



医药学院 610 2 02394694



主编/孙茂航

——企业『三五』普法读本

工商 行政管理法律通论

GONGSHANGXINGZHENGGUANLI
FALUTONGLUN

吉林人民出版社

号10字登录(吉)

工商行政管理法律通论

——企业“三五”普法读本

主编 孙茂航



吉林人民出版社

一九九六年十二月

(吉)新登字 01 号

工商行政管理法律通论

吉林人民出版社出版

孙茂航 主编

工商行政管理法律通论

主编 孙茂航

责任校对 黄式刚

*

吉林人民出版社出版发行

长春市长航印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 28 印张 700000 字

印数:1—3 000 册

ISBN7—206—02587—0

D·726 定价:60.00 元

编审委员会

孙志文 康文华 孙茂航

宋占文 沙崇凡 徐雅琴

主 审：孙志文 康文华

主 编：孙茂航

副主编：王秀全 夏 瀛 张洪飞

赵雅杰 王淑英 张 颖

崔 莉 宗 益

编 者：(按姓氏笔划为序)

马 跃 戈永芳 王 苗

王 霞 王学文 王秀全

王晓红 王淑英 刘立新

刘晓霞 吕新玮 孙茂航

李本善 李延微 肖晓月

陈红梅 张 树 张 娟

张 颖 张玉芬 张洪飞

宗 益 宗守运 娄慧敏

赵 蕾 赵雅杰 徐怀刚

原伟平 崔 坤 崔 莉

黄也平 韩相东 彭 莉

夏 瀛 魏风荣

前 言

在向市场经济体制转轨的同时,市场经济的法律体系也正在形成。没有完整的法律体系做保障的市场经济,将是无序而混乱的,因此,市场经济就是法制经济已日益成为全社会的共识。“三五”普法的一项重要任务,就是以市场经济法律为重点,全面提高市场主体的法制意识和法律素质,促其守法经营,公平交易,正当竞争。

市场如同赛场,企业(也包括其他市场主体)如同运动员。在这个大赛场上,谁都希望最大限度地发挥一己之长,创出最佳业绩。偌大一个赛场,如果没有比赛规则,秩序就会混乱,使比赛无法顺利进行。因此,必须制定比赛规则,每一个参赛者也必须遵守比赛规则,这样才能保证赛场的秩序和竞赛的公平。不懂得比赛规则的运动员,在赛场上不可能有良好的表现,而不懂得市场规则的经营者也很难在竞争中取胜。市场经济法律就是市场上的比赛规则,不懂这些规则,不遵守这些规则,就可能因“犯规”而被“黄牌”警告甚至被“红牌”罚下赛场而失去一展身手的机会。

市场规则即市场经济法律体系,其主体框架由四部分构成:市场主体法、市场主体的行为法、国家宏观调控法和社会保障法。市场主体法主要用于确定不同市场主体的权利、义务以及进入市场的资格。这类法律以公司法为代表,是建立现代企业制度的法律基础。

企业在依法取得主体资格进入市场时起,就要按市场行为法的要求规范自己的行为。在众多的市场行为法中有两个基本的法律,即反不正当竞争法和经济合同法。这两部法律从总体上全面地规范市场主体行为,使竞争与交易公平有序。反不正当竞争法,是市场竞争的总规则,明确规定了各种不正当竞争行为及其法律责

任,为市场主体公平竞争奠定了法律基础。经济合同法是市场交易行为的主要规则,在确保契约自由的前提下,要求签约人能全面认真地履行约定的义务,使交易行为规范化。除基本法外,还有一些补充性的法律,从某一侧面或某一具体领域配合基本法去规范主体的行为,商标法与广告法就属于这类法律。

在市场上,除了企业之外,还有另一种主体——消费者。随着商品经济的发展和现代生产规模的不断扩大,与日益强大的企业相比,消费者越来越处于“弱者”的地位,其利益经常受到损害。因此,国家有责任在立法方面向消费者倾斜,以保护其合法权益。消费者权益保护法明确了消费者的权利、经营者的义务及消费争议的解决途径,使经营者与消费者在市场上产生的矛盾得以化解。

上面提到的六部法律,是市场经济法律体系中的主干,也是国家综合性经济监督管理和行政执法机关——工商行政管理机关的主要执法依据。在市场经济中,工商行政管理机关扮演着“裁判”的角色,严格执行市场比赛规则,行使裁判权,维护经济秩序。

本书力求简明通俗地阐释这六部法律,为企业领导者和市场管理者及其他读者在“三五”普法过程中提供一个易懂的读本,以便尽快熟悉市场规则。

本书由吉林省普法办公室和吉林省工商行政管理局共同组织编写,囿于水平和时间的限制,书中不当之处在所难免,敬请读者指正。

编 者

1996年10月

目 录

第一编 公司法

第一章 公司与公司法	3
第一节 公司的概念与特征	3
第二节 公司的分类及公司与其他形式企业的区别	5
第三节 公司法的概念与性质	8
第四节 公司法的渊源及其与相关法的关系	11
第二章 有限责任公司的设立和组织机构	14
第一节 有限责任公司的概念与特征	14
第二节 有限责任公司的设立	16
第三节 有限责任公司股东的出资、转让及股东的 权利、义务	19
第四节 有限责任公司的组织机构	21
第五节 国有独资公司	27
第三章 股份有限公司的设立和组织机构	30
第一节 股份有限公司的概念与特征	30
第二节 股份有限公司的设立	32
第三节 股东大会	38
第四节 董事会和经理	43
第五节 监事会	48
第四章 股份有限公司的股份发行与转让	50
第一节 股份的概念与发行	50
第二节 股份的转让	59
第三节 上市公司	64
第五章 公司债券	69
第一节 公司债券的概念	69

第二节 公司债券的发行	72
第三节 公司债券的转让	76
第六章 公司的财务与会计	79
第一节 公司财务、会计的一般原则	79
第二节 财务会计报告	81
第三节 税后利润分配	87
第七章 公司的合并与分立	91
第一节 公司的合并	91
第二节 公司的分立	95
第三节 公司的增资与减资	97
第八章 公司的解散和清算	101
第一节 公司的解散	101
第二节 公司的清算	102
第九章 外国公司的分支机构	107
第一节 外国公司分支机构的设立	107
第二节 对外国公司分支机构的监督管理	110
第十章 法律责任	113
第一节 公司发起人、股东或其他主体的法律责任	113
第二节 公司及其负责人或其他主体的法律责任	117
第三节 中介机构的法律责任	120
第四节 政府机构及其工作人员的法律責任	121
第二编 反不正当竞争法	
第一章 竞争与反不正当竞争法	125
第一节 竞争和反不正当竞争	125
第二节 我国制定反不正当竞争法的必要性	130
第三节 反不正当竞争法的地位和作用	138
第二章 反不正当竞争法与相邻法的关系	143
第一节 反不正当竞争法与民事立法的关系	143

第二节	反不正当竞争法与刑事立法的关系·····	149
第三节	反不正当竞争法与其它经济立法的关系·····	151
第三章	反不正当竞争法总则·····	157
第一节	立法宗旨·····	158
第二节	市场交易的基本原则·····	164
第三节	各级人民政府维护公平竞争的义务·····	170
第四节	对不正当竞争行为的社会监督·····	174
第五节	对国家机关工作人员的要求·····	178
第四章	不正当竞争行为(一)·····	181
第一节	混淆行为·····	181
第二节	误导行为·····	188
第三节	诋毁行为·····	195
第四节	商业贿赂行为·····	197
第五节	侵犯商业秘密行为·····	203
第六节	不正当的有奖销售行为·····	206
第五章	不正当竞争行为(二)·····	209
第一节	概述·····	209
第二节	滥用经济优势地位行为·····	213
第三节	滥用行政权力限制竞争行为·····	218
第四节	倾销行为·····	222
第五节	串通投标行为·····	225
第六章	不正当竞争行为的法律责任·····	227
第一节	概述·····	227
第二节	不正当竞争行为的民事责任·····	228
第三节	不正当竞争行为的行政责任·····	235
第四节	对不正当竞争行为的具体行政处罚·····	239
第五节	不正当竞争行为的行政责任方式及条件·····	256
第六节	不正当竞争行为的刑事责任·····	260

第三编 经济合同法

第一章 经济合同的概念与特征	265
第一节 经济合同的概念	265
第二节 经济合同的特征	266
第三节 经济合同与一般民事合同的区别	267
第四节 经济合同与企业内部承包经营合同的区别	269
第二章 经济合同法的概念及适用范围	271
第一节 经济合同法的概念	271
第二节 经济合同法的适用范围	277
第三章 经济合同的分类	282
第一节 经济合同分类的意义和标准	282
第二节 经济合同的分类	283
第四章 经济合同的订立	285
第一节 经济合同订立的概念	285
第二节 签订经济合同应遵循的基本原则	286
第三节 签订经济合同的程序	288
第四节 经济合同的主要内容	293
第五节 经济合同的形式	297
第六节 代订经济合同	299
第五章 无效经济合同	301
第一节 无效经济合同的概念	301
第二节 无效经济合同的种类及确认依据	301
第三节 无效经济合同的处理	305
第四节 确认和处理无效经济合同应当注意的问题	307
第六章 经济合同的履行	310
第一节 经济合同履行的概念	310
第二节 经济合同履行的原则	311
第三节 经济合同履行的规则	314

第四节	经济合同的担保·····	316
第七章	经济合同的变更和解除·····	323
第一节	经济合同变更和解除的概念·····	323
第二节	经济合同变更和解除的条件·····	324
第三节	变更或解除经济合同的程序·····	330
第四节	经济合同变更或解除所造成的损失的赔偿·····	332
第八章	违反经济合同的法律 responsibility·····	334
第一节	违反经济合同法律 responsibility 的概念·····	334
第二节	承担违约责任的前提条件和原因性条件·····	335
第三节	承担违约责任的方式·····	337
第四节	承担违约责任的原则·····	345
第五节	违约方当事人不承担违约责任的例外情况·····	349
第九章	九种经济合同概述·····	353
第一节	购销合同·····	353
第二节	建设工程承包合同·····	356
第三节	加工承揽合同·····	363
第四节	货物运输合同·····	367
第五节	供用电合同·····	369
第六节	仓储保管合同·····	371
第七节	财产租赁合同·····	373
第八节	借款合同·····	375
第九节	财产保险合同·····	377
第十章	经济合同的管理·····	380
第一节	经济合同管理的概念·····	380
第二节	经济合同管理的内容·····	381
第四编	商标法·····	397
第一章	商标概述·····	397
第一节	商标的概念·····	397

第二节	商标的种类	399
第三节	商标的作用	404
第四节	商标与相邻标志的区别和联系	408
第二章	商标法	413
第一节	商标法的概念和调整对象	413
第二节	商标法的基本原则	415
第三节	商标法的任务和作用	419
第三章	商标权	422
第一节	商标权的概念和特征	422
第二节	商标权的取得	426
第三节	商标权的主体和客体	433
第四节	商标权与其他知识产权的区别	435
第四章	商标注册	441
第一节	商标注册的原则和条件	441
第二节	商标注册的申请	448
第三节	商标注册的审查与核准	457
第四节	外国商标在我国申请注册	463
第五节	我国商标在国外申请注册	467
第六节	我国商标申请国际注册	474
第七节	商标代理	477
第五章	注册商标的期限、变更、移转、使用许可、 续展和终止	481
第一节	注册商标的期限	481
第二节	注册商标的变更	482
第三节	注册商标的移转	484
第四节	注册商标的使用许可	488
第五节	注册商标的续展和终止	491
第六章	商标管理	496

第一节	商标管理概述	496
第二节	注册商标使用管理	501
第三节	对使用商标的商品质量的监督	506
第四节	对未注册商标的管理	509
第五节	出口商品商标的管理	513
第六节	商标印制管理	515
第七章	商标评审	522
第一节	商标评审机构与评审程序	522
第二节	商标复审	524
第三节	对注册不当的商标申请撤销的裁定	529
第四节	对注册商标争议的裁定	532
第八章	驰名商标 联合商标 防御商标	535
第一节	驰名商标	535
第二节	联合商标	545
第三节	防御商标	550
第九章	注册商标专用权的保护	556
第一节	保护商标专用权的意义和范围	556
第二节	对一般商标侵权行为的处理	559
第三节	对构成犯罪的商标侵权行为的处理	571
第五编	广告法	
第一章	广告法概述	581
第一节	广告基本知识	581
第二节	我国的广告业及其发展	592
第三节	《广告法》简介	607
第二章	广告监督管理	610
第一节	广告监督管理的概念和内容	610
第二节	广告监督管理机关和职责	617
第三节	广告监督管理的原则和方法	622

第三章 广告活动的监督管理	626
第一节 广告活动的范畴.....	626
第二节 广告活动主体的监督管理.....	628
第三节 广告内容的监督管理.....	631
第四节 广告经营行为的监督管理.....	633
第四章 对广告违法行为的处罚	637
第一节 广告违法行为的法律责任.....	637
第二节 查处广告违法行为的方法和手段.....	641
第三节 对广告违法行为的处罚.....	644
第四节 广告行政处罚的复议与执行.....	646
第六编 消费者权益保护法	
第一章 消费者权益保护法概述	651
第一节 消费者权益保护法的产生与发展.....	651
第二节 消费者权益保护法的概念及特征.....	655
第三节 消费者权益保护法的地位及作用.....	660
第四节 消费者权益保护法与相关法律的关系.....	662
第二章 消费者权益保护法的调整范围和原则	671
第一节 消费者权益保护法的调整范围.....	671
第二节 消费者权益保护法的原则.....	681
第三章 消费者的权利与经营者的义务	691
第一节 消费者的权利概述.....	691
第二节 消费者权利的内容.....	695
第三节 经营者的义务概述.....	704
第四节 经营者义务的内容.....	708
第四章 消费者组织	722
第一节 消费者组织概述.....	722
第二节 我国的消费者组织.....	730
第五章 消费争议的解决	744

第一节 消费争议及求偿主体·····	744
第二节 消费争议解决的途径·····	751
第六章 法律责任 ·····	757
第一节 侵犯消费者合法权益行为的民事责任·····	757
第二节 侵犯消费者合法权益行为的行政责任·····	775
第三节 侵犯消费者合法权益行为的刑事责任·····	780

附录

中华人民共和国公司法·····	786
中华人民共和国反不正当竞争法·····	832
中华人民共和国合同法·····	839
中华人民共和国商标法·····	853
中华人民共和国广告法·····	861
中华人民共和国消费者权益保护法·····	870

第一编

公 司 法