

高职高专“十二五”经管类重点规划教材

JIANMING SHANGWU ZHISHI

简明商务知识

徐汉文 主 编
沙良永 副主编

高职高专“十二五”经管类重点规划教材

JIANMING SHANGWU ZHISHI

简明商务知识

徐汉文 主 编

沙良永 副主编

图书在版编目(CIP)数据

简明商务知识/徐汉文主编. —上海:上海财经大学出版社,2013.1
(高职高专“十二五”经管类重点规划教材)
ISBN 978-7-5642-1503-3/F·1503

I. ①简… II. ①徐… III. ①商务-高等职业教育-教材 IV. ①F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 248397 号

- ☐ 责任编辑 江 玉
- ☐ 封面设计 张克瑶
- ☐ 责任校对 卓 妍 赵 伟

JIANMING SHANGWU ZHISHI

简 明 商 务 知 识

徐汉文 主 编

沙良永 副主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海华教印务有限公司印刷

宝山蕰村书刊装订厂装订

2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 15.25 印张 380 千字

印数:0 001—5 000 定价:33.00 元

前言

现代高等职业教育培养的是生产、建设、管理、服务第一线需要的高素质、高技能人才。市场经济条件下,高职毕业生不仅应当掌握岗位所需的专业技能,成为技术领域的行家里手,还应具备合理的知识结构、较强的市场意识,成为综合素质较高的商务型人才。

因此,从高职人才发展需求出发,高职生应学习、掌握一定的商务知识。《简明商务知识》就是以优化非商科类高职学生的知识结构作为重要目标之一,将高职生尤其是理工科专业高职生较为缺乏的经济学、市场营销、经济法律及财务会计等基础知识介绍给学生,使学生的知识结构得以合理优化的一本教材。本教材具有以下几个特点:

1. 瞄准培养目标,精选教材内容

高职院校主要培养既掌握一定的理论知识和技术,又懂企业经营管理、实践能力较强的高职人才。根据此人才培养目标,我们确定教材具体内容,构建了四个模块,分别是商务环境模块、企业设立与商务营销模块、商务法律模块、商务财会模块。商务环境模块主要介绍经济学的常识,如价格与供给、需求的关系,市场的类型等;企业设立及商务营销模块主要内容为企业设立、经营管理的常识问题;商务法律模块主要介绍合同法律制度、竞争法律制度及经济仲裁与经济诉讼法律制度;商务财会模块主要内容为企业投融资及商务会计相关知识。

2. 优化知识结构,坚持素能并重

高职生应当具备合理的知识结构,从未来职业生涯发展需求出发,学习并掌握一定的商务知识成为必需,本教材正是将高职生未来工作中所需的经济学、经营管理、经济法律及财务会计等基础知识通过浅显易懂的文字介绍给学生,使学生的知识结构得以合理优化。同时教材设计有大量的案例分析、知识拓展、思考与讨论等环节,方便师生在教学过程中通过案例教学等各种方法进行教学活动,不仅能激发学生的学习积极性,而且可以通过参与教学提高其分析问题、解决问题的综合素能。

3. 合理设立模块,便于教学实施

《简明商务知识》共有四个模块,每个模块相对独立,任课教师可根据教学需要,调整模块教学顺序,也可根据专业及学生实际,适当调整每个模块中的教学内容,这样既统一了标准,又给任课老师留下了适当的空间和余地,有利于针对性的教学。

本书由无锡商业职业技术学院的徐汉文担任主编,沙良永担任副主编。为确保教材质量,我们组织了长期担任高等职业院校经济学、市场营销、商贸法律及商务财会教学与研究的教师编写。编写人员分工如下:

- | | | |
|-----|-----|-----------|
| 徐汉文 | 模块二 | 企业设立与商务营销 |
| 沙良永 | 模块三 | 商务法律 |
| 王海燕 | 模块一 | 商务环境 |
| 翟志华 | 模块四 | 商务财会 |

在编写过程中,我们参阅了部分已出版的经济学、营销学、商贸法律及会计基础、财经法规等教材、专著和相关资料,引用了一些有关的内容和研究成果,在此向有关作者致以诚挚的谢意。由于编者水平有限,加上时间仓促,不妥乃至错误在所难免,敬请读者批评指正。

编者

2012年7月

前言/1

模块一 商务环境

第一章 企业运行的宏观环境/3

■学习目标/3

一、企业运营的经济环境/5

二、企业运营的其他宏观环境/13

■本章小结/16

■主要概念及观念/16

■基本训练/16

■观念应用/16

第二章 企业运行的行业环境/18

■学习目标/18

一、企业所面临行业竞争的几种类型/18

二、企业应对行业竞争的方式/22

■本章小结/24

■主要概念及观念/24

■基本训练/24

■观念应用/24

第三章 企业运行的内部环境/27

■学习目标/27

一、企业经营的商品要以市场需求为导向/27

二、企业确定或调整商品价格要符合市场规律和商品弹性规律/31

■本章小结/43

■主要概念及观念/43

■基本训练/43

■观念应用/44

模块二 企业设立与商务营销

第四章 企业设立/49

■ 学习目标/49

一、企业及其基本特征/50

二、企业的类型选择/52

三、企业资金的筹集/57

四、企业的设立与登记/62

■ 本章小结/70

■ 主要概念及观念/71

■ 基本训练/71

■ 观念应用/72

第五章 企业经营定位/74

■ 学习目标/74

一、企业业态选择/75

二、连锁经营与特许经营/78

三、经销、代销、代理/84

■ 本章小结/91

■ 主要概念及观念/91

■ 基本训练/91

■ 观念应用/92

第六章 企业购销实务/94

■ 学习目标/94

一、企业广告实务/95

二、商务谈判实务/108

三、商品购进实务/114

四、商品销售实务/118

■ 本章小结/123

■ 主要概念及观念/123

■ 基本训练/124

■ 观念应用/125

模块三 商务法律

第七章 商务合同的订立与管理/129

■ 学习目标/129

一、商务合同的概念、特征及种类/130

二、商务合同的订立/132

三、商务合同的管理/142

■ 本章小结/146

■ 主要概念及观念/147

■ 基本训练/147

■ 观念应用/147

第八章 商务经营竞争法律/150

■ 学习目标/150

一、反不正当竞争法律问题/151

二、产品质量法律问题/156

三、消费者权益保护法律问题/160

■ 本章小结/162

■ 主要概念及观念/162

■ 基本训练/163

■ 观念应用/163

第九章 商务纠纷的解决法律制度/165

■ 学习目标/165

一、和解与调解/166

二、商务仲裁/167

三、经济诉讼/172

■ 本章小结/176

■ 主要概念及观念/176

■ 基本训练/177

■ 观念应用/177

模块四 商务财会

第十章 会计知识入门/181

■ 学习目标/181

一、走进会计/182

二、会计核算基础知识/184

三、复式借贷记账法/188

■ 本章小结/192

■ 主要概念及观念/192

■ 基本训练/192

第十一章 资金筹集及其会计处理/195

■ 学习目标/195

- 一、企业筹资概述/196
- 二、权益资金的筹资及核算/197
- 三、债务资金的筹资及核算/200

■ 本章小结/202

■ 主要概念及观念/202

■ 基本训练/203

第十二章 会计核算基础/205

■ 学习目标/205

- 一、会计凭证/205
- 二、会计账簿/210

■ 本章小结/214

■ 主要概念及观念/214

■ 基本训练/215

第十三章 财务报表与财务报表分析/217

■ 学习目标/217

- 一、财务报表/218
- 二、财务报表分析/223

■ 本章小结/232

■ 主要概念及观念/232

■ 基本训练/232

参考文献/235

模块一

商务环境

第一章 企业运行的宏观环境

第二章 企业运行的行业环境

第三章 企业运行的内部环境

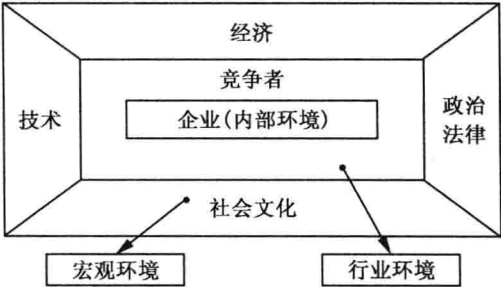
广义的商务概念,是指一切与买卖商品服务相关的商业事务。狭义的商务概念是指商业或贸易。商务活动,是指企业为实现生产经营目的而从事的各类有关资源、知识、信息交易等活动的总称。

商业是独立于产业资本循环体系之外的商业资本的特定活动,包括一切与商品和服务买卖有关的交换活动。现代商业的发展,在欧美等市场经济发达的国家,主要是指第二次世界大战以后由于科技和经济的快速发展所引发的现代化流通方式的发展和新兴商业的兴起。我国自改革开放以后,特别是进入 20 世纪 90 年代以后,在现代信息技术、网络技术和经济全球化浪潮的强劲推动下,商业的发展日新月异,发达国家现有的各种商业组织形式和经营业态几乎全部出现。可以说,我国正在经历从传统商业向现代商业转型的历史性跨越。

商务环境是指影响商业企业的一些相互依存、相互制约、不断变化的各种因素组成的一个系统,是影响商业企业管理决策和生产经营活动的现实各因素的集合。商业企业作为一个开放的系统,通常要受到企业内外部环境的影响,商业企业环境的变化或多或少地必然影响到企业的生存和发展,商务环境是商业企业经营决策系统中最活跃、最富于变化的因素,因此企业的经营活动必须分清有利和不利,避开风险,把握机会,扬长避短,发挥自身优势,从而为企业科学决策提供依据。

企业环境的分析包括宏观环境、行业环境和企业内部环境三大部分,如右图所示:

商业企业只有通过研究内外部环境,从外部环境中找到企业的机会和威胁,从企业内部资源中找到企业的优势和劣势,并采取科学的方法进行分析,才能为企业决策找到正确的依据。企业环境分析的基本方法是 SWOT 分析。分析内部环境主要是找出商业企业经营的优势(strengths)和劣势(weaknesses);分析外部环境主要是找出企业经营的机会(opportunities)和威胁(threats)。将这四种因素结合起来进行分析,就称为 SWOT 分析,如下表所示:



企业环境的构成

SWOT 分析

	潜在优势	潜在劣势
优势与劣势	设计良好的战略;强大的产品线;宽广的市场覆盖面;良好的营销技巧;品牌知名度;研发能力与领导水平;信息处理能力	不良战略;过时、过窄的产品线;不良的营销计划;丧失信誉;研发创新下降;部门之间的斗争;公司控制力薄弱
	潜在机会	潜在威胁
机会与威胁	核心业务拓展;开发新的细分市场;扩大产品系列;将研发导入新领域;打破进入壁垒;寻找快速增长的市场	公司核心业务受到攻击;国内外市场竞争加剧;为进入设置壁垒;被兼并的可能;新产品或替代品的出现;经济形势的下滑

企业运行的宏观环境

学习目标

通过本章学习,你应该达到以下目标:

😊 知识目标:了解企业在经济发展中的作用,不同经济形势下企业应如何应对,影响企业运行的其他宏观环境因素。

😊 能力目标:会分析企业运营的宏观环境,并作出科学的应对。

【先导案例】“黑色星期四”——经济环境对企业的冲击

关键词:经济危机;企业倒闭;经济萧条

1924~1929年,资本主义世界经历了短暂的经济繁荣(被称为柯立芝繁荣,是一种虚假繁荣)。1929年,经济危机首先在美国爆发,随即席卷整个资本主义世界,形成了前所未有的、持续最久的世界经济大危机。

20世纪20年代,美国证券市场兴起投机狂潮,“谁想发财,就买股票”成为一句口头禅,人们像着了魔似地购买股票,梦想着一夜之间成为百万富翁。疯狂的股票投机终于引发一场经济大灾难。1929年10月24日,纽约证券交易所股票价格雪崩似地跌落,人们歇斯底里地甩卖股票,整个交易所大厅里回荡着绝望的叫喊声。这一天成为可怕的“黑色星期四”(Black Thursday),并触发了美国经济危机。然而,这仅仅是灾难的开始。29日,交易所股价再度狂跌。一天之内1600多万股股票被抛售,50种主要股票的平均价格下跌了近40%。一夜之间,“繁荣”景象化为乌有,全面的金融危机接踵而至:大批银行倒闭,企业破产,市场萧条,生产锐减;失业人数激增,人民生活水平骤降;农产品价格下跌,很多人濒临破产。一场空前规模的经济危机终于爆发,美国历史上的“大萧条”时期到来。

1933年,整个资本主义世界工业生产下降40%,各国工业产量倒退到19世纪末

的水平,资本主义世界贸易总额减少 2/3,美、德、法、英共有 29 万家企业破产。资本主义世界失业工人达到 3 000 多万,美国失业人口 1 700 多万,几百万小农破产,无业人口颠沛流离。

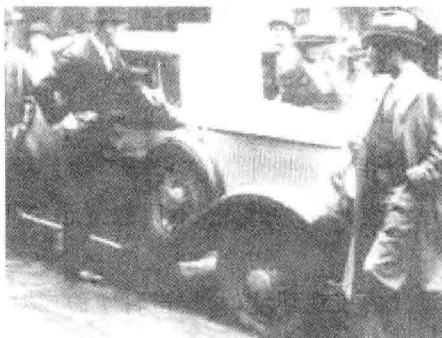
在此之前,美国也曾经历过股市恐慌与金融萧条,但没有一次像这一次一样对美国普通市民的生活产生如此深刻的影响,因为紧接而来的大萧条将使大部分人身陷困境。

危机爆发后,美国政府延续自由放任政策,胡佛总统反对由政府采取大规模的救济措施,认为只要把失业、救济等问题交给各种非政府的慈善组织去处理,危机很快会过去,结果使危机迟迟得不到解决。

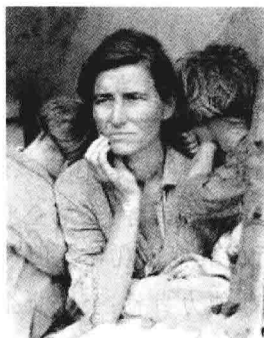
据当事人回忆,1 只羊的售价是 1 美元,但送到市场上的费用需要 1.1 美元。大量的谷物烂在地里,没人收割,大批牲畜被活埋或被杀死,牛奶和咖啡被倒进河里。



《伦敦先驱报》
报道华尔街股灾



竖立在汽车上的牌子写道:“100美元可买下这辆轿车。在股市上失去了一切,急需现钞。”



这张面孔是1929年大萧条最著名的象征之一

图 1-1 经济危机的各种表现

经济危机和资本主义制度固有的矛盾引起了资本主义各国的政局动荡,示威游行、罢工等抗议活动接连不断。美国发生工人罢工游行、退伍军人示威游行;法国工人罢工频繁,社会动荡;德国接连发生大规模工人罢工。德国法西斯分子利用人民对现状的不满,趁机造势,政治影响猛增;日本军国主义势力也趁机抬头。

各主要资本主义国家为摆脱危机,加强对经济的干预,加紧在国际市场上的争夺,彼此之间的矛盾和摩擦日趋尖锐。为尽快走出经济困境,它们进一步加紧对殖民地和半殖民地的掠夺,激起当地人民更为强烈的反抗,加剧了世界紧张局势。经济危机波及各个行业。

(改编自百度百科:<http://baike.baidu.com/view/33963.htm>。)

影响企业经营的宏观环境主要包括四个方面,分别为经济环境、政治法律环境、社会文化环境和技术环境,其中影响最深的往往是经济环境。企业作为社会财富的创造者,既促进了经济的发展,同时又受经济环境的影响和制约,因此,企业在决策中必须进行宏观环境的研究,特别是经济环境的研究。

一、企业运营的经济环境

(一)企业在经济发展中的作用

国民经济增长与微观企业经济增长的关系在衡量经济的发展和预测中具有极其重要的作用。企业增长可以推动国民经济增长,而国民经济增长必然也可以带动企业的发展,但是两者之间的关系却值得深入探讨。

从 GDP 的核算可以看出,企业是创造社会财富的主体,GDP 是所有企业所创造的最终产品和劳务的数量化体现,是衡量经济增长和社会发展的一个重要指标。

1. 经济增长与经济的关系

(1)经济增长的含义与特征。

经济增长是 GDP 或者人均 GDP 的持续增长。长年累月的高速经济增长能使一个贫穷的经济体变得富裕,正如新加坡和中国的经历一样;而经济的低速增长或零增长会导致一个国家的贫穷,如索马里、赞比亚等一些非洲国家。经济增长一般包括两层含义:一方面是指一个国家或者地区在一定时期内实际产出量的增加,包括居民所需商品或者劳务的总产出量的增加,集中表现为经济实力的增强,即实际 GDP 的增长;另一方面是指潜在生产能力的扩大,包括决定一个国家或地区生产能力的各种资源、资本形成和技术水平等诸多方面因素的改进。

(2)经济增长与经济区别。

经济学家经常用两个概念来分析国民经济的长期过程,即经济增长和经济发展。这是两个既紧密联系又完全不同的概念。经济增长是明确的产量(总产量、人均产量)增加,具体表现为 GDP 的增加;经济发展是指社会从落后进入先进状态的过程,它包括国民的生活质量、教育水平、健康卫生质量以及整个社会经济结构和制度结构的总体进步。

经济增长是个“量”的概念;经济发展是个比较复杂的“质”的概念,是一个反映经济社会发展水平的综合性概念。由于各国的经济基础、历史背景、社会结构和政治体制各不相同,经济发展的结果各不相同,因此经济学里有一门专门研究经济发展的学科,叫“发展经济学”,集中研究分析各国经济发展得失的具体原因。



【知识拓展】 经济增长与经济衡量的衡量

(1)经济增长的衡量。

经济增长可以用经济增长率来衡量。所谓经济增长率,是指排除价格波动影响以后的实际国内生产总值的增长率,实际上也就是社会总产出的增长率。它是本期国内生产总值的增长量(本期国内生产总值—上期国内生产总值)与上期国内生产总值的比,如我国 2004 年的国民经济增长率为 9.5%。通过 GDP 和人均 GDP,可以进行各国经济实力的比较、各国公民生活水平的比较和经济周期的预测。

(2)经济发展的衡量。

我们通过 GDP 可以进行各国经济增长的比较,通过人均 GDP 可以进行各国居民生活福利水平的比较。只要 GDP 增长超过人口增长,就能实现人均 GDP 的增长。而经济发展是用来比较一个国家总体发展水平的综合分析概念,它把世界上的国家大致分为以下三类:工业发达国家,包括北美、西欧国家和澳大利亚、日本等国家;发展中国家,包括中国、泰国、马来西亚、墨西哥等国家;不发达国家,包括许多以传统的

农业经济为主导地位的非洲国家。除此以外,联合国发展计划署从1990年起每年测算人类发展指数(HDI),以对人类发展成就进行概括衡量。HDI反映一个国家(地区)在人类发展的三个基本方面的平均成就,包括:

- 识字率,用成人识字率(占2/3的权重)以及小学、中学和大学综合毛入学率(占1/3的权重)来表示,反映了一国国民受教育的程度。
- 预期寿命率,用出生时的预期寿命来表示,反映了健康长寿的生活,居民的营养、卫生和环境状况。
- 婴儿死亡率,反映了母亲健康状况和国民医疗卫生水平。

1975年,我国的人类发展指数为0.522,2000年提高到0.726。2011年人类发展报告及人类发展指数排名显示,挪威名列第一,中国排名第101位。因此,尽管我国的人类发展指数有所提高,但是,同世界水平相比,还有很长的路要走。

2. 一个国家收入的衡量

不管是生产性企业还是非生产性企业,都为社会提供了商品或劳务,最终构成了国民财富的一部分。对于一个国家或地区而言,财富大小狭义上是指这个国家或地区生产的物品和劳务的总价值,通常用国内生产总值这个指标来衡量,它能够帮助政策制定者据此判断经济发展是快了还是慢了,以及是否会面临严重的经济衰退或带来通货膨胀的威胁。

国内生产总值(Gross Domestic Product, GDP)是一国或地区在一定时期(通常为1年)内所生产的最终物品和劳务的市场价值的总和。

GDP统计的是最终产品,不仅包括总产出量,即该国或地区物质生产部门在一定时期内所生产出来的一切有形产品,而且还包括无形服务,即服务部门、金融部门、文教保健等部门的服务所产生的一切无形产品——劳务报酬。

一国的GDP大幅增长,反映出该国经济发展蓬勃,国民收入增加,消费能力也随之增强。美国著名的经济学家保罗·萨缪尔森说:“GDP是20世纪最伟大的发现之一。”如果没有GDP这个发现,人们就无法进行国与国之间经济实力的比较以及贫穷与富裕程度的比较。有了GDP,我们就知道2010年我国的GDP居世界第二位,但是总量仅占美国的37%;如果没有GDP,我们就无法知道我国的人均GDP更是只有美国的十分之一不到。如果没有GDP这个总量指标,我们就无法了解我国的经济增长速度是快还是慢,是需要刺激还是需要控制。因此,GDP就像一把尺子与一面镜子,是衡量一国经济增长和社会富裕程度的重要指标。但GDP本身也有不足与缺陷,需要改进和完善。



【思考与讨论】 市场交易如何影响GDP?

在2010年度,假若你的家庭发生以下几笔交易:

- (1)购置了一台新笔记本电脑。
- (2)购买了一瓶法国产香水。
- (3)在汽车二级市场上出售了一辆旧轿车。
- (4)在一家美容院购买了一张价值5 000元的会员卡。

请分析上述四种交易是如何影响国内生产总值的。

在理解国内生产总值概念时,应掌握几个关键词:

- 所有的

GDP 要成为全面的衡量。它包括经济中生产并在市场上出售的所有的东西。GDP 不仅衡量苹果和橘子的市场价值,而且还衡量出版物和电影、理发和医疗等服务业的市场价值。

GDP 还包括由经济中住房存量提供的住房服务的市场价值。就租赁住房而言,这种价值很容易计算——租金既等于房客的支出,又等于房东的收入。但许多人对自己所住的房子有所有权,因此并不付租金。政府通过估算租金价值而把这种自由房产包括在 GDP 中。实际上,GDP 是基于这样一个假设:所有者将房屋出租给自己,隐含的租金既包括在房东的支出中,又包括在其收入中,因此,它也被计入 GDP。

- 最终产品

国内生产总值是指最终产品总值,而不包括中间产品产值。这一点非常重要,也是比较难把握的一点。

最终产品是指最后供人们消费使用的产品;中间产品是指作为后续生产阶段投入的产品。例如,一般而言,轿车就是最终产品,它是供消费者消费使用的;而生产汽车的钢板就是中间产品,它是作为生产汽车的一种投入品。但是,现实生活中,许多产品既可以作为最终产品使用,也可以作为中间产品使用。例如,衣服作为消费者的日常穿着时,是最终产品;而在人们工作时作为工作服,则为中间产品。可见,同一件产品,其用途不同,产品属性也不一样,有时很难加以区分。这就为国内生产总值的核算带来了困难。如何解决这一问题呢?这就需要在具体计算时采取增值法,即只计算在每一个生产过程中所增加的价值。下面借助于一个实例来说明增值法的应用,如表 1-1 所示。

表 1-1 增值法核算 GDP

生产过程	产品价值(元)	产品成本(元)	增值(元)
棉花	10	—	10
棉纱	15	10	5
棉布	22	15	7
衣服	40	22	18
合计	87	47	40

在表 1-1 中,衣服是最终产品,其产值为 40 元,按照增值法计算也是 40 元。如果将所有生产过程都同时加以计算,就会出现重复计算。如计算产值为:棉花+棉纱+棉布+衣服=10+15+22+40=87(元),显然存在重复计算,多计算中间产品 47 元。因此,运用增值法可以避免重复计算。

- 市场价值

你也许听到过一句谚语:“你不能比较苹果和橘子。”但是 GDP 正是要这样做。GDP 需要把许多不同的物品加总为一个经济活动的价值。为了这样做,它使用了市场价格。由于市场价格衡量了人们愿意为各种不同物品支付的货币量,所以,市场价格反映了这些物品的价值。如果同样重量苹果的价格是橘子价格的 2 倍,那么,苹果对 GDP 的贡献就是橘子的 2 倍。

市场价值要求按照产品的当期价格来计算。大多数产品的市场价格都在不断的变化,按照不同的价格计算就可以得到不同的数值。国内生产总值的核算要求按照当期的市场价格计算。

● 生产的

国内生产总值强调的是生产过程,以区别于销售过程,因此,国内生产总值的计算只针对一定时期内生产出来的产品,而不管销售与否。例如,假定今年某国所售货物为1 000亿美元,但其中50亿美元货物是去年生产的,则计算今年国内生产总值时,这50亿美元货物不能计算在内,而应从1 000亿美元中扣除,因为这50亿美元已经作为去年的存货投资计算到去年的GDP中去了。同样,假设今年生产1 000亿美元货物,只卖掉900亿美元货物,则余下的100亿美元同样应计入今年的GDP。这100亿美元在经济学中叫作企业的“存货投资”。

由于国内生产总值有价格乘以产量的关系,因此,产量和价格的变动都会使国内生产总值变动。但是人们的物质福利只与生产产品和劳务的数量和质量有关。如果产品和劳务的数量和质量不变,而价格提高一倍,则国内生产总值增加一倍,但人们的物质福利并未增加。为此,我们有必要把国内生产总值中的价格因素抽象出来,只研究产品和劳务的数量变化。这就需要区分名义国内生产总值和实际国内生产总值这两个概念。

名义国内生产总值(nominal GDP)是用生产物品和劳务的那个时期的价格计算出来的价值。2010年的美国名义国内生产总值是2010年生产的全部产品和劳务用2010年的市场价格计算出来的市场价值。

实际国内生产总值(real GDP)是用某一年作为基年的价格计算出来的价值。如果把2009年作为基年,那么2010年的实际国内生产总值是指2010年生产出来的全部最终产品用2009年的价格计算出来的市场价值。在表1-2中,假定某国香蕉和柑橘的价格在2009年分别是0.20美元和0.22美元,在2010年分别是0.3美元和0.25美元,则我们可以分别计算出两年的名义GDP,并且可以看出名义GDP和实际GDP的区别,见表1-2。

表 1-2 实际国内生产总值与名义国内生产总值的计算(以 2009 年的价格计算)

物品名称	2009 年产量	2009 年 GDP	2010 年产量	2010 年 GDP	2010 年实际 GDP
香蕉	15	3	20	6	4.00
柑橘	50	11	60	15	13.20
合计		14		21	17.20

计算实际国内生产总值可以使我们了解到从一个时期到另一个时期产量变化到什么程度。如果使用的都是基年的价格,则两个时期国内生产总值的差额可表现出这两个时期产量的变化。如果仅仅比较两个时期的名义国内生产总值,则我们无法知道这两个时期国内生产总值的差额究竟是由产量变化引起的,还是由价格变化引起的。

某个时期名义国内生产总值和实际国内生产总值之间的差别,可以反映出这一时期和基期相比的价格变动程度,因为通过计算名义国内生产总值和实际国内生产总值的比率,可以计算出价格变动的百分比。在表1-2中, $21/17.2=122.1\%$,这说明从2009年到2010年该国价格水平上升了22.1%。122.1%被称为国内生产总值价格指数,又被称为国内生产总值折算数。

显然,名义国内生产总值、实际国内生产总值和国内生产总值价格指数之间的关系为:

$$\text{实际国内生产总值} = \text{名义国内生产总值} / \text{国内生产总值价格指数} \times 100\%$$

由于所选择的基年的价格指数定为100%,因此,若某年与基年相比价格上升25%,则该