

Operation and Management of the Modern Business Enterprise

(Second Edition)

书

M

经

财

信

立

现代商业企业经营与管理

(第二版)

秦雄海 编著

立信会计出版社

Operation and Management of
the Modern Business

Enterprise

Second Edition

现代商业企业经营管理

第二版

王德成 主编

2010年

中国物资出版社

立信财经丛书

现代商业企业经营与管理

(第二版)

秦雄海 编著

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代商业企业经营与管理/秦雄海编著. —2版.
—上海:立信会计出版社,2004.1(2007.6重印)
(立信财经丛书)
ISBN 978-7-5429-0537-6

I. 现… II. 秦… III. 商业企业-企业管理 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 119862 号

现代商业企业经营与管理(第二版)

出版发行	立信会计出版社	
地 址	上海市中山西路 2230 号	
邮政编码	200235	
电 话	(021)64411389	
传 真	(021)64411325	
网 址	www.lixinaph.com	E-mail lxaph@sh163.net
网上书店	www.lixinbook.com	Tel: (021)64411071
经 销	各地新华书店	

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印 张	19.875
插 页	2
字 数	480 千字
版 次	2004 年 1 月第 2 版
印 次	2007 年 6 月第 11 次
印 数	36 001—39 000
书 号	ISBN 978-7-5429-0537-6/F·0498
定 价	33.60 元

如有印订差错 请与本社联系调换

第一版前言

《现代商业企业经营与管理》这本书以崭新的内容与广大读者见面了。

第一,它是根据社会主义市场经济的要求、现代企业制度的特点以及现代商业企业经营与管理的特点重新编写的。

第二,它是以《现代商业企业经营与管理》重新定名,是在明确划分现代商业企业经营学与现代商业企业管理学研究对象的基础上,形成了两者不同的新内容和新体系的合订本,以适应现代商业企业经营与管理这两门科学独立分化的发展趋势而重新编写的。

第三,它是根据现代商业企业经营的特点,从突出应用性角度编写的《现代商业企业经营学》,从而填补了《市场营销学》代替不了的空白。

第四,它明确告诉广大读者,现代商业企业经营与现代商业企业管理各自运用不同的途径而同归于共同目的,是异途同归的两类企业实践和科学理论。因此,在实践和教学过程中,必须做到一手抓企业经营,一手抓企业管理,两手一齐抓,决不可顾此失彼,人为地割裂和破坏企业经营与企业管理相互依存的关系。只有这样,才能真正学好这两门学科,以指导企业在实践中加速经营与管理水平比翼齐飞,共同促进现代商业企业制度的顺利建立,促进有中国特色的社会主义市场经济的加快发展。

理论来源于实践,实践在不断发展,认识也在沿着不完善—完善—更完善的轨道不断前进,现代商业企业经营与管理的内容和体系、理论和方法都不应该停留在原有的水平上,有待不断开发更

新,这是时代的召唤。为了不断更新,每发行一次,内容均有新的不同程度的修改补充。

特此抛砖引玉,衷心期待广大读者、企业家、专家学者的支持和指教。

秦雄海

1998年3月于上海

第二版前言

《现代商业企业经营与管理》自1998年出版以来,深受广大读者的热情支持,五年之内已印7次,印数达27 000册。虽然每印一次都作一些修改,但受篇幅限制,修改补充也有限。由于有中国特色的社会主义市场经济发展很快,变化很大,特别是我国恢复参加世界贸易组织以来,现代商业企业经营与管理的实践日新月异地发展,为了坚持实事求是,与时俱进,立足于新实践、新发展,借鉴国外先进经验,努力掌握有中国特色的现代商业企业经营与管理现代化的规律,因此,就有《现代商业企业经营与管理》的第二版。

第二版的《现代商业企业经营与管理》,修改补充比较多,向新老读者提供了不少新内容,主要有:(1)关于中国特色社会主义市场经济的论述;(2)关于现代和现代化的论述;(3)现代商业企业有寿命周期的概念;(4)用21世纪最新的前景理论制定决策方法;(5)新产品导入市场策略;(6)批发与零售企业的新业态;(7)面对全面小康社会的建设,如何提高社会购买力?(8)企业现代产权制度如何深化改革?(9)企业现代治理制度如何深化改革?(10)企业如何办成学习型组织?(11)企业文化管理制度;(12)长寿公司的长寿之道;等等。希望学用结合,不断创新,迎接企业经营与管理的黄金时代的到来!

秦雄海

2004年1月于上海

目 录

第一篇 现代商业企业经营

第一章 市场与市场经济	3
第一节 市场的概念和体系	3
一、市场的概念(3) 二、市场体系(5)	
第二节 市场经济的形成和发展	11
一、市场经济的概念(11) 二、市场经济的形成和发展(14)	
第三节 现代市场经济的本质要求	16
一、市场主体的自主化(17) 二、经济调节系统的自动化(18)	
三、经济活动的社会化(19)	
第四节 现代和现代化	21
一、现代与现代化的概念(21) 二、我国实现现代化建设的阶段 和目标(22)	
第二章 现代商业企业的概念和设立	24
第一节 现代商业企业的概念和发展趋势	24
一、现代商业企业的概念(24) 二、现代商业企业的发展趋势 (29)	
第二节 设立现代商业企业的条件	30
一、设立有限责任公司的条件(30) 二、设立股份有限公司的条 件(32) 三、设立股份合作制企业的条件(34)	
第三节 企业类型的选择	34
一、按所有制和所有制实现形式分类(34) 二、按在商品流通中	

所处地位和作用分类(43)	三、按经营规模分类(50)	
第四节	企业名称的确定	59
第五节	企业地址的选择	61
一、批发商业企业地址的选择(62)	二、零售商业企业地址的选择(64)	
第六节	企业经营范围的确定	66
第七节	企业注册资本的筹集	68
第八节	企业法人资格的登记	69
第三章	现代商业企业形象的设计	71
第一节	现代商业企业形象的概念	71
第二节	现代商业企业形象的作用	73
第三节	现代商业企业形象的设计	74
一、CIS设计的概念(74)	二、CIS设计的必要性(75)	三、CIS设计的内容(76)
四、CIS设计的程序与方法(92)		
第四章	现代商业企业经营的概念、职能及其理论研究	
对象		94
第一节	现代商业企业经营的概念	94
一、现代商业企业经营的前提条件(94)	二、必须具备的经营要素和协调的交换与生态关系(95)	三、必须发挥的经营职能(97)
四、要达到的预期目的(97)		
第二节	现代商业企业经营的时代特征	98
第三节	现代商业企业的经营观念	100
一、市场导向观念(100)	二、竞争观念(101)	三、战略转变观念(101)
四、提高效益观念(102)		
第四节	现代商业企业的经营职能	103
一、市场调研(103)	二、市场预测(104)	三、经营决策(104)
四、媒介商品交换(104)		

第五节 现代商业企业经营与管理的关系及其理论研究的 发展趋势.....	105
一、现代商业企业经营与管理的关系(105) 二、现代商业企业 经营与管理理论研究的发展趋势(107)	
第六节 现代商业企业经营学的研究对象.....	108
一、企业经营所要达到的目的(109) 二、实现经营目的的途径 (112)	
第五章 现代商业企业经营的外部环境.....	114
第一节 现代商业企业经营环境的内涵.....	114
一、现代商业企业经营环境的概念(114) 二、研究企业经营环 境的必要性(114)	
第二节 经济环境对商业企业经营的影响.....	115
一、宏观经济环境的影响(116) 二、改善政府的宏观调控必须 采取的措施(121)	
第三节 政治法律环境对商业企业经营的影响.....	124
一、国内外政治环境的影响(125) 二、国内外法律环境的影响 (126)	
第四节 文化环境对商业企业经营的影响.....	127
一、社会文化环境对商业企业经营的影响(127) 二、企业内部 职工的价值观和行为对企业经营的影响(127)	
第五节 生态环境对商业企业经营的影响.....	128
第六节 其他环境对商业企业经营的影响.....	130
第六章 现代商业企业的经营机制.....	131
第一节 现代商业企业经营机制的概念.....	131
一、正确理解机制概念(131) 二、商业企业经营机制的含义 (132)	
第二节 现代商业企业经营机制的内容.....	133

一、供求机制(133)	二、价格机制(133)	三、竞争机制(134)
四、风险机制(134)		
第三节 现代商业企业经营机制的形成·····	135	
一、必须与转变观念同步进行(135)	二、必须深化企业改革,建立现代企业制度(135)	三、必须加快市场体系建设的步伐(136)
四、必须正确处理企业与政府主管部门的关系(137)		
第七章 消费者和用户购买行为的研究·····	138	
第一节 消费者购买行为的系统模型·····	138	
第二节 购买力因素对购买行为的影响·····	139	
一、货币收入量对购买行为的影响(140)	二、购买力投向对消费结构的影响(141)	
第三节 消费者心理因素对购买行为的影响·····	142	
一、注意(142)	二、消费心理的认识过程(143)	三、消费心理的情感过程(148)
四、消费心理的意志过程(150)		
第四节 他人和社会对购买行为的影响·····	151	
一、家庭成员在购买过程中的角色(151)	二、家庭权力分配的特点(152)	三、家庭生命周期所处阶段的特点(152)
四、影响消费者购买行为的社会变化趋势(153)		
第五节 消费者的购买行为·····	154	
一、领导消费潮流的先导群体(154)	二、消费者的现代购买行为(154)	
第六节 生产资料用户的购买行为·····	155	
一、影响生产资料用户购买行为的因素(155)	二、生产资料用户的购买动机(156)	三、生产资料用户的购买行为(157)
第八章 市场调查·····	159	
第一节 市场调查的要求和步骤·····	159	
一、市场调查的要求(159)	二、市场调查的步骤(159)	

第二节 市场调查的方法.....	161
一、设计问卷(161) 二、确定样本(163) 三、实地调查(169)	
四、消除误差(171) 五、整理资料(172)	
第九章 市场预测.....	176
第一节 市场预测的基本要求.....	176
一、市场预测的概念(176) 二、市场预测的要求(176)	
第二节 市场预测的基本步骤.....	178
一、确定预测品种(178) 二、占有资料(179) 三、进行预测	
(179) 四、分析误差(180)	
第三节 定性预测法.....	180
一、意见汇集法(180) 二、特尔斐法(183) 三、购买者意向预	
测法(187) 四、主观概率预测法(192)	
第四节 时间序列法.....	194
一、移动平均法(194) 二、二次移动平均法(197) 三、指数平	
滑法(199) 四、二次指数平滑法(201) 五、预测长期趋势值的	
方法(203) 六、预测季节变动的方法(206)	
第五节 因果预测法.....	212
一、一元回归法(212) 二、多元回归法(214)	
第十章 经营决策.....	218
第一节 商业企业经营决策的概念和分类.....	218
一、经营决策的概念(218) 二、经营决策的类型和层次(219)	
第二节 商业企业经营决策的原则.....	221
一、信息准全原则(221) 二、未来预测原则(221) 三、可行性	
原则(221) 四、系统原则(221) 五、对比择优原则(222) 六、	
集团决策原则(222)	
第三节 商业企业经营决策的步骤.....	222
一、发现问题(223) 二、确定目标(223) 三、提出备选方案	

(225) 四、选定一个决策方案(229) 五、执行决策方案(233)	
第四节 商业企业经营决策的方法·····	234
一、风险型决策方法(234) 二、不确定型决策方法(243)	
第五节 商业企业经营战略决策的制订方法·····	246
一、经营战略的概念(246) 二、经营战略的类型(247) 三、选择经营战略的原则和方法(249)	
 第十一章 商品采购策略·····	254
第一节 商品采购的原则·····	254
一、以销、存定进原则(254) 二、经济核算原则(255)	
第二节 采购品种策略·····	257
一、本企业的销售目标(257) 二、货源情况及商品寿命周期不同阶段的销售特点(258) 三、本企业资源要素之间的比例关系(259)	
第三节 采购渠道和采购环节策略·····	260
一、按商品合理流向选择必要环节(260) 二、根据不同商品的特点选择必要环节(261) 三、采用引厂进店、厂店联销方式(261) 四、要让客户得到更多实惠(262)	
第四节 采购批量策略·····	262
第五节 采购时间策略·····	265
一、选择适当的采购时间(265) 二、采购点的计算方法(266)	
第六节 进口业务策略·····	271
第七节 批发采购方式策略·····	272
一、集中进货(272) 二、总代理、总经销(273) 三、配送中心(273)	
 第十二章 商品销售和服务策略·····	274
第一节 广告策略·····	274
一、广告的作用(274) 二、广告的原则(275) 三、广告内容的	

选择策略(276)	四、广告媒体的选择策略(278)	五、广告时间的选择策略(280)	六、广告效果的评价策略(280)
第二节 品牌策略	283		
一、品牌的概念(283)	二、创品牌的方法(284)	三、创品牌的模式(285)	四、国际品牌竞争策略(286)
第三节 销售方式策略	287		
一、加快销售方式的改革步伐(287)	二、几种销售新方式(287)	三、新产品导入市场策略(289)	
第四节 服务策略	290		
一、人员推销的方法(290)	二、推销人员的素质(297)	三、推销人员的培训(298)	四、推销人员的考核(299)
第五节 公共关系策略	300		
一、公共关系的概念(300)	二、处理公共关系的目标(301)	三、处理公共关系的原则(302)	四、处理公共关系的步骤与方法(304)
第六节 出口业务策略	305		
一、询盘(305)	二、发盘(305)	三、还盘(306)	四、接受(306)
五、签订书面合同(306)			
第十三章 商品储运策略	309		
第一节 优化配置商品储存的 ABC 分析法	309		
一、ABC 分析法的概念(309)	二、ABC 分析法在优化配置商品储存上的具体运用(309)		
第二节 优化配置商品储存的保本点法	312		
第三节 优化配置商品储存的必备商品目录动态卡法	313		
一、建立活页卡片(314)	二、划分类别,按类存放(314)		
第四节 优化商品运输的最小元素法	315		
第五节 选择运输方式的策略	320		
一、铁路运输(320)	二、公路运输(320)	三、水路运输(320)	

四、航空运输(321) 五、管道运输(321) 六、集装箱运输(321)	
第六节 企业储运体制的改革	321
第十四章 商品价格策略	324
第一节 商品价格的作用	324
第二节 商品比价体系	325
一、工农业产品比价(325) 二、农产品比价(326) 三、工业品 比价(326)	
第三节 企业定价策略	326
一、平利销售定价策略(327) 二、薄利多销定价策略(327)	
三、高利限销定价策略(327) 四、低价竞争策略(327) 五、阶 段定价策略(328) 六、平抑市价定价策略(328) 七、差别定价 策略(328) 八、心理定价策略(329) 九、支持和保护价格策略 (329)	
第四节 企业自主定价的监督和管理	330
第五节 企业定价方法	331
一、成本导向法(332) 二、需求导向法(332) 三、竞争导向法 (332)	
第六节 价格计算公式	334
一、农产品价格的计算公式(334) 二、工业消费品价格的计算 公式(335) 三、进出口业务中常用的三种价格术语(336)	

第二篇 现代商业企业管理

第十五章 现代商业企业管理的概念、职能及其理论研究	
对象	339
第一节 现代商业企业管理的概念	339
一、现代商业企业管理的前提条件(339) 二、现代商业企业管 理必须具备的要素(339) 三、现代商业企业管理应负的责任和 应发挥的作用(340) 四、现代商业企业管理要达到的预期目的	

及其途径(340)	
第二节 现代商业企业管理的时代特征·····	340
第三节 现代商业企业管理的职能·····	341
一、规划(342) 二、组织(342) 三、指挥(343) 四、协调(344) 五、控制(345)	
第四节 现代商业企业管理学的研究对象·····	346
一、研究现代商业企业管理的前提条件(346) 二、研究企业管理要素有机组合的令人满意的途径(346) 三、研究现代商业企业管理所要达到的预期目的(347)	
第五节 企业管理理论的发展·····	347
一、“物本管理”理论(347) 二、“人本管理”理论(348) 三、“能本管理”理论(348)	
 第十六章 现代商业企业的管理机制·····	 350
第一节 现代商业企业管理机制的概念·····	350
第二节 现代商业企业管理机制的内容·····	351
一、约束机制(351) 二、激励机制(353) 三、流动机制(356) 四、效率与公平机制(357) 五、资本扩张机制(357)	
第三节 现代商业企业管理机制的形成·····	358
一、现代商业企业管理机制形成的因素(358) 二、现代企业制度的主要特征(359)	
 第十七章 现代商业企业的管理方法·····	 362
第一节 经济方法·····	362
一、经济方法的作用(362) 二、经济方法的特点(363) 三、运用经济方法的必要性和局限性(364)	
第二节 行政方法·····	365
一、行政方法的内容和实质(365) 二、行政方法的特点(365) 三、运用行政方法的必要性和局限性(366)	

第三节 经济数学方法·····	366
一、经济数学方法的内容和特点(366)	
二、运用经济数学方法的必要性和局限性(367)	
第四节 社会心理方法·····	367
一、社会心理方法的内容和特点(367)	
二、运用社会心理方法的必要性和局限性(368)	
第五节 法治方法·····	368
一、法治方法的内容(369)	
二、法治方法的特点(369)	
三、法治方法的必要性(369)	
第六节 自动化管理方法·····	369
一、自动化管理方法的内容(370)	
二、自动化管理方法的特点(370)	
三、运用自动化管理方法的必要性和局限性(370)	
第七节 企业文化管理方法·····	371
一、企业文化管理方法的必要性(371)	
二、企业文化管理方法的主要特点(371)	
 第十八章 现代商业企业的产权制度·····	 373
第一节 产权的概念·····	373
第二节 我国传统的国有商业企业产权制度·····	373
第三节 国有商业企业产权制度的改革·····	375
一、改革的目标模式(375)	
二、改革为公司化产权制度的必要性(375)	
三、改革为公司化产权制度的原则和途径(376)	
 第十九章 现代商业企业的组织制度·····	 382
第一节 现代商业企业的内部领导体制·····	382
一、股份制商业企业的内部领导体制(382)	
二、国有独资公司的内部领导体制(390)	
三、集体所有制商业企业的内部领导体制(391)	
四、集体所有制供销合作社的内部领导体制(393)	
五、中外合资经营商业企业的内部领导体制(394)	
六、中外合	