

[本期目录](#) | [下期目录](#) | [过刊浏览](#) | [高级检索](#)

[\[打印本页\]](#) [\[关闭\]](#)

论文

论附赠式有奖销售的法律规制

[\[全文pdf下载\]\(656KB\)](#)

摘要:

附赠式有奖销售是一种有效的营销手段,但其消极作用也日益突显.为了维护消费者权益,维护和促进效率竞争,增强现行法律的协同效应,应当对附赠式有奖销售进行有效的法律规制.借鉴国外先进立法例,我国宜选择一般性限制附赠的立法政策,采用混合式立法模式,并将限制附赠行为的"实质标准"和"形式标准"相结合.

关键词: 附赠 有奖销售 法律规制

Abstract:

Keywords:

收稿日期 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

通讯作者:

作者简介:

参考文献:

本刊中的类似文章

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [PDF\(656KB\)](#)
- ▶ [\[HTML全文\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

本文关键词相关文章

- ▶ [附赠](#)
- ▶ [有奖销售](#)
- ▶ [法律规制](#)

本文作者相关文章