

高等院校面向信息化经济管理类实验实训教材系列

企业运营与管理模拟

李瑞 李永红 主编



科学出版社

高等院校面向信息化经济管理类实验实训教材系列

企业运营与管理模拟

李瑞 李永红 主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书紧密围绕经济管理理论前沿知识和企业发展的实际需求,通过角色扮演、教师引导、案例分享、角色互换、交流互动等方式进行管理知识的综合运用,训练参训者的战略管理、市场营销、财务管理、生产运作、物流管理、市场信息收集与运用等管理技能,全面提高受训者的综合素质,使受训者在参与体验中完成从知识到技能的一次转化,体会企业运营与管理的真谛,并通过案例研讨、经验分享、总结交流实现从实践到理论的二次升华。

本书适合高等院校经管类专业学生和教师使用,也可供相关专业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

企业运营与管理模拟 / 李瑞, 李永红主编. —北京: 科学出版社, 2016
(高等院校面向信息化经济管理类实验实训教材系列)

ISBN 978-7-03-049933-2

I. ①企… II. ①李… ②李… III. ①企业管理—高等学校—教材
IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 222210 号

责任编辑: 任加林 / 责任校对: 陶丽荣
责任印制: 吕春珉 / 封面设计: 耕者设计工作室

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

三河市骏杰印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2016 年 9 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2016 年 9 月第一次印刷 印张: 12 3/4

字数: 283 000

定价: 29.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换〈骏杰〉)

销售部电话 010-62136230 编辑部电话 010-62137026

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

随着全球经济一体化进程的加快，具有网络化、数字化、信息化三大特征的知识经济时代给我们的世界带来了巨大的变化，我国经济发展已经步入市场化的快车道，企业的管理思想和管理手段需要不断变革与更新，具备先进管理理念的 ERP 思想已被越来越多的企业所认同和接受，其成功的信息集成、市场预测、统筹分析、全面质量管理和成本管理、项目管理等对提升企业管理水平的作用已经凸现出来。面对社会需求的不断变化，高校必须改变以往的培养目标，探索适应信息化要求的高素质应用型人才。面对经管领域的人才需求，大家一直在探索如何能够找到使大学生在校期间能够体验生产经营的全过程，全面了解企业业务流程的有效途径。为此，国际劳工组织开设了为培养大学生的创业意识和创业能力而专门开发的教育项目 KAB，英文全称 Know About Business，意思是“了解企业”，该项目通过教授有关企业和创业的基本知识和技能，帮助学生对创业树立全面认识，普及创业意识和创业知识，培养具有创新精神和创业能力的青年人才。KAB 课程的课程结构设计有很大的灵活性，能够根据授课对象、授课学时的不同，有效做到“因材施教”“因时施教”。尽可能使学生在教学活动参与中实现“启发创业意识、体验创业过程、提升创业技能”的目的。ERP 沙盘模拟课程是顺应 KAB 课程而设立的具有很强实践性、创新性的课程，是顺应信息化浪潮而产生的面向信息化的经管类实战课程。

管理大师德鲁克曾指出：“管理是一种实践，其本质不在于‘知’而在于‘行’；其验证不在于逻辑，而在于成果，其唯一权威就是成就。”希望大家通过企业运营与管理模拟能够开启自己的探索之旅！发现之旅！

为了促进学生学习管理知识，掌握管理技巧，提高管理素质，树立共赢意识与全局观念，体验团队协作精神的重要性，锻炼发现问题、分析问题、解决问题的能力，本书在以体验式教学方法著称的 ERP 企业经营沙盘模拟实战对抗的基础上，通过角色扮演、导师指引、案例分享，角色互换、交流互动等方式进行管理知识的综合运用，训练参训者的战略管理、市场营销、财务管理、生产运作、物流管理、市场信息收集与运用等管理技能，全面提高受训者的综合素质，使受训者在参与、体验中完成从知识到技能的一次转化，在企业经营沙盘模拟实战对抗后的案例研讨、总结交流中再完成从实践到理论的二次升华。

本书共分为四篇：

第一篇 理论篇，为课程基础知识阶段，即在教师的指引下，掌握模拟运营的市场规则和企业运营规则，梳理理论知识体系。

第二篇 实战篇，为实战对抗阶段，从企业年度经营关注点、企业面临的主要经营问题、教师点评、学生年度自我总结、知识补充五个维度对企业模拟运营的全部流程进行深刻体验和感悟。

第三篇 评价和分享篇，为评价和总结分享阶段，主要是为参训者总结交流而准备，以达到最大提升的目的。本篇不仅给出了企业绩效的衡量标准和方法，还对不同岗位的

考评进行了深入探讨，同时结合实际案例进行经验分享。

第四篇 企业案例，为企业实际运营案例分享阶段，分别安排公司战略、财务管理、市场营销的典型实例，把沙盘模拟实战对抗与案例讨论有机结合起来。

本书具有以下特点：

信息化 教材的编写顺应企业信息化建设，“主动对接企业，探析人才需求”，围绕强化学生信息技术应用与管理能力的人才培养目标，注重学科交叉和渗透，信息技术与实践应用、信息技术与创新创业相结合，强化学生的信息技术应用能力，强调经管专业与信息化的融合，凸显信息化特色。

流程化 按照企业运营流程和管理流程设计体现企业全业务流程的综合实验内容，实验内容设计仿真化，实验过程设计流程化，为实验、实训的参与者提供清晰明确的实验思路 and 理论指导框架。

模块化 结合经管类专业发展的要求，实验内容模块化设计为学生搭建可塑性的知识框架，提供灵活的个性化培养方案，在基础实验模块的基础上，结合专业发展方向设计体现专业特色和信息化特色的专业纵深实验课程。

本书第一章和第二章由李瑞、李永红编写，第三至十六章由李瑞编写，全书由李瑞、李永红校对整理。在本书的编写过程中，编者参阅了许多同类教材和相关文献，许多教师、专家和朋友给予了大量的帮助，并得到科学出版社的大力支持，在此一并致以诚挚的谢意。

由于编者水平有限，书中难免会有瑕疵和不足，敬请斧正。

目 录

前言

第一篇 理 论 篇

第一章 知识准备	3
1.1 沙盘课程简介	3
1.1.1 沙盘课程的设计理念	3
1.1.2 沙盘课程的主要内容	3
1.1.3 沙盘盘面介绍	5
1.1.4 教师的角色	6
1.2 企业成立知识准备	7
1.2.1 企业工商登记	7
1.2.2 申请组织机构代码证	7
1.2.3 企业税务登记	7
1.2.4 申领发票	9
1.2.5 “三证合一”登记制度	10
1.3 经营知识准备	10
1.3.1 研究企业运营环境和规则	10
1.3.2 实验课程训练的中心目标	14
1.3.3 知识回顾	14
思考题	14
第二章 实验课程体系设计	15
2.1 实验课程设计的思想和目标	15
2.1.1 实验课程设计的思想	15
2.1.2 实验课程设计的目标	15
2.1.3 实验课程的效果分析	16
2.2 实验课程体系设计	17
2.2.1 基础版课程体系设计	17
2.2.2 创业版实验课程体系设计	19
思考题	20
第三章 团队组建	21
3.1 模拟企业组织架构	21
3.1.1 确立组织架构的基本原则	21

3.1.2	建立企业制度和管理规范	22
3.1.3	企业组织结构选择	22
3.2	团队组建与角色分配	23
3.2.1	角色分配	23
3.2.2	基于信息管理的思维方式	27
3.2.3	团队组建的关键问题	27
3.2.4	学生的综合能力培养	28
3.2.5	基于情景分析的团队角色分配	30
3.2.6	团队展示	31
	思考题	32
第四章	实验课程体系规则	33
4.1	财务经营规则	33
4.1.1	融资规则	33
4.1.2	综合费用和税金规则	34
4.2	市场经营规则	35
4.3	生产研发规则	37
4.4	采购规则	40
4.5	信息收集规则	40
4.6	关于企业运行流程	40
	思考题	47
第二篇 实 战 篇		
第五章	ERP 沙盘模拟企业准备工作	51
5.1	基础版 ERP 沙盘模拟企业概况	51
5.1.1	初始状态设定	51
5.1.2	教学引导年运营流程	52
5.2	创业版沙盘模拟企业概况及初始状态设置	54
5.2.1	改换系统参数	54
5.2.2	改变运营规则	54
5.2.3	初始状态设定	55
5.3	商业情报	55
5.3.1	读懂市场预测	55
5.3.2	竞争对手分析	55
	思考题	57
第六章	经营第一年——感性认知年	58
6.1	年度经营关注点和主要问题	58

6.1.1 本年关注点	58
6.1.2 本年需要思考的问题	60
6.1.3 本年关键人物——CEO	60
6.2 本年教师点评——利润到哪去了	61
6.2.1 损益表的理解——从经营管理的角度解读	61
6.2.2 理解薄利多销的含义	62
6.2.3 资产负债表的理解——从财务管理的角度审视	62
6.2.4 分析结论	64
6.3 本年度学生自我总结	64
6.3.1 企业经营业绩完成情况分析	64
6.3.2 知识提炼和企业认知	64
6.4 知识补充	65
第七章 经营第二年——体验决策年	69
7.1 年度经营关注点和主要问题	69
7.1.1 本年关注点	69
7.1.2 本年需要思考的主要问题	70
7.1.3 本年关键人物——COO	70
7.2 本年教师点评——产能为什么不尽如人意	71
7.2.1 企业产能分析	71
7.2.2 分析结论	72
7.3 本年度学生自我总结	73
7.3.1 企业经营业绩完成情况分析	73
7.3.2 知识提炼和企业认知	73
7.4 知识补充	73
第八章 经营第三年——艰难困苦年	75
8.1 年度经营关注点和主要问题	75
8.1.1 本年关注点	75
8.1.2 本年应该思考的主要问题	76
8.1.3 本年关键人物——CFO	76
8.2 本年教师点评——钱到哪去了	76
8.2.1 关注你的现金——收入为虚，利润为实，现金为王	76
8.2.2 分析结论	80
8.3 本年度学生自我总结	81
8.3.1 企业经营业绩完成情况分析	81
8.3.2 知识提炼和企业认知	81
8.4 知识补充	82

第九章 经营第四年——企业发展年	84
9.1 年度经营的关注点和主要问题.....	84
9.1.1 本年关注点.....	84
9.1.2 本年应该思考的主要问题.....	86
9.1.3 本年关键人物——CMO.....	86
9.2 本年教师点评——全面营销时代.....	86
9.2.1 “以销定产”和“以产定销”的对决.....	86
9.2.2 市场占有率及其与企业利润的关系分析.....	87
9.2.3 广告投入产出比分析.....	87
9.2.4 销售竞单的思考.....	88
9.2.5 产品研发生命周期的思考.....	88
9.3 本年度学生自我总结.....	89
9.3.1 企业经营业绩完成情况分析.....	89
9.3.2 知识提炼和企业认知.....	89
9.4 知识补充.....	89
第十章 经营第五年——曙光初现年	91
10.1 年度经营关注点和主要问题.....	91
10.1.1 本年关注点.....	91
10.1.2 本年应注意的主要问题.....	92
10.1.3 本年关键人物——HRD.....	92
10.2 教师点评——人力资源是企业制胜的基础.....	93
10.2.1 人员素质层级.....	93
10.2.2 全局观念与团队合作.....	93
10.2.3 培养换位思考的能力.....	93
10.2.4 合理的岗位知识结构.....	94
10.2.5 职业生涯规划.....	94
10.3 本年度学生自我总结.....	95
10.3.1 企业经营业绩完成情况分析.....	95
10.3.2 知识提炼和企业认知.....	95
10.4 知识补充.....	95
第十一章 经营第六年——企业决胜年	97
11.1 年度经营关注点和主要问题.....	97
11.1.1 本年关注点.....	97
11.1.2 本年应注意的主要问题.....	98
11.1.3 本年关键人物——CIO.....	99
11.2 教师点评——信息化是企业制胜的利器.....	99

11.3 本年度学生自我总结	100
11.3.1 企业经营业绩完成情况分析	100
11.3.2 知识提炼和企业认知	100
11.4 知识补充	101

第三篇 评价和分享篇

第十二章 企业评价	105
12.1 企业业绩综合评价	105
12.1.1 模拟企业综合评价要求	105
12.1.2 模拟企业综合评价评分标准	105
12.1.3 模拟企业综合排名计算	106
12.2 企业经营分析和诊断	106
12.2.1 企业经营本质	106
12.2.2 财务分析和评价	106
12.3 岗位绩效评价	109
第十三章 总结和分享	113
13.1 企业经营总结	113
13.1.1 运营流程关键环节的总结分析	113
13.1.2 不同方案的总结分析	116
13.2 实战案例分享	118
13.2.1 案例一——日常训练方案分享	119
13.2.2 案例二——沙盘大赛方案分享	120

第四篇 企业案例

第十四章 预算管理案例	127
14.1 全面预算管理体系的发展历程	127
14.2 全面预算管理的系统化认识	127
14.3 华润集团全面预算管理的系统化方案——6S 管理体系	128
14.3.1 华润集团简介	128
14.3.2 华润集团的产业扩张战略	128
14.3.3 6S 管理体系	129
14.3.4 6S 管理体系的基本思路	130
14.3.5 6S 管理体系的实施效果	131
14.4 本章小结	132
14.5 案例思考	133

第十五章 战略决策案例	134
15.1 伊士曼柯达公司简介	134
15.2 曾经的辉煌	134
15.2.1 柯达的品牌战略——柯达串起每一刻	134
15.2.2 柯达的本地化战略	135
15.3 失败原因分析	136
15.3.1 战略转型分析	136
15.3.2 陷入多元化、同质化的战略陷阱	137
15.3.3 产品组合策略选择失误	138
15.3.4 投资方向单一，船大难掉头	138
15.3.5 领导团队保守多变	138
15.3.6 森严的等级制度	139
15.3.7 “自信”的企业文化	139
15.4 本章小结	139
15.5 案例思考	140
第十六章 市场营销案例	141
16.1 案例一——秦池酒	141
16.1.1 秦池促销策略选择	141
16.1.2 秦池的没落之路	142
16.1.3 标王败因费思量	142
16.2 案例二——汾煌可乐	143
16.2.1 汾煌发展和衰败	143
16.2.2 汾煌失败案例分析	144
16.3 案例三——娃哈哈	145
16.3.1 娃哈哈的发展	145
16.3.2 娃哈哈的品牌成功经验	145
16.3.3 娃哈哈品牌延伸中存在的问题	146
16.4 案例思考	147
附录	148
附录 1 企业经营模拟手册	148
附录 2 市场预测	179
附录 3 经营模拟监控表单	181
附录 4 企业模拟辅助表格	183
主要参考文献	191

第一篇 理论篇

本篇首先涉及沙盘课程的基本理念和主要内容、让学生了解模拟企业成立的基本流程，熟悉我国企业成立的最新要求，掌握三证合一的企业注册流程；其次，梳理企业经营管理应该具备的基本知识，帮助学生了解企业运营管理的基本流程；最后，介绍模拟企业的岗位分工，企业模拟运营流程的任务清单，模拟企业的团队组建，模拟企业的运营规则，针对基础版和创业版企业的不同，为模拟运营企业设定不同目标体系的课程体系，从而为学生参与模拟企业的实战演练提供理论基础。

第一章 知识准备

1.1 沙盘课程简介

1.1.1 沙盘课程的设计理念

沙盘模拟课程源于战争中的沙盘模拟推演，它运用独特直观的教具，融入市场变数，结合角色扮演、情景模拟、教师点评，使参加人员在虚拟的市场竞争环境中，体会企业数年的生产运营与经营管理过程。沙盘实战模拟训练完全不同于传统的理论授课方式，它通过模拟企业运行，使受训者在主导“企业”各项经营管理活动的过程中体验得失、总结成败，进而领悟科学管理规律，提高企业管理能力。和传统课程相比，沙盘实战模拟课程具有参与性、互动性、实战性、竞争性、体验性五个显著的特点。

在企业经营过程中，积极的行动力和理性的思维习惯是管理者非常重要的能力，有效的行动来自正确的思想，经营管理如果仅凭借积淀的经验和直觉本能盲目决断，往往会导致无法预见的问题和错误的决定，而规避这种风险的最好方法就是运用系统化的训练方式来培养决策人正确的思考模式。沙盘模拟各职能中心涵盖了企业运营的所有关键环节，以战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等几个部分为设计主线，把企业运营所处的内外环境抽象为一系列的规则，把参与者组成不同的相互竞争的模拟企业，连续从事六七个会计年度的经营活动。通过设计一系列的实验环节，使学生在分析市场、制定战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，参悟科学的管理规律，同时也对企业资源的管理过程有一个实际的体验，切身体会管理精髓，学以致用，刻骨铭心，一切理念传输均在潜移默化中。

1.1.2 沙盘课程的主要内容

实验内容以标准制造业企业流程为参考，以组建公司、角色扮演为手段，由老师现场指导，从战略规划到战略执行各个层面理性运作企业，从而更加深刻地了解企业内部业务流程，根据企业最终的权益、生产能力、市场开拓和现金流等进行模拟企业业绩评价，最后由指导教师进行总体点评，运用控制工具详细分析各组运营能力、效益以及效率。团队进行现场答辩或总结陈述，包括战略完成情况的总结及决策过程中的变化与经验教训。各组学生讨论和经验交流并完成学员手册和沙盘实验部分课程设计报告。

(1) 战略方面

成功的企业一定有着明确的企业战略，包括产品战略、市场战略、竞争战略及资金运用战略等。从最初的战略制订到最后的战略目标达成，本实验经过几年的模拟实战，经历迷茫、挫折、探索，学生将学会运用战略的眼光看待企业的业务和经营，评估企业内、外部环境，制定中、短期经营策略，保证业务与战略的一致，体会战略管理在企业

管理中的关键作用。在未来的工作中更多地获取战略性成功而非机会性成功。

(2) 产品研发方面

在科技进步的时代,面对同行竞争,产品单一的运营现状,学生应学会制定如何研发适合市场需求和企业发展需要的产品研发策略,根据企业运营环境检验和调整研发计划,确保产品研发、市场拓展、资金运用的统一,防范产品研发风险,降低产品研发成本,为企业开拓市场,提高市场占有率,提升竞争力打下坚实的产品基础。

(3) 生产管理方面

在企业运营模拟中,本课程把企业的采购管理、生产管理、成本管理、质量管理统一纳入到生产管理领域,寻求最理想的生产方式,合理匹配市场需求与交货日期,保证按时完成合同任务,建立企业市场地位,在这个过程中新产品研发、物资采购、生产运作管理、品牌建设等一系列问题背后的一系列决策问题就自然地呈现在学生面前,它跨越了专业分隔、部门壁垒。学生将充分运用所学知识、积极思考,在不断的成功与失败中获取新知。

(4) 人力资源管理方面

从岗位分工、职位定义、沟通协作、工作流程到绩效考评,沙盘模拟中每个团队经过初期组建、短暂磨合,逐渐形成团队默契,完全进入协作状态。在这个过程中,各自为政导致的效率低下、无效沟通引起的争论不休、职责不清导致的秩序混乱等情况,可以使学员深刻地理解局部最优不等于总体最优的道理,学会换位思考,理解团队合作的重要性,树立全局观念和共赢观念。明确只有建立良好的组织沟通机制,组织的全体成员在有着共同愿景、朝着共同的绩效目标、遵守相应的工作规范、彼此信任和支持的氛围下,企业才能取得成功。

(5) 市场营销方面

市场营销就是企业用价值不断来满足客户需求的过程。企业所有的行为、所有的资源,无非是满足客户的需求。通过模拟企业几年中的市场竞争对抗,学生将学会研究市场信息、进行市场分析与决策、制定产品组合与市场定位策略,关注竞争对手、把握消费者需求、制定营销战略、制定投标与竞标策略,定位目标市场,抢占市场,建立并维护市场地位,寻找不同市场的赢利机会,制定并有效实施销售计划,分析营销效率,最终达成企业战略目标。

(6) 财务方面

财务是实验内容的关键环节,负责市场营销、生产管理、采购管理、产品研发的协调和沟通。本实验内容主要包括制定投资计划,评估回收周期,管理与控制企业现金流,编制财务报表,结算投资收益,评估决策效益,运用财务指标进行财务分析和内部诊断,协助管理决策,以有限的资金运作创造高利润。在沙盘模拟过程中,团队成员将清晰掌握资产负债表、利润表的结构;掌握资本流转如何影响损益;解读企业经营的全局;预估长短期资金需求,以最佳方式筹资,控制融资成本,提高资金使用效率;理解现金流对企业经营的影响。

1.1.3 沙盘盘面介绍

本实验课程中企业的生产经营场地、固定资产、产品和原料、现金流量、应收账款、银行贷款、工资、行政费用、市场推广、利息、应交税金等全面展示于沙盘之上，各项财务指标的运营用移动的“筹码”和道具或者相应的图标按钮来表示。由学生组成的公司管理层将依据市场信息决定自己的定位和市场策略，如何时投资于何种产品？何时进入目标市场？何时扩展生产能力？何时融资？何时平衡资金？由此，各部门经理作出的每一项决策对企业整体财务状况的影响都将展现在沙盘上。在本门课程的发展过程中，适合不同培养对象的沙盘课程具有手工实物沙盘和电子沙盘两种表现形式。

1. 手工沙盘盘面介绍

手工沙盘是围绕制造业的生产运营流程建立的模拟实验课程，手工沙盘将企业生产运营流程展示在实物盘面上，按照企业运营的物理空间建立财务中心、生产中心、物料中心、营销与策划中心等不同的运营区域，不同部门负责不同的区域，从直观角度让学生了解企业产、供、销运营的基本流程，体验企业不同管理角色的基本职能，感受企业管理的真谛。手工沙盘的主要目标是进行不同管理角色体验和企业运营与管理流程体验，帮助学生建立专业学习的目标，完成初步的职业生涯规划。手工沙盘盘面见图 1-1。

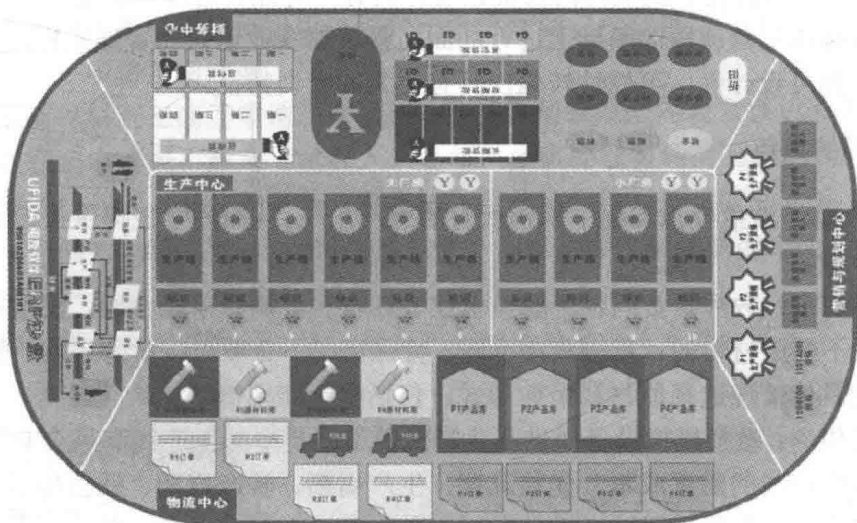


图 1-1 手工沙盘盘面

2. 电子沙盘盘面介绍

电子沙盘是在手工沙盘的基础上，将企业运营流程信息化、程序化，帮助学生体验企业创业的不同环节，运用所学知识自主建立企业，深入理解企业管理运营的所有流程，体会信息化环境下企业的生产经营管理的关键环节。电子沙盘的操作需要学生熟悉企业运营和管理流程，具备一定企业管理基础知识和相关的专业知识，实现学生知识的自我链接和升华，电子沙盘盘面见图 1-2。



图 1-2 电子沙盘操作系统示意图

3. 电子沙盘和手工沙盘的关系

手工沙盘是电子沙盘的思想基础，电子沙盘是在手工沙盘的基础上完成企业运营和管理流程的信息化和系统化，两者在内容上相互重叠，电子沙盘相比于手工沙盘具有岗位化、程序化、信息化、流程化的特征，适合具有一定经营管理理论基础和实战经验的学生在了解基本运营流程的基础上进行的面向系统的企业运营和管理流程，并且具有一定的灵活性和可设计性，可控性较强，具有更大的受训特征。

1.1.4 教师的角色

教师在 ERP 沙盘模拟课程中承担所有的外围角色，从而为学生提供接近真实市场环境的教学环境。

材料供应商：教师负责同各个虚拟企业签订材料订购和采购合同，根据采购合同供应原材料，不同原材料的订货提前期不同，特殊情况下企业可以紧急采购。教师可以根据参与者的具体情况选择原材料采购形式，包括赊销和现销。

设备提供商：教师模拟设备提供商负责提供不同类型的生产线满足企业生产产品的要求。不同生产线的购置成本、安装周期、生产周期、转产周期、残值均不相同。

地产提供商：教师模拟地产提供商，为企业提供不同大小的厂房，厂房可以买，也可以租，企业根据自己的发展战略决定厂房的租赁或者购买。

客户：教师模拟客户发布市场预测，每年年初召开产品发布会，为模拟企业提供市场机会，各模拟企业必须按照订单要求准时交货，否则教师有权罚款并收回订单。

银行：教师模拟银行为企业提供长期贷款和短期贷款，模拟企业根据需要决定贷款数量和时期，为了保证银行利益，教师可以设定不同的贷款标准。

政府机关：税收是国家财政的重要来源之一，教师在本次实验中，主要的政府机关的角色是税务部门和工商行政管理部门。帮助学生完成工商行政注册登记，进行税收征管和监督。让学生体会基本流转税的征收和缴纳流程。

教师分析点评：教师负责点评企业运营不同时期应该关注的不同问题，不同部门面