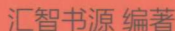




一本书读懂

商业常识大全集

(图解案例版)



别让错误的商业知识搞砸你的事业！

合法开业	销量营销	进货物流	经商金融
财务法律	劳务用工	商业战略	商业法则
商业思维	营销策略	商品质量	商业公关
O2O模式	互联网金融	微信营销	成功案例

轻松看透商业
就要把公司做得风生水起

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



常识大全集系列

专家编写速查速用宝典

一本书读懂

商业常识 大全集

(图解案例版)



汇智书源 编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

商场如战场，投身商海，不懂基本的商业知识，怎么能在短时间内轻松叩开创业的大门？不懂商业策略，怎么能在激烈的市场竞争中站稳脚跟？不了解最新最潮的商业新模式，怎么能在大数据时代下掌握以小博大的移动战法？……

本书从商业基础知识和商业策略与案例两个角度出发，摒弃了枯燥乏味的纯文字表述，通过文字与图示，立足于实战应用，结合案例告诉读者创业之道及企业经营之道。本书以实用性为主旨，内容涉及创业基础常识、经营策略、实战技巧等诸多方面，让你轻松读懂商业知识，希望读了本书能把商业看透，把企业做得风生水起！

图书在版编目（C I P）数据

一本书读懂商业常识大全集：图解案例版 / 汇智书源
编著. — 北京：中国铁道出版社，2016.1
ISBN 978-7-113-21199-8

I. ①一… II. ①汇… III. ①企业经营管理—图解
IV. ①F270-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 298119 号

书 名：一本书读懂商业常识大全集（图解案例版）
作 者：汇智书源 编著

策 划：武文斌
责任编辑：苏 茜
责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056

封面设计：**MX** DESIGN
STUDIO

出版发行：中国铁道出版社（北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码：100054）
印 刷：三河市宏盛印务有限公司
版 次：2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷
开 本：700mm×1000mm 1/16 印张：23.25 字数：354 千
书 号：ISBN 978-7-113-21199-8
定 价：45.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：（010）51873174

打击盗版举报电话：（010）51873659

前言

FOREWORD

很多人说生意越来越难做，但其实生意从来就没有好做过，而且会越来越难做，因为比你有知识、有文化、有资源的聪明人越来越多，商业考量的不仅仅是知识，更是文化，不仅仅是智商，亦有情商。

让商人真正走向成功的不是资本，不是技术，不是独特的资源，而是失败，是挫折，是永不放弃的试错、纠错、改变与完善的精神。

商场如战场，只要你投身于商海之中，那些可被奉为圭臬的商业常识与经营之道就是不容忽视的。试想，一个人不懂商业法律常识，如何保证自己的合法经营？一个人不懂金融、财务常识，如何能够实现企业利润的最大化？一个人不懂市场营销知识，如何能在竞争激烈的市场中站稳脚跟？一个人不懂商业策略、商业模式知识，如何能够架构起具有独特核心竞争力的运营体系？……虽然这些知识不能保证你一定能够成功，但掌握它们一定可以将你经营企业的风险降至最低。



本书都写了什么？

本书分为第一，第二两篇，即从商必知的商业知识篇和商业策略与案例篇。第一篇分别从合法开业、营销常识、货物常识、金融常识、财务常识、商业法律常识、劳动用工及社会保障常识等七个方面，介绍了从商必知必备基础知识。

第二篇从商业战略、商业法则、商业思维、营销策略、商品品牌、商业公关等十个方面，结合实际案例，阐述了商业基本理论在创业、经营中的实际应用。此外，还特别从互联网思维、O2O 商业模式、互联网金融、微信营销等四个角度，独具特色地阐述了大数据时代互联网下的



商业新模式及其应用。



谁适合阅读本书？

如果你对商业一无所知，本书将引领你进入商业的奇妙世界，感受身边的商业现象。如果你在创业中举步维艰，始终不得要领，本书无疑对你有指点迷津的功效，帮助你读懂最基本的商业知识，掌握最实用的商业策略。如果你在企业经营中不时地遇到烦恼，本书将为你拨云见日，引领你智慧地经营企业，创造财富，将企业做得风生水起。



从本书中能获得什么？

通过阅读本书，你将在以下四个方面成为智者：掌握最基础的商业知识，将商业读懂，把创业看透；掌握最全面的商业知识，将创业的风险降至最低；通过商业策略，构建具有核心竞争力的运营体系；掌控最新最高端的大数据下的新商业，时刻走在时代的前列。



如何使用本书？

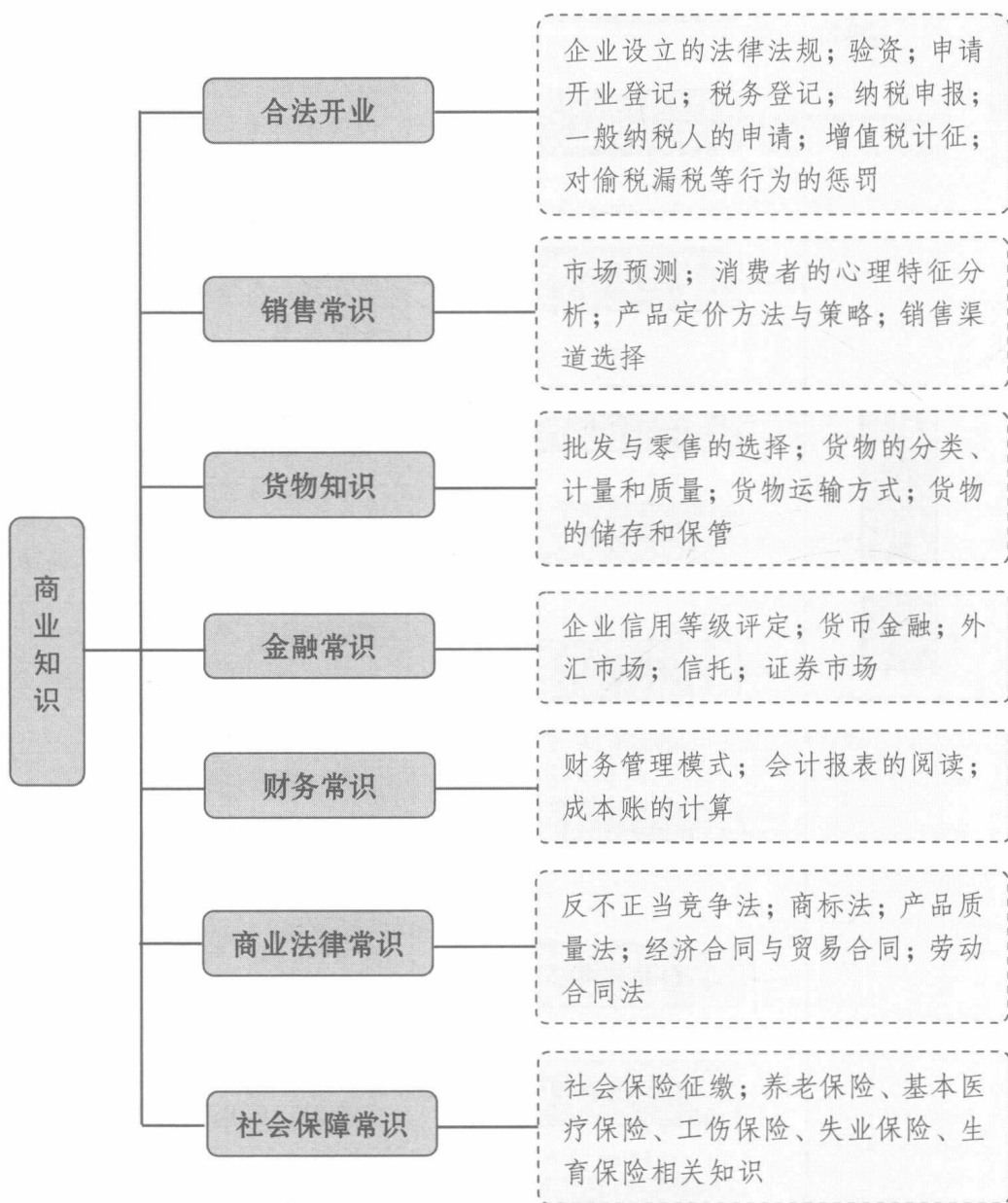
如果你是创业新手，可以按部就班，从头读到尾，必定会使你受益匪浅。如果你拥有一定的商业知识，公司初具规模，可以从中挑选其中几个专题进行阅读，集中于某个专题，将能很好地指导你的商业行为，帮助你做出睿智、理性的决策。

本书涵盖的内容十分丰富，当你在创业过程中，或在企业经营过程中遇到问题时，可以将本书作为即查即用的工具书，翻开本书就能很快找到想要的答案。

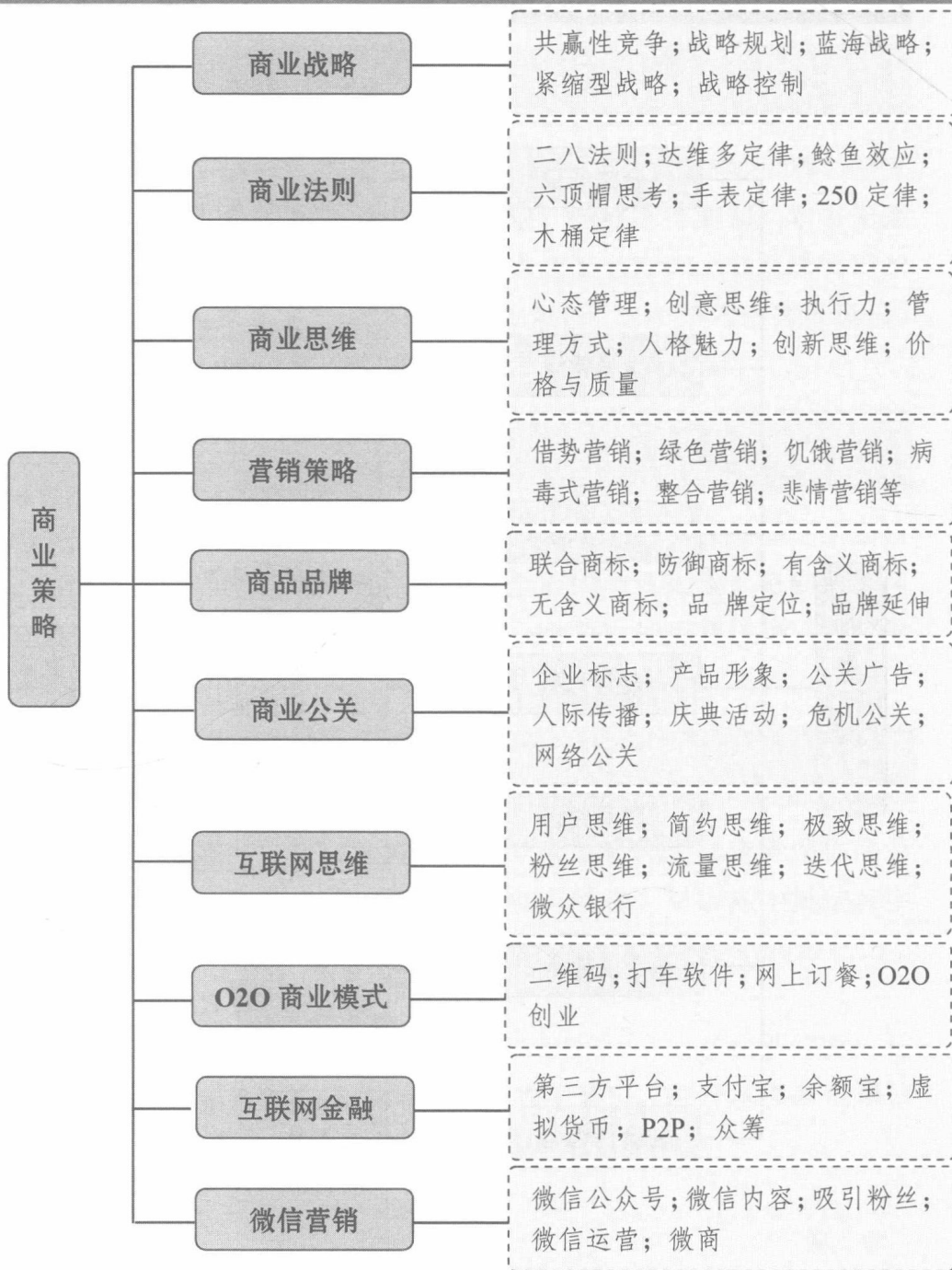
编者

2015年11月

图解商业知识脉络图



图解商业策略脉络图





目 录

CONTENTS

第一篇 从商必知的商业知识篇

第一章 | 合法开业的那些事 / 2

办理必要的合法开业手续是合法经营的前提。本章就来介绍合法开业必知的那些事。

一、有关企业设立的法律法规 / 3

(一) 私营企业的类型划分 / 3

(二) 《中华人民共和国个人独资企业法》对设立独资企业的规定 / 4

(三) 《中华人民共和国合伙企业法》对合伙企业设立的规定 / 4

(四) 《中华人民共和国公司法》对设立有限责任公司的规定 / 6

(五) 《中华人民共和国公司法》对股份公司设立的规定 / 7

二、公司验资 / 7

(一) 什么是验资 / 7

(二) 验资的分类 / 8

(三) 公司设立验资提交的资料 / 9

(四) 公司设立验资的流程 / 10

(五) 公司设立验资时哪些事项值得注意 / 10

(六) 变更验资需要提供的资料 / 11

三、申请开业登记 / 12

(一) 申请开业登记的具体流程 / 12

(二) 个体工商户开业登记需要提供的材料 / 14

(三) 合伙企业开业登记需要提交的材料 / 15

(四) 个人独资企业开业登记需要提交的材料 / 16

(五) 营业单位开业登记需要提交的材料 / 16

四、税务登记的办理 / 17

(一) 税务登记的类型 / 17

(二) 办理设立税务登记的流程 / 18



- (三) 办理变更税务登记的流程 / 19
- (四) 办理停业及复业税务登记的流程 / 19
- 五、纳税申报的规定和程序 / 20
 - (一) 关于纳税申报的法律规定 / 20
 - (二) 对于违反规定的处理 / 21
 - (三) 纳税申报的流程 / 21
- 六、一般纳税人的申请 / 22
 - (一) 一般纳税人资格认定的条件 / 22
 - (二) 什么样的纳税人不予认定 / 23
- 七、增值税率的计征 / 23
 - (一) 什么是增值税税率 / 23
 - (二) 增值税税率标准 / 23
 - (三) 营改增后增值税税率表 / 24
 - (四) 免征增值税的项目有哪些 / 25
- 八、国家对偷漏税等违法行为的制裁措施 / 26
 - (一) 什么是偷税、漏税、骗税行为 / 26
 - (二) 《税收征收管理法》对偷漏税等行为的处罚 / 26
 - (三) 《中华人民共和国刑法》对偷漏税等行为的处罚 / 27

第二章

招招要见销量的营销常识 / 29

销售商品和服务，是企业获得利润的主要方式。怎样才能提高销量，以获得最大利润呢？做好营销是解决之道。本章将具体介绍企业营销的相关常识，让你学会科学地进行市场预测，准确地掌控消费者的消费心理特征，合理地制定产品价格，精确地选择销售渠道。

- 一、市场预测的方法 / 30
 - (一) 什么是市场预测 / 30
 - (二) 市场预测的主要内容 / 30
 - (三) 市场预测的一般程序 / 33
 - (四) 市场预测法之对比类推法 / 33
 - (五) 市场预测法之德尔菲法 / 34
 - (六) 市场预测法之集合意见法 / 36
 - (七) 市场预测法之时间序列预测法 / 37
- 二、不同消费群体的消费心理特征 / 39
 - (一) 消费者的消费心理表现类型 / 39
 - (二) 儿童的消费心理特征 / 39
 - (三) 青年人的消费心理特征 / 40
 - (四) 中年人的消费心理特征 / 41



- (五) 老年人的消费心理特征 / 42
- (六) 不同性别群体的消费心理特征 / 42
- (七) 不同收入群体的消费心理特征 / 43
- 三、产品定价方法和策略 / 44
 - (一) 产品定价的步骤 / 44
 - (二) 定价方法之成本导向定价法 / 44
 - (三) 定价方法之需求导向定价法 / 45
 - (四) 定价方法之竞争导向定价法 / 46
 - (五) 定价策略之新产品定价策略 / 47
 - (六) 定价策略之心理定价策略 / 48
 - (七) 定价策略之折扣定价策略 / 48
 - (八) 定价策略之产品组合定价策略 / 49
 - (九) 定价策略之地区定价策略 / 50
- 四、销售渠道的选择 / 50
 - (一) 直接渠道和间接渠道对比 / 50
 - (二) 长渠道和短渠道对比 / 51
 - (三) 宽渠道与窄渠道 / 53
 - (四) 中间商的类型 / 54

第三章

经商不可不知的货物知识 / 55

经营企业是行批发之道，还是走零售之路？企业买进或生产出的商品、原材料等通过什么样的运输方式来实现转移？怎样对企业的生产材料或产出的产品进行科学合理的储存和保管？

- 一、货物的批发与零售 / 56
 - (一) 批发商的类型 / 56
 - (二) 零售商的类型 / 57
 - (三) 批发与零售的区别 / 57
- 二、货物的分类、计量和货物质量 / 58
 - (一) 货物的类型 / 58
 - (二) 什么是货物的计量 / 61
 - (三) 货物丈量的方法 / 62
 - (四) 货物丈量的计算单位 / 62
 - (五) 什么是货物衡重 / 62
 - (六) 货物质量的基本要求 / 62
 - (七) 减少货损货差的措施 / 63
- 三、货物运输方式的选择 / 64
 - (一) 铁路运输的特点 / 64



- (二) 铁路货物运输的类型 / 64
- (三) 哪些货物不能按零担运输 / 64
- (四) 铁路运输运费计算方法 / 65
- (五) 公路运输计费的方法 / 66
- (六) 水路运输的特点 / 67
- (七) 水路运输货物计费重量和运费的确定 / 67
- (八) 哪些货物适合航空运输 / 68
- (九) 航空运输货物运价的类型 / 68
- (十) 航空运输货物运费计算方法 / 68

四、货物的储存和保管 / 69

- (一) 如何进行货位规划 / 69
- (二) 货位编号的“四号定位法” / 69
- (三) 库存控制的分析方法 / 70
- (四) 货物堆垛的“五距”要求 / 71
- (五) 货物堆垛的基本形式 / 71
- (六) 货物垫垛的要求 / 72
- (七) 货物苫盖的基本要求 / 72

第四章

经商必知必备的金融常识 / 74

作为一名经商者，每天都会和金融打交道，掌握必要的金融常识是非常重要的，它能够帮助你“活资金，容天下”。

一、企业的信用等级评定 / 75

- (一) 什么是企业信用评级 / 75
- (二) 国内主要的信用评级机构 / 75
- (三) 企业信用评级考察的主要内容 / 76
- (四) 信用等级划分的具体含义 / 77

二、货币金融 / 78

- (一) 货币究竟是什么 / 78
- (二) 利息的计量方法 / 79
- (三) 货币时间价值的表现形式 / 79
- (四) 货币时间价值的计算方法 / 80
- (五) M0、M1、M2 的具体含义 / 81
- (六) 申请贴现的条件 / 82
- (七) 什么是存款准备金率 / 82
- (八) 什么是货币扩展 / 83
- (九) 影响货币乘数的因素 / 83

三、外汇市场 / 84

- (一) 什么是外汇 / 84



- (二) 常用的国际货币及其代码 / 85
- (三) 什么是汇率 / 85
- (四) 汇率的标价方法 / 85
- (五) 主要的国际外汇市场 / 87
- (六) 外汇的交易方式 / 88
- (七) 如何看开盘价 / 89
- (八) 如何看收盘价 / 89
- (九) 熟悉外汇市场术语 / 90
- 四、信托 / 92
 - (一) 信托当事人的内容 / 92
 - (二) 什么是信托财产 / 92
 - (三) 设立信托应满足的条件 / 93
 - (四) 信托无效的情形 / 93
 - (五) 设立信托的方式 / 94
- 五、证券市场 / 95
 - (一) A 股、B 股、H 股、N 股、S 股、L 股的具体含义 / 95
 - (二) ST 股、*ST 股、PT 股的含义 / 95
 - (三) 集合竞价 / 96
 - (四) 连续竞价 / 97
 - (五) 什么是“T+0”交易制度 / 97
 - (六) 什么是“T+1”交易制度 / 97
 - (七) 什么是“T+3”交易制度 / 98
 - (八) 首次公开发行 / 98
 - (九) 股票上市的基本过程 / 98
 - (十) 开放式基金和封闭式基金的区别 / 99
 - (十一) 债券收益率的计算方法 / 100

第五章

经商必懂的财务常识 / 101

作为一名公司的管理者，你至少要清楚财务的三大报表怎么看，并能够从中分析出有效信息，掌控企业经营的状态；还要清楚怎样用最低的成本获得尽可能多的利润，精心算好每一笔成本账。

一、企业的财务管理模式 / 102

- (一) 什么是企业的财务管理模式 / 102
- (二) 集权式财务管理模式 / 102
- (三) 分权式财务管理模式 / 104
- (四) 混合型财务管理模式 / 104

二、学会看懂会计报表 / 105



- (一) 会计报表的类型 / 105
- (二) 会计报表的构成要素 / 108
- (三) 如何看懂资产负债表 / 109
- (四) 如何看懂利润表 / 112
- (五) 如何看懂现金流量表 / 116

三、成本账的计算 / 123

- (一) 什么是成本 / 123
- (二) 熟悉企业经营中的几种成本概念 / 123
- (三) 产品成本计算方法之分批法 / 125
- (四) 产品成本计算方法之分步法 / 126
- (五) 产品成本计算方法之品种法 / 129

第六章 不可不知的商业法律常识 / 130

法治时代，法律风险是企业经营中面临的最大风险。经营企业中因不懂法律规则，疏于法律审查，逃避法律监管所带来经济纠纷和涉诉，会给企业带来重大的经济损失。因此，了解相关的商业法律常识，能够帮助企业规避法律风险，防范无谓损失。

一、反不正当竞争法 / 131

- (一) 市场交易中不正当行为的表现 / 131
- (二) 不属于低价销售的行为 / 131
- (三) 属于不正当有奖销售的行为 / 132
- (四) 属于侵犯商业秘密的行为 / 132
- (五) 不正当行为造成损害要承担怎样的责任 / 133
- (六) 冒用商标的行为应该承担的责任 / 133
- (七) 盗用商业秘密需承担什么责任 / 134

二、商标法 / 134

- (一) 哪些标志不能用于商标使用 / 134
- (二) 不予注册并禁止使用的商标类型 / 135
- (三) 先注册与先使用，商标的归属权问题 / 136
- (四) 属于侵犯注册商标专用权的行为表现 / 136
- (五) 允许他人正当使用的注册商标 / 137
- (六) 侵犯注册商标专用权要承担的责任 / 138

三、产品质量法 / 139

- (一) 生产者生产的产品应该符合什么样的要求 / 139
- (二) 产品或其包装上标识要符合的基本要求 / 139
- (三) 销售者应承担赔偿责任的情形 / 140
- (四) 只要产品有问题，生产者就要承担责任吗 / 140



四、企业经济合同与贸易合同 / 141

- (一) 合同的订立形式 / 141
- (二) 合同中的格式条款要求 / 142
- (三) 合同内容约定不明确, 应怎样处理 / 143
- (四) 合同瑕疵履行应承担的责任 / 144
- (五) 违约金低于损失如何处理 / 144
- (六) 定金和订金的区别 / 145
- (七) 标的物分批交付, 合同怎样解除 / 146
- (八) 口头租赁合同对当事人是否具有约束力 / 146
- (九) 承租人对租赁物的使用有什么要求 / 147
- (十) 承租人是否可以擅自装修租赁房屋 / 147
- (十一) 承租人是否可以转租 / 147
- (十二) 因不可抗力致使托运物毁损, 责任由谁负 / 148
- (十三) 需采取特殊保管措施的保管物, 寄存时是否应当告知当事人 / 148

五、劳动合同法 / 148

- (一) 用人单位能否单方面修改员工手册 / 149
- (二) 约定劳动报酬不明确时执行劳动报酬的标准 / 149
- (三) 劳动合同的类型 / 150
- (四) 可以签订无固定期限劳动合同的情形 / 150
- (五) 用人单位是否可以随意规定试用期 / 151
- (六) 加班费的支付标准 / 151
- (七) 用人单位可以解除劳动合同的情形 / 152
- (八) 公司裁员的条件 / 152
- (九) 什么情形下, 用人单位需支付给员工经济补偿金 / 153

第七章 劳动用工及社会保障常识 / 154

社会保险是国家通过立法的形式, 由社会集中建立基金, 以使劳动者在年老、患病、工伤、失业、生育等丧失劳动能力的情况下能够获得国家和社会补偿和帮助的一种社会保障制度。

一、社会保险的征缴 / 155

- (一) 企业职工社会保险的险种 / 155
- (二) 社会保险缴费的比例分配 / 155
- (三) 社会保险缴纳基数的确定方式 / 156
- (四) 职工工资总额组成成分 / 156
- (五) 哪些项目不能列入工资总额的范围 / 159
- (六) 企业建立企业年金的条件 / 160
- (七) 单位对社会保险费征缴承担哪些法律责任 / 160



(八) 企业办理社会保险登记的程序 / 161

二、养老保险 / 162

(一) 哪些工种的职工可提前退休 / 162

(二) 员工借调, 基本养老保险的缴纳由谁负责 / 163

(三) 停薪留职期间养老保险缴纳的问题 / 163

(四) 职工的养老金可否提前领取 / 164

三、基本医疗保险 / 164

(一) 基本医疗保险基金的构成成分 / 164

(二) 公司合并, 医疗保险由谁负责 / 165

(三) 职工患病医疗期的计算方法 / 165

(四) 职工在医疗期内享受什么样的工资待遇 / 165

(五) 用人单位是否应该报销职工个人自行缴纳的医疗保险费 / 166

四、工伤保险 / 166

(一) 工伤保险费由谁缴纳 / 167

(二) 哪些情形可以被认定为工伤 / 167

(三) 哪些情形可被视同为工伤 / 168

(四) 不能被认为或视同工伤的情形 / 168

(五) 申请办理工伤认定的程序 / 168

(六) 劳动能力鉴定的登记分类 / 169

(七) 哪些情形下可停止职工的工伤保险待遇 / 170

(八) 企业转让、分立、合并或破产后工伤保险如何承担 / 170

五、失业保险 / 171

(一) 哪些单位和个人必须参加失业保险 / 171

(二) 失业保险费的缴费分配 / 171

(三) 申领失业保险金的职工应具备的条件 / 172

(四) 可以停止失业人员失业保险待遇的情形 / 172

六、生育保险 / 173

(一) 是否应该给男职工缴纳生育保险费 / 173

(二) 女性职工产假期是如何规定的 / 173

(三) 生育保险待遇的内容 / 174

第二篇 商业策略与案例篇

第八章

化无形资产为有形成果——商业战略 / 176

商场风云变幻莫测, 全新的商业环境, 经营模式层出不穷, 曾经所熟悉的一切都在以迅雷不及掩耳之势发生变化。变化之中是否有规律可循? 无论外界环境如何变幻, 商业的本质——买卖关系不变。



你应该问自己，什么不会改变，然后将自己的时间和精力投入到这些事上。这便是亚马逊 CEO 杰夫·贝索斯（Jeff Bezos）的忠告。

- 一、共赢性竞争：肯德基旁边有麦当劳 / 177
- 二、SWOT 分析法：必胜客，欢乐餐厅的欢乐文化 / 179
 - （一）分析环境因素 / 180
 - （二）构造 SWOT 矩阵 / 181
 - （三）制订行动计划 / 181
- 三、战略规划：企业发展的“行军图” / 181
- 四、蓝海战略：太阳马戏团因何成功 / 183
- 五、紧缩型战略：以退为进的智慧 / 186
- 六、战略控制：企业经营战略的“检测器” / 188

第九章 改变自己、看懂商界的神奇定律——商业法则/190

一个能够明白事理、把握大局观的“领袖”，是不可或缺的，一个企业能够在行业中站稳脚跟并站立起来，需要这样的“舵手”。每个领域都有其独特的游戏规则，只有能够细致地把握商业活动中每一个细微的变化，才能够赢得商业的未来，即使现在还没有明显的业绩，至少要有看懂商业法则的“眼睛”。

- 一、二八法则：请重视最关键的少数部分 / 191
- 二、达维多定律：创新=利润 / 192
- 三、鲑鱼效应：盘活沉闷的团队 / 195
- 四、六顶思考帽：将争论变成集思广益 / 197
- 五、手表定律：管理方法，一种就够了 / 198
 - （一）找到一个最好的方法 / 199
 - （二）坚定自己的想法 / 199
 - （三）别让员工无所适从 / 199
- 六、250 定律：不要轻易得罪任何一个人 / 201
 - （一）不得罪一个顾客 / 201
 - （二）名片满天飞：向每一个人推销 / 202
 - （三）建立顾客档案：更多地了解顾客 / 202
 - （四）猎犬计划：让顾客帮助你寻找顾客 / 202
 - （五）诚实：推销的最佳策略 / 202
 - （六）推销产品的味道：让产品吸引顾客 / 202



(七) 真正的销售始于售后 / 203

七、木桶定律：别让短板葬送自己 / 204

第十章

向左 or 向右，经营头脑风暴——商业思维 / 207

商业思维很缥缈，每个决策的无意选择，最终的抉择考验的就是每个人的商业思维和商业智慧。在现实生活中，你是否会有分心、注意力不集中，不能保持高效工作状态的情况？你是否觉得你的大脑不堪重负？商业思维，让你的脑洞大开，大脑 CPU 从“286”升级为“多核处理器”，让大脑转得更快，让财富赚得更多！

一、心态管理：心有多大舞台就有多大 / 208

二、创意 VS 生意：让创意变成生意 / 210

(一) 盘点现有资源 / 212

(二) 建立营运模式 / 212

(三) 抓住顾客需求 / 212

(四) 做好财务规划 / 212

三、执行力：好的想法需要好的执行力 / 212

四、管理方式：人情管理 $\neq$ 人性管理 / 214

五、领导的人格魅力：李云龙的部队何以战无不胜 / 216

(一) “魂”（团队文化） / 217

(二) 行动力 / 217

(三) 制度 / 218

(四) 领导力 / 218

(五) 人际关系的沟通能力 / 218

(六) 学习力 / 218

六、借鉴 $\neq$ 抄袭：借鉴的最终目的是创新 / 218

七、价格 VS 质量：降低价格 $\neq$ 降低质量 / 220

第十一章

名企只做不说的营销秘密——营销策略 / 222

在如今纷繁变幻的商业世界里，墨守成规无异于自取灭亡。如果你还在使用老一套营销技巧的道路上缓步前行，那么你很快就会被竞争对手甩在后面，因此这个时候需要做的是进入快车道！

营销是 21 世纪的终极杠杆！在 21 世纪，伟大的成功只会降临在那些令人敬畏的市场商人身上。