



高职高专商学系列教材

现代企业 管理学教程

(第三版)

林宙 刘善华 陈世艳◎编著

XIANDAI QIYE GUANLIXUE
JIAOCHENG



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



高职高专商务系列教材

现代企业（第三版） 管理学教程

XIANDAI QIYE GUANLIXUE
JIAOCHENG

林宙 刘善华 陈世艳 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

现代企业管理学教程/林宙, 刘善华, 陈世艳编著. —3 版. —广州: 暨南大学出版社, 2014. 8

(高职高专商学系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1118 - 9

I. ①现… II. ①林… ②刘… ③陈… III. ①企业管理—高等职业教育—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 187288 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷: 广东广州日报传媒股份有限公司印务分公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 13.5

字 数: 340 千

版 次: 2006 年 2 月第 1 版 2014 年 8 月第 3 版

印 次: 2014 年 8 月第 7 次

印 数: 19001—22000 册

定 价: 29.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

“高职高专商学系列教材”编委会名单

编委会主任：侯德富

编委会副主任：张国扬 陈己寰

编委会委员（以姓氏笔画为序）：

丁 聪	王学礼	仇华忠	占世豪	刘善华
孙传辉	苏照新	李 成	李 光	李 婉
李永生	杨大兴	吴漪芸	何善华	陈 斌
陈世艳	陈文彬	陈中恒	林 宙	罗德礼
罗国锋	罗 静	赵 琼	姚晓彬	高焕文
黄 林	黄 强	常俊辉	崔译文	曾和杰
游碧辉	谢声强	詹荣富	魏跃进	

总 序

呈现在读者面前的这一套“高职高专商学系列教材”是面向高等教育的专科教材。该系列教材内容涵盖了经济与管理两大学科中商务活动的基础理论、基础知识和基本技能，它在突出其实践性的同时，还对它们的性质、特点、方式、方法、过程及运行机制进行了研究。

商学是一门社会科学。我国清代学者郑观应曾说过：“商理极深，商务极博，商心极密，商情极幻。”这便揭示了商学的特点及复杂性。据考证，商学最早的著作是10世纪阿拉伯的《商人手记》（即《巨商阿·德米斯基手记》），尔后，1458年意大利出版了《商人学》，17世纪德国出版了《商事学》等。商学发展历经沧桑，反映了不同国家生产力发展的水平和商务活动的状况。

进入21世纪，我国的生产力水平已经发展到了一个相当的高度。2003年我国国内生产总值（GDP）已达115 898亿元，比上年增长9.1%，按当时汇率计算，人均GDP首次突破1 000美元。2004年GDP已达136 515亿元，又上了一个新台阶。2004年全国社会消费品零售总额为53 950亿元，是1949年140.5亿元的383.9倍。据世界贸易组织秘书处公布：2004年我国货物进口额为11 547.4亿美元（是1950年11.3亿美元的1 021.8倍），世界排名第3位；服务贸易出口额为589亿美元，世界排名第9位；服务贸易进口额为697亿美元，世界排名第8位，突显了我国经济发展的强劲态势和商务活动在国内、国际经济所处的重要地位。毫无疑问，加强商学科学研究、指导实践活动是时代赋予我们的使命。

从事商学教学与实践的各位作者、同人与全体商学界的同道殚见洽闻，得其三昧，为推动商学系列教材的建设与创新，师直为壮，不敢懈怠，殚精竭虑，编写了这一套与时俱进、适应当今我国经济和科技发展及商学科学要求的“高职高专商学系列教材”。

商学系列教材的编写得到了暨南大学、华南师范大学、广东工业大学、广州大学、广东技术师范学院、广东潮汕学院、广州金桥干部学院、广州科技职业技术学院、广州航海高等专科学校、长沙民政职业技术学院、白云职业技术学院、私立华联学院等高校的教授、院长、系主任的悉心指导和鼎力相助。他们的加盟，无疑给这套“高职高专商学系列教材”锦上添花。在此，我们衷心地感谢他们开物成务的创造性劳动！

当然，编写“高职高专商学系列教材”难免管中窥豹，但它所具有的特色不容置疑。

一是**针对性强**。本系列教材体现高职高专要求：强调理论够用，突出实践性。既能把握理论基础，又能为强化应用提供广阔的空间，一改过去专科生使用本科生教材上课的旧习。

二是**编写作者阵容强大**。编著者来自普通高校和高职高专院校的资深专业教师，包括一

大批双师型教师，他们具有丰富的教学经验、实践经验和较高的写作水平，确保了教材的高质量和可读性。

三是知识内容丰富。本系列教材的内容在汲取国内外新理论、新经验、新科技的基础上，作者结合自身的研究与实践，博采众长，切磋琢磨，使认识得到了升华，在很多方面不乏新意、新创。

四是体例新颖。本系列教材的编著一改过去的理论说教、平铺直叙的呆板方式，而是围绕素质、知识、能力三位一体的教育原则，在结构框架、栏目设置和写作风格上均有所创新，结构层次分明，并运用了图表、案例、专栏等形式，激发学生学习兴趣，增强学生学以致用的信心。

商学科学是一个极其复杂和动态的领域，处于不断发展变化之中。因此，要想穷尽所有的内容是不可能也是不必要的。诚如有人所说，建筑是一门遗憾的艺术，因为楼房建成以后总会发现一些缺陷与疵点。本系列教材的编著者们也会有与建筑师同样的感受，但他们已磨砺以须，恪守不渝，奋力紧跟时代发展，力使本系列教材日臻完善。

陈己寰

2005年5月于华联园

前 言

本教科书以培养工商企业管理类应用型人才为目标，以教育部高职高专管理课程教学基本要求的精神为指导，为适应高职高专教师传授知识和学生实际应用的需要，以推进教学改革创新和发展为动力编著而成。

本教材在内容和形式上有其特点：一是内容上，吸收了现代企业管理理论和实践的新发展，使本书的资料新颖，内容丰富生动，结构合理严谨，并以企业管理的软科学为特色，借鉴企业管理实务中成功的经验和失败的教训，重点突出，用现代企业管理的知识和智慧解决企业在发展进程中所面对的困难和挑战，为企业的发展出谋献策，加快企业现代化的步伐。二是在编排形式上，参考最新版面编排的特点，突出教学目标的要求，做好各章提纲挈领的小结；举出案例，进行案例的分析和探讨，联系学生实训的需要，给学生布置一定量的练习题及补充阅读参考资料等，以促进學生更加主动地学习和深入研究与解决企业管理的实际问题。

本教材自 2005 年出版以来，受到了许多院校师生及读者的喜爱。2014 年，为了保证教材的内容能够与时俱进，我们决定对其进行修订，在章节、体例基本与第一版一致的基础上，更新了一些相关的现代企业管理知识与实用案例，希望以更好的内容、更优质的编写质量奉献给广大读者。

由于时间仓促，加之编著者水平有限，本教材在编写和修订中难免有不妥之处，敬请专家及读者指正。

作者

2014 年 7 月

目 录

总 序 / 1

前 言 / 1

1 现代企业管理概论

1.1 现代企业的概念、特征与类型/ 2

1.1.1 现代企业的概念/ 2

1.1.2 现代企业的特征/ 2

1.1.3 现代企业的类型/ 3

1.2 现代企业管理的概念、性质和职能/ 5

1.2.1 现代企业管理的概念/ 5

1.2.2 现代企业管理的新特点/ 5

1.2.3 现代企业管理的职能/ 6

1.3 现代企业管理理论的创立与发展/ 7

1.3.1 传统企业管理思想的形成/ 7

1.3.2 科学管理理论的产生/ 8

1.3.3 现代管理理论的创立与发展/ 9

1.3.4 我国企业管理的实践与转变/ 9

1.4 现代企业管理研究的意义和方法/ 10

1.4.1 现代企业管理学习与研究的内容/ 10

1.4.2 学习现代企业管理理论的意义/ 10

1.4.3 学习企业管理理论的方法/ 11

【个案】沈阳“飞龙”的“总裁的二十大失误” / 12

【案例分析】 / 13

【本章小结】 / 14

【关键术语和概念】 / 14

【练习题】 / 14

【补充阅读】 / 14

2 现代企业的创立与发展

- 2.1 现代企业创立的程序/ 16
 - 2.1.1 筹备/ 16
 - 2.1.2 报批/ 16
 - 2.1.3 募股/ 17
 - 2.1.4 召开创立大会/ 17
 - 2.1.5 注册/ 17
- 2.2 现代企业创立的条件与方式/ 18
 - 2.2.1 股份有限公司创立的条件/ 19
 - 2.2.2 有限责任公司创立的条件/ 20
 - 2.2.3 现代企业创立的方式/ 20
- 2.3 现代企业的发展/ 22
 - 2.3.1 企业发展的动力与约束/ 22
 - 2.3.2 企业发展的模式与选择/ 24
 - 2.3.3 企业发展的风险与机会/ 25
- 【个案】“嘉禾木”的商业模式/ 27
- 【案例分析】/ 27
- 【本章小结】/ 28
- 【关键术语和概念】/ 28
- 【练习题】/ 28
- 【补充阅读】/ 28

3 现代企业环境分析

- 3.1 企业外部环境分析/ 30
 - 3.1.1 环境分析的必要性/ 30
 - 3.1.2 外部环境分析的内容/ 30
- 3.2 企业内部环境分析/ 35
 - 3.2.1 企业内部环境要素/ 35
 - 3.2.2 企业内部资源条件分析/ 35
 - 3.2.3 企业内部各要素结合的经营力分析/ 37
- 3.3 企业环境分析方法/ 37
 - 3.3.1 企业外部环境分析方法/ 37
 - 3.3.2 企业内部环境分析方法/ 41
 - 3.3.3 企业内外环境综合分析方法/ 41
- 【个案】兴华有限公司大陆投资/ 43
- 【案例分析】/ 43
- 【本章小结】/ 45

【关键术语和概念】 / 45

【练习题】 / 45

【补充阅读】 / 45

4 现代企业战略管理

4.1 现代企业战略概述 / 47

4.1.1 战略的含义 / 47

4.1.2 企业战略的概念 / 47

4.1.3 企业战略的构成要素 / 48

4.1.4 企业战略的层次 / 49

4.2 企业战略管理的含义、意义与原则 / 51

4.2.1 企业战略管理的含义 / 51

4.2.2 企业战略管理的意义 / 52

4.2.3 企业战略管理的原则 / 53

4.3 企业战略管理的过程 / 54

4.3.1 企业战略制定 / 55

4.3.2 企业战略实施 / 56

4.3.3 企业战略控制 / 56

4.3.4 企业战略调整 / 57

【案例分析】 兴华公司面对新变化的决策 / 57

【本章小结】 / 58

【关键术语和概念】 / 59

【练习题】 / 59

【补充阅读】 / 59

5 现代企业经营管理

5.1 现代企业经营管理概述 / 61

5.1.1 现代企业经营管理的概念 / 61

5.1.2 现代企业经营思想 / 61

5.1.3 现代企业的经营目标、方针和经营计划 / 63

5.2 现代企业经营策略 / 66

5.2.1 名牌策略 / 67

5.2.2 服务策略 / 67

5.2.3 公共关系策略 / 68

5.3 现代企业的经营机制与经营能力 / 69

5.3.1 现代企业的经营机制 / 69

5.3.2 现代企业的经营能力 / 71

5.3.3 现代企业的经营创新 / 72

【个案】邦德物流的成功经营/ 75

【案例分析】/ 75

【本章小结】/ 76

【关键术语和概念】/ 76

【练习题】/ 76

【补充阅读】/ 76

6 现代企业品牌管理

6.1 品牌概述/ 78

6.1.1 品牌的概念/ 78

6.1.2 品牌的作用/ 78

6.1.3 品牌设计的原则/ 79

6.2 品牌策略/ 80

6.2.1 品牌的经营策略/ 80

6.2.2 品牌的扬名策略/ 82

6.3 名牌的创建与保护/ 84

6.3.1 名牌的概念/ 84

6.3.2 名牌的创建/ 85

6.3.3 名牌的保护/ 87

【个案】“美的”如何实现其品牌成名战略/ 89

【案例分析】/ 90

【本章小结】/ 90

【关键术语和概念】/ 90

【练习题】/ 90

【补充阅读】/ 90

7 现代企业技术创新管理

7.1 技术创新管理/ 92

7.1.1 技术引进管理/ 92

7.1.2 技术改造管理/ 94

7.1.3 技术创新管理/ 95

7.2 技术创新管理的基础性工作/ 96

7.2.1 技术标准化工作/ 97

7.2.2 技术信息工作/ 98

7.2.3 技术教育与培训工作/ 100

7.3 企业技术创新人才的管理/ 101

7.3.1 科技创新人才的特点/ 101

7.3.2 科技人员的合理使用与考核内容/ 102

7.3.3 科技人员的管理机制和方法/ 103

【个案】海尔的产品创新/ 104

【案例分析】/ 105

【本章小结】/ 105

【关键术语和概念】/ 105

【练习题】/ 105

【补充阅读】/ 105

8 现代企业财务管理

8.1 企业财务管理概述/ 106

8.1.1 企业财务管理的概念/ 107

8.1.2 财务管理的目标/ 108

8.1.3 财务管理的原则/ 111

8.2 企业财务管理的环节/ 112

8.2.1 制定财务制度/ 112

8.2.2 做好财务预测/ 113

8.2.3 编制财务计划/ 113

8.2.4 实施财务控制/ 113

8.2.5 着手财务分析/ 113

8.2.6 进行财务检查/ 113

8.3 现代企业财务管理的内容/ 114

8.3.1 企业筹资管理/ 114

8.3.2 企业投资管理/ 117

8.3.3 企业收利管理/ 119

【个案】春兰集团的奇迹与资本扩张/ 120

【案例分析】/ 121

【本章小结】/ 121

【关键术语和概念】/ 121

【练习题】/ 121

【补充阅读】/ 122

9 现代企业管理者

9.1 现代企业管理者概述/ 123

9.1.1 现代企业管理者的概念/ 123

9.1.2 现代企业管理者的作用/ 125

9.1.3 现代企业管理者团队/ 125

9.2 现代企业管理者的素质与培养/ 127

9.2.1 现代企业管理者的标准与要求/ 127

- 9.2.2 现代企业管理者应具备的素质/ 127
- 9.2.3 提高现代企业管理者素质的途径/ 129
- 9.3 现代企业管理者的管理艺术与风格/ 131
 - 9.3.1 管理艺术的概述/ 131
 - 9.3.2 现代企业管理者应掌握的管理艺术/ 132
 - 9.3.3 企业家的管理风格/ 134
- 【个案】巨人集团的兴衰/ 135
- 【案例分析】/ 136
- 【本章小结】/ 136
- 【关键术语和概念】/ 136
- 【练习题】/ 136
- 【补充阅读】/ 136

10 现代企业文化建设

- 10.1 企业文化概述/ 138
 - 10.1.1 企业文化的概念/ 138
 - 10.1.2 企业文化的作用/ 139
 - 10.1.3 企业文化的分类/ 140
 - 10.1.4 企业的功能/ 140
- 10.2 企业文化的形成与理论/ 142
 - 10.2.1 企业文化的形成/ 142
 - 10.2.2 企业文化理论的产生/ 143
 - 10.2.3 企业文化的比较/ 144
- 10.3 企业文化建设与创新/ 145
 - 10.3.1 企业文化建设概述/ 145
 - 10.3.2 企业文化建设的内容/ 147
 - 10.3.3 企业文化建设的步骤/ 147
 - 10.3.4 企业文化建设的途径/ 148
 - 10.3.5 企业文化建设的创新/ 148
- 【个案】海尔的文化战略/ 149
- 【本章小结】/ 150
- 【关键术语和概念】/ 150
- 【练习题】/ 151
- 【补充阅读】/ 151

11 现代企业策划

- 11.1 现代企业策划概述/ 153
 - 11.1.1 企业策划的概念/ 153

- 11.1.2 企业策划的分类/ 155
- 11.1.3 企业策划的原则/ 156
- 11.2 企业策划的运作程序及管理/ 157
 - 11.2.1 企业策划的前期阶段/ 158
 - 11.2.2 企业策划书的制作阶段/ 159
 - 11.2.3 企业策划方案的实施阶段/ 161
- 11.3 企业策划人员的素质与能力培养/ 163
 - 11.3.1 企业策划人员的基本素质/ 163
 - 11.3.2 企业策划人员的基本能力/ 165
 - 11.3.3 企业策划人员的培养/ 166
- 【个案】“汽车自动遮阳篷”开发企业策划书/ 168
- 【案例分析】/ 168
- 【本章小结】/ 169
- 【关键术语和概念】/ 169
- 【练习题】/ 169
- 【补充阅读】/ 169

12 现代企业诊断

- 12.1 现代企业诊断的概念、意义与种类/ 170
 - 12.1.1 企业诊断的概念/ 170
 - 12.1.2 企业诊断的意义/ 172
 - 12.1.3 企业诊断的种类/ 173
- 12.2 现代企业诊断的目标、任务与内容/ 174
 - 12.2.1 企业诊断的目标/ 174
 - 12.2.2 企业诊断的任务/ 175
 - 12.2.3 企业诊断的内容/ 176
- 12.3 现代企业诊断的程序与方法/ 177
 - 12.3.1 企业诊断的程序与报告/ 177
 - 12.3.2 企业诊断的方法/ 179
- 【个案】“太阳神”挫折的原因何在/ 181
- 【案例分析】/ 182
- 【本章小结】/ 182
- 【关键术语和概念】/ 182
- 【练习题】/ 182
- 【补充阅读】/ 183

13 企业管理现代化

13.1 企业管理现代化的概念、意义和内容/ 185

13.1.1 企业管理现代化的概念/ 185

13.1.2 企业管理现代化的意义/ 185

13.1.3 企业管理现代化的内容/ 186

13.2 企业管理思想现代化/ 188

13.2.1 管理思想现代化的意义/ 188

13.2.2 管理思想现代化的内容/ 188

13.2.3 管理思想现代化的原则/ 189

13.3 企业管理组织现代化/ 190

13.3.1 管理体制/ 190

13.3.2 领导制度/ 190

13.3.3 组织机构/ 191

13.3.4 管理制度/ 191

13.4 企业管理方法现代化/ 192

13.4.1 管理方法的意义/ 192

13.4.2 管理方法的分类/ 192

13.4.3 常见的现代管理方法/ 193

13.5 企业管理手段现代化/ 199

13.5.1 企业信息/ 199

13.5.2 企业管理信息系统/ 199

13.5.3 企业管理信息系统创新/ 200

13.6 企业管理人员现代化/ 201

13.6.1 政治素质/ 201

13.6.2 知识素质/ 201

13.6.3 能力素质/ 201

13.6.4 心理素质/ 202

【个案】东阿阿胶集团 ERP 的应用/ 202

【案例分析】/ 203

【本章小结】/ 203

【关键术语和概念】/ 203

【练习题】/ 203

【补充阅读】/ 203

参考文献 / 204

1 现代企业管理概论

◎本章学习要点

1. 了解现代企业的概念和类型。
2. 掌握现代企业管理的职能和作用。
3. 掌握现代企业管理的理论和学习方法。
4. 了解现代企业管理理论研究的意义和方法。

◎本章学习内容

1. 现代企业的概念、特征与类型。
2. 现代企业管理的概念、性质和职能。
3. 现代企业管理理论的创立与发展。
4. 现代企业管理理论研究的意义和方法。

◎个案

◎案例分析

◎本章小结

◎关键术语和概念

◎练习题

◎补充阅读

现代企业管理理论是办好现代企业的行为指导，是现代企业谋求生存与发展的思想宝库。本章不仅是认识现代企业的状况，更重要的是学习和掌握先进科学的企业管理理论，并用以指导企业的社会实践活动，充分发挥企业管理的各项职能与作用，解决企业运行中存在的各种困难和问题，提高企业运行的效率，促进企业更快地发展。

1.1 现代企业的概念、特征与类型

1.1.1 现代企业的概念

企业是在一定的生产方式下从事生产经营活动的经济组织，它是与社会生产力相联系的社会化大生产的产物，并随着科技的进步、生产力的提高而不断发展。进入 20 世纪 80 年代之后，我国企业在改革开放的大潮推动之下，通过技术改造、设备的更新换代、采用现代管理手段和管理方法，进入到一个更高的现代化发展阶段，成为现代企业。现代企业是指从事商品生产、流通和服务等规模性的经济活动，为满足社会的各种需要而进行自主经营、独立核算、自负盈亏、自我约束和自我发展，并具有法人资格、实施现代企业制度、承担相应的社会道义和法律责任的现代经济组织。这个概念的基本含义包括以下三个方面：

(1) 现代企业的创建一般有两个目的：一是社会性的目的，即现代企业充分有效地利用社会资源，千方百计地开发研制产品，或提供优质服务，满足社会多方面的需要，包括社会公众、其他企事业单位及政府机关的需要。市场有了需求，企业才有存在的理由和根据。二是经济性的目的，即现代企业为求得生存和发展，可以通过生产经营价廉物美、适销对路的产品和良好服务而获得社会的回报，以取得丰厚的效益，用以向国家缴纳税款，改善职工的福利待遇及为企业扩大再生产准备雄厚的资金。

(2) 现代企业的行为方式是组织社会化的大生产，合理配置和开发多种资源，实行自主经营、自负盈亏、自担风险的经营实体，实施产权明晰、政企分开、权责分明、管理科学的现代企业制度。现代企业只有有了良好的经营业绩和品牌信誉，才能立足于市场，争取消费者的信任，在激烈的市场竞争之中立于不败之地。

(3) 现代企业是具有法人资格的经济组织，它依法成立，具备法定的注册资本和必要的生产经营条件，可以以独立的法人身份参加社会的各种事务和经济活动。对外可签订合作协议和经济合同，并承担相应的法律责任。其在开展经济活动过程中应遵纪守法，维护社会经济秩序和市场运行规则，不得采取任何不正当竞争手段，享有法律所赋予的经济权利和履行应尽的经济义务。

1.1.2 现代企业的特征

1. 企业资产的所有者和经营者相分离

现代企业的一个重要特征就是企业资产的所有权与经营权相分离。投资者将自己的资产委托给经营者经营，只享有对个人资产的处置权和收益权及对经营者的选择聘用权。经营者接受投资者的委托，独立自主地经营、支配和使用资产，力求使资产保值与增值，实现更高的经营利润，以给投资者更大的回报。

2. 拥有现代的技术

现代企业在生产经营活动中，为取得市场竞争的优势和良好的经济效益，尽一切努力采用最新的科学技术和先进的技术装备及自动化流水线等生产方式，极大地降低了生产者的劳动强度，运用数码控制技术改变管理者的重复劳动，激发生产经营者发挥自身的聪明才智，创造性地工作，极大地提高生产工作效率和企业效益，并需千方百计地应用多种技术，防治污染，消除三废，维护社会的生态环境及保证企业持续健康地运行和发展。在现代企业中，