



高职高专“十一·五”规划教材

工商行政管理基础

(工商管理类专业适用)

曹英耀 曹毅 编



 **机械工业出版社**
CHINA MACHINE PRESS



高职高专“十一五”规划教材

工商行政管理基础

(工商管理类专业适用)

曹英耀 曹 毅 编



机械工业出版社

工商行政管理知识是由市场管理体制、市场管理法规、市场主体登记、市场交易竞争以及合同、商标、广告、公平交易执法、消费者权益保护等内容构成的市场监督管理知识体系。本书各章分别阐述了上述各项基础知识和技能,简明扼要,通俗易懂,既有理论性,又具知识性、实践性和操作性,适合作为高职高专工商管理类专业的教材,也适合作为在职经济管理人员的自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

工商行政管理基础/曹英耀,曹毅编. —北京:机械工业出版社, 2008.1

高职高专“十一五”规划教材

ISBN 978-7-111-23301-5

I. 工... II. ①曹... ②曹... III. 工商行政管理—高等学校:技术学校—教材 IV. F203.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第005133号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:孔文梅 责任编辑:孙 聪

封面设计:鞠 杨 责任印制:李 妍

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2008年2月第1版第1次印刷

169mm×239mm·6.375印张·238千字

0 001—4 000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-23301-5

定价:16.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话:(010)68326294

本社服务热线电话:(010)68311609

本社服务邮箱:marketing@mail.machineinfo.gov.cn

投稿热线电话:(010)88379757

投稿邮箱:sbs@mail.machineinfo.gov.cn

封面无防伪标均为盗版

序

“面向企业，立足岗位；优化基础，注重素质；强化应用，突出能力”，培养一线“技术岗位型”人才，这是高职高专财经大类各专业的教学模式和培养目标。要实现这一培养目标，就必须坚持以教学改革为中心，以实践教学为重点，不断提高教学质量，突出高职特色的指导思想。

以往出版的高职教材大多是本科教材的压缩，存在“理论过强，内容过深，缺乏实操”等缺点；另外，高职院校的老师大多来自普通高校，受传统办学模式影响很深，教学过程跳不出“以学科为中心”的教学模式的框框。因此，需要加强实践教学，使教学变成教师与学生共同参与，教、学、练融于一体的互动式教学，极大地调动学生学习的积极性和主动性，提高学生的实操能力。

为了配合这一教学改革的需要，应广大高职院校的要求，按照2004年12月教育部颁布的《普通高等学校高职高专教育指导性专业目录》的要求，由全国近30所高职高专院校共同规划、编写了这套“高职高专‘十一五’规划教材”，并成立了“高职高专‘十一五’规划教材编委会”。参与本套教材编写的人员大多是专门从事相关专业教学和教学研究的一线专家、教授和企业管理人员。本套规划教材介绍了当前最新的管理研究成果，具有简洁、实用、操作性强等特点，既可作为高职高专的教材，也可作为各类层次学历教育和短期培训的选用教材。

由于时间仓促，编者水平有限，这套教材难免存在不足之处，恳请广大读者提出宝贵意见，以与时俱进，保持其先进性和实用性。

高职高专“十一五”规划教材编委会

高职高专“十一五”规划教材编委会

(财经大类)

主任委员 刘兴彬

副主任委员 姚立宁 薛 威 蓝伙金

委 员 (排名不分先后)

常 青 常庆森 方仲民 高彩云

黄君麟 刘喜波 莫高兴 田文锦

王文仲 武德春 游金梅 袁炎清

曾 剑 曾艳英 张远录 赵志恒

邹 敏 孔文梅

前 言

工商行政管理知识是以工商行政管理名义概述的,包括市场管理体制、市场管理法规、市场主体登记、市场交易竞争以及合同、商标、广告、公平交易执法、消费者权益保护等内容构成的市场监督管理知识体系。在当今市场经济条件下,任何部门的经济管理人员,各行各业的生产经营者,以及消费者,都离不开对上述各项基本知识的了解和应用,都必须掌握一些诸如营业登记、市场交易、合同、商标、广告、消费维权等具体知识。目前,许多高职院校的管理专业正在纷纷以必修课或选修课形式开设工商行政管理课程;在职经济管理人员也正在普遍进行工商行政管理知识的培训。

工商行政管理是一门法规性、政策性、实践性和知识性很强的学科,本书的作者在编写教材时结合了自己多年的教学经验和工作实践,认真考虑到高职高专学生的学习理解能力方面的特点,力求内容简明扼要,通俗易懂,便于理解和掌握。各章后面的案例分析和复习思考题则更有利于提高学生的思考能力和应用能力。全书共有七章,分别介绍我国工商行政管理概述、市场主体登记、市场监督管理和合同、商标、广告管理及消费者权益保护等内容。其中曹英耀编写第一、四、五、六章,曹毅编写第二、三、七章,最后由曹英耀统一修改定稿。

为了适应教学的需要,本书还配备了助教课件,以方便老师教学使用,订购本教材 20 本以上的教师或学校可向出版社索取配套电子教案(电话:010-88379375, E-mail: cmpgaozhi@sina.com)。

本书编著过程中,曾先后得到中国人民大学商学院和中山大学的教师指点,得到一些省、市工商行政管理局领导和同事的关怀与指导,这使本教材得以明确宗旨,理清脉络,统筹兼顾,顺利完稿。在此一并表示感谢。书中若有不足甚至谬误之处,盼读者阅后提出宝贵意见。

编 者

目 录

序 前言

第一章 工商行政管理概述1

- 第一节 工商行政管理的概念和性质1
- 第二节 工商行政管理的职能和作用3
- 第三节 工商行政管理的任务和内容9
- 第四节 工商行政管理的原则和方法13
- 案例分析18
- 案例讨论题18
- 复习思考题19

第二章 市场主体登记管理20

- 第一节 市场主体概述20
- 第二节 公司登记审批的基本程序25
- 第三节 个体工商户的营业登记管理31
- 第四节 自然人企业的营业登记注册37
- 第五节 市场主体年度检验制度42
- 案例分析45
- 案例讨论题45
- 复习思考题46

第三章 市场管理47

- 第一节 市场经济与市场管理47
- 第二节 市场管理体制、职能、原则和方法53
- 第三节 市场监督管理的任务和内容58

- 第四节 反不正当竞争68
- 案例分析75
- 案例讨论题75
- 复习思考题76

第四章 合同管理77

- 第一节 合同概述77
- 第二节 合同的订立82
- 第三节 合同的效力87
- 第四节 合同的担保和履行94
- 第五节 合同的变更、转让和终止100
- 第六节 违约责任103
- 第七节 合同监督管理105
- 案例分析109
- 案例讨论题109
- 复习思考题110

第五章 商标管理111

- 第一节 商标的概念和分类111
- 第二节 商标注册制度114
- 第三节 商标专用权119
- 第四节 注册商标的续展、转让和使用许可124
- 第五节 商标监督管理128
- 第六节 商标权的保护132
- 第七节 商标的国际注册与保护138
- 案例分析142
- 案例讨论题142

复习思考题	142	第七章 保护消费者权益	176
第六章 广告管理	144	第一节 消费者及其权利	176
第一节 广告概述	144	第二节 消费者权益的保护	181
第二节 广告经营者	149	第三节 消费争议的解决途径	187
第三节 广告监督管理	153	第四节 损害消费者权益的	
第四节 广告经营过程的监督	162	法律责任	191
第五节 对违法广告行为的处罚	170	案例分析	193
案例分析	175	案例讨论题	194
案例讨论题	175	复习思考题	194
复习思考题	175	参考文献	195

第一章 工商行政管理概述

工商行政管理是以各级工商行政管理机关为主体，代表国家对特定领域的经济活动进行的管理，是利用国家的行政权力和法律法规对从事生产、流通或服务经济活动的各类经营者及其市场行为的监督管理，直接体现国家管理经济的职能及其活动，是国民经济管理体系的重要组成部分。只要有商品生产与交换，有市场经济活动，就要有行使国家行政权力和法律规范的工商行政管理，任何国家概不例外。我国从计划经济体制过渡到市场经济体制，必须实行科学有效的工商行政管理，才能维护和促进市场的公平竞争，维护经营者和消费者的合法权益，保障和促进社会主义市场经济健康发展。

第一节 工商行政管理的概念和性质

一、工商行政管理的概念

工商行政管理，顾名思义，是对工商业活动在国家行政上的管理，是指国家为了建立和维护市场经济秩序，通过特设的工商行政管理机关，依法对市场主体及其市场行为进行监督管理与行政执法的行政管理。

工商行政管理的上述概念包括以下几个方面的涵义：

(1) 工商行政管理的主体，是国家，是国家特设的行政管理机构。这个行政管理机构，在我国叫工商行政管理局，而在别的国家则有其不同的名称，例如英国叫公平交易局，日本叫公正交易委员会，美国叫联邦贸易委员会，法国叫竞争·消费·反诈骗总局。

(2) 工商行政管理的对象，是市场主体及其市场经济活动。这里所讲的市场主体是指经国家批准，以营利为目的参与市场生产经营活动的组织和个人。

(3) 工商行政管理的目标，是建立和维护市场经济秩序。我国过去长期实行计划经济体制，目前正处在从计划经济向市场经济过渡时期，建立和维护市场经济秩序，既是工商行政管理的目标，也是工商行政管理的基本任务。

(4) 工商行政管理的性质，是经济行政监督管理。工商行政管理既不同于工商企业管理，也不同于一般的部门经济管理，而是国家经济行政监督管理，具有宏观性的特点。

二、工商行政管理的性质

从总的性质来说,工商行政管理是国家经济行政监督管理,它是国家经济管理职能的重要组成部分。从具体分析上可以从两个层次去认识。

(1) 工商行政管理具有作为国家经济管理的二重性:自然属性和社会属性。其自然属性是指作为维护市场经济秩序的一般要求的管理活动所体现出来的科学性。这是不同的社会经济形态都具有的共有的管理要求。有商品生产与交换,有市场经营活动,就要有维护市场秩序的管理活动。按照自然属性的要求,工商行政管理必须遵循市场经济发展的一般规律,注重学习和借鉴国际通行的管理规则,对市场主体及其市场经济活动进行科学有效的组织、监督和管理,降低管理成本,提高管理效果。

工商行政管理的社会属性,是指体现社会经济制度的要求和国家的意志、利益的管理活动所具有的阶级性。不同的社会经济制度的管理活动,其社会性质有所不同。按照社会属性的要求,我国的工商行政管理必须紧密结合我国的国情,体现社会主义经济制度的要求,体现社会主义国家和全体人民的利益。

(2) 工商行政管理是国家经济管理职能的重要组成部分,具有经济行政监督性质。在市场经济条件下,国家的经济管理职能主要有:一是配置资源职能,用以弥补市场机制的不足;二是经济调控职能,主要利用经济杠杆调节市场经济活动;三是经济监督职能,对生产经营者及其经营活动进行依法监督,建立和维护市场经济秩序。工商行政管理是国家实施经济监督职能的重要组成部分,它通过国家特设的行政管理机关(在我国叫工商行政管理局),运用行政权力依法对市场经济活动进行监督管理,行政执法,对被管理对象的行为依法进行控制、支持、制止、处罚等,以维护市场经济秩序。

三、工商行政管理的特征

1. 宏观监督性

工商行政管理区别于企业生产经营的微观经济管理和部门经济的中观经济管理,从监督管理的内容和方式方法上都具有宏观监督管理的特点。它要根据社会主义市场经济体制建设的要求,制定正确的发展市场经济的方针和政策;要制定系统科学的法律、法规,以规范市场主体的经营行为;要通过市场监督管理,鼓励公平、公正、公开的交易和竞争,反对和制止不正当竞争行为和违法垄断行为;要通过公平交易执法,按照法律法规的行政处罚规则和处罚程序,对违法经营行为和违法犯罪行为进行处罚和惩治,以维护社会主义市场经济秩序。

2. 执法统一性

工商行政管理代表国家意志,依据国家有关的法律法规进行行政执法,必须坚持做到执法的统一性。首先是依据统一,以国家制定和颁布的工商行政管理法

律法规及有关法律法规为执法依据;然后是标准统一,以法律法规规定的权利义务作为统一标准,以事实为依据来判定市场经济行为是否合法或违法,以此来调整各方面的关系;最后是力度统一,执法时必须宽严适度,奖罚分明,严格区分罪与非罪的界限,按法定的统一标准和行政奖惩尺度进行行政执法,提高行政执法的严肃性和科学性。

3. 行政强制性

工商行政管理的行政强制权体现为行政管辖权、行政行为权、行政措施权和行政奖罚权。

行政管辖权,是指工商行政管理机关在国家授权的范围内,有权对所管辖区的各类市场主体及其经营活动进行监督管理,依法检查处理在辖区内的有关经济违法违章活动。行政行为权,是指工商行政管理部门作为具有行政能力的机关法人,根据国家职权分工与授权,有权对辖区内的生产经营者的经营活动依法采取必要的管理行为。行政措施权,是指工商行政管理机关有权制定与颁布贯彻实施法律法规的具体规章、措施、办法等,这些法规、措施、办法对被管理对象及管理机关都具有以行政权力为后盾的确定力、执行力和约束力,产生相应的法律后果。行政奖罚权,是指工商行政管理对被管理对象所具有的行政奖励和行政处罚的权力,以此对被管理对象进行鼓励或惩治。

行政处罚的决定程序,分为简易程序、一般程序以及听证程序。行政处罚的种类,分为警告、罚款、没收违法所得和非法财物,责令停产停业,暂扣或者吊销营业执照,行政拘留等。处罚必须以事实为依据,以法律为准绳,严格按法定程序进行,准确掌握处罚种类和处罚标准,以维护法律的严肃性和处罚的准确性。

4. 超脱客观性

工商行政管理同各类市场主体都没有直接的经济行政隶属关系和经济利益关系,仅代表国家执法,比较超脱,一视同仁,能客观、公正地依法进行监督管理。

第二节 工商行政管理的职能和作用

一、工商行政管理的一般职能

工商行政管理职能,是指工商行政管理机关为建立和维护市场经济秩序,对市场主体及其市场行为进行经济行政监督管理的功能。其一般职能包括监督、控制、组织、协调、服务等。

(一) 监督职能

工商行政管理的监督职能,是指工商行政管理机关依据国家的法律、法规和方针、政策,对工商企业与个体工商户的市场经济行为进行监察及督导,保护合

法经营,反对不正当竞争及垄断行为,制止与打击各种违法、违章行为,以维护市场经济秩序。

监督职能可分为事前监督、事中监督与事后监督。事前监督,是事情未发生前就进行的预防性监督,具有预防性的功能,起到防患于未然的作用,可以减少和预防经营活动中的盲目性与自发性,减少违法与失误。例如,举行一些经常性的法规学习宣传教育,检查和了解生产经营者对法规的学习和掌握的情况,可以促进生产经营者学法和知法,预防违法、违章行为的发生。

事中监督,是对市场主体在市场经济活动中日常行为的监督管理,具有完善性的功能,可以及时地纠正生产经营过程中的背离与偏差,保护合法经营,取缔非法经营,使市场经济健康发展,正常运行。

事后监督,是事情发生后的监督管理,具有补救性的功能。通过事后的监督执法处理,通过严肃的教育、处罚、赔偿等有效措施,一方面使受害者的利益得到一定的补偿,另一方面对违法违章经营者可起到惩前毖后的作用,使其吸取教训,改善经营。

(二) 控制职能

工商行政管理的控制职能,是指工商行政管理机关根据国家的社会经济形势和发展计划,依照国家法律法规的规定和政策要求,利用必要的手段和措施,对社会经济活动的发展趋势进行宏观调控,对经济组织和个人的经济活动进行管理,以纠正社会经济活动中的偏差,使国民经济正常发展,良性循环。

工商行政管理的控制职能主要体现在:一是通过登记注册管理,控制社会各行业发展的布局和社会劳动力的分配;二是通过合同管理,监督和建立生产经营者的协作关系以及生产与流通的衔接关系,保障生产经营的顺利进行;三是通过市场管理、商标广告管理,进行经常性检查,及时发现偏差和纠正偏差,保证各种生产经营活动沿着正常轨道运行。

(三) 组织职能

工商行政管理的组织职能,是指通过一定的组织体制、组织结构、组织形式和组织程序,科学、合理、有效地实施工商行政监督管理活动。这里主要包括两个方面:一是指工商行政管理机关的组织建设,要形成一个科学分工、紧密协作、运转顺利、效能良好的监督管理系统,以实现工商行政管理的目标;二是指工商行政管理机关对作为被管理对象的市场主体及其市场经济行为的监督管理活动要精心组织,周密安排,科学实施,提高监督管理的效果。

(四) 协调职能

工商行政管理的协调职能,是指工商行政管理机关针对市场经济运行和管理

活动中客观存在的经济利益的矛盾,要依法协商调节市场主体之间或市场主体与消费者之间的经济利益关系,使矛盾得以缓解,推动经济的正常发展。为此,要根据经济形势的发展需要,及时制定工商行政管理的法规和政策,以协调市场经济活动,避免社会经济秩序混乱;要在强调国家、市场主体和消费者的根本利益一致的基础上,依法处理生产经营者之间或生产经营与消费者之间的矛盾,妥善协调他们之间的关系,以保证市场经济健康、顺利地发展。

(五) 服务职能

工商行政管理的服务职能,是指工商行政管理机关为繁荣市场、活跃经济、发展生产,通过工商行政管理各项职能工作,对全社会不同经济成分的市场主体提供信息和咨询等非盈利性的扶助活动。这些服务职能主要体现在两个方面:一是开展政策、法规的宣传教育服务;二是提供市场信息和法规咨询服务。

二、工商行政管理的具体职能

(一) 登记注册管理职能

依法对市场主体进入市场、退出市场的行为进行登记管理与监督管理,确认企业法人及各类生产经营者的合法地位,把好市场准入关。

(二) 市场管理职能

依法对各类市场主体在商品市场、生产要素市场等各种类型市场的经营活动进行监督控制,按照有关法律法规和社会主义统一大市场的要求对经济活动行为进行全方位、全过程的监督管理,保护合法经营,制止和打击非法经营。

(三) 合同管理职能

随着我国经济由计划经济向市场经济转变,社会经济活动都要通过合同来确定各方的权利义务关系,以保障协作关系的巩固和社会再生产各环节的衔接,使市场经济正常运转。工商行政管理通过对合同的订立、履行的监督管理与合同鉴证工作,检查、发现、制止违法合同行为,打击合同诈骗行为,保证社会经济顺利进行。

(四) 商标注册管理职能

依法受理商标注册注册,确认和保护注册商标的专用权,打击假冒注册商标的违法犯罪行为,并对未注册商标的使用进行监督管理。

(五) 广告监督管理职能

广告监督管理不单是工商行政管理机关的任务,同时也要有其他有关部门的把关和配合。首先要有业务主管部门对广告的事前审批,其后有广告经营单位对广告的事前审查,最后才是广告监督管理机关工商行政管理局对广告的事

后监督、检查和处理。特别是对一些虚假广告行为，要给予严厉的查处，以保障市场经济的公平竞争和健康发展。

（六）公平交易执法职能

依法对市场主体及其市场经济活动进行监督检查和公平交易执法，反对不正当竞争行为，维护生产经营者和消费者的合法权益，维护市场经济秩序。

三、工商行政管理的作用

（一）限制垄断、促进竞争

市场竞争是指各自独立的商品经营者为了获得最大的经济利益和有利的市场交易条件而各竞其能、相互争衡的活动。市场竞争是市场经济的必然现象，是市场机制的重要组成部分，可以说市场经济就是竞争经济。

市场竞争是价值规律正常运行的基本条件。通过正常的市场竞争，使价值规律正常发挥作用，价格才能围绕价值上下波动，从而调节供求关系，调整社会资源的配置。市场竞争也是刺激企业改进技术、改善经营管理、提高劳动生产率和经济效益的重要机制。市场竞争的过程就是一个优胜劣汰的过程。正是由于市场竞争这一机制，才能给企业以不断的压力，促使它们不断地研究与开发市场，不断地改进技术与管理，使产品适销对路，质量提升，成本降低，结果使整个社会的经济效益和社会效益不断提高，并推动整个社会的不断进步和繁荣。可以说，没有充分的市场竞争，经济就没有活力和生机。

与市场竞争相矛盾和对立的，是市场垄断。垄断又称为独占，是指极少数企业违反社会公共利益，采取单独或联合的方式，利用自己的经济优势，控制某一部门或地区的生产和经营活动，从而限制其他企业竞争，独占高额利润的行为。垄断的产生，也是市场经济发展中出现的必然现象。这是由于市场竞争所导致的优胜劣汰使生产和资本越来越集中于少数企业，这少数企业的规模经济效益又刺激了集中的进一步发展，从而在一定发展阶段上就产生了垄断。

垄断对于经济运行有许多消极作用。首先，垄断限制了市场竞争的正常进行，阻碍技术进步，降低经营效率。垄断性企业独占市场，经营风险得以降低，使其丧失生产技术革新的动力和压力，丧失创新意识和开拓市场、提高产品质量的动力，使技术进步的速度降低。其次，垄断也影响社会资源的合理配置。在垄断市场上，价格的灵活性大为降低，价格再不能灵活地调节市场供求关系，致使价格机制运行迟钝，无法引导社会资源在部门间、地区间的合理流动。最后，垄断损害消费者的利益。在垄断条件下，消费者难以在不同的商品和劳务之间进行充分选择，减少了选择机会，使消费欲望得不到充分满足。同时，在垄断条件下，商品价格也往往高于市场均衡价格，从而使消费者在购买商品时增加费用支出。

为了促进社会主义市场经济的发展,必须通过工商管理的作用,一方面需要国家制定和颁布有关反垄断的法规,使得有法可依;另一方面要加强市场监督检查,限制各种形式的垄断,鼓励和保护正当竞争,使市场机制更好地发挥其资源配置和促进技术进步的基础作用。

(二) 反对不正当竞争,保护公平竞争

市场竞争的形式很多。在激烈的市场竞争中,有的企业为了求得生存和发展,采取违反诚实信用原则和公认的商业道德准则的手段,以不正当的形式参加竞争,损害他人的利益,为自己的竞争争取优势。因此,国家有必要通过法律的形式来规范竞争行为,保护公平竞争的市场经济秩序。

所谓正当竞争,是指经营者严格遵守国家的法律和有关政策规定,按照自愿、公平、平等、诚实、信用和恪守商业道德的原则,采取社会公认的形式或手段参与市场竞争的行为。所谓不正当竞争,是指经营者违反国家法律规定,损害其他经营者的合法权益,扰乱社会经济秩序的行为。

不正当竞争行为有很多形式。根据我国 1993 年 9 月通过和颁布的《反不正当竞争法》的规定,不正当竞争行为主要有不正当竞争、限制竞争和垄断等三大类、十一种具体行为。这些不正当竞争行为,不仅妨碍市场机制的正常运行,扰乱市场经济秩序,而且严重损害消费者和经营者的合法权益,必须通过工商行政管理依法查处。

不正当竞争行为中的不正当竞争与垄断不同。一是主体数量不同,不正当竞争的主体较多,凡是参与市场竞争的企业和个人,都有可能采取不正当竞争行为,而垄断仅限于极少数企业。二是目的不同,垄断是为了独占市场,而不正当竞争的目的,并不是为了独占市场,而是为了推销产品和招揽业务,损害他人利益。

(三) 保护消费者的合法权益

生活消费是指社会成员对生活资料和服务的消费,包括个人的生活消费和社会团体消费。因此,法律上所讲的消费者,不仅是指为了生活消费需要而购买、使用商品或者接受服务的个人,还包括进行生活消费的单位 and 集体。同时,考虑到以一家一户生产为主的农民在农业生产消费中处于弱者的地位,法律上特别将购买、使用农业生产资料直接用于农业生产的农民,也列为消费者的范围,对其生产消费权益予以特殊保护。

消费者权益是消费者利益和权利的总称。消费者利益是消费者在购买商品和劳务时所享受的正当利益,包括安全利益和经济利益以及其他利益等。消费者权利是法律赋予消费者的各种权利的总和。国际消费者组织联盟提出消费者有八项权利,我国 1993 年 10 月通过和颁布的《消费者权益保护法》规定了消费者有九

项权利。

为什么要保护消费者权益，从一般意义来说，主要是因为与经营者相比，消费者处于“弱者”地位。消费者大多数是分散的个人，经济实力较弱，也缺乏商品专业知识，加上选择动机的多样化，使其在购买商品和接受服务时难以做到经济合理。而与之相对的经营者多是具有组织性、专业性、经营性和相当经济实力。因此，消费者在交易中总是处于劣势，需要法律进行保护。

从我国的情况来看，随着改革开放的发展和市场经济的建立，对消费者权益的保护也显得日益重要和迫切。一方面，在市场经济发展过程中，消费品数量和服务项目在迅速地增加，使消费者有了选择商品和服务的机会，也同时产生了消费者如何选择商品和服务的问题，以及在选择、购买、使用过程中与经营者发生冲突的问题，消费者有必要获得了解各种商品和服务的真实情况的权利，以及要求修理、退换的权利。另一方面，由于在市场经济体制中，企业获得了越来越多的经济利益和经营自主权，确实有不少企业在市场竞争中采取了各种不正当的甚至非法的手段，严重损害消费者的利益。有的企业甚至不顾人民生命安全，制造有害产品，造成消费者人身伤亡。因此，国家有必要采取法律保障和管理措施，来保护消费者的权利和利益。

保护消费者权益在我国具有十分重要的意义：一是保护消费者权益有利于鼓励和要求经营者公平竞争，限制不正当竞争；二是保护消费者权益有利于提高人民生活水平和生活质量；三是保护消费者权益有利于提高企业和全社会的经济效益，推动社会进步。

工商行政管理在维护消费者合法权益方面起着重要作用，按照《消费者权益保护法》的规定，工商行政管理机关和其他有关行政部门应当依照法律法规的规定，在各自的职责范围内，采取有效的措施，加强监督管理，切实保护消费者的合法权益。

（四）培育市场体系，繁荣社会主义市场经济

工商行政管理是商品经济的产物，是国家授权监督管理市场的法定职能，要大力发展商品经济服务。一方面，要认真按照自己的职责，严格监督、管好市场，保护合法经营和公平竞争，制止违法经营和不正当竞争，维护社会主义市场经济秩序。另一方面，工商行政管理要利用自己的职能优势和工作便利，大力培育市场体系，搞活市场，繁荣社会主义市场经济。

在计划经济时期，我国对商品生产实行严格的限制，并根本排斥和否定市场经济，工商行政管理仅局限于对农村集贸市场的管理，而对工农业生产资料和工业消费品实行计划分配，无须工商行政管理插手。改革开放以来，随着计划经济体制的淡出和市场经济体制的建立，我国的商品市场发生了巨大的变化，

工农业生产资料市场、工业消费品市场和农产品市场都获得了迅速发展,已经在全国各地城乡形成了比较完备的各类商品市场。工商行政管理应当发挥自己的职能优势和工作便利,积极引导和扶持诸如金融市场、技术市场、劳动力市场、房地产市场、信息市场、产权市场等生产要素市场的发展,并逐步规范其市场的行为,同时完善整体市场环境,建立起统一、开放的社会主义大市场,促进我国社会主义市场经济蓬勃发展。

第三节 工商行政管理的任务和内容

一、工商行政管理的任务

在社会主义市场经济建设时期,工商行政管理的任务,是以客观形势为背景,根据客观规律要求和社会经济发展的需要制定的。它的基本任务是:贯彻执行国家各项法律、政策,研究制定工商行政管理的法规、法令和规章制度,对市场经济活动实行监督管理,保护合法经营,取缔非法经营,维护社会主义市场经营秩序,促进生产,活跃流通,促进市场体系的形成和社会生产力的发展。

(一) 贯彻执行国家的各项法律、法规和政策

社会主义国家的法律、法规和政策是在分析社会政治、经济发展状况的基础上,按照社会发展的客观规律和广大人民的利益要求而制定出来的,它体现着国家和人民的共同意志,对正常的经济活动起着保护作用,对不正当的经营行为起制约作用。因此,它是衡量一个组织或个人经济行为是否正确的客观标准,也是工商行政管理部门对其管理对象实施管理的最主要的客观依据。

工商行政管理机关贯彻执行的法律、法规和政策主要是国家宪法、民法和有关的经济法规及经济政策。工商行政管理机关将执行国家的法律、法规和政策作为自己的任务,通过行政执法,依法管理,完成国家对市场经济活动的监督管理。

工商行政管理不是管理者随意的管理行为,不能加入管理者个人的感情色彩,而必须以国家的法律、法规和政策作为依据和标准,对从事生产经营活动的组织和个人,不管他们是何种经营成分和什么样的经济能力,都一视同仁,依法管理,在法律面前人人平等,才能达到预期的管理效果和管理目的。

国家的法律、法规、政策具有很强的科学性,带有普遍的指导意义,而工商行政管理部门作为国家的职能管理部门,其管理对象更为具体,管理范围划分更明确,需要解决的问题也较复杂、详细。因此,工商行政管理部门要在与国家大政方针以及国家法律、法规、政策保持一致的情况下,针对自己的管理对象制定出更为具体的政策、办法和措施,以实现对被管理对象的有效管理。