

工商行政管理干部培训教材

工商行政管理 监管与执法知识

国家工商行政管理总局培训中心 编

中国工商出版社

工商行政管理干部培训教材

工商行政管理监管与执法知识

国家工商行政管理总局培训中心 编

中国工商出版社

责任编辑 李稳定

封面设计 中通世奥图文设计中心

图书在版编目(CIP)数据

工商行政管理监管与执法知识/国家工商行政管理总局
培训中心编.—北京:中国工商出版社,2003.12

ISBN 7-80012-897-0

I.工... II.国... III.①工商行政管理-监督管理-中国-干部
教育-学习参考资料 ②工商行政管理-行政执法-中国-干部教
育-学习参考资料 IV.F203.9②D922.292.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第117400号

书名/工商行政管理监管与执法知识

编者/国家工商行政管理总局培训中心

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/850毫米×1168毫米 1/32 印张/17.125 字数/380千字

版本/2004年1月第1版 2004年1月第1次印刷

印数/01—5000册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里23号(100070)

电话/(010)63730074,63748686

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN 7-80012-897-0/F·466

定价:30.00元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

切实加强幹部教育培
訓努力提高隊伍素質

王念厚

一九四五年元月廿日

《工商行政管理监管与执法知识》 编委会及撰稿人

主 审 赵俊山

（国家工商行政管理总局培训中心主任）

主 编 王予集

（国家工商行政管理总局培训中心副主任）

撰 稿 人 况 旭 蔡 俊 肖致和 兰士勇
 汤耀红 郑善爱 徐晓东 耿瑾云
 燕 军 许朝晖 彭本胜 陈 烨
 陈 骥 陈文彤 刘 晶 赵 践
 江雁明 王培章 冯 霞 张 经
 屈建民 李必达 刘建德 陈新来
 刘 伟

编辑人员 陈新来 钱俊秀 吴 梦

随着工商行政管理事业的改革和发展,进一步加强干部教育培训工作,提高队伍的整体素质,努力建设一支高水平的市场监管和行政执法干部队伍日显迫切而重要。当前,摆在我们面前的首要任务是认真学习贯彻“三个代表”重要思想和党的十六大及三中全会精神,进一步解放思想,更新观念,与时俱进,进一步学习和掌握工商行政管理理论知识,增强依法行政的能力和水平,扎实工作,不断创新,努力开创工商行政管理工作新局面。

近年来,总局培训中心为适应工商行政管理教育培训工作的需要,曾组织编写了一部分教材,受到全系统的基本肯定,在一定程度上满足了工商行政管理干部培训的需要。为及时更新、丰富工商行政管理干部的理论知识,不断提高各级领导干部的市场监管和行政执法水平,我们在总结近年来教材建设经验的基础上,邀请国内的专家、学者和系统内的业务骨干,组织编写了《工商行政管理领导干部基础知识》、《工商行政管理依法行政基础知识》和《工商行政管理监管与执法知识》三本培训教材。该套教材紧密围绕当前工商行政管理中心工作,立足于工商行政管理干部特别是处级以上干部岗位培训和学习的需要,力求做到理论与实践相结合,内容新,体系全,信息量大,使工商行政管理系统干部培训、学习能够学有所用,学有所成。

作为工商行政管理干部培训的试用教材,我们将在使用过程中,及时广泛地征求有益的建议和意见,并不断补充、修改和完善。

编者

2004年1月

C 目录 Contents

上篇：市场主体准入与监管

第一章 企业登记注册	(3)
第一节 企业及企业登记概述	(3)
一、企业概述	(3)
二、企业登记概述	(6)
三、企业登记法律体系	(11)
第二节 企业登记主管机关和登记管辖	(13)
一、企业登记主管机关	(13)
二、登记管辖	(14)
第三节 企业登记一般程序	(17)
一、非公司企业法人登记注册程序	(17)
二、公司登记注册程序	(20)
三、登记注册程序的改革	(22)
第四节 主要登记事项	(24)
一、名称	(25)
二、住所、营业场所或经营场所	(27)
三、注册资本(金)	(28)
四、投资主体	(30)
五、法定代表人	(31)
六、经营范围	(32)
七、章程	(33)
第五节 中外企业登记制度比较	(34)
一、国外企业登记制度简介	(35)

C 目录 Contents

二、企业登记制度的国际通行做法	(37)
第二章 外商投资企业登记注册	(39)
第一节 外商投资企业概述	(39)
第二节 外商投资企业概况	(41)
一、中外合资企业	(41)
二、中外合作企业	(43)
三、外商独资企业	(45)
第三节 外商投资企业登记	(46)
一、登记事项	(46)
二、审批登记程序	(49)
三、外商投资产业规定	(54)
四、特定类型的外商投资企业登记	(73)
五、外商投资企业分支机构登记	(86)
第四节 外商投资股份公司	(89)
一、基本含义与形式	(89)
二、法律规定	(90)
三、审批登记程序	(91)
四、外商投资企业转变为外商投资股份公司	(94)
第五节 外国(地区)企业常驻代表机构	(96)
一、审批登记权限划分	(97)
二、登记事项及相关规定	(98)
三、登记要求	(98)
第六节 外国(地区)从事经营活动	(100)
一、审批登记权限划分	(100)
二、登记事项及相关规定	(101)

C 目录 Contents

三、登记要求	(102)
第三章 企业监督管理	(104)
第一节 企业监督管理概况	(104)
(081) 一、企业监督管理的概念	(104)
(081) 二、企业监督管理工作遵循的原则	(106)
(081) 三、企业监督管理的内容	(106)
(141) 四、企业监督管理的基本方法	(107)
(141) 五、实施企业监督管理的法律依据	(107)
第二节 企业经济户口管理	(108)
一、对企业经济户口的理解	(108)
(141) 二、企业经济户口的建立与管理	(109)
(108) 三、企业经济户口分类分级	(110)
四、企业经济户口的作用	(111)
第三节 企业登记事项监督管理	(112)
(102) 一、定期检查	(112)
(102) 二、临时检查	(114)
(102) 三、年度检验	(114)
四、问题处理	(118)
第四节 无照经营违法行为的查处取缔	(121)
(107) 一、无照经营的产生及危害	(121)
(107) 二、无照经营违法行为的查处取缔	(123)
(107) 三、查处取缔无照经营行为的做法	(127)
第五节 企业监督管理方式改革	(129)
(108) 一、企业年检制度改革	(129)
(108) 二、实行企业信用管理	(133)

C 目录 Contents

下篇：市场行为监管与执法

第四章 公平交易执法	(139)
第一节 公平交易执法概述	(139)
一、公平交易和公平交易执法的基本概念	(139)
二、公平交易执法发展、完善的进程	(141)
第二节 反不正当竞争执法	(144)
一、不正当竞争行为的概述	(144)
二、不正当竞争行为的种类、表现形式和 认定	(147)
三、不正当竞争行为的监督检查	(160)
四、反不正当竞争执法面临的新情况和存 在的差距	(163)
第三节 反垄断执法	(165)
一、垄断的概念	(165)
二、国外反垄断立法和执法	(167)
三、我国现阶段垄断的类型、成因和危害 及反垄断法律规范	(171)
四、限制竞争行为的表现形式、认定和查处	(179)
五、我国反垄断立法和执法中存在的问题	(192)
第四节 其他公平交易执法	(195)
一、查处投机倒把行为	(195)
二、查禁传销和变相传销活动	(201)
三、查处其他经济违法违章行为	(206)

C 目录 Contents

第五章 消费者权益保护	(208)
第一节 消费者权益保护工作的法律法规概述··	(208)
一、消费者权益保护法律法规体系简介	(208)
二、《消费者权益保护法》的主要内容·····	(210)
三、《产品质量法》对消费者权益的保护·····	(219)
四、国家工商行政管理总局的配套规章·····	(223)
第二节 工商行政管理机关对消费者权益的 保护	(226)
一、工商行政管理机关对消费者权益保护的 职责	(226)
二、工商行政管理机关对消费者权益争议的 处理	(227)
三、工商行政管理机关对侵害消费者权益 行为的行政处罚	(230)
第三节 消费者权益保护的主要工作	(232)
一、严厉打击制售假冒伪劣商品违法行为··	(232)
二、推动“关口前移”,全面加强流通领域商 品质量监督管理工作	(233)
三、以“维权反欺诈”为重点,加强服务消费 维权工作	(238)
四、以信息化工作为重点,大力推进 12315 建设	(238)
第六章 市场规范管理	(241)
第一节 商品交易市场的规范管理	(241)
一、商品交易市场的概念、特征及其监管	(241)

C 目录 Contents

二、租赁柜台经营活动管理	(245)
三、展销会的监督管理	(247)
四、市场巡查制度	(251)
第二节 合同监管	(255)
一、合同监管概述	(255)
二、合同监督管理	(259)
第三节 经纪人与拍卖、抵押物的规范管理	(267)
一、经纪人的规范管理	(267)
二、拍卖规范管理	(273)
三、抵押物登记制度	(275)
第四节 重要商品市场的管理	(281)
一、粮食市场管理	(281)
二、汽车市场规范管理	(285)
三、成品油市场规范管理	(287)
四、对其他重要商品市场管理	(289)
第七章 商标和商标专用权的保护	(292)
第一节 商标和商标法概述	(292)
一、商标的概念	(292)
二、商标的功能	(294)
三、商标与商品装潢、外观设计、企业名称 的区别	(295)
四、我国商标法律制度的沿革	(298)
五、现行商标法的立法宗旨和基本原则	(299)
六、注册商标专用权	(304)
第二节 商标权利的取得	(317)

C 目录 Contents

一、商标的申请、审查、异议和核准	(317)
二、注册商标的续展、变更、转让、移转	(323)
三、商标评审	(325)
第三节 商标使用的管理	(329)
一、注册商标使用行为的管理	(329)
二、未注册商标使用行为的管理	(331)
三、商标使用许可行为的管理	(333)
四、其他标志使用行为的管理	(338)
第四节 商标专用权的保护	(344)
一、注册商标专用权范围和注册商标专用权 保护范围	(344)
二、商标侵权行为的表现形式	(345)
三、商标侵权案件的认定	(351)
四、商标侵权案件的处理	(368)
第五节 驰名商标的保护	(373)
一、驰名商标的法律意义	(373)
二、驰名商标的认定	(378)
第八章 广告监督管理	(385)
第一节 广告的概念及分类	(385)
一、广告的概念	(385)
二、广告的特征和本质	(387)
三、广告的分类	(389)
四、广告的功能	(391)
第二节 广告监督管理概述	(398)
一、广义广告管理的概念	(398)

C 目录 Contents

二、广告监督管理的概念	(399)
三、广告监督管理的方法和手段	(403)
四、广告监督管理与广告行业的自律的 关系	(405)
第三节 广告发布活动的监督管理	(408)
一、广告发布活动的概念和特点	(408)
二、广告发布活动监督管理及其主要内容	(410)
三、广告审查制度	(411)
四、广告发布标准	(413)
五、广告发布监督管理的主要制度	(420)
第四节 广告经营活动的监督管理	(423)
一、广告经营主体的准入管理	(423)
二、广告经营资格的检查	(430)
三、广告经营活动与行为的规范	(434)
四、“加入世贸组织”与行政审批制度改革 后的广告经营监管工作	(449)
第五节 对广告违法行为的处罚	(458)
一、广告违法行为的概念和构成要件	(458)
二、广告违法行为的种类	(462)
三、对广告违法行为的处罚	(470)
第九章 行政处罚及行政复议、行政诉讼、行政 赔偿	(481)
第一节 行政处罚	(481)
一、行政处罚概述	(481)
二、行政处罚的种类及设定	(484)

C 目录 Contents

三、行政处罚的实施	(486)
四、行政处罚的执行	(491)
五、工商行政管理行政处罚	(492)
第二节 行政复议	(500)
一、行政复议概述	(500)
二、行政复议的范围和管辖	(502)
三、行政复议程序	(505)
第三节 行政诉讼	(508)
一、行政诉讼概述	(508)
二、行政诉讼受案范围及管辖	(510)
三、诉讼程序	(513)
第四节 行政赔偿	(519)
一、行政赔偿的概念	(519)
二、行政赔偿的范围	(521)
三、行政赔偿请求人和行政赔偿义务机关	(524)
四、行政赔偿程序	(527)
五、行政赔偿的方式和标准	(530)
后记	(534)

上 篇

市场主体准入与监管

