中瑞华现代企业理财与理财环境丛书

主　编＝王天翼
副主编＝马建房
张树强

现代企业理财的微观环境

ZHONGRUIHUA
XIANDAI QIYE LICAI YU
LICAIHUANJING CONGSHU

中国财政经济出版社

《中瑞华现代企业理财与理财环境丛书》之五

现代企业理财的微观环境

主　编：王天翼
副主编：马建房
　　张树强

中国财政经济出版社

图书在版编目（CIP）数据

现代企业理财的微观环境/王天翼主编. —北京：中国财政经济出版社，2000.9
（中瑞华现代企业理财与理财环境丛书）
ISBN 7-5005-4833-8

Ⅰ. 现… Ⅱ. 王… Ⅲ. 企业管理：财务管理-研究
Ⅳ. F275

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第50985 号

中国财政经济出版社出版
URL：http：//www. cfeph. com
E—mail：cfeph @ drc. gov. cn
（版权所有　翻印必究）
社址：北京东城大佛寺东街 8 号　　邮政编码：100010
发行处电话：64033095　　财经书店电话：64033436
财经图书发行中心话：88119132　　88119130（传真）
北京富生印刷厂印刷　各地新华书店经销
850×1168 毫米　32 开　10 印张　250 000 字
2000 年 9 月第 1 版　2000 年 9 月北京第 1 次印刷
印数：1—4000　　定价：140.00 元
ISBN 7-5005-4833-8/F·4340
（图书出现印装问题，本社负责调换）

《中瑞华现代企业理财与理财环境丛书》
编 辑 委 员 会

顾　　问： 王　军

主　　任： 张忠诚

副 主 任： 顾仁荣　杨力强

成　　员： （以姓氏笔划为序）

王天翼　文新三　李少军　孙佐军
张玉霞　张连顺　张忠诚　张　通
杨力强　郑庆华　柳　絮　郜进兴
顾仁荣　袁平建　夏智华　董　娟
赖永添

执行编委： 赖永添　孙佐军

序

企业理财，即企业财务管理，是企业按照国家政策和企业经营的要求，遵循资本运营规律，对企业财务活动进行预测、决策、预算、控制、分析和监督等一系列管理活动的总称。由于任何事物总是与一定的环境相联系而产生、存在和发展的，因此，研究理财问题必先了解理财环境、认识理财环境，并科学地预测理财环境的变化趋势。只有这样，才能及时抓住理财环境变化所带来的机遇，规避可能发生的风险损失；才能有效地制定财务策略，作出正确的财务决策；才能使企业建立起完善的现代企业制度，在激烈的市场竞争中立于不败之地。

进入21世纪，企业理财环境将会变得更加复杂。企业内部要按照现代企业制度的要求构建法人治理结构，加强内部管理。在企业外部，一方面国家通过资产重组与产业重整，力图实现产业升级，并通过实施西部大开发战略实现区域经济协调发展，最终实现中国可持续发展；另一方面，随着我国加入世界贸易组织，中国经济逐渐融入世界经济而走向全球化，市场竞争进一步加剧。这一系列变化，给现代企业理财提出了更高的要求。为有助于企业把握理财环境，增强企业理财的应变能力，中瑞华会计师事务所组织编写了《中瑞华现代企业理财与理财环境丛书》。丛书分为**《现代企业理财的法律环境》、《现代企业理财的财经环境》、《现代企业理财的金融环境》、《现代企业理财的税收环境》、《现代企业理财的微观环境》、《现代企业理财的会计环境》、《现**

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

代企业理财的手段与方法》和《现代企业理财的策略与技巧》八册，构思独特，内容全面，布局精当。一书在握，不仅能通彻经济领域最热的理财概念，而且能明晰理财中的实际问题。

我相信，这套丛书的出版，对于造就思想观念新颖、知识结构合理、熟悉市场经济规则与企业理财方法的复合型经济管理人才，促进我国企业管理水平的提高，将会起到有益的作用。

中瑞华会计师事务所作为我国一家规模较大、实力较强、信誉较好的会计师事务所，近年来为促进业界的发展做了很多颇有裨益的工作，此次嘱我作序，我欣然应允，并热忱向广大读者推荐。

中国注册会计师协会会长 [illegible]

2000 年 6 月 16 日

前　言

企业理财是现代企业经营管理的一个有机组成部分，离不开其他管理方面的协调、配合。超然独立的理财，在现代企业中是不可能存在的，即使存在超然独立的理财，其效果也不会好。了解和熟悉现代企业经营管理的其他领域，对于正确树立理财观念，构造有效的理财机制，实施可行的理财战略，实现企业理财目标，将发挥积极的促进作用。随着社会经济的空前发展，现代企业经营管理的领域非常广泛，其所涉及的知识浩瀚无涯，从企业的“人”到企业的“物”，从企业组织结构到企业运营环境，从企业生存的硬件到发展的软件，均构成了现代企业理财所处的微观环境（或称“内部条件”）。为此，中瑞华会计师事务所组织编写了《现代企业理财的微观环境》，以供企业理财人员特别是企业财务主管、企业及社会有关经济管理人员学习、参考。

本书是《中瑞华现代企业理财与理财环境丛书》之五，内容包括：企业组织结构、企业运行与企业规模、企业战略管理、企业经营管理方略、企业人力资源管理、企业文化与企业形象、企业公共关系与经济谈判以及企业审计共八部分，主要涉及现代企业理财的组织环境、战略环境、生产经营业务环境、人力资源环境、企业形象建设环境以及审计制约环境等方面，包括这些方面主要的基本概念、基本要求、基本程序、基本方法。在编写中，本着理论联系实际和有利于构建理财人员合理知识结构的原则，注意体现知识性、实用性的特点。

本书由中国机械装备（集团）公司财务部总经理王天翼主

编，中国电子进出口总公司财务部总经理马建房、中国有色金属进出口总公司财务处处长张树强为副主编。参与编写的人员有：赖永加、马立宏、吴颖、张海鹏、董艳华、王淑红、段少之、赵涛。在编写过程中，参阅了大量文章、书籍，在此谨对有关作者表示谢意。

由于人类创造的管理知识浩瀚无边，新的管理方法、理论层出不穷，加之编者水平有限，书中难免出现纰漏，敬请读者斧正。

编　者

2000 年 4 月 20 日

目 录

一、企业内部治理结构…… (1)
企业法人治理结构…… (1)
现代企业法人治理结构的一般特征…… (2)
企业法人治理结构的建立条件…… (3)
“新三会”与“老三会”的关系 …… (5)
国有企业监事会…… (6)
企业制度规范…… (8)
企业制度规范的规定…… (9)
制度化管理 …… (11)
企业内部管理体制 …… (12)
企业内部管理体制的基本要素 …… (14)
企业内部管理体制的设计原则 …… (16)
企业内部管理体制设计的制约因素 …… (17)
职能设计 …… (20)
职能设计的内容 …… (21)
职能结构基本特点分析 …… (23)
部门设计 …… (25)

直线职能制结构 …… (28)
事业部制结构 …… (29)
模拟分权制结构 …… (31)
矩阵结构 …… (32)
组织结构的调整 …… (34)
集权与分权 …… (35)
横向协调与制约 …… (36)
企业生命周期 …… (38)

二、企业运行与企业规模 …… (41)
企业运行宏观环境 …… (41)
企业运行目标 …… (42)
企业运行目标体系 …… (44)
企业运行目标的发展趋势 …… (45)
企业规模 …… (46)
影响企业规模的因素 …… (47)
规模经济 …… (49)
工厂规模经济 …… (50)
企业规模经济 …… (52)
确定经济规模的方法 …… (54)
企业规模结构 …… (55)
影响企业规模结构的因素 …… (56)
企业集团的类型 …… (57)
一般企业集团的组织结构 …… (58)
股份制企业集团的组织结构 …… (59)

三、企业战略管理 …… (62)
企业战略 …… (62)
企业战略构成六要素 …… (63)
战略管理 …… (64)
战略管理的层次 …… (65)
战略管理过程 …… (67)
战略管理者 …… (68)
战略领导班子的组建 …… (70)
成本领先战略 …… (70)
差异化战略 …… (72)
集中一点战略 …… (74)
企业战略目标体系 …… (75)
企业战略目标的制定 …… (77)
企业战略态势 …… (80)
稳定型战略 …… (80)
增长型战略 …… (82)
紧缩型战略 …… (84)
混合型战略 …… (85)
专业化战略 …… (86)
同轴多样化战略 …… (87)
复合多样化战略 …… (88)
多样化战略的利益——成本分析 …… (89)
一体化战略 …… (91)
一体化战略利益分析 …… (92)
一体化战略成本分析 …… (94)
战略联盟 …… (95)
相对优势战略 …… (97)

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

波士顿经营组合矩阵 …… (98)
波士顿经营组合矩阵的运用…… (100)
战略实施的组织基础…… (102)
战略实施的一般过程…… (102)
战略自由度…… (105)
战略三角形…… (105)
企业战略转移…… (106)
战略控制的基本要素…… (107)
战略监测…… (109)
战略重新评审…… (110)
决策支持系统…… (112)
企业信息中心…… (113)

四、企业经营管理方略…… (116)
企业市场开拓…… (116)
市场细分化…… (117)
市场选择策略…… (118)
市场发展策略…… (119)
市场渗透策略…… (120)
市场竞争及创造策略…… (121)
市场营销观念…… (122)
包装策略…… (123)
品牌策略…… (124)
关系营销…… (125)
绿色营销…… (126)
文化营销…… (127)
企业技术进步…… (128)

企业技术水平的定量评价……（129）
企业技术创新模式……（130）
企业技术开发……（132）
企业技术引进……（134）
现代产品……（136）
产品寿命周期的判断……（137）
产品寿命周期策略……（139）
产品的市场竞争力分析……（140）
产品结构调整……（141）
产品结构策略……（142）
新产品开发策略……（143）
多样化经营策略……（144）
生产与业务管理……（145）
生产系统的目标与重大权衡决策……（147）
生产计划的策略与方法……（148）
提高生产能力的策略……（150）
组织生产的均衡策略……（151）
准时生产方式……（151）
看板管理……（152）
质量管理……（153）
质量保证……（154）
质量保证体系……（155）
质量成本分析……（156）
质量管理的七种工具……（157）
质量管理的新七种工具……（158）
美国企业质量管理的特点……（160）
质量管理的新趋势……（162）

有侧重的质量管理……（164）
目标成本法……（165）
模拟市场独立核算成本否决……（166）
全面成本管理……（167）
全面成本管理基本模型……（169）
战略成本管理……（171）
战略成本管理的现实意义……（172）

五、企业人力资源管理……（174）
企业的领导……（174）
领导的权力……（175）
领导的影响……（176）
领导者的素质……（178）
领导方式……（179）
领导类型权变理论……（180）
领导的途径——目标理论……（182）
领导生命周期理论……（184）
企业人员配置……（186）
企业人员配置的基本原则……（187）
企业管理人员配置……（189）
企业管理人员的培训和考评……（190）
企业的激励……（192）
激励的心理机制……（193）
挫折……（194）
对待受挫折人的激励方法……（196）
西方激励理论……（197）
需要层次论……（198）

公平理论……（199）
企业内部激励系统的设计原则……（200）
企业内部激励方法……（201）
企业合理分配体制的特征……（203）
工资制度的类型……（204）
工资制度设计的五要素……（206）
岗位技能工资制……（207）
企业经理的报酬……（208）
工资分配形式……（209）

六、企业文化与企业形象……（211）
企业文化……（211）
企业文化的性质……（212）
企业文化的基本内容……（213）
企业精神文化的内容……（215）
企业文化的功能……（217）
企业文化的类型……（218）
企业文化建设……（219）
企业形象……（221）
企业形象的作用……（222）
企业形象设计……（223）
企业形象设计的基本原则……（224）
企业形象设计的步骤……（226）
企业形象设计的具体内容……（227）
CI 设计 ……（228）
产品形象设计……（229）
质量形象设计……（230）

竞争形象设计……（230）

七、企业公共关系与经济谈判……（232）
企业公共关系……（232）
企业公共关系职能……（233）
企业公共关系目标……（233）
企业公共关系的基本工作……（234）
企业公共关系的十种模式……（236）
企业公共关系部门……（237）
企业外部关系……（238）
企业内部关系……（239）
员工关系……（240）
股东关系……（240）
消费者关系……（241）
供销关系……（242）
社区关系……（243）
媒介关系……（243）
政府管理部门关系……（244）
竞争者关系……（245）
信息传播……（245）
公共关系活动程序……（246）
经济谈判……（247）
口头谈判……（248）
书面谈判……（249）
经济谈判的开局策略……（250）
经济谈判的报价策略……（251）
经济谈判的还价策略……（252）

经济谈判的促成协议策略……（254）
涉外经济谈判技巧……（256）

八、企业审计……（258）
内部审计……（258）
内部审计制度建设……（259）
审计方法……（260）
查账法……（260）
调查法……（262）
分析法……（262）
统计抽样审计……（263）
判断抽样审计……（264）
库存现金审计……（264）
银行存款审计……（266）
其他货币资金审计……（267）
应收账款审计……（268）
预付账款审计……（270）
存货审计……（270）
固定资产审计……（272）
无形资产审计……（273）
负债审计……（275）
短期负债的审计范围……（276）
短期负债的审计程序……（277）
长期负债审计……（279）
直接材料审计……（281）
直接工资费用审计……（282）
制造费用审计……（283）

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com