



主编 汪洋 副主编 孙健升

经济管理类专业

JINGJIGUANLILEIZHUANYEJIAOCAI

全国高等教育自学考试教材

商业企业管理概论

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业企业管理概论/汪洋主编;孙健升副主编. —武汉: 武汉大学出版社, 1997. 3

全国高等教育自学考试教材(经济管理类专业)

ISBN 7-307-02365-2

I. 商…

II. ①汪… ②孙…

III. ①商业企业—企业管理—概论

②企业管理—商业企业—概论

IV. F715

武汉大学出版社出版发行

(430072 武昌 珞珈山)

湖北毕昇印刷总厂印刷

(436700 湖北省英山县温泉镇鸡鸣路 60 号)

1997 年 3 月第 1 版 1997 年 3 月第 1 次印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 15.375

字数: 408 千字 印数: 1—10000

ISBN 7-307-02365-2/F·515 定价: 16.50 元

本书如有印装质量问题, 请寄印刷厂调换

出版前言

编写高等教育自学考试教材是高等教育自学考试工作的一项基本建设。经国家教育委员会同意，我们拟有计划、有步骤地组织编写一批高等教育自学考试教材，以满足社会自学和适应考试的需要。《商业企业管理概论》是为高等教育自学考试商业企业管理专业组编的一套教材中的一种。这本教材是根据专业考试计划，从造就和选拔人才的需要出发，按照全国高等教育自学考试指导委员会颁布的《商业企业管理概论自学考试大纲》的要求，结合自学考试的特点，组织高等院校一些专家学者集体编写而成的。

商业企业管理专业《商业企业管理概论》自学考试教材，是供个人自学、社会助学和国家考试使用的。现组织专家审定同意予以出版发行。我们相信，随着高教自学考试教材的陆续出版，必将对我国高等教育事业的发展，保证自学考试的质量起到积极的促进作用。

编写高等教育自学考试教材是一种新的尝试，希望得到社会各方面的关怀和支持，使它在使用中不断提高和日臻完善。

全国高等教育自学考试指导委员会

1996年8月

目 录

第一章 商业企业的性质和功能	1
第一节 商业企业的产生.....	1
第二节 商业企业的性质	13
第三节 商业企业的地位及作用	20
第四节 商业企业的类型	25
第二章 商业企业的组织管理	29
第一节 组织结构概述	29
第二节 商业企业组织结构的内容	37
第三节 商业企业组织形式设计	56
第三章 商业企业的战略管理	70
第一节 商业企业战略管理的发展	70
第二节 商业企业的主要战略	83
第三节 商业企业战略管理过程.....	104
第四章 商业企业的人员管理	123
第一节 商业企业的人员结构.....	123
第二节 商业企业的人员管理.....	128
第三节 人员的激励.....	162
第五章 商业企业的资产管理与经济核算	171

第一节	资产管理	171
第二节	财务管理	188
第三节	商业企业经济核算	210
第六章	商业企业的进货管理	215
第一节	商业企业进货管理的意义	215
第二节	商业企业进货管理的任务	221
第三节	商品采购控制方法	229
第七章	商业企业的销售管理	235
第一节	商业企业销售管理的意义	235
第二节	商业企业销售管理的任务	241
第三节	商业企业销售管理的原则	257
第八章	商业企业营业现场的管理	261
第一节	商业企业营业现场管理的意义	261
第二节	营业现场管理的原则和方法	271
第三节	营业现场管理的内容	280
第九章	百货商店的管理	291
第一节	百货商店的产生和发展	291
第二节	百货商店的综合管理	297
第三节	百货商店的营销管理	319
第十章	超级市场和仓储商店的管理	326
第一节	超级市场的发展及经营特点	326
第二节	超级市场的管理	332
第三节	仓储商店	355

第十一章	购物中心的管理	361
第一节	购物中心的发展.....	361
第二节	购物中心的管理.....	367
第十二章	连锁商店的管理	384
第一节	连锁商店的产生和发展.....	384
第二节	连锁商店的类型及功能.....	389
第三节	连锁商店的经营管理.....	400
第十三章	批发市场的管理	416
第一节	批发市场概论.....	416
第二节	批发市场的运行.....	427
第三节	批发市场的管理.....	435
第十四章	股份公司的管理	448
第一节	股份公司的产生、发展及形式.....	448
第二节	股份有限公司的名称、设立登记及组织机构.....	454
第三节	股票及股票交易.....	466
后记		482

第一章 商业企业的性质和功能

第一节 商业企业的产生

一、资本主义企业的产生

企业的产生和发展是社会化商品生产和商品交换的客观要求，是商品经济发展的必然产物。

人类要进行物质资料的生产，总是在一定的社会生产组织形式中进行，各种经济组织形式又是在一定的生产力水平和生产关系特定组合之下形成的。在原始社会，由于生产力水平低下，人们不具备单独抗争自然的能力，只能采取以血缘关系结合起来的氏族组织形式从事生产，共同劳动，共同分享劳动果实。因此，一个氏族就是一个生产单位。随着生产力的发展和私有制产生，氏族公社那种群体劳动组织随之解体，出现了少数人凭借强权统治广大劳动者的奴隶制。奴隶制产生后，大批奴隶在奴隶主强制下集体劳动，奴隶主庄园成为基本经济单位。随着生产力水平的进一步发展，封建社会产生。劳动者逐步摆脱了对奴隶主的人身依附关系，拥有了简单生产资料和小单位独立从事生产经营的能力，家庭成为新的劳动组织形态。而后又随着生产力的发展，自然经济的解体产生了手工业作坊。家庭生产和手工业作坊成为封建社会的两种主要生产组织形式。其特征分别如下：

（一）家庭生产时期的特征

家庭生产组织，是指 13 世纪下半叶到 16 世纪，出现了大批以家庭为单位，以自给自足为主要目的的生产经营单位。其特点

是：(1) 生产经营的目的主要是满足家人消费，而不是以向社会销售为目的；(2) 家庭生产活动，以农业为主，但为了解决生活上的需要，偶尔生产一些其他生活所需品，成为一种家庭副业；(3) 家庭消费多余的产品，用来与别人作物物交换，交易行为简单，其目的也是满足家庭成员的消费需要；(4) 家庭生产的参与者，限于家庭成员，家庭生产的决定权在家长手中；(5) 家庭生产工具简陋，生产能力低下。在这段历史时期，商品交换在整个经济活动中所占比重很小，从氏族社会延续下来的那种以血缘关系联结起来的经济组织形式，没有根本性的改变。

(二) 手工业生产时期的特征

手工业生产组织，是指 17 世纪到 19 世纪出现的专门从事手工业生产，为顾客进行来料加工，选择定货的生产经营组织。其特点是：(1) 生产目的是多元的，主要是为“主顾生产”，但少量的产品也作为自用；(2) 生产者多属于专业性劳动者，工人都有一技之长，技术较熟练，产品比家庭生产精良，但仍然缺乏科学的标准；(3) 生产工具由劳动者自备，劳动条件仍然比较简陋；(4) 生产的产品主要是顾客定货，并且多由顾客供给原料，指定式样，由手工业者负责设计制造。手工业作坊时期，由于生产目的是以“主顾为主”，所以交易比家庭生产时期广泛、频繁。众多手工业者为了维护共同的利益，逐步组织起同业公会，凡同地同行行业的手工业者，都加入同业公会。该组织对工作条件、交易行情以及学徒待遇都加以规定，对企业经营的支配力极为强大。手工业劳动者大都经过长时间的学徒生活才成为正式的工匠，他们与作坊主多属于师徒关系。同时，手工业作坊规模小、人员少，彼此间接触机会多，因此雇主与工人之间了解较深，带有封建家长制的色彩。手工业生产时期虽然比家庭生产时期生产力进一步得到发展，但以交换为目的的生产，即商品生产，还只是在形成中。因此，交换是有限的，市场是狭小的，现代企业的模式尚未完全形成。然而已经产生了企业与工厂管理系统的早期理论，最著名

的是亚当·斯密在 1776 年所著的《国富论》一书中提出的“分工”理论。他认为“分工”可以使工厂主得到最基本的经济利益；可以促进技术熟练、设计思考周密、节省时间，还可以促进新产品的研究与开发。

封建社会后期的简单商品交换和生产力的解放，促进了商品经济的发展，逐步产生了资本主义生产方式。随着资本主义生产方式的形成，商品经济空前发展，突破了传统的家庭生产和手工业作坊等经济组织形式，出现了劳动社会化程度较高、以盈利为唯一目的的经济组织形式——企业。企业的经营，从历史上分析可分为工厂生产时期和大工业发展时期。其中，工厂生产时期系指 19 世纪末到 20 世纪三四十年代。产业革命后，各种新机器陆续被发明和使用，使生产的规模不断扩大，不仅技术进步、产量增加，而且管理也逐渐采用了科学方法，这为企业化经营提供了极为有利的条件。这一时期，企业成员少，组织结构简单，经营规模较小，企业所有权与经营管理权集于业主一身，采用专制独裁的管理方式。企业的生产工人在企业主的驱使下，变成了机器的奴隶。紧张的劳动与微薄的报酬使工人长久地在饥饿与困苦中挣扎，完全失去了人的理想和尊严。同时，由于盲目竞争和频繁的经济危机，工人失业现象严重。第二次世界大战后，随着科学技术的进步，企业的经营从工厂生产时期向大工业生产发展。这一时期，企业的主要特点是：（1）企业拥有先进的现代化技术；（2）企业经营采取开放式，靠信息指导经营；（3）企业既是一个经济实体，又是一个社会实体，企业只有在满足了社会要求的基础上才有可能高效率地实现自身的目的和追求；（4）企业成为一个综合系统结构体，企业内部具有机械系统、道德系统、商业系统，这三个系统必须有机结合相互协调，企业经营才能顺利有效；（5）企业组织向大型化发展；（6）企业的市场范围日趋扩大，由地区性向全国性、国际性发展。

在手工业工场向资本主义工厂制度转变的同时，商品经济与

商品交换的社会化发展，使家庭商业也向商业企业转变。资本主义商业企业与传统的家庭商业有着本质的区别，主要表现在以下几个方面：

1. 在经济关系上。家庭商业以血缘关系为基础，从业人员主要是家庭成员，没有选择性。而商业企业则以雇佣关系为基础，从业人员主要由雇佣劳动者组成。企业能够根据经营上的需要，面向社会，择优雇用。人才的可选择性较强，人员素质较高。

2. 在经营目标上。家庭商业既经营赚钱的行业，又从事农业、手工业、家庭副业等自给性生产，目标多元化。而商业企业则以商品购销为业务核心，以盈利为目的，目标单一。因此，企业专业性强，目标明确，自我扩张、自我发展的欲望强烈，经营管理水平较高。

3. 在管理方式上。家庭商业以家长为核心，实行家长制管理。家庭成员只能依照性别、年龄等自然特征进行粗略分工，因人设事，没有明确的职责。而商业企业则可以招聘有管理才能的各类管理人员从事经营管理工作，管理水平较高。

4. 在经营思想上。家庭商业以小生产思想为指导，受制于落后的生产力和生产关系，倾向保守，害怕风险，不思改革。而商业企业则能适应商品经济的要求，以市场为导向，敢于冒险，勇于创新，追求最佳的经营方式和方法，讲求经济核算和经济效益。

5. 在经营规模上。家庭商业以家庭为单位，规模小，物质设备条件和资本都受到家庭财力的限制，多为小本经营。而商业企业则可以广泛地依靠社会力量集资，其规模较大，经营能力较强，因而有较强的承受风险的能力，能适应科学技术急速发展和市场激烈竞争的要求。同时，商业企业追求利润最大化的内在冲动，也使企业不断追求联合、兼并、收购等扩张方式，增强自身实力，壮大自身规模。

二、社会主义商业企业建立的过程

我国商业企业的发展，经历了一段曲折的历史过程。

由于我国经历了漫长的封建社会和半殖民地半封建社会，商品经济发展缓慢，生产力水平长期处在较低的状态下，社会化的商品生产和商品交换发展不充分，所以商业企业的成长大约经历了半个世纪，其发展起伏曲折。

我国的民族资本的初步发展是在 19 世纪末到 20 世纪初。自中日甲午战争后，帝国主义的商品输入进一步增加。但在第一次世界大战期间，由于帝国主义忙于战争，暂时放松了对我国的经济侵略，这就给我国的民族资本的发展提供了机会。随着民族工业的发展，商业也相应发展起来。以零售业为例，到 1910 年上海经营洋货的商店就有 200 家左右，同时出现了一些年销售额 3~5 万两银子的较大商店。在广州、上海还相继出现几个综合性的、以经营“环球百货”著称的大型公司。例如，1907 年，光商公司开业，首创分柜售货，以后真光公司、先施公司、大新公司先后在上海、广州开业。1908 年，华侨郭氏兄弟在上海开设永安公司，又建永安纺织厂，形成以郭氏为首的永安集团。自开业以后，日销售额达 1.6 万元，在五层商业大楼内，设 20 个左右商品部，花色品种多至 1 万余种，营业人员达三四百人，除商业设施外，还设餐饮、酒吧、弹子房、游乐场等多种服务设施及生产加工厂，成为全国最大的商业公司。以后其他城市也先后新建或在杂货店基础上发展起一批综合性大型公司，这些公司不但具有一定规模，而且在经营管理上也采用了西方国家现代企业经营管理的一些方法。第一次世界大战结束后，帝国主义加紧了对中国的经济侵略，大量商品倾销，给民族工商业发展带来很大冲击。1919 年爆发的“五四”运动和 1925 年“五卅运动”及 1926 年第一次国内革命战争都先后掀起了全国人民反帝示威和抵制洋货的运动，许多经营洋货的商店挂起经营“国货”的招牌。这一时期，直到 1931 年

“九·一八”事变前，在全国一片抵制洋货热潮中，民族工商业出现复苏。商业企业无论是大公司或一般批发、零售商均有所发展。一些大型公司，如上海的新新、丽华（1926年）、福安（1930年），天津的中原公司，四川的宝元通等相继开业，与先施、永安鼎足而立。但总起来看，仍以小型商业居多。1931年“九·一八”事变后，由于日寇的入侵，加上国民党反动派发动内战，工商业受到沉重打击。全国最大的工商业城市上海，战区工业毁了2370余家，商业营业额也比战前下降50%左右。在广州颇具盛名的大新公司也于1938年毁于战火。1945年8月日寇投降后，帝国主义与官僚资本相互勾结，利用政治、经济上的特权，排挤、倾轧民族工商企业。特别是国民党政府从1946年以后，滥发纸币，导致物价不断上涨，捐税繁重、折息高昂，使工商企业濒临山穷水尽的境地。

与此同时，在革命战争年代由中国共产党领导的革命根据地，一批公有制的新生商业企业也在成长。这些以公有制为基础的商业企业的发展，先后经历了四个阶段，成为社会主义商业企业的萌芽。

消费合作社的建立，是公有制商业企业形成的第一阶段。第一家合作社商业是1923年2月7日，由安源路矿工人俱乐部建立的新型商店——安源路矿工人消费合作社。1927年大革命失败后，国民党反革命统治对革命根据地实行经济封锁，在敌人的分割包围之中，为了粉碎敌人的“围剿”，改善人民生活，坚持革命斗争，巩固苏区政权，党决定发展苏区商业。1928年2月，由中共江西吉安东固区委建立起第一个根据地的消费合作社。同年5月，又在井冈山茨坪地区建立起第一个公营性质的商店——新遂边陲特别区工农兵政府公卖处。这一新事物很快从区扩展到县，从井冈山五大哨口以内扩展到五百里井冈范围。公卖处均由群众集股，属于集体经济性质。到1933年10月，苏区合作商业已发展到1423个，遍及福建、江西两省17个县。

消费合作社主要经营粮、油、盐、布、杂货、药材及社员日常需要的食品。有的地方还按商品类别设立专业合作社，如油盐肉合作社、布匹合作社等。

苏区合作社从诞生第一天起，就建立了民主管理制度，如每月查帐两次，召开社员大会一次，合作社里的“办事人”每三个月由社员大会改选一次等等。

陕甘宁边区商业是根据地商业发展的第二个阶段。1935年3月陕甘宁边区成立了贸易局，下设清涧、延长、绥德、子长、延水等五个贸易支局，主要担负从蒋管区采购各种工业品，供应边区军民需要的任务。1937年2月，贸易局改组为边区联社，同年7月，联社又改组为光华商店。1942年冬，在陕甘宁边区政府和西北财经办事处领导下，以光华商店为基础，成立陕甘宁边区物资局，下设四个分局、两个支局，并另设西北土产公司和光华盐业公司。以后又成立了南昌公司，下设十二个分公司，经营百货。同时成立了陇东联合商店，它们的主要业务是经营土产的收购、盐业的对外统销，有计划地组织输出，争取生活必需品、军工器材的输入。至此，公营商业已经具有一定的规模，成为边区商业的主要力量。

陕甘宁边区的商业，是在“发展经济、保障供给”的财政经济工作总方针指引下开展工作的。根据这一总方针，边区政府实行了“对外管理，对内自由”的贸易政策。在发展公营商业和合作社商业的同时，仍然保护私人商业的正当经营，促使边区市场日趋活跃。

根据地商业发展的第三阶段是在抗战时期，各抗战根据地为保证对敌斗争的胜利，在发展生产的基础上积极开展商业工作。由于根据地环境和条件的差异，因此，各根据地商业的发展和所采取的具体措施也各不相同。在出口贸易中，各根据地对粮食、食盐、花生油等主要生活资料，实行专卖统销。专卖工作委托私人粮店或合作社办理，由抗日根据地专卖机构签发“购运证”、“运

销证”，并在根据地与敌占区接壤的地带建立了“缉私带”。出入口贸易只限于指定路线。

各根据地商业在对敌斗争中的另一重要任务是管理进口，采取限制外货输入政策，特别是奢侈品和消耗品严禁输入。如烟酒作为消耗品，一方面被禁止进口，另一方面在根据地实行专卖。各根据地都先后成立了专门经营进出口业务的公营商店，成为根据地商业的骨干。在各根据地，各级政府都设有贸易管理机构（称贸易局或工商局），下设从事业务工作的商店，专区设总店，县设分店。如晋察冀北岳区的裕民总店、聚兴隆总店、永德昌总店；冀中区的德茂和总店；晋冀鲁豫太行区的德兴隆、豫兴隆商店等等。公营商业的资金大部分由根据地政府拨给。各根据地还有由政府设立或政府和人民一起集股合办的粮食调剂机构。与公营商业配合，合作社成为根据地内贸的重要一环。以晋察冀为例，据不完全统计，1941年就有将近4 000个合作社，社员近69万人，股金达3 000万元。基本是“村村建社，户户入社”，区、县、专区都建立联社。

根据地商业发展的第四个阶段是在解放战争年代。解放区的商业随着战争的节节胜利，不断发展壮大。1947年七、八、九月间，人民解放军转入全国规模的反攻。在这个转变的时期，老解放区和新解放区的商业都获得了进一步发展。解放区的国营商业机构和经营规模相应扩大，逐渐联结成一个比较集中统一的系统。1948年，华北解放区在华北人民政府工商部领导下，建立了全区性的国营商业组织——华北贸易总公司，并在各省、区和各重要城镇设立了省、区公司和分、支公司。东北解放区也成立了东北贸易部。到1949年5月全区建立了国营商业网点630多个，职工共有3万多人。华东、中南等解放区，也建立了国营商业机构。

1949年10月1日，随着中华人民共和国的成立，中国商业揭开了历史的新篇章。首先，没收官僚资本主义工商企业，接管帝国主义在华企业，并把他们改造为公有国营商业企业。1949年9

月举行的中国人民政治协商会议第一届全体会议上，通过了《共同纲领》。在纲领中规定：国民经济恢复时期经济建设的根本方针是：“公私兼顾、劳资两利、城乡互助、内外交流”。目的是在改组整个旧社会经济结构的同时，发展生产、繁荣经济。随着大、中城市的陆续解放，人民政府没收了官僚资本，接管并改组为国营商业，基本上控制了国民经济命脉。如在当时的北平，1949年1月31日宣告和平解放，2月5日就成立了北平市贸易公司，这是由华北人民政府抽调老解放区国营企业的一批干部组建的第一个商业公司。公司一成立，立即以军管会贸易供应处名义接管、调查官僚资本企业，调查敌伪产业，接收伪太原绥署军品购运组、华北煤炭调配委员会、伪北平市民调配委员会等单位的房产、粮、布、油、车辆、机器、材料等物资，接管工作于3月中旬基本结束。本着边接收、边建立的原则，开始建立粮食、煤炭、百货、油盐、花纱布等专业公司和郊区县分公司，形成北平解放后的第一批国营批发商业公司。自1949年上半年到1950年初，在全国范围内改组了旧社会经济结构，打击投机倒把，稳定物价，逐步建立了新经济秩序。其次，改造民族资本主义工商企业。1953年，我国国民经济从恢复时期进入有计划的经济建设时期。根据党在过渡时期总路线、总任务的要求和经济建设的需要，一方面建立和发展国营商业，推行经济核算，实行经营和管理分设的体制。另一方面，对民族资本主义工商企业进行了大规模的社会主义改造。按照“利用、限制、改造”的政策，第一步是把资本主义转变为国家资本主义；第二步是把国家资本主义转变为社会主义。

对资本主义批发商业企业实行逐步代替的政策。资本主义批发商业企业，就其规模来说，有大、中、小批发商业之分。其中，大批发商，经营着与国计民生关系密切的主要商品，自有资本雄厚，而且与金融资本、产业资本联系密切，交易额大，又有复杂的帮派组织和投机交易的方式，很容易垄断市场，操纵物价。因此，对私营批发商业企业的改造，首先从代替大批发商着手，国

家控制和掌握货源这一关键。在货源断绝的情况下，私营大批发企业较快地被国营批发企业取代。与此同时，对许多中、小批发商业企业，则采取了“一面前进、一面安排、前进一行、安排一行”的办法，具体说是“留、转、包”三种方式。“留”是指国营商业企业和供销合作社掌握货源较少，能够允许私营批发商业继续经营的，如小百货、小文化用品等类小批发商可以留下来，由国营商业委托其代理批发业务。“转”是指已为国营商业企业控制了商品货源，因而不能继续维持经营的资本主义批发商业企业，能转业的就让其转业，然后进行改造。转业的去向主要是与原来经营业务接近的工业部门、零售商业或服务业。“包”是指包人员，因为能转业的人员必须具备一定的条件，对不具备条件又无法继续经营的批发商业从业人员，包括资方实职人员在内，由国营商业和供销社经过训练，适当安排。在“留、转、包”三种形式中，“包”的部分占较大比重，这是改造资本主义中小批发商业的主要方式。

对私营零售商业企业的改造是发展一批经销、代销户等比较低级的国家资本主义形式，维持其经营。通过对资本主义工商业改造，公有制、国有制商业企业在规模、数量、实力等各方面有了长足的发展。在此之后，我国又连续在全国范围内开展了对工商企业公私合营、小商小贩的社会主义改造。“大跃进”和“文化大革命”等运动，“左”的思想愈加严重，在“左”的思想指导下，超越生产力发展的客观要求，片面追求生产关系的升级，结果搞乱了商业机构和管理体制。在所有制上强调“升级”、“过渡”，把多条流通渠道单一化，将集体商业并入国营商业，关闭了集市贸易，国营商业一统天下，独家经营。市场缺乏竞争，货不能畅其流，“官商”作风滋长，服务质量下降，从而给生产和人民生活带来极大不利。企业超越现实，国有国营行政领导不讲效益，造成商业企业经营管理严重混乱，经济核算名存实亡，经济效益低下。

我国的公有制商业企业的建立和发展，走过了一条艰难、漫

长的历程。它主要由战时的根据地商业机构和没收的官僚商业资本以及对民族商业资本的社会主义改造组成。由于它们产生的时代的特殊性和它们肩负的使命的特殊性，这些商业企业有着如下特点：（1）它们都以生产资料公有制为基础，企业的所有权、经营管理权掌握在共产党领导下的各级政府手中；（2）它们都采取了集中统一的管理制度，以服务于特定时期的革命任务为主要职责，不以盈利为目标；（3）它们都在生产力水平和商品交换水平比较低下的情况下成长起来，其规模、实力较小，企业的性质和特征表现不充分；（4）它们所采取的经营机制和管理方式受到经济体制的影响和制约，与资本主义商业企业差异较大。

然而，公有制企业毕竟在中国很早就萌芽了，这些公有制企业在新民主主义革命时期和解放后的社会主义初期建设中，发挥了一家一店的小商贩所不能起到的积极作用，促进了社会主义初期的经济建设和社会化的生产组织活动。

党的十一届三中全会以来，中国开始了全面的经济体制改革，国有商业企业的发展进入了一个新的时期。由于传统旧体制是一种高度集中的行政统治模式，所以，国有商业企业缺少经营自主权，行使着代表国家的分配职能，责、权、利与企业无关。面对这种情况，我国国有企业的改革首先向着“简政放权，政企分开”的目标前进，解决国家行政干预过多、企业缺少经营自主权的问题。权力下放随之而来的就是责任负担和利益分配的问题，国有企业改革又向着全面实行承包经营责任制、利改税的目标发展，解决责权利脱节、吃“大锅饭”等问题，调动企业及职工的积极性，激活国有企业。但是，简单的放权让利并没有从根本上解决国有企业活力的问题，并且使企业行为短期化，造成国有资产流失、企业积累和扩张缺少动力，国有企业仍不能显示充满活力的局面。随着改革开放理论和实践的深入发展，党的十四大明确指出，要建立社会主义市场经济体制，从而为国有企业的发展与改革指出了新的目标。国有企业要想彻底转换经营机制，焕发活力，