



中国 总经济师手册

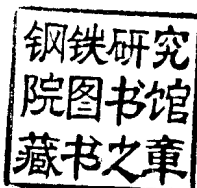
HANDBOOK FOR ECONOMISTS-IN-CHIEF OF CHINA

F - 62
Y 96

中国总经济师手册

Handbook for Economists-in-chief of china

G739/10



东北大学出版社

1993.9 沈阳

• 222907

(辽)新登字第8号

中国总经济师手册

Handbook for Economists-in-chief of China

编 纂 《中国总经济师手册》编委会
出 版 东北大学出版社
(沈阳市文化路3号巷11号,邮编110006)
发 行 辽宁省新华书店
印 刷 阜新民族印刷厂

责任编辑 战志民 孙铁军 涂宜军 朱玉瑾
责任校对 冯 伟 张淑萍
装帧设计 唐敏智
责任出版 杨华宁

版 次 1993年9月第1版第1次印刷
开 本 787×1092 1/16
插 页 4
印 张 104
字 数 3005千字
印 数 1~10 000
书 号 ISBN 7-81006-570-X/Z·136
定 价 80.00元

1612
26

1993.9.25

《中国总经济师手册》编委会

顾问 孙起孟
主编 岳岐峰 元东洙 王希贤
汪祥春 姜笑琴 赵新良
副主编 马跃 孙佐军 于长江 刘熙明
周文志 王香廷 曾宪龄 茅永康
尹家喜 闵学须 陆启荣 白尚显
贾邦宁 周家俊 张兆民 王盛祥
康锦江 郝元初 李启祥 秦凤山
曹钟雄 孙迪鹏 赵文源 晏咏青
王文涌 庄宇洋

编委 (按姓氏笔划为序)

马钦海 马跃 马银良 王士凤
王仕周 王希贤 王峰 尹家喜
王盛祥 王福亭 孙佐军 田杨
白尚显 白纯波 孙迪鹏 李立国
乔有让 庄宇洋 李启祥 刘明远
刘赋 刘熙明 张东 宋玉平
张兆民 陈兵山 杨学涵 闵学须
陆启荣 冷绍供 陈国辉 张贵乐
汪祥春 苑凤台 赵文源 茅永康
岳岐峰 周家俊 赵基伟 赵新良
郝元初 段世财 战志民 姜笑琴
秦凤山 晏咏青 秦旭升 贾邦宁
郭伯伟 徐景霖 梁乃刚 黄玉玲
曹钟雄 笪盍 康锦江 曾宪龄
甄凤山 薛俊杰 魏宏伟

撰稿 (按篇先后为序)

王希贤 兰巨申 康锦江 曾宪龄
王春瑗 曾奕 赵宝甫 宋玉平
梁乃刚 杨锡怀 贾辉 许宝林
冷克平 靳志宏 王仕周 张忠贤
李林 马钦海 李森 乔有让
朴惠淑 陈树卿 马忠普 杨学涵

郭 伏	万 明	樊锡瑛	葛桂荣
宁 坚	谢仲清	刘 斌	陈兵山
徐广兴	钟磊刚	韩凤兰	马银良
韩 颖	赵艳华	岳俊才	邢文兴
田 杨	金光照	王惠德	郭临深
苑凤台	郭宝柱	张云嵩	徐崇灏
王 欣	闫毓惠	孟凡菊	孙文娟
王仁喜	林 忠	刘明远	刘 星
刘焕珍	谷雪梅	张贵乐	王振山
孙 捷	梁惠敏	薛宝龙	徐景霖
唐秋明	陈立军	陈国辉	吴大军
孙 坤	付 荣	万寿义	徐龙德
李日昱	薛俊杰	栗方忠	徐世龙
陈元俊	郭伯伟	蔡九菊	周秉衡
甄凤山	熊小梅	龙莲芝	金锡盛
李 凯			

前 言

《中国总经济师手册》是为我国企事业总经济师、高级经济师及各类经营管理人员编撰的第一部大型的、综合性的工具书。这部工具书的出版有助于我国总经济师提高经营决策能力和经营管理水平,为进一步发挥总经济师的作用有重要意义。

企业“一长三总师”领导体制,是经济体制改革的需要,提高经济效益的需要,实现社会主义现代化的需要。这种领导体制的实质是强化专家集体领导,它不仅符合专家集团领导企业的当今世界趋势,又具有中国社会主义特色。在厂长(经理)领导下,企业总经济师负责领导企业经营管理系统的工作,实际上是企业经营管理的总设计师。其主要工作包括:企业经营战略和策略、市场预测与经营决策、经济责任制、长远和年度计划、供应与销售、进出口贸易等,并配备有“参谋机构”和“信息机构”等。可以说,总经济师在企业生存和发展中具有极为重要的地位和作用。

我国的总经济师,改革开放以来,对企业的发展作出了重要贡献,特别是在建立、健全和完善经济责任制方面取得了一些很好的经验,调动了广大职工的主动性和积极性,提高了企业的经济效益,对我国的经济发展作出了应有的贡献。而今后,总经济师面临的任务是十分艰巨的,这一方面由于在我国要建立社会主义市场经济体制,在建立这种体制过程中,企业不仅有机遇,而且面临威胁和市场的激烈竞争;另一方面我国将恢复关贸总协定缔约国地位,和国际市场进一步接轨,参与国际市场竞争,因而也面临国际市场竞争的挑战。作为企业经营的总设计师,要使企业在国内和国际两个市场竞争中得以生存和发展,并在竞争中取胜,就必须研究市场、制定企业发展战略、选择经营形式和营销策略、提高经营管理水平等。总经济师为了完成以上的工作任务,除靠已掌握的知识外,需要扩大的“智囊团”、“思想库”。《中国总经济师手册》就是为满足这种扩大的“智囊团”、“思想库”的需要而编写的。

《中国总经济师手册》是一部巨著,共 17 篇、101 章、403 节、2500 余条目,计 300 万字。参加本书编写和审定的专家、教授及中青年学者近百位。本书在内容的设计和条目选定上完全是根据总经济师当前和今后发展的需要,经认真讨论和征求意见后确定的,并在编写过程中对条目作了少量增删。

在本书编写过程中,经历了学习邓小平同志南巡讲话;在全国贯彻执行国务院颁发的“全民所有制工业企业转换经营机制条例”;学习党的十四次代表大会文件,着重学习了建立社会主义市场经济体制问题。使我们明确了编写的指导思想,并为手册的内容提供了重要的基础。

在党的十四大提出的建立社会主义市场经济体制和进一步深化改革、扩大开放的方针指导下,在手册的内容设计上力求围绕企业在国内和国际两个市场中提高竞争能力,并在竞争中取胜这个核心问题展开的。不仅包括必要的经济与管理理论、企业经营战略和营销策略,而且包括各种制度、方法、手段以及和提高经营决策与经营管理水平所需要的相关知识等。为了保证手册条目内容有一定的深度,要求每一条目的字数为 1000 字左右,并以图、表相配合,对问题进行展开。

《中国总经济师手册》编写工作所追求的目标是:(1)实用性。要求手册的内容要结合国情,理论联系实际,方法的程序、步骤清楚,可以运用;(2)科学性。要求选用的理论和方法是成熟的、稳定的;(3)先进性。着重介绍现代经营管理理论和现代化管理方法、手段,特别是电子计算机辅助管理和系统工程等内容。

在手册编写中曾遇到下列问题,并确定了以下处理原则:

(1)理论和实践。在手册编写中,采取以实践为主、理论为辅的原则。以实践为主,实际上是体现手册的实用性,即它是为总经济师解决实际问题服务的。在理论内容上主要安排了宏观经济和微观经济理论以及现代经营管理理论等。其所占比重不大,但内容却是总经济师提高理论水平所必需的。

(2)宏观和微观。本书以微观为主、宏观为辅的原则。以微观为主就是以企业的经营管理为主要内容,因为这是总经济师的主要职责范围。而宏观经济内容应当是总经济师解决企业经营所必需了解的。因而安排了中国经济发展和

宏观经济调控等内容,比重是很小的。

(3)重点和一般。采取重点和一般相结合的原则。所谓重点就是和总经济师直接负责的工作有关的内容,如战略、经营、管理、投资、外贸等。这些内容是手册的重点,它与总经济师提高经营决策和经营管理水平直接有关。但是,手册仅有这些重点内容是远远不够的,还需要有许多学科,如会计、统计、金融、信贷、能源、法规等与之相配合,才能帮助总经济师在决策和管理上更上一层楼。

(4)国内与国外。采取以国内为主、国外为辅的原则。以国内为主的实质是必须结合我国国情,从我国的实际出发,反映我国社会主义企业经营管理的特色。以国外为辅就是要吸收国外的经营管理理论、先进的管理技术和方法,特别是对于我国建立社会主义市场经济体制,我国企业提高竞争能力等方面,有许多国外的经验和企业家的成功之路是可以借鉴的。

在本书编写过程中,编者参阅了大量的中外专著、论文、经验等文献资料,并采用了其中很多观点和资料,对本书的完成提供了很大的帮助,在此表示衷心感谢!

《中国总经济师手册》和读者见面了。希望这一大型工具书能对总经济师、高级经济师及各类经营管理人员的工作有所帮助。同时,它是第一次为总经济师编写的大型工具书,由于时间比较短,缺乏经验及编者水平所限,缺点和错误在所难免,敬请广大读者批评指正。

编 者

1993. 2. 16 沈阳

1 总 论

1.1 企 业

1.1.1 企业概述 (1)

企业的目的和地位 (1)

企业性质 (2)

工商企业生产经营类型 (3)

企业规模 (3)

1.1.2 企业的组织形式 (5)

工厂 (5)

公司 (5)

股份有限公司 (6)

跨国公司 (7)

企业集团 (8)

1.1.3 企业组织结构 (9)

企业组织形态 (9)

企业部门划分 (10)

管理幅度 (10)

事业部制 (11)

1.1.4 企业文化 (12)

企业文化概念 (12)

企业文化结构 (13)

企业文化功能 (13)

1.2 企业管理理论

1.2.1 科学管理论 (15)

管理理论发展阶段 (15)

泰罗的科学管理法 (15)

科学管理法体系 (16)

法约尔管理理论 (17)

权限关系论 (18)

1.2.2 人群关系论 (19)

人群关系论构成 (19)

人群关系管理 (20)

新人群关系论 (21)

1.2.3 现代管理论 (22)

现代管理组织论 (22)

权限接受论 (23)

决策论 (24)

决策原则 (24)

1.3 领 导

1.3.1 领导基础 (26)

领导 (26)

领导的权力基础 (26)

1.3.2 领导方式与领导行为 (27)

领导功能 (27)

领导方式 (28)

专断式—民主式连续统一体 (29)

领导效能论 (30)

途径目标论 (30)

领导方格论 (31)

领导艺术 (31)

1.3.3 领导制度 (32)

企业领导制度的演变 (32)

厂长(经理)负责制 (33)

董事会领导下的总经理负责制 (33)

职工代表大会制 (34)

1.3.4 领导班子 (35)

领导班子的合理结构 (35)

领导者素质 (35)

1.4 企业总经济师

1.4.1 “三总师”体制	(37)	与职工关系的处理	(58)
“三总师”制度	(37)	人际交往与关系平衡	(59)
总工程师	(38)	1.4.9 总经济师识人用人	(60)
总经济师	(38)	识人用人	(60)
总会计师	(39)	人才培养与选拔	(61)
1.4.2 总经济师职能	(39)	1.4.10 经济洽谈与谈判	(62)
总经济师职能	(39)	经济洽谈与谈判	(62)
总经济师的业务系统	(40)	签约	(63)
1.4.3 总经济师的素质	(41)	涉外经济谈判	(64)
政治素质	(41)	经济谈判技巧	(64)
品德素质	(42)	经济谈判方式	(65)
心理素质	(43)	经济谈判策略	(66)
智力素质	(44)		
1.4.4 总经济师的工作能力	(45)	2 经 济	
决策能力	(45)	2.1 中国经济发展	
组织管理能力	(45)	2.1.1 经济发展目标	(69)
人际能力	(46)	现代化目标及其实现步骤	(69)
1.4.5 总经济师的知识结构	(47)	2.1.2 社会主义市场经济	(69)
知识系统	(47)	社会主义市场经济体制	(69)
知识结构类型	(48)	建立社会主义市场经济体制的主要环节	(70)
合理知识结构	(49)	2.1.3 对外开放	(71)
完善知识结构方法	(50)	对外开放与经济发展	(71)
总经济师的合理知识结构	(50)	对外开放方针	(71)
1.4.6 总经济师的领导基础	(51)	对外开放的基本内容	(72)
领导艺术	(51)	关税与贸易总协定	(72)
领导方式	(52)	2.1.4 产业结构	(73)
领导作风	(53)	产业结构调整和优化	(73)
1.4.7 总经济师的工作方法和思想方法	(54)	工业结构调整	(73)
日常工作方法	(54)	产业结构发展水平评价指标	(74)
调查研究法	(55)	产业结构效益评价	(74)
思想方法	(56)	2.1.5 科技进步	(75)
1.4.8 人际关系	(57)	科学技术的作用	(75)
基本规律	(57)		
总经济师的上下级关系	(58)		

知识分子在科技进步中的作用	(76)	新剑桥学派	(94)
2.1.6 地区经济发展	(76)	现代货币主义	(95)
地区经济发展	(76)	合理预期学派	(95)
地区工业结构合理化	(77)	供给学派	(96)
城市基础设施与经济社会协调发展	(77)	福利经济学	(96)
		新制度学派	(97)
2.2 宏观经济		2.2.6 我国社会总供求及其调控	(97)
2.2.1 宏观经济及其度量指标	(79)	社会总供给与总需求	(97)
宏观经济	(79)	总供给与总需求的平衡	(98)
国民生产总值	(79)	宏观经济调控	(98)
消费	(79)	宏观经济调控的方式和手段	(99)
储蓄	(80)	经济杠杆及其功能	(99)
SNA 核算体系国民经济总量	(81)	主要经济杠杆的特点及实施手段	(100)
MPS 核算体系国民经济总量	(81)	2.3 微观经济	
2.2.2 国民收入决定	(82)	2.3.1 消费者均衡理论	(101)
国民收入的决定	(82)	效用	(101)
乘数	(83)	边际效用	(101)
加速原理	(83)	无差异曲线	(102)
2.2.3 宏观经济供求分析及调节政策	(84)	预算线	(103)
产品市场均衡与 IS 曲线	(84)	基数效用与消费者均衡	(103)
货币市场均衡及 LM 曲线	(84)	序数效用和消费者均衡	(104)
货币流通模型	(85)	边际替代率	(105)
产品市场与货币市场联合均衡	(86)	效用极大化	(106)
劳力市场均衡及总供需曲线	(87)	消费者剩余	(106)
宏观经济政策	(88)	边际效用的应用	(107)
2.2.4 通货膨胀与经济周期	(89)	生活费用指数	(107)
通货膨胀	(89)	2.3.2 供求与价格	(108)
反通货膨胀	(90)	市场需求及影响因素	(108)
经济周期	(91)	需求函数与需求曲线	(109)
2.2.5 经济增长	(91)	市场供给及影响因素	(109)
哈罗德—多玛经济增长模型	(91)	供给函数与供给曲线	(110)
新古典经济增长模型	(92)	供需均衡与价格均衡	(111)
经济增长模型的应用	(92)	均衡点的移动	(112)
凯恩斯学派	(93)	市场机制的运用	(112)
新古典综合派	(93)	2.3.3 需求弹性与供给弹性	(113)
		需求的价格弹性	(113)

需求的交叉弹性	(113)	交换均衡与生产均衡的结合	(134)
需求的收入弹性	(114)		
价格弹性与边际收益	(115)	2.4 生产力经济	
供给的价格弹性	(115)		
蛛网理论	(116)	2.4.1 生产力	(136)
2.3.4 生产理论	(117)	生产力因素	(136)
柯布—道格拉斯生产函数	(117)	科学技术是第一生产力	(136)
单一可变要素的生产规律	(118)	生产力系统	(137)
两种可变要素的生产规律	(119)	生产力组合方式	(137)
等产量线	(119)	2.4.2 结构经济与规模经济	(138)
边际技术替代率	(119)	生产力结构	(138)
生产可行性线	(120)	结构合理化及制约因素	(139)
边际转换率	(120)	生产力规模	(139)
2.3.5 厂商均衡理论	(121)	规模经济与规模优化	(140)
完全竞争条件下厂商的短期均衡	(121)	2.4.3 布局经济与时序经济	(140)
完全竞争市场厂商的长期均衡	(121)	生产力布局	(140)
完全垄断市场厂商均衡	(122)	生产力的扩展和制约因素	(141)
垄断竞争市场厂商短期均衡	(123)	生产力时序	(141)
垄断竞争市场厂商长期均衡	(123)	协作生产力	(142)
寡头垄断市场古尔诺模型	(124)	2.4.4 生产力运动	(143)
寡头垄断市场张伯霖模型	(125)	生产力运动的整体功能	(143)
寡头垄断市场斯维基模型	(125)	生产力整体运动规律	(143)
寡头垄断市场价格歧视政策	(126)	生产力运行的动力和条件	(144)
产品价格歧视的程度	(126)	生产力发展战略	(145)
2.3.6 分配理论	(127)		
边际生产力	(127)	3 战略	
生产要素的需求与供给	(128)	3.1 战略概述	
工资理论	(128)		
利息理论	(129)	3.1.1 战略的基本特征	(149)
地租理论	(130)	战略	(149)
利润理论	(130)	战略的主要特征	(149)
洛伦斯曲线与基尼系数	(131)	战略的研究与指导	(150)
2.3.7 一般均衡分析的资源配置	(131)	3.1.2 战略的本质	(150)
一般均衡分析	(131)	战略的内容	(150)
一般均衡的简单模型	(132)		
艾奇沃斯盒状图	(132)		
交换均衡	(133)		
生产均衡	(133)		

战略的动态特征	(151)		
战略与规划、计划的关系	(151)		
3.2 环境因素			
3.2.1 政治环境	(152)	3.3.2 行业(部门)发展战略	(163)
政治对经济的影响力	(152)	产业和行业	(163)
国际企业与东道国的关系	(152)	行业发展	(164)
政治风险及其分析与评估	(153)	产业结构	(164)
3.2.2 经济环境	(153)	产业政策	(165)
经济环境对其经济发展的影响	(153)	3.3.3 地区经济发展战略	(165)
国际经济环境	(154)	经济区划	(165)
企业经营环境	(154)	地区经济发展	(166)
3.2.3 自然环境	(155)	3.4 高技术发展战略	
自然环境变化的主要趋势	(155)	3.4.1 高技术及其产业特征	(167)
国家对自然环境的管理	(155)	高技术	(167)
3.2.4 技术环境	(156)	高技术产业	(167)
科学技术对经济发展的影响力	(156)	高技术产业的环境	(168)
加速技术进步的主要途径	(157)	3.4.2 世界高技术发展	(169)
3.2.5 法律环境	(157)	美国“星球大战”计划	(169)
法律对经济的影响力	(157)	尤里卡计划	(169)
国际法与国际企业	(158)	日本高技术发展	(170)
3.2.6 文化环境	(159)	英国的“阿尔维计划”	(171)
文化与经济发展	(159)	发展中国家高技术发展模式	(171)
语言与沟通	(159)	3.4.3 我国高技术发展	(171)
价值观与态度	(160)	我国高技术发展现状和趋势	(171)
社会组织和宗教	(161)	我国高技术产业发展模式	(172)
3.3 经济发展战略		高技术发展的支撑环境	(173)
3.3.1 国家经济发展战略	(162)	我国高技术发展的战略及对策	(174)
经济增长战略	(162)	3.5 企业战略管理	
起飞战略或赶超战略	(162)	3.5.1 战略管理概述	(176)
变通战略	(163)	战略管理	(176)
		战略制定方法	(176)
		企业使命	(177)
		战略结构	(177)
		战略经营单位	(178)

3.5.2 战略分析	(179)	经营组织	(196)
外部环境分析	(179)	经营形式	(197)
内部环境分析	(180)	经营艺术	(198)
竞争力量分析	(180)	4.1.2 经营目标与经营方针	(198)
SWOT 矩阵	(181)	经营目标	(198)
战略目标	(182)	经营方针	(199)
3.6 战略选择及评价		经营外部环境分析	(200)
3.6.1 公司战略选择	(183)	经营内部条件分析	(200)
稳定型战略	(183)	经营战略	(201)
发展战略	(183)	经营策略	(202)
合并	(184)	4.2 市场	
合资经营	(185)	4.2.1 市场体系	(203)
防御战略	(185)	市场	(203)
3.6.2 经营单位的竞争战略	(186)	市场竞争	(203)
成本领先战略	(186)	市场观念	(204)
差别化战略	(187)	国内市场体系	(205)
集中化战略	(187)	国际市场	(206)
3.6.3 战略评价方法	(188)	威胁与机会分析	(207)
经营组合法	(188)	4.2.2 购买行为	(208)
行业吸引力—竞争能力分析法	(189)	消费者购买动机	(208)
政策指导矩阵法	(190)	消费者购买行为	(209)
产品/市场发展组合矩阵	(191)	生产者购买行为	(210)
汤普森和斯特克兰评价方法	(191)	4.2.3 市场调查	(211)
4 经营		市场调查	(211)
4.1 经营概论		市场调查方法	(211)
4.1.1 经营与经营思想	(193)	市场抽样调查法	(212)
经营	(193)	4.2.4 市场预测	(213)
经营要素	(194)	市场预测	(213)
经营职能	(194)	特尔菲预测法	(215)
经营思想	(195)	移动平均预测法	(215)
经营体制	(196)	指数平滑预测法	(216)
		回归分析预测法	(217)
		季节性指数预测法	(219)
		马尔科夫链预测法	(222)
		预测结果的评价	(224)

4.2.5 目标市场	(224)	4.3.3 销售渠道策略	(246)
市场细分化	(224)	销售渠道	(246)
市场细分化的标准	(225)	中间商	(247)
市场细分化方法	(225)	销售渠道选择	(247)
目标市场	(226)	销售渠道策略	(248)
产品定位	(226)	4.3.4 产品实体分配策略	(249)
4.2.6 市场研究	(228)	产品实体分配策略	(249)
市场经营研究	(228)	仓库决策	(250)
市场需求研究	(228)	运输决策	(250)
市场占有率研究	(229)	4.3.5 促销策略	(251)
市场信息研究	(230)	促销	(251)
4.3 市场营销		促销策略	(252)
4.3.1 产品策略	(232)	广告	(252)
市场营销	(232)	广告目标	(253)
产品整体概念	(232)	广告媒体策略	(253)
产品组合	(233)	广告效果评估方法	(254)
产品组合策略	(233)	人员推销	(255)
波士顿矩阵法	(234)	推销人员结构	(255)
三维分析法	(235)	推销人员规模确定	(256)
产品市场寿命周期	(236)	人员推销策略与方法	(257)
产品市场寿命周期各阶段的营销策略	(237)	推销人员的招聘与培训	(258)
新产品	(238)	推销人员的劳动报酬支付形式	(258)
新产品开发策略	(238)	公共关系	(259)
商标策略	(239)	营业推广	(259)
产品包装策略	(240)	4.4 经营决策与经营计划	
产品服务	(240)	4.4.1 经营决策	(260)
4.3.2 价格策略	(241)	经营决策	(260)
商品价格	(241)	经营决策类型	(260)
定价目标	(242)	经营决策的要求	(261)
成本导向定价方法	(242)	经营决策的原则	(261)
需求导向定价法	(243)	经营决策的程序	(262)
竞争导向定价方法	(244)	经营决策的组织	(263)
新产品定价策略	(244)	经营决策定性方法	(263)
折扣定价策略	(244)	经营决策定量方法	(264)
心理定价策略	(245)	计算机辅助经营决策	(265)
地理定价策略	(246)		

4.4.2 经营计划	(265)	4.5.3 资金使用与管理决策	(283)
经营计划	(265)	资金与资金运动	(283)
经营计划指标体系	(266)	财务管理	(283)
长期经营计划	(266)	财务管理原则与方法	(284)
长期经营计划的编制	(267)	固定资金及其周转特点	(285)
长期经营计划的调整	(267)	固定资金的管理要求	(285)
年度经营计划	(268)	固定资产折旧基金和大修理基金的计 提方法	(286)
年度经营计划的编制	(269)	固定资金利用效果分析	(287)
年度经营计划的执行与控制	(269)	提高固定资金利用效果的途径	(287)
4.4.3 经营分析	(270)	流动资金及其周转特点	(287)
经营分析	(270)	流动资金的管理要求	(288)
经营分析程序	(270)	流动资金利用效果分析	(289)
经营分析方法	(271)	提高流动资金利用效果的途径	(289)
经营分析的组织	(271)	专项基金的特点	(290)
4.5 财务决策		专项基金的管理原则	(290)
4.5.1 筹资决策	(273)	资金计划	(290)
财务决策	(273)	成本	(291)
筹资决策	(273)	成本预测	(292)
国内资金来源	(274)	成本计划	(292)
国外资金来源	(274)	成本控制	(293)
资金筹措原则	(275)	成本分析	(293)
筹资结构的确定	(276)	降低成本的途径	(294)
货币的选择	(277)	目标利润	(294)
银行贷款的资金成本计算	(277)	利润率	(295)
债券的资金成本计算	(277)	利润管理	(295)
股票的资金成本计算	(278)	增加盈利的途径	(296)
借入资金的平均资金成本的计算	(278)	财务收支管理	(296)
还款方式的选择	(279)	4.6 商业企业经营	
4.5.2 投资决策	(280)	4.6.1 商业企业经营战略	(298)
企业投资	(280)	商业企业经营	(298)
投资决策	(280)	商业企业经营观念	(298)
投资决策原则	(281)	商业企业经营目标	(299)
投资项目的可行性研究	(281)	商业企业经营机制	(299)
投资决策的评价方法	(282)	商业企业经营战略	(300)
		商业企业价格战略	(301)
		商业企业市场战略	(301)
		开拓国际市场经营战略	(302)

4.6.2 商业企业经营策略	(303)	5.1.3 目标管理	(324)
商业企业经营策略	(303)	目标管理	(324)
商业企业经营方向策略	(304)	企业目标体系	(325)
商业企业服务促销策略	(305)	目标管理程序	(325)
商业企业经营价格策略	(306)	5.1.4 计划方法	(326)
4.6.3 商业企业购销行为研究	(307)	综合平衡法	(326)
商品采购工作的原则	(307)	滚动计划法	(327)
商品销售工作的原则	(308)	网络计划法	(328)
商品销售的组织方法	(308)	投入产出法	(328)
赢得消费者对策	(309)	5.1.5 企业计划的编制	(329)
企业经营机会	(310)	企业长期发展规划	(329)
商业企业经营风险	(311)	企业年度计划	(329)
消费者行为及其类型	(312)	企业技术组织措施计划	(330)
消费需要种类及其特点	(313)	企业技术改造计划	(331)
4.6.4 服务企业经营研究	(313)	销售计划	(331)
服务与服务劳动	(313)	企业生产计划	(332)
服务产品	(314)	设备检修计划	(333)
服务质量	(315)	物资供应计划	(333)
服务特色与特点	(316)	劳动工资计划	(334)
服务商品市场的竞争与开拓	(317)	运输计划	(335)
		产品成本计划	(336)
		企业财务计划	(336)
5 管 理		5.2 生产管理	
5.1 计划管理		5.2.1 概 述	(338)
5.1.1 计划管理基础	(319)	生产管理	(338)
计划功能	(319)	生产管理系统	(338)
计划管理的原则	(319)	生产管理的组织机构	(339)
计划管理程序	(320)	工厂布置	(339)
计划的控制	(320)	车间布置	(341)
5.1.2 企业计划类别	(321)	工作地	(341)
中长期计划	(321)	5.2.2 生产技术准备	(342)
年度计划	(322)	生产技术准备	(342)
指令性和指导性计划	(322)	产品设计	(342)
综合计划	(323)	产品的工艺准备	(343)
专业计划	(324)	新产品的试制和鉴定	(344)