

大学文科实践系列教材

企业管理模拟实践 方法与策略

王真 著



QIYE GUANLI MONI SHIJIAN FANGFA YU CELUE



经济科学出版社

大学文科实践系列教材

P270-43

2

2007

企业管理模拟实践 方法与策略

王真 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业管理模拟实践方法与策略 / 王真 著. —北京: 经济科学出版社, 2007. 3

(大学文科实践系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6131 - 2

I. 企… II. 王… III. 企业管理 - 高等学校 - 教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 023578 号

责任编辑：王东岗
责任校对：徐领柱
版式设计：代小卫
技术编辑：潘泽新

企业管理模拟实践方法与策略

王真 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

北京密兴印刷厂印装

880×1230 16 开 14.5 印张 370000 字

2007 年 3 月第一版 2007 年 3 月第一次印刷

印数：0001—3000 册

ISBN 978-7-5058-6131-2/F·5392 定价：24.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

总 序

现在,呈现在您面前的是一套体现现代教育思想的探索性实践教材。当您打开这套书的时候,实际上您已经走上了这条探索之路,在这个探索过程中,您将成为探索的主体、探索的参与者和当事人,您已不再是被动地被灌输的对象。

现代教育的理念,已不仅仅是传授知识,还要演示知识,并调动学生主动、积极地学习知识。在主动学习的过程中,将知识转化成能力,转化成创造能力;养成一种宝贵的主动参与意识和参与能力,养成权利责任与科学理性精神。

这是建设创新型国家的需要。创新型国家需要创造性人才,创造性人才要求有创造型教师,创造型教师必须具备现代教育理念,这种教育理念的载体之一,就是要有适合培养创造性人才的教材。这一套具有全新理念的教材,归纳起来,有两大显著特征:

一、将理论与实践在教材内部有机地结合起来。我们的教育一贯倡导理论与实践结合。以往的绝大多数教材在理论与实践的结合上,往往是在教材之外的结合。在教材里或在课堂上学的是基本理论;实践,是在教材或课堂之外进行的。也就是常说的实验、实地调查、现场参观,到业务部门实习,撰写调查报告、实验报告或论文写作等等,并把这当成惯例,一堂堂、一年年地传承下来。使理论与实践的结合,总有一种“体外结合”式的课外与课间的结合,或是在教材外的结合,这种结合,总有一种“两张皮”似的感觉,不那么紧密。而这套教材,则是将理论与实践,在课程内部、教材内部相结合,在这里,上的是实践课,是突出实践,是将基本原理、基本方法、基本技能紧密地融为一体。您在这里,再也没有只带个耳朵的感觉,你已不再只是听,而是亲眼看,亲自做,是真正的听、看、思、做紧密结合。

比如,《ERP 沙盘实战》是将进入该课程的学生组成若干团队,分别接管完全相同的若干企业,构成相互竞争的市场。他们得在瞬息万变的环境中为

自己的企业制定规划，付诸实施，并在生存中求得发展。他们需要理解并遵守运行规则（经济法）、安排筹资投资（财务管理学）、决定订货方案（市场营销学）、完成生产运行（企业管理）、进行经营成果核算（会计学）、掌握市场和其他企业的动态（信息学）、互相检查和监督规则执行情况（审计学）。这一切活动，都要由团队内的5~6名学生自己完成。教师则负责指导和帮助总结。该课程整合了多个学科并通过模拟的方法将专业知识用于企业经营，具有鲜明的时代性和前沿性。在课程中，学生将进入场景担任角色亲身体验一个企业经营的完整流程，亲自操作资金流、物流、信息流及其协同；理解企业实际运作中各个部门的相互配合，亲验团队的力量和自己的作用。实践报告的编写、课间的小结和课后的总结，更让每位同学从树林中走出来，从理论高度俯视回顾自己和同学的实践经历：享受成功；发现不足；明确努力方向！在这里，苦学、孤立、被动没有了，取而代之的是快乐、团队和主动。实践活动使得专业知识在学生的大脑中扎根发芽，不断增加的新知识则让这棵能力之树愈加根深叶茂。

再举个例子，在其他课堂上讲的《第三方物流》课，基本上是从定义、概念、组织、功能、岗位、职能、管理原理、方式、方法、业务流程等讲起，这些内容对于初学者来讲，既抽象又空洞，缺乏真实感，不知第三方物流为何“物”。基本上是在课堂上学完、听完、考完后则忘完，原物奉还给老师。一旦到了业务部门就有一种一切都得从头学的感觉。在这里，这一切都发生了根本性的变化。现在的《第三方物流》课，变成了《第三方物流仿真与实践》。您在这里再上这门课的时候，首先映入您眼前的是一个实景沙盘，在这里，第三方物流的概念、运作方式、业务组成部门，每批货物的流向，路经什么环节，各业务岗位环节是怎样联系起来的？一切井然有序、科学合理，一目了然，是一个看得见、摸得着的大系统。在这个边听、边看、边思考的过程中，您不觉得这一节课过得太快了吗？学也其乐融融，教也轻松愉快，再也不是学海无涯“苦”作舟了。在这里抽象空泛变成了真景实感；枯燥乏味变成了生机盎然；再也没有了“被人灌输”那种局外人的感觉，参与意识已从心生，学下去吧！参与能力要渐渐养成！

在这些课程上，既有知识的演示，又有师生互动，角色互换，同学们在仿真实践环境中亲历实际业务角色，通过动手操作，动脑设计，在电脑上完成作业，提出自己的创意，解决自己的问题，看看同学们的看法、做法，再听听主讲教师的小结，现代教育理念在这里得到了实际的体现！

以上仅仅是举几个实例，本系列20多门课程和教材都将按照这样一种现代教育的理念与您一部一部去探索。

二、教师有亲历实践经验。这种教材内部的理论与实践的结合，是怎样实现的？是老师，是主编，是有实践经验，有科研能力，同时又热爱着教育事业的主编老师，他（她）们，大多来自实践第一线，有亲历实践的经验，比如《银行信贷管理与风险控制》的作者李智博士，就是中国工商银行总行高级经济师，他曾在中国信托投资咨询公司担任多个重大项目组及大型银团项目负责人，现任中国工商银行总行信贷审批中心主审查人。李智博士拥有较高的学术素养，在风险管理、银行经营管理等方面发表过多篇著述，参与了甘肃省、教育部等多个重大课题研究工作，并拥有多年丰富的实际工作经验，对我国金融发展及金融机

构经营管理变革有全面深刻的见解。《银行信贷管理与风险控制》这门课全面系统地介绍了商业银行信贷业务流程中的风险控制措施,从多个角度系统地介绍了信贷业务及其风险管理的基本内容,并着重讲解信用风险管理的流程、技术与体系。该课程在授课过程中紧密结合金融界实务和发展趋势,加入了国内外银行的丰富案例,通过对不同行业、不同地区、不同条件客户的信贷案例实例分析,能使学生初步掌握银行信贷业务特点和信用风险管理的要点,并培养学生良好的风险意识和风险识别能力。大量的商业银行信贷业务实例及课堂讨论,开阔了学生视野,增强了学生实际业务操作技能。

又如,《证券交易实践》的主编王忠国先生,原是中国人民大学金融学院硕士,2001年以来,一直从事职业操盘手工作,在股市实战中形成了独特的证券投资理念,他曾在北京、武汉、宁波等地多次讲授证券实战中的“高控盘战法”、“超跌股战法”;也曾在多家营业部多次讲解股市中的有关重大问题。由他主编的《证券交易实践》是一本金融专业学生必读的实践教材,是学生学习理论联系实际的必要环节。该书主要讲述证券投资的基本操作方法,揭示证券市场运行的一般规律,同时介绍风险控制的理论与实践,为学生提供了实践创新的有益平台。

再如,《企业管理模拟实践方法与策略》主编王真,不仅具有深厚的理论功底,而且具有丰富的实践教学经验。该教材是通过前瞻性模拟实践、沙盘模拟实践、计算机人机对抗模拟实践和国际企业管理挑战赛(GMC)等四大模块组成的模拟实践。该书主要是指导学生进行实操性的训练,使学生了解企业经营管理的环境,掌握企业生产、经营和管理的基本环节和基本流程,锻炼和培养学生分析问题、解决问题的能力。该书还融入了大量的分析、讲评和延伸性的讨论。例如:每项实训的“决策要点”,深入浅出地为学生做了精要的讲解,其中不乏真实企业经营管理实践的精华写照。而每项实训的“问题讨论”,又将实训引向更深层的研究,从而启发学生积极思考,究元决疑,追求卓越,达到经营管理的更高境界。

容不一一再述,正是由于担任这套教材撰写工作的各位主编的广学强识和实践经验,才熔铸了这套教材所独具的特征,有了这套教材和这些教师,再加上先进、适用的实践环境以及同学们的积极参与,为编这套教材所要达到的目标,还能不会实现吗?试试吧!

不知如此赘言可是为序。

恭祝创新成功!

中国人民大学商学院教授 博士生导师

李金轩

2006年6月于润桥泊屋馆

总 前 言

认识来源于实践，又服务于实践，实践既是认识的源泉，又是认识的深化和提高。唯物辩证法的认识论揭示了人们认识过程的客观规律。高等教育遵循这一规律并不断探索其在教学过程中的具体应用。高等院校在深化教育教学改革的进程中，对实践教学的研究与探索从来都没有停止过，实践教学作为教学过程的重要环节，日益受到广大教师的重视。

随着经济的快速发展和社会的不断进步，市场不仅对人才的知识结构、思维模式、创新意识等提出了更高的要求，而且对大学毕业生的工作适应能力和动手实践能力也提出了进一步的要求。如何改进现有的教学模式，给学生创造更多的实践机会和提高职业技能，培养学生的动手能力和自主创新能力，使之成为能够尽快适应社会环境的合格毕业生，是高等教育教学改革的一个重要方向和主要内容。

大学文科实践系列教材是北京工商大学针对高等院校深化教育教学改革，彰显办学特色，探索实践教学模式而面向社会精心设计并推出的一套全新的实践系列教材。全套教材以现代教育技术理论为指导，以实践课程为依托，以相关学科的实际业务流程作为教材主体结构和教材体系的核心内容，充分体现了“以人为本”的现代教育理念。在编写体例、行文风格等方面都有别于传统的理论教材体系，充分体现出自主创新能力。

本套教材共分为经济金融、企业管理、财务会计三大板块，其主要特色有以下方面。

1. 科学的目标定位，重点突出实践教学。以实践课程为依托，强化“实践育人”，增强学生的实际操作能力，实现符合市场和就业需要、科学发展的教学目的和培养目标，在教学培养目标方面具有自主创新性。

2. 科学的结构设计，重点突出业务系统和流程。以经济管理类的相关学科的企业或公司的实际业务流程为基础，以现代化实验室设备、软件及其实践环境为背景条件，运用现代教育理论，在教材结构上重点突出实践、实战或模

拟，在教材的结构方面具有自主创新性。

3. 科学的体系设计，重点突出业务操作。全套教材的体系，首先以实践准备为开篇，介绍课程的基础理论、入门指导和学习目标；其次以实践主题和实践环节组成业务训练单元；最后以实践报告作为综合训练和总结，在教材模式和体系方面具有自主创新性。

4. 独特新颖的版面设计，图文并茂，重点突出可读性和实用性。教材版面组合包括：文字阐述、流程设计、场景画面等，新颖的版面设计使教材具有可视、可读和实用性，在版面设计方面具有自主创新性。

5. 具有广泛的读者群和潜在的市场价值。本套实践教材独特实用，图文并茂，通俗易懂，既可作为全国各高等院校同类实践课程的正规教材，也可作为企业、公司和相关机构员工的培训教材。

本系列教材由北京工商大学长期从事本科教学的教师和部分从事经济、金融、管理等领域具有丰富实际经验的专家共同编写而成。但编写实践系列教材是一项原创性工作，可供借鉴的经验很少，难免出现各种纰漏和不足，恳请社会各界人士及广大读者批评指正。

北京工商大学
文科实践系列教材编委会

本书前言

本书是商学院企业管理模拟实践课教材，为前导性模拟实践、沙盘模拟实践及计算机实践等三大模拟实践提供了主要方法与相应的策略。通过上述三个阶段的训练，使学生了解企业经营管理的环境，掌握企业生产、经营和管理的基本环节及基本流程，加深学生对管理学及相关课程的理解，锻炼和培养学生分析问题、解决问题的能力，强化理论联系实际、学以致用良好学风。

本教材由以下三个实训部分组成：

第一，前导性模拟实践训练

前导性模拟实践训练的主要内容是企业创立过程中及创立初期有关流程、战略及对策，是本教材所列全部模拟实践的前导性工作，其中包括：企业设立流程模拟实践、商标申请与审批流程模拟实践以及企业理念与 CI 系统设计模拟实践等三个部分。学生只有完成此项模拟实践后方可转而进行以后各类模拟实践。

第二，沙盘模拟实践训练

通过将不同专业的学生交叉分组设立虚拟企业，各自扮演专业角色，来模拟企业运作环境，熟悉并掌握企业生产、经营和管理主要过程，并能够对企业的经营结果进行评价。在这一过程中，学生除学习平衡利用企业各项资源的方法与策略外，还将学习在竞争环境下制定生产经营战略的技术。

第三，计算机模拟实践训练

所谓计算机模拟实践，就是利用计算机仿真软件模拟企业运营环境，学生通过操作计算机进行决策训练。该仿真系统可在学校模拟实验室或整个学校范围内运行。学生打开浏览器，键入网址，即可启动系统。这项训练具有“全天候”的特点，学生的学习与实训不受时空条件的制约。

本项模拟实践由《现代企业经营决策仿真系统》和《国际企业管理挑战赛》（GMC）两套软件环境构成，二者各具特色，对教学而言是相辅相成的。前者有两个版本，一是人机对抗版，即学生的决策与计算机的决策相互比较，形成“优劣”；二是群体对抗版，即参加决策的是若干组学生，学生之间展开

竞争，最后由计算机给出一组评价指标并打出相应分数。

后者通过采用 GMC 这类成熟的计算机模拟竞赛网络，构成“模拟经营状况”，学生通过运筹帷幄，正确决策达成良好的运营效果，取得相应的收益回报。GMC 网络系统将根据股市回报（股票价格）确定最终赢家。由于 GMC 属国际范围内的赛事，因此学生可通过校内教学实训，遴选参赛。

本书的内容除包括必要的规则及理论分析外，加入了大量对策建议，其中不乏来自教学实践的感悟。王真撰写了本书第一、第二部分及第三部分中《现代企业经营决策仿真系统》的篇章，王涛撰写了第三部分中《国际企业管理挑战赛》的篇章。洋洋数十万言，内容跨度之大，可进一步挖掘之处颇多，作者当适时增补。

第一部分 先导性模拟实践..... 1

1.1 企业设立模拟实践 1

1.1.1 模拟实践的目的 1

1.1.2 模拟实践的流程 1

1.1.3 模拟实践的内容 2

1.1.4 模拟实践报告的撰写与讲评 21

1.2 企业组织模拟实践 23

1.2.1 模拟实践的目的 23

1.2.2 模拟实践的流程 23

1.2.3 模拟实践的内容 23

1.2.4 模拟实践报告的撰写与讲评 26

1.3 管理人员招聘与甄选模拟实践 26

1.3.1 模拟实践的目的 27

1.3.2 模拟实践的流程 27

1.3.3 模拟实践的内容 27

1.3.4 模拟实践报告的撰写与讲评 28

第二部分 沙盘模拟实践 30

2.1 全面管理沙盘模拟实践 30

2.1.1 模拟实践的目的 30

2.1.2 模拟实践的流程 30

2.1.3 模拟实践的内容 31

2.2	沙盘实践的管理及有关注意事项	39
2.2.1	市场管理中心的职责	39
2.2.2	特别提示	40
第三部分	计算机模拟实践	41
3.1	人机对抗模拟实践	41
3.1.1	模拟实践的目的	41
3.1.2	模拟实践的流程	41
3.1.3	模拟实践的内容	42
3.1.4	模拟实践报告的撰写与讲评	63
3.2	国际企业管理挑战赛	63
3.2.1	模拟实践的目的	64
3.2.2	模拟实践的流程	65
3.2.3	模拟实践的内容	65
3.2.4	模拟实践报告的撰写与讲评	125
参考文献		127
附 件		128
附件1	《中华人民共和国公司法》	(128)
附件2	《中华人民共和国公司登记管理条例》	(148)
附件3	《企业名称登记管理实施办法》	(157)
附件4	《企业年度检验办法》	(161)
附件5	《国家工商行政管理局关于企业注销登记有关问题的答复》	(164)
附件6	《个人独资企业登记管理办法》	(165)
附件7	《中华人民共和国商业银行法》(修正)摘录	(169)
附件8	《人民币银行结算账户管理办法》	(170)
附件9	《短期融资券管理办法》	(178)
附件10	《中华人民共和国商标法》	(181)
附件11	《马德里商标国际注册实施办法》	(187)
附件12	《中华人民共和国招标投标法》	(190)
附件13	《中华人民共和国价格法》	(196)
附件14	《国家工商行政管理局关于商业秘密构成要件问题的答复》	(200)
附件15	《中华人民共和国反不正当竞争法》	(201)
附件16	《中华人民共和国劳动法》	(204)
附件17	《中华人民共和国消费者权益保护法》	(211)

第一部分

先导性模拟实践

1.1.1 1.1.1

1.1.1 1.1.1

1.1.1 1.1.1

1.1.1 1.1.1

1.1.1 1.1.1

1.1 企业设立模拟实践

1.1.1 模拟实践的目的

1.1.1 1.1.1

1.1.2 模拟实践的流程

1.1.2 1.1.2

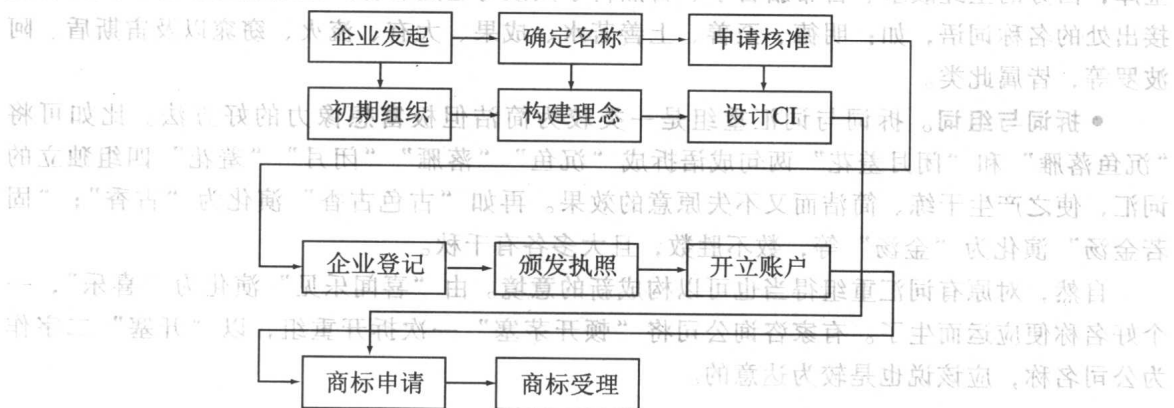


图 1-1 企业设立审批流程（创办者角度）



1.1.3 模拟实践的内容

1.1.3.1 企业设立流程模拟实践

(1) 企业名称创意

企业名称是企业文化的重要组成部分，是企业形象的高度概括和表达。从某种程度上讲，一个优秀的企业名称对企业的成功起着十分重要的作用，其案例不胜枚举。因此，创业应从名称的创意开始。

为完成企业名称创意，学生首先应掌握我国及国际有关法律法规，在法律允许的范围内实施创意。需要指出的是，企业名称一般与其经营的主导产品或主营业务直接相关，本课中沙盘模拟实践和“现代企业经营决策仿真系统”中约定经营的产品分别为“飞行器”和“激光打印机”等两类产品。这两类产品的“跨度”较大，不宜统一在具体的特征上，故本课要求学生将企业名称创意限定在“高技术产业”的领域内。

企业名称创意的基本步骤如下：

第一，确认主营业务或主营产品，尽量使名称符合主营业务或主营产品特征。最低限度的要求是不与之产生矛盾或歧义。

第二，定位假设。定位指的是企业或其产品在广大消费者心目中产生的有别于竞争对手的稳定形象。菲利普·考特勒先生的定义也强调了消费者一方的心理感受：“A product's position is the way the product is defined by consumers on important attributes – the place the product occupies in consumers' minds relative to competing product's.”^①（产品定位就是消费者对产品某种重要特性的确认以及这种特征在消费者心目中所占有的，有别于竞争产品的地位。——著者译）因此，定位是一种由消费者完成的“事后”行为。所谓定位假设，即由经营者预先假设某种定位，然后据此创意企业名称，因此是一种事先行为。名称缺乏定位的指引，则好比无的放矢，肯定是低效率的。

第三，词语分析。名称的表达是由文字实现的，因此在文字上要下大力气。本书将词语名称产生的一般来源归结为四种：

- **成语与典故。**成语典故均有其来源出处，有的来源于西方文化，有的来源于中国古代文化。中国的《四书五经》、《道德经》、《战国策》、古典小说名著等都是名称创意的语言宝库；西方的圣经故事、古希腊哲学、自然科学典故等也是名称产生的重要来源。大凡有直接出处的名称词语，如：明德、至善、上善若水、成果、大有、流火、窈窕以及宙斯盾、阿波罗等，皆属此类。

- **拆词与组词。**拆词与词汇重组是一类较为简洁但极富想像力的好方法。比如可将“沉鱼落雁”和“闭月羞花”两句成语拆成“沉鱼”“落雁”“闭月”“羞花”四组独立的词汇，使之产生干练、简洁而又不失原意的效果。再如“古色古香”演化为“古香”；“固若金汤”演化为“金汤”等，数不胜数，且大多各有千秋。

自然，对原有词汇重组得当也可以构成新的意境。由“喜闻乐见”演化为“喜乐”，一个好名称便应运而生了。有家咨询公司将“顿开茅塞”一次拆开重组，以“开塞”二字作为公司名称，应该说也是较为达意的。

^① Philip Kotler, "Principles of Marketing", Third Edition, Prentice Hall, 1986, p. 282.



• **外语汉译。**汉译可以分为三类，一是单纯音译。单纯音译是不考虑原词的释义的。例如“杜邦”（化工产品）“立顿”（袋泡茶/饮料等）“麦当劳”“沃尔玛”等。这类音译虽无实意，但却映射出鲜明的西方文化，对于经营饱含西方文化特色的产品或企业还是十分有益的。

二是有实意音译。有些实意音译，其音也罢，其意也罢，均与原词相同或相近。例如：佳能（Canon）就是一个典型的例子。佳能的原意为无所不能的女神，译为“佳能”其是两全其美。但是，这类“兼顾”的机会并不多，实践证明，其作用也是有限的。

另有一些实意音译带有“转译”的味道。例如：彪悍的军用吉普车“hammer”（锤子）被汉译为“悍马”，而“奔驰”（Benz 仅为人名）简直算得上原词的升华。这些经典之作的发音几乎未改，但原有词义已不复存在。实事求是地讲，这两个品牌的汉译倒是与产品本身的形象十分吻合，因此算得上神来之笔。

最典型的例子就是“可口可乐”，汉语发音与原发音几无差别，但其意却已美不胜收。可口可乐是世界级产品，但不论哪一种语言，其音译均无实际意义，唯独中文音译与众不同。当年蒋彝先生给出这一传神之笔，对“Coca Cola”打开中国市场立下了汗马功劳。^①

三是单纯意译。单纯意译只照顾原词之原意，不顾及发音的异同。如“通用”（General Motor/General Electricity, etc.）“微软”（Microsoft）“丰田”（TOYOTA）等也属杰作，可并入喜闻乐见之列。

• **科技名词。**科学技术名词是企业名称的一个重要来源，不少知名企业均据此获得了广大消费者的初步认识与好感。从高技术角度讲，我国“863”计划所涉及的信息技术、生物技术、激光技术、航天技术、新材料技术、新能源技术、自动化技术及海洋工程与技术8个基本领域均有十分适于企业名称的科技名词。“点击”“微软”“硅谷”“光子”“航宇”“科龙”“海泰克”（高技术一词的音译）都是些不错的名字。如果创办的是一家高技术企业，则以高技术名词命名是一个塑造企业形象的捷径。

无论从申报的角度还是从创业者自己决策的角度上讲，应当创意一组企业名称，按照国家工商行政管理总局的规范格式要求，创办人在向工商行政管理部门申报企业名称时，应当备齐三个名称方案（见样本1-1）。因此，本模拟实践课上也要求学生同一企业提供三个申请名称。

（2）企业名称核准

学生填制规范的申请表，按规定程序向工商管理部门申请核准企业名称。本书介绍企业名称预先核准须提交的材料如下：

- ① 全体投资人签署的《企业名称预先核准申请书》。（见样本1-1）
- ② 全体投资人签署的《申请人授权委托书》。（见样本1-2）

^① 蒋彝（1903~1977），江西九江人，曾参加北伐战争，是近代国际知名的画家、诗人、作家和书法家。他的一生赢得很多国家荣誉，被选为英国皇家艺术学会会员、美国艺术科学院院士、美国哥伦比亚大学终身教授。蒋彝曾出版《哑行者丛书》，独创“画记”这种著述形式熔诗、书、画、文、史、印于一炉，妙趣横生，对中西方文化的交流起到了重要的作用。

赵毅衡先生在《蒋彝这个哑巴太会说》一文中讲道：“曾听到传闻，说是Coca Cola公司，产品随着美国大兵进入远东急于有个中文牌名。请当时在哥伦比亚大学教书的蒋彝翻译一下，笔润三十美元。蒋彝给了“可口可乐”四字。可口可乐公司靠此一译，三十美元花得真值。可惜，此事我无法得到印证。蒋彝书中，写到自己生平之处颇多，从未提及此事。但这四个字可以说是现代汉语的第一译：音义双全，恰到好处，平易顺口，毫不牵强。现在的许多洋货译名，与此相比，真是丑陋的很，简直是破坏汉语。我倒是认为，凭此四字，蒋彝可以流芳百世。”

(样本 1-1)

企业名称预先核准申请书

申请企业名称: _____

备选企业名称（请选用不同的字号）：

主要经营业务(只需填写与企业名称行业表述一致的主要业务项目):

注册资本: _____

企业类型: _____

住所: _____

投资人姓名或名称、证照号码、投资额和投资比例（投资人写不下的，可另备页面载明并签名盖章）：

投资人姓名或名称	身份证或营业执照号码	投资额（万元）	投资比例

投资人签名盖章:

中华人民共和国工商行政管理总局制