第一图书网, tushu007.com

<<直销法规解读>>

图书基本信息

书名：<<直销法规解读>>

13位ISBN编号：9787564106713

10位ISBN编号：7564106719

出版时间：2007-2

出版时间：东南大学出版社

作者：张志坡

页数：179

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

<<直销法规解读>>

内容概要

《直销经营管理系列教材：直销法规解读》将直销法定位于民法的特别法，故而主要运用民法基本理论诠释直销领域的法律问题。
本书在阐述我国直销立法概况以及直销法基本理论的基础上，将民法解释学理论与《直销管理条例》有机结合，重点解释、剖析了《直销管理条例》55个条文的精神和内涵，并对直销相关问题进行了专题探讨，书中最后所附的直销法律法规可以作为研究直销法的重要文献。
《直销经营管理系列教材：直销法规解读》是民法解释学理论在直销法领域的一次尝试，是我国第一本系统解读《直销管理条例》的书籍，该书内容具有一定的广度和深度，具有理论性兼顾实用性、时代性兼顾前瞻性的特点。
《直销经营管理系列教材：直销法规解读》可作为市场营销、法律、管理专业本、专科学生学习直销法课程的教材，也可以作为对直销法感兴趣的研究人士以及司法业内人士的参考用书。

<<直销法规解读>>

书籍目录

1　我国直销立法概述　1.1　我国直销立法的原因与背景　1.2　我国直销立法的调整对象及特点　1.3　我国直销立法的意义　1.4　《直销管理条例》的贯彻落实2　直销法基本理论　2.1　直销法的本位与性质　2.2　直销法的渊源　2.3　直销法在法律体系中的地位　2.4　直销法的法条与效力　2.5　直销法的法律适用　2.6　直销法中的法律关系3　《直销管理条例》解读　3.1　绪论　3.2　总则　3.3　直销企业及其分支机构的设立和变更　3.4　直销员的招募和培训　3.5　直销活动　3.6　保证金　3.7　监督管理　3.8　法律责任　3.9　附则4　直销专题研究　4.1　直销基本范畴研究　4.2　直销的发展和现状　4.3　直销的监督管理　4.4　直销与消费者保护　4.5　直销立法研究附录　直销法律法规　附录1　直销管理条例　附录2　禁止传销条例　附录3　直销企业保证金存缴、使用管理办法　附录4　直销员业务培训管理办法　附录5　直销企业信息报务、披露管理办法　附录6　世界直销商德约法　附录7　我国香港《多层式推销禁止条例》　附录8　我国台湾《多层次传销管理办法》　附录9　韩国《直销法》　附录10　日本《访问贩卖法》　附录11　日本《无限连锁链防止法》　附录12　马来西亚《1993年直销法》　附录13　英国传销法参考文献

章节摘录

需要注意的是，何谓中华人民共和国境内，按照常人的理解可能是我国的大陆范围内，这样的理解过于狭窄，法律上的解释是：该领域包括我国的领土、领海、领空以及领事馆等空间范围，因此凡是在此范围内的直销活动均受本条例的约束，应当遵守本条例的相关规定。

该条例作为直销管理条例，其核心是针对直销行为，而每个民事主体在不同的情境下有不同的身份和地位，因此，直销企业或者直销人员在我国从事的其他交易或者活动，及与直销无关的行为，则不受本法的调整，系属当然。

本条例只规范直销活动，当直销企业和直销人员从事直销活动时，方受本条例的约束和管制。

另外，关于时间范围，虽然本条文中没有涉及，但本条例于最后一条中做出了规定，即于何时该条例生效，自条例生效之日起，在我国国境内的直销活动或者直销纠纷处理，均可适用本条例。

本条第二款规定，直销产品的范围由国务院商务主管部门会同国务院工商行政管理部门根据直销业的发展状况和消费者的需求确定、公布。

本款的意思是：直销产品的范围尚未确定，或者虽已确定，但并不由本条例来明确进行列举，其原因在于保持法律的稳定性。

诚如条款中所说，直销产品的范围要根据直销业的发展状况和消费者的需求来确定，因此直销产品的范围是随着社会的发展变化而变化的，可能增加，也可能减少，重要的是能够满足消费者的需求和市场的需求。

此外，直销产品的范围由国务院商务主管部门和国务院工商行政管理部门共同决定，其他部门无权决定。

需要说明的是，这种确定不是随意的、主观的，正如马克思所说，我们的法律不过是在表述经济生活而已，立法不能具有任意性，尤其是有关市场经济的法律，要根据实际需要来做决定，只有主观决定和客观需要相一致，直销业才能有好的前景。

当前，根据国务院商务部和国务院工商总局的确定，被允许从事直销的产品正式锁定为化妆品等5个大类，凡经营超出两部委规定直销品种目录的商品的直销行为将被视为违规行为。

根据两部委的公告，允许直销的产品品种为：化妆品（个人护理品、美容美发产品）、保健食品、保洁用品（个人卫生用品及生活用清洁用品）、保健器材、小型厨具。

商务部外资司称，商务部和国家工商总局将根据直销业发展状况和消费者的需求，适时调整直销产品的范围。

商务部贸易专家指出，此规定将对直销类企业超范围经营的现象起到遏制作用。

第三条本条例所称直销，是指直销企业招募直销员，由直销员在固定营业场所之外直接向最终消费者（以下简称消费者）推销产品的经销方式。

本条例所称直销企业，是指依照本条例规定经批准采取直销方式销售产品的企业。

本条例所称直销员，是指在固定营业场所之外将产品直接推销给消费者的人员。

……

编辑推荐

本书将直销法定位于民法的特别法，故而主要运用民法基本理论诠释直销领域的法律问题。本书在阐述我国直销立法概况以及直销法基本理论的基础上，将民法解释学理论与《直销管理条例》有机结合，重点解释、剖析了《直销管理条例》55个条文的精神和内涵，并对直销相关问题进行了专题探讨，书中最后所附的直销法律法规可以作为研究直销法的重要文献。

本书是民法解释学理论在直销法领域的一次尝试，是我国第一本系统解读《直销管理条例》的书籍，该书内容具有一定的广度和深度，具有理论性兼顾实用性、时代性兼顾前瞻性的特点。

本书可作为市场营销、法律、管理专业本、专科学生学习直销法课程的教材，也可以作为对直销法感兴趣的研究人士以及司法业内人士的参考用书。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com