

经济法期末复习

第一章 经济法概念

第2节 经济法调整对象

- 我国经济法特点：(1)不成熟; (2)缺乏前瞻性; (3)表现为不稳定性。
- 1992年社会主义市场经济市场经济体制的确定为中国经济法学的发展提供了明确的发展方向
- 我国经济法调整对象的不同学说：
 - **经济协调学说**：经济法是协调经济运行过程中发生的经济关系的法律规范的总称。
 - **干预经济关系法**：国家为了克服市场经济调节的盲目性和局限性，而制定的调整 需要由国家干预的具有全局性和社会公共性的经济关系 的法律规范的总称。
 - **国家调节关系说**：现代经济法是适应现代市场经济国家调节社会经济的需要而产生并形成独立的法律部门，它是国家调节即“国家之手”有效运作的主要法律保障
 - 国家调节经济运用的三种基本方式：（1）强制；（2）参与；（3）促导
 - **经济管理关系说**：经济法是调整发生在政府、政府经济管理机关和经济组织、公民个人之间以社会公共性为根本特征的经济管理关系的法律规范的综合。

第3节 经济法的概念

- **经济法：经济法是为了维护国民经济持续、健康发展，政府依法组织、调节、监督社会经济运行的法律制度的总称**

目的	主体	手段	对象
维护国民经济持续健康发展	政府	组织、调节、监督	社会经济运行

- 理解经济法，应当注意以下几个问题：
 1. 经济法与经济法律是两个不同的概念。从广义上讲，所有调节经济活动的规则都可以称之为经济法律；但是经济法却是具有特定含义的经济法律制度，更多体现了国民经济宏观运行的要求，其立法宗旨则以国民经济的持续、健康发展为其核心价值目标。
 2. 维护国民经济持续、健康发展是经济法的历史使命。
 3. 政府是经济法的重要主体。政府不仅要监督其他市场主体的经济活动，既要运营国有资产或直接进行生产经营，也要对国名经济运行进行宏观调控。
 - 此外，中介组织包括行业协会作为市场主体，功能介于政府企业之间，也是民法行政法主体内涵难以全面覆盖的。
 4. 关于经济法概念的观点见仁见智。

第二章 经济法体系

第3节 经济法体系的构成

- 基本构成：经济法体系包括两个亚体系：
 - 一是为了保护市场自发调节机制，防止市场失灵的市场规制的法律制度

- 二是确认和规范政府宏观调控经济运行行为的宏观调控法律制度
- 经济法体系的内部关系：
 1. 二者产生的先后顺序不同。先有微观经济运行→发达混乱→强势介入→宏观调控
 2. 二者解决的问题不同。
 - 市场规制法律制度所要解决的问题是，排除干扰自由竞争的因素，保证市场自发调节机制正常运行，防止出现市场失灵；
 - 宏观调控法律制度是确认和规范政府宏观调控经济运行行为，适度干预经济的法律形式。
 3. 二者具体构成不同。
 - 市场规制法律制度主要由以下内容组成：竞争法、消费者权益保护法、产品质量法、食品安全法、证券法等；
 - 宏观调控法主要由以下内容构成：财政法、政府采购法、税法、中央银行法、信贷调控法、价格法、对外贸易法等。

第三章 经济法地位

第3节 经济法与其他法律部门的关系

- 经济法与民法
 - 民法是最典型的私法，强调个体利益，尊重当事人的意思自治，崇尚契约自由。
 - 经济法给自由放任以适当限制，给权利滥用以法律制约，在自由与干预之间达到平衡，保证社会经济的顺利发展。
 - 此外，经济法通过打击限制竞争与不正当竞争行为，从宏观上引导市场经济健康发展，将民法在市场经济条件下调整经济形成法律空白加以填补，成为市场经济的安全阀。
- 经济法与行政法
 - 传统意义上，行政法的立法宗旨是，控制行政机关权力膨胀，防止行政权滥用，保护相对人。
 - 现代社会的行政机关被赋予了极大的经济管理权。行政机关的经济管理行为由经济行政法调整。

第四章 经济法原则

第1节 经济法原则概述

- **国家适度干预原则是经济法的基本原则**

第一编课堂笔记

DAY ONE

- 人类的基本经济问题：需求无限与资源稀缺之间的矛盾。

DAY TWO

- 经济法强调**国家适度干预市场**：(1)凡是市场能正常运行，不需要干预；(2)若干预市场的行政成本高于市场失灵造成的损失，不实施干预。
- 国家干预的相对性原则：(1)合适性；(2)必要性；(3)禁止过分性。
 - **既要警惕市场失灵，也要警惕政府失灵**
- 经济法与经济学：(1)经济法表述价值判断；(2)经济学描述客观规律。

- 经济法的起源：法国（法国空想主义诞生经济法的概念虽无实践意义，但提供的国家干预经济的方向）→德国→日本→苏联→捷克斯洛伐克（第一部经济法法典）
- **完全市场竞争**：形成主要有以下几个条件：
 1. 市场上有众多的生产者和消费者，任何一个生产者或消费者都不能影响市场价格；
 2. 企业生产的产品具有同质性，不存在差别；
 3. 生产者进出市场，不受社会力量的限制；
 4. 市场交易活动自由、公开，没有人为限制；
 5. 市场信息畅通准确，市场参与者充分了解各种情况（信息完全对称）；
 6. 各种资源都能充分流动。
- **市场失灵：通过市场配置资源不能实现资源最优配置**。市场失灵的原因：
 1. 垄断；
 2. 外部性：正外部性（某个厂商给他人带来的利益→生产厂家缺乏积极性），负外部性（某个厂商损失利益→给社会公共利益造成损失）
 3. 公共物品。公共物品有以下特点：(1)不可分割，共同受益，共同消费；(2)**非排他性**；(3)**非竞争性**；(4)非营利性。这导致：
 1. 生产者、消费者之间无正常联系，投资无积极性，供应不足；
 2. 存在免费成份，可不付代价得取得；
 3. 私主体难以满足国家要求目标，不能或不愿生产；
 4. 信息不对称会导致市场失灵→次品充斥市场 或 道德风险
- 政府失灵的原因：信息失灵，目标选择失误，管理失控。

DAY THREE

- 资本主义时期的经济法产生背景：
 - (1)克服市场缺陷需要经济法；(2)克服政府失灵需要经济法。
 - 国家职能的**四阶段**：保护阶段→干预阶段（凯恩斯：国家干预经济；亚当·斯密：自由竞争）→参与阶段（以理想总资本家的身份）→调控阶段。
- 经济法发展阶段：前资本主义国家经济法→资本主义国家经济法→社会主义经济法
- **罗斯福新政通过经济立法，标志经济法成为独立法律部门**

DAY FOUR

- 经济法的基本原则：
 - **基本原则主要包括经济法主体利益协调原则、国家协调本国经济运行法定原则**
 - 补充1：经济法**社会本位原则**；
 - 补充2：促进市场效率原则：(1)维护公平竞争原则；(2)以企业政策促进企业增长；(3)保障市场竞争机制与企业机制协同运行。
- **经济法体系：包括市场监管法和宏观调控法**
- 经济法是经济发展到一定阶段的必然产物
- “政府--社会中间层--市场”框架：
 - 市场主体：生产者，投资者，劳动者，消费者
 - 社会中间层主体：独立于政府主体与市场主体，为政府干预市场、市场影响政府和市场主体之间相互联系起中介作用的主体。
 - 社会团体不得以营利为目的
 - 行业协会：为达到行业共同利益的非营利性自发性组织。可以有私法人。
 - 行业协会的自治权是政府监管下的社会权利。权力来源：(1)法律授权；(2)会员的让步（契约产生）；(3)行政授权。

- 动态社会契约：由于人们对最初社会契约不满而将政府权力让渡。

第五章 政府经济职能法

第1节 概述

- 政府与市场的关系主要经历了以下三个方面：
 - 自由市场放任→无为之手。20世纪30年代以前，政府职能理论受亚当·斯密的古典经济自由主义理论的支配，普遍推崇自由放任的经济政策。
 - 政府公权力开始干预→扶持之手。以福利经济学为理论基础，政府作为监管者为公共利益而干预经济，充当市场的“裁判员”，比如实施宏观调控、进行经济调节和经济监管。
 - 政府公权力全面干预→掠夺之手。政府作为市场的“参与者”，以普通市场主体的身份参与市场竞争来实现其经济职能。
- **政府经济职能：政府行为对经济运行产生的各种影响的总称。**
 - 分类：政府作为(1)社会管理者；(2)宏观经济调控者；(3)国有资产所有者 所具有的职能。
 - 职能主体的特征：(1)概念外延的狭义性；(2)所涉事务的经济性；(3)主体身份的双重性；(4)权能与范围相对应。

第2节 政府的市场监管者角色

- 管理与监督的区别
 - 理念不同。“管理者”主观上有强烈的控制或管制相对方的欲望或意愿。
 - 方式不同。管理习惯用直接、强行性的行政手段实施经济监管职能；监督则愿意使用间接、偏自律的法治手段形式经济管理职权
 - 路径不同。管理采用自上而下的治理机制，监管采用自下而上、先立规矩再有实践。
- 经济监管权特征：来源法定性，内容专属性，权责非处分性（不得抛弃让渡），市场约束性（以不破坏市场机制的正常发挥为前提）。
- 经济监管权内容：
 - **宏观调控权**：中央经济监管机关和省级经济监管机关，对国民经济和社会发展目标的决策权力，以及在国民经济与社会发展计划的实施过程中，采用各种手段从宏观上对国民经济实施调节的权力。
 - **市场管理权**：指国家监管机关依法对市场活动主体的市场经营行为享有许可、审批、决定等职权。
 - **经济监督权**：指有关国家机关对国民经济活动进行监察督导的权力。
 - 具体的包括有国家的计划监督、财政监督、审计监督、会计监督、银行监督等。
- 经济监管权的实施办法：
 - **准入监管**：又称市场准入监管，是指其他市场如要进入市场主体进行经济活动或参与竞争，必须先得到政府市场主体的核准或许可，否则就不享有合法的市场主体以及其运营资格。
 - **退出监管**：又称市场退出监管，是指政府主体通过制定规则、执行法令和司法救济等方式强制性令其他市场主体停止某些经济活动或退出某些市场领域监管措施或行为。
 - 常用手段：禁止、命令、处罚
 - **运营监管**：
 1. 价格费率监管：又称市场运行价格和费率监管，是政府进行市场干预的最重要的形式和最直接的手段，是指对获批进入市场的活动主体 所生产的商品和提供的服务 的价格水平和价格结构进行的监督与管理。
 2. 标准控制监管：指政府监管主体价格机制运用经济学 对产品结构、规格、技术、质量和检验方法等标准所作的规定及监管行为。
 - 产品标准：对产品本身的特性提出的要求；技术标准：对生产程序或过程提出的要求。

3. 信息披露监管：是指政府监管主体运用经济学之信息不对称导致价格机制扭曲和市场利益相关者权益常被侵害的理论，依据公开、公平和公正的原则，要求其他市场主体对其产品、服务和经营管理与财务新信息公之于众的监管措施和行为。
4. 激励监管：指政府市场监管主体通过制定相关政策或法律 来鼓励或激励其他市场主体之市场准入、市场运营管理和权益分配等活动的监管行为或措施。

• **政府监管基本原则：(1)市场优先原则；(2)适度干预原则；(3)依法干预原则；(4)成本收益原则。**

第3节 政府的市场参与者角色

- 政府参与市场的途径：
 - **投资融资**：政府投资和融资活动是国家或政府参与市场经济活动来达到宏观调控目的的必要手段，有以下两种方式：
 1. 国家或政府以财政资金并以特殊方式或载体进行投融资（比如发行主权国家债务）
 2. 国家或政府成立、组织或委托企业形态或非企业形态的经济实体进行投融资的活动（比如中石油等大型国有独资或控股企业的投融资行为）
 - **经营企业**：作为市场主体的政府亲自参与特殊企业或竞争性企业的经营与管理行为的简称。
 - **专营贸易**：政府作为市场主体利用其特殊身份及职权，专门或垄断从事买卖或交易行为。
 - **经营城市**：城市政府运用市场机制进行经营活动，以此来调控城市发展目标与有限
- **政府参与市场的原则：(1)参与目的的公正性；(2)参与范围的有限性；(3)主体身份的平等性；(4)参与方式的公开性。**
- 尽管洛克指出政府的产生是基于公民权的让渡，因而政府天生就应该关注人类整体利益。但现代经济学家认为政府最大化追求自己利益也是政府的基本属性。自利性和公共性的同时存在，会发生政府“经济人”有限理性问题：
 - 政府“经济人”有限理性表现之一：**政府与民争利**：对社会资本的投资产生挤出效应，因而政府从中获得高额财政收入和垄断利润。
 - 政府“经济人”有限理性表现之二：**破坏市场竞争**：政府自利性极容易破坏市场竞争并扰乱市场秩序。
 - 政府“经济人”有限理性表现之三：**权力寻租严重**：政府官员自利性或政府利益集团的自肥行为。
 - 政府“经济人”有限理性表现之四：**职能部门矛盾**：政府职能部门在充当公共利益代表者的同时，作为单位、部门利益代表者的角色也不断显露。
- 政府参与市场问题的解决：
 - 避免双重角色错位：监管功能和经济功能分置以及私权利与公权力边界清晰是法律制度构建的重点。
 - 有所为与有所不为：处理好或定位清楚政府公权力私化后的权利边界。
 - 营利性与非营利性。

第六章 行业协会法

第1节 行业协会法概述

- **行业协会：是指为了达到共同利益目标组织起来的由会员参与的一种非营利性的非政府性的自律性的社会组织。**
 - 我国目前尚无《行业协会法》或者类似的法律，主要根据《社会团体登记管理条例》等法律。
- **行业协会的特点：(1)非营利性；(2)非政府性；(3)中介性；(4)互益性。**
 - 中介性：行业协会介于政府和市场主体之间，在沟通政府与企业关系上起着承上启下的桥梁和纽带作用。
 - 互益性：相对公益性而言的概念。互益性组织是由有着共同身份地位、利益需求以及爱好志趣的群体组成的团体，具有封闭性，以其成员利益为追求目标。

第2节 行业协会的自治权

- **行业协会自治权：行业协会所享有的就本行业共同事务自行治理和自行管理的 对本行业协会成员具有约束力和支配力 的一种权利。**
- **自治权的来源：**(1)来源于法律授权; (2)来源于政府委托; (3)来自于会员的让渡。
- **自治权的主要内容**
 1. 代表职能。行业协会是行业利益、会员共同利益的代表。
 2. 服务职能。行业协会的宗旨是维护行业利益，维护行业内企业利益，为行业服务，为行业内企业服务。主要体现在信息、咨询、职业教育三个方面。
 3. 协调职能。是中介性的体现，主要体现在行业协会在政府与企业间的桥梁作用
 4. 市场管理职能：(1)行规行约与标准制定权; (2)认证权; (3)许可权; (4)对会员的惩戒权。
- **行业自律、政府监管与市场的关系**
 - 帕累托最优状态(Pareto efficiency)：没有任何人的效用受损，资源分配获得最佳效率。
 - 市场失灵使政府积极干预成为共识。

第3节 行业协会的监管体制

- 对行业协会进行监管的必要性：一切权力都存在被滥用的可能性。
- 我国目前的行业协会监管特点：
 - **严格准入**：设立条件严格并且采用审批制；
 - **双重管理**：实行业务主管部门和登记部门双重管理
 - **一业一会**：县级以上同一行政区内，不得重复设立业务范围相同或相似的行业协会。

第七章 公司法

第八章 企业法

第九章 破产法

第二编课堂笔记

DAY FIVE

- **社会中间层：是指独立于政府主体与市场主体。为政府干预市场、市场影响政府和市场主体之间相互联系起中介作用的主体。**
- **企业法律制度：**
 - 个人独资企业：亦称业主制企业
 - 合伙企业：把几个业主叠加在一起。两个或两个以上出资人为了实现一定的经济目的，根据合伙协议，共同出资、合伙经营、共担风险、共享收益，对合伙企业承担无限连带责任的组织。
 - 公司：出资人以其认缴出资额为限承担有限责任。

第十章 反垄断法， 法条

第2节 我国反垄断法的立法思想与规制原则

- 从我国《反垄断法》第1条的表述可以看出，我国反垄断法追求的是多元化的立法宗旨：
- **立法宗旨：(1)预防和制止垄断行为，保护竞争；(2)维护消费者合法权益；(3)维护社会公共利益。**
- 垄断行为的认定原则：
 1. **原则违法原则**：又称当然违法原则。它适用于主观上存在危害市场竞争，并且实际上也往往能产生严重危害市场竞争，损害消费者利益的违法行为。
 - 适用时原告只需证明存在这样的垄断行为，而不需要证明行为的反竞争性。
 2. **合理原则**：又称合理分析原则。是指经营者行为是否违反反垄断法时，需要对影响竞争的各种因素进行分析评价，只有那些不合理地限制了竞争的行为才是反垄断法所禁止的。
 - 如果在经济上带来的有利因素超过限制竞争带来的不利因素，执法部门会认定这个行为是合法的。
- 适用除外原则：指在某些特定的行业或领域，基于竞争政策以外的其他政策的考虑等原因，允许一定的垄断状态以及垄断行为存在的原则。
 - 适用的范围包括：(1)特定的行业；(2)正当行使知识产权；(3)对特定组织或人员；(4)对外经贸领域。

第3节 我国反垄断法规制的主要内容

- **垄断协议：排除限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。**
 - 构成形式：协议、决定或协同行为。
 - 以达成垄断协议的主体之间的关系划分：
 1. **横向协议**：也称卡特尔、水平协议。处于同一交易阶段的经营者即竞争对手之间达成的垄断协议。
 2. **纵向协议**：也称垂直协议，处于不同交易阶段的经营者即交易对手之间达成的垄断协议。
 3. 我国反垄断法只对其中一部分做出了明确的禁止性规定。
 - **横向垄断协议**：
 1. **固定或变更商品价格**：垄断协议中对市场危害最严重的一种形式，也称价格卡特尔。
 2. **限制商品的生产数量或者价格销售数量**：也称数量卡特尔。
 3. **分割销售市场或者原材料采购市场**：也称地域卡特尔。
 4. 限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品
 5. 联合抵制：也称集体拒绝交易、联合拒绝交易。
 6. 国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。
 - **纵向垄断协议**：
 1. 固定向第三人转售商品的价格
 2. 限定向第三人转售商品的最低价格
 3. 国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议
 - **认定其他协同行为，应当考虑下列因素**（根据《工商行政管理机关禁止垄断协议行为的规定》第3条）：**(1)经营者的市场行为是否一致；(2)经营者之间是否进行过意思联络或者信息交流；(3)经营者能否对一致行为做出合理解释。**还应当考虑相关市场的结构情况、竞争状况、市场变化情况、行业情况等。
- **市场支配地位：经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。**
 - **市场支配地位的认定与推定**：（根据《反垄断法》第18条的规定）**(1)企业的市场份额；(2)相关市场内的竞争状况；(3)经营者对市场的控制能力；(4)经营者的财力和技术条件；(5)其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度；(6)其他经营者进入该相关市场的难易程度。**
 - **滥用市场支配地位的行为**（我国《反垄断法》中列举的六种滥用市场支配地位的行为）
 1. 以垄断高价销售或以垄断低价购进
 2. 掠夺性定价：持续以低于成本的价格销售商品，以便将对手排挤出市场，或阻止新的竞争者进入市场。

3. 拒绝交易：没有正当理由而拒绝与交易相对人进行交易的行为。
 4. 强制交易：没有正当理由，限制交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易。
 5. 搭售：强迫交易对方购买从性质、交易习惯上均与合同无关的产品或服务，或者附加其他不合理的条件。
 6. 差别待遇：也称歧视行为，没有正当理由对条件相同的交易相对人采取不同的交易价格等交易条件，而使有的交易对方处于不利的竞争地位。
 7. 其他滥用市场支配地位的行为。
- 经营者集中：
 - 经营者集中的形式：(1)合并；(2)通过取得股权或者资产取得对其他经营者的控制权；(3)通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者对其他经营者施加决定性影响。
 - 经营者集中的申报：我国采取事先申报的强制性制度。
 - 经营者集中的审查：主要从市场份额、市场集中度、市场进出壁垒、对消费者的影响等方面分析。
 - 行政垄断：我国《反垄断法》除了传统三大经济垄断行为之外，还规定了行政机关的行政垄断行为
 1. 行政强制交易行为：行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力，限定或者变相限定单位或个人经营、购买、使用其指定的经营者提供的商品。
 2. 地区封锁行为：行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力，阻挠、限制外地与本地的产品、服务、资金等的自由流通行为（地方保护主义）。
 3. 强制从事垄断行为：强制经营者从事反垄断法规定的垄断行为。
 4. 抽象行政垄断行为。

第十一章 反不正当竞争法，法条

第1节 概述

- **不正当竞争：指在工商页活动中违反诚实、公平、平等的商业惯例和公认的商业道德，采取不正当的手段获得交易机会的行为。**
 - 我国《反不正当竞争法》第2条第二款：本法所称的不正当竞争，是指经营者违反本法规定，损害其他经营者合法权益，扰乱社会秩序的行为
 - 因而，不正当竞争行为应该具有以下特点：
 1. **行为的违法性**
 2. **行为的主体是经营者**：从事商品经营或者营利性服务的法人、其他经济组织和个人。
 3. **行为的危害性**：行为损害其他经营者合法权益，扰乱社会经济秩序。

第2节 不正当竞争行为

1. 假冒行为：
 1. **假冒他人注册商标**：未经注册商标所有人许可，在同一种商品或类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的行为。
 2. **假冒、仿冒知名商品特有的名称、包装和装潢**
 3. **擅自使用他人企业名称或姓名**
 4. **伪造、冒用质量标志、伪造产地等虚假表示**
2. **商业贿赂**：指经营者为销售或者购买商品而采用财务或者其他手段贿赂对方单位或者个人的行为。
 - 几个概念：“回扣”，“折扣”，“佣金”，“帐外暗中”，“明示入账”
3. **虚假宣传**：经营者利用广告或其他方法对商品或服务做出与实际情况不符的公开宣传，导致或足以导致他人产生错误认识的不正当竞争行为。

4. **侵犯商业秘密**：我国《反不正当竞争法》中规定的商业秘密是指：不为公众所知悉，能为权利人带来经济利益，具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。
5. **不正当有奖销售**：
 - 有奖销售是指经营者以附带性地提供物品、金钱或其他经济利益的引诱方式，销售其商品或服务的行为。不正当有奖销售包括：
 1. 欺骗式有奖销售：谎称有奖、故意让内定人员中奖、操控有奖销售、对有奖销售事项做不当告知。
 2. 利用有奖销售推销质次价高的商品
 3. 巨额有奖销售（抽奖式有奖销售最高奖不得超过5000元）
6. **商业诋毁**：指经营者自己或者利用他人，通过捏造、散布虚伪事实等不正当手段，贬低、诋毁竞争对手的商业信誉、商品声誉，以削弱其市场竞争力的行为。

第3节 不正当竞争行为的监督检查和法律责任

- **监督检查**：《反不正当竞争法》第3条第二款规定：县级以上人民政府工商行政管理部门对不正当竞争行为进行监督检查；法律行政法规规定由其他部门监督检查的，依照其规定。
 - 检查部门有以下职权：(1)询问取证权；(2)检查财务等权力。
- **法律责任**：民事责任、行政责任、刑事责任。

第十二章 消费者权益保护法，法条

第1节 概述

- 从市场经济的理论上讲：企业的目标是实现利润的最大化，而消费者的目标是实现效用的最大化。
- 《消费者权益保护法》没有对适用范围做专项规定，而是将其与消费活动的概念合二为一了：
 1. 消费范围**限于生活消费**。
 - **生活消费**：人们为了满足物质和文化生活的需要而消费物质产品或者接受劳动服务的行为和过程。
 2. 消费主体**限于自然人**。
 3. 消费方式包括购买商品、使用商品和接受服务。

第2节 消费者权利

- 消费者权益是指消费者依法享有的权利以及该权利受到保护时给消费者带来的合法利益。主要有以下九项权利：
 1. **安全权**：人身安全权；财产安全权。
 2. **知情权**：了解商品和服务的真实情况的权利；了解相关情况的权利。
 3. **选择权**。
 4. **公平交易权**：功能齐备，定价合理，计量准确，交易自愿。
 5. **索赔权**：也称依法求偿权。
 6. 依法结社权。
 7. 接受教育权。
 8. 受尊重权。
 9. 监督权。

第3节 经营者义务

- 主要有法律规定的法定义务，基于合同产生的约定义务两类。

- 根据《消费者权益保护法》，经营者义务主要包括：
 1. 依照法定或者约定提供商品或服务的义务
 2. 接受监督义务
 3. 保证商品和服务安全义务
 4. 提供真实信息义务
 5. 标明真实身份义务
 6. 出具购货凭证或服务单据义务
 7. 品质保障义务
 8. 售后服务义务
 9. 不得以不正当方式自我免责义务
 10. 不得侵犯消费者人身权义务

第十三章 产品质量法

第十四章 食品安全法

第十五章 房地产法

第十六章 建筑法

第十八章 证券法，法条

第1节 证券与证券法

- 证券的概念
 - **经济学上的证券：一种金融资产，一种信用凭证或者金融工具，是证明证券持有人有权按其所载内容取得收益的书面证明。**
 - 依其性质，可以分为三类：证据证券、凭证证券、有价证券。
 - **法学上的证券：仅指有价证券。用以表明特定民事权利，即指标有票面金额，证明持有人有权按期取得一定收入并可自由转让和买卖的所有权或债券凭证。**
 - 按其所载内容不同，又可分为三类：货币证券、货物证券、资本证券。
 - 证券法上的证券：仅指有价证券中的资本证券。
 - 证券的种类：(1)股票; (2)债券; (3)基金份额; (4)衍生证券。
- **证券法（广义）**：指调整证券关系以及证券行为的所有法律规范或规则的总称。
 - 证券法调整对象：证券发行、证券交易、证券服务、证券监管、证券司法等法律关系。
 - 证券法的基本原则：
 1. **保护中小投资者原则**
 2. **“三公原则”**：公开、公平、公正。
 3. **反欺诈原则** (Antifraud Doctrine)

第2节 证券市场主体

- 证券交易所：买卖股票、公司债、公债等有价证券的市场。

- **证券市场中介机构**：指为证券的发行与交易提供服务，沟通证券投资人与筹集人之间关系的各类中介服务机构，是证券市场运行的组织系统。
 1. 证券公司：俗称券商（securities firms, securities trades）
 2. 证券登记结算机构
 3. 证券投资咨询机构
 4. 证券资信评级机构
 5. 其他证券服务机构

第3节 证券发行

- **证券发行**：政府、金融机构、工商企业等以募集资金为目的向投资者出售代表一定权利的有价证券的活动。

第十九章 保险业监督管理法

第三编课堂笔记

DAY SEVEN

- **反垄断**：是指当一个公司的营销呈现垄断或有垄断趋势的时候，国家政府或国际组织的一种干预手段。
- 市场的构成：生产商→销售商→消费者
- **垄断协议**：横向协议与纵向协议。
- 豁免：本应适用反垄断法，但基于某种原因排除适用。
 - 需要证明消费者可以获得垄断协议的利益。
 - 这反映到法律上就是由“结构主义”到“行为主义”的转变。
- **垄断组织**：垄断组织是指在资本主义社会的一个或几个经济部门中居于重要地位的大企业之间的联合。
 - 卡特尔、辛迪加、托拉斯、康采恩是垄断组织的四种主要形式。
 1. 卡特尔是最早出现的、也是最简单的垄断组织形式。它是生产同类商品的大企业，通过签订关于产品价格、销售市场、生产规模等协定而建立的垄断组织。
 2. 辛迪加是同一生产部门的少数大企业通过签订关于销售商品和采购原料的协定而建立的垄断组织。参加辛迪加的企业，其商品销售、原料购买，都必须由总办事处统一办理。
 3. 托拉斯是由若干生产同类商品的大企业或产品有密切联系的大企业互相联合而组成的垄断组织。在托拉斯内，一切有关生产、销售和财务等等业务，均由托拉斯理事会统一处理，而原来的企业主则成为托拉斯的股东。
 4. 康采恩是由不同经济部门的许多大企业联合组成的垄断组织。参加康采恩的既有单个的企业，又有其他的垄断组织如辛迪加、托拉斯；既有工业企业，又有商业企业、交通运输企业以及银行和保险公司等。其中最大的银行或企业则是这个庞大复杂组织的核心。

DAY EIGHT

- **反垄断法禁止的行为**
- **经营者集中**
- 经营者集中的审查考虑的因素：
 1. 参与集中的经营者在**相关市场的市场份额**以及其对市场的控制力；
 2. 相关市场的市场集中度；
 3. 经营者集中对市场进入、技术进步的影响；

4. 经营者集中对消费者和其他有关经营者的影响；
5. 经营者集中对国民经济发展的影响；
6. 国务院反垄断执法机构认为的其他因素。

DAY NINE

- **市场集中度：对相关市场的结构所做的一种描述，体现相关市场内经营者的集中程度。** 有两种测定方法：
 1. 赫芬达指数（HHI指数）：集中设计相关市场中每个经营者的市场份额平方和；
 2. 行业集中度指数（Rn指数）：前n个企业市场份额的和
- 分析：单边效应分析，协同效应分析。

DAY ELEVEN

- **反垄断法与反不正当竞争法的区别？**
 1. 前者目的为追求自由竞争、保护竞争秩序；后者反对不正当竞争，前提是市场存在竞争。
 2. 前者的主体有依法参与竞争的权力；后者主体则有依法从事正当竞争的义务。
 3. 前者行为方法主要以经营者共谋、同谋、合谋控制市场，排除、限制竞争为特点；后者则更加多样。
 4. 前者常表现为合同行为；后者则定性为侵权行为。
 5. 前者强调国家，行政机关主动干预；后者则侵犯私人利益，主要通过诉讼解决。
 6. 前者通常为事前管理，主要运用行政手段，处罚力度大；后者规制的行为通常已经实施或结束后的救济，责任为事后责任。

第二十章 财政法

第二十一章 政府采购法

第二十二章 中央银行法，法条

第1节 中央银行法概述

- **中央银行：依法制定和执行国家货币政策，调控货币流通和信用活动，实施金融监管的特殊金融机构。**
- 中央银行的产生基于以下四点原因：
 1. 满足货币发行的需要
 2. 满足政府融资的需要
 3. 为满足票据清算和充当最后贷款人的需要
 4. 满足金融监管和金融调控的需要
- 中央银行法：关于中央银行的组织和职责的法律规范的总称

第3节 中央银行的法定职责

- **货币政策：**
 1. 货币政策目标：**货币政策目标是中央银行制定和执行政策所要达到的最终目标。**
 2. 货币政策工具：一般性货币政策工具、选择性货币政策工具、直接货币政策工具。
- **金融监管**

第二十三章 税法

第二十四章 价格法，法条

第1节 概述

- 价格法：调整价格主体的价格行为以及因价格行为所产生的经济关系的法律规范的总称。
 - **立法目的**：发挥价格合理配置资源的作用，稳定市场价格总水平，保护消费者和经营者的合法权益，促进社会主义市场经济健康发展。
 - **价格主体**：定价主体、价格监管、价格调控主体。
 - **构成内容**：价格行为、价格监管、价格总水平调控、价格违法行为以及其法律责任。

第2节 经营者的价格行为

- **经营者：依法取得经营资格的合法经营者。**
- 经营者**定价原则**：(1)公平原则；(2)合法原则；(3)城市守信原则。
- 经营者定价依据：生产经营成本和市场供求状况。
- 经营者**定价权利**：
 1. **市场调节价的自主定价权。市场调节价**：由经营者自主制定，通过市场竞争形成的价格。
 2. **政府指导价内的定价权。政府指导价**：指依照价格法规定，由政府价格主管部门或其他有关部门，按照定价权限和范围规定基准价及其浮动幅度指导经营者制定的价格。
 3. 新产品试销的定价权。
 4. 价格侵犯的救济权。
- 经营者定价义务：(1)制定合理价格义务；(2)健全内部管理制度义务；(3)依法进行价格行为义务；(4)明码标价义务。
- 经营者的**不正当价格行为**：
 1. 相互串通操纵市场的价格行为
 2. 低价倾销行为
 3. 哄抬价格行为
 4. 价格欺诈行为
 5. 价格歧视行为
 6. 变相提高或者压低价格行为
 7. 谋取暴利行为

第3节 政府价格行为

- 政府的定价行为
 - 政府的定价依据：基本依据是商品和服务的社会平均成本，还有市场供求状况，国民经济与社会发展要求以及社会承受能力，社会承受能力，合理的差价。
 - 定价范围：
 1. 事关国计民生的极少数商品价格；
 2. 资源稀缺的少数商品价格；
 3. 自然垄断经营的商品价格；
 4. 重要的公用事业价格；
 5. 重要的公益性服务价格。
- 政府的价格调控行为

- 重要商品储备制度
- 价格调节基金制度
- 价格监测制度
- 价格干预措施

第二十五章 对外贸易法，法条

第1节 对外贸易法概述

- **对外贸易：是指一国或者地区同其他国家或地区间进行货物、技术或服务交换的一种经济活动。**
- **促进对外贸易是当今世界经济发展的必然要求。**
- **我国《对外贸易法》的原则：**
 1. 实行统一的对外经贸制度，维护外贸秩序的原则。
 2. 鼓励发展对外贸易，保障对外贸易经营者的合法权益的原则。
 3. 平等互利的原则。
 4. 互惠对等原则和最惠国、国民待遇原则。

第二十六章 审计法

FINAL-REVIEW

- 新修改《反不正当竞争法》
- **《中华人民共和国反不正当竞争法》2018修订相对1993年分析？**
 1. **关于互联网的不正当竞争条款：**
 - **新增法条：**

第十二条 经营者利用网络从事生产经营活动，应当遵守本法的各项规定。

经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为：

（一）未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；

（二）误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；

（三）恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；

（四）其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。
 - **分析：由于现行法没有关于互联网竞争的规定，有的互联网公司甚至质疑反不正当竞争法在互联网领域的适用。互联网领域内的不正当竞争行为不但对互联网企业造成影响，而且对广大消费者的选择造成干扰，如司法领域已判决的3Q大战等。**
 - **国家工商总局竞争执法局副局长桑林说，互联网领域的不正当竞争传播快、影响大、易复制。各级工商机关也陆续接到多起基于互联网技术引发的不正当竞争问题投诉，但因为现行法律无明确规定，不能有效发挥行政执法部门的职能。**
 - **参与修订草案的专家、北京大学竞争法中心主任肖江平说，对于互联网领域出现的一些全新的不正当竞争行为，由于现行法没有分则条款，因而法院对同种行为的案件判决结果区别较大。“近10年来，至少有400多个互联网领域不正当竞争案件因为没有分则条款，法官的自由裁量幅度过大，学界颇多争议。”肖江平说。**
 - **上海交通大学竞争法律与政策研究中心主任王先林说，根据互联网反不正当竞争的客观需要，修订草案中首次增加了互联网不正当竞争条款。草案规定竞争者不得利用技术手段在互联网领**

域从事影响用户选择、干扰其他经营者正常经营活动的行为，并具体规定了应予以禁止的行为，将增强行政执法查处互联网不正当竞争行为的作用。

2. 细化各类恶意仿冒行为：

■ 93年旧法条：

第五条 经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：

- （一）假冒他人的注册商标；
- （二）擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品；
- （三）擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品；
- （四）在商品上伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志，伪造产地，对商品质量作引人误解的虚假表示。

■ 08年新法条：

第六条 经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：

- （一）擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；
- （二）擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；
- （三）擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；
- （四）其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

- 当前，将他人注册商标申请为企业字号等造成市场混淆的不正当竞争行为较为普遍，不仅损害了经营者的合法权益，而且对消费者造成误导和损害。这类案件只能在诉讼中适用基本原则予以处理，行政执法机关无法具体实施。
- “同仁堂”既是中国北京同仁堂（集团）有限责任公司的字号，也是其商品的主要商标。但是按照现行法律，企业名称是分级注册，一些不法商人为搭“同仁堂”企业名誉和商品声誉的便车，以“同仁堂”等字号经营，往往引起消费者误认是北京同仁堂或者与其有关联。这种情形就属于基于商标、企业字号冲突造成的不正当竞争。
- 国家工商总局竞争执法局反不正当竞争处处长杜长红表示，修订草案确定了使用在先与公平竞争并重的原则，意在対恶意仿冒行为进行制止和查处。
- 王先林说，与商标法相衔接，修订草案增加了属于不正当竞争行为的规定。将他人注册商标、未注册驰名商标作为企业名称中的字号使用，涉及笔名、艺名、社会组织名称及其简称、域名主体部分、网站名称、网页以及频道、栏目、节目等的名称标识，不管这些误导公众的行为如何改头换面，今后都有望被认定为不正当竞争。
- 肖江平说，类似江苏卫视的“非诚勿扰”、浙江卫视的“中国好声音”等电视节目，此前的纠纷，在知识产权侵权和反不正当竞争方面，存在一些争议。修订草案把频道、栏目、节目等名称和标识列入不正当竞争行为标的，有助于规范这些领域的市场竞争行为。