

企业经济活动 分析大辞典

曾智武 主编

四川辞书出版社

企业经济活动 分析大辞典

曾智武 主编

四川辞书出版社

(川)新登字 009 号

特约编辑：杨忠学

责任编辑：戴雯
吴继琼

责任校对：张晓梅

封面设计：李强

技术设计：黄汉庭

企业经济活动分析大辞典

曾智武 主编

出版发行：四川辞书出版社

成都市盐道街三号 邮编：610012

经 销：四川省新华书店

印 刷：成都市金沙印刷厂

开 本：850×1168 毫米 1/32

版 次：1993 年 5 月第 1 版

1993 年 5 月第 1 次印刷

印 张：26 字数 1000 千

印 数：1—10000 册

ISBN7—80543—273—2/F·15

定价：28.60 元

编辑委员会

- 顾问：王叔云 乌家培 李京文 吴世经 张发钧 薛葆鼎
- 主编：曾智武
- 副主编：史可贵 代跃 陈汉新 林仕恒 曹中侯
- 编委：方英仁 冉亨茂 史可贵 厉国民 代跃 朱玉萍
刘玉福 刘兴富 刘惠龙 李义长 闵伟 阿卓哈布
季成忠 吴平（省农行） 陈汉新 陈志超 陈家云
林仕恒 罗燕清 赵智 胡赓鲁 钟永康 柳长翥
席旭 段崇建 曹中侯 钱书荣 卿成让 曾智武
鞠世昌
- 编写组长：企业经济活动分析一般 林仕恒
工业企业经济活动分析 曾智武
商业企业经济活动分析 曹中侯
农业企业经济活动分析 代跃
世界银行贷款项目分析 史可贵
其他有关辞目 陈汉新
- 编写人员：王军 王大昌 方英仁 计委 邓和 邓惠明
厉国民 冉亨茂 史可贵 代跃 田光霞 冯有福
冯勇 朱玉萍 朱世永 朱波 朱聶 刘玉福
刘兴富 刘清和 刘惠龙 刘益兰 任光杰 孙建军
李义长 李正远 李玉国 李世龙 李晋西 李海燕

李智辉	闵伟	阿卓哈布	杨新建	肖俊	吴平
吴平(省农行)		余成龙	余欣	余楠	季成忠
宋小英	张力上	张孟贤	张新蓉	张清平	张克毅
陈伟平	陈汉新	陈志超	陈实	陈家云	林仕恒
罗燕清	周文学	周德门	郑家泽	赵智	赵德武
胡庚鲁	段崇建	骆祺麟	秦丽娟	聂华齐	侯钧
钟永康	钟为京	钟维新	高勇	席旭	钱书荣
黄世举	黄庆伍	曹中侯	袁晓东	卿成让	彭韶兵
蒋永	曾兆莉	曾智武	靳志强	赖永国	谭真
鞠世昌	鞠敏	魏红梅	魏国明		

(以上均以姓氏笔划为序)



序

由曾智武同志主编的《企业经济活动分析大辞典》，是众多从事经济与金融方面理论研究、教育和实际工作者辛勤劳动的集体成果，是国内第一部系统介绍企业经济活动分析知识的大型工具书。

该辞典有以下特点：(1) 采用最新的企业经济活动的理论体系，把企业经济活动分析从事后分析上升为全方位分析，进而贯穿于企业经营活动的各个环节，并成为企业管理的组成部分。这是有新意的。(2) 条目涉及面宽、体系较为完整。在充分吸收西方经济发达国家管理会计长处的基础上，较详细地介绍了我国工业、商业、农业等各类型企业有关管理和分析的理论、方法。对世界银行贷款项目评估的内容，结合我国实际情况作了说明，这有利于在我国进行推广。还介绍了我国银行的

主要贷款种类，这有助于企业较好地处理包括与银行在内的各种关系。(3) 以全面经济效益为中心，对工业、农业企业经济活动的分析，沿着预测和决策阶段的预测、决策分析——计划和安排阶段的规划分析——实施和监督阶段的控制分析——检查和总结阶段的效果分析来进行，这有利于企业在产品、品种、质量、成本、利润和资金运用等各个方面进行正确地决策和安排，实施有效控制和监督，促进企业经济活动的良性循环。对商业企业采用从市场分析（包括市场调查和市场预测），依次确定各项计划，分析商品的购进、储运、销售、流通费用及财务成果，这能使企业在市场变化时，正确调整经营策略，以满足社会需要和取得最佳经济效益。(4) 体现了理论联系实际的原则、方法和程序，具有较强的可操作性，能满足企业管理人员的实际需要。

综上所述，我们认为这本大辞典的出版，将为各类企业管理人员和广大职工的经济活动分析提供一本十分有用的工具书；对于从事企业经营管理研究、教学和领导工作的同志，也将是一个得力的助手。我们希望《企业经济活动分析大辞典》真正成为广大企业工作者的良师益友。

乌家培 李京文

1992年4月10日

前 言

我们一群从事经济和金融的理论工作者、教育工作者和实践工作者，在曾智武同志协调、组织与带领下，经过艰苦辛勤的劳动，完成了《企业经济活动分析大辞典》的编写工作。

在我国，企业经济活动分析脱胎于会计学的财务分析，随着科学技术发展和企业管理水平的提高，它已成为企业管理科学的重要分支，而财务分析则成为企业经济活动分析的门类分析。在西方，管理会计亦渗入企业经营活动整个过程。因此，如何从我国企业实际出发，认真学习，消化吸收国外先进经验，并有所创新，建立具有中国特色的企业分析与管理体系，是一切从事经济和金融理论工作者与实践工作者所面临的急需解决的重大课题。

企业生存和发展的关键在于企业经济效益好坏，而经济效

益的好坏又取决于企业素质高低。企业素质高低不仅仅是先进的技术和设备,更需要的是人的素质——企业经营管理水平。自改革开放以来,我国企业得到了迅速发展,已成为我国国民经济的中坚力量。但是,企业产品质量较差,劳动生产率低,对市场适应能力较弱,这些已成为我国众多企业的通病,并严重制约这些企业的发展。究其原因,主要是企业经营管理水平较差,对其整个经营过程缺乏经济活动分析。因此,建立一个较为完整的符合我国国情的企业经济活动分析理论体系,并用它来武装企业的广大干部和职工,造就一批既熟悉企业特点,又掌握现代科学管理方法的企业经营者,使我国企业经营管理水平有大幅度提高,这正是我们编辑出版这本辞典的宗旨。

在本辞典的编撰过程中,得到了西南财经大学王叔云教授、吴世经教授,中国社会科学院薛葆鼎教授,国家信息中心乌家培研究员,中国社会科学院数量经济与技术经济研究所李京文研究员,中国农业银行成都市分行张发钧高级经济师的关心和指导,并由乌家培研究员和李京文研究员作序。我们全体编写人员对此深表谢意。

“实践是检验真理的唯一标准”。任何理论都应在实践中验证、发展和升华。本辞典仅起抛砖引玉的作用。对其留下的不如人意之处,敬请读者提出宝贵意见,以供再版修改。

《企业经济活动分析大辞典》

编 辑 委 员 会



凡 例

1. 本辞典共收企业经济活动分析及与其有关的常用辞目 2828 条。内容有：企业经济活动分析一般辞目、工业企业经济活动分析类辞目、商业企业经济活动分析类辞目、农业企业经济活动分析类辞目、世界银行贷款项目分析辞目、其他有关部分辞目等六部分。

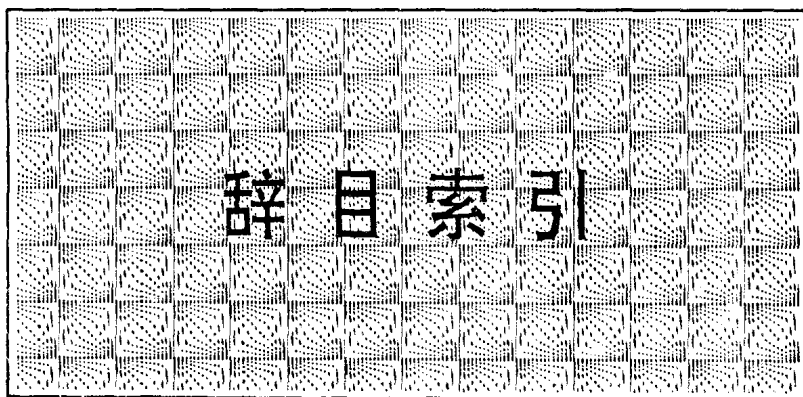
2. 本辞典的释文基本上按一目一条编写。凡同一个内容的名词有几个通用名称的，选择应用比较广泛或确切的名词为正目，其余名词在辞目释文中列出。凡某些在内容上有密切相关的辞目，一般作为参见主要名词释文处理。

3. 辞目目录和正文均按企业经济活动分析一般、工业企业经济活动分析、商业企业经济活动分析、农业企业经济活动分析和世界银行贷款项目分析和其他有关部分排列。

4. 正文末附有全书辞目的汉字笔画索引。笔画索引按第一字的笔画由少到多的顺序排列,笔画数相同的字按起笔笔形一、丨、丿、丶、フ的顺序排列。第一字相同的,依次按后面各字的笔画数和起笔笔形顺序排列。首字为阿拉伯数字或外字母的辞目排在最后。

总 目

序	[3—4]
前 言	[5—6]
凡 例	[7—8]
辞目索引	[1—45]
正 文	[1—726]
笔画索引	[1—46]



企业经济活动分析一般

经济活动·····	1	农业企业经济活动分析意义·····	5
宏观经济活动·····	1	银行分析企业经济活动意义·····	5
微观经济活动·····	1	企业经济活动分析对象·····	5
企业经济活动·····	1	企业经济活动分析内容·····	6
经济活动分析·····	1	工业企业经济活动分析	
企业经济活动分析·····	2	指标体系·····	6
经济效益·····	2	商业企业经济活动分析	
企业经济效益·····	2	指标体系·····	6
企业经济效益形态·····	2	农业企业经济活动分析	
生态效益·····	3	指标体系·····	6
规模效益·····	3	实物指标·····	7
社会经济效益·····	3	价值指标·····	7
全面经济效益·····	3	数量指标·····	7
技术效果·····	3	质量指标·····	7
工业技术经济效果·····	4	工业企业经济活动分析	
农业技术经济效果·····	4	基本任务·····	7
单项技术经济效果·····	4	商业企业经济活动分析	
综合技术经济效果·····	4	基本任务·····	7
工业企业经济活动分析意义·····	4	农业企业经济活动分析	
商业企业经济活动分析意义·····	5	基本任务·····	8

企业经济活动分析原则.....	8	企业	19
企业经济活动分析组织.....	8	资本主义企业	20
企业经济活动分析形式.....	9	社会主义企业	20
企业经济活动分析一般方法.....	9	企业活力	20
企业经济活动分析技术方法	10	企业应变能力	20
比较分析法	10	企业反馈能力	20
比率分析法	10	技术进步	21
结构分析法	11	国有企业	21
动态分析法	11	集体企业	21
数字联想分析法	11	街道企业	21
因素分析法	11	乡镇企业	21
连环替代分析法	11	乡镇工业企业大配套论	22
差额计算分析法	12	乡镇工业企业宏观分类	22
因式分解分析法	12	国际大循环发展战略	22
投入产出分析法	13	私人企业	22
平衡分析法	14	合资企业	23
指数分析法	14	独资企业	23
计算总指数分析法	14	股份企业	23
边际分析法	15	一轻企业	23
试算分析法	15	二轻企业	23
敏感性分析法	15	合伙企业	23
综合评价分析法	16	合作企业	24
系统分析法	16	手工业合作企业	24
预测分析法	16	大型企业	24
经验预测分析法	16	中小型企业	25
调查综合分析法	17	农村合作社	25
时间序列分析法	17	国有农场	25
企业经济活动分析报告	17	家庭农场	25
经济活动分析会议	17	两户一体	26
企业经济活动分析报告分类	17	新经济联合体	26
分析报告内容和结构	18	劳动密集型企业	26
编写分析报告应注意的问题	18	资金密集型企业	26
全方位经济活动分析	18	知识密集型企业	27
预测、决策分析.....	18	技术密集型企业	27
规划分析	19	高新技术产业	27
控制分析	19	交通运输企业	27
效果分析	19	邮电企业	28

- 物资企业 28
- 旅游企业 28
- 金融企业 28
- 中国人民银行 29
- 中国工商银行 29
- 中国农业银行 29
- 中国人民建设银行 30
- 中国投资银行 30
- 中国交通银行 30
- 中国银行 31
- 中国人民保险公司 31
- 中信实业银行 31
- 农村信用合作社 32
- 城市信用合作社 32
- 证券公司 32
- 当铺 32
- 信息 32
- 信息真实性 33
- 信息有效性 33
- 信息时效性 33
- 信息目的性 33
- 信息价值 33
- 信息作用 34
- 技术信息 34
- 经济信息 34
- 市场信息 34
- 信息库 34
- 企业经营目标 35
- 企业经营计划 35
- 企业经济责任制 35
- 经济核算 35
- 业务核算 36
- 会计核算 36
- 统计核算 36
- 企业经营战略 36
- 经营者 36
- 经营者任务 37
- 经营者职责 37
- 经营者素质 37
- 经营者作风 38
- 经营者道德 38
- 经营要素 39
- 经营环境 39
- 经营形式 39
- 经营预测 39
- 企业经营预测内容 39
- 中长期预测 40
- 短期预测 40
- 市场预测 40
- 宏观市场预测 40
- 微观市场预测 40
- 资金预测 40
- 资源预测 41
- 企业经营预测程序 41
- 个人判断法 41
- 集合意见法 41
- 专家征询法 41
- 算术平均法 41
- 移动平均法 41
- 指数平滑法 42
- 一元回归分析法 42
- 二元回归分析法 42
- 经营决策 42
- 经营决策原则 42
- 经营决策依据 43
- 定量决策 43
- 定性决策 43
- 单目标决策 43
- 多目标决策 43
- 管理决策 44
- 战略决策 44
- 战术决策 44
- 高层决策 44
- 中层决策 44

基层决策	44	国际市场	52
常规决策	44	资本主义市场	52
非常规决策	45	社会主义市场	52
风险决策	45	消费品市场	53
随机决策	45	工业品市场	53
经营决策程序	45	生产资料市场	53
量本利决策法	45	劳务市场	53
线性规划决策法	45	技术市场	53
动态规划决策法	46	转卖者市场	54
边际分析决策法	46	社会集团市场	54
决策表法	46	农村商品市场	54
决策树法	47	市场营销	54
悲观决策法	47	企业市场营销系统	55
乐观决策法	47	市场营销中心	55
乐观系数决策法	47	市场营销观念	55
后悔值决策法	48	社会市场营销观念	55
市场	48	市场营销手段	56
市场机制	48	以销定产(进)	56
市场机体结构	48	以需定产(进)、以产(进)促销	56
市场机制研究方法	48	消费者需要特征	56
市场结构	49	消费者需要层次	57
市场经济结构	49	消费者购买过程	57
市场控制	49	消费者购买类型	57
社会主义基本经济规律	49	消费者购买习惯	57
按劳分配规律	49	市场战略	58
商品经济共有规律	49	市场细分	58
供求规律	49	市场细分作用	58
货币流通规律	50	市场细分原则	58
价值规律	50	市场细分标准	59
竞争规律	50	市场细分程序	59
市场功能	50	目标市场	59
市场作用	50	目标市场战略	59
市场分类	51	确定目标市场战略依据	60
资金市场	51	市场定位	60
批发市场	51	市场定位战略	60
零售市场	51	市场营销组合	60
国内市场	52	市场营销组合原则	61

产品市场生命周期	61	分销渠道结构	69
延长产品市场生命周期方法	61	中间商环节	69
导入期市场营销策略	61	批发商	70
成长期市场营销策略	62	零售商	70
成熟期市场营销策略	62	代销	70
衰退期市场营销策略	62	分销渠道选择原则	70
定价策略	62	直接性销售渠道策略	70
企业定价原则	62	间接性销售渠道策略	71
成本加成定价法	62	广泛性销售渠道策略	71
目标报酬定价法	63	专营性销售渠道策略	71
反向定价法	63	选择性销售渠道策略	71
投标定价法	63	促进销售策略	71
边际成本定价法	63	促进销售	71
差别定价法	63	应用销售法	72
调拨定价法	64	送货销售法	72
服务定价法	64	巡回销售法	72
零头定价法	64	服务销售法	72
习惯定价法	64	网点销售法	72
新产品定价策略	64	访问销售法	72
折价让价策略	65	广告销售法	72
心理定价策略	65	邀请销售法	72
特价商品定价策略	66	代销试销法	72
价格体系	66	信誉销售法	73
农产品价格	66	促进销售策略选择	73
商品比价	66	人员推销	73
工农业产品比价	67	人员推销步骤	73
剪刀差	67	人员推销策略	73
商品差价	67	赊销	74
农产品比价	68	消费信贷	74
农产品收购差价	68	邮寄销售	74
农产品地区差价	68	广告	74
农产品批零差价	68	社会主义广告基本要求	74
农产品季节差价	68	公共关系	75
农产品质量差价	69	公共关系宣传	75
商品调价	69	商标	75
销售策略	69	包装	75
分销渠道	69	大市场营销	76