



21st CENTURY

实用规划教材

21世纪全国应用型本科财经管理
系列实用规划教材

现代企业管理 理论与应用

主 编 邸彦彪
副主编 李 洁 冯 静
主 审 程春梅



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

中国林业出版社
China Forestry Publishing House

21世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

现代企业管理理论与应用

主 编 邱彦彪
副主编 李 洁 冯 静
编 委 (按姓氏拼音排序)
陈英梅 邱彦彪 冯 静
李 洁 刘维军 徐阿淼
张丽凤
主 审 程春梅



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

中国林业出版社
China Forestry Publishing House

内 容 简 介

本书以基础性、实用性为着眼点,在适度的理论体系覆盖下,突出现代企业管理的基本概念、基本原理和基本方法,并注重训练分析和解决企业管理实际问题的能力。教材中各章前设有教学目的和教学要求,每章后附有本章小结、习题和案例分析。同时可提供与本教材配套的电子课件,以便教师在教学中使用。

本教材特别适合高等学校应用型本科非管理专业,尤其是工程技术学科专业使用。还可供工程硕士和工科研究生选修课及企业技术人员与管理人员培训使用。

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理理论与应用/邸彦彪主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社, 2008.4
(21世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5038-5024-0

I. 现… II. 邸… III. 企业管理—高等学校—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 037646 号

书 名: 现代企业管理理论与应用

著作责任者: 邸彦彪 主编

总 策 划: 林章波 牛玉莲

执行策划: 李 虎 郑铁志

责任编辑: 魏红梅 郑铁志

标准书号: ISBN 978-7-5038-5024-0

出 版 者: 中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同 7 号 邮编: 100009)

<http://www.cfph.com.cn> E-mail: cfphz@public.bta.net.cn

电话: 编辑部 66170109 营销中心 66187711

北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路 205 号 邮编: 100871)

<http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京昌平百善印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社 中国林业出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×960 毫米 16 开本 26.75 印张 643 千字

2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 40.00 元

经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

专家编审委员会

主任委员 刘诗白

副主任委员 (按拼音排序)

韩传模

李全喜

王宗萍

颜爱民

曾 旗

朱廷珺

顾 问 (按拼音排序)

高俊山

郭复初

胡运权

万后芬

张 强

委 员 (按拼音排序)

程春梅

邓德胜

范 徵

冯根尧

冯雷鸣

黄解宇

李定珍

李相合

李小红

刘志超

沈爱华

王富华

王仁祥

吴宝华

张淑敏

赵邦宏

赵 宏

赵秀玲

法律顾问 杨士富

丛 书 序

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业,这是一个包括经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农业经济管理、图书档案学 6 个二级学科门类和 22 个专业的庞大学科体系。2006 年教育部的数据表明在全国普通高校中经济类专业布点 1518 个,管理类专业布点 4328 个。其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外,绝大部分属于应用型专业。经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才,要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲,又具有较强的职业技能,并且又要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路,推进全面小康社会建设的新时期,进一步加强经济管理人才的培养,注重经济理论的系统化学习,特别是现代财经管理理论的学习,提高学生的专业理论素质和应用实践能力,培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才,越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容;要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流;要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展;要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。要完成上述任务,各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新。特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研,在与众多专家学者讨论的基础上,决定编写和出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材,这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

本系列教材是按照高等学校经济类和管理类学科本科专业规范、培养方案,以及课程教学大纲的要求,合理定位,由长期在教学第一线从事教学工作的教师立足于 21 世纪经济管理类学科发展的需要,深入分析经济管理类专业本科学生现状及存在问题,探索经济管理类专业本科学生综合素质培养的途径,以科学性、先进性、系统性和实用性为目标,其编写的特色主要体现在以下几个方面:

(1) 关注经济管理学科发展的大背景,拓宽理论基础和专业知识,着眼于增强教学内容的联系实际和应用性,突出创造能力和创新意识。

(2) 体系完整、严密。系列涵盖经济类、管理类相关专业以及与经管相关的部分法律类课程,并把握相关课程之间的关系,整个系列丛书形成一套完整、严密的知识结构体系。

(3) 内容新颖。借鉴国外最新的教材,融会当前有关经济管理学科的最新理论和实践

经验,用最新知识充实教材内容。

(4) 合作交流的成果。本系列教材是由全国上百所高校教师共同编写而成,在相互进行学术交流、经验借鉴、取长补短、集思广益的基础上,形成编写大纲。最终融合了各地特点,具有较强的适应性。

(5) 案例教学。教材具备大量案例研究分析,让学生在学习过程中理论联系实际,特别列举了我国经济管理工作中的大量实际案例,这可大大增强学生的实际操作能力。

(6) 注重能力培养。力求做到不断强化自我学习能力、思维能力、创造性解决问题的能力以及不断自我更新知识的能力,促进学生向着富有鲜明个性的方向发展。

作为高要求,财管理类教材应在基本理论上做到以马克思主义为指导,结合我国财经工作的新实践,充分汲取中华民族优秀文化和西方科学管理思想,形成具有中国特色的创新教材。这一目标不可能一蹴而就,需要作者通过长期艰苦的学术劳动和不断地进行教材内容的更新才能达成。我希望这一系列教材的编写,将是我国拥有较高质量的高校财经管理学科应用型教材建设工程的新尝试和新起点。

我要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因,本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我相信,在各位老师的关心和帮助下,本系列教材一定能不断地改进和完善,并在我国大学经济管理类专业学科的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

刘诗白

2007年8月

刘诗白 刘诗白教授现任西南财经大学名誉校长、博士生导师,四川省社会科学联合会主席,《经济学家》杂志主编,全国高等财经院校资本论研究会会长,学术团体“新知研究院”院长。

前 言

《现代企业管理理论与应用》是 21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材之一。本教材的编写目的在于使高等学校应用型本科非管理专业,特别是理工学科专业的学生加强企业管理知识的学习和能力的培养,使其既具备本专业特长,同时又掌握实用的现代企业管理知识与技能,成为适应企业需要的具有高素质和较强综合实力的复合型、应用型人才。

本教材编写以基础性、实用性为着眼点,在适度的理论体系覆盖下,突出了现代企业管理的基本概念、基本原理和基本方法的内容,并注重分析和解决企业管理实际问题的能力的训练。教材中各章前设有教学目的和教学要求,章节内设有例题和运作实例,每章后附有本章小结和习题,包括思考题、练习题和案例分析等。同时可提供与本教材配套的电子课件,以便教师在教学中使用。

本教材特别适合高等学校应用型本科非管理专业,尤其是工程技术学科专业使用;还可供工程硕士和工科研究生选修课及企业技术人员与管理人员培训使用。

由辽宁工业大学管理学教授邸彦彪担任本教材的主编,完成整个教材的组稿总纂和修改定稿。教材主要编写人员及合作分工为:邸彦彪(第 1 章、第 2 章、第 5 章的 5.1 和 5.2 节)、渤海大学张丽凤(第 3 章)、黄淮学院李洁(第 4 章、第 10 章、第 11 章)、辽宁工业大学徐阿淼(第 5 章的 5.3 和 5.4 节)、陈英梅(第 6 章、第 8 章)、冯静(第 7 章、第 9 章)、刘维军(第 12 章)。全书由辽宁工业大学程春梅教授主审。

辽宁工业大学企业管理专业硕士研究生邢雪、李国余、徐钰、于玲、么志丹和何晓飞等同学承担了本教材部分书稿的资料收集和整理、图表绘制、排版校对,以及全部配套电子课件的制作等工作。

由于编者水平有限,教材中难免有疏漏之处,敬请读者批评指教。

编 者
2008 年 2 月

目 录

第1章 企业与企业管理	1	2.4 领导	68
1.1 企业概述	2	2.4.1 领导概述	68
1.1.1 企业的特点	2	2.4.2 激励	72
1.1.2 企业的类型	2	2.4.3 沟通	75
1.1.3 企业的系统	7	2.5 控制	77
1.2 企业管理的性质和内容	11	2.5.1 控制与控制过程	77
1.2.1 企业管理的概念	11	2.5.2 控制方法	83
1.2.2 企业管理的性质	12	本章小结	86
1.2.3 企业管理的内容	13	习题	87
1.3 企业管理理论及发展	15	案例应用分析	88
1.3.1 古典管理理论	16	第3章 战略管理	91
1.3.2 行为科学理论	20	3.1 战略管理概述	92
1.3.3 现代管理理论	26	3.1.1 战略管理的内涵和特征	92
1.3.4 企业管理理论的新发展	29	3.1.2 战略管理的过程和构成要素	94
本章小结	30	3.2 战略分析与战略选择	98
习题	30	3.2.1 外部环境 with 内部因素分析	98
案例应用分析	31	3.2.2 确定企业宗旨 and 目标	107
第2章 企业管理的职能	32	3.2.3 战略选择	110
2.1 决策	33	3.3 战略实施与控制	113
2.1.1 决策的概念	33	3.3.1 战略实施	113
2.1.2 决策的分类	33	3.3.2 战略控制	114
2.1.3 决策的程序	35	本章小结	119
2.1.4 决策的方法	36	习题	119
2.2 计划	44	案例应用分析	119
2.2.1 计划的作用 and 类型	45	第4章 营销管理	122
2.2.2 计划的程序	47	4.1 营销管理概述	123
2.2.3 计划的组织实施方法	49	4.1.1 市场及其分类	123
2.3 组织	52	4.1.2 营销管理的内容	125
2.3.1 组织设计	52	4.1.3 市场细分 with 目标市场	134
2.3.2 组织变革 with 组织文化	64		

4.2 市场调查与预测	138	6.2.1 空间组织和时间组织	198
4.2.1 市场调查的类型和程序	138	6.2.2 流水线生产组织	200
4.2.2 市场调查的方法	141	6.2.3 生产组织新技术和新方法	205
4.2.3 市场预测方法	142	6.3 生产作业计划	208
4.3 营销策略	147	6.3.1 生产作业计划	209
4.3.1 产品策略	147	6.3.2 网络计划技术的应用	214
4.3.2 价格策略	149	本章小结	222
4.3.3 渠道策略	151	习题	222
4.3.4 促销策略	152	案例应用分析	223
本章小结	158	第 7 章 物资与设备管理	224
习题	158	7.1 物资管理	225
案例应用分析	159	7.1.1 物资管理概述	225
第 5 章 新产品开发与技术管理	161	7.1.2 物资消耗定额	226
5.1 新产品开发管理	162	7.1.3 物资供应计划	228
5.1.1 新产品开发概述	162	7.1.4 库存管理	231
5.1.2 新产品开发的程序和策略	164	7.1.5 物流控制系统	234
5.2 价值工程	167	7.2 设备管理	241
5.2.1 价值工程的原理	168	7.2.1 设备管理概述	241
5.2.2 价值工程的应用	170	7.2.2 设备的选用和维修	242
5.3 技术引进	173	7.2.3 设备的更新和改造	252
5.3.1 技术与技术引进	173	本章小结	254
5.3.2 技术引进的程序	175	习题	254
5.4 技术创新	181	案例应用分析	255
5.4.1 技术创新概述	181	第 8 章 质量管理	258
5.4.2 技术创新的过程	183	8.1 质量管理概述	259
5.4.3 技术创新战略	188	8.1.1 质量与质量管理	259
本章小结	190	8.1.2 全面质量管理	261
习题	190	8.2 质量体系与质量认证	266
案例应用分析	190	8.2.1 ISO9000 族标准与 质量体系	266
第 6 章 生产管理	192	8.2.2 质量审核与质量认证	272
6.1 生产管理概述	193	8.3 质量管理常用方法	275
6.1.1 生产过程	193	8.3.1 因素分析法	275
6.1.2 生产类型	194		
6.2 生产组织	197		



8.3.2 直方图法	276	10.3.2 营业收入的管理	338
8.3.3 控制图法	279	10.3.3 利润管理	340
8.3.4 相关图法	280	10.4 财务分析	342
本章小结	281	10.4.1 财务分析的基础	342
习题	281	10.4.2 偿债能力分析	344
案例应用分析	282	10.4.3 营运能力分析	345
第9章 人力资源管理	283	10.4.4 获利能力分析	348
9.1 人力资源管理概述	284	本章小结	350
9.1.1 人力资源与人力资源管理	284	习题	350
9.1.2 人力资源规划	287	案例应用分析	351
9.2 选聘与培训管理	291	第11章 技术经济分析	353
9.2.1 岗位分析与岗位设计	291	11.1 技术经济分析概述	354
9.2.2 选聘的程序与选聘方法	294	11.1.1 技术经济分析的原则	354
9.2.3 员工培训的原则和方法	297	11.1.2 资金的时间价值	354
9.3 绩效考评	300	11.2 技术经济分析的评价方法	361
9.3.1 绩效考评的含义与目的	300	11.2.1 静态评价方法	361
9.3.2 绩效考核的程序	301	11.2.2 动态评价方法	364
9.4 薪酬管理	304	11.2.3 敏感性分析	367
9.4.1 薪酬管理概述	304	11.3 项目可行性研究	371
9.4.2 薪酬体系	309	11.3.1 项目可行性研究概述	371
9.4.3 薪酬水平与薪酬调查	313	11.3.2 可行性研究的程序	373
9.4.4 薪酬结构	314	11.3.3 可行性研究报告的结构	374
本章小结	315	本章小结	377
习题	315	习题	378
案例应用分析	315	案例应用分析	379
第10章 财务管理	318	第12章 管理信息化	381
10.1 财务管理概述	319	12.1 企业管理信息化概述	382
10.1.1 财务管理的内容	319	12.1.1 信息化与管理信息化	382
10.1.2 财务管理的职能	321	12.1.2 企业管理变革与 管理信息化	383
10.2 融资与投资管理	324	12.1.3 企业管理信息化的内容	386
10.2.1 融资管理	325	12.1.4 企业管理信息化的 基本原则	387
10.2.2 投资管理	332	12.1.5 企业管理信息化的	
10.3 成本、费用和利润管理	336		
10.3.1 成本和费用管理	336		



基本步骤	390
12.2 企业资源计划(ERP)	396
12.2.1 ERP 概述	396
12.2.2 ERP 的功能	399
12.2.3 ERP 的实施	404
12.2.4 ERP 软件的发展	407

本章小结	409
习题	410
案例应用分析	410
参考文献	413

企业是现代社会的经济基本单位，对社会、经济、文化、科学技术和人民生活等的发展发挥着越来越重要的作用。管理是生产力要素得以结合而发挥作用的前提，它对社会生产力可以起到放大和创新的乘数作用。企业管理是管理科学的一个分支，它应用管理学的基本原理和方法来研究企业经营活动的展开和生产要素的组合。实行科学的企业管理，是企业生存和可持续发展的必要保证。本章主要讲述企业和企业管理的基本知识，为以后各章的学习奠定必要的基础。

1.1 企业概述

1.1.1 企业的特点

1. 企业概念

企业是指从事生产、流通和服务等经济活动，为满足社会需要和实现自身发展，进行独立核算、自主经营、自负盈亏的经济组织。

企业是社会生产力发展到一定历史阶段的产物，并且伴随着社会的进步、经济的发展和科学技术水平的提高而成为现代社会的基本经济单位。

2. 企业特点

1) 企业是盈利性组织

企业是从事经济活动的组织，它不同于事业单位、公益单位和政府部门，它必须追求经济效益并获得盈利。没有盈利的企业就不能扩大再生产，企业终将会被淘汰。

2) 企业是社会性组织

企业不仅要满足顾客的需要，实现企业的长期发展，而且要满足股东、职工、交易对象、政府、社区及周围居民的需要。企业在自身发展，获取利润的同时，还应兼顾社会责任，包括：节约国家资源、为国家提供财政收入、为社会提供就业机会、保护环境等。也就是说企业必须在实现自身利益的同时，为社会创造财富。

3) 企业是独立性组织

企业在经营过程中是自主经营、自负盈亏、独立核算的，企业具有自己独立的财产与组织机构，以自己的名义进行经济活动。对生产过程中发生的债务，由企业负责清偿，当资不抵债时，企业必须以其全部财产承担清偿责任。

1.1.2 企业的类型

由于现代的经济环境极其复杂，企业就会有很多的类型。企业的类型可以从不同角度，通过不同的方法进行划分。



1. 按生产资料的所有制形式分类

按生产资料的所有制形式,将企业分为国有企业,集体企业,私营企业,联营企业,股份合作企业,外资及港、澳、台资企业。

(1) 国有企业。国有企业指资本全部或主要由国家或由国家授权的机构或部门投入,依法设立从事生产经营活动的组织。包括国家投资兴建的国有独资企业、国有控股企业以及一些适用《全民所有制工业企业法》并由国家投资的企业形式。

(2) 集体企业。集体所有制企业是指由劳动群众集体或集体性质的法人出资设立,企业的全部财产归集体所有的企业。

(3) 私营企业。私营企业是指由公民个人出资设立,雇佣一定数量的职工,企业的全部资产归公民个人所有的企业。私营企业包括所有登记注册的私营独资企业、私营合作企业和私营有限责任公司。

(4) 联营企业。联营企业是指由两个以上多种经济成分的企业法人、事业单位法人共同出资设立,企业的全部资产归全体出资者所有的企业。联营企业可以由几个全民所有制企业组成,可以由几个集体、私营企业组成,也可以由全民企业、集体企业、私营企业共同出资设立。

(5) 股份合作企业。股份合作企业是一种以合作制为基础,实行劳动者的劳动合作与资本合作相结合的企业组织形式。它具有股份制企业与合作制企业共同的优点。在股份合作企业中,劳动合作是基础,资本合作是员工共同为劳动合作提供的条件,员工既是劳动者,又是出资人。

(6) 外资及港、澳、台资企业。我国实行改革开放政策以来,先后发布了《中华人民共和国中外合资经营企业法》、《中华人民共和国外资企业法》和《中华人民共和国中外合作经营企业法》。

① 中外合资经营企业是指依照中国法律,由中国境外的外国公司、企业、其他经济组织或者个人与中国的企业或者其他经济组织在中国境内共同投资设立的合营企业。中外合资经营企业采取有限责任公司的形式,依法取得中国企业法人资格。

② 中外合作经营企业是指外国企业和外国的其他经济组织或者个人同中国境内的中国企业或其他经济组织,按照平等互利的原则,根据中国法律在中国境内出资或者提供合作条件设立的企业。中外合作经营企业设立的目的,一般是为了完成某个经营项目,为此,由合作双方订立契约。中外合作经营企业可以是独立企业法人性质即有限责任公司,也可以不具有独立企业法人资格。不具备独立企业法人资格的企业本身没有独立的企业财产所有权,企业只有一定的财产管理权和使用权,登记实践中,这类企业一般是由中方投资者提供土地、劳动力、项目、原材料及现有厂房、设备,外方投资者提供资金、设备、技术等作为投资。



③ 外资(独资)企业是指企业的全部资本均由一家或多家外国投资者投资的企业。企业由外商投资者经营,企业的利润和投资风险由外国投资者承担,外商独资企业采取有限责任公司的形式。

我国港、澳、台资企业指港、澳、台地区投资者参照我国有关涉外经济的法律、法规,以合资、合作和独资的形式在内地举办的企业。可分为合资经营企业、合作经营企业和港、澳、台资企业。港、澳、台资企业在中国内地的经营须遵守《中外合资经营企业法》《外资企业法》《中外合作经营企业法》。

2. 按照企业的法律形式分类

按照企业的法律形式,将企业分为个人独资企业、合伙企业、公司。

1) 个人独资企业

个人独资企业是指在中国境内设立,由一个自然人投资,财产为投资人个人所有,投资人以其个人财产对企业债务承担无限责任的经营实体。个人独资企业的优点:建立、歇业、转让简单自由,产权关系明确,经营者与所有者统一,经营方式灵活,决策迅速,保密性强。个人企业的缺点:企业的规模、积累和扩大投资的能力有限,企业主的经营风险大。

2) 合伙企业

合伙企业是指在中国境内设立的由各合伙人订立合伙协议,共同出资、合伙经营、共享收益、共担风险,并对合伙企业债务承担无限连带责任的营利性组织。合伙企业不具备法人资格。合伙企业的优点:相对于个人企业,合伙企业由于参与人数多,共同出资,共同管理,共同承担风险,因此其风险较小;合伙者都以自己的全部家产为企业担保,因而有利于提高企业的信誉。合伙企业的缺点:由于合伙企业是根据合伙人之间的契约建立的,当有人退出或加入时,都必须建立新的合伙关系,从而造成法律上的复杂性;由于合伙人众多,容易造成决策上的延误和差错;由于它集所有权和经营权于一体,经营积累较缓慢,并承担无限责任,因此适应不了大规模生产经营和生产现代化、社会化的需要。

3) 公司

公司是两个以上的投资者依照《中华人民共和国公司法》共同投资,依法组建,以盈利为目的的企业法人。

法人是具有民事权利能力和民事行为能力,独立享有民事权利和承担民事义务的组织。简言之,法人是具有民事权利主体资格的社会组织。法人必须同时具备四个条件,缺一不可。第一,法人必须是依法成立,经国家认可的社会组织;第二,法人必须拥有独立的财产作为其独立参加民事活动的物质基础;第三,有自己的名称、组织机构和场所;第四,能够独立承担民事责任。简言之,法人对自己的民事行为所产生的法律后果承担全部法律责任。



公司主要有两种形式：有限责任公司、股份有限公司。

(1) 有限责任公司。有限责任公司又称有限公司，它是指公司由法定数额的股东共同出资，股东以其出资额为限对公司承担有限责任，公司以其全部资产对其债务承担责任的企业法人。有限责任公司不对外公开发行股票，股东的出资额由股东协商确定。由国家授权投资机构或国家授权的部门单独设立的国有独资公司是有限责任公司的一种形式。有限责任公司有如下特征。

① 有限责任公司的股东人数有一定的限制，其人数一般规定在 2 人以上 50 人以下。

② 有限责任公司不能公开向社会公开发行股票及募集股份，它是通过投资者按确定的比例和出资方式形成股本总额的。其股东的出资额以股份权利证书形式加以确认，这种权利证书与股票不同，属于非有价证券，不准上市买卖。

③ 有限责任公司股份的转让受到严格的限制。股东之间可以相互转让各自的出资，但是当股东向股东以外的人转让其出资时，必须经全体股东过半数同意。这是因为有限责任公司带有浓厚的人合色彩，强调投资人之间的关系；对于不同意转让的，股东应当购买该转让的出资，如果不购买该转让的出资，视为同意转让。同时，经股东同意转让的出资，在同等条件下，其他股东对该出资有优先购买权，这一规定也是为了维护有限责任公司投资人之间的人合关系。

(2) 股份有限公司。股份有限公司又称股份公司，它是由一定人数的发起人设立，公司全部资本划分为等额股份，股东以其认缴股份为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司债务承担责任的企业法人。股份有限公司可分为上市股份有限公司和非上市股份有限公司。股份有限公司有如下特征。

① 股份有限公司的股东不得少于法律规定的最低限额，但无最高数额限制。由于股份有限公司在当代市场经济中具有十分重要的地位和作用，因此，各国法律对股份公司中股东人数的最低限额都作了明确具体的规定。如美国、法国、日本规定为 7 人，德国规定为 5 人，我国的《公司法》则规定“应有 5 人以上为发起人”。由于股份公司是通过发行股票的方式把社会上广为分散的资本集中起来经营，因此股权是相当分散的，股东人数是无需有最高限额规定的。

② 股份有限公司的资本划分为若干等额股份，股权平等。股份公司通过发行股票或债券筹集资本，广泛吸收社会的小额分散资金。股东按持股比例拥有相应的权利和义务。一股一权、股权平等。在这里，股东的个人身份、名誉、地位不再具有意义，任何人持有公司的股票，他就是公司的股东，享有相应的权利和义务。

③ 股份有限公司的股票不可退回，但可自由转让，具有充分的流通性。这一特征是公司经营稳定性、连续性的需要，只有保证法人资产的完整性、稳定性，公司运营才能连续和稳定。但股东可转让和买卖股票，股票的转让和买卖，事实上就是股权的转让和买卖，股票一旦被转让或卖出，相应的权利和义务也随之被转让和卖出。



④ 股份有限公司实行财务公开原则。我国《公司法》规定股份有限公司必须定期向全体股东、投资者、债权人、政府部门及其他社会公众公布其财务状况和经营状况，包括年度报告和有关的财务报表，如经营报告书、资产负债表、损益表、盈利分配表、财产目录，以便加强社会公众对公司的了解和监督，保护股东和债权人的利益。

表 1-1 从公司成立方式、股权表现形式、股东人数、股份转让限制、注册资本的最低限额、公司规模、所有权与经营权的分离程度几个方面对有限责任公司和股份有限公司进行了比较。

表 1-1 有限责任公司与股份有限公司的比较

比 较	比较项目	有限责任公司	股份有限公司
不 同 点	成立方式	依法定程序先由发起股东订立章程，然后各股东内部认足出资额，再进行注册、登记	多采用内部部分认购和部分向社会公开募集股份的方式成立，也有的采用全部内部认购方式成立
	股权表现形式	全部资本不划分为等额股份，股东的股权是通过投资占总资产比例大小来表示的	全部资本划分为等额股份，股东的股权是用持有多少股份来表示的
	股东人数	2~50 人	5 人以上，没有上限
	股份转让限制	不发行股票，对股东只发放一张出资证明书，股东转让出资要由股东会或董事会讨论通过	可以发行股票，股票可以自由转让和交易
	注册资本的最低限额	以生产经营或以商业批发为主的公司需 50 万元人民币；以商品零售为主的需 30 万元人民币；科技开发、咨询、服务性公司需 10 万元人民币	注册资本最低为 1000 万元人民币
	公司规模	中小型企业	大型企业
	所有权与经营权的分离程度	两权分离不明显，召开股东会较容易，股东权限也较大	两权分离较为突出，股东人数多，召开股东会难，所以股东权限相对较小，受到一定的限制
相 同 点	(1) 都是依法设立的企业法人 (2) 股东均负有限责任 (3) 公司均以全部财产对债务承担责任 (4) 公司组织均为股东大会、董事会和总经理 (5) 公司均有名称和章程		