



工业和信息化高职高专「十二五」
规划教材立项项目

现代企业管理

Modern Enterprise
Management

张建伟 盛振江 ◎ 主编

彭林君 栗军雄 ◎ 副主编

FE

基础课系列

21世纪高等职业教育财经类规划教材

Basic
Course



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



工业和信息化高职高专「十二五」
规划教材立项项目

现代企业管理

Modern Enterprise
Management

张建伟 盛振江 主编

彭林君 栗军雄 副主编

FE

基础课系列

21世纪高等职业教育财经类规划教材

Basic
Course

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

现代企业管理 / 张建伟, 盛振江主编. -- 北京 :
人民邮电出版社, 2011. 9
21世纪高等职业教育财经类规划教材. 基础课系列
ISBN 978-7-115-25932-5

I. ①现… II. ①张… ②盛… III. ①企业管理—高
等职业教育—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第155895号

内 容 提 要

本书以项目为主线, 以技能培养为目标, 从岗位所需的知识与技能出发, 共构建了 12 个项目模块, 介绍了企业管理的理论和方法, 全面分析了企业管理相关岗位所需的能力和素质。书中内容安排上突出职业性和岗位性, 反映了高等职业教育的发展方向。

本书适合作为高职高专、应用型本科、成人高校举办的经济管理类专业及其他相关专业学生的教学用书, 也可作为各类职业的管理层从业人士的参考用书。

工业和信息化部高职高专“十二五”规划教材立项项目

21 世纪高等职业教育财经类规划教材·基础课系列

现代企业管理

-
- ◆ 主 编 张建伟 盛振江
副 主 编 彭林君 栗军雄
责任编辑 李育民
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 16.5 2011 年 9 月第 1 版
字数: 315 千字 2011 年 9 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-25932-5

定价: 31.00 元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

近 30 年来,我国取得巨大的进步,靠的是改革开放带来的经济腾飞。经济的发展使得财经类学科一时成为显学,财经类专业也成为了大中专院校的热门专业。

当前,企业对财经类人才的需求又开始呈现增长的态势,但同时企业对财经类人才的要求与以往相比也越来越高。因此,能够培养出数量充足,而且素质和技能较高、能够充分适应和满足企业需求的财经类人才,已成为未来高职高专院校亟待探索和解决的问题。

何谓高层次的财经人才,首先,应该有科学、完整、宽厚、扎实的专业知识,现在市场细分,岗位细分,越是细分,就对人才的要求越综合,就越需要具备综合知识,以做好细分后的工作;其次,需要有较强的实践能力,能够高质量地承担第一线工作,并且能够在实践中不断地发展自己。要培养出这样一支高素质、高技能的应用型、技术型人才队伍,就要摸索出一套有效的人才培养模式,做好高校人才培养工作。

教材建设在高校人才培养中占有重要的地位。基于这一点,人民邮电出版社在广泛征求全国高职高专财经类专家、学者和教师意见的基础上,组建了 21 世纪高等职业教育财经类规划教材编写委员会,以课题研究的形式,组织全国多所知名财经院校教师,召开了多次教材建设研讨会,从而确立了系列规划教材的编写思路和编写体例,并对系列规划教材的大纲和内容进行了深入研讨和论证,几易其稿,终能付梓。

本系列规划教材涉及财务会计、财政金融、市场营销、工商管理、经济贸易、物流管理、电子商务等多个方向,其内容既体现教育部发布的 16 号文件精神,又与高职高专院校教学实践相结合,具有鲜明的编写特色。

1. 整体策划,项目推进。本系列规划教材注重专业整体规划,从分析专业工作岗位入手,获得专业核心技能和岗位核心技能,进而来组织教材选题,安排教材结构和内容。同时,本系列教材采用项目研究、整体推进的形式,可以有效保证各专业教材内部之间的衔接性和系统性。

2. 定位准确,紧扣改革。本系列规划教材紧扣教学改革의 最新趋势,体现教育部发布的《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的文件精神,专业核心课程以应用知识为主,重点是培养学生解决实际问题的能力,满足培养应用型人才的教学需求。

3. 理论够用,突出技能。本系列规划教材遵循“以就业为导向,工学结合”的原则,以实用为基础,根据企业的岗位需求进行课程体系设置和教材内容选取,理论知识以“够用”为度,突出工作过程导向,突出技能的培养。在编写体例上将案例教学方式和项目教学方式与不同的课程合理结合,以期能够更贴近教学实际。

为了提升教学效果和满足学生的学习需求,本系列规划教材大部分还建设了配套的立体化教学辅助资源,包括多媒体课件、电子教案、实训资料、习题及答案、生动的教学案例及案例分析,部分教材还配有图片、动画和视频等教学资源。

期望通过本系列规划教材的推出,能够为推动财经类专业职业教育教学模式、课程体系和教学方法的改革贡献一份力量。同时,我们也希望能有更多的专家和老师参与到本系列规划教材的建设中来,对教材提出宝贵的意见和建议。

企业管理的发展必然对企业管理教育提出新的要求。为满足社会对企业管理教育的需求,提升学习者的管理素质和综合职业能力,我们按照教育部关于高职高专人才培养目标的要求,针对高职高专教学的实际需要,在本书编写中,突出了实用性和实践性、基础性和扩展性、层次性和灵活性的特点。本书介绍了以企业为特定对象的综合管理和企业职能管理,为学习者设计了一个系统科学的企业管理能力培养体系,并通过理论、案例、实训相结合的手段,加强对学生认识能力、分析能力、操作能力的培养,全面满足企业管理理论与实践教学的需要。

企业管理课程主要研究的是如何借助于管理理论和方法,帮助企业或其他组织实现资源的优化配置和创造最大收益等问题,即通过有效配置资源,降低经营成本,控制经营风险,提高经济效益。企业管理课程的教学目标是通过课程教学,使学生不仅能了解企业管理的基础理论和基本知识,并能运用管理的知识和方法分析解决企业生产、经营、管理中的实际问题,认识企业,初步了解企业管理的基本原理及科学的管理方法与技术,建立现代管理理念,以适应基于现代技术环境与科学管理条件下的企业生产经营活动,最终达到提高自身综合素质和能力的目的。

本书作者突破了传统企业管理教材的编写体例,以项目为线索,共构建了12个项目模块。这12个项目模块包括企业管理所需的各项技能。本书在编写过程中主要突出了以下3个特点。

(1) 针对性。本书紧紧围绕高职高专教育教学改革的需要,从实际出发,重新构建体系,选择内容,对传统企业管理教材的知识结构进行了大胆的改革。

(2) 实用性。本书以应知、应会为切入点,理论知识介绍以必需、够用为度,摒弃了烦琐的理论推导,不做深度的理论展开。本书以实际应用为重点,突出了基本理论和基本方法的实际运用。

(3) 先进性。本书注重吸收国内外管理学科的新思想、新理论和新经验,加强了对当代企业管理前沿知识的介绍,使学习者能及时把握企业管理的发展方向,掌握企业管理的最新理论和方法。

本书由张建伟、盛振江任主编,彭林君、栗军雄任副主编。编写分工为:吴艳婷编写项目一、项目二,栗军雄编写项目三、项目五,盛振江编写项目四、项目十,张建伟编写项目六,相雪梅编写项目七、项目八,刘晓然编写项目九、项目十一,彭林君编写项目十二。本书由张建伟、盛振江负责总纂、统稿和定稿工作。本书的编写人员是由长期从事高职高专和成人高等教育企业管理课教学,并具有丰富教学实践经验的教师和具有丰富管理实践经验的专家学者组成的。在本书编写过程中,我们得到了企业管理界的专家、学者的大力支持和帮助,也参考和采纳了同类教材和有关论著的观点,在此一并表示诚挚的感谢。

由于时间仓促,加之本书对高职高专教材编写模式和编写内容做了大胆的改革尝试,书中难免存在不成熟和不妥之处,敬请读者批评指正。

项目一 形成企业印象 1	三、计量工作..... 29
任务一 认识企业 1	四、信息工作..... 29
相关知识..... 2	五、规章制度建设..... 29
一、企业的构成与特征..... 2	六、培训工作..... 30
二、企业的产生与发展..... 3	实训..... 30
三、企业的类型..... 4	【项目小结】 30
实训..... 5	【实践能力检测】 31
任务二 公司的设立与终止 5	项目三 做出企业决策和制订计划 32
相关知识..... 6	任务一 做出企业决策 32
一、公司的设立..... 6	相关知识..... 34
二、公司的合并..... 8	一、决策的特征、原则和类型..... 34
三、公司的分立..... 8	二、企业决策的程序..... 36
四、公司的重整..... 9	三、决策的方法..... 39
五、公司的终止..... 9	实训..... 43
实训..... 10	任务二 制订企业计划 44
任务三 设计企业治理结构 10	相关知识..... 45
相关知识..... 11	一、企业计划的内容..... 45
一、现代企业制度..... 11	二、企业计划的形式..... 46
二、现代企业治理结构..... 13	三、企业计划的制订程序..... 46
实训..... 17	四、企业计划的制订方法..... 47
【项目小结】 17	实训..... 50
【实践能力检测】 17	【项目小结】 51
项目二 理性认识企业管理 18	【实践能力检测】 51
任务一 进行企业管理 18	项目四 设立组织结构和人力资源管理 52
相关知识..... 19	任务一 设立企业组织结构 52
一、企业管理的构成要素..... 19	相关知识..... 53
二、企业管理的任务..... 22	一、组织结构设计的内容..... 53
三、企业管理的职能..... 23	二、组织结构设计的原则..... 54
四、现代企业管理观念..... 24	三、组织的类型..... 55
实训..... 27	实训..... 59
任务二 企业管理的基础工作 27	任务二 企业人力资源管理 60
相关知识..... 28	相关知识..... 61
一、标准化工作..... 28	
二、定额工作..... 29	

一、员工选聘	61
二、员工绩效考评	66
三、员工培训	72
四、员工薪酬体系	75
实训	78
【项目小结】	78
【实践能力检测】	78

项目五 领导与激励企业员工 80

任务一 权力与领导	80
相关知识	81
一、权力的形成机制	81
二、人性假设与领导方式	82
三、领导者的类型	85
实训	86
任务二 员工激励	86
相关知识	87
一、激励的过程	87
二、激励理论及运用	89
三、有效激励的实施	91
实训	92
任务三 人员沟通	93
相关知识	93
一、沟通的类型	93
二、沟通的基本模式	97
三、沟通的技巧与方式	98
实训	98
【项目小结】	99
【实践能力检测】	99

项目六 构造企业经营战略 101

任务一 分析企业经营环境	101
相关知识	102
一、企业外部经营环境分析	102
二、企业内部条件分析	107
实训	109

任务二 企业战略管理	109
相关知识	110
一、确定企业使命、愿景与战略目标	110
二、战略制定	113
三、战略实施	115
四、战略控制	116
实训	117
【项目小结】	117
【实践能力检测】	117

项目七 运作企业生产系统 119

任务一 生产过程组织	119
相关知识	120
一、生产过程的空间组织	120
二、生产过程的时间组织	123
三、生产过程的组织形式及模式	125
实训	130
任务二 现场管理	130
相关知识	131
一、现场管理概述	131
二、现场管理的方法和工具	132
实训	137
【项目小结】	138
【实践能力检测】	138

项目八 实施企业全面质量管理 139

任务一 进行全面质量管理	139
相关知识	140
一、质量与质量管理	140
二、全面质量管理	143
三、全面质量管理的基本工作方法	145
实训	148

任务二 认识 ISO9000 族标准及其认证体系	148	【实训】	197
相关知识	148	任务二 企业资产管理	198
一、ISO9000 族标准	148	相关知识	199
二、质量管理体系认证	151	一、固定资产管理	199
实训	157	二、流动资产资产管理	200
【项目小结】	157	实训	206
【实践能力检测】	157	任务三 费用和利润管理	207
项目九 组合企业市场营销策略	158	一、成本费用管理	207
任务一 选择目标市场	158	二、利润管理	210
相关知识	159	实训	212
一、市场调查	159	【项目小结】	213
二、市场细分	162	【实践能力检测】	213
三、目标市场选择	165	项目十一 创建企业文化	215
四、市场定位	168	任务一 认知企业文化	215
实训	170	相关知识	216
任务二 市场营销组合策略	170	一、企业文化的内容	216
选择	170	二、企业的功能	219
相关知识	171	实训	220
一、产品策略	171	任务二 构建企业文化	221
二、价格策略	174	相关知识	222
三、分销策略	176	一、企业文化建设的内容	222
四、促销策略	179	二、企业文化建设的影响因素	223
实训	180	实训	225
【项目小结】	180	任务三 优化企业形象	226
【实践能力检测】	180	相关知识	227
项目十 管理企业财务	181	一、企业形象设计的内容	227
任务一 资金筹集管理	181	二、企业形象优化的方法	228
相关知识	182	实训	229
一、资金筹集的来源	182	【项目小结】	229
二、权益资本的筹集	184	【实践能力检测】	230
三、负债资本的筹集	186	项目十二 培养优秀管理者	232
四、资金成本	191	任务一 管理者应具备的素质和技能	232
五、财务风险	193		

相关知识	233	二、时间管理	243
一、管理者的素质	233	三、创新管理	243
二、管理者的技能	234	四、危机管理	245
三、管理者的角色	235	五、知识管理	246
实训	236	实训	248
任务二 从企业基层管理开始		任务四 实施企业控制	249
做起	237	相关知识	249
相关知识	238	一、控制的类型	249
一、基层管理	238	二、控制的要求	250
二、作业管理	238	三、控制的过程	251
三、班组管理	239	四、控制的方法	251
实训	239	实训	252
任务三 提升管理者能力	240	【项目小结】	254
相关知识	242	【实践能力检测】	254
一、团队管理	242	参考文献	256

项目一

形成企业印象

【知识目标】

1. 理解企业的特征及构成要素。
2. 了解企业的基本分类。
3. 掌握公司的设立、合并、分立、重整和终止。
4. 掌握现代企业制度的内容和形式。
5. 掌握现代企业治理结构的构成。

【技能目标】

1. 能够正确识别企业的类型。
2. 能够依法设立公司。

任务一 认识企业

【引导案例】 商业奇迹——蒙牛

牛根生以人民币 1 000 万元注册资本于 1999 年 1 月成立了蒙牛乳业有限公司，简称“蒙牛乳业”。

成立之初，该企业面临着无工厂、无奶源、无市场的重重压力。牛根生大胆地

以注册资本之中的 300 万元打广告，雇佣工人，为合作方出人才，出标准，出管理，出技术，出品牌，进军牛奶市场。在企业成长的过程中，蒙牛从未错过每一次商机。2005 年的“超级女生”，更让蒙牛走进大家视野，并使蒙牛酸酸乳销售额比 2004 年同期增长了 2.7 倍。“神五”升天，蒙牛打出“航天员专用奶”的称号，在中央电视台争做广告。蒙牛 1999 年以 4 400 万元的销售额排名第 1116，而到了 2002 年，蒙牛就进入乳业排名第四，销售额直近 21 亿元。这些成就取决于蒙牛得天独厚的资源与管理。蒙牛干部们在乳业的平均工作年限都在 5 年以上。2003 年，蒙牛以牛根生任院长成立企业商学院。要求每位新员工接受 1 周全封闭入职培训，灌输企业精神文明和企业文化的标准。

另一个使蒙牛如此成功的原因就是该企业强烈的社会责任感。蒙牛的社会责任感包括3方面：商业合作伙伴、消费者和国家。

作为乳制品生产巨头，蒙牛的最大合作伙伴就是广大奶农。众所周知，乳业是一个关系到亿万消费者、千百奶农的巨大社会产业链，也是一个与自然环境密切相关的巨大生态链。用蒙牛总裁杨文俊的话说，乳业是一个巨大的“利益共同体”。几年来，蒙牛一直是行业中收奶价格较高的企业之一，而且蒙牛还对奶农提供各种各样的支持和帮助：它分别与政府、银行联合，采取政府及企业贴息等方式，面向奶农设立了“养奶牛专项贷款”，大力扶助奶农发展奶牛养殖业，提供低息贷款为奶农们购买奶牛；蒙牛还定期派出技术人员，免费向奶农们传授养好牛、产好奶的科学知识。

消费者是蒙牛最关注的人群。蒙牛本着对消费者负责的态度,提出“产品等于人”的质量理念,追求出厂合格率 100% 的质量目标。企业通过了 ISO9001 等五大质量体系及绿色食品认证。在中国质量协会、清华大学中国企业研究中心联合发布的《2006 年中国用户满意度手册》中,蒙牛位列同类产品“消费者总体满意度”第一的排名。

“只有国家发展，企业才能发展；只有人民受益，企业才能受益。”以“一贯负责任”为企业经营理念，无论是对合作伙伴，还是对国家、对行业、对消费者、对环境，蒙牛都做到了和谐共赢。

相关知识

一、企业的构成与特征

1. 企业构成

企业作为一个由人组成的、发挥特定功能的系统,是一个能够适应外部环境变化,能够自我运作与发展,具有诞生、成长与消亡生命周期的生命有机体。

企业系统的构成要素主要包括以下几点。

(1) 人力资源。包括机器操作人员、技术人员、管理人员和服务人员。人力资源是企业的主体和灵魂,人的素质的高低将决定企业经营的成败。

(2) 物力资源。包括土地资源、建筑物和各种物质要素,也就是企业生存的物质环境,如机器设备、仪表、工具等劳动手段,天然资源或外购原材料、半成品或成品。企业的生产效率和质量在很大程度上取决于这些物质要素。

(3) 财力。即资金,这是物的价值转化形态。资金周转状况是反映企业经营好坏的晴雨表。

(4) 信息。包括各种情报、数据、资料、图纸、指令、规章制度等,它是维持企业正常运营的神经细胞。企业信息吞吐量是企业对外适应能力的综合反映,信息的时效性可以使企业获得利润或产生损失。

2. 企业特征

(1) 营利性。营利性是企业与行政组织、事业组织和其他社会组织的根本区别。企业必须追求经济效益和获取赢利。

(2) 法人性。法人是依法成立并能以自己的名义行使权利和义务的组织。从法律的角度说,企业是自主经营、自负盈亏,依法独立享有民事权利,并承担民事责任的从事经营活动的法人组织。

(3) 社会性。企业直接向社会提供商品或劳务,满足社会的需要,同时对社会发展、政治进步、文化繁荣产生重大影响,发挥重要作用。企业的目标不仅是追求利润,还要承担一定的社会责任。

(4) 自主性。企业是独立自主从事生产经营活动的经济组织,在国家法律、政策允许的范围内,企业的生产经营活动不受其他主体的干预。

【知识链接】 关于企业的含义有几种典型观点

美国《现代经济词典》把企业定义为:设在一定地点、拥有一个或一个以上的雇员的工厂、商店或办事机构。

台湾学者认为:企业是集合生产要素——土地、资本、劳动,在创造利润的动机和承担风险的准备下,对某种事业做出有计划、有组织、讲求效率的经营。

《中国企业管理百科全书》将企业定义为:从事生产、流通等经济活动,为满足社会需要并获取赢利,进行自主经营,实行独立核算,具有法人资格的基本经济单位。

二、企业的产生与发展

企业是社会生产力发展到一定阶段的产物,是商品生产与商品交换的结果。

随着生产力的发展、社会的进步,企业形式也在不断发展完善。企业的演变主要经历以下几个时期。

(1) 工场手工业时期。这是指从封建社会的家庭手工业到资本主义初期的工场手工业时期。16 世纪至 17 世纪, 一些西方国家从封建社会制度向资本主义制度转变, 资本主义原始积累加快, 大规模地剥夺农民的土地, 使家庭手工业急剧瓦解, 开始向资本主义工场制转变。工场手工业是企业的雏形。

(2) 工厂制时期。18 世纪, 西方各国相继开展了工业革命。大机器的普遍采用为工厂制的建立奠定了基础。1717 年, 英国阿克莱特在克隆福特创立第一家棉纱工厂。19 世纪 30—40 年代工厂制度在英、德等国家普遍建立。工厂制的主要特征是: 实行大规模的集中劳动; 采用大机器高效率生产; 实行雇用工人制度; 劳动分工深化, 生产走向社会化。工厂制的建立, 标志着企业的真正诞生。

(3) 现代企业时期。此时期的主要特征是管理权与所有权逐渐分离, 公司组织兴起, 企业的社会责任改变, 管理技术更是日新月异。

三、企业的类型

1. 按企业制度划分

(1) 个人业主制企业。个人业主是由业主个人出资兴办, 由业主自己经营的企业。业主个人拥有企业的全部资产, 完全自主经营, 享有全部经营所得, 同时承担无限经营责任。

(2) 合伙制企业。合伙企业是由两个或两个以上的个人联合经营的企业。合伙人共同投资, 分享企业所得, 共同承担经营风险, 每个合伙人都要担负连带无限清偿责任。

个人业主企业和合伙企业在法律上均属自然人企业。

(3) 合作制企业。合作制企业是指以资金、劳动, 或其他资产(含无形资产)投入进行合作, 共同经营的企业。比较典型的有两种: 城镇小型工商企业实行的股份合作制和中外合作经营企业。

(4) 公司制企业。公司制企业是一种现代企业形式, 属法人性质的企业。

2. 按企业生产经营业务的性质分

(1) 工业企业。它是从事工业品生产的企业, 为社会提供工业产品或工业性服务。

(2) 农业企业。它是从事农、林、牧、副、渔业生产的企业, 为社会提供农副产品。

(3) 商业企业。它是从事生活资料流通或流通服务的企业。

(4) 物资企业。它是从事工业品生产资料流通或流通服务的企业。

(5) 交通运输企业。它是为社会提供交通运输服务的企业。

(6) 金融企业。它是专门经营货币或信用业务的企业。

除上述主要企业类型外, 还有邮电、旅游企业等。上述企业中的商业企业和物资

企业统称为商品流通企业，简称流通企业。

3. 按照生产要素的密集程度分

(1) 劳动密集型企业。此类企业的技术装备比较低，吸收劳动力较多，产品成本中活劳动的比重比较大的企业，如服装厂、鞋厂、玩具厂等。

(2) 资金密集型企业。此类企业的技术装备较高，用人较少，如钢铁、汽车制造、石油化工等以机械化、自动化为主的企业。

(3) 知识密集型企业。此类企业是运用先进科学技术的企业，如信息产业、生物工程、宇航业等。

【课堂练习】 什么是企业？



实训

认知企业分类

1. 实训目标

- (1) 对企业增强感性认识。
- (2) 培养识别企业特征、划分企业类型的能力。

2. 实训内容与方法

- (1) 请通过网络或其他渠道，收集 20 个真实企业的名称及简单资料。
- (2) 按教材提出的各种分类方法，对这些企业进行分类。
- (3) 这 20 个企业应包括教材提出的所有企业类型。
- (4) 简要分析各企业的基本功能与特征。

3. 标准与评估

- (1) 标准：所收集的企业必须是真实的，要将每个企业进行分类。
- (2) 评估：通过图或表，尽可能直观、简明地表现出来；附简单的文字说明。

任务二 公司的设立与终止

【引导案例】 联想收购 IBM

2004 年 12 月 8 日，联想集团有限公司召开新闻发布会，宣布收购 IBM 公司 PC 业务部门。此次联想收购 IBM 公司的 PC 业务部门的实际交易价格为 17.5 亿美元。本次收购完成后，联想将成为全球第三大 PC 厂商，年收入规模为 120 亿美元，进入世界 500 强企业。新公司管理层的安排是 IBM 高管沃德出任联想集团 CEO，杨元庆改任董事长，柳传志退居幕后。新联想总部设在美国纽约市，员工总数达 19 000 人。在北京和罗利设立主要运营中心。新公司的股权结构为中方股东、联想控股将拥有联想集团 45% 左右的股份，IBM 公司将拥有 18.5% 左右的股份。联想与



IBM 公司 2003 年合并出货量约为 1 190 万台, 2003 年合并年收入超过 120 亿美元。

联想收购之后, IBM 的品牌及面向企业客户的全球销售、服务和客户融资能力都将为新公司提供支持, 新联想将获得许多独特优势。

(1) 联想将拥有“Think”品牌, 同时根据合约将在 5 年内有权使用 IBM 品牌。

(2) 更多元化的客户基础, 全球最大的 IT 融资公司 IGF 将成为联想首选的客户租赁、渠道融资和资产处理服务提供商。

(3) 联想将成为 IBM 首选的 PC 供应商, 并且可以利用 IBM 的商业伙伴、分销商和在线网络等其他渠道实现全球市场覆盖。

(4) 联想可以获得世界级的领先科技, 并且拥有美国罗利、日本大和以及中国三个研发中心。

(5) 联想将拥有更丰富的产品组合, 并且结合双方在台式机及笔记本方面的优势, 为全球个人客户及企业客户提供更多种类的产品。

(6) 双方管理层共同组建全球一流的新管理团队, 实现更高效的运作。

企业并购发生之后, 各方面最好尽可能保持稳定。联想采取了渐进的而不是突变的整合方式。品牌方面, 联想将使用 IBM 的品牌五年, 这可以继续保持 IBM 的全球品牌、高价值品牌、高形象品牌的定位。销售模式方面, 联想也将继续使用 IBM 的销售模式, 两个公司将继续保持各自的销售网络, 依然是联想的队伍卖联想的产品, IBM 的队伍卖 IBM 的产品, 一段时间之后再整合销售渠道。这些稳中求变的措施会使客户感觉产品的质量和服务都没有太大的变化, 有利于留住客户。



相关知识

一、公司的设立

1. 公司设立的条件

公司设立又称公司开办, 是指促成公司成立并取得法人资格的一系列法律行为的总和。公司设立的本质在于使一个尚不存在或正在形成中的公司逐渐具备条件并取得法律的主体资格。

公司设立的条件包括: 公司设立必须要有创办人, 必须订立章程, 必须要有资本, 必须要有公司名称、组织机构和公司住所。

(1) 公司设立必须要有创办人。创办人就是筹备组建公司, 并在公司章程上签名或盖章的人。

自然人资格的创办人必须是具有完全行为能力的人。法人资格的创办人可以是有权代表国家投资的政府部门和机构、企业法人、事业法人、社会团体法人。而党政机关、党政机关法人不能以党政机关名义作为公司的创办人。有限责任公司由 50 个以

下股东出资设立；股份有限公司，应当有2人以上200人以下的发起人，其中须有半数以上（或过半数）的发起人在中国境内有住所。

（2）公司设立必须订立章程。公司章程，是指关于公司组织及行动的基本规划的书面文件，是公司存在和活动的基本依据。主要记载公司从产生到消灭的主要事项，其中包括公司所享有的权利、承担的义务和责任以及组织机构的构成和职责范围等。股东应当在公司章程上签名、盖章。公司章程对公司、股东、董事、监事、高级管理人员具有约束力。

（3）公司设立必须要有资本。公司资本即公司的股本，是指由章程确定的股东将要认缴或已经认缴的出资总额。有限责任公司的注册资本的最低限额为人民币3万元，公司全体股东的首次出资额不得低于注册资本的20%，其余部分由股东自公司成立之日起2年内缴足；其中，投资公司可以在5年内缴足。股份有限公司注册资本的最低限额为人民币500万元。股份有限公司采取发起设立方式设立，公司全体发起人的首次出资额不得低于注册资本的20%，其余部分由发起人自公司成立之日起2年内缴足，其中，投资公司可以在5年内缴足，在缴足前，不得向他人募集股份；采取募集设立方式设立的，发起人不能分期缴纳其认购的股份。

（4）公司设立必须要公司名称、组织机构和公司住所。公司名称相当于自然人的姓名，可以自由选用，但必须标明公司的种类即有限责任公司或股份有限公司。若为外国公司的名称，除必须译成中文之外，还必须注明公司的国籍和公司种类。

公司必须具有完备的组织机构。规范的内部治理结构是公司法人不同于很多其他法人组织的重要标志之一。公司健全的组织机构是公司法人意志得以实现的组织保证，它包括公司的权力机构、决策机构、执行机构和监督机构。

公司住所指公司的主要办事机构所在地。公司住所应当在公司登记机关辖区内，公司应当对其住所享有所有权或使用权。

2. 公司设立的程序

有限责任公司的设立程序较为简便，它与股份有限公司在设立方式方面的最大区别是只能采取发起设立方式，而不得募集设立。设立有限责任公司的一般程序如下。

（1）订立发起人协议。发起人首先需对设立公司进行经济和法律上的可行性分析，确立设立公司的意向；然后签订发起人协议，以明确各自的权利、义务，并对拟设立的公司的基本情况做出意向性规定。

（2）订立公司章程。公司章程由公司全体股东共同订立，并经全体股东同意后，签名、盖章。公司章程的内容必须记载法定必载事项，并不得与国家法律、法规的内容相抵触。



(3) 必要的行政审批。法律、行政法规对设立公司规定必须报经审批的公司或者是公司营业项目中有必须依法报经审批的公司,需要到相关部门办理行政审批。

(4) 股东缴纳出资。股东应当按照其在发起人协议以及公司章程中认购的出资额足额缴付出资。股东不如期交付所认缴的出资,应向已出资的其他股东承担违约责任。股东全部缴纳出资后,必须经法定的验资机构验资并出具证明。

(5) 确立公司组织机构。公司应依照《公司法》的要求成立股东会、董事会或执行董事、监事会或监事等组织机构,确定董事长、董事、监事、经理的名单。

(6) 申请设立登记。股东的全部出资经法定的验资机构验资后,由全体股东指定的代表或者共同委托的代理人向公司登记机关申请设立登记。公司登记机关对符合规定条件的,予以登记,发给公司营业执照,并同时取得法人资格。公司营业执照签发日期为有限责任公司成立日期。

二、公司的合并

公司合并指两个或两个以上的公司依照法律规定或合同约定合并为一个公司的法律行为。公司合并分为吸收合并和新设合并两种形式。

1. 吸收合并(兼并)

吸收合并是指一个或一个以上公司加入另一个公司,加入方解散,接纳方存续,加入方财产转给存续公司。与此同时,吸收方或称兼并方往往保留公司的原有名称、机构、品牌等,以充分发挥无形资产的作用。

2. 新设合并

新设合并是指两个或两个以上的公司合并设立一个新的公司,原合并各方解散,又称“创设合并”。在新设合并方式下,参与合并的各方公司均被解散,失去原有法人资格,它们共同组成一个新的法人实体。

三、公司的分立

公司分立是指一个公司按照法律法规的规定分成两个或两个以上具有独立法人资格的公司的法律行为。公司分立是与合并相反的一种法律行为。按照原公司是否存续,我们可将公司的分立行为分为两种形式,即新设分立和派生分立。

1. 新设分立

新设分立,又称解散分立。指公司将其全部财产分割,新设立两个或两个以上的公司,原公司应按法律规定进行解散清算。

2. 派生分立

派生分立是指一个公司将原公司的一部分财产或业务分离出去,成立一个或数个新的公司,原公司继续存在,只是在股东人数、注册资本等方面发生变化。