

张树义：名牌评选是否符合行政许可法？PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/51/2021_2022__E5_BC_A0_E6_A0_91_E4_B9_89_EF_c36_51156.htm

张树义：名牌评选是否符合行政许可法？“如果中国名牌战略推进委员会（下称“名推委”）把评选名牌作为一项制度进行推行的话，我们就要质疑它的合法性”，曾参与《行政许可法》等多项国家立法工作的中国政法大学教授张树义对中国名牌评选的合法性提出强烈质疑。2001年，国家质检总局牵头成立名推委，授权名推委统一组织实施中国名牌产品的评价工作，并以总局名义向“实物质量达到国际同类产品先进水平、在国内同类产品中处于领先地位、市场占有率和知名度居行业前列、用户满意程度高、具有较强市场竞争力的产品”（《中国名牌产品管理办法》规定）颁发“中国名牌”称号，名推委秘书处设在国家质检总局质量管理司。随着中国名牌产品评选过程中曝光出来的问题，如评选目录变动导致乐凯出局；企业拿着地方奖励的上百万元重金到北京公关等，一位专家在接受北京某媒体采访时指出，“实际上，这是不折不扣的政府设租、企业寻租行为。”同时，随着今年7月1日《行政许可法》的实施，名推委秘书处设在质检总局质量管理司，这种具有官方背景的中国名牌评选是否符合行政许可的质疑也浮出水面。对中国名牌评选过程中的议论越来越多，不过奇怪的是，这一切都是发生在非公开场合。一到公开场合，几乎所有的企业都成了哑巴。“谁不知道中国名牌是国家质检总局这样一个关键部门搞的评比，谁敢说什么？”一位“打死也不愿公开自己身份”的企业负责人无奈地表示。“

我们更愿意把它纳入行政许可的范畴去规范，否则，中国名牌就会进入一种矛盾的真空地带，即它有许可内容可又不按许可法行事”。在张树义教授看来，中国名牌是一种“准行政许可”。张树义认为，中国名牌某些方面具备行政许可的特征，某些方面又不算。如要评名牌，你必须先得经过申请，经过有关机构审查，达到标准了，授予证书，这类似行政许可，因为行政许可的一个特征就是“硬申请”，不是行政机关主动去做，当你想要做某个事，必须找行政机关申请，审查批准后，准予你干这个事，所以具备行政许可的特征。但名牌认定是对产品的质量、信誉等进行认可，不存在“准许”你从事什么活动的性质，因为你早已在生产这个产品了，从这个角度看，又不具备行政许可的特征。中国名牌存在“硬申请”和“准许使用”的特征，但它又不完全符合《行政许可法》中对“许可”的界定。张树义表示，如果“名推委”把评选名牌作为一项制度进行推行的话，我们就要问有没有取得准生证？是不是黑孩子？设定名牌评价的权力来源于哪里？按照《中国名牌产品管理办法》解释，中国名牌评选依据的是《产品质量法》、《质量振兴纲要》和国务院赋予国家质量监督检验检疫总局的职能。但行政许可法明确规定只有法律、行政法规、地方性法规才有权力设定行政许可。而《产品质量法》中并没有提及“中国名牌”一说，同时《质量振兴纲要》不是法律或行政法规。张树义教授认为，质检总局在组织这个名牌推进工作的时候必须要先找出法律依据，哪条法律、法规涉及行政许可了？如果没有法律依据，那就等于是他们私自设置的东西。中共中央党校研究室副主任周天勇也表示，政府部门是规则的制定者和裁判，应当

和名牌的评价分离，不该搅在一块。为什么企业现在都爱找协会？就因为协会还是保持着行政性，打着部门的旗号到外面去评这评那，企业也愿上钩，或着是寻求保护、庇护。政府应该归位，和有营利嫌疑的组织分离。张树义教授表示，“名牌”应该是由市场优胜劣汰“淘”出来的，不应该是“评”出来的，更不应该是行政行为的产物。按照《行政许可法》的精神，政府不应包揽一切，像中国名牌这样的工作应该由社会中介机构承担。张树义同时指出，打着政府旗号的名牌评选有可能产生误导的作用，这样做的一种可能是，企业不把精力盯着质量、盯着满足消费者，而是盯着如何被评选上，没把功夫花在市场上而是花在政府公关上。周天勇教授认为，从经济学角度看，政府又不是最大的消费者，有什么理由说谁是或不是名牌？名牌不名牌，最终是市场说了算，使用者说了算。与此同时，周教授对中国名牌可以免检的规定发表了反对意见，“政府监督应该是普遍的监督，不要因为他有名牌免检称号就不去监督他，没评上的名牌的，天天检查，评上了名牌的，尤其是政府底下的组织评的名牌，就三年都不检，这是不公平的，这实质上属于不正当竞争，而且是在政府默许下的、受到政府保护的不正当竞争。政府怎么知道它评上名牌后就不会搀杂使假、质量下降？”

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com