

湖北省企业经济法律法规
广播培训班教材之八

工商行政管理法规概论

主编 李德华 李立志

湖北人民出版社

湖北省企业经济法律法规
广播培训班教材之八
工商行政管理法规概论

主 编 李德华 李立志
副主编 李伟才 江 松
刘楚汉 李 成

*

湖北人民出版社出版发行

湖北省崇阳县印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 8.5 印张 18 万字
1991 年 4 月第 1 版 1991 年 4 月第 1 次印刷

印数：1—20000

ISBN 7-216-00703-4

D·166 定价：2.80 元

前 言

为了创造和保持稳定的社会环境,建设高度的社会主义民主和完备的社会主义法制,深入贯彻治理整顿深化改革的方针,经省委、省政府同意,由省委宣传部、省经委、省财办、省司法厅、省广播电视厅、省工商局、省税务局、省广播电台联合举办湖北省企业经济法律法规广播培训班。全省经登记的工商企业领导人,供销、财务、合同管理部门的负责人是培训的重点对象,同时也面向全社会。培训班学员将系统地学习《企业经济法律概论》、《企业组织规范》、《企业经济合同规范》、《营销与竞争规范》、《企业的社会责任》、《企业内部管理规范》、《企业与税收》、《工商行政管理法规概论》、《企业的法制环境》。这套教材一部分由湖北省企业经济法律法规广播培训班办公室组织武汉地区的法学界教授和执法部门实际工作者编写,一部分选用了北京财贸学院编写的教材。

《工商行政管理法规概论》,重点阐述了工商行政管理法规中与企业密切相关部分的基本原理和基本内容。属于工商行政管理法规范畴的企业法人登记管理法规,包括外商投资企业和私营企业法规、经济合同管理法规已分别编入《企业组织规范》、《企业经济合同规范》,故不再编入本书;与企业没有直接关系的个体经济管理法规的内容也未编入本书。本书由省委宣传部副部长李德华、省工商局局长李立志

任主编，省工商局副局长李伟才、省司法厅副厅长江松、省税务局副局长刘楚汉、省广播电台副台长李成任副主编。参加编写的有陈六斤、陈全保、李斯华、王德山、蒋沂、杨枝贵、李跃春、葛银安、刘艺、刘家志、曾银凤、邓从锐、朱梅、刘昭云、童才庆。参加编务工作的有鲍祖安、冷有志、陈晓光、饶单、宋江平、丁新联。该书由陈六斤、李跃春初审，最后由李德华、李伟才同志审查定稿。

目 录

第一章 工商行政管理法规概述	1
第一节 工商行政管理的基本含义.....	1
一、工商行政管理的概念.....	1
二、工商行政管理的性质.....	2
三、工商行政管理的特点.....	3
第二节 工商行政管理的职能和作用.....	5
一、工商行政管理职能的概念.....	5
二、工商行政管理职能的特点.....	6
三、现阶段我国工商行政管理的职能和职责.....	8
四、工商行政管理的作用.....	9
第三节 工商行政管理的对象和内容.....	12
一、工商行政管理的对象.....	12
二、工商行政管理的内容体系.....	14
第四节 工商行政管理法规概述.....	22
一、工商行政管理法规的对象和概念.....	22
二、工商行政管理法规的特点.....	24
三、工商行政管理法规的渊源、体系及内容.....	26
四、工商行政管理法规的作用.....	34
五、工商行政管理法规与其他部门法的关系.....	36
第二章 商标法规与商标管理	39
第一节 商标概述.....	39

一、商标的概念	39
二、商标的种类	40
三、商标的作用	41
第二节 商标法律制度	43
一、《商标法》的概述	43
二、商标权	45
三、商标注册的法律规定	48
四、商标注册的程序	54
五、商标争议的裁定	61
六、注册商标的续展、变更、转让、 使用许可与终止	63
七、注册商标专用权的保护	68
八、商标行政诉讼	74
第三节 商标管理	77
一、商标管理的概念和作用	77
二、商标管理机构及职责	79
三、商标使用管理	80
四、商标印制管理	84
五、企业商标管理	86
第四节 企业涉外商标管理	89
一、出口商品商标应及时在国外注册	89
二、出口商品商标的使用	95
三、做好出口商品商标设计	100
四、有关商标权保护的国际公约	102
第三章 广告法规与广告管理	107
第一节 广告概述	107

一、广告的概念·····	107
二、广告的原则及限制·····	108
三、广告媒介·····	113
四、广告的作用·····	115
第二节 广告管理·····	119
一、广告管理的机构·····	119
二、广告管理的职责·····	119
三、广告管理的对象和范围·····	120
四、广告管理法规·····	121
第三节 广告管理法律制度·····	122
一、广告活动的主体·····	122
二、广告客户和广告经营者的权利和义务·····	122
三、代理广告业务的几项规定·····	124
四、广告审查制度和广告档案制度·····	126
五、广告违法行为及其处理·····	129
六、关于广告复议与行政诉讼的规定·····	133
第四章 市场法规与市场管理·····	136
第一节 市场及市场管理·····	136
一、市场在社会主义商品经济中的作用·····	136
二、市场管理的任务和原则·····	149
三、市场管理的内容和方法·····	153
第二节 集市贸易管理·····	158
一、集市贸易及其作用·····	158
二、集市贸易经营对象和商品的有关规定·····	160
三、市场卫生管理·····	163
四、市场价格和计量管理·····	166

五、对重要农副产品市场管理的规定·····	167
六、市场违法违章的处罚规定·····	171
第三节 生产资料及生产要素市场的管理·····	173
一、钢材市场的管理·····	174
二、汽车交易市场的管理·····	175
三、废钢铁市场的管理·····	177
四、对建筑市场的管理·····	177
五、房地产市场的管理·····	179
六、重要工业品市场的管理·····	180
第四节 文化市场的管理·····	183
一、图书、报刊、杂志市场的管理·····	183
二、音像市场的管理·····	184
第五章 查处投机倒把行为的有关规定 ·····	186
第一节 投机倒把行为的概念和特征·····	186
一、投机倒把行为的特征·····	186
二、投机倒把行为的种类与表现·····	188
第二节 投机倒把行为的危害和特点·····	190
一、投机倒把行为的危害·····	190
二、当前投机倒把活动的新特点·····	192
三、查处投机倒把活动的必要性·····	195
第三节 查处投机倒把行为的法律依据·····	196
一、《条例》的意义和特点·····	196
二、《条例》的主要内容·····	199
附 录	
中华人民共和国商标法·····	205
中华人民共和国商标法实施细则·····	212

广告管理条例.....	224
广告管理条例施行细则.....	229
城乡集市贸易管理办法.....	237
投机倒把行政处罚暂行条例.....	245
投机倒把行政处罚暂行条例施行细则.....	250
国务院关于坚决制止就地转手倒卖活动的通知.....	257
国家工商行政管理局、商业部、物资部关于 调整禁止就地转手倒卖重要生产资料和 紧俏耐用消费品的品种范围的通知.....	259

第一章 工商行政管理法规概述

第一节 工商行政管理的基本含义

一、工商行政管理的概念

工商行政管理作为国家的经济行政监督职能，在很早以前就已产生了。据历史记载，我国比较成熟的工商行政管理活动，产生于奴隶制国家出现以后，并在西周逐步形成。尽管在各个历史时期其称谓不同，但实质都是国家对商品经济活动的行政干预。只是那时还没有形成“工商行政管理”这一单独的说法。“工商行政管理”这个名称的出现始于我国社会主义制度建立初期。1949年新中国成立以后，全国各大中城市都成立了“工商局”，这期间，我国社会主义经济建设刚刚开始，私人资本主义经济仍占相当大的比重。因此，“工商局”管理的对象主要是资本主义工商业、个体户、流动商贩。其主要任务是通过管理资本主义工商业，对它们实施社会主义改造，如取缔投机倒把、稳定市场物价以及企业登记、商标登记等等。当时，国务院行使工商行政管理职能的机构叫“私营企业局”，由于这一名称概括不了其管理的对象和范围，1952年国务院把“私营企业局”改为“工商行政管理局”。“工商行政管理”一词便由此而来。

那么，什么是工商行政管理呢？工商行政管理就是国家运用行政权力，依据国家的法律、法规和政策，对商品生产者和经营者及其市场经济活动进行的监督管理，从而保护合法经营，取缔非法经营，维护正常的市场秩序，保证社会主义商品经济的健康发展。

二、工商行政管理的性质

工商行政管理是经济发展到一定历史阶段的必然产物，它反映人类经济发展的必然要求。因此，工商行政管理并不是社会主义历史阶段的特殊事物，也不是我国经济管理活动中的特殊手段，而是整个人类社会发展到一定阶段的经济管理过程中的必备手段。在其他国家里，对各类市场的监督与管理，对公司和其他企业的登记、商标的注册、对经济合同的监督与仲裁等职能，政府中都有必要的机构来承担。这就是说，工商行政管理作为一种国家经济管理的职能，是经济发展到一定阶段的必然反映和客观要求。

当然，不同的社会制度下，工商行政管理带有不同的时代和国家特征，在奴隶社会、封建社会和资本主义社会，工商行政管理都是建立在生产资料私有制的基础上。在这些历史时期里，它为巩固其经济基础服务，体现了剥削阶级的根本利益。尽管当时的管理方针、政策和方法不同，但它一直是统治者维护生产资料私有制的重要工具。

我国社会主义历史阶段的工商行政管理与其他历史时期有着根本的区别。新中国的工商行政管理，建立在社会主义全民和集体所有制的公有制基础上，公有制的性质决定了工商行政管理的社会主义性质。我们知道，社会主义社会的基

本特征是，生产资料公有制和按劳分配。在我国社会主义初级阶段还存在着商品和商品生产，存在着等价交换的商品货币关系，因此，就必然存在市场和商品交换活动。国家要保证市场商品交换活动的顺利进行，大力发展社会生产力，最大限度地满足人民日益增长的物质文化要求，就必须运用经济、法律、行政等手段，对市场的商品经济活动进行必要的监督管理，维护社会经济秩序，实现社会主义生产的根本目的。

可见，我国的工商行政管理，是社会主义经济管理的职能之一，它建立在以全民和集体所有制为主体的社会主义公有制基础上，是为社会主义经济基础服务的。由于在社会主义制度下，人民利益与国家利益是根本一致的。因此，工商行政管理也是为全体人民服务的。它把维护人民利益作为自己职能的出发点、落脚点，充分体现了人民群众的根本利益。

1978年，国务院在批准中华人民共和国国家工商行政管理局成立时曾指出：工商行政管理局是综合性的经济行政管理部门，是经济行政执法机关。1988年，国务院批准的《国家工商行政管理局“三定”方案》进一步明确：工商行政管理局是经济监督管理部门，也是行政执法机关。这就确定了我国当今工商管理的基本性质。

三、工商管理的特点

我国现阶段的工商管理，主要有以下特点：

（一）管理范围的广泛性

工商管理活动涉及到社会主义统一市场的各方面，可以说，市场的广泛性决定了工商管理范围的广泛性。

既然工商行政管理是管理市场，以建立和维护正常的市场经济秩序，因此，其管理范围必然具有高度的广泛性。它的管理活动既联系着生产，又联系着消费；既涉及到国内各行各业和各个地区，又与对外经济活动相联系；既与商品生产者、经营者和消费者息息相关，又与其他经济行政管理部门和司法部门保持着密切的协作配合。此外，工商行政管理活动既影响着国家经济计划的实现，又影响着国家法律的实施；既关系着国民经济的发展，又关系着社会的稳定；既影响着宏观和微观经济效益的提高，又影响着整个社会效益的取得，等等。正是这种管理范围的广泛性，才使得工商行政管理在国民经济和社会发展中具有重要的地位，而且有很强的政策性。

（二）管理内容的综合性

工商行政管理是一种宏观的经济管理，但同时又通过微观经济检查来实现对经济的监督和管理。其管理对象既有法人和其他组织，又有公民；既有全民、集体、私营企业，又有个体工商户；既有国内投资企业，又有外商投资企业；既有工业、商业、交通、运输、服务、饮食、旅游等行业，又有科技咨询、科技开发、信息传递、文化娱乐行业；既有各类有形市场，又有许多无形市场，等等。正因为如此，才决定了工商行政管理内容的综合性和复杂性。由于工商行政管理活动广泛地涉及社会经济生活的各个方面，可以说，国民经济管理活动和国家经济法律、法规和政策的许多方面，都能在工商行政管理的内容中得到直接或间接反映。这就使工商行政管理内容有很强的综合性。

（三）管理过程的整合性

管理过程的整合性，是指管理过程的整体合一性。工商行政管理既然是管理市场经济活动，其管理活动就必然要上溯到市场的行为主体——商品生产者和经营者，下延到市场的行为客体——商品。在管理上，从商品生产者和经营者作为主体进入市场领域（包括筹建和开业），开始在市场上发生各种市场行为，一直到作为主体退出市场领域（包括歇业和破产等）的全过程，工商行政管理都要进行各个环节的管理，而且是作为相互联系的统一过程的管理。与此相类似，作为市场活动的客体，包括有形商品和工业产权等无形商品，也有一个进入市场，并在市场上被用来发生各种市场行为，到退出市场的全过程。对这样的全过程，工商行政管理同样要对其进行管理。这就是说，工商行政管理必须对商品从生产领域进入流通领域，再退出流通领域进入消费领域全过程的各个环节都进行管理，而且也是作为一个整体的、统一过程的管理。

第二节 工商行政管理的职能和作用

一、工商行政管理职能的概念

工商行政管理的职能，是指工商行政管理机关为了实现其管理目的而必须具备的职责和功能。它是工商行政管理部门各项活动的总和，是对这些活动的理论概括。

由于工商行政管理存在着许多管理活动，因而相应地存在各种不同的职能。工商行政管理职能按照不同的标准可划分为以下几类：

1. 按管理活动的内容划分,可分为登记职能、检查职能、法规宣传职能、发布信息和咨询职能等。

2. 按职能是存在于管理系统的所有子系统还是只存在于某一个子系统划分,可分为一般职能和特殊职能。前者是对所有管理的子系统都具有的,并贯穿于所有的环节和所有的子系统之中的一般职能,如监督职能;后者是存在于某一个子系统之中,或是只是相应的管理形式才具有的特殊职能,如经济合同纠纷的调解、仲裁职能。

3. 按管理活动的主要形式和保障被管理客体的目的划分,可分为组织职能、控制职能、监督职能和协调职能。

二、工商行政管理职能的特点

1. 工商行政管理的职能是由其管理目标决定的。从工商行政管理职能的定义中可以看出:工商行政管理职能就是为了实现其管理目标所必须具有的功能。如果没有这些功能,管理目标就不能实现。因此,为了建立和维护市场经济秩序这一工商行政管理目标,必须有组织的功能、控制的功能、监督的功能和协调的功能。

2. 工商行政管理的职能不以具体的社会形态为转移。在任何商品经济社会里,都有一个建立和维护市场经济秩序的问题,只是其秩序的内涵和外延不尽相同而已。工商行政管理正是为了建立和维护市场经济秩序而产生和发展起来的。因此,工商行政管理职能的存在和发展,要由商品经济的发展规律来决定,而不以具体的社会形态为转移。换句话说,任何商品经济社会都客观上存在工商行政管理的一般职能。

3. 工商行政管理的职能，是受一定社会的商品经济的基本经济规律和其他经济规律制约的。商品经济的社会性质不同，以及商品经济的发展水平不同，就会相应地存在着不同的基本经济规律和其他经济规律，因而建立和维护市场经济秩序也就具有不同的内涵和外延。市场经济秩序的内容不同，决定了为建立和维护这种秩序的工商行政管理，需要有不同的职能。商品经济越发达，工商行政管理的职能就越多、越丰富，因而工商行政管理的作用也就越大。在我国过去高度集中的计划经济体制下，商品经济只是一个很小的部分，工商行政管理的职能基本上就只有监督职能，甚至只存在着对集市贸易的监督。党的十一届三中全会以后，随着改革开放和商品经济的迅速发展，工商行政管理的职能也在不断扩大，单一的监督职能已不可能实现具有丰富内容的工商行政管理目标。因此，其职能也就相应地不断增多；不仅有监督职能，而且还包括组织职能、控制职能和协调职能，并使它们构成一个完整的功能体系。

4. 管理过程的统一性，决定了工商行政管理职能的多项性。所谓职能，就是对于一定范围的管理活动所作的系统概括。一项管理职能，就是对一些管理活动，按一定的内在联系所作的系统概括。诸多管理职能的存在，便共同形成了为达到一定管理目的而开展的管理活动的全过程。如果某种管理只有一个职能存在，就不能构成整个管理过程，而只能单独成为某一管理系统的一个职能部分。从整个国民经济管理的全过程来看，工商行政管理基本上只执行监督职能，也正因为如此，才决定了工商行政管理的性质。但是，工商行政管理在建立和维护市场经济秩序中，存在着许多管理活

动，它们有机地构成管理的全过程，并由此决定了工商行政管理职能的多项性。

三、现阶段我国工商行政管理的职能和职责

1988年国务院批准的《国家工商行政管理局“三定”方案》，明确规定了工商行政管理部门的职能和职责。根据这一规定，现阶段工商行政管理的主要职能是：依法确定各类工商企业和个体工商业的合法地位，监督管理或参与监督管理市场上的各种经济活动，检查处理经济违法违章行为，保护合法经营，取缔非法经营，维护正常的市场秩序，保证社会主义商品经济的健康发展。

工商行政管理的主要职责，可概括为11项：

1. 主管工商企业和从事生产经营活动的事业单位、科技性社会团体的登记注册，依法确认其企业法人资格或合法经营地位，核发《企业法人营业执照》或《营业执照》，监督他们的生产经营活动。根据国务院授权，负责各种公司的审批和核准登记发照。

2. 统一管理城乡集市贸易，依法查处集市交易中的违法违章行为，依法监督管理农副产品市场、农副产品批发市场、小商品市场和各种专业市场。

3. 参与生产资料市场以及资金、劳务、技术、信息、房地产等生产要素市场的监督管理。

4. 监督检查经济合同的订立和履行，调解、仲裁经济合同和企业承包经营合同、企业租赁经营合同、技术合同纠纷，确认无效经济合同，查处违法经济合同。

5. 办理城乡个体工商户和个人合法的登记注册，核发