

现代企业经营分析

师萍 傅德良 编著

中国经济出版社



内 容 提 要

现代企业要实行经营的最优化管理，必须重视和依靠经营分析。经营分析是企业现代化管理的重要方法，是每个经营管理者必备的专业管理知识。本书围绕企业经营面临的新课题，运用了大约200个经济指标，通过定性分析与定量分析相结合、静态分析与动态分析相结合的方法，阐述了企业经营各方面，包括投资、筹资、生产、产品、成本、利润、公共关系、经济联合、技术进步以及技术改造分析的具体方法，以便为现代企业的经营管理决策服务。

本书内容丰富，结构严谨，行文通畅，注重实际应用，所述的主要方法皆举例阐述。读者对象为广大工业、商业、建筑业、旅游业的厂长、经理及经营管理人员，亦可作为大专院校教材和教学参考书。

责任编辑：王连英

封面设计：王乃晋

现代企业经营分析

师萍 傅德良 编著

中国经济出版社出版发行
(北京市百万庄北街3号)

各地新华书店经销

北京市北苑印刷厂印刷

850×1168毫米 1/32 16.125印张 466千字

1990年5月第1版 1990年5月第1次印刷

印数：1—13 000

ISBN 7-5017-0633-6/F·437

定价：6.90元

前 言

在我国企业经营管理中，如何以提高经济效益为目标进行分析和管理工作，一直是个重要而又薄弱的环节。随着我国经济体制改革和经济建设事业的发展，企业经营正面临众多新的课题。有许多新问题、新内容急待研究与解决。

现代企业的经营思想和经营方法中，经营分析占有重要地位。所谓经营分析，就是运用现代化的管理与分析方法（尤其是指标分析的方法），探讨、研究当今企业经营中面临的各种问题，通过揭示各因素、各环节的内部联系，寻求经营最佳化的途径和实施最有效的管理，以达到企业整体优化效果。经营分析又是企业现代化管理的方法论与技术基础，它研究的问题、范围十分广泛。既需探测企业外部环境（如市场需求、科技发展、产品换代、国家政策变化等）的未来趋势，又要分析企业内部因素（如生产、成本、利润、资金、技术进步与技术改造等）的现实状态，以期对企业面临的各种经营问题，作出规划、研究、设计，提出有效可行的管理目标。随着生产和社会生活的发展，经营范围的不断扩大，各种因素、各种关系错综复杂，运用科学的方法来分析和研究经营问题，就显得非常必要。我国许多从事经营管理工作的同志，也都热切地希望能系统了解经营分析的基本知识与方法。

本书是为满足这一要求而编写的。希望能在不太长的篇幅内，系统介绍经营分析的基本思想、基本理论和常用的分析方法。由于经营分析是涉及范围很广的应用学科，很难在有限篇幅内勾画出它的全貌。若要一味求全而顾及经营的方方面面，必有非繁即空之虞。因此，我们紧紧围绕企业经营中面临的新问题，集中研

究其有关课题，并着重介绍现代企业经营的战略思想和经营分析的具体方法。希望广大企业的经营管理者、业务干部在读完本书后，能系统掌握经营分析的一些原则概念，运用基本的分析方法，处理经营决策中遇到的问题。若如是，则致力于企业经济效益提高的工作，必将事半功倍，更见成效。我们花费心血编写此书的些微心意，也就得到了报偿。

本书的编写得到了西北大学和湖北省乡镇企业局有关领导的鼓励与帮助，朱玉槐教授、李鼎新副教授等给予热情指导，提出了不少宝贵意见，在此表示深深地谢意。

张树纲同志承担了本书的图表设计、例题验算以及文字整理等工作，亦志于此。

由于我们水平有限，书中缺点错误在所难免。某些新方法、新内容、新观点，尚待切磋，恳请读者批评指正。

西北大学经济管理学院 师 萍

湖北省乡镇企业管理局 傅德良

1990年2月

目 录

第一章 概论	(1)
第一节 现代企业经营面临的新课题	(1)
一、现代企业的概念	(1)
二、“经营”的含义	(2)
三、企业的生产经营活动	(3)
四、企业经营面临的新课题	(7)
第二节 经营分析的内容与原则	(10)
一、经营分析的内容	(10)
二、经营分析的原则	(11)
第三节 经营分析的指标体系	(13)
一、建立指标体系的要求	(13)
二、经营分析指标体系的内容	(13)
第四节 经营分析的方法	(18)
一、经营分析方法的理论基础	(18)
二、经营分析的基本步骤	(18)
三、静态分析方法	(20)
四、动态分析方法	(30)
第五节 经营分析的活动方式	(33)
一、综合分析 with 专题分析相结合	(33)
二、定期分析与不定期分析相结合	(33)
三、专业分析与群众分析相结合	(34)
四、经济分析与技术分析相结合	(34)
第二章 投资分析	(36)
第一节 投资分析的有关概念	(36)
一、投资的基本概念	(36)

二、货币的时间价值	(37)
三、单利及计算公式	(38)
四、复利及计算公式	(39)
五、年金的终值与现值	(41)
六、“系数表”的使用	(47)
第二节 投资效益分析	(52)
一、现金流量及计算	(53)
二、投资回收期	(54)
三、投资利润率	(55)
四、投资利税率	(56)
五、内部收益率	(57)
六、净现值和净现值率	(59)
第三节 投资费用估算	(61)
一、投资费用的划分	(61)
二、固定资产投资费用的估算	(65)
三、流动资产投资费用的估算	(71)
第四节 可行性研究报告	(75)
一、可行性研究报告的作用	(75)
二、可行性研究的阶段	(76)
三、可行性研究的步骤	(80)
四、可行性研究报告的内容	(81)
五、可行性研究的人员组成	(86)
第五节 投资分析在具体情况下的应用	(87)
一、是大修还是更新的分析	(87)
二、在资金受限情况下，投资方案的分析	(90)
三、寿命不同方案的比较分析	(91)
第六节 投资风险分析	(93)
一、风险和风险率	(93)
二、风险率的计算与分析	(93)
第三章 资金分析	(100)
第一节 资金本性与结构	(100)

一、资金的概念	(100)
二、资金本性	(103)
三、资金结构分析	(104)
四、中外合资经营企业的资本结构	(107)
第二节 资金筹措	(110)
一、国家拨款	(110)
二、股份集资	(111)
三、银行借款	(111)
四、利用外资	(116)
五、商业信用	(123)
六、企业内部形成	(126)
第三节 资金使用成本分析	(126)
一、资金使用成本的概念	(126)
二、资金使用成本的计算	(127)
三、加权计算的平均资金使用成本率	(129)
第四节 固定资金分析	(130)
一、固定资产构成情况的分析	(130)
二、固定资产新旧程度的分析	(132)
三、固定资产增减变化的分析	(133)
四、固定资产利用效果的分析	(135)
第五节 流动资金分析	(137)
一、流动资金占用结构分析	(138)
二、流动资金周转率分析	(139)
三、流动资金利用效果分析	(142)
四、企业偿债能力分析	(144)
第六节 库存分析	(146)
一、库存功能	(146)
二、库存成本的构成	(147)
三、库存储备的种类	(148)
四、库存储备量分析	(149)
五、库存储备量的控制方式	(157)

六、库存管理的 ABC 法.....	(160)
第四章 生产情况分析.....	(163)
第一节 产品产量分析	(163)
一、产品产量指标的表现形式	(163)
二、产品产量计划完成情况的分析	(164)
三、生产均衡性分析	(167)
第二节 产品品种分析	(169)
一、品种计划完成率分析	(169)
二、品种计划完成程度分析	(170)
三、订货合同完成率分析	(170)
四、新产品试制成功率分析	(171)
第三节 产品质量分析	(171)
一、合格品率分析	(172)
二、返修品率分析	(172)
三、废品率分析	(173)
四、等级品率分析	(174)
五、平均等级分析	(175)
六、等级系数的计算	(176)
第四节 劳动生产率分析	(177)
一、劳动生产率分析的意义	(177)
二、劳动生产率完成情况的分析	(178)
第五节 设备利用情况分析	(182)
一、设备数量利用分析	(182)
二、设备时间利用分析	(184)
第六节 原材料利用效果分析	(185)
一、原材料利用效果分析的意义	(185)
二、原材料利用效果分析	(187)
第七节 能源利用情况分析	(191)
一、能源及能源利用情况分析的意义	(191)
二、能源消耗的计算方法	(192)
三、综合能源消耗量的计算方法	(193)

四、能源利用效果分析	(194)
第五章 成本分析	(198)
第一节 成本分析的意义和内容	(198)
一、成本的经济实质	(198)
二、成本分析的意义和内容	(199)
第二节 全部商品产品成本计划完成情况的分析	(200)
一、总成本计划完成情况的分析	(201)
二、各类产品成本计划完成情况的分析	(202)
三、影响成本计划完成的因素分析	(204)
第三节 可比产品成本降低计划完成情况的分析	(207)
一、可比产品成本考核指标的特点	(207)
二、可比产品成本降低计划完成情况的分析	(208)
三、影响可比产品计划完成的因素分析	(209)
第四节 单位产品成本计划完成情况的分析	(212)
一、单位产品成本计划完成情况的一般分析	(212)
二、单位产品成本项目的分析	(214)
第五节 技术经济指标对产品成本影响的分析	(221)
一、产量变动对成本的影响	(222)
二、质量变动对成本的影响	(223)
三、原材料利用率变动对成本的影响	(226)
四、劳动生产率变动对成本的影响	(227)
第六节 产品成本的预测分析	(228)
一、材料消耗定额降低形成的节约	(228)
二、材料价格降低(或上升)形成的节约(或超支)	(229)
三、由于劳动生产率提高超过平均工资增长形成的节约	(229)
四、由于生产增长超过费用增加形成的节约	(229)
五、由于废品率降低而形成的节约	(230)
六、汇总计算总降低率和降低额	(230)
七、经济生产量预测分析	(232)
第七节 质量成本分析	(234)
一、质量成本的概念	(234)

二、质量成本的组成	(235)
三、质量成本数据的收集	(237)
四、质量成本分析	(237)
第八节 成本功能分析	(243)
一、成本功能分析的概念	(243)
二、降低成本、提高功能的途径	(246)
三、成本功能分析的具体方法	(248)
第六章 利润分析	(257)
第一节 利润的组成与一般分析	(257)
一、利润的组成	(257)
二、利润指标完成情况的一般分析	(258)
第二节 产品销售利润分析	(261)
一、影响产品销售利润变动的因素	(261)
二、影响利润变动因素的分析	(261)
第三节 利润率分析	(267)
一、利润率指标的几种形式	(267)
二、销售利润率变动的分析	(269)
第四节 利润预测分析	(271)
一、目标利润规划法	(271)
二、直接计算法	(273)
三、因素分析计算法	(276)
第五节 保本经营分析	(283)
一、保本经营分析的概念	(283)
二、成本性态分析	(284)
三、半变动成本的分解方法	(288)
四、盈亏临界点与安全边际	(290)
五、多产品盈亏临界点的确定	(293)
第七章 销售与市场分析	(296)
第一节 销售预测与分析	(296)
一、销售的意义	(296)
二、销售量预测的方法	(297)

第二节 市场环境分析	(306)
一、市场环境分析的意义	(306)
二、企业应有的市场观念	(307)
三、市场占有率分析	(311)
第三节 市场需求分析	(312)
一、市场需求分析的意义	(312)
二、市场需求的有关概念	(313)
三、需求弹性分析	(316)
四、消费者购买行为分析	(320)
第四节 产品销售计划完成情况的分析	(322)
一、产品销售量计划完成情况的分析	(322)
二、销售合同完成情况的分析	(323)
三、产销平衡分析	(324)
第五节 促销分析	(325)
一、促销的意义和种类	(325)
二、人员推销分析	(326)
三、广告促销分析	(328)
四、公共关系促销	(331)
五、特种促销	(332)
第六节 市场信息的分析与利用	(332)
一、市场信息的意义与内容	(332)
二、市场信息的来源与利用	(336)
三、市场信息分析	(339)
第八章 产品分析	(342)
第一节 产品的寿命周期分析	(342)
一、产品的概念	(342)
二、产品寿命周期分析	(343)
第二节 产品组合分析	(346)
一、产品组合的概念	(346)
二、产品组合分析	(348)
三、应否停止某产品生产的分析	(349)

第三节 新产品开发分析	(353)
一、新产品开发的概念	(353)
二、发展新产品的程序	(354)
三、整顿老产品的方针	(363)
第四节 产品的包装与名牌分析	(364)
一、产品包装分析	(364)
二、厂牌与商标分析	(366)
第五节 产品价格分析	(370)
一、产品价格分析的意义	(370)
二、价格的构成	(371)
三、影响价格的因素分析	(372)
四、企业产品定价的方法	(379)
五、价格浮动分析	(388)
六、产品订价策略分析	(390)
第九章 公共关系分析	(396)
第一节 公共关系分析的意义	(396)
一、公共关系的基本概念	(396)
二、企业公共关系的基本内容	(398)
三、公共关系分析的意义	(400)
第二节 公共关系的基本原则	(401)
一、以自身素质为基础的原则	(402)
二、真诚合作、互惠互利的原则	(402)
三、社会整体效益的原则	(403)
四、遵纪守法原则	(403)
五、坚持社会主义精神文明的原则	(403)
第三节 公共关系活动策略的分析	(404)
一、公关活动与经营活动的关系	(404)
二、企业公关活动的对象	(405)
三、企业公关活动的策略分析	(406)
第四节 企业公共关系效果分析	(409)
一、企业形象分析	(409)

二、公共关系状态分析	(411)
三、企业形象的塑造分析	(412)
第五节 企业公关机构与公关人员	(413)
一、企业公关机构	(413)
二、企业公关人员	(417)
第十章 经济联合与专业化协作分析	(422)
第一节 经济联合分析	(422)
一、经济联合的概念与意义	(422)
二、经济联合的形式	(424)
三、经济联合的目标和要求	(428)
四、经济联合组织的合法权益	(428)
五、经济联合的效益分析	(429)
第二节 专业化协作分析	(430)
一、专业化协作的概念与意义	(430)
二、专业化协作的组织类型	(432)
三、专业化协作分析	(433)
第十一章 企业技术进步分析	(437)
第一节 技术进步与现代企业的发展	(437)
一、技术进步与生产力各要素的关系	(437)
二、技术进步的主要内容	(443)
第二节 衡量技术进步作用的理论与模型	(444)
一、生产函数的理论和方法	(444)
二、衡量技术进步作用的数学模型	(446)
第三节 企业技术进步分析	(448)
一、年技术进步速度	(448)
二、技术进步对产量增长的贡献	(461)
三、技术水平	(462)
四、全部劳动效率	(462)
五、劳动—资金产值率	(464)
六、技术进步投资增产率	(466)
七、原材料节约额	(466)

八、生产性固定资产节约额	(466)
九、技术进步带来的净产值增加额	(466)
十、新技术带来的成本降低额	(467)
十一、新技术带来的利税增加额	(467)
第十二章 企业技术改造分析	(468)
第一节 企业技术改造与现代化建设	(468)
一、技术改造及其意义	(468)
二、技术改造与现代化建设	(470)
第二节 企业技术改造的内容和形式	(470)
一、企业技术改造的内容	(470)
二、企业技术改造的形式	(472)
第三节 技术改造决策分析	(473)
一、技术改造决策分析的意义	(473)
二、技术改造决策分析的程序	(474)
三、技术改造的经济评价	(478)
第四节 设备更新分析	(479)
一、设备更新的意义	(479)
二、设备磨损与设备寿命	(479)
三、设备折旧	(481)
四、设备更新周期分析	(489)
五、设备更新的经济分析	(491)
第五节 技术引进分析	(493)
一、技术引进及其意义	(493)
二、技术引进的主要方式	(494)
三、技术引进的基本程序	(497)
四、技术引进经济效果分析	(500)

第一章 概 论

【提要】 本章从企业的概念出发，站在经济效益最优化的角度，探讨了现代企业“经营”的含义，介绍了工商企业的生产经营过程以及企业经营面临的新课题。本章还介绍了经营分析的内容、原则、方法、活动方式以及经营分析所借助的指标体系，对经营分析所采用的方法及所涉及的基本理论作了综合性的论述。

第一节 现代企业经营面临的新课题

一、现代企业的概念

现代企业是以先进的科学技术和生产高度社会化为特征的。它是集合着现代生产的诸要素，按照或针对社会的某一项或多项需要，从事有组织、有计划、有效率的生产、服务或流通的国民经济基本组成单位。是依法自主经营、自负盈亏、独立核算的商品生产和经营单位。

现代企业按其经营的性质，可以分为工业企业、商业企业、建筑企业、农业企业、交通运输企业等。其中，经营业务比较复杂的，是工业企业。工业企业是指企业中从事工业生产的那一部分。它是集合各生产要素，使用劳动工具，从事自然资源的开发和对原材料进行加工的国民经济部门。由于工业不仅给人们提供生活消费品，而且还提供农业和工业生产及其他部门所需要的技术装备，特别是生产工具。所以，工业在国民经济发展中起主导作用。商业企业是指企业中从事商品流通的那一部分，它以直接

或间接向社会提供其所需要的商品或商业性服务为目的。其他企业如建筑、农业企业，其性质与工业企业相似；旅游、交通、服务、金融企业，其性质与商业企业相似。“企业”所具有的一般性质如下：

企业是通过从事经济活动以满足社会需求的基本单位，是独立核算、自负盈亏的经济组织；是营利性的经济组织，它在满足社会需要的同时，也创造一定的利润。

在理解“企业”的概念时，应注意将其与“工厂”加以区别。有的人不加分析，把“企业”与“工厂”等同起来，引起概念上的混乱。例如，由几个工厂联合起来组成一个专业公司，这时，究竟应该称公司为“企业”，还是称公司所属的工厂为“企业”？便需用企业的一般性质来加以衡量。如果该公司所属工厂均是进行独立核算、自负盈亏的单位，而公司仅在业务上起组织、协调和指导作用，并不进行统一核算（由工厂分别向外报送会计报表），这时的工厂是一个企业单位，而专业公司仅是一级行业管理组织，不能算作企业。但如果这个专业公司统一进行经济核算（由公司统一向外报送会计报表），公司所属各工厂，虽然也进行一定的经济核算工作，但它们仅是一级经济核算单位，并不是独立核算单位，那么，该公司应算做一个企业。

二、“经营”的含义

经营是企业最基本最主要的活动。它是企业赖以生存和发展的第一职能。所谓经营，就是企业以商品生产者的身份，面向市场，以商品生产和商品交换为手段，为实现企业目标，满足社会需求，而使企业的生产技术经济活动与企业的外部环境达成动态均衡的一系列有组织有计划的活动。

经营是商品生产发展的产物。人们对“经营”的认识也是随着商品生产的发展而变化的。商品生产的全过程是由三个部分组成的：输入、转换和输出，经营就是对商品生产这三个部分（即全

过程)的管理,它贯穿于企业活动的全过程。经营与生产活动的关系,可如图 1-1 所示。

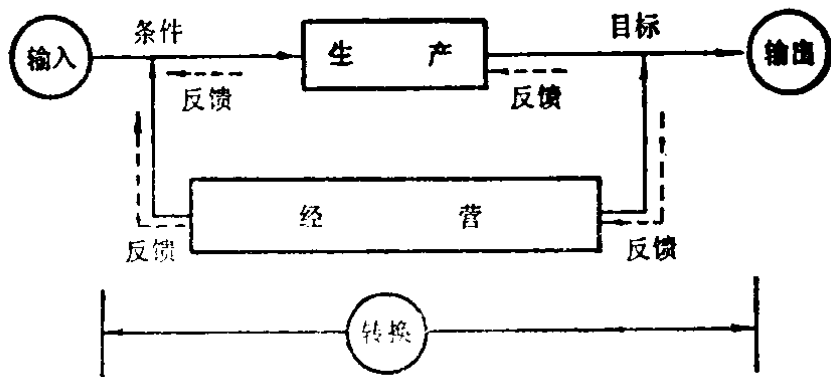


图 1-1 企业生产与经营活动图

可见,“经营”既是企业的一项管理观念,也是企业的一系列有效的管理活动。它贯穿企业供应、生产、销售乃至售后服务的全过程,是企业管理者必须十分重视的一个概念。

三、企业的生产经营活动

(一) 工业企业的生产经营活动

工业企业是进行某种工业性生产活动的单位。它的基本任务是:根据国家计划 and 市场需求,发展商品生产,创造财富,增加积累,满足社会日益增长的物质和文化需要。也就是说,每一个工业企业,都要以尽量少的人力、物力、财力等的输入,通过自己的劳动,为社会提供大量的物美价廉的工业产品(或工业性劳务)、盈利和技术力量等的输出,为社会扩大再生产和提高人民生活水平创造条件。每个企业都应在国家集中领导和统一计划的指导下,努力增加生产,扩大产品品种,提高产品质量,为满足社会需要提供更多的产品和劳务;都应讲求经济效果,节约各种资源,努力降低产品成本,扩大销路,为国家、企业的生产发展和人民生活水平的提高创造更多的利润。这是企业生产经营的根