

● 蔡良才 张虹 主编

现代企业与 工商行政管理



企业家丛书

顾问/马 洪
主编/马建堂

湖北科学技术出版社

企业家丛书

顾问/马 洪

主编/马建堂

现代企业与 工商行政管理

蔡良才 张虹 主编

湖北科学技术出版社

现代企业与工商行政管理

©蔡良才 张虹 主编

策 划:刘虹 刘军
责任编辑:刘军

封面设计:秦滋宣
责任校对:蒋 静

出版发行:湖北科学技术出版社
地 址:武汉市武昌东亭路2号

电话:6782508
邮编:430077

印 刷:湖北武汉峰迪印务有限责任公司
印:苏江洪

邮编:430034

787×930mm 32开 8.375印张
1998年1月第1版

3插页 130千字
1998年1月第1次印刷

印 数:0001-3000

ISBN7-5352-2078-9/F·226

定价:10.00元

本书如有印装质量问题 可找承印厂更换

《企业家丛书》编委会

顾 问 马 洪

主 编 马建堂

编 委 (按姓氏笔画为序)

丁宁宁 马建堂 刘 伟

李晓西 邵 宁 郭树清

谢伏瞻 路用元 魏 杰

序

马 洪

党的十四大确定了我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。企业作为市场经济的主体，其改革能否成功，能否适应市场经济的要求，是社会主义市场经济体制能否在我国确立的关键。在决定企业兴衰的各种因素中，企业的经营管理者起着独特的不可替代的作用。发展社会主义市场经济，需要造就一大批懂现代市场经济知识、在国内外激烈的市场竞争中创新取胜、富有才干的企业经营管理者，即我们通常所说的职业化的企业家。

我国企业家队伍的产生，始于改革开放初期。由于实行公有经济为主体、多种经济成分并存的经济政策，个体、私营及乡镇企业发

展很快，产生了一批民营企业家。与此同时，由于城市推行以国有企业改革为中心环节的改革措施，企业的自主权逐渐扩大，企业行为中的市场化成分也多了起来，越来越多的通过改革获得一定成功的国有企业的厂长、经理脱颖而出，成长为杰出的企业经营管理者。但是，他们还称不上名副其实的真正职业化的企业家，因为，他们的行为终究不能超越计划经济体制的局限。在计划经济体制下，国有企业是政府的附属体，厂长、经理是政府任命的官员，并且授予相应的行政级别，很多企业本身就是一个相对独立的小社会，其行为并不完全遵循市场规律，更多地表现为政府行为。这种体制很难使企业经营者全力以赴地搞好经营，大展宏图，拓展他们的经营事业，而容易诱发经营者产生做官的兴趣，走所谓“仕途经济”的道路。在这种情况下当然也就不可能产生真正职业化的企业家。只有在社会主义市场经济体制确立后，才为产生真正的企业家队伍提供了理论和体制的保证。首先，市场经济体制的基本特征就是以市场作为配置资源的基本手段，从而使资源得到合

理有效地利用，它要求企业完全按照市场规律来运行，摒弃了企业行为中一切不符合市场规律的成分。其次，随着现代企业制度的建立和完善，企业将具有充分的自主权，企业家的责权利也随之明确，行为将日益规范化。第三，与现代企业制度相适应的公司经理人员市场将逐步发展并完善起来，为企业家的职业化创造更好的条件。

同时，也应该看到，在现实生活中，真正大批职业企业家的产生还面临着两方面的困难。一方面的困难来自制度本身。由于我国目前处于新旧体制交替时期，市场经济体制还未完全建立，现代企业制度还处于试点阶段。与此同时，人才流动制度、企业经营管理者的选拔任免和任期退休制度、企业收入分配制度等都还有待建立和完善，这样，企业家的职业化进程便要受到很大的制约。另一方面的困难来自于企业经营管理者市场经济知识的不足。由于过去长期生活在传统的计划经济体制下，而建设市场经济新体制在我国又是一件前无古人的事业，所以不少企业经营者还不熟悉社会主义市场经济体制及它的

各个方面，不太熟悉市场经济条件下企业的行为准则，不太注重调查分析市场状况，以主动适应市场需求，不太善于使用现代管理手段和方法，以改进营销管理，不太善于分析客观经济形势，并据此进行相应的企业决策。这种状况近年来应该说有了很大的改变，出现了一大批懂市场、懂经营、懂创新的企业家。但从总体上看，学习市场经济进而驾驭市场经济的能力还有待于提高。

所以，在加快建设社会主义市场经济体制的同时，企业经营者加强学习，不断提高自身素质就显得十分迫切和必要。据中国企业家调查系统 1996 年的调查结果显示，大多数的企业经营人员认为企业家职业化迫切需要提高自身的素质，亟须提高“现代管理知识”、“公关能力”和“领导能力”。可见，加强对企业经营者进行市场经济基本知识的普及，为他们提供必要的理论知识，让他们掌握市场经济下企业的行为规则，对企业经营者队伍的成长以及社会主义市场经济的建设有着十分重要的意义。正是出于这一目的，1993 年，根据江泽民总书记的指示，我

与其他同志一起主编了《什么是社会主义市场经济》一书做为干部学习的教材。现在马建堂博士又特邀了一批目前活跃在我国经济学领域的中青年经济学家组成了编委会，以企业经营者为读者对象，编写了这套“企业家丛书”。该丛书涵盖的内容比较广泛，知识比较系统，全面探讨了宏观调控、现代企业制度、市场营销、金融市场、商品市场、工商行政管理、财务管理、财税体制改革等各个方面与企业的关系，既有理论性，又兼有通俗性和普及性。相信这套丛书的出版，会受到广大企业经营管理者们的热忱欢迎。

1996年11月22日

目 录

1 社会主义市场经济条件下的	
工商行政管理	1
1.1 社会主义市场经济与工商行政管理职能	
.....	1
1.2 工商行政管理机关的性质与任务.....	12
1.3 工商行政管理监督系统.....	19
2 对企业的登记注册管理.....	23
2.1 企业登记注册应遵循的基本原则.....	23
2.2 企业登记注册的内容及程序.....	33
2.3 外商投资企业的登记注册.....	44
2.4 企业法人的权利与义务.....	50
2.5 工商行政管理机关对企业的	
监督管理.....	60
3 对企业市场行为的监督管理.....	68
3.1 市场管理的内容.....	68
3.2 消费品市场管理.....	75

3.3	生产资料市场管理	89
3.4	生产要素市场管理	96
4.	对企业经济合同的监督管理	103
4.1	企业如何签订经济合同	103
4.2	工商行政管理机关对企业经济 合同的监督管理	120
4.3	经济合同仲裁	127
5.	对企业商标的注册管理与监督管理	134
5.1	市场经济中商标的作用	134
5.2	企业商标注册的内容和程序	141
5.3	企业内部的商标管理	153
5.4	工商行政管理机关对商标专用权的保护	162
6.	对企业广告的监督管理	171
6.1	现代企业需要广告	171
6.2	广告监督管理	174
6.3	企业广告制作与传播	176
6.4	广告违法行为的处罚	190
7.	公平交易执法	193
7.1	工商行政管理机关公平交易 执法的意义	193
7.2	制止垄断和不正当竞争行为	200
7.3	维护生产者、经营者、消费者的 合法权益	214

7.4 工商行政管理机关公平交易	
执法的处置	228
8. 工商行政管理法规	237
8.1 工商行政管理法规体系的地位	237
8.2 工商行政管理法规体系	240
8.3 企业家学习和遵守工商行政	
管理法规的意义	250

1 社会主义市场经济 条件下的工商行政管理

1.1 社会主义市场经济与工商行政管理职能

社会主义市场经济要合理配置资源，以达到投入少、产出多的目标，就要充分发挥市场机制的作用，让市场机制调节社会总劳动在各部门、各地区、各企业的分配，这是社会主义市场经济得以发展的必要前提与条件。但我们也要看到，完全自发的市场机制调节也有很大的局限性。其一，现代的市场是社会化、国际化、现代化程度很高的市场，市场情况瞬息万变，一个企业、一个部门、一个地区不可能全面、科学、及时地掌握错综复杂的市场信

息，特别是像我们这样的大国，地域辽阔，交通不便，信息不灵，一个企业往往摸不准市场的脉搏，易造成判断失误，预测、决策失准，甚至会造成资源配置的混乱、浪费与损失；其二，现代社会公益事业日益发展，一些大型公益事业技术要求高、投资大、收效慢，有的甚至短期内无效益，如果完全靠市场机制自发地调节，将延误时机，阻碍社会经济技术的发展。因此，在充分发挥市场机制作用的同时，必须加强国家的宏观管理，加强国家对社会经济活动的调节、控制与监督，以促进社会经济技术发展中结构优化、社会资源优化组合，在总量平衡的基础上实现经济持续、快速、健康地发展，社会经济秩序稳定，人民生活不断提高。

国家宏观经济管理的职能是多方面的。从纵向来看，它既有经济立法管理，也有经济行政执法与经济司法管理；从横向来看，它既有经济调控职能，如计划管理、投资管理、国有资产管理、工农业生产管理、对内对外贸易管理、财税管理、金融管理、劳动工资管理等，也有经济监督管理职能，如市场监督管理、环境保护监督管理、审计监督管理、质量监督管理、价格监督管理、技术监督管理、知识产权监督管理等。以上各种职能之间互相分工协作，互相依存监督，形成了我国有特色的社会主义宏观管理监督体系。它们同社会主义市场体系、微观运

行体系之间有机地结合，构成了我国社会主义市场经济体制的良性循环，推动着社会主义市场经济正常、顺利、健康地发展。而作为国家对市场主体及其市场行为进行经济行政监督管理的工商行政管理职能则是其中的重要职能之一。

1.1.1 工商行政管理职能

工商行政管理职能是指国家为建立与维护市场经济秩序，对市场主体及其市场行为进行的经济行政监督管理职能。通俗地讲，就是国家的市场监督管理职能、市场行政执法职能。

(1) 工商行政管理职能的管理主体是国家。它根据国家制定的法律、法规对市场主体及其市场行为进行监督管理，以建立与维护市场经济秩序，使社会主义市场经济健康地发展。尽管各国国情不同，市场监督、执法机构的设置不同，但各国都有对市场主体及其市场行为进行监督、执法的职能，即工商行政管理职能。在我国，专门设立工商行政管理机关代表国家专事工商行政管理职能；在美国，联邦政府授权联邦贸易委员会专事市场监督管理工作，而对市场主体进入市场的登记注册工作，分别由州务卿办公室与税务机关承担；在日本，政府成立“公正交易局”进行市场监督管理工作，而商事注册由通产省负责；在西欧，很多国家设立了“反

托拉斯局”等机构进行市场监督管理工作，而由法院的登记注册机构确认企业法人地位。

(2) 工商行政管理职能的管理客体是进入市场从事生产经营活动的市场主体。

市场主体可以按不同的分类标准有不同分类：

①按企业产权关系及其法律地位可分为企业法人、自然人及自然人性质的经济实体。

企业法人是指有符合国家规定的资金数额，有组织章程、组织机构和场所，能够独立承担民事责任，经主管机关核准登记的企业，取得法人资格。在我国，企业法人主要为经工商行政管理机关核准登记的有限责任公司（包括国有独资公司）、股份有限公司。它们以公司的全部资产为限对公司的债务承担责任；股东以其出资额或其所持股份为限对公司承担责任。此外，我国企业法人还包括股份合作制企业等。

自然人及自然人性质的经济实体包括独资企业、合伙企业、个体工商户、农村承包经营户等。它们对企业、个人的债务负无限责任；合伙企业，对合伙人的企业债务承担连带责任。

②按企业所有制性质可分为全民所有制企业、集体所有制企业、外商投资企业、私营企业等。

③按企业在社会再生产总过程中的不同职能可分为工业企业、建筑企业、商业企业、服务企业、金

融企业等。

(3) 工商行政管理的内涵即管理的中心是市场主体的市场行为。这里的市场行为是指社会主义统一大市场的市场交易、竞争行为。也就是说,不仅要依法监督商品市场(包括消费资料市场、生产资料市场),而且要参与对生产要素市场(包括金融市场、劳动力市场、技术市场、土地房地产市场、信息市场、产权市场等)的监督管理。从过程来看,即由市场主体进入市场,直至退出市场的行为进行全过程、全方位的监督管理。

(4) 工商行政管理的外延即管理涉及的范围为整个市场经济活动。它不仅指在市场上对市场主体及其市场行为进行监督管理,当在市场交易与竞争活动中,如发现市场主体有违法、违章行为时,有权对市场主体的生产经营活动进行监督管理,即由外部监督延伸到向内部监督。

(5) 工商行政管理职能的性质是经济行政监督管理,即依法对市场主体行为进行监督管理,实施经济行政执法职能。

(6) 工商行政管理目标是建立、维护市场经济秩序,使市场经济在良好、宽松的环境、秩序、条件下运行,推动社会主义市场经济的发展。

在我国,随着社会历史条件的变革,履行工商管理职能的机构也经历了一系列的变革。1949