行政法规、行政法规性文件与解读

国务院关税税则委员会决定6月1日起81项纺织品取消征收出口关税

（2005年5月31日）

国务院关税税则委员会决定自2005年6月1日起对纺织品出口关税进一步调整，共对81项纺织品取消征收出口关税。具体调整如下：

一、对2005年1月1日开始征收出口关税的148项纺织品中的78项产品停止征收出口关税，原定于2005年6月1日提高或降低出口关税的相关产品同时取消。

二、取消对亚麻单纱（税则号列53061000）征收出口关税。

经过上述调整，连同已于2005年5月20日决定停止征收出口关税的2项纺织品（税则号列61179000、62179000），自2005年6月1日起共对81项纺织品取消征收出口关税。

取消征收出口关税的具体产品名称，已在财政部网站上公布。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

【解读】

解析当前纺织品贸易焦点问题

——商务部部长薄熙来答记者问

5 月 30 日下午，国务院新闻办举行新闻发布会，邀请商务部部长薄熙来介绍了当前纺织品贸易焦点问题，并回答了中外记者提问。

美欧设限缺乏根据

关于美欧援引中国加入世贸协定的 242 条款，对中国纺织品设限问题，薄熙来说，这是完全没有道理的。援引 242 条款应该是有条件的，即要证明中国纺织品确实在美欧存在市场扰乱、存在威胁阻碍贸易有序发展的情况，二者之间应有因果关系。美欧不仅没向中方提供详尽数据，而且在这些问题上与中方的看法和分析都有很大差距。美欧仅凭三四个月的数据，就草率对中国纺织品设限，这是完全没有道理也是不科学的。

今年 1～4 月，中国纺织品全部出口是 312 亿美元，同比增长 18.4%，增幅比去年同期下降 5 个百分点，远低于同期中国整个出口的增幅。在这个阶段，中国对美纺织品出口增长了 70%，对欧增长 45%。但从去年底到今年初，中国政府一直在积极促使中国纺织品出口对欧美市场实现平稳增长，1～4 月中国纺织品对欧美市场有两个下降，一是增幅逐月下降，一是纺织品占到中欧、中美贸易的比重也逐月下降。

关于中国纺织品对欧美的增长幅度问题，原来属于配额产品的中国纺织品对欧美的出口，薄熙来说，增长幅度确实是大的，

对美增幅 250%，对欧是 82%。但这种增长是正常的，是由过去长期扭曲自由贸易的配额体制转向现在纺织品一体化、自由化过程中所发生的现象，这和正常贸易中某年、某个时期、某种产品的突然激增完全不同，是可预见的。

纺织品一体化是中国的重要权利，也是中国加入 WTO 的应有回报

薄熙来说，中国经过了 15 年谈判才加入了 WTO，这是权利和义务平衡的结果。纺织品是以我们其他方面的市场开放为条件而获得的一个应有回报，中国企业理所当然要享受一体化成果。

薄熙来指出，发达国家把最紧俏、大家最关心、发展中国家最有出口潜力的那些配额保留到最后一刻，美国保留了 90%，欧盟保留了 70%，以致到今年 1 月 1 日一体化时，给外界印象是中国纺织品激增。所以，美欧是失职的，没有尽到应尽的责任。尽管如此，作为一个负责任的贸易大国，尽管中国还有很多困难，尽管深知纺织品一体化的权益是我们应得的，但中国政府还是在今年初做出重大决策，采取了一些 WTO 承诺以外的、特殊的、自主的政策措施，包括降低退税率、实行出口自动许可，以及对某些纺织品加征出口关税等 10 项措施。正是这些重要措施的实施，保证了欧美市场目前较为平衡的状态。

薄熙来指出，纺织业是中国非常重要的产业，又是劳动密集型产业，涉及直接就业人口约 1900 万人，加上相关就业人口就更多。所以，中国政府高度重视和关切纺织品问题。现在欧美对我们设限的产品背后，每个品种涉及至少 1000 家企业，多则达到 6000 家企业。纺织业就业者有相当一部分人在中国是低收入家庭。欧美设限给我们的损失是直接的，美国现对 7 种纺织品设限，实际已影响到中国 20 亿美元出口、16 万人就业。欧盟对两种纺织品设限，也影响到 3 亿多美元出口和相应的就业人数。

商务部正全力以赴应对，跟美欧进行谈判和磋商。但有一条，我们绝不会接受美国在纺织品一体化初始就提出的综合性安排意见，也不接受欧盟提出的行动指南，因为这两个东西实际上就是要取消中国在一体化后获得的法律权利。现在中国纺织品出口涉及的不仅有中国企业，还有相当多的外企，中外企业的利益交织在一起。商务部作为一个服务型政府，将更好地为纺织企业服务，为其伸张正义，据理力争。

重视发展中国家纺织业需求

关于如何看待一些发展中国家开始酝酿对中国纺织品设限时，薄熙来说，中国政府一直高度重视发展中国家的经济发展，发展中国家也是我们的老朋友，中国到现在也仍是发展中国家，人均 GDP 刚过了 1200 美元，中西部还有很多低收入人群。从感情上，我们对发展中国家的需求和他们所遇到的困难深表理解。为此，中方采取了一些非常现实的措施，比如从今年 1 月，对来自 25 个非洲最不发达国家进口的商品实施了免关税特惠措施，在这段时间里，给一些最不发达国家免除了政府间债务。同时，正在鼓励中国纺织企业“走出去”，和发展中国家一道改造其旧有的纺织企业，提升技术水平和竞争力。

是否诉请 WTO，选择权在中方

针对记者提出的“既然美欧的做法明显违背 WTO 的原则，而且对国内产品产生了这么严重的影响，中方为什么到现在还不理直气壮地到 WTO 申诉，或者采取相应的报复措施”问题，薄熙来说，国内很多纺织企业要求中国政府在企业遭到不公正待遇时，采取贸易报复措施，这种情绪是可以理解的。但我们不一定讲报复，因为中美、中欧经贸合作的领域非常宽广。我相信，一个健康的贸易环境，对中欧、中美双方关系和人民都是有好处

的。

在中国加入 WTO后，中欧、中美通过协商、磋商，已解决了大量贸易争端。中国的传统是提倡“和为贵”，当然我们也看到一些国家在遇到贸易争端时，不是采取妥善解决问题的办法，而是动辄设限，这种作风无益于解决争端。确实有些国家喜欢自己说了算，打了几十年的贸易仗，也积累了不少经验，而且自我感觉很好。其实这种作风有损于他们形象，也有失公平贸易的体面。

至于是否诉诸 WTO 争端解决机制，薄熙来指出，第一，这是我们的权利，该用的时候就应该用；第二，双边谈判有好处，但也容易形成公说公有理、婆说婆有理，没有裁判员，最后不解决问题。所以，光“一对一”不行，有时候在更大的场合下让大家评个理是有效的。对中国产品设限，不仅违反 WTO 原则，而且是歧视性的，我们坚决反对。不过，是否申诉、何时申诉，选择的权利在中方。

双重标准——美欧设限是一种保护主义

薄熙来指出，欧美是极力倡导自由贸易的，有近 200 年历史，但对于发展中国家能够挑战他们产业的一些产品，就马上搞贸易保护主义，关上大门，这是双重标准。在绝大多数产业，欧美发达国家都占有绝对优势。中国作为一个发展中国家，经历了千辛万苦，终于慢慢积累形成了一个有竞争力的产业，就是纺织服装业。

如果是一个标准，是真正的自由贸易，发达国家应让发展中国家的纺织服装业释放生产能量，其实这无伤发达国家市场。但近几个月，欧美对中国为代表的发展中国家的纺织业极力抵制，而且迫不及待。归根结底，对中国纺织品采取数量限制，在 WTO 自由贸易这个普遍原则下是不光彩的，是一种保护主义。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

讲自由贸易，应是同等的竞争条件，既然达成了协议，就应是真实的，而不是达成了协议后不执行，或者在达成的协议中又埋下很多伏笔。

中美、中欧之间已实现了产业分工，欧美搞高、中端，我们搞低端，大家应各得其所，欧美该用更多精力去抓高新技术，不要为低端的纺织品争吵不休。

你加半斤压力，我撤八两负担

薄熙来介绍说，加征出口关税有两次，一是今年 1 月 1 日，涉及 148 个 8 位税号；二是 5 月 20 日，涉及 74 种 10 位税号。这两次都是中国政府主动采取的措施，是为了稳定出口，同时也促使企业转变贸易增长方式。第一次是比较宽泛的，第二次是很有针对性、选择性的。相信这个关税政策执行后，会非常有效地抑制对欧美出口增长。

薄熙来说，如果今后哪儿对中国纺织品设限，我们将把这些加征出口关税的产品从征税目录中排除，不能让中国纺织业受到双重压力。如果美欧没有高度重视中国加征出口关税措施，仍然采取设限，那我们就相应调整政策，你给我们的企业加上半斤的压力，我就要给它撤掉八两的负担。

关于加征出口关税问题，薄熙来说，早在几个月前，中方就已研究这项政策。任何一个有效的政策，都需要至少一个月、几个月酝酿时间。因为中国是一个讲原则的国家，是不怕压力的。现在中方仍愿同欧美进行磋商，妥善解决我们面临的纺织品贸易摩擦。加征关税政策总体上说是继续实行的，我们排除的只是那些已受限的产品。

关于今后会不会对中国纺织企业采取新的措施来控制其出口问题？薄熙来说，从今年采取的一系列措施来看，中国政府并不希望给国内纺织企业增加什么负担，因为我们就处在这样一个国

际经贸环境中，中国政府权衡利弊，愿给企业创造一个最好的发展空间，使纺织品有序出口，规避风险。薄熙来指出，中国政腐高度重视中国纺织品的问题，希望中国的企业能够平稳地渡过这一关，希望中国的企业能够在受到设限冲击的时候，能进行平稳的生产，职工家庭生活稳定。同时，薄熙来希望，我们的企业也要与时俱进，不能老生产那些低附加值产品。至于是否还会采取新的措施，大家要有一个应对准备，国际经贸就是这样，一浪过了还有一浪，我们要以平常心来应对这种环境。

部门规章、部门规章性文件与解读

商务部　发展改革委　财政部
科技部　海关总署　税务总局
工商总局　质检总局
关于印发《关于扶持出口名牌发展的指导意见》的通知

（2005 年 6 月 7 日）

为落实党中央和国务院关于加快培育自主世界名牌，转变外贸增长方式精神，商务部、发展改革委、财政部、科技部、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局等部门联合发布《关于扶持出口名牌发展的指导意见》，请各地区、各部门、各行业结合实际贯彻落实，切实提高我国企业和出口商品的国际竞争力。

关于扶持出口名牌发展的指导意见

改革开放以来，我国外贸出口持续快速增长，2004 年，出口额 5934 亿美元，是 1978 年的 61 倍，出口额世界排名也从第 32 位跃升至第 3 位。在积极参与国际分工合作的过程中，我国

劳动力资源丰富的比较优势得到充分发挥，加工制造水平稳步提高，以消费品为代表的部分商品已经具备了较强的国际竞争力，在国际市场上占据了重要份额，产业结构升级步伐明显加快，配套能力不断增强，已经成为世界产业链上的重要一环，出口商品和贸易主体结构逐步优化，初步涌现出了一批拥有自主品牌的出口企业，出口大国地位日益稳固。

在规模迅速扩张的同时，出口增长质量不高已经成为我国外贸发展面临的主要矛盾，突出表现为自主品牌建设薄弱。目前，国际市场上名牌所占比例不到 3%，但市场占有率高达 40%，销售额超过 50%，个别行业超过 90% 国内市场上， 2003 年 80 多种主要消费品销量前十位名牌的市场份额高达 65%，最高的家电行业达到 80%，而同年全国出口企业中拥有自主品牌的不到 20%，自主品牌出口占全国出口总额的比重低于 10%，称得上世界名牌的更是寥寥无几，部分企业虽然已经开始出口自主品牌商品，但由于缺乏自主知识产权，特别是缺乏核心技术，品牌的附加值偏低。企业大量从事贴牌出口，主要是在加工制造环节参与国际分工，以品牌为标志的研发和营销等高增值环节基本上还不掌握，既影响了贸易收益，也不利于国际竞争力的提高和对外贸易可持续发展。

与此同时，随着改革开放不断深化、社会主义市场经济体制逐步完善、中国加入世贸组织、国民经济快速增长、企业名牌意识不断增强，实施出口名牌战略正面临前所未有的机遇。

发达国家的经验和我国参与国际竞争的实践表明，实施出口名牌战略，加强自主品牌建设，培育一批出口名牌，是增强国际竞争力和综合国力的重要手段，是转变外贸增长方式、实现外贸可持续发展的必然选择，是实现贸易大国向贸易强国转变的必由之路，是全面建设小康社会的客观要求，意义重大，影响深远，势在必行。为此，现提出指导意见如下：

一、统一认识，明确目标，积极贯彻实施出口名牌战略

指导思想：以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，全面落实党的十六大“形成一批有实力的跨国企业和著名品牌”和《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》“鼓励国内企业充分利用扩大开放的有利时机，增强开拓市场、技术创新和培育自主品牌的能力”精神，树立和落实科学发展观，建立和完善培育出口名牌的政策体系和工作机制，鼓励和支持广大出口企业增强技术创新和国际营销能力，扩大自主品牌出口，培育出口名牌，全面提高出口竞争力，实现贸易大国向贸易强国的转变。

战略目标：通过各级政府政策扶持，中介组织密切配合，出口企业自身实践，争取到 2010 年，有 40% 以上的出口企业拥有自主品牌，自主品牌出口占全国出口总额的比重超过 20%，培育出一批具有国际影响的自主知名品牌，每个地区、每个行业都有能够发挥龙头带动作用的出口名牌。

二、点面结合，以点带面，形成多层次、全方位的出口名牌培育机制

结合我国自主品牌建设地区间、行业间发展不平衡的实际，采取点面结合，以点带面的工作方式。一方面，广泛发动，鼓励和支持广大出口企业积极开展境外商标注册，进行国际通行的质量管理体系、环境管理体系和行业认证，设立境外营销机构和售后服务体系等自主品牌建设基础性工作，全面提高我国自主品牌建设的整体水平；另一方面，借鉴发达国家的成功经验，选准一批基础条件好、发展潜力大的自主品牌，集中力量进行重点培育，争取在较短的时间内形成一批自主世界名牌，使广大出口企业学有榜样、学有方向、学有动力，通过示范效应引导带动全国自主品牌建设工作。适度加大对民营经济的扶持力度，对农产品出口企业适当倾斜，支持其培育出口名牌。

建立完善多层次、全方位的出口名牌培育机制。商务部委托中介机构和专家学者在全国范围内确定一批基础条件好、发展潜力大的出口名牌（“商务部重点培育和发展的出口名牌”），集中力量进行重点培育，形成出口名牌的国家队；各地区可以结合区域经济特点和发展状况，确定本地区的出口名牌，有针对性的出台扶持政策，进行重点培育。对列为重点培育对象的出口名牌，坚持动态管理，根据培育效果，定期调整，优胜劣汰，始终保持培育对象的先进性和代表性。

三、积极扶持，提高科技创新水平，增强出口名牌竞争力

国家在外贸发展基金中安排“出口品牌发展资金”，专项用于支持企业开展自主品牌建设、培育发展出口名牌；对列入“商务部重点培育和发展的出口名牌”（以下简称出口名牌）名单的企业（以下简称名牌出口企业）所需的进出口配额，在法律法规允许的范围内，优先予以安排；各级政府在各类政府采购中，在同等条件下应当优先采购出口名牌；鼓励名牌出口企业以名牌为纽带进行资产重组和资源整合。

支持名牌出口企业提高自主研发和自主创新能力，大力引进先进技术和关键设备，不断提高出口名牌的技术含量和附加值；在同等条件下,优先安排名牌出口企业使用技术更新改造项目贷款贴息资金和出口产品研究开发资金；优先安排名牌出口企业符合产业发展方向的技术进步项目，积极支持其建立国家级企业技术中心。

四、培育渠道，增强市场开拓能力，鼓励名牌出口企业在内外贸一体化的基础上加快“走出去”步伐

鼓励出口名牌到“百城万店无假货”活动示范店及知名商业企业中销售；大力发展品牌连锁、专卖店、专业店等符合现代流通发展趋势的新型流通组织形式，建立多层次的出口名牌销售渠道；利用外贸发展基金等多种手段，通过在重点出口市场定期举办出口名牌展，在广交会设立品牌展区，支持名牌出口企业参加

需要全本请访问 www.ertongbook.com

国际知名展会、在目标市场投放广告、设立境外营销机构和售后服务体系等方式，帮助名牌出口企业逐步建立自主国际营销渠道，直接进入终端目标市场。

鼓励名牌出口企业“走出去”，境外加工贸易的各项优惠政策和措施优先用于支持名牌出口企业；采取境外投资和用汇便利化措施，鼓励有条件的名牌出口企业扩大对外投资，开展国际化经营，逐步建立国际化的研发、生产、销售和服务体系；优先安排名牌出口企业使用优惠贷款和各项扶持政策，到受援国加工、生产、组装出口名牌；在一般物资援助安排中，努力推动出口名牌出口；在制定对外承包工程鼓励政策时，向出口名牌适当倾斜；通过培育和建立海外科技园区和孵化器等渠道，为名牌出口企业“走出去”提供海外科技服务平台。

五、转变观念，加强服务，为名牌出口企业提供贸易便利

对符合相关规定的名牌出口企业，质检部门优先予以免检，海关积极提供通关便利措施；鼓励银行和保险公司在符合市场原则的前提下，对名牌出口企业予以适当倾斜，提供融资和保险便利；鼓励出口信用保险公司将名牌出口企业列为“重点支持客户”，为其量身定做开发新产品和承保模式，在费率等承保条件上给予优惠，优先提供各项增值服务；海关积极配合有关部门对自主品牌出口统计方法的研究工作，为相关管理提供基础信息。

充分发挥驻外使领馆的积极作用，对驻在国产业、市场情况进行深入调研，为名牌出口企业提供信息支持，对名牌出口企业开拓驻在国市场给予指导和帮助，利用各种场合和机会积极向驻在国商界宣传推介出口名牌，拓展经济外交空间。

六、加强宣传，保护知识产权，为出口名牌发展创造良好的舆论和市场环境

充分发挥新闻媒体作用，加大对实施出口名牌战略和出口名牌的宣传力度，形成全社会争创出口名牌、发展出口名牌、保护

出口名牌的舆论氛围，重点加强对出口名牌质量、信誉和安全等国际市场最为关注领域的宣传力度，鼓励消费者消费出口名牌，提高出口名牌的国际知名度；提高公共信息服务水平，宣传各级政府培育出口名牌的政策措施，提供及时准确的国际市场信息，帮助广大出口企业开拓国际市场，扩大自主品牌出口，创立出口名牌。

工商、海关等知识产权管理部门将出口名牌有关的知识产权列入重点保护范围，并将其作为已经开展的保护知识产权专项行动的一项重要内容；加强国际科技合作与贸易中的知识产权管理，制定规章制度，开展知识产权法规的宣传培训工作，通过社会各界的共同努力，形成培育、发展、保护出口名牌的良好氛围。

七、各司其职，增强企业主动性，发挥行业协调服务作用

作为创出口名牌的主体，广大出口企业要增强名牌意识，充分认识名牌对于开拓市场、提高效益、增强竞争力的重要作用，实事求是，因企制宜，制定切实可行的出口名牌发展规划，由易到难，循序渐进，从基础性工作做起，逐步提高研发设计、加工制造、营销服务等方面的水平，提高出口商品的科技含量、档次和附加值，长期坚持，扎扎实实推进出口名牌建设。

充分发挥中介组织行业协调、指导和服务功能，根据行业特点和发展状况，结合会员企业意愿，制定本行业出口名牌发展规划，研究出台本行业的扶持政策，加强出口名牌政策宣传，及时向政府主管部门反映会员企业的意见和建议，在行业内广泛开展培训交流活动，为政府当好参谋，为企业做好服务。

八、加强领导，完善工作机制，全面实施出口名牌战略

商务部会同发展改革委、财政部、科技部、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局等部门，指导出口名牌工作。

各级人民政府要进一步加强对出口名牌工作的领导，结合区

域经济特点和发展状况，制定本地区的出口名牌发展规划，建立健全工作机制，落实扶持政策，全面实施出口名牌战略。

各地区、各部门、各行业要认真贯彻落实十六大和十六届三中全会精神，统一认识，密切配合，开拓创新，深入实施出口名牌战略，为转变外贸增长方式，促进国民经济全面、协调、可持续发展作出新的贡献。

［相关链接］

商务部　中宣部　发展改革委　公安部　劳动保障部　建设部　海关总署　税务总局　工商总局　质检总局　外汇局关于印发《打击商贸活动中欺诈行为专项行动工作方案》的通知（略）

（2005 年 5 月 18 日　商整规发〔2005〕269 号）

资产评估机构审批管理办法

（2005 年 5 月 11 日　财政部令第 22 号）

第 一 章　总 则

第一条　为了加强对资产评估机构的管理，提高资产评估工

作质量，保证资产评估机构独立、客观、公正执业，制定本办法。

第二条　资产评估机构是指依法设立，取得资产评估资格，从事资产评估业务活动的社会中介机构。

第三条　财政部为全国资产评估主管部门，依法负责审批管理、监督全国资产评估机构，统一制定资产评估机构管理制度。

各省、自治区、直辖市财政厅（局）（以下简称省级财政部门）负责对本地区资产评估机构进行审批管理和监督。

资产评估协会负责对资产评估行业进行自律性管理，协助资产评估主管部门对资产评估机构进行管理与监督检查。

第四条　资产评估的范围主要包括：各类单项资产评估、企业整体资产评估、市场所需的其他资产评估或者项目评估。

第五条　资产评估机构应当依法取得资产评估资格，遵守有关法律、法规、执业准则和执业规范。

第六条　资产评估机构依法从事资产评估业务，不受行政区域、行业限制，任何组织和个人不得非法干预。

第七条　资产评估机构应当加入中国资产评估协会，成为中国资产评估协会团体会员。

第二章　资产评估机构的设立

第八条　资产评估机构组织形式为合伙制或者有限责任公司制（以下简称公司制）。

第九条　依法设立的资产评估机构名称中应当包含“资产评估”字样。

第十条　设立合伙制资产评估机构，除符合国家有关法律法规规定外，还应当具备下列条件：

（一）由 2 名以上符合本办法规定的合伙人合伙设立；

（二）有 5 名以上注册资产评估师（含合伙人）；

（三）合伙人实际缴付的出资为人民币 10 万元以上。

第十一条　设立公司制资产评估机构，除符合国家有关法律法规规定外，还应当具备下列条件：

（一）由 2 名以上符合本办法规定的股东出资设立；

（二）有 8 名以上注册资产评估师（含股东）；

（三）注册资本为人民币 30 万元以上。

第十二条　除本办法第十三条规定的情形外，本办法所称的合伙人或者股东应当具备下列条件：

（一）持有中华人民共和国注册资产评估师证书（以下简称注册资产评估师证书）；

（二）取得注册资产评估师证书后，在资产评估机构从事资产评估业务 3 年以上并且没有不良执业记录；

（三）在本资产评估机构（含分支机构）注册，并专职从事资产评估工作。

第十三条　资产评估机构根据内部管理需要，在符合本办法第十条至第十二条规定条件的情况下，可以增加一名非注册资产评估师的自然人担任行政管理合伙人或者股东，其具体条件另行规定。

第十四条　合伙制资产评估机构的首席合伙人和公司制资产评估机构的法定代表人应当由该机构持有注册资产评估师证书的合伙人或者股东担任。

第十五条　设立资产评估机构，应当由全体合伙人或者股东共同作出决议，向省级财政部门提出申请，并提交下列申请材料：

（一）资产评估机构设立申请表；

（二）工商行政管理部门出具的名称预核准通知书；

（三）出资证明；

（四）合伙人或者股东简历，以及担任首席合伙人或者法定代表人的人选；

（五）省级资产评估协会核实的注册资产评估师注册情况汇总表及合伙人或者股东无不良执业记录的证明材料；

（六）注册资产评估师证书和身份证的复印件；

（七）注册资产评估师转所申请表；

（八）合伙协议或者公司章程；

（九）办公场所的产权或者使用权的有效证明；

（十）内部管理制度。

第十六条　资产评估机构应当建立完善的内部管理制度，加强内部管理。内部管理制度至少应当包括下列制度：

（一）人事管理制度；

（二）财务管理制度；

（三）执业质量控制制度；

（四）业务档案管理制度。

第十七条　省级财政部门应当对申请人提交的申请材料进行审查，依法作出受理或者不予受理的决定，并出具加盖省级财政部门专用印章和注明日期的书面凭证。

对于申请材料不齐全或者不符合规定形式的，应当在 5 个工作日内一次性告知申请人需要补正的全部内容。逾期不告知的，自收到申请材料之日起即视为受理。

第十八条　省级财政部门在受理申请后，应当将申请材料中有关资产评估机构名称、合伙人或者股东、注册资产评估师执业资格及执业时间等情况予以披露。

第十九条　省级财政部门应当自受理设立资产评估机构申请之日起 20个工作日内，按照规定对申请材料进行审核，作出批准或者不予批准的决定。 20 个工作日内不能作出决定的，经本行政机关负责人批准，可以适当延长，但最长不得超过 10 个工

需要全本请访问 www.ertongbook.com