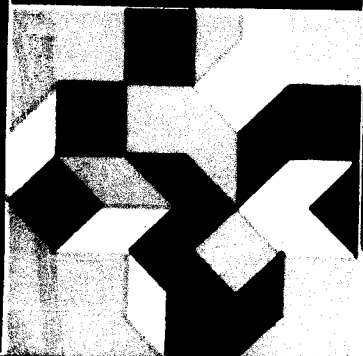


经营管理大系



经营卷

- 经营管理大系
- 总主编：许涤新 刘国光
- 顾问：马洪 于光远 汤时
- 朱镕基 汪道涵 袁宝华
- 编委：卫兴华 刘诗白 李仁芝 李景泰
- 杨洪 陈炳富 郑绍廉 孟宪扬 胡乃武
- 姜春明 徐杰 夏禹龙 谢明干
- 本卷主编：陈炳富

封面装帧 董黎明

经营管理大系·经营卷

陈炳富 主编 李景泰 副主编

上海人民出版社出版发行

(上海绍兴路54号)

新华书店上海发行所经销 上海中华印刷厂印刷

开本 850×1156 1/32 印张 25.25 插页 4 字数 595,000

1989年11月第1版 1989年11月第1次印刷

印数 1—5,500

ISBN 7-208-00535-4/F·107

定价 8.90元

《经营管理大系》编辑委员会

总 主 编

许涤新 刘国光

顾 问(以姓氏笔画为序)

马 洪 于光远 沙 叶 朱镕基
汪道涵 袁宝华

编 委(以姓氏笔画为序)

卫兴华 刘诗白 李仁芝 李景泰
杨 洪 陈炳富 郑绍濂 孟宪扬
胡乃武 姜春明 徐 杰 夏禹龙
谢明干

编 辑 组(以姓氏笔画为序)

王舒娟 李仁芝 吴文虎 鱼建光
倪为国 顾家熊 董逸伟 魏允和

经营管理大系·经营卷

主 编 陈炳富

副 主 编 李景泰

撰写人员 (以姓氏笔画为序)

丁庠生 龙玮娟 刘心洁 狄 温

李国津 李景泰 金明律 赵吉生

在我們這裏文化的概念中包括在社會
和經濟生活之中和管理文化這有三次。這
套書之收和想望有利於在社會文化第一
次之次之開展。社會文化並不是一個概念。
把社會視為科學和管理之系而主要是不正
確的。社會是直接的社會的社會意識，
社會的社會意識創造中而條件，在社會
社會意識不同於科學和社會科學，尤其
在社會意識不同於科學和社會科學。社會意識

不

1. The first step is to identify the problem. This involves understanding the current situation and the goals that need to be achieved.

2. The second step is to analyze the problem. This involves breaking down the problem into smaller, more manageable parts.

3. The third step is to develop a plan. This involves determining the steps that need to be taken to solve the problem.

4. The fourth step is to implement the plan. This involves putting the plan into action.

5. The fifth step is to evaluate the results. This involves determining whether the plan was successful and whether the goals were achieved.

总 序

上海人民出版社出版的《经营管理大系》丛书，收集了有关企业经营管理的理论知识、技能方法和应用实例，是一套比较系统、完备和新颖的大型中高级管理读物。

长期以来，我国经济发展速度比较高，但经济效益不够理想，国家财政收入增长不多。究其原因，一方面是由于经济管理体制中存在着弊端，使社会主义制度的优越性没有得到应有的发挥；另一方面，则是由于企业素质差，经营管理落后。从现实的情况看，改进和加强经营管理，具有很大的紧迫性。通过改革企业制度，改善经营管理，使企业真正转到依靠技术进步不断提高经济效益的轨道上来，这是当前我国经济持续稳定发展的关键所在，也是我们经济管理工作者和企业管理人员的重要任务。

现代化建设和改革是崭新的事业，它同思想僵化、因循守旧无缘，需要的是积极进取、探索创新、艰苦奋斗、开拓前进的精神。

尤其需要的是刻苦学习。首先是结合我国的实际情况认真学习马克思主义的基本理论，学习党的基本路线和各项方针政策；同时，要努力学习现代管理知识，不断研究、解决经济工作和企业工作中层出不穷的错综复杂的问题，从沸腾的现实经济生活和丰富

的改革实践中去吸取营养、增长才干，使自己成为站在时代前列的、精通本行的专家。

《经营管理大系》丛书着眼于开阔经济工作者和企业管理人员的视野，为他们提供经营管理的新知识、新方法、新经验，我预祝丛书将会受到广大读者的欢迎。

朱镕基

一九八八年七月

总 前 言

《经营管理大系》丛书，是许涤新同志生前主持的“七五”重点科研项目《中国企业经营管理系统研究》的最终成果。这项科研成果由国内有关科研单位、高等院校百余人参加，历经数年，终于问世。这不仅是对许涤新同志的告慰，也是对我国社会主义有计划商品经济条件下企业经营管理理论与方法的有益探索和系统阐述。这是一件值得庆贺的事情。

在社会主义初级阶段有计划商品经济体制下，在日趋激烈的市场竞争中，我们的企业如何合理地、高效益地筹集、使用资金，提高经营管理水平，迎接来自国内外企业在产品、质量、技术、销售等方面的挑战，这是我们每个企业都面临的一个严峻的课题。《经营管理大系》这套丛书，针对新时期中国企业管理人员必需具备的知识，分《基础经济知识卷》、《领导卷》、《经营卷》、《管理方法卷》、《管理组织卷》、《对外经济关系卷》、《经济法卷》、《实例卷》等八卷，结合国情，借鉴西方，试图形成一种知识密集型的关于企业经营管理的知识体系。当然，这样大规模地系统地研究、阐述我国微观经营管理尚属初次，在撰写中难免有疏漏和欠缺之处，热诚地希望广大读者不吝指正，以便在今后重版时不断加以修正和完善。

改革开放的时代, 召唤着大批经营管理人才, 需要造就千百万企业家。这套《经营管理大系》如能成为他们成长、奋斗的阶梯, 那将是对我们的莫大鼓励。

刘国光

一九八八年七月

目 录

总 序	1
总前言	1

第一篇 经营总论

第一章 经营管理概论	3
第一节 企业、企业管理和企业管理学	3
第二节 企业管理的历史性转变	14
第三节 经营要素和经营管理理论	21
第四节 经营的特征和风险	29
第二章 经营管理内容	35
第一节 经营管理的性质和职能	35
第二节 经营思想	42
第三节 经营目标和经营方针	49
第四节 经营决策和经营组织	55
第五节 经营领导	61
第六节 经营活动和成果评价	69

第二篇 经营环境

第三章 经营的环境和市场.....75

- 第一节 企业经营的环境因素和结构.....75
- 第二节 市场经营观念.....78
- 第三节 市场的概念和要素.....85
- 第四节 市场需求和消费者购买行为理论.....90
- 第五节 市场消费需求的基本形态和特征.....96
- 第六节 市场分类..... 100
- 第七节 市场的演化过程和市场细分化理论..... 104

第四章 市场调研..... 111

- 第一节 市场调研的作用和内容..... 111
- 第二节 市场调研的步骤..... 116
- 第三节 市场调研的方法..... 120
- 第四节 询问调查技术..... 123
- 第五节 市场预测的意义、内容和种类..... 129
- 第六节 市场预测的原则和步骤..... 132
- 第七节 市场需求函数和企业产品需求函数..... 135
- 第八节 市场预测方法(一)——定性分析法..... 138
- 第九节 市场预测方法(二)——时间序列法..... 141
- 第十节 市场预测方法(三)——相关分析法..... 153

第三篇 经营战略

第五章 经营决策..... 163

- 第一节 决策的概念和分类..... 163

第二节	经营决策的内容和原则	170
第三节	经营决策过程	175
第四节	经营决策分析	183
第五节	努力提高经营决策水平	189
第六章 经营战略		195
第一节	企业经营战略的意义和特点	195
第二节	确定企业的任务、目标和方针	200
第三节	企业经营环境分析	201
第四节	企业经营战略决策	211
第五节	企业经营战略决策程序	242
第七章 经营计划		245
第一节	企业计划管理原理	245
第二节	长期经营计划	259
第三节	年度经营计划	268
第四节	目标管理	283
第五节	企业经济责任制	293

第四篇 市场营销

第八章 产品决策		307
第一节	产品的概念	307
第二节	产品生命周期理论	310
第三节	产品计划决策	322
第四节	新产品开发决策	337
第五节	产品设计决策	351

第九章 价格决策	364
第一节 价格决策概说.....	364
第二节 价格决策的制定.....	368
第三节 定价方法.....	380
第四节 定价策略和技巧.....	389
 第十章 促销决策	400
第一节 促销的概念和作用.....	400
第二节 制定促销决策的一般程序.....	402
第三节 广告.....	414
第四节 人员推销.....	427
第五节 营业推广.....	440
第六节 公共关系.....	445
第七节 销售服务.....	450
 第十一章 销售渠道决策	459
第一节 销售渠道.....	460
第二节 销售渠道的冲突与管理.....	479
第三节 实物流通决策.....	482
 第十二章 销售业务管理工作	495
第一节 产品销售计划工作.....	495
第二节 销售合同管理.....	500
第三节 产成品管理.....	507
第四节 销售活动分析.....	518
 第十三章 国际市场营销	523

第一节	国际市场开发	524
第二节	国际市场营销的环境与信息	527
第三节	国际市场细分和进入策略	536
第四节	国际市场营销组合	545

第五篇 经营财务

第十四章	金融市场	559
第一节	企业资金的筹措	559
第二节	有价证券	564
第三节	金融市场	576
第四节	完善中的我国金融市场	583

第十五章	企业技术改造决策	586
第一节	技术改造的意义和类型	586
第二节	技术改造的范围和重点	591
第三节	确定技术改造项目的的基本原则	593
第四节	技术改造的规划和计划	596
第五节	可行性研究	600
第六节	技术改造的组织实施和验收	605
第七节	设备更新	608
第八节	技术改造中的引进技术	615
第九节	技术改造项目的经济效益评价	618

第十六章	投资决策分析	621
第一节	投资的涵义	621
第二节	投资主体	623
第三节	投资行为	626

第四节	投资周期性·····	632
第五节	投资效果和投资方案·····	637
第六节	货币的时间价值·····	649
第七节	投资方案的动态评价方法·····	655

第六篇 经营分析

第十七章	物资采购决策分析·····	671
------	---------------	-----

第一节	物资采购决策的意义和任务·····	671
第二节	物资分类·····	673
第三节	ABC分析法·····	675
第四节	物资供应计划·····	679
第五节	物资消耗定额·····	686
第六节	物资采购决策·····	689
第七节	物资的存储决策分析·····	694

第十八章	成本决策分析·····	711
------	-------------	-----

第一节	概述·····	711
第二节	成本决策·····	712
第三节	成本预测·····	722
第四节	成本计划·····	731
第五节	成本控制·····	745
第六节	成本分析·····	749

第十九章	经营分析·····	755
------	-----------	-----

第一节	经营分析的目的和方法·····	755
第二节	收益性分析·····	758
第三节	经营安全性分析·····	768

主要参考书目.....	789
编后记.....	791