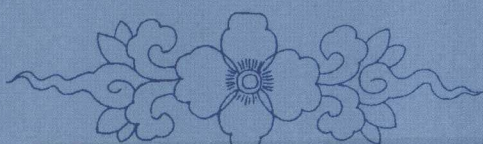


Gongshang Xingzheng Guanli Jiaocheng

工商行政管理教程

(第二版)

曹英耀 曹毅 编著



中山大学出版社

Gongshang Xingzheng Guanli Jiaocheng

工商行政管理教程

(第二版)

曹英耀 曹 毅 编著

中山大学出版社

（广州）

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

工商行政管理教程/曹英耀, 曹毅编著. —2 版. —广州: 中山大学出版社, 2011. 1
ISBN 978 - 7 - 306 - 03801 - 2

I. 工… II. ①曹…②曹… III. 工商行政管理—教材 IV. F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 233448 号

工商行政管理教程

(第二版)

曹英耀 曹毅 著

出版人: 祁 军

策划编辑: 周建华

责任编辑: 赵 婷

封面设计: 林绵华

责任校对: 曾育林

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84111997, 84113349, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州中大印刷有限公司

规 格: 787mm × 960mm 1/16 17 印张 410 千字

版次印次: 2005 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 2 版 2011 年 1 月第 4 次印刷

印 数: 11001 ~ 14000 册 定 价: 25.00 元

如发现因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

内 容 简 介

为适应我国市场经济发展的迫切需要，本书从工商行政管理的对象和内容出发，全面系统地阐述了社会主义市场经济活动中关于市场法律法规、市场主体登记注册、市场运作、合同、商标、广告、公平交易、市场执法处理等理论和知识，兼顾了理论性与实践性的有机结合，具有较强的知识性和可操作性。而上述内容都是在当今市场经济条件下工商管理专业及相关经济管理专业学生和广大经济管理工作所必须具备的基本知识。

本书可作为高等院校工商管理专业及相关经济管理专业本科生、专科生学习的教科书，可以作为各级工商行政管理部门在职干部培训的教材，也适合各部门、各行业经济管理人员作为自学用书。

二 版 前 言

《工商行政管理教程》自 2005 年 1 月出版以来,短短几年间,我国的社会主义经济发生了巨大的变化,全国国民生产总值(GDP)连续超越系列发达国家,如今已经达到“坐三争二望一”的前进行列,而且深深融入全球化经济之中。作为代表国家监督管理市场的工商行政管理,在迅速发展的我国社会主义市场经济中,正在发挥着越来越大的重要作用。几年来,《中华人民共和国行政许可法》颁布实施,《中华人民共和国公司法》重新修改颁布,特别是盼望已久的《中华人民共和国反垄断法》终于出台,为工商行政管理提出了新的内容和要求,使工商行政管理有了更加强有力的法律依据。工商行政管理学作为一门法规性、实践性、应用性很强的学科,一门特别注重鲜活和实际的工商行政管理学教材,理所当然地应当将我国社会主义市场经济的新变化和相关法律法规的新规定及时地反映到学科建设和教学实践中来,使工商行政管理教学与时俱进,更加切合我国市场经济发展的实际情况和实际需要。

这次修订本着去旧履新的原则,主要修改和补充了工商管理行政许可、公司登记注册、反垄断和反不正当竞争、消费者权益保护、市场体系建设等内容,并增加了案例分析和案例讨论,使工商行政管理课程更为完整和充实。修改人仍为原作者二人,也是按照第一版编著的分工,曹英耀负责第一、二、四、六、七、八章的修改,曹毅负责第三、五、九章的修改,最后由曹英耀汇总定稿。

本书再版对一些内容作了修改和补充,但还会有不足和缺点、错误之处,敬请读者和专家指正。

作 者

2010 年 12 月于广州

前 言

在社会主义市场经济条件下,一些在过去计划经济时期极少用到,而且在大学教科书中也极少出现的知识,今天却成为市场经济活动中必不可少的知识和工具,这就是本书中所要讲授的市场法律法规、市场主体登记注册、市场运作以及合同、商标、广告、公平交易等基本知识,在我国统称为工商行政管理知识。随着改革开放的深入和社会主义市场经济建设的全面展开,工商行政管理已经成为高等院校工商管理专业及相关经济管理专业的必修课或限定选修课,同时也是各级工商行政管理机关公务员在职培训的必修课程。

目前,国内已编著出版的工商行政管理教材甚少,从仅有的一些同类教材来看,有的偏重于理论分析而缺乏具体可操作的基本知识,有的则出版年份较早,一些内容已明显不适合我国当前市场经济迅速发展的客观状况。作者曾于20世纪80年代在大学从事工商企业管理的教学工作,90年代转而担任某市工商行政管理局主要领导工作,近几年又重返大学从事工商管理专业的教学,亲身感知迫切需要编写一部既有基本理论又有具体知识,而且内容较为新颖的工商行政管理教材,以适应当前市场经济发展的需要。为此,作者在整理自己原从事工商行政管理在职干部巡回培训讲学的教材的基础上,补充国家工商行政管理局近几年新印发的资料和重新修改颁布的有关法律、法规内容,并参考此前已出版发行的几种工商行政管理教材,历经三年编著成此《工商行政管理教程》。本教材的显著特点是理论性与实践性相结合,内容全面,知识新颖,通俗易懂,具有较强的知识性和可操作性。本书可作为高等院校工商管理专业及相关经济管理专业本科生、专科生学习的教科书,可以作为各级工商行政管理机关公务员在职培训的教材,亦适合各部门、各行业经济管理人员作为自学用书。

本书作者曹英耀毕业于中国人民大学,先后从事工业企业管理工作、大学工商管理专业教学和系领导工作、某市工商行政管理局主要领导工作,近年又重返大学教书,系大学副教授、高级经济师。曹毅毕业于广西大学,系国民经济管理专业研究生,现为某市工商行政管理局市场巡查大队负责人。两位作者凭着较为丰厚的工商行政管理基础理论和实践知识,为适应当前高等院校工商管理专业教学和地方各级工商行政管理局干部培训的迫切需要,不畏艰辛编写了此教材。其中,曹英耀负责编写本书的第一、二、四、六、七、八章,曹毅负责编写第三、五、九章,最后由曹英耀统一修改定稿。

感谢广东、广西两省区有关工商行政管理局的领导和同事对此书的编写提出的宝贵意见和指导,使我们进一步明确了本书编写的方向和指导思想;感谢广州南华工商学院、培正商学院的院系领导和教师在此书编写过程中给予的指导和关怀,促成本书早日完稿。在此,我们一并表示衷心感谢。

非常感谢中山大学出版社周建华编辑及其同事在本书编辑、校对、出版工作中付出的艰辛劳动。责编对本书出版的精心策划,热心支持,修改订正,使本教材得以早日成书,

以应教学之急需，至为感激。

在编写本书过程中,作者参阅了国家工商行政管理局编发的 大量书刊资料和一些高校早年出版的工商行政管理教材,从中获得不少知识和启发,为本书的编写提供了极为宝贵的参考条件,在此一并表示深切感谢。鉴于作者的水平和学识有限,书中可能还有不当之处,尚希广大读者和教师不吝指正。

作者

2004 年秋于广州

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和性质	1
一、工商行政管理的概念	1
二、工商行政管理的性质	1
三、工商行政管理的特征	2
第二节 工商行政管理的职能和作用	3
一、工商行政管理的职能	3
二、工商行政管理的作用	5
第三节 工商行政管理的任务和内容	8
一、工商行政管理的任务	8
二、工商行政管理的内容	10
第四节 工商行政管理的原则和方法	12
一、工商行政管理的原则	12
二、工商行政管理的方法	14
第五节 工商行政管理的组织体系	16
一、工商行政管理的组织形式及其基本属性	16
二、工商行政管理机构设置的原则	16
三、工商行政管理机构设置的形式	17
四、工商行政管理的领导体制和队伍建设	18
复习思考题	20
第二章 工商行政管理法规	21
第一节 工商行政管理法规的概念和体系	21
一、工商行政管理法规的概念和特征	21
二、工商行政管理法规的性质和作用	22
三、工商行政管理法规体系	23
第二节 工商行政管理法规的基本内容	24
一、企业登记注册管理法规	25
二、公平交易管理法规	26
三、市场监督管理法规	27
四、个体私营经济监督管理法规	28
五、广告监督管理法规	29
六、商标注册管理法规	30
七、合同监督管理法规	32
第三节 工商行政管理法规的制定和实施	34
一、工商行政管理法规的制定主体和立法权限	34
二、工商行政管理法规制定的原则	35

三、工商行政管理法规制定的程序	36
四、工商行政管理法规之间效力问题冲突的解决	37
五、工商行政管理法规的实施	38
复习思考题	40
第三章 工商行政管理的行政行为	41
第一节 行政行为概述	41
一、行政行为的概念和特点	41
二、行政行为的分类	42
三、行政行为的特征	43
四、行政行为的生效要件	43
五、行政行为的效力	44
六、行政行为的无效、撤销、变更与消灭	44
第二节 工商行政管理的行政行为	45
一、职能行为	45
二、监督检查行为	46
三、查处违法违章行为	48
第三节 工商行政管理的行政处罚	48
一、行政处罚的概念和特征	48
二、行政处罚的种类	49
三、行政处罚的设定	50
四、行政处罚的原则	51
五、行政处罚的决定程序	52
六、行政处罚的执行程序	54
七、行政处罚的监督程序	55
第四节 工商行政管理的行政强制	57
一、行政强制的概念	57
二、行政强制的种类	57
三、执行性强制的种类和程序	57
四、即时性强制的种类和要件	59
第五节 工商行政管理的行政许可	60
一、行政许可的概念和特点	60
二、行政许可的功能和作用	60
三、行政许可的范围和分类	61
四、行政许可的原则	62
五、工商行政管理中的行政审批和行政许可	63
六、工商行政管理行政许可工作的新要求	64
复习思考题	65

第四章 市场主体登记管理	66
第一节 市场主体概述	66
一、市场主体的概念	66
二、市场主体的特征	66
三、市场主体的分类	67
四、企业法人的概念和条件	68
五、公司的特征和分类	68
六、股份合作制企业	71
七、企业集团	72
第二节 我国的市场主体准入制度和企业名称管理制度	73
一、我国的市场主体登记管理机关及其职能	73
二、我国的市场主体准入制度	74
三、我国的企业名称登记管理制度	74
第三节 公司登记审批的基本程序	76
一、公司设立的基本原则	76
二、公司设立的条件	77
三、公司设立的申请程序	78
四、公司登记注册程序	79
第四节 个体工商户的营业登记管理	82
一、个体工商户的概念和特征	82
二、个体经营的形式及其法律内涵	82
三、个体工商户进行营业登记的条件	83
四、个体工商户登记注册的类别和适用程序	84
第五节 自然人企业的营业登记注册	86
一、自然人企业的形式	86
二、自然人企业的性质	87
三、自然人企业办理营业登记注册的条件	87
四、自然人企业登记注册的类别和适用程序	88
第六节 对市场主体监督管理的方式方法	90
一、企业法人年度检验制度	91
二、私营企业年度检验制度	92
三、个体工商户年度验照制度	93
四、对市场主体日常的监督检查	93
复习思考题	95
第五章 市场监督管理	96
第一节 市场与市场体系	96
一、市场的概念	96
二、市场的类型	97

三、市场的功能	98
四、市场体系及其特点	98
五、市场体系结构	100
六、我国社会主义市场体系目标模式	100
第二节 市场运行的基础	102
一、市场运行的经济基础	102
二、市场运行的法律基础	103
三、市场运行的文化基础	104
四、市场运行的动力机制	106
第三节 市场运行结构和评价标准	107
一、市场运行的主体结构	107
二、市场运行的客体结构	108
三、市场运行的行为结构	109
四、市场运行的秩序结构	109
五、评价市场运行的标准	110
六、我国社会主义市场运行的基本评价	110
七、我国社会主义市场运行结构的完善	111
第四节 市场管理体制、职能、原则和方法	112
一、市场管理的概念和必要性	112
二、我国的市场管理体制	113
三、市场监督管理职能	114
四、市场管理的原则	114
五、市场管理的方法	116
六、市场规范管理方式	117
第五节 市场监督管理的任务和内容	120
一、市场管理的任务	120
二、商品市场管理	121
三、生产要素市场管理	124
四、市场登记管理	126
五、商品交易范围和流通渠道管理	127
六、商品质量管理和计量管理	128
七、市场食品安全卫生管理	129
复习思考题	131
第六章 合同监督管理	132
第一节 合同概述	132
一、合同的概念	132
二、合同的特征	132
三、合同的分类	133

四、法定合同种类	134
五、我国《合同法》的调整范围和基本原则	136
第二节 合同的订立	138
一、合同的形式	138
二、合同的内容	139
三、合同订立的方式	141
第三节 合同的效力	143
一、合同的生效	143
二、无效合同	145
三、可撤销合同	146
四、效力待定的合同	147
五、合同无效或被撤销的法律后果	148
第四节 合同的担保和履行	148
一、合同的担保	148
二、合同的履行	151
第五节 合同的变更、转让和终止	154
一、合同的变更	154
二、合同的转让	154
三、合同的终止	155
第六节 违约责任	156
一、承担违约责任的原则	156
二、承担违约责任的方式	156
三、违约责任的免除	157
第七节 合同监督管理	158
一、合同监督管理的意义	158
二、合同监督管理的主体	160
三、合同监督管理的范围	160
四、合同监督管理的方式	161
复习思考题	162
第七章 商标注册管理	163
第一节 商标的概念和分类	163
一、商标的概念	163
二、商标的特征	163
三、商标的分类	164
四、商标的功能作用	165
第二节 商标注册制度	166
一、商标注册的概念	166
二、商标注册申请的原则	166

三、申请注册商标的必备条件	167
四、办理注册商标的程序	168
五、商标注册不当	170
第三节 商标专用权	171
一、商标专用权的概念	171
二、商标专用权的内容	171
三、注册商标与未注册商标的区别	171
四、商标专用权的取得	172
五、注册商标的争议	173
六、商标权的终止	174
第四节 注册商标的续展、变更、转让和使用许可	175
一、注册商标的续展	175
二、注册商标的变更	175
三、注册商标的转让	176
四、注册商标的使用许可	177
第五节 商标监督管理	178
一、商标监督管理的内容	178
二、商标管理机关	179
三、对注册商标使用的管理	180
四、对未注册商标使用的管理	181
五、商标印制的管理	181
第六节 商标权的保护	183
一、商标专用权的保护范围	183
二、商标侵权行为	183
三、对商标侵权行为的处理	184
四、对驰名商标的法律保护	185
第七节 商标的国际注册与保护	187
一、《保护工业产权巴黎公约》	188
二、《商标国际注册马德里协定》	189
三、《建立世界知识产权组织公约》	190
复习思考题	191
第八章 广告监督管理	193
第一节 广告概述	193
一、广告的概念及其特征	193
二、广告的构成要素	194
三、广告媒介	194
四、广告形式	195
五、广告活动主体	195

六、广告活动的基本原则	196
七、广告的作用	197
第二节 广告经营者	197
一、广告经营者及广告经营范围	197
二、广告公司	198
三、兼营广告的企业或媒介单位	199
四、广告个体经营户	199
五、广告经营资格认定	200
六、广告经营规范	201
第三节 广告监督管理	201
一、广告监督管理的概念	201
二、广告监督管理的特征	202
三、广告监督管理的两重属性	203
四、广告监督管理机关及其职能	205
五、广告监督管理制度	206
第四节 广告经营过程的监督	208
一、对广告内容的审查监督	208
二、对特种广告的审查监督	210
三、对普通广告的审查监督	211
四、对广告经营行为的监督控制	212
第五节 对违法广告行为的处罚	215
一、广告违法行为的认定	215
二、广告违法行为的类别	216
三、违法广告的法律責任	218
四、广告行政处罚的执行	219
复习思考题	220
第九章 公平交易执法	221
第一节 公平交易概述	221
一、交易的概念和特点	221
二、公平交易的概念和特点	223
三、公平交易的原则	224
四、不公平交易与不正当竞争	226
第二节 公平交易执法的性质和原则	229
一、公平交易执法的概念和特征	229
二、公平交易执法的性质	230
三、公平交易执法的作用	231
四、公平交易执法的原则	232
第三节 公平交易执法主管机关及其职权	233

一、设置公平交易执法主管机关的必要性	233
二、工商行政管理机关是公平交易执法的主管机关	233
三、工商行政管理机关在公平交易执法中的职权	234
第四节 公平交易执法的对象及内容	236
一、公平交易执法的对象及其内容构成	236
二、公平交易执法的法律依据	237
三、反不正当竞争执法	239
四、反垄断执法	241
五、其他公平交易执法	244
六、保护消费者权益	246
第五节 不公平交易行为的法律责任	248
一、不公平交易行为法律责任的概念和类型	248
二、民事责任	248
三、行政责任	248
四、刑事责任	249
第六节 公平交易执法程序	249
一、公平交易执法程序的概念和特征	249
二、公平交易行政执法程序的原则	250
三、公平交易行政执法程序的法律依据	251
四、公平交易行政执法程序	252
复习思考题	255
参考文献	256

第一章 工商行政管理概述

工商行政管理，作为一个国家国民经济管理体系的重要组成部分，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。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，是指为了建立和维护市场经济秩序，国家通过特设的行政管理机构，对市场主体及其市场经济活动，依法进行的管理和监督。

工商行政管理的上述概念包括以下四个方面的含义：

(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，在我国称工商行政管理局，而在别的国家则有不同名称，如英国称公平交易局，日本称公正交易委员会，美国称联邦贸易委员会，法国称竞争·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的时期，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。在具体分析上可以分两个层次去认识。

(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: ①配置资源职能, 用以弥补市场机制的不足; ②经济调控职能, 主要利用经济杠杆调节市场经济活动; ③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(在我国称工商行政管理局), 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、法规的行政处罚罚则和处罚程序, 对违法经营行为和违法犯罪进行处罚和惩治, 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。①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; ②标准统一, 以法律、法规规定的权利、义务作统一标准, 以事实为依据来判定市场经济行为的合法或违法, 以此来调整各方面的关系; ③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惩权。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