

<<中国商法评论>>

图书基本信息

书名：<<中国商法评论>>

13位ISBN编号：9787301215180

10位ISBN编号：7301215185

出版时间：2012-12

出版时间：北京大学出版社

作者：顾功耘 编

页数：334

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>

内容概要

基金法修改一直备受关注，学界对此做了新一轮新的研讨。

《中国商法评论（2011-2012年卷）》精选基金法修改中的学者建议，对基金法修改的宗旨、信托人、受托人等制度展开研究。

本书同时选取了部分名家对公司法、证券法、保险法、商事审判制度做出的精深研究。

作者简介

顾耘，华东政法大学副校长，教授、博士生导师，研究方向：商法、经济法

书籍目录

商法基础理论 中国特色商法体系评估与构建技术反思 我国商号法律保护的问题及完善 信托法制 民商分立——论中国信托法制的不对称发展 论中国《信托业法》的制定 论信托公示的理论基础与制度设计——兼评我国《信托法》第10条之规定 信托关系中的受托人义务——金融危机后的思考与反省 论国有资产信托内部监督的制度构建 管窥信托受托人选用国际投资工具的义务——以美国法为视角 论受托人与相关合作机构的法律关系——以我国企业年金信托实证法为中心 作为商事组织的商业信托和公司——比较法学者的研究课题 论信托财产权属 论信托原理在公司债管理中的运用 2006年日本《信托法》与事业信托 日本《信托法》修改的主要内容与若干理论课题 日本信托法上受托人的权限及对信托财产的效果归属 保险法制 保险理赔“代位求偿权”运用之剖析 试论保险代位求偿中仲裁协议对保险人的约束力 论保险合同的非要式性 关于上海保险交易所建设的几点思考 醉酒等恶意驾驶行为所致交通事故不应获赔交强险 猝死是否属于意外事故 票据法制 回归与突破——略论票据纠纷中权利外观原则的具体适用 名家讲坛 金融立法中的若干理论问题 关于金融法的若干基本理论问题 多层次市场中的国际板 金融危机与中国期货市场的发展 论司法权对公司纠纷的有限介入 保险法实施中的几个疑难问题 The US Uniform Trust Code and Its Impact on Business Trusts 法律与经济中国经验——以商事审判为例 会议综述 2011年亚洲企业法制论坛——信托法制的发展与中国《信托法》的修订研讨会综述 2011年度保鲜判例研讨会会议综述

章节摘录

版权页：插图：可见，我国古代的字号与现代立法中的字号并不是一致的概念。

古代的字号接近于商业名称，现代立法中的字号仅是商业名称的一个核心构成部分。

如“大众”一词，在作为字号时，全国各地能找出若干家以“大众”为字号的企业，单凭字号无法区分这些企业，可见对于字号本身，任何企业都不可以独占某一字号，但是若要联想一个商业名称，普通社会公众往往会想到，它代表着生产汽车的上海大众汽车公司。

事实上，笔者认为目前社会上经常提及的“老字号”，其本质就是属于商号范畴的。

因为一提起老字号，大家自然会联想到是从事什么经营的企业。

例如，“同仁堂”（药业）、“盛锡福”（帽子店），这其实是中国社会的习惯，就像前面宋代孟元老在《东京梦华录》里提到诸如“李家香铺”、“百钟圆药铺”、“张家酒店”等等的字号，都连带着其营业。

就像坐标系定位，需要两个轴线相交才能做到精确定位。

可能是意识到了这个问题，笔者在“浙江知名商号认证网”上看到，绝大多数企业的商号都是字号附加营业，营业列在括号里。

例如，在2008年浙江知名商号的名录里，浙江天喜实业集团有限公司的商号为天喜（炊具），舟山市海洲水产有限公司的商号为海洲（水产）。

为了说明这个问题，笔者再举二例。

如“中国第一汽车集团公司”，其字号为“第一”（字号为“第一”者何其多也，如有上海“第一”百货股份有限公司），但其商号范畴的称谓应为“一汽”；又如“中国国际航空公司”，字号为“国际”，但其商号范畴的称谓应为“国航”。

这些习惯性简称就是它们商号范畴的称谓。

另外，“中石化”、“武钢”等企业简称为商号的情形也是如此。

例如，“武汉钢铁集团公司”从企业名称构成上显然没有字号，但是在长期的经营实践活动中，已形成了“武钢”这么一个“实质意义的”商号。

实践中商业名称中的核心构成既可以是企业的字号，如“同仁堂”、“海尔”等，有些情形也可以是企业名称的常用缩写，如“中国银行”、“中石化”、“中海油”、“武钢”、“哈药六厂”、“上航”、“国航”等，还可以是商家姓名，如“李宁”等。

一旦它们具有识别商事主体的功能时，即可列入商号范畴。

商号的这种情况其实也跟现实的交易习惯有关。

现实中，商事主体会根据不同需要使用商业名称。

一般在签订合同或是起诉、应诉时，商事主体所使用的都应该是其全称。

但在许多其他场合，通常会以商业名称中的核心构成作为自己的商业名称加以简化使用，这也可称为商号的习惯性简称。

其实，凡是商事主体进行其营业时使用的名称，无论是全称还是习惯性简称，申言之，但凡能够起到标识自己并区分其他商事主体的功能的，就属于商号的范畴。

如果将商号保护的范畴仅仅界定为商事主体名称的核心词汇字号，或仅仅死板地等同于我们国家的企业名称，都会失之偏颇。

总之，对商号范畴的界定应摒弃死板。

编辑推荐

《中国商法评论(2011-2012年卷)》由北京大学出版社出版。

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>