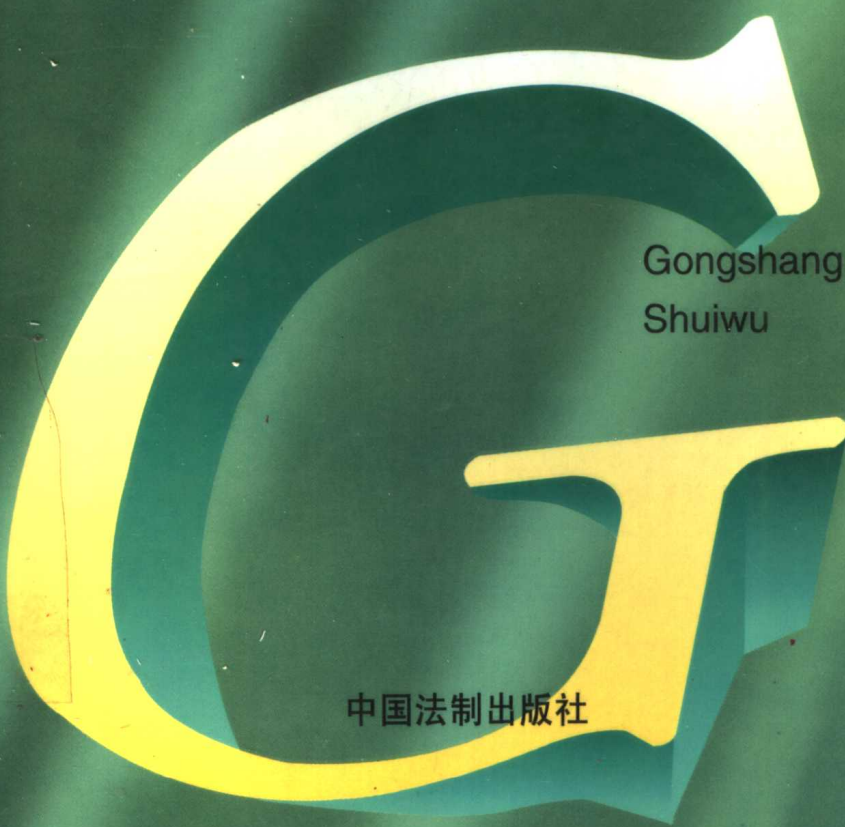


新编党政干部法律知识手册

工商税务

主编 董葆霖



Gongshang
Shuiwu

中国法制出版社

新编党政干部法律知识手册

——工商、税务

主 编 董葆霖

撰稿人 钟 文 孟 钧 惠恩明

董葆霖 左 军 卢艳刚

夏 霖

中国法制出版社

责任编辑：王淑敏

新编党政干部法律知识手册

——工商、税务

XINBIAN DANGZHENG GANBU FALU ZHISHI SHOUC

——GONGSHANG SHUIWU

主编/董葆森

经销/新华书店

印刷/涿州新华印刷厂

开本/787×1092毫米 印张/12.3125 字数/312千

版次/1997年1月北京第1版 1997年1月北京第1次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN7-80083-248-1/D·231

(北京文津街9号 邮政编码:100017) 定价:16.00元

目 录

第一章 工商行政管理概述	(1)
第一节 工商行政管理的概念、特点及 机构设置.....	(1)
第二节 工商行政管理的作用和地位.....	(10)
第三节 工商行政管理内容.....	(24)
第二章 企业登记管理制度	(40)
第一节 企业登记管理概述.....	(40)
第二节 公司登记注册.....	(51)
第三节 企业法人登记管理.....	(66)
第四节 外商投资企业登记管理.....	(72)
第五节 营业登记.....	(81)
第六节 企业名称的管理和使用.....	(84)
第七节 企业年度检验.....	(88)
第八节 监督管理.....	(91)
第三章 商标法律制度	(99)
第一节 中国商标历史状况和改革开放 后的商标立法.....	(99)
第二节 商标法的主要内容和基本原则.....	(104)
第三节 商标法律的确权程序.....	(111)
第四节 注册商标的变更、转让、续展.....	(135)
第五节 国家对商标的行政管理.....	(151)
第六节 商标专用权的保护.....	(167)
第七节 商标的国际注册.....	(177)
第八节 关于服务商标.....	(181)

第九节	有关商标的国际条约·····	(185)
第四章	个体私营经济管理体制·····	(195)
第一节	我国个体、私营经济的发展现状 和作用·····	(195)
第二节	我国个体私营经济迅速发展的 原因·····	(198)
第三节	个体私营经济的管理体制·····	(204)
第四节	个体私营经济登记管理·····	(212)
第五章	竞争法律制度·····	(237)
第一节	反不正当竞争法概述·····	(237)
第二节	不正当竞争行为(一)·····	(245)
第三节	不正当竞争行为(二)·····	(260)
第四节	不正当竞争行为的法律责任·····	(268)
第五节	我国《反不正当竞争法》的执法 机关·····	(272)
第六章	增值税·····	(276)
第一节	增值税的概念、纳税人及征税 对象、范围·····	(276)
第二节	增值税的应纳税所得额的计算·····	(279)
第三节	增值税的征收·····	(286)
第七章	营业税及企业所得税·····	(293)
第一节	营业税的纳税人和征税范围·····	(293)
第二节	营业税应纳税额的计算和减免税 规定·····	(294)
第三节	营业税的征收·····	(298)
第四节	企业所得税的纳税人和征税对象·····	(300)
第五节	企业所得税应纳税额的计算·····	(301)

第八章	消费税和个人所得税	(304)
第一节	消费税的概念、消费税征税对象 和征税范围	(304)
第二节	消费税应纳税额的计算	(305)
第三节	消费税的减免税规定及消费税的 征收	(314)
第四节	个人所得税的纳税人和征税对象	(317)
第五节	个人所得税应纳税额的计算	(320)
第六节	个人所得税的减免规定	(326)
第九章	固定资产投资方向调节税	(328)
第一节	固定资产投资方向调节税的纳税 人和征税对象	(328)
第二节	固定资产投资方向调节税应纳税 额的计算	(328)
第三节	固定资产投资方向调节税的征收	(351)
第十章	外商投资企业和外国企业所得税	(355)
第一节	外商投资企业和外国企业所得税 的纳税人和征税对象	(355)
第二节	外商投资企业和外国企业所得税 应纳税额的计算	(357)
第三节	外商投资企业和外国企业所得税 的税收优惠政策及纳税办法	(362)
第十一章	其他税种	(367)
第一节	资源税的纳税人、征税对象及税 额计算	(367)
第二节	土地使用税的纳税人、征税对象 及税额计算	(369)

第三节	土地增值税的纳税人及税额计算·····	(373)
第四节	印花税的纳税人、征收对象、征收范围和税额计算·····	(377)

第一章 工商行政管理概述

第一节 工商行政管理的概念、特点及机构设置

一、工商行政管理的概念

工商行政管理，是指为了建立和维护市场经济秩序，国家通过其主管市场监督管理和行政执法的工商行政管理部门，对商品生产经营者的市场经济活动进行的监督管理。

这一概念揭示出工商行政管理具有以下基本内涵：

1. 管理主体是国家，具体是指代表国家行使主管市场监督管理和行政执法职能的工商行政管理机关。
2. 管理的对象是商品生产经营者、商品生产经营者的市场经济行为以及商品和服务。
3. 管理的目标是建立和维护市场经济秩序。
4. 管理的性质是经济行政监督和行政执法。

二、我国工商行政管理发展简史

工商行政管理的历史，可以追溯到奴隶社会和封建社会国家对经济的行政干预。当时的“司市”、“质人”、“肆长”、“司门”等制度的设立，已经具有工商行政管理的基本特征。

新中国的工商行政管理产生于建国初期。新中国成立之初，中央人民政府政务院财政经济委员会设立了私营企业局和中央外资企业局，分别管理私营企业和外资企业。1952年底，将上述机构合并改为中央工商行政管理局，负责领导全

国的工商行政管理工作。各级地方政府也同时设置了地方工商行政管理局，行使经济行政监督和管理职权。

这一时期工商行政管理部门的主要职责和工作是：

1. 参与没收官僚资本和肃清帝国主义在华经济势力的工作。
2. 加强市场管理，维护市场秩序。
3. 加强企业登记管理和商标注册管理。
4. 参与对资本主义工商业和对个体手工业、小商小贩的社会主义改造。

社会主义改造完成以后，工商行政管理经历了曲折的历史发展。特别在“文化大革命”时期，工商行政管理工作受到极大冲击，机构大部分被撤销或合并。

党的十一届三中全会以后，我国进入经济体制改革新时期。在这一时期，随着商品经济和市场经济的发展，工商行政管理也获得迅速的加强和发展。主要表现在：

1. 工商行政管理机构得到恢复和逐步健全。1978年9月，国家重建工商行政管理总局，1982年更名为国家工商行政管理局。与此同时，各地也先后恢复了工商行政管理机构建制。目前，全国已经形成了以国家工商行政管理局为决策层，以省、自治区、直辖市工商行政管理局为指导层，以市县工商行政管理局为执行层的综合性、统一性、多层次的工商行政管理组织机构体系。

2. 管理职责有较大拓展。由改革开放初期的“六管一打”，即企业登记管理、市场管理、个体经济管理、经济合同管理、商标管理、广告管理、打击投机倒把，逐步发展到目前除上述职责外，新增加的反不正当竞争、保护消费者权益、配合有关部门的价格管理、商品质量管理等，显然其职责范

围有了较大拓展。

3. 管理领域朝着管大市场方向发展。党的十一届三中全会以前，工商管理的主要领域集中在集贸市场。而现在，不仅消费品市场，而且生产资料市场、劳动力市场、技术市场、房地产市场、金融市场、证券市场、期货市场、文化市场等，工商管理都主管或参与管理。就是说，已经开始实现由管理“小市场”向管理社会主义统一“大市场”的历史性转变。

4. 工商管理法规体系逐步形成。为适应社会主义市场经济法制建设的需要，工商管理行政部门加快了法规建设步伐，配合有关立法部门，在对原有法规修改、清理的基础上，新出台了許多重要法规，如《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》、《广告法》、《公司法》、《公司登记管理条例》、《商品交易市场登记管理暂行办法》等等，初步形成了较为完整的工商管理法规体系，为加强有法可依，依法行政打下了良好的基础。

三、工商管理的特点

我国工商管理具有多方面特点，主要表现在：

1. 工商管理内容的综合性。工商管理在其管理内容上具有综合性的特点，这一特点较之性质相近的其它管理部门非常显著。如技术监督管理部门，主要管理市场商品交换中的产品技术性能问题；食品卫生监督管理部门，主要监督市场经营中的食品卫生状况；审计部门，主要监督企事业单位的财务制度；海关，主要对进出入海关的人员和商品货物进行监管。显然，这些监督部门的突出特点之一，在于监督管理内容的单一性。而工商管理行政部门则不同，它既监督管理所有的市场行为，又要依法确认所有商品生产经营

者的法律资格并对其进行监督；既要监督管理商标、广告，又要监督管理经济合同；既要反对不正当竞争，又要制止垄断；既要监督管理有形市场，又要监督管理无形市场；既要参与对商品质量的监督管理，又要承担对商品价格的监督管理。这一切，充分说明了工商行政管理内容的综合性特点。它至少包含了两层意义：一是管理内容之多，几乎涉及到了市场领域的每一个方面；二是如此多的管理内容之间彼此又构成有机的内在联系，统一在其管理的主体、对象、目标、性质和手段之中。

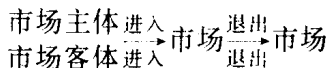
2. 工商行政管理领域的市场性。1994 年经国务院批准的《国家工商行政管理局职能配置、内设机构和人员编制方案》（简称“三定”方案）中明确指出：国家工商行政管理局是国务院主管市场监督管理和行政执法的职能部门。主管市场监督管理，意味着工商行政管理活动和职责范围——即管理领域，是覆盖整个市场领域。它既包括作为商品交换场所的狭义市场，也包括作为商品交换关系的广义市场；既包括有形的商品市场，也包括无形的交易市场。

需要说明的是：第一，体现市场是工商行政管理的管理领域，并不意味着对市场的管理只此一家。实际上，对整个市场的管理，是由许多相关管理部门相互配合进行的。如劳动行政部门对劳务市场的管理，科技行政部门对技术市场的管理；房地产行政部门对房地产市场的管理等。但所有这些部门对市场的管理，并不是把整个的市场都作为自己的管理领域，而只是分别涉及到部分市场范畴。工商行政管理部门与其他经济监督管理部门的重要区别，就在于前者是把市场视为一个整体，并以此作为其管理领域，而且仅仅把市场作为其管理领域。第二，对市场领域的管理，由于历史的原因，

现阶段我国工商行政管理部门还只涉及到整个市场领域的大部分，还有一些领域有待进一步拓宽。

3. 工商行政管理过程的系统性。从构成市场的要素看，市场主体、市场客体、市场行为三者构成市场运行的基本要素。工商行政管理对市场的监督管理，正是通过对这些要素的系统管理进行的。从监督管理市场行为出发，将其管理活动上溯到市场行为主体即商品生产经营者，下延到市场行为客体即商品。

从市场的运行过程看，市场的运行过程是：



工商行政管理正是对上述全过程所进行的系统管理。从市场主体进入市场的登记注册管理开始，到对市场主体在市场进行市场行为实施监督检查管理，一直到退出市场时的停止、歇业、破产清算时的登记监督管理；从商品进入市场的合法性监督管理，到商品退出市场进入消费领域的消费者权益保护，工商行政管理部门始终把市场作为一个整体的过程进行有序管理。

4. 工商行政管理的方法手段。工商行政管理部门，由于既不掌握经济杠杆权力，也与企业没有行政隶属关系，又不具有完全经济立法权，这就决定了工商行政管理部门的管理方法，既不可能是完全的行政管理方法，也不可能是完全的法律方法，也不可能是经济方法。工商行政管理的方法特点，在于将市场经济法律、法规、规章加以实施，特别是实施和监督执行工商行政管理法律规范的方法。简言之，就是行政执法的方法。所谓行政执法，是指以行政机关为主体，依照行政执法程序贯彻执行行政法的行政行为。工商行政管理的

行政执法，依据就是工商行政管理方面的法律规定。其执法的手段很多，包括诸如行政措施、行政处罚、行政强制等。

正是在这个意义上，工商行政管理的行政执法手段，较之其它诸如国家计划管理部门管理、企业主管部门管理、以及经济杠杆部门的管理，表现出了它独有的特性。它们的管理方法，绝不能认为是行政执法的方法。因为作为国家计划部门的管理，无论是通过制定指令性计划还是指导性计划管理国民经济，主要是在其法律和国务院授权的职责范围内，依照国民经济的发展状况，动态运用计划管理手段，实现对国民经济发展的指导、规划和协调。同样地，企业主管部门的管理，其管理手段，也是在其法律和国务院的职责范围内，依据企业行业发展状况，运用行政信息、行政合同、有时甚至行政命令，来协调、指导企业和行业的发展。经济杠杆部门，如金融部门、外汇部门，在具体运用杠杆调节经济运行的过程中，法律绝不是规定它们应当制定何种商品的价格、多少贷款规律和利率，而是动态运用经济杠杆手段，改变杠杆参数，达到调控经济的目的。

四、工商行政管理机关

工商行政管理机关是代表国家行使工商行政管理职能、管理工商行政管理事务的国家职能机关，是国家行政机关序列中的重要组成部分。其基本性质可以从两个方面加以考察：一方面，在其监督管理活动性质上，工商行政管理是经济行政监督管理机关；另一方面，在其监督管理的行为方式特性上，工商行政管理机关的性质又可归类于经济行政执法机关。国家工商行政管理局是国务院的直属机构，是国务院主管市场监督管理和行政执法的职能机构；地方各级工商行政管理局是地方各级人民政府的机构组成部分。

根据《“三定”方案》，国家工商行政管理局的主要职责是：

1. 研究制订工商行政管理的方针、政策和有关法律、法规，制定、发布工商行政管理的规章、制度。

2. 主管全国工商企业和从事生产经营活动的事业单位、社会团体、公民个人的登记注册工作，核发有关证照，依法确认其企业法人资格或合法经营地位。依法监督检查登记注册单位的登记注册行为。依法核定登记注册单位的名称。

3. 依法监督检查市场主体的交易活动，查处垄断和不正当竞争、侵犯消费者权益和其他市场交易违法违规案件。依法或经国务院授权，组织开展全国性的市场监督与行政执法活动。

4. 依法监督管理经济合同，指导合同仲裁机构的工作。

5. 依法对国内外商标申请实行统一注册和管理，认定驰名商标，查处商标侵权行为，保护注册商标专用权，认可商标代理机构并指导其工作。依法对商标评审案件作出终局决定或裁定。

6. 监督管理消费品市场、生产资料市场，参与监督管理金融、劳动力、房地产、技术、信息等生产要素市场和期货市场。参与市场体系的培育、发展，参与论证、规划全国市场布局，开展各类市场登记及统计工作。

7. 依法监督管理个体工商户、个人合伙和私营企业，规范其经营行为，引导个体、私营经济健康发展。

8. 依法监督管理广告发布与广告经营活动。指导广告业发展。

9. 完成国务院交办的其他事项。

省级以下工商行政管理局的职责，按现行体制，一般在

所辖区内参照国家工商行政管理局职责进行配置。

值得强调的是：1994年国务院对城市工商行政管理体制进行重大调整，将城区工商行政管理局调整为市工商行政管理局的分局，使之成为市工商行政管理局的派出机构。

工商行政管理所是工商行政管理组织机构系统中的最基层，它是市、县工商行政管理局的派出机构，一般按经济区划设置。其基本任务是：依据法律、法规的规定，对辖区内的企业、个体工商户和市场经济活动进行监督管理，保护合法经营，取缔非法经营，维护正常的经济秩序。

根据《“三定”方案》的规定，国家工商行政管理局的主要职能机构设置及其职责分别是：

1. 法制司。研究制订工商行政管理立法规划，组织和承担工商行政管理法律、法规、规章的制订协调和发布工作；承担工商行政管理规章的清理、编纂工作；组织开展工商行政执法监督检查工作，指导本系统法制工作；参与行政案件的复议工作；组织、指导、协调应诉工作；具体承担局案件复议委员会的日常工作。

2. 公平交易局。监督检查市场主体的交易行为，制止垄断和不正当竞争；依法或根据授权查处走私、贩私等经济违法违章行为；依法保护消费者权益，查处严重损害消费者权益的行为；依法监督管理经济合同，指导合同仲裁机构的工作；制订或参与制订有关公平交易的法规、规章；组织、指导、监督；协调本系统查处市场交易中经济违法案件的复议工作；会同办公室做好办案经费和缉私罚没上交款的管理及工商行政管理系统办案装备工作。

3. 企业注册局。管理全国工商企业（含外商投资企业、港澳台商投资企业及私营企业）和其他从事生产经营活动的

事业单位、社会团体的登记注册工作；管理在中国境内从事经营活动的外国（地区）企业和外国（地区）企业常驻代表机构的登记注册工作；制订或参与制订企业登记管理法规、规章；依法核发管辖范围内企业和其他经营单位的证、照，对其登记注册行为进行监督检查；指导本系统的企业登记注册及监督管理工作；会同法制司承担省级工商行政管理机关查处违反企业登记管理法规案件的复议工作，管理企业登记注册档案资料。

4. 商标局。主管全国商标注册工作和商标管理工作，制订或参与制订有关商标管理的法规、规章；依法查处商标侵权假冒案件；负责商标使用许可合同及商标印制的管理工作，指导本系统的商标办案工作；会同法制司办理商标侵权行政复议案件；指导全国企业商标工作，负责认定驰名商标；认可商标代理机构并对其工作进行指导；负责商标信息的收集和管理。

5. 市场监督管理司。研究制订有关市场管理的方针、政策，调查研究各类市场发展与管理情况，制订市场交易规则，规范市场交易行为；监督管理各类消费品市场、生产资料市场，参与监督管理生产要素市场和期货、文化等市场；制订或参与制订有关市场管理的法规、规章；参与论证规划全国市场布局，组织开展对各类交易市场的登记及统计工作；参与各类市场的培育建设，指导本系统对各类市场的监督管理。

6. 个体私营经济监督管理司。调查研究个体、私营经济发展与管理情况，参与制订个体、私营经济发展政策，制订或参与制订有关个体、私营经济的法律、法规及监督管理办法；指导本系统对个体工商户、个人合伙的登记管理工作及对私营企业的监督管理工作；指导个体劳动者协会、私营企

业协会的工作。

7. 广告监督管理司。研究制订广告业的方针、政策和发展规划，制订各类广告的发布标准，制订或参与制订广告管理法规、规章；监督管理广告发布及其他各类广告活动，负责广告经营审批；依法查处虚假广告；指导本系统广告管理工作；指导广告行业组织的工作。

第二节 工商行政管理的作用和地位

一、工商行政管理的目标

管理目标是指管理活动所趋向或追求的目标。工商行政管理的目标，在其管理实践中，经历了一个不断发展变化的过程，对它的认识，相应地经历了一个逐步深化的过程。随着工商行政管理的改革和发展，它的基本目标变得越来越清晰、确定和完整。通过研究可以发现，工商行政管理职责变化，遵循着这样的主线：市场经营主体监督管理——市场行为监督管理——市场客体监督管理。正是这样的主线，把工商行政管理的各职责有机结合成为一个整体。市场主体、市场客体、市场行为这三个方面，恰恰是影响市场经济秩序的最主要因素方面。对它们监督管理的范围越宽、越完整，对于建立和维护市场经济秩序的作用就越大越突出。现在，工商行政管理的领域已经覆盖整个社会主义统一大市场，监督管理整个市场经营主体、全部市场行为及主要的市场客体，以建立和维护社会主义市场经济秩序。因此，工商行政管理的目标，可以确立为建立和维护社会主义市场经济秩序。

所谓市场经济秩序，是指国家通过法律、法规、规章以及市场经济伦理道德等，对市场经营主体及市场行为所作规