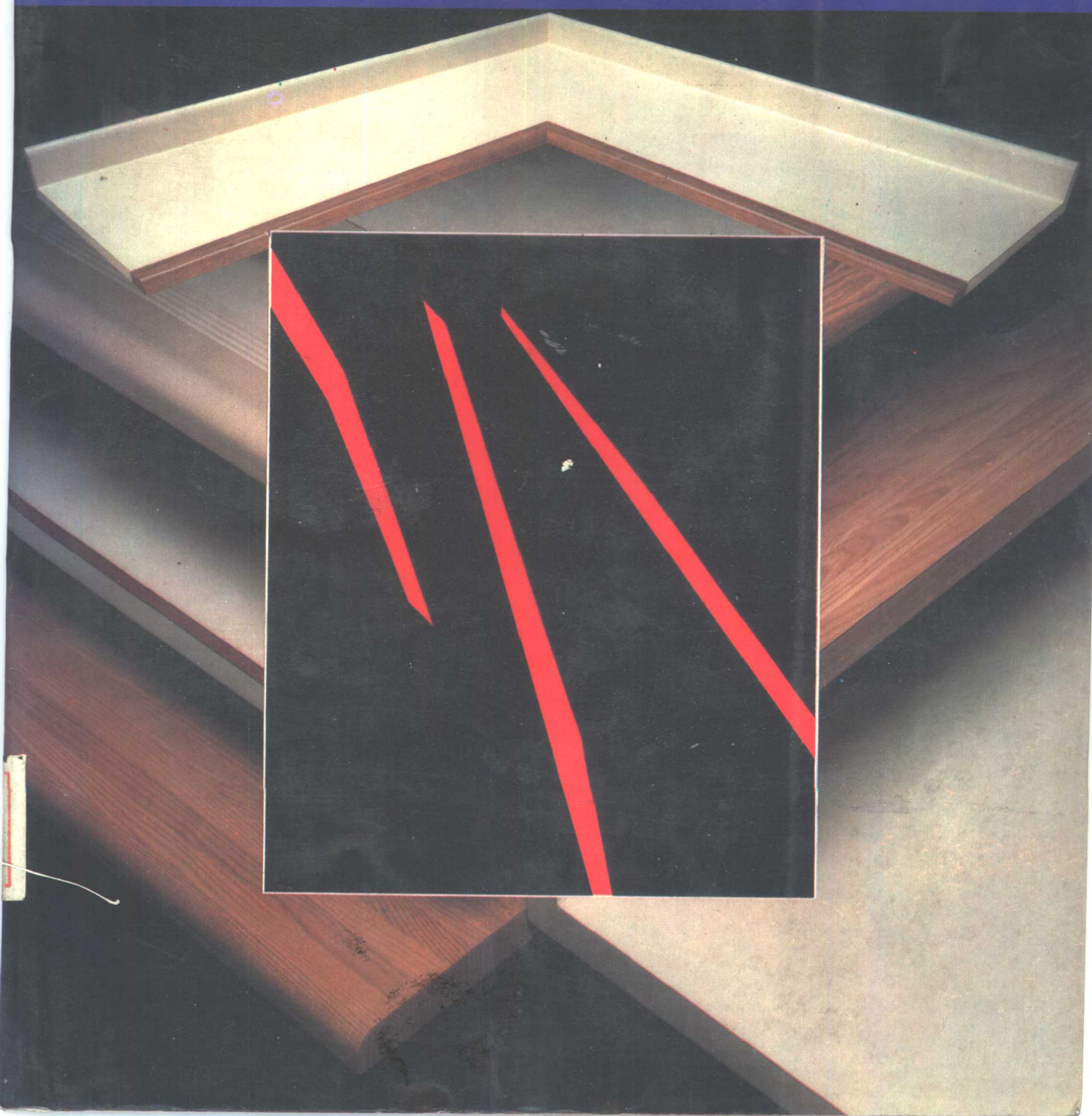


三资企业经营管理手册

主编 张永德 副主编 潘忠

SANZI QIYE
JINGYINGGUANLI
SHOUCE

广东科技出版社



三资企业经营管理手册

主编 张永德 副主编 潘 忠

广东科技出版社

粤新登字04号

三资企业经营管理手册

Sanziqiye Jingringguanli Shouce

主 编：张永德

副 主 编：潘 忠

责任编辑：杨文全

出版发行：广东科技出版社

（广州市环市东路水荫路11号）

经 销：广东省新华书店

印 刷：广东新华印刷厂

规 格：787×1092 1/32 印张50 字数1100千

版 次：1993年3月 第1版 1993年3月 第1次印刷

印 数：1—10200册

ISBN 7—5359—1066—1/F·51

定 价：24.00元

内 容 简 介

这本手册是为三资企业中外双方经营管理人员而编写的综合性大型工具书。本书共分17章，分别介绍了三资企业经营管理的基本知识、投资与注册、产品经营、商品销售、财务会计、劳动人事福利、经济合同管理和三资企业股份制，以及同三资企业有关的国际贸易、市场、金融、税收、保险、专利、法律等。此外，还附录了与三资企业有关的政策、法规等。本手册既反映了广东也反映了全国其他地区三资企业的经营管理经验，内容通俗实用，是三资企业中外双方经营管理人员必备的工具书，对政府有关管理人员、研究人员和有关院校师生也有相当参考价值。

主 编 张永德

副主编 潘 忠

编写人员 张永德 潘 忠 文建明 廖文义 沈清林 曹协和
唐方来 张建武 邹志杰 周大鸣 郭 彤 郭玉珍
袁晓燕 周西蓉 霍穗伟 刘志梅 彭小文 徐 穗
徐雪莹 曾穗生

序

中共广东省委常委
中共广州市书记 高祺仁

发展三资企业是我国深化改革、扩大开放的重要内容，是吸引和利用国外资金、技术、先进管理经验，参与国际竞争的有效途径。当前，我国的三资企业进入了一个稳定健康发展的时期，到1991年底，在我国注册的三资企业37 215个，注册资金460亿美元，其中外商投资262亿美元。三资企业分布在许多行业，遍及大陆所有省、自治区、直辖市，初步形成了全方位、多层次的开放格局。三资企业的迅速发展，推动了我国工业产值的迅速增长，使出口创汇连年大幅度增加，有效地补充了我国经济建设资金不足的难题，创造了部分就业机会，利用“嫁接”方式促进了老企业的技术改造，为国营企业改革提供了有益的借鉴，支持和带动了内资企业的发展，对人们的价值观念和行为习惯产生了重大影响，有利于各地经济的繁荣，促进了沿海地区的经济起飞。实践充分证明，三资企业是我国经济最活跃的部分，对我国经济发展起到了不可替代的积极作用，是社会主义经济的有益补充。在邓小平同志南巡重要讲话精神的鼓舞下，我国三资企业的发展已经进入一个新的发展时期，呈现出外商投资的良性循环；吸收利用外资大幅度增加；世界著名大公司、跨国集团扩大对华投资；高新技术产业项目和大项目增多；外商投资开始由沿海开放地区向内地推进，由城市向乡镇扩散，由对外开放地区向周边地区蔓延的新势头。可以预计，我国的三资企业会有一个更大更快的发展。

与三资企业的发展速度和发展规模相比较，我们对三资企业经营管理工作的研究和探讨就显得相对滞后，在三资企业的经营管理上还存在着许多亟待解决的问题。例如，如何加强对三资企业的宏观调控和行业管理，克服盲目引进的现象；如何进一步改善投资环境，提高办事效率，完善配套服务；如何加强三资企业的立法和监督管理问题；如何适应国际惯例和现代化商品经济要求，建立一整套完善的企业管理机制和运行机制等等，这些问题都需要我们做大量深入细致的研究工作。这项工作做得好坏，直接影响到我们能否更有效地发展外向型经济，促进三资企业的健康迅速发展。因此，加强对

三资企业经营管理工作的研究是我们所有理论工作者和实际工作者的一项紧迫而又重要的任务。《三资企业经营管理手册》正是适应这种需要而问世的。这本手册系统地介绍了我国三资企业的基本情况，总结了兴办三资企业的基本经验和基本原则，汇集了三资企业所需要的供、产、销和人、财、物管理的基本知识，特别注意吸收了当代国际国内政治、经济贸易、社会文化、管理科学等方面的最新资料和研究成果，是三资企业中外双方管理人员必备的工具书，也为所有研究三资企业的人员提供了较为丰富翔实的研究资料。当然，由于对三资企业的研究工作还刚刚开始，这本手册在许多方面还不十分成熟，有不少观点和看法有待进一步研究和探讨。正因为这样，《三资企业经营管理手册》的出版，必然会对三资企业的发展和三资企业的研究有一个很大的推动，我相信这也是作者和出版者的共同愿望。

一九九二年五月九日

总 目 录

一、三资企业经营管理基本知识	1
二、中国基本国情和当代国际基本概况	17
三、市场	59
四、三资企业的投资与注册	95
五、三资企业产品经营管理	109
六、三资企业商品销售管理	199
七、三资企业财务会计管理	217
八、三资企业房地产经营管理	279
九、三资企业的劳动、人事和组织管理	293
十、金融	301
十一、三资企业的股份制	341
十二、税收	367
十三、三资企业经济合同管理	397
十四、保险	421
十五、国际贸易实务	433
十六、专利	469
十七、法律	487
主要参考文献	515
附录一 我国有关三资企业的法规和政策	519
附录二 其它	697

目 录

一、三资企业经营管理基本知识

三资企业	2
中外合资经营企业的特点	3
中外合作经营企业的特点	3
外商独资经营企业的特点	4
三资企业的作用	4
三资企业发展的现状	4
三资企业所存在的问题	5
劳动密集型三资企业	6
资本密集型三资企业	6
技术密集型三资企业	6
三资企业的经营环境	6
三资企业经营机制	7
三资企业的经营形式	7
三资企业经营思想	7
三资企业经营目标	7
三资企业经营计划	8
三资企业经营战略	8
三资企业经营决策	8
三资企业的风险型决策	9
三资企业经营决策程序	9
三资企业管理	9
三资企业的管理职能	10
三资企业管理的内容	10
三资企业的管理规章	10
三资企业管理咨询	11
三资企业管理人员应具备的品质和能 力	11
三资企业的董事会	11

三资企业的事业部制	12
经理	12
三资企业的组织形式	12
三资企业素质	12
三资企业活力	13
企业能力	13
企业资源	13
企业要件	13
三资企业文化	14
三资企业的信誉	14
三资企业行为	14
三资企业的公共关系	14

二、中国基本国情和当代国际概况

(一) 中国基本国情	18
社会主义初级阶段	18
有计划的商品经济	18
翻两番	18
独立自主、自力更生	19
保护民族工业	19
平等互利	19
对外开放	20
中国对外经济战略思想	20
沿海地区经济发展战略	21
经济技术开发区	21
国家高新技术产业开发区	21
沿海开放城市	22
沿海经济开放区	22
利用外资基本政策	23

我国利用外资的目的	23
利用外资的方式	23
外商来华直接投资的目的	24
提高利用外资的经济效益	24
我国利用外资的经验教训	24
三来一补	25
加工出口	25
中国大陆十大经济区	26
三大经济地带	26
社会主义全民所有制	26
社会主义集体所有制	27
社会主义城乡劳动者个体经济	27
私营经济	27
横向联系与横向联合	28
企业群体和企业集团	28
政企职责分开	28
两权分离	29
企业兼并	29
承包经营	30
租赁经营	30
国民生产总值	30
国民经济	30
经济模式	31
经济实体	31
经济体制	31
经济体制改革	31
重点建设项目	32
计划单列	32
星火计划	32
短缺经济	33
财政	33
国家预算	33
地方预算	34
综合平衡	34
总需求和总供给	34
国家公债	34
内债和外债	35
财政赤字	35

财政危机	35
基本建设	35
改建项目	35
扩建项目	36
基础设施建设	36
公用事业	36
浦东开发区	36
洋浦开发区	36
温州经济技术开发区	37

（二）当代国际基本概况

世界经济	37
国际经济关系	37
世界市场	38
世界银行	38
国际分工	39
世界科技革命	39
国际债务危机	40
世界经济模型	40
联合国发展方案	40
世界经济危机	41
世界货币	41
世界能源危机	41
世界经济结构变革	42
国际经济技术援助	42
国际产业结构调整	42
国际劳务合作	43
世界能源战略	43
国际垄断组织	43
亚洲开发银行	44
欧洲经济共同体	44
国际经济新秩序	45
知识产权和世界知识产权组织	45
跨国公司	45
混合联合公司	46
经济一体化	46
南南合作与南北对话	46
资本主义国有化	47

非国有化	47	市场营销	60
亚太地区	47	市场调节	60
区域性经济合作组织	48	买方市场和卖方市场	61
洛美协定	48	需求和供给	61
尤里卡计划	48	供求定律	61
第三次浪潮	49	市场观念	61
环太平洋合作设想	49	消费需求	62
生产、科技和资本国际化	49	消费人口系数	62
国家干预政策	50	购买力投向	62
不干预经济政策	50	有效需求	62
发展中国家	51	物流	62
新兴工业化国家	51	消费模式	62
发达国家	51	适度消费	63
发展中国家的发展战略	52	消费结构	63
经济起飞	52	消费水平	63
规模经济	52	消费早熟	64
经济多元化	53	消费过热	64
宏观经济和微观经济	53	流行消费	64
开放经济和封闭经济	53	消费者主权	65
“朝阳产业”和“夕阳产业”	53	生活资料和生产资料	65
白领工人和蓝领工人	54	产品和商品	65
失业人口和失业率	54	消费品和工业品	65
先导技术	54	消费者、客户和用户	66
高技术产业	54	现实购买力和潜在购买力	66
主导产业	55	社会购买力	66
劳动密集型技术	55	市场容量	66
知识密集型技术	55	市场占有率	66
资金密集型技术	55	市场行情	67
外向型经济	55	交易和成交	67
通货膨胀	56	现货交易和期货交易	67
滞胀	56	国内市场和国际市场	67
世界将形成的经济共同体	56	消费品市场和工业品市场	68
日本株式会社	56	生产要素市场	68
独立国家联合体	56	生活资料市场和生产资料市场	68
三、市场	59	零售市场和批发市场	69
(一) 市场基本知识	60	超级市场	69
市场和市场体系	60	商品市场	69
		技术市场	69

信息市场	70
服务市场	70
自由市场	70
市场细分化	70
劳务市场	71
市场调查	71
抽样调查	71
重点调查	71
市场普查	71
市场信息	72
市场研究	72
市场分析	72
市场机会分析	72
市场环境分析	72
市场供求研究	72
购买力研究	73
消费心理研究	73
消费习惯研究	73
市场环节研究	73
市场预测及其方法	73
预测分析和预测期限	73
用户调查和产品调查	74
销售调查	74
市场竞争	74
产品质量竞争	74
价格竞争	75
服务竞争	75
广告竞争	75
技术竞争	75
应市时间竞争	76
竞争策略	76
设备租赁	76
咨询	76
技术服务	77
 (二) 中国市场	 77
宏观控制和微观搞活	77
经济手段和行政手段	78

经济杠杆	78
指令性计划和指导性计划	78
直接计划和间接计划	79
市场功能	79
市场机制	80
共同富裕	80
社会集团消费品购买力	80
高档消费品、耐用消费品和日用工业品	80
住宅商品化	81
温饱型消费和小康型消费	81
消费基金膨胀	81
消费者是“皇帝”	81
国民经济计划指标	82
国民收入	82
个人收入	83
个人可支配收入	83
我国市场的特征	83
 (三) 国际市场	 84
国际市场	84
国际市场发展现状	84
国际市场的基本特点	85
国际市场商品结构	85
国内生产总值	86
国民支出总值	86
国外净要素收入	86
商业周期	86
经济的景气和不景气	87
经济衰退和衰退措施	87
基尼系数	87
洛伦茨曲线	88
贫困线	89
恩格尔系数	89
家庭生命周期	89
相机抉择策略	89
加速原理	90
世界市场行情和组成	90

世界市场行情波动的特征	90
影响世界市场行情波动的因素	91
世界市场行情调研的指标体系	91
美国市场的竞争策略	91
怎样获得美国市场资料	92
国际商品市场常用行情术语	92
阿拉伯国家消费品市场	93

四、三资企业的投资与注

册	95
投资	96
国际投资	96
投资环境	96
投资小环境	97
国际投资的先决条件	97
我国企业利用外资的作用	97
我国企业利用外资应遵循的原则	98
我国企业利用外资的国外制约因素	98
我国企业利用外资的国内制约因素	98
三资企业投资咨询	99
三资企业投资资本的筹集	99
三资企业投资风险	99
三资企业投资规模	99
三资企业投资结构	99
三资企业投资计划	100
投资自由化	100
直接投资所有权战略	100
投资环境比较	101
对投资所在国市场的预测	101
投资决策	101
投资估算	101
投资总额	101
认缴资本	101
三资企业投资总额的确定方法	102
投资比例	102
出资方式	102
资本形成	102
风险资本	103

游资	103
防御性投资	103
投资保险	103
投资利润率	103
投资回收期	104
投资银行	104
投资信托公司	104
资本外逃	105
注册资本	105
注册资本与投资总额比例的有关规定	105
三资企业的登记管理	105
三资企业的登记审批程序	106
三资企业法人登记管理	106
三资企业的营业证书	106
三资企业的经营范围	106
三资企业的登记注册事项	107
三资企业法人登记范围	107
三资企业的营业执照	107
三资企业法人登记主管机关	107

五、三资企业产品经营管

理	109
(一) 三资企业生产管理	110
三资企业生产管理的内容	110
三资企业生产管理的任务	110
三资企业生产管理的指导原则	110
生产过程	110
生产过程空间组织	111
生产过程时间组织	111
生产过程的形式	112
生产过程组织要求	113
生产类型的划分	114
订货生产和估需生产	114
大量生产、成批生产和单件生产	115
个别生产、连续生产和批量生产	115
生产单位专业化的原则和形式	117
流水生产	117

流水线的分类	118	产品创意和产品创意筛选	187
柔性制造系统	119	三资企业产品开发的基本程序	187
网络计划技术	119	三资企业新产品的试制	137
生产能力	119	新产品销售前景分析	138
生产能力利用率	120	产品结构	138
生产计划	120	三资企业新产品开发的作用	138
生产计划工作	121	新产品研制	138
生产计划指标体系	121	新产品试销	138
期量标准	122		
滚动计划	122	(三)三资企业的质量管理	138
大量生产的期量标准	123	三资企业的产品质量	138
成批生产的期量标准	124	全面质量管理(TQC)	139
经济批量法	126	三资企业质量管理的任务	139
单件小批生产的期量标准	127	三资企业质量管理的内容	140
生产作业计划的编制	128	产品质量分析	140
生产控制	129	PDCA管理循环	140
生产进度的动态控制和静态控制	129	无缺点运动	141
看板管理	130	三资企业的质量保证体系	141
物资消耗定额	131	质量标准	142
物资储备定额	131	质量参数	142
库存管理的ABC分类法	132	质量检验	143
仓库管理	132	工作质量	143
设备的选择和评价	133	设计试制过程的质量管理	143
设备磨损与设备寿命	134	生产制造过程的质量管理	144
设备的修理	134	辅助生产过程的质量管理	144
全面生产维修制	135	使用过程的质量管理	145
		日本质量管理新工具	145
(二)三资企业产品开发	135	关系图法	145
三资企业产品开发	135	系统图法	146
新产品和老产品	136	卡片法	148
三资企业新产品的开发方式	136	矩阵图法	148
新产品的特征与分类	136	数据矩阵分析法	149
产品仿造	136	过程决策程序图法	149
产品寿命周期	136	箭头图法	149
产品品种	137	分层法	150
产品式样	137	相关图法	150
时尚产品	137	树枝图法	152
三资企业产品开发方向	137	控制图法	152

技术标准	154
标准化	154
简化	154
统一化	154
组合化	155
系列化	155
通用化	155
产品缺陷	156
抽样检验	156
样本统计量	156
品级降低损失	157
不良品率	157
质量费用	158
内部故障成本	158
外部故障成本	158
鉴别成本	158
预防成本	158
 (四)三资企业技术开发.....	159
三资企业技术开发	159
三资企业的技术引进	159
技术转让	159
技术合作	160
技术援助	160
企业间的技术差距	160
专有技术	160
技术市场	160
软件和硬件	161
高技术	161
成组技术	161
适用技术	161
三资企业的技术储备	162
生产设备改造	162
生产设备更新	162
三资企业的技术管理	162
引进技术选择	163
生产线	163
自动生产线	163

装配线	163
企业技术咨询	163

(五)三资企业商品商标.....164

商标	164
商标专用权	164
商标使用期限	164
商标续展	164
类似商标	164
双重商标	165
综合商标	165
复数商标	165
商标创新	165
商标互惠协议	165
三资企业的商标注册	165
三资企业的商标资料整理	166
商标侵权	166
商标公告	166
商标使用许可	166
商标转让	166
商标撤销	166
个别商标	167
防御商标	167
商标广告	167
备用商标	167
销售商标和制造商标	167
商标设计	167

(六)三资企业商品广告.....168

三资企业的广告	168
三资企业的广告计划	168
广告媒体	168
广告费率	168
橱窗广告	169
货架广告	169
日历广告	169
报纸广告	169
杂志广告	169

电台广告	169	集装袋	176
电视广告	169	色彩禁忌	176
电影广告	170	禁用材料	176
幻灯广告	170	图案禁忌	176
霓虹灯广告	170	危险品包装	176
路牌广告	170	包装设计	176
包装广告	170	分包装	177
招贴广告	170	可拆卸包装	177
车船、车站、港口、机场广告	171	定牌包装	177
广告频率	171	包装的标准化、系列化、通用化	177
三资企业的广告费用	171	透明包装	178
三资企业的广告预算	171	销售包装	178
广告的图案和色彩	171	通用商品代码	178
广告语言	171	软硬包装	178
广告歌曲	171	各种防护性包装	179
广告主题、标题和口号	172	配套包装	179
广告设计	172	礼品包装	179
 (七)三资企业商品包装	173	一次和多次性包装	179
商品包装	173	世界包装组织	180
中性包装	173	亚洲包装资料中心	180
包装材料	173	 (八)三资企业商品运输	180
包装机械	173	三资企业的商品运输	180
包装容器	174	三资企业商品运输的合理与不合	
包装标志	174	理	180
小包装	174	三资企业的运输费用	180
大包装	174	运输货物的种类	180
运输包装	174	货物周转量	181
包装件	175	铁路运输	181
商品的包装装潢	175	铁路运输运价	181
包装费用另计	175	集装箱	181
包装有效期	175	集装箱运输	182
裸装商品	175	租船合同	182
散装商品	175	大副收据	182
集合包装	175	超限货物、零担货物、整车货物	182
拼装	175	联运	183
托盘	176	大陆桥运输和OCP运输	183
集装包	176	班机和包机	183

港湾站	183
货车净载重	183
集装箱转运站	184
多式联运经营人	184
提单	184
全式提单和简式提单	184
提单的各种具体形式	184
计费重量	186
理舱费	186
平舱费	186
整拼箱	186
运价	186
定程租船和定期租船	187
航空运单	187
船运的各种附加费	187
装货单	187
商船和货船	188
安全港	188
班轮、班轮条件和班轮运价表	188
订舱委托书	188
基本费率	188
重量费率和尺码费率	188
延期回扣	189
合同费率	189
船期表	189
受载期	189
租船租金	189
许可装卸时间	189
滞期费和速遣费	190
备装通知	190
包租运价	190
航程租船合同	190
定期租船合同	190
租船市场	190
货位	191
 (九)三资企业信息管理	191
信息在三资企业经营管理中的作	

用	191
信息	191
经济信息	191
银行经济信息	192
信息的价值与特征	192
三资企业的信息来源	193
三资企业信息的采集	193
经济信息的传递方式	193
经济信息的处理方法	194
三资企业管理信息系统的设计原	
则	194
经济信息的基本要素	194
经济信息的分类	194
经济信息收集的基本要求和	
收集方法	195
经济信息存贮的类型	195
经济信息运用的原则	196
经济信息运用的方法	196
中外合资经营企业经常需要	
的信息资料	196
中外合作经营企业经常需要的信息	
资料	197
外商独资经营企业经常需要的信息	
资料	197
中国银行能为三资企业提供的	
咨询服务	197
三资企业经济信息工作的	
主要内容	197

六、三资企业商品销售管

理	200
(一)三资企业商品销售基本	
知识	200
三资企业销售管理	200
三资企业的销售主管	200
三资企业销售人员的作用	200
销售人员的报酬形式	200
企业销售资料	201