

高等院校工商管理系列教材

市场主体登记 管理

SHICHANG ZHUTI DENGJI
GUANLI

主 编
刘建一

北京工业大学出版社

内 容 简 介

本书根据国际惯例和我国的实际情况对市场主体进行了分类,从理论上详细阐述了市场主体准入与市场主体登记的关系,市场主体登记的原则,市场主体登记的意义与作用,市场主体登记注册的程序,市场主体的法律责任,对市场主体的监督管理等,并简要介绍了国外的市场主体登记管理。本书内容丰富,结构合理,既有一定的理论性,又有很强的实用性。

本书适合于高等院校工商行政管理专业本科生、大专生使用,也可供工商行政管理人员、企事业单位管理人员学习、使用。

市场主体登记管理

主 编 刘建一

*

北京工业大学出版社出版发行

各地新华书店经销

徐水宏远印刷厂印刷

*

1996年11月第1版 1996年11月第1次印刷

787×1092毫米32开本 11.875印张 264千字

印数:1~6000册

ISBN7-5639-0516 2/F·66

定价:15.20元

工商行政管理系列教材
编辑委员会名单

顾问：董久昌

主任：张六琥

副主任：曲德森 蔡良才 刘建一

齐 戈 李志恒 王福扬

李振华 付义正 何宏金

编委：(以姓氏笔划为序)

马忠勤 王明刚 王扬气 王 辉

王新弛 冯建中 付小均 孙宝月

申建国 刘林清 孙永正 李平生

伍东祥 李鹤玲 朱鑑桓 邢素军

汤 理 陈克聪 陈季修 张国山

张振华 杜文娟 邵晓光 沈建林

范莉莉 段仁元 段华洽 周自盛

徐 伟 胡加荣 胡熙民 姜子华

袁建新 袁川峰 倪慧芳 蒋泽中

韩向东

前 言

在社会主义市场经济体制下，工商行政管理机关作为国家经济监督管理机关，承担着市场监督管理与行政执法，维护市场经济秩序，发展市场经济的重要职能。为了适应建设有中国特色的社会主义工商行政管理体制的需要，首都经济贸易大学工商行政管理系在校领导与国家工商行政管理局宣传教育与国际合作司、教育处领导的支持下，根据社会主义市场经济发展及工商行政管理机关职能的内在联系，重新构思、设计高等院校工商行政管理教材，打破了以往按工商行政管理职责设计课程、编写教材的作法，而是按其内在联系设计了《工商行政管理概论》、《市场主体登记管理》、《市场运行与监督管理》、《经济合同管理》、《知识产权保护》、《广告监督管理》、《公平交易执法》七本教材，旨在突出教材的系统性、理论性、科学性与实用性。

为了搞好工商行政管理系列教材的编写，1996年4月，首都经济贸易大学出面邀请设有工商行政管理专业的部分高等院校的代表，对首都经济贸易大学提出的系列教材改革意见与写作提纲进行论证。出席教材编写协商会的高等院校有（排名不分先后，以第一字笔划为序）：广东民族学院、云南大学、天津商学院、辽宁大学、长春税务学院、包头钢铁学院、扬州大学、西南交通大学、安徽大学、苏州大学、河北经贸大学、南京化工大学、首都经济贸易大学等13所高等院校的代表。经过认真研究讨论，一致同意首都经济贸易大学

提出的改革教材的基本思路，并决定成立“工商行政管理系列教材编辑委员会”，分工协作撰写，最后由首都经济贸易大学工商行政管理系负责统纂、统审、统编，在1996年年底出版发行。目前，奉献在读者面前的这套系列教材，就是根据协商会讨论形成的基本思路编写而成的。随着改革进程的不断深化与发展，欢迎读者提出宝贵意见。

本书是系列教材中的一本，撰稿人为：第一章第一、二节、第六章赵韵玲；第一章第三节蔡良才；第二章王明刚；第三、四章胡加荣；第五章蒋泽中；第七章刘建一；第八章方红雁；第九章管宏治。

全书交稿后由刘建一、周自盛初审，最后由刘建一进行统稿。

《工商行政管理系列教材》编辑委员会

一九九六年八月

目 录

第一章 市场主体概述	(1)
第一节 市场主体	(1)
一、市场主体的基本概念及特征	(1)
二、市场主体在市场经济条件下运行的特点	(3)
三、市场主体在市场经济中的作用	(4)
第二节 市场主体的形式	(7)
一、市场主体的分类	(7)
二、按法律地位划分的市场主体	(8)
三、国内企业法人市场主体形式	(11)
四、外商投资企业市场主体形式	(15)
五、自然人及自然人企业市场主体形式	(19)
第三节 市场主体结构的改革	(21)
一、市场主体结构改革概述	(21)
二、由一元化市场主体结构向多元化市场主体 结构发展	(23)
三、重构企业制度与机制,使市场主体成为市场 竞争主体	(31)
第二章 市场主体准入	(40)
第一节 市场主体准入的概念与性质	(40)
一、市场主体准入的概念	(40)
二、市场主体准入的性质	(46)
三、市场主体登记管理的作用	(49)
第二节 市场主体准入的原则	(51)

一、依法准入的原则	(51)
二、市场主体平等竞争的原则	(53)
三、优化产业结构的原则	(54)
四、产权关系明晰的原则	(57)
五、政企分开、禁止党政机关经商的原则	(59)
第三节 市场主体准入的法律依据	(60)
一、市场主体准入的法律、法规体系	(60)
二、市场主体的权利与义务	(67)
第四节 市场主体登记管理机关	(73)
一、市场主体登记管理机关的职能与任务	(73)
二、市场主体登记管理机关的内部分工	(77)
第三章 市场主体的登记管理 (一)	
——公司设立的实体要求	(80)
第一节 公司的组织机构和设立条件	(80)
一、公司的组织机构	(80)
二、公司设立条件	(85)
第二节 名称及名称专用权保护制度	(88)
一、企业名称与服务标记	(89)
二、企业名称专用权	(89)
三、我国企业名称法规的立法宗旨及其法规体系	(90)
四、我国名称法规的基本内容	(92)
五、我国名称登记管理制度的特点	(94)
第三节 公司资本和公司债	(95)
一、公司资本的投入方式	(96)
二、公司资本运行的三项基本原则	(98)
三、公司债	(101)
第四节 公司登记注册的其他事项	(102)
一、公司股东	(102)

二、公司发起人	(103)
三、法定代表人	(104)
四、公司住所	(107)
五、经营范围	(108)
六、分支机构	(108)
七、企业类型	(109)
八、经营期限	(109)
第四节 公司章程	(109)
一、公司章程及其法律效力	(109)
二、公司章程的内容	(111)
三、企业法人章程的内容	(113)
四、对章程的基本要求	(115)
第四章 市场主体的登记管理 (二)	
——公司设立程序要件	(116)
第一节 国民经济行业分类与登记范围	(116)
一、国民经济行业分类	(116)
二、市场主体登记注册范围	(119)
第二节 公司设立原则	(123)
一、西方国家公司设立原则	(123)
二、我国公司设立原则	(125)
第三节 公司设立申请登记程序	(127)
一、公司名称的预先核准	(127)
二、有限责任公司的设立登记	(128)
三、股份有限公司的设立登记	(129)
第四节 公司登记审批的基本程序	(132)
一、申请 (受理)	(132)
二、审查	(134)
三、核准	(136)

四、发照	(137)
五、公告	(138)
第五章 市场主体登记管理 (三)	
——自然人及自然人企业	
的登记管理	(141)
第一节 自然人 (个体工商户) 的营业登记管理 ...	(141)
一、个体工商户须办理营业登记注册	(141)
二、办理营业登记注册的必要条件	(143)
三、登记注册的具体类型	(145)
四、营业登记注册的适用程序	(147)
第二节 自然人企业的营业登记注册	(154)
一、办理营业登记的自然人企业形式	(154)
二、办理营业登记注册的必要条件	(155)
三、营业登记注册的具体类别	(157)
四、营业登记程序	(159)
第六章 市场主体登记管理 (四)	
——外商投资企业的登记管理	(168)
第一节 外商投资企业的设立登记	(168)
一、外商投资企业的设立程序	(168)
二、审批机关及登记主管机关	(169)
三、外商投资企业登记的基本法律文件	(172)
四、外商投资企业办理注册登记时应提交的主要文件 ...	(174)
第二节 外商投资企业登记的主要事项	(178)
一、企业名称	(179)
二、企业地址	(182)
三、注册资本	(182)
四、生产经营范围	(186)
五、外商投资企业的董事长、副董事长、总经理、	

副总经理	(186)
六、经营期限	(186)
第三节 外商投资企业的变更、注销登记	(187)
一、变更登记	(187)
二、注销登记	(190)
第四节 外商投资企业行业投资导向	(193)
一、外商投资企业行业投资导向与我国产业政策的调整	(193)
二、禁止、限制、允许、鼓励外商投资的领域	(195)
三、创建良好环境,促进外商投资企业健康发展	(196)
第七章 市场主体登记管理机关对市场主体的监督管理	(200)
第一节 市场主体监督管理概述	(200)
一、对市场主体的概念	(200)
二、对市场主体的特点	(202)
三、对市场主体的作用	(207)
第二节 市场主体登记管理机关对市场主体资格的监督管理	(208)
一、取缔无照经营企业和无照经营者	(209)
二、治理“假三资”企业	(211)
三、规范私营企业	(215)
四、规范国有企业的公司化改造	(218)
五、禁止党政机关经商办企业	(224)
第三节 对市场主体登记事项的监督管理	(225)
一、对内资企业出资状况的监督管理	(226)
二、对外商投资企业注册资本的监督管理	(231)
三、对市场主体的其它登记事项的监督管理	(238)
第四节 对市场主体的经营行为的监督管理	(242)

一、对市场主体经营状况的监控	(242)
二、对市场主体经营行为合法性的监督	(249)
第五节 对市场主体监督管理的方式方法	(252)
一、企业法人年度检验制度	(252)
二、对私营企业的年检制度与个体工商户的验照制度 ...	(257)
三、对市场主体日常的监督检查	(259)
四、市场主体档案管理	(263)
第八章 市场主体的法律责任	(270)
第一节 市场主体法律责任概述	(270)
一、市场主体法律责任的概念	(270)
二、市场主体法律责任的种类	(271)
三、工商行政管理机关对市场主体违法行为的 行政处罚	(274)
第二节 公司企业法人的法律责任	(277)
一、有限责任公司的法律责任	(277)
二、股份有限公司的法律责任	(282)
第三节 自然人市场主体的法律责任	(289)
一、独资企业的法律责任	(289)
二、合伙企业的法律责任	(289)
三、个体工商户的法律责任	(290)
第九章 国外市场主体登记管理	(292)
第一节 国外的企业制度	(292)
一、国外企业的组织形式	(292)
二、国外企业的产权制度	(293)
三、国外企业的组织管理制度	(295)
第二节 国外市场主体登记注册管理	(298)
一、国外市场主体登记注册的法律规范	(298)
二、国外市场主体登记注册的管理机构及其职能	(300)

三、国外市场主体登记注册的审查事项	(302)
四、国外市场主体登记注册程序	(306)
五、国外市场主体的变更登记和注销登记	(307)
六、外国投资企业的登记注册	(308)
第三节 国外对市场主体的监督管理	(312)
一、实行公示主义	(312)
二、对公司的重大事务实行报告和审查制度	(313)
三、通过各种措施调控企业	(315)
附录：中华人民共和国公司法	(317)

第一章 市场主体概述

第一节 市 场 主 体

一、市场主体的基本概念及特征

（一）市场主体的基本概念

市场主体，是指经国家批准进入市场，从事商品生产、经营、服务活动，以营利为目的的企业法人及自然人。

按照市场经济理论，广义的市场主体包括：市场的管理者——政府、市场的生产经营者、市场的消费者及市场活动的中介机构等。我们这里指的市场主体为狭义的市场主体，是以营利为目的，从事商品生产及经营活动的市场竞争主体。

（二）市场主体的基本特征

（1）市场主体必须从事以营利为目的的商品生产经营活动。

市场主体必须是经营者，而经营者在市场中的经营行为是以营利性为主要特征的。

在社会主义市场经济条件下，价值规律仍然发挥其作用，即任何进入到市场中的经营者都必须了解价值规律并遵循价值规律的原则。任何商品经营者都必须借助价值的形式以货币为尺度精确地进行产出的比较，在独立核算的基础上，利用价格、成本、利润等价值形式，计算其经营的投入与产出，力图以最小的消耗取得最大的经济效益，这就是营利性。因

此,营利性是进入市场的市场主体作为经营者的本质特征。离开了营利性,市场主体作为经营者就失去了存在和发展的基础。

市场主体作为经营者,在市场上的具体活动,是以其自身的经济需要为前提的,是一种自主行为。例如,任何市场主体都可以根据自身所具有的条件和素质,选择适合自己的市场活动,可以从事生产活动,可以进行商业活动,也可以从事服务活动,但所有这些活动,从其本质特征上看都具有营利性,是以营利性为前提的。

(2) 市场主体在法律上具有独立的民事主体资格及合法地位。

我国《民法通则》规定,法人和公民(自然人)都可以成为合法的民事法律关系的主体。

民事权利能力,是依照法律规定,可以享有民事权利和承担民事义务的资格。它包括公民的民事权利能力和法人的民事权利能力。

我国的市场主体从法律地位看可分为两类:一类是企业法人,一类是自然人,它们都具有独立的民事主体资格。任何民事主体虽然都有法律所赋有的权利能力,但法人与自然人所享有的权利能力有着差别。公民(自然人)不具有法人所特有的某种权利能力,同样,法人也不具有公民(自然人)所特有的某些和人身相关的权利能力。但是做为市场主体,两者都得到法律上的认可,都可以成为合法的市场主体而准入市场进行商品生产、经营或服务活动,从这一点来说,它们都具有合法的民事主体资格和各自不同的法律地位。

(3) 市场主体资格及法律地位需经国家认可。

市场经济在价值规律的自发调节下,同样还需要国家运

用经济的、法律的以及行政的方法进行宏观调节和控制。这种宏观调节和控制体现在市场主体上，就是要赋予不同市场主体相应的法律资格，以明确其法律地位。

作为具有独立的民事法律关系主体资格的市场主体，从其分类看，很重要的一类是企业法人。企业法人是具有独立的财产，能够独立承担民事责任的经济组织。因此，它可以成为具有独立法人资格的市场主体。而自然人虽然也可以进行以营利为目的的商品经营活动，但其承担责任的形式是无限责任，即使有些是以自然人企业的形式出现，但这些企业不具有法人所拥有的条件，因而在法律上是不具备法人资格的市场主体。

由国家确立各市场主体其不同的法律资格及法律地位，是市场经济的客观要求，这样做一方面可以加强国家对市场主体的宏观调控，同时也可以保护市场经济中债权人的权益，以保证市场秩序的稳定。

国家确立各市场主体法律资格及法律地位的前提是规范各类市场主体的法律特征以及它们所应具备的条件。申请法人登记的市场主体，必须符合法人所应具有的法律条件和要求，申请登记为公司的，应按照国家公司法的要求，按规范组建公司。

最后，作为对市场主体的控制手段，国家要规范各不同市场主体准入和退出市场所必须履行的法律程序。

二、市场主体在市场经济条件下运行的特点

有市场，就必须要有市场的主体及其客体——市场上交易的商品。而市场主体的运动，其职能与作用的发挥，对市场经济的发展起着不可忽视的作用。因此，我们有必要分析

一下市场主体在市场经济条件下运行的特点，即市场主体的自主性、开放性、平等性和竞争性。

(1) 市场主体的自主性。指市场主体都必须具有生产经营的自主权，并且自负盈亏。一个没有生产经营自主权的单位只能是某些组织的附属物，构不成市场主体，更无法在市场经济中独立自主地运行。

(2) 市场主体的开放性。指市场要向所有的商品生产者、经营者、消费者开放，向不同所有制的企业开放，向国外开放。市场主体应适应开放的形势，充分利用国内、国外资源，开辟国内、国际市场，以搞活经济。

(3) 市场主体的平等性。指在商品交换中，任何市场经营活动中的参与者都以平等的身份出现，公平交易，平等竞争。要规范市场主体的法律地位，使其真正成为独立、平等的市场主体。

(4) 市场主体的竞争性。市场经济以竞争为其主要运行机制，商品的生产者、经营者之间，以及生产者、经营者、消费者之间都要在广泛的领域内进行竞争。通过竞争促进经济发展，活跃市场经济。必须保证市场主体在公平、公开、公正的条件与程序下参与市场竞争，同时反对不正当竞争。国家对违反有关法律规定的市场主体有权依法制裁。

市场的生产经营者在市场竞争规律的作用下优胜劣汰，从而不断地推动技术进步，推动社会经济技术发展。

三、市场主体在市场经济中的作用

(一) 市场主体是市场经济运行的基础

市场主体既是生产要素的提供者和购买者，同时又是各种消费品的生产者和消费者，离开了市场主体之间的购买、生

产和销售活动，市场就失去了运行的条件。

市场的产生是以社会分工和商品生产为前提的。社会分工的出现和不断扩大，使得不同的产品分别由不同的生产者来生产，同时劳动产品又归不同的所有者占有。这样，各个生产者对他人产品的需要，就必须通过市场交换来满足，市场的活动内容就是商品生产者、经营者以及消费者之间通过买卖关系实现其利益需要的活动。

市场主体既可能是市场中的生产主体，也可以成为市场中的经营主体或消费主体，当市场主体需要进行生产经营活动时，需要购进大量原材料、土地、技术及劳动力，这时市场主体以需求者的身份出现，会成为生产要素的消费者，同时其它市场主体就必然在市场中充当生产资料的提供者，以使商品交换得以完成。

各种消费品的生产和消费具有同样的道理，任何市场主体都可能成为消费品市场的生产者和消费者。市场能否扩大，功能能否健全，取决于各市场主体是否具有灵敏的反应能力、应变能力和迅速地把市场机会转化为主体自身机会的能力。市场主体在追逐个体利益的同时拓展着市场规模，壮大着市场，因此说市场主体是市场经济运行的基础。

（二）市场主体的发展状况关系到以公有制经济为主体的社会主义经济制度的巩固与发展

社会主义市场经济是建立在以生产资料社会主义公有制为主体的经济基础上，而资本主义市场经济是建立在以生产资料资本主义私有制为主体的经济基础上，这是社会主义市场经济同资本主义市场经济相区别的根本标志。

在社会主义市场经济条件下，我们在积极发展多元化市场主体的同时，必须始终清醒地看到，应该坚持公有制经济