


市場監管理論與實踐研究



来自行政执法的 调研报告

中国工商管理学会 编

中國工商出版社

市場監管理論與實踐研究

——来自行政执法的调研报告

中国工商管理学会 编

中国工商出版社

封面题字 王众乎

责任编辑 李稳定

封面设计 彩林

图书在版编目(CIP)数据

市场监管理论与实践研究:来自行政执法的调研报告/中国工商行政管理学会编. —北京:中国工商出版社,2003.7

ISBN 7-80012-856-3

I. 市… II. 中… III. 工商行政管理-研究
IV. F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 058238 号

书 名/市场监管理论与实践研究

编著者/中国工商行政管理学会编

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/20.625 字数/500 千字

版本/2003 年 7 月第 1 版 2003 年 7 月第 1 次印刷

印数/01-4000 册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号(100070)

电话/(010)63730074

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN 7-80012-856-3/F·432

定价:30.00 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

市場監管理論與實踐研究

王公厚

二〇〇一年九月六日

市场监管理论与实践研究

(中国工商行政管理学会 2001—2002 年度
课题研究成果集)

主 编 徐长浩

副 主 编 高秀英

执行主编 李玉家

编辑人员 张久荣 邢 森 杨晓红 吴 凡
刘 汀 栾复武 张武刚 孟贵斌
杜妍妍

序

跨入新世纪,我们迎来了全面建设小康社会的激情岁月!

2001年,新世纪元年,我国申奥成功、加入WTO、APEC会议圆满召开、第十个五年计划的实施……奏响了社会主义中国的盛世华章!

2001年,工商行政管理各项事业逐步实现了战略性的跨越:省以下实行垂直领导体制、总局升格,标志着工商行政管理机构体制已由条块结合以块为主,转变为以条为主;市场“办管脱钩”完成后,工商行政管理领域和对象已由侧重监管集贸市场和个体工商户转变为监管各类市场主体的准入、竞争和交易行为,工商行政管理职能实现重大转变;市场巡查制、“经济户口”管理等各项管理制度的大胆创新,促进了工商行政管理机制的改革、方式方法的转变,市场监管正由单一、静态、事后查处为主转向综合、动态、事前、事中、事后相结合的全方位、多层次、规范化的监督管理;多年来开展的基层建设工作取得成效,工商行政管理队伍建设跃上新台阶。这一年,国家工商行政管理总局部署的“两整顿”工作得到全面贯彻和落实,有力地促进了全国统一、公平竞争、规范有序的市场体系的建立和完善。

2002年,全国工商行政管理系统乘着“十六大”东风,深入学习、贯彻邓小平理论和“三个代表”重要思想,在继续深入开展整顿和规范市场经济秩序工作的同时,以实现职能到位为导向,适应加入WTO后加强市场监管执法的需要,大力推进市场监管制度改革——大力推进市场巡查制;实现企业登记注册互联审批制;进一步完善“经济户口”管理,实施企业监管双轨制;积极推进企业信用体系建设,建立企业信用公示制;实施政务公开,建立首办责任制

等,取得了明显的成效,推进了职能到位和队伍建设,很好地履行了把好市场主体的入门关、当好市场运行的裁判员、做好市场秩序的坚强卫士的职责,为经济的持续快速健康发展做出了贡献。

工商行政管理实践的发展离不开理论的指导,工商行政管理实践的发展又为工商行政管理理论的繁荣和发展提供了丰厚的土壤和基础。这几年来,中国工商行政管理学会以及各级地方工商行政管理学会立足于工商行政管理工作,认真学习、贯彻党的十五大、十六大精神,以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,扎扎实实地开展工商行政管理理论研究和学术交流工作,取得了可喜成果,为工商行政管理事业的发展做出了积极贡献。这本《市场监管理论与实证研究》一书,汇集了中国工商行政管理学会及地方学会两年的课题研究成果,这些成果立足现实,展望未来,选题准确,思路清晰,内容丰富,涉及了工商行政管理职能实现、制度创新、监管方式方法变革等多个领域,既具有理论探索价值,又具有现实意义,值得一读。

值此2003年新春之际,中国工商行政管理学会将这本凝聚众多专家学者和广大工商干部精力心血的《市场监管理论与实证研究》奉献给大家,希望它能成为一朵蓓蕾,引来工商行政管理理论工作的满园春色。我衷心祝愿中国工商行政管理学会以及各级地方工商行政管理学会在新的一年里,以贯彻落实十六大精神为动力,以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指引,坚守工商行政管理文化理论建设阵地,为工商行政管理实践贡献力量!

谨此以为序。

伟新民

2003年5月30日

目 录

序..... 韩新民(1)

2001 年课题成果

1. 中国市场准入秩序研究
——中国工商行政管理学会课题组 (3)
2. 我国市场竞争秩序的现状与规制对策
——中国工商行政管理学会课题组 (27)
3. 中国市场交易秩序研究报告
——中国工商行政管理学会课题组 (51)
4. 中国市场秩序监管研究
——中国工商行政管理学会课题组 (85)
5. 我国广告业发展及监管对策研究
——中国工商行政管理学会课题组 (125)
6. “人世”:中国反不正当竞争的机遇与挑战
——中国工商行政管理学会课题组 (152)

2002 年课题成果

一、电子商务监管研究

1. 课题总报告
工商行政管理对电子商务秩序的有效监管研究
——中国工商行政管理学会课题组 (175)
2. 课题分报告

- (1) 电子商务主体及准入监管研究
——中国工商行政管理学会课题组…………… (207)
 - (2) 电子商务中的竞争行为监管研究
——中国工商行政管理学会课题组…………… (224)
 - (3) 电子商务中消费者权益保护
——中国工商行政管理学会课题组…………… (243)
 - (4) 电子商务中的知识产权保护研究
——中国工商行政管理学会课题组…………… (272)
 - (5) 电子商务合同监管研究
——中国工商行政管理学会课题组…………… (293)
 - (6) 网络广告发展与监管研究
——中国工商行政管理学会课题组…………… (314)
3. 世界各国政府对电子商务的监管研究
——中国工商行政管理学会课题组…………… (332)

二、经济户口管理制度研究

1. 课题总报告
经济户口管理:现实与前瞻研究
——中国工商行政管理学会课题组…………… (372)
2. 课题分报告
 - (1) 经济户口管理制度在推进过程中的问题分析
——中国工商行政管理学会课题组…………… (391)
 - (2) 全面推行与完善经济户口管理制度的对策分析
——中国工商行政管理学会课题组…………… (405)

地方学会(局)调研报告

一、电子商务监管篇

1. 对电子商务发展与管理的几点认识

-
- 北京市工商行政管理学会课题组 (427)
2. 虚拟市场监管不虚
- 工商行政管理部门对电子商务的有效监管研究
- 上海市工商行政管理学会课题组 (434)
3. 浅谈工商行政管理机关对电子商务的监管
- 天津市工商行政管理局 天津市工商行政管理
学会 (456)
4. 电子商务监管的探索与实践
- 福建省工商行政管理局 (465)
5. 广东省网络广告现状、存在问题和对策
- 广东省工商行政管理局广告处 (479)
6. 广州电子商务与工商行政管理
- 广州市工商行政管理学会 (484)
7. 国际互联网上商标权的保护
- 河北经贸大学 河北省工商行政管理学会
秦皇岛市工商行政管理学会 (493)
8. 电子商务中电子合同监管问题初探
- 武汉市工商行政管理学会 (506)
9. 对大连电子商务监管的研究报告
- 大连市工商行政管理学会 (513)
10. 工商行政管理机关对电子商务监管的方式与途径
- 深圳市工商行政管理局 (522)
11. 论电子商务与电子商务的监管
- 成都市金牛区工商行政管理局 (531)
12. 加速电子商务监管平台建设 构筑网络经营主体资信
体系
- 大连市工商行政管理局 (540)
13. 电子商务监管的几点思考

——北京市工商行政管理学会 (550)

二、经济户口管理篇

1. 以“经济户口”管理为基础 从源头上提高市场秩序 控制力

——北京市工商行政管理学会课题组 (557)

2. 经济户口管理:现实与前瞻

——上海市工商行政管理学会课题组 (568)

3. 经济户口管理内容、管理方法、存在问题及对策和 建立企业信用体系

——新疆维吾尔自治区工商行政管理局、工商行政
管理学会 (579)

4. 经济户口管理:现实与前瞻研究

——重庆市工商行政管理学会 重庆市沙坪坝区
工商行政管理学会 (593)

5. 基层工商行政管理模式的一次成功变革

——关于江苏省工商系统经济户口管理模式改革的
调研报告

——江苏省工商行政管理学会 (604)

6. 经济户口管理:工商行政管理综合职能到位的有效 途径

——广西工商行政管理系统推行经济户口现实
与前瞻调研报告

——广西壮族自治区工商行政管理局 (618)

7. 浙江省经济户口管理制度实施现状、问题与发展

——浙江省工商行政管理学会课题组 (631)

后记 (646)

课题成果

2000

1

中国市场准入秩序研究^①

中国工商行政管理学会课题组

市场准入秩序是市场秩序的起点和重要组成部分。市场准入秩序的好坏,不仅直接反映了我国市场化的程度,而且还直接关系到我国整个市场秩序的变化和发展。因此,对市场准入秩序的研究有着重要的理论意义和现实意义。

一、市场准入秩序的规定性

(一) 市场进入和市场准入

1. 市场进入。市场进入是指市场经营主体根据自身的需要,通过法定程序,进入到其尚未涉足的区域市场或新产业领域的行为或过程。市场进入包含着依附其身的市场客体——商品或服务的进入。市场进入包含三种含义:一是指现有企业生产的新产品或从事新产业,表现为产品线的延伸或增加,此种称为市场产业进入;二是现有企业的产品由原有市场区域进入新的市场区域,此种称为市场区域进入;三是新的企业在特定市场上的产生。

市场产业进入、市场区域进入和新的企业在特定市场上的产生这三种市场进入行为都源于在市场主体认为进入市场能获取令

^① 本文讲的市场准入秩序,主要是从管理学的角度进行分析和研究的。因此,文中提到的市场管制等概念都不是国际公法体系意义上的相关原则,而且,这里研究的市场准入也不只是工商行政管理部门中的企业登记管理。

自己满意的利润。通常市场上新的竞争力量的加入,会引起产量提高、供给增加、价格和利润下降。追求利润的动机就可以起到限制超额利润的作用。理论上只要市场主体认为存在市场进入是有利可图的,就会源源不断地发生市场进入行为。

在理想的市场进入秩序状态下,市场主体的进入应促进市场内的公平竞争和市场健康成长运行,最终使经济增长、社会福利改善。但因为市场缺陷的存在,即不完全竞争、外部不经济、信息不完全、道德风险等,放任市场完全自由进入的市场秩序不可能始终保持良好状态。市场进入不足,市场开放度低,没有竞争或竞争力量弱小,形成市场垄断力量;市场垄断力量滥用其优势地位强制交易、限制竞争的垄断行为会限制消费者的选择权,妨碍技术进步,妨害其他企业的竞争和发展。过度进入会发生竞争过度甚至恶性竞争,从长远和根本上损害进入市场主体的生存和发展能力。

市场的健康运行必须借助于政府职能的充分发挥,政府通过矫正信息的不完全,处理自然垄断问题、外部性问题和公共物品问题,克服弥补市场的失灵,增进经济的效率、公平与稳定。即使是市场经济发达的国家也牢牢把握着市场准入这道防火墙。

2. 市场准入。市场准入也叫市场进入管制,是为了防止资源配置低效或过度竞争,确保规模经济效益、范围经济效益和提高经济效率。我们这里认为市场准入是由政府设置的进入壁垒,是政府对微观经济的干预。“执照是一种有效的进入壁垒”,政府职能部门通过批准和注册,对市场主体的市场进入进行限制。市场主体经过相关行政部门的审批、获得若干许可证、认证或执照等后方能跨过门槛,合法地进入市场。显而易见的是,市场准入作为管理市场主客体的源头枢纽,对市场秩序有直接的影响,追根溯源,市场秩序的混乱往往来自市场准入秩序的混乱。

政府在市场准入中扮演了市场准入规则的制定者和执法者即市场进入秩序的维护者和规范者的角色。市场准入包含着—个前

提：政府有能力制定良好的规则并有效率地执行。但市场准入规则的制定和执行要花费成本，而且市场准入规则本身难以完美，其局限性使其结果可能有两面：一方面可以解决部分问题，另一方面又可能会衍生新的失衡。因此我们必须认识到作为一项复杂的政府行为，市场准入是个不断完善的管制过程。工商行政管理部门在市场进入管制上发挥了重要的作用。在前述三种含义的市场进入中，工商行政管理部门都能通过发放营业执照、变更登记等进行有效地监督。但由于市场准入涉及面极为宽泛，仅仅是登记工作或具体的市场巡察监管并不能从宏观上解决资源配置低效或过度竞争、规模经济、范围经济和提高经济效率的问题。

（二）市场准入秩序的构成要素

1. 市场准入秩序的含义：市场准入秩序是指市场进入管制过程中，形成的市场进入组织状态和行为状态。这里的“状态”表现为政府和企业博弈的状态。政府和企业是社会经济运行中两个最基本的主体，他们分别代表着不同的经济利益，因而就形成了政府和企业的博弈行为（博弈论是研究利益冲突主体人对局的理论）。

博弈分为合作博弈和非合作博弈。合作博弈是博弈双方认识到合作给双方都能带来最好的效果，大家都保证按照交易双方合作的要求行事。非合作博弈则表现了个人理性，即博弈双方按照各自的最优决策行事，以达到个人效率的最大。但是由于双方的非合作，个人的理性并不一定会达到个人原定的决策目标。在市场经济社会，企业成为独立的经济法人（也包括非法人经济实体和经济组织）后，在市场竞争中具有强烈的寻求利润的理性意识。但由于企业的博弈理性与社会理性具有矛盾，当政府代表社会理性参与博弈时，政府要纠正企业的博弈行为，这样形成了政府与企业的博弈。市场准入秩序就是政府与企业市场进入领域博弈的状态，即合作博弈与非合作博弈交织状态的表现。如果是市场失序，那就是非合作博弈普遍和突出。

2. 市场准入秩序的构成要素:市场准入秩序的构成要素主要有市场主体、市场进入规则和制度、市场进入控制力。市场准入秩序的核心是解决市场进入的安全问题。

(1) 市场主体。具备什么资格的市场主体能被允许进入市场?市场能容纳多少数量、多大规模的市场主体的进入?这些是维护市场准入秩序要考虑的重要内容。进入市场必须具备一定的基本条件,市场进入的理想状态是使市场达到资源配置的帕累托最优,实现规模经济、范围经济。

在统计上市场主体可有不同组织形式、所有制、规模、分处不同部门领域、地区甚至不同国别的市场主体等多种分类。对不同市场主体而言,拟进入的市场内在的进入壁垒必然有所分别,每个市场主体的市场进入能力天然不同,除一些基本的生产技术条件、资本、场地、企业家的才能外还有一些因素影响市场主体的市场进入,如寻租能力、信息的获取能力等。

市场准入这一政府设置的壁垒隐含着国家对各类主体进入情况的价值判断,它是国家从经济干预的角度来约束市场主体的行为。我国目前谈论的热点集中于不同所有制市场主体的市场进入。由于我国尚处在经济转型期,非公有制经济发展的时间还很短,非公有制的市场主体进入的市场仍有限,主要分布于竞争性行业。同时我国不同地区的市场化程度不同,东南部地区市场化程度较高,中西部地区市场化程度较低。在公有制经济需要有所进退时,意味着非公有制的市场主体要进入公有制经济的部分市场领域。在具体操作中,就涉及资本市场等要素市场的进入等,以何种步骤、方式控制等都需要慎重对待。而对外资,长期的引资优惠政策实际是一种超国民待遇。

我国目前大部分市场主体的竞争力整体上弱于市场经济发达国家的主体竞争力,加入WTO后市场开放度提高,增强竞争力成为迫在眉睫的问题。同时,我国市场主体存在大量不规范甚至违法