

# Management



面向21世纪高职高专规划教材

Industrial and  
commercial enterprises

# 工商企业 管理学

Gongshang Qiye Guanlixue

主 编 李卫红 赵钧铎  
副主编 李闷管  
编 委 唐优泉 王艳梅



电子科技大学出版社

# Enterprises



面向21世纪高职高专规划教材

# 工商企业 管理学

主 编 李卫红 赵钧铎  
副主编 李闷管  
编 委 唐优泉 王艳梅



电子科技大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

工商企业管理学 / 李卫红, 赵钧铎主编. — 成都: 电子科技大学出版社, 2009.8

ISBN 978-7-5647-0337-0

I. 工… II. ①李…②赵… III. 工商企业—企业管理—高等学校—教材 IV. F276.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 143372 号

## 内容提要

本书突出工商企业管理实践的需要, 根据企业管理学科的框架体系, 分为企业管理基础、企业环境、企业计划和决策工作、企业组织工作、领导与激励、企业控制工作和创新管理等 7 个部分。

本书以体现高职高专教材特色作为出发点, 突出企业管理的实践性。在内容取舍上, 坚持实践性、针对性原则, 根据高职高专学生将来工作岗位所需的管理技能来选择教学内容, 在教材内容设计上, 除正文外, 设置了“学习目标”、“引例”、“复习与思考”、“实践”、“案例分析”、“延伸阅读”, 以尽可能适应高职高专教师少讲、精讲, 学生多练教学方式的需要。

## 工商企业管理学

主 编 李卫红 赵钧铎

副主编 李闷管

编 委 唐优泉 王艳梅

---

出 版: 电子科技大学出版社(成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦 邮编: 610051)

策划编辑: 谢晓辉

责任编辑: 谢晓辉

主 页: [www.uestcp.com.cn](http://www.uestcp.com.cn)

电子邮箱: [uestcp@uestcp.com.cn](mailto:uestcp@uestcp.com.cn)

发 行: 新华书店经销

印 刷: 南京文博印刷厂

成品尺寸: 185mm×260mm 印张 21.25 字数 525 千字

版 次: 2009 年 8 月第一版

印 次: 2009 年 8 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5647-0337-0

定 价: 32.00 元

---

■ 版权所有 侵权必究 ■

◆ 本社发行部电话: 028-83202463; 本社邮购电话: 028-83208003。

◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。

# 前 言

进入 21 世纪,我国社会经济发展取得了一定成果,市场经济的脚步深深地震撼着每个人的心。全国人大副委员长陈昌智在“2008'中国非公有制经济发展论坛”发言中指出,“截止 2007 年底,中国工商部门注册的中小企业达 430 多万户,个体经营户达 3800 多万户,占全国企业总数的 99.8%。中小企业实现的工业总产值占全国工业企业总产值的 67.71%,上缴税收占全国工业税收总额的 58.72%,提供了 75%以上的城镇就业岗位。中小企业成为技术创新的主力军,我国 65%的专利、75%以上的技术创新、80%以上的新产品开发,都是由中小企业完成的”。我国企业经历了三十多年的改革开放,从计划经济时代步入社会主义市场经济时代,人们开始认识到管理理论对实践中的组织(企业等)产生的巨大作用。无论是管理人员还是技术人员,都需要很好地理解和实现个人和其所在组织的目标,这就需要了解管理、学好管理。

作为高职高专经济管理类教材,本书力求突出高职高专教育的特点和要求,按照高职高专教育为生产、建设、管理、服务第一线培养应用型专门人才的要求,以强化基础,突出应用,加强管理理论实际操作能力的培养,突出案例教学,便于教师教学和学生动手实践,以达到培养学生素质和提高管理实践技能的目的。

本教材以“管理学”的基本理论为基础,以工商企业运作的客观规律为研究对象,坚持高职高专教材的“实用性”、“实践性”原则,比较全面地论述了现代工商企业管理的理论与方法。在教材编写中,既注意到管理理论的新发展,又考虑到广大高职高专学生的基础和需要,力求做到深入浅出。

本教材的章节结构共分为七章。第一章“企业与管理”,介绍了企业与管理的概念、管理者及管理者角色、管理理论的产生与发展、企业与管理的关系;第二章“企业环境与企业文化”,介绍了企业与环境的关系、企业文化、管理道德、企业的社会责任;第三章“计划”,主要介绍了计划职能的基本知识,以及决策、战略管理、市场营销应用等知识;第四章“组织”,主要介绍了组织职能的基本知识,以及人力资源管理、组织变革等知识;第五章“领导”,主要介绍了领导职能的基本知识,以及组织激励与组织沟通等知识;第六章“控制”,主要介绍了控制职能的基本知识,以及生产作业管理、质量管理等知识;第七章“创新与未来管理”,介绍了企业管理理论在实践中新的变化发展趋势、技术创新管理、知识管理、信息管理等知识。各章编排依学习目的、引例、正文、本章小结、思考与分析、实践练习、案例分析、延伸阅读展开。

本课程的教学应当注重采用案例教学法和多媒体课件教学法,在案例的选用上以我国企业为主,课堂教学案例讨论中采取的新的教学方法和手段,以增进学生理论联系实际的分析能力,使其掌握好基本的必要的工商管理知识。对于每章后附的“实践”与“案例分析”,不要走过场,一定要保证让学生亲身经历,这样才能真正达到理论联系实际、真正掌握知识的目的。

本教材适用于高职高专院校各专业使用。亦可用为成人高等教育、本科院校非管理类专业开设管理课程的各专业使用。

本教材编写过程中参阅了大量的相关著作和教材，谨在此向这作者、译者表示感谢。李卫红、赵钧铎担任主编，李闷管担任副主编。具体编写分工情况如下：李卫红撰写第一章、第三章，王艳梅撰写第二章，赵钧铎撰写第四章（除第三节外）、第七章，李闷管撰写第四章第三节、第五章，唐优泉撰写第六章。本书最后由李卫红统稿。

由于时间仓促，水平有限，书中难免有错漏及不足之处，敬请读者批评指正。

编 者

2009年6月于桂林

## 目 录

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一章 企业管理概述.....        | 1  |
| 第一节 企业及其分类.....        | 1  |
| 一、企业的概念.....           | 2  |
| 二、企业的分类.....           | 3  |
| 第二节 管理与管理的流程.....      | 9  |
| 一、什么是管理.....           | 9  |
| 二、管理的对象——资源.....       | 11 |
| 三、管理的职能.....           | 12 |
| 四、管理的任务.....           | 13 |
| 五、管理的艺术性和科学性.....      | 14 |
| 第三节 企业管理者.....         | 15 |
| 一、管理者的含义.....          | 16 |
| 二、管理者和操作者.....         | 16 |
| 三、管理者的角色、知识与技能.....    | 19 |
| 四、管理者工作及主要影响因素.....    | 23 |
| 五、5种心态集于一身的管理者.....    | 25 |
| 第四节 管理的理论体系.....       | 26 |
| 一、传统管理学派.....          | 26 |
| 二、近代管理学派.....          | 30 |
| 三、现代系统管理学派.....        | 33 |
| 第五节 企业的成长与管理理论的发展..... | 35 |
| 一、现代企业与现代管理.....       | 35 |
| 二、现代管理理论的主干.....       | 36 |
| 三、现代管理理论的最新思潮.....     | 37 |
| 第二章 企业环境与企业文化.....     | 44 |
| 第一节 企业宏观外部环境.....      | 45 |
| 一、企业外部环境.....          | 45 |
| 二、企业环境的特征.....         | 47 |
| 三、企业与环境的关系.....        | 49 |
| 第二节 企业文化.....          | 50 |
| 一、企业文化及其功能.....        | 51 |
| 二、企业文化的内容.....         | 56 |
| 三、企业文化的学习及重塑.....      | 58 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第三节 管理道德与企业的社会责任.....     | 60  |
| 一、管理道德.....               | 60  |
| 二、企业社会责任.....             | 64  |
| 第三章 计划.....               | 75  |
| 第一节 决策.....               | 75  |
| 一、决策概述.....               | 75  |
| 二、决策的程序.....              | 76  |
| 三、决策的类型.....              | 77  |
| 四、决策的方法.....              | 78  |
| 第二节 计划与目标.....            | 83  |
| 一、计划与计划工作过程.....          | 84  |
| 二、目标与目标管理.....            | 93  |
| 第三节 计划与战略管理.....          | 96  |
| 一、战略的概念与构成.....           | 97  |
| 二、制定战略计划的基本过程—— 战略管理..... | 99  |
| 第四节 市场营销管理.....           | 111 |
| 一、市场营销及其管理过程.....         | 111 |
| 二、市场营销组合策略.....           | 117 |
| 第四章 组织.....               | 139 |
| 第一节 组织概述.....             | 139 |
| 一、组织的概念.....              | 139 |
| 二、组织的要素.....              | 141 |
| 三、组织的类型.....              | 142 |
| 第二节 组织设计与组织结构.....        | 142 |
| 一、组织设计的原则.....            | 142 |
| 二、组织设计的相关因素.....          | 146 |
| 三、几种基本的组织结构类型.....        | 147 |
| 第三节 组织职权分配.....           | 150 |
| 一、正式组织与非正式组织.....         | 150 |
| 二、职权.....                 | 151 |
| 三、直线职权与参谋职权.....          | 154 |
| 第四节 组织中的人力资源管理.....       | 155 |
| 一、人力资源管理的含义和特点.....       | 156 |
| 二、人力资源管理的基本原理.....        | 157 |
| 三、人力资源管理过程.....           | 158 |
| 四、人力资源规划.....             | 158 |
| 五、人员的招聘和甄选.....           | 166 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 六、人力资源的培训 .....     | 167 |
| 七、薪酬和福利 .....       | 169 |
| 八、员工职业生涯管理 .....    | 171 |
| 九、人力资源控制 .....      | 175 |
| 第五节 组织变革 .....      | 177 |
| 一、组织变革的影响因素 .....   | 177 |
| 二、组织变革的动力和阻力 .....  | 178 |
| 三、组织变革的过程 .....     | 180 |
| 第五章 领导 .....        | 187 |
| 第一节 领导概述 .....      | 187 |
| 一、领导的含义 .....       | 188 |
| 二、领导的职能和作用 .....    | 188 |
| 三、领导的权力与影响 .....    | 189 |
| 四、领导与管理的区别 .....    | 192 |
| 第二节 领导理论 .....      | 193 |
| 一、人性假设理论 .....      | 193 |
| 二、领导特性理论 .....      | 197 |
| 三、领导行为理论 .....      | 199 |
| 四、领导权变理论 .....      | 203 |
| 第三节 激励 .....        | 206 |
| 一、激励的概念及其作用机制 ..... | 207 |
| 二、激励理论 .....        | 210 |
| 三、激励的方式 .....       | 223 |
| 第四节 沟通 .....        | 226 |
| 一、沟通概述 .....        | 226 |
| 二、沟通的分类 .....       | 230 |
| 三、沟通的渠道 .....       | 232 |
| 四、沟通的原则与方法 .....    | 235 |
| 五、沟通的障碍及控制 .....    | 238 |
| 第五节 团队和团队工作 .....   | 240 |
| 一、团队的内涵和特征 .....    | 240 |
| 二、团队的价值 .....       | 242 |
| 三、团队的形成与发展 .....    | 243 |
| 五、团队建设的途径 .....     | 245 |
| 第六章 控制 .....        | 254 |
| 第一节 控制及控制系统 .....   | 255 |
| 一、控制的含义 .....       | 255 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 二、控制的必要性.....       | 256 |
| 三、控制模式.....         | 258 |
| 四、管理控制系统.....       | 259 |
| 第二节 控制的过程与有效性.....  | 260 |
| 一、控制的基本过程.....      | 260 |
| 二、有效控制的基本特征.....    | 262 |
| 三、控制机能的障碍.....      | 264 |
| 第三节 控制的基本方法.....    | 265 |
| 一、预算控制.....         | 265 |
| 二、生产作业控制.....       | 268 |
| 三、质量控制.....         | 271 |
| 四、成本控制.....         | 274 |
| 第七章 创新与未来管理.....    | 282 |
| 第一节 管理的发展趋势.....    | 283 |
| 一、未来企业竞争的趋势.....    | 283 |
| 二、未来管理的变革趋势.....    | 285 |
| 三、未来管理的发展趋势.....    | 289 |
| 第二节 创新管理.....       | 290 |
| 一、创新管理的概念.....      | 290 |
| 二、创新的管理职能分析.....    | 291 |
| 三、创新的类型.....        | 292 |
| 四、创新的过程.....        | 299 |
| 第三节 知识管理.....       | 301 |
| 一、知识管理的含义与过程.....   | 301 |
| 二、知识管理的实施步骤.....    | 305 |
| 三、知识管理发展的趋势.....    | 308 |
| 第四节 信息管理.....       | 310 |
| 一、信息.....           | 310 |
| 二、信息流.....          | 312 |
| 三、企业信息管理系统.....     | 314 |
| 四、电子商务技术及其管理应用..... | 318 |
| 参考文献.....           | 329 |



# 第一章 企业管理概述

【学习目的】

- 掌握企业的概念和分类；
- 明确管理的概念，熟悉管理的资源；
- 掌握管理者的含义及分类；
- 明确管理者的角色、知识与技能；
- 掌握管理理论发展各阶段各主要派别的典型人物所代表的管理思想；
- 了解现代管理理论发展的新思潮。

## 第一节 企业及其分类

【引例】

### 1999 年世界 500 强中的中国企业

美国《财富》杂志评出的 1999 年全球最大的 500 家企业中，我国大陆有 5 家企业榜上有名。该杂志每年根据各大公司的销售收入排出座次，1999 年排在第一位的是通用汽车公司。第二到第五位的分别是戴姆勒——克莱斯勒公司、福特汽车公司、沃尔玛百货公司、三井物产株式会社。中国石化集团和中国工商银行都是首次参与评选并取得较高的名次，分别排在第 73 位和 160 位。中国银行和中国化工进出口集团较早参与这一排名，名次分别为 171 名和 304 名。中国粮食进出口公司自 1994 年开始参与评选，连续 4 年榜上有名，排在 362 位。各企业的主要经营指标如下：

| 中国石油化工集团公司 |       |          |         | 金额单位：亿美元 |
|------------|-------|----------|---------|----------|
| 销售收入       | 利润    | 总资产      | 股东权益    | 雇员人数（万人） |
| 340.252    | 1.942 | 516.053  | 186.862 | 119      |
| 中国工商银行     |       |          |         | 金额单位：亿美元 |
| 销售收入       | 利润    | 总资产      | 股东权益    | 雇员人数（万人） |
| 218.303    | 4.167 | 3909.157 | 221.959 | 56.5619  |
| 中国银行       |       |          |         | 金额单位：亿美元 |
| 销售收入       | 利润    | 总资产      | 股东权益    | 雇员人数（万人） |
| 211.439    | 6.839 | 3379.291 | 172.426 | 19.7547  |

中国化工进出口集团公司

金额单位：亿美元

| 销售收入    | 利润    | 总资产    | 股东权益   | 雇员人数（万人） |
|---------|-------|--------|--------|----------|
| 137.933 | 6.839 | 49.537 | 10.401 | 0.8219   |

中国粮油进出口公司

金额单位：亿美元

| 销售收入    | 利润    | 总资产    | 股东权益   | 雇员人数（万人） |
|---------|-------|--------|--------|----------|
| 124.019 | 0.932 | 47.700 | 15.997 | 2.8      |

问题：世界 500 强企业的衡量标准是什么？

人类社会的进步主要表现为生产和生活方式的发展变化，而企业正是现代社会中为这种发展变化提供动力的最基本单位。企业的活动几乎影响到社会生活的所有方面，从人们的日常衣食住行，到政府、学校等机构的日常工作运作，都离不开各类企业所提供的形形色色的产品和服务；飞速发展的科学技术只有在企业的生产经营活动中才能转化为生产力，为人类作出贡献；国民经济的增长也主要是通过企业来实现的。简而言之，企业是现代社会的经济基础。

### 一、企业的概念

横向看，不同的国家、不同的学者对企业的概念有不同的表述和理解。纵向看，企业也是一个随着社会发展而产生并不断变化的概念。欧洲文字中用以指称企业的词汇“enterprise”早在中世纪就已出现，它最初是指具有一定风险的工作，如海上运输，后来一般泛指艰巨、复杂或冒险性的事业。尽管这个词的原意与其今天的含义已大不相同，但它所强调的风险性却仍然隐含在现代企业的经营活动中。汉语中“企业”一词则是近代从日文中引入的，《辞源》中将其解释为以营利为目的的组织。

一般而言，企业（enterprise）是指依法设立，为满足社会需要并获取盈利，从事商品生产、流通或服务性经营活动的经济组织。这一概念包括以下含义：

1. 企业是从事商品生产、流通或服务性经营活动的经济组织而不是政治、文化、军事等其他组织。企业作为一种经济性组织，表明企业是一个经济资源的投入—产出系统，企业投入人力、财力、物力、信息和技术等资源，通过其生产活动、流通活动、服务活动过程，为社会提供产品和服务，从而区别于其他社会组织。

2. 企业是建立在满足社会需要基础之上的营利性经济组织。企业作为一种经济性组织，具有营利性，以盈利最大化作为其经济方面的目标，即企业以提供社会需要的、接受的产品和服务为前提，追求投入—产出转换过程中“产出 / 投入”之比的最大化，或者说盈利（利润）的最大化，从而区别于行政事业单位和福利性机构。盈利是企业创造附加价值的组成部分，也是社会对企业所提供产品和服务满足社会需要的认可与报酬。在发育完善的市场体系下，企业所获得的利润报酬与其为社会所作的贡献成正比；而不能获利或亏损的企业，则可认为是在占用、浪费、损害社会经济资源，在一定程度上是不应让其继续存在的。企业能获得盈利因而继续存在，除了市场和用户需要得到满足，还意味着企业股东（或业主）财富的增加、员工生活水平的提高、企业自身的扩大再生产以及政府税收的增加、国民福利水平的



提高和公益事业的发展。因此,获取盈利既是企业追求的基本目标和行为的直接动力,也是社会对企业的经济要求,即企业作为一种营利性经济组织,是具有社会性经济功能的。

经济组织是社会组织的有机组成部分,企业作为一种经济组织,其社会性功能不仅体现在经济方面,更不是单纯地从属于其经济功能,也不是简单地反映为“取之于社会,需用之于社会”的道义方面的要求。实际上,在现代社会条件下,企业已是一个向社会全面开放、与社会全面互动的系统,企业概念中的“满足社会需要”不仅指满足用户的需要,还包括了满足企业生产经营活动及其结果的一切“利益相关者”的需要,即包括满足企业的协作者、中间商,企业的股东(或业主)、经营管理人员、员工,企业所在社区以及政府和社会公众等等各方面的需要和要求,因为这些“利益相关者”构成了企业的社会环境,促进和制约着企业的生产经营活动,促使企业的社会性功能必须在企业的社会及政治责任中体现出来。更有甚者,生态环境既是企业也是全社会、全人类生存发展的自然条件,在生产经营过程中保护和建设生态环境也无可回避地成为现代企业社会责任的延续。

3. 企业须依法设立。企业须依法定的条件和程序设立,如选择一定的企业法律形式,在拥有专门的企业名称、固定的工作地点、一定额度的资金等规定条件下,通过向政府主管部门申请,进行登记注册,以便在生产经营活动中取得法定的民事权利并承担相应的责任义务。依法设立,意味着企业具有独立经营权力,并要履行法定义务和承担企业亏损的责任。

## 二、企业的分类

### (一) 按企业所属的行业或企业经营的事业领域分

每个企业在其创立之初或经营一个战略期限后,都必须首先或重新寻找自己存在的价值和理由,选定自己从事的一个或若干个事业领域,明确企业新的战略期限内的生产范围和市场范围,例如将自己的事业领域定位为家电业或(和)旅游业。这也就决定了企业从事的生产经营活动在国民经济的产业结构体系中所属的行业范围和所处的产业链环节。

产业和行业都是一个相对可大可小的概念,并在使用中有不同的用途。根据我国的《国民经济行业分类》标准(GB/T 4754-2002),涉及经济活动的行业可以划分成行业门类 20 个,行业大类 95 个,行业中类 396 个,行业小类 913 个。20 个行业门类为:

A: 农、林、牧、渔业; B: 采矿业; C: 制造业; D: 电力、燃气及水的生产和供应业; E: 建筑业; F: 交通运输、仓储和邮政业; G: 信息传输、计算机服务和软件业; H: 批发和零售业; I: 住宿和餐饮业; J: 金融业; K: 房地产业; L: 租赁和商务服务业; M: 科学研究、技术服务和地质勘察业; N: 水利、环境和公共设施管理业; O: 居民服务和其他服务业; P: 教育; Q: 卫生、社会保障和社会福利业; R: 文化、体育和娱乐业; S: 公共管理和社会组织; T: 国际组织。其中,按照三次产业划分原理,第一(次)产业包括农、林、牧、渔业;第二(次)产业包括采矿业,制造业,电力、燃气及水的生产和供应业,建筑业;其余行业属于第三(次)产业。农、林、牧、渔业有时泛称为农业。采矿业,制造业,电力、燃气及水的生产和供应业统称为工业。也有的国家将采矿业归为第一产业。

当然,有的企业是属于跨行业、多样化(或称多角化,即多事业领域)经营的企业。

### (二) 按企业的法律形式分

企业在设立时,必须选择一定的法律形式,以确立不同的出资方式和债务责任形式。各国常见的企业法律形式主要包括业主制、合伙制和公司制。

### 1. 业主制企业（个人独资企业，single proprietorship, proprietorship）

业主制也称个人业主制，在我国也称个人独资企业，是指由单个人出资，并由出资者个人所有、个人经营和控制，个人业主对企业的债务承担无限责任的企业。这是一种最古老、最简单、最普遍的企业形式。

业主制企业由企业主个人投资兴办，通常也由企业主自己直接经营（当然也可以雇用或委托他人经营），企业主享有企业的全部经营所得，拥有绝对的权威和完整的所有者权利；但企业主同时也要对企业的债务负完全的经营责任，如果企业经营失败，出现资不抵债的情形，企业主必须用其全部个人财产（包括未投入本企业的个人财产，在有些情况下甚至包括其家庭共有财产）承担债务清偿责任。

业主制的主要优点是：企业主因须承担企业的全部盈亏责任，生产经营的积极性高；企业的设立和歇业程序简便，经营控制权结构单一，因此利于灵活经营、快速决策，在一定情况下更能够灵活、快速地适应各种小量、分散、多变的市场需求。

业主制的主要缺点是：企业资本来源单一，企业规模一般很小，难以承担较大规模的经营项目；企业主须对企业的债务承担无限责任，风险很大；作为一种自然人企业，企业的寿命往往较短，当企业主重病、坐牢、死亡时，企业往往就终止了。

因此，业主制比较适用于零星分散的小规模经营，在个体农业、建筑手工业、零售商业以及服务行业和自由职业中所占比例较大。

### 2. 合伙制企业（合伙企业，partnership）

合伙制是指由两个或两个以上的个人共同出资、共同经营、共同所有和控制，各出资人对企业的债务承担连带无限责任的企业。

合伙制企业需要通过协议的形式，确定合伙人之间的权利与义务关系。协议内容一般包括：（1）利润和亏损如何分配；（2）各合伙人的责任（出资额、主要经营管理职责等）；（3）老合伙人退出和新合伙人进入的办法；（4）企业关闭后，如何分配资产等。

合伙制企业的债务清偿也是无限责任方式的。不仅如此，在合伙制企业中，合伙人对企业的债务还要承担连带责任，即要求有清偿能力的合伙人，对无清偿能力的合伙人所负的债务承担替代清偿责任。

合伙制企业的主要优点是：便于资本和经营能力的结合；企业的设立和歇业程序相对简便，经营控制权结构相对单一，因此相对利于灵活经营、快速决策，在一定情况下更能够灵活、快速地适应各种小量、分散、多变的市场需求。

合伙制企业的主要缺点是：合伙制企业的资本来源比业主制企业要多，但仍然有限，企业规模一般较小；合伙人须对企业的债务承担连带无限责任，风险仍然很大；作为另一种自然人企业，合伙制企业的寿命往往也较短，当合伙人退出，或重病、坐牢、死亡，导致合伙人数低于法定人数时，合伙企业往往也就终止了。

因此，合伙制一般适用于规模较小的企业，特别适用于那些业主的个人信誉和个人责任具有很大重要性的企业，如律师事务所、会计师事务所、资产评估事务所、诊所等。

### 3. 公司制企业（公司，corporation, company）

业主制和合伙制企业都是自然人企业，公司制企业则是法人企业，具有法人资格。所谓法人，是自然人的对称，指具有独立法律人格的社会组织，即它具有独立的财产所有权和控制权，依法成立，能以其社会组织的名义进行民事活动，行使法定民事权利并承担法定民事



义务。在我国，公司制企业、享有独立经费预算的行政机关和事业单位，以及社会团体，依法定条件和程序申请，经政府主管机关核准登记后，可取得法人资格。

公司制企业，或称公司，是指由两个或两个以上的出资者即股东共同集资，依法定的条件和程序设立的法人企业。企业法人尽管最终是由自然人组成的，但是它一旦确立就获得独立的法人地位，法人的财产也取得独立形态而同作为最终出资者的自然人的个人财产相分离。不论这些法人企业的最终出资者（自然人）如何变换、如何转让股权，是否死亡，或者是否增加或减少出资者人数，公司作为独立法人都不会受太大影响。加之公司设立后股东不得抽回出资，因而公司制企业在理论上可以永续经营，除非公司歇业或破产。

根据《中华人民共和国公司法》的规定，我国公司制企业可采取两种具体法律形式，即有限责任公司（有限公司，limited company, limited liability company）和股份有限公司（股份公司，company limited by shares）。两者的基本特征比较如下：

#### 第一，关于股东。

（1）两种公司形式的出资者即股东的资格，均可以是自然人，也可以是法人。

（2）有限责任公司的股东人数一般不能低于2人（独资公司除外），也不能超过法定上限；股份有限公司的股东人数不能低于法定下限。

有限责任公司的股东人数较少，各国公司法一般对股东人数有最高限额规定，如日本和美国某些州的公司法规定，这类公司的股东人数不超过30人，我国则规定不超过50人。20世纪下半叶，单一投资主体的独资公司或“一人公司”在一些国家获得立法的确认，我国公司法也将国有独资公司规定为有限责任公司的一种特殊形式，将其界定为：“本法所称国有独资公司是指国家授权投资的机构或者国家授权的部门单独投资设立的有限责任公司”，并相应规定了设立或改建为国有独资公司的条件。

股份有限公司的股东则必须达到法定下限，没有上限，如法国、日本的公司法规定，这类公司股东的最低人数为7人，德国规定为5人，我国公司法规定，发起人必须在5人以上。

#### 第二，关于债务清偿责任。

有限责任公司和股份有限公司的债务清偿都是有限责任方式的，即股东以其出资股本为限对公司承担责任，公司以其全部资本为限对债权人承担清偿责任。根据债务清偿责任方式的不同，各国也还存在其他一些公司形式，如无限责任公司和两合公司。无限责任公司的全体股东对公司债务承担连带无限清偿责任，两合公司则是一部分股东负无限责任、另一部分股东仅负有限责任，这两种公司形式所占比例较少。

#### 第三，关于股本和股权。

（1）有限责任公司和股份有限公司设立时的股本都要达到法定下限。如我国规定，有限责任公司中以生产经营为主或以商品批发为主的公司，其注册资本须达到人民币50万元以上；股份有限公司的注册资本则均须达到人民币1000万元以上。

（2）有限责任公司的资本无需划分成等额的股份；股份有限公司的资本则必须划分成等额的股份，作为公司资本的最基本构成单位，如每股股份为1元，则1000万元资本应为1000万股股份。

（3）有限责任公司在设立时，其资本不公开募集，而由全体发起人确定入股金额并交付股金，由公司为其出具股单，作为股东在公司中应享有权益的凭证；股份有限公司在设立

时,其资本既可以由全体发起人认购全部股份,也可以由全体发起人认购不低于法定数量的一部分股份,其余部分股份则进行公开发行为募集股金。各股东认购股份交付股金后,均由公司为其出具股票,作为股东在公司中应享有权益的凭证。

#### (4) 股东不得撤资,但可以转让。

有限责任公司的股单不能自由转让,股东在出让股权时要受到一定限制,一般要取得其他股东的同意,而且老股东有优先购买权。

股份有限公司的股权则表现为股票,它作为代表股份的一种有价证券,是可以自由转让的。具备法定条件的股份有限公司,按法定程序申请,经国务院或者国务院授权的证券管理部门批准,其股票还可以在证券交易所上市交易,成为上市公司。股票上市交易,不仅使得股票的持有者作为股东可以追求股本投资的红利,还可以通过投机交易来追求股票差价收益。

#### 第四,关于公司的社会性。

有限责任公司因无需向全社会公开募股,其社会性没有股份有限公司程度高,因而其账目无需向社会公众进行公开披露,成立、歇业、解散的程序及公司的组织机构设置要求也相对简单;股份有限公司尤其是上市公司,因需向全社会公开募股,其社会性程度高,为保护投资者的权益,其账目需要向社会公众进行公开披露,成立、歇业、解散的程序及公司的组织机构设置要求也相对更复杂和严格。

由于有限责任公司的上述特征,许多中小规模的企业往往采取这种公司形式,这样既可享受政府对法人企业给予的税收等优惠和法人制度带来的其他好处,又能保持少数出资人的封闭式经营,所以在一些西方国家中有限责任公司的数目大大超过股份有限公司。不过在资本总额上,有限责任公司通常大大小于股份有限公司,因而经营地位相对较弱。

股份有限公司较之其他公司和企业形式则有着一些更独特的优越之处,因而对社会经济的发展起到了重要的作用。这主要表现在:(1)它是筹集大规模资本的有效的企业组织形式,为广大公众提供了简便、灵活的投资场所,为企业提供了筹资渠道,使某些需要巨额资本的产业得以建立。(2)股份有限公司有利于分散投资的风险,特别是在企业规模很大、风险也很大的条件下,它可以使每个投资者承担较小的风险。(3)股份有限公司有利于资本产权的社会化和公众化,可把大企业的经营置于全社会的监督之下。由于股份有限公司具有以上的优点,因而成为现代市场经济中大型企业的主要组织形式。但由于股份有限公司的社会性很强,难以保守营业秘密,如果没有必要,并不意味着一定要将自己的有限责任公司“升格”变更为股份有限公司。

### (三) 按企业的所有制性质分

#### 1. 国有企业

我国的国有企业又称为全民所有制企业,是指所有权为国家所有,依法登记注册,自主经营,自负盈亏,独立核算的生产经营组织。国有企业具有法人资格,以国家授予其经营管理的财产承担民事责任。国有企业财产属于国家所有,对国家负责,经营目标是确保国有资产增值保值。

由于我国全民所有制采取国家所有制形式,由国家代表全民行使所有者的职能,所以,国家有关管理机构自身的完善程度与管理人员的素质等问题就会影响到国有企业的正常、高



效的运营。国有企业发生亏损的原因有时不单纯是经营性亏损,而可能是政策性亏损。政策性亏损是指企业为实现国家规定的社会公益性目标或者指令性计划而形成的亏损;经营性亏损则是因企业自身的经营管理不善造成的。国有企业经营管理中存在的政府性行为与现代市场经济制度不相适应,是我国改革进程中的一个大问题,还有待于进一步解决。

## 2. 私营企业

私营企业是指生产资料属于私人所有,依法注册、登记的生产经营性组织。私营企业的出资者可以是单个自然人、少数自然人,也可以是一个私有组织、多个私有组织,还可以是一个或多个自然人与私有组织共同出资。

## 3. 混合企业

这里的混合,是指所有制上的混合,即企业的净资产是由公有性质的组织和私有性质的组织、个人共同出资形成的。根据不同经济成分出资额在企业全部资产中的比例,混合所有制的企业可以进一步区分为公有控股企业、私有控股企业。正由于其混合所有的性质,使其组建和经营更加灵活,有活力,更有利于资源的优化组合,合理调配,应变能力较强。

### (四) 按企业资本来源的国别分

#### 1. 中资企业

中资企业是指资本来源于我国境内,所有者为中国公民或法人的生产经营性组织。我国绝大多数的企业是中资企业。

#### 2. 外资企业

外资企业亦称外商独资经营企业,它是指外国的企业、其他经济组织或者个人,依照中国的法律和行政法规,经中国政府批准,设在中国境内,全部资本由外国投资者投资的企业。

#### 3. 中外合资经营企业和中外合作经营企业

中外合资经营企业是由外国投资者和中方投资者,依照中国的法律和行政法规,经中国政府批准,设在中国境内的由双方共同投资、共同经营、按照各自的出资比例共担风险、共负盈亏的企业。中外合资经营企业一般采取股权式方式组成,其组织形式多为有限责任公司。

中外合作经营企业,是指中国合作者与外国合作者依照中华人民共和国法律的规定,在中国境内共同举办的,按合作企业合同的约定分配收益或者产品、分担风险和亏损的企业。根据合作企业法的规定,中国合作者包括中国的企业或其他经济组织,外国合作者包括外国企业、其他经济组织和个人。

中外合作经营企业属于契约式的合营企业。中外合作者的投资或者提供的合作条件,并不折算成股份。因此,也就不存在按持有的股份的比例分配收益或者产品、分担风险和亏损的问题。中外合作者按何种比例进行收益或者产品的分配、风险和亏损的分担,是在合作企业合同中约定的。这同中外合资经营企业那种股权式的合营企业是有明显区别的。

中外合作经营企业同中外合资经营企业的另一个显著区别是:中外合作者可以共同举办具有中国法人资格的合作企业,也可以共同兴办不具有中国法人资格的合作企业;而依法在中国境内设立的中外合资经营企业都是中国法人。具备法人资格的合作企业,一般采取有限责任公司形式,投资者以其投资或者提供的合作条件为限对企业承担责任;不具备法人资格的合作企业,合作双方依照中国民事法律的有关规定承担民事责任。

### （五）按企业间的从属关系分

根据控制与被控制关系，企业可分为母公司与子公司，并形成企业集团；根据企业管辖与被管辖关系，企业可划分为总公司与分公司。

#### 1. 母公司与子公司

母公司与子公司是相对而言的。母公司是指通过持有其他公司一定比例的股票或资产，从而对其拥有实际控制权的公司，所以亦称为控股公司。受母公司控制、支配的公司叫子公司。母公司与子公司都具有法人资格。母公司一般是依据其掌握的子公司的控股权，通过其在子公司股东会及其董事会中的席位而产生的决策权，对子公司实施控制的。而企业集团就是以母公司为核心，通过股权纽带把多个企业联结在一起，所形成的多法人的企业群体（group）。企业集团是由多个具有独立法人资格的企业组成的企业群体，本身并不是法人。企业集团是建立在公司法人制度基础之上的，其成员企业在法律上各自保持独立法人的地位。

母一子公司结构具有以下特征：

第一、具有资金放大效应。母公司只要掌握能控制子公司的股份就可以操纵子公司的经营业务，以较少的投入，控制众多企业，按照自己的经营战略发展，从而产生资金的放大效应。

第二、母一子公司结构可以降低经营风险。随着母公司规模的扩大，多样化经营成为必要，在多样化经营中，将一些风险大的产品或服务交由子公司经营，可以降低经营风险。因为母公司对子公司只承担有限责任，而且当子公司有盈利时，母公司又能从子公司的盈利中获取一定的利润。

第三、母一子公司结构可以有效利用资金。母公司通过购买股票等方式建立母子公司结构，可以节约资金，节省时间，腾出资金投向利润率较高的领域，从而达到资金的有效利用。

#### 2. 总公司与分公司

总公司与分公司也是相对而言的。由于经营管理的需要，在一个公司内部，采取设立分支机构的管理方式，其分支机构就是分公司，而负责并掌管整个企业经营、资金调度、人事安排等重大经营管理活动的总机构是总公司。分公司作为总公司所管辖的分支机构，在法律上和经济上都没有独立性。

总公司一分公司结构具有以下特征：

第一、分公司一般没有独立的公司名称和章程。

第二、分公司不具有独立的资本，不是独立核算的纳税主体。

第三、分公司对外不独立承担民事责任。

第四、经营活动的结果由公司整体承受。

### （六）按企业规模大小分

顾名思义，大型企业是指资产、从业人员、生产经营能力或者营业额达到一定数值之上的企业；小型企业是指上述相关指标处于某一水平之下的企业；中型企业则是指介于大型企业和小型企业之间的其他企业。

由于所在地区、行业和企业经营的业务性质的差异，不同时期、行业、地区等大、中、小型企业的划分标准不同。例如，在 20 世纪 70 年代至 80 年代，中国政府曾经规定：对钢