



中財 B0008764

C12/65/13

中國科學院圖書館

427506

727-62/38

(京) 新登字 156 号

当代商人实用手册

柯非 金异 编著

出版者：中国人民大学出版社

发行者：中国人民大学出版社

(北京海淀路 39 号 邮码 100872)

印刷者：中国人民大学出版社印刷厂

经销者：新华书店总店北京发行所

开 本：787×960 毫米 32 开

字 数：169 000

印 张：10. 插页 2

版 次：1994 年 5 月第 1 版

印 次：1994 年 5 月第 1 次印刷

册 数：1—5 500

书 号：ISBN7-300-01860-2/F·526

定 价：7.00 元

006410

目 录

第一编 创 业 准 备

一、创业的策略制定	3
(一) 经营方式的选择	3
(二) 经营策略的确定	4
(三) 定价策略	5
(四) 贷款的申请方式	6
二、艰难的创业之路	7
(一) 创业的快速原则	7
(二) 投资机会的选定	7
(三) 企业投资机会研究	9
三、开业登记与审批	15
(一) 开业登记的主要事项	15
(二) 筹建许可证和营业执照	19
(三) 企业登记费	19
(四) 税务登记	20

第二编 经 营 管 理

一、企业的组织形式	27
(一) 传统的组织形式	27
(二) 现代的经营组织形式	28
二、商业会计管理	30

(一) 商品成本的计算·····	30
(二) 利润和长短款的计算·····	35
三、与外部资金来往·····	37
(一) 与银行资金来往·····	37
(二) 与税务机关的资金往来·····	49
(三) 各种结算种类·····	56
(四) 在商务交往中避免上当受骗·····	62
四、货物管理·····	65
(一) 进货方式及其原则与技巧·····	65
(二) 库存管理·····	66
五、市场营销技巧·····	68
(一) 市场调查的技巧·····	68
(二) 市场预测的技巧·····	72
(三) 促销组合·····	77
(四) 充分利用广告·····	79
六、重视售后服务·····	90

第三编 市场热点

一、债券·····	93
(一) 证券市场·····	93
(二) 有关债券的基本知识·····	94
(三) 证券的投资与收益·····	104
二、股票·····	109
(一) 有关股票的基本知识·····	109
(二) 股票的买卖与投资·····	114
三、房地产·····	119

(一) 主要房地产开发机构的类型	119
(二) 房地产公司的筹办	120
(三) 房地产资金的筹措	124
(四) 房地产开发程序与评估	129
(五) 房地产开发预算与利润计算	141
四、期货	150
(一) 有关期货的基本知识	150
(二) 期货市场的主要业务	160
(三) 可经纪的期货种类	163
五、经纪人	167
(一) 经纪人资格的获得	167
(二) 经纪人的权利和义务	168
(三) 佣金标准	171
(四) 经纪人与合同	173
(五) 现货交易经纪技巧	176

第四编 有关政策法规

中华人民共和国私营企业暂行条例	179
中华人民共和国个人所得税法	189
中华人民共和国合同法	196
广告管理条例施行细则	215
中华人民共和国税收征收管理法	224
中华人民共和国税收征收管理法实施细则	241
中华人民共和国营业税暂行条例	260
中华人民共和国企业所得税暂行条例	275

中华人民共和国增值税暂行条例·····	280
中华人民共和国消费税暂行条例·····	288

第五编 附 录

部分商用企业分类·····	297
商业企业开业申请登记表·····	301
银行结算业务收费表·····	305
计量单位换算表·····	307
国内长途自动电话开通区号及邮政 编码·····	308
国际著名城市区号·····	310
北京常用电话号码·····	312

第一编 创业准备

一、创业的策略制定

（一）经营方式的选择

经营方式有三种：独干、合伙和参股。三种方式各有利弊，经过仔细权衡后可以选择其中一种。

1. 独立单干：独自承担公司的全部责任和义务；如果破产，必须以全部财产来偿还债务，甚至承担法律责任；可以雇佣职员帮助经营。

2. 合伙：与其他人共同出资，共同经营，共同承担风险；如果亏损或破产，合伙各方必须共同对合伙债务的全部而不是部分承担责任。因此，选择合伙人有如下要求：

（1）订一份合伙协议，对诸如责任和利润分配等问题作出明确规定，以免发生纠纷时无据可查。

（2）如果合伙一方是妻子或丈夫，在法律上与其他人合伙一样。

3. 有限股份公司：这种形式近些年才在我国出现，特点是企业的债权与债务是独立的，与参股者互不相干，股东损失的只是其认购股份，所得的只是相应的红利。

选定经营方式后，开展组建工作时，要做好

如下事宜：

1. 选名：遵循国家命名规定，选择吉祥、响亮、易记、形象的名称。
2. 确定公司业务目标。
3. 制定公司的章程和成立程序。
4. 注意各种细枝末节，不要为今后发展留下隐患。

（二）经营策略的确定

制定经营策略，可以保证生意的顺利发展，否则，日常事务会挤掉计划安排，紧急事件先于重要事务被考虑。因此，制定完善计划十分重要。

1. 影响计划制定的因素：

（1）国家经济形势、政策法规，行业技术标准、价格水平等，这是外部环境。

（2）计划的稳定性，如企业内部结构的稳定性和周围环境的稳定性，确保各种经营活动互补。

（3）计划的风险性。应该留有一定余地，防止风险太大。

（4）计划实行的可行性与可操作性。

2. 制定计划时，可根据下列方面确定全部目标：

（1）目前掌握的技术、计划、资金等方面的资源。

（2）自己目前的优势与劣势。

（3）自己对商业、社会和政治领域发展趋势

的分析结果。

(4) 评价、思考和确定面临的各种可以选择的道路。

(5) 将制定的计划分解成明确的具体行动方案，并作出预算。

(三) 定价策略

制定合理价格是追求利润的重要策略，其间有许多技巧需要掌握。有些实力雄厚者，或不惜代价保住已占领的市场，或维持投资不计利润高低，或放弃赢利以保证竞争力。但对于创业伊始者，这都不足为取，仅供参考。下面几点才最为实用：

1. 把价格定在与竞争对手相同的水平上；
2. 根据市场能接受的价格水平定价，以开拓一个市场；
3. 针对不同消费品定价，如化妆品要高出平均利润率，价码高到能吸引顾客和令人自满的水平，而普通食品则稍偏低；
4. 注意影响成本核算的因素：如交易条件、回扣、运费、推销费、研制费等。
5. 商品在不同阶段的利润率并不相同。起步阶段，投资和推销费用很高，收益低；发展阶段，形成销售高峰，引起众多竞争者；衰退阶段，新产品取而代之，重新开始周期。因此，应随着不同阶段采取不同价格。

(四) 贷款的申请方式

申请贷款时应考虑到如下几点：

1. 企业（公司）简介；
2. 决策管理的具体做法和经验；
3. 公司的目标，包括短期和长期的目标；
4. 最近 2~3 年的计划安排；
5. 现有的和潜在的市场；
6. 主要竞争者的详细情况；
7. 目前的采购安排；
8. 现有现金预算和偿还计划的资金需求；
9. 商品的详细情况和预测的发展趋势；
10. 成本和价格结构以及市场影响；
11. 外销的可能性；
12. 销售渠道；
13. 影响或可能影响销售的法律规定。

二、艰难的创业之路

（一）创业的快速原则：

1. 凡事皆取精要原则；
2. 选拔提升勤奋、诚实的职员，给他最棘手的工作。他们会乐于接受工作上的挑战，并能创造奇迹；
3. 让职员（属下）完全知道公司财政上的成功，困难及其原因在哪儿；
4. 要有可靠的办公室职员，要非常讲究工作效率。
5. 绝不贪图眼前的利益，而败坏了长期的信誉。
6. 决定你是否成功的是商品的消费者；消费者的满意，就是行销线上的人（零售商、推销员）的成功。

（二）投资机会的选定

用综合分析法，可将企业投资的“机会”、“问题”和“优势”、“劣势”的各个因素排列在一张图表上，进行打分。通过分值的对比来决定投资机会的取舍。例如某医疗器械厂投资机会选择打分法见下页表 1：

表 1

	投资机会	5 分	投资问题	4 分
外部 环境	1. 该产品依赖进口	1	1. 该产品各地已有进口	1
	2. 该产品市场扩大	1	2. 另一家企业也在上该生产线项目	1
	3. 该品有出口可能	1	3. 本企业原有产品已趋饱和	1
	4. 可利用企业原有生产技术	1	4. 建材价格上涨	1
	5. 国家政策鼓励发展	1		
	投资优势	4 分	投资劣势	2.5 分
内部 条件	1. 企业技术力量较强且有技术引进经验	1	1. 原有设备陈旧	0.5
	2. 企业管理基础工作较好	1	2. 自有资金不足	0.5
	3. 与金融界有良好的协作关系	1	3. 生产场地紧张	0.5
	4. 取得政府部门信任	1	4. 原有销售渠道不能完全适应	1

根据上表所列 4 个方面的各种因素进行打分，每个因素计 1 分，其中劣势中的部分因素因被优势和机会所克服或转化，可按 0.5 分计。结果是：机会 5 分，优势 4 分，问题 4 分，劣势 2.5 分。综合对比后，机会（5 分）+ 优势（4 分）> 问题（4 分）+ 劣势（2.5 分）。因机会和优势的得分总和大于问题和劣势的得分总和，所以企业可将该产品的投资机会作为企业经营投资的方向。

运用上述方法时，一般应注意下列几点：

1. 详细将企业外部的投资机会和问题，企业内部的优势和劣势，分别列在表上；

2. 分析投资机会和投资优势之得分总和是否大于投资问题和投资劣势之得分总和，对二者进行比较

3. 分析投资问题和投资劣势，并提出相应措施和对策，看能否避免和克服这些不利因素，能否使其向有利因素转化；

4. 经过上述分析，如有利因素大、不利因素小，即可大体上确定投资方向，然后进行详细的投资预测、评估、论证和决策；反之，应予放弃。

（三）企业投资机会研究

企业投资机会可分为市场投资机会、一般投资机会和项目投资机会。市场投资机会是通过市场研究确定对企业投资有利的因素；一般投资机会是通过地区、行业、资源分析，初步形成企业投资的设想；项目投资机会是在对市场投资机会和一般投资机会的研究基础上，使投资设想变为概略的投资建议或意向。

1. 市场投资机会研究

市场投资机会研究即新企业建立前或对现有企业进行投资的市场机会研究，是对市场机会进行识别、分析，从而为形成投资设想打下基础。

（1）市场机会的类型

企业面临的市场机会一般有下列三种类型：

1) 现有的市场机会。现有的市场机会是指社会（企业、机关、个人）的需求可以由现有企业的商品来满足的市场的需要。评价现有市场对企业来说是不是构成机会，要看企业所选择的市場容量。市場容量是指某一商品在整个或部分市場的年銷售总量。市場容量的大小，主要是由商品特性决定的。产品的通用性越大，地区性越大，其市場容量也就越大。从行业上分析，行业年产值占全国总产值的比重越高，说明该行业的商品市場越大。从地区上分析，某地区该商品的产值占全国该商品总产值的比重越高，说明该地区的市場容量越大。从商品分析，某商品的产值占行业产值的比重越高，说明该商品的市場容量越大。

2) 早期的市場机会。早期的市場机会是指商品已投入市場并为社会所接受，但尚未形成市場规模。企业投资机会的选择除了要选择容量大的市場机会之外，还要看早期的市場机会。因为在早期的市場机会中，市場容量和商品供应量之间差距很大，即市場吸收该商品的潜力很大，而供应尚不充分，要不失时机地投资并尽快将商品投放市場，由于竞争对手少，商品肯定得以暢銷。所以，企业要抓住商品的早期市場。

3) 潜在的市場机会。潜在的市場机会是指具有潜在需求和潜在顾客，但目前尚无商品投放的市場。随着人民物质文化水平和科学技术水平的

提高，社会需求结构也相应地发生变化。对此，有远见的企业家要从远处着眼近处着手，善于发现、开辟潜在市场，并看准市场舍得花本钱进行产品开发。随着时间的推移，潜在市场将转化为早期市场，进而成为现有市场。

(2) 市场机会研究的基本要求

有利的市场机会是靠信息反映和传递的。因此，企业要有收集信息、辨别机会的能力。

1) 成立专门的信息和市场研究人员队伍。企业要培训一批善于捕捉市场信息，善于利用市场机会的专业技术人员。

2) 企业要善于利用各种信息资料。企业特别是个体工商业者，全部靠自己收集大量的市场信息是不可能的。因此，要善于利用各种信息资料，从中选择对本企业有利的市场机会。从我国目前情况看，国家统计局部门和各专业银行在全国基本上已形成了从上到下的产品信息和投资信息网络，这些部门每年要组织几十种甚至几百种重要商品的调查，并长期进行跟踪调查。个体工商业者要同这些部门建立密切的公共关系，争取在收集和研究商品、市场信息方面得到他们的支持。另外，这些部门均建立了相应的咨询机构，因此可以通过咨询方式取得信息。

3) 企业要广泛收集各类信息资料。除了广泛收集国家各项政策、制度资料外，还应广泛利用报纸、杂志、广播、电视等新闻媒介收集信息。此