

建筑业企业经理培训教材

现代建筑业 企业管理

邓铁军 杨承愬 石超刚 主编



湖南大学出版社

F407.96
D35

497286

建筑业企业经理培训教材

现代建筑业企业管理

邓铁军 杨承愬 石超刚 主编
王智光 曾球国 邓德全 审定



湖南大学出版社

1996年·长沙

0034/09



现代建筑业企业管理

Xiandai JianzhuYe Qiye Guanli

主编 邓铁军 杨承愆 石超刚

责任编辑 邓德全 俞涛

☆

湖南大学出版社出版发行

(长沙岳麓山 邮政编码 410082)

湖南省新华书店经销 湖南大学印刷厂印装

☆

850×1168 32开 14.25印张 345千字

印数:1-8 000

ISBN 7-81053-022-4/TU·2

定价:23.00元

《现代建筑业企业管理》编委会

顾 问：高锦屏

主任委员：匡彦博

副主任委员：王智光 石超刚

委 员：曾球国 杨承懋 邓铁军

邓德全 李嗣科 王孟钧

李建新 唐健人 余开华

序

建立和完善社会主义市场经济体制是我国今后 15 年的战略任务。为适应深化经济体制改革形势的需要,建筑业企业各个层次的经理都应更新管理观念,掌握现代建筑业企业管理的基本理论和管理技巧,以使自己早日成为一名会管理、善经营、敢创新的建筑业企业家。并以高效优质的管理为业主提供服务。

为提高湖南省建筑业企业的整体素质和活力,并使湖南省建筑业在“九五”期间跻身于全国建筑业强省的行列,我们根据建设部对建筑业企业经理培训的要求,组织了湖南大学、长沙铁道学院和湖南省建筑学校的有关教授专家编写了这本《现代建筑业企业管理》。

该书是在总结我国建筑业企业推进改革,健全新的经营运行机制的实践经验,和实施建筑业企业经理培训的基础上,并参考了国际惯例编写而成的。该书注重理论与实际相结合,突出了建筑业企业管理的特点,具有较强的可操作性和实用性,是建筑业企业经理的必读教材。

最后衷心希望建筑业企业经理通过培训和学习本书,能进一步掌握现代管理理论,增强管理能力,学会管理技巧,朝高效经营目标迈进,为振兴我国建筑业作出新的贡献!

匡彦博

1996年3月10日

目 次

序

第一章 市场经济与建筑市场概论

- 第一节 市场经济的基本理论..... (1)
- 第二节 社会主义市场经济 (20)
- 第三节 发达国家市场经济模式简介 (36)
- 第四节 建筑市场及其管理 (48)

第二章 现代企业制度

- 第一节 建立现代企业制度的必要性 (67)
- 第二节 现代企业制度的主要内容 (69)
- 第三节 《公司法》与现代企业制度 (90)
- 第四节 现代企业制度的建立..... (108)
- 第五节 建立现代企业制度试点方案示例..... (125)

第三章 建筑业企业现代财会制度

- 第一节 建筑业企业财务制度改革..... (139)
- 第二节 建筑业企业的资金、资产与投资 (144)
- 第三节 建筑业企业的费用和效益..... (153)
- 第四节 建筑业企业会计..... (159)

第四章 施工项目管理

- 第一节 概述..... (174)
- 第二节 施工项目管理组织..... (190)
- 第三节 施工项目经理..... (205)
- 第四节 施工项目控制..... (216)

第五章 建筑施工企业质量与安全管理

- 第一节 质量的概念与标准····· (246)
- 第二节 质量体系环境与质量体系选择····· (259)
- 第三节 建筑施工企业质量体系的建立与运行····· (272)
- 第四节 建筑施工企业质量体系认证····· (293)
- 第五节 建筑施工企业安全管理····· (302)

第六章 工程建设施工合同管理

- 第一节 建设工程招标投标····· (311)
- 第二节 施工合同的签订、履行及法律制度····· (318)
- 第三节 建设工程施工合同示范文本····· (329)
- 第四节 施工合同风险管理与施工索赔····· (334)
- 第五节 FIDIC 条件简介····· (347)

第七章 国际工程承包

- 第一节 国际工程承包市场····· (368)
- 第二节 国际工程招标····· (375)
- 第三节 国际工程投标报价····· (389)
- 第四节 国际工程承包中的付款····· (411)
- 第五节 国际工程承包中的银行保函及税收····· (422)

参考文献····· (442)

后记····· (444)

第一章 市场经济与建筑市场概论

第一节 市场经济的基本理论

一、商品与市场

1. 商品的涵义与商品的二重性

在原始社会，生产力水平极其低下，人们共同劳动所得到的产品极其有限，不可能有剩余产品用来交换，因而不存在商品与市场。随着生产力的不断发展、社会分工的进一步扩大和私有制的确立，出现了直接以交换为目的的商品生产，作为商品交换场所的市场便逐渐形成并日益繁荣起来。当今社会已进入商品经济高度发达的市场经济时代，市场业已成为人类经济活动的纽带，连接着从生产到消费的全过程。

商品生产先于资本主义生产，资本主义制度是建立在商品生产基础上的。手工业者和农民的简单商品生产是建立在商品生产者的个人劳动基础上的，而资本主义生产方式则是以资本家剥削雇佣工人的劳动为基础的。在资本主义社会和社会主义社会，商品生产具有统治的、普遍的性质。

商品是用来交换的劳动产品，是使用价值和价值的对立统一体。商品的物理属性决定商品的效用，决定商品的使用价值，这就是商品能直接满足人们某种需要的有用性，但并非具有使用价值的物品都是商品，能成为商品的物品必须是为出售而生产的劳动产品。使用价值构成财富的物质内容，而不管财富的社会形式怎样。在商品经济中，使用价值是商品价值的物质承

担者。商品的价值由生产商品所消耗的劳动决定，是商品的社会属性。不需要耗费劳动的本来有用之物（如空气）没有价值。交换价值首先是一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的比例。商品的价值量由社会必要劳动时间决定，商品交换以价值为基础。

商品的二重性——使用价值和价值，是由体现在商品中的劳动的二重性决定的。劳动同生产出来的使用价值一样，是多种多样的，如木匠的劳动和裁缝的劳动有质的不同。在一定形式下消耗的劳动是具体劳动，具体劳动创造商品的使用价值。具体劳动千差万别，尽管木匠劳动和裁缝劳动有质的区别，但都是人类神经和筋肉等等的生产消耗，都是同一的人类劳动，即一般劳动。商品生产者的劳动，作为一般人类劳动的消耗，不问其具体形式如何，都是抽象劳动。抽象劳动形成商品的价值。抽象劳动和具体劳动是体现在商品中的劳动的两方面。

随着社会分工和商品生产的进一步扩展，商品的直接交换形式（如一把斧子交换 20 公斤谷物）日益显出其缺陷。为了使商品生产和交换顺利进行，必须借助和有赖于货币与市场。货币（如黄金、白银、铸币等）是充当一切商品的一般等价物的特殊商品，它本身体现着社会劳动，并表现出商品生产者之间的生产关系。随着货币的产生，商品界分为两极：一极是一切普通商品，另一极是起货币作用的商品。价格是商品价值的货币表现。在发达的商品生产中，货币具有五种职能：①价值尺度；②流通手段；③积累（贮藏）手段；④支付手段；⑤世界货币。当今通行的纸币，乃是由国家发行的必须使用的货币符号，即价值符号。纸币本身没有价值，纸币不能兑换黄金。货币流通的规律是：商品流通所需要的货币量，应等于全部商品的价格总额除以同一货币单位的平均周转数。这一规律适用于一切有商品生产的社会形态。

2. 市场与市场要素、市场结构

市场是商品交换的场所和领域,是商品交换关系的总和。市场有广义与狭义之分。狭义的市场是指有形市场,具体表现为商品交易的固定场所,是买方与卖方交易非常频繁的一个区域,特别是公开标明商品价格,并在区域内趋于一致。百货公司、集贸市场等均属此类市场。

广义市场包括有形市场和无形市场。所谓无形市场,是指没有固定的交易场所,商品一般不在交易现场出现,主要靠广告、通讯、中介机构、经纪人或其它交易形式,寻找货源或买主,沟通买卖双方,促进成交。某些技术市场、房地产市场、建筑市场等都是无形市场。无形市场交易的商品,可以是有形的,也可以是无形的。广义的市场还包括商品流通过程及其中的经济联系和经济关系。广义的市场具体表现为在国家宏观调控下对资源配置起基础性作用的商品流通,是生产者、消费者和中间经济关系的反映,是他们交换关系的总和。

一般说来,市场有五个构成要素:

(1) 市场主体——系指在市场上从事交易活动的组织和个人,它包括商品生产者、消耗者和为买卖服务的中介人。市场主体既包括自然人,也包括以一定组织形式出现的法人;既包括赢利性机构,也包括非赢利性机构。从社会经营角度看,市场主体可分为企业、家庭(居民)、政府和其它社会组织机构。企业是最重要的市场主体。在现代市场经济中,律师事务所、会计师事务所、审计事务所、资产评估事务所等中介机构作为市场主体的作用愈益重要。居民一方面提供劳动力、资本等生产要素,另一方面又是商品和服务的购买者与最终消费者。政府不仅是经济运行的宏观调控者,同时又以某些方式直接介入市场活动;它还是国有资产的所有者,公共物品的提供者,以及一般商品与劳务的购买者和消费者。其它社会组织机构如医院、

学校等，它们以某种方式向社会提供服务，同时又是商品、劳务的购买者和消费者。

(2) 市场客体——系指市场主体之间的交易对象，即各种商品和服务。在市场经济中，市场客体有四种基本形态：①以实物形态出现的消费品和生产资料；②以非实物形态提供的技术、信息、服务、劳务等；③劳动力商品；④资本商品。这四种形态的市场客体，形成不同的专业市场。

(3) 价值和价格——商品价值是市场的核心要素，市场关系实为价值关系，其基本内容就是价值的决定和价值的实现。商品价值通过价格而实现，但价值与价格往往又不完全一致，价格背离价值是供求关系所引起的。价格是市场的基本要素，它具有多种功能，主要有：传导信息的功能，配置资源的功能，促进技术进步、降低社会平均必要劳动量的功能等等。

(4) 市场的供给与需求。供给是市场活动的一个基本条件。供给通常指一定时期内向市场提供的商品数量；某种商品的供给量，系指卖者在一定价格下愿意出售的某种商品的数量。影响供给的因素主要有：①产品成本；②商品的价格；③相关商品的价格；④生产要素的价格；⑤政府的租税政策。价格与人们愿意购买该商品的数量成反比。

需求系指一定时期内消费者要消费的商品数量，这当然是指消费者有支付能力的需求，因而不同于一般意义上的人类需要。经济学上所说的需求，总是同时涉及两个变量：一是该商品的销售价格；二是人们在某种价格水平上愿意并且有能力购买的该商品的数量。影响需求的因素主要有五个：①商品的效用，消费者的需要；②消费者的收入；③商品的价格；④相关商品的价格；⑤人们预期的该商品和其它商品将来的价格。价格与商品生产者出售该商品的数量成正比，这是供给变动规律。

供给和需求的变化影响市场价格的变化：需求大于供给，价

格趋于上升；供给大于需求，价格趋于下降。在供求平衡点上的价格谓之供求平衡价，市场上某种商品的价格总是围绕供求平衡价而变动，亦即价格围绕价值而波动，如图 1-1 所示。

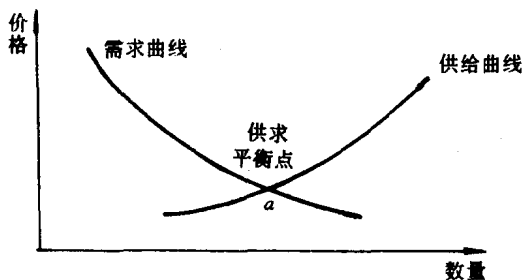


图 1-1 供给需求曲线

(5) 市场竞争。竞争是商品经济的产物，是价值规律发挥作用的一种形式。没有竞争，就不会有价格围绕价值的波动，也不会有市场价格趋于市场价值。竞争是市场经济正常运行的先决条件，没有竞争就没有市场。竞争是提高市场活动效率的关键所在。市场经济本质上是一种竞争型经济。

市场类型亦称市场结构，它所反映的是竞争程度不同的市场状态，所涉及的因素包括企业的规模及其分布，进入障碍和进入条件，产品差异，厂商成本结构和政府管制的程度。市场结构通常可分为四种主要类型：

①完全竞争市场：必须同时具备下述条件：第一，有数量极多的小规模买者和卖者，任何买者和卖者都只是价格的接受者，而不是决定者；第二，产品是同质的，无差异的，且买方对卖方是谁没有特别的选择；第三，各种生产资源可以自由进入和退出该行业；第四，买者和卖者完全掌握着产品的价格和信息。在现实生活中，完全的竞争市场所假设的前提条件是不充分存在的，它是一种理论抽象，其意义在于对竞争关系和过

程进行典型分析。

②完全垄断市场：前提条件是，第一，卖方只有一个而买方有许多个；第二，新企业的进入不再可能；第三，没有相近的替代品。这是一种基本不存在竞争因素的市场类型，是与完全竞争市场相对的另一极端。城市供水供电等公用事业属于此类市场。

③不完全竞争市场：又称垄断竞争市场，与完全竞争市场相比，它的主要特点是，产品具有某些差异和特色，因而企业对它们有一定程度的垄断。一般的日用工业品市场属于这种类型。

④寡头垄断市场，其中只有为数不多的卖者。寡头垄断者之间存在着一定的默契，此类市场多存在于汽车、钢铁、石油和有色金属等行业。

二、市场经济与商品经济的关系

商品经济是市场经济的存在基础。市场经济与商品经济的关系，可以从多方面加以分析，以下仅从三个方面进行阐述：

1. 市场经济与商品经济的联系

市场经济是在商品经济的基础上发展起来的，二者之间存在着密切的联系。

(1) 市场经济与商品经济存在的经济条件相同，即商品经济存在的经济条件就是市场经济存在的经济条件。这种经济条件实为劳动产品变成商品的两个条件：第一，不同的社会分工。它决定不同产品要进行交换；第二，不同的所有制（更明确的表述应为不同的所有者）。这种不同的所有制及其所有者有独立的经济地位和利益，决定各自要取得对方的产品只能实行等价交换，由此产生商品关系。商品关系最初产生于人们的劳动产品形成剩余之时，历经奴隶社会和封建社会日益发展为商品生产，直至资本主义而占据统治地位。商品关系与商品经济的存

在都是由生产资料私有制所形成的人们独立的经济地位利益决定的。

(2) 市场经济作为商品经济的必然运行形式，二者是不可分割的。市场经济与商品经济在本质上属于以商品等价交换为特征的同一经济类型。这种经济类型决定，一方面在其经济活动中发生的经济联系只能通过市场交换来进行，另一方面，社会经济运行必须采取市场经济形式。“商品经济”侧重反映劳动产品的商品性质和商品等价交换的性质；“市场经济”侧重反映在经济运行中市场对资源配置起基础性调节功能。商品经济和市场经济作为客观经济对象的两个层次，都是上述等价交换经济类型内在的共同要求。总而言之，市场经济属于商品经济的范畴，商品经济则是市场经济的基础，正像没有商品生产和商品交换就没有市场一样，没有商品经济就没有市场经济。

(3) 市场经济与商品经济的联系，还突出地表现在它们具有共同的经济规律和经济机制方面。商品经济内含的价值规律、供求规律和竞争规律等，在市场经济中同样发挥作用。商品经济是通过价格、供求、竞争等市场机制来运行的，市场经济则以市场机制为基础来实现社会资源的配置。此外，二者还具有共同的市场体系及其它一系列商品经济的范畴，平等竞争、自愿交换等原则的作用范围和结果也是一样的。

2. 市场经济与商品经济的区别

市场经济与商品经济有明显的区别，二者不可等量齐观。

(1) 市场经济与商品经济属于经济发展的两个不同阶段。不可把市场与市场经济混为一谈。市场产生于商品经济的低级阶段，而市场经济是商品经济发展的更高阶段的必然产物。市场只是商品交换的场所和领域，市场经济则是商品经济运行的高级形式和社会资源配置的主要方式。只有当市场形成一系列市场体系，获得向一切社会资源发号施令的权力，使市场机制成

为全社会经济活动的基本调节者时，才有了市场经济。有市场经济必然有市场，但有市场不一定是市场经济。市场经济不是“存在着市场”的经济，而是“以市场为中心组织经济运作”的经济，市场经济是发达的商品经济的实现形式。

(2) 市场经济和商品经济是分属于两个不同性质的经济序列的经济事物。作为劳动交换形式的商品经济决定了作为资源配置方式的市场经济，这是两个不同的经济序列。

(3) 市场经济与商品经济侧重反映的经济关系的层次不同。商品经济侧重讲商品的生产、价值的创造和价值量的决定问题，所反映的主要是经济关系中的抽象的本质的东西，大都采取潜在形态，如具体劳动转化为抽象劳动，个别劳动转化为社会必要劳动等。市场经济侧重讲商品交换、价值实现和价值量的转移问题，所反映的主要是经济中现象形态的东西，如商品转化为货币，货币在生产者和经营者之间的分配等。

3. 市场经济是商品经济的高级形态

产品商品化程度不断提高，必然导致资源配置市场化。市场经济作为商品经济的继续发展和高级形态，可以列举出以下几点：

(1) 逐渐形成了以商品市场为基础，以劳动力市场为动力，以金融市场为枢纽，以技术市场、信息市场为前导的包括各类市场在内的市场体系。

(2) 市场成为整个社会生产的依托，成为生产要素合理流动、资源有效配置的枢纽和调节器。

(3) 打破了地区之间的市场封锁和地方市场的分割状态，形成了统一开放的国内市场，并与世界市场实现对接。

(4) 形成公平竞争的、较为规范的市场规则和市场秩序，市场之间可以进行公平、公正、公开的竞争。

(5) 形成了较为完善的市场组织，可以有效地引导市场主

体参予各种市场活动。

三、市场经济的涵义、特征和要求

1. 市场经济的基本涵义

在社会化商品经济（非资本主义以前的小商品生产）的条件下，社会资源配置有两种方式：一种是以市场机制为基础，另一种是以计划机制为基础。概括地说，市场经济是资源配置的一种方式。为阐明市场经济的基本涵义，必须进一步弄清以下三层含义（规定性）：

（1）市场经济是以市场机制为基础自动实现资源配置的一种主要形式。这个定义突出了资源配置这个核心问题，强调了四点：①以市场机制为基础，突出市场机制在资源配置中的基础性作用；②自动实现，强调调节过程的自动性、客观性，是价格规律这一只“看不见的手”在起作用；③强调社会资源配置，而不是个别地区、个别部门、个别企业的资源配置；④强调的是主要方式，市场作为资源配置的一般方式时还不能称市场经济，只有市场成为全社会范围内资源配置的主要方式时，才能形成市场经济。

（2）市场经济是社会化商品经济运行的基本形式。商品经济的运行是指商品经济中经济发展的动态过程，这个过程是通过一定的经济调节形式（市场的或计划的）实现的。市场调节形式作为商品经济运行的基本调节形式，就是说商品经济的整体运转，是通过市场机制的功能和作用，实现经济的自我调节和协调发展。

（3）市场经济是社会化商品经济条件下的一种经济体制。为使市场经济能够正常而有效地运作，必须有相应的体制作保证。这个体制要求在市场主体、市场本体、宏观调控、社会保障和法制建设等方面创造健全的体制条件，逐渐形成一种包括国民经济的组织方式、管理方式、调节方式和运行方式的经济体制。

这就是总揽全局的市场经济体制。

从现代市场经济考察，资源配置方式、经济运行形式和经
济体制三个基本规定性构成市场经济的总体，缺一不可。

2. 市场经济的基本特征

特征是某一事物的本质的表现，是一事物区别于他事物的
明显标志。市场经济的基础特征是它区别于计划经济的特别明
显的标志，是市场经济的本质表现，无论社会经济制度如何都
是普遍存在的。市场经济的本质特征主要表现为“五性”：

(1) 市场主体的自主性。市场主体是市场经济的首要组成
要素，前已述及。企业是最重要的市场主体。作为市场主体的
企业必须是真正意义上的企业，拥有充分自主性的企业，亦即
能实行“四自”（自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束）
的企业。企业拥有自主性的根本标志就是拥有独立的产权。

(2) 市场关系的平等性。马克思说，商品是天生的平等派。
它从根本上决定了市场关系的平等性。这种平等性首先意味着
参加市场交换活动的当事人在身份上是平等的。同时要求市场
交换行为应当是等价的。卖者是商品所有者，买者是货币所有
者，二者相互间的关系只能是平等互利的。市场反对任何特权
和以权谋私等超经济掠夺行为。因此，市场关系的平等性主要
是要求价值实现和生产要素获得的市场平等，还要求为市场主
体的活动创造平等的宏观经济环境，以便它们享有平等的发展
机会。

(3) 市场活动的竞争性。竞争是商品经济的内在本质的外
在表现，是市场经济的铁的法则。市场经济必须依靠法制创造
平等竞争的条件。公平竞争、优胜劣汰，对商品生产者和经营
者来说，既是巨大的压力，又是巨大的动力。在生存危机的逼
迫下，企业必须大力研究市场形势，了解市场需要，使自己的
生产经营尽量适应市场需求。现代市场竞争已不单纯依靠商品