主义市场经济的发展和流通领域的革命。

我们正期待着文化经济一体化的浪潮和中国文化产业的崛起。

出版物作为特殊商品,其生产与流通、市场建设与经营管理必然成为出版发行者长期认真研究和解决的课题。因此,我们应当建立具有中国特色的出版发行基础理论和应用学科。

武汉大学图书情报学院出版发行专业在15年的教学实践基础上,结合出版发行改革的实践进行了系统的理论研究和科学探索,打破了历来“出版无科”、“发行无学”的偏见,建立了一套现代的、实用的出版发行理论体系,最近又编撰了一套《出版发行管理丛书》。这套丛书的内容涉及出版发行基础理论、图书导论、市场营销、出版文化、书业法律、书业



物流、图书外贸、音像及电子出版物、编辑、装帧设计、计算机应用、书业目录等诸多方面,基本涵盖了出版发行的全过程。此书观点新颖,内容系统完整,实用性强。它是我们出版发行体制改革的产物,也是出版发行专业教学理论研究的丰硕成果。

改革开放以来,出版物的生产特别是出版物的流通发生了深刻的变化,而且随着知识经济的到来使出版产业的形成渐为现实,出版物的生产和流通将会发生愈来愈深刻的变化。新的观念、新的组织、新的结构、新的系统正在建立、形成和发展,原有计划经济条件下产生的出版发行管理将引入全新的市场意识和经营理念。面对出版物流通组织化程度低、交易方式还很原始、经营管理还比较粗放现状,这部“丛书”无疑有利于促进改变这种现状,使出版发行行业更好地与市场经济接轨。它的出版为图书的市场建设和流通革命铺垫了一块理论基石,对指导当前的出版发行工作,将起到积极的促进作用。

全国新华书店系统在与武汉大学出版发行专业的创办、进步和成长中结下了不解之缘。从专业基础的建设到营销人才的输送与吸纳,从实践经验的积累到有关理论的探索与交流,专业教学与企业发展相濡以沫、相互促进。1983年以来,我们欣喜地看到该专业已陆续输送给出版发行企业2400多名大专生、600多名本科生、近20名硕士生,其中相当一部分人已成为书业界的骨干力量,怎不令人自豪、令人感奋。今天,以这部“丛书”的集结出版为契机,总结和推动专业教育成果转化为出版发行改革的智慧,转化为现实生产力的提高和劳动者素质的提高,成为双方共同的期望。说到底,要在竞争日趋激烈的图书市场中取胜,必须有高素质的专业人才,人才的优势才是最根本的优势,人才的后续教育与总体素质的不断强化和提高是长期的最根本的战略。这也是我们在市场经济大潮中,在急功近利的浮躁情绪中需要具备的一个清醒的认识。本“丛书”无疑是培养出版发行人才的好教材。

为了出版发行业形成自己特有的理论体系和专业学科,为了高等教育和出版产业的更好结合,为了培养一大批出版发行专业人才,迎接即将到来的 21 世纪的知识经济的崛起,我们希望在出版发行业营造一个积极探索、潜心研究、努力实践、开拓创新的良好氛围。

A handwritten signature in black ink, consisting of two characters, '邓' and '红', written in a stylized, cursive manner.

1998 年 2 月

出版发行管理丛书

书业法律基础

前言

前言

新中国成立以后,长期实行计划经济,在计划经济体制下,调控各企业行为的是国家下达的计划,企业生产什么、生产多少,由国家计划安排。如我国书业界,出版社出版什么书、出版多少种书;印刷厂印多少册;书店购进什么品种的书、购进多少册,都由计划统一安排。那时,全国图书市场属于卖方市场,出版社、印刷厂、新华书店根本不用关心图书市场、根本不用关心读者的需要。

当计划经济转向市场经济之后,在市场经济体制这样一个大的环境下,企业的行为再由计划来调控,显然已不太可能。一般情况下,企业生产什么、生产多少,由市场需求来决定。这就需要新的规则。正如体育比赛需要规则一样,市场经济也需要规则,否则将无法进行。这一规则就是法律。因此,人们把“市场经济”称为“法治经济”是有道理的。



法律是市场经济的守护神。市场经济行为应该是法律范畴内的社会活动。随着书业改革的深化,出版、发行单位已经或正在成为真正意义上的市场主体,其成立(创制)、运行(组织、生产、经营、销售)、消亡等活动必然要被纳入“法制轨道”。我们的书业决策者们和经营者们应该熟悉和了解书业法律环境,以便在市场运作上做到遵纪守法,并能游刃有余,在市场竞争中立于不败之地。

书业企业和其他经济组织一样,处于庞大而复杂的法律环境中。为了让书业企业的经营者们了解自己所处的法律环境,我们从各书业企业是市场经济活动的主体这一前提出发,将书业企业的法律环境分成五大类,加上法的基本原理部分,就构成了本书的六大部分,它们是法的基本原理、有关书业经济活动主体的法律规定、有关书业企业行为的法律规定、有关书业企业内部微观管理的法律制度、有关书业企业外部宏观调控的法律制度以及有关书业企业纠纷解决办法的法律规定等。

作者希望通过这些法律知识的介绍,书业企业的从业人员对于自己所处的法律环境有一个全面的了解,知道本企业有一些什么样的权利,并且会利用法律武器保护自己的权利;同样也知道应承担一些什么样的义务,不至于做出法律禁止的事情。如果真能这样,作者编著此书的目的达到矣!

著者

2000年8月

出版发行管理丛书

书业法律基础

目录

目 录

■总 序	1
■前 言	1
■法的基本原理	1
法的本质和特征	2
法的词义	2
法的本质	3
法的基本特征	5
法的分类与形式	7
法的分类	7
法的形式	10
法的谱系	11
民法谱系	11
普通法谱系	11
两大法系的比较	11
法的制定和实施	12



目 录

法的制定	12
法的实施	18
■有关书业经济活动主体的法律制度	■21
法人制度	22
法人的概念和特征	22
法人制度的产生及其社会作用	24
法人的分类	26
法人的成立、变更和消灭	27
法人的权利能力和行为能力	30
企业法	32
企业的设立	32
企业的权利和义务	33
企业的内部领导制度	39
企业与政府的关系	41
违反企业法的法律责任	43
公司法	46
公司法概述	47
有限责任公司法律规定	49
股份有限公司法律规定	57
公司债券法律制度	69



目 录

外国公司的分支机构	72
违反公司法的法律责任	73
企业破产制度	77
企业破产法概述	78
《企业破产法(试行)》的主要内容	82
关于破产企业职工 善后措施的规定	91
有关书业企业行为的法律制度	94
代理制度	95
代理的概念和特征	95
代理产生的根据和种类	97
代理的终止	101
无权代理	103
代理权的滥用	105
时效制度	107
时效制度的概念	107
诉讼时效	108
合同制度	113
合同法概述	113
合同的订立	119



目 录

合同的效力和无效合同	134
合同的履行	143
合同的变更和转让	154
合同的权利义务终止	157
违约责任	166
合同纠纷的解决	175
反不正当竞争法律制度	179
制定反不正当竞争法的必要性	179
不正当竞争行为	180
对不正当竞争行为的监督检查	194
不正当竞争行为的法律责任	195

■ 书业企业内部微观管理法律制度 ■ 198

著作权法律制度	199
著作权法概述	200
著作权的主体和客体	203
著作权的内容	209
著作权的限制	216
著作权的归属与利用	220
邻接权	228
著作权的保护——侵权与制裁	237



目 录

出版法律制度	241
《出版管理条例》概述	241
出版单位的设立与管理	245
出版物的出版	248
出版物的印刷或者复制和发行	249
保障与奖励	251
违反《出版管理条例》的法律责任	252

■ 书业企业外部宏观调控法律制度 ■ 256

税收法律制度	257
税收的概念和特征	257
税法的概念和构成要素	258
税收的种类	261
出版行业的税收政策	262
税收征收管理与法律责任	265

金融法律制度	270
金融法概述	270
银行法律制度	272
票据法律制度	286
价格法律制度	292
价格法概述	292



目 录

经营者的价格行为	293
政府的定价行为	295
关于价格总水平调控的规定	297
关于价格监督检查的规定	298
违反《价格法》的法律责任	299
出版行业的价格政策	300
会计法律制度	304
会计法概述	304
关于会计核算的法律规定	306
关于公司、企业会计核算的 特别规定	308
关于会计监督的法律规定	309
有关会计机构和会计人员的规定	311
违反《会计法》的法律责任	312

有关书业企业纠纷的解决办法	315
仲裁	316
仲裁概述	316
仲裁委员会和仲裁协会	319
仲裁协议	320
仲裁程序	321



目 录

申请撤销裁决	325
执行	326
涉外仲裁的特别规定	327
诉讼	328
经济纠纷案件的诉讼	328
经济犯罪案件的诉讼	334
■ 主要参考文献	■ 337
■ 后 记	■ 338



1 法的基本原理

在市场经济条件下,各种经济关系和经济活动都是通过一系列法律来规范的。各种经济组织处在庞大而复杂的法律环境之中,其生命周期的每一个阶段,如从成立、运行到消亡都有其相应的法律规范。因此,要在市场竞争中立于不败之地,其从业者必须了解并熟悉自身的法律环境。

由于书业即出版业是出版、印刷、发行书刊的行业,不是研究法学或从事法律方面工作的行业,其职责是遵守法律规定,在法定范围内从事经营管理活动。这样,其从业者有的可能参加了普法教育而对法的基本知识有所了解;有的即使参加了普法教育或根本没参加普法活动也没有法的概念即所谓“法盲”。因此,要熟悉自身的法律环境,首先必须掌握法的基本知识,即对于什么是法、法的本质和特征是什么、法的形式和分类有哪些、统治当今世界的“法律王国”有哪些谱系、法制定以后如何实施等等都要有所了解。

本书第一个问题就是介绍有关法的基本原理方面的知识。作者希望通过这方面知识的介绍,使书业从业者了解法的基本知识、