

# 现代 企业知识 宝库

张维先 主编

XIANDAIGIYIYE  
ZHISHIBAOKU  
湖北人民出版社

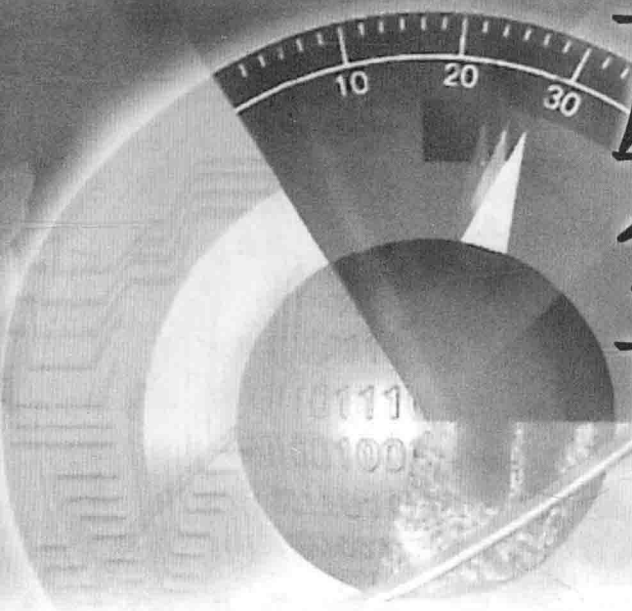
# 现代企业

# 知识

# 宝库

张维先 主编

XIANDAIQIYE  
ZHISHIBAOKU  
湖北人民出版社



# 鄂新登字 01 号

---

## 图书在版编目 (CIP) 数据

现代企业知识宝库/张维先主编  
武汉：湖北人民出版社，1999.7  
ISBN 7-216-02633-0

- I. 现…
- II. 张…
- III. 企业经济—基本知识
- IV. F27

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 24901 号

现代企业知识宝库

张维先 主编

出版：湖北人民出版社  
发行：

地址：武汉市解放大道新育村 33 号  
邮编：430022

印刷：湖北省政府办公厅印刷厂

开本：850 毫米×1168 毫米 1/32

印张：38.25

字数：1360 千字

插页：5

版次：1999 年 7 月第 1 版

印次：1999 年 7 月第 1 次印刷

印数：1-2100

定价：98.00 元

书号：ISBN 7-216-02633-0/F·463

现代企业知识宝库  
总目

序言·凡例  
知识编·政策法规编  
·目次

一	现代企业制度	3
二	现代企业组织模式	37
三	现代企业管理	79
四	现代企业战略策略	132
五	现代企业行为	157
六	现代企业营销	176
七	现代企业技术	245
八	现代企业产品开发	267
九	现代企业市场体系	294
十	现代企业投资	331
十一	现代企业信息系统	364
十二	现代企业竞争	399
十三	现代企业会计	441
十四	现代企业审计	500
十五	现代企业统计	539
十六	现代企业税务	572
十七	现代企业金融	608
十八	现代企业风险与保险	661
十九	现代企业劳动人事	686
二十	现代企业分配	714
二十一	现代企业政策	736
二十二	现代企业法规	751
二十三	现代企业国际惯例	787
二十四	现代企业文化	808
二十五	现代企业家素质	850
二十六	知名企业家	877
二十七	企业家名言	918

## 《现代企业知识宝库》编辑委员会

主 编：张维先

副 主 编：谭仁杰 景新华

编 委：（按姓氏笔画排列）

李贵斌	杨文斌	张永祥	张维先	赵 林	贺福新
高 林	栾丽娜	贾 虹	龚 锋	游先高	彭章宣
景新华	傅俊平	谭仁杰	黎仁华	戴胜文	

编写人员：（按姓氏笔画排列）

王德祥	左少君	左嘉诚	卢伟强	刘卫东	刘 珊
刘雅英	许飞琼	许 曼	全胜利	毕先萍	应鸿伟
严 宓	李少华	李正友	李良槐	余念祖	杨培雷
吴联生	张文慧	张永祥	陈 林	陈 鹤	邵 云
林幼平	周云云	周玉萍	周 虹	周燕杰	明燕萍
赵 林	赵德昶	项国兵	胡绍华	姚 倩	高京明
秦汉锋	黄宝玉	黄春姣	黄顺祥	曾德国	彭章宣
潘 立					

统 稿：张维先 谭仁杰 景新华 彭章宣 赵 林

# 序 言

国有企业改革是我国经济体制改革的主要任务。建立现代企业制度是国有企业改革的基本方向。

党的十五大提出,力争到本世纪末,使我国大多数国有骨干企业初步建立现代企业制度。这是重构国有企业的战略性措施。

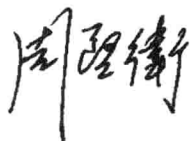
现代企业制度有别于企业在计划经济条件下的传统制度。建立产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学为特征的现代企业制度,是社会化大生产的必然要求,是市场经济规律的客观反映。

建立现代企业制度其内容既涵盖企业内部机制,也涉及营造企业外部环境;既包含企业的技术革命,也事关企业文化的建立,等等。这是一项浩繁深刻、革故鼎新的系统工程。

我国的现代企业制度,从 1994 年底开始在全国一百家企业中试点,各地亦相应选定了两千多家企业付诸实践。试点工作取得了阶段性成果,对国有骨干大中型企业建立现代企业制度起到了示范作用。目前这项工作正在普遍展开。

为了推进这项工作,湖北省人民政府《湖北政报》编辑部邀约武汉大学的教授和政府有关管理部门的专家、企业工作者共同编写了《现代企业知识宝库》一书,力求较系统、较全面、较科学地介绍现代企业知识,其目的是使大家知理、知事、知做,努力完成这一历史使命。

湖北省副省长



一九九九年一月

# 凡 例

一、本知识宝库包括现代企业知识编和现代企业政策法规编两大部分。现代企业知识编分类编排，共分二十七大类，收有条目两千余条；现代企业政策法规编主要收录涉及建立现代企业制度的部分重要政策法规。

二、本知识宝库以《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》为主要依据，着重收录与我国建立现代企业制度关系密切、且基本定型的知识，也酌量收录有关国外对我国建立现代企业制度有借鉴的知识。

三、本知识宝库采用以类相从的编排方法；异名条目采用互见法，如：“多角经营战略”见“多种经营战略”；“工业化后社会”见“后工业社会”。

四、本知识宝库对选录的港澳台及华侨企业家按姓氏笔画排序，对国外企业家排序不分先后。

五、本知识宝库所收知识每条都有根据，在观点上或属普遍公认，或属一家之言，因囿于体例，均未注明来源，读者在使用时注意检审。全书的资料截止时间为1998年12月。

# 目 次

## ※现代企业知识编※

### 一 现代企业制度

现代企业制度 .....	3	现代企业资本金制度 .....	16
现代公司制度的历史沿革 .....	3	现代企业成本制度 .....	17
现代企业制度与传统企业制度 的本质区别 .....	4	现代企业利润分配制度 .....	17
现代企业制度与转换企业经营 机制 .....	5	现代企业财务报告和财务监督 制度 .....	18
现代企业制度的主要内容 .....	6	现代企业劳动制度 .....	19
现代企业制度试点内容 .....	7	现代企业劳动报酬制度 .....	19
中国建立现代企业制度的条件 .....	10	现代企业工资制度 .....	20
中国建立现代企业制度的原则 .....	11	现代企业技术创新制度 .....	20
中国建立现代企业制度的 着眼点 .....	11	现代企业专利制度 .....	21
现代企业制度的基本特征 .....	12	现代企业兼并与破产制度 .....	22
现代企业法人制度与登记管理 .....	13	现代企业的产权制度 .....	22
现代企业组织制度 .....	13	现代企业产权流动 .....	23
现代企业制度的主要组织形式 .....	14	现代企业产权监督 .....	23
现代企业组合制度 .....	14	现代企业国有资产管理制 度 .....	23
现代企业分层制度 .....	14	现代企业集团制度 .....	24
现代企业管理制度 .....	15	现代企业贷款证制度 .....	25
现代企业财会制度 .....	15	现代企业干部任用制度 .....	26
		国有企业进行现代企业制度改革 类别 .....	26

## 2 现代企业知识宝库

国有企业产权制度改革内容 .....	27	的法律环境 .....	32
国有企业建立现代企业制度的 核心 .....	28	非国有企业建立现代企业制度 的注意事项 .....	32
国有企业建立现代企业制度的 关键 .....	29	乡镇企业建立现代企业制度的 形式 .....	33
国有企业建立现代企业制度 阶段 .....	29	乡镇企业建立现代企业制度的 方式 .....	33
国有企业进行公司制改组形式 .....	29	经济体制 .....	34
非国有企业建立现代企业制度 的利弊 .....	30	经济体制改革 .....	34
非国有企业建立现代企业制度 的政治环境 .....	31	公有制实现形式 .....	35
非国有企业建立现代企业制度 的经济环境 .....	31	公有制经济及公有制的主体 地位 .....	35
非国有企业建立现代企业制度		所有制结构 .....	36
		我国的经济类型 .....	36

## 二 现代企业组织模式

企业 .....	37	中央企业 .....	42
国有企业 .....	37	地方企业 .....	42
合资经营企业 .....	38	特大型企业 .....	43
股权式合营企业 .....	38	大型企业 .....	43
合作经营企业 .....	38	中小型企业 .....	43
契约式合营企业 .....	38	预算内国有企业 .....	44
中外合资经营企业 .....	38	计划单列企业 .....	44
中外合资企业 .....	39	出口基地企业 .....	44
中外合作经营企业 .....	39	在外投资企业 .....	45
国际合资企业 .....	39	福利企业 .....	45
外商独资企业 .....	40	外向型企业 .....	46
国际独资企业 .....	40	高技术企业 .....	46
私营企业 .....	40	科技导向型企业 .....	46
私人企业 .....	41	技术经济一体化企业 .....	47
个体企业 .....	41	劳动密集型企业 .....	47
合伙企业 .....	41	资金密集型企业 .....	47
合作社 .....	41	资本密集型企业 .....	48

技术密集型企业 .....	48	国外独资子公司 .....	58
知识密集型企业 .....	48	母公司与子公司 .....	58
工业企业 .....	48	总公司与分公司 .....	59
农业企业 .....	48	控股公司 .....	59
商业企业 .....	49	持股公司 .....	60
建筑安装企业 .....	49	所有权公司 .....	60
运输企业 .....	50	银行控股公司 .....	60
邮电企业 .....	50	国家控股公司 .....	60
金融企业 .....	51	投资公司 .....	61
旅游企业 .....	51	国家开发投资公司 .....	61
企业集团 .....	51	工业公司 .....	62
企业群体 .....	52	农业公司 .....	62
紧密型经济联合体 .....	52	农业合作社 .....	62
半紧密型经济联合体 .....	53	农工商综合体 .....	63
松散型经济联合体 .....	53	专业贸易公司 .....	63
公司 .....	53	专业公司 .....	64
股份公司 .....	54	商业专业公司 .....	64
有限责任公司 .....	54	综合贸易公司 .....	64
有限公司 .....	54	农民股金公司 .....	64
股份有限公司 .....	54	开放式有限公司与封闭式有限 公司 .....	65
无限责任公司 .....	55	联合公司 .....	65
无限公司 .....	55	混合联合公司 .....	66
两合公司 .....	55	咨询公司 .....	66
股份两合公司 .....	55	会计咨询公司 .....	66
人合公司与资合公司 .....	55	会计师事务所 .....	67
跨国公司 .....	56	租赁公司 .....	67
多国公司 .....	56	科技开发公司 .....	67
国际公司 .....	56	技术开发公司 .....	67
国际企业 .....	56	证券公司 .....	67
环球公司 .....	56	财务公司 .....	67
横向型跨国公司 .....	57	金融公司 .....	68
垂直型跨国公司 .....	57	保险公司 .....	68
混合型跨国公司 .....	57	讨债公司 .....	68
外国公司 .....	57		

#### 4 现代企业知识宝库

广告公司	68	工业联合会	74
公共关系公司	69	康采恩	74
基地公司	69	系列化体制	74
招牌公司	69	托拉斯	75
国外检验公司和公证行	70	战略联盟	75
出口管理公司	70	卡特尔	76
综合出口经理商	70	辛迪加	76
出口联营公司	70	公团	77
进出口联合会	71	事业团	77
商品交易所	71	公社	77
商会	72	兼并型股份制	77
连锁商店	72	承包型股份制	77
百货商店	73	要素股权股份制	78
经济合作组织	73	职工股份所有制	78
工业联盟	73	混合所有制	78

### 三 现代企业管理

管理	79	经理角色理论	86
企业管理	79	X理论—Y理论	87
企业管理学	80	超Y理论	87
管理社会学	80	Z理论	87
管理心理学	81	管理方格理论	88
人性假设	81	管理坐标理论	89
古典管理理论	82	支持关系理论	89
行为科学管理理论	82	团体力学理论	89
古典行政组织理论	82	敏感性训练理论	90
社会系统学派	83	T—团体训练	90
管理科学学派	83	意见沟通理论	90
决策理论学派	84	双因素模式	91
经验主义学派	84	企业管理职能	91
经理主义	85	企业管理模式	92
社会技术系统学派	85	管理幅度	92
系统管理学派	85	管理跨度	93
权变理论学派	86	管理层次	93

直线制结构 .....	94	运筹学 .....	106
单线制结构 .....	94	预测 .....	107
职能制结构 .....	94	决策论 .....	107
直线参谋制结构 .....	95	对策论 .....	108
直线职能制结构 .....	95	博弈论 .....	108
生产区域制结构 .....	95	竞赛论 .....	108
直线职能参谋制结构 .....	95	概率论 .....	108
事业部制结构 .....	95	网络分析 .....	108
分权结构 .....	96	模拟 .....	109
模拟性分散管理组织结构 .....	96	线性规划 .....	109
多维制结构 .....	96	动态规划 .....	110
立体组织结构 .....	97	整数规划 .....	110
产品事业部制 .....	97	目标规划 .....	111
国际事业部制 .....	98	排队论 .....	111
国际总部制 .....	98	科技管理 .....	112
全球产品结构 .....	98	标准化 .....	112
全球地区结构 .....	99	生产管理 .....	112
全球职能结构 .....	99	质量管理 .....	113
全球混合结构 .....	100	ISO9000 .....	113
高架结构与扁平结构 .....	100	ISO14000 .....	114
矩阵结构 .....	101	物资管理 .....	114
规划—目标结构 .....	101	ABC 分析法 .....	114
超事业部制 .....	102	帕累托分析法 .....	115
执行部制 .....	102	库存管理 .....	115
非正式组织 .....	102	劳动人事管理 .....	115
工业动态系统理论 .....	102	技术管理 .....	115
工业动态系统学说 .....	103	工资管理 .....	116
目标管理理论 .....	103	销售管理 .....	116
技术经济分析 .....	104	市场营销管理 .....	116
技术经济评价 .....	105	财务管理 .....	117
价值分析 .....	105	成本管理 .....	117
价值工程 .....	105	利润管理 .....	117
系统工程 .....	105	信息管理 .....	118
系统分析 .....	106	统计管理 .....	118

安全管理	119	成本控制	125
企业经营机制	119	成本控制方法	125
转换经营机制	119	成本控制体系	125
决策机制	120	监督体系	126
权力机制	120	成本责任中心	126
责任机制	121	费用中心	126
反馈机制	121	利润责任中心	126
董事会领导下的总经理负责制	122	投资责任中心	126
承包经营责任制	122	商品生产经营与资本运营的区别	127
股份经营	122	资本营运与企业资金分布	128
租赁经营	123	资本营运和企业技术改造	129
企业经营组织	123	资本营运与企业扭亏	130
企业经营观念	123	资本营运与企业产业结构	130
企业经营目标	124	资本营运与企业效益	131
企业经营方式	124	国有企业托管经营	131
控制工具	124		

## 四 现代企业战略策略

战略规划	132	顾客战略	138
人才战略	132	企业竞争战略	138
起飞战略	133	市场竞争战略	138
赶超战略	133	市场占有率战略	139
企业经营战略	133	市场开发策略	139
中小企业经营策略	134	目标市场营销策略	139
国际企业经营战略	134	系统营销策略	139
产品寿命周期策略	135	主导企业竞争战略	140
产品战略	135	前茅企业经营战略	140
产品开发战略	136	衰落企业经营战略	140
产品开发策略	136	垂危企业经营战略	141
多种经营战略	136	企业战略环境分析	141
多角经营战略	137	企业战略选择	141
市场战略	137	企业战略实施	141
产品市场战略	137	企业战略评价与控制	142

技术战略	142	公益慈善策略	150
技术引进策略	143	企业形象策略	150
技术开发策略	143	广告战略	151
联合开发技术策略	144	无差异策略	151
特许战略	144	差异性策略	151
投资战略	144	集中性策略	152
企业投资战略	145	产品组合策略	152
企业组织结构战略	145	销售渠道策略	153
多角化战略	146	产品包装策略	153
企业文化战略	146	取脂定价策略	153
企业外部公共关系策略	146	高价厚利策略	154
企业资源战略	147	渗透定价策略	154
企业联合战略	148	成本领先战略	154
企业兼并战略	148	质量成本控制策略	155
一体化经营战略	148	企业未来经营战略	155
促销战略	149	全球性经营战略	156
产品商标策略	149	全球性竞争战略	156

## 五 现代企业行为

企业行为学	157	成就需要理论	162
企业行为学的研究对象	157	操作条件反射理论	162
企业行为科学的创立	157	归因理论	162
企业行为学的研究内容	158	挫折理论	163
个体行为	158	波特激励模式	163
行为激励理论	158	C型激励理论模式	163
期望理论	158	社会知觉	164
公平理论	159	角色概念	164
激励因素—保健因素理论	159	角色模糊	164
双因素理论	160	角色冲突	165
马克思的需要理论	160	绩效评价	165
需要理论	160	个人态度	165
需要层次理论	160	价值观	165
人际关系学说	161	价值观的类型	166
霍桑试验	161	人的个性	166

个性理论	166	企业的整体行为	171
动机	167	企业欲望	171
行为模式	167	企业活力	172
行为修正	167	企业推进行为	172
群体	167	企业倒退行为	172
企业群体特征	168	企业偏向行为	172
群体行为模型	168	企业破产行为	173
群体行为规范	168	企业自救行为	173
群体压力	169	企业扩张行为	173
个人决策	169	企业兼并行为	174
群体决策	169	企业垄断行为	174
群体内耗行为	169	企业自杀行为	174
群体凝聚力	170	企业慈善行为	174
企业家的影响力	170	企业疯狂行为	175
企业领导行为模型	170	企业行为修养	175
企业生命周期模型	170	中国国有企业“内部人控制” 特征	175
企业决策行为	171		

## 六 现代企业营销

营销观念	176	替代与替代识别	179
营销哲学	176	营销环境	180
营销导向	176	环境威胁	180
市场营销	176	营销机会	181
市场行销	177	人口环境	182
营销组合	177	经济环境	182
4P	178	政治、法律环境	182
6P	178	社会文化环境	183
11P	178	科技环境	183
市场调查	178	自然环境	184
市场导向	178	市场营销组织	184
市场占有率	178	消费品	185
市场份额	179	消费品购买者	185
市场占有率预测	179	需求层次论对市场营销的 意义	186
替代的威胁	179		

经济学的效用理论·····	186	产品功能求真心理设计·····	199
社会学的消费者支出结构		产品造型审美心理设计·····	199
理论·····	187	产品特性的个性心理设计·····	200
消费动机理论·····	187	产品款式领导消费新潮设计·····	200
消费者购买动机类型·····	187	包装心理策略·····	201
购买行为理论的四种解说·····	188	定价目标·····	201
消费者购买行为模式·····	188	定价方法·····	202
消费者购买行为类型·····	189	成本导向定价法·····	202
儿童消费者心理特征·····	189	需求导向定价法·····	202
少年消费者心理特征·····	190	竞争导向定价法·····	203
青年消费者心理特征·····	190	感受价值定价心理策略·····	203
中年消费者心理特征·····	190	需求强度定价心理策略·····	204
老年消费者心理特征·····	191	新产品定价心理策略·····	205
女性消费者心理特征·····	191	零售业心理定价策略·····	205
高收入高消费阶层消费心理		商品降价心理策略·····	207
特征·····	191	商品提价心理策略·····	208
消费心理调查方法·····	191	市场细分化·····	209
消费心理与行为变化·····	192	同质市场·····	209
消费者购买程序·····	193	异质市场·····	209
生产者市场购买者·····	193	市场细分·····	209
企业识别标志的心理学原则·····	194	市场心理细分·····	210
品牌推出人决策·····	194	消费者个性心理特征细分·····	210
品牌归属决策·····	195	购买心理倾向细分·····	210
家族品牌决策·····	195	消费习惯细分·····	211
品牌创意心理策略·····	195	生活态度细分·····	211
名牌意识、名牌创立与名牌		购买行为细分·····	211
效应·····	196	目标市场·····	212
统一品牌和个别品牌·····	196	产品定位·····	212
单一品牌与多重品牌·····	197	市场定位·····	213
生产者品牌与中间商品品牌·····	197	市场总需求估量·····	213
商标的注册在先和使用在先·····	197	市场总潜量估量·····	213
产品包装·····	197	区域市场需求估量·····	214
产品设计心理策略·····	198	市场预测·····	214
产品整体认知心理设计·····	199	专家意见法·····	215

## 10 现代企业知识宝库

德尔菲预测法	215	营业销售形式与顾客心理	229
分销渠道	215	营业推广	230
销售渠道	216	广告	231
流通渠道	216	商业广告心理策略	231
垂直渠道系统	216	广告的心理功能	231
批发商	216	购买动机与广告心理	232
代理商	217	购买行为与广告心理	232
零售商	217	受众心理要求与广告表现	
连锁商	218	技巧	233
渠道设计	218	目标顾客与广告运用策略	234
促销	219	商业广告心理效果评估	235
人员推销	219	国际市场营销	236
人员推销心理策略	220	出口进入	236
人员推销双向沟通策略	220	合作进入	237
推销员双重沟通策略	221	合营进入	237
推销员说服购买策略	222	契约进入	237
推销员寻找潜在顾客策略	222	投资进入	237
推销员关系营销	223	商务谈判心理策略	238
人员推销成交心理技巧	224	商务谈判准备	238
优秀推销员心理素质	225	商务谈判的开局和结束要领	239
营业销售心理策略	226	商务谈判原则	240
商品陈列与顾客心理	226	商务谈判方法	240
营业员服务态度与顾客心理	227	商务谈判化解冲突方法	241
营业服务水平与顾客心理	228	商务谈判讨价还价心理术	242
营业销售环境与顾客心理	229	政府采购	244

## 七 现代企业技术

技术引进	245	技术评估	248
技术改造	245	技术标准	248
技术贸易	246	技术推广	249
技术储备	246	技术秘密	249
技术经济分析	247	技术诀窍	249
技术开发	247	专有技术	249
技术评价	248	技术素质	250