



**21世纪高职高专
新概念(财经类)系列教材**

总主编◎王宗湖

**ONGSHANG QIYE JINGYING
YU GUANLI GAILUN**

工商企业经营与管理概论

陈国生 刘文华 主 编
张 平 康 健 副主编

对外经济贸易大学出版社

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材

总主编 王宗湖

工商企业经营与 管理概论

主 编	陈国生	刘文华	
副主编	张 平	康 健	
参 编	唐 欣	王小兵	祁德军
	谢梦珍	刘秋英	

对外经济贸易大学出版社

(京) 新登字 182 号

图书在版编目 (CIP) 数据

工商企业经营与管理概论/陈国生, 刘文华主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社,
2006

(21 世纪高职高专新概念 (财经类) 系列教材)

ISBN 7-81078-683-0

I. 工... II. ①陈... ②刘... III. 工商企业 - 企业管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F276.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 054902 号

© 2006 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

工商企业经营与管理概论

陈国生 刘文华 主 编

张 平 康 健 副主编

责任编辑: 顾永才

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 18.75 印张 528 千字

2006 年 6 月北京第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-683-0

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 30.00 元

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材编委会

总主编：王宗湖

副主编：于声涛 魏 敏 鲍仕梅

编 委：（按姓氏笔画为序）

王 勇	王兰香	马瑞萍	任继文	池小平
陈国生	严国辉	杨东进	杨振科	张 卿
武 红	庞鸿藻	姜玉霞	倪 荣	黄志平
符海菁	雷 震			

总 序

当今世界,科学技术日新月异,知识经济初见端倪,国力竞争日趋激烈。针对这一知识化、信息化、全球化的时代特征,世界各国正在酝酿进行一场深刻的教育改革,以培养同时代要求相适应的高素质的劳动者和富有创造性的专业人才。

随着我国市场经济体制的逐步完善和对外开放的不断扩大,我国经济将完全融入世界经济体系之中,而教育水平的高低与经济的发展密切相关。作为我国高等教育的全新组成部分,职业教育应确立怎样的培养目标来适应时代要求,已成为人们普遍关心的问题。教育部在关于《面向21世纪教育振兴行动计划》有关问题的回答中,对高职的培养目标是这样定位的:“高等职业教育应以培养基层和生产第一线技术应用型人才为办学宗旨,建立以基本素质和技术应用能力培养为主线的教学体系……专业课应加强针对性和实用性,实践教学要以培养学生专业应用能力为主……时间可占总课时数的1/3以上,至多可达50%……”可见,高等职业教育的培养目标,主要强调能力的培养和技术的应用,它要求我们的教育能够不断造就基本功扎实、操作能力强,又具有较高知识、技能的复合型、实用型人才。

教材作为“整个教育系统的软件”,它不仅反映着社会发展的要求,同时在某种程度上还直接决定着受教育者的培养质量,因而,世界各国都非常注意教材的开发和建设。但目前,我国职业教育教学和管理模式受传统教育思想和教育模式的影响较深,以能力为本位的教育观念还未能的教学领域完全形成,课程改革和教材开发还远远满足不了形势发展对高职教育的要求。因此,要适应21世纪知识经济时代发展和我国现代化建设的要 求,高等职业教育必须加快课程体系改革和教材建设的步伐,建立符合时代特征和具有我国特色的职业教育新思想、新模式、新课程体系。有鉴于此,对外经济贸易大学出版社为适应教育发展的新形势,并努力推动高职高专院校的教材建设,委托我们组织全国职业院校的教师及具有企业工作经验的业务骨干,编写这套高职高专新概念(财经类)系列教材。本系列教材暂包括国际贸易、会计、市场营销、经贸英语、旅游管理、物流管理、电子商务等九大专业76门课程。

为使教材编写尽量适应高职教育的特点及时代发展的新要求,我们在编写过程中,尽可能把最新的研究成果吸收渗透到教材中来,在内容安排、教法选择、编写体例等方面也进行了较多的改革,甚至是新的尝试,使本套丛书具有以下特点:

1. 在内容安排上,突出了“能力培养”和“创新教育”,加大了技能训练的比重

本套丛书各册教材,在基础理论讲授之后,一般加列“技能训练”专章,通过采用案例分析等形式,引导学生对本篇的重点、难点内容进行分析、讨论、练习和模拟训练;每章结束后针对本章重点内容设计了个案分析、关键名词、讨论与思考等项目,以

达到强化学生对经济与管理理论和业务环节处理技巧的掌握。这些新增加的关于“能力培养”和“技能训练”等新内容,约占本系列教材篇幅的1/3,基本上达到了国家对职业教育改革的要求。这种编写体例的运用在目前经济类课程的教材中还较少见,希望这种新的尝试能经日后的教学实践验证,成为一种“能力培养”和“创新教育”的有效方法。

2. 在编写体例上,积极探索模块教学,使学生容易理清教材的知识体系,迅速系统牢固地掌握知识

本套丛书各册一般采用“篇、章、节”的结构,每篇或章开始之前,均有一段概括性文字,对本篇内容的重点与难点、目的与要求加以说明,使在学习之前能对整篇主要内容有所了解;每章之下又提出了具体的学习目标及应掌握的难点,以便学生明确具体的学习任务。这样,每篇作为教材的大模块,包含着“章”这样的小模块,小模块又通过具体的学习任务的确立映衬着大模块,既使大模块之间篇篇相连,又与小模块环环相扣,组成系统的“知识链”。这种先将一本教材中的相关知识切块“溶解”,最后又串联起来的编写思路及形式,符合人类的分析综合的思维特点,有利于学生在学习过程中迅速而系统地掌握知识。

3. 在教学方法上,注意吸收国外流行的教学理念,并尝试教学改革与教法创新

模拟教学、案例教学和启发式教学,源于国外,现在是我国经济专业比较流行和推崇的教学方法。在本套教材的编写过程中,我们注重了上述教学方法的综合运用,旨在增强学生主动参与意识和创新意识,提高学习的功效。同时,我们进一步借鉴了培养MBA的教学经验,在本套教材的编写方法上尽量运用提示、启发、引导、讨论和模拟等方法,其目的是使学生运用所学知识在进行初步的分析、综合、比较、分类后,达到将知识、技能抽象概括和具体化,提高学生灵活分析和解决问题的能力。这样,既与国家对高职教育培养的目标相吻合,又适合学生的学习思维特点,并容易激发学生的学习兴趣,所以,较之传统的教学方法有了较大的改革与突破。

4. 在学科建设上,积极探索和建立综合型、技能型、实践型的新科目

江泽民同志在第三次全国教育工作会议上指出:“职业教育和成人教育要使学生掌握必要的文化知识的同时,具有熟练的职业技能和适应职业变化的能力。”可见,现代职业教育呼唤综合型、应用型、技能型的新学科的设立。为反映这些要求,我们在每个专业都增设了“综合技能训练”课程,以此为基础编写了经济管理类各专业实践课的应用教材。该科目在内容上以各专业的主要业务为线索,将骨干核心课程的知识高度浓缩、有机串联。将主干课中没有系统讲授而实际工作中必然牵涉到的知识纳入其中,弥补了原来系列教材的欠缺与不足。同时,该系列教材大量采用模拟教学和案例教学,让学生以“业务员、经济师、总经理”的身份参与学习与训练,独自策划交易,进行经济活动等,刻意营造一种仿真情境,让学生在“训练”中学习,在“情景”中增长才干和积累经验,有效地将知识转变为专业性的技能技巧,提高其解决和处理实际问题的综合能力。总之,各专业“综合技能训练”课程的设立,是按照教育部“要多增加综合课”的要求而设立的新型试验科目,其主要目的是通过运用灵活有趣的模拟训练及案例教学等方法,启发诱导学生的立体思维,全面提高其独立操作经济业务的综合实践能

力。由于是初次尝试，所以希望大家多加以关注，并提出指导性的建议。

本套丛书的编写，得到了有关学校领导和学者、教授的大力支持，并引用了有关作者的部分资料，在此一并表示谢意。

本套丛书无论从体例安排到内容设置，从知识点的归纳到教法的运用，都进行了大胆探索和尝试，意欲为我国财经类高职高专教材的编写与探索尽微薄之力，但由于时间和水平有限，疏漏和不足甚至是错误在所难免。希望广大教师、读者多提宝贵意见，以便日后充实与完善。

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材编委会

2005 年 1 月

编者的话

经营和管理是企业永恒的主题。企业效率的提高和企业活力的激发都以良好的经营和管理为基础。然而经营是十分精彩的,管理也是多元的,故有“企业家不是教出来的”一说。管理的应用性、实践性决定了管理教学中的“学”比“教”更为关键,从这个意义上说,工商企业经营与管理更强调应用性、客观性和实践性。

在编写过程中,本书把体现高职高专教材特色作为出发点与追求目标,努力从内容到形式上有所突破或创新,比如以足够的篇幅设置了“学习目标”、“重点难点”、“学习内容”、“个案分析”、“关键词”和“讨论与思考”,努力探索一种“讲、读、研、练”一体化新型教材模式,尽可能适应高职高专“教师精讲,学生多练”、“能力本位”的新型教学方式的需要。在编写过程中,我们充分注意了以下几点:

1. 突出学习目标,在内容选取上体现时代特色。我们在进行教材编写时,注意到对现有本课程的内容进行补充和更新,充分吸收世界管理前沿的理论和方法。同时又要围绕学习目标的内容来拓展,因为“学习目标”是每章组织教学的依据。

2. 注重应用性,加强对学动手能力的培养。在编写过程中,我们首先强调更新教学观念,强调以人为本,加强了对学生素质的培养。通过充实和丰富的各种案例教学,使学生由被动的接收者转变为主动的参与者和积极的研究者。通过分析与互相讨论,调动学生的主动性和积极性。另外,我们还结合企业经营与管理应用性较强的特点,在教材教学中,注意收集经济生活中的实例,并根据各章节的内容选择适当的案例服务于教学,使学生在课堂上就能接触到大量的实际问题,努力提高学生综合分析和解决实际问题的能力。

3. 运用案例互动讨论,强调实践能力的培养。“体验式教学”的要求可归纳为“三三制”:教师在全过程中的时间分配在教、学、研三方面大体上各占 $1/3$;教学研内容中知识、问题、方法各占 $1/3$ 。为此,我们在教材编写中,每章后都选入企业经营与管理的实际案例,在编写中体现“实际怎么做,书中怎么写”的原则,使学生可以以案例为模板,从中受到启示,并分析和解决实际问题。当然,任何案例不存在固定规则,更没有绝对正确的答案。因此,全书虽然在体例上有所规范,但在案例点评上只是参考与建议,目的是激发学生学习热情及科研兴趣,培养学生综合分析能力与口头表达能力,增强学生主动参与课堂教学的意识,从而使学生的创新研究能力得到充分的体现,共同悟出企业经营与管理的真谛。

《工商企业经营与管理概论》课程是工商管理及其他经济学专业的一门基础课程。全书共分十二章,每章都附有专题性、分析性案例,基本上是一个案例解决一个方面的实际问题。第一章由康健硕士撰写,第二、三章由唐欣硕士撰写,第四、五章由王小兵博士撰写,第六、七章由祁德军副教授撰写,第八、九章由谢梦珍副教授撰写,第十、十一章由刘秋英副教授撰写,第十二章由张平博士撰写。全书由陈国生教授和刘文华副教授负责框架设计和统稿。

本书适用于高等职业院校、高等专科院校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校开设管理课的各专业使用，既可作为管理专业管理原理课教材，又可作为非管理专业企业管理概论课的教材，亦可供从事经济管理工作的有关人员参考阅读。

由于受时间、水平、经验等主客观条件所限，加之本书对高职高专教材编写模式作了大胆的改革尝试，不成熟之处在所难免，恳请同仁批评指正。

编著者

2006年2月19日

目 录

第一章 现代企业制度	(1)
【学习目标】	(1)
【重点难点】	(1)
第一节 企业及其使命	(1)
第二节 产权制度与企业类型	(4)
第三节 企业经营目标和机制	(6)
第四节 企业经营方式	(9)
第五节 我国现代企业制度的建立	(13)
【个案分析】	(19)
【关键名词】	(20)
【思考与讨论】	(20)
第二章 工商企业经营管理概论	(21)
【学习目标】	(21)
【重点难点】	(21)
第一节 经营及其职能	(21)
第二节 经营思想与经营哲学	(23)
第三节 经营目标与经营计划	(25)
第四节 创新经营	(30)
【个案分析】	(38)
【关键名词】	(39)
【思考与讨论】	(39)
第三章 经营环境分析	(40)
【学习目标】	(40)
【重点难点】	(40)
第一节 经营环境	(40)
第二节 宏观环境分析	(42)
第三节 行业结构分析	(47)

第四节 经营机会分析	(52)
第五节 经营风险分析	(57)
【个案分析】	(60)
【关键名词】	(60)
【思考与讨论】	(60)
第四章 市场信息与市场预测	(61)
【学习目标】	(61)
【重点难点】	(61)
第一节 市场信息及其特点	(61)
第二节 市场的分类及其特点	(65)
第三节 市场调查及其步骤	(69)
第四节 市场预测及其方法	(77)
【个案分析】	(85)
【关键名词】	(86)
【思考与讨论】	(86)
第五章 企业经营战略及其选择	(87)
【学习目标】	(87)
【重点难点】	(87)
第一节 经营战略及其特点	(87)
第二节 经营战略决策的步骤	(91)
第三节 经营战略决策的方法	(93)
第四节 经营战略的选择	(100)
【个案分析】	(106)
【关键名词】	(106)
【思考与讨论】	(106)
第六章 经营决策原理	(107)
【学习目标】	(107)
【重点难点】	(107)
第一节 经营决策原理	(108)
第二节 科学决策原理的内容与类型	(112)
第三节 科学决策及其基本要素	(114)
第四节 科学决策的基本方法	(118)
第五节 科学决策的程序	(129)
【个案分析】	(131)
【关键名词】	(131)
【思考与讨论】	(131)

第七章 产品策略与商品购存策略	(133)
【学习目标】	(133)
【重点难点】	(133)
第一节 现代营销者的产品观念	(133)
第二节 产品生命周期与产品策略	(135)
第三节 产品开发方向与产品策略	(139)
第四节 产品包装与品牌策略	(143)
第五节 商品采购与库存策略	(152)
【个案分析】	(157)
【关键名词】	(157)
【思考与讨论】	(158)
第八章 市场营销策略	(159)
【学习目标】	(159)
【重点难点】	(159)
第一节 市场营销概述	(159)
第二节 市场细分化策略	(165)
第三节 市场营销组合策略	(170)
第四节 价格策略	(172)
第五节 促销策略	(184)
第六节 销售渠道策略	(188)
【个案分析】	(190)
【关键名词】	(192)
【思考与讨论】	(192)
第九章 企业发展与投资决策	(193)
【学习目标】	(193)
【重点难点】	(193)
第一节 企业发展的方式	(193)
第二节 筹资决策	(195)
第三节 投资决策	(203)
第四节 投资决策的经济评价与风险分析	(207)
【个案分析】	(213)
【关键名词】	(215)
【思考与讨论】	(215)
第十章 跨国经营策略	(216)
【学习目标】	(216)

【重点难点】	(216)
第一节 跨国经营概述	(216)
第二节 跨国经营战略选择	(223)
第三节 跨国公司的经营方式	(226)
第四节 跨国公司的组织与控制	(232)
【个案分析】	(239)
【关键名词】	(241)
【思考与讨论】	(241)
第十一章 经营活动诊断与分析	(242)
【学习目标】	(242)
【重点难点】	(242)
第一节 市场营销素质分析	(243)
第二节 市场营销环境分析	(252)
第三节 经营活动效益分析与评价	(255)
【个案分析】	(262)
【关键名词】	(264)
【思考与讨论】	(264)
第十二章 企业形象策略	(265)
【学习目标】	(265)
【重点难点】	(265)
第一节 企业形象概论	(265)
第二节 CI 要素的实施	(269)
第三节 导入 CI 的时机与战略选择	(273)
第四节 CI 的策划与实施	(277)
第五节 CIS 与企业文化	(279)
【个案分析】	(281)
【关键名词】	(283)
【思考与讨论】	(283)
主要参考书目	(284)

第一章

现代企业制度

课前准备

【学习目标】

本章主要讲授现代企业的渊源、内涵和存在使命，现代经济体制下的产权制度构建方法以及由此创造的各种企业类型，阐述现代企业经营的目标、机制和具体经营方式，总结我国现代企业制度的建立过程、不足之处和优化方法。通过学习，学生应能够了解企业的内涵和存在价值，理解各类企业制度的特点，掌握企业经营的理论体系和实践模式，学会分析和思考我国企业制度的构建问题。

【重点难点】

1. 现代企业的产权制度；
2. 现代企业的经营机制；
3. 我国企业制度的构建难点。

学习内容

第一节 企业及其使命

企业是从事商品生产和经营活动的经济组织，是面向市场、以盈利为目的，自主经营、自负盈亏，独立承担民事责任和民事义务的具有法人资格的经济实体。一个企业应具备三个条件：第一，企业必须要有一定的组织机构，有自己的名称、办公和经营场所、组织章程等要素；第二，企业应自主经营、独立核算、自负盈亏，具有法人资格；第三，企业是一个经济组织。

一、企业的产生

企业是社会生产力发展到一定阶段的产物。在原始社会,生产力极端落后,社会分工还没有出现,劳动只有简单的协作。随着分工的发展,个人劳动能力不断增强,出现了独立的自给自足的个体劳动。但在这样的生产方式下,还不存在企业这种生产组织。

15~18世纪的西欧,由于航海技术的发展和航路的开辟,海外贸易急剧扩大,手制品大量销往海外,资本积累急剧膨胀,个体劳动和行会制度已经无法满足急剧膨胀的世界市场对工业品的需要,以分工为基础的协作劳动方式迅速发展起来,这就是手工工场。手工工场对劳动过程进行了细分,劳动方式同一家一户的小生产和封建社会时期的小作坊有着本质的不同。手工工场是企业的萌芽形态。

18世纪中叶发生的工业革命,使纺纱机、机械织机和蒸汽锤代替了纺车、手工织机和手工锻锤。与手工劳动不同,在机器体系中,生产过程按技术的性质分解为各个组成阶段,并按照机器运动的本身规律,形成完整和严密的分工体系,造成了各个局部的操作环节和局部的工人之间全面的相互依赖,产品成为联合劳动的产物。劳动过程的协作性质或团队性质,要求对劳动过程实行有计划、有组织的管理,这种以分工协作为基础并实行严格的集中化管理的组织就是企业。

二、企业的性质

企业既是生产的一种技术组织形式,又是一种社会组织形式。

从技术关系看,企业是社会化大生产条件下以生产过程内部各工序和操作的专业化为基础的劳动技术组织,企业必须按照社会生产物质技术基础的要求,将劳动与生产资料结合起来。在这个意义上,企业是生产力的微观组织形式。

从经济关系看,企业是生产资料和劳动力相结合的一种社会组织,反映了人们在生产过程中的经济关系。企业不单纯是一种生产组织,它还是生产关系的载体。企业不仅仅是一种将投入转化为产出的技术单位,而且也是一种按一定的社会规则组织起来的制度形态。当人们之间在企业的生产过程中发生劳动变换和分工协作关系的时候,同时也就出现了生产资料归谁占有、劳动过程由谁指挥、劳动产品如何分配、不同劳动的交换如何进行等一系列社会经济问题。在解决这些问题的过程中就形成了生产资料和社会产品的占有以及劳动支配权力的社会规则,即生产关系。

三、企业的特征

市场经济中企业的基本特征可以概括如下:

其一,自主经营,即企业拥有经营的自主权。企业作为市场经济中的独立的经营主体和交易主体,在法律许可的范围内,有权决定自己的经营方向和经营目标,有权决定经营方式和经营范围,有权按效益最优化原则配置资源等。虽然不同类型的企业程度不同地要接受来自政府的有关调节和干预,但政府不得直接深入企业内部干预企业的合法经营。

其二，自负盈亏，即在扣除成本、税收后的盈利归企业所有，亏损由企业自己负责。只有自负盈亏，企业在市场经济活动中才有足够的经营动力和压力。当然，在市场经济国家，国家对特殊行业中的个别企业也会给予必要的扶持甚至补贴，但这种扶持和补贴是有限的，不会在根本上改变自负盈亏的市场制度。

其三，自我发展，即企业规模的扩展、经营链条的延伸、跨行业甚至跨国经营，都取决于企业自身能力并由企业根据市场状况及其预期的获利空间自主决策。企业投资资金主要靠自我积累，或主要凭借自身能力或信誉通过直接融资、间接融资途径获得。企业规模扩张的预算约束是硬的。

其四，自我约束，即企业自觉地约束自己的行为。市场经济中的企业，除必须接受相关的法律约束、市场交易规则的约束、政府规则的约束、市场道德秩序的约束等来自企业外部的约束外，还必须要自主、自觉的行为限制。企业作为独立的市场主体，从自身利益出发，要在成本与收益、风险与收益的比较中，形成自觉的约束机制和风险规范机制。

四、企业的使命

企业的使命被划分为企业目标和企业责任两个方面。

（一）企业目标

所谓企业目标，是企业在一定时期内要达到的目的和要求。

企业目标可以定性描述，定性描述一般是阐明目标的性质与范围；企业目标也可以定量描述，定量描述一般阐明目标的数量标准。

企业目标按目标体系分类，可分为主要目标和次要目标、长期目标和短期目标、总体目标和局部目标；企业目标按具体内容可分为对社会贡献目标、市场目标、利益与发展目标、成本目标、技术能力目标、人员培训目标等方面；按具体表现可分为产品品种、产量、质量、固定资产规模、市场占有率、利润额、上缴税金和福利基金等。

（二）企业的责任

1. 企业责任的概念

企业责任是指企业在争取自身的生存发展的过程中，面对社会的需要和各种社会问题，为维护国家、社会和人类的利益所应该履行的义务。企业作为一个商品生产者和经营者，它的义务就是为社会经济的发展提供各种所需要的商品和劳务。

2. 企业责任的内容

- （1）企业对员工的责任。
- （2）企业对社区的责任。
- （3）企业对生态环境的责任。
- （4）企业对国家的责任。
- （5）企业对消费者的责任。

第二节 产权制度与企业类型

一、企业的产权制度

产权制度是企业制度的基础，它表明了企业资本、财产的来源归属及企业的财产组织形式，反映了企业的所有制性质。产权制度的安排和变化会影响出资人、经营者和生产者的行为，是影响效率的体制关键。企业改革的历程实际上就是产权制度逐渐改革的历程，而以产权清晰为主要内容的产权制度改革，又是构建现代企业制度的重要基础和体制前提。

产权是一种权利，并且是一种排他性的权利。这种权利必须是可以平等交易的法权，而不是不能进入市场的特权，正因如此，产权才构成市场机制的基础和运行内容，否则便没有市场经济。尽管在解释这种权利发生的方式上存在差异，或者强调它是国家法律强制生成的，或者强调它是国家法律强制和市场竞争活动共同生成的；尽管在概述这种权利的具体内容上存在差别，或者是将其概括为人对物的诸种权利，或者将其概括为人对物及非物的诸种权利，或者将其归结为经济权利，或者将其拓展到非经济权利领域，但总的来说，人们不否认它是作为上层建筑而表现的可交易的权利。

二、企业的类型

企业的类型主要有如下几种划分方式：

（一）古典企业制度下的企业类型

1. 业主制企业

业主制企业是由单个人出资，完全归个人所有和控制的企业，它在法律上被称为自然人企业。业主制存在三个缺陷：

（1）企业的信用和资金来源有限，主要依靠企业自身的资本积累来实现企业的扩张，因而发展速度和规模十分有限；

（2）承担无限的清偿责任，如果企业经营失败，出现资不抵债的情况，业主要用全部财产包括家庭财产来清偿债务，因此这种企业的经营有较大风险；

（3）企业的寿命有限，这种自然人企业随着业主退出经营或死亡或家庭无人继承而中止，缺乏连续性和自身独立的生命基础。

2. 合伙制企业

合伙制企业是由多个作为自然人的资本所有者共同投资，共同所有，共同经营，共同承担风险和分享收益的企业。合伙制企业的特点是：

（1）合伙人要承担无限的连带法律责任，即每一个合伙人对整个企业的债务均具有无限责任，而且彼此连带，随着合伙人的增加，这种无限清偿责任所固有的风险也随之增加，这就限制了合伙者的范围，从而也限制了企业的资本规模。