

《高等数学（一）》教学大纲

刘崇丽 编写

目 录

前 言	66
第一章 函 数	67
第一节 集 合	67
第二节 实数集	68
第三节 函数关系	68
第四节 函数表示法	69
第五节 建立函数关系的例题	69
第六节 函数的几种简单性质	69
一、函数的奇偶性	69
二、周期性	70
三、函数的单调增减性	70
四、有界性	70
第七节 反函数 复合函数	70
一、反函数	70
二、复合函数	71
第八节 初等函数	71
一、初等函数	71
二、经济中的常用初等函数	72
三、成本函数	73
四、收益函数与利润函数	73
第九节 函数图形的简单组合与变换	73
复习与思考题	73
拓展阅读书目	73
第二章 极限与连续	74
第一节 数列的极限	74
一、数列极限	74
二、数列极限的性质定理	75
第二节 函数的极限	75
一、当 $x \rightarrow \infty$ 时, 函数 $f(x)$ 的极限	75
二、当 $x \rightarrow x_0$ 时, 函数 $f(x)$ 的极限	76
三、左右极限 (单侧极限)	76
四、函数极限的局部性质	76
第三节 变量的极限	77
一、变量极限	77
二、有界性定理	77
第四节 无穷小量与无穷大量	77
一、无穷大量	77

二、无穷小量	78
第五节 极限的运算法则	79
一、极限的四则运算法则	79
二、极限计算方法	79
三、复合函数的极限法则	80
四、利用等价无穷量计算极限	80
第六节 两个重要的极限	80
一、极限存在的准则	80
第七节 函数的连续性	81
一、函数 $f(x)$ 在 x_0 处连续的定义	81
二、函数 $f(x)$ 在区间上连续	82
复习与思考题	83
拓展阅读书目	83
第三章 导数与微分	84
第一节 导数概念	84
一、引出导数概念的实例	84
二、导数概念	85
第二节 导数的基本公式与运算法则	86
第三节 高阶导数	88
一、高阶导数的定义	88
二、莱布尼兹公式	88
第四节 由参数方程所确定的函数的导数	88
一、由参数方程所确定的函数	88
二、求导法则	88
第五节 微分	89
一、微分的定义	89
二、微分法则	89
三、微分形式不变性	90
四、微分的近似计算	90
复习与思考题	91
拓展阅读书目: (列每章章末)	91
第四章 中值定理 导数的应用	92
第一节 中值定理	92
一、罗尔(Rolle)定理	92
二、拉格朗日(Lagrange)中值定理	92
三、柯西(Cauchy)中值定理	93
第二节 未定式的定值法-罗彼塔(L'Hospital)法则	93
一、 $\frac{0}{0}$ 型不定式极限	93
二、 $\frac{\infty}{\infty}$ 型不定式极限	94

三、其他类型不定式极限： 0∞ , 1^∞ , 0^0 , ∞^0 , $\infty - \infty$	94
第三节 函数的增减性	94
第四节 函数的极值	95
一、函数极值的定义	95
二、函数极值存在的必要条件	95
三、判定极值的充分条件	95
第五节 最大值与最小值 极值的应用问题	96
第六节 曲线的凹向与拐点	96
一、曲线凹向的定义	96
二、曲线凹向的判定定理	96
三、拐点及其求法	96
第七节 函数图形的作法	97
一、渐近线	97
二、函数图形的作法	97
第八节 变化率及相对变化率在经济中的应用	97
一、函数变化率——边际函数	97
二、函数的相对变化率——函数的弹性（弹性分析）	98
复习与思考题	99
拓展阅读书目：（列每章章末）	100
第五章 不定积分	101
第一节 不定积分的概念	101
一、原函数	101
二、不定积分	101
三、不定积分的几何意义	102
第二节 不定积分的性质	102
第三节 基本积分公式	102
第四节 换元法	103
一、第一换元法	103
二、第二换元法	104
三、若干方法总结	104
第五节 分部积分法	104
一、分部积分法则	104
二、可用分部积分法求积分的类型	105
第六节 有理函数的积分	105
一、有理函数	105
二、有理真分式的积分	106
复习与思考题	107
拓展阅读书目	107
第六章 定积分	108
第一节 定积分的概念	108
一、两个实例	108

二、定积分的定义	110
三、定积分的几何意义	111
第二节 定积分的性质	111
一、性质	111
第三节 定积分与不定积分的关系	112
一、变上限函数	112
二、微积分基本定理(牛顿—莱布尼兹公式)	113
第四节 定积分的换元法	113
一、换元法公式	113
二、两类特殊的定积分	113
第五节 定积分的分部积分法	114
一、定积分分部积分公式	114
第六节 定积分的应用	114
一、平面图形的面积	114
二、旋转体的体积	115
三、已知平行截面面积的立体的体积	115
四、经济应用问题举例	115
第七节 广义积分与 Γ 函数	116
一、无限区间上的积分	116
二、无界函数的积分	117
三、 Γ 函数	118
四、B-函数	119
第八节 定积分的近似计算	119
一、梯形法	119
二、抛物线法	119
复习与思考题	120
拓展阅读书目	120

前 言

课程号： 309010034

英文名称： Higher Mathematics(一)

授课对象： 经济学专业和工商管理类专业

课程的性质、目的和任务

高等数学(一)是我校本科经济学专业、工商管理专业和国际商务专业的一门必修专业基础课程，它内容丰富，学时较多，其任务是既要为经管类专业后继课程提供基本的数学工具，又要培养学生应用数学知识解决本专业实际问题的意识与能力。

本课程以一元微积分学为核心内容，首先介绍了微积分研究的对象—函数以及微积分研究的重要基础—极限论。并在此基础上建立一元函数微积分学的导数、微分、不定积分、定积分、广义积分的概念和理论。教学重点放在“掌握概念，强化应用，培养能力，提高素质”上,通过教学要实现传授知识和发展能力两方面的目的，能力培养贯穿教学全过程。高等数学课程既是一门重要的基础课和工具课，更是一门素质课。在教学中结合教学内容及学生特点，选择适宜的教学方法与教学手段，有重点地营造有利于学生能力发展的氛围，启发学生思维，促进学生能力的提高。逐步培养学生的抽象思维能力、逻辑推理能力、空间想象能力、运算能力和自学能力，特别是注意培养学生具有综合运用所学知识去分析问题和解决问题的能力。

授课方法：

高等数学(一)是一门形数结合的数学学科，在讲解过程中，尽量采用多媒体教学,多用图形和实例引入来说明和描述微积分中的一些主要定义和概念。用问题驱动法逐步展开教学,把学生吸引到教学内容中去，并引导学生讨论问题，调动学生听课的积极性，锻炼学生的表达能力，提高课堂教学效率。在讲授传统内容时，运用现代数学的观点、概念、方法以及术语等符号，加强与其它不同分支之间的相互渗透，不同内容之间的相互联系,淡化运算技巧训练。

说明：教学要求较高的内容用“理解”、“掌握”、“熟悉”等词表述，要求较低的内容用“了解”、“会”等词表述。

教材：微积分 赵树嫄主编 中国人民大学出版社

考核方法：采用闭卷考试，以百分制评定成绩。平时成绩 20%,期末成绩 80%.

(60 学时，4 学分)

第一章 函 数

本章的教学目的和基本要求:

培养学生的函数意识,利用函数的理论分析问题中变量间的关系.

1. 理解函数概念,掌握求函数的定义域、表达式及函数值的方法,并掌握作出简单分段函数的图像的方法;

2. 理解函数的单调性、奇偶性、有界性和周期性,掌握判断所给函数的几何性质的方法。

3. 理解函数 $y = f(x)$ 与其反函数 $y = f^{-1}(x)$ 之间的关系,掌握求单调函数的反函数的方法。

4. 理解复合函数概念,掌握初等函数的复合与分解运算过程,掌握求复合函数的定义域的方法,了解初等函数与分段函数的复合运算过程;

5. 掌握基本初等函数的简单性质及其图像,掌握初等函数概念,掌握判断一个函数是否为初等函数的方法。

6. 掌握建立常用经济实际问题的函数关系的方法。

本章的知识点:函数的概念及表示 函数的有界性、单调性、周期性和奇偶性 复合函数、反函数、隐函数、分段函数 基本初等函数的性质及其图形 初等函数 简单应用问题函数关系的建立

重点:函数概念、函数的几何特性、反函数的概念和计算、复合函数的概念及运算、初等函数

难点:函数概念、复合函数

学时分配: $2 \times 2 = 4$

第一节 集 合

集合是教学中一个重要的概念,它在现代数学中起着非常重要的作用。

(一) 集合的概念

1. 集合, 元素

2. 集合具有确定性

(二) 表示方法

1. 列举 2. 描述 3. 文氏图

(三) 全集与空集

1. 全集 U 或 Ω 具有相对性

2. 空集 Φ 区别 $\{0\}$ 和 $\{\Phi\}$

(四) 子集

$\forall a \in A, \text{有 } a \in B, \text{则 } A \subset B$

性质: 1. $A \subset A$

2. $\Phi \subset A$

3. 若 $A \subset B, B \subset C, \text{则 } A \subset C$

(五) 集合的运算

1. 并 $A \cup B = \{x | x \in A \text{ 或 } x \in B\}$

2. 交 $A \cap B (AB) = \{x | x \in A \text{ 且 } x \in B\}$

3. 差 $A - B = \{x | x \in A \text{ 且 } x \notin B\}$

4. 补集 $A' = \{x | x \in U, x \notin A\}$

(六) 集合的运算律

1 交换律: $A \cup B = B \cup A \quad A \cap B = B \cap A$

2. 结合律 $(A \cup B) \cup C = A \cup (B \cup C) \quad (A \cap B) \cap C = A \cap (B \cap C)$

3. 分配律 $(A \cup B) \cap C = (A \cap C) \cup (B \cap C) \quad (A \cap B) \cup C = (A \cup C) \cap (B \cup C)$

4. 狄 摩根律 $(A \cup B)' = A' \cap B' \quad (A \cap B)' = A' \cup B'$

(七) 集合的笛卡尔积: $A \times B = \{(x, y) | x \in A, y \in B\}$

第二节 实数集

在中学数学课程中, 我们知道实数由有理数与无理数两大部分组成。每一个有理数都可用分数形式 $\frac{p}{q}$ (p, q 为整数, $q \neq 0$) 表示, 也可用有限十进小数或无限十进循环小数表示; 而无限十进不循环小数则表示一个无理数。

1. 实数与数轴
2. 绝对值
3. 区间
4. 邻域

设 a 与 δ 是两个实数, 且 $\delta > 0$, 数集 $\{x | |x - a| < \delta\}$ 称为点 a 的 δ 邻域。点 a 叫做这个邻域的中心, δ 叫做这个邻域的半径。记作 $U_\delta(a) = \{x | |x - a| < \delta\}$ 。

$U_\delta^\circ(a) = \{x | 0 < |x - a| < \delta\}$ 称为点 a 的去心 δ 邻域 (或空心邻域)。

第三节 函数关系

(一) 关系

任意两个集合之间都可以建立关系

(二) 函数定义

1. 定义 若 D 是一个非空实数集合, 设有一个对应规则 f , 使每一个 $x \in D$, 都有一个确定的实数 y 与之对应, 则称这个对应规则 f 为定义在 D 上的一个函数关系, 或称变量 y 是变量 x 的函数。 $y = f(x)$, $x \in D$ 。 x 称为自变量, y 称为因变量, D 或 $D(f)$ 称为定义域, Z 或 $Z(f)$ 称为值域

2. 函数图形

3. 研究一个函数必须知道自变量与因变量的对应规则以及函数定义域

(三) 多值函数

1. 单值函数
2. 多值函数

第四节 函数表示法

(一) 公式、表格和图形

(二) 分段函数 函数在其定义域的不同部分用不同的公式表达。

1. 绝对值函数 2. 符号函数 3. 取整函数
4. Dirichlet 函数 5. Riemann 函数

(三) 隐函数

1. 函数因变量可以用自变量表达式表示出来, 称为显函数。
2. 函数的因变量与自变量的对应规则是用一个方程 $F(x,y)=0$ 表示的, 称为隐函数。

第五节 建立函数关系的例题

为了解决应用问题, 先要明确问题中变量之间的函数关系, 根据题意建立变量的关系等式, 即给出问题的数学模型, 应用问题的定义域的确定, 除了考虑函数的解系式外还要考虑变量在实际问题中的含义. 最后对所得的解进行合理性解释.

第六节 函数的几种简单性质

一、函数的奇偶性

(一) 函数的奇偶性定义

1. 偶函数

定义: 设函数 $y = f(x)$ 的定义域关于原点对称, 即当 $x \in D$ 时, $-x \in D$, 如果对于定义域 D 中的任意 x , 均有 $f(-x) = f(x)$ 则称 $f(x)$ 为偶函数.

偶函数图形关于 y 轴对称.

2. 奇函数

定义: 如果对任意的 $x \in D$, 均有 $f(-x) = -f(x)$, 则称 $f(x)$ 为奇函数.

奇函数图形关于原点对称.

(二) 函数奇偶性的有关命题

命题 1: 两个偶函数之积是偶函数. 两个奇函数之积是偶函数. 一个奇函数与一个偶函数之积是奇函数.

命题 2: 设 $f(x)$ 是定义在对称区间 $(-l, l)$ 上的任意函数, 则 $f(x) + f(-x)$ 是偶函数, $f(x) - f(-x)$ 是奇函数.

命题 3: 若函数 $y = f(t)$, $t = g(x)$ 的奇偶性不同, 则其复合函数 $y = f[g(x)]$ 必为偶函数; 若奇偶性相同, 则其复合函数 $y = f[g(x)]$ 与 $f(x)$ 具有相同的奇偶性.

命题 4: 定义在区间 $(-l, l)$ 上的任意函数可以表为一个偶函数与一个奇函数的和.

命题 5: 定义在区间 $(-l, l)$ 或全体实数上的不恒等于零的函数为非奇非偶函数的充要条件是它可表为一个奇函数与一个偶函数之和.

二、周期性

(一)周期函数定义

定义： 设函数 $y=f(x)$, $x \in D$, 如果存在不为零的实数 T , 对于每一个 $x \in D$, 都有 $x+T \in D$, 且总有

$$f(x+T)=f(x)$$

则称 $y=f(x)$ 为周期函数, 称 T 为 $f(x)$ 的周期. 若 T 为函数 $f(x)$ 的一个周期, 则 $kT(k \in \mathbb{Z})$ 也是 $f(x)$ 的周期. 通常我们说周期函数的周期指的是函数的最小正周期.

(二)性质

- (1) 若 T 为 $f(x)$ 的周期, 则 $f(ax+b)$ 的周期为 $T/|a|$
- (2) 若 $f(x), g(x)$ 均是以 T 为周期的函数, 则 $f(x) \pm g(x)$ 也是以 T 为周期的函数
- (3) 若 $f(x), g(x)$ 分别是以 T_1, T_2 为周期的函数, $T_1 \neq T_2$, 则 $f(x) \pm g(x)$ 是以 T_1, T_2 最小公倍数为周期的函数。

三、函数的单调增减性

(一)函数增减性的定义

1. 单调递增

设函数 $y=f(x)$ 在区间 I 内有意义, 对于区间 I 内任意两点 x_1, x_2 当 $x_1 < x_2$ 时, 函数 $y=f(x)$ 满足 $f(x_1) < f(x_2)$, 则称函数 $y=f(x)$ 在区间 I 内单调增加.

2. 单调递减

如果函数 $y=f(x)$ 在区间 I 内有定义, 对于区间 I 任意两点 x_1, x_2 当 $x_1 < x_2$ 时, 函数 $y=f(x)$ 满足 $f(x_1) > f(x_2)$, 则称函数 $f(x)$ 在区间 I 内单调减少.

(二)函数单调性的判定

(三)函数单调性的有关命题

1. 严格单调函数的图像与任意平行于横轴的直线至多有一个交点。
2. 严格单调函数必有反函数, 并且严格递增(递减)函数的反函数也必是严格递增(递减)的。

四、有界性

定义: 设函数 $f(x)$ 在区间 I 上有定义, 如果存在一个正数 M , 对于所有的 $x \in I$, 对应的函数值 $f(x)$ 恒有 $|f(x)| \leq M$ 成立, 则称函数 $f(x)$ 在 I 内有界, 如果这样的正数 M 不存在, 则称函数 $f(x)$ 在 I 内无界。

注意: 同一函数在自变量的不同范围上的有界性不一定相同

第七节 反函数 复合函数

一、反函数

(一)反函数的定义

1. 定义: 已知函数 $y=f(x)$, $x \in D$. 若对于值域 $f(D)$ 中每一个值 y_0 , D 中有且只有一个值 x_0 ,

使得 $f(x_0)=y_0$, 则按此对应法则能得到一个定义在 $f(D)$ 上的函数, 称这个函数为 f 的反函数。

2. 定义域与值域之间是一一对应关系

(二) 反函数的求法及其定义域的确定

先从方程 $y=f(x)=0$ 中解出 x , 得到用 y 表示 x 的式子 $x=f^{-1}(y)$, 然后将 x 与 y 互换, 得所求函数的反函数。反函数的定义域为直接函数的值域。

二、复合函数

(一) 复合函数的定义

定义 设函数 $y=f(u)$, 若函数 $u=g(x)$ 的值域与函数 $y=f(u)$ 的定义域有相交部分时, 那么函数 $f[g(x)]$ 称为复合函数. 记作: $y=f(g(x))$ 或 $y=(f \circ g)(x)$.

f 称为外函数, g 称为内函数, x 为自变量, u 为中间变量。

第八节 初等函数

一、初等函数

(一) 基本初等函数

基本初等函数包括: 常数函数, 幂函数, 指数函数, 对数函数, 三角函数和反三角函数. 这些函数的简单性质和图形。

(1) 常数函数

函数 $y=c$ (c 为常数) 称为常数函数, 常数函数的定义域为一切实数, 其图形是一条平行于 x 轴的直线

(2) 幂函数

函数 $y=x^\mu$ (μ 为常数) 称为幂函数。

(3) 指数函数

函数 $y=a^x$ ($a>0, a \neq 1, a$ 为常数) 称为指数函数, 其定义域为 $(-\infty, +\infty)$, 值域为 $(0, +\infty)$ 。

当 $a>1$ 时, 函数严格单调增加; 当 $0<a<1$ 时, 函数严格单调减少. 函数的图形都过 $(0, 1)$ 点, $y=a^x$

与 $y=a^{-x}$ 图形关于 y 轴对称. $y=e^x$ 是工程上常用的指数函数, 常数 $e=2.7182818\dots$

(4) 对数函数

指数函数 $y=a^x$ 的反函数. $y=\log_a x$ ($a>0, a \neq 1$) 称为对数函数. 其定义域为 $(0, +\infty)$, 值域为 $(-\infty, +\infty)$. 当 $a>1$ 时, 函数严格单调增加; 当 $0<a<1$ 时, 函数严格单调减少, 函数图形都过 $(1, 0)$ 点. 以 e 为底的对数称为自然对数, 记作 $y=\ln x$

(5) 三角函数

正弦函数: $y=\sin x$. 定义域为 $(-\infty, +\infty)$, 值域为 $[-1, 1]$, 它是以 2π 为周期的有界的奇函数

余弦函数: $y=\cos x$. 定义域为 $(-\infty, +\infty)$, 值域为 $[-1, 1]$, 它是以 2π 为周期的有界的偶函数

正切函数: $y=\tan x$. 定义域为 $x \neq K\pi + \frac{\pi}{2}$, 即 $(K\pi - \frac{\pi}{2}, K\pi + \frac{\pi}{2})$ ($K=0, \pm 1, \pm 2 \dots$), 它是以 π 为周期的单调增加的奇函数 (在一个周期内)

余切函数: $y=\cot x$. 定义域为 $x \neq K\pi$, 即 $(K\pi, (K+1)\pi)$ ($K=0, \pm 1, \pm 2 \dots$), 它是以 π 为周期的单调减少的奇函数 (在一个周期内)

此外, 还有正割函数 $y=\sec x = \frac{1}{\cos x}$ 和余割函数 $y=\csc x = \frac{1}{\sin x}$, 其图形和性质从略。

(6) 反三角函数

反正弦函数: $y = \arcsin x$, 定义域为 $(-1, 1)$, 值域为 $(-\frac{\pi}{2}, \frac{\pi}{2})$, 有界, 单调增加, 奇函数, 它是正弦函数 $y=\sin x$ (当 $-\frac{\pi}{2} \leq x \leq \frac{\pi}{2}$ 时) 的反函数。

反余弦函数: $y = \arccos x$, 定义域为 $(-1, 1)$, 值域为 $(0, \pi)$, 有界, 单调减少, 它是余弦函数 $y=\cos x$ (当 $0 \leq x \leq \pi$ 时) 的反函数。

反正切函数: $y=\arctan x$ 定义域为 $(-\infty, +\infty)$, 值域为 $(-\frac{\pi}{2} < x < \frac{\pi}{2})$ 时)。有界, 单调增加, 奇函数, 它是正切函数 $y=\tan x$ (当 $-\frac{\pi}{2} < x < \frac{\pi}{2}$ 时) 的反函数。

反余切函数: $y = \operatorname{arccot} x$ 定义域为 $(-\infty, +\infty)$, 值域为 $(0, \pi)$ 。有界, 单调减少, 它是余切函数 $y = \cot x$ (当 $0 < x < \pi$ 时) 的反函数。

(二) 初等函数

由基本初等函数经过有限次的四则运算和复合能用一个式子来表示的函数。高等数学讨论的函数主要是初等函数。

二、经济中的常用初等函数

(一) 需求函数与供给函数

1. 需求函数 $Q=Q(P)$ $P>0$

Q ——对商品的需求量, P ——商品的价格

一般来说, 需求量随价格上涨而减少, 通常需求函数是价格的单调减少函数。

(1) 线性需求函数 $Q=a-bP$, $a \geq 0, b \geq 0$

(2) 二次曲线需求函数 $Q=a-bP-cP^2$, $a \geq 0, b \geq 0, c \geq 0$

(3) 指数需求函数 $Q=Ae^{-bP}$, $A \geq 0, b \geq 0$

2. 供给函数 (供应函数)

商品价格对商品供给量的影响 $S=S(P)$

一边, 商品供应量随商品价格上涨而增加, 因此商品供给函数 S 是商品价格 P 的单调增加函数。

3. 需求函数与供给函数密切相关, 将两条曲线画在同一坐标系中, 其交点 (P, Q) , P 为均衡价格, Q 为均衡数量。

三、成本函数

1. 在短时间内不发生变化或不明显地随产品数量增加而变化的, 称为固定成本。 C_1
 2. 随产品数量的变化而直接变化的部分, 称为可变成本。 C_2 , 是产品数量 q 的函数 $C_2=C_2(q)$
- 总成本 $C=C(q)=C_1+C_2(q)$
- (1) 线性总成本 $C(q)=C_1+cq$
 - (2) 二次成本 $C(q)=a+bq+cq^2$
 - (3) 三次成本 $C(q)=k_0+k_1q+k_2q^2+k_3q^3$

四、收益函数与利润函数

1. 收益函数
总收益 销售者售出一定数量 q 商品所得的全部收入。记为: $R(q)$
2. 利润函数
生产一定数量的产品的总收入与总成本之差就是总利润。 $L=L(q)=R(q)-C(q)$
3. 盈亏分析

第九节 函数图形的简单组合与变换

函数图形的基本变换:

1. 叠加
2. 翻转
3. 放缩
- 4 平移

复习与思考题

教材习题一 A 组 B 组

拓展阅读书目

高等数学 第五版 上下册	同济大学应用数学系主编
经济数学基础 (一) 微积分解题思路和方法	袁荫棠主编
数学复习指南 (经济类、考研数学系列)	陈文灯主编
数学的思想, 方法和应用	张顺燕主编
大学文科高等数学	姚孟臣编
微积分学习辅导与解题方法	刘书田主编

第二章 极限与连续

本章的教学目的和基本要求：

通过本章的学习，使学生了解数列极限和函数极限以及连续的概念，理解极限和连续的性质，掌握极限的运算，掌握函数连续性的讨论。

1. 理解数列极限的直观定义，掌握数列极限的性质。
2. 理解函数极限的直观定义，掌握函数极限的性质。
3. 理解无穷大量与无穷小量的概念，掌握无穷大量与无穷小量的关系和性质。掌握无穷小量的阶的比较方法。
4. 熟练掌握极限运算法则和计算方法。
5. 了解极限存在的两个准则（夹逼定理、单调有界数列必有极限）掌握第一重要极限的证明，了解第二重要极限的证明方法，能熟练的应用两个重要极限计算函数的极限。
6. 理解函数在某点连续，在（a、b）上连续，以及在[a、b]上连续的概念。了解函数间断的概念。理解连续函数的性质和初等函数的连续性。
7. 熟练掌握函数的间断点的计算。
8. 掌握闭区间上连续函数的性质以及简单的证明。

本章的知识点：

数列极限与函数极限的定义及其性质 函数的左极限和右极限 无穷小量和无穷大量的概念及关系 无穷小量的性质及无穷小量的比较 极限的四则运算 极限存在的两个准则：单调有界准则和夹逼准则 两个重要极限 $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{\sin x}{x} = 1$, $\lim_{x \rightarrow \infty} \left(1 + \frac{1}{x}\right)^x = e$ 函数连续的概念 函数间断

点的类型 初等函数的连续性 闭区间上连续函数的性质

重点：极限的性质和运算法则、两个重要极限的应用 函数的连续性讨论

难点：函数极限的概念 极限存在的两个准则和两个重要极限 闭区间上连续函数的性质及应用

学时分配 $6 \times 2 = 12$

第一节 数列的极限

一、数列极限

（一）数列

1. 定义：一个定义在正整数集合上的函数 $y_n = f(n)$ （称为整标函数），当自变量 n 按正整数 1, 2, 3, ……依次增大的顺序取值时，函数值按相应的顺序排成一串数： $f(1), f(2), \dots, f(n), \dots$ 称为一个无穷数列，简称数列。

2. 数列的单调与有界

（二）数列的极限

1. 数列极限的 $\varepsilon-N$ 定义：

设 $\{x_n\}$ 是一个数列， a 是一个确定的数，若对于 $\forall \varepsilon > 0, \exists N \in \mathbb{N}$ ，使得 $n > N$ 时，

都有 $|x_n - a| < \varepsilon$, 则称数列 $\{x_n\}$ 收敛于 a , a 称为它的极限。

记作: $\lim_{n \rightarrow \infty} x_n = a$ 或者 $x_n \rightarrow a (n \rightarrow \infty)$.

2. 注意: (1) ε 的任意性。 ε 的作用在于衡量 x_n 和 a 的接近程度。

(2) N 的相应性。 N 依赖于 ε , 但并不是由 ε 唯一确定。

3. 几何意义: 所有下标大于 N 的 x_n 都落在 a 的 ε 邻域内, 而在这个邻域之外, 至多有 N (有限) 个项。

二、数列极限的性质定理

定理 1 (唯一性) 若数列 $\{x_n\}$ 收敛, 则它的极限值是唯一的。

定理 2 (有界性) 若数列 $\{x_n\}$ 收敛, 则它为有界数列。

定理 3 数列收敛的充要条件是其任意子列都收敛并且具有相同的极限。

第二节 函数的极限

数列是一个特殊的函数, 若将其定义与从自然数 n 扩充到整个实数域 R , 则数列 a_n 就是一般意义的函数 $f(x)$ 。以下考察两种情况: 当 x 的绝对值无限增大时, 函数值的变化趋势; 当 x 逐渐趋向点 x_0 时, 函数值的变化趋势。

一、当 $x \rightarrow \infty$ 时, 函数 $f(x)$ 的极限

1. 定义 设 f 为定义在 $(-\infty, +\infty)$ 上的函数, A 是一个定数, 若

$$\forall \varepsilon > 0, \exists M > 0, \text{使得当 } |x| > M, \text{时, 恒有 } |f(x) - A| < \varepsilon$$

则称函数 f 当 x 趋于正无穷时极限存在并以 A 为极限。记作: $\lim_{x \rightarrow \infty} f(x) = A$

2. 几何意义: 当 $|x| > M$ 时, 都有 $|f(x) - A| < \varepsilon$, 表示在直线 $x = -M, x = M$ 的两侧, 曲线 $y=f(x)$ 整个地落在以 $y=A$ 为中心, 2ε 为宽度的带型区域内。

类似地可定义 $\lim_{x \rightarrow +\infty} f(x) = A, \lim_{x \rightarrow -\infty} f(x) = A$

3. 定理: $\lim_{x \rightarrow \infty} f(x) = A \Leftrightarrow \lim_{x \rightarrow +\infty} f(x) = \lim_{x \rightarrow -\infty} f(x) = A$

4. 水平渐近线

定义: 若 $\lim_{x \rightarrow +\infty} f(x) = A$ 或者 $\lim_{x \rightarrow -\infty} f(x) = A$, 则称

直线 $y=A$ 是曲线 $y=f(x)$ 的水平渐近线。

二、当 $x \rightarrow x_0$ 时, 函数 $f(x)$ 的极限

1. 定义 如果 $\forall \varepsilon > 0, \exists \delta > 0$, 使得当 $0 < |x - x_0| < \delta$ 时, $|f(x) - A| < \varepsilon$ 恒成立, 则称当 $x \rightarrow x_0$ 时, 函数 $f(x)$ 以常数 A 为极限。

记作: $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = A$ 或者 $f(x) \rightarrow A (x \rightarrow x_0)$

2. 说明: (1) ε 刻画 $f(x)$ 与常数 a 的接近程度, δ 刻画 x 与 x_0 的接近程度。

(2) $0 < |x - x_0| < \delta$, 不考虑 $f(x)$ 在 x_0 处是否有定义。

3. 几何意义:

对于任意给定的正数 ε , 不论 ε 多么小, 即不论 $y = A - \varepsilon$ 与 $y = A + \varepsilon$ 间的带形区域多么狭窄, 总可以找到 $\delta > 0$, 当点 $(x, f(x))$ 的横坐标 x 进入 $(x_0 - \delta, x_0) \cup (x_0, x_0 + \delta)$ 时, 纵坐标 $f(x)$ 全部落入区间 $(A - \varepsilon, A + \varepsilon)$ 之内. 此时, $y = f(x)$ 的图形处于带形区域之内, ε 越小, 带形区域越窄。

三、左右极限 (单侧极限)

1. $0 < x - x_0 < \delta$, x 大于 x_0 而 x 趋于 x_0 , 即 x 从 x_0 的右侧趋近于 x_0 , 用 $x \rightarrow x_0^+$ 表示, 此时 A 为函数 $f(x)$ 在 x_0 点的右极限。记作: $\lim_{x \rightarrow x_0^+} f(x) = A$

$0 < x_0 - x < \delta$, x 小于 x_0 而 x 趋于 x_0 , 即 x 从 x_0 的左侧趋近于 x_0 , 用 $x \rightarrow x_0^-$ 表示, 此时 A 为函数 $f(x)$ 在 x_0 点的左极限。记作: $\lim_{x \rightarrow x_0^-} f(x) = A$

2. 定理 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = A \Leftrightarrow \lim_{x \rightarrow x_0^+} f(x) = \lim_{x \rightarrow x_0^-} f(x) = A$

四、函数极限的局部性质

(1) 定理 1 (唯一性) 若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x)$ 存在, 则它只有一个极限。

(2) 定理 2 (有界性)

若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x)$ 存在, 则存在 x_0 的某个空心邻域, 使得 $f(x)$ 在该空心邻域内有界。

(3) 定理 3 (保号性)

若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = A > 0$ ($0 < r < A$), 并且则对任意正数 r ($0 < r < A$), 都存在 x_0 的空心邻域 $U^0(x_0)$, 使得 $\forall x \in U^0(x_0)$ 恒有 $f(x) > r > 0$ ($f(x) < -r < 0$)。

(4) 定理 4 (不等式性质)

若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x)$ 与 $\lim_{x \rightarrow x_0} g(x)$ 皆存在, 且存在 x_0 的某空心邻域 $U^o(x_0, \delta)$, 使得 $\forall x \in U^o(x_0, \delta)$, 有

$f(x) \leq g(x)$, 则 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) \leq \lim_{x \rightarrow x_0} g(x)$ 。

(5) 定理 5 (迫敛性)

若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = \lim_{x \rightarrow x_0} g(x) = A$, 且存在 x_0 的某空心邻域 $U^o(x_0, \delta)$, 使得 $\forall x \in U^o(x_0, \delta)$, 有

$f(x) \leq h(x) \leq g(x)$, 则 $\lim_{x \rightarrow x_0} h(x) = A$ 。

第三节 变量的极限

把数列 $f(n)$ 及函数 $f(x)$ 概括为“变量 y ”, 把 $n \rightarrow \infty, x \rightarrow \infty, x \rightarrow x_0$ 概括为“某个变化过程中”, 那么, 数列极限和函数极限可概括为变量的极限

一、变量极限

(一) 定义: 对于任意给定的正数 ε , 在变量 y 的变化过程中, 总有那么一个时刻, 在那个时刻以后, $|y - A| < \varepsilon$ 恒成立, 则称变量 y 在此变化过程中以 A 为极限. 记作 $\lim y = A$.

这里的极限定义和记号概括了两种变量, $f(n)$ 和 $f(x)$, 在三种变化过程中, 即 $f(n)$ 在 $n \rightarrow \infty$ 时及 $f(x)$ 在 $x \rightarrow \infty$ 或 $x \rightarrow x_0$ 时的极限问题.

(二) 变量极限的符号使用

若对两种变量、三种过程均适用的定义、推理或规律性结论可使用通用记号 $\lim y = a$, 但是变量 y 已给出具体函数, 则不能使用通用记号.

二、有界性定理

(一) 变量有界的定义: 变量 y 在某一变化过程中, 如果存在正数 M , 使得变量 y 在某一时刻之后, 恒有 $|y| \leq M$, 则称 y 在那个时刻之后为有界变量.

(二) 定理: 如果在某一变化过程中, 变量 y 有极限, 则变量 y 是有界变量.

第四节 无穷小量与无穷大量

一、无穷大量

1. 定义: 如果对于任意给定的正数 E , 变量 y 在其变化过程中, 总有那么一个时刻, 在那个时刻以后, 不等式 $|y| > E$ 恒成立, 则称变量 y 是无穷大量, 或称变量 y 趋近于无穷大.

记作 $\lim y = \infty$

说明: (1) 无穷大量不是很大的数, 而是具有非正常极限的函数。

(2) 若 $f(x)$ 为 $x \rightarrow x_0$ 时的无穷大量, 则 $f(x)$ 为 $U(x_0)$ 上的无界函数。反之, 无界函数不一定是无穷大量。

2. 定义: 如果 $f(x)$ 当 $x \rightarrow x_0^+$ 或 $x \rightarrow x_0^-$ 时为无穷大量, 则称直线 $x=x_0$ 为曲线 $y=f(x)$ 的铅直渐近线。

二、无穷小量

(一) 无穷小量的定义

1. 定义: 若在自变量 x 的某个变化过程中 $\lim y = 0$, 则称函数 y 为 x 在该变化过程中的无穷小量。

2. 注意: 谈到无穷小量时必须指明自变量的变化过程。

(二) 无穷小量与极限的关系

定理: 变量 y 以 A 为极限的必要充分条件是: 变量 y 可以表示为 A 与一个无穷小量的和。

即: 在某个自变量的变化过程中 $\lim y = A$ 的充要条件是 $y = A + \alpha(x)$, $\alpha(x)$ 是在该自变量变化过程中的无穷小量。

(三) 无穷小量的性质:

定理 1: 有界变量与无穷小量的乘积为无穷小量。

推论 1 常量与无穷小量的乘积为无穷小量。

推论 2 有极限的量与无穷小量的乘积为无穷小量。

(四) 无穷向量与无穷大量的关系

定理 在变量 y 的变化过程中

(1) 如果 y 是无穷大量, 则 $\frac{1}{y}$ 是无穷小量;

(2) 如果 $y(\neq 0)$ 是无穷小量, 则 $\frac{1}{y}$ 是无穷大量;

(五) 无穷小量阶

无穷小量是以零为极限的变量, 但收敛于零的速度有快有慢。为此, 考察两个无穷小量的比以便对他们的收敛速度作出判断。

设 α, β 是同一过程中的两个无穷小量。

(1) 若 $\lim \frac{\alpha}{\beta} = 0$, 则称 α 为比 β 高阶无穷小量, 或称 β 为比 α 低阶无穷小量, 记作: $\alpha = o(\beta)$

(2) 若 $\lim \frac{\alpha}{\beta} = c \neq 0$, 则称 α 与 β 为同阶无穷小量。记作: $\alpha = O(\beta)$

(3) 若 $\lim \frac{\alpha}{\beta} = 1$, 则称 α 与 β 为等价无穷小量。记作: $\alpha \sim \beta$

第五节 极限的运算法则

一、极限的四则运算法则

(一)定理 1: 在某一变化过程中,如果变量 x 和变量 y 分别以 A 与 B 为极限,则变量 $x \pm y$ 以 $A \pm B$ 为极限,即有

$$\lim(x \pm y) = \lim x \pm \lim y = A \pm B$$

推论 1: 两个无穷小量的代数和仍为无穷小量.

(二)定理 2: 在某一变化过程中,如果变量 x 和变量 y 分别以 A 与 B 为极限,则变量 xy 以 AB 为极限,即有

$$\lim(xy) = \lim x \lim y = AB$$

推论 1: 两个无穷小量的乘积仍为无穷小量

推论 2: 常数因子可以提到极限符号外面,即

$$\lim cy = c \lim y$$

推论 3: 如果 n 是正整数,则

$$(1) \lim x^n = (\lim x)^n$$

$$(2) \lim x^{\frac{1}{n}} = (\lim x)^{\frac{1}{n}}$$

(三)定理 3: 在某一变化过程中,如果变量 x 和变量 y 分别以 A 与 $B(B \neq 0)$ 为极限,则

$$\text{变量 } \frac{x}{y} \text{ 以 } \frac{A}{B} \text{ 为极限,即有 } \lim \frac{x}{y} = \frac{\lim x}{\lim y} = \frac{A}{B}$$

二、极限计算方法

(一)直接利用法则

(二) 当 $x \rightarrow \infty$ 时, 若分子、分母均趋于 ∞ , 则上、下同除以 x 的最高次幂, 再用法则

一般地, 当 $x \rightarrow \infty$ 时, 有理公式 ($a_0 \neq 0, b_0 \neq 0$) 的极限有以下结果:

$$\lim_{x \rightarrow \infty} \frac{a_0 x^n + a_1 x^{n-1} + \dots + a_n}{b_0 x^m + b_1 x^{m-1} + \dots + b_m} = \begin{cases} \frac{a_0}{b_0}, n = m \\ 0, n < m \\ \infty, n > m \end{cases}$$

(三) 当 $x \rightarrow x_0$ 时, 若分子、分母均趋于 0, 则将分子、分母分解因式 (能分解的), 约去

$(x - x_0)$. (当 $x \rightarrow x_0$ 时, $x \neq x_0, x - x_0 \neq 0$) 再用法则.

(四) 当 $x \rightarrow x_0$ 时, 两分式均趋于 ∞ , 两式相减为 $\infty - \infty$ 型, 则先通分变形后再计算;

(五) 含有根式的未定式 ($\frac{0}{0}$ 型或 $\frac{\infty}{\infty}$ 型), 则分子或分母有理化, 再用法则

三、复合函数的极限法则

定理: 设 $y = f(u), u = \varphi(x)$, 则 y 是 x 的复合函数 $y = f[\varphi(x)]$

若 $\lim_{x \rightarrow x_0} \varphi(x) = a, \lim_{u \rightarrow a} f(u) = A$, 则 $\lim_{x \rightarrow x_0} f[\varphi(x)] = \lim_{u \rightarrow a} f(u) = A$

四、利用等价无穷量计算极限.

1. 等价无穷小的传递与代换性质

设 $\lim \alpha = 0, \lim \beta = 0, \lim \gamma = 0$

(1) 若 $\alpha \sim \beta, \beta \sim \gamma$ 则 $\alpha \sim \gamma$

(2) 若 $\alpha \sim \beta$, 则 $\lim \frac{\gamma}{\alpha} = \lim \frac{\gamma}{\beta}, \lim \frac{\alpha}{\gamma} = \lim \frac{\beta}{\gamma}$

2. 常用的等价无穷小量

当 $x \rightarrow 0$ 时, 有

$$\sin x \sim x, \tan x \sim x, \arcsin x \sim x, \arctan x \sim x, e^x - 1 \sim x, 1 - \cos x \sim \frac{1}{2}x^2$$

$$\ln(1+x) \sim x, (1+x)^{\frac{1}{n}} - 1 \sim \frac{x}{n}$$

第六节 两个重要的极限

一、极限存在的准则

(一) 夹逼准则(squeeze rule)即极限的迫敛性

若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = \lim_{x \rightarrow x_0} g(x) = A$, 且存在 x_0 的某空心邻域 $U^0(x_0, \delta)$, 使得 $\forall x \in U^0(x_0, \delta)$, 有

$$f(x) \leq h(x) \leq g(x),$$

则 $\lim_{x \rightarrow x_0} h(x) = A$ 。

在研究比较复杂的数列极限问题时, 通常分作两步走。第一, 考察索给的数列是否有极限(极限的存在性问题); 第二, 若数列有极限, 则考虑如何计算此极限(极限值的计算问题)。这是极限理论的两个基本问题。在实际应用上, 第一个问题解决后, 即使一时求不出极限值, 但因为 n 充分大时, a_n 能充分接近于其极限 a , 故可用 a_n 作为 a 的近似值。

(二) 单调有界数列的极限准则

定理：单调有界数列必有极限。

单调递增有上界数列有极限；单调递减有下界数列有极限。

步骤：（1）判断数列的单调性；

（2）证明数列是有界的；

（3）求极限。

利用极限存在的两个准则，可得到如下两个重要极限，进而可求得其它一些函数的极限。

（三）两个重要极限

$$1. \lim_{x \rightarrow 0} \frac{\sin x}{x} = 1$$

注意：（1）0/0 型；（2）一般形式 $\lim_{f(x) \rightarrow 0} \frac{\sin f(x)}{f(x)} = 1$ （3） $\lim_{x \rightarrow \infty} \frac{\sin x}{x} = 0$

$$2. (1) \lim_{n \rightarrow \infty} (1 + \frac{1}{n})^n = e \quad (2) \lim_{x \rightarrow 0} (1 + x)^{\frac{1}{x}} = e \quad (3) \lim_{x \rightarrow \infty} (1 + \frac{1}{x})^x = e$$

注意：（1） 1^∞ 型

（2）解题应注意使用凑指数幂，使得底数的第二项与指数互为倒数，同时注意变化趋势。

$$(3) \text{ 公式可推广即 } \lim_{f(x) \rightarrow \infty} (1 + \frac{1}{f(x)})^{f(x)} = e \quad \lim_{f(x) \rightarrow 0} [1 + f(x)]^{f(x)} = e$$

第七节 函数的连续性

一、函数 $f(x)$ 在 x_0 处连续的定义

（一）定义

1. 连续的极限定义：设函数 $f(x)$ 在点 x_0 的某邻域内有定义，若

$$\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = f(x_0),$$

则称函数 $f(x)$ 在点 x_0 连续。

说明：（1） $f(x)$ 在 x_0 处有定义；

（2） $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x)$ 存在；

（3） $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = f(x_0)$ ；

（4） $f(x)$ 在 x_0 处连续和当 $x \rightarrow x_0$ 时有极限是有区别的。

2. 连续的 $\varepsilon - \delta$ 定义： $\forall \varepsilon > 0, \exists \delta > 0, |x - x_0| < \delta, \text{ s.t. } |f(x) - f(x_0)| < \varepsilon.$

3. 连续的增量定义：设函数 $y=f(x)$ 在点 x_0 的某邻域内有定义，如果当 $\Delta x \rightarrow 0$ 时，有 $\Delta y \rightarrow 0$ ，

即 $\lim_{\Delta x \rightarrow 0} \Delta y = 0$,

则称 $f(x)$ 在 x_0 处连续。

4. 重要结论：在连续的意义下，极限运算 $\lim_{x \rightarrow x_0}$ 与对应法则 f 可交换，即

$$\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = f(\lim_{x \rightarrow x_0} x) = f(x_0)$$

5. 左连续与右连续定义

若 $\lim_{x \rightarrow x_0 - 0} f(x) = f(x_0)$ 则称 $f(x)$ 在点 x_0 左连续。

若 $\lim_{x \rightarrow x_0 + 0} f(x) = f(x_0)$ 则称 $f(x)$ 在点 x_0 右连续。

函数 $f(x)$ 在点 x_0 连续的充要条件是：函数 $f(x)$ 在点 x_0 既是右连续又是左连续。

(二) 间断点及其分类

1. 定义：设函数 $f(x)$ 在点 x_0 的某个去心邻域内有定义，如果 x_0 不是函数 $f(x)$ 的连续点，则称 x_0 是 $f(x)$ 的间断点。

2. 间断点的分类

(1) 可去间断点：若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = A$ ，而 $f(x)$ 在 x_0 没有定义，或者有定义但 $f(x_0) \neq A$ ，则称 x_0 为 $f(x)$ 的可去间断点。

(2) 跳跃间断点：若 $f(x)$ 在点 x_0 存在左右极限，但 $\lim_{x \rightarrow x_0^+} f(x) \neq \lim_{x \rightarrow x_0^-} f(x)$ ，则称点 x_0 为函数 $f(x)$ 的跳跃间断点。

可去间断点和跳跃间断点统称为第一类间断点，其特点是函数在该点处的左、右极限都存在。

(3) 第二类间断点：函数在该点处至少有一侧的极限不存在，一概称为第二类间断点。

(三) 连续的四则运算

若函数 $f(x), g(x)$ 都在点 x_0 连续，则 $f(x) \pm g(x)$ ， $f(x)g(x)$ ， $f(x)/g(x)$ 在点 x_0 也连续。

(四) 复合函数的连续性定理

若函数 $f(x)$ 在点 x_0 连续， $g(u)$ 在点 u_0 连续，且 $u_0 = f(x_0)$ ，则复合函数 $g(f(x))$ 在点 x_0 连续。即：

$$\lim_{x \rightarrow x_0} g[f(x)] = g[\lim_{x \rightarrow x_0} f(x)] = g[f(\lim_{x \rightarrow x_0} x)] = g[f(x_0)]$$

二、函数 $f(x)$ 在区间上连续

(一) 定义

1. 函数 $f(x)$ 在 (a, b) 上连续的定义

若 $f(x)$ 在 (a, b) 内每一点都连续，则 $f(x)$ 在 (a, b) 内连续， (a, b) 称为 $f(x)$ 的连续区间。

2. 函数 $f(x)$ 在 $[a, b]$ 上连续的定义

若 $f(x)$ 在 (a, b) 内连续，且在 a 处右连续，在 b 处左连续，即

$$\lim_{x \rightarrow a^+} f(x) = f(a), \lim_{x \rightarrow b^-} f(x) = f(b)$$

则称 $f(x)$ 在 $[a,b]$ 上连续。

(二)初等函数的连续性定理

一切基本初等函数都是其定义域上的连续函数。任何初等函数都是在它有定义的区间上的连续函数。

(三)反函数连续性定理

若函数 $f(x)$ 在 $[a,b]$ 上严格递增 (递减) 且连续, 则其反函数 $f^{-1}(x)$ 在相应的定义域上连续。

(四)闭区间上连续函数的性质

1. 最值定理

(1) 定义: 设函数 $f(x)$ 在区间 I 上有定义, 如果存在 $x_0 \in I$ 使得 $\forall x \in I$, 都有 $f(x) \leq f(x_0)$ (或 $f(x) \geq f(x_0)$), 则称 $f(x_0)$ 为函数 $f(x)$ 在区间 I 上的最大值 (或最小值)。(最大最小值是在整个定义区间上的)

(2) 定理: 若函数 $f(x)$ 在闭区间 $[a,b]$ 上连续, 则它在 $[a,b]$ 上必存在最大值和最小值。

注意: “闭区间”, “函数 $f(x)$ 连续” 这两个条件缺一不可。

(3) 推论 (有界性定理): 若函数 $f(x)$ 在闭区间 $[a,b]$ 上连续, 则它在 $[a,b]$ 上有界。

2. 介值定理

(1) 定理: 若函数 $f(x)$ 在闭区间 $[a,b]$ 上连续, 且 $f(a) \neq f(b)$, 则对于 $f(a)$ 与 $f(b)$ 之间的任何数 u , 在开区间 (a,b) 内至少存在一点 ξ , 使得 $f(\xi) = u$ 。

注意: “闭区间”, “函数 $f(x)$ 连续” 这两个条件缺一不可。

(2) 零点定理或根值定理: 若函数 $f(x)$ 在闭区间 $[a,b]$ 上连续, 且 $f(a)$ 与 $f(b)$ 异号, 则在开区间 (a,b) 内至少存在一点 ξ , 使得 $f(\xi) = 0$ 。

(3) 推论: 闭区间上的连续函数必能取得它的最大值与最小值之间的一切值。

复习与思考题

教材 习题二 A 组 B 组

拓展阅读书目

高等数学 第五版 上册	同济大学应用数学系主编
经济数学基础 (一) 微积分解题思路和方法	袁荫棠主编
数学复习指南 (经济类、考研数学系列)	陈文灯主编
数学的思想, 方法和应用	张顺燕主编
大学文科高等数学	姚孟臣编
微积分学习辅导与解题方法	刘书田主编

第三章 导数与微分

本章的教学目的和基本要求：

本章的导数反映的是函数相对于自变量的变化快慢的速度，而微分则指明当自变量有微小变化时，函数大体上变化多少。关于导数和微分的理论在实际问题中有广泛的应用，例如物体运动的速度，城市人口增长的速度，国民经济发展的速度等等。这些问题的解决，有待于导数概念的引进，才能很好地说明这些量的变化情况。

1. 理解导数的概念及可导性与连续性之间的关系，了解导数的几何意义
2. 熟练掌握基本初等函数的导数公式，导数的四则运算法则。
3. 掌握反函数求导公式。
4. 熟练掌握复合函数求导的链式法则。
5. 掌握隐函数求导法与取对数求导法。
6. 掌握分段函数的导数计算。
7. 理解高阶导数概念，掌握简单函数求 n 阶导数的方法。
8. 了解微分的概念，可导与可微的关系及微分形式不变性，掌握利用导数求微分的方法。
9. 了解微分的近似计算。

本章的知识点 重点和难点

导数的概念 导数的几何意义和经济意义 函数的可导性与连续性之间的关系 导数的四则运算 基本初等函数的导数 复合函数、反函数和隐函数的导数 高阶导数 微分的概念和运算法则 一阶微分形式不变性

重点：导数和微分的概念，导数和微分的运算法则及其计算方法，导数和微分的应用

难点：导数与微分的概念、复合函数求导法，求高阶导数的方法。

学时分配 $5 \times 2 = 10$

第一节 导数概念

一、引出导数概念的实例

(一)变速直线运动的速度

设动点在时刻 t 在某一直线上的位置坐标为 s ，于是该动点的运动规律可由函数 $s = s(t)$ 确定。我们要求在某一 t_0 时刻的瞬时速度 $v(t_0)$ 。

在时间段 $[t_0, t_0 + \Delta t]$ 内，动点经过的路程为 $\Delta s = s(t_0 + \Delta t) - s(t_0)$ ，于是 $\frac{\Delta s}{\Delta t}$ 即为该时间段内动点的平均速度。它并不是 t_0 时刻的瞬时速度 $v(t_0)$ ，但是如果时间间隔 Δt 较短，则有

$$v(t_0) \approx \frac{\Delta s}{\Delta t}。$$

显然，时间间隔 Δt 越短，平均速度 $\frac{\Delta s}{\Delta t}$ 与瞬时速度 $v(t_0)$ 的近似程度就越好。也就是说，当 Δt 无限缩短时，平均速度 $\frac{\Delta s}{\Delta t}$ 就会无限接近于瞬时速度 $v(t_0)$ ，而运用我们第一章所学的极限概念，

就有

$$v(t_0) = \lim_{\Delta t \rightarrow 0} \frac{\Delta s}{\Delta t} = \lim_{\Delta t \rightarrow 0} \frac{s(t_0 + \Delta t) - s(t_0)}{\Delta t}$$

这样, 该极限值就是 t_0 时刻的瞬时速度 $v(t_0)$ 。

(二) 曲线切线的斜率问题

设有曲线 C 及 C 上一点 M , 在点 M 外另取 C 上一点 N 做割线 MN 。当 N 沿曲线 C 趋于点 M 时, 如果割线 MN 的极限位置为 MT , 则称直线 MT 为曲线 C 在点 M 处的切线。

设割线 MN 与 X 轴的夹角为 φ 切线 MT 与 X 轴的夹角为 α 。曲线方程为 $y=f(x)$, 点 M 的坐标为 (x_0, y_0) , 点 N 的坐标为 $(x_0 + \Delta x, y_0 + \Delta y)$ 。于是, 割线 MN 的斜率为

$$\tan \varphi = \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x}。$$

当点 N 沿曲线 C 趋向点 M 时, 就有 $\Delta x \rightarrow 0, \varphi \rightarrow \alpha$, 割线的斜率 $\tan \varphi$ 就会无限接近切线 $\tan \alpha$ 的斜率, 又由极限的定义, 有 $\tan \alpha = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x} = k$ 即为切线的斜率。

二、导数概念

(一) 函数 $f(x)$ 在一点 x_0 处的导数定义

1. 定义: 设函数 $y=f(x)$ 在点 x_0 的某个邻域内有定义, 当自变量在点 x_0 处取得改变量 $\Delta x \neq 0$ 时, 函数 $f(x)$ 取得相应的改变量 $\Delta y = f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)$, 若 $\Delta x \rightarrow 0$ 时, $\frac{\Delta y}{\Delta x}$ 的极限存在, 即

$$\lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x}$$

存在, 则称此极限值为函数 $f(x)$ 在点 x_0 处的导数 (或微商), 并称函数 $f(x)$ 在点 x_0 处可导. 记作 $f'(x_0)$ 或 $y'|_{x=x_0}$ 或 $\left. \frac{dy}{dx} \right|_{x=x_0}$

2. 导数的定义也可取如下两种形式:

$$f'(x_0) = \lim_{h \rightarrow 0} \frac{f(x_0 + h) - f(x_0)}{h}$$

$$f'(x_0) = \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f(x) - f(x_0)}{x - x_0}$$

3. 由导数的定义求导数的步骤:

(1) 求出对应于自变量改变量的函数改变量: $\Delta y = f(x + \Delta x) - f(x)$

(2) 作比值: $\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{f(x + \Delta x) - f(x)}{\Delta x}$

(3) 求 $\Delta x \rightarrow 0$ 时, $\frac{\Delta y}{\Delta x}$ 的极限, 即

$$y' = f'(x) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{f(x + \Delta x) - f(x)}{\Delta x}$$

(二) 几何意义

函数 $f(x)$ 在点 x_0 的导数 $f'(x)$ 是曲线 $y=f(x)$ 在点 $(x_0, f(x_0))$ 处切线的斜率. 若 α 表示这个切线与 x 轴正向的夹角, 则 $f'(x) = \tan \alpha$ 。

从而 $f'(x) > 0$ 意味着切线与 x 轴正向的夹角为锐角; $f'(x) < 0$ 意味着切线与 x 轴正向的夹角为钝角; $f'(x) = 0$ 表明切线与 x 轴平行。

切线方程为: $y - f(x_0) = f'(x_0)(x - x_0)$

(三) 左右导数

1. 定义: 设函数 $y=f(x)$ 在点 x_0 的某个邻域内有定义, 若 $\lim_{\Delta x \rightarrow 0^-} \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x}$ 存在, 则称

之为 $f(x)$ 在点 x_0 处的左导数, 记作: $f'_-(x_0)$;

若 $\lim_{\Delta x \rightarrow 0^+} \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x}$ 存在, 则称之为 $f(x)$ 在点 x_0 处的右导数, 记作: $f'_+(x_0)$ 。

2. 定理: 函数 $y=f(x)$ 在点 x_0 处可导的充要条件是左右导数都存在且相等。

(四) 可导与连续的关系

定理: 若函数在点 $x=x_0$ 处可导, 则函数在 $x=x_0$ 处连续。

注意: (1) 定理的逆命题不成立;

(2) 定理的逆否命题一定成立, 即若函数在点 $x=x_0$ 处不连续, 则函数在 $x=x_0$ 处不可导;

(3) 可导函数的导数不一定连续。

(五) 导函数

1. 导函数的定义: 若函数 $y=f(x)$ 在某一范围内每一点均可导, 则在该范围内每取一个自变量 x 的值, 就可得到一个唯一对应的导数值, 这就构成了一个新的函数, 称为原函数 $y=f(x)$ 的导函数,

记做 $y', f'(x), \frac{dy}{dx}, \frac{df(x)}{dx}$ 。导函数往往简称为导数。用极限表示为:

$$f'(x) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{f(x + \Delta x) - f(x)}{\Delta x}。$$

2. 函数 $f(x)$ 在区间 (a, b) 上可导

如果函数 $y=f(x)$ 在某个开区间 (a, b) 内每一点 x 处均可导, 则称函数 $y=f(x)$ 在区间 (a, b) 内可导。

第二节 导数的基本公式与运算法则

(一) 导数的基本公式:

1. 常数的导数: $(c)' = 0$

2. 幂函数的导数: $(x^\alpha)' = \alpha x^{\alpha-1}$

3. 对数函数的导数: $(\log_a x)' = \frac{1}{x} \log_a e$, 特别地 $(\ln x)' = \frac{1}{x}$

4. 指数函数的导数: $(a^x)' = a^x \ln a$, 特别地 $(e^x)' = e^x$

5. 正弦函数的导数: $(\sin x)' = \cos x$

6. 余弦函数的导数: $(\cos x)' = -\sin x$

(二) 四则运算法则

设 u, v 都是 x 的可导函数, 则有

$$(1) (u \pm v)' = u' \pm v'$$

$$(2) (uv)' = u'v + uv'$$

$$(3) \left(\frac{u}{v}\right)' = \frac{u'v - uv'}{v^2}$$

(三) 复合函数求导

设 $u = \phi(x)$ 在点 x 可导, $y = f(u)$ 在相应的点 u 可导, 则复合函数 $y = f(\phi(x))$ 在点 x

可导, 且 $\frac{dy}{dx} = \frac{dy}{du} \cdot \frac{du}{dx}$ 或 $y'_x = f'(u)\phi'(x)$

本法则还可以推广到有此复合的情形: 如: $y = f(u), u = \phi(v), v = \psi(x)$,

复合函数 $y = f(\phi(\psi(x)))$ 的导数为 $\frac{dy}{dx} = \frac{dy}{du} \times \frac{du}{dv} \times \frac{dv}{dx}$

(四) 隐函数求导

1. 法则: 对隐函数求导时, 只要把 y 看作 x 的函数, 利用复合函数求导法, 将方程 $F(x, y) = 0$ 的两边分别对 x 求导数, 然后解出 y'_x , 即得隐函数的导数。

2. 显隐互换求导法

基本思路: 对一些利用定义或利用求导法则来计算导数较繁琐的显函数, 即可通过转化为隐函数的形式进行求导。

(五) 反函数求导

设 $y=f(x)$ 为 $x=g(y)$ 的反函数, 若 $g(y)$ 在点 y_0 的某邻域内连续, 严格单调且 $g'(y_0)$ 不为零, 则 $f(x)$ 在点 x_0 ($x_0=g(y_0)$) 可导且

$$f'(x_0) = \frac{1}{g'(y_0)}$$

(六) 对数求导法

先对表达式的两边取自然对数 (以便把乘除运算换成加减运算), 然后再在等式的两端再对 x 求导。

注意：这种方法的适用范围——函数表达式为若干因子连乘积、乘方或商的形式。

（七）分段函数求导

对于分段函数，其各区间段内导数的求法与一般所讲的导数的求法无异，要特别注意的是分界点处的导数一定要用(左、右)导数的定义求，即

$$f'_{+}(x_0) = \lim_{x \rightarrow x_0^{+}} \frac{f(x) - f(x_0)}{x - x_0} \quad \text{或} \quad f'_{+}(x_0) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0^{+}} \frac{\Delta y}{\Delta x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0^{+}} \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x}$$

其中 x_0 是分界点。

第三节 高阶导数

一、高阶导数的定义

1. 高阶导数的定义

二阶导数：函数 $y = f(x)$ 的导数 $y' = f'(x)$ 仍是 x 的函数，函数 $y' = f'(x)$ 的导数叫做函数 $y = f(x)$ 的二阶导数，记作 y'' 或 $\frac{d^2 y}{dx^2}$ ，也可理解为 $(y')' = y''$ ， $\frac{d}{dx}(\frac{dy}{dx}) = \frac{d^2 y}{dx^2}$ 。

依此类推，二阶导数 y'' 的导数称为 $f(x)$ 的三阶导数，记为 y''' ；三阶导数 y''' 的导数称为 $f(x)$ 的四阶导数，记为 $y^{(4)}$ 或 $f^{(4)}(x)$ ， $\dots$ ， $(n-1)$ 阶导数的导数称为 $f(x)$ 的 n 阶导，

记为 $y^{(n)}$ 或 $f^{(n)}(x)$ 。

2. 高阶导数的计算

由于高阶导数是在上一阶导数的基础上再次求导。故求高阶导数时，可逐阶求导，具体方法与前面所学的一阶导数的计算相同。

二、莱布尼兹公式

第四节 由参数方程所确定的函数的导数

一、由参数方程所确定的函数

由参数方程 $\begin{cases} x = x(t) \\ y = y(t) \end{cases}$ 确定了 y 是 x 的函数，称为由参数方程所确定的函数

二、求导法则

有时由 $\begin{cases} x = x(t) \\ y = y(t) \end{cases}$ 消去参变量 t 而得到 y 和 x 的直接对应关系有一定难度，要想求出 $\frac{dy}{dx}$ ，我

们可以直接由参数方程求出。

设 $x=x(t)$, $y=y(t)$ 关于 t 可导, 且 $x'(t) \neq 0$, $x=x(t)$ 存在反函数 $t=x^{-1}(x)$, 那么 y 是 x 的复合函数。($y \rightarrow t \rightarrow x$), $y=y[x^{-1}(x)]$. 由复合函数及反函数的求导法则, 有:

$$\frac{dy}{dx} = \frac{dy}{dt} \cdot \frac{dt}{dx} = \frac{dy}{dt} \cdot \frac{1}{\frac{dx}{dt}} = \frac{\frac{dy}{dt}}{\frac{dx}{dt}} = \frac{y'(t)}{x'(t)}$$

第五节 微 分

一、微分的定义

(一)定义: 设函数 $y=f(x)$ 在某区间内有定义, x_0 及 $x_0+\Delta x$ 在这区间内, 如果函数的增量 $\Delta y=f(x_0+\Delta x)-f(x_0)$ 可以表示为 $\Delta y=A\Delta x+o(\Delta x)$ 其中 A 是不依赖于 Δx 的常数, 而 $o(\Delta x)$ 是比 Δx 高阶的无穷小, 则称函数 $y=f(x)$ 在点 x_0 是可微的, 而 $A\Delta x$ 叫函数 $y=f(x)$ 在点 x_0 相应于自变量增量 Δx 的微分, 记作 $dy=A\Delta x$

(二) 可微与可导的关系

定理: 函数 $f(x)$ 在点 x_0 处可微的充分且必要条件是函数 $f(x)$ 在点 x_0 处可导, 且

$$dy|_{x=x_0} = f'(x_0)\Delta x. (\text{函数在一点处可微分与可导是等价的})$$

一般地, 把自变量增量 Δx 称为自变量的微分记作 dx , 即 $dx=\Delta x$, 则函数 $y=f(x)$ 的微分又可以记作: $dy=f'(x)dx$, 于是 $\frac{dy}{dx}=f'(x)$ 即函数的微分 dy 与自变量的微分 dx 之商等于该函数的导数。因此, 导数又称为“微商”

(三)微分的几何意义

函数 $y=f(x)$ 的图形为一条曲线, 对于 x_0 , 曲线上有一个确定的点 $M(x_0, y_0)$, 当 x 有微小增量 Δx 时, 得到曲线上另一点 $N(x_0+\Delta x, y_0+\Delta y)$, 直线 MT 是过 M 点的曲线的切线,

由图可知 $MQ=\Delta x, NQ=\Delta y, PQ=MQ\tan\alpha=\Delta x f'(x_0)=dy$, 即当 Δy 是曲线上点的纵坐标的增量时, dy 就是曲线的切线上点的纵坐标的相应增量, 当 Δx 很小时 $|\Delta y-dy|$ 比 Δx 小得多, 因此在点 M 的邻近, 我们可以用切线段来近地代替曲线段

二、微分法则

由微分定义 $dy=f'(x)dx$, 若要求函数的微分只需计算函数的导数, 再乘以自变量的微分 dx , 因此根据导数公式及求导的运算法则, 即可得到微分的基本公式和运算法则, 归纳总结如下:

(一)基本初等函数的微分公式:

1. 常数的微分: $d(c)=0$

2. 幂函数的微分 $d(x^\alpha) = \alpha x^{\alpha-1} dx$

3. 指数函数的微分: $d(a^x) = a^x \ln a dx$

4. 对数函数的微分: $d(\log_a x) = \frac{1}{x} \log_a e dx$

5. 正弦函数的微分: $d(\sin x) = \cos x dx$

6. 余弦函数的微分: $d(\cos x) = -\sin x dx$

7. 反正弦函数的微分: $d(\arcsin x) = \frac{1}{\sqrt{1-x^2}} dx$

8. 反正切函数的微分: $d(\arctan x) = \frac{1}{1+x^2} dx$

(二)函数的和、差、积、商的微分法则

(1) $d(u \pm v) = du \pm dv$

(2) $d(cu) = cdu$ (c 为常数)

(3) $d(u \cdot v) = u dv + v du$

(4) $d\left(\frac{u}{v}\right) = \frac{v du - u dv}{v^2}$

三、微分形式不变性

设 $y=f(u)$, $u=\varphi(x)$, ($y \rightarrow u \rightarrow x$) 则复合函数 $y=f(\varphi(x))$ 的导数为

$$\frac{dy}{dx} = f'(u)\varphi'(x), \quad dy = f'(u)\varphi'(x)dx,$$

$$\text{而 } \varphi'(x)dx = du \quad \text{故} \quad dy = f'(u)du$$

由此可见, 不论 u 是自变量, 还是中间变量, 微分形式 $dy = f'(u)du$ 保持不变, 这一性质叫做微分形式的不变性。

四、微分的近似计算

在实际应用问题中, 常会遇到一些复杂的计算公式, 如果直接用这些公式进行计算, 往往费时费力, 而利用微分则可把一些复杂性的计算公式用简单的近似公式来代替。

由微分定义 $\Delta y = f'(x_0)\Delta x + o(\Delta x)$ 当 $|\Delta x|$ 很小时

$$\Delta y \approx f'(x_0)\Delta x = dy$$

$|\Delta x|$ 越小, 近似程度越好。上式还可表示为 $f(x_0 + \Delta x) \approx f(x_0) + f'(x_0)\Delta x$

令 $x_0 + \Delta x = x$ 则有: $f(x) \approx f(x_0) + f'(x_0)\Delta x$

特别地当 $x_0 = 0$ 时: $f(x) \approx f(0) + f'(0)x$

当 x 很小时, 可以推得:

$$(1) \sqrt[n]{1+x} \approx 1 + \frac{x}{n}$$

$$(2) e^x \approx 1+x$$

$$(3) \ln(1+x) \approx x$$

$$(4) \sin x \approx x \quad (x \text{ 为弧度})$$

$$(5) \tan x \approx x \quad (x \text{ 为弧度})$$

复习与思考题

习题三 A 组 B 组

拓展阅读书目: (列每章章末)

高等数学 第五版 上册	同济大学应用数学系主编
经济数学基础(一) 微积分解题思路和方法	袁荫棠主编
数学复习指南(经济类、考研数学系列)	陈文灯主编
数学的思想, 方法和应用	张顺燕主编
大学文科高等数学	姚孟臣编
微积分学习辅导与解题方法	刘书田主编

第四章 中值定理 导数的应用

本章的教学目的和基本要求：

1. 理解罗尔(Rolle)定理和拉格朗日(Lagrange)中值定理，了解柯西(Cauchy)中值定理,掌握这三个定理的简单应用；
2. 会用罗彼塔(L'Hospital)法则求极限；
3. 掌握函数单调性的判别方法及简单应用，掌握函数极值、最大值和最小值的求法（含简单的应用题）；
4. 会用导数判断函数图形的凹向，会求函数图形的拐点和渐近线；
5. 掌握函数作图的基本步骤和方法,会做简单函数的图形；
6. 了解导数的经济意义（边际和弹性的概念）。

本章的知识点 重点和难点

微分中值定理 罗彼塔(L'Hospital)法则求极限 函数的单调性 函数的极值 函数图形的凹向性、拐点、渐近线 函数图形的描绘 函数的最大值与最小值

重点：微分中值定理 罗彼塔(L'Hospital)法则求极限 函数图形的描绘 函数的最大值与最小值

难点：微分中值定理 罗彼塔(L'Hospital)法则求极限

学时分配 $6 \times 2 = 12$

第一节 中值定理

一、罗尔(Rolle)定理

(一)定理 1 （Rolle 中值定理）若函数 f 满足如下条件：

- (1) f 在闭区间 $[a,b]$ 上连续；
- (2) f 在开区间 (a,b) 内可导；
- (3) $f(a)=f(b)$ ；

则在 (a,b) 内至少存在一点 ξ ，使得 $f'(\xi) = 0$ 。

(二)几何意义：在每点都有切线的一段曲线上，若两端点的高度相同，则在此曲线上至少存在一条水平切线。

罗尔定理肯定了点 ξ 的存在性及其取值范围，却不能肯定点 ξ 的确切个数及准确位置。

注意：定理中三个条件缺一不可。但也不能认为定理条件不全具备，就一定不存在属于 (a,b) 的 ξ ，使得 $f'(\xi) = 0$ 。

二、拉格朗日(Lagrange)中值定理

(一)定理 2 （Lagrange 中值定理）若函数 f 满足如下条件：

- (1) f 在闭区间 $[a,b]$ 上连续；
- (2) f 在开区间 (a,b) 内可导；

(3) 则在(a,b)内至少存在一点 ξ , 使得

$$f'(\xi) = \frac{f(b) - f(a)}{b - a} \quad (\text{拉格朗日公式})$$

(二)几何意义: 如果曲线弧 $\overline{AB}$ 是连续的, 除端点外处处具有不垂直于 x 轴的切线, 则在曲线弧 $\overline{AB}$ 上至少有一点 C, 在该点处曲线的切线平行于弦 AB。

(三)几种变形, 可根据不同场合灵活采用

$$f(b) - f(a) = f'(\xi)(b - a), a < \xi < b$$

$$f(b) - f(a) = f'[a + \theta(b - a)](b - a), 0 < \theta < 1$$

$$f(a + h) - f(a) = f'(a + \theta h)h, 0 < \theta < 1, b = a + h$$

(四)推论 1: 若函数 f 在区间 I 上可导, 且 $f'(x) \equiv 0$, 则 f 为 I 上的一个常量函数。

推论 2: 若函数 $f(x)$ 和 $g(x)$ 在区间(a,b)内可导, 并且 $f'(x) \equiv g'(x)$, 则在(a,b)内

$$f(x) = g(x) + C \quad (C \text{ 为常数})$$

三、柯西(Cauchy)中值定理

定理 3 (Cauchy 中值定理) 若函数 $f(x)$ 和 $g(x)$ 满足如下条件:

$f(x)$ 和 $g(x)$ 在闭区间[a,b]上连续;

$f(x)$ 和 $g(x)$ 在开区间(a,b)内可导;

$f'(x)$ 与 $g'(x)$ 在(a,b)内不同时为零;

$$g(a) \neq g(b)$$

则在(a,b)内至少存在一点 ξ , 使得

$$\frac{f'(\xi)}{g'(\xi)} = \frac{f(b) - f(a)}{g(b) - g(a)}$$

第二节 未定式的定值法-罗彼塔(L'Hospital)法则

一、 $\frac{0}{0}$ 型不定式极限

定理 若函数 $f(x)$ 和 $g(x)$ 在点 x_0 的某一邻域 (点 x_0 可以除外) 内有定义, 且满足条件:

$$(1) \lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = \lim_{x \rightarrow x_0} g(x) = 0$$

(2) $f(x)$ 与 $g(x)$ 在 x_0 的某空心邻域内可导, 且 $g'(x) \neq 0$;

$$(3) \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)} = A (A \in \mathbb{R}, \pm\infty, \infty)$$

$$\text{则 } \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f(x)}{g(x)} = \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)} = A$$

二、 $\frac{\infty}{\infty}$ 型不定式极限

定理: 若函数 $f(x)$ 和 $g(x)$ 在点 x_0 的某一邻域 (点 x_0 可以除外) 内有定义, 且满足条件:

$$(1) \lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = \lim_{x \rightarrow x_0} g(x) = \infty$$

(2) $f(x)$ 与 $g(x)$ 在 x_0 的某空心邻域内可导, 且 $g'(x) \neq 0$;

$$(3) \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)} = A (A \in \mathbb{R}, \pm\infty, \infty)$$

$$\text{则 } \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f(x)}{g(x)} = \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)} = A$$

注: (1) 若 $\lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)}$ 仍为 $\frac{0}{0}$ 或 $\frac{\infty}{\infty}$ 型可继续对此极限式应用罗彼塔法则, 由此类推可多次连

续使用此法则。 $\lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)} = \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f''(x)}{g''(x)} = \dots = \lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f^{(n)}(x)}{g^{(n)}(x)} = \dots$

(2) 求导过程中要注意化简, 也可使用其它求极限的方法, 如等价无穷小代换等

(3) 当 $\lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)}$ 不存在时 (不是 ∞), $\lim_{x \rightarrow x_0} \frac{f'(x)}{g'(x)}$ 仍可能存在

三、其他类型不定式极限: $0^\infty, 1^\infty, 0^0, \infty^0, \infty - \infty$

方法: 通过适当变换, 化为 $\frac{0}{0}$ 或 $\frac{\infty}{\infty}$ 型。

第三节 函数的增减性

单调函数是一重要的函数类, 对此, 我们从极限、连续等知识看到了它的一些特性。下面将讨论怎样运用导数这一工具判断函数的单调性。

定理 设函数 $f(x)$ 在区间 (a,b) 内可导, 那么

如果 $x \in (a, b)$ 时恒有 $f'(x) > 0$, 则 $f(x)$ 在 (a, b) 内单调增加;

如果 $x \in (a, b)$ 时恒有 $f'(x) < 0$, 则 $f(x)$ 在 (a, b) 内单调减少;

注意: 如果在区间 (a, b) 内 $f'(x) \geq 0$ (或 $f'(x) \leq 0$), 但等号只在个别点处成立, 则函数 $f(x)$ 在 (a, b) 内仍是单调增加 (或单调减少) 的。

第四节 函数的极值

一、函数极值的定义

1. 定义: 设函数 $f(x)$ 在点 x_0 的某邻域内有定义, 如果对该邻域内一切异于 x_0 的 x , 恒有 $f(x) < f(x_0)$, 则称 $f(x_0)$ 是函数 $f(x)$ 的一个极大值, 点 x_0 称为函数 $f(x)$ 的极大值点; 如果对该邻域内一切异于 x_0 的 x , 恒有 $f(x) > f(x_0)$, 则称 $f(x_0)$ 是函数 $f(x)$ 的一个极小值, 点 x_0 称为函数 $f(x)$ 的极小值点;

2. 极值的局部性: 极值是曲线增减的局部转折点。

二、函数极值存在的必要条件

定理: 设函数 $f(x)$ 在点 x_0 处具有导数, 且 x_0 是极值点, 则必有 $f'(x_0) = 0$ 。

说明: 此命题的逆命题不一定成立, 极值点还有可能是导数不存在的点。所以, 函数的极值点必是函数的驻点或导数不存在的点, 反之不成立。

三、判定极值的充分条件

(一) 定理 (极值的第一充分条件)

设函数 $f(x)$ 在 x_0 的某邻域 $(x_0 - \delta, x_0 + \delta)$ 内连续并且可导 (但在点 x_0 处导数可以不存在)

(1) 如果当 $x \in (x_0 - \delta, x_0)$ 时, $f'(x) > 0$, 而当 $x \in (x_0, x_0 + \delta)$ 时, $f'(x) < 0$, 则函数 $f(x)$ 在点 x_0 处取极大值 $f(x_0)$;

(2) 如果当 $x \in (x_0 - \delta, x_0)$ 时, $f'(x) < 0$, 而当 $x \in (x_0, x_0 + \delta)$ 时, $f'(x) > 0$, 则函数 $f(x)$ 在点 x_0 处取极小值 $f(x_0)$;

(3) 如果当 $x \in U_\delta(x_0)$ 时, $f'(x)$ 不变号, 则 $f(x)$ 在 x_0 处无极值。

(二) 定理 (极值的第二充分条件)

设函数 $f(x)$ 在点 x_0 处具有二阶导数, 且 $f'(x_0) = 0, f''(x_0) \neq 0$, 那么

(1) 若 $f''(x_0) > 0$, 则 x_0 是函数的极小值点;

(2) 若 $f''(x_0) < 0$, 则 x_0 是函数的极大值点;

第五节 最大值与最小值 极值的应用问题

在经济管理和经济核算中，常常要解决在一定条件下，如何使投入最小、产出最多、成本最低、效益最高、利润最大等问题，这些问题反映在数学上，就是求函数的最大值和最小值问题。

由连续函数在闭区间上的性质我们知道，若函数在闭区间上连续，则该函数再次区间上存在最大最小值。这给出了函数在闭区间上存在最大（小）值的充分条件。下面将讨论怎样求出这个最大（小）值。

闭区间上求最值的方法：

（1）求出函数在闭区间上所有驻点和不可导点，设其为有限个，得到可能极值点 $x_1, x_2, \dots, x_n$ ；

（2）计算出函数值 $f(x_1), f(x_2), \dots, f(x_n)$ 以及 $f(a), f(b)$ ；

（3）比较（2）中所有函数值的大小，其中最大者即为最大值，最小者即为最小值。

注意：（1）闭区间上单调函数最值为其端点处函数值；

（2）如果函数在开区间上有且仅有一个极大值，而没有极小值，则此极大值为函数的最大值，极小值亦然；

在某些实际问题中，往往可以根据问题的实际意义确定可导函数 $f(x)$ 的最值一定在定义区间内部取得。这时，如果 $f(x)$ 在定义区间内只有唯一的驻点，则不必讨论该驻点是否为极值点，可直接断定该驻点处是函数的最值。

第六节 曲线的凹向与拐点

一、曲线凹向的定义

若曲线 $f(x)$ 在区间 (a, b) 内曲线段总位于其上任一点处切线的上方，则称曲线在 (a, b) 内是凹的（上凹）；若曲线总位于其上任一点处切线的下方，则称曲线在 (a, b) 内是凸的（下凹）

二、曲线凹向的判定定理

定理：设 $f(x)$ 在 $[a, b]$ 上连续，在 (a, b) 内具有一阶和二阶导数，则有

（1）若在 (a, b) 内 $f''(x) > 0$ ，则 $f(x)$ 在 (a, b) 上的图形是凹的

（2）若在 (a, b) 内 $f''(x) < 0$ ，则 $f(x)$ 在 (a, b) 上的图形是凸的

三、拐点及其求法

（一）拐点：凹弧与凸弧的分界点 $(x_0, f(x_0))$ 称为拐点。

注：拐点是 $f''(x) = 0$ 的点或 $f''(x)$ 不存在的点，反之不成立。

（二）求曲线凹向与拐点的步骤：

- (1) 求定义域
- (2) 求 $f''(x)$ (写成乘积形式)。
- (3) 求 $f''(x)=0$ 的点和 $f''(x)$ 不存在的点。
- (4) 用上述点将定义域分成若干小区间, 考查每个小区间上 $f''(x)$ 的符号, 并判断凹凸性。
- (5) 若 $f''(x)$ 在点 x_0 两侧异号, 则 $(x_0, f(x_0))$ 是拐点, 否则不是。

第七节 函数图形的作法

一、渐近线

定义: 若曲线 C 上的动点 P 沿着曲线无限地远离原点时, 点 P 与某一固定直线 L 的距离趋于零, 则称直线 L 为曲线 C 的渐近线。

(一) 斜渐近线

若 $f(x)$ 满足: (1) $\lim_{x \rightarrow \infty} \frac{f(x)}{x} = a$, (2) $\lim_{x \rightarrow \infty} [f(x) - ax] = b$ 则曲线 $y=f(x)$ 有斜渐近线 $y=ax+b$

(二) 垂直渐近线

若 $\lim_{x \rightarrow x_0} f(x) = +\infty$ 或 $\lim_{x \rightarrow x_0^+} f(x) = \infty$, $\lim_{x \rightarrow x_0^-} f(x) = \infty$ 则称直线 $x=x_0$ 为垂直渐近线

(三) 水平渐近线

若 $\lim_{x \rightarrow \infty} f(x) = b$, 或 $\lim_{x \rightarrow -\infty} f(x) = b$, $\lim_{x \rightarrow +\infty} f(x) = b$ 则称直线 $y=b$ 为曲线 $y=f(x)$ 的水平渐近线。

二、函数图形的作法

步骤:

- (1) 求函数的定义域, 值域, 考察奇偶性, 周期性
- (2) 确定函数的单调区间, 极值点, 凹凸区间及拐点
- (3) 考察渐近线
- (4) 画出坐标轴, 标出特殊点 (极值点、拐点、及与坐标轴的交点等) 的位置, 画出渐近线
- (5) 据讨论结果逐段描绘函数图象。

第八节 变化率及相对变化率在经济中的应用

--边际分析与弹性分析介绍

一、函数变化率——边际函数

(一) 边际函数的概念

1. 定义：设函数 $y = f(x)$ 可导，导函数 $f'(x)$ 也称为边际函数。

$\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x}$ 称为 $f(x)$ 在 $(x_0, x_0 + \Delta x)$ 内的平均变化率（平均变化速度）。

$\lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{\Delta x}$ 称为 $f(x)$ 在点 $x = x_0$ 处的边际函数值（变化速度）。

2. 含义： $f(x)$ 在 $x = x_0$ 处，当 x 产生一个单位的改变时， y 近似改变 $f'(x_0)$ 个单位。

$$\Delta y \Big|_{\substack{x=x_0 \\ \Delta x=1}} \approx dy \Big|_{\substack{x=x_0 \\ dx=1}} = f'(x_0) dx \Big|_{\substack{x=x_0 \\ dx=1}} = f'(x_0)$$

(二)经济中常见的边际函数

1. 边际成本函数：总成本的变化率 $C'(Q)$ ，称为边际成本。

边际成本 $C'(Q)$ 应表示当已生产了 Q 个单位产品时，再增加一个单位产品时总成本增加的数量。

2. 边际收益函数：总收益的变化率 $R'(Q)$ ，称为边际收益。它表示销售 Q 个单位产品后，再销售一个单位的产品所增加的收益。

3. 边际利润函数：令 $L(Q) = R(Q) - C(Q)$ ，则称 $L(Q)$ 为利润函数，利润函数的变化率

$L'(Q)$ ，称为边际利润 $L'(Q) = R'(Q) - C'(Q)$

它表示若已经生产了 Q 个单位的产品，再多生产一个单位的产品总利润的增加量。

(三).利润极大化原则

$L(Q)$ 取得最大值的必要条件： $L'(Q) = 0$ ； $L(Q)$ 取得最大值的充分条件： $L''(Q) < 0$

二、函数的相对变化率——函数的弹性（弹性分析）

(一)弹性函数的概念

1. 设函数 $f(x)$ 在点 $x = x_0$ 处可导，函数的相对改变量 $\frac{\Delta y}{y_0} = \frac{f(x_0 + \Delta x) - f(x_0)}{f(x_0)}$ ，与自变量

的相对改变量 $\frac{\Delta x}{x_0}$ 之比 $\frac{\Delta y/y_0}{\Delta x/x_0}$ ，称为函数 $f(x)$ 从 $x = x_0$ 到 $x = x_0 + \Delta x$ 两点间的相对变化率，

或称两点间的弹性。当 $\Delta x \rightarrow 0$ 时， $\frac{\Delta y/y_0}{\Delta x/x_0}$ 的极限称为 $f(x)$ 在 $x = x_0$ 处的相对变化率，也就是

相对导数，或称弹性。

$$\frac{Ey}{Ex} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y / y}{\Delta x / x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \left(\frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y} \right) = f'(x) \cdot \frac{x}{f(x)}$$

$\frac{E}{Ex} f(x_0)$ 表示在点 x_0 处, 当 X 改变 1% 时, $f(x)$ 近似地改变 $\frac{E}{Ex} f(x_0) \%$

(二) 需求函数与供给函数

1. 需求函数: 设 P 表示商品价格, Q 表示需求量, 那么 $Q=f(P)$ 为需求函数。

一般地: 需求量随价格上涨而减少。因此, 通常需求函数是价格的单调减少函数。

需求量 Q 对价格 P 的导数, $f'(P)$ 称为边际需求函数。它表示价格上涨一个单位, 需求量将减少 $f'(P)$ 个单位。

2. 供给函数: 设 P 表示商品价格, S 表示供给量, 那么 $S=\varphi(P)$ 为供给函数。一般地, 商品供给量随商品价格上涨而增加, 因此商品供给函数 S 是商品价格 P 的单调增加函数。

3. 需求函数与供给函数之间的关系

需求函数 Q 是单调减少函数, 供给函数 S 是单调增加函数, 把需求曲线和供给曲线 (供给函数的图形) 画在同一坐标系中, 他们将相交于点处 $(\bar{P}, \bar{Q})$, $\bar{P}$ 是供需平衡的价格, 叫均衡价格; $\bar{Q}$ 是均衡数量。

(三) 需求弹性与供给弹性

1. 需求价格弹性函数: 某商品需求函数 $Q=f(P)$ 在 $P=P_0$ 处可导, $-\frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_0}{Q_0}$ 成为该商品在

$P=P_0$ 与 $P=P_0+\Delta P$ 两点间的需求弹性。记作: $\bar{\eta}(P_0, P_0+\Delta P) = -\frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_0}{Q_0}$

$$\lim_{\Delta P \rightarrow 0} \left(-\frac{\Delta Q / Q_0}{\Delta P / P_0} \right) = -f'(P_0) \cdot \frac{P_0}{f(P_0)}$$

称为该商品在 $P=P_0$ 处的需求弹性。记作: $\eta|_{P=P_0} = \eta(P_0) = -f'(P_0) \cdot \frac{P_0}{f(P_0)}$

2. 供给价格弹性函数: 设某商品的供给函数 $Q=\varphi(P)$ 在点 P_0 处可导, 称

$\bar{\varepsilon}(P_0, P_0+\Delta P) = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_0}{Q_0}$ 为该商品在 P_0 和 $P_0+\Delta P$ 两点间的供给弹性;

$$\varepsilon|_{P=P_0} = \varepsilon(P_0) = \varphi'(P_0) \cdot \frac{P_0}{\varphi(P_0)}$$

称为在 P_0 处的供给弹性。

复习与思考题

习题四 A 组 B 组

拓展阅读书目：（列每章章末）

高等数学 第五版 上册	同济大学应用数学系主编
经济数学基础（一）微积分解题思路和方法	袁荫棠主编
数学复习指南（经济类、考研数学系列）	陈文灯主编
数学的思想，方法和应用	张顺燕主编
大学文科高等数学	姚孟臣编
微积分学习辅导与解题方法	刘书田主编

第五章 不定积分

本章的教学目的和基本要求:

1. 理解原函数与不定积分的概念, 掌握不定积分的基本性质;
2. 掌握基本积分公式;
3. 掌握不定积分的换元积分法和分部积分法;
4. 掌握有理函数的积分方法。

本章的知识点 重点和难点

原函数和不定积分的概念 不定积分的基本性质 基本积分公式 不定积分的换元法和分部积分法

重点: 不定积分的概念 基本性质和基本积分公式 不定积分的换元法和分部积分法

难点: 不定积分的换元法和分部积分法

学时分配 $5 \times 2 = 10$

第一节 不定积分的概念

一、原函数

1. 定义: 设 $f(x)$ 是定义在某区间上的已知函数, 如果存在一个函数 $F(x)$, 对于该区间上每一点满足: $F'(x) = f(x)$ 或者 $dF(x) = f(x)dx$

2. 研究原函数必须解决以下两个重要问题:

- (1) 在什么条件下, 一个函数的原函数存在? 如果存在是否只有一个?
- (2) 若已知某函数的原函数存在, 又怎样把它求出来?

3. 定理: 若函数 $f(x)$ 在区间上连续, 则 $f(x)$ 在该区间上存在原函数 $F(x)$

由于初等函数在其有定义的区间上是连续的, 因此从该定理可知每个初等函数在其有定义的区间上都有原函数。除此以外, 并不能保证每一个定义在区间上的函数都有原函数。其实, 每个含有第一类间断点的函数都没有原函数。

4. 定理: 设 $F(x)$ 是 $f(x)$ 在某区间上的一个原函数, 则

- (1) $F(x) + C$ 也是 $f(x)$ 的原函数, 其中 C 是任意常数;
- (2) $f(x)$ 的任意两个原函数之间只可能相差一个常数。

二、不定积分

1. 定义: 设函数 $F(x)$ 是 $f(x)$ 在区间上的一个原函数, 则 $f(x)$ 的所有的原函数称为 $f(x)$ 的不定积分。记作: $\int f(x)dx$ 。即 $\int f(x)dx = F(x) + C$

其中 $\int$ 为积分号, $f(x)$ 为被积函数, $f(x)dx$ 为被积表达式, x 为积分变量。

2. 不定积分与原函数之间的关系

因此求已知函数的不定积分, 就归结为求出它的一个原函数, 再加上任意常数 C

三、不定积分的几何意义

若 $F(x)$ 是 $f(x)$ 的一个原函数, 则称 $y = F(x)$ 的图像为 $f(x)$ 的一条积分曲线。于是, 函数 $f(x)$ 的不定积分在几何上表示 $f(x)$ 的某一条积分曲线沿纵轴方向任意平移所得一切积分曲线组成的曲线族。显然, 若在每一条积分曲线上横坐标相同的点处作切线, 则这些切线是平行的。任意两条积分曲线的纵坐标之间相差一个常数。

第二节 不定积分的性质

1. 导数(微分)与求积分是互为逆运算的。

性质 1 $[\int f(x)dx]' = f(x)$ 或者 $d\int f(x)dx = f(x)dx$

即 不定积分的导数等于被积函数; 不定积分的微分等于被积表达式。

性质 2 $\int F'(x)dx = F(x) + C$ 或者 $\int dF(x) = F(x) + C$

即 一个函数的导数(或微分)的不定积分与这个函数相差一个任意常数。

2. 运算性质

性质 3 $\int [f(x) \pm g(x)]dx = \int f(x)dx \pm \int g(x)dx$

即 和差的不定积分等于不定积分的和差。

性质 4 $\int kf(x)dx = k\int f(x)dx (k \neq 0, \text{为常数})$

即 不为零的常数可以移到积分号前面来。

3. 一般地, 若 $f(x) = \sum_{i=1}^n k_i f_i(x)$, 则 $\int f(x)dx = \int (\sum_{i=1}^n k_i f_i(x))dx = \sum_{i=1}^n k_i \int f_i(x)dx$

第三节 基本积分公式

由于求不定积分是求导的逆运算, 所以由基本求导公式可以相应地得到基本积分公式:

$$1. \int dx = x + c$$

$$2. \int x^\alpha dx = \frac{1}{\alpha+1} x^{\alpha+1} + c (\alpha \neq -1)$$

$$3. \int \frac{1}{x} dx = \ln |x| + c$$

$$4. \int a^x dx = \frac{1}{\ln a} a^x + c (a > 0, a \neq 1)$$

$$5. \int e^x dx = e^x + c$$

$$6. \int \sin x dx = -\cos x + c$$

$$7. \int \cos x dx = \sin x + c$$

$$8. \int \frac{1}{\cos x} dx = \int \sec^2 x dx = \tan x + c$$

$$9. \int \frac{1}{\sin^2 x} dx = \int \csc^2 x dx = -\cot x + c$$

$$10. \int \sec x \tan x dx = \sec x + c$$

$$11. \int \csc x \cot x dx = -\csc x + c$$

$$12. \int \frac{1}{1+x^2} dx = \arctan x + c$$

$$13. \int \frac{1}{\sqrt{1-x^2}} dx = \arcsin x + c$$

基本积分公式是求不定积分的基础, 要求熟记

说明: 基本积分公式是以 x 为积分变量的, 将基本公式中所有 x 换成其它字母亦成立。

第四节 换元法

一、第一换元法

定理 1. 若 $\int f(u) du = F(u) + c$

则 $\int f[\varphi(x)] \varphi'(x) dx \xrightarrow{u=\varphi(x)} \int f(u) du = F(u) + c = F[\varphi(x)] + c$

这种将 $\int f[\varphi(x)] \varphi'(x) dx$ 利用中间变量 u 化为 $\int f(u) du$ 。则可直接 (或稍微变形就可) 应用

基本积分公式求得结果, 再将 u 还原成 $\varphi(x)$ 的积分法, 称为第一类换元积分法, 也叫凑微分法。

$$\text{或: } dx = \frac{du}{\varphi'(x)} = \frac{du}{u'_x}$$

$$\text{故} \int f[(\varphi(x))\varphi'(x)dx] \stackrel{u=\varphi(x)}{=} \int f(u)\varphi'(x) \frac{du}{\varphi'(x)} = \int f(u)du = F(u) + c = F[\varphi(x)] + c$$

二、第二换元法

定理：设函数 $x = \phi(t)$ 连续， $\phi'(t)$ 存在且连续，其反函数 $t = \phi^{-1}(x)$ 存在且可导，若

$$\int f[\phi(t)]\phi'(t)dt = F(t) + C,$$

$$\text{则} \int f(x)dx = \int f[\phi(t)]\phi'(t)dt = F(t) + C = F[\phi^{-1}(x)] + C.$$

三、若干方法总结

(1) 利用三角函数代换，变根式积分为三角有理式积分

被积函数 $f(x)$ 含根式	所作代换
$\sqrt{a^2 - x^2}$	$x = a \sin t$
$\sqrt{a^2 + x^2}$	$x = a \tan t$
$\sqrt{x^2 - a^2}$	$x = a \sec t$

(2) 倒代换（即令 $x = \frac{1}{t}$ ）

适用范围：设 m, n 分别为被积函数的分子、分母关于 x 的最高次数，当 $n-m > 1$ 时，用代换可望成功。

(3) 指数代换（即令 $a^x = t, dx = \frac{1}{\ln a} \cdot \frac{dt}{t}$ ）

适用范围：被积函数 $f(x)$ 是由 a^x 所构成的代数式。

第五节 分部积分法

由乘积求导公式可引伸出另一种基本积分法。

一、分部积分法则

定理：若 $u(x)$ 与 $v(x)$ 可导，且不定积分 $\int u'(x)v(x)dx$ 存在，则 $\int u(x)v'(x)dx$ 也存在，并有

$$\int u(x)v'(x)dx = u(x)v(x) - \int u'(x)v(x)dx$$

$$\text{或：} \quad \int u dv = uv - \int v du$$

此定理的关键问题在于如何把被积函数分成两部分，如何选取 u 与 dv 。

选取原则: (1) 积分容易者 dv , 或是由 $v'(x)$ 容易求 $v(x)$;

(2) 求导简单者选为 u 。

(3) 不定积分 $\int vdu$ 要比原不定积分 $\int u dv$ 容易求。

二、可用分部积分法求积分的类型

$$1. \int P_n(x)e^{kx} dx, \int P_n(x)\sin ax dx, \int P_n(x)\cos ax dx,$$

其中 k, a 为常数, $P_n(x)$ 为 n 次多项式。

选取: $u(x) = P_n(x)$, $dv = e^{kx} dx$ 或者 $dv = \sin ax dx$ 或者 $dv = \cos ax dx$

$$2. \int P_n(x)\ln x dx, \int P_n(x)\arcsin x dx, \int P_n(x)\arctan x dx,$$

其中: $P_n(x)$ 为 n 次多项式。

选取: $u(x) = \ln x$ 或者 $u(x) = \arcsin x$ 或者 $u(x) = \arctan x$, $dv(x) = P_n(x)dx$

$$3. \text{若是} \int e^{kx} \sin(ax+b) dx, \int e^{kx} \cos(ax+b) dx,$$

其中 k, a, b 均为常数, 此时 $u(x), dv(x)$ 的选取可随意。

这种类型的不定积分, 一般使用多次分部积分法后又会再次出现原不定积分的形式, 将期看作未知量解出即可。

第六节 有理函数的积分

一、有理函数

定义 两个多项式的商表示的函数称之为有理函数, 即

$$\frac{P(x)}{Q(x)} = \frac{a_0x^n + a_1x^{n-1} + \cdots + a_{n-1}x + a_n}{b_0x^m + b_1x^{m-1} + \cdots + b_{m-1}x + b_m}$$

其中 m 为正整数, n 为非负整数, $a_0 \neq 0$, $b_0 \neq 0$, 分子分母间没有公因子。

当 $m > n$ 时, 叫做真分式; 当 $n \geq m$ 时, 叫做假分式。

注意: 假分式可以用除法把它化为一个多项式与一个真分式之和。

(一) 化有理真分式为部分分式

1. n 次实系数多项式 $Q(x) = x^n + a_1x^{n-1} + \cdots + a_{n-1}x + a_n$ 总可以分解为一些实系数的一次因子与二次因子的乘积, 即

$$Q(x) = (x-a)^k \cdots (x-b)^t (x^2 + px + q)^l \cdots (x^2 + rx + s)^h.$$

2. 真分式 $\frac{P(x)}{Q(x)}$ 可以分解如下形式:

$$\begin{aligned} \frac{P(x)}{Q(x)} = & \frac{A_1}{x-a} + \frac{A_2}{(x-a)^2} + \cdots + \frac{A_k}{(x-a)^k} + \frac{B_1}{x-b} + \cdots + \frac{B_t}{(x-b)^t} + \cdots + \\ & \frac{C_1x+D_1}{x^2+px+q} + \frac{C_2x+D_2}{(x^2+px+q)^2} + \cdots + \frac{C_lx+D_l}{(x^2+px+q)^l} + \\ & \frac{E_1x+F_1}{x^2+rx+s} + \frac{E_2x+F_2}{(x^2+rx+s)^2} + \cdots + \frac{E_hx+F_h}{(x^2+rx+s)^h} \end{aligned}$$

待定系数的方法:

(1) 将分解式两端消去分母, 得到一个 X 的恒等式, 比较恒等式两端 X 同次幂项的系数, 可得出一组线性方程, 解这个方程组, 即可求出待定系数。

(2) 将两端消去分母后, 给 x 以适当的值代入恒等式, 从而可得出一组线性方程, 解此方程组, 即可求出待定系数。

二、有理真分式的积分

$$1. \int \frac{A}{x-a} dx = A \ln |x-a| + C$$

$$2. \int \frac{A}{(x-a)^m} dx = \frac{A}{(1-m)(x-a)^{m-1}} + C$$

$$3. \int \frac{Mx+N}{(x^2+px+q)^n} dx$$

$$\because x^2+px+q = \left(x+\frac{p}{2}\right)^2 + q - \frac{p^2}{4}, \quad \text{令 } x+\frac{p}{2} = t, \quad x^2+px+q = t^2+a^2,$$

$$Mx+N = Mt+b, \quad a^2 = q - \frac{p^2}{4}, \quad b = N - \frac{Mp}{2},$$

$$\therefore \int \frac{Mx+N}{(x^2+px+q)^n} dx = \int \frac{Mt}{(t^2+a^2)^n} dt + \int \frac{b}{(t^2+a^2)^n} dt$$

$$(1) \quad n=1, \quad \int \frac{Mx+N}{x^2+px+q} dx = \frac{M}{2} \ln(x^2+px+q) + \frac{b}{a} \arctan \frac{x+\frac{p}{2}}{a} + C;$$

$$(2) \quad n>1, \quad \int \frac{Mx+N}{(x^2+px+q)^n} dx = -\frac{M}{2(n-1)(t^2+a^2)^{n-1}} + b \int \frac{1}{(t^2+a^2)^n} dt.$$

复习与思考题

教材习题五 A 组 B 组

拓展阅读书目

高等数学 第五版 上册	同济大学应用数学系主编
经济数学基础（一）微积分解题思路和方法	袁荫棠主编
数学复习指南（经济类、考研数学系列）	陈文灯主编
数学的思想，方法和应用	张顺燕主编
大学文科高等数学	姚孟臣编
微积分学习辅导与解题方法	刘书田主编

第六章 定积分

本章的教学目的和基本要求:

通过本章的学习,使学生理解定积分的有关知识和方法,并利用定积分的有关知识和方法解决实际问题,培养学生分析问题和解决问题的能力.

1. 了解定积分的概念和几何性质;了解定积分的基本性质和积分中值定理。
2. 理解变上限定积分定义的函数并会求它的导数;
3. 熟练运用牛顿-莱布尼兹公式计算定积分。
4. 熟练掌握定积分的换元法和分部积分法。
5. 会利用定积分求平面图形的面积和旋转体的体积;会利用定积分求解简单的经济应用问题。
6. 了解反常积分的概念,会计算反常积分;了解 Γ -函数。

本章的知识点、重点和难点

知识点:

定积分的概念和基本性质 定积分中值定理 变上限定积分定义的函数及其导数 牛顿-莱布尼兹公式 定积分的换元法与分部积分法 定积分的应用 反常积分

重点: 定积分的计算,平面图形的面积和旋转体的体积的计算。

难点: 定积分与不定积分的关系。

学时分配: $5 \times 3 = 15$ 课时

第一节 定积分的概念

一、两个实例

(一)曲边梯形的面积

1. 曲边梯形

在直角坐标系中,由连续曲线 $y=f(x)$ 与三条直线: $x=a, x=b, y=0$ 所围成的图形称为曲边梯形,其中,在 x 轴上的线段称为曲边梯形的底边,曲线段称为曲边梯形的曲边。

任意曲线围成的平面图形的面积,在适当选择坐标系后,往往可以化为两个曲边梯形面积的差。

2. 曲边梯形的面积计算方法

(1) 任取分点

$a=x_0 < x_1 < x_2 < \cdots < x_{i-1} < x_i < \cdots < x_{n-1} < x_n=b$ 把曲边梯形的底 $[a,b]$ 分成 n 个小区间:

$[x_0, x_1], [x_1, x_2], [x_2, x_3], \cdots, [x_{i-1}, x_i], \cdots, [x_{n-1}, x_n]$ 小区间 $[x_{i-1}, x_i]$ 的长度

记为 $\Delta x_i = x_i - x_{i-1}$. ($i=1, 2, \cdots, n$)

过各分点作垂直于 x 轴的直线,把整个曲边梯形,分成 n 个小曲边梯形,其中第 i 个小曲边梯形的面积为 ΔA_i ($i=1, 2, \cdots, n$)

(2) 求和

在第 i 个小曲边梯形的底 $[x_{i-1}, x_i]$ 上任取一点 ξ_i , ($x_{i-1} \leq \xi_i \leq x_i$),它所对应的函数值 $f(\xi_i)$,用

相应的宽为 Δx_i ,长为 $f(\xi_i)$ 的小矩形面积来近似代替这个小曲边梯形的面积,

$$\text{即: } \Delta A_i = f(\xi_i) \Delta x_i \quad (i=1, 2, \cdots, n)$$

把 n 个小矩形面积相加得和式它就是曲边梯形面积 A 的近似值,

$$\text{即 } A \approx \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \Delta x_i$$

(3)求极限

分割越细, $f(\xi_i) \Delta x_i$ 就越接近于曲边梯形的面积 A , 当最大的小区间长度趋近于零, 即

$$\lambda \rightarrow 0 (\lambda = \max_i \{\Delta x_i\}) \text{ 时, 和式 } \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \Delta x_i \text{ 的极限就是 } A, \text{ 故: } A = \lim_{\lambda \rightarrow 0} \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \Delta x_i$$

可见, 曲边梯形的面积是一个和式的极限

(二)变速直线运动的路程

1. 变速直线运动的路程

设一物体沿直线运动, 已知速度 $v=v(t)$ 是时间区间 $[a, b]$ 上 t 的连续函数, 且 $v(t) \geq 0$, 求这物体在这段时间内所经过的路程 S . 我们知道, 对于匀速直线运动, 有公式:

路程=速度*时间

现在速度是变量, 因此所求路程 S 不能直接按匀速直线运动的路程公式计算.

2. 变速直线运动的路程计算方法

(1) 任取分点

$a=t_0 < t_1 < t_2 < \cdots < t_{i-1} < t_i < \cdots < t_{n-1} < t_n=b$ 把时间区间 $[a, b]$ 分成 n 个小区间: $[t_0, t_1], [t_1, t_2], \cdots, [t_{i-1}, t_i], \cdots, [t_{n-1}, t_n]$ 小区间 $[t_{i-1}, t_i]$ 的长度记为 $\Delta t_i = t_i - t_{i-1}$ ($i=1, 2, \cdots, n$) 物体在第 i 段时间 $[t_{i-1}, t_i]$ 内所走的路程为 ΔS_i ($i=1, 2, \cdots, n$)

(2)求和

在小区间 $[t_{i-1}, t_i]$ 上, 用其中任一时刻 ξ_i 的速度 $V(\xi_i)$ ($t_{i-1} \leq \xi_i \leq t_i$) 来近似代替变化速度 $V(t)$, 从而得到 ΔS_i 的近似值:

$$\Delta S_i \approx V(\xi_i) \Delta t_i$$

把 n 段时间上的路程相加, 得和式 $\sum_{i=1}^n v(\xi_i) \Delta t_i$, 它就是时间区间 $[a, b]$ 上的路程 S 的近似值:

$$S \approx \sum_{i=1}^n v(\xi_i) \Delta t_i$$

(3) 求极限

当最大的小区间长度趋近于零, $\lambda = \max_{1 \leq i \leq n} \{\Delta t_i\} \rightarrow 0$ 时, 和式 $\sum_{i=1}^n v(\xi_i) \Delta t_i$ 的极限就是路程

$$S \text{ 的精确值, 即: } S = \lim_{\lambda \rightarrow 0} \sum_{i=1}^n v(\xi_i) \Delta t_i$$

可见变速直线运动的路程也是一个和式的极限.

二、定积分的定义

(一)定义

1. 定义:

如果函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上有定义,用点 $a = x_0 < x_1 < \cdots < x_{n-1} < x_n = b$, 将区间 $[a, b]$ 分成 n 个小区间 $[x_{i-1}, x_i]$ ($i = 1, 2, \cdots, n$), 其长度为 $\Delta x_i = x_i - x_{i-1}$, 在每个小区间上任取一点

$\xi_i (x_{i-1} \leq \xi_i \leq x_i)$, 则乘积 $f(\xi_i) \Delta x_i$ ($i = 1, 2, \cdots, n$) 称为积分元素. 总和 $S = \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \Delta x_i$ 称为积分和。

如果当 n 无限增大, 而 Δx_i 中最大者 $\Delta x \rightarrow 0$ ($\Delta x = \max_i \{\Delta x_i\}$) 时, 总和 S_n 的极限存在,

且此极限与 $[a, b]$ 的分法以及 ξ_i 的取法无关。则称函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上是可积的, 并将此极限

值称为函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上的定积分,

记为 $\int_a^b f(x) dx$

即为: $\int_a^b f(x) dx = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \Delta x_i$

其中 $f(x)$ 称为被积函数, $f(x) dx$ 称为被积表达式, x 称为积分变量, $[a, b]$ 称为积分区间, a 称为积分下限, b 称为积分上限。

2. 注意

定积分表示一个数, 它只取决于被积函数与积分上, 下限, 而与积分变量用什么字母无关。例

如: $\int_a^b f(x) dx = \int_a^b f(t) dt$

3. 两条规定:

(1) 在定积分中, 如果 $b < a$, 规定: $\int_b^a f(x) dx = -\int_a^b f(x) dx$

(2) 在定积分中, 如果 $a = b$, 规定 $\int_a^a f(x) dx = 0$

(二)定积分的存在性

1. 定积分存在的必要条件

若被积函数 $f(x)$ 在积分区间 $[a, b]$ 上无界, 那么函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上不可积;

2. 定积分的存在性定理

当 $f(x)$ 在 $[a, b]$ 上连续或只有有限个第一类间断点时, $f(x)$ 在 $[a, b]$ 上的定积分存在
由此可知: 初等函数在定义区间内部都是可积的。

三、定积分的几何意义

1. 当 $f(x) \geq 0$ 时, $\int_a^a f(x)dx = A$

2. 当 $f(x) < 0$ 时, $\int_a^a f(x)dx = -A$

这是因为 $\int_a^a f(x)dx = \lim_{n \rightarrow \infty} \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \Delta x_i$ 的右端和式中每一项都是负值, 故其绝对值

$|f(\xi_i) \Delta x_i|$ 表示小矩形的面积, 因此 $\int_a^a f(x)dx = -A$

总之: 定积分 $\int_a^b f(x)dx$ 在各种实际问题所代表的实际意义不同, 但它的数值在几何上都可用曲边梯形面积的代数和来表示, 这就是定积分的几何意义

第二节 定积分的性质

一、性质

设函数 $f(x), g(x)$ 均为 $[a, b]$ 上的可积函数

性质 1: 常数因子可以提到积分号前, 即

$$\int_a^a kf(x)dx = k \int_a^b f(x)dx \quad (k \text{ 是常数})$$

性质 2: 代数和的积分等于积分的代数和, 即

$$\int_a^b [f(x) \pm g(x)]dx = \int_a^b f(x)dx \pm \int_a^b g(x)dx$$

性质 3: 定积分的可加性

如果积分区间 $[a, b]$ 被点 c 分成两个小区间 $[a, c], [c, b]$ 则

$$\int_a^b f(x)dx = \int_a^c f(x)dx + \int_c^b f(x)dx$$

性质 4: 如果函数 $f(x), g(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上总满足条件 $f(x) \leq g(x)$, 则

$$\int_a^b f(x)dx \leq \int_a^b g(x)dx$$

性质 5: 如果被积函数 $f(x) = 1$, 则有

$$\int_a^b dx = b - a$$

性质 6: 如果函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上的最大值与最小值分别为 M, m , 则

$$m(b-a) \leq \int_a^b f(x) dx \leq M(b-a)$$

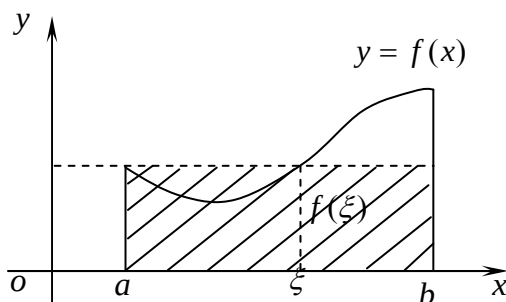
性质 7: 积分中值定理:

设 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 则在区间 $[a, b]$ 上, 至少存在一点 ξ 使得

$$\int_a^b f(x) dx = f(\xi)(b-a) \quad a \leq \xi \leq b$$

定积分中值定理, 由定积分的几何意义去理解更直观, 以连续曲线

$y = f(x)$ ($a \leq x \leq b, f(x) \geq 0$) 为曲边的曲边梯形面积, 等于以 $f(\xi)$ 为高, $(b-a)$ 为底的矩形的面积。



第三节 定积分与不定积分的关系

一、变上限函数

(一) 变上限函数的定义

设函数 $f(x)$ 在 $[a, b]$ 上连续, $x \in [a, b]$ 则 $\int_a^x f(x) dx$ 存在。在 $\int_a^x f(x) dx$ 式子中的 x 即是积分变量,

又是积分上限, 为避免混淆, 把积分变量改为 t , 则积分写为 $\int_a^x f(t) dt$ 。

由于积分下限为定数 a , 上限 x 在区间 $[a, b]$ 上变化, 故 $\int_a^x f(t) dt$ 的值随 x 的变化而变化, 也就

是说 $\int_a^x f(t) dt$ 是变量 x 的函数。称 $\int_a^x f(t) dt$ 为变上限积分

$$\text{记作 } F(x) = \int_a^x f(t) dt \quad x \in [a, b].$$

(二) 原函数存在定理

1. 变上限积分对上限的求导定理

设 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 则函数 $F(x) = \int_a^x f(t)dt$ 在 $[a, b]$ 上可导, 且其导数就是 $f(x)$,

即:

$$\frac{d}{dx} F(x) = \frac{d}{dx} \int_a^x f(t)dt = f(x)$$

本定理把导数和定积分这两个表面上看似不相干的概念联系了起来, 它表明: 在某区间上连续的函数 $f(x)$, 其变上限积分 $\int_a^x f(t)dt$ 是 $f(x)$ 的一个原函数.

2. 原函数存在定理

若函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 则在该区间上, $f(x)$ 的原函数存在。

二、微积分基本定理(牛顿—莱布尼兹公式)

设 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 且 $F(x)$ 是它在该区间上的一个原函数, 则有

$$\int_a^b f(x)dx = F(b) - F(a)$$

公式表明:

1. 定积分的计算不必用和式的极限, 而是利用不定积分来计算。

2. 只要我们求出 $f(x)$ 的一个原函数 $F(x)$, 在区间两端点处的函数值差 $F(b) - F(a)$, 就是

$\int_a^b f(x)dx$ 的值。

第四节 定积分的换元法

一、换元法公式

设函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 变换 $x = \varphi(t)$ 满足:

$$(1) \varphi(\alpha) = a, \varphi(\beta) = b$$

(2) 在区间 $[\alpha, \beta]$ (或 $[\beta, \alpha]$) 上, $\varphi(t)$ 单调且有连续的导数,

$$\text{则有 } \int_a^b f(x)dx = \int_{\alpha}^{\beta} f[\varphi(t)]\varphi'(t)dt$$

二、两类特殊的定积分

(一) 对称区间上的定积分

设 $f(x)$ 在关于原点对称的区间 $[-a, a]$ 上可积, 则

$$(1) \text{ 当 } f(x) \text{ 为奇函数时, } \int_{-a}^a f(x)dx = 0;$$

(2) 当 $f(x)$ 为偶函数时, $\int_{-a}^a f(x)dx = 2\int_0^a f(x)dx$

(二) 周期函数的定积分

设 $f(x)$ 是以 T 为周期的周期函数, 且可积, 则对任一实数 a , 有

$$\int_a^{a+T} f(x)dx = \int_0^T f(x)dx$$

第五节 定积分的分部积分法

一、定积分分部积分公式

设 $u(x)$ 和 $v(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上有连续的导数, 由微分运算法则, 有

$$d(u \cdot v) = u dv + v du,$$

移项得 $u dv = d(u \cdot v) - v du$, 两边在区间 $[a, b]$ 上积分, 得

$$\int_a^b u dv = \int_a^b d(uv) - \int_a^b v du$$

$$\text{因 } \int_a^b d(uv) = [uv]_a^b \quad \text{故 } \int_a^b u dv = [uv]_a^b - \int_a^b v du,$$

$$\text{或 } \int_a^b uv' dx = [uv]_a^b - \int_a^b vu' dx$$

上述公式称为定积分的分部积分公式。

第六节 定积分的应用

一、平面图形的面积

(一) x -型平面图形的面积计算

1. x -型平面图形

若由 $y = f(x) (f(x) \geq 0)$, $x = a$, $x = b$ 及 $y = 0$ 围成平面图形称为 x -型平面图形。

其微面积元素 $dA = f(x) dx$ 。

2. x -型平面图形的面积计算

面积计算公式: $A = \int_a^b f(x) dx$ 。

3. 一般情况

若: 设由曲线 $y = f_1(x)$, $y = f_2(x) (f_1(x) \leq f_2(x))$ 及直线 $x = a$, $x = b$ 围成的平面图形,

其面积微元素为 $dA = [f_2(x) - f_1(x)] dx$, 于是 $A = \int_a^b [f_2(x) - f_1(x)] dx$

(二) y -型平面图形的面积计算

1. y-型平面图形

设由曲线 $x = \varphi(y)$ 及直线 $y = c, y = d$ 围成的平面图形, 称为 y-型平面图形

其面积元素为, $dA = \varphi(y)dy$

2. y-型平面图形的面积计算

面积计算公式: $A = \int_c^d \varphi(y)dy$ 。

3. 一般情况:

若: 设由曲线 $x = \varphi_1(y), x = \varphi_2(y)$ 及直线 $y = c, y = d$ 围成的平面图形, 其面积元素为

$$dA = [\varphi_2(y) - \varphi_1(y)]dy, \quad \text{于是} \quad A = \int_c^d [\varphi_2(y) - \varphi_1(y)]dy$$

二、旋转体的体积

(一)绕 x 轴旋转的旋转体的体积计算

由连续曲线 $y = f(x)$ 与直线 $x = a, x = b$ 及 x 轴围成的曲边梯形, 绕 x 轴旋转一周而成的立体叫做旋转体(如图). 现在求它的体积 V.

用垂直于 x 轴的平行平面将旋转体截成几个小旋转体, 所得截痕都是圆. 取 x 为积分变量, $x \in [a, b]$. 在 $[a, b]$ 内的任一小区间 $[x, x+dx]$ 上小旋转体的体积近似等于以 $f(x)$ 为底圆半径, 以 dx 为高的小圆柱体的体积 $\pi f^2(x)$, 即得体积微元

$$dv = \pi f^2(x)dx$$

$$\text{于是旋转体体积} \quad V = \int_a^b \pi f^2(x)dx$$

(二)绕 y 轴旋转的旋转体的体积计算

由曲线 $x = \psi(y)$, 直线 $y = c, y = d (c < d)$ 及 y 轴所围成的曲边梯形绕 y 轴旋转一周而成的旋转体的体积。

$$V = \int_c^d \pi \psi^2(y)dy$$

三、已知平行截面面积的立体的体积

设一物体被垂直于某直线的平面所截的平面可求, 则该物体可用微法求体积. 不妨设上述直线为 x 轴, 则在 x 处的截面积 $A(x)$ 是 x 的已知连续函数, 求该物体介于 $x=a$ 和 $x=b (a < b)$ 之间的体积. 在 $[x, x+dx]$ 上视 $A(x)$ 不变, 即把 $[x, x+dx]$ 上的立体薄片近似看作 $A(x)$ 为底, dx 为高的柱体, 得:

$$dV = A(x)dx$$

$$\text{于是} \quad V = \int_a^b A(x)dx$$

四、经济应用问题举例

第七节 广义积分与 Γ 函数

在前面所讨论的是定积分中,都假定积分区间 $[a,b]$ 是有限的,且 $f(x)$ 也是有界的,但是,在实际问题中,常会遇到积分区间是无限的,或者积分区间虽有限,而被积函数在积分区间上出现了无界的情形,本节介绍的就是这两类积分的概念和计算方法。

一、无限区间上的积分

(一)定义

1. $[a, +\infty)$ 上的反常积分的定义

设函数 $f(x)$ 在区间 $[a, +\infty)$ 内连续,对于任意给定的 $t > a$, 积分 $\int_a^t f(t)dt$ 都存在,它是 t 的函数,如果极限 $\lim_{t \rightarrow +\infty} \int_a^t f(x)dx$ 存在,则称此极限值为函数 $f(x)$ 在无限区间 $[a, +\infty)$ 上的广义积分,记为

$$\int_a^{+\infty} f(x)dx \quad \text{即:} \quad \int_a^{+\infty} f(x)dx = \lim_{t \rightarrow +\infty} \int_a^t f(x)dx$$

说明:

(1) 若 $\lim_{t \rightarrow +\infty} \int_a^t f(x)dx$ 存在,也称 $\int_a^{+\infty} f(x)dx$ 收敛

若 $\lim_{t \rightarrow +\infty} \int_a^t f(x)dx$ 不存在,也称 $\int_a^{+\infty} f(x)dx$ 发散

(2) $\because \lim_{t \rightarrow +\infty} \int_a^t f(x)dx = \lim_{t \rightarrow +\infty} \int_a^x f(t)dt$ 而 $\int_a^x f(t)dt$ 是 $f(x)$ 的原函数。

$\therefore \int_a^{+\infty} f(x)dx$ 就是原函数 $\int_a^x f(t)dt$ 当 $x \rightarrow +\infty$ 时的极限。

2. $(-\infty, b]$ 上的反常积分的定义

如果 $f(x)$ 在 $(-\infty, b]$ 上连续。则 $\int_{-\infty}^b f(x)dx = \lim_{t \rightarrow -\infty} \int_t^b f(x)dx$

$\lim_{t \rightarrow -\infty} \int_t^b f(x)dx$ 存在 $\int_{-\infty}^b f(x)dx$ 收敛

$\lim_{t \rightarrow -\infty} \int_t^b f(x)dx$ 不存在 $\int_{-\infty}^b f(x)dx$ 发散

3. $(-\infty, +\infty)$ 上的反常积分的定义

如果 $f(x)$ 在 $(-\infty, +\infty)$ 上连续,则

$$\int_{-\infty}^{+\infty} f(x)dx = \int_{-\infty}^0 f(x)dx + \int_0^{+\infty} f(x)dx$$

当 $\int_{-\infty}^0 f(x)dx$ 与 $\int_0^{+\infty} f(x)dx$ 均收敛时, $\int_{-\infty}^{+\infty} f(x)dx$ 收敛,

当 $\int_{-\infty}^0 f(x)dx$ 与 $\int_0^{+\infty} f(x)dx$ 有一个发散, $\int_{-\infty}^{+\infty} f(x)dx$ 发散

(二) 牛顿-莱布尼兹公式:

设 $F(x)$ 是 $f(x)$ 的一个原函数, 则 $\int_a^x f(t)dt = F(x) - F(a)$

记, $F(+\infty) = \lim_{x \rightarrow +\infty} F(x)$, $F(-\infty) = \lim_{x \rightarrow -\infty} F(x)$

于是有: $\int_a^{+\infty} f(x)dx = F(+\infty) - F(a) = [F(x)]_a^{+\infty}$

$\int_{-\infty}^b f(x)dx = F(b) - F(-\infty) = [F(x)]_{-\infty}^b$

$\int_{-\infty}^{+\infty} f(x)dx = F(+\infty) - F(-\infty) = [F(x)]_{-\infty}^{+\infty}$

注意, $F(+\infty)$ 和 $F(-\infty)$ 是极限, 广义积分是否收敛, 取决于这些极限是否存在。

(三)重要的反常积分

$\int_a^{+\infty} \frac{1}{x^p} dx$ 的敛散性 ($a > 0$)

当 $p = 1$ 时,

$\int_a^{+\infty} \frac{1}{x} dx = [\ln x]_a^{+\infty} = +\infty$

当 $p \neq 1$ 时

$\int_a^{+\infty} \frac{1}{x^p} dx = \left[\frac{x^{-p+1}}{-p+1} \right]_a^{+\infty} = \lim_{x \rightarrow +\infty} \frac{1}{1-p} x^{1-p} - \frac{1}{1-p} a^{1-p}$

$$= \begin{cases} \frac{a^{1-p}}{p-1} & \text{当 } p > 1 \text{ 时} \\ +\infty & \text{当 } p < 1 \text{ 时} \end{cases}$$

因此, 广义积分 $\int_a^{+\infty} \frac{1}{x^p} dx$, 当 $p > 1$ 时收敛 当 $p \leq 1$ 时发散

二、无界函数的积分

(一)定义

1. 函数 $f(x)$ 在 $x=b$ 处无界

设函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 当 $\lim_{x \rightarrow b^-} f(x) = \infty$, 如果极限 $\lim_{t \rightarrow b^-} \int_a^t f(x)dx$ 存在, 则称极限为

函数 $f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上的瑕积分, $x=b$ 是函数 $f(x)$ 的瑕点。

记作 $\int_a^b f(x)dx$ 即 $\int_a^b f(x)dx = \lim_{t \rightarrow b^-} \int_a^t f(x)dx$

说明: 若 $\lim_{t \rightarrow b^-} \int_a^t f(x)dx$ 存在, 也称 $\int_a^b f(x)dx$ 收敛

若 $\lim_{t \rightarrow b^-} \int_a^t f(x) dx$ 不存在, 也称 $\int_a^b f(x) dx$ 发散

2. 函数 $f(x)$ 在 $x=a$ 处无界

若 $f(x)$ 在 $[a, b]$ 上连续, 而 $\lim_{x \rightarrow a^+} f(x) = \infty$

则 $\int_a^b f(x) dx = \lim_{t \rightarrow a^+} \int_t^b f(x) dx$

若 $\lim_{t \rightarrow a^+} \int_t^b f(x) dx$ 存在, 则 $\int_a^b f(x) dx$ 收敛

$\lim_{t \rightarrow a^+} \int_t^b f(x) dx$ 不存在, 则 $\int_a^b f(x) dx$ 发散

3. 函数 $f(x)$ 在区间内一点 c 处无界

若 $f(x)$ 在 $[a, c]$ 及 $[c, b]$ 上连续, 而 $\lim_{x \rightarrow c} f(x) = \infty$ 且广义积分 $\int_a^c f(x) dx$ 与 $\int_c^b f(x) dx$ 都收敛, 则

$$\text{广义积分 } \int_a^b f(x) dx = \int_a^c f(x) dx + \int_c^b f(x) dx$$

如果广义积分 $\int_a^c f(x) dx$ 及 $\int_c^b f(x) dx$ 有一个发散, 则广义积分 $\int_a^b f(x) dx$ 发散

注意: 无界函数的广义积分, 在形式上与定积分没有区别, 计算时注意对它的识别

(二)重要的瑕积分

广义积分 $\int_a^b \frac{1}{(b-x)^p} dx$ 的收敛性

当 $p \leq 0$ 时, 所给积分是定积分, 当 $p > 0$ 时, $\lim_{x \rightarrow b} f(x) = \infty$, 所给积分是瑕积分

其中 $x=b$ 是瑕点

若 $p=1$ 时, $\int_a^b \frac{1}{b-x} dx = \lim_{t \rightarrow b^-} [-\ln(b-x)]_a^t = +\infty$

若 $p \neq 1$ 时, $\int_a^b \frac{1}{(b-x)^p} dx = \lim_{t \rightarrow b^-} \left[\frac{1}{p-1} (b-x)^{1-p} \right]_a^t = \begin{cases} \frac{1}{1-p} (b-a)^{1-p} & p < 1 \\ +\infty & p > 1 \end{cases}$

综上所述, 广义积分 $\int_a^b \frac{1}{(b-x)^p} dx$, 当 $p < 1$ 时收敛, 当 $p \geq 1$ 时发散。

三、 Γ 函数

(一)定义

积分 $\Gamma(r) = \int_0^\infty x^{r-1} e^{-x} dx$ ($r > 0$) 是参变量 r 的函数, 称为 Γ 函数

(二)性质

$$1. \quad \Gamma(r+1) = r\Gamma(r)$$

$$2. \quad \Gamma(n+1) = n!$$

(三)普哇松(Pisson)积分

$$\int_0^{\infty} e^{-x^2} dx = \frac{\sqrt{\pi}}{2}$$

四、B-函数

(一)定义:

含参变量 p 和 q 的积分 $B(p, q) = \int_0^1 x^{p-1} (1-x)^{q-1} dx$ ($p > 0, q > 0$) 称为 B 函数, 当 $p > 0, q > 0$ 时, 该积分收敛.

(二)性质:

$$1. \text{ 对称性: } B(p, q) = B(q, p) \quad 2. \text{ 与 } \Gamma \text{ 函数的关系: } B(p, q) = \frac{\Gamma(p)\Gamma(q)}{\Gamma(p+q)}$$

第八节 定积分的近似计算

一、梯形法

函数 $y=f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 用分点 $a_0 = x_0 < x_1 < x_2 < \cdots < x_n = b$ 将 $[a, b]$ 分成 n 个等长的小区间, 每个小区间的长度 $\Delta x = \frac{b-a}{n}$, 过各分点作纵线垂直于 x 轴且与曲线 $y=f(x)$ 交于点 $A_1, A_2, \cdots, A_n$ 这些点的纵标分别是 $y_0, y_1, \cdots, y_n$ 将相邻两点连接起来得到 n 各小梯形, 每个小梯形的面积分别是 $\frac{y_0+y_1}{2} \Delta x, \frac{y_1+y_2}{2} \Delta x \cdots \frac{y_{n-1}+y_n}{2} \Delta x$

$$\int_a^b f(x) dx \approx \frac{b-a}{n} \left(\frac{y_0+y_n}{2} + y_1 + y_2 + \cdots + y_{n-1} \right)$$

二、抛物线法

函数 $y=f(x)$ 在区间 $[a, b]$ 上连续, 用分点 $a_0 = x_0 < x_1 < x_2 < \cdots < x_{2n-1} < x_{2n} = b$ 将 $[a, b]$ 分成 $2n$ 个等长的小区间, 每个小区间的长度 $\Delta x = \frac{b-a}{2n}$, 过各分点作纵线垂直于 x 轴且与曲线 $y=f(x)$ 交于点 $A_1, A_2, \cdots, A_{2n}$ 这些点的纵标分别是 $y_0, y_1, \cdots, y_{2n}$, 在每个小区间

$[x_0, x_2], [x_2, x_4], \dots, [x_{2n-2}, x_{2n}]$, 运用抛物线下的面积公式, 就有

$$\int_a^b f(x) dx \approx \frac{b-a}{6n} ((y_0 + y_{2n}) + 4(y_1 + y_3 + \dots + y_{2n-1}) + 2(y_2 + y_4 + \dots + y_{2n-2}))$$

复习与思考题

习题六 A 组 B 组

拓展阅读书目

高等数学 第五版 上册 同济大学应用数学系主编

经济数学基础(一) 微积分解题思路和方法 袁荫棠主编

数学复习指南(经济类、考研数学系列) 陈文灯主编

微积分学习辅导与解题方法 刘书田主编

《管理学原理》教学大纲

柴小青 编写

目 录

前 言	128
一、课程说明	128
二、教学方法	129
第一章 管理与管理学概述	130
第一节 管理概述	130
一、管理的概念及其基本特征	130
二、管理的性质	130
三、管理的职能	130
四、管理人员的分类	131
五、管理人员的技能要求	131
第二节 管理学概述	131
一、管理学的特点	131
二、管理学的研究对象和内容	131
三、学习和研究管理学的方法	131
第三节 管理——科学与艺术的结合	131
思考题	131
讨论题	132
互联网资料	132
拓展阅读书目	132
第二章 管理理论的演变与发展	133
第一节 管理思想与理论的历史沿革	133
一、中国管理思想的历史演进	133
二、西方管理理论的形成与演变	133
第二节 古典管理理论	133
一、科学管理理论	133
二、古典组织理论	133
第三节 行为科学理论	133
第四节 现代管理理论	134
一、社会系统学派	134
二、决策理论学派	134
三、经验主义学派	134
四、权变理论学派	134
五、管理科学学派	134
六、系统管理学派	134
思考题	134
讨论题	135
互联网资料	135
拓展阅读书目	135

第三章 战略管理与决策	136
第一节 管理环境	136
一、组织与环境的关系	136
二、宏观环境分析	136
三、微观环境分析	137
第二节 战略管理	137
一、企业战略的概念及其特点	137
二、战略管理的过程	137
三、战略的类型	138
第三节 决 策	138
一、决策的概念及分类	138
二、科学决策的程序和步骤	139
三、决策方法	139
思考题	140
讨论题	140
互联网资料	140
拓展阅读书目	140
第四章 计划工作	141
第一节 计划工作概述	141
一、计划工作的概念、性质及作用	141
二、计划的类型	141
三、计划工作的步骤	142
第二节 现代计划技术与方法	142
一、滚动计划法	142
二、投入产出法	142
三、线性规划	142
第三节 目标与目标管理	142
一、目标的概念、特征与分类	142
二、目标管理	143
思考题	143
讨论题	143
互联网资料	143
拓展阅读书目	143
第五章 组织工作	145
第一节 组织概述	145
一、组织的含义及功能	145
二、组织工作	145
第二节 组织设计	146
一、组织设计的任务	146
二、组织设计的原则	146
三、组织设计的程序	146
四、组织设计的主要内容	147

第三节 组织结构	147
一、影响组织结构形式的因素	147
二、组织结构体系	147
三、组织结构的主要形式	147
四、当代企业组织结构变化的基本趋势	149
第四节 组织运行	149
一、正式组织与非正式组织	149
二、集权与分权	150
三、直线职权和参谋职权	151
思考题	151
讨论题	151
互联网资料	151
拓展阅读书目	151
第六章 组织变革	153
第一节 组织变革的理论	153
一、组织变革的动力	153
二、组织变革的内容	153
三、组织变革的实施	153
四、组织变革的阻力及克服	154
第二节 组织文化与跨文化管理	154
一、组织文化的含义	154
二、组织文化的内容	154
三、组织文化的特点	154
四、组织文化对管理实践的影响	154
五、跨文化管理	154
第三节 团队建设	155
一、认识团队	155
二、团队的功能	155
三、团队的构成要素	155
四、团队建设的流程	156
五、塑造团队精神	156
思考题	156
互联网资料	156
拓展阅读书目	156
第七章 人力资源管理	157
第一节 人力资源管理概述	157
一、人力资源的概念	157
二、人力资源管理的含义及内容	157
三、人力资源规划	157
第二节 人力资源管理的主要活动	158
一、工作分析	158
二、人员招聘	158

三、绩效考评.....	159
四、薪酬管理.....	159
五、培训与开发.....	160
六、人力资源保护.....	161
思考题.....	161
讨论题.....	161
拓展阅读书目.....	161
第八章 领导工作.....	162
第一节 领导概述.....	162
一、领导的本质.....	162
二、领导者的作用.....	163
三、领导的权力与影响.....	163
四、领导工作遵循的原理.....	163
第二节 领导理论.....	164
一、领导品质理论.....	164
二、领导行为理论.....	164
三、领导权变理论.....	165
第三节 领导艺术.....	165
一、领导艺术的特点.....	165
二、领导艺术的内容.....	165
思考题.....	166
讨论题.....	166
互联网资料.....	166
拓展阅读书目.....	166
第九章 激 励.....	167
第一节 激励概述.....	167
一、激励的心理机制.....	167
二、激励的含义.....	168
三、激励理论对人的认识.....	168
四、激励工作的依据.....	168
第二节 激励理论.....	169
一、需要型激励理论.....	169
二、过程型激励理论.....	169
三、状态型激励理论.....	170
第三节 激励实践.....	172
一、激励的意义.....	172
二、进行有效激励的原则.....	172
三、激励方式.....	172
思考题.....	172
讨论题.....	173
互联网资料.....	173
拓展阅读书目.....	173

第十章 信息沟通.....	174
第一节 信息沟通的概念和过程.....	174
一、信息沟通的含义及作用.....	174
二、信息沟通的过程和要素.....	174
第二节 信息沟通的方式和渠道.....	174
一、信息沟通的方式.....	174
二、信息沟通的渠道.....	175
第三节 信息沟通的障碍及消除方法.....	176
一、有效沟通的障碍.....	176
二、消除沟通障碍的方法.....	176
思考题.....	177
讨论题.....	177
互联网资料.....	177
拓展阅读书目.....	177
第十一章 控制工作.....	178
第一节 控制工作概述.....	178
一、控制的含义及其重要性.....	178
二、控制系统.....	178
三、控制的类型.....	179
第二节 控制工作的过程.....	180
一、控制的前提条件.....	180
二、控制的基本过程.....	180
三、控制工作的原则.....	180
第三节 控制技术与方法.....	180
一、预算法.....	180
二、网络技术.....	181
三、排队论.....	181
四、经营审计.....	181
五、管理信息系统.....	181
思考题.....	181
讨论题.....	182
互联网资料.....	182
拓展阅读书目.....	182
第十二章 当今管理的新发展与新挑战.....	183
第一节 当今管理学理论的新发展.....	183
一、企业资源计划.....	183
二、供应链管理.....	184
三、客户关系管理.....	184
第二节 网络化、信息化给管理者带来的挑战.....	184
第三节 全球化给管理者带来的挑战.....	184
一、全球化的市场.....	185
二、21 世纪的管理.....	185

思考题.....	185
讨论题.....	186
拓展阅读书目	186

前 言

一、课程说明

（一）编写本大纲的指导思想

《管理学》是教育部制定的工商管理类专业的专业核心课程和基础必修课程之一，又是管理学科体系中一门重要学科，主要是从一般理论、一般原理、一般特征的角度对管理活动加以研究，从中找出一般规律性。因此，也称一般管理学或管理原理学，是我校管理类各专业的共同专业基础课。

本大纲既强调基本理论和原理，又注重理论联系实际和加强应用能力，力求传统理论与现代观点相结合，管理原理与管理实践相结合，管理理念与管理过程相结合，历史与前沿相结合。通过本大纲的编写使学生全面了解管理学的课程性质特点、体系结构以及学习的目的和要求，以期为本课程的学习提供必要的指导，并为后续课程的学习打下良好基础。

（二）课程目的和基本要求

工商管理专业本科生一般没有亲身的工作经历。通过管理学的学习，应使他们对实际管理活动及其背后的基本原理有一定的认识和了解，为他们认识、理解实际管理活动提供理论支持。基本的管理原理和方法反过来又指导他们毕业后的实际工作。本课程是围绕一切组织的管理活动而展开的、以实践为指导的一门科学。通过本课程的学习，学生应能够：

1. 了解并掌握管理学的基本概念、基本原理，了解管理的历史演进过程，不同时期管理要解决的主要问题，管理学者和管理实践者解决管理工作和管理实践问题的方法和取得的成果；
2. 掌握管理学的基本方法，熟悉现代计划技术和方法、组织结构设计、人力资源管理、领导理论与沟通技能、控制技术，把握现代管理的决策支持、组织文化、激励方式、创新模式和信息系统；
3. 能运用所了解所掌握的基本概念、原理、方法去分析和解决实际管理问题，如：运用所学的知识分析实际管理案例，并提出自己的解决方法；如在学习完“计划”后，能运用所学内容编写日常生活、学习计划，甚至编写班级工作计划等；通过小组讨论、角色扮演和模拟演练，初步具备解决实际管理问题的能力。

（三）教学重点和难点

本课程的教学重点是以职能为主线的管理理论的全面系统阐述，如计划、组织、领导、控制等。在课程教学中，如何将西方先进的管理理念、管理理论兼收并蓄，与我国传统管理思想融合提炼，使之进一步转化为学生们的系统性管理知识，进而做到理论联系实际和学以致用是本课程的难点。

（四）知识范围及相关课程的关系

管理学作为一门介于社会科学与自然科学之间的边缘学科，本课程学习要求学生应该拥有较为广博的社会科学知识和必要的数学知识；作为一门实践性较强的应用科学，本课程要求学生有一定的实践活动基础以及对社会、企业概况的基本了解。此外，本课程要求学生要具备较强的价值判断能力和社会交往能力。通过本课程的学习可为后续课程的学习奠定一定的基础。其后续课程有市场营销、战略管理、人力资源管理、生产运作管理等。

（五）学时总数

48 课时

（六）教材与参考书

教材：

单宝玲、辛枫冬主编，《管理学原理》，天津大学出版社。

参考书：

周三多、陈传明、鲁明泓著，《管理学——原理与方法》，复旦大学出版社，2000 年版。

周三多主编，《管理学——教与学导引》，复旦大学出版社，2004 年版。

斯蒂芬·P·罗宾斯、大卫·A·德森佐著，《管理学原理》（第五版），东北财经大学出版社，2005 年版。

顾锋主编，《管理学》，上海人民出版社，2004 年版。

斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997 年版。

彼得·圣吉著，《第五项修炼》，上海三联书店，1994 年版。

阿尔弗雷德·D·小钱德勒著，《管理学：历史与现状》，东北财经大学出版社，2001 年版。

托马斯·弗里德曼著，《世界是平的》，湖南科学技术出版社，2006 年版。

迈克尔·波特（美）著，《竞争优势》，华夏出版社，2005 年版。

彼得·德鲁克著，《管理的实践》，机械工业出版社，2006 年版。

彼得·德鲁克著，《管理：使命、责任、实务》，机械工业出版社，2006 年版。

彼得·德鲁克著，《21 世纪的管理挑战》，机械工业出版社，2006 年版。

哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993 年版。

W·H·纽曼，小 C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995 年版。

二、教学方法

1. 应用各种不同方式和方法（如启发式、讨论式、探究式、活动式、联想式等）调动学生学习积极性，启发学生主动获取知识，深入理解和掌握课程内容。

2. 在教学中采用多媒体教学，丰富课堂内容，扩大课堂信息量。

3. 加强案例教学，即理论讲授与案例教学相结合，培养学生灵活运用管理学基本原理方法分析问题、解决问题的能力。要求学生独立思考，认真研究，以不同方式进行互动交流讨论。在整个过程中启发引导学生积极思考问题，及时做好总结，鼓励创新思维。

4. 充分应用网络资源，拓展同学们的视野，了解学科前沿，培养同学们的专业意识，有计划地推动网络教学活动的实施。

第一章 管理与管理学概述

本章教学目标：

1. 理解管理的概念及其基本特征；
2. 掌握管理的两重性和各种职能；
3. 理解管理人员的分类和技能要求；
4. 理解管理学的特点、研究对象和内容；
5. 了解学习和研究管理学的方法；
6. 理解管理是科学与艺术的结合的含义。

本章重点和难点：

1. 管理的定义；
2. 管理的职能及相互关系；
3. 管理是科学与艺术的结合。

学时分配：3 课时

第一节 管理概述

一、管理的概念及其基本特征

1. 管理的概念。管理是根据组织的内外环境条件，通过计划、组织、领导、控制等一系列的活动，对组织所拥有的资源进行合理配置和有效使用，以实现组织预定目标的过程。

2. 管理的基本特征。管理的目的是实现组织的预定目标；管理是一个过程；管理达到目标的手段是正确地运用组织拥有的各种资源；管理的主体是管理者；管理活动是在一定的环境条件下开展的。

二、管理的性质

1. 管理的两重性。自然属性；社会属性。
2. 管理两重性之间的相互关系。两者是相互联系、相互制约的。

三、管理的职能

1. 计划职能。计划是对未来活动如何进行的预先筹划。
2. 组织职能。组织就是根据已制定好的计划，把组织活动的各个要素、各个环节和各个方面，从劳动的分工和协作上，从纵横交错的相互关系上，从时间和空间的连结上，合理地组织起来，已形成一个有机整体，使组织的人、财、物、信息等资源得到最合理的配置和利用。
3. 领导职能。领导是指利用组织赋予的权利和自身的能力去指挥和影响下属为实现组织目标而努力工作的管理活动过程。
4. 控制职能。控制是促使组织的活动按照计划规定的要求展开的过程，是为了保证组织按预定要求运作而进行的一系列工作。
5. 四种职能之间的相互关系。相互关联、相互制约、不可分割。

四、管理人员的分类

1. 什么是管理人员。是指任何组织内要管理下属或有责任调动各种资源的人员。
2. 管理人员的层次分类。高层管理人员；中层管理人员；基层管理人员。
3. 管理人员的领域分类。综合管理人员；专业管理人员。

五、管理人员的技能要求

1. 技术技能。技术技能是指使用某一专业领域内有关的工作程序、技术和知识完成组织任务的能力。
2. 人际技能。人际技能是指与处理人事关系有关的技能，即理解、激励他人并与他人共事的能力。
3. 思维技能。思维技能是指综观全局、把握组织未来发展的能力，也就是洞察组织与环境相互影响之复杂性的能力。

第二节 管理学概述

一、管理学的特点

1. 历史性。管理学是对前人的管理实践、管理思想、管理理论的总结、扬弃和发展。
2. 综合性。管理学是介于社会科学与自然科学之间的边缘科学。
3. 实践性。管理学是一门应用科学。

二、管理学的研究对象和内容

1. 研究对象。组织实践活动的客观规律。
2. 研究内容。生产力方面；生产关系方面；上层建筑方面。

三、学习和研究管理学的方法

1. 马克思主义的辩证唯物法是学习和研究管理学的理论指导。
2. 系统论、信息论和控制论在管理中应用。
3. 理论联系实际。
4. 综合方法的运用。行政、经济、法律、教育和激励、优化等方法。

第三节 管理——科学与艺术的结合

管理是利用系统化的管理科学知识，并根据实际情况发挥创造性的艺术。在管理实践中，管理者要注重技术和技巧的运用和发挥，管理是一种通过其他人来完成工作的艺术。

思考题

1. 什么是管理的两重性原理？举例说明其现实意义何在？
2. 管理的职能有哪些？分别简述之。各管理职能之间有何关系？
3. 为什么说管理是科学和艺术的结合？你对此有何认识和体会？
4. 联系实际说明为什么要学习、研究管理学？

讨论题

在什么情况下，一个只有两名雇员的自行车修理铺老板的工作与自行车车行总经理的工作具有相似性？在什么样的工作情况下他们又有所区别？请讨论。

互联网资料

中外管理 <http://www.zwgl.com.cn>

中国管理传播网 <http://manage.org.cn>

拓展阅读书目

1. 朱镕基，“管理科学，兴国之道”，载《光明日报》1996年9月8日。
2. 哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993年版，第1章，p.1—27。
3. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997年版，第1章，p.1—22。
4. W·H·纽曼，小C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995年版，第1章，p.1—29。

第二章 管理理论的演变与发展

本章教学目标：

1. 了解中外管理思想、理论的演变；
2. 掌握各管理理论分支的代表人物、内容及特点。

本章重点和难点：

1. 泰罗的科学管理理论；
2. 法约尔的 14 项管理原则；
3. 梅奥的霍桑试验；
4. 西蒙的决策理论。

学时分配：3 课时

第一节 管理思想与理论的历史沿革

一、中国管理思想的历史演进

1. 中国古代管理思想。儒家；道家；法家；兵家。
2. 中国近代管理思想。民族资本主义经营中的经济管理思想。

二、西方管理理论的形成与演变

1. 亚当斯密，《国富论》，劳动分工。
2. 泰罗，科学管理。

第二节 古典管理理论

一、科学管理理论

1. 泰罗及他的科学管理理论。科学管理之父；制定工作定额；选择“第一流的工人”；实施标准化管理；实行差别计件工资制；强调工人与雇主合作的“精神革命”；主张计划职能与执行职能分开；实行职能工长制；在管理控制上实行例外原则。
2. 泰罗科学管理理论的发展。卡尔·巴斯；亨利·甘特；吉尔布雷斯夫妇；亨利·福特。

二、古典组织理论

1. 法约尔的管理过程理论。现代经营管理之父；经营与管理的区别；管理的 5 项职能；14 项管理原则。
2. 韦伯的理想行政组织理论。组织理论之父；韦伯的理想科层制的六大组织特征。

第三节 行为科学理论

- 一、行为科学理论的主要内容
- 二、梅奥及其人际关系理论

霍桑实验；关于“社会人”的观点；关于非正式组织的观点；关于士气的观点。

第四节 现代管理理论

一、社会系统学派

1. 代表人物：巴纳德
2. 主要内容：(1)组织是一个协作系统；(2)正式组织的基本要素，协作意愿、共同目标、信息沟通及其 7 条准则；(3)关于组织中的非正式组织；(4)管理者的职能与权利。

二、决策理论学派

1. 代表人物：西蒙
2. 主要内容：(1)管理就是决策；(2)关于决策过程分为三个主要阶段的划分；(3)主张用“令人满意的准则”作为决策准则；(4)程序化决策和非程序化决策的划分；(5)决策对组织机构设置的制约；(6)决策的技术和方法。

三、经验主义学派

1. 代表人物：彼得·德鲁克；埃尔弗雷德·斯隆；欧内斯特·戴尔
2. 主要内容：(1)管理的性质和任务；(2)目标管理思想；(3)企业管理的组织结构；(4)比较的方法研究和概括企业管理经验。

四、权变理论学派

1. 代表人物：弗雷德·卢桑斯；亨利·明茨伯格
2. 卢桑斯的“如果—就要”函数关系。

五、管理科学学派

1. 管理科学学派对管理及管理学的理解
2. 主要特征：(1)以最小的投入获得最大的产出；(2)组织管理中数学的应用；(3)管理中电子计算机技术的应用；(4)将系统观念引进管理方法之中。

六、系统管理学派

1. 代表人物：弗里蒙特·卡斯特；杰伊·福莱斯特
2. 卡斯特等人的系统理论：系统管理的内容；企业系统模型。
3. 福莱斯特的工业动态系统理论：建立和分析工业动态系统模式的 6 个步骤。

思考题

1. 泰罗的科学管理理论的主要内容有哪些？为什么说泰罗是“科学管理之父”？
2. 法约尔管理过程理论的内容是什么？
3. 韦伯对古典组织理论的主要贡献是什么？
4. 孔茨提出的“管理理论丛林”是什么意思？它涉及哪些主要学派？

讨论题

1. 最近, 管理学界出现“寻根问祖”的回归浪潮, 如《大易管理》、《中国式管理》的热销, 你怎么看待中国古代的管理思想, 讨论其对现代企业经营有何启示。

2. “泰勒和法约尔给予我们一些明确的管理原则, 而权变方法却说一切取决于当时的情境, 我们倒退了 70 年, 从一套明确的原则退回到一套不明确和模糊的指导方针上去了”。你是否同意这种说法, 为什么?

互联网资料

管理世界 <http://www.mwm.com.cn>

中国管理咨询网 <http://www.chinamc.org.cn/index.htm>

拓展阅读书目

1. 泰罗著, 《科学管理理论》, 中国社会科学出版社, 1978 年版。
2. 哈罗德·孔茨, 海因茨·韦里克著, 《管理学》(第九版), 经济科学出版社, 1993 年版, 第 2 章, p.27—64。
3. 斯蒂芬·P·罗宾斯著, 《管理学》(第四版), 中国人民大学出版社, 1997 年版, 第 2 章, p.22—44。
4. 阿尔弗雷德·D·小钱德勒著, 《管理学: 历史与现状》, 东北财经大学出版社, 2001 年版。
5. D·A·雷恩著, 《管理思想的演变》, 中国社会科学出版社, 1995 年版。

第三章 战略管理与决策

本章教学目标：

1. 了解组织与管理环境的关系，掌握宏观、微观环境分析的内容；
2. 掌握战略管理的过程和企业战略的类型；
3. 掌握决策的定义、原则、类型、程序，掌握决策的基本方法。

本章重点和难点：

1. 管理环境对管理实践的影响；
2. 战略的基本类型，利用波士顿矩阵进行战略组合分析；
3. 决策的基本方法，如盈亏平衡分析方法、最大最小收益值法、最大最大收益值法、最小最大后悔值法、决策树法等定量分析方法的使用；
4. 决策的满意原则与最优原则的区别。

学时分配：5 课时

第一节 管理环境

一、组织与环境的关系

1. 宏观环境。宏观环境是指只对某一特定社会中所有企业或其他组织都有广泛影响的环境因素，如国家的政治环境、经济环境、技术环境、社会环境等。
2. 微观环境。微观环境是指与实现组织目标相关的环境，包括供应商、顾客、竞争者、社会公众等。
3. 组织与环境的关系。

二、宏观环境分析

1. 政治与法律环境。政治与法律环境泛指一个国家的社会制度，政府的方针、政策以及国家制定的有关法令、法规等。
2. 经济环境。经济环境反映了企业经营所在国家或地区的总体经济状况，是影响组织行为诸多因素中最关键、最基本的因素，对组织产生的影响更直接，更为重要。其中最主要的是宏观经济周期性波动和政府所采取的宏观经济政策。
 - (1) 可支配个人收入。
 - (2) 可随意支配个人收入。
 - (3) 货币收入。
 - (4) 实际收入。
3. 技术环境。技术是指管理者在设计、制造、分销产品和服务时所使用技能和设备的总称，技术环境是指一个社会总体的科技水平。
4. 社会环境。社会是人群生活所组成的各种组织体及行为规范与态度的集合。社会环境包含的内容十分广泛，如人口及其年龄结构、家庭结构、价值观念、风俗习惯、消费方式、审美标准、宗教信仰、教育文化水平等。

三、微观环境分析

1. 供应商。供应商是向组织供应原材料、部件、能源、劳动力和资金等资源的组织。与供应商有关的主要威胁，是供应商强有力的讨价还价能力和限制企业获得重要资源的控制能力。

2. 顾客。德鲁克曾说：“企业的目的只有一个有效的定义，那就是创造顾客。”

(1) 定义。顾客是指购买企业产品或服务的购买者，主要包括所有出于直接使用目的以及为再加工或再销售目的而购买本企业的个人或组织。

(2) 五种购买市场。

(3) 组织与顾客的关系。

3. 竞争者。

(1) 定义。竞争者是指与本组织存在资源和市场争夺关系的其他同类型组织。

(2) 类型。愿望竞争者、一般竞争者、产品形式竞争者、品牌竞争者。

4. 社会公众。

(1) 定义。公众通常是指对组织实现其目标具有实际的或潜在的利害关系或影响力的任何团体或个人。

(2) 类型。媒体公众、政府公众、地方公众等。

第二节 战略管理

一、企业战略的概念及其特点

1. 战略管理思想的渊源。

2. 概念。企业战略是指在对企业外部环境和内部条件进行有效分析的基础上，为求得企业长期的生存与发展，对企业目标的实现途径和手段的总体设想和谋划。

3. 现代企业管理重心向战略管理的转移。

4. 企业战略的特点。

(1) 全局性；(2) 长远性；(3) 竞争性；(4) 纲领性；(5) 风险性。

二、战略管理的过程

1. 确定战略经营内容和使命。实行战略管理，首先必须明确战略方向。为此，必须对组织的战略经营内容与使命有一个明确的概念和认识，也即要明确在相当长的战略时期中，企业准备做什么。

2. 制定战略目标。必须确定以下内容：所要实现的市场地位和竞争地位，年度盈利目标，通过选择的行动要实现的主要财务和经营成果以及其他实绩目标。

3. 进行战略规划。

(1) 战略规划的内容：①对变化着的条件做出反应；②配置资源；③在所参与的行业中进行竞争；④在企业的每一个经营单位内，在主要职能领域和经营部门采取什么行动和方法，可以使整个经营单位形成一致而有力的战斗力量。

(2) 战略规划的层次：①总体战略；②经营事业战略；③职能战略。

4. 实施战略方案。

(1) 实施战略方案：①建立能够实施战略计划的组织机构；②编制战略支持预算与规划；③使资源的投入能够保证实现组织目标及其选定的战略；④把奖惩结构直接与实现目标的结果挂起钩

来；⑤创造一种有利于全面实现战略目标的组织文化；⑥制定有利于战略实施的政策与方法；⑦建立追踪和控制战略实施进程的信息与报告系统；⑧加强内部领导，推动战略实施，随时改进战略实施方法。

（2）战略实施的原则：“战略决定结构”。

5. 评估战略实施，进行积极的调整。

三、战略的类型

1. 根据企业所拥有的资源态势和经营范围划分。

（1）专业化战略。

①定义：是指企业将其资源集中起来，运用某种专项技术生产某种专用产品并推向某个细分市场。

②优点与缺点。

（2）一体化战略。

定义：是指在同一行业内扩大企业的经营范围，包括把企业的业务范围后向扩大到供给资源和前向扩大到最终产品的直接使用者，还包括收买或兼并同类产品企业或与同类企业合营，以扩大生产规模。

（3）多角化战略。

①定义：是指从事扩展与原有经营业务有明显区别的业务，企业同时生产或经营几个行业的产品或劳务。

②使用范围：规模庞大、资金雄厚、市场开拓能力强而适应能力差的大型企业。

③作用：分散经营风险和有效利用经营资源。

④形式：相关多样化和不相关多样化。相关多样化的四种常见方法。不相关多样化的三种常用方法及其常见的三大障碍。

2. 根据企业所面临的竞争态势划分

（1）防守型战略。适用于一般处于比较稳定环境中的企业和组织，或者市场领先者。

（2）进攻型战略。适用于一般处于动荡不安的变化环境中的企业。

（3）追随型战略。多数企业为了避免与主导者正面竞争而使双方两败俱伤所采取的战略。（4）补缺型战略。适用于规模较小的企业避开大企业市场的情况。

（5）撤退型战略。适用于经营环境不利的情况。

3. 根据企业所面临的经营态势划分

（1）成本领先战略。

（2）特色经营战略。

（3）市场集中战略。

4. 战略组合

波士顿矩阵图（明星、问号、金牛、瘦狗）。

第三节 决策

一、决策的概念及分类

1. 决策的概念。管理者为了达到某一目标而从若干可行方案中选择一个合理方案的分析、判断的过程。要点：决策目标，若干可行方案，满意标准。

2. 决策的分类。

(1) 按决策的影响程度分类。

① 战略决策：是指与确定组织发展方向和远景有关的重大决策。特点。

② 管理决策：是指组织的中层管理人员所作的决策，是为了保证总体战略目标的实现而解决组织局部重要问题的决策。

③ 业务决策：是指组织基层人员为解决日常工作和作业任务中的问题所作的决策。

(2) 按决策问题的性质分类。

① 程序化决策：是指对常规的、反复发生的问题进行决策。

② 非程序化决策：是指对偶然发生的或首次出现而较为重要的非重复性问题进行决策。

(3) 按决策的条件和结果分类。

① 确定型决策：是指各方面的情况清楚，明确每一方案只有一个确定结果的决策。

② 不确定型决策：是指面临许多不可控因素，一个方案可能存在不同的结果，决策者在各种可能的执行结果面前，连事件的概率也无从确定，在很大程度上取决于决策者的判断能力和随机应变的能力。

③ 风险型决策：是指有许多不可控因素，一个方案可能有不同的结果，决策者要根据影响决策的客观因素所出现的概率来选择方案，但概率只是可能性的大小，不等于现实，因而需承担一定的风险。

二、科学决策的程序和步骤

1. 发现问题。(1) 当组织内的情况发生变化时；(2) 当环境发生变化时；(3) 当组织运行与计划目标发生偏差时；(4) 当组织管理工作受到各种批评时。

2. 确定目标。(1) 目标的可能性；(2) 目标的可行性；(3) 目标的可衡量性；(4) 目标的重要性；(5) 目标的伸缩性；(6) 目标的一致性。

3. 明确价值准则。(1) 确定价值指标；(2) 价值指标排序；(3) 指明约束条件。

4. 拟定各种可行方案。(1) 拟定出两个以上可行方案；(2) 明确列出各个方案中的限制性因素；(3) 拟定方案要有创新性。

5. 评价和选择方案。

6. 实施决策人方案。

7. 监督反馈。(1) 规定规章制度；(2) 分析评价方案的执行情况；(3) 实施控制，纠正偏差，进行有效的监督反馈。

三、决策方法

1. 定性决策法

(1) 定义：定性决策方法又称主观决策法，是指在决策中主要依靠决策者或有关专家的智慧来进行决策的方法，这是一种软技术。

(2) 常用的方法：经理人员决策法、专家会议法、头脑风暴法、德尔菲法。其中德尔菲法：

① 实施过程：拟定决策提纲，选定决策专家，征询专家意见，修改决策意见，确定决策结果。② 特点：匿名性、反馈性、收敛性。

2. 定量决策法

(1) 定义。定量决策法又称计量决策方法，是建立在数学工具基础上的决策方法，是一种硬技术。

(2) 分类。

①确定型决策方法：盈亏平衡分析方法是对已确定投产的方案，在一定时期内产品制造成本、售价与产量之间相互关系的分析研究。会用盈亏平衡分析方法进行决策。

②非确定型决策方法：最大最小收益值法，最大最大收益值法，最小最大后悔值法

③风险性决策方法：决策树法是以图解方式分别计算方案的损益期望值，再通过综合损益值比较作出决策。决策树的要素：决策点、自然状态点、方案枝、概率分枝。单极决策问题的分析方法。多级决策问题的分析方法。

思考题

1. 管理环境主要包括哪些因素？他们对管理实践可能有什么影响？
2. 概述战略管理过程。
3. 利用波士顿矩阵如何作战略组合分析？
4. 什么是满意决策？它与最优决策有何不同？
5. 简述决策的基本程序。

讨论题

“越来越多的管理者使用计算机，这将使得决策更加合理。”你同意这句话吗？为什么？

互联网资料

《中国经营报》 <http://www.cb.com.cn>

《经济观察报》 <http://www.eobserver.com.cn>

中国企业战略网 <http://www.chinact.org>

拓展阅读书目

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997年版，第3、6章，p.55—72. p.117—138。
2. F·X·贝阿等著，《企业管理学》（第一卷），复旦大学出版社，1996年版，第3、4章，p.113—259. p.261—352。
3. M·E·波特著，《竞争战略》，华夏出版社，1997年版，第1章，p.2—33。
4. W·H·纽曼，小C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995年版，第11、12、13、14章，p.291—400。

第四章 计划工作

本章教学目标：

1. 了解计划的概念与作用；
2. 了解计划的分类；掌握计划编制过程；
3. 掌握现代计划技术与方法；
4. 掌握目标管理的基本思想、特点与过程。

本章重点和难点：

1. SWOT 分析法。
2. 滚动计划法、投入产出法、线性规划等现代计划技术方法的应用。
3. 目标管理的特点与过程。

学时分配：4 课时

第一节 计划工作概述

一、计划工作的概念、性质及作用

1. 计划工作的概念与性质

（1）概念。计划是对现在及过去有关信息进行分析、对未来的发展进行预测，以确定使组织能达到其目标的行为方案的全过程。

（2）性质。目的性，主导性，普遍性，效率性，创造性。

2. 计划工作的作用

（1）计划工作在整个管理工作中处于主导性的地位；

（2）计划工作促使组织目标的更快实现；

（3）计划工作使管理者对未来的机会或困难有足够的准备并提出对策；

（4）计划工作是完成现代化大生产的必要前提。

二、计划的类型

1. 根据计划的广度分类

（1）战略计划。是指应用于整体组织，为组织设立总体目标和寻求组织在所对应的环境中的地位的计划。

（2）作业计划。是指规定总体目标如何实现的细节的计划。

2. 根据计划的时间期限分类

（1）长期计划。又称远景规划，其时间跨度一般多在五年以上，是为实现组织的长期目标服务的具有战略性、纲领性指导意义的综合性发展计划。

（2）中期计划。时间跨度一般为二到五年，是根据长期计划提出的战略目标和要求，并结合计划期内实际情况制定的计划。

（3）短期计划。时间一般在一年以内，是为实现组织的短期目标服务的，最接近实施的行动计划。

3. 根据计划的明确性分类

（1）指导性计划。

(2) 具体性计划。

三、计划工作的步骤

1. 评估状况：SWOT 分析。
2. 确定目标
3. 确定前提条件
4. 拟定可行方案
5. 评价备选方案
6. 选择行动方案
7. 拟定派生计划
8. 编制预算

第二节 现代计划技术与方法

一、滚动计划法

1. 定义

滚动计划法是一种动态编制计划的方法。等一项计划全部执行完了以后再重新编制下一个时期的计划，而是在每次编制或调整计划时，均将计划时间顺序向前推进一个计划期，即向前滚动一次。

2. 适用范围。

二、投入产出法

1. 定义

投入产出法是在一种经济理论指导下，编制投入产出表，建立投入产出数学模型，研究各种经济活动的投入与产出之间的数量依存关系，特别是研究和分析国民经济各个部门或各种产品的生产与消耗之间数量依存关系的经济数学方法。

2. 投入产出表。

三、线性规划

1. 定义

线性规划主要用于研究对现有资源如何进行统一分配、全面安排、合理调度或最优设计等问题。

2. 用线性规划解决计划问题的条件。

第三节 目标与目标管理

一、目标的概念、特征与分类

1. 目标的概念

目标就是指组织根据其内外环境和条件而提出的在一定时期内经过努力所要达到的预期成果。

2. 目标的特征

- (1) 层次化：三个层次的划分。
- (2) 多样化。

(3) 网络化。

3. 目标的分类

- (1) 主要目标和次要目标。
- (2) 控制性目标和突破性目标。
- (3) 长期目标和短期目标。
- (4) 明确目标和模糊目标。
- (5) 定性目标和定量目标。

二、目标管理

1. 目标管理的形成和发展

由彼得·德鲁克在 1954 年发表的《管理的实践》一书中最早提出，也称为成果管理。

2. 目标管理的概念与特点

(1) 概念：目标管理（MBO）就是把最高管理层所制定的一定时期内的总目标，进行层层分解和落实，要求下级管理人员以及每个员工都要根据上级目标，分别制定各自目标和保证措施，从而形成一个目标体系，并以此做为各部门或个人考核的依据。

(2) 目标管理的理论体系。

(3) 特点：明确目标；参与决策；规定时限；评价绩效。

3. 目标管理的过程

- (1) 确定整体目标。
- (2) 建立目标体系。
- (3) 明确责任。
- (4) 组织实施。
- (5) 目标评价与反馈。

思考题

- 1. 简述计划工作的步骤。
- 2. 滚动计划法的基本原理是什么？
- 3. 什么是目标管理？对企业管理而言，目标管理的意义何在？
- 4. 什么是 SWOT 分析法？

讨论题

- 1. “预测是浪费管理者的时间，因为没有人能准确的预测未来”，你是否同意这种说法，请说明你的观点。
- 2. 你认为在什么情况下 MBO 最有用？试讨论。

互联网资料

中国企管网：<http://www.china-qg.com>

中华企管网：<http://www.wiseman.com.cn>

聪科资本营运企划网：<http://www.smartplan.com.cn>

拓展阅读书目

- 1. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997 年版，第 7

章，p.149—163。

2. F·X·贝阿等著，《企业管理学》（第二卷），复旦大学出版社，1998年版，第1章。

3. 彼得·德鲁克著，《管理的实践》，机械工业出版社，2006年版。

4. 哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993年版，第3章，p.64—92。

第五章 组织工作

本章教学目标：

1. 了解组织的含义、功能；
2. 掌握组织设计的任务、原则、程序、内容；
3. 掌握各种组织结构的形式、特点、优缺点、适用范围；
4. 了解组织结构变化的基本趋势；
5. 掌握组织运行的有关情况，如正式组织与非正式组织、集权与分权；
6. 掌握职权的类型。

本章重点和难点：

1. 组织设计的任务；
2. 组织设计的原则；
3. 管理幅度；
4. 各种组织结构的区别运用；
5. 正式组织与非正式组织；
6. 集权与分权；
7. 直线职权与参谋职权。

学时分配：6 课时

第一节 组织概述

一、组织的含义及功能

1. 管理学中组织的概念

(1) 概念。首先，作为实体本身的组织，是人们为了实现某一共同目标，经过分工和合作，建立起不同层次的责任和职权制度后而形成的人的集合。其次，作为涉及活动过程的组织是指为了实现组织目标对组织的资源进行有效的配置过程。从本质上来说组织是人们为了实现共同目标而采用的一种手段和工具。

(2) 组织的要素。①组织必须具有共同目标；②必须有分工与协作；③要有不同层次的权力与责任制度；④激发员工自愿效力。

2. 组织的功能

- (1) 组织的凝聚功能。
- (2) 组织的协调功能。
- (3) 组织的制约功能。
- (4) 组织的激励功能。

二、组织工作

1. 组织工作的定义

组织工作是指通过设计和维持组织内部的结构和相互之间的关系，使人们为实现组织的目标而有效的协调工作的过程。这个定义强调两个要点：一是指组织的内部结构，主要是指部门结构；二是指组织的相互关系，主要是指组织成员中的权责关系。

2. 组织工作的内容和任务

(1) 组织设计；(2) 组织联系；(3) 组织运行；(4) 组织变革。

第二节 组织设计

一、组织设计的任务

组织设计的根本任务就是要绘制组织结构系统图和编制职位说明书。

1. 组织结构系统图

(1) 定义。组织结构系统图简称组织结构图，是描述组织的所有部门以及部门之间关系的框图。它描述了组织的职权分配、信息传递方式、部门划分以及组织的集权分权程度。

(2) 组织结构的五大效果。

2. 职位说明书

(1) 定义。职位说明书是描述组织中某一具体职位的书面说明，它不仅是组织规范化的管理文件，而且是人员培训的主要标准。

(2) 内容。完整的职位说明书包括职位名称、直属上级、责任与义务、工作项目、素质、权责范围、工作关系、工资等级等内容。

二、组织设计的原则

1. 目标可行原则

2. 有效性原则

3. 管理幅度原则

管理幅度是指一名领导者能够直接而有效地指挥下级的人数。

4. 统一指挥原则

统一指挥原则是指组织的各级机构以及个人必须服从一个上级的命令和指挥，从而保证命令和指挥的统一，避免多头领导和多头指挥，使组织最高管理部门的决策得以贯彻执行。

5. 权责对等原则

6. 协调原则

7. 双向沟通原则

双向沟通原则是指组织内部的信息沟通结构，要改变传统的垂直单向沟通模式，而形成自上而下的有反馈、有交流的双向沟通网络。

三、组织设计的程序

1. 确定组织目标

2. 确定业务内容

3. 部门化和层次化

4. 配备职务人员

5. 确定职责和职权

6. 联成一体

四、组织设计的主要内容

组织设计包括横向和纵向两个方面。横向分工的结果是部门的设置,纵向分工的结果是管理权限的相对集中或分散。

1. 部门划分

常见的部门设计方法:人数部门化,时间部门化,工艺部门化,职能部门化,产品部门化,区域部门化,顾客部门化。

2. 管理层次划分

影响管理幅度的因素:管理者的能力,下属的成熟程度,工作的标准化程度,授权程度,工作条件,工作环境。

第三节 组织结构

一、影响组织结构形式的因素

1. 行业特点; 2. 生产规模; 3. 生产技术的复杂程度和专业化水平; 4. 市场需求的变化; 5. 企业的地理分析; 6. 企业的管理水平。

二、组织结构体系

1. 决策子系统; 2. 指挥子系统; 3. 参谋子系统; 4. 执行子系统; 5. 监督子系统; 6. 反馈子系统。

三、组织结构的主要形式

1. 直线制

(1) 特点:组织从决策到执行构成一个单线系统,指挥和管理的职能基本上都是由行政负责人自己执行,一个下属部门只接受一个上级领导者的命令。

(2) 优点:结构简单,权力集中,责任分明,上下关系清楚,命令统一。

(3) 缺点:组织结构缺乏弹性,要求主管人员须通晓多种知识技能,亲自处理各种业务,一旦决策失误,就会造成较大的损失。

(4) 适用范围:只适用于规模较小、生产技术比较简单企业。

2. 职能制

(1) 特点:在组织内各级管理部门除直线主管外,还建立了相应的职能机构。这些职能机构有权在自己的业务范围内,向下级单位下达指示和命令。因此,下级直线主管除了接受上级直线主管的领导和命令,还要接受上级各职能机构的领导和指令。

(2) 优点:能够适应现代组织技术比较复杂和管理分工精细的特点,能发挥职能机构的专业管理的作用,减轻上层主管人员的负担。

(3) 缺点:妨碍了集中领导和统一指挥,造成多头领导;不利于明确划分直线人员和职能科室的职责权限,容易造成管理混乱。

(4) 适用范围:现代企业一般都不采用职能制。

3. 直线—职能制

(1) 特点:这种组织结构形式把企业管理结构和人员分成两套系统,一套是按命令统一原则组织的指挥系统,在职权范围内行使决定权和对所属下级的指挥权,并对自己部门的工作负全部责任。

任；另一套是按专业化原则组织的职能系统，是直线人员的参谋，有权提出建议，提供信息，并对下级进行业务指导，而不能进行直线指挥和命令。

（2）优点：既保证了企业管理体系的集中统一，又可以在各级行政负责人的领导下，充分发挥各专业管理机构的作用，职责分明，工作效率高，工作秩序井井有条，整个企业有较高的稳定性。

（3）缺点：各职能参谋部门和直线指挥部门之间易产生矛盾，职能部门的许多工作要向上级领导报告请示才能处理，使其主动性和积极性不易发挥；各职能部门之间互通情报少，因此协作和配合性较差；难以从企业内部培养全面型管理人员。

4. 事业部制

（1）特点：集中政策、分散经营，是一种高度集权下的分权管理体制，企业组织按产品类别、地区或经营部门分别成立若干事业部。

（2）优点：①有利于总公司最高领导层集中精力搞好经营决策和长远规划，并使各个事业部发挥经营管理的主动性，增强各事业部领导人的责任心；②使各事业部组成一个相对独立的经营管理系统，增强了企业的经营灵活性和市场适应性，提高了总公司的经营效率；③有利于公司开展多元化经营；④是培养全面管理人才的最好组织方式之一。

（3）缺点：①对事业部一级的管理人员的水平要求较高，每个事业部都相当于一个单独的企业，事业部经理要熟悉全面业务和管理知识才能胜任；②从整个公司的角度看，每个事业部都设置相关的职能部门，职能部门重复多，增加了管理人员和管理费用；③事业部实行独立核算，各事业部只考虑自身的利益，影响了事业部之间的协作。

（4）适用范围：适用于规模庞大、品种繁多、技术复杂的大型企业，是国外较大的联合公司所采用的一种组织形式。

5. 模拟分权制

（1）特点：模拟事业部制的独立经营、单独核算，而不是真正的事业部，实际上是一个个“生产单位”，但这些生产单位没有自己独立的外部市场，他们之间的经济核算，依据的是企业内部的价格，而不是市场价格。

（2）优点：调动了生产单位的积极性；解决了企业规模过大不易管理的问题，因为高层管理人员将部分权力分给生产单位，从而把精力集中到战略问题上来，使管理更加有效。

（3）缺点：不易为模拟的生产单位明确任务，造成考核上的困难，各生产单位领导人不易了解企业的全貌，在信息沟通和决策方面也存在缺陷。

（4）适用范围：对于大型材料企业，如造纸、钢铁、化工等企业解决组织结构问题，是最有效的形式。

6. 矩阵制

矩阵制又称为目标规划制，是由纵横两套管理系统组成的。一套是纵向的职能系统，是在职能部门经理的领导下的各职能或技术科室；另一套是为完成各项工作任务而组成的横向项目系统，一般是产品、工程项目或服务项目组成的专门项目小组或委员会，并设立项目小组经理，全面负责项目方案的综合工作。

（1）特点：为了完成某一特别的任务，由有关职能部门派人参加，力图做到条块结合，协调各部门活动，以保证任务完成。而对于参加项目的有关人员，一般要接受两方面的领导。

（2）优点：打破了传统的一个管理人员只接受一个部门领导的原则，使企业经营管理中的纵向和横向联系很好地结合起来，加强了各职能部门之间的配合，能够及时互通情况，共同决策，使各项专业管理能够比较协调灵活地执行任务，从而有利于提高工作效率；把不同专业部门的人员组织在一起，有利于激发组织成员的积极性和创造性，培养和提高专业技术人员的技术水平和管理业务水平；将完成某项任务所需要的各种专业知识集中起来，有利于加速开发新技术和试制新产品，同时

也为综合管理和职能管理的结合提供了组织结构模式；组织结构具有较好的适应性和稳定性，每个小组所负担的产品和项目，可以根据情况变化而变动。

（3）缺点：由于这种组织形式是实行横向、纵向双层领导，处理不当，会由于意见分歧而造成工作中的扯皮现象和矛盾；组织关系较复杂，对项目负责人的要求较高；由于项目完成后，项目小组即告解散，人员仍回到原单位，易产生临时观念，会导致人心不稳。

（4）适用范围：适用于横向协作和攻关项目，企业可用来完成涉及面较广的、临时性的、复杂的重大工程项目或管理改革任务。

7. 委员会制

委员会由一群人所组成。委员会中各个委员的职权是平等的，并依据少数服从多数的原则决定问题。

（1）特点：集体决策、集体行动。

（2）分类：按时间长短分，有常设委员会和临时委员会；按职权分，有直线式和参谋式的；还有正式和非正式之分。

（3）目的：为了集思广益，产生解决问题的更好方案；利用集体决策，防止个人或部门的权限过大，滥用职权；加强沟通，了解和听取不同利益集团的要求，协调计划和执行的矛盾；通过鼓励参与，激发决策执行者的积极性。

（4）优点：可以充分发挥集体的智慧，避免个别领导人的判断失误；少数服从多数，可防止个人滥用职权；地位平等，有利于从多个层次、多种角度考虑问题，并反映各个方面人员的利益，有助于沟通和协调；可在一定程度上满足下属的参与感，有助于激发组织成员的积极性和主动性。

（5）缺点：作出决定往往需要较长时间；采用集体负责，个人责任不清；有委曲求全、折中调和的危险；有可能为某一特殊成员所把持，形同虚设。

（6）适用范围：对于处理权限争议问题和确定组织目标是比较好的一种形式。

四、当代企业组织结构变化的基本趋势

1. 重心两极化。企业结构特征由“橄榄型”向“哑铃型”转变。

2. 外形扁平化。组织结构由“金字塔”向“扁平式”转变。

3. 运作柔性化。柔性指企业组织结构的可调整性，对环境变化、战略调整的适应能力。

4. 整体形态创新。虚拟企业的产生，它的突出特点是将传统企业固定的、封闭的、集权式结构改变为开放式的网络结构。

5. 学习型组织。学习型组织是指通过培养整个组织的学习气氛，充分发挥组织成员的创造性思维能力而建立起来的一种有机的、高度弹性的、扁平化的、符合人性的能持续发展的组织。彼得·圣吉在1992年出版的《第五项修炼——学习型组织的艺术与实践》一书中提出的。

第四节 组织运行

一、正式组织与非正式组织

1. 定义

①正式组织是为了有效地实现组织目标而规定组织成员之间职责范围和相互关系的一种结构。是经过组织程序设立的，并具有明确的目标，组织行动以实现目标为出发点，组织的管理者通过方针、政策、规则、制度来约束和协调组织成员的行为。

②非正式组织是人们在共同工作或活动中由于抱有共同的社会感情和爱好，以共同的利益和需

要为基础而自发形成的群体。以成员的思想感情为纽带，组织中不存在成文的规则或制度，组织成员也具有很大的不稳定性。

2. 非正式组织形成的原因

价值较为一致，容易产生共同语言；志愿理想比较一致；追求共同事业、共同理想；兴趣爱好相近，经常在一起活动；有类似的经历或现实境遇，有共同的生活体验；存在社会交往因素。其形成的基础是共同的爱好和为实现个人单独不能实现的目标而进行的联合。

3. 非正式组织的特征

自发性、内聚性、不稳定性、信息沟通灵活。

4. 正确处理正式组织与非正式组织的关系

（1）非正式组织的影响作用

①积极作用：它可以为员工提供正式组织中很难得到的心理满足，创造一种更加和谐、融洽的人际关系，提高员工的相互合作精神，最终改变正式组织的工作情况。

②消极作用：如果非正式组织的目标与整个组织的目标发生冲突，则可能对正式组织的工作产生极为不利的影响。非正式组织要求成员行为一致性的压力，可能会束缚其成员的个人发展。此外，非正式组织的压力还会影响到正式组织的变革进程，造成组织创新的惰性。

（2）对待非正式组织的策略

①管理者必须认识到正式组织目标的实现，要求有效利用非正式组织的积极作用。为此，管理者必须正视非正式组织存在的客观必然性和必要性，允许并鼓励非正式组织的存在，并为非正式组织的形成提供条件，并努力使之与正式组织相吻合。

②要考虑到非正式组织可能具有不利影响，管理者需要通过建立、宣传正确的组织文化，以影响与改变非正式组织的行为规范，从而更好地引导非正式组织作出积极的贡献。

二、集权与分权

所谓分权，就是在组织中将决策的权限分配给中下层组织单位的一种倾向。集权就是决策权主要集中在高层领导手中或某一上级部门的掌握与控制，下级部门只能依据上级的决定和指示执行。

1. 衡量分权程度的标志

（1）决策的数量：组织中较低管理层次做出决策的数目或频度越大，则分权程度越高。

（2）决策的范围：组织中较低层次决策的范围越广，设计的职能越多，分权程度越高。

（3）决策的重要性：组织中较低层次做出的决策涉及的费用越多，则分权程度越高。

（4）决策的审核：上级对组织中较低层次做出的审核程度越低，这个组织的分权程度越大。

如果作出决策后还必须报上级批准，则分权的程度就越小。

2. 影响集权和分权的主要因素

（1）组织的规模；（2）职责和决策的重要性；（3）组织文化；（4）下级管理人员的素质；（5）控制的需要。

3. 合理授权

（1）定义：授权是领导者将部分事情的决策权和处理权交给下级，即领导者对下属不仅指派其工作，还授予他完成该工作所需要的某种程度的职权。

（2）作用：使管理人员从日常事务中解脱出来，专心处理重大问题；可以提高下属的工作积极性，增强其责任心，并增进工作效率；可以增长下属的才干，有利于管理人员的培养；可以充分发挥下属的专长，以弥补授权者自身才能的不足。

（3）内容：分派任务，授予权力，明确责任，确立监控权。

三、直线职权和参谋职权

1. 职权的类型

(1) 直线职权：直线职权是直线人员所拥有的作出决策、发布命令以及执行决策的权力。

(2) 参谋职权：是指职能机构或参谋人员所拥有的提出咨询建议，提供服务，协助直线机构和直线人员进行工作的权利，它是一种辅助性职权。

(3) 职能职权：它是管理人员把原本属于自己的某些权利授给有关的参谋部门和参谋人员行使，从而使参谋人员不仅具有参谋职权，而且还具有一定的直接指挥和控制权力。

2. 直线职权和参谋职权之间的关系

(1) 双方要明确两种职权之间的关系，对直线职权和参谋职权之间的“参谋建议，直线指挥”关系作出明文规定，以便相应人员能各司其职，形成有序的管理；

(2) 直线人员要注意倾听、采纳参谋人员的建议，并为参谋人员开展工作提供必要条件和信息；

(3) 参谋人员要努力提高自己的业务水平，才能为直线人员提供有效的建议；

(4) 创造相互合作的良好氛围。

思考题

1. 如何理解管理学意义上的组织概念？
2. 组织设计应遵循哪些基本原则？
3. 简述组织设计的程序。
4. 管理幅度和管理层次有什么关系？其大小受哪些因素的影响？
5. 如何理解组织中正式组织与非正式组织的关系？
6. 为什么说组织不可能绝对地集权，也不可能绝对地分权？
7. 简述直线职权和参谋职权的关系。
8. 当今企业组织结构发展的趋势是什么？

讨论题

1. 参考彼得·圣吉的《第五项修炼——学习型组织的艺术与实践》一书，试讨论如何创建学习型组织？发表自己的看法。
2. 职权应当下放吗？如果你是经理，你会分权吗？怎样保证不过分分散权力？试讨论。

互联网资料

中国企训网 [http: //www.chqx.com](http://www.chqx.com)

中国管理咨询网 [http: //www.chnmc.com](http://www.chnmc.com)

柯达公司网站 [http: //www.kodak.com](http://www.kodak.com)

贝塔斯曼公司网站 [http: //www.bertelsmann.com](http://www.bertelsmann.com)

拓展阅读书目

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997年版，第10、11章，p.227—274。
2. F·X·贝阿等著，《企业管理学》（第二卷），复旦大学出版社，1998年版，第2章。
3. 哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993年版，

第 7、8 章，p.186—235。

4. W·H·纽曼，小 C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995 年版，第 2、3、5、6 章，p.29—78. p.105—147。

第六章 组织变革

本章教学目标：

1. 了解组织变革理论，包括变革的动力、阻力及克服；
2. 掌握组织文化的含义、特点、内容及其对管理实践的影响；
3. 了解跨文化管理；
4. 了解团队的功能，掌握团队建设的流程。

本章重点和难点：

1. 组织文化的内涵，组织文化对组织行为的影响；
2. 组织文化的建设与组织形象的塑造；
3. 团队的建设。

学时分配：4 课时

第一节 组织变革的理论

一、组织变革的动力

组织变革，就是综合运用组织和行为科学的理论研究群体动力、领导、职权和组织再设计等问题，通过组织内部的调整使之适应内外环境变化的过程。组织变革的主要原因可以归纳为两个方面。

1. 组织外部环境的变化。科学技术进步，国家有关法规、法律的颁布与修订，国家宏观经济调控手段的改变，国家产业政策的调整与产业结构的优化，国际、国内经济形势的变化，国内政治形势及政治制度的变化，国际外交形势及本国外交政策的变化，国际、国内市场需求的变化及市场竞争的激烈程度的加剧。

2. 组织内部条件的变化。传统的组织结构存在明显不足，管理技术条件改变、管理人员的调整与管理水平的提高，组织运行政策与目标的改革，组织规模的扩张与业务的迅速发展，组织成员对工作的期望与个人价值观念的变化等。

二、组织变革的内容

1. 以组织结构为重点的变革。主要是指对组织的基本组成部分或组织总体设计的改变，包括：改变组织的部门或单位，改变职位及责权范围，改变各部门之间的关系，调整管理幅度和管理层次以及授权范围等。组织总体设计的改变是选择或设计一种新的组织结构形式，如从高耸型的组织转变为扁平化组织。

2. 以任务和技术为重点的变革。主要是指对组织各个部门或各个层次的工作任务进行重新组合，改革原有的工作流程。一般包括工作范围的扩大化、工作内容的丰富化以及工作流程再造等。

3. 以人为重点的组织变革。主要包括组织成员的观念与态度的变革、技术知识的变革、改变个人和群体行为。

三、组织变革的实施

1. 确定问题。
2. 组织诊断，制定变革方案。组织诊断的常用方法有组织问卷，职位说明书，组织图，组织手册等。

3. 选择较优方案，进行组织变革。
4. 变革的效果评估。

四、组织变革的阻力及克服

1. 反对组织变革的现象。
2. 抵制组织变革的原因。
①历史的惯性和惰性；②不确定感；③威胁到既得利益和地位；④缺乏信任和理解。
3. 消除抵制的方法。
①保持公开性和透明度；②参与；③加强培训，提高适应性；④必要的妥协；⑤奖惩结合。

第二节 组织文化与跨文化管理

一、组织文化的含义

1. 定义：组织文化是处于一定经济社会文化背景下的组织在长期的发展过程中，逐步生成和发展起来的日趋稳定的独特的价值观以及以此为核心而形成的行为规范、道德准则、群体意识、风俗习惯等。
2. 识别组织文化：斯蒂芬·P·罗宾斯在《管理学》一书中提到的组织的 10 个特征。

二、组织文化的内容

1. 物质文化

- (1) 定义：物质文化是由企业职工创造的产品和各种物质设施等构成的器物文化，是一种以物质形态为主要研究对象的表层文化。
- (2) 物质层主要包括的方面。

2. 制度文化

- (1) 定义：制度文化是具有本组织文化特色的各种规章制度、道德规范和职工行为准则的总和，包括各种管理制度、工作标准、职工的行为规范等。
- (2) 制度层主要包括的方面：一般制度，特殊制度，企业风俗。

3. 精神文化

- (1) 定义：企业精神文化是指企业在生产经营过程中，受一定的社会文化背景、意识形态影响而形成的，并且由企业的领导和职工共同遵守的信念、价值标准、职业道德等精神成果和文化观念。
- (2) 精神层主要包括的方面：企业精神，企业最高目标，企业经营哲学，企业风气，企业道德，企业宗旨。

三、组织文化的特点

1. 社会性；2. 差异性；3. 民族性；4. 稳定性；5. 时代特征。

四、组织文化对管理实践的影响

五、跨文化管理

跨文化管理又称为交叉文化管理，是指涉及不同文化背景的人、物、事的管理。一般来说，跨

文化管理包括三种情况，即强势文化和强势文化之间、强势文化与弱势文化之间、弱势文化与弱势文化之间的整合和融合。

1. 文化移植：就是直接将母公司的文化体系全套搬到子公司所在国家或地区，而无视子公司所在地的本土文化或合作方的原有组织文化。

2. 文化嫁接：母公司认识到子公司所在地域文化的特征，并在尊重当地文化的前提下采取的方式。

3. 文化合金：文化合金是两种文化的有机结合，选择各自精华的部分紧密融合，成为兼容性强、多元化的合金。

第三节 团队建设

一、认识团队

1. 定义。团队是指由为数不多的员工所组成的正式群体，这些人具有互补的技能，对一个共同目的、绩效目标及方法作出承诺并彼此负责。

2. 必要条件。具有共同的愿望与目标；相关的技能和谐、相互依赖的关系；具有共同的规范与方法。

3. 团队形式。（1）专案团队，成员主要来自组织各单位的专业人员，他们为解决某一特定问题而组织在一起，问题解决后，小组即告解散；（2）工作团队，其中又包括高效团队和自主管理团队，这些团队通常是长期存在的，主要是希望通过群体协作来更高效地从事日常事务性与业务性的工作。

4. 建立团队的目的。（1）为了使组织更好地适应内外环境的变化，能够更迅速、更准确的对千变万化的市场作出反应；（2）为了组织内部建立合作、协调机制以提高效率；（3）为了适应市场需求多样化的要求而变大规模生产为灵活生产，变分工和等级制为合作和协调；（4）为了通过团队这种组织形式更好地培养成员的团结协作精神，发挥整体优势。

二、团队的功能

1. 提出更多解决方案。2. 决策品质较佳。3. 创造团结精神。4. 共同成长。

三、团队的构成要素

1. 团队的规模。团队成员数量以保持在三～七人的规模为最佳。但规模到底应该多大，并无定规。

2. 团队的内部角色。

（1）通常一个团队需要两种不同技能类型的人：①需要具有技术专长的成员；②需要能够发现问题，提出解决问题和建议，然后作出有效选择的成员。

（2）一个有效团队中至少有八种角色：产生创新思想的发明者、倡导和拥护所产生新思想的筹划者、分析决策方案的开发者、提供结构的组织者、提供指导的生产者、检查具体细节的监督者、处理外部冲突和矛盾的维护者、寻求全面信息的建议者。

3. 团队的规章准则。

团队规章至少包括以下几点：团队任务的战略或业务内容、团队的具体目标、预期的结果及期限、团队成员的资格及角色等。

四、团队建设的流程

1. 构思形成阶段。
2. 探索磨合阶段。
3. 稳定执行阶段。
4. 成功阶段。

五、塑造团队精神

1. 团队精神的概念。团队成员共同的归属感与成就感，它能带来高昂的士气，是全体凝聚力的高度体现。

2. 塑造团队精神的要求。（1）培养团队成员的合作观念，建立有效的合作关系；（2）个人目标和团队目标的结合；（3）让员工分享公司的利益。

思考题

1. 试从当今人类社会发展的现实说明组织变革的必要性及其可行的途径和方法。
2. 什么是组织文化？
3. 什么是团队？结合实际说明团队为何高效？
4. 简述团队的功能。

互联网资料

麦肯锡大中华分公司：<http://www.mckinsey.com/locations/chinasimplified/>

波士顿咨询公司：<http://www.bcg.com.cn>

拓展阅读书目

1. 周三多、陈传明、鲁明泓著，《管理学——原理与方法》，复旦大学出版社，2000年版，p.358—370。
2. 斯蒂芬·P·罗宾斯、大卫·A·德森佐著，《管理学原理》（第五版），东北财经大学出版社，2005年版，第7、8、9章，p.241—316。
3. 顾锋主编，《管理学》，上海人民出版社，2004年版，第8、13章，p.188—196. p.284—298。

第七章 人力资源管理

本章教学目标：

1. 了解人力资源管理的理论基础，人力资源管理面临的问题；
2. 掌握人力资源管理的含义与内容，人力资源规划的任务、内容及程序；
3. 了解人力资源管理的主要活动。

本章重点和难点：

1. 工作分析的作用与内容；
2. 人员招聘的方法与程序；
3. 员工的绩效考核；
4. 薪酬管理；
5. 职工培训。

学时分配：5 课时

第一节 人力资源管理概述

一、人力资源的概念

1. 人力资源的概念。人力资源是指能够推动生产力发展、创造社会财富、能进行智力劳动和体力劳动的人们的总称。
2. 人力资源的特征。能动性；两重性；社会性；自控性；成长性；时效性。

二、人力资源管理的含义及内容

1. 人力资源管理的概念。人力资源管理就是指由一定管理主体为实现人力扩大再生产和合理分配使用人力而进行的人力开发、配置、使用、评价诸环节的总和。
2. 人力资源管理的基本功能。获取；整合；激励；调整；开发。
3. 人力资源管理的主要内容。人力资源规划；工作分析与设计；人员选聘；绩效考核；薪酬管理；培训与职业发展；劳动关系；安全与健康。

三、人力资源规划

1. 人力资源规划的概念。人力资源规划是根据组织的战略目标，科学预测组织在未来环境变化中人力资源供给与需求状况，制定必要的人力资源获取、利用、保持和开发策略，确保组织对人力资源在数量上和质量上的需求，是组织和个人获得长远利益。
2. 人力资源规划的任务及内容
 - (1) 人力资源规划的根本目的。按照市场经济规律的要求，并依据组织的整体发展规划，保证组织人力资源的素质与数量同组织的其他经济资源之间维持动态平衡。
 - (2) 人力资源规划的任务。
 - ①根据组织的总的战略发展规划和中长期经营计划研究市场变化趋势，掌握科学技术革新的方向，确定各种人力需求；
 - ②研究未来企业组织变革的可能性，确定由于企业活动范围的变动而导致的资源、组织原则与形态的变更，进而推定未来人力需求的变动情形；
 - ③分析现有人力资源的素质、年龄结构与性别结构、变动率及缺勤率、工作情绪的消长趋势等状况，决定完成各项生产经营任务所需的各种人力；
 - ④研究分析人才市场的供需情况，确定可以从人才市

场中直接招聘或者须与教育培训机构合作预先为之培养的各种人力；⑤使人力资源规划体系中的各项具体行动计划保持平衡，并使之与企业发展规划和经营计划能够相互衔接。

（3）人力资源规划的内容。人力资源规划包括两个层次，即总体规划和各项业务计划。

①总体规划是有关计划期内人力资源管理的总目标、总政策、实施步骤和总预算的安排；②业务计划包括人员补充计划、使用计划、接替与提升计划、教育培训计划、评价及激励计划、劳动关系计划、退休解聘计划、人力资源预算等。

3. 人力资源规划的程序

（1）调查分析。①企业的战略决策分析；②企业的经营环境分析；③企业现有人力资源的状况分析。

（2）人力资源供求预测。

（3）制定规划。

（4）规划的实施、评估与反馈。

4. 人力资源规划的综合平衡

（1）人力资源的供求平衡。

（2）总体规划与各项业务计划之间的平衡。

第二节 人力资源管理的主要活动

一、工作分析

1. 定义

工作分析是对组织中各岗位的设岗目的、组织关系、主要职能、衡量标准、工作权限、工作方式、主要流程以及对从事此工作人员的素质、知识、技能要求进行设计与描述的过程，它的结果将产生现代企业制度中所要求的工作描述和任职说明。

2. 作用

（1）有助于选拔和任用合格人员；（2）有助于设计合理的员工开发计划；（3）可以为绩效评估提供标准和依据；（4）有助于实现公平报酬；（5）有助于人力资源开发与管理之整合功能的实现；（6）是实现人力资源调控的保障。

3. 内容

（1）工作描述的内容：①工作名称；②工作活动和工作程序；③社会环境；④物理环境；⑤聘用条件

（2）任职说明的内容：①一般要求；②生理要求；③心理要求。

二、人员招聘

1. 人员招聘的意义

（1）确保组织发展所必需的高质量人力资源，关系到生产经营活动的成败。（2）当组织内部的人力资源不能满足组织发展和变化的要求时，组织就需要根据人力资源规划和工作分析的数量与质量要求，从外部吸收人力资源，为组织输入新生力量，弥补组织内人力资源的不足。（3）对高层管理者和技术人员的招聘，可以为组织注入新的管理思想，可能给组织带来技术上的重大革新，为组织增添新的活力。（4）成功的员工招聘，可以使组织更多地了解员工到本组织工作的动机与目标，组织可以从众多的候选人中选出个人目标与组织目标趋于一致的，并愿与组织共同发展的员工，这样组织可更多地保留人力资源，减少员工离职而带来的损失。

2. 招聘方法

(1) 内部招聘

①定义：内部招聘就是从组织内部招聘选拔能够胜任的人员来充实企业空缺的岗位。主要包括员工晋升、工作调换、工作轮换与内部人员重新聘用等方面。

②优点：由于机构中的人员有较充实可靠的资料，可判断候选人是否适合新的工作；企业内部员工对企业的历史和现状比较了解，能较快地胜任工作；由于工作有变化机会，可提高组织成员的兴趣和士气，激发其工作的积极性。

③招聘方法：发布公告、推荐法、档案法。

(2) 外部招聘

①优点：人员来源广泛，有可能招聘到高水平的理想人才，可避免“近亲繁殖”，会给组织带来新的思想，调整企业的知识结构，增强创新能力。

②招聘方法：通过广告、就业服务机构、学校、组织内成员推荐以及网络招聘等途径。

3. 招聘过程

招募与初步面试；填写申请表格；进行心理测验或笔试；面试；获取证明材料；体格检查。

三、绩效考评

1. 绩效考评目的

改善员工的工作表现，发现管理中存在的问题、以达到企业的经营目标，提高员工对工作和企业的满意程度和成就感。美国组织行为学家约翰·伊凡斯维奇的理论。

2. 绩效考评内容

(1) 工作实绩；(2) 行为表现。

3. 绩效考评方式

(1) 按考评时间不同，分为日常考评与定期考评；(2) 按考评主体不同，可分为主管考评、自我考评、同事考评和下属考评；(3) 按考评结果的表现形式不同，分为定性考评和定量考评。

4. 绩效考评方法

(1) 书面报告；(2) 排序法；(3) 关键事件法；(4) 目标管理法；(5) 关键绩效指标法；(6) 图表法；(7) 360 度的反馈体系。

四、薪酬管理

所谓薪酬管理就是企业为实现目标、由人力资源部门负责、其他职能部门参与的，将员工薪酬与组织目标有机地结合起来的一系列管理活动，也是制定出吸引人才、留住人才、鼓舞士气的薪酬体系的过程。

1. 薪酬的含义和作用

(1) 含义：薪酬是指员工在从事劳动、履行职责并完成任务之后所获得经济上的酬劳或回报。根据支付的形式，可以把薪酬分为直接货币报酬形式和间接货币报酬形式。

(2) 作用：保障作用；激励作用；调节作用。

2. 工资制度

(1) 技术等级工资制：根据劳动的复杂程度、繁重程度、精确程度和工作责任大小划分技术等级，按等级规定工资标准。其特点是以劳动质量来区分劳动差别，进而依此规定工资差别。它一般由工资等级表、技术等级标准和工资标准三方面内容组成。适用于技术比较复杂的工种，适用于工人。

(2) 职务等级工资制：职务等级工资制是政府机关、企事业单位的行政人员和技术人员所实

行的按职务等级规定工资的制度。这种制度是根据职务的重要性、责任大小、技术复杂程度等因素，按照职务高低规定统一的工资标准。在同一职务内，又分为若干等级。职务等级工资制由职务名称表、职务工资标准表、业务标准、职责条件等构成。

(3) 结构工资制：一般包括基本工资；职务工资；工龄工资；浮动工资四部分。

(4) 企业员工持股制度：内部员工持股制度是指公司内部员工个人出资认购本公司部分股份，并委托公司员工基金委员会进行集中管理的一种新型的工资构成形式。一般来说，内部员工股份为优先股和普通股两种利益和风险不同的股份，在分配时对一线员工和各级管理人员应有所区别，高层管理者所持有内部员工股中普通股应占多数，一线员工所持内部员工股中优先股应占多数。员工持股制度的优点。

(5) 收益分享：要求员工或部门首先建立业绩目标，若实际工作结果超过这一目标，这些员工或部门都将得到奖金。

3. 福利制度

(1) 经济型福利：额外金钱收入；交通性福利；住房性福利；医疗保健福利；教育培训福利；文体旅游福利；金融性福利等。

(2) 非经济型福利：咨询性服务；保护性服务；工作环境保护等。

五、培训与开发

1. 培训的作用

(1) 培训可以提高员工的知识和技能、使其以较少的失误和浪费得到更多的产出，而且员工技能水平的提高会使岗位充实，最终使个人和组织均能受益；

(2) 培训是极为有效地促进观念转变的方法，改变对工作、技术、同事、顾客的态度；

(3) 培训对雇员周转率产生积极的影响，当时实施裁员和招聘计划时，对被替换的员工进行再培训将降低这类计划的实施成本；

(4) 培训还具有激励作用，当员工被送去参加培训时，他们会有一种受到认可的感觉，从而主动掌握新技能，提高培训效果；

(5) 通过培训，传达与企业文化相关的价值观，使员工对企业宗旨和目标有更好的理解，培养员工对组织的认同。

2. 培训的层次：知识更新；能力培养；思维变革；观念转化；心理调整。

3. 职工培训的特点

(1) 职工培训是定向教育；

(2) 职工培训是开展终身教育；

(3) 职工培训是开发智力，培养人才。

4. 职工培训的内容

(1) 职前培训：职前培训的任务和目标。

(2) 培训和再教育：常用培训方法包括信息传播、模拟练习和上岗操作。

(3) 职业教育

(4) 职工培训的形式

(5) 员工职业发展

①职业发展的主要内容：企业要为其成员构建职业发展通道，使之与组织的需求相匹配、相协调、相融合，以达到满足组织及其成员各自需要，同时实现组织目标和员工个人目标的目的。

②员工职业计划：指员工确立职业目标并采取行动实现职业目标的过程。员工职业计划设计一般包括自我评估、目标设定、目标实现、和反馈修正四个方面。

③职业管理：职业管理是指企业提供帮助员工成长、发展的计划与企业需求、发展相结合的行为过程。主要内容包括对员工的个人能力和潜力的正确评价；向员工提供职业发展的信息，给予公平竞争的机会；为员工制定培训与发展计划，确定职业生涯路径；为员工制定知识更新方案；为员工提供职业指导，帮助员工实现职业计划等。

5. 管理人员的培训方法

(1) 工作轮换；

(2) 设置助理职务；

(3) 临时职务与彼得原理：①彼得原理：在实行等级制度的组织里，每个人都崇尚爬到能力所不逮的层次。②如何防止彼得现象的产生：临时代理职务的设置。

六、人力资源保护

思考题

1. 人力资源管理的主要内容有哪些？
2. 内部招聘和外部招聘各有什么优缺点？
3. 绩效考评的目的是什么？
3. 企业职工培训的内容和形式有哪些？
4. 为什么会出现彼得现象？如何防止彼得现象的产生？

讨论题

当前人力资源管理面临着许多新问题，比如“员工多样化问题”，你认为多样化问题给人力资源管理提出了哪些新的要求？

互联网资料：

中国人力资源网：<http://www.hr.com.cn>

前程无忧网：<http://www.51job.com>

中国招聘网：<http://www.zhaopin.com>

拓展阅读书目

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997年版，第12章，p.279—308。
2. P·F·德鲁克著，《有效的管理者》，工人出版社，1989年版，第4章，p.80—111。
3. 哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993年版，第12、13、14、15章，p.336—439。
4. W·H·纽曼，小C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995年版，第7、8、9、10章，p.173—270。

第八章 领导工作

本章教学目标：

1. 明确领导的本质、内容与影响；
2. 弄清领导与管理的区别；
3. 掌握领导工作应遵循的原理；
4. 掌握领导理论及最新观点；
5. 了解领导艺术的特点与内容。

本章重点和难点：

1. 领导与管理的联系与区别；
2. 领导理论，尤其是管理方格图理论、费德勒模型理论；
3. 领导艺术。

学时分配：5 课时

第一节 领导概述

一、领导的本质

1. 领导的含义

(1) 含义：领导是指带领和指导群众实现组织目标的各种活动的过程。

(2) 为了准确把握领导的含义，必须明确与领导有关的三个概念：职权、权能、影响。①职权：组织中某一职位所赋予的权力；②权能：领导者对于组织所赋予的职权的控制能力。这是个人所拥有的并施加给别人的控制力；③影响：领导者自觉或不自觉地运用权力对别人施加作用的过程或结果。

2. 领导与管理的区别和联系

(1) 领导与管理的区别：从职能上看，管理的职能范畴比领导的职能范畴要宽得多。从本质上说，管理是建立在合法的职务权力基础上对下属的行为进行指挥的过程，下属必须服从管理者的命令，但下属在工作过程中可能尽自己的最大努力，也可能出工不出力；而领导则更多的是通过领导者的个人魅力与专长来影响追随者的行为，从本质上说，领导是一种影响力，或者说是下属施加影响的过程，这种影响或通过这个影响过程可以使下属自觉地为实现组织目标而努力工作。

(2) 领导与管理的联系：各项管理活动都离不开有效的指导和引导，同时领导的思想和战略则需要有管理方面的有效实施和配合才能完成。

(3) 领导者与管理者的区别。

①管理者是被组织任命的，并且拥有合法的权力，对其下属的影响主要来自于职位赋予他们的正式权力；而领导者可以是任命的，也可以是在群体中自发地产生出来的，并且领导者既用正式权利，也可用非正式权利来影响他人的活动。

②管理者的作用在于通过管理在组织中建立良好的秩序，使无序管理变为有序管理；而领导者的作用在于引导组织不断地进行创新和变革，是组织能够长期生存和发展。

③管理者工作偏重于计划、组织和控制等方面的工作；而领导者的工作偏重于人的工作，关注人的因素以及人与人之间的相互作用。

④在理想情况下，所有的管理者都应是领导者，若管理者只用正式权利影响下属，那么他充其

量只能算个管理者，而不是领导者。当然所有的领导者不一定是管理者，如非正式组织中的领导者，组织并没有赋予他们职位和职权，但他们却能引导和激励甚至命令他们所领导的非正式组织的成员。

二、领导者的作用

(1) 指挥作用；(2) 协调作用；(3) 激励作用。

三、领导的权力与影响

1. 领导的权力

(1) 定义：领导权力是指领导者有目的的影响和改变下属心理行为的能力。

(2) 分类：组织中的权利可分为正式权力和非正式权力两大类。

①正式权力：法定的权利；强制权；奖励权。

②非正式权力：专长的权利；品质的权利。

2. 领导的影响

(1) 外在影响

①定义：外在影响是指以正式权利为基础的，主要采用推动、强制等方式发生作用，对被领导者的影响带有强迫性和不可抗拒性，被领导者的心理和行为表现为消极、被动的服从。

②影响方式：传统观念的影响；利益满足的影响；惧怕心理的影响。

(2) 内在影响

①定义：内在影响建立在非正式权力的基础上，主要着眼于以领导者的良好素质和行为吸引感化被领导者，通过激发内在的动力，对职工心理和行为发生影响。

②影响方式：理性崇拜的影响；感情的影响。

四、领导工作遵循的原理

1. 明确目标原理：在领导工作中，使全体成员明确理解组织的目标，知道应该怎样完成任务和实现目标，则人们为实现组织目标所作出的贡献就会越大。同时也可相应地更好地满足组织成员的个人需求。

2. 协调目标原理：这一原理可以表述为个人目标与组织目标若能取得协调一致，人们的行为就会趋向统一，为实现组织目标而共同努力。

3. 命令一致性原理：这一原理可表述为主管人员在实现组织目标的过程中下达的各种命令越是一致，个人在执行命令中发生的矛盾就会越小，领导与被领导双方对最终成果的责任感也就越大。

4. 直接管理原理：这一原理是指管理人员同下级的直接接触越多，所掌握的各种情况就越准确，从而使指导与领导工作更加有效。

5. 沟通联络原理：这一原理是指主管人员与下属之间越是有效地、准确地、及时地沟通联络，整个组织就越能成为一个真正的整体。

6. 激励原理：激励原理是指主管人员越是能够了解下属的需求和愿望并给于合理满足，就越能调动下属的积极性，使之能为实现组织目标自觉地作出贡献。

第二节 领导理论

一、领导品质理论

1. 传统领导品质理论和现代领导品质理论
2. 美国普林斯顿大学包莫尔的关于有效领导者 10 大条件的理论

合作精神，决策能力，组织能力，精于授权，善于应变，勇于负责，敢于求新，敢担风险，尊重他人，品德高尚。

二、领导行为理论

1. 勒温理论

(1) 理论要点：美国心理学家勒温以权力定位为基本变量，通过各种试验，把领导者在领导过程中表现出来的工作作风分为三种基本类型：专制作风、民主作风、放任自流作风。认为：放任自流的领导作风工作效率最低，只能达到组织成员的社交目标，但完不成工作目标；专制的领导作风虽然通过严格管理能达到工作目标，但群体成员没有责任感，情绪消极，士气低落，争吵就多；民主的领导作风工作效率最高，完成工作目标，而且组织成员之间关系融洽，工作积极主动，富于创造性。

(2) 工作作风的基本类型：①专制领导作风含义和特点。②民主领导作风的含义和特点。③放任自流的领导作风的含义及其特点。

2. 四分图理论

理论要点：美国俄亥俄州立大学商业研究所将领导行为的内容归纳为两个方面，即以人为重和以工作为重。以人为重是指注重建立领导者和被领导者之间的友谊、尊重和信任关系。包括尊重下属的意见，给下属以较多的工作主动权，体贴他们的思想感情，注重满足下属的需要，平易近人，平等待人，关心群众，作风民主。以工作为重是指领导者注重规定他与工作群体的关系，建立明确的组织模式、意见交流渠道和工作程序，包括设计组织机构，明确责权关系，确立工作目标，制定工作程序、工作方法和规章制度。领导者的行为可以是这两个方面的任意组合，若把每方面分为高低两种情况，则两个方面的具体组合就是四种领导行为，即高关系低工作、高关系高工作、低关系低工作、低关系高工作。这四种领导行为可以用二维平面的“四分图”来表示。通过四分图，就可以鉴别领导，评定领导的类型。

3. 管理方格图理论

(1) 理论要点：美国心理学家布莱克和莫顿提出了管理方格图理论。将四分图中以人为重改为对人的关心度，将以工作为重改为对生产的关心度，并将这两种关心度各划分为九个等分，这样在二维平面上就形成了 81 个方格，每个小方格就表示关心人和关心生产这两个基本因素以不同程度相结合的一个领导方式。在根据管理方格图评价领导者的领导行为时，应按他们这两方面的行为程度在方格图中寻找交叉点，这个交叉点就是其领导行为类型。横轴数值越高，表示他越重视生产；纵轴数值越高，表示他越关注人的因素。

(2) 布莱克和莫顿在管理方格图中列出了五种典型的领导行为：贫乏型、俱乐部型、任务型、团队型、中间型。

(3) 布莱克和莫顿提出的培训管理人员的规划：六大要点。

4. 领导行为连续统一体理论

理论要点：美国学者坦南鲍姆和施密特提出了领导连续统一体模型。他们指出领导风格并不是

只有独裁和民主两种极端的方式，而是在这两种极端的方式之间存在着一系列领导方式，这些领导方式是随着领导者或主管人员授予下属的自主权程度而连续变化的。这种理论描述了以领导者权力运用的程度为依据划分的领导方式，实际上是一个连续变化的系列，专制式和民主式只代表着两种极端的领导方式，在他们之间还存在着七种有代表性的中间状态的领导方式。

三、领导权变理论

领导权变理论认为，若使领导行为有效，除取决于领导者的素质、才能，而且还取决于领导方法所应用的情景，如被领导者的素质、工作性质等，它是诸多因素相互影响、相互作用的过程。有效的领导行为应当随着被领导者的特点和环境变化而变化，这个关系可以用公式表示如下：

$$Z=f(L,F,S)$$

式中：Z——领导者的有效性；L——领导者；F——被领导者；S——环境。

1. 费德勒权变模型

费德勒的定义对一个领导者工作最起影响作用的环境因素包括以下三部分内容：职位权力；任务结构；上下级关系。LPC 问卷。八种群体工作环境。

2. 应变领导模式理论

由何塞和布兰查提出的。该理论把注意力放在下属的研究上，认为成功的领导者应根据下属的成熟程度选择合适的领导方式。应变领导模式是由关系行为、任务行为和成熟度组成的三维领导理论。任务行为是指领导者和下属为完成任务而形成的交往方式；关系行为是指领导者给下属的帮助和支持的程度。由这两方面提出了四种领导方式：命令式、说明式、参与式、授权式。同时，把成熟度分为四个等级，由不成熟到成熟分别用 M1. M2. M3. M4 来表示。

3. 路径——目标理论

由加拿大多伦多大学教授罗伯特·豪斯提出。该理论认为，领导者可以而且应该根据不同的环境因素来调整自己的领导方式和作风。领导方式是由环境因素决定的，环境因素包括两个方面：一是下属的特点；二是工作环境的特点。豪斯认为，领导方式一般有四种：指导性方式、支持性方式、参与性方式、成就性方式。

第三节 领导艺术

一、领导艺术的特点

1. 随机性：也就是灵活性，是指管理者要依据不同的时间、地点和条件，正确的判断和认识客观事物，随机应变的处理实际问题。
2. 主观能动性：是指依据管理者个人的主观思维进行创造性活动，从而对被管理者发生影响作用。
3. 经验性：是指领导艺术与管理者的知识阅历和经验有非常密切的联系。
4. 情感性：是指在领导过程中必须注入管理者的感情色彩。

二、领导艺术的内容

1. 决策艺术
2. 用人艺术
3. 授权艺术
4. 指挥和激励艺术

5. 集中精力抓主要环节的艺术
6. 领导变革的艺术

思考题

1. 在领导工作中，应遵循哪些工作原理？
2. 领导的含义及本质是什么？
3. 管理方格图理论有几种领导行为？你认为哪一种最有效？
4. 费德勒模型理论认为影响领导方式的情境因素有几种？你是否认为有一种最佳的领导模式可适用于各种情况？请说明理由。
5. 应变领导模式理论对管理者更好进行管理有何价值？
6. 您认为在领导工作中，应该讲求什么样的领导艺术？

讨论题

利用互联网、图书馆收集资料，讨论一下海尔首席执行官张瑞敏的领导风格以及他对于人才的管理办法。

互联网资料

世界经理人网站 <http://www.cec.globalsources.com>

中国经理人网 <http://www.sino-manager.com>

当代经理人 <http://www.cm100.com.cn>

拓展阅读书目

1. P·F·德鲁克著，《有效的管理者》，工人出版社，1989年版。
2. J·P·科特著，《现代企业的领导艺术》，华夏出版社，1997年版。
3. J·P·科特著，《总经理》，华夏出版社，1997年版。
4. J·P·科特著，《权力与影响》，华夏出版社，1997年版。
5. E·戴尔著，《伟大的组织者》，中国社会科学出版社，1994年版。

第九章 激励

本章教学目标：

1. 了解激励的心理机制；
2. 掌握激励的过程，明确激励的内容与意义；
3. 掌握各种激励理论；
4. 把握激励的原则，掌握激励方法与技巧。

本章重点和难点：

1. 需要层次理论、双因素理论、期望理论、公平理论，强化理论及其启示；
2. 激励方法与技巧。

学时分配：4 课时

第一节 激励概述

一、激励的心理机制

1. 需要

(1) 概念

需要是一种人类心理反应过程，指人对某种目标的渴求或欲望。

(2) 产生条件

①人们感到缺乏什么，有不足之感，这种不足之感可以由他人的引发而产生；②人们对所缺乏的东西有一种得到的渴望，主观上有需求之感。

(3) 特性

多样性，结构性，社会制约性，发展性

2. 动机

(1) 概念

所谓动机是引起和维护个体行为并将此导向某一目标的愿望和意念，它是鼓励和引导一个人为实现某一目标而行动的内在力量，是一个人产生某种行为的直接原因。

(2) 产生条件

①个体的生理或心理的需要；②能够满足需要的客观事物，又称为外部诱因。

(3) 具体功能

始发功能；指向功能；维持与强化功能。

3. 行为与目标

行为指向目标，目标是行为所要实现的结果。

4. 需要、动机和行为三者之间的关系

当人产生需要而未得到满足时，会产生一种紧张不安的心理状态，在遇到能够满足需要的目标时，这种紧张的心理状态就会转化为动机，推动人们去从事某种活动，去实现目标。目标得以实现就获得生理或心理的满足，紧张的心理状态就会消除。这时又会产生新的需要，引起新的动机，指向新的目标。这是一个循环往复、连续不断的过程。

二、激励的含义

1. 概念

激励是指管理者促进、诱导下级形成动机，并引导行为指向目标的活动过程。即是根据人的需要，通过一定的手段使人的需要得到满足，从而激发人的动机，诱导人的行为，使其充分发挥出内在潜力，为实现所追求的目标而努力的过程。

2. 激励过程

人的需要产生动机，在动机的驱使下人们采取行为，行动的结果达到预定的目标，使需要得到满足，进而进一步强化原有需要或促进生成新的需要，新的需要导致新的激励过程的开始。

3. 激励的实质

以未满足的需要为基础，利用各种目标、诱因激发动机，驱动和诱导行为，促进实现目标，提高需要满足程度的连续的心理和行为的过程。

4. 选择和设置目标的要求

(1) 设置目标的目的不仅是为了满足组织成员个人需要，最终还是为了有利于完成组织目标。因此在设置目标时，必须将组织目标纳入其中或将组织所希望出现的行为列为目标导向行动，使成员只能在完成目标后才能达到个人的目标。

(2) 目标的设置必须是受激励者所迫切需要的。已经满足了的需要不可能激发动机或激发出来的动机强度不高。

(3) 目标设置要适当，既不能俯拾即是，又不能高不可攀，应是通过努力可以达到，而不努力则达不到。

(4) 设置目标最好让大家参与讨论，这样不仅可以使目标变得合理，还有助于对目标导向行动的深刻理解，同时满足了职工参与感，使职工工作更努力，激励效果更强。

三、激励理论对人的认识

1. 经济人假设

经济人假设认为人的一切行为都是为了最大限度地满足自己的利益，工作的动机是为获得经济报酬。所以运用奖励和惩罚等激励手段来激励员工产生管理者和组织所要求的行为。

2. 社会人假设

社会人假设认为社会性需求的满足往往比经济上的报酬更能激励人们。所以组织应更加注意从事工作的人们要求，重视员工之间的关系，培养和形成员工的归属感，提倡集体奖励制度。

3. 自我实现人假设

自我实现人假设认为人们除了物质和社会需求之外，还有充分运用自己的各种能力，发挥自身潜力，实现自我价值的欲望。因此，组织应创造条件，提供富有挑战性的工作，在让人们的这种成就感得到满足的同时，也让组织目标得以实现。

4. 复杂人假设

复杂人假设认为现实组织中存在着各种各样的人，不能把所有的人都简单化、一般化地归类为前述某一种假设之中。要求管理者根据不同的人，因人因事而异，灵活采取不同的管理措施，即用“权变理论”作指导，来达到激励人的目的。

四、激励工作的依据

1. 人的需求是复杂的，如何全面综合地识别人的需求，成了激励工作中的重要问题。

2. 人的需求是变化，可因人而异、因时而异、因事而异，是处在变化之中的。

第二节 激励理论

一、需要型激励理论

需要型激励理论也称内容型激励，它从激励过程的起点，即人的需要出发，试图解释是什么因素引起、维持并且引导某种行为去实现目标这类问题。

1. 需要层次理论

需要层次理论是由美国心理学家马斯洛在 1943 年所著的《人的行为动机》一书中第一次提出的。

要点：（1）人的多种需要分为五个层次：生理需要；安全需要；社交需要；尊重的需要；自我实现的需要；（2）人的需要分等分层，呈阶梯式逐级上升；（3）未被满足的需要才有激励作用。

2. 成就需要论

成就需要论是由美国心理学家戴维·麦克莱兰于 20 世纪 50 年代提出的。

要点：该理论认为人们在工作中有三种主要的动机或需要，即成就需要、权力需要和社交需要。

（1）成就需要即达到标准、追求卓越、争取成功的需要；（2）权力需要是指影响或控制他人且不受他人控制的欲望；（3）社交需要是指建立友好亲密的人际关系愿望。

3. 双因素理论

双因素理论是由美国心理学家赫茨伯格于 20 世纪 50 年代末提出的。

要点：赫茨伯格把企业中影响人的积极性的因素分为激励因素和保健因素两大类。

（1）激励因素，往往与工作内容或工作成果有关。这类因素有成就、赏识、工作本身具有挑战性、负有较大责任、在职业上得到发展等。这些因素能产生直接的激励作用，使职工对工作有一种满足感，这是影响人们工作的内在因素，能够促使人们积极进取，不断提高工作效率，因此将这类因素称为激励因素。

（2）保健因素，在工作中使人们感到不满意的因素往往与工作环境或外在因素有关。这类因素改善了，只能消除职工的不满、怠工与对抗，但不能使职工变得满意，不能直接起激励作用，就像卫生保健对身体健康所起的作用一样，因而称之为保健因素。改善保健因素只能消除人们的不满，起到安抚作用，即“没有不满意”，而不一定能起到激励作用。因此，要想真正激励员工努力工作，就必须改善那些激励因素，这样才会增加员工对工作的满意感。

二、过程型激励理论

1. 期望理论

期望理论是由美国心理学家弗洛姆于 1964 年在《工作与激励》一书中提出来的。

（1）要点：该理论认为，只有当人们认为实现预定目标的可能性很大，并且实现这种目标又具有很重要的价值时，该目标对人的激励程度才会最大。也就是说，决定行为的因素有两个：即期望值与效价。激励的程度由期望值与效价的乘积决定，用公式可表示为 $M=EV$

M 表示激励程度，反映一个人的工作积极性高低和持久程度，它表明人们为达到设置目标而努力的程度。

E 表示期望值，是指人们对想要实现某一目标的主观概率，即主观估计达到目标的可能性的大小。包括两个方面：一是个人经过努力后能达到组织目标的概率；二是组织能实现个人目标的概率。

V 表示效价，又叫做目标价值，是指人们对某一目标的重视程度与评价高低，即人们在主观认为实现目标后获得报酬的价值大小。

期望理论认为，一个人从事某项工作的动机强度是由其对完成该项工作的可能性、获取相应的外在报酬的可能性的估计和对这种报酬的需求程度来决定的。即只有当期望值高，效价也高的情况下才会对被激励对象产生最大的激励力量。而且激励是一个动态过程，当一个人对期望值、效价的估计发生变化时，其积极性也将随之变化。上述公式实际上提出了在进行激励时要处理好三方面的关系：努力与绩效的关系，绩效与奖励的关系，奖励与满足个人需要的关系。

(2) 增强动机水平和激励强度的方法：①具体描绘出每个职工的行动成果的效价；②具体规定实现预期目标所要求的行动表现的标准和要求；③说明所需要的行动的表现标准和要求是可以达到的；④要使职工的行动表现与期望目标的实现紧密地结合起来；⑤认真分析妨碍职工实现目标的各种相关影响因素，并为其创造各种有利条件；⑥确定优厚的报酬。

2. 波特和劳勒的激励模型

要点：①努力来自奖励、报酬的价值和个人认为需要付出的努力和受到奖励的概率；②工作的实际绩效取决于能力的大小、努力程度以及对所需完成任务理解的深度；③奖励要以绩效为前提；④激励措施是否会产生满意以及满意的程度，取决于受激励者认为获得的报偿是否公平；⑤满意将导致进一步的努力。

三、状态型激励理论

1. 公平理论

公平理论又称为社会比较理论，是由美国心理学家斯达西·亚当斯提出的。

要点：该理论的基本观点是，当一个人作出了成绩并取得了报酬以后，它不仅关心自己所得报酬的绝对量（实际收入），而且关心自己所得报酬的相对量（即所得与付出之比）。这里的付出和所得都是个人的主观感觉和判断，付出指的是一个人自己觉得劳动量的多少、效率高低和质量好坏，还包括年龄、性别、所受教育与训练、经验、技能、职务、社会地位、对组织的忠诚及努力程度等。所得是指一个人所得到的劳动回报，包括工资、奖金、地位、权力、待遇、赞赏、表扬、对工作成绩的认可、提升等。员工评价自己是否得到了公正的评价，在一般情况下是以同事、同行、亲友或自己以前的情况作为参考依据，这就分成了横向比较和纵向比较。

(1) 横向比较：横向比较即将自己的所得和付出的比值与他人所得和付出的比值进行比较，只有相等时，才认为是公平的。用公式表示为： $O_p/I_p=O_c/I_c$

式中： O_p ：自己对所获报酬的感觉；

O_c ：自己对他人收获报酬的感觉；

I_p ：自己对个人所做投入的感觉；

I_c ：自己对他人所作投入的感觉。

当上式不相等时，会出现两种情况：

$O_p/I_p < O_c/I_c$ ，他可能要求增加报酬或减少自己的投入，达到心理上的平衡。

$O_p/I_p > O_c/I_c$ ，他可能要求减少报酬或自动多做工作，达到心理上的平衡。

(2) 纵向比较：纵向比较即把自己目前的投入与目前获得的报酬比值，同自己过去的投入与过去所获得的报酬的比值进行比较，只有相等时，才认为公平。用公式表示： $O_{pp}/I_{pp}=O_{pl}/I_{pl}$

式中： O_{pp} ：自己对现在所获报酬的感觉；

O_{pl} ：自己对过去所获报酬的感觉；

I_{pp} ：自己对现在投入的感觉；

I_{pl} ：自己对过去投入的感觉。

当上式不相等时，也会出现两种情况：

$O_{pp}/I_{pp} < O_{pl}/I_{pl}$ ，人会有不公平的感觉，这可能导致工作积极性的下降；

$O_{pp}/I_{pp} > O_{pl}/I_{pl}$ ，人们不会因此产生不公平的感觉，但也不会觉得自己多拿了报偿，从而主动多做些工作。

2. 强化理论

强化理论又称为行为矫正理论，是由美国哈佛大学心理学家 B.F.斯金纳提出的。

(1) 要点：着重研究如何引导人的行为，使它朝着组织所希望的方向进行，强调人的行为结果对其行为的反作用。有意识地对某种行为进行肯定强化时，可以促进这种行为重复出现。反之则会消退和终止。这种状况心理学中称为“强化”。凡能增强反应强度的刺激物，即称为强化物。强化理论强调，管理者在激励下属行为时，应该根据组织的需要和个人特定行为表现，不定期、不定量地实施强化，使得每一次强化都能起到较大的行为刺激作用。

(2) 强化方式

①正强化：正强化又称为积极强化，即利用强化物刺激行为主体，来保持和增加某种积极行为重复出现的频率。正强化包括表扬、奖励、提薪、提升、给予培训机会、安排担任挑战性的工作、改善工作条件和人际关系等等。

②负强化：又称为消极强化，即利用强化物抑制不良行为重复出现的可能性。负强化包括批评、惩罚、降职、降薪等。

③自然消退：自然消退即对行为不施以任何刺激，任其反应频率逐渐降低，以致慢慢消失。

(3) 哈姆纳提出的有助于行为强化思想的六项行为规则

④不能以同样的方式奖励所有的人，绩效大小不同，奖励也应不同；⑤无反应本身具有强化的效果，管理者经常通过他们不做某些事和实际做某些事来塑造下属的行为；⑥一定要告诉下属，他们怎样做才能得到奖励，通过让下属清楚强化的灵活性，管理者能增加下属的工作自由度；⑦告诉下属他们正在做的哪些事实错误的，这个信息能帮助下属懂得如何改变工作习惯，否则下属就不可能明白为什么奖励被取消或者为什么惩罚他；⑧不要在下属的同事面前惩罚下属；⑨使结果和行为相一致，这就要求管理者公正地对待下属。

3. 归因理论

归因理论是由美国心理学家海德首先提出的，后来由美国斯坦福大学的罗斯等人加以发展。归因理论是说明和推论人们活动的因果关系的理论。归因理论认为人们获得成功还是遭受失败可以归为四种因素：努力程度、能力大小、任务难度、运气和机遇。当下属在工作、学习和生活中遭受失败时，管理者要及时帮助他们分析失败的原因，引导其继续保持努力行为，促使行为合理化。

4. 挫折理论

挫折理论是美国心理学家亚当斯提出的。

(1) 要点：挫折理论是专门研究人们在日常工作学习生活中为什么会遭受挫折，遭受挫折后人们又会产生什么反应，管理者如何帮助人们有效地战胜挫折，克服挫折所带来的消极影响。

(2) 产生挫折的原因

①主观原因：个人目标定的过高，超出了自身能力的限制，结果事与愿违；个人同时追求的目标过多，由于精力和能力有限，不可能同时实现多个目标，结果一事无成；凭“想当然”的态度办事，往往因脱离实际导致失败。

②客观原因：自然环境因素；物资环境因素；社会环境因素。

第三节 激励实践

一、激励的意义

1. 有助于激发和调动职工的工作积极性；
2. 有助于将个人目标与组织目标结合起来；
3. 有助于增强企业的凝聚力，促进内部各组成部分的协调统一。

二、进行有效激励的原则

1. 坚持物质利益原则；
2. 按劳分配原则；
3. 差异化和多样化原则；
4. 以身作则，发挥榜样作用。

三、激励方式

激励方法按照作用方式不同可以分为内在激励和外在激励两类：内在激励是指通过工作本身的趣味性、价值、挑战性以及完成工作的成就感等激发职工的积极性；外在激励是借助环境以外的物质诱因，如奖励、表扬、晋升等引发职工的积极行为。其中内在激励方法有工作丰富化、参与管理、目标管理等；外在激励方法有奖励制度、提供发展机会、改善工作环境、构造企业文化和团体精神、加强信息反馈等。

1. 奖励：奖励是通过评价鉴定职工的工作表现及成果，并给予相应的报酬和奖励，来达到激励职工积极性的目的。奖励包括物质的和精神的。物质奖励包括奖金、晋升工资、奖励实物、提供生活条件等。精神奖励包括对于成效的认可、表彰、授予称号、提级、升职等。在奖励中应坚持公平合理原则。

2. 职工参与管理：职工与管理是指在不同程度上让职工和下级参加组织决策和各级管理工作的研究和讨论。民主原则。

3. 工作内容丰富化：工作内容丰富化是指职工通过改进工作设计，丰富工作内容，赋予更多的尝试机会，来增加工作本身的刺激性和挑战性，使职工获得发挥聪明才智和取得个人成就的机会，从而增进职工的满足感，同时提高工作效率。

4. 提供培训：教育培训的内容主要包括思想教育和业务知识能力培训。通过教育培训，树立崇高的理想和职业道德；通过专业技能培训，提高员工的工作能力。

5. 建立和健全规章制度：职工守则、用工制度、用人制度、责任制度。

6. 股权激励：股票期权是指企业资产所有者对企业经营者实行的一种长期激励的报酬制度。具体是指经营者享有在与企业资产所有者约定的期限内以某一预先确定的价格购买一定数量本企业股票的权利。国际上通行的股权激励方式主要有：股票期权、模拟股票、股票增值权、长期业绩奖励、员工持股计划、管理层股票购买计划和限制性股票等。

思考题

1. 阐述激励的含义。
2. 简述马斯洛的需求层次理论以及对企业管理的实际意义。
3. 简述赫茨伯格的双因素理论以及对企业管理的现实意义。

4. 什么是公平理论？
5. 在进行激励时，遵循哪些原则会使激励收到好的效果？
6. 激励方法有几种，各自有何特点？

讨论题

1. 讨论两个有高水平业绩的人，他们的能力相当，为什么会有截然不同的期望？
2. 讨论为什么管理者应该经常使用正强化，而不是负强化？
3. 你认为员工队伍的多样化会给管理者应用公平理论造成什么困难？
4. 列出 5 种你选择职务时最重要的标准（如报酬、承认、挑战性等），按重要性排列，然后将其分组比较你的反应，你可能会发现什么模式？

互联网资料

猎头网：<http://www.lietou.com>

思强人才网：<http://www.strongnet.com>

中国易聘网：<http://www.emptychina.com>

拓展阅读书目

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997 年版，第 16 章，p.386—405。
2. W·H·纽曼，小 C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995 年版，第 23 章，p.631—647。
3. 哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993 年版，第 17 章，p.464—490。

第十章 信息沟通

本章教学目标：

1. 了解沟通的概念、功能和作用；
2. 掌握沟通的过程与要素；
3. 掌握信息沟通的方式和渠道；
4. 能够进行沟通障碍分析，掌握消除办法；
5. 能够运用管理沟通的技巧。

本章重点和难点：

1. 有效沟通的方式；
2. 正式沟通与非正式沟通；
3. 有效沟通的障碍及克服；
4. 管理沟通的技巧。

学时分配：3 课时

第一节 信息沟通的概念和过程

一、信息沟通的含义及作用

1. 含义：信息沟通是指信息的发送者通过多种渠道把信息传递给接收者，使接收者接受和理解所传递的信息过程。

2. 作用：（1）收集信息，沟通过程实际上就是信息双向交流过程，组织内部的沟通，可以了解员工意见倾向、价值观和劳动结果，他们的积极性源泉和需要，各部门之间的人际关系、管理效率等，以作为决策的依据；（2）改善人际关系，沟通是人际交往，它可以解除人们内心的紧张和怨恨，使人们感到精神舒畅，而且在相互沟通中易使双方产生共鸣和同情，增进彼此间的了解和信任，改善相互之间的关系，减少人与人之间不必要的冲突；（3）改变行为，在沟通过程中，信息接收者接收到了并理解了发送者的意图之后，一般来讲会作出相应的反应，表现出合作的行为，否则沟通就是无效的。

二、信息沟通的过程和要素

1. 过程：信息的发送者需要把某种意图通过一定形式转换成信息接收者所能理解的信息，然后通过一定的沟通渠道，传递给信息的接收者，信息接收者对所接受的信息进行加工、处理、分析接受和理解信息，然后把所理解的信息反馈给信息发送者，以便确认其所接收的信息是否正确。在信息沟通过程中，还可能存在着各种各样的“噪音”干扰。

2. 要素：信息发送者、编码、信息、沟通渠道、信息接收者、译码、反馈、噪音。

第二节 信息沟通的方式和渠道

一、信息沟通的方式

沟通方式指的是信息传递的形式，即用什么信息媒介把所要表达的信息内容传递出去并使接收

者理解。

1. 言语沟通

(1) 口头沟通

①定义：口头沟通是用口头表达方式所进行的信息传递与交流，它是最常用的一种沟通手段，包括面谈、会议、正式的一对一讨论、演说、非正式的讨论及传闻或小道消息的传播等。

②优点：比较灵活、速度快、双方可以自由讨论，有亲切感；交流深刻，掌握的信息丰富准确。

③缺点：对信息发送者的口头表达能力要求较高，具有时效性，存在着很大的信息失真的可能。

(2) 书面沟通

①定义：书面沟通指的是用文字作为信息媒介来传递信息的沟通方式。包括备忘录、报告书、通知、内部刊物和公司手册、信函等。

②优点：书面沟通以文字的形式固化信息，可以使信息长期保存，可以核实、查询；书面沟通通常有一种关注的意味，往往重要的信息沟通都以书面沟通为准，“口说无凭，立字为据”，它更容易引起人们的注意；书面沟通以“白纸黑字”避免了信息传递过程中的随意性，从而减少了辗转传递、一再译解可能造成的错误；书面沟通可以以自己的阅读速度仔细阅读，以求了解更详尽。

③缺点：比较呆板、不易随客观情况的改变而及时修正；沟通效果受接收者文化水平的限制，阅读能力差的人往往理解不了；沟通费时较多。

2. 非言语沟通：可以表达语言所无法表达或不愿表达的信息，有时可以强化语言效果。

二、信息沟通的渠道

1. 正式沟通渠道

(1) 含义

正式沟通渠道指的是组织内部或对外依据一定的组织原则，按照规章制度的规定，通过正式程序所进行的信息传递和交流。主要包括按正式组织系统发布的命令、指示、文件，组织召开的正式会议，组织内部上下级之间或同事之间因工作需要而进行的正式接触。正式沟通渠道传播的信息又称“官方消息”。

(2) 模式

①链型

特点：只能向上或向下进行逐级传递信息。

②Y型

特点：在逐级沟通中，两位领导通过一个下属或一个部门进行沟通。这种网络集中化程度高，解决问题速度快，组织中领导人员预测程度高，但易导致信息曲解或失真，组织成员的平均满意程度较低。

适用范围：此网络适用于主管人员的工作任务十分繁重，需要有人选择信息，提供决策依据，既节省时间又要对组织实行有效的控制。

③轮盘型

特点：表示一个管理者与其他下级沟通，而下级之间没有互相沟通的现象。此网络集中化程度高，解决问题的速度快，中心主管人员的预测程度高，但沟通的渠道很少，组织成员的满意程度不高，士气低落。

适用范围：这种网络是加强组织控制、争时间抢速度的有效方法，如果组织接受紧急的攻关任务并要求进行严密控制，则可采用这种网络。

④环型

特点：表示允许成员与相邻的成员交流，但不允许与其他交流。组织的集中化程度和领导人的

预测程度都较低，畅通渠道不多，但组织中成员具有比较一致的满意度，组织士气高昂。适用范围：如果一个组织需要创造出一种高昂的士气来实现组织目标，这种沟通网络是一种行之有效的措施。

⑤全通道型

特点：允许每一个成员自由地与其他成员交流，交流是平等的，并无明显的中心人物。这是一个开放式的网络系统，其中每个网络中组织的集中化程度及主管人员的预测程度均较低，但由于沟通渠道很多，组织成员的平均满意程度高且差异小，士气高昂合作气氛颇浓厚，这对于解决复杂问题，增强组织合作精神，提高士气均有很大作用。但是，这种网络沟通渠道太多，因此容易造成混乱，并且也浪费时间，影响工作效率。

2. 非正式沟通渠道

(1) 含义

非正式沟通渠道指的是以社会关系为基础建立起来的，与组织内部明文规章制度无关系的沟通渠道。非正式沟通渠道传播的信息又称“小道消息”。

(2) 模式

①单串型：在个人之间相互转告，信息在非正式渠道中依次传递，把信息传播到最终的接收者。

②饶舌型：某人告诉大家，信息由A传递给各人，A是非正式渠道中的关键人物，他主动把信息传播给其他很多人。

③集合型：一些人具有选择性转告他人，信息由A传递到几个特定的人B、C，然后再由他们传递给一些特定的人。这种传播效率最高。

④随机型：个人之间随机地相互转告，信息由A随机地传递给某些人，某些人再随机地传递给另一些人。

(3) 避免非正式沟通渠道消极影响的对策

①采取开放式的沟通方式，以客观事实防止谣言的产生；②要善于发现非正式沟通中的关键人物，在必要时利用这关键人物来协助传递或澄清某些事实；③培养员工对组织管理当局的信任和好感，对企业的忠诚和热爱；④人要高度重视传播面广、传播迅速的小道消息，一定要究其原因，因为它可能反映出了管理中存在的问题，管理者不能置之不理；⑤在制定重大决策时，应考虑一下该决策会不会引起小道消息，应采取什么防止措施，是否可以利用非正式渠道来推进此政策；⑥不能滥用非正式渠道，在组织管理中，管理者还应该以正式渠道为主。

第三节 信息沟通的障碍及消除方法

一、有效沟通的障碍

1. 主观障碍

(1) 个人心理障碍；(2) 知识经验的差距；(3) 语言表达能力差；(4) 发送者的信誉不佳；(5) 沟通时机不当；(6) 对信息的漠视。

2. 客观障碍

(1) 渠道不畅通；(2) 空间距离远

二、消除沟通障碍的方法

1. 增强信息的明确性

2. 提高信息接收的效率

3. 建立合理的信息传播体系

4. 提高利用非正式沟通的自觉性
5. 培养和掌握有效的沟通技巧：（1）运用反馈手段；（2）提高表达能力；（3）积极倾听；（4）注重非语言提示。

思考题

1. 试述信息沟通的一般过程及要素组成。
2. 在组织管理中最普遍使用的沟通方式有哪些？
3. 叙述正式沟通渠道的五种模式及各种模式的特点。
4. 企业应该怎样对待非正式沟通？
5. 有效沟通的障碍有哪些？如何克服？
6. “多数人不是好听众”，你同意吗？为什么？
7. 管理者怎样提高个人沟通技巧，才能收到良好的沟通效果？

讨论题

1. 讨论“话不投机半句多”现象。
2. 当下属从上司处获得跟自己有关的下列信息时：被提升；被降职；工作中出现错误；增加额外的工作任务；来年公司的假期安排，你认为何种媒介更合适？

互联网资料

中国营销传播网 <http://www.emkt.com.cn>
 中国资讯网 <http://www.china-min.com>
 中国协同知识管理 <http://www.ckmchina.com>

拓展阅读书目

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997年版，第18章，p.435—448。
2. W·H·纽曼，小C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995年版，第22章，p.611—628。
3. 哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993年版，第19章，p.521—545。

第十一章 控制工作

本章教学目标：

1. 了解控制的含义、类型以及控制系统的要素；
2. 掌握控制工作的过程；
3. 阐明控制基本原理与控制原则；
4. 明确控制的技术与方法。

本章重点和难点：

1. 管理控制过程；
2. 管理控制原则；
3. 零基预算的应用；
4. 网络图的画法及计算。

学时分配：3 课时

第一节 控制工作概述

一、控制的含义及其重要性

1. 含义

控制是指接收企业内外的有关信息，按规定的目标和标准对企业的生产和经营活动进行监督、检查和发现偏差，采取纠正措施，使工作能按既定的计划进行或适当地调整计划，以达到管理工作的预期目的。

2. 特点

- (1) 控制具有很强的目的性，其目的是保证各项活动按照既定的计划进行；
- (2) 控制职能的实现，是通过“监督”和“纠正偏差”这两种手段来实现的；
- (3) 控制是一个过程，通过这个过程实现活动按计划进行的目的。

3. 控制与计划的关系

4. 重要性

- (1) 组织环境的不确定性，控制工作起了执行和完成计划的保障作用；
- (2) 组织活动的复杂性；
- (3) 管理失误的不可避免性；
- (4) 控制贯穿于其他管理职能之中。

二、控制系统

控制系统主要有以下几个要素组成。

1. 控制的目标体系
2. 控制的主体
3. 控制的客体
4. 控制的方法和手段

三、控制的类型

1. 按控制点的位置划分

(1) 前馈控制

①定义：前馈控制是在工作正式开始前对工作中可能产生的偏差进行预测和估计并采取防范措施，是将可能的偏差消除于产生之前的一种控制方法，也称事先控制或预先控制。

②条件：必须对计划和控制系统作出透彻地、仔细地分析，确定需要的输入变量；建立前馈控制系统的模式；要注意该模式的动态性，也就是要经常检查模式，以了解所确定的输入变量及其相互关系是否仍然反映实际情况；必须定期收集输入变量的数据，并把它们输入控制系统；必须定期估计实际输入的数据与计划输入的数量之间的偏差，并评价其对预期最终成果的影响；必须有保证措施，前馈控制的作用同其他的计划和控制方法一样，不只是向人们指出问题，而且还要采取措施来解决这些问题。

(2) 现场控制

①定义：现场控制是通过对计划执行过程的直线检查和监督，将作业结果与计划相比较，找出偏差和纠正偏差的过程，又称作业控制、同步控制或实时控制。

②内容：向下级指示恰当的工作方法和工作程序；监督下级的工作以保证计划目标的实现；发现不符合标准的偏差时，立即采取纠正措施。

(3) 反馈控制

①定义：反馈控制就是通过分析工作的执行结果，将它与控制标准相比较，发现已经发生或即将发生的偏差，分析其原因和对未来的可能影响，及时拟定纠正措施并予以实施，以防止偏差继续发展或今后再度发生，也称事后控制。

②常用方法：财务报表分析、标准成本分析、质量控制方法、工作人员成绩评定等。

2. 按控制方式划分

(1) 集中控制

集中控制就是在组织中建立一个控制中心，由它对所有的信息进行统一的加工处理，并由这一控制中心发出命令，操纵所有的管理活动。

(2) 分散控制

分散控制是与集中控制相对的一种控制形式，采用分散的方式，由组织各部分分别实施控制。

(3) 分层控制

分层控制是一种把集中控制和分散控制结合起来的控制方式。

3. 按控制的原因或结果划分

(1) 间接控制

①定义：间接控制是控制计划执行的结果，即根据计划和标准对比和考核实际结果，追查出现偏差的原因和责任，然后才去进行纠正。

②间接控制的五个假设：一是工作成效可以计量；二是人们对工作成效有个人责任感；三是追查偏差所需时间有保证；四是出现的偏差可以预料并能及时发现；五是有关部门或人员将会采取纠正措施。

(2) 直接控制

①定义：直接控制是相对间接控制而言的，它是通过提高主管人员的素质来进行控制工作的。

②直接控制的四个假设：一是合格的主管人员所犯的错误最少；二是管理工作的成效是可以计量的；三是在计量管理人员的工作成效时，判断标准往往是概念化的；四是管理的基本原理的应用情况是可以评价的。

第二节 控制工作的过程

一、控制的前提条件

1. 要有一个科学的、切实可行的计划
2. 要有专门的组织机构
3. 控制要由反馈渠道

二、控制的基本过程

1. 确定控制标准

实物标准、费用标准、资本标准、收入标准、定性标准。

2. 衡量实际成效

3. 进行偏差分析

(1) 偏差的原因。①组织外部环境发生重大变化，影响到组织计划规定的目标难以实现；②在执行任务过程中工作人员由于工作失误而造成的偏差；③原有计划不合理及不完善所导致的偏差。

(2) 偏差的类型。①正偏差：正偏差是指实际业绩超过了计划要求；②负偏差：负偏差是指实际业绩未达到计划要求。

4. 采取纠正措施

(1) 改进工作方法。

(2) 改进组织和领导工作。

(3) 调整或修正原有计划或标准。

三、控制工作的原则

1. 控制关键点原则
2. 及时性原则
3. 灵活应变原则
4. 客观准确原则
5. 经济性原则
6. 例外原则
7. 控制趋势原则

第三节 控制技术与方法

一、预算法

1. 含义

预算是一种计划技术，是未来某一个时期具体的、数字化的计划，它把计划分解成以货币或其他数量单位的预算指标，用数字来表示预测的结果，要求各个部门的运作和开支在预算范围内。

2. 类型

(1) 收支预算：收支预算是以货币单位表示的收入和支出预算。

(2) 实物预算：实物预算是一种以实物为计量单位的预算。

(3) 投资预算：投资预算是一个企业在特定的时间内固定资金运用的情况。

(4) 现金预算：现金预算就是对现金收支进行预测，并据此衡量实际现金的使用情况。

(5) 总预算：总预算是对组织中各种计划的准备而又相当全面地描述，是考虑各种因素后的多项内容的预算，由组织中各种预算综合而成。

(6) 零基预算

①基本原理。

②具体做法。

3. 优点：准确全面地计算出各种数据，为计划的决策和控制标准的确定提供精确的资料，减少了盲目性；使计划和控制富有弹性，增强了组织的应变能力；当管理决策出现失误时，便于及时纠正。

二、网络技术

1. 网络计划技术的基本原理。

2. 网络图的组成：网络图是由箭线，结点、虚箭线和路线组成。

3. 网络时间的确定：作业时间的确定；作业开始时间和结束时间的计算；总时差的计算。

4. 关键路线的确定。

5. 网络技术的优点。

(1) 编制网络的过程就是深入调查研究的过程，有利于克服单凭经验，主观编制计划的弊端，把计划建立在可靠的基础之上；

(2) 网络图能直观形象地反映出各项工作之间的制约、依赖关系，在生产之前就能掌握关键所在，便于合理调配资源，确保重点，便于预测计划进度，易于控制和调度；

(3) 可以把一个复杂的生产管理问题，分解为若干分系统，分别进行控制，由局部最优达到整体最优；

(4) 可利用电子计算机计算，大大推进管理现代化。

三、排队论

排队论又称随机服务系统理论或公用事业理论中的数学方法。主要研究随机服务系统应如何合理地设计与控制，以达到既能满足顾客需要，又能使费用最少的目的。

四、经营审计

审计是对一个组织的财务往来和经营活动进行检查审核，一般分为外部审计和内部审计。外部审计是由专门的审计部门定期对某一组织的有关经济往来账目和财务程序做综合审核；内部审计是由企业内部组织人员进行审核。

五、管理信息系统

现代管理信息系统是依据系统观点建立，利用现代技术方法和计算机网络，提供各种作业、管理和决策信息的集成化的人—机系统，它能准确、迅速地提供各级管理部门所需的信息。

思考题

1. 什么是控制工作？控制和计划的关系是什么？

2. 不同控制位置的三种类型控制有什么联系和区别？在现代管理活动中，前馈控制为什么显

得更为重要？

3. 控制工作中必须遵循哪些基本原则？
4. 使用预算控制时需要防止哪些危害？
5. 什么是零基预算？

讨论题

“组织有权监督员工——不管是工作中还是工作外。”请针对这一观点进行辩论。

互联网资料

中国商业论坛 [http: //www.chinatrack.com](http://www.chinatrack.com)

资金预算 [http: //www.itwinc.com](http://www.itwinc.com)

拓展阅读书目

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》（第四版），中国人民大学出版社，1997年版，第19章，p.475—492
2. W·H·纽曼，小C·E·萨默著，《管理过程——概念、行为和实践》，中国社会科学出版社，1995年版，第24章，p.681—701。
3. 哈罗德·孔茨，海因茨·韦里克著，《管理学》（第九版），经济科学出版社，1993年版，第20章，p.552—572。

第十二章 当今管理的新发展与新挑战

本章教学目标：

1. 了解并把握管理学理论的新发展；
2. 了解网络化、信息化、全球化给管理者带来的新挑战。

本章重点和难点：

1. 企业资源计划，供应链管理，客户关系管理；
2. 管理信息化的意义；
3. 21 世纪的管理。

学时分配：3 课时

第一节 当今管理学理论的新发展

管理理论的发展经历了古典管理、行为管理、现代管理之后，目前正进入一个新的发展时期。任何管理理论的产生都是时代背景的深刻反映。新的管理理论的时代背景就是网络经济和全球化浪潮的出现。网络技术的迅猛发展和基于 Internet 的全球化数字通信基础设施的建立，使全球经济进一步紧密联系在一起。由网络经济催生的跨国经营和全球经济一体化正在改变着传统的企业组织结构和生产方式。同企业组织形式变革相适应，当代管理理论也处于一个新的生长期，新观点层出不穷。

综合当前管理理论新的研究方向，有四个管理学分支应重点关注：

1. 尊重知识价值，加强对知识管理的研究。知识管理，就是以知识为核心的管理，包括对知识拥有者的管理和对知识本身的管理。
2. 企业面对更加复杂的竞争局面，战略管理势在必行。战略管理就是对全局的谋划，它具有全局性、根本性、系统性、未来性、相对稳定性等特点。
3. 企业不仅仅要经营产品，也要学会跨文化管理。跨文化经营管理就是在跨国经营中，对不同种族、不同文化类型、不同文化发展阶段的子公司所在国的文化采取包容的管理方法，并据此创造出公司独特文化的管理过程。
4. 一种反映企业未来发展方向的组织形式和管理方式：虚拟企业和虚拟管理。

一、企业资源计划

1. 定义

企业资源计划，即 ERP 是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台。

2. 主要发展阶段

1960 年代开环的物料需求计划（开环 MRP）；1970 年代闭环物料需求计划（闭环 MRP）；1980 年代的制造资源计划（MRP II）；1990 年代的企业资源计划（ERP）。

3. 核心管理思想

实现对整个供应链的有效管理。体现对整个供应链资源进行管理的思想，体现精益生产、同步工程和敏捷制造的思想，体现事先计划与事中控制的思想。

4. 企业资源计划实施过程

- （1）项目前期工作：领导层培训及 ERP 原理培训；企业诊断；需求分析，确定目标；软件选

型。

- (2) 实施准备阶段：项目组织；数据准备；系统安装调试；软件原型测试。
- (3) 模拟运行及用户化：模拟运行及用户化；制定工作准则与工作规程；验收。
- (4) 切换运行。
- (5) 新系统运行。

二、供应链管理

1. 供应链

供应链是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中，将供应商、制造商、分销商、零售商直到最终用户连成一个整体的功能网链结构模式。

2. 供应链管理

(1) 概念：供应链管理是一种集成的管理思想和方法，它执行供应链中从供应商到最终用户的物流的计划和控制等职能，它是通过前馈的信息流和反馈的物流及信息流，将供应商、制造商、分销商、零售商乃至最终用户连成一个整体的管理模式。

(2) 内容：供应链管理主要涉及供应、生产计划、物流和需求四个主要领域。主要内容可分为职能领域的管理和辅助领域的管理。其中职能领域包括产品工程、产品技术研发和支持、采购、生产控制、库存管理和分销管理等；辅助领域主要包括客户服务、制造、设计工程、会计核算、人力资源以及市场营销等。

三、客户关系管理

1. 概念：客户关系管理（CRM）是一种旨在改善企业与客户之间关系的新型管理机制，它实施于企业的市场营销、销售、服务与技术支持等与客户相关的领域。

2. 作用：改善服务、降低成本、扩大销售、提高效率、拓展市场、保留客户。

3. 组成部分：销售管理；营销管理；客户服务；技术支持。

第二节 网络化、信息化给管理者带来的挑战

信息技术正不断地改变着企业经营的过程和模式。信息技术提高了企业的经营效率和控制能力，促进了组织成员之间更有效的接触和沟通，便于企业适应急剧变化的经营环境，有利于充分利用员工的知识和技能。因此，组织可以通过提高管理信息化的水平，来提升自己的竞争优势。

- 一、发挥预测作用
- 二、提高经营效率
- 三、推动战略变革
- 四、加强知识管理
- 五、促进分权管理
- 六、强调组织学习
- 七、加强有效控制

第三节 全球化给管理者带来的挑战

在《世界是平的》一书中，托马斯·弗里德曼将全球化划分为三个阶段。

“全球化 1.0”主要是国家间融合和全球化，开始于 1492 年哥伦布发现“新大陆”之时，持续到 1800 年前后，是劳动力推动着这一阶段的全球化进程，这期间世界从大变为中等。

“全球化 2.0”是公司之间的融合，从 1800 年一直到 2000 年，各种硬件的发明和革新成为这次全球化的主要推动力——从蒸汽船、铁路到电话和计算机的普及，这期间因大萧条和两次世界大战而被迫中断，这期间世界从中等变小。

而在“全球化 3.0”中，个人成为了主角，肤色或东西方的文化差异不再是合作或竞争的障碍。软件的不断创新，网络的普及，让世界各地包括中国和印度的人们可以通过因特网轻松实现自己的社会分工。

新一波的全球化，正在抹平一切疆界，世界变平了，从小缩成了微小。

一、全球化的市场

地球村的出现；跨国公司的兴起；无边界组织的产生。

1. 全球化对组织的影响

一个组织走向全球化要经历三个阶段：第一阶段，仅仅向外国出口本企业的商品；第二阶段，管理层在国外公开出售他们的产品，或者是把产品交给国外的工厂直接生产；第三阶段，管理层有强烈的愿望去主动追求国际市场，出现“战略联盟”的缔结。

2. 全球化对管理者的影响

(1) 需要克服和解决所谓“外国人”观念问题

每个国家都有不同的价值观、道德观、社会习俗、政治和经济体制以及相关法律。

(2) 文化评估的分析框架

①霍夫斯泰特的 5 种价值维度框架：权力距离、个人主义与集体主义、生活数量与生活质量、不确定性避免、长期导向与短期导向。

②全球领导与组织行为效果（GLOBE）研究方法：自信、未来导向、性别差异、不确定性避免、权力距离、个人主义与集体主义、圈内集体主义、绩效导向、慈爱导向 9 个描述国家及地区文化差异的维度。

二、21 世纪的管理

1. 从管理科学到管理艺术
2. 从硬管理到软管理
3. 从“手段人”到“目的人”
4. 从强调个人间的竞争到重视组织成员间的协作
5. 从集权到分权
6. 从强调理性到重视直觉
7. 从外延式管理到内涵式管理
8. 从注重个别和局部到强调系统和整体

思考题

1. 信息技术如何影响组织结构和设计方式？
2. 管理信息化使组织中的哪些成员获益最多？
3. 简述 ERP 的核心管理思想和实施过程。
4. 什么是供应链管理？

讨论题

1. 请讨论你对“世界是平的”的理解。
2. 未来的管理会是什么样子？谈谈你的想法。

拓展阅读书目

1. 周三多、陈传明、鲁明泓著，《管理学——原理与方法》，复旦大学出版社，2000 年版，p.622—637。
2. 斯蒂芬·P·罗宾斯、大卫·A·德森佐著，《管理学原理》（第五版），东北财经大学出版社，2005 年版，第 2 章，p.45—75。
3. 顾锋主编，《管理学》，上海人民出版社，2004 年版，第 18 章，p.387—413。
4. 托马斯·弗里德曼著，《世界是平的》，湖南科学技术出版社，2006 年版。

《高等数学（二）》教学大纲

刘崇丽 编写

目 录

前 言	191
第八章 多元函数	192
第一节 空间解系几何简介	192
一、空间直角坐标系	192
二、空间任意两点间的距离	193
三、曲面与方程	193
第二节 多元函数的概念	194
一、多元函数的定义	194
二、二元函数的几何意义	194
第三节 二元函数的极限与连续	194
一、二元函数的极限	194
二、二元函数的连续性	194
第四节 偏导数	195
一、偏导数的定义	195
二、二阶偏导数	196
第五节 全微分	196
一、全微分的概念	196
二、函数可微的条件	196
第六节 复合函数的微分法	197
一、二元复合函数的概念	197
二、二元复合函数的微分法	197
第七节 隐函数的微分法	197
一、二元隐函数的概念	197
二、二元隐函数的微分法	197
三、方程组的隐含数问题	198
第八节 二元函数的极值	198
一、多元函数的极值概念	198
二、极值存在的必要条件	198
三、极值存在的充分条件	198
四、条件极值	199
第九节 二重积分	199
一、二重积分的基本概念	199
二、二重积分的性质	200
三、二重积分的计算	201
四、二重积分的换元法	202
五、无界区域上的反常二重积分	202
复习与思考题	202
拓展阅读书目	202

第九章 微分方程与差分方程	203
第一节 微分方程的一般概念	203
一、微分方程的定义	203
二、微分方程的解	203
第二节 一阶微分方程	203
一、可分离变量方程	204
二、齐次微分方程	204
三、一阶线性微分方程	204
第三节 几种二阶微分方程	205
一、最简单的二阶微分方程	205
二、不显含未知函数 y 的二阶微分方程	205
三、不显含自变量 x 的二阶微分方程	205
第四节 二阶常系数线性微分方程	205
一、二阶常系数线性齐次方程	205
二、二阶常系数线性非齐次方程	207
第五节 差分方程的一般概念	208
一、差分	208
二、差分方程的一般概念	208
第六节 一阶和二阶常系数线性差分方程	209
一、一阶常系数线性差分方程	209
二、二阶常系数线性差分方程	209
复习与思考题	210
拓展阅读书目	210
第十章 无穷级数	212
第一节 无穷级数的概念	212
一、无穷级数的基本概念	212
二、几何级数的敛散性	213
第二节 无穷级数的基本性质	213
一、无穷级数基本性质	213
二、无穷级数收敛的必要条件	214
第三节 正项级数	214
一、正项级数的概念	214
二、正项级数收敛的充分必要条件	214
三、比较判别法	214
四、比值判别法	214
五、 p -级数的敛散性	215
第四节 任意项级数 绝对收敛	215
一、交错级数	215
二、任意项级数	215
第五节 幂级数	216
一、幂级数和幂级数的收敛区间	216
二、幂级数的性质	218

第六节 泰勒公式与泰勒级数	219
一、泰勒中值定理	219
二、泰勒级数与麦克劳林级数	219
三、函数 $f(x)$ 展开成泰勒级数的条件	219
第七节 某些初等函数的幂级数展开式	220
一、直接展开法	220
二、间接展开法	220
复习与思考题	220
拓展阅读书目	220

前 言

课程号：309010044

课程名称：Higher Mathematics(二)

授课对象：经济学专业和工商管理类专业

课程的性质、目的和任务

高等数学(二)是我校本科经济学专业、工商管理专业和国际商务专业的一门必修专业基础课程，它是高等数学（一）的后续课程.其任务是既要为经管类专业后继课程提供基本的数学工具，又要培养学生应用数学知识解决本专业实际问题的意识与能力。

本课程以一元微积分学为基础，首先介绍多元微积分学的有关理论，其次是介绍微分方程和差分方程、无穷级数的基本概念、基本理论和基本运算技能，为进一步地获取数学知识奠定必要的数学基础。

在传授知识的同时，课程通过各个教学环节逐步培养学生的抽象思维能力、逻辑推理能力、空间想象能力、运算能力和自学能力，还要特别注意培养学生的综合运用所学知识去分析问题和解决问题的能力。

授课方法：

高等数学(二)在讲解过程中，尽量采用多媒体教学,多用图形和实例引入来说明和描述微积分中的一些主要定义和概念。用问题驱动法逐步展开教学,把学生吸引到教学内容中去，并引导学生讨论问题，调动学生听课的积极性，锻炼学生的表达能力，提高课堂教学效率。在讲授传统内容时，应注意运用现代数学的观点、概念、方法以及术语等符号，加强与其它不同分支之间的相互渗透，不同内容之间的相互联系,淡化运算技巧训练。

说明：教学要求较高的内容用“理解”、“掌握”、“熟悉”等词表述，要求较低的内容用“了解”、“会”等词表述。

在教学安排上,通常为每周 4 课时,后半学期学习《概率论》，用高等数学的方法来研究随机变量问题.有利于学生对知识的理解和应用.

教材：微积分 赵树嫖主编 中国人民大学出版社

考核方法：采用闭卷考试，以百分制评定成绩。平时成绩 20%，期末成绩 80%.

第八章 多元函数

本章的教学目的和基本要求

1. 了解空间直角坐标系的有关概念；会求空间两点间的距离；
2. 了解多元函数概念；掌握二元函数的定义与表示法；了解二元函数的几何意义。
3. 了解二元函数的极限与连续的直观意义；了解有界闭区域上二元连续函数的性质。
4. 了解多元函数的偏导数与全微分的概念；掌握多元复合函数一阶、二阶偏导数的方法；掌握求全微分的方法；掌握隐函数的求偏导的法则。
5. 了解二元函数极值、条件极值的概念；掌握二元函数极值存在的必要条件、充分条件；会求二元函数的极值，会用拉格朗日乘数法求条件极值。会求简单多元函数的最大值和最小值。
6. 了解二重积分的概念、几何意义与基本性质。掌握直角坐标系和极坐标系下二重积分的计算方法；会求无界区域上的较简单的二重积分
7. 会用多元函数微积分知识解决简单的经济问题。

本章的知识点、重点和难点

多元函数的概念 二元函数的几何意义 二元函数的极值与连续的概念 有界闭区域上二元函数的性质 多元函数的偏导数的概念与计算 多元复合函数的求导与隐函数求导法 二阶偏导数 全微分 多元函数的极值和条件极值、最大值和最小值 二重积分的概念 基本性质和计算 无界区域上简单二重积分的计算

重点：复合函数及隐函数的微分法，全微分，二元函数极值，二重积分的计算方法；

难点：多元复合函数与隐函数的微分法、二阶偏导数、二重积分化成两个累次定积分时积分限的确定。

学时分配：6×3=18 学时

第一节 空间解系几何简介

一、空间直角坐标系

(一)空间坐标系的建立

过空间一点 O ，作三条互相垂直的数轴，它们有共同的原点 O 和相同的单位长度，这三条轴分别叫做 x 轴（横轴）， y 轴（纵轴）， z 轴（数轴）；统称为坐标轴.点 O 叫做坐标原点.三个坐标轴构成了空间直角坐标系。三个坐标轴的方向满足右手系.一般 xoy 平面在水平面上， z 轴垂直向上.

由 x 轴和 y 所确定的平面称为轴 xoy 平面，类似确定 $yozy$ 平面、 zox 平面。它们统称为坐标平面. 三个坐标平面将空间分成八个部分，每一部分称为一个挂限.在 xoy 坐标面上方有四个挂限，下方有四个挂限. 在 xoy 坐标面上方含 x 轴、 y 轴、 z 轴正向的挂限称为第 I 挂限、按逆时针方向依次为第 II 挂限、第 III 挂限、第 IV 挂限；在 xoy 坐标面下方，第一挂限下方部分为第五挂限，按逆时针方向依次为第 VI、VII、VIII 挂限.

(二)点的坐标

1. 空间点 P 与有序数组 x 、 y 、 z 一一对应， (x, y, z) 就是点 P 的坐标.

2. 特殊点的坐标：

原点 $O(0, 0, 0)$.

xoy 平面上点的坐标为 $(x, y, 0)$.

yozy 平面上点的坐标为 $(0, y, z)$.

zox 平面上点的坐标为 $(x, 0, z)$.

x 轴上点的坐标为 $(x, 0, 0)$.

y 轴上点的坐标为 $(0, y, 0)$.

z 轴上点的坐标为 $(0, 0, z)$.

二、空间任意两点间的距离

已知点 $M_1(x_1, y_1, z_1)$ 、 $M_2(x_2, y_2, z_2)$,

则 M_1 与 M_2 之间的距离

$$|M_1M_2| = \sqrt{(x_1 - x_2)^2 + (y_1 - y_2)^2 + (z_1 - z_2)^2}$$

三、曲面与方程

(一)曲面与方程的概念

如果曲面 S 上的任意一点的坐标都满足方程 $F(x,y,z)=0$,而不在曲面 S 上的点的坐标都不满足方程 $F(x,y,z)=0$,那么方程 $F(x,y,z)=0$ 称为曲面 S 的方程,而曲面 S 称为方程 $F(x,y,z)=0$ 的图形.空间曲面与方程一一对应.

(二)常见曲面的方程

1. 坐标方程:xy 平面: $z=0$ xz 平面: $y=0$ yz 平面: $x=0$

2. 一般平面方程: $Ax+By+Cz+D=0$

3. 柱面方程:平行于定直线并沿定曲线 C 移动的直线 L 形成的轨迹叫做柱面,定曲线 C 叫做柱面的准线,动直线 L 叫做柱面的母线.

(1) $x^2 + y^2 = R^2$: 表示母线平行于 z 轴的圆柱面方程.

(2) $y = px^2$: 表示母线平行于 z 轴的抛物柱面方程.

(3) $\frac{x^2}{a^2} + \frac{y^2}{b^2} = 1$: 表示母线平行于 z 轴的椭圆柱面方程.

(4) $\frac{x^2}{a^2} - \frac{y^2}{b^2} = 1$: 表示母线平行于 z 轴的双曲柱面方程.

4. 旋转曲面方程:以一条平面曲线绕其平面上的一条直线旋转一周所成的曲面叫做旋转曲面,旋转曲线和定直线依次叫做旋转曲面的母线和轴.

(1) $\frac{x^2}{a^2} + \frac{y^2}{a^2} - \frac{z^2}{c^2} = 1$ 表示旋转单叶双曲面

(2) $\frac{x^2}{a^2} - \frac{y^2}{c^2} - \frac{z^2}{c^2} = 1$ 表示旋转双叶双曲面

5. 球面方程:以 (a,b,c) 为球心,以 R 为半径的球面方程为

$$(x-a)^2 + (y-b)^2 + (z-c)^2 = R^2$$

第二节 多元函数的概念

一、多元函数的定义

(一)多元函数的定义

D 为一个非空的 n 元有序数组的集合, 设 f 为一对应规则, 使对于每个有序数组 $(x_1, x_2, \dots, x_n) \in D$, 都有唯一确定的实数 y 与之对应, 则称对应规则 f 为定在 D 上的 n 元函数, 记为

$$y = f(x_1, x_2, \dots, x_n) \quad (x_1, x_2, \dots, x_n) \in D$$

变量 $x_1, x_2, \dots, x_n$ 称为自变量; y 称为因变量; 集合 D 称为函数的定义域, 记为 $D(f)$; 对应于

$(x_1^0, x_2^0, x_3^0, \dots, x_n^0) \in D$, 所对应的 y 值, 记为 $f(x_1^0, x_2^0, x_3^0, \dots, x_n^0)$ 称为函数值, 全体函数值的集合称为

函数的值域, 记为 $Z(f)$

当 $n=2$ 时, $y=f(x_1, x_2)$ 称为二元函数.

二、二元函数的几何意义

二元函数的图形为空间的一个曲面, 该曲面在 xoy 平面上的投影就是 $z=f(x, y)$ 的定义域

第三节 二元函数的极限与连续

一、二元函数的极限

(一)极限定义

定义: 对于二元函数 $z=f(x, y)$, 设点 $P(x, y)$ 为定义域内任意一点, 当 $P(x, y)$ 以任意方式趋于点 $P_0(x_0, y_0)$ 时, 函数无限接近于一个常数 A , 那末称 A 为 $z=f(x, y)$ 当 (x, y) 趋于点时的极限, 记为

$$\lim_{\substack{x \rightarrow x_0 \\ y \rightarrow y_0}} f(x, y) = A \text{ 或 } \lim_{P \rightarrow P_0} f(x, y) = A$$

(二)极限法则

二元函数的极限是一元函数极限的推广, 因此关于一元函数极限的运算法则和定理, 均可推广到二元函数的极限

二、二元函数的连续性

(一)二元函数 $f(x, y)$ 在点 (x_0, y_0) 处连续的定义

设二元函数 $f(x, y)$ 满足条件

1. 在点 (x_0, y_0) 的某个邻域内有定义;

2. 极限 $\lim_{(x,y) \rightarrow (x_0,y_0)} f(x,y)$ 存在;

3. $\lim_{(x,y) \rightarrow (x_0,y_0)} f(x,y) = f(x_0,y_0)$;

则称函数 $f(x,y)$ 在点 (x_0,y_0) 处连续, 否则称点 (x_0,y_0) 是函数 $f(x,y)$ 的间断点

(二) 二元函数 $f(x,y)$ 在区域上连续的定义

如果函数 $f(x,y)$ 在平面区域 D 内的每一点都连续, 则称函数 $f(x,y)$ 在区域 D 上连续

(三) 二元函数连续函数 $f(x,y)$ 的性质

和一元连续函数类似, 有以下结论

二元函数经过四则运算后仍为二元连续函数;

如果二元函数 $f(x,y)$ 在有界闭区域 D 上连续, 则 $f(x,y)$ 必存在最大值和最小值

第四节 偏导数

一、偏导数的定义

(一) 偏导数的定义

设函数 $z = f(x,y)$ 在点 (x_0,y_0) 的某个邻域内有定义, 如果当 $\Delta x \rightarrow 0$ 时, 极限

$$\lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta z}{\Delta x} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{f(x_0 + \Delta x, y_0) - f(x_0, y_0)}{\Delta x}$$

存在, 则称此极限值为函数 $f(x,y)$ 在点 (x_0,y_0) 处对 x 的偏导数.

$$\text{记作: } \left. \frac{\partial z}{\partial x} \right|_{\substack{x=x_0 \\ y=y_0}}, \left. \frac{\partial f}{\partial x} \right|_{\substack{x=x_0 \\ y=y_0}}, z'_x \Big|_{\substack{x=x_0 \\ y=y_0}}, f'_1(x_0, y_0)$$

$$\text{同理: } f'_y(x_0, y_0) = \lim_{\Delta y \rightarrow 0} \frac{f(x_0, y_0 + \Delta y) - f(x_0, y_0)}{\Delta y}$$

f'_x, f'_y 在 (x_0, y_0) 存在, 称 $z = f(x, y)$ 在 (x_0, y_0) 可导。

(二) 偏导函数

如果函数 $z = f(x,y)$ 在平面区域 D 内每一点 (x,y) 处对 x (或 y) 的偏导函数都存在, 则称

$z = f(x,y)$ 在 D 内有对 x (或 y) 的偏导函数, 简称偏导数. 记作

$$f'_x(x, y), \frac{\partial f(x, y)}{\partial x}, \frac{\partial f}{\partial x}, z'_x; \quad f'_y(x, y), \frac{\partial f(x, y)}{\partial y}, \frac{\partial f}{\partial y}, z'_y$$

二、二阶偏导数

$$\frac{\partial^2 z}{\partial x^2} = \frac{\partial}{\partial x} \left(\frac{\partial z}{\partial x} \right) = f''_{xx}(x, y) = z''_{xx} = f''_{x^2}$$

$$\frac{\partial^2 z}{\partial x \partial y} = \frac{\partial}{\partial y} \left(\frac{\partial z}{\partial x} \right) = f''_{xy} = z''_{xy} \quad \frac{\partial^2 z}{\partial y \partial x} = \frac{\partial}{\partial x} \left(\frac{\partial z}{\partial y} \right) = f''_{yx} = z''_{yx}$$

$$\frac{\partial^2 z}{\partial y^2} = \frac{\partial}{\partial y} \left(\frac{\partial z}{\partial y} \right)$$

如果 f''_{xy}, f''_{yx} 连续, 则 $f''_{xy} = f''_{yx}$

第五节 全微分

一、全微分的概念

定义: 对于自变量在点 (x, y) 处的改变量 $\Delta x, \Delta y$, 函数 $z = f(x, y)$ 相应的改变量

$$\Delta z = f(x + \Delta x, y + \Delta y) - f(x, y) = A\Delta x + B\Delta y + o(\rho)$$

其中: $\rho = \sqrt{(\Delta x)^2 + (\Delta y)^2}$

则称 $z = f(x, y)$ 在 (x, y) 可微, 记为 dz 或 $df(x, y)$

并称 $dz = \frac{\partial f}{\partial x} dx + \frac{\partial f}{\partial y} dy$ 为 $z = f(x, y)$ 的全微分

二、函数可微的条件

设函数 $z = f(x, y)$ 在点 (x, y) 的某个邻域内有连续的偏导数 $f'_x(x, y), f'_y(x, y)$, 则

函数 $f(x, y)$ 在点 (x, y) 处可微, 并且

$$dz = \frac{\partial f}{\partial x} dx + \frac{\partial f}{\partial y} dy$$

第六节 复合函数的微分法

一、二元复合函数的概念

设函数 $z=f(u,v)$ 是变量 u,v 的函数,而 u,v 又是变量 x,y 的函数,
 $u=\varphi(x,y), v=\psi(x,y)$, 则 $z=f(\varphi(x,y), \psi(x,y))$ 称为 x,y 的复合函数.

二、二元复合函数的微分法

如果函数 $u=\varphi(x,y), v=\psi(x,y)$ 在点 (x,y) 的偏导数 $\frac{\partial u}{\partial x}, \frac{\partial v}{\partial x}, \frac{\partial u}{\partial y}, \frac{\partial v}{\partial y}$ 都存在,且在对应于 (x,y)

的点 (u,v) 处,函数 $z=f(u,v)$ 可微,则复合函数 $z=f(\varphi(x,y), \psi(x,y))$ 对 x 及 y 的偏导数存在,且

$$\frac{\partial z}{\partial x} = \frac{\partial f}{\partial u} \cdot \frac{\partial u}{\partial x} + \frac{\partial f}{\partial v} \cdot \frac{\partial v}{\partial x}, \quad \frac{\partial z}{\partial y} = \frac{\partial f}{\partial u} \cdot \frac{\partial u}{\partial y} + \frac{\partial f}{\partial v} \cdot \frac{\partial v}{\partial y}$$

注意:复合函数的中间变量与自变量的不同复合关系,如复合函数的中间变量均是一元函数;复合函数的中间变量既有一元函数又有多元函数;复合函数是抽象函数

第七节 隐函数的微分法

一、二元隐函数的概念

由方程 $F(x,y,z)=0$ 所确定函数 $z=f(x,y)$ 称为二元隐函数

二、二元隐函数的微分法

$F(x,y,z)=0$ 确定了 $z=z(x,y)$ 求 $\frac{\partial z}{\partial x}, \frac{\partial z}{\partial y}$, 可利用以下 3 种方法:

(1) 方程两边同时对 x 求导, 注意 $z=z(x,y)$, 可求得 $\frac{\partial z}{\partial x}$

方程两边同时对 y 求导, 注意 $z=z(x,y)$, 可求得 $\frac{\partial z}{\partial y}$

(2) 利用公式 $\frac{\partial z}{\partial x} = -\frac{F'_x}{F'_z}, \quad \frac{\partial z}{\partial y} = -\frac{F'_y}{F'_z}$

(3) 两边微分

三、方程组的隐含数问题

由 $\begin{cases} F(x, y, u, v) = 0 \\ G(x, y, u, v) = 0 \end{cases}$ 其中 $u = u(x, y)$ $v = v(x, y)$, 对方程的两端分别对 x 求导, 应用复合函

数求导法则得: $\begin{cases} F_x + F_u \frac{\partial u}{\partial x} + F_v \frac{\partial v}{\partial x} = 0 \\ G_x + G_u \frac{\partial u}{\partial x} + G_v \frac{\partial v}{\partial x} = 0 \end{cases}$, 若 $F_u G_v - F_v G_u \neq 0$ 由方程组解出 $\frac{\partial u}{\partial x}, \frac{\partial v}{\partial x}$

同理可得 $\frac{\partial u}{\partial y}, \frac{\partial v}{\partial y}$

第八节 二元函数的极值

一、多元函数的极值概念

如果二元函数 $z=f(x, y)$ 对于点 (x_0, y_0) 的某一邻域内的所有点, 总有

$f(x, y) < f(x_0, y_0), (x, y) \neq (x_0, y_0)$

则称 $f(x_0, y_0)$ 是函数 $f(x, y)$ 的极大值;

如果二元函数 $z=f(x, y)$ 对于点 (x_0, y_0) 的某一邻域内的所有点, 总有

$f(x, y) > f(x_0, y_0), (x, y) \neq (x_0, y_0)$

则称 $f(x_0, y_0)$ 是函数 $f(x, y)$ 的极小值; ,

函数的极大值与极小值统称为极值, 使函数取得极值的点称为极值点.

二、极值存在的必要条件

如果函数 $f(x, y)$ 在点 (x_0, y_0) 处有极值, 且两个一阶偏导数存在, 则有

$$f'_x(x_0, y_0) = 0, f'_y(x_0, y_0) = 0$$

满足 $f'_x(x_0, y_0) = 0, f'_y(x_0, y_0) = 0$ 的点称为函数的驻点.

三、极值存在的充分条件

如果函数 $f(x, y)$ 在点 (x_0, y_0) 的某个邻域内有连续的二阶偏导数, 且 (x_0, y_0) 是它的驻点, 设

$$f''_{xx}(x_0, y_0) = A, f''_{xy}(x_0, y_0) = B, f''_{yy}(x_0, y_0) = C$$

则

(1) 若 $B^2 - AC < 0$

当 $A < 0$ 时, $f(x_0, y_0)$ 是函数的极大值;

当 $A > 0$ 时, $f(x_0, y_0)$ 是函数的极小值;

(2) 若 $B^2 - AC > 0$ $f(x_0, y_0)$ 不是函数的极值;

(3)若 $B^2-AC=0$, $f(x_0, y_0)$ 是否为函数的极值需另判别.

四、条件极值

(一)条件极值的概念

在实际问题中要求最大, 最小值往往带有附加条件, 即对函数的自变量除了限制在函数的定义域内外, 还有其他的附加条件, 这些条件由函数的各自变量之间的一些方程来表示. 这时所求的极值叫做条件极值

(二)拉格朗日乘数法

求函数 $z=f(x, y)$ 在约束条件 $\phi(x, y)=0$ 下的极值的方法:

以常数 λ (称为拉格朗日乘数)乘以 $\phi(x, y)$, 然后与 $f(x, y)$ 相加, 得函数 $F(x, y)$

(称为拉格朗日函数),

$$F = f(x, y) + \lambda \phi(x, y)$$

求 $F(x, y)$ 对 x 与 y 得一阶偏导数, 并令它们为零, 即

$$\begin{cases} F'_x = 0 \\ F'_y = 0 \\ F'_\lambda = 0 \end{cases} \quad \text{解得的 } (x, y) \text{ 为可能的极值点}$$

根据题意来确定极值

第九节 二重积分

一、二重积分的基本概念

(一)曲顶柱体的体积

设函数 $z=f(x, y)$ 在有界闭区域 D 上连续, 且 $f(x, y) \geq 0, (x, y) \in D$. 在几何上它表示一个连续的曲面, 以区域 D 为底, 以 $z=f(x, y)$ 为顶, 以平行 Oz 轴的直线为母线的几何体称为曲顶柱体.

求曲顶柱体体积的方法

1. 分割区域

将区域 D 任意分成 n 个小区域 $\Delta\sigma_1, \Delta\sigma_2, \dots, \Delta\sigma_n$, 且以 $\Delta\sigma_i$ 表示面积, 由此将几何体分成 n 个

小曲顶柱体, ΔV_i 表示它们的体积, 则有 $V = \sum_{i=1}^n \Delta V_i$

2. 近似替代

在每个小区域上任取一点 (x_i, y_i) , 用以 $f(x_i, y_i)$ 为高, 以 $\Delta\sigma_i$ 为底的平顶柱体的体积作为

ΔV_i 的近似值, 即 $\Delta V_i \approx f(x_i, y_i) \Delta\sigma_i, i=1, 2, \dots, n$, 那么 $V \approx V_n = \sum_{i=1}^n f(x_i, y_i) \Delta\sigma_i$

3. 取极限求体积

当分割愈来愈细, d_i 表示 $\Delta\sigma_i$ 内任意两点间的距离的最大值, 当 $d = \max_i d_i \rightarrow 0$, V_n 的极限即

为此曲顶柱体的体积, 即 $V = \lim_{d \rightarrow 0} \sum_{i=1}^n f(x_i, y_i) \Delta\sigma_i$

(二)二重积分的定义

设 $f(x, y)$ 是定义在有界闭区域 D 上的二元函数, 将 D 任意分成 n 个小区域

$$\Delta\sigma_1, \Delta\sigma_2, \dots, \Delta\sigma_n$$

在每个小区域上任取一点 (x_i, y_i) , 作积分和

$$\sum_{i=1}^n f(x_i, y_i) \Delta\sigma_i$$

当 n 无限增大, 各小区域中的最大直径 $d = \max_i d_i \rightarrow 0$, 如果

$$\lim_{d \rightarrow 0} \sum_{i=1}^n f(x_i, y_i) \Delta\sigma_i$$

极限存在, 且与小区的分割及点 (x_i, y_i) 的选取无关, 则称此极限为函数 $f(x, y)$ 在区域 D 上的二重积分. 记作

$$\iint_D f(x, y) d\sigma = \lim_{d \rightarrow 0} \sum_{i=1}^n f(x_i, y_i) \Delta\sigma_i$$

(三)二重积分的几何意义

当 $f(x, y) \geq 0$, $(x, y) \in D$, 则 $\iint_D f(x, y) d\sigma$ 表示以 $z = f(x, y)$ 为顶, 以 D 为底的曲顶柱体体积。

二、二重积分的性质

1. $\iint_D kf(x, y) d\sigma = k \iint_D f(x, y) d\sigma$
2. $\iint_D [f(x, y) \pm g(x, y)] d\sigma = \iint_D f(x, y) d\sigma \pm \iint_D g(x, y) d\sigma$
3. 若 $D = D_1 + D_2$, 则 $\iint_D f(x, y) d\sigma = \iint_{D_1} f(x, y) d\sigma + \iint_{D_2} f(x, y) d\sigma$
4. 若在 D 上, $f(x, y) = 1$, 则 $\iint_D f(x, y) d\sigma = \iint_D d\sigma = \sigma$,

其中 $\iint_D d\sigma$ 表示平面区域 D 的面积。

$$5. \quad f(x, y) \leq g(x, y) \quad \text{则} \quad \iint_D f(x, y) d\sigma \leq \iint_D g(x, y) d\sigma$$

6. 设 M, m 分别是函数 $z=f(x, y)$ 在 D 上的最大值与最小值, A 是 D 的面积, 则

$$mA \leq \iint_D f(x, y) d\sigma \leq MA$$

7. 二重积分的中值定理: 如果 $f(x, y)$ 在闭区域 D 上连续, σ 是 D 的面积, 则在 D 内至少存在一点 (ξ, η) 使得: $\iint_D f(x, y) d\sigma = f(\xi, \eta) \sigma$, $(\xi, \eta) \in D$, σ 表 D 的面积。

三、二重积分的计算

(一) 直角坐标系下的二重积分的计算

1. 积分区域的类型

$$\begin{cases} a \leq x \leq b \\ \varphi_1(x) \leq y \leq \varphi_2(x) \end{cases}, \text{称为 X 型区域。}$$

$$\begin{cases} c \leq y \leq d \\ \psi_1(y) \leq x \leq \psi_2(y) \end{cases}, \text{称为 Y 型区域。}$$

2. 化二重积分为二次积分

$$(1) \quad \text{若 } D \text{ 为 X 型区域} \begin{cases} a \leq x \leq b \\ \varphi_1(x) \leq y \leq \varphi_2(x) \end{cases},$$

$$\text{则} \iint_D f(x, y) d\sigma = \iint_D f(x, y) dx dy = \int_a^b dx \int_{\varphi_1(x)}^{\varphi_2(x)} f(x, y) dy$$

$$(2) \quad \text{若 } D \text{ 为 Y 型区域} \begin{cases} c \leq y \leq d \\ \psi_1(y) \leq x \leq \psi_2(y) \end{cases},$$

$$\text{则} \iint_D f(x, y) d\sigma = \iint_D f(x, y) dx dy = \int_c^d dy \int_{\psi_1(y)}^{\psi_2(y)} f(x, y) dx$$

(二) 极坐标系下的二重积分的计算

1. 极坐标形式的二重积分

$$\iint_D f(x, y) d\sigma = \iint_D f(r \cos \theta, r \sin \theta) r dr d\theta$$

2. 极坐标形式的二重积分的计算

$$(1) \quad \text{极点在区域 } D \text{ 的外面, 有} \begin{cases} \alpha \leq \theta \leq \beta \\ r_1(\theta) \leq r \leq r_2(\theta) \end{cases},$$

$$\text{则} \iint_D f(r \cos \theta, r \sin \theta) r dr d\theta = \int_{\alpha}^{\beta} d\theta \int_{r_1(\theta)}^{r_2(\theta)} f(r \cos \theta, r \sin \theta) r dr$$

$$(2) \quad \text{极点在区域 } D \text{ 的边界上, 有} \begin{cases} \alpha \leq \theta \leq \beta \\ 0 \leq r \leq r(\theta) \end{cases},$$

$$\text{则} \iint_D f(r \cos \theta, r \sin \theta) r dr d\theta = \int_{\alpha}^{\beta} d\theta \int_0^{r(\theta)} f(r \cos \theta, r \sin \theta) r dr$$

$$(3) \text{ 极点在区域 } D \text{ 的内部, 有 } \begin{cases} 0 \leq \theta \leq 2\pi \\ 0 \leq r \leq r(\theta) \end{cases},$$

$$\text{则} \iint_D f(r \cos \theta, r \sin \theta) r dr d\theta = \int_0^{2\pi} d\theta \int_0^{r(\theta)} f(r \cos \theta, r \sin \theta) r dr$$

四、二重积分的换元法

定理: 设 $f(x, y)$ 在 xoy 平面上的闭区域 D 上连续, 变换

$$T: x = x(u, v), y = y(u, v)$$

将 uov 平面上的闭区域 D' 变为 xoy 平面上的 D , 且满足

(1) $x(u, v), y(u, v)$ 在 D' 上具有一阶连续的偏导数;

$$(2) \text{ 在 } D' \text{ 上雅可比式 } J(u, v) = \frac{\partial(x, y)}{\partial(u, v)} \neq 0;$$

(3) 变换 $T: D' \rightarrow D$ 是一对一的

$$\text{则有} \iint_D f(x, y) dx dy = \iint_{D'} f(x(u, v), y(u, v)) |J(u, v)| du dv$$

五、无界区域上的反常二重积分

如果二元函数的积分区域 D 是无界的, 则类似于一元函数定义二元函数的反常积分.

复习与思考题

习题八 A 组 B 组

拓展阅读书目

1. 高等数学 第五版 上下册 同济大学应用数学系主编
2. 经济数学基础(一) 微积分解题思路和方法 袁荫棠主编
3. 《大学文科高等数学》 姚孟臣编 中国人民大学出版社
4. 微积分学习辅导与解题方法 刘书田主编

第九章 微分方程与差分方程

本章的教学目的和基本要求:

1. 理解微分方程的概念,了解微分方程的阶、通解、初始条件和特解等概念。
2. 掌握可分离变量型、齐次型、一阶线性微分方程的解法。
3. 会解二阶常系数齐次线性微分方程
4. 会解自由项为多项式、指数函数、正弦函数、余弦函数,以及它们的和与积的二阶常系数非齐次线性微分方程,
5. 了解差分与差分方程及其通解与特解等概念.
6. 掌握一阶常系数线性差分方程的求解方法.
7. 会应用微分方程和差分方程求解简单的经济应用问题.

本章的知识点 重点和难点

常微分方程的基本概念 变量可分离的微分方程 齐次微分方程 一阶线性微分方程 二阶常系数齐次线性微分方程及简单的非齐次线性微分方程 差分与差分方程的概念 差分方程的通解与特解 一阶常系数线性差分方程 微分方程与差分方程的简单应用

重点: 一阶微分方程的分类解法. 二阶常系数齐次线性微分方程及简单的非齐次线性微分方程 一阶常系数线性差分方程

难点: 二阶常系数齐次线性微分方程及简单的非齐次线性微分方程

学时分配: $4 \times 3 = 12$ 学时

第一节 微分方程的一般概念

一、微分方程的定义

把含有未知函数导数(或微分)的方程称为微分方程。未知函数为一元函数的微分方程,称为常微分方程,未知函数为多元函数,且方程中含有多元函数的偏导数的方程称为偏微分方程。

微分方程中出现的未知函数导数的最高阶数,叫做微分方程的阶数。

二、微分方程的解

(一)微分方程的解

把某个函数代入微分方程中,使其称为恒等式,则称此函数为微分方程的解。

1. 通解:如果微分方程的解中所含任意常数的个数等于微分方程的阶数,则此解称为微分方程的通解,

2. 特解:如果通解中的任意常数给予确定的值所得到的解称为微分方程的特解。

(二)初始条件

用来确定特解的条件,该条件是由系统某一瞬间的状态给出的,称此条件为初始条件。

第二节 一阶微分方程

一阶微分方程的一般形式是 $F(x, y, y') = 0$, 其通解中含有一个任意常数,其初始条件通常是

$$y(x_0) = y_0 \text{ 或 } y|_{x=x_0} = y_0$$

一、可分离变量方程

(一) 可分离变量方程

形如 $\frac{dy}{dx} = f(x)g(y)$ 的微分方程, 称为可分离变量的微分方程。

(二) 解法:

$$1 \text{ 分离变量, 即 } \frac{dy}{g(y)} = f(x)dx$$

$$2 \text{ 两边积分, 即可求得通解, } \int \frac{dy}{g(y)} = \int f(x)dx + c$$

3. 化简, 整理, 即可。

二、齐次微分方程

(一) 概念: 形如 $\frac{dy}{dx} = f\left(\frac{y}{x}\right)$ 的微分方程, 称为齐次微分方程。

(二) 解法: 作变量变换, 令 $u = \frac{y}{x}$ 即 $y = ux$ 于是 $\frac{dy}{dx} = u + x \frac{du}{dx}$

代入方程可得分离变量方程 $x \frac{dv}{dx} = f(v) - v$

即 $\frac{dv}{f(v) - v} = \frac{dx}{x}$ 利用分离变量方程得方法求解。

三、一阶线性微分方程

(一) 概念

形如 $\frac{dy}{dx} + P(x)y = Q(x)$ 的微分方程, 称为一阶线性微分方程。

特别地, 当 $Q(x) = 0$ 时, $\frac{dy}{dx} + P(x)y = 0$, 称为一阶线性齐次微分方程。

(二) 解法

1. 由一阶线性齐次方程 $\frac{dy}{dx} + P(x)y = 0$

分离变量, 得 $\frac{dy}{y} = -P(x)dx$

两边积分, 得 $\ln y = -\int P(x)dx + \ln c$

整理, 得 $y = C \cdot e^{-\int P(x)dx}$ ($C \in \mathbb{R}$)

2. 利用常数变易法 令 $C = u(x)$ 则 $y = u(x)e^{-\int P(x)dx}$ 代入原方程求得 $u(x)$

$\frac{dy}{dx} + P(x)y = Q(x)$ 的通解公式:

$$y = \left[\int Q(x)e^{\int P(x)dx} dx + C \right] e^{-\int P(x)dx}$$

第三节 几种二阶微分方程

一、最简单的二阶微分方程

形如 $y'' = f(x)$ 的方程. 解法: 积 2 次分即可求得通解。

二、不显含未知函数 y 的二阶微分方程

形如 $y'' = f(x, y')$ 的方程.

解法: 令 $y' = p(x)$ 则 $y'' = \frac{dp}{dx}$, 将关于 y 的二阶微分方程转化为关于 P 的一阶微分方程。

$\frac{dp}{dx} = f(x, p)$, 先求出 $y' = p(x)$, 然后再积分, 即可求出 y . (降阶法)

三、不显含自变量 x 的二阶微分方程

形如: $y'' = f(y, y')$ 的方程.

解法如下: 令 $y'' = p(y)$ (y 是 x 的函数) 则 $y'' = \frac{dp}{dy} \cdot \frac{dy}{dx} = y' \cdot \frac{dp}{dy} = p \cdot \frac{dp}{dy}$

于是方程化为: $p \cdot \frac{dp}{dy} = f(y, p)$, 这是关于 p 的一阶微分方程

解此微分方程, 求出 $p = \varphi(y, c)$, 即 $\frac{dy}{dx} = \varphi(y, c_1)$ 再分离变量, 积分即可求得原方程的通解

第四节 二阶常系数线性微分方程

一、二阶常系数线性齐次方程

(一) 方程一般形式: $y'' + py' + qy = 0 \dots (1)$ 其中 p, q 是常数

(二)解定理:如果 y_1 与 y_2 是方程(1)的两个特解,而且 $\frac{y_1}{y_2} \neq \text{常数}$,则 $y^* = c_1 y_1 + c_2 y_2$ 为(1)的通解.

其中 c_1 与 c_2 为任意常数.

(三)特征方程求解

要想求出方程 $y'' + py' + qy = 0$ 的通解, 只需求出它的两个线性无关的特解即可

1. 特征方程: 解方程 $r^2 + pr + q = 0$ 为方程 $y'' + py' + qy = 0$ 的特征方程

2. 设 r_1, r_2 为特征方程 $r^2 + pr + q = 0$ 的两个根。

(1) 若 $r_1 \neq r_2$ 则 $y_1 = e^{r_1 x}, y_2 = e^{r_2 x}$ 就是 $y'' + py' + qy = 0$ 的两个线性无关的解,

此时方程 $y'' + py' + qy = 0$ 的通解为 $y = c_1 e^{r_1 x} + c_2 e^{r_2 x}$

(2) 若 $r_1 = r_2 = r$ 即 r 为重根, 这时得到方程的一个解 $y_1 = e^{rx}$

还需求出一个与 y_1 线性无关的解 y_2 , 即 y_2 满足 $\frac{y_2}{e^{rx}} = u(x)$ 常数, 于是可设 $y_2 = u(x)e^{rx}$

则 $\begin{cases} y_2' = [u'(x) + ru(x)]e^{rx} \\ y_2'' = u''(x) + ru'(x) + r^2 u(x) e^{rx} \end{cases}$ 代入方程 $y'' + py' + qy = 0$

得: $[u''(x) + (2r + p)u'(x) + (r^2 + pr + q)u(x)]e^{rx} = 0$

由 r 为特征方程 $r^2 + pr + q = 0$ 的重根及根与余数的关系,得

$$u''(x) = 0 \Rightarrow u'(x) = C_1 \Rightarrow u(x) = C_1 x + C_2$$

这样, $\frac{y_2}{y_1} = C_1 x + C_2 \neq \text{常数}$, y_1, y_2 是方程 $y'' + py' + qy = 0$ 的两个线性无关的特解, 因此方

程 $y'' + py' + qy = 0$ 的通解为 $y = (C_1 x + C_2)e^{rx}$

(iii) 当 $p^2 - 4q < 0$ 时, 特征方程 $r^2 + pr + q = 0$ 无实根, 而有一对共轭的复数根,

$r_1 = \alpha + \beta i, r_2 = \alpha - \beta i$ 这时 $y_1 = e^{\alpha x} \cos \beta x, y_2 = e^{\alpha x} \sin \beta x$,

是方程 $y'' + py' + qy = 0$ 的两个线性无关的特解。因此,

方程的通解为: $y^* = e^{\alpha x} (c_1 \cos \beta x + c_2 \sin \beta x)$ 其中 c_1, c_2 是任意常数

综上述二阶常系数线性齐次方程的求解步骤:

(1) 写出特征方程 $r^2+pr+q=0$

(2) 求出特征根 r_1, r_2

(3) 按下表写出通解

$r^2+pr+q=0$ 的两个根 r_1, r_2	微分方程 $y'' + py' + qy = 0$ 的通解
两个不等实根 r_1, r_2	$y = C_1 e^{r_1 x} + C_2 e^{r_2 x}$
两个相等实根 $r_1 = r_2 = r$	$y = (C_1 + C_2 x) e^{rx}$
一对共轭交根 $r_{1,2} = \alpha \pm \beta i$	$y = e^{\alpha x} (C_1 \cos \beta x + C_2 \sin \beta x)$

二、二阶常系数线性非齐次方程

(一) 方程的一般形式: $y'' + py' + qy = f(x)$, 其中 p, q 是常数, $f(x)$ 是已知函数

(二) 解定理: 设函数 $\tilde{y}$ 是方程 $y'' + py' + qy = f(x)$ 的一个特解, 而 y^* 是相应的齐次微分方程

$y'' + p y' + qy = 0$ 的通解, 则方程 $y'' + py' + qy = f(x)$ 的通解为: $y = y^* + \tilde{y}$

(三) 特解 $\tilde{y}$ 的求法

1. 常数变易法:

设齐次方程 $y'' + py' + qy = 0$ 的通解为 $y = c_1 u_1 + c_2 u_2$

则非齐次线性方程 $y'' + py' + qy = f(x)$ 有特解 $\tilde{y} = v_1(x)u_1 + v_2(x)u_2$, 且满足

$$\begin{cases} u_1 v_1' + u_2 v_2' = 0 \\ u_1' v_1 + u_2' v_2 = f(x) \end{cases}$$

解出 v_1', v_2' , 求积分得 $v_1(x), v_2(x)$, 故特解为 $\tilde{y} = v_1(x)u_1 + v_2(x)u_2$

2. 待定系数法:

设自由项 $f(x) = e^{\lambda x} \cdot P_m(x)$ (其中 $P_m(x) = a_0 + a_1 x + \dots + a_m x^m$)

设 $y'' + p y' + qy = P_m(x) e^{\lambda x}$ 的特解为: $y^* = Q(x) e^{\lambda x}$, 将其代入原方程, 可得

$$Q'' + (2\lambda + p)Q'(x) + (\lambda^2 + p\lambda + p)Q(x) = P_m(x)$$

(1) 若 λ 不是特征方程 $r^2 + pr + q = 0$ 的特征根, (即 $2\lambda + p \neq 0$ $\lambda^2 + p\lambda + q \neq 0$)

则 $Q(x)$ 应为 x 的 m 次多项式, 即

$$\tilde{y} = Q_m(x) e^{\lambda x}$$

其中 $Q_{m(x)} = b_0 + b_1x + \cdots + b_mx^m$, $b_0, b_1, \cdots, b_m$ 是待定系数。

代入方程 $y'' + py' + qy = p_{m(x)}e^{\lambda x}$ 中, 比较等式两端 x 的同次幂系数, 即可定出待定系数 $b_0, b_1, \cdots, b_m$, 从而求出 $\tilde{y}$

(2) 若 λ 是特征方程 $r^2 + pr + q = 0$ 的单根, ($\lambda^2 + p\lambda + q = 0$ $2\lambda + p \neq 0$)

可设特解为 $\tilde{y} = xQ_m(x)e^{\lambda x}$

其中 $Q_{m(x)} = b_0 + b_1x + \cdots + b_mx^m$, $b_0, b_1, \cdots, b_m$ 是待定系数。

代入方程 $y'' + py' + qy = p_{m(x)}e^{\lambda x}$ 中, 比较等式两端 x 的同次幂系数, 即可定出待定系数 $b_0, b_1, \cdots, b_m$, 从而求出 $\tilde{y}$

(3) 若 λ 是特征方程 $r^2 + pr + q = 0$ 的二重根

可设 $\tilde{y} = x^2Q_m(x)e^{\lambda x}$ (用上述方法确定 $Q_m(x)$ 的系数)

第五节 差分方程的一般概念

一、差分

(一) 一阶差分的定义:

设函数 $y=f(x)$, 记为 y_x . 当 x 取遍非负整数时函数值可以排成一个数列:

$$y_0, y_1, \cdots, y_x, \cdots$$

则差 $y_{x+1} - y_x$ 称为函数 y_x 的差分, 也称为一阶差分, 记为 Δy_x .

(二) 高阶差分

由 $\Delta y_x = y_{x+1} - y_x$ 可得 $\Delta(\Delta y_x) = \Delta y_{x+1} - \Delta y_x = y_{x+2} - 2y_{x+1} + y_x$ 称为函数 y_x 的二阶差分

记为 $\Delta^2 y_x$, 同理可定义三阶差分 $\Delta^3 y_x$, 四阶差分 $\Delta^4 y_x$... n 阶差分 $\Delta^{(n)} y_x$

二阶及三阶以上的差分统称为高阶差分.

二、差分方程的一般概念

(一) 差分方程

含有未知函数差分或表示未知函数几个时期的值符号的方程称为差分方程. 形如

$$F(x, y_x, y_{x+1}, \dots, y_{x+n}) = 0, \text{或} G(x, y_x, y_{x-1}, \dots, y_{x-n}) = 0 \text{或} H(x, y_x, \Delta y_x, \dots, \Delta^n y_x) = 0$$

(二) 差分方程的解

如果一个函数代入差分方程后,方程两边恒等,则称此函数为该差分方程的解.满足初始条件的解为特解,如果解中含有相互独立的任意常数的个数等于方程的阶数,则称它为差分方程的通解.

第六节 一阶和二阶常系数线性差分方程

一、一阶常系数线性差分方程

(一)一般形式: $y_{x+1} - ay_x = f(x)$ (a 是常数, $a \neq 0, f(x) \neq 0$),其相应的一阶常系数线性齐次

差分方程为 $y_{x+1} - ay_x = 0$, 对应于齐次方程的特征方程为 $\lambda - a = 0$

(二)解定理:若 Y_x 是齐次方程 $y_{x+1} - ay_x = 0$ 的一个解,则 $y^* = AY_x$ 是该齐次的通解,若 $\tilde{y}_x$ 是非齐次的特解,则 $y_x = \tilde{y}_x + y^*$ 是该非齐次的通解,其中 A 是任意常数.

(三) 一阶常系数线性差分方程的解法

1. 一阶常系数线性齐次差分方程 $y_{x+1} - ay_x = 0$ 的通解的解法

写出特征方程 $\lambda - a = 0$, 解出 $\lambda = a$, 其通解为: $y = Aa^x$, A 为任意常数.

2. 一阶常系数线性非齐次差分方程 $y_{x+1} - ay_x = f(x)$ 的特解的解法

若 $f(x) = kx^n b^x$, 可利用待定系数法求特解

设特解为 $\tilde{y}_x = x^s (B_0 + B_1 x + \dots + B_n x^n) b^x$

当 $a \neq b$ 时, 取 $s=0$, 即 $\tilde{y}_x = (B_0 + B_1 x + \dots + B_n x^n) b^x$ 代入原方程可求 $B_0, B_1, \dots, B_n$

当 $a = b$ 时, 取 $s=1$, 即 $\tilde{y}_x = x(B_0 + B_1 x + \dots + B_n x^n) b^x$ 代入原方程可求 $B_0, B_1, \dots, B_n$

二、二阶常系数线性差分方程

(一)一般形式: $y_{x+2} + ay_{x+1} + by_x = f(x)$, 其中 $a, b \neq 0$, 均为常数, $f(x)$ 是已知函数, 其相应的齐次方程为 $y_{x+2} + ay_{x+1} + by_x = 0$, 对应的特征方程为: $\lambda^2 + a\lambda + b = 0$

(二)解定理:

若 Y_{x1}, Y_{x2} 是齐次方程 $y_{x+2} + ay_{x+1} + by_x = 0$ 的两个无关解, 则 $y^* = A_1 Y_{x1} + A_2 Y_{x2}$ 是该齐次的通

解,若 $\tilde{y}_x$ 是非齐次的一个特解,则 $y_x = \tilde{y}_x + y^*$ 是该非齐次的通解,其中 A_1, A_2 是任意常数.

(三) 二阶常系数线性差分方程的解法

1. 二阶常系数线性齐次差分方程 $y_{x+2} + ay_{x+1} + by_x = 0$ 的通解求法

(1) 写出特征方程 $\lambda^2 + a\lambda + b = 0$

(2) 求出特征根 λ_1, λ_2

(3) 按下表写出通解

特征方程 $\lambda^2 + a\lambda + b = 0$	差分方程 $y_{x+2} + ay_{x+1} + by_x = 0$ 通解
两个不等实根 $\lambda_1 \neq \lambda_2$	$y^* = A_1 \lambda_1^x + A_2 \lambda_2^x$ A_1, A_2 是任意常数
两个相等实根 $\lambda_1 = \lambda_2 = -\frac{a}{2}$	$y^* = (A_1 + A_2 x) \left(-\frac{a}{2}\right)^x$ A_1, A_2 是任意常数
一对共轭交根 $\lambda_1, \lambda_2 = \alpha \pm \beta i$	$y = r^x (A_1 \cos \theta x + A_2 \sin \theta x),$ $r = \sqrt{\alpha^2 + \beta^2}, \tan \theta = \frac{\beta}{\alpha}$

2. 二阶常系数线性非齐次差分方程 $y_{x+2} + ay_{x+1} + by_x = f(x)$ 的特解的解法

若 $f(x) = kx^n q^x$, 可利用待定系数法求特解

设特解为 $\tilde{y}_x = x^s (B_0 + B_1 x + \cdots + B_n x^n) q^x$

(1) 当 q 不是特征根时, 取 $s=0$, 即 $\tilde{y}_x = (B_0 + B_1 x + \cdots + B_n x^n) q^x$

代入原方程可求 $B_0, B_1, \cdots, B_n$

(2) 当 q 是特征单根时, 取 $s=1$, 即 $\tilde{y}_x = x(B_0 + B_1 x + \cdots + B_n x^n) q^x$

代入原方程可求 $B_0, B_1, \cdots, B_n$

(3) 当 q 是特征重根时, 取 $s=2$, 即 $\tilde{y}_x = x^2 (B_0 + B_1 x + \cdots + B_n x^n) q^x$

代入原方程可求 $B_0, B_1, \cdots, B_n$

复习与思考题

习题九 A 组 B 组

拓展阅读书目

1. 高等数学 第五版 上下册

同济大学应用数学系主编

2. 经济数学基础(一)微积分解题思路和方法 袁荫棠主编
3. 《大学文科高等数学》 姚孟臣编 中国人民大学出版社
4. 微积分学习辅导与解题方法 刘书田主编

第十章 无穷级数

本章的教学目的和基本要求：

1. 了解无穷级数的收敛与发散、收敛级数和的概念。
2. 掌握级数的基本性质和级数收敛的必要条件；掌握几何级数及 p 级数的收敛与发散的判别法。
3. 掌握正项级数的收敛性的比较判别法和比值判别法，交错级数的判别法，了解绝对收敛和条件收敛的判别法。
4. 会求幂级数的收敛半径、收敛区间及收敛域。
5. 了解幂级数在其内的基本性质（和函数的连续性、逐项微分和逐项积分），会求简单幂级数在其收敛区间内的和函数。
6. 掌握常见幂级数 $e^x, \sin x, \ln(1+x), (1+x)^a$ 的麦克劳林展开式，会用它们将一些简单函数间接展开成幂级数。

本章的知识点、重点和难点

知识点：

常数项级数的收敛与发散的概念 收敛级数的和的概念 级数的基本性质与收敛的必要条件 几何级数与 p 级数的收敛性 正项级数收敛性的判别法 任意项级数的绝对收敛与条件收敛 交错级数与莱布尼兹定理 幂级数及其收敛半径、收敛区间和收敛域 幂级数的和函数 幂级数在其收敛区间内的基本性质 简单幂级数的和函数 初等函数的幂级数展开式

重点：正项级数收敛的判定，任意项级数的绝对收敛和条件收敛，幂级数的收敛半径、收敛区间，幂级数的间接展开法。

难点：幂级数的间接展开

学时分配：4×3=12 学时

第一节 无穷级数的概念

一、无穷级数的基本概念

1. 无穷级数

设数列 $u_1, u_2, \dots, u_n, \dots$

则 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n = u_1 + u_2 + \dots + u_n + \dots$ 称为常数项无穷级数， u_n 称为一般项或通项。

2. 无穷级数的收敛与发散

$S_n = \sum_{k=1}^n u_k$ 称为级数前 n 项的和。

若 $\lim_{n \rightarrow \infty} S_n = S$ ，称 $\{S_n\}$ 收敛，且称 S 为级数的和；

若 $\lim_{n \rightarrow \infty} S_n$ 不存在, 称级数发散。

3. 无穷级数的余项

当级数收敛时, 其和与部分和的差 $R_n = S - S_n = u_{n+1} + u_{n+2} + \cdots$ 称为级数的余项。

二、几何级数的敛散性

无穷级数 $\sum_{n=1}^{\infty} aq^{n-1} = a + aq + aq^2 + \cdots + aq^{n-1} + \cdots$ 称为几何级数(或等比级数)

其中 $a \neq 0$. q 称为级数的公比. 它的一般项 $u_n = aq^{n-1}$

1. 设 $|q| \neq 1$, 由于 $S_n = a + aq + aq^2 + \cdots + aq^{n-1} = \frac{a}{1-q} - \frac{aq^n}{1-q}$

如果 $|q| < 1$, 则 $\lim_{n \rightarrow \infty} S_n = \frac{a}{1-q}$, 几何级数收敛, 其和为 $S = \frac{a}{1-q}$

如果 $|q| > 1$ 则 $\lim_{n \rightarrow \infty} S_n = \infty$, 几何级数发散

2. 当 $q = 1$ 时, 级数成为: $a + a + a + \cdots + a + \cdots$

$S_n = na$, 则 $\lim_{n \rightarrow \infty} S_n = \infty$, 所以级数发散。

3. 当 $q = -1$ 时, 级数成为 $a - a + a - \cdots$

若 n 为偶数时, $S_n = 0$, 当 n 为奇数时, $S_n = a$, 故: 当 $n \rightarrow \infty$, S_n 没有极限
所以级数发散

由此可知: 等比级数 (几何) $\sum_{n=0}^{\infty} aq^n$, 当 $|q| < 1$ 收敛, $|q| \geq 1$ 发散;

第二节 无穷级数的基本性质

一、无穷级数基本性质

(一) 收敛级数的和

若 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 与 $\sum_{n=1}^{\infty} v_n$ 分别收敛于 S 与 T , 则 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n \pm v_n$ 也收敛于 $S \pm T$ 。

(二) 级数的数乘

$\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 与 $\sum_{n=1}^{\infty} ku_n$ 有相同的敛散性。

(三)增加(或去掉)级数的有限项,级数的敛散性不变

级数 $u_1 + u_2 + \cdots + u_k + \sum_{m=1}^{\infty} u_{k+m}$ 与级数 $\sum_{m=1}^{\infty} u_{k+m}$ 敛散性相同

(四)收敛级数加括号后所成级数也收敛,且和不变

二、无穷级数收敛的必要条件

(一)收敛级数的必要条件定理

若 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 收敛, 则 $\lim_{n \rightarrow \infty} u_n = 0$

(二)推论

若 $\lim_{n \rightarrow \infty} u_n \neq 0$, 则 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 发散。

第三节 正项级数

一、正项级数的概念

级数 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ $u_n \geq 0$ 称为正项级数。

二、正项级数收敛的充分必要条件

定理: 正项级数收敛的充分必要条件是部分和数列有界

三、比较判别法

定理 (比较判别法): 设正项级数 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 与 $\sum_{n=1}^{\infty} v_n$, 如果满足 $v_n \geq u_n$,

则: 如 $\sum_{n=1}^{\infty} v_n$ 收敛, 则 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 收敛; 如 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 发散, 则 $\sum_{n=1}^{\infty} v_n$ 发散。

四、比值判别法

定理 (比值判别法): 设正项级数 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 的一般项满足 $\lim_{n \rightarrow \infty} \frac{u_{n+1}}{u_n} = \rho$,

则当 $\rho < 1$ 时, 级数收敛; $\rho > 1$ 时发散; $\rho = 1$ 不确定。

五、p-级数的敛散性

无穷级数 $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{1}{n^p} = 1 + \frac{1}{2^p} + \frac{1}{3^p} + \cdots + \frac{1}{n^p} + \cdots$ 称为 p-级数

当 $p > 1$ 时, $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{1}{n^p}$ 收敛, 当 $p \leq 1$ 时 $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{1}{n^p}$ 发散;

第四节 任意项级数 绝对收敛

一、交错级数

(一)交错级数的概念

如 $u_n > 0$, 则称 $\sum_{n=1}^{\infty} (-1)^{n-1} u_n = u_1 - u_2 + u_3 - u_4 + \cdots$ 为交错级数。

(二)交错级数的审敛法则

莱布尼兹定理: 如交错级数 $\sum_{n=1}^{\infty} (-1)^{n-1} u_n$ 满足:

$$1. \quad u_n \geq u_{n+1}$$

$$2. \quad \lim_{n \rightarrow \infty} u_n = 0$$

则 $\sum_{n=1}^{\infty} (-1)^{n-1} u_n$ 收敛, 且和 $S \leq u_1$ 。

(三)交错级数的余项

若以 S_n 作为级数和 S 的近似值, 则误差 $|R_n| \leq u_{n+1}$

二、任意项级数

(一)绝对收敛与条件收敛的概念

1. 定理: 如果任意项级数 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n = u_1 + u_2 + \cdots + u_n + \cdots$ 的各项绝对值组成的级数

$\sum_{n=1}^{\infty} |u_n| = |u_1| + |u_2| + \cdots + |u_n| + \cdots$ 收敛, 则原级数也收敛。

2. 绝对收敛与条件收敛的定义

对于任意项级数 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ (u_n 为任意实数),

如 $\sum_{n=1}^{\infty} |u_n|$ 收敛, 称 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 绝对收敛。

如 $\sum_{n=1}^{\infty} |u_n|$ 发散, $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 收敛, 称 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n$ 条件收敛。

(二)绝对收敛审敛法

如果任意项级数 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n = u_1 + u_2 + \cdots + u_n + \cdots$

满足条件 $\lim_{n \rightarrow \infty} \left| \frac{u_{n+1}}{u_n} \right| = l$

则当 $l < 1$ 时级数绝对收敛, 当 $l > 1$ 时级数发散。

第五节 幂级数

一、幂级数和幂级数的收敛区间

(一)幂级数的概念

1. 函数项级数

(1)函数项级数的定义

函数列 $u_1(x), u_2(x), \cdots, u_n(x), \cdots (x \in I)$,

则 $u_1(x) + u_2(x) + \cdots + u_n(x) \cdots (x \in I)$ 称为函数项级数。

(2)函数项级数的收敛域

取 $x = x_0 \in I$, 则 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x_0)$ 成为常数项级数,

若 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x_0)$ 收敛, 则称 x_0 为 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x_0)$ 的收敛点;

若 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x_0)$ 发散, 则称 x_0 为 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x_0)$ 的发散点。

函数项级数 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x)$ 的收敛点的集合称为其收敛域, 记为 D 。

(3)和函数

对于任意一点 $x \in D$, 有 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x)$ 收敛, 因而有一个确定的和, 该和是关于 $x \in D$ 的函数, 称

为 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x)$ 和函数, 记为 $S(x)$ 。

若用 $S_n(x)$ 表示 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x)$ 的前 n 项的和,

则在收敛域上, 有 $\lim_{n \rightarrow \infty} S_n(x) = S(x)$ 。

记 $r_n(x) = S(x) - S_n(x)$, 称 $r_n(x)$ 为 $\sum_{n=1}^{\infty} u_n(x)$ 的余项, 且在收敛域上有 $\lim_{n \rightarrow \infty} r_n(x) = 0$ 。

2. 幂级数

(1) 幂级数的概念

具有下列形式的函数项级数

$$\sum_{n=0}^{\infty} a_n (x - x_0)^n = a_0 + a_1 (x - x_0) + a_2 (x - x_0)^2 + \cdots + a_n (x - x_0)^n + \cdots$$

称为 $x - x_0$ 幂级数。

(2) x 的幂级数

在 $\sum_{n=0}^{\infty} a_n (x - x_0)^n$ 中, 令 $x - x_0 = t$, 即上述形式化为

$$\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n = a_0 + a_1 x + a_2 x^2 + \cdots + a_n x^n + \cdots,$$

称为 x 的幂级数。

(二) 幂级数的收敛半径与收敛区间

1. 幂级数的收敛域的特别结构

定理: (1) 如 $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 在 $x = x_0$ ($x_0 \neq 0$) 收敛,

则对于满足 $|x| < |x_0|$ 的一切 x , $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 都绝对收敛;

(2) 如 $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 在 $x = x_1$ 发散,

则对于满足 $|x| > |x_0|$ 的一切 x , $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 发散。

2. 收敛半径

幂级数的收敛域为数轴上的对称区间, 因此存在非负数 R , 使 $|x| < R$ 收敛; $|x| > R$ 发散, 称

R 为收敛半径, $(-R, R)$ 为收敛区间。

3. 幂级数的收敛域及其求法

定理: 如幂级数 $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 系数满足 $\lim_{n \rightarrow \infty} \left| \frac{a_{n+1}}{a_n} \right| = \rho$, 则

(1) $0 < \rho < +\infty, R = \frac{1}{\rho}$, 收敛区间为 $(-R, R)$;

(2) $\rho = 0, R = +\infty$, 收敛区间为 $(-\infty, +\infty)$;

(3) $\rho = +\infty, R = 0$, 幂级数 $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 仅在一点 $x=0$ 处收敛。

注意: 当 $x = \pm R$ 时, $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 的敛散性不能确定, 要讨论 $\sum_{n=0}^{\infty} a_n (\pm R)^n$ 的敛散性, 从而求得收敛域。

二、幂级数的性质

(一) 如果幂级数 $f(x) = \sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 和 $g(x) = \sum_{n=0}^{\infty} b_n x^n$ 的收敛半径分别为 $R_1 > 0, R_2 > 0$, 则

在 $R = \min(R_1, R_2)$ 中有 $\sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n \pm \sum_{n=0}^{\infty} b_n x^n = \sum_{n=0}^{\infty} (a_n \pm b_n) x^n = f(x) \pm g(x)$

(二) 如果幂级数 $f(x) = \sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 的收敛半径 $R > 0$, 则在收敛区间 $(-R, R)$ 内, 它的和函数 $S(x)$ 是连续函数

(三) 在幂级数 $f(x) = \sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 的收敛区间 $(-R, R)$ 内任意一点 x , 有

$$\int_0^x f(x) dx = \int_0^x \sum_{n=1}^{\infty} a_n x^n dx = \sum_{n=1}^{\infty} \int_0^x a_n x^n dx = \sum_{n=1}^{\infty} \frac{a_n}{n+1} x^{n+1} \quad (-R < x < R)$$

(四) 在幂级数 $f(x) = \sum_{n=0}^{\infty} a_n x^n$ 的收敛区间 $(-R, R)$ 内任意一点 x , 有

$$f'(x) = \left(\sum_{n=1}^{\infty} a_n x^n \right)' = \sum_{n=1}^{\infty} (a_n x^n)' = \sum_{n=1}^{\infty} n a_n x^{n-1} \quad (-R < x < R)$$

第六节 泰勒公式与泰勒级数

一、泰勒中值定理

如果函数 $f(x)$ 在含有点 x_0 的区间 (a, b) 内, 有一阶直到 $n+1$ 阶的连续导数, 则当 x 取区间 (a, b) 内任何值时, $f(x)$ 可以按 $(x-x_0)$ 的方幂展开为

$$f(x) = f(x_0) + f'(x_0)(x-x_0) + \frac{f''(x_0)}{2!}(x-x_0)^2 + \cdots + \frac{f^{(n)}(x_0)}{n!}(x-x_0)^n + R_n(x)$$

其中 $R_n(x) = \frac{f^{(n+1)}(\xi)}{(n+1)!}(x-x_0)^{n+1}$, ξ 在 x_0 与 x 之间

二、泰勒级数与麦克劳林级数

设函数 $f(x)$ 在 x_0 的某邻域内具有任意阶导数, 则级数

$$\sum_{n=0}^{\infty} \frac{f^{(n)}(x_0)}{n!}(x-x_0)^n = f(x_0) + \frac{f'(x_0)}{1!}(x-x_0) + \frac{f''(x_0)}{2!}(x-x_0)^2 + \cdots + \frac{f^{(n)}(x_0)}{n!}(x-x_0)^n + \cdots$$

称为 $f(x)$ 在 $x = x_0$ 点的泰勒级数;

特别当 $x_0 = 0$, 则级数

$$\sum_{n=0}^{\infty} \frac{f^{(n)}(0)}{n!}x^n = f(0) + \frac{f'(0)}{1!}x + \frac{f''(0)}{2!}x^2 + \cdots + \frac{f^{(n)}(0)}{n!}x^n + \cdots$$

称为 $f(x)$ 的麦克劳林级数。

三、函数 $f(x)$ 展开成泰勒级数的条件

函数 $f(x)$ 能展开成泰勒级数: $f(x) = \sum_{n=0}^{\infty} a_n(x-x_0)^n \Leftrightarrow \sum_{n=0}^{\infty} \frac{f^{(n)}(x_0)}{n!}(x-x_0)^n$

充分必要条件是 $\lim_{n \rightarrow \infty} R_n(x) = 0$,

其中: $R_n(x) = \frac{f^{(n+1)}(\zeta)}{(n+1)!} \cdot x^{n+1}$ ζ 在 x_0 , x 之间

第七节 某些初等函数的幂级数展开式

一、直接展开法

将函数 $f(x)$ 展开成麦克劳林级数的步骤:

$$1. \text{ 计算 } a_n = \frac{f^{(n)}(x_0)}{n!}$$

2. 写出麦克劳林级数,

$$\sum_{n=0}^{\infty} \frac{f^{(n)}(0)}{n!} x^n = f(0) + \frac{f'(0)}{1!} x + \frac{f''(0)}{2!} x^2 + \cdots + \frac{f^{(n)}(0)}{n!} x^n + \cdots$$

并写出收敛区间.

$$3. \text{ 证明: } \lim_{n \rightarrow \infty} R_n(x) = 0$$

$$\text{即 } f(x) = f(x_0) + f'(x_0)(x - x_0) + \frac{f''(x_0)}{2!}(x - x_0)^2 + \cdots$$

二、间接展开法

利用已知的幂级数展开式, 通过变量代换四则运算, 逐项求导逐项积分待定系数等方法得到函数的展开式。

常用的幂级数

$$e^x = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{x^n}{n!} = 1 + x + \frac{1}{2!} x^2 + \cdots + \frac{1}{n!} x^n + \cdots \quad x \in (-\infty, +\infty)$$

$$\sin x = \sum_{n=1}^{\infty} (-1)^n \frac{x^{2n+1}}{(2n+1)!} = x - \frac{1}{3!} x^3 + \frac{1}{5!} x^5 - \cdots + (-1)^n \frac{1}{(2n+1)!} x^{2n+1} + \cdots \quad x \in (-\infty, +\infty)$$

$$\ln(1+x) = x - \frac{1}{2} x^2 + \frac{1}{3} x^3 - \cdots + (-1)^{n-1} \frac{1}{n} x^n + \cdots \quad x \in (-1, 1]$$

$$(1+x)^\alpha = 1 + \alpha x + \frac{\alpha(\alpha-1)}{2!} x^2 + \cdots + \frac{\alpha(\alpha-1) \cdots (\alpha-n+1)}{n!} x^n + \cdots$$

复习与思考题

教材 习题七 A 组 B 组

拓展阅读书目

1. 高等数学 第五版 上下册 同济大学应用数学系主编
2. 经济数学基础(一) 微积分解题思路和方法 袁荫棠主编
3. 《大学文科高等数学》 姚孟臣编 中国人民大学出版社
4. 微积分学习辅导与解题方法 刘书田主编

《微观经济学》教学大纲

胡文政 编写

目 录

前 言	227
第一章 需求与供给	228
第一节 引 言	228
一、微观经济学的研究对象和范围	228
第二节 需求原理	228
一、需求与需要	228
二、需求函数	228
三、需求表、需求方程和需求曲线	229
四、需求量变化与需求变化	229
五、个别需求与市场需求	229
第三节 供给原理	230
一、供给 (Supply): 卖者在一定时间内按一定价格愿意和能够出售的商品和劳务。 ..	230
二、供给函数: $Q_s=f(x)$ 。	230
三、供给表、供给方程和供给曲线。	230
四、供给量变化与供给变化。	230
五、个别供给和市场供给	230
第四节 供求均衡	231
一、价格和价格体系	231
二、均衡(equilibrium)	231
三、供求均衡	231
四、稳定均衡和不稳定均衡	231
五、价格政策	231
第五节 几个重要的概念	232
一、存量(stock)和流量(flow)	232
二、内生变量(endogenous variable)和外生变量(exogenous variable)。	232
三、静态分析、比较静态分析和动态分析	232
第六节 弹性理论	232
一、弹性(elasticity)	232
二、数学定义的弧弹性和点弹性。	232
三、经济学的弧弹性和点弹性。	233
四、需求弹性大小的比较	233
五、解线性需求弹性的斜线法、纵轴法和横轴法。	234
六、需求价格弹性与收益的关系	234
七、供给价格弹性	234
第七节 蛛网模型(cobweb theory model)	235
一、性质	235
二、公式	235
第八节 弹性与政策	237

一、弹性与价格决策	237
二、需求弹性大小与政府税收政策	237
本章复习	237
第二章 消费者行为理论	238
第一节 基数效用论(Cardinal utility theory)	238
一、效用的性质和基数效用论的两个基本假定	238
二、基数效用论消费者均衡	238
三、购买一种商品时的消费者均衡	238
四、消费者行为决定需求曲线	238
第二节 序数效用论	239
一、基本观点	239
二、基本工具	239
三、无差异曲线的特殊形式	239
四、序数效用论的消费者均衡	239
五、收入消费曲线(income consumption curve)	239
六、价格消费曲线和序数论的需求曲线	239
第三节 替代效应和收入效应	240
一、物品的替代效应(Substitution effect)和收入效应(Income effect)	240
二、正常物品的替代效应和收入效应	240
三、低档品的替代效应和收入效应	240
第四节 不确定条件下的选择	240
一、基本概念	240
二、不确定性的决策	241
三、效用风险偏好模型	241
本章复习	243
第三章 生产者行为理论	244
第一节 企 业	244
一、厂商(firm)	244
二、企业与市场的关系	244
三、生产函数和企业的目标	244
第二节 短期生产函数	244
一、总产品、平均产品和边际产品	244
二、生产的三个阶段	245
第三节 长期生产函数	245
一、函数的基本性质	245
二、生产同一产量两种投入比例固定的生产函数	245
三、两种投入比例变动的生产函数	245
四、齐次生产函数(homogeneous function with degree)。	246
第四节 生产者均衡	246
一、利润最大化	246
二、利润最大化和最优生产要素组合	247
三、长期均衡轨道	247

本章复习	247
第四章 成本论	248
第一节 成本和成本函数	248
一、成本(cost) 与利润	248
二、成本函数(cost function)	248
第二节 短期成本	248
一、短期总成本构成	248
二、短期平均成本构成	249
第三节 长期成本	249
一、从各短期成本中选最小的成本	249
二、由扩展线构成的长期成本	250
本章复习	250
第五章 市场结构、行为与绩效	251
第一节 市场结构划分	251
一、基本条件	251
二、市场的形式与功能	251
第二节 完全竞争市场(perfect competition market) 结构、厂商的行为与绩效	251
一、完全竞争市场的条件	251
二、短期均衡	251
三、完全竞争厂商的长期均衡 Long equilibrium	252
第三节 垄断市场	252
一、特征	252
二、垄断厂商收益曲线和供给曲线	253
三、垄断厂商的短期均衡和长期均衡	253
四、垄断厂商的价格歧视(price discrimination)	253
五、垄断与完全竞争的效率比较	254
本章复习	254
第四节 垄断竞争市场 Monopolistic competition Market	255
一、条件	255
二、垄断竞争市场的收益曲线	255
三、垄断竞争厂商的短期和长期均衡	255
四、垄断竞争厂商的非价格竞争	257
本章复习	257
第五节 寡头市场 Oligopoly's market	257
一、特征与条件	257
二、古诺模型(双寡头模型 duopoly model, Antonio Augustin Cournot)	257
三、折弯需求曲线(Kinked demand curves)—斯威齐模型 (P·W·Sweezy, Sweezy model)	258
四、寡头市场的价格决定	258
第六节 不同市场经济效率的比较	258
第七节 博弈论和竞争策略(game theory and competitive strategy)	259
一、概述	259
二、非合作博弈与合作博弈	259

本章复习	259
第六章 生产要素需求与供给	261
第一节 要素需求	261
一、使用要素的原则	261
二、买方和卖方完全竞争要素使用的原则	261
三、不完全竞争条件下要素使用的原则	262
四、要素的需求曲线	262
第二节 要素供给原则和供给曲线	263
一、要素供给的原则	263
二、要素供给曲线	263
第三节 均衡工资、地租和利息决定	263
一、劳动供给曲线与均衡工资决定	263
二、土地供给曲线和均衡地租的决定	264
三、资本的供给曲线和均衡利息的决定	265
第四节 社会收入分配和分配政策	265
本章复习	265
第七章 福利经济学	267
第一节 福利经济学性质	267
一、福利: Welfare: comfort and happiness	267
二、福利经济学的规范性质(normative economics)	267
三、福利经济的三大目标。	267
第二节 判断经济效率的标准和达到经济效率的条件	267
一、经济效率的几种状态和最优状态即帕累托标准（或帕累托最优标准）	267
二、帕累托最优状态的条件	268
三、完全竞争是实现帕累托最优状态的条件	268
第三节 最大社会福利	268
一、性质与条件	268
二、社会福利函数或社会福利无差异曲线。	268
三、福利经济学的两个观点	269
本章复习	270
第八章 市场失灵和微观经济政策	271
第一节 垄断与市场失灵	271
一、垄断与低效率	271
二、政府干预不能消除垄断	271
第二节 外部影响(external effects)与市场失灵	271
一、外部影响	271
二、对付外部影响的政策	271
第三节 公共物品与市场失灵	272
一、私人物品与公共物品	272
二、公共物品最优数量决定的市场失灵	272
三、公共部门缺乏效率及其对策	272
第四节 信息不完全与市场失灵	272

一、不完全和不对称信息	272
二、其他不完全信息与市场失灵	273
三、信息不完全下的激励机制	273
本章复习	273
参考文献	273

前 言

西方微观经济学主要分析消费者和厂商在市场“看不见的手”的引导下、追求利润最大化的行为及其对资源配置的作用。

微观经济学的核心理论是市场价格理论。它依次分析：供求理论或供求曲线，效用论或消费者行为理论，生产论或生产者行为理论，成本论，不同市场结构中厂商追求利润最大化的行为和绩效，分配论或厂商、消费者对生产要素价格决定的供求理论，一般均衡理论，福利经济学，市场失灵与政府管制等。

本科微观经济学课程教学计划

总课时	讲授	习作	讨论	其他	周课时	总周数
54	48			6	3	18

讲课教师：胡文政

指导教师：胡文政

周次	时数				讲授内容
	讲授	习作	讨论	其他	
1	3				引言 西方经济学对象和方法 第一章供求理论 第一节 微观经济学引言 第二节：供求理论 一、需求曲线 二、供给曲线
2	3				三、均衡价格、均衡点移动、事例。 四、弹性与需求弹性
3	3				五、供给弹性 六、蛛网模型 七、价格政策 习题
4	3				第二章：消费者行为理论 第一节 基数效用论
5	3				第二节 序数效用论
6	2				第三节 替代与收入效应 第四节 不确定性与选择 习题
7	2				第三章：生产者行为理论 第一节 生产函数 第二节 短期生产函数。
8	3				第三节长期生产函数。 第四节 生产者均衡。 习题

教材：高鸿业主编《西方经济学第三版(微观部分)》中国人民大学出版社 2004 年 9 月版。

第一章 需求与供给

教学目的和要求：

学习和掌握需求与供给原理、市场机制和供求弹性及其对经济决策的意义。

第一节 引言

一、微观经济学的研究对象和范围

1. 研究对象：资源的有效配置

2. 范围

市场配置机制：供求与价格的相互作用。

消费者怎样用有限的收入按既定的价格选择商品来实现效用或满足的最大化。厂商怎样用既定的成本生产最大的产量或在产量既定是怎样使成本最小。消费者与厂商在要素交易中怎样实现要素的最大报酬和厂商的成本最小。

3. 基本概念

市场出清(Market clearing)。均衡(Equilibrium)。经济人(Economic man)，经济活动中的人以利己为动机，以最小的代价获得最大的利益，～又称合乎理性的人。完全和不完全信息(complete information)。完美和不完美信息(Perfect information)。经济模型。

第二节 需求原理

一、需求与需要

1. 需要(Wants、Need、Lack、Absense)：缺乏必需品和需要生理、安全、社交等方面的需要。

2. 需求(demand)：买者在一定时间内一定价格水平下愿意而且能够购买的商品或劳务。

$M/P=Q$ =购买力。

二、需求函数

1. 一定时间内商品需求量和决定商品需求因素之间的关系。记为： $Q_d=f(x)$

2. 主要的需求函数

需求价格函数：一种商品需求量与自身价格的关系 $Q_d=f(P)$ ；商品的需求量与自身的价格成反方向变动的减函数关系，又称为需求规律或需求定理(law of demand)。

需求偏好(hobby, preference)函数：商品需求量与消费者对商品偏好的关系。正相关。决定偏好的因素：消费者所处的地域、文化水平，家庭情况、年龄和性别等等。

需求交叉函数(demand cross f 需求增速随 $y \uparrow$ 而 $\downarrow$ ，低档品需求 $\downarrow$ 更快甚至消失。高档品或奢侈品(luxuries)需求则随 $y \uparrow$ 而 $\uparrow$ 且快于 unction), 一种商品需求量与其相关商品价格的关系： $Q_{dx}=f(P_y)$ 。～相关商品是指消费者在消费过程中相互替代或相互补充的商品。

需求收入函数： $Q_d=f(y)$ ，商品需求量与买者收入的关系。消费者 y 较低时，必需品需求在必需品未满足消费之前都会随 $y \uparrow$ 而 $\uparrow$ ，在必需品的消费满足之后必需品和低档品 y 的 $\uparrow$ 。

需求预期(expect)价格函数：商品当期需求量与自身预期价格的关系。正相关。

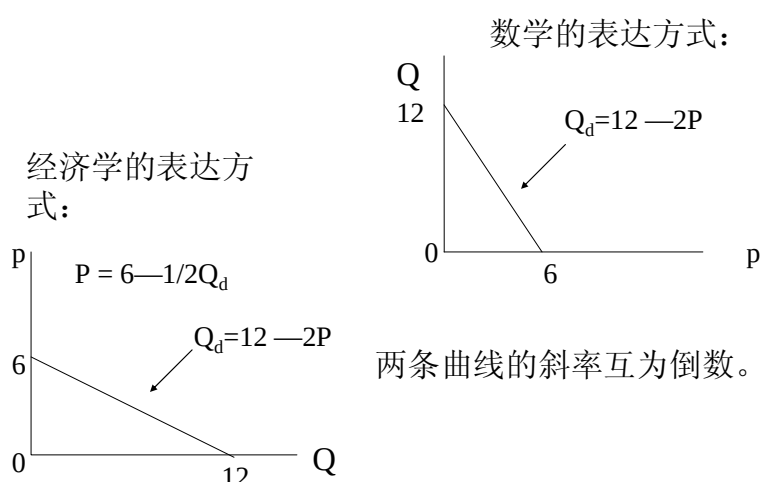
上述函数： $Q_d = -b_0P + b_1h + b_2P_s - b_3P_c \pm b_4y + b_5P_e$ 。

三、需求表、需求方程和需求曲线

1. 需求表：同种商品 Q_d 与 P 的数量组合关系。在同一张表中，一个 P 对应一种 Q_d 量，反映其他条件不变时 P 变动引起 Q_d 量变动；在不同的需求表中，一个 P 对应不同的 Q_d 量，反映在 P 不变时其他因素变动引起 Q_d 量的变动。

2. 需求方程： Q_d 量与 P 的数学方程。 $Q_d = a - bP$ ，可以从已知的需求方程得到需求表。

3. 需求曲线，需求方程的轨迹。



四、需求量变化与需求变化

1. 需求量变化：其他条件不变， P 变动引起 Q_d 量的变动，表现为同一张需求表中一个 P 对应一个 Q_d 量，同一条需求曲线上点的移动。

2. 需求变化： P 不变其他因素变动引起 Q_d 量的变动。表现为不同需求表的变动，一种 P 对应不同的 Q_d 量，和需求曲线的移动。

五、个别需求与市场需求

1. 个别需求：一定时期内单个家庭对某种商品的 Q_d 量。单个需求表、需求方程和需求曲线

2. 市场需求：一定时期内所有家庭对某种商品的需求总量。需求表、需求方程和需求曲线的简单求和。截距相加表示在价格为零时的所有消费者的需求量，斜率相加，则表示当价格每变动一个单位时所有消费者需求的变动总量。

第三节 供给原理

一、供给 (Supply): 卖者在一定时间内按一定价格愿意和能够出售的商品和劳务。

二、供给函数: $Q_s = f(x)$ 。

Q_s 与商品自身 P 的增函数关系, 这种关系又称为供给规律或供给定理。

供给技术函数, Q_s 与技术水平的增函数关系。供给成本函数, Q_s 与成本的减函数关系。供给资源函数, Q_s 与自然资源的增函数关系。实际中上述因素同时发生作用, 但有起主要作用的因素。政府的税收、利率、产业政策也会影响厂商的供给量。

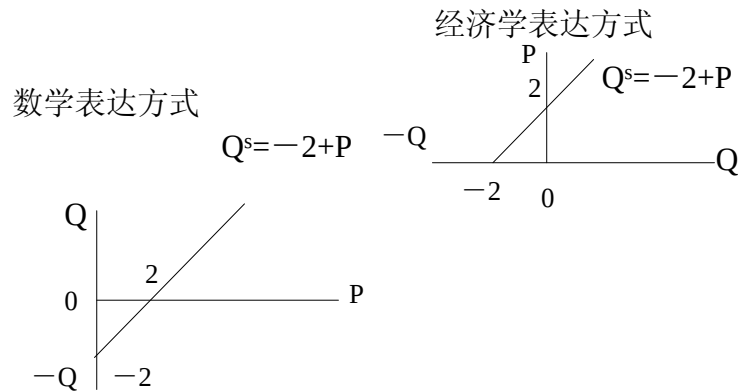
三、供给表、供给方程和供给曲线。

1. 供给表: 同种商品 Q_s 与 P 的数量组合关系。在同一张表中, 一个 P 对应一种 Q_s 量, 反映其他条件不变时 P 变动引起 Q_s 量变动; 在不同的需求表中, 一个 P 对应不同的 Q_s 量, 反映在 P 不变时其他因素变动引起 Q_s 量的变动。

2. 供给方程

供给方程为: $Q_s = -a + bP$ 。已知供给方程, 可以得到相应的供给表。

3. 供给曲线, 供给方程的轨迹。



四、供给量变化与供给变化。

1. 供给量变化: 其他条件不变时 P 变化引起的 Q_s 量的变化; 表现为同一张表中一个 P 对应一个 Q_s 量, 同一条供给曲线上点的移动。

2. 供给变化: P 不变时其他因素引起 Q_s 量的变化; 表现为不同供给表中一个 P 对应不同的 Q_s 量, 和供给曲线的移动: 左移 $Q_s \downarrow$, 右移 $Q_s \uparrow$ 。

五、个别供给和市场供给

1. 个别供给, 单个厂商对一种商品的供给。一张供给表一个供给方程, 一条供给曲线。

2. 市场供给: 一定时期内所有厂商对某种商品的供给总量。供给表、供给方程或供给曲线的简单加总:

第四节 供求均衡

一、价格和价格体系

价格：由货币表现的不同商品相交换的比例。

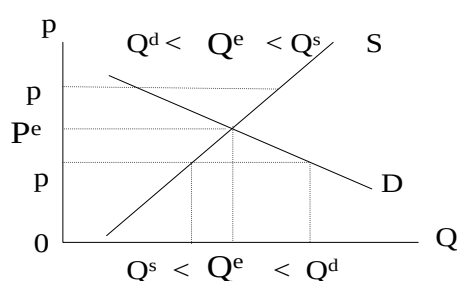
价格体系：由许多个别供求决定的市场价格构成的体系。市场价格体系是稀缺资源配置的机制。

二、均衡(equilibrium)

相反的经济变量在一定条件的相互作用下达到相对静止、双方满意而不愿再改变的状态。

三、供求均衡

供求相等和市场出清的状态，供求曲线的交点(均衡价格和均衡数量)，市场出清。



2. 均衡机制

供求和价格的相互作用。均衡是一个过程，均衡的实现需要较长的时间，在过程中买卖双方的竞争导致存在一系列失衡点。

3. 均衡变动。

供求定理一：供给不变需求变动，均衡价格与均衡数量成同向变动。

供求定理二：需求不变供给变动，均衡价格与均衡数量呈反向变动。

四、稳定均衡和不稳定均衡

1. 稳定均衡(stable equilibrium)：均衡体系受到外力干扰离开均衡点经过振荡又回到原来的均衡位置。

2. 不稳定均衡(unstable equilibrium)：均衡体系受到外力干扰离开均衡点经过振荡不再返回原来的均衡位置。供求曲线的斜率同号。

五、价格政策

价格政策的必要，供求均衡不一定有理想的供给；不一定有符合稀缺资源合理利用的需求。

1. 价格支持(price supports)。支持 p 是收购价， p_e 是销价。购销价差由政府补贴。供大于求时收购的产品库存或出口，供小于求时出售收购的产品，平抑物价。

支持供给所规定的最低价格，是高于均衡价格的价格。

2. 价格限制(price to confine)

限制某种产品生产而制定的最高价格，是低于均衡价格的价格。限制价格用配给制抑制潜在需求，导致黑市交易但限制价格可能有利于资源的战略配置。

第五节 几个重要的概念

一、存量(stock)和流量(flow)

存量：一个时点上的变量。流量：两个时点间的变量即一个时期内的增量或减量：

二、内生变量(endogenous variable)和外生变量(exogenous variable)。

内生变量：模型决定的变量，如供求方程中的价格和供求数量。

外生变量：模型以外的因素决定的变量，如模型的常数(constant)、参数(parameter)，截距(intercept)和斜率(slope)。当外生变量改变时，内生变量会随之发生变化。

三、静态分析、比较静态分析和动态分析

静态分析(static analysis)：依据既定外生变量求内生变量值的分析，或称分析在既定条件下经济变量相互作用的均衡分析，又称静态均衡分析。譬如根据两个给定的供求方程求均衡价格和均衡数量。

比较静态分析(comparative static analysis)：在外生变量变动条件下求内生变量值的分析，研究外生变量变化对内生变量的影响，又称比较静态均衡分析。

动态分析(dynamic analysis)：在引入时间序列基础上，研究不同时点上外生变量变动对均衡的影响，研究均衡的变动过程又称动态均衡分析。如蛛网模型。

局部均衡：单个市场或局部市场的供求均衡。

一般均衡：所有商品市场同时达到均衡。

第六节 弹性理论

一、弹性(elasticity)

因变量(dependent variable)的相对变动对自变量(independent variable)相对变动的反映度，弹性系数((elasticity coefficient))=因变量的相对变动/自变量的相对变动。弹性是无量纲 Dimensionless。

二、数学定义的弧弹性和点弹性。

1. 弧弹性(arc elasticity)：曲线上两点间弧或线段的弹性,或某区间的平均弹性，是函数 $f(X)$ 从 $x=x_0$ 到 $x=x_0+\Delta x$ 两点间的相对变化率。设两个经济变量的函数关系为 $y=f(x)$ ， Δx 、 Δy 分别为 x 、 y 的变动量， E 为弹性系数，则弧弹性的公式为：

$$e = \frac{\frac{y_1 - y_0}{y_0}}{\frac{x_1 - x_0}{x_0}} = \frac{y_0}{x_0} \cdot \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x_0}{y_0}$$

2. 点弹性(point elasticity)，曲线上某一点的弹性，是函数 $f(x)$ 在点 x_0 处的相对变化率的极值；又称函数 Y 的相对增量与自变量 x 相对增量比值之极限或相对导数，它表示在点 $x=x_0$ 处，当 x 产生 1% 的改变时， $f(x)$ 近似地改变 $f(x)$ %，或者说表示因变量的无穷小的相对变化对自变量

的无穷小的相对变化:

$$e = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x_0}{y_0} = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x_0}{y_0}$$

3. 弧弹性与点弹性比较。

两者都是一个流量比与一个存量比的乘积；存量比相同；弧弹性流量比是曲线割线的斜率，是平均变化率，两个流量的绝对值很小，但不 $\rightarrow 0$ ；点弹性流量比是某一点（ M_0 ）切线的斜率，是割线斜率的极限，是瞬时变化率， $\rightarrow 0$ 。但在同一切线上有 $dy/dx = \Delta y/\Delta x$ ，故 $\Delta y/\Delta x$ 本身不易区分是割线的斜率还是切线的斜率。

三、经济学的弧弹性和点弹性。

1. 数学分别用曲线割线的斜率和某一点切线的斜率来计算弧弹性和点弹性。经济学习惯于在同一条直线上(切线)同时计算弧弹性和点弹性。

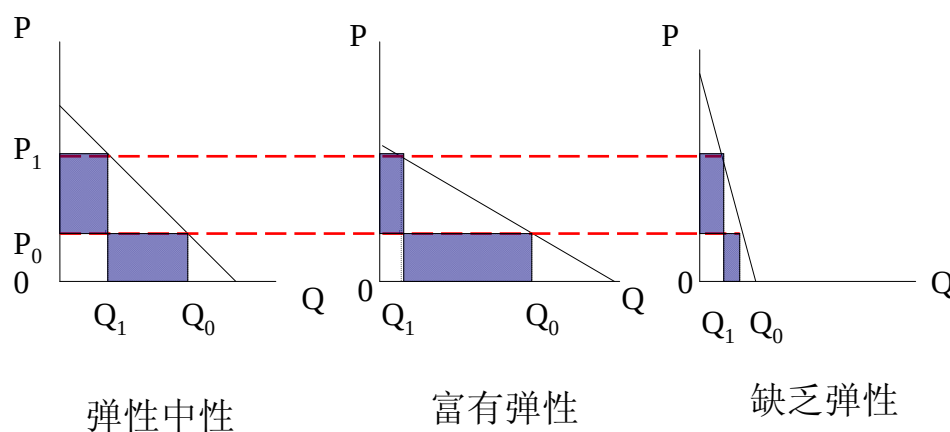
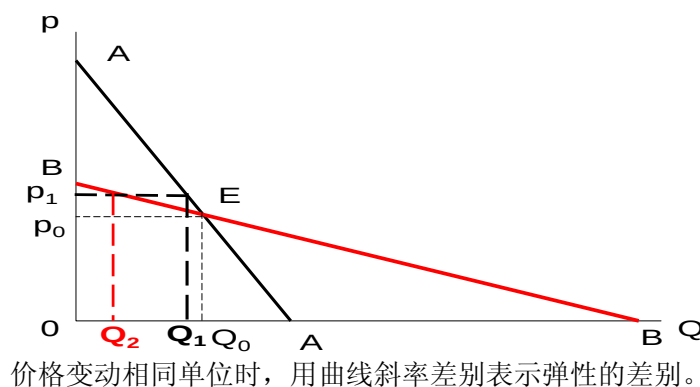
2. 点弹性，因为在同一条切线上各点的斜率均等，故经济学用 $e = (\Delta y/\Delta x)(x_0/y_0)$ 近似地计算点弹性。

3. 弧弹性用中点公式表示

$$e = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{(x_0 + x_1)/2}{(y_0 + y_1)/2} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{(x_0 + x_1)}{(y_0 + y_1)}$$

四、需求弹性大小的比较

需求弹性大小比较



五、解线性需求弹性的斜线法、纵轴法和横轴法。

1. 平行线截得线段原理，和中位线定理。
2. 纵轴公式。基本思想：用 $P_0 / \Delta P$ 求 e 。
3. 横轴和斜线公式，基本思想：用 $\Delta Q / Q_0$ 求 e 。

中点 $e=1$ 。中点以上， $e>1$ ，中点以下 $e<1$ 。

4. 两个顶点弹性。纵轴顶点弹性： ∞ ；横轴顶点弹性=0

5. 水平线、垂直线、双曲线和非固定弹性的弯曲曲线点弹性

水平需求曲线的 $e = -\infty$ ， $p_0/Q_0 = -\infty$ 。垂直需求曲线 $e = -0$ ， $p_0/Q_0 = 0$ 。双曲线需求曲线的弹性 $Qd = Mp - a$ ， $e = -a = dQ/Q(dP/P)$ 。非固定的弯曲需求曲线的 e ，作切线，求各自中点。

6. 影响需求弹性的因素。商品的替代数量与程度。收入。商品支出占总支出的比重。商品的重要性程度。寻找替代品的时间等。

六、需求价格弹性与收益的关系

1. 总收益 $TR = PQ$ 。平均收益 $AR = PQ/Q = P$ ，边际收益 $MR = (PQ)'$ $Q = dR/dQ$ 。 $MR = (PQ)'$ $P = dR/dp$

2. 需求价格弹性与收益的关系。 $MR = dTR/dp = (PQ)'$ $P = \frac{dpQ}{dp} + \frac{pdQ}{dp}$

$$dTR/dp = \frac{dpQ - edpQ}{dp} \rightarrow dTR = dPQ(1 - e)$$

$e=1$ ，不论 $\pm dp$ ， $dTR=0$ ； $e>1$ ， $-dp$ ， $dTR>0$ ， $+dp$ ， $dTR<0$ ； $e<1$ ， $+dp$ ， $dTR>0$ ， $-dp$ ， $dTR<0$ 。

实例：商品富有弹性对收益的影响。已知一台电视机的 $Edp = -2$ ，2001 年单价 5000 元，销量 100 台；2002 年单价降为 3000 元，求 2002 年的增加的总收益。

实例：缺乏弹性的商品对总收益的影响。稻谷的 $Edp = -0.5$ ，2001 年每吨稻谷 800 元，收购量为 10000 吨，2002 年每吨价格为 900 元，求 2002 年稻谷的总收益增量。

实例：弹性为 1 的商品与收益的关系。

七、供给价格弹性

1. 设供给函数为： $Q_s = f(p)$ ，则供给点弹性：

$$e_s = + \frac{dQ}{dp} \cdot \frac{p_0}{Q_0} \approx \frac{\Delta Q}{\Delta p} \cdot \frac{p_0}{Q_0}$$

供给弧弹性为：

$$e_s = \frac{\Delta Q}{\Delta p} \cdot \frac{(p_0 + p_1)}{(Q_0 + Q_1)}$$

2. 线性供给曲线弹性计算。

$Q = bp$ 的弹性： $e = 1$ ，曲线过原点，45 度线且曲线上各点弹性均等。

$Q = -a + bp$ 的弹性： $e > 1$ ，且供给曲线过 P 轴与 Q 轴负相交。 $e > 1$ 只对第 1 象限有效。 $Q = a + bP$

的弹性： $e < 1$ 。供给曲线过 P 轴与 Q 轴正相交，在第 1 象限有 $e < 1$ 。

3. 段法计算线性供给曲线的弹性。

横轴法。用 $\Delta Q/Q$ 求 e 。纵轴法用 $\Delta P/P$ 求 e_s

4. 其他供给曲线的弹性

水平的供给曲线弹性。

$$e_{sp} = \frac{1}{\frac{dp}{dQ}} \cdot \frac{p_0}{Q_0} = \frac{1}{0} \cdot \frac{p_0}{Q_0} = \infty$$

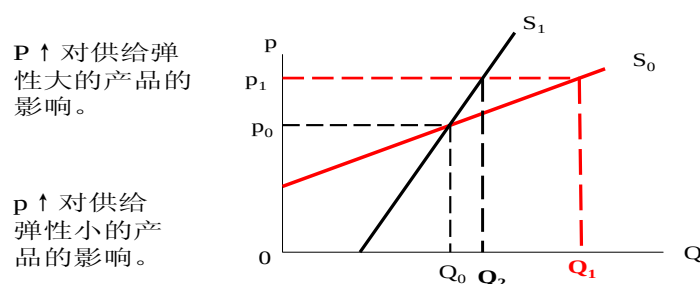
垂直的供给曲线弹性。

$$e_{sp} = \frac{1}{\frac{dp}{dQ}} \cdot \frac{p_0}{Q_0} = \frac{1}{\infty} \cdot \frac{p_0}{Q_0} = 0$$

弯曲供给曲线的弹性。

5. 影响供给弹性的因素。产品的生产周期长短。成本因素。自然资源的禀赋。管理水平低和技术落后，价格上涨也不会有很大的增产。

第六，供给弹性大小对收益的影响。



第七节 蛛网模型(cobweb theory model)

一、性质

蛛网模型在方法上的性质是引进时间变化，分析不同时点上外生变量变动对内生变量的影响，说明 Q 和 p 在偏离均衡态后的波动过程和结果。

二、公式

$$Q_{st} = -a + dP_{t-1}, \quad Q_{dt} = a - bP_t$$

$$P_t = (-d/b)^t (P_0 - P) + P$$

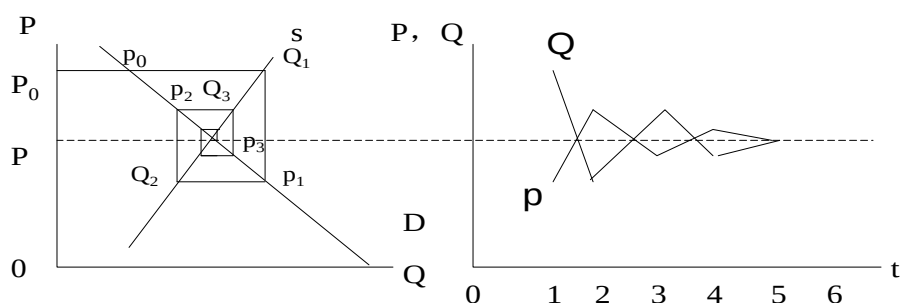
随 $t \rightarrow \infty$ ，t 为偶数时， $(-d/b)^t$ 为正，t 为奇数时 $(-d/b)^t$ 为负，表示经济体系产生或高于或低于均衡价格的波动。

若 $|-d/b| < 1$ ，供给弹性小于需求弹性。随 t 的推移， $(-d/b)^t \rightarrow 0$ ，模型收敛于均衡价格。

若 $|-d/b| > 1$ ，供给弹性大于需求弹性。随 t 的推移， $(-d/b)^t \rightarrow \infty$ ，模型发散于均衡价格。

若 $|-d/b| = 1$ ，供给弹性等与需求弹性。随 t 的推移， $(-d/b)^t = 1$ ，模型的产量与价格等幅振荡。

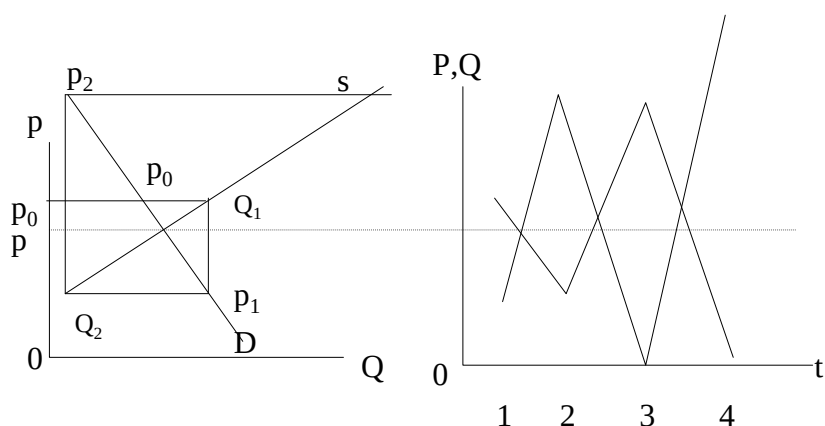
• 收敛模型



发散模型：若 $|-b_1/b_0| > 1$,

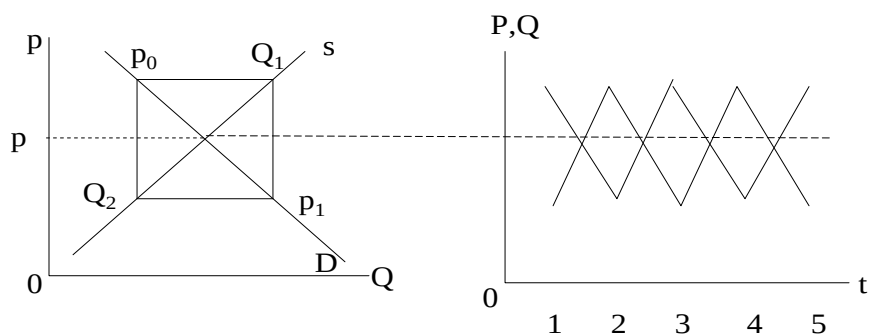
s斜率 < d斜率，d比s陡峭。e_s大于e_d。随 $t \rightarrow \infty$,

$(-b_1/b_0)^t \rightarrow \infty$ ，模型发散，增幅振荡远离均衡价格P。



等幅振荡模型： $|-b_1/b_0| = 1$,

s与d斜率相等，弹性相等。模型负反馈调节，既不发散也不收敛而是等幅振荡。



第八节 弹性与政策

一、弹性与价格决策

需求弹性小的商品，政府提价不能抑制需求，只能增加政府收入。以春节铁路火车票提价为例。需求弹性大的商品，政府提价不能增加销售，以住房政策为例。

二、需求弹性大小与政府税收政策

需求弹性小的商品，流通税主要由消费者承担。需求弹性大的商品，流通税由厂商承担。

本章复习

1. 简述微观经济学研究的范围。
2. 复述下列概念

需要、需求与供给、需求函数、供给函数、需求规律、供给规律、供求均衡、供求定理、需求量变动与需求变动、供给量变动与供给变动、个别需求与市场需求、个别供给与市场供给、需求价格弹性、需求收入弹性、需求交叉弹性、供给价格弹性、供给成本弹性、需求价格点弹性与弧弹性。

第二章 消费者行为理论

教学目的和要求：

通过学习基数效用论、序数效用论，掌握消费者如何利用有限的资源选择商品实现个人福利最大化的基本途径。

第一节 基数效用论(Cardinal utility theory)

一、效用的性质和基数效用论的两个基本假定

1. 效用：消费者消费商品或劳务所感受到的满足感。

正效用与负效用。

2. 两个基本假定。

效用用量基数计量。

边际效用递减：戈森第一原则。边际效用 MU (marginal utility)：增加单位商品消费量所得总效用之增量。 $MU=dTU/dQ$, $\Delta TU/\Delta Q$ 。边际效用递减：其他条件不变时，随着消费一种商品量的增加总效用的增量会递减。 MU 达到 0 之前， $+MU$, TU 增加； MU 为 0 时， TU 最大； MU 为 0 之后， TU 减少； MU 绝对量之和= TU 。边际效用递减的原因：生理原因和同种商品多种用途排序下降。

二、基数效用论消费者均衡

1. 消费者用既定 M 、 P 购买商品所得最大满足感。

2. 购买 n 种商品时的消费者均衡(戈森第二定理)。

戈森定理。消费者在面临几种享乐进行选择时，时间或收入资源有限会限制他的享乐量、购买量。消费者应依次享乐其中享乐量最大者直到各种享乐量都相等。

消费者在约束条件($P_x X + P_y Y = M$)下实现效用最大化的方法：最后一个货币单位购买的各种商品的边际效用均等且等于不变的货币边际效用： $MU_1/P_1 = MU_2/P_2 \dots MU_n/P_n = \lambda$ 。

用拉格朗日函数法求多元函数极值给予证明。

三、购买一种商品时的消费者均衡

1. 使净效用最大：商品的总效用—货币支出效用=净效用。

2. 使消费者剩余最大，消费者剩余=消费者按边际效用决定的主观意愿支付的价格与实际支付的市场价格之间的差额。

四、消费者行为决定需求曲线

1. 消费者按 MU 的大小支付 P ： $P=MU$ ，同向关系。 $MU/P=\lambda$ ， λ 与 MU 有同向关系。

$MU=\lambda P$ ，为保持 $P=MU$ 的同向关系，必须假定 λ 为常数。

2. λ 为常数时， $MU=\lambda P$ 决定需求曲线。

3. 基数效用论需求曲线的意义。需求曲线向右下方倾斜是由边际效用递减决定的；曲线表示在不同价格下的消费者愿意购买的商品数量；曲线上每一点是均衡点， P 越小 cs 越大。

第二节 序数效用论

一、基本观点

效用不能用基数衡量，可以排序。消费者具有判断商品组合和选择的能力。判断的传递性。非饱和性

二、基本工具

预算约束方程 $Y = P_x X + P_y Y$;

无差异曲线 保持统一效用水平时。两种商品的不同组合。特征：有无数条，离远点近的效用水平小；任何两条不能相交；斜率为负；斜率绝对值下降。

三、无差异曲线的特殊形式

1. 凹向原点的无差异曲线。表示消费者拥有某种商品越多，越愿意花更大的代价拥有这种商品切点不是均衡点，均衡点就是角落均衡解、拐角解、边角解(corner solution),表示消费者只消费一种商品。
2. 凸的无差异曲线的角解。角解不是因为无差异曲线的形状，而是因为收入不足以同时消费两种商品，或因为放弃消费的这种商品的效用小于其价格。故凸的无差异曲线也会带来角解，不消费的商品的边际效用小于其价格。

四、序数效用论的消费者均衡

1. 消费者用有限的 M 按既定的 P 选择商品实现 U 最大。
2. 均衡的条件：无差异曲线和预算约束线斜率相等： $dy/dx = -P_x/P_y$ 。主观的商品边际替代率等于客观的价格比。序数效用论与基数效用论的均衡条件是殊途同归。

五、收入消费曲线(income consumption curve)

1. 消费者偏好和价格不变，收入变动时连接所有预算线和无差异曲线切点的连线。反映消费量随收入变动的关系。
2. 恩格尔(E·Engel)曲线(CE)，根据收入消费曲线得到的反映商品需求收入弹性 E_m 的曲线。

六、价格消费曲线和序数论的需求曲线

1. 价格消费曲线 (price consumption curve)：收入和偏好不变，由一种价格变动引起预算线移动时，连接所有预算线与无差异曲线切点的连线，反映商品消费量与价格成反方向变动的关系。
2. 序数论的需求曲线。 dy/dx 递减决定曲线向右下方倾斜；不同 p 有不同购买量；曲线上每一点都表示效用最大。
3. pcc 曲线斜率的含义及其与需求曲线的关系：偏好与收入不变，相对价格变动反映商品的不相关性和相关性(替代性、互补性)。

第三节 替代效应和收入效应

一、物品的替代效应(Substitution effect)和收入效应(Income effect)

1. 替代效应。货币收入、实际收入和效用水平不变时，一种商品价格变动引起两种商品相对价格变动和购买比例变动的效应。所有档次商品的替代效应，价格变动与需求量的变动是反向关系。

2. 收入效应。在 M 不变时，购买两种商品时一种商品价格变动引起 (M/P) 变动对商品需求量和 U 的影响。必需品和高档品 Q_d 与收入 $(M/p \uparrow \downarrow)$ 有正效应，与 p 反向变动；低档品 Q_d 与 $(M/p \downarrow \uparrow)$ 有负效应，与 p 同向变动。

二、正常物品的替代效应和收入效应

1. 替代效应：货币收入不变，一种商品价格变动引起商品价格比变动和商品替代率变动。

替代效应中一种商品 Q_{dx} 与自身价格 P_x 的变动是反向的。

2. 收入效应。 M 不变，一种商品价格变动引起实际收入变动对效用水平的影响。

3. 总效应。价格升降时，替代效应和收入效应引起的需求量的增减。

4. 从 p 变动的总效应中区分 Q_s 和 Q_m 效应的方法。

分析在 m 不变时 p 对 Q_s 效应量的影响，和 m 变动对 Q_d 的影响。补偿预算线(Compensated budget line): p 变动引起 m 变动时为维持原 m_0 的 u 水平所作的预算线。

FG 与原无差异曲线相切表示替代效应；与新预算线平行表示 P_x/P_y 不变时的收入效应。

正常品的收入效应、替代效应均与 p 成反向变动，从而总效应与 p 成反向变动，需求曲线斜率为负。

三、低档品的替代效应和收入效应

1. 低档品的替代效应。低档品的收入效应中 P 与 Q_d 是同向关系，但替代效应大于收入效应，因为，在一般情况下，消费者对价格变动比对收入变动更敏感。故低档品需求曲线仍为负斜率。

2. 低档品中吉芬商品的替代效应和收入效应

Giffen goods 需求曲线正斜率。替代效应中一种商品 Q_d 与自身 p 反向变动； Q_d 与实际收入反向变动，但收入效应 $>$ 替代效应。

第四节 不确定条件下的选择

一、基本概念

1. 不确定性 uncertain: 决策者事先不能确定决策的结果和概率。risk or venture 决策者知道决策事件发生的概率不知道结果。

2. 不确定性理论的起源。量子理论的测不准问题。

3. 原因：客体变化的偶然性和主体认知能力有限性。

4. 不确定性的特征

不能确定事件发生的原因、概率、结果。反排中律，不能确定事物的外延。不能确定从未发生过的事件。经济人为对信息作伪和隐瞒。

5. 风险是损益(gain and loss, failure and success)发生具有概率(probability)而大小不能确定

(uncertain)的事件。风险具有概率大小与后果大小不对称的特征。风险预期。风险预期取决于风险的客观概率和主观概率。

二、不确定性的决策

1. 确定型决策

2. 概率确定具体结果不确定的风险决策。决策依据是对期望值(expected value)差别和方差(variance)或标准差(根方差 standard deviation or square root of variance)的比较。一个实例：

风险资产(价值涨跌具有随机性的资产)：资产实际报酬率高与风险标准同向，消费者投资的期望报酬越高，实际报酬的风险越大，反之相反。

3. 信息问题。

在风险决策中，信息的作用在于能够据此修正概率，作出更好的决策。决策者获得信息的均衡条件是获得信息的边际成本=信息的预期边际收益。信息成本在各人之间不对称。为防止风险可能造成财产的损失，预防措施实施的均衡条件是：实施预防措施的边际成本=其边际收益。所有者经常在信息不完全条件下监督管理者，需要制定反映真实信息的激励机制。

4. 不确定性条件下的决策方法

买保险与买彩票。多样化经营分散风险。买国库券+买债券+股票。用合同约束。完善知识系统，利用非程序化决策。惩罚。

三、效用风险偏好模型

1. 基本概念。

期望值效用。

自变量期望值的效用= $u(E(x))$ 。期望效用。因变量的期望值即效用期望值= $E[u(x_i)+u(x_n)]$ 。

2. 效用风险回避行为

向下开口的效用曲线 $u(x)$ 。风险回避者更多地预期会出现不利的结果，故其预期的边际效用 (du/dx) 曲线斜率是递减的。

风险规避(risk-avertter)下期望值效用与期望效用的关系。

弦在弧的下方。弦的中点是闭区间两点间连线的中点，与弧的中点在同一条垂直线上，且低于弧的中点：

$\because u(x)'' < 0$ ，故 $U(X_0)$ 向 $u(X_0 + \theta_2 \Delta x)$ 的递增率 $< U(X_0)$ 向 $u(X_0 - \theta_1 \Delta x)$ 的递减率。

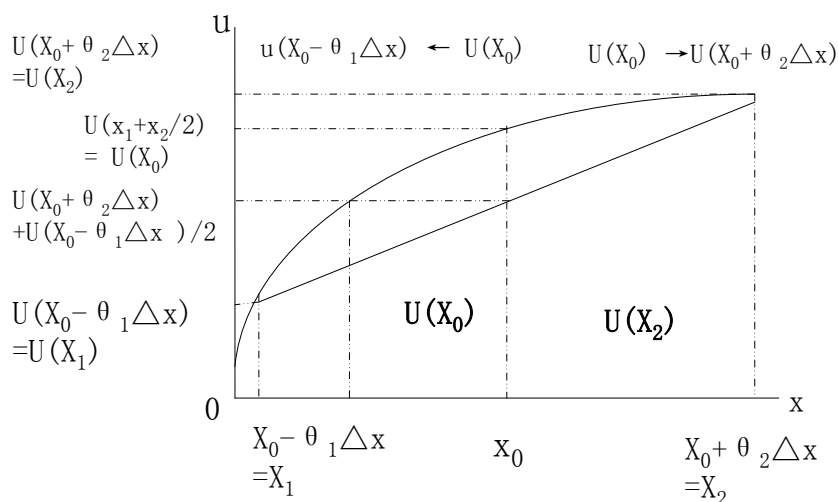
$\therefore U(X_0 + \theta_2 \Delta x) + U(X_0 - \theta_1 \Delta x) / 2 < U(X_0) = U(x_1 + x_2 / 2)$ ，

或 $u_i(x_i) + u_n(x_n) / 2 < u(x_1 + x_n) / 2$

即：自变量函数的加权平均值或期望效用 $<$ 自变量加权平均值的函数值或期望值效用。

弦在曲线下，上凸函数或严格上凸函数。

～风险规避下期望值效用与期望效用的关系。



风险规避者：愿意得到与期望报酬相等的确定报酬的投资者。规避者为避免风险而愿意付出的代价称为风险溢价。

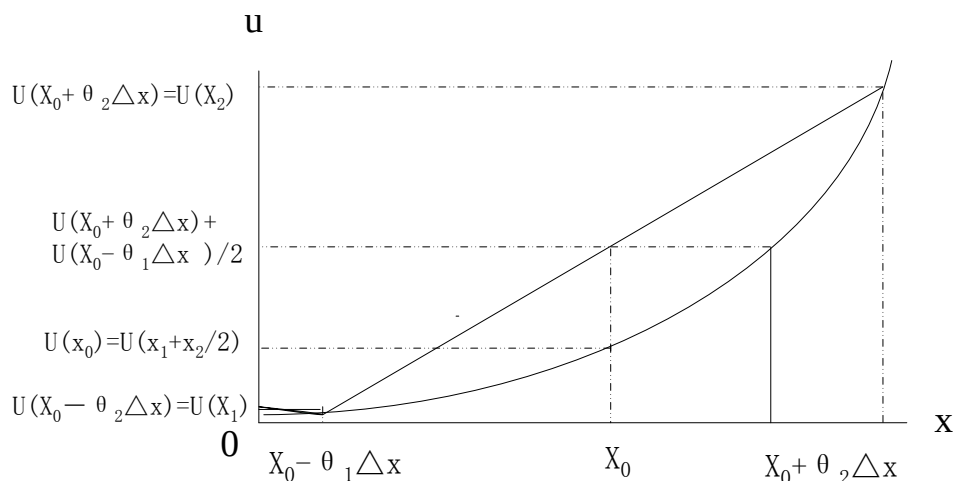
3. 偏好风险的行为

风险爱好者预期乐观，对效用函数 $u(y)$ 的评价是递增的， $u(x)'' > 0$ ，曲线向上开口。

对于向量 $X_0 X_n = +\theta_2 \Delta x$ 和 $X_0 X_1 = -\theta_1 \Delta x$ ， $U(X_0) \rightarrow u(X_0 + \theta_2 \Delta x)$ 的递增率 $> U(X_0) \rightarrow u(-\theta_1 \Delta x)$ 的递减率，故 $U(X_0 + \theta_2 \Delta x) + U(X_0 - \theta_1 \Delta x) / 2 > U(x_1 + x_2 / 2)$ ，自变量加权平均的函数或期望值的效用 $<$ 期望效用的加权平均曲线；曲线严格下凸，弦在曲线之上。

当 $+\theta_2 \Delta x$ 和 $-\theta_1 \Delta x$ 分别 $\rightarrow 0$ ， $U(X_0 + \theta_2 \Delta x) + U(X_0 - \theta_1 \Delta x) / 2 \rightarrow U(x_0) = U(x_1 + x_2 / 2)$ 。

风险偏好者：愿意得到期望报酬大于期望值报酬的投资者。



4. 风险中性。

自变量期望值的效用=效用的期望值即期望效用。因此，风险曲线是线性的，期望值效用曲线与期望效用曲线是重合的。或者说自变量期望值的函数等于自变量函数的期望值。

5. 关于期望效用(expected utility)。Ven. Neuman and Morgensten. 设收入从低到高排序： $W_1, \dots, W_n$ ，收入高的效用高于收入低的效用： $u(W_n) > u(W_i)$ 。 $E[u] = P_n u(W_n) + (1 - P_n) u(W_i) = P_n u(W_n) + u(W_i) - P_n u(W_i) = P_n [u(W_n) - u(W_i)] + u(W_i)$ ，由此认为，厌恶风险的人偏好权数 P_n ， P_n

越大越好。偏好风险的人则不在乎 P_n 的大小。

本章复习

1. 简述边际效用递减的原因。
2. 简述边际效用与总效用的关系。
3. 消费者剩余的本质是什么？
4. 为什么要把购买最后一个单位不同商品的边际效用均等作为效用最大化的均衡条件？
5. 比较基数论和序数论的需求曲线。
6. 无差异曲线是否总是双曲线？
7. 简述预算线的性质、移动的原因和特征。
8. 简述预算线与无差异曲线交点向均衡点的移动。
9. 简述收入效应、替代效应的区别。
10. 补偿预算线的意义是什么？它与原无差异曲线相切、与新的预算线平行的意义是什么？
11. 比较价格上升和下降时，正常品、低档品和吉芬商品的总效应。
12. 简述不确定性条件下资源配置的类型、基本思想。

第三章 生产者行为理论

教学目的和要求：

通过学习不同的生产函数，掌握生产者短期和长期中实现成本最小、最大产量的要素组合方法。

第一节 企业

一、厂商(firm)

1. 单个经济决策单位，厂商的目的是生产产品或劳务以获取最大利润。
2. 组织形式。个人企业、合伙制企业、公司制企业：产权关系特征、规模和风险。

二、企业与市场的关系。

规模界限问题只限于交易成本理论。两种交易成本。市场交易成本和企业交易成本。企业与市场的替代变动界限：内部交易的边际成本=市场交易的边际成本。

三、生产函数和企业的目标

1. 生产函数。一定时间内和技术不变条件下，最大产出和投入要素之间的函数关系。生产要素：土地、资本、劳动、企业家的管理才能、技术和信息。生产要素的替代性和不可替代性。不同产业中的替代性的差别；要素稀缺与替代性；价格与替代。
2. 短期中不变投入与可变投入。
3. 目标。两权合一的企业与两权分离的企业目标差异。利润最大化仍是基本的原则。

第二节 短期生产函数

一、总产品、平均产品和边际产品

1. 短期内资本不变、产量随可变投入变动： $Q=f(L, K^*)$
2. 总产品 TP、平均产品 AP 和边际产品 MP。

总产品一元三次函数： $TP = aL + bL^2 - cL^3$ ， $TP = aL^2 - bL^3$ 。三次式向下开口的抛物线。要素之间的配合效率的最优组合使 TP_L 最大。

平均产品 $AP_L = a + bL - cL^2$ ，是从原点到 TP 曲线上任意一点射线的斜率。

边际产品 $MP_L = a + 2bL - 3cL^2$ ，是 TPL 曲线的斜率或 TP' 。MP 递减律：技术水平和其他要素不变，MPL 随一种投入要素增加先增加而最终下降的规律。

3. TP、AP、MP 三者的关系

$(AP)' = (TP/L)' = (L \cdot TP' - L' \cdot TP) / L^2 = (MP - AP) / L$ 。

$MP > AP$ 时， $AP' > 0$ ，MP 增速 $>$ AP 增速，MP 曲线在 AP 曲线之上；

$MP = AP$ ， $AP' = 0$ ，AP 最大，MP 曲线通过 AP 曲线的最高点，TP 曲线最大斜率射线即 TP 曲线的切线；

$AP > MP$ ，MP 减速 $>$ AP 减速，MP 曲线在 AP 曲线下方。

二、生产的三个阶段

1. 三个阶段。原点到 AP 产量的最大点, K 相对 L 较少, L/K 未达最佳, 只要 $L \uparrow$, $TP \uparrow$ 。AP 最大点到 $TP'=0$, L/K 达到最佳组合。 $MP=0 \rightarrow -MP \rightarrow AP=0$ 。 $L/K > \text{最佳组合}$, $L \uparrow TP \downarrow$ 。

2. 一种可变要素投入的三个阶段意义:

要素的组合或要素之间的分工协作是企业效率提高的重要条件。当劳动投入饱和时, 可以把多余的劳力投放到生产的第一和第二阶段, 或增加资本、开辟新的分工领域。

产量的最佳标准是由市场需求决定的, 最佳要素组合决定的最大产量相对市场需求可能是过剩的或不足的, 最佳要素组合要与市场对产量的决定相结合。

第三节 长期生产函数

一、函数的基本性质

1. 投入均可变属长期问题。假定 L、K 可变: $Q=f(L, K)$

2. 等产量线(isoquant)。保持同一产量条件下, 两种要素不同组合的轨迹。

若两种要素有反比例的替代关系, 等产量线是双曲线, 斜率为负: $dQ=0=MPLdL+MPKdK$, 移项得到: $MPL/MPK = -dK/dL$ 。

若两种要素在保持同一产量条件下比例固定, 等产量线是直角型, 斜率分为 ∞ 和 0。保持同一产量, 两个要素同时增长, 曲线正斜率。

斜率称为边际技术替代率 $MRTS_{LK}$ 。

二、生产同一产量两种投入比例固定的生产函数

1. 保持同一产量水平两种生产要素完全互补的生产函数。生产一定产量水平所需投入要素组合固定的生产函数。(W.W.Leontief function)

2. 特征

函数记为 $Q=\text{minimum}(L/u, K/v)$ 。

$u=L/Q$, $v=K/Q$ 分别是单位产量所需固定的 L 和 K 的投入, 称劳动产量比、资本劳动比。 $1/u=Q/L$, $1/v=Q/K$ 分别是平均单位 L、K 提供的产量。 $Q=L/u$, $Q=K/v$ 。 $L=Qu$, $K=Qv$ 。

min: Q 水平由括号内两个比值中较小的那个决定, 即一种要素不变另一种要素增加时不改变总 Q 水平, Q 由数值不变的要素投入决定。若要增减 Q, 必须按固定比例同时增减两种生产要素。

顶点凸向原点的直角形等产量线。 $Q=\text{min}(L/u, K/v)$ 的边际替代率: $MPL/MPK=v/u$ 。曲线的斜率是所有等产量曲线顶点连线的斜率 $K/L=v/u$: 生产所有产量水平的要素比是固定的。

固定比例的方法 $\rightarrow \infty$, 固定比例变为变比例函数。

三、两种投入比例变动的生产函数

1. 等产量线。生产同一产量两种要素不同组合的轨迹。无数条等产量线, 离原点远的产量水平高, 反之小; 要素替代率或斜率: $MPL/MPK = -dK/dL$ 。保持同一产量增加一种要素所必需减少另一种要素的比率。 $MRTS$ 绝对值递减的原因: Q 不变, $L \uparrow$ 使 MPL 递减、 $K \downarrow$ 且使 MPL 下降更快和 $MPK \uparrow$, 从而 MPL/MPK 递减。任何两条等产量线不能相交。

2. 两种要素若按不变的替代率同时增减, 产量表现为规模报酬(returns to scale), 即各要素按相同倍数变化所带来的产量变化。

表现为等产量线射线上点的移动。规模报酬递增(increasing returns to scale) : $\Delta Q\% > \Delta x\%$, 投入产出弹性 >1 , 规模扩大后采用了先进的设备和合理管理等。规模报酬不变(constant returns to scale) : $\Delta Q\% = \Delta x\%$, 投入产出弹性 $=1$ 。规模扩大后设备技术水平和管理水平不变。规模报酬递减(diminishing returns to scale) 。 $\Delta Q\% < \Delta x\%$, 投入产出弹性 <1 。规模扩大后设备技术水平落后和管理质量下降。

四、齐次生产函数(homogeneous function with degree)。

1. 所有生产要素按同一倍数变动时, Q 按一定倍数变动的生产函数。对于生产函数 $Q=f(L, K)$, 使 L 、 K 同时扩大 λ 倍, 则有: $Q=f(\lambda L, \lambda K)=\lambda^n f(L, K)$, 称生产函数为 n 次齐次生产函数, n 是齐次度, 是各要素产出弹性之和。

$n=1$, 一次齐次生产函数; $\Delta Q\% = \Delta x\%$, 产出要素弹性为 1, 又称规模报酬不变。Cobb—Douglas (C—D) 函数是线性的一次齐次性生产函数: $Q=f(L, K)=AL^\alpha K^\beta$ 。

n 大于 1, 产出投入弹性 1, 称规模递增。1. 2 次齐次生产函数: $Q=f(L, K)=5L^{0.5}K^{0.7}$ 。

n 小于 1, 产出投入弹性小于 1, 称规模报酬递减。0.8 次齐次生产函数 $Q=f(L, K)=5L^{0.5}K^{0.3}$ 。0 次齐次生产函数: $Q=f(L, K)=(L-K)/(L+K)$, 表示生产要素扩大但产出不变。

2. 函数 $Q=AL^\alpha K^\beta$ 各参数的意义。

A: 技术水平参数, 在其他条件不变时产量是 A 的增函数。 α 、 β 分别是 L 、 K 的偏生产弹性和对总产量的贡献。齐次生产函数的等产量线的边际技术替代率 $MPL/MPK = -dK/dL = -\alpha K/\beta L$ 。

3. 要素边际报酬递减。

4. 欧拉定理—Euler's theorem。对于 n 次齐次生产函数, $Q=f(\lambda L, \lambda K)=\lambda^n f(L, K)$, 若它的一阶偏导数 $(\lambda nQ)'L$ 和 $(\lambda nQ)'K$ 存在, 就有: $MPLL+MPKK=nQ$ ——该公式是说: 若厂商根据要素边际生产力 MPL 和 MPK 向要素的提供者支付报酬, 则报酬等于生产要素的偏生产弹性之和与产量的乘积 $nQ=n\lambda nQ$ 。或 $MPLL+MPKK=n\lambda nQ$ 。

规则 1: $n=1$, 即对于 1 次齐次生产函数或规模报酬不变的生产函数, 是总支出=总产出, 总产出正好分配光。这又称为产量分配净尽定理。

规则 2: $n>1$, 产出弹性大于 1 即规模报酬递增时的分配关系或总支出与总产出的关系。

规则 3, $n<1$, 产出弹性小于 1 即规模报酬递减时的分配关系或总支出与总产出的关系。

分配调整: 厂商用对规模报酬递减的要素所有者支付的节余报酬贴补规模报酬递增的要素所有者报酬的不足部分, 类似超额利润的转移分配, 是对规模报酬递增的奖励和对规模递减的约束。

第四节 生产者均衡

一、利润最大化

生产者用既定的成本和已知的要素价格生产最大化的产量, 或在既定的产量和既定的要素价格下使成本最小, 或使利润最大化。

1. 拉格朗日函数法。

既定成本和价格生产最大产量、既定产量使成本最小均衡条件 $MP_L/MP_K = w/r$

2. 等产量线与等成本线相切。等产量线斜率=等成本斜率

等成本线, 用既定成本按既定要素价格购买两种要素投入的不同组合的轨迹。 $C=wL+rK$ 线性方程: $K=C/r-wL/r$ 。成本空间。空间内 a 点, 空间外 b 点, 成本线上任意点。 C 线移动因素: w/r

不变或 w 、 r 不变，名义 C 变动引起实际 C 线移动。名义 C 不变，由 w 、 r 变动但 w/r 比例不变引起实际 C 移动。 r 不变， w 变动引起 C 移动。

3. $dk/dL = -w/r$ ，失衡时调整 dk/dL 。图形：成本既定使产量最大，产量既定使成本最小

二、利润最大化和最优生产要素组合

在价格 P 、 w 、 r 既定条件下厂商通过对 L 、 K 的调整来实现。令 π'_L / π'_K ， $MP_L / MP_K = w/r$ ，解出 $K=f(L)$ ，或 $L=f(K)$ 代入 π'_L 或 π'_K 解出 L 、 K ，代入生产函数解得产量 Q 、收益从而解出利润。

三、长期均衡轨道

在要素价格不变和产量函数已知条件下，连接所有等产量线与等成本线切点的连线。这条连线称为等斜线和扩展线。连线是生产者均衡点或最佳要素组合集合。扩展线表示企业长期内实现最佳产量和最小成本的途径。扩展线方程： $MP_L / MP_K = w/r$ ， $K = Lw/r$ 。

本章复习

1. 生产要素在生产中的重要特性有哪些？
2. 简述总产品、平均产品和边际产品的关系。
3. 在一种可变要素的生产中划分生产三个阶段的意义是什么？
4. 固定比例的生产函数反映了生产要素的什么特性？
5. 规模报酬反映了生产要素的什么特性？
6. 生产者均衡表达了什么思想？等斜线、扩展线的意义是什么？

第四章 成本论

教学目的和要求：

学习和掌握短期成本和长期成本的构成与变动规律

第一节 成本和成本函数

一、成本(cost) 与利润

1. 企业经营支付的费用(expense): 要素所有者必需得到的报酬, 由生产要素价格决定。

2. 分类

机会成本或择一成本(opportunity cost or alternative cost): 一项资源用在此处而在其他地方失去的收益。运用机会成本的条件: 资源稀缺且多用途, 资源已得到充分利用, 资源可以自由流动。

会计成本(accounting cost)和显成本(explicit cost)私人成本。会计成本即按产品本身市场价格直接支付的成本, 是财务成本, 显成本即会计成本。私人成本(private cost), 私人经营实际支付的成本, 是会计成本和显成本。

经济成本、隐成本(implicit cost)和社会成本(social cost)。经济成本(机会成本、隐成本+显成本、社会成本、), 应有支出成本。隐成本: 应当支付而没有支付的企业自有生产要素的机会成本, 财务上无支出(非会计成本), 但要素可用于报酬最高的其他部门。社会成本: 私人活动引起社会为其支付的成本。

增量成本(incremental cost)与沉淀成本(sunk cost)。增量成本, 因产量变动而变动的直接材料、直接人工和制造费用。短期成本或可变成本。沉淀成本: 已发生而无法收回的成本, 专用而不能用于它途的成本。增量和沉淀成本均属财务或会计成本。

2. 利润

财务利润。总收益—财务总成本(即会计成本、显成本、私人成本)。

经济利润=总收益—经济成本(机会成本、隐成本、社会成本)=超额利润(excess profits)。

正常利润(normal profits): 厂商支付给自己作为企业家才能的报酬, 隐成本的一部分, 当总收益减总成本等于零时, 没有超额利润但有正常利润。

二、成本函数(cost function)

成本是产量的复合函数。 $C(Q)=f[\phi(Q)]=wL(Q)+rK(Q)$

已知生产函数 $Q=KL$, 求成本函数 $C=wL(Q)+rK(Q)$,

$MP_L/MP_K=k/L$, $K/L=w/r$, $K=Lw/r$, $L=Kr/w$, 整理后得到:

$$C = 2Q^{1/2}(rw)^{1/2}$$

第二节 短期成本

一、短期总成本构成

1. 短期内不能调整全部生产要素而只能调整部分生产要素形成的成本

2. 短期总成本 $STC(Q) = \text{固定成本 } SFC(Q) + \text{短期可变成本 } SVC(Q)$ 。

$SFC(Q) = r\bar{k}$ ， $SFC(Q)$ 不随产量变动，是一条与产量轴平行的水平线。

$SVC(Q) = wL(Q)$ ：投在原料、工资和燃料等等随产量变动而支付的成本， $SVC(Q) = aQ^3 - bQ^2 + cQ$ ，产量先递增然后递减，则成本先递减然后递增，故 SVC 是从原点开始先递减然后递增的向右上方延伸的曲线。

3. $STC(Q)$ 曲线。 $STC = aQ^3 - bQ^2 + cQ + FC$ ，产量先递增然后递减，则成本先递减然后递增；开始于成本轴上 SFC 那一点；形状与 SVC 相同，与 SVC 之间的垂直距离是 SFC 。

二、短期平均成本构成

1. $SAC(Q) = SAFC(Q) + SAVC(Q)$ ，

2. 短期平均固定成本 $SAFC(Q) = SFC/Q = bQ^{-1}$ ，双曲线； $SAFC(Q) = FC/Q = r\bar{k}/Q = r/\bar{AP}_k$ 。 $SAFC$ 与 $\bar{AP}_k$ 有反向关系。

3. 短期平均可变成本 $SAVC(Q) = wL/Q = w/\bar{AP}_L$ 。 $SAVC(Q)$ 与 $\bar{AP}_L$ 有反向变动关系。 $\bar{AP}_L$ 是倒 U 型， $SAVC$ 是 U 型。

4. $SAC(Q) = r/\bar{AP}_k + w/\bar{AP}_L$ 。由于 $\bar{AP}_L$ 和 $\bar{AP}_k$ 均是先递增然后递减，因此， $SAC(Q)$ 也是 U 型的。 SAC 与 $SAVC$ 曲线趋近但不会相交。 $SAC(Q)$ 和 $SAVC(Q)$ 分别是原点与 STC 曲线上 $SVC(Q)$ 曲线上任意点的射线的斜率。

5. 短期边际成本 $SMC(Q)$ 及其与 SAC 的关系。

边际成本与 $\bar{MP}_L$ 的关系： $SMC = dTC/dQ$ ， STC 曲线的斜率。 $SMC = dSFC/dQ + dSVC/dQ$ ， $\because$ 短期内固定成本不变，故 $SMCF = 0$ ， $SMC = dSVC/dQ = (wL)'Q = w/\bar{MP}_L$ ，从而 SMC 曲线与 $\bar{MP}_L$ 曲线有反向变动关系，呈 U 型。

$SMC(Q)$ 与 $SAC(Q)$ 的关系。因为 STC 、 SVC 曲线的最小斜率的射线同时就是 STC 、 SVC 曲线的切线； $\bar{MP}_L$ 曲线通过 $\bar{AP}_L$ 曲线的最高点，因此， SMC 曲线依次通过 $SAVC$ 、 SAC 曲线的最低点。

$$\begin{aligned} AC'Q &= (TC/Q)'Q \\ &= (Q \cdot TC' - Q' \cdot TC)/Q^2 \\ &= (MC - AC)/Q \\ MC &= AC, AC' = 0, AC \text{ 最小} \end{aligned}$$

第三节 长期成本

一、从各短期成本中选最小的成本

1. 长期总成本 $LTC(\text{long-run total cost})$ ，是指厂商在长期中根据各种市场产量水平上通过选择生产规模所能达到的最小总成本。

2. 特征：长期中所有的要素是可变的。可变体现在 LTC 是由无数不同规模的短期总成本 STC_i 构成的。新古典经济学有两个假设条件：长期中生产规模的发展是由小到大，和产量由小到大；由规模经济过渡到规模不经济。因此，长期成本是先降后升。产量由市场需求决定，而不是由组合要素得到的最大化产量。在同一产量可以由两种规模的成本生产出来时，厂商将根据预期产量的变化选择规模。

3. 长期总成本曲线。

LTC 是无数条 STC 的包络曲线(envelope curve)；与每一个产量水平上若干 STC_i 中最低的一条

曲线相切。切点之连线。LTC 从原点出发依次随产量增长先递增、递减上升、递增。

4. u 型 LAC 曲线和 LMC 曲线。

LAC 是 $\sum SAC_i$ 的包络曲线(long-run average cost)：是每一个产量点垂直对应的 $\sum SAC_i$ 中位置最低点切点的连线；LAC 最低点切位置最低的 SAC 曲线的最低点(斜率=0)；LAC 最低点的左方，LAC 曲线切每一条 SAC 最低点左上方线段；在该点的右方切每一条 SAC 最低点的右上方线段。

MP 递减决定 SAC 成 u 型。规模分布由小到大、由报酬递增到递减决定 LAC 成 u 型。若改变这种规模分布，则 LAC 可以负斜率、正斜率、零斜率。规模报酬的倒数是规模经济、规模不经济或规模经济不变。此外，要素价格变动也是影响 LAC 曲线斜率的因素。

5. 位置移动因素包括：范围经济(economics of scope)、学习效应、外在经济或不经济。

6. 长期边际成本 LMC(long-run marginal cost)。LMC 曲线是各产量对应的 $\sum STC_i$ 曲线最低点、 $\sum SAC_i$ 最低点上 SMC 的连线，而不是 SMC 的包络曲线。LMC 与 LAC 的关系，与 SMC 和 MAC 的关系相同。

二、由扩展线构成的长期成本

1. 具有计划成本的性质。要求厂商根据对长期的各个时期中的市场需求预期，根据最佳要素组合的条件计算最小成本。该方法以厂商是理性人为前提，假设厂商能准确预期市场需求量、知道每一个产量的均衡条件。

2. 各种规模经济中的最佳要素组合的最低成本。在任何一个产量点上，最佳要素组合的成本比包络曲线决定的成本低。

3. 成本弹性(cost of total elasticity)和产出成本弹性系数

$$\text{长期成本弹性: } E_c = \frac{dc}{dQ} \frac{Q}{C} = MC / AC$$

$$\text{长期产出弹性: } E_c = \frac{dQ}{dc} \frac{C}{Q} = AC / MC$$

本章复习

1. 成本函数
2. 机会成本
3. 显成本和隐成本
4. 私人成本与社会成本
5. 沉淀成本
6. 短期成本结构
7. 长期成本
8. U 型 SAC 与 U 型 LAC 的原因。
9. LAC 位置移动的原因。
10. 规模报酬与规模经济
11. SMC 与 SAC 的关系。
12. 扩展线构成的长期成本与短期成本组成的长期成本。

第五章 市场结构、行为与绩效

教学目的和要求：

通过学习完全竞争、垄断、垄断竞争和寡头四种市场结构，掌握在不同市场结构中厂商追求利润最大化的行为特点及其市场绩效的差别。

第一节 市场结构划分

一、基本条件

1. 厂商的数目。厂商数目多少与市场竞争程度有同向关系；与单个厂商控制价格的能力有反向关系。
2. 产品差别。产品差别与竞争程度有反向关系。
3. 厂商进出市场的难易程度。进出市场的越容易竞争程度越高，反之越小。
4. 信息完全程度。交易双方的信息完全度和对称度与竞争度成反向关系，与垄断成反向关系。

二、市场的形式与功能

1. 市场的交易形式。交易时间、地点的固定与否，场所规模的大小，支付方式差别。不同特征的市场和交易技术的发展等决定有不同的交易形式。
2. 市场功能。价格机制配置经济资源。

第二节 完全竞争市场(perfect competition market) 结构、厂商的行为与绩效

一、完全竞争市场的条件

1. 有无数的买主和卖主，每个人的交易数量不大，单个交易双方对市场价格没有控制能力，只是价格的接受者。
2. 产品完全无差别。
3. 厂商进出市场是完全自由的。
4. 交易双方是有理性的，有充分的、完全信息，信息是对称的。行业(trade, profession, industry)，完全竞争市场上，为同一个商品市场提供产品的所有厂商的总和或部门。同一个商品市场和行业的类型是一致的。

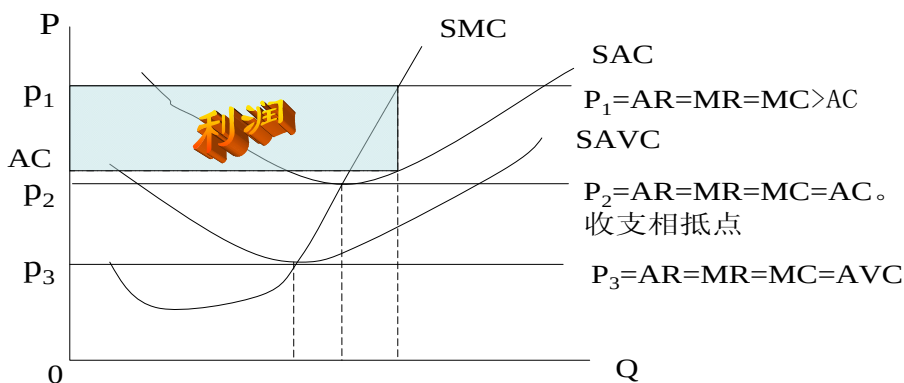
二、短期均衡

1. 完全竞争厂商的收益曲线。市场需求曲线：行业需求曲线，全体买主或总购买力决定，负斜率。个别厂商的需求曲线。由市场供求均衡决定的价格线，水平线，表示厂商是被动的价格接受者。完全竞争厂商的收益曲线，总收益 $TR(\text{total revenue}) = R = PQ$ ，是经过原点的直线，总收益曲线的斜率： $PQ/Q = P$ 。P 曲线是水平线。平均收益 $AR(\text{average revenue}) = PQ/Q = P$ ，是 TR 曲线的斜率，是水平线。边际收益 $MR(\text{marginal revenue}) MR(Q) = dTR/dQ = (PQ)'Q = P$ 。MR 与 P、AR 曲线重合为一条水平线。

2. 完全竞争厂商的短期均衡。短期内在 K 、 p 不变条件下通过调整 L 和产量来使利润最大。利润最大化的原则或必要条件： $MR_Q=MC_Q$ 。二阶条件 $\pi''<0$ 。 $MR=MC$ 是利润最大或亏损最小的均衡条件。利润= $Q(p-AC)$ 。

$MR=MC$ 是利润最大或亏损最小的均衡条件。

利润= $Q(p-AC)$ 。



P_3 停止营业点。继续生产只弥补VC，不生产不支付VC，但FC存在。

3. 短期供给曲线。厂商在不同 p 时愿意提供的产量： $Q^S=f(P \text{ 满足 } SMC \geq SAVC)$ 。 $MC \geq SAVC$ 最低点的部分是完全竞争厂商的短期供给曲线。厂商短期 S 曲线反映了在 p 既定条件下，厂商提供的 Q 必须能给他带来最大利润或最小亏损。 SMC 移动。当要素价格变动，产品价格不变时，厂商会改变产量应付要素价格的变动。短期市场供给曲线。同一价格下行业的 SMC 曲线高于或等于 $SAVC$ 最低点的部分。

4. 短期的厂商生产者剩余(producer surplus)。 p 总额与所有产量的 MC 总和之间的差额； p 以下和 MC 本以上的部分；收入与最小成本的差额。 PS =市场价格与市场总产量的 $SMVC$ 总和之间的差额， P 与短期市场供给曲线之间的差额。

三、完全竞争厂商的长期均衡 Long equilibrium

1. 长期均衡及其均衡条件。调整生产规模(K, L)和进出市场实现利润最大化。进出行业。进出行业即调整厂商的数目。长期均衡条件： $MR=SMC=LMC=P=SAC=LAC$ ，厂商停止退出。

2. 完全竞争的行业长期供给曲线

成本不变(水平)的市场长期供给曲线。成本递增的长期供给曲线。成本递减的长期供给曲线。

4. 完全竞争市场厂商长期的均衡利润=0。消费者按最低的价格购买商品，生产者以最低的成本提供产品。消费者剩余最大。

第三节 垄断市场

一、特征

垄断市场是只有唯一一个厂商生产和销售商品的市场；没有替代品；其他厂商难进入；垄断厂商可以操纵价格。

垄断形成的原因：独家厂商独占生产某种商品的全部资源或基本资源；拥有生产某种商品的专

利；政府授权，如铁路、邮电，供电、供水；市场容量只能容纳一家厂商；自然垄断—拥有巨大资本能生产很大规模的产量和有高效益。

二、垄断厂商收益曲线和供给曲线

1. AR、TR 与 MR 曲线。

$AR=PQ/Q=p=a-bQ$, $TR=aQ-bQ^2$, $MR=a-2bQ$, TR 是下向开口的抛物线, AR 和 MR 是负斜率的曲线。

$AR>MR$ 曲线。厂商为了增加销售必须 $p \downarrow$, 使新增销量的 $R \downarrow$ 和全部销量的 $R \downarrow$; 从而 MR 小于 p 。若 AR 下降速度保持不变, MR 的下降速度是 AR 下降的两倍。

TR 、 AR 、 MR 关系的图形

MR 与 P 、需求弹性的关系。

$$\begin{aligned} MR &= (PQ)'_Q = p - \frac{dp}{dQ} Q \\ &= p(1 - \frac{dp}{dQ} \frac{Q}{p}) = p(1 - \frac{1}{e_{dp}}) \end{aligned}$$

2. 垄断厂商的供给曲线

有水平和垂直的供给曲线, 没有正斜率的供给曲线, 对于 $MR=p[1-(1/e)]$

一个 P 对应不同的 Q , p 相同, MR 与 e 正相关。

一个 Q 对应不同的 P , MR 相同, p 与 e 负相关。

三、垄断厂商的短期均衡和长期均衡

1. 短期均衡: k 不变, 厂商调整 Q 和 p 实现利润最大化

$MC=MR=p \leq$ 或 $P \geq AC$

2. 垄断厂商的长期均衡

垄断厂商长期内通过调整规模扩大利润。长期均衡条件:

$MR=SMC=LMC$, $P=AR>SAC=LAC$ 。

四、垄断厂商的价格歧视(price discrimination)

1. 价格歧视的性质

对同一产品或微小差异产品的不同需求的顾客收取不同的 p 。

两个效应: $p \uparrow \rightarrow cs \rightarrow ps$ 。 $p \downarrow$ 造成新顾客 $ps \rightarrow cs \uparrow$ 。

2. 实行价格歧视的条件

市场被分割; 2. 同种产品的需求弹性不同, 使垄断者对弹性小的实行高价弹性大的实行低价; 能把不同市场分开, 或把同一市场的各个部分分开。

3. 三种价格歧视

一级价格歧视。厂商向每个顾客索要其愿付的最高价格(maximum price), 该 p 称为顾客的保留价格(customer/s reservation price), 。

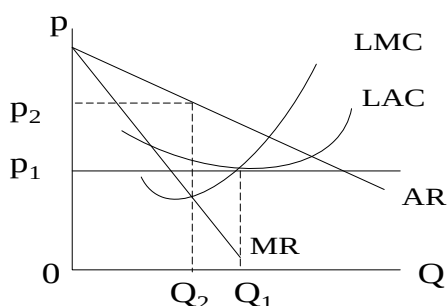
二级价格歧视(second-degree price discrimination)。厂商根据相同货物或服务的消费量大小或区段(blocks)索取不同的价格, 或称分段定价(block pricing)。若厂商有规模经济, 则分段定价通过扩大产量可以实现较大规模经济, 降低 MC 和 AC , 使消费者得益。

三级价格歧视。同一产品对需求弹性不同的顾客实行不同的价格。总需求在不同

消费者中的各分组的 MR 应相等，各组的产品 $MR=MC$ 。

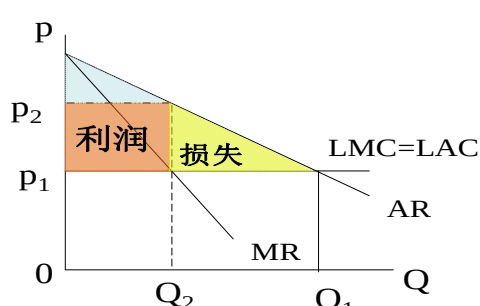
五、垄断与完全竞争的效率比较

一、产量和价格高低比较



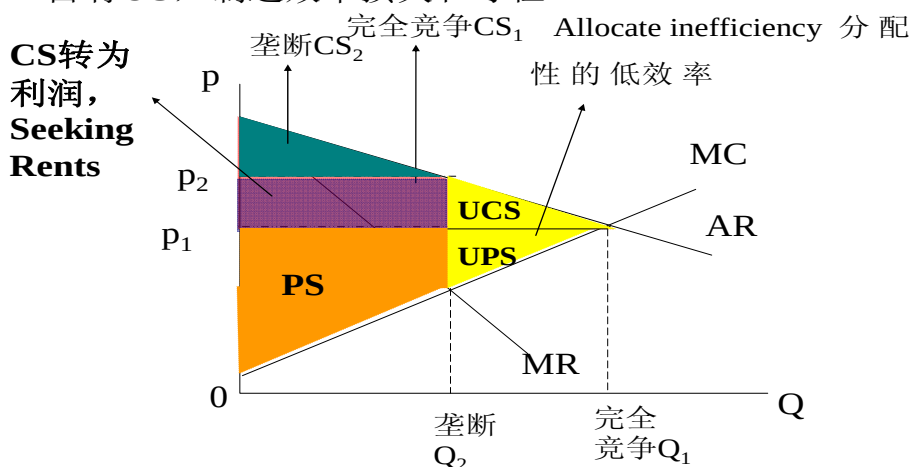
完全竞争 $Q_1 >$ 垄断 Q_2 ；完全竞争 $p_1 <$ 垄断 p_2

二、社会福利得失比较



垄断市场的 $cs <$ 完全竞争市场的 cs 。

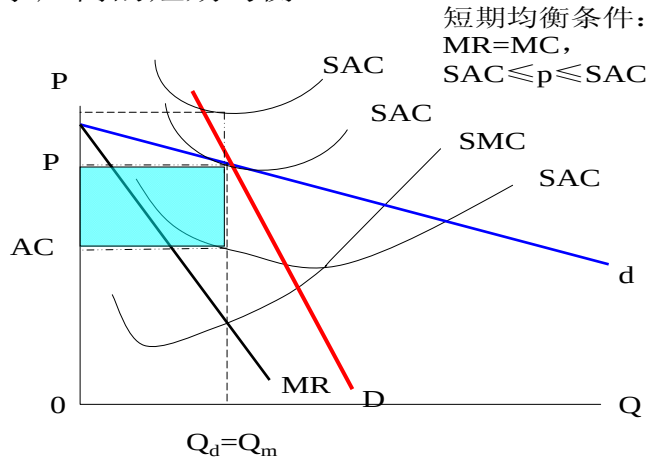
- 占有 CS，制造效率损失和寻租 Deadweight Loss 无谓损失



本章复习

1. 垄断市场的特征和条件
2. 垄断市场的 AR 曲线、TR 曲线和 MR 曲线及其相互关系。
3. 垄断市场的短期均衡条件
4. 垄断市场的长期均衡条件
5. 垄断厂商的价格歧视、价格歧视的条件和效应。
6. 区分一级价格歧视、二级价格歧视和三级价格歧视。
7. 比较垄断市场的效率特征。

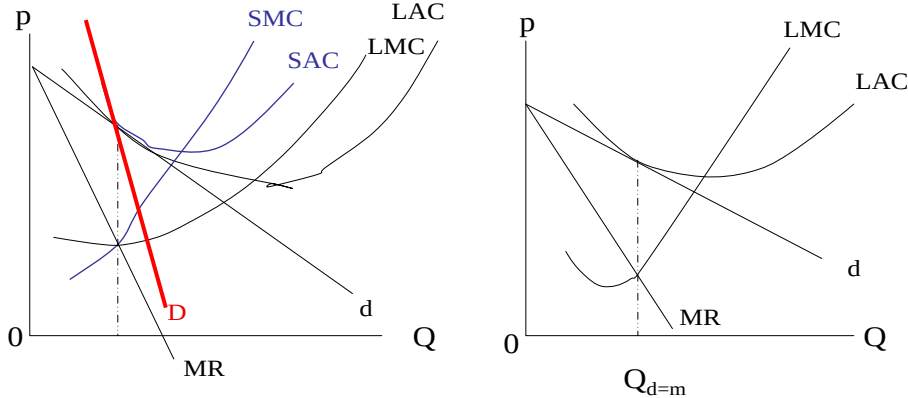
2. 垄断竞争厂商的短期均衡



3. 垄断竞争厂商的长期均衡

短期内 $P > SAC$ 引起厂商数目增加进入和产量扩大 $\rightarrow S > D \rightarrow p \downarrow \rightarrow P = SAC = LAC$, 厂商停止进入; 产品差别决定的不完全竞争使 P 切 LAC 最低点的左上方线段。

长期均衡条件: $MR = SMC = LMC$, $AR(d) = SAC = LAC$

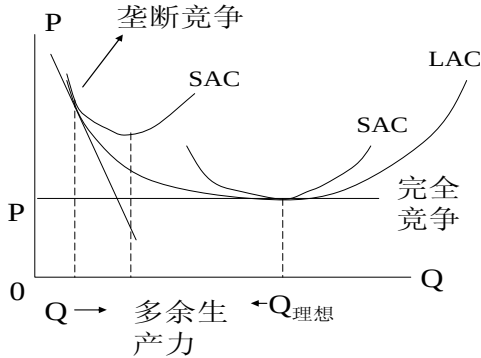


• 三、垄断竞争厂商长期均衡与完全竞争厂商长期均衡的比较。

1、两者都没有超额利润，完全竞争厂商 $P = LAC = SAC < \text{垄断竞厂商 } P = LAC = SAC$ 。

2、垄断竞争厂商有多余生产能力没有利用。

四、垄断竞争厂商的供给曲线。垄断竞争厂商没有有规律的供给曲线。



四、垄断竞争厂商的非价格竞争

1. 长期均衡中垄断竞争厂 $P=LAC$ ，利润消失。在 P 为常数条件下，垄断竞争厂商通过改进产品品质或广告促销来扩大销量获得超额利润。

2. $\Pi = Q(P-AC)$ 中， $P=AC$ ， $\Pi = 0$ 。厂商增加投资改进产品，或通过广告促销增加销量且使 $AC \downarrow$ ， $\rightarrow \Pi > 0$ 。

本章复习

1. 垄断竞争市场的条件
2. 独立的需求曲线
3. 平均需求曲线
3. 垄断竞争厂商的短期均衡的产量特征。
4. 垄断竞争厂商的长期均衡特征。
5. 垄断竞争市场绩效。

第五节 寡头市场 Oligopoly's market

一、特征与条件

1. 少数几个大厂商控制产品生产和销售的市场。又称寡头垄断(oligarch)市场。

少数大厂商，力量相当，资本集中；进出较困难；竞争会造成几败俱伤，故寡头决策要相互考虑对方的反应，需要共谋或达成协议瓜分市场。

2. 产品需求函数。

纯粹寡头(pure oligopoly)有相同的需求曲线： $P=f(Q_1+Q_2+\cdots+Q_n)$ 。

$$\Pi_A = f(Q_A+Q_B)Q_A - C_A(Q_A) = f(Q_A^2+Q_AQ_B) - C_A(Q_A)$$

差别寡头(differential oligopoly)依存度较低，价格、收益和利润是其他厂商产量和自己产量的函数，只有成本是自己产量的函数： $P_A=f(Q_A, Q_B)$ ， $R_A=f(Q_A, Q_B)$ ， $\Pi_A=f(Q_A, Q_B)Q_A - TC_A=f(Q_A, Q_B)Q_A - C_A(Q_A)$ 。

3. 信息不完全。

古典寡头：推测别人的 P 和 Q 来决策。天真寡头不论对手对不对自己的决策作出反应都继续保持自己的 P 和 Q 。老练寡头认识到相互的依存性而采取共谋的行为方式。

二、古诺模型(双寡头模型 duopoly model, Antonio Augustin Cournot)

1. 模型的特征。

模型假定两个厂商生产无差别的矿泉水， $P=f(Q_A+Q_B)$ ， $MC=0$ 。

天真寡头。双方决策时都把对方不改变产量作为自己决策的因素。

博弈的结果，有 n 个厂商，每个厂商的份额是 $1/(n+1)$ ， n 个厂商的总份额是 $n/n+1$ 。完

全竞争厂商的全部产量等于市场所需要的产量，份额是 1。完全垄断是 $1/2$ 。寡头垄断是 $2/3$ ，产量接近与垄断竞争的厂商。

2. 古诺模型的反应函数(reaction function)。

$$P=f(Q)=f(Q_A+Q_B)。$$

$$P = a - bQ = a - b(Q_A + Q_B), P = 0, Q = a/b$$

$$PQ_A = aQ_A - bQ_A^2 - bQ_AQ_B, MR_A = a - 2bQ_A - bQ_B$$

$$MR_A = 0, Q_A = \frac{a - bQ_B}{2b} = \frac{a}{2b} - \frac{Q_B}{2}, \text{同理}$$

$$Q_B = \frac{a - bQ_A}{2b} = \frac{a}{2b} - \frac{Q_A}{2}, \text{均衡要求 } Q_A = Q_B$$

$$Q_A = \frac{a - bQ_A}{2b}, Q_A = \frac{a}{3b}, \text{同理 } Q_B = \frac{a}{3b}$$

$$Q = Q_A + Q_B = \frac{2a}{3b} = \frac{na}{(n+1)b}$$

三、折弯需求曲线(Kinked demand curves)—斯威齐模型 (P·W·Sweezy, Sweezy model)

1. 模型的性质和意义。

他运用跟跌不跟涨的折弯需求曲线, 分析有独立行为的差别寡头推测其他厂商对自己的价格反应是跟跌不跟涨, 从而得到价格刚性(price rigidity)的解释。

2. 模型

dd 和 DD' 需求曲线。

3. 折弯需求曲线 dkD'。寡头厂商推测其他厂商跟跌不跟涨的需求曲线。

4. 厂商跟跌不跟涨形成 MR 弹性的落差或缺口。

5. 推测其他厂商跟跌不跟涨, 造成厂商不敢轻易变动 P。

6. 只要要素涨价使 AC 和 MC ↑ < P₀, 厂商就不敢涨价。

四、寡头市场的价格决定

1. 价格领先制。

有实力的大企业制定价格, 其他企业采用这一价格来享受大企业定高价的好处, 同时也省去了自己定价的麻烦。

2. 限制进入定价法(Entry-Limiting Pricing), 在市场的企业把 p 定在后进的企业进来就会亏损的水平上

3. 晴雨表型。

价格领袖。这种厂商掌握市场变化的信息领先其他厂商, 其价格成为其他厂商定价的参照。

成本加成法。平均成本+平均成本×行业利润率=价格。100 元成本+100×10%利润率=110 元。避免寡头间的价格竞争, 价格相对稳定。

特尔。寡头之间公开勾结, 定价限产。OPEC。但容易破坏协定。

第六节 不同市场经济效率的比较

根据产量和价格高低划分。完全竞争最高, 垄断最低, 垄断竞争和寡头居中。

完全竞争市场产品无差别; 垄断竞争和寡头市场庞大的广告支出和过高 P; 垄断和寡头厂商有条件进行科学研究和技术革新。

第七节 博弈论和竞争策略(game theory and competitive strategy)

一、概述

1. 研究决策主体相互作用时的决策及其均衡问题。
2. 博弈：决策主体(player)在一定环境和规则下，按一定的次序和次数选择和实施策略以取得相应结果的过程。博弈论强调把对手看成是理性人，推断对手对自己行为的反应。
3. 博弈次数。一次性博弈、重复博弈(repeated games)又分为：有限次数博弈(finitely repeated games)，无限次重复博弈(infinite repeated game)。重复博弈重视合作。
4. 信息(information)。参与人关于双方环境、条件或特征、策略及不同策略的得益信息的信息，是决策的重要依据和决定结果的重要因素。对称信息(symmetric information)与不对称信息(asymmetric information)。包括完全信息(complete information)、完美信息”(perfect information)。完美完全或不完全、不完美完全或不完全信息等。
5. 均衡 equilibrium：参与人从博弈中获得的效用水平。包括零和博弈(zero-sum game)，常和博弈(constant-sum game)，变和博弈(variance-sum game)。
6. 合作博弈和非合作博弈。合作博弈(cooperative game)强调团体理性(collective rationality)、效率(efficiency)、公正(fairness)、公平(equality)。非合作博弈(non-cooperative game，Selten, Harsanyi)，强调个人理性(individual rationality)和个人最优决策；策略设计要求把对手看成是理性人，推断对手对自己行为的反应。但个人理性可能与集体理性冲突，竞争是一切社会经济关系的根本的。

二、非合作博弈与合作博弈

1. 非合作博弈。完全信息静态博弈：纳什均衡(Nash equilibrium)。最优选择与最优结果不符。个人理性与集体理性的冲突；古诺模型各厂商的产量 $1/3 < \text{各自追求的 } 1/2 \text{ 产量}$ 。

2. 合作博弈。

在无限次重复博弈中可能实现，其最好策略是“以牙还牙”(Tit for tat strategy)或“触发策略”(trigger strategy)：试图合作并用报复、惩罚等威胁来维护合作的策略。

计算无限重复博弈各阶段总得益：

$$\pi = \frac{\pi_1(1-r^t)}{1-r}$$

$$t \rightarrow \infty, r^t \rightarrow 0, \pi = \frac{\pi_1}{1-r},$$

无限重复博弈指出了参与人权衡短期和长期利益中产生合作的可能性，产生集体理性的可能性。只要每个人有足够的耐心，任何短期的机会主义行为都是微不足道的，参与人都有积极性为自己建立了与合作的声誉，都有积极性惩罚机会主义行为。

本章复习

1. 简述下列概念

市场结构 完全竞争 完全信息 市场 行业

总收益 平均收益 边际收益 收支相抵点

停止营业点 生产者剩余 租金 准租金 经济租金

2. 简述短期供给曲线
3. 简述短期内完全竞争厂商利润最大化条件。
4. 简述完全竞争市场厂商长期均衡条件。
5. 简述完全竞争市场成本不变行业、成本递减行业 and 成本递增行业长期成本的特征和形成条件。
6. 寡头市场的条件
7. 古诺模型的寡头反应函数
8. 纳什的囚徒困境模型的思想
9. 触发策略的基本含义
10. 比较合作博弈与非合作博弈。

第六章 生产要素需求与供给

教学目的和要求：

学习和掌握厂商使用要素的原则、要素所有者供给要素的原则和各类要素均衡价格决定。

第一节 要素需求

一、使用要素的原则

1. 使用要素的边际收益等于要素使用的边际成本

$MRX = MRP = (PQ)'_X = dR/dx$, dQ/dx 递减决定要素使用量与 MRX 负相关和负斜率的要素使用曲线。

2. $MCX = (P_X X)'_X = dC'/dx$ 。 MCX 与 X 的使用量、要素价格正相关；正斜率的成本曲线。

3. 使用要素的利润最大化。

$$\Pi'_X = R'_X - C'_X = 0, \quad MRX = MCX$$

满足二阶条件, $\Pi''_X < 0 \rightarrow MR'_X < MC'_X$, MR 负斜率, MC 水平或正斜率。

二、买方和卖方完全竞争要素使用的原则

1. 厂商作为卖方(产品市场)完全竞争, 产品价格 p 为常数; $P = MRQ = AR$, 故 $MRX = (PQ)'_X = PMP_X$
 $MRP = MRQ \cdot MP$, MP_X 递减带动 MRP 递减。 P 为常数时, $MRP = VMP = P \cdot MP_X$, 故 MRP 与 VMP 重合向右下方倾斜。

$P \cdot MP_X$ 曲线移动: p 变动、技术变动、要素的配合效率推动 PMP 移动。

2. 厂商作为买方完全竞争, P_X 为常数。 P_X 不变时的 MC_X 。 $MFC_X = (P_X X)'_X = P_X$; $P_X = FC = AFC$ 重合为一条水平线。

3. 卖方和买方完全竞争下要素使用的利润最大化原则: $MPR = P \cdot MP_X = PX$

完全竞争条件下, $p = AC$ 最低点, 等于要素价格, 故无超额利润。

4. 关于 $P \cdot MP = PX$ 是利润最大或成本最小的证明

利润最大化证明

$$\pi = PQ - wL - rK,$$

$$\Pi'_L = R'_L - (wL)'_L = 0,$$

$$P \cdot MPL = w,$$

$$\Pi'_K = R'_K - (rK)'_K = 0, \quad P \cdot MPK = r$$

成本最小证明:

$$C = wL + rK + \lambda [Q - f(L, K)],$$

$$C'_L = w - \lambda MPL = 0, \quad \lambda = w / MPL = (dC/dL)(dL/dQ) = MCQ,$$

$$C'_K = r - \lambda MPK = 0, \quad \lambda = r / MPK$$

$$\therefore \lambda = dC/dQ = MCQ, \text{ 从而有 } MCQ \cdot MP = w.$$

$\therefore MCQ = MRQ$, $\therefore$ 使用要素的原则 $MRQMP = w$ 也为 $MCQ \cdot MPL = PMPL = w$, 或 $MCQ \cdot MPK = PMPK = r$

三、不完全竞争条件下要素使用的原则

1. 卖方垄断和买方竞争的厂商使用要素原则的形式

P 是变数时的 MRP 的形式。

$$MRP = MR_Q MP_x = (PQ)'_Q MP = (p - \frac{dp}{dQ} Q) \frac{dQ}{dx} = pMP - \frac{dp}{dx} Q$$

$MRP = MR_Q \cdot MP_x = (a - 2bQ)MP_x$, $P \cdot MP = (a - bQ)MP$, $MRP < P \cdot MP$ 。MRP 在 $P \cdot MP$ 下方, 其垂直距离是 Qdp/dx , MRP 的斜率是 PMP 斜率的两倍

超额利润来自厂商的卖方垄断: $Q(P - P_x) = \pi$, ($P > P_x$)

$$MRP = P_x \rightarrow pMP - \frac{dp}{dx} Q = p_x$$

$$PMP_x - P_x = \frac{dp}{dx} Q$$

2. 卖方竞争和买方垄断下的要素使用原则

卖方竞争, P 常数, $MRP = VMP$; 买方垄断, P_x 变数,

$$MFC = (P_x X)'_x = \frac{dp_x}{dx} X + P_x$$

$AFC = P_x X / X$, 设 $P_x / X = a$, $AFC = aX$, $TC_x = P_x X = aX^2$, $MFC = 2aX$,

线性要素成本函数: $PX = a + bX$, $TCX = aX + bX^2$, $MFC = a + 2bX$, MFC 是 AFC 斜率的两倍。

卖方竞争和买方垄断下的要素使用原则和超额利润来源

$$MRP = MFC, PMP = \frac{dp_x}{dx} X + P_x, M\pi = PMP - P_x = \frac{dp_x}{dx} X$$

$P \cdot MP = a + 2bX$, $\pi = a + 2bX - a - bX = bX = PX$ 。超额利润来源于买方垄断, 按平均成本购买要素, 而不是按边际成本购买要素。或 $\pi = X(P - P_x) = X(2P_x - P_x)$

3. 卖方买方垄断要素使用原则, 超额利润来源。

$$pMP - \frac{dp}{dx} Q = \frac{dp_x}{dx} X + P_x$$

$$VMP - AFC = (VMP - MRP) + (MFC - AFC)$$

$$MRP = MFC, MR^Q MP = MFC$$

$$(a - 2bQ)MP = 2PX$$

四、要素的需求曲线

1. 要素需求和要素需求曲线

要素需求是引致需求(derived demand)、联合需求(united demand)。要素需求曲线是指要素 X_d 与 P_x 的减函数关系。

2. 完全竞争条件下的要素需求曲线

$P_x = VMP = MRP$, $P_x = f(MRP_x)$ 成了 X_d 曲线的表现形式。 P_x 与 X_d 的反向关系, 是通过 P_x 与 MRP_x 正相关、 MRP_x 与 X_d 负相关来表现的, MRP 成了自变量, P_x 成了因变量。

使用几种要素时, 一种 P_x 变动的替代效应引起 PMP 的移动从而引起 X_d 曲线的移动。要素价格变动或技术变动引起产品价格变动时的要素需求曲线。

3. 卖方垄断和买方垄断的要素需求曲线。

卖方垄断厂商的要素需求曲线 $MRP=MR_Q \cdot MP_X < P_X \cdot MP$ ，要素需求曲线与 $MRP=MR_Q \cdot MP$ 重合， $MRP=MR_Q \cdot MP$ 是要素需求曲线的表现形式。每一个垄断厂商是独立的，因此，每个厂商的要素需求曲线与 MRP 曲线重合，且每个厂商的要素需求曲线互不影响。

买方垄断的要素需求曲线。厂商按 $AFC=P_X$ 购买要素。对不同的卖量支付相同 p_x 或对相同的买量付不同 p_x ，故买方垄断可以有不同的需求曲线。水平和正斜率的需求曲线。

第二节 要素供给原则和供给曲线

一、要素供给的原则

1. 所有者的供给目标与条件。总效用最大化由要素市场供给的收入所购商品效用和自用资源的效用构成。约束条件为 P_x 和要素资源在供给市场部分和自用部分之间的配置。

2. 要素供给原则：根据要素价格组合资源的市场供给和自用部分以获得最大效用。

二、要素供给曲线

1. X^s 与 P_x 的增函数关系。受 P_x 和自用部分的制约，要素供给曲线由要素效用无差异曲线和预算线所有切点的连线间接地得到。

2. 要素配置的效用无差异曲线：要素供给者为保持同一效用，收入与自有资源不同组合的轨迹。斜率 $-dy/d\iota$ ，自有资源对要素提供的收入的替代率，表示在保持总 u 最大化不变时，每增加单位自有资源就必须减少要素供给产生的收入的比率。

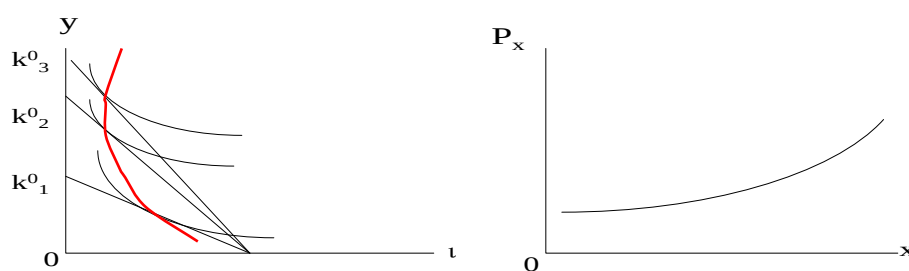
3. 要素配置的预算线。既定资源下要素供给收入与自有资源不同组合的轨迹。 $K^*=P_x X + P_x \iota = y + P_x \iota$ ，线性方程为： $y = K^* - P_x \iota$ 。斜率： $y/\iota = K^*/(K^*/P_x) = P_x$

4. 要素所有者效用最大化原则或要素供给的原则

建立拉格朗日函数求解：得到 $-dy/d\iota = P_x$

或无差异曲线与预算约束线相切。

5. 要素的供给曲线。 $X_s = f(P_x)$ 由价格扩展线即所有要素无差异曲线与预算线切点的连线决定。



第三节 均衡工资、地租和利息决定

一、劳动供给曲线与均衡工资决定

1. 工人效用最大化的均衡条件。

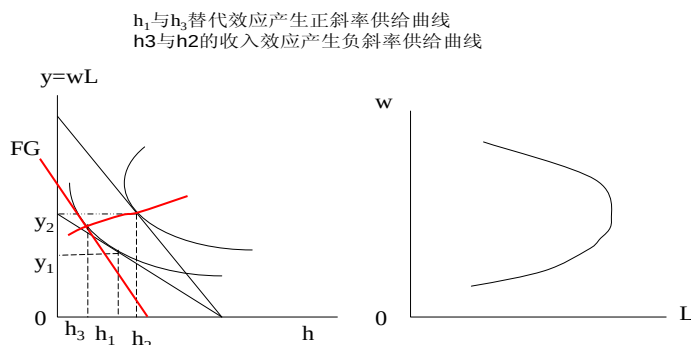
工人效用最大化的均衡条件： $-dy/dh = w$ ，预算线斜率 $-y/h = 16w/16 = w$ 。

2. 工人个人后弯的劳动供给曲线

较低 w 使工人多劳动替代闲暇决定正斜率的劳动供给曲线。当 $w \uparrow >$ 劳动 $\uparrow$ 即等量 L 有更高的

w 时，形成后弯的劳动供给曲线。但劳动的市场供给曲线随工资水平的上升而上升。

- 后弯的个人劳动供给曲线



3. 均衡工资决定

厂商垄断和工会垄断下的均衡工资决定。工会力量使工资趋向 $MFC=VMP$ ；厂商力量使工资趋向 $MFC=MRP$ 决定的 AFC 。工会力量取决于工会会员人数、工人流动性、工会基金和斗争艺术。工会垄断的作用厂商 L_d 不变，工人通过限制移民、最多工作小时立法、高会费限制工会会员、减少童工和女工、强迫退休等限制劳动供给，提高均衡工资。 L_s 不变，通过改善管理、支持限制进口、广告促销提高产品需求，维护厂商垄断高价增加工资。通过行业工会或立法提高货币工资。

二、土地供给曲线和均衡地租的决定

1. 土地供给曲线的形状。不可利用的土地变成可利用的在时间、技术和成本限制下，使短期内可利用土地供给曲线垂直，长期有陡峭的正斜率。土地市场供给有结构条件下，不同结构的转换产生正斜率的供给曲线；供给土地无结构时供给曲线垂直。

2. 土地收入和效用是土地价格的递增函数。

$$\begin{aligned}
 \frac{du}{dx} &= \frac{du}{dy} \cdot \frac{dy}{dx} = \frac{du}{dy} \cdot \left(\frac{dP_x}{dx} X + P_x \right) = \frac{du}{dy} \cdot P_x \left(\frac{dP_x}{dx} \cdot \frac{X}{P_x} + 1 \right) \\
 &= \frac{du}{dx} P_x \left(\frac{1}{E_{sp}} + 1 \right) = \frac{du}{dx} P_x \left(\frac{1}{0} + 1 \right) = \frac{du}{dx} P_x (\infty + 1)
 \end{aligned}$$

3. 无结构的垂直供给曲线

无结构的土地用地的预算线： $y = P_x X$ ，斜率 $= P_x$ ， X 为常数时， y 是 P_x 的增函数。

无结构土地的水平无差异曲线：斜率 $dy/dx = 0$ ，当全部土地为 x 时，斜率 $y/x = dy/dx$ ， P_x 既定， $y = p_x X$ 为常数， $dy/dx = 0$ ，从而 $du/dx = (du/dy)(dy/dx) = 0$ ，效用不变。

P_x 不同，效用水平不同，从而水平的效用线随 P_x 的升降而升降。

垂直的土地供给曲线。均衡点上： $y/X = P_x > 0 = (du/dy)(dy/dx)$ 表示在 $dx = 0$ 时，只要价格为正，土地所有者就会把全部土地提供给市场。 $dx = 0$ ，连接各均衡点得到垂直的价格扩展线，从而得到垂直的土地市场供给曲线；表示市场土地供给固定时随价格变动土地市场供给的效用水平的升降。

4. 均衡地租的决定。

土地稀缺是地租产生的根本原因。否则土地供给无限，不付租也可以使用土地(横轴为土地 D 曲线)。土地需求曲线移动决定均衡地租变动。

5. 级差地租。总成本、土地数量等他条件相同由土地自然、地理等因素的差别产生。

级差地租 = 总产值 - 等量总成本，或级差地租 $= Q(p - AC)$ 。

三、资本的供给曲线和均衡利息的决定

1. 资本供给的无差异曲线：在满足同等效用水平条件下当前消费量与未来消费量的不同组合。资本供给的实质是资源在当前消费和未来消费之间的选择，是消费者的长期消费决策。曲线斜率

$$dTU = \frac{\partial u}{\partial c^0} dc^0 + \frac{\partial u}{\partial c^1} dc^1 = 0, \frac{MU^0}{MU^1} = -\frac{dc^1}{dc^0}$$

2. 长期消费决策的预算线：既定收入用于当前消费和未来消费的不同组合。

未来的不确定性使消费者更偏好当前消费，以致 $du/dc^0 > du/dc^1$ ，利息是对为了未来消费而牺牲现在消费的报酬。则未来收入等于节约的当前收入及其利息： $y = W + W' = W + W(1+r)$ 预算线斜率： $W'/W = -W(1+r)/W = -(1+r)/1$ ， $W'/W = -(1+r)$ 。预算线斜率三个特点：

斜率为负，表示 $c^0 \downarrow$ 一个单位，将 $\uparrow (1+r)$ 个单位 c^1 。预算线斜率与 r 正相关。收入用于未来的消费必须要有初始的当前消费 C_0^0 为基础，未来的消费为： $C_0^1 = (W - C_0^0)(1+r)$

3. 长期消费决策的均衡条件： $dC^1/dC^0 = -(1+r)$

4. 资本供给曲线

资本与利率的正斜率关系。所有预算线与无差异曲线切点的连线构成价格扩展线，表现 r 与 c^0 反向变动关系，从而反映 r 与 c^1 即 k^s 的同向变动关系。若利率很高以致等量储蓄或贷款可以获得更多的利息，从而资本供给曲线后弯。

5. 均衡利率的决定。厂商使用资本的原则： $MRP^K = r$ 。均衡利率则决定于资本供求曲线的交点。

第四节 社会收入分配和分配政策

二个问题：分配平等度的标准及其与效率的关系，

分配政策。

1. 社会收入分配平等度的标准和效率的关系。分配标准或尺度。

按要素价格分配，是效率标准；能力和机遇的差别会形成收入的差别。机遇和能力的不平等。牺牲效率最大的方法：按需分配和按人头分配。

2. 分配平等度的标准。劳动收入/国民收入。工资差异率。洛伦茨曲线和基尼系数。

3. 社会收入分配政策

用税收政策(所得税、累进税、累退税、遗产税、赠与税、财产税、消费税等)平衡收入差别。社会福利政策。社会保障，社会保险，扶贫政策，医疗保险和医疗援助，教育帮助，劳保，住房改善。

本章复习

1. 为什么说要素价格决定问题是收入分配问题？
2. 决定引致需求有哪些因素？
3. 简述厂商使用要素的原则及其在不同特征市场下的表现形式。
4. 在什么条件下要素需求曲线是沿要素边际收益曲线移动的？
5. 要素需求曲线怎样能从要素边际收益曲线中分离出来？
6. 用利润最大化和成本最小证明在完全竞争条件下要素使用的原则。
7. 为什么在要素需求曲线与要素边际收益曲线重合时，要素边际收益曲线不是需求曲线，但

又能成为要素需求曲线的表现形式？

8. 厂商作为卖方垄断时要素需求曲线是无条件地与要素边际收益曲线重合的吗？
9. 为什么说买方垄断时要素需求曲线是由要素的 AFC 或要素的 MFC 与 MRP 的交点决定的？
10. 为什么要素供给曲线不能由要素价格和要素供给量的关系直接得到？
11. 写成出消费者垄断时要素供给的边际效用形式。
12. 简述要素供给效用最大化的原则及其蕴涵的机会成本思想。
13. 简述要素的供给曲线。
14. 简述工人劳动供给的均衡条件。
15. 工人工资的替代效应的高低和收入效应的高低分别对工人个人的供给曲线产生什么样的影响？
16. 工会垄断对均衡工资的决定会产生什么样的影响？
17. 当只有一个工会和一个垄断厂商时，决定均衡工资的主要因素是什么？
18. 为什么在土地有不同的用途时，或个人所有的土地有自用部分时，市场供给部分的曲线可能是正斜率的？而土地只有一种用途时的供给曲线是垂直的？
19. 为什么土地只有一种用途时，土地供给的边际效用曲线是水平的？
20. 什么因素会使土地的需求曲线移动？
21. 当全部土地都已被使用，土地需求曲线移动的特征是什么？
22. 比较租金、准租金、生产者剩余和经济租金的之间的异同点。
23. 简述资本供给预算线斜率的含义。

第七章 福利经济学

教学目的和要求：

学习和掌握福利经济学的基本内容、帕累托最优态、最大社会福利及其条件。

第一节 福利经济学性质

一、福利：Welfare: comfort and happiness

1. 个人福利：个人心理、生理上感到舒适、快乐和幸福。
2. 社会福利：个人福利总和，包括经济福利和非经济福利。经济福利可以用货币计量。确定一个经济是否增进了或减少了福利，必须先确定福利的大小及变化的标准。

二、福利经济学的规范性质(normative economics)

1. 依据社会的价值判断评价经济体系应当怎样运行并提出相应的政策。
2. 研究资源在厂商之间，产品在家庭之间的最优分配怎样使家庭的效用最大化和厂商的利润的最大化。
3. 新旧福利经济学。旧福利经济学认为社会福利增加是指社会上较多人得到的较大满足，社会福利最大化是最大多数人的最大满足。国民收入越大，国民收入分配越平均，社会福利越大。新福利经济学。研究市场经济的均衡状态是否有效率，判断经济效率的标准和实现经济效率的条件有哪些？

三、福利经济的三大目标。

1. 最大的选择自由。
2. 最高的经济效率。
3. 效率公平兼顾的原则。

第二节 判断经济效率的标准和达到经济效率的条件

一、经济效率的几种状态和最优状态即帕累托标准（或帕累托最优标准）

1. 帕雷托标准：衡量社会福利改善与否或处在什么状态的标准。
2. 收入分配使有些人的情况变好而另一些人变坏，则不能判定社会福利增加与否。
3. 资源配置使得有些人的情况变好而另一些人没有变坏，社会福利↑。或资源配置不使任何人变坏，但至少使一个人变好，是帕累托改进（Pareto improvement）或效率提高。改进前的状态不是最优的。
4. 配置使一些人境况不变而使另一些人变坏，则福利↓。资源配置不使任何人变好，至少使一人的处境变坏，则变动前的状态最优，现状无经济效率。
5. 经济效率。帕累托最优状态或经济效率（Pareto efficiency, Pareto optimality）：资源配置不使任何人变坏，又至少不使一个人变好，即不再有改善的可能。
一旦达到帕累托最优状态，改变配置一定会使一个人的福利降低。

二、帕累托最优状态的条件

帕累托最优状态的条件包括帕累托最优状态的交换条件、生产条件、生产和交换结合的条件；所使用的工具：消费和生产的无差异曲线和埃奇渥斯盒子。

1. 帕累托最优状态的交换条件

任何两种商品之间的商品替代率 RCS 对任何两个消费者相等。实现条件： $RCS_{AXY} = P_X/P_Y = RCS_{BXY}$ 。连接两个消费者的所有无差异曲线切点的连线称为效率曲线、交换的契约曲线(contract curve)，表示两种商品在两个消费者之间最优分配的集合。

2. 帕累托最优状态的生产条件。

任何两种要素之间的边际技术替代率 $RTSLK$ 对任何两个生产者相等：实现条件： $RTS_{CLK} = w/r = RTS_{DLK}$ 。连接两个生产者的所有等产量曲线切点的连线为生产效率或生产契约曲线：两种要素在两个生产者之间最优分配的集合。

3. 帕累托最优状态的生产和交换结合的条件。

基本方法：在由生产的契约曲线转化来的生产可能性曲线或产品转换曲线空间内置入交换契约曲线。负斜率— dy/dx ，为边际转换率 RPT_{XY} （或 MRT ：marginal rate of transformation）：一种产品最优产出的增加伴随另一种产品最优产出的减少。投入品更多地从 y 转向 x 。曲线凸向右上方（斜率绝对值递增）：每 $\uparrow$ 单位 x 所放弃的 y 越来越多。

资源和技术水平变动使曲线向右或向左移动。

生产和交换相结合的最优条件，是消费者的商品替代率等于产品的转换率： $RCS_{XY} = RPT_{XY}$ 。

三、完全竞争是实现帕累托最优状态的条件

1. 整个经济达到帕累托最优状态要求同时实现：

$$RCS_{AXY} = RCS_{BXY}, \quad RTS_{CLK} = RTS_{DLK}, \quad RCS_{XY} = RPT_{XY}$$

2. 完全竞争均衡的价格体系是同时实现帕累托最优状态的条件。

在完全竞争均衡下， $RCS_{XY} = P_X/P_Y$ ，故有： $RCS_{AXY} = P_X/P_Y = RCS_{BXY}$ ； $RTS_{LK} = w/r$ ，故有： $RTS_{CLK} = w/r = RTS_{DLK}$

3. $RPT = dy/dx = MC_X/MC_Y = P_X/P_Y = RCS_{XY}$

第三节 最大社会福利

一、性质与条件

1. 最大社会福利是实现最优效用水平的社会福利。

2. 条件：代表社会福利的无差异曲线与代表最优效用水平的效用可能性曲线相切。

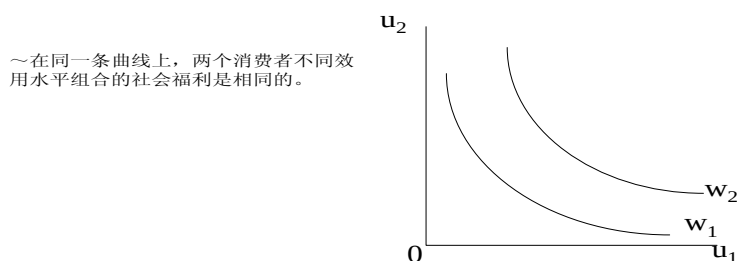
二、社会福利函数或社会福利无差异曲线。

1. 社会福利函数：社会所有人员购买的商品、提供的要素及其他相关变量的函数，是所有个人效用水平的函数： $W = W(u_1, \dots, u_n)$ 。不是最优效用水平的函数。

2. 社会福利无差异曲线：由两个消费者组成的社会中，在保持同一社会福利水平条件下，两个消费者的效用水平不同组合的轨迹。

社会无差异曲线只代表一定的社会福利水平而不代表最优的社会福利和效用水平。最优的效用水平是通过效用可能性曲线来表现的。

社会无差异曲线



3. 效用可能性曲线 UPC: utility possibility curve

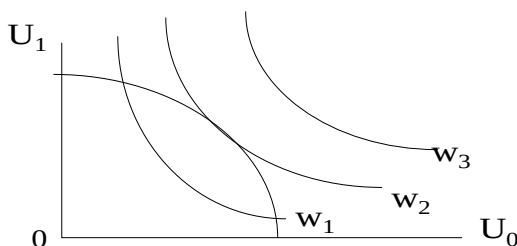
交换契约曲线置入生产可能性曲线,把所有与生产可能性曲线斜率相等的交换曲线转换成两个消费者的最优效用水平成反向变动的曲线。

效用曲线同时满足帕累托最优状态的三个条件。资源和技术水平最优产量变动使效用曲线的移动。

曲线的斜率为负(递增或递减不确定)。 $-dU_1/dU_0$ 表示,在既定的生产资源、技术条件下,在给定生产的最优产量组合条件和一个消费者的最优效用水平 $\downarrow$,另一个消费者的最优效用水平 $\uparrow$ 。但效用可能性曲线没有给出最优效用水平所需的社会福利水平。

4. 最大社会福利.: 实现最优效用水平的社会福利。条件: 社会福利无差异曲线与最优效用可能性曲线相切:

$dU_1/dU_0 = du_1/du_0$ 。主观与客观。



~切点是“限制条件下的最大满足点,是决定最大社会福利的生产和交换条件点。在切点上,社会福利水平达到最大,帕累托最优状态的三个条件同时被满足。

三、福利经济学的两个观点

1. 阿罗不可能定理 Arrow, Kenneth Joseph (美)1972.

定义。在有众多的个人偏好中,缺乏基本的传递规则,故不可能得到由个人偏好次序形成的社会偏好次序。能够存在的从个人偏好得到的社会偏好次序有:独裁规则代替大多数的规则;所有人的偏好一致;。政府的偏好与投票规则(即按大多数人的意见)相结合。

2. 兰格的市场社会主义

Oskar Lange(1904-1965, 波兰)

背景。本世纪 30 年代,米塞斯等人认为在社会主义公有制条件下不能合理配置资源。兰格反驳说,在生产资料公有制条件下也可以利用市场配置资源。

在社会主义条件下,个人消费品由市场调节,消费品市场可以实现完全竞争均衡。生产资料公有制可以模拟市场做到合理配置。中央计划当局通过发布产品和要素的会计价格用“错试法”调整产品、要素供求达到均衡。

本章复习

1. 福利概念与效用概念是否相似？
2. 最佳的效率与公平的组合是什么？
3. 简述福利经济学的性质的意义。
4. 区别帕累托标准和帕累托最优状态。
5. 简述帕累托改进、帕累托最优状态和达到帕累托最优状态后改变配置之间的关系。
6. 为什么说帕累托最优态只有在完全竞争市场中才能实现？
7. 简述帕累托最优状态的条件。
8. 为什么说交换契约曲线和生产效率曲线分别代表两种商品在两个消费者之间最优分配的组合，和两种要素在两个生产者之间最优分配的组合？
9. 为什么说效用可能性曲线代表同时满足帕累托最优的三个条件？
10. 简述阿罗不可能定理。
11. 为什么兰格的市场社会主义被划为福利经济学的范畴？

第八章 市场失灵和微观经济政策

教学目的和要求：掌握造成市场失灵的垄断、外部影响、公共产品、不完全信息等原因，学习和研究减缓市场失灵的微观经济政策。

第一节 垄断与市场失灵

一、垄断与低效率

垄断产生利润的条件是 $P > AC$, $MR = MC$, 造成价格高和产量低。帕累托最优状态的条件是 $P = MR = MC = AC$ 的最低点。

二、政府干预不能消除垄断

1. 政府定价使 $P = AC < MC$, 虽然消除了利润但造成了 $S < D$ 。

2. 政府定价使得 $P = MC > AC$, 虽然留出了部分利润, 产量也有增长, 但价格仍然大于完全竞争的价格。

3. 对自然垄断企业的政府管制。

自然垄断企业 MC 长期处在 AC 的下方。政府按 $P = AC$ 定价, 消除利润, 但产量不是最大, 价格不是最低。政府按 $P = MC$ 定价, 消除利润, 但产量不是最大, 价格不是最低。

4. 反垄断法。禁不住垄断, 尤其是纵向垄断。企业规模具有越来越大的趋势。

5. 只要存在市场竞争, 竞争一定产生垄断, 有了垄断无法达到帕累托最优状态。政府是由个人组成的, 他们对社会的关心会被自己的利益冲淡。政府的信息不充分, 不能正确估计各种反映。政府官员存在腐败; 压力集团对政府的压力。

第二节 外部影响(external effects)与市场失灵

一、外部影响

消费者和生产者的活动所产生的私人利益、私人成本与其产生的社会利益和社会成本不相等

1. 外部不经济, $MR_p > MC_p < MC_s > MR_s$ 。外部无积极性。外部帕累托改进: $MR_p - MC_p = MC_s - MR_s$ 。

外部不经济(external economies)。社会利益小于私人利益: $MR_s/MR_p < 1$; 社会利益小于社会成本 $MR_s/MC_s < 1$; 私人成本小于社会成本 $MC_p/MC_s < 1$; 私人成本小私人利益: $MC_p/MR_p < 1$ 。

外部不经济: $MR_s < MC_s > MR_p > MC_p$, 外部帕累托改进: $MR_p - MC_p = MC_s - MR_s$

2. 外部经济(external economics)。社会利益 > 私人利益: $MR_s/MR_p > 1$; 社会利益 > 社会成本 $MR_s/MC_s > 1$; 私人成本 > 社会成本 $MC_p/MC_s > 1$; 私人成本 > 私人利益: $MC_p/MR_p > 1$ 。

外部经济 $MC_p > MR_p < MR_s > MC_s$, 私人活动积极性 ↓。帕累托改进途径: 对外部获益单位征税补贴私人经济。 $MR_s - MC_s = MC_p - MR_p$ 。

二、对付外部影响的政策

1. 税收和津贴: 2. 企业合并。3. 政府强制管制。合并困难和环境污染需要政府强制, 但需

要比较强制的边际成本和边际效益。4. 明确产权。

第三节 公共物品与市场失灵

一、私人物品与公共物品

1. 私人物品：在消费和使用中具有竞争性和排他性特征的物品。竞争性：某人消费了这种物品，则他人不能消费，前提是稀缺和私有。排他性：只有付费人才能使用。

2. 公共物品

纯公共物品：同时具有非竞争(non-rivalry)和不排他性的公共物品。公共资源：不付费使用的稀缺公有资源。准公共物品：付费使用的非竞争性公共物品。

公共物品向更多的人提供服务，而社会并没有因此付出额外的成本，故其社会 $MC=0$ 。私人物品的 MC 成本 >0 。公共物品与私人物品的本质区别不是该物品是否由政府或私人提供。

二、公共物品最优数量决定的市场失灵

1. 私人物品的最优数量由每个消费者的边际利益 $(PQ)'_p$ =产品的边际成本 $(P_x X)'_Q$ 决定；每个消费者购买同一商品按同一价格付费，市场需求曲线是个别需求曲线的水平相加，需求总量是 $P(Q_A+Q_B+\cdots+Q_n)$ 。

2. 公共物品最优数量市场决定失灵。

公共物品的供给固定， $MC=0$ ，供给曲线垂直。每一个消费者消费同一个物品总量，但支付的 P 不同，市场 D 曲线是个人 d 曲线的垂直相加，公共物品需求总量为 $Q(P_A+P_B+\cdots+P_n)$ ，对总物品支付的价格=所有消费者支付的 $\sum P_i$ 。公共物品市场均衡数量：所有消费者的 $\sum MR$ =公共物品的成本。

3. 特征：按付费计算的需求小于真实的需求，对公共物品的真实需求大于其供给。

三、公共部门缺乏效率及其对策

1. 公共部门或公共资源效率低的原因

政府垄断公共部门的经营，缺乏竞争。

政府经营公共部门缺乏利润动机。

政府供给过度。

公共资源利用的利益机制不健全。

2. 对策。

使当公共物品收益大于成本时才进行投资。

让私人承包和经营公共物品，让私人与政府在经营公共物品方面竞争。

分散政府的权力。

公共资源的使用权私人化，技术上对公共资源分割使用。

第四节 信息不完全与市场失灵

一、不完全和不对称信息

1. 帕累托最优状态以完全和对称信息为前提，市场出清。

2. 不完全信息和不对称的原因。

客观变化的偶然性；知识的有限性；经济人的机会主义行为，交易双方故意隐瞒交易信息，卖者诱使买者出高价，买者诱使卖者出低价。

3. 不完全和不对称信息下买者对质量的间接判断和市场非出清。

根据商品的保修期、售后服务、广告、政府对产品质量信息的公布及厂商其他方面的承诺；根据经营规模的大小；根据商品 $p \uparrow \downarrow$ 判断产品平均质量 $\uparrow \downarrow$ 等。间接判断的信息不准确，导致市场不能出清。以质量信息不完全为例。曲线后弯。

二、其他不完全信息与市场失灵

1. 保险市场上的道德风险(Moral hazard)。

2. 经理市场。

3. 国企市场。政府允许一些国企可以有政策性亏损，企业利用政府的不完全信息，把非政策性亏损也报成政策性亏损。

三、信息不完全下的激励机制

A 方案：以固定报酬制 $R=r+b(P-P^*)$ 为例。

B 方案，以分成制 $R=cP^*+b(P-P^*)$ 为例，激励说真话。

本章复习

1. 市场失灵
2. 垄断与市场失灵
3. 政府干预垄断与市场失灵
4. 外部影响
5. 外部经济与市场失灵
6. 外部不经济与市场失灵
7. 减缓外部影响的政策
8. 公共物品与私人物品
9. 公共物品的供求特征
10. 公共物品与市场失灵
11. 减缓公共物品造成市场失灵的政策
12. 信息不完全与市场失灵
13. 减缓信息造成市场失灵的政策。

参考文献

1. (法)A·古诺著、陈尚霖译：财富理论的数学原理的研究，商务印书馆 1994 年 12 月版。
2. (英)A·马歇尔著、朱志泰译：经济学原理(上下)，商务印书馆 1964 年 10 月版。
3. (英)A·斯密著、郭大力、王亚南译：国民财富的性质和原因的研究，商务印书馆 1972 年 10 月版。
4. (美)D·埃斯里奇著、朱刚译：应用经济学研究方法论，经济科学出版社 1998 年 6 月版。
5. (美)E·曼斯费尔德著、王志伟等译：应用微观经济学，经济科学出版社 1999 年 7 月版。
6. (美)E·曼斯费尔德著、王志伟等译：管理经济学，经济科学出版社 1999 年 7 月版。
7. (美)G·S·贝克尔著、王业宇、陈琪译：人类行为的经济分析，上海三联出版社、上海人

民出版社 1996 年 4 月版。

8. (德)H·H·戈森著、陈秀山译：人类交换规律与人类行为准则的发展，商务印书馆 1997 年 12 月版。

9. (美)H·R·瓦里安著、周洪等译：微观经济学(高级教程第三版)，经济科学出版社 1997 年 4 月版。

10. (英)J·D·海著、王询 卢昌崇译：微观经济学前沿问题，中国税务出版社 2000 年 1 月版。

11. (美)J·E·斯蒂格利茨著、姚开建等译：经济学，中国人民大学出版社 1997 年 6 月版。

12. (法)J·P·贝纳西著、袁志刚等译：市场非均衡经济学，上海译文出版社 1989 年 1 月版。

13. (英)J·罗宾逊著、顾准译：经济学论文集，商务印书馆 1984 年 11 月版。

14. (美)K·R·勒布、T·G·穆尔编著、吴珠华译：斯蒂格勒论文精粹，商务印书馆 1999 年 8 月版。

15. (美)L·R·克莱因著、邓英淘译：供求经济学，商务印书馆 1988 年 3 月版。

16. (美)M·弗里德曼著、张瑞玉译：资本主义与自由，商务印书馆 1980 年 8 月版。

17. (美)曼昆著、梁小民译：经济学原理，中国人民大学出版社 2000 年版。

18. (美)O·奥肯著、王本洲译：平等与效率，华夏出版社 1987 年 7 月版。

19. (美)P·A·萨缪尔逊 W·诺德豪斯著、萧琛等译：经济学，第十六版，华夏出版社 1999 年 8 月版。

20. (英)P·斯拉法著、巫宝三译：用商品生产商品，商务印书馆 1963 年 8 月版。

21. (美)R·D·C·布莱克等编、于树森译：经济学的边际革命，商务印书馆 1987 年 4 月版。

22. (比)R·特里芬著、于幕英 陈尚霖译：垄断竞争与一般均衡论，商务印书馆 1995 年 4 月版。

23. (美)R·S·平狄克、D·L·鲁宾费尔德著、张军等译：微观经济学(第三版)，中国人民大学出版社 1997 年 6 月版。

24. (美)W·尼科尔森著、许工等译：微观经济学原理与应用，中国财政经济出版社 1996 年 3 月版。

25. 黄亚钧、郁义鸿著：微观经济学，高等教育出版社 2000 年 7 月版。

26. 梁小民著：微观经济学，中国社会科学出版社 1996 年 1 月版。

27. 黎诣远著：微观经济分析，清华大学出版社 1987 年 10 月版。

28. 平新乔著：微观经济学十八讲，北京大学出版社 2001 年 4 月版。

29. 宋承先著，《现代西方经济学（微观经济学）》，复旦大学出版社 1999 年版。

30. 王秋石主编，《微观经济学原理》，经济管理出版社 2001 年版。

31. 杨德明著：当代西方经济学基础理论的演变，商务印书馆 1988 年 5 月版。

32. 晏智杰著：经济学的边际主义(历史的批判的研究)，北京大学出版社 1987 年 8 月版。

33. 朱善利著：微观经济学，北京大学出版社 1994 年 10 月版。

34. 朱绍文 俞品根著：现代西方微观经济分析，商务印书馆 1996 年 12 月版。

《现代企业学》教学大纲

孙选中 编写

目 录

前 言	281
一、体系结构框架	281
二、学习意义	281
三、学习要求	281
第一章 企业的本质及基本内涵	282
第一节 企业的本质	282
一、传统经济学对企业的认识	282
二、交易费用经济学对企业的认识	283
第二节 企业的组织	284
一、企业的组织性质	284
二、企业组织的扩展方式	284
三、企业组织的边界	284
第三节 企业的制度	285
一、制度的概念及特征	285
二、企业的制度及其构成	285
三、企业制度	285
本章复习思考题	286
一、单项选择题（每题只有一个正确答案）	286
二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）	286
三、判断题（正确的打√，错误的打×）	287
四、简答题（回答要点，不需论述）	287
五、论述题（概述有关原理）	287
六、讨论题	287
七、思考题	287
第二章 企业组织的存在与发展	288
第一节 近代以前的企业演变	288
一、企业的演变及早期的企业	288
二、近代公司企业的演变	288
第二节 现代企业的成长	289
一、现代企业组织及其成长实质	289
二、现代企业组织的成长	290
第三节 企业组织的类型	290
一、企业组织的基本划分	290
二、公司的概念及特性	291
三、公司的主要组织形式	292
本章复习思考题	293
一、单项选择题（每题只有一个正确答案）	293
二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）	293

三、判断题（正确的打√，错误的打×）	294
四、简答题（回答要点，不需论述）	294
五、论述题	294
六、思考题	294
第三章 企业产权制度	295
第一节 产权的基本内涵	295
一、产权的内涵	295
二、产权的界定	295
第二节 产权制度	296
一、产权制度的形成	296
二、产权制度的功能	296
第三节 企业产权制度	297
一、企业产权结构与制度	297
二、企业的三重产权制度	297
第四节 三重产权权能	298
一、产权权能分离及其特点	298
二、三种权能分析	298
本章复习思考题	299
一、单项选择题（每题只有一个正确答案）	299
二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）	299
三、判断题（正确的打√，错误的打×）	300
四、简答题（回答要点，不需论述）	300
五、论述题（概述有关原理，联系实际）	300
六、思考题	300
第四章 公司治理结构	301
第一节 公司治理结构的构成	301
一、股东及股东大会	301
二、董事与董事会	301
三、高层经理与执行机构	302
第二节 股东大会与董事会的信任托管关系	302
一、信任托管关系	302
二、股东大会的“信任”与董事会的“忠诚”	303
第三节 董事会与公司经理之间的委托代理关系	304
一、委托代理关系的含义及特点	304
第四节 对经理人员的激励与制约	305
一、激励机制及其设计	305
二、制约机制	305
本章复习思考题	306
一、单项选择题（每题只有一个正确答案）	306
二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）	306
三、判断题（正确的打√，错误的打×）	307
四、简答题（回答要点，不需论述）	307

五、案例分析：	307
六、论述题（概述有关原理，联系实际）	307
七、思考题	307
八、讨论题	308
第五章 企业组织结构	309
第一节 企业组织因素	309
一、组织与组织结构	309
二、组织结构的关系	309
第二节 企业组织的基本模式	310
一、机械—科层制模式	310
二、有机—专业化模式	310
三、传统—手工模式	310
四、机械—有机混合模式	310
第三节 企业组织结构类型	311
一、传统组织结构类型	311
二、现代组织结构类型	311
第四节 企业组织的变革和发展	312
一、企业组织的变革趋势	312
二、企业组织结构的新模式	312
本章复习思考题	313
一、单项选择题（每题只有一个正确答案）	313
二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）	314
三、判断题（正确的打√，错误的打×）	314
四、简答题（回答要点，不需论述）	315
五、案例分析	315
六、论述题（概述有关原理，联系实际）	315
七、思考题	315
第六章 现代企业集团	316
第一节 企业联合与企业集团	316
一、企业联合及其形式	316
二、企业集团及其特点	317
第二节 企业集团的形成和作用	317
一、企业集团的形成	317
二、企业集团的作用	318
第三节 企业集团的类型及特征	318
一、不同国家的企业集团	318
二、各国企业集团的主要特征	318
第四节 企业集团的组织结构	319
一、企业集团的主要组织结构	319
二、企业集团的内部关系	319
三、企业集团的优化组织	320
本章复习思考题	321

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）	321
二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）	321
三、判断题（正确的打√，错误的打×）	322
四、简答题（回答要点，不需论述）	322
五、论述题（概述有关原理）	322
六、思考题	322
第七章 企业文化与跨国企业	323
第一节 什么是企业文化	323
一、企业文化的概念	323
二、企业文化的性质	323
第二节 企业文化的结构	324
一、企业文化的构成要素	324
二、企业文化的结构	324
第三节 企业文化的价值原则及功能	325
一、企业文化的“八项”价值原则	325
二、企业的功能	325
第四节 跨国企业的形成	325
一、跨国企业的概念及特征	325
二、跨国企业形成的原因	326
第五节 跨国企业组织及其功能	327
一、跨国企业组织及其功能	327
二、跨国企业发展的趋势	327
本章复习思考题	328
一、单项选择题（每题只有一个正确答案）	328
二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）	328
三、判断题（正确的打√，错误的打×）	329
四、简答题（回答要点，不需论述）	329
五、论述题（概述有关原理）	329
六、思考题	329
附录 各单元作业题参考答案	330
第一章	330
一、项选择题	330
二、多项选择题	330
三、判断题	330
四、简答题	330
五、论述题	330
六、讨论题	331
第二章	331
一、项选择题	331
二、多项选择题	331
三、判断题	331
四、简答题	331

五、论述题.....	332
第三章.....	332
一、单项选择题.....	332
二、多项选择题.....	332
三、判断题.....	332
四、简答题.....	332
五、论述题.....	333
第四章.....	333
一、项选择题.....	333
二、多项选择题.....	333
三、判断题.....	333
四、简答题.....	333
五、案例分析.....	334
六、论述题.....	334
七、讨论题.....	334
第五章.....	335
一、单项选择题.....	335
二、多项选择题.....	335
三、判断题.....	335
四、简答题.....	335
五、案例分析.....	335
六、论述题.....	336
第六章.....	336
一、单项选择题.....	336
二、多项选择题.....	336
三、判断题.....	336
四、简答题.....	336
五、论述题.....	337
第七章.....	337
一、单项选择题.....	337
二、多项选择题.....	337
三、判断题.....	337
四、简答题.....	337
五、论述题.....	337

前言

一、体系结构框架

《现代企业学》是一门以专门研究现代企业制度和现代企业的结构关系为特点的工商管理及经济学学生的专业基础课。通过这门课的学习可以使广大学生了解和掌握现代企业的基本理论和现代企业制度的基本内涵,能够对现代企业的本质、存在方式、制度规范、组织形式和结构体系等有比较全面的把握。主要教学内容由七个单元组成:第一章:企业的本质及基本内涵;第二章:企业的存在与发展;第三章:企业产权制度;第四章:公司治理结构;第五章:企业组织结构;第六章:企业集团;第七章:企业文化与跨国企业。

二、学习意义

对于工商管理类及经济类专业的学生,这是一门很重要的专业理论课,学习这门课程对广大学生来说具有非常重要的理论和实践意义。

其一、基于我国深化经济体制改革和提高经济运行效益的需要。经济体制改革主要是从宏观和微观两个层面来展开,宏观层面改革的着眼点是国家的国民经济整体运行的体制和机制的改革,而微观层面改革的着眼点是如何建立和完善现代企业制度。要深化我国的经济体制改革和提高经济运行效益,当前最重要的还是要从经济运行的微观层面即如何建立和完善现代企业着手,因为企业是经济活动的最重要的主体,是经济运行的最根本的基础。要真正通过建立和完善现代企业来推动我国的经济发展和提高经济运行效益,其前提是要对现代企业有全面的了解和把握,本门课程为此提供了关于现代企业的全面而系统的知识。

其二、关系到如何在我国全面实现小康的经济发展需要。“十六大”已经提出了要在我国全面实现小康的目标,而经济发展的主要推动者是企业,那么,我们要全面实现小康就必须全面发展我国的现代企业。由于我国过去实行的是计划经济,使计划体制下的企业不具备独立经营的能力,要依靠他们来推动经济的发展和实现小康是根本不可能的。只有真正的现代企业才能适应市场经济的需要,才具有满足人们丰富多彩小康生活的各种需求的能力,因此,我们必须努力大力发展现代企业。这样,必然会对什么是现代企业、如何认识并指导人们在实践中真正建立现代企业等问题提出理论上的要求,本门课程对这些问题予以了全面的描述和分析。

其三、满足人们系统掌握现代企业的理论要求。虽然我国已经逐步建立起社会主义市场经济的基本框架,人们也越来越关注和重视在这一框架中的现代企业的特殊地位和作用。但是,在理论上不同程度存在着对现代企业认识的模糊性或片面性。这一方面是因为难于找到关于现代企业的深入浅出的系统介绍和全面分析的理论著作,另一方面是因为以“现代企业”作为独特研究对象还没有引起足够的重视。因此,本门课程在满足人们这方面的理论需求上具有现实的意义,同时,本门课也对这一领域或对象的研究起到了抛砖引玉的作用。

三、学习要求

学习《现代企业学》这门课,既要注重理论的学习,又要善于思考,特别是要注意理论联系实际,学习掌握观察问题、分析问题和解决问题的方法。理论体系主要是围绕本课程进一步学习市场经济理论和具有中国特色的市场经济思想。实际问题主要是我国改革开放的伟大实践,特别是我国企业改革和现代企业制度建立过程中产生的问题。只有把理论与实践,学习与思考,问题与办法联系起来学习,才能够真正掌握理论的要义和分析解决问题的方法。

第一章 企业的本质及基本内涵

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习要求学生对本质的本质和基本内涵有较全面和深入的把握，能够从理论上对什么是企业予以分析和阐释。本章的主要知识点包括传统经济学对企业的认识，交易费用经济学对企业的认识，企业的组织性质及内在关系，企业组织的扩展方式，企业组织的边界，企业的制度及制度构成特点，现代企业制度及其特征。本章的重点是掌握交易费用经济学对企业本质的分析；传统经济学与交易费用经济学对企业的不同认识；如何认识企业的边界；制度与企业的制度的基本内涵及构成。本章的主要难点主要有怎样理解企业的本质？为什么会产生企业？企业的制度及其构成如何？

学时分配：8 学时

第一节 企业的本质

一、传统经济学对企业的认识

（一）传统经济学所认识的企业

1. 企业与生产函数。在传统经济学看来，企业仅仅是谋求产出最大化或利润最大化的生产单位或经济单元，其功能是把土地、劳动、资本等生产要素投入转化为一定的产出。因此，可以把企业简单地视为一个生产方程，用生产函数来描述投入与产出之间的转化关系。也就是说，传统经济学是把企业视为一种生产函数。

生产函数所表达的是一种技术关系，其投入与产出之间以什么样的对应关系转化，同技术进步的水平是密切相关的。当给定一种既定的技术，都存在一个生产函数，并由此决定了投入与产出之间的变换关系。这样，传统经济学把企业看作为一个生产函数，无异于从根本上把企业归结为技术关系结合体。

2. 企业与协作生产。传统经济学认为，与企业存在有关的最重要的一个技术因素，是所谓“协作生产”和“规模经济”。协作是最简单和最基本的内部分工形式，而这种内部分工将导致有组织的协作过程，而协作的产生也就可能促进了原始企业的产生。

传统经济学从技术关系的角度对企业出现的分析，主要归结为由于技术的内在联系导致了协作生产所致。因技术存在许多操作环节，每一项完整的产品是由许多技术环节相互作用的结果。随着社会经济的发展，产品所包含的技术环节不断增加，在完成一个完整产品的前提下，不同的技术环节存在着内在的有机性和不可分割的联系。当把这些为完成某种产品生产的不同技术环节联系起来形成一个生产组织，就出现了企业。

（二）传统经济学的主要观点及问题

1. 传统经济学的主要观点。（1）企业是一种生产函数。也就是说，企业是在投入—产出的对应关系下存在和运行的。这种投入—产出关系就好比数学中的函数那样，在自变量与因变量之间存在着对应关系。（2）企业是协作生产的产物。因为协作生产可以节约生产成本，协作生产可以产生规模效益。因此，为了节约生产成本和产生规模效益，许多生产环节和生产过程就通过协作连接到一块，这样就形成了企业。（3）企业是技术关系的组织形式。不论是生产函数，还是协作关系，在传统经济学看来，其根本内在联系是存在一种不可分割的技术关系，不同的企业组织形式是由不同的技术关系所决定的。

2. 对传统经济学的质疑。以技术关系为基础的分工与协作不仅存在于企业内，同时也存在于

市场中。也就是说，在企业内可以按分工与协作来完成产品的生产，而在市场中也可以借助不同的生产单位来承担相应的生产环节的任务，又通过市场把这些不同的生产环节协作起来。也就是说，协作生产的效率可以通过市场来实现，而企业为什么还能产生并存在或发展下去呢？显然，仅以技术关系的分工协作解释企业的形成或存在的认识是很有局限性的。

二、交易费用经济学对企业的认识

（一）科斯对企业本质问题的思考

1. 交易费用经济学的分析目的。交易费用经济学的分析目的在于探求企业和市场之间的关系，企业产生和变化的根本原因，企业和市场作为一种管理机制的局限性和互补性等被传统经济学所忽视的重大命题。它提出并论证了市场交易费用是企业组织结构和组织行为产生与变化的决定因素，是理解企业为什么会出现、企业的本质是什么等基本问题的关键。

2. 科斯的思考与分析。科斯在《企业的本质》一文中，提出了为什么会有企业存在的问题。他认为：“在企业之外，价格变动指挥生产，它是由一系列市场上的交换交易来协调的。而在企业之内，这种市场交易被取消，复杂的市场结构连同交换交易被企业主这种协调者所取代，企业主指挥生产。显然，十分清楚的是以上二者是可以相互替代的协调生产的方法。然而，考虑到这样的事实，如果生产由价格变动协调，它在没有任何组织的情况下也完全能够进行，我们就要问，为什么还要有组织存在呢？” 科斯所提出的这个问题是涉及企业产生和存在的根本性质的问题。

科斯通过分析指出，市场的运行要花费成本，通过成立一个组织、允许某一权力（企业主）指导资源配置，可以节省某些成本。企业主必须以较低成本行使自己的职能，因为他可以以比他所取代的市场交易更低的价格获得生产要素，如果他做不到这一点，他总是可以回到公开市场上去。在科斯看来，交易费用是决定企业存在，企业和市场分界的唯一变数。科斯指出，企业通过内化市场交易而减少交易费用，假如企业内部安排所需费用低于市场的交易费用，就有关的一笔交易而言，企业就是比市场更有效率的交易管理机制，内化市场交易就是有利可图之举。因此，企业之所以产生就是因为企业在内化市场交易的过程中节省了交易费用。换言之，交易费用的节省是企业产生、存在以及替代市场机制的唯一动力。

（二）威廉姆森对企业产生及本质问题的认识

1. 威廉姆森对企业替代市场的认识。威廉姆森的分析是从人这个经济中最重要的角色入手的，通过对人的经济活动及其交易动机的分析，来比较等级结构（即企业）与市场对资源配置的作用。威廉姆森指出市场作为一种交易管理机制在“理性有限性”，“机会主义行为”，“未来不正确性”，“小数目条件”这几种因素的综合作用会使市场交易的效率降低，费用增加，甚至不能完成交易，也就是使市场作为交易管理机制而失灵。企业管理机制正是弥补或取代市场机制应运而生的。

2. 威廉姆森对形成企业的前提的分析。威廉姆森从交易所涉及的资产专用性、交易所涉及的不确定性和交易发生的频率三个维度，分析交易的性质及其对交易成本的影响。其中，认为资产专用性对企业的内化过程起着最重要的作用。资产的专用性主要有四种类型：（1）场地专用性；（2）物质资产专用性；（3）人力资产专用性；（4）专项资产。它们的共同特征是一旦形成便很难移作他用。如果具有专用性的资产已经投入，而交易过早地终止，则所投入的资产将全部或部分地因无法改作他用而损失。因此，通过企业来组织生产其成本比市场交易要低。

（三）交易费用的概念及特点

1. 交易费用的定义。科斯把这种在原材料等商品价格之外的附加费用叫做交易成本或交易费用。一般认为，交易费用是市场机制的运行成本，即利用价格机制的费用，或者说是利用市场的交换手段进行交易的费用。一个较为流行的定义认为：“交易费用包括事前发生的为达成一项合同而发生的成本和事后发生的监督、贯彻该项合同而发生的成本；它们区别于生产成本，即为执行合同

本身而发生的成本。”

2. 交易费用经济学的主要观点。主要是：（1）市场和企业为相互替代而不相同的交易机制，因而企业可以取代市场实现资源的调配；（2）企业取代市场实现资源配置是因为能够减少交易的费用；（3）市场交易费用的存在决定了企业的存在；（4）企业是通过行政管理机制取代市场价格机制“内化”了资源的交易过程，但这种“内化”过程也是需要付出成本代价的，因此，企业的内化过程是有限度的；（5）交易费用的存在及企业节省交易费用的努力是企业结构演变的根本动力。

3. 交易费用经济学与传统经济学认识的区别。交易费用经济学关于企业的一些本质问题的认识与传统经济学存在明显的不同：主要是：（1）在“企业是什么”的认识上存在本质的区别。（2）两种认识具有不同的“分析重点”。（3）确立了不同的“解剖对象”。（4）对企业活动“基本关系”有不同的认识。

第二节 企业的组织

一、企业的组织性质

企业的组织过程是内化市场交易的过程，而交易是通过某种确定的或不完全确定的契约而进行的，因此，企业的组织从根本上来说就是内化了契约关系。威廉姆森曾指出：“交易费用经济学将经济组织问题作为一个契约问题而提出。”交易成本也就是从契约的角度定义的“运用经济体制的成本。”我们说企业通过组织代替市场来协调生产，实质上就是通过组织内部的契约关系代替市场机制来安排生产，因此，企业的组织关系本质上就是契约联系。

二、企业组织的扩展方式

企业组织的扩展是在契约联系的基础之上，不断内化通过市场所进行的交易或与之存在交换关系的经济单位的过程。这一过程虽然可以采用多种方式来实现，但我们可以把所有的组织扩展方式归纳为三类：横向的组织扩展、纵向的组织扩展和多向的组织扩展。（1）横向扩展。“横向”是指某一个环节的规模扩展，它是该企业垂直于物流方向的组织扩展过程。（2）纵向扩展。纵向的组织扩展又称为纵向一体化。这里的“纵向”，指的是一个企业平行于物流方向的向前或向后的组织扩展过程。也就是指把处于经济活动产、供、销等不同环节的生产要素或经济单位组织于一个企业之内，或者说使企业的组织延伸到生产程序的其它环节中去。（3）多向扩展。多向的组织扩展是指企业不局限于在现有行业中的横向或纵向环节的扩大，而是扩展到相关与不相关的行业中去。于是，形成了在一个企业组织内，存在着多种行业的经营内容。

三、企业组织的边界

企业发展的历史证明，企业组织并不是无限增长的，企业 and 市场总是并存而且相互依赖。当企业组织扩大到这样的一点：以扩大企业来内化一笔额外交易所节省的费用刚好被管理费用的增长所抵销。此时，企业就不能靠继续扩大自己的组织规模而盈利了，企业就会停止组织增长，组织规模就达到了一个均衡点。以这一点为界限，可形成企业与市场相互替代的分界线。于是，企业组织的边界位置就处在通过市场实现交易与通过企业组织实现交易成本相等的地方。其边界既可以用函数的方式，也可以用图示的方式表示。

第三节 企业的制度

一、制度的概念及特征

从制度经济学的研究来看，人们普遍认为制度是一种行为规则，这些规则涉及社会、政治及经济行为。在一系列约束人们的行为规则中，有一些是强制性的法律规则，有一些则是人们应该自觉遵守的社会规范。制度安排是制度的具体化，也就是具体对经济主体的行为方式做出的安排。

制度的存在是通过特殊的人类活动表现出来的，正因为这样的活动有制度的约束，因此是可观察和可分辨的；制度是由许多规则构成，由于规则的固有联系，使相应的活动具有稳定的秩序；制度也内存着意识和习惯，它使人们能够理解和接受一定的约束规则。

二、企业的制度及其构成

企业的制度是关于企业组织所有行为规则的总称。“企业的制度”与“企业制度”应该是内涵不同的两个概念，前者比后者的外延更大。企业的制度概念包含了企业活动的各种规则，这些规则的联系构成了企业的制度结构。

企业的制度所提供的一系列规则可以视为由法律规定的正式约束，社会或组织认可的非正式约束所构成。正式约束是指人们有意识创造的一系列行为法则和活动规范。对企业而言，正式约束主要包括企业作为市场主体，进行规范化的运作和参与市场活动的有关规则，以及由这一系列规则构成的一种等级结构，非正式约束是人们在长期交往活动中无意识形成的，具有潜在和长久的约束力，并构成文化模式的一部分。一般来说，非正式约束不是通过成形的规则产生强制性的约束作用，而是通过意识或价值上的沟通和认可，形成一致性的行为取向。企业的正式约束与非正式约束既相互区别，又相互联系。

三、企业制度

1. 企业制度的概念。我们通常使用的“企业制度”概念，是属于企业的制度结构中的正式约束的范畴。这是从形式化、规范化、法规化的视角观照企业的制度内容，也可以说是企业对企业的制度进行狭义分析。“企业的制度”是包括正式和非正式的企业所有规则的含义较广的概念，而“企业制度”仅仅是具有法律特征的正式规则，它是企业的所有制度规则中的最根本的制度。正如我们通常所说的“社会的制度”与“社会制度”存在的区别一样，“社会的制度”是一个外延极大的概念，而“社会制度”是专指一个国家的根本制度。

所谓企业制度，是指以产权界定为基础和以制衡结构为核心的企业组织的治理规则。从法律角度看，企业制度一般被划分为业主制、合伙制和公司制三种基本法律形式，而每一种制度形式的企业具有不同的特征和存在形式。

2. 现代企业制度。“现代企业制度”是在企业制度基础上形成和提出的一个概念。所谓现代企业制度，就是指在发达的市场经济中逐渐发展起来，并在当代世界发达的市场经济中占据主导地位的现代公司制度。这个定义包含两个层次的涵义：其一，现代企业制度是近一百多年来发达的市场经济的产物，它是发达的市场经济的基本组成部分，并将随着市场经济的发展而发展；其二，现代企业制度主要指的就是现代公司制度，也就是说，企业制度中的公司制是现代企业制度的最典型的组织形式。

现代企业制度的主要特征可以概括为：（1）现代企业制度是能够适应市场经济体制要求的企业制度；（2）现代企业制度是一种制度体系；（3）股份制是现代企业制度的主要组织形式；（4）

现代企业制度下的产权成为了商品；（5）现代企业制度具有开放性和动态性。

本章复习思考题

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）

1. 传统经济学认为可以把企业简单地视为一种（ ）。
A、生产车间 B、加工组织 C、生产函数 P1
2. 生产函数表示的是一种产品的产出和生产这一产品所需的要素投入之间的（ ）。
A、生产关系 B、技术关系 C、规模关系 P1
3. 科斯通过分析指出，（ ）是决定企业存在，企业 and 市场分界的唯一变数。
A、生产产量 B、投资规模 C、交易费用 P14
4. 交易费用经济学认为，企业 with 市场是两种可以相互替代的（ ）的机制。
A、资源配置 B、组织过程 C、技术转换 P14
5. 企业的组织关系本质上就是（ ）。
A、经济关系 B、社会关系 C、契约关系 P22
6. 导致企业横向扩展的一个主要因素是（ ）的作用。
A、扩大投资 B、规模经济 C、协作生产 P25
7. （ ）约束是指人们有意识创造的一系列行为法则 and 活动规范。
A、正式 B、一般 C、非正式 P37
8. 企业组织的边界是由（ ）决定的。
A、经营决策 B、交易费用 C、市场竞争 P31
9. 按照威廉姆森的说法，当一项耐久性的投资被用于支持某种特定的交易时，这部分资产就可以叫做（ ）。
A、专用性资产 B、固定资产 C、存量资产 P17
10. 现代企业制度就是指在发达的市场经济中逐渐发展起来，并在当代发达的市场经济中占据主导地位的（ ）。
A、集团制度 B、公司制度 C、交易制度 P41

二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）

1. 我们把企业组织的扩展方式归纳为（ ）等类型。
A、横向扩展 B、纵向扩展 C、系统扩展 D、多向扩展 P25
2. 威廉姆森从（ ）三个维度分析交易的性质及其对交易成本的影响。
A、资产专用性 B、技术关系 C、不确定性 D、交易频率 P17
3. 企业制度一般被划分为（ ）三种基本法律形式。
A、合作制 B、合伙制 C、业主制 D、公司制 P41
4. 资产的专用性主要有以下类型（ ）。
A、人力资产专用性 B、场地专用性 C、资金专用性 D、物质资产专用性 E、专项资产 P17
5. 企业的制度包含了企业活动的各种规则，这些规则可以划分为（ ）。
A、激励规则 B、管理规则 C、正式规则 D、非正式规则 P37
6. 传统经济学认为企业是（ ）

A、协作生产的产物 B、一种生产函数 C、一些生产车间 D、技术关系的组织形式 P6

7. 威廉姆森认为市场作为一种交易管理机制会在以下因素的综合作用下失灵，这些因素主要是（ ）。

A、理性有限性 B、机会主义行为 C、未来不确定性 D、企业自主性 E、缺乏竞争性 P16

8. 制度安排是制度的具体化，制度安排的目标原则主要是（ ）。

A、激励原则 B、经济原则 C、安全原则 D、系统原则 P35

9. 推动企业多向扩展的因素是多种多样的，主要有（ ）。

A、广度经济与合成效益 B、资本积累与投资需求 C、内部市场与资源合理配置 D、减少经营风险 E、单一行业发展的局限性 P29

10. 人们在社会经济活动中，通常发生的相关成本费用主要有（ ）。

A、生产费用 B、能耗费用 C、交易费用 D、信息费用 P19

三、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 可以根据自己的资源和实力无限扩展。P30

2. 费用的节省是企业产生、存在以及替代市场机制的唯一动力。P15

3. 交易费用经济学的观点，企业是通过技术合作而降低交易成本所产生的。P15

4. 组织的纵向扩展是通过规模经济来实现的。P26

5. 的制度是关于企业组织所有行为规则的总和。P37

6. 律角度看，企业制度一般被划分为业主制、合作制和公司制三种基本法律形式。P41

7. 企业制度主要是指现代公司制度。P41

8. 组织的边界处于通过市场实现交易与通过企业组织实现交易成本相等的地方。P31

9. 企业是由各种合同所联结和维系着的，所以企业又被称着“合同之网”。P22

10. 在“内化”市场交易的过程中节省了交易成本而形成的。P15

四、简答题（回答要点，不需论述）

1. 交易费用经济学关于企业本质认识的主要观点是什么？

2. 企业组织的主要开展方式有哪些？

五、论述题（概述有关原理）

试述现代企业制度及其基本特征。

六、讨论题

我们在生产企业的经营管理中，经常会面临是自己生产零部件，还是通过市场购买零部件的问题。因此，相对市场的购买就有了自己生产的零部件占零部件总量的“自制率”，特别是相对于全球市场购买的“国产化率”的问题。根据交易费用理论，你如何认识市场化下的“自制率”以及全球化下的“国产化率”？

七、思考题

1. 试分析传统经济学与交易费用经济学对企业认识的区别。

2. 哪些交易最好内化到企业内部进行成本更低？

3. 企业的边界是怎样形成的？

第二章 企业组织的存在与发展

本章的教学目的和基本要求：主要探讨企业产生和发展的规律性，分析企业产生和发展的经济社会历史条件，明确公司企业存在的必然性和必要性，从而使我们对历史过程中的企业及其存在现状有一个比较全面的认识。本章的主要知识点包括企业发展的历史分期，不同时期企业的形态和特点，现代企业组织的成长，企业组织形式类型，公司的特性及其组织形式，股份有限公司和有限责任公司。本章的主要难点是现代企业组织产生和发展的实质，以及不同公司的性质特征和现代公司的存在方式。

第一节 近代以前的企业演变

一、企业的演变及早期的企业

（一）企业的演变

关于企业演变的历史更替主要是从企业形态来认识，企业形态是企业组织存在和运作的一定形式。企业的具体组织形态可以有多种形式，但若按企业制度来划分，可以把所有的企业分为业主企业、合伙企业和公司企业。如果考察每一种形态的企业，都有其自身发展的历程。但如果从企业形态或企业的组织形式更替发展的过程来看，也就是考察这些形态的相互联系的变化，的确有一个从业主企业到合伙企业再到公司企业的演变过程。

我们一方面考虑到经济、社会发展的历史进程，另一方面，更主要是考虑到企业形态自身演变的历史特点，特别是公司企业的制度和组织的显著变化，可以把企业的发展历史大致划分为三个时期，并分别称之为：早期企业、近代企业和现代企业。

（二）早期企业的产生及特点

1. 早期企业产生。早期企业大致是从罗马帝国时期到 15 世纪中世纪的末期。早期企业的起源和发展首先是和贸易的兴旺、分担风险的要求联系在一起的。关于早期企业的起源大致有三种观点：

（1）大陆起源说，即认为公司组织起源于中世纪欧洲大陆的中海沿岸，由家族营业团体发展而来。（2）海上起源说，即认为公司组织起源于中世纪的海上贸易，由船舶共有、康门达等组织发展而来。（3）综合起源说，即认为公司组织既起源于中世纪的海上贸易，又起源于中世纪的欧洲大陆，由船舶共有、康门达和家族营业团体发展而来。

2. 早期企业的特点。早期企业组织的发展还是处于幼稚、初始的状态，其主要的特点有以下几个方面：（1）没有明确的法律规范；（2）组织上的合伙性；（3）投资的短期性；（4）结构上的简单性；（5）规模的局限性；（6）责任的无限性；（7）形式的多样化；（8）数量上的有限性。以上早期企业的诸种特点，足可以看出其组织形态的初始性或原始性。

二、近代公司企业的演变

（一）近代公司的发展

1. 近代公司企业的发展。从 15 世纪末期到 19 世纪后半叶，是一个由早期企业向现代企业或现代公司过渡的时期，期间的企业组织和公司可以称为近代企业。当时地中海沿岸城市的航海贸易相当发达。当这种贸易所要求的资本规模超过了个人或血缘家庭所能承受的范围时，就产生了一些以合资或合伙为联系纽带的经济组织，如康门达、索塞特等。随着荷兰、英国的航海贸易和经济的迅速发展，于是，在荷兰、英国产生了适应这种发展要求的特许贸易公司的组织形式，使早期的合

资贸易组织逐步向特许公司产生过渡，以后又进一步发展为比较规范的合股公司，从而实现了向现代公司制度的转变。近代时期公司企业的兴起和发展的演变过程，可通过以下两个阶段进行历史考察。

2. 从 15 世纪后期的合资贸易组织到 17 世纪的特许公司。所谓“特许贸易公司”是指以承担某些义务换取皇家“特许状”（Charter）才得以成立的公司。特许贸易公司虽然具有某些近代公司的特征，但它是靠政府（皇家）的政治权力建立的，用向政府提供贷款或其他服务换取贸易垄断权，因此，这种公司还不能被认为是近代意义上的公司。

3. 由 18 世纪的合股公司到 19 世纪中期公司制的确立。以共同资本进行贸易，各股员对于贸易上的一般利润或损失，都按其股份比例分摊。这种公司称为合股公司。合股公司有三方面的优点：其一，可以募集到更多的资本用于支付海外贸易所必须的船舶及货物的开支；其二，可以使所有权与经营权分开，使投资人可以仅仅是以其财产投资于商业经营，而不必直接参加经营管理；其三，合股公司因各自承担损失，可以降低投资人的风险。

合股公司与特许贸易公司、合组公司和合伙企业所具有的这些不同的特点，以及其具有的社会融资、投资者负有限责任、股票可以转让、所有权与经营权分离等性质，使其更加具有现代公司的特征。

（二）近代公司的特点

近代公司企业的特点主要有：（1）开始有了公司法律规范；（2）产生了政府特许的公司组织；（3）出现了现代股份公司的早期形式——合股公司；（4）股份公司在金融业和运输业中迅速发展起来；（5）公司规模日益扩大；（6）有限责任的公司形式的兴起和发展。总之，近代公司企业发展到 19 世纪后半叶，由于世界上许多国家相继制订和颁布了公司法律，使企业的进一步发展有了法律规范的约束，从而使近代公司企业在法律的规范作用下逐步成长为现代意义上的公司企业。

第二节 现代企业的成长

一、现代企业组织及其成长实质

（一）现代企业组织的特点及定义

现代企业组织具有以下特征：（1）这种企业组织通常规模较大，具备多种经济功能，经营多个系列的产品，在不同地区进行经营，也可称之为“多单位企业”。（2）企业的高、中级决策者不必一定是资本所有者，也就是说，不再兼有资本所有者的身份，而成为专门的“支薪管理人员”，资本的所有权与管理发生了分离。（3）现代企业组织都包含有两个以上的决策层级，也就是说，存在有中间决策层级。高、中层级的决策者形成了较为复杂的决策分工体系，表现为企业内部的管理组织，并被称为“管理层级制”。

根据现代企业组织的以上三个特征，美国著名经济学及企业史专家钱德勒给现代企业下了一个被学术界普遍接受的定义：“由一组支薪的中、高层经理人员所管理的多单位企业即可适当地称之为现代企业。”

（二）现代企业成长的实质

从企业的本质意义上看，现代企业组织的成长实质意味着通过企业组织内化市场交易，即在企业内部以行政协调机制替代市场协调机制进行资源的有效调配。在传统企业已经存在的前提下，现代企业的出现在逻辑上只能是两个或两个以上的传统企业被包含于一个企业的结果。现代企业组织成长实质的这个逻辑上的结论已为钱德勒所进行的大量经验材料的研究所证实。他通过系统地研究 19 世纪中期以来美国现代工商企业成长的历史，认为由于现代企业组织的成长，管理协调这只“看

得见的手”已经替代了亚当·斯密的“看不见的手”。

二、现代企业组织的成长

（一）美国铁路企业的变化

美国铁路企业与现代企业的成长。现代企业组织的成长过程可以从三个方面把握：一是企业规模的扩张过程；二是资本所有权与管理的分离过程；三是内部管理层级制的形成过程。我们将遵循着这三条基本线索来描述现代企业组织的成长过程。

根据钱德勒的研究，这个过程发端于美国铁路企业的兴起，并且，它的兴起对以后的现代企业组织的形成和发展具有特殊的意义。美国西部铁路企业是第一家以专职支薪经理通过严密的管理系统而经营的现代企业。接着美国的铁路企业纷纷效仿西部铁路公司的做法。因此，钱德勒指出，在1850—1860年期间，美国铁路企业成为“第一批现代工商企业。”

（二）现代企业规模的扩张过程

现代企业规模的扩张主要经历了两个过程：一是大量分配与大量生产企业的产生（19世纪50—80年代）；二是大量分配与大量生产的结合。所谓大量分配企业指的是大量经销商品的商业企业；而大量生产企业是指由技术和组织创新而形成的由少量的劳动力就能生产大量产品的企业。

今天的现代企业的原型是通过把大量生产过程和大量分配过程结合于一个单一的公司之内而形成的。通过大量生产与大量分配的结合，一个单一的企业就能完成制造和销售一个产品系列所涉及的许多交易和作业程序。这种结合的意义在于管理指导的有形的手取代了市场力量的无形的手，从而协调着从原料和半成品的供应者，直到零售店和最终消费者的货物流动。这些活动和他们之间的交易的内部化，降低了交易成本和信息成本。

（三）所有权与管理经营的分离

企业规模的扩张及与之伴随的技术和管理过程的专业化、复杂化，使专职经理人员的作用不断增强。在企业从事多方面的经营活动的情况下，企业的经营管理逐渐交由专业经营人员来负责，这样，使过去的“企业主企业”演化为“经理人员企业”。也就是形成了所有权与管理经营权的分离。

这种分离的意义主要在于：为现代企业组织奠定了产权结构基础，实现了现代企业的职业化管理，促进了现代企业组织的规模化发展，总之，推动了从传统的企业主企业向现代的经理式企业的转变。

（四）管理层级制的形成

企业组织为适应社会化大生产的需要，在契约关系的基础上形成了内部分工和协作的体系。这种内部分工体系，一方面是要使较为复杂的劳动过程得到有效的协调和统一的指挥，另一方面是要使从基层的员工到从事指挥的高级经理的行为都受到制约和监督，于是，自然采取和发展了纵向协调及监督的某种等级制组织形式。从企业组织的发展来看，现代企业先后采用过三种内部的层级组织结构：第一种是控股公司（holding company）结构，简称H型结构；第二种是集中的、按职能划分部门的结构或一元结构（unitary structure），简称U型结构；第三种是多分支单位结构（multidivisional structure，或译为事业部制），即M型结构。这几种结构实际上都是管理层级制的不同形式。

第三节 企业组织的类型

一、企业组织的基本划分

（一）企业组织的划分

企业的组织形式是企业存在的方式。从不同的角度考察企业的组织形式，可以划分出不同的类型。这里我们主要从四个方面对企业的组织类型进行考察，即：从企业资产的所有者形式考察；从企业的组成方式考察；从企业经营的业务考察；从企业经营的范围考察。其中，最为重要的是从企业资产的所有者形式划分企业的类型，由此把企业的组织形式划分成三种基本形态：个人业主制企业、合伙制企业和公司制企业，这是企业组织的三种主要法律形式。

（二）三种基本的企业形式

1. 个人业主制企业。个人业主制企业是最简单的企业形式，它是指个人出资兴办，完全归个人所有和控制的企业。这种企业在法律上又称为自然人企业，也称个人企业或独资企业。个人业主制企业只有一个产权所有者，它是业主的个人财产，由业主直接经营，业主享有该企业的全部经营所得，同时对它的债务负有完全责任。个人业主制企业具有建立和歇业的程序简单易行，业主拥有完整产权，经营上的制约因素较少，经营方式灵活多样等优点。同时，也存在业主要对企业的全部债务负无限责任，企业的发展规模受到资金、信用、管理能力，企业的寿命完全取决于业主个人的生命等因素的限制的不足。

2. 合伙制企业。合伙制企业是由两个或两个以上业主共同出资，为了利润共同经营，并归若干业主共同所有的企业。合伙人出资可以是资金、财物，也可以是权利、信用、技术、商誉和劳务等，这些投入给企业带来的是潜在的营利能力。企业的经营以合伙人提供的财产为基础，合伙人分享企业所得，共同对企业债务承担责任。它具有资本规模较业主制企业有所扩大，合伙人共同对企业盈亏负有完全责任，可集众人的才智与经验提高合伙企业的管理和竞争能力等优点。同时，存在产权转让困难，一般合伙人对合伙制企业的债务负有连带无限责任，企业的寿命不易延续很久等不足。

3. 公司制企业。公司（corporation）制企业的特征是由许多出资者集资创办并且组成的一个法人组织体。公司是法人，在法律上具有独立人格，它以法人的名义行使民事权利，承担民事责任，有权举债、签订合同，能在法院起诉和应诉。公司财产的终极所有权分属于股东。股东有权分享公司的盈利，但股东不能退股，而只能转让他们的股权。因此，公司脱离了他们的所有者而具有独立的生命。公司制企业的优点主要是：股东们只对企业债务负有限责任，公司可以通过发行股票和债券来筹资，能够筹集到巨额资本，公司具有独立的生命，公司制企业的所有权与管理权易于分离，等等。但是，公司制企业也存在一些不足，比如，公司的设立程序复杂，政策法规对公司制企业有较多的限制，形成了委托人（出资者）和代理人（经理人员）之间的复杂的授权与控制的关系，等等。

二、公司的概念及特性

（一）公司的概念及内涵

所谓公司（company, corporation），从字义上理解，“公”——共同的，大家的；“司”——操作、从事、经营，就是指由众多的人经营某项共同的事业所组成的一个集合体。在法律上，大陆法和英美法对公司的定义是不同的。大陆法中，公司是指依法定程序设立，以营利为目的的社团法人。而在英美法中的公司并非仅指以营利为目的的公司，也存在非营利的公司。

我国公司法所称公司是大陆法中所指的公司，因此，它具有以下丰富的内涵：公司是具有法人资格的经济组织，关键是要理解法人的内涵及与自然人的关系；公司是以营利为目的的社团法人，关键是要能够知道社团法人、营利法人等概念；公司是一种股权式的集合体。主要是要理解公司在法律上体现为一种股权式的联合的内在性质；公司必须依照法律进行登记注册。

（二）公司的主要性质

公司作为一种独特的企业组织形式，它主要具有以下几个方面的性质：集合性——公司是由众

多股东所组成的经济组织，有明显的集合性特征。营利性——公司是以营利为目的的经济组织，营利性具有三个方面的特征，即：营业特征，商事特征，行业特征。自由性——主要表现为择业的自由，经营方式的自由，设立与解散的自由。独立性——公司作为法人，具有独立的人格，独立的享有权利与义务，与合伙及其它类似的社团有很大的区别。规范性——公司作为企业制度的主要形式，它的行为受到规范化的法规约束。

三、公司的主要组织形式

（一）公司组织类型的划分

划分公司企业种类的标准有两种，即法定标准和法理标准。法定标准是根据公司法的规定来确认和划分公司类型，这种公司组织类型的划分具有法律的约束力和强制性。法理标准是在从事公司组织研究时，以法定标准为基础，对公司组织类型进行理论上的解释和分类，它没有法律上的约束力和规范性。

法定标准划分的公司类型。按不同法律体系，公司企业具有不同的形式。按大陆法体系，公司一般可以分为无限（责任）公司、有限（责任）公司、两合公司、股份有限公司和股份两合公司等五种具体的形式。在我国公司法中，最主要的公司组织形式是有限责任公司和股份有限公司，这两种类型的公司既存在联系也存在许多区别。

（二）有限责任公司与股份有限公司

1. 有限责任公司。有限责任公司是指不通过公开募股，而由为数不多的股东集资组成的公司。它具有以下一些基本特征：其一，有限责任公司股东人数较少；其二，有限责任公司的资本无需划分为等额的股份，也不发行股票；其三，在有限责任公司中，董事和高层经理人员往往具有股东身份。这些特点使其既具有优点，也存在一些缺点。

2. 股份有限公司。股份有限公司是指把全部资本划分为等额的股份，股份以股票形式向社会公开发行并可自由转让的一种公司组织。股份有限公司具有以下一些基本特征：第一，公司的全部资本要划分为等额股份，可向社会发行代表公司股份的有价证券——股票。第二，股东个人的财产与公司的财产是分离的，股东对公司的债务仅就自己的出资额承担有限责任，而公司则以自己的全部法人财产对公司的债务负责。第三，股份有限公司的股票按照一定的程序可以上市公开交易。第四，绝大多数公司的拥有者和管理者是分离的，可依靠职业经理人进行管理。第五，股份有限公司的帐目必须公开。股份有限公司较之其他公司和企业形式有着更独特的优越之处，因而对社会经济的发展起到了重要的作用。

（三）公司财产的有限责任制

公司财产有限责任制度包含两个内容：（1）出资人只以其投入企业的出资额为限，对企业债务承担有限责任；（2）公司以全部法人财产对其债务承担有限责任。公司财产有限责任制度所称的“有限责任”具有两重含义：股东对公司承担有限责任和公司对债权人承担有限责任。前者是用来调整公司内部的关系，即股东与股东之间的关系，以及股东与公司法人之间的关系；后者是用来调整公司外部的关系，即公司与其发生业务往来的其他经济主体间的关系。

（四）公司资本的三原则

所谓公司资本的三原则，是指各国公司立法中普遍采用的要求股份有限公司在成立时，确定一定的金额并持续保持相当此金额的财产的资本原则，它包括公司成立时必须按章程中所确定的资本额认购股份的资本确定原则；股份有限公司存在期间，应维持与公司章程规定的资本总额相当的财产（实有资本）的资本维持原则；资本额一旦确定以后，除依法定的程序，公司的资本总额不得任意变动的资本不变原则。

本章复习思考题

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）

1. 从早期企业在大陆方面发展的情况来看，主要的企业组织形式是（ ）。
A、船舶共有 B、家族团体 C、康门达 P47
2. 在近代企业中，以承担某些义务换取皇家“特许状”才得以成立的公司叫做（ ）。
A、特许贸易公司 B、投资贸易公司 C、合同贸易公司 P54
3. 1602 年建立的（ ）是世界上第一个永久性公司，它已具有近代公司制的一些基本特征。
A、英国东印度公司 B、荷兰东印度公司 C、葡萄牙东印度公司 P55
4. 在没有取得政府“特许状”的情况下，通过模仿特许贸易公司的组织形式，通过发行股票来吸引投资商而组建起来的公司，被称为（ ）。
A、民间公司 B、开放公司 C、合股公司 P57
5. 传统企业组织又被称为“单一单位企业”是因为它的（ ）。
A、技术关系单一 B、人际关系单一 C、经济职能单一 P62
6. 钱德勒对美国企业发展研究认为，（ ）是美国历史上第一个现代企业。
A、铁路企业 B、银行企业 C、百货企业 P65
7. （ ）企业的特征是由许多出资者集资创办并且组成的一个法人组织体。
A、合伙制 B、业主制 C、公司制 P79
8. （ ）是指不通过公开募股，而由为数不多的股东集资组成的公司。
A、股份有限公司 B、有限责任公司 C、控股公司 P99
9. 股份有限公司是一种典型的（ ）。
A、资合公司 B、人合公司 C、人合与资合公司 P96
10. 股份有限公司是指把全部资本划分为（ ），股份以股票形式向社会公开发行并可以自由转让的一种公司组织。
A、等比例股份 B、等额股份 C、相等出资额 P100

二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）

1. 企业的发展历史时期大致可以划分为以下三个时期（ ）。
A、古代企业 B、早期企业 C、近代企业 D、现代企业 P45
2. 关于早期企业的公司组织形态的起源或产生，主要有三种观点：（ ）。
A、大陆起源说 B、海上起源说 C、贸易起源说 D、综合起源说 P48
3. 在早期企业，当时与海洋贸易相关的合伙组织主要有（ ）。
A、家族企业 B、康门达 C、卡特尔 D、索塞特 P47
4. 现代企业组织具有以下基本特征（ ）。
A、多单位企业 B、支薪管理人员管理 C、资本和管理合一 D、两个以上的管理层级 P62
5. 现代企业先后采用过三种内部的层级组织结构，它们是：（ ）。
A、H 型结构 B、U 型结构 C、Y 型结构 D、M 型结构 P72
6. 现代企业组织的成长过程，可以从三个方面来把握：（ ）。
A、企业规模的扩张过程 B、所有权与经营权分离过程 C、跨国和跨行业经营过程 D、内部管理层级制形成过程 P65

7. 我国公司法中规定的公司形式主要是（ ）。

A、股份有限公司 B、无限责任公司 C、股份两合公司 D、有限责任公司 P95

8. 基于股份掌握和股票转让的特点，可以把公司类型划分为：（ ）。

A、封闭公司 B、本国公司 C、开放公司 D、外国公司 P97

9. 资本确定原则就是公司成立时必须按章程中所确定的资本额认购股份。通常采用的三种方式是（ ）。

A、法定资本制 B、授权资本制 C、选择资本制 D、折衷资本制 P105

10. 股份有限公司的主要优点是：（ ）。

A、筹资规模较大 B、设立程序简单 C、公司财务公开 D、股份可以自由转让 P100

三、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 合股公司是现代股份公司的早期形式。P60

2. 钱德勒所称的“看得见的手”是指企业家配置资源的机制。P64

3. 公司是以营利为目的的财团法人。P87

4. 有限责任公司是一种典型的资合公司。P96

5. 所有权与经营权的分离过程只是发生在家族企业中。P70

6. 现代企业的原型是通过把大量生产过程和大量分配过程结合于一个单一的公司内而形成的。

P68

7. 现代公司企业主要是“多单位企业”。P63

8. “人合与资合公司”的分类属于公司的法定分类。P95

9. 企业组织的“U型结构”是一种分权型的组织结构。P72

10. 股份有限公司和有限责任公司都实行的是有限责任原则。P103

四、简答题（回答要点，不需论述）

1. 现代企业组织的特征有哪些？

2. 有限责任公司与股份有限公司的主要联系和区别有哪些？

五、论述题

公司财产有限责任制的主要内容是什么？

六、思考题

1. 钱德勒为什么把美国铁路企业称为“第一批现代工商企业”？

2. 法定标准与法理标准分别对企业的分类对我们认识企业有什么意义？

3. 公司资本的三原则指的是什么？

第三章 企业产权制度

本章的教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生真正认识到企业组织形式从根本上来说，是一定产权关系的反映，现代企业就其内在关系来看，实际上就是一定的产权安排的结果，因此，企业的产权制度是企业的制度中最基础和最核心的制度。本章的主要知识点包括：产权概念与产权界定；产权制度与外部效应；企业产权结构与制度；企业三重产权制度；三重产权权能分析。本章的难点主要是对产权概念的理解，特别是以产权概念为基础如何理解企业制度结构及其多重制度的特点。

第一节 产权的基本内涵

一、产权的内涵

（一）产权的概念

产权（property rights）是财产权的简称，它是指权利人在法定的范围内直接支配一定的财产，并排斥他人干涉的权利。产权是以财产为基础的多项权能的集合。产权概念中的“财产”（有时也称作资源、资产）一词含义较广，不仅指现金、有形资产，还包括无形财产、劳务、商誉等。

（二）产权的构成及性质

在理论上，国有产权是指这些与财产相关的各项权利都由国家所拥有，即把产权界定给了国家，它再按可接受的政治程序来决定谁可以使用或不能使用这些权利。现代产权经济学是以法定权利的界定与交换作为研究内容的，一般把产权的权能分解为占有权、使用权（经营权）、收益权、转让权（处置权）。占有权是指对财产的实际拥有；使用权（经营权）是指在法律允许的范围内，以生产或其他方式使用财产的权利；收益权是指直接以财产的使用或通过财产转让而获得收益的权利；转让权（处置权）是指通过出租或出售把与财产有关的权利让渡给他人，从中获取收益的权利。

在市场经济中，产权的性质主要有：产权主体具有经济实体性；产权运动具有独立性；产权体系具有可分性；产权权利具有可转让性。

二、产权的界定

（一）产权界定的含义

产权的界定就是把产权的权能界定给特定的行动主体。这是对产权关系的选择和确定。为什么要界定产权呢？在产权经济学看来，所有权、激励与经济行为之间存在着内在的联系，明确的产权会影响激励和行为，而决不是仅仅用人们占有财富的欲望所能解释的。只要交易费用不为零，就可以利用明确界定的产权之间的自愿交换来达到配置的最佳效率。因为只要产权上明确地界定，交易各方就力求降低交易费用，使资源使用到产出最大、成本最小的地方，达到资源的最优配置。

（二）产权界定的主要形式

产权界定主要有四种形式：

1. 私有产权。私有产权就是将财产的使用与转让以及收入的享用权界定给了特定的人，使其享有完整的产权。对于同一种财产，不同的人可以拥有不同的权利，也就是把财产的多项权能进行分解，只要每个人拥有互不重合的不同的权利，多个人同时对某项财产行使的权利仍然是私有产权，因为私有产权的关键在于所有权利的行使的决策完全是私人做出的。

2. 共有产权。共有产权也称社团产权，即共同体内的每个成员都行使同样的权利，或者说，

这种产权是共同体成员共同享有的。共有产权与私有产权相比，其最重要的特点在于共有产权在个人之间是完全不可分的，即完全重合的，也就是共同体的每个成员对财产拥有相同的权利。

3. 集体产权。集体产权即指行使对财产的各项权利必须由一个集体做出决定。通常，由集体的决策机构以民主程序对权利的行使作出规则和约束。

4. 国有产权。在理论上，国有产权是指这些与财产相关的各项权利都由国家所拥有，即把产权界定给了国家，它再按可接受的经济的和政治程序来决定谁可以使用或不能使用这些权利。

第二节 产权制度

一、产权制度的形成

（一）产权制度及其形成

产权制度是指对基于财产关系的各项产权权能按一定方式进行的组合、分割、调节的制度安排。这个制度安排具体表现为对财产的占有、使用、收益和转让过程中所形成的各类产权主体的地位、行为权利、责任、相互关系加以规范的法定规则。

产权制度并不是人类社会从一开始就有的，而是经历了一个漫长的形成和发展过程。在人类社会的发展过程中，产权及其制度的产生、演变、发展大体经历了三个阶段：一是建立排他性的产权制度，人类社会早期的历史在某种程度上讲就是一个建立排他性的产权制度的历史；二是建立可转让性的产权制度，产权的交易、转让是与社会分工、市场经济制度的发展联系在一起的；三是与各种组织形式创新联系在一起的产权制度。

（二）产权制度与“外部效应”

在制度经济学看来，有效的产权制度从根本上说是引导人们实现将“外部效应”内在化的制度安排。所谓“外部效应”，是指私人边际成本和社会边际成本之间或私人边际效益和社会边际效益之间的非一致性。简单地说，就是某些个人或组织的经济行为影响了其他个人或组织，却没有为之承担应有的成本费用或没有获得应有的报酬的现象。所谓外部效应内部化，是指一个能够（在更大程度上）使与经济行为相关的所有人或组织都承担这些效应的过程。具体来说，外部效应的内部化，实际上就是外部效应的边际价值被定价了，一定的价格将反映全部的社会边际成本或社会边际效益。

产权制度就是通过法定形式制订出与财产相关的经济行为规则，使行为主体的产权得到明确界定，主要包括一个人或其他人受益或受损的权利。这样，人们在利用资源或财产追求最佳效用时，不得不对其行为结果的成本——收益进行合理预期，使得未在价格上反映出的外部性问题也被纳入了因财产关系制度的约束而考虑的范围之内。其结果必然会降低甚至克服外部效应的影响，从而提高资源配置的效率。

二、产权制度的功能

在市场经济中，产权制度具有多种功能，主要有：（1）激励功能。这是产权制度的最基本的功能。产权中的收益权规定了产权主体具有获取与其财产或努力相当的收益的权利。（2）增进资源配置效益的功能。资源的优化配置只能在资源的流动过程中来实现，只有这种保障是明确的、稳定的和有效的，实现要素资源流动的交易才能顺利进行，人们也会选择效益好的交易方式，促进资产合理流动，减少交易成本。（3）形成稳定预期的功能。由于产权是一种确认和保障财产持有人的财产权益的制度，所以，一个社会的产权制度是否具有持续性和稳定性，直接关系到从事经济活动当事人能否形成稳定的预期。（4）规范市场交易行为的功能。产权关系的界定具体规定了人们

那些与物相关的行为规范，每个人在与他人的相互交往中都必须遵守这些规范，或者必须承担不遵守这些规范的成本。

第三节 企业产权制度

一、企业产权结构与制度

（一）企业产权结构

企业产权结构是指企业组织内与财产相关的各种权利的联系方式，它是为发挥企业配置资源的比较优势而进行的权利安排。一旦这种安排通过规范化的法定规则确立起来，就形成了企业产权制度。企业的产权结构就是为了克服企业内部各种要素所有者之间在协作生产过程中的偷懒和搭便车动机，以实现节省交易费用而建立起来的制度安排。

（二）企业产权制度

所谓企业产权制度，是指对企业产权所包含的诸项权能依一定方式进行的制度安排。企业产权是以企业财产所有权为基础的使用权、收益权和转让权等权能的集合。在企业发展过程中，因产权结构中权利关系的调整，使产权自身发生了分离，最常见的是所有权与其他三项权能的分离，通常称之为所有权与经营权的分离。依据产权自身的分离程度，形成了三种不同的产权制度模式，也可称之为三重产权制度模式。

二、企业的三重产权制度

（一）一重产权制度

一重产权制度是指企业产权权能相对于财产所有者没有发生分离，企业所有权与经营权统一于所有者手中的一种产权制度模式。这一产权制度就是对单一持有者的产权结构所作的制度安排。它主要存在于企业主企业或自然人企业中，其所有权和经营权统一掌握在企业财产所有者或企业主的手中，企业主既拥有企业，又经营企业。

（二）二重产权制度

二重产权制度是指企业的产权出现二重性，即企业所有权与经营权出现分离的产权制度模式。这种产权制度是对“两权分离”的产权结构所作的制度安排，企业产权的二重性表现为所有权与经营权的分离。二重产权制度主要存在于代理经营或经理制的企业中，在这种企业中，财产所有者通过代理方式委托一些有专门经营能力的人代他经营企业的业务。经理制因专门的经理人员参与到企业的经营管理中来，使企业的经营能力得到提高，从而克服了企业主在企业中经营能力的局限性，但是企业的发展仍然受到企业主财产的限制，其经营规模不可能很大。

（三）三重产权制度

三重产权制度是指在企业所有权与经营权产生分离的同时，企业所有权自身也出现分离从而使企业产权具有了三重性的一种产权制度模式。三重产权制度的特点集中地体现在公司制的法人企业之中。在公司制的法人企业中，企业的产权是一种三重结构：股东们分散地掌握着企业的最终所有权；董事会代表股东并受股东大会的委托整体地掌握着企业的法人所有权；经理人员具体地掌握着企业的内部经营权。

公司制法人企业的产权分离是以公司法人作为中介的所有权与经营权的两次分离：第一次分离是具有法律意义的发生在出资人与公司法人之间的分离，从产权关系来看，即最终所有权与法人所有权的分离；第二次分离是具有经济意义的发生在企业内部的产权权能的分离，即法人所有权与企业经营权的分离。

三重产权制度的一个最大特点是，企业的所有权出现了两个层次：一个层次是最终所有权，另一个层次是法人所有权。三重产权制度的另一个特点在于，企业所有权与经营权的分离出现了两个层次：一个是最终所有权与企业经营权的分离；另一个是法人所有权与企业经营权的分离。

第四节 三重产权权能

一、产权权能分离及其特点

（一）产权权能分离

所谓产权权能的分离是指产权中所包含的诸项权能分属于不同的经济主体，或由不同的经济主体分别享有。在一重产权制度中，因完整的产权都由企业主或财产所有者享有，因此，不存在产权权能的分离，即表现为出资者既是企业财产的所有者，又是企业的经营者。在二重产权制度中，财产所有者与经营者出现了分离，产权的所有权归属出资者，而经营权则归属为出资者代理经营的经营者。二重产权制度虽然产生了一定程度上脱离所有权的经营权能，但这从法律上看仅仅是“限制物权”，实际上，所有者仍然保持着其财产所有权的完整状态。

（二）产权权能分离的特点

在三重产权制度中，产权权能的分离具有特殊的涵义，它表现为：最终所有权、法人所有权、经营权三者相互分离。这种分离是企业所有权与经营权分离的最高形式，它具有以下几个特点：（1）这种分离是以公司法人为中介的所有权与经营权的两次分离。第一次分离是具有法律意义的出资人与公司法人的分离，即最终所有权与法人所有权的分离；第二次分离是具有经济意义的法人所有权与企业经营权的分离。（2）法人所有权与出资人的所有权分离开来，使法人产权不依赖于最终所有权而独立存在，公司因此取得了独立的法人资产。（3）公司制度下的三重产权权能的分离，是以法律形式加以规范的，是长期性的彻底分离，使经营者摆脱了对所有者的依附。

二、三种权能分析

（一）最终所有权

最终所有权是指出资人（股东）对投入资本的终极所有权，也可称为原始所有权。它是股东所有权的法律体现，这种最终所有权表现为股权，股权是一种综合性的权利。其主要权限包括以下几个方面：（1）对股票或其他股份凭证的所有权；（2）对公司重大决策的参与权；（3）对公司的收益参与分配的权利；（4）其他权利。

对上述股东权，人们常常又按不同划分标准把他们分为以下四类：其一，按股东行使权利的目的，分为股东共益权和股东自益权。其二，按股东拥有股份类别，分为普通股东权和优先股东权。其三，按股东行使权利的方法，分为单独股东权和少数股东权。其四，按权利的性质，可分为固有权和非固有权。

（二）法人所有权

法人所有权是指公司企业作为法人对企业财产享有的独占的支配权，或称为公司企业享有的占有、使用、收益和处置的权利。法人所有权表现为以公司法人作为所有者的所有权的经济行为，这是从传统意义的所有权形式中分离出来的一种所有产权能。

相对于公司最终所有权表现为股权而言，公司法人所有权表现为公司财产物权。所谓公司财产物权，是公司作为法人对其运营的资产拥有占有、使用和处置的权利。公司作为法人拥有公司财产物权，完全保证公司资产不论是谁投资的，一旦形成公司的资产投入运营，其产权就归属公司，而原来的出资者就与现实资产的运营脱离了关系。

（三）企业经营权

企业经营权是指对企业的财产享有占有、使用和依法处分的权利。虽然它同法人所有权都是从一般所有权中分离出来的权能，但两者有着重要的区别。其一，经营权和法人所有权两者的表述角度不同。其二，经营权和法人所有权两者所包含的内容不完全一致。其三，经营权是有期限的，法人所有权是永续的。其四，经营权的范围受法人所有权的制约。

本章复习思考题

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）

1. 产权是以财产为基础的（ ）的集合。
A、两项权能 B、多项权能 C、三项权能 P111
2. 产权的界定就是把产权的（ ）界定给特定的行为主体。
A、财产 B、收益 C、权能 P114
3. 私有产权的关键在于所有权利的行使的决策完全是（ ）做出的。
A、私人 B、集体 C、他人 P115
4. 有效的产权制度从根本上来说是引导人们实现将（ ）内在化的制度安排。
A、市场交易 B、外部关系 C、外部效应 P118
5. 三重产权制度是通过企业所有权与经营权发生（ ）分离而形成的。
A、一次 B、两次 C、三次 P128
6. 企业出资人与公司法人之间产生的所有权与经营权的分离，是具有（ ）的分离。
A、法律意义 B、经济意义 C、市场意义 P128
7. 股东共益权是以参与公司经营为目的的权利，股东（ ）是股东直接从公司接受经济利益的权利。
A、固有权 B、自益权 C、优先权 P133
8. （ ）是指出资人（股东）对投入公司资本的终极所有权。
A、法人所有权 B、最终所有权 C、财产所有权 P133
9. （ ）是指对于企业的收益扣除各项生产要素的报酬和投入品价格之后的剩余收入的索取权。
A、剩余索取权 B、收益分配权 C、股份分红权 P125
10. （ ）的界定是指法定主体所拥有的具体财产对象。
A、产权性质 B、产权主体 C、产权客体 P116

二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）

1. 产权的权能分解为占有权、使用权、（ ）等四种权能。
A、收益权 B、决策权 C、转让权 D、管理权 P111
2. 在市场经济中，产权的性质主要有：产权主体具有经济实体性；产权运动具有独立性；（ ）。
A、产权体系具有可分性 B、产权权利具有可转让性 C、产权交易具有市场性 D、产权管理具有系统性 P113
3. 产权界定主要有以下几种形式：（ ）
A、私有产权、共有产权 B、组织产权、集体产权 C、集体产权、国有产权

D、共有产权、单位产权 P115

4. 三重产权制度所经历的两次分离，分别是具有（ ）的分离。

A、法律意义 B、制度意义 C、经济意义 D、产权意义 P128

5. 产权制度的发展主要经历了（ ）等三个阶段。

A、排他性的产权制度 B、协调性的产权制度 C、转让性的产权制度 D、组织创新的产权制度 P118

6. 产权制度具有多种功能，主要有：（ ）

A、激励功能 B、增进资源配置效益的功能 C、扩大企业规模的功能 D、形成稳定预期的功能 P121

7. 在股权的分类中，按股东拥有股份类别，可以分为（ ）。

A、法人股东 B、自然人股东 C、普通股股东 D、优先股股东 P134

8. 在经济活动中，产权的界定主要通过两种方式进行：（ ）。

A、法律机制 B、上级安排 C、私下协商 D、市场交易 P115

9. 三重产权制度经过两次分离形成了（ ）。

A、最终所有权 B、法人所有权 C、财产所有权 D、企业经营权 P132

10. 相对而言，有效率的产权安排主要有（ ）。

A、私有产权 B、集体产权 C、共有产权 D、国有产权 P120

三、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 一重产权制度是企业所有权与经营权统一于所有者手中的一种产权制度模式。P127

2. 外部效应就是未在价格中得以反映的经济交易成本或效益。P118

3. 集体产权就是集体中每个成员都行使同样的权利。P116

4. 完整的产权是指所有的产权权能都由一个产权主体享有 P112。

5. 如果交易费用不为零，就没有必要建立产权制度。P114

6. 共有产权对资源配置的效率较低。P120

7. 股权是一种综合性的权利。P133

8. 共益权是以参与公司经营为目的的权利。P134

9. 有效的产权制度的建立有助于克服“偷懒”或“搭便车”等道德风险行为。P123

10. 二重产权制度是公司产权结构中的最佳产权权能安排。P127

四、简答题（回答要点，不需论述）

1. 什么是产权？

2. 产权界定主要有哪几种形式？

五、论述题（概述有关原理，联系实际）

建立产权制度对市场经济发展有什么意义？

六、思考题

1. 试分析产权制度与“外部效应”的关系。

2. 四种产权安排形式的效率怎样？

3. 最终所有权是一种什么样的权能？

第四章 公司治理结构

公司企业实现了所有者主体多元化，尤其是股份有限公司由于出资者或股东人数众多，因而他们不像单个业主制企业和合伙制企业，由出资者直接进行经营管理，而是通过一个公司治理结构（Corporation governance 也称法人治理结构）来经营和管理的。本章的教学目的和基本要求：通过本章的学习要对公司治理结构的内在关系和制衡机制有深入的认识，能够对公司治理的各种关系进行分析。本章的主要知识点包括：公司治理结构的构成；股东大会、董事会和执行机构的职责及特点；股东大会与董事会的信任托管关系；董事会与经理人员的委托代理关系分析；对经理人员的激励与制约。本章的主要难点在于对公司治理结构的内在制衡关系，特别是对信任托管关系和委托代理关系的理解及分析。

第一节 公司治理结构的构成

一、股东及股东大会

（一）什么是股东

股东是指持有公司股份的投资者。具体说来，股东是向公司投资（认购股份），从而持有公司股票（股份），凭所持股票行使权利，享受法定的经济利益并承担义务的人。任何拥有财产的组织或个人都有资格购买公司股票（认购股份）而成为该公司的股东。

股东作为公司财产的最终所有者，他们是通过股东大会行使自己的审议权和投票权，维护自己的法定权益。

（二）股东大会

股东大会是依照公司法和公司章程规定，由全体股东组成的，决定公司重大问题的最高权利机构，它是股东表达其意志、利益和要求的主要场所和工具。股东大会可以分为成立大会、普通年会、临时会议和特种会议四种形式。股东出席股东大会可亲自进行投票参与表决，也可以委托为股东实现表决权的代理人（即表决信托人）代为投票表决。

二、董事与董事会

（一）董事及其责任

董事。董事是由股东大会选出的代表股东对公司的经营活动进行决策和领导的专门人才。各国法律一般规定，公司董事既可以是自然人，也可以是法人。法人作为公司董事时，必须指定一名有行为能力的自然人作为其代表。在公司法中，对任职董事的限制是预防性的，目标不是把具有经营才干和品行优良的人推到董事的位置上，而是重在防止某些人进入董事会，以避免可能造成对公司消极的乃至灾难性的后果。在公司章程中，对任职公司董事的资格限制与公司法中的预防性限制不同，其目的是把最有才干的人，或者至少具有较强经营能力和专业特长的人放到董事位置上。

董事对公司（股东）的责任是多方面的，概括起来，主要是：第一，董事必须对公司忠诚。第二，董事必须以谨慎管理和熟练技能为公司服务。

（二）独立董事

所谓独立董事是指不在公司担任除董事外的其他职务，并与其所受聘的公司及其主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系的董事，有时又叫做外部董事。独立董事制度是在公司的股东利益最大化受到损害，特别是要求保护中小股东利益的意识日益加强的背景下应运而生的。独立

董事在公司的重大决策方面要有自己的独立判断，在董事会或股东大会上要能够表达自己的独立意见并拥有独立投票权，他们服务于企业利益最大化。

（三）董事会

董事会由股东大会选出的董事组成，并依照法律规定由公司设置。董事会是由董事组成的负责公司经营管理活动的会议制机构。即通过董事会议决定公司经营的事宜，它实行的是集体负责制。在股东大会闭会期间，董事会是公司的最高决策机构，是公司的法定代表。董事会对内管理公司事务，对外以公司名义进行活动。

董事会代表股东对公司的经营实施监督管理，因而拥有一定的职权，主要包括：（1）制定公司的战略规划，经营目标，重大方针和管理原则；（2）挑选、聘任和监督经理人员，并掌握经理人员的报酬与奖惩；（3）协调公司与股东、管理部门与股东之间的关系；（4）提出盈利分配方案供股东大会审议。但是，董事会的职权也受到三个方面的限制：（1）董事会作为公司的法定代表，不得从事与公司业务无关的活动；（2）董事会不得超出股东授予他们的权限范围行事；（3）股东大会的决议如果与董事会的决议发生冲突，应以股东大会的决议为准，股东大会有权否决董事会决议以至改选董事会。

三、高层经理与执行机构

（一）高层经理人员

高层经理人员又称高层执行官员（executive officers），是受聘于董事会，在董事会授权范围内拥有对公司事务的管理权和代理权，负责处理公司的日常经营事务的总经理、副总经理等。高层经理在董事会授权范围内有独立的指挥权和组织权，通过执行董事会的战略决策，实现董事会制定的经营目标。首席执行官都是由内部董事担任，他们既是公司日常经营的第一责任人和指挥者，也是公司的董事，甚至是公司的董事长，对董事会会议及其决策有重要的影响。首席执行官的出现代表着将原来董事会的一些决策权过渡到经营层手中，也就是使首席执行官的执行权和决策权都有所强化。

（二）公司执行机构

公司执行机构是由受聘于公司董事会的高层经理人员（一般是总经理、副总经理等）组成，具体负责公司经营管理活动的一个执行机构。公司执行机构是一个具体执行已经决策的事务实施机构，因此，他不能像董事会（会议制机构）那样实行集体负责制，它必须实行首长负责制，即公司总经理个人负责制。公司执行机构的主要职责是贯彻执行董事会作出的决策。它在具体执行和管理公司业务的活动中，主要有以下职权：贯彻执行董事会决议；组织；人事；技术；协调；对外关系。

第二节 股东大会与董事会的信任托管关系

一、信任托管关系

（一）信任托管关系形成

股东大会与董事会之间最基本的关系是资产授权经营关系，即按照公司法和公司章程的规定，以及实际经营的需要，股东们把直接管理公司的权力委托给董事会，而董事会受股东大会的委托，管理公司法人财产、负责公司经营。于是，在公司治理结构中，董事是股东的受托人，承担受托责任。从法律原则上说，股东大会与董事会之间的这种关系是一种信任托管关系。

（二）信任托管关系的特点

股东大会与董事会的信任托管关系有以下特点：第一，一旦董事会受委托经营公司，董事会就

成为公司的法定代表，它在公司章程和股东大会授权的范围内享有管理公司的充分权力。第二，董事会集体对股东大会负责。股东大会将管理公司的权力委托给董事会集体，而非董事会单个成员。凡是公司委托给董事会的权力，原则上由董事会集体行使。第三，董事会不能超越给定的权力范围行使权力。第四，受托经营公司的董事不同于受雇的经理人员。

二、股东大会的“信任”与董事会的“忠诚”

（一）股东为什么选择信任托管

股东大会与董事会之间的财产授权关系不同于一般的财产托管关系。一般的财产受托都以本人名义持有受托财产，管理受托财产以不冒任何风险为原则。但是，公司法人财产是以公司的名义注册的，董事会并不以自己的名义持有公司法人财产，而且还必须以法人财产为资源从事经营而冒风险，因此，董事会经营受托财产的责任就是“为股东谋利益的责任”。

对股东来说，为什么对董事实行“信任托管”而不是其他形式的托管，原因在于这是股东大会所能采取的唯一立场。具体原因如下：第一，财产授权不是等价交换，也没有抵押或担保。股东大会把公司法人财产交给董事会去经营，自己并没有从董事会那里得到等价物或财产抵押、担保，而完全是财产的“单向”授权。第二，法人财产的收益无法事先得到保证。股东大会把法人财产交付给董事会，目的是为了得到经营利润。但利润这种收入不同于其他收入，它是得不到事先保证的。而在经济活动中，其他经济角色的收入往往是事先可保证的。第三，“事先审批”和“密切监督”会增加成本，降低效率。从以上三点来看，股东大会把公司财产授予董事会负责经营时，只能以信任的态度对待董事会。

（二）董事会为什么要“忠诚”

股东会对董事会持信任态度，董事们理应对股东会报以忠诚，才是精诚合作的态度。所谓“忠诚”，在这里主要是指两个方面。一是指在公司所进行的任何交易中，董事们为股东谋取利益至少不得低于某一下限。二是指在经营过程中，如果出现董事与股东之间的利益冲突，董事们宁可牺牲自己之利益，也要把股东的利益放在首位。当然，对董事会的“忠诚责任”有时很难简单判别，因为这涉及到很多问题，尤其是经营决策中的问题非常复杂。

（三）大股东为何看重“人事权”

公司股东有大股东与小股东之分。按公司法和公司章程，他们都“享有所有者的资产受益、重大决策和选择管理者等权利”。但是，这些权利对大股东和小股东的重要性却是不同的。国内外公司实践表明，大股东重要的权利并不是战略决策权、资产处置权、股东分红权等项权利，而是人事任免权，是对董事（长）的任免权。

对大股东来说，掌握公司的人事权之所以最为重要，其原因主要有三点：第一，这是由公司的基本产权关系所决定的。第二，这是股东实施间接控制所必需的。在公司企业里，股东大会对公司的控制因“所有权与控制”的分离而变成了间接控制，股东会不能越过董事会去干预企业经营。这时，股东们必须知道投资将交给什么人管理。第三，人事任免权是大股东最可靠的权利。股东尽管享有各项决策权，但其中只有人事权这一项最可靠。这一点与信息问题密切相关。第四，大股东控制人事任免权也就是把握了最本源的权利。说到底，公司的一切事情都是由人来做的，公司的所有资源中最最重要的资源当属人的资源，只要控制了最重要的人事安排，就可以通过这些人来体现大股东的意原。

（四）董事的“服务合同”

董事会要集体向股东会负责，受托经营公司的法人财产，这在公司法及公司章程中都有明确规定。但仅此还远远不够，因为它没有解决“董事个人”与公司的具体交易关系或受托关系的问题。作为公司财产的受托人，董事们是否也应该与公司签订某种合同呢？在这里，我们可以明确地说，

“服务合同”应是董事角色的必要依据。

首先,从国外公司的实践中可以看到,确实存在着董事与公司之间的服务合同。其次,董事为什么要签定这种服务合同?这可以从三个方面来说明:第一,董事不能搞“特殊”。公司任何职员都应与公司签订合同,以便具体明确双方的责、权、利关系,如果发生经济纠纷,可以合同作为判断是非的法律依据。第二,董事的“身份”需要服务合同予以完善,仅仅由公司向董事发聘书;董事承认公司章程与细则的内容,董事的“身份”并未真正的落实。第三,不同董事之间的差异也有待服务合同加以区分。

第三节 董事会与公司经理之间的委托代理关系

一、委托代理关系的含义及特点

(一) 委托代理关系

董事会代表股东的利益承担了管理经营公司的责任,但是,董事会作为公司的最高决策机构,它并不直接进行日常经营,而把日常经营的权利委托给他们认为有经营才能的专职经理人员来掌管。公司的经营管理按重要程度可划分为两部分:(1)公司的重要经营决策,如公司的经营战略、投资方案、重要的人事政策、公司的基本管理规范等由董事会直接负责管理;(2)公司日常事务的经营管理则交由经理人员和执行机构来管。这样,董事会与经理之间形成了委托代理关系。

(二) 委托代理关系的特点

委托代理关系有以下特点:第一,经理人员作为董事会选定的代理人,其权力受到董事会委托范围的限制,包括法定限制和意定限制,如某种营业方向的限制、处置公司财产的限制等。第二,公司对经理人员是一种有偿委任的雇用,这一点与董事不同。由于经理是被公司有偿雇用的,所以经理人员有义务和责任依法经营好公司的事务,董事会有权依经理人员的经营绩效进行监督,并据此对经理人员做出(或约定)奖励或激励的决定,也可以随时解聘经理人员。对经理人员的任免权是董事会制约经理人员的重要手段。

(三) 委托代理中的控制与合作

董事会与经理人员之间的委托代理关系主要是在规范约束下依靠“控制——合作”来维系。在董事会与经理人员的委托代理过程中,往往产生许多矛盾或冲突,其根本原因还是一个权利划分问题。由于公司法及公司章程中无法把他们各自的权利、责任事先规定得面面俱到,而只能从原则上加以划分,由此留下了责权不清或争夺权利的空间。而避免权利不清、相互推委等这类问题的发生就需要董事会与经理人员在经营过程中注意控制与合作的协调。

(四) 控制与合作的三类董事会

在公司治理结构中,董事会与高层经理之间的关系,是以董事会对经理实施控制为基础的合作关系。站在董事会的位置上看,其对高层经理的控制和合作虽然都很重要,但是,控制是第一性的,合作是第二性的。董事会与执行机构之间的这种“控制——合作”关系,在不同的公司组织和经营要素的条件下表现出了不同的形式,由此,形成了不同类型的“控制与合作”的董事会。大体上可以分为三种类型:

第一种是“看守型”董事会。这种董事会的主要工作仅限于选聘经理者并监督经营业绩。这种董事会与执行机构之间的关系是:“控制”是只以人事任免方式进行的控制;“合作”是不过问、不干预式的合作。

第二种是“包办型”董事会。这种类型的董事会不仅行使选聘或撤换经理的权力,而且要全面介入公司的经营业务。此时,董事会与执行机构之间的关系是:“控制”是通过董事会的事必躬亲

来实施；“合作”并不被董事会重视，只偏爱发号施令要求经理贯彻其旨意。

第三种是“分工型”董事会。这种董事会就是按照公司法和公司章程所规定的理想模式，与执行机构各自执行其分工明确的工作，既密切合作，又相互制约。

第四节 对经理人员的激励与制约

一、激励机制及其设计

（一）激励机制

为了正确处理委托——代理关系，具有关键意义的是建立起对经理人员的激励机制和制约机制。激励机制是指通过设计出一些激励项目，使受激励者由此受益而产生认真工作，努力开拓的动力，有时也称之为动力机制。作为代理人的经理人员所追求的，主要是他们的人力资本（知识、才能、社会地位）的增值和提供人力资本进行指挥劳动所取得的收入的最大化。为此，就需要建立一套有效的激励机制。

（二）薪酬体系

在企业里，激励机制主要是通过薪酬体系的设计和有效的运用来形成。薪酬体系关注的是行动及其结果，它包括工资计划、激励项目、奖金办法等，以及多种形式的对个人贡献的承认方案。一种有价值的经理人员薪酬体系应当在股东收益最大化和经理人员薪酬政策之间建立起联系。最优的薪酬设计必须把经理人员的利益与企业利益联系在一起，使他们的薪酬与他们的经营绩效联系起来。

从一些成功经营的企业的薪酬框架来看，经理人员的薪酬一般由基本工资、奖金、股票和股票买卖期权（options）等薪酬要素构成。每一种报酬要素都既有优点，又有缺点。最优的报酬设计应是所有不同的薪酬要素和不同报酬形式的最优组合。

经理人员的经营绩效一般包括公司的盈利状况、市场占有率、企业形象、企业在社会公益事业方面的表现等，往往是根据他们的工作绩效给予其以上薪酬内容的激励。由于绩效包括现期绩效和未来绩效，因此，在薪酬设计中，工资、奖金等主要是对现期绩效的回报，而股票和股票（买卖）期权主要是与未来绩效相联系。

二、制约机制

制约机制是指通过对特定活动者的监督和约束作用，使其行为受到一定的限制。主要有内部制约和外部制约：内部的制约是指股东、董事会及监事会对经理人员的监督和约束。内部制约的作用通常是直接作用在经理人员身上，因此对其行为起到了基本的制约作用。外部制约是指市场对制约经理人员的行为所起的制约作用。

在市场的制约中，经理人员主要受到三种市场竞争机制的约束，这就是：（1）经理市场竞争的约束。经理（作为劳动力的特殊部分）市场的竞争对经理人员的晋升和被取代施加有效的压力。

（2）商品市场竞争的约束。一个企业经营的好坏，归根到底要由它在市场竞争中的表现来衡量，而商品在市场竞争中的情况，能够直接反映出经理人员经营企业的业绩。（3）资本市场竞争的约束。资本市场竞争的实质是对公司控制权的争夺，它的主要形式是接管。

本章复习思考题

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）

1. 任何组织和个人都可以通过（ ）而成为公司的股东。
A、向公司提出申请 B、购买公司的股票 C、参与公司的经营 P139
2. 公司就某些特定的有关问题，根据不同种类股份的股东权利而召开的股东会议，叫做（ ）。
A、股东例行会议 B、股东临时会议 C、股东特种会议 P140
3. 董事会是由董事组成的负责公司经营管理活动的会议制机构，它实行的是（ ）。
A、集体负责制 B、领导负责制 C、个人负责制 P145
4. （ ）是指不在公司担任除董事外的其他职务，并与其所受聘的公司及其主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系的董事。
A、执行董事 B、关联董事 C、独立董事 P145
5. 股东大会对董事会持信任态度，董事会对股东大会的首要责任就是（ ）。
A、忠诚 B、勤奋 C、慎重 P159
6. 大股东最看重的权利是（ ）。
A、经营决策权 B、收益分红权 C、人事任免权 P161
7. 在董事会与执行机构之间，最重要的是（ ）关系。
A、控制与合作 B、监督与管理 C、任命与约束 P170
8. 一种有价值的经理人员薪酬体系应当在（ ）最大化和经理人员薪酬政策之间建立起联系。
A、公司收益 B、员工收益 C、股东收益 PP178
9. 在对经理人员的薪酬设计中，工资、奖金等主要是对现期绩效的回报，而（ ）主要是与未来绩效相联系。
A、养老与退休金 B、股票与股票期权 C、未分利润和福利 P179
10. 董事会经营受托财产的基本责任就是（ ）的责任。
A、为股东谋利益 B、为员工谋利益 C、为社会谋利益 P157

二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）

1. 股东大会是依照（ ）的规定，由全体股东组成的决定公司重大问题的最高权力机构。
A、公司法 B、公司经营决策 C、公司章程 D、公司管理条例 P140
2. 股东大会的表决方式有很多种，其中常用的方式主要有（ ）。
A、直接投票 B、累积投票 C、差额投票 D、分类投票 P141
3. 董事所享有的权力主要是：
A、董事会参与权 B、收益分红权 C、公司代表权 D、业务执行权。P145
4. 高层经理在董事会授权范围内有独立的（ ），通过执行董事会的战略决策，实现董事会制定的经营目标。
A、指挥权 B、投资权 C、组织权 D、收益权 P149
5. 董事会在实施控制与合作的过程中，主要表现出了以下几种董事会：（ ）。
A、监督型 B、看守型 C、包办型 D、分型 P171
6. 在对经理人员的薪酬设计中，按公司经营的时间过程，一般把公司经营的绩效划分为（ ）。

A、现期绩效 B、前期绩效 C、同期绩效 D、未来绩效 P179

7. 从一些成功企业的薪酬框架来看, 经理人员的薪酬一般由()等薪酬要素构成。

A、基本工资 B、奖金 C、特殊消费 D、股票和股票买卖期权 P178

8. 公司内部制约主要是指()对经理人员的监督和约束。

A、股东 B、董事会 C、员工 D、监事会 P180

9. 对经理人员的外部制约主要是来自市场竞争的制约, 主要有: ()。

A、经理市场竞争的约束 B、商品市场竞争的约束 C、资本市场竞争的约束 D、购并市场竞争的约束 P181

10. 公司治理结构的关系, 主要涉及的是()相互制衡关系。

A、股东大会 B、职工大会 C、董事会 D、执行机构 P138

三、判断题(正确的打√, 错误的打×)

1. 公司股东既可以是自然人, 也可以是法人。P139

2. 在公司章程中, 对任职公司董事的资格根据其品行情况进行了限制。P143

3. 由高层管理人员组成的公司执行机构实行的是集体负责制。P151

4. 董事会与执行机构之间的控制与合作关系, 合作是第一位的, 控制是第二位的。P170

5. 股东大会的直接投票方式不利于保护少数股权持有者的利益。P141

6. 大股东在其享有的各项权利中, 最看重的是收益分配权。P161

7. CEO 体制是现代公司管理中最有效的管理体制。P150

8. 董事会与执行机构的权限划分问题不可能靠法定权限的规定完全界定。P168

9. 董事会要集体向股东会负责, 受托经营公司的法人财产, 因此没有必要签定服务合同。P163

10. 经理市场会根据某个经理过去的表现计算出这个经理将来的价值, 因此, 经理人员将受到经理市场的约束。P181

四、简答题(回答要点, 不需论述)

1. 执行机构为什么要实行个人负责制?

2. 为什么大股东更看重“人事权”?

五、案例分析:

原来的“巨人集团”在史玉柱的领导下, 曾屡创辉煌。但是, 后来因为史玉柱在管理决策方面的独断专行, 使其作出了错误的经营决策。虽然, 有人曾指出了其决策的危险性, 但是无力对其加以修正。因为史玉柱占有公司股份的绝对控制权, 他有权自主决定公司的重大决策。

请用公司治理结构的关系分析原“巨人集团”的不足。

六、论述题(概述有关原理, 联系实际)

为什么既要对经理人员进行激励又要对其进行制约?

七、思考题

1. 公司治理结构所指的是公司中的什么关系?

2. 公司法 and 公司章程对公司董事有什么要求?

3. 如何理解股东大会的“信任”与董事会的“忠诚”?

八、讨论题

为什么说公司具有“独立的生命”？

第五章 企业组织结构

企业在其内部的产权关系和治理关系的基础上,根据各种相关因素的作用,将形成一定的组织结构形式。企业组织结构是完善企业组织和对其进行科学管理的基本框架。通过本章的学习要求掌握企业组织结构的基本构成要素以及不同的企业组织模式,特别是对现代企业组织结构应该有深入和全面的把握,同时对现代企业组织存在的一些问题也应该有所了解。这一章的主要知识点包括:影响企业组织的主要因素;企业的基本组织模式;企业传统组织结构的基本类型;现代企业组织结构的基本类型;现代企业组织发展的新变化。本章的主要难点是对现代企业组织的变化特征及其不同模式的选择与应用的认识和把握。

第一节 企业组织因素

一、组织与组织结构

(一) 组织的定义

关于组织的一般含义,主要是指为了达到某种目标而有目的地构成的联系群体。一般的组织都具有结构严谨和行为规范的特点,这是因为在组织内部,有一定的劳动分工和权力分配,而每个组织成员的角色和身份都有明确的界定。就企业而言,其组织就是为实现企业目标所必需进行的各种活动加以分类,并分配给相应的单位和个人,分别委以职责,赋以职权的联系体系。

(二) 组织结构

所谓组织结构,就是指组织内部分工协作的基本联系方式或框架。组织结构的功能就在于为分工协作提供一个基本框架。这里强调“基本”一词,是因为分工协作的手段是多种多样的,组织结构是最具指导性的一种。现代企业需要组织结构来提供一个基本框架,对管理对象、工作范围、联络路线等予以规定,这为企业的具体组织工作提供了一个管理构架。

二、组织结构的关系

(一) 确立组织结构的基本关系

要确立合理的组织结构,必须考虑和确定以下五个方面的关系及问题:

1. 分工关系。分工过程是为实现一定的目标,而对必要的工作或职能进行细分化,并确定不同职位和相应的承担者。

2. 部门化。部门一词是指在一个组织中,一个管理人员有权执行所规定的活动的一个明确区分范围、部分或者分支机构。在部门化的组织中,所有的部门就成为组织的基本单位,或者是组织系统的子系统。

3. 权限关系。如果部门化是机构的分割,那么,权限关系就涉及权力的分割。组织中的权限关系,就是指组织中职权的安排和行使关系。要理解权限关系问题,应该对权力和职权有所了解。权力是一个广泛的概念,它是个人或团体劝导或影响别人或其他团体的信念或行动的能力。职权也是一种权力,指的是管理职位所固有的发布命令和希望得到执行的这样一种权力,当然这不过是组织安排的一种权力。

4. 沟通与协商。组织结构因部门化和分工,使部门与部门、人与人之间的沟通和协调十分重要。合理的组织结构可使组织内的信息传递路线大大改变和减少。

5. 程序化。组织结构最大的特点就是它有一套预设的行动框架。由此它才能稳定地指导和规

范组织成员和单位的行为。一般说来，我们可以把通过事先制定行动方案，当某些事件发生时按预设的方案及时处置的组织工作叫程序化。

（二）确立组织结构的基本要素

确立企业组织结构需要考虑以下基本要素：其一、信息沟通。信息沟通贯穿于企业活动的全过程，组织与外部环境的关系，组织内部的分工协作，都需要通过信息沟通来实现。其二、技术特点。企业的技术特点影响到组织工作的各个方面，技术特点主要包括技术的复杂程度和稳定性两个方面，它们都对组织结构产生直接影响。其三、经营战略。企业组织的建构必须服从于经营战略，随经营战略的变化而调整。经营战略有许多类型，组织结构应该根据不同的战略作出选择。其四、企业规模。一般规律是企业规模小，组织工作量大，组织结构也相应较简单；企业规模大，组织工作量大，需要设置的部门机构多，各机构间的关系也复杂。其五、环境变化。对复杂多变，有较多不确定性的环境，要求给中下层管理人员较多的经营决策权和随机处理权，以增强企业的适应力；对稳定的、可把握的环境，可设置比较稳定的组织结构。

第二节 企业组织的基本模式

一、机械—科层制模式

产生机械—科层制模式的主要变量是简单常规技术基础上的规模经济和标准化需求产生的大规模市场。其组织结构就强调分工与专业化，强调严格的岗位责任制，强调统一集中指挥下的大规模作业。但当市场需求发生新的变化时，组织的反应能力比较差。

二、有机—专业化模式

当生产过程是以高技术为特征，市场需求以小批量多变化为条件时，以上机械—科层制模式就不适用了，此时，有效的组织模式应为有机—专业化模式。这种模式强调的是在专业知识基础上的横向交流、创新与品质，以及对环境变化的适应性。灵活的权威结构，畅通的信息交流，高昂的敬业精神，创新的价值追求，是这种模式中比成本控制与规模经济更为重要的因素。

三、传统—手工模式

有机—专业化模式中，组织变量的主要因素是小市场加上高技术。当小市场加上简单技术时，就可以采用传统—手工模式。这种组织模式的特点是适用于小规模及产品的工艺性的生产领域。这种企业的业主通常对决策具有直接支配权，而没有一个专业管理队伍来协助管理和讨论决策，因此，决策主要出自业主的个人判断。

四、机械—有机混合模式

机械—有机混合模式主要是机械—科层制模式和有机—专业化模式的综合，它包含了这两种模式的某些主要因素和特征。这种模式的基本技术经济变量是较大规模的市场需求，独特品质的产品和使用更复杂技术进行生产。实现这种双重要求的兼顾办法就是把组织的一部分按照机械—科层制方式，而另一部分按照有机—专业化模式来建构。

第三节 企业组织结构类型

一、传统组织结构类型

（一）直线组织

直线组织是一种最简单，也是最早使用的企业组织结构。直线组织结构又称单线制结构。其组织特点有：（1）上级组织与下级组织之间层次分明，一级统率一级。（2）各级领导在管辖范围内行使对下属的直接指挥，下属必须绝对服从。（3）一个下属单位只接受一个上级领导的指令，并只向一个上级领导汇报工作。

（二）职能组织

职能组织是从泰罗倡导的“职能工长制”演变而来的。其基本特点是采用按职能实行专业分工的办法来取代“直线结构”的“全能式”管理者，它是在各级领导者之下设置按专业分工的职能机构与职能人员，如生产、设计、财务、销售、供应等，并授予相应的职权。

（三）直线参谋组织

直线参谋组织是将企业组织机构和人员分为两类：一类是直线指挥人员，他们拥有对下级指挥和命令的权力并对主管的工作全面负责；另一类是参谋人员和职能机构，他们是直线指挥人员的参谋和助手，无权直接对下级发布命令进行指挥。

（四）直线职能参谋组织

直线职能参谋组织实际上是直线参谋组织的补充和变种。两者的区别在于，直线参谋组织结构是在保证直线指挥的前提下，为了充分发挥专业职能机构的作用，直线领导授予某些职能机构一定程度的职能权（决定权、控制权、协调权）。这样可以弥补在直线参谋组织中职能机构只是出主意、提建议的状况，以便充分发挥职能机构的作用。

二、现代组织结构类型

（一）事业部制

事业部组织又称分权组织，它是以企业总部与部门之间的分权为特征的，即它是在直线职能参谋制结构基础上发展而来的。其基本特点是：企业的生产经营活动、按产品大类或地区的不同划分部门，设立经营事业部；各个事业部在公司统一领导下实行独立经营、单独核算、自负盈亏；各事业部作为一个利润中心，成为实现总公司目标利益的责任单位，统一管理所属产品或地区的生产、销售、采购等全部活动；在经营管理上是拥有相应自主权的“自主经营单位”，对公司赋予的任务承担全面的责任。

事业部组织结构，实行“政策制定与行政管理分开”，“分散经营与协调管理”的原则。总公司主要负责研究和制定各项政策，制定总目标与长期计划，规定经营销售利润总额及价格幅度，并对事业部的经营、人事、财务实行监督，不具体从事日常的行政事务。各事业部在总公司的政策、目标、计划的指导和控制下，从事生产经营活动，并根据生产经营活动的需要建立相应的组织管理部门，这些部门作为事业部管辖下的单位机构，将按事业部所布置的任务进行活动。

（二）分权型“中心组织”

所谓“中心组织”是指在分权的基础上设立的享有特定权利的组织单位。依据其享有的特殊权，通常把这样的中心组织简称为某“中心”。在现代企业组织类型中，最基本的中心组织主要有三种，这就是：责任中心、投资中心和战略中心。

（三）矩阵组织

矩阵组织结构由纵横两个组织系列组成，一个是职能部门系列，另一个是为完成某一项目或临时任务而组建的项目组系列。按项目组建的小组的工作人员是以按职能划分的部门中抽调组成的，由项目经理领导，项目完成后，这些人又回原来的职能部门。这种组织形式既有按职能划分的纵向联系，又有按执行项目或任务划分的横向联系，纵横两个系列交叉，即构成矩阵形式。

（四）多维组织

多维组织又称立体组织，它是矩阵组织的进一步发展，是系统论在企业组织结构上的具体运用。采用这种组织结构，对各类产品的产销工作不能由单一的某一组织部门作决定，而要由产品事业部组织、专业参谋机构与地区部门的代表三方面组成的产品事业委员会通过共同协商来进行。

第四节 企业组织的变革和发展

一、企业组织的变革趋势

（一）扁平化

组织结构的扁平化，是指企业组织中管理层次的减少和管理幅度的扩大。组织结构扁平化是为了适应组织环境日益复杂多变的情况而对企业组织进行的新的设计和变革。它的合理安排和运作需要有两个重要的条件：一个条件是现代信息处理和传输技术的巨大进步；另一个条件是组织的员工独立工作的能力大大提高，企业向员工大量授权，传统的上下级关系、发号施令与被动执行的关系转变为一种新型的团队成员之间的关系。

（二）柔性化

组织结构的柔性化是指在企业组织结构的设计和选择中，不设置固定的或机械式的正式组织机构，而代之以一些临时性的、以任务为导向的团队式或有机式组织。进行柔性化的组织变革是为了使一个组织的资源得到充分利用，增强组织对环境动态变化的适应能力。就柔性化的组织特征来看，其在组织结构中更为充分地体现的是权力下放和不断变革。再就是通过重新设计把组织结构的不断自我调整看成是组织结构存在的常态，而不是偶尔进行的一次组织行为。

（三）分立化

所谓分立化是指从一个大企业里分离出几个小的企业，把原来企业总部与下属单位之间的内部性的上下级关系变为外部性的企业与企业之间的关系。企业分立化的内在本质及其合理性是由交易费用所决定的，实际上就是基于交易费用的作用，把原来企业以行政手段为联系机制的层级管理结构转变为以市场手段为联系机制的市场交易结构。

（四）网络化

网络化组织体现了新的组织结构在“分”的基础上，又以特定的联系方式再“合”的重要变化趋势。一方面是一些大的企业通过分立化形成了许多自主经营的独立单位，由于有些企业之间存在着相互依赖的经济关系，他们就以市场机制为手段组建起一体化的网络制组织结构；另一方面，许多企业为了增强市场竞争能力，通过联合、并购等途径把若干命运休戚相关的企业联结起来，形成了网络化的经济联合体或企业集团。

企业组织的网络化具有两个根本特点：其一，利用特殊的市场手段代替行政手段来联结各个经营单位之间及其与企业总部之间的关系。其二，在组织结构网络化的基础上形成了组织的虚拟功能。所谓虚拟功能是指企业具有某种功能，但却不一定必须自己拥有与这样的功能相对应的组织结构。

二、企业组织结构的新模式

（一）虚拟组织

虚拟组织是以机会为基础的动态组织结构，它是由许多企业单位形成的一种有机的企业网络组织，其中的人员和工作过程都来自于这些企业单位，他们相互影响和相互作用，为了共同的利益而努力。虚拟组织主要是通过对核心能力、资源、顾客市场机会的整合而形成的。

虚拟组织最本质的特点主要是：其一，机会的契机。虚拟组织必须以顾客为中心，以机会为基础。其二，合作的关系。在虚拟组织中，成员企业必须结成利益共享、风险共担的合作伙伴关系。其三，灵活的运作。虚拟组织必须被设计成这样的一种形式：成员企业很容易加入，以分散的方式运作，可以实现和利用同步工作，并能够包容有助于利用机会的各种合作者，包括企业的竞争者。

（二）网络化组织

网络化组织是由若干相互独立的组织单位构成的一个成员不断变动的组织系统。其组织的主体由两个部分构成：一个部分是中心层，另一个部分是外围层。网络化组织模式在组织结构上具有与传统层级组织和上面所介绍的虚拟组织有所不同的一些特点：（1）网络化组织的中心几乎不是由传统的职能部门组成，通常是由一个小规模的经理人员集团构成。（2）网络化组织只把重点放在自己能够做得最好的职能工作上，而把除此之外的其他职能工作。（3）网络化组织都有一个相对稳定的中心层或管理群体，以此为核心来网络所需要的其他资源。

（三）无边界组织

无边界组织中的“边界”主要是指企业组织内管理层级之间的边界以及企业与市场中的供应商、经销商、顾客等利益群体之间的边界。无边界组织就是力求消除管理层级间的边界和与市场各种利益群体间的边界的组织模式。无边界组织是由美国通用电气公司（GE 公司）前董事长兼首席执行官杰克·韦尔奇（Jack Welch）首先提出并在 GE 公司改革推行的一种新的组织模式。现在，世界上许多企业特别是一些大企业都在开始用无边界组织改革其现有的组织结构。

本章复习思考题

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）

1. 组织结构是指组织内部分工协作的（ ）方式或框架。
A、职位安排 B、交易关系 C、基本联系 P184
2. 职权也是一种权力，不过是（ ）的一种权力。
A、自己争取 B、组织安排 C、上级给予 P185
3. 机械一科层制模式的结构特征之一是（ ）。
A、垂直沟通 B、横向沟通 C、交叉沟通 P189
4. 现代企业组织结构与传统组织结构相比，最明显的变化之一就是表现出（ ）变化。
A、集中化 B、分权化 C、标准化 P199
5. 事业部组织结构的最大特点是（ ）相分离。
A、上级与下级 B、生产与销售 C、决策与执行 P199
6. 矩阵组织结构由纵横两个组织系列组成，一个是（ ）系列，另一个是为完成某一项目或临时任务而组建的项目组系列。
A、生产部门 B、职能部门 C、技术部门 P203
7. 企业组织结构的（ ），是指企业组织中管理层次的减少和管理幅度的扩大。
A、分权化 B、网络化 C、扁平化 P214
8. 直线组织结构要求其领导者必须是（ ）的领导者。
A、专业化 B、全能式 C、监督式 P194

9. 无边界组织是由（ ）首先提出并在该公司改革推行的一种新的组织模式。

A、美国通用电气公司 B、美国通用汽车公司 C、美国通用食品公司 P221

10. 网络化组织是由若干（ ）的组织单位构成的一个成员不断变动的组织系统。

A、相互联系 B、相互持股 C、相互独立 P220

二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）

1. 组织的权限关系主要涉及到（ ）与（ ）。

A、集权 B、控制 C、合作 D、分权 P185

2. 在企业组织内部主要存在两种类型的分工，这就是（ ）。

A、人员分工 B、部门分工 C、职能分工 D、领导分工 P184

3. 机械—科层制模式的企业组织运作的主要绩效表现为：（ ）。

A、大批量生产 B、低成本 C、创造性地工作 D、高劳动生产率 P189

4. 直线组织结构的特点是：（ ）。

A、垂直管理 B、上级直接指挥下级 C、系统管理 D、一个下级接受一个上级的

指令 P194

5. 事业部组织的设立有多种方式，最常采用的方式有（ ）。

A、按顾客设立 B、按品牌设立 C、按产品设立 D、按地区设立 P199

6. 分权型的“责任中心”组织主要有以下类型：（ ）。

A、投资中心 B、利润中心 C、成本中心 D、预算中心 P201

7. 伴随着企业组织结构变革的新趋势，从 20 世纪 80 年代以来，产生了许多适应新的变化的企业组织新模式，主要有：（ ）。

A、虚拟组织 B、参谋组织 C、网络化组织 D、无边界组织 P218

8. 现代企业组织发展出的虚拟组织结构，其最本质的特点主要是：（ ）

A、机会的契机 B、合作的关系 C、灵活的运作 D、长期的联系 P219

9. 企业分立化的内在本质及其合理性是由交易费用所决定的，分立的主要方式有：（ ）。

A、横向分离 B、平行分立 C、纵向分立 D、整体分立 P216

10. 组织结构的柔性化是指在企业组织结构的设计和选择中，不设置固定的或机械式的正式组织机构，而代之以一些（ ）的团队式或有机式组织。

A、长期合作的 B、临时性的 C、以任务为导向 D、以经济为纽带 P215

三、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 完全分权就可以建立完备的组织结构。P185

2. 有机—专业化模式的主要组织变量之一是标准化服务。P191

3. 机械—有机混合模式的主要结构特征之一是集权与分权并存。P193

4. 现代企业已经摒弃了直线组织结构。P198

5. 企业战略中心有其自己的经营领域和目标。P202

6. 企业利润中心是一个自负盈亏的独立经营实体。P201

7. 无边界组织就是没有交易费用边界的组织。P221

8. 事业部组织可以根据不同的顾客来划分。P199

9. 网络化组织与虚拟组织的基本特征相同。P219

10. 企业组织结构的设计必须考虑环境变化因素。P189

四、简答题（回答要点，不需论述）

1. 事业部组织是一种什么样的企业组织？
2. 现代企业组织发展有哪些新特点、新趋势？

五、案例分析

70 年代美国通用电器公司首创了一种战略组织，他们把整个公司分成 13 个战略单位，每个战略单位配备有得力人物担任领导，每个战略单位成为一个利润中心，负责完成总部下达的利润指标，并享有相应的经营决策权。最后，这 10 多个战略经营单位都在各自的领域中成长为世界范围内该领域的佼佼者。

请问：美国通用电器公司所采用的是一种什么经营组织？你知道他们确定战略单位的标准吗？

六、论述题（概述有关原理，联系实际）

确立组织结构主要应考虑哪些问题？

七、思考题

1. 传统企业组织与现代企业组织的主要区别是什么？
2. 分权型“中心组织”是什么样的组织？
3. “虚拟组织”具有哪些特点？

第六章 现代企业集团

在现代社会经济发展过程中,企业集团的地位十分突出,并产生着极大的作用。因此,要全面认识现代企业,就必须研究现代企业集团。本章的教学目的和基本要求:通过这一章的学习,要求对企业集团的基本概念和主要特征有较深入的认识,特别是要注意把握现代企业集团的基本结构和运行模式,并对国内外的各种企业集团要有全面的认识。本章的主要知识点具体包括:企业集团的概念;企业集团的形成;企业集团的主要类型与特征;企业集团的组织结构与内部关系;企业集团的优化组织形式。本章的主要难点是对企业集团概念的理解以及对企业集团的各种组织结构的把握。

第一节 企业联合与企业集团

一、企业联合及其形式

(一) 企业联合方式

企业联合是在各个企业自愿结合成较大经济单位,以追求利润最大化,降低市场风险,增强竞争实力,并不一定放弃各企业法律上的独立性的情况下产生的。企业联合是伴随经济发展而出现的企业重组方式。根据企业联合的不同结合关系,及联合后各企业的法律地位的情况,可以认为,存在着三种不同的联合方式。

1. 企业的协作。这种企业联合可以根据合同以十分松散的形式组成工作共同体、专业协会及利益共同体,多企业的经营决策自主权在很大程度上保持不变。

2. 企业的集中。这种联合可以形成在经济上,特别是资本方面很严密的,并有合同保证的联合体。在联合体中可以大大地限制或部分甚至完全取消各企业在经济上、法律上的独立性。

3. 企业的合并。这种联合是将联合进来的各企业在法律上的独立权予以放弃,联合后在法律上仅仅只有一个法律单位或法人。

(二) 不同的联合形式

1. 卡特尔。卡特尔是企业联合的初步形式,这样的联合是在商品销售市场上的联合,它的典型形式是若干生产同类商品的企业联合成卡特尔(法语 *Cartel*, 音译)。卡特尔(*Cartel*)的原意是指同盟或协定,当生产同类商品的企业为垄断市场获取高额利润,订立关于共同划分销售市场,确定商品产量或规定商品售价的协定而形成一种同盟时,就被称为卡特尔,它是垄断组织形式之一。

2. 辛迪加。较深一层的联合是经营上的联合,它的典型形式是同一生产部门的若干大企业组合而成的辛迪加(法语 *Syndicat* 音译)。辛迪加(*Syndicat*)的原意为“组合”,它是指企业间订立有关共同销售量和采购原材料的协定,以达到通过高价出售商品,低价购买原材料,获取高额垄断利润的一种联合形式。它也是垄断组织的主要形式之一。

3. 托拉斯。更高级的联合是涉及产权关系的联合,它的典型形式是托拉斯(英语 *Trust* 音译)。这是若干生产同类产品或与产品有密切关系的企业在商品生产全过程的联合,其目的是垄断销售市场,争夺原料产地和投资范围,加强竞争力量,以获取高额垄断利润。这是垄断组织的高级形式之一。参加联合的企业在资本上、法律上、生产上、经销上都丧失了独立性,它们在经济行为上已不再是独立的法人,而是被融入到一个新企业之中。

4. 康采恩。最复杂也是最晚出现的资本增值全过程的联合,它的典型形式是康采恩(德语 *Konzern*, 音译)。康采恩(*Konzern*)的原意为多种企业集团,这是由不同经济部门的多种类型的

企业以一个大的垄断企业为核心的联合。它包括工业企业、贸易公司、银行、保险公司、运输公司等，旨在垄断销售市场、争取原料产地和投资场所，以获取高额垄断利润，它也是垄断组织的高级形式之一。

二、企业集团及其特点

（一）企业集团的含义

企业联合过程中曾出现的卡特尔、辛迪加和托拉斯这些联合组织，因都是典型的垄断组织，它们对市场竞争和经济发展带来很多负面影响，因此，先后被许多国家制定法律予以限制或取缔。在第二次世界大战以后，因经济的迅速发展，对企业重组联合提出了新的要求，于是首先在日本又出现了新的企业联合体。为了避免这些新的联合体组织在名称上与财团、财阀等的联系，日本人就把这样的联合体组织叫做“企业集团”。因此，“企业集团”一词是最先是由日本人在“二战”以后提出来并专指新的企业联合组织的名称。

国外对企业集团的概念有多种表述：一是，企业集团指企业群所衍生的集团；二是，企业集团不是企业的简单聚合，而是特殊方式的大企业结合形态；三是，企业集团是以各成员企业在技术及其他经济机能上的互相补充为目的，以成员的自主权为前提，在对等互利原则下结成的持续长久的经营结合体形态和经营协作体制。

通过对企业集团这些概念的综合，我们可以归纳关于企业集团的比较一致的看法：企业集团应该是在经济、技术、生产经营上有联系的企业通过一定的方式结合而成的多法人的经济联合体。它是规模经营的企业组织，是企业联合的高级发展形态。

（二）企业集团的特点

企业集团组织结构的四种特性是：（1）群体性。这就是说，企业集团是一组有法人资格的企业群体所组成，而不仅是一个大企业。（2）整体性。这是指组成企业集团的企业群必须有特定的经济纽带或联系机制有机地连接成经济活动的整体，而不是相互孤立活动的一群企业。（3）层次性。即通过经济纽带或联系机制所联合的企业，应形成紧密程度不同的层次结构，而不只是松散的企业联合体。（4）实体性。这是指企业集团的核心必须是具有法人地位和投资功能的经济实体，而不是不承担经济责任的非经营性公司。

（三）企业集团与其它联合组织的区别

企业集团在内在联系方式、联合目的和组织结构等方面与其它联合组织存在一些差别：（1）在企业集团中工业企业的作用更加突出了。由于工业企业是直接为社会提供各类产品和服务的，在集团内部工业企业的地位明显加强了。（2）企业集团的联合目的突出了经营互补性。企业集团的各成员企业在很大程度上是追求在技术及其他经济机能上的互相补充为目的而联合起来的。（3）企业集团的组织类型更加多样。企业之间的紧密联合方式不再局限于财团和康采恩的组织形式，还出现了企业系列集团、分离型企业集团、企业网络等新的联合形式。（4）企业集团普遍实行了跨国经营。（5）一些国家的国有企业也加入了集团的行列。

第二节 企业集团的形成和作用

一、企业集团的形成

（一）企业集团的产生

企业集团的出现可以追溯到上个世纪初，当时资本主义正处在由自由竞争阶段向垄断阶段进行过渡的时期，在一些比较发达的资本主义国家里因企业重组过程的深入发展，出现了被称为财团、

财阀、康采恩的垄断组织。这类垄断组织是由不同产业的一些企业联合组成的一种垄断组织，它们在相应国家的许多经济领域里都产生着极大的控制作用。“二战”以后，由于经济发展的新要求和各国政府实行反垄断政策等原因，这种垄断组织为了生存，不得不进行某些改革，逐渐发展成企业集团。

（二）不同国家的企业集团

世界上许多规模巨大、实力雄厚的企业集团都有一个由小到大的发展过程。一般来说，企业集团的规模扩张主要采取两种方式：一是企业自身内部性的扩张，即企业依靠本身的经济实力，通过投资或购买股票等方式扩大企业规模来组建企业集团；另一种是企业的外部性扩张，即企业通过合并、兼并等方式建立企业集团。但是，在这种一般的发展过程中，因不同国家经济、社会、历史背景不同，企业集团通过这两种方式形成和发展的具体过程也存在一些区别。最典型的是欧美企业集团与日本韩国企业集团的形成和发展过程中所表现出来的差别。

日本、韩国企业集团形成过程中，政府干预和宏观政策作用的色彩比较浓厚。在投资、贷款、引进外资、出口优惠等方面，对符合产业政策或经济开发计划要求的企业集团政府将给予扶植，积极促进企业集团的合并和实力的壮大。欧美企业集团，通常也是指西方企业集团，才真正主要是在市场经济由自由竞争向垄断阶段过渡过程中，通过资本的积聚和集中形成和发展起来的。其过程首先是核心企业本身规模实力的壮大，然后再根据企业自身发展的要求，以利润最大化为原则，组建企业集团。集团成员企业之间血缘关系很清楚，因而联系自然较紧密。

二、企业集团的作用

企业集团作为一种紧密的经济联合体组织，在企业经营与发展中的作用越来越明显，其主要作用主要体现在：（1）企业集团可以使成员企业做到扬长避短、优势互补。（2）企业集团在生产要素的供给和产品的销售方面能够产生稳定的协作关系。（3）企业集团的分工合作有助于组织专业化协作。（4）企业集团的统一严格标准有利于提高产品质量。（5）企业集团是进入国际市场的主力军。

第三节 企业集团的类型及特征

一、不同国家的企业集团

（一）日本的企业集团

日本的比较成熟的企业集团主要有两种类型，即财团型企业集团（又称财阀型企业集团）和系列型企业集团（又称独立系企业集团）。近来，又出现了两种新的企业集团类型，即分离型企业集团和企业网络。

（二）美国及其他国家的企业集团

美国企业集团既具有财团型企业集团的一些特征，又具有一些系列型企业集团的特征；德国的企业集团主要是以康采恩的模式来组建的，德国的股份法专门就按康采恩的形式组成的企业集团予以了严格的规定；意大利的国家控股型企业集团，这种集团的核心企业不是银行，而是国家控股公司，如投资公司、控股公司等。意大利的伊里集团、埃尼集团、埃菲集团、埃弗来集团和埃吉克集团，西班牙的伊尼集团等，都属于这种类型的企业集团。

二、各国企业集团的主要特征

虽然各类企业集团都有一些自己的特点，但是作为集团它们也有一些共同的特征，主要是：

1. 集团主体的多元性。即企业集团是多个法人企业通过一定的方式而组成的经济联合体。
2. 组织结构的多层次性。企业集团往往是围绕一个核心企业组织起来的，由于其他成员企业与核心企业在联系纽带方面的差异，企业集团还形成了多层次性的组织结构。
3. 一般企业对核心企业的依附性。企业集团虽然是由多个法人企业组成的，但是这并不是说它们之间没有主次。无论哪种类型的企业集团都存在一个或者多个骨干企业，它们是集团的核心，对其他成员企业处于支配的地位，其他企业则处于依附的地位。
4. 联系纽带的多样性。企业集团通常是通过以下四种联系纽带来形成和维持正常运行的：资金纽带；人事纽带；生产、技术和销售方面的联系纽带；科研、新产品开发和人才培养方面的联系纽带。
5. 经营范围的多角性。与单个企业或其他经济组织相比，企业集团是多个企业的联合体，它一般都不仅仅限于从事某一行业产品的生产经营，而是根据其自身条件及市场的发展变化，适当地开展多角化（又称多样化）经营。
6. 市场目标的全球性。几乎所有的企业集团都是把占领国际市场作为自己经营战略的重要目标，因此，实行国际化经营也是企业集团的重要特征。

第四节 企业集团的组织结构

一、企业集团的主要组织结构

（一）一般组织结构

企业集团的一般组织结构是一种比较理想的组织结构，它通过资产纽带和层次联系构建而成，这种组织结构主要体现了母子公司的资产关系和控制程度的层次关系。在企业集团的一般组织结构中，存在着不同资产关系的组织单位，它们是母公司、子公司、分公司和事业部及关联公司。这些公司概念具有不同的内涵，并体现了相互间的资产关系的特点。

企业集团的一般组织结构可由四个层次构成，它们是：（1）核心层。核心层是一个具有母公司特征的包含若干分公司或事业部的本身从事多样化经营的集团公司。（2）控股层。这是由若干被集团公司控股的子公司和这些子公司的孙公司组成。（3）持股层。这是由若干与集团公司或子公司持股、参股的经营组织或研究单位组成。（4）协作层。核心层与控股层和持股层之间的联系纽带是通过股份这种资产形式建立起来的，而协作层则是由那些以合同协议等契约方式与核心层、控股层和持股层企业保持长期生产，经营配套，技术协作的企业组成。

（二）集团公司结构

什么是集团公司？它是一个具有母公司特征的包含若干分公司或事业部的并从事多种经营的核心企业。如果对集团公司作更深入的理解，具体来说，它具有三种含义：其一，集团公司是企业集团中居绝对控制地位的控股公司；其二，集团公司是企业集团中的母公司；其三，集团公司是产业经营型控股公司。

集团公司按不同的标准可以划分成不同的类型。集团公司作为产业经营型控股公司，按其功能类型的不同可划分为两类：一是单位管理型控股公司。其特征是本身主要从事资本经营、战略决策及集团统一的经营管理活动。二是混合经营型控股公司。其特征就是既从事资本经营、战略决策、集团统一的经营管理活动，又直接从事生产经营活动。

二、企业集团的内部关系

企业集团的内部关系从集团的组织结构来看，主要是以集团公司（母公司、总公司）为核心所

固有的四种不同的组织体系和关系。这就是：集团公司与直属单位的关系；集团公司与子公司的关系；集团公司与关联公司的关系；集团公司与协作企业的关系。

三、企业集团的优化组织

（一）企业集团的股份制基础

现代企业制度主要就是现代公司制度，而现代公司制度的基础就是股份制度。股份制的产生，适应了社会生产力发展的要求，使生产方式得以由单个生产向联合生产过渡，使单一资本不可能建立的大规模的企业得以出现，推动了社会生产力的不断提高和发展。同时，股份制度也为企业集团的形成和发展奠定了坚实的组织基础和法律基础，因为，基于股份制来建立企业集团，可以使集团在产权、管理、分配、经营等方面实现最有效的安排。

从产权制度来看，股份制的确立，成为组建与发展企业集团的制度前提。因为以股份制为基础建立的公司企业，除了具有企业法人的特征以外，另一个重要的特征是其资产以股权的形式存在，并可以进行转让。从管理体制方面来看，股份公司的管理体制是各种企业组织形式中最完备、最适合于集团化管理的体制。从分配制度方面看，股份公司的分配制度是基于“股权平等，按股分利”的原则进行的，即股东不分大小，在股权上一律平等，利益分配以各股东所持有的公司股份的比例为依据，使各股东在利益分配上是平等的。股份公司的规模一般都比较大会，资金、技术、人力等资源都较为雄厚，信誉较好，竞争力较强，这就使其在此基础上组建的企业集团能够集生产、科研开发、金融、贸易和服务等多种功能于一体，使其在经营上更加灵活；同时，也有利于企业集团进一步扩大经营领域，开拓市场范围，发展多元化经营和跨国经营。

（二）企业集团的优化组织

企业集团的组建过程，实质上是资源优化配置的过程。根据企业间联系的优化特征，可以对企业集团的组织形式进行分类。（1）规模优化型的企业集团。这种企业集团往往是由同行业企业的联合与集中或大型企业的扩张与兼并形成的适当规模的企业联合体。（2）分工优化型的企业集团。这种企业集团一般是以名优产品为龙头，以骨干企业为核心，按分工配套的原则组建的。这类集团的核心层一般不大，其实力主要取决于生产名牌产品的流动资金和新产品的开发基金的大小。（3）经营优化型的企业集团。这类企业集团是某种生产中各产供销相衔接的企业按“一条龙”方式组合起来的，实际上就是供应、生产和分配的一体化组合方式的联合体。（4）开发优化型的企业集团。这种企业集团往往产生于一些高技术产业。它是由企业和科研单位为了开发市场、开发高技术、开发新产品而实行经济联合，组成企业集团。

（三）企业集团的其他形式

除了通过资源优化配置的组建过程来考察几种类型的企业集团外，根据企业集团自身的经营性质，也可以归类出几种特定的企业集团：（1）集约型企业集团。这类企业集团一般是为综合利用资源和发展深度加工而组建起来的，集团的核心企业与其他成员企业之间在产品生产链上存在着上下游的关系。（2）外向型企业集团。这类企业集团把扩大海外市场，发展外向型经济作为其主要目标，核心企业一般都拥有外贸经营权。（3）综合型企业集团。这类企业集团是为了形成技工贸联合的优势而组建的，他们以大型骨干企业为核心，联合一批相关的工商贸企业，实行高层次的科研、生产、商贸和服务等方面的合作。（4）服务型企业集团。这类企业集团是出于为企业生产经营提供各种服务的动机而组建起来的，他们一般是由从事科研、设计、工具制造、工艺生产、设备租赁、安装维修等各方面服务的企业联合而成。

本章复习思考题

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）

1. 企业通过合并的方式实现的联合，在法律上仅仅只有（ ）法律单位或法人。
A、一个 B、两个 C、多个 P258
2. 企业联合而成的所谓“卡特尔”，主要是企业在商品（ ）的联合。
A、生产过程中 B、销售市场上 C、采购过程中 P258
3. “企业集团”一词是最先是由（ ）在“二战”以后提出来并专指新的企业联合组织的名称。
A、美国人 B、德国人 C、日本人 P261
4. （ ）的企业集团，才真正主要是在市场经济由自由竞争向垄断阶段过渡过程中，通过资本的积聚和集中而形成发展起来的。
A、日本、美国 B、韩国、日本 C、欧洲、美国 P266
5. 在日本，（ ）企业集团通常设有“总经理会”以协调集团成员企业之间的重大事务。
A、系列型 B、分离型 C、财团型 P271
6. 企业集团是（ ）法人企业通过一定的方式而组成的经济联合体。
A、多个 B、2个 C、1个 P278
7. 企业集团中的（ ）是受母公司控制，但在法律上是独立的法人企业。
A、分公司 B、集团公司 C、子公司 P284
8. 基于（ ）来建立企业集团，可以使集团在产权、管理、分配、经营等方面实现最有效的安排。
A、协作制 B、股份制 C、关联性 P290
9. （ ）企业集团往往是由同行业企业的联合与集中或大型企业的扩张与兼并形成的适当规模的企业联合体。
A、规模优化型 B、开发优化型 C、分工优化型 P293
10. 企业集团的（ ）联系纽带主要表现在成员企业之间的单向或者双向参股、控股。
A、人事 B、资金 C、利益 P280

二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）

1. 企业联合是各个企业自愿结合成较大经济单位，根据企业联合的不同结合关系，及联合后各企业的法律地位的情况，可以认为存在着（ ）这三种不同的联合方式。
A、企业的协作 B、企业的集中 C、企业的转让 D、企业的合并 P257
2. 在企业联合的历程中，典型的垄断组织主要有：（ ）。
A、康门达 B、卡特尔 C、辛迪加 D、托拉斯 P258
3. 企业集团组织结构的几种主要特性是（ ）。
A、群体性、整体性 B、协作性、系统性 C、层次性、实体性 D、经济性、创新性 P262
4. 企业集团的（ ）和（ ）是与卡特尔、辛迪加这类企业联合体相区别的主要特征。
A、内在组织结构 B、稳定联系机制 C、市场表现形式 D、经济利益关系 P263
5. 通常把日本的（ ）称为“三新集团”。
A、富士集团 B、三和集团 C、住友集团 D、第一劝业集团 P264

6. 企业集团组织结构的多层次性,主要表现为存在()这四种层次结构。

A、核心层、控股层 B、控股层、支持层 C、领导层、协调层 D、持股层、协作层 P285

7. 企业集团除了具有资金纽带、人事纽带外,还具有()等联系纽带。

A、生产、技术和销售方面 B、生产、分配和使用方面 C、科研、新产品开发和人才培养方面 D、供应、加工和投资方面 P280

8. 作为产业经营型控股公司的集团公司,按其功能类型的不同,可以划分为两种类型,主要是()。

A、单一管理型控股公司 B、混合经营型控股公司 C、技术研发型控股公司 D、生产管理型控股公司 P287

9. 在企业集团中,()一般在经济上和法律上无独立性,不是独立的企业法人。

A、子公司 B、分公司 C、事业部 D、集团公司 P289

10. 依照()的原则实行的分配制度,有利于处理企业集团内部的各种利益关系,是最适合于企业集团的分配制度。

A、股权平等 B、按股分利 C、财务公开 D、多劳多得 P291

三、判断题(正确的打√,错误的打×)

1. 企业集团是在经济、技术、生产经营上有联系的企业按一定方式结合而成的多法人的经济联合体。P262

2. 企业集团在各个国家国民经济中举足轻重,并已成为现代经济的轴心。P267

3. 企业集团是由卡特尔、辛迪加等联合组织发展而来。P261

4. 系列型企业集团总是以一个实力强大的生产企业为核心。P273

5. 企业集团主体的多元性使它与托拉斯这样的垄断组织有很大的不同。P278

6. 集团公司与控股公司的关系就等同于母公司与子公司的关系。P286

7. 集约型企业集团一般是为综合利用资源和发展深度加工而组建起来的。P295

8. 企业集团的资金纽带往往是以人事纽带为前提。P280

9. 日本和美国的企业集团中的银行企业具有相等的地位及作用。

10. 企业集团的分工合作有助于组织专业化生产。

四、简答题(回答要点,不需论述)

1. 企业集团主要有哪些特点?

2. 企业集团的优化组织类型有哪些?

五、论述题(概述有关原理)

试分析企业集团的一般组织结构。

六、思考题

1. 企业集团与其他企业联合组织有什么不同?

2. 试析企业集团的内部关系。

3. 企业集团对经济发展具有哪些作用?

4. 日本和美国的企业集团的形成有什么不同?

第七章 企业文化与跨国企业

本章的主要目的和基本要求：通过学习要能够真正认识到现代企业是内容丰富和结构有序的组织系统，企业组织的有序性当然直接受到规范制度和组织部门的安排的影响，此外，还受其内部更深层次的作用力量的影响，这就是企业组织的文化力量。同时要能够认识到现代企业在全球市场的影响下，已越来越多地成长为跨国企业。这一章的主要知识点包括：企业文化的概念及性质；企业文化的构成与功能；跨国企业的概念与特征；跨国企业形成的理论分析；跨国企业的功能及其发展等等。这一章的主要难点在于对企业文化结构的深入认识以及对跨国企业的形成机制及演变方式的把握。

第一节 什么是企业文化

一、企业文化的概念

（一）文化的概念

关于文化的定义虽然众说纷纭，但一般认为现代意义的“文化”概念，应包括五种涵义：（1）文化包括行为的模式和指导行为的模式。（2）模式不论外观或内涵，皆由后天在学习而得，学习的方式是通过人工构造的“符号”系统。（3）行为模式和指导行为的模式，物化体现于人工制品中，因而这些制品也属于文化。（4）历史上形成的价值观念是文化的核心。不同质的文化，可依据价值观念的不同进行区别。（5）文化系统既是限制人类活动方式的原因，又是人类活动的产物和结果。

“文化”具有一些基本特征：其一，一种文化是个复合体，它是价值、信念、知识、思想等多种要素的综合；其二，一种文化是一种层次体系，它包括各种外显的和内隐的多层次要素并形成一种层次性架构；其三，一种文化是个通则，它通过一套理念体系指导和影响人们的行为。

（二）企业文化

关于企业文化的概念，一般都是从管理理论的角度予以阐释，因企业管理发展的实践证明，企业文化是现代企业管理的一种特定的管理概念，并且是成功企业进行成功管理的有效方法。什么是企业文化呢？作为以企业为载体的组织文化形式，它具有文化的一般特性。

从以上关于文化的定义和基本涵义的分析，可以认为企业文化也具有广义企业文化和狭义企业文化之别。从广义来说，它既包括一个企业的物质文化（有形的“显文化”），也包括一个企业的精神文化（无形的“隐文化”）。但是，从企业组织的内在关系来看，企业文化更多地是从狭义的角度专指以价值体系和行为准则为核心的内隐结构。

对企业文化可作如下表述：企业文化是在一定的社会环境中，经过企业管理者的长期倡导和企业成员的长期实践所形成的为企业职工所共同具有的价值观念、信仰、态度、行为准则、道德规范、组织活动方式及传统和习惯的总和。

二、企业文化的性质

首先，企业文化是一种客观存在的文化现象。作为人类文化系统的一个重要组成部分，企业文化如同其他文化现象一样，是与其载体共生的，即企业文化与企业相伴而生，企业文化依赖于企业而存在。其次，企业文化是社会文化和民族文化的现实反映。社会文化是一定社会特有的文化，是该社会生产方式、社会制度、社会结构以及主要民族的历史传统的综合体现。第三，企业文化的本

质是企业的“人化”。人是一切文化的缔造者，人类在创造物质文明与精神文明的同时，不断发展和完善着自身。第四，企业文化具有明显的个性或独特性。作为一种组织文化或群体文化，企业文化的形成除受所属社会文化及民族文化的包涵和熏陶，从而带有明显的本社会、本民族文化特性的烙印外，还受到本企业的组织环境和群体特性的影响和制约。

第二节 企业文化的结构

一、企业文化的构成要素

企业文化是具有丰富内涵的亚文化系统，其中包括一系列基本构成要素，如价值观念、英雄人物、礼节仪式、文化网络、物化环境等。这些要素是构建企业文化的基本构件，任何形式和特点的企业文化都是由这些基本要素按照一定方式组合而成的。

（一）价值观念

企业价值观是企业全体成员所拥有的共同信念和判断是非的标准，以及调节行为和人际关系的导向体系。价值观是任何一种企业文化的基石，是一家公司成功哲学的精髓，体现了企业的最高目标和宗旨。

（二）英雄人物

英雄人物是指企业中具有超出一般职工的思想境界和行为表现，能够成为榜样和表率的先进个人或群体。英雄人物因出色的工作成就而为企业中每一个职工所知晓，并向每一个职工显示：“这就是你要在这里取得成功的榜样。”

（三）习俗仪式

习俗仪式包括企业内带有普遍性和程式化的各种风俗、习惯、传统、典礼、礼仪、集体活动、娱乐方式等。习俗仪式作为企业文化的构成要素之一，是企业在成长和发展过程中长期积累、反复重复而逐渐形成和确定下来的，实质上是企业的价值观念、精神境界与存在方式的积淀和体现。

（四）文化网络

企业组织的文化网络，广义地讲，是由企业的所有成员通过相互沟通的渠道而形成；狭义地讲，主要是在企业沟通渠道中，由消息探听者、轶事传播者、说教者、背后议论者、小集团等形成的特定沟通渠道，这种沟通往往是非正式的甚至是隐蔽的交流活动。

（五）物化环境

物化环境是指企业内部物质条件和企业向社会提供的物质成果，包括厂房设施、技术设备、环境布置、文化设施、产品、服务、环境保护、社会赞助等。物化环境是企业文化的物质表现和凝结。

二、企业文化的结构

我们把企业文化的基本构成要素和其他的文化因素依一定方式的联系架构称之为企业文化结构。对企业文化结构的探讨，主要受到对一般文化结构分析的启示。通过文化的核心要素与其他要素的关系的分析，形成了文化结构的“三层次说”；通过对文化的内隐要素与外显要素之间的关系分析，形成了文化结构的“两层次说。”

（一）“三层次”企业文化结构

根据一般文化结构的三层次分析，一般认为企业文化结构也有三个层面：表层为外层文化，主要包括厂容厂貌、产品形式、品牌商标、习俗礼仪等，它们属于可视的企业形象部分；中间层主要包括企业的组织机构、行为准则、规章制度、组织方式等，这是属于可感受的企业行为部分；第三

层次为内层或深层文化，它是企业文化的核心，对表层和中层文化起着支配和决定的作用，主要包括企业价值观、企业信仰体系、企业精神气质等，这是通过领悟才能把握的企业理念系统。企业文化三个层次的划分不是绝对的，三个层次之间有着密切的内在联系。

（二）“两层次”文化结构

文化结构的两层次说的分析是受到结构主义，特别是结构语言学的启示，在这些结构分析的概念中，通常将结构模型分为可以意识到的和不可意识到的两个层面。“两层次”企业文化观认为，企业文化是由思想体系和象征媒介两个层次构成。思想体系主要包括价值观念与行为准则的理性要素，这是企业文化的内隐结构；象征媒介主要包括能直接感知的产品、形态、风俗、礼仪、语言、组织形式、传闻轶事、象征性行动等。它们构成了企业文化的外显部分。企业文化的“两层次结构”比较简洁地反映了文化的存在形态，即以理念为核心的象征“符号”系统。

第三节 企业文化的价值原则及功能

一、企业文化的“八项”价值原则

价值体系在整个企业文化中举足轻重，处于核心的位置。对现代企业而言，虽然不同的企业其价值体系的构成存在着一定的差异，但是，作为现代企业是否存在基本的共有价值观呢？根据劳伦斯·米勒的研究，认为有八种基本价值观是现代企业应该具有的企业文化准则。也就是说，这八种价值观可以作为现代企业的基本价值原则，它们是：目标原则、共识原则、一体原则、卓越原则、成效原则、实证原则、亲密原则、正直原则。

二、企业文化的功能

企业的功能可以分为基本功能和衍生功能。基本功能是企业文化直接具有的功能，而衍生功能是基本功能的延伸，它可以由企业文化的价值观念和行为准则的作用推导出来。只有一个强的、起作用的企业文化才具有这种基本功能和衍生功能。相反，对于弱的、不起作用的以及领导系统不太和谐的“企业文化”就不具备这些功能。

共同的价值观和行为准则对组织内部关系结构的影响，以及对组织成员的决策、行动和行为的影响，形成了企业文化的基本功能。它具体表现为协调功能、综合功能以及激励功能。

企业文化的衍生功能正是这些基本功能派生出来的，它们并不直接由企业特有的全部价值观念和行为准则引发出来，而是它们的间接结果，也就是通过一定的转化过程而产生的作用。

第四节 跨国企业的形成

一、跨国企业的概念及特征

（一）跨国企业的含义

跨国企业（multinational enterprise，即 MNE，或多国企业），又称跨国公司（multinational corporation，即 MNC，或多国公司），至今还没有形成统一的衡量标准及公认一致的定义。从不同的衡量标准和定义的表述中我们可以得出两点结论：（1）跨国企业有广义和狭义两种概念。广义的跨国企业是指在两个或两个以上国家设有企业的公司；狭义的跨国企业不仅对公司跨越的国家作了更加严格的规定，而且对国外公司的经营性质、特征、业务比重等也作了明确规定。（2）跨国企业是根据资本所有权、合同或其他协议建立起来的，并在由此而构成的体制和制定的共同战略中

活动，各个企业在推行全球战略时彼此共同分享各种资源和分担各种责任。

（二）跨国企业的特征

跨国企业是企业组织的一种特殊形式，它除具有一般企业、公司的基本特征外，还具有以下特征：（1）跨国企业打破了国与国的界限，成为多国企业组织；（2）跨国企业实行全球经营战略，具有“全球战略”的目标；（3）跨国企业通过在国外直接投资，形成了一体化的国际生产体系；（4）跨国企业具有内部联系优势，许多活动可以在企业内进行；（5）跨国企业具有内部联系优势，许多活动可以在企业内进行；（6）跨国企业进行多样化经营，形成开展多种业务的综合体系；（7）跨国企业的投资和经营具有不可转换性；（8）跨国企业规模一般都很大，并发展成为“超级企业”。

二、跨国企业形成的原因

（一）跨国企业跨国经营的动力

跨国企业的首要特征就是打破国别界限，组成超越国界的企业组织。那么，跨国企业到国外建立子公司的主要动力是什么？主要有以下方面：其一，进入和开拓国外市场。在企业的经营战略中，扩大产品的市场范围至关重要，而进入和开拓国外市场是实现其经营战略的有效途径。其二，控制自然资源。对于经营石油、矿山、农业和其他初级产品采掘工业的投资者来说，到国外投资的意图是为了生产本国缺乏或生产成本较高的原料。其三，保持和扩大服务的客户。服务行业的投资者形成了第三种类型的直接对外投资者，包括交通、银行、保险等行业和其他为跨国制造企业提供服务的其他企业。随着他们的买主移往海外，服务企业如果想继续保护业务关系，就必须跟随它们到海外去。其四，吸引价格低廉的劳动力。这是发达国家中的企业对发展中国家进行直接投资的最重要的动力之一。

（二）分析跨国企业的主要理论

跨国企业的形成基于其对外投资活动。而对外投资活动主要有两种行为表现：一是对外进行的证券投资；二是对外进行的直接投资。在跨国企业通过对外投资的形成分析中，传统的理论只是对证券投资活动进行了分析，而更多的现代理论则主要是对直接对外投资的分析。

（1）传统的证券投资理论。传统的经济理论依赖于证券投资模式来解释资本这一生产要素的国际流动，从而对企业的跨国投资行为作出解释。这种理论假定，各国间的利率差异是导致国际资本移动的原因。

（2）垄断优势理论。“垄断优势理论”又称“企业特定优势理论”，或称“企业寡占反应论”。垄断优势理论假设进行投资的企业占有垄断优势，这些优势使他们所经营的国外子公司比当地的竞争性企业获得更高的利润。

（3）产品生命周期理论。这种理论把产品的发展过程分为新产品、成熟产品和标准化产品三个阶段，根据产品在各个不同发展阶段的特点对于企业经营战略的影响来解释跨国企业产生和发展的原因。产品生命周期理论可以看作是垄断优势理论增加了时间这个因素，有助于解释制造商或创新在从出口贸易转向直接对外投资的原因，回答了比较优势的动态转移问题。

（4）内部化理论。内部化理论认为，跨国企业去国外投资的目的是平抑市场交换成本。这样，跨国企业可以以远远高于外部市场效益的方式完成要素服务和商品的国际转移。即当企业内部的要素和商品转移的成本低于外部市场交易时，企业专有的技术知识和其他资产就会引导它从事直接对外投资。

（5）国际生产折衷理论。国际生产折衷理论有助于解释跨国企业在各国开展国际经营活动的方式存在差异的原因。国际折衷理论吸收了国际贸易（比较优势）和区域理论，将它们与垄断优势及内部化理论结合在一起。国际生产折衷理论的核心是“三优势模式”。

（三）跨国企业发展的相关因素

无论用什么理论来解释跨国企业的形成，它的产生和发展总是与以下因素相关：生产社会化深入和发展；科技进步的影响；避免国与国之间的贸易摩擦；双边保护外国投资条约的发展结果；世界经济区域化、集团化发展的推动；等等。

第五节 跨国企业组织及其功能

一、跨国企业组织及其功能

（一）跨国企业组织

跨国企业从组织结构上看，一般是由一家在母国注册的法人母公司和若干家在东道国由母公司出资控股、持股的子公司和关联公司（这些公司在当地注册，具有法人地位）及附属、分支机构组成的跨国企业集团。跨国企业组织，就现代经济条件下看，往往是由国内公司从事对外经济贸易到对外直接投资或进行技术转移而逐渐形成和发展起来的。也就是说，在跨国企业发展的不同阶段，其组织结构有不同的形式和特点。

跨国企业组织发展的变化过程主要分为：发展出口业务阶段；建立国外子公司阶段；设立国际部组织阶段；建立全球性组织结构阶段和发展国际网络组织阶段。跨国企业不同发展阶段的组织结构是相对于特定条件而形成和存在的，在进行组织结构变动和调整时，必须注意其发展的实际状态和条件。

（二）跨国企业的功能

跨国企业通过组织结构上的安排发挥着国际间转移代理人的作用，使产品、资本、技术和管理技能等实现了特定的跨越国界的流动，为要素资源在国际间的转移和配置提供了渠道，也推动着世界贸易的发展。其具体的功能主要有：产品转移；资本转移；技术转移；企业技能转移。

二、跨国企业发展的趋势

随着科学技术的飞速发展，国际市场竞争的加剧和世界经济一体化进程的加快，跨国企业的发展出现了一些新的变化趋势，主要表现为：（1）跨国企业投资的变化趋势。已经呈现出国外直接投资的多元化趋势，以及投资的行业从以制造业为主转向以服务业为主。（2）跨国企业管理控制方式的变化。跨国企业在管理控制上，由过去的集权向更多的分权转变。跨国企业的国外企业机构较过去有了更大的经营自主权，有利于适应市场变化的灵活性和创造性的发挥。（3）跨国企业技术战略趋势。在竞争激烈的世界市场上，要保持优势，或从一种优势转向另一种优势，并在竞争中立于不败之地，关键是企业要拥有先进技术和工艺。因此，跨国企业在研究与开发新技术方面投资很大，并对技术转让战略进行了调整。（4）跨国企业的全球战略新趋势。主要是：企业要向“无国籍企业”的方向发展；把世界作为一个统一的大市场，在全世界范围内构造公司的竞争优势；建立面向全球的企业组织结构。（5）跨国企业的战略联盟趋势。跨国企业的战略联盟又称“战略合伙”或者“新型投资形式”。它既不同通常意义上的“合资经营”和“合作经营”，也不同于一般的国际垄断组织形式，而是指两个或两个以上的跨国公司面临剧烈的市场竞争和高技术的挑战，出于对整个世界市场发展的预期和实现公司总体目标的考虑，所采取的一种长期合作方式。需要强调的是，它有别于传统的跨国公司为进入目标市场而与当地伙伴的合作，而是一种全球性的战略合作。

本章复习思考题

一、单项选择题（每题只有一个正确答案）

1. 企业成员有关企业的（ ）和行为准则的总和构成了企业文化。
A、制度观念 B、组织观念 C、价值观念 P227
2. 企业文化的本质是企业的（ ）。
A、规范化 B、人化 C、形象化 P230
3. 企业的价值观为企业所有成员提供了一种向（ ）发展的意识和根本信念。
A、共同方向 B、各自方向 C、不同方向 P232
4. 根据劳伦斯·米勒的研究，认为有（ ）基本价值观是现代企业应该具有的企业文化准则。
A、四种 B、六种 C、八种 P243
5. 企业的（ ）就是企业价值观人格化和企业文化组织力量的集中体现。
A、关键人物 B、英雄人物 C、权威人物 P235
6. 广义的跨国企业是指在（ ）的国家设有企业的公司。
A、两个或两个以上 B、三个或三个以上 C、五个或五个以上 P298
7. 跨国企业以追求全球总体利益和长期利益为最终目标，对遍布世界各国的各种资源，进行统筹安排，统一管理，实行的是（ ）战略。
A、规模经营 B、全球经营 C、垄断经营 P301
8. 内部化理论解释了跨国企业对外投资是比出口产品或许可证贸易更加有效地利用国外资源和市场、平抑市场交换成本的经营方式，这种理论分析的基础就是（ ）。
A、维农理论 B、邓宁理论 C、科斯理论 P309
9. 跨国企业通过组织结构上的安排发挥着国际间转移代理人的作用，使产品、（ ）、技术和管理技能等实现了特定的跨越国界的流动。
A、资本 B、人才 C、组织 P322
10. 跨国企业的战略联盟主要是指两个或两个以上的跨国公司面临剧烈的市场竞争和高技术的挑战，出于对整个世界市场发展的预期和实现公司总体目标的考虑，所采取的一种（ ）方式。
A、短期合作 B、项目合作 C、长期合作 P332

二、多项选择题（每题均有两个以上的答案）

1. 企业文化是具有丰富内涵的组织文化系统，其中包括一系列基本构成要素，如价值观念、（ ）等。
A、英雄人物 B、礼节仪式 C、经营策略 D、物化环境 P232
2. 利用企业文化的三层次分析方法，可以把企业文化划分为（ ）。
A、物质文化层面 B、体制文化层面 C、社会文化层面 D、价值文化层面 P240
3. 企业文化的基本功能包括（ ）。
A、协调功能 B、综合功能 C、激励功能 D、衍生功能 P245
4. 企业文化两层次分析方法认为，企业文化结构由两个层次构成，即（ ）。
A、象征媒介层次 B、行为表现层次 C、思想体系层次 D、企业形象层次 P241
5. 关于跨国企业形成和发展的研究已经产生了多种理论，它们是：“国际证券投资理论”、

“垄断优势理论”、（ ）等。

A、“国际竞争理论” B、“生命周期理论” C、“内部化优势理论” D、“国际生产折衷理论” P306

6. 跨国企业对国外组织机构的所有权关系主要有：分公司、（ ）国外避税地公司等。

A、独资公司 B、合资公司 C、特许公司 D、非股权安排 P315

7. 跨国企业的功能主要表现为：（ ）

A、产品转移 B、资本转移 C、技术转移 D、企业技能转让 P322

跨国企业在推行战略联盟时，最重要的事就是考虑选择合作伙伴的各种因素和标准，这些标准的核心可以归纳为 3C 原则，即：（ ）。

A、兼容 B、收益 C、能力 D、投入 P334

9. 跨国企业在推行全球战略的过程中，经营思想也发生了巨大的变化。主要表现为：（ ）。

A、企业要向“无国籍企业”的方向发展 B、必须把世界作为一个统一的大市场

C、更多地推行地区中心战略 D、建立面向全球的企业组织结构 P332

10. 战略联盟的形成是由合作的环境力量和合作各方的动机所促成的。合作的环境力量主要是来自企业外部的作用，主要包括：（ ）

A、国际竞争加剧 B、技术进步 C、全球化 D、政府干预 P332

三、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 企业文化必须是企业个性化文化。P231

2. 企业文化的习俗仪式通过企业的一系列规则表现出来。P236

3. 企业文化网络是企业价值观和英雄轶事的沟通渠道。P237

4. 通过对文化的内隐要素与外显要素之间的关系分析，形成了文化结构的“三层次说”。P241

5. 跨国企业进行跨国经营的动力只是为了进入和开拓国外市场。P304

6. 跨国企业在产品生命周期的不同阶段，应该有不同的贸易和投资战略。P308

7. 建立国外子公司阶段是跨国企业发展的早期阶段，也就是企业通过对外的投资，已发展了在国外的经营机构。P317

8. 跨国企业技术创新的转让既是技术知识的转让，而且也是管理技能的转让。P325

9. 跨国企业对外投资的行业从以服务业为主转向以制造业为主。P329

10. 当跨国企业把某一个国家的资本资金转移到另一个国家的子公司时，这就出现了资本的国际转移。P324

四、简答题（回答要点，不需论述）

1. 简述“三层次”企业文化结构。

2. 跨国企业组织的发展主要经历了几个阶段？

五、论述题（概述有关原理）

企业进行跨国经营的内在动力主要有哪些？

六、思考题

1. 企业文化有哪些主要的构成要素？

2. 企业文化对企业的发展主要具有哪些功能？

3. 跨国企业的发展有哪些新趋势？

附录 各单元作业题参考答案

第一章

一、单项选择题

1. C ; 2. B; 3. C; 4. A; 5. C; 6. B; 7. A; 8. B; 9. A; 10. B。

二、多项选择题

1. ABD; 2. ACD; 3. BCD; 4. ABDE; 5. CD; 6. ABD; 7. ABCE; 8. BC; 9. ACDE;
10. ACD。

三、判断题

1. 错; 2. 对; 3. 错; 4. 错; 5. 对; 6. 错; 7. 对; 8. 对; 9. 对; 10. 对。

四、简答题

1. 答：交易费用经济学关于企业本质的主要观点是：（1）市场和企业为相互替代而不相同的交易机制，因而企业可以取代市场实现资源的调配；（2）企业取代市场实现资源配置是因为能够减少交易的费用；（3）市场交易费用的存在决定了企业的存在；（4）企业是通过行政管理机制取代市场价格机制“内化”了资源的交易过程，但这种“内化”过程也是需要付出成本代价的，因此，企业的内化过程是有限度的；（5）交易费用的存在及企业节省交易费用的努力是企业结构演变的根本动力。

2. 答：企业组织的扩展是在契约联系的基础之上，不断内化通过市场所进行的交易或与之存在交换关系的经济单位的过程。这一过程虽然可以采用多种方式来实现，但我们可以把所有的组织扩展方式归纳为三类：（1）横向的组织扩展。“横向”是指某一个环节的规模扩展，它是该企业垂直于物流方向的组织扩展过程。（2）纵向的组织扩展。这里的“纵向”，指的是一个企业平行于物流方向的向前或向后的组织扩展过程。也就是指把处于经济活动产、供、销等不同环节的生产要素或经济单位组织于一个企业之内。（3）多向的组织扩展。多向的组织扩展是指企业不局限于在现有行业中的横向或纵向环节的扩大，而是扩展到相关与不相关的行业中去。

五、论述题

答：现代企业制度，就是指在发达的市场经济中逐渐发展起来，并在当代世界发达的市场经济中占据主导地位的现代公司制度。这个定义包含两个层次的涵义：其一，现代企业制度是近一百多年来发达的市场经济的产物，它是发达的市场经济的基本组成部分，并将随着市场经济的发展而发展；其二，现代企业制度主要指的就是现代公司制度，也就是说，企业制度中的公司制是现代企业制度的最典型的组织形式。

现代企业制度的主要特征可以概括为：（1）现代企业制度是能够适应市场经济体制要求的企业制度；（2）现代企业制度是一种制度体系；（3）股份制是现代企业制度的主要组织形式；（4）现代企业制度下的产权成为了商品；（5）现代企业制度具有开放性和动态性。

六、讨论题

讨论要点：根据交易费用的理论，企业购买零部件实质上是内化市场交易的过程。因此，市场化条件下的“自制率”和全球化背景下的“国产化率”都可以用交易费用经济学理论来分析。

关于市场化下的“自制率”，应该考虑以下几点：其一，自己生产和市场购买的成本比较；其二，“自制率”的比重能否成为企业生产发展的一个目标？其三，认识“自制率”主要应该用经济因素还是其它因素？

关于全球化下的“国产化率”与对“自制率”的讨论有相似的特点，只是要从全球市场的眼光来分析是国内自己生产，还是全球采购。同样，可以按照分析以上“自制率”的三个方面来认识“国产化率”的问题。

第二章

一、项选择题

1. B; 2. A; 3. B; 4. C; 5. C; 6. A; 7. C; 8. B; 9. A; 10. B。

二、多项选择题

1. BCD; 2. ABD; 3. BD; 4. ABD; 5. ABD; 6. ABD; 7. AD; 8. AC; 9. ABD; 10. AD。

三、判断题

1. 对; 2. 对; 3. 错; 4. 错; 5. 错; 6. 对; 7. 对; 8. 错; 9. 错; 10. 对。

四、简答题

1. 答：要对现代企业的组织特征有所把握，首先需要对传统企业组织的特点进行归纳，通过比较以获得对现代企业组织的认识。传统企业组织的特点可以概括为：（1）企业组织的规模通常较小，一般只具有一种经济职能，经营单一的产品系列，或只在一个地区经营，因此又称为“单一单位的企业”。（2）企业的管理者通常兼有资本所有者的身份，资本所有权和管理是合而为一的。（3）传统企业组织通常只包含两个层级，企业管理者是最高决策层级，工人是最低决策层级，没有中间管理层级。

相比较而言，现代企业组织具有以下特征：（1）这种企业组织通常规模较大，具备多种经济功能，经营多个系列的产品，在不同地区进行经营，也可称之为“多单位企业”。（2）企业的高、中级决策者不必一定是资本所有者，也就是说，不再兼有资本所有者的身份，而成为专门的“支薪管理人员”，资本的所有权与管理发生了分离。（3）现代企业组织都包含有两个以上的决策层级，也就是说，存在有中间决策层级。高、中层级的决策者形成了较为复杂的决策分工体系，表现为企业内部的管理组织，并被称为“管理层级制”。根据现代企业组织的以上三个特征，美国著名经济学及企业史专家钱德勒（D·Chandler）给现代企业下了一个被学术界普遍接受的定义：“由一组支薪的中、高层经理人员所管理的多单位企业即可适当地称之为现代企业。”

2. 答：股份有限公司与有限责任公司的共同特性和相互联系表现在：（1）两者都是以营利为目的的具有法人资格的公司，都是一种股权式的经济联合体。（2）股东对公司承担的责任都是以出资额为限，都属有限责任。（3）两者都是现代企业制度中的主要公司形式，各国公司法对这两种形式都有较多的规范要求。

两者的不同之处或区别主要表现在：（1）股份有限公司的资本必须划分为均等的股份；有限

责任公司的资本不必划分为等额的股份。(2) 股份有限公司可以发起设立,也可以采取公开发行的方式,采取募集设立;而有限责任公司则不能募集设立,只能由发起人发起设立。(3) 股份有限公司的财产和经营状况要向社会公开,故是“开放式的公司”;而有限责任公司的财产或经营情况则不对外公开,所以又叫“封闭式公司”。(5) 股份有限公司的股东有下限无严格上限规定,其股东人数众多;有限责任公司股东具有严格的最低及最高人数限制。(6) 在股份有限公司中,所有权与经营权的分离较为彻底,公司内部组织结构也较复杂;但在有限责任公司中,所有权与经营权的分离则没有那么彻底,其内部组织结构相对较简单。

五、论述题

答:对公司财产有限责任制度的理解主要可以从两个方面来把握。其一,公司财产有限责任制度包含两个内容:(1) 出资人只以其投入企业的出资额为限,对企业债务承担有限责任;(2) 公司以全部法人财产对其债务承担有限责任。

其二,公司财产有限责任制度所称的“有限责任”具有两重含义:股东对公司承担有限责任和公司对债权人承担有限责任。前者是用来调整公司内部的关系,即股东与股东之间的关系,以及股东与公司法人之间的关系;后者是用来调整公司外部的关系,即公司与其发生业务往来的其他经济主体间的关系。

第三章

一、单项选择题

1. B; 2. C; 3. A; 4. C; 5. B; 6. A; 7. B; 8. B; 9. A; 10. C。

二、多项选择题

1. AC; 2. AB; 3. AC; 4. AC; 5. ACD; 6. ABD; 7. CD; 8. AC; 9. ABD; 10. AB;

三、判断题

1. 对; 2. 对; 3. 错; 4. 错; 5. 错; 6. 对; 7. 对; 8. 对 9. 对; 10 错。

四、简答题

1. 答:产权是财产权的简称,它是指权利人在法定的范围内直接支配一定的财产,并排斥他人干涉的权利。产权概念中的“财产”(有时也称作资源、资产)一词含义较广,不仅指现金、有形资产,还包括无形财产、劳务、商誉等。产权是以财产为基础的多项权能的集合。现代产权经济学是以法定权利的界定与交换作为研究内容的,一般把产权的权能分解为占有权、使用权(经营权)、收益权、转让权(处置权)。

2. 答:产权的界定就是把产权的权能界定给特定的行动主体。这是对产权关系的选择和确定。只要产权主体明确地加以界定,交易各方就将力求降低交易费用,从而使资源使用到产出最大、成本最小的地方,达到资源的最优配置。

产权界定的主要形式。(1) 私有产权。私有产权就是将财产的使用与转让以及收入的享用权界定给了特定的人,使其享有完整的产权。(2) 共有产权。共有产权也称社团产权,即共同体内的每个成员都行使同样的权利,或者说,这种产权是共同体成员共同享有的。(3) 集体产权。集体产权即指行使对财产的各项权利必须由一个集体做出决定。(4) 国有产权。在理论上,国有产

权是指这些与财产相关的各项权利都由国家所拥有，即把产权界定给了国家，它再按可接受的经济和政治程序来决定谁可以使用或不能使用这些权利。

五、论述题

答：首先，要认识到建立产权制度是市场经济发展的必然要求，也是人类经济活动规范化、有效性发展的必然结果。其次，应该了解和掌握产权制度对市场经济发展所起到的主要功能：（1）激励功能。这是产权制度的最基本的功能。产权中的收益权规定了产权主体具有获取与其财产或努力相当的收益的权利。如果产权特别是收益权能够得到明确的界定，而且得到有效的实施，就会对产权主体——财产所有者产生激励的作用，使资源得到有效的使用，从而财产所有者也得到应得的收益。（2）增进资源配置效益的功能。只有这种保障是明确的、稳定的和有效的，实现要素资源流动的交易才能顺利进行，人们也会选择效益好的交易方式，促进资产合理流动，减少交易成本。（3）形成稳定预期的功能。只有当社会能够明确地承认和保护产权时，人们在交易活动中形成一个可以把握的、稳定的预期，才会使经济行为长期化，着眼于谋求长远的利益。（4）规范市场交易行为的功能。产权关系的界定具体规定了人们那些与物相关的行为规范，每个人在与他人的相互交往中都必须遵守这些规范，或者必须承担不遵守这些规范的成本。这样，保障受益和受损索赔的原则可以有效地抑制不正当交易行为，从而使人们的行为合理化。

另外，要看到我国当前在产权制度建立方面还存在一些问题，特别是对国有企业的产权改革还有待完善，因此，我们在产权制度促进市场经济发展的这四种功能方面都还存在许多的问题，比如：在产权主体的激励功能，怎么使贡献与利益相协调；在增进资源配置效益方面，怎样使经营者有效地去整合和配置资源；等等。这些问题都有赖于产权制度的完善，而能否解决这些问题，将直接影响到我国市场经济的进一步发展。

第四章

一、项选择题

1. B; 2. C; 3. A; 4. C; 5. A; 6. C; 7. A; 8. C; 9. B; 10. A。

二、多项选择题

1. AC; 2. ABD; 3. ACD; 4. AC; 5. BCD; 6. AD; 7. ABD; 8. ABD9. ABC; 10. ACD。

三、判断题

1. 对; 2. 错; 3. 错; 4. 错; 5. 对; 6. 错; 7. 错; 8. 对; 9. 错; 10. 对。

四、简答题

1. 答：公司执行机构是由受聘于公司董事会的高层经理人员（一般是总经理、副总经理等）组成，具体负责公司经营管理活动的一个执行机构。公司执行机构是公司日常业务活动的最高指挥中心，他不能像董事会（会议制机构）那样实行集体负责制，它必须实行首长负责制，即公司总经理个人负责制。因为，对具体业务的执行必须要有具体的人来承担，如实行集体负责制，则会出现无人负责的情况。

公司执行机构是一个具体执行已经决策的事务实施机构，在执行机构中，总经理同其他成员的关系只能是领导与被领导、上级与下级、首长与助手的关系，其成员必须服从总经理的指挥。这与

董事会不同，在董事会成员中，各个董事（包括董事长）之间是平等的，不存在领导与被领导的关系，他们是共同对股东大会负责。而在执行机构中，每一个高层管理人员的责任是明确的，他们都要对此承担自己的责任。

2. 答：国内外公司实践表明，大股东认为股东的各项权利中最重要权利并不是战略决策权、资产处置权、股东分红权等项权利，而是人事任免权。对大股东来说，掌握公司的人事权之所以最为重要，其原因主要有三点：

第一，这是由公司的基本产权关系所决定的。由于公司产权客观上的分割，形成了委托或授权经营，从而产生了“财产权换人事权”。第二，这是股东实施间接控制所必需的。在公司企业里，股东大会对公司的控制因“所有权与控制”的分离而变成了间接控制，股东会不能越过董事会去干预企业经营。这时，股东们必须知道投资将交给什么人管理。重要的原则在于，资本是投到人的身上，由人来操作，而不是投到产品上，产品自身无法吸纳资金，它仅仅是资本的载体。第三，人事任免权是大股东最可靠的权力。股东尽管享有各项决策权，但其中只有人事权这一项最可靠。这一点与信息问题密切相关。第四，大股东控制人事任免权也就是把握了最本源的权利。说到底，公司的一切事情都是由人来做的，公司的所有资源中最最重要的资源当属人的资源，只要控制了最重要的人事安排，就可以通过这些人来体现大股东的意愿。

五、案例分析

分析思路：由于史玉柱绝对控股，使“巨人集团”缺乏公司治理结构的制衡关系，也没有真正建立起执行机构，所有与经营不能够合理地分开，导致公司运作失灵。

六、论述题

答：在现代公司企业中，由于所有与经营的分离，如何处理所有者与经理人员之间的委托——代理关系，以便降低代理成本和代理风险，是搞好公司经营的一个根本性问题。在委托代理关系中，委托人与代理人各自追求的目标是有不同之处的，作为委托人的董事会要求经理人员尽职尽责，执行好经营管理的职能，以便为公司取得更多的“剩余收入”或利润；而作为代理人的经理人员所追求的，则是他们的人力资本（知识、才能、社会地位）的增值和提供人力资本进行指挥劳动所取得的收入的最大化。为此，就需要建立一套有效的激励机制。

对经理人员来说，其经营行为的正常化，不全是因为所谓商业事务上的诚实和公正精神的发展，也就是说不能完全依赖经理人员的自觉。实际上，还需要建立制约机制来约束其行为。所谓制约机制是指通过对特定活动者的监督和约束作用，使其行为受到一定的限制。经理人员的行为将始终受到来自公司内部和外部的多种监督制约的作用。

七、讨论题

讨论要点：现代公司企业的“独立生命”是指公司企业的存在和发展有自身的规律支配和起作用，而不以某个人的“自然生命”所左右。这个问题可以从公司的法人特征和治理结构两个方面来考虑。其一，就现代公司企业的法人特征而言，现代公司是经过法律程序注册的法人组织，享有相应的民事权利和承担相应的义务，作为“法人”，本身就意味着他在法律上拥有自己的生命。并且，现代公司有自己的独立财产，也称为“法人财产”，这样，使其与投资者有所分离，他可以基于其财产从事公司自己的事宜。而公司的法人财产使其获得了独立的经济地位。其二，就其公司治理结构而言，公司是依公司法建立的相应的治理结构和组织机构，这种组织结构从法律上作出了规定，他是一种客观的存在，不会以某个人的存留而存留。因此，现代公司生命的“独立性”与传统自然人企业存在本质的区别，可以发展成为“百年老店”。

现代公司具有的独立生命，是其适应现代社会的变化和促进市场经济发展的需要而形成的，这种生命的存在形式也将随着社会的发展变化而不断丰富和发展。

第五章

一、单项选择题

1. C; 2. B; 3. A; 4. B; 5. C; 6. B; 7. C; 8. B; 9. A; 10. C。

二、多项选择题

1. AD; 2. BC; 3. ABD; 4. ABD; 5. ACD; 6. BCD; 7. ACD; 8. ABC; 9. AC; 10. BC。

三、判断题

1. 错; 2. 错; 3. 对; 4. 错; 5. 对; 6. 错; 7. 错; 8. 对; 9. 错; 10. 对。

四、简答题

1. 答：事业部组织是以企业总部与部门之间的分权为特征的，其基本特点是：企业的生产经营活动、按产品大类或地区的不同划分部门，设立经营事业部；各个事业部在公司统一领导下实行独立经营、单独核算、自负盈亏；各事业部作为一个利润中心，成为实现总公司目标利益的责任单位，统一管理所属产品或地区的生产、销售、采购等全部活动；在经营管理上是拥有相应自主权的“自主经营单位”，对公司赋予的任务承担全面的责任。

事业部组织结构，实行“政策制定与行政管理分开”，“分散经营与协调管理”的原则。总公司主要负责研究和制定各项政策，制定总目标与长期计划，规定经营销售利润总额及价格幅度，并对事业部的经营、人事、财务实行监督，不具体从事日常的行政事务。各事业部在总公司的政策、目标、计划的指导和控制下，从事生产经营活动，并根据生产经营活动的需要建立相应的组织管理部门，这些部门作为事业部管辖下的单位机构，将按事业部所布置的任务进行活动。

2. 答：在以全球化、市场化和信息化为时代特征的社会变革背景下，企业组织环境一方面呈现出复杂多变的发展变化，另一方面又为企业组织应对这样的变化提供了一定的技术工具。具体来说，企业组织在适应这种变化的过程中已经出现了扁平化、柔性化、分立化和网络化的发展特点和变革趋势。（1）扁平化。组织结构的扁平化，是指企业组织中管理层次的减少和管理幅度的扩大。

（2）柔性化。组织结构的柔性化是指在企业组织结构的设计和选择中，不设置固定的或机械式的正式组织机构，而代之以一些临时性的、以任务为导向的团队式或有机式组织。（3）分立化。所谓分立化是指从一个大企业里在分离出几个小的企业，把原来企业总部与下属单位之间的内部性的上下级关系变为外部性的企业与企业之间的关系。（4）网络化。网络化组织体现了新的组织结构在“分”的基础上，又以特定的联系方式再“合”的重要变化趋势。

五、案例分析

分析要点：美国通用电器公司所采用的是“战略中心”组织方式。他们确定战略中心的标准是：（1）中心在企业中承担单独的任务；（2）中心的地位可以客观判别，比如，有专营的系列产品，有明确的竞争对象等；（3）其职责是拟定和执行所属各利润中心的长期战略。

六、论述题

答：为确立合理的组织结构，必须考虑和确定以下五个方面的关系及问题：

其一，分工关系。为实现预定目标，组织必须完成一系列的工作任务。分工过程就是为实现一定的目标，而对必要的工作或职能进行细分化，并确定不同职位和相应的承担者。其二，部门化。部门一词是指在一个组织中，一个管理人员有权执行所规定的活动的一个明确区分的范围、部分或者分支机构。在部门化的组织中，所有的部门就成为组织的基本单位，或者是组织系统的子系统。其三，权限关系。如果部门化是机构的分割，那么，权限关系就涉及权力的分割。组织中的权限关系，就是指组织中职权的安排和行使关系。其四，沟通与协商。组织结构因部门化和分工，使部门与部门、人与人之间的沟通和协调十分重要。合理的组织结构可使组织内的信息传递路线大大改变和减少。其五，程序化。组织结构最大的特点就是它有一套预设的行动框架。由此它才能稳定地指导和规范组织成员和单位的行为。一般说来，我们可以把通过事先制定行动方案，当某些事件发生时按预设的方案及时处置的组织工作叫程序化。

可以联系你自己单位的组织现状，谈谈在这几个方面的关系及存在的问题。

第六章

一、单项选择题

1. A; 2. B; 3. C; 4. C; 5. C; 6. A; 7. C; 8. B; 9. A; 10. B。

二、多项选择题

1. ABD; 2. BCD; 3. AC; 4. AB; 5. ABD; 6. AD; 7. AC; 8. AB; 9. BC; 10. AB。

三、判断题

1. 对 2. ； 对; 3. 错; 4. 对; 5. 对; 6. 错; 7. 对; 8. 错; 9. 错; 10. 对。

四、简答题

1. 答：企业集团是在经济、技术、生产经营上有联系的企业通过一定的方式结合而成的多法人的经济联合体。它是规模经营的企业组织，是企业联合的高级发展形态。其主要特点有：（1）群体性。这就是说，企业集团是一组有法人资格的企业群体所组成，而不仅是一个大企业。（2）整体性。这是指组成企业集团的企业群必须有特定的经济纽带或联系机制有机地连接成经济活动的整体，而不是相互孤立活动的一群企业。（3）层次性。即通过经济纽带或联系机制所联合的企业，应形成紧密程度不同的层次结构，而不只是松散的企业联合体。（4）实体性。这是指企业集团的核心必须是具有法人地位和投资功能的经济实体，而不是不承担经济责任的非经营性公司。

2. 答：根据企业间联系的优化特征，可以对企业集团的组织形式进行分类。（1）规模优化型的企业集团。这种企业集团往往是由同行业企业的联合与集中或大型企业的扩张与兼并形成的适当规模的企业联合体。（2）分工优化型的企业集团。这种企业集团一般是以名优产品为龙头，以骨干企业为核心，按分工配套的原则组建的。（3）经营优化型的企业集团。这类企业集团是某种生产中各产供销相衔接的企业按“一条龙”方式组合起来的，实际上就是供应、生产和分配的一体化组合方式的联合体。（4）开发优化型的企业集团。这种企业集团往往产生于一些高技术产业。它是由企业和科研单位为了开发市场、开发高技术、开发新产品而实行经济联合，组成企业集团。

五、论述题

答：企业集团的一般组织结构是一种比较理想的组织结构，它通过资产纽带和层次联系构建而成，这种组织结构主要体现了母子公司的资产关系和控制程度的层次关系。企业集团的一般组织结构可由四个层次构成，它们是：（1）核心层。核心层是一个具有母公司特征的包含若干分公司或事业部的本身从事多样化经营的集团公司。（2）控股层。这是由若干被集团公司控股的子公司和这些子公司的孙公司组成。（3）持股层。这是由若干与集团公司或子公司持股、参股的经营组织或研究单位组成。（4）协作层。核心层与控股层和持股层之间的联系纽带是通过股份这种资产形式建立起来的，而协作层则是由那些以合同协议等契约方式与核心层、控股层和持股层企业保持长期生产，经营配套，技术协作的企业组成。

第七章

一、单项选择题

1. C; 2. B; 3. A; 4. C; 5. B; 6. A; 7. B; 8. C; 9. A; 10. C。

二、多项选择题

1. ABD; 2. ABD; 3. ABC; 4. AC; 5. BCD; 6. ABD; 7. ABCD; 8. ACD; 9. ABD; 10. ABC。

三、判断题

1. 对; 2. 错; 3. 对; 4. 错; 5. 错; 6. 对; 7. 对; 8. 对; 9. 错 10. 对。

四、简答题

1. 答：根据一般文化结构的三层次分析，可以认为企业文化结构也有三个层面：表层为外层文化，主要包括厂容厂貌、产品形式、品牌商标、习俗礼仪等，它们属于可视的企业形象部分；中间层主要包括企业的组织机构、行为准则、规章制度、组织方式等，这是属于可感受的企业行为部分；第三层次为内层或深层文化，它是企业文化的核心，对表层和中层文化起着支配和决定的作用，主要包括企业价值观、企业信仰体系、企业精神气质等，这是通过领悟才能把握的企业理念系统。

2. 答：跨国企业组织发展的变化过程主要经历了五个阶段：发展出口业务阶段；建立国外子公司阶段；设立国际部组织阶段；建立全球性组织结构阶段和发展国际网络组织阶段。跨国企业不同发展阶段的组织结构是相对于特定条件而形成和存在的，在进行组织结构变动和调整时，必须注意其发展的实际状态和条件。

五、论述题

答：跨国企业的首要特征就是打破国别界限，组成超越国界的企业组织。那么，跨国企业到国外建立子公司的主要动力是什么？主要有以下方面：

其一，进入和开拓国外市场。在企业的经营战略中，扩大产品的市场范围至关重要，而进入和开拓国外市场是实现其经营战略的有效途径。

其二，控制自然资源。对于经营石油、矿山、农业和其他初级产品采掘工业的投资者来说，到国外投资的意图是为了生产本国缺乏或生产成本较高的原料。

其三，保持和扩大服务的客户。服务行业的投资者形成了第三种类型的直接对外投资者，包括交通、银行、保险等行业和其他为跨国制造企业提供服务的其他企业。随着他们的买主移往海外，服务企业如果想继续保护业务关系，就必须跟随它们到海外去。

其四，吸引价格低廉的劳动力。这是发达国家中的企业对发展中国家进行直接投资的最重要的动力之一。

《线性代数》教学大纲

刘崇丽 编写

目 录

前 言	343
一、课程基本信息	343
二、课程的性质、目的和任务	343
三、授课方法	343
第一章 行列式	344
第一节 二阶、三阶行列式	344
一、二阶行列式	344
二、三阶行列式	344
第二节 n 阶行列式	346
一、全排列及其逆序数	346
二、 n 阶行列式概念的引入	346
三、 n 阶行列式的定义与计算	346
第三节 行列式的性质	347
第四节 行列式按行（列）展开	349
一、行列式按某一行（列）展开	349
第五节 克莱姆法则	350
一、引例	350
二、克莱姆法则	351
三、重要定理	351
复习与思考题	351
拓展阅读书目	351
第二章 矩 阵	352
第一节 矩阵的概念及特殊矩阵	352
一、矩阵概念的引入例题	352
二、矩阵的定义	352
三、几种特殊矩阵	352
第二节 矩阵的运算	354
一、矩阵的加法和数与矩阵乘法	354
二、矩阵的乘法	354
三、矩阵的转置	355
四、方阵的幂	356
五、方阵的行列式及性质	356
第三节 逆矩阵	356
一、概念的引入	356
二、逆矩阵的概念与性质	356
三、伴随矩阵法求逆矩阵	357
四、逆矩阵的运算性质	357
五、用逆矩阵解矩阵方程	357

六、 n 阶可逆矩阵 A ($n \geq 2$) 的伴随矩阵 A^* 的性质	357
第四节 分块矩阵	358
一、矩阵分块的作用	358
二、分块矩阵的运算法则	358
第五节 矩阵的初等变换	359
一、矩阵的三种初等变换	359
二、初等矩阵	360
三、行简化阶梯形矩阵和标准形矩阵	360
四、利用初等变换法求矩阵的逆矩阵	360
第六节 矩阵的秩	360
一、矩阵的 k 阶子式	360
二、矩阵秩的概念	360
三、矩阵秩的求法	361
四、矩阵秩的性质:	361
复习与思考题	361
拓展阅读书目	361
第三章 线性方程组	362
第一节 线性方程组	362
一、消元法解线性方程组	362
二、线性方程组的矩阵表示	362
三、初等行变换法解线性方程组	363
四、线性方程组有解的判断定理	363
第二节 n 维向量空间	363
一、向量的线性运算	363
二、向量空间的概念与判断	364
第三节 向量间的线性关系	364
一、线性组合	364
二、线性相关与线性无关	364
三、关于线性组合与线性相关的定理	365
四、向量组的秩	366
第四节 线性方程组解的结构	367
一、齐次线性方程组解的结构	367
二、非齐次线性方程组解的结构	368
三、线性方程组有解的判别定理	368
复习与思考题	368
拓展阅读书目	369
第四章 矩阵的特征值与特征向量	370
第一节 矩阵的特征值与特征向量	370
一、特征值与特征向量的概念及计算	370
二、特征值与特征向量的基本性质	371
第二节 相似矩阵	371
一、相似矩阵的概念及其性质	371

二、 n 阶矩阵与对角矩阵相似的条件	371
第三节 实对称矩阵的特征值与特征向量	372
一、向量内积的定义及性质	372
二、向量的长度及性质	372
三、正交向量组	373
四、正交矩阵	373
五、实对称矩阵的特征值与特征向量	374
复习与思考题	374
拓展阅读书目	374
第五章 二次型	375
第一节 二次型与对称矩阵	375
一、二次型及其矩阵	375
二、线性替换	376
三、合同矩阵	376
第二节 二次型与对称矩阵的标准型	376
一、用配方法化二次型为标准型	376
二、用初等变换法化二次型为标准型	376
三、用正交变换法化二次型为标准型	376
四、二次型与对称矩阵的规范型	377
第三节 二次型与对称矩阵的有定性	377
一、正定（负定）二次型的定义	377
二、正定（负定）二次型的判断	377
三、正定矩阵的简单性质	378
第四节 正定和负定性的一个应用	378
一、赫斯矩阵	378
二、多元函数极值判定的充分条件	378
复习与思考题	379
拓展阅读书目	379

前 言

一、课程基本信息

课程号: 309020013

英文名称: Linear Algebra

授课对象: 经济学专业

二、课程的性质、目的和任务

线性代数是本校本科经济学专业一门必修专业基础课程,它内容丰富,学时较多,其任务是既要为经济学类专业后继课程提供基本的数学工具,又要培养学生应用数学知识解决本专业实际问题的意识与能力。

线性代数是讨论有限维空间线性理论的一门学科,它的理论和问题的处理方法是许多非线性问题处理方法的基础,且广泛地应用于经济学科学的领域中,本课程以线性方程组解的讨论为核心内容,介绍行列式、矩阵理论、向量的线性相关性、线性方程组、二次型的理论及其有关知识。通过本课程的教学,使学生掌握线性代数的基本概念,了解其基本理论和方法,从而使学生初步掌握线性代数的基本思想和方法,培养学生运用线性代数方法分析和解决实际问题的能力。

三、授课方法

由于本课程具有较强的抽象性,在讲清基本概念、理论的同时,教学中应强调理论联系实际。并注意与有关专业的课程内容互相渗透和配合。在教学中应该注重对学科精神的领会;用问题驱动法逐步展开教学,把学生吸引到教学内容中去,并引导学生讨论问题,调动学生听课的积极性,锻炼学生的表达能力,增长他们的创新能力,提高课堂教学效率。

说明:教学要求较高的内容用“理解”、“掌握”、“熟悉”等词表述,要求较低的内容用“了解”、“会”等词表述。

本课程的先修课程是“空间解析几何”部分,不需其它高等数学基础,在任一学期均可开课。作为基础课,它是许多后继课,如数理统计、运筹学以及其他专业基础课和专业课的基础。

考核方法:采用闭卷考试,以百分制评定成绩。平时成绩 20%,期末成绩 80%。

教材:《线性代数》 赵树嫖. 人民大学出版社

第一章 行列式

本章的教学目的和基本要求:

1. 了解 n 阶行列式的定义。
2. 熟练掌握行列式的性质及按行列展开定理。
3. 熟练掌握 n 阶行列式常用的几种计算方法。
4. 理解克莱姆法则。
5. 会应用克莱姆法则解二、三元线性方程组。
6. 掌握 n 个未知量 n 个方程有解、无解的判断

本章知识点: 二阶、三阶行列式的概念与计算, n 阶行列式的概念与性质、行列式按行展开定理, 克莱姆法则。

重点: 行列式的概念、性质及计算, 展开定理, 克莱姆法则。

难点: n 阶行列式的计算。

学时分配: 11 学时

第一节 二阶、三阶行列式

一、二阶行列式

(一) 高斯消元法解二元一次线性方程组

若二元线性方程组 $\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 = b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 = b_2 \end{cases}$, 若 $a_{11}a_{22} - a_{12}a_{21} \neq 0$,

则二元线性方程组有唯一解: $x_1 = \frac{b_1a_{22} - b_2a_{12}}{a_{11}a_{22} - a_{12}a_{21}}$, $x_2 = \frac{b_2a_{11} - b_1a_{21}}{a_{11}a_{22} - a_{12}a_{21}}$

(二) 二阶行列式定义

由四个数排成二行二列 (横排称为行, 竖排称为列) 的数表

$$\begin{array}{cc} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{array}$$

表达式 $a_{11}a_{22} - a_{12}a_{21}$ 称为数表的行列式,

$$\text{记为 } \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{vmatrix}, \quad \text{即 } \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{vmatrix} = a_{11}a_{22} - a_{12}a_{21}$$

二、三阶行列式

(一) 高斯消元法解三元一次线性方程组

若三元一次方程组
$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + a_{13}x_3 = b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + a_{23}x_3 = b_2 \\ a_{31}x_1 + a_{32}x_2 + a_{33}x_3 = b_3 \end{cases}$$

若 $a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{11}a_{23}a_{32} - a_{12}a_{21}a_{33} - a_{13}a_{22}a_{31} \neq 0$

则三元线性方程组有唯一解:

$$x_1 = \frac{b_1a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}b_3 + a_{13}b_2a_{32} - b_1a_{23}a_{32} - a_{12}b_2a_{33} - a_{13}a_{22}b_3}{a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{11}a_{23}a_{32} - a_{12}a_{21}a_{33} - a_{13}a_{22}a_{31}}$$

$$x_2 = \frac{a_{11}b_2a_{33} + b_1a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}b_3 - a_{11}a_{23}b_3 - b_1a_{21}a_{33} - a_{13}b_2a_{31}}{a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{11}a_{23}a_{32} - a_{12}a_{21}a_{33} - a_{13}a_{22}a_{31}}$$

$$x_3 = \frac{a_{11}a_{22}b_3 + a_{12}b_2a_{31} + b_1a_{21}a_{32} - a_{11}b_2a_{32} - a_{12}a_{21}b_3 - b_1a_{22}a_{31}}{a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{11}a_{23}a_{32} - a_{12}a_{21}a_{33} - a_{13}a_{22}a_{31}}$$

(二) 三阶行列式定义

由 9 个数排成三行三列 (横排称为行, 竖排称为列) 的数表

$$\begin{array}{ccc} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{array}$$

表达式称为 $a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{11}a_{23}a_{32} - a_{12}a_{21}a_{33} - a_{13}a_{22}a_{31}$ 数表的行列式,

记为
$$\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix}.$$

即
$$\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix} = a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{11}a_{23}a_{32} - a_{12}a_{21}a_{33} - a_{13}a_{22}a_{31}$$

三元一次线性方程组的解可表示为

$$x_1 = \frac{\begin{vmatrix} b_1 & a_{12} & a_{13} \\ b_2 & a_{22} & a_{23} \\ b_3 & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix}}, \quad x_2 = \frac{\begin{vmatrix} a_{11} & b_1 & a_{13} \\ a_{21} & b_2 & a_{23} \\ a_{31} & b_3 & a_{33} \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix}}, \quad x_3 = \frac{\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & b_1 \\ a_{21} & a_{22} & b_2 \\ a_{31} & a_{32} & b_3 \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix}}$$

第二节 n 阶行列式

一、全排列及其逆序数

(一) 概念的引入

(二) 全排列及其逆序数

1. n 个不同的元素排成一列, 叫做这 n 个元素的全排列 (或排列).
2. 规定各元素之间有一个标准次序, n 个不同的自然数, 规定由小到大为标准次序.
3. 在一个排列 $(i_1 i_2 \cdots i_t \cdots i_s \cdots i_n)$ 中, 若数 $i_t > i_s$ 则称这两个数组成一个逆序.
4. 一个排列中所有逆序的总数称为此排列的逆序数.
 - (1) 逆序数为奇数的排列称为奇排列.
 - (2) 逆序数为偶数的排列称为偶排列.

(三) 对换与排列的奇偶性的关系

定理 1: 任意一个排列经过一个对换后奇偶性改变.

定理 2: n 个数码 ($n > 1$) 共有 $n!$ 个 n 级排列, 其中奇排列和偶排列各占一半.

二、n 阶行列式概念的引入

$$\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix} = a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{11}a_{23}a_{32} - a_{12}a_{21}a_{33} - a_{13}a_{22}a_{31}$$

(一) 三阶行列式的特点

1. 三阶行列式共有 6 项, 即 $3!$ 项.
2. 每项都是位于不同行不同列的三个元素的乘积.
3. 每项的正负号都取决于位于不同行不同列的三个元素的下标排列.

(二) 三阶行列式的另外一种表达形式

$$\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix} = \sum (-1)^{N(j_1 j_2 j_3)} a_{1j_1} a_{2j_2} a_{3j_3}.$$

三、n 阶行列式的定义与计算

(一) 定义

由 n^2 数组成的 n 阶行列式等于所有取自不同行不同列的 n 个元素的乘积的代数和

$$\sum (-1)^{N(j_1 j_2 \cdots j_n)} a_{1j_1} a_{2j_2} \cdots a_{nj_n}. \quad \text{记作}$$

$$D = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix}$$

简记 $\det(a_{ij})$, 数 a_{ij} 称为行列式的元素

(二) 特殊 n 阶行列式的计算

$$1. \text{ 上三角行列式 } \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ 0 & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ 0 & 0 & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = a_{11}a_{22}\cdots a_{nn}$$

$$2. \text{ 下三角行列式 } \begin{vmatrix} a_{11} & 0 & 0 & \cdots & 0 \\ a_{21} & a_{22} & 0 & \cdots & 0 \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{n1} & a_{n2} & a_{n3} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = a_{11}a_{22}\cdots a_{nn}$$

$$3. \text{ 对角行列式 } \begin{vmatrix} \lambda_1 & & & \\ & \lambda_2 & & \\ & & \ddots & \\ & & & \lambda_n \end{vmatrix} = \lambda_1\lambda_2\cdots\lambda_n$$

4. 范德蒙 (Vandermonde) 行列式

$$V_n = \begin{vmatrix} 1 & 1 & 1 & \cdots & 1 \\ x_1 & x_2 & x_3 & \cdots & x_n \\ x_1^2 & x_2^2 & x_3^2 & \cdots & x_n^2 \\ \vdots & \vdots & \vdots & & \vdots \\ x_1^{n-1} & x_2^{n-1} & x_3^{n-1} & \cdots & x_n^{n-1} \end{vmatrix} = \prod_{1 \leq j < i \leq n} (x_i - x_j)$$

(三) n 阶行列式定义的另外形式

$$1. D = \sum (-1)^{N(i_1 i_2 \cdots i_n)} a_{i_1 1} a_{i_2 2} \cdots a_{i_n n}$$

$$2. D = \sum (-1)^{N(i_1 i_2 \cdots i_n) + N(j_1 j_2 \cdots j_n)} a_{i_1 j_1} a_{i_2 j_2} \cdots a_{i_n j_n}$$

第三节 行列式的性质

(一) 将行列式转置, 行列式的值不变

$$\text{即: } \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{21} & \cdots & a_{n1} \\ a_{12} & a_{22} & \cdots & a_{n2} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{1n} & a_{2n} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix}$$

说明:行列式对行成立的性质对列也成立.

(二) 交换行列式的两行(列), 行列式的值变号

$$\text{即: } \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{s1} & a_{s2} & \cdots & a_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{t1} & a_{t2} & \cdots & a_{tn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = - \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{t1} & a_{t2} & \cdots & a_{tn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{s1} & a_{s2} & \cdots & a_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix}$$

推论: 如果行列式有两行(列)的对应元素相同, 则此行列式的值为零。

(三) 用数 k 乘行列式的某一行(列), 等于以数 k 乘此行列式

$$\text{即: } \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ ka_{s1} & ka_{s2} & \cdots & ka_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = k \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{s1} & a_{s2} & \cdots & a_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix}$$

推论 1: 如果行列式某行(列)的所有元素有公因子, 则公因子可以提到行列式外面。

推论 2: 如果行列式有两行(列)的对应元素成比例, 则行列式的值等于零。

(四) 如果将行列式中的某一行(列)的每一个元素都写成两个数的和, 则此行列式可以写成两个行列式的和, 这两个行列式分别以这两个数为所在行(列)对应位置的元素, 其它位置的元素与行列式相同

即

$$\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ b_{s1} + a_{s1} & b_{s2} + a_{s2} & \cdots & b_{sn} + a_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ b_{s1} & b_{s2} & \cdots & b_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} + \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{s1} & a_{s2} & \cdots & a_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix}$$

推论: 如果将行列式中的某一行(列)的每一个元素都写成 m 个数 (m 为大于 2 的整数) 的和, 则此行列式可以写成 m 个行列式的和。

(五) 将行列式的某一行(列)的所有元素同乘以数 k 后加于另一行(列)对应位置的元素上, 行列式的值不变

$$\text{即: } \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{s1} + ka_{t1} & a_{s2} + ka_{t1} & \cdots & a_{sn} + ka_{t1} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{t1} & a_{t2} & \cdots & a_{tn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{s1} & a_{s2} & \cdots & a_{sn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{t1} & a_{t2} & \cdots & a_{tn} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix}$$

(六) 关于行列式分块性质

$$\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} & 0 & 0 & \cdots & 0 \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} & 0 & 0 & \cdots & 0 \\ \vdots & \vdots & & \vdots & \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} & 0 & 0 & \cdots & 0 \\ c_{11} & c_{12} & \cdots & c_{1n} & b_{11} & b_{12} & \cdots & b_{1n} \\ c_{21} & c_{22} & \cdots & c_{2n} & b_{21} & b_{22} & \cdots & b_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots & \vdots & \vdots & & \vdots \\ c_{n1} & c_{n2} & \cdots & c_{nn} & b_{n1} & b_{n2} & \cdots & b_{nn} \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} \times \begin{vmatrix} b_{11} & b_{12} & \cdots & b_{1n} \\ b_{21} & b_{22} & \cdots & b_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ b_{n1} & b_{n2} & \cdots & b_{nn} \end{vmatrix}$$

第四节 行列式按行(列)展开

一、行列式按某一行(列)展开

(一) 余子式与代数余子式

1. 余子式

定义: 在 n 阶行列式 $D = |a_{ij}|$ 中去掉元素 a_{ij} 所在的第 i 行和第 j 列后, 余下的 $n-1$ 阶行列式称为

D 中元素 a_{ij} 的余子式, 记为 M_{ij}

$$\text{即: } M_{ij} = \begin{vmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1,j-1} & a_{1,j+1} & \cdots & a_{1n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{i-1,1} & \cdots & a_{i-1,j-1} & a_{i-1,j+1} & \cdots & a_{i-1n} \\ a_{i+1,1} & \cdots & a_{i+1,j-1} & a_{i+1,j+1} & \cdots & a_{i+1n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{n1} & \cdots & a_{nj-1} & a_{nj+1} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix}$$

2. 代数余子式

定义: D 中元素 a_{ij} 的余子式 M_{ij} 前添加符号 $(-1)^{i+j}$, 称为 a_{ij} 的代数余子式, 记为 A_{ij}

即: $A_{ij} = (-1)^{i+j} M_{ij}$

(二) 行列式按行(列)展开法

n 阶行列式 $D = |a_{ij}|$ 等于它的任意一行（列）的各元素与其对应的代数余子式的乘积的和

$$\text{即 } D = a_{i1}A_{i1} + a_{i2}A_{i2} + \cdots + a_{in}A_{in} \quad (i=1,2,\cdots,n)$$

$$\text{或 } D = a_{1j}A_{1j} + a_{2j}A_{2j} + \cdots + a_{nj}A_{nj} \quad (j=1,2,\cdots,n)$$

（三）关于代数余子式的重要性质

n 阶行列式 $D = |a_{ij}|$ 某一行（列）的元素乘另一行（列）对应元素的代数余子式之和等于零

$$\text{即: } a_{i1}A_{s1} + a_{i2}A_{s2} + \cdots + a_{in}A_{sn} = 0 \quad (i \neq s)$$

$$\text{或 } a_{1j}A_{1t} + a_{2j}A_{2t} + \cdots + a_{nj}A_{nt} = 0 \quad (j \neq t)$$

第五节 克莱姆法则

一、引例

（一）二元线性方程组的解

若二元线性方程组 $\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 = b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 = b_2 \end{cases}$ ，系数行列式 $D = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{vmatrix} \neq 0$ ，

$$\text{则二元线性方程组有唯一解: } x_1 = \frac{D_1}{D} = \frac{\begin{vmatrix} b_1 & a_{12} \\ b_2 & a_{22} \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{vmatrix}}, \quad x_2 = \frac{D_2}{D} = \frac{\begin{vmatrix} a_{11} & b_1 \\ a_{21} & b_2 \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{vmatrix}}$$

（二）三元线性方程组的解

三元线性方程组 $\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + a_{13}x_3 = b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + a_{23}x_3 = b_2 \\ a_{31}x_1 + a_{32}x_2 + a_{33}x_3 = b_3 \end{cases}$ ，系数行列式 $D = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix} \neq 0$ ，

$$\text{则三元线性方程组有唯一解: } x_1 = \frac{D_1}{D}, \quad x_2 = \frac{D_2}{D}, \quad x_3 = \frac{D_3}{D}$$

$$\text{其中 } D_1 = \begin{vmatrix} b_1 & a_{12} & a_{13} \\ b_2 & a_{22} & a_{23} \\ b_3 & a_{32} & a_{33} \end{vmatrix}, \quad D_2 = \begin{vmatrix} a_{11} & b_1 & a_{13} \\ a_{21} & b_2 & a_{23} \\ a_{31} & b_3 & a_{33} \end{vmatrix}, \quad D_3 = \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & b_1 \\ a_{21} & a_{22} & b_2 \\ a_{31} & a_{32} & b_3 \end{vmatrix}$$

二、克莱姆法则

[illegible]

$D \neq 0$ 时, 方程组有且仅有唯一解 $x_j = \frac{D_j}{D} \quad (j=1,2,\cdots,n)$

其中 D_j 是把系数行列式 D 中第 j 列的元素用方程组右端的常数项代替后所得到的 n 阶行列式,

$$\text{即: } D_j = \begin{vmatrix} a_{11} \cdots a_{1,j-1} & b_1 & a_{1,j+1} \cdots a_{1n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ a_{n1} \cdots a_{n,i-1} & b_n & a_{n,i+1} \cdots a_{nn} \end{vmatrix}$$

（二）非齐次线性方程组与齐次线性方程组的定义

[illegible]

非齐次线性方程组: 若常数项 $b_1, b_2, \dots, b_n$ 全为零, 此时称方程组为齐次线性方程组.

三、重要定理

（一）非齐次线性方程组的相关定理

1. 如果有 n 个未知数 n 个方程的非齐次线性方程组的系数行列式不为零, 则该方程组一定有解, 且解是唯一的。

2. 如果有 n 个未知数 n 个方程的非齐次线性方程组无解或有无穷多个不同的解, 则它的系数行列式必为零。

（二）齐次线性方程组的相关定理

1. 如果有 n 个未知数 n 个方程的齐次线性方程组的系数行列式不为零, 则该齐次线性方程组仅有非零解。

2. 如果有 n 个未知量 n 个方程的齐次线性方程组有非零解, 则它的系数行列式必为零。

复习与思考题

教材习题一 A 组 B 组

拓展阅读书目

居马余等编	《线性代数》	清华大学出版社, 1995。
同济大学编	《线性代数》	同济大学出版社, 1992。
谢云孙等编	《线性代数与解析几何》	高等教育出版社, 1999。

第二章 矩 阵

本章教学目的及基本要求：

1. 理解矩阵的概念，了解单位矩阵、对角矩阵、上（下）三角矩阵、对称矩阵与反对称矩阵，以及它们的性质。
2. 熟练掌握矩阵的线性运算、乘法运算、转置运算，以及它们的运算规律，理解方阵的幂，掌握方阵乘积的行列式。
3. 理解逆矩阵的概念，掌握逆矩阵的性质，以及矩阵可逆的充要条件。
4. 熟练掌握矩阵的初等变换，理解矩阵秩的概念，熟练掌握用伴随矩阵法和初等变换法求逆矩阵，掌握用初等变换法求矩阵的秩。
5. 掌握分块矩阵的运算及其应用

本章知识点：矩阵的概念、性质、运算，几种特殊的矩阵，逆矩阵，矩阵的秩，矩阵的初等变换。

重点：矩阵的线性运算、乘法、转置，以及它们的运算规律；逆矩阵的概念及求法。用伴随矩阵法和初等变换的方法求逆矩阵，矩阵的秩。

难点：逆矩阵的求法 矩阵的秩 分块矩阵的应用

本章学时分配：13 学时

第一节 矩阵的概念及特殊矩阵

一、矩阵概念的引入例题

二、矩阵的定义

由 $m \times n$ 个数 a_{ij} ($i=1,2,\dots,m; j=1,2,\dots,n$) 排成的 m 行 n 列的数表

$$\begin{array}{cccc} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \cdots & a_{mn} \end{array}$$

称为 $m \times n$ 矩阵。记作 $A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \cdots & a_{mn} \end{pmatrix}$

三、几种特殊矩阵

（一）方阵

行数与列数都等于 n 的矩阵 A ，称为 n 阶方阵 A

注意： n 阶行列式与 n 阶矩阵的区别。

(二) 行矩阵与列矩阵

1. 只有一行的矩阵称为行矩阵 (或行向量).
2. 只有一列的矩阵称为列矩阵 (或列向量).

(三) 单位矩阵

$$E = E_n = \begin{pmatrix} 1 & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & 1 & \cdots & 0 \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ 0 & 0 & \cdots & 1 \end{pmatrix}$$

(四) 零矩阵

元素全为零的矩阵称为零矩阵

(五) 对角矩阵

$$\begin{pmatrix} \lambda_1 & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & \lambda_2 & \cdots & 0 \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ 0 & 0 & \cdots & \lambda_n \end{pmatrix} \quad \text{记作: } A = \text{diag}(\lambda_1, \lambda_2, \cdots, \lambda_n).$$

(六) 同型矩阵

1. 概念

两个矩阵的行数相等,列数相等时,称为同型矩阵

2. 两个矩阵相等

两个矩阵 $A = (a_{ij})$ 与 $B = (b_{ij})$ 为同型矩阵,并且对应元素相等,即

$$a_{ij} = b_{ij} \quad (i = 1, 2, \cdots, m; j = 1, 2, \cdots, n),$$

则称矩阵 $A = (a_{ij})$ 与 $B = (b_{ij})$ 相等,记作 $A = B$

(七) (上、下) 三角矩阵

$$\text{形如: } \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ 0 & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ 0 & 0 & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix}, \text{即 } n \text{ 阶矩阵 } A = (a_{ij}), \text{当 } i > j \text{ 时, } a_{ij} = 0, (j = 1, 2, \cdots, n-1) \text{ 称为}$$

上三角形矩阵

$$\text{形如: } \begin{pmatrix} a_{11} & 0 & \cdots & 0 \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & 0 \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix}, \text{即 } n \text{ 阶矩阵 } A = (a_{ij}), \text{当 } i < j \text{ 时, } a_{ij} = 0, (j = 2, 3, \cdots, n) \text{ 称为下三角}$$

形矩阵

(八) 行阶梯矩阵、行最简形矩阵

1. 行阶梯矩阵特点:

- (1) 可划出一条阶梯线，线的下方全为零
- (2) 每个台阶 只有一行
- (3) 台阶数即是非零行的行数，阶梯线的竖线后面的第一个元素为非零元

2. 行简化矩阵

行阶梯形矩阵中,若非零行的第一各非零元为 1,而这些非零元所在列的其他元素都为零,则称此行阶梯形矩阵为行简化矩阵. 它在解线性方程组中有重要的作用.

第二节 矩阵的运算

一、矩阵的加法和数与矩阵乘法

(一) 矩阵的加法

$$A+B=\begin{pmatrix} a_{11}+b_{11} & a_{12}+b_{12} & \cdots & a_{1n}+b_{1n} \\ a_{21}+b_{21} & a_{22}+b_{22} & \cdots & a_{2n}+b_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{m1}+b_{m1} & a_{m2}+b_{m2} & \cdots & a_{mn}+b_{mn} \end{pmatrix}$$

(二) 数与矩阵乘法

$$\lambda A = A\lambda = \begin{pmatrix} \lambda a_{11} & \lambda a_{12} & \cdots & \lambda a_{1n} \\ \lambda a_{21} & \lambda a_{22} & \cdots & \lambda a_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ \lambda a_{m1} & \lambda a_{m1} & \cdots & \lambda a_{mn} \end{pmatrix}$$

(三) 矩阵的加法和数与矩阵乘法的运算规律

1. 交换律 $A+B=B+A$
2. 结合律 $(A+B)+C=A+(B+C)$
3. 零矩阵满足 $A+O=A$,其中 O 是与 A 同型的零矩阵
4. 存在矩阵 $(-A)$ 满足 $A+(-A)=O$,此时,如果 $A=(a_{ij})_{m \times n}$. 则 $-A=(-a_{ij})_{m \times n}$ 称为 A 的负

矩阵

5. $1A=A$
6. $(kl)A=k(lA)$
7. $(k+l)A=kA+lA$

二、矩阵的乘法

(一) 实例问题的引入

某地区有 4 个工厂 I、II、III、IV, 生产甲、乙、丙 3 种产品, 一年中各工厂生产各种产品的数量由矩阵 A 表示, 各种产品的单位价格及单位利润由矩阵 B 表示, 各工厂的总收入及总利润由矩阵 C 表示:

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \\ a_{41} & a_{42} & a_{43} \end{pmatrix} \quad B = \begin{pmatrix} b_{11} & b_{12} \\ b_{21} & b_{22} \\ b_{31} & b_{32} \end{pmatrix} \quad C = \begin{pmatrix} c_{11} & c_{12} \\ c_{21} & c_{22} \\ c_{31} & c_{32} \\ c_{41} & c_{42} \end{pmatrix}$$

(二) 矩阵的乘法法则

设 $A = (a_{ij})$ 是一个 $m \times s$ 矩阵, $B = (b_{ij})$ 是一个 $s \times n$ 矩阵, 那末规定矩阵 A 与矩阵 B 的乘积

是一个 $m \times n$ 矩阵 $C = (c_{ij})$, 其中

$$c_{ij} = a_{i1}b_{1j} + a_{i2}b_{2j} + \cdots + a_{is}b_{sj} = \sum_{k=1}^s a_{ik}b_{kj} \quad (i=1,2,\cdots,m; j=1,2,\cdots,n),$$

并把此乘积记作 $C = AB$.

(三) 矩阵乘法的性质

(1) 结合律 $(AB)C = A(BC)$

(2) 数乘结合律 $k(AB) = (kA)B = A(kB)$, 其中 k 是数

(3) 左分配律 $A(B+C) = AB+AC$

右分配律 $(B+C)A = BA+CA$

注意: 矩阵乘法一般

不满足交换律, 即 $AB \neq BA$;

不满足消去律, 即由 $AB = AC$ 不能推出 $B=C$;

由 $AB=0$ 不能推出 $A=0$ 或 $B=0$

三、矩阵的转置

(一) 矩阵的转置定义

把矩阵 A 的行换成同序数的列得到的新矩阵, 叫做 A 的转置矩阵, 记作 A^T

$$\text{即: } A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix}, \text{ 则 } A^T = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{21} & \cdots & a_{n1} \\ a_{12} & a_{22} & \cdots & a_{n2} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{1n} & a_{2n} & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix}$$

(二) 矩阵的转置性质

$$1. (A^T)^T = A$$

$$2. (A+B)^T = A^T + B^T$$

$$3. (\lambda A)^T = \lambda A^T$$

$$4. (AB)^T = B^T A^T$$

(三) 对称矩阵与反对称矩阵

1. 概念

设 A 为 n 阶方阵, 如果满足 $A = A^T$, 即 $a_{ij} = a_{ji}$ ($i, j = 1, 2, \dots, n$) 那末 A 称为对称阵.

如果 $A^T = -A$ 则矩阵 A 称为反对称矩阵.

2. 应用

(1) 设 A 与 B 是两个对称矩阵, 当且仅当 A 与 B 可交换时, AB 是对称的.

(2) 任一 n 阶矩阵 A 都可表示成对称阵与反对称阵之和.

四、方阵的幂

(一) 方阵幂的定义

若 A 是 n 阶矩阵, 则 A^k 为 A 的 k 次幂, 即 $A^k = \underbrace{A A \cdots A}_{k \text{ 个}}$

(二) 方阵幂的性质

$$1. A^m A^k = A^{m+k}$$

$$2. (A^m)^k = A^{mk}$$

注意: $A^m B^m \neq (AB)^m$

五、方阵的行列式及性质

(一) 方阵的行列式定义

由 n 阶方阵 A 的元素所构成的行列式, 叫做方阵 A 的行列式, 记作 $|A|$ 或 $\det A$

(二) 方阵的行列式运算性质

$$1. |A^T| = |A|$$

$$2. |\lambda A| = \lambda^n |A|$$

$$3. |AB| = |A||B|$$

第三节 逆矩阵

一、概念的引入

二、逆矩阵的概念与性质

(一) 逆矩阵的定义

对于 n 阶矩阵 A , 如果有一个 n 阶矩阵 B , 使得 $AB = BA = E$, 则说矩阵 A 是可逆的, 并把矩阵 B 称为 A 的逆矩阵. A 的逆矩阵记作 A^{-1} , 即 $B = A^{-1}$.

说明: 若 A 是可逆矩阵, 则 A 的逆矩阵是唯一的

三、伴随矩阵法求逆矩阵

(一) 奇异矩阵与非奇异矩阵的定义

若 n 阶方阵 A , 满足 $|A| \neq 0$, 则称 A 为非奇异矩阵, 否则称为奇异矩阵.

(二) 伴随矩阵的定义

行列式 $|A|$ 中的各个元素的代数余子式 A_{ij} 所构成的如下矩阵, 称为矩阵 A 的伴随矩阵 A^*

$$\text{即: } A^* = \begin{pmatrix} A_{11} & A_{21} & \cdots & A_{n1} \\ A_{12} & A_{22} & \cdots & A_{n2} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ A_{1n} & A_{2n} & \cdots & A_{nn} \end{pmatrix}$$

(三) 矩阵 A 可逆的充要条件是 $|A| \neq 0$, 且 $A^{-1} = \frac{1}{|A|} A^*$ 其中 A^* 是矩阵的伴随矩阵

作用: 1. 给出矩阵 A 可逆的判别方法
2. 给出逆矩阵的计算方法

推论: 若 $AB = E$ (或 $BA = E$) 则 $B = A^{-1}$

四、逆矩阵的运算性质

(一) 若 A 可逆, 则 A^{-1} 亦可逆, 且 $(A^{-1})^{-1} = A$

(二) 若 A 可逆, 数 $\lambda \neq 0$, 则 λA 可逆, 且 $(\lambda A)^{-1} = \frac{1}{\lambda} A^{-1}$

(三) 若 A, B 为同阶方阵且均可逆, 则 AB 亦可逆, 且 $(AB)^{-1} = B^{-1}A^{-1}$

(四) 若 A 可逆, 则 A^T 亦可逆, 且 $(A^T)^{-1} = (A^{-1})^T$

(五) 若 A 可逆, 则有 $|A^{-1}| = |A|^{-1}$

五、用逆矩阵解矩阵方程

(一) 若已知 $AX=B$, 且 A 可逆, 则 $X = A^{-1}B$

(二) 若已知 $XA=B$, 且 A 可逆, 则 $X = BA^{-1}$

(三) 若已知 $AXB=C$, 且 A, B 均可逆, 则 $X = A^{-1}CB^{-1}$

六、 n 阶可逆矩阵 A ($n \geq 2$) 的伴随矩阵 A^* 的性质

(一) $(A^*)^{-1} = (A^{-1})^*$

(二) $(A^*)^T = (A^T)^*$

(三) $(kA)^* = k^{n-1}(A^*)$, 其中 k 是非零常数

$$(四) \quad (AB)^* = B^* A^*$$

$$(五) \quad (A^*)^* = |A|^{n-2} A$$

第四节 分块矩阵

一、矩阵分块的作用

二、分块矩阵的运算法则

(一) 分块矩阵的加法

设矩阵 A 与 B 的行数与列数对应相等,采用相同的分块法,有

$$A = \begin{pmatrix} A_{11} & \cdots & A_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ A_{s1} & \cdots & A_{sr} \end{pmatrix}, \quad B = \begin{pmatrix} B_{11} & \cdots & B_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ B_{s1} & \cdots & B_{sr} \end{pmatrix} \quad \text{其中 } A_{ij} \text{ 与 } B_{ij} \text{ 的行数,列数对应相同,那么}$$

$$A+B = \begin{pmatrix} A_{11}+B_{11} & \cdots & A_{1r}+B_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ A_{s1}+B_{s1} & \cdots & A_{sr}+B_{sr} \end{pmatrix}$$

(二) 数与分块矩阵乘法

$$\text{设 } A = \begin{pmatrix} A_{11} & \cdots & A_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ A_{s1} & \cdots & A_{sr} \end{pmatrix}, \lambda \text{ 为数,那么 } \lambda A = \begin{pmatrix} \lambda A_{11} & \cdots & \lambda A_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ \lambda A_{s1} & \cdots & \lambda A_{sr} \end{pmatrix}$$

(三) 分块矩阵的乘法

设 A 为 $m \times l$ 矩阵, B 为 $l \times n$ 矩阵,分块成

$$A = \begin{pmatrix} A_{11} & \cdots & A_{1t} \\ \vdots & & \vdots \\ A_{s1} & \cdots & A_{st} \end{pmatrix}, \quad B = \begin{pmatrix} B_{11} & \cdots & B_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ B_{t1} & \cdots & B_{tr} \end{pmatrix}$$

其中 $A_{11}, A_{12}, \dots, A_{1t}$ 的列数分别等于 $B_{1j}, B_{2j}, \dots, B_{tj}$ 的行数,那么

$$AB = \begin{pmatrix} C_{11} & \cdots & C_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ C_{s1} & \cdots & C_{sr} \end{pmatrix} \quad \text{其中 } C_{ij} = \sum_{k=1}^t A_{ik} B_{kj} \quad (i=1, \dots, s; j=1, \dots, r)$$

(四) 分块矩阵的转置

$$\text{设 } A = \begin{pmatrix} A_{11} & \cdots & A_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ A_{s1} & \cdots & A_{sr} \end{pmatrix} \quad \text{则 } A^T = \begin{pmatrix} A_{11}^T & \cdots & A_{s1}^T \\ \vdots & & \vdots \\ A_{1r}^T & \cdots & A_{sr}^T \end{pmatrix}$$

(五) 分块对角矩阵的运算性质

1. 分块对角矩阵的概念

设 A 为 n 阶矩阵, 若 A 的分块矩阵只有在对角线上有非零子块, 其余子块都为零矩阵, 且非零子块都是方阵, 即:

$$A = \begin{pmatrix} A_1 & & \\ & A_2 & \\ & & \ddots \\ & & & A_s \end{pmatrix}$$

其中 $A_i (i=1, 2, \dots, s)$ 都是方阵, 那么称 A 为分块对角矩阵

2. 分块对角矩阵的运算性质

$$(1) |A| = |A_1| |A_2| \cdots |A_s|$$

$$(2) \begin{pmatrix} A_1 & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & A_2 & \cdots & 0 \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ 0 & 0 & \cdots & A_s \end{pmatrix} \begin{pmatrix} B_1 & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & B_2 & \cdots & 0 \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ 0 & 0 & \cdots & B_s \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} A_1 B_1 & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & A_2 B_2 & \cdots & 0 \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ 0 & 0 & \cdots & A_s B_s \end{pmatrix}$$

(六) 用分块法求矩阵的逆矩阵

$$1. \text{ 设 } A = \begin{pmatrix} B & D \\ 0 & C \end{pmatrix}, \text{ 其中 } B \text{ 和 } C \text{ 都是可逆方阵, 则 } A^{-1} = \begin{pmatrix} B^{-1} & -B^{-1}DC^{-1} \\ 0 & C^{-1} \end{pmatrix}$$

$$2. \text{ 分块对角矩阵 } A = \begin{pmatrix} A_1 & & \\ & A_2 & \\ & & \ddots \\ & & & A_s \end{pmatrix} \text{ 可逆的充要条件是可逆 } A_i (i=1, 2, \dots, s) \text{ 可逆}$$

$$\text{且 } A^{-1} = \begin{pmatrix} A_1^{-1} & & \\ & A_2^{-1} & \\ & & \ddots \\ & & & A_s^{-1} \end{pmatrix}$$

第五节 矩阵的初等变换

一、矩阵的三种初等变换

(一) 矩阵的三种初等行变换

1. 对调矩阵的两行

2. 以数 k 乘以矩阵某一行中的所有元素
3. 以数 k 乘以矩阵某一行中的所有元素加到另一行对应的元素上去

(二) 矩阵的三种初等列变换

1. 对调矩阵的两列
2. 以数 k 乘以矩阵某一列的所有元素
3. 以数 k 乘以矩阵某一列的所有元素加到另一列对应的元素上去

二、初等矩阵

(一) 初等矩阵定义：由单位矩阵经过一次初等变换得到的方阵称为初等矩阵。

(二) 初等矩阵类型

(三) 初等矩阵作用

1. 交换矩阵两行，相当于用同种初等矩阵左乘该矩阵。
2. 交换矩阵两列，相当于用同种初等矩阵右乘该矩阵。

三、行简化阶梯形矩阵和标准形矩阵

四、利用初等变换法求矩阵的逆矩阵

(一) 初等矩阵的重要定理

定理 1: 设 A 是一个 $m \times n$ 矩阵, 对 A 施行一次初等行变换, 相当于在 A 的左边乘以相应的 m 阶初等矩阵; 对 A 施行一次初等列变换, 相当于在 A 的右边乘以相应的 n 阶初等矩阵。

定理 2: n 阶矩阵可逆的充分必要条件是它可以表示为一些初等矩阵的乘积。

(二) 初等变换法求逆矩阵

1. 对 $n \times 2n$ 矩阵 $(A \ E)$ 施行行初等变换, 当把 A 变成 E 时, 原来的 E 就变成 A^{-1}
2. 对 $2n \times n$ 矩阵 $\begin{pmatrix} A \\ E \end{pmatrix}$ 施行列初等变换, 当把 A 变成 E 时, 原来的 E 就变成 A^{-1}

(三) 初等变换法求解矩阵方程

1. 对 $n \times 2n$ 矩阵 $(A \ B)$ 施行行初等变换, 当把 A 变成 E 时, 原来的 B 就变成 $A^{-1}B$
2. 对 $2n \times n$ 矩阵 $\begin{pmatrix} A \\ B \end{pmatrix}$ 施行列初等变换, 当把 A 变成 E 时, 原来的 B 就变成 BA^{-1}

第六节 矩阵的秩

一、矩阵的 k 阶子式

定义: 在 $m \times n$ 矩阵 A 中, 任取 k 行 k 列 ($k \leq m, k \leq n$), 位于这些行列交叉处的 k^2 个元素, 不改变它们在 A 中所处的位置次序而得到的 k 阶行列式, 称为矩阵的 k 阶子式。

二、矩阵秩的概念

定义: 设在矩阵 A 中有一个不等于 0 的 r 阶子式 D , 且所有 $r+1$ 阶子式 (如果存在的话) 全等于 0, 那么 D 称为矩阵 A 的最高阶非零子式, 数 r 称为矩阵的秩, 记作 $R(A) = r$, 并规定零矩阵

的秩等于 0。

三、矩阵秩的求法

(一) 利用定义

(二) 利用初等变换法

1. 定理: 矩阵经过初等变换后, 其秩不变。

2. 方法: 用初等行变换把矩阵变成为行阶梯形矩阵, 行阶梯形矩阵中非零行的行数就是矩阵的秩。

四、矩阵秩的性质:

$$(一) \quad r(A+B) \leq r(A) + r(B)$$

$$(二) \quad r(AB) \leq \min(r(A), r(B))$$

(三) 设 A 是 $m \times n$ 矩阵, P, Q 分别是 m 阶、 n 阶可逆矩阵, 则
 $r(A) = r(PA) = r(AQ) = r(PAQ)$

复习与思考题

教材习题二 A 组 B 组

拓展阅读书目

居马余等编	《线性代数》	清华大学出版社, 1995。
同济大学编	《线性代数》	同济大学出版社, 1992。
谢云孙等编	《线性代数与解析几何》	高等教育出版社, 1999。

第三章 线性方程组

本章的教学目的和基本要求：

1. 会用消元法解线性方程组。
2. 了解 n 维向量与 n 维向量空间的概念，掌握 n 维向量的线性运算。
3. 了解向量组的线性相关性与线性无关性，会判断一个向量组是否线性相关。
4. 熟练掌握用初等变换的方法求向量组的极大无关组及向量组的秩。
5. 熟练掌握用初等变换的方法求方程组通解的方法。
6. 了解线性方程组的一般形式、矩阵形式、向量形式，掌握线性方程组有解的判定定理。
7. 了解齐次线性方程组与非齐次线性方程组解的结构，理解方程组的基础解系的概念，掌握求线性方程组的结构解。

本章知识点：线性方程组的消元法，线性方程组解的结构， n 维向量， n 维向量空间，向量间的线性关系（线性组合、线性相关，线性无关），向量组的秩，向量组的极大无关组，矩阵方程

重点： n 维向量，向量组的线性相关与线性无关性，向量组的极大无关组及向量组的秩，齐次线性方程组与非齐次线性方程组解的结构。判断向量组的线性无关性，求齐次线性方程组的基础解系。

难点：向量线性相关与无关的定理的理解

本章学时分配：12 学时

第一节 线性方程组

一、消元法解线性方程组

同解变换：把方程组看作一个整体变形，用到如下三种变换，变换前的方程组与变换后的方程组是同解的。

- (1) 交换方程次序；
- (2) 以不等于 0 的数乘某个方程；
- (3) 一个方程加上另一个方程的 k 倍。

二、线性方程组的矩阵表示

(一) 非齐次线性方程组的矩阵表示

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \cdots + a_{1n}x_n = b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \cdots + a_{2n}x_n = b_2 \\ \cdots \\ a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \cdots + a_{mn}x_n = b_m \end{cases} \quad \text{记为 } Ax = b \text{ 其中 } A \text{ 是系数矩阵}$$

由系数矩阵 A 和常数项 b 构成的矩阵 $B = (A, b)$ 称为增广矩阵

(二) 齐次线性方程组的矩阵表示

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \cdots a_{1n}x_n = 0 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \cdots a_{2n}x_n = 0 \\ \cdots \\ a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \cdots a_{mn}x_n = 0 \end{cases} \quad \text{记为 } Ax = 0 \text{ 其中 } A \text{ 是系数矩阵}$$

其增广矩阵为 $B = (A, 0)$

三、初等行变换法解线性方程组

- (一) 增广矩阵的初等行变换解非齐次线性方程组
- (二) 系数矩阵的初等行变换解齐次线性方程组

四、线性方程组有解的判断定理

- (一) 齐次线性方程组有非零解的判断

n 元齐次线性方程组 $A_{m \times n}x = 0$ 有非零解的充分必要条件是系数矩阵的秩 $R(A) < n$

- (二) 非齐次线性方程组有唯一解、无穷多解与无解的判断

n 元非齐次线性方程组 $A_{m \times n}x = b$ 有解的充分必要条件是系数矩阵 A 的秩等于增广矩阵 $B = (A, b)$ 的秩

第二节 n 维向量空间

一、向量的线性运算

- (一) n 维向量的概念
- (二) 向量的线性运算

1. 向量加法
2. 数乘向量
3. 线性运算, 满足八条运算规则

- (三) 向量组与矩阵的向量表示

- (四) 线性方程组的向量表示

1. 非齐次线性方程组的向量表示

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \cdots a_{1n}x_n = b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \cdots a_{2n}x_n = b_2 \\ \cdots \\ a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \cdots a_{mn}x_n = b_m \end{cases}, \text{ 其中 } \alpha_j = \begin{pmatrix} a_{1j} \\ a_{2j} \\ \cdots \\ a_{mj} \end{pmatrix}, \beta = \begin{pmatrix} b_1 \\ b_2 \\ \cdots \\ b_m \end{pmatrix}$$

则非齐次线性方程组的向量表示为: $x_1\alpha_1 + x_2\alpha_2 + \cdots + x_n\alpha_n = \beta$

2. 齐次线性方程组的向量表示

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \cdots + a_{1n}x_n = 0 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \cdots + a_{2n}x_n = 0 \\ \cdots \\ a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \cdots + a_{mn}x_n = 0 \end{cases}, \text{ 其中 } \alpha_j = \begin{pmatrix} a_{1j} \\ a_{2j} \\ \cdots \\ a_{mj} \end{pmatrix}, o = \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \\ \cdots \\ 0 \end{pmatrix}$$

则齐次线性方程组的向量表示为: $x_1\alpha_1 + x_2\alpha_2 + \cdots + x_n\alpha_n = o$

二、向量空间的概念与判断

(一) 向量空间的定义

设 V 为 n 维向量的集合, 如果集合 V 非空, 且集合 V 对于加法及乘数两种运算封闭, 那么就称集合 V 为向量空间.

(二) 向量空间的判断

第三节 向量间的线性关系

一、线性组合

(一) 向量的线性组合 (表示) 定义

对于给定向量 $\beta, \alpha_1, \alpha_2, \cdots, \alpha_m$, 对于任何一组实数 $k_1, k_2, \cdots, k_m$, 使关系式

$\beta = k_1\alpha_1 + k_2\alpha_2 + \cdots + k_m\alpha_m$ 成立, 则称向量 β 为向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \cdots, \alpha_m$ 的线性组合。

或称向量 β 可以由向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \cdots, \alpha_m$ 线性表示。

(二) 向量线性表示的简单判断

(三) 向量线性表示的判定定理

$$1. \text{ 向量 } \beta = \begin{pmatrix} b_1 \\ b_2 \\ \vdots \\ b_m \end{pmatrix}, \text{ 向量 } \alpha_j = \begin{pmatrix} a_{1j} \\ a_{2j} \\ \vdots \\ a_{mj} \end{pmatrix}, (j=1, 2, \cdots, n),$$

向量 β 能由向量组 $A: \alpha_1, \alpha_2, \cdots, \alpha_n$ 线性表示的充分必要条 件

是矩阵 $A = (\alpha_1, \alpha_2, \cdots, \alpha_n)$ 的秩等于矩阵 $B = (\alpha_1, \alpha_2, \cdots, \alpha_n, \beta)$ 的秩

$$2. \text{ 向量 } \beta = (b_1 \ b_2 \ \cdots \ b_m), \text{ 向量 } \alpha_j = (a_{1j} \ a_{2j} \ \cdots \ a_{mj}), (j=1, 2, \cdots, n)$$

向量 β 能由向量组 $A: \alpha_1, \alpha_2, \cdots, \alpha_n$ 线性表示的充分必要条件是矩阵

$A = (\alpha_1^T, \alpha_2^T, \cdots, \alpha_n^T)$ 的秩等于矩阵 $B = (\alpha_1^T, \alpha_2^T, \cdots, \alpha_n^T, \beta^T)$ 的秩

二、线性相关与线性无关

(一) 向量线性相关与线性无关的定义

定义: 给定向量组 $A: \alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_m$, 如果存在不全为零的数 $k_1, k_2, \dots, k_m$ 使

$$k_1\alpha_1 + k_2\alpha_2 + \dots + k_m\alpha_m = 0$$

则称向量组是线性相关的, 否则称它线性无关.

1. 若 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ 线性无关, 则只有当 $\lambda_1 = \dots = \lambda_n = 0$ 时,

$\lambda_1\alpha_1 + \lambda_2\alpha_2 + \dots + \lambda_n\alpha_n = 0$ 才成立.

2. 对于任一向量组, 不是线性无关就是线性相关。

(二) 简单向量线性相关与线性无关的判断

1. 向量组只包含一个向量 α 时, 若 $\alpha = 0$, 则说 α 线性相关, 若 $\alpha \neq 0$, 则说 α 线性无关.

2. 包含零向量的任何向量组是线性相关的.

3. 两个向量相关的几何意义是两向量共线; 三个向量相关的几何意义是三向量共面.

4. 两个向量线性相关的充要条件是两向量的分量对应成比例

5. 单位向量组线性无关

(三) 向量线性相关与无关性的判定定理

1. 对于 m 维列向量 $\alpha_j = \begin{pmatrix} a_{1j} \\ a_{2j} \\ \vdots \\ a_{mj} \end{pmatrix}, (j=1, 2, \dots, n)$, 则向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ 线性相关

的充分必要条件是矩阵 $A = (\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n)$ 的秩小于向量的个数 n

2. 对于 m 维行向量 $\alpha_j = (a_{1j}, a_{2j}, \dots, a_{mj}) (j=1, 2, \dots, n)$ 则向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$

线性相关的充分必要条件是矩阵 $A = (\alpha_1^T, \alpha_2^T, \dots, \alpha_n^T)$ 的秩小于向量的个数 n

3. n 个 n 维向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ 线性相关的充分必要条件是

$$\begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} = 0$$

4. 当向量组中所含向量的个数大于向量的维数时, 此向量组线性相关

5. 若向量组中有一部分向量 (称为部分组) 线性相关, 则整个向量组也线性相关

三、关于线性组合与线性相关的定理

(一) 向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ (当 $n \geq 2$ 时) 线性相关的充分必要条件是 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ 中至少有一个向量可由其余 $n-2$ 个向量线性表示.

(二) 如果向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_m$ 线性无关, 而向量组 $\alpha_1, \dots, \alpha_m, \beta$ 线性相关,

则向量 β 必能由向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_m$ 线性表示,且表示式是唯一的

四、向量组的秩

(一) 向量组的极大无关组

设有向量组 A , 如果在 A 中能选出 r 个向量 $\alpha_{i_1}, \alpha_{i_2}, \dots, \alpha_{i_r}$, 满足

1. 向量组 $A_0: \alpha_{i_1}, \alpha_{i_2}, \dots, \alpha_{i_r}$ 线性无关;
 2. 向量组 A 中任意 $r+1$ 个向量(如果 A 中有 $r+1$ 个向量的话)都线性相关,
- 那末称向量组 A_0 是向量组 A 的一个极大线性无关部分组。(简称极大无关组)

(二) 向量组的秩

极大无关组所含向量个数 r 称为向量组的秩.

记为: $r(\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_m)$

(三) 求向量组的秩和极大无关组的初等变换法

1. 定理

($\alpha_{i_1}, \alpha_{i_2}, \dots, \alpha_{i_r}$ 是 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_m$ 的线性无关部分组, 它是极大无关组的充要条件是:

$\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_m$ 中的每一个向量都可由 $\alpha_{i_1}, \alpha_{i_2}, \dots, \alpha_{i_r}$ 线性表示。

(2) 矩阵的初等行变换, 不改变其列向量间的线性关系

2. 方法

对矩阵 A 仅施以初等行变换化为矩阵 $\bar{A}$, 则 $\bar{A}$ 的列向量组与 A 的列向量组间有相同的线性关系。

(1) 如果矩阵 A 的列向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ 中, 部分组 $\alpha_{j_1}, \alpha_{j_2}, \dots, \alpha_{j_s}$ 线性无关,

则矩阵 $\bar{A}$ 的列向量组 $\bar{\alpha}_1, \bar{\alpha}_2, \dots, \bar{\alpha}_n$ 中, 部分组 $\bar{\alpha}_{j_1}, \bar{\alpha}_{j_2}, \dots, \bar{\alpha}_{j_s}$ 也线性无关。

(2) 如果矩阵 A 的列向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ 中, 某个向量 α_j 可由其中的 $\alpha_{j_1}, \alpha_{j_2}, \dots, \alpha_{j_s}$ 线性表示,

$$\alpha_j = k_1 \alpha_{j_1} + k_2 \alpha_{j_2} + \dots + k_s \alpha_{j_s}$$

则矩阵 $\bar{A}$ 的列向量组 $\bar{\alpha}_1, \bar{\alpha}_2, \dots, \bar{\alpha}_n$ 中, 对应的 $\bar{\alpha}_j$ 也可由 $\bar{\alpha}_{j_1}, \bar{\alpha}_{j_2}, \dots, \bar{\alpha}_{j_s}$ 线性表示:

$$\bar{\alpha}_j = k_1 \bar{\alpha}_{j_1} + k_2 \bar{\alpha}_{j_2} + \dots + k_s \bar{\alpha}_{j_s}$$

(四) 向量组等价

1. 概念

(1) 设有两个向量组 $A: \alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_m$ 及 $B: \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_s$. 若 B 组中的每个向量都能由向量组 A 线性表示, 就称向量组 B 能由向量组 A 线性表示。

(2) 若向量组 A 与向量组 B 能相互线性表示, 则称这两个向量组等价。

$$\text{令} \begin{pmatrix} x_{r+1} \\ x_{r+2} \\ \vdots \\ x_n \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \\ \vdots \\ 0 \end{pmatrix}, \begin{pmatrix} 0 \\ 1 \\ \vdots \\ 0 \end{pmatrix}, \dots, \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \\ \vdots \\ 1 \end{pmatrix}, \quad \text{得} \begin{pmatrix} x_1 \\ \vdots \\ x_r \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} -b_{11} \\ \vdots \\ -b_{r1} \end{pmatrix}, \begin{pmatrix} -b_{12} \\ \vdots \\ -b_{r2} \end{pmatrix}, \dots, \begin{pmatrix} -b_{1,n-r} \\ \vdots \\ -b_{r,n-r} \end{pmatrix}$$

$$\text{故} \xi_1 = \begin{pmatrix} -b_{11} \\ \vdots \\ -b_{r1} \\ 1 \\ 0 \\ \vdots \\ 0 \end{pmatrix}, \xi_2 = \begin{pmatrix} -b_{12} \\ \vdots \\ -b_{r2} \\ 0 \\ 1 \\ \vdots \\ 0 \end{pmatrix}, \dots, \xi_{n-r} = \begin{pmatrix} -b_{1,n-r} \\ \vdots \\ -b_{r,n-r} \\ 0 \\ 0 \\ \vdots \\ 1 \end{pmatrix}$$

为齐次线性方程组的一个基础解系.

(三) 齐次方程组解空间的重要定理

n 元齐次线性方程组 $A_{m \times n} x = 0$ 的全体解向量所构成的集合 S 是一个向量空间 (解空间), 当系数矩阵的秩 $R(A_{m \times n}) = r$ 时, 解空间 S 的维数为 $n - r$.

二、非齐次线性方程组解的结构

(一) 非齐次线性方程组解的性质

1. 设 $x = \eta_1$ 及 $x = \eta_2$ 都是 $Ax = b$ 的解, 则 $x = \eta_1 - \eta_2$ 为对应的齐次方程 $Ax = 0$ 的解.
2. 设 $x = \eta$ 是方程 $Ax = b$ 的解, $x = \xi$ 是方程 $Ax = 0$ 的解, 则 $x = \xi + \eta$ 仍是方程 $Ax = b$ 的解.

(二) 非齐次线性方程组解的结构

非齐次线性方程组的通解为: $x = k_1 \xi_1 + \dots + k_{n-r} \xi_{n-r} + \eta^*$

其中 $k_1 \xi_1 + \dots + k_{n-r} \xi_{n-r}$ 为对应齐次线性方程组的通解, η^* 为非齐次线性方程组的任意一个特解.

三、线性方程组有解的判别定理

(一) 齐次线性方程组有解的判别定理

1. $Ax = 0$ 有非零解 $\Leftrightarrow R(A) < n$
2. $Ax = 0$ 有唯一零解 $\Leftrightarrow R(A) = n$

(二) 非齐次线性方程组有解的判别定理

1. $Ax = b$ 有解 $\Leftrightarrow R(B) = R(A) \leq n$;
2. $Ax = b$ 有唯一解 $\Leftrightarrow R(B) = R(A) = n$
3. $Ax = b$ 有无穷多解 $\Leftrightarrow R(B) = R(A) < n$

复习与思考题

教材习题三 A 组 B 组

拓展阅读书目

居马余等编	《线性代数》	清华大学出版社，1995。
同济大学编	《线性代数》	同济大学出版社，1992。
谢云孙等编	《线性代数与解析几何》	高等教育出版社，1999。

第四章 矩阵的特征值与特征向量

本章的教学目的和基本要求:

1. 理解矩阵的特征值与特征向量的概念, 熟练掌握求特征值与特征向量的方法, 了解特征值与特征向量的性质。
2. 理解相似矩阵的概念, 了解相似矩阵的性质, 掌握一个矩阵与对角矩阵相似的条件。
3. 了解向量内积与长度的概念, 知道向量长度的性质。
4. 了解正交向量组的概念, 理解正交矩阵的概念, 知道正交矩阵的性质。
5. 掌握实对称矩阵化为对角矩阵的方法。

本章知识点: 矩阵的特征值与特征向量, 相似矩阵, 向量内积, 实对称矩阵的特征值与特征向量, 正交向量组, 正交矩阵

重点: 矩阵的特征值与特征向量, 相似矩阵, 正交矩阵, 矩阵对角化及其求法。矩阵相似的特点, 正交矩阵在实对称矩阵化为对角矩阵过程中起的作用。

难点: 特征值与特征向量的性质 矩阵对角化

本章学时分配: 11 学时

第一节 矩阵的特征值与特征向量

一、特征值与特征向量的概念及计算

(一) 特征值与特征向量的定义

设 A 是 n 阶矩阵, 如果数 λ 和 n 维非零列向量 x 使关系式 $Ax = \lambda x$ 成立, 那末这样的数 λ 称为方阵 A 的特征值, 非零向量 x 称为 A 的对应于特征值 λ 的特征向量。

(二) 特征方程与特征多项式

1. 以 λ 为未知数的一元 n 次方程 $|\lambda E - A| = 0$, 称为方阵 A 的特征方程。

$$\text{即} \begin{vmatrix} \lambda - a_{11} & -a_{12} & \cdots & -a_{1n} \\ -a_{21} & \lambda - a_{22} & \cdots & -a_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ -a_{n1} & -a_{n2} & \cdots & \lambda - a_{nn} \end{vmatrix} = 0$$

2. 以 λ 为未知数的 n 次多项式 $f(\lambda) = |\lambda E - A|$, 称为方阵 A 的特征多项式。

(三) 特征值与特征向量的计算

1. 一般方阵的特征值与特征向量计算步骤

(1) 计算 A 的特征多项式 $\det(A - \lambda E)$

(2) 求特征方程 $\det(A - \lambda E) = 0$ 的全部根 $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n$, 就是 A 的全部特征值

(3) 对于特征值 λ_i , 求齐次方程组 $(A - \lambda_i E)x = 0$ 的非零解 就是对应于 λ_i 的特征向量

2. 对角矩阵的特征值与特征向量

二、特征值与特征向量的基本性质

(一) n 阶矩阵与它的转置矩阵有相同的特征值

(二) n 阶矩阵 A 是奇异矩阵的充分必要条件是 A 有一个特征值为 0

(三) 若 λ 是矩阵 A 的特征值, x 是 A 的属于 λ 的特征向量, 则

λ^m 是 A^m 的特征值 (m 是任意常数); 当 A 可逆时, λ^{-1} 是 A^{-1} 的特征值

(四) 设 n 阶方阵 $A = (a_{ij})$ 的特征值为 $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n$, 则有

$$(1) \lambda_1 + \lambda_2 + \dots + \lambda_n = a_{11} + a_{22} + \dots + a_{nn};$$

$$(2) \lambda_1 \lambda_2 \dots \lambda_n = |A|$$

(五) n 阶矩阵互不相同的特征值 $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_m$ 对应的特征向量

$x_1, x_2, \dots, x_m$ 线性无关

第二节 相似矩阵

一、相似矩阵的概念及其性质

(一) 相似矩阵的定义

设 A, B 都是 n 阶矩阵, 若有可逆矩阵 P , 使 $P^{-1}AP = B$, 则称 B 是 A 的相似矩阵, 或说矩阵 A 与 B 相似

(二) 相似矩阵的性质

1. 等价关系

2. 若 A 与 B 相似, 则 A^m 与 B^m 相似 (m 为正整数)

3. 若 n 阶矩阵 A 与 B 相似, 则 A 与 B 有相同的特征多项式和相同的特征值

4. 若 n 阶矩阵 A 与 B 相似, 则 A 与 B 的行列式相等

5. 若 n 阶矩阵 A 与 B 相似, 则 A 与 B 同时可逆或不可逆

6. 若 n 阶矩阵 A 与 B 相似, 则 A 与 B 的秩相同

7. A 与 B 相似, 则 kA 与 kB 相似, k 为常数

8. 若 A 与 B 相似, 而 $f(x)$ 是一多项式, 则 $f(A)$ 与 $f(B)$ 相似

二、 n 阶矩阵与对角矩阵相似的条件

(一) n 阶矩阵 A 与对角矩阵相似 (即 A 能对角化) 的充分必要条件是 A 有 n 个线性无关的特征向量

(二) 若 n 阶矩阵 A 有 n 个相异的特征值 $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n$,

则A与对角矩阵 $\Lambda = \begin{pmatrix} \lambda_1 & & \\ & \lambda_2 & \\ & & \ddots \\ & & & \lambda_n \end{pmatrix}$ 相似

(三) 若A阶方阵A与对角阵 $\Lambda = \begin{pmatrix} \lambda_1 & & \\ & \lambda_2 & \\ & & \ddots \\ & & & \lambda_n \end{pmatrix}$ 相似

则 $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n$ 即是A的n个特征值

(四) n阶矩阵A与对角矩阵相似的充分必要条件是对于每个 n_i 重特征值

正好有 n_i 个线性无关的特征向量

第三节 实对称矩阵的特征值与特征向量

一、向量内积的定义及性质

(一) 向量内积的定义

设有n维向量

$$\alpha = \begin{pmatrix} a_1 \\ a_2 \\ \vdots \\ a_n \end{pmatrix}, \quad \beta = \begin{pmatrix} b_1 \\ b_2 \\ \vdots \\ b_n \end{pmatrix},$$

称实数 $a_1b_1 + a_2b_2 + \dots + a_nb_n = \sum_{i=1}^n a_ib_i$ 为向量 α 与 β 的内积

记作: $\alpha^T \beta$.

即: $\alpha^T \beta = \sum_{i=1}^n a_ib_i$

(二) 内积的运算性质

1. $\alpha^T \beta = \beta^T \alpha$
2. $(k\alpha)^T \beta = k\alpha^T \beta$
3. $(\alpha + \beta)^T \gamma = \alpha^T \gamma + \beta^T \gamma$
4. $\alpha^T \alpha \geq 0$, 当且仅当 $\alpha = 0$ 时, 有 $\alpha^T \alpha = 0$

二、向量的长度及性质

(一) 向量的长度定义

称 $\|\alpha\| = \sqrt{\alpha^T \alpha} = \sqrt{a_1^2 + a_2^2 + \dots + a_n^2}$, 为n维向量 α 的向量长度(或向量范数).

1. 长度为1的向量称为单位向量

2. 对任一非零向量 α , 向量 $\frac{\alpha}{\|\alpha\|}$ 是单位向量
3. 用向量 $\alpha(\neq 0)$ 去除向量 α , 就得到一个单位向量, 称为把向量 α 单位化

(二) 向量的长度性质

1. 非负性: 当且仅当 $\alpha = 0$ 时, 有 $\|\alpha\| = 0$
2. 齐次性: $\|k\alpha\| = |k|\|\alpha\|$
3. 三角不等式: $\|\alpha + \beta\| \leq \|\alpha\| + \|\beta\|$

三、正交向量组

(一) 正交

1. 如果两个向量 α 与 β 的内积为零, 即 $\alpha^T \beta = 0$, 称向量 α 与 β 互相正交(垂直).
2. 零向量与任意向量都正交
3. 单位向量组中的向量两两正交。

(二) 正交向量组

若一非零向量组中的向量两两正交, 则称该向量组为正交向量组.

(三) 正交向量组的性质

定理 若 n 维向量 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_r$ 是一组两两正交的非零向量, 则 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_r$ 线性无关

(四) 施密特正交化的方法

对于 R^n 中线性无关向量组 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_r$

令 $\beta_1 = \alpha_1$

$$\beta_2 = \alpha_2 - \frac{\alpha_2^T \beta_1}{\beta_1^T \beta_1} \beta_1,$$

$$\beta_3 = \alpha_3 - \frac{\alpha_3^T \beta_1}{\beta_1^T \beta_1} \beta_1 - \frac{\alpha_3^T \beta_2}{\beta_2^T \beta_2} \beta_2,$$

$$\beta_r = \alpha_r - \frac{\alpha_r^T \beta_1}{\beta_1^T \beta_1} \beta_1 - \frac{\alpha_r^T \beta_2}{\beta_2^T \beta_2} \beta_2 - \dots - \frac{\alpha_r^T \beta_{r-1}}{\beta_{r-1}^T \beta_{r-1}} \beta_{r-1}.$$

四、正交矩阵

(一) 正交矩阵的定义

若 n 阶实方阵 Q 满足 $Q^T Q = E$, 则称 Q 为正交矩阵.

(二) 正交矩阵的性质

1. 若 Q 为正交矩阵, 则 $|Q| = \pm 1$

2. 若 Q 为正交矩阵, 则 Q 可逆, 且 $Q^{-1} = Q^T$

3. 若 P 、 Q 都是正交矩阵, 则 $P \cdot Q$ 也是正交矩阵

(三) 正交矩阵的判断

n 阶实方阵 Q 为正交矩阵的充分必要条件是列(或行)向量组是单位正交的。

五、实对称矩阵的特征值与特征向量

(一) 实对称矩阵的特征值与特征向量性质

1. 实对称矩阵的特征值为实数

2. 实对称矩阵的对应于不同特征值的特征向量正交

3. 对于 A 的 k_i 重特征值 λ_i , A 恰有 k_i 个对应于特征值 λ_i 的线性无关的特征向量

4. 设 A 为 n 阶对称矩阵, 则必有正交矩阵 P , 使 $P^{-1}AP = \Lambda$, 其中 Λ 是以 A 的 n 个特征值为对角元素的对角矩阵

(二) 实对称矩阵对角化的方法

1. 求特征值

2. 求特征向量

3. 将特征向量单位化

4. 最后在将特征向量正交化

复习与思考题

教材习题四 A 组 B 组

拓展阅读书目

居马余等编	《线性代数》	清华大学出版社, 1995。
同济大学编	《线性代数》	同济大学出版社, 1992。
谢云孙等编	《线性代数与解析几何》	高等教育出版社, 1999。

第五章 二次型

本章的教学目的和基本要求:

1. 理解二次型与二次型的矩阵的概念。
2. 掌握用拉格朗日配方法、正交变换法化二次型为标准形。会用初等变换的方法化二次型为标准形。

3. 理解正定二次型的定义与性质, 会判断二次型及对称矩阵的有定性。

本章知识点: 二次型, 化二次型为标准形, 二次型与对称矩阵的有定性。

重点: 二次型的概念, 二次型化成标准形。二次型及对称矩阵的有定性判断。

难点: 二次型的有定性

本章学时分配: 7 学时

第一节 二次型与对称矩阵

一、二次型及其矩阵

(一) 二次型的定义

含有 n 个变量 $x_1, x_2, \dots, x_n$ 的二次齐次函数称为二次型。

$$f(x_1, x_2, \dots, x_n) = a_{11}x_1^2 + a_{22}x_2^2 + \dots + a_{nn}x_n^2 + 2a_{12}x_1x_2 + 2a_{13}x_1x_3 + \dots + 2a_{n-1,n}x_{n-1}x_n$$

(二) 二次型的标准型

只含有平方项的二次型 $f = k_1y_1^2 + k_2y_2^2 + \dots + k_ny_n^2$ 称为二次型的标准形。

(三) 二次型的矩阵表示

$$f = (x_1, x_2, \dots, x_n) \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} x_1 \\ x_2 \\ \vdots \\ x_n \end{pmatrix},$$

$$\text{记 } A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix}, \quad x = \begin{pmatrix} x_1 \\ x_2 \\ \vdots \\ x_n \end{pmatrix}$$

则二次型可记作 $f = x^T Ax$, 其中 A 为对称矩阵, $a_{ij} = a_{ji}$

在二次型的矩阵表示中, 任给一个二次型, 就唯一地确定一个对称矩阵; 反之, 任给一个对称矩阵, 也可唯一地确定一个二次型。这样, 二次型与对称矩阵之间存在一一对应的关系。

(四) 二次型的秩

对称矩阵 A 的秩叫做二次型 f 的秩。

二、线性替换

[illegible]

则上述可逆线性变换可记作 $x = Cy$

三、合同矩阵

(一) 合同矩阵的定义

设 A, B 为两个 n 阶矩阵, 如果存在 n 阶可逆矩阵 C , 使得 $C^T A C = B$, 则称矩阵 A 合同于矩阵 B 。

(二) 合同矩阵的性质

1. 任意一个对称矩阵都与对角矩阵合同。
2. 矩阵 A 与矩阵 B 合同，若 A 为对成矩阵，则 B 也为对称矩阵，且二者秩相同。

第二节 二次型与对称矩阵的标准型

一、用配方法化二次型为标准型

(一) 若二次型含有 x_i 的平方项, 则先把含有 x_i 的乘积项集中, 然后配方, 再对其余的变量同样进行, 直到都配成平方项为止, 经过非退化线性变换, 就得到标准形;

(二) 若二次型中不含有平方项, 但是 $a_{ii} \neq 0 (i \neq j)$, 则先作可逆线性变换

$$\begin{cases} x_i = y_i - y_j \\ x_j = y_i + y_j \\ x_k = y_k \end{cases} \quad (k=1,2,\dots,n \text{ 且 } k \neq i, j)$$

化二次型为含有平方项的二次型, 然后再按 (一) 中方法配方.

二、用初等变换法化二次型为标准型

对 $2n \times n$ 矩阵 $\begin{pmatrix} A \\ E \end{pmatrix}$ 施以相应于右乘 $P_1, P_2, \dots, P_s$ 的初等列变换, 再对 A 施以相应于

左乘 $\mathbf{P}_1^T, \mathbf{P}_2^T \cdots, \mathbf{P}_s^T$ 的初等行变换, 矩阵 $\mathbf{A}$ 变为对角矩阵, 单位矩阵就变为所要求的非奇异矩阵。

三、用正交变换法化二次型为标准型

(一) 定理: 任给二次型 $f = \sum_{i,j=1}^n a_{ij} x_i x_j$ ($a_{ij} = a_{ji}$), 总有正交变换 $x = Py$, 使 f 化为标准形

$$f = \lambda_1 y_1^2 + \lambda_2 y_2^2 + \cdots + \lambda_n y_n^2,$$

其中 $\lambda_1, \lambda_2, \cdots, \lambda_n$ 是 f 的矩阵 $A = (a_{ij})$ 的特征值

(二) 用正交变换化二次型为标准形的具体步骤:

1. 将二次型表成矩阵形式 $f = x^T A x$, 求出 A
2. 求出 A 的所有特征值 $\lambda_1, \lambda_2, \cdots, \lambda_n$;
3. 求出对应于特征值的特征向量 $\xi_1, \xi_2, \cdots, \xi_n$;
4. 将特征向量 $\xi_1, \xi_2, \cdots, \xi_n$ 正交化, 单位化, 得 $\eta_1, \eta_2, \cdots, \eta_n$, 记 $C = (\eta_1, \eta_2, \cdots, \eta_n)$;
5. 作正交变换 $x = Cy$, 则得 f 的标准形 $f = \lambda_1 y_1^2 + \cdots + \lambda_n y_n^2$.

四、二次型与对称矩阵的规范型

(一) 二次型与对称矩阵的规范型

(二) 二次型的正惯性指标和负惯性指标

第三节 二次型与对称矩阵的有定性

一、正定(负定)二次型的定义

定义 设有实二次型 $f(x) = x^T A x$, 如果对任何 $x \neq 0$, 都有 $f(x) > 0$ (显然 $f(0) = 0$), 则称 f 为正定二次型, 并称对称矩阵 A 是正定的; 如果对任何 $x \neq 0$ 都有 $f(x) < 0$, 则称 f 为负定二次型, 并称对称矩阵 A 是负定的.

二、正定(负定)二次型的判断

(一) 判定定理

1. 定理 实二次型 $f = x^T A x$ 为正定的充分必要条件是: 它的标准形的 n 个系数全为正.
2. 推论 对称矩阵 A 为正定的充分必要条件是: A 的特征值全为正.
3. 霍尔维茨定理

(1) 对称矩阵 A 为正定的充分必要条件是: A 的各阶主子式为正, 即

$$a_{11} > 0, \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{vmatrix} > 0, \cdots, \begin{vmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & \cdots & a_{nn} \end{vmatrix} > 0;$$

(2) 对称矩阵 A 为负定的充分必要条件是: 奇数阶主子式为负, 而偶数阶主子式为正, 即

$$(-1)^r \begin{vmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1r} \\ \vdots & & \vdots \\ a_{r1} & \cdots & a_{rr} \end{vmatrix} > 0, \quad (r=1,2,\cdots,n)$$

(二) 具体判断方法

1. 定义法

2. 顺序主子式法

(1) 对称矩阵 A 为正定的充分必要条件是: A 的各阶主子式为正。

(2) 对称矩阵为负定的充分必要条件是奇数阶主子式为负, 而偶数阶主子式为正。

3. 特征值判别法

三、正定矩阵的简单性质

(一) 设 A 为正定实对称阵, 则 A^T, A^{-1}, A^* 均为正定矩阵

(二) 若 A, B 均为 n 阶正定矩阵, 则 $A+B$ 也是正定矩阵

第四节 正定和负定性的一个应用

一、赫斯矩阵

$$f(x_1, x_2, \cdots, x_n) = a_{11}x_1^2 + a_{22}x_2^2 + \cdots + a_{nn}x_n^2 + 2a_{12}x_1x_2 + 2a_{13}x_1x_3 + \cdots + 2a_{n-1,n}x_{n-1}x_n$$

$$\text{设 } f_i = \frac{\partial f}{\partial x_i} \quad (i=1,2,\cdots,n) \quad f_{ij} = \frac{\partial^2 f}{\partial x_i \partial x_j} \quad (i, j=1,2,\cdots,n)$$

$$\text{令 } f_i = \frac{\partial f}{\partial x_i} = 0, \text{ 得驻点 } x_0 = (x_1^0, x_2^0, \cdots, x_n^0) \text{ 代入有 } f_{ij}(x_0) = \frac{\partial^2 f(x_0)}{\partial x_i \partial x_j}$$

$$\text{称矩阵 } H(x_0) = \begin{vmatrix} f_{11}(x_0) & f_{12}(x_0) & \cdots & f_{1n}(x_0) \\ f_{21}(x_0) & f_{22}(x_0) & \cdots & f_{2n}(x_0) \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ f_{n1}(x_0) & f_{n2}(x_0) & \cdots & f_{nn}(x_0) \end{vmatrix} \text{ 为 } f(x) \text{ 在 } x_0 \text{ 处的 } n \text{ 阶赫斯矩阵(Hess)}$$

二、多元函数极值判定的充分条件

$$\text{构造赫斯矩阵 } H(x_0) = \begin{vmatrix} f_{11}(x_0) & f_{12}(x_0) & \cdots & f_{1n}(x_0) \\ f_{21}(x_0) & f_{22}(x_0) & \cdots & f_{2n}(x_0) \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ f_{n1}(x_0) & f_{n2}(x_0) & \cdots & f_{nn}(x_0) \end{vmatrix}$$

(1) 当 $|H_k(x_0)| > 0$ 时 ($k=1,2,\cdots,n$), $f(x_0)$ 为 $f(x)$ 的极小值

(2) 当 $(-1)^k |H_k(x_0)| > 0$ 时 ($k = 1, 2, \dots, n$), $f(x_0)$ 为 $f(x)$ 的极大值

(3) 当 $H(x_0)$ 为不定矩阵时, $f(x_0)$ 非极值

复习与思考题

教材习题五 A 组 B 组

拓展阅读书目

居马余等编	《线性代数》	清华大学出版社, 1995。
同济大学编	《线性代数》	同济大学出版社, 1992。
谢云孙等编	《线性代数与解析几何》	高等教育出版社, 1999。

《市场营销管理》教学大纲

孙忠群 编写

目 录

前 言	387
一、教学目的与要求	387
二、授课形式及考核方式	387
三、教材	387
四、总体结构、教学环节及学时分配	388
第一章 市场营销导论	389
第一节 市场营销的相关概念	389
第二节 市场营销的指导思想	390
一、前市场营销观念	390
二、市场营销观念	390
三、后市场营销观念	390
四、关系导向营销观	391
第三节 市场营销学的研究方法 with 内容体系	391
一、市场营销学的发展回顾	391
二、市场营销学的研究方法	392
三、《市场营销管理》的研究内容及结构体系	392
四、市场营销管理的任务	392
本章思考题	393
本章参考书目	393
第二章 战略计划与营销过程	394
第一节 企业战略及其特点	394
一、企业战略概念	394
二、企业战略特点	394
第二节 制定企业战略计划	395
一、明确企业使命	395
二、确定企业目标	395
三、安排业务组合	396
四、市场营销组合	396
第三节 营销分析	397
一、宏观环境扫描	397
二、行业环境分析	397
三、内部环境分析	397
四、SWOT 分析	398
本章思考题	398
本章参考书目	398
第三章 市场营销环境分析	399
第一节 宏观环境要素	399
一、人口环境	399

二、经济环境.....	400
三、自然环境.....	400
四、技术环境.....	401
五、政治与法律环境.....	401
六、文化环境.....	401
第二节 微观环境要素.....	402
一、企业内部环境.....	402
二、供应商.....	402
三、营销中介.....	402
四、顾客.....	402
五、竞争者.....	402
六、公众.....	403
本章思考题.....	403
本章参考书目.....	403
第四章 营销调研.....	404
第一节 营销信息系统.....	404
一、内部报告系统.....	404
二、营销情报系统.....	404
三、营销调研系统.....	404
四、营销分析系统.....	404
第二节 营销调研的概念.....	405
一、营销调研的含义.....	405
二、营销调研的内容.....	405
三、营销调研类型.....	405
第三节 营销调研的程序.....	405
一、确定问题和研究目标.....	405
二、制定营销调研计划.....	405
三、执行调研计划.....	406
四、解释并报告调研结果.....	406
五、问卷设计.....	406
本章思考题.....	406
本章参考书目.....	406
第五章 购买行为分析.....	408
第一节 消费者市场购买行为.....	408
一、消费者市场的购买行为特点.....	408
二、影响消费者行为的因素.....	408
三、消费者购买决策过程.....	409
第二节 生产者购买行为.....	409
一、生产者市场的购买对象.....	409
二、生产者市场购买行为的特点.....	409
三、生产者购买行为模式.....	410
四、影响生产者购买行为的主要因素.....	410

五、购买决策过程.....	410
本章思考题.....	411
本章参考书目.....	411
第六章 市场细分与目标营销.....	412
第一节 市场细分.....	412
一、什么是市场细分.....	412
二、市场细分的作用.....	412
三、市场细分的依据.....	412
第二节 目标市场营销战略.....	414
一、目标市场的概念.....	414
二、选择目标市场的步骤.....	414
三、目标市场营销战略.....	414
第三节 市场定位.....	415
一、市场定位的内涵.....	415
二、市场定位的步骤.....	415
三、市场定位战略选择.....	415
四、重新定位的反思.....	415
本章思考题.....	415
本章参考书目.....	416
第七章 产品策略.....	417
第一节 整体产品策略.....	417
一、产品概念.....	417
二、服务策略.....	418
第二节 产品组合策略.....	418
一、产品组合的概念.....	418
二、产品组合策略.....	419
第三节 产品生命周期策略.....	419
一、产品生命周期概念.....	419
二、产品生命周期各阶段特征及营销策略.....	419
三、如何延长产品生命周期.....	420
第四节 品牌策略.....	420
一、品牌概念及其功能.....	420
二、品牌价值及其评估.....	420
三、品牌（价值）的运作.....	421
四、品牌命名.....	421
五、品牌决策.....	421
本章思考题.....	421
本章参考书目.....	422
第八章 定价策略.....	423
第一节 影响企业定价的基本因素.....	423
一、影响企业定价的内部因素.....	423
二、影响企业定价的外部因素.....	423

第二节 企业定价的方法.....	424
一、成本导向定价法.....	424
二、需求导向定价法.....	425
第三节 企业定价的策略.....	425
一、新产品定价策略.....	425
二、产品组合定价策略.....	426
三、折扣价格策略.....	426
四、心理定价策略.....	426
五、地区性定价策略.....	426
第四节 价格战的原则.....	427
一、在价格战面前，作为行业领导者应考虑的问题和原则：.....	427
二、在价格战面前，作为行业追随者应考虑的问题和原则.....	427
本章思考题.....	427
本章参考书目.....	427
第九章 分销渠道策略.....	429
第一节 分销渠道概念及其类型.....	429
一、分销渠道的概念.....	429
二、分销渠道的类型.....	429
第二节 分销渠道结构选择.....	430
一、分销渠道长短的选择.....	430
二、分销渠道宽度的选择.....	430
第三节 分销渠道的管理.....	430
一、分销渠道中间商的选择.....	430
二、激励分销渠道成员.....	431
三、控制分销渠道成员.....	431
第四节 零售与批发.....	431
一、零售商类型.....	431
二、批发商类型.....	432
本章思考题.....	432
本章参考书目.....	432
第十章 促销策略.....	433
第一节 促销组合.....	433
一、促销组合构成.....	433
二、促销组合的决定因素.....	434
第二节 广告策略.....	434
一、广告的一般概念.....	434
二、制定广告目标和编制广告预算.....	435
三、设计广告策略.....	435
第三节 人员推销.....	436
一、人员推销的特点.....	436
二、人员推销的基本形式.....	436
三、人员推销的设计.....	436

第四节 销售促进	437
一、销售促进的分类	437
二、推动销售促进迅速发展的主要因素	438
三、销售促进策略	438
第五节 公共关系	438
一、公共关系的含义	438
二、公共关系的职能	439
三、公共关系活动	439
四、公共关系评估	439
本章思考题	439
本章参考书目	439
第十一章 营销工作的计划、组织、实施与控制	441
第一节 市场营销计划	441
一、企业计划的演变	441
二、市场营销计划的内容	441
三、市场营销预算的制定	442
第二节 市场营销组织	442
一、市场营销组织概述	442
二、市场营销组织类型	443
三、市场营销组织设计	443
第三节 市场营销执行	444
一、市场营销执行中的问题及原因	444
二、市场营销执行过程	444
第四节 市场营销控制	445
一、年度计划控制	445
二、盈利能力控制	445
三、效率控制	446
四、战略控制和市场营销审计	446
本章思考题	446
本章参考书目	446

前 言

课程名称：市场营销原理

课程组长：孙忠群

课程性质：工商管理方向必修课

授课对象：工商管理方向本科生

授课工具：多媒体

一、教学目的与要求

《市场营销管理》是市场营销专业、工商管理专业的一门重要专业基础课。该课程是一门交叉学科，它既包含了市场营销学的有关理论，又借鉴了社会主义市场经济条件下企业在实践中的最新成果，具有明显的实用性和前沿性特征。通过学习本课程，要求学生掌握有关市场营销的一些基本理论，更重要的是要求掌握相关的营销操作技能，为日后实际工作打下良好的基础。要求学生必须掌握相关理论和技能。

二、授课形式及考核方式

本课程的教学方法以课堂讲授教学为主，以实践和课堂讨论为辅。主要的教学手段包括：

1. 课堂讲授：生动地向学生传授基础知识。
2. 课堂讨论：通过引导学生参与讨论加深学生对基本知识的理解。
3. 课后作业：适量的课后思考督促学生进行更深入的思考。
4. 小组项目：提供调研课题与经典案例，学生分组讨论、课堂陈述并上交报告。
5. 结课成绩=平时成绩*30%+期末考试成绩*70%

三、教材

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005年版

四、总体结构、教学环节及学时分配

章次	内 容	总学时（54）	授 课	实训与 讨论
一	市场营销学导论	6	5	
二	战略计划	6	5	2
三	市场营销环境分析	5	4	1
四	营销调研	5	3	2
五	消费者市场与产业市场购买行为分析	6	5	1
六	市场细分与目标营销	6	5	1
七	产品策略	4	4	0
八	价格策略	4	4	1
九	渠道策略	3	3	0
十	促销策略	6	4	1
十一	市场营销的组织与控制	3	3	0
合 计		54	45	9

第一章 市场营销导论

本章概述

市场营销学是一门研究市场营销活动及其规律性的应用科学。而市场营销活动是在一定经营观念指导下进行的，因此，准确地把握市场营销的核心概念，正确认识市场营销管理的实质与任务，全面理解现代市场营销观念的内涵，对于搞好市场营销，加强经营管理，提高经济效益具有重要意义。通过本章学习，应熟练掌握市场营销的相关概念；掌握市场营销观念的发展；了解学科的发展过程及主要学术流派、学科的发展过程中出现的新动向；了解本课程的研究内容及研究方法。

教学目的与要求：

通过本章的学习，学生应掌握以下内容：

1. 市场营销的相关概念；
2. 什么是市场营销，营销与推销的区别与联系；
3. 市场营销的指导思想；
4. 市场营销管理的基本内容和任务。

学时分配：6 学时

第一节 市场营销的相关概念

每一门学科都有自己的核心概念和一系列相关概念。

一、需要、欲望与需求：需要是指没有得到某些基本满足而产生的感受状态。欲望是指为了得到基本满足而对具体满足物的愿望。需求是指有能力购买并且愿意购买某个具体产品的欲望，即对具有购买意向、具有支付能力的具体物的需要。

二、产品：任何能用以满足人类某种需要或欲望的任何东西。它包括产品实体、服务和创意等方面。

三、价值：消费者对产品满足各种需要的能力的评价（经济、安全、快捷等）。或“在最低的获取、拥有、使用成本之下所要求的顾客满意”（德路斯）。

四、交换：通过向市场提供他人所需所欲之物作为回报，以获取自己所需所欲之物的过程。

五、市场：

（一）市场是商品交换的场所。早期市场营销学界对市场的界定，沿用了经济学的定义，将市场定义为“市场是一些买主和卖主发生作用的场所（地点）或地区。”（美国市场营销协会定义委员会，1948）。

（二）市场是某种商品的购买者集合。“市场是指一种商品或劳务的所有潜在购买者的需求总和”（美国市场营销协会 1960）。

（三）市场是卖方、买方、竞争者的集合。从企业经营的角度来看，“市场是卖方、买方、竞争者的集合。”

（四）市场是利益攸关者的集合。从“关系营销”的角度将市场界定为：“市场是由所有利益攸关者构成的集合”。

六、市场营销的定义

（一）“市场营销是将货物和劳务从生产者流转 to 消费者过程中的一切企业活动”。（AMA 1960 年）：

（二）“市场营销是指通过对货物、劳务和计谋的构想、定价、分销、促销等方面的计划和实

施，以实现个人和组织的预期目标的交换过程”。（AMA 1985 年）

（三）“市场营销是个人和集体通过创造，提供出售，并同别人交换产品 and 价值，以获得其所需所欲之物的一种社会和管理过程”。（菲利普·科特勒 1994）

（四）“营销是在一种利益之下，通过相互交换和承诺，建立、维持、巩固与消费者及其他参与者的关系，实现各方的目的”。（欧洲，格隆罗斯，1990）

第二节 市场营销的指导思想

一、前市场营销观念

以产品的生产或销售为中心，“以产定销”的产品导向营销观念，主要包括生产观念（Production Concept）、产品观念（Product Concept）和推销观念（Selling Concept）。

（一）生产观念。生产观念是以产品生产为中心，以提高效率、增加产量、降低成本为重点的营销观念。主要特点为：（1）企业主要精力放在产品的生产上。（2）企业主要关心市场上产品的有无和产品的多少。（3）企业管理中以生产部门作为主要部门。

（二）产品观念。产品观念是以产品的改进为中心，以提高现有产品的质量和功能为重点的营销观念。其主要特点为：（1）企业把主要精力放在产品的改进和生产上。（2）轻视推销。（3）企业管理中仍以生产部门为主要部门，但加强了生产过程中的质量控制。美国哈佛大学的西奥多·莱维特教授指出，产品观念导致“市场营销近视症”。

（三）推销观念。推销观念是以产品的生产和销售为中心，以激励销售、促进购买为重点的营销观念。其主要特点为：（1）产品不变。（2）加强了推销。（3）开始关注顾客。（4）开始设立销售部门，但销售部门仍处于从属的地位。

二、市场营销观念

市场营销观念是单纯以顾客的市场需求为中心，以研究如何满足市场需求为重点的营销观念。市场营销观念的特点：（1）注重顾客需求。（2）坚持整体营销。（3）谋求长远利益。

市场营销观念与推销观念的区别：（1）营销重点不同。（2）营销目的不同。（3）营销手段不同。（4）营销程序不同。（5）营销机构不同。

三、后市场营销观念

（一）大市场营销观念

所谓大市场营销，是指企业为了成功地进入特定市场，并在那里从事业务经营，在策略上协调地施用经济的、心理的、政治的和公共关系等手段，以博得各有关方面的支持与合作的活动过程。

企业在市场营销中，首先是运用政治权力（Political Power）和公共关系（Public Relations），以打开市场、进入市场。然后，运用传统的 4P（产品、价格、渠道、促销）组合去满足该市场的需求，进一步巩固市场地位。

大市场营销观念与传统的市场营销观念的区别：（1）对环境因素的态度不同。（2）企业营销目标有所不同。（3）市场营销手段有所不同。（4）诱导方式有所不同。

（二）社会营销观念

社会营销观念认为，企业的营销活动不仅要满足消费者的欲望和需求，而且要符合消费者和全社会的最大长远利益，要变“以消费者为中心”为“以社会为中心”。因此，企业在市场营销中，一方面要满足市场需求，另一方面要发挥企业的优势；同时，还要注重社会利益；确保消费者的身

心健康和安全,确保社会资源的合理、有效利用,防止环境污染、保持生态平衡。要将市场需求、企业优势与社会利益三者结合起来,来确定企业的经营方向。

四、关系导向营销观

概念:关系营销是企业与其顾客、分销商、经销商、供应商等相关组织或个人建立、保持并加强关系,通过互利交换及共同履行诺言,使有关各方实现各自的目的。企业与顾客之间的长期关系是关系市场营销的核心概念。

(一)关系营销强调顾客忠诚。传统的交易营销强调市场占有率。在任何时刻,管理人员都必须花费大量费用,吸引新顾客,忽视老顾客。关系营销则强调顾客忠诚度,保持老顾客比吸引新顾客更重要。原则:

1. 维持老客户,能带来大量销售额。根据著名的黄金分割法,菲利普·科特勒指出:80%的销售额来自20%的企业忠诚客户,相反如果企业丧失了20%的老顾客,将会失去80%的销售业绩。

2. 维持老顾客的成本大大低于吸引新顾客的成本。有资料显示,吸引一名新客户的成本是维持一名忠诚顾客的5倍。

3. 忠诚的顾客往往有很强的示范效应。实验证明,一个满意顾客会引发8笔潜在的生意;一个不满意的顾客会影响25个人的购买意愿。因此,防止顾客流失,进行“反叛离管理”成为关系营销的重要内容之一。

(二)提升企业——顾客的关系层次。关系营销理论认为,企业与顾客之间的关系可依次递进地分为三个层次,即财务层次、关系层次、结构层次。企业选择的关系营销层次越高,其获得潜在收益和提高竞争力的可能性越大。

1. 财务层次:指企业与顾客之间,建立以商品交换为媒介的财务利益层次关系。一方让渡产品或服务,另一方让渡货币。建立在这一层次的营销,通常采用价格优惠、有奖销售、折扣等手段,刺激顾客购买。

2. 关系层次:关系层次也称社交层次,指购销双方在财务层次基础上,建立起相互了解、相互信任的社交联系,并达到友好合作关系。

3. 结构层次:这是关系营销的最高层次。是指企业利用资本、资源、技术等要素组合,精心设计企业生产、销售、服务体系,提供个性化的产品和服务,使顾客得到更多的消费利益。

第三节 市场营销学的研究方法与内容体系

一、市场营销学的发展回顾

市场营销学20世纪初创立于美国。市场营销学理论的发展经历了以下4个阶段:

(一)初创阶段(1900—1920)。以传统经济学理论为依旧、以供给为中心、以生产观念为导向,主要是在理论界进行研究。

(二)功能研究阶段(1921—1945)。将市场营销等同于销售或推销,研究范围局限于流通领域;市场营销理论研究与企业的市场营销实践研究结合起来,进入了应用研究阶段。

(三)现代市场营销学形成和发展阶段(1945—1980)。从对产品生产出来以后的流通过程的研究,发展到从生产前的市场调研和产品创意开始,到销售后的顾客服务和信息反馈为止的营销全过程的研究;从对营销实施过程的研究发展到对市场营销问题的分析、计划、实施、控制等营销管理过程的研究。市场营销学逐步从经济学中独立出来,吸收了行为科学、心理学、社会学、管理科学等学科的若干理论,形成了自身的理论体系;提出了营销的核心概念“交换”;其理论随着营销

实践的发展而不断发展和完善。

（四）营销扩展阶段（1980 年—1990 年）。由对消费品的营销研究扩展到对生产资料、服务产品、精神产品及资本、价值的营销研究；由对企业等营利性组织的营销活动研究扩展到对一切面向市场的营利性组织、非营利性组织及个人的市场营销活动的研究。

（五）营销创新阶段（1990 年以后）。欧洲关系营销学派的兴起，打破了美国营销管理学派一统天下的局面，开始对传统的营销管理理论提出了质疑，并开始研究市场营销的新视角、新理论、新体系，形成了不同的营销流派。

二、市场营销学的研究方法

市场营销学的研究方法主要包括：

- （一）产品研究法
- （二）机构研究法
- （三）职能研究法
- （四）管理研究法
- （五）系统研究法

三、《市场营销管理》的研究内容及结构体系

《市场营销管理》全书共分五个部分：

（一）理论篇。主要介绍市场及市场营销的内涵，近代市场营销的新概念，当代市场营销发展的新趋势；市场营销学科的发展；市场营销的研究对象、研究内容、研究方法；市场营销哲学的演进与发展；市场营销的理论基础等基本理论。

（二）分析篇。主要分析市场营销环境；市场分析技术；市场构成与类型；以及最终消费者的需要、购买心理与动机、购买行为等；竞争者的类型与行为分析；等。

（三）战略篇。主要介绍 STP 目标市场选择战略、差异化与定位战略、市场竞争战略、业务投资发展战略等企业发展战略。

（四）策略篇。主要介绍市场营销组合中的产品策略、定价策略、渠道策略、整合传播策略等方面的有关策略。

（五）管理篇。主要从管理的角度介绍市场营销计划的编制与执行；市场营销组织的设计与变更；市场营销的诊断、评价与审计，市场营销质量管理与控制问题。

四、市场营销管理的任务

从一定的意义上说，市场营销管理就是对于市场需求的管理。一般而言，市场需求存在八种不同形态，与其相关的营销管理的任务如下：

- （一）负需求——转化性营销
- （二）无需求——刺激性营销
- （三）潜在需求——开发性营销
- （四）不规则需求——同步性营销
- （五）退却需求——恢复性营销
- （六）充分需求——维持性营销
- （七）过度需求——讲地形营销
- （八）有害需求——抵制性营销

本章思考题

1. 请问营销观念与推销观念的主要区别是什么？
2. 简述社会营销观念与营销观念的联系与区别？
3. 简述营销观念的基本特征。
4. 简述市场营销学的几种研究方法。
5. 简述市场营销的核心概念。
6. 何谓社会营销观念？为什么企业必须树立社会营销观念？
7. 何谓宏观营销和微观营销，它们的研究重点是什么？

本章参考书目

1. 教材：

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；

第 1 章

2. 参考书目：

菲利浦·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第

1 章

Philip Kotler, Marketing Management, Ninth Edition, 清华大学出版社，2002

郭国庆：《市场营销学通论》，中国人民大学出版社 2004 年版；第 1 章

第二章 战略计划与营销过程

本章概述

在现代市场经济条件下，企业必须善于适应不断变化的市场，制定战略计划，开展营销管理。本章将介绍企业的整体战略计划工作，讨论由整体战略计划所定义的营销活动在整个企业中的作用，讲解市场营销的过程，即营销人员发挥其在企业中的作用所采用的过程。通过本章学习，应掌握战略计划的阶段和步骤；明确如何定义企业的使命；如何设定企业的目标；学会分析当前的业务组合和成长战略方格；熟悉市场营销计划的过程。

教学目的与要求：

通过本章的学习，学生应掌握以下内容：

1. 企业战略计划及其特点
2. 制定企业战略规划
3. 描述市场营销过程和影响因素
4. 市场营销组合

学时分配：6 学时

第一节 企业战略及其特点

一、企业战略概念

企业战略是指企业发展过程中，在一定时期内，各个层次、各个部门战略规划和战略计划的统称。依据企业组织结构的层次划分，企业的战略可划分为整体战略、事业层战略和职能层战略等三个层次。

（一）企业整体层次战略主要在决定组织的范围和使命以及各个事业单位之间的资源分配。为了凝聚企业各个部门的共识，企业的使命应清楚地界定组织的策略范围，应明确说明：什么是我们的事业？谁是我们的顾客？我们要提供什么利益或价值给我们的顾客？我们未来的事业要走向哪里？与此同时明确企业现有业务的调整、新业务的发展等业务发展战略等。

（二）事业层次的战略主要是要决定一个事业单位如何在其所处的产业中取得持续性的竞争优势。在拟定事业层次的战略时，一项很重要的考虑是如何界定其事业。大型公司通常同时经营若干事业，但如果事业性质相近，则不一定每个事业都适合制定个别的事事业层次战略。

（三）职能层次的战略是指组织各个功能部门的战略，如营销部门的营销战略、R&D 部门的研发战略、生产部门的生产战略、财务部门的财务战略、人力资源部门的人力资源战略等。在制定每个功能部门的战略时候都比促考虑该战略与其他功能性战略的互动与协调。

二、企业战略特点

- （一）全面性
- （二）长远性
- （三）系统性
- （四）竞争性

第二节 制定企业战略计划

企业战略计划过程，是指企业的最高管理层通过制定企业的任务、目标、业务组合和新业务计划，在企业的目标和资源与迅速变化的经营环境之间发展和保持一种切实可行的战略适应的管理过程。包括：明确企业使命、确定企业目标、安排业务组合，以及市场营销组合几方面的工作内容。

一、明确企业使命

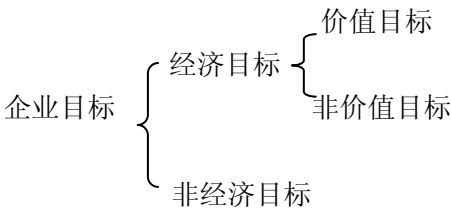
企业的使命，是指在较长的时期内企业的经营范围，在社会分工中的地位，以及区别于其它企业的重要特征等。企业使命的设定，要以市场导向为宗旨。

- （一）企业使命的功能
- （二）企业使命的提出，必须考虑以下几个方面的问题：
 1. 企业的历史
 2. 企业业主和最高管理层的意图
 3. 使命报告书应具备的条件

二、确定企业目标

企业的使命或宗旨确定之后，需要将使命具体化，形成各管理层次的目标，最终形成一个完整的目标体系。

（一）企业目标的构成：



（二）定企业目标的原则：SMART

- 明确性
- 可衡量性
- 可行动性
- 可实现性

（三）目标的种类

关键成果领域概念，指某些领域的绩效与成果，足以影响到企业的兴衰存亡。对于这些关键成果领域，企业都应该分别制定相关的目标。包括：

1. 市场地位
2. 创新
3. 生产力
4. 资源水平
5. 获利力
6. 管理者绩效及其发展
7. 员工绩效与态度
8. 社会责任

三、安排业务组合

企业最高管理曾在确定了企业使命和目标后，需要对业务组合做出安排，即对现有各个业务部门进行分析和评价。

（一）战略业务单位的划分

业务组合方法（模型）

1. 波士顿咨询集团法及其步骤
2. 产品系列平衡法及其步骤
3. 产品获利能力平价法及其步骤
4. 战略业务单位战略

（二）制定新业务计划

企业最高管理在业务组合计划完成后，应叙队也无妨占方向作出战略安排。

1. 产品 / 市场机会矩阵（安索夫矩阵）

矩阵描述了企业营销战略选择的方法：

- (1)市场渗透
 - (2)市场开发
 - (3)产品开发
 - (4)多角化经营
2. 一体化发展

一体化发展之企业通过供、产、销不同环节业务的合并而获得自身的发展。

- (1)后向一体化
- (2)前向一体化
- (3)水平一体化

四、市场营销组合

市场营销组合，是指企业针对自己的目标市场，协调配套地应用各种可控的营销因素，形成一种最佳的营销因素组合。

（一）市场营销组合的构成（4P 组合）

（二）市场营销组合的特点

1. 4P 是“可控因素”
2. 4P 是一个复合结构
3. 4P 是一个动态组合
4. 4P 受企业市场定位战略的制约

（三）营销组合理论的发展

1. 4C's 理论

Product（产品）—— Consumer needs and wants（顾客需要和欲望）

Price（定价）—— Cost to-the-customer（顾客成本）

Place（地点）—— Convenience（方便性）

Promotion（促销）—— Communication（沟通）

2. 4R's 理论

(1)关联（Relate）——即如何强化与顾客的关联，以实现企业与顾客的互动、互利、共生和双赢。

(2)反应（ Reaction ）——即如何站在顾客的立场上，对顾客的需求，特别是其需求的变化快速灵敏地做出正确的反应，比竞争者抢先一步全面满足其需求。

(3)关系（ Relation ）——即建立好客户的数据库，强化客户管理，尽可能与顾客建立良好的关系并争取潜在的顾客，提高其忠诚度，以稳定顾客群并不断发展新的顾客群，从而巩固和不断开拓市场，赢得竞争优势。

(4)回报（ Return ）——即企业要在赢得顾客的芳心及市场竞争优势的同时，理所当然地应该有丰厚的回报，特别应该有令人满意的短期和长期赢利的能力，使企业能够在激烈的市场竞争中，良性地可持续发展。

3. 4P3R's 理论

在 4P's 的基础之上加上 3R's ，这三个 R 是：

- (1)Retention （顾客保留）；
- (2)Related Sales （相关销售）；
- (3)Referral （顾客推荐）。

第三节 营销分析

一、宏观环境扫描

- （一）政治因素
- （二）经济因素
- （三）社会与文化因素
- （四）技术因素
- （五）自然环境因素

二、行业环境分析

行业环境分析实质上是对本企业在行业中所面临的竞争态势的分析。

（一）关于“五力模型”：

- 1. 潜在进入者及其威胁
- 2. 替代品及其威胁
- 3. 供应商及其影响
- 4. 用户及其影响
- 5. 行业内现有企业间的竞争及其因素

（二）关于“五力模型”的补充

（三）关于行业内部竞争的“战略集团”的概念

三、内部环境分析

内部分析的主要目的在于分析和评估企业的资源条件，判断本企业是否具备利用环境机会的能力

- （一）关于“机会价值”的概念介绍
- （二）评价“机会价值”的标准

四、SWOT 分析

对公司的优势、劣势、机会和威胁的综合、全面评估称为 SWOT 分析。

（一）关于“威胁方格”评估

（二）关于“机会方格”评估

本章思考题

1. 怎样理解企业的战略规划？战略规划过程有哪几个重要的步骤？
2. 明确企业使命时应考虑那些基本要素？
3. 企业目标体系的形成应当贯彻哪些原则？
4. 战略规划与市场导向的关系？试举例说明？
5. 请分别对波士顿矩阵中的四类战略业务加以说明？对这四类战略业务单位应分别采取何种投资决策？
6. 什么是后向一体化、前向一体化和水平一体化？举例说明如何运用。

本章参考书目

1. 教材：
菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；
第 2 章
2. 参考书目：
菲利浦·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第 4 章
Marketing Management, Ninth Edition, Philip Kotler, 清华大学出版社，2002 版
迈克尔·波特，陈小悦译：《竞争优势》，华夏出版社，2005 年版
维瑟拉·R·拉奥，张武养译：《战略营销分析》，中国人民大学出版社，2001 年版；第一章

第三章 市场营销环境分析

本章概述

市场营销环境等于机会加威胁。现代营销学认为，企业营销活动成败的关键在于：营销者能否深刻地认识市场营销环境；准确把握各种环境力量的变动，继而使营销战略与不断变化的环境相适应、相协调。通过本章学习，熟练分析和把握各种营销环境要素，包括宏观环境要素和微观环境要素。宏观环境是指那些能给企业造成市场机会和环境威胁的社会力量，微观环境是指与企业关系密切、能够影响企业服务顾客的能力的各种因素。宏观环境对企业的影响是间接的、深远的；微观环境对企业经营的影响是直接的、具体的。营销环境要素之间是相互联系和相互作用的，营销环境分析要从环境整体中把握环境发展趋势、识别市场机会和市场威胁。

教学目的与要求：

通过本章的学习，学生应掌握以下内容：

1. 明确宏观营销环境的构成
2. 怎样考察人口环境、经济环境、政治与法律环境、社会文化环境、科技环境、自然环境及其变化趋势
3. 明确微观营销环境的构成
4. 企业内部环境的基本因素

学时分配：6 学时

第一节 宏观环境要素

企业营销活动的宏观环境要素既对微观环境要素施加影响从而间接对企业营销产生影响，也可能对市场营销活动直接产生影响。这些要素包括：人口因素、经济因素、政治与法律因素、社会文化因素、科学技术因素、自然环境因素。

一、人口环境

市场营销所指的市场是有购买意愿和购买能力的人群的集合。人口环境要素包括人口总量、人口结构、人口迁移、人口增长等细分要素。

（一）人口规模及增长

人口规模即人口总量是指一个国家或地区人口的总数。世界上大多数人口集中在低收入国家和中等收入国家，这个比例大约为 80%，而高收入发达国家人口约占 20%。

世界人口的增长，意味着世界市场继续发展，市场需求总量进一步扩大。但是，人口增长带来需求扩大的同时，也会带来资源短缺、污染加剧、环境恶化。

（二）人口结构的变化

人口结构往往决定市场产品结构、消费结构和产品需求类型。人口结构主要包括年龄结构、性别结构、受教育程度和家庭特点，它们是最终购买行为的重要因素。

人口结构首先表现为不同年龄人口的比例，即人口年龄结构。

目前，世界人口年龄结构正出现两个明显的趋势：

世界人口老龄化趋势。世界人口平均寿命在延长，许多国家的人口趋于高龄化。世界老年人口的平均增长率达到 24%。

人口结构还表现为性别结构、家庭结构。男女性别差异，在购买动机和购买行为有所不同；家

庭结构特点对某些以家庭为购买和消费单位的产品有直接影响。

（三）、人口的地理变化

世界上人口迁移呈现出两大趋势：在国家之间，发展中国家的人口（特别是高级人才）向发达国家迁移；在一个国家和地区内部，同时存在人口从农村流向城市和从城市流向郊区和乡村的现象。

二、经济环境

影响企业营销活动的经济环境因素主要包括社会购买力和经济特征两方面。社会购买力主要从消费者收入和收入分配两方面进行考察；经济特征主要从经济发展阶段、城市化程度和基础设施等方面进行考察。

（一）收入分析

经济收入的衡量指标一般有国民收入、个人收入、可支配个人收入、可随意支配个人收入。

1. 国民收入是指一个国家物质生产部门的劳动者在一定时期内新创造的价值总和。
2. 个人收入是指个人从各种来源得到的经济收入。
3. 可随意支配的个人收入是指从可支配个人收入中减掉消费者用于购买生活必需品（如食品）的支出和各种必须的固定支出（如房租、水电费）所剩余的那部分个人收入。

（二）储蓄与信贷

衡量一个国家、地区或家庭的储蓄状况，通常用三个指标：储蓄额、储蓄率和储蓄增长率。

消费者信贷，是指消费者凭借信用先取得商品使用权，然后按期归还贷款，即消费者预先支出未来的收入，提前消费。

（三）支出模式的变化

消费者收入的变化会对消费者的支出模式产生影响——恩格尔定律。

（四）经济特征

1. 经济发展阶段。
2. 城市化程度。
3. 基础设施。
4. 通货膨胀

三、自然环境

自然环境要素（natural environment）指的是那些营销人员所需投入的或是受到营销活动影响的自然资源。

（一）自然资源

自然资源可分为三类：一是有限的不可再生资源，如石油，矿产等；二是有限的可再生资源，如森林等；三是其他自然资源，如水、空气等。有限资源的无遏制的利用与人类对自然资源需求的无限扩大的趋势加剧了人类与自然资源的矛盾。

（二）自然环境

环境恶化已经对人类生存构成严重威胁。公众对环境问题的关心要求那些在生产和经营过程中对环境和资源构成影响的企业改变经营方式和生产工艺。而政府的干预，对环境采取措施，要求相关企业开发和利用环保产品和设施，这又为企业带来新的机遇。

（三）对企业营销者来说，应注意自然环境方面四种趋势对市场营销所造成的机会与威胁。

1. 许多自然资源日趋短缺。
2. 能源成本趋于提高。
3. 环境污染严重。

4. 政府对环境的管制不断加强。

四、技术环境

科学技术的发展给企业创造了许多市场机会、也使面临许多潜在的威胁。同时，科学技术改变营销活动各个环节和营销活动的方式。营销人员主要应注意四个方面技术环境的变化：

1. 技术变革速率加快。
2. 无限革新的机会。
3. 研发预算日益提高。
4. 关于技术革新的法规增多。

科学技术的发展使产品更新换代加快，产品生命周期缩短，企业不得不时刻警惕，捕捉市场信息，了解消费者需求偏好的变化，满足需求，并用创新产品引导消费需求。

在知识经济时代，网络市场中的消费者对价格的变化反应迅速，需求对价格的弹性有可能增加。与此同时，网络为企业了解顾客能够接受的成本提供了工具，企业根据顾客的成本提供柔性的产品设计和生产方案供用户选择，直到顾客认同确认后再组织生产和销售，所有这一切都是顾客在公司的服务器程序的导引下完成的，并不需要专门的服务人员，因此成本也极其低廉。

五、政治与法律环境

政治环境主要是指企业所在国的政权、政局，政府的有关政策以及对营销活动有直接影响的各种政治因素。法律环境是指企业所在国国家和地方制定的各种法令、法规。

企业在从事市场营销活动时，应了解所在国政府在经济发展中的基本作用。国家制定的法律法规有部分是针对企业国内营销活动的，有一部分是针对企业国际营销活动的。

（一）影响市场营销的政治因素：

1. 政治体制
2. 政局的稳定性
3. 社会公益团体的成长

（二）影响市场营销的法律因素：

从立法的目的分：

1. 为维护企业间公平竞争，防止不正当竞争。
2. 为保护消费者的利益免受不公平商业行为的损害。
3. 为保护社会公益，以防止不受限制的商业行为损害。

六、文化环境

文化因素主要包括语言、教育、宗教信仰、价值观念、审美情趣等。

（一）语言

语言是重要的文化因素之一，语言差异往往代表着文化的差异。语言能力企业市场营销活动中特别是在国际市场营销活动中发挥着重要的作用。首先，它是营销人员在目标市场开展市场调研的有力工具；其次，它有助于加强与顾客的沟通；第三，它有助于改善和加强企业内部的交流以及企业与外部的交流。

（二）教育、宗教信仰、价值观念、审美情趣

目标国家或地区的教育水平和教育质量影响企业的营销调研和营销组合决策。

宗教信仰是人们洞察文化行为或精神行为的文化层。宗教对企业市场营销活动的影响在不同国家和地区差别很大。

价值观念的形成与消费者所处的社会、心理状态、时间观念、对变革的态度、对生活和工作态度等等有关。

审美情趣，是指对音乐、艺术、戏剧、舞蹈、形状、色彩等的欣赏和偏好。

第二节 微观环境要素

企业营销活动的微观环境要素主要是指对企业营销活动过程和结果有直接影响的各种力量，这些要素与企业经营的供应链直接发生关联，包括：企业本身、市场营销渠道机构、企业面对的市场、竞争者、社会公众。

一、企业内部环境

麦金斯公司的“7S”模型。

营销战略构想的实现、营销计划的实施没有其它部门的配合和支持是不可能进行的。以业务流程为中心建立的企业组织，必须以营销作为前哨，所有为顾客提供服务的职能要素必须紧密配合、通力合作，向顾客提供高效的服务。

二、供应商

供应商是向企业提供原材料、部件、能源、资金、智力等资源的企业和组织。

供应商对企业的市场营销影响很大，企业一方面要设法选择那些在质量、价格、信誉、承担风险等方面条件最好的供应商；而且要努力与他们发展良好的战略伙伴关系。

三、营销中介

营销中介是指协助企业推广、销售、和配送产品给最终消费者的企业和个人。一般包括四类：

- （一）中间商。
- （二）储运机构。
- （三）营销服务机构。
- （四）融资机构。

四、顾客

顾客是企业的上帝，确定和满足顾客需求是市场营销的本质特征。从买方的角度，我们可以把市场分为消费者市场、生产者市场和政府市场。消费者市场是指个人和家庭构成的、购买目的是用于个人消费的市场。生产者市场又称企业市场是指为获利从事经营活动需要购买投入品的市场。政府市场是一国政府为履行政府职责所发生的消费构成的市场，实践中表现为政府采购。

五、竞争者

- （一）识别竞争对手

根据产品的替代性程度，可把竞争对手分为不同层次：

1. 品牌竞争者。
2. 行业竞争者。
3. 形式竞争者。
4. 愿望竞争者。

企业把同一行业中以相似的价格向相同的顾客群提供类似产品或服务的所有企业称为品牌竞

争者。例如，在汽车行业，生产同一档次的汽车制造商视对手为品牌竞争者。企业把提供同一类或同一种产品的企业看作广义的竞争者，称行业竞争者。例如，医药行业的所有企业集合。我们把满足和实现消费者同一需要的企业称为形式竞争者。消费者对交通这种需要的手段有马车、自行车、摩托车、汽车、火车、飞机。企业把提供不同产品，但目标消费者相同的企业看作愿望竞争者。同一消费者可以把钱用于旅行、购置房产、购买汽车。目标消费者相同的企业在消费结构方面展开争夺。

六、公众

公众是指对企业市场营销活动产生影响的社会团体。这些团体包括：媒体、政府、市民行动公众和地方公众。媒体公众包括各种传播媒体。政府公众涉及管理和规范企业经营活动的有关政府机构。市民行动公众如各种保护消费者权益组织、环境保护组织等。地方公众有企业社区居民群众和地方行政官员等

本章思考题

1. 简述营销环境的特点。
2. 目前企业自然环境方面的主要动向是什么？它们对企业的市场营销有何影响？
3. 简述人口环境对营销活动的影响。
4. 简述科学技术环境对营销活动的影响。
5. 简述经济环境对营销活动的影响。
6. 简述市场营销直接环境诸因素。
7. 简述市场营销间接环境诸因素。
8. 简述竞争者的主要类型。
9. 简述恩格尔定律的基本观点。

本章参考书目

1. 教材：
菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；
第 3 章
2. 参考书目：
菲利浦·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第
6 章
Philip Kotler, Marketing Management, Ninth Edition, 清华大学出版社，2002

第四章 营销调研

本章概述

通过本章学习，应掌握营销调研的定义、内容和基本类型；熟悉营销调研的基本过程；掌握营销调研报告的基本格式；介绍问卷设计的主要步骤和应注意的问题。

教学目的与要求：

通过本章的学习，学生应掌握以下内容：

1. 营销调研的含义和重要性
2. 明确三种调研类型在研究目的、研究问题性质和功能特点上的差异
3. 能够概述营销调研过程的几个步骤
4. 明确制定营销调研计划的基本内容
4. 能够描述问卷设计的主要步骤和应注意的问题

学时分配：4 学时

第一节 营销信息系统

所有营销决策和计划地制定，都要以掌握充分而准确的信息资料为基础。然而，决策人员在决策时常常碰到下面一些问题：第一，信息量太少，决策缺乏依据；第二，信息量太大，决策者理不出头绪，无从下手；第三，有用的信息太少，无用信息太多；第四，信息不易理解，难以在决策中运用。要解决这些问题，就需要有一套信息管理方法，有一套系统的程序来收集、整理和揭示信息，使其成为可被运用的形式。这个过程可以通过管理信息系统来完成。

所谓营销信息管理系统（Marketing Information System），是指由人、设备和程序组成的一个持续的、彼此关联的结构，其任务是准确、及时地对有关的信息进行收集、分析、评估和分发，供决策者运用，以便使营销计划、执行和控制具有高度的科学性和准确性。

营销信息系统有四个子系统：

一、内部报告系统

所有企业都有一定形式的内部报告系统，反映企业目前的销售额、存货、现金流动以及应收付款等方面的情况。

二、营销情报系统

营销情报系统是指向营销决策人员提供营销环境中各种情况发展变化情报的一整套信息来源和程序。它与内部报告系统的区别在于，后者主要是提供本企业各部门、各产品经营成果方面的信息，而前者主要是提供营销环境变化方面的信息。

三、营销调研系统

营销调研是为制定某项具体的营销决策而对有关信息进行系统地收集、分析和报告的过程。

四、营销分析系统

营销分析系统是指企业用来分析营销售数据和营销问题的一些先进技术。营销分析系统主要由统计库和模型库组成。

第二节 营销调研的概念

一、营销调研的含义

系统的调查研究活动，包括判断、汇集、分析与揭示各种所需要的资料，旨在为企业决策者提供咨询，帮助他们了解环境，分析为题，制定以及评估营销决策。

二、营销调研的内容

（一）宏观市场调研：对影响企业营销活动的宏观环境的具体因素开展调研，既 PEST 调研。

（二）营销专题调研：对特定范围的营销问题进行专门的调研，具体包括市场需求调研、购买行为调研、产品调研、定价调研、分销调研、促销调研和竞争调研等。

三、营销调研类型

根据营销调研的目的、功能、营销调研可以分为：探索性调研、描述性调研和因果性调研。

（一）探索性调研是对市场营销活动中存在的不明确的问题进行调研。通过探索性调研，以查明问题的症结所在，确定问题的范围，为进一步深入调研奠定基础。

（二）描述性调研是对市场本身及其环境的某个方面进行如实地描述和反映，从中找出各种因素的内在联系。

（三）因果性调研是对市场上出现的各种现象之间或问题之间的联系进行调研。

第三节 营销调研的程序

营销调研的程序是要描述营销调研的基本过程。

一、确定问题和研究目标

调研问题是逐步提炼出来的，为了提炼调研主题，需要做很多相应的工作：分析有关二手资料；与有关专家、决策者讨论；进行逻辑树分析等。

案例：美国航空公司“飞行电话调研”。

二、制定营销调研计划

一个完整的调研计划需要作出五个方面的问题：

（一）确定信息来源

二手信息的来源：内部资料和外部资料

二手信息的局限性：二手资料可能存在可获性、时效性和准确性等方面的问题。

（二）确定调研（收集原始信息）方法

收集原始信息的方式：

1. 观察法：即调研人员直接到调研现场进行观察来收集原始资料。

2. 询问法：即通过询问了解相关人们的认知水平、信任度、满意度、购买偏好等情况。

3. 实验法：即调研人员有目的地控制一个或几个市场因素的变化来研究某市场现象在这些因素影响下所发生的变化。

（三）接触方式

1. 邮寄问卷：即将设计好地询问标寄给被调查者，请他们填好后寄回。
2. 电话访问：即通过电话从被调查者那里获得信息的方法。
3. 面谈访问：即调研者通过与被调查者面对面的访谈而获得信息的方法。

（四）抽样设计

1. 抽样对象的确定
2. 样本大小的确定
3. 抽样程序的确定

（五）调研手段

1. 问卷
2. 仪器工具

三、执行调研计划

包括收集、整理和分析信息。

收集信息的过程（包括一手资料和二手资料）可以由企业内部的营销人员来完成，也可以委托外部调研公司来完成。

在收集信息的工作完成后，就要对收集的资料进行处理和分析，主要包括分类、编校、列表等。

四、解释并报告调研结果

1. 调研报告的格式与结构：
2. 报告题目
3. 内容提要与目录
4. 报告正文
5. 附录文件

五、问卷设计

问卷的主要步骤：

- （一）明确调研目标和调研的课题范围
- （二）选择研究方法
- （三）选择要使用的问题类型
- （四）决定每个问题的词句
- （五）决定问题的顺序
- （六）进行问卷的试答

本章思考题

1. 什么是营销信息系统？营销信息系统中包括那几个子系统？各有什么作用？
2. 试述探索性调研、描述性调研和因果性调研的含义。
3. 简述营销调研的过程。
4. 请根据调研需要设计包含 20 左右个问题的问卷一份。
5. 设计问卷时，如何对问题进行排序？

本章参考书目

1. 教材：

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；
第 4 章

2. 参考书目：

郭国庆：《市场营销学通论》，中国人民大学出版社 2004 年版；第 6 章

第五章 购买行为分析

本章概述

通过本章学习，熟练掌握消费者市场的特点，基本掌握影响消费者行为的因素。熟练掌握参与购买的角色类型和购买行为类型，基本掌握购买决策过程。熟练掌握生产者市场特点，基本掌握影响生产者购买行为的因素和购买角色，了解生产者购买决策过程。基本掌握中间商市场的特点和类型，基本掌握政府市场的特点和类型。

教学目的与要求：

通过本章的学习，学生应掌握以下内容：

1. 消费者市场和生产者市场的购买行为特点
2. 影响消费者行为和生产者行为的因素
3. 消费者购买决策过程
4. 生产市场的购买对象

学时分配：4 学时

第一节 消费者市场购买行为

消费者市场是指所有为了个人消费而购买物品或服务的个人和家庭所构成的市场，它是现代市场营销理论研究的主要对象。成功的市场营销者是那些能够有效的发展对消费者有价值的产品，并运用富有吸引力和说服力的方法将产品有效地呈现给消费者的企业和个人。因而，研究影响消费者购买行为的主要因素及其购买决策过程，对于开展有效的市场活动至关重要。

一、消费者市场的购买行为特点

消费者市场的特点：

- （一）消费者市场需求的多样性
- （二）消费者市场需求的可诱导性
- （三）零星而经常购买

二、影响消费者行为的因素

通常将影响消费者购买行为诸多的因素分为四大类：

（一）文化因素

1. 文化：指一个国家、民族的传统文化。包括：人们得分俗习惯，伦理道德和价值观念等。
2. 亚文化。每一种文化群体内部都包括若干亚文化群：（1）民族群体；（2）宗教群体；（3）种族群体；（4）地理区域群体。
3. 社会阶层：是在一个社会中具有相对同质性和持久性的群体。他们是按等级排列的，每一阶层成员具有类似的价值观、兴趣爱好和行为方式。

（二）社会因素

1. 相关群体：指对个人态度、价值观和行为具有直接或间接影响的群体。
2. 家庭：是对人的购买行为影响最大的相关群体。
3. 角色和地位：指一个人在不同的场合扮演的不同角色，并具有不同的社会地位。

（三）个人因素

1. 年龄和家庭生命周期各阶段
2. 职业
3. 经济状况
4. 生活方式
5. 个性和自我观念

（四）心理因素

1. 动机
2. 感觉和知觉
3. 学习
4. 信念与态度

三、消费者购买决策过程

消费者典型的、一般化的购买决策过程，有五个阶段：

- （一）引起需要，以及营销者采取的相应对策
- （二）收集信息，以及营销者采取的相应对策
- （三）比较评价，以及营销者采取的相应对策
- （四）购买决定，以及营销者采取的相应对策
- （五）购买行为，以及营销者采取的相应对策

第二节 生产者购买行为

企业的市场营销对象不仅包括广大消费者，也包括生产企业、商业企业、政府机构等各类组织机构，这些机构构成了原材料、零部件、机器设备、供给品和企业服务的庞大市场。为了提高企业产品的市场占有率，扩大产品销售，满足组织市场的需要，企业必须了解组织市场的购买行为特征及其购买决策过程。

产业市场：由购买商品和服务的所有组织构成，它们将购买来的商品和服务用以制造其他产品和服务，或者转售或租赁给其他组织以获得利润。

一、生产者市场的购买对象

- （一）生产装备
- （二）轻型设备
- （三）零部件
- （四）原材料
- （五）消耗品
- （六）服务

二、生产者市场购买行为的特点

- （一）购买者数量少、但购买量较大
- （二）集中程度高
- （三）派生性需求
- （四）需求缺乏弹性
- （五）供求关系密切

(六) 专业化购买

(七) 波动性需求

三、生产者购买行为模式

(一) 购买者角色

1. 使用者
2. 影响者
3. 采购者
4. 决定者
5. 信息控制者

(二) 购买类型

1. 直接重购。即购买者只需要重复订货而不做任何修订。
2. 修定重购。即购买者期望修改产品的规格、价格、条款或是供应商。
3. 新购。即第一次购买某种产品或服务的公司所面临的情况。

四、影响生产者购买行为的主要因素

1. 环境因素

产业购买者在很大程度上受当前和预期的经济环境的影响，比如基本需求水平、经济前景和货币成本。

2. 组织因素

每个购买组织都有其自身的目标、政策、流程、结构和体系。产业营销者必须尽可能地了解这些组织因素。

3. 人际因素

购买中心通常是由相互影响的众多人员组成。

4. 人际关系因素

购买中心通常是由相互影响的众多人员组成，人际关系因素和群体力量渗透到购买过程中。

五、购买决策过程

产业购买者根据三种不同的情况做出决策：直接重购、调整重购和新购。购买中心是购买组织的决策制定单位，由发挥不同作用的人组成。产业营销人员需要知道以下问题：谁是主要的参与者？他们在什么决策中产生影响？每个决策参与者使用什么评估标准？产业营销人员也需要了解主要的环境、组织、人际关系和个人因素在购买过程中产生的影响。

1. 确认问题
2. 说明一般需要
3. 确定产品规格
4. 寻求报价
5. 征求报价
6. 选择报价
7. 正式订购
8. 评估使用结果

本章思考题

1. 人类的亚文化群主要有哪几大类？
2. 个人因素包括哪几个方面？
3. 人们对外界刺激的有选择接受具体反映在哪几方面？
4. 参与购买决策的成员大体可形成哪几种角色？
5. 消费者一般会通过那些途径去获取所需要的信息？
6. 组织市场由哪些主要市场构成？
7. 产业市场与消费者市场相比具有哪些主要特征？
8. 组织购买者的采购决策过程可分为哪几个购买阶段？

本章参考书目

1. 教材：

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；
第 5、6 章

2. 参考书目：

菲利浦·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第
7、8 章

郭国庆：《市场营销学通论》，中国人民大学出版社 2004 年版；第 4、5 章

第六章 市场细分与目标营销

本章概述

本章主要阐述目标市场营销的三个步骤：市场细分、选择目标市场和市场定位。首先介绍“市场细分”的概念，并分别讨论消费者市场和产业市场的细分。其次阐述目标市场涵盖战略和目标市场的选择。最后，介绍“市场定位”的方式和步骤。

教学目的与要求：

通过本章的学习，学生应掌握以下内容：

1. 说明目标市场营销的三个步骤：市场细分、选择目标市场和市场定位
2. 列出并讨论细分市场的主要层次，以及消费者市场和产业市场的细分因素
3. 解释公司如何识别有吸引力的细分市场并选择市场覆盖战略
4. 论述公司如何定位自己的产品，使其在市场上具有最大的竞争优势

学时分配：4 学时

主要内容

第一节 市场细分

一、什么是市场细分

市场细分的概念是由美国营销专家温德尔·史密斯于 1956 年率先提出的，这是一个选择目标市场的策略思想，具体是指：市场是由购买者组成，而购买者在购买力、需求、购买心理和购买经验等方面各有不同。市场细分就是指企业根据购买者不同特征，将某一特定产品的整体市场分割为若干个消费者群体，以选择和确定目标市场的活动。市场细分的目的，在于帮助企业发现和评价市场机会，以正确选择和确定目标市场。

二、市场细分的作用

- （一）有利于发现市场机会——营销决策的起点；
- （二）有利于掌握目标市场特点——营销具有针对性；
- （三）有利于市场营销组合策略的制定——营销策略的有效性；
- （四）有利于集中企业人、财、物的投入——营销效益的有效性；
- （五）有利于提高企业竞争力——营销的目的。

三、市场细分的依据

（一）消费者市场细分的依据

1. 地理细分

即把市场分成不同的地理区域，如国家、地区、州、县、城市或者街区。

2. 人口细分

即将市场按人口因素分为多个群体，这些因素有年龄、性别、家庭人口、家庭生活周期、收入、职业、教育、宗教、种族和国籍等。例如，当前手机市场竞争激烈，许多厂家将市场细分为不同的子市场以提高市场占有率，企业常用的细分依据主要是人口统计的各种变量，按性别分为女用型有机，男用型手机；按职业开发出商务手机；按收入推出廉价入门型和豪华昂贵型手机；按年龄推出

学生用手机等。

3. 心理细分

即根据社会阶层、生活方式或个性特点，将购买者分为不同的群体，同一群体的人可能会有不同的心理模式。健力宝公司生产的饮料在 1993 年进军美国，为了适应美国消费者的心理特征，针对美国人热衷减肥，喜好低含糖饮料的特点，两次降糖，将含糖量将至 8.5%，是其低于可口可乐 10.5% 的水平。该今后的健力宝吸引了大量的消费者，被美国人称为“中国魔水”。健力宝的成功得益于对美国消费者生活方式及特定心理需求的分析，改进产品，充分满足这一细分市场的需求。

4. 行为细分

即根据消费者的购买行为进行市场细分。包括寻求利益、使用频率、品牌忠诚度、使用率、使用状况等行为细分。

（二）产业市场细分

1. 顾客类型

在产业市场，不同类型顾客对同一产品需求会有很大不同，企业经常以顾客类型细分市场。例如，轮胎制造商可以根据顾客的最终用途将轮胎市场细分为飞机制造商轮胎市场、军用轮胎市场、一般工业品制造商轮胎市场、农用机械制造商轮胎市场等。这些不同的轮胎用户对轮胎质量的要求有很大的不同。

2. 顾客规模

以顾客购买量大小或产业组织的规模大小细分市场。一般可分为大、中、小不同规模的客户。

3. 地理位置

按客户所在地与本企业距离的远近分为不同的细分市场。

4. 用户特点

指企业组织结构和组织系统的特点，什么人参与购买决策，他们在购买决策过程中充当什么角色，其什么作用。

5. 购买方式

包括直接采购、通过中间商、招标等。

6. 购买频率

如经常购买、偶尔购买、大量购买、少量购买等。

（三）有效市场细分的标志

1. 可衡量性

指细分市场的规模和购买力是否可以测量，对于难以辨认和测量的市场，风险太大而鲜有企业进入。

2. 可盈利性

细分市场规模必须购大，有足够的利润来吸引企业为致服务，只得企业为之制定专门的营销计划。

3. 可接近性

细分市场必须能够接近并提供服务。有的城市禁放烟花爆竹，限制摩托车在城区内道路上行事，禁食口香糖，那么即使这样的产品具有可观的需求量、购买力和潜在购买者，但企业很难接近并为之提供服务，这一细分市场就没有任何意义。

4. 可行动性

企业有能力进入选定的市场，能系统地制定有效的营销计划。如一家小型啤酒企业把市场分为 8 个细分市场，但由于它的员工和管理人员太少，以至不能为每个细分市场推出一套独立的营销计划，那么超过公司能力所及的部分就没有必要进行市场细分。

（四）市场细分的程序

美国市场学家麦卡锡提出细分市场的一整套程序，这一程序包括七个步骤：

1. 选定产品市场范围；
2. 列举潜在顾客的基本需求；
3. 了解不同潜在用户的不同要求；
4. 抽象掉潜在顾客的共同要求，而以特殊需求作为细分标准；
5. 根据潜在顾客基本需求上的差异方面，将其划分为不同的群体或子市场；
6. 进一步分析每一细分市场需求与购买行为特点，并分析其原因；
7. 估计每一细分市场的规模。

第二节 目标市场营销战略

一、目标市场的概念

目标市场是指企业在细分市场的基础上，根据企业实际情况决定要进入的那个市场部分。也就是企业拟投其所好，为之服务的那个顾客群。

目标市场的选定需要经过三个主要步骤：第一步是进行市场细分；第二步是选定目标市场；第三步是进行市场定位。

二、选择目标市场的步骤

- （一）确定并界定有待细分的整体市场
- （二）确定细分标准
- （三）分割市场
- （四）评价细分市场
- （五）选择和确定目标市场
- （六）目标市场的重新界定

三、目标市场营销战略

（一）无差异市场营销

无差异市场营销是指企业在市场细分之后，不考虑各子市场的特性，而只注重子市场的共性，决定只推出单一产品，运用单一的市场营销组合，力求在一定程度上适合尽可能多的顾客的需求。企业可根据三个主要因素选择无差异市场营销战略：一是产品本身和市场需求是够具有同质性；二是产品生命周期阶段，一般在产品导入期可以采用此战略；三是企业资金是否足够雄厚，否则最好选择无差异市场营销策略以节约费用、降低成本。

（二）差异化市场营销

差异化市场营销是指企业决定同时为多个子市场服务，设计不同的产品，并在营销组合上加以相应的改变，以适应各个市场的需要。差异化市场营销战略主要有两个方面的优势：一是企业面对多个细分市场可以获得较大的市场覆盖面；二是企业为每个子市场提供不同的产品和服务，能够更好地满足消费者的需求，有效地提高企业在各个市场的竞争力。

（三）集中性市场营销

指企业集中所有力量，以一个或少数几个性质相似的子市场作为目标市场，制定一套营销方案，力图在较少的子市场占有较大的市场份额。集中性市场营销适合资源有限、实力不强的中小企业，

可以通过集中力量，进行专业化经营从而降低经营成本。但是由于市场范围较小，对单一市场的依赖也增加了经营风险，企业选择的目标市场一旦发生急剧变化，企业就可能陷入困境。

第三节 市场定位

一、市场定位的内涵

市场定位（Positioning），是指根据企业现有产品在市场上所处的位置，塑造本企业产品与众不同、有鲜明个性或特色的形象，以适合目标顾客的需要或偏好。

二、市场定位的步骤

- （一）确定定位层次。
- （二）识别重要属性。
- （三）绘制定位图。
- （四）评估定位选择。
- （五）执行定位。

三、市场定位战略选择

- （一）根据产品属性和利益定位
- （二）根据价格定位
- （三）根据产品用途定位
- （四）根据使用者类型定位
- （五）根据竞争者定位
- （六）根据与市场主导者的联系定位

四、重新定位的反思

- （一）初次定位。
- （二）重新定位。

公司要避免三个主要的定位误区。定位不足、定位过度、混乱定位。

如果满足下列条件，这种差异就是值得利用的：重要性、显著性、优越性、沟通性、专有性、经济性、赢利性。

本章思考题

1. 实行市场细分和目标营销对企业有什么好处？
2. 对消费者市场细分主要依据那些变数？
3. 对生产者市场细分主要依据那些变数？
4. 试以我国手表市场为例进行市场细分？
5. 解释企业如何选择目标市场选择战略？
6. 论述公司如何定位自己的产品，使其在市场上具有最大的竞争优势？
7. 试以某种产品为例，说明市场定位战略的选择。

本章参考书目

1. 教材:

菲利普·科特勒, 赵平等译: 《市场营销原理》(第九版), 清华大学出版社, 2005 年版;
第 7 章

2. 参考书目:

菲利浦·科特勒, 梅汝和等译: 《营销管理》(第十一版), 上海人民出版社 2005 年版; 第
10 章

Philip Kotler, Marketing Management, Ninth Edition, 清华大学出版社, 2002

第七章 产品策略

本章概述

企业的市场营销活动以满足市场需要为中心,而市场需要的满足只能通过提供某种产品或服务来实现。通过本章学习,应了解产品是企业市场营销组合中的一个重要因素。产品战略直接影响和决定着其他市场营销组合因素的管理,对企业市场营销的成败关系重大。在现代市场经济条件下,企业须制定提高产品质量和优化组合结构的产品战略,以使企业更好的满足市场需要,取得更好的经济效益。

教学目的与要求:

通过本章学习,学生应掌握以下内容:

1. 什么是产品:整体产品的概念和分类:
2. 如何建立和管理产品组合
3. 产品寿命周期理论
4. 如何制定品牌决策

学时分配:6 学时

第一节 整体产品策略

一、产品概念

产品可以从广义产品概念和整体产品概念两个层面分析、认识。

(一) 广义产品概念。

(二) 整体产品概念

1. 核心产品:指消费者购买某种产品时所追求的利益,是顾客真正要买的东西,因而在产品概念中也是最基本、最主要的部分。

2. 有形产品:指核心产品的载体,即向市场提供的实体和服务的可识别的形象表现。

3. 附加产品:指顾客购买有形产品时所获得的全部附加服务和利益。包括提供信贷、免费送货、保证、安装、售后服务等。

(三) 产品分类

1. 消费品指最终消费者购买用于个人消费的产品。它具体包括:

(1) 便利品::消费者经常购买的消费品和服务,购买时几乎不做什么比较也不费什么精力,很快就拿定主意。

(2) 选购品:消费者购买频率比较低的消费品和服务,消费者会对适用性、价格和款式仔细比较。在购买选购物品时,消费者花费较多的时间和精力用来收集信息和做比较。

(3) 特殊品:具有独一无二特点或品牌识别特征,以致会有一个重要的购买者群体愿意为了购买而特别花费精力的消费品。

(4) 非渴求品:消费者或者不了解,或者虽然了解但一般不考虑购买的消费品。

2. 产业用品购买后用来进一步加工或用于企业经营的产品。产业用品包括三类:

(1) 材料和部件:包括原材料以及加工过的材料和部件。

(2) 资本品:辅助购买者生产和运营的产业用品,包括装备和附属设备

(3) 辅助品和服务辅助品:包括作业辅助品和维修辅助品。商务服务包括维护和维修服务以

及商务咨询服务。

3. 组织、人员、地点和观念

除了有形产品和服务，产品概念还可以进一步扩展为“可销售的实体”——组织、人员、地点和观念。

(1) 组织营销：包括采取的用来创造、维持或改变目标消费者对一个组织的态度和行为的的活动。

(2) 人员营销：包括采取的用来创造、维持或改变特定人的态度和行为的的活动。

(3) 地点营销：涉及采取的用来创造、维持或改变对特定地点的态度或行为的的活动。

(4) 观念营销：所有的营销都是观念营销。

二、服务策略

(一) 服务的本质及特点

所谓服务，指一讨论会特殊的无形活动，它向顾客和用户提供所需的满足感。服务是一个过程和一项活动；服务是为目标顾客或用户解决问题的，是对他们提供利益保证和追加；服务的核心是让被服务者感到满足和愉悦；服务领域需要不断地开拓和创新。

服务具有无形性；不可分性；可变性；易消失性。

服务可分为服务产品和服务功能（产品支持服务）两类。

(二) 服务功能的作用

适应产品技术性能复杂化的要求

维护浪费者利益，争取重复购买

提高企业竞争力

(三) 服务策略

服务领域开拓

服务水平提高

服务方式创新

第二节 产品组合策略

一、产品组合的概念

(一) 产品组合、产品线和产品项目

1. 产品组合指一个企业所生产和销售的产品项目和产品线的组合。

2. 产品线指产品系列或产品大类，即在功能上、结构上密切相关，能够满足同类需要的一组产品。

3. 产品项目指产品线上各种不同品种、规格、型号、质量和价格的特定产品。产品项目是构成产品线的基本元素。

(二) 产品组合的宽度、深度和相关性

1. 宽度：该公司具有多少条不同的产品线。

2. 深度：产品线中的每一产品有多少品种。

3. 相关性：各条产品线在最终用途、生产条件、分销渠道或者其他方面相互关联的程度。

二、产品组合策略

（一）扩大产品组合策略

1. 拓展产品组合的广度 即在原产品组合中增加产品线，扩大经营范围。
2. 加强产品组合的深度 即在原有产品线内增加新的产品项目，增加企业产品的品种。

（二）缩减产品组合策略

缩减产品组合，是指原产品组合中缩减产品线和减少产品项目，减少经营范围。

（三）产品线延伸策略

产品线延伸是指部分或全部地改变企业原有产品生产线的市场定位。产品线延伸可以分为以下三种：

1. 向下延伸
2. 向上延伸
3. 双向延伸

第三节 产品生命周期策略

每一种产品都有自己的生命周期，产品生命周期不同阶段都是对营销管理者的挑战，它也是企业制定不同时期产品决策的重要依据。

一、产品生命周期概念

产品生命周期：指产品从进入市场到被市场淘汰所经历时间过程。典型的产品生命周期一般可分为四个阶段，即投入期、成长期、成熟期和衰退期。

（一）关于产品生命周期的几个相关问题：

产品的市场生命与产品的自然生命是两个不同的概念。

产品生命周期与产品定义的范围有直接关系。

（二）关于产品生命周期的解释。

关于寿命周期曲线各阶段的划分及其标准

二、产品生命周期各阶段特征及营销策略

（一）投入期的特征和营销策略

1. 投入期的产品的市场特征和营销策额

(1) 投入期市场特征：产品销量少，促销费用高，制造成本高，销售利润常常很低甚至为负值。

(2) 投入期的营销策略：

着眼一个“准”字，力求产品抢先占领市场

2. 成长期的特征和营销策略

(1) 成长期市场特征：消费者熟悉并接受产品，销量迅速上升；产品基本定型，生产规模扩大，产品成本下降，企业利润增加；同行竞争者纷纷介入，竞争趋向激烈。

(2) 成长期的营销战略

着眼一个“快”字，力求站稳产品市场地位

3. 成熟期的特征和营销策略

(1) 成熟期的特征：销售量的增长缓慢，逐步达到最高峰，开始下降；利润从成长期最设点开始下降；市场竞争非常激烈，各种新品牌、新款式同类商品不断涌现。

(2) 成熟期的营销战略

着眼一个“改”字，尽量延伸产品黄金时期

4. 衰退期的特征和营销战略

(1) 衰退期的特征：产品销售量急剧下降；该产品利润很低甚至为零；大量竞争者退出市场；消费者习惯已发生了改变。

(2) 衰退期的营销策略：

着眼一个：“转”字，实现新老产品接替。

三、如何延长产品寿命周期

(一) 运用综合产品策略：

(二) 降低成本和价格

(三) 提高产品质量

(四) 改良产品特性

(五) 改进产品外观

(六) 发新的市场和市场面

第四节 品牌策略

品牌作为产品整体概念的组成部分，可为产品增加价值，品牌策略是企业拟定营销策略时一个重要问题。

一、品牌概念及其功能

(一) 品牌的概念

品牌，指一种名称、术语、符号或图案，或是它们的相互结合，用以识别某一销售者或某群销售者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品和服务相区别。

1. 品牌与商标的区别

2. 品牌的分类

(二) 品牌的功能：

1. 品牌的基本功能（识别功能）：

(1) 品牌是识别产品的标志。

(2) 品牌是识别厂商的标志。

2. 品牌的派生功能：

(1) 保护厂商和消费者的利益。

(2) 促进经营管理，激发创新。

二、品牌价值及其评估

(一) 品牌是无形资产

品牌作为无形资产，有三种含义：

1. 品牌是“帐内有价”的无形资产

2. 品牌是“账外有价”的无形资产

3. 品牌是“账外物价”的无形资产

(二) 品牌价值的涵义

品牌价值通常有两种意义：

1. 效用的意义
2. 资本评估（采用某种方法将品牌资产进行量化）的意义
3. 效用意义和资本评估意义的区别、联系

（三）品牌价值的评估

1. 介绍国际上使用较多的评估方法：

$$E(\text{品牌价值}) = I(\text{品牌带来的年均利润}) \cdot G(\text{品牌力因子})$$

2. 品牌价值评估的步骤
3. 关于“品牌力因子”的解释

三、品牌（价值）的运作

- （一）营销者通过品牌运作获得经济效益。
- （二）获取附加价值
- （三）特许经济销售
- （四）转让商标使用权收益
- （五）质押盘活资产
- （六）投资入股分红

四、品牌命名

- （一）品牌命名的原则：
- （二）易读易记
- （三）启发联想
- （四）暗示产品的效用
- （五）迎合需要
- （六）具有艺术性
- （七）符合商标法的规定

五、品牌决策

- （一）品牌决策的内容与排序依次为：
品牌化决策、品牌使用者决策、品牌名称决策、品牌战略决策、再定位决策。
- （二）于品牌决策的问题
 1. 企业考虑不使用品牌。
 2. 使用统一品牌
 3. 使用个别品牌
 4. 多重品牌
 5. 企业名称与个别品牌并用
- （三）品牌延伸策略问题

本章思考题

1. 简述产品的整体概念。
2. 举两个例子说明产品整体概念的三个层次。
3. 简述产品组合的含义。

4. 简述产品生命周期个阶段的的特点及相应营销策略。

本章参考书目

1. 教材:

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；第 8、9 章

2. 参考书目:

菲律普·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第 11、12、13、14、15 章

Marketing Management, Ninth Edition, Philip Kotler, 清华大学出版社，2002

郭国庆：《市场营销学通论》，中国人民大学出版社 2004 年版；第 10、11 章

第八章 定价策略

本章概述

价格是市场营销组合因素中十分敏感而又难以控制的因素，它直接关系着市场对产品的接受程度，影响着市场需求和企业利润的多少，涉及到生产者、经营者、消费者等各方面的利益。因此定价策略是企业市场营销组合战略中一个极其重要的组成部分。通过本章学习，了解影响企业定价诸多方面的基本因素；熟悉企业定价步骤和方法；掌握运用灵活多变企业定价策略。

教学目的与要求：

通过本章学习，学生应掌握以下内容：

1. 影响企业定价的基本因素
2. 企业定价的主要方法
3. 企业定价战略
4. 价格战的原则

学时分配：6 学时

第一节 影响企业定价的基本因素

在市场经济条件下，任何企业都不能孤立地制定价格，定价要受到来自企业内部和外部的各种因素的影响和制约。

一、影响企业定价的内部因素

（一）企业定价目标

企业制定价格，必须按照企业的目标市场战略及市场定位战略的要求来进行。

1. 预期投资收益率
2. 利润最大化

（二）销售导向目标

1. 谋求最大销售额
2. 保持或提高市场份额
3. 对等导向目标

（三）考虑应付或防止竞争目标（竞争对手）

（四）考虑树立或维护企业形象目标

（五）企业的营销组合战略目标

（六）产品成本

1. 固定成本（间接费用）
2. 变动成本（直接费用）
3. 全部成本
4. 平均成本
5. 边际成本

二、影响企业定价的外部因素

（一）市场结构

市场经济条件下的企业定价，须将市场结构进行划分，结构不同，企业定价的自由度就不同，决定了企业定价策略运用也不同，市场结构可分为四种类型：

1. 完全竞争市场
2. 完全垄断市场
3. 垄断竞争市场
4. 寡头垄断市场

（二）市场需求的价格弹性

产品价格与市场需求量之间存在着密切的关系，企业在定价时必须了解产品的需求价格弹性。

1. 需求弹性曲线

富于弹性的需求曲线

缺乏弹性的需求曲线

2. 需求价格弹性系数

$$E_p = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P}$$

3. 价格敏感性因素与评价

- (1) 独特价值效应
- (2) 认知替代效应
- (3) 对比困难效应
- (4) 价格 / 质量效应
- (5) 最终利益效应
- (6) 转换成本效应
- (7) 分担成本效应
- (8) 公平效应

（三）市场竞争

（四）国家政策

（五）其他外部环境因素

第二节 企业定价的方法

企业产品成本等内部因素为价格规定了最低限度，而消费者对产品价值的评估等诸多外部因素为价格规定了最高限度，考虑外部和内部因素的共同作用，企业定价一般有三种导向，也即企业定价的方法。

一、成本导向定价法

成本导向定价法是一种主要以成本为依据的定价方法，具体有五种方法：

（一）成本附加定价法

$$\text{价格} = \frac{\text{固定成本} + \text{变动成本} + \text{期望利润}}{\text{产量}}$$

（二）进价加成定价法

$$\text{价格} = \frac{\text{进货成本}}{1 - \text{加成率}}$$

（三）目标报酬定价法

$$\text{价格} = \text{单位成本} + \frac{\text{投资资金} \times \text{目标报酬率}}{\text{销售量}}$$

（四）边际成本定价法

（五）成本加成定价法

二、需求导向定价法

需求导向定价法是以根据市场需求的强度和顾客对产品价值的理解来制定价格的方法。

（一）理解价值定价法（也称反向定价法）

（二）需求差异定价法，有以下四种形式：

1. 以顾客为基础的差异定价
2. 以产品为基础的差异定价
3. 以时间为基础的差异定价
4. 以空间为基础的差异定价

（三）竞争导向定价法

竞争导向定价法是以竞争因素作为主要依据的定价方法，主要有三种：

1. 随行就市定价法
2. 投标定价法
3. 差异定价法

第三节 企业定价的策略

定价方法是依据成本、需求和竞争等因素决定产品基础价格的方法。基础价格是单位产品在生产地点或者经销地点的价格，尚未计入折扣、运费等对价格的影响。但在市场营销实践中，企业还需考虑或利用灵活多变的定价战略，修正或调整产品的基础价格。，

一、新产品定价策略

新产品定价可有两种策略可以选择：

（一）市场撇油定价策略

市场撇油定价策略，是在新产品投放市场时，将价格定得大大高于成本，以便在短期内获得厚利的定价策略。

1. 市场撇油定价策略的优、缺点
2. 市场撇油定价策略的适用性

（二）渗透价格策略

渗透价格策略，是在新产品投放市场时，将价格定得较低，以求迅速占领市场并赢得较大市场份额的策略。

1. 渗透价格策略的优、缺点
2. 渗透价格策略的适用性

二、产品组合定价策略

产品组合定价主要包括三种情况：

（一）产品线定价

产品线定价，即为每一种产品项目（规格不同的一组相关产品）确定一个恰当的价格水平。

（二）附带产品定价

附带产品指必须与主产品一同使用的产品。附带产品定价即通过猪副产品的组合定价，以主促附，或以附促主的定价策略。

（三）副产品定价

三、折扣价格策略

企业为了达到扩代序加快资金周转的目的，根据不同的情况给与中间商或顾客某种折扣。，有四种情况：

（一）数量折扣

数量折扣是根据顾客的购买量多少给予不同的减价优惠。

累计数量折扣

非累计数量折扣

（二）功能折扣

功能折扣是根据各类中间商在产品销售中所提供的业务职能而给予折扣。

（三）季节折扣

季节折扣是生产和销售季节性产品的企业，为鼓励顾客淡季进货或购买而给予一定的价格优惠。

四、心理定价策略

心理定价策略，可从两方面考虑：

（一）价格标示方面的策略

1. 零头定价：指以非整数结尾的商品标价。
2. 整数定价：指商品标价的尾数不含零头。
3. 用小计价单位：指确定计价单位的大小，以期导致消费者不同的心理反应。
4. 声望定价：指利用声誉、品牌知名度，采取高价位定价。
5. 心理折扣定价：指给商品同时不出两种价格或同时附以文字说明。

（二）价格解释方面策略

1. 心理构成性价格解释
2. 使用寿命周期型的价格解释
3. 相对价格性的价格解释

五、地区性定价策略

地区性定价策略，是生产者或经营者根据买主地理位置不同，而索取差别价格的策略。可分为四种情况：

（一）原产地定价

原产地价格指在卖方所在地的某种运输工具上交货的价格。

（二）统一交货定价

统一交货定价指不考虑买主距离远近，均索取相同的价格。

（三）分区域定价

分区域定价，将原产地定价和统一交货定价两种定价折衷，企业把销售市场按距离的划分为区域，按区域定价。

（四）基点定价

1. 单基点定价

2. 多基点定价

（五）补贴运费定价

第四节 价格战的原则

市场经济条件下，避免不了打价格战。但价格战什么时候打？什么人可以打？以什么方式打？作为企业经营者，对于如何打价格战的问题，应该做到心中有数，参战有法。

一、在价格战面前，作为行业领导者应考虑的问题和原则：

（一）降价能否扩大需求

（二）降价能否将对手逼出市场

（三）降价后的净收益如何

（四）降低是否会影响服务水平

（五）对手会在多长时间做出反应

二、在价格战面前，作为行业追随者应考虑的问题和原则

（一）对手降价是否跟进

（二）产品的差异性如何

（三）是否有能力后来居上

（四）是否有成本优势

（五）企业的长期目标是什么

本章思考题

1. 简述价格策略的重要性。
2. 一般企业有哪些定价目标？
3. 影响产品定价的主要因素有哪些？
4. 企业定价的基本方法可分为那几类？
5. 新产品价格策略包括哪些具体策略？
6. 相关产品价格策略包括哪些具体策略？
7. 一般企业提价有哪些原因？
8. 一般企业降价有哪些原因？

本章参考书目

1. 教材：

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；
第 10、11 章

2. 参考书目：

菲律普·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第 16 章

郭国庆：《市场营销学通论》，中国人民大学出版社 2004 年版；第 12 章

第九章 分销渠道策略

本章概述

在现代市场经济条件下，生产者与消费者之间在时间、地点、数量、品种、信息、产品估价和所有权等多方面存在着差异和矛盾。企业生产出来的产品，只有通过一定的市场营销渠道，才能在适当的时间、地点，以适当的价格供应给广大消费者或用户，从而克服生产者与消费者之间的差异和矛盾，满足市场需要，实现企业的市场营销目标。通过本章学习，了解掌握分销渠道的概念、分销渠道的主要类型，以及对营销渠道的结构选择；并熟悉对分销渠道的管理，包括：对中间商类型的选择、控制、和激励。

教学目的与要求：

通过本章学习，学生应掌握以下内容：

1. 分销渠道的概念和类型
2. 营销渠道的结构选择
3. 营销渠道的管理
4. 中间商的类型

学时分配：4 学时

第一节 分销渠道概念及其类型

分销渠道是企业营销组合中的一个重要环节。企业首先要熟悉分销渠道的类型、特点，才能做到合理选择分销渠道，从而完成对分销渠道的管理。

一、分销渠道的概念

分销渠道，也称分销途径。它指一种产品从生产者向消费者或用户转移过程中所经过的途径。

（一）介绍关于分销渠道的三个经典定义。

（二）分销渠道的基本功能

二、分销渠道的类型

分销渠道可根据其渠道层次的树木来分类，一般分为两种基本形式：

（一）直接渠道

直接渠道是指产品在从生产者流向最终消费者的过程中不经过任何中间商转手的销售途径。直接渠道的主要形式有：

1. 传销：即消费者自己组织起来，作为直销商，从生产者或传销公司制结构满产品，同时一种众口相传的方式传播产品信息，销售产品。

2. 直复营销：是一类无门市零售经营形式。多利用媒体向消费者传递信息，通过电话等方式订货，经货物送达消费者。。

3. 直接渠道的优、缺点评介

（二）间接渠道

间接渠道是指生产企业通过各种类型的中间商，转手将产品供给消费者和用户的一种销售途径。

间接渠道的主要形式：

1. 一层渠道：制造商---零售商---消费者
2. 二层渠道：制造商---批发商---零售商---消费者
3. 三层渠道：制造商---代理商---批发商或零售商---消费者
4. 间接渠道的优、缺点评介

第二节 分销渠道结构选择

分销渠道的结构选择，主要包括三个方面的内容。

一、分销渠道长短的选择

分销渠道的长度，指商品在流通过程所经过的中间环节的多少。环节越多分销渠道越长，反之，则越短。

如何选择分销渠道长短，主要取决于以下因素：

- （一）产品特征
- （二）市场条件
- （三）企业自身因素
 1. 企业的声誉和资金
 2. 管理能力和销售经验
 3. 企业的战略和目标

二、分销渠道宽度的选择

分销渠道的宽度，指商品在流通过程所经过的中间环节数目的多少。环节数目越多分销渠道越宽，反之，则越窄。

如何选择分销渠道的宽窄，取决于产品类型的不同：

- （一）密集型分销
选择尽可能多的环节数目，适合日用消费品等商品。
- （二）独家分销
在特定市场只选择一个销售环节，采取独家经营，适合汽车、服装等特殊商品。
- （三）选择性分销
介于密集型分销和独家分销之间，有条件系选择几个中间环节，适合各类商品。

第三节 分销渠道的管理

企业管理人员在进行分销渠道设计选择之后，还必须对中间商进行选择、确定渠道成员的权利和义务：对中间商采取积极的激励手段；运用企业权力有效的进行控制，并定期对其进行评估。

一、分销渠道中间商的选择

企业确定了分销渠道长度和宽度，需要考虑的问题是：选拔、确定具体的中间商，即招募自己分销渠道的成员。

- （一）选拔、确定分销渠道成员
招募渠道成员应考虑的条件：
 1. 中间商的市场范围

2. 中间商的地理区域优势
3. 中间商的产品（组合）
4. 中间商的产品知识
5. 中间商的财务状况和信誉
6. 中间商的管理能力

（二）明确分销渠道成员的权利和义务

1. 价格政策
2. 买卖条件
3. 中间商的地区权利
4. 双方应提供的特定服务

二、激励分销渠道成员

企业应对中间商采取有效的激励手段，调动中间商的积极性和主动性，激励渠道成员是渠道管理中的一个重要环节。

对中间商采取的激励手段有：

- （一）设法直接提高中间商的利润—“返利政策”
- （二）设法提高中间商的销售量—开展促销活动
- （三）设法提高价差—提供价格折扣
- （四）设法减少中间商的业务成本

三、控制分销渠道成员

在采取激励手段的同时，也需要运用某些权力来赢得中间商的合作，达到控制渠道成员的效果。可利用的权力有：

- （一）强制权
- （二）付酬权
- （三）法定权
- （四）专家权
- （五）声誉权

第四节 零售与批发

企业在确定分销渠道策略后，还必须正确选择中间商。因此，需要掌握各类中间商（主要是批发商和零售商）的特点与作用，了解现代商业形式的新发展。

一、零售商类型

零售商是指所有向最终消费者销售产品和服务，用于个人及非商业性用途的中间商。

零售商按不同分类标准，可以归纳出诸多零售商类型：

（一）按服务数量的标准分类

不同的产品要求不同数量的服务，顾客服务的偏好也有差别。那么，根据提供的服务不同，可将零售商分为三种：

1. 自助服务零售商
2. 有限服务零售商

3. 全面服务零售商

（二）按产品线标准分类

零售商根据其产品组合的长度和宽度进行分类，可将零售商分为四种：

1. 百货店
2. 超级市场
3. 便利店
4. 超级商店

（三）按相对价格的标准分类

零售商根据要价高低不同、提供的服务和质量也不同，可将零售商分为三种：

1. 折扣店
2. 厂家门市部
3. 仓储俱乐部

（四）按零售的组织形式的标准分类

越来越多的零售商正以某种公司或协议组织的形式共同使用一个品牌，可将零售商分为五种：

1. 公司制连锁店
2. 自愿连锁店
3. 零售合作社
4. 特许经营组织
5. 商业集团

二、批发商类型

批发商指将一切物品或服务销售给为了专卖或者商业用途，而进行购买的个人或组织的中间商。

批发商可以归纳出三种类型：

- （一）独立批发商
- （二）经纪人和代理商
- （三）制造商的销售分支机构

本章思考题

1. 如何确定销售产品的渠道长度？
2. 如何激励渠道成员？
3. 简述影响渠道结构的因素。
4. 什么是销售渠道的宽度？销售渠道的宽度策略有哪些？
5. 厂商在选择渠道成员时应主要考虑哪些基本问题？
6. 如何激励中间商？

本章参考书目

1. 教材：

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；
第 12、13 章

2. 参考书目：

菲利浦·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第
17、18 章

第十章 促销策略

本章概述

现代市场营销不仅要求企业发展适销对路的产品，制定吸引人的价格，使目标顾客易于获得他们所需要的产品，而且还要求企业控制其在市场上的形象，采取适当的方式促进产品销售。而企业可利用的促销手段主要包括广告、人员推销、销售促进和公共关系。

学习目标

通过本章学习，你应该能够：

1. 了解可供企业选择的主要促销工具
2. 明确确定广告预算的主要方法、选择广告媒体考虑的主要因素
3. 明确人员推销的特点
4. 掌握可供企业选择的主要销售促进工具
5. 了解公共关系的特点及基本战略

学时分配：6 学时

主要内容

第一节 促销组合

所谓促销，就是营销者将有关本企业及产品的信息通过各种方式传递给消费者或用户，促使其了解、信赖并购买本企业的产品。

一、促销组合构成

（一）促销组合定义

促销组合是指企业根据促销的需要，对广告、销售促进、宣传与人员推销等各种促销方式进行的适当选择和综合编配。

（二）促销组合构成

促销组合的构成要素可从广义和狭义两个角度来考察

1. 就广义而言，市场营销组合中的各个因素都可归入促销组合，诸如产品的式样、包装的颜色与外观、价格等都传播了某些信息。
2. 就狭义而言，促销组合只包括具有沟通性质的促销工具，主要包括各种形式的广告、人员推销、销售促进、公共关系。

（三）促销的基本过程

1. 确定目标市场和受众
2. 确定促销沟通的目标
3. 设计沟通信息
4. 选择沟通渠道
5. 制定促销预算
6. 促销过程的执行
7. 促销效果的评估

二、促销组合的决定因素

确定促销组合实质上也就是企业在各促销工具之间合理分配促销预算的问题，分配时须考虑以下五个因素：产品类型、推式与拉式策略、促销目标、产品生命周期阶段、经济前景。

（一）产品类型

产品类型主要指产品是消费品还是产业用品，从现代市场营销发展史看，消费品与产业用品的促销组合是有区别的。

（二）推式与拉式策略

1. 推式战略。指利用推销人员与中间商促销将产品推入渠道，生产者将产品推到批发商手中，批发商又积极地将产品推给零售商，零售商再将产品推向消费者。

2. 拉式战略。指企业针对最后消费者，花费大量的资金从事广告及消费者促销活动，以增进产品的需求。

（三）促销目标

确定最佳促销组合，尚需考虑促销目标。相同的促销工具用于不同的促销目标，其成本效益会有所不同。

（四）产品生命周期阶段

在产品生命周期的不同阶段，促销支出的效果也有所不同。

1. 在介绍期，广告语销售促进的配合使用能促进消费者认识、了解企业产品。

2. 在成长期，社交渠道沟通方式开始产生明显效果，口头传播越来越重要。

3. 在成熟期，竞争对手日益增多，为了与竞争对手相抗衡保持市场占有率，必须增加促销费用。

4. 在衰退期，企业应把促销规模降到最低限度，以保证足够的利润收入。

（五）经济前景

企业应随着经济前景的变化，及时改变促销组合。

第二节 广告策略

一、广告的一般概念

（一）广告的定义

美国广告主协会的定义：“广告是付费的大众传播，其最终目的是传递信息，改变人们对所宣传对象的态度，诱发其行动二是广告主得到利益”。

该定义包括的要点：

1. 广告要支付费用的。
2. 广告是一种非个人之间信息沟通的行为。
3. 广告必须通过一定的媒介。
4. 广告必须有特定的对象。

（二）广告的分类

1. 根据广告目标分：

（1）通知广告

（2）劝说广告

(3) 提示广告

2. 根据广告内容分类

(1) 产品广告

(2) 企业广告

(3) 观念广告

二、制定广告目标和编制广告预算

企业确定广告预算的方法主要有四种：

(一)销售百分比法。即企业按照销售额或单位产品售价的一定百分比来计算和决定广告开支。

(二)量力而行法。即企业确定广告预算的依据是他们所能拿得出的资金数额。也就是说，在其他市场营销活动的经费被优先分配之后，尚有剩余者再供广告之用。

(三)目标任务法。首先，明确地确定广告目标；其次，决定为达到这种目标而必须执行的工作任务；然后，估算执行这种工作任务所需的各种费用，这些非用的综合就是计划广告预算。按这种步骤确定广告预算的方法，就是目标任务法。

(四)竞争对等法。指企业比照竞争者的广告开支来决定本企业广告开支的多少，以保持竞争上的优势。

三、设计广告策略

(一) 广告创意

1. 介绍期的广告设计技巧。介绍期的广告属开拓性广告，广告对象是少数创新者，即收入高、有冒险精神、乐于接受新事物的顾客群。广告设计应努力塑造产品的形象，重在对产品新观念的介绍、新观念的培养和新用途的发展。此阶段广告宜采用独特销售主张创意法，即在策划广告创意时，先进行产品分析找出产品无可取代的特点，依次作为创意表现的诉求主题，最转化为消费者关心的产品利益，以消费者的语言说出。

2. 成长期的广告设计技巧。成长期的广告属竞争性广告或说服力广告，广告对象是早期购买者，即紧跟创新者的易于接受新观念和收入较高的顾客群，重在诱发消费者对产品的爱好和兴趣，宜采用情景式创意。

3. 成熟期的广告设计技巧。成熟期的广告属提示性广告或称为维持性广告，广告对象是社会大众，重在宣传产品的优越性和市场特殊性，宜采用情景式创意，给人以一种温馨、回味的感觉，也可以采用公益式广告创意，给人以关心、爱心感。

4. 衰退期的广告设计技巧。衰退期的广告属于加强性广告，广告的对象是少数落伍者，重在理性诉求，力图提醒用户可能在最近的将来需要这种产品。

(二) 选择广告媒体

媒体主要有国际互联网、电视、报纸、杂志、直接邮寄、广播、户外广告等。

企业媒体计划人员在选择媒体时需要考虑以下四个因素。

1. 目标沟通对象的媒体习惯。

2. 产品特性。不同的媒体在展示、解释、可信度与颜色等方面分别有不同的说服能力。

3. 信息类型。

4. 成本。不同媒体所需成本也是一个重要的决策因素。

第三节 人员推销

一、人员推销的特点

所谓人员推销,是指企业通过派出销售人员与一个或一个以上可能成为购买者的人交谈,作口头陈述,以推销商品,促进和扩大销售。

(一) 人员推销的特点

1. 销售的针对性。有利于顾客同销售人员之间建立友谊,针对性强,无效劳动少。
2. 销售的有效性。销售人员可以根据顾客情绪及心理的变化酌情改进推销陈述和推销方法,以适应各个顾客的行为和需要,促进最终交易的达成。
3. 密切买卖双方关系。大多情况下能实现潜在交换,达成实际销售。
4. 信息传递的双向性。有利于企业了解市场,提高决策水平。

(二) 销售人员在推销中的角色

1. 企业形象代表。
2. 热心服务者。
3. 信息情报者。
4. “客户经理”。

二、人员推销的基本形式

1. 上门推销。
2. 柜台推销。
3. 会议推销。

三、人员推销的设计

(一) 确定推销队伍任务

1. 挖掘和培养新顾客。
2. 培育企业忠诚顾客。
3. 提供服务。
4. 沟通信息。
5. 产品销售。

(二) 构建推销队伍结构

1. 按地区划分的结构。这是最简单的推销结构,每个销售代表被指派负责一个地区,作为该地区经销企业全部产品线的唯一代表。
2. 按顾客类型划分的结构。企业按顾客类别来分配推销人员。
3. 复合式的结构。企业在广泛的第利区域内向多种不同类型的顾客推销多种产品时,采用此结构。

(三) 激励销售人员

是指通过建立激励制度来激发和推动推销人员取得更好的工作绩效。企业首先应确定平均的报酬水平,然后再确定具体的报酬给付方法。常用的报酬制度有以下三种。

1. 固定工资加奖金。
2. 提成制工资。

3. 固定工资加提成。

（四）考核销售人员

1. 销售人员考核途径。掌握和分析有关的情报资料：一方面是销售人员的工作计划；另一方面是访问报告记录。

2. 销售人员考核标准。考核标准基本上要能反映销售人员的销售绩效。主要有：销售量增长情况、毛利、每天平均访问次数及每次访问的平均时间、每次访问的平均费用、每百次访问收到订单的百分比、一定时期内新顾客的增加数及市区的顾客数目、销售费用占总成本的百分比。

3. 培养销售人员。

4. 必备的道德品质。

5. 良好的个人修养。

6. 宽领域的知识结构。

7. 全面的销售能力。

第四节 销售促进

销售促进，是指企业运用各种短期诱因，鼓励购买或销售企业产品或服务的促销活动。

一、销售促进的分类

（一）针对消费者的促销工具

1. 样品。企业推出新产品时，向消费者赠送免费样品或使用样品，可以吸引消费者率先使用该产品。

2. 折价券。持有人在购买商品时可凭此券免付一定金额。

3. 以旧换新。

4. 减价。向消费者提供低于正常价格的商品的一种方法。

5. 赠奖。以免费赠送某销商品作为购买特定商品的刺激。

6. 竞赛、抽奖。提供现金、旅行或商品的机会，作为购买某种商品的奖励。

7. 商品示范。在销售现场进行商品陈列和示范表演可烘托和渲染出一种购买气氛，往往与电视广告或印刷品宣传结合使用，可以起到刺激消费者当场购买的作用。

（二）针对产业用品

1. 折扣。

2. 赠品。

3. 特殊服务。

（三）针对中间商的促销工具

1. 购买折让。在一定时期内购买某种商品时可得到相对于报价的直接折扣。

2. 免费货品。中间商购买某种商品达到一定数量时，制造商为其提供一定数量的免费样品。

3. 商品推销津贴。由于中间商在某些方面对制造商的贡献，厂商给予中间商某种形式的利益以示酬谢。

4. 推销金。当中间商推销企业产品有成绩时，制造商要给予一定金额的推销金。

5. 联合广告。

6. 经销商销售竞赛。

（四）针对推销人员的促销工具

1. 红利。

2. 竞赛。

二、推动销售促进迅速发展的主要因素

（一）内部因素

1. 销售促进作为一种有效的销售工具正被高层管理者接受。
2. 更多的品牌经理有条件使用销售促进工具。
3. 产品经理处于提高现有销售的巨大压力之下。

（二）外部因素

1. 品牌数目在增加。
2. 竞争者经常使用促销手段。
3. 品牌日趋类似。
4. 消费者要求更多优惠。
5. 经销商要求厂商提供更多优惠。
6. 广告因成本上升、媒体干扰和法律约束而效率下降。

三、销售促进策略

企业的销售促进战略包括确定目标、选择工具、制定方案、预试方案、实施和控制方案，以及评价效果等内容。

（一）确定销售促进目标

依目标市场的不同而有所差异。销售促进目标是由基本的市场营销沟通目标推演出来的，而后者又是由产品的更基本的市场营销目标推演出来的。

（二）选择销售促进工具

必须考虑市场类型、销售促进目标、竞争情况以及每一种销售工具的成本效益等各种因素。

（三）制定销售促进方案

企业市场营销人员要做出一些附加的决策以制定和阐明一个完整的促销方案，主要决策包括：诱因的大小，参与者的条件，促销媒体的分配，促销时间的长短，促销实际的选择，促销的总预算等。

（四）预谋销售促进方案

应经过测试来确认所选用工具是否适当，诱因规模是否最佳，实施的途径效率如何。

（五）实施和控制销售促进方案

实施计划必须包括前置时间和销售延续时间。前置时间是指开始实施这种方案所必须的准备时间。

（六）评价销售促进结果

评价程序随着市场类型的不同而有所差异。

第五节 公共关系

一、公共关系的含义

（一）公共关系

指某一组织为改善与社会公众的关系，促进公众对组织的认识、理解及支持，达到树立良好的组织形象、实现组织与公众的共同利益与目标的管理活动与职能。公共关系主体可以是组织，也可

以是个人。

（二）企业的公共关系形象

包括产品形象、服务形象、员工素质形象、环境保护形象和社会成员形象。

（三）公共关系基本原则

企业开展相关工作时，必须把握公共关系的两个基本原则：诚信原则；公众利益与企业利益相协调的原则。

二、公共关系的职能

（一）信息监测。

（二）舆论宣传。树立企业形象，提高企业声誉，为企业的长远发展创造良好的社会基础。

（三）沟通协商。协调企业与公众的关系。

（四）危机处理。

三、公共关系活动

（一）调研活动。

（二）专题活动。

（三）媒体活动。公共关系人员要发现和创造与企业及产品有关的有利新闻。

（四）事件策划。企业可以通过有新闻价值的特殊事件来吸引公众视线。

（五）外联协调。企业可以通过赞助公益活动来以赢得公众的注意和好感。

（六）其他日常活动。

四、公共关系评估

公共关系评估指标主要有两个：信息传播频率和受众影响。

具体的评价方法包括：接收、了解信息的目标公众的数量；改变观点、态度的公众数量；发生期望行为的公众数量。

本章思考题

1. 选择广告媒体时应考虑哪些因素？
2. 广告目标按其具体内容进行分类，可分为哪几种？
3. 对广告效果进行评价的时，一般分为三个方面对其进行评价，试简述这三个方面。
4. 公共关系中的宣传与一般广告之间的区别是什么？
5. 简述促销手段的选择应当考虑哪些因素。
6. 简述人员销售具有的特点。
7. 简述人员销售的基本过程。
8. 产品组合比较单一而市场分布面比较广的企业通常如何组织销售队伍？为什么？
9. 一名合格的销售人员应该具备哪些基本条件？
10. 简述对销售人员培训的基本内容有哪些。

本章参考书目

1. 教材：

菲利普·科特勒，赵平等译：《市场营销原理》（第九版），清华大学出版社，2005 年版；
第 14、15、16 章

2. 参考书目：

菲律普·科特勒，梅汝和等译：《营销管理》（第十一版），上海人民出版社 2005 年版；第 19、20、21 章

第十一章 营销工作的计划、组织、实施与控制

本章概述

企业完成了对营销环境的分析和营销战略战术的制定，只是营销工作的开始，更重要的是保证营销计划和战略的事实。为了成功地实现营销战略和计划，企业还必须建立有效的营销组织系统和完善的营销控制系统。通过本章学习，主要掌握有关营销工作的计划、组织、实施和控制问题。

学习目标和要求

通过本章学习，你应该能够：

1. 掌握营销战略的实施过程
2. 了解市场营销组织的主要类型
3. 明确设计市场营销组织需考虑的主要因素
4. 掌握营销部门在执行市场营销计划中常出现的问题，及其在协调与其他部门之间的关系时所采取的主要方法
5. 掌握年度计划控制的主要内容，明确盈利能力控制的主要指标

学时分配：2 学时

主要内容

第一节 市场营销计划

一、企业计划的演变

从国内外许多企业的经营管理实践看，计划的演变经历了由无计划到战略计划的发展过程。

（一）无计划阶段

企业未制定计划或虽有计划无法实行。

（二）年度计划阶段

企业通过自上而下、自下而上或两者结合的方式制定年度计划，用以指导其经营管理。

（三）长期计划阶段

企业在制定、执行好年度计划的基础上，制定三年、五年或十年的长期计划，并视年度计划的执行情况进行适当调整。

（四）战略计划阶段

企业力求站在企业战略的高度，从市场竞争的需要出发，制定企业的战略计划。

二、市场营销计划的内容

市场营销计划是指研究目前市场营销状况，分析企业所面临的主要机会与威胁、优势与劣势以及存在问题的基础上，对财务目标与市场营销目标、市场营销战略、市场营销行动方案以及预计损益表的确定和控制。

（一）与市场营销有关的企业计划

1. 企业计划。
2. 业务部计划。
3. 产品线计划。
4. 产品计划。

5. 品牌计划。
6. 市场计划。
7. 产品（市场）计划。
8. 职能计划。

（二）市场营销部门与企业计划

市场营销计划是企业其他行动计划工作的起点。市场营销部门在企业计划中起着重要的作用，企业计划人员至少在五方面依赖于该部门。

1. 依靠市场营销部门获得有关新产品和市场机会的启迪。
2. 依靠市场营销部门来评估每个新机会，特别是有关市场是否足够大，企业是否有足够的市场营销力量来利用这一机会等问题。
3. 市场营销部门还要为每一个新机会制定相近的市场营销计划，具体陈述有关产品、价格、分销和促销的战略和战术。
4. 市场营销部门对市场上实施的每项计划都负有一定的责任。
5. 市场营销部门必须对随时出现的情况做出评价，并在必要时采取改正措施。

（三）市场营销计划的内容

市场营销计划主要由八部分组成。

1. 经理摘要。它可使最高管理层迅速抓住计划的要点。
2. 当前市场营销状况。它提供与市场、产品、竞争、分销和宏观环境有关的背景数据。
3. 机会和问题分析。它概述企业外部的机会与威胁、企业内部的优势与劣势，以及在计划中必须注意的主要问题。
4. 目标。它确定计划中想要达到的关于销售量、投资报酬率、市场占有率、利润额等领域的目标。
5. 市场营销战略。它描述为实现计划目标而采用的主要市场营销方法。
6. 行动方案。它回答应该做什么、谁来做、何时做、需要多少成本等。
7. 预计的损益表。它概述计划所预期的财务收益情况。
8. 控制。它说明将如何监控该计划。

三、市场营销预算的制定

（一）目标利润计划法

（二）最大利润计划法

第二节 市场营销组织

一、市场营销组织概述

（一）市场营销组织定义

企业营销组织是指企业内部涉及市场营销行动的各个职位及其结构。

（二）市场营销组织目标

1. 对市场需求做出快速反应。
2. 使市场营销效率最大化。
3. 代表并维护消费者利益。

（三）市场营销部门的演变

1. 单纯的销售部门。
2. 兼有附属职能的销售部门。
3. 独立的市场营销部门。
4. 现代市场营销部门。
5. 现代市场营销企业。

二、市场营销组织类型

（一）专业化组织

包括职能型组织、产业型组织、市场型组织、地理型组织四种类型。

1. 职能型组织。指营销部门内部根据行政、调研、新产品开发、广告等职能设置相应的机构和人员。
2. 产品型组织。是指企业内部建立产品经理组织制度，以协调职能型组织中的部门冲突。
3. 市场型组织。企业将产品出售给不同类型的市场，因此针对不同消费阶层的需要开展营销工作，能够更加有效地满足顾客的需要。市场型组织的主要职能是按照相应事业部的要求来开展营销工作，同时与其它事业部的营销管理人员协调，统一制定企业年度和长期发展计划。
4. 地理型组织。从事全国性销售业务的公司常常将其销售人员按地域划分，同时增设地方市场专家来支持销量很大的市场中的销售工作。

（二）结构性组织

包括金字塔型及矩阵型。

1. 金字塔型。金字塔型是一种较为常见的组织结构形式，它由经理至一般员工自上而下建立垂直的领导关系，管理幅度逐步加宽，下级只对自己的上级直接负责。
2. 矩阵型。矩阵型组织是职能型组织与产品型组织相结合的产物，它以直线指挥系统为职能部门组成的垂直领导系统为基础，又建立横向的领导系统，两者结合起来就组成一个矩阵。

三、市场营销组织设计

（一）分析组织环境

1. 市场状况。市场状况首先是指市场的稳定程度，市场营销组织需随着市场变化及时调整内部结构和资源配置方式；购买行为类型是市场状况的另一个方面，不同类型的购买者对企业提供的产品及服务有着不同的要求和侧重点，依据不同侧重点采取相应的组织类型。
2. 竞争者状况。市场营销组织需从两个方面来对付竞争者：竞争者是谁，它们在干什么；如何对竞争者行为做出反应。

（二）确定组织内部活动

市场营销组织内部的活动有两种类型：职能性活动及管理性活动。

1. 职能性活动。它涉及市场营销组织的各个部门，范围相当宽泛。
2. 管理性活动。涉及管理任务中的计划、协调和控制等方面。

（三）确定组织职位

在确定组织职位时，企业须考虑三个要素：职位类型、职位层次和职位数量，以弄清各个职位的权力、责任及其在组织中的相互关系。

1. 职位类型。通常有三种划分方法：
 - （1）直线型和参谋型；
 - （2）专业型和协调型；
 - （3）临时型和永久型。

2. 职位层次。指每个职位在组织中地位的高低。
3. 职位数量。指企业建立组织职位的合理数量，他同职位层次密切相关。

（四）设计组织结构

对组织结构的分析不仅要考虑外部环境因素还要注重效率，即以较少的人员和上下隶属关系以及较高的专业化程度去实现组织的目标，这取决于两个方面：分权化程度及管理宽度。

（五）配备组织人员

在分析市场销售组织人员配备时，须区别考虑两种组织情况：新组织和再造组织。

（六）组织评价与调整

市场营销组织需要调整的原因主要有四点。

1. 外部环境的变化。
2. 组织主管人员的变动。
3. 改组是为了证明现存组织机构的缺陷。
- 4 组织内部主管人员之间的矛盾，也可以通过改组来解决。

第三节 市场营销执行

一、市场营销执行中的问题及原因

（一）计划脱离实际

1. 企业的专业计划人员只考虑总体战略而忽视执行总的细节，使计划过于笼统和流于形式。
2. 专业计划人员往往不了解计划执行过程中的具体问题，所定计划脱离实际。
3. 专业计划人员和市场营销管理人员之间缺少充分的交流与沟通，致使市场营销管理人员在执行过程中经常遇到困难，因为他们并不完全理解需要他们去执行的战略。
4. 脱离实际的战略导致计划人员和市场营销管理人员相互对立和不信任。

（二）长期目标和短期目标相矛盾

市场营销战略通常着眼于企业的长期目标，涉及今后三至五年的经营活动，但具体执行这些战略的市场销售人员通常是根据他们的短期工作绩效来评估和奖励的，因此，市场营销人员常选择短期行为。

（三）因循守旧的惰性

企业新的战略如果不符合企业的传统和习惯就会遭到抵制，新旧战略的差异越大，执行新战略可能遇到的阻力就越大。

（四）缺乏具体明确的执行方案

很多计划之所以失败，是因为计划人员没有制定明确而具体的执行方案。

二、市场营销执行过程

- （一）制定行动方案
- （二）建立组织结构
- （三）设计决策和报酬制度
- （四）开发人力资源
- （五）建设企业文化和管理风格
- （六）市场营销战略实施系统各要素间的关系

第四节 市场营销控制

市场营销控制有四种主要类型：年度计划控制、盈利能力控制、效率控制和战略控制。

一、年度计划控制

年度计划控制，是指企业在本年度内采取控制步骤，检查实际绩效与计划之间是否有偏差，并采取改进措施，以确保市场营销计划的实现与完成。

（一）年度计划控制的主要步骤。

1. 制定目标。即确定本年度各个季度的目标。
2. 绩效测量。即将实际成果与预期成果相比较，
3. 因果分析。即研究发生偏差的原因。
4. 改正行动。即采取最佳的改正措施，努力使成果与计划相一致。

（二）年度计划控制方法。

企业经理可以运用五种绩效工具以核对年度计划目标的实现程度。

1. 销售分析。销售分析主要用于衡量和评估经理人员所制定的计划销售目标与实际销售之间的关系。这种关系的衡量和评估有两种主要方法：销售差异分析及微观销售分析。

2. 市场占有率分析。剔出一般环境的影响来考察企业本身的经营工作状况。有四种度量方法：全部市场占有率、可达市场占有率、相对市场占有率（相对于三个最大竞争者）、相对市场占有率（相对于市场领导竞争者）。

3. 市场营销费用对销售额比率分析。市场营销人员须密切注意这些比率，以发现是否有任何比例失去控制，当一项费用对销售额比率失去控制时，必须认真查找原因。

4. 财务分析。市场营销管理人员应就不同的费用对销售额的比率和其他比率进行全面的财务分析，以决定企业如何以及在何处展开活动，获得盈利。

5. 顾客态度追踪等。年度计划控制所采用的上述衡量标准大多是以财务分析和数量分析为特征的，即它们基本上是定量分析。企业一般主要利用一下系统来追踪顾客的态度：抱怨和建议系统、固定顾客样本及顾客调查。

二、盈利能力控制

企业须用盈利能力控制来测定不同产品、不同销售区域、不同顾客群体、不同渠道以及不同订货规模的盈利能力。

（一）市场营销成本

市场营销成本由以下项目构成：直接推销费用、促销费用、仓储费用、运输费用及其他市场营销费用。

上述成本连同企业的生产成本构成了企业的总成本。其中，与销售额直接相关的为直接费用；与销售额无直接关系的称为间接费用。

（二）盈利能力考察指标

1. 销售利润率。
2. 资产收益率。
3. 净资产收益率。
4. 资产管理效率。

（1）资产周转率。

(2) 存货周转率。

三、效率控制

- (一)、销售人员效率控制
- (二)、广告效率控制
- (三)、促销效率控制
- (四)、分销效率控制

四、战略控制和市场营销审计

(一) 战略控制

企业的市场营销战略，是指企业根据自己的市场营销目标，在特定的环境中，按照总体计划所拟定的一系列行动方案。战略控制是指市场营销管理者采取一系列行动，使实际市场营销工作与计划尽可能一致，在控制中通过不断评审和信息反馈，对战略不断修正。

(二) 市场营销审计

1. 市场营销审计的含义。是指一个企业市场营销环境、目标、战略、组织、方法、程序和业务等进行综合的、系统的、独立的和定期性的核查，以便确定困难所在和各项机会，并提出行动计划的建议，改进市场营销管理效果。

2. 市场营销审计的内容。它包括市场营销环境审计、战略审计、组织审计、系统审计、盈利能力审计和职能审计。

本章思考题

1. 营销工作在实施过程中可能产生的问题和原因是什么？
2. 麦金斯的“7—麦金斯的“7—S”框架对营销战略的实施有何指导意义？
3. 简述营销战略的实施过程。
4. 西方企业营销组织结构的演变经历了那些阶段？
5. 产品管理型和市场管理型组织结构各有什么优缺点？
6. 年度计划控制包括哪些内容？
7. 企业为什么要进行营利控制？

本章参考书目

郭国庆：《市场营销学通论》，中国人民大学出版社 2004 年版；第 17、18 章

《宏观经济学（中文）》教学大纲

胡文政 编写

目 录

前 言	453
第一章 国民收入核算的基本原理	455
第一节 国内生产总值	455
一、概念	455
二、特征	455
第二节 三种核算方法	455
一、生产法（production approach）、	455
二、支出法	456
三、收入法	456
第三节 与 GDP 相关的几个总量	457
一、与 GDP 相关的几个总量	457
二、GDP 核算的利弊	457
第四节 国民收入的基本公式	457
一、两部门收入和均衡条件	457
二、三部门的投资恒等式	458
三、四部门的收入构成和储蓄投资恒等式	458
四、只有私人部门与对外部门	458
第五节 名义 GDP 与实际 GDP	459
一、名义 GDP。	459
二、实际 GDP	459
三、GDP 折算系数、紧缩指数（GDP deflator index）或物价指数（price index）。	459
四、当期名义 GDP / 物价指数 = 实际 GDP	459
五、名义 GDP 指数/当期物价指数）- 1 = 实际 GDP 增长率	459
本章复习	460
第二章 简单国民收入决定	461
第一节 均衡国民收入概念	461
第二节 消费函数（consumption function）理论	461
一、凯恩斯的消费函数理论	461
二、其他消费函数理论	463
第三节 从两部门到四部门的均衡国民收入决定	464
一、两部门均衡国民收入决定	464
二、三部门和四部门均衡国民收入决定	465
第四节 乘数理论（multiplier theory）	466
一、投资乘数及其机制	466
二、三部门的乘数	467
三、三部门定量税各种乘数的关系	467
四、四部门乘数	468
五、乘数效应	468

第五节 动态国民收入决定	468
本章复习	468
第三章 IS—LM 模型	470
引 言	470
第一节 投资曲线和 IS 曲线	470
一、投资曲线	470
二、IS 曲线	471
第二节 利率决定与 LM 曲线	472
一、古典货币供求理论	473
二、凯恩斯的利率和货币供求理论	473
三、LM 曲线	474
第三节 IS—LM 模型	475
一、 y 与 r 同时决定	475
二、两个市场同时均衡的实现过程	475
三、两个市场同时均衡时的财政政策效果	475
四、IS 不变时 LM 曲线移动时的货币政策效果	476
五、财政政策和货币政策的四种配合使用	476
六、凯恩斯的基本理论框架	477
第四节 凯恩斯主义的宏观经济政策	477
一、经济政策的目标和运用政策的原则	477
二、政策目标的内容	477
三、财政政策	478
四、凯恩斯主义的货币政策:斟酌使用的货币政策	478
本章复习	479
第四章 总供求模型	480
第一节 总需求曲线	480
一、定义	480
二、AD 形成	480
第二节 总供给曲线	480
一、定义	480
二、古典的总供给曲线	481
三、凯恩斯反 L 型 AS 曲线	481
四、凯恩斯主义正斜率的短期 AS 曲线	481
第三节 总供求模型	482
本章复习	482
第五章 失业与通货膨胀	484
第一节 通货膨胀的定义和分类	484
一、定义	484
二、分类	484
第二节 通货膨胀起因	484
一、货币现象	484
二、需求拉上的通货膨胀 (demand pull ~)	484

三、供给推动的通涨或成本推进（cost push）的通货膨胀：	484
四、结构性通胀（structure~）	485
五、需求拉上和成本推进的通货膨胀的关系	485
第三节 通胀的效应	485
一、通胀的再分配效应	485
二、通胀的产出效应	485
第四节 菲利普斯曲线	486
一、费利普斯曲线	486
二、货币政策的短期非中性和长期中性问题	486
第五节 供给政策	487
一、短期 AS 移动	487
第六节 对付通胀的收入政策	487
一、收入政策的理论基础	487
二、收入政策的主要手段是	487
本章复习	487
第六章 反凯恩斯主义学派和新凯恩斯主义	488
第一节 货币主义	488
一、背景	488
二、传统货币理论	488
三、新货币数量论和自然失业率	488
四、主要观点	488
第二节 供给学派	489
一、供给学派的产生	489
二、主要观点	489
三、政策主张	489
第三节 理性预期学派	489
一、预期和非理性预期	489
二、理性预期和新古典宏观经济学	490
三、外生因素与周期波动	490
四、理性预期的政策观点及其意义和问题	490
五、李嘉图政府举债与税收等价理论。	491
第四节 新凯恩斯主义（New Keynesianism）	491
一、主要理论特点	491
二、商品价格粘性分析	491
三、工资粘性分析	491
四、市场不能出清的其他原因，资本供给限额分析	491
五、经济波动分析和凯恩斯主义的稳定化政策	491
六、新凯恩斯主义的政策思想	492
七、政府与民众博弈中应取信于民。	492
本章复习	492
第七章 开放经济下的内外均衡	493
第一节 基本概念	493

一、封闭经济与开放经济	493
二、对外贸易下的国内总需求和国内产品总需求	493
第二节 国际贸易	493
一、主要理论	493
二、贸易限制	493
三、国际贸易组织	494
第三节 国际金融体系	494
一、概念	494
二、经历过的体系	494
三、国际金融机构	494
第四节 汇 率	494
一、外汇	494
二、汇率（exchange rate）	495
三、购买力平价	495
四、实际汇率（real effective exchange rate）	496
第五节 国际收支	497
一、国际收支平衡表（balance of payment presentation）	497
二、国际收支平衡函数	497
三、国际收支调节	498
第六节 IS—LM—BP 模型	498
一、开放经济的 IS—LM—BP 曲线	498
二、资本完全流动下不同汇率制度的宏观经济政策	499
三、不完全资本流动下开放经济的货币和财政政策	499
四、利率差异与汇率预期	499
五、汇率变动与贸易调整。两个重要经验问题。	499
六、汇率波动与相互依赖	500
第七节 内在均衡与外在均衡	500
一、内外均衡失调	500
二、最优政策的选择	500
三、开放经济宏观经济学的前沿问题	501
本章复习	501
第八章 经济增长理论	503
第一节 经济增长的基本性质和理论的发展	503
一、经济增长的基本性质	503
二、周期发生理论	503
第二节 哈罗德-多马模型	504
一、哈罗德模型	504
二、多马模型	504
第三节 新剑桥学派的分配模型	505
一、卡尔多模型	505
二、帕西内蒂模型（1962, Pasinetti, L.L）	506
三、剑桥学派与新古典学派的比较	506

第四节 新古典经济增长理论	506
一、概念	506
二、假设与前提	507
三、增长方程	507
四、经济增长的黄金分割率。最佳经济增长的条件	507
五、哈罗德难题和新古典模型	508
六、简单新古典模型的扩充	508
七、新古典增长模型的缺陷	508
第五节 两部门增长模型	508
一、前提：	508
二、生产函数	508
第六节 经济波动模型	509
一、乘数加速数模型	509
二、理性预期学派的经济波动理论	509
三、货币经济周期理论（卢卡斯，巴罗）	510
四、实际经济周期理论	510
第七节 经济增长因素的分析	510
一、肯德里克经济增长因素分析。	510
二、丹尼森的经济增长因素分析	511
三、库茨涅兹的经济增长因素分析	511
四、索洛余值法	511
第八节 新经济增长理论	512
一、新古典增长理论的缺陷。	512
二、技术进步内生增长的 4 个模型。	512
三、研发对增长的作用	513
四、M.PG.Scott（英）新经济增长理论—资本投资决定技术进步模型。	513
五、对经济增长的制度分析	513
本章复习	513
参考文献	515

前 言

西方宏观经济学主要分析国民收入、就业、物价、内外经济平衡和经济增长等总量经济问题。它依次分析：国民收入核算的基本原理，凯恩斯和凯恩斯主义的简单国民收入理论、IS—LM 模型和宏观经济政策、总供求理论、失业与通货膨胀、当代主要经济学流派、开放条件下内外均衡理论、经济增长理论等。

宏观经济学课程教学计划

总课时	讲授	习作	讨论	其他	周课时	总周数
54	54				3	18

讲课教师：胡文政

教材：高鸿业主编《西方经济学第三版（宏观部分）》，中国人民大学出版社 2004 年 9 月版，11 月第 2 次印刷。共 9 章，平均每 2 周 1 章。作业：每章结束课堂辅导作业。

周次	时数				讲授内容
	讲授	习作	讨论	其他	
1	3	课内			第一章（第 12 章）：国民收入核算 第一节 宏观经济学特点 第二节 GDP 核算方法,重要的国民收入概念 第三节 国民收入公式 实用 1 周
2	3	课内			第四节 名义 GDP 和实际 GDP 第五节 两种核算体系 习题
3	3	课内			第二章（第 13 章）：简单国民收入决定 第一节 均衡产出 第二节 消费函数理论（凯恩斯、杜森贝里、莫迪利安尼、弗里德曼） 习题
4	3	课内			第三节 两部门的国民收入决定和变动 第四节 乘数理论 第五节 加入政府行为的收入决定和乘数，增加含税率的乘数。 习题
5	3	课内			第三章（第 14 章）：产品和货币市场均衡 第一节 投资边际曲线，增加“投资”（1 周，含作业） 第二节 IS 曲线（1 周）
6	3				第三节 利率的决定（半周） 第四节 LM 曲线 习题

7	3				第五节 IS—LM 模型分析 第六节 财政政策和货币政策的效果 习题
9	3				第四章（第 17 章和第 18 章部分）：总供求函数 第一节 总供给曲线 第二节 总需求函数 第三节 AS—AD 模型 习题
10	3				第五章（第 18 章）失业与通货膨胀 第一节 失业概念与效应 第二节 通胀概念与起因 第三节 通胀的效应 第四节 菲利普斯曲线 习题
11	3				第六章（第 22 章）流派理论 第一节 货币主义 第二节 供给学派
12	3				第三节 新古典宏观经济学（理性预期学派） 第四节 新凯恩斯主义
13	3				第七章（19+20 章）开放经济下的内外均衡 第一节 基本知识 第二节 汇率与对外贸易 习题
14	3				第三节 国际收支平衡 第四节 IS—LM—BP 模型 第五节 最优政策选择 习题
15	3				第八章（第 21 章）经济增长理论 第一节 概述 第二节 增长核算 第三节 哈罗德模型
16	3				第四节 新古典增长模型
17					第五节 新增长理论 第六节 乘数加速数理论 第七节 经济周期理论 习题
18	3				复习

第一章 国民收入核算的基本原理

教学目的和要求：

学习国民收入核算的基本原理，要求掌握国民收入的基本概念、三种核算方法、国民收入的基本公式、名义 GDP 与实际 GDP 的关系

第一节 国内生产总值

一、概念

GDP（Gross domestic product）：经济社会一定时期内运用生产要素所生产的全部最终产品的市场价值。

二、特征

1. 市场价值：用货币计量，不包括家务、自给自足的产品，但包括参加市场活动的隐性成本。
2. 计全部最终产品，不计中间产品，是流量（flows）。

最终产品：一定时期内生产的不需继续加工由最后使用者购买的用于生活消费或生产、出口的产品或劳务。

中间产品（intermediate goods）：用于供生产别种产品的产品如原料、燃料、半成品等，生产时全部被消耗或需要继续加工。

3. 一定时期内生产而非所卖最终产品的价值。最终产品价值=销售额+存货变动量： $100=80+20$ ，20 是自己买下的存货投资； $100=120-20$ ，20 是过去存货的减少。存货投资（inventory investment）：库存的新增原料、半成品和成品，分为意愿和非意愿的（undesired）。

4. GDP 与 GNP 的区别

GDP 按国土原则计算：本国公民和外国公民在本国从事活动的增加值。

GNP（Gross National Product）按国民原则统计：本国公民在内和在外从事经济活动的增加值。

$GNP=GDP+本国居民在外净收益 = GDP+本国居民在外收益-国外居民在本国的收益$

$GDP=GNP-本国居民在外净收益 = GNP-(本国居民在外收益-国外居民在本国收益)$ 。1993 始联合国只计算 GDP。

第二节 三种核算方法

一、生产法（production approach）、

又称部门法（sector approach）、产量法（output approach）。

1. 定义 汇总各部门新增价值（value added）

第 1、2 次产业增加值=总产值—中间产品=销售收入—外购产品和劳务价值。

第 3 次产业的计算：商、服、交、金、邮、等营利性部门：按纯收入计算，或营业收入—外购产品和劳务价值。政府、教育、卫生等非营利性服务部门按工资收入计算。个体服务按个人纯收入计算。

若含折旧则有重复计算（double counting）

二、支出法

1. 定义：支出法（expenditure approach）：核算一定时期内整个社会对最终产品的支出

2. 构成 $AD = GDP = C + I + G + (X - M)$

C：居民个人消费（personal consumption Expenditures）除住宅购买外的商品和劳务消费。

I：增加或更换资本资产的支出（gross private Domestic investment）

固定资产投资（fixed capital）投资 + 存货投资。固定资产投资是指厂房、设备、商业用房、住宅的增加量；

净投资（NI）+ 重置资本（replacement investment）

G（government purchases of goods and serves）：各级政府在办医院、国防、交通、教育等方面的支出。政府转移支付（transfer）和公债利息支出因为无相应的交换，不计入 GDP

$(X - M)$ 净出口（nx）。exports：外国对本国产品的支付，收入回流。import：本国收入外流，本国对外国产品支出，外国产品对本国的供给。nx > 0：贸易盈余，对外净投资 net foreign investment），反之代表贸易赤字。

有时为简化起见，把国内总投资与净出口合称为国民总投资（total national investment）；把国内净投资与净出口合称为国民投资净额（total net national investment）

三、收入法

1. 定义：按要素收入计算 GDP。收入法或要素收入法（factor incomes approach）、要素成本法、要素支付法（factor payment approach）、所得法（earnings approach）。

2. 构成

（1）要素收入或净国民收入

工资（compensation of employees）：工作酬金 wage、津贴 allowance、福利费 welfare，个人所得税 earning taxes 和个人社会保险税 social insurance Taxes。

租金（rental incomes）：稀缺资源报酬—房地地租、专利和版权收入。

净利息 net interest：居民从其贷款（存款、买企业债券）所得利息减借款应付利息。公债和消费者信贷利息不计入（与支出法平衡，支出法没计入公债利息；消费者信贷利息是支出不是收入）有这一项。

公司利润 corporate profits 指税前利润，包括公司所得税、社会保险税、股东红利和公司未分配利润。

非公司企业主收入（个体经营者使用自己要素所得收入）。称：设算收入 imputations 或衍生收入。

（2）加与支出法平衡的 4 个项目：

企业转移支付（transfer payments）：被企业打入生产成本通过产品价格由消费者支付。企业转移支付包括消费者呆帐（uncollectible accounts）或坏帐（bad debts）或可疑帐款（doubtful accounts）：企业为了吸引潜在客户提供的信用贷款，是应收而没能收回的帐款。

间接税 indirect tax：产品税、增值税、营业税、消费税、关税，货物税或销售税、周转税；要素成本以外附加，向前转嫁给消费者，向后转嫁给供应商。

折旧（depreciation）。

第三节 与 GDP 相关的几个总量

一、与 GDP 相关的几个总量

1. $GDP = \text{新创造的价值} + \text{折旧} = \text{产品总价值} - \text{中间产品}$ 。
2. NDP (Net Domestic product) 国民生产净值 $= GDP - \text{折旧}$ ， NDP 中的投资扣除了重置资本。
3. NI (National Income) 国民收入，按要素报酬计算的国民收入， $NI = NDP - \text{间接税} - \text{企业转移支付} + \text{补贴}$ 。收入法的 GDP 含间接税和企业转移支付，不含政府补贴；而这里间接税、企业转移支付不属要素收入，补贴是计算企业从外部得到的收入，算要素收入。
4. PI (Personal Income) 个人收入。 $PI = NI - \text{不分配给个人的项目}$ ： $PI = NI - \text{公司未分配利润} - \text{公司所得税} - \text{社会保险税} + \text{政府给个人的转移支付}$ （退伍军人津贴，失业救济金，职工养老金，职工困难补助，最低生活费）。
5. DPI (Disposable personal income) 个人可支配收入。 $DPI = PI - \text{个人所得税} = \text{消费} + \text{储蓄}$ 。
6. 人均 GDP (per capita GDP) $= GDP / \text{该年末该国人数}$

二、GDP 核算的利弊

1. 三种方法的一致性和统计误差
2. GDP 的优点
被各国广泛接受；是持续发展的必要条件；人均 GDP 与反映生活质量的其他指标有密切关系。
3. GDP 的不足
不计居民自我服务（洗衣、做饭、搞卫生）和地下经济（一般占 GDP 的 10%）；不计算环境污染的负效用；不反映投资和生活质量；不反映外部影响和分配公平与否；受通胀扭曲；各国比较受汇率的影响；生产要素论。

第四节 国民收入的基本公式

一、两部门收入和均衡条件

1. 消费者和厂商的国民收入构成

总收入： $y = C + S$ ， C 是居民要素收入 (yield) 用于消费的收入，也是企业收入中分为用于消费品生产的收入，代表消费品的供给。 S 是居民储蓄，不用于消费的收入，也是企业不用于生产的收入作为留利和折旧的部分，属于企业的储蓄。 S 是包含家庭和企业在内的私人储蓄。

总支出： $y = C + I$ ， C 是家庭总支出用于消费的支出。家庭 S 通过资本市场以金融机构储蓄和购买有价证券转化为企业的投资；企业的留利和折旧也转化为投资。故 I 代表用于新增资本资产的支出，来源于家庭和企业储蓄。

2. 均衡条件： $S = Y - C$ ， $I = Y - C$ ， $\therefore S = I$

(1) 包含固定资产投资 + 存货投资，或包含净投资 + 重置投资。 S 包含私人储蓄和企业留利和折旧。若 I 不包含折旧， S 也不含折旧。

(2) 事后的 $S = I$ 。事后是指，国民经济过程结束从会计核算的角度，在收入中区分用于消费的和用于消费的部分，储蓄和投资是收入中不用于消费的部分，投资由储蓄转化而来，故性质上

$S=I$ 。事后会计帐户计算的 I 可能包含非意愿的存货投资，它同时也是企业的非意愿的储蓄。故事后 $S=I$ 可能包含非意愿的投资和储蓄。

(3) 事前的 $S=I$ 。事前是指经济过程之初，私人计划个人的 S 和 I ，是意愿的 S 和 I 。但个人 S 和 I 的动机、时间以及数量不相等，故事前的 S 和 I 在总量上难以相等。若能事前 $S=I$ ，则 $AS=AD$ 。不论事前 S 是否 $=I$ ，事后的 S 恒等于 I 。

若事前 $I>S$ ，则市场 $AD>AS$ ，产品短缺，有负的存货投资，过去的存货被销售掉还不能满足市场需求，利率上升和物价上涨。要实现经济均衡，增加 S 或减少 I ，或同时增加 S 减少 I 。

若计划的 $I<S$ ，则市场 $AD<AS$ 、产品过剩，非意愿的存货投资 >0 ，利率和物价下跌，要实现经济均衡，减少 S 增加 I ，减少非意愿的储蓄增加意愿的投资。

二、三部门的投资恒等式

1. 加入政府收支行为：收税和支出（购买和转移支付）。

净税收 T =总税收 T_0 —转移支付： $T=T_0-Tr$

若总收入 $=C+S+T$ ，则 $AD=C+I+G$ 不包含转移支付。

若总收入 $=C+S+T_0$ ，则 $AD=C+S+G+Tr$ 。

2. 三部门的均衡条件：

$I+G=S+T$ ，转化为： $I=S+(T-G)$ ，投资等于私人储蓄+政府储蓄。

$AD=C+I+G$ ， $AS=C+S+T$

$AD-AS=(I-S)+(G-T)$ ，该式表明一国国内收支是否平衡，取决于三点：该国储蓄与投资是否平衡；该国的政府收入与支出是否平衡；或私人部门资源配置是否与政府部门资源配置平衡。

三、四部门的收入构成和储蓄投资恒等式

$AS=C+S+T+M$ ， $AD=C+I+G+X$ 。

$M=X$ ，表示出口获得收入等量用于购买进口品。

$C+I+G+X=C+S+T+M$ ，移项得到：

$I=S+(T-G)+(M-X)$ ，投资等于本国总储蓄+外国在本国的储蓄。

$AD-AS=(I-S)+(G-T)+(X-M)$ ，

设 $AD-AS=0$ ，移项得到：

$0=(I-S)+(G-T)+(X-M)$ ：一国经济是否平衡，取决于私人、政府、对外经济部门各自的以及它们相互之间的资源配置是否平衡。

$X-M=(S-I)-(G-T)$ 或 $=(S-I)+(T-G)$ ：一国总进帐（财源， X 、 S 、 T ）与总出帐（用钱， M 、 I 、 G ）的关系；一国对外经济平衡与国内经济平衡的关系。

四、只有私人部门与对外部门

$AD=C+I+X$ ， $AS=C+S+M$

$AD-AS=(I-S)+(X-M)$

$AD-AS=0$ ， $S-I=X-M$ ，因为净出口是一国对外净投资，因此该式表明：一国收入高于国内支出，该国对外净投资大于零，或资本输出大于资本输入、或官方储备增加；反之表示该国无力对外投资，官方储备下降。

上式还可以表明：一国经常性项目与资本项目的关系，若一国出现贸易顺差 $(X-M)>0$ ，该国是资本输出国，若出现逆差 $(X-M)<0$ ，该国是资本输入国。

第五节 名义 GDP 与实际 GDP

一、名义 GDP。

1. 定义：nominal GDP：当期名义 GDP 或称货币 GDP，即用当年价格计算的当年最终产品的市场价值 P_1Q_1 。基期 basic year 名义 GDP： P_0Q_0

2. 名义 GDP 指数 index 或发展水平、名义 GDP 增长率 rate of increase or growing.

$$\text{名义GDP指数} = \frac{P_1Q_1}{P_0Q_0}, \quad \text{名义GDP增长率} = \frac{P_1Q_1}{P_0Q_0} - 1$$

二、实际 GDP

1. 实际 GDP (real GDP)：用不变价格计算当期 GDP

2. 实际 GDP 指数和实际 GDP 增长率。当期实际 GDP = P_0Q_1 ，基期实际 GDP = P_0Q_0

$$\text{实际GDP指数} = \frac{P_0Q_1}{P_0Q_0} = \frac{Q_1}{Q_0}, \quad \text{实际GDP增长率} = \frac{P_0Q_1}{P_0Q_0} - 1 = \frac{\Delta Q}{Q_0}$$

三、GDP 折算系数、紧缩指数 (GDP deflator index) 或物价指数 (price index)。

当期物价指数 = 当期名义 GDP / 当期实际 GDP

$$\frac{P_1Q_1}{P_0Q_1} = \frac{P_1}{P_0}, \quad \text{通胀率: } \frac{P_1}{P_0} - 1 = \frac{\Delta P}{P_0}$$

四、当期名义 GDP / 物价指数 = 实际 GDP

$$\frac{P_1Q_1}{\left(\frac{P_1Q_1}{P_0Q_1}\right)} = P_0Q_1$$

五、名义 GDP 指数/当期物价指数) - 1 = 实际 GDP 增长率

$$\frac{\left(\frac{P_1Q_1}{P_0Q_0}\right)}{\left(\frac{P_1Q_1}{P_0Q_1}\right)} - 1 = \frac{P_1Q_1}{P_0Q_0} \frac{P_0Q_1}{P_1Q_1} - 1 = \frac{\Delta Q}{Q_0}$$

已知基期名义 GDP 和当期物价指数，求用当期物价计算的基期实际 GDP = P_1Q_0 基期名义 GDP / 当期物价指数的倒数，或基期名义 GDP × 当期物价指数

$$\frac{P_0 Q_0}{\left(\frac{P_0 Q_1}{P_1 Q_1} \right)} = P_0 Q_0 \times \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_1} = P_1 Q_0$$

本章复习

1. 简述下列概念

国内生产总值 国内生产总值 生产法 中间产品 最终产品 消费
支出法 储蓄 总投资 净投资 重置投资 存货 存货投资 政府购买
转移支付 净出口
收入法 间接税 国内生产净值 国民生产净值 国民收入 个人收入 个人可支配收入 储蓄
投资恒等式 事前储蓄与投资 事后储蓄与投资
名义 GDP 实际 GDP 物价指数 通货膨胀率

2. 写出支出法和收入法的 GDP 公式。

3. 写出三部门、四部门的储蓄投资恒等式。

4. 写出三部门、四部门内外经济均衡公式。

5. 写出只有私人部门和对外经济部门的均衡公式。

6. 写出名义 GDP 及其指数、实际 GDP 及其指数、物价指数的公式。

第二章 简单国民收入决定

教学目的与要求：

本章学习凯恩斯的产品市场均衡国民收入的决定的理论和方法，要求掌握从消费函数、储蓄函数决定均衡国民收入的方法、乘数概念和动态均衡国民收入的决定。

第一节 均衡国民收入概念

1. 定义：总供求相等时的国民收入，又称均衡产出，即与总需求相等的总产出。
2. 特征：没有非自愿的存货投资。市场出清。计划的投资=计划的储蓄。

第二节 消费函数（consumption function）理论

一、凯恩斯的消费函数理论

1. 消费函数：消费与决定消费因素之间的关系

$C=f(\text{收入、价格、利率、收入分配、消费者偏好、家庭财产状况、消费信贷、消费者年龄、风俗习惯等})$ 。最重要的函数：消费收入函数： $C(y)$

2. 凯恩斯的主要消费函数概念和消费定律

平均消费倾向 APC（average propensity to consume）：消费者愿意从收入中拿出多少用于消费，或任何收入水平上消费占收入的比重，存量比： C/Y ，任何收入水平上消费占收入的比重。消费曲线的射线斜率。

边际消费倾向 MPC（marginal propensity to consume）：人们愿意从增加的收入中拿出多少用于消费，流量比 $\Delta c / \Delta y$ ，或连续函数 dc/dy ，或每增加单位收入所引起的消费增加量。消费曲线的斜率。

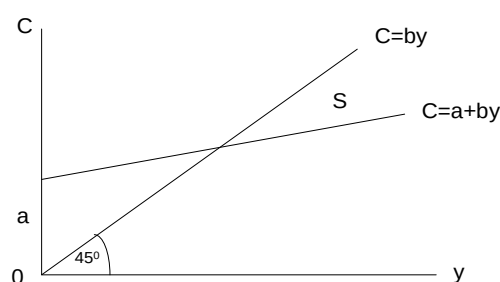
凯恩斯的消费定律：消费随收入增加但不如收入增加得快。

$$\frac{dc}{c} / \frac{dy}{y} = \frac{dc}{dy} \frac{c}{y} = MPC / APC < 1$$

线性消费函数， $C=a+by$ ， a 自发消费（autonomous consumption）、收入为零时的消费，来自过去的储蓄或借债。 b 是边际消费倾向， by 是收入引致的消费（derived consumption）， b 短期内是 dc/dy ，长期内 $=C/Y$ ：

$c/y=a/y+b$ ，长期内 $y \rightarrow \infty, a/y \rightarrow 0, c/y \rightarrow b$ 。

45°线消费曲线



非线性函数关系*。

$$(APC)'y = (c'y - cy') / y^2 = (MPC - APC) / y。$$

3. 储蓄函数 (saving function)

储蓄是收入中不消费的部分, $s = y - c$, S 是收入的增函数 $s(y)$ 。

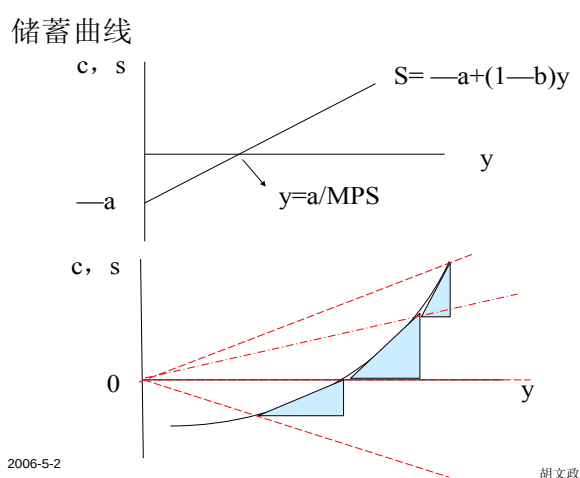
平均储蓄倾向 APS (average propensity to save) s/y , 人们愿意从收入中拿出多少用于储蓄。

边际储蓄倾向 MPS (marginal propensity to save), $\Delta s / \Delta y$, 人们愿意从增加的收入中拿出多少用于储蓄。

线性储蓄函数。 $s = y - c = y - a - by = -a + (1-b)y$ 。 $-a$ 是自发储蓄 (autonomous save), $+(1-b)y$ 是收入引致储蓄。

短期函数 $-a + (1-b)y$ 。 , 长期函数 $+(1-b)y$

$s/y = -a/MPS$, $APS < MPS$, $y \rightarrow \infty$, $APS \rightarrow MPS$ 。



4. 消费函数与储蓄函数的关系

$$c + s = a + by - a + (1-b)y = y$$

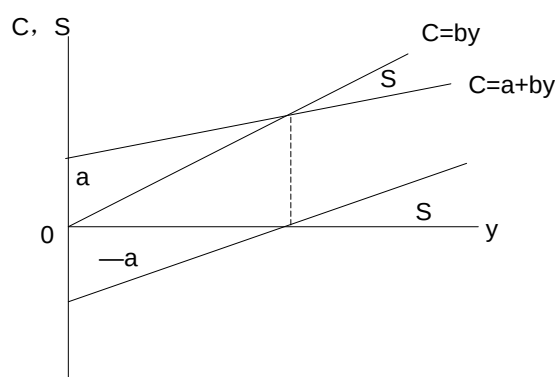
$$APC + APS = 1, \quad 1 - APC = APS,$$

$$MPC + MPS = 1, \quad 1 - MPC = MPS$$

若 $(MPC/APC) < 1$, 则 $MPS/APS > 1$

或 $(APC/MPC) > 1$, $APS/MPS < 1$

消费与储蓄的关系



5. 社会消费函数—总消费与总收入的关系

不同收入阶层的 MPC 差别,社会消费水平与收入分配公平呈同向关系。

政府收支政策。社会消费水平与政府税收成反向变动,与转移支付水平呈同向关系。

社会消费水平与公司未分配利润的多少呈反向关系。社会消费水平与社会保障制度完善度呈同向关系。

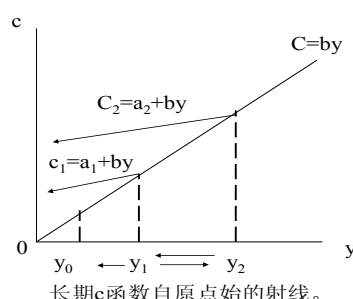
二、其他消费函数理论

凯恩斯的消费理论是绝对收入论,当期消费决定于当期可支配收入

1. 相对收入消费理论(美, J.S.Duesenberry, 1949): 消费者当期消费相对由过去的消费习惯和周围的消费水准决定; 消费者易随 $y \uparrow$ 而 $c \uparrow$; 不易随 $y \downarrow$ 而 $c \downarrow$, 形成正截距的短期消费函数, 称为棘轮效应(ratchet effect); 消费者消费行为受周围人们消费水准影响称为示范效应(demonstration effect)

相对收入消费理论

10



2. 生命周期消费理论(美, Franco Modigliani, 1985):

人们在更长的时间内计划消费支出以达到在整个生命周期内的消费和储蓄的最佳配置。

假定: 消费者理性, 工作期确定, 预期寿命确定, 储蓄无利息等。生命周期内的消费等于终身收入。设预期寿命减开始工作的年龄=生命周期年限 NL, 工作以前由父母抚养的时间不计入 NL, 生命周期内均匀消费即年均消费 $C=C \cdot NL/NL$ 。

终身收入=工作时间 $WL \cdot$ 年劳动收入 YL , $C \cdot NL=WL \cdot YL$ 。工作年限内的储蓄提供了退休期间的负储蓄: $C \cdot NL-WL \cdot C=$ 退休金, $YL \cdot WL-C \cdot WL=$ 退休金。

有财富积累或资产 WR 的生命周期消费函数, 设个人有初始财产 WR (遗产或赠与); 从而每期消费

$$C = aWR + cYL$$

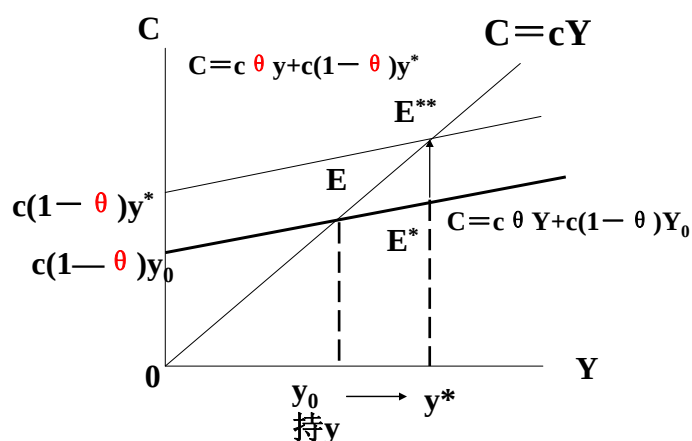
$$a = \frac{C}{WR}, c = \frac{C}{YL}$$

$C=aWR+cYL$ 说明: WR 或 YL 都会增加当前 C ; 越接近生命终点 a 越大; c 则与可挣钱의 剩余年限和可挣钱的分摊年限是相关的; 延长工作时间增加 YL 会增加 C 。

生命周期消费理论指出了社会总消费和社会总储蓄与年龄结构、个人遗产意愿、股票市场等因素的关系。

3. 永久收入消费理论(美, Milton.Friedman,1957): 现期消费由消费者预期的永久收入决定。永久收入 Y_p 是消费者可以预期到的长期收入。

$Y_p = \theta Y + (1 - \theta) Y_{-1}$, 故 $C = c \theta Y + c (1 - \theta) Y_{-1}$, c 是长期边际倾向, $c \theta$ 和 $c (1 - \theta)$ 是短期边际消费倾向, 若 Y 提高, 消费者估计 Y 短期上升故有较小边际消费倾向, 若估计是持久收入才会提高边际消费倾向。



4. 生命周期理论与持久收入的关系

两者均认为消费与长期收入有关。生命周期理论更多注意储蓄动机，持久收入理论更注意个人对持久收入形成的预期方式。两者与对财富、人口统计的强调相结合，提出了现代消费函数： $C = aWR + chYD + c(1-h)YD-1$ ， YD 是可支配劳动收入。

第三节 从两部门到四部门的均衡国民收入决定

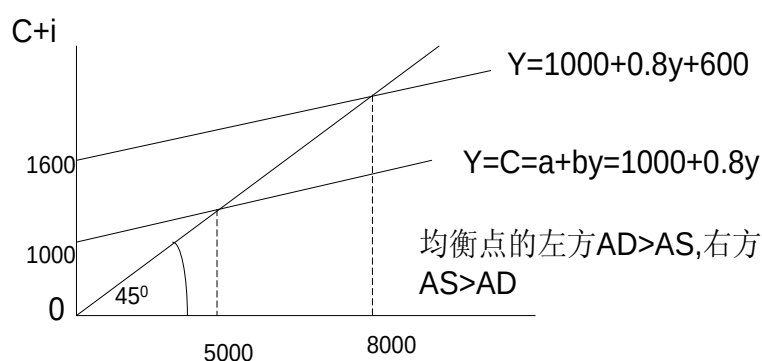
一、两部门均衡国民收入决定

1. 条件：计划 $I=S$ 。保证 $AS=AD$ 、市场出清

2. 消费函数决定均衡国民收入

$$Y = a + by + i \quad y = (a+i) / (1-b)$$

消费加投资曲线和 45 度线决定均衡收入图

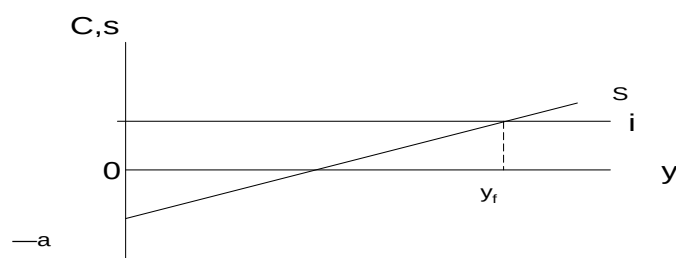


胡文霞

3. 储蓄函数决定均衡国民收入

$$S = -a + (1-b)y, \quad i = s, \quad \text{所以:}$$

$$i = -a + (1-b)y, \quad y = (a+i) / (1-b)$$



二、三部门均衡国民收入决定

1. 三部门均衡国民收入决定

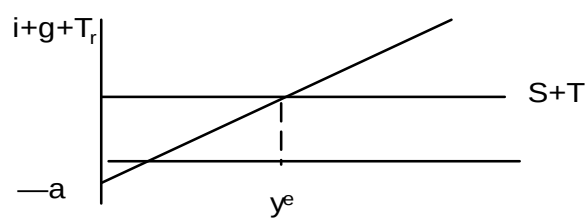
含定量税 T 、转移支付均衡国民收入决定

$$i+g+Tr=s+T=-a+(1-b)(y-T+Tr)+T \rightarrow$$

$$y = (a+i+g+bTr-bT)/MPS, \text{ 或}$$

$$y = a + b(y - T + T_r) + i + g$$

$$y = \frac{a + i + g + bT_r - bT}{1 - b}$$

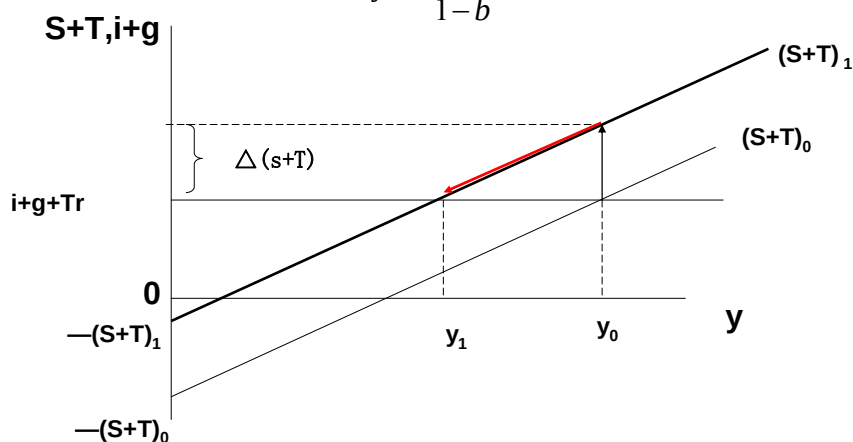


定量税曲线移动

$$y_1 = \frac{a_1 + i_1 + g_1 - b_1 T_1 + b_1 Tr_1}{1 - b}$$

$$y_2 = \frac{a_1 + i_1 + g_1 - b_1 T_2 + b_1 Tr_1}{1 - b}$$

$$\Delta y = \frac{-b\Delta T}{1 - b}$$



含税率 t 的三部门均衡国民收入决定

$$i+g+Tr = s+ty, i+g+Tr = -a + (1-b)(y-ty+Tr) + ty,$$

$$y = a + b(y-ty+Tr) + i+g$$

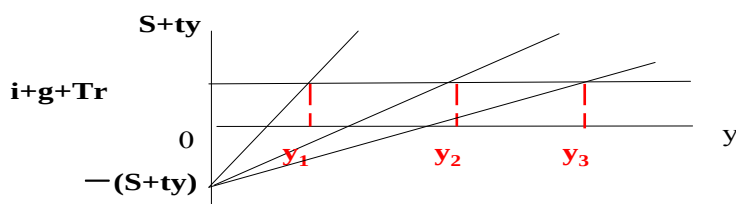
$$y = a + b(y-ty+Tr) + i + g$$

$$y = \frac{a+i+g+bTr}{1-b(1-t)}$$

$S+ty$ 曲线

$$\text{斜率: } (s+ty)/y = 1-b(1-t); \text{ 或 } (a+s+ty)/y = 1-b(1-t)$$

- 含税率 $s+ty$ 曲线图形(graph)
- 曲线移动: 对于 $1-b(1-t)$, $t \uparrow$ 曲线向左旋转, $y_f \downarrow$; $t \downarrow$, 曲线向右旋转, $y_f \uparrow$



2. 四部门的均衡国民收入决定

设线性进口函数: $m=z+hy$, z 是自发进口, h 是边际进口倾向, hy 是收入引致的进口。

含定量税的四部门均衡收入:

$$y = a + b(y-T+Tr) + e - dr + g + x - z - hy$$

$$y = \frac{a+g+x+bTr+e-dr-z-bT}{1-b+h}$$

含税率的四部门均衡收入决定

$$y = a + b(y-ty+Tr) + e - dr + g + x - z - hy$$

$$y = \frac{a+g+x+bTr+e-dr-z-bT}{1-b(1-t)+h}$$

第四节 乘数理论 (multiplier theory)

一、投资乘数及其机制

1. 定义: 新增投资能带来数倍的收入增量: $k=\Delta y/\Delta i$, $\Delta y=k\Delta i$ 、投资边际收入。

2. 机制: 投资品工业 $i \uparrow$ 和 $y \uparrow$, $\rightarrow$ 对消费品需求 $\uparrow$, $\rightarrow$ 消费品行业的生产和收入 $\uparrow$, $\rightarrow$ 总需求和总就业 $\uparrow$ 。凯恩斯: 是投资需求创造了供给, 创造了收入和储蓄。收入是投资的复合函数: 投资的边际消费与边际消费倾向倒数的乘积。

$$k_i = \frac{dc}{di} \frac{dy}{dc} = \frac{dy}{di}$$

设第 1 批 i 购买设备转为要素所有者的收入; 要素所有者又按 b ($b < 1$) 购买最终产品, 形成

第 2 批收入 ib 、此后又有第三批收入 ib^2 、第四批收入 $ib^3 \dots ib^{n-1}$ ， ib^{n-1} 为通项。投资转换的最终总收入为： $y_i = \frac{i}{1-b}$ ， $\Delta y_i = \frac{\Delta i}{1-b}$

二、三部门的乘数

1. 含定量税的乘数

$$y = a + b(y - T + Tr) + i + g, \quad y_f = (a + i + g - bT + bTr) / (1 - b)。$$

$$dy/dg = dy/di = dy/da = 1 / (1 - b)$$

转移支付乘数和税收乘数

$$dy/dTr = b/mps, \quad dy/dT = -b/mps$$

2. 含税率的三部门乘数。

$$i + g + Tr = s + ty, \quad i + g + Tr = -a + (1 - b)(y - ty + Tr) + ty,$$

$$y = a + b(y - ty + Tr) + i + g$$

$$y = \frac{a + i + g + bTr}{1 - b(1 - t)}$$

含税率的支出乘数： $dy/dg = dy/di = dy/da = 1 / [1 - b(1 - t)]$

$$dy/dTr = b / [1 - b(1 - t)]$$

3. 求含税率的政府税收乘数：对于 $y = a + b(y - ty + Tr) + i + g$ ，含税率的税收乘数的性质是 t 的变化引起了 T 从而引起 y 的变化，即 $\Delta y / y \Delta t$

$$y = by(1 - t) \text{ 对 } t \text{ 求偏导，得到：} dy/ydt = -b / [1 - b(1 - t)]$$

三、三部门定量税各种乘数的关系

1. 含定量税的 4 种乘数的关系。

$$K_i = K_g = 1 / (1 - b) > K_{Tr} = b / (1 - b) > K_T = -b / (1 - b)。$$

$$K_{Tr} + K_T = (b / (1 - b)) + (-b / (1 - b)) = 0。$$

2. 平衡预算乘数： G 与 T 作等量同向变动时的政府购买乘数或税收乘数。

$$K_g + K_T = [1 / (1 - b)] + [-b / (1 - b)] = 1。$$

意义：虽然 $\Delta g = \Delta T$ ，但 $K_g > K_T$ ，故 Δy 仍能与 ΔG 或 ΔT 作等量增长；在需求不足时，政府只要把税收变成支出就能增加收入，而不必靠赤字政策。

3. 含税率的乘数与定量税乘数的比较

$$\frac{1}{1 - b(1 - t)} < \frac{1}{1 - b},$$

$$\frac{-b}{1 - b(1 - t)} < \frac{-b}{1 - b}, \quad \frac{1}{1 - b(1 - t)} + \frac{-b}{1 - b(1 - t)} < \frac{1}{1 - b} + \frac{-b}{1 - b} = 1$$

$$\frac{b}{1 - b(1 - t)} < \frac{b}{1 - b}$$

四、四部门乘数

$$y = a + b(y - T + Tr) + e - dr + g + x - z - hy$$

$$y = \frac{a + g + x + bTr + e - dr - z - bT}{1 - b + h}$$

含税率t的四部门均衡收入决定

$$y = a + b(y - ty + Tr) + e - dr + g + x - z - hy$$

$$y = \frac{a + g + x + bTr + e - dr - z - bT}{1 - b(1 - t) + h}$$

1. 含定量税的各项乘数

$$dy/dT = -b / (1 - b + h) = -b / (MPS + h)$$

$$dy/dTr = b / (1 - b + h) \quad dy/da = dy/de = dy/di = dy/dg = dy/dx = 1 / (1 - b + h) = 1 / (MPS + h)$$

$$dy/dz = -1 / (1 - b + h) = -1 / (s + h)$$

2. 含税率的乘数:

$$dy/ydt = -b / [1 - b(1 - t) + h]$$

$$dy/dTr = b / [1 - b(1 - t) + h]$$

$$dy/da = dy/de = dy/di = dy/dg = dy/dx$$

$$= 1 / [1 - b(1 - t) + h]$$

$$= 1 / (MPS + h)$$

$$\text{外贸进口乘数: } dy/dz = -1 / [1 - b(1 - t) + h]$$

五、乘数效应

1. 增收效应和减收效应

所有需求因素都有正的乘数效应。

$$y = (a + e - dr + g + bTr - bT - x - m) / (1 - b) = AD / MPS. \quad k \text{ 与 } b \text{ 正相关、与 } MPS \text{ 负相关。}$$

2. 乘数效应的约束条件

资源若已充分就业，投资增加只能使物价上涨。 $i \uparrow \rightarrow r \uparrow \rightarrow s \uparrow \rightarrow c \downarrow \rightarrow b \downarrow \rightarrow k \downarrow$ 。

$i \uparrow$ ，若 M_s 不变，则 $M_d > M_s \rightarrow r \uparrow \rightarrow$ 挤出部分 i 降低 AD 。 $g \uparrow$ 若依赖 $T \uparrow$ 则私人 $i \downarrow$ ；若 g 依赖举债，则 $r \uparrow$ 挤出 i 。若增加的收入用于进口或支出是对进口的支付，则无乘数效应，均衡 $y \downarrow$ 。

第五节 动态国民收入决定

分析在不同时点下外生变量变动对内生变量或经济均衡的影响。

$$\text{前提: } y_t = ct + i_t, \quad c_t = a + by_{t-1}$$

$$\text{实际收入: } y_t = a + by_{t-1} + i_t$$

$$\text{均衡收入: } y_f = a + by_f + i$$

$$y_t = b^t (y_0 - y_f) + y_f$$

本章复习

1. 简述下列概念

均衡产出 消费函数 平均消费倾向

边际消费倾向 储蓄函数 平均储蓄倾向
边际储蓄倾向 社会消费函数 投资乘数
政府支出乘数 税收乘数 政府转移支付乘数
平衡预算乘数

2. 描述均衡产出的特征。

3. 简述凯恩斯的绝对收入消费理论、杜森贝里的相对收入消费理论、莫迪利安尼的生命周期消费理论和弗里德曼的永久收入消费理论。

4. 写出两部门、三部门含定量税、含税率均衡国民收入公式，写出含定量税和含税率的投资乘数、政府购买乘数、政府转移支付乘数、税收乘数 和平衡预算乘数公式。

5. 写出动态国民收入决定公式。

第三章 IS—LM 模型

教学目的和要求：

学习希克斯在凯恩斯理论上发展的 IS—LM 模型，掌握产品市场和货币市场同时均衡时的国民收入决定、掌握财政政策和货币政策通过对利率的调节实现对均衡国民收入的调节。

引 言

IS—LM 模型建立了 I 与 r 、 I 和政府收支与 y 、从而 y 与 r 的关系；建立了货币供求与 r 的关系，从而建立了货币供求对 r 和 y 的关系。这两种关系的建立，确定了政府财政政策和货币政策通过对利率的调控实现对宏观经济目标的调控。

第一节 投资曲线和 IS 曲线

一、投资曲线

1. 投资

投资是指用于增加物质资本的支出流量。资本存量 K =折旧+投资。投资又分为固定资产投资和存货投资、住宅投资。固定投资对于经济周期的意义：在衰退时份额下降，随经济复苏而复苏。

设合意资本存量与上期实际资本存量缺口： (K^*-K_{t-1}) ，缺口加上期资本存量=当期实际资本：

$K_t = K_{t-1} + \lambda (K^* - K_{t-1})$ ，实现 K_t ，需要完成系列的净投资 $I = \lambda (K^* - K_{t-1})$ ， λ 为调整速度， λ 越大缺口弥补速度越快。

2. 投资函数

投资与决定投资因素之间的关系。 $K^* = I = f(X_i)$ 。

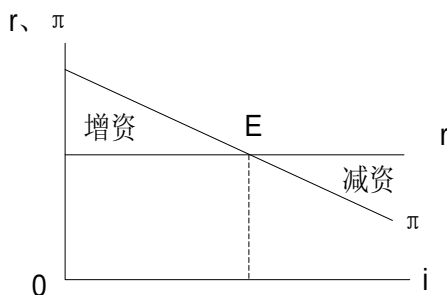
自变量：产品成本、投资品价格、收益、利润、 r 变动、投资税收信贷变动、投资风险、企业市场价值与企业重置投资的比较（托宾 Q 值）等。

3. 投资与利润和利率的关系

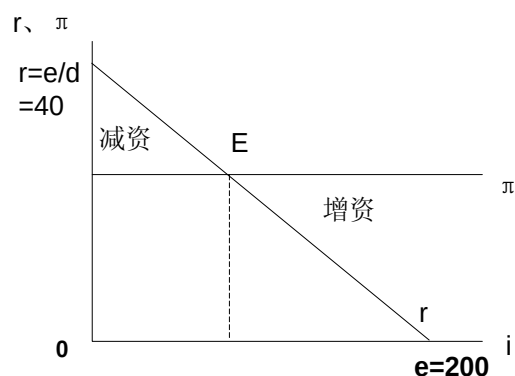
利率既定，投资与预期利润有减函数关系

凯恩斯的资本与其边际效率递减。凯恩斯认为由于资本边际生产力递减律和人们生性对未来的预期悲观，故预期的资本利润率曲线是负斜率的。

利润率既定，投资与利率有减函数关系。



- 投资曲线： $i=e-dr$, $i=200-5r$



4. 投资曲线移动

只考虑 i 与 r 的关系，前述的所有影响 i 的因素都是引起 i 曲线移动的外生因素。

若 r 既定，不考虑其它因素尤其是投资品 P 变动时 r 与 i 需求有负相关的曲线称为资本边际效率曲线 MEC。投资品价格变动引起 I 的移动形成的曲线称为投资边际效率曲线 MEI。要在投资品 $P \uparrow$ 时恢复或超过 P 不变时的投资水平，要求 r 有较大幅度的 $\downarrow$ 。故 MEI 比 MEC 陡峭。

二、IS 曲线

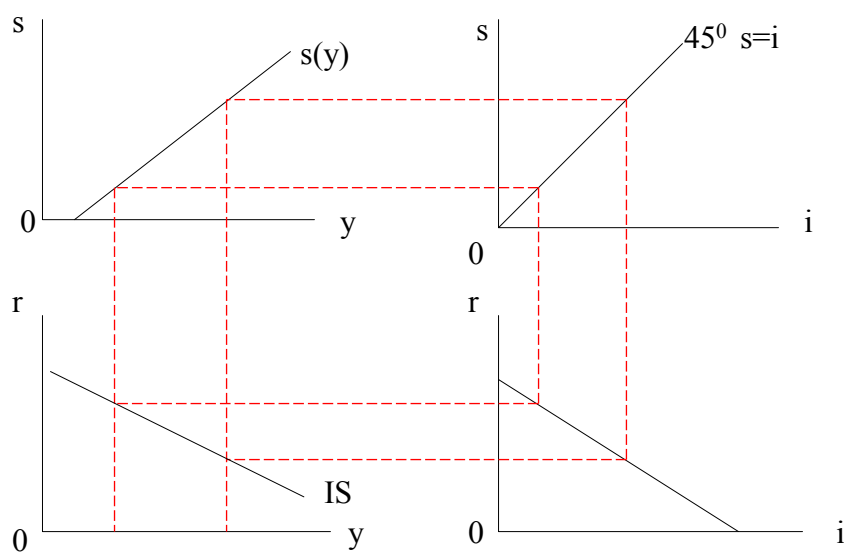
1. 定义与推导

满足 I 等于 S 条件下 r 与 y 成减函数关系的曲线。

加入投资 r 函数的均衡收入决定。 $i=e-dr$, $s=a+(1-b)y$, $i=s$ 得到：

$$y = \frac{a+e-dr}{1-b}$$

几何推导



2. IS 曲线的斜率

$$\text{含定两税的斜率} \frac{r}{y} = \frac{1-b}{d}$$

$$\text{含税率的斜率} \frac{r}{y} = -\frac{1-b(1-t)}{d}$$

3. IS 曲线的特征

曲线上每一点都有 $I=S$ 、都有一个均衡 r 对应一个均衡 y 。曲线上每一点 $I=S$ ，故 $(I=s)$ 与 r 有反向关系。

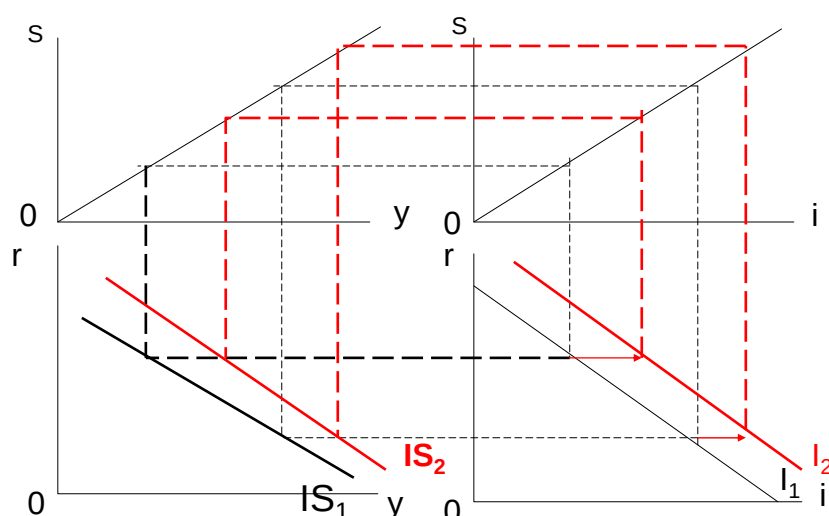
曲线任意点右上方实际 $r >$ 均衡 r ， $S > I$ ；左下方实际 $r <$ 均衡 r ， $S < I$ 。

$-dr/dy$ 表示 r 变动与 i 变动有反向关系， i 变动与 y 变动有同向关系。

b 大， k_i 越大，斜率越小，曲线越平缓。 t 与 K_i 负相关、与斜率正相关。 d 与斜率负相关。 b 、 t 稳定， $\therefore d$ 是 IS 斜率的主要变量。

4. IS 曲线的移动

- i 移动引起 IS 同向移动，除 r 以外的投资函数中的其它自变量是 IS 移动的外生因素。



IS 移动量 Δy 的计算。 $\Delta y = \Delta i K_i$

投资曲线不变，防范风险意识和积累愿望等外生因素变动使储蓄曲线变动引起 IS 曲线移动。

移动量计算： $\Delta y = -a / (1-b)$

第二节 利率决定与 LM 曲线

要点： LM 曲线以凯恩斯的货币供求理论为基础，通过货币供求决定利率，实现货币政策调节国民收入变动。因此，了解 LM 曲线的前提是了解凯恩斯的货币供求理论和利率与货币供求的关系。

一、古典货币供求理论

凯恩斯的货币供求理论是建立在对古典货币供求理论的交易方程批判基础上的，理解凯恩斯货币供求理论，首先要理解古典货币理论的交易方程。

交易方程或费雪方程（1911）： $M s V = P y$ ， $M s$ 货币供给。货币流通速度 V 、实际产出 y 为常数。货币需求 $P y$ 为名义国民收入。无储蓄，货币都用于交易需求。 $M s$ 变动只影响古典的货币供求方程是不含利率的方程。

二、凯恩斯的利率和货币供求理论

1. 凯恩斯认为：决定 S 的主要因素是 $y, s(y)$ ，货币具有灵活周转的特点， r 是放弃灵活周转的报酬，故 r 由货币供求决定： $r(M, L)$ 。

2. 货币供给（money supply）

具有交易、储藏、计价和支付功能的金融流通手段。凯恩斯认为金属货币生产弹性小、替代性小和保藏费用小，故供给弹性小。货币供给弹性是造成利率不易降低的原因之一，故主张实行纸币供给。国际货币基金组织根据货币变现的难易程度分为狭义（*narrow money*）和广义货币（*extensive money*）供给。央行发纸币主要考虑流通的需要而不考虑利率（interest rate）， M^s 曲线垂直。 $m = M/P$ 是实际货币供给。

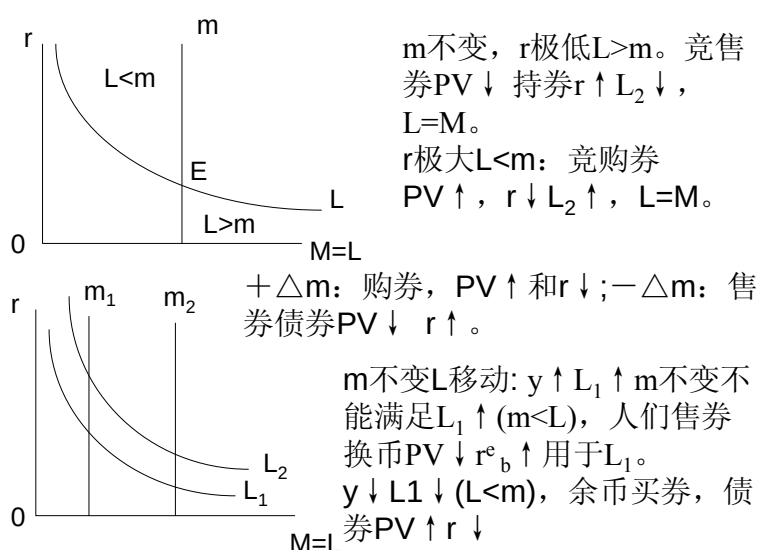
3. 货币需求因交易、谨慎和投机等动机（motive）而产生的持币需求。又称流动偏好（liquidity preference）、灵活周转偏好。持币客观原因：货币灵活周转，随时转化成其他资产。

L_1 ：交易、谨慎（预防需求 precautionary demand）。个人和企业日常支出和预防不确定性事件的持币动机。合称交易需求。 L_1 的高低主要取决于收入水平。交易需求函数： $L_1 = k y$ ， k 为交易动机货币需求量占实际收入 y 的比重 $= L_1/y$ ， $k = dL_1/dy \rightarrow$ 货币需求收入弹性。

L_2 ：投机需求（speculative demand, Speculation in securities）：因未来 r 不确定以供购买债券的投机持币需求。 r 是指对持币者放弃灵活周转的报酬、是所放弃的其他资产（债券 debt/bonds、股票 equities / stock，不动产 real assets）的收益率，故是持币成本（机会成本）， r 与持币需求成反向变动： $L_2 = -hr$ ， $h = -dL_2/dr$ ， $h =$ 货币投机需求利率弹性。

$$L = L_1(y) + L_2(r) \quad L = ky - hr$$

4. 货币供求均衡与均衡利率决定



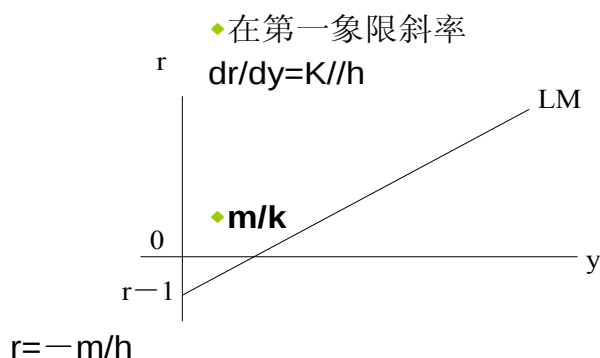
市场价值 (FV) = 本金价值 (PV) + 应计利息 (A)。本金是债券票面价值。本金价值是债券的价格，是购买债券的投入，可以等于面值、平价、也可以是债券溢价和折扣发行的价格。固定利率债券 $FV = PV(1 + rn)$ 。已知 R 或 FV, PV 与 r、n 成反比。

三、LM 曲线

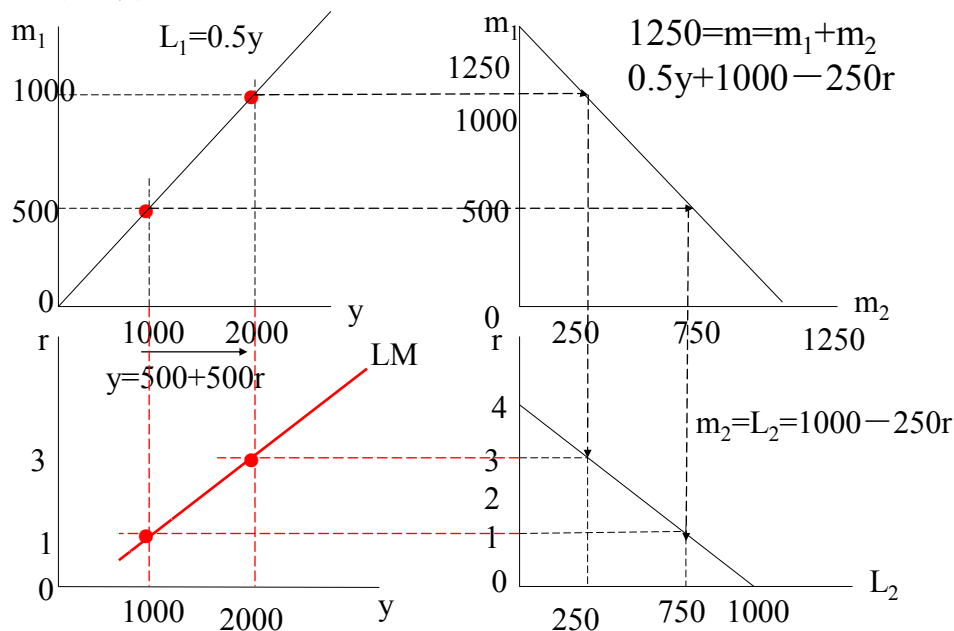
1. 定义：满足货币供求均衡条件下 r 与 y 有增函数关系的曲线。 $m = ky - hr \rightarrow r = (ky - m) / h$, $y = (m + hr) / k$, r 与 y 有同向关系。

m 与 r 反向变动，与 y 同向变动。 $r = (ky - m) / h$, m 不变 y 变动引起 r 同向变动。 $y = (m + hr) / k$, m 不变, r 变动引起 L_1 (y) 同向变动。

$$r = (ky - m) / h \text{ 或 } y = (m + hr) / k$$



LM曲线推导



2. LM 特征

斜率: M 不变, $r/dy = k/h$ 。 $h \rightarrow \infty$, $dr/dy = k/h \rightarrow 0$, “凯恩斯区域”，曲线水平； $h \rightarrow 0$, $dr/dy = k/h \rightarrow \infty$, 古典区域, L 曲线在 r 极大时 $\perp$ 。曲线上各点 $L = M$ ，只改变 md 分配；曲线外失衡点。

3. LM 曲线的移动。

M 不变，货币需求变动，M 相对 $\uparrow$ 或 $\downarrow$ 引起 LM 曲线变动， L_2 移动和 LM 曲线与之反向移动。

r , L_2 , m 不变, $L_1(y)$ 移动引起 LM 曲线同向移动。

M 变动使 LM 同向移动。M 货币供给量变动全部落在 L_1 上。

LM 与 ΔM 同向移动。货币供给量变动分别落在交易需求和投机需求上。

M 变动全部用于债券, y 不变, LM 与 M 同向垂直移动。

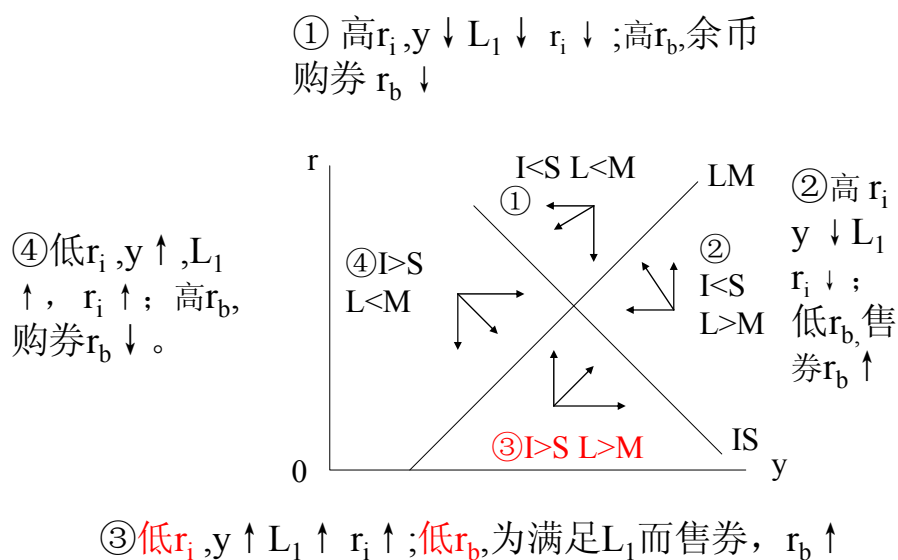
第三节 IS—LM 模型

一、 y 与 r 同时决定

在 IS、LM 方程中分别解出关于 $y=f(r)$ 或 $r=f(y)$ 的函数；联立 IS、LM 方程同时解出均衡 y 。

二、两个市场同时均衡的实现过程

IS 失衡使 y 变动, LM 失衡使 r 变动。

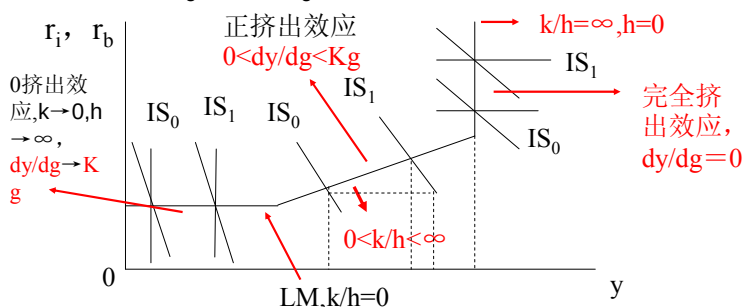


三、两个市场同时均衡时的财政政策效果

1. LM 不变（货币政策不变），IS 移动（政府支出变动）的财政政策效果，两个市场均衡时的政府支出乘数。把 LM 方程代入三部门的 IS 方程得到

含有货币政策的政府支出乘数：

$$\frac{dy}{dg} = \frac{k_g h}{h + k_g dk}$$

2、 $dy/dg=(K_g h)/(h+K_g dk)$ 大小的基本内容和形式。

基本内容：挤出效应。在IS模型中， i 曲线移动引起IS曲线移动时， r_i 对 K_i 没有约束作用： $dy=di \cdot k$ 。在LM作用下， M 不变， $g \uparrow (M/p \uparrow) \downarrow \rightarrow r_i \uparrow$ 挤出部分私人 i ， $y \uparrow < r_i$ 不变时的 $y \uparrow$ ；举债支出减少私人 i 、债券PV $\downarrow$ 、 $r_b \uparrow$ 。若 $IS \downarrow r_i \downarrow$ ，余币购券，券价 $\uparrow r_b \downarrow$ 。

四、IS 不变时 LM 曲线移动时的货币政策效果。

1. 两个市场均衡时货币政策变动引起的收入变动或货币乘数。货币政策主要指央行买卖债券来调整货币供给，在变动债券 rb 的同时也变动 ri 。以 m 为自变量微分两个市场均衡时的 y ，得到两个市场均衡时的货币乘数：

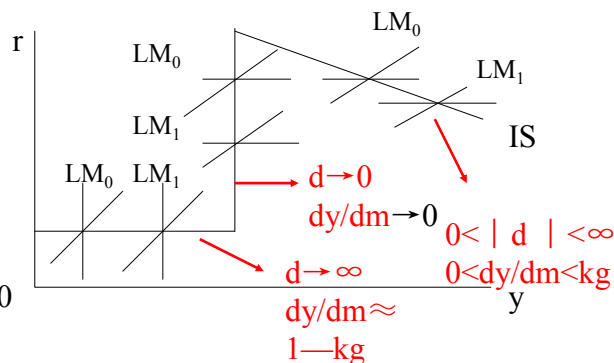
$$\frac{dy}{dm} = \frac{K_g d}{h + K_g dk}$$

2. 基本形式

$d \rightarrow \infty$ ，IS水平，
 $dy/dm \approx k_g - 1$ ，古典区域。货币全部用于交易需求， $M^s v = py$ ，货币对 py 有效。

$d \rightarrow 0$ ，IS垂直，投资需求呆滞，萧条时期。 $dy/dm \rightarrow 0$ ， M 变动只影响 r_b 不影响 I 和 y ，极端凯恩斯区域。

2006-6-8



$0 < |d| < \infty$ 中间区域，
 $0 < dy/dm < kg$ 。 $M \uparrow$ 购券 $\uparrow r_b \downarrow$ ；
 $M \uparrow \rightarrow r_i \downarrow \rightarrow i \uparrow y \uparrow$ 。售券回收货币，
债券价格下降 $r_b \uparrow$ ；
 $M \downarrow \rightarrow r_i \uparrow \rightarrow i \downarrow y \downarrow$ 。

9

五、财政政策和货币政策的四种配合使用

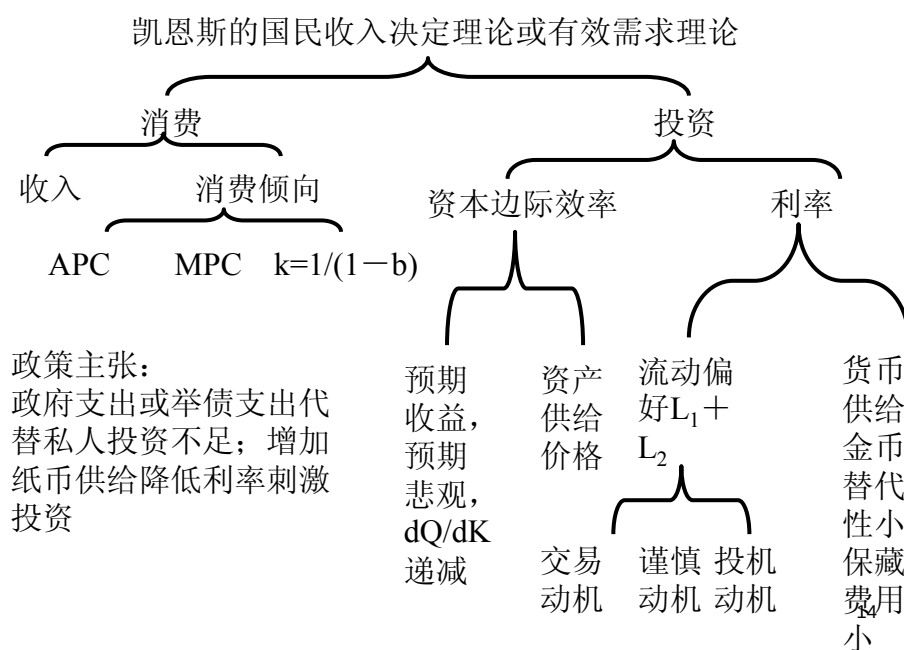
1. 双松政策：以低利率刺激投资和消费，推动经济尽快实现充分就业。可以购券供应货币。为消除扩张性财政政策产生的挤出效应而使用扩张的货币政策称为“适应性货币政策”。

2. 双紧政策，消除经济过热。

3. 松 IS 紧 LM。

4. 紧 IS 松 LM。

六、凯恩斯的基本理论框架



第四节 凯恩斯主义的宏观经济政策

一、经济政策的目标和运用政策的原则

1. 经济政策：国家或政府为增进经济福利和实现经济目标而制定的解决问题的指导原则和措施。

两种类型：以行政命令为手段的计划型的宏观经济政策。对市场机制进行干预的市场调控型宏观经济政策。

2. 运用政策的原则。

追求综合目标、轻重缓急考虑和各项政策的配合。根据经济在繁荣、萧条、复苏、扩张的不同阶段采取不同的措施。方案要灵活。

二、政策目标的内容

1. 充分就业（full employment）。
2. 价格稳定。消费物价指数（PPI）、批发物价指数（CPI）和国民生产总值折算指数（GNP deflator）价格指数的相对稳定，不出现通货膨胀。
3. 持续稳定的经济增长。人均产量和人均 GDP 持续稳定地增长。
4. 国际收支平衡
5. 环保。

三、财政政策

1. 政府为实现经济目标对政府收支所进行的选择或决策。

收入: 税收和公债。政府支出: 购买与转移支付。

两套政策: 扩张政策—增支减税; 紧缩政策—减支增收

2. 古典的财政政策思想 (1776—1929)

反对支大于收, 主张以收定支、年度预算平衡。但衰退时 T 随 $y \downarrow$, $\rightarrow G \downarrow$, 加深衰退; 通胀时 T 随 $y \uparrow$, $\rightarrow G \uparrow$, 加剧通胀。

3. 周期预算平衡思想。衰退时安排预算赤字, 繁荣时安排预算盈余, 整个周期以盈余补赤字。缺陷。预算时难以准确估计衰退与繁荣时间的长短与程度, 难以估计一个周期的长短。

4. 短期的财政政策 (自动稳定器)

政府收支自动和即时地变化, 无需政府干预而按正确的方向对总需求产生稳定的影响。

自动稳定器的形式: 所得税税率、累进和累退税税率; 社会保险金; 公司储蓄即税后留利; 个人储蓄; 政府的转移支付; 农产品价格维持制度。

税率自动稳定器的局限性: 滞胀时实际 GDP 增长 $\downarrow$ 同时名义 GDP $\uparrow$, 若 T 不随实际 GDP $\downarrow$ 却随名义 GDP $\uparrow$, 会加速经济衰退。税率调整缺乏灵活性。

政府购买自动稳定器及其局限性。政府购买越来越大就会缺乏自动减少对付通货膨胀的作用。

转移支付自动稳定器及其局限性。在刺激经济增长方面的作用很大。但一旦反通胀要减少它就很难。

短期财政政策产生的预算盈余和赤字经济是自发性的预算盈余和赤字, 在中间区域向下阶段, 减收增支出可以刺激经济增长。但在向上阶段, 经济向上就增收减支会把经济拖回经济向下的阶段。尤其是若 $T \uparrow > GDP \uparrow$ 就会拖累 GDP $\uparrow$ 。

5. 凯恩斯主义的财政政策。是长期的财政政策, 以充分就业为目标, 财政政策是实现经济目标的手段。只要实现充分就业而不论预算是否盈利或有赤字。以充分就业为目标, 有计划地在非充分就业的不同阶段采用扩张的或紧缩的财政政策, 避免自动稳定器在短期内自发调节经济的局限性。又称职能财政或功能财政思想。又称反周期财政政策, 逆风向政策, 补偿性财政政策, 斟酌使用的财政政策, 权衡性财政政策。衰退时应坚定施行扩张性的财政政策。通胀时应坚定施行紧缩的财政政策。

充分就业预算盈余和赤字的两个作用: 以充分就业为目标确定预算规模和财政政策; 判断财政政策扩张性和收缩性的标准。充分就业预算盈余 BS^* 与实际预算盈余 BS 的差额。 $BS^* = ty^* - \underline{G} - \underline{TR}$, $BS = ty - \underline{G} - \underline{TR}$, $BS^* - BS = t(y^* - y)$ 。

四、凯恩斯主义的货币政策: 斟酌使用的货币政策

1. 金融机构

货币政策主要是通过金融机构来进行的。金融机构包括中央银行和金融媒介机构 (商业银行, 储蓄贷款协会、信用协会、保险公司、私人养老基金等等)。

商业银行及其业务。央行的主要职能。

2. 斟酌使用的货币政策和手段

中央银行管理货币供给, 调节信贷供给和利率, 影响宏观经济活动水平的经济政策。斟酌使用的货币政策: 在总支出不足时, 央行增加商业准备金, 通过货币创造乘数作用引起活期存款多倍扩大, 货币供给量扩大, 使信贷贷款松动, 利率下降, 刺激投资和收入增加。在总支出过多, 央行减少商业准备金, 通过货币创造乘数使活期存款多倍收缩, 信贷收紧, 利率上升, 抑制投资和收入。

变动准备率。衰退时减少准备率，过热时提高准备率。货币创造和创造乘数。

货币创造：银行客户的原始存款经银行系统按法定准备金率扣除法定准备金后连续贷款、存款后所得存款总额。货币创造乘数。 $D=R_0/r_d$ ， $1/r_d$ 是货币创造乘数。受到超额准备率和现金漏出率限制的货币创造乘数： $k=1/(r_d+r_e+r_c)$ 。由货币供给 M_1 与基础货币之比决定的货币创造乘数：

$$\frac{M}{H} = \frac{\frac{C_u}{D} + 1}{\frac{C_u}{D} + \frac{R_d}{D} + \frac{R_e}{D}} = \frac{r_c + 1}{r_c + r_d + r_e}$$

公开市场业务。央行在金融市场上公开买卖政府债券以控制货币供给和利率的政策行为。AD ↓ 时，央行高价买进政府证券增加货币供给。AD ↑ 时，央行低价卖出证券收进货币。

再贴现政策（Rate of rediscount policy）。央行对商行的及其他金融机构的放款利率。AD ↓ 时，央行 ↓ 对商行的再贴现率，增加货币供给；反之则 ↑ 再贴现率。

货币政策起作用的其他途径。通过影响 r 变动改变人们的资产组合、购买力和汇率等来影响企业投资、消费，从而影响总需求。

本章复习

1. 投资函数
2. MEC 与 MEI 曲线
3. IS 的定义与特征和移动
4. 比较古典的货币供求理论和凯恩斯的货币供求理论。
5. LM 的定义、特征与移动
6. 两个市场均衡时的财政政策乘数定义和公式
7. 两个市场均衡时的货币政策乘数定义和公式
8. 挤出效应
9. 适应性货币政策
10. 财政政策与货币政策的配合使用

第四章 总供求模型

教学目的和要求：

掌握以 IS—LM 和总需求管理为理论基础建立 AD 曲线，以生产函数和劳动市场理论为基础建立 AS 曲线，分析宏观经济政策的效果。

学习 IS-LM 模型与劳动市场共同均衡决定国民收入，和以此为基础的价格变动与收入的关系。

第一节 总需求曲线

一、定义

在满足 IS 与 LM 均衡条件下总产量与价格之间的减函数关系： $y=f(p)$ ，物价水平或通胀与总需求的反向关系。

二、AD 形成

1. 公式推导

在 $S(y) = i(r)$ 中解得 $r(y)$ ，从 $M/p = ky - hr$ 中得到 $r(p, y) : r = (ky - M/p) / h$ ，联立 $r(y) = r(p, y)$ ，解出在均衡利率基础上的 y 与 p 的关系式。

2. 从 IS—LM 图形推导 AD 曲线

p 变动引起 LM 曲线移动形成 AD 曲线。利率效应： M 不变 p 变动引起 m 反向变动、 r 同向变动、 i 和 y 反向变动。

p 变动引起 IS 曲线移动形成 AD 曲线。实际货币余额效应 (effect)： $C = f(Y, M/p)$ ， M 不变， P 变动引起 m 、 c 、 i 、 y 反向变动。 M 不变， $p \downarrow$ ，实际货币余额增加， $c \uparrow I \uparrow Y \uparrow$ ，IS 曲线右移；反之 IS 曲线左移。形成 AD 曲线。

3. 建立反映两个市场均衡下财政政策和货币政策乘数的 AD 曲线

$$y = vA + \beta (M/p)$$

$$\pi = m^* - \frac{1}{\beta}(\Delta y - v\Delta A)$$

引起 AD 移动的因素是货币政策和财政政策： m^* 、 vA 。

第二节 总供给曲线

一、定义

总产出与物价水平的关系，或在一定物价水平下社会愿意提供的产出水平，或随总产出变动的物价水平。

$\pi = \lambda(y - y^*)$ ，设预期 $\pi^e = \pi_{-1}$ ，则有

$$\pi_t = \pi_{-1} + \lambda(y - y^*)$$

总供给曲线的理论基础：生产函数和劳动市场理论

$y=f(N)$, $N=(w/P)$, P 与 W 互为函数关系。

二、古典的总供给曲线

1. 古典宏观经济学基本观点：供给自动创造需求：只要生产少的部门多生产就能消除过剩。完全竞争的市场假说：，信息完全和 p 、 w 和 r 自动伸缩调节产品、货币和劳动市场自动实现供求均衡。劳动供求是实际工资 (w/p) 的函数， W 和 P 的瞬时同比例同向调整均衡使实际工资不变，从而均衡就业量不变和充分就业不变，形成垂直的供给曲线。

$$\pi_t = \pi_{-1} + \lambda(y - y^*), \lambda = \infty$$

三、凯恩斯反 L 型 AS 曲线

1. 凯恩斯的劳动供求函数和主要就业政策观点： $N_d=f(w/p)$, $N_s=f(w)$ 。工人反抗的不是 $(w/p) \downarrow$ 而是 $w \downarrow$ 。反对 $W \downarrow$ 。主张在达到充分就业以前， W 缓慢 $\uparrow$ 使收入、购买力、边际消费倾向、销量和资本的边际效率增加，从而投资和就业增加。只要 $w \uparrow < \text{产出 } y \uparrow$, $w \uparrow$ 就不会引发 π 。

2. 萧条时期的水平供给曲线： y 和就业水平很低，大量资本设备闲置和大量工人失业，一旦开工 MP_L 很大，而 MC_L 不变，从而企业 MC_q 、 P 不变。失业条件下 W 变动不大或不变故 P 不变，现行 P 水平上供给任意产量。

$$\pi = \lambda[y - y^*], \text{斜率 } \lambda = \pi/\infty = 0。$$

3. 充分就业时总供给曲线垂直。不论 P 怎样上涨，总产出不变， $y=y^*$ 。 $\pi = \lambda[y - y^*]$, $\lambda = \pi/0 = \infty$ 。

四、凯恩斯主义正斜率的短期 AS 曲线

1. $\pi = \pi_{-1} + \lambda(y - y^*)$ 正斜率的原因。 W 与 P 的变动速度不一致， w 粘性导致 P 上升 w/p 下降，就业和 Y 增加； P 下降导致 w/p 上升，就业和 Y 下降。接近充分就业条件下， MP 以递减的速度增长，引起 $MC \uparrow$ 、 $p \uparrow$ ；有些部门资源短缺， P 随需求的增长 $\uparrow$ 。

2. AS 移动的外生因素。资源供给、劳动生产率、技术水平、政策。

3. 反对古典派降低货币工资的主张。微观上若 $w \downarrow \rightarrow (w/p) \downarrow$ 、销量和利润的上升，使厂商增雇工人，但宏观上会降低购买力，使销量和利润 $\downarrow$ ，从而使厂商 $N_d \downarrow$ 。反对庇古效应。工人的货币幻觉会抵抗 p 不变时的 $w \downarrow$ ，但不抵抗 w ，不变时的 $p \uparrow$ 。因此，在工人存在货币幻觉的条件下解决失业的办法是：在 w 不变时，通过经济政策提高价格，降低实际工资，即通过 IS—LM 曲线的变动与劳动市场的综合解决失业问题。

第三节 总供求模型

- AS、AD移动的效率
- AD移动效率与AS斜率 λ 反向： $\Delta \pi / \Delta y = \lambda$

$$\pi = m^* - \frac{1}{\beta}(\Delta y - v\Delta A),$$

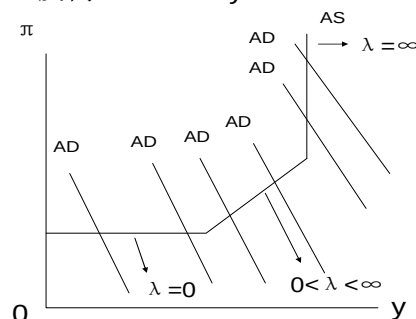
$$\Delta y = v\Delta A + \beta(m^* - \pi)$$

$\lambda = 0$, 即 $\pi = 0$, 有:

$$\Delta y = v\Delta A + \beta m^*;$$

$\lambda = \infty$, 即 $\Delta y = 0$, 有:

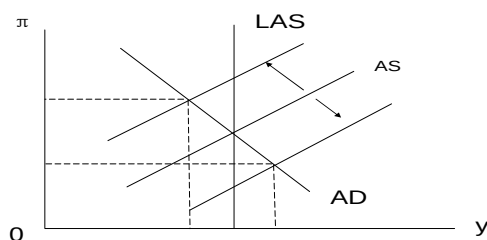
$$\pi = m^* + v\Delta A$$



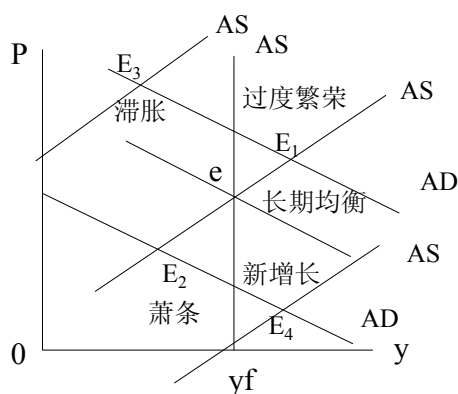
- AS移动效率
- $\Delta \pi / \Delta y = \lambda$

$$\pi = m^* - \frac{1}{\beta}(\Delta y - v\Delta A), \quad \pi = m^* - \frac{1}{\beta}\Delta y, \quad 0 < \frac{1}{\beta} < \infty$$

AS 左移, Δy 下降 π 上升, AS 右移, Δy 上升 π 下降



短期均衡的三种状态和长期均衡态。



本章复习

1. 总供求曲线主要说明什么问题?
2. 简述总需求曲线的定义、理论来源和形成的主要工具, 形成的若干方法。

3. 简述总供给曲线的理论来源、总供给曲线方程。
4. 简述古典经济理论的主要观点、就业政策和总供给曲线垂直的原因。
5. 简述凯恩斯的劳动供求函数、货币工资主张、反 L 型总供给曲线的原因。
6. 简述凯恩斯主义正斜率的短期总供给曲线。
7. 简述总需求曲线移动的特征和总供给曲线移动的特征。
8. 简述总供求模型的衰退、滞胀、过度繁荣、均衡、增长与低物价状态。
9. AS 曲线垂直时，减税、名义货币供给增加、政府支出增加各有什么影响？
10. AS 曲线斜率为正，总需求曲线右移有什么影响？
11. 什么条件会使短期 AS 曲线左移、特征是什么？
12. AS 曲线斜率为正时，工资成本下降有什么影响？
13. 萧条时期，降低货币工资能否降低利率，刺激投资？
14. 达到充分就业后，若发生新的大规模技术革新，AS 曲线会有什么变化？
15. 对付滞胀应当用何种政策，为什么？

第五章 失业与通货膨胀

教学目的和要求：

掌握通货膨胀的定义、原因、失业与通货膨胀的关系，凯恩斯主义需求管理的造成的滞胀效应，对付失业和通胀的政策。

第一节 通货膨胀的定义和分类

一、定义

Inflation, 购买等量商品或一组固定商品前提下，一个时期到另一个时期价格水平变动的百分比，或一般价格水平持续和显著的上升，或一般价格水平普遍持续的上涨。

$$\pi = \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_1} - 1 = \frac{P_1 - P_0}{P_0} = \frac{\Delta P}{P_0}$$

二、分类

1. 按价格上涨幅度分为：温和的通货膨胀（mild~）或爬行的~（creeping ~）；10-100%，奔腾的通货膨胀（galloping~）或加速~（run away~）；超级通货膨胀（hyper~）或恶性~（ragging~）。受抑制的~（suppressed~），隐蔽~（hidden~）。
2. 按不同商品价格上涨程度相同或不同分为：平衡的通货膨胀。非平衡（disequilibrium）的通货膨胀。
3. 按预期的（expected）与实际的通胀相符或不相符分为：预期到的通胀和未预期到的（unexpected）通胀。预期的通货膨胀会使通胀在预期的通胀基础上加速。

第二节 通货膨胀起因

一、货币现象

$MV=Py$ ，该古典交易方程表示，已知 v 、 y ， M 只影响 P 。

二、需求拉上的通货膨胀（demand pull ~）

1. 定义：AD>AS 引起的通货膨胀，又称超额需求通货膨胀，也称“太多的货币追求太少的商品”。

2. 两个类型。

凯恩斯的达到充分就业以后，AD↑引起的通胀。凯恩斯主义瓶颈式通货膨胀。接近充分就业阶段，资源短缺，MP 递减和 MC↑，刺激 AD 使 P↑并>y↑。

三、供给推动的通胀或成本推进（cost push）的通货膨胀：

1. 定义：没有超额 AD 条件下因成本↑的一般 P 水平持续超过 Y 的↑。表现为 W 和投入品价格↑>劳动生产力↑，P↑和 Y↓

2. $P \uparrow$ 和 $Y \downarrow$ 的原因：生产成本 $\uparrow$ ，导致生产同样的 Y 需要更多的支出，工资成本难以调整时厂商难以承受高成本会减少 I 和工人，从而 $Y \downarrow$ 。

3. 成本推进的通货膨胀下即在滞胀的条件下，不能用需求管理政策。

4. 成本推进通涨的类型。

工资推进的通货膨胀（wage~）。工会力量使货币工资上涨超过劳动边际生产力的增长引起的价格普遍地上涨。

利润推进的通货膨胀：垄断市场的厂商利用垄断力量谋取高额利润提高价格；并借口工资上涨而提高价格。

进口成本推动的通涨。

四、结构性通胀（structure~）

1. 定义：因经济结构因素或差别引起的一般价格水平的上涨。其类型有：劳动生产率落后部门的工资向劳动生产率先进部门的工资看齐，引起全社会的 $w \uparrow >$ 全社会的劳动生产率平均 $\uparrow$ ，出现全社会的通货膨胀。

2. 不同部门商品结构差异引起一般价格水平的上涨。上游产品价格的上涨，因上游产品普遍成为下游产品的投入，导致普遍性的价格上涨。

五、需求拉上和成本推进的通货膨胀的关系

1. 两者缺少对称性。~需求拉上可以不需要成本推进，成本推进的通胀若无货币供给的增加，不会持久。

2. 拉中有推，推中有拉。

第三节 通胀的效应

一、通胀的再分配效应

1. 判断通货膨胀分配负效应和避免损失的方法。

比较 $p \uparrow \%$ 与货币收入 $\uparrow \%$ 的关系。对于任何有名义收入的人，例如领取工资收入、租金、养老金、储蓄和债券利息的人都适用。避免受损的方法：完全预期通胀并按 π 增加货币收入使实际收入不变。

2. 通胀分配效应的影响对象

债务人（debtor）和债权人（creditor）。若通胀无完全预期到，实际通胀率大于预期通胀率，则债权人受损；通胀率小于预期通胀率则债务人受损；合约（contract）方式很重要。

雇主（employer）与工人（employee）。实际通胀高于预期通胀不利于工人，实际通胀小于预期通胀不利于雇主。

政府发行债券是债务人、通胀在提高公众名义收入的同时提高了纳税等级，从而通胀条件下，公众向政府支付了通胀税，公众实际收入减少。

二、通胀的产出效应

1. 通胀与产出增加。需求拉上的通胀，导致实际工资下降和利润增加，从而就业和产出增加。

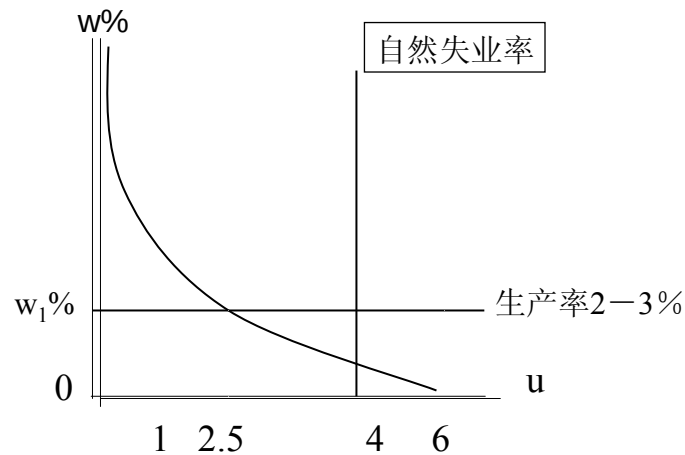
2. AD 既定时成本推进的 π 导致物价上涨产出减少，增加失业。

第四节 菲利普斯曲线

一、费利普斯曲线

1. 货币工资变动率与失业率成反向关系。

图一 菲利普斯曲线



2. 正斜率的菲利普斯曲线

工资膨胀率 $gw = -\epsilon (u - u^*) / u^*$, ϵ 是工资失业变动弹性. 所以 $gw = \epsilon (N - N^*) / N^*$, gw 与就业水平 N 有正斜率的菲利普斯曲线。政策含义：用通胀反失业反经济衰退，用失业和经济衰退反通胀。当 $\pi > \pi - 1$, $N > N^*$, $y > y^*$; $N < N^*$, $y < y^*$ 才能有 $\pi < \pi - 1$ 。

3. 附加预期（expectations-augmented）变量的菲利普斯曲线：

$$\pi = \pi_e + \lambda (y - y^*), \quad \pi = \pi_e + \lambda (N - N^*),$$
$$\pi = \pi_e - \lambda (U - U^*), \quad \text{若 } \pi = \pi_e, \text{ 则 } y = y^*, N = N^*, U = U^*.$$

二、货币政策的短期非中性和长期中性问题

1. 中性区域

凯恩斯区域中性。充分就业区域货币政策中性；古典宏观理论：在充分就业水平上财政政策只影响 r 、政府和私人支出的分配以及消费和投资的分配，货币政策只影响 P 。货币数量的增加不影响产量而只影响物价的条件下，货币是中性的。政策含义是，降低通胀只要降低货币存量增长即可，而不影响产量和就业。

2. 中间区域货币政策非中性。

所有现代总供给模型认同短期内总供给曲线斜率为正，长期垂直。

第五节 供给政策

一、短期 AS 移动

1. 逆向移动。AS 左移导致通胀与失业并存。
2. 有利的供给冲击，AS 右移，低通胀和快速经济增长并存。

第六节 对付通胀的收入政策

一、收入政策的理论基础

反成本推进的通货膨胀，以管理工资和收入、价格为中心，根据通胀率，调整名义工资、征税起点和税率等级等等，防止和降低通货膨胀的负效应。

二、收入政策的主要手段是

1. 货币工资与物价挂钩，根据经济增长率决定货币工资的增长率和物价上涨速度。
2. 用税收控制工资增减。当货币工资增长率超过劳动边际生产力时，增加工资税，反之降低工资税。若 $w \uparrow$ 来自工会则可以征税，若来自工人的努力则不能惩罚。
3. 收入指数化：以条文规定的形式把 w 和 p 指数挂钩， w 随 $p \uparrow \downarrow$ ，两者升降幅度相同称全部指数化。当通胀来自货币供给增长时这种方法有效；若通胀由原材料和生产短缺或劳动生产率下降引起，则无效。

本章复习

1. 对失业分类。
2. 失业率和自然失业率。
3. 失业的影响和奥肯定律
4. 通货膨胀的定义和三类指数。
5. 通货膨胀的类型。
6. 通货膨胀的原因。
7. 通货膨胀的分配效应和产出效应。
8. 菲利普斯曲线反向关系的性质和政策含义。

第六章 反凯恩斯主义学派和新凯恩斯主义

教学目的和要求：

了解反凯恩斯主义学派和新凯恩斯主义产生的条件、主要理论和政策观点。

第一节 货币主义

一、背景

50年代后期在美国出现，源于芝加哥大学，主要代表人物：Mildon Friedman。主要观点：通胀是货币现象；滞胀并存说明凯恩斯主义已经失败。

二、传统货币理论

1. (美) 欧文·费雪的“交易方程”： $M^s V = Py$

2. 庇古的“现金余额方程”或“剑桥方程”： $Md = kY = kPy$

3. $Md = kY = kPy$ 与交易方程的区别：交易方程无需求结构无利率；剑桥方程认为公众在完成交易需求后的余额用于储蓄。凯恩斯的货币供求方程发展了剑桥方程，是含有利率、投机的方程。

三、新货币数量论和自然失业率

1. 新货币数量论

货币供给变动对利率的影响很小，短期内非中性长期中性。

实际货币需求 $Md/P = yf(k) = yf(w, rb, re, rp, u)$ 。 $M^s/p > yf(k) < Md/p$ ，公众会根据各种财富的预期报酬率的变动来买卖这些资产，提高或降低资产价格，从而达到货币供求平衡。

1867-1960年美国 $r/md = 1\%/15\%$ ： r 与 Md 关系很小， $M^s \uparrow$ 对 $r \downarrow$ 和 $I \uparrow$ 的作用不大。

短期内， $M^s \uparrow$ 使公众变动 Md 购买各种资产， $V = 1/k$ 是变动的，从而 MS 对 r 、 i 和 y 有影响。长期内 M^s 继续 $\uparrow$ 会使 $p \uparrow$ 大于 $M^s \uparrow$ ， $\rightarrow m \downarrow \rightarrow r \uparrow$ 抵销 $r \downarrow$ 效应，挤出 i ， $y \uparrow$ 不大。1869-1957年实际GNP每增加1%货币需求增加1.8%， $y/md = V = 0.56$ ，证明 v 较小。故长期内 M^s 只影响 p 对 y 影响不大。

货币供给超速 $\uparrow$ 的原因。政府开支过速增长主要靠增发票子。联储实行错误的货币政策，把注意力放在 r 上，为降低 r 必会增加 MS 。

2. 自然率假说

自然失业率由劳动市场结构决定与通胀无关，凯恩斯主义扩张的货币政策在短期内可能 $\downarrow (w/p)$ 增加就业，但在长期内不能消灭失业率，即短期内菲利普斯曲线负斜率，长期垂直。

四、主要观点

1. $MV = py = Y$ 。 M 是决定 Y 变动的主要因素，因此通胀的主因是货币供给问题。凯恩斯主义扩张性的货币政策短期内有效长期内只影响物价；扩张性的财政政策有挤出效应，政府干预经济是多余的。

2. 政策主张。反对权衡性的货币政策，主张单一的货币政策规则。 M^s 的中间目标是 M^s 数量，最终目标是 p 稳定。只保留公开市场业务，根据产量、劳动力年均增长率以及货币 v 随 $y \uparrow \downarrow$ 等因素，规定一个固定的货币年增长率，作为硬性的约束条件。

第二节 供给学派

一、供给学派的产生

70年代初在美国形成。分为极端的供给学派和温和的供给学派。

二、主要观点

1. 肯定萨伊定律，否定凯恩斯定律。

肯定萨伊的供给创造需求的理论。市场的自由伸缩的机制可以使经济会增长不会出现通货膨胀和失业。

凯恩斯主义需求管理政策只是使货币单纯增加，引起 p 上涨、 s 下降和 r 上升，结果导致 i 下降，技术变革迟缓。

2. 产量增长的决定因素有： L 、 K 等生产要素的投入；对劳动力和厂商积极的激励。降低边际税率 t 能够鼓励 s 、 c 、和 i ， $\uparrow$ 教育等非人力和人力资本存量， $\uparrow$ 劳动的相对价格，使工人的劳动积极性 $\uparrow$ ， $\uparrow$ 厂商的税后所得，使厂商 $\uparrow L_d$ 。

三、政策主张

1. 降低边际税率，提高富人的税后收入增加富人的储蓄和投资能力；在 M 和 V 不变和提高 y 的前提下，使 P 下降，具有反通货膨胀的效应。

2. 削减社会福利支出。大幅度降低包括保险津贴和福利救济金在内的政府福利支出。

3. 减少限制性的规章制度。激励企业家的创造精神和竞争能力，主张政府管得越少越好。

4. 在通货膨胀下所得税按物价指数调整。个人免税额或标准扣除额（或零等级金额）随物价指数上涨而提高。存货进价或消耗计算按最近购买时的高价计算，折旧按重置成本计算。

5. 恢复金本位制，实行货币质量控制，这会使物价稳定、利率下降。

第三节 理性预期学派

60年代在美国出现，穆思是代表；70年代后形成一个学派，维护和发挥新古典理论，代表人物：卢卡斯、萨金特、华莱士和巴罗。

一、预期和非理性预期

1. 预期的定义和特征

预期（expectations）：经济当事人对经济变量的未来变动方向和变动幅度的事前估计，或对与目前决策有关的经济变量未来值的预测。预期的经济变量是不确定和有概率分布的。预期的质量决定于主体的特性和客体条件的变化。

2. 穆思对预期的分类

穆思把预期分为：非理性预期和理性预期。前者包括静态预期，外推预期，适应性预期。

凯恩斯认为预期者的信息不足和预期能力差，预期具有悲观性，且缺乏系统和条理性，故是非理性预期。静态预期（static expectations）：现期的预期价格是上期实际价格的函数： $P_t^* = P_{t-1}$ 。蛛网模型是静态预期的典型形式。外推型预期（Extrapolation method）模型： $P_t^* = P_{t-1} + \varepsilon (P_{t1} - P_{t-2})$ ，是二阶差分方程的蛛网模型。适应性预期（Adaptive expectation）模型： $P_t^* = P_{t-1}^* + \beta (P_{t1} - P_{t-1}^*)$ ，

是现期的预期价格取决于对前期预期价格的误差的修正，可以收敛于蛛网模型。

二、理性预期和新古典宏观经济学

R·巴罗 (R·J·Barro, 1944)。萨金特于 1979 年出版的《宏观经济理论》首次使用“新古典宏观经济学”。

1. 理性预期 (rational expectations)：对未来事件进行的有信息根据的预测。人们的主观预期平均等于实际数值，偏离则是由不可测的随机因素造成的。经济政策可以预测的，除非公众有内部信息，凯恩斯主义政策无效。

2. 包含理性期假设的供求方程。理性预期包含对过去和未来的信息的利用。

包含理性预期假设的附加行为方程 $P_t^* = E_{t-1}[P_t]$ ， $P_t^* = E_{t-1}[P_t]$ 是 $t-1$ 时期获得的 t 期价格信息的数学期望。

3. 一项政策是否成功，应从微观经济学的角度来看政策是否能增加社会成员的福利。

4. 工资和价格具有充分的伸缩性，使市场可以迅速连续出清。在短期内，通胀与失业成反向关系的菲利普斯曲线也不存在。政府干预经济多余。

5. 自然率假说。就业量偏离自然就业率的幅度大小，主要决定于预期通胀率与实际通胀率的差别。只有政府的欺骗才能造成公众预期的失误，造成实际通胀率高于预期通胀率。

6. 理性预期的 AS—AD 模型。理性预期的 AD 曲线源于古典的 $MV=Py$ ，但为了反驳凯恩斯主义的需求管理政策，仍使用 IS-LM 模型导出的 AD 曲线： $P^e = \beta M^e / (y^* - vA)$ 。短期 AS 曲线是附加预期变量的供给曲线 (Expectation augmented aggregate supply)： $y = y^* + \varepsilon (P - P^e)$ 。在预期价格水平 P^e 一定时，一个社会在不同实际价格下提供的产量或国民收入的曲线。 ε 是价格预期误差引起的产量误差的系数。预期正确时 ($P_t = P^e$) 短期的 SS 与长期垂直的 AS 和 AD 曲线交于一点， $y = y^*$ ，变动的只是价格，这称为不变性定理。厂商和工人理性预期使短期内菲利普斯曲线也不存在。预期错误时 ($P_t \neq P^e$) 的 y 曲线与 AD 的交点落在垂直的 AS 曲线的两边。造成波动的因素是由自然和政府政策袭击等不确定因素。

三、外生因素与周期波动

1. 货币经济周期理论。价格的长期变动是持久的总价格水平变动，它不会使决策人的决策意向发生变化，故对就业没有影响。短期价格波动会使决策者决定劳动和闲暇在现时和未来之间的分配，从而引起总产量和就业水平的变动。故政府频繁使用通胀政策，不会对产量和就业量产生大的波动，只有靠意外的通胀才能制造繁荣。

2. 实际经济周期理论。私人或政府需求偏好的随机变化、科学技术变化导致的生产率变动、生产要素供给函数的变动引起生产函数、资源函数、预算约束线同向移动，直至达到稳定态。当事人在信息不完全情况下区分冲击噪音的暂时性和持久性，预期冲击是暂时性的，则增加现期的劳动和就业量，预期冲击是持久的，则投资增加，劳动不增减，；若没有技术冲击，生产者会减少投资直到资本折旧恢复稳定增长。

四、理性预期的政策观点及其意义和问题

1. 理性预期的政策观点。

人们理性预期使预期的通胀等于实际的通胀。政府的政策只能使 $P \uparrow$ 而不能 $\downarrow u$ ，短期内菲利普斯曲线也不存在。

政府掌握的信息不比公众更充分，预期不比公众更合理，政府政策要能奏效，只能采取突然袭击的方法，欺骗公众。但公众长期内不会受骗上当，政府的干预只会加剧经济的动荡。

2. 理性预期的意义

阐明了预期在经济模型中的关键作用；提出了在技术上把预期引进模型的更好方法；改变了政府制定政策的路线；把经济学的基础变成了信息学而不是价格学。

3. 存在的问题：价格、工资是否能灵敏地使市场迅速出清；政府与公众谁的信息量大、准确，且处理信息的能力更强？公众的理性预期是用经济模型还是靠看报纸和电视得来的？实践中难以证明到底有多少额是由预期失误造成的？假定公众不犯（重复性的）错误，这是否合适，等等。

五、李嘉图政府举债与税收等价理论。

1. 举债与税收都来源于居民收入，巨额债务产生高额税收，会减少纳税人的可支配收入或资本。减税后会用举债来弥补减税损失，居民用减税收入买债券，总支出不变。

2. 托宾与巴罗关于政府征税和举债对公众是否更多储蓄的争论。

第四节 新凯恩斯主义（New Keynesianism）

一、主要理论特点

吸收预期对经济作用的思想，但不承认完全理性。建立宏观经济的微观基础。以微观经济的非市场出清为前提，从微观经济分析中得出宏观经济学和宏观经济政策有效的结论。

二、商品价格粘性分析

1. 名义粘性和实际粘性。名义粘性：以货币名称计量的标价不随需求变动而变动。实际粘性：一种价格或工资相对另一种价格或工资不发生相应的变动。造成价格名义和实际粘性的原因有：风险成本论、菜单成本论、合同定价论、成本加成定价论和非市场出清论。

三、工资粘性分析

1. 凯恩斯主义以货币 $w \downarrow$ 刚性来说明失业，主张 $\uparrow$ 货币供给 $\downarrow w/p$ 来 $\uparrow$ 就业。新凯恩斯主义用工资粘性或惰性（inertia）来代替刚性的说法，认为工资有一个缓慢的变动过程。

2. 工资缓慢变动的主要原因：长期劳动合同论（劳动固定合同论）。效率工资论。合同分批到期论（staggered contract）。劳动隐形（implicit）合同论。在职者—职外者理论（局内局外利益论）。

四、市场不能出清的其他原因，资本供给限额分析

1. 产权限额论：新股发行会导致市场对企业的估价降低。故企业会停止发行新股票使资本供给和产品供给有限和价格上涨，市场不能出清。

2. 信贷限额论：金融机构贷款对象是敢冒风险的不诚实的厂商并因信息不充分难以分辨企业的诚实和投资的风险；故银行在资金需求大于供给的条件下宁可信用贷配给的方法也不提高利率，从而使资本供给有限，产品价格上涨，市场不能出清。

五、经济波动分析和凯恩斯主义的稳定化政策

1. 契约 w^* 决定的新凯恩斯主义附加预期变量的短期 AS 曲线。名义工资 w^* 一旦被契约固定， P_t 越高， (w^*/P_t) 越低， L_d 越高，反之 L_d 越低。从而有正斜率 AS 曲线。

2. AD 衰退冲击下，重新签约的分批合同连续签订较低的 w ，短期 AS 连续右移，直到达到

AD 冲击前的充分就业水平。

3. 因工资和价格黏性，在总需求衰退的冲击下，由非充分就业均衡向充分就业均衡过渡是缓慢的过程，不能等待工资和价格下降来恢复经济，故 AD 右移是必要的。

六、新凯恩斯主义的政策思想

1. 从供给强调政府干预通胀力度易缓不易急，在反通胀之前预先宣布使人们能预期通胀紧缩而不把 w 、 p 定的太高。

2. 认为 r 粘性，强调通过信贷配给影响经济。

3. 即使有理性预期，微观经济的 w 、 p 粘性造成非市场出清，政府干预仍有必要。

七、政府与民众博弈中应取信于民。

若政府公布紧缩货币政策并执行，工会也相应不增工资，则低通胀低失业；若工会提高工资，则低通胀高失业。若工会签约不增工资，而政府违约增长货币供给来降低失业率，则工会会签订增加工资合同，从而通胀会增加，但就业并不会增加。

本章复习

1. 货币主义的两个理论基础的内容和政策含义。
2. 货币主义为什么认为菲利普斯曲线在短期内存在，而在长期内不存在？
3. 货币主义货币中性的观点和货币政策主张。
4. 简述供给学派的理论前提。
5. 简述供给学派关于产量增长的决定因素。
6. 供给学派为什么主张降低边际税率？
7. 为什么税率增加税量反而会减少？
8. 在拉弗曲线上为什么会有不同税率而税量相同的现象？
9. 简述供给学派的政策主张。
10. 比较供给学派与凯恩斯主义减税政策的区别。
11. 简述预期的定义与特征。
12. 简述非理性预期模型的特征。
13. 简述理性预期附加预期变量的供给曲线。
14. 简述理性预期关于经济波动的思想和政策观点。
15. 理性预期理论的意义和存在的问题。
16. 什么是“不变性定理”？
17. 简述李嘉图的“举债券与税收等价”论。
18. 新古典宏观经济学为什么强调信誉重于规则？
19. 新凯恩斯主义的主要理论特征是什么？
20. 市场非出清的原因有哪些？
21. 简述货币工资粘性与经济波动的关系。
22. 简述新凯恩斯主义用 AS-AD 模型和短期供给曲线解释经济波动和实现经济稳定的政策。
23. 简述产权限额理论。
24. 简述信贷配给理论。
25. 比较分析凯恩斯主义与新凯恩斯主义、新凯恩斯主义与货币主义、新凯恩斯主义与新古典宏观经济学的主要区别。

第七章 开放经济下的内外均衡

教学目的和要求：

掌握主要的国际贸易理论、汇率概念，学习开放经济条件下内外均衡中的宏观经济模型和政策。

第一节 基本概念

一、封闭经济与开放经济

1. 封闭经济：一国或地区的经济与外界隔绝，没有经济往来。
2. 开放经济：一国或地区的经济与世界市场相联系并相互影响。
3. 开放度：一国对外贸易总额/GDP。决定开放度的因素：自然条件决定的自然资源供给率；由人口和社会条件决定的国内市场容量。

二、对外贸易下的国内总需求和国内产品总需求

1. 封闭经济无进出口，国内总需求等于国内产品总需求。
2. 开放经济 一国总需求：本国居民对国内产品和进口产品的总需求： $C+I+G+M$ ； $C+I+G+(M-X)$ = 一国净需求或（净支出）
3. 一国产品总需求：本国居民和外国居民对本国产品的需求： $C+I+G+X$
 $C+I+G+(X-M)$ = 一国产品净需求（净收入）

第二节 国际贸易

一、主要理论

1. 亚当·斯密的绝对成本（绝对有利）论。各国生产同类产品中自己成本最低的产品用于交换他国其他产品。
2. 李嘉图相对成本（相对有利）论。以绝对成本比较为基础，各国生产自己成本相对低的产品与他国交易。
3. 俄林（瑞典 1899-1979）—赫克歇尔定理—资源禀赋论。各国应当生产资源禀赋丰裕、资源价格便宜的产品。
4. 规模经济理论。各国用比以往更有效的规模来专业化生产有限类别的产品，每种产品的生产规模均比各国什么都生产时大，世界生产出更加丰富多样的产品。
5. 其他理论。里昂惕夫之谜、国际贸易新要素（人力资本、研发、信息要素）理论、技术差距论、产品生命周期论、偏好相似论、产业内贸易论、国家竞争力论。

二、贸易限制

交易费用、运输、各种垄断形式、贸易保护政策、关税和非关税壁垒等限制。

1. 国际贸易的转移成本（transfer cost）：包装、运输、装卸和仓储费用等。
2. 发达国家出口制成品的需求价格弹性大、不发达国家出口的初级产品的需求价格弹性小，后者从国际贸易中获得好处小于发达国家。

3. 保护主义 (protectionism)。普遍的政策: 限制进口 (进口关税 (tariff): 和进口配额 (quota))。关税壁垒和非关税壁垒 (non tariff barrier), 出口补贴。保护主义的理由: 保护幼稚工业避免与发达国家工业竞争, 待强大后取消保护。国家安全; 增加收入等。条件: 被保护的产业有长大的潜力、保护及其代价是短期和有限的、长大后能以收抵支。保护主义的代价与计算。关税对贸易国双边利益的损害。

三、国际贸易组织

1. 多边贸易组织。亚太经合组织 (APEC)。东南亚自由贸易区 (ASEAN)。

中美洲共同市场 (CACM)。中非经济共同体 (ECOWAS)。西非经济共同体 (ECOWAS)。欧洲联盟 (EU)。南美共同体 (SCCM)。北美自由贸易区 (NAFTA)。世界贸易组织 (World Trade Organization, WTO)。

2. 欧盟简介。EU25 国。欧元区 12 国。

3. 世界贸易组织 (World Trade Organization, WTO) 简介。中国于 2001 年 12 月 11 日正式加入 WTO。

第三节 国际金融体系

一、概念

为保持国际交往的顺畅进行, 对货币支付引起的外汇、汇率以及外汇收支一系列活动的安排。

二、经历过的体系

1. 金本位的国际货币体系。金铸币本位制。金块本位制。金汇兑本位制。

金本位的国际货币体系的特征。金本位制的优点。金本位制的缺点。

2. 美元国际货币体系-布雷顿森林体系 (Bretton Woods System)。

3. 浮动汇率国际货币体系。

4. 国际货币体系的前景。

5. 欧洲货币体系演进。

三、国际金融机构

1. 半区域性: 国际清算银行、亚洲开发银行、泛美开发银行、非洲开发银行。

2. 区域性: 欧洲投资银行、阿拉伯货币基金、伊斯兰发展银行、西非发展银行、阿拉伯发展基金等。

3. 全球性的: 国际货币基金组织 (international monetary fund, IMF)。世界银行即国际复兴开发银行 (international bank for reconstruction and development-the world bank)。

第四节 汇 率

外汇、汇率决定、购买力平价和实际汇率

一、外汇

1. 分类。

静态汇兑——货币行政当局（央行、货币机构、外汇平准基金组织和财政部）以银行存款、财政部库券、长短期政府证券等形式保有的在国际收支逆差时可以使用的债权。

动态汇兑——清偿国际间的债权债务关系的一种国际货币交换经营活动。

自由外汇（free convertible exchange）——可在国际金融市场上自由兑换成其他国家货币的货币。

记账外汇：只能用于贸易协定国双边之间的结算，不经过货币发行国的批准，不能自由兑换成其他国家的货币。

现汇（spot exchange）交易与期汇（forward exchange）交易。

2. 外汇收支恒等式。

外汇收入=商品出口收汇+劳务收汇+资本流入+海外投资收入+侨汇收入+其他收入。

外汇支出=商品进口用汇+劳务用汇+资本流出+外资利润汇出+侨民汇出+其他支出。

可用外汇=上年外汇结存+外汇收入

外汇储备=上年外汇结存+外汇收入—外汇支出

二、汇率（exchange rate）

1. 定义：两国的货币价值比，用一国货币单位表示另一国货币单位的价格，

外汇买卖的标准。又称汇价、外汇行市，外汇牌价和外汇汇率。

2. 标价方法。

直接标价法（Direct Quotation System）或价格标价法（Price Quotation System）： $e = P/P_f$ 。间接标价法（Indirect Quotation System）或数量标价法（Quantity Quotation System）、应收报价（Receiving Quotation）： $e = P_f/P$ 。两种标价法的汇率互为倒数，两者的乘积=1。大多数国家用直接标价法，美、英用间接标价法。

3. 影响均衡汇率的因素：外汇供求：汇率是货币的外在价值，由外汇供求来调节。

4. 均衡汇率变动。商品进出口、 r 变动、在他国投资、心理预期、国际收支、有价证券价格等影响外汇供求曲线的移动。

三、购买力平价

1. 概念。货币购买力是货币的内在价值。购买力平价：自由贸易前提下两国购买相同或类似一组商品或劳务所需要的货币之比。 $E = P/P_f$ ，在本国国购买一组商品或劳务的货币额兑换成 f 币后可以在 f 国购买到同样一组商品或劳务。

2. 购买力平价论的货币数量论基础

$$e = \frac{P}{P_f} = \frac{\frac{M}{V}}{\frac{M_f}{V_f}} = \frac{M V_f}{M_f V}$$

3. 购买力平价的绝对形式（absolute version）：某一时点上的汇率决定。 $e = P/P_f$ 。

“一价定律（the law of one price）”：在自由贸易条件下，同一种商品在世界各地以经过汇率换算用同一货币表示的价格或购买力相同： $P = eP_f$ 。

e 固定条件下若 $eP_f < P$ 或 $eP_f > P$ ，可以通过套购商品、货币政策影响 P 和 P_f 实现均衡。但会遇到贸易壁垒、运输条件、货币政策对国内经济负作用的影响。在价格粘性的条件下，政府买卖外汇可以较快实现均衡。

4. 浮动汇率与购买力平价的相对形式 (relative version)。

$$\frac{e_1}{e_0} = \frac{\frac{P_1}{P_{f1}}}{\frac{P_0}{P_{f0}}} = \frac{P_1}{P_{f1}} \frac{P_{f0}}{P_0} = \frac{\frac{P_1}{P_0}}{\frac{P_{f1}}{P_{f0}}}$$

$$e_1 = e_0 \frac{\frac{P_1}{P_0}}{\frac{P_{f1}}{P_{f0}}}$$

5. 购买力平价说的合理性与缺陷。

放弃金本位条件下，以国内外物价对比作为汇率决定的依据、货币内在价值的贬值引起外在价值的贬值，揭示了汇率变动的长期原因。

缺陷是：用纸币的购买力来评价纸币的价值；忽视非贸易和贸易壁垒、贸易成本使商品的套购不能成立；不同国家的类似产品短期内 e 波动的原因也不相同，即使一国的商品 P 较高，也会有市场。

四、实际汇率 (real effective exchange rate)

1. 定义：用同一货币衡量两国价格水平之比， $E = eP_f/P$ 。分子是本币表示的外国商品的价格。反映一国在国际贸易中的竞争能力。

2. 实际汇率变动的两个因素： e 和 P_f/P 。由于价格粘性，故 E 变动主要考虑 e 变动。

3. 实际汇率变动的作用。 P 和 P_f 不变， E 变动与 e 变动同向。

对经常项目的影响。 $e \uparrow E \uparrow$ ，出口所得外汇折算本币 $\uparrow$ 利润 $\uparrow$ ；进口商品价格上升；出口外国商品价格下降。反之 $E \downarrow$ 本币升值得到相反的效果。但 E 变动是否有利于 X 、 M 还要取决于一国商品进出口价格弹性的大小、本国与贸易伙伴国之间的边际进出口弹性的大小。 p_f/p 不变， $e \uparrow E \uparrow$ 若被国内 $p \uparrow$ 抵销则无实际贬值。若本国有高通胀时， e 不能迅速 $\uparrow$ ，则竞争力下降。但最终通胀要靠货币和财政政策来中止， e 只是辅助工具。

对物价的影响。若 h 大和进口品比重大，汇率贬值则会使物价水平 $\uparrow$ 。贬值有利于出口 x ，但若 x 品的出口弹性小，则会发生抢购出口品及其原料引起 P 上升并由此波及整个 P 水平。若 $e \uparrow$ 本币贬值导致 P 上涨抵消了 x 的增加，贬值就毫无意义。反之 $e \downarrow$ 使出口下降进口增加，可以使国内供给增加，促使物价水平下降，最终有利于出口。

对国内资源配置的影响。 $e \uparrow$ 资源流入对外竞争能力强的部门，若 e 突然 $\downarrow$ 会使这些部门的资源过剩。低于充分就业时贬值刺激国内出口生产 $\uparrow$ ，但已充分就业则只会使物价 $\uparrow$ 。

对资本流动的影响。 E 变动只影响短期资本，贬值时外汇外逃增加加剧外汇供求紧张，使本币进一步贬值。

$E \uparrow$ 影响国际收支。外币购买力提高，外国旅客在贬值国消费相对便宜，国外的旅游和劳务开支相对变贵；按等量外币计算的本币外汇 $\uparrow$ ，但按等量本币计算的外币侨汇会 $\downarrow$ ；贬值使人们预期会进一步贬值，资本会流出。

影响世界经济。小国汇率变动只影响贸易伙伴国的经济。主要工业国的汇率贬值，会引起其他工业国的报复和贸易战，持有大量贬值资产的国家必然要转换货币，影响国际金融体系。

三种外汇风险。商品进出口结汇风险——出口商品成本和价格不变，但结算时 $e \downarrow$ 使本币收入

↓；进口商品到货支付时 $e \uparrow$ 使支付的本币成本 $\uparrow$ 。外汇储备风险——存放在国外的外币资产遇到外币贬值则受损。外债风险——对外举债因汇率变动引起还债上升。

第五节 国际收支

一、国际收支平衡表（balance of payment presentation）

1. 国际收支：一国在一定时期内对国外收支货币资金的对比关系。
2. 编制国际收支平衡表的两个原则。按居民所在地划分本国居民和外国居民（GNP 与 GDP）。复式记帐体系（double-entry-system）。经验法则——凡引起本国从外国获得货币收入的交易计入贷方（+），凡是引起本国对国外货币支出的交易计入借方（在经常项目下的商品项目上）。
3. 国际收支平衡表的 4 个项目。经常项目（current account）——商品进出口，劳务项目，其他服务，政府转移支付。资本项目（capital account）——直接投资，国际信贷，证券投资。官方储备项目或帐户或平衡项目（balance account）。差错和遗漏（mistakes and errors）

二、国际收支平衡函数

1. 国际收支平衡

国际收支差额等于零。经常项目收支差额+资本项目收支差额等于零，或经常项目、资本项目的分别平衡。

2. 经常项目平衡。

$nx = x - m = 0$ 。 $x = f(+y_f, +e = Ep_f/p)$ 。 $m = f(y, -e = Ep_f/p)$ ， $m = z + hy$ 。 $nx = x - hy + vR$ ， v 实际汇率系数（正）， nx 曲线斜率： $-h = nx/y$ ， e 、 y_f 为 nx 曲线移动的外生变量。

3. 资本项目平衡。

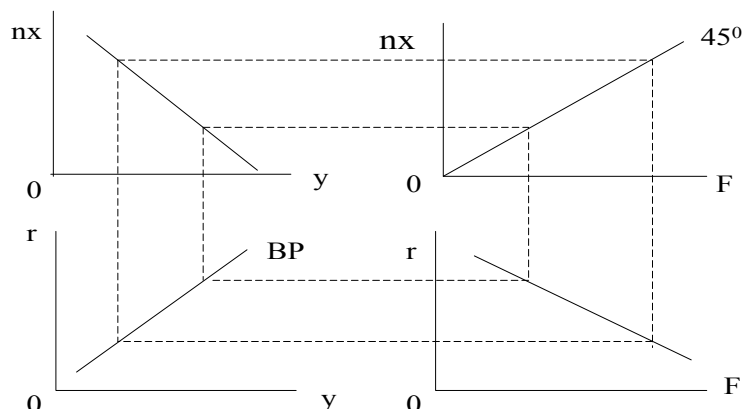
资本流入等于资本流出。资本帐户函数： $KA = f[r - r_f, (e_1 - e_0)/e_0]$ $\uparrow$ 、 $r > r_f$ ， 净资本流入 $\uparrow$ ， 反之相反。净资本流出函数： $F = \sigma(r_f - r)$ 。

曲线斜率 $dr/dF = -1/\sigma$ ， 一国投资环境好坏使曲线右移或左移。国际资本市场高度一体化， 使净资本流出曲线成条水平线。

4. 国际收支函数

$x - hy + ve = \sigma(r_f - r)$ ， $r = (\sigma r_f - x + hy - vR) / \sigma$ 。公式表明， y 与 r 有同向关系。曲线斜率： $-h dy = -\sigma dr$ ， $h/\sigma = dr/dy$ ， 高 y 有高 m 和较少 x 和 nx ， 要求有高 r 和多的 k 流入来平衡。反之， 较少 y 有较少 m 和较大 nx ， 要求有较低的 r 和较多的 k 流出来平衡。

BP 曲线



BP 曲线的特征。曲线上的任何一点国际收支均衡。上方顺差，下方逆差，曲线上部是高 r 、 y 组合，下部是低 r 、 y 组合。

nx 曲线引导 BP 曲线同向移动。 e 、 y_f 引起 $y(nx)$ 、BP 同向移动。F 曲线移动引起 BP 曲线反向移动。

三、国际收支调节

1. 主要理论

物价—现金—流动机制理论。乘数论。货币论。弹性论。吸收论。

2. 国际收支失衡的原因。自然、贸易国和政治等突发事件引起进出口变动。发达国家经济周期调节发展中国家的进出口。本国产品结构落后于国际产品结构造成 x 下降 $m \uparrow$ 。M 变动使 P 、 r 变动调节进出口、资本流动变。外国巨额游资投机活动造成资本流动失衡。

3. 国际收支均衡的必要

平衡顺差的必要：顺差过多若经济无潜力，大量货币流入会导致商品 $P \uparrow$ 通胀压力 $\uparrow$ ；若顺差转为外汇储备，顺差就无 $\uparrow$ 产量的效应。若外汇存入外国银行则要承担通胀风险；外汇 S 加大会降低外汇市场 r ，从而使本国货币市场 $r \downarrow$ 和 $F \uparrow$ 。

平衡逆差的必要：外资或 m 过多容易引起债务和国内企业的生存危机。货币流出和外汇短缺，引起外汇贷款 $r \uparrow$ 、本币贷款 $r \uparrow$ ，不利本国经济增长。

4. 国际收支调节政策

行政手段——规定外汇使用的范围和数额，颁发进出口许可证。税收，津贴，技术等。

调整 r 来调整资本流入流出。

政府借贷。

货币政策影响价格和进出口。

固定 e 央行买卖外汇。

浮动 e 制有自动平衡收支失衡的机制和政府干预的条件，浮动 e 不需要以牺牲国内经济为代价，国内经济不均衡可以实施财政、货币政策，不需要太多外汇储备，有利于取缔黑市交易。

5. 货币和财政政策的对内外作用大小的比较

货币政策对国际收支的作用大，其经常项目和资本项目收支对称。财政政策对国际收支的作用小对内作用大，其经常项目与资本项目不对称。经济学家主张，LM 主外，IS 主内。

第六节 IS—LM—BP 模型

一、开放经济的 IS—LM—BP 曲线

1. 不含实际汇率的 IS 曲线

$y = (a + g - bT + e - dr + x - z) / (1 - b + h)$ ，斜率： $dr/dy = -(1 - b + h) / d$ 。

2. 含有实际汇率的 IS

$y^e = (a + e - dr + g - bT + x - z + ve) / (1 - b + h)$ ，
 $= (A - dr - bT + x - z + ve) / (s + h)$ ， $s = MPS$ 。

3. 开放经济的 IS—LM—BP 模型

IS: $y = (A - dr - bT + x - z + ve) / (s + h)$

LM: $(M/p) = ky - hr$ ， $y = (hr/k) + (M/p) / k$

BP: $r = (\sigma rf - x + hy - ve) / \sigma$

三个主要决定的变量： y 、 r 、 e 。令： $IS=LM$ ，并计边际进口倾向为 β ， $A=a+e+g-bT$ ，解得：

$$e = \frac{s + \beta}{kv} \frac{M}{p} + \frac{[(s + \beta)h + kd]r}{kv} - \frac{A + x - z}{v}$$

财政扩张或 $A \uparrow$ ($r \uparrow F \downarrow e \downarrow$)，货币扩张 ($r \downarrow F \uparrow e \uparrow$)。 e 变动下的货币政策对外有效，财政政策对内有效。

4. 资本完全流动下的 BP 曲线。

已知 $\sigma = F/(r_f - r)$ ，资本完全流动， $\sigma \rightarrow \infty$ ，BP 曲线是以 $r=r_f$ 的水平线：

$h/\sigma = dr/dy = 0$ ，水平线 以上是国际收支盈余，以下是国际收支赤字。

二、资本完全流动下不同汇率制度的宏观经济政策

蒙代尔-弗莱明模型或资本完全流动下开放经济中标准的 IS—LM 模型。

1. 在固定 e 和资本完全流动下，一国无法实行独立的 M 政策， r 无法摆脱世界通行的 r 水平；财政政策有效。央行必须提供为维持固定汇率所需要的外汇或本国货币。

2. 资本完全流动和浮动汇率下， e 调整使经常帐户和资本帐户差额等于零，使外汇市场出清。其次，央行的货币供给与国际收支没有任何联系，而可以根据自己的意愿制定货币政策。浮动汇率与资本完全流动下，短期内 M 政策引起 e 、 y 和 P 变动，长期内则只影响 e 与 p 。

三、不完全资本流动下开放经济的货币和财政政策

1. 浮动汇率与资本不完全流动下，财政政策也有效，但有效性大小取决于资本流动性的程度即 BP 状态。BP 越陡峭，财政政策效应越大。LM 比 BP 陡峭条件下，扩张性货币政策使 e 变动、收入变动，但对 r 影响不大。

2. 固定汇率与资本不完全流动下宏观经济政策效果。

现实汇率是管理浮动，而不是完全浮动。故货币政策作用也不会最大，财政政策挤出效应小于 1。

四、利率差异与汇率预期

1. 汇率预期。前提：国际资本市场高度一体化，国家间 r 有差别人们就会预期资本跨国流动。若预期一国货币贬值则投资外国资产。一国 e 低于外国，投资于外国债券（以本币衡量）的收益 = 外国债券 $rb +$ 从外币升值中得益 = $rb + (\Delta e/e)$ ， $\Delta e/e$ 是 e 预期变化。加入 e 预期的国际收支：

$$BP = nx(y, -epf/p) + cF(r - r_f - \Delta e/e)。$$

2. 预期贬值解释低通胀与高通涨国家之间的利率差别。一国通胀率高，可预期其 $e \uparrow$ 名义 r 也 $\uparrow$ 。通胀差异的长期关系是：通胀差 $\approx$ 利率差 $\approx$ 贬值差。

3. e 预期与投机资本流动的影响。设资本完全流动，游资预期一国货币升值或利率下降国内投资有吸引力，大规模流入后导致该国 $e \downarrow$ ，竞争力下降，产量和就业 $\downarrow$ IS 左移。

五、汇率变动与贸易调整。两个重要经验问题。

1. 汇率与充分就业的关系：汇率贬值增加进口品 P_f 、提高本国 P ，降低 w/P 增加就业；但若 W 与 P 挂钩，就业不会增加。

2. 相对价格与贸易余额：J 曲线。 e 贬值后贸易先恶化后改善的路径形状为 J 型。

六、汇率波动与相互依赖

1. 汇率变动和预期会引发大规模资本流动，央行为了影响贸易量而试图改变实际汇率，防止进口品价格上涨对通胀的影响。

2. 冲销与未冲销的干预。

冲销干预：央行购买外汇供给本币，但又通过公开市场的证券出售收紧本币，使本币供给不变，外汇减少，汇率升值。

未冲销干预，央行买进外汇后不出售证券，本币供给增加，汇率贬值引起贸易国抛售该国贬值货币。

3. 相互依赖和政策同步、货币目标区。

一国紧缩货币政策和扩张的财政政策会引发对手国相应的政策。如果政策不同步，汇率变化会威胁自由贸易。可变汇率导致了贸易保护主义。一个较好的建议是建立目标区，区内各国货币和财政政策保持同步，各国放弃货币独立性。

第七节 内在均衡与外在均衡

假定浮动 e 和 BP 移动。

一、内外均衡失调

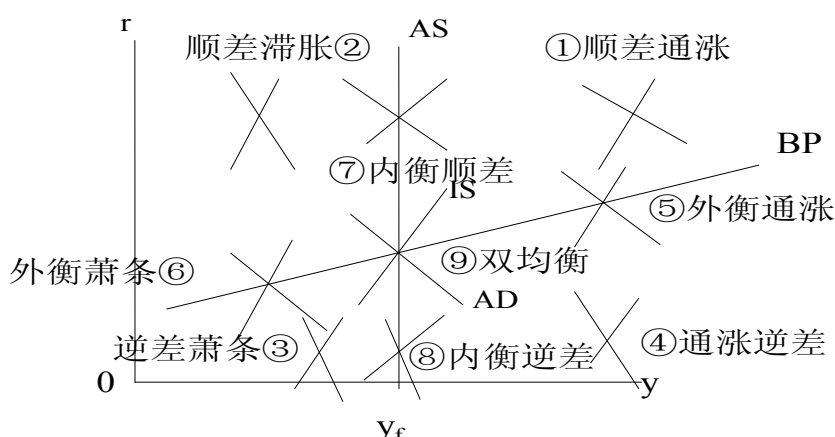
1. 充分就业与外部失衡。

充分就业与顺差，消除顺差需要 $\downarrow r$ $F \uparrow$ ，有过度繁荣；充分就业与逆差，消除逆差需要 $r \uparrow$ $F \downarrow$ ，有衰退。

2. 外部均衡与内部失衡。

外部均衡与内部衰退，需 $LM \uparrow r \downarrow y \uparrow \rightarrow F \uparrow m \uparrow \rightarrow$ 逆差。外部均衡与内部过热，需 IS 左移 $r \uparrow y \downarrow \rightarrow F \downarrow \rightarrow$ 顺差。

政策组合冲突图示(AS以右双紧，以左双松)



二、最优政策的选择

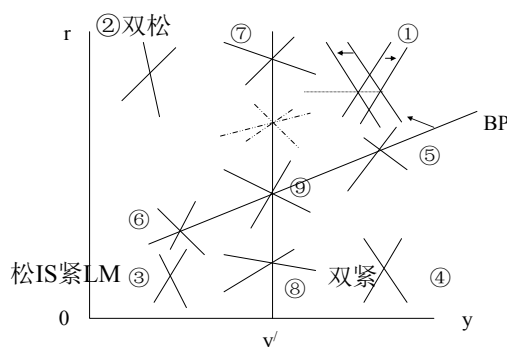
1. 最优政策的含义

R.A.Mundell 提出最优政策配合有效市场分类原理：每一个政策手段应用于其能产生最大有利

影响的市场环境；对它的另一种市场的不利作用，用相反的经济手段加以中和。

LM 曲线移动对外作用大于其对内作用，主要用以解决外部不均衡问题： $LM \uparrow \rightarrow P \uparrow, e \downarrow$ 逆差， $r \downarrow F \uparrow$ 逆差； $P、r$ 变动效应一致。IS 对内的作用大于其对外的作用，主要解决内部不均衡： $IS \uparrow, P \uparrow$ 逆差， $r \uparrow$ 顺差， P 与 r 变动矛盾，但 $y \uparrow$ 。

2. 政策配合



3. 其他问题。主要是政治问题、国际关系和一国的历史传统。用增加进口来消除顺差，要考虑一国的边际进口倾向。边际进口倾向是由政治和非政治因素决定的，在一定时期内有一定的稳定性。用紧缩 M 供给提高 r 来引进资本消除逆差，要考虑国际资本流动对本国 r 变动的反应度，而这又取决于一国的政局是否稳定，投资环境是否良好，国际形势和世界市场对本国出口产品的需求弹性。

三、开放经济宏观经济学的前沿问题

1. 实际热点问题

贸易保护主义威胁抬头，自愿出口限制(voluntary export restraints)手段激增。金融流动(financial flows)自由化。

国内价格水平和经济活动对外部事件的敏感度提高了，货币政策实施必须考虑汇率方面的后果。

国家之间要求进行高层次的合作。

2. 汇率的变动问题和调整过度问题。

本章复习

1. 封闭经济、开放经济和开放度
2. 对外贸易下的国内总需求、净需求和国内产品总需求、国内产品净需求的公式。
3. 亚当·斯密的绝对成本说、李嘉图相对成本说的主要论点。
4. 赫克歇尔定理、规模经济论的主要论点。
5. 外汇（静态）定义。
6. 外汇收支恒等式。
7. 影响汇率的主要因素。
8. 汇率的直接标价法。
9. 购买力平价说的货币数量论基础。
10. 一价定律。
11. 固定汇率和浮动汇率下的购买力平价或一价定律实现的途径。
12. 资本流动和不流动下的汇率变动的作用。

13. 影响实际汇率变动的因素。
14. 汇率变动的作用。
15. 国际收支的定义及其主要项目。
16. 国际收支函数及其曲线的斜率和曲线的移动。
17. 开放经济下的 IS 曲线的斜率，含有实际汇率的均衡收入、IS 曲线及其乘数。
18. 资本完全流动和浮动汇率、固定汇率下的宏观经济政策比较。
19. 资本不完全流动和浮动汇率、固定汇率下的宏观经济政策比较。
20. 国际收支失衡的原因。
21. 平衡国际收支收支失衡的手段。
22. 内外均衡与失衡的组合。
23. 蒙代尔最优政策选择的主要观点和方法。

第八章 经济增长理论

教学目的和要求：

学习和掌握经济增长的基本理论和主要模型。

第一节 经济增长的基本性质和理论的发展

一、经济增长的基本性质

1. 经济增长：国民收入、总产量、就业量、消费量、投资总量、物价水平等等的增长或减少。
2. 时间度量。

用不变价格和几何平均数计算经济增长速度。经济周期的4个阶段。

3. 古典周期和增长周期。

古典周期：在扩张的同时存在绝对的下降或下跌（有增长和负增长）。

增长周期：在扩张的同时，没有绝对的减少和倒退，只有增长率放慢或停滞，长期趋势是正斜率的。

4. 经济周期的类型或长度。

短周期、基钦周期（Kitchin cycle）40个月为小周期（minor cycle），心理因素引起。2-3个小周期构成一个大周期（major cycle）。

中周期：中波、朱格拉周期（法，C. Juglar 1860）。8—10年。

长周期：长波、康德拉季耶夫周期（苏，Nikolai D. Kondratieff），每个周期50-60年。

库茨涅兹周期（Kuznets cycle）：15—25年，平均20年，或称建筑业周期。

二、周期发生理论

1. 纯货币理论。银行体系扩大、紧缩信用反复。
2. 投资过度理论。一种生产资料投资过度引起减少消费品投资和结构失衡、资本品过剩和生产过剩危机。
3. 熊彼特创新理论。创新引起模仿和普及、银行信用扩大和紧缩、需求减少和经济衰退。
4. 消费不足论。（英国马尔萨斯、J. 霍布森）：收入分配不平等导致社会消费品需求小于消费品生产增长，引起对资本品需求不足和整个生产过剩。
5. 心理周期论。乐观与悲观预期交替导致投资过度投资和减少投资，从而引起过度繁荣和衰退。
6. 太阳黑子论。太阳黑子活动周期对农业生产影响进而影响产业、购买力和投资波动。
7. 凯恩斯学派。增长来源于储蓄、投资乘数和加速数。从时期的连续变动上分析经济增长各因素的作用和每一个时期增长的必须条件。
8. 新古典增长模型。以边际和完全竞争理论为基础，资本是增长的源泉。
9. 增长的极限。
10. 重视技术进步和分工等因素的经济增长理论。

第二节 哈罗德-多马模型

一、哈罗德模型

(Roy Forbes Harrod, 1900—78, 牛津大学。1948《论动态经济学》，1973《经济动态学》)。

1. 前提。

s 全部转化为 i, 凯恩斯的储蓄函数 $S=sY$ 。) 凯恩斯主义加速数 $K/Y=v$, $I=V\Delta Y$, I 由 Y 的增长来决定。

固定比例的生产函数: $Y=\min(K/v, L/u)$ 。 $u=L/Y$, $1/u=Y/L$, L/u 是 Y 所需要的劳动; $v=K/Y$; Y 水平由两个比值中较小的那个决定。

劳动力增长率 n 不变: $L^*/L=n$ 。设充分就业, 最大产量由 L/u 决定而不论资本存量是多少如果 $u=L/Y$ 不变, 则 Y 不能持久超过劳动力的增长, 因为 n 是常数, 又没有技术进步, 故 Y 的增长是由不变的 n 决定的。

假定利率不变并进而假定资本收入比不变, 其逻辑是完全竞争性条件下的 $r=\Delta y/\Delta k=1/v$ 。假定只生产一种单一产品。

2. 模型基本内容。

(1) 一国经济如何才能实现稳定增长即均衡增长, 即实现均衡增长的条件是什么? 但他的模型最终却是不稳定增长模型。

产量增长的条件:

基本公式。 $\because s = S/Y, I=V\Delta Y, S=I, \therefore S=sY=I=v\Delta Y, \therefore s/v=\Delta Y/Y$ 。

增长模型具有规模报酬不变的性质

$$\frac{s}{v} = \frac{S}{Y} \frac{Y}{K} = \frac{S}{K} = \frac{I}{K} = \frac{\Delta K}{K} = \frac{\Delta Y}{Y}$$

(2) 实现稳定增长的必要条件。

实际的增长率 G_A = 意愿或有保证的增长率 G_W = 自然增长率 G_N :

$vG_A=s=vrG_W=G_N$, $s/v=s/v_r=n$ 是稳定增长的条件或途径。即稳定增长的“存在问题”。

3. 哈罗德模型的两个问题

(1) 稳定增长的条件 $vG_A=vrG_W=G_N=s$, $s/v=s/v_r=n$ 得不到保证。s、v、n 由相互独立的因素决定, v 假定是固定的。

(2) 模型具有不稳定性。 G_A 一旦偏离 G_W 就会产生更大的偏离, 有保证的增长率是不稳定的。 $G_A=G_W$ 已很困难, 还要使三者均等就更困难了。

4. 哈罗德模型不稳定性质的原因。

s、v, 不变。v 不变 K/L 比不变为前提, 要素价格不变 $r=MP_K=1/v$ 。若要素价格和 v 可变、增长就有内在的稳定性。

二、多马模型

(Evsey D·Domar 1914—俄人 麻省理工学院, 1957《经济增长论文集》)。

投资的两重性: 通过乘数效应决定实际收入水平; 增加资本存量从而增加收入的潜在最高水平。

1. 长期均衡生产增长的条件: 新增生产能力 ΔY_Q = 下期新增总需求 ΔY_D 。

供给: $\Delta Y_Q = I \sigma$, $\sigma = \Delta Y_Q / I$: 本期净生产率代表潜在社会平均生产率, 即投资乘数。

需求: $\Delta Y_D = \Delta I / a$: , $a = \Delta S / \Delta Y$, 本期 S 完全转化为 I, 故 $a = \Delta S / \Delta Y = \Delta I / \Delta Y$ = 哈罗德

的 v 。 $1/a = \Delta Y / \Delta I = \sigma$ = 投资乘数。

$I\sigma = \Delta I/a$ ， $\Delta I/I = a\sigma$ ：充分就业的均衡增长的条件：净投资增长率=潜在社会平均生产率与储蓄倾向的乘积。

2. 多马的增长模型： $\Delta Y/Y = a\sigma$

已知 $a\sigma = \Delta I/I$ ， $\therefore a = \Delta s / \Delta Y = S/Y = I/Y$ ， $\sigma = \Delta Y/I$ ， $\therefore a\sigma = (I/Y) (\Delta Y/I) = \Delta Y/Y$ ，从而 $\Delta Y/Y = \Delta I/I$ 。

模型的含义：要使实际产量 ΔYD = 可能的产量 ΔYQ ，经济增长 $\Delta Y/Y$ 与储蓄倾向或加速数 a 和投资乘数 σ 成正比。规模报酬不变性质。

3. 哈罗德与多马模型比较

相同点：哈的稳定均衡增长必须 $G_A = s/vr$ ，特别是投资增长率 $= s/vr$ 。 $s/vr = a\sigma$ ， $\sigma = 1/vr$ 。两者形式上相同。两模型来源于凯恩斯，但避免了凯恩斯投资率不会增加资本存量规模的假定，成为长期理论。都产生了均衡条件和不变的经济增长率。都假定 K/Y 不变，哈因为 r 不变，多因为技术不变。

不同：哈充分就业下的稳态增长要求 $s/vr = n$ ，多马的 $a\sigma$ 就是均衡增长率，就能保证维持充分就业，与劳动力的增长无关。 $a\sigma$ 包含了有保证率与自然率的混合。多马无投资函数，其均衡增长率能保证实际增长率与潜在的增长率相等。哈充分就业均衡增长的困难，是因为没有机制能够保证 $Gw = n$ ，多马是因为投资不足的倾向是经常的。

第三节 新剑桥学派的分配模型

一、卡尔多模型

（Nicholas Kaldor 1956 《各种不同的分配理论》）

1. 前提。 $S=I$ ，使用储蓄倾向和消费倾向概念，放弃边际生产力分配论，回到李嘉图的分配论：资本利润的增长以工资的下降为前提。

2. 基本概念。

储蓄倾向 $s = P/Y$ ，利润 P 占收入的比重，代表增长。总收入构成： $Y = W + P$ 。

总储蓄 S = 资本家的储蓄 $S_p P$ + 工人的储蓄 $S_w W$ ， S_p 和 S_w 分别是资本家和工人的储蓄倾向， $S_p > S_w$ 。

$$\frac{S}{Y} = s = \frac{p(s_p - s_w)}{Y} + s_w, \frac{p}{Y} = \frac{(\frac{S}{Y} - s_w)}{s_p - s_w}$$

3. 公式含义：

经济增长 P/Y 由 S/Y 、 S_p 、 S_w 决定。若 S/Y 不变，则 P/Y 随 S_w 趋于 0 而 $\uparrow$ 。总储蓄增长依赖经济增长和资本家的储蓄倾向： $S/Y = (P/Y) S_p$ 。方法：刺激需求导致价格 $\uparrow \rightarrow (w/p) \downarrow \rightarrow$ 利润 $P \uparrow \rightarrow S_p \uparrow$ 。 S/Y 是变数。

4. 哈罗德与卡尔、多马比较。

哈模型中 $s/v = \Delta Y/Y$ ， s 、 v 、 n 是常数， $s/v = n$ 是哈罗德模型的难题，故很难实现充分就业条件下的稳定增长。

卡尔多模型 s 是变量，通过调整 s ，使 $s/v = n$ ，合意的增长率与自然增长率不是相互独立的。这种调整是通过通胀有利于资本家的分配才达到，

二、帕西内蒂模型（1962，Pasinetti, L.L）

1. 基本含义。

重新系统阐述卡尔多模型，但强调工人有储蓄并必须归其所有。

2. 前提。

规模报酬不变，人均产量 $y=f(k)$ 。假定两个阶级，工人也有自己的资本 K_w ，总资本等于工人的资本与资本家的资本之和： $K=K_w+K_c$ ， n =劳动力的增长率。

竞争使得 r 和 w 分别等于资本的边际产量和劳动的边际产量。 $r=f'(k)$ ， $w=f(k)-kf'(k)$ 。

3. 增长公式

平衡增长的条件 $k_w^* = k_c^* = 0$

平衡增长的利润率=劳动力增长与资本家的储蓄倾向之比。

工人资本增长率为：

$$0 = s_w[f(k^e) - k_c^e f'(k^e)] - nk_w^e,$$

$$\therefore s_w W = nk_w^e \rightarrow \frac{s_w W}{k_w^e} = n \rightarrow \frac{s_w WL}{K_w^e} = n$$

$$\frac{S_w}{K_w^e} = n \rightarrow \frac{I_w}{K_w} = n$$

三、剑桥学派与新古典学派的比较

1. 新古典经济学从人的理性行为推导出经济理论，剑桥学派从不完全竞争和不确定条件下根据经验推导经济理论。

2. 新古典储蓄理论认为个人是根据整个生命周期的总效用最大化来进行储蓄的。剑桥学派根据经验认为，工人和资本家的平均储蓄倾向是不变的，个人根据这个原则进行储蓄。

3. 新古典的增长模型没有独立的投资函数，它的投资理论倾向于折现的利润流量极大化的程序。

4. 卡尔多认为，投资者若根据他们如果能够在若干年内能够收回成本就进行投资，是无理性的行为，避开把利润最大化目标。

第四节 新古典经济增长理论

新古典概念、假定与方程、两个基本命题、哈罗德模型难题的解决、模型的简单扩充、新古典模型的缺点

一、概念

1. 标志

边际概念、用边际生产力解释价格，用完全竞争解释所有价格可变。

凯恩斯把追随李嘉图深信经济能够保证充分就业的经济学家称为古典经济学家，萨缪尔森认为如果政府通过经济政策维持充分就业，就可以实现新古典综合；19 世纪前半叶的经济学家关注长期问题超过个别市场的行为，因此，现代新古典经济理论中短期问题服从于长期问题。

2. 新古典经济学在当代流行的原因。与实际经验更加符合。论特别容易处理，适合于按许多

不同的方向发展。

3. 产生与哈罗德-多马模型因设 L 、 K 之比不变而难以让人接受。

二、假设与前提

1. 接收除固定比例 v 以外的所有哈罗德假定。只生产一种产品，储蓄就是投资，没有独立的投资函数。经济经常处在充分就业状态， S 不断转化为 I 。 $S=sY$, $0<s<1$ 。无折旧则 $K^*=I$, $I=S$, $K^*=S=sY$; $L^*/L=n$, 劳动力按不变的比率增加。要素报酬由要素的边际生产力决定。要素价格可变使得要素可以替代, K/L 可变, 从而 v 可变, 产量增长的途径有内在的稳定性。生产函数 $Y=f(K, L)$ 具有边际生产率递减和规模报酬不变的性质（科布—道格拉斯生产函数）。

2. 集约形式: $y=f(k)=Y/L$, $k=K/L$, $MP_K=f'(k)>0$, $f''(k)<0$;

三、增长方程

1. $\Delta f(k) = \Delta k + nk$

若 $\Delta f(k) > nk$, Δk 会增加, 反之下降。

$$sf(k) = \frac{S}{Y} \frac{Y}{L} = \frac{S}{L} \text{ 或 } = \frac{sY}{L}, sf(k) = \frac{Y}{L} - \frac{C}{L}, sf(k) < f(k)$$

2. 长期均衡增长的（稳态）条件

$$sf(k) = nk, \Delta k = 0$$

$$sf(k) = nk, sf(k)/k = n, \text{ 即哈罗德的 } s/v = n$$

命题 1: 不论所有变量的初始值为何, 经济都将稳定趋向平衡增长的轨道。平衡增长是稳定的。即 $nk < sf(k) < nk$, 通过 k 的变动实现 k^e , 实现 $\Delta K/K = \Delta y/y = n$, 长期内它们都按不变的 n 增长, 故均衡增长是稳定的。 $v=s/n$, v 是可变的, 故在 s/n 是常数时, 可以实现充分就业的长期稳定增长。

命题二: 均衡轨道是存在的。比率不变的 n 是新古典长期的增长率, 是经济收敛的平衡增长轨道。 $\Delta k=0$, k 不变, 从而作为 k 函数的人均产量 $f(k)=Y/L$ 不变, 即 $(Y/L)'=0$, 在 $f(k)$ 曲线的最大点, 有 Y 增长率 $=n$ 增长率, 实现了哈罗德的均衡增长的条件。

当 $dY/Y > dL/L = n$, k 需要增加; $dY/Y < dL/L = n$, k 需要减少。

3. 一国人均产量与储蓄率和人均资本的关系

$$\text{对于 } Y=K^a L^{1-a}, y=(K^a L^{1-a})/L=k^a$$

$$sy = nk \rightarrow sk^a = nk \rightarrow \frac{k}{k^a} = \frac{s}{n} \rightarrow k^{1-a} = \frac{s}{n}, \text{ 两边取对数得到}$$

$$(1-a) \ln k = \ln s - \ln n \rightarrow \ln k = \frac{1}{1-a} \ln \left(\frac{s}{n} \right), \text{ 还原得到:}$$

$$k = \left(\frac{s}{n} \right)^{\frac{1}{1-a}}, \therefore y = k^a, \therefore y = \left(\frac{s}{n} \right)^{\frac{a}{1-a}}$$

—公式表明, y 与 s 、 k 同向变动, n 与 k 和 y 反向变动。

四、经济增长的黄金分割率。最佳经济增长的条件

1. 问题的提出

$sf(k) = f(k) - (C/L)$ 。新古典模型假定提高 s 会提高从而提高 $sf(k)$, 但是不能高到使工人不消费, 故长期增长率不能依赖 s 的提高。

当 $sf(k) > \Delta k + nk$, 要保证资本需求, 均衡增长要求 $\uparrow C/L$, $\downarrow sf(k)$ 。

$sf(k) < \Delta k + nk$, 要保证资本需求, 均衡增长要求 $\downarrow C/L$, $\uparrow sf(k)$ 。

$\because S/L = S/Y \times Y/L$, $\therefore Y/L$ 一定时, S/L 的变动要求 s 是可变的。

2. 经济增长的黄金分割率

在技术、劳动生产率不变条件下, k 为何值, 可实现最大 C/L 。

$$\left(\frac{C}{L}\right)'_k = f'(k)_k - (nk)'_k = 0$$

$$MP_k = n$$

五、哈罗德难题和新古典模型

1. 哈罗德模型的两个基本难题:

无任何机制能够证有保证的增长率等于自然增长率 n 。只要引进厂商预期, 有保证的增长率就是不稳定的。

2. v 是可变的可变和 r 解决了哈罗德模型不稳定的问题。但是如果遇到偏好陷阱和利率刚性, 价格稳定就不存在了, 就有可能出现失业。

六、简单新古典模型的扩充

设 I 为总投资, λ 为不变的折旧率, AL 为引进技术进步的有效劳动, 技术进步按固定比率 g 增长, 则

$$I = K^* + \lambda K, \rightarrow I/AL = K^*/AL + \lambda K/AL + gK/AL \rightarrow$$

$$\frac{I}{AL} = \overline{sy} = \Delta \bar{k} + n\bar{k} + \lambda \bar{k} + g\bar{k} \rightarrow$$

$$\Delta \bar{k} = \overline{sy} - (n + g + \lambda)\bar{k}$$

七、新古典增长模型的缺陷

1. 总体生产函数和总体资本概念假定资本在技术上和经济上同质, 非专用, 能与任何数量和质量的工人结合。
2. 索罗模型没有给出均衡增长的时间。
3. 没有考虑预期的作用。假定市场完全, 要素价格就能瞬时变化为均衡价格。

第五节 两部门增长模型

——菲尔德曼的增长模型 (1927 年)

一、前提:

第 1 部类提高产出能力, 第 2 部类维持现有水平; 资本是限制增长的唯一因素; 第 1 部类的产品可以用于两个部门; μ 为资本品产出用于第 1 部类的比例 $= K_1 / K$, 用于第 2 部类的就是 $1 - \mu = 1 - (K_1 / K)$ 。

二、生产函数

$$Y_1 = \min\left(\frac{K_1}{v_1}, \frac{L_1}{u_1}\right), Y_2 = \min\left(\frac{K_2}{v_2}, \frac{L_2}{u_2}\right)$$

资本是唯一的增长因素，劳动力可以按任何数量使用和构成，因此，生产函数可以

$$Y_1 = \frac{K_1}{v_1}, Y_2 = \frac{K_2}{v_2} \quad K = I$$

投资品的总产出：

$$I = Y_1 = \frac{K_1}{v_1} \quad I = Y_1 = \frac{K_1}{v_1} \quad K_1 = I = \mu I, \quad I = \frac{1}{v_1} \mu I \quad \frac{I}{I} = \frac{\mu}{v_1}$$

消费品部门的情况：消费品产出 $C = Y_2 = K_2 / v_2$

$$C = Y_2 = \frac{K_2}{v_2} \quad K_2 = I_2 = (1 - \mu)I, \quad C = \frac{(1 - \mu)I}{v_2} \quad \frac{C}{C} = \frac{(1 - \mu)I}{v_2 C}$$

模型说明：消费增长率取决于投资的增长，而投资的增长取决于 μ / v_1 。消费增长率与 $(1 - \mu)$ 同向；随着时间的推移，消费增长率会提高并达到投资增长率 $= \mu / v_1$ 所给的长期增长率。提高 μ 最终会使消费、投资和产出增长超过不如此配置的增长。

第六节 经济波动模型

乘数加速数模型、理性预期货币周期波动模型、实际经济周期波动模型

一、乘数加速数模型

1. 加速数原理

加速数：产出水平及其变动与投资水平及其之间的关系

$v = K/Y$, $v = \Delta K / \Delta Y$, 已知 v , K 增加决定于 Y 的增长。

总投资： $K_t = v(Y_t - Y_{t-1}) + \text{折旧率} \cdot K_t$

2. 乘数-加速数模型的基本思想

投资通过乘数作用增加收入，收入增加通过加速数增加投资，循环往复引起经济扩张。收入增大超过资源限度后，收入和销量停止增长，投资减少通过乘数作用减少收入，收入减少通过加速数减少投资，循环往复引起经济衰退。衰退到谷底后，衰退期的负投资引起设备更新、复苏、投资和乘数与收入增长和加速数的正向作用，引起新一轮经济扩张，等等。

3. 乘数-加速数模型

基本方程： $Y_t = C_t + I_t + G_t$, $C_t = bY_{t-1}$, $I_t = v(C_t - C_{t-1})$

$Y_t = bY_{t-1} + v(C_t - C_{t-1}) + G_t$

二、理性预期学派的经济波动理论

1. 理性预期（rational expectations）的波动理论：在理性预期下，预测值等于实际值，若有偏离则是由不可测的随机因素造成的。主要的随机因素是政府的政策袭击和自然条件的突变。实现了充分就业时的失业是自然失业，经济波动不是因为市场和制度造成的，而是因为人们的预期失误造

成的。就业量偏离自然就业率的幅度大小，主要决定于预期通胀率与实际通胀率的差别。若实际通胀大于预期通胀率，厂商和工人以为自己的产品价格和工资上涨，从而增加就业和劳动，就业率会高于自然率。但只有政府的欺骗才能造成公众预期的失误，造成实际通胀率高于预期通胀率。

2. 理性预期的 AS—AD 模型。

理性预期的 AD 曲线源于古典 $MV=Py$ ，为了反驳凯恩斯主义的需求管理政策而使用 IS-LM 模型导出的 AD 曲线： $P = \beta M / (y - vA)$ 。在理性预期下， $P_e = \beta M_e / (y^* - vA)$ 。

根据自然率假说，劳动供求都是 (w/p) 的函数，从不完全信息得到的劳动供给曲线 $N = N^* + \varepsilon (P - P_e)$ 、和附加预期变量的供给曲线 $y = y^* + \varepsilon (P - P_e)$

预期正确时 ($P_t = P_e$) SS 与 AS、AD 曲线三线交一点。 $y = y^*$ ，变动的只是价格。模型中可预测的货币是中性的。

预期错误时 ($P_i \neq P_e$)，SS 曲线与 AD 或交于 AS 曲线的右方、或左方。自然和政府政策袭击引起了需求曲线截距的移动，从而引起了产量的波动。

3. 理性预期的意义和问题。

阐明了预期在经济模型中的关键作用；提出了在技术上把预期引进模型的更好方法；改变了政府制定政策的路线；把经济学的基础变成了信息学而不是价格学。

存在的问题：价格、工资总是能灵敏地使市场总是能迅速出清；公众比政府的信息量大、准确，且处理信息的能力更强；公众作出理性预期的方法。实践如何定量检验预期失误。回避了失业和高于自然失业率的问题，重点是通货膨胀加速。假定公众不犯（重复性的）错误。

三、货币经济周期理论（卢卡斯，巴罗）

1. 基本观点。只有价格的短期变动才使产量和就业变动。价格的长期变动不会使决策人的决策意向发生变化，从而对就业没有影响。短期价格变动会影响当事人决定劳动和闲暇在现时和未来之间的分配，从而引起总产量和就业水平的变动。

2. 政策含义。当事人容易把反复出现通货膨胀看成是总价格水平的长期变动，频繁使用这种政策，当事人的工作和产量不会对通货膨胀作出反应。只有突然的通胀政策才能奏效。

四、实际经济周期理论

1. 实际经济周期来源于外生因素：私人或政府需求偏好的随机变化；科学技术变化导致的生产率变动，生产要素供给函数的变动。

2. 以技术冲击为例：技术变动引起生产函数变动，和资源函数（生产函数与折旧之和）的移动，并引起经济预算约束线（消费与积累可能线的）同向移动。但若没有技术的进一步进步，实际收入、资源约束线的移动的幅度会越来越小，直至达到稳定态。

第七节 经济增长因素的分析

一、肯德里克经济增长因素分析。

1. 生产率是全部生产要素的生产率。

2. 全部要素生产率的计算方法。

3. 增长因素

全部要素投入量的增长率和全部要素的生产率。

二、丹尼森的经济增长因素分析

两大类共 7 项。

第一大类。要素投入量：劳动、资本和土地。其中前两项是可变的，土地

不变的。影响要素投入量的是，就业人数和年龄性别构成，工时，就业人员的受教育程度，资本存量规模。

第二大类。要素生产率：产出投入比。影响要素生产率的因素是，资源配置、规模节约、和知识进展。其中知识进展是发达地区最重要的的增长因素，它包括：技术知识—关于物品具体性质、制造组合及使用它们的知识；管理知识管理技术和企业组织知识；因新知识而产生的结构和设备；等等。技术知识与管理知识同等重要。

三、库茨涅兹的经济增长因素分析

1. 知识存量的增长。知识本身不是直接的生产力，它转化为现实的生产力要经过中间环节和中介因素。

2. 生产率的提高。

3. 结构变化。产业结构转变快的原因是：知识因素、生产因素、消费和需求结构变化慢制约了产业结构的转变。

4. 经济增长与收入分配的关系。倒 U 型假说。

四、索洛余值法

1. 索罗 1957 年（Solow, R.M. 技术进步和总生产函数）用类似这样的方程

$$\frac{y}{y} = \frac{A}{A} + T_K \frac{k}{k}$$

T_K 是资本的相对份额

索洛的余值法设： $Q_t = A_t f(L_t, K_t)$ ， A 代表技术水平。对其求全导，得到：a 式

$$\frac{dQ_t}{dt} = \frac{dA_t}{dt} f(L_t, K_t) + A_t \frac{\partial f}{\partial L_t} \cdot \frac{dL_t}{dt} + A_t \frac{\partial f}{\partial K_t} \cdot \frac{dK_t}{dt}$$

整理得到：

$$\frac{\frac{dQ_t}{dt}}{Q} = \frac{\frac{dA_t}{dt}}{A_t} + \frac{\partial Q}{\partial L_t} \cdot \frac{dL_t}{dt} \cdot \frac{1}{Q} \cdot \frac{L}{L} + \frac{\partial Q}{\partial K_t} \cdot \frac{dK_t}{dt} \cdot \frac{1}{Q} \cdot \frac{K}{K}$$

$$= \frac{\frac{dA_t}{dt}}{A_t} + \frac{\partial Q_t}{\partial L_t} \cdot \frac{L}{Q} \cdot \frac{dL_t}{dt} + \frac{\partial Q_t}{\partial K_t} \cdot \frac{K_t}{Q_t} \cdot \frac{dK_t}{dt}$$

$$\text{从而：} \frac{dQ_t / dt}{Q_t} = \frac{dA_t / dt}{A_t} + a \frac{dL_t / dt}{L_t} + \beta \frac{dK_t / dt}{K_t}$$

2. 余值法意义与缺陷

主要讨论技术进步在经济增长中的贡献。技术进步可以作为“余值”简练地计算出来：

$G_A = G_Q - \alpha G_L - \beta G_K$ 。余值法的缺陷：产出增长率与各个要素的贡献之间的余地很大，不仅有计算技术贡献，而且还有自然贡献，政策效应等等。

第八节 新经济增长理论

一、新古典增长理论的缺陷。

1. 假定劳动力同质，劳动力质量对产出无显著影响。
2. 假定规模报酬不变、储蓄率不变，资本边际报酬递减，随资本量增长，经济增长会缓慢，甚至停止；索罗余数把经济增长的动力在经济研究范围之外。
3. 假定发达国家增长速度放慢，落后国家增速会加快，不同国家的速度收敛于均衡增长轨道，国际经济融合使技术共享，从而均衡增长率等于技术进步率。
4. 假定储蓄率、人口增长率、资本折旧率和技术进步外生。

二、技术进步内生增长的 4 个模型。

要素投入的内生增长和技术进步的内生增长。

1. 人力资本理论

50-60 年代西奥多·舒尔茨 (T.Schultz)、加力·贝克尔 (T.S.Becker)：人力资本 (human capital) 是指：劳动力数量、平均技术水平，在教育、技能、健康、知识改善、新技术和新产品创新能力上形成的资本。

80 年代罗默 (Paul·Romer)、卢卡斯 (Robert·Lucas) 认为：知识和人力资本是经济增长的动力。人力资本的微观效应是增加个人的收入回报，宏观效应是外部效应，对他人生产率增长的贡献。

2. Romer 模型

厂商的专业知识会转化为社会知识 $\uparrow$ 社会生产率，故人力资本是增长的内生因素。知识积累率高低及其要素收益率高低是各国人均收入差别的主因。技术进步与资本积累正相关。国际贸易可以加快知识积累，提高世界总产出水平。

收益递增 (increasing returns) 模型：包括知识在内的资本有外部经济技术正效应 (溢出效应: spillover effect)。每个厂商从其他厂商那里获得新的知识增加知识存量，影响产出。投资 $\rightarrow$ 知识积累 $\rightarrow$ 经济增长 $\rightarrow$ 刺激投资，构成互动的内在良性循环机制，故投资持续增长能保持一国经济持续增长。技术的整体增长同人力、物力成正比，提高投资效益，使生产函数报酬递增。

3. 卢卡斯的人力资本理论。

资本分为物质资本、人力资本。人力资本又具体化为全社会共有的一般知识的人力资本和劳动者劳动技能的专业化人力资本，只有专业化人力资本才是增长的真正源泉。人力资本外部作用表现在行业平均技术水平上，人力资本增长率取决于行业平均技术水平 (平均人力资本存量)。单个经济单位人力资本的增长对产出贡献大时，也提高社会平均人力资本水平，促进社会经济运行效率。

人力资本的内在效应—通过正规和非正规教育形成的人力资本，可以产生收益递增有高收入；外在效应—边学边干获得经验形成的人力资本，表现为资本与其他要素收益都递增。人力资本形成的第三个因素是，通过外贸引进高科技产品，通过直接操作新设备和消费新产品积累经验、学习掌握新技术。一国应当集中人力物力生产具有人力资源优势的产品。

4. 干中学

1962 年，Arrow 提出干中学 (learning by doing) 模型，认为生产经验积累也是投入，强调经验积累对增长的重大作用。。

三、研发对增长的作用

企业盈利动机→投资→研发、新知识、新设计→提高生产率→提高最终产品产出→提高研发部门知识存量积累、提高研发部门人力资本生产率。

两种方式使内生技术变化：由经济主体投资研发产生的知识具有某种程度的垄断排他性，也有具有扩散性、共享性和非排他性。厂商创新性和模仿性的研发。

四、M.PG.Scott（英）新经济增长理论—资本投资决定技术进步模型。

1. 继承新剑桥学派传统，认为资本不可加总，建议用新增投资总量与产出关系来代替，强调技术进步与投资不可分，并可用投资数量来分析。

2. 经济增长率主要决定于资本投资率和劳动生产率增长率。经济增长的关键是技术进步。知识与技术对劳动力的质量和劳动生产率都有重要影响。技术进步与投资不能割裂，资本投资是技术进步的源泉，是经济增长的决定性因素。

五、对经济增长的制度分析

1. 交易成本与经济增长。

Douglass C.North 和 Robert Paul Thomas: 西方经济史表明经济增长的制度因素中，最关键的是财产关系的明确。

Clyde.G.Reed 交易成本下降有利于实际收入增长，有利于经济增长。改善市场组织、健全司法制度、商人的信息成本、谈判成本和履约成本降低，有利于经济增长。

交易成本下降有助于债权人和债务人谈判和履约成本下降和利率下降，从而有助于资本增长和经济增长此。

杨小凯的分工增长理论。把分工、交易成本和技术进步三者联系起来分析。

2. 制度创新与经济增长。

制度创新可以使经营管理成本的递减。制度均衡是暂时的，不均衡是永久的。制度创新涉及经济、政治、法律等待创新的结合。

3. 促进经济增长的经济政策

储蓄率政策。一般要求长期人均消费最大化的黄金律稳定态。特殊性条件下为了追求较高的当前产出和增长率，储蓄率可以高于黄金律的要求。影响储蓄率的必要途径：改变存款利率和资本所得税率，增加公共储蓄（ $T-G$ ）和私人 S 。

技术政策。鼓励私人投资技术，专利保护，给研发企业减免优惠，优惠和保护高新技术企业，政府直接投资基础设施、基本技术研究，补贴高校基础性科研活动，鼓励技术引进。政府对高边际产出的企业按接受市场利率来决定引导其投资方向；对边产出低但有很大正外部性的企业，给予支持。

4. 政府在教育方面加大投资。

本章复习

1. 经济增长是指哪些方面的增长？
2. 度量经济增长的基本方法是什么，它的主要特征是什么？
3. 简述基钦周期、朱格拉周期、康德拉季耶夫周期和库茨涅兹周期的主要区别？
4. 简述古典周期和增长周期。
5. 简述哈罗德模型的前提、理论基础和主要说明的问题。

6. 简述哈罗德增长公式 $s/v = \Delta y/y$ 的含义。
7. 为什么说哈罗德模型是不稳定增长的模型？怎样使它成为稳定增长的模型？
8. 简述多马模型公式的含义，说明为什么它与哈罗德模型具有相同的含义？
9. 新古典增长模型的前提有哪些？
10. 简述新古典经济增长方程和均衡增长方程。
11. 比较分析索洛模型与哈罗德模型。
12. 索罗的长期均衡增长公式如何转换为哈罗德公式？
13. 为什么索罗模型是稳定增长模型？
14. 什么是最佳经济增长？
15. 为什么消费最大化的约束条件是资本产出比？
16. 简述在最佳经济增长条件下，消费最大化与人均产出、人均消费和储蓄倾向之间的关系？
17. 什么是增长率因素计算的“余值法”？
18. 新古典增长模型的主要缺陷是什么？
19. 简述丹尼森的增长因素思想。
20. 简述希克斯的经济周期理论。
21. 简述卡尔多收入分配增长理论的前提与主要观点。
22. 帕西纳蒂收入分配增长理论的主要特点。
23. 简述新经济增长理论人力资本理论。
24. 简述新经济增长理论的分工增长理论。
25. 简述新经济增长理论的交易成本理论。
26. 简述新经济增长理论的制度经济理论。

参考文献

1. (英) B·斯诺登、H·R·文主编、黄险峰等译：现代宏观经济学发展的反思，商务印书馆 2000 年 6 月版。
2. (美) D·罗默著、苏剑等译：高级宏观经济学，商务印书馆 2001 年 10 月版。
3. (英) D·格林纳韦著、杜两省译：宏观经济学前沿问题，中国税务出版社 2000 年 1 月版。
4. (美) E·J·夏皮罗著、杨德明等译：宏观经济分析，中国社会科学出版社 1985 年 4 月版。
5. (美) E·查理著、刘伟译：发展中国家宏观经济学，商务印书馆 1990 年 11 月版。
6. (美) G·阿克利著、陈彪如译：宏观经济理论，上海译文出版社 1981 年 8 月版。
7. (美) G·哈伯勒著、朱应庚等译：繁荣与萧条，商务印书馆 1963 年 7 月版。
8. (英) H·G·琼斯著、郭家麟等译：现代经济增长理论导引，商务印书馆 1994 年 1 月版。
9. (美) J·E·卢卡斯著、朱善利等译：经济周期理论研究，商务印书馆 2000 年 7 月版。
10. (英) J·E·米德著、欧晓理、罗青译：明智的激进派经济政策指南—混合经济，上海三联出版社 1989 年 7 月版。
11. (美) J·E·斯蒂格利茨著、姚开建等译：经济学，中国人民大学出版社 1997 年 6 月版。
12. (美) J·M·布坎南著、吴良健等译：自由、市场和国家，北京经济学院出版社 1988 年版。
13. (英) 《经济学家》主编、冯金华等译：现代经济学的最新发展，经济科学出版社 1987 年 5 月版。
14. (英) J·M·凯恩斯著、徐毓枬译：就业、利息和货币通论，商务印书馆 1999 年版。
15. (法) J·P·贝纳西著、刘成生等译：宏观经济学—非瓦尔拉斯分析方法导论，上海三联书店、上海人民出版社 1994 年 11 月版。
16. (美) J·T·柯廷顿等著、林谦译：开放经济中的非均衡宏观经济学，上海译文出版社 1997 年 1 月版。
17. (英) K·卡什伯特勋著、王德中等译：关于宏观经济政策的争论，中国经济出版社 1988 年 10 月版。
18. (英) M·布劳格著、黎明星等译：经济学方法论，商务印书馆 1992 年版。
19. (美) M·弗里德曼等著、高榕译：弗里德曼的货币理论结构，中国财政经济出版社 1989 年 6 月版。
20. (美) 曼昆著、梁小民译：经济学原理，中国人民大学出版社 2000 年版。
21. (澳) M·卡特、R·麦道克著、杨鲁军 虞虹译：理性预期：八十年代的宏观经济学，上海译文出版社 1988 年 12 月版。
22. (美) O·J·布兰查德、S·费歇尔著、刘树成译：宏观经济学（高级教程），经济科学出版社 1992 年 3 月版。
23. (美) P·C·罗伯茨著、杨鲁军 虞虹 李捷理译：供应学派革命，上海译文出版社 1987 年 2 月版。
24. (美) P·萨、缪尔逊、W·诺德豪斯著、萧琛等译：经济学，第十六版，华夏出版社 1999 年 8 月版。
25. (美) R·多恩布什、S·费希尔著、冯晴等译：宏观经济学，中国人民大学出版社 1997 年 10 月版。
26. (美) R·多恩布什等著、章晟曼译：开放经济—发展中国家政策制定的工具，中滚财政

经济出版社 1990 年 8 月版。

27. (美) R·E·霍尔 约翰·B·泰勒著、陈勇民等译：宏观经济学，中国经济出版社 1992 年 1 月版。

28. (美) R·M·索罗著、任俊山等译：增长论，经济科学出版社 1988 年 4 月版。

29. 丁冰主编：现代西方经济学说，中国经济出版社 1995 年 12 月版。

30. 冯金华著：新凯恩斯主义经济学，武汉大学出版社 1997 年 12 月版。

31. 傅殷才主编：新保守主义经济学，中国经济出版社 1994 年 11 月版。

32. 黎诣远著：西方经济学（下册）宏观经济分析，清华大学出版社 1992 年 7 月版。

33. 黄亚钧、袁志刚著：宏观经济学，高等教育出版社 2000 年版。

34. 王健著：新凯恩斯主义经济学，经济科学出版社 1997 年 2 月版。

35. 外国经济学说研究会编：现代国外经济学论文选第五辑、第七辑、第十五辑。商务印书馆 1983 年 10 月版、1984 年 2 月版、1992 年 7 月版。

《宏观经济学（英文）》教学大纲

李 泳 编写

目 录

前 言	520
一、课程简介与课程性质	520
二、课程教学目标	520
三、课程教学内容及学时分配	520
CHAPTER ONE The Science of Macroeconomics	521
复习与思考题	522
拓展阅读书目	523
CHAPTER TWO National Income: Where It Comes From and Where It Goes	524
复习与思考题	525
拓展阅读书目	527
CHAPTER THREE Money and Inflation	528
复习与思考题	529
拓展阅读书目	530
CHAPTER FOUR The Open Economy	531
复习与思考题	531
拓展阅读书目	533
CHAPTER FIVE Unemployment	534
复习与思考题	534
拓展阅读书目	535
CHAPTER SIX Economic Growth I	536
复习与思考题	537
拓展阅读书目	537
CHAPTER SEVEN Introduction to Economic Fluctuations	538
复习与思考题	538
拓展阅读书目	539
CHAPTER EIGHT Aggregate Demand	540
复习与思考题	540
拓展阅读书目	541
CHAPTER NINE Aggregate Demand in the Open Economy	542
复习与思考题	542
拓展阅读书目	543
CHAPTER TEN Aggregate Supply	544
复习与思考题	544
拓展阅读书目	545
CHAPTER ELEVEEN Stabilization Policy	546
复习与思考题	546
拓展阅读书目	547
CHAPTER TWELTEEN Government Debt	548

复习与思考题	548
拓展阅读书目	549
CHAPTER THIRTEEN Consumption	550
复习与思考题	550
拓展阅读书目	551
CHAPTER FOURTEEN Investment	552
复习与思考题	552
拓展阅读书目	553
CHAPTER FIFTEEN Money Supply and Money Demand	554
复习与思考题	554
拓展阅读书目	555
CHAPTER SIXTEEN Advances in Business Cycle Theory	557
复习与思考题	557
拓展阅读书目	557

前 言

课程中文名称：宏观经济学

课程英文名称：Macroeconomics

课程号：

学时数： 54

学分数： 3

制定（修订）单位： 商学院 国际经济研究所

制定（修订）人： 李泳

审核人：

制定（修订）时间： 2007 年 3 月

一、课程简介与课程性质

“宏观经济学”课程是财经类专科起点的本科开放教育金融、财会、工商管理等专业必修的基础理论课。其培养目标为：培养社会主义经济建设需要的，德、智、体全面发展的，适应我国社会主义市场经济体制改革和金融、会计、管理发展需要的，从事金融理论研究、会计理论研究和理论管理理论的研究人员和从事金融、会计和管理岗位上的技术人员和管理人员。本课程采用英语授课，在完成宏观理论知识传授的同时，着重于培养学生在各种专业学习及科研活动中英语语言的应用能力，运用英语进行学术研究的沟通能力，信息获取、整合及应用能力。

二、课程教学目标

1. 通过教学和学习，使学生对宏观经济理论中的基本原理、基本知识以及这些理论、知识在经济发展中的运行机制和方法、调控的手段等有较全面的认识和理解。
2. 通过教学和学习，使学生学会观察和分析经济运行中所需的环境、条件及可能出现的问题的正确方法，培养学生辨析经济理论和解决经济发展中实际问题的能力。
3. 注意培养学生树立正确的经济意识和全新的经济理念，在教学和学习过程中，即要注重对经济理论的传递与积累，更要注重利用这些经济理论分析我国经济发展的现状，作到运用理论分析现实经济的运行，以现实经济发展的实际丰富经济理论。

三、课程教学内容及学时分配

CHAPTER ONE The Science of Macroeconomics

教学目的与基本要求：The objective of this chapter is to teach the students the basic knowledge of the modules mirroring the sequencing of the text, macroeconomics. Understanding what should be dealt with in the six parts and a total of nineteen chapters with a module written for each chapter, knowing the key concepts.

学时分配：3

1. Economics

What is economics about? Many people relate it to anything having to do with money and how to make as much of it as possible. Others claim that it deals with making choices and facing trade-offs. Still others associate it with government fiscal and monetary policies and how they can best help a country's economic health.

2. The Role of Government

The role of the government in this country as well as many other industrialized countries has increased considerably particularly since the Great Depression of the 1930s.

3. The Production Possibilities Curve

A production possibilities curve represents outcome or production combinations that can be produced with a given amount of resources.

4. Economic Growth

If an economy is operating at a point on the production possibilities curve, it means, by definition, that all resources are used and they are utilized as efficiently as possible. It is, in other words, the maximum that can be produced with the existing resources and technology. It follows then that output cannot increase if resources and technology remain constant. When economists discuss the concept "scarcity," they refer to the economic reality that resources are limited and that at any given point in time, output is limited. The production of one particular good or a category of goods (consumer goods) can increase, but only at the expense (opportunity cost) of decreasing production of another good or category of goods.

5. Reasons for Economic Growth

Advances in technology occur because of inventions and improvements in producing goods and services. Inventions and improvements take place when entrepreneurs have incentives to produce more efficiently and lower their costs. When lower costs lead to higher profits and greater rewards, entrepreneurs are motivated to continue to improve the production process. Countries which allow entrepreneurs to keep all or most of these rewards (by limiting taxation and government involvement) have been shown to experience greater rates of technological growth.

6. Nominal and real values

When we refer to nominal values, such as nominal prices, earnings, wages or nominal interest rates, we refer to the dollar value of the prices, earnings, wages, or the numerical value of the interest rates. Real values are always values in comparison, or relative, to other related economic variables.

7. Positive and normative economic statements

Positive economic statements are facts or relationships which can be proven or disproven. A normative economic statement is someone's opinion or value judgment about an economic issue.

8. The fallacy of composition

A common error in the thinking of economists, politicians or even “normal” people, is that if something happens to one person or a group of people, the same will happen to society at large.

9. Cause and effect

It is tempting to conclude that if one event occurs after another, that the first occurring event caused the second event.

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or F The best definition of economics is: the study of government fiscal and monetary policy.
2. T or F The United States economy is currently a pure capitalist or a so-called laissez-faire economy.
3. T or F Karl Marx and John Maynard Keynes were economists who advocated against the existence of a free market economy in which economic decisions are made solely by households and businesses.
4. T or F A production possibilities curve represents combinations of output among which people are indifferent.
5. T or F A point on the production possibilities curve illustrates an economic production combination of maximum efficiency or at a macro economic level, full employment.
6. T or F Economic growth is caused by an increase in a country's macro economic demand.
7. T or F The production possibilities curve shifts out as a result of advances in technology and increases in the country's capital stock.
8. T or F Given a fixed stock of resources and technology, additional capital goods can be produced by producing fewer consumption goods.
9. T or F Advances in technology are common occurrences in our country because of our governments industrial policy and our advanced system of social welfare.
10. T or F If prices increase by 25 percent from one period to another, and nominal wages have gone up by 20 percent, then real wages have risen.
11. T or F The following is an example of a positive economic statement: “If the Fed increases the money supply, the country's price level rises.”
12. T or F The following is an example of a positive economic statement: “The Fed's increase in the money supply is desirable to allow consumers to purchase additional goods and services each year.”
13. T or F It is beneficial for one farmer to be more productive and be able to supply more to the market. Therefore it is beneficial for all farmers to do so.
14. T or F An increase in demand for one category of products will inevitably lead to an increase in demand for all other categories of products in our economy.
15. T or F If one event follows another, the other must have caused the one.
16. T or F Government spending in industrialized countries has increased dramatically during the past sixty years. The standard of living in these countries has also gone up. We can conclude, therefore that the increased government involvement has contributed to our higher standard of living.

拓展阅读书目

- 1) Fujita, Masahisa; Krugman, Paul and Venables, Anthony (1999) *The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade*, MIT Press: Cambridge, MA.
- 2) Markusen, James; Melvin, James; Kaempfer, William and Maskus, Keith (1995) *International Trade: Theory and Evidence*, McGraw-Hill.
- 3) Leamer, Edward E. and Levinsohn, James (1995) "International Trade Theory: The Evidence". In: Grossmann, G. and Rogoff, K. (eds.) *Handbook of International Economics*, vol. 3, Elsevier, New York.

CHAPTER TWO National Income: Where It Comes From and Where It Goes

教学目的与基本要求:

We begin with firms and see what determines their level of production (and thus, the level of national income). Then, we examine how the markets for the factors of production distribute this income to households. Next, we consider how much of this income households consume and how much they save. We will also discuss the demand arising from investment and government purchases. Finally, we discuss how the demand and supply for goods and services are brought into balance.

学时分配: 3

1. An economy's output of goods and services (GDP) depends on:

(1) quantity of inputs

(2) ability to turn inputs into output

2. The factors of production are the inputs used to produce goods and services. The two most important factors of production are capital and labor. In this module, we will take these factors as given (hence the overbar depicting that these values are fixed).

K (capital) = $\bar{K}$

L (labor) = $\bar{L}$

3. The marginal product of labor (MPL) is the extra amount of output the firm gets from one extra unit of labor, holding the amount of capital fixed and is expressed using the production function:

$MPL = F(K, L + 1) - F(K, L)$.

Most production functions have the property of diminishing marginal product: holding the amount of capital fixed, the marginal product of labor decreases as the amount of labor increases.

4. The income that remains after the firms have paid the factors of production is the economic profit of the owners of the firms. Real economic profit is: $\text{Economic Profit} = Y - (MPL \times L) - (MPK \times K)$ or to rearrange: $Y = (MPL \times L) - (MPK \times K) + \text{Economic Profit}$.

5. The marginal propensity to consume (MPC) is the amount by which consumption changes when disposable income ($Y-T$) increases by one dollar. To understand the MPC consider a shopping scenario. A person who loves to shop probably has a large MPC, let's say (.99). This means that for every *extra* dollar he or she earns after tax deductions, he or she spends \$.99 of it. The MPC measures the sensitivity of the change in one variable (C) with respect to a change in the other variable ($Y-T$).

6. Concepts: Factors of production / Production function / Constant returns to scale / Factor prices

Competition / Marginal product of labor (MPL) / Diminishing marginal product / Real wage / Marginal product of capital (MPK) / Real rental price of capital / Economic profit vs. accounting profit / Disposable income / Consumption function / Marginal propensity to consume / Nominal interest rate / Real interest rate / National saving (saving) / Private saving / Public saving / Loanable funds / Crowding out

复习与思考题

Suppose that in the far-off land of Drunkmenistan, the sole product is Vodka. In the year 2000, which we call the *Base Year* for calculating real Gross Domestic Product (GDP), Drunkmenistan produces 1.0 billion liters of Vodka, at a price of \$1.00 per liter. In 2001, Drunkmenistan produces 1.2 billion liters of vodka, at a price of \$1.10 per liter.

GDP in current dollars, or nominal GDP, is equal to the total value of goods and services sold. In the case of Drunkmenistan, in 2000 the total sales of Vodka were 1.0 billion times \$1.00, or \$1 billion. In 2001, total sales were 1.2 billion times \$1.10, or \$1.32 billion.

GDP in constant dollars, or real GDP, is equal to current dollar GDP times the Base Year price level, divided by the current year price level. In the Base Year, the current year price level equals the Base Year price level, so *in the Base Year real GDP in constant dollars is always equal to current dollar GDP*. However, in 2001 in Drunkmenistan, constant-dollar GDP is \$1.32 billion times \$1.00/\$1.10, or \$1.2 billion.

To summarize, we have

<u>Year</u>	<u>Liters of Vodka</u>	<u>Price per Liter</u>	<u>Nominal GDP</u>	<u>Real GDP</u>
2000	1.0 billion	\$1.00	\$1.00 bill	\$1.0 bill
2001	1.2 billion	\$1.10	\$1.32 bill	\$1.2 bill

Note that real GDP follows a pattern similar to the liters of Vodka. Real GDP is supposed to mirror the physical quantities of goods and services, adjusted for price changes. In fact, we do not need the physical production information to compute real GDP. It is sufficient to know nominal GDP and the price change from the base year to the current year.

Next, consider a country that produces two products: bacon and eggs. Suppose that we are given the following data:

<u>Year</u>	<u>Price of Eggs</u>	<u>Price of Bacon</u>	<u>Egg Sales</u>	<u>Bacon Sales</u>
2000	\$0.40	\$1.00	\$10 bill	\$30 bill
2001	\$0.50	\$1.20	\$12 bill	\$42 bill

To calculate nominal GDP, we add egg sales and bacon sales. To calculate real GDP, we calculate real egg sales and real bacon sales, and then add them up. Real egg sales are equal to egg sales times the ratio of the price of eggs in the base year to the price of eggs in the current year. Real bacon sales are equal to bacon sales times the ratio of the price of bacon in the base year to the price of bacon in the current year. For example, for 2001, real egg sales = \$12 billion times $\$0.40/\$0.50 = \$9.60$ billion. Overall, the results are:

<u>Year</u>	<u>Real Egg Sales</u>	<u>Real Bacon Sales</u>	<u>Nominal GDP</u>	<u>Real GDP</u>
2000	\$10 bill	\$30 bill	\$40 bill	\$40.0 bill
2001	\$9.6 bill	\$35 bill	\$54 bill	\$44.6 bill

The price of eggs and the price of bacon went up by different amounts from the base year to the current year. How much did prices go up in the economy on average? One measure of average prices is the implicit GDP deflator. It is simply the ratio of nominal GDP to real GDP, which in this case is 1.0 in 2000 (why is the implicit deflator always equal to 1.0 in the Base Year?). In 2001, the ratio is $\$54.0/\$44.6$, or 1.21, which is the value of the implicit GDP deflator in 2001.

We can compute an implicit deflator for each product in the economy. For example, the implicit

deflator for eggs in 2001 would be nominal egg sales divided by real egg sales, or $\$12/\$9.6 = 1.25$, which says that the price of eggs is 25 percent higher than in the base year.

Total real GDP in the bacon-and-eggs economy is the sum of real egg sales plus real bacon sales. Total nominal GDP is the sum of nominal egg sales plus real bacon sales. However, the implicit deflator for GDP is *not* the sum of the deflator for eggs plus the deflator for bacon. Instead, the overall implicit deflator is a weighted average of the two deflators.

In each exercise below, fill in the blanks in the tables. Remember that in the base year, real GDP is always equal to nominal GDP. Real GDP in the current year is nominal GDP times the ratio of the price in the base year to the price in the current year.

1. The economy produces only wheat.

Year	Price of Wheat	Nominal GDP	Real GDP
Base Year	\$0.20 per bushel	\$46 billion	
Next Year	\$0.25 per bushel	\$55 billion	

2. The economy produces only hamburgers

Year	Price per Hamburger	Nominal GDP	Real GDP
Base Year	\$2.50	\$1 million	
Next Year		\$1.25 million	\$1.2 million

3. The economy produces only Yoga classes

Year	Price per Class	Nominal GDP	Real GDP
Base Year		\$40 million	
Next Year	\$55.00	\$44 million	\$40 million

4. The economy produces only ice cream.

Year	Price per gallon	Nominal GDP	Real GDP
Base Year		\$20 million	
Next Year	\$3.00	\$30 million	\$18 million

In the following problems, 2000 is the base year.

5. The economy produces hamburgers and hot dogs. Remember that the value of real sales of a good in the current year equals its nominal sales times the ratio of its price in the base year to its price in the current year. Total real GDP is the sum of real sales of hamburgers plus real sales of hot dogs.

Year	Price of hamburgers	Price of hot dogs	Sales of hamburgers	Sales of hot dogs	Nominal GDP	Real GDP	Implicit Deflator

2000	\$2.00	\$2.50	\$8 bill	\$11 bill			

2001	\$3.00	\$3.00	\$11 bill	\$14 bill			

6. The economy produces chewing gum and earrings.

Year	Price of gum	Price of earrings	Sales of gum	Sales of earrings	Nominal GDP	Real GDP	Implicit Deflator

2000	\$1.00	\$40.00	\$1.5 mill	\$50 mill			

2001	\$1.04	\$43.00	\$53.1 mill	\$56.3 mill			

7. The economy produces t-shirts and bracelets.

Year	Price of <u>shirts</u>	Price of <u>bracelets</u>	Sales of <u>shirts</u>	Sales of <u>bracelets</u>	Nominal GDP	Real GDP	Implicit Deflator
2000		\$19.00	\$20 bill	\$65 bill			
2001	\$15.00	\$20.00	\$30 bill	\$40 bill			

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, Macroeconomics, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher Macroeconomics (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company.1990.
3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. Lectures on Macroeconomics Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, Macroeconomics Demystified, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, Macroeconomics (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER THREE Money and Inflation

教学目的与基本要求: This lesson deals with Functions of Money related knowledge including various of world trade and different kinds of trade barriers, as well as major types of invisible trades.

学时分配: 3

1. The money supply is the quantity of money available in an economy. The control over the money supply is called Monetary Policy. In the United States, monetary policy is conducted in a partially independent institution called the Federal Reserve, or the Fed.

2. A money demand function is an equation that shows what determines the quantity of real money balances people wish to hold. Here is a simple money demand function:

$$(M/P)_d = k Y$$

3. Three building blocks that determine the economy's overall level of prices:

1) The factors of production and the production function determine the level of output Y.

2) The money supply determines the nominal value of output, PY.

This follows from the quantity equation and the assumption that the velocity of money is fixed.

3) The price level P is then the ratio of the nominal value of output, PY, to the level of output Y.

4. The Federal Reserve controls the money supply in three ways.

1) Open Market Operations (buying and selling U.S. Treasury bonds).

2) Reserve requirements (never really used).

3) Discount rate which member banks (not meeting the reserve requirements) pay to borrow from the Fed.

5. The quantity equation can be viewed as a definition: it defines velocity V as the ratio of nominal GDP, PY, to the quantity of money M. But, if we make the assumption that the velocity of money is constant, then the quantity equation $MV=PY$ becomes a useful theory of the effects of money.

6. The nominal interest rate and the rate of inflation $r = i - \pi$ 7. The quantity theory ($MV = PY$) is based on a simple money demand function: it assumes that the demand for real money balances is proportional to income. But, we need another determinant of the quantity of money demanded— the nominal interest rate.

Unanticipated inflation is unfavorable because it arbitrarily redistributes wealth among individuals.

9. Hyperinflation is defined as inflation that exceeds 50 percent per month, which is just over 1% a day.

Costs such as shoe-leather and menu costs are much worse with hyperinflation— and tax systems are grossly distorted. Eventually, when costs become too great with hyperinflation, the money loses its role as store of value, unit of account and medium of exchange. Bartering or using commodity money becomes prevalent.

10. Key concepts

Inflation / Hyperinflation / Money / Store of value / Unit of account / Medium of exchange / Fiat money

Commodity money / Gold Standard / Money supply / Monetary policy / Central Bank / Federal Reserve / Open-market operations / Currency / Demand deposits / Quantity equation / Transactions velocity

of money / Income velocity of money / Real money balances / Money demand function / Quantity theory of money / Seigniorage / Nominal and real interest rates / Fisher equation / Fisher effect / Ex ante and ex post real interest rates / Shoeleather costs / Menu costs / Real and nominal / variables / Classical dichotomy / Monetary neutrality

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or F The unweighted average of a 20 percent rise and a 10 percent rise is a 15 percent rise.
2. T or F If ten televisions increase in price by 20 percent and two computers rise in price by 10 percent, then the weighted average of the rise in prices is 12 percent.
3. T or F The formula for the price level, as defined by the GDP deflator is:

$$P = (D_c/S_c) \times 100.$$
4. T or F Applying the formula for the price level, if the level of aggregate spending in our economy is \$200, and the total volume of goods produced is 5 units, then the price level is \$40 per unit.
5. T or F If the Federal Reserve increases the money supply to \$300 and the volume of goods produced remains the same as in the previous problem, then the price level increases to \$50 per unit.
6. T or F If the Federal Reserve keeps the money supply constant (invariable) relative to problem 4 (i.e., aggregate spending remains at \$200) and the volume of goods produced increases to 10 units, then the price level decreases to \$20 per unit.
7. T or F Economic activity can be stimulated by the Federal Reserve through increases in the money supply.
8. T or F An increase in the quantity of money (money supply) translates into an increase in the price level (inflation) and harms production.
9. T or F Disadvantages of inflation include malinvestments, a drop in long term interest rates, public illusions that certain government programs are free, an increase in taxes, a higher savings rate and a decline in exports.
10. T or F Considering how much our volume of goods produced has increased during the past several decades, the price level should have fallen drastically over this time. The reason why it has not is because of significant increases in the quantity of money.
11. T or F Most economists and politicians associate falling prices with adverse economic situations, because deflation often accompanies depressions. However, falling prices can be a sign of economic health.
12. T or F Real spending is determined by purchasing power, not the nominal volume of money available in society. Purchasing power in turn is determined by the productive efforts of entrepreneurs and laborers.
13. T or F Productivity is stimulated by encouraging maximum rewards and the protection of these rewards, i.e., the property gained from production.
14. T or F An invariable money supply results in a loss of people's property, because it leads to a devaluation of the money in circulation.
15. T or F A gold standard is helpful to keep prices relatively constant because it forces our

money supply to remain relatively stable.

拓展阅读书目

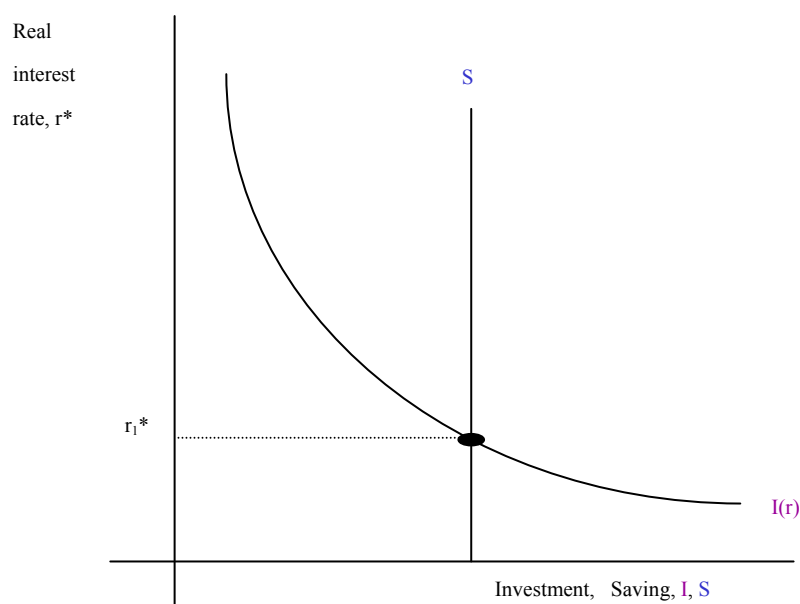
1. Gregory Mankiw, Macroeconomics, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher Macroeconomics (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.
3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. Lectures on Macroeconomics Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, Macroeconomics Demystified, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, Macroeconomics (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER FOUR The Open Economy

教学目的与基本要求: This lesson dwells on the general feature of an international payment and discusses the common instruments of payment that is graphed, as well as some forms of payment focusing on documentary collection.

学时分配: 3

1. A fiscal expansion in a foreign economy large enough to influence world saving and investment raises the world interest rate



2. The foreign exchange market is a global market in which banks are connected through high-tech telecommunications systems in order to purchase currencies for their customers.

3. The exchange rate between two countries is the price at which residents of those countries trade with each other.

4. The nominal exchange rate is the relative price of the currency of two countries.

The real exchange rate is the relative price of the goods of two countries. That is, the real exchange rate tells us the rate at which we can trade the goods of one country for the goods of another.

5. Purchasing Power Parity suggests that nominal exchange rate movements primarily reflect differences in price levels of nations.

Net exports / Trade balance / Net capital outflow / Trade surplus and trade deficit / Balanced trade

Small open economy / World interest rate / Nominal exchange rate / Real exchange rate /

Purchasing-power parity

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple

Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or F If the value of the Mexican peso declines relative to the United States dollar, then *ceteris paribus*, Mexican goods purchased by U.S. importers become more expensive.

2. T or F A French bottle of wine is priced at 100 French francs. If a U.S. dollar currently exchanges for 5 French francs, then the U.S. importer, assuming, for simplicity, that no import taxes are levied, will pay 20 dollars for the bottle of wine.

3. T or F If the value of the U.S. dollar increases to 6 francs per dollar, then the price of the bottle of wine to the U.S. importer will increase.

4. T or F Foreign currency exchange rates are set each month by the foreign country's central bank.

5. T or F An increase in the demand for German marks because, for instance, foreign countries are purchasing more German products, leads to an increase in the foreign exchange rate value of the German mark if the rate is allowed to fluctuate.

6. T or F An increase in the supply of U.S. dollars to the world economy will, *ceteris paribus*, raise the exchange value of the dollar relative to other currencies.

7. T or F If a currency A is fixed relative to currency B and the demand for currency A rises, then in order to avoid shortages of currency A, the central banks of associated countries A and B will need to increase their purchases of currency A.

8. T or F If a currency C is fixed relative to currency D, and the supply of currency C rises, then in order to avoid shortages of currency D, the central banks of associated countries C and D will need to increase their purchases of currency C.

9. T or F An official lowering of the value of a fixed rate currency is called a devaluation.

10. T or F The balance of payments is an accounting system used to keep track of the monetary value of a country's international transactions.

11. T or F If a country is running a trade deficit, then its balance of payments is said to be negative.

12. T or F The current account includes the merchandise trade account; the merchandise trade account represents the difference between a country's exports and imports.

13. T or F The other components of the current account are the services account, the investment income account, and the capital account.

14. T or F The capital account includes several accounts dealing with financial assets (stocks, bonds, etc.) real estate and foreign exchange transactions.

15. T or F When a country runs a trade deficit, it is a signal that there is something structurally wrong with that country's economy.

16. T or F Low prices on foreign goods imported into our country are a threat to our domestic economy.

17. T or F Foreign companies should be encouraged to invest in our domestic economy because their capital and business expertise provides greater production and employment opportunities to citizens of this country.

18. T or F Free and unregulated trade, whether domestically or internationally, leads to long term maximum economic growth and optimal economic efficiency.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.
3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER FIVE Unemployment

教学目的与基本要求: have a good command of the knowledge of regional economic integration regional economic integration, such as its types, and every type's development, function and role.

学时分配: 3

1. The natural rate of unemployment. is the rate of unemployment toward which the economy gravitates in the long run.

2. Any policy aimed at lowering the natural rate of unemployment must either reduce the rate of job separation or increase the rate of job finding. Similarly, any policy that affects the rate of job separation or job finding also changes the natural rate of unemployment.

3. Wage rigidity is the failure of wages to adjust until labor supply equals labor demand.

4. The government causes wage rigidity when it prevents wages from falling to equilibrium levels.

5. Efficiency-wage theories hold that high wages make workers more productive. So, though a wage reduction would lower a firm's wage bill, it would also lower worker productivity and the firm's profits.

6. Key Concepts:

Natural rate of unemployment / Frictional unemployment / Sectoral shift / Unemployment insurance

Wage rigidity / Structural unemployment / Insiders versus outsiders / Discouraged workers

复习与思考题

一、Answer the following questions:

1. What is a free trade area? Make a brief account of the most notable free trade area in the world.
2. In what way is a customs union different from a free trade area?
3. What are the characteristics of a common market? Which organization remained a common market for some years in the past?
4. How much do you know about an economic union? Can members of an economic union keep all of their national sovereignty?
5. Make a brief account of the origin and development of the EU.
6. What is the most powerful institution of the EU? What is the executive body of the EU? How does it operate?
7. Explain briefly the five layer organizational structure of Asia-Pacific Economic Cooperation.
8. What are the tenet and objectives of APEC? What is meant by its two wheels?
9. What are the nature and objectives of OPEC?

二、Fill in each of the following blanks with an appropriate word: (Some words are given the first letter or letters.)

The vision of a unified Europe has a long history. The idea has at different times been promoted by philosophers, monarchs, politicians and religious leaders and can be traced _____ at least as far as the Roman Empire. The twentieth century saw this dream sh_____ by the two world wars that ravaged the continent during the first half of the century.

However, WWII served to reaffirm that "antagonistic nationalism" was a potent cause of violent conflict on the continent.

Winston Churchill, in a speech de _____ in Zurich on September 19, 1946, suggested moving forward with a plan to unify Europe _____ a “United States of Europe”. Soon after, in 1949, the Council of Europe was founded to foster political cooperation among the countries of Europe.

The two main actors in the theoretical development of European unification were Altiero Spinelli and Jean Monnet. Spinelli, an Italian federalist, advanced the idea that local, _____, national, and European authorities should “cooperate and complement each other” in a union. Spinelli endorsed the “Federalist Approach” to European unification. Monnet, on the other hand, ad _____ a “Functionalist Approach” which suggested a “gradual transfer of sovereignty” from the national governments to independent European political institutions.

Both these approaches have been effectively combined in the contemporary vision of European integration: That vision is _____ on the conviction that “national and regional authorities need to be matched by independent European institutions with responsibility for those areas in which joint action is more effective than action by individual states. These areas include the s _____ market, monetary policy, environmental protection, foreign and defense policy, and the cre _____ of an area of freedom and justice”.

三、Translate the following passage into Chinese:

Before examining the EU-US economic relationship, a brief look into the foundations and dominant features of this profoundly important, mutually productive partnership will be taken. The United States and the European Union enjoy the world’s largest commercial relationship and are each other’s largest trade and investment partners.

In 2003, two-way trade in goods and services between the EU15 and the US amounted to USD 593. 2 billion.

EU15 investment in the US has likewise grown steadily: by the end of 2003, EU15 direct investment in the US amounted to USD 855. 669 billion, or 62. 1 percent of total foreign direct investment in the US. Similarly, US direct investment in the EU15 amounted to USD 844. 698 billion, or 47. 2 percent of total US FDI. The economic importance of the European market for American investors is enhanced by the maturing Single Market and by the single currency, the euro, which was launched on January 1, 1999 and is shared by 12 of the 25 European Union Member States.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.
3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER SIX Economic Growth I

教学目的与基本要求: get a good understanding about WTO and its objectives, and why China should gain accession to the WTO.

学时分配: 3

1. The Solow Growth Model is designed to show how growth in the capital stock, growth in the labor force, and advances in technology interact in an economy, and how they affect a nation's total output of

goods and services.

2. The production function represents the transformation of inputs (labor (L), capital (K), production technology) into outputs (final goods and services for a certain time period). $Y = F(K, L)$

3. The marginal product of capital:

$$MPK = f(k+1) - f(k)$$

4. The saving rate s determines the allocation of output between consumption and investment. For any level of k , output is $f(k)$, investment is $s f(k)$, and consumption is $f(k) - s f(k)$.

5. The Golden Rule Level of Capital

Keep in mind that the economy does not automatically gravitate toward the Golden Rule steady state. If we want a particular steady-state capital stock, such as the Golden Rule, we need a particular saving rate to support it.

6. Like depreciation, population growth is one reason why the capital stock per worker shrinks.

7. For the economy to be in a steady state investment $s f(k)$ must offset the effects of depreciation and population growth $(\delta + n)k$. This is shown by the intersection of the two curves. An increase in the saving rate causes the capital stock to grow to a new steady state.

8. Final point on saving:

- In the long run, an economy's saving determines the size of k and thus y .
- The higher the rate of saving, the higher the stock of capital and the higher the level of y .
- An increase in the rate of saving causes a period of rapid growth, but eventually that growth slows as the new steady state is reached.

9. Key Concepts:

Solow growth model / Steady state / Golden rule level of capital / Efficiency of labor / Labor-augmenting technological progress / Endogenous growth theory

Year	Population	Nominal GDP	Price index	Real GDP	Real GDP Per Capita
1980	120 million	\$1. 23 trillion	0.94	?	?
1985	125 million	\$1. 81 trillion	1. 16	?	?
1990	132 million	\$2. 22 trillion	1. 33	?	?
1995	139 million	\$2. 80 trillion	1. 45	?	?

复习与思考题

Here is data on population, nominal GDP, and the price index for a hypothetical country in various years. Fill in the missing values from the table.

1. What was the average annual growth rate in nominal GDP between 1985 and 1995?
2. What was the average annual growth rate in real GDP between 1980 and 1990?
3. What was the average annual growth rate in real GDP per capita between 1990 and 1995?
4. Which period had the fastest average annual inflation rate?
5. From 1980 to 1985, which was growing faster--real GDP or population?
6. If real GDP per capita were higher in 1983 than in 1985, then which grew faster between 1983 and 1985--real GDP or population?
7. Inflation is defined as the average growth rate of the price index. From 1990-1995, which was growing faster--nominal GDP or inflation?
8. Suppose that from 1990 to 1993 inflation grew faster than nominal GDP. What would happen to real GDP?
9. India's per capita GDP is \$2000, and the per capita GDP in the U.S. is \$27,000. Suppose that from now on, India's per capita GDP grows at a 5 percent annual rate, and in the United States per capita GDP grows at a 1. 5 percent annual rate. Which economy will have a higher GDP per capita in 20 years? in 50 years? in 100 years?

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company.1990.
3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER SEVEN Introduction to Economic Fluctuations

教学目的与基本要求: grasp the reason of economic globalization, multinational enterprise's formation, distinctive characteristics of their organization and way of operation.

学时分配: 3

1. Short-run fluctuations in output and employment are called the business cycle.
2. In the long run, prices are flexible and can respond to changes in supply or demand. In the short run, many prices are “sticky” at some predetermined level.
3. Aggregate demand (AD) is the relationship between the quantity of output demanded and the aggregate price level. It tells us the quantity of goods and services people want to buy at any given level of prices.
4. Aggregate supply (AS) is the relationship between the quantity of goods and services supplied and the price level.
5. A goal of the aggregate demand/aggregate supply model is to help explain how shocks cause economic fluctuations. Economists use the term stabilization policy to refer to the policy actions taken to reduce the severity of short-run economic fluctuations. Stabilization policy seeks to dampen the business cycle by keeping output and employment as close to their natural rate as possible.
6. Key Concepts:
Aggregate demand / Aggregate supply / Shocks / Demand shocks / Supply shocks / Stabilization policy

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or F Business Fluctuations are recurring ups and downs in stock market prices as measured by the Dow Jones Industrial Average.
2. T or F Recessions are usually accompanied by rising unemployment, decreasing real incomes, and increasing inflation.
3. T or F An average expansion lasts about four years, while an average recession lasts approximately three years.
4. T or F John Maynard Keynes blamed overproduction and underconsumption for the occurrence of recessions and depressions.
5. T or F Classical, neo-classical and Austrian school economists, such as George Reisman, claim that the Federal Reserve's reluctance to pump more money into the economy when needed, causes recessions and depressions.
6. T or F According to Keynesian theory, a fast growing economy leads to inflation.
7. T or F Classical economists believe that economic problems correct themselves in the long run and correct more quickly with minimal government involvement.
8. T or F Keynesian economists argue that increases in demand, artificially stimulated by

government spending or increases in the money supply, will raise output and lower unemployment in the long run.

9. T or F Classical economists claim that real increases in aggregate demand can only be caused by increases in productivity and production, i.e. aggregate supply must increase first, then aggregate quantity demanded will follow.

10. T or F According to this workbook, the Great Depression of the 1930s was primarily caused by over expansive Federal monetary policy during the 1920s and increasing government involvement in the economy in the areas of anti-trust legislation and labor union laws.

11. T or F Unemployment rates as reported by the government to newspapers and journals, is measured by the number of people on unemployment compensation.

12. T or F A person who does not currently hold a job and wishes to obtain one, but has given up looking because of the bleak economic forecast, is counted in the official unemployment rate as unemployed.

13. T or F A person who holds a twenty-hour per week part-time job is counted in the unemployment statistics as half unemployed.

14. T or F Horse and buggy makers during the 1920s faced increasing unemployment because of the advent of the automobile. This is an example of structural unemployment.

15. T or F Automobile workers laid off temporarily because of a short term dip in the demand for their product, are considered frictionally unemployed during the time of their lay-off.

16. T or F Most government economists define full employment as an unemployment rate of around 5 percent. This unemployment is due to frictional and structural unemployment, which are considered unavoidable.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.

2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.

5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER EIGHT Aggregate Demand

教学目的与基本要求：This lesson dwells on the contractual obligations, types of business negotiations, the items for a formal agreements, and The stipulations on the back of the contract.

学时分配：3

1. The Great Depression caused many economists to question the validity of classical economic theory (from Chapters 3-6). They believed they needed a new model to explain such a pervasive economic downturn and to suggest that government policies might ease some of the economic hardship that society was experiencing.

2. The model of aggregate demand (AD) can be split into two parts:

IS model of the 'goods market' and the LM model of the 'money market'

The IS curve (which stands for investment saving) plots the relationship between the interest rate and the level of income that arises in the market for goods and services.

The LM curve (which stands for liquidity and money) plots the relationship between the interest rate and the level of income that arises in the money market.

3. The multiplier process helps explain fluctuations in the demand for output.

The government-purchases multiplier is:

$$Y/G = 1 + MPC + MPC^2 + MPC^3 + \dots$$

$$Y/G = 1 / 1 - MPC$$

The tax multiplier is:

$Y/T = -MPC / (1 - MPC)$ The IS curve shows the combinations of the interest rate and the level of income that are consistent with equilibrium in the market for goods and services. The IS curve is drawn for a given fiscal policy. Changes in fiscal policy that raise the demand for goods and services shift the IS curve to the right. Changes in fiscal policy that reduce the demand for goods and services shift the IS curve to the left.

The intersection of the IS curve/equation, $Y = C(Y-T) + I(r) + G$ and the LM curve/equation $M/P = L(r, Y)$ determines the level of aggregate demand.

The intersection of the IS and LM curves represents simultaneous equilibrium in the market for goods and services and in the market for real money balances for given values of government spending, taxes, the money supply, and the price level.

IS-LM Model / IS Curve / LM Curve / Keynesian cross / Government-purchases multiplier / Tax multiplier / Theory of liquidity preference / Monetary transmission mechanism / Pigou Effect / Debt-deflation theory

复习与思考题

1. Use supply and demand curves to illustrate the statement "Talk is cheap because supply exceeds demand." At what price is this comparison being made?

2. In 1973, the U. S. Supreme Court ruled that any woman has a right to an abortion. What effect do you think this ruling had on the price and quantity of abortions? Use a diagram to illustrate your answer. [Note: before the ruling, "black market" abortions were available in some places.]

3. The market demand and supply curves are:

$$Q_d = 30 - 4p \text{ (demand curve)}$$

$$Q_s = 10 + 1p \text{ (supply curve)}$$

A. What is the equilibrium?

B. What is the formula for the elasticity of demand at various possible points along this demand curve? What is the elasticity at the equilibrium?

C. What is the formula for the elasticity of supply? What is the elasticity at the equilibrium?

D. What happens if the government sets the price at \$3? At \$4? At \$5?

4. Initially, the government guarantees farmers that it will buy as much rice as they want to sell at a price p^* that is above the market equilibrium price. How does this policy affect this market? Next, the government changes its policy so that it will only buy up to Q^* units of rice per year at p^* . Any additional units of rice must be sold at the market price. How does this new policy change the market outcome?

5. What is the effect of a 10% ad valorem tax on equilibrium price and quantity if the demand curve is (A) vertical, (B) downward sloping, or (C) horizontal? What is the incidence of the tax that falls on consumers?

6. A virus killed more than half the oysters used to produce pearls in the world's busiest undersea factory. Use a diagram to indicate why the price of pearls used in earrings rose 18%. Can you infer anything about the elasticities of demand or supply from this information? According to Lynn Ramsey, president of the Jewelry Information Center in New York, "Price is not an object in this market." What do you think she means by this statement? Is this statement consistent with the evidence? [Dana Canedy, "Mysterious Virus at Source Drives Up the Price of Pearls," *New York Times*, May 24, 1988:A1, A16.]

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.
3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER NINE Aggregate Demand in the Open Economy

教学目的与基本要求: This lesson deals with the counter trade and its variants. The presumed advantages in counter trade.

学时分配: 3

1. The Mundell-Fleming Model

$$IS^*: Y = C(Y-T) + I(r^*) + G + NX(e)$$

$$LM^*: M/P = L(r^*, Y)$$

The Mundell-Fleming model shows that fiscal policy does not influence aggregate income under floating exchange rates. A fiscal expansion causes the currency to appreciate, reducing net exports and offsetting the usual expansionary impact on aggregate demand.

The Mundell –Fleming model shows that monetary policy does not influence aggregate income under fixed exchange rates. Any attempt to expand the money supply is futile, because the money supply

must adjust to ensure that the exchange rate stays at its announced level.

The Mundell-Fleming model shows that the effect of almost any economic policy on a small open economy depends on whether the exchange rate is floating or fixed.

The Mundell-Fleming model shows that the power of monetary and fiscal policy to influence aggregate demand depends on the exchange rate regime.

Mundell-Fleming Model / Floating exchange rates / Fixed exchange rates / Devaluation / Revaluation

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or F If ten thousand consumers purchase tickets at \$8 = whereas, thirteen thousand buy them at \$12, we are observing the law of demand.

2. T or F The law of demand states that if demand increases, then the price of a good or service increases and vice versa.

3. T or F Quantity demanded may increase because an increase in supply lowers the price.

4. T or F When the Demand Curve shifts to the right, we can say that demand has increased and supply has increased as well.

5. Illustrate in a diagram what will happen to the equilibrium price and quantity of computers if buyers' incomes rise.

6. Illustrate in a diagram what will happen to the market price and quantity of automobiles if technology advances lower the manufacturers' cost of production.

7. Illustrate in one diagram what will happen to the market price and quantity of compact disks if: a) the price of digital audiotapes drops, and b) advances in the technology of producing the compact disks lower the cost of making CD's.

8. Explain through supply and demand analysis what would happen to the price of illegal drugs if the

government successfully steps up its efforts to prosecute drug dealers (assume no other changes).

9. at do you expect to happen to the price and quantity (number of households subscribing to cable t.v.) if (illustrate all 3 changes in one diagram):

a. nsumers' incomes rise

b. e price of video rental movies, a substitute product, increases

c. cost of producing cable t.v. program falls.

10. When the price of strawberries decreases (because of an increase in supply) we speak of an increase in _____.; whereas when higher incomes make consumers buy more strawberries, we speak of an increase in _____.

a. antity demanded; demand

b. antity demanded; quantity purchased

c. mand; normal goods

d. mand; quantity demanded

11. me that a generic brand vanilla ice cream is what economists call an inferior good. What would the theory of Demand and supply predict as to how price and quantity will change if: (1) consumer incomes are declining; and simultaneously (2) the government slaps a lump tax on the production of generic ice cream.

a. a(1) price indeterminate; (2) quantity falls

b. (1) price falls; (2) quantity rises

c. (1) price falls; (2) quantity indeterminate

d. (1) price rises; (2) quantity indeterminate

12. T or F Prices of factors of production that are in limited supply (land, labor, raw materials) increase as demand rises, even in the long run.

13. T or F Prices of manufactured goods increase considerably if their demand rises, even in the long run (assume that the cost of production remains constant).

14. T or F Government price controls are economically efficient and lead to long term economic benefits.

15. T or F A free market system allocates goods and services according to the true needs and demands of consumers and businesses.

16. T or F A free market system, i.e. one in which the government exerts minimal control over economic decisions, is unfair, because it leads to inequalities of incomes and wealth.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, Macroeconomics, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.

2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher Macroeconomics (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. Lectures on Macroeconomics Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

4. Swanenberg August, Macroeconomics Demystified, McGraw-Hill Publisher, 2006.

5. Michael Parkin, Macroeconomics (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER TEN Aggregate Supply

教学目的与基本要求: Lessons 11 and 12 are on the most important way of payment in international trade- letter of credit. This lesson focuses on its definition contents, process of operation as well as its advantages and limitations.

学时分配: 3

1. The sticky-wage model shows what a sticky nominal wage implies for aggregate supply. To preview the model, consider what happens to the amount of output produced when the price level rises:

1) When the nominal wage is stuck, a rise in the price level lowers the real wage, making labor cheaper.

2) The lower real wage induces firms to hire more labor.

3) The additional labor hired produces more output.

2. The imperfect-information model assumes that each supplier in the economy produces a single good and consumes many goods.

3. The Phillips-curve equation and the short-run aggregate supply equation represent essentially the same macroeconomic ideas. Both equations show a link between real and nominal variables that causes the classical dichotomy (the theoretical separation of real and nominal variables) to break down in the short run.

$$= -1 \cdot \tilde{\pi}_n +$$

4. In the short run, inflation and unemployment are negatively related. At any point in time, a policymaker who controls aggregate demand can choose a combination of inflation and unemployment on this short-run Phillips curve.

5. Rational expectations make the assumption that people optimally use all the available information about current government policies, to forecast the future. According to this theory, a change in monetary or fiscal policy will change expectations, and an evaluation of any policy change must incorporate this effect on expectations. If people do form their expectations rationally, then inflation may have less inertia than it first appears.

6. Fluctuations in aggregate demand affect output and employment only in the short run. In the long run, the economy returns to the levels of output, employment, and unemployment described by the classical model.

7. Key Concepts:

Sticky-wage model / Imperfect-information model / Sticky-price model / Phillips curve / Adaptive expectations / Demand-pull inflation / Cost-push inflation / Sacrifice ratio / Rational expectations
Natural-rate hypothesis / Hyteresis

复习与思考题

一、Answer the following questions:

1. What constitutes conflicting problems for international trade in respect of payment? Why?
2. What is the unique feature of the letter of credit? How does it offer security to the buyer and the seller?
3. When was the modern letter of credit introduced and when did it have substantial development?

What are the other names of the letter of credit?

4. Explain briefly the following terms: A. applicant; principal; B. opening bank; issuing bank; establishing bank; C. beneficially; D. advising bank; E. confirming bank.

5. Why does the exporter sometimes require a confirmed letter of credit? Who usually adds confirmation to the credit?

6. What are the main contents of a letter of credit? Mention at least 10 items.

7. What are the banks concerned with in credit operations? Does a credit guarantee that the goods invoiced are those purchased?

8. In case of problems with the quality or quantity of the goods, who shall the buyer contact so long as the documents comply with the terms and conditions of the credit?

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.

2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.

5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER ELEVEEN Stabilization Policy

教学目的与基本要求:

This lesson is the continuation of previous one, it dwells on the major types of L/C, including the definitions, features, and applications. The limitations and drawbacks of the letter of credit are also discussed briefly in the last paragraph.

学时分配: 3

1. Economists distinguish between 2 types of lags in the conduct of stabilization policy: the *inside* lag and the outside lag.

2. Automatic stabilizers, are designed to reduce lags associated with stabilization policy. Automatic stabilizers are policies that stimulate or depress the economy when necessary without any deliberate policy change.

3. Lucas Critique: Expectations play a crucial role because they influence all sorts of economic behavior. Both households and firms decide to consume and invest based on expectations of future earnings. These expectations depend on many things, including the policies of the government.

4. Opportunistic policymakers take advantage of an exploitable Phillip's curve and face naïve voters who forget the past, are unaware of the policymakers' incentives, and do not understand how the economy works. In particular, politicians don't take into account the trade-off between inflation and unemployment when their political gain is at stake.

Because a nominal GDP target allows monetary policy to adjust to changes in the velocity of money, most economists believe it would lead to greater stability in output and prices than a monetarist policy rule.

Inside and outside lags / Automatic stabilizers / Leading indicators / Lucas critique / Political business cycle / Time inconsistency / Monetarists

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or F Fiscal policy is the federal government's manipulation of the money supply in order to fine tune changes in the country's inflation rate.

2. T or F Proper fiscal policy is when the government provides an economic climate conducive to production with tight regulations and enforcement of the laws by initiation of force.

3. T or F To enable producers to enjoy the benefits of their labor and thus to provide them the incentive to continue to be productive, the government should prevent the initiation of force and strictly protect property rights.

4. T or F Examples of Keynesian government fiscal policy projects are spending in highways, roads, bridges, and other public works.

5. T or F Automatic stabilizers, according to Keynesian models, are government spending and taxation changes which occur without additional changes in the existing laws.

6. T or F Discretionary spending needs the approval from Congress and the President before it

becomes reality.

7. T or F Total federal government spending per year is around \$800 billion.
8. T or F National defense is the single largest federal government expenditure item.
9. T or F State and local government's single largest expenditure is education spending.
10. T or F Corporate income taxes is the single largest revenue source for state and local governments.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.
3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER TWELTEEN Government Debt

教学目的与基本要求: This lesson is about the major documents used in import and export, including the necessities of correct documentation, and the contents and function of various shipping documents.

学时分配: 3

1. The government debt is an accumulation of all past annual deficits.
2. The government budget deficit equals government spending minus government revenue, which in turn equals the amount of new debt the government needs to issue to finance its operations.
3. Defenders of the traditional view of government debt believe that the prospect of future taxes does not have as large an influence on current consumption as the Ricardian view assumes.
4. There are three reasons why optimal fiscal policy may at times call for a budget deficit or surplus:
 - 1) Stabilization
 - 2) Tax Smoothing
 - 3) Intergenerational redistribution
5. Stabilization: A budget deficit or surplus can help stabilize the economy. A balanced budget rule would revoke the automatic stabilizing powers of the system of taxes and transfers. When the economy goes into a recession, tax receipts fall, and transfers automatically rise. Although these automatic responses help stabilize the economy, they push the budget into deficit. A strict balanced budget rule would require that the government raise taxes or reduce spending in a recession, but these actions would further depress aggregate demand.
6. Tax Smoothing: A budget deficit or surplus can be used to reduce the distortion of incentives caused by the tax system. High tax rates impose a cost on society by discouraging economic activity. Because this disincentive is so costly at particularly high tax rates, the total social cost of taxes is minimized by keeping tax rates relatively stable rather than making them high in some years and low in others. This policy is called tax smoothing.
7. Key Concepts:
Capital budgeting / Cyclically adjusted budget deficit / Ricardian equivalence

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or F The Federal government runs a budget deficit when its revenues (mostly from taxes) exceeds its expenditures.
2. T or F Proponents of an annually balanced budget believe that annual government revenues should equal yearly government expenditures.
3. T or F In a cyclically balanced budget, surpluses from the recession are canceled out against deficits from the expansion.
4. T or F Functional finance advocates tolerate deficits so long as full employment is achieved.
5. T or F The government finances the budget deficit by monetizing the debt (printing money) and

borrowing from the public.

6. T or F Both financing methods mentioned in the previous problem are harmful to the economy because of their inflationary effects.

7. T or F Crowding out occurs when private sector funds are used to fund public sector (government) expenditures.

8. T or F The national debt has decreased since 1980.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, Macroeconomics, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.

2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher Macroeconomics (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. Lectures on Macroeconomics Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

4. Swanenberg August, Macroeconomics Demystified, McGraw-Hill Publisher, 2006.

5. Michael Parkin, Macroeconomics (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER THIRTEEN Consumption

教学目的与基本要求: This lesson gives the definition of transportation and discusses its types, functions and contributions to the society. Three types of carrier ownership and four factors that are changing the transportation industry are also touched upon in this lesson.

学时分配: 3

1. This consumption function exhibits three properties that Keynes conjectured. First, the marginal propensity to consume c is between zero and one. Second, the average propensity to consume falls as income rises. Third, consumption is determined by current income.

2. The consumer's budget constraint implies that if the interest rate is zero, the budget constraint shows that total consumption in the two periods equals total income in the two periods. In the usual case in which the interest rate is greater than zero, future consumption and future income are discounted by a factor of $1 + r$. This discounting arises from the interest earned on savings.

3. The consumer's preferences regarding consumption in the two periods can be represented by indifference curves.

4. Indifference curves represent the consumer's preferences over first- period and second-period consumption.

5. Friedman suggested that we view current income Y as the sum of two components, permanent income Y_P and transitory income Y_T .

6. Robert Hall was first to derive the implications of rational expectations for consumption. He showed that if the permanent-income hypothesis is correct, and if consumers have rational expectations, then changes in consumption over time should be unpredictable.

Marginal propensity to consume / Average propensity to consume / Intertemporal budget constraint
Discounting / Indifference curves / Marginal rate of substitution / Normal good / Income effect
Substitution effect / Borrowing constraint / Life-cycle hypothesis / Precautionary saving
Permanent-income hypothesis / Permanent income / Transitory income / Random walk

复习与思考题

1. Give as many reasons as you can as to why we believe that indifference curves are convex.
2. What happens to a consumer's equilibrium if all prices and income double? [*Hint*: What happens to the intercepts of the budget line?]
3. In Larry's state, a sales tax of 10% is applied to clothing but not to food. Show the effect of this tax on Larry's choice between food and clothing using indifference curves and budget lines.
4. A consumer's utility function is $U = 10X^2Y$. [Thus, $MU_X = 20XY$, $MU_Y = 10X^2$.] The price of X is $p_X = \$10$, the price of Y is $p_Y = \$5$, and his income is $Y = \$150$. What is his optimal consumption bundle? Show in a graph.
5. Derive the demand curve for Coke for a person who views Coke and Pepsi as perfect substitutes.
6. Under a welfare plan, poor people are given a lump-sum payment of $\$L$. If they accept this welfare payment, they must pay half of anything they earn to the government as a tax. If they do not accept the welfare payment, they do not have to pay a tax on their earnings. Show that whether an individual accepts welfare depends on the individual's tastes.

7. Why don't we ever draw an indifference curve with breaks in it (such as a dashed line)?

8. Linda buys pizza slices for \$2 a slice and "all other goods" at a price of \$1 per unit. Her optimal bundle is 10 slices of pizza per week and 30 units of other goods per week. Draw her budget constraint and label it L^* . What is the marginal rate of transformation (MRT) along this budget line? Label her optimal bundle e^* and show the relevant indifference curve. The pizzeria raises its price to \$3 a slice. Her parents give her enough extra money that she can buy her original bundle, e^* . Draw Linda's new budget constraint and label it L . What is the MRT along this budget constraint? Can you tell (qualitatively) how her new bundle, e , compares to the original one, e^* ? Does your (qualitative) comparison depend on the shape of her indifference curves?

9. Describe the budget constraint if a food stamp recipient can sell coupons on the black market for half their face value. Show how much an individual's opportunity set increases if recipients can sell stamps on the black market (compared to their opportunity set if they receive food stamps but cannot resell them).

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.

2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.

5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER FOURTEEN Investment

教学目的与基本要求: In this chapter, we'll explain why investment is negatively related to the interest rate, what causes the investment function to shift and why investment rises during a boom and falls during a recession.

学时分配: 3

1. Three types of investment spending:

• Business fixed investment includes the equipment and structures that businesses buy to use in production. •

• Residential investment includes the new housing that people buy to live in and that landlords buy to rent out. •

• Inventory investment includes those goods that businesses put aside in storage, including materials and supplies, work in progress, and finished goods.

2. neoclassical model of investment: $I = \ln [MPK - (PK/P)(r + \delta)] + K$

The total cost of capital = $i PK - PK + PK$ or

$= PK (i - PK/PK + \delta)$

3. The Nobel-Prize-winning economist James Tobin proposed that firms base their investment decisions on the following ratio, which is now called Tobin's q:

$q = \text{Market Value of Installed Capital} / \text{Replacement Cost of Installed Capital}$

4. Residential Investment:

1) An increase in the interest rate increases the cost of borrowing for home buyers and reduces residential housing investment.

2) An increase in population and tax policies shift the residential housing investment function.

3) In a boom, higher income raises the demand for housing and increases residential investment.

5. Inventory investment, the goods that businesses put aside in storage, is at the same time negligible and of great significance. It is one of the smallest components of spending-- but its volatility makes it critical in the study of economic fluctuations.

6. The accelerator model assumes that firms hold a stock of inventories that is proportional to the firm's level of output. Thus, if N is the economy's stock of inventories and Y is output, then

$N = Y$

7. Key Concepts:

Business fixed investment / Residual investment / Inventory investment / Neoclassical model of investment / Depreciation / Real cost of capital / Net investment / Corporate income tax

Investment tax credit / Stock / Stock market / Tobin's q / Financing constraints / Production smoothing

Inventories as a factor of production / Stock-out avoidance / Work in process / Accelerator model

复习与思考题

Answer the following questions:

1. What is meant by "potential loss" in the second paragraph?

2. Without insurance what kind of uncertainty may be experienced by an individual or an enterprise?

3. “There will be some variation in claim costs from year to year and the premiums include a small margin to build up a reserve upon which the company can draw in bad years.” Paraphrase the above sentence and explain especially the implication of “bad years”.

4. What are the functions of insurance?

5. What is transportation insurance? Why is it so important?

6. Do you think it is necessary to change the term “marine insurance” into “transportation insurance”? Why and why not?

7. Why do businessmen like to pay a premium into an insurance pool even though trade did exist when there was no method of insurance available in the past?

8. Explain the underlined expression in the sentence “he does not want to scoop the pool”.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.

2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. *Lectures on Macroeconomics* Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

4. Swanenberg August, *Macroeconomics Demystified*, McGraw-Hill Publisher, 2006.

5. Michael Parkin, *Macroeconomics* (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER FIFTEEN Money Supply and Money Demand

教学目的与基本要求: In this chapter, we'll see that the money supply is determined not only by the Federal Reserve, but also by the behavior of households (which hold money) and banks (where money is held).

学时分配: 3

1. Fractional-reserve banking, a system under which banks keep only a fraction of their deposits in reserve.

In a system of fractional reserve banking, banks create money.

The process of transferring funds from savers to borrowers is called financial intermediation.

Definitions of the money supply and the monetary base:

$$M=C+D$$

$$B=C+R$$

Solving for M as a function of the 3 exogenous variables:

$$M/B = C/D + 1$$

$$C/D + R/D$$

Making the substitutions for the fractions above, we obtain:

$$cr + 1cr + rr$$

- 1) Open Market Operations (buying and selling U.S. Treasury bonds).
- 2) Reserve Requirements (never really used).
- 3) Discount rate at which member banks (not meeting the reserve requirements) can borrow from the Fed.

Reserves / 100-percent-reserve banking / Balance sheet / Fractional-reserve banking / Financial intermediation / Monetary base / Reserve-deposit ratio / Currency-deposit ratio / Money multiplier

High-powered money / Open-market operations / Reserve requirements / Discount rate

Excess reserves / Portfolio theories / Dominated asset / Transactions theories / Baumol-Tobin model

Near money

复习与思考题

Please circle the correct response or answer in complete English the following short essay questions. In the case of a True/False question also explain why the statement is false if you circled F. Multiple Choice questions may have only one or no more than one answer.

1. T or FA proper form of money, whether it is dollar bills, tobacco leaves, gold coins, cigarettes, or bags of salt, should function as an efficient medium of exchange, store of value, and standard of value.

2. T or FM1, the narrowest measure of the money supply used by the Federal Reserve, contains those forms of money, which are guaranteed to hold their true value.

3. T or FM2 includes all the forms of money in M1 plus various short-term and checkable savings accounts.

4. T or FThe FAC is the governments day-to-day monetary policy decision making committee.

5. T or FThe Federal Reserve Board consists of seven President appointed governors, who are chosen to serve a fourteen year term.

6. T or F The United States Federal Reserve System includes twelve financial districts, each headed by its own central bank.
7. T or F Central banks clear checks, supervise banks, lend funds to troubled banks, buy and sell government bonds, and monitor economic activity in their region.
8. T or F When the Fed buys government bonds in the open market, it decreases the money supply by obtaining funds from the public.
9. T or F When the Fed lowers the reserve requirement, it allows banks to lend more money to their customers and therefore helps to expand the money supply.
10. T or F When the Fed raises the discount rate, it makes it more attractive for banks to borrow money (and lend more money to their customers) and therefore helps to expand the money supply.
11. T or F Mortgage, consumer, and corporate loans are liabilities to a bank.
12. T or F If a bank has \$10,000 in demand deposits, and the reserve requirement is 10 percent, it can maximally lend out \$9,000.
13. T or F If a bank has \$5,000 in demand deposits, and the reserve requirement is 12 percent, it can maximally lend out \$1,200.
14. T or F If a bank has \$10,000 in demand deposits, and the reserve requirement is 10 percent, and additionally the bank has already loaned out \$6,000 then it can maximally still loan out \$2,000.
15. T or F If a bank has \$10,000 in demand deposits, and the reserve requirement is 100 percent, then it can not loan out any of this money.
16. T or F If the Fed injects \$1 billion into the economy and the reserve requirement is 10 percent, then the money supply can expand by \$10 billion.
17. T or F If the Fed injects \$2 billion into the economy and the reserve requirement is 12.5 percent then the money supply can expand by \$25 billion.
18. T or F Velocity represents the average number of times a unit of money supply is spent during a certain period.
19. T or F If Gross Domestic Product is \$8000 billion, and M1 is \$1000 billion, then the velocity of M1 relative to GDP is 8.
20. T or F Velocity increases with decreases in the rate of inflation.
21. T or F Velocity increases with advancements in the technology to transport and transfer money.
22. T or F Velocity increases when people have greater incentives to save as opposed to hoarding the money.
23. T or F A higher velocity always leads to greater economic activity and a healthier economy.
24. T or F The equation of exchange illustrates the direct relationship which exists between the money supply and the price level. This is also called the quantity theory of money.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. Lectures on Macroeconomics Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, Macroeconomics Demystified, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, Macroeconomics (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

CHAPTER SIXTEEN Advances in Business Cycle Theory

教学目的与基本要求：know some basic knowledge about labor market, technology shocks, neutrality of money. The flexibility of wages and prices.

学时分配：3

1. Real business cycle theory

- The interpretation of the labor market: Do fluctuations in employment reflect voluntary changes in the quantity of labor supplied?

- The importance of technology shocks: Does the economy's production function experience large, exogenous shifts in the short run?

- The neutrality of money: Do changes in the money supply have only nominal effects?

- The flexibility of wages and prices: Do wages and prices adjust quickly and completely to balance supply and demand?

2. Some new Keynesian economists suggest that recessions result from a failure of coordination. Coordination problems can arise in the setting of wages and prices because those who set them must anticipate the actions of other wage and price setters.

3. Not everyone in the economy sets new wages and prices at the same time. Instead, the adjustment of wages and prices throughout the economy is staggered. Staggering slows the process of coordination and price adjustment. Staggering makes the overall level of wages and prices adjust gradually, even when individual wages and prices change a lot.

4. Key Concepts:

Real business cycle theory / New Keynesian economics / Intertemporal substitution of labor / Solow residual / Labor hoarding / Menu costs / Aggregate-demand externality

复习与思考题

Answer the following questions:

1. Explain briefly the meaning of the gold standard? What kind of exchange rate system did it create?
2. How much can you tell about the Bretton Woods Conference? What is meant by "adjustable peg?"
3. What is the Special Drawing Right? How was it created?
4. What are the major factors that may influence the exchange rate? Explain briefly.
5. What is meant by clean float and dirty float? What are the common measures taken for intervention in exchange rate?
6. Illustrate the respective advantages and disadvantages of the flexible exchange rate system and the fixed exchange rate system.

拓展阅读书目

1. Gregory Mankiw, *Macroeconomics*, (Fifth Edition), Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers Bedford/St. Martin's, W. H. Freeman & Co., and Worth Publishers.
2. Rudiger Dornbusch, Stanley Fisher *Macroeconomics* (Fifth Edition) McGraw-Hill Publishing Company. 1990.

3. Blanchard, O. J., and S. Fischer. Lectures on Macroeconomics Cambridge, MA: MIT Press, 1989.
4. Swanenberg August, Macroeconomics Demystified, McGraw-Hill Publisher, 2006.
5. Michael Parkin, Macroeconomics (Fifth Edition) , Addison-Wesely Publishing Company, 2003.

《会计学原理（英文）》教学大纲

王燕祥 编写

目 录

Chapter 1	Accounting in Action 第一章 会计实践活动	613
	学习目标	613
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	613
	Reading and References 学生必读和参考书目	613
Chapter 2	The Recording Process 第二章 记录过程	615
	学习目标	615
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	615
	Reading and References 学生必读和参考书目	615
Chapter 3	Adjusting the Accounts 第三章 调整账户	617
	学习目标	617
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	617
	Reading and References 学生必读和参考书目	617
Chapter 4	Completion of the Accounting Cycle 第四章 完成会计循环	619
	学习目标	619
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	619
	Reading and References 学生必读和参考书目	619
Chapter 5	Accounting for Merchandising Operations 第五章 商品经营活动的会计核算	621
	学习目标	621
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	621
	Reading and References 学生必读和参考书目	621
Chapter 6	Inventories 第六章 存货	623
	学习目标	623
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	624
	Reading and References 学生必读和参考书目	624
Chapter 7	Accounting Information Systems 第七章 会计信息系统	626
	学习目标	626
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	626
	Reading and References 学生必读和参考书目	626
Chapter 8	Internal Control and Cash 第八章 内部控制和现金	628
	学习目标	628
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	628
	Reading and References 学生必读和参考书目	628
Chapter 9	Accounting for Receivables 第九章 应收款项的会计核算	630
	学习目标	630
	Teaching and homework hours 教学与作业时间	630
	Reading and References 学生必读和参考书目	630
Chapter 10	Plant Assets, Natural Resources, and Intangible Assets 第十章 厂场资产、自然资源和 无形资产	632

学习目标.....	632
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	632
Reading and References 学生必读和参考书目	633
Chapter 11 Current Liabilities and Payroll Accounting 第十一章 流动负债和工资的核算.....	634
学习目标.....	634
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	634
Reading and References 学生必读和参考书目	634
Chapter 12 Accounting Principles 第十二章 会计原则.....	636
学习目标.....	636
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	636
Reading and References 学生必读和参考书目	636
Chapter 13 Accounting for Partnerships 第十三章 合伙企业的会计核算.....	638
学习目标.....	638
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	638
Reading and References 学生必读和参考书目	638
Chapter 14 Corporations: Organization and Capital Stock Transactions 第十四章 公司：组织和股本交易	640
学习目标.....	640
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	640
Reading and References 学生必读和参考书目	640
Chapter 15 Corporations: Dividends, Retained Earnings, and Income Reporting 第十五章 股利、保留盈余和收益报告	642
学习目标.....	642
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	642
Reading and References 学生必读和参考书目	642
Chapter 16 Long-Term Liabilities 第十六章 长期负债	644
学习目标.....	644
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	644
Reading and References 学生必读和参考书目	644
Chapter 17 Investments 第十七章 投资	646
学习目标.....	646
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	646
Reading and References 学生必读和参考书目	646
Chapter 18 The Statement of Cash Flows 第十八章 现金流量表	648
学习目标.....	648
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	648
Reading and References 学生必读和参考书目	648
Chapter 19 Financial Statement Analysis 第十九章 财务报表分析	650
学习目标.....	650
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	650
Reading and References 学生必读和参考书目	650
Chapter 20 Managerial Accounting 第二十章 管理会计	652

学习目标.....	652
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	652
Reading and References 学生必读和参考书目	652
Chapter 21 Job Order Cost Accounting 第二十一章 分批成本法.....	654
学习目标.....	654
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	654
Reading and References 学生必读和参考书目	654
Chapter 22 Process Cost Accounting 第二十二章 分步成本法.....	656
学习目标.....	656
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	656
Reading and References 学生必读和参考书目	657
Chapter 23 Cost-Volume-Profit Relationships 第二十三章 本量利分析	658
学习目标.....	658
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	658
Reading and References 学生必读和参考书目	659
Chapter 24 Budgetary Planning 第二十四章 编制预算.....	660
学习目标.....	660
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	660
Reading and References 学生必读和参考书目	660
Chapter 25 Budgetary Control and Responsibility Accounting 第二十五章 预算控制和责任会计	662
学习目标.....	662
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	662
Reading and References 学生必读和参考书目	662
Chapter 26 Performance Evaluation through Standard Costs 第二十六章 利用标准成本进行业绩	
评价	664
学习目标.....	664
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	664
Reading and References 学生必读和参考书目	664
Chapter 27 Incremental Analysis and Capital Budgeting 第二十七章 增量分析和资本预算.....	666
学习目标.....	666
Teaching and homework hours 教学与作业时间.....	667
Reading and References 学生必读和参考书目	667

Chapter 1 Accounting in Action

第一章 会计实践活动

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. Explain what accounting is.
2. IDENTIFY THE USERS AND USES OF ACCOUNTING.
3. UNDERSTAND WHY ETHICS IS A FUNDAMENTAL BUSINESS CONCEPT.
4. EXPLAIN THE MEANING OF GENERALLY ACCEPTED ACCOUNTING PRINCIPLES AND THE COST PRINCIPLE.
5. EXPLAIN THE MEANING OF THE MONETARY UNIT ASSUMPTION AND THE ECONOMIC ENTITY ASSUMPTION.
6. STATE THE BASIC ACCOUNTING EQUATION AND EXPLAIN THE MEANING OF ASSETS, LIABILITIES, AND OWNER'S EQUITY.
7. ANALYZE THE EFFECT OF BUSINESS TRANSACTIONS ON THE BASIC ACCOUNTING EQUATION.
8. Understand what the four financial statements are and how they are prepared.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释什么是会计。
2. 识别会计的使用者和会计的用途。
3. 了解为什么道德是基本的商业概念。
4. 解释公认会计原则和成本原则的含义。
5. 解释货币单位假设和经济实体假设的含义。
6. 陈述基本会计等式并解释资产、负债、和所有者权益的含义。
7. 分析企业交易对基本会计等式的影响。
8. 了解四种财务报表以及编制方法。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. IDENTIFY AND DESCRIBE THE STEPS IN THE ACCOUNTING PROCESS. 2. "BOOKKEEPING AND ACCOUNTING ARE THE SAME." DO YOU AGREE? EXPLAIN. 3. WHAT IS THE MONETARY UNIT ASSUMPTION? WHAT IMPACT DOES INFLATION HAVE ON THE MONETARY UNIT ASSUMPTION? 4. WHAT IS AN ECONOMIC ENTITY ASSUMPTION? 5. WHAT ARE THE THREE BASIC FORMS OF BUSINESS ORGANIZATIONS FOR PROFIT-ORIENTED ENTERPRISES? 6. WHAT IS THE BASIC ACCOUNTING EQUATION?	
Home work:	
Exercise 1-3 Exercise 1-6 EXERCISE 1-8 EXERCISE 1-9	Problem 1-1A Problem 1-3A Problem 1-3B PROBLEM 1-5B

Chapter 2 The Recording Process

第二章 记录过程

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. EXPLAIN WHAT AN ACCOUNT IS AND HOW IT HELPS IN THE RECORDING PROCESS.
2. DEFINE DEBITS AND CREDITS AND EXPLAIN HOW THEY ARE USED TO RECORD BUSINESS TRANSACTIONS.
3. IDENTIFY THE BASIC STEPS IN THE RECORDING PROCESS.
4. EXPLAIN WHAT A JOURNAL IS AND HOW IT HELPS IN THE RECORDING PROCESS.
5. EXPLAIN WHAT A LEDGER IS AND HOW IT HELPS IN THE RECORDING PROCESS.
6. EXPLAIN WHAT POSTING IS AND HOW IT HELPS IN THE RECORDING PROCESS.
7. PREPARE A TRIAL BALANCE AND EXPLAIN ITS PURPOSES.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释什么是账户，以及它在记录过程中起什么作用。
2. 定义借贷并且解释借贷如何用于企业交易。
3. 识别记录过程的基本步骤。
4. 解释什么是日记账，以及它在记录过程中起什么作用。
5. 解释什么是分类账，以及它在记录过程中起什么作用。
6. 解释什么是过账，以及它在记录过程中起什么作用。
7. 编制试算平衡表，并且解释它的目的。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. STATE THE RULES OF DEBIT AND CREDIT APPLIED TO (ASSET ACCOUNTS, (B) LIABILITY ACCOUNTS, AND (C) OWNER’S EQUITY ACCOUNTS (REVENUE, EXPENSES, OWNER’S DRAWING, AND OWNER’S CAPITAL). 2. INDICATE WHETHER EACH OF THE FOLLOWING ACCOUNTS IS AN ASSET, A LIABILITY, OR A OWNER’S EQUITY ACCOUNT AND WHETHER IT HAS A NORMAL DEBIT OR A CREDIT BALANCE: (A) ACCOUNTS RECEIVABLE, (ACCOUNTS PAYABLE), (C) EQUIPMENT, (D) OWNER’S DRAWING, (E) SUPPLIES. 3. (A) WHAT IS A LEDGER? (B) WHAT IS A CHART OF ACCOUNTS AND WHY IS IT IMPORTANT? 4. WHAT IS A TRIAL BALANCE AND WHAT ARE THEIR PURPOSES?	
Home work:	
Exercise 2-4	Problem 2-1A
Exercise 2-5	Problem 2-3A
EXERCISE 2-8	Problem 2-4A
EXERCISE 2-9	PROBLEM 2-2B

Chapter 3 Adjusting the Accounts

第三章 调整账户

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. EXPLAIN THE TIME PERIOD ASSUMPTION.
2. EXPLAIN THE ACCRUAL BASIS OF ACCOUNTING.
3. EXPLAIN WHY ADJUSTING ENTRIES ARE NEEDED.
4. IDENTIFY THE MAJOR TYPES OF ADJUSTING ENTRIES.
5. PREPARE ADJUSTING ENTRIES FOR PREPAYMENTS.
6. PREPARE ADJUSTING ENTRIES FOR ACCRUALS.
7. DESCRIBE THE NATURE AND PURPOSE OF AN ADJUSTED TRIAL BALANCE.
- *8. PREPARE ADJUSTING ENTRIES FOR THE ALTERNATIVE TREATMENT OF PREPAYMENTS.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释期间假设。
2. 解释权责发生制。
3. 解释为什么需要调整分录。
4. 识别调整分录的主要步骤。
5. 为预付款编制调整分录。
6. 为应计项目编制调整分录。
7. 描述调整后试算平衡表的性质和目的。
8. 使用其他可供选择的处理方法为预付款编制调整分录。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1 . STATE TWO GENERALLY ACCEPTED ACCOUNTING PRINCIPLES THAT RELATE TO ADJUSTING THE ACCOUNTS. 2. WHY DO ACCRUAL-BASIS FINANCIAL STATEMENTS PROVIDE MORE USEFUL INFORMATION THAN CASH –BASIS STATEMENTS? 3 . "ADJUSTING ENTRIES ARE REQUIRED BY THE COST PRINCIPLE OF ACCOUNTING," DO YOU AGREE? EXPLAIN. 4. WHY MAY A TRIAL BALANCE NOT CONTAIN UP-TO-DATE AND COMPLETE FINANCIAL INFORMATION?	
Home work:	
Exercise 3-2	Problem 3-2A
Exercise 3-4	Problem 3-3A
EXERCISE 3-6	Problem 3-4A
EXERCISE 3-7	PROBLEM 3-1B

Chapter 4 Completion of the Accounting Cycle

第四章 完成会计循环

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. PREPARE A WORK SHEET.
2. EXPLAIN THE PROCESS OF CLOSING THE BOOKS.
3. DESCRIBE THE CONTENT AND PURPOSE OF A POST-CLOSING TRIAL BALANCE.
4. STATE THE REQUIRED STEPS IN THE ACCOUNTING CYCLE.
5. EXPLAIN THE APPROACHES TO PREPARING CORRECTING ENTRIES.
6. IDENTIFY THE SECTIONS OF A CLASSIFIED BALANCE SHEET.
- *7. PREPARE REVERSING ENTRIES.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 编制工作底稿。
2. 解释结账的程序。
3. 描述解账后试算平衡表的内容和目的。
4. 陈述会计循环要求的步骤。
5. 解释编制改正分录的方法。
6. 为应计项目编制调整分录。
7. 识别分类资产负债表的几个部分。
8. 编制还原分录。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1、 EXPLAIN THE PURPOSE OF THE WORK SHEET. 2、 WHY IS IT NECESSARY TO PREPARE FORMAL FINANCIAL STATEMENTS IF ALL OF THE DATA ARE IN THE STATEMENT COLUMNS OF THE WORK SHEET? 3、 DESCRIBE THE NATURE OF THE INCOME SUMMARY ACCOUNT AND IDENTIFY THE TYPES OF SUMMARY DATA THAT MAY BE POSTED TO THIS ACCOUNT. 4、 WHAT ARE THE CONTENT AND PURPOSE OF A POST-CLOSING TRIAL BALANCE?	
Home work:	
Exercise 4-5	Problem 4-1A
EXERCISE 4-6	Problem 4-5A
EXERCISE 4-7	Problem 4-4B

Chapter 5 Accounting for Merchandising Operations

第五章 商品经营活动的会计核算

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. IDENTIFY THE differences between a service enterprise and a merchandiser.
2. EXPLAIN THE ENTRIES FOR purchases under a perpetual inventory system.
3. explain the entries for sales revenues under a perpetual inventory system.
4. EXPLAIN THE STEPS IN THE ACCOUNTING CYCLE FOR A MERCHANTISer.
5. DISTINGUISH BETWEEN A MULTIPLE-STEP AND A SINGLE-STEP INCOME STATEMENT.
6. EXPLAIN THE COMPUTATION AND IMPORTANCE OF GROSS PROFIT.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 识别服务业企业和商品经销企业的不同之处。
2. 解释结账的程序。在永续盘存制下采购分录的编制。
3. 解释在永续盘存制下销售收入分录的编制。
4. 解释商品经销商会计循环的步骤。
5. 区分多步式和单步式收益表解释编制改正分录的方法。
6. 解释毛利的计算及其重要性。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1、(A) ”THE STEPS IN THE ACCOUNTING CYCLE FOR A MERCHANDISING COMPANY ARE DIFFERENT FROM THE ACCOUNTING CYCLE FOR A SERVICE ENTERPRISE.” DO YOU AGREE OR DISAGREE? (B) IS THE MEASUREMENT OF NET INCOME FOR A MERCHANTISER ARE CONCEPTUALLY THE SAME AS FOR A SERVICE ENTERPRISE? 2、(A) HOW DO THE COMPONENTS OF REVENUES AND EXPENSES DIFFER BETWEEN A MERCHANTISER AND A SERVICE ENTERPRISE? 3、HOW DOES INCOME MEASUREMENT DIFFER BETWEEN A MERCHANTISER AND A SERVICE COMPANY? 4、WHEN IS COST OF GOODS SOLD DETERMINED IN A PERPETUAL INVENTORY SYSTEM?	
Home work:	
Exercise 5-1	Problem 5-2A
Exercise 5-3	Problem 5-3A
EXERCISE 5-6	Problem 5-4A
EXERCISE 5-7	Problem 5-5A

Chapter 6 Inventories

第六章 存货

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. DESCRIBE THE STEPS IN DETERMINING INVENTORY QUANTITIES.
2. Prepare the entries for purchases and sales of inventory under a periodic inventory system.
3. determine cost of goods sold under a periodic inventory system.
4. Identify the unique features of the income statement for a merchandiser using a periodic inventory system.
5. Explain the basis of accounting for inventories, and describe the inventory cost flow methods.
6. Explain the financial statement and tax effects of each of the inventory cost flow methods.
7. EXPLAIN THE LOWER OF COST OR MARKET BASIS OF ACCOUNTING FOR INVENTORIES.
8. indicate the effects of inventory errors on the financial statements.
9. Compute and interpret inventory turnover.
- *10. DESCRIBE THE TWO METHODS OF ESTIMATING INVENTORIES.
- *11. APPLY THE INVENTORY COST FLOW METHODS TO PERPETUAL INVENTORY RECORDS.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 描述确定存货数量的步骤。
2. 编制定期盘存制下存货采购和销售的分录。
3. 确定定期盘存制下商品销售成本。
4. 识别使用定期盘存制的商品经销企业收益表的特征。
5. 解释存货核算的基础，并且描述存货成本流动的方法。
6. 解释财务报表以及每一种错或成本流动的方法对税收的影响。
7. 解释存货核算的成本与市价孰低法。
8. 指出存货错误对财务报表的影响。
9. 计算并解释存货周转率。
10. 描述估计存货的两种方法。
11. 在永续盘存记录中应用存货成本流动方法。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1、 IDENTIFY THE ACCOUNTS THAT ARE ADDED TO OR DEDUCTED FROM PURCHASES TO DETERMINE THE COST OF GOODS PURCHASED. FOR EACH ACCOUNT, INDICATE (A) WHETHER IT IS ADDED OR DEDUCTED AND (B) ITS NORMAL BALANCE. 2、 “THE KEY TO SUCCESSFUL BUSINESS OPERATIONS IS EFFECTIVE INVENTORY MANAGEMENT.” DO YOU AGREE? EXPLAIN. 3、 WHICH ASSUMED INVENTORY COST FLOW METHOD: (A) USUALLY PARALLELS THE ACTUAL PHYSICAL FLOW OF MERCHANDISER? (B) ASSUMES THAT GOODS AVAILABLE FOR SALE DURING AN ACCOUNTING PERIOD ARE IDENTICAL? (C) ASSUMES THAT THE LATEST UNITS PURCHASED ARE THE FIRST TO BE SOLD? 4. UNDER WHAT CIRCUMSTANCES MIGHT INVENTORY TURNOVER BE TOO HIGH? THAT IS, WHAT POSSIBLE NEGATIVE CONSEQUENCES MIGHT OCCUR?	
Home work:	
Exercise 6-1	Problem 6-2A
Exercise 6-3	Problem 6-3A
EXERCISE 6-6	Problem 6-4A
EXERCISE 6-7	Problem 6-4B

Chapter 7 Accounting Information Systems

第七章 会计信息系统

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. IDENTIFY THE BASIC PRINCIPLES OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS.
2. EXPLAIN THE MAJOR PHASES IN THE DEVELOPMENT OF AN ACCOUNTING SYSTEM.
3. DESCRIBE THE NATURE AND PURPOSE OF A SUBSIDIARY LEDGER.
4. EXPLAIN HOW SPECIAL JOURNALS ARE USED IN JOURNALIZING.
5. INDICATE HOW A multi-COLUMN JOURNAL IS POSTED.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 识别会计信息系统的基本原则。
2. 解释会计系统开发的几个主要阶段。
3. 描述明细分类账的性质和目的。
4. 解释特种日记账在记录日记账时如何使用。
5. 指出多栏式日记账如何过账。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1、 CERTAIN PRINCIPLES SHOULD BE FOLLOWED IN THE DEVELOPMENT OF AN ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM, IDENTIFY AND EXPLAIN EACH OF THE PRINCIPLES. 2、 IDENTIFY AND EXPLAIN THE FOUR SPECIFIC JOURNALS DISCUSSED IN THE CHAPTER. LIST AN ADVANTAGE OF USING EACH OF THESE JOURNALS RATHER THAN USING ONLY A GENERAL JOURNAL. 3、 WHY SHOULD SPECIAL JOURNALS USED IN DIFFERENT BUSINESSES NOT BE IDENTICAL IN FORMAT? CAN YOU THINK OF A BUSINESS THAT WOULD MAINTAIN A CASH RECEIPTS JOURNAL BUT NOT INCLUDE A COLUMN FOR ACCOUNTS RECEIVABLE? 4、 IN WHAT JOURNAL WOULD THE FOLLOWING TRANSACTIONS BE RECORDED? (ASSUME THAT A TWO-COLUMN SALES JOURNAL AND A SINGLE-COLUMN PURCHASES JOURNAL ARE USED.) (A) RECORDING OF DEPRECIATION EXPENSE FOR THE YEAR. (B) CREDIT GIVEN TO CUSTOMER FOR MERCHANDISE PURCHASED ON CREDIT AND RETURNED. (C) SALES OF MERCHANDISE FOR CASH. (D) SALES OF MERCHANDISE ON ACCOUNT. (E) COLLECTION OF CASH ON ACCOUNT FROM A CUSTOMER. (F) PURCHASE OF OFFICE SUPPLIES ON ACCOUNT.	
Home work:	
Exercise 7-1	Problem 7-1A
Exercise 7-3	Problem 7-3A
EXERCISE 7-6	Problem 7-4A
EXERCISE 7-9	Problem 7-3B

Chapter 8 Internal Control and Cash

第八章 内部控制和现金

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. DEFINE INTERNAL CONTROL.
2. IDENTIFY THE PRINCIPLES OF INTERNAL CONTROL.
3. EXPLAIN THE APPLICATIONS OF INTERNAL CONTROL PRINCIPLES TO CASH RECEIPTS.
4. Explain THE APPLICATIONS OF INTERNAL CONTROL PRINCIPLES TO CASH DISBURSEMENTS.
5. describe THE OPERATION OF A PETTY CASH FUND.
6. INDICATE THE CONTROL FEATURES OF A BANK ACCOUNT.
7. PREPARE A BANK RECONCILIATION.
8. EXPLAIN THE REPORTING OF CASH.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 定义内部控制。
2. 识别内部控制的原则。
3. 解释对现金收入应用内部控制原则。
4. 解释对现金支出应用内部控制原则。
5. 描述零用金基金的操作。
6. 指出银行账户的控制特征。
7. 编制银行往来调节表。
8. 解释现金的报告。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. WHAT PRINCIPLES OF INTERNAL CONTROL APPLY TO MOST BUSINESS ENTERPRISES? 2. ROGER HOLLOWAY IS REVIEWING THE PRINCIPLES OF SEGREGATION OF DUTIES. WHAT ARE THE TWO COMMON APPLICATIONS OF THIS PRINCIPLE? 3. WHAT PRINCIPLE(S) OF INTERNAL CONTROL IS (ARE) INVOLVED IN MAKING DAILY CASH ACCOUNTS OF OVER-THE-COUNTER RECEIPTS? 4. (A) WHAT IS A VOUCHER SYSTEM? (B) WHAT PRINCIPLES OF INTERNAL CONTROL APPLY TO A VOUCHER SYSTEM?	
Home work:	
Exercise 8-2	Problem 8-1A
Exercise 8-5	Problem 8-4A
EXERCISE 8-6	Problem 8-6A
EXERCISE 8-10	Problem 8-4B

Chapter 9 Accounting for Receivables

第九章 应收款项的会计核算

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. IDENTIFY THE DIFFERENT TYPES OF RECEIVABLES.
2. EXPLAIN HOW ACCOUNTS RECEIVABLE ARE RECOGNIZED IN THE ACCOUNTS.
3. DISTINGUISH BETWEEN THE METHODS AND BASES USED TO VALUE ACCOUNTS RECEIVABLE.
4. DESCRIBE THE ENTRIES TO RECORD THE DISPOSITION OF ACCOUNTS RECEIVABLE.
5. COMPUTE THE MATURITY DATE OF AND INTEREST ON NOTES RECEIVABLE.
6. EXPLAIN HOW NOTES RECEIVABLE ARE RECOGNIZED IN THE ACCOUNTS.
7. DESCRIBE HOW NOTES RECEIVABLE ARE VALUED.
8. DESCRIBE THE ENTRIES TO RECORD THE DISPOSITION OF NOTES RECEIVABLE.
9. EXPLAIN THE STATEMENT PRESENTATION and analysis OF RECEIVABLES.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 识别不同类型的应收款项。
2. 解释应收账款在账户中如何确认。
3. 区分应收账款计价的方法和基础。
4. 描述记录应收账款处理的分录。
5. 计算应收票据的到期日和利息。
6. 解释应收票据在账户中如何确认。
7. 描述应收票据如何计价。
8. 描述记录应收票据处理的分录。
9. 解释应收款项在财务报表中的表述和分析。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 2. 4. 8. 15				
1. WHAT ARE COMMON TYPES OF RECEIVABLES OTHER THAN ACCOUNTS RECEIVABLES AND NOTES RECEIVABLE? 2. WHAT ARE THE ESSENTIAL FEATURES OF THE ALLOWANCE METHOD OF ACCOUNTING FOR BAD DEBTS? 3. HOW ARE BAD DEBTS ACCOUNTED FOR UNDER THE DIRECT WRITE-OFF METHOD? WHAT ARE THE DISADVANTAGES OF THIS METHOD? 4. COMPUTE THE MISSING AMOUNTS FOR EACH OF THE FOLLOWING NOTES.				
	PRINCIPAL	ANNUAL INTEREST RATE	TIME	TOTAL INTEREST
(A)	?	9%	120 DAYS	\$ 450
(B)	\$30,000	10%	3 YEARS	?
(C)	\$60,000	?	5 MONTHS	\$3,000
(D)	\$50,000	11%	?	\$1,375
Home work:				
Exercise 9-1			Problem 9-2A	
Exercise 9-3			Problem 9-3A	
EXERCISE 9-5			Problem 9-5A	
EXERCISE 9-9			Problem 9-6B	

Chapter 10 Plant Assets, Natural Resources, and Intangible Assets

第十章 厂场资产、自然资源和无形资产

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. DESCRIBE THE APPLICATION OF THE COST PRINCIPLE TO PLANT ASSETS.
2. EXPLAIN THE CONCEPT OF DEPRECIATION.
3. COMPUTE PERIODIC DEPRECIATION USING DIFFERENT METHODS.
4. DESCRIBE THE PROCEDURE FOR REVISING PERIODIC DEPRECIATION.
5. DISTINGUISH BETWEEN REVENUE AND CAPITAL EXPENDITURES AND PREPARE THE ENTRIES FOR THESE EXPENDITURES.
6. EXPLAIN HOW TO ACCOUNT FOR THE DISPOSAL OF A PLANT ASSET THROUGH RETIREMENT, SALE, OR EXCHANGE.
7. compute periodic depletion of NATURAL RESOURCES.
8. CONTRAST THE ACCOUNTING FOR INTANGIBLE ASSETS WITH THE ACCOUNTING FOR PLANT ASSETS.
9. INDICATE HOW PLANT ASSETS, NATURAL RESOURCES, AND INTANGIBLE ASSETS ARE REPORTED and analyzed.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 描述对厂场资产成本原则的应用。
2. 解释折旧的概念。
3. 使用不同的方法计算期间的折旧。
4. 描述修订期间折旧的程序。
5. 区分收益性支出和资本性支出并编制这些支出的分录。
6. 解释厂场资产如何通过报废、销售或交换进行处理。
7. 计算自然资源的期间折耗。
8. 将无形资产和厂场资产的核算相对照。
9. 解释厂场资产、自然资源和无形资产如何记录和分析。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 6. 10. 12. 16	
1. CONTRAST THE STRAIGHT-LINE METHOD AND THE UNITS-OF-ACTIVITY METHOD AS TO (A) USEFUL LIFE, AND (B) THE PATTERN OF PERIODIC DEPRECIATION OVER USEFUL LIFE. 2. HOW IS A GAIN OR LOSS ON THE SALE OF A PLANT ASSET COMPUTED? 3. WHEN SIMILAR ASSETS ARE EXCHANGED, HOW IS THE GAIN OR LOSS ON DISPOSAL COMPUTED? 4. EXPLAIN WHAT DEPLETION IS AND HOW IT IS COMPUTED?	
Home work:	
Exercise 10-2	Problem 10-1A
Exercise 10-4	Problem 10-7A
EXERCISE 10-6	Problem 10-2B
EXERCISE 10-12	Problem 10-4B

Chapter 11 Current Liabilities and Payroll Accounting

第十一章 流动负债和工资的核算

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. EXPLAIN A CURRENT LIABILITY, AND IDENTIFY THE MAJOR TYPES OF CURRENT LIABILITIES.
2. DESCRIBE THE ACCOUNTING FOR NOTES PAYABLE.
3. EXPLAIN THE ACCOUNTING FOR OTHER CURRENT LIABILITIES.
4. Explain the financial statement presentation and analysis of current liabilities.
5. DESCRIBE THE ACCOUNTING AND DISCLOSURE REQUIREMENTS FOR CONTINGENT LIABILITIES.
6. DISCUSS THE OBJECTIVES OF INTERNAL CONTROL FOR PAYROLL.
7. COMPUTE AND RECORD THE PAYROLL FOR A PAY PERIOD.
8. DESCRIBE AND RECORD EMPLOYER PAYROLL TAXES.
9. IDENTIFY ADDITIONAL FRINGE BENEFITS ASSOCIATED WITH EMPLOYEE COMPENSATION.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释流动负债并且识别流动负债的主要类别。
2. 描述应付票据的会计核算。
3. 解释其他流动负债的会计核算。
4. 解释流动负债的财务报表上的表述和分析。
5. 描述或有负债的核算和披露要求。
6. 讨论对工资内部控制的目标。
7. 计算并记录工资支付期的工资。
8. 描述并记录工资税。
9. 识别与雇员工资相关的额外福利。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. JEFF BAUMGARTNER BELIEVES A CURRENT LIABILITY IS A DEBT THAT CAN BE EXPECTED TO BE PAID IN ONE YEAR. IS JEFF CORRECT? EXPLAIN. 2. (A) YOUR ROOMMATE SAYS, “SALES TAXES ARE REPORTED AS AN EXPENSE IN THE INCOME STATEMENT. “DO YOU AGREE? EXPLAIN. (B) PLANET HOLLYWOOD HAS CASH PROCEEDS FROM SALES OF \$10,400. THIS AMOUNT INCLUDES \$400 OF SALES TAXES. GIVE THE ENTRY TO RECORD THE PROCEEDS. 3. WHAT IS LIQUIDITY? WHAT ARE THE TWO MEASURES OF LIQUIDITY? 4. YOU ARE A NEWLY HIRED ACCOUNTANT WITH SPARTAN COMPANY. ON YOUR FIRST DAY, THE CONTROLLER ASKS YOU TO IDENTIFY THE MAIN INTERNAL CONTROL OBJECTIVES RELATED TO PAYROLL ACCOUNTING. HOW WOULD YOU RESPOND?	
Home work:	
Exercise 11-3	Problem 11-2A
Exercise 11-8	Problem 11-4A
EXERCISE 11-9	Problem 11-2B
EXERCISE 11-10	Problem 11-3B

Chapter 12 Accounting Principles

第十二章 会计原则

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. EXPLAIN THE MEANING OF GENERALLY ACCEPTED ACCOUNTING PRINCIPLES AND IDENTIFY THE KEY ITEMS OF THE CONCEPTUAL FRAMEWORK.
2. DESCRIBE THE BASIC OBJECTIVES OF FINANCIAL REPORTING.
3. DISCUSS THE QUALITATIVE CHARACTERISTICS OF ACCOUNTING INFORMATION AND ELEMENTS OF FINANCIAL STATEMENTS.
4. IDENTIFY THE BASIC ASSUMPTIONS USED BY ACCOUNTANTS.
5. IDENTIFY THE BASIC PRINCIPLES OF ACCOUNTING.
6. IDENTIFY THE TWO CONSTRAINTS IN ACCOUNTING.
7. EXPLAIN THE ACCOUNTING PRINCIPLES USED IN INTERNATIONAL OPERATIONS.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释公认会计原则的含义。
2. 描述财务报告的基本目标。
3. 讨论会计信息和财务报表要素的质量特征。
4. 识别会计人员使用的基本假设。
5. 识别会计的基本原则。
6. 识别会计的两个约束条件。
7. 解释国际经营中使用的会计原则。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 1. 3. 5. 8	
1. (A) WHAT ARE GENERALLY ACCEPTED ACCOUNTING PRINCIPLES (GAAP)? (B) WHAT BODIES PROVIDE AUTHORITATIVE SUPPORT FOR GAAP? 2. (A) WHAT ARE THE OBJECTIVES OF FINANCIAL REPORTING? (B) IDENTIFY THE QUALITATIVE CHARACTERISTICS OF ACCOUNTING INFORMATION. 3. WHAT IS THE DISTINCTION BETWEEN COMPARABILITY AND CONSISTENCY? 4. GOODWIN CONSTRUCTION COMPANY HAS A @210 MILLION CONTRACT TO BUILD A BRIDGE. ITS TOTAL ESTIMATED COST FOR THE PROJECT IS \$170 MILLION. COSTS INCURRED IN THE FIRST YEAR OF THE PROJECT WERE \$34 MILLION. GOODWIN APPROPRIATELY USES THE PERCENTAGE-OF-COMPLETION METHOD. HOW MUCH REVENUE AND GROSS PROFIT SHOULD GOODWIN RECOGNIZE IN THE FIRST YEAR OF THE PROJECT?	
Home work:	
Exercise 12-3	Problem 12-2A
Exercise 12-4	Problem 12-4A
EXERCISE 12-5	Problem 12-2B
EXERCISE 12-6	Problem 12-3B

Chapter 13 Accounting for Partnerships

第十三章 合伙企业的会计核算

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. IDENTIFY THE CHARACTERISTICS OF THE PARTNERSHIP FORM OF BUSINESS ORGANIZATION.
2. EXPLAIN THE ACCOUNTING ENTRIES FOR THE FORMATION OF A PARTNERSHIP.
3. IDENTIFY THE BASES FOR DIVIDING NET INCOME OR NET LOSS.
4. DESCRIBE THE FORM AND CONTENT OF PARTNERSHIP FINANCIAL STATEMENTS.
5. EXPLAIN THE EFFECTS OF THE ENTRIES WHEN A NEW PARTNER IS ADMITTED.
6. DESCRIBE THE EFFECTS OF THE ENTRIES WHEN A PARTNER WITHDRAWS FROM THE FIRM.
7. explain the effects of THE ENTRIES TO RECORD THE LIQUIDATION OF A PARTNERSHIP.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 识别合伙企业组织形式的特征。
2. 解释合伙企业组成的会计分录。
3. 识别分配净利或净损的基础。
4. 描述合伙企业财务报表的形式和内容。
5. 解释新的合伙人加入时的会计分录的影响。
6. 描述合伙人从企业提款时的会计分录的影响。
7. 解释记录合伙企业清算的会计分录的影响。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 1. 3. 10. 18	
1. THE CHARACTERISTICS OF PARTNERSHIP INCLUDE THE FOLLOWING: (A) ASSOCIATION OF INDIVIDUALS, (B) LIMITED LIFE, AND (C) CO-OWNERSHIP OF PROPERTY. EXPLAIN EACH OF THESE TERMS. 2. SWEN VARBERG AND EGOR KARLSTAD ARE CONSIDERING A BUSINESS VENTURE. THEY ASK YOU TO EXPLAIN THE ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE PARTNERSHIP FOR OF ORGANIZATION. 3. ARE THE FINANCIAL STATEMENTS OF A PARTNERSHIP SIMILAR TO THOSE OF A PROPRIETORSHIP? DISCUSS. 4. HOW DOES A LIQUIDATION OF A PARTNERSHIP DIFFER FROM THE DISSOLUTION OF A PARTNERSHIP?	
Home work:	
Exercise 13-1	Problem 13-2A
Exercise 13-3	Problem 13-3A
EXERCISE 13-8	Problem 13-2B
EXERCISE 13-9	Problem 13-4B

Chapter 14 Corporations: Organization and Capital Stock

Transactions

第十四章 公司：组织和股本交易

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. IDENTIFY THE MAJOR CHARACTERISTICS OF A CORPORATION.
2. DIFFERENTIATE BETWEEN PAID-IN CAPITAL AND RETAINED EARNINGS.
3. RECORD THE ISSUANCE OF COMMON STOCK.
4. EXPLAIN THE ACCOUNTING FOR TREASURY STOCK.
5. DIFFERENTIATE PREFERRED STOCK FROM COMMON STOCK.
6. PREPARE A STOCKHOLDERS' EQUITY SECTION.
7. COMPUTE BOOK VALUE PER SHARE.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 识别股份公司的主要特征。
2. 区分实收资本和保留盈余。
3. 记录普通股的发行。
4. 解释库藏股的会计处理。
5. 区分普通股和优先股。
6. 编制股东权益部分。
7. 计算每股账面价值。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 1. 3. 5. 6	
1. LIL GARMEN, A STUDENT, ASKS YOUR HELP IN UNDERSTANDING THE FOLLOWING CHARACTERISTICS OF A CORPORATION: (A) SEPARATE LEGAL EXISTENCE, (B) LIMITED LIABILITY OF STOCKHOLDERS, AND (C) TRANSFERABLE OWNERSHIP RIGHTS. EXPLAIN THESE CHARACTERISTICS TO LIL. 2. (A) THE FOLLOWING TERMS PERTAIN TO THE FORMING OF A CORPORATION: (1) CHARTER, (2) BYLAWS, AND (3) ORGANIZATION COSTS. EXPLAIN THE TERMS. (B) SALLY FIELDS BELIEVES A CORPORATION MUST BE INCORPORATED IN THE STATE IN WHICH IT HEADQUARTERS OFFICE IS LOCATED? IS SALLY CORRECT? EXPLAIN. 3. (A) WHAT ARE THE TWO PRINCIPAL COMPONENTS OF STOCKHOLDERS' EQUITY? (B) WHAT IS PAID-IN CAPITAL? GIVE THREE EXAMPLES. 4. HOW DO THE FINANCIAL STATEMENTS FOR A CORPORATION DIFFER FROM THE STATEMENTS FOR PROPRIETORSHIP?	
Home work:	
Exercise 14-3	Problem 14-2A
Exercise 14-8	Problem 14-4A
EXERCISE 14-9	Problem 14-2B
EXERCISE 14-10	Problem 14-3B

Chapter 15 Corporations: Dividends, Retained Earnings, and Income Reporting

第十五章 股利、保留盈余和收益报告

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. PREPARE THE ENTRIES FOR CASH DIVIDENDS AND STOCK DIVIDENDS.
2. IDENTIFY THE ITEMS THAT ARE REPORTED IN A RETAINED EARNINGS STATEMENT.
3. PREPARE AND ANALYZE A COMPREHENSIVE STOCKHOLDERS' EQUITY SECTION.
4. DESCRIBE THE FORM AND CONTENT OF CORPORATION INCOME STATEMENTS.
5. INDICATE THE STATEMENT PRESENTATION OF MATERIAL ITEMS NOT TYPICAL OF REGULAR OPERATIONS.
6. COMPUTE EARNINGS PER SHARE.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 编制现金股利和股票股利的分录。
2. 识别在保留盈余表中报告的项目。
3. 编制并分析完整的股东权益部分。
4. 描述股份公司收益表的形式和内容。
5. 指出非正常经营的重要项目在报表上的表述。
6. 计算每股盈利。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 1. 3. 5. 9	
1. (A) WHAT IS A DIVIDEND? (B) “DIVIDENDS MUST BE PAID IN CASH? DO YOU AGREE? EXPLAIN. 2. (A) THREE DAYS ARE IMPORTANT IN CONNECTION WITH CASH DIVIDENDS. IDENTIFY THESE DATES, AND EXPLAIN THEIR SIGNIFICANCE TO THE CORPORATION AND ITS STOCKHOLDERS. (B) IDENTIFY THE ACCOUNTING ENTRIES THAT ARE MADE FOR A CASH DIVIDEND AND THE DATE OF EACH ENTRY. 3. CONTRAST THE EFFECTS OF A CASH DIVIDEND AND A STOCK DIVIDEND ON A CORPORATION’S BALANCE SHEET. 4. WHAT IS A PRIOR PERIOD ADJUSTMENT, AND HOW IS IT REPORTED IN THE FINANCIAL STATEMENTS?	
Home work:	
Exercise 15-3	Problem 15-2A
Exercise 15-6	Problem 15-4A
EXERCISE 15-9	Problem 15-5A
EXERCISE 15-11	Problem 15-3B

Chapter 16 Long-Term Liabilities

第十六章 长期负债

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. EXPLAIN WHY BONDS ARE ISSUED.
2. PREPARE THE ENTRIES FOR THE ISSUANCE OF BONDS AND INTEREST EXPENSE.
3. DESCRIBE THE ENTRIES WHEN BONDS ARE REDEEMED OR CONVERTED.
4. describe A BOND SINKING FUND.
5. DESCRIBE THE ACCOUNTING FOR LONG-TERM NOTES PAYABLE.
6. CONTRAST THE ACCOUNTING FOR OPERATING AND CAPITAL LEASES.
7. IDENTIFY THE METHoD S FOR THE PRESENTATION and analysis OF LONG-TERM LIABILITIES.
- *8. CONTRAST THE EFFECTS OF THE STRAIGHT-LINE AND EFFECTIVE-INTEREST METHODS OF AMORTIZING BOND DISCOUNT AND BOND PREMIUM.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释为什么发行债券。
2. 为债券的发行和利息费用编制分录。
3. 描述债券赎回或转换时的会计分录。
4. 描述债券偿债基金。
5. 描述长期应付债券的会计核算。
6. 对照经营租赁和资本租赁的会计核算。
7. 识别长期负债的表述和分析的方法。
8. 对照债券折价和溢价摊销的直线法和实际利率法的影响。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 2. 3. 5. 10	
1. (A) AS A SOURCE OF LONG-TEM FINANCING, WHAT ARE THE MAJOR ADVANTAGES OF BONDS OVER COMMON STOCK? (B) WHAT ARE THE MAJOR DISADVANTAGES IN USING BONDS FOR LONG-TERM FINANCING? 2. CONTRAST THE TWO TYPES OF BONDS: (A) SECURED AND UNSECURED, (B) TERM AND SERIAL, (C) REGISTERED AND BEARER, AND (D) CONVERTIBLE AND CALLABLE. 3. DESCRIBE THE TWO MAJOR OBLIGATIONS INCURRED BY A COMPANY WHEN BONDS ARE ISSUED. 4. EXPLAIN THE STRAIGHT-LINE METHOD OF AMORTIZING DISCOUNT AND PREMIUM ON BONDS PAYABLE.	
Home work:	
Exercise 16-2	Problem 16-3A
Exercise 16-4	Problem 16-4A
EXERCISE 16-8	Problem 16-7A
EXERCISE 16-9	Problem 16-2B

Chapter 17 Investments

第十七章 投资

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. Discuss why corporations invest in debt and stock securities.
2. EXPLAIN THE ACCOUNTING FOR DEBT INVESTMENTS.
3. EXPLAIN THE ACCOUNTING FOR STOCK INVESTMENTS.
4. DESCRIBE THE USE OF CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS.
5. INDICATE HOW DEBT AND STOCK INVESTMENTS ARE VALUED AND REPORTED ON THE FINANCIAL STATEMENTS.
6. DISTINGUISH BETWEEN short-term AND LONG-TERM INVESTMENTS.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 讨论公司为什么在债券和股票上进行投资。
2. 解释债券投资的会计核算。
3. 解释股票投资的会计核算。
4. 描述合并财务报表的使用。
5. 指出在财务报表中如何对债券和股票投资进行计价和报告。
6. 区分短期和长期投资。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. WHAT ARE THE REASONS THAT CORPORATIONS INVEST IN SECURITIES? 2. (A) WHAT IS THE COST OF INVESTMENT IN BONDS? (B) WHEN IS INTEREST ON BONDS RECORDED? 3. WHAT IS THE COST OF AN INVESTMENT IN STOCK? 4. WHAT CONSTITUTES “SIGNIFICANT INFLUENCE “ WHEN AN INVESTOR’S FINANCIAL INTEREST IS BELOW 50% LEVEL?	
Home work:	
Exercise 17-3	Problem 17-2A
Exercise 17-5	Problem 17-4A
EXERCISE 17-6	Problem 17-5A
EXERCISE 17-8	Problem 17-6A

Chapter 18 The Statement of Cash Flows

第十八章 现金流量表

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. INDICATE THE PRIMARY PURPOSE OF THE STATEMENT OF CASH FLOWS.
2. DISTINGUISH AMONG OPERATING, INVESTING, AND FINANCING ACTIVITIES.
3. PREPARE A STATEMENT OF CASH FLOWS USING THE INDIRECT METHOD.
4. PREPARE A STATEMENT OF CASH FLOWS USING THE DIRECT METHOD.
5. Analyze the statement of cash flows.
- *6. EXPLAIN THE GUIDELINES AND PROCEDURAL STEPS IN USING A WORK SHEET TO PREPARE THE STATEMENT OF CASH FLOWS using the indirect method.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 指出现金流量表的主要目的。
2. 区分经营、投资和筹资活动。
3. 使用间接法编制现金流量表。
4. 使用直接法编制现金流量表。
5. 分析现金流量表。
6. 解释使用工作底稿来编制间接法的现金流量表的指导原则和程序步骤。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 2. 3. 5. 6	
1. WHAT QUESTIONS ARE ANSWERED BY THE STATEMENT OF CASH FLOWS? 2. WHAT ARE CASH EQUIVALENT? HOW DO CASH EQUIVALENT AFFECT THE STATEMENT OF CASH FLOWS? 3. WHAT ARE THE MAJOR SOURCES (INFLOWS) OF CASH IN A STATEMENT OF CASH FLOWS? WHAT ARE THE MAJOR USES (OUTFLOWS) OF CASH? 4. WHY IS IT IMPORTANT TO DISCLOSE CERTAIN NONCASH TRANSACTIONS? HOW SHOULD THEY BE DISCLOSED?	
Home work:	
Exercise 18-1	Problem 18-5A
Exercise 18-2	Problem 18-6A
EXERCISE 18-8	Problem 18-7A
EXERCISE 18-11	Problem 18-1B

Chapter 19 Financial Statement Analysis

第十九章 财务报表分析

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. DISCUSS THE NEED FOR COMPARATIVE ANALYSIS.
2. IDENTIFY THE TOOLS OF FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS.
3. EXPLAIN AND APPLY HORIZONTAL ANALYSIS.
4. DESCRIBE AND APPLY VERTICAL ANALYSIS.
5. IDENTIFY AND COMPUTE RATIOS, AND DESCRIBE THEIR PURPOSE AND USE IN ANALYZING A FIRM'S LIQUIDITY, PROFITABILITY, AND SOLVENCY.
6. RECOGNIZE THE LIMITATIONS OF FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 讨论比较分析的必要性。
2. 识别财务报表分析的工具。
3. 解释和应用水平分析法。
4. 描述和应用纵向分析法。
5. 识别和计算比率，并描述这些比率的目的，以及在分析企业的流动性、盈利能力、和偿债能力时这些比率的使用。
6. 确认财务报表分析的局限性。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. (A) DISTINGUISH AMONG THE FOLLOWING BASES OF COMPARISON: (1) INTRACOMPANY, (2) INDUSTRY AVERAGE, (3) INTERCOMPANY. (B) GIVE THE PRINCIPAL VALUE OF USING EACH OF THE THREE BASES OF COMPARISON. 2. WHAT IS A RATIO? WHAT ARE THE DIFFERENT WAYS OF EXPRESSING THE RELATIONSHIP OF TWO AMOUNTS? WHAT INFORMATION DOES A RATIO PROVIDE? 3. NAME THE MAJOR RATIOS USEFUL IN ASSESSING (A) LIQUIDITY AND (B) SOLVENCY. 4. WHAT DO THE FOLLOWING CLASSES OF RATIOS MEASURE? (A) LIQUIDITY RATIOS. (B) PROFITABILITY RATIOS. (C) SOLVENCY RATIOS.	
Home work:	
Exercise 19-5	Problem 19-3A
Exercise 19-6	Problem 19-4A
EXERCISE 19-9	Problem 19-5A
EXERCISE 19-10	Problem 19-7A

Chapter 20 Managerial Accounting

第二十章 管理会计

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. EXPLAIN THE DISTINGUISHING FEATURES OF MANAGERIAL ACCOUNTING.
2. IDENTIFY THE THREE BROAD FUNCTIONS OF MANAGEMENT.
3. DEFINE THE THREE CLASSES OF MANUFACTURING COSTS.
4. DISTINGUISH BETWEEN PRODUCT AND PERIOD COSTS.
5. EXPLAIN THE DIFFERENCE BETWEEN A MERCHANDISING AND A MANUFACTURING INCOME STATEMENT.
6. INDICATE HOW COST OF GOODS MANUFACTURED IS DETERMINED.
7. EXPLAIN THE DIFFERENCE BETWEEN A MERCHANDISING AND A MANUFACTURING BALANCE SHEET.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释和区分管理会计的特征。
2. 识别管理的三大职能。
3. 定义三种生产成本。
4. 区分产品成本和区间成本。
5. 解释商品经销商和制造商收益表的区别。
6. 指出产品生产成本是如何确定的。
7. 解释商品经营和制造企业资产负债表的差异。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. DISTINGUISH BETWEEN MANAGERIAL ACCOUNTING AND FINANCIAL ACCOUNTING AS TO (A) PRIMARY USERS OF REPORTS, (B) TYPES AND FREQUENCIES OF REPORTS, AND (C) PURPOSE OF REPORTS. 2. (A) IDENTIFY THE FOUR CATEGORIES OF ETHICAL STANDARDS FRO MANAGEMENT ACCOUNTANTS. (B) IS THE RESPONSIBILITY OF THE MANAGEMENT ACCOUNTANT LIMITED TO ONLY HIS OR HER OWN ACTS? EXPLAIN. 3. KAREN GISH IS STUDYING FOR THE NEXT ACCOUNTING MID-TERM EXAMINATION. SUMMARIZE FOR KAREN WHAT SHE SHOULD KNOW ABOUT MANAGEMENT FUNCTIONS. 4. HOW IS THE MANUFACTURING COST CLASSIFIED?	
Home work:	
Exercise 20-1	Problem 20-2A
Exercise 20-5	Problem 20-3A
EXERCISE 20-9	Problem 20-4A
EXERCISE 20-10	Problem 20-2B

Chapter 21 Job Order Cost Accounting

第二十一章 分批成本法

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. EXPLAIN THE CHARACTERISTICS AND PURPOSES OF COST ACCOUNTING.
2. DESCRIBE THE FLOW OF COSTS IN A JOB ORDER COST ACCOUNTING SYSTEM.
3. EXPLAIN THE NATURE AND IMPORTANCE OF A JOB COST SHEET.
4. INDICATE HOW THE PREDETERMINED OVERHEAD RATE IS DETERMINED AND USED.
5. PREPARE ENTRIES FOR JOBS COMPLETED AND SOLD.
6. DISTINGUISH BETWEEN UNDER- AND OVERAPPLIED MANUFACTURING OVERHEAD.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 解释成本会计的特征和目的。
2. 描述在分批成本法中成本的流动。
3. 解释成本分批计算单的性质和重要性。
4. 指出预先确定的制造费用分配率是如何确定和使用。
5. 编制分批产品完工和出售的分录。
6. 区分多分配或少分配的制造费用。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. (A) DISTINGUISH THE TWO TYPES OF COST ACCOUNTING SYSTEMS. (B) MAY A COMPANY USE BOTH TYPES OF COST ACCOUNTING SYSTEMS? 2. INDICATE THE SOURCE DOCUMENTS THAT ARE USED IN CHARGING COSTS TO SPECIFIC JOBS. 3. WHAT RELATIONSHIPS ARE INVOLVED IN COMPUTING A PREDETERMINED OVERHEAD RATE? 4. “AT THE END OF THE YEAR, UNDER-OR OVERAPPLIED OVERHEAD IS CLOSED TO INCOME SUMMARY.” IS THIS CORRECT? IF NOT, INDICATE THE CUSTOMARY TREATMENT OF THIS ACCOUNT.	
Home work:	
Exercise 21-1	Problem 21-1A
Exercise 21-3	Problem 21-2A
EXERCISE 21-4	Problem 21-4A
EXERCISE 21-5	Problem 21-2B

PAGE 885-894

QUESTION: 3, 12, 15, 20

Chapter 22 Process Cost Accounting

第二十二章 分步成本法

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. UNDERSTAND WHO USES PROCESS COST SYSTEMS.
2. EXPLAIN THE SIMILARITIES AND DIFFERENCES BETWEEN JOB ORDER COST AND PROCESS COST SYSTEMS.
3. EXPLAIN THE FLOW OF COSTS IN A PROCESS COST SYSTEM.
4. MAKE THE JOURNAL ENTRIES TO ASSIGN MANUFACTURING COSTS IN A PROCESS COST SYSTEM.
5. COMPUTE EQUIVALENT UNITS.
6. EXPLAIN THE FOUR STEPS NECESSARY TO PREPARE A PRODUCTION COST REPORT.
7. PREPARE A PRODUCTION COST REPORT.
8. EXPLAIN JUST-IN-TIME PROCESSING.
9. EXPLAIN ACTIVITY-BASED COSTING (ABC).
10. APPLY ACTIVITY-BASED COSTING TO SPECIFIC COMPANY DATA.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 了解谁使用分步成本法。
2. 解释分批成本法和分步成本法的异同。
3. 解释在分步成本法下成本的流动。
4. 编制分录将生产成本在分步成本法下进行分配。
5. 计算约当产量。
6. 解释编制生产成本报告必要的四个步骤。
7. 编制生产成本报告。
8. 解释适时生产制。
9. 解释作业成本法。
10. 对公司特定数据使用作业成本法。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. CONTRAST THE PRIMARY FOCUS OF JOB ORDER COST ACCOUNTING AND OF PROCESS COSTING. 2. HOW ARE EQUIVALENT UNITS OF PRODUCTION COMPUTED? 3. WHAT IS THE DIFFERENCE BETWEEN OPERATIONS COSTING AND A PROCESS COSTING? 4. (A) DESCRIBE THE PHILOSOPHY AND APPROACH OF JUST-IN-TIME PROCESSING. (B) IDENTIFY THE MAJOR ELEMENTS OF JIT PROCESSING. 5. (A) WHAT ARE THE PRINCIPAL DIFFERENCES BETWEEN ACTIVITY-BASED COSTING (ABC) AND TRADITIONAL PRODUCT COSTING? (B) WHAT ASSUMPTIONS MUST BE MET FOR ABC COSTING TO BE USEFUL?	
Home work:	
Exercise 22-1	Problem 22-1A
Exercise 22-3	Problem 22-3A
EXERCISE 22-5	Problem 22-4A
EXERCISE 22-7	Problem 22-2B

Chapter 23 Cost-Volume-Profit Relationships

第二十三章 本量利分析

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

- 1. DISTINGUISH BETWEEN VARIABLE AND FIXED COSTS.
- 2. EXPLAIN THE significance OF THE RELEVANT RANGE.
- 3. EXPLAIN THE CONCEPT OF MIXED COSTS.
- 4. list THE FIVE COMPONENTS OF COST-VOLUME-PROFIT ANALYSIS.
- 5. INDICATE what CONTRIBUTION MARGIN is AND how IT can BE EXPRESSED.
- 6. IDENTIFY THE THREE WAYS to determine THE BREAK-EVEN POINT.
- 7. DEFINE MARGIN OF SAFETY, AND GIVE THE FORMULAS FOR COMPUTING IT.
- 8. GIVE THE FORMULAS FOR DETERMINING SALES REQUIRED TO EARN TARGET NET INCOME.
- 9. DESCRIBE THE ESSENTIAL FEATURES OF A COST-VOLUME-PROFIT INCOME STATEMENT.
- *10. EXPLAIN THE DIFFERENCE BETWEEN ABSORPTION COSTING AND VARIABLE COSTING.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

- 1. 区分变动和固定成本。
- 2. 解释相关范围的意义。
- 3. 解释混合成本的概念。
- 4. 列出本量利分析的五个构成因素。
- 5. 指出什么是边际贡献以及他是如何表述的。
- 6. 识别确定保本点的三种方法。
- 7. 定义安全边际，并且给出计算安全边际的公式。
- 8. 给出确定取得目标净利润所要求的销售量。
- 9. 描述本量利收益表的主要特征。
- 10. 解释吸收成本法和变动成本法的区别。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. (A) WHAT IS COST BEHAVIOR ANALYSIS? (B) WHY IS BEHAVIOR ANALYSIS IMPORTANT TO MANAGEMENT? 2. PATTY DYE DEFINES CONTRIBUTION MARGIN AS THE PROFIT AVAILABLE TO COVER OPERATING EXPENSES. IS THERE ANY TRUTH IN THIS DEFINITION? DISCUSS. 3. “BREAK-EVEN ANALYSIS IS OF LIMITED USE TO MANAGEMENT BECAUSE A COMPANY CANNOT SURVIVE BY JUST BREAKING EVEN.” DO YOU AGREE? EXPLAIN. 4. DISTINGUISH BETWEEN ABSORPTION COSTING AND VARIABLE COSTING?	
Home work:	
Exercise 23-1	Problem 23-1A
Exercise 23-3	Problem 23-2A
EXERCISE 23-6	Problem 23-1B
EXERCISE 23-8	Problem 23-3B

Chapter 24 Budgetary Planning

第二十四章 编制预算

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. INDICATE THE BENEFITS OF BUDGETING.
2. STATE THE ESSENTIALS OF EFFECTIVE BUDGETING.
3. IDENTIFY THE BUDGETS THAT COMPRISE THE MASTER BUDGET.
4. DESCRIBE THE SOURCES FOR PREPARING THE BUDGETED INCOME STATEMENT.
5. EXPLAIN THE PRINCIPAL SECTIONS OF A CASH BUDGET.
6. INDICATE THE APPLICABILITY OF BUDGETING IN NONMANUFACTURING COMPANIES.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 指出预算的益处。
2. 陈述有效预算的要素。
3. 识别总预算中包含的各项预算。
4. 描述编制预计收益表的来源。
5. 解释现金预算的主要部分。
6. 指出预算对非制造业企业的适用性。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. (A) WHAT IS A BUDGET? (B) HOW DOES A BUDGET CONTRIBUTE TO GOOD MANAGEMENT? 2. DISTINGUISH A MASTER BUDGET AND A SALES FORECAST. 3. INDICATE THE SUPPORTING SCHEDULES USED IN PREPARING A BUDGETED INCOME STATEMENT THROUGH GROSS PROFIT FOR A MANUFACTURER. 4. IDENTIFY THE THREE SECTIONS OF A CASH BUDGET. WHAT BALANCES ARE ALSO SHOWN IN THIS BUDGET?	
Home work:	
Exercise 24-1 Exercise 24-3 EXERCISE 24-7 EXERCISE 24-9	 Problem 24-2A Problem 24-4A

Chapter 25 Budgetary Control and Responsibility Accounting

第二十五章 预算控制和责任会计

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. DESCRIBE THE CONCEPT OF BUDGETARY CONTROL.
2. EVALUATE THE USEFULNESS OF STATIC BUDGET REPORTS.
3. EXPLAIN THE DEVELOPMENT OF FLEXIBLE BUDGETS AND THE USEFULNESS OF FLEXIBLE BUDGET REPORTS.
4. DESCRIBE THE CONCEPT OF RESPONSIBILITY ACCOUNTING.
5. INDICATE THE FEATURES OF RESPONSIBILITY REPORTS FOR COST CENTERS.
6. IDENTIFY THE CONTENT OF RESPONSIBILITY REPORTS FOR PROFIT CENTERS.
7. EXPLAIN THE BASIS AND FORMULA USED IN EVALUATING PERFORMANCE IN INVESTMENT CENTERS.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 描述预算控制的概念。
2. 评价静态预算报告的用途。
3. 解释弹性预算的制定以及弹性预算报告的用途。
4. 描述责任会计的概念。
5. 指出成本中心责任报告的特征。
6. 识别利润中心责任报告的内容。
7. 解释对投资中心评价时使用的公式的基础。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 1. 5. 6. 13	
1. (A) WHAT IS BUDGETARY CONTROL? (B) TONY CRESPINO IS DESCRIBING A BUDGETARY CONTROL. WHAT STEPS SHOULD BE INCLUDED IN TONY'S DESCRIPTION. 2. UNDER WHAT CIRCUMSTANCES MAY A STATIC BUDGET BE AN APPROPRIATE BASIS FOR EVALUATING A MANAGER'S EFFECTIVENESS IN CONTROLLING COSTS? 3. "A FLEXIBLE BUDGET IS REALLY A SERIES OF STATIC BUDGETS." IS THIS TRUE? WHY? 4. WHAT IS A RESPONSIBILITY ACCOUNTING? EXPLAIN THE PURPOSE OF RESPONSIBILITY ACCOUNTING TO BE USED EFFECTIVELY.	
Home work:	
Exercise 25-1 Exercise 25-3 EXERCISE 25-6 EXERCISE 25-8	Problem 25-3A Problem 25-4A

Chapter 26 Performance Evaluation through Standard Costs

第二十六章 利用标准成本进行业绩评价

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. DISTINGUISH BETWEEN A STANDARD AND A BUDGET.
2. IDENTIFY THE ADVANTAGES OF STANDARD COSTS.
3. DESCRIBE HOW STANDARDS ARE SET.
4. state THE FORMULAS FOR DETERMINING DIRECT MATERIALS AND DIRECT LABOR VARIANCES.
5. STATE THE FORMULAS FOR DETERMINING MANUFACTURING OVERHEAD VARIANCES.
6. DISCUSS THE REPORTING OF VARIANCES.
7. ENUMERATE THE FEATURES OF A STANDARD COST ACCOUNTING SYSTEM.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 区分标准和预算。
2. 识别标准成本的优点。
3. 描述标准成本如何制定。
4. 陈述确定直接材料和直接人工差异的公式。
5. 陈述确定制造费用差异的公式。
6. 讨论差异的报告。
7. 列举标准成本核算系统的特征。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，(美)Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS: 2. 5. 8. 9	
1. (A) EXPLAIN THE SIMILARITIES AND DIFFERENCES BETWEEN STANDARDS AND BUDGETS. (B) CONTRAST THE ACCOUNTING FOR STANDARDS AND BUDGETS. 2. DISTINGUISH AN IDEAL STANDARDS AND NORMAL STANDARDS. 3. HOW IS THE PREDETERMINED OVERHEAD RATE DETERMINED WHEN STANDARD COSTS ARE USED? 4. WHAT IS THE DIFFERENCE BETWEEN A FAVORABLE COST VARIANCE AND AN UNFAVORABLE COST VARIANCE?	
Home work:	
Exercise 26-1	Problem 26-1A
Exercise 26-2	Problem 26-3A
EXERCISE 26-5	Problem 26-4A
EXERCISE 26-7	Problem 26-5A

Chapter 27 Incremental Analysis and Capital Budgeting

第二十七章 增量分析和资本预算

STUDY OBJECTIVES

After studying this chapter you should be able to:

1. IDENTIFY THE STEPS IN MANAGEMENT'S DECISION-MAKING PROCESS.
2. DESCRIBE THE CONCEPT OF INCREMENTAL ANALYSIS.
3. IDENTIFY THE RELEVANT COSTS IN ACCEPTING AN ORDER AT A SPECIAL PRICE.
4. Identify THE RELEVANT COSTS IN A MAKE OR BUY DECISION.
5. GIVE THE DECISION RULE for WHETHER TO SELL OR PROCESS MATERIALS FURTHER.
6. IDENTIFY THE FACTORS TO BE CONSIDERED IN RETAINING OR REPLACING EQUIPMENT.
7. EXPLAIN THE RELEVANT FACTORS IN DECIDING WHETHER TO ELIMINATE AN UNPROFITABLE SEGMENT.
8. DETERMINE WHICH PRODUCTS TO MAKE AND SELL WHEN RESOURCES are LIMITED.
9. CONTRAST THE ANNUAL RATE OF RETURN AND CASH PAYBACK TECHNIQUES IN CAPITAL BUDGETING.
10. DISTINGUISH BETWEEN THE NET PRESENT VALUE AND INTERNAL RATE OF RETURN METHODS.

学习目标

学完本章之后，学生应该能够达到以下目标：

1. 识别管理决策程序的步骤。
2. 描述增量分析的概念。
3. 识别在以特殊价格接受一项订货时的相关成本。
4. 识别进行自制或外购决策时的相关因素。
5. 给出是否出售或进一步对材料加工时的决策规则。
6. 识别在考虑保留还是重置设备时相关的因素。
7. 解释在决定是否取缔非盈利的分部时的相关因素。
8. 当资源有限时，决定产品是继续生产还是出售。
9. 对照资本预算的年报酬率法和回收期法。
10. 区分净现值和内含报酬率法。

Teaching and homework hours 教学与作业时间

	讲授	课堂讨论	实习	作业	总计
学时分配	2	0.5		0.5-1	3-4

Reading and References 学生必读和参考书目

1. 《会计专业英语》常勋著，立信出版社 1991 年出版
2. 《ACCOUNTING PRINCIPLES》，（美）Weygandt, Kieso, & Kimmel, SIXTH EDITION, 2002

Discussion QuestionS:	
1. WHAT STEPS ARE FREQUENTLY INVOLVED IN MANAGEMENT DECISION-MAKING PROCESS? 2. WHAT DATA ARE RELEVANT IN DECIDING WHETHER TO ACCEPT AN ORDER AT A SPECIAL PRICE? 3. DEFINE THE TERM “OPPORTUNITY COST.” HOW MAY THIS COST BE RELEVANT IN A MAKE-OR-BUY DECISION? 4. WHAT IS THE DECISION RULE IN DECIDING WHETHER TO SELL A PRODUCT OR PROCESS IT FURTHER?	
Home work:	
Exercise 27-1	Problem 27-1A
Exercise 27-2	Problem 27-2A
EXERCISE 27-3	Problem 27-3A
EXERCISE 27-4	Problem 27-1B

《会计学原理（中文）》教学大纲

张美玲 编写

目 录

前 言	567
第一章 总 论	568
第一节 会计的基本概念	568
一、会计的产生和发展	568
二、会计的职能	568
三、会计的含义	568
第二节 会计的对象	568
一、会计对象的一般说明	568
二、会计对象在企业的具体表现	568
第三节 会计的任务	569
第四节 会计核算的基本前提	569
一、会计主体	569
二、持续经营	569
三、会计分期	569
四、货币计量	570
第五节 会计信息质量要求	570
一、客观性原则	570
二、实质重于形式的原则	570
三、重要性原则	570
四、有用性原则	570
五、可比性原则	570
六、一贯性原则	570
七、及时性原则	571
八、清晰性原则	571
九、配比原则	571
十、权责发生制原则	571
十一、历史成本原则	571
十二、谨慎原则	571
第六节 会计核算基本程序和方法	571
一、会计核算基本程序	571
二、会计核算方法	572
三、会计核算程序和方法的关系	573
复习思考题	573
第二章 会计科目和会计账户	574
第一节 会计要素	574
一、资产	574
二、负债	574
三、所有者权益	574

四、收入.....	575
五、费用.....	575
六、利润.....	575
第二节 会计等式.....	575
一、基本会计等式.....	575
二、资产和权益变动的经济业务对会计等式的影响.....	576
三、收入和费用变动的经济业务对会计等式的影响.....	576
第三节 会计科目.....	576
一、设置会计科目的意义.....	576
二、会计科目的内容和级次.....	576
三、会计科目的主要名称（科目表）.....	576
第四节 账户及其基本结构.....	576
一、设置账户的必要性.....	576
二、账户的基本结构.....	577
复习思考题.....	577
第三章 复式记账.....	578
第一节 复式记账原理.....	578
一、记账方法.....	578
二、复式记账的理论基础.....	578
三、复式记账的意义.....	578
第二节 借贷记账法.....	578
一、借贷记账法的记账符号.....	578
二、借贷记账法的账户结构.....	578
三、借贷记账法的记账规则.....	579
四、借贷记账法的试算平衡.....	579
第三节 总分类账户和明细分类账户的平行登记.....	579
一、总分类账户和明细分类账户.....	579
二、总分类账户和明细分类账户的平行登记.....	580
复习思考题.....	580
第四章 账户和借贷记账法的应用.....	581
第一节 工业企业的主要经济业务.....	581
一、筹集生产所需资金.....	581
二、将筹集到的资金投放于生产经营的各个环节，实现生产的连续性筹集.....	581
三、确定和分配企业的经营成果.....	582
第二节 筹集资金业务核算.....	582
一、筹集权益性资金的核算.....	582
二、筹集债务性资金的核算.....	582
第三节 材料业务的核算.....	582
第四节 产品制造业务的核算.....	583
第五节 产品销售业务核算.....	583
第六节 财务成果业务核算.....	583
复习思考题.....	584

阅读书目	584
第五章 账户的分类	585
第一节 账户按经济内容的分类	585
一、资产类账户	585
二、负债类账户	585
三、所有者权益类账户	585
四、成本类账户	585
五、损益类账户	585
第二节 账户按用途和结构的分类	586
一、盘存账户	586
二、结算账户	586
三、所有者投资账户	586
四、集合分配账户	586
五、跨期摊提账户	586
六、成本计算账户	586
七、收入账户	586
八、费用账户	587
九、财务成果账户	587
十、计价对比账户	587
十一、调整账户	587
复习思考题	587
第六章 会计凭证	588
第一节 会计凭证的意义和种类	588
一、会计凭证的意义	588
二、会计凭证的种类	588
第二节 原始凭证的填制和审核	588
一、原始凭证的基本内容	588
二、原始凭证的填制方法	589
三、填制原始凭证的要求	589
四、原始凭证的审核	589
第三节 记账凭证的填制和审核	589
一、记账凭证的内容	589
二、记账凭证的填制方法	589
三、填制记账凭证的要求	589
四、记账凭证的审核	589
第四节 会计凭证的传递和保管	590
一、会计凭证的传递	590
二、会计凭证的保管	590
复习思考题	590
第七章 账 簿	591
第一节 账簿的意义和种类	591
一、账簿的意义	591

二、账簿的种类	591
第二节 账簿的设置和登记	591
一、日记账的设置和登记	591
二、总账的设置和登记	591
三、明细账的设置和登记	591
四、总账与明细账的关系及其平行登记	592
第三节 账簿启用和登记规则	592
一、账簿启用的规则	592
二、账簿登记的规则	592
三、更正错账的方法	592
第四节 对账和结账	592
一、对账	592
二、结账	592
三、账簿的保管	593
复习思考题	593
第八章 会计核算形式	594
第一节 会计核算的形式的意义和要求	594
一、会计核算形式的意义	594
二、设计会计核算形式的要求	594
第二节 记账凭证核算形式	594
一、记账凭证核算形式的特点	594
二、记账凭证核算形式的会计凭证和账簿	594
三、记账凭证核算形式的账务处理程序	594
四、优缺点和适用范围	594
第三节 科目汇总表核算形式	595
一、科目汇总表核算形式的特点	595
二、科目汇总表核算形式的会计凭证和账簿	595
三、科目汇总表核算形式的账务处理程序	595
四、优缺点和适用范围	595
第四节 多栏式日记账核算形式	595
一、多栏式日记账核算形式的特点	595
二、多栏式日记账核算形式的会计凭证和账簿	595
三、多栏式日记账核算形式的账务处理程序	595
四、优缺点和适用范围	595
第五节 汇总记账凭证核算形式	595
一、汇总记账凭证核算形式的特点	595
二、汇总记账凭证核算形式的会计凭证和账簿	595
三、汇总记账凭证核算形式的账务处理程序	595
四、优缺点和适用范围	595
第六节 日记总账核算形式	596
一、日记总账核算形式的特点	596
二、日记总账核算形式的会计凭证和账簿	596

三、日记总账核算形式的账务处理程序	596
四、优缺点和适用范围	596
第七节 普通日记账核算形式	596
一、普通日记账核算形式的特点	596
二、普通日记账核算形式的会计凭证和账簿	596
三、普通日记账核算形式的账务处理程序	596
四、优缺点和适用范围	596
复习思考题	596
第九章 财产清查	597
第一节 财产清查的意义和种类	597
一、财产清查的意义	597
二、财产清查的种类	597
三、财产清查前的准备工作	597
第二节 财产清查的方法	597
一、实物的清查	597
二、货币资金的清查	598
三、往来款项的清查	598
第三节 财产清查结果的处理	598
一、财产清查结果的业务处理	598
二、财产清查结果的账务处理	598
复习思考题	598
第十章 财务会计报告	599
第一节 财务会计报告作用、种类和编制要求	599
一、会计报表的作用	599
二、会计报表的种类	599
三、编制会计报表的要求	599
第二节 财务状况报表	599
一、资产负债表	599
二、现金流量表	600
第三节 财务成果报表	600
第四节 会计报表附表的编制	600
一、资产减值准备明细表	600
二、利润分配表	600
三、分部报表（业务分部、地区分部）	600
第五节 财务会计报告的报送和汇总	600
复习思考题	600
第十一章 会计工作的组织	601
第一节 组织会计工作的意义和要求	601
一、组织会计工作的意义	601
二、组织会计工作应遵循的要求	601
第二节 会计机构	601
一、会计机构的设置	601

二、企业会计工作的组织方式	601
三、会计工作岗位的设置	602
四、内部会计管理制度	602
第三节 会计人员	602
一、会计人员的职责	602
二、会计人员的主要权限	602
三、会计人员的任职要求	602
四、会计人员的任免	602
五、会计人员的职业道德	603
第四节 会计法规制度	603
一、会计法	603
二、关于会计业务工作的法规制度	603
三、其他会计法规	603
复习思考题	603
第十二章 会计管理	604
第一节 会计信息	604
一、会计信息的特征	604
二、会计信息的作用	604
三、会计信息的处理	604
第二节 会计预测	604
一、会计预测的作用	604
二、会计预测的分类	604
三、会计预测的内容	604
四、会计预测的程序	604
五、会计预测方法	605
第三节 会计决策	605
一、会计决策的意义	605
二、会计决策的方法	605
三、会计决策程序	605
四、会计决策的内容	605
第四节 会计控制	605
一、会计控制的意义	605
二、会计控制的种类	606
三、会计控制的原则	606
四、会计控制的内容	606
五、会计控制的程序	606
六、会计控制方法	606
第五节 会计分析	606
一、会计分析的意义	606
二、会计分析的原则	606
三、会计分析的种类	606
四、会计分析程序	606

五、会计分析方法.....	607
第六节 会计检查.....	607
一、会计检查的意义.....	607
二、会计检查的种类.....	607
三、会计检查的程序.....	607
四、会计检查的标准.....	607
五、会计检查内容.....	607
六、会计检查的方法.....	607
第七节 会计电算化.....	607
参考文献目录.....	608

前 言

《会计学原理》是管理学和经济学的专业基础课程之一，是会计学专业的基础骨干课，是会计学科的理论基础和实务基础，也是审计专业、理财专业的核心课程之一。

《会计学原理》作为专业基础课，它阐明会计学的基本理论、基本方法和基本操作技能。学生学习本课目的是：明确会计的本质、基本职能、会计目标及其对象、任务，认识做好会计工作对于加强企业经济管理、提高经济效益的重要意义；理解会计要素、科目和帐户的相关理论和记帐方法及其具体应用；掌握会计凭证、帐簿的基本内容和实务操作中的要求，初步掌握成本计算和财产清查技巧；明确会计核算形式的种类和各种会计核算形式的执行程序；能够阅读和编制基本会计报表，并进行与会计报表相关的财务评价指标计算；了解会计工作的组织、内部管理制度的设置、对会计人员的要求和我国的会计法规体系，等等。学习《会计学原理》要为进一步学习其他会计课程和有关管理课程打下坚实的基础。

《会计学原理》是一门实用性很强的课程，学生在学习时要着重掌握会计核算的各种基本方法和与之相关的基本原理。即不仅要学会运用各种方法处理问题，还要弄清各种方法的基本道理，进而能够独立地进行操作演算。作为一门专业基础课，广大学生要通过本课程的学习概括理解会计的基本理论，初步掌握会计的基本技能，以便在后续课程中进一步深入理解和运用。

本大纲是由会计学主讲教师张美玲编写。

由于编者水平有限，如有不足之处，恳请读者批评指正。

第一章 总 论

学习目的和要求：

本章阐述会计的基本理论问题。学习本章，要求着重理解会计的职能和特点，掌握会计对象、会计要素和会计的任务，在对会计核算的基本前提和会计信息质量要求这两个会计理论问题作概括了解的基础上，明确会计核算方法的组成内容和相互联系。对于初学者来说，学习本章的目的在于懂得什么是会计，了解会计的基础理论和基本方法，重点掌握会计信息质量要求和会计核算方法，而对于难点问题，即会计核算基本前提要加深理解。

学时分配：3 学时。

第一节 会计的基本概念

一、会计的产生和发展

会计是适应社会生产的发展和加强经济管理的要求而产生，并随着市场经济和科学技术的发展而不断完善、提高的。

借贷记账法的产生和发展与西方资本主义经济关系的产生和发展有着密切的联系。

现代会计逐渐形成的过程。

二、会计的职能

会计的职能，是指会计在经济管理中所具有的功能。

马克思对“簿记”的说明，对马克思这段话的理解和会计的两大职能。

会计的反映职能和反映职能的四个方面的特点。

会计的监督职能和监督职能的两方面的特点。

会计反映职能和监督职能二者之间的相互关系。

会计除了反映和监督外，还有预测、决策、控制和分析职能。

三、会计的含义

会计是以货币为主要计量单位，以会计凭证为依据，利用专门的方法和程序，对企业和行政、事业单位的经济活动进行完整的、连续的、系统的反映和监督，旨在提供经济信息和提高经济效益的一项管理活动，是经济管理的重要组成部分。

第二节 会计的对象

一、会计对象的一般说明

会计对象是指会计所要反映和监督的内容。在社会主义市场经济条件下，会计的对象是社会再生产过程中主要以货币表现的经济活动，即企业和行政事业单位主要以货币表现的经济活动。

二、会计对象在企业的具体表现

会计对象在企业中可表现为企业主要以货币表现的经济活动。以工业企业为例，以货币表现的

经济活动包括资金（即资本金与借入其他资金）的投入、生产准备、产品生产、产品销售、收益的形成与分配的全部过程。它既是货币资金、固定资产、原材料、在产品、产成品等资产形态的变化过程，也是资金筹集、投放、耗费、收入、分配等业务内容的发生过程。

企业经济活动的三个过程及其相互关系：供应过程、生产过程和销售过程，与此相对应的资金投入、资金周转和资金退出，及其它它们之间的相互关系。

企业以货币表现的经济活动与会计对象的各个要素项目，亦即会计要素的增减变动有着密切的联系。

会计要素是对会计对象按照其经济特征所作的分类。表示企业财务状况的会计要素，表示企业生产经营成果的会计要素。

第三节 会计的任务

会计职能与会计任务之间的相互关系。

一、会计的任务是指对会计对象进行反映和监督所要达到的目的。会计的任务取决于会计的职能和经济管理的要求。其根本任务是：按照国家的财经法规、会计准则、会计制度进行会计核算，提供以财务数据为主的经济信息，并利用信息帮助企业单位外部和内部的信息使用者进行经营决策，借以提高经济效益。

二、会计的任务可具体概括为：

1. 反映和监督各单位的经济活动和财务收支，提供会计信息、加强经济核算。
2. 反映和监督各单位财经政策、法令、制度的执行情况，维护财经纪律。
3. 充分利用会计信息资料及其他有关资料，预测经济前景，参与经济决策。

第四节 会计核算的基本前提

会计核算的基本前提（或称会计假设）是指为了保证会计工作正常进行和会计信息的质量，对会计核算的范围、内容、基本程序和方法所作的限定，并在此基础上建立会计原则。

一、会计主体

会计主体是指会计所服务的特定单位。会计主体前提是指会计所反映的是一个特定企业和行政事业单位的经济活动，而不包括投资者本人的经济业务或其他经营单位的经营活动。它明确了会计工作的空间范围。

会计主体可以是独立法人，也可以是非法人，如合伙企业。典型的会计主体是经营企业，但事业单位和行政机关也是会计主体。

二、持续经营

持续经营前提是指会计核算应以持续、正常的生产经营活动为前提，而不考虑企业是否将破产清算。它明确了会计工作的时间范围。

会计核算所使用的一系列原则、程序、方法都是建立在持续经营前提之上的。

三、会计分期

会计分期是指把企业持续不断的经营活动过程，划分为较短的会计期间，以便分期结算账目，按期编制报表。它是对会计工作时间范围的具体划分，提出会计核算从何时开始观察家卫生何时截

止问题。

会计期间划分是正确计算收入、费用和损益的前提。会计期间通常为一年、称为会计年度。

四、货币计量

货币计量是对会计计量尺度的规定，在会计核算中以货币作为计量单位，综合反映会计主体财务状况和经营成果。把经营活动、财务状况、经营成果转化为价值来反映，统一量度无差别价值计量尺度来衡量企业的资产、负债、收入、费用等。这样会会计核算所提供的会计信息具有可比性，满足信息使用者的需要。

这个前提一般含有币值不变假设。

第五节 会计信息质量要求

会计信息质量要求是对会计核算提供信息的基本要求，是处理具体会计业务的基本依据。

一、客观性原则

也称真实性原则，是指会计核算提供的信息应当以实际发生的交易或事项为依据，如实反映企业的财务状况、经营成果和现金流量，做到内容真实，数字准确，项目完整、手续齐备、资料可靠。

二、实质重于形式的原则

企业应当按照交易或事项的经济实质进行会计核算，而不应当仅仅按照它们的法律形式作为会计核算的依据。

三、重要性原则

是指企业在会计核算过程中对交易和事项应当区别其重要程度，采用不同的核算方式。对资产、负债、损益等有重大影响，并进而影响会计报告使用者据以做出合理判断的重要会计事项，必须按照规定的会计方法和程序进行处理，并在财务报告中予以充分、准确地披露；对于次要的会计事项，在不影响会计信息真实性和不致于误导财务会计报告使用者作出正确判断前提下可适当简化处理。

四、有用性原则

又称相关性原则，是指企业提供的会计信息应当能够反映企业的财务状况、经营成果和现金流量，以满足会计信息使用者的需要。

五、可比性原则

是指会计核算应当按照规定的处理办法进行，会计指标应当口径一致，以便在不同企业之间进行横向比较。

六、一贯性原则

是指企业的会计处理方法前后各期应当保持一致，不得随意变更。如有必要变更，应当将变更的内容和理由、变更的累计影响数，以及累计影响数不能合理确定的理由等在会计报表附注中予以说明。

七、及时性原则

是指会计事项的处理，必须在经济业务发生时及时进行，讲求时效，以便于会计信息的及时利用。

八、清晰性原则

是指会计核算和财务会计报告应当清晰明了，便于理解和利用，数据记录和文字说明要能一目了然地反映经济活动的来龙去脉，对需要解释的问题作出必要的说明。

九、配比原则

是指企业在进行会计核算时，收入与其成本、费用应当相互配比。同一会计期间内的各项收入和与其相关的成本、费用，应当在该会计期间内确认。

十、权责发生制原则

是指会计核算应当以权责发生制为基础，按实际发生的和影响的期限来确认企业的收支和收益。凡是当期已经实现的收入和已经发生或应

当负担的费用，不论款项是否收付，都应当作为当期的收入和费用；凡是不属于当期的收入的费用，即使款项在当期收付，也不应当作为当期的收入和费用。

十一、历史成本原则

在历史成本计量下，资产按照购置时支付的现金或者现金等价物的金额，或者按照购置资产时所付出的对价的公允价值计量。负债按照因承担现时义务而实际收到的款项或者资产的金额，或者承担现时义务的合同金额，或者按照日常活动中为偿还负债预期需要支付的现金或者现金等价物的金额计量。

十二、谨慎原则

是指企业在进行会计核算时，应持谨慎态度，不得多计资产和收益、少计负债和费用，但不得计提秘密准备。

第六节 会计核算基本程序和方法

会计核算的基本程序和方法是指企业单位为了实现会计目标而经济业务进行处理与加工的程序和方法。

一、会计核算基本程序

会计核算的基本程序包括会计确认、会计计量、会计记录和会计报告四个环节。

（一）会计确认

会计确认是依据一定标准，对企业单位发生的各项经济业务，用会计要素来归属，辨认并确定哪些数据是否能够和何时进入会计处理过程的工作。会计确认的实质是指根据发生的经济业务用会计要素来归属，通过一定的标准和程序记入账户或列入会计报表的过程。

确认的基本标准是会计要素；确认的一般标准是会计假设和确认原则。

（二）会计计量

会计计量是对经济活动进行量化的过程，是对会计对象的内在数量关系加以衡量、计算、确定，使其转化为能以货币表现的财务信息和其他有关的经济信息，以便集中综合反映企业的财务状况及其变动的财务成果的过程。即在会计核算中，运用一定的计量单位，选择被计量对象的合理属性，计算、确定予以记录的各项经济业务的金额的过程。

会计计量的对象是会计要素，对会计要素进行计量，一是运用计量单位，即主要以货币为计量单位；二是选择计量标准，即计量属性。

（三）会计记录

会计记录是根据一定的账务处理程序，对经过确认、计量的经济业务在账簿上进行登记，以便对会计数据进一步加工处理的过程。

（四）会计报告

会计报告是指根据会计信息使用者的要求，按照一定格式，把账簿记录加工成财务指标体系，提供给信息使用者，据以进行分析、预测和决策。

二、会计核算方法

会计的方法是指用来反映和监督会计对象、实现会计任务的手段。会计核算的方法是会计方法中的基本组成内容，也是会计初学者必须掌握的基础知识。

会计核算方法是对会计对象（会计要素）进行完整的、连续的、系统的反映和监督所应用的方法。主要包括：

（一）设置会计科目和账户。

设置会计科目和账户是对会计核算的具体内容进行核算和监督的一种专门方法。会计核算仍具体内容，企业为资产、负债、所有者权益、收入、费用和利润六大要素。会计科目是对会计要素所作的进一步分类，是根据会计核算具体内容，即会计要素进行分类核算的项目。同时会计科目又是在账簿中开设账户的依据，会计科目是账户的名称。通过账户可以分类、连续、系统地记录各项经济业务，以提供各种不同性质的核算指标。

（二）复式记账。

复式记账是一种具有科学原理的记账方法，对于每一项经济业务的发生，都要以相等的金额，在两个或两个以上的相互联系的账户中进行登记，表明它们的对应关系。通过复式记账，可以了解第笔业务的来龙去脉及相互关系，核对账簿是否不正确。

（三）填制和审核凭证。

凭证是会计凭证的简称，是用来记录经济业务、明确经济责任的书面证明。对每一项交易或事项填制会计凭证，并加以审核，作为登记账簿的依据。通过凭证的填制和审核，可以提供既真实可靠，又合理合法凭证。能保证会计核算的质量，并明确经济责任。填制和审核凭证是会计核算的开始。

（四）登记账簿。

登记账簿就是在账簿上连续地、系统地、完整地记录交易或事项的一种方法。登记账簿必须以会计凭证为依据，利用账户和复式记账的方法，将经济业务分门别类地登记到账簿中去，并定期进行结账和对账，为编制会计报表提供完整而又系统的会计数据。

（五）成本计算。

成本计算是按一定成本对象，对生产、经营过程中所发生的成本、费用进行归集，以确定各该对象的总成本和单位成本的一种专门方法。进行成本计算可以确定材料采购、生产和销售的成本。通过成本计算可以核算和监督生产经营过程中所发生的各项费用是否节约和超支，并据以确定企业盈亏。

（六）财产清查。

财产清查是对各项财产物资进行实物盘点、账实核对以及对各项往来款项进行查询、核对，如发现财产物资和资金的实有数与账面数不一致时，应查明原因，通过一定审批手续后，进行必要的处理，并调整账簿记录，使账面数与实际数保持一致，以保证账证、账账、账实相符的一种专门方法。

（七）编制会计报表。

编制会计报表定期总括地反映企业单位的财务状况和经营成果的一种专门方法。会计报表主要依据账簿记录，经过加工整理而产生的一套完整的指标体系。会计报表所提供的各项指标，不仅是上级有关部门及投资者考核、分析财务计划和预算以及进行投资决策的重要依据，而且也是企业管理和国家进行宏观管理及调控的重要参考资料。

从填制和审核凭证到登记账簿，直至编出会计报表周而复始的变化过程，就是会计循环。

三、会计核算程序和方法的关系

以上会计核算的四个基本程序和七种核算方法，它们之间不是孤立存在的，而是相互联系的构成一个完整的会计信息加工处理的程序和方法体系。

（一）在确认过程中，首先确认某一项经济业务属于哪项会计要素及其具体科目，并用文字加以描述，并确定记账方向，作成会计分录，然后用货币加以计量；同时还要对已确认属于会计要素的经济业务是否合法、合规进行确认。这个过程就是运用填制和审核会计凭证的方法。

（二）经过确认计量的经济业务，要进行选择分类，运用预先设置的账户、按照复式记账法的要求，根据会计凭证上所反映的会计分录，把经济业务分门别类地记录到账簿中去。通过会计记录，把会计对象的具体内容进行详细的描述和量化，又对会计数据进行分类汇总及加工处理，使之转化为初始的会计信息。总之会计记录程序要运用设置会计科目、复式记账、登记账簿和成本计算等方法。

（三）会计的目标是把会计信息传递给信息使用者，其传递的手段就是财务报告。通过会计记录形成的信息即账簿中数据，信息量既多又分散，不便信息使用者直接使用，因此必须对账簿中信息进行加工提炼，重新归类汇总，并按规定的格式编制会计报表，这才便于信息使用者使用。

为了保证会计报表的数字真实可靠，在会计报告程序中，除了运用编制会计报表的方法外，还要运用财产清查的方法。

复习思考题

1. 会计有什么职能？
2. 怎样理解会计的含义？
3. 会计的对象是什么？
4. 会计的任务是什么？
5. 会计核算的基本前提是什么？
6. 会计核算的一般原则包括哪几个？
7. 会计核算的基本程序和方法包括哪几种？

第二章 会计科目和会计账户

学习目的和要求：

本章阐述会计核算的基本方法——会计科目和账户及其基本原理——会计要素和会计等式。学习本章要求理解会计要素的划分原则和划分方法，重点掌握会计等式中各个会计要素之间的关系以及经济业务发生后对会计等式中各个会计要素的影响，明确会计科目的作用以及科目内容和科目级次，进而掌握设置账户的必要性以及账户的基本结构。学习会计科目和会计账户，是学习下一章复式记账的必要前提。

学时分配：6 学时。

第一节 会计要素

会计要素是会计对象的构成要素，是对会计对象按其经济特征所作的进一步分类。我国《企业会计准则》将会计要素划分为资产、负债、所有者权益、收入、费用、利润六类。

一、资产

资产是指企业过去的交易或者事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。

前款所指的企业过去的交易或者事项包括购买、生产、建造行为或其他交易或者事项。预期在未来发生的交易或者事项不形成资产。

由企业拥有或者控制，是指企业享有某项资源的所有权，或者虽然不享有某项资源的所有权，但该资源能被企业所控制。

预期会给企业带来经济利益，是指直接或者间接导致现金和现金等价物流入企业的潜力。

资产按其流动性分为流动资产、长期投资、固定资产、无形资产和其他资产。

二、负债

负债是指企业过去的交易或者事项形成的、预期会导致经济利益流出企业的现时义务。

现时义务是指企业在现行条件下已承担的义务。未来发生的交易或者事项形成的义务，不属于现时义务，不应当确认为负债。

三、所有者权益

所有者权益是指企业资产扣除负债后由所有者享有的剩余权益。公司的所有者权益又称为股东权益。

所有者权益的来源包括所有者投入的资本、直接计入所有者权益的利得和损失、留存收益等。

直接计入所有者权益的利得和损失，是指不应计入当期损益、会导致所有者权益发生增减变动的、与所有者投入资本或者向所有者分配利润无关的利得或者损失。

利得是指由企业非日常活动所形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的流入。

损失是指由企业非日常活动所发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的流出。

四、收入

收入是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。

收入只有在经济利益很可能流入从而导致企业资产增加或者负债减少、且经济利益的流入额能够可靠计量时才能予以确认。

收入包括主营业务收入和其他业务收入。收入不包括为第三方或者客户代收的款项。

五、费用

费用是指企业在日常活动中发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的总流出。

费用只有在经济利益很可能流出从而导致企业资产减少或者负债增加、且经济利益的流出额能够可靠计量时才能予以确认。

企业为生产产品、提供劳务等发生的可归属于产品成本、劳务成本等的费用，应当在确认产品销售收入、劳务收入等时，将已销售产品、已提供劳务的成本等计入当期损益。

企业发生的支出不产生经济利益的，或者即使能够产生经济利益但不符合或者不再符合资产确认条件的，应当在发生时确认为费用，计入当期损益。

企业发生的交易或者事项导致其承担了一项负债而又不确认为一项资产的，应当在发生时确认为费用，计入当期损益。

六、利润

利润是指企业在一定会计期间的经营成果。利润包括收入减去费用后的净额、直接计入当期利润的利得和损失等。

直接计入当期利润的利得和损失，是指应当计入当期损益、会导致所有者权益发生增减变动的、与所有者投入资本或者向所有者分配利润无关的利得或者损失。

利润金额取决于收入和费用、直接计入当期利润的利得和损失金额的计量。

利润包括营业利润、利润总额和净利润。

第二节 会计等式

会计等式，又称会计平衡公式，它是会计在反映经济业务和进行有关计量时所表现的经济内容及其等量关系。从形式上看会计等式是会计对象的具体内容即会计要素之间关系的表达式，反映会计对象各要素之间的内在联系；从内容上看，它揭示了会计主体的产权关系和基本财务状况。

一、基本会计等式

基本会计等式为：

资产=权益

资产=债权人权益+所有者权益

资产=负债+所有者权益-----（1）

基本会计等式反映资产的归属关系，它是设置账户、复式记账和编制会计报表的基本依据。

收入、费用、利润三个要素构成另一组，形成反映一定期间经营成果的基本公式，即

收入-费用=利润-----（2）

通过复式记账，使这些会计要素之间发生了相互嫡系。

二、资产和权益变动的经济业务对会计等式的影响

只涉及资产和权益变动的经济业务发生，引起会计等式中各个会计要素的增减变动，不外乎有四种类型、九种情况。不管属于哪种类型和情况，这些经济业务发生后都不会破坏会计等式的平衡关系。

三、收入和费用变动的经济业务对会计等式的影响

基本会计等式可转化为下列扩展的会计等式：

资产+费用=负债+所有者权益+收入-----（3）

或：资产=负债+所有者权益+利润（收入－费用）

由于收入可理解为所有者权益的增加，费用可理解为所有者权益的减少，因此涉及收入和费用变动的经济业务发生，引起会计等式中各个会计要素的增减变动，也不外乎上述四种类型、九种情况，也不会破坏会计等式的平衡。

会计等式永远平衡的原理，是复式记账赖以建立的基础。

第三节 会计科目

一、设置会计科目的意义

会计科目是对会计要素进行分类的项目。它是设置账户、处理账务的依据。

二、会计科目的内容和级次

会计科目作为一个体系包括科目内容和科目级次。科目内容反映各科目之间的横向联系。会计科目按其经济内容不同，可分为资产类、负债类、所有者权益类、损益类和成本类。科目级次反映科目内部的纵向联系，会计科目按其隶属关系分类，可以分为总账科目和明细科目，明细科目又可以分为二级明细和三级明细科目。

会计科目的内容，要规定会计科目的经济内容和使用方法，要依据会计要素各组成办法的客观性质划分，并要适应宏观和微观经济管理的需要。

会计科目的级次，体现会计信息的不同详细程度，要兼顾各种会计信息使用者的需要进行分级。

三、会计科目的主要名称（科目表）

第四节 账户及其基本结构

一、设置账户的必要性

账户是对会计要素进行分类核算的工具。设置账户的作用在于，它能够经常提供有关会计要素增减变动情况和结果的数据。

会计科目是账户的名称，账户是按照会计科目设置的。会计科目和账户之间既有联系，又有区别。

二、账户的基本结构

账户的结构是指账户的格式。

账户的基本结构是由会计要素的数量变化情况决定的。账户通常分为左右两方，分别反映有关会计要素的增加额和减少额。账户的本期增加发生额、本期减少发生额、期初余额、期末余额。

账户的格式尽管各种各样，但一般来说包括的内容都是相同的。

复习思考题

1. 会计要素有哪几种？
2. 为什么说“资产=负债+所有者权益”是会计基本等式？
3. 怎样理解会计科目与账户之间的关系？

第三章 复式记账

学习目的和要求：

本章阐述复式记账的理论与方法，重点掌握借贷记账法。通过本章学习，掌握复式记账的概念，理解复式记账的理论基础和意义；掌握借贷记账方法的基本内容，并能够结合简单经济业务加以初步运用；掌握总分类账户和明细分类账户的关系，理解总分类账户和明细分类账户平行登记要点，掌握平行登记的方法。账户和复式记账是会计核算特有的方法，是《会计学原理》的核心内容。通过上一章和本章的学习，要能深刻理解和熟练掌握账户和复式记账法，从而为以后各章的学习打下坚实的基础。

学时分配：3 学时

第一节 复式记账原理

一、记账方法

记账方法是在账簿中登记经济业务的方法分为单式记账法和复式记账法。

单式记账法是一种比较简单、不完善的记账方法。对于发生的每一项经济业务一般只在一个账户上登记一笔账，账户之间的记录没有直接的联系。

复式记账法是对发生的每一项经济业务，都要以相等金额，在两个或两个以上的账户中相互联系地进行登记的一种方法。

二、复式记账的理论基础

复式记账是以“资产=负债+所有者权益”这一会计恒等式为依据设计的一种记账方法，即复式记账的理论基础是会计恒等式。

三、复式记账的意义

采用复式记账法，对于发生的每一项经济业务都要在两个或两个以上账户中进行相互联系的反映。运用复式记账法登记的结果，一是可以了解每项经济业务的来龙去脉，并能完整、系统地反映经济活动的过程和结果；二是可据以进行试算平衡，检查账户记录的正确性。它是一种科学的记账方法。

复式记账方法分为借贷记账法、收付记账法和增减记账法。

第二节 借贷记账法

一、借贷记账法的记账符号

借贷记账法以“借”、“贷”二字作为记账符号。“借”、“贷”二字最初用于会计时可以字面上加以解释，后来使用范围扩大，逐渐失去了原来的含义，而转化为纯粹的记账符号。

二、借贷记账法的账户结构

（一）资产、负债、所有者权益类账户的结构。

资产类账户中，增加额记借方，减少额记贷方，期末如有余额，在借方。

负债和所有者权益类账户中，增加额记贷方，减少额记借方，期末如有余额在贷方。

（二）收入、费用、利润类账户的结构。

收入类和利润类账户中，收入、利润的增加额记贷方，其减少额或转销额记借方，收入或利润结转后期末一般没有余额，如有余额则在贷方。

费用类账户中，费用的增加额记借方，其减少额或转销额记贷方，费用结转后期末一般没有余额，如有余额则在借方。

每一账户在一定时期内（月、年）借方金额合计称借方发生额，贷方金额合计称贷方发生额，两个发生额相抵后的余额称为期末余额。计算公式为：

资产类（成本费用类）账户：

期末余额=期初余额+借方本期发生额-贷方本期发生额

负债及所有者权益类（收入、利润）账户：

期末余额=期初余额+贷方本期发生额-借方本期发生额

三、借贷记账法的记账规则

“有借必有贷，借贷必相等”。

借贷记账法的应用举例。

会计分录简称分录。它是对每项经济业务（会计事项）指出应登记的账户和记账方向与金额的一种记录。

一笔会计分录主要包括三个要素：会计科目、记账符号和变动金额。

会计分录按照其所反映的经济业务的复杂程度，可分为简单会计分录和复合分录两种。

简单会计分录是指一项经济业务发生以后，只在两个账户中记录其相互联系的两个经济因素的数量变化情况的会计分录。

复合会计分录亦称“复杂分录”，是指经济业务发生后，需要应用三个或三个以上的账户，记录其相互联系的多种经济因素的数量变化情况的会计分录。

在一般情况下不应把不同类型的经济业务合并在一起编制会计分录。

四、借贷记账法的试算平衡

（一）账户发生额试算平衡法。

账户发生额试算平衡法是用来检查本期记录的全部账户的借方和贷方发生额是否正确的一种试算平衡方法。其平衡公式为：

全部账户借方本期发生额合计=全部账户贷方本期发生额合计

（二）账户余额（期初、期末）试算平衡法。

账户余额试算平衡法是用来检查结出的账面余额是否正确的一种方法。平衡公式为：

全部账户借方余额合计=全部账户贷方余额合计

试算平衡表的编制及进行试算平衡时应注意的问题。

第三节 总分类账户和明细分类账户的平行登记

一、总分类账户和明细分类账户

总分类账户简称总账账户或总账，是根据总分类科目开设的，用来对会计要素的具体内容进行

总括分类核算的账户，它能提供某一具体内容的总括核算指标。

总分类账户的特点是：在总分类账户中只使用货币计量单位反映经济业务；总分类账户提供总括核算指标；总分类账户提供总括核算指标是编制会计报表的主要依据，但不能满足管理上的具体需要。

二、总分类账户和明细分类账户的平行登记

所谓平行登记是指对发生的每项经济业务，要以相关的会计凭证为依据，既记入有关的总分类账户，又记入有关总分类账户所属明细分类账户。登记总分类账户和明细分类账户的原始依据必须相同，不能根据对方记录进行转记，以便总账和明细账之间能够互相验证和核对。

总分类账户和明细分类账户的平行登记的要点如下：

- （一）登记的依据相同
- （二）登记的方向相同
- （三）登记的期间相同
- （四）登记的金额相等

复习思考题

1. 怎样理解复式记账原理？
2. 借贷记账法包括哪些内容？
3. 什么是会计分录？如何编制会计分录？
4. 总分类账户和明细分类账户的平行登记的要点是什么？

第四章 账户和借贷记账法的应用

学习目的和要求：

本章通过工业企业主要经济业务的核算，较详细地阐述账户和借贷记账法的应用。学习本章要求理解企业资金筹集、生产准备、产品生产、产品销售、财务成果等业务活动的内容，账户设置（账户的性质、用途和结构）和主要业务的账户对应关系。通过本章的学习，重点掌握账户和借贷记账法的具体应用。

学时分配：15 学时

第一节 工业企业的主要经济业务

一、筹集生产所需资金

企业筹集资金主要有两大渠道：一是向企业权益投资者（以下统称为“投资者”）筹集权益性资金；二是向债权人筹集债务性资金。

资本的形成、负债的取得与偿还、利息（或红利）的计算与分配形成了筹资业务的主要核算内容。

二、将筹集到的资金投放于生产经营的各个环节，实现生产的连续性筹集

工业企业生产产品的过程就是生产者利用劳动手段对劳动对象进行加工，制造出社会所需产品的过程。它由原材料的采购过程、产品制造过程 and 产品销售过程三个部分构成。

（一）原材料的采购过程

原材料采购过程亦称生产准备过程。在采购过程中，企业应按照经济合同和结算制度的规定，以及供应单位发票账单上开具的材料价格即材料的买价支付货款，同时还必须支付采购过程中发生的各种费用和税金。材料的买价加上材料的采购费用，构成了采购成本。材料运达企业经验收合格后入库，形成材料储备。

材料采购业务的主要核算内容包括：

支付材料买价和进项税额并与供应单位结算货款；

支付材料的采购费用，采购费用一般包括：运杂费、运输途中合理损耗、入库前的挑选整理费用、购入商品应负担的其他税金（进口关税等）；

计算并确定材料的采购成本并验收材料入库；

还应当进行增值税的核算。

（二）产品制造过程

产品的生产过程既是生产费用的归集过程，也是产品生产成本的计算过程。产品生产过程中发生的各种生产耗费，称为生产费用；会计上应及时根据生产费用发生的情况按照一定的生产对象（如产品品种）对生产费用进行归集和分配，归集和分配到各生产对象上的生产费用称为产品的生产成本（制造成本）。

生产费用包括直接费用和间接费用。直接费用是指为生产某一种生产对象直接耗费的费用，包括直接材料、直接人工费及直接工资福利费及其他直接费用，直接费用直接计入产品成本。间接费用是指为生产各种产品共同发生的生产耗费，统称为制造费用。

企业生产的各种产品的生产成本都应包括直接材料费、直接人工及福利费和分担的间接费用三

部分。

（三）产品销售过程

产品销售过程核算的主要经济业务内容概括为：

确认销售收入和增值税销项税额并与购货单位办理货款结算。

结转已销售产品的生产成本。

支付并归集分配销售费用。

计算应交销售税金及附加

确定产品销售成果。

三、确定和分配企业的经营成果

财务成果是企业一定时期内的经营总成果，即经营期内所实现的收入总额扣除所有支出后的差额。

企业的财务成果一般由“利润”或“亏损”指标来表示。

第二节 筹集资金业务核算

一、筹集权益性资金的核算

权益性资金是指企业所有者投入企业的资本，即企业在工商行政管理部门登记的注册资本，它是所有者权益的主要来源和表现形式，是投资者拥有的根本权益。

“实收资本”、“资本公积”账户的设置。

主要的账户对应关系。

二、筹集债务性资金的核算

企业向银行或其他金融机构借入的款项，按其借款时间和用途不同划分为短期借款和长期借款。

银行借款账户的设置，包括“短期借款”和“长期借款”。

主要的账户对应关系。

第三节 材料业务的核算

材料是产品制造企业组织产品生产经营活动所必需的物质资料。材料采购是生产的准备阶段也称供应过程，该过程核算的主要任务是：核算和监督材料的买价和采购费用，确定采购成本，检查材料采购计划执行情况，核算和监督储备资金占用量，考核储备资金的使用情况。

（一）固定资产购入业务的核算

“固定资产”账户的设置，主要的账户对应关系。

（二）材料采购业务的核算

“物资采购”、“委托加工材料”、“应付账款”、“应付票据”、“预付账款”“原材料”、“材料成本差异”、“应交税金”等账户的设置。

主要的账户对应关系。

（三）物资采购成本的核算

物资采购成本包括的内容：采购费用分配；成本计算单的编制。

第四节 产品制造业务的核算

生产过程核算主要任务是：核算和监督生产费用的发生和分配，产品生产的品种、数量和质量；计算产品成本，考核生产资金定额和成本计划的执行情况；反映生产过程中的问题和经验，促进企业不断降低生产成本，提高经济效益。

（一）核算内容和账户设置

“生产成本”、“制造费用”、“应付工资”、“应付福利费”“累计折旧”、“库存商品”、“待摊费用”、“预提费用”等账户的设置。

（二）主要的账户对应关系

耗用材料的核算，应付工资和应付福利费的核算，计提折旧的核算，制造费用的核算。

产品生产成本的计算

成本计算是会计核算的一种专门方法

成本计算的基本要求：严格遵守国家规定的成本开支范围；划分支出与费用、费用与成本的界限；按权责发生制的要求进行成本计算。

成本计算内容包括：确定成本计算的对象；确定成本计算期；确定成本项目；准确归集和分配生产费用；计算各种产品总成本和单位成本。

第五节 产品销售业务核算

在销售过程中，企业要将生产过程中所完成的产品销售出去，收回货币以补偿在产品上的资金耗费，以保证再生产正常进行的资金需要。

（一）核算内容和账户设置

产品销售取得收入，扣除营业费用和增值税以外的税金及附加，补偿已销产品的销售成本后的余额即为主营业务利润或亏损。

设置“主营业务收入”、“主营业务成本”、“主营业务税金及附加”、“营业费用”、“应交税金”、“应收账款”、“应收票据”、“预收账款”、“其他业务收入”“其他业务支出”等账户。

（二）主要的账户对应关系

现金、银行存款的核算，应收账款和应收票据的核算，预收账款的核算，销售费用和销售税金的核算，销售利润的结转。

第六节 财务成果业务核算

（一）盈亏确定的基本方法

产品销售利润的计算。

利润总额的计算。

净利润的计算。

企业利润的分配。

（二）管理费用和财务费用的核算

“管理费用”、“财务费用”、“其他应收款”账户的设置。

主要的账户对应关系。

（三）营业外收支的核算

“营业外收入”、“营业外支出”账户设置。

主要的账户对应关系。

（四）利润和利润分配的核算

“本年利润”、“利润分配”、“盈余公积”、“应付股利”账户的设置。

主要的账户对应关系。本年利润的计算，利润分配的核算，“本年利润”账户的结续。

复习思考题

1. 企业的主要经济业务有哪些？
2. 会计核算过程中各需设置哪些账户？主要账户的对应账户有哪些？

阅读书目

1. 《增值税征收管理暂行条例》，国家税务总局
2. 《企业会计制度》，财政部

第五章 账户的分类

学习目的和要求：

本章阐述账户的分类，重点研究账户按用途和结构的分类。学习本章，要求了解账户按经济内容分为哪些类别，账户按用途和结构分为哪些类别，各类账户能够提供什么性质的核算指标，怎样记录经济业务，理解各类账户之间的区别和联系，掌握各类账户在提供核算指标方面的规律性。通过本章的学习，要能正确运用账户登记经济业务，善于利用账户提供的资料。

学时分配：3 学时

第一节 账户按经济内容的分类

一、资产类账户

（一）反映流动资产的账户。如“现金”、“银行存款”、“应收账款”、“应收票据”、“预付账款”、“其他应收款”、“物资采购”、“委托加工材料”、“待摊费用”等账户。

（二）反映非流动资产的账户。如“固定资产”、“累计折旧”、“无形资产”、“工程物资”等账户。

二、负债类账户

（一）反映流动负债的账户。如“短期借款”、“应付票据”、“应付账款”、“预收账款”、“其他应付款”、“应付工资”、“应付福利费”、“应交税金”、“应付股利”、“预提费用”等账户。

（二）反映长期负债的账户。如“长期借款”、“应付债券”、“长期应付款”等账户。

三、所有者权益类账户

（一）反映所有者原始投资的账户。如“实收资本”

（二）反映经营积累的账户。如“盈余公积”账户。

（三）反映本期经营盈余的账户。如“本年利润”和“利润分配”账户。“本年利润”账户与“利润分配”账户之间的关系。

四、成本类账户

（一）反映直接成本的账户。如“生产成本”账户。

（二）反映间接成本的账户。如“制造费用”账户。

五、损益类账户

（一）反映收入的账户。如“主营业务收入”、“其他业务收入”、“营业外收入”、“投资收益”。

（二）反映支出的账户。如“主营业务成本”、“营业费用”、“主营业务税金及附加”、“其他业务支出”、“管理费用”、“财务费用”、“营业外支出”、“所得税”等账户。

第二节 账户按用途和结构的分类

账户的用途，是指通过账户记录能够提供什么核算指标，也就是设置和运用账户的目的。账户的结构，是指在账户中如何记录经济业务以取得必要的核算指标，包括账户借方和贷方核算的内容，期末余额的方向，余额所表示的内容。

一、盘存账户

盘存账户是用来反映和监督现金、银行存款和各项实物资产的增减变动及实存额的账户。主要有“现金”、“银行存款”、“委托加工物资”、“库存商品”、“固定资产”等账户。

二、结算账户

结算账户是用来反映和监督企业同其他单位或个人之间的债权、债务结算情况的账户。

（一）债权结算账户。是用来核算企业的债权增减变动及实有数的账户。主要有“应收票据”、“应收账款”、“预付账款”、“其他应收款”等账户。

（二）债务结算账户。是用来核算企业的债务增减变动及实有数的账户。主要有“短期借款”、“应付票据”、“应付账款”“预收账款”、“其他应付款”等账户。

（三）债权债务结算账户。是用来核算企业与其他单位或个人以及企业内部之间的一般款项往来结算情况的账户，因为相互之间的往来结算的性质会经常变动有时是企业的债权，有时则是企业的债务。如不设“预收账款”、“预付账款”账户情况下，同时核算应收账款和预收账款的“应收账款”账户，同时核算应付账款和预付账款的“应付账款”账户。

三、所有者投资账户

所有者投资账户是用来反映和监督企业所有者对企业投资的增减变动和结存情况的账户。主要有反映所有者原始投资的“实收资本”账户。

四、集合分配账户

集合分配账户是用来汇集经营过程中某个阶段所发生的费用，并按一定标准分配计人有关成本计算对象的账户。如“制造费用”账户。

五、跨期摊提账户

跨期摊提账户是用来反映和监督应由各个会计期间共同负担的费用，并将这些费用摊配于各个会计期间的账户。包括“待摊费用”、“预提费用”账户。

六、成本计算账户

成本计算账户是用来反映和监督经营过程中某一阶段所发生的全部费用，取得该阶段各个成本计算对象实际成本的账户。包括“生产成本”、“物资采购”账户。

七、收入账户

收入账户是用来反映和监督企业在一定时期内形成本期损益的各项收入的账户。主要有“主营业务收入”、“其他业务收入”、“营业外收入”和“投资收益”账户。

八、费用账户

费用账户主要是用来反映和监督企业在一定时期内所发生的直接影响本期损益的各项费用，并计算最终财务成果的账户。主要有“主营业务成本”、“营业费用”、“主营业务税金及附加”、“其他业务支出”、“营业外支出”、“管理费用”、“财务费用”和“所得税”等账户。

九、财务成果账户

财务成果账户是用来反映和监督企业某一会计期间（通常是一年）的全部净收入的计算和分配情况的账户，包括“本年利润”和“利润分配”账户。

十、计价对比账户

计价对比账户是用来对经营过程的某一阶段经济业务按照两种不同的计价标准进行核算对比，借以确定该阶段业务成果的账户。“本年利润”账户是典型的计价对比账户。在按计划成本结转已耗用的材料和已产出产品的情况下，“物资采购”、“生产成本”账户也具有计价对比账户的作用。

十一、调整账户

调整账户是为了调整某个账户（被调整账户）的余额，以表示被调整账户的实际余额而设置的账户。

（一）备抵账户。调整账户与被调整账户没有处于同一方向时，调整账户即为被调整账户的备抵账户，如“累计折旧”账户用来抵减“固定资产”账户；“坏账准备”账户用来抵减“应收账款”账户；“利润分配”账户用来抵减“本年利润”账户。

（二）附加账户。调整账户与被调整账户的余额处于同一方向时，调整账户即为被调整账户的附加账户。

（三）备抵附加账户。调整账户与被调整账户的余额有着处于同一方向或不同方向的可能性，这时的调整账户即为被调整账户的备抵附加账户。如采用计划成本进行材料日常核算情况下的“材料成本差异”账户。

复习思考题

1. 账户按经济内容如何分类？
2. 账户按用途和结构如何分类？

第六章 会计凭证

学习目的和要求：

本章重点掌握会计凭证的分类和填制方法。学习本章，要求掌握会计凭证的概念，了解会计凭证的作用；掌握会计凭证的分类方法，包括原始凭证的分类方法和记账凭证的分类方法；了解原始凭证和记账凭证应包括的基本要素；掌握原始凭证和记账凭证的填制方法；熟悉原始凭证和记账凭证的审核内容；了解会计凭证的传递和保管的基本要求。

学时分配：3 学时

第一节 会计凭证的意义和种类

一、会计凭证的意义

会计凭证是记录经济业务、明确经济责任的书面证明，也是登记账簿的依据。填制和审核会计凭证，是会计工作的开始，也是对经济业务进行日常监督的重要环节。

填制和审核会计凭证，可以反映每项经济业务的具体情况，并作为记账依据；可以对经济业务进行日常监督；可以加强经济责任制。

二、会计凭证的种类

会计凭证按照其编制程序和用途的不同，可以分为原始凭证和记账凭证两大类。

（一）原始凭证。原始凭证是在经济业务发生时取得或者填制的，用以证明经济业务发生或者完成情况，并作为记账原始依据的会计凭证。

原始凭证按其取得的来源，可以分为外来原始凭证和自制原始凭证。

原始凭证按其填制手续不同，又可以分为一次凭证、累计凭证和汇总原始凭证。

原始凭证按其用途不同，可分为通知凭证、执行凭证和计算凭证。

原始凭证按其格式不同，通用凭证和专用凭证

（二）记账凭证。记账凭证是根据原始凭证填制的，用来确定经济业务应借、应贷的会计科目和金额，作为记账根据的会计凭证。

记账凭证按其反映的经济内容不同，可以分为收款凭证、付款凭证和转账凭证。

收款凭证是用于现金和银行存款收入业务的记账凭证；付款凭证是用于现金和银行存款付出业务的记账凭证；转账凭证是用于不涉及现金和银行存款收付业务的其他转账业务所用的记账凭证。

记账凭证按其用途不同可以分为分录凭证、汇总凭证和联合凭证。

记账凭证按其编制的方式不同，可以分为单式记账凭证和复式记账凭证

第二节 原始凭证的填制和审核

一、原始凭证的基本内容

原始凭证的内容必须具备：凭证的名称；填制凭证的日期；填制凭证单位名称或者填制人姓名；经办人员的签名或者盖章；接受凭证单位名称；经济业务内容；数量、单价和金额。

原始凭证的其他要求。

二、原始凭证的填制方法

1. 一次凭证的填制方法；
2. 累计凭证的填制方法；

三、填制原始凭证的要求

1. 凭证所填内容和数字，必须真实、
2. 凭证所填内容必须清晰、完整；
3. 凭证要按规定签名盖章；
4. 凭证填写要工整、规范，易于辨认；
5. 凭证不能任意涂改、刮擦、挖补；
6. 凭证应该分类连续编号；
7. 凭证的填制和传递必须及时。

四、原始凭证的审核

审核经济业务是否合理、合法；

审核凭证的填制是否符合要求。

第三节 记账凭证的填制和审核

一、记账凭证的内容

记账凭证的内容必须具备：填制凭证的日期；凭证编号；经济业务摘要；会计科目；金额；所附原始凭证张数；填制凭证人员、稽核人员、记账人员、会计机构负责人、会计主管人员签名或盖章。收款和付款记账凭证还应当由出纳人员签名或者盖章。

二、记账凭证的填制方法

1. 收款凭证的填制；
2. 付款凭证的填制；
3. 转账凭证和通用记账凭证的填制；

三、填制记账凭证的要求

1. 正确填列会计科目；
2. 正确填列会计科目的借方和贷方；
3. 不能将不同类型的经济业务合并填列；
4. 记账凭证的填制必须有依据。

填制记账凭证其它方面的要求：对凭证编号的要求；对所附原始凭证的要求；对数字书写的要求；以及对凭证中空行的处理要求等。

四、记账凭证的审核

审核记账凭证的编制是否有依据；

审核应借、应贷的会计科目和金额是否正确；

审核记账凭证的项目是否填列齐全，有关人员的签名或盖章是否齐备。

第四节 会计凭证的传递和保管

一、会计凭证的传递

会计凭证的传递是指会计凭证从取得或填制时起，到归档保管时止，在本单位有关部门和人员之间的传递程序和传送时间。

正确组织会计凭证的传递，可以及时传送会计信息，保证及时完成业务手续；可以及时据以记账；可以提高经济活动的效率。

组织会计凭证的传递，应该根据本单位具体情况，规定凭证的联数、传递的环节和程序；合理规定凭证在各环节的停留时间。

二、会计凭证的保管

定期归类装订，以便查阅；

保证凭证安全，查阅凭证要有手续；

按照规定期限保存凭证、销毁凭证。

复习思考题

1. 会计凭证的意义和种类如何？
2. 原始凭证的填制方法和审核要求是什么？
3. 记账凭证的填制方法和要求是什么？如何审核？

第七章 账 簿

学习目的和要求：

本章阐述各种账簿的设置和登记。学习本章，要求理解设置和登记账簿对于系统地提供经济信息、加强经济管理的作用，熟悉日记账、总分类账、明细分类账的内容、格式、登记依据和登记方法，重点掌握登记账簿的各种规则，包括错账更正的规则。通过本章的学习，要能较熟练地登记账簿，利用账簿。

学时分配：3 学时

第一节 账簿的意义和种类

一、账簿的意义

账簿是按照会计科目开设账户、账页，用来序时地和分类地登记经济业务的簿籍。

登记账簿是会计核算的中心环节，其作用在于：为企业日常经营管理提供分类的会计信息；为定期编制会计报表提供数据；为经济活动的分析、考核和审计提供依据。

二、账簿的种类

（一）账簿按其用途，分为序时账簿、分类账簿、联合账簿和备查账簿。

序时账簿可再分为特种日记账（专用日记账）和普通日记账（通用日记账）。

分类账簿可再分为总分类账（总账）和明细分类账（明细账）。

联合账簿是序时账和分类账结合的账簿，又称联合账。

备查账又称备查簿、备忘登记簿等。

（二）账簿按其外表形式，分为订本账簿、活页账簿和卡片账簿。

第二节 账簿的设置和登记

一、日记账的设置和登记

（一）特种日记账的设置和登记。

三栏式日记账的设置和登记；多栏式日记账的设置和登记。

（二）普通日记账的设置和登记。

二、总账的设置和登记

（一）三栏式总账的设置和登记。

不反映对应科目的三栏式总账的设置和登记；反映对应科目的栏式总账的设置和登记。

（二）多栏式总账的设置和登记。

三、明细账的设置和登记

（一）三栏式明细账的设置和登记；

（二）数量金额式明细账的设置和登记；

(三) 多栏式明细账的设置和登记。

四、总账与明细账的关系及其平行登记

- (一) 总账与明细账之间的关系；
- (二) 总账与明细账平行登记的要点及相互之间的数量关系
- (三) 总账与明细账的平行登记。

第三节 账簿启用和登记规则

一、账簿启用的规则

- 1. 启用账簿时的一般要求
- 2. 会计人员交接时的规则和要求。

二、账簿登记的规则

- 1. 账簿登记必须有真实依据；
- 2. 账簿登记必须将各项目填写齐全；
- 3. 账簿登记的书写要按规定进行，要记录清晰
- 4. 账簿必须逐页循序连续登记；
- 5. 账簿记录必须逐页结转；
- 6. 账簿中的记录错误必须按规定的方法更正。

三、更正错账的方法

- 1. 划线更正法。
- 2. 红字更正法。红字全部冲销法，红字差额冲销法。
- 3. 补充登记法。

第四节 对账和结账

一、对账

对账是对账簿和账户所记录的有关数据加以检查和核对的工作。

对账包括：

- 1. 账证核对。
- 2. 账账核对。
- 3. 账实核对。

二、结账

结账是在会计期间结束时将当期应记的经济业务全部登记入账的基础上，计算、登记本期发生额和期末余额的记账工作。

- 1. 将本期发生的经济业务全部登记入账。
- 2. 按照权责发生制原则调整和结转有关账项。

3. 计算、登记本期发生额和期末余额。

三、账簿的保管

复习思考题

1. 账簿的意义和种类有哪些？
2. 总分类账户和明细分类账户如何平行登记？
3. 账簿登记和使用的规则是什么？
4. 更正错账的方法有哪些？。
5. 如何对账和结账？

第八章 会计核算形式

学习目的和要求：

本章在研究会计凭证和账簿的基础上，阐述各种凭证和各种账簿结合使用的方式，即会计核算形式问题。学习本章，要求理解合理建立会计核算形式的意义和基本要求，明确各种会计核算形式的基本内容，包括凭证、账簿的设置，账务处理程序和优缺点，并根据企业的业务性质、经营规模、财会人员业务水平等条件，研究各种会计核算形式的适用范围。通过本章的学习，要能掌握几种基本的会计核算形式，以便对实际工作中的多种多样做法能把握其基本原理和基本处理程序。

学时分配：3 学时

第一节 会计核算形式的意义和要求

一、会计核算形式的意义

会计核算形式就是会计凭证、账簿、会计报表和账务处理程序相结合的方式，也称会计核算组织程序。

科学、合理地设计会计核算形式的意义在于：可以保证凭证填制、账簿登记、报表编制工作有秩序地进行，提高核算工作效率；使提供的数据及时、清晰，能满足企业内外会计信息使用者的需要；简化账务处理程序；便于组织会计核算的分工、协作。

二、设计会计核算形式的要求

要适应企业单位的规模大小、业务简繁、业务类型的特点和核算工作的基础；

要能保证提供的会计数据正确、及时、全面、系统；

要能简化账务处理程序，节约人力和物力、提高核算工作效率。

第二节 记账凭证核算形式

一、记账凭证核算形式的特点

记账凭证核算形式，是根据记账凭证登记总账的核算形式是最基本的会计核算形式。

二、记账凭证核算形式的会计凭证和账簿

记账凭证的设置，明细账的格式，日记账的设置，总账的格式。

三、记账凭证核算形式的账务处理程序

四、优缺点和适用范围

第三节 科目汇总表核算形式

一、科目汇总表核算形式的特点

科目汇总表核算形式是根据科目汇总表登记总账的核算形式。

二、科目汇总表核算形式的会计凭证和账簿

记账凭证的设置，科目汇总表的格式，日记账的设置，总账的格式。

三、科目汇总表核算形式的账务处理程序

四、优缺点和适用范围

第四节 多栏式日记账核算形式

一、多栏式日记账核算形式的特点

多栏式日记账核算形式是根据多栏式日记账（包括某些转账凭证汇总表等）登记总账的核算形式。

二、多栏式日记账核算形式的会计凭证和账簿

记账凭证采用专用记账凭证，现金和银行存款的多栏式日记账，总账的格式。

三、多栏式日记账核算形式的账务处理程序

四、优缺点和适用范围

第五节 汇总记账凭证核算形式

一、汇总记账凭证核算形式的特点

汇总记账凭证核算形式是根据汇总记账凭证登记总账的核算形式

二、汇总记账凭证核算形式的会计凭证和账簿

汇总收款凭证、汇总付款凭证和汇总转账凭证的格式和填制方法，现金和银行存款日记账的格式，总账的格式和登记方法。

三、汇总记账凭证核算形式的账务处理程序

四、优缺点和适用范围

第六节 日记总账核算形式

一、日记总账核算形式的特点

日记总账核算形式是根据记账凭证对日记总账进行登记的核算形式。

二、日记总账核算形式的会计凭证和账簿

日记总账的格式和登记方法，现金和银行存款日记账的设置，记账凭证的设置。

三、日记总账核算形式的账务处理程序

四、优缺点和适用范围

第七节 普通日记账核算形式

一、普通日记账核算形式的特点

普通日记账核算形式是根据普通日记账登记总账的核算形式也称通用日记账核算形式或分录日记账核算形式。

二、普通日记账核算形式的会计凭证和账簿

用订本的普通日记账代替记账凭证，使记账凭证与日记账相合。普通日记账核算形式的登记方法，总账的格式。

三、普通日记账核算形式的账务处理程序

四、优缺点和适用范围

复习思考题

1. 会计核算形式的意义和要求
2. 记账凭证核算形式
3. 科目汇总表核算形式
4. 多栏式日记账核算形式
5. 汇总记账凭证核算形式
6. 日记总账核算形式
7. 普通日记账核算形式

第九章 财产清查

学习目的和要求：

本章阐述在填制凭证和登记账簿的基础上保证账簿记录准确性、财产物资的真实性和财产保管使用合理性的方法，即财产清查。学习本章，要求理解财产清查的必要性和种类，重点研究各种材料物资、货币资金和往来款项的清查方法，并理解财产清查结果的业务处理和账务处理。通过本章的学习，要掌握财产清查的基本知识和技能。

学时分配：3 学时

第一节 财产清查的意义和种类

一、财产清查的意义

财产清查就是通过对实物、现金的实地盘点和对银行存款、债权债务的查对，来确定财产物资、货币资金、债权债务的实存数，并查明账面结存数与实存数是否相符的一种专门方法。

财产清查的必要性。

造成财产物资账实不符的原因。

财产清查的作用在于：可以保证会计核算资料真实可靠；有利于挖掘财产物资使用方面的潜力，加速资金周转；可以保证财产物资的安全完整和结算制度的贯彻执行。

二、财产清查的种类

按照清查的范围，分为全面清查和局部清查；

按照清查的时间，分为定期清查和不定期清查。

三、财产清查前的准备工作

1. 组织准备；
2. 业务准备。

第二节 财产清查的方法

一、实物的清查

（一）确定财产物资账面结存数的方法。

1. 永续盘存制；
2. 实地盘存制。

（二）清查财产物资的方法。

1. 实物盘点法；
2. 技术推算法。

盘存单和实存账存对比表的编制。

二、货币资金的清查

现金的实地盘点，现金盘点报告表的编制。

银行存款的核对，银行存款余额调节表的编制。

三、往来款项的清查

往来款项的查询核对，往来款项对账表的编制。

第三节 财产清查结果的处理

一、财产清查结果的业务处理

1. 分析账实不符的性质和产生原因，提出处理意见；
2. 积极处理多余积压物资，清理长期积欠的债权债务；
3. 总结经验教训，建立和健全财产管理制度。

二、财产清查结果的账务处理

“待处理财产损溢”账户的结构。

1. 货币资金盘盈盘亏的账务处理；
2. 财产物资盘盈、盘亏和毁损的账务处理
3. 坏账损失的账务处理。

复习思考题

1. 财产清查的意义和种类有哪些？
2. 财产清查的方法是什么？
3. 财产清查结果如何处理？

第十章 财务会计报告

学习目的和要求：

本章阐述在日常核算的基础上对经济活动定期进行总括反映的方法，即会计报表。学习本章，要求理解会计报表的作用、种类和编制要求，着重掌握资产负债表、利润表和现金流量表的结构原理和基本的编制方法。通过本章的学习，要能初步掌握编制和阅读主要会计报表所必备的基础知识。

学时分配：6 学时

第一节 财务会计报告作用、种类和编制要求

一、会计报表的作用

会计报表是以日常核算资料为主要依据编制的，用来集中、概括地反映企业、单位财务状况、经营成果和成本费用的书面文件。

企业对外报表的会计报表，包括主表、副表和会计报表附注。对外报送的会计报表与财务情况说明书，即构成企业对外报出的财务报告。

企业对内报送的会计报表，主要为单位内部有关成本、费用方面的报表。

会计报表的作用在于：企业、单位的管理人员和职工可据以了解本单位的财务状况和经营成果，进行经营决策；各级主管机构和企业管理当局可据以评价各单位、部门的工作业绩，指导各单位、部门的经济管理工作；投资者和债权人可据以进行投资决策。

二、会计报表的种类

按反映的经济内容，分为财务状况及其变动情况报表、财务成果及其分配情况报表和成本费用情况报表。

按报送对象，分为对外会计报表和对内会计报表。按编报时间，分为月份会计报表、季度会计报表和年度会计报表。按编制的单位，分为单位会计报表和汇总会计报表。

按报表包括的会计主体的范围，分为个别会计报表和合并会计报表。

三、编制会计报表的要求

内容完整；

数字真实；

计算正确；

编报及时。

第二节 财务状况报表

财务状况报包括资产负债表和现金流量表。

一、资产负债表

（一）资产负债表的作用

编制资产负债表，可据以掌握企业拥有的经济资源及其分布状况；可据以了解投资者和债权人

的权益；可据以分析企业的偿债能力资产营运情况。

（二）资产负债表的项目分类和结构

（三）资产负债表的编制方法

直接填列法。

分析整理填列法。

二、现金流量表

（一）现金流量表的结构及内容

（二）现金流量表的填制方法

第三节 财务成果报表

一、利润表的作用。利润表又称盈亏表、损益表。利用该表可反映企业一定期间的收入、费用和财务成果据以分析企业的经济效益水平。

二、利润表的格式和填列方法。销售利润部分的填列，利润总额部分的填列，净利润部分的填列。

第四节 会计报表附表的编制

一、资产减值准备明细表

所有者权益（或股东权益）增减变动表

应交增值税明细表

二、利润分配表

三、分部报表（业务分部、地区分部）

第五节 财务会计报告的报送和汇总

一、财务会计报告的报送

二、财务会计报告的审核

三、财务会计报告的汇总

复习思考题

1. 会计报表的编制要求。
2. 资产负债表的作用、结构和编制方法。
3. 利润表的作用、结构和编制方法。
4. 利润分配表的作用、结构和编制方法
5. 现金流量表的编制方法

第十一章 会计工作的组织

学习目的和要求：

本章在阐述会计的基本理论和基本方法的基础上，阐述会计工作的组织问题。学习本章，要求了解正确组织会计工作的重要性和应遵循的要求，熟悉会计机构的设置、组织方式和岗位责任制，会计人员的职责、权限和对会计人员的要求，会计法规制度的构成。通过本章的学习，要理解把各种会计核算方法付诸实施需要创造的条件，以便在实践中合理安排会计核算的组织工作。

学时分配：1 学时

第一节 组织会计工作的意义和要求

一、组织会计工作的意义

组织会计工作就是根据会计工作的特点，制定会计法规制度，设置会计机构，配备会计人员，以保证合理、有效地进行会计工作。

合理组织会计工作的意义作用：

1. 可提高会计工作的质量和效率；
2. 可确保与其他经济管理工作协调；
3. 可加强各单位内部的经济责任制。

二、组织会计工作应遵循的要求

1. 既要符合国家对会计工作的统一要求，又要适应各单位生产经营的特点；
2. 既要保证核算工作的质量，又要节约人力、物力，提高工作效率；
3. 既要保证贯彻整个企业、单位的经济责任制，又要建立会计工作的责任制度。

第二节 会计机构

一、会计机构的设置

各个企业、单位原则上应单独设置会计机构。不具备单独设置会计机构条件的，应当在有关机构中配备专职会计人员或委托有资格的代理机构代理记账。

企业内部各职能部门和车间、班组等，根据业务需要，可以设置专职或兼职的核算人员。二级单位规模较大的，可设置财务会计机构。

二、企业会计工作的组织方式

1. 集中核算方式。把整个企业主要的会计工作集中在企业财务会计部门进行；企业二级单位不进行完整系统的会计核算；
2. 非集中核算。企业内部各单位对本单位发生的经济业务进行比较全面、相对独立的核算；企业财务会计部门负责综合性的会计工作，并对各单位会计工作进行指导和监督。

三、会计工作岗位的设置

1. 会计工作岗位设置的基本状况。一般划分的 8 个核算组及其工作内容。
2. 会计工作岗位的人员落实及其他内容。即按会计人员设置岗位的会计机构负责人或会计主管人员，出纳，财产物资核算，工资核算，成本费用核算，财务成果核算，资金核算，往来结算，总账报表，稽核，档案管理等岗位。会计工作岗位的其他内容；内部分工与牵制，岗位轮换，会计电算化岗位的设置原则等。

四、内部会计管理制度

1. 各单位制定内部会计管理制度应遵循的原则。
2. 内部会计管理制度应包括的主要内容：建立内部会计管理体系；建立会计人员岗位责任制；建立账务处理程序制度；建立内部牵制制度；建立稽核制度；建立原始记录管理制度；建立定额管理制度；建立计量验收制度；建立财产清查制度；建立财务收支审批制度；实行成本核算的单位应当建立成本核算制度；建立财务分析制度。

第三节 会计人员

一、会计人员的职责

1. 进行会计核算；
2. 实行会计监督；
3. 拟定本单位办理会计事务的具体办法；
4. 参与制定经济计划、业务计划并分析考核其执行情况；
5. 办理其他会计事项。

二、会计人员的主要权限

1. 有权要求本单位有关人员认真执行有关法规、制度、计划、预算；
2. 有权参与编制计划、制定定额、签订经济合同，参加有关会议；
3. 有权对本单位各部门进行会计监督。

三、会计人员的任职要求

1. 未取得会计证的人员，不得从事会计工作；
2. 各单位应配备会计机构负责人或会计主管人员，会计机构负责人、会计主管人员应具备一定的条件；
3. 大中型企事业单位应当设置总会计师，总会计师的地位、任职资格和业务水平要求；
4. 会计人员专业技术职务制度的实施，包括对高级会计师、会计师、助理会计师、会计员的不同要求；
5. 会计人员的专业学习和业务培训。

四、会计人员的任免

五、会计人员的职业道德

1. 热爱本职工作，努力钻研业务；
2. 熟悉法律法规，结合工作宣传；
3. 执行法规制度，提供准确信息；
4. 工作实事求是，办事客观公正；
5. 掌握单位情况，积极出谋划策；
6. 保守商业秘密，循规提供信息。

第四节 会计法规制度

会计法规制度是组织和进行会计工作所必须遵循的规范经济法规制度的重要组成部分。

一、会计法

会计法是组织会计工作的纲领性文件，是一切会计法规制度的“母法”。

二、关于会计业务工作的法规制度

1. 会计基础工作规范；
2. 会计准则。

盈利性组织会计准则和非盈利性组织会计准则
基本会计准则和具体会计准则。

3. 行业会计制度；
4. 企业内部会计核算方法。

三、其他会计法规

含会计档案管理办法。

复习思考题

1. 会计人员的职责是什么？
2. 会计人员的职业道德包括哪些内容？

第十二章 会计管理

学习目的和要求：

本章阐述会计管理的基本原理。学习本章，要求学生能够了解会计信息特征，学会如何处理会计信息；明了会计预测的作用，掌握预测的基本程序和方法。通过本章的学习，学会运用科学的决策方法，控制经济过程，分析经济活动，按照国家有关法律、法规进行会计检查。

学时分配：2 学时

第一节 会计信息

一、会计信息的特征

会计信息，是指通过科学预测或实际记录，反映会计主体过去、现在、将来有关资金运动状况的各种可为人们接受和理解的消息、数据、资料等的总称。

会计信息的特征。

二、会计信息的作用

三、会计信息的处理

1. 会计信息的收集
2. 会计信息的处理

第二节 会计预测

一、会计预测的作用

预测，是以过去的历史资料和现在所能取得的信息为基础，运用人们所掌握的科学知识与管理
人员多年来的实践经验，来预计、推测事物发展的必然性与可能性的过程。

会计预测的特点

会计预测的作用

二、会计预测的分类

三、会计预测的内容

1. 资金预测
2. 成本预测
3. 利润预测

四、会计预测的程序

五、会计预测方法

定量预测分析法、定性预测分析法。

第三节 会计决策

一、会计决策的意义

决策，一般是指一定组织和单位，为了达到特定的目标，运用一系列专门的科学方法从两种以上的备选方案中选择最优方案的过程。

会计决策的地位和作用

二、会计决策的方法

1. 差量分析法
2. 决策表法
3. 决策树法

三、会计决策程序

1. 发现和确认问题
2. 明确目标
3. 拟定方案
4. 评价方案
5. 优选方案
6. 试验实证
7. 实施决策方案
8. 检查反馈

四、会计决策的内容

1. 资金决策
2. 成本决策
3. 利润决策

第四节 会计控制

一、会计控制的意义

控制是指系统主体采取某种强制性的措施，促使系统内某些要素自身或要素之间的联系方式按照一定的目标运行。

会计控制的特征

会计控制的作用

二、会计控制的种类

1. 按其控制的时间分类
2. 按其控制内容分类
3. 按其控制范围分类
4. 按其控制手段分类
5. 按其控制时期分类

三、会计控制的原则

四、会计控制的内容

五、会计控制的程序

1. 确定目标
2. 对比检查
3. 结果处理

六、会计控制方法

1. 政策控制
2. 制度控制
3. 预测控制
4. 定额控制
5. 计划控制
6. 责任控制

第五节 会计分析

一、会计分析的意义

会计分析，是企业经济活动分析的组成部分，是会计核算的继续和发展。

会计分析的意义

二、会计分析的原则

三、会计分析的种类

1. 按其分析时间分类
2. 按其分析范围分类
3. 按其分析形式分类

四、会计分析程序

1. 分析前的准备
2. 进行基本数量对比

3. 分析后和处理

五、会计分析方法

1. 对比分析法
2. 因素分析法

第六节 会计检查

一、会计检查的意义

会计检查是指会计人员对会计资料的合法性、合理性、真实性和准确性进行的审查和稽核。
会计检查的意义

二、会计检查的种类

1. 按其检查单位分类
2. 按其检查范围分类
3. 按其检查时期分类

三、会计检查的程序

1. 准备阶段
2. 审查阶段
3. 报告阶段

四、会计检查的标准

1. 法律
2. 行政法规
3. 会计及经济管理的基本原则
4. 会计的技术规则

五、会计检查内容

1. 检查法规执行情况
2. 检查计划执行情况
3. 检查财务保管状况

六、会计检查的方法

1. 顺查法和逆查法
2. 全查法和抽查法

第七节 会计电算化

一、电算化的意义

二、制订科学合理的会计电算化规则

- 三、大力培养既懂会计又懂计算机的复合型人才
- 四、配备电子计算机的硬件和软件
- 五、会计电算化的内部管理制度

教学总进程及课时安排

章节	内容	课时（54 学时）			备注
		讲授	实训	合计	
第一章	总论	2	1	3	
第二章	会计科目和账户	2	1	3	
第三章	复式记账法	4	2	6	
第四章	账户和借贷记账法的应用	10	5	15	
第五章	账户分类	2	1	3	
第六章	会计凭证	2	1	3	
第七章	会计账簿	2	1	3	
第八章	会计核算形式	2	1	3	
第九章	财产清查	2	1	3	
第十章	财务会计报告	3	3	6	
第十一章	会计工作的组织	1		1	
第十二章	会计管理	2		2	
	期末复习	1	2	3	

参考文献目录

1. 财政部：《企业会计准则》（2006），网上及财务会计相关杂志
2. 财政部：《企业会计制度》（2001），经济科学出版社

《国际市场营销》教学大纲

孙忠群 编写

目 录

前 言	742
第一章 国际营销导论	744
第一节 国际营销的基本概念	744
一、国际营销的定义	744
二、国际营销与国内营销的区别	744
三、国际营销与国际贸易的区别	745
第二节 国际营销的动因和管理过程	745
一、国际营销的动因	745
二、国际营销的宏观动因	745
三、国际营销的基本过程	746
第三节 国际营销的理论基础及其发展	746
一、市场营销组合理论	746
二、大市场营销理论	746
三、战略营销 4P's 理论	746
四、关于西方市场营销理论 10P 的概括理解	747
本章思考题	747
第二章 国际营销的经济环境	748
第一节 国际营销的经济环境结构	748
第二节 国际营销母国经济环境	749
一、母国环境	749
第三节 国际营销的东道国经济环境	749
一、东道国经济发展水平	750
二、东道国产业结构	750
三、东道国市场规模	750
四、东道国经济特征	750
五、自然环境	751
第四节 国际营销的国际环境	751
一、国际贸易组织	751
二、区域性经济组织	751
三、国际协议。	751
思考题	751
第三章 国际营销的政治与法律环境	753
第一节 国际营销的政治环境	753
一、政府的作用和行为目标	753
二、政治的稳定性	753
三、政治干预	754
四、国际市场进入障碍	754
五、国际关系	755
第二节 政治风险分析、评估与控制	755
一、政治风险的定义和特征	755

二、政治风险的认识与评估	755
三、政治风险的控制	756
第三节 国际营销的法律环境	756
一、母国法规	756
二、国际法规	756
本章思考题	756
第四章 国际营销的文化环境	757
第一节 文化的概念、基本特征和作用	757
一、文化的概念	757
二、文化的基本特征	757
三、文化对国际营销活动的影响作用	757
第二节 语言与教育	758
一、语言	758
二、教育	758
第三节 宗教与社会群体	758
一、宗教	758
二、社会群体	759
第四节 价值观念与审美观念	759
一、价值观念	759
二、审美观念	760
第五节 国际营销中的商务惯例（略）	760
本章思考题	760
第五章 国际市场细分与目标营销	761
第一节 国际市场细分的概念和意义	761
一、市场细分与国际市场细分的含义	761
二、国际市场细分的意义	761
第二节 国际市场细分的标准	762
一、地理细分与目标市场	762
二、经济细分与目标市场	762
三、国际市场文化细分与目标市场	762
四、国际市场组合细分方法	762
五、国际市场细分的原则	762
第三节 国际市场目标营销	762
一、国际市场目标营销的含义	762
二、评估选择国际细分市场时，须考虑的因素	763
三、目标营销	763
本章思考题	763
第六章 国际市场进入策略	764
第一节 国际市场贸易式进入模式	764
一、间接出口	765
二、直接出口	765
三、关于出口企业如何强化与代理商的关系问题	766
四、关于出口企业选择代理商应注意的事项	766

五、关于选择利用当地中间商，还是自建销售机构的几点建议	766
第二节 国际营销契约式进入模式	766
一、装配业务	766
二、合同生产	766
三、管理合同	767
四、许可经营	767
五、国际特许经营	767
第三节 国际营销股权式进入模式	768
一、海外合资经营	768
二、独资进入	769
三、收购进入	769
本章思考题	769
第七章 国际产品策略	770
第一节 国际产品的标准化与差异化策略	770
一、国际产品标准化与差异化的概念	770
二、国际产品标准化与差异化的比较	770
第二节 产品适应性改变策略	771
一、产品——信息双重延伸策略	771
二、产品——延伸、信息改变策略	771
三、产品改变——信息延伸策略	771
四、产品——信息双重改变策略	771
五、设计并开发全新产品（“定制“产品）	771
第三节 国际产品品质保证与服务策略	771
一、国际产品品质保证的含义和质量标准	771
二、国际产品的服务策略	772
第四节 国际产品的包装与品牌策略	772
一、国际产品的包装策略	772
二、国际产品的品牌策略	773
第五节 国际产品寿命周期策略	773
一、产品寿命周期与市场特征	773
二、国际产品寿命周期营销策略	774
本章思考题	774
第八章 国际定价策略	775
第一节 国际定价的基本因素	775
一、定价目标	775
二、成本	775
三、需求	775
四、国际市场的供给	776
第二节 国际定价的方法	776
一、成本导向定价法	776
二、需求（市场）导向定价法	776
三、竞争导向定价法	777
第三节 国际定价策略的几个特殊问题	777

一、出口定价的货币选择问题	777
二、倾销与反倾销的问题	777
三、国际转移定价	778
本章思考题	778
第九章 国际分销渠道策略	779
第一节 国际分销渠道的类型与选择	779
一、国际分销渠道概念	779
二、国际分销渠道结构	779
三、国际分销渠道的选择	780
第二节 国际分销渠道的主要成员	780
一、进出口中间商	780
二、进口国国内的中间商类型	781
三、国际市场零售业的发展趋势	781
第三节 国际市场中间商管理	782
一、中间商的选择	782
二、对中间商的支持与激励	782
三、控制国际市场中的中间商	782
第四节 商品实体分配	783
一、商品实体分配过程	783
二、国际分销的运输方式	783
三、商品实体分配中应考虑的因素	783
本章思考题	783
第十章 国际促销策略	784
第一节 国际广告促销	784
一、广告的概念	784
二、制定广告策略的基本因素（7M）	784
三、国际广告标准化和当地化，及其评价	784
第二节 国际人员推销	786
一、国际人员推销的含义	786
二、国际人员推销的功能	786
三、国际人员推销的过程	786
四、国际人员推销的组织结构	786
五、国际人员推销的管理	786
第三节 国际营业推广与公共关系	787
一、国际营业推广	787
二、国际公共关系	787
本章思考题	787
《国际市场营销》教学参考书籍	788

前 言

课程名称：国际营销学

课程英文名称：International Marketing

总学时：36

学分：2

先修课程：市场营销管理

开课单位：商学院 工商管理研究所

课程性质：工商管理专业必修课

授课对象：工商管理专业市场营销方向本科生

授课工具：多媒体

教材：张景智，《国际营销学教程》，对外经济贸易大学出版社，2003 年

参考书：

1. 迈克尔·津科特等著，陈祝平译，《国际市场营销学》，电子工业出版社，2004 版
2. 苏比哈什·C·贾殷著，吕一林译，《国际市场营销》，中国人民大学出版社，2004 年版
3. 菲利普·凯特奥拉著，周祖城译，《国际市场营销学》，机械工业出版社，2003 年版
4. 马萨基·科塔比著，刘宝成译，《全球营销管理》，中国人民大学出版社，2005 年版
5. 阎国庆主编，《国际市场营销学》，清华大学出版社，2004 年

教学目的与要求

经济全球化加快了企业融入国际市场的步伐，这就要求企业对国际市场的营销环境、规则和营销策略的规律性有一个充分的把握。《国际营销学》是工商管理专业本科生的一门重要专业必修课。通过学习本课程，要求学生掌握有关国际市场营销的一些基本理论，更重要的是要求掌握相关的营销操作技能，为日后实际工作打下良好的基础。

授课形式及考核方式

本课程的教学方法以课堂讲授教学为主，以实践和课堂讨论为辅。主要的教学手段包括：

1. 课堂讲授：系统地向学生传授基础知识。
2. 课堂讨论：通过引导学生参与讨论加深学生对基本知识的理解。
3. 课后作业：适量的课后思考督促学生进行更深入的思考。
4. 小组项目：提供调研课题与经典案例，学生分组讨论、课堂陈述并上交报告。
5. 结课成绩=平时成绩*20%+期末考试成绩*80%

总体结构、教学环节及学时分配

周次	教学内容计划进度	课时安排					备注
		课堂 讲授	习 题	讨 论	实验 参观	测验/ 考试	
1	国际市场营销概述（一）	2					
2	国际市场营销概述（二）	1	1				策划小组陈 述
3	国际营销经济环境分析（一）	2					
4	国际营销经济环境分析（二）	2					
5	国际营销政治环境分析（一）	2					
6	国际营销政治环境分析（二）	1.5	1	0.5			策划小组陈 述
7	国际营销社会文化环境	2					
8	国际市场细分与目标营销（一）	2					
9	国际市场细分与目标营销（二）	1.5		0.5			策划小组陈 述
10	国际市场进入策略（一）	2					
11	国际市场进入策略（二）	1.5		0.5			策划小组讨 论
12	国际产品策略（一）	2					
13	国际产品策略（二）	1.5		0.5			策划小组讨 论
14	国际定价策略（一）	2					
15	国际定价策略（二）	1.5		0.5			策略小组陈 述
16	国际促销策略（一）	2					
17	国际促销策略（二）	2					
18	串讲	2					
19							
20							

第一章 国际营销导论

本章概述

市场的国际化与日益激烈的竞争，使国际市场营销受到各国企业的广泛关注，它将市场营销的普遍原理运用于全球性市场机会，为各类企业参与国际市场竞争提供基本的理论指导、市场营销战略和策略。本章系统介绍国际市场营销的定义、任务与特征，阐述企业进入国际市场的驱动力约束力，以及顾客导向时代的市场营销。

教学目的与要求：

通过本章学习，学生应掌握以下内容：

1. 国际市场营销的概念
2. 国际市场营销的特性与任务
3. 企业进行国际营销的动因
4. 国际营销管理的基本过程
5. 国际营销的理论基础及其发展

学时分配：4 学时

第一节 国际营销的基本概念

国际市场营销是企业进行的跨越国界的市场营销活动。国际营销与国内营销、国际贸易有联系，更有区别。

一、国际营销的定义

国际营销，指在一个以上国家进行的把产品和服务引导到消费者或用户中去的各种商务活动。

尽管国际营销的本质仍然是一种市场营销活动，具有市场营销的基本特征。但同时又具备以下特征：（1）国际营销是一种国际性的经济活动。这种活动必须跨越国界，但商品实体不一定跨越国界。（2）国际营销是企业国内营销活动向国际市场的扩展。国际营销并不是国内营销简单的延伸。（3）国际营销不是国际销售。国际营销是一项完整的系统管理工程，而销售只是企业国际营销活动的组成部分，且不是最重要的部分。

二、国际营销与国内营销的区别

国际营销与国内营销的基本原理、主要原则、营销基本步骤和方法等方面是相同的。但国际营销的“跨国性”，决定了它具有以下特性：

（一）国际营销的环境因素的重要性更为突出。海外市场的消费者购买力和偏好、市场规范、销售渠道、竞争状况与国内有很大差异。

（二）国际营销从广度和深度上大大扩展了可控因素的内涵。可控因素，包括营销组合诸因素产品、定价、渠道和促销。

（三）国际营销强调各国市场营销策略的协调和整合。指企业在多个国家开展营销活动，须统一规划、控制和协调，使企业分散在各国的营销活动成为一个相辅相成的整体。

（四）国际营销更具复杂性和风险性。由于国际营销环境与国内营销环境的巨大反差，决定了国际营销难度大，而且风险多。

三、国际营销与国际贸易的区别

国际营销和国际贸易都是以营利为目的而进行的超越国界的经济活动，但又有较大的区别：

- （一）二者理论产生的时间不同
- （二）二者的行为主体不同
- （三）二者的活动范围不同
- （四）二者的动因不同
- （五）二者的信息来源不同
- （六）二者涉及的活动内容不同

第二节 国际营销的动因和管理过程

一、国际营销的动因

企业开展国际营销的动机和原因十分复杂，选择进入国际营销是由企业的内部因素或外部因素推动的，一般来说，企业开展国际营销的动因可分为以下几类：

（一）进入和开拓国际市场

开拓和占领国外市场，是提高企业市场占有率的需要。

（二）寻求和控制海外资源

开拓海外市场，可以突破本国市场资源约束，也是谋求技术进步、获取先进管理手段的途径之一。

（三）保持和扩大服务的客户

追随业务上相互关联的大企业进入海外市场，以谋求在海外建立相关业务发展。

（四）市场竞争的需要

企业因过度生产、国内销售额下降、生产能力过剩、国内市场趋于饱和等市场竞争因素的需要，而被动开展国际营销。或企业因有利润优势、技术优势、独家产品等因素的需要，而开展国际营销。

（五）扩大利润来源、提高经济效益

1. 谋求规模经济效益。
2. 利用产品寿命周期的差异。
3. 保持产品的稳定性。
4. 获得区位优势。

（六）高知名度和声誉

（七）分散和减少风险

当一国市场存在较大的风险或不利因素是，开展跨国经营可以避开风险或分散风险。

二、国际营销的宏观动因

国际营销宏观动因指国际营销给国家、社会带来的利益。

国际营销宏观动因主要包括：增加外汇、推动技术进步、发挥绝对优势、发挥要素优势、增加就业、协调国际关系等等。

三、国际营销的基本过程

对于一个准备涉足国际市场或进一步拓展现有海外市场的企业来说,须明确和熟悉国际营销管理的基本过程。一般来说,国际营销管理包括五个基本步骤,即企业高层主管面临的五个方面的主要决策:

(一) 关于是否进入国外市场的决策

企业只有在具备现实的或潜在的海外营销机会时,才有开展国际营销的可能和基础。因此,作出此项决策取决于三个因素:

1. 动因。
2. 机会。
3. 能力。

(二) 关于进入哪些国家市场的决策

企业在进行国际营销必须了解和分析国际营销的环境,针对自身资源和能力优劣势,确定目标市场。

(三) 关于如何进入目标国家的决策

1. 介绍中国企业进入目标国家的几种方式。
2. 选择进入方式须系统考虑的几个主要因素。

(四) 关于国际营销组合的决策

(五) 关于国际营销组织与控制的决策

第三节 国际营销的理论基础及其发展

国际营销理论兴起于 20 世纪 60 年代末到 80 年代,二战之后,跨国公司、国际企业的大量营销实践为国际营销学的形成奠定了基础。

一、市场营销组合理论

国际营销学的理论基础是市场营销组和 4P's 理论:

- (一) 产品策略——质量、品种、包装、品牌
- (二) 价格策略——基价、折扣、付款时间、信贷条件
- (三) 渠道策略——网点、储存、运输
- (四) 促销战略——广告宣传、营业推广、人员推销

二、大市场营销理论

当成功的市场营销正日益成为一种政治上的活动时,要求企业进入特定市场需要协调运用经济的、心理的、政治的和公共关系的手段, 20 世纪 80 年代,“大市场营销”理论被广泛接受了。

大市场营销的手段除传统市场营销 4P 组合外,还须加入两个 P:

- (一) 权力(Power 或 Politics)
- (二) 公共关系(Public Relations).

三、战略营销 4P's 理论

20 世纪 80 年代,美国营销学家菲利普·科特勒提出“战略营销 4P's 理论”:

- (一) 研究(Probing)
- (二) 划分(Partitioning)

(三) 优先 (Prioritizing)

(四) 定位 (Positioning)

四、关于西方市场营销理论 10P 的概括理解

(一) 传统营销组和 4P——四种营销战术

(二) 战略营销 4P' s——四种营销战略

(三) 大市场营销 2P——两种营销能力

本章思考题

1. 国际营销与国内营销有何异同之处?
2. 国际营销与国际贸易的区别是什么?
3. 企业进行国际化经营的动因是什么?
4. 简述企业开展国际营销的基本过程。
5. 西方市场营销观念经历了那些阶段?

第二章 国际营销的经济环境

本章概述

环境对国际市场营销具有深刻的影响,企业在国际营销竞争中的成败很大程度上取决于决策对环境的适应性。世界上的各国家经济条件不同、经济发展水平不同、各种主要经济特征不同。因此,开展国际营销必须了解目标市场的经济环境。本章在分析国际营销经济环境结构的基础上,分析研究了企业国际营销的母国经济环境和国际经济环境。重点考察东道国经济环境,包括:东道国经济发展水平、市场规模、经济特征等环境因素对国际营销的影响:。

教学目的与要求:

通过本章学习,应掌握以下知识:

1. 营销经济环境的直接和间接环境因素。
2. 母国经济环境因素对国际营销的影响。
3. 东道国经济环境因素对国际营销的影响。
4. 国际经济环境中国际机构、国际货币以及国际协议等对国际营销的影响和作用。

学时分配: 4 学时

第一节 国际营销的经济环境结构

就总体经济环境结构来说,经营环境因素与企业业务的关系可以分为相互关联的两大类。

(一) 间接环境(宏观环境)

间接环境,指在长期内对所有企业产生广泛性影响而企业有基本上对之无能为力的外部因素总和。包括:经济要素、政治要素、社会文化要素、技术要素、自然环境要素。

(二) 直接环境(具体环境)

直接环境,指那些对个别企业营销活动产生直接影响的而企业又可以相对地加以选择和影响的外部环境因素。包括:

(一) 产业环境要素

1. 行业的概念:行业是由一些公司构成的整体,他们的产品有着许多相同的属性,以至于他们为了争取同样的买方而开展激烈的竞争。

行业最主要的经济特征:

- (1)市场规模。
- (2)市场角逐的范围。
- (3)市场增长率及行业所处的阶段。
- (4)竞争厂商的数量。
- (5)购买者相对规模。
- (6)垂直整合度。
- (7)进入与推出障碍。
- (8)技术革新。
- (9)产品特色。
- (10)规模经济性。

2. 行业的竞争分析

- (1)迈克尔·波特的“五种力量模型”:

潜在进入者的威胁。

替代品的威胁。

供应商讨价还价的能力。

顾客（买主）讨价还价的能力。

行业内现有企业的竞争。

(2) 战略族群分析

战略族群，指在行业内采取相同或类似战略的一组企业，或者说一个战略群体中的厂商在竞争地位和竞争战略相似。“战略族群分析有助于准确地确定公司最主要的竞争对手”。

(3) 行业关键成功因素分析

关键成功因素，指那些最能影响行业内企业生存和发展的因素，即企业要取得竞争优势和财务技校所必须集中精力搞好的一些因素。

（二）客户与市场要素

1. 市场细分。

2. 购买者构成。

3. 购买的价值。

（三）资源来源要素

1. 原材料供应商。

2. 贷款人。

3. 劳动力来源。

第二节 国际营销母国经济环境

从地域空间来看，国际营销环境有母国环境、东道国环境和国际环境构成。

一、母国环境

母国环境，指从事国际营销活动的企业在本国所面临的、对其国际营销活动直接或间接产生影和制约作用的各种外部因素的集合，影响出口营销的母国环境因素主要有：

（一）影响出口的经济因素

1. 国内市场的规模。

2. 原材料和能源供应。

3. 资金、技术和人力资源的供应。

4. 出口企业之间的竞争。

（二）影响出口的政策、法律和管理因素

1. 税收政策。

2. 信贷政策。

3. 配额分配政策。

第三节 国际营销的东道国经济环境

东道国环境（目标市场环境），指从事国际营销企业在目标市场国所面临的、对其国际营销活动直接或间接产生影响或制约作用的各种外部因素的集合。东道国经济环境的影响因素有：

一、东道国经济发展水平

（一）经济发展水平的划分

罗斯托将世界各国的经济发展水平，划分为 5 个不同阶段：

1. 传统社会阶段。
2. 起飞前夕阶段。
3. 起飞阶段。
4. 成熟阶段。
5. 高消费阶段。

（二）经济发展水平对国际营销的影响

二、东道国产业结构

东道国产业结构可分为四种类型：

- （一）自给自足型经济。
- （二）原材料出口型经济。
- （三）新兴工业化型经济。
- （四）发达工业化型经济。

三、东道国市场规模

（一）东道国人口是决定市场规模的一个重要因素：

1. 总人口及其增长率。
2. 人口的分布。
3. 人口结构及其动态。

（二）东道国的经济收入

相关的经济收入指标有：

1. 国内生产总值：

国内生产总值表示一国或地区在一定时期内生产的最终产品或服务的市场价值的总和。

2. 人均收入：

（1）人均收入是把国内生产总值和人口因素结合起来考虑的一国指标。

（2）人均收入指标的局限性。

等等。

四、东道国经济特征

（一）经济周期

1. 经济周期，指一国经济扩张和收缩的循环型交替变化的过程现象。
2. 经济周期对国际营销的影响。

（二）产业结构和产业周期

1. 一国经济由不同的产业所构成，按照产业的性质可分为：广义农业、广义工业和广义服务业。每一产业又细分为若干层次。
2. 每个产业都有产业生命周期，存在四个阶段。

（三）通货膨胀

通货膨胀，指价格总水平的持续上涨。

1. 从国际营销角度分析引起通货膨胀的原因。

2. 通货膨胀对国际营销的影响。

（四）国际收支

国际收支，指一个国家在一定时期对外收入与支出的全部货币资金的总额。

（五）基础结构

1. 交通运输设施。
2. 能源供应。
3. 邮电通讯。
4. 商业及服务业设施。

五、自然环境

- （一）自然资源。
- （二）地表特征。
- （三）气候条件等。

第四节 国际营销的国际环境

国际化经营企业在开展国际营销活动中，除了要受到母国环境和东道国环境的影响和制约外，还要受到一些国际环境主体的影响和制约。经济全球化是当今世界经济发展最主要的特征。国际商品贸易、国际服务贸易和国际对外直接投资的格局和趋势会直接影响到所有国际经营项目的企业。一方面有利于维护全球贸易的秩序，但对不同发展水平的国家有着不同的意义。

一、国际贸易组织

- （一）世界贸易组织的沿革
- （二）世界贸易组织的宗旨和职能
- （三）世界贸易组织的基本原则

二、区域性经济组织

- （一）区域经济一体化
- （二）区域经济一体化的层次
1. 自由贸易区。
2. 关税同盟。
3. 共同市场。
4. 经济联盟。
5. 政治联盟。

三、国际协议。

（略）

思考题

1. 分析一国购买力时可以运用哪些指标？
2. 科特勒关于世界各国经济类型的分类对企业国际营销的借鉴意义？
3. 为什么一国人口的数量是判断该国市场规模的一个重要指标？

4. 在使用人均收入指标时应注意哪些三个方面的限制？
5. 一国的通货膨胀会对企业的国际营销活动产生哪些影响？
6. 一国的自然条件如何影响企业的国际营销活动？

第三章 国际营销的政治与法律环境

本章概述

政治和法律是影响各国社会和经济生活的重要力量,各种政治因素及其风险都会不同程度地影响企业的国际营销。法律制度规范着社会主体的行为和相互关系,企业的国际营销必然会面对迥然不同的法律制度、各国政府间签订的商贸条约、协定和国际贸易的有关法规。本章从政治和法律角度分析了国际市场营销环境,阐述了各种政治风险的特点,以及应考虑采取的对策;介绍了国际法律于本国法律的差异,有利于企业国际营销把握机会,避开风险,实现经营目标。

教学目的与要求

通过本章学习,学生应掌握以下内容:

1. 影响国际营销的政治环境因素。
2. 政治环境风险的评估和控制方法。
3. 影响国际营销的法律环境因素。

学时分配: 5 学时

第一节 国际营销的政治环境

世界政治格局纷繁复杂,存在极大的不确定性。企业的决策者首先要了解影响国际营销的诸多政治风险,在此基础上,准确评估和有效控制政治风险对企业营销的影响。

影响企业国际营销的政治环境因素,可以从以下几方面考虑:

一、政府的作用和行为目标

(一) 政府的作用

1. 政府作为国家经济事务的参与者的角色作用。
2. 政府作为国际经济行为的规范者的角色作用。

(二) 政府的行为目标

1. 自我保护。
2. 国家安全。
3. 经济繁荣。
4. 国际声誉。
5. 意识形态。

二、政治的稳定性

(一) 政府结构的稳定性——政权更迭

东道国执政党的更迭,往往代表着该国政治环境发生变化。

(二) 政局的稳定性——政治冲突

政治冲突往往造成一国的动乱、战争、政变等不安全因素。

(三) 政策的稳定性

一国政府政策的稳定性和长期性直接关系到国际营销企业营销战略的长期性和稳定性。

三、政治干预

政治干预，指东道国政府采取各种措施，迫使外资企业改变其经营方式、政策和策略的行为。

- (一) 没收和征用
- (二) 本国化
- (三) 外汇管制
- (四) 进口限制
- (五) 价格管制
- (六) 税收管制
- (七) 就业保护

四、国际市场进入障碍

国际市场进入障碍，指一个国家为了限制外国商品进口所设置的障碍。一般有以下几种形式：

(一) 贸易壁垒

贸易壁垒也称进口限制，是指东道国政府为了支持本国企业所采取的限制进口的各种措施。分为关税壁垒和非关税壁垒。

1. 关税壁垒

关税壁垒，是指当商品进口或出口一国国境时，政府对进出口商所征收的一种关税。其税提高进出口商品的成本和价格，削弱了市场竞争力，从而限制了商品的进出口数量。

(1)按征税的目的分为：

- a 财政关税。
- b 保护关税。
- c 收入再分配税。

(2)按征收的对象分为：

- a 进口税。
- b 出口税。
- c 进口附加税。

2. 非关税壁垒

非关税壁垒，是指除关税以外的所有限制进出口的措施。它比关税壁垒更隐蔽、更灵活、做应更广泛。非关税壁垒的种类有：：

- (1)进口配额。
- (2)进口许可证制。
- (3)外汇管制。
- (4)海关壁垒。
- (5)歧视性政府采购政策。
- (6)进口押金制。
- (7)当地成份要求。
- (8)严格的技术和管理条例。
- (9)反倾销政策。
- (10)环境保护壁垒。
- (11)进口贸易制裁。
- (12)国家安全壁垒。

(13) “莫须有”的质量问题。

等等。

(二) 各种不利于进口的苛刻的规定和要求

五、国际关系

国与国之间的关系是直接影响企业国际营销的重要因素。(略)

第二节 政治风险分析、评估与控制

一、政治风险的定义和特征

(一) 政治风险的定义

政治风险，指东道国政治环境变动而对外国经营者的资产、收益能力和管理控制造成负面影响的可能性。

(二) 政治风险的特征

一般认为政治风险，包括四个方面的特征：

1. 不连续性：即政治因素导致经营环境的突然而剧烈的变化。
2. 不确定性：即难以预先准确地知道可能发生的变化。
3. 政治力量作用使然：即造成经营环境变化时，基于政治的原因或是由政治突发事件作用的结果。
4. 经营上的冲击：即对国外经营者的资产、收益能力和管理控制造成负面影响。

二、政治风险的认识与评估

政治风险的评估，实际上是分析“政治敏感度”，政治敏感度越高，则政治风险越大。分析的内容可以分为以下大类：

(一) 公司的外部因素

双边关系。

产品或产业。

1. 经营规模及其所在的位置。
2. 公司的可见性。
3. 东道国的政治情况。

(二) 公司的内部因素

1. 公司的行为（形象）。
2. 公司对东道国的贡献。
3. 经营的当地化。
4. 子公司对母公司的依赖性。
5. 是否成为东道国的“好公民”。

(三) 产品的政治敏感度

不同产品性质不同、用途不同，因而具有不同政治敏感度，取决于该产品在东道国国民经济中的地位 and 影响。

三、政治风险的控制

政治风险的控制，指在认识和评估的基础上，采取各种措施将政治风险减少、分散或转移。可视情使用以下控制的措施：

- （一）积极开展公共关系和权力活动
- （二）寻求当地合作者
- （三）主动当地化
- （四）保持子公司对母公司的依赖性
- （五）融资多元化
- （六）利用风险转移机制

第三节 国际营销的法律环境

国际营销的法律环境主要是由各国不同的法律制度和有关国际规则构成。

一、母国法规

国际出于自身的政治利益或经济利益，对于本国企业开展国际营销活动，已制定出明确的法规加以规范。一般有：

- （一）市场管制
- （二）产品管制
- （三）对海外投资的管制

二、国际法规

国际法规，可以定义为国与国之间签订的条约、公约和协定的总和。这些条约、公约和协议在一定程度上对缔约国具有法律约束力。

（一）重要的国际组织

- 1. 世界贸易组织。
- 2. 国际贸易法规委员会。
- 3. 国际货币基金组织。
- 4. 国际标准化组织。

（二）主要的国际公约、条约、协定有四个方面：

- 1. 有关产品责任的公约。
- 2. 有关保护工业产权的公约。
- 3. 有关保护公平竞争的立法。
- 4. 有关调整国际间经济贸易行为的立法。

（三）东道国法规

- 1. 关于习惯法和成文法的差异。
- 2. 东道国法规对国际营销组合（产品战略、价格战略、渠道战略、促销战略）的影响。

本章思考题

- 1. 企业在国际营销分析中，应考虑哪些主要的政治因素？
- 2. 什么是政治干预，东道国政府对外国企业采取的政治干预形式主要有哪些？
- 3. 什么是政治风险，企业为了减少在东道国的政治风险，可采取哪些主要措施？
- 4. 简述国外法律环境对企业国际营销组合和策略的影响。

第四章 国际营销的文化环境

本章概述

国际营销所面对的一个主要障碍，就是国际市场的文化差异所造成的沟通上困难。为此营销者必须深入地了解国际文化环境，并使企业在不同目标国家的营销活动与当地社会的文化特质保持协调。本章通过对东道国语言与教育、宗教与社会群体以及价值观念与审美观念等基本因素的分析，阐述文化环境对国际营销的影响，并介绍国际营销活动的商务惯例。

教学目的和要求：

通过本章学习，学生应掌握以下内容：

1. 文化的含义和在国际营销中的作用。
2. 语言和教育水平与国际营销沟通的关系。
3. 宗教对消费者行为的影响。
4. 社会阶层和价值观念对国际营销的影响。
5. 国际营销应注意的国别差异的审美观念。

学时分配：3 学时

第一节 文化的概念、基本特征和作用

一、文化的概念

文化的内涵，是指一个社会规定人行为的社会规范、式样的总体系，即一个特定社会人们所共有的思想、情感和行为的总和。包括语言、教育、价值观念、审美观念、宗教信仰、社会组织和风俗习惯等。

二、文化的基本特征

（一）文化的核心是价值观。价值观制约和支配着个人或组织的宗旨、信念、行为规范和追求目的。

（二）文化的中心是以人为主体的以人为本文化。人是整个社会和组织中最宝贵的资源，因此，社会和组织应充分重视人的价值，才能不断增强社会和组织的内在活力。

（三）文化的管理方式是以软性管理为主。通过协调、和谐的人群氛围，自动调节社会和组织成员的心态和行动，才能使刚性的管理制度有更为强烈的控制力和持久力。

（四）文化的重要任务是增强群体凝聚力。社会中人们不同的风俗习惯、行为方式、目的愿望需要通过建立共同的价值观来寻求共同点。

三、文化对国际营销活动的影响作用

（一）各个国家不同的文化背景，影响着海外市场细分者的行为。即不同国家的文化差异可以导致消费者行为的不同特性。

（二）社会文化环境影响消费者的决策过程，使具有相似特性的消费者在不同的社会文化环境下对营销刺激的反应不同，即消费者行为具有很大的差异性。

（三）不了解不同社会文化环境所导致的消费者行为的差异，而导致海外市场上遭到失败不乏其例。

第二节 语言与教育

一、语言

语言是重要的文化因素之一。它反映了每一种文化的本质和价值观,并渗透与文化的各个方面,了解一国文化应从语言入手。

(一) 语言与文化

1. 不同国家文化环境,其语言会有明显差异。
2. 同一国家拥有多种语言,这一国家就具有多重文化。
3. 同一语言的国家,也可能因为语言释意的不同,而存在文化差异。

(二) 语言与营销沟通

1. 精通东道国的语言,可增强对顾客的说服力和影响力,协调与当地各方面的关系,因而掌握语言工具是国际营销人员的基本技能。
2. 语言除口头表达方式外,还有副语言的表达方式,即体态姿势、面部表情等等。根据不同的文化环境,副语言表达出来的意思(内容)会有差异。
3. 在国际营销活动中,文化差异在语言中处处体现。诸如广告、品牌、说明书的不同理解所产生歧义,会产生严重的后果。

二、教育

(一) 广义教育和狭义教育

1. 广义教育,是指社会上的一切影响人的思想品德,增进人的知识和技能的活动,包括学校教育、社会教育和家庭教育。
2. 狭义教育,是专指学校教育。各国教育制度、方法和水平差别很大。

(二) 教育水平差异对企业国际营销的影响

1. 教育水平影响市场规模和层次。对教育的投资、教育的普及和培训程度都制约该国的市场容量,应在选择目标市场是加以注意。
2. 教育水平影响企业的产品战略。教育发达与否对产品的内在质量、外观形象和服务有着不同的要求。因此,企业在自定产品策略时,应注意使产品的负责成都、技术性能等适应当地顾客的教育水平。
3. 教育水平影响企业的营销调研。教育程度的高低影响企业营销调研的信息交流,因此企业海外营销调研,应结合当地教育水平,选择适当的访问调研方式和用语。
4. 教育水平影响企业的营销沟通。教育水平直接影响着人们的消费方式,因此,企业的广告宣传方案、包装、文字等应做适应性安排。

第三节 宗教与社会群体

一、宗教

(一) 宗教是文化结构中的一个重要因素,是文化中处于深层的部分。不同宗教有着不同的信仰、价值观和行为准则,从而导致不同的需求和消费模式。

(二) 宗教对企业国际营销的影响

1. 宗教节日。

2. 宗教要求与禁忌。
3. 宗教影响下的妇女地位。
4. 宗教组织。
5. 宗教分歧。

二、社会群体

社会群体,是一个社会中人与人之间的关系方式。社会群体决定这个人在社会中所扮演的角色,也规定了个人的权利与责任。

(一) 亲属关系

亲属关系的基本单位是家庭。家庭类型与社会经济发展水平有直接关系。家庭代表着购买行为的基本单元。家庭的决策权在不同类型家庭 and 不同文化间有很大差别。

(二) 年龄群体

不同年龄层次的人,在价值观念、生活方式等方面存在巨大差异,分属于不同的亚文化群,有必要视为不同的子市场。

(三) 性别群体

按照性别进行市场细分行之有效。

(四) 特殊利益群体

特殊利益群体基于共同的宗教信仰、职业或政治理想等结合而成,根据特殊利益群体细分市场是一种常用方法。

(五) 社会阶层

社会阶层是按照一定的社会标准,将社会成员划分为若干社会等级。同一阶层通常有相似的价值观念、生活方式和购买行为。

第四节 价值观念与审美观念

一、价值观念

(一) 价值观念,是指人们对是非、善恶的评判标准。不同国家的人们在价值观念上存在不同程度的差异。

(二) 不同价值观念对企业国际营销的影响

1. 时间观念:

- (1) 时间观念的差异可以作为企业确定消费者需求,选择目标市场的依据之一。
- (2) 在国际营销决策和实施中,须与当地的时间观念相适合。

2. 变革与风险观念;

- (1) 分析评估东道国的文化环境对变革的态度。
- (2) 根据其价值取向建立有计划的缓慢变革的方法和程序。
- (3) 向东道国充分展示场新的优点和效能。
- (4) 寻求降低风险的措施。

3. 合作观念

(略)

二、审美观念

（一）审美是一种与美、高雅有关的文化概念，审美具有明显的国际差异性。

（二）审美观念对企业国际营销的影响

1. 设计：产品设计和包装审美的功能，是决定购买行为的重要因素。
2. 色彩：不同国家和民族对色彩的反应体现着文化差异，应投其所好，避免犯忌。
3. 音乐：不同的细分市场对音乐的要求和欣赏不同。

第五节 国际营销中的商务惯例（略）

由于文化差异，使得各国的商务惯例在贸易方式、谈判重点、礼仪、接触级别等方面都有其独特性。

介绍几个主要贸易伙伴国家和地区的商务惯例特点：

- 一、美国的商务惯例
- 二、日本的商务惯例
- 三、西欧的商务惯例
- 四、阿拉伯国家的商务惯例

本章思考题

1. 国际营销人员应该注意哪些文化环境因素？
2. 简要说明与国际营销沟通的关系？
3. 简要说明教育水平对国际营销的影响？
4. 举例说明宗教对消费者行为的影响？
5. 举例说明价值观念对国际营销的影响？

第五章 国际市场细分与目标营销

本章概述

世界不同国家和地区,在经济、文化、政治、地理位置等诸多方面的差异迥然,没有一个企业能够完全满足它。因此,企业必须按照一定的标准对众多的国家和地区进行市场细分,并根据自己的任务和目标、资源和特长,权衡利弊,从中选出适合进入的细分市场作为企业的目标市场。本章阐述市场细分的意义、标准和方法,使企业确定适合自身的目标市场,制定正确的国际市场目标营销战略,从而在国际市场营销中取得成功。

教学目的和要求:

通过本章学习,学生应掌握以下内容:

1. 国际市场细分的含义。
2. 国际市场细分的标准和意义。
3. 国际市场细分的组合评估法的种类。
4. 选择国际目标市场营销应考虑的因素。
5. 国际目标营销战略的选择及优缺点。

学时分配: 4 学时

第一节 国际市场细分的概念和意义

满足国际市场的顾客需求是企业国际市场营销活动的关键。企业须按照各市场的特点进行市场细分,并在此基础上,根据国际市场营销机会和企业的资源条件,选择企业目标市场,开展国际营销活动。

一、市场细分与国际市场细分的含义

(一) 市场细分

1. 市场细分,指营销者通过市场调研,依据消费者的需要、欲望、购买行为和习惯等方面的明显的差异性,把某一产品的整体市场划分为若干个消费者群的市场分类过程。

2. 国际市场细分:是市场细分在国际市场营销中的应用。包括两层含义:

(1)宏观细分:指企业进入国际市场之前,按照某种标准,把世界市场分为若干子市场,每个子市场具有基本相同的营销环境。

(2)微观细分,指企业对某一国外市场顾客群进一步细分,也称一国之内细分。

二、国际市场细分的意义

(一)有利于企业发掘国际市场机会确定目标市场。目标市场能否正确选择,直接决定着企业发展战略的制定,所以企业必须在进行市场细分化的基础上,寻找一个理想的目标市场。

(二)有利于发挥营销效力。进行国际市场细分有利于企业集中人力、物力和财力投入国际目标市场,发挥最大的市场效果,以获取局部竞争优势。

(三)有利于制定和调整市场营销组合策略。企业可以根据不同的商品制定不同的营销组合策略。离开市场细分所制定的市场营销组合策略往往是无的放矢。

第二节 国际市场细分的标准

国际市场细分首先要选择好细分标准，国际市场宏观标准由地理标准、经济标准、文化标准和组合法。

一、地理细分与目标市场

- (一) 国际市场地理细分，指按地理位置的标准进行宏观细分
- (二) 国际市场地理细分标准的优点和局限性

二、经济细分与目标市场

- (一) 国际市场经济细分，指按照某一个或自足经济发展变数、指标来划分国际市场
- (二) 国际市场的经济细分标准的优点和局限性

三、国际市场文化细分与目标市场

- (一) 国际市场文化细分，指以文化及文化构成要素为标准来划分国际市场
- (二) 国际市场文化细分标准的优点和局限性

四、国际市场组合细分方法

国际市场组合细分，也称为海外营销环境综合评估。有以下几种：

里兹克拉三层面“评估法

茹特的企业销售潜力评估法

“冷”“热”国评估法

投资环境分析法

环境风险指数法

国家吸引力——企业实力矩阵

五、国际市场细分的原则

- (一) 衡量性
- (二) 进入性
- (三) 获利性
- (四) 可实施性

第三节 国际市场目标营销

一、国际市场目标营销的含义

国际营销的目标市场选择有两个层次上的含义：

- (一) 在众多国家中，选择某个或某些作为目标市场
- (二) 在一国众多子市场中，选择某个或某些作为目标市场

二、评估选择国际细分市场时，须考虑的因素

（一）国际细分市场的规模和潜量

市场规模和潜力是国际营销企业选择目标市场时，需要考虑的第一要素。

（二）国际细分市场的竞争结构与强度

一个市场的竞争结构与强度决定着该市场的利润潜力。

（三）国际营销企业的综合实力和竞争优势

企业如果缺乏内在优势和竞争力，贸然开拓某个不适宜自身条件的国际市场，无疑是浪费企业资源。

三、目标营销

目标营销，指目标营销是指在企业市场细分的基础上，需要选择一个或若干各子市场作为目标，并相应地制定营销策略的过程。

（一）集中性营销战略：

1. 集中性覆盖战略，指在市场细分的基础上，企业只选择一个或少数几个性质基本相同的子市场作为本企业的目标市场。

2. 集中性覆盖战略的适用企业类型。

（二）无差异性营销战略

1. 无差异性营销战略，指企业无视细分市场的差异性，试图用一种产品、一种营销组合来吸引整个市场中最大多数的顾客。

2. 无差异性营销战略的优缺点。

（三）差异性营销战略

1. 差异性营销战略，指企业决定同时占领痊愈获多数细分市场，并为各国细分市场设计不同的产品和营销组合方案。

2. 差异性营销战略的优缺点。

本章思考题

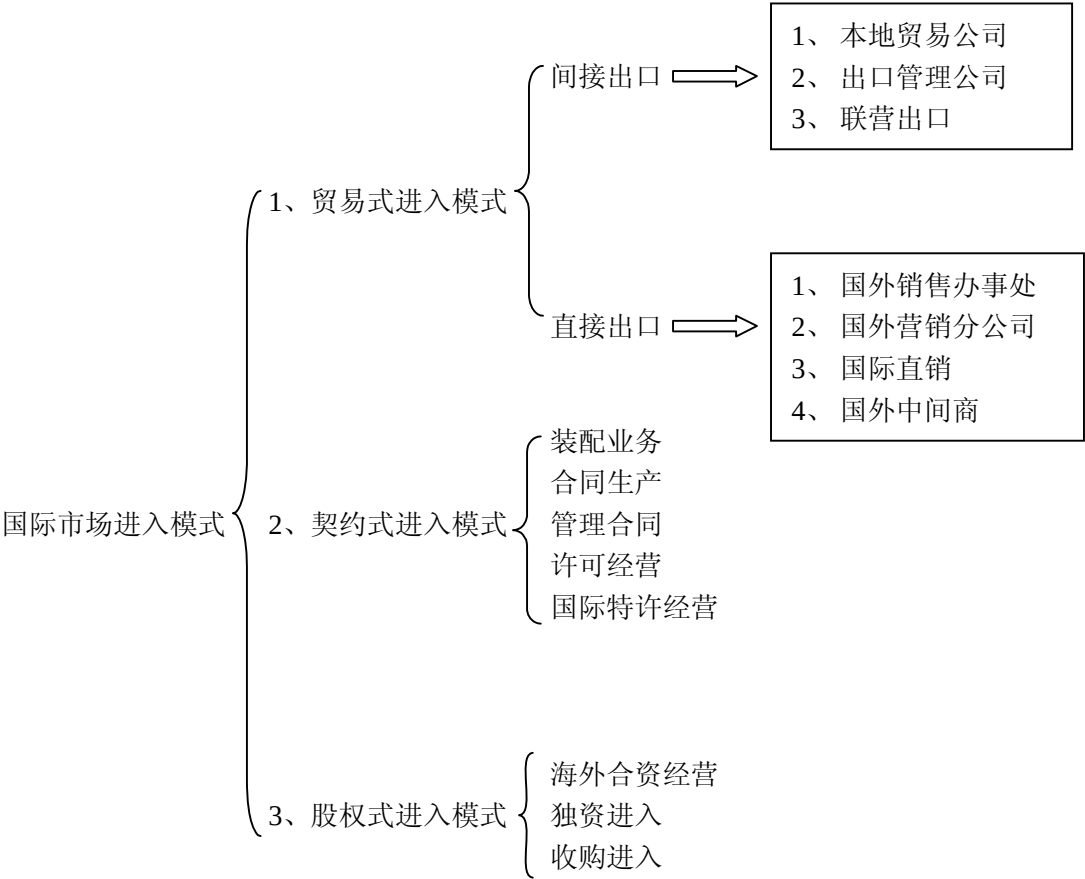
1. 什么是国际市场细分？举例说明国际市场细分的意义。
2. 国际市场细分的标准是什么？国际市场细分时，应注意哪些问题？
3. 叙述几种国际市场细分组合评估法。
4. 简述国际目标市场营销的基本策略。
5. 企业在选择目标市场营销时，应考虑哪些因素？

第六章 国际市场进入策略

本章概述

选择进入国际市场的方式是企业国际营销中一项非常重要的决策，因为它是一项总体性的决策，关系到整体营销活动及其相关的各种问题。事实上，当企业选定了某种开拓国际市场的方式时，可以说也就基本决定了它在该市场的营销规划。

根据企业生产和经营活动进入国际市场的程度，以及企业的控制程度，企业进入国际市场通常采取三个主要模式：



教学目的和要求：

通过本章学习，学生应掌握以下内容：

1. 企业选择进入国际市场的基本方式。
2. 间接出口与直接出口方式的比较。
3. 契约式进入的主要类型及特点。
4. 影响进入国际市场的因素。

学时分配：4 学时

第一节 国际市场贸易式进入模式

贸易式进入模式，是指企业通过向目标国家出口商品而进入国际市场的方式。根据是否选择中介商或选择的中间商不同，贸易式进入又可分为间接出口和直接出口。

一、间接出口

(一) 间接出口, 是指企业利用本国境内的中间商或其他企业的渠道出口自己的产品。

(二) 间接出口渠道的种类:

1. 本地的贸易公司, 国际营销企业将其产品交给本地的各类贸易公司, 再由其转售到海外市场。

(1) 外贸公司 (或进出口公司) 及其特点和局限性。

(2) 出口代理商及其特点。

(3) 外国驻本国的采购处及其特点。

2. 出口管理公司, 由国际营销专家组织的公司为出口企业提供全方位服务的公司。

(1) 出口管理公司服务的内容。

(2) 国际出口管理公司的特点。

(3) 联营出口, 指某一行业内多家出口企业联合组建外贸公司, 代表联营企业统一经营外销业务。统一对外谈判、统一产品价格、统一发单、统一运输。

(三) 间接出口优、缺点

1. 间接出口的优点:

(1) 简便易行。

(2) 节省资金和人力。

(3) 市场风险小。

2. 间接出口的缺点:

(1) 缺乏营销的自主性。

(2) 难以实现出口生产的规模效益。

(3) 难以培养自己的国际商务人才。

(4) 难以会期国际市场信息。

(5) 难以树立自己的形象。

(6) 对海外市场控制力低。

二、直接出口

(一) 直接出口, 指出口企业把产品直接卖给他国境内的中间商或用户, 或直接转移到企业设在他国的分支机构, 并由此进入他国市场。

(二) 直接出口渠道的种类

1. 国外销售办事处, 指出口企业在东道国设立销售办事处, 并通过销售办事处将出口产品直接进入当地的批发市场或零售市场。

(1) 国外销售办事处的职能。

(2) 国外销售办事处与国外经销商或代理商相比较的优点。

2. 国外营销分公司, 是指出口企业在东道国设立的销售子公司。国外营销分公司与国外销售办事处的区别。

3. 国际直销, 是指本国出口企业不通过任何中间机构直接向东道国用户供货, 是最短的轨迹渠道。

4. 国外中间商

(1) 国外经销商, 指东道国从事国际产品进口的独家批发的中间商。

(2) 国外代理商, 指受出口企业委托在东道国代理产品销售的中间商。

(3) 出口企业选择海外代理商和经销商的比较。

三、关于出口企业如何强化与代理商的关系问题

- (一) 加强双方的沟通。
- (二) 加强营运作业的监控。
- (三) 提供更多的作业支援。
- (四) 不断地评估通路策略。

四、关于出口企业选择代理商应注意的事项

- (一) 调查市场及对方背景。
- (二) 了解对方的能力和信用。
- (三) 合同上约定双方的权利义务。
- (四) 重视双方合作意愿。

五、关于选择利用当地中间商，还是自建销售机构的几点建议

- (一) 利用当地中间商，可迅速进入市场。
- (二) 可进行市场试销，再作决定。
- (三) 考虑分销成本问题。

第二节 国际营销契约式进入模式

契约式进入模式，是指国际营销企业和目标国家的企业之间在转让技术、工艺、经营方式等方面鼎力长期的非投资性合同，转让方由此而进入接受方市场。与贸易进入模式和股权进入模式相比，契约进入模式以输出企业的知识和技能为主要特点，而不是企业产品的输出，也不需要国际营销企业对目标国家投资。

一、装配业务

(一) 装配业务的含义

装配业务也称组装业务，是指企业在国内生产出某种产品的全部或大部分零部件，出口运抵国外市场就地组装，调试成最终产品，然后就地销售或再行出口。

(二) 国外组装业务的优点

1. 节省运输成本。
2. 可降低关税。
3. 可降低其他费用。
4. 容易为当地政府接受。
5. 关键技术等可得到更好的控制。

二、合同生产

(一) 合同生产的含义

合同生产也称委托制造，是指国际企业与目标国家的当地企业订立供货合同，要求后者按合同规定的供货条件技术要求、质量标准、数量和实践生产所需要的产品，交本企业销售。

(二) 委托制造和供应策略的优缺点

1. 委托制造供应策略的优点：
 - (1) 可降低生产和运输成本。

- (2)可快速进入市场。
- (3)增加供应能力的调节弹性。
- (4)可减少进入风险。

2. 委托制造销售策略的优点:

- (1)可快速进入市场。
- (2)可提升技术水平。
- (3)可消化过剩产能。
- (4)可规避市场风险。

3. 委托制造的缺点:

- (1)获利微薄。
- (2)地位被动。
- (3)疏于研发。

三、管理合同

(一) 管理合同的含义

管理合同,是指国际企业向国外非组织机构提供管理服务,在合同规定期限内负责该机构的经营管理,并收取管理费。

(二) 管理合同与劳务合同区别

(三) 管理合同进入的优点

- 1. 管理合同进入的财务风险比较小。
- 2. 管理合同进入的灵活性比较强。
- 3. 管理合同进入对培养国际经济人才和积累国际生产、市场经验很有好处。

四、许可经营

(一) 许可经营的概念

许可经营,是指国际营销企业(许可方)与国外厂商(被许可方)签订许可合同,允许其在合同期限内使用许可方独有的商标、专利和技术,并获取被许可方支付的报酬。

(二) 许可经营中报酬支付的方法。

(三) 许可经营的优点

- 1. 承担较小的市场风险。
- 2. 进入市场的速度较快。
- 3. 受各国政府的欢迎。
- 4. 可以更好地保护专利和商标。
- 5. 许可进入的启动资金较少。

(四) 许可进入的缺点

- 1. 找到合适的国外合作厂商比较困难。
- 2. 独占许可的情况下,国际营销企业难以在合同规定的区域开辟新的进入渠道。
- 3. 许可进入的纯收益有限。
- 4. 许可进入增加了竞争的风险。

(五) 关于许可经营的合同问题。

五、国际特许经营

(一) 国际特许经营的概念

国际特许经营，是指国际企业作为特许人将自己的工业产权和整个经营体系，包括商号、商标、企业标识、经营理念、管理方法等特许给国外市场某个独立的企业或个人使用，被特许人须按照特许人的政策和方法经营，并支付费用。

（二）受许人得到的收益：

1. 一家企业。
2. 一种产品/一系列产品。
3. 服务。
4. 营运方法。
5. 会计制度和财务系统。
6. 营销、广告宣传。
7. 促销技巧。
8. 产品的研究和开发。
9. 建造和设计。
10. 培训。

（三）国际特许经营的评价

1. 国际特许经营的优点：

- (1)可低成本快速扩张。
- (2)有利于在国际市场建立统一的企业形象。
- (3)能保证对被特许者具有一定的影响力和控制力。
- (4)有利于激发被特许者的积极性。
- (5)经营风险低。

2. 国际特许经营的局限性：

- (1)适应面较窄。
- (2)运行成本较高。
- (3)特许收益有限。

第三节 国际营销股权式进入模式

股权式进入，是指国际营销企业通过直接投资而拥有国外企业全部或部分股权（相应的拥有该国外企业的所有权和经营权），从而进入国际市场的方式。

一、海外合资经营

（一）海外合资经营的概念

海外合资经营，是指国际营销企业在国外目标市场上与当地企业共同投资建立一个企业，双方共同投资，共同经营，共担风险，共负盈亏。

（二）合资经营进入方式评价

1. 合资经营进入方式获得的利益：

- (1)经营资源方面的利益。
- (2)政治与公共关系方面的利益。
- (3)共同结合的利益。

2. 合资经营进入方式的缺点：

- (1)决策受牵制。
- (2)不易保护商业秘密。

(3)利益分配存在矛盾。

(4)管理成本高。

(三) 合资经营应注意的问题

1. 合资经营各方要有必要的互补资源。
2. 合资各方的相互依赖程度要适当。
3. 合资双方要有共同的长远发展目标。
4. 避免合资过程中资金不到位的情况发生。

二、独资进入

(一) 独资进入的概念

海外独资，是指国际营销者在国外独立投资和经营，并独自享有经营利润和承担经营风险。

(二) 国外分公司和国外子公司的区别及其各自的优点

(三) 独资进入方式的评价

1. 独资进入的优点：
 - (1)独立决策，独立经营。
 - (2)保护技术秘密和商业秘密。
 - (3)独享经营成果。
2. 独资进入的缺点：
 - (1)可能引起民族心理的反感。
 - (2)政治风险高。
 - (3)得不到合资伙伴的帮助。

三、收购进入

(一) 收购进入的概念

收购进入，是指国际营销者通过购买国外企业的全部或部分所有权的方式进入东道国。

(二) 收购进入的评价

1. 收购进入的优点：
 - (1)高效率扩张与抢占市场。
 - (2)减少投资成本。
 - (3)充分吸收被收购企业的原有资源。
2. 收购进入的缺点：
 - (1)对被收购企业的估价比较困难。
 - (2)收购不一定符合国际营销企业在东道国的发展战略。
 - (3)收购者与被收购者之间在管理上会存在较多的矛盾或冲突，需要一个较长的“磨合期”。

本章思考题

1. 什么是间接出口？间接出口方式进入国际市场有哪些优点和缺点？
2. 试评述直接出口方式进入国际市场的利弊？
3. 简述许可经营方式进入国际市场的利弊？
4. 试比较国际合资公司、独资新建和跨国并购的利弊。

第七章 国际产品策略

本章概述

产品策略是国际营销组合的一个关键性环节。国际营销上能否成功地开发国际市场，在很大程度上决定于能否正确地选择海外市场所需要的产品。在产品策略上，企业可以运用整体产品的概念，在产品的内在品质、功能、来源地、品牌、包装及销售服务等方面来强化竞争优势。本章主要讨论国际产品的标准化和差异化策略，国际产品的品质保证与售后服务策略，国际产品的品牌、包装与来源地策略等问题，使国际企业通过制定正确的产品战略，适时地开发新产品，延长产品的生命周期，创立全球品牌，成功开拓国际市场。

教学目的与要求：

通过本章学习，学生应掌握以下内容：

1. 国际产品整体概念的认识。
2. 国际产品的标准化和差异化问题的分析和比较。
3. 国际产品的调整和适应策略。
4. 国际产品品质保证与服务策略。
5. 国际产品的包装与品牌策略。

学时分配：3 学时

第一节 国际产品的标准化与差异化策略

一、国际产品标准化与差异化的概念

国际产品标准化，是指在不同国家和地区的所有市场上都提供同一类型的产品。

国际产品差异化，是指产品因地而异对不同国籍和地区的市场提供不同的或调整过的产品。

二、国际产品标准化与差异化的比较

1. 企业选择标准化的产品策略考虑的因素：

- (1)企业生产规模经济性。
- (2)企业研发的规模经济性。
- (3)企业营销活动的规模经济性。
- (4)消费者流动性。
- (5)产品技术要求。
- (6)国家形象的考虑。

2. 企业选择差异化的产品策略考虑的因素：

(1)强制性因素：

为了保护本国消费者的利益，厂商的利益或者为了维持已有的商业习惯，各国政府对相关产品制定一些法规或标准，有些是转为进口商品制定的。东道国某些特殊的法规或标准，使得国际营销企业不得不改变其产品。

(2)非强制性因素：

- ①他国消费者的爱好。
- ②他国消费者的购买力。
- ③他国的技术水平。

- ④他国的维修力量。
等等。

第二节 产品适应性改变策略

企业为了使目标市场接受本企业的产品，需要妥善安排其产品组合，并与目标顾客形成旨在相互理解的信息沟通。将产品设计与信息传递结合起来研究，归纳出可供企业选择的五种策略——产品与信息组合矩阵。

一、产品——信息双重延伸策略

（一）产品——信息双重延伸策略，是指将国内一样的产品和相同的广告促销方式不加改变地推向国外市场。

（二）产品——信息双重延伸策略的适用性。

二、产品——延伸、信息改变策略

（一）产品——延伸、信息改变策略，是指在不改变产品的前提下，为适应海外市场的文化背景和消费习惯而改变信息沟通的内容和形式。

（二）产品——延伸、信息改变策略的两种情况：

1. 产品在国外的使用方式与国内相同，但用途不同时，产品可以保持不变，但信息沟通要改变。
2. 由于各国文化、语言、风格习惯不同，而信息沟通改变。

三、产品改变——信息延伸策略

（一）产品改变——信息延伸策略，是指一些产品在国外市场上基本用途相同，但使用条件不同，因而定地顾客的使用方式和购买习惯有所差异，要求企业对产品作相应变化，但广告宣传的方式不改变。

（二）产品——信息双重延伸策略的适用性。

四、产品——信息双重改变策略

（一）产品——信息双重改变策略，是指第二种策略与第三种策略的合并使用。

（二）产品——信息双重改变策略的适用性。

五、设计并开发全新产品（“定制“产品）

（一）设计并开发全新产品（“定制“产品），是指为了满足国外市场完全不同于国内市场的要求，需要有针对性地按卖方的具体要求设计和生产全新产品。

（二）设计并开发全新产品（“定制“产品）的适用性。

第三节 国际产品品质保证与服务策略

一、国际产品品质保证的含义和质量标准

（一）产品品质保证，是指厂商对顾客所提供的有关产品特征或功能的承诺。有说服力的品质保证，不仅可以减少顾客的直觉风险，而且有助于增强产品的竞争力。

（二）企业国际营销须把握的产品质量标准

1. 国际标准：是指按国际标准来组织生产，衡量产品质量的国际标准尺度。包括：

(1) 国际标准化组织制定和公布的 ISO9000 系列标准。

(2) 行业国际标准。

(3) 国际标志。

2. 东道国标准。

3. 合同标准。

4. 内控标准。

5. 原辅材料与外观质量。

等等。

二、国际产品的服务策略

（一）国际产品服务的含义和重要性

1. 国际产品的服务策略，指包括售前、售中、售后服务。它使国际产品用以满足国际市场需要的一项重要的附加内容，并正在成为当今国际市场竞争的焦点之一。

2. 国际产品服务的重要性：

(1) 国际产品服务有助于形成国际产品独特的竞争优势。

(2) 国际产品服务有助于新产品或技术性产品进入国际市场。

(3) 国际产品服务有助于延长产品在国际市场的寿命和保持与国际用户的联系。

（二）国际产品服务策略的策划

1. 提供售前服务，向国际用户提供售前咨询和校样服务。

2. 适应小批量订货，即“多品种，小批量”的国际市场订货方式。

3. 准时、快速交货，适应国际市场对产品季节性、时令性和风俗性的需求。

4. 建立售后服务网点和派遣服务人员。

5. 重视对用户的培训。

第四节 国际产品的包装与品牌策略

一、国际产品的包装策略

（一）国际产品包装的含义和作用

1. 国际产品包装，是实体产品的一个重要组成部分，具有保护和美化产品、便利经营和消费以及促进销售的功能，分为运输包装和销售包装两大类。

2. 国际产品包装的作用：

(1) 保护商品，便于储运。

(2) 满足需要，方便使用。

(3) 描述商品，刺激购买。

（二）国际营销企业设计国际产品包装应考虑的问题

1. 国际产品是否需要设计新的包装，包括：材料、大小、形状等。

2. 国际产品包装是否保持“家族性”的特征。

3. 产品包装上的标志必须充分考虑进口国的教育水平和政府法规。

4. 进口国对包装的生态要求是否强烈。

5. 应考虑进口国市场的购买力对产品包装成本高低的反应。
6. 产品包装的大小必须适应当地消费者的购买习惯和经济能力。
- 等等

二、国际产品的品牌策略

（一）国际产品的品牌含义和作用

1. 国际产品的品牌，是指用来识别某一国际营销企业的产品或劳务，并用以和其他国际竞争对手的产品或劳务相区别的一个名词、术语、符号或设计，或者这些内容的组合。

2. 国际产品品牌的作用：

- (1)国际产品品牌反映商品的质量和特征，以使消费者根据品牌选购。
- (2)国际注册产品品牌受法律保护，可防止企业的产品被假冒，使企业建立稳定的顾客群。
- (3)优良的国际品牌可以提高企业的知名度，使企业获得差额受益。
- (4)著名的国际产品品牌的价值是企业的无形资产。

（二）国际产品的品牌设计应遵循的原则

1. 国际产品品牌设计要与企业整体形象设计协调，品牌形象要体现企业形象，企业形象须通过品牌形象树立起来，扩散开去。

2. 国际产品品牌设计须有意义，突出个性，给人留下鲜明的印象。
3. 国际产品品牌设计应力求简明，易于识别和记忆。
4. 国际产品品牌设计应符合进口国的风俗习惯、宗教信仰、生活方式和偏好。

（三）国际产品品牌策略

1. 无品牌战略。此策略的优势在于节省广告和包装费用，降低成本和价格，增强产品的竞争力。

2. 家族品牌策略。此策略的优势在于节约品牌设计、宣传费，可以利用已形成的良好的品牌声誉带动新产品的销售，使其顺利打入国际市场。

3. 个别品牌策略。此策略的优势在于根据市场细分，区别对待不同的目标市场，同时生产不同档次和性能产品，扩大企业品牌阵容和市场份额，增强竞争中的安全系数。

4. 中间商品品牌策略。此策略有利于在海外市场上毫无名气，但准备打入国际市场的企业使用。

5. 品牌适应战略。国际营销中的品牌使用需考虑到在不同国家和地区的适应性。

第五节 国际产品生命周期策略

一、产品生命周期与市场特征

（一）产品生命周期的概念

产品生命周期，是指产品从进入市场销售到退出市场所经历的全过程。产品生命周期分为四个基本阶段，即投入期、成长期、成熟期、衰退期。

（二）产品生命周期各阶段的市场特征

1. 投入期。产品性能和生产工艺都不完善，销售额增长缓慢，没有什么竞争者。销售增长率不稳定。

2. 成长期。产品性能和工艺逐渐完善，市场需求迅速增加，利润开始剧增，引起竞争。销售增长率为>10%。

3. 成熟期。产品已为大多数潜在客户接受，销售增长缓慢，利润逐渐下降。销售增长率为

0.1%-10%

4. 衰退期。产品陈旧老化，市场需求锐减，销售额和利润下降，竞争减弱。销售增长率<0

二、国际产品寿命周期营销策略

（一）国际产品寿命周期各阶段的营销策略

1. 投入期营销策略：

- (1)高价快速推销，迅速收回投资。
- (2)选择性渗透，即高价格，地促销策略。
- (3)低价格，以促销方式快速渗透。
- (4)采用低价格逐步打入市场策略。

2. 成长期营销策略：

通过提高质量、扩大知名度，增加销售受渠道和网点，加强售后服务等手段，迅速提高产品的销售增长率，扩大市场占有率。

3. 成熟期营销策略：

- (1)寻找新市场，发现新买主。
- (2)改进产品品质、特点和款式，争取新顾客。
- (3)降低价格，扩大销售渠道。
- (4)研发新产品，为产品升级换代作准备。

4. 产品衰退期营销策略：

尽快退出市场，开发新产品上市，以保持优势。

（二）产品寿命周期的国际市场开发

1. 出口垄断期。
2. 国外生产期。
3. 国际竞争期。
4. 产品进口期。

本章思考题

1. 在国际营销中，哪些因素促使企业作出产品标准化决策？
2. 简述国际产品设计与信息传递组合策略。
3. 掌握国际产品寿命周期对于企业参与国际市场竞争有哪些重要意义？
4. 国际产品品牌设计应遵循那些原则？
5. 全球品牌与民族品牌各有什么利弊？
6. 中国企业在培育国际性品牌过程中应该解决好哪些问题？

第八章 国际定价策略

本章概述

在国际营销中,定价是一项重要的决策,它直接影响到企业的收入与盈亏,关系到产品在国际市场上的竞争力。国际营销定价要受到成本、需求、竞争等因素的影响,在不同货币的交易程序下,汇率波动等因素也增加了定价的困难。本章首先分析影响国际定价的基本因素;然后介绍了国际定价的基本方法;并探讨了有关国际定价策略的几个特殊问题。

教学目的与要求:

通过本章学习,学生应掌握以下内容:

1. 影响国际定价的主要因素。
2. 掌握成本导向定价的方法。
3. 掌握需求导向定价的方法。
4. 掌握市场价格倒推定价法。
5. 国际企业采用国际转移价格的主要目的和限制性因素。
6. 反倾销对国际营销企业的影响,以及企业的基本对策。

学时分配:3学时

第一节 国际定价的基本因素

国际企业产品在海外市场上的价格水平,受制于企业内部和外部的诸多因素。

一、定价目标

企业产品的国际定价目标,决定定价方法和定价策略。定价目标主要有:

(一) 获取更多的利润。企业利益目标是短期获取更多的利润,就可能采取提高价格的策略。但提价也可能降低国际市场的需求。

(二) 提高市场占有率。提高市场占有率,意味着提高竞争优势,增加规模经济效益,更倾向采取低价渗透的策略。

(三) 参与或追逐竞争,这种定价目标是用于三种情况。

(四) 扩大知名度和声誉。企业定价时,有意识地把定价策略与品牌形象定价联系在一起。

(五) 发挥本国优势。产品较高的价位,体现了企业的绝对优势。

二、成本

国际营销需要考虑一些特殊的成本因素:

(一) 运输成本。

(二) 关税。

(三) 分销费用。

(四) 风险成本。

三、需求

在供给条件不变的情况下,东道国市场的价格取决于需求。影响东道国需求的因素:

(一) 收入水平。

(二) 消费偏好。

(三) 需求弹性。

四、国际市场的供给

在国际市场需求不变的条件下，国际市场的价格取决于供给。影响东道国供给的因素：

(一) 东道国市场的竞争。

(二) 国际组织的干预。

(三) 本国的出口环境。

(四) 国际产品的供给弹性。

第二节 国际定价的方法

一、成本导向定价法

(一) 成本导向定价法，是指企业在定价时，主要以成本为依据，适当地考虑其他定价因素的一种定价方法。

(二) 成本导向定价法的种类

1. 成本加成定价法

成本加成定价法，是指在总成本的基础上，加上一定的利润，来制定产品的价格。

(1)其计算公式为：

$$P = C_f + C_v + B$$

价格 = 单位产品总成本 $\times$ (1 + 成本利润率)

(2)成本加成法的优、缺点介绍。

2. 边际成本定价

边际成本定价，是指以产品的边际成本作为依据的定价方法，即定价是主要考虑对变动成本的补偿。

利用边际成本定价法的限制条件：

(1)企业除满足原有市场外，还有剩余的生产能力。

(2)边际成本定价要求有差价的国际市场彼此是隔离的。

(3)边际成本定价有可能作为倾销行为而遭到进口国政府的干预。

(4)边际成本定价的产品不能多，时间不宜长。

二、需求（市场）导向定价法

(一) 需求导向定价法，是指企业根据市场需求的轻度和消费者对产品的价值的理解来确定产品的价格。

(二) 需求导向定价法的种类

1. 认知价值定价法，强调消费者对商品价值的理解。评价顾客认知价值的方法有：

(1)直接价格评比法。

(2)直接理解价值评比。

(3)诊断法。

2. 差别定价法，是指对同一种产品或劳务，分别制定不同的价格。

(1)差别定价法的五种形式。

(2)实行差别定价法，应具备的限制条件。

3、市场价格倒推法（倒剥皮法）

- (1) 市场价格倒推法的定价步骤。
- (2) 运用“市场价格倒推法”需要掌握的资料。

三、竞争导向定价法

（一）竞争导向定价法，是指企业依据竞争对手的产品价格来确定本企业产品的价格。

（二）竞争导向定价法的种类

1. 通行价格定价法。
2. 密封投标定价法。

第三节 国际定价策略的几个特殊问题

一、出口定价的货币选择问题

国际营销企业不仅要制定一个合适的价格，还需要为这种价格选择一种合适的货币。

（一）出口报价的货币选择

1. 以出口所在国货币报价，如以美元报价。
2. 以购买者所在国货币报价。

（二）货币选择策略

1. 本国货币贬值时的报价选择。
2. 本国货币升值时的报价选择。

二、倾销与反倾销的问题

倾销，是指企业将产品的出口价格定的低于该产品在国内市场的价格。

反倾销，是指在国际市场上，进口国对倾销策略的国家干预。

（一）反倾销对出口企业的影响

1. 对出口企业来说，即使胜诉，出口会受到严重影响。
2. 如败诉，企业很可能被挤出市场。
3. 即使征收了反倾销税，企业声誉、形象也受到负面影响。

（二）关于倾销的认定标准

1. 产品出口价格低于其正常价值。
2. 该产品对进口国相关产业造成实质性损害。
3. 倾销与实质性损害有因果关系。

（三）我国企业对待国际反倾销的对策

1. 充分利用W T O世贸组织规则，争取市场经济国家地位。
2. 改变国际营销策略，注重非价格竞争。
3. 出口企业之间相互协调，避免出口市场集中。
4. 出口企业严格自律，规范管理，与国际规范接轨。
5. 与进口商合作，为胜诉增加砝码：
 - (1) 充分利用进口商进行虽还问题的有效抗辩。
 - (2) 充分利用进口商说服最终用户在调查中协助中方。
 - (3) 充分利用进口商协助找到合适的替代过。
 - (4) 充分与进口商协商从而降低应诉成本。

6. 积极应诉，直面反倾销。

三、国际转移定价

（一）转移定价（也称划拨价格），是国际营销企业根据其全球战略目标，在母公司与子公司、子公司与子公司进行商品、劳务和技术等交换时所采用的内部价格。可以看作是国际营销企业在国际化生产体系中进行资源调配的一种手段。

（二）转移定价的方式

1. 高进低出：提高某国子公司从母公司或其他子公司所转进的产品价格，同时降低该子公司向母公司或其他国家子公司所转出的产品价格。。

2. 低进高出：降低某国子公司从母公司或其他国家子公司所装进的产品价格，同时提高该子公司向母公司或其他国际子公司所传出的产品价格。

（三）转移价格的形式和支付方式

3. 转移价格的形式：

(1)高于相应市场价格的转移定价。

(2)低于市场价格的转移定价。

4. 转移价格的支付方式：

(1)货物价格。

(2)劳务费用。

(3)工业产权。

(4)贷款。

(5)租赁。

（四）转移价格的动因

1. 逃避税收。

2. 减轻关税。

3. 调拨资金。

4. 回避风险。

5. 提高竞争优势。

6. 调解利润水平。

（五）适时转移价格策略的障碍

1. 各国政府的干预。

2. 国际审计的限制。

3. 转移定价常常会在一定程度上歪曲子公司的真实的盈亏状况。

4. 遭到合资子公司的抵制。

本章思考题

1. 简述影响国际定价的主要因素。

2. 简述完全成本定价法的利弊。

3. 运用边际成本定价法应注意哪些限制条件？

4. 何谓倾销？中国企业应对国际反倾销的对策？

5. 何谓国际转移价格？企业采用国际转移定价的主要目的何在？会遇到那些宪制性因素？

第九章 国际分销渠道策略

本章概述

国际分销渠道策略是国际营销组合的重要组成部分。分销渠道的选择不仅直接决定企业的产品能否进入海外市场，而且关系到企业对当地市场的控制程度、风险大小、利润水平等。世界各国的分销渠道千差万别，中间商的类型和功能也各不相同。本章介绍了国际分销渠道的类型、结构，分析国际分销渠道中的各类中间商，阐述科学地进行国际分销渠道的决策，以及对国际分销渠道的有效管理问题。

教学目的和要求：

通过本章学习，学生应掌握以下知识：

- 1. 了解分销渠道结构和类型。
- 2. 了解国际市场批发商与零售商的类型。
- 3. 掌握影响起到类型选择的主要因素。
- 4. 掌握对国外市场营销中间商的管理。
- 5. 国际实体分销的主要决策问题。

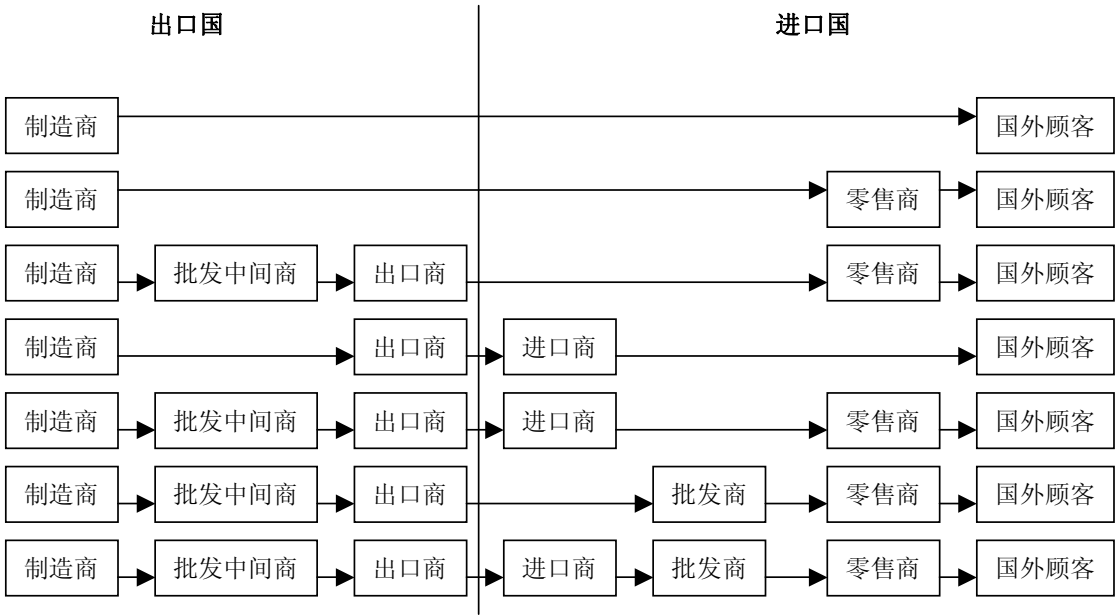
学时分配：2 学时

第一节 国际分销渠道的类型与选择

一、国际分销渠道概念

国际分销渠道，是指商品从一个国家的制造商向外国最终消费者或用户转移过程中所经过的各个环节连接起来的通路，使商品所有权和实体的转移经过的途径以及相应摄制的中间机构。

二、国际分销渠道结构



三、国际分销渠道的选择

国际营销企业选择国际分销渠道时，应考虑的因素：

（一）消费者特征。应考虑消费者的数量、规模和分布、购买模式和习惯的差异，在不同文化背景下的消费者购买行为。

（二）成本

1. 开发渠道的投资成本。

2. 维持渠道的维持成本。

（三）投资

（四）控制

（五）市场覆盖面

（六）企业和产品特点

1. 企业特性。

2. 产品特性。

（七）市场环境特点

（八）连续性

第二节 国际分销渠道的主要成员

一、进出口中间商

（一）出口商

出口商，是指经营出口业务，在本国市场上买进商品再卖给国外买主的企业。

多数出口商一般都长期从事某一个行业领域产品的出口。

能够对国内制造商提供与本行业有关的国际市场情报。

（二）进口商

进口商，是指以自己的名义从国外进口货物，并向国内市场销售或取商业利润。

1. 进口商熟悉经营的产品和国内市场对进口产品的需求，拥有货物所有权，承担买卖风险。

2. 掌握一套销售技术和条件、分级、包装等经营技术。

（三）分销商

分销商，是指为出口企业指定销售其产品的商号。与进口国某家商号订立长期契约，以特许经营的方式销售产品。

1. 分销商具有较多的资金，自己承担风险。

2. 有分销机构和服务设备，能大量购进货物。

（四）代理商

代理商，直至接受制造商或其他卖方的委托，在规定的条件下代委托人推销产品，收取佣金。不拥有产品的所有权。不承担销售责任风险。

（五）制造商的销售分支机构和子公司

制造商的销售分支机构和子公司，是企业进入外国市场直接扩张所设立的出口企业销售代表和机构。一边对海外市场的销售实行更有力的控制。采取的形式有：

1. 出口企业销售代表。

2. 销售分支机构。

3. 销售子公司
4. 销售分支机构和子公司的比较。

二、进口国国内的中间商类型

（一）国外批发商

国外批发商，是指将产品或服务销售给为了转卖或用于生产经营而进行采购的组织或个人。种类有：

1. 自营批发商。
2. 待购自运批发商。
3. 货架批发商。
4. 邮购邮寄批发商。

（二）国外零售商

零售商，是指将产品或服务销售给最终消费者，处于分销渠道的最终环节。种类有：

1. 百货公司。
2. 超级市场。
3. 方便商店。
4. 仓库商店。
5. 折扣商店。

三、国际市场零售业的发展趋势

世界零售业的发展基本表现为四种程度：

（一）传统零售

1. 小规模以家庭为单位的小零售商，雇用了很少的雇员，营业额很低。
2. 对市场没有细分，集中程度很低。

（二）中间型零售

1. 具有现代的特征，出现聚集和集中的趋势——零售商大型化。
2. 具有传统的特征，零售企业缺乏独立性，营业额较低。

（三）结构化零售

1. 集中程度比较高，竞争比较充分，供应商与零售商的关系较成熟。
2. 使用比较复杂的技术来提高竞争优势。
3. 寻求海外发展机会。

（四）发达型零售

1. 规模经营，快速周转。
2. 运用信息技术确定有价值顾客，并对其有效细分。
3. 零售商与生产上长期联系，构造电子数据交换系统，保证库存及时更新。
4. 降低成本，努力增加畅销产品。

（五）零售业国际化趋势

1. 零售商开始加速全球化或地域性发展，包括：特许经营、兼并和收购。
2. 创立国际著名品牌。
3. 出现大型超级市场、零售巨人、品牌零售商。

（六）国际零售业的发展趋势对市场营销者的启示

1. 整个供应链中全力争相大的零售商转移。
2. 买方市场带来了激烈的竞争。

3. 先进的技术促进了国际范围内的资源配置和信息交换。
4. 顾客要求获得更高水平的服务。
5. 市场中的权力正由供应商向零售商与消费者转移。
6. 企业的竞争将更多地反映在供应链中与国际竞争者的竞争。分销策略在企业总体策略中起着越来越重要的作用。

第三节 国际市场中间商管理

一、中间商的选择

对中间商的选择需要考察以下条件：

（一）中间商的经济实力

1. 资产负债表。
2. 注册资本情况。
3. 不动产情况。
4. 公司性质。

（二）中间商的专业条件

包括：对自己经营范围内的产品、市场、销售渠道等有关情况的了解程度和专业知识。

（三）中间商的经营能力

可以通过考察中间商历年的经营业绩来了解其经营能力。

（四）中间商的信誉

（五）中间商的合作态度

（六）与中间商合作的历史

二、对中间商的支持与激励

（一）了解中间商的需要和问题

（二）支持与激励中间商的多种方式

1. 给予中间商提供资金、样品和宣传品等促销支持。
2. 对中间商的销售和维修人员进行产品知识、服务和有关技术培训。
3. 对业绩突出的中间商给予奖金、进修学习或免费假期的奖励。
4. 给中间商一定的盈利空间和融资方面的支持，以及优惠的价格。
5. 优先供应畅销、优质的产品，提供有关产品质量保证。
6. 与当地中间商联合参办展览会、交易会。
7. 建立共同的物流系统，协助中间商进行库存管理。

（三）建立与发展与中间商的良好关系

1. 建立企业的区域分支机构，与中间商保持及时、有效的沟通。
2. 定期进行代理商或分销商实际和电话访问。
3. 由企业支付费用，组织安排与各类中间商的定期见面会。
4. 企业和渠道成员之间文化上的相互理解和尊重。

三、控制国际市场中的中间商

（一）控制计划与标准

1. 年销售额。

2. 市场份额。
3. 增长率。
4. 新产品的推广。
5. 支付的价格和促销支持。

（二）对中间商的评估

有两种办法：

1. 对中间商的销售业绩与上期的业绩进行比较，并以整体的胜家百分比作为评价的标准。
2. 讲中间商的业绩与该地区的销售潜量相比较，即计算中间商实际销售额与潜在销售额的比

率

第四节 商品实体分配

一、商品实体分配过程

商品实体分配过程，是指产品从生产地运送到消费地点，一般需要经历订单处理、包装、加工、装卸搬运、仓储、运输等环节的过程，也称为物流。

二、国际分销的运输方式

（略）

三、商品实体分配中应考虑的因素

（一）配送成本与价格。商品实体分配过程中运输距离、仓储等各环节的增加，会增加费用，导致最终销售价格的上升，影响产品的市场竞争力和销售。

（二）运输成本与服务水平。单纯采用大批量运输和选择费用低、速度慢的方式配送，虽然降低了成本，但可能会降低服务水平，引起顾客不满。

（三）采用信息技术。电子数据交换系统在企业与消费者、供应商与分销商的联系中起着越来越重要的作用。国际企业应不断扩展重组其实体分配体系。

本章思考题

1. 简述国际分销渠道的结构。
2. 国际分销渠道选择应主要考虑哪些因素？
3. 简述分销渠道的主要成员。
4. 选择中间商需要考虑哪些因素？
5. 支持与激励中间商的具体方式有哪些？

第十章 国际促销策略

本章概述

国际促销是企业将本企业及产品的信息通过各种方式传达给消费者和拥护，促进其了解、新兰并购买本企业的产品得以中国营销活动，是企业国际营销组合中的重要决策之一。企业为取得国际营销活动的成功，需要采取适当的方式向潜在用户传递信息，激发他们的欲望，促使他们采取购买行动。本章介绍国际促销的国际广告、国际人员推销、国际营业推广和国际公共关系四种主要方式，并讲解了选择国际促销方式的适应性和应当注意的问题。

教学目的与要求：

通过本章学习，学生应掌握以下内容：

1. 制定国际广告促销的基本因素
2. 国际广告促销标准化和当地化，以及对其的评价
3. 国际人员推销的功能、过程和管理
4. 国际营业推广的类型和应注意的问题
5. 国际公共关系促销的形式，以及应注意的问题

学时分配：3 学时

第一节 国际广告促销

一、广告的概念

广告，是指企业以付费的方式，通过特定的媒介，向公众传达企业或产品的信息，以使达到促进产品销售目的地一种促销方式。

二、制定广告策略的基本因素（7M）

- （一）商品。
- （二）市场。
- （三）动机。
- （四）信息。
- （五）预算。
- （六）媒介。
- （七）测定。

三、国际广告标准化和当地化，及其评价

（一）标准化和当地化的含义

1. 国际广告标准化，是指采用基本相同的广告版本，将同样的广告主题和信息传递到各国市场。即在不同的国家和地区采用统一广告创意和信息。这种策略要求撇开各国市场环境的差异性，而强调基本需求的一致性。

2. 国际广告当地化，是指企业针对不同目标国家的文化差异和消费需求采用因地制宜的有针对性的广告设计。

（二）评价

1. 赞成国际广告标准化策略的论点：

- (1)各国消费者的基本需求是一致的，没有国界的。
- (2)可以节约广告成本。
- (3)有助于企业 and 产品在国际上建立起统一的形象。
- (4)有助于提高产品打入不同国家市场的速度。

2. 赞成国际广告当地化的论点：

- (1)沟通障碍小。
- (2)针对性强。
- (3)适应性高。
- (4)无数反例证明：采用国际广告标准化的策略不可行。

（三）广告信息策略选择的影响因素

在选择广告主体及广告信息时，应将多种因素综合加以考虑：

- 1. 产品特征。
- 2. 目标受众的特征。
- 3. 东道国的社会文化。
- 4. 符合东道国有关馆高的法律规范。

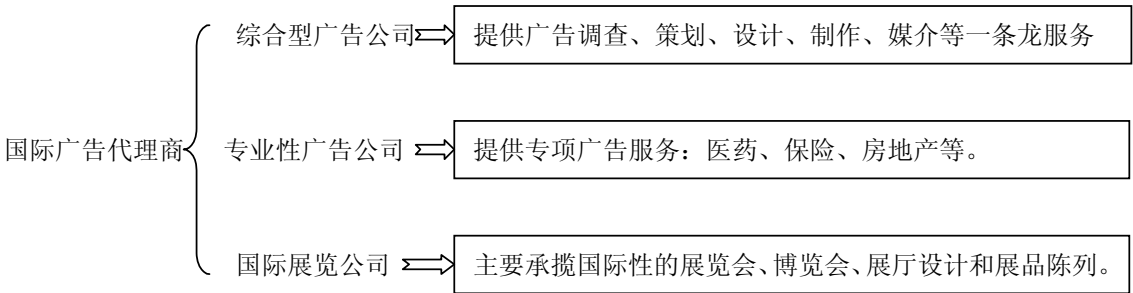
（四）国际广告的媒体选择

- 1. 广告媒体的特点和效果（略）。
- 2. 选择广告媒体时，应考虑的因素：

- (1)媒体的可获性。
- (2)媒体的覆盖面。
- (3)媒体的费用。
- (4)媒介的国际性。

（五）国际广告代理商的选择

1. 国际广告代理商的类型：



2. 选择国际广告代理商应考虑和甄选。

- (1)代理商的背景。
- (2)代理商的声誉。
- (3)市场覆盖范围。
- (4)业务水平。
- (5)市场调研。
- (6)广告费用。

（六）国际展览介绍

（略）。

第二节 国际人员推销

一、国际人员推销的含义

国际人员推销，是指企业派出销售人员与消费者或用户直接见面，介绍企业的产品，并达到销售产品目的的一种促销方式。

二、国际人员推销的功能

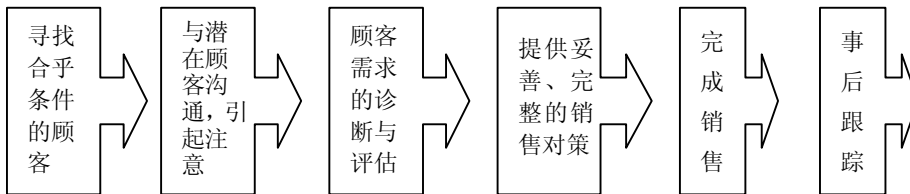
（一）对于生产资料、耐用消费品和需要提供详细说明、周到服务的产品来说，使推销人与最终用户直接接触意味着增加成交的可能性。

（二）这种促销方式更为灵活，能对不同国家、不同民族、不同特点的顾客采取相应的推销技巧，促成交易。

（三）人员推销活动可以收集较为翔实的商业情报。

（四）人员推销所受到的国际环境限制相对较少。

三、国际人员推销的过程



四、国际人员推销的组织结构

（一）区域推销结构

区域推销结构，使企业按区域分配推销人员，规定每一个推销人员专门负责某一区域市场所有产品的推销工作。

（二）产品推销结构

产品推销结构，是将企业的外销产品分成若干种类，每一个国际市场推销人员专门负责其中一种或一类产品的推销工作

（三）顾客推销结构

顾客推销结构，是按顾客类别分配推销人员，每一个推销人员负责向一类顾客进行推销活动。

（四）复合推销结构

复合推销结构，是综合采用上述三种结构类型来组织国际市场推销人员。

五、国际人员推销的管理

（一）招聘

（二）培训

（三）业绩评估与激励

第三节 国际营业推广与公共关系

一、国际营业推广

(一) 国际营业推广,是指企业在特定的目标市场中,为迅速地刺激需求和促进购买而采取的措施。

(二) 国际营业推广的基本类型

1. 针对最终消费者的营业推广,如免费赠送样品、折价券、现场表演等等。
2. 针对中间商的营业推广,如实施各种优惠条件等等。
3. 针对推销人员的营业推广,如超额分成等等。

(三) 国际营业推广应注意的问题

1. 营业推广活动应符合当地的法律、法规。
2. 了解各国行之有效的推广形式。
3. 应具备开展营业推广的场地、人员、设施等条件。
4. 制订全面而详细的推广方案。

二、国际公共关系

(一) 国际公共关系,是指企业有意识地加强与社会的联系,争取社会公众的了解、信赖和支持,达到树立企业良好形象和声誉的目的的一系列社会交往活动。

(二) 国际公共关系活动的内容与形式

1. 新闻公关。
2. 顾客公关。
3. 政府公关。
4. 赞助公关。
5. 名流公关。

(三) 开展国际公共关系,在策略上应注意的问题

1. 充分考虑行业类型、公司规模和成长阶段。
2. 经常进行公共调查和企业形象分析。
3. 遇到公共关系危机,要采取适当的方法对待。

本章思考题

1. 广告设计的标准化与差异化各有哪些优点?
2. 企业在选择国际广告媒介时,应注意哪些因素?
3. 企业在选择国际广告代理时,应考虑那些选择标准?
4. 国际推销人员除了应具备国内推销人员的素质外,还应具备哪些基本素质?
5. 在国际市场上采用营业推广方式时应注意哪些问题?
6. 为了有效地开展国际公共关系活动,在策略上应注意哪些方面?

《国际市场营销》教学参考书籍

1. 迈克尔·津科特等著，陈祝平译，《国际市场营销学》，电子工业出版社，2004 版
2. 苏比哈什·C·贾殷著，吕一林译，《国际市场营销》，中国人民大学出版社，2004 年版
3. 菲利普·凯特奥拉著，周祖城译，《国际市场营销学》，机械工业出版社，2003 年版
4. 马萨基·科塔比著，刘宝成译，《全球营销管理》，中国人民大学出版社，2005 年版
5. 阎国庆主编，《国际市场营销学》，清华大学出版社，2004 年版

《概率论与数理统计》教学大纲

刘淑环 编写

目 录

前 言	858
一、课程基本信息	858
二、课程性质与设置目的	858
三、课程教学方式	858
四、教材、参考书	859
五、课程考核方式及成绩评定	859
六、《概率论与数理统计教学大纲》修订补充说明	859
七、课程基本要求及学时分配	860
《概率论》教学大纲	862
第一章 随机事件及其概率（8 学时）	862
第一节 随机事件	862
一、概率论序言	862
二、随机试验与随机事件	862
三、随机事件间的关系与运算	863
第二节 概率的定义	864
一、概率的统计定义	864
二、概率的古典定义	864
三、概率的公理化定义与性质	864
第三节 条件概率与全概公式	865
一、条件概率	865
二、乘法公式	865
三、全概公式与贝叶斯公式	865
第四节 贝努利概型	866
一、随机事件的独立性	866
二、贝努利概型	866
第二章 一元随机变量及其分布（10 学时）	868
第一节 随机变量与分布函数	868
一、随机变量的概念	868
二、随机变量的分布函数	868
第二节 离散型随机变量及其概率分布	869
一、离散型随机变量的概率分布	869
二、几种重要的离散型随机变量	869
三、几个分布之间的关系	870
第三节 连续型随机变量及其概率密度	870
一、连续型随机变量的概率密度	870
二、几种重要的连续型随机变量	871
第四节 随机变量函数的概率分布	872
一、问题的提出	872

二、离散型随机变量函数的概率分布	872
三、连续型随机变量函数的概率分布	872
第三章 二维随机向量及其分布 (6 学时)	873
第一节 二维离散型随机变量的概率分布	873
一、二维随机向量及其分布函数的概念	873
二、离散型随机变量的联合概率分布与边缘概率分布	873
三、条件分布与随机变量的独立	874
四、二维随机变量函数的分布	874
第二节 二维连续型随机变量的联合概率密度与边缘分布	875
一、联合概率密度与边缘概率密度	875
二、条件分布与随机变量的独立	875
三、几种重要的二维连续型随机向量	876
四、二维连续型随机变量函数的分布	876
第四章 随机变量的数字特征 (8 学时)	877
第一节 数学期望	877
一、数学期望的概念	877
二、数学期望的性质	877
三、随机变量函数的数学期望	878
四、条件期望	878
五、数学期望的应用	878
第二节 方 差	878
一、方差的概念及其简化计算公式	878
二、方差的性质	878
三、常用随机变量的数学期望与方差	878
四、随机变量的标准化	879
第三节 协方差及相关系数	879
一、协方差的概念及其计算	879
二、相关系数的概念及其计算	879
《数理统计》教学大纲	880
第五章 大数定律与中心极限定理 (4 学时)	880
第一节 大数定律	880
一、切比雪夫不等式	880
二、大数定律	880
第二节 中心极限定理	881
一、中心极限定理的客观背景	881
二、李雅普诺夫定理	881
三、拉普拉斯定理	882
四、中心极限定理的综合应用	882
第六章 数理统计初步 (4 学时)	883
第一节 数理统计的基本概念	883
一、总体与样本	883
二、理论分布与经验分布	883

三、样本的数字特征	884
第二节 SPSS 软件简介及简单运用	884
一、SPSS 软件简介	884
二、建立 SPSS 数据文件的方法	884
三、用 SPSS 软件进行数据描述性统计分析的简单操作步骤	884
四、数据整理	884
第七章 抽样分布 (6 学时)	885
第一节 统计量及其分布	885
一、统计量及抽样分布的概念	885
二、正态总体的重要的抽样分布定理	885
三、三个重要抽样分布的定义及其性质	886
第八章 参数估计 (8 学时)	890
第一节 估计量的评价标准	890
一、估计量好坏的评价标准	890
二、获得估计量的方法	890
第二节 参数的区间估计	892
一、参数区间估计的概念	892
二、单个总体均值与方差的区间估计	892
三、两个正态总体均值差与方差比的区间估计	893
四、参数的单侧置信区间	893
五、(0-1) 分布参数的区间估计	893
第九章 假设检验 (8 学时)	894
第一节 假设检验的基本概念与方法	894
一、假设检验的基本概念	894
二、假设检验中的两类错误	894
三、显著性检验	895
四、假设检验的基本原理与方法	895
五、假设检验的基本步骤	895
第二节 一个正态总体的假设检验	895
一、一个正态总体均值的假设检验	895
二、一个正态总体方差的假设检验	896
第三节 两个正态总体的假设检验	897
一、两个正态总体均值差的假设检验	897
二、两个正态总体方差比的假设检验	898
三、成对数据均值的假设检验	898
第四节 总体分布的假设检验	898
一、总体分布的假设检验	898
二、分布的拟合优度检验	899
第十章 回归分析 (6 学时)	901
第一节 一元线性回归分析	901
一、回归分析的概念	901
二、散点图	901

三、最小二乘法	901
四、相关性检验	902
五、相关系数检验	902
六、利用回归方程进行预测和控制	903
第二节 可线性化的回归方程	903
一、双曲线型	903
二、指数曲线型	903
三、幂函数型	903
四、s 曲线型	904
五、对数曲线型	904

前 言

一、课程基本信息

1. 课程代码：309020022（讲授数理统计内容，概率论内容安排在高等数学二中讲授）
2. 课程英文名称：Probability Theory and Statistics
3. 课程类别：必修
4. 适用专业：工商管理专业、国际商务
5. 总学时：36 学时
6. 学 分：2 学分
7. 开课学期：第四学期

二、课程性质与设置目的

《概率论与数理统计》是研究自然界和人类社会中普遍存在的随机现象统计规律的学科。广泛地应用于随机试验与随机调查数据的处理与建模过程的始终。本课程是商学院工商管理、国际商务专业教学计划中，继高等数学（一）、高等数学（二）、线性代数之后又一门重要的基础课程。

概率论着重对客观的随机现象提出各种不同的理想化的数学模型并研究其内在的性质与相互联系，具有独特的概念和方法，内容丰富，结果深刻，同时概率论与其他数学分支又有密切联系，在社会科学、自然科学、管理科学和技术科学中都有广泛的应用。数理统计是研究怎样有效地收集、整理和分析带有随机性的数据，以对所考察的问题做出推断或预测，直至为采取一定的决策和行为提出依据和建议。在很大程度上可以说概率论是数理统计的基础，数理统计是概率论的一种应用。但概率论与数理统计是两个并列的数学分支，并无从属关系，我们把概率论与数理统计的教学大纲放在一起，是为了使概率论的基本概念和理论更好地联系实际，也更有利于学生掌握数理统计方法，使学生学习知识能循序渐进地由浅入深。

通过本课程的教学，应使学生掌握概率论与数理统计的基本概念，了解它的基本理论和方法，从而使学生初步掌握处理随机现象的基本思想和方法，培养学生运用概率、统计方法分析和解决实际问题的能力，也为学生学习专业知识、从事专业研究、撰写学位论文、报考硕士研究生奠定必要的数学基础。

由于本课程具有较强的抽象性和广泛的应用性，在讲清基本概念、理论的同时，教学中应强调理论联系实际，并注意与有关专业的课程内容互相渗透和配合。在教学中应该注重对学科精神的领会，体现以“人为本”的教育理念，采用引导式教学模式。即在传授知识的同时，开阔学生的数学视野，认识数学的科学价值和人文价值，崇尚数学的理性精神，形成审慎思维的良好习惯，从而激活学生的创新潜能、激发他们的创新欲望、增长他们的创新能力。

三、课程教学方式

本课程的特点是理论性强，逻辑性强，应用广泛，其教学方式应注重启发式、引导式。采用“引出问题，启发思路，重点分析，课堂讨论，课外探索，自行归纳”的教学形式，将课堂讲授、课堂讨论、课后练习与学生自学相结合。使学生在教师引导下，自己从前人研究的问题、分析问题的过程、演绎推导的结果中，体会和领悟这些人类高级心智文明的成果，使学生自己真正学懂数学，而不是被“教会”数学；同时希望学生通过研究式的钻研、探索乃至犯错误的过程中，培养从错综复杂的现象事理中和繁杂无序的结果数据中，寻找与总结内在关系和规律的能力，并且体会科学研究

的艰辛和乐趣，培养在科学研究和事理处理上百折不挠、持之以恒的毅力和意志。

四、教材、参考书

教材：概率论与数理统计，袁荫棠编，中国人民大学出版社

推荐参考资料：

[1] 袁荫棠、范培华 新版经济学基础(三)概率统计解题思路和方法，世界图书出版公司 2002 年报 10 月第 2 版

[2] 殷秀清、袁荫棠 概率论与数理统计学习与考试指导，中国人民大学出版社 1999 年 7 月第 1 版

[3] 谢琨、尹素菊等 概率论与数理统计解题指导，北京大学出版社 2003 年 7 月第 1 版

[4] 姚孟臣 概率论与数理统计习题集，中国人民大学出版社 2004 年 5 月第 1 版

[5] 龙永红主编 概率论与数理统计(面向 21 世纪课程教材—第 2 版—北京)，高等教育出版社，2004 年 8 月第二次印刷

[6] 郝黎仁、樊元等 SPSS 实用统计分析，中国水利水电出版社 2003 年 1 月第一版

[7] 黄润龙 数据统计与分析技术—SPSS 软件实用教程 2004 年 7 月第一版

五、课程考核方式及成绩评定

采取平时动态考核与期末闭卷考试相结合，以百分制给出学生的成绩评定。概率论部分试题的难度可分为易、较易、较难、难四个等级，这四个等级在每份试卷中的试题所占分数比例依次为 2: 4: 3: 1。试题主要有单项选择题、填空题、简单计算题、综合应用题、证明题等题型，选择题和填空题约占 40%。

数理统计部分，试题难易比例为：基础题（容易题）60%，综合题（中等难度题）30%，提高题（较难题）10%。

六、《概率论与数理统计教学大纲》修订补充说明

1. 修订《概率论与数理统计》教学大纲时，结合我校数学教学实际情况，参照了我部历年“《概率论与数理统计》课程教学计划”，并参照了国内其它高校经管专业该课程的教学大纲，且同时参考了硕士研究生入学考试数学三、四大纲的内容及要求。

2. 执行本大纲时，根据我校专业特点，为提高学生应用统计软件解决实际问题的能力，应加大数理统计课程的教学。考虑到教学计划中数学类课程的总课时，其中第一章至第四章的概率论部分内容安排在第二学期高等数学（二）中讲授，数理统计部分安排在第四学期单独讲授，36 课时，2 学分。

3. 本课程与其它有关课程的联系和分工

概率论部分的先修课程是高等数学（一）、高等数学（二）。数理统计课程的先修课程是概率论、线性代数。作为基础课，概率论与数理统计课程是许多后继课，如《统计学》、《计量经济学》等专业课程的基础，学生应对本课程予以足够的重视。

4. 本大纲的概率论部分的课程内容，根据所选教材、实际学时及讲课时的实际情况已经进行调整和改变。其它内容灵活掌握。

5. 实验（上机）内容和基本要求

本课程无实验和上机的教学安排，但为培养学生的动手操作能力和主动用统计软件解决实际问题的能力，教学中简单介绍 SPSS 软件，要求学生课后自学该软件，并能主动借助软件，结合本专业的特点，搜寻与专业有关的研究课题，尝试写出试验报告。在有条件的情况下，建议学校增加该

课程的课时，考虑上机实验。

七、课程基本要求及学时分配

概率论与数理统计是一门专业基础理论课，包括概率论、数理统计两部分。其教学以课内讲授为主，分两个学期授课。概率论部分在第二学期高等数学二中讲授，数理统计部分在第四学期讲授，计 36 学时。在教学中应充分注意它们之间的联系，充分重视基本概念，讲清统计思想。

第一章至第四章为概率论部分，作为基础知识，是学习数理统计的必要理论基础。第五章至第 11 章是数理统计部分，介绍有广泛应用意义的参数估计、假设检验和回归分析。该课程基本要求的设置分三个层次，其中对概念与理论用“理解”、“了解”和“知道”表述，对方法和运算用“熟练掌握”、“掌握”和“会”表述，前者为较高的要求。具体如下：

1. 了解随机现象，了解样本空间的概念。理解随机事件的概念，掌握事件之间的关系与运算。
2. 了解事件的频率的概念、了解统计概率、古典概率的定义，会计算简单的古典概率。
3. 理解概率的公理化定义。掌握概率的基本性质，理解概率加法定理。
4. 了解条件概率的概念，理解乘法定理、全概率公式、贝叶斯公式，并掌握应用这些公式进行较综合的概率计算。
5. 了解事件独立性的概念。掌握贝努利概型和二项概率的计算。
6. 理解随机变量的概念，了解概率分布函数（分布列）与概率密度的概念和性质。会计算与随机变量相联系的事件的概率。
7. 理解离散型随机变量及其概率分布的概念，掌握超几何分布、0-1 分布、二项分布、泊松分布。
8. 理解连续型随机变量及其概率分布的概念，掌握均匀分布、指数分布和正态分布。
9. 会根据自变量的概率分布求其简单随机变量函数的概率分布。
10. 了解多维随机变量的概念，理解二维随机变量的联合分布函数的概念。
11. 理解二维离散型随机变量的联合分布律的概念，理解二维连续型随机变量的联合密度函数的概念。
12. 理解二维离散型随机变量的边缘概率分布，理解二维连续型随机变量的边缘概率密度。
13. 理解随机变量的独立性概念。
14. 会求两个独立随机变量简单函数的分布，了解有限个正态分布的线性组合仍是正态分布。
15. 理解随机变量数学期望与方差的概念，掌握它们的性质与计算。理解随机变量函数的数学期望。
16. 掌握 0-1 分布、二项分布、泊松分布、均匀分布、指数分布、正态分布的数学期望与方差。
17. 了解协方差、相关系数的概念及其性质，并会计算。
18. 了解随机变量的数字特征在经济中的应用。
19. 理解切比雪夫不等式、切比雪夫定理和贝努利定理。了解贝努利大数定律与概率的统计定义、参数估计之间的关系。
20. 掌握棣莫夫（Demoivre）—拉普拉斯（Laplace）中心极限定理，并会用该定理近似计算有关事件的概率。
21. 了解独立同分布的中心极限定理。
22. 理解总体、个体、样本和统计量的概念。
23. 了解经验分布函数的概念和性质，会根据样本值求经验分布函数。了解直方图的作法。
24. 理解样本均值、方差的概念，掌握根据数据计算样本均值、方差的方法。

25. 了解 χ^2 分布、t-分布、F-分布的定义，并会查表计算分位数。
26. 了解 χ^2 分布、t-分布、F-分布的构造模式，并会进行相关证明。
27. 了解正态总体某些常用的抽样分布。
28. 理解点估计概念，掌握矩估计法（一、二阶）、极大似然估计法。
29. 理解估计量的评价标准（无偏性、有效性、一致性）。
30. 理解区间估计的概念，掌握求单个正态总体均值与方差的置信区间。会求两个正态总体均值差与方差比的置信区间。
31. 理解显著性检验的基本思想,掌握假设检验的基本步骤，了解假设检验可能产生的两类错误。
32. 掌握单个和两个正态总体的均值与方差的假设检验。
33. 了解总体分布假设的卡方检验法，会应用该方法进行分布拟合优度检验。
34. 了解成对数据的均值假设检验，会应用该方法进行成对数据的均值假设检验。
35. 了解相关与回归分析的概念与原理，会应用该方法对实际问题进行相关与回归分析。

课时分配如下：

	内 容	课内学时	小计
概率论部分 (32 学时)	1 随机事件及其概率	8	32
	2 一元随机变量及其分布	10	
	3 二维随机向量及其分布	6	
	4 随机变量的数字特征	8	
数理统计部分 (36 学时)	5 大数定律和中心极限定理	4	36
	6 数理统计初步	4	
	7 抽样分布	6	
	8 参数估计	8	
	9 假设检验	8	
	10 回归分析	6	

《概率论》教学大纲

第一章 随机事件及其概率（8 学时）

本章知识点：

1. 随机事件及其运算（随机试验，随机事件与样本空间，事件之间的关系及其运算）
2. 概率的定义、性质及其运算（频率，概率的统计定义，古典概率，概率的公理化定义，概率的性质）
3. 条件概率及三个重要公式（乘法公式，全概率公式，贝叶斯公式）
4. 事件的独立性及贝努里(Bernoulli)概型

本章教学目的与基本要求：

- 1.理解随机事件的概念，了解样本空间的概念，掌握事件的关系与基本运算；
- 2.理解事件频率的概念，了解随机现象的统计规律性，理解概率的公理化定义和概率的其它性质；
- 3.理解古典概率的定义，掌握古典概率的计算，了解几何概率的定义及计算；
- 4.掌握概率的基本性质和应用这些性质进行概率计算；
- 5.理解条件概率的概念，熟练掌握条件概率的计算，熟练掌握乘法公式、全概率公式和贝叶斯公式以及应用这些公式进行概率计算；
- 6.理解事件的独立性概念，掌握应用事件独立性进行概率计算，理解贝努利试验的概念，熟练掌握二项概率公式（贝努利概型）及其应用。

本章教学重点：

随机事件、事件的关系及运算、古典概型、概率的基本性质、条件概率、全概率公式、贝叶斯公式、事件的独立性、贝努利概型

本章教学难点：

事件的关系及运算、古典概型、条件概率、全概率公式、贝叶斯公式、事件的独立性、全概率公式的综合应用、贝努利概型。

本章学时分配：8 学时

本章作业布置：习题一

第一节 随机事件

一、概率论序言

二、随机试验与随机事件

（一）随机试验

1. 试验可在相同条件下重复进行；
2. 每次试验的可能结果不止一个，而究竟会出现哪一个结果，在试验前不能准确地预言；
3. 试验所有可能结果在试验前是明确(已知)的，而每次试验必有其中的一个结果出现，并且也仅有一个结果出现。

满足上述三个特性的试验,叫做随机试验,简称试验,并用字母 E 等表示。

(二) 随机事件

随机试验的结果称为随机事件,简称事件。

1. 必然事件: 在试验中一定出现的结果,记作 Ω ;
2. 不可能事件: 在试验中一定不会出现的结果,记作 Φ ;
3. 随机事件: 在试验中可能出现也可能不出现的结果,常用大写拉丁字母 A 、 B 、 C ...表示;
4. 基本事件(样本点): 试验最基本的结果,记作 ω ;
5. 样本空间(基本事件空间): 所有基本事件的集合,常用 Ω 表示;

样本空间 Ω 中的元素是随机试验的可能结果。样本空间的任一子集称作随机事件。在一次试验中,当且仅当子集 A 中的一个样本点出现时,称事件 A 发生。显然 Ω 为必然事件, Φ 为不可能事件。

三、随机事件间的关系与运算

(一) 随机事件间的关系

1. 包含: 若事件 A 发生必导致事件 B 发生,则称事件 B 包含事件 A ,或称 A 是 B 的子事件,记作 $A \subset B$,或 $B \supset A$ 。
2. 相等: 若 $A \subset B$ 且 $B \supset A$,则称事件 A 与 B 相等,记作 $A=B$ 。其直观意义是事件 A 与 B 的样本点完全相同。

(二) 随机事件的运算

1. 事件的和(并)

若事件 A 和事件 B 至少有一个发生,则称这样的事件为事件 A 与 B 的和事件,记作 $A \cup B$ 或 $A+B$ 。事件 $A \cup B$ 是属于 A 或属于 B 的样本点组成的集合。

2. 事件的差

若事件 A 发生而事件 B 不发生,则称这样的事件为事件 A 与事件 B 的差,记作 $A-B$ 。

3. 事件的积(交)

若事件 A 与事件 B 同时发生,则称这样的事件为事件 A 与事件 B 的积,记作 AB 或 $A \cap B$ 。

4. 互不相容事件(或互斥事件)

若事件 A 与事件 B 不能同时发生,即 $AB = \Phi$ (即 A 与 B 同时发生是不可能事件),则称事件 A 与 B 是互不相容(互斥)事件。其直观意义是事件 A 与 B 没有公共样本点。

5. 对立事件(或互逆事件)

在每次试验中,若事件 A 与事件 B 必有一个发生,且仅有一个发生,则称事件 A 与 B 为对立事件或互为逆事件。即有: $AB = \Phi$, 且 $A+B = \Omega$ 。事件 A 的对立事件记为 $\bar{A}$ 。

6. 完备事件组: 若事件 $A_1, A_2, \dots, A_n$ 两两互不相容,且每次试验必出现且只出现一个,则称

$A_1, A_2, \dots, A_n$ 构成一个完备事件组。完备事件组中事件个数可以是有限个,也可以是可数个。

(三) 随机事件的运算规律

对于任意事件 A, B, C 有:

1. 交换律: $A+B=B+A$; $AB=BA$
2. 结合律: $A+B+C=A+(B+C)=(A+B)+C$; $ABC=A(BC)=(AB)C$
3. 分配律: $A(B+C)=AB+AC$; $A(B-C)=AB-AC$
4. 对偶律(德摩根律): $\overline{A+B} = \bar{A} \cdot \bar{B}$; $\overline{AB} = \bar{A} + \bar{B}$

交换律、结合律、分配律、对偶律都可推广到任意多个事件的情形。

(四) 随机事件间的关系与运算综合应用

第二节 概率的定义

一、概率的统计定义

(一) 频率的稳定性

考虑在相同条件下进行的 S 轮试验, 事件 A 在各轮试验中的频率形成一个数列

$$\frac{m_1}{n_1}, \frac{m_2}{n_2}, \dots, \frac{m_s}{n_s},$$

当各轮试验次数 $n_1, n_2, \dots, n_s$ 充分大时, 在各轮试验中事件 A 出现的频率之间、或者它们与某个平均值相差甚微.

(二) 概率的统计定义

在实际中, 当概率不易求出时, 人们常取实验次数很大时事件的频率作为概率的估计值, 这种确定概率的方法称为频率方法。

二、概率的古典定义

(一) 古典概型

若一个随机试验的结果只有有限个, 且每个结果出现的概率都相同, 则称这样的试验为古典型随机试验(或称古典概型)。

(二) 古典概率定义

对于古典概型试验中的事件 A , 其概率为:

$$P(A) = \frac{A \text{ 中包含的样本点数}}{\text{样本空间中样本点数}}$$

(三) 古典概型中事件概率的计算

1. 一次抽取试验中事件概率的计算
2. 不放回试验中事件概率的计算
3. 有放回试验中事件概率的计算

三、概率的公理化定义与性质

(一) 概率的公理化定义

公理 1: 任一事件的概率介于 0 和 1 之间

公理 2: 样本事件空间的概率为 1

公理 3: 若可列个事件 $A_1, A_2, \dots, A_n$ 两两互不相容, 则和事件的概率等于各事件的概率之和

这里事件个数可以是有限或无限的.

(二) 概率的性质

性质 1: 对任一事件 A , 有 $p(\bar{A}) = 1 - p(A)$

性质 2: 不可能事件的概率为 0, 即 $P(\Phi) = 0$

性质 3: 设 A、B 是两个事件, 若 $A \subset B$, 则有

$$p(A) \leq p(B); \quad p(B - A) = p(B) - p(A)$$

性质 4: 概率具有有限可加性, 即若 $A_1, A_2, \dots, A_n$ 两两互斥, 则

$$P\left(\sum_{i=1}^n A_i\right) = \sum_{i=1}^n P(A_i)$$

性质 5: 对任意两个事件 A、B, 有 $p(A+B) = p(A) + p(B) - p(AB)$

推广: $P(A+B+C) = P(A) + P(B) + P(C) - [P(AB) + P(AC) + P(BC)] + P(ABC)$

第三节 条件概率与全概公式

一、条件概率

(一) 条件概率的概念

在解决许多概率问题时, 往往需要在有某些附加信息(条件)下求事件的概率. 如在事件 B 发生的条件下求事件 A 发生的概率, 将此概率记作 $P(A|B)$, 称作条件概率. 一般 $P(A|B) \neq P(A)$ 。

(二) 条件概率的定义

对于任意两个事件 A 与 B, 其中 $P(A) > 0$, 则事件 B 在事件 A 发生的条件下的条件概率为:

$$P(B/A) = \frac{P(AB)}{P(A)}$$

(三) 条件概率的性质

设 B 是一事件, 且 $P(B) > 0$, 则

1. 对任一事件 A, $0 \leq P(A|B) \leq 1$;

2. $P(S|B) = 1$;

3. 设 $A_1, \dots, A_n$ 互不相容, 则 $P[(A_1 + \dots + A_n)|B] = P(A_1|B) + \dots + P(A_n|B)$ 。

(四) 条件概率的计算

二、乘法公式

(一) $p(AB) = p(A)p(B/A); \quad p(AB) = p(B)p(A/B)$

(二) $p(A_1 A_2 \cdots A_n) = p(A_1)p(A_2/A_1) \cdots p(A_n/A_1 A_2 \cdots A_{n-1})$

(三) 乘法公式应用实例

三、全概公式与贝叶斯公式

(一) 全概公式

设 $A_1, A_2, \dots, A_n$ 是一个完备事件组, 且 $P(A_i) > 0$, 则对任一事件 B ($P(B) > 0$), 有

$$P(B) = \sum_{i=1}^n P(A_i)P(B/A_i)$$

（二）贝叶斯公式(逆概公式)

设 $A_1, A_2, \dots, A_n$ 是一个完备事件组, 且 $P(A_i) > 0$, 则对于任一事件 $B(P(B) > 0)$, 有

$$P(A_i/B) = \frac{P(A_i)P(B/A_i)}{\sum_{i=1}^n P(A_i)P(B/A_i)} \quad (i=1, 2, \dots, n)$$

（三）全概公式与贝叶斯公式综合应用

第四节 贝努利概型

一、随机事件的独立性

（一）两事件的独立

对于两个事件 A 与 B , 若 $P(AB)=P(A)P(B)$, 则称事件 A 与 B 独立。

若事件 A 与事件 B 独立, 则事件 A 与 $\bar{B}$, $\bar{A}$ 与 B , $\bar{A}$ 与 $\bar{B}$ 也相互独立。

（二）多个事件的独立

对于任意 n 个事件 $A_1, A_2, \dots, A_n$, 若其中任两个事件均相互独立, 即对于任意整数 $k(1 < k \leq n)$

和任意 k 个整数 $i_1, i_2, \dots, i_k \quad (1 \leq i_1 < i_2 < \dots < i_k \leq n)$, 都有

$$P(A_{i_1} A_{i_2} \dots A_{i_k}) = P(A_{i_1})P(A_{i_2}) \dots P(A_{i_k})$$

成立, 则称这 n 个事件 $A_1, A_2, \dots, A_n$ 相互独立。

注意:

若 $A_1, A_2, \dots, A_n$ 相互独立, 则其中任意的 $k(1 < k \leq n)$ 个事件也相互独立。特别当 $k=2$ 时, 它们中的任意两个事件都相互独立(称为两两独立)。但 n 个事件两两独立不能保证这 n 个事件相互独立。实际问题中, 往往根据问题的实际意义来判定独立性。

（三）事件独立在概率计算中的应用

二、贝努利概型

（一）独立重复试验

在两个或多个独立试验中, 若同一事件在各个试验中出现的概率相同, 则称它们是独立重复试验。

（二）贝努利概型

满足以下三个条件的随机试验, 称为 n 重贝努利试验。

1. 试验可以独立重复的进行 n 次;
2. 试验只有 A 与 $\bar{A}$ 两个结果;
3. 每次试验中, 试验 A 出现的概率不变, 即 $P(A) = p \quad (0 < p < 1)$ 为常数;

在 n 重贝努利试验中, 事件 A 出现 $k \quad (0 \leq k \leq n)$ 次的概率为

$$P_n(k) = C_n^k p^k (1-p)^{n-k}, \quad k = 0, 1, 2, \dots, n$$

此公式称为二项概率公式。

(三) 贝努利概型应用

第二章 一元随机变量及其分布（10 学时）

本章知识点：

1. 随机变量的概念，随机变量的分布函数概念及其性质；
2. 离散型随机变量及其概率分布，离散型随机变量常见分布；
3. 连续性随机变量及其概率密度函数，连续性随机变量常见的分布；
4. 随机变量的函数的分布。

本章基本要求：

1. 理解随机变量及其分布函数的概念，掌握其性质；
2. 理解离散型随机变量的概念及其分布列的概念和性质；
3. 理解连续型随机变量的概念及其概率密度函数的概念和性质；
4. 会利用分布列、概率密度函数及分布函数计算有关事件的概率；
5. 熟练掌握二项分布，泊松(Pisson)分布，正态分布，了解均匀分布和指数分布；
6. 会求简单随机变量函数的概率分布。

本章重点与难点：

离散型随机变量及其分布律、分布函数、连续型随机变量及其分布函数、密度函数、二项分布、泊松分布、均匀分布、正态分布及其查表计算。

本章重点与难点：

分布函数的概念和求法，密度函数的概念，随机变量及其函数的分布求法。

学时分配：10 学时

本章作业布置：习题二、习题四

第一节 随机变量与分布函数

一、随机变量的概念

（一）随机变量的定义

设 E 为随机试验，它的样本空间为 $\Omega = \{\omega\}$ 。若对于每一个样本点 $\omega \in \Omega$ ，都有唯一确定的实数 $X(\omega)$ 与之对应，则称 $X(\omega)$ 是一个随机变量(可简记为 X)。常用大写字母 X, Y, Z 等表示。

（二）引入随机变量的意义

（三）随机变量的分类

1. 离散型随机变量与非离散型随机变量（主要是连续型随机变量）
2. 一元随机变量与多元随机变量

二、随机变量的分布函数

（一）随机变量分布函数的定义

对于随机变量 X 和任意实数 x ，称函数 $F(x) = P(X \leq x)$ 为随机变量 X 的分布函数。它在点 x 处的值是事件 $\{X \leq x\}$ 的概率。

（二）分布函数 $F(x)$ 的性质

1. $F(x)$ 是单调不减函数；

2. $F(x)$ 右连续, 即对任意的 $x_0 \in \mathbb{R}$, 有 $F(x) = \lim_{x \rightarrow x_0^+} F(x) = F(x_0)$

3. $F(-\infty) = \lim_{x \rightarrow -\infty} F(x) = 0$, $F(+\infty) = \lim_{x \rightarrow +\infty} F(x) = 1$

第二节 离散型随机变量及其概率分布

一、离散型随机变量的概率分布

(一) 离散型随机变量概率分布的定义

1. 一个随机变量的一切可能的取值为有限个或可列无穷多个, 则称它为离散型随机变量。

2. X 是一个离散型随机变量, 其一切可能值为 $\{x_1, x_2, \dots, x_n, \dots\}$, 且 X 取各值时的概率为

$$P\{X = x_k\} = p_k, k=1, 2, \dots,$$

其中 $p_k \geq 0 (k=1, 2, \dots)$, 且 $\sum_{k=1}^{\infty} p_k = 1$, 则称上式为 X 的概率分布, 常记为

$$X \sim \begin{Bmatrix} x_1 & x_2 & \cdots & x_n & \cdots \\ p_1 & p_2 & \cdots & p_n & \cdots \end{Bmatrix}$$

3. 对于任意实数 $a < b$, 有 $P(a \leq X \leq b) = \sum_{a \leq x_k \leq b} P(X = x_k)$

(二) 离散型随机变量概率分布的表示方法

1. 列表法

2. 图示法

3. 公式法

(三) 离散型随机变量的分布函数

二、几种重要的离散型随机变量

(一) 超几何分布

如果随机变量 X 的概率分布为 $P(X = k) = \frac{C_M^k C_{N-M}^{n-k}}{C_N^n} \quad k = 0, 1, \dots, n$

其中 N, M, n 均为正整数, 且 $M \leq N, n \leq N$, 则称 X 服从参数为 N, M, n 的超几何分布。

(二) 几何分布

如果随机变量 X 的概率分布为 $P(X = k) = (1-p)^{k-1} p \quad k = 1, 2, \dots, 0 < p < 1$

则称 X 服从几何分布。

(三) 二项分布

设事件 A 在任一次试验中出现的概率为 P , 则在 n 重伯努利试验中事件 A 发生的次数 k 的取

值为 $0, 1, 2, \dots, n$, 且它的概率分布为 $P(X = k) = C_n^k p^k (1-p)^{n-k} \quad k = 1, 2, 3, \dots, n$

则称 X 服从参数为 n, p 的二项分布, 记为 $X \sim B(n, p)$

(四) 泊松分布

如果随机变量 X 的概率分布为 $P(X = k) = \frac{\lambda^k}{k!} e^{-\lambda}, \quad k = 0, 1, 2, \dots, (\lambda > 0)$

则称 X 服从参数为 λ 的泊松分布。

三、几个分布之间的关系

(一) 二项分布与超几何分布

当 N, M 充分大, 而 n 相对 N 充分小时, 超几何分布与二项分布有如下的近似:

$$\frac{C_M^k C_{N-M}^{n-k}}{C_N^n} \approx C_n^k \left(\frac{M}{N} \right)^k \left(1 - \frac{M}{N} \right)^{n-k}$$

(二) 二项分布与 0—1 分布

如果随机变量 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 相互独立, 且都服从 0—1 分布, 则 $X_1 + X_2 + \dots + X_n$ 服从二项分布

$B(n, p)$

(三) 二项分布与泊松分布

如果 X 服从二项分布 $B(n, p)$, 且 n 充分大 ($n \geq 100$), p 充分小 ($p < 0.1$), 而 np 适中, 则有

如下近似公式: $C_n^k p^k (1-p)^{n-k} \approx \frac{(np)^k}{k!} e^{-np} \quad k = 0, 1, 2, 3, \dots, n$

第三节 连续型随机变量及其概率密度

一、连续型随机变量的概率密度

(一) 问题引入

(二) 连续型随机变量及其密度函数的定义

对于随机变量 X , 其分布函数为 $F(x)$, 如存在非负可积函数 $f(x)$, 使得对于任意实数 x , 有

$F(x) = \int_{-\infty}^x f(t) dt$, 则称 X 为连续型随机变量, $f(x)$ 称为 X 的概率密度函数。

(三) 概率密度函数的性质

性质 1: $f(x) \geq 0, \quad -\infty < x < +\infty$;

性质 2: $\int_{-\infty}^{+\infty} f(x) dx = 1$;

性质 3: 对于任意实数 $a, b (a < b)$, 都有 $P(a < X \leq b) = \int_a^b f(x) dx$

注意:

连续型随机变量 X 取任何给定值的概率等于 0, 则 $P\{X = a\} = 0$ 。所以有

$$P(a < X \leq b) = \int_a^b f(x) dx = P(a \leq X \leq b) = P(a \leq X < b) = P(a < X < b)$$

(四) 连续型随机变量的分布函数与概率密度的关系

对于一个随机变量 X , 其分布函数 $F(x)$ 与概率密度 $f(x)$ 之间有如下关系:

对于 $f(x)$ 的任一连续点 x , 均有 $f(x) = F'(x) = \frac{dF(x)}{dx}$

二、几种重要的连续型随机变量

(一) 均匀分布

如果随机变量 X 的概率密度为 $f(x) = \begin{cases} \frac{1}{b-a}, & a < x < b \\ 0, & \text{其他}, \end{cases}$

则称 X 在区间 (a, b) 内服从均匀分布, 记为 $X \sim (a, b)$, 其分布函数为

$$F(x) = \begin{cases} 0, & x < a, \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x < b \\ 1, & x \geq b, \end{cases}$$

(二) 指数分布

如果随机变量 X 的概率密度为 $f(x) = \begin{cases} \lambda e^{-\lambda x}, & x > 0, \\ 0, & x \leq 0, \end{cases}$

则称 X 为服从参数为 λ ($\lambda > 0$) 的指数分布, 记为 $X \sim e(\lambda)$, 其分布函数为

$$F(x) = \begin{cases} 1 - e^{-\lambda x}, & x > 0, \\ 0, & x \leq 0, \end{cases}$$

(三) 正态分布

1. 如果随机变量 X 的概率密度为 $\varphi(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}\sigma} e^{-\frac{(x-\mu)^2}{2\sigma^2}}, x \in R$ 。

则称 X 服从参数为 μ, σ^2 的正态分布, 记为 $X \sim N(\mu, \sigma^2)$, 其中参数 $\mu \in R, \sigma > 0$ 。

2. 正态概率密度函数 $\varphi(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}\sigma} e^{-\frac{(x-\mu)^2}{2\sigma^2}}$ 的图形是一条钟罩形曲线, 称之为正态曲线。

它有如下性质:

性质 1: 曲线关于直线 $x = \mu$ 对称;

性质 2: 当 $x = \mu$ 时, $\varphi(x)$ 达到最大值 $\frac{1}{\sqrt{2\pi}\sigma}$;

性质 3: 曲线以 x 轴为渐近线;

性质 4: 当 $x = \mu \pm \sigma$ 时, 曲线有拐点;

性质 5: 若固定 μ , 改变 σ 的值, σ 越小, 曲线“越瘦越高”; σ 越大, 曲线“越矮越胖”。

3. 标准正态分布

当 $\mu=0, \sigma=1$ 时, 称 X 服从标准正态分布, 记为 $X \sim N(0,1)$

标准正态分布随机变量的概率密度和分布函数分别用 $\varphi_0(x)$ 和 $\Phi_0(x)$ 表示, 即

$$\varphi_0(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{x^2}{2}}, x \in R$$

$$\Phi_0(x) = \int_{-\infty}^x \varphi_0(t) dt = \int_{-\infty}^x \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{t^2}{2}} dt, x \in R。$$

4. 正态分布的性质

性质 1: 对于标准正态分布的随机变量 X , 其密度函数 $\varphi_0(x)$ 是偶函数;

性质 2: 如果随机变量 $X \sim N(\mu, \sigma^2)$, 则 $\frac{X-\mu}{\sigma} \sim N(0,1)$;

性质 3: 设 $X \sim N(0,1)$, 对于给定的 $\alpha, (0 < \alpha < 1)$;

如果 μ_α 满足 $P(X > Z_\alpha) = \int_{Z_\alpha}^{+\infty} \varphi_0(x) dx = \alpha$, 即 $\Phi_0(Z_\alpha) = 1 - \alpha$, 则称 Z_α 为标准正态分布的上

侧 α 分位数; 如果 Z_α 满足 $\Phi_0(Z_\alpha) - \Phi_0(-Z_\alpha) = 1 - \alpha$, 则称 Z_α 为标准正态分布的双侧分位数.

5. 正态分布的概率计算及应用

第四节 随机变量函数的概率分布

一、问题的提出

二、离散型随机变量函数的概率分布

设 X 是离散型随机变量, 概率分布为 $P(X = x_k) = p_k \quad k=1,2,\dots$

则随机变量函数 $Y = g(X)$ 取值 $g(x_k)$ 的概率为 $P(Y = g(x_k)) = p_k \quad k=1,2,\dots$

如果函数值 $g(x_k)$ 中有相同的数值, 则将它们相应的概率之和作为随机变量 $Y = g(X)$ 取该值的概率, 就可以得到 $Y = g(X)$ 的概率分布。

三、连续型随机变量函数的概率分布

第三章 二维随机向量及其分布 (6 学时)

本章知识点:

1. 二维随机向量的联合分布函数与边缘分布函数
2. 二维离散型随机向量及其概率分布
3. 二维连续型随机向量及其分布
4. 随机变量的独立性定义及其判别
5. 机变量的简单函数的概率分布

本章基本要求:

1. 理解二维随机变量的概念,理解二维随机变量的联合分布的概念、性质及其两种基本形式:离散型联合分布律和连续型联合概率密度,并会用他们计算有关事件的概率;
2. 理解二维离散型随机变量的边缘分布律,二维连续型随机变量的联合概率密度函数的概念及其性质,并掌握二维连续型随机变量的边缘分布与联合分布的关系;
3. 理解随机变量的独立性的概念,熟练掌握应用随机变量的独立性并进行概率计算;
4. 会求两个独立随机变量的简单函数的分布,会求两个随机变量的和的分布,最大值及最小值的分布;
5. 知道二维均匀分布,二维正态分布。

重点与难点: 联合分布、边缘分布及其求法

学时分配: 6 学时

本章作业布置: 习题二

第一节 二维离散型随机变量的概率分布

一、二维随机向量及其分布函数的概念

设二元函数 $F(X_1, X_2) = P(X_1 \leq x_1, X_2 \leq x_2)$ 为二维随机变量 X_1, X_2 的分布函数或随机变量 X_1, X_2 的联合分布函数。

二、离散型随机变量的联合概率分布与边缘概率分布

(一) 联合概率分布

设 X 和 Y 是离散型随机变量,其可能的取值分别为 $\{x_i\}$ 和 $\{y_j\}$,则 X 和 Y 的联合概率分布表示为: $P(X = x_i, Y = y_j) = p_{ij} \quad i, j = 1, 2, \dots$, 其中 $p_{ij} \geq 0$, $\sum_i \sum_j p_{ij} = 1$ 。

(二) 边缘概率分布

分别称 $P(X = x_i) = \sum_j p_{ij} \quad i, j = 1, 2, \dots$

$P(Y = y_j) = \sum_i p_{ij} \quad i, j = 1, 2, \dots$

为 X 和 Y 关于其联合分布的边缘概率分布。

离散型随机变量的联合分布和边缘分布用下面的表格表示:

$\begin{array}{c} Y \\ \diagdown \\ X \end{array}$	y_1	y_2	$\dots$	y_j	$\dots$	$P(X = x_i)$
x_1	p_{11}	p_{12}	$\dots$	p_{1j}	$\dots$	$\sum_{j=1} p_{1j}$
x_2	p_{21}	p_{22}	$\dots$	p_{2j}	$\dots$	$\sum_{j=1} p_{2j}$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
x_i	p_{i1}	p_{i2}	$\dots$	p_{ij}	$\dots$	$\sum_{j=1} p_{ij}$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
$P(Y = y_i)$	$\sum_{i=1} p_{i1}$	$\sum_{i=1} p_{i2}$	$\dots$	$\sum_{i=1} p_{ij}$	$\dots$	1

三、条件分布与随机变量的独立

(一) 条件概率分布

设离散型随机变量 X 和 Y 的联合概率分布为：

$$P(X = x_i, Y = y_j) = p_{ij} \quad i, j = 1, 2, \dots$$

对于给定的 j ，如果 $P(Y = y_j) > 0$ ，则称

$$P(X = x_i / Y = y_j) = \frac{P\{X = x_i, Y = y_j\}}{P\{Y = y_j\}} = \frac{p_{ij}}{p_{.j}} \quad i, j = 1, 2, \dots,$$

为在条件 $Y = y_j$ 下的 X 的条件概率分布。

(二) 随机变量独立

设 (X, Y) 是二维离散型随机变量，如果有

$$P\{X = x_i, Y = y_j\} = P(X = x_i)P(Y = y_j) \quad (i, j = 1, 2, \dots)$$

则称 X 与 Y 是相互独立的。

四、二维随机变量函数的分布

第二节 二维连续型随机变量的联合概率密度与边缘分布

一、联合概率密度与边缘概率密度

(一) 联合概率密度

设 X 和 Y 为连续型随机变量, 其联合分布函数为 $F(X,Y)$, 如果存在非负可积函数 $f(x, y)$, 使

$$\text{得对任意实数 } x \text{ 和 } y, \text{ 均有 } F(X,Y) = \int_{-\infty}^y \int_{-\infty}^x f(u,v) du dv$$

则称 $f(x, y)$ 为二维随机变量 (X,Y) 的概率密度或随机变量 X 和 Y 的联合概率密度.

(二) 联合概率密度的特征

$$1. f(x, y) \geq 0$$

$$2. \int_{-\infty}^{+\infty} \int_{-\infty}^{+\infty} f(x,y) dx dy = 1$$

$$3. \text{ 如果 } f(x, y) \text{ 在点 } (x, y) \text{ 处连续, 则 } f(x, y) = \frac{\partial^2 F(x, y)}{\partial x \partial y}$$

$$4. (X,Y) \text{ 落在 } xOy \text{ 平面上区域 } G \text{ 内的概率为 } P\{(X,Y) \in G\} = \iint_G f(x,y) dx dy.$$

(三) 边缘概率密度

随机变量 X 与 Y 的概率密度 $f_X(x)$ 和 $f_Y(y)$ 可以由其联合概率密度 $f(x,y)$ 得到

$$f_X(x) = \int_{-\infty}^{+\infty} f(x,y) dy, \quad f_Y(y) = \int_{-\infty}^{+\infty} f(x,y) dx$$

它们分别称为联合概率密度 $f(x,y)$ 的边缘概率密度。

二、条件分布与随机变量的独立

(一) 条件概率密度

设二维连续型随机变量 X 与 Y 的联合概率密度为 $f(x,y)$, X 的边缘概率密度为 $f_X(x)$ 。若

对于任意的 x , $f_X(x) > 0$, 则称 $f_{Y|X}(y|x) = \frac{f(x,y)}{f_X(x)}$, $y \in R$ 为 Y 在条件 $X = x$ 下的条件概率密度。

度。

同样可以定义 X 在条件 $Y = y$ 下的条件概率密度 $f_{X|Y}(x|y)$ 为:

$$f_{X|Y}(x|y) = \frac{f(x,y)}{f_Y(y)}, \quad x \in R$$

(二) 联合概率密度与条件概率密度和边缘概率密度之间有如下关系:

$$f(x,y) = f_X(x) \cdot f_{Y|X}(y|x) = f_Y(y) \cdot f_{X|Y}(x|y)$$

（三）随机变量独立

设 (X, Y) 是二维连续型随机变量，如果有 $f(x, y) = f_X(x)f_Y(y)$ ，则称 X 与 Y 是相互独立的。

三、几种重要的二维连续型随机向量

（一）二维均匀随机向量

（二）二维正态随机向量

四、二维连续型随机变量函数的分布

（一）随机变量和的分布

设二维连续型随机变量 (X, Y) 的联合概率密度为 $f(x, y)$ ，则 $Z = X + Y$ 的概率密度为

$$f_Z(z) = \int_{-\infty}^{+\infty} f(x, z-x)dx = \int_{-\infty}^{+\infty} f(z-y, y)dy$$

如果随机变量 X 与 Y 独立，则上式可化为

$$f_Z(z) = \int_{-\infty}^{+\infty} f_X(x)f_Y(z-x)dx = \int_{-\infty}^{+\infty} f_X(z-x)f_Y(y)dy$$

其中 $f_X(x)$ 和 $f_Y(y)$ 分别为 X 与 Y 的边缘概率密度。上面的公式称为卷积公式，并记 $f_X * f_Y$ ，

$$\text{即} \quad f_X * f_Y = \int_{-\infty}^{+\infty} f_X(x)f_Y(z-x)dx = \int_{-\infty}^{+\infty} f_X(z-x)f_Y(y)dy$$

（二）随机变量函数的分布

设二维随机变量 (X, Y) 的概率密度为 $f(x, y)$ ，则随机变量函数 $Z = g(X, Y)$ 的分布函数为

$$F_Z(z) = P\{Z \leq z\} = \iint_{\{g(x, y) \leq z\}} f(x, y)dxdy$$

第四章 随机变量的数字特征（8 学时）

本章知识点：

1. 随机变量数学期望的定义及其性质，随机变量函数的数学期望
2. 随机变量方差的定义及其性质
3. 协方差，相关系数的定义与计算公式
4. 几种重要随机变量的数学期望与方差

本章基本要求：

1. 理解数学期望与方差的概念，掌握他们的性质与计算方法；
2. 会计算随机变量函数的数学期望；
3. 熟记二项分布，泊松分布，正态分布的数学期望与方差，知道均匀分布，指数分布的数学期望与方差；

4. 了解协方差，相关系数的概念，掌握他们的性质与计算方法。

重点与难点：期望、方差及其性质和计算，

学时分配：8 学时

本章作业布置：习题二、习题三

第一节 数学期望

一、数学期望的概念

（一）离散型随机变量的数学期望

设离散型随机变量 X 的概率分布为 $P\{X = x_k\} = p_k \quad k=1,2,\cdots$,

如果无穷级数 $\sum_{k=1}^{\infty} x_k p_k$ 绝对收敛，则称此级数的和为随机变量 X 的数学期望(或均值)，记作

$$E(X) \text{ 或 } EX, \text{ 即 } EX = \sum_{k=1}^{\infty} x_k p_k.$$

（二）连续型随机变量的数学期望

设连续型随机变量 X 的概率密度为 $f(x)$ ，如果广义积分 $\int_{-\infty}^{+\infty} xf(x)dx$ 绝对收敛，则称此积分

值为随机变量 X 的数学期望，记作 EX ，即 $EX = \int_{-\infty}^{+\infty} xf(x)dx$ 。

如果上述级数或积分不绝对收敛，则称此随机变量的数学期望不存在。

二、数学期望的性质

（一）对于常数 C ，有 $EC=C$

（二）对于常数 C 及随机变量 X ，有 $E(CX)=CE(X)$

（三）设 X 和 Y 为两个随机变量，则 $E(X+Y)=E(X)+E(Y)$

(四) 设随机变量 X 和 Y 独立, 则 $E(XY)=E(X)E(Y)$

三、随机变量函数的数学期望

设 $y = g(x)$ 为连续函数, 而 X 是任一随机变量, 则随机变量 $Y = g(X)$ 的数学期望可以通过随机变量 X 的概率分布直接求出:

$$EY = Eg(X) = \begin{cases} \sum_k g(x_k)P\{X = x_k\} & X \text{ 是离散的} \\ \int_{-\infty}^{+\infty} g(x)f(x)dx & X \text{ 是连续的} \end{cases}$$

对于二元函数 $Z = g(X, Y)$, 仍有类似公式:

$$EZ = Eg(X, Y) = \begin{cases} \sum_i \sum_j g(x_i, y_j)P\{X = x_i, Y = y_j\} & X, Y \text{ 是离散的} \\ \int_{-\infty}^{+\infty} \int_{-\infty}^{+\infty} g(x, y)f(x, y)dxdy & X, Y \text{ 是连续的} \end{cases}$$

四、条件期望

五、数学期望的应用

第二节 方 差

一、方差的概念及其简化计算公式

设 X 是一随机变量, 如果数学期望 $E(X - EX)^2$ 存在, 则称之为 X 的方差, 记作 DX 。

$\sqrt{DX}$ 称为 X 的标准差。

计算方差的简便公式是: $DX = EX^2 - (EX)^2$

二、方差的性质

(一) 设 C 是常数, 则 $DC=0$

(二) 设 X 是随机变量, C 是常数, 则 $D(X+C)=DX$, $D(cX)=c^2 \cdot DX$

(三) 设随机变量 X 与 Y 相互独立, 则 $D(X \pm Y) = DX + DY$

(四) $DX \geq 0$, 并且 $DX=0$ 当且仅当以概率 1 取常数, 即 $P\{X = c\} = 1$, 其中 $c = EX$

三、常用随机变量的数学期望与方差

(一) 如果 X 是服从 0—1 分布的随机变量, 即 $P\{X = k\} = p^k(1-p)^{1-k}, k = 0, 1$

则 $EX = p, DX = p(1-p)$

(二) 如果 $X \sim B(n, p)$, 则 $EX = np$, $DX = np(1-p)$

(三) 如果 $X \sim P(\lambda)$, 则 $EX = DX = \lambda$

(四) 如果 $X \sim U(a, b)$, 则 $EX = \frac{a+b}{2}$, $DX = \frac{(b-a)^2}{12}$

(五) 如果 $X \sim e(\lambda)$, 则 $EX = \frac{1}{\lambda}$, $DX = \frac{1}{\lambda^2}$

(六) 如果 $X \sim N(\mu, \sigma^2)$, 则 $EX = \mu$, $DX = \sigma^2$

四、随机变量的标准化

若 $X \sim N(\mu, \sigma^2)$, 则 $\frac{X - \mu}{\sigma} \sim N(0, 1)$

第三节 协方差及相关系数

一、协方差的概念及其计算

随机变量 X 和 Y 的协方差定义为

$$\text{cov}(X, Y) = E(X - EX)(Y - EY) = E(XY) - EX \cdot EY$$

$$\text{其中 } E(XY) = \begin{cases} \sum_i \sum_j x_i y_j P\{X = x_i, Y = y_j\}, & X, Y \text{ 是离散的} \\ \int_{-\infty}^{+\infty} \int_{-\infty}^{+\infty} xyf(x, y) dx dy, & X, Y \text{ 是连续的} \end{cases}$$

二、相关系数的概念及其计算

随机变量 X 和 Y 的相关系数定义为

$$\rho = \frac{\text{cov}(X, Y)}{\sqrt{DX \cdot DY}} = \frac{E(XY) - EX \cdot EY}{\sqrt{DX \cdot DY}}$$

《数理统计》教学大纲

第五章 大数定律与中心极限定理 (4 学时)

本章知识点:

切比雪夫不等式

2. 贝努里大数定律和切比雪夫大数定律

3. 独立同分布的中心极限定理和德莫弗--拉普拉斯中心极限定理

本章基本要求:

1. 理解切比雪夫不等式;

2. 了解切比雪夫大数定律及贝努里大数定律;

3. 理解独立同分布的中心极限定理、德莫弗——拉普拉斯中心极限定理。并会用相关定理近似计算有关随机事件的概率;

4. 网上搜索相关数理统计学家的资料,熏陶学生的科学研究精神。

重点与难点: 中心极限定理的实质及其应用,

学时分配: 4 学时

本章作业布置: 习题五

第一节 大数定律

一、切比雪夫不等式

(一) 切比雪夫不等式

设随机变量 X 有期望 EX 和方差 DX , 则对于任给 $\varepsilon > 0$,

有 $P\{|X - EX| \geq \varepsilon\} \leq \frac{DX}{\varepsilon^2}$, 或 $P\{|X - EX| < \varepsilon\} \geq 1 - \frac{DX}{\varepsilon^2}$

(二) 切比雪夫不等式应用

二、大数定律

(一) 依概率收敛

对于随机变量序列 $X_1, X_2, \dots, X_n, \dots$, 如果存在一个常数 A , 对于任意给定的 $\varepsilon > 0$, 总有

$\lim_{n \rightarrow \infty} P\{|X_n - A| < \varepsilon\} = 1$, 则称随机变量列 $X_1, X_2, \dots, X_n, \dots$ 依概率收敛于 A , 记作 $X_n \xrightarrow{P} A$ 。

(二) 切比雪夫大数定律

设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 是相互独立的随机变量序列, 各有数学期望 EX_i 和有限的方差, 并且方差有共同的上界, 即 $D(X_i) \leq 1, i=1, 2, \dots$, 则对任意的 $\varepsilon > 0$, 有

$$\lim_{n \rightarrow \infty} P\left\{\left|\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n EX_i\right| < \varepsilon\right\} = 1$$

(三) 独立同分布的大数定律

设 $X_1, X_2, \dots, X_n \dots$ 是相互独立并且具有相同分布的随机变量序列, 若期望 $EX_i = \mu$ 和方差

$DX_i = \sigma^2$ 存在 ($i=1, 2, \dots$), 则对于任意 $\varepsilon > 0$, 有

$$\lim_{n \rightarrow \infty} P\left\{\left|\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i - \mu\right| < \varepsilon\right\} = 1. \text{ 即 } \bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \xrightarrow{P} \mu$$

(三) 贝努里大数定律

在独立试验序列中, 当试验次数 n 无限增大时, 事件 A 的频率 X/n (X 是 n 次试验中事件 A 发生的次数) 依概率收敛于它的概率 $p = P(A)$ 。即对于任意 $\varepsilon > 0$, 有

$$\lim_{n \rightarrow \infty} P\left\{\left|\frac{X}{n} - p\right| < \varepsilon\right\} = 1$$

贝努里大数定律表明, 在相同条件下进行 n 次重复独立试验, 当 n 充分大时, 随机事件 A 发生的频率稳定在事件 A 发生的概率 $P(A)$ 附近, 即贝努里大数定律是反映频率稳定性的数学定理。

(四) 辛钦大数定律

设 $X_1, X_2, \dots, X_n \dots$ 是独立同分布的随机变量序列, 只要数学期望 $EX_i = \mu$ ($i=1, 2, \dots$) 存在,

则对于任意 $\varepsilon > 0$, 有 $\lim_{n \rightarrow \infty} P\left\{\left|\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i - \mu\right| < \varepsilon\right\} = 1$

第二节 中心极限定理

一、中心极限定理的客观背景

二、李雅普诺夫定理

(一) 李雅普诺夫定理

设 $X_1, X_2, \dots, X_n \dots$ 是相互独立的随机变量列, 其数学期望 $EX_i = \mu_i$ 和方差 $DX_i = \sigma_i^2 < +\infty$ ($i=$

$1, 2, \dots$), 若每个 X_i 对总和 $\sum_{k=1}^n X_k = X_1 + X_2 + \dots + X_n$ 影响不大, 令 $S_n = (\sum_{k=1}^n \sigma_k^2)^{1/2}$, 则有:

$$\lim_{n \rightarrow \infty} P\left\{\frac{1}{S_n} \sum_{i=1}^n (X_i - \mu_i) < x\right\} = \int_{-\infty}^x \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{t^2}{2}} dt$$

(二) 推论: 列维-林德伯格 (Levy-Lindberg) 定理

设 $X_1, X_2, \dots, X_n \dots$ 是相互独立的随机变量列, 其数学期望 $EX_i = \mu$ 和方差 $DX_i = \sigma^2 \neq 0$ 均存

在, $i=1, 2, \dots$, 当 n 充分大时, $Y_n = \sum_{k=1}^n X_k = X_1 + X_2 + \dots + X_n$ 近似地服从正态分布,

$$\text{即对于任意实数 } x, \text{ 有 } \lim_{n \rightarrow \infty} P\left\{\frac{\sum_{i=1}^n X_i - n\mu}{\sqrt{n}\sigma} < x\right\} = \int_{-\infty}^x \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{t^2}{2}} dt$$

三、拉普拉斯定理

(一) 棣莫弗-拉普拉斯定理

设随机变量 X 服从参数 n 和 p 的二项分布, 即 $X \sim B(n, p)$, ($0 < p < 1$), 则对于任意正数 x , 有

$$\lim_{n \rightarrow \infty} P\left\{\frac{X - np}{\sqrt{np(1-p)}} \leq x\right\} = \int_{-\infty}^x \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{t^2}{2}} dt$$

即当 n 很大时, 二项分布以正态分布为极限 $\mu = np, \sigma^2 = np(1-p)$ 。

(二) 拉普拉斯局部极限定理

设随机变量 X 服从参数 n, p ($0 < p < 1$) 的二项分布, 则对任意 x , 有

$$P(X = k) = C_n^k p^k q^{n-k} \approx \frac{1}{\sqrt{2\pi}\sigma} e^{-\frac{(x-\mu)^2}{2\sigma^2}}, \text{ 其中: } \mu = np, \sigma^2 = npq$$

(三) 拉普拉斯积分极限定理

设随机变量 X 服从参数 n, p ($0 < p < 1$) 的二项分布, 则对任意 x , 有

$$P(a < X < b) = \sum_k C_n^k p^k q^{n-k} = \Phi_0\left(\frac{b-np}{\sqrt{npq}}\right) - \Phi_0\left(\frac{a-np}{\sqrt{npq}}\right)$$

四、中心极限定理的综合应用

第六章 数理统计初步 (4 学时)

本章知识点:

1. 总体和样本, 样本的联合分布
2. 统计量与样本的数字特征
3. SPSS 软件简介及初步使用
4. 数据整理与数据描述性分析

本章基本要求:

1. 理解数理统计的基本概念: 总体, 个体, 样本, 统计量;
2. 了解经验分布函数和直方图的作法;
3. 掌握样本均值, 样本方差和样本矩的计算;
4. 了解数据的描述性统计方法及数据特征的度量指标;
5. 掌握用 SPSS 软件进行数据整理、分析的初步方法;

重点与难点: 样本均值、样本方差和样本矩的计算、用 SPSS 软件进行数据整理、分析。

学时分配: 4 学时

本章作业布置: 习题七

第一节 数理统计的基本概念

一、总体与样本

(一) 总体与个体: 研究对象的全体称为总体, 组成总体的每个基本单元称为个体或样品。

(二) 样本、简单随机样本、样本容量及样本观测值

按一定规定从总体中抽出的一部分个体, 所谓“按一定规定”是指总体中的每一个个体均有同等的被抽出的机会, 也可以说 n 个独立且与总体 X 同分布的随机变量 $(X_1, \dots, X_n)$ 为来自总体 X 的一个简单随机样本, 简称为样本或一组样本, $X_i (i=1, \dots, n)$ 称为第 i 个样本, n 称为样本容量。样本的具体观测值 $(x_1, \dots, x_n)$ 称为样本值。对于总体 X 的 n 次独立重复观测, 称作来自总体 X 的 n 次简单随机抽样。

(三) 总体、样本、样本值的关系

二、理论分布与经验分布

(一) 理论分布

(二) 经验分布

设 $x_1, x_2, \dots, x_n$ 为来自总体 X 的一组样本观察值, 将其按大小顺序重新排列为

$$x_1^* \leq x_2^* \leq \dots \leq x_n^*$$

对于任意实数 x , 构造函数

$$F_n(x) = \begin{cases} 0, & x < x_1^* \\ \frac{k}{n}, & x_k^* \leq x < x_{k+1}^* (k = 1, 2, \dots, n-1) \\ 1, & x \geq x_n^* \end{cases}$$

为总体 X 的经验分布函数。

(二) 样本分布函数

三、样本的数字特征

设 $(X_1, \dots, X_n)$ 是来自总体 X 的简单随机样本

(一) 样本均值: $\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$

(二) 样本方差: $S^2 = \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 = \frac{1}{n-1} (\sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2)$, S 称为样本标准差。

(三) 样本 k 阶原点矩: $A_k = \sum_{i=1}^n X_i^k, \quad k = 1, 2, \dots$

(四) 样本 k 阶中心矩: $B_k = \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^k, \quad k = 1, 2, \dots$

第二节 SPSS 软件简介及简单运用

一、SPSS 软件简介

二、建立 SPSS 数据文件的方法

三、用 SPSS 软件进行数据描述性统计分析的简单操作步骤

四、数据整理

(一) 数据的描述性统计方法

1. 统计表

(1) 数据不分组的频次分布表

(2) 数据分组的频次分布表

(3) 数据交叉分布表

2. 统计图

(1) 饼图

(2) 条形图

(3) 直方图

(二) 数据特征的度量指标

1. 集中趋势的度量

2. 离散趋势的度量

第七章 抽样分布 (6 学时)

本章知识点:

1. 统计量及抽样分布的定义
2. 正态总体的样本均值, 样本方差的分布
3. 三个重要抽样分布 (χ^2 分布, t 分布, F 分布) 的定义及其性质

本章基本要求:

1. 理解统计量的概念;
2. 掌握几种常用的抽样分布及其结论;
3. 理解正态总体的样本均值与样本方差分布的有关定理;
4. 理解三个重要分布 χ^2 分布, t 分布, F 分布的定义及其性质;
5. 掌握 χ^2 分布, t 分布, F 分布的构成模式;
6. 理解分位数的概念, 掌握几种重要分布的分位数及查表算法。

重点与难点: 常用的抽样分布及其结论、三个重要分布 χ^2 分布, t 分布, F 分布的定义及其性

质、几种重要分布的分位数概念及查表算法

学时分配: 6 学时

本章作业布置: 习题七

第一节 统计量及其分布

一、统计量及抽样分布的概念

完全由样本决定的量, 叫做统计量。统计量只依赖于样本, 而不能依赖于任何其他未知的量, 特别是它不能依赖于总体分布中所包含的未知参数。

统计量是样本的函数, 它是一个随机变量, 其分布称为抽样分布。

二、正态总体的重要的抽样分布定理

(一) 一个正态总体

设总体 $X \sim N(\mu, \sigma^2)$, $X_1, \dots, X_n$ 是来自 X 的简单随机样本, $\bar{X}$ 和 S^2 分别为样本均值和样本方差。

1. 样本线性分布

设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 相互独立, X_i 服从正态分布 $N(\mu_i, \sigma_i^2)$, 则它们的线性函数

$$\eta = \sum_{i=1}^n a_i X_i (a_i \text{ 不全为零}), \text{ 也服从正态分布, 且 } E\eta = \sum a_i \mu_i, D\eta = \sum_{i=1}^n a_i^2 \sigma_i^2.$$

2. 样本均值的分布

$$\bar{X} \sim N\left(\mu, \frac{\sigma^2}{n}\right), \text{ 即 } \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma/\sqrt{n}} \sim N(0,1)$$

(二) 两个正态总体样本均值差的分布

设总体 $X \sim N(\mu_1, \sigma_1^2)$, 总体 $Y \sim N(\mu_2, \sigma_2^2)$, $X_1, \dots, X_m$ 和 $Y_1, \dots, Y_n$ 是分别来自总体 X 和总体

Y 的简单随机样本, $\bar{X}, S_X^2$ 和 $\bar{Y}, S_Y^2$ 是相应的样本均值和样本方差。则样本均值差的分布为

$$\bar{X} - \bar{Y} \sim N\left(\mu_1 - \mu_2, \frac{\sigma_1^2}{m} + \frac{\sigma_2^2}{n}\right)$$

三、三个重要抽样分布的定义及其性质

(一) 卡方分布 (χ^2 分布)

1. 卡方分布的定义

设 $X_1, \dots, X_n$ 为 n 个来自标准正态总体的一个样本, 则称 $X = X_1^2 + \dots + X_n^2$ 服从自由度为 n 的 χ^2

分布, 记为 $X \sim \chi^2(n)$, 其概率密度为:

$$f(x) = \begin{cases} \frac{1}{2^{\frac{n}{2}} \Gamma(\frac{n}{2})} x^{\frac{n}{2}-1} e^{-\frac{x}{2}}, & x > 0 \\ 0, & x \leq 0 \end{cases}$$

2. 定理

(1) 设 X 服从正态分布 $N(0,1)$, 则随机变量 X^2 服从 $\chi^2(1)$ 分布。即: $\chi^2 \sim \chi^2(1)$ 。

(2) 设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 相互独立, 都服从正态分布 $N(0,1)$, 则随机变量

$\chi^2 = X_1^2 + X_2^2 + \dots + X_n^2$ 服从自由度为 n 的 χ^2 分布。

3. χ^2 分布的性质— χ^2 分布具有可加性

如果 $X \sim \chi^2(m)$, $Y \sim \chi^2(n)$, 且 X 与 Y 相互独立, 则 $X+Y \sim \chi^2(m+n)$ 。

4. 推论

(1) 设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 相互独立, 都服从正态分布 $N(\mu, \sigma^2)$, 则 $\chi^2 = \frac{1}{\sigma^2} \sum_{i=1}^n (X_i - \mu)^2 \sim \chi^2(n)$

(2) 设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 相互独立, 都服从标准正态分布 $N(0,1)$, 则有

$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$ 与 $\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$ 相互独立, 且 $\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \sim \chi^2(n-1)$

(3) 设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 相互独立, 都服从正态分布 $N(\mu, \sigma^2)$, 则有

$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$ 与 $\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$ 相互独立, 且有 $\frac{1}{\sigma^2} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \sim \chi^2(n-1)$

(4) 样本方差的分布

设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 是取自正态总体 $N(\mu, \sigma^2)$ 的样本, $\bar{X}$ 和 S^2 分别为样本均值和样本方差, 则有

$\bar{X}$ 和 S^2 相互独立, 且 $\frac{(n-1)S^2}{\sigma^2} \sim \chi^2(n-1)$ 。

5. χ^2 分布的上侧分位数

设随机变量 X 服从自由度为 n 的 χ^2 分布, 对于给定的 $\alpha (0 < \alpha < 1)$, 称满足条件

$P\{X > \chi_a^2(n)\} = \alpha$ 的 $\chi_a^2(n)$ 为 $\chi^2(n)$ 的上侧分位数。

(二) t 分布

1. t 分布的定义

(1) 设随机变量 $X \sim N(0,1)$, $Y \sim \chi^2(n)$, 且 X 与 Y 相互独立, 则称随机变量 $T = \frac{X}{\sqrt{Y/n}}$ 服

从自由度为 n 的 t 分布, 记作 $T \sim t(n)$, 其概率密度函数为:

$$f(x) = \frac{\Gamma(\frac{n+1}{2})}{\sqrt{n\pi} \Gamma(\frac{n}{2})} \left(1 + \frac{x^2}{n}\right)^{-\frac{n+1}{2}}, x \in R$$

(2) 具有自由度为 n 的 t 分布的随机变量 T 的数学期望和方差为:

$E(T)=0$, $D(T)=n/(n-2)$ 。对 $n > 2$

2. t 分布的性质

(1) t 分布的密度函数关于 $x=0$ 对称, 且 $\lim_{|x| \rightarrow \infty} f(x; n) = 0$

(2) 当 $t(n)$ 的自由度 n 非常大时, $t(n)$ 分布趋近于标准正态分布(但当 n 较小时, t 分布与标

准正态分布相差很大), 即 $\lim_{n \rightarrow \infty} f(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{x^2}{2}} = \varphi_0(x)$

3. 定理

(1) 设 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 是取自正态总体 $N(\mu, \sigma^2)$ 的样本, $\bar{X}$ 和 S^2 分别为样本均值和样本方差,

则有 $\frac{\bar{X} - \mu}{S/\sqrt{n}} \sim t(n-1)$

(2) 两总体样本均值差的分布

设 $X \sim N(\mu_1, \sigma^2)$, $Y \sim N(\mu_2, \sigma^2)$, 且 X 与 Y 独立, $X_1, X_2, \dots, X_{n_1}$ 是取自 X 的样本,

$Y_1, Y_2, \dots, Y_{n_2}$ 是取自 Y 的样本, $\bar{X}$ 和 $\bar{Y}$ 分别是这两个样本的样本均值, S_1^2 和 S_2^2 分别是这两个

样本的样本方差, 则有
$$\frac{\bar{X} - \bar{Y} - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \sim t(n_1 + n_2 - 2)$$

4. t 分布的上侧分位数

设随机变量 T 服从自由度为 n 的 t 分布, 对于给定的 $\alpha (0 < \alpha < 1)$, 称满足条件

$P\{T > t_\alpha(n)\} = \alpha$ 的 $t_\alpha(n)$ 为 $t(n)$ 的上侧分位数。

由于 t 分布的概率密度是偶函数, 故 $t_{1-\alpha}(n) = -t_\alpha(n)$ 。

(三) F 分布

1. F 分布的定义

设随机变量 $X \sim \chi^2(n_1)$, $Y \sim \chi^2(n_2)$, 且 X 与 Y 相互独立, 则称随机变量 $T = \frac{X/n_1}{Y/n_2}$ 服从自由度为

(n_1, n_2) 的 F 分布, 记作 $F \sim F(n_1, n_2)$ 。其概率密度为:

$$f(x) = \begin{cases} \frac{\Gamma(\frac{n_1 + n_2}{2})}{\Gamma(\frac{n_1}{2})\Gamma(\frac{n_2}{2})} \left(\frac{n_1}{n_2}\right)^{\frac{n_1}{2}} \frac{x^{\frac{n_1}{2}-1}}{(1 + \frac{n_1 x}{n_2})^{\frac{n_1 + n_2}{2}}}, & x > 0 \\ 0, & x \leq 0 \end{cases}$$

数学期望为: $E(X) = \frac{n_2}{n_2 - 2}$, 若 $n_2 > 2$, 即数学期望并不依赖于第一自由度 n_1 。

2. F 分布的性质

如果 $F \sim F(n_2, n_1)$, 则 $\frac{1}{F} \sim F(n_1, n_2)$

3. 定理: 两总体样本方差比的分布

设 $X \sim N(\mu_1, \sigma^2)$, $Y \sim N(\mu_2, \sigma^2)$, 且 X 与 Y 独立, $X_1, X_2, \dots, X_{n_1}$ 是取自 X 的样本,

$Y_1, Y_2, \dots, Y_{n_2}$ 是取自 Y 的样本, $\bar{X}$ 和 $\bar{Y}$ 分别是这两个样本的样本均值, S_1^2 和 S_2^2 分别是这两个

样本的样本方差，则有 $\frac{S_1^2/\sigma_1^2}{S_2^2/\sigma_2^2} \sim F(n_1-1, n_2-1)$ 。

4. F 分布的上侧分位数

设随机变量 F 服从自由度为 (n_1, n_2) 的 F 分布，对于给定的 $\alpha (0 < \alpha < 1)$ ，称满足条件

$P\{F > F_\alpha(n_1, n_2)\} = \alpha$ 的 $F_\alpha(n_1, n_2)$ 为 $F(n_1, n_2)$ 分布的上侧分位数。

第八章 参数估计（8 学时）

本章知识点：

1. 点估计的评价标准(无偏性、有效性、一致性)
2. 参数的矩估计法的基本思想及其均估计量的求法
3. 参数最大似然估计法的基本思想，及其最大似然估计的求法
4. 参数的区间估计方法

本章基本要求：

1. 理解区间估计的优良标准：(1)可靠性；(2)精确性；掌握估计量的评价标准（无偏性、有效性、一致性）；
2. 理解参数点估计的概念，熟练掌握求点估计的两种方法：矩估计法（一阶，二阶）与极大似然估计法；
3. 理解区间估计的概念，熟练掌握求单个正态总体的均值(方差已知或未知)、方差、标准差的区间估计；
4. 掌握两个正态总体的均值差(各正态总体方差已知或各正态总体方差未知但相等)和方差比的区间估计；
5. 解总体比率的近似区间估计。

重点与难点：

用极大似然法求估计量、区间估计公式的推导

学时分配：8 学时

本章作业布置：习题八

第一节 估计量的评价标准

一、估计量好坏的评价标准

（一）无偏性：若 $E\hat{\theta} = \theta$ 成立，则称 $\hat{\theta}$ 为 θ 的无偏估计。

（二）有效性：设 $\hat{\theta}_1$ ， $\hat{\theta}_2$ 是 θ 的两个无偏估计量，若 $D\hat{\theta}_1 \leq D\hat{\theta}_2$ ，则称 $\hat{\theta}_1$ 比 $\hat{\theta}_2$ 有效。若在 θ 的一切无偏估计量中， $\hat{\theta}$ 的方差达到最小，则称 $\hat{\theta}$ 为 θ 的有效估计量。

（三）一致性：若当 $n \rightarrow \infty$ 时， $\hat{\theta}$ 依概率收敛于 θ ，即任给 $\varepsilon > 0, \lim_{n \rightarrow \infty} P(|\hat{\theta} - \theta| < \varepsilon) = 1$ ，

则称 $\hat{\theta}$ 为参数 θ 的一致估计。

二、获得估计量的方法

（一）矩估计法：以样本矩作为相应的总体矩的估计，以样本矩的函数作为相应的总体矩的同一函数的估计。常用的是用样本均值估计总体均值。

1. 矩估计法的基本原理

其理论依据是大数定理。即样本矩依概率收敛于总体的相应矩，样本矩的连续函数依概率收敛于相应总体矩的连续函数。

2. 矩估计法的步骤

若总体 X 中包含 k 个未知参数 $\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_k$, 则可建立如下 k 个方程:

$$\begin{cases} A_1 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i = EX \\ A_2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i^2 = E(X^2), \\ \dots\dots\dots \\ A_k = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i^k = E(X^k) \end{cases}$$

上述方程的右端实际上包含有未知参数 $\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_k$ 。这是一个包含 k 个方程、 k 个未知量的方程组, 从中解得: $\theta_1 = \hat{\theta}_1(X_1, X_2, \dots, X_n)$,

$$\theta_2 = \hat{\theta}_2(X_1, X_2, \dots, X_n),$$

$$\dots, \theta_k = \hat{\theta}_k(X_1, X_2, \dots, X_n),$$

它们就是参数 $\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_k$ 的矩估计量。

3. 样本均值、方差的矩估计

当 $X \sim (\mu, \sigma^2)$, μ, σ^2 未知时, 其矩估计量分别为 $\hat{\mu} = \bar{X}, \hat{\sigma}^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$

(二) 极大似然法

利用总体 X 的分布 $F(x; \theta_1, \theta_2, \dots, \theta_k)$ 的已知表达式及样本所提供的信息, 来建立未知参数 θ_i 的估计量 $\theta_i = \hat{\theta}_i(X_1, X_2, \dots, X_n), (i = 1, 2, \dots, k)$ 的一种基于极大似然原理的统计方法。对于离散型随机变量就是估计概率函数中的参数 θ ; 对于连续型随机变量就是估计概率密度中的参数 θ 。

求极大似然估计(MLE)的一般步骤:

1. 似然函数: 设总体 X 概率函数为 $f(x, \theta)$, $X_1, \dots, X_n$ 为来自总体的一组简单随机样本, 则称函数 $L(\theta) = f(X_1; \theta) \cdots f(X_n; \theta)$ 为似然函数, 称函数 $\ln L(\theta)$ 为对数似然函数。

2. 最大似然估计量: 对于给定的样本 $x_1, \dots, x_n$, 使似然函数 $L(\theta)$ 或对数似然函数 $\ln L(\theta)$ 达到最大值的参数值 $\hat{\theta}$, 称为未知参数 θ 的最大似然估计值。对于简单随机样本 $X_1, \dots, X_n$, 称是 $L(\theta)$ 达到最大的 $\hat{\theta} = \hat{\theta}(X_1, \dots, X_n)$ 为未知参数 θ 的最大似然估计值。

3. 似然方程: 为求 $L(\theta)$ 或 $\ln L(\theta)$ 的最大值, 利用求导(或偏导)方法, 可以得到方程这个方程就称为参数 θ 的似然方程。如果 $\theta = (\theta_1, \theta_2)$ 是二维的, 则似然方程为

$$\begin{cases} \frac{\partial \ln L(\theta)}{\partial \theta_1} = \sum_{i=1}^n \frac{1}{f(X_i; \theta)} \frac{\partial f(X_i; \theta)}{\partial \theta_1} = 0 \\ \frac{\partial \ln L(\theta)}{\partial \theta_2} = \sum_{i=1}^n \frac{1}{f(X_i; \theta)} \frac{\partial f(X_i; \theta)}{\partial \theta_2} = 0 \end{cases}$$

在相当广泛的情况下似然方程的解是最大似然估计量。若在有些情况下，似然函数关于 θ 的导数不存在，这时应用其它方法，如用定义求解最大似然估计量。

最大似然估计有如下性质：设 $\hat{\theta}$ 是未知参数 θ 的最大似然估计量，对于 θ 的函数 $g(\theta)$ ，若 $g(\theta)$ 具有单值反函数，则 $g(\hat{\theta})$ 是 $g(\theta)$ 的最大似然估计量。

第二节 参数的区间估计

一、参数区间估计的概念

- (一) 参数区间估计的提出背景
- (二) 置信区间的定义

对于总体 X ，其未知参数为 θ ，设 $X_1, \dots, X_n$ 为来自总体的 X 的简单随机样本，对于给定的 α ($0 < \alpha < 1$)，如果两个统计量 $\hat{\theta}_1 = \theta_1(X_1, \dots, X_n)$ 和 $\hat{\theta}_2 = \theta_2(X_1, \dots, X_n)$ 满足

$$P\{\hat{\theta}_1 < \theta < \hat{\theta}_2\} = 1 - \alpha$$

则称随机区间 $(\hat{\theta}_1, \hat{\theta}_2)$ 为未知参数 θ 置信度 $1 - \alpha$ 的置信区间。 $\hat{\theta}_1$ 和 $\hat{\theta}_2$ 分别称为置信下限和置信上限， $1 - \alpha$ 置信度或水平。

- (三) 求置信区间的一般步骤

二、单个总体均值与方差的区间估计

- (一) 总体分布未知时均值的区间估计
- (二) 单个正态总体均值的区间估计

设总体 $X \sim N(\mu, \sigma^2)$ ， $X_1, \dots, X_n$ 为来自总体 X 的简单随机样本， $\bar{X}$ 是样本均值， S^2 是样本方差。

1. 总体方差 σ^2 已知时 μ 的置信度为 $1 - \alpha$ 的置信区间为

$$\left(\bar{X} - u_{\frac{\alpha}{2}} \frac{\sigma}{\sqrt{n}}, \bar{X} + u_{\frac{\alpha}{2}} \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right)$$

2. 总体方差 σ^2 未知时 μ 的置信度为 $1 - \alpha$ 的置信区间为

$$\left(\bar{X} - t_{\frac{\alpha}{2}}(n-1) \frac{S}{\sqrt{n}}, \bar{X} + t_{\frac{\alpha}{2}}(n-1) \frac{S}{\sqrt{n}} \right)$$

(三) 单个正态总体方差的区间估计

σ^2 的置信度为 $1-\alpha$ 的置信区间为

$$\left(\frac{(n-1)S^2}{\chi_{\frac{\alpha}{2}}^2(n-1)}, \frac{(n-1)S^2}{\chi_{1-\frac{\alpha}{2}}^2(n-1)} \right)$$

三、两个正态总体均值差与方差比的区间估计

(一) 两个正态总体均值差的区间估计

(二) 两个正态总体方差比的区间估计

四、参数的单侧置信区间

五、(0-1) 分布参数的区间估计

第九章 假设检验 (8 学时)

本章知识点:

1. 假设检验的基本思想和基本概念: 统计假设, 检验法则, 两类错误
2. 假设检验的一般步骤
3. 正态总体的参数检验 (单个总体均值 μ 和方差的检验, 两个正态总体的均值差和方差比的假设检验)
4. 非参数的假设检验

本章基本要求:

1. 了解假设检验的概念, 理解假设检验的基本思想, 知道假设检验的分类: 参数假设检验和非参数假设检验, 理解两类错误的不同以及产生这两类错误的原因; 掌握假设检验的基本步骤;
2. 掌握一个正态总体均值与方差和两个正态总体均值差与方差比的假设检验方法;
3. 掌握两个正态总体参数的假设检验;
4. 了解关于总体分布的假设检验方法--- χ^2 检验法;

重点与难点:

重点: 总体分布假设检验的步骤、难点: 总体分布作假设检验的计算

学时分配: 8 学时

本章作业布置: 习题九

第一节 假设检验的基本概念与方法

一、假设检验的基本概念

关于总体的论断或命题、猜测或推测等就是假设。两个二者必居其一的假设 H_0 和 H_1 , 其中 H_0 称为原假设或零假设, H_1 称为备选假设或对立假设。对于原假设的选取, 要考虑到易于统计分析。根据样本, 按照某种法则, 确定在原假设 H_0 与被选假设 H_1 之中接受其一, 就是假设检验。

二、假设检验中的两类错误

当原假设 H_0 为真时, 我们却拒绝了 H_0 , 即认为备选假设 H_1 是正确的, 则称为第一类错误, 或称弃真错误, 即把本来为真的假设错误地拒绝了; 当 H_0 不正确时, 我们却接受了 H_0 , 即认为 H_0 是正确的, 则称为第二类错误, 或称存伪错误, 即把本来不真的假设错误地接受了。

即犯两类错误的概率为: $P\{\text{拒绝 } H_0 | H_0 \text{ 为真}\} = \alpha$

$P\{\text{接受 } H_0 | H_0 \text{ 不真}\} = \beta$

犯第一类错误的概率 α 称为显著性水平。

说明:

两类错误是互相关联的,当样本容量固定时,一类错误概率的减少导致另一类错误概率的增加。要同时降低两类错误的概率 α, β ,或者要在 α 不变的条件下降低 β ,需要增加样本容量。

三、显著性检验

对于一个假设检验法则,当样本取定后,我们无法同时使其犯第一类错误与第二类错误的概率都很小,在此情况下,我们总是控制其犯第一错误的概率,使其不大于给定的 $\alpha(0 < \alpha < 1)$ 。这种检验问题就称为显著性检验问题,给定的数 α 称为显著性水平,一般取 α 为0.1,0.05,0.01等值。

四、假设检验的基本原理与方法

基本原理:依据的是“一个小概率事件在一次试验中几乎是不可能发生”的。即在检验假设时,如果在一次试验(或观察)中,小概率事件发生了,就认为是不合理的,即表明原假设不成立。

五、假设检验的基本步骤

在进行显著性检验时,常选用一个统计量 T ,称为检验统计量;当 T 在某个区域 W 上时,就拒绝 H_0 ,否则就不能拒绝 H_0 ,称区域 W 为 H_0 的拒绝域,而拒绝域 W 的选取是通过控制其第一类错误概率而进行的。一个显著性检验的基本步骤可以概括为:

- (一) 根据实际问题,确定原假设 H_0 和备选假设 H_1 ;
- (二) 规定显著性水平 $\alpha(0 < \alpha < 1)$;
- (三) 建立检验准则,即确定检验统计量及 H_0 的拒绝域 W ;
- (四) 根据样本值判断是否拒绝 H_0 。

第二节 一个正态总体的假设检验

一、一个正态总体均值的假设检验

设总体 $X \sim N(\mu_0, \sigma_0^2)$, $X_1, \dots, X_n$ 是来自总体 X 的简单随机样本, $\bar{X}$ 为样本均值, S^2 为样本方差。 μ_0, σ_0^2 为已知常数。

(一) 已知方差 σ^2 , 检验假设 $H_0: \mu = \mu_0$ 的步骤

1. 提出原假设和备择假设

$$H_0: \mu = \mu_0 \Leftrightarrow H_1: \mu \neq \mu_0$$

2. 选取样本的检验统计量, 在 H_0 成立的条件有

$$U = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\sigma_0 / \sqrt{n}} \sim N(0,1)$$

3. 对给定的显著性水平 α ，查标准正态分布表确定临界值 $u_{\alpha/2}$ ，使 $P\{|U| > u_{\alpha/2}\} = \alpha$

4. 根据样本观察值计算统计量 U 的值，并与临界值比较得否定域： $|U| > u_{\alpha/2}$

5. 下结论：若 $|U| > u_{\alpha/2}$ ，则否定 H_0 ，接受 H_1 ；

若 $|U| < u_{\alpha/2}$ ，则不能否定 H_0 ；

若 $|U| = u_{\alpha/2}$ ，或二者很接近一般再进行一次抽样检验

(二) 未知方差 σ^2 ，检验假设 $H_0: \mu = \mu_0$ 的步骤

1. 提出原假设和备择假设 $H_0: \mu = \mu_0 \Leftrightarrow H_1: \mu \neq \mu_0$

2. 选取样本的检验统计量，在 H_0 成立的条件有 $T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S / \sqrt{n}} \sim t(n-1)$

3. 对给定的显著性水平 α ，查 t 分布表确定临界值 $t_{\alpha/2}(n-1)$ ，使 $P\{|T| > t_{\alpha/2}(n-1)\} = \alpha$

4. 根据样本观察值计算统计量 T 的值，并与临界值比较得否定域： $|T| > t_{\alpha/2}(n-1)$

5. 下结论：若 $|T| > t_{\alpha/2}(n-1)$ ，则否定 H_0 ，接受 H_1 ；

若 $|T| < t_{\alpha/2}(n-1)$ ，则不能否定 H_0 ；

若 $|T| = t_{\alpha/2}(n-1)$ ，或二者很接近一般再进行一次抽样检验

(三) 单侧检验

当总体方差 $\sigma^2 = \sigma_0^2$ 时，用下表中的 U 检验；当 σ^2 未知时，用下表中的 t 检验

假设 $H_0 \Leftrightarrow H_1$	H_0 的拒绝域	
	U 检验(σ^2 已知)	t 检验(σ^2 未知)
$\mu = \mu_0 \Leftrightarrow \mu \neq \mu_0$	$\{ U \geq u_{\alpha/2}\}$	$\{ T \geq u_{\alpha/2}(n-1)\}$
$\mu \leq \mu_0 \Leftrightarrow \mu > \mu_0$	$\{U \geq u_{\alpha}\}$	$\{T \geq t_{\alpha}(n-1)\}$
$\mu \geq \mu_0 \Leftrightarrow \mu < \mu_0$	$\{U \leq -u_{\alpha}\}$	$\{T \leq -t_{\alpha}(n-1)\}$

其中 $\mu_{\alpha}, t_{\alpha}(n-1)$ 分别是正态分布及 t 分布的上侧 α 分位数

二、一个正态总体方差的假设检验

检验假设 $H_0: \sigma^2 = \sigma_0^2$ 的步骤：

(一) 提出原假设和备择假设： $H_0: \sigma^2 = \sigma_0^2 \Leftrightarrow H_1: \sigma^2 \neq \sigma_0^2$

(二) 选取样本的检验统计量, 在 H_0 成立的条件有 $W = \frac{(n-1)S^2}{\sigma_0^2} \sim \chi^2(n-1)$

(三) 对给定的显著性水平 α , 查表确定临界值 $b = \chi^2(n-1, \frac{\alpha}{2})$ 和 $a = \chi^2(n-1, 1-\frac{\alpha}{2})$

使 $P\{a < W < b\} = 1 - \alpha$

(四) 根据样本观察值计算统计量 W 的值, 并与临界值比较得否定域:

(五) 下结论: 若 $W > b$ 或 $W < a$, 则否定 H_0 , 接受 H_1 ;

若 $a < W < b$, 则不能否定 H_0 ;

第三节 两个正态总体的假设检验

一、两个正态总体均值差的假设检验

(一) 已知方差 σ_1^2, σ_2^2 , 检验假设 $H_0: \mu_1 = \mu_2$

取统计量 $U = \frac{\bar{X} - \bar{Y}}{\sqrt{\frac{\sigma_1^2}{n_1} + \frac{\sigma_2^2}{n_2}}} \sim N(0,1)$,

查标准正态分布 $N(0,1)$ 表, 得临界值 λ , 其中 λ 满足 $\phi(\lambda) = 1 - \frac{\lambda}{2}$

计算 $U = \frac{\bar{X} - \bar{Y}}{\sqrt{\frac{\sigma_1^2}{n_1} + \frac{\sigma_2^2}{n_2}}}$ 的值

若 $|U| > \lambda$, 则拒绝 H_0 ; 若 $|U| < \lambda$, 则接受 H_0

(二) 未知方差 σ_1^2, σ_2^2 , 但 $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$, 检验 $H_0: \mu_1 = \mu_2$

取统计量 $T = \frac{\bar{X} - \bar{Y}}{S_w \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \sim t(n_1 + n_2 - 2)$, 查 t 分布表, 得临界值 $\lambda = t_\alpha(n_1 + n_2 - 2)$,

计算统计量 $T = \frac{\bar{X} - \bar{Y}}{S_w \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$, 其中 $S_w = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$

若 $|T| > \lambda$, 则拒绝 H_0 ; 若 $|T| < \lambda$, 则接受 H_0

二、两个正态总体方差比的假设检验

未知 μ_1, μ_2 , 检验假设 $H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2$

取统计量 $F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \sim F(n_1 - 1, n_2 - 1)$, 查 F 分布表可得临界值

$$\lambda_1 = F_{1-\frac{\alpha}{2}}(n_1 - 1, n_2 - 1) = \frac{1}{F_{\frac{\alpha}{2}}(n_2 - 1, n_1 - 1)}; \quad \lambda_2 = F_{\frac{\alpha}{2}}(n_1 - 1, n_2 - 1)$$

$$\text{计算统计量 } T = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

若 $\lambda_1 < F < \lambda_2$, 则 H_0 相容, 接受 H_0 ; 若 $F < \lambda_1$ 或 $F > \lambda_2$, 则 H_0 矛盾, 拒绝接受 H_0

三、成对数据均值的假设检验

(一) 概念

成对数据是指对两个总体进行独立地联合观测取得的数据, 用 $(X_1, Y_1), (X_2, Y_2), \dots, (X_n, Y_n)$ 表示。其中 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 和 $Y_1, Y_2, \dots, Y_n$ 分别来自总体 X, Y 的简单随机样本。

不同的是两个样本 $X_1, X_2, \dots, X_n$ 和 $Y_1, Y_2, \dots, Y_n$ 之间不独立

$X \sim N(\mu_1, \sigma_1^2)$, $Y \sim N(\mu_2, \sigma_2^2)$, 考虑 $Z = X - Y \sim N(\mu, \sigma^2)$

检验两个总体均值相等的假设检验 $\mu_1 = \mu_2$ 等价于检验 $H_0: \mu = 0$

(二) 检验步骤:

1. 提出待检验假设 $H_0: \mu_1 = \mu_2$, 即 $\mu = 0$

2. 选取统计量 $T = \frac{\bar{Z}}{S/\sqrt{n}}$, 在 H_0 成立时 $T \sim t(n-1)$

3. 对要求的显著性水平 α , 查 $n-1$ 个自由度的 t 分布, 得临界值 $\lambda = t_{\alpha}(n-1)$

4. 计算统计量 T . 若 $|T| > \lambda$, 则否定 H_0 , 否则接受 H_0

第四节 总体分布的假设检验

一、总体分布的假设检验

χ^2 检验法: 是在总体 X 的分布未知时, 根据来自总体的样本, 检验关于总体分布的假设的一种检验方法。

先提出原假设: H_0 : 总体 X 的分布函数为 $F(x)$

然后根据样本的经验分布和所假设的理论分布之间的吻合程度来决定是否接受原假设。这种检验通常称作拟合优度检验，它是一种非参数检验。

二、分布的拟合优度检验

(一) 根据样本信息对总体分布函数进行假设检验

若总体为离散型，则建立待检假设：

H_0 : 总体概率函数为 $P(X = x_i) = P_i (i = 1, 2, \dots)$

若总体为连续型，则建立待检假设：

H_0 : 总体的概率密度为 $\varphi(x)$

(二) 拟合分布的 χ^2 检验法基本原理

1. 将总体 X 的取值范围分成 k 个互不重叠的小区间, 记作 $A_1, A_2, \dots, A_k$;

2. 把落入第 i 个小区间 A_i 的样本值的个数记作 f_i , 称为实测频数。所有实测频数之和 $f_1 + f_2 + \dots + f_k$ 等于样本容量 n ;

3. 根据所假设的理论分布, 可以算出总体 X 的值落入每个 A_i 的概率 p_i , 于是 np_i 就是落入 A_i 的

样本值的理论频数: $f_i - np_i$ 标志着经验分布与理论分布之间的差异的大小;

4. 皮尔逊引进如下统计量表示经验分布与理论分布之间的差异, 并证明了如下定理:

若原假设中的理论分布 $F(x)$ 已经完全给定, 那么当 $n \rightarrow \infty$ 时, 统计量

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_i - np_i)^2}{np_i} \text{ 的分布渐近}(k-1)\text{个自由度的 } \chi^2 \text{ 分布。}$$

如果理论分布 $F(x)$ 中有 r 个未知参数需用相应的估计量来代替, 那么当 $n \rightarrow \infty$ 时, 统计量 χ^2

的分布渐近 $(k-r-1)$ 个自由度的 χ^2 分布。

5. 根据这个定理, 对给定的显著性水平 α , 查 χ^2 分布表可得临界值 χ_α^2 使得 $P(\chi^2 > \chi_\alpha^2) = \alpha$

得拒绝域: $\chi^2 > \chi_\alpha^2(k-1)$ (不需估计参数)

$$\chi^2 > \chi_\alpha^2(k-r-1) \text{ (估计 } r \text{ 个参数)}$$

(三) 拟合分布的 χ^2 检验法具体步骤

1. 提出待检假设 H_0 : 总体 X 的分布函数为 $F(x)$

2. 在数轴上取 $k-1$ 个分点 $t_1, t_2, \dots, t_{k-1}$, 将实数轴分为 k 个区间:

$$(-\infty, t_1), (t_1, t_2], \dots, (t_{k-2}, t_{k-1}], (t_{k-1}, +\infty)$$

m_i 表示 n 个样本观测值落在第 i 个区间中的个数, p_i 表示 X 取值于第 i 个区间的概率

$$p_1 = P(X \leq t_1) = F(t_1)$$

.....

$$p_i = P(t_{i-1} < X \leq t_i) = F(t_i) - F(t_{i-1})$$

$$p_k = P(X > t_{k-1}) = 1 - F(t_{k-1})$$

3. 取统计量 $V = \sum_{i=1}^k \frac{(m_i - nP_i)^2}{nP_i} \sim \chi^2(k-1-r)$

4. 对给定的检验水平 α , 查 χ^2 表, 确定临界值 λ , 满足 $P\{\sum_{i=1}^k \frac{(m_i - nP_i)^2}{nP_i} > \lambda\} = \alpha$

5. 将样本观测值和计算出的 P_i 代入统计量 $V = \sum_{i=1}^k \frac{(m_i - nP_i)^2}{nP_i}$ 中计算出值, 并与 λ 比较

若 $V > \lambda$, 则否定 H_0 , 否则接受 H_0 ; 若 $V < \lambda$, 则接受 H_0 .

第十章 回归分析 (6 学时)

本章知识点:

1. 一元线性回归分析
2. 可线性化的回归方程

本章基本要求:

1. 了解散点图, 理解一元线性回归模型;
2. 熟练掌握求一元线性回归模型参数的最小二乘估计, 并了解最小二乘估计的性质;
3. 掌握一元线性回归方程的有效性的显著性检验;
4. 会应用一元线性回归方程进行点的预报和区间预报;
5. 掌握可线性化回归模型的处理方法;
6. 理解多元线性回归模型, 了解多元线性回归模型参数的最小二乘估计并掌握最小二乘估计的性质, 会建立多元线性回归方程;

本章教学重点、难点:

一元线性回归模型参数的最小二乘估计、一元线性回归方程的有效性的显著性检验、可线性化回归模型的处理方法。

本章学时分配: 6 学时

本章作业布置: 习题十一

第一节 一元线性回归分析

一、回归分析的概念

二、散点图

三、最小二乘法

观测值 $x_i \rightarrow y_i (i=1, 2, \dots, n)$, 经验值 $x_i \rightarrow \hat{y}_i = a + bx_i$, 偏差 $\varepsilon_i = y_i - \hat{y}_i$,

误差 ε_i 服从 $N(0, \sigma^2)$, 且相互独立, 令总误差为 $Q(a, b) = \sum_{i=1}^n [y_i - (a + bx_i)]^2$

$$\frac{\partial Q}{\partial a} = -2 \sum_{i=1}^n [y_i - (a + bx_i)], \quad \frac{\partial Q}{\partial b} = -2 \sum_{i=1}^n [y_i - (a + bx_i)] \cdot x_i$$

$$\text{令} \begin{cases} \frac{\partial Q}{\partial a} = 0 \\ \frac{\partial Q}{\partial b} = 0 \end{cases}, \text{得到} \begin{cases} \hat{a} = \bar{y} - \hat{b} \bar{x} \\ \hat{b} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i y_i - n \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sum_{i=1}^n x_i^2 - n \bar{x}^2} \end{cases}, \text{其中 } \bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i, \quad \bar{y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n y_i.$$

所求的回归方程为: $\hat{y} = \hat{a} + \hat{b}x$

若记 $L_{xx} = \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$, $L_{yy} = \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2$, $L_{xy} = \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})$

则有: $\hat{a} = \bar{y} - \frac{l_{xy}}{l_{xx}} \bar{x}$, $\hat{b} = \frac{l_{xy}}{l_{xx}}$

四、相关性检验

x 与 y 之间是否有线性关系, 取决于 $b=0$ 是否成立, 故待检假设为 $H_0: b=0$

(一) 平方和分解公式

$$L_{yy} = \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2 = \sum_{i=1}^n [(\hat{y}_i - \bar{y})^2] + \sum_{i=1}^n [(y_i - \hat{y}_i)^2]$$

$= U(\text{回归平方和}) + Q(\text{残差平方和})$

$$\text{其中 } U = \sum_{i=1}^n [(\hat{y}_i - \bar{y})^2] = \frac{L_{xy}^2}{L_{xx}}, \quad Q = L_{yy} \left(1 - \frac{L_{xy}^2}{L_{xx} L_{yy}}\right)$$

定理: 设 $y_i = a + bx_i + \varepsilon_i$ ($i=1, 2, \dots, n$), 误差 ε_i 服从 $N(0, \sigma^2)$, 且相互独立,

则: (1) 当 $b=0$ 时, $\frac{U}{\sigma^2} \sim \chi^2(1)$; (2) $\frac{Q}{\sigma^2} \sim \chi^2(n-2)$; (3) U 和 Q 相互独立

$$\Rightarrow F = \frac{U}{Q/n-2} \sim F(1, n-2)$$

(二) 相关性检验具体检验步骤

1. 提出待检假设 $H_0: b=0$

2. 在 H_0 成立时, 统计量 $F = \frac{U}{Q/n-2} \sim F(1, n-2)$, 对于给定 α , 查表找出临界值 $F_\alpha(1, n-2)$

3. 计算 U, Q, F

4. 比较, 若 $F > F_\alpha(1, n-2)$, 则否定 H_0 , 认为 x 与 y 之间存在线性关系

若 $F < F_\alpha(1, n-2)$, 则接受 H_0 , 认为 x 与 y 之间不存在线性关系

五、相关系数检验

$$\text{样本相关系数 } R = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} = \frac{L_{xy}}{\sqrt{L_{xx} \cdot L_{yy}}}$$

$$\text{统计量 } F = \frac{U}{Q/(n-2)} = \frac{(n-2)R^2}{1-R^2} \Rightarrow R^2 = \frac{F}{n-2+F}$$

在假设 $H_0: b=0$ 的条件下, F检验和R检验实际是一回事, 故可用 $|R| > R_\alpha(n-2)$ 来否定 H_0 。

六、利用回归方程进行预测和控制

$\hat{y} = \hat{a} + \hat{b}x$, 则给定 x , 则可预测 $\hat{y} = a + bx$; 给定 y , 则可控制 $x = \frac{1}{b}(\hat{y} - a)$

第二节 可线性化的回归方程

一、双曲线型

$\hat{y} = a + \frac{b}{x}$, 令 $u = \frac{1}{x}$, 即可得到 $\hat{y} = a + bu$, 把 x 的观察数据转化为 $u = \frac{1}{x}$, 则 y 与 u 之间为线性关系, 求出 a, b 即可

二、指数曲线型

$$\hat{y} = ce^{bx}, \Rightarrow \ln|\hat{y}| = \ln|c| + bx$$

(1) 若 $c > 0$, 令 $v = \ln y$, 得 $v = \ln c + bx$, 把 y 的观察数据转化为 $v = \ln y$

则 v 与 x 之间为线性关系: $v = a + bx$, 求出 a, b 和 $v = a + bx$, 代入 $v = \ln y$, 即可得到:

$$\hat{y} = ce^{bx}, \text{ 其中 } \hat{y} = e^v, c = e^a$$

(2) 若 $c < 0$, 同理

三、幂函数型

$$\hat{y} = cx^b \quad (x > 0), \Rightarrow \ln|\hat{y}| = \ln|c| + b \ln x$$

(1) 若 $c > 0$, 令 $v = \ln y, u = \ln x$, 得 $v = a + bu$, 把 x 的观察数据转化为 $u = \ln x$,

把 y 的观察数据转化为 $v = \ln y$, 根据 u 和 v 的数据求出 a, b , 即可得到 $\hat{v} = a + bu$

代入 $v = \ln y, u = \ln x$ 即可得到: $\hat{y} = cx^b$, 其中 $c = e^a$ 。

(2) 若 $c < 0$, 同理

四、s 曲线型

$$\hat{y} = \frac{1}{a + be^{-x}}, \Rightarrow \frac{1}{\hat{y}} = a + be^{-x}, \text{ 令 } v = \frac{1}{y}, u = e^{-x}, \text{ 得 } v = a + bu,$$

把 x 的观察数据转化为 $u = e^{-x}$, 把 y 的观察数据转化为 $v = \frac{1}{y}$,

根据 u 和 v 的数据求出 a, b ,即可得到 $\hat{v} = a + bu$, 代入 $v = \frac{1}{y}, u = e^{-x}$ 即可得到: $\hat{y} = \frac{1}{a + be^{-x}}$

五、对数曲线型

(一) 双对数: $\lg \hat{y} = \lg c + b \lg x$, 令 $v = \lg y, u = \lg x \Rightarrow v = a + bu$

(二) 半对数: $\hat{y} = a + b \lg x$, 令 $u = \lg x \Rightarrow \hat{y} = a + bu$

(三) 半对数: $\lg \hat{y} = a + bx$, 令 $v = \lg y \Rightarrow v = a + bx$

《企业人力资源管理》教学大纲

葛建华 编写

目 录

前 言.....	1144
一、课程简介.....	1144
二、教学基本要求.....	1144
三、教学指导思想.....	1144
四、课时安排.....	1144
五、参考书目.....	1145
第一章 人力资源开发与管理导论（总 3 学时）.....	1146
第一节 人力资源开发与管理含义和特点.....	1146
一、人力资源定义.....	1146
二、人力资源开发的特点.....	1146
三、人力资源开发与管理含义.....	1146
四、人力资源开发与管理特点.....	1146
第二节 人力资源开发与管理的目标和任务.....	1147
一、取得最大的使用价值.....	1147
二、发挥最大的主观能动性.....	1147
三、培养全面发展的人.....	1147
第三节 人力资源开发与管理兴起.....	1148
一、从经验管理、科学管理到文化管理.....	1148
二、人力资源开发与管理兴起.....	1148
思考题.....	1149
第二章 人力资源开发与管理基本原理（总 3 学时）.....	1150
第一节 关于人的哲学.....	1150
一、人性假设理论.....	1150
第二节 人事管理原理.....	1151
一、同素异构原理.....	1151
二、能级层序原理.....	1151
三、要素有用原理.....	1151
四、互补增值原理.....	1152
五、动态适应原理.....	1152
六、激励强化原理.....	1152
七、公平竞争原理.....	1152
八、信息催化原理.....	1152
九、主观能动原理.....	1152
十、文化凝聚原理.....	1152
第三节 中外人力资源管理思想.....	1153
一、中国古代的人事思想.....	1153
二、西方人力资源开发和管理思想.....	1153
三、人力资源开发与管理应社会评估.....	1154
四、企业主要的人力资源管理政策.....	1154
思考题.....	1154

第三章 人力资源开发与管理工作（总 3 学时）	1155
第一节 组织结构设计	1155
一、组织的定义	1155
二、组织设计的基本矛盾	1155
三、怎样设计一个富有弹性的组织结构	1156
四、常见的组织结构类型	1156
第二节 工作分析	1156
一、工作分析是人力资源管理的基本工具	1156
二、工作信息的收集	1157
三、工作信息的收集方法	1157
四、工作分析的实施过程	1157
五、职位说明书的编写与管理	1158
第三节 职位评价	1158
一、职位评价是科学的薪酬管理工具	1158
二、职位评价方法	1158
思考题	1159
本章参考书目	1159
第四章 人力资源计划（总 3 学时）	1160
第一节 人力资源计划的含义	1160
一、人力资源计划的定义	1160
二、人力资源计划的主要内容	1160
三、人力资源计划的功能	1161
第二节 人力资源需求预测	1161
一、影响人力资源需求的因素	1161
二、人力资源需求预测的方法	1161
第三节 人力资源供给预测	1162
一、组织内部人力资源供给预测	1162
二、组织外部人力资源供给预测	1162
三、人力资源计划程序	1162
思考题	1163
本章参考书目	1163
第五章 人员招聘与人事测评（总 4 学时）	1164
第一节 招聘概述	1164
一、招聘目的	1164
二、招聘的程序	1164
三、招聘的原则	1164
第二节 人员招聘	1165
一、招聘的途径	1165
二、内部招聘的来源与方法	1165
三、外部招聘的来源与方法（1）	1165
第三节 人员选拔与人事测评	1166
一、人员选拔的信息依据	1166
二、人事测评的含义	1166

三、人员选拔方法与人事测评技术	1166
四、测试的信度和效度	1167
第三节 招聘管理工作	1167
一、招聘网络的开发与维护	1167
二、相关文件和工具设计	1167
三、笔试与面试题库建设	1167
四、对面试人员的培训	1167
五、人才库建设	1168
六、案例：思科公司招聘人才的新策略	1168
思考题	1168
第六章 人员使用与调配（总 3 学时）	1169
第一节 人员使用的原则（0.5 学时）	1169
一、人适其事	1169
二、事得其人	1169
三、人尽其才	1169
四、事竟其功	1169
第二节 人员调配的作用和意义（0.5 学时）	1169
一、人员调配的含义	1169
二、人员调配的作用和意义	1169
第三节 人员调配的原则和类型（0.5 学时）	1170
一、人员调配的原则	1170
二、人员调配的类型	1170
三、人员调配的程序	1170
第四节 人员职务升降（0.5 学时）	1170
一、人员职务升降的意义	1171
二、职务晋升的实施	1171
三、我国人事任用方式	1171
第五节 人员流动的理论基础（0.5 学时）	1171
一、勒温的场论	1171
二、卡兹的组织寿命学说	1172
三、库克曲线	1172
四、中松义郎的目标一致理论	1172
第六节 人员流动管理（0.5 学时）	1173
一、人员流动的类型	1173
第七节 人员流动管理	1173
一、人员流动的类型	1173
二、人员流动的类型	1173
三、人员流动的原则	1173
四、人员流动的形式	1173
五、建立和完善人员流动的内部机制和外部环境	1173
思考题	1174
第七章 人事风险（总 2 学时）	1175
第一节 人事风险的含义和危害（0.5 学时）	1175

一、人事风险的含义.....	1175
二、人事风险的危害.....	1175
第二节 人事风险的主要表现（0.5 学时）	1175
第三节 人事风险形成的原因（0.5 学时）	1176
一、人事风险特征.....	1176
二、人事风险产生的条件	1176
第四节 规避和防范人事风险的对策（0.5 学时）	1176
一、对策的约束条件.....	1176
第五节 规避和防范人事风险的对策	1177
一、防范人事风险的对策.....	1177
二、防范人事风险的具体措施.....	1177
思考题.....	1177
第八章 绩效考核管理（总 6 学时）	1178
第一节 绩效考核的意义.....	1178
一、绩效考核的由来.....	1178
二、绩效考核员工管理模型.....	1178
三、绩效考核与人才测评的区别	1178
四、绩效考核的重要性.....	1179
五、绩效考核的内容.....	1179
第二节 绩效考核结果的应用	1179
一、业绩提高.....	1179
二、人力资源计划.....	1179
三、招聘和选择.....	1179
四、人力资源开发.....	1179
五、职业计划和发展.....	1179
六、内部员工关系.....	1180
七、员工潜能的评价	1180
第三节 绩效考核的方法（1.5 学时）	1180
一、民意测验法.....	1180
二、共同确定法.....	1180
三、配比比较法.....	1180
四、等差图表法.....	1180
五、要素评定法（点因素法）	1180
六、欧德伟法.....	1180
七、情境模拟法.....	1180
八、关联矩阵法.....	1180
九、强制选择法.....	1181
第四节 对于部门的考核（0.5 学时）	1181
第五节 绩效考核体系的设计（1.5 学时）	1182
一、绩效考核的过程.....	1182
二、绩效考核的内容和方法.....	1182
三、绩效考核结果的控制.....	1182
四、绩效考核的執行者	1182

五、考核期限	1183
六、考核面谈、反馈与改进	1183
第六节 绩效考核中的问题（0.5 学时）	1184
思考题	1184
第九章 薪酬管理（总 8 学时）	1185
第一节 报酬的含义和内容（0.5 学时）	1185
一、报酬的含义	1185
二、报酬的内容	1185
第二节 薪酬的含义和内容（0.5 学时）	1185
一、薪酬的含义	1185
二、薪酬的内容	1185
第三节 工资制度	1186
一、技术等级工资制	1186
二、职务等级工资	1186
三、结构工资制	1186
四、岗位技能工资制	1187
五、提成工资制	1187
六、谈判工资制	1187
第四节 工资给付方式	1187
第五节 工资关系（0.5 学时）	1188
第六节 福 利	1188
一、福利的类型	1189
二、福利的管理	1189
第七节 奖励和惩罚	1189
一、奖励和惩罚的种类	1189
二、奖励的技巧	1189
三、惩罚的技巧	1190
四、奖惩的综合运用	1190
第八节 薪酬管理的影响因素（0.5 学时）	1190
一、薪酬管理的主要影响因素	1190
二、影响工资制度和工资水平的因素	1190
第九节 薪酬管理策略（0.5 学时）	1191
一、薪酬管理的目的	1191
二、合适的薪酬策略特征	1191
三、薪酬策略的内容	1191
第十节 现代薪酬管理思想（0.5 学时）	1191
第十一节 中国企业薪酬管理存在的问题与对策	1192
一、中国企业薪酬管理存在的主要问题。	1192
二、案例	1192
思考题	1193
第十章 人员培训（总 6 学时）	1194
第一节 培训是人力资源开发的主要手段	1194
一、人力资源开发与培训	1194

二、培训的作用	1194
第二节 培训的原则和形式	1195
一、人员培训的原则	1195
二、培训形式分类	1195
第二节 培训的原则和形式	1195
第三节 员工培训	1195
一、新员工培训	1195
二、在职员工的培训	1196
第四节 管理人员的开发	1196
一、管理人员开发的重要性	1196
二、管理人员开发计划	1197
三、管理人员开发类型	1197
第五节 培训的组织管理	1197
一、培训工作流程	1198
二、培训的基本程序	1198
三、企业培训工作的管理	1199
第六节 组织学习与学习型组织	1199
一、组织学习的含义	1199
二、学习型组织的定义（几种）	1199
三、学习型组织的特征	1199
思考题	1200
第十一章 职业管理（总 3 学时）	1201
第一节 职业管理概述	1201
一、职业管理的有关概念	1201
二、职业发展观及其重要意义	1201
第二节 影响职业生涯的因素	1202
一、影响职业生涯的个人因素	1202
二、影响职业生涯的环境因素	1202
第三节 个人职业计划（0.5 学时）	1202
一、制定个人职业计划的原则	1202
二、个人职业计划的内容	1203
三、职业生涯自我管理的其他内容	1203
第四节 企业的职业管理（0.5 学时）	1203
一、协调企业目标与员工个人目标	1203
二、帮助员工制定职业计划	1203
三、帮助员工实现职业计划	1203
思考题	1204
第十二章 劳动关系（总 3 学时）	1205
第一节 基本概念（0.5 学时）	1205
一、劳动关系的含义	1205
二、劳动关系的法律特征	1205
三、处理好劳动关系的重要性	1205
四、我国与劳动关系有关法律规定	1205

第二节 劳动者的地位和权益（0.5 学时）	1206
一、劳动者地位	1206
二、劳动者的权利	1206
第三节 工会、职代会的地位和作用（0.5 学时）	1206
一、工会	1206
二、职代会	1206
第四节 劳动协商和谈判（0.5 学时）	1206
一、西方劳资协商和谈判的基本模式	1206
二、我国劳动协商制度的未来	1207
第五节 劳动争议及处理	1207
一、解决劳动争议的基本原则	1207
二、解决劳动争议的途径和方法	1207
三、我国企业劳动关系的热点问题	1208
案例讨论	1208
思考题	1208
第十三章 组织文化建设（总 3.5 学时）	1209
第一节 组织文化的内涵（1 学时）	1209
一、组织文化的定义	1209
二、组织文化的作用	1209
三、组织文化的影响因素	1209
四、组织文化与员工需要层次	1210
第二节 理想追求与人力资源的动力开发（1 学时）	1210
一、基本概念	1210
二、人力资源的动力系统	1210
三、理想教育是人力资源动力开发的基础工作	1210
四、组织风气与员工行为管理	1211
第三节 群体价值观与组织凝聚力（3 学时）	1211
一、组织凝聚力是组织活力深层次的动力	1211
二、物质凝聚与精神凝聚	1211
三、群体价值观在形成组织凝聚力中的作用	1212
第四节 组织文化建设步骤（0.5 学时）	1212
一、组织文化建设步骤	1212
二、组织文化建设的心理机制	1212
三、组织文化与组织竞争力	1212
思考题	1213
第十四章 领导者与人力资源管理与开发（总 2.5 学时）	1214
第一节 领导者的权威观与人员能动性（1 小时）	1214
一、两种权威观	1214
二、不同的权威观导致不同的领导行为	1214
三、不同的领导行为导致不同的下级行为	1214
四、领导者应该树立正确的权威观	1214
第二节 领导者的人才观与队伍素质（0.5 学时）	1215
一、现代领导者应具备的人才观	1215

二、人才观上的偏差带来队伍素质的缺陷	1215
三、各级领导者面临人才观上的挑战	1215
第三节 领导集体的心理结构与领导团队的优化（0.5 学时）	1215
一、领导集体心理结构的内涵	1215
二、改善领导集体心理结构与领导团队的优化	1215
三、领导者人事管理中的心理误区	1216
第四节 领导者的价值观与组织文化（0.5 学时）	1216
一、领导者是组织文化的缔造者	1216
二、领导者应确立科学的、高境界的价值观	1216
思考题	1216
第十五章 21 世纪的人力资源开发与管理（总 1 学时）	1217
一、经济全球化与国际化人才的开发	1217
二、信息化和知识化对人力资源开发管理的影响	1217
三、企业似学校——开发重于管理	1217
四、金字塔的倒塌——官僚组织让位于团队组织	1217
五、育才型领导——管理者角色的转变	1217
六、管理价值观——文化管理大行其道	1217
七、中介组织——人力资源开发管理的专业化分工与合作	1217
八、企业即人——人力资源开发管理战略地位的上升	1217
思考题	1217

前 言

一、课程简介

随着人类进入知识经济时代，人力资源的竞争已经成为企业之间、国家之间、地域之间竞争的焦点，人力资源开发与管理也成为管理学科的核心课程，也是工商管理课程体系中应用性实践性最强的课程之一。课程从资源开发利用的视角出发，围绕人力资源的获取、开发、利用等问题，全面系统地进行探讨雇员的招募、培训、绩效考核、薪酬管理以及职业管理和劳动关系等现实问题。并把这种探讨与当今中国企业现实情况相结合，以便较好地满足教学需求。

通过本课程的教学，使学生掌握人力资源管理的基本知识、基本原理，学会用人力资源管理理论分析和解决企业实际问题的方法，为毕业后走上社会参加企业经营管理实践打下必要的理论基础。

教材选用：张德主编 《企业人力资源开发与管理》，清华大学出版社出版

二、教学基本要求

要求学生了解课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对人力资源管理有一个总体的认识。

要求学生通过对本课程的学习，理解人力资源管理的基本概念、基本原理、基本知识，学会用人力资源管理理论分析和解决企业实际问题的方法。

要求学生紧密联系实际，学会分析案例，解决实际问题，把学科理论的学习融入对经济活动实践的认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。

三、教学指导思想

1. 全面系统地介绍企业人力资源管理理论和技术，确保学生全面理解和体悟发达市场经济条件下的人力资源管理的基本方法。

2. 深入剖析中国传统文化特质与中国市场体系运行现状，依托案例达成教学的实用性操作性目标。

四、课时安排

本课程是工商管理专业的必修课。授课周期为一学期，3 学分，共 54 课时。

总课时：18 周 X3 学时/周=54 学时

第一章 人力资源开发与管理导论	3 学时
第二章 人力资源开发与管理的基本原理	3 学时
第三章 人力资源开发与管理的基础工作	3 学时
第四章 人力资源计划	3 学时
第五章 人员招聘与人事测评	4 学时
第六章 人员的使用与调配	3 学时
第七章 人事风险	2 学时
第八章 绩效考核管理	6 学时
第九章 薪酬管理	8 学时
第十章 人员培训	6 学时
第十一章 职业管理	3 学时

第十二章 劳动关系	3 学时
第十三章 组织文化建设	3.5 学时
第十四章 领导者与人力资源开发与管理	2.5 学时
第十五章 21 世纪的人力资源开发与管理	1 学时

五、参考书目

《人力资源管理概论》董克用 叶向峰编著 中国人民大学出版社

《人力资源管理概论》彭剑锋主编 复旦大学出版社

《人力资源管理》加里-德斯勒，中国人民大学出版社，第六版，1999 年 6 月出版

（备注：除特别说明外，每一节均为 1 学时。）

第一章 人力资源开发与管理导论（总 3 学时）

本章学习目标

1. 人力资源开发与管理的基本概念
2. 人力资源开发与管理产生的历史背景
3. 我国企业人力资源开发与管理现状

第一节 人力资源开发与管理含义和特点

一、人力资源定义

能够推动整个经济和社会发展的劳动者的能力，即处在劳动年龄的已直接投入建设和尚未投入建设的人口的能力。

人力资源定义的两种方式：

1. 从能力的角度
2. 从人的角度：一定社会区域内所有具有劳动能力的适龄劳动人口和超过劳动年龄的人口的总和。

人力资源开发与管理：

指运用现代化的科学方法，对与一定物力相结合的人力进行合理的培训、组织与调配，使人力、物力经常保持最佳比例，同时对人的思想、心理和行为进行恰当的诱引、控制和协调，充分发挥人的主观能动性，使人尽其才，事得其人，人事相宜，以实现组织目标。

1. 对组织中的人力资源进行管理；
2. 对工作中的人和人的工作进行管理。
3. 管理的意义则是为了完成组织的目标。

二、人力资源开发的特点

1. 人力资源的生物性
2. 人力资源的能动性
3. 人力资源的动态性
4. 人力资源的智力性
5. 人力资源的再生性
6. 人力资源的社会性

三、人力资源开发与管理含义

包括两个方面

1. 对人力资源外在要素----量的管理
2. 对人力资源内在要素----质的管理

四、人力资源开发与管理的特点

1. 综合性
2. 实践性
3. 发展性

4. 民族性
5. 社会性

第二节 人力资源开发与管理的目标和任务

在一切资源中，人力资源是第一宝贵的资源。不断提高人力资源开发与管理的水平，不仅是当前发展经济、提高竞争力的需要，也是一个国家、一个民族、一个地区、一个企业长期兴旺发达的重要保证。

一、取得最大的使用价值

取得最大的使用价值，实现人力资源的精干与高效：

根据价值工程理论 价值 $V = \text{功能 } F / \text{成本 } C$

要使人员使用价值最大化，可以有 4 种

1. 功能提高、成本不变；
2. 成本降低、功能不变；
3. 成本提高、功能提得更高
4. 提高功能、降低成本

其中第 4 种办法最理想，即大价值、高效能、低成本——正如马克思所说：真正的财富在于用尽量少的价值创造出尽量多的使用价值，用尽量少的劳动时间创造出尽量丰富的物质财富。

人的有效技能 = 人的劳动技能 × 适用率 × 发挥率 × 有效率

二、发挥最大的主观能动性

影响人的主观能动性发挥的因素主要有三个方面

1. 基本因素——价值标准和基本信念

具体而言有三个层次

- (1) 社会价值观
- (2) 群体价值观
- (3) 个人价值观

2. 实际因素——现实的激励因素

- (1) 任用情况
- (2) 信任程度
- (3) 晋升制度
- (4) 工资制度
- (5) 奖励制度
- (6) 处罚制度
- (7) 参与制度
- (8) 福利状况

3. 偶发因素

三、培养全面发展的人

管理人员应具备的素质和能力

1. 知识。必须知道如何处理问题和履行职责，必须熟悉所管理的领域如生产、销售、财务、会计、技术等，怎样进行计划、组织、指挥、激励和协调。

2. 技能。具备解决问题和决策的技能，能够处理各种突发事件，与人沟通，善于抓住本质和要害，良好的沟通能力、创造能力、敏感性、书面表达能力。

3. 态度。如何看待自己的职务？看待上下级关系？自己与他人的关系？对自己未来的希望和抱负？如何看待挑战、变化和责任？

4. 行为方式。衣着、仪表、风度、讲演方式、工作作风、感情流露方式、情感色彩等。

现代组织的一个重要目标，就是培养高素质、全面发展的人。

第三节 人力资源开发与管理的兴起

企业管理的全部历史，大致经历了经验管理、科学管理、文化管理三个阶段。

一、从经验管理、科学管理到文化管理

1911 年泰勒的《科学管理原理》的出版，标志着企业管理由漫长的经验管理阶段，迈进了划时代的科学管理新阶段。

1. 从经验管理到科学管理

时代背景（1850 年以后）：

自由竞争走向寡头垄断

规模经济

价格战

利润率下降

科学管理——泰勒的理想：

动作/时间研究，确定工作方法 with 内容

根据工作客观性，选择与培训工作者

利益驱动，实行差别计件工资

设立人事职能工头，进行考核评价，提高工作效率，使劳资两利

找到一个组织存在下去的价值与理由

作业管理四原则：

有效动作必要时间

日标准作业量

标准的作业条件

差别计件工资

文化管理：

霍桑试验从 1927 年起，历时四年半，经历了三个阶段

霍桑试验的结论：

梅奥以“产业心理学”理论为依据，对霍桑试验的一系列结果作出了理论解释，于 1933 年发表《产业文明中人的问题》；

认为组织是人的集合，组织内人际关系以及相互沟通、彼此调整态度与看法等非理性因素，比物理学意义上的理性因素更重要。

管理阶层对于建立良好的人际关系或协作态势，是至关重要的；这也是以往组织不能保持最低限度有效性的重要原因。

二、人力资源开发与管理的兴起

与经验管理、科学管理、文化管理相对应的人力资源管理，大体上可以概括为雇佣管理、劳动

人事管理和人力资源开发与管理

特征	经验管理	科学管理	文化管理
年代	18 世纪 60 年代	1911--1980	1981 年以来
特点	人治	法治	文治
组织	直线式	职能式	学习型组织
控制	外部控制	外部控制	自我控制
领导	师傅型	指挥型	育才型
管理中心	物	物	人
人性假设	经济人	经济人	自动人、观念人
社会人、复杂的人			
激励方式	外激方式	外激方式	内激为主
管理重点	行为	行为	思想
管理性质	非理性	纯理性	非理性与理性相结合

思考题

1. 结合实例说明：怎样取得人力资源最大化的价值？
2. 试举例说明劳动人事管理与人力资源开发管理的区别？

第二章 人力资源开发与管理的基本原理（总 3 学时）

本章学习目标

1. 关于人的哲学
2. 人事管理原理
3. 中国古代的人事思想
4. 发达国家的人力资源管理思想

第一节 关于人的哲学

认识人的本质是人力资源开发与管理的基础理论

一、人性假设理论

沙因在《组织心理学》：经济人假设、社会人假设、自我实现人假设、复杂人假设。

1. 经济人假设（X 理论）

（1）人是由经济诱因来引发工作动机的，其目的在于获得最大的经济利益；

（2）经济诱因在组织的控制之下，因此，人总是被动地在组织的操纵、激励和控制之下从事工作；

（3）人总是以一种合乎理性的、精打细算的方式行事，力图用最小的投入取得满意的报酬；

（4）人的情感是非理性的，会干预人对经济利益的合理追求。组织必须设法控制个人的感情。

2. 社会人假设（梅奥等在霍桑试验中提出来的）

（1）人类工作的主要动机是社会需要，而不是经济需要。人们要求有一个良好的工作气氛，要求与同事之间建立良好的人机关系。

（2）工业革命和工业合理化的结果，使得工作变得单调而无意义。因此必须从工作的社会关系中去寻求工作的意义。

（3）非正式组织有利于满足人的社会需要，因此，非正式组织的社会影响比正式组织的经济诱因对人有更大的影响力。

（4）人们最强烈期望于领导者的是能承认并满足他们的社会需要。

3. 自我实现人假设（Y 理论）：马斯洛的“需要层次论”，阿吉里斯的“不成熟—成熟理论”中所谓成熟的个性，也就是自我实现的人。

（1）人的需要从低级到高级可分为多种层次，其最终的目的是满足自我实现的需要，寻求工作上的意义。

（2）人们力求在工作上有所成就，实现自治和独立，发展自己的能力和技术，以便富有弹性，能适应环境。

（3）人们能够自我激励和自我控制，外部激励和外部控制会对人产生威胁，造成不良的后果。

（4）个人的自我实现同组织目标的实现并不是冲突的，而是能够达成一致的。在适当的条件下，个人会自动地调整自己地目标，使之与组织目标配合。

4. 复杂人假设（超 Y 理论）

（1）人的工作动机不但是复杂的，而且变动性很大。

（2）一个人在组织中可以形成新的需求和动机。因此，一个人在组织中表现的动机模式是他原来的动机与组织经验交互作用的结果。

（3）人在不同的组织和不同的团体中可能表现出不同的动机模式。正式组织与非正式组织中，

统一组织的不同的部门之间。

(4) 一个人是否感到心满意足, 肯为组织尽力, 决定于他本身的动机结构与他同组织之间的相互关系; 工作的性质、本人的工作能力和技术水平、动机的强弱、人际关系的好坏, 都可能产生影响。

(5) 人可以依自己的动机、能力及工作性质对不同的管理方式作出不同的反应。

因此, 没有一种适合于任何时代、任何人的可能管理方式。复杂人假设理论产生了超 y 理论, 成为权变理论的理论基础。

5. 马斯洛的需要层次理论

1943 年, 人本主义心理学家亚伯拉罕·马斯洛于《人类动机理论》提出。

6. 马克思主义关于人的理论

(1) 人的自然属性

人属于自然界, 这是人的自然化;

人统治自然界, 这是自然界的人化。

(2) 人的社会属性

马克思说: “人的本质并不是单个人所固有的抽象物。在其现实性上, 它是一切社会关系的综合”。

人的需要存在着客观的社会尺度。

人的全面发展取决于社会的高度发展。

(3) 人的思维属性

恩格斯认为认识过程分为三个阶段:

第一个阶段是感性阶段, 即对个别事物的感觉知觉表象;

第二个阶段是知性阶段, 即对事物之间关系进行分析综合归纳演绎;

第三个阶段是理性阶段, 即通过辩证思维形成概念并研究概念的本性。

第二节 人事管理原理

一、同素异构原理

本来是化学中的一个原理, 意指事物的成分因在空间关系即排列次序和结构形式上的变化而引起不同地结果, 甚至发生质的变化。如: 石墨与金刚石, 甲醚与乙醇。

二、能级层序原理

能位和能级的概念出自物理学。将能级层序原理引入人力资源开发管理领域, 主要指具有

不同能力的人, 应摆在组织内部不同的职位上, 给予不同权力和责任, 实行能力与职位的对应和适应。

三、要素有用原理

含义: 在人力资源开发与管理中, 任何要素(人员)都是有用的, 关键是为它创造发挥作用的条件。换言之, “没有无用之人, 只有没用好之人”。可从三个方面理解:

1. “天生我才必有用”, 但人才的任用需要一定的环境。

知遇——伯乐难遇

政策——良好的政策会给人才的任用创造出各种机遇。“公开招聘”“竞争上岗”

2. 人的素质往往表现为矛盾的二级性特征, 或者呈现复杂的双向性。吝啬与慷慨, 认真与马

虎，坚强与短怯，用人所长，避其所短。

3. 人的素质优缺点共生，领导要善做伯乐。

四、互补增值原理

承担工作的群体，可以通过个体间取长补短而形成整体优势，达到组织目标。

增值的客观标准： $1+1>2$ ，如果 $1+1=2$ 则表明没有增值，若 $1+1<2$ 则说明发生了内耗。

互补的主要内容：

1. 知识互补
2. 能力互补
3. 性格互补
4. 年龄互补
5. 关系互补

五、动态适应原理

在人力资源的开发与管理中，人与事的不适应是绝对的，适应是相对的，从不适应到适应是在运用中实现的，是一个动态的适应过程。

六、激励强化原理

所谓激励，就是创设满足职工各种需要的条件，激发职工的动机，使之产生实现组织目标的特定行为的过程。

通过激励调动人的主观能动性，强化期望行为，从而显著提高劳动生产率。

七、公平竞争原理

含义：指对竞争各方遵循同样的规则，公正地进行考核、录用、晋升和奖惩的竞争方式。

竞争机制产生积极的效果，应该具备三个前提：

（1）竞争必须是公平的。法国管理学家法约尔：公平包含两层意思——公道和善意。公道就是严格按协定、规定办事，一视同仁，不偏不倚。善意就是领导者对所有人都采取与人为善的、鼓励和帮助的态度。（员工辞退）

（2）竞争有度。掌握好竞争的度是一种领导艺术。（华为总揽四家重点邮电学院毕业生）

（3）竞争必须以组织目标为重。良性竞争与恶性竞争。（机会牵引人才，组织成长是良性竞争的前提）

八、信息催化原理

即通过对员工的各类培训提高员工的能力。

九、主观能动原理

人的主观能动性的差别影响了人的素质的差别。

十、文化凝聚原理

凝聚力包括两个方面：

（1）组织对个人的吸引力，或个人对组织的向心力；

（2）组织内部个人与个人之间的吸引力或粘结力。

工资、奖金、福利、待遇等物质条件是组织凝聚力的基础；

组织目标、组织道德、组织精神、组织风气、组织哲学、组织制度、组织形象等精神文化条件是组织凝聚力的根本。

第三节 中外人力资源管理思想

一、中国古代的人事思想

1. 为政之要，惟在得人

2. 人生而有欲，相持而长

《荀子》：“人生而有欲，”“所受乎天也，”“欲者情之应也。”“欲”指的是“需要”、“需求”。

第一，人生下来都有欲求，这是客观世界对人的影响，以及人的情感对客观世界感应的结果；

第二，人的欲求有三条规律：

(1) “欲不可去”

(2) “欲不可尽”（关键是针对不同的阶段如何牵引）

(3) “欲物相持而长”，亦即物质和欲望在相互影响、相互制约中增长。

3. 取胜之本，在于士气

士气——主观能动性的发挥

4. 刚柔相济，赏罚严明

诸葛亮《便宜十六策·赏罚第十》：赏罚之政，谓赏善罚罪也。赏以兴功，罚以禁奸。赏不可不平，罚不可不均。赏赐知其所施，则勇士知其所死；刑罚知其所加，则邪恶知其所畏。

5. 知人善任，不课不用

知人是用人的前提。知人很难，因为人有假象。

(1) 用人之所长，避其所短。汉朝东方朔：“水至清则无鱼，人至察则无徒。”

(2) 用人不疑：宋代政治家欧阳修：“任人之道，要在不疑。宁可艰于择人，不可轻任而不信。”

6. 勤于教养，百年树人

培养人才是人力资源开发的关键一环。

《管子·权修》：“一年之计，莫如树谷；十年之计，莫如树木；终身之计，莫如树人。”

二、西方人力资源开发和管理思想

1. 以人为本，尊重个人

2. 对员工的需求经常进行评估，定期做员工满意度调查

3. 重视企业内部沟通——上下沟通、平行沟通

4. 重视员工发展的长远计划

5. 重视优秀人才的选拔与训练

6. 人力资源管理是总经理职责的重要组成部分

7. 最高管理层的责任是平衡利益相关者的利益

8. 应把人力资源看成是社会资源

从战略实施观点看待人力资源管理，从战略目标出发，以战略为指导，确保人力资源政策的正确性。

9. 直线经理与人力资源部门在人力资源工作方面的系统合作

三、人力资源开发与管理应的社会评估

1. 从企业角度进行评估
2. 从个人角度进行评估
3. 从社会角度进行评估

四、企业主要的人力资源管理政策

包含四个方面

1. 雇员影响

主要体现在经营目标、工资待遇、工作条件、职务晋升、雇佣保障和任务自身

2. 人力资源流动：保证企业内人力资源的正向流动

3. 奖励体系：物质奖励、精神奖励；个人奖励、群体奖励（在了解雇员需求的基础上）

4. 工作体系

制定人力资源政策时应考虑的八个要素

1. 法律与社会价值观
2. 企业经营战略
3. 企业的工作任务和技术特性
4. 劳动力特征
5. 劳动力市场条件
6. 工会的地位和作用
7. 管理理念和企业文化
8. 企业的经济效益和经济实力

思考题

1. 人的本质是什么？为什么对人性有不同的假设？
2. 中国古代的管理思想有什么特点？试举例说明。
3. 发达国家人力资源开发管理思想发展的轨迹和趋势。

第三章 人力资源开发与管理的基础工作（总 3 学时）

本章学习目标：

1. 组织设计的目的、方法和步骤
2. 工作分析的基本方法
3. 职位评价的意义和步骤
4. 职位分类的基本的概念

第一节 组织结构设计

一、组织的定义

1. 古典管理学派对组织的定义：

为了达到某些特定目标经由分工与合作及不同层次的权力和责任制度，而构成的人的集合。具有三层意思：

- （1）组织必须具有目标，目标是组织存在的前提。
- （2）没有分工与合作也不能称其为组织
- （3）组织要有不同层次的权力与责任制度

2. 社会系统学派的巴纳德对组织的定义：

组织是两人或两人以上有意识加以协调的活动或效力系统。组织的要素：

- （1）协作的意愿
- （2）共同的目的
- （3）信息交流

3. 系统学派对组织的定义：

组织是开放的社会系统，具有许多相互影响共同工作的子系统，当一个子系统发生变化时，必然影响其他子系统和整个系统的工作。

4. 组织环境

组织必须适合周围环境的变化，不适应环境是组织失败的主要原因。巴纳德“正式组织不稳定或短命的根本原因来自外界力量。”（组织与外界环境之间的平衡）

组织的价值是由组织所处的外部环境来评价的，是它所服务的对象决定的。

二、组织设计的基本矛盾

1. 组织设计所面对的基本矛盾

组织规模扩大和复杂性要求更多的人参与管理，这就需要分清权力和责任，分工与协调——这就是组织结构。

组织设计的基本任务，就是如何发挥管理者群体的作用，有效地管理复杂多变的对象。

2. 组织设计的目的

系统论的观点：“发挥整体大于部分之和的优势，使有限的人力资源形成最佳的综合效果。”

3. 组织设计的步骤

- （1）工作划分（分层级的工作划分）
- （2）建立部门
- （3）决定管理跨度

(4) 确定职权关系

上下级间的职权关系——纵向职权关系：上下级间权力和责任的分配，关键在于授权程度；直线部门与参谋部门之间的职权关系——横向职权关系。

(5) 通过组织运行不断修改和完善组织结构

三、怎样设计一个富有弹性的组织结构

1. 组织必须适应于工作任务
2. 组织必须适应技术工艺特性
3. 组织要适合于周围环境

四、常见的组织结构类型

1. 直线职能结构

金字塔式的权力机构

优点：权责分明、效率高、稳定性好

缺点：权力分割沟通差、易各自为政目标不统一产生内耗、官僚化

2. 事业部结构：就是一个企业内对于具有独立的产品和市场、独立的责任和利益的部门实行分权管理的一种组织形态。它必须具备 3 个要素：

- (1) 独立的产品和市场
- (2) 具有独立的利益，实行独立核算，是一个利润中心
- (3) 是一个分权单位，具有足够的权力，能自主经营。

3. 矩阵结构：是从专门从事某项工作的工作小组形式发展而来的一种组织结构。

第二节 工作分析

一、工作分析是人力资源管理的基本工具

工作：一项工作是为达到特定的组织目标而必须完成的若干任务的组合。

职位：一个人完成的任务和职责的集合。

定义：工作分析是确定完成各项工作所需技能、责任和知识的系统过程。

工作分析的结果——职位说明书包含两部分内容：

- (1) 工作说明：一份提供关于工作任务、职责信息的文本说明。
 - (2) 工作规范：包含了一个人完成某项工作所必备的基本素质和条件。
2. 工作分析用于解决工作中的 6 个问题：
- (1) 该项工作包括哪些体力和脑力劳动？
 - (2) 工作将在什么时间、什么节奏下完成？
 - (3) 工作将在哪里完成，工作环境怎么样？
 - (4) 人们如何完成这项工作？
 - (5) 为什么要完成这项工作？
 - (6) 完成这项工作需要具备哪些条件？
3. 工作分析的作用：
- (1) 人力资源计划
 - (2) 招聘甄选
 - (3) 培训

- (4) 薪酬
- (5) 考核
- (6) 劳动考核

二、工作信息的收集

1. 工作职责范围和工作职责内容

- (1) 工作中所含的各项任务；
- (2) 每项任务的工作流程；
- (3) 工作流程中与其他工作的接触；
- (4) 工作各个阶段成果的表现形式和保存形式。

2. 人的活动

- (1) 与工作相关的基本动作和行为；
- (2) 工作方式；
- (3) 沟通方式。

3. 工作特征

- (1) 工作的时间特征；
- (2) 工作条件；
- (3) 工作的空间环境特征；
- (4) 工作的人际环境特征；
- (5) 工作的技术性，创新性和复杂性。

4. 所采用的工具、设备、机器和辅助设施

5. 工作的任职要求

- (1) 个性特点；
- (2) 所需要的学历和培训程度；
- (3) 工作经验；
- (4) 基本能力要求；
- (5) 基本知识要求；
- (6) 对身体条件的要求。

6. 工作业绩

- (1) 工作目标
- (2) 记录工作业绩的方式
- (3) 业绩考核标准

三、工作信息的收集方法

- 1. 问卷调查法
- 2. 访谈法
- 3. 观察法
- 4. 拍照法

四、工作分析的实施过程

1. 成立工作分析的工作组

- (1) 工作组人员
- (2) 确定工作分析的目的与设计职位调查方案

2. 收集与工作相关的背景信息
3. 收集工作分析的信息
4. 整理和分析所得到的工作信息

五、职位说明书的编写与管理

职位说明书一般包括一下几项内容

1. 职位基本信息

职位名称、所在部门、直接上级、定员、部门编码、职位编码

2. 工作目标与职责

该职位的工作目标，以及主要的职责权限等，标准词汇应是：负责、确保、保证等。

3. 工作内容

4. 工作的时间特征

5. 工作完成结果及建议考核标准

6. 教育背景

7. 工作经历

8. 专业技能、证书与其他能力

9. 专门培训

10. 体能要求

对于体力劳动型的工作，这项非常重要。

第二节 职位评价

一、职位评价是科学的薪酬管理工具

职位评价是介于工作分析和薪酬制度设计之间的一个环节，它以工作分析的结果作为评价的事实依据，同时，职位评价的结果---薪点，又是科学的薪酬制度设计的理论依据。

二、职位评价方法

1. 因素比较法：基于报酬因素，即反映不同职位在工资报酬上出现差别的原因，它们共同构成了职位评价的指标体系。（体现客观公平）

- （1）工作的复杂性和灵活度；
- （2）接受和实施的监督；
- （3）所需要的判断能力；
- （4）所要求的创造力；
- （5）人际工作关系的特点和目的；
- （6）责任；
- （7）经验；
- （8）需要的知识水平

2. 因素计点法（积分评点法、薪点法）

3. 分类法

4. 排序法

5. 职位分类

将所有的工作岗位即职位，按其业务性质分为若干职组、职系（从横向上讲）；然后按责任

大小,工作难易,所需教育程度及技术高低分为若干职级、职等(从纵向上讲),对每一职位给予准确的定义和描述,制成职位说明书,以此作为对聘用人员管理的依据。

6. 基本概念:

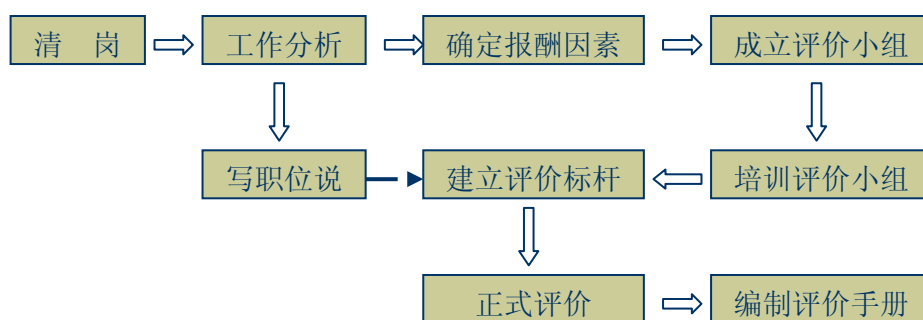
(1) 职系(series): 是指一些工作性质相同,而责任轻重和困难程度不同,所以职级、职等不同的职位系列。简言之,一个职系就是一种专门职业(如机械工程职系)

(2) 职组(group): 工作性质相近的若干职系综合而成为职组,也叫职群。

(3) 职级(class): 指将工作内容、难易程度、责任大小、所需资格皆很相似的职位划为同一职级,实行同样的管理使用与报酬。

(4) 职等(grade): 工作性质不同或主要职务不同,按其困难程度、职责大小、工作所需资格等条件充分相同之职级的归纳称为职等。

7. 职位评价的实施过程



思考题

1. 工作分析的科学性体现在哪些方面?
2. 职位评价对薪酬管理有什么意义?

本章参考书目

《经理人员的职能》 巴纳德著 中国社会科学出版社
 《管理行为》 赫伯特·西蒙 机械工业出版社
 《我在通用汽车的岁月》 艾尔弗雷德·P·斯隆 京华出版社

第四章 人力资源计划（总 3 学时）

本章学习目标：

1. 人力资源计划的必要性
2. 人力资源需求分析的基本思路和方法
3. 人力资源供给分析的基本思路和方法
4. 制定企业人力资源计划的步骤

第一节 人力资源计划的含义

一、人力资源计划的定义

人力资源计划就是一个国家或组织科学地预测、分析自己在环境变化中的人力资源供给和需求状况，制定必要的政策和措施以确保自身在需要的时候和需要的岗位上获得各种需要的人才（包括数量和质量两个方面），并使组织和个体得到长期的利益。包括三个含义：

二、人力资源计划的主要内容

1. 总体规划

根据企业战略确定的人力资源管理的总体目标和配套政策。

2. 配备计划

组织中、长期内处于不同职务、部门或工作类型的人员的分布情况。（定岗定编）

3. 退休解聘计划

因各种原因离职的人员情况及其所在岗位情况

4. 补充计划

因组织规模扩大、原有人员的退休、离职等种种原因，组织中经常会出现新的空缺的职位，需要组织制定相应地政策和措施，即人员补充计划。

5. 使用计划

使用计划的主要内容是晋升与轮换。晋升表现为员工岗位的垂直上升，轮换则主要表现为员工岗位的水平变动。

6. 培训开发计划

组织通过培训开发一方面可以使组织成员更好地适应正从事的工作，另一方面也为组织未来发展所需要的一些职位准备好了后备人才。

7. 职业计划：

职业计划就是企业为了不断地增强其成员的满意感并使其能与组织的发展和需要统一起来而制定协调有关员工个人的成长、发展与企业的需求、发展相结合的计划。

8. 绩效与薪酬福利计划

包括绩效标准及其衡量方法、薪酬结构、工资总额、工资关系、福利项目以及绩效与薪酬的对应关系等。

9. 劳动关系计划

即关于如何减少和预防劳动争议，改进劳动关系的计划。

10. 人力资源预算

11. 计划过程的控制（甘特图）

三、人力资源计划的功能

1. 人力资源计划能加强企业对环境变化的适应能力，为企业的发展提供人力保证。
2. 有助于实现企业内部人力资源的合理配置，优化企业内部人员结构，从而最大限度地实现人尽其才，提高企业的效益。
3. 对满足企业成员的需求和调动职工的积极性和创造性有巨大的作用。

第二节 人力资源需求预测

一、影响人力资源需求的因素

1. 技术、设备条件的变化
2. 企业规模的变化
3. 企业经营方向的变化
4. 外部因素

二、人力资源需求预测的方法

1. 管理人员判断法

即企业各级管理人员根据自己的经验和直觉，自上而下确定未来所需人员。适用于小型企业的中、长期预测，或大型企业的短期预测

通常情况下，初始预测结果需要根据判断作修正：

- (1) 改进产品或服务质量的决策
- (2) 进入新市场的决策
- (3) 技术、管理改进而带来的生产率的提高
- (4) 财务资源的限制

2. 经验预测法，也叫比率分析，即根据以往的经验对人力资源需求进行预测。

适用于技术较稳定地企业的中、短期人力资源预测。

3. 德尔菲法（40年代末美国兰德公司）

一种使专家们对影响组织某一领域的发展的看法（例如组织将来对劳动力的需求）达成一致意见的结构化方法。

应遵循的原则：

- (1) 给专家充分的信息使其作出判断。
- (2) 所问的问题应该是专家能够回答的问题
- (3) 不要求精确
- (4) 过程尽量简化
- (5) 整个过程中使用的各种概念要有统一的定义和解释
- (6) 向涉及各方作好说明，争取理解和支持

4. 趋势分析法

一种定量分析的方法，其基本思路：确定组织中哪一种因素与劳动力数量和结构的关系最大，然后找出这一因素随雇用人数的变化趋势，由此推出将来的趋势，从而达到将来的人力资源需求。

第三节 人力资源供给预测

一、组织内部人力资源供给预测

1. 管理人员接续计划

- (1) 确定计划范围，即确定需要制定接续计划的管理职位；
- (2) 确定每个管理职位上的接替人选，所有可能的接替人选都应该考虑到；
- (3) 评价接替人选；
- (4) 确定职业发展需要以及将个人的职业目标与组织目标相结合。根据评价结果进行必要的培训。

2. 马尔可夫分析

基本思想：找出过去人事变动的规律，以此来推测未来的人事变动趋势。

3. 档案资料分析

二、组织外部人力资源供给预测

外部人力资源供给的来源：失业人员、各类学校毕业生、专业退伍军人、其他组织流出人员等。

三、人力资源计划程序

1. 搜集准备有关信息资料

企业的经营战略和目标；

职务说明书

企业现有人员情况；

员工的培训、教育情况等

2. 人力资源需求预测

根据企业发展战略计划和企业的内外条件选择合适的预测方法；

预测人力资源需求的结构和数量；

3. 人力资源供给预测

内部人员拥有量预测；

外部供给量预测

4. 确定人员净需求

净需求=需求的预测数-同期内企业可供给的数

净需求为正，需要招聘新员工或培训提拔旧员工

净需求为负，需要精简或调配

5. 确定人力资源目标

根据企业战略目标与战略计划来确定。

6. 确定具体计划

包括补充计划、使用计划、培训开发计划、配备计划等

如预测结果为短缺，即需求大于供给，相应的政策和措施：

- (1) 培训本组织职工，择优提升补缺并提高其工资等待遇；
- (2) 进行平行性岗位调动，适当进行岗位培训；
- (3) 延长员工工作时间或增加工作负荷量，并给予奖励；
- (4) 重新设计工作以提高员工的工作效率；

(5) 雇用全日制临时工或非全日制临时工;

(6) 改进技术或进行超前生产;

(7) 制定招聘政策, 向组织外进行招聘;

如果预测结果为过剩, 即供过于求, 则可选的策略:

(1) 永久性裁减或辞退职工;

(2) 暂时或永久性地关闭一些不盈利地分厂或车间, 精简职能部门;

(3) 进行提前退休;

(4) 对员工进行重新培训, 调至新岗位, 或适当储备一些人员;

(5) 减少工作时间 (随之亦相应减少工资)

(6) 由两个或两个以上人分担一个工作岗位, 并相应地减少工资。

7. 对人力资源计划的审核和评估

通过审核与评估, 可以听取管理人员和员工对人力资源管理工作意见, 动员广大管理人员和员工参与人力资源的管理, 以利于调整人力资源计划和改进人力资源管理工作。

人力资源管理人员可以通过审核和评估, 调整有关人力资源方面的项目及其预算。

思考题

1. 人力资源计划的主要内容有哪些?

2. 制定人力资源计划的一般程序是什么?

3. 假设已经确定了人力资源目标“未来两年里将人员流动比率降低到 10%以内”, 请编制相应的政策和措施并列出进行评估的主要问题。

本章参考书目

《杰克·韦尔奇自传》

中信出版社

第五章 人员招聘与人事测评（总 4 学时）

本章学习的目标：

- 1. 人员招聘的一般程序
- 2. 人员选拔与人事测评技术
- 3. 面试技巧
- 4. 测试的信度和校度的含义
- 5. 招聘管理工作的主要内容

第一节 招聘概述

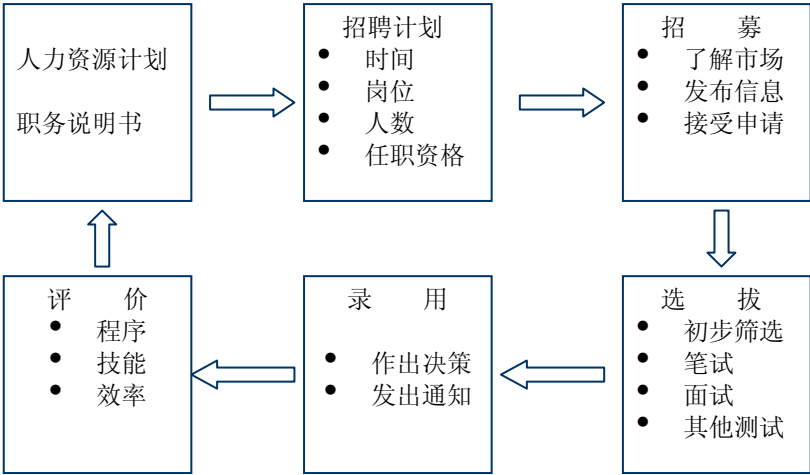
一、招聘目的

招聘就是企业吸引应聘者并从中选拔、录用企业需要的人的过程。招聘的直接目的就是获得企业需要的人，除此之外，还有以下潜在目标：

- 1. 树立企业形象
- 2. 降低受雇佣者在短期内离开公司的可能性：不仅要能把人招来，更要能把人留住。
- 3. 履行企业的社会义务：为社会提供就业岗位。

二、招聘的程序

如图所示：



三、招聘的原则

- 1. 因事择人
- 2. 公开
- 3. 平等竞争
- 4. 用人所长

第二节 人员招聘

一、招聘的途径

主要有两个方面：内部招聘和外部招聘

	内部招聘	外部招聘
优点	(1) 了解全面，准确性高 (2) 可鼓舞士气，激励员工进取 (3) 应聘者可更快适应工作 (4) 使组织培训投资得到回报 (5) 选择费用低	(1) 人员来源广，选择余地大，有利于招到一流人才； (2) 新雇员能带来新思想、新方法； (3) 当内部有多人竞争而难以做出决策时，向外部招聘可在一定程度上平息或缓和内部竞争者之间的矛盾； (4) 人才现成，节省培训投资。
缺点	(1) 来源局限于企业内部，水平有限 (2) 容易造成“近亲繁殖” (3) 可能会因操作不公或员工心理原因造成内部矛盾	(1) 不了解企业情况，进入角色慢； (2) 对应聘者了解少，可能找错人； (3) 内部员工得不到机会，积极性可能受到影响。

二、内部招聘的来源与方法

1. 内部候选人的来源：

- (1) 公开招募；
- (2) 内部提拔；
- (3) 横向调动；
- (4) 岗位轮换；
- (5) 重新雇佣或召回以前的雇员等

三、外部招聘的来源与方法（1）

来源：熟人介绍、自我推荐、职业介绍机构介绍

方法：

1. 发布广告

(1) 选择广告媒体：重点考虑广告价格和潜在应聘者所在的地域、工作特性等因素。（企业网站）

(2) 广告设计：

吸引注意----广告设计的总体效果

激发兴趣----引起求职者对工作的兴趣

创造愿望----使应聘者不仅有兴趣，而且又得到工作的愿望

促使行动----向应聘者提供联络方式，促使应聘者迅速采取行动

2. 借助中介机构

(1) 猎头公司----企业求取高级人才和高级人才流动的主要渠道之一。

典型的步骤：分析客户需求，根据需要搜寻人才并进行面试、筛选、最后做出候选人报告供客户抉择。

(2) 各种职业介绍机构：往往扮演双重角色，既为组织择人，也为求职者择业。

3. 上门招募

- (1) 学校—校园招聘会
- (2) 人才交流会

4. 推荐

通过企业的员工、客户、合作伙伴等熟人推荐人选。被推荐人通过直接与介绍人接触，有利于增进了解

第三节 人员选拔与人事测评

人员选拔就是从应聘者中选出企业需要的人的过程。由于它将直接决定企业最后所雇用的人，因而这是招聘过程中最关键的一步，也是技术性最强的一步，需要运用多种测试方法，包括人事测评技术。

一、人员选拔的信息依据

选拔人员所依据的信息可以分为两大类：

1. 知识、技能、能力；
2. 人格、兴趣、偏好

二、人事测评的含义

所谓人事测评，就是测评主体采用科学的方法，收集被测评者在主要活动领域中的表征信息，针对某一素质测评目标系做出量值或价值的判断的过程。或者直接从表征信息中引发与推断某些素质特性的过程。

根据测评目的的不同可分为：

1. 选拔行测评
2. 开发性测评
3. 诊断性测评
4. 考核性测评等

三、人员选拔方法与人事测评技术

1. 申请表

一种初始的筛选工具。目的在于收集关于求职者背景和现在的情况信息，以评价求职者是否能满足最起码的工作要求。其基本内容包括应聘者的过去和现在的工作经历、受教育情况、培训情况、能力特长、职业兴趣等。

2. 笔试

主要用来测试应聘者的知识和能力。

笔试一般包括二个层次的测试，即一般知识和能力、专业知识和能力。

3. 工作模拟

即模拟实际工作情境，使应聘者参与，从而对其作出评价的一类测试方法。

最常见的工作模拟方法有三种：

- (1) 文件篓测试法
- (2) 无首领小组讨论法
- (3) 商业游戏

4. 评价中心

由几种工作模拟方法组合而成，利用现场测试或演练，由评估人员观察候选人的具体行为，并给予评分。尤其适合于复杂的属性和能力测试。

5. 面试

根据面试的结构化程度，分为结构化面试和非结构化面试。

(1) 结构化面试：面试的问题、程序等均经过事先设计。适合于招聘一般员工和一般管理人员。

(2) 非结构化面试：主试人与应试人随意交谈，无固定题目，无限定范围。适合于招聘中高级管理人员。

6. 心理测试

是指在控制的情境下，向应试者提供一组标准化刺激，以所引起的反应作为代表席位样本，从而对其个人的行为作出评价。

四、测试的信度和效度

信度和效度是对测试的基本要求，只有信度和效度达到一定水平的测试，其结果才能作为决策的依据。

1. 信度：

主要指测试的可靠性和一致性。可靠性是指一次又一次的测试总是得出同样的结论，他或者不产生错误，或者产生同样的错误。

2. 效度：

即有效性和精确性，是指实际测到应聘者的有关特征与想要测的特征的符合程度。

第三节 招聘管理工作

主要包括 5 个方面。

一、招聘网络的开发与维护

为保证人员的供给数量和质量，企业应选择适合自己需求的人员供给渠道并与之建立良好关系，从而形成自己的招聘基地。

二、相关文件和工具设计

招聘过程中需要许多辅助文件和工具，包括申请表、面试评分表、书面通知、登记表等，要做好这些工具的设计和开发，提高科学性、实用性、有效性。

三、笔试与面试题库建设

笔试和面试都需要大量的测试题目，其中应包含各种不同用途的题目，分别用以测试应聘者的文化水平、管理能力、专业知识、性格品质等。

四、对面试人员的培训

提前对面试人员进行培训，以便其了解有关岗位要求，准确把握评分标准，能够称职地完成任务。

五、人才库建设

建立自己的人才库，可以在招聘时更主动。

六、案例：思科公司招聘人才的新策略

1984 年的思科公司，标准硅谷模式的高科技公司。思科中国公司有员工 500 多人。招聘广告是“我们永远在雇人”。面对大量高技术人才缺乏的情况，思科有 40%的员工是猎头公司找来的，且职位是从上至下。

思科还有大概 10%的应聘者是通过员工互相介绍进来的，思科有一项特别的鼓励机制，鼓励员工介绍优秀人才加入，方式有点像航空公司累积旅程。思科规定：介绍一个人来面试就给你一个点数，每过一道面试关又有一个点数，如果员工最后被雇用，则有事成的奖金，这些点数最后累积折成海外旅游。

这是思科创造性的做法，让所有员工都是猎头代理，有合适的人一定要介绍到公司来。

思考题

1. 企业招聘人员的一般程序是什么？
2. 企业选拔人员的方法有哪些？怎样才能选拔出优秀的人才？
3. 怎样才能提高测试的信度和效度？

第六章 人员使用与调配（总 3 学时）

本章学习目标

1. 人员调配的原则和类型
2. 人员升降的功能
3. 人员流动的理论基础
4. 人员流动管理

第一节 人员使用的原则（0.5 学时）

人力资源管理的目的在于合理地使用人力资源，最大限度地提高人力资源的使用效益。

一、人适其事

将每个人安排到适合其能力和特长的岗位和具体工作。

二、事得其人

每项工作和每个岗位都找合适的人来承担。

三、人尽其才

充分调动员工的积极性，使企业获得员工最大的主观能动性和使用效益。

四、事竟其功

要使工作完成最好，或者在现有的条件下获得最好的效果。

第二节 人员调配的作用和意义（0.5 学时）

一、人员调配的含义

人员调配指经主管部门决定而改变人员的工作岗位职务、工作单位或隶属关系的人事变动。包括企业之间和企业内部的变动。

着重探讨在企业内部的不同单位之间，以及单位内部不同职位（岗位）或职务（如工种）之间的变更。这种变更具有两个特点：

- 第一，经过劳动人事部门认定并办理相应手续；
- 第二，较长时间的职位或职务改变。

二、人员调配的作用和意义

人员调配的目的和作用，从根本上来讲是促进人与事的配合及人与人的协调，充分开发人力资源，实现组织目标。

1. 人员调配是实现组织目标的保证

为了适应组织不断变化的外部环境、内部条件及组织目标和任务的变化，只有不断进行人员调配，才能适应这些变化，维持组织的正常运转和推动组织的发展壮大。

2. 人员调配是人尽其才的手段

人各有所长，也各有所短。只有放在合适的岗位上，才能充分发挥自己的潜能。人与事的最佳结合，不是一劳永逸的，而是动态的，需要及时进行相应的调整。

3. 人员调配是实施人力资源计划的重要途径

人力资源计划中所确立的人员培训和劳动力转移等方案，都要通过人员调配手段来实现。

4. 人员调配是激励员工的有效手段

人员调配包括职务的升降和平行调动。职务晋升和平行调动，都能对有关产生一种内在的激励、新鲜感和应付挑战的亢奋，有利于挖掘其潜在的潜能。

5. 人员调配是改善组织气氛的措施之一

对于风气不正的班组，可以通过人员调配，来改变不良风气。

第三节 人员调配的原则和类型（0.5 学时）

一、人员调配的原则

1. 因事设人
2. 用人所长
3. 协商一致
4. 照顾差异
 - (1) 性别差异
 - (2) 年龄差异
 - (3) 气质差异
 - (4) 能力差异
 - (5) 兴趣差异

二、人员调配的类型

1. 工作需要
2. 调整优化
3. 照顾困难
4. 落实政策

三、人员调配的程序

凡因个人原因要求组织调动的，一般按下列程序进行：

- (1) 本人提出申请，填写调动审批表；
- (2) 组织审核；
- (3) 调出调人单位双方洽商；
- (4) 调人单位发出干部调动通知；
- (5) 办理调动手续

第四节 人员职务升降（0.5 学时）

人员调配带来的职务变动，一般指平行调动，不涉及升迁。而人员职务的晋升和降低，则视为一种特殊的人员职务变动，即人员职位的垂直变动。

一、人员职务升降的意义

正确理解人员职务的升降，对推动我国人事制度的改革意义非同小可。

正常的职务升降具有以下功能：

1. 经常保持人事相宜
2. 激励人员进取
3. 使干部队伍充满活力
4. 突破“关系网”的重要措施

二、职务晋升的实施

发达国家的职务晋升制度与中国有诸多不同：他们主张用人与伦理脱离关系，更重视能力与绩效，其中美国和日本的晋升制度各有千秋。

1. 美国的“功绩晋升制”

强调“能力主义”，判断能力高低靠的是绩效。同时，晋升时强调机会均等、竞争择优，如有突出功绩，提倡破格提拔。

2. 日本的“年功序列制”

即随着年龄和工龄的增加，逐渐提高其企业中的职务。

借鉴发达国家的经验，我国在人员职务升降方面，应遵循以下原则：

1. 德才兼备原则
2. 机会均等原则
3. 民主监督原则
4. “阶梯晋升”与“破格提拔”相结合的原则
5. 有计划替补和晋升原则

三、我国人事任用方式

1. 选任制
2. 委任制
3. 聘任制
4. 考任制

第五节 人员流动的理论基础（0.5 学时）

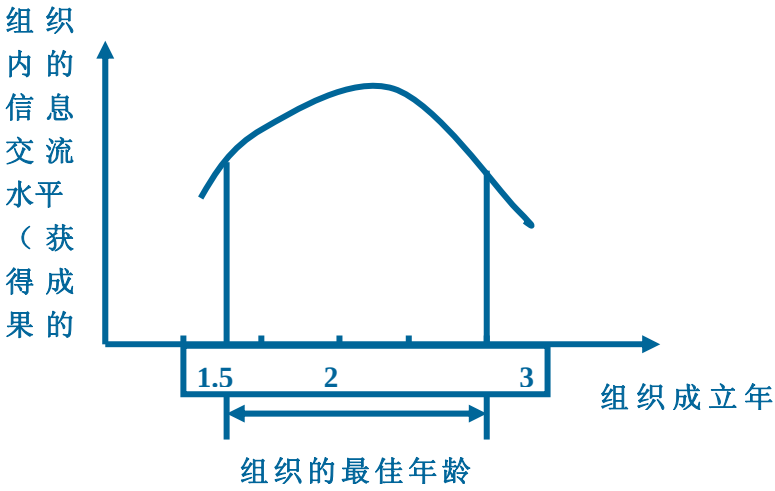
一、勒温的场论

美国心理学家勒温（K.Lewin）提出个人的绩效 B 是个人的能力条件 p 与所处环境 e 的函数：

$$B=f(p,e)$$

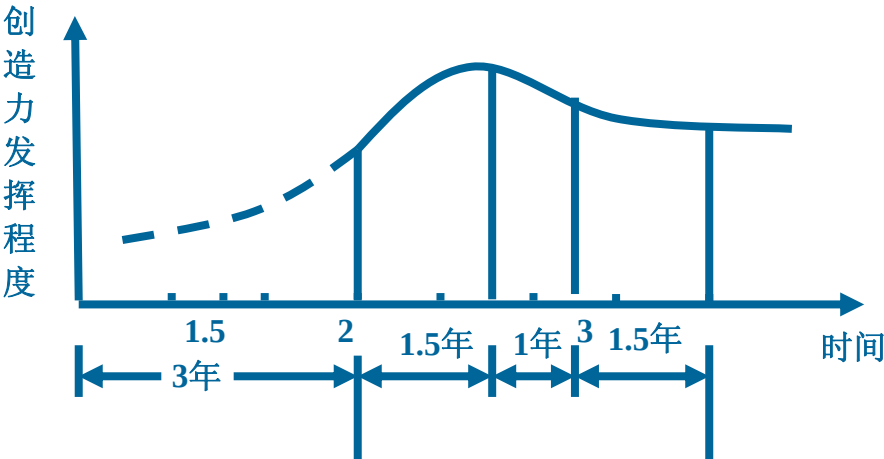
一般而言，个人对环境往往无能为力，一个人要想改善自己的绩效，就只有离开现在的环境，转到一个更适宜的环境去工作，这就是人员流动。

二、卡兹的组织寿命学说

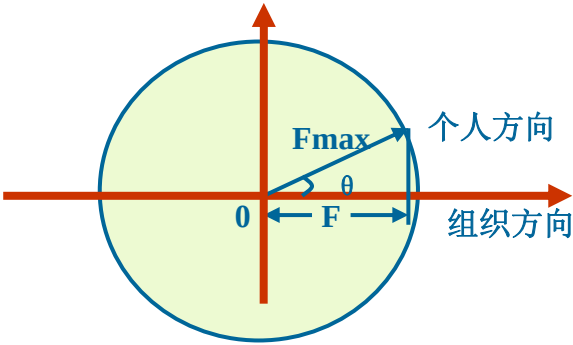


三、库克曲线

美国学者库克（Kuck）提出的，从如何更好地发挥人的创造力的角度，论证了人才流动的必要性。



四、中松义郎的目标一致理论



F: 一个人实际发挥出的能力；
Fmax: 一个人潜在的最大能力；
 θ 表示个人目标与组织目标之间的夹角。

第六节 人员流动管理（0.5 学时）

一、人员流动的类型

1. 按流动原因划分

- （1）由于人与事不相适应而引起的流动，如用非所学，用非所长；
- （2）由于人际关系失调而引起的流动，如领导专横跋扈、任人惟亲、拉帮结伙，或与同事关系紧张，难于合作；
- （3）由于生活或经济原因而引起的流动，如夫妻两地分居，子女上学过远，交通不便，工资待遇较差，父母无人照顾，水土不服等等。

第七节 人员流动管理

一、人员流动的类型

2. 按人员隶属关系变动与否划分

- （1）改变隶属关系的流动需办理调动手续；
- （2）不改变隶属关系的流动，多指各种形式的智力交流、第二职业，无需办理调动手续。

二、人员流动的类型

3. 按职位变动情况划分

- （1）职位业务性质和职级不变的流动属于职系内部的平调。
- （2）职位业务性质不变，职级变动的流动，属于职系内部的升调或降调。
- （3）职位业务性质改变，职等不变的流动，属于跨职系的平调。
- （4）职位业务性质改变，职等也改变的流动，属于跨职系的升调或降调。

三、人员流动的原则

- 1. 用人所长原则
- 2. 合理流向原则
- 3. 最佳社会综合效益原则
- 4. 自主原则

四、人员流动的形式

- 1. 招聘
- 2. 兼职
- 3. 借调
- 4. 承包、承租、领办
- 5. 咨询

五、建立和完善人员流动的内部机制和外部环境

思考题

1. 人员使用的原则是什么？
2. 人员职务升降在现代企业中有何意义？应该遵循哪些原则？
3. 如果企业出现了技术和销售人员纷纷跳槽的趋势，作为人力资源经理，你该如何应对？

第七章 人事风险（总 2 学时）

本章学习目标：

1. 人事风险的含义和特征
2. 人事风险的防范
3. 人事风险的主要表现和成因
4. 人事风险的防范对策

第一节 人事风险的含义和危害（0.5 学时）

一、人事风险的含义

人事风险是指组织内从业人员的行为指向偏离组织期望和目标或由于从业人员的行为违背客观规律、越轨等给组织造成的损失或损害。

1. 首先它是一种风险，具有破坏性；
2. 其次这种风险与人紧密相联，是人事领域中存在的风险。
3. 从风险类型看，人事风险属于人为的，内部的、主观的风险。

二、人事风险的危害

1. 非正常损耗有形资产
2. 信誉损害
3. 干扰和破坏总体战略
4. 降低配置效率

第二节 人事风险的主要表现（0.5 学时）

1. 针对企业违法犯罪行为
2. 官僚主义
3. 虚报浮夸、截留、扭曲信息
4. 部门利益至上的小团体主义
5. 争权夺利的内部争斗
6. 违反客观规律的冒险行为
7. 任人惟亲，拉帮结派，排斥异己，嫉贤妒能
8. 人事风险的多种表现形式

集体跳槽

泄露商业机密

人浮于事的风险——人闲事多、劣币逐良币

晋升员工的风险——人事不相宜

薪资管理的风险

绩效考核的风险

监守自盗的风险

并购人员去留的风险

解雇员工的风险

裁员的风险

案例：英国巴林银行倒闭

用人不当造成的人事风险，最典型的实例是巴林银行（Baring Brothers and Company）因一位交易员尼克·里森（Nicholas Leeson）越权乱搞而毁掉了二百多年历史的老店。

荷兰裔德国人彼得·巴林（Peter Baring）在 1762 年于英国伦敦成立巴林银行，因从事国际贸易融资而致富，其影响之大，在 1818 年让法国当年主政者希留（Due de Richelieu）首相说出：「欧洲有六大势力：英格兰、法国、普鲁士、奥地利、俄罗斯和巴林兄弟」。

但在 1995 年巴林银行突然倒闭，肇因于其设在新加坡分行的明星交易员尼克·里森进行未经授权的证券价格的套利交易---1 个月内进行了 270 亿美元金融衍生产品交易，大量购进了走势看涨的日经指数期货，然而一场阪神大地震使日经指数狂跌，从而导致亏空高达 14 亿美元的交易损失，落得巴林银行以 1 英镑卖给了 ING 荷兰国际集团。

第三节 人事风险形成的原因（0.5 学时）

一、人事风险特征

1. 人是人事风险的始作俑者
2. 人事风险有较大的隐蔽性和突发性
3. 人事风险的大小与当事人的职位正相关
4. 人事风险不可向企业外部转移

二、人事风险产生的条件

1. 内因

委托代理契约关系的形成，利益和目标函数的不一致，授权行为的发生一定潜伏着人事风险。

人事风险与经济人、社会人、自我实现的人、复杂人的假设

2. 外因：管理和制度上的漏洞。双重控制

（1）社会人文环境

（2）立法与执法

（3）企业的制度因素：

权力结构——职权界定不严格、边界不清楚、有模糊区域；

权力过于集中、突出表现在法人代表身上；

权力制衡不够（二套系统）；

权责不对等（有权无责）。

监控制约手段不足---信息不对称

第四节 规避和防范人事风险的对策（0.5 学时）

一、对策的约束条件

1. 成本
2. 尊重人的主观能动性和创造性，保护企业创新的原动力

3. 合规合法

第五节 规避和防范人事风险的对策

一、防范人事风险的对策

1. 正确认识人事风险，增强防范意识
2. 加强企业文化建设，营造防范风险的良好氛围
3. 完善法人治理结构
 - (1) 按照现代企业制度完善企业的内部结构和管理体制
 - (2) 严格界定权力边界
4. 强化企业内部的监督制度建设

二、防范人事风险的具体措施

1. 企业要守法
2. 组织诊断
3. 用人不疑，疑人不用
4. 员工提交工作报告
5. 建立代理人制度
6. 职务轮调
7. 建立有效沟通机制
8. 听其言，观其行
9. 寻找规避风险的工具

思考题

1. 人事风险有什么特征？
2. 人事风险为什么会存在，有哪些原因？
3. 人事风险与企业文化之间的关系是怎样的？

第八章 绩效考核管理（总 6 学时）

本章学习目标：

- 1. 绩效考核的意义
- 2. 绩效考核的难点
- 3. 绩效考核在人力资源管理中的应用
- 4. 选择和应用可行的绩效考核方法
- 5. 绩效考核中易出现的问题及防范方法

第一节 绩效考核的意义

一、绩效考核的由来

绩效考核（performance appraisal）是人力资源管理的核心职能之一。

绩效是人们所作的同组织目标相关的、可观测的、具有可评价要素的行为，这些行为对个人或组织效率具有积极或消极的作用。

中国古代《书·舜典》记录了对氏族中管理者进行考核的情况“三载考绩，三考黜陟幽明”，“黜退其幽者，升进其明者”。

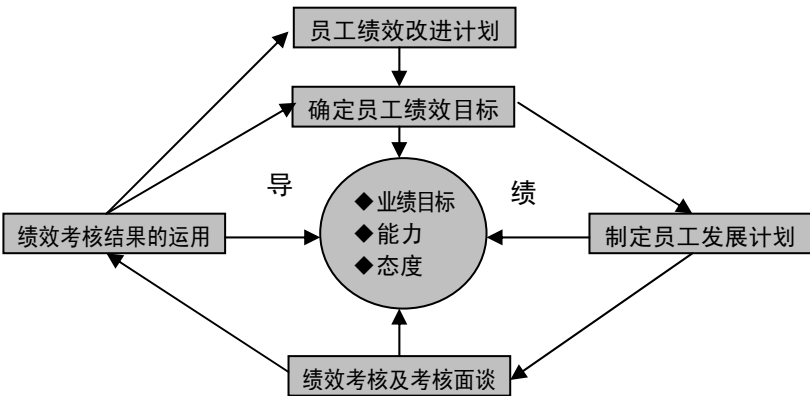
1. 绩效考核的定义：

绩效考核，就是收集、分析、评价和传递有关某一个人在其工作岗位上的工作行为表现和工作结果方面的信息情况的过程。

绩效可以在不同的层次上表现出来，如企业、部门或工作团队，本章将集中在个人层次的绩效考核，并适当介绍一些对子部门进行考核的进展。

二、绩效考核员工管理模型

如图所示：



三、绩效考核与人才测评的区别

绩效考核是企业内部管理活动，它是企业在执行经营战略、进行人力资源管理中要求日常进行的活动。它根据事实和职务要求，对员工的实际贡献进行评价，强调每个人、每个岗位的特许性。从执行结果来看，它包含对人的管理、监督、指导、教育、激励和帮助等功能。

人才测评是咨询诊断活动，是例外性工作，为企业选拔、评价和开发人才服务。它要求用标准

量表和统计分析方法对人本身的属性进行评价，强调人的共性。测评过程要求“中立”，不对测评对象的行为发生实质性的影响。

四、绩效考核的重要性

1. 绩效考核是人员任用的依据
2. 绩效考核是决定人员调配和职务升降的依据
3. 绩效考核是进行人员培训的依据
4. 绩效考核是确定劳动报酬的依据
5. 绩效考核是对员工进行激励的手段
6. 绩效考核是平等竞争的前提。

五、绩效考核的内容

我国企业经常用德、能、勤、绩四个方面进行工作业绩的考核。

第二节 绩效考核结果的应用

绩效考核的结果，可以应用于多个方面。既可以供管理人员为人力资源管理的决策提供信息，也可以帮助人力资源开发找到恰当的方法，还可以用于员工个人业绩的改进，为职业生涯发展方面提供借鉴。

应用范围包括管理应用和开发应用。

管理应用，指将绩效考核的结果应用于人力资源管理中计划、招聘、薪酬、晋升、调配、辞退等各项具体的人力资源决策中。

开发应用，指绩效考核可以提供员工优劣势的学习，帮助员工识别如何在现有的岗位上提高其工作业绩，如何加强员工的学习和开发，以及为员工的职业生涯设计提供建议。

一、业绩提高

一个设计很合理的系统，能够有助于实现组织的目标和提高企业和员工业绩。

二、人力资源计划

一个设计完善的评价系统会有助于对工作申请者业绩的预测。

三、招聘和选择

有助于对工作申请者业绩的预测，为描述面试者的反应提供基础标准。

四、人力资源开发

通过识别那些对业绩有不利影响的缺陷，人力资源和直线管理人员有能力制定出人力资源发展方案已允许个人发挥他们的优点并使其缺点最小化。

五、职业计划和发展

绩效考核数据在评价一个员工的优缺点及确定其潜能时都十分重要，经理可以利用这些信息来评价下级，并帮助他们发展和执行他们的职业计划。

六、内部员工关系

绩效考核数据也常用于内部员工关系等几个领域的决策，如提升、降级、撤职、解雇和调动等方面的决策。

七、员工潜能的评价

为了行为最好的预测是根据过去发生过的行为。

第三节 绩效考核的方法（1.5 学时）

绩效考核的核心，是搜集与与每一个员工的工作状态、工作行为、工作结果有关的信息，并将其转化为对员工工作的评价，据此为与员工管理或开发有关的活动提供信息支持。

因此，绩效考核的方法，也就成为绩效考核的核心内容所在。

一、民意测验法

适用于进行群众工作的干部，比如企业中的工会主席、工会干部、人力资源部门负责人负责员工福利与劳动保护的干部等。

二、共同确定法

在像评定职称这类很难用量化指标或行为因素来进行的考核中，这不失为一种可行的方法。

三、配比比较法

将被考核者进行两两逐对比较，比较中认为绩效更好的得 1 分，绩效不如比较对象的得 0 分。

四、等差图表法

等差图表法在实际操作中主要考核两个因素：一是考核项目，二是评定分等。

五、要素评定法（点因素法）

实际上是在等差图表法的基础上，经过两点改动而形成的。

六、欧德伟法

它的基本方法是由主管人员将每一个下属员工在工作活动中所表现出来的非同寻常的好行为或非同寻常的不良行为或事故记录下来，然后在某一固定的时间内，根据所记录的特殊事件来决定下属的工作绩效。

七、情境模拟法

美国心理学家茨霍恩等首先提出的。

通过计算机仿真、模拟现场等技术手段进行模拟现场考核，或者通过代理职务进行真实现场考核。比较适合关键岗位、特殊岗位的员工。

八、关联矩阵法

一般分为三个步骤

1. 确定指标体系和权重体系

2. 单项评价

(1) 专家评定法

由 7-11 人组成的专家委员会按照考核指标体系和权重体系对被考核者进行全面的考核，然后计分。

(2) 德尔菲咨询法

利用专家们的知识和经验，通过保密的、背对背的方式进行循环打分，确定考核结果。

综合评价

根据各人在各单项的得分，按照权重体系计算出每个人的综合得分。

九、强制选择法

要求考核者从许多陈述中选择与被考核者的特征最相近的陈述。

第四节 对于部门的考核（0.5 学时）

对于部门的考核与对员工的考核紧密相关，使得对部门的考核也非常需要。

第一，每个员工都是在一个部门或团队中工作的。

第二，事实上，部门领导或基层管理者的考核，从结果的方面看，就是该部门的业绩；当然，从特征、行为的角度，还有其他一些因素。

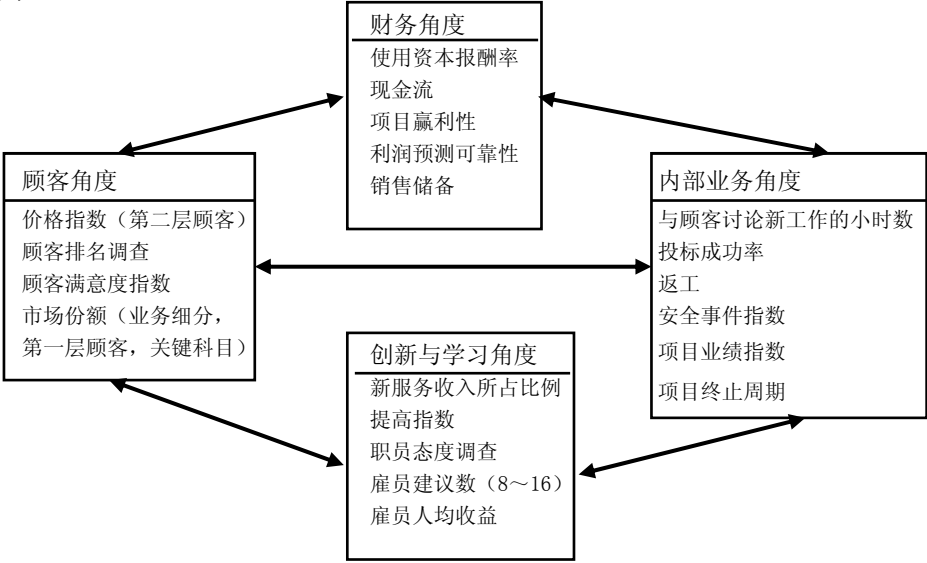
平衡积分卡

平衡计分卡（the Balanced Scorecard, BSC）是从上世纪九十年代兴起的一种战略绩效管理方法，由美国哈佛商学院教授 Robert S. Kaplan 和全球复兴战略集团总裁 David P. Norton 提出。它将企业的成功关键因素、绩效指标/企业目标同企业长期的愿景关联起来，提供了一个综合性的绩效管理框架。

平衡计分卡不仅仅是一种业绩计量和评价工具，它还是一个以战略绩效为导向的管理系统，是企业战略管理体系的组成部分。

平衡计分卡，在绩效测评的构成上，围绕着企业经营战略，分为四个不同的层面。除了传统的财务指标之外，增加了对顾客、内部过程、学习和成长三个层面的业绩评价。这种绩效测评的架构，确保了以企业战略为中心的绩效部署，同时也为组织最终目标的达成，提供了一种管理驱动的路径。

如图所示：



第五节 绩效考核体系的设计（1.5 学时）

一、绩效考核的过程

- 1. 建立共识
- 2. 成立考核评审委员会
- 3. 确定考核指标体系
- 4. 实施考核
- 5. 公布考核结果，兑现奖惩，并处理投诉或抱怨
- 6. 面谈和跟踪改进

二、绩效考核的内容和方法

西方学者们从理论上将这些考核方法分成三种类型：

- 1. 基于员工特征的方法
- 2. 基于员工行为的方法
- 3. 基于员工工作结果的方法

员工特征是员工行为的原因，员工的行为可以帮助我们了解员工是否在努力完成工作任务，员工工作的结果则可被用来证实员工的行为和组织目标之间的联系。

三类绩效考核方法的优缺点比较：

基于特征的方法	基于行为的方法	基于结果的方法
工作知识 力气 眼与手协调能力证书 商业知识 成就欲 社会需要 可靠性 忠诚 诚实 创造性 领导能力	完成任务 服从指令 报告难度 维护设备 维护记录 遵守规则 按时出勤 提交建议 不吸烟 不吸毒	销售额 生产水平 生产质量 浪费 事故 设备修理 服务的客户数量 客户的满意程度

三、绩效考核结果的控制

四、绩效考核的执行者

- 1. 绩效考核执行者选择的考虑因素
上级、员工本人、下属、同事、专门的委员会等。
- 2. 360° 考核

就是在组织结构图上，位于每一个员工上、下、左右的公司内部其他员工（也就是上级、下级及同事）、被考核的员工本人以及顾客，一起来考核这个员工的绩效。

从全球的范围来看，《财富》杂志评出的前 1000 家大企业中，有 90% 以上的企业应用了 360°

考核的部分或全部内容。

对 360° 考核的一些建议：

(1) 如果不是十分必要，不将 360° 考核用在决策上，而只用在开发上，并将这一点情况告诉雇员。

(2) 确保保密性

(3) 使考核者以相同的理解来对待每一个评估项目。

(4) 避免相互帮忙或有意报复

(5) 运用统计手段，给来自不同方面的考核分数分配权重，进行恰当的计算。

(6) 注意明显的误差，并加以消除。

(7) 帮助雇员解释这些评价并作出行动计划。

(8) 个人导师处理其中的不准确信息。

(9) 不要让所有考核者都考核所有方面。

(10) 有规律地执行 360° 考核

五、考核期限

定期考核和平时考核都很重要。

六、考核面谈、反馈与改进

1. 绩效面谈、反馈与改进的理论基础——反馈干涉理论

反馈干涉理论认为，在满足以下五个基本假设的条件下，绩效考核面谈能够有效地提高员工的绩效：

(1) 员工的行为调整，决定于反馈结果与一个目标或标准的比较；

(2) 目标或标准是分层次的；

(3) 员工的注意力是有限的，所以只有那些反馈与标准的差距才会引起他们的注意并调整其行为。

(4) 注意力通常被导向层析的趋中层次；

(5) 反馈干涉改变了注意力的所在，从而影响行为。

2. 绩效考核面谈的原则

(1) 讨论员工的业绩；

(2) 帮助员工确定目标；

(3) 提出完成目标的建议；

(4) 对事不对人；

(5) 尽快安排面谈时间

3. 准备工作绩效考核面谈

4. 进行绩效考核面谈

(1) 谈话要直接而具体。

(2) 不要直接指责员工。

(3) 鼓励员工多说话。

(4) 不要绕弯子。

第六节 绩效考核中的问题（0.5 学时）

- 一、指标体系难于建立
- 二、信息不对称带来的误差
- 三、组织文化带来的误差
- 四、绩效考核标准不明确
- 五、晕轮效应，也叫“哈罗效应”
- 六、偏松或偏紧倾向
- 七、居中趋势
- 八、近因效应
- 九、偏见效应
- 十、如何避免可能出现的问题

（1）进行工作分析，以确定哪些绩效要素是成功地完成工作所必须的，图形表示即为：

工作分析——绩效标准——绩效考核

（2）将这些绩效要素合成为评价工具。

（3）确保向所有的评价者和被评价者都提供没有法律漏洞的工作绩效标准。

（4）使用明确地加以界定了的工作绩效要素（如数量、质量等）。

（5）在使用行为尺度评价法时，避免使用抽象的要素名称（比如“忠诚”、“诚实性”等），除非它们能够用可观察的行为来证实。

（6）使用较为客观的主管人员进行工作绩效考核（比如通过试验来选择）是使评价过程合法化的一个重要组成部分。

（7）训练主管人员正确地使用工作绩效考核工具。

（8）使评价人与被评价员工能够有频繁的日常接触。

（9）一旦有可能，尽量使用一个以上的评价者各自独立完成同样的工效评价。

（10）建立正式的申诉渠道和上级人事部门对绩效考核结果审查的制度。

（11）如果发生了解雇时间，制作与被解雇员工有关的书面工作绩效考核，以对解雇的原因做出解释。

（12）在适当的时候，对工作绩效较差的员工提供正确的指导。

思考题

1. 绩效考核在组织中有哪些作用？
2. 分别侧重于员工特征、行为和结果的考核方法各有哪些优、缺点？
3. 平衡计分法如何将个人的绩效和组织的战略联系起来的？
4. 绩效考核中可能出现哪些问题？

第九章 薪酬管理（总 8 学时）

本章学习目标：

1. 薪酬的基本概念
2. 奖励和惩罚的综合运用
3. 薪酬策略的制定
4. 现代薪酬管理思想
5. 中国企业薪酬管理现状与对策

第一节 报酬的含义和内容（0.5 学时）

一、报酬的含义

报酬（rewards）是一个广泛的概念，指的是作为个人劳动的回报而得到的各种类型的酬劳。

二、报酬的内容

报酬分为内在（intrinsic）酬劳和外在（extrinsic）报酬两大部分。

外在酬劳依据其性质又分为直接、间接和非财务性等三类

1. 内在的报酬是指工作者由工作本身所获得的满足感而言的，包括：
 - （1）参与决策权；
 - （2）自由分配工作时间及方式；
 - （3）较多的职权；
 - （4）较有趣的工作；
 - （5）个人成长的机会；
 - （6）活动的多元化。

第二节 薪酬的含义和内容（0.5 学时）

一、薪酬的含义

薪酬（compensation）是企业因使用员工的劳动而付给员工的钱或实物。凡是具有下列两大要素的报酬都属于薪酬的范围：

- （1）基于对组织或团队的贡献；
- （2）这种报酬被认为是具有效用的。

二、薪酬的内容

薪酬分为直接薪酬和间接薪酬，直接薪酬包括基本工资、奖金、津贴补贴和股权，间接薪酬即福利。

1. 工资：根据劳动者所提供的劳动数量和质量，按照事先规定的标准付给劳动者的劳动报酬，也就是劳动的价格。

Salary（白领工资）：从事管理工作和负责经营等的人员按年或按月领取的固定薪金。

Wages（蓝领工资）：从事生产操作的人员按件、小时、日、周或月领取的固定薪金。

总体的工资可以作如下分类：

- (1) 基本工资
- (2) 激励工资
- (3) 成就工资 (merit pay)
2. 奖金
3. 津贴与补贴
4. 股权
5. 福利 (benefits)

第三节 工资制度

主要有如下几类工资制度

一、技术等级工资制

是根据劳动的复杂程度、繁复程度、精确程度和工作责任大小等因素划分技术等级，按等级规定工资标准的一种制度。

其特点是：主要以劳动质量来区分劳动差别，进而依此规定工资差别。

这种工资制度适用于技术比较复杂的工种，诸如机械行业的车、钳、铆、锻、焊、插、铣、刨、磨、钻，以及模型、机修、保全等工种。

1. 技术等级工资制由工资等级表、技术等级标准和工资标准三方面组成。

(1) 工资等级表。是确定各级工人的工资标准和工人之间工资比例关系一览表。

(2) 技术等级标准。就是不同工种、不同级别应该达到的技术水平和劳动技能的标准：

(3) 工资标准。又称工资率，指对不同等级职工实际支付的工资总额。标准工资与工资标准不同，二者关系可用下式表达： $\text{标准工资} = \text{月工资标准} - \text{缺勤天数} \times \text{日工资标准}$ 。

二、职务等级工资

是政府机关、企事业单位的行政人员和技术人员所实行的按职务等级规定工资的制度。

职务等级工资制由职务名称表、职务工资标准表、业务标准、职务条件等构成。

三、结构工资制

也被称为分解工资、组合工资或多元化工资。它根据决定工资的不同因素和工资的不同作用，而将工资划分为几个部分，通过对各部分工资数额的合理确定，构成劳动者的全部报酬。

1. 结构工资的四个组成部分：

- (1) 基础工资
- (2) 职务（岗位、技术）工资
- (3) 年功工资
- (4) 浮动工资（奖励工资）

2. 结构工资的优点

结构工资制是一种比较优秀的工资制度，考虑因素较全面，主要有几个优点：

- (1) 较好地体现了工资的几种不同功能。
- (2) 有利于实行工资的分级管理
- (3) 能够适应各行各业的特点。

四、岗位技能工资制

就是按照工人的实际操作岗位及技术水平来规定工资标准。将职工工资分解为技能工资和岗位工资，分别依据劳动技能水平和岗位要求确定工资率的工资制度。

1. 岗位工资（对某些员工来说是职务工资）：

通过岗位评价（或称职位评价）的方法，根据各岗位的责任轻重、劳动强度大小及劳动条件好坏三项内容的总积分，将各岗位划分为几个不同档次，并确定相应的工资标准。

2. 技能工资

是根据员工的劳动技能水平确定的，反映了员工的潜在劳动形态，一般分为技术工人、非技术工人、管理与专业技术人员三类。技能工资是根据岗位（职务）对员工的技术要求以及员工的实际劳动技能确定的。它与员工实际所在岗位（或职务）有时并不一致。

五、提成工资制

企业实际销售收入减去成本开支和赢缴纳的各种税费以后，剩余部分在企业 and 员工之间按不同比例分成。

实行此制度的三要素是：

- （1）确定适当的提成指标；
- （2）确定恰当的提成方式；
- （3）确定合理的提成比例。

六、谈判工资制

是一种灵活反映企业经营状况和劳务市场供求状况并对员工的工资收入实行保密的一种工资制度。

第四节 工资给付方式

工资给付方式也称为工资形式，我国现行的工资形式，主要有两种：一是计时工资，二是计件工资，还有一种是作为补充形式的奖金和津贴。

1. 计时工资制

（1）小时工资制

小时工资标准 = 月工资标准 ÷ 月法定工作小时数

（2）日工资制

日工资标准 = 月工资标准 ÷ 月计算日数

（3）月工资制

即根据规定的月工资标准来计算工资。

2. 计件工资制

是指依据工人生产合格产品的数量或完成的工作量，以劳动定额为标准，预先规定计件单价来计算劳动报酬的一种形式。

- （1）直接无限计件工资制
- （2）直接有限计件工资制
- （3）累进计件工资制
- （4）超额计件工资制
- （5）按质分等计件工资制

2. 计件工资制

- (6) 包工工资制
- (7) 提成工资制
- (8) 间接计件工资制
- (9) 最终产品计件工资制

3. 奖金和津贴

一种辅助的工资形式。

奖金应该是对劳动者提供的超额劳动的报酬，必须从企业的超额利润中提取。

津贴是对劳动者提供特殊劳动所作的额外劳动消耗的一种补偿。

主要的津贴形式：

- (1) 地区津贴
- (2) 野外作业津贴
- (3) 井下津贴
- (4) 夜班津贴
- (5) 流动施工津贴
- (6) 冬季取暖津贴
- (7) 高温津贴
- (8) 职务津贴
- (9) 放射性或有毒气体津贴

第五节 工资关系（0.5 学时）

工资关系是指部门之间、地区之间、以及各类人员之间的工资差别及其内在联系。

- 1. 国家工作人员和企业职工的工资关系
- 2. 国家工作人员内部各类人员的工资关系
- 3. 不同地区之间劳动者的工资关系
- 4. 各部门、各行业间职工工资关系
- 5. 不同所有制企业职工工资关系

第六节 福利

福利是指组织为员工提供的除工资与奖金之外的一切物质待遇。职工福利的内容可以分为两大部分：法定福利和企业福利。

1. 福利的重要性

- (1) 吸引优秀员工
- (2) 提高员工的士气
- (3) 降低员工流动率
- (4) 激励员工
- (5) 凝聚员工
- (6) 提高企业经济效益

2. 影响福利的因素

- (1) 高层管理者的经营理念。
- (2) 政府的政策法规。

- (3) 工资的控制。
- (4) 医疗费力的急剧增加。
- (5) 竞争性。
- (6) 工会的压力

一、福利的类型

1. 公共福利

- (1) 医疗保险
- (2) 失业保险
- (3) 养老保险
- (4) 伤残保险

2. 个别福利

- (1) 养老金
- (2) 储蓄
- (3) 辞退金
- (4) 住房津贴
- (5) 交通费
- (6) 工作午餐
- (7) 海外津贴
- (8) 人寿保险

二、福利的管理

- 1. 福利的目标
- 2. 福利的成本核算
- 3. 福利沟通
- 4. 福利的调整
- 5. 福利的实施

第七节 奖励和惩罚

一、奖励和惩罚的种类

1. 按使用范围划分

- (1) 国家规定的一般奖励和惩罚。
- (2) 事业或企业单位内部特殊的奖励和惩罚。

2. 按奖励和惩罚的手段划分

- (1) 物质手段
- (2) 精神手段

二、奖励的技巧

- 1. 对于不同的职工应采用不同的奖励手段
- 2. 注意奖励的综合评价
- 3. 适当拉开实际效价的档次，控制奖励的效价差

4. 奖励措施的个性化
5. 适当控制期望概率
6. 注意期望心理的疏导
7. 注意公平的心理疏导
8. 恰当地树立奖励目标
9. 注意掌握奖励时机和奖励频率

三、惩罚的技巧

1. 惩罚标准
2. 惩罚种类
3. 惩罚技巧

四、奖惩的综合运用

1. 奖励和惩罚不是目的
2. 必须从组织目标出发进行奖惩
3. 应坚持以奖励为主，以惩罚为辅
4. 科学的考核是奖惩的主要依据
5. 注意奖惩适度
6. 做到奖惩及时
7. 应注意非正式组织的作用
8. 认真疏导挫折心理
9. 思想工作应该贯穿奖励和惩罚的始终

第八节 薪酬管理的影响因素（0.5 学时）

一、薪酬管理的主要影响因素

可以归纳为三类：

1. 外在环境因素：（external environment factors）
政府法令、经济、工会、社会、劳动力市场、团体协商、生活水平等
2. 组织内在因素：（organization environment factors）
包括财务能力、预算控制、薪酬政策、企业规模、比较工作价值、竞争力，公平因素。
3. 个人因素：（individual factors）

二、影响工资制度和工资水平的因素

1. 职位的相对价值
2. 任职者的技术水平
3. 市场价格
4. 企业效益和支付能力
5. 部门绩效
6. 劳资协商谈判结果
7. 法律的规定

第九节 薪酬管理策略（0.5 学时）

薪酬管理策略大体包括：雇佣工资、调薪金额、调薪时间与临时工作津贴等项目

一、薪酬管理的目的

1. 吸引和留住组织需要的员工；
2. 鼓励员工积极提高工作所需要的技能和能力
3. 鼓励员工高效率地工作
4. 创造组织所希望的文化氛围
5. 控制运用成本

二、合适的薪酬策略特征

1. 独特性
2. 程序性
3. 弹性
4. 公布周知

三、薪酬策略的内容

包括工资计划、工资额度管理、工资制度管理等。

薪酬策略应考虑的主要因素：

1. 竞争地位
2. 工资水平
3. 工资决定

正式的薪酬策略，表达出各类职位的薪酬的决定方式。是否基于对其它企业相应职位的薪酬调查？薪水决定是否来自于职位评价？

4. 工资调升
员工调整薪水的基准。
5. 起薪
6. 薪资变动
7. 特别事项
8. 组合方案薪资策略

第十节 现代薪酬管理思想（0.5 学时）

薪酬管理思想包括以下内容：

1. 最根本的目的是对劳动生产率的管理
2. 金钱的作用是有限的
3. 不要忽视员工自我激励的能动性
4. 与绩效考核相联系
5. 薪酬结构应随行业、企业而变

薪酬结构主要指工资、奖金、津贴、股权、福利之间的比例关系，以及固定工资与活动工资之间的比例关系。

一般而言，工资仍是薪酬的主体部分，奖金和津贴应该少而精。

6. 薪酬管理与企业文化、企业形象建设相得益彰
7. 对于知识型员工的管理，应以工作而非级别为基础
8. 竞争使薪酬管理充满活力

薪酬管理的本质是提高劳动生产力，而公平竞争是提高劳动生产力的杠杆，应充分表现出“奖勤罚懒、奖优罚劣”的明显功能。

第十一节 中国企业薪酬管理存在的问题与对策

一、中国企业薪酬管理存在的主要问题。

1. 政企不分，政府对企业的薪酬管理干涉过多。
2. 平均主义严重。
3. 薪酬水平偏低，缺乏市场竞争力，尤其是主义经营管理人员和技术骨干的薪酬水平，与市场脱节，造成积极性不高，人才流失严重。
4. 现行的岗位技能工资以技能为主，年资过大，不利于调动青年员工的积极性。
5. 企业职位评价工作薄弱，缺乏科学管理的基础。因此，薪酬制度陈旧、不健全。
6. 奖金和补贴种类繁多，发放中的平均主义和随意性大。
7. 绩效考核不科学、欠公平。
8. 由于制度不健全、资金不到位，社会保障机制迟迟建立不起来，致使“员工能进能出”的机制大打折扣，下岗工人的安排也成为一大社会问题。
9. 落后的观念严重妨碍了企业内部新的薪酬制度和动力机制的建立。

二、案例

某市探索股权设置模式推进企业改革

某市在改革中薪酬制度变革的具体做法：

按“岗”认股

由经营管理层占大股或控股，其中主要经营者股权比例不低于 25%，可在先缴 50%的基础上分 3 年付清。

按“技”论股

“技术股”的占股比例最高可达 35%。目前该市已有 20 余家企业 70 余名科技人员享有“技术股”，总额达 2400 余万元。

按“知”配股

对大学本科或中级职称以上的管理技术人员，可凭学历拿出高于普通职工 1-3 倍的资金参与入股，企业配出相同金额的“知识股”，目前已有长江、华夏等 8 家骨干企业实施。

按“龄”计股

在绩优企业的一线职工中设置“工龄股”，连续工作 5 年以上职工可按工龄享有上浮 5%—15% 的认股权。

按“绩”奖股

对业绩突出的经营者可奖励 15% 以下的“期股”，目前该市已有 10 家企业实行奖股，最高一户达 300 余万元。

思考题

1. 一个合理的薪酬结构有哪些特征？试举例说明。
2. 计件工资有何优缺点？如何完善计件工资？
3. 举例说明如何正确进行奖励和惩罚？
4. 报酬和薪酬在含义上有什么区别？薪酬包括哪几部分？
5. 如何正确地选择薪酬策略？

第十章 人员培训（总 6 学时）

本章学习目标：

1. 培训与人力资源开发的关系
2. 培育的重要性
3. 对不同培训对象的培训内容重点及培训形式
4. 企业培训组织工作的主要内容
5. 培训方案的意义
6. 组织学习与学习型组织的含义

第一节 培训是人力资源开发的主要手段

一、人力资源开发与培训

人力资源开发就是企业通过培训及其他工作改进员工能力水平和企业业绩的一种有计划的、连续性的工作。

培训并不等同于人力资源开发：

1. 培训的目的是使对象获得目前工作所需的能力和知识；
2. 培训是人力资源开发的主要手段，但不是惟一手段。

二、培训的作用

培训的重要性主要表现在以下几方面：

1. 培训是调整人与事之间的矛盾，实现人事和谐的重要手段

人与事的不协调是绝对的，这是事业发展的必然结果；要解决这一矛盾，一要靠人员流动，二要靠人员培训。

人员流动是用“因事选人”的方法实现人事和谐，而人员培训则是“使人适事”的方法实现人事和谐；

2. 培训是快出人才、多出人才、出好人才的重要途径

所谓人才，是指在一定社会条件下，具备一定的知识技能，并能以其劳动对社会发展作出较多贡献的人。

我国教育经费有限，办学能力远远满足不了社会需要，各种培训是培养企业专门人才的重要途径。

3. 培训是调动员工积极性的有效方法

培训不仅有利于提高员工的素质和能力，也改善了工作动机和工作态度。

4. 培训是建立优秀组织文化的有力杠杆

企业文化建设不是孤立的，特别是离不开人力资源管理活动，培训是建设企业文化的重要环节。

5. 培训是企业竞争优势的重要来源

有利于企业掌握新技术，提高人员素质，增强竞争力

第二节 培训的原则和形式

不同企业的培训制度各有特色，但人员培训的原则和形式上有许多共同点，这是带有普遍意义的。

一、人员培训的原则

1. 理论联系实际，学用一致的原则

为使培训与使用一致，应注意以下二点：

（1）要全面规划；

（2）要学用一致。

2. 知识技能培训与组织文化培训兼顾的原则

培训内容应该与岗位职责相衔接。

3. 全员培训和重点提高相结合的原则

4. 严格考核和择优奖励原则

二、培训形式分类

1. 从培训与工作的关系来划分，有在职培训、脱产培训和半脱产培训

在职培训：针对性强，易发生不必要成本；

脱产培训：可集中学习，往往针对性差；

半脱产学习：介入上述两者之间

2. 从培训目的来划分，有文化补习、学历教育、岗位职务培训等。

（1）改变态度：认知，情感，行为：积极的与消极的。

（2）获取知识：基础性知识（数理化、语文、外语）；专业知识（有关企业生产经营各类职能的理论与技术）；背景性的文化知识（涵盖科技、人文、社会科学的内容）

（3）提高技能：管理人员近 80%时间与人打交道，须培训其人际能力（沟通能力、协调能力、冲突处理能力等）；管理者的能力的核心是解决问题的能力（7 个环节：发现问题，分清主次，诊断原因，拟定对策，比较对策，作出决策，贯彻执行）。

第二节 培训的原则和形式

从培训的层次上划分，有高级、中级和初级培训

高级：培训的作用更多是创造情境、激发潜能、理论提高等

中级：如管理技巧等

低级：知识性的学习

第三节 员工培训

培训对象不同，培训的特点也不同。企业中的人员总体上可分为普通员工和管理人员两大类，普通员工又可分为新员工培训和在职员工培训。

一、新员工培训

新员工培训通常也称为职前教育、导向教育等。

1. 新员工培训的目的

(1) 互相了解

首先让他们了解企业，其次是管理者和新员工之间的相互了解。

(2) 打消疑虑

新员工是怀着各种各样的想法进入企业的，不免有对新环境的不安和疑虑，他们迫切需要尽快知道答案。良好的培训和接待将能够有助于他们打消疑虑，尽快全力以赴地投入工作。

(3) 适应工作

让新员工了解自己即将从事的工作的基本内容和程序，知道自己应该如何工作，如何尽快进入角色。

(4) 培养归属感

归属感是培养出来的。归属感就是让员工从思想、感情和心理上产生认同、依附、参与和投入。

2. 新员工培训的主要内容

(1) 企业文化培训

(2) 规章制度培训

(3) 业务培训

(4) 熟悉环境

3. 新员工培训的一般程序

(1) 概况介绍

(2) 参观

(3) 企业层次的培训

(4) 部门层次的培训

(5) 有关领导与新员工单独面谈

二、在职员工的培训

在职员工的培训是企业培训体系的主体，应贯穿于员工的整个发展过程。通常有六个方面。

1. 不脱产的一般文化教育

夜校、业余自修学校或通过电视大学、函授大学、走读大学、夜大学等“五大”形式

2. 岗位培训

师傅带徒弟、企业自己集中办班、委托专业的职工培训中心、培训机构协助进行等。

3. 专题培训（正虹的农业产业化战略选择）

4. 转岗培训

5. 个人自选培训

6. 脱产进修

第四节 管理人员的开发

管理人员在组织中的地位举足轻重，管理人员开发的重要性，无论如何强调都不过分。

一、管理人员开发的重要性

管理人员开发的误区：

1. 迷信个人经验，不把管理当科学。

2. 不了解管理者和被管理者在素质和能力结构上要求差别很大。

二、管理人员开发计划

主要有因素：

1. 管理人员应具备的素质和能力

(1) 知识

一名管理人员必须知道如何处理问题和履行职责，必须熟悉所管理的业务领域如生产、销售、财务、会计、技术等。还必须有关于经验环境的知识，如社会、文化、政治、伦理等。

(2) 技能

管理者必须具有解决问题和决策的技能，要能够处理各种突发事件，能与各种不同的人沟通，能抓住问题的本质和要害，能运筹帷幄、当机立断等，要求具有良好的沟通能力、书面表达能力、创造能力、敏感性以及综合运用各种方法的技能。

(3) 态度

管理者如何看待自己的职务？如何看待上级与下级？如何看待与他人的关系？如何看待挑战、变化和责任？这些都需要管理者有正确的态度。

(4) 行为方式

管理者的衣着、仪表、风度、工作作风等，都要符合管理职位的要求。

2. 管理人员实际具备的素质和能力

3. 管理人员实际素质与管理职位要求的差距

从培养目标和现有水平找差距。

三、管理人员开发类型

1. 在职开发

在工作中进行

2. 替补训练

把一些较为出色的管理作人员指定为填补训练者，除原有责任外，要求他们熟悉本部门的上级职责。一旦上级离任，替补训练者就可以按预先准备接替其工作。

3. 短期学习

4. 轮流任职计划

5. 基层主管开发计划

(1) 班组长开发计划

(2) 改善上下级关系计划

(3) 提高素质的阅读计划

6. 决策训练

7. 决策竞赛

8. 角色扮演

9. 敏感性训练

10. 跨文化管理训练

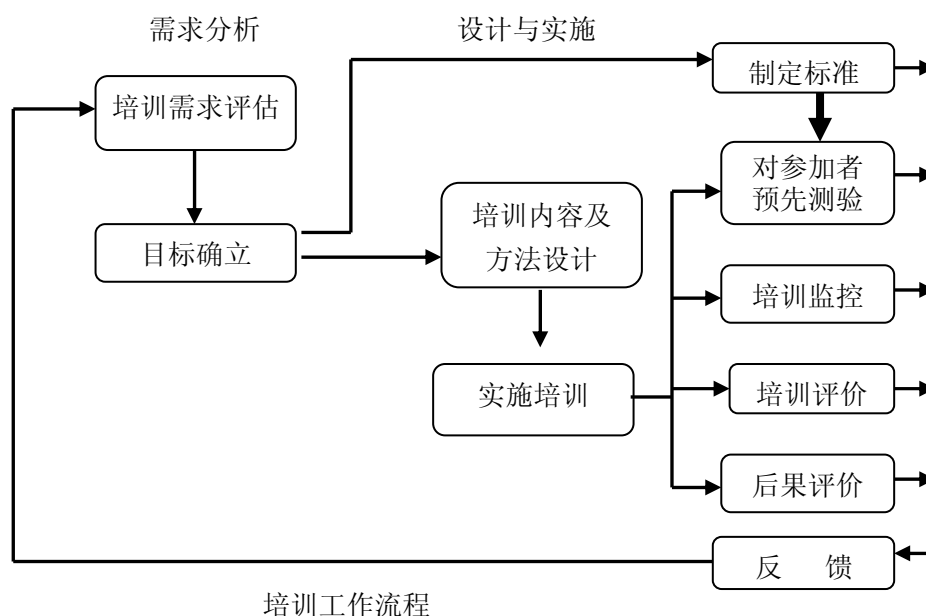
第五节 培训的组织管理

由于培训工作涉及面广、内容复杂，而且各有关领导部门、领导者对培训工作的重视程度参差不齐，培训工作很不平衡。因此，必须加强对培训工作的管理。

一、培训工作流程

如图所示：

1. 培训需求分析
2. 培训设计和实施
3. 培训评估



二、培训的基本程序

1. 分析培训需求

分析的层次：企业、部门（工作岗位）、个人

分析的核心：差异分析

分析的方法：面谈法、观察法、问卷法、考评法、自我分析法

2. 组织培训对象

全员性

层次性

3. 制定培训目标

明确、具体、适度、实用

设计培训内容

员工培训的基本内容：态度培训、知识培训、技能培训、潜能培训

5. 确定培训方式

送出去、请进来、在职、脱产

6. 选择培训师资

卓越型培训师、专业型培训师、技巧型培训师、讲师型培训师

7. 实施培训控制

8. 搞好培训评估

考核法：考试、调查法：问卷法、座谈法、观察法、指标法：指标分析

三、企业培训工作的管理

1. 确立培训在企业中的重要地位

企业主要负责人要深刻认识培训工作的深远意义，没有长远眼光，就做不好培训工作，更做不好人力资源管理工作。

2. 制定培训计划

培训是一项经常性、长期的、战略性的工作，不是一时的权宜之计，因此必须从本企业实际出发全面规划，统筹安排。

3. 建立健全培训组织

企业应该有专门负责培训部门或人员。

4. 严格培训考核

既包括对培训者的考核，也包括对受训者的考核。培训考核的结果可作为员工转正、定级、使用、职称评定、报酬等的依据。

5. 保证培训投入

要保证一定的物质条件，如场地、设备、经费等。

第六节 组织学习与学习型组织

一、组织学习的含义

组织学习研究方面有四种理论基础，即组织行为学、运作管理理论、战略管理理论和系统动力学理论

组织学习是一个主动适应环境的过程，在此过程中组织及其成员积极学习并应用组织内外有用的知识，指导组织的行为，同时也影响着组织的环境。

二、学习型组织的定义（几种）

1. 学习型组织是为其成员提供良好的学习环境，促进所有成员学习，并不断改造自己以实现自己的战略目标的组织

2. 学习型组织是一个具有很强的创造知识、获取知识和传递知识的技能，并能够不断根据新的知识和观念来修正自身行为的组织。

3. 学习型组织就是一个从个人学习到团队学习，到组织学习，再到全局学习，这样一个不断进行学习转换的组织。

4. 学习型组织是指通过培养弥漫于整个组织的学习气氛而建立起来的一种符合人性的、有机的、扁平化的组织，这种组织具有持续学习的精神，是可持续发展的组织。

综合各种观点，我们认为，学习型组织是某一组织或某一群体的全体成员在共同目标指引下注重学习、传播、运用和创新知识，因而具备高度凝聚力和旺盛生命力的组织。

三、学习型组织的特征

1. 组织成员拥有一个共同的愿景

它是组织中所有员工共同愿望的景象，是他们的共同理想。

2. 组织由多个创造性个体组成

3. 善于不断学习

强调终身学习、全员学习、全过程学习、团体学习。

4. “地方为主”的扁平式结构
5. 自主管理
6. 组织的边界将被重新界定
7. 员工家庭与事业的平衡
8. 领导者的新角色：设计师、仆人和教师

学习型组织通过保持学习的能力，及时铲除发展道路上的障碍，不断突破组织成长的极限，从而保持持续发展的态势。

思考题

1. 培训工作的基本流程是什么？如何进行培训需求分析和培训效果评估？
2. 常用的培训方法有哪些？每种方法的主要优点是什么？
3. 培训与企业文化有怎样的关系？
4. 组织学习和学习型组织理论对现代企业有何现实意义？

第十一章 职业管理（总 3 学时）

本章学习目标：

1. 职业生涯、职业规划、职业管理的含义
2. 职业发展的含义和意义
3. 自我职业生涯管理的内容
4. 企业进行职业管理的内容和方法

第一节 职业管理概述

人力资源管理的一个基本观念就是：企业既要最大限度地利用员工的能力，又要为每一位员工都提供不断成长以及挖掘个人最大潜力和建立成功职业的机会。这一观念使得职业管理成为人力资源管理区别于人事管理的最重要特征之一。

一、职业管理的有关概念

1. 职业生涯

就是一个人从首次参加工作开始的一生中所有的工作活动与工作经历按编年的顺序串接组成的整个过程。

2. 职业计划

职业计划有个人和组织两个层次。

企业为了不断地增强员工的满意感并使其能与企业组织的发展和需要统一起来而制定协调有关员工个人成长、发展与组织需要和发展相结合的计划。

3. 职业管理

是一种专门化的管理，即从组织角度，对员工从事的职业所进行的一系列计划、组织、领导和控制等管理活动，以实现组织目标和个人发展的有机结合。

二、职业发展的意义及其重要性

1. 职业发展的背景

- （1）经济发展和人们需求层次的提高
- （2）知识经济时代的到来
- （3）企业管理从科学管理到文化管理的飞跃
- （4）企业管理走向“以人为本”

2. 职业发展的主要内容

企业要为其成员构建职业发展通道，使之与组织的需求相匹配、相协调、相融合，以达到满足组织及其成员各自需要、同时实现组织目标和员工个人目标的目的。

核心：是要使员工个人职业生涯和组织需求在相互作用中实现协调与融合。

3. 职业发展的意义和作用

- （1）有利于促进员工的全面发展和增加他们的满意感。
- （2）有利于塑造优秀的企业文化
- （3）有利于促进企业的发展

第二节 影响职业生涯的因素

一、影响职业生涯的个人因素

1. 职业性向（occupational orientation），也叫职业倾向、职业取向。

美国职业咨询专家约翰·霍兰德提出来的，六种基本的职业性向：

(1) 技能性向；	(2) 研究性向；
(3) 社交性向；	(4) 事务性向；
(5) 经营性向；	(6) 艺术性向

2. 能力

- (1) 体能
- (2) 心理素质

(3) 智能

3. 职业锚（career anchor）与职业性向有相似之处，但又不同于职业性向。

美国麻省理工学院斯隆商学院的埃德加·施恩教授提出来的。

职业锚就是当一个人不得不做出选择的时候，他（她）无论如何都不会放弃的职业中那种至关重要的东西。实际上就是人们选择和发展自己的职业时所围绕的中心。

(1) 技术/职能型职业锚；	(2) 管理型职业锚；
(3) 创造型职业锚；	(4) 自主/独立型职业锚；
(5) 安全/稳定型职业锚	

4. 人生阶段

三十而立

四十而不惑

五十而知天命

二、影响职业生涯的环境因素

1. 社会环境因素

- (1) 经济发展水平
- (2) 社会文化环境
- (3) 政治制度和氛围
- (4) 价值观念

2. 企业环境因素

- (1) 企业文化
- (2) 管理制度
- (3) 领导者素质和价值观

第三节 个人职业计划（0.5 学时）

一、制定个人职业计划的原则

- 1. 实事求是、准确的自我认识 and 自我评价是制定个人职业计划的前提
- 2. 要切实可行。

3. 个人职业计划目标要与组织目标协调一致
4. 在动态变化中制定和修正个人职业计划

二、个人职业计划的内容

1. 个人自我评价

(1) 自我评价的目的和内容

扬长避短、完善自我；正确选择和调整职业。

(2) 自我评价的工具和方法

优/缺点平衡表

好恶调查表

标准化的纸笔测验

2. 选择职业道路

人生职业的三个层次：

第一层次就是就业，维持生存；

第二层次是职业，从事比较稳定的工作，满足基本的物质需求；

第三层次是事业，这个层次不仅有丰富的生活物质，

更有精神上的满足感。这三个层次逐步推进，逐步实现，并不能一步到位。

三、职业生涯自我管理的其他内容

1. 自学

2. 发现并争取机会

3. 重视与上级、同事的沟通

第四节 企业的职业管理（0.5 学时）

一、协调企业目标与员工个人目标

1. 树立人力资源开发思想

2. 了解员工需求

3. 使企业与员工结为利益共同体

二、帮助员工制定职业计划

1. 设计职业计划表

2. 为员工提供职业指导

有三种途径：通过管理人员进行；通过外请专家进行；向员工提供有关的自测工具。

三、帮助员工实现职业计划

1. 在招聘时重视应聘者的职业兴趣并提供较为现实的发展机会

2. 提供阶段性的工作轮换

使员工在一次次新尝试中了解自己的职业性向和职业锚，更准确地评价自己的长处和短处；另一方面使员工得到多方面的培养和锻炼，为将来承担更重要的工作打下基础。

3. 多样化、多层次的培训

4. 以职业发展为导向的考核

考核不能满足于为过去做一个结论，更要使员工了解怎样在将来做得更好。

5. 晋升与调动管理

是员工职业发展的直接表现和主要途径。

思考题

1. 职业发展的含义是什么？
2. 个人如何制定职业计划？
3. 企业怎样进行职业管理？
4. 运用本章的有关理论分析你的职业计划并制定一个行动方案。

第十二章 劳动关系（总 3 学时）

本章学习目标

1. 劳动关系的内涵
2. 工会和职代会在我国企业中的地位和作用
3. 解决劳动争议的原则、途径和方法
4. 中国当前劳动关系的趋势及其整合出路

第一节 基本概念（0.5 学时）

一、劳动关系的含义

劳动关系既是人力资源管理领域的一个概念，也是一个法律概念，具有明确的法律内涵。

它是指存在与企业、个体经济组织与劳动者之间，劳动者事实上已成为企业、个体经济组织的成员，并为其提供有偿劳动的关系。

二、劳动关系的法律特征

1. 发生在现实劳动过程中的关系，与劳动者有着直接的联系。
2. 劳动关系的双方当事人，一方是劳动者，另一方是提供生产资料的劳动者所在单位，如企业、事业单位、政府部门等等。
3. 劳动关系的一方劳动者要成为另一方所在单位的成员，并遵守单位的内部劳动规则。

劳动关系的基本内容：

劳动者与用人单位在工作时间、休息时间、劳动报酬、劳动安全卫生、劳动纪律与奖惩、劳动保险、职业培训等形成的关系。还包括劳动行政部门与用人单位、劳动者在劳动就业、劳动争议和社会保险等方面的关系，工会与用人单位、职工之间履行工会的职责和职权，代表和维护职工合法权益而发生的关系等。

三、处理好劳动关系的重要性

1. 能提高企业的赢利能力
罢工、关键人员跳槽等是对企业赢利优势的明显破坏，这些问题的避免有赖于良好地处理劳动关系。
2. 有利于管理者的晋升
如何解决好劳动关系问题对于一个管理者的职业发展是必不可少的。
3. 能够帮助避免纠纷
为员工创造一个良好的工作环境。
4. 有助于处理日常管理中的很多问题
5. 发展专业化的管理，促进劳动者及其代表以合作的姿态解决问题，提高管理水平。

四、我国与劳动关系有关法律规定

劳动法、公司法、企业法等多部法律法规。

第二节 劳动者的地位和权益（0.5 学时）

一、劳动者地位

劳动者在企业内处于主体地位，经营管理者则处于主导地位，二者相辅相成，缺一不可。

二、劳动者的权利

1. 我国劳动者享有的权利：
2. 平等就业和选择职业的权利
3. 取得劳动报酬的权利
4. 休息休假的权利
5. 获得劳动安全卫生保护的权利
6. 接受技能培训的权利
7. 享有社会保险和保障的权利
8. 提请劳动争议处理的权利
9. 法律规定的其他权利

第三节 工会、职代会的地位和作用（0.5 学时）

一、工会

在西方是抵消资方讨价还价力量的雇员联合组织。它的作用是代表劳动者的利益，平衡雇主的经济实力，核心作用是联合起来与资方进行集体谈判。

在我国，工会是职工自愿结合的工人阶级的群众组织，在《工会法》中，对工会的各项职能和权利进行了规定，明确了工会在国家政治、经济、社会生活中的地位和作用，重点是加强工会组织建设，保护职工的合法权益，在维护职工的合法权益方面发挥积极作用。

二、职代会

实行职工代表大会制度是中国国有企业的另一个特点。职代会有五项权利：

1. 定期听取厂长的工作报告
2. 审议通过厂长提出的企业各项经营方案
3. 审议决定职工福利基金使用方案
4. 评议、监督企业各级领导干部，并提出奖惩和任免建议
5. 主管机关任命或免除企业行政领导人的职务时，必须充分考虑职代会的意见。

在我国企业的劳动关系中，工会和职代会在确保劳动者的权益得以实现方面起着非常重要的作用。

第四节 劳动协商和谈判（0.5 学时）

一、西方劳资协商和谈判的基本模式

劳资协商和谈判的主要内容是工资标准、劳动条件、解雇人数，还有其他有关职工权益的问题。

劳资双方的代表一方是工会，另一方是雇主。目前，国际上三种水平的基本模式，这里介绍工资水平的协商和谈判。

1. 由宏观层次的劳资双方谈判决定，如新加坡、奥地利、挪威、瑞典等。

通过一年一度的谈判，制定全国性的工资制度。

2. 由产业中观层次劳资双方谈判决定，如德国、荷兰、瑞士等。

谈判的主要内容有报酬问题、劳动条件及待遇等。

3. 由企业微观层次劳资双方谈判决定，如日本、美国等。

企业的工资标准由企业的劳资双方代表谈判，签订劳动集体合同加以确定。联邦政府除通过法律规定最低工资和加班工资标准外，对企业的具体工资事务一般不加干涉。

二、我国劳动协商制度的未来

目前以企业内部劳动协商为主，一方为工会，一方为企业经营者，通过半年或一年一次的劳动协商会议进行磋商。

谈判的主要内容有：职工工资福利增长幅度；工资结构等。

第五节 劳动争议及处理

在劳动关系的发展中，劳资关系各方出现矛盾是不可避免的。正确处理劳动争议是维护和谐的劳动关系，发挥人力资源潜力的重要方面。

一、解决劳动争议的基本原则

根据我国劳动法的规定，劳动争议处理应当遵循下述原则：

1. 调节和及时处理原则

用人单位与劳动者发生劳动争议，当事人可以依法申请调解、仲裁、提起诉讼，也可以协商解决。

调解是指在当事人双方自愿的前提下，由劳动争议处理机构在双方之间进行协商和疏通，目的在于促使争议双方相互谅解，达成协议，从而结束争议的活动。

调解原则适用于仲裁和诉讼程序。

处理劳动争议还应遵循及时原则，防止久调不决。劳动法规定，提出仲裁要求的一方应当自劳动争议发生之日起 60 天内向劳动争议仲裁委员会提出书面申请，仲裁裁决一般应当在收到仲裁申请 60 日内作出。

2. 在事实上依法处理，即合法原则

在查清事实、明辨是非的基础上，依据劳动法规、规章和政策作出公正处理。

3. 当事人在适用法律上一律平等，即公正原则

当事人双方在处理劳动争议过程中法律地位平等，平等享有权利和履行义务，不得将自己意志强加给另一方。

劳动争议处理机构应当公正执法，保障和便利双方当事人行使权利，不得偏袒或歧视任何一方。

二、解决劳动争议的途径和方法

1. 通过劳动争议调解委员会进行调解：

劳动法规定在用人单位内部可以设立劳动争议调解委员会。它由职工代表、用人单位代表、工会代表三方组成。

劳动争议调解委员会所进行的调解活动是群众自我管理、自我教育的活动，具有群众性和非诉

讼的特点。

一般程序为：申请、受理、调查、调解、制作调解协议书。

2. 通过劳动争议仲裁委员会进行裁决：

劳动争议仲裁委员会是依法成立的、独立行使劳动争议仲裁权的劳动争议处理机构。以县、市、市辖区为单位，负责处理本地区发生的劳动争议。

劳动争议仲裁委员会由劳动行政主管部门、同级工会、雇主代表三方组成。劳动争议仲裁委员会主任由劳动行政主管部门的负责人担任。

劳动争议仲裁的三个原则

（1）调解原则

先行调解，调解不成再仲裁。

（2）及时迅速原则

劳动争议仲裁委员会必须严格依照法律规定的期限结案，一般应在收到仲裁申请的 60 天内作出。

（3）一次裁决原则

劳动争议仲裁委员会对每一起劳动争议案实行一次裁决即终结的法律制度。当事人不服裁决，可在收到仲裁决定书之日起 15 日内，向管辖区的人民法院起诉，期满不起诉，仲裁决定书即发生法律效力。

劳动争议仲裁一般分为 5 个步骤：

受理案件阶段、调查取证阶段、调解阶段、裁决阶段、执行阶段。

3. 通过人民法院处理劳动争议

人民法院受理劳动争议案件的条件是：

必须先经过劳动争议仲裁委员会仲裁；必须在收到仲裁决定书之日起 15 日内，向管辖区的人民法院起诉。

三、我国企业劳动关系的热点问题

1. 劳动保护与社会保障
2. 纪律处分
3. 辞职与解雇
4. 退养与退休
5. 效率与公平

案例讨论

思考题

1. 何谓劳动关系？劳动关系包括哪些内容？
2. 劳动关系的法律特征是什么？
3. 解决劳动争议的原则和途径都有哪些？
4. 哪些劳动争议可由人民法院处理？

第十三章 组织文化建设（总 3.5 学时）

本章学习目标：

1. 组织文化的基本概念
2. 组织文化建设原理
3. 组织文化与组织竞争力
4. 组织哲学

第一节 组织文化的内涵（1 学时）

一、组织文化的定义

组织在长期的生存和发展中所形成的，为组织多数成员所共同遵循的最高目标、基本信念、价值标准和行为规范。

它是理念形态文化、物质形态文化和制度形态文化的复合体。

1. 观念层

是组织文化的核心和主体，它主要指组织的领导和员工共同信守的基本信念、价值标准、职业道德及精神风貌。是形成物质层和制度层的基础和原因。

2. 制度层（中间层次）

（1）一般制度

如业务管理制度、人事管理制度、劳动管理制度、财务管理制度等

（2）特殊制度

非程序化的制度，如员工评议干部制度、总结表彰制度等

（3）组织风俗

组织内部长期形成、约定俗成的一些特殊典礼、仪式、风俗、节日、活动等

3. 器物层（外显层次）——行为层

又可成为物质层。是组织文化在物质层次上的体现，属于组织文化的表层部分，是群体价值观的物质载体。

包括组织名称、标志、标准字、标准色、厂（校）旗、厂（校）服、厂（校）标、厂（校）容厂（校）貌，产品样式和包装、设备特色、建筑风格、纪念物、纪念建筑等；

组织的业余文化活动及其产品——摄影产品、电影、录像、美术作品、文学作品、歌舞作品等等。

二、组织文化的作用

1. 导向作用
2. 规范作用
3. 凝聚作用
4. 激励作用

三、组织文化的影响因素

1. 民族文化因素
2. 制度文化因素：宏观制度文化，包括政治制度 and 经济制度

3. 外来文化因素
4. 组织传统因素
5. 个人文化因素

四、组织文化与员工需要层次

1. 马斯洛的需要层次论与按需激励

美国著名心理学家马斯洛提出的“需求层次论”：

- (1) 人的需求可以从低到高分五个层次，即生理、安全、社交、自尊、自我实现；
- (2) 需求产生动机，动机导致行为。只有在需求还未得到满足时，才能影响行为，已满足的需要不再具有动力；
- (3) 对人的行为起主导作用的需求一般从低到高依次发挥作用；一般只有在较低层次的需求得到满足后，较高层次的需求才会对人的行为起主导作用

2. 员工需求结构与组织管理模式

- (1) “经济人”假设：员工都是追求经济利益最大化的。
以泰勒《科学管理原理》为标志
- (2) “社会人”假设。霍桑试验
- (3) “自我实现人”假设
- (4) “复杂人”假设：人的需要随着人的发展和生活条件的变化而发生变化。

第二节 理想追求与人力资源的动力开发（1学时）

一、基本概念

1. 理想：

是指人们在实践中形成的对未来的一种期望、一种向往。理想是人们的人生奋斗目标，是一定历史条件和社会关系的反映。

理想的内容大致可以分为四个方面：

- (1) 社会理想
- (2) 道德理想
- (3) 生活理想
- (4) 职业理想

2. 追求：是指人们行为的现实目标指向。

- (1) 追求具有阶段性
- (2) 追求具有社会性，人们的追求都是受周围环境所影响和制约的。
- (3) 追求的基础是需要
- (4) 追求属于意识形态范畴，受本人理想的巨大影响和制约。

二、人力资源的动力系统

三、理想教育是人力资源动力开发的基础工作

每个人都会有自己的理想，尽管有时这些理想不够清晰和完整。人与人之间的个体差异仅仅在于理想层次的高低。

“人为财死，鸟为食亡”是一种金钱理想的写照；

“洞房花烛夜，金榜题名时”是一种读书做官的理想；

“人生自古谁无死，留取丹心照汗青”是一种崇高的爱国理想；

“砍头不要紧，只要主义真”是追求共产主义理想的革命先烈的的心声。

四、组织风气与员工行为管理

1. 组织风气的内涵

(1) 组织制度和组织纪律

是由组织正式规定的，靠行政权力强制推行的行为规范。

(2) 组织风气

非正式的、非强制性的行为规范，它由组织成员相互影响、约定俗成。一般来讲，所谓组织风气是指组织在长期活动中逐步形成的行为习惯和精神风貌。

2. 组织风气对群体行为的影响

1. 潜移默化的作用

2. 规范作用

3. 筛选作用

4. 凝聚作用

3. 良好组织风气的养成

(1) 领导率先示范

(2) 舆论积极导向

(3) 骨干带头，蔚然成风

(4) 开展思想工作，促使少数人从众

第三节 群体价值观与组织凝聚力（3 学时）

一、组织凝聚力是组织活力深层次的动力

企业活力是指企业在现有的内外环境下自我生存、自我发展的动力。包括五个方面的内在要素：

(1) 资产的凝聚力；

(2) 产品的竞争力；

(3) 市场的应变力；

(4) 技术的开发力；

(5) 企业的凝聚力

二、物质凝聚与精神凝聚

1. 物质凝聚：

指通过满足职工的生存、安全需要，以物质满足形式形成的凝聚作用。物质凝聚是组织凝聚力的基础。

恩格斯：“人们首先必须吃、喝、住、穿，然后才能从事政治、科学、艺术、宗教等等。”

物质凝聚需要解决的问题：

(1) 提供员工满意的薪酬；

(2) 提供员工满意的福利；

(3) 提供员工满意的劳动保护；

(4) 提供员工满意的社会保险。

2. 精神凝聚：

是指通过满足员工的社交、自尊、自我实现和超越自我的需要，以精神满足形式形成的凝聚作用。精神凝聚是组织凝聚力的根本。

精神凝聚需要解决的问题：

- (1) 为每一位员工提供施展聪明才智的舞台；
- (2) 尊重每一位员工的民主权利，倾听其建议和意见；
- (3) 尊重和鼓励员工钻研技术、探讨经营、提高个人才干和素质；
- (4) 在组织内建立和谐的人际关系，是员工感受到群体的温暖、组织的关怀；
- (5) 培养良好的组织文化。

三、群体价值观在形成组织凝聚力中的作用

1. 组织目标与个人目标的整合

整合方法：

(1) 丰富组织目标的内涵，使其包含着更多的个人目标，使职工为实现组织目标的努力，最终导致个人需要的满足和个人目标的实现；

(2) 培育良好的群体价值观，使个人价值取向向群体价值观靠拢，个人目标向组织靠拢。

2. 职工之间个人目标的整合

日本企业的凝聚力

中国企业的“主人翁意识”、“爱厂如家”、“厂兴我荣，厂衰我耻”。

第四节 组织文化建设步骤（0.5 学时）

一、组织文化建设步骤

1. 文化盘点
2. 文化设计
3. 文化实施

二、组织文化建设的心理机制

1. 运用心理定势
2. 重视心理强化
3. 利用从众心理
4. 培养认同心理
5. 激发模仿心理
6. 化解挫折心理

三、组织文化与组织竞争力

1. 三力理论
 - (1) 政治力
 - (2) 经济力
 - (3) 文化力
2. 组织思想工作与组织文化威力
3. 组织文化与组织形象

- (1) 组织文化与组织形象的层次一一对应
- (2) 组织形象不等于组织文化
- (3) 组织形象是组织文化在传播媒介上的映像

思考题

- 1. 企业核心价值观对一个企业意味着什么？
- 2. 何谓组织文化建设的心理机制？
- 3. 为什么说持续繁荣的企业都有优秀的企业文化？

第十四章 领导者与人力资源管理与开发（总 2.5 学时）

本章学习目标：

1. 领导者价值观与人力资源开发
2. 领导者心理结构与领导者团队建设

第一节 领导者的权威观与人员能动性（1 小时）

一、两种权威观

1. 领导影响力的主要来源有两方面

（1）职位权力

（2）个人权力：模范权（高尚的品德和良好的作风）、专长权（丰富的学识、卓越的技术、超凡的能力）

2. 两种权威观

（1）正式权限论。古典管理学派，法约尔

（2）权威接受论。社会系统学派，巴纳德

二、不同的权威观导致不同的领导行为

（1）专制作风

（2）民主作风

（3）放任作风

三、不同的领导行为导致不同的下级行为

具体而言，三种不同的领导行为，使下级行为具有不同的特点：

1. 专制作风的领导通过严格的管理、重奖重罚，使组织完成工作目标，具有一定的工作效率，但却造成了组织成员的消极态度和对抗情绪的明显增加，以至于人员流动率高、出勤率低、不满事件增多、劳资纠纷严重、领导者与被领导者关系对立；

2. 民主作风的组织效率最高，不仅能较好地达到工作目标，而且组织成员积极主动，表现出高度的主观能动性和创造精神。

3. 放任作风工作效率最差。

四、领导者应该树立正确的权威观

1. 正确权威观的内容

（1）破除对职位权力的迷信。

（2）正确认识权力的来源

（3）正确地使用权力

2. 领导树立权威的误区

（1）滥用职权

（2）讨好下级

（3）背景衬托

（4）拉开距离

（5）自吹自擂

第二节 领导者的人才观与队伍素质（0.5 学时）

一、现代领导者应具备的人才观

1. 人才是最宝贵的财富

毛泽东：“领导者的责任，归结起来，主要的是出主意、用干部两件事”，“政治路线确定下来以后，干部就是决定的因素”。

2. 人才是事业成败的关键

3. 德才兼备是人才的基本标准

4. 识才、育才、用才、留才是领导者的主要职责

二、人才观上的偏差带来队伍素质的缺陷

1. 唯政治论与队伍业务素质低下

2. 唯台阶论与领导干部的逐级老化

3. 求全论与过失性人才的浪费

4. 单位所有制论与人才流动的艰难

5. 能人决定论与腐败之风的盛行

6. 人情论与裙带关系的羁绊

三、各级领导者面临人才观上的挑战

1. 理论观念的变革

2. 思维方式的变革

3. 工作方式的变革

第三节 领导集体的心理结构与领导团队的优化（0.5 学时）

一、领导集体心理结构的内涵

1. 认识系统——它在人的心理活动中起着定向的作用

包括感觉、知觉、表象、记忆、想象、思维

2. 动力系统——它在人的活动中起着驱动的作用

包括需要、动机、情感和兴趣

3. 调节系统——它对人的行为起着调节控制作用

包括意志、理想、信念和价值观

二、改善领导集体心理结构与领导团队的优化

1. 在认识系统上互补

2. 在动力系统上共振

3. 在调节系统上同步

三、领导者人事管理中的心理误区

1. 晕轮效应
2. 投射效应
3. 相互回报心理
4. 嫉妒心理
5. 马太效应
6. 戴维现象

第四节 领导者的价值观与组织文化（0.5 学时）

一、领导者是组织文化的缔造者

1. 组织的主导价值观是领导者个人价值观的群体化
2. 组织领导者是组织文化更新的推动者
3. 组织领导者是组织文化建设的指挥者

二、领导者应确立科学的、高境界的价值观

1. 事业至上
2. 国家至上
3. 信誉至上
4. 奉献为荣
5. 群体为高
6. 以人为本
7. 服务致胜
8. 创新是命

思考题

1. 不同的领导作风会导致哪些不同的下级行为？
2. 为什么说领导者是组织文化的缔造者？领导者应树立什么样的价值观？
3. 怎样树立正确的权威观？领导树立权威的误区有哪些？怎样避免？

第十五章 21 世纪的人力资源开发与管理（总 1 学时）

本章学习目标：

1. 经济全球化与信息化对人力资源开发与管理的影响
2. 21 世纪忍耐力资源开发与管理趋势

一、经济全球化与国际化人才的开发

经济全球化改变了企业的竞争舞台，竞争对手的范围扩大，游戏规则改变，都要求各类人才的进一步自我完善，也要求培养出一大批面向全球化的高级人才。

二、信息化和知识化对人力资源开发管理的影响

在经济全球化和信息化的同时，世界进入了知识经济时代。人力资源的管理重点将由“手工工作者”转向“知识工作者”，对人力资源管理提出了更高的要求。

三、企业似学校——开发重于管理

知识经济下的人力资源开发和管理，首先需要每一位员工都成为自觉学习的“学习人”，需要企业管理者提供学习机会、创造学习氛围，实行开发重于管理的领导方式。

四、金字塔的倒塌——官僚组织让位于团队组织

尊重他人、建立相互信任

五、育才型领导——管理者角色的转变

意味着管理者主要通过授权、指导等管理手段给予员工充分的成长空间，使其提供学习提高工作绩效，相应地提高企业的整体绩效。

六、管理价值观——文化管理大行其道

在控制手段上，更多地实行思想和文化控制，而不是行政和行为层次上的控制。管理价值观应该是 21 世纪企业家的基本功。

七、中介组织——人力资源开发管理的专业化分工与合作

人力资源管理中一些低附加值的部分，敬爱能够外包给“猎头公司”、“拓展学校”、“培训公司”等专门机构。

八、企业即人——人力资源开发管理战略地位的上升

全球范围内的人才争夺战将愈演愈烈

1. 全球范围高技术人才的争夺战
2. 面向全球化的高级经营人才的争夺战
3. 面向全球化的高级公务员的人才争夺战

思考题

1. 请举世界知名企业为例，说明 21 世纪人力资源开发与管理的走势。
2. 对知识型员工应该怎样管理？试举例说明。

《企业营销策划》教学大纲

孙选中 编写

目 录

前 言.....	908
一、本课程的特点.....	908
二、课程体系结构.....	908
三、学习的意义.....	908
四、学习的方法.....	908
第一部分 策划原理.....	909
第一章 什么是策划.....	909
一、思考和讨论的主要问题.....	909
二、讨论和分析的主要案例.....	909
三、要求掌握的基本理论问题.....	909
第二章 策划的阶段及程序.....	910
一、思考和讨论的主要问题.....	910
二、讨论和分析的主要案例.....	910
三、要求掌握的基本理论问题.....	910
第三章 策划的基本要素.....	911
一、思考和讨论的主要问题.....	911
二、讨论和分析的主要案例.....	911
三、要求掌握的基本理论问题.....	911
第二部分 策划方案.....	912
第一章 策划方案的基本内容.....	912
一、一般策划书的基本内容.....	912
二、营销策划方案的主要内容.....	912
第二章 策划书的基本结构.....	914
一、一般策划书的格式.....	914
二、策划书格式的说明.....	914
三、策划书的编制.....	914
第三章 编制策划书实务练习.....	915
一、第一次训练：模拟练习策划书编写.....	915
二、第二次训练：假设问题的策划练习.....	915
三、第三次训练：实战课题策划练习.....	915
练习要求：.....	915
第三部分 策划技术.....	916
第一章 营销调研.....	916
一、学习和掌握的主要策划方法.....	916
二、实战课题实践和案例讨论.....	916
第二章 顾客分析.....	917
一、学习和掌握的主要策划方法.....	917
二、实战课题实践和案例讨论.....	917
第三章 竞争分析.....	918

一、学习和掌握的主要策划方法	918
二、实战课题实践和案例讨论	918
第四章 营销定位	919
一、学习和掌握的主要策划方法	919
二、实战课题实践和案例讨论	919
编后说明	920

前 言

一、本课程的特点

本课程是在学习营销管理基本理论和相关的工商管理课程的基础上,开设的方法性和实践性很强的案例分析和实务练习的课程,具体的特点表现为:

1. 学习提炼方法。本课程的一切内容都是围绕让学生如何从各种理论和实践中提炼出对策划有直接作用的方法来安排,因此,在讲授和学习过程中不是简单了解知识,而是重在提炼和把握行之有效的方法。

2. 掌握案例分析。本课程主要是通过大量学习和讨论各种典型案例来获得和把握进行策划所应该掌握的相关方法,因此,特别强调从案例中看出“门道”的方法,要求学生应该掌握案例分析的基本方法。

3. 参与策划实践。通过方法的提炼和大量案例的分析是了解及熟悉策划的基本原理的过程,在此基础上要求学生必须参与模拟的和实战的策划实践,通过策划的实践培养学生的策划能力。

二、课程体系结构

本课程由三部分内容构成,每一部分自成体系,但是部分与部分之间又有内在的逻辑联系。第一部分——策划原理:着重是介绍策划的基本理论和方法问题,对策划过程从理论上进行完整的介绍。第二部分——策划方案:在第一部分学习的基础上,具体介绍如何撰写策划方案,同时,安排学生通过撰写模拟的和真实的策划方案来掌握策划方案的撰写。第三部分——策划技术:要做出一份好的策划方案必须要学习和掌握许多的策划技术,这一部分通过大量成功策划的案例和经验的分析,对相关的策划技术进行更深入的学习和更具体的操作。

三、学习的意义

《企业营销策划》课程的学习对该专业的学生主要有以下意义:

其一,有助于完善工商管理专业知识的构建。本专业的知识体系应该是基本的理论知识和专业的实践知识相结合,本课程就是为学生提供和完成专业实践知识的一门重要的实践性专业课程。

其二,有助于培养“知能合一”的适用性人才。社会对现代人才的要求不是掌握了多少理论知识,而更重要的是能否把所掌握的知识运用于实践,特别是是否具有为企业解决实际问题的能力。本课程对培养该专业学生参与实践和解决实际问题的能力的作用是其他课程所不能替代的,通过这门课程的学习能够极大地提高该专业学生“知能合一”的能力。

其三,有助于增强学生求职就业的竞争能力。现代大学生的就业竞争十分激烈,本课程的学习为大学生走向社会和求职就业提供了独特的竞争优势,因为通过该课程学习使学生掌握的策划能力是大多数用人单位特别看重和优先考虑的因素。

四、学习的方法

本课程的学习方法不同于一般的知识理论课程的教授和学习,着重是围绕“问题”、“案例”和“方法”来展开教学,教学过程始终贯穿每一次课的学习方法都是采用的是“案例分析”、“问题讨论”、“策划实践”等方法。学生的学习过程主要是以小组为单位来组织课堂讨论或实践策划,以培养学生集体讨论和团队协作的能力。

第一部分 策划原理

这一部分主要是从理论上介绍策划的基本原理和策划的基本方法，主要由三章的内容构成：第一章“什么是策划”；第二章“策划的阶段和程序”；第三章“策划的基本要素”。通过这一章的学习，要求学生从理论上把握策划的相关概念，对策划的阶段和程序要熟练掌握，特别是要了解和掌握一般策划的基本要素和营销策划的关键要素。

第一章 什么是策划

一、思考和讨论的主要问题

1. 你认为策划是什么？
2. 你参加过什么样的策划？
3. 请你举出成功企业的典型策划案例；
4. 策划有什么特性？
5. 策划可以分为哪些类型？

二、讨论和分析的主要案例

（一）经典案例讨论与分析

1. “斯航”的成功经营
2. 日本电视机进入中国市场
3. “椰菜娃娃”的成功策划
4. “拥有一片美国”的策划分析

（二）参与式案例讨论

1. 有一家规模不大的地区客运航空公司的营销副总裁，他的公司正面临一个棘手的问题，即许多竞争对手突然在最重要的航线大幅度地降低机票价格。

问：该公司应该如何行动？

2. 一个新上任的包裹运送服务的营销主管，他要在以往销售额很低的情况下，努力达到在 18 个月内将某种产品的销售额提高 350% 的运作目标。

问：该营销主管应该如何行动？

三、要求掌握的基本理论问题

1. 策划的广义和狭义的含义
2. 策划活动的主要特性
3. 策划与计划的区别
4. 一般的策划主要有哪些不同类型

第二章 策划的阶段及程序

一、思考和讨论的主要问题

1. 结合自己的经验和判断，如何理解策划的程序问题？
2. 通过典型案例的讨论请提炼策划思维的逻辑过程；
3. 通过典型案例的讨论请归纳一般策划的基本程序；
4. 从典型的营销策划案例中提炼和归纳出营销策划的基本程序；
5. 怎么理解“有程序不惟程序”？

二、讨论和分析的主要案例

（一）经典案例讨论与分析

1. 亚科卡对“野马车”的成功策划
2. 台湾洗衣乳产品的营销策划
3. 牛肉面速食连锁店营销策划
4. 营销顾问业务市场开拓企划分析

（二）参与式案例讨论

1. 每位同学寻找一个成功的策划案例，假设是你主持的这项策划，请你描述是怎样进行的这项策划（先进行小组交流，推出优秀者全班交流）。
2. 以小组为单位推出优秀者并讨论和分析进行全班交流。

三、要求掌握的基本理论问题

1. 理解和掌握策划思维的逻辑过程
2. 能够形成和认识一般策划的基本程序
3. 熟练掌握和运用营销策划的基本程序

第三章 策划的基本要素

一、思考和讨论的主要问题

1. 从典型的策划案例中提炼出成功的策划所必须运作的关键要素；
2. 一般策划最重要的基本要素有哪些？你能够概括出来吗？
3. 有效的营销策划应该建立在什么样的基础上？
4. 制定营销策略最主要应该抓住哪几种制胜的策略？

二、讨论和分析的主要案例

（一）经典案例讨论与分析

1. 法国白兰地进入美国市场的成功策划
2. 中国体坛上最大的一次冒险
3. 二十世纪世界上最隆重的婚礼
4. 联想集团成为中国第一的成功策划

（二）参与式案例讨论

1. 试分析一个成功案例主要抓住了怎样的关键要素？并用最精练的语言加以概括或表述。

三、要求掌握的基本理论问题

1. 从一般策划的角度理解和掌握成功策划的“金三角”。
2. 为什么说营销策划必须要有“三支柱”？
3. 善于运用营销策略的“三要素”。
4. 全面认识和掌握营销策划的“三三法”。

第二部分 策划方案

这一部分是在学习和掌握策划原理的基础上，学习和训练学生如何运用策划方法撰写营销策划方案。要求学生必须掌握营销策划的基本流程，撰写营销策划的基本格式和完成一份完整的策划方案必须撰写的几部分内容。

第一章 策划方案的基本内容

一、一般策划书的基本内容

营销策划方案是专门针对营销问题的策划方案，要真正掌握营销策划方案的撰写内容，实现需要认识和了解一般策划书的基本内容，其主要可以概括为“5H3W”，即：

- What（什么）——策划的目标、内容；
- Who（谁）——策划的相关单位和人员；
- Where（何处）——策划的背景和场所；
- When（何时）——策划的时间和日程安排；
- Why（为什么）——策划的假设和原因；
- How（怎样）——策划的方法和整体系统运转；
- How（怎样）——策划的表现形式；
- How（多少）——策划的预算。

二、营销策划方案的主要内容

- （一）哈佛营销方案要点
 - 整体市场及其重要的细分市场情况
 - 主要的竞争者
 - 现有的和潜在的消费
 - 公司及其产品
 - 分销渠道
 - 定价策略
 - 广告及其他促销策略
 - 营销财务计划（特别是盈亏临界点）
- （二）科特勒“营销方案主要内容”

1. 计划提要	对企业的营销目标及其有关建议事项进行简要概述。
2. 当前营销状况	对当前市场状况、产品状况、竞争状况、分销状况、营销环境状况进行背景介绍。
3. 机会与问题分析	主要进行机会与威胁、优势与劣势（即 SWOT）分析，以及面临的问题分析。
4. 目标	主要有两类目标：财务目标和营销目标。
5. 市场营销策略	主要有目标市场确定、营销组合策略、营销费用预算等。
6. 行动方案	具体安排战术行动日程，即何时做什么、谁来做、费用如何等。
7. 预算	综述整个计划的开支。
8. 控制	表明怎样对计划实施进行监督检查。
附录	附上必要的资料及说明材料。

（三）营销策划的四部分内容

1. 我们在哪里（现状分析）

营业状况

市场状况

现有产品优缺点

竞争状况

消费者使用实态

本品牌检讨

未来发展趋势

其它

2. 我们的机会与问题（分辨问题与机会）

产业环境

机会

威胁

企业自身

缺点

优点

3. 我们往何处去（明确方向与目标）

目标市场

营销目标（具体、明细化或数量化）

IV 我们如何到达该处

营销组合策略

营销行动计划

第二章 策划书的基本结构

一、一般策划书的格式

策划书的基本格式另外发参考资料，并认真阅读和准备。

二、策划书格式的说明

根据策划书的基本格式，逐项进行解释和说明。

三、策划书的编制

策划书的编制主要是掌握基本格式、基本内容以及编排、装帧等，另外发放参考资料并做案例说明。

第三章 编制策划书实务练习

一、第一次训练：模拟练习策划书编写

（一）模拟练习的任务布置

模拟练习是根据已经发生的事件反求当时的策划方案，即根据已经发生的事实反过来推出当时的策划。

模拟案例：《亚科卡对“野马”车的成功策划》

（二）模拟写作的基本要求：

按策划书的基本格式和表述形式撰写；

尽量利用案例的背景材料，以及已经给出的条件和实施行动，将其转变为策划的内容和构想；

撰写的策划书要对当时的活动具有指导性，也即要求形式和内容上要符合对当时有待实施的行动的策划价值。

每位同学可以根据自己的理解去撰写。

（三）模拟写作的评分标准：

基本格式 3 分（策划书形式）

逻辑结构 3 分（逻辑分析思路）

内容表述 4 分（文字、创意构想等）

二、第二次训练：假设问题的策划练习

（一）假设问题的提出

假设问题之一：试撰写出一个“培训企业管理人员的策划方案”

假设问题之二：试撰写出一个推出我国企业管理急需的“系列丛书的策划方案。

（二）假设问题策划案评分标准

基本格式 2 分

逻辑结构 2 分

创意构想 3 分

内容表述 3 分

三、第三次训练：实战课题策划练习

以小组为策划团队或单位，每个组自己联系一家企业，用自己已经初步掌握的策划方法为这家企业出谋划策。

练习要求：

1. 每个小组从寻找委托企业到完成最终的策划案，每位小组成员必须全程参加；
2. 每一位小组成员必须要具体承担策划方案的特定部分内容，做到分工合作，群策群力；
3. 每个组要为企业撰写一份企业基本满意并具有实施可能性的策划方案。
4. 期末课程结束时，召开本年级全体同学参加的总评和交流。

第三部分 策划技术

这一部分是在前两部分学习和实践的基础上，基于已经学习过的《市场营销管理》的基本知识，与每个学习小组正在进行的实战课题策划紧密结合起来，重在对营销策划的方法的学习和掌握。这部分的基本教学内容包括 8 个方面：营销调研、顾客分析、竞争分析、营销定位、产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略。但教学要求的重点是学习策划技术和掌握策划方法，也就是在教学和学习过程中是以方法的学习和应用为目的。另外，因为策划技术涉及的范围较大和方法较多，课堂教学主要集中于前面四部分的内容，后面四部分的内容主要是在已经学习过的“4P 策略”基础上，通过进一步的分析案例和参与策划实践来掌握。

第一章 营销调研

一、学习和掌握的主要策划方法

1. 根据策划的需要分辨和确定营销调研的主要内容；
2. 掌握营销调研的基本步骤；
3. 结合实战课题学习案头调研和实地调研方法；
4. 调研对象的选择和确定的方法；
5. 调查表的设计和制作方法；
6. 调查资料的基本统计分析方法。

二、实战课题实践和案例讨论

1. 每位同学参加实战课题组为企业策划进行营销调研，要求把上述的方法用于调研实践中，通过实战课题来学习和掌握营销调研方法。
2. 分组对本校某一个年级的同学每月平均购书费进行调研，要求运用四种随机抽样的方法进行调研对象的确定和调研分析。

第二章 顾客分析

一、学习和掌握的主要策划方法

1. 掌握消费者购买行为模式的分析方法；
2. 归纳和提炼顾客价值的营销方法；
3. 学习和掌握顾客满意度的分析方法；
4. 如何对可盈利性顾客进行营销管理？
5. 运用消费者购买过程的五个步骤进行案例分析。

二、实战课题实践和案例讨论

1. 每位同学参加实战课题组为企业进行实际的策划，要求把上述的方法用于顾客分析的实践中，通过实战课题来学习和掌握营销策划的顾客分析方法。
2. 每个组的同学提供数个典型的顾客分析的案例，围绕这些成功案例如何进行的顾客分析进行交流，特别是要注意学习“可盈利顾客”和“顾客满意”的分析和策划方法。

第三章 竞争分析

一、学习和掌握的主要策划方法

1. 识别现有竞争者和不同层次的竞争者；
2. 掌握竞争者实力分析的基本方法；
3. 能够熟练运用 SWOT 分析方法，进行“机会与威胁”和“优势与劣势”的竞争比较分析；
4. 能够掌握识别不同的竞争战略并选择适当的竞争战略的方法。

二、实战课题实践和案例讨论

1. 每位同学在实战课题的策划中，要注意用竞争分析的方法进行实战课题的竞争分析，以培养这样的分析能力。
2. 典型案例讨论和分析：“日本精工表大战瑞士机械表”和“瑞士表反击日本竞争者”。
3. 典型案例讨论和分析：“美国啤酒的市场大战”。

第四章 营销定位

一、学习和掌握的主要策划方法

1. 营销定位的基本关系和结构分析；
2. 定位之“矢”的策划思路与方法；
3. 定位之“的”的策划思路与方法；
4. 定位的几种基本策略。

二、实战课题实践和案例讨论

1. 每位同学结合实战课题运用营销定位的基本方法为所策划的企业进行定位分析，通过实际的策划来掌握定位方法。
2. 定位案例讨论：你在自己参与的实战课题策划或是其他的策划活动中是如何进行定位的？你所使用的有效方法主要是哪些？

编后说明

本门课程不同于其它以基本知识和学科理论学习为主的课程,通过本门课程的学习主要是掌握方法和训练策划技能,因此大纲的编写与其它课程就有所不同,主要围绕“问题”、“案例”、“方法”和“操作”来展开教学过程。当然,这也是一种探索和改革过程,还需要不断改进和完善。

《国际经济学》教学大纲

宏 结 编写

目 录

前 言	928
第一章 绪 论	930
第一节 国际经济学的研究对象及其基本内容	930
一、国际经济学的研究对象	930
二、国际经济学与国内经济学的关系	930
三、国际经济学的研究内容	930
第二节 国际经济学的研究方法	930
第三节 研究国际经济学的意义	930
主要参考书目	930
核心概念	931
思考题	931
讨论题	931
第二章 古典的国际贸易理论	932
第一节 重商主义	932
一、重商主义产生的历史背景	932
二、重商主义的基本观点	932
三、早期重商主义与晚期重商主义	932
四、重商主义的政策主张	932
五、简评	932
第二节 绝对利益论	932
一、国际分工和国际贸易	932
二、绝对利益论	932
三、简评	933
第三节 比较利益论	933
一、比较利益论的基本内容	933
二、简评	933
第四节 相互需求理论	933
一、相互需求理论的基本观点	933
二、相互需求理论的意义	933
第五节 机会成本与比较利益	933
一、不变的机会成本与比较利益	933
二、递增的机会成本与比较利益	933
三、提供曲线与贸易条件	934
主要参考书目	934
核心概念	934
思考题	934
讨论题	934
第三章 现代国际贸易理论	935

第一节 赫-俄理论.....	935
一、相关概念和基本假设.....	935
二、H-O 定理的内容和意义.....	935
三、H-O-S 定理的内容和意义.....	935
第二节 里昂剔夫之谜.....	935
一、里昂剔夫之谜的内容.....	935
二、对里昂剔夫之谜的解释.....	936
第三节 新贸易理论.....	936
一、规模经济与国际贸易.....	936
二、基于产品差异的贸易.....	936
三、重叠性需求理论.....	936
第四节 经济增长与国际贸易.....	936
一、生产要素的增长及其对生产的影响.....	936
二、技术进步及其对生产的影响.....	936
三、经济增长、贸易条件和国民福利.....	936
四、产品生命周期模型的内容和意义.....	937
第五节 对外贸易乘数理论.....	937
一、对外贸易乘数理论的基本内容.....	937
二、对外贸易乘数的政策含义.....	937
参考书目.....	937
核心概念.....	937
思考题.....	937
讨论题.....	938
第四章 国际贸易政策.....	939
第一节 关税及其经济效应.....	939
一、关税及其种类.....	939
二、关税的局部均衡分析.....	939
三、关税的一般均衡分析.....	939
四、最适当关税率与关税报复.....	939
五、关税结构与有效保护率理论.....	939
第二节 非关税壁垒及其经济效应.....	939
一、进口配额与自动出口配额的经济效应.....	939
二、其他的非关税壁垒措施.....	940
第三节 鼓励出口的措施.....	940
一、出口补贴与反补贴税.....	940
二、其他的鼓励出口措施.....	940
第四节 倾销与反倾销.....	940
一、倾销及其经济效应.....	940
二、倾销对各国经济的影响.....	940
三、反倾销措施与反倾销税.....	940
四、反倾销对中国经济的影响及对策.....	940
第五节 国际卡特尔.....	941

一、国际卡特尔及其定价方法	941
二、影响国际卡特尔定价水平的因素	941
三、国际卡特尔协议的不稳定性	941
第六节 贸易保护政策的理论辩解	941
一、贸易保护理论的分类	941
二、保护幼年产业论的内容及其意义	941
主要参考书目	941
核心概念	941
思考题	942
讨论题	942
第五章 关税同盟和区域经济一体化	943
第一节 经济一体化及其组织形式	943
一、经济一体化	943
二、经济一体化的组织形式	943
第二节 关税同盟的经济效应	943
一、关税同盟的静态经济效应	943
二、关税同盟的动态效应	943
主要参考书目	943
核心概念	943
思考题	944
讨论题	944
第六章 国际贸易体系	945
第一节 关贸总协定概况	945
一、关贸总协定的历史背景与成立过程	945
二、关贸总协定的多边贸易谈判及其成果	945
第二节 世界贸易组织	945
一、世界贸易组织与关贸总协定的区别	945
二、世贸组织的宗旨和职能	945
三、世贸组织的基本原则	945
第三节 中国与世贸组织	945
一、中国“复关”与“入世”的谈判过程	945
二、中国加入世界贸易组织后的权利和义务	946
三、中国加入世贸组织的机遇和挑战	946
主要参考书目	946
核心概念	946
思考题	946
讨论题	946
第七章 生产要素的国际移动与跨国公司	947
第一节 劳动力的国际迁移	947
一、劳动力国际迁移的原因和特点	947
二、劳动力国际移动的成本/收益	947
三、劳动力国际移动的经济效应	947

第二节 资本的国际移动	947
一、资本国际移动的方式和原因	947
二、资本国际移动的经济效应	947
三、外资吸引能力的分析	947
第三节 对外直接投资与跨国公司	948
一、跨国公司的性质和经营特点	948
二、跨国公司理论的主要流派	948
三、跨国公司的经济效应	948
主要参考书目	948
核心概念	948
思考题	948
讨论题	948
第八章 外汇与汇率	949
第一节 外汇与外汇市场	949
一、外汇的一般含义	949
二、外汇市场的组织与功能	949
三、国际结算的方式	949
第二节 汇率与外汇市场	949
一、汇率及其标价方法	949
二、即期汇率与远期汇率	949
三、外汇市场的交易活动	949
第三节 汇率的决定于波动	950
一、均衡汇率	950
二、影响汇率波动的主要因素	950
三、政府干预外汇市场	950
四、货币贬值和升值的经济影响	950
第四节 汇率决定理论	950
一、金平价说	950
二、纸币本位制下的汇率决定理论	950
主要参考书目	950
核心概念	950
思考题	951
讨论题	951
第九章 国际收支	952
第一节 国际收支和国际收支平衡表	952
一、国际收支的基本概念	952
二、国际收支平衡表的主要内容	952
三、国际收支的计算方法	952
第二节 国际收支不平衡与调整	952
一、国际收支不平衡的含义	952
二、国际不平衡的类型	952
三、国际收支调整的方法	952

四、国际收支不平衡的调节机制	952
五、实现内外均衡的“政策配合理论”	953
第三节 国际收支调节理论	953
一、国际收支调整的弹性论	953
二、国际收支调整的吸收理论	953
三、国际收支调整的货币方法	953
主要参考书目	953
核心概念	953
思考题	953
讨论题	954
第十章 开放经济下的内外均衡	955
第一节 IS-LM-BP 模型的推导	955
一、内外均衡的含义	955
二、开放条件下 IS 曲线的推导	955
三、开放条件下 LM 曲线的推导	955
四、国际收支平衡线——BP 曲线的推导	955
五、IS-LM-BP 模型	955
第二节 固定汇率制下的宏观经济政策	955
一、固定汇率制度下货币政策的有效性	955
二、固定汇率制度下财政政策的有效性	955
三、蒙代尔-弗莱明模型	956
第三节 浮动汇率制下的宏观经济政策	956
一、浮动汇率制下的宏观经济政策环境与目标	956
二、浮动汇率制度下货币政策的有效性	956
三、浮动汇率制度下财政政策的有效性	956
四、资本完全流动下宏观经济政策的有效性	956
主要参考书目	956
核心概念	956
思考题	956
讨论题	957
第十一章 国际货币体系	958
第一节 国际货币体系概述	958
一、国际货币体系的含义	958
二、国际货币体系的任务和评价标准	958
第二节 国际货币体系的类型	958
一、金本位制	958
二、金汇兑本位制	958
三、布雷顿森林体系	958
第三节 汇率制度	959
一、国际汇率制度的种类	959
二、固定汇率与浮动汇率之争	959
三、人民币汇率制度	959

四、资本项目下人民币自由兑换	959
第四节 国际货币储备	959
一、国际储备及其形式	959
二、国家储备的作用	959
三、国家储备的来源	959
四、国际储备需求的数量管理	959
第五节 国际货币体系的改革	960
一、国际货币体系改革需要解决的主要问题	960
二、国际货币体系改革的过程与牙买加体系的建立	960
三、牙买加体系面临的主要问题和困难	960
主要参考书目	960
核心概念	960
思考题	960
讨论题	961
第十二章 货币一体化与欧洲货币联盟	962
第一节 最优货币区理论	962
一、最优货币区理论综述	962
二、最优货币区的特征	962
三、最优货币区的成本/收益分析	962
第二节 欧洲货币体系与欧洲货币联盟	962
一、联合浮动	962
二、欧洲货币体系	962
三、欧洲货币联盟与欧元	962
第三节 欧元的国际地位及影响	963
一、欧元启动后的前景及在未来国际货币体系中地位	963
二、欧元对国际货币体的影响	963
三、欧元启动对中国经济的影响	963
主要参考书目	963
核心概念	963
思考题	963
讨论题	963
总书目	964
一、参考书目	964
二、相关学术期刊	966

前 言

课程简介

国际经济学以国际经济关系为研究对象,它主要探讨各国之间商品、服务的交换和国际间资本、劳动力的流动的动因和影响,以及各种国际交易活动所引起的国际收支问题。在内容体系上,国际经济学包括微观部分和宏观部分,这两大部分在名称上通常又分别被称为国际贸易理论和国际金融理论。和大多数经济学科分支一样,国际经济学也是西方经济学基础理论——微观经济学和宏观经济学的延续和应用,与微观经济学和宏观经济学相比较,国际经济学研究的是在国际格局下的一些同样的问题,即探讨世界范围内的资源配置和利用问题。在研究方法上,国际经济学主要运用微、宏观经济分析中的一些分析工具和模型。因此,可以说国际经济学是建立在西方经济学的基本原理基础之上,研究各国经济活动之间关系的经济学科分支。随着国际经济关系的飞速发展,国际经济学在经济学中的地位也在日益提高,目前国际经济学已成为经济学类专业的一门十分重要的课程。

课程特色

国际经济学是教育部规定的经济、财经类专业的核心主干课程之一。中国政法大学虽然是以法学为主的综合性大学,但是,国际经济学最早作为国际经济系的必修课在我校开设的时间却已有14年的历史,通过本课程的学习,学生能更好地领会法律背后的经济原因,为更好地学习国际经济法知识奠定了基础。

国际经济是一门理论性强,理解起来有一定难度的课程。其研究对象决定了国际经济学是一门注重理论与现实问题相结合,开放性和前瞻性紧密结合的课程。特别是伴随着经济全球化过程的演进,国际经济知识将成为经济管理、法律人才知识结构中不可缺少的重要组成部分。

教学任务

本课程的教学任务主要是,让学生系统了解国际经济学中的基本概念、基本知识和基本理论;让学生熟练掌握国际经济学中的主要分析方法和基本模型;在掌握基本原理的基础上,让学生能够对国际经济中的一些主要现象、历史演变和发展趋势有一个总体的认识和理解。通过本课程的教学,力求使学生对国际经济学的整体体系有一个明确的把握,并做到理论与实践相结合,提高学生的理论基础和应用能力,培养学生综合分析问题、解决问题的能力。

对于法学专业的学生,国际经济学不仅打开学生的视野,提高了一个全新的视角,全新的分析问题的方法,同时也为他们进一步学好本专业课程,提供了理论支撑。特别是对那些日后将从事对外经济活动的学生,本课程的学习至关重要,同时,本课程不仅为学生进一步学习国际贸易、国际金融和国际经济法等课程提供了理论基础。而且还能不同程度地提高他们的实际工作能力,为我国对外开放的进一步发展服务。

学习方法

本课程学习中应注意以下一些问题:

(1) 本课程要求学生在学习本课程之前已经学习过微观经济学和宏观经济学。如果因某些原因有的学生对本课程所涉及的一些基础理论和研究方法不十分了解,学生要做好自我预习;

(2) 国际经济学与国际贸易学、国际金融学、货币银行学等知识有一定的相关性,学生要注意相关学科的了解,为以后进一步学习这些课程奠定基础;

(3) 学生除了要了解本课程中的各种理论或流派内容介绍之外,还要了解各种理论或流派之间的内在关系,特别是它们互相之间在研究角度和应用范围上的不同或区别, 提高自己的思辨能力;

(4) 注意国际经济学研究的方法的学习，对本课程中的一些重要的分析方法要能熟练掌握，并能运用这些方法去分析现实中的问题；

(5) 注意每章练习与思考题的学习，通过自我训练，提高独立思考问题、解决问题的能力；

(6) 注意关心当前国际经济问题，并学会用所学理论去分析现实问题；

(7) 根据教师提供一些参考文献清单，增加自己的课外学习，扩大视野。

课程进度安排

本课程作为商学院的专业必修课是 54 个课时，周 3 学时；全校通选课为 36 课时，周 2 学时。教师可根据各自单位的具体情况确定具体的学时数。若教学学时紧张，教材中的某些章节（如第九章、第十一、十二章）的教学可将课堂讲授与学生自我学习结合起来进行。另外，建议有条件的教师可采取多媒体教学方式，这样一方面可节约讲课时间，增加教师与学生之间以及学生之间的讨论与交流机会，另一方面还可提高教学效果，增强学生的学习兴趣。

第一章 绪 论

教学目的和教学要求：通过本章学习，要求学生掌握国际经济学的产生、发展、研究对象，及其与其他经济学学科的关系，了解国际经济学的研究内容、研究方法和研究国际经济学的意义。

学习重点和难点：本章学习的重点是掌握国际经济学的研究对象，并通过国际经济学与相关学科的对比，了解国际经济学作为一门独立存在的学科所具有的独特的特点。

第一节 国际经济学的研究对象及其基本内容

一、国际经济学的研究对象

国际经济学（International Economics）的研究对象是稀缺资源在世界范围内的最优分配，以及在此过程中发生的经济活动和经济关系。

二、国际经济学与国内经济学的关系

国际经济学是国内经济学在特殊条件下的引申。

三、国际经济学的研究内容

国际经济学包括国际贸易和国际金融理论。

第二节 国际经济学的研究方法

国际经济学的研究方法是从一般经济学那里承袭下来的，不同的是，这些研究方法在国际经济学具体应用时，体现了国际经济学的特色：

1. 国际贸易理论分析不涉及货币因素，不考虑各国货币制度的差异与关系的影响，即在分析时假定这是一个物物交换的世界。
2. 各贸易模型大都假定世界上只有两个国家、两种商品且生产要素不超过两个。
3. 国际贸易理论多采用一般均衡分析方法。
4. 大多数国际贸易理论都是一种静态或比较静态分析。

第三节 研究国际经济学的意义

研究国际经济学的意义：

1. 是对外开放理论和实践的需要；
2. 有助于建立我国自己的国际经济理论；
3. 有助于学生更好地从事与国际贸易、国际金融和国际经济法有关的工作。

主要参考书目

1. [美]保罗·克鲁格曼：《国际经济学》，中国人民大学出版社，1998年11月版。
2. [美]Dominick Salvatore：《国际经济学》，清华大学出版社，2004年7月版。
3. [美] Paul R. Krugman ,Maurice Obstfeld: nternational Economics Theory and Policy Fifth Edition

《国际经济学理论与政策》（第 5 版），著，清华经济学英文版教材，清华大学出版社，2001 年 8 月版。

4. [美]，托马斯·A·普格尔，彼得·H·林德特著：《国际经济学》（第 11 版），国外经济学教材库，经济科学出版社，2001 年 7 月版。

5. 原毅军：International Economics 《国际经济学》，高等学校经济学类英文版教材，高等教育出版社，2005 年 4 月。

核心概念

国际经济学 局部均衡分析 一般均衡分析 比较静态分析

思考题

1. 国际经济学的研究对象是什么？
2. 国际经济学与国内经济学的联系和区别是什么？
3. 国际经济学研究方法的特点是什么？
4. 试对国际经济学的内容体系做出评价。

讨论题

你认为研究国际经济学的意义是什么？

第二章 古典的国际贸易理论

教学目的和教学要求:本章作为国际贸易纯理论的重要组成部分,主要阐述了古老的重商主义,以及对国际贸易理论仍然具有里程碑意义的绝对利益论、比较利益论和穆勒德相互需求理论,通过本章学习要求学生掌握古典国际贸易理论的精髓,并学会用数学模型将其表述出来。

学习重点和难点:比较利益论是贯穿国际贸易理论的主线,因此,认真领会其理论精髓,正确评价比较利益论,找出其不足,同时将其思想用数学模型表述出来是我们学习的重点和难点,也是我们进一步学习国际经济理论的基础。

第一节 重商主义

一、重商主义产生的历史背景

重商主义产生于的历史背景正是欧洲封建社会向资本主义社会过渡,资本主义原始积累时期。

二、重商主义的基本观点

重商主义在当时的英国和法国得到了充分的发展,其基本观点可以概括为:

1. 金银货币是财富的唯一形态。
2. 财富来源于流通领域。
3. 多卖少买,保持贸易顺差,是获得财富的基本原则。
4. 国家干预经济,是保障财富增长的重要手段。

三、早期重商主义与晚期重商主义

1. 早期重商主义被称为“货币差额论”。
2. 晚期重商主义被称为“贸易差额论”。

四、重商主义的政策主张

国家干预经济,并实行奖出限入,扶持幼弱工业的政策。

五、简评

重商主义学说为资本主义生产方式的成长与确立创造了必要的前提。但是,对国际贸易关系的解释还是相当原始和粗陋的。

第二节 绝对利益论

一、国际分工和国际贸易

国际分工是国际贸易和世界市场的基础,国际贸易的增长,又推动着国际分工的发展。

二、绝对利益论

绝对利益论是指如果各国都生产自己具有绝对优势的产品然后再相互交换,那么,每个国家都

可以通过国际贸易使国民福利增加。

三、简评

绝对利益论为科学的国际贸易理论的建立提供了一个良好的开端。但是它没能说明若一个国家在所有产品上都不占有绝对优势，是否还要参与国际分工这样一个具有普遍性的问题。

第三节 比较利益论

一、比较利益论的基本内容

比较利益论说明一个国家即使在所有商品生产中都处于劣势，依然可以按照“两优择重，两劣择轻”的分工原则参与国际分工，从而使各国获得贸易利益。

二、简评

李嘉图的比较利益论是现代西方国际经济学的直接理论渊源，该理论的提出，标志着西方国际贸易理论的形成，它的局限性主要表现在比较利益论是一个短期、静态的理论，而且没有说明国际交换价格是怎样决定的。

第四节 相互需求理论

一、相互需求理论的基本观点

穆勒从需求方面入手的，认为国际交换价格是实际上是由两国的相互需求强度决定的，因此，相互需求理论实质上是国际供求关系决定国际交换价格的理论。

二、相互需求理论的意义

1. 穆勒强调了相互需求因素在国际交换价格形成上的重要性及其对贸易条件的影响，因而是对李嘉图比较利益论的进一步补充。
2. 穆勒的供求均衡分析方法，仍然是现代的国际经济学家在分析国际贸易时经常采用的方法。

第五节 机会成本与比较利益

一、不变的机会成本与比较利益

1. 如果两个国家各自选择机会成本相对低，因而具有比较优势的产品进行专业化生产，并进行国际贸易，则双方都可以得到好处。
2. 在经济学中，机会成本就是商品的相对价格。因此，可以通过机会成本将比较利益论和相互需求理论用数学模型表述出来。

二、递增的机会成本与比较利益

1. 在现实世界中，机会成本是递增的。
2. 机递增机会成本下的贸易模型与机会成本不变的贸易模型的最大区别是，机会成本递增的

情况下，两国都实行不完全的专业化生产。

三、提供曲线与贸易条件

1. 马歇尔的提供曲线是国际经济学特殊的研究工具。
2. 一国出口商品价格和进口商品价格的比率被称为贸易条件。

主要参考书目

1. [英]亚当斯密：《国民财富的性质和原因的研究》，商务印书馆。
2. [英]大卫李嘉图：《政治经济学及赋税原理》，商务印书馆。
3. [英]托马斯·孟：《英国得自对外贸易的利益》，中译本，商务印书馆，1997年。
4. 吴建伟：《国际贸易比较优势的定量分析》，上海三联书店，上海人民出版社，1997年版。
5. 王新奎：《国际贸易与国际投资中的利益分配》，上海三联书店，上海人民出版社，1995年版。

核心概念

重商主义 贸易差额论 货币差额论 国际分工 绝对利益 比较利益 国际交换价格 机会成本 提供曲线 贸易条件

思考题

1. 试述重商主义的理论观点和政策主张，并说明重商主义的理论意义。
2. 试述亚当·斯密的绝对利益论的主要内容及其意义。
3. 试述李嘉图比较利益学论的基本内容及其局限性。

讨论题

你如何看待比较利益论在中国对外开放中的作用？

第三章 现代国际贸易理论

教学目的和教学要求：赫-俄理论是现代国际贸易理论的主线，通过本章的学习要求学生围绕着赫-俄理论这一主线，了解里昂惕夫反论及其解释，掌握新贸易理论、产品生命周期理论的基本概念和内涵，并注重理论问题和现实问题的结合。

学习重点和难点：赫-俄理论是国际贸易理论的重点，也是本章要求学生重点掌握的内容。本章的新贸易理论和运用比较静态分析的动态贸易理论是学习的难点。

第一节 赫-俄理论

一、相关概念和基本假设

赫-俄理论有严格的假设条件，深刻理解这些假设条件，对于把握赫-俄理论的实质，特别是赫-俄理论的扩展意义重大。

二、H-O 定理的内容和意义

1. H-O 定理的内容

H-O 定理也称生产要素相对稀少定理，即不同的商品需要不同的生产要素比例，而不同的国家拥有的生产要素相对来说也是不同的，因此，各国都生产那些能够较密集地利用其较充裕的生产要素的商品时，必然会有比较利益产生。

2. H-O 定理的意义

(1) 它把各国之间相对要素的差异或要素禀赋独立出来，作为比较优势和国际贸易产生的基本原因或决定因素。

(2) H-O 定理还说明了国际贸易的流向。

(3) H-O 定理同样适于国内贸易。

三、H-O-S 定理的内容和意义

1. H-O-S 定理的内容

自由贸易不仅会使商品价格均等化，而且会使生产要素价格均等化。

2. H-O-S 定理的意义

国际贸易是要素国际流动的替代物。

贸易可以对收入分配产生影响。

第二节 里昂惕夫之谜

一、里昂惕夫之谜的内容

1953 年，美国经济学家里昂惕夫利用投入-产出方法，计算美国进出口货物的 K/L 比例，以验证 H-O 定理，结果得出相反的结论，称为“里昂惕夫悖论”。

二、对里昂剔夫之谜的解释

1. 劳动生产率说
2. 人力资本说
3. 自然资源稀缺说
4. 贸易壁垒干扰说
5. 消费偏向说

第三节 新贸易理论

一、规模经济与国际贸易

经济学家们在解释里昂剔夫之谜产生的原因和不断放宽赫-俄模型赖以生存的必需假设的过程，其实也正是引入新的贸易理论的过程，新贸易理论认为，规模经济是现今国际贸易产生的一个重要因素。

二、基于产品差异的贸易

克鲁格曼等经济学家通过修正 H-O 定理的假设条件，提出产品差异贸易理论，以解释二战后出现的产业内贸易现象。

三、重叠性需求理论

瑞典经济学林德从需求的角度解释了同行业内的贸易，以及发达国家之间更容易成为贸易伙伴的现象。

第四节 经济增长与国际贸易

本节将用比较静态分析方法对国际贸易进行动态研究。其重点是产品生命周期理论。

一、生产要素的增长及其对生产的影响

1. 生产要素的增长将使生产可能性曲线依据要素增长比例的不同向外膨胀。
2. 雷布琴斯基定理说。

二、技术进步及其对生产的影响

1. 技术进步的类型分为：中性技术进步、劳动节约型技术进步、资本节约型技术进步。
2. 所有技术进步都会使生产可能性曲线向外膨胀。

三、经济增长、贸易条件和国民福利

（一）增长与贸易：小国的情况

小国只是价格的接受者，它的贸易额的扩大不会影响贸易条件，其国民福利总体来说是增加的。

（二）增长与贸易：大国的情况

大国经济增长会影响贸易条件，甚至使贸易条件恶化，出现贫困化增长。因此，发展中国家要特别注意避免出现贫困化增长，而应该追求有益的增长。

四、产品生命周期模型的内容和意义

（一）理论内容

维农将市场学的产品生命周期模型引入到国际经济学,说明一个创新国的产品进入国际市场后很容易被其他国家仿制,从而使比较优势由创新国转移到模仿国。

（二）理论意义

1. 该理论是动态的贸易理论,说明比较优势不是固定不变的,一定程度上弥补了比较优势理论是静态研究的缺陷。
2. 根据比较优势的动态转移,发达国家和发展中国家应该采取不同的策略。

第五节 对外贸易乘数理论

一、对外贸易乘数理论的基本内容

对外贸易乘数理论是由英国经济学家凯恩斯提出来的,该理论从追求贸易顺差的思路和投资乘数原理出发,推导出一系列对外贸易乘数公式来分析贸易顺差对国民收入的影响,以期使对外贸易成为刺激经济和扩大就业的有效工具,由于这一理论具有明显的保护主义色彩,因此也被称为新重商主义。

二、对外贸易乘数的政策含义

该理论主张:世界总进口额扩大,而国内需求不足时,可以通过扩大出口,并使扩大出口所增加的收入中有较多的部分用于购买本国产品的办法来刺激经济增长和增加就业。

参考书目

1. [瑞典] 伯蒂尔·俄林:《地区间贸易和国际贸易》,首都经济贸易大学出版社,2001年。
2. Brander, J.A. and Krugman, P.R. (1983), 'A "Reciprocal Dumping" Model in International Trade', *Journal of International Economics*, 15, 313-23.
3. Helpman, E. (1984), 'Increasing Returns, Imperfect Markets and Trade Theory', in Jones, R. and Kenen, P. (eds), *Handbook of International Economics*, Vol. I (Amsterdam: North-Holland), 325-15.
4. Markusen, J.R. (1981), 'Trade and Gains from Trade with Imperfect Competition', *Journal of International Economics*, 11, 531-51.
5. [英]凯恩斯:《就业利息和货币的通论》,商务印书馆,1997年。

核心概念

要素密集度 要素丰饶度 人力资本 规模经济 中性经济增长
 贫困化增长 中性技术进步 劳动节约型技术进步 资本节约型技术进步 比较静态分析 边际进口倾向 外贸乘数

思考题

1. 阐述 H-O 定理极其意义?
2. H-O-S 定理的主要内容是什么? 怎样理解?
3. 什么里昂惕夫之谜? “悖论”的出现是对赫-俄理论的否定吗? 为什么?

4. 同行业内贸易产生的原因是什么？
5. 简述重叠性需求理论？
6. 什么是雷布琴斯基定理？（并请用图解说明）
7. 要素增长与生产可能性曲线有什么关系？
8. 什么是贫困化增长？其产生的条件是什么？
9. 用产品生命周期理论阐述比较优势的动态转移？
10. 试述国际贸易乘数理论及其政策主张？
11. 试比较传统贸易理论和新贸易理论异同点。

讨论题

你如何看待新新贸易理论的发展？

第四章 国际贸易政策

教学目的和教学要求：从本章开始我们将不再拘泥于国际贸易纯理论的研究，而是要注重现实中国际贸易政策的研究。通过本章的学习，要求学生了解贸易政策的内容，掌握对贸易政策的经济分析和贸易保护主义的理论主张，并注重理论和中国现实问题的结合。

学习重点和难点：本章的学习重点是关税、进口配额、倾销、出口补贴的经济分析，以及保护幼年产业论的内容和意义，难点是关税的一般均衡分析和关税有效保护率理论的理解。

第一节 关税及其经济效应

一、关税及其种类

关税是一国贸易政策中最常使用的一种手段，按照划分的标准不同，它可以分为不同的种类，对于本课程来说，最需要学生掌握的是根据征收方法的不同，关税分为从价税和从量税的特点。

二、关税的局部均衡分析

一国征收关税以后，会产生保护效应、消费效应、贸易效应、财政效应、在分配效应和国际收支效应。

三、关税的一般均衡分析

1. 小国征关税后贸易条件没有改变，只会使该国的贸易量减少，因此，小国征关税只会使该国的福利水平下降。

2. 一个大国征收关税会减少贸易量，但会改善该国的贸易条件。该国福利实际上是增加还是减少，要依上述两种情况对净福利的影响而定。

四、最适当关税与关税报复

1. 最适当关税使该国净福利最大化。

2. 关税战将使贸易量大幅度减少，使所有国家最终丧失全部或大部分贸易利益，直至回到封闭状态。

五、关税结构与有效保护率理论

1. 关税结构不同，对最终产品的实际保护率是不一样的，由此，提出有效保护率概念。当对中间产品不征税时，有效保护率为最大值。

2. 发达国家根据有效保护率理论，采取累进制的关税结构对发展中国家的发展造成很不利的影响。

第二节 非关税壁垒及其经济效应

一、进口配额与自动出口配额的经济效应

1. 进口配额与关税的经济效应是相似的；如果除价格以外的其它因素促使需求曲线上移，则

进口配额的保护效应要大于关税的保护效应。

2. 进口配额的保护效应是确定的，它阻止了竞争，因而，对贸易的扭曲也就更严重。

3. 自动出口配额是一种变相的数量限制，它的经济效应与进口配额有相似之处，但是形式和实施效果上有差异。

二、其他的非关税壁垒措施

其他的非关税壁垒措施还有：进口许可证、歧视性的政府采购、海关估价、贸易的技术性壁垒、绿色壁垒、外汇管制等。

第三节 鼓励出口的措施

一、出口补贴与反补贴税

1. 一国政府为了鼓励本国商品出口而对本国出口厂商给与的直接或间接补贴叫出口补贴。

2. 出口补贴使本国的消费者蒙受损失，而生产者收益，大量的补贴还会加重政府的财政负担，并且还有可能导致贸易条件的恶化。

3. 当进口国发现出口国有出口补贴，并造成进口国市场混乱时，便会征收反补贴税。

二、其他的鼓励出口措施

其他鼓励出口的措施还有出口信贷和出口信贷国家担保制。

第四节 倾销与反倾销

一、倾销及其经济效应

1. 倾销是一种价格歧视行为，实行长期倾销的厂商必须是大的垄断企业，国内和国外面临着不同的需求弹性，目的是为了利润最大化。

2. 在倾销是否是一种不正当竞争行为的问题上，经济学家和与法学家有不同的看法。

二、倾销对各国经济的影响

1. 倾销会使进口国的同类产品遭到竞争，进而要求征收反倾销税。

2. 倾销会使出口国的消费者不得不承受很高的价格，出口厂商有可能遭到进口国的反倾销调查，产品被征收反倾销税。

3. 倾销使第三国的同类产品也会遭到竞争，因而要求对出口国提起反倾销调查。

三、反倾销措施与反倾销税

1. 征收反倾销税要求有对倾销事实、严重损害的认定，以及倾销与损害之间必须存在因果关系。

2. 反倾销大着维护公平贸易的旗号，已经成为最有效的贸易保护的手段之一。

四、反倾销对中国经济的影响及对策

随着中国对外贸易量的增加，中国已经成为遭受反倾销诉讼最多的国家，我们必须从政府到企

业，各个方面采取相应的策略以改变目前的处境。

第五节 国际卡特尔

一、国际卡特尔及其定价方法

为避免寡头之间的恶性竞争，20 世纪 70 年代形成了通过限产、限量，使垄断利润达到最大化的垄断组织——国际卡特尔。

二、影响国际卡特尔定价水平的因素

影响国际卡特尔定价的因素有产品的需求弹性、市场占有率、产品替代性、供给弹性等多种因素。

三、国际卡特尔协议的不稳定性

由于按照协议产量生产，成员国并没有达到利润最大化，因此，总有违反协议，扩大产量的冲动，使对各方有益的协议不能很好的遵守。

第六节 贸易保护政策的理论辨析

一、贸易保护理论的分类

经济学家把贸易保护理论分为三类：错误的观点、含有合理因素的观点和非经济的观点。

二、保护幼年产业论的内容及其意义

1. 保护幼年产业论认为，发达国家和发展水平落后的国家自由贸易的进程应该不一样，允许落后国家通过贸易保护使经济强大起来以后，在实行自由贸易。

2. 该理论并没有违背比较利益论，而且对发展中国家有重大的启示。

主要参考书目

1. [美]保罗·克鲁格曼：《战略性贸易政策与信国际经济学》，国际经济学译丛，中国人民大学出版社，主编。

2. [美]罗塞·罗伯茨：《抉择——关于自由贸易与贸易保护主义的寓言》，国际经济学译丛，中国人民大学出版社。

3. [美]格林纳韦：《国际贸易前沿问题》，中国税务出版社，2000 年 1 月版。

4. [德]弗里德里希·李斯特：《政治经济学的国民体系》，商务印书馆，1997 年。

核心概念

关税 进口附加税 从价税 从量税 复合税 关税 选择税 反倾销税

反补贴税 最适当关税 关税报复 抑制性关税 有效保护率 进口许可证进口配额 自动出口配额 海关估价 政府采购 贸易的技术性壁垒

出口信贷 买方信贷 卖方信贷 出口信贷国家担保制 外汇管制 倾销持续性倾销 出口补贴 国际卡特尔

思考题

1. 关税局部均衡分析的经济效应是什么？
2. 关税一般均衡分析的经济效应是什么？
3. 试述关税结构与有效保护率理论？
4. 进口配额与关税的经济效应有什么联系和区别？
5. 自动出口配额极其经济效应是什么？
6. 出口补贴极其经济效应是什么？
7. 持续性倾销的实现条件是什么？倾销对各国经济的影响是什么？针对反倾销调查，应该采取怎样的对策？
8. 形成国际卡特尔的条件是什么？国际卡特尔定价应该考虑那些因素？
9. 试用博弈论解释国际卡特尔协议不能稳定的原因。
10. 贸易保护政策的理论辩解主要有哪些？
11. 结合我国经济发展现状试述保护“幼年”产业论的合理性？

讨论题

中国当前面临的主要贸易壁垒是哪些？应该采取什么样的措施减少贸易壁垒造成的损害？

第五章 关税同盟和区域经济一体化

教学目的和教学要求：在伴随着经济全球化的过程中，区域经济一体化成为引人注目的一个现象，关税同盟是区域经济一体化的典型形式，通过本章学习，要求学生掌握关税同盟理论的内容，并能结合所学理论分析区域经济集团化趋势与世界经济一体化之间的关系。

学习重点和难点：本章的学习重点是关税同盟理论及其经济学分析，难点是形成贸易创造性关税同盟的条件。

第一节 经济一体化及其组织形式

一、经济一体化

区分世界经济一体化和区域经济一体化的概念，本章所讲的经济一体化概念主要是区域经济一体化。

二、经济一体化的组织形式

按照一体化的进程来看，经济一体化的主要有：特惠贸易协定、自由贸易区、关税同盟、共同市场和经济同盟五种形式。

第二节 关税同盟的经济效应

一、关税同盟的静态经济效应

1. 关税同盟的静态经济效应主要有贸易创造和贸易转向。
2. 关税同盟的静态经济效应还有节约开支；贸易条件改善；在国际贸易谈判中处于更有力的地位等。
3. 导致福利增加的条件。

二、关税同盟的动态效应

关税同盟的动态效应是更重要的，这些动态效应包括：市场结构效应、规模经济效应、生产要素移动的经济效应和投资效应。

主要参考书目

1. 田青：《国际经济一体化理论与实证研究》，中国经济出版社，2005。
2. 巴拉萨（Balassa, B.）：《经济一体化理论》，1962年版。
3. 彼得罗布森：《国际一体化经济学》，上海译文出版社，20001年版。
4. 陈岩：《国际经济一体化》，商务印书馆，2001年版。

核心概念

经济一体化 自由贸易区 关税同盟 共同市场 经济同盟 贸易创造 贸易转向 关税工
厂

思考题

1. 关税同盟的静态经济效应是什么？
2. 关税同盟的动态经济效应是什么？
3. 使关税同盟福利增加的条件是什么？
4. 试结合世界上目前存在的几大区域经济集团的兴起与发展史，谈谈区域经济一体化与世界经济一体化之间的关系。

讨论题

你认为中国在区域集团化趋势的大背景下应该采取什么对策？

第六章 国际贸易体系

教学目的和教学要求:本章是第五章内容的引申,国际贸易体系是世界经济一体化的具体实践。通过本章的学习,要求学生掌握多边贸易协定和国际贸易组织的原则和宗旨,并能够对中国加入世界贸易组织的问题进行深入探讨。

学习重点和难点:本章的学习重点是世界贸易组织宗旨、职能和基本原则。难点是对中国“入世”问题进行深入的理论分析。

第一节 关贸总协定概况

一、关贸总协定的历史背景与成立过程

二战后,为了减少贸易壁垒对世界经济的损害,在英、美两国的倡导下开始进行多边贸易谈判,并准备建立一个国际贸易组织,并达成了《关税与贸易总协定临时适用议定书》,宣布在国际贸易组织宪章生效之前临时适用关贸总协定。

二、关贸总协定的多边贸易谈判及其成果

关贸总协定成立的 45 年时间经过了 8 轮谈判,第 8 轮乌拉圭回合谈判的最大成果是创立了世界贸易组织并达成了范围广泛的一揽子协议。

第二节 世界贸易组织

一、世界贸易组织与关贸总协定的区别

世贸组织的建立结束了二战以来多边贸易体制缺少一个正式的、健全的、规范化组织机构保证的历史,它是对关贸总协定的进一步“扬弃”和发展。

二、世贸组织的宗旨和职能

1. 世贸组织的宗旨并不是推行自由贸易,而是提高生活水平,使各成员国经济持续发展,并确保发展中国家在国际贸易增长中获得与其经济发展水平相应的份额和利益。
2. 世贸组织有很多职能,特别值得注意的是它的特殊争端解决机制。

三、世贸组织的基本原则

世贸组织取代关贸总协定后,继承了关贸总协定的原则,并将这些原则扩大到其管辖的服务贸易、与贸易有关的知识产权以及与贸易有关的投资措施等新的领域中。

第三节 中国与世贸组织

一、中国“复关”与“入世”的谈判过程

中国“复关”与“入世”的过程实际上中国接受市场经济是人类共同财富的过程。

二、中国加入世界贸易组织后的权利和义务

“入世”可以使中国有更好市场准入，促进我国出口的增加，为但同时中国也必须承担削减关税、逐渐取消各种非关税壁垒、开放服务、农产品市场等义务。

三、中国加入世贸组织的机遇和挑战

“入世”促进了中国的改革开放，为中国国民经济的发展提供新的增长点，但同时由于发展水平还比较低，我国经济也将遭受较大的冲击。

主要参考书目

1. 石广生：《中国加入世界贸易组织知识读本》，人民出版社，2001 年。
2. 《乌拉圭回合多边贸易谈判结果：法律文本》，石广生，人民出版社，2001 年。
3. 王福明：《世界贸易组织运行机制与规则》，对外经济贸易大学出版社 2000 年版。

核心概念

关税与贸易总协定 世界贸易组织 最惠国待遇 国民待遇
特殊争端解决机制

思考题

1. 世贸组织与关贸总协定的区别？
2. 简述世界贸易组织的宗旨、职能和基本原则。

讨论题

1. “入世”对中国经济产生哪些影响？
2. 中国加入世界贸易组织后应该采取什么对策？

第七章 生产要素的国际移动与跨国公司

教学目的和教学要求：生产要素的流动与贸易之间有一定的替代性，因此，一定意义上讲本章是国际贸易理论的继续。伴随着生产全球化，生产要素的流动与跨国公司在国际经济中地位的不断上升，对本章的学习也显得更加重要了。通过本章的学习，要求学生掌握生产要素流动和跨国公司的相关理论，并认识到要素的流动在国际经济发展中的重要作用。

学习重点和难点：本章学习重点是资本、劳动要素的移动的经济效应，难点是对跨国公司理论的理解。

第一节 劳动力的国际迁移

一、劳动力国际迁移的原因和特点

劳动力国际迁移的原因是多方面的，特点主要是从要素价格低的国家流向要素价格高的国家。

二、劳动力国际移动的成本/收益

对劳动力国际移动的成本和收益分析，主要是从劳动力流入国和劳动力流出国，从私人和社会两个角度来考察的。

三、劳动力国际移动的经济效应

通过劳动力的流动可以产生劳动力市场效应、生产效应、在分配效应、国际贸易效应，从而使资源配置更合理。

第二节 资本的国际移动

一、资本国际移动的方式和原因

国际资本移动主要有两种基本方式：证券投资和直接投资。原因主要是在国外可以获得更高的收益，并使投资风险分散化。

二、资本国际移动的经济效应

资本国际移动的经济效应是：使世界总资本的利用效率提高；使世界总产量增加，国民福利水平提高；使两国的国民收入分配发生变化。

三、外资吸引能力的分析

一个国家吸引外资的能力不无限的，与该国的物质技术基础决定的资本边际产值线有关。

第三节 对外直接投资与跨国公司

一、跨国公司的性质和经营特点

跨国公司也称多国公司，使对外直接投资的载体，具有全球战略目标和高度集中统一的最显著的特点。

二、跨国公司理论的主要流派

有关跨国公司的理论很多，主要有：垄断竞争理论、市场内部化理论、生产周期理论、区位理论、国际生产折衷理论、发展水平理论。

三、跨国公司的经济效应

跨国公司的经济效应主要表现为三个方面：即对世界经济总的影响；对投资国经济的影响；对东道国经济的影响，而且这些影响都表现为积极和消极作用两个方面。

主要参考书目

1. [日]小岛清：《对外贸易论》，南开大学出版社，1987 年。
2. 腾维藻、陈荫枋：《跨国公司概论》，人民出版社，1991 年。
3. N 胡德、S 杨：《跨国企业经济学》，经济科学出版社，1990 年。
4. 林康著：《跨国公司与跨国经营》，对外经济贸易大学出版社，2000 年版。
5. 肖卫国：《跨国公司海外直接投资研究：兼论加入 WTO 新形势下我国利用外商直接投资的战略调整》，武汉大学出版社，2002 年版。

核心概念

边际生产率 资本边际生产率 劳动边际生产率 跨国公司 直接投资

思考题

1. 试分析劳动力国际移动的成本与收益？
2. 试述劳动力国际移动的经济效应？
3. 国际资本移动的原因是什么？
4. 国际资本移动的经济效应是什么？
5. 对外资的吸引能力是无限的吗？
6. 对外直接投资通常采取哪三种形式？
7. 跨国公司理论主要有哪些流派？其基本观点是什么？
8. 中国劳动力国际移动有哪些特点？对中国经济产生什么影响？
9. 你如何评价 FDI 对中国经济的影响？
10. 试用直接投资理论解释欧、美、日大型跨国公司在中国的直接投资。
11. 结合经济全球化的现实趋势讨论跨国公司对世界资源配置效率的影响。

讨论题

你如何评价中国引进外资的政策？

第八章 外汇与汇率

教学目的和教学要求：从本章开始，我们将进入国际金融部分。外汇、外汇市场、汇率是学习国际金融知识的基础，通过本章的学习，要求学生掌握外汇、汇率的基本的概念、外汇市场的功能、汇率决定理论和影响汇率因素。

学习的重点和难点：外汇、汇率的概念和汇率理论是本章学习的重点。由于何外汇交易接触不多，所以，对同学来讲，国际结算方式、外汇市场交易活动是学习的难点。

第一节 外汇与外汇市场

一、外汇的一般含义

外汇是外国货币或以外国货币表示的能用于国际结算的有价证券和支付凭证。外汇实质上就是用外币表示的用于国际结算的支付手段。

二、外汇市场的组织与功能

外汇市场是由外汇需求者与供给者及从事外汇买卖的中介机构所构成的买卖外汇的场所及交易网络。它的最基本功能是为各国相互间的经济交易提供支付手段，此外，还有信贷功能和为套期保值和投机提供便利的功能。

三、国际结算的方式

国际结算的主要方式有汇付、托收和信用证结算方式，其中，信用证结算是重要的计算方式。

第二节 汇率与外汇市场

一、汇率及其标价方法

汇率是一种价格，即用一种货币表示另一种货币的价格。汇率的标价方法有直接标价法和间接标价法。

二、即期汇率与远期汇率

外汇市场上每天都进行着各种交易，根据汇票的期限不同，外汇交易大致可分为两种，即期交易和远期交易，于是便产生了即期汇率和远期汇率。

三、外汇市场的交易活动

在外汇市场上可以通过套汇、套利、投机活动获得资产收益，也可以通过套期保值来规避外汇风险。

第三节 汇率的决定于波动

一、均衡汇率

均衡汇率就是既能维持一国国际收支平衡，又能维持国内经济稳定增长的汇率，它处于外汇的供给曲线和需求曲线的交叉点上。

二、影响汇率波动的主要因素

正如商品的价格取决于商品的供给和需求，汇率作为一种价格也由外汇的供给和需求所决定，而影响外汇供给和需求的因素有：国际收支、相对通货膨胀、相对利率、商品总需求和总供给、经济增长率、财政赤字、外汇储备、心理预期。

三、政府干预外汇市场

当汇率发生剧烈波动时，政府干预外汇市场，以抑制汇率波动的方法是：通过在外汇市场买进、或卖出外汇；通过调整国内货币政策和财政政策；在国际范围内发表言论以影响市场心理；与其他国家联合，进行直接干预或通过政策协调进行间接干预等。

四、货币贬值和升值的影响

1. 货币贬值对经济的最基本影响是促进出口，不利于进口；有利于吸引外资，但会增加外债负担。
2. 货币升值对经济的最基本影响是增加进口，不利于出口；有利于对外投资，但会使一个国家的外汇储备或从外国调回资金折成本币相应减少。

第四节 汇率决定理论

一、金平价说

在金本位制度下，各国货币有法定含金量，纸币和黄金可以自由兑换，实际汇率货币因供求关系的变动在黄金输送点范围内围绕铸币平价上下波动。

二、纸币本位制下的汇率决定理论

汇率决定的理论很多，比较有影响的是：国际借贷说、购买力平价说、汇兑心理所、流动资产选择说、货币供求说。

主要参考书目

1. 姜波克：《国际金融学》，复旦大学出版社，2005 年。
2. 陈彪如：《国际金融市场》，马之周编著，复旦大学出版社，1998 年版。

核心概念

外汇 外汇市场 国际结算 汇率 即期汇率 远期汇率 升水 贴水
套汇 套利 套期保值 投机 均衡汇率 信用证 汇票 本票 支票

黄金输出点 黄金输入点 金平价 货币升值 货币贬值 黄金输送点
托收

思考题

1. 外汇市场的参与者各起什么作用？其基本职能是什么？
2. 国际结算采取哪些方式？
3. 托收的特点是什么？包括哪些种类？
4. 信用证结算的程序是怎样的？信用证结算的特点是什么？
5. 通常汇率采取哪两种标价方法？其含义是什么？
6. 投机对外汇市场的影响有哪些？
7. 如何进行三角套汇？
8. 什么是利息平价？出现利息平价的主要原因是什么？
9. 什么外汇风险？进出口商如何避免外汇风险？
10. 汇率发生波动时，政府任何干预外汇市场？
11. 货币贬值的原因及其对经济的影响是什么？
12. 货币升值的原因其对经济是什么？
13. 试对购买力平价说的主要观点及其理论局限性进行说明。
14. 试对西方汇率理论的主要观点及其理论局限性进行说明。

讨论题

结合影响汇率水平的主要因素，你认为人民币汇率波动的原因是什么？

第九章 国际收支

教学目的和教学要求：国际收支是考察一国在一定时期内金融活动的全部情况和发展趋势的重要指标，国际收支的不平衡反映了对外经济的不平衡。通过本章的学习，要求学生掌握国际收支、国际收支平衡表的构成，以及国际收支各个项目的经济含义和它们之间的关系；能够用国际收支理论分析国际收支不平衡的原因及应该采取的相应政策。

学习重点和难点：国际收支、国际收支平衡表的构成；国际收支理论是本章的重点。国际收支的调节机制和对国际收支理论的深入理解是本章的难点。

第一节 国际收支和国际收支平衡表

一、国际收支的基本概念

国际收支概念有狭义和广义之分，搞清楚它的内涵是我们正确运用这个概念的第一步。

二、国际收支平衡表的主要内容

国际收支平衡表的基本内容包括经常项目、资本和金融项目、错误和遗漏项目。

三、国际收支的计算方法

了解国际收支平衡表的记帐方法和各种帐户之间的相互关系是我们正确计算和解读国际收支的关键。

第二节 国际收支不平衡与调整

一、国际收支不平衡的含义

按照人们的传统习惯和国际货币基金组织的做法，国际收支不平衡可以按不同的统计口径有以下几层含义：贸易收支不平衡、经常项目的不平衡、基本项目收支的不平衡。

二、国际不平衡的类型

从国际收支不平衡的主要原因看，我们可以将国际收支不平衡分为：临时性不平衡、结构性不平衡、周期性不平衡、货币性不平衡、收入性不平衡。

三、国际收支调整的方法

各国调节国际收支的方法主要有：奖出限入政策、调整利息政策、财政政策、调整汇率、建立外汇平准基金、开展国际经济金融合作。

四、国际收支不平衡的调节机制

在不同的汇率制度下，调节国际收支的方法也不同。

1. 在固定汇率制度下，一个国家发生国际收支逆差时，可以动用外汇储备或用黄金来清偿差额，还可以通过政府援助或增加短期或长期债务来抵消。

2. 在浮动汇率制度下，特别是在纯粹的自由经济中，国际收支的不平衡可以通过货币——价格机制、收入机制、利率机制自动地达到均衡。

五、实现内外均衡的“政策配合理论”

对一个国家来说，要一国长期保持国民经济的内外均衡是有很多困难的，蒙代尔的“政策配合理论”为我们提供了一个简单模型，现实中还需要外汇政策、贸易政策以及各种行政管制政策相配合。

第三节 国际收支调节理论

一、国际收支调整的弹性论

弹性理论认为，贸易收支额的变动与进出口商品的需求价格弹性有关，当满足马歇尔——勒纳条件，即进出口商品需求价格弹性之和大于1的情况下，一国的货币贬值可以使其贸易逆差减少。

二、国际收支调整的吸收理论

国际收支理论从凯恩斯的国民收入方程式入手，着重考察了总收入与总支出对国际收支的影响，并在此基础上，提出国际收支调节的相应政策主张。

三、国际收支调整的货币方法

国际收支调节的货币分析法认为：国际收支从根本上说是一种货币现象，一国的货币供求变动会引起一国的国际收支失衡，同时，这种国际收支的失衡反过来又影响国内的货币供求变化，最终在没有人有干扰的条件下，国际收支会自动地在长期内趋于均衡。

主要参考书目

1. 陈岱孙，厉以宁：《国际金融学说史》，主编，中国金融出版社，1991年版。
2. [美]劳伦斯·S·科普兰：《汇率与国际金融》（第三版），中国金融出版社，2002年。
3. [英]J.E.米德：《国际收支》，北京经济学院出版社，1990年。
4. [美]J.戈莱比：《国际金融市场》，中国人民大学出版社，1998年。
5. [美]M.G.德弗里：《国际收支调整》，中国金融出版社，1990年。
6. 戴金平著：《国际金融前沿发展：理论与实证方法》，天津人民出版社，2000年。
7. 潘国陵著：《国际金融理论与数量分析方法——汇率决定理论与国际收支理论研究》，上海人民出版社，2000年。

核心概念

广义国际收支 狭义国际收支 国际收支平衡表 马歇尔-勒纳条件
 资本项目 经常项目 金融项目 自主性交易 补偿性交易
 国际收支差额 外部均衡 国内均衡 J曲线效应 国际收支均衡

思考题

1. 国际收支平衡表包括哪些主要内容？
2. 国际收支不平衡含义是什么？

3. 国际收支不平衡有那些类型？主要有那些调节方法？
4. 国际收支的调节机制是什么？
5. 如何实现国际收支均衡？
6. 试述 J 形曲线效应原理。
7. 试画图说明马歇尔-勒纳条件。
8. 试述弹性调节理论的基本内容并进行评价。
9. 试推导吸收法的公式并说明政策含义。
10. 试述货币调节法的基本内容并进行评价。

讨论题

国际收支顺差对中国的经济带来哪些影响？

第十章 开放经济下的内外均衡

教学目的和教学要求：在上一章内容的基础上，我们将进一步考察内外均衡的含义，以及不同汇率制度下宏观经济政策的效果。通过本章学习要求学生以 IS-LM-BP 模型为核心，正确评价固定汇率制度和浮动汇率制度下财政政策和货币政策的有效性问题。

学习重点和难点：本章的学习重点是蒙代尔——弗莱明模型以及它的政策的含义，难点是 IS-LM-BP 模型的推导和变形。

第一节 IS-LM-BP 模型的推导

一、内外均衡的含义

1. 在开放的经济中，宏观经济政策的主要目标是经济增长、充分就业、物价稳定和国际收支平衡。

2. 经济增长是长期目标，短期目标是三个。对内均衡指内部经济处于充分就业和物价稳定状态；对外均衡指国际收支达到均衡。

二、开放条件下 IS 曲线的推导

根据国民收入均衡条件求出 IS 曲线的几何和代数推导。进出口变化、汇率的变化会引起 IS 曲线的移动。

三、开放条件下 LM 曲线的推导

根据货币市场均衡条件求出 LM 曲线的几何和代数推导。汇率变化会引起 LM 曲线的移动。

四、国际收支平衡线——BP 曲线的推导

根据国际收支均衡的条件求出 BP 曲线的几何和代数推导。BP 曲线表示国际收支平衡的利率和收入组合。

五、IS-LM-BP 模型

将 BP 曲线引入到 IS-LM 模型中，从而形成一个产品市场和货币市场同时达到均衡的开放的宏观经济模型，是我们研究开发经济下宏观经济政策效果的重要工具。

第二节 固定汇率制下的宏观经济政策

一、固定汇率制度下货币政策的有效性

在固定汇率制度下，因为要维持汇率稳定，货币政策很难同时兼顾内外两个政策目标，政府运用货币政策的能力会受到限制。

二、固定汇率制度下财政政策的有效性

在固定汇率制度下，若国际资本流动对利率变化反应比较敏感的话，扩张性财政政策对刺激就

业、提高国民收入比较有效；反之，财政政策的有效性就会受到一定的限制。

三、蒙代尔-弗莱明模型

蒙代尔-弗莱明模型是以资本具有完全流动性为假设前提的开放经济模型，该模型系统阐述了开放经济条件下货币政策与财政政策的短期效应问题，政策的效果直接取决于国际金融资产的流动性和汇率制度的安排。

第三节 浮动汇率制下的宏观经济政策

一、浮动汇率制下的宏观经济政策环境与目标

由于浮动汇率可以使一国经济自动达到对外均衡，因此，在浮动汇率制下，政府的政策目标只有一个，即通过宏观经济政策的实施达到充分就业和物价稳定，实现对内均衡。

二、浮动汇率制度下货币政策的有效性

与固定汇率制下的货币政策作用不通，浮动汇率制下货币政策对国内生产与收入有较强的影响力。

三、浮动汇率制度下财政政策的有效性

浮动汇率制度下，财政政策的有效性受国际资本流动性的影响，国际资本流动利率弹性越大，财政政策的作用效果就越有限。

四、资本完全流动下宏观经济政策的有效性

在浮动汇率制度下，当国际资本完全流动时，财政政策完全无效，而货币政策则是有效的，即一国货币当局在浮动汇率制下可以实行独立的货币政策。

主要参考书目

1. [美]托马斯·A·普格尔，彼得·H·林德特：《国际经济学》（第 11 版），国外经济学教材库，经济科学出版社，2001 年 7 月版。
2. 薛敬孝：《国际经济学》，高等教育出版社，2005 年 7 月。
3. Meade,J.E.:Theroy of Internatioanl Economic Policy.London:Oxford University Press.
4. 向松祚译：《蒙代尔经济学文集》（第三卷）（国际宏观经济模型），中国金融出版社，2003 年版。
5. 向松祚译：《蒙代尔经济学文集》（第二卷）（一般货币与宏观经济理论），中国金融出版社，2003 年版。

核心概念

内外均衡 BP 曲线 IS-LM-BP 模型 米德冲突 蒙代尔-弗莱明模型

思考题

1. 试述宏观经济目标的主要内容以及实现宏观经济目标的主要政策工具。
2. 试推导 IS-LM-BP 模型。

3. 试述蒙代尔-弗莱明模型的重要内容。
4. 试比较在固定汇率制下，资本完全不流动、资本不完全流动和资本完全流动三种情况下货币政策的效果。
5. 在固定汇率制度下，资本完全不流动、资本不完全流动和资本完全流动三种情况下，试比较：
 - (1) 扩张性财政政策在短期内（国内货币供给尚未来得及变动）对国际收支的影响效果（假设最初国际收支是均衡的）；
 - (2) 扩张性财政政策在长期内（中央银行为维持固定汇率采取干预措施之后）对国内实际收入水平的影响效果。
6. 浮动汇率制度下的政策目标与固定汇率制下有什么区别？
7. 比较固定汇率制和浮动汇率制下的各种宏观经济政策的效果，并对之加以解释。
8. 试分析在浮动汇率制下，资本完全不流动情况下，财政政策和货币政策的作用。
9. 试分析在浮动汇率制下，资本完全流动情况下，财政政策和货币政策的作用。

讨论题

1. 你如何看待中国资本完全流动的问题？
2. 中国开放经济条件的宏观经济政策有什么特点？

第十一章 国际货币体系

教学目的和教学要求：为了各国经济能够健康的发展，建立一个有效的、共通国际货币体系，以协调各个独立国家的经济活动是十分必要的。通过本章的学习，要求学生掌握国际货币体系的内涵、类型，不同汇率制度的特性，并对货币体系的改革问题进行探讨。

学习重点和难点：国际货币体系的内涵、类型以及国际货币体系的改革问题是本章的重点，固定汇率与浮动汇率之争和国际货币储备的基本知识是本章的难点。

第一节 国际货币体系概述

一、国际货币体系的含义

国际货币体系是国际货币制度、国际货币金融机构及由习惯和历史沿革形成的约定俗成的国际货币秩序的总和，实质上是某种规则、某种秩序的整合体。

二、国际货币体系的任务和评价标准

1. 国际货币体系主要涉及到三个方面的管理：（1）汇率的规定与变动；（2）国际收支的调节；（3）国际货币或储备资产的供应。
2. 一个好的国际货币体系必须具有可调性、流动性和可靠性。

第二节 国际货币体系的类型

一、金本位制

金本位制是以一定成色及重量的黄金为本位货币的一种货币制度，它的基本特点是自由铸造、自由兑换与自由输出输入。

二、金汇兑本位制

国际金汇兑本位制也称虚金本位制，为了节约黄金，国内不流通金币，以国家发行的银行券当作本位货币，本国货币与黄金挂钩，黄金只有在最后关头才充当支付手段，以维持汇率的稳定。

三、布雷顿森林体系

为了有一个秩序良好的货币体系，二战以后，资本主义世界建立了一个以美元为中心的国际货币体系，即布雷顿森林体系。该体系的主要特点就是“双挂钩”，即美元与黄金挂钩，各国货币与美元挂钩。美元既是美国的本币，又是世界各国的储备货币，这种美元的双重身份导致了“特里芬两难”，并最终使布雷顿森林体系瓦解。

第三节 汇率制度

一、国际汇率制度的种类

1. 固定汇率制度是指把各国货币的兑换比率稳定在一定幅度之内的一种制度。
2. 浮动汇率制度分为自由浮动和管理浮动。

二、固定汇率与浮动汇率之争

1. 固定汇率制度能保持汇率的稳定，但是汇率基本不能发挥调节国际收支的经济杠杆作用，同时，由于货币政策不能发挥作用，因此，有牺牲内部均衡之虞。
2. 浮动汇率制度下，汇率具有自动稳定器功能，货币能发挥作用，但是，汇率的频繁波动不利于国际贸易和国际投资。

三、人民币汇率制度

伴随着经济体制改革的深化，人民币汇率制度从 1994 年至今经过了若干次的改革，人民币汇率实行了以外汇市场供求为基础的单一，参考一揽子货币定价的，有管理的浮动汇率制度。

四、资本项目下人民币自由兑换

虽然我国实现人民币经常项目可兑换，但我国仍对资本项目外汇收支实行一定的外汇管制，下一步我国外汇体制改革的重点将是在完善以前外汇体制改革成果的基础上，逐步放松资本项目外汇管制，最终实现包括资本项目可兑换在内的人民币自由兑换，这是我国外汇体制改革的长远目标。但是实现人民币的完全自由兑换必须是一个渐进的过程。

第四节 国际货币储备

一、国际储备及其形式

国际储备是指一国货币当局能随时用来干预外汇市场、支付国际收支差额的资产。它包括自由储备和借入储备。

二、国家储备的作用

1. 从世界范围来考察，国际储备的作用主要是起着媒介国际商品流通和世界经济发展的作用。
2. 从每一个国家来考察，各国持有国际储备的作用主要是：保持国际支付能力、支持本国货币汇率、信用保证和赢得竞争利益。

三、国家储备的来源

国际储备的主要来源是国际收支顺差、特别提款权和黄金储备，但是，由于黄金的产量一直跟不上世界经济的增长，因此，从长期看，黄金已经不再是当今国际储备的主要来源。

四、国际储备需求的数量管理

各国应该使持有国际储备的机会成本尽可能减小，从理论上讲一国的储备需求决定于持有储备

的边际成本和边际效用的平衡点。但是，由于影响国际储备的因素很多，因此，一国到底有多少储备是合适的，这在理论和实践上都还没得出一个比较一致的结论。

第五节 国际货币体系的改革

一、国际货币体系改革需要解决的主要问题

国际货币体系改革面临的重要问题是：汇率机制、货币可兑换性的重建、各种储备资产在国际货币体系中的地位，以及如何缓和扰乱性资本移动所带来的巨大市场压力问题，为适应发展中国家的特殊需要而在国际货币基金协定中作出新规定的可能性。

二、国际货币体系改革的过程与牙买加体系的建立

牙买加体系是在保留和加强基金组织作用的前提下对布雷顿森林体系的一种改革，其改革的主要内容集中在黄金非货币化、汇率制度多样化及储备货币多样化这三点上。

三、牙买加体系面临的主要问题和困难

牙买加体系的三项内容基本上反映了世界经济变化的要求，但是，牙买加体系并没有能从根本上解决一个有效的国际货币体系所需要解决的三个问题，特别是清偿能力供应的问题。

主要参考书目

1. 向松祚译：《蒙代尔经济学文集》（第四卷）（宏观经济学与国际货币史），中国金融出版社，2003年版。
2. 易纲、张磊：《国际金融》，上海人民出版社，1999年。
3. 陈彪如著：《国际货币体系》，华东师范大学出版社，1990年。
4. 马君潞：《国际货币制度研究》，中国财经经济出版社，1996年。

核心概念

国际货币体系 国际货币 本位货币 金本位制 铸币平价 国际储备
国际清偿能力 储备货币 资本项目可兑换 特里芬两难 固定汇率制
自由浮动汇率制 可调整的钉住汇率制 爬行钉住汇率制 牙买加体系
管理浮动汇率制 特别提款权

思考题

1. 一个稳定的国际货币体系必须具备哪些条件？国际货币体系的任务是什么？
2. 金本位制的优缺点是什么？它对经济发展起什么作用
3. 布雷顿森林体系的特定是什么？它的积极作用是什么？
4. 主张固定汇率制与浮动汇率制的各自理由是什么？
5. 国际储备和国际清偿力的区别是什么？各自包含哪些具体内容？
6. 国际储备的作用是什么？
7. 国际储备的来源是什么？
8. 影响国际储备需求量的因素有哪些？
9. 特别提款权的性质和职能是什么？

10. 牙买加体系的主要特点是什么？
11. 如何看待牙买加体系的问题和改革？
12. 何为特里芬两难？布雷顿森林体系崩溃的根本原因是什么？

讨论题

你如何看待中国汇率制度的改革？

第十二章 货币一体化与欧洲货币联盟

教学目的和教学要求：欧洲货币联盟的建立是货币一体化理论的经典之作，而货币一体化问题又是国际货币体系理论的重要组成部分，因此，本章实际上是第十一章的继续。通过本章的学习，要求学生掌握最优货币区理论，并关注欧洲货币联盟的建立，欧元的启动及其对世界和我国经济的影响等现实问题。

学习的重点和难点：本章的学习重点是最优货币区理论，难点是将这一理论应用到欧洲货币联盟的实践。

第一节 最优货币区理论

一、最优货币区理论综述

最优货币区理论是货币一体化理论的核心，它说明了最优货币区的经济特征，或者说在什么条件下，实现货币一体化是最佳的。

二、最优货币区的特征

建立最优货币区的条件是要求成员国之间有很高的经济一体化程度，并且经济结构相似。

三、最优货币区的成本/收益分析

加入最优货币区的国家可以享受到价格稳定、货币流动性增强和金融风险共担的好处，最大的成本是参加国失去了追求独立的货币政策的自由。

第二节 欧洲货币体系与欧洲货币联盟

一、联合浮动

联合浮动是指参与国货币相互之间保持可调整的钉住汇率，而对外则实行集体浮动汇率，其目的是抵制汇率波动的不利影响，促进区域内商品和资本的流动。

二、欧洲货币体系

欧洲货币体系建立于 1979 年，其主要内容有：建立欧洲货币单位、建立稳定的汇率机制、建立欧洲货币合作基金。

三、欧洲货币联盟与欧元

从 90 年代初到 2002 年 6 月，经过三个阶段的努力，欧洲货币联盟最终建立起来，实现了建立欧洲中央银行和在欧元区发行统一的欧洲货币——欧元的目标。

第三节 欧元的国际地位及影响

一、欧元启动后的前景及在未来国际货币体系中地位

从整体看、从长远看，欧元是一种稳定的货币，并最终会以强币形式介入流通、支付和储备，在国际货币体系中与美元分庭抗礼。

二、欧元对国际货币体的影响

欧元的诞生将对国际货币储备的格局，汇率制度的选择，乃至世界经济和贸易的增长产生重要的影响。

三、欧元启动对中国经济的影响

欧元启动将对我国对外贸易、利用外资和外汇储备等诸方面产生影响，欧元成为我们出美元以外，必须要高度重视的国际货币。

主要参考书目

1. 向松祚译：《蒙代尔经济学文集》（第五卷）（汇率与最优货币区），中国金融出版社，2003 年版。
2. Mario Baldassarri&Robert Mundell:"The single Market and Monetary Unification",St.Martin's Press,1993.
3. Peter B.Kenen: "Economic and Monetary Union in Europe:" Moving Beyond Maastricht",Cambridge University Press,1995.
- Paul De Grauwe:"The Economics of Monetary Integration",Oxford University Press,1997.
- 朱青：《欧元与欧洲经货联盟——欧洲货币统一的理论与实践》，中国人民大学出版社 1999 年。

核心概念

最佳货币区、联合浮动、蛇形浮动、欧洲货币单、欧洲货币合作基金

思考题

1. 简述最佳货币区理论？
2. 用最佳货币区理论的成本/收益分析方法说明欧元对参加国会有什么影响？
3. 欧洲货币体系的主要内容是什么？
4. 欧元问世对国际货币体系产生什么影响？

讨论题

1. 欧元的出现对中国经济产生了什么影响？我们应该采取哪些对策？

总书目

一、参考书目

1. [美]Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld. International Economics Theory and Policy Fifth Edition,《国际经济学理论与政策》(第五版),清华经济学系列英文版教材.清华大学出版社,2001.
2. [美]保罗·克鲁格曼.《国际经济学》.中国人民大学出版社,1998年版。
3. [美]多米尼克·萨尔瓦多.《国际经济学》.清华大学出版社.2004年7月版。
4. [美]Robert J.Carbaugh .International Economics .高等教育出版社,2005.
5. [美]托马斯·A·普格尔,彼得·H·林德特著,《国际经济学》(第11版),国外经济学教材库,经济科学出版社,2001年7月版。
6. [美]罗塞·罗伯茨.《抉择——关于自由贸易与贸易保护主义的寓言》.国际经济学译丛.中国人民大学出版社,2002.
7. [美]保罗·克鲁格曼:《地理和贸易》,国际经济学译丛,中国人民大学出版社,2000。
8. [美]保罗·克鲁格曼:《汇率的不稳定性》,国际经济学译丛,中国人民大学出版社,2000。
9. [美]保罗·克鲁格曼:《流行的国际主义》,国际经济学译丛,中国人民大学出版社,2000。
10. [美]保罗·克鲁格曼:《战略性贸易政策与国际经济学》,国际经济学译丛,中国人民大学出版社,2000。
11. [美]保罗·克鲁格曼:《克鲁格曼国际贸易新理论》,中国社会科学出版社,2001。
12. [美]保罗·克鲁格曼:《市场结构和对外贸易政策——报酬递增、不完全竞争和国际贸易》,上海三联出版社,1993。
13. [美]罗塞·罗伯茨:《抉择——关于自由贸易与贸易保护主义的寓言》,国际经济学译丛,中国人民大学出版社,2002。
14. [英]托马斯·孟.《英国得自对外贸易的利益》,中译本.商务印书馆,1997.
15. [瑞典]伯尔蒂尔·俄林(王继祖等译校):《地区间贸易和国际贸易》,商务印书馆,1986年。
16. [德]李斯特《政治经济学的国民体系》,商务印书馆,中译本,1961年。
17. 吴建伟:《国际贸易比较优势的定量分析》.上海三联书店,上海人民出版社,1997.
18. 王新奎:《国际贸易与国际投资中的利益分配》.上海三联书店,上海人民出版社,1995.
19. 黄卫平、彭刚:《国际经济学教程》,中国人民大学出版社,2004年3月版。
20. 李坤望:《国际经济学》,高等教育出版社,2005年10月。
21. 华民:《国际经济学》,教育部重点教材,复旦大学出版社,2003年6月。
22. 张玉卿,李成刚:《WTO与保障措施争端》,上海人民出版社,2001年。
23. 张向晨:《发展中国家与WTO的政治经济关系》,法律出版社,2001年。
24. 赵春明:《非关税壁垒的应对及运用》,人民出版社,2001年。
25. 亚蒂什 M.巴格瓦蒂等:《高级国际贸易学》,上海财经大学出版社,2004年。
26. 陈彪如:《国际货币体系》,华东师范大学出版社,1990年。
27. 陈彪如:《国际货币体系》,华东师范大学出版社,1990年。
28. 易纲、张磊:《国际金融》,上海人民出版社,1999年。
29. 姜波克:《国际金融新编》,复旦大学出版社,2005年。
30. 陈岱孙,厉以宁主编:《国际金融学说史》,中国金融出版社,1991年版。

31. 丁伯根 (Tinbergen, J.): 《国际经济一体化》, 1954 年版。
32. 田青: 《国际经济一体化理论与实证研究》, 中国经济出版社, 2005。
33. 海闻、P 林德特、王新奎: 《国际贸易》, 海人民出版社, 2003 年。
34. 薛荣久: 《国际贸易》对外经济贸易大学出版社, 2003 年。
35. (意) G. 甘道尔夫等《国际贸易理论与政策》, 上海财经大学出版社, 2005 年。
36. 格林纳韦: 《国际贸易前沿问题》, 中国税务出版社, 2000 年 1 月版。
37. 张二震: 《国际贸易政策的研究与比较》, 南京大学出版社, 1993 年。
38. 高成兴: 《国际贸易政策研究》, 中国人民大学出版社, 1999。
39. 罗丙志: 《国际贸易政府管理》, 立信会计出版社, 1999 年。
40. 陈岩: 《国际一体化经济学》, 商务印书馆, 2001 年。
41. 罗布森 (Robson, P.): 《国际一体化经济学》, 上海译文出版社, 2001 年版。
42. [英] 亚当·斯密《国民财富的性质和原因的研究》, 商务印书馆, 中译本, 1979 年。
43. [英] 大卫·李嘉图: 《政治经济学及赋税原理》, 商务印书馆。
44. 熊贤良: 《国内扭曲、国际竞争与对外开放》, 云南大学出版社, 1997。
45. [美] 劳伦斯·S·科普兰, 《汇率与国际金融》(第三版), 中国金融出版社, 2002 年。
46. 巴拉萨 (Balassa, B.): 《经济一体化理论》, 1962 年版。
47. 任烈: 《贸易保护理论与政策》, 立信会计出版社, 1997 年。
48. 胡永刚: 《贸易模式论》, 上海财经大学出版社, 1999 年版。
49. 徐滇庆著: 《泡沫经济与金融危机》, 经济学前沿系列, 中国人民大学出版社。
50. 金仁淑: 《投资大国的兴衰——日本对外直接投资模式及效用研究》, 吉林人民出版社, 2002 年。
51. [美] 约翰·霍尔: 《期权、期货和其他衍生产品》, 华夏出版社, 2000 年。
52. 伍贻康、周建平: 《区域性国际经济一体化的比较》, 经济科学出版社, 1994 年版。
53. 杰弗里·萨克斯: 《全球视角的宏观经济学》, , 上海三联书店。
54. 杨帆: 《人民币汇率研究——兼谈国际金融危机与涉外经济》, 首都经济贸易大学出版社, 2000 年。
55. (美) R.多恩布什, F.L.C.H.赫尔默斯主编, 杨越、刘立群、沈进建译, 《如何开放经济》, 经济科学出版社, 1998 年。
56. 王福明: 《世界贸易组织运行机制与规则》, 对外经济贸易大学出版社 2000 年版。
- 余永定, 郑秉文: 《中国“入世”研究报告: 进入 WTO 的中国产业》, 社会科学文献出版社, 2000 年。
57. 石广生《中国加入世界贸易组织法律文件导读》, 人民出版社, 2001 年。
58. 石广生: 《中国加入世界贸易组织知识读本》, 人民出版社, 2001 年。
59. Anderson, S.P., de Palma, A. and Thisse, J.F. (1990), 'Demand for Differentiated Products, Discrete Choice Models, and the Characteristics Approach', Review of Economic Studies, 56, 21-35.
60. Brander, J.A. and Krugman, P.R. (1983), 'A "Reciprocal Dumping" Model in International Trade', Journal of International Economics, 15, 313-23.
61. Gartner, Manfred. Macroeconomics under Flexible Exchange Rates. Harvester Wheatsheaf, 1993.
62. Grossman, Gene and Kenneth Rogoff, Handbook of International Economics, Vol. 3, North-Holland, 1995. (GR)
63. Hallwood, C. Paul and Ronald MacDonald, International Money and Finance, 3rd Edition,

Blackwell 2000.

64. Helpman, E. (1984), 'Increasing Returns, Imperfect Markets and Trade Theory', in Jones, R. and Kenen, P. (eds), *Handbook of International Economics*, Vol. I (Amsterdam: North-Holland), 325-15.

65. 原毅军编审, *International Economics 《国际经济学》*, 高等学校经济学类英文版教材, 高等教育出版社, 2005 年 4 月。

66. [美]Paul R. Krugman ,Maurice Obstfeld 著, *International Economics Theory and Policy Fifth Edition 《国际经济学理论与政策》* (第 5 版), 清华经济学英文版教材, 清华大学出版社, 2001 年 8 月版。

67. Madura, J, *International Financial Management*, 7th Edition. Peking University Press/Thomson Learning. 2003

68. Markusen, J.R. (1981), 'Trade and Gains from Trade with Imperfect Competition', *Journal of International Economics*, 11, 531-51.

二、相关学术期刊

(一) 中文期刊

1. 世界经济
2. 世界经济文汇
3. 世界经济研究
4. 世界经济导刊
5. 国际金融研究
6. 国际经济合作
7. 国际经济评论
8. 国际贸易
9. 国际贸易问题
10. 中国人民大学复印资料《世界经济导刊》
11. 中国人民大学复印资料《外贸经济与国际贸易》
12. 联合国:《世界投资报告》
13. 世界银行:《世界发展报告》

(二) 英文期刊

1. *International Economic Review*
2. *International Review of Economics & Finance*
3. *Journal of Institutional and Theoretical Economic*
4. *Journal of International Business Studies*
5. *Journal of International Economics*

《公司理财》教学大纲

田 明 编写

目 录

第一部分 大纲说明	973
第二部分 教学内容与教学要求	975
第一章 财务管理总论	975
第一节 财务管理的目标	975
一、企业财务管理的目标	975
二、影响财务管理目标实现的因素	975
三、股东、经营者和债权人的冲突与协调	975
第二节 财务管理的内容	975
一、财务管理的对象	975
二、财务管理的内容	976
三、财务管理的职能	976
第三节 财务管理的原则	976
一、有关竞争环境的原则	976
二、有关创造价值的原则	976
三、有关财务交易的原则	976
第四节 财务管理的环境	976
一、法律环境	976
二、金融市场环境	976
三、经济环境	977
复习与思考题	977
一、单项选择题	977
二、多项选择题	978
三、判断题	979
拓展阅读书目	979
第二章 财务报表分析	980
第一节 财务报表分析概述	980
一、财务报表分析的方法	980
二、财务报表分析的局限性	980
第二节 基本的财务比率	980
一、变现能力比率	980
二、资产管理比率	980
三、负债比率	981
四、盈利能力比率	981
第三节 财务报表分析的应用	981
一、杜邦财务分析体系	981
二、上市公司财务报告分析	981
三、现金流量分析	981
复习与思考题	981
一、单项选择题	981

二、多项选择题.....	982
三、判断题.....	983
四、计算题.....	984
五、综合题.....	985
拓展阅读书目.....	985
第三章 财务预测和计划.....	986
第一节 财务预测.....	986
一、财务预测的步骤.....	986
二、销售百分比法预测外部融资需求量.....	986
第二节 增长率与资金需求.....	986
一、销售增长与外部融资的关系.....	986
二、内含增长率.....	986
三、可持续增长率.....	987
第三节 财务预算.....	987
一、全面预算体系.....	987
二、财务预算的编制.....	987
复习与思考题.....	987
一、单项选择题.....	987
二、多项选择题.....	988
三、判断题.....	989
四、计算题.....	989
五、综合题.....	991
拓展阅读书目.....	992
第四章 财务估价.....	993
第一节 货币的时间价值.....	993
一、货币的时间价值.....	993
二、时间价值的计算.....	993
第二节 债券估价.....	993
一、债券的价值.....	993
二、债券的收益率.....	993
第三节 股票估价.....	994
一、股票的价值.....	994
二、股票的收益率.....	994
第四节 风险和报酬.....	994
一、风险的分类.....	994
二、风险和报酬的计量.....	994
三、资本资产定价模型.....	994
复习与思考题.....	994
一、单项选择题.....	994
二、多项选择题.....	995
三、判断题.....	997
四、计算题.....	997

拓展阅读书目	998
第五章 投资管理	999
第一节 投资评价的基本方法	999
一、资本投资	999
二、投资项目评价的基本方法	999
第二节 投资项目现金流量的估计	999
一、项目现金流量	999
二、固定资产更新项目的现金流量	1000
第三节 投资项目的风险处置	1000
一、投资项目风险的处置方法	1000
二、企业资本成本作为项目折现率的条件	1000
三、项目系统性风险的估计	1000
复习与思考题	1000
一、单项选择题	1000
二、多项选择题	1001
三、判断题	1002
四、计算题	1003
五、综合题	1003
拓展阅读书目	1004
第六章 流动资金管理	1005
第一节 现金和有价值证券管理	1005
一、现金管理概述	1005
二、最佳现金持有量的确定方法	1005
第二节 应收账款管理	1005
一、应收账款信用政策的确定	1005
二、信用政策的决策	1005
第三节 存货管理	1006
一、储备存货的有关成本	1006
二、存货决策	1006
复习与思考题	1006
一、单项选择题	1006
二、多项选择题	1007
三、判断题	1008
四、计算题	1008
拓展阅读书目	1009
第七章 筹资管理	1010
第一节 普通股筹资	1010
一、股票概述	1010
二、普通股融资的特点	1010
第二节 长期负债筹资	1010
一、长期借款筹资	1010
二、债券筹资	1010

三、可转换证券筹资	1010
四、租赁筹资	1011
第三节 短期筹资与营运资金政策	1011
一、短期负债筹资	1011
二、营运资金政策	1011
复习与思考题	1011
一、单项选择题	1011
二、多项选择题	1012
三、判断题	1013
四、计算题	1013
五、综合题	1013
拓展阅读书目	1015
第八章 股利分配	1016
第一节 利润分配的内容	1016
一、利润分配的项目	1016
二、利润分配的顺序	1016
第二节 股利支付的程序和方式	1016
一、股利支付的程序	1016
二、股利支付的方式	1016
第三节 股利分配政策和内部筹资	1017
一、股利理论	1017
二、股利分配政策	1017
第四节 股票股利和股票分割	1017
一、股票股利	1017
二、股票分割	1017
复习与思考题	1017
一、单项选择题	1017
二、多项选择题	1018
三、判断题	1019
四、计算题	1019
拓展阅读书目	1020
第九章 资本成本和资本结构	1021
第一节 资本成本	1021
一、资本成本概述	1021
二、个别资本成本	1021
三、加权平均资本成本	1021
第二节 财务杠杆	1021
一、经营风险和财务风险	1021
二、经营杠杆系数	1021
三、财务杠杆系数	1022
四、总杠杆系数	1022
第三节 资本结构	1022

一、资本结构理论	1022
二、资本结构的管理	1022
复习与思考题	1022
一、单项选择题	1022
二、多项选择题	1023
三、判断题	1024
四、计算题	1025
五、综合题	1025
拓展阅读书目	1026
第十章 企业价值评估	1027
第一节 企业价值评估概述	1027
一、企业价值评估的对象	1027
二、企业价值评估的模型	1027
第二节 现金流量折现法	1027
一、现金流量模型的种类	1027
二、现金流量模型参数的估计	1027
三、现金流量模型的应用	1028
第三节 经济利润法	1028
一、经济利润模型的原理	1028
二、经济利润模型的应用	1028
第四节 相对价值法	1028
一、相对价值模型的原理	1028
二、相对价值模型的应用	1028
复习与思考题	1028
拓展阅读书目	1030

第一部分 大纲说明

授课教师	田明	职称	副教授	开课单位	商学院
课程中文名称	公司理财	课程英文名称	Corporate Finance	课程编号	306020033
授课学期	第 5 学期	考核方式	平时课堂分组讨论考评结合论文写作。	学分	3
授课对象	工商本科	专业班级		工商本科	
总学时数	54	课堂讲授	48	实践与讨论	6
课程简介	公司理财是就公司经营过程中的资金运动进行预测、组织、协调、分析和控制的一种决策与管理活动。从决策角度来讲，公司理财的决策内容包括投资决策、筹资决策、股利决策和流动资金决策；从管理角度来讲，公司理财的管理职能主要是指对资金筹集和资金投放的管理。 本课程教学的基本指导思想是：（1）作为管理类专业学生必修的主干课程，整门课程遵循循序渐进、由浅及深的原则，内容叙述上力争简明、清晰、概念定义上力求准确、扼要，并尽量通过大量的例解予以说明，同时注意各章之间的联系；使学生能“融会贯通”；（2）内容上注重理论与实际相结合并以实际为主。整门课程尽可能详细地说明公司理财的有关实际业务，并大量地引进和使用以实际工作问题为素材的案例，使课程能反映目前我国在这方面的实际情况，也有助于学生今后的“学以致用”；（3）在体系和内容的选取上尽可能结合我国的实际情况，对于西方公司理财资料的参考，本着“洋为中用”的原则，凡是符合我国国情的部分则尽可能予以介绍，对于目前尚不适用的部分，则一般不做介绍，个别经典性内容或在公司理财史上有重大意义的理论，则作一般介绍，供学生选择学习。（4）近年来，西方公司理财无论是在理论上还是在方法上都产生了很大的变化，公司理财的手段更加多样，内容更加丰富，范围更加广泛，与其他学科的交叉性日益加强，出现了一系列的新思想，显现出新的知识格局。公司理财的重要性越来越显著，也日趋复杂化，公司理财教科书应该确实地反映公司理财的新变化。				
先修课程	《基础会计学》、《中级财务会计》				
教学目的和基本要求	通过讲授公司理财的基本理论和方法，并辅助以现实案例教学，课堂讨论、练习等教学方法，使学生熟悉和掌握公司理财的知识和技能，以适应各类中小企业开展公司理财活动的实际需要。				
课程主要内容及学时分配	第一章 财务管理总论（3 学时） 第二章 财务报表分析（6 学时） 第三章 财务预测和计划（6 学时） 第四章 财务估价（6 学时） 第五章 投资管理（9 学时） 第六章 流动资金管理（6 学时） 第七章 筹资管理（3 学时） 第八章 股利分配（3 学时） 第九章 资本成本和资本结构（6 学时） 第十章 企业价值评估（6 学时）				

对学生的学习 方法建议	1. 熟练掌握会计学原理及中级财务会计。公司理财是中级财务会计的后续课程，与其他专业课，如成本会计和管理会计相比，公司理财更具有理论性和技术性等特点，要掌握好公司理财的理论与方法，必须首先要掌握会计学原理、中级财务会计、经济应用数学、经济学原理、财政与税收、金融概论等先修课程的内容。 2. 阅读有关财经法规及与本课程有关的专业文章，以获取更丰富的公司理财学科方面的信息，扩展自己的知识面，培养自己的创新意识和研究素质。			
教材	名称	《财务成本管理》	作者	中国注册会计师协会 编
	出版社	经济科学出版社	出版时间	2006 年 4 月
指定 参 考 书	公司理财(原书第 6 版)	作者	[美]罗斯等 著，吴世农等 译	
		出版社及出版时间	机械工业出版社 2003 年 9 月	
	公司理财精要(双 语教学版)	作者	(美) 罗斯，韦斯特菲尔德，乔丹 著，张建平，王结冰 译注	
		出版社及出版时间	人民邮电出版社 2006 年 9 月	

第二部分 教学内容与教学要求

第一章 财务管理总论

教学目的和基本要求：

本章是财务管理的理论基础，主要为学习以后各章内容提供理论依据。由于在以后内容的学习中，无论是筹资、投资还是股利分配政策的制定等都要考虑到以追求企业价值最大化为公司理财之根本，如何体现公司理财的一些原则以及如何协调股东与经营者、股东与债权人的矛盾与冲突等一些内容，所以，深刻理解和领会本章的相关重点内容可以帮助我们构建起公司财务管理的整体框架结构和应该树立的一些理念，同时也为更好地学习和理解教材的其他相关章节内容奠定了良好的基础。本章教学时间为3学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 企业财务管理目标的三种表述观点的优缺点
2. 影响财务管理目标的五大内部影响因素和三大外部影响因素
3. 股东与经营者、股东与债权人的冲突及其协调方法
4. 现金流转不平衡的内部及外部原因
5. 三大类十二条理财原则
6. 影响理财目标实现的金融市场环境的有关内容

第一节 财务管理的目标

一、企业财务管理的目标

1. 利润最大化
2. 每股盈余最大化
3. 企业价值最大化

二、影响财务管理目标实现的因素

1. 报酬率
2. 风险

三、股东、经营者和债权人的冲突与协调

1. 激励
2. 监督

第二节 财务管理的内容

一、财务管理的对象

1. 现金的循环和周转
2. 现金流转不平衡的原因

二、财务管理的内容

1. 筹资
2. 投资
3. 股利分配

三、财务管理的职能

1. 决策
2. 计划
3. 控制

第三节 财务管理的原则

一、有关竞争环境的原则

1. 自利行为原则
2. 双方交易原则
3. 信号传递原则
4. 引导原则

二、有关创造价值的原则

1. 有价值的创意原则
2. 比较优势原则
3. 期权原则
4. 净增效益原则

三、有关财务交易的原则

1. 风险—报酬权衡原则
2. 投资分散化原则
3. 资本市场有效原则
4. 货币时间价值原则

第四节 财务管理的环境

一、法律环境

1. 企业组织法律规范
2. 税务法律规范
3. 财务法律规范

二、金融市场环境

1. 金融资产的特点
2. 金融市场的分类

3. 利率的构成

三、经济环境

1. 经济发展状况
2. 通货膨胀
3. 利息率波动
4. 政府的经济政策
5. 竞争

复习与思考题

一、单项选择题

1. 从管理当局的可控因素看,影响公司股价高低的两个最基本因素是()。
 - A. 时间价值和投资风险
 - B. 投资报酬率和风险
 - C. 投资项目和资本结构
 - D. 资本成本和贴现率
2. 股东和经营者发生冲突的根本原因在于()。
 - A. 具体行为目标不一致
 - B. 利益动机不同
 - C. 掌握的信息不一致
 - D. 在企业中的地位不同
3. 相对于每股盈余最大化目标而言,企业价值最大化目标的不足之处是()。
 - A. 没有考虑货币的时间价值
 - B. 没有考虑投资的风险价值
 - C. 不能反映企业潜在的获利能力
 - D. 不能直接反映企业当前的获利水平
4. 企业财务关系中最为重要的关系是()。
 - A. 股东与经营者之间的关系
 - B. 股东与债权人之间的关系
 - C. 股东、经营者、债权人之间的关系
 - D. 企业与作为社会管理者的政府有关部门、社会公众之间的关系
5. 以每股盈余最大化作为财务管理目标,其优点是()。
 - A. 考虑了资金的时间价值
 - B. 考虑了投资的风险价值
 - C. 有利于企业克服短期行为
 - D. 反映了投入资本与收益的对比关系
6. 作为企业财务管理目标,每股盈余最大化目标较之利润最大化目标的优点在于()。
 - A. 考虑了资金时间价值因素
 - B. 考虑了风险价值因素
 - C. 反映了创造利润与投入资本之间的关系
 - D. 能够避免企业的短期行为
7. 在下列各项中,能够反映上市公司价值最大化目标实现程度的最佳指标是()。
 - A. 总资产报酬率
 - B. 净资产收益率
 - C. 每股市价
 - D. 每股利润
8. 属于信号传递原则进一步运用的原则是指()。
 - A. 自利行为原则
 - B. 比较优势原则
 - C. 引导原则
 - D. 期权原则

9. 自利行为原则的依据是（ ）。
- A. 理性的经济人假设
B. 商业交易至少有两方、交易是“零和博弈”，以及各方都是自利的
C. 分工理论
D. 投资组合理论
10. “沉没成本”概念的提出是基于（ ）。
- A. 自利行为原则
B. 资本市场有效原则
C. 引导原则
D. 净增效益原则

二、多项选择题

1. 有关企业总价值与报酬率、风险的相互关系的正确表述是（ ）。
- A. 企业总价值与预期的报酬成正比
B. 企业总价值与预期的风险成反向变化
C. 在风险不变时，报酬越高，企业总价值越大
D. 在报酬不变时，风险越高，企业总价值越大
2. 以企业价值最大化作为企业财务管理的目标，则（ ）。
- A. 考虑了时间价值
B. 考虑了风险价值
C. 考虑了所获利润和投入资本额的关系
D. 可用股价的高低反映财务目标的实现程度
3. 资本市场如果是有效的，那么（ ）。
- A. 价格反映了内在价值
B. 价格反映了所有的可知信息，没有任何人能够获得超常收益
C. 公司股票的价格不会因为公司改变会计处理方法而变动
D. 在资本市场上，只获得与投资风险相称的报酬，也就是与资本成本相同的报酬，很难增加股东财富
4. 下列有关比较优势原则表述正确的是（ ）。
- A. 要求企业把主要精力放在自己的比较优势上，而不是日常的运行上
B. “人尽其才、物尽其用”是比较优势原则的一个应用
C. 优势互补是比较优势原则的一个应用
D. 比较优势原则主要是针对直接投资项目领域而不是金融投资项目领域
5. 根据财务管理的信号传递原则，下列说法正确的是（ ）。
- 少发或不发股利的公司，很可能意味着自身产生现金的能力较差
- A. 决策必须考虑机会成本
B. 过度依赖贷款可能意味着财务失败
理解财务交易时，要关注税收的影响
6. 下列属于净增效益原则应用领域的是（ ）。
- A. 委托—代理理论
B. 机会成本和机会损失
C. 差额分析法
D. 沉没成本概念
7. 下列原则属于自利原则进一步引申的原则是（ ）。
- A. 双方交易原则
B. 信号传递原则
C. 资本市场有效原则
D. 投资分散化原则
8. 有关双方交易原则表述正确的有（ ）。

- A. 一方获利只能建立在另外一方付出的基础上
- B. 承认在交易中, 买方和卖方拥有的信息不对称
- C. 双方都按自利行为原则行事, 谁都想获利而不是吃亏
- E. 由于税收的存在, 使得一些交易表现为“非零和博弈”
- 9. 资本市场有效原则对投资者和管理者的意义在于: ()。
- A. 投资者是在徒劳地寻找超额投资回报
- B. 市场为企业提供了合理的价值度量
- C. 管理者的管理行为会被正确地解释并反映到价格中
- D. 管理者对会计报表的粉饰行为不会引起证券价格的上升
- 10. 下列各项中能协调所有者与债权人之间矛盾的方式是 ()。
- A. 市场对公司强行接收或吞并 B. 债权人通过合同实施限制性借款
- C. 债权人停止借款 D. 债权人收回借款

三、判断题

- 1. 企业应正确权衡风险和投资报酬率之间的关系, 努力实现两者的最佳组合, 使得企业价值最大化。()
- 2. 任何要迅速扩大经营规模的企业, 都会遇到相当严重的现金短缺情况。()
- 3. 通货膨胀造成的现金不足, 可以靠短期借款来解决, 因为成本升高之后, 销售收入也会因售价提高而增加。()
- 4. 股价是衡量企业财务目标实现程度的最好尺度。()
- 5. 如果资本市场是有效的, 购买或出售金融工具的交易净现值就为零。()
- 6. 理财原则有不同的流派和争论, 甚至存在完全相反的结论。()
- 7. 信号传递原则是引导原则的延伸。信号传递原则要求根据公司的行为判断它未来的收益。()
- 8. 自利行为原则认为在任何情况下, 人们都会选择对自己经济利益最大的行动。()
- 9. 现代公司制企业的所有权和经营管理权的两权分离, 是以自利行为原则为基础的。()
- 10. 有价值的创意原则既应用于项目投资, 也应用于证券投资。()

拓展阅读书目

- 1. 机构投资者: 理论、实践与政策——经济组织与制度经济学系列 中国经济出版社 2006年4月 万俊毅 著
- 2. 财务总监(最新中文修订版)——MBA 最新核心课程 九州出版社 2002年1月 MBA核心课程编译组 编译
- 3. 经营者业绩评价: 利益相关者模式 浙江人民出版社 2001年11月 李苹莉 著

第二章 财务报表分析

教学目的和要求：

本章属于财务管理的核心，是对整个财务管理工作的总结和分析。同时也对相关章节内容的分析和决策提供了方法和手段，如为第三章可持续增长率的计算提供了杜邦分析体系的构架，为第九章追加筹资决策的每股收益无差别点法和第十章企业价值评估的相对价值法（市盈率法和市净率法）的提出奠定了理论基础等等。因此，掌握好财务指标的计算和分析方法对后面相关内容的学习是至关重要的。本章教学时间为 6 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 几个重要的基本财务比率（即存货周转率、应收账款周转率、已获利息倍数、净资产收益率、权益乘数）的含义、计算、分析、注意的问题及相互关系。
2. 上市公司财务分析比率的含义、计算、分析、注意的问题及相互关系（每股收益、市盈率、每股股利、股票获利率、每股净资产、市净率）。
3. 现金流量分析指标（现金流动负债比、现金债务总额比、销售现金比率、每股营业现金净流量）的含义、计算。
4. 利用因素分析法结合杜邦财务分析体系如何来分析企业的财务状况和经营成果。

第一节 财务报表分析概述

一、财务报表分析的方法

1. 比较分析法
2. 因素分析法

二、财务报表分析的局限性

1. 财务报表本身的局限性
2. 报表的真实性问题
3. 会计政策的不同选择影响可比性
4. 比较基础问题

第二节 基本的财务比率

一、变现能力比率

1. 流动比率
2. 速动比率

二、资产管理比率

1. 营业周期
2. 存货周转率
3. 应收账款周转率
4. 流动资产周转率

5. 总资产周转率

三、负债比率

1. 资产负债率
2. 产权比率
3. 已获利息倍数

四、盈利能力比率

1. 销售净利率
2. 销售毛利率
3. 资产净利率
4. 净资产收益率

第三节 财务报表分析的应用

一、杜邦财务分析体系

1. 体系的构架
2. 体系的分析

二、上市公司财务报告分析

1. 每股收益
2. 市盈率
3. 每股净资产
4. 股票获利率
5. 市净率

三、现金流量分析

1. 流动性分析
2. 获取现金能力分析
3. 财务弹性分析

复习与思考题

一、单项选择题

1. 在现金流量表分析中，用于分析财务弹性的指标是（ ）。
A. 现金债务总额比 B. 现金股利保障倍数
C. 销售现金比率 D. 每股营业现金净流量
2. 某公司 2003 年的资产总额为 1000 万元，权益乘数为 5，市净率为 1.2，则该公司市价总值为（ ）万元。
A. 960 B. 240
C. 1200 D. 220

3. 基本条件不变的情况下, 下列经济业务可能导致总资产息税前营业利润率下降的是()。
 - A. 用银行存款支付一笔销售费用
 - B. 用银行存款购入一台设备
 - C. 将可转换债券转换为普通股
 - D. 用银行存款归还银行借款
4. 某企业本年销售收入为 20000 元, 应收账款周转率为 4, 假设没有应收票据, 期初应收账款为 3500 元, 则期末应收账款为() 元。
 - A. 5000
 - B. 6000
 - C. 6500
 - D. 4000
5. 已知经营杠杆系数为 2, 固定成本为 4 万元, 利息费用为 1 万元, 则已获利息倍数为()。
 - A. 2
 - B. 4
 - C. 3
 - D. 1
6. 影响速动比率可信性的最主要因素是()。
 - A. 存货的变现能力
 - B. 短期证券的变现能力
 - C. 产品的变现能力
 - D. 应收账款的变现能力
7. 某公司年末会计报表上部分数据为: 流动负债 60 万元, 流动比率为 2, 速动比率为 1. 2, 销售成本 100 万元, 年初存货为 52 万元, 则本年度存货周转次数为() 次。
 - A. 1.65
 - B. 2
 - C. 2.3
 - D. 1.45
8. 某上市公司 2005 年底流通在外的普通股股数为 1000 万股, 2006 年 3 月 2 日增发新股 200 万股, 2006 年 6 月 4 日经批准回购本公司股票 140 万股, 2006 年的净利润为 400 万元, 派发现金股利 30 万元, 则 2006 年每股收益为() 元。
 - A. 0.36
 - B. 0.29
 - C. 0.4
 - D. 0.37
9. 下列关于市盈率的说法中, 不正确的是()。
 - A. 债务比重大的公司市盈率较低
 - B. 市盈率很高则投资风险大
 - C. 市盈率很低则投资风险小
 - D. 预期将发生通货膨胀时市盈率会普遍下降
10. 不影响应收账款周转率指标利用价值的因素是()。
 - A. 销售折让与折扣的波动
 - B. 季节性经营引起的销售额波动
 - C. 大量使用分期收款结算方式
 - D. 大量使用现金结算的销售

二、多项选择题

1. 关于财务分析有关指标的说法中, 正确的有()。
 - A. 因为速动比率比流动比率更能反映出流动负债偿还的安全性和稳定性, 所以速动比率很低的企业不可能到期偿还其流动负债
 - B. 产权比率揭示了企业负债与资本的对应关系
 - C. 与资产负债率相比, 产权比率侧重于揭示财务结构的稳健程度以及权益资本对偿债风险的承受能力
 - D. 较之流动比率或速动比率, 以现金流动负债比率来衡量企业短期债务的偿还能力更为保险
2. 在其他条件不变的情况下, 会引起总资产周转率指标上升的经济业务是()。
 - A. 用现金偿还负债
 - B. 借入一笔短期借款
 - C. 用银行存款购入一台设备
 - D. 用银行存款支付一年的电话费

3. 若流动比率大于 1, 则下列结论不一定成立的是 ()。
 - A. 速动比率大于 1
 - B. 营运资金大于零
 - C. 资产负债率大于 1
 - D. 短期偿债能力绝对有保障
4. 企业在进行盈利能力分析时, 分析的对象不应包括的内容有 ()。
 - A. 正常营业的损益
 - B. 买卖证券的损益
 - C. 会计准则和会计制度变更造成的累计损益
 - D. 重大事故造成的损益
5. 财务分析的局限性, 包括 ()。
 - A. 财务报表本身的局限性
 - B. 报表的真实性问题
 - C. 会计政策的不同选择影响可比性
 - D. 比较基础问题
6. 财务分析中财务报表本身的局限性指 ()。
 - A. 以历史成本报告资产, 不代表其现行成本或变现价值
 - B. 假设币值不变, 不按通货膨胀率或物价水平调整
 - C. 稳健原则要求预计损失而不预计收益, 有可能夸大费用, 少计收益和资产
 - D. 按年度分期报告, 是短期的陈报, 不能提供反映长期潜力的信息
7. 下列说法正确的有 ()。
 - A. 股票获利率, 是指每股股利与每股市价的比率
 - B. 股利支付率, 是指每股股利与每股收益的比率
 - C. 股利支付率与股利保障倍数互为倒数
 - D. 市净率, 是指每股市价与每股净资产的比率
8. 现金流量表的流动性分析指标有 ()。
 - A. 现金到期债务比
 - B. 现金流动负债比
 - C. 现金债务总额比
 - D. 销售现金比率
9. 妨碍应收账款周转率指标正确反映资金管理效率的因素有 ()。
 - A. 季节性经营
 - B. 大量使用分期收款结算方式
 - C. 大量销售使用现金结算
 - D. 大力催收拖欠货款
10. 影响速动比率的因素有 ()。
 - A. 应收账款
 - B. 存货
 - C. 短期借款
 - D. 应收票据

三、判断题

1. 为了稳健地反映企业的偿债能力, 往往排列企业连续几年的已获利息倍数指标, 选择其中中等年份的数据与本行业平均水平进行比较。 ()
2. 市盈率是评价上市公司盈利能力的指标, 它反映投资者愿意对公司每股净利润支付的价格。 ()
3. 当企业息税前资金利润率高于借入资金利率时, 增加借入资金, 可以提高自有资金利润率。 ()
4. 流动比率与速动比率之差等于现金流动负债比率。 ()
5. 尽管流动比率可以反映企业的短期偿债能力, 但有的企业流动比率较高, 却没有能力支付到期的应付账款。 ()
6. 某企业去年的销售净利率为 5.73%, 资产周转率为 2.17; 今年的销售净利率为 4.88%,

资产周转率为 2.83。若两年的资产负债率相同，今年的权益净利率比去年的变化趋势为上升。
()

7. 计算已获利息倍数时的利息费用，指的是计入财务费用的各项利息。()
8. 如果已获利息倍数低于 1，则企业一定无法支付到期利息。()
9. 对于一个健康的，正在成长的公司来说，经营活动现金净流量应当是正数，投资活动现金净流量是正数，筹资活动现金净流量正、负数相间()。
10. 某公司今年与上年相比，销售收入增长 10%，净利润增长 8%，资产总额增加 12%，负债总额增加 9%。可以判断，该公司权益净利率比上年下降了。()

四、计算题

1. ABC 公司 2003 年的销售额为 62500 万元，比上年提高 28%，有关的财务比率如下：

财务比率	2002 年同业平均	2002 年本公司	2003 年本公司
应收账款回收期(天)	35	36	36
存货周转率	2.50	2.59	2.11
销售毛利率	38%	40%	40%
销售营业利润率(息税前)	10%	9.6%	10.63%
销售利息率	3.73%	2.4%	3.82%
销售净利率	6.27%	7.2%	6.81%
总资产周转率	1.14	1.11	1.07
固定资产周转率	1.4	2.02	1.82
资产负债率	58%	50%	61.3%
已获利息倍数	2.68	4	2.78

备注：该公司正处于免税期。

要求：

- (1) 运用杜邦财务分析原理，比较 2002 年公司与同业平均的净资产收益率，定性分析其差异的原因。
- (2) 运用杜邦财务分析原理，比较本公司 2003 年与 2002 年的净资产收益率，定性分析其变化的原因。

2. 某公司 2003 年流动资产由速动资产和存货构成，存货年初数为 720 万元，年末数为 960 万元。其他资料如下：

项 目	年初数	年末数	本年数或平均数
流动资产			—
长期资产	—	400	—
固定资产净值	1000	1200	—
总资产			—
流动负债(年利率 5%)	600	700	—
长期负债(年利率 10%)	300	800	—
流动比率	—	2	—
速动比率	0.8		—
流动资产周转率	—	—	8
净利润(所得税税率 40%)	—	—	624

假定企业不存在其他项目。

要求计算：

- (1) 流动资产及总资产的年初数、年末数；
- (2) 本年主营业务收入净额和总资产周转率；

- (3) 主营业务净利率和净资产收益率（净资产按平均值）；
 (4) 已获利息倍数和财务杠杆系数。

五、综合题

ABC 公司近三年的主要财务数据和财务比率如下：

	2001 年	2002 年	2003 年
销售额（万元）	4000	4300	3800
资产（万元）	1430	1560	1695
普通股（万股）	100	100	100
留存收益（万元）	500	550	550
股东权益（万元）	600	650	650
权益乘数		2.39	2.5
流动比率	1.19	1.25	1.2
平均收现期（天）	18	22	27
存货周转率	8.0	7.5	5.5
长期债务/股东权益	0.5	0.46	0.46
销售毛利率	20.0%	16.3%	13.2%
销售净利率	7.5%	4.7%	2.6%

假设该公司没有营业外收支和投资收益，所得税税率不变。

要求：

- (1) 利用因素分析法分析说明该公司 2003 年与 2002 年相比净资产收益率的变化及其原因（按销售净利率、总资产周转率、权益乘数顺序）。
- (2) 分析说明该公司资产、负债和所有者权益的变化及其原因。
- (3) 假如你是该公司的财务经理，在 2004 年应从哪些方面改善公司的财务状况和经营业绩。

拓展阅读书目

1. 财务分析案例：公司战略、业绩预测与商业估值——财务分析理论与实务丛书 清华大学出版社 2006 年 7 月 胡奕明 主编
2. 财务报表分析与证券定价 中国财政经济出版社 2005 年 9 月 （美）佩因曼 著，刘力，陆正飞 译

第三章 财务预测和计划

教学目的和要求

本章是属于教材中非常重要的一章。由于本章第一节销售百分比法的总额模型可以用来和第三节预计报表的编制结合以及为第十章企业价值评估的现金流量折现法确定预测期预计资产负债表和预计利润表数据奠定基础；本章第二节的可持续增长率的计算和应用容易和第四章的固定成长股票价值（确定股利的固定增长率）的计算、超高速增长四个财务指标的测算和第二章财务分析的相关指标进行结合；本章第三节现金预算表的编制在已知第二章的应收账款周转率和存货周转率的基础上测算现金预算表中的销售现金流入和外购存货的现金流出，以及现金预算表中的现金筹措和运用与第六章最佳现金持有量确定的存货模式和随机模式的结合等，因此，这就决定其地位十分重要。本章教学时间为 6 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 销售百分比法的增量模型和总额模型预测资金需求量。
2. 外部融资销售增长比和内含增长率的计算。
3. 可持续增长率的计算、分析和应用。
4. 超高速增长的资金来源和解决办法。
5. 现金预算、预计资产负债表和利润表的编制。

第一节 财务预测

一、财务预测的步骤

1. 销售预测
2. 估计需要的资产
3. 估计收入、费用和留存收益
4. 估计所需融资

二、销售百分比法预测外部融资需求量

1. 增量模型
2. 总量模型

第二节 增长率与资金需求

一、销售增长与外部融资的关系

1. 外部融资销售增长比的计算
2. 外部融资销售增长比的应用

二、内含增长率

1. 内含增长率的含义
2. 内含增长率的计算

三、可持续增长率

1. 可持续增长率的含义
2. 可持续增长率的计算及应用

第三节 财务预算

一、全面预算体系

1. 销售预算
2. 生产预算
3. 财务预算

二、财务预算的编制

1. 现金预算的编制
2. 利润表和资产负债表预算的编制

复习与思考题

一、单项选择题

1. 预计明年通货膨胀率为 10%，公司销量增长 10%，则销售额的名义增长率为（ ）。
A. 21% B. 11%
C. 10% D. 15.5%
2. 企业 2004 年的销售净利率为 8%，总资产周转率为 0.6 次，权益乘数为 2，留存收益比率为 40%，则可持续增长率为（ ）。
A. 3.99% B. 4.08% C. 5.14% D. 3.45%
3. 关于企业的外部融资需求量的计算公式正确的是（ ）。
A. 资产增加-预计总负债-预计股东权益
B. 资产增加-负债自然增加-留存收益的增加
C. 预计总资产-负债自然增加-留存收益的增加
D. 预计总资产-负债自然增加-预计股东权益增加
4. 已知 2004 年资产增加 1000 万元，负债自然增加 200 万元，留存收益增加 400 万元，销售增加 2000 万元，则外部融资销售增长比为（ ）。
A. 20% B. 25% C. 14% D. 35%
5. 已知 2004 年资产销售百分比为 60%，负债销售百分比为 20%，预计留存收益率为 50%，计划销售净利率 10%，销售收入为 1000 万元，则内含增长率为（ ）。
A. 14.3% B. 14.8% C. 15.2% D. 15.6%
6. 某公司具有以下的财务比率：变动资产与销售收入之比为 1.6；变动负债与销售收入之比为 0.4；计划下年销售净利率为 10%，股利支付率为 55%，该公司去年的销售额为 200 万元，假设这些比率在未来均会维持不变，并且所有的资产和负债都会随销售的增加而同时增加，则该公司的销售增长到什么程度，才无须向外筹资。（ ）。
A. 4.15% B. 3.90% C. 5.22% D. 4.6%

7. 某商业企业 2005 年预计全年的销售收入为 2000 万元, 假设全年均衡销售, 按年末应收账款计算的周转次数为 8 次, 第三季度末预计的应收账款为 300 万元, 则第四季度预计的销售现金流入为 () 万元。

- A. 500 B. 620
C. 550 D. 575

8. 某商业企业 2005 年预计全年的销售收入为 3000 万元, 销售毛利率为 20%, 假设全年均衡销售, 当期购买当期付款。按年末存货计算的周转次数为 6 次, 第三季度末预计的存货为 400 万元, 则第四季度预计的采购现金流出为 () 万元。

- A. 560 B. 750
C. 640 D. 600

9. ABC 公司预计 2004 年第三、四季度销售产品分别为 220 件、350 件, 单价分别为 2 元、2.5 元, 各季度销售收现率为 60%, 其余部分下一季度收回, 则 ABC 公司 2004 年第四季度现金收入为 () 元。

- A. 437.5 B. 440 C. 875 D. 701

10. 编制生产预算时, 关键是正确地确定 ()。

- A. 销售价格 B. 销售数量
C. 期初存货量 D. 期末存货量

二、多项选择题

1. 在“可持续的增长率”条件下, 正确的说法有 ()。

- A. 假设不增发新股 B. 假设不增加借款
C. 保持财务比率不变 D. 财务杠杆和财务风险降低

2. 与生产预算有直接联系的预算是 ()。

- A. 直接材料预算 B. 变动制造费用预算
C. 销售及管理费用预算 D. 直接人工预算

3. 如果希望提高销售增长率, 即计划销售增长率高于可持续增长率。则可以通过 ()。

- A. 发行新股或增加债务 B. 降低股利支付率
C. 提高销售净利率 D. 提高资产周转率

4. 如果某年的计划增长率高于可持续增长率, 则在不从外部股权融资并且其他财务指标不变的情况下, 计算确定为了实现计划增长率所需的经营效率或财务政策条件时, 直接可根据期末股东权益计算的可持续增长率公式求得结果的财务指标有 ()。

- A. 总资产周转率 B. 权益乘数
C. 销售净利率 D. 留存收益率

5. 某公司 2005 年 1-4 月份预计的销售收入分别为 100 万元、200 万元、300 万元和 400 万元, 当月销售当月收现 60%, 下月收现 30%, 再下月收现 10%。则 2005 年 3 月 31 日资产负债表“应收账款”项目金额和 2005 年 3 月的销售现金流入分别为 () 万元。

- A. 140 B. 250
C. 160 D. 240

6. 某公司 2005 年 1-4 月份预计的销售收入分别为 100 万元、200 万元、300 万元和 400 万元, 每月材料采购按照下月销售收入的 80% 采购, 采购当月付现 60%, 下月付现 40%。假设没有其他购买业务, 则 2005 年 3 月 31 日资产负债表“应付账款”项目金额和 2005 年 3 月的材料采购现金流出分别为 () 万元。

- A. 148 B. 218

C. 128

D. 288

7. 现金预算能够反映的内容有()。

A. 资金筹措预算

B. 损益预算

C. 现金收入预算

D. 现金支出预算

8. 销售费用与管理费用相比,销售费用通常具有的特点是()。

A. 销售费用具有更多的固定项目

B. 销售费用具有更多的变动项目

C. 销售费用与销售收入联系更为紧密

D. 销售费用在期间费用中占的比例较高

三、判断题

1. 管理费用多属于固定成本,所以,管理费用预算一般是以过去的实际开支为基础,按预算期的可预见变化来调整。()

2. 生产预算是规定预算期内有关产品生产数量、产值和品种结构的一种预算。()

3. 制造费用预算分为变动制造费用和固定制造费用两部分。变动制造费用和固定制造费用均以生产预算为基础来编制。()

4. 在保持经营效率和财务政策不变,而且不从外部进行股权融资的情况下,股利增长率等于可持续增长率。()

5. “现金预算”中的“所得税现金支出”项目,要与“预计利润表”中的“所得税”项目的金额一致。它是根据预算的“利润总额”和预计所得税税率计算出来的,一般不必考虑纳税调整事项。()

6. 股利支付率越高,外部融资需求越小;销售净利率越大,外部融资需求越大。()

7. 若外部融资销售增长比为负数,则说明企业不需要从外部融资。()

8. 企业不打算发行新股,只要保持目前的资产净利率、权益乘数和留存收益率不变,则该年的实际增长率等于按上年的基期数计算的本年预计的可持续增长率。()

9. 内含增长率是指外部股权融资为零,且保持目前最优资本结构不变的情形下,销售所能增长的最大比率。()

10. 外部融资销售增长比越大,则说明企业对外部融资的依赖程度越大。()

四、计算题

1. 完成下列第三季度现金预算工作底稿和现金预算:

单位: 元

月 份	五	六	七	八	九	十
工作底稿						
销售收入	5000	6000	7000	8000	9000	10000
收账:						
销货当月(销售收入的 20%)						
销货次月(销售收入的 70%)						
销货再次月(销售收入的 10%)						
收 账 合 计						
采购金额(下月销货的 70%)						
购货付款(延后 1 个月)						
现 金 预 算						
(1) 期初余额			8000			

(2) 收账			750	100	1250	
(3) 购货			100	200	700	
(4) 工资					2000	
(5) 其他付现费用			8000			
(6) 预交所得税						
(7) 购置固定资产						
(8) 现金多余或不足						
(9) 向银行借款(1000 元的整倍数)						
(10) 偿还银行借款(1000 元的倍数)						
(11) 支付借款利息(还款支付, 年利率 12%)						
(12) 期末现金余额(最低 6000 元)						

2. 资料: A 公司 2000 年度的主要财务数据如下(单位: 万元):

销售收入	10000
营业利润	750
利息支出	125
税前利润	625
所得税(税率 20%)	125
税后利润	500
分出股利(股利支付率 50%)	250
留存收益	250
期末股东权益(1000 万股)	1250
期末负债	1250
期末总资产	2500

要求:

(1) 假设 A 公司在今后可以维持 2000 年的经营效率和财务政策, 不断增长的产品能为市场所接受, 不变的销售净利率可以涵盖不断增加的利息, 并且不打算从外部筹集权益资金。请依次回答下列问题:

①2001 年的预期销售增长率是多少?

②今后的预期股利增长率是多少?

③假设 A 公司 2000 年末的股价是 30 元, 股东预期的报酬率是多少?

④假设 A 公司可以按 2000 年的平均利率水平在需要时取得借款, 其加权平均资本成本是多少(资本结构权数以账面价值为基础)?

(2) 假设 A 公司 2001 年的计划销售增长率为 35%, 请回答下列互不关联的问题:

①如果不打算从外部筹集权益资金, 并保持 2000 年的财务政策和资产周转率, 销售净利率应达到多少?

②如果想保持 2000 年的经营效率和财务政策不变, 需要从外部筹集多少股权资金?

五、综合题

ABC 公司是一零售业上市公司，请你协助完成 2003 年的盈利预测工作，上年度的财务报表如下：

利润表

2002 年		单位：万元
销售收入		1260
销货成本		1008
毛利		252
经营和管理费用：		
变动费用（付现）		63
固定费用（付现）		63
折旧		26
营业利润		100
财务费用		10
利润总额		90
所得税		27
税后利润		63

资产负债表

2002 年 12 月 31 日		单位：万元	
货币资金	14	短期借款	200
应收账款	144	应付账款	246
存货	280	股本（发行普通股 500 万股，每股面值 1 元）	500
固定资产原值	760	保留盈余	172
减：折旧	80		
固定资产净值	680		
资产总额	1118	负债及所有者权益总计	1118

其他财务信息如下：

- （1）下一年度的销售收入预计为 1512 万元；
- （2）预计毛利率上升 5 个百分点；
- （3）预计经营和管理费的变动部分与销售收入的百分比不变；
- （4）预计经营和管理费的固定部分增加 20 万元；
- （5）购置固定资产支出 220 万元，并因此使公司年折旧额达到 30 万元；
- （6）应收账款周转率（按年末余额计算）预计不变，上年应收账款均可在当年收回；
- （7）年末应付账款余额与当年进货金额的比率不变；
- （8）期末存货金额不变；
- （9）现金短缺时，用短期借款补充，借款的平均利息率不变，借款必须是 5 万元的倍数；

假设新增借款需年初借入，所有借款全年计息，本金年末不归还；年末现金余额不少于 10 万元；

- （10）预计所得税为 30 万元；
- （11）假设年度内现金流动是均衡的，无季节性变化。

要求：

- （1）确定下年度现金流入、现金流出和新增借款数额；

(2) 预测下年度税后利润;

(3) 预测下年度每股盈利。

拓展阅读书目

财务预测理论与实务——财务管理理论与实务系列丛书 立信会计出版社 2005年9月 李永梅 等编著

第四章 财务估价

教学目的和要求：

本章属于重点章。货币时间价值因素和风险因素是始终贯穿财务管理决策的两条红线，因此本章主要是为考虑货币时间价值和风险因素的有关决策提供一些决策的手段、方法和工具，属于教材内容中较为基础和定量化计算较多的一章。

本章的资本资产定价模型既可以计算股票的收益率，也可以用来计算第九章的权益资本成本，进而为计算加权平均资本成本的计算奠定基础，而加权平均资本成本的计算为第五章投资项目和第十章企业价值评估的现金流量折现法提供了折现工具；固定成长股票价值的计算模型也为第十章企业价值评估的现金流量折现模型提供了方法；投资组合可以分散非系统性风险的思想也为第五章投资项目决策中只考虑项目的系统性风险的做法提供了理论依据；债券到期收益率的计算也与第九章债务资本成本的计算有着密切的关系。本章教学时间为 6 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 货币时间价值的计算、名义利率与实际利率的换算和内插法的应用。
2. 债券价值及其到期收益率的计算。
3. 固定成长股票、非固定成长股票价值的计算和股票收益率的计算。
4. 单项资产的风险和报酬的计量和计算。
5. 两种证券投资组合的预期报酬率和标准差的计算、两种证券投资组合的有效集及其结论。
6. 资本市场线的含义和应用（总期望报酬率和总标准差的计算，关键是 Q 的确定和借入组合和贷出组合的含义）。
7. 资本资产定价模型和证券市场线的含义和应用。

第一节 货币的时间价值

一、货币的时间价值

1. 含义
2. 应用

二、时间价值的计算

1. 复利现值与终值
2. 年金现值与终值

第二节 债券估价

一、债券的价值

1. 债券价值的含义
2. 债券价值的计算

二、债券的收益率

1. 债券到期收益率的含义

2. 债券到期收益率的计算

第三节 股票估价

一、股票的价值

1. 零成长股票价值的计算
2. 固定成长股票价值的计算
1. 非固定成长股票价值的计算

二、股票的收益率

1. 股票预期收益率的含义
2. 股票预期收益率的计算

第四节 风险和报酬

一、风险的分类

1. 系统性风险
2. 非系统性风险

二、风险和报酬的计量

单项资产的风险和报酬

2. 投资组合的风险和报酬

三、资本资产定价模型

1. 模型的提出
2. 证券市场线

复习与思考题

一、单项选择题

1. 从投资人的角度看，下列观点中不能被认同的是（ ）。
 - A. 有些风险可以分散，有些风险则不能分散
 - B. 额外的风险要通过额外的收益来补偿
 - C. 投资分散化是好的事件与不好事件的相互抵销
 - D. 投资分散化降低了风险，也降低了预期收益
2. 某企业准备购入 A 股票，预计 3 年后出售可得 2200 元，该股票 3 年中每年可获现金股利收入 200 元，预期报酬率为 10%。该股票的价值为（ ）元。
 - A. 2150.24
 - B. 3078.57
 - C. 2552.84
 - D. 3257.68
3. 某企业长期持有 A 股票，目前每股现金股利 2 元，每股市价 20 元，在保持目前的经营效

率和财务政策不变，且不从外部进行股权融资的情况下，其预计收入增长率为 10%，则该股票的股利收益率和期望报酬率分别为（ ）元。

- A. 11%和 21% B. 10%和 20%
C. 14%和 21% D. 12%和 20%

4. 有一笔国债，5 年期，溢价 20%发行，票面利率 10%，单利计息，到期一次还本付清（复利，按年计息），其到期收益率是（ ）。

- A. 4.23% B. 5.23% C. 4.57% D. 4.69%

5. 有效集以外的投资组合与有效边界上的组合相比，不包括（ ）。

- A. 相同的标准差和较低的期望报酬率
B. 相同的期望报酬率和较高的标准差
C. 较低报酬率和较高的标准差
D. 较低标准差和较高的报酬率

6. 已知风险组合的期望报酬率和标准差分别为 15%和 20%，无风险报酬率为 8%，某投资者除自有资金外，还借入 20%的资金，将所有的资金用于购买市场组合，则总期望报酬率和总标准差分别为（ ）。

- A. 16.4%和 24% B. 13.6%和 16%
C. 16.4%和 16% D. 13.6%和 24%

7. A、B 两种证券的相关系数为 0.4，预期报酬率分别为 12%和 16%，标准差分别为 20%和 30%，在投资组合中 A、B 两种证券的投资比例分别为 60%和 40%，则 A、B 两种证券构成的投资组合的预期报酬率和标准差分别为（ ）。

- A. 13.6%和 20% B. 13.6%和 24%
C. 14.4%和 30% D. 14.6%和 25%

8. 某只股票要求的收益率为 15%，收益率的标准差为 25%，与市场投资组合收益率的相关系数是 0.2，市场投资组合要求的收益率是 14%，市场组合的标准差是 4%，假设处于市场均衡状态，则市场风险价格和该股票的贝他系数分别为（ ）。

- A. 4%；1.25 B. 5%；1.75
C. 4.25%；1.45 D. 5.25%；1.55

9. 假设市场投资组合的收益率和方差是 10%和 0.0625，无风险报酬率是 5%，某种股票报酬率的方差是 0.04，与市场投资组合报酬率的相关系数为 0.3，则该种股票的必要报酬率为（ ）。

- A. 6.2% B. 6.25%
C. 6.5% D. 6.45%

10. 企业发行债券，在名义利率相同的情况下，对其最有利的复利计息期是（ ）。

- A. 1 年 B. 半年
C. 1 季 D. 1 月

二、多项选择题

1. 某公司拟购置一处房产，付款条件是：从第 7 年开始，每年年初支付 10 万元，连续支付 10 次，共 100 万元，假设该公司的资本成本率为 10%，则相当于该公司现在一次付款的金额为（ ）万元。

- A. $10[(P/A, 10\%, 15) - (P/A, 10\%, 5)]$
B. $10(P/A, 10\%, 10) - (P/S, 10\%, 5)$
C. $10[(P/A, 10\%, 16) - (P/A, 10\%, 6)]$
D. $10[(P/A, 10\%, 15) - (P/A, 10\%, 6)]$

2. 影响实际年利率的因素有 ()。
A. 本金
B. 名义年利率
C. 一年的复利次数
D. 年限
3. 关于投资者要求的投资报酬率, 下列说法中正确的有 ()。
A. 风险程度越高, 要求的报酬率越低
无风险报酬率越高, 要求的报酬率越高
无风险报酬率越低, 要求的报酬率越高
风险程度、无风险报酬率越高, 要求的报酬率越高
E. 它是一种机会成本
4. 下列各项中, 能够影响债券内在价值的因素有 ()。
A. 债券的价格
B. 债券的计息方式 (单利还是复利)
C. 当前的市场利率
D. 票面利率
E. 债券的付息方式 (分期付息还是到期一次付息)
5. 下列关于资本资产定价原理的说法中, 正确的是 ()。
A. 股票的预期收益率与 β 值线性正相关
B. 无风险资产的 β 值为零
C. 资本资产定价原理既适用于单个证券, 同时也适用于投资组合
D. 市场组合的 β 值为 1
6. 下列有关资本市场线和证券市场线的说法中, 正确的有 ()。
A. 证券市场线无论对于单个证券, 还是投资组合都可以成立
B. 资本市场线只对有效组合才能成立
C. 证券市场线和资本市场线的纵轴表示的均是预期报酬率, 且在纵轴上的截距均表示无风险报酬率
D. 证券市场线的横轴表示的是 β 值, 资本市场线的横轴表示的是标准差
7. 下列关于影响债券价值因素的论述中, 正确的有 ()。
A. 当必要报酬率保持不变时, 随时间延续, 债券价值逐渐接近其面值
B. 票面利率低于投资者必要报酬率时, 债券将以折价方式出售
C. 折价出售的债券, 随付息频率的加快, 其价值会下降
D. 到期日一次还本付息债券, 实际上是一种纯贴现债券
8. A 债券票面年利率为 10%, 若半年付息一次, 平价发行, 则下列说法正确的是 ()。
A. A 债券的实际周期利率为 5%
B. A 债券的年实际必要报酬率为 10.25%
C. A 债券的半年实际必要报酬率为 5%
D. A 债券的名义必要报酬率为 10%
E. A 债券的名义利率为 10%
9. 股票 A 的报酬率的预期值为 10%, 标准差为 25%, 贝他系数为 1.25, 股票 B 的报酬率的预期值为 12%, 标准差为 15%, 贝他系数为 1.5, 则有关股票 A 和股票 B 风险的说法正确的有 ()。
A. 股票 A 的系统性风险比股票 B 的系统性风险大
B. 股票 A 的系统性风险比股票 B 的系统性风险小
C. 股票 A 的总风险比股票 B 的总风险大
D. 股票 A 的总风险比股票 B 的总风险小
10. 在不考虑通货膨胀的前提下, 风险与期望投资报酬率的关系可正确表示为 ()。
A. 期望投资报酬率 = 无风险报酬率 + 风险报酬率

- B. 期望投资报酬率=无风险报酬率+风险程度
 C. 期望投资报酬率=资金时间价值+通货膨胀补偿率+风险报酬率
 D. 期望投资报酬率=资金时间价值+风险报酬率

三、判断题

1. 假设必要报酬率保持不变, 溢价发行债券的价值会随时间的延续而在波动中逐渐下降。()
2. 从长期来看, 公司股利的固定增长率(扣除通货膨胀因素)不可能超过公司的资本成本率()。
3. 假设市场利率和到期时间保持不变, 溢价发行债券的价值会随利息支付频率的加快而逐渐下降。()
4. 预期通货膨胀提高时, 无风险利率会随着提高, 进而导致证券市场线的向上平移。风险厌恶感的加强, 会提高证券市场线的斜率。()
5. 充分投资组合的风险, 只受证券间协方差的影响, 而与各证券本身的方差无关。()
6. 证券报酬率的相关系数越小, 机会集曲线就越弯曲, 风险分散化效应也就越强。()
7. 如果大家都愿意冒险, 证券市场线斜率就大, 风险溢价就大; 如果大家都不愿意冒险, 证券市场线斜率就小, 风险附加率就较小。()
8. 对于两种证券形成的投资组合, 基于相同的预期报酬率, 相关系数之值越小, 风险也越小; 基于相同的风险水平, 相关系数越小, 取得的报酬率越大。()
9. 分离定理强调两个决策: 一是确定市场组合, 这一步骤不需要考虑投资者个人的偏好; 二是如何构造风险资产组合与无风险资产之间的组合, 这一步骤需要考虑投资者个人的偏好。()
10. 对于两种证券形成的投资组合, 当相关系数为 1 时, 投资组合的预期值和标准差均为单项资产的预期值和标准差的加权平均数。()

四、计算题

1. A 公司股票的贝他系数为 2.5, 无风险利率为 6%, 市场上所有股票的平均报酬率为 10%, 要求:

- (1) 计算该公司股票的预期收益率
- (2) 若该股票为固定成长股票, 成长率为 6%, 预计一年后的股利为 1.5 元, 则该股票的价值为多少?
- (3) 若股票未来三年股利为零成长, 每年股利额为 1.5 元, 预计从第 4 年起转为正常增长, 增长率为 6%, 则该股票的价值为多少?

2. 某企业拟以 100 万元进行股票投资, 现有 A 和 B 两只股票可供选择, 具体资料如下:

经济情况	概率	A 股票预期收益率	B 股票预期收益率
繁荣	0.2	100%	80%
复苏	0.3	30%	20%
一般	0.4	10%	12.5%
衰退	0.1	-60%	-20%

要求:

- (1) 分别计算 A、B 股票收益率的预期值、标准差和变化系数, 并比较其风险大小;
- (2) 假设投资者将全部资金按照 50% 和 50% 的比例分别投资购买 A、B 股票构成投资组合, A、B 股票预期收益率的相关系数为 0.6。计算组合的期望收益率和组合的标准差以及 A、B 股票预

期收益率的协方差。

(3) 假设投资者将全部资金按照 70%和 30%的比例分别投资购买 A、B 股票构成投资组合，已知 A、B 股票的 β 系数分别为 1.2 和 1.5，市场组合的收益率为 12%，无风险收益率为 4%。计算组合的 β 系数和组合的必要收益率。

3. A 公司 2003 年 4 月 8 日发行公司债券，每张面值 1000 元，票面利率 10%，5 年期。（计算过程保留 4 位小数，结果保留 2 位小数）。

要求：

(1) 假定每年 4 月 8 日付息一次，到期按面值偿还。B 公司 2006 年 4 月 8 日按每张 1120 元的价格购入该债券并持有到期，计算债券的到期收益率。

(2) 假定到期一次还本付息，单利计息。B 公司 2006 年 4 月 8 日按每张 1380 元的价格购入该债券并持有到期，计算债券的到期收益率。

(3) 假定每年 4 月 8 日付息一次，到期按面值偿还，必要报酬率为 12%。B 公司 2005 年 4 月 8 日打算购入该债券并持有到期，计算确定当债券价格低于什么水平时，B 公司才可以考虑购买。

(4) 假定到期一次还本付息，单利计息，必要报酬率为 12%。B 公司 2005 年 4 月 8 日打算购入该债券并持有到期，计算确定当债券价格低于什么水平时，B 公司才可以考虑购买。

拓展阅读书目

1. 证券投资分析：来自报表和市场行为的见解——复旦博学·微观金融学系列
复旦大学出版社 2005 年 12 月 邵宇，秦培景 主编
2. 向格雷厄姆学思考，向巴菲特学投资 中国财政经济出版社 2005 年 1 月 [美]克尼厄姆 著，王庆，徐隽 译

第五章 投资管理

教学目的和要求：

本章是属于教材中非常重要的一章。本章和教材第四章资本资产定价模型计算权益资本成本、第九章债务资本成本和加权平均资本的计算联系最为紧密，与第十章企业价值评估的现金流量折现法也有很密切的联系。因此，本章内容可以说是企业筹资决策、经营决策和项目投资决策的一个综合应用，是相关内容综合起来的一个大演练，是理论和实际联系最为紧密的一个应用典范。

本章的问题具有难度大、综合性强、灵活多变和会计处理以及实际项目投资业务的联系非常紧密的特点。这些特点就要求学生熟练掌握项目投资决策的基本程序和步骤，准确把握投资项目的相关现金流量的确定，熟悉净现值法和内含报酬率法的决策原理，实体现金流量法和股权现金流量的计算和决策，固定资产更新的平均年成本法、总成本法和差量分析法的应用，固定资产折旧的双倍余额递减法和年数总和法以及企业资本成本作为项目折现率的条件以及项目 β 值的估计等等相关内容都是必须熟练掌握的。本章教学时间为9学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 资本投资评价的基本原理。
2. 投资项目评价的基本方法（净现值和内含报酬率）。
3. 项目相关现金流量的判定及处理。
4. 项目实体现金流量和股权现金流量的计算。
5. $\beta_{\text{权益}}$ 的确定方式。
6. 项目折现率的确定。
7. 固定资产更新决策（平均年成本法和总成本法）。

第一节 投资评价的基本方法

一、资本投资

1. 资本投资的概念
2. 资本投资评价的基本原理

二、投资项目评价的基本方法

1. 净现值
2. 内含报酬率
3. 现值指数法
4. 回收期法
5. 会计收益率

第二节 投资项目现金流量的估计

一、项目现金流量

1. 现金流量的概念
2. 现金流量的估计

- A. 高于 10% B. 低于 10%
C. 等于 10% D. 无法界定

6. 在进行投资项目风险分析时, 易夸大远期现金流量风险的方法是 ()。

- A. 调整现金流量法 B. 风险调整折现率法 C. 净现值法 D. 内含报酬率法

7. 下列关于评价投资项目的回收期法的说法中, 不正确的是 ()。

- A. 它忽略了货币时间价值
B. 它需要一个主观上确定的最长的可接受回收期作为评价依据
C. 它不能测度项目的盈利性
D. 它不能测度项目的流动性

8. 年末 ABC 公司正在考虑卖掉现有的一台闲置设备, 该设备 8 年前以 40000 元购入, 税法规定的年限为 10 年, 按直线法计提折旧, 预计残值率为 10%, 已提折旧 28800 元; 目前可以按 10000 元价格卖出, 假设所得税税率为 30%, 卖出现有设备对本期现金流量的影响 ()。

- A. 减少 360 元 B. 减少 1200 元 C. 增加 9640 元 D. 增加 10360 元

9. 下列说法中正确的是 ()。

- A. 以实体现金流量法和股权现金流量法计算的净现值两者无实质区别
B. 实体现金流量包含财务风险, 比股东的现金流量风险大
C. 如果市场是完善的, 增加债务比重会降低平均资本成本
D. 股权现金流量法比实体现金流量法简洁

10. 在进行是继续使用旧设备还是购置新设备决策时, 如果这两个方案的未来使用年限不同, 且只有现金流出, 没有适当的现金流入。则合适的评价方法是 ()。

- A. 比较两个方案总成本的高低 B. 比较两个方案净现值的大小
C. 比较两个方案内含报酬率的大小 D. 比较两个方案平均年成本的高低

二、多项选择题

1. 对于风险调整折现率法, 下列说法正确的有 ()。

- A. 它把时间价值和风险价值区别开来, 据此对现金流量进行贴现
B. 它把时间价值和风险价值混在一起, 并据此对现金流量进行贴现
C. 它是用调整净现值公式分子的办法来考虑风险的
D. 它意味着风险随时间的推移而加大

2. 下列几个因素中影响内含报酬率的有 ()。

- A. 银行存款利率 B. 银行贷款利率
C. 投资项目有效年限 D. 原始投资额

3. 评价投资方案的投资回收期指标的主要缺点是 ()。

- A. 不可能衡量企业的投资风险 B. 没有考虑货币时间价值
C. 没有考虑回收期满后的现金流量 D. 不能衡量投资方案投资报酬的高低

4. 某公司正在开会讨论投产一种新产品, 对以下收支发生争论: 你认为不应列入该项目评价的现金流量有 ()。

A. 新产品投产需要占用营运资金 80 万元, 它们可在公司现有周转资金中解决, 不需要另外筹集

B. 该项目利用现有未充分利用的厂房和设备, 如将该设备出租可获收益 200 万元, 但公司规定不得将生产设备出租, 以防止对本公司产品形成竞争

C. 新产品销售会使本公司同类产品减少收益 100 万元; 如果本公司不经营此产品, 竞争对手也会推出新产品

- D. 拟采用借债方式为本项目筹资，新债务的利息支出每年 50 万
- E. 动用为其他产品储存的原料约 200 万元
5. 下列说法正确的有（ ）。
- A. 固定资产的平均年成本是指继续使用该项固定资产引起的现金流出与现金流入的差额的年平均值
- B. 固定资产的平均年成本是指该继续使用该项固定资产引起的未来现金流出的年平均值
- C. 平均年成本法是把继续使用旧设备和购置新设备看成是两个互斥的方案
- D. 平均年成本法的假设前提是将来设备更换时，可以按原来的平均年成本找到可代替的设备
6. 下列说法正确的有（ ）。
- A. 实体营业现金净流量= 息税前营业利润（1-税率）+折旧与摊销
- B. 实体营业现金净流量=收入×（1-税率）-付现经营成本×（1-税率）+折旧与摊销×税率
- C. 股东营业现金净流量=息税前营业利润（1-税率）+折旧与摊销-利息×（1-税率）
- D. 股东营业现金净流量=收入×（1-税率）-付现经营成本×（1-税率）+折旧与摊销×税率-利息×（1-税率）
7. 某公司的主营业务是从事家用电器生产和销售，目前准备投资房地产项目。房地产行业上市公司的 β 值为 1.2，行业标准产权比率为 0.5，投资房地产项目后，公司将继续保持目前的产权比率 0.6 不变。该项目的资产 β 值和股东权益 β 值分别是（ ）。
- A. 0.8 B. 0.76
- C. 1.24 D. 1.28
8. 某公司的主营业务是从事商业批发和零售，目前准备追加投资扩大其经营规模。目前该公司的 β 值为 1.5，资产负债率为 60%，追加投资后，公司的资产负债率将达到 80%。该项目的资产 β 值和股东权益 β 值分别是（ ）。
- A. 0.4 B. 0.6
- C. 3 D. 2.8
9. 某公司打算投资一个项目，预计该项目需固定资产投资 800 万元，为该项目计划借款融资 800 万元，年利率 5%，每年末付当年利息。该项目可以持续 5 年。估计每年固定成本为（不含折旧）50 万元，变动成本是每件 150 元。固定资产折旧采用直线法，折旧年限为 5 年，估计净残值为 20 万元。销售部门估计各年销售量均为 5 万件，该公司可以接受 300 元/件的价格，所得税税率为 33%。则该项目经营第 1 年的实体现金净流量和股东现金净流量分别为（ ）万元。
- A. 520.48 B. 493.68
- C. 648 D. 594
10. 某公司的主营业务是从事家用轿车的生产和销售，目前准备投资电子商务网络。电子商务网络行业上市公司的 β 值为 1.5，行业标准产权比率为 0.6，投资电子商务网络项目后，公司的产权比率将达到 0.8。两公司的所得税税率均为 33%，则该项目的资产 β 值和股东权益 β 值分别是（ ）。
- A. 1.87 B. 1.34
- C. 1.07 D. 1.65

三、判断题

1. 净现值法的一个基本假设就是企业理财的目标是股东财富最大化；而内含报酬率法的一个基本假设就是机会成本（折现率）等于内含报酬率法。（ ）
2. 投资回收期法的主要缺陷在于没有考虑股东财富最大化。（ ）
3. 计算投资项目的净现值，既可以采用实体现金流量法，也可以采用股权现金流量法，并且两种方法得出的决策结论是相同的。（ ）

4. 调整现金流量法克服了风险调整折现率法夸大远期风险的缺点, 可以根据各年不同的风险程度, 分别采用不同的肯定当量系数。()

5 在计算项目经营期现金流量时, 站在企业的角度来看, 与投资项目有关的利息支出应当作为现金流出量处理。()

6. 一般情况下, 使某投资方案的净现值小于零的折现率, 一定高于该投资方案的内含报酬率。()

7. 某企业正在讨论更新现有的生产线, 有两个备选方案:A 方案的净现值为 400 万元, 内含报酬率为 10%; B 方案的净现值为 300 万元, 内含报酬率为 15%, 据此可以认为 A 方案较好。()

8. 投资决策中使用的现金流量, 实际上就是指各种货币资金。()

9. 为了正确计算投资方案的增量现金流量, 应注意投资项目对净营运资金的需要, 所谓净营运资金的需要是指增加的流动资产与增加的流动负债之间的差额。()

10. 某公司购入一批价值 20 万元的专用材料, 因规格不符无法投入使用, 拟以 15 万元变价处理, 并已找到购买单位。此时, 技术部门完成一项新产品开发, 并准备支出 50 万元购入设备当年投产。经化验, 上述专用材料完全符合新产品使用, 故不再对外处理, 可使企业避免损失 5 万元, 并且不需要再为新项目垫支流动资金。因此, 在评价该项目时第一年的现金流出应按 65 万元计算。()

四、计算题

你是 ABC 公司的财务顾问。该公司正在考虑购买一套新的生产线, 估计初始投资为 3000 万元, 预期每年可产生 500 万元的税前利润(按税法规定生产线应以 5 年期直线法折旧, 净残值率为 10%, 会计政策与此相同), 并已用净现值法评价方案可行。然而, 董事会对该生产线能否使用 5 年展开了激烈的争论。董事长认为该生产线只能使用 4 年, 总经理认为能使用 5 年, 还有人说类似生产线使用 6 年也是常见的。假设所得税税率 33%, 资本成本为 10%, 无论何时报废净残值收入均为 300 万元。

1. 他们请你就下列问题发表意见:

(1) 该项目可行的最短使用寿命是多少年(假设使用年限与净现值成线性关系, 插补法求解, 计算结果保留小数点后两位)?

(2) 他们的争论是否有意义(是否影响该生产线的购置决策)? 为什么?

2. 假设某企业有一个投资方案, 有关资料如下:

该企业投资 80000 元取得一项固定资产, 该资产当年投资当年完工投产, 预计的使用年限为 8 年, 每年的现金净流量为 25000 元。假设折现率为 10%。

要求:

(1) 计算该方案的净现值。

(2) 在其他条件不变的前提下, 每年的经营现金净流量至少为多少, 这个方案才是可行的? 经营现金净流量在什么幅度内变动, 才不会影响原方案的可行性?

(3) 在其他条件不变的前提下, 该项固定资产的使用寿命至少为多长, 这个方案才是可行的? 使用寿命在什么幅度内变动, 才不会影响原方案的可行性?

五、综合题

1. 华明公司于 2000 年 12 月 31 日购入设备一台, 设备价款 1500 万元, 预计使用 3 年, 预计期末无残值, 采用直线法按 3 年计提折旧(均符合税法规定)。该设备于购入当日投入使用。预计能使公司未来三年的销售收入分别增长 1200 万元、2000 万元和 1500 万元, 经营性付现成本分别增加 400 万元、1000 万元和 600 万元。购置设备所需资金通过发行债券方式予以筹措, 债券面值

为 1500 万元，票面年利率为 8%，每年年末付息，债券按面值发行，发行费率为 2%。该公司适用的所得税税率为 33%，要求的投资收益率为 10%。

要求：

- (1) 计算债券的资本成本。
- (2) 预测公司未来三年增加的净利润。
- (3) 从企业实体流量的角度预测该项目各年经营净现金流量。
- (4) 从企业实体流量的角度计算该项目的净现值。

2. 某大型企业 W 准备进入机械行业，为此固定资产投资计划按 25% 的资产负债率融资，固定资产原始投资额为 5000 万元，当年投资当年完工投产，借款期限为 4 年，利息分期按年支付，本金到期偿还。该项投资预计有 6 年的使用年限，该方案投产后预计销售单价 40 元，单位变动成本 14 元，每年经营性固定付现成本 100 万元，年销售量为 45 万件。预计使用期满有残值 10 万元，税法规定的使用年限也为 6 年，税法规定的残值为 8 万元，会计和税法均用直线法计提折旧。目前机械行业有一家企业 A，A 企业的资产负债率为 40%，权益的 β 值为 1.5。A 的借款利率为 12%，而 W 为其机械业务项目筹资时的借款利率可望为 10%，公司的所得税税率均为 40%，市场风险溢价为 8.5%，无风险利率为 8%，预计 4 年还本付息后该项目的权益的 β 值降低 20%，假设最后 2 年仍能保持 4 年前的加权平均资本成本水平不变，权益成本和债务成本均不考虑筹资费。

要求：分别根据实体现金流量法和股权现金流量法用净现值法进行决策。（折现率小数点保留到 1%）。

拓展阅读书目

1. 企业战略与投资决策——新世纪工商管理 MBA 教材 上海财经大学出版社 2005 年 11 月 顾旭 编著
2. 公司财务与投资决策(第四版) 中国人民大学出版社 2006 年 7 月 派克，尼尔 著，孔宁宁 译

第六章 流动资金管理

教学目的和要求：

本章主要侧重介绍流动资产的管理，应收账款信用政策中的应收账款和存货占用资金利息的计算与第二章应收账款周转率和存货周转率的计算有一定的联系，最佳现金持有量确定的存货模式和随机模式与第三章现金预算表中的现金筹措和运用可以联系起来。

本章内容应重点围绕与应收账款信用政策决策有关的计算以及存货管理经济批量控制的基本模式和保险储备量模式有关的计算内容和决策，因此，主要是熟悉本章相关的计算内容。本章教学时间为 6 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 最佳现金持有量确定的存货模式和随机模式。
2. 应收账款信用政策决策的基本思路、有关的计算和应用。
3. 存货管理经济批量控制的基本模式、订货提前期、存货陆续供应和使用的经济订货量控制以及设置保险储备量下的再订货点的计算和决策。

第一节 现金和有价证券管理

一、现金管理概述

1. 现金管理的目标
2. 现金管理的有关规定
3. 现金收支管理

二、最佳现金持有量的确定方法

1. 成本分析模式
2. 存货模式
3. 随机模式

第二节 应收账款管理

一、应收账款信用政策的确定

1. 信用期间
2. 信用标准
3. 现金折扣政策

二、信用政策的决策

1. 应收账款管理的目标
2. 信用政策的决策的差量分析法

第三节 存货管理

一、储备存货的有关成本

1. 取得成本
2. 储存成本
3. 缺货成本

二、存货决策

1. 经济批量基本模型
2. 订货提前期模型
3. 存货陆续供应和使用模型
4. 保险储备量模型

复习与思考题

一、单项选择题

1. 下列订货成本中属于变动性成本的是（ ）。
A. 采购部门管理费用 B. 采购人员的计时工资
C. 订货业务费 D. 预付订金的机会成本
2. 某企业现金收支状况比较稳定，全年的现金需要量为 200000 元，每次转换有价证券的交易成本为 400 元，有价证券的年利率为 10%。达到最佳现金持有量的全年交易成本是（ ）元。
A. 1000 B. 2000
C. 3000 D. 4000
3. 公司持有有价证券的年利率为 6%，公司的现金最低持有量 2500 元，现金余额的最优返回线为 9000 元，如果公司现有现金 21200 元，则根据随机模型应将其中的（ ）元投资于证券。
A. 12200 B. 0 C. 8000 D. 18700
4. 假设某企业明年需要现金 8400 万元，已知有价证券的报酬率为 7%，将有价证券转换为现金的转换成本为 150 元，则最佳现金持有量和此时的相关最低总成本分别是（ ）。
A. 60 万元；4 万元 B. 60 万元；4.2 万元
C. 80 万元；4.5 万元 D. 80 万元；4.2 万元
5. 在确定最佳现金持有量时，成本分析模式和存货模式均需考虑的因素是（ ）。
A. 机会成本 B. 交易成本
C. 短缺成本 D. 管理成本
6. 某企业全年需用 A 材料 2400 吨，每次的订货成本为 400 元，每吨材料年储备成本 12 元，则每年最佳订货次数为（ ）次。
A. 12 B. 6
C. 3 D. 4
7. 最佳现金持有量的存货控制模式中，应考虑的相关成本主要有（ ）。
A. 机会成本和交易成本 B. 交易成本和短缺成本
C. 机会成本和短缺成本 D. 管理成本和短缺成本

8. 成本分析模式下的最佳现金持有量是使以下各项成本之和最小的现金持有量（ ）。
- A. 机会成本和交易成本 B. 机会成本和短缺成本
C. 管理成本和交易成本 D. 管理成本、短缺成本和交易成本
9. 某企业预测的年度赊销收入净额为 600 万元，应收账款收账期为 30 天，变动成本率为 60%，资本成本率为 10%，则应收账款的机会成本为（ ）万元。
- A. 10 B. 6
C. 3 D. 2
10. 采用随机模式控制现金持有量，计算现金返回线 R 的各项参数中不包括（ ）。
- A. 每次现金与有价证券转换时发生的固定转换成本
B. 现金存量的上限
C. 有价证券的日利率
D. 预期每日现金余额的标准差

二、多项选择题

1. 关于最佳现金持有量确定的成本分析模式和存货模式的说法正确的有（ ）。
- A. 管理成本均属于无关成本 B. 机会成本均属于相关成本
C. 交易成本均属于相关成本 D. 短缺成本均属于相关成本
2. 关于最佳现金持有量确定的存货模式和随机模式的说法正确的有（ ）。
- A. 管理成本均属于无关成本 B. 机会成本均属于相关成本
C. 交易成本均属于相关成本 D. 短缺成本均属于相关成本
3. 企业在制定或选择信用标准时应考虑以下因素（ ）。
- A. 同行业竞争对手的情况 B. 企业承担违约风险的能力
C. 企业承担流动性风险的能力 D. 企业客户的资信程度
4. 对信用标准进行定量分析，旨在解决（ ）。
- A. 确定客户拒付账款的风险，即坏账损失率 B. 具体确定客户的信用等级
C. 信用期间的确定 D. 现金折扣期和折扣率的确定
5. 下列有关信用期限的表述中，正确的有（ ）。
- A. 缩短信用期限可能增加当期现金流量
B. 延长信用期限会扩大销售
C. 降低信用标准意味着将延长信用期限
D. 延长信用期限将增加应收账款的机会成本
6. 在确定经济订货量时，下列表述中正确的有（ ）。
- A. 随每次进货批量的变动，变动性订货成本和变动性储存成本呈反方向变化
B. 变动性储存成本的高低与每次进货批量成正比
C. 变动性订货成本的高低与每次进货批量成反比
D. 年变动储存成本与年变动订货成本相等时的采购批量，即为经济订货量
7. 确定建立保险储备量时的再订货点，需要考虑的因素有（ ）。
- A. 交货时间 B. 平均日需求量
C. 保险储备量 D. 平均日库存量
8. 在存货陆续供应和使用的情况下，导致经济批量增加的因素有（ ）。
- A. 存货年需要量增加 B. 一次订货成本增加
C. 日耗用量增加 D. 日耗用量降低
E. 单位储存变动成本增加

9. 下列（ ）属于存货的储存变动成本。
- A. 存货占用资金的应计利息 B. 紧急额外购入成本
- C. 存货的破损变质损失 D. 存货的保险费用
10. 应收账款周转率提高意味着（ ）。
- A. 销售成本降价 B. 短期偿债能力增强
- C. 维持一定销售额所占资金水平较低 D. 赊账业务减少

三、判断题

1. 订货提前期对存货的每次订货数量、订货次数、订货间隔时间并无影响。()
2. 企业现金持有量过多会降低企业的收益水平。()
3. 企业拥有现金所发生的管理成本是一种固定成本, 与现金持有量之间无明显的比例关系()。
4. 企业往往需要根据顾客赖账可能性的评估来设定顾客的信用标准。()
5. 预防性需要是指置存现金以防发生意外的支付, 它与企业现金流量的确定性 & 企业间的借款能力有关。()
6. 企业在不影响自己信誉的前提下, 尽可能地推迟应付款的支付期, 是企业日常现金管理策略之一。()
7. 保险储备的建立是为了防止需求增大而发生缺货或供货中断。()
8. 企业的信用标准严格, 给予客户的信用期很短, 使得应收账款周转率很高, 将有利于增加企业的利润。()。
9. 在现金持有量的随机模式中, 现金余额波动越大的企业, 越需关注有价证券投资的流动性。()。
10. 现金折扣是企业为了鼓励客户多买商品而给予的价格优惠, 每次购买的数量越多, 价格也就越便宜。()

四、计算题

1. 假设某公司每年需外购零件 3600 个, 该零件单位储存变动成本 20 元, 一次订货成本 25 元, 单位缺货成本 100 元。在订货间隔期内的需要量及其概率如下:

需要量 (件)	概率
50 件	0.1
60 件	0.2
70 件	0.4
80 件	0.2
90 件	0.1

要求：计算含有保险储备量的再订货点。

2. 已知 ABC 公司与库存有关的信息如下：
- (1) 年需求数量为 30000 单位（假设每年 360 天）；
 - (2) 购买价每单位 100 元；
 - (3) 库存储存成本是商品买价的 30%；
 - (4) 订货成本每次 60 元；
 - (5) 公司希望的安全储备量为 750 单位；
 - (6) 订货数量只能按 100 的倍数（四舍五入）确定；
 - (7) 订货至到货的时间为 15 天。

要求:

- (1) 计算最优经济订货量。
- (2) 计算确定存货水平为多少时应补充订货?
- (3) 计算存货平均占用资金。

3. A 公司是一个商业企业。由于目前的收账政策过于严厉,不利于扩大销售,且收账费用较高,该公司正在研究修改现行的收账政策。现有甲和乙两个放宽收账政策的备选方案,有关数据如下:

项 目	现行收账政策	甲方案	乙方案
年销售额(万元/年)	2400	2600	2700
收账费用(万元/年)	40	20	10
所有账户的平均收账期	2 个月	3 个月	4 个月
所有账户的坏账损失率	2%	2.5%	3%

已知 A 公司的销售毛利率为 20%,应收账款投资要求的最低报酬率为 15%。坏账损失率是指预计年度坏账损失和销售额的百分比。假设不考虑所得税的影响。

要求:通过计算分析,回答应否改变现行的收账政策?如果要改变,应选择甲方案还是乙方案?

4. 某企业 2006 年计划全年的 A 种材料的需求量为 72000 公斤,材料单价为 5 元,预计一次采购费用为 1000 元,单位材料的年变动储存费用率为材料进价成本的 20%。

要求:

- (1) 计算材料的经济订货批量及相关的最低总成本。
- (2) 计算材料全年最佳订货次数和最佳订货间隔时间。
- (3) 计算 A 材料的年总成本。
- (4) 计算达到经济订货量时材料平均占用资金。
- (5) 假设在交货期内,企业所生产产品的产量是不确定的,其概率分布如下:

产量(件)	概率
1200	90%
1300	5%
1400	3%
1500	2%

已知该产品的 A 材料消耗定额为 10 公斤/件,材料的缺货成本为 3 元/公斤。

计算当保险储备量分别为 0、1000 公斤、2000 公斤和 3000 公斤时的与保险储备量相关的总成本,并进行决策。

拓展阅读书目

公司财务管理(上下册) 中国人民大学出版社 2003 年 1 月 [美]道格拉斯·R·爱默瑞,[美]约翰·D·芬尼特 著

第七章 筹资管理

教学目的和要求：

本章属于非重点章节，主要概括介绍了各种筹资方式的特点和比较，应理解为一般的筹资理论基础。

由于本章内容相对独立，和其他章节的联系不是很紧密，因此，学习中也就是围绕本章的主要知识点去理解和复习。本章教学时间为 3 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 放弃现金折扣成本的计算及其在决策中的应用。
2. 短期借款的有关规定。
3. 融资租赁设备或是举债购买设备的计算和决策。
4. 可转换债券的有关内容。
5. 三种营运资金筹集政策的含义及特点。

第一节 普通股筹资

一、股票概述

1. 普通股的概念和种类
2. 股票发行
3. 股票上市

二、普通股融资的特点

1. 优点
2. 缺点

第二节 长期负债筹资

一、长期借款筹资

1. 长期借款的保护性条款
2. 长期借款筹资的特点

二、债券筹资

1. 发行债券的资格和条件
2. 债券发行价格的确定

三、可转换证券筹资

1. 可转换债券的基本知识
2. 上市公司发行可转换债券的条件
3. 可转换债券筹资的优缺点

四、租赁筹资

1. 租赁的概念、特点和种类
2. 融资租赁租金的构成
3. 融资租赁租金的计算和支付方式
4. 融资租赁的决策

第三节 短期筹资与营运资金政策

一、短期负债筹资

1. 短期负债筹资
2. 商业信用筹资

二、营运资金政策

1. 营运资金持有政策
2. 营运资金融资政策

复习与思考题

一、单项选择题

1. 如果企业营运资金短缺成本较低，资本成本较高，则其持有政策宜采取（ ）。
A. 宽松的营运资金政策 B. 紧缩的营运资金政策
C. 适中的营运资金政策 D. 上述三种政策均可
2. 在稳健型融资政策下，下列结论成立的是（ ）。
A. 长期负债、自发负债和权益资本三者之和大于永久性资产
B. 长期负债、自发负债和权益资本三者之和小于永久性资产
C. 临时负债大于临时性流动资产
D. 临时负债等于临时性流动资产
3. 长期借款筹资与长期债券筹资相比，其特点是（ ）。
A. 利息能节税 B. 筹资弹性大
C. 筹资费用大 D. 债务利息高
4. 相对于发行股票而言，发行公司债券筹资的优点为（ ）。
A. 筹资风险小 B. 限制条款少
C. 筹资额度大 D. 资本成本低
5. 企业向银行借入长期借款，若预测市场利率将下降，企业应与银行签订（ ）。
A. 浮动利率合同 B. 固定利率合同 C. 抵押贷款 D. 无抵押贷款
6. 商业信用筹资的最大优越性在于（ ）。
A. 无实际成本 B. 期限较短 C. 容易取得 D. 属于一种长期资金筹资形式
7. 相对于负债融资方式而言，采用发行普通股方式筹措资金的优点是（ ）。
A. 有利于降低资本成本 B. 有利于集中企业控制权
C. 有利于降低财务风险 D. 有利于发挥财务杠杆作用

8. 某企业按年利率 4.5% 向银行借款 500 万元，银行要求保留 10% 的补偿性余额，则该项借款的实际利率为（ ）。

- A. 4.95% B. 5%
C. 5.5% D. 9.5%

9. 在下列各项中，能够引起企业权益资本增加的筹资方式是（ ）。

- A. 吸收投资者直接投资 B. 发行公司债券
C. 利用商业信用 D. 留存收益转增资本

10. 相对于发行债券和利用银行借款购买设备而言，通过融资租赁方式取得设备的主要缺点是（ ）。

- A. 限制条款多 B. 筹资速度慢
C. 资本成本高 D. 财务风险大

二、多项选择题

1. 下列各项中，属于经营租赁特点的有（ ）。

- A. 租赁期较短
B. 租赁合同较为稳定
C. 出租人提供租赁资产的保养和维修等服务
D. 租赁期满后，租赁资产常常无偿转让或低价出售给承租人

2. 在短期借款的利息计算和偿还方法中，企业实际负担利率高于名义利率的有（ ）。

- A. 利随本清法付息 B. 贴现法付息
C. 贷款期内定期等额偿还贷款 D. 到期一次偿还贷款

3. 与股票筹资方式相比，银行借款筹资的优点包括（ ）。

- A. 筹资速度快 B. 借款弹性大
C. 使用限制少 D. 筹资费用低

4. 股份公司申请股票上市，将会使公司（ ）。

- A. 资本大众化，分散风险的同时也会分散公司的控制权
B. 便于筹措新资金
C. 便于确定公司价值
D. 负担较高的信息报道成本

5. 企业在持续经营过程中，会自发地、直接地产生一些资金来源，部分地满足企业的经营需要，如（ ）。

- A. 预收账款 B. 应付工资
C. 应付票据 D. 根据周转信贷协定取得的限额内借款
E. 应付债券

6. 下列属于长期借款的特殊性保护条款的有（ ）。

- A. 贷款专款专用
B. 限制企业高级职员的薪金和奖金总额
C. 要求企业主要领导人在合同有效期间担任领导职务
D. 要求企业主要领导人购买人身保险

7. 吸收投资者直接投资的优点包括（ ）。

- A. 有利于降低企业资本成本 B. 有利于加强对企业的控制
C. 有利于壮大企业经营实力 D. 有利于降低企业财务风险

8. 下列各项中，属于“吸收直接投资”与“发行普通股”筹资方式所共有的缺点有（ ）。

- A. 限制条件多 B. 财务风险大
C. 控制权分散 D. 资本成本高

9. 相对权益资本的筹资方式而言, 长期借款筹资的缺点主要有 ()。

- A. 财务风险较大 B. 资本成本较高
C. 筹资数额有限 D. 筹资速度较慢

10. 发行可转换债券的缺点是 ()。

- A. 股价上扬风险 B. 财务风险 C. 丧失低息优势 D. 增加筹资中的利益冲突

三、判断题

1. 从承租人的角度来看, 杠杆租赁与售后租回或直接租赁并无区别。 ()
2. 由于抵押借款有抵押品作抵押, 因此抵押借款的资本成本低于非抵押借款。 ()
3. 收益债券是指在企业不盈利时, 可暂不支付利息, 而到获利时支付累积利息的债券。 ()
4. 对于发行公司来讲, 采用自销方式发行股票具有可及时筹足资本, 免于承担发行风险等特点。 ()
5. 某企业计划购入原材料, 供应商给出的条件为“1/20, N/50”, 若银行短期借款利率为 10%, 则企业应在折扣期限内支付货款。 ()
6. 企业营运资金余额越大, 说明企业风险越小, 收益率越高。 ()
7. 对于长期借款企业来讲, 若预测市场利率将上升, 应与银行签订固定利率合同, 反之, 则应签订浮动利率合同。 ()
8. 如果在折扣期内将应付账款用于短期投资, 所得的投资收益率高于放弃现金折扣的成本, 则应放弃现金折扣, 直至到期再付款。 ()
9. 如果没有现金折扣, 或企业不放弃现金折扣, 则利用商业信用筹资没有实际成本 ()。
10. 在债券面值与票面利率一定的情况下, 市场利率越高, 则债券的发行价格越低。 ()

四、计算题

某公司需要筹措短期资金, 有下列四种方式, 具体资料如下:

- (1) 银行短期借款, 利息支付采用收款法, 利息率为 14%;
- (2) 银行短期借款, 利息支付采用贴现法, 利息率为 12%;
- (3) 银行短期借款, 采用补偿性余额, 利息率为 10%, 银行要求的补偿性余额比例为 20%;
- (4) 利用客户提供的商业信用, 信用条件是“1/20, N/60”。

请问: 如果你是该公司财务经理, 你选择哪种短期筹资方式, 并说明理由。

五、综合题

1. 资料: A 公司是一家上市公司, 该公司拟决定在 2004 年年底前投资建设一个项目。公司为此需要筹措资金 5 亿元, 其中 5000 万元可以通过公司自有资金解决, 剩余的 4.5 亿元需要从外部筹措。2004 年 4 月 1 日, 公司召开会议研究筹资方案, 并要求财务部提出具体计划, 以提交董事会会议讨论。

公司在 2004 年 4 月 1 日的有关财务数据如下:

- (1) 资产总额为 30 亿元, 资产负债率为 40%。
- (2) 公司有长期借款 5.5 亿元, 年利率为 6%, 每年年末支付一次利息。其中 8000 万元将在 2 年内到期, 其他借款的期限尚余 5 年。借款合同规定公司资产负债率不得超过 55%。
- (3) 公司发行在外普通股 5 亿股。

另外, 公司 2003 年完成净利润 3 亿元。2004 年预计全年可完成净利润 4 亿元。公司适用的所

得税税率为 33%。假定公司一直采用固定股利分配政策，年股利为每股 0.7 元。

随后，公司财务部设计了两套筹资方案，具体如下：

方案一：以增发股票的方式筹资 4.5 亿元。

公司目前的普通股每股市价为 15 元。拟增发股票每股定价为 10.4 元，扣除发行费用后，预计净价为 10 元。为此，公司需要增发 4500 万股股票以筹集 4.5 亿元资金。为了给公司股东以稳定的回报，维护其良好的市场形象，公司仍将维持其设定的每股 0.7 元的固定股利分配政策。

方案二：以发行公司债券的方式筹资 4.5 亿元。

鉴于目前银行存款利率较低，公司拟发行公司债券。设定债券年利率为 4.8%，期限为 8 年，每年付息一次，到期一次还本，发行总额为 4.61 亿元（平价），其中预计发行费用为 1100 万元。

要求：分析上述两种筹资方案的优缺点，并从中选出较佳的筹资方案。

2. 资料：大华公司的主要业务为制造和销售医药器械，该行业竞争十分激烈。目前公司正面临生产能力闲置、产品滞销、流动资金周转紧张的状况。为此，公司拟通过提高营运资金水平来应对竞争。

大华公司的有关资料如下：

（1）资产负债表资料

单位:万元

项目	当期平均余额	百分比	行业平均水平
流动资产	3000	30%	40%
固定资产净值	7000	70%	60%
资产总计	10000	100%	100%
流动负债	2000	20%	20%
长期负债	5000	50%	40%
普通股权益	3000	30%	40%
负债与股东权益合计	10000	100%	100%

（2）利润表资料

单位:万元

项目	金额
主营业务收入	17500
主营业务成本	16500
主营业务利润	1000
利息费用	490
利润总额	510
所得税	168.3
净利润	341.7

（3）相关财务比率

项目	该公司	行业平均水平
流动比率	1.5	2
流动资产周转率	5.83	3.5
总资产周转率	1.75	2.2
净资产收益率	11.4%	12%
主营业务利润率	5.71%	8%
已获利息倍数	2.04	2.1
资产负债率	70%	60%

目前公司有甲、乙、丙三个方案可供选择：

甲方案：维持公司现有营运资金政策不变；

乙方案：在不变更现有资本结构的情况下，将现有的一部分设备变现用于补充流动资金，将流

动资产提高到同行业平均水平；

丙方案：减少 10%的固定资产，同时减少相应数额的流动负债，以增加企业的营运资金。

在这三个方案下，长期负债与股东权益都将维持在现有的水平。并假定公司维持目前：

- （1）流动资产周转率不变；
- （2）主营业务利润率不变；
- （3）流动负债的平均利率为 4.5%，长期负债的平均利率为 8%；
- （4）所得税税率为 33%。

要求：

- （1）计算甲、乙、丙三个方案对于大华公司财务状况的影响。
- （2）计算甲、乙、丙三个方案有关反映大华公司偿债能力、营运能力和盈利能力的财务指标。
- （3）运用相关财务比率分析公司的偿债能力。
- （4）为公司选择何种方案进行决策并说明理由。

拓展阅读书目

公司理财（原书第 6 版） 机械工业出版社 2003 年 9 月 [美]罗斯等 著，吴世农等 译

第八章 股利分配

教学目的和要求：

本章主要阐述股利无关论的假定和股利相关论下影响股利分配的因素、四种股利分配政策的特点以及股票股利和股票分割的特点及财务影响。剩余股利政策和固定股利支付率政策的内容与预计报表的编制中确定留存收益有一定联系，同时固定股利支付率政策下净利润的增长率等于股利增长率，进而与确定固定增长股票模型中股利的增长率有一定的联系。

由于本章的剩余股利政策和固定股利支付率政策以及股票股利容易与其他章节内容联系起来，所以，应该很好地理解和把握剩余股利政策和固定股利支付率政策与第三章预计报表编制的结合以及股票股利对股东权益总额、每股净资产等的影响。本章教学时间为 3 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 股利无关论和股利相关论的有关内容。
2. 剩余股利政策和固定股利支付率政策的内容及理由。
3. 股票股利对股东权益、每股市价、每股收益、流通股数、公司价值等的影响。

第一节 利润分配的内容

一、利润分配的项目

1. 公积金
2. 股利

二、利润分配的顺序

1. 弥补亏损
2. 提取公积金
3. 向股东支付股利

第二节 股利支付的程序和方式

一、股利支付的程序

1. 股利宣告日
2. 股权登记日
3. 除息除权日
4. 股利支付日

二、股利支付的方式

1. 现金股利
2. 股票股利

第三节 股利分配政策和内部筹资

一、股利理论

1. 相关论
3. 无关论

二、股利分配政策

1. 剩余股利政策
2. 固定或持续增长股利政策
3. 固定股利支付率政策
4. 低正常股利加额外股利政策

第四节 股票股利和股票分割

一、股票股利

1. 含义
2. 特点

二、股票分割

1. 含义
2. 特点

复习与思考题

一、单项选择题

1. 造成股利波动较大，给投资者公司不稳定的感觉，对于稳定股票价格不利的股利分配政策是（ ）。

A. 剩余股利政策	B. 固定或持续增长的股利政策
C. 固定股利支付率政策	D. 低正常股利加额外股利政策

2. 某公司现有发行在外的普通股 100 万股，每股面额 1 元，资本公积 300 万元，未分配利润 800 万元，股票市价 20 元；若按 10% 的比例发放股票股利并按市价折算，公司资本公积的报表列示将为（ ）万元。

- A. 100 B. 290 C. 490 D. 300

3. 在以下股利政策中，有利于稳定股票价格，从而树立公司良好形象，但股利的支付与公司盈余相脱节的股利政策是（ ）。

A. 剩余股利政策	B. 固定或持续增长的股利政策
C. 固定股利支付率政策	D. 低正常股利加额外股利政策

4. 我国上市公司不得用于支付股利的权益资本是（ ）。

A. 资本公积	B. 任意盈余公积

- C. 法定盈余公积 D. 上年未分配利润
5. 上市公司按照剩余股利政策发放股利的好处是（ ）。
- A. 有利于公司合理安排资本结构
B. 有利于投资者安排收入与支出
C. 有利于公司稳定股票的市场价格
D. 有利于公司树立良好的形象
4. 主要依靠股利维持生活的股东和养老基金管理人最不赞成的公司股利政策是（ ）。
- A. 剩余股利政策 B. 固定或持续增长的股利政策
C. 固定股利支付率政策 D. 低正常股利加额外股利政策
7. 在下列股利政策中，股利与利润之间保持固定比例关系，体现风险投资与风险收益对等关系的是（ ）。
- A. 剩余股利政策 B. 固定股利政策
C. 固定股利支付率政策 D. 低正常股利加额外股利政策
8. 法律对利润分配进行超额累积利润限制的主要原因是（ ）。
- A. 避免损害少数股东权益 B. 避免资本结构失调
C. 避免股东避税 D. 避免经营者出现短期行为
9. 某公司发行在外普通股 100000 股，拟发放 10% 的股票股利，并按分配股票股利后的股数支付了 275000 元的现金股利，若该股票当时市价为 25 元，则股票获利率为（ ）。
- A. 2.27% B. 6% C. 10% D. 8.24%
10. 关于股票股利，说法正确的有（ ）。
- A. 股票股利会导致股东财富的增加
B. 股票股利会引起所有者权益各项目的结构发生变化
C. 股票股利会导致公司资产的流出
D. 股票股利会引起负债的增加

二、多项选择题

1. 股利政策的制定受多种因素的影响, 包括 ()。
 - A. 税法对股利和出售股票收益的不同处理
 - B. 未来公司的投资机会
 - C. 各种资本来源及其成本
 - D. 股东对当期收入的相对偏好
2. 发放股票股利, 会产生下列影响 ()。
 - A. 引起每股盈余下降
 - B. 使公司留存大量现金
 - C. 股东权益各项目的比例发生变化
 - D. 股东权益总额发生变化
 - E. 股票价格有可能下跌
3. 上市公司发放股票股利可能导致的结果有 ()。
 - A. 公司股东权益内部结构发生变化
 - B. 公司股东权益总额发生变化
 - C. 公司每股盈余下降
 - D. 公司股份总额发生变化
4. 公司进行股票分割行为后产生的影响有 ()。
 - A. 每股市价下降
 - B. 发行在外的股数增加
 - C. 股东权益总额不变
 - D. 股东权益各项目的结构不变
5. 股利无论论成立的条件是 ()。
 - A. 不存在税负
 - B. 股票筹资无发行费用

- C. 投资者与管理者拥有的信息不对称 D. 股利支付比率不影响公司价值
6. 制定利润分配政策时, 应该考虑的经济限制因素有 ()。
- A. 未来投资机会 B. 避税考虑 C. 资产的流动性 D. 控制权的稀释
7. 制定利润分配政策时, 应该考虑的财务限制因素有 ()。
- A. 控制权的稀释 B. 举债能力的强弱 C. 盈余的稳定性 D. 潜在的投资机会
8. 上市公司发放现金股利主要出于以下原因 ()。
- A. 投资者偏好 B. 减少代理成本
- C. 传递公司的未来信息 D. 降低财务杠杆
9. 股票分割的主要作用有 ()。
- A. 有利于促进股票流通和交易
- B. 有助于公司并购政策的实施, 增加对被并购方的吸引力
- C. 可能增加股东的现金股利, 使股东感到满意
- D. 有利于增强投资者对公司的信心
10. 企业选择股利政策通常需要考虑以下几个因素 ()。
- A. 企业所处的成长与发展阶段 B. 企业支付能力的稳定情况
- C. 企业获利能力的稳定情况 D. 目前的投资机会

三、判断题

1. 股利无关论认为, 只要公司的经营与投资是盈利的, 那么, 这些盈利是否以股利的形式支付给股东并不重要。 ()
2. 在公司的初创阶段最适宜采用的股利分配政策是剩余股利分配政策。 ()
3. 在公司的稳定增长阶段最适宜采用的股利分配政策是固定股利支付率政策。 ()
4. 股票分割后对股东权益总额、股东权益各项目的金额及相互间的比例没有影响, 这与发放股票股利有相同之处。 ()
5. 固定股利支付率政策的主要缺点, 在于公司股利支付与其盈利能力相脱节, 当盈利较低时仍要支付较高的股利, 容易引起公司资金短缺、财务状况恶化。 ()
6. 公司奉行剩余股利政策的目的是保持理想的资本结构; 采用固定或持续增长的股利政策主要是为了维持股价; 固定股利支付率政策将股利支付与公司当年经营业绩紧密相连, 以缓解股利支付压力; 而低正常股利加额外股利政策使公司在股利支付中较具灵活性。 ()
7. 采用固定股利支付率政策分配利润时, 股利不受经营状况的影响, 有利于公司股票价格的稳定。 ()
8. 发放股票股利会因普通股股数的增加而引起每股盈余的下降, 进而可能引起每股市价下跌, 但每位股东所持股票的市场价值总额不会因此减少。 ()
9. 处于成长中的公司多采取低股利政策; 陷于经营收缩的公司多采取高股利政策。 ()
10. 采用剩余股利分配政策的优点是保持理想的资本结构, 降低企业的加权平均资本成本。 ()

四、计算题

1. 某公司成立于 2003 年 1 月 1 日, 2003 年度实现的净利润为 1000 万元, 分配现金股利 550 万元, 提取公积金 450 万元 (所提公积金均已指定用途)。2004 年实现的净利润为 900 万元 (不考虑计提公积金的因素)。2005 年计划增加投资, 所需资本为 700 万元。假定公司目标资本结构为权益资本占 60%, 长期借入资本占 40%。

要求:

(1) 在保持目标资本结构的前提下, 计算 2005 年投资方案所需的权益资本和需要从外部借入的长期债务资本。

(2) 在保持目标资本结构的前提下, 如果公司执行剩余股利政策。计算 2004 年度应分配的现金股利。

(3) 在不考虑目标资本结构的前提下, 如果公司执行固定股利政策, 计算 2004 年度应分配的现金股利、可用于 2005 年投资的留存收益和需要额外筹集的资本。

(4) 不考虑目标资本结构的前提下, 如果公司执行固定股利支付率政策, 计算该公司的股利支付率和 2004 年度应分配的现金股利。

(5) 假定公司 2005 年面临着从外部筹资的困难, 只能从内部筹资, 不考虑目标资本结构, 计算在此情况下 2004 年度应分配的现金股利。

2. 某公司年终利润分配前的有关资料如下表:

项 目	金 额
上年未分配利润	1000 万元
本年度税后利润	2000 万元
股本 (500 万股, 每股 1 元)	500 万元
资本公积	100 万元
公积金	400 万元
所有者权益合计	4000 万元
每股市价	40 元

该公司决定:本年按规定比例 15%提取公积金,发放股票股利 10%(即股东每持 10 股可得 1 股), 并且按发放股票股利后的股数派发现金股利每股 0.1 元。

要求: 假设股票每股市价与每股账面价值成正比例关系, 计算利润分配后的未分配利润、公积金、资本公积、流通股数和预计每股市价。

3. 某公司年终利润分配前的股东权益项目资料如下:

股本—普通股 (每股面值 2 元, 200 万股)	400 万元
资本公积	160 万元
未分配利润	840 万元
所有者权益合计	1400 万元

公司股票的每股现行市价为 35 元。

要求: 计算回答下述 3 个互不关联的问题。

(1) 计划按每 10 股送 1 股的方案发放股票股利并按发放股票股利后的股数派发每股现金股利 0.2 元, 股票股利的金额按现行市价计算。计算完成这一方案后的股东权益各项目数额。

(2) 如若按 1 股换 2 股的比例进行股票分割, 计算股东权益各项目数额、普通股股数。

(3) 假设利润分配不改变市净率, 公司按每 10 股送 1 股的方案发放股票股利, 股票股利按现行市价计算, 并按新股数发放现金股利, 且希望普通股市价达到每股 30 元, 计算每股现金股利应是多少。

拓展阅读书目

股利政策理论与实证研究--管理科学文库 中国人民大学出版社 2001 年 8 月 李常青 著

第九章 资本成本和资本结构

教学目的和要求：

本章主要阐述债务资本成本、普通股资本成本、留存收益资本成本和加权平均资本成本的计算，经营杠杆系数、财务杠杆系数和总杠杆系数的计算及分析以及每股盈余无差别点的计算及决策。本章与相关章节的结合点较多，是许多章节内容应用的基础。

要注意本章的加权平均资本成本的计算与第五章净现值的计算，以及与第十章计算企业价值所涉及到的折现率的确定的联系；每股盈余无差别点与第三章的外部融资需求量的计算的结合，财务杠杆系数的计算与第二章已获利息倍数计算的结合等。本章教学时间为 6 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 个别资本成本、加权平均资本成本的计算及用途。
2. 经营杠杆、财务杠杆及总杠杆系数的计算、说明的问题及其控制手段。
3. 资本结构理论。
4. 每股收益无差别点的计算及作用。

第一节 资本成本

一、资本成本概述

1. 含义
- 用途

二、个别资本成本

1. 债务资本成本
2. 权益资本成本

三、加权平均资本成本

1. 权数的确定
2. 加权平均资本成本的计算

第二节 财务杠杆

一、经营风险和财务风险

1. 经营风险
2. 财务风险

二、经营杠杆系数

1. 含义
2. 计算
3. 控制手段

三、财务杠杆系数

1. 含义
2. 计算
3. 控制手段

四、总杠杆系数

1. 含义
2. 计算
3. 控制手段

第三节 资本结构

一、资本结构理论

1. 净收益理论
2. 营业收益理论
3. 传统折衷理论
4. 权衡理论

二、资本结构的管理

1. 每股盈余无差别点法的含义
2. 每股盈余无差别点法的应用

复习与思考题

一、单项选择题

- 下列筹资活动不会加大财务杠杆作用的是（ ）。
A. 增发普通股 B. 增发优先股
C. 增发公司债券 D. 增加银行借款
- 某企业本期财务杠杆系数为 1.5，上期息税前营业利润为 450 万元，在无优先股的情形下，则上期实际利息费用为（ ）。
A. 100 万元 B. 675 万元
C. 300 万元 D. 150 万元
- 某公司计划发行债券，面值 500 万元，年利息率为 10%，期限 5 年，每年付息一次，到期还本。预计发行价格为 600 万元，所得税税率为 33%，则该债券的税后资本成本为（ ）。
A. 3.54% B. 4.05%
C. 2.42% D. 3.12%
- 调整企业资本结构并不能（ ）。
A. 降低财务风险 B. 降低经营风险
C. 降低资本成本 D. 增强融资弹性
- 某公司经营杠杆系数为 2，财务杠杆系数为 1.5，如果目前每股收益为 1 元，那么若销售额

增加一倍, 则每股收益将增长为 ()。

- A. 1.5 元/股 B. 2 元/股
C. 4 元/股 D. 3.5 元/股

6. 在个别资本成本的计算中, 不必考虑筹资费用影响因素的是 ()。

- A. 长期借款成本 B. 债券成本
C. 保留盈余成本 D. 普通股成本

7. 某种股票当前的市场价格为 40 元, 每股股利是 2 元, 预期的股利增长率是 5%, 则其市场决定的普通股资本成本为 ()。

- A. 5% B. 5.5% C. 10% D. 10.25%

8. 某企业固定成本为 20 万元, 全部资本均为自有资本, 其中优先股占 15%, 则该企业 ()。

- A. 只存在经营杠杆效应
B. 只存在财务杠杆效应
C. 存在经营杠杆效应和财务杠杆效应
D. 经营杠杆效应和财务杠杆效应可以相互抵销

9. 某企业的产权比率为 0.6, 债务平均税前成本为 15.15% (债务为平价, 无筹资费), 权益资本成本是 20%, 所得税税率为 34%。则加权平均资本成本为 ()。

- A. 16.25% B. 16.75%
C. 18.45% D. 18.55%

10. A 企业负债的市场价值为 4000 万元, 股东权益的市场价值为 6000 万元。债务的平均税前成本为 15% (债务为平价, 无筹资费), $\beta_{\text{权益}}$ 为 1.41, 所得税税率为 34%, 股票市场的风险收益率是 9.2%, 国债的利率为 11%。则加权平均资本成本为 ()。

- A. 23.97% B. 9.9%
C. 18.34% D. 18.67%

二、多项选择题

1. 下列有关资本结构的表述正确的有 ()。

- A. 净收益理论认为, 负债可以降低企业的资本成本, 负债程度越高, 企业的价值越大
B. 传统折衷理论认为, 公司存在最佳资本结构, 最佳资本结构是指公司加权平均资本成本最低, 公司总价值最大时的资本结构

C. 权衡理论认为, 公司存在最佳资本结构, 最佳资本结构是指边际负债税收庇护利益与边际破产成本相等时的资本结构, 此时, 公司总价值最大

D. 营业收益理论认为, 不论公司资本结构如何变化, 公司的加权平均资本成本都是固定的, 公司资本结构与公司总价值无关

2. 企业降低经营风险的途径一般有 ()。

- A. 增加销售量 B. 增加自有资本
C. 降变动成本 D. 增加固定成本比例
E. 提高产品售价

3. 融资决策中的总杠杆具有如下性质 ()。

- A. 总杠杆能够起到财务杠杆和经营杠杆的综合作用
B. 总杠杆能够表达企业边际贡献与税前盈余的比率
C. 总杠杆能够估计出销售额变动对每股收益的影响
D. 总杠杆系数越大, 企业经营风险越大
E. 总杠杆系数越大, 企业财务风险越大

4. 下列各项中，影响总杠杆系数变动的因素有（ ）。
 - A. 固定经营成本
 - B. 单位边际贡献
 - C. 产销量
 - D. 固定利息
5. 在计算个别资本成本时，需要考虑所得税抵减作用的筹资方式有（ ）。
 - A. 银行借款
 - B. 长期债券
 - C. 优先股
 - D. 普通股
6. 在事先确定企业资本规模的前提下，吸收一定比例的负债资本，可能产生的结果有（ ）。
 - A. 降低企业资本成本
 - B. 降低企业财务风险
 - C. 加大企业财务风险
 - D. 提高企业经营能力
7. 下列关于资本成本的说法中，正确的有（ ）。
 - A. 资本成本的本质是企业为筹集和使用资金而实际付出的代价
 - B. 企业的加权平均资本成本由资本市场和企业经营者共同决定
 - C. 资本成本的计算主要以年度的相对比率为计量单位
 - D. 资本成本可以视为项目投资或使用资金的机会成本
8. 在边际贡献大于固定成本的情况下，下列措施中有利于降低企业总风险的有（ ）。
 - A. 增加产品销量
 - B. 提高产品单价
 - C. 提高资产负债率
 - D. 节约固定成本支出
9. 下列属于导致企业经营风险的因素包括（ ）。
 - A. 市场销售带来的风险
 - B. 生产成本因素产生的风险
 - C. 原材料供应地的政治经济情况变动带来的风险
 - D. 生产组织不合理带来的风险
10. 下列有关杠杆的说法正确的有（ ）。
 - A. 经营杠杆影响营业利润
 - B. 财务杠杆影响每股收益
 - C. 总杠杆影响每股收益
 - D. 只要总资本营业利润率高于举债成本，财务杠杆正效应必定出现

三、判断题

1. 企业筹资的资本成本在很大程度上取决于企业所筹措的资本的用途，即企业投资项目的选择。（ ）
2. 经营风险的大小取决于企业的投资业务领域；财务风险的大小则取决于企业的资本构成。（ ）
3. MM 资本结构理论认为，企业管理当局应该集中精力寻找好的投资机会，而让股东们自己决定其财务结构。（ ）
4. 一般认为，当企业的成本结构状况显示出固定成本在总成本中占有较大比重时，企业不应保持较高的债务资本比例。（ ）
5. 在权益乘数一定的条件下，固定经营成本在总成本中所占的比重变化与总杠杆系数成同方向变化。（ ）
6. 每股盈余无差别点法只考虑了资本结构对每股盈余的影响，但没有考虑资本结构对风险的影响。（ ）
7. 在各种资本来源中，凡是须支付固定性资本成本的资金都能产生财务杠杆作用。（ ）
8. 在筹资额和利息（股息）率相同时，企业借款筹资产生的财务杠杆作用与发行优先股产生

的财务杠杆作用不同，其原因是借款利息和优先股股息并不相等。（ ）

9. 留存收益是企业税后利润所形成的，所以，留存收益没有资本成本。（ ）

10. 在其他因素不变的情况下，固定成本越小，经营杠杆系数也就越小，而经营风险则越大。（ ）

四、计算题

1. ABC 公司正在着手编制明年的财务计划，公司财务主管请你协助计算其加权资本成本。有关信息如下：

(1) 公司银行借款利率当前是 9%，明年将下降为 8.93%，并保持借新债还旧债维持目前的借款规模，借款期限为 5 年，每年付息一次，本金到期偿还；

(2) 公司债券面值为 1 元，票面利率为 8%，期限为 10 年，分期付息，当前市价为 0.85 元；如果按公司债券当前市价发行新的债券；

(3) 公司普通股面值为 1 元，普通股股数为 400 万股，当前每股市价为 5.5 元，本年派发现金股利 0.35 元，预计每股收益增长率维持 7%，并保持 25% 的股利支付率；

(4) 公司当前（本年）的资本结构为：

银行借款	150 万元
长期债券	650 万元
普通股	400 万元
保留盈余	420 万元

(5) 公司所得税税率为 40%；

(6) 公司普通股的 β 值为 1.1；

(7) 当前国债的收益率为 5.5%，市场上普通股平均收益率为 13.5%。

要求：

(1) 计算银行借款的税后资本成本。

(2) 计算债券的税后成本。

(3) 分别使用股票股利估价模型和资本资产定价模型估计内部股权资本成本，并计算两种结果的平均值作为内部股权成本。

(4) 如果仅靠内部融资，明年不增加外部融资规模，计算其加权平均的资本成本。

(计算时单项资本成本百分数保留 2 位小数)

2. 某企业计划筹集资金 100 万元，所得税税率 33%。有关资料如下：

(1) 向银行借款 10 万元，借款年利率 7%，期限为 3 年，每年支付一次利息，到期还本。

(2) 按溢价发行债券，债券面值 14 万元，发行价格为 15 万元，票面利率 9%，期限为 5 年，每年支付一次利息，到期还本。

(3) 发行普通股 40 万元，每股发行价格 10 元。预计第一年每股股利 1.2 元，以后每年按 8% 递增。

(4) 其余所需资金通过留存收益取得。

要求：

(1) 计算个别资本成本；

(2) 计算该企业加权平均资本成本。

五、综合题

1. 某公司 2003 年的有关资料如下：

(1) 息税前利润 800 万元；

(2) 所得税税率 40%;

(3) 总负债 2000 万元均为长期平价债券, 利息率为 10%, 利息每年支付一次, 本金到期偿还;

(4) 预期普通股报酬率 15%;

(5) 普通股股数 600000 股 (每股面值 1 元), 无优先股。

(6) 该公司产品市场相当稳定, 预期无增长, 所有盈余全部用于发放股利, 并假定股票价格与其内在价值相等。假定不考虑筹资费。

要求:

(1) 计算该公司每股盈余、每股价格;

(2) 计算该公司市净率和加权平均资本成本;

(3) 该公司可以增加 400 万元的负债, 使负债总额成为 2400 万元, 以便在现行价格下购回股票 (购回股票数四舍五入取整)。假定此项举措将使负债平均利息率上升至 12%, 普通股权益成本由 15% 提高到 16%, 息税前利润保持不变。试问该公司应否改变其资本结构 (提示: 以股票价格高低判别)?

(4) 计算该公司资本结构改变前后的已获利息倍数。

某公司目前的资本来源包括每股面值 1 元的普通股 800 万股和平均利率为 10% 的 3000 万元债务。该公司现在拟投产一种新产品, 该项目需要投资 4000 万元, 预期投产后每年可增加营业利润 (息税前收益) 400 万元。该项目备选的筹资方案有三个:

(1) 按 11% 的利率发行债券;

(2) 按面值发行股利率为 12% 的优先股;

(3) 按 20 元 / 股的价格增发普通股。

该公司目前的息税前收益为 1600 万元; 公司适用的所得税税率为 40%; 证券发行费可忽略不计。

要求:

(1) 计算按不同方案筹资后的普通股每股收益。

(2) 计算增发普通股和债券筹资的每股 (指普通股, 下同) 收益无差别点 (用营业利润表示, 下同), 以及增发普通股和优先股筹资的每股收益无差别点)。

(3) 计算筹资前的财务杠杆和按三个方案筹资后的财务杠杆。

(4) 根据以上计算结果分析, 该公司应当选择哪一种筹资方式? 理由是什么?

(5) 如果新产品可提供 1000 万元或 4000 万元的新增营业利润, 在不考虑财务风险的情况下, 公司应选择哪一种筹资方式?

拓展阅读书目

1. 我国上市公司资本结构与融资偏好问题研究 中国金融出版社 2006 年 1 月 丁忠明 等著
2. 股权分置下资本结构、公司治理与经营绩效研究 经济科学出版社 2006 年 10 月 张涛 著

第十章 企业价值评估

教学目的和要求：

本章主要阐述企业价值评估的三种方法：现金流量折现法、经济利润法和相对价值法在企业价值评估中的具体应用。价值评估是现代公司财务管理的重要内容之一，本章既是第四章证券价值评估内容的延续，同时也是第五章项目评估内容的进一步扩大和丰富。企业价值评估主要是为现代公司并购提供计价依据，同时在评估中也综合地运用了公司的相关财务数据和资料，是一项具有极强综合性而又非常重要的工作。

由于本章企业价值评估的相对价值法（市盈率法和市净率法）与第二章有关财务指标的计算联系比较紧密，第九章加权平均资本成本为本章企业价值评估的现金流量折现法和经济利润法提供了折现工具，第四章固定成长股票价值的计算模型也为本章现金流量折现法和经济利润法下的折现模型提供了方法，而第五章项目实体现金流量可以看做是本章企业价值评估中实体现金流量内容的进一步扩充，因此应加强与相关章节内容的结合。本章教学时间为 6 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 企业价值评估概述。
2. 企业价值评估的现金流量折现法的原理和应用。
3. 企业价值评估的经济利润法的原理和应用。
4. 企业价值评估的相对价值法的原理和应用。

第一节 企业价值评估概述

一、企业价值评估的对象

1. 企业的整体价值
2. 企业的经济价值
3. 企业整体经济价值的类别

二、企业价值评估的模型

1. 现金流量折现模型
2. 经济利润模型
3. 相对价值模型

第二节 现金流量折现法

一、现金流量模型的种类

1. 实体现金流量模型
2. 股权现金流量模型

二、现金流量模型参数的估计

1. 预测期现金流量的估计
2. 后续期现金流量的估计

三、现金流量模型的应用

1. 实体价值的计算
2. 股权价值的计算

第三节 经济利润法

一、经济利润模型的原理

1. 经济利润的含义及计算
2. 投资资本的确定

二、经济利润模型的应用

1. 企业价值的计算
2. 现金流量折现模型与经济利润模型比较

第四节 相对价值法

一、相对价值模型的原理

1. 市盈率模型
2. 市净率模型
3. 收入乘数模型

二、相对价值模型的应用

1. 基本模型的应用
2. 修正模型的应用

复习与思考题

1. 资料：某公司 2003 年的财务报表数据摘要如下（单位：万元）：

利润表及利润分配表数据：	2003 年
营业收入	30000
营业成本	22500
营业费用及管理费用	3000
其中：折旧	85
利息费用（均为年末长期借款余额计算的利息，年利率 6.75%）	303.75
税前利润	4196.25
所得税	1258.88
净利润	2937.37
年初未分配利润	62.63
可供分配利润	3000
股利	500
年末未分配利润	2500

资产负债表数据:	2003 年末
货币资金	1000
应收账款	8000
存货	2000
其他流动资产	1000
流动资产合计	12000
固定资产净值	3000
资产总计	15000
无息流动负债	1000
流动负债合计	1000
无息长期负债	2000
长期借款	4500
长期负债合计	6500
负债合计	7500
股本	5000
年末未分配利润	2500
股东权益合计	7500
负债及股东权益总计	15000

预计 2004 年—2005 年的销售收入增长率为 10%，2006 年及以后销售收入增长率降低为 8%。

假设今后保持 2003 年的年末各项资产的周转率和资本结构（有息负债和股东权益）不变，无息流动负债和无息长期负债与销售收入同比例增长。各项营业成本费用与收入同比例增长，各项所得税率均为 30%。企业的融资政策是：权益资本的筹集优先选择利润留存，不足部分考虑增发普通股，剩余部分全部派发股利；债务资本的筹集选择长期借款，长期借款的年利率以及计息方式均保持 2003 的水平不变。

目前至 2005 年加权平均资本成本为 15%，2006 年及以后年度降低为 12%。

要求：

- (1) 编制完成 2004—2006 年的预计报表数据。
- (2) 根据现金流量折现法计算该公司的实体价值。
- (3) 根据经济利润法计算该公司的价值。

2. A 公司属于上市公司，A 公司的有关资料如下：

每股价格	每股净利	每股净资产	每股收入	预期增长率 (%)	股权收益率 (%)	销售净利率 (%)
36 元	0.42	3.45	25	12	8	6

假设在 A 公司所处行业的上市公司中，有五家公司具有行业代表性，它们的有关资料见下表：

公司名称	实际市盈率	实际市净率	实际收入乘数	预期增长率 (%)	股权收益率 (%)	销售净利率 (%)
甲	14.5	3.5	2.22	8	10	6
乙	25.2	5.6	2.63	13	12	8
丙	16.8	4.3	2.38	11	11.5	7.5
丁	45.3	8.2	5.12	21	20	16
戊	34.1	6.4	4.36	18	17	14

要求：

- (1) 假设 A 公司属于服务类上市公司，应采用何种相对价值模型评估 A 公司的价值，请说明理由；A 公司的股价被市场高估了还是低估了？
- (2) 假设 A 公司属于连续盈利，并且 β 值接近于 1 的上市公司，应采用何种相对价值模型评

估 A 公司的价值，请说明理由；A 公司的股价被市场高估了还是低估了？

（3）假设 A 公司属于拥有大量资产、净资产为正值上市公司，应采用何种相对价值模型评估 A 公司的价值，请说明理由；A 公司的股价被市场高估了还是低估了？

拓展阅读书目

企业价值评估：观点、方法与实务 中国水利水电出版社 2005 年 9 月 王少豪 编著

《运筹学》教学大纲

李景华 编写

目 录

前 言	1698
第一章 绪 论	1700
§1. 1 运筹学的产生与发展	1700
§1. 2 运筹学的性质特点和建模步骤	1700
一、运筹学的性质特点	1700
二、运筹学的建模步骤	1700
§1. 3 本讲义的定位	1701
第二章 线性规划基础	1702
§2. 1 线性规划模型	1702
一、静态确定性决策的特点	1702
二、线性规划模型	1702
§2. 2 两变量线性规划问题的图解法	1702
一、可行域的确定方法	1702
二、等利润（费用）线法	1703
三、顶点法	1703
§2. 3 一些特殊的线性规划问题	1704
复习思考题	1704
第三章 线性规划解法	1705
§3. 1 单纯形法	1705
§3. 2 罚 款 法	1707
一、罚款法	1707
二、应用举例	1708
§3. 3 单纯形法在特殊情况下的应用	1708
一、特殊情况	1708
二、应用举例	1709
复习思考题	1709
第四章 对偶线性规划	1711
§4. 1 对偶关系式	1711
一、对偶关系	1711
二、对偶的一般求法	1711
三、对偶的基本结论	1712
四、应用举例	1712
§4. 2 影子价格	1712
一、影子价格的定义与经济含义	1712
二、影子价格与单纯形表的关系	1712
三、应用举例	1712
§4. 3 对偶单纯形法	1712
一、对偶单纯形法	1712

二、应用举例.....	1713
复习思考题.....	1713
第五章 动态规划.....	1715
§5. 1 动态规划的基本思想与最短路线问题.....	1715
一、动态规划建模有关概念.....	1715
二、最优性原理.....	1716
三、最短路线.....	1716
§5. 2 资源分配问题.....	1716
一、资源分配问题的数学原理.....	1716
二、应用举例.....	1717
§5. 3 背包问题.....	1717
一、背包问题的数学原理.....	1717
二、应用举例.....	1718
§5. 4 多阶段生产安排问题.....	1718
一、多阶段生产安排问题的数学原理.....	1718
二、应用举例.....	1719
复习思考题.....	1719
第六章 层次分析法.....	1720
一、AHP 法的基本步骤.....	1720
二、应用举例.....	1720
复习思考题.....	1720
实验教学大纲.....	1721
一、实验教学任务和目的.....	1721
二、实验教学基本要求.....	1721
三、实验教学内容.....	1721
四、实验项目与学时分配.....	1721
五、考核方式.....	1721
六、实验教材及参考书.....	1721
七、说明.....	1721

前 言

本课程是经济管理类各专业的重要基础课程，应作为必修（或选修）课程和考试（查）课程列入各专业的教学计划。运筹学是既富有深奥的理论基础，又具有很强应用价值的一门学科。本课程将介绍运筹学中的最基本内容——线性规划、动态规划与层次分析法等。

通过课程教学，使学生达到：

1. 了解现代经济管理学特征，了解运筹学在经济管理类课程体系中的地位，了解运筹学在经济管理学科的发展和实际经济管理工作中的作用；
2. 掌握运筹学基本的理论与方法，并对运筹学的新进展有初步了解；
3. 能够建立并应用简单的运筹学模型，对现实经济管理现象中的数量关系进行实际研究分析，包括使用常用的软件；
4. 为进一步学习与应用高级运筹学模型、方法与理论奠定基础。

本课程教学中应注意的问题是：

1. 本课程的先修课程为微积分、线性代数、概率论与数理统计。在本课程中用到的、属于先修课程教学基本要求范围的知识，尤其是必需的数学基础知识不出现在课程内容中，由学生自己复习与学习。

2. 本课程定位于初级与中级之间的水平上。考虑到在我国高等院校本科阶段，一般只设置一个层次的运筹学课程，而且学生基本掌握微积分、线性代数等基础数学知识，所以将课程定位于初级与中级之间的水平上。

3. 理论与应用并重。运筹学理论本身就直接来源于应用，所以本课程不但注重理论介绍，而且强调其实际背景中的应用。

4. 在理论方法部分，重在基本原理和方法思路，尽量精简复杂的数学推导与证明。

5. 加强练习。通过练习和综合练习，给学生以理论、方法与应用的综合能力，并学会使用一种常用的运筹学软件。练习上机实践占4学时。

6. 在教授优化方法时，针对文科学生特点，既坚持一定的理论深度，又避免枯燥的纯数学论证；始终强调思路和方法，着重提高学生分析问题和解决问题的能力。对所介绍的方法都论述其产生的背景、必要性、基本原理、方法步骤和应用价值，特别强调实际经济意义。使学生在学习过这门课程后，能掌握运筹学的本质，并能在应用运筹学知识解决实际问题的能力方面得到较大提高。

本课程建议学时数：

课内学时:36~54（每周2~3），课内/外学时比:1/2

教学总进程课时安排

第一章 绪 论（2学时）

§ 1.1 运筹学的产生与发展

§ 1.2 运筹学的性质与建模步骤

§ 1.3 本讲义的定位

第二章 线性规划基础（4学时）

§ 2.1 线性规划模型

§ 2.2 两变量线性规划问题的图解法

§ 2.3 一些特殊的线性规划问题

第三章 线性规划解法（8学时）

- § 3. 1 单纯形法
- § 3. 2 罚款法
- § 3. 3 单纯形法在特殊情况下的应用
- § 3. 4 Excel 在线性规划求解中的应用

第四章 对偶线性规划（6 学时）

- § 4. 1 对偶关系式
- § 4. 2 影子价格
- § 4. 3 对偶单纯形法

第五章 动态规划（6 学时）

- § 5. 1 动态规划的基本思想与最短路线问题
- § 5. 2 资源分配问题
- § 5. 3 背包问题
- § 5. 4 多阶段生产安排问题

第六章 层次分析法（2 学时）

复习答疑考试（4 学时）

本课程拟设计 2-4 学时实践，包括上机与分组综合练习的 ppt 讲演。

参考书目

教材：

胡运权. 运筹学教程（第二版）. 清华大学出版社，2003 年 5 月.

参考书：

韩伯棠. 管理运筹学. 北京：高等教育出版社，2000，7.

胡运权. 运筹学教程. 北京：清华大学出版社，1999.

王永县. 运筹学——规划论及网络. 北京：清华大学出版社，1993，8.

钱颂迪. 运筹学（修订版）. 北京：清华大学出版社，1990.

第一章 绪 论

教学目的和要求：

这部分是课程的纲。

了解：运筹学的基本概念，运筹学的内容体系以及本课程涉及的内容，运筹学的主要应用，建立与应用运筹学模型的主要步骤，学习运筹学的重要性。

掌握：运筹学在工商管理学科中的地位，在建立与应用运筹学模型的每一步骤中应注意的关键。

应用：将本绪论的知识用于指导全课程的学习。

§ 1. 1 运筹学的产生与发展

运筹学（Operations Research）是系统工程（Systems Engineering）最重要理论基础之一，在西方也经常被称为管理科学（Management Science），其核心思想是应用现有科学技术知识与数学方法，解决从实际生产、生活中提出的专门问题，为决策者选择最优决策提供定量依据，故也称为最优化技术。

在我国，先秦时期的诸子著作中，已经存在许多朴素的运筹思想。《史记》高祖本纪中更是明确记载有，“运筹策帷幄之中，决胜于千里之外”的句子。

在西方，严格意义上运筹学的早期工作可以追溯到 1914 年军事运筹学家兰切斯特（Lanchester）的战斗方程。

美国运筹学的早期著名工作之一是研究反潜深水炸弹的合理爆炸深度问题。

线性规划的推广得益于 1947 年美国学者丹茨格（George Dantzig）发明了求解线性规划的单纯形算法。

§ 1. 2 运筹学的性质特点和建模步骤

一、运筹学的性质特点

一般来说，运筹学的研究对象是各种有组织的系统的经营管理问题，该系统在一定时空条件下存在，被人所能控制和操纵，有两个以上可供选择的行动方案。运筹学研究的问题是能够量化或模型化的系统有关运用、安排和规划问题，主要任务是在现有条件下，根据问题要求，对问题中各种关系进行分析研究，并归纳为一定模型，然后运用有关原理和方法给出解决问题的最优解，实现预期目标。

运筹学是一门定量、模型化决策科学，利用数学、计算机科学以及其他科学方法，研究系统中的规律，合理使用资源，为决策者提供有依据的最优方案，以实现最有效的管理，获得满意的经济效益和社会效益。

二、运筹学的建模步骤

运筹学是在解决实际问题中建立起来的。为更好地应用运筹学，应该对解决问题的全过程有整体了解：

1. 形成问题

要解决问题，首先要提出并形成问题。对所研究的对象深入分析，以形成要研究的问题，其要

点是确定问题的目标，解决决策问题中“为什么”（目的）。

2. 观察系统

明确所研究对象内部诸要素之间的相互关系以及与外部环境的各种联系，搜集相关资料和数据，以便将来建立和论证相关数学模型。其要点是解决决策问题中的“是什么”（性质）的问题。

3. 建立模型

运筹学的核心是正确建立使用模型。针对问题建立的数学模型一般是能达到一定目标（单个目标或多个目标）的系统。一般要求用数学语言描述问题，明确决策变量，建立目标函数，分析问题所处环境，确定约束条件，并选用合适方法建立模型。这一阶段解决的是决策问题中“怎么办”的问题。

4. 论证与预测

根据数学模型的求解情况，论证数学模型的合理性，主要考虑在适当标准下，是否解决了实际问题，其要点是对现实的模拟检验和预测检验。

5. 选择替代

给出若干可供选择的模型及方案。考虑到可能产生的问题，给出选择方案，以便替代原方案。

6. 实施与评价

实施方案，严格按计划执行，监控系统。评价方案，确保方案满足最初提出目标，遇到不适合的就需要返回步骤 1、2、3 或 4，以修正模型，调整方案。

§ 1. 3 本讲义的定位

运筹学真正形成学科体系是在第二次世界大战后，其研究的问题和所形成的学科连贯性不能与数学等基础学科相比。后者从研究自然科学的基本问题出发，逐渐深入，形成系统连贯的完整学科体系，而运筹学多为专题研究系统最优问题。因此，运筹学中各分支多以彼此独立的理论基础和思维方法出现。

鉴于运筹学是中国政法大学商学院工商管理专业 36 学时选修课程，本讲义主要介绍线性规划、动态规划和层次分析法等运筹学的基本内容。讲义注重在应用中介绍运筹学的基本思想、基本方法和经济学意义，尽量避免繁难的数学推理和证明。通过教学提高学生应用数学思想方法，特别是运筹学的思想方法建模解决实际问题的能力。

第二章 线性规划基础

教学目的和要求：

这部分是课程的基础。

了解：线性规划的基本概念、内容体系以及本课程涉及的内容，线性规划的主要应用，建立与应用运筹学模型的主要步骤，学习线性规划的重要性。

掌握：运筹学中的有关基本概念，建立线性规划问题的必要条件。

应用：能够建立基本的规划模型，能应用图解法解简单两变量线性规划问题。

§ 2. 1 线性规划模型

当今的决策者面临的是一个竞争性的新时代，成功者往往能在竞争中合理分配使用资源，实现效益最大化。

线性规划（简称 LP）方法为解决静态确定性决策中的问题提供了有效的途径。本章介绍了线性规划模型的基本概念，讨论了仅有两个决策变量的 LP 问题的几何解法，其目的是为了给出形象上的直观，这对于深入理解和掌握 LP 问题的基本原理有着重要意义。

一、静态确定性决策的特点

经济参数不随时间的变化而变化；各有关的经济参数（不包括决策变量）都是预先给定的。

二、线性规划模型

1. 目标函数

一个寻求最大值或最小值的线性数学表达式，表明一个使某个变量最大或最小的目的。

2. 约束条件（简写 s. t）

使用有效资源的限制条件。

3. 决策变量

决策者可以控制的因素，它们的值决定模型的解。

4. 构成 LP 模型的必要条件

（1）目标明确。所有的问题都要求解某个最大或最小的量，称为目标函数。目标函数应是一组决策变量的线性函数。

（2）资源有限。LP 问题是有约束的，这些约束限制着追求目标的程度。所有约束应是由线性等式或不等式构成。

（3）方案的选择。必须有两种以上（包括两种）的可行方案供选择。

（4）决策变量非负。LP 问题要求决策变量取值非负（如可行方案中的产品的产量不能取负数）。

§ 2. 2 两变量线性规划问题的图解法

一、可行域的确定方法

1. 可行域

满足问题的全部资源限制条件，且决策变量取值非负的区域。几何上，表示满足所有约束条件

且决策变量取值非负的公共区域。

2. 可行域的确定方法

确定两变量线性规划问题可行域的步骤：

- (1) 将所有约束条件看成等式，在平面直角坐标系中画出这些直线；
- (2) 确定不等式包含的区域，考虑决策变量非负；
- (3) 取它们的公共区域。

3. 可行解

可行域中的任一点的坐标值。数学上，表示满足 s. t. 条件的非负解。

二、等利润（费用）线法

1. 顶点

可行域多边形的任一拐角点，位于两个约束直线的交点上。

2. 最优解

满足 s. t. 条件并且使目标函数达到最优的非负解，记作： $X^* = (x_1, x_2, \dots, x_n)^T$ 。

3. 最优值

使 LP 问题达到最优的值（即将最优解 $X^* = (x_1, x_2, \dots, x_n)^T$ 代入目标函数中，计算出对应的函数值），记作： z^* 。

4. 等利润（费用）线

代表在确定的利润（费用）情况下的各种可行方案的一条直线。

5. 等利润（费用）线族

所有等利润（费用）线构成的直线族。

6. 等利润（费用）线法的计算步骤

- (1) 由全部约束条件及决策变量的非负性画出可行域。
- (2) 选择一个特殊的利润（费用）值，由此确定了一条等利润（费用）线。
- (3) 对最大（最小）化问题向上方（下方）画出一族与已经确定的等利润（费用）线平行的直线族。找出与可行域角点相交的最高（最低）的一条等利润（费用）线。

(4) 解出交点的坐标值 $X^* = (x_1, x_2)^T$ ， X^* 就是最优解。将 X^* 代入目标函数中，求出对应的函数值 z^* ， z^* 就是最优值。

三、顶点法

1. 基本结论

任何一个 LP 问题，若存在最优解，则必在可行域的顶点达到。

2. 顶点法的计算步骤

- (1) 由全部约束条件及决策变量的非负性画出可行域。
- (2) 求出可行域上每一个顶点的坐标值。
- (3) 将这些坐标值分别代入目标函数中，计算出相应的函数值。
- (4) 比较这些函数值，最大（最小）者即为最优利润（费用）。

§ 2. 3 一些特殊的线性规划问题

求解 LP 问题可能出现的四种结论

1. 最优解唯一，即仅有一个最优决策方案。
2. 最优解不唯一，即最优决策方案有无穷多个，但最优值是唯一的。
3. 无最优解，即求目标函数最大（最小）的情况下，目标函数值可以无限地增加（减少）而不破坏约束条件及决策变量的非负性。
4. 无可行解，即同时满足全部约束条件的非负解不存在。

复习思考题

1. 静态确定性决策的特点是什么？
2. 建立 LP 模型的必要条件是什么？
3. 某公司计划生产两种产品 A、B，已知生产单位产品所需的设备工时以及甲、乙两种原材料的消耗如表 2—2 所示，

表 2—2

	A	B	
设备	1	2	8 台时
材料甲	4	0	16kg
材料乙	0	4	12kg

该公司每生产一件 A 产品可获利 2 百元，每生产一件 B 产品可获利 3 百元，请问应该如何安排生产才能使公司利润最大？

4. 用两种方法计算下列各题：

$$(1) \min z = 2x_1 + 10x_2$$

$$\begin{aligned} \text{s.t. } & 2x_1 + x_2 \leq 6 \\ & 5x_1 + 4x_2 \geq 20 \\ & x_1, x_2 \geq 0 \end{aligned}$$

$$(2) \max z = x_1 + 2x_2$$

$$\begin{aligned} \text{s.t. } & x_1 - x_2 \geq -2 \\ & 3x_1 + 6x_2 \leq 18 \\ & x_1, x_2 \geq 0 \end{aligned}$$

$$(3) \max z = 2x_1 + 3x_2$$

$$\begin{aligned} \text{s.t. } & 2x_1 + x_2 \geq 4 \\ & 5x_1 + 4x_2 \leq 30 \\ & x_1, x_2 \geq 0 \end{aligned}$$

第三章 线性规划解法

教学目的和要求：

这部分是课程的最重要的章节。图解法仅限于解决决策变量的个数 ≤ 2 的 LP 问题，而本章介绍的单纯形方法（Simplex method）是目前解 LP 问题最常用的方法。

了解：单纯形法的基本思想、学习与应用单纯形方法的主要步骤，学习单纯形在线性规划的重要性。

掌握：判别定理与单纯形表，罚款法以及单纯形法在特殊情况下的应用。

应用：能够应用单纯形方法求解各种线性规划问题。

§ 3. 1 单纯形法

单纯形法的基本思想

从一个顶点开始，通过代数运算转到另一个顶点，如果求利润最大，则这个点的目标函数值取值上升；如果求费用最小，则这个点的目标函数值取值下降。从一个顶点到另一个顶点的运算称为迭代，经过有限次迭代，最终找到最优解或判定无最优解。

单纯形法不仅仅在技术上提供了求解 LP 问题的途径，而且更重要的是，由单纯形表可以提供许多重要的经济信息，利用这些信息，决策者可以对可行性方案进行比较，以及进行优化后的分析。

1. 判别定理与单纯形表

(1) 松弛变量

使约束方程组中“ $\leq$ ”或“ $\geq$ ”号的不等式变成等式的一种非负变量。其经济含义：代表没有使用尽的资源量，或超出资源限量的最小用量。

(2) 基础可行解

LP 问题的一个解，它对应可行域的顶点坐标值。

(3) 基础最优解

使目标函数取最优值的基础可行解。

(4) 基

设约束方程组的系数矩阵

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \cdots & a_{mn} \end{pmatrix}$$

且系数矩阵的秩为 r ($r=m$, $m < n$)，称由 A 中 r 个线性无关的列向量 $P_{i_1}, P_{i_2}, \dots, P_{i_r}$ 构

成的矩阵为 B 的 LP 问题的一个基， P_{i_k} ($k=1, 2, \dots, r$) 为基向量。

(5) 可行基

对应基础可行解的基。

(6) 最优基

对应基础最优解的基。

(7) 基变量

对应可行基的变量。

(8) 非基变量

不在可行基中的变量（单纯形法规定非基变量取零值）。

(9) 判别定理

设矩阵 B 是 LP 问题

$$\max \quad z = CX$$

$$s.t. \quad AX = b$$

$$X \geq 0$$

的一个基，若 $B^{-1}b \geq 0$ ，且 $C_N - C_B B^{-1}N \leq 0$ ，则 B 是 LP 问题的最优基，最优解

$$X^* = \begin{pmatrix} X_B \\ X_N \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} B^{-1}b \\ 0 \end{pmatrix}$$

(10) 单纯形表

单纯形法中保持每一步迭代计算过程的表格。形如

		X_B	X_N
$-z$	$-C_B B^{-1}b$	0	$C_N - C_B B^{-1}N$
X_B	$B^{-1}b$		$B^{-1}A$

(11) $-C_B B^{-1}b$

对应可行基 B 的目标函数的负值，即

$$-z = -C_B B^{-1}b$$

(12) $B^{-1}b$

对应于可行基 B 的基变量 X_B 的取值，即

$$X_B = B^{-1}b$$

由于单纯形法规定非基变量

$$X_N = 0$$

所以，对应于可行基 B 的基础可行解为

$$X^* = \begin{pmatrix} X_B \\ X_N \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} B^{-1}b \\ 0 \end{pmatrix}$$

(13) $0, C_N - C_B B^{-1}N$

对应于基 B 的目标函数中变量 X_B ， X_N 的系数矩阵，称 $(0, C_N - C_B B^{-1}N)$ 为判别行，判

别行中的数据称为检验数。

(14) $B^{-1}A$

对应于可行基 B 的约束方程组中变量 X 的系数矩阵。

(15) 初始可行基、初始表、初始可行解

用单纯形法求解 LP 问题的第一个可行基 B_0 称为初始可行基；初始可行基 B_0 对应的单纯形表

$T[B_0]$ 称为初始表；由初始表 $T[B_0]$ 确定的解称为 LP 问题的初始可行解。

2. 换基迭代

运用单纯形表，由一个可行基经过初等变换迭代到另一个可行基的过程。

3. 解 LP 最大化问题的步骤

换基迭代的步骤：

由初始可行基 B_0 对应的单纯形表 $T[B_0]$ 开始

(1) 在判别行所有 $b_{0j} > 0$ 的检验数中，选最大的数，设为 b_{0s} ，其对应的非基变量 x_s 确定为进入基的变量，它对应的列向量 P_s ，称为轴心列。

(2) 用轴心列 P_s 中所有正的分量分别去除常数列 $B_0^{-1}b$ 中的对应值，取其中最小商，记作 $\frac{b_{0r}}{b_{rs}}$ ，

称 b_{rs} 为轴心项， b_{rs} 所对应的基变量 x_r 是被确定调出的变量。

(3) 在单纯形表 $T[B_0]$ 上作初等变换，使轴心列 P_s （同时包括变量 x_s 对应的检验数 b_{0s} ）变为单位向量（对应 b_{rs} 位置上的数变为 1，其余变为 0），得到新基 B_1 。

§ 3. 2 罚 款 法

罚款法提供了使用单纯形法求解 LP 问题时，怎样建立初始可行基的一种方法。

一、罚款法

1. 人工变量

在约束方程组中，存在“ $\geq$ ”或“ $=$ ”号的方程式的情况下，引进的一种虚构的变量。人工变量没有实际意义，引进它仅仅是为了构造出一个初始可行基。

2. 罚款法计算步骤

(1) 在 LP 问题的约束方程组中，引入松弛变量、人工变量，同时假定人工变量在目标函数中的系数为 $-M$ （ M 为很大的正数），得到 LP 问题。取 LP 问题中的单位矩阵 B_0 为初始可行基。

(2) 运用单纯形迭代方法

①若判别行的所有检验数非正，且基变量中还存在取值大于零的人工变量，则原 LP 问题无可

行解。

②若基变量中已无人工变量，则划去人工变量及所对应的列向量，得到 LP 问题的可行基 B_0 。

(3)由 LP 问题的可行基 B_0 进一步迭代，最终求出 LP 问题的最优基或判断 LP 问题无最优基。

二、应用举例

§ 3. 3 单纯形法在特殊情况下的应用

一、特殊情况

1. 最小化问题

(1) 对于 LP 问题

$$\min \quad z = CX$$

$$\text{s.t.} \quad AX = b$$

$$X \geq 0$$

在目标函数 $z = CX$ 两边同乘以 -1, 有 $-z = -CX$ (因为原问题求 z 最小, 所以现在求 $-z$ 最大),

转化为求解等价的 LP 问题

$$\max \quad -z = -CX$$

$$\text{s.t.} \quad AX = b$$

$$X \geq 0$$

(2) 若需要用罚款法求解最小化问题, 则人工变量在目标函数中的系数为 M (M 为很大的正数), 即目标函数为

$$\min \quad z = CX + M(x_{j_1} + x_{j_2} + \cdots + x_{j_t})$$

其中 $x_{j_1}, x_{j_2}, \cdots, x_{j_t}$ 为人工变量。

2. 无最优解

无最优解的判断:

如果可行基 B 对应的单纯形表中, 非基变量 x_s 对应的检验数 $b_{0s} > 0$, 且 b_{0s} 对应的列向量 $P_s \leq 0$, 则 LP 问题无最优解。

3. 最优解不唯一

(1) 最优解不唯一的判断

如果最优基 B 对应的单纯形表中, 非基变量 x_s 对应的检验数 $b_{0s} = 0$, 且 b_{0s} 对应的列向量 P_s 中至少有一个分量大于零, 那么 LP 问题的最优解不唯一。

(2) 求全部最优解的方法

1) 设 P_s 中大于零的分量为 b_{rs} , 以 b_{rs} 为轴心项作初等变换, 得到另一个最优基。

2) 由两个最优基确定的最优解 X_1^* , X_2^* , 作 X_1^* 与 X_2^* 的凸组合, 即

$$X^* = \alpha X_1^* + (1-\alpha)X_2^* \quad (0 < \alpha < 1)$$

当 α 取遍区间 $(0, 1)$ 上的所有实数, 也就得到了 LP 问题的全部最优解 X^{**} 。

4. 最优解唯一的判断

若最优基 B 对应的单纯形表中, 非基变量对应的检验数全部严格地小于零, 或者存在非基变量 x_s 的检验数 $b_{0s} = 0$, 但 b_{0s} 对应的列向量 $P_s \leq 0$, 则 LP 问题的最优解唯一。

二、应用举例

复习思考题

1. 用单纯形法求解下列 LP 问题

$$(1) \max \quad z = 6x_1 + 14x_2 + 13x_3$$

$$s.t. \quad x_1 + 4x_2 + 2x_3 \leq 48$$

$$x_1 + 2x_2 + 4x_3 \leq 60$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

$$(2) \max \quad z = -x_1 + 2x_2$$

$$s.t. \quad 2x_1 - x_2 \geq -4$$

$$x_1 + 2x_2 \leq 6$$

$$x_1, x_2 \geq 0$$

2. 用罚款法求解下列 LP 问题

$$(1) \max \quad z = 7x_1 + 8x_2 + 9x_3$$

$$s.t. \quad 3x_1 + 2x_2 + x_3 \leq 210$$

$$4x_1 + 3x_2 + 2x_3 = 115$$

$$5x_1 + x_2 + x_3 \leq 300$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

$$(2) \max \quad z = 2x_1 + x_2 + x_3$$

$$s.t. \quad 2x_1 + 3x_2 - x_3 \leq 9$$

$$2x_2 + x_3 \geq 4$$

$$x_1 + x_3 = 6$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

3. 下面的单纯形表表示在决策变量 $x_j \geq 0$ ($j=1,2,\dots,5$) 时, 求目标函数 z 最大值问题, 当表中的三个待定参数 a 、 b 和 c 分别取何值时, 有

- (1) 问题无最优解;
- (2) 当前解是最优解, 且问题的最优解不唯一;
- (3) 当前解是最优解, 且问题的最优解唯一。

$T[B]$

		x_1	x_2	x_3	x_4	x_5
z	-10	c	-2	0	0	0
x_3	4	-1	2	1	0	0
x_4	1	a	-4	0	1	0
x_5	b	-2	3	0	0	1

4. 用单纯形法求解下列 LP 问题

$$(1) \min z = x_1 - 2x_2$$

$$s.t. \quad -x_1 + x_2 \leq 2$$

$$2x_1 + 3x_2 \leq 12$$

$$x_1 - 5 \leq 0$$

$$x_1, x_2 \geq 0$$

$$(2) \min z = 6x_1 - 3x_2 + 4x_3$$

$$s.t. \quad 3x_1 + 6x_2 + 2x_3 \leq 30$$

$$5x_1 + x_2 + 6x_3 \geq 25$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

$$(3) \max z = 3x_1 + 6x_2$$

$$s.t. \quad x_1 - 2x_2 \leq 6$$

$$x_1 - x_2 \geq -2$$

$$x_1, x_2 \geq 0$$

第四章 对偶线性规划

教学目的和要求：

每一个线性规划问题都有另一个线性规划问题伴随产生，它就是原问题的对偶（duality）。其经济涵义是在追求产品的最大经济效益的同时，也就是在寻求可能达到的最小成本。

对偶线性规划，简称对偶规划。对偶规划能够提供很有用的经济信息，因为对偶变量（dual variables）的边际值是与最优解有关的约束条件的影子价格。

了解：对偶单纯形法的基本思想、学习与应用对偶单纯形方法的主要步骤，学习对偶单纯形在线性规划的重要性。

掌握：对偶关系式，影子价格的经济含义及与单纯形的关系以及对偶单纯形法。

应用：能够应用对偶单纯形方法求解各种线性规划问题。

§ 4. 1 对偶关系式

从顶点法我们可以想象，LP 问题的约束条件越多，可行域中的顶点可能就越多，若用单纯形法求解，换基迭代的次数就可能会随着约束方程的增加而增加。采用对偶方法可以减少原问题约束方程的个数，从而减少换基迭代的次数。

一、对偶关系

设 LP 问题

$$\begin{aligned} \max \quad & z = CX \\ \text{s.t.} \quad & AX \leq b \\ & X \geq 0 \end{aligned}$$

其中， $C = (c_1, c_2, \dots, c_n)$ ， $X = (x_1, x_2, \dots, x_n)^T$ ，

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \cdots & a_{mn} \end{pmatrix}, \quad b = (b_1, b_2, \dots, b_m)^T,$$

则原 LP 问题的对偶（规划）为

$$\begin{aligned} \min \quad & w = Yb \\ \text{s.t.} \quad & YA \geq C \\ & Y \geq 0 \end{aligned}$$

其中， $Y = (y_1, y_2, \dots, y_m)$ 。

二、对偶的一般求法

由于任何一个 LP 问题都可以转化为如下形式的 LP 问题（4. 1）

$$\max \quad z = CX$$

$$s.t. \quad AX = b$$

$$X \geq 0$$

则原 LP 问题 (4. 1) 的对偶 (规划) 是

$$\min \quad w = Yb$$

$$s.t. \quad YA \geq C$$

Y 无限制

三、对偶的基本结论

基本结论 如果原问题 (对偶问题) 有一个确定的最优解 X^* , 那么对偶问题 (原问题) 也有一个确定的最优解 Y^* , 而且这两个最优解所对应的目标函数值 $z^* = CX^*$, $w^* = Y^*b$ 相等, 即 $z^* = w^*$ 。

四、应用举例

§ 4. 2 影子价格

一、影子价格的定义与经济含义

影子价格——称对偶问题的最优解 Y^* 为原 LP 问题约束条件的影子价格, 简称影子价格。影子价格解释为一个附加单位资源的价值。如原 LP 问题的某一个约束条件的影子价格表示为: 当它所对应的约束条件右端的常数增加一个单位资源时 (假定增加资源以后, 原 LP 问题的最优基不变), 原 LP 问题目标函数最优值增加的数值。

二、影子价格与单纯形表的关系

影子价格只不过是最终目标函数中松弛变量的系数的相反数, 也就是最优基 B_3 对应的单纯形表 $T[B_3]$ 中, 松弛变量对应的检验数的负数。于是, 当得到 LP 问题最优解的同时也就确定了对偶问题的最优解。

三、应用举例

§ 4. 3 对偶单纯形法

一、对偶单纯形法

(1) 判断

若基变量 $X_B = B^{-1}b \geq 0$, 则 B 就是 LP 问题的最优基;

若基变量值有负数, 但其中某个负数对应的行没有负数, 则 LP 问题无可行解;

若基变量值有负数, 且所有负数对应的行都有负数, 则进行换基迭代。

(2) 换基迭代的步骤

取 $B^{-1}b$ 中最上面的负数所在的行作为轴心行；

用轴心行中所有的负数分别除对应的检验数，取其中最小的商对应的除数作为轴心项；

在表 $T[B]$ 上进行初等变换，使轴心项所对应的列变为单位向量（即轴心项变为 1，其它变为 0）。

经过有限次迭代，最终总可以求出 LP 问题的最优解或判定无最优解。

二、应用举例

复习思考题

1. 若原 LP 问题有 10 个等式和 5 个变量，则对偶规划有（ ）个约束方程和（ ）变量。

2. 求下列 LP 问题的对偶规划

$$(1) \max z = 4x_1 + 5x_2 + 9x_3 + 11x_4$$

$$s.t. \quad x_1 + x_2 + x_3 + x_4 \leq 15$$

$$7x_1 + 5x_2 + 3x_3 + 2x_4 \leq 120$$

$$3x_1 + 5x_2 + 10x_3 + 15x_4 \leq 100$$

$$x_j \geq 0 \quad (j=1,2,3,4)$$

$$(2) \min z = 5x_1 + 3x_2 + 2x_3 + 4x_4$$

$$s.t. \quad 5x_1 + x_2 + x_3 + 8x_4 = 10$$

$$2x_1 + 4x_2 + 3x_3 + 2x_4 = 10$$

$$x_j \geq 0 \quad (j=1,2,3,4)$$

3. 设 LP 问题

$$\max z = 12x_1 + 20x_2 + 18x_3 + 40x_4$$

$$s.t. \quad 4x_1 + 9x_2 + 7x_3 + 10x_4 \leq 6$$

$$x_1 + x_2 + 3x_3 + 40x_4 \leq 4$$

$$x_j \geq 0 \quad (j=1,2,3,4)$$

已知此 LP 问题的最优基为 B

$T[B]$

		x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6
$-z$	$-56/3$	0	$-20/3$	$-10/3$	0	$-44/15$	$-4/15$
x_1	$4/3$	1	$7/3$	$5/3$	0	$4/15$	$-1/15$
x_4	$1/15$	0	$-1/30$	$1/30$	1	$-1/150$	$2/75$

求对偶问题的最优解和最优值。

4. 设 LP 问题

$$\max \quad z = 2x_1 + 3x_2$$

$$s.t. \quad 6x_1 + 3x_2 \leq 36$$

$$10x_1 + 10x_2 \leq 71$$

$$3x_1 + 6x_2 \leq 36$$

$$x_j \geq 0 \quad (j=1,2)$$

- (1) 求解 LP 问题;
 (2) 在最大利润时, 所有资源是否得到全部利用?
 (3) 各种资源的影子价格是多少?

5. 下表是一个决策变量 $x_j \geq 0 \ (j=1,2,\dots,5)$, 求目标函数 z 最大值的单纯形表

		x_1	x_2	x_3	x_4	x_5
$-z$	-5	0	0	-1	-5	-6
x_1	-3	1	0	-1	2	-2
x_2	7	0	1	3	-4	8

- (1) 此表对应的基是否是原 LP 问题的可行基? 根据什么理由进行判断?
 (2) 试用对偶单纯形法求解。

6. 用对偶单纯形法求解下面 LP 问题

$$(1) \min \quad z = x_1 + 2x_2$$

$$s.t. \quad x_1 + 2x_2 \geq 4$$

$$x_1 \leq 5$$

$$3x_1 + x_2 \geq 6$$

$$x_j \geq 0 \quad (j=1,2)$$

$$(2) \min \quad z = 2x_1 + x_2$$

$$s.t. \quad -4x_1 + 3x_2 - x_3 \geq 16$$

$$x_1 + 6x_2 + 3x_3 \geq 12$$

$$x_j \geq 0 \quad (j=1,2,3)$$

第五章 动态规划

教学目的和要求：

我们称一次或同时处理所有的决策变量，以寻求这些决策变量的最优值的模型为静态模型。相对于静态模型，生产、生活中也存在这样一些问题，从时间或空间上可以将问题划分为若干个相互联系的阶段，每一阶段都需要作出决策，我们称这样的问题为多阶段决策问题。如果我们把每个阶段作出的决策所形成的序列称为策略，那么求解多阶段决策问题就是寻找问题的最优策略。

了解：动态规划建模的基本概念。

掌握：最优性原理，动态规划的基本思想，最短路线问题，资源分配问题，背包问题，多阶段生产安排问题。

应用：能够应用最优性原理，动态规划基本思想求解各种动态规划问题。

动态规划是解决多阶段决策过程的最优化问题的一种方法。所谓动态，指的是问题需要一个阶段一个阶段的逐步处理。动态规划与线性规划不同，后者是一种算法，有标准的数学表达式并且可以给出明确的规则，前者是一种解决问题的思路，而不是一种算法。

动态规划大约产生于上世纪 50 年代，1951 年美国数学家贝尔曼（R. Bellman）根据多阶段决策的特点，提出了最优性原理，1957 年出版了《动态规划》，标志着动态规划的创立。动态规划在企业管理、工程技术、工农业生产和军事活动中有着广泛的应用。在企业管理方面，动态规划可以解决最优路径问题、资源分配问题、生产调度问题、库存管理问题、装载问题、排序问题、设备更新问题等，是现代企业管理中一种重要的决策方法。

§ 5. 1 动态规划的基本思想与最短路线问题

一、动态规划建模有关概念

一般来说，动态规划建模包括：

1. 确定阶段与阶段变量。阶段的划分一般按照时间或空间上的先后顺序进行，阶段变量是多阶段决策过程中从开始到结束所需作出决策的数目。

2. 明确状态变量和状态可能集合。状态表示各阶段开始时所处的自然或客观条件，它既是该阶段的起点，又是前一阶段的终点。第 k 阶段的状态就是第 k 阶段所有起点的集合。描述过程状态的变量称为状态变量，第 k 阶段的状态变量常用 s_k 表示，它是第 k 阶段所有可能取值（状态）的集合。

状态变量要求满足无后效性。所谓无后效性，即当过程在时刻 t_k 所处的状态已知的条件下，过程在时刻 t ($t > t_k$) 处的状态只与过程在 t_k 的状态有关，而与过程在时刻 t_k 以前的状态无关。即当过程在时刻 t_k 所处的状态已知的条件下，过程将来的发展与过去的情况无关，或者说，过程的将来只是通过现在与过去联系，如果现在已知，那么将来就与过去无关了。

3. 确定决策变量和决策允许集合。与静态问题一样，决策变量应能够反映对问题所作的决策，也有相应的约束条件。

4. 确定状态转移方程。系统在第 k 阶段的状态 s_k 在作出了决策之后，系统状态发生转移，这一结果将直接影响系统以后的决策，因此必须明确状态转移方程。

5. 明确阶段效应和目标函数。阶段效应是第 k 阶段的状态 s_k 在作出了决策之后产生的效果。

二、最优性原理

最优性原理 作为整个过程的最优策略具有性质：无论过去的状态和决策如何，对前面决策所形成的状态而言，后面的决策必须构成最优策略。

三、最短路线

§ 5. 2 资源分配问题

一、资源分配问题的数学原理

现有资源 a ，计划分配给 n 个工厂，用于扩大再生产。假设

x_i 为分配给第 i 个工厂的资源数， $g_i(x_i)$ 为 i 个工厂得到数量为 x_i 的资源后，所提供的利润值，

问题：如何确定分配给各工厂的资源数，使得总的利润达到最大。

当然，这个问题可以化为一个线性规划问题。

$$\max \sum_{i=1}^n g_i(x_i)$$

$$s.t. \sum_{i=1}^n x_i \leq a$$

$$x_i \geq 0 \quad i=1, 2, \dots, n$$

为了化为动态规划的形式求解，令

$f_k(x_i)$ 为数量为 x 的资源分配给前 k 个工厂，所得的最大利润

所以，我们的问题就是求 $f_k(a)$ 。

由动态规划的最优性原理可得到资源分配问题的递推关系式。当 $k=1$ 时， $f_1(x)$ 表示以数量为 x 的资源分配给第一个工厂时的最大利润。因为只给一个工厂，故

$$f_1(x) = g_1(x)$$

一般情况，考虑 $f_k(x)$ ($1 < k \leq n$) 的递推关系式

设分配给第 k 个工厂 y 的资源， $0 \leq y \leq x$ ，此时剩下 $x-y$ 的资源分配给前 $k-1$ 个工厂，如果采

取最优策略，得到的最大利润为 $f_{k-1}(x-y)$ ，因此，总利润为

$$g_k(y) + f_{k-1}(x-y)$$

根据动态规划的最优性原理，有

$$f_k(x) = \max_{0 \leq y \leq x} \{g_k(y) + f_{k-1}(x-y)\}$$

其中 $k = 2, 3, \dots, n$ 。

如果资源 a 以整数为分配单位，在变量 y 只取非负整数 $0, 1, 2, \dots, x$ 。于是

$$f_k(x) = \max_{y=0,1,\dots,x} \{g_k(y) + f_{k-1}(x-y)\}$$

二、应用举例

§ 5. 3 背包问题

一、背包问题的数学原理

假设旅行者选取第 j 种物品的数量为 x_j （非负整数）， $j = 1, 2, \dots, n$ 。该问题可化为如下形式的整数线性规划问题

$$\begin{aligned} \max \quad & \sum_{j=1}^n c_j x_j \\ \text{s.t.} \quad & \sum_{j=1}^n a_j x_j \leq a \\ & x_j \geq 0 \quad j = 1, 2, \dots, n \end{aligned}$$

x_j 为整数。

为了用动态规划方法求解，令

$f_k(y)$ 表示总重量不超过 y 公斤，背包中只装前 k 种物品时的最大使用价值。

其中 $y \geq 0$ ， $k = 1, 2, \dots, n$ 。

实际上，我们的问题就是求 $f_n(a)$ 。

如果把 k 理解为阶段数，把 y 理解为状态——背包中可装进物品的总重量为 y 公斤的那种状态，那么利用动态规划的最优性原理可得出递推关系式。

实际上，假设先装第 k 种物品，其数量为 x_k 件（ $0 \leq a_k x_k \leq y$ ， x_k 为整数），于是旅行者装前 $k-1$ 种物品的重量就不能超过 $y - a_k x_k$ 公斤，处于状态 $y - a_k x_k$ 的情况下，只装前 $k-1$ 种物品的

最大使用价值为 $f_{k-1}(y - a_k x_k)$ ，所以，总的使用价值为

$$c_k x_k - f_{k-1}(y - a_k x_k)$$

由动态规划的最优性原理，有

$$f_k(y) = \max_{0 \leq x_k \leq \frac{y}{a_k}} \{c_k x_k + f_{k-1}(y - a_k x_k)\}$$

其中， x_k 为整数， $2 \leq k \leq n$ 。

当 $k=1$ 时，显然

$$f_1(y) = c_1 \left\lfloor \frac{y}{a_1} \right\rfloor, \quad (x_1 = \left\lfloor \frac{y}{a_1} \right\rfloor)$$

其中， $\left\lfloor \frac{y}{a_1} \right\rfloor$ 表示不超过 $\frac{y}{a_1}$ 的最大整数。

二、应用举例

§ 5. 4 多阶段生产安排问题

一、多阶段生产安排问题的数学原理

令 $f_k(x)$ 表示资源数量为 x ，进行 k 阶段的生产，采取最优决策安排生产时所得的最大总收益（ $k=1, 2, \dots, n$ ）。

把目前所具有的原料 x 作为状态， k 作为阶段数。设想在第一个阶段将数量为 y 的原料用于第 1 种生产方式生产，那么用于第 2 种生产方式生产的原料数量为 $x-y$ ，第一阶段生产后的总收益

$$g_1(y) + g_2(x - y)$$

回收的原料数

$$a_1 y + a_2 (x - y)$$

如果在以后的 $k-1$ 个阶段采取最优决策安排生产，最大收益为

$$f_{k-1}(a_1 y + a_2 (x - y))$$

于是，这 k 阶段的总收益为

$$[g_1(y) + g_2(x - y)] + f_{k-1}(a_1 y + a_2 (x - y))$$

根据动态规划的最优性原理，得到

$$f_k(x) = \max_{0 \leq y \leq x} \{g_1(y) + g_2(x - y) + f_{k-1}((a_1 - a_2)y - a_2 x)\}$$

其中, $k = 2, 3, \dots, n$ 。

当 $k=1$ 时, 显然

$$f_1(x) = \max_{0 \leq y \leq x} \{g_1(y) + g_2(x - y)\}$$

二、应用举例

复习思考题

1. 某公司有资金 4 百万元, 可以向甲、乙、丙三个项目追加投资, 各项目可以有不同的投资额, 相应的效益如下表所示。问怎样分配资金使总效益最大?

投资项目	投资额				
	0	1	2	3	4
甲	38	41	48	60	66
乙	40	42	50	60	66
丙	48	64	68	78	76

2. 一辆卡车, 有效载重量为 24t, 可运输物品的重量及运费收入如下表, 问运载哪几种物品收入最多?

物品	重量 (t)	收入
1	8	3
2	13	5
3	6	2
4	9	4
5	5	2
6	7	3

第六章 层次分析法

层次分析法是一种多目标决策分析方法，特别适合于那些难于完全用定量分析解决的复杂问题。实际上，在决策时，影响决策的因素众多，其中某些因素是可以度量的定量指标，另外，也有一些因素是不可度量的，只能定性描述。层次分析法就是考虑如何将定性关系转化为定量关系分析的有效方法，它一般将相关因素按照支配关系分成若干层次，通过两两比较，确定层次中各因素的相对重要性，然后综合决策者的判断，确定决策方案相对重要性的总排序，最终作出最优决策。

一、AHP 法的基本步骤

1. 建立层次模型结构
2. 构造判断矩阵
3. 层次单排序及一致性检验

构造判断矩阵之后，我们需要计算出其最大特征值 $\lambda_{\max}$ 及标准化的对应特征向量，这里的特征向量即为某一层次中相应元素对于上一层次中某个因素相对重要性的排序权重值，这个过程被称为层次单排序。

4. 层次总排序及一致性检验

如果模型由多个层次构成，计算同一层次所有因素对于最高层相对重要性的排序权值过程，称为层次总排序。

二、应用举例

复习思考题

1. 举例说明层次分析法在现实经济管理中的应用。

实验教学大纲

一、实验教学任务和目的

任务：练习线性规划在 Excel 中的实现。

目的：了解 Excel 中的规划求解功能。

二、实验教学基本要求

掌握 Excel 中的规划求解功能。

三、实验教学内容

实验项目一：Excel 在线性规划求解中的应用

1. 预习要求

单纯形的有关知识。

2. 实验目的

了解 Excel 中的规划求解功能。

3. 实验内容和要求

例题求解。

4. 实验学时

5. 教师点评

四、实验项目与学时分配

序号	项目名称	学 时	要 求	类型	主要设备	实验室
01	Excel 在线性规划求解中的应用	2		实验课	计算机，含规划求解的 Excel	C116

（注：序号为课程代码加自设代码，自设代码为三位数，并从 001 起排列）

五、考核方式

练习作为平时成绩。

六、实验教材及参考书

自编讲义。

七、说明

《统计学》教学大纲

张 巍 编写

目 录

前 言	1036
第一章 绪 论	1037
第一节 统计学概述	1037
一、统计的含义	1037
二、统计学的产生和发展	1037
三、统计学的分类	1037
第二节 统计学的作用及学习方法	1037
一、为什么要学习统计学	1037
二、学习统计学的数学基础	1038
三、学习统计学的方法	1038
第三节 统计学的基本概念	1038
一、统计总体与总体单位	1038
二、标志与变量	1038
三、标与指标体系	1038
复习与思考题	1039
拓展阅读书目	1039
第二章 统计数据的收集	1040
第一节 统计测量尺度	1040
一、统计测量尺度概述	1040
二、测量层次与测量尺度的正确应用	1040
第二节 原始数据的收集方法	1041
一、统计调查概述	1041
二、统计调查方案	1041
三、统计调查的种类	1042
四、统计调查方法	1042
五、各种调查方式的结合运用	1044
第三节 二手资料的收集	1044
一、二手资料的概念与特征	1044
二、二手资料的主要收集渠道	1044
第四节 统计调查误差	1044
一、调查误差概述	1044
二、调查误差的种类与产生原因	1044
三、调查误差的控制与消除	1045
复习与思考题	1045
拓展阅读书目	1045
第三章 统计数据的整理与显示	1046
第一节 统计整理与统计分组	1046
一、统计整理的意义和步骤	1046

二、统计整理的基本方法——数据分组	1046
第二节 分布数列的编制	1047
一、分布数列的概念与种类	1047
二、变量数列的编制	1047
三、分配数列的类型	1048
四、频数和频率	1048
五、次数分布特征	1049
六、累计次数与累计频率	1049
第三节 统计图表	1049
一、统计图	1049
二、统计表	1049
复习与思考题	1049
拓展阅读书目	1050
第四章 总量指标	1051
第一节 总量指标概述	1051
一、总量指标的概念与作用	1051
二、总量指标的基本分类	1051
三、计算方法	1051
第二节 相对指标	1052
一、相对指标的概念及作用	1052
二、相对指标的种类	1052
三、使用相对指标应注意的问题	1052
复习与思考题	1052
拓展阅读书目	1052
第五章 变量数列分析	1054
第一节 集中趋势的测定	1054
一、集中趋势的涵义和测定意义	1054
二、平均指标的种类及计算方法	1054
第二节 离中趋势的测定	1057
一、离中趋势的涵义	1057
二、全距	1057
三、标准差及方差	1058
四、变异系数指标	1058
五、是非标志的标准差及方差	1058
复习与思考题	1060
拓展阅读书目	1060
第六章 抽样推断	1061
第一节 抽样方案的设计	1061
一、抽样推断的一般概念	1061
二、抽样的基本概念	1061
三、抽样误差	1062
四、抽样估计的意义和一般步骤	1063

五、抽样方案设计的基本准则	1064
六、抽样方案设计的主要内容	1064
第二节 简单随机抽样的抽样误差测定	1064
一、抽样分布	1064
二、抽样估计量的优良标准：无偏性、有效性、一致性。	1065
三、抽样误差	1065
四、抽样平均误差	1065
五、抽样极限误差	1065
第三节 简单随机抽样的抽样估计	1065
一、点估计	1065
二、区间估计	1066
三、样本数目的确定	1066
复习与思考题	1068
拓展阅读书目	1068
第七章 相关分析	1069
第一节 相关分析	1069
一、相关关系的概念	1069
二、相关关系的种类	1069
三、相关关系的测定	1069
四、相关系数	1069
第二节 一元线性回归分析	1070
一、回归分析概述	1070
二、一元线性回归模型	1070
三、回归估计标准差	1072
四、线性相关的显著性检验	1073
五、回归估计与预测	1074
复习与思考题	1074
拓展阅读书目	1074
第八章 时间数列分析	1075
第一节 时间数列概述	1075
一、时间数列的概念	1075
二、时间数列的种类	1075
三、编制时间数列的原则	1075
第二节 时间数列的水平指标	1075
一、发展水平和平均发展水平	1075
二、增长量和平均增长量	1077
第三节 时间数列的速度指标	1077
一、发展速度和增长速度	1077
二、平均发展速度和平均增长速度	1077
第四节 时间数列的因素解析	1078
一、时间数列的构成因素	1078
二、长期趋势的测定	1078

复习与思考题	1079
拓展阅读书目	1079
第九章 统计指数分析	1080
第一节 指数的概念和种类	1080
一、指数的概念和性质	1080
二、指数的分类	1080
第二节 综合指数	1080
一、综合指数的基本形式	1080
二、综合指数的一般编制原则和方法	1081
三、两种综合指数简介	1081
第三节 平均指数	1082
一、平均指数的概念	1082
二、平均指数与综合指数的联系与区别	1082
三、平均指数的编制	1082
第四节 指数体系及因素分析法	1083
一、指数体系的概念及基本形式	1083
二、指数体系的作用	1083
三、指数因素分析法的种类及应用	1083
复习与思考题	1084
拓展阅读书目	1084

前 言

本课程从逻辑上讲由四个部分组成。第1章为第一部分，主要学习和了解统计的涵义、统计的产生和发展；了解统计研究对象、特点和作用；掌握统计活动方法、过程、任务和组织；理解并记忆统计学中的几个基本概念，从而对本书有整体印象。

第二部分包括2. 3. 4. 5章，主要了解统计研究各个阶段及各种研究方法，即统计设计、统计调查、统计整理、描述分析和推断分析的有关内容。各阶段既有一定的独立性，相互之间又紧密联系，组成了一个完整的合乎逻辑的认识过程。通过学习，要明确统计研究各阶段的任务和特点，掌握各种统计研究方法，如统计指标体系的设计、统计分组的方法、总量指标和相对指标的计算和运用等。

第三部分包括第8章，主要介绍抽样推断的有关知识，包括抽样估计的意义和一般步骤、抽样方案设计的基本准则和抽样方案设计的主要内容。通过本章的学习，应明确抽样调查的概念、特点、作用；理解抽样误差的影响因素，掌握抽样平均误差的计算方法、抽样估计推断和必要抽样数目的确定方法，初步具备在实际工作中正确运用抽样方法收集资料并据以做出正确推断的能力。

第四部分包括第9、10、11章，介绍几种常用的统计分析方法，即时间数列分析、统计指数分析、回归分析与相关分析。学习目的是明确时间数列和统计指数的概念、种类、作用和编制原则，掌握相关分析和回归分析的特点和方法，从而更好地研究事物的变动趋势和相互关系。

第一章 绪 论

本章教学目的和基本要求：统计学是一门关于数据的科学，是一门关于数据的收集、整理、分析、解释和推断的科学。本章提纲挈领地介绍了统计学的一些基础知识，使我们对统计学有了初步的认识。通过本章学习，应明确“统计”的涵义、统计的产生和发展；了解统计研究对象、特点和作用；掌握统计活动方法、过程、任务和组织；理解并记忆统计学中的几个基本概念，从而对全书有整体印象。

学时分配：3 学时

第一节 统计学概述

一、统计的含义

- (一) 对现象的数量进行搜集、整理和分析的活动过程。
- (二) 通过统计实践活动取得的说明对象某种数量特征的数据。
- (三) 是研究总体一定条件下的数量特征及其规律性的方法论学科。

统计研究的对象是一切自然与社会现象总体的数量特征及其相互关系，它具有数量性和总体性的特点。

统计一词在不同的场合可以有不同的涵义。统计有时指统计工作，即统计实践活动，是对社会经济现象的数量方面进行搜集、整理和分析的全过程；统计有时指统计资料，即通过统计工作过程所取得各项数据资料和与之相关的其他实际资料；统计有时指统计科学，即关于认识客观现象数量特征和数量关系的原理原则和方式方法的科学。

统计的三种涵义是密切联系的。统计工作和统计资料是统计活动和统计成果的关系，统计学和统计工作是理论和实践的关系。

二、统计学的产生和发展

统计是在社会生产的发展中为适应国家管理的需要，从人们社会活动的实践中产生出来的。“统计”一词有统计工作、统计资料和统计科学三种涵义。

17 世纪末统计学逐渐成为一门科学并出现了一些有代表性的统计著作，开始形成不同的统计学派，主要有政治算术学派、记述学派、数理统计学派、社会统计学派、马克思主义统计理论体系。

三、统计学的分类

- (一) 理论统计学，研究统计的一般方法和理论；
- (二) 应用统计学，研究运用于某一特定领域的统计问题。

第二节 统计学的作用及学习方法

一、为什么要学习统计学

- (一) 统计学是通用的方法论科学，是通用的基础课。
- (二) 统计学与我们的生活息息相关。

二、学习统计学的数学基础

学习基础统计知识的数学基础：算术符号、分数、小数、四则运算、比例、乘方和开方、正负数、零的运算规则和简化。

学习高级统计知识的数学基础：平面解析几何、导数、微积分、概率论。

三、学习统计学的方法

理解统计思想、掌握统计术语、熟悉统计符号、记住统计公式、使用统计工具。

第三节 统计学的基本概念

一、统计总体与总体单位

统计总体是根据统计研究的目的、客观存在的、在同一性质基础上结合起来的许多个别单位所形成的集合。构成总体的基本单位称为总体单位，也称为个体。

二、标志与变量

总体单位所具有的属性或特征的名称称为标志。标志可分为品质标志与数量标志。数量标志通称为变量，变量的各种不同的值称为变量值。

三、标与指标体系

统计指标是反映自然与社会现象总体的数量特征的概念及其具体数值。指标可以分为数量指标与质量指标，或分为总量指标、相对指标与平均指标。

指标体系指具有某种内在联系的一系列统计指标所构成的整体。

统计指标是反映社会经济现象总体综合数量特征的科学概念或范畴。

正确理解统计指标时应注意：①统计指标反映现象总体的数量特征；②一个完整的统计指标应该由总体范围、时间、地点、指标数值和数值单位等内容构成。

统计指标和统计标志是一对既有明显区别又有密切联系的概念。二者的主要区别是：

（一）指标是说明总体特征的，标志是说明总体单位特征的；

（二）指标具有可量性，无论是数量指标还是质量指标，都能用数值表示，而标志不一定。数量标志具有可量性，品质标志不具有可量性。

标志和指标的主要联系表现在：

（一）指标值往往由数量标志值汇总而来；

（二）在一定条件下，数量标志和指标存在着变换关系。

统计指标按其反映的数量特点不同可分为数量指标和质量指标。数量指标是反映现象总规模水平或工作总量的指标，也称总量指标，一般通过数量标志值直接汇总而来，用绝对数表示，指标数值均有单位；质量指标是反映现象总体相对水平或工作质量的统计指标，又分为相对指标和平均指标，分别用相对数和平均数表示，它们通常是由两个总量指标对比派生出来的，反映现象之间内在联系和对比关系。

数量指标和质量指标的关系表现在：数量指标是计算质量指标的基础，质量指标往往是相应的数量指标进行对比的结果。

统计指标体系是各种互相联系的指标群构成的整体，用以说明所研究的社会经济现象各方面互

相依从和互相制约的关系。一个指标的作用总是有限的，它只能反映现象总体的某一侧面，只有使用指标体系才能反映现象总体全貌。

统计指标体系大体上可分为基本统计指标体系和专题统计指标体系两大类。

复习与思考题

1. 什么是统计学的？怎样理解统计学与统计数据的关系？
2. 怎样理解统计总体的内涵，总体与样本之间的区别？
3. 有人说：“没有变异，就没有统计研究的必要”，此观点正确吗，为什么？
4. 简述统计学与数学的联系与区别。

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》（黄良文主编）中国统计出版社，1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖，北京大学出版社，1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著，高等教育出版社，2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编，上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》，[美]戴维*S*穆尔，中信出版社，2003 年 6 月。
7. 《统计学》（21 世纪经济管理类核心课程），贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》，[美]Terry Sincich 著，清华大学出版社 2001 年。

第二章 统计数据的收集

本章教学目的和基本要求：统计学是关于数据的科学，数据是统计研究的起点，因此，如何收集数据就成为统计学第一步要研究的内容。从数据收集的角度讲，数据可以分为原始资料和次级资料。对原始资料的收集过程通常称为统计调查，次级资料的收集过程则基本上是一个阅览、查询的过程，本章对两种资料的收集方法分别进行了介绍。此外还介绍了统计测量尺度和调查误差的有关内容。学习本章时应重点掌握统计测量尺度的分类和应用、统计调查的分类、调查设计与问卷设计、调查误差的产生原因与控制。

学时分配：3 学时

第一节 统计测量尺度

一、统计测量尺度概述

统计测量是使用某种方法使自然或社会事物量化，可以看作统计分类的过程。由于分类时依据的标准有所不同，就形成了不同的测量尺度。统计测量尺度通常分为四类，即定类尺度、定序尺度、定距尺度和定比尺度。

（一）定类尺度是对事物的性质差异进行的辨别与区分。定类变量的不同类别间地位平等，没有高低优劣之分，定类变量的值是以文字表述的，不能以数字表述（或用数字表述，但只具有符号上的意义）。定类尺度的例子如按性别的分类。

（二）定序尺度是对事物顺序性差异进行的辨别与区分。定序变量的不同类别间存在顺序性差异，因此在表述或分析时不能随意排列，但其顺序性差异无法准确计量。定序变量确切的值也是用文字表述的，不能用数字表述（或用数字表述，但只具有符号上的意义）。定序尺度的例子如按文化程度的分类。

（三）定距尺度是对事物绝对差异进行的辨别与区分。定距变量的值以数字表述，有计量单位，可以进行加减运算，但没有绝对零点，不能进行乘除运算。定距变量的例子如摄氏温度。

（四）定比尺度是对事物绝对和相对差异进行的辨别和区分。定比变量的值以数字表述，有绝对零点，可以进行加减运算和乘除运算。定比变量的例子如身高、产值等。

测量尺度的作用

- （一）决定数据的整理、显示方法；
- （二）决定数据的分析方法；
- （三）决定计算机的处理方法。

二、测量层次与测量尺度的正确应用

从定类尺度依次到定序、定距、定比尺度，测量层次依次提高。在应用时应注意：对于不同的事物，要正确选用测量尺度；对于同一事物，要尽量使用高层次的尺度；对于指标体系，要使用相同的尺度。

第二节 原始数据的收集方法

一、统计调查概述

统计调查是按一定的方式收集原始数据的工作过程，它是统计过程的基础环节。统计调查是按照预定的统计任务，运用科学的方法，有组织有计划地向客观实际搜集资料的过程。统计调查既是对现象总体认识的开始，也是进行资料整理和分析的基础环节。按照调查的组织方式不同可将统计调查分为：

（一）统计报表制度，指按照国家统一规定的各项要求，自下而上地定期向国家和主管部门报送基本统计资料的一种报告制度。

（二）普查，指国家为详尽了解某项重要的国情国力而专门组织的一次性全面调查。

（三）抽样调查，指按照随机原则从调查对象中抽取一部分样本单位进行调查，再用样本资料推断把握总体的数量特征的一种非全面调查组织方式。

（四）重点调查，指为了解总体基本情况，在调查对象中只选择一部分重点单位进行调查的一种非全面调查组织方式。

（五）典型调查，在对调查对象有一定了解的基础上，有意识地选择少数典型单位进行调查的一种非全面调查组织方式。

二、统计调查方案

统计调查方案包括五个方面的内容：

（一）调查目的，即为什么调查，确定调查目的是任何一项统计调查方案首先要解决的问题。不同的调查目的需要不同的调查资料，不同的调查资料又有不同的搜集方法。调查目的明确了，搜集资料的范围和方法也就确定下来了。

（二）调查对象与调查单位。调查对象是调查的物质承担者，是一个总体，调查单位则是总体中的每一个总体单位（注意区分调查单位与填报单位），调查对象即统计总体，是根据调查目的所确定的研究事物的全体。统计总体这一概念在统计调查阶段称调查对象。

在确定调查对象时，还必须确定调查单位和报告单位。调查单位也就是总体单位，它是调查对象的组成要素，即调查对象所包含的具体单位。调查对象和调查单位的概念不是固定不变的，随着调查目的的不同二者可以互相变换。

报告单位也称填报单位，也是调查对象的组成要素。它是提交调查资料的单位，一般是基层企事业单位。

调查单位是调查资料的直接承担者，报告单位是调查资料的提交者，二者有时一致，有时不一致。如工业企业生产经营情况调查，每一工业企业既是调查单位，又是报告单位；工业企业职工收入状况调查，每一职工是调查单位，每一工业企业是报告单位。

（三）调查项目与调查表。调查项目即调查内容，若以规范的表格形式表现出来就形成了调查表，调查项目即依附于调查单位（总体单位）的统计标志，其标志表现就是统计调查所得的资料。

确定调查项目时，首先应注意所选择的项目能够取得确切资料，其次注意所选择的项目应有确切的涵义和统一解释，另外要注意各项目之间的联系和衔接，便于核对和分析。

（四）调查时间，包括两项内容，一是调查资料所属的时间，即数据是现象在哪一时点或哪一时期的数量表现，二是调查全过程和每个调查阶段所需的时间，调查时间指调查资料所属时间。如果调查的是时期现象，调查时间是资料所反映的起讫时间；如果调查的是时点现象，调查时间是统

一规定的标准时点。调查时限是进行调查工作的期限，包括搜集资料和报送资料的整个工作所需要的时间。如某管理局要求所属企业在 1996 年 1 月底上报 95 年工业总产值资料，则调查时间是一年，调查时限是一个月；又如某管理局要求所属企业在 96 年 1 月 10 日上报 95 年产成品库存资料，则调查时间是标准时间 1995 年 12 月 31 日，调查期限是 10 天。

（五）制定调查工作的组织实施计划。调查的组织工作包括明确调查机构、调查地点、选择调查的组织形式等问题。

三、统计调查的种类

1. 统计调查按组织形式，可分为统计报表和专门调查。

统计报表是国家统计系统和专业部门为了定期取得系统、全面的统计资料而采用的一种搜集资料的方式，目的在于掌握经常变动的、对国民经济有重大意义的指标的统计资料。专门调查是为了了解和研究某种情况或问题而专门组织的统计调查，包括抽样调查、普查、重点调查和典型调查等几种调查方法。

2. 统计调查按研究总体的范围，可分为全面调查和非全面调查。

全面调查是对构成调查对象的所有单位进行逐一的、无一遗漏的调查，包括全面统计报表和普查；非全面调查是对调查对象中的一部分单位进行调查，包括非全面统计报表、抽样调查、重点调查和典型调查。

3. 统计调查按调查登记的时间是否连续，分为连续调查和非连续调查。

连续调查是指对研究对象的变化进行连续不断的登记，如工业企业总产值、产品产量、原材料消耗量等，在观察期内连续登记。连续调查所得资料是现象在一段时间内的总量。不连续调查是指间隔一段相当长的时间对研究对象某一时点的资料进行登记。如人口数、机器设备台数等资料短期内变化不大，没有必要连续登记资料。不连续调查所得资料体现现象在某一瞬间所具有的水平。

4. 统计调查按搜集资料的方法分为直接调查、凭证调查、派员调查、问卷调查。

直接调查又称直接观察，由调查人员到现场对调查单位直接查看、测量和计量；凭证调查是以各种原始和核算凭证为调查资料来源，依照统一的表格形式和要求，按照隶属关系，逐级向有关部门提供资料的方法；采访调查是通过指派调查员对被调查者询问、采访，提出所要了解的问题，借以搜集资料；问卷调查是以问卷形式提问。

此外，也有人根据调查工作时间的周期长短，将统计调查划分为经常性调查和一次性调查。

所谓经常性调查是指调查周期在一年以内的调查，间隔超过一年的为一次性调查。这种划分和调查对象没有关系，不要把经常性调查误以为是全面调查，也不要误以为经常性调查就是调查时期现象，而一次性调查就是调查时点现象。

四、统计调查方法

常用的统计调查方法有统计报表、普查、抽样调查、重点调查、典型调查等，它们各有其特点。1994 年全国统计工作会议提出要建立以必要的周期性普查为基础，经常性的抽样调查为主体，同时辅之以重点调查、科学推算和少量的全面报表综合运用的统计调查方法体系。

1. 统计报表

统计报表是按国家统一规定的表式，统一的指标项目，统一的报送时间，自下而上逐级定期提供基本统计资料的调查方式方法。我国大多数统计报表要求调查对象全部单位填报，属于全面调查范畴，所以又称全面统计报表。

统计报表具有统一性、全面性、周期性、可靠性等特点。

目前我国统计报表，是由国家统计报表、业务部门统计报表和地方统计报表组成，其中国家统

计报表是统计报表体系的基本部分。

2. 普查

普查是专门组织的不连续性全面调查。主要调查一定时点状况的社会经济现象的总量，搜集那些不能够或者不适宜用定期全面报表搜集的统计资料，以搞清重要的国情国力。

普查的主要特点是不连续调查。

普查的组织形式有两种：一是组织专门的普查机构，配备一定数量的普查人员，对调查单位直接进行登记；另一种是利用普查单位的原始记录和核算资料，颁发一定的调查表格由调查单位自填上报。

普查按资料汇总的特点分为一般普查和快速普查。前者逐级上报资料，后者越过中间环节，由基层单位将资料直接报送给最高领导机关。

普查和全面统计报表都属于全面调查，但二者并不能互相代替。普查属于不连续调查，调查内容主要是反映国情国力方面的基本统计资料；而全面统计报表属于连续调查，调查内容主要是需要经常掌握的各种统计资料。全面统计报表要经常填报，因此报表内容固定，调查项目较少；而普查是专门组织的一次性调查，在调查时可以包括更多的单位、分组更细、项目更多。因此，有些社会经济现象不可能也不需要经常调查，但又需要掌握比较全面、详细的资料时，就可通过普查来解决。普查花费的人力、物力和时间较多，不宜经常组织，取得经常性的统计资料还需要靠全面统计报表。

3. 抽样调查

抽样调查是按随机原则从总体中选取一部分单位进行观察，用以推算总体数量的一种非全面调查。

抽样调查的特点：① 既是非全面调查，又要达到对总体数量特征的认识；② 按随机原则去抽取调查单位。

抽样调查具有经济性、时效性、准确性、灵活性等特点。

抽样调查的作用：一是能够解决全面调查无法或难以解决的问题；二是可以补充和订正全面调查的结果，三是可用于生产过程中产品质量的检查和控制，四是可用于对总体的某种假设进行检验。

抽样调查是非全面调查中最完善、最有科学根据的方式方法。

抽样调查的基本形式有简单随机抽样、类型随机抽样、等距抽样、整群抽样。

4. 重点调查（2，4，4）

重点调查是专门组织的一种非全面调查，它是对所要调查的全部单位选择一部份重点单位进行调查。

重点调查的关键是选择好重点单位。所谓重点单位，是从标志量的方面而言的，尽管这些单位在全部单位中只是一部分，但这些单位的某一主要标志量占总体单位标志总量的绝大比重。对这些单位进行调查，就可以了解调查对象的基本情况。

重点调查中重点单位的选择着眼于标志量的比重，因而重点单位的选择具有客观性。当调查目的是掌握现象的基本情况，而部分单位又能比较集中地反映所研究的项目和指标时，可用重点调查。重点调查可以定期进行，也可以不定期进行，重点调查实际上是范围比较小的全面调查，它的目的是反映现象总体的基本情况。

抽样调查和重点调查都是专门组织的非全面调查，具有调查单位少，省时省力的特点，在选取调查单位时不受主观因素的影响。但二者之间有明显的区别：首先是调查单位的意义和取得方式不同，重点调查是选择为数不多但标志量占总体标志总量绝大比重的单位进行调查；抽样调查中的样本单位是按照随机原则从研究总体中抽取的、具有较高代表性。其次，二者研究目的不同。重点调查是为了了解现象总体的基本情况，但不能推断总体总量；抽样调查的目的在于以样本量来推断总

体总量。再次，适用场合不同。重点调查适用于部分单位能比较集中地反映所研究的项目或指标的场合；抽样调查最适合于不能或很难进行全面调查，而又需要全面数值的场合，在能进行全面调查的场合也有独到的作用。

5. 典型调查

典型调查是根据调查的任务目的，对所研究的现象总体进行初步分析的基础上，有意识的选择若干具有代表性的单位进行调查，借以认识事物发展变化的规律。

典型调查的特点一是深入细致的调查，既可以搜集数字资料，又可以搜集不能用数字反映的实际情况；二是调查单位是有意识的选择出来的若干有代表性的单位，它更多地取决于调查者的主观判断和决策。

典型调查和重点调查相比，前者调查单位的选择取决于调查者的主观判断，后者调查单位的选择具有客观性；前者在一定条件下可以用典型单位的量推断总体总量，后者不具备用重点单位的量推断总体总量的条件。

典型调查在做总体数量上的推断时无法估计误差，推断结果只是一个近似值。

抽样调查和重点调查、典型调查的根本区别就在于选取调查单位的方法不同。

五、各种调查方式的结合运用

不同的统计调查的方式方法，各有其特点和作用。在实际工作中，并非单用一种方式方法，而是多种方式方法的结合运用。这是因为：① 国民经济和社会发展情况复杂，国民经济门类众多，必须应用多种多样的统计调查方法，才能搜集到丰富的统计资料；② 任何一种统计调查方法，都有它的优越性与局限性，各有不同的实施条件，只用一种统计调查方法，不能满足多种需要。

第三节 二手资料的收集

一、二手资料的概念与特征

二手资料指已经被收集、整理的数据信息，如统计年鉴。次级资料的特征：已经加工成型；内容广泛；时效性相对较差；可靠性相对较差。

二、二手资料的主要收集渠道

- （一）查阅公开出版物；
- （二）向政府统计机构咨询；
- （三）向其他机构咨询；
- （四）网上查询。

第四节 统计调查误差

一、调查误差概述

调查误差指收集的数据资料与真实情况之间的差异，它是一个相对的概念。

二、调查误差的种类与产生原因

按产生的原因，调查误差分为登记误差和代表性误差。

(一) 登记误差是由于人的主观故意或失误而产生的误差,如调查者在调查或整理过程中的错误记录,或被调查者在接受调查时有意隐瞒等。

(二) 代表性误差是用部分单位来推断总体时产生的误差,仅存在于非全面调查中。

三、调查误差的控制与消除

(一) 消除登记误差的措施:加强对调查人员的业务培训;合理设计调查表,不使被调查者产生误解;采用合适的调查组织方式,尽量避开人为因素的干扰。

(二) 消除代表性误差的措施:按随机原则抽取样本,或适当扩大样本容量。

复习与思考题

1. 什么是统计调查?它与一般的社会调查有何区别?
2. 统计调查有哪些种类?
3. 统计调查方案设计包括哪些内容?
4. 三种非全面调查有什么不同?
5. 说明我国现行的统计调查体系及其结合运用的目标模式。

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》(黄良文主编)中国统计出版社,1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖,北京大学出版社,1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著,高等教育出版社,2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编,上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》,[美]戴维*S*穆尔,中信出版社,2003 年 6 月。
7. 《统计学》(21 世纪经济管理类核心课程),贾俊平,中国人民大学出版社,2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》,贾俊平,中国人民大学出版社,2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》,贾俊平,中国人民大学出版社,2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》,[美]Terry Sincich 著,清华大学出版社 2001 年。

第三章 统计数据的整理与显示

本章教学目的和基本要求：统计整理是统计工作的第三个阶段。统计调查所获取的统计资料主要是反映总体单位特征的原始资料，比较分散、零碎，因此，需要对这些调查资料进一步进行加工和整理。统计整理是根据统计研究的目的，把统计调查所收集的原始资料进行科学的加工，使之系统化、条理化、科学化，从而得出能够反映事物总体特征的资料，它在整个统计工作中起着承前启后的作用。通过本章学习，要明确统计整理的意义；了解统计分组的作用；理解并掌握统计分组的基本方法；掌握变量数列的编制方法；了解常用的统计图和统计表的形式和应用。

学时分配：3 学时

第一节 统计整理与统计分组

一、统计整理的意义和步骤

统计整理是将统计调查得到的原始资料进行科学的分组和汇总形成综合统计资料的工作过程。根据统计研究的任务与要求，对统计调查所搜集到的原始资料进行分组、汇总，使其条理化、系统化的工作过程称统计整理。统计整理包括对原始资料和次级资料的整理。

统计整理是统计调查的继续，是统计分析的前提和基础，在整个统计工作中发挥着承上启下的作用。统计整理的步骤：制定统计整理方案→对原始资料进行审核→数据处理→制作统计表或统计图。

二、统计整理的基本方法——数据分组

统计分组是将总体中所有单位按一定的标志分为性质不同但又有联系的若干部分的过程。

（一）统计分组的种类

1. 统计分组按其任务和作用不同，分为类型分组、结构分组和分析分组。类型分组的目的是划分经济类型，结构分类的目的是研究同质总体的构成，分析分组的目的是研究现象总体内部诸标志间的依从和制约关系。

2. 统计分组按分组标志的多少分为简单分组和复合分组。简单分组是将总体按一个标志进行分组，复合分组是将总体按两个或两个以上的标志重叠起来进行分组。

3. 统计分组按分组标志的性质分为品质分组和变量分组。品质分组是将总体按品质标志进行分组，如企业按经济成份、地理位置分组，职工按性别、文化程度分组等；变量分组是将总体按数量标志进行分组，如企业按职工人数、劳动生产率分组，职工按工龄、工资分组等。

（二）统计分组的主要步骤：选择分组标志→确定分组体系→总体单位归类。

1. 分组标志的选择

分组标志的选择是统计分组的关键。分组标志，即将同质总体区分为不同组的标准或依据。分组标志一旦选定，就必然突出了总体在该标志下的性质差别，其他的差别看不见了。分组标志选择不当，不但无法显示现象的根本特征，甚至会混淆事物的性质，歪曲社会经济的真实情况。

正确选择分组标志，必须根据统计研究的任务目的，抓住反映现象本质区别和内在联系的标志作为分组标志。

2. 分组体系的确定。分组体系指对同一事物使用两个以上的标志进行分组时所形成的分组关系，分为平行分组体系和交叉分组体系。

统计分组后所形成的一系列互相联系、互相补充的组的整体称分组体系。分组体系有平行分组体系和复合分组体系两种。平行分组体系是选择两个或两个以上的标志对总体进行一次次简单分组后所形成的体系；复合分组体系就是复合分组后形成的体系。

3. 总体单位归类。归类的基本原则是保证任何一个总体单位或原始数据都能且仅能归属于某一组，即符合互斥性和完备性。

第二节 分布数列的编制

一、分布数列的概念与种类

分布数列是将总体各单位按某个标志分成若干组，列出各组的总体单位数或各组在总体中所占的比重而形成的数列。分布数列由两个基本要素构成，一是标志的不同取值，它反映现象的变化种类或范围；二是次数或频率，表明总体单位在各组分布的情况。

分布数列按标志的类型可分为品质数列和变量数列。

（一）品质数列是将现象按品质标志分组而形成的分布数列，它的特征是标志的各种取值以文字形式表述。

（二）变量数列是将现象按数量标志分组而形成的分布数列。变量数列由两串数字组成，一串数字为变量的不同取值，另一串为次数或频率。变量数列按每个组的变量取值形式不同，分为单值数列和组距数列两种。

二、变量数列的编制

（一）品质标志分组方法

品质标志分组一般较简单，分组标志一旦确定，组数、组名、组与组之间的界限也就确定。有些复杂的品质标志分组可根据统一规定的划分标准和分类目录进行。

（二）数量标志分组方法

按数量标志分组的目的并不是单纯确定各组在数量上的差别，而是要通过数量上的变化来区分各组的不同类型和性质。数量标志分组方法从以下几个方面来说明：

1. 单项式分组和组距式分组

对离散变量，如果变量值的变动幅度小，就可以一个变量值对应一组，称单项式分组。如居民家庭按儿童数或人口数分组，均可采用单项式分组。

离散变量如果变量值的变动幅度很大，变量值的个数很多，则把整个变量值依次划分为几个区间，各个变量值则按其大小确定所归并的区间，区间的距离称为组距，这样的分组称为组距式分组。也就是说，离散变量根据情况既可用单项式分组，也可用组距式分组。在组距式分组中，相邻组既可以有确定的上下限，也可将相邻组的组限重叠。

连续变量由于不能一一列举其变量值，只能采用组距式的分组方式，且相邻的组限必须重叠。如以总产值、商品销售额、劳动生产率、工资等为标志进行分组，就只能是相邻组限重叠的组距式分组。

在相邻组组限重叠的组距式分组中，若某单位的标志值正好等于相邻两组的上下限的数值时，一般把此值归并到作为下限的那一组（适用于连续变量和离散变量）。

组距式分组使资料的真实性受到一定程度的损害。组距式分组的假定条件是：变量在各组内的分布都是均匀的（即各组标志值呈线性变化）。

通过组距式分组以后，把各组内部各单位的次要差异抽象去了，而把各组之间的主要差异突出

出来，这样，各组分配的规律性可以更容易显示出来。根据这个道理，如组距太小，分组过细，容易将属于同类的单位划分到不同的组，因而显示不出现象类型的特点；但如果组距太大，组数太少，会把不同性质的单位归并到同一组中，失去区分事物的界限，达不到正确反映客观事实的目的。因此，组距的大小、组数的确定应根据研究对象的经济内容和标志值的分散程度等因素，不可强求一致。

2. 等距分组和不等距分组

等距分组是各组保持相等的组距，也就是说各组标志值的变动都限于相同的范围。不等距分组即各组组距不相等的分组。

统计分组时采用等距分组还是不等距分组，取决于研究对象的性质特点。在标志值变动比较均匀的情况下宜采用等距分组。等距分组便于各组单位数和标志值直接比较，也便于计算各项综合指标。在标志值变动很不均匀的情况下宜采用不等距分组。不等距分组有时更能说明现象的本质特征。

3. 组限和组中值

组距两端的数值称组限。其中，每组的起点数值称为下限，每组的终点数值称为上限。上限和下限的差称组距，表示各组标志值变动的范围。

组中值是上下限之间的中点数值，以代表各组标志值的一般水平。组中值并不是各组标志值的平均数，各组标志值的平均数在统计分组后很难计算出来，就常以组中值近似代替。组中值仅存在于组距式分组数列中，单项式分组中不存在组中值。

组中值的计算是有假定条件的，即假定各组标志值的变化是均匀的（与组距式分组的假定条件相同）。一般情况下，组中值 = (上限 + 下限) ÷ 2

对于第一组是“多少以下”，最后一组是“多少以上”的开口组，组中值的计算可参照邻组的组距来决定。即：缺下限开口组组中值 = 上限 - 1/2 邻组组距，缺上限开口组组中值 = 下限 + 1/2 邻组组距。

等距数列的编制步骤：

① 求变异全距： $R = X_{\max} - X_{\min}$

② 确定组距及组数： $R \leq \text{组距}(d) \times \text{组数}(m)$

③ 定组限

计算次数

三、分配数列的类型

分配数列包括品质分配数列和变量分配数列，分别由品质标志分组和数量标志分组形成。变量数列又有单项式数列和组距式数列，分别由单项式分组和组距式分组形成。

四、频数和频率

统计分组后各组对应的单位数称频数，也叫次数；各组单位数占总体单位总数的比重称频率。各组的频率大于 0，所有组的频率总和等于 1。

在变量分配数列中，频数（频率）表明对应组标志值的作用程度。频数（频率）数值越大表明该组标志值对于总体水平所起的作用也越大，反之，频数（频率）数值越小，表明该组标志值对于总体水平所起的作用越小。

组距数列中，影响各组次数分布的要素是组数、组距、组限和组中值。

有时为了更简便地概括总体各单位的分布特征，还需要编制累计频数数列和累计频率数列。累计有向上累计和向下累计的方法。向上累计是指将各组频数和频率由变量值低的组向变量值高的组

累计,表明在这些数值以下所有数值所占的比重;向下累计是指将各组频数和频率由变量值高的组向变量值低的组累计,表明在这些数值以上所有数值所占的比重。

五、次数分布特征

现象总体的性质不同,其次数分布也不同。归纳起来主要有四种类型:

(一)钟型分布 特征是“两头大,中间小”,即靠近中间的变量值分布的次数多,靠近两边的变量分布次数少,形若古钟。

(二)U型分布 其特征与钟型分布正相反,靠近中间的变量值分布的次数少,靠近两端的变量值分布次数多,形成“两头大,中间小”的U字型分布。如人口死亡现象按年龄分布便是如此。

(三)J型分布 在社会经济现象中,一些统计总体分布曲线呈J型。

(四)洛伦兹分布 洛伦兹曲线专门用以检定社会收入分配的平等程度。洛伦兹曲线拓展可运用于其他社会经济现象,研究总体各单位标志分布集中状况或平均性。洛伦兹曲线又称集中曲线,其运作的条件是:现象总体各组频率与相应的各组标志总量的比重。

六、累计次数与累计频率

频率指各组单位数占总体单位总数的比重。累计次数或累计频率提供了取值大于(或小于)某个变量值的总体单位的数量或比重的信息。

第三节 统计图表

一、统计图

以点、线条、面积等方法描述、显示统计数据的形式,一般由坐标系、图形、图例三部分构成。常用的统计图有条形图、直方图、圆形图、线图、散点图。

二、统计表

统计表是用来显示经过整理的数据资料即统计数列的表格,统计表是纵横交叉的线条所绘制表现统计资料的一种表格形式。广义统计表包括统计工作各阶段所使用的一切表格。

从形式上看,统计表是由总标题,横行标题、纵栏标题和指标数值四部分组成;从内容上看,统计表是由主词和宾词两部分构成。主词是统计表要说明的总体或总体分成的多个组,宾词是说明主词的统计指标。

(一)统计表的基本结构:总标题、主词栏、宾词栏、数据栏。

(二)统计表的加工方法:主词栏的加工即对主体的分组,宾词栏的加工包括选择指标和分组两项内容。

(三)统计表的编制规则:选择合适的总标题;主词栏与宾词栏各归其位;表的上、下端通常用粗实线或双线封口,左右两端开口;列数较多时,要在各列的文字标题下面设置编号加以标识;数据栏不能有空白,不应当有数据的或没有数据的用横线填上。

复习与思考题

1. 利用频数分布表可以说明总体那些特征?
2. 编制一张频数分布表,通常要考虑那些因素?
3. 简要解释全距、组距及分组中点值(组中值)的含义及它们之间的关系。

4. 搜集一组你感兴趣的数据，编制一张频数分布表，然后对这组数据做出初步分析说明。
5. 统计整理的概念和重要性。
6. 统计整理的程序包括哪些方面？
7. 什么是次数分布？有什么作用？
8. 次数分布数列的意义有哪些？
9. 次数分布数列有哪两个基本要素？
10. 次数分布数列有哪些种类？
11. 常见的次数分布类型有哪几种？

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》（黄良文主编）中国统计出版社，1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖，北京大学出版社，1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著，高等教育出版社，2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编，上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》，[美]戴维*S*穆尔，中信出版社，2003 年 6 月。
7. 《统计学》（21 世纪经济管理类核心课程），贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》，[美]Terry Sincich 著，清华大学出版社 2001 年。

第四章 总量指标

本章教学目的和基本要求：统计分析是最后的、也是最为复杂的统计研究工作阶段。本章介绍的是统计分析方法中的一种——描述方法，首先阐述了总量指标的概念、类型和计算方法等；第二节介绍了相对指标的有关内容，即如何通过特定的相对数量关系来说明现象总体的某个特征。通过本章学习，要理解总量指标和相对指标的概念、作用和特点；熟练掌握几种相对指标的计算方法；明确计算和运用总量指标和相对指标的原则。

学时分配：3 学时

第一节 总量指标概述

一、总量指标的概念与作用

总量指标是反映现象总体规模或水平的指标，即数量指标，也称为绝对数，它是对现象最基本的描述，是相对指标和平均指标的基础。总量指标又称统计绝对数，它是反映社会经济现象发展的总规模、总水平的综合指标。

二、总量指标的基本分类

总量指标的种类 总量指标的种类有以下几种划分方法：

按其反映总体内容的不同，分为总体单位总量和总体标志总量，前者是总体内所有单位的总数，后者是总体中各单位标志值的总和。总体单位是标志的直接承担者，标志总量不会独立于单位总量而存在。在一个特定的总体内，只存在一个单位总量，而同时并存多个标志总量，构成一个总量指标体系。同一总量指标在不同情况下可有不同的性质。例如对各企业工人总数指标来说，当研究企业平均规模时，以企业为总体单位，企业总数为单位总量，各企业工人总数为标志总量；当研究企业劳动效益时，以工人为总体单位，各企业工人总数为单位总量，这时企业的总产量成为标志总量。所以说总体单位总量和总体标志总量并不是固定不变的，二者随研究目的不同而变化。

按其反映时间状况的不同，分为时期指标和时点指标。时期指标是反映某种社会经济现象在一段时间发展变化结果的总量指标；时点指标是反映社会经济现象在某一时间（瞬间）状况上的总量指标。

按其所采用计量单位的不同分为实物指标、价值指标和劳动量指标。实物指标是以实物单位计量的统计指标；价值指标是以货币单位计量的统计指标；按实物单位计算的指标最大的特点是它直接反映产品的使用价值或现象的具体内容，能具体表明事物的规模和水平，但指标的综合性能较差，无法进行汇总。按价值单位计量的最大优点是它具有最广泛的综合性和概括能力，可以表示现象的总规模和总水平，但它脱离了物质内容。二者要结合应用。劳动量指标是以劳动单位即工日、工时等劳动时间计量的统计指标。

三、计算方法

实物总量指标的计算通常可以直接相加或折算相加计算，价值总量或劳动总量指标往往需要根据相关要素进行平衡计算或推算。

第二节 相对指标

一、相对指标的概念及作用

相对指标是由数量对比形式表现的总体的数量特征，其本质特征在于“数量对比”，即它所反映的是一个数量比之于另外一个数量的关系。相对指标便于在总体规模的基础上进一步描述总体的数量特征，便于进行对比分析。相对指标的基本表现形式为无名数形式，即没有计量单位。

相对指标使不能直接对比的现象找到共同的比较基础，可用来进行宏观经济管理和评价经济活动的状况。

二、相对指标的种类

（一）结构相对数，反映总体当中的部分数值与总体数值的对比关系。

结构相对数 = 总体部分数值/总体全部数值

（二）比例相对数，反映总体中某一部分数值与总体的另一部分数值的数量对比关系。

比例相对数 = 总体中某一部分数值/总体中另一部分数值

（三）比较相对数，反映同类现象在不同空间的不同取值间的数量对比关系。

比较相对数 = 某空间范围的某指标数值/另一空间范围的该指标数值

（四）动态相对数，反映同一事物在不同时间上的数量对比关系。

动态相对数 = 某指标报告期数值/该指标基期数值

（五）计划完成程度相对数，用于检查各类计划的执行情况。

计划完成程度相对数 = 某指标实际数值/该指标计划数值

（六）强度相对数，将一个总量与另一个相关联的总量进行比较，用比较的结构来说明其中一个总量所代表现象的强度、力度、密度、普及程度等内容。

强度相对数 = 观察强度指标数值/承载指标数值。

三、使用相对指标应注意的问题

- （一）正确选择对比的基础；
- （二）指标对比要有可比性；
- （三）相对指标要与总量指标结合运用；
- （四）多种相对指标结合运用。

复习与思考题

1. 什么是总量指标?在经济应用中统计总量指标有什么作用?
2. 怎样区分时期总量指标和时点总量指标?
3. 什么是相对指标?有何作用?
4. 常用的相对指标有哪几种?如何计算?
5. 计算和运用相对指标应注意遵守哪些原则?

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》（黄良文主编）中国统计出版社，1996.1。

3. 《应用统计学》胡健颖，北京大学出版社，1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著，高等教育出版社，2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编，上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》，[美]戴维*S*穆尔，中信出版社，2003 年 6 月。
7. 《统计学》（21 世纪经济管理类核心课程），贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》，[美]Terry Sincich 著，清华大学出版社 2001 年。

第五章 变量数列分析

本章教学目的和基本要求：统计数列是进一步进行统计分析的基础，其中变量数列是一种重要的分组数列，它是从横的方面，即现象的截面上反映总体的数量特征。本章介绍的是变量数列分析的理论和方法，主要包括：测定变量数列次数分布的集中趋势，用统计平均指标反映；测定变量数列次数分布的离中趋势，用标志变异指标反映。通过本章的学习，要正确理解平均指标和变异指标的概念、意义、作用；明确其种类及其区别；掌握平均指标和变异指标的计算方法、应用原则和条件。

学时分配：6 学时

第一节 集中趋势的测定

一、集中趋势的涵义和测定意义

集中趋势指总体中各单位的次数分布从两边向中间集中的趋势，变量数列的集中趋势可以用平均指标来反映。

测定集中趋势可以反映现象总体的客观规定性；对比同类现象在不同的时间、地点条件下的一般水平；分析现象之间的依存关系。

二、平均指标的种类及计算方法

平均指标也称为平均数，指同质总体中各单位某一数量标志在一定的时间、地点条件下所达到的一般水平。平均数可以分为算术平均数、调和平均数、几何平均数、众数、中位数。

算术平均数

$$\text{算术平均数} = \frac{\sum x}{\sum f}$$

（一） 算术平均数的基本形式：

（二） 简单算术平均数，根据未分组资料计算的算术平均数，即将未分组资料中各单位的标志值总和除以总体单位总数。公式：

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{N} = \frac{\sum x}{N}$$

加权算术平均数，根据分组数列资料计算的平均数，对于单项式分组数列，它是各组标志值与各组次数乘积的总和除以各组次数总和；对于组距式分组数列，它是各组的组中值与各组次数乘积的总和除以各组次数总和。公式：

$$\bar{x} = \frac{x_1 f_1 + x_2 f_2 + \dots + x_n f_n}{f_1 + f_2 + \dots + f_n} = \frac{\sum xf}{\sum f}$$

（三） 算术平均数的性质

- a. 各标志值与算术平均数的离差之和等于零；
- b. 各标志值与算术平均数的离差平方和最小。

调和平均数

调和平均数是总体各单位标志值倒数的算术平均数的倒数。

(一) 计算公式

$$\bar{X}_H = \frac{1}{\frac{1}{X_1} + \frac{1}{X_2} + \dots + \frac{1}{X_N}} = \frac{N}{\sum \frac{1}{X}}$$

简单调和平均数:

$$\bar{X}_H = \frac{1}{\frac{1}{X_1} f_1 + \frac{1}{X_2} f_2 + \dots + \frac{1}{X_N} f_N} = \frac{\sum f}{\sum \frac{1}{X} f}$$

加权调和平均数:

(二) 调和平均数的应用: 当已知分组数列的各组标志值和标志总量时, 可采用调和平均法计算平均指标。

(三) 求解比值的平均数的方法: 需要将其还原为构成比值的分子、分母原值总计进行对比, 计算时需依据被研究指标的性质及具有的权数资料确定。

几何平均数

几何平均数是 N 个比率连乘积的 N 次方根, 适于计算现象的平均比率或平均速度, 反映现象比率的平均水平。计算几何平均数需满足两个前提条件: 各个比率或速度的连乘积等于总比率或总速度; 相乘的各个比率或速度不得为零或负值。

(一) 简单几何平均数

简单几何平均数是根据未分组资料计算的, 公式为:

$$\bar{X}_G = \sqrt[N]{X_1 X_2 \dots X_N} = \sqrt[N]{\prod_{i=1}^N X_i}$$

(二) 加权几何平均数

加权几何平均数是根据分组资料计算的, 公式为:

$$\bar{X}_G = \sqrt[\sum f]{X_1^{f_1} X_2^{f_2} \dots X_N^{f_N}} = \sqrt[\sum f]{\prod_{i=1}^N X_i^{f_i}}$$

例、某月某企业按工人劳动生产率高低分组的生班组数和产量资料如下:

按工人劳动生产率分组 (件 / 人)	生产班组	产量 (件)
50 - 60	10	8250
60 - 70	7	6500
70 - 80	5	5250
80 - 90	2	2550
90 以上	1	1520

试计算该企业工人平均劳动生产率。

解：列计算表如下：

按工人劳动生产率分组（件 / 人）	组中值	产量件	人数
50-60	55	8250	150
60-70	65	6500	100
70-80	75	5250	70
80-90	85	2550	30
90 以上	95	1520	16
合 计		24070	366

$$\text{工人平均劳动生产率} \bar{x} = \frac{\sum mx}{\sum x} = \frac{24070}{366} = 66 \quad (\text{件 / 人})$$

注意本题计算中权数的选择。资料中“生产班组”可以是次数，但并不是合适的权数。因为本题中的工人劳动生产率是按件 / 人计算的，和生产班组没有直接关系，所以它不能作为权数进行平均数的计算。本题应以“产量”权数，进行加权调和平均数的计算。

加权算术平均数与加权调和平均数是计算平均指标时常常用到的两个指标。加权算术平均数中的权数一般情况下是资料已经分组得出分配数列的情况下标志值的次数。而加权调和平均数的权数是直接给定的标志总量。在经济统计中，经常因为无法直接得到被平均标志值的相应次数的资料而采用调和平均数形式来计算，使调和平均数的计算结果与加权算术平均数的计算结果相同，所以

$$\bar{x} = \frac{\sum m}{\sum \frac{m}{x}} = \frac{\sum x}{\sum f}$$

在实际应用加权算术平均数时，需注意权数的选择。

应用平均指标必须注意的问题有：(1)计算和应用平均指标，必须注意现象总体的同质性；(2)用组平均数补充说明总平均数；(3)计算和运用平均数时，要注意极端数值的影响，因为算术平均数受极端数值的影响很明显。

众数

众数是指总体中出现次数最多的标志值。它是一种位置平均数，不受数列中异常标志值的影响。

(一) 由单项式分组数列确定众数，出现次数最多的标志值即为众数。

(二) 由组距数列确定众数，首先根据出现次数的多少确定众数所在的组，然后利用公式计算近似值。公式为

$$\text{下限公式: } M_0 = L + \frac{\Delta_1}{\Delta_1 - \Delta_2} \cdot d$$

$$\text{上限公式: } M_0 = U - \frac{\Delta_2}{\Delta_1 + \Delta_2} \cdot d$$

中位数

将总体各单位的标志值按大小顺序排列，处于数列中点位置的标志值即为中位数。中位数的大小仅取决于它在变量数列中的位置，不受极端数值的影响。

(一) 由未分组资料确定中位数的方法。

根据公式 $\frac{N+1}{2}$ 确定中位数的位次，据此找出对应的标志值即为中位数。

(二) 由单项式分组数列确定中位数的方法。

直接用公式 $\frac{\sum f+1}{2}$ 确定中位数的位次，再根据位次用较小累计或较大累计次数的方法将累

计次数刚超过中位数位次的组确定为中位数组，该组的标志值即为中位数。

(三) 由组距式分组数列确定中位数的方法。

下限公式：

$$M_e = L + \frac{\frac{\sum f}{2} - S_{m-1}}{f_m} \cdot d$$

上限公式：

$$M_e = U - \frac{\frac{\sum f}{2} - S_{m+1}}{f_m} \cdot d$$

第二节 离中趋势的测定

一、离中趋势的涵义

离中趋势指各单位标志值背离分布中心的规模或程度，用标志变异指标来测定。离中趋势可以用来衡量和比较平均数代表性的高低，反映社会经济活动过程的均衡性和节奏性，测定变量数列次数分布较之正态分布的偏离程度。

二、全距

全距也称极差，它是总体各单位标志值中最大值与最小值之差。全距越大，说明总体中标志值变动的范围越大。全距的计算公式：

$$R = X_{\max} - X_{\min}$$

3. 平均差

平均差是变量数列中各单位标志值对其算术平均数离差绝对值的平均数，它反映了各单位标志值对其算术平均数的平均离差。平均差越大，说明各单位标志值的差异程度越大。

(一) 简单平均差的计算公式：

$$A.D = \frac{\sum |x - \bar{x}|}{N}$$

(二) 加权平均差的计算公式：

$$A.D = \frac{\sum |x - \bar{x}| f}{\sum f}$$

三、标准差及方差

标准差是总体各单位标志值与其算术平均数离差平方的算术平均数的平方根，标准差的平方称为方差。

(一) 简单标准差的计算公式：

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{N}}$$

(二) 加权标准差的计算公式：

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2 f}{\sum f}}$$

四、变异系数指标

变异系数指标是标志变异指标与总体平均数的对比值，它消除了数列本身水平和性质的影响，反映了离散的相对程度。计算公式：

$$\text{平均差系数} \quad V_{A.D} = \frac{A.D}{\bar{X}} \times 100\%$$

$$\text{标准差系数} \quad V_{\sigma} = \frac{\sigma}{\bar{X}} \times 100\%$$

五、是非标志的标准差及方差

只表现为是或否、有或无的标志称为是非标志。用来描述是非标志总体特征的统计指标主要有：

(一) 成数。具有某种标志表现或不具有某种标志表现的单位数占总体单位总数的比重称为成数。具有某种标志表现的单位数所占的成数：

$$P = \frac{N_1}{N}$$

(二) 平均数。即具有被研究标志表现的单位数所占的成数，

$$\bar{X}_r = \frac{\sum X}{\sum f} = \frac{N_1}{N} = P$$

(三) 标准差及标准差系数。计算公式：

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2 f}{\sum f}} = \sqrt{P(1-P)}$$

$$V_{\sigma_p} = \frac{\sigma_p}{\bar{X}_p} = \sqrt{\frac{Q}{P}}$$

例、两种不同水稻品种，分别在 5 个田块上试种，其产量如下：

甲 品 种		乙 品 种	
田块面积 (亩)	产 量 (公斤)	田块面积 (亩)	产 量 (公斤)
1.2	600	1.5	840
1.1	495	1.4	770
1.0	445	1.2	540
0.9	540	1.0	520
0.8	420	0.9	450

要求:

(1)分别计算两品种的单位面积产量。

(2)计算两品种亩产量的标准差和标准差系数。

(3)假定生产条件相同, 确定哪一品种具有较大稳定性, 宜于推广。

解:

甲 品 种					乙 品 种				
X	f	xf	$x - \bar{x}$	$(x - \bar{x})^2 f$	x	f	xf	$x - \bar{x}$	$(x - \bar{x})^2 f$
500	1.2	600	—	—	560	1.5	840	40	2400
450	1.1	495	-50	2750	550	1.4	770	30	1260
445	1.0	445	-55	3025	520	1.0	520	—	—
600	0.9	540	100	9000	450	1.2	540	-70	5880
525	0.8	420	25	500	500	0.9	450	-20	360
合计	5.0	2500	—	15275	合计	6.0	3120	—	9900

注:
$$\bar{x} = \frac{\text{产量}}{\text{面积}} = \frac{\sum xf}{\sum f}$$

(1)

$$\bar{x}_甲 = \frac{\sum xf}{\sum f} = \frac{2500}{5} = 500(\text{公斤})$$

$$\bar{x}_乙 = \frac{3120}{6} = 520(\text{公斤})$$

(2)

$$\sigma_甲 = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2 f}{\sum f}} = \sqrt{\frac{15275}{5}} = 55.3(\text{公斤})$$

$$V_甲 = \frac{\sigma_甲}{\bar{x}_甲} = \frac{55.3}{500} \times 100\% = 11.06\%$$

$$\sigma_乙 = \sqrt{\frac{9900}{6}} = 40.6(\text{公斤})$$

$$V_乙 = \frac{40.6}{520} \times 100\% = 7.8\%$$

(3)因 $V_{乙} < V_{甲}$

故乙品种具有较大稳定性，宜于推广。

复习与思考题

1. 考察一个分布数列的特征时，为什么必须同时运用中心位置测度指标和变异性指标？两者之间是何种关系？
2. 若一个数据集是名词数据，你想要得到一个代表值，应选用哪种中心位置测度指标，为什么？
3. 试比较极差、平均差和标准差三种变异指标的特点，并说明为什么标准差是最常用、最基本的标志变异指标？
4. 试比较算术平均数、调和平均数、几何平均数、中位数与众数的特点。
5. 什么是平均指标？有什么特点和作用？
6. 常用的平均指标有哪几种？它们各有什么优缺点？
7. 应用平均指标应注意什么问题？
8. 什么是变异度指标？有什么作用？
9. 什么是标准差？什么是标准差系数？什么情况下要用标准差系数？

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》（黄良文主编）中国统计出版社，1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖，北京大学出版社，1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著，高等教育出版社，2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编，上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》，[美]戴维*S*穆尔，中信出版社，2003 年 6 月。
7. 《统计学》（21 世纪经济管理类核心课程），贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》，[美]Terry Sincich 著，清华大学出版社 2001 年。

第六章 抽样推断

本章教学目的和基本要求：抽样推断又称抽样调查或抽样估计，它是从总体中按随机原则抽取一部分单位进行观测，并根据这部分单位的资料推断总体的数量特征的一种方法。它具有三个特点：按随机原则抽取调查单位；由部分推断全体；抽样误差可以事先计算并加以控制。本章介绍了四类常用的抽样方法，即简单随机抽样、类型抽样、等距抽样、整群抽样。通过本章的学习，应明确抽样推断的概念、特点、作用；理解抽样误差的影响因素，掌握抽样平均误差的计算方法，抽样估计推断和必要抽样数目的确定原理及方法；初步具备在实际工作中正确运用抽样方法收集资料并据以做出准确推断的能力。

学时分配：3 学时

第一节 抽样方案的设计

一、抽样推断的一般概念

抽样推断是在根据随机原则从总体中抽取部分实际数据的基础上，运用数理统计方法，对总体某一现象的数量性作出具有一定可靠程度的估计判断。

它是由部分推算整体的一种认识方法；它是建立在随机取样的基础上。它是运用概率估计的方法；抽样推断的误差可以事先计算并加以控制。

抽样推断的主要内容：参数估计和假设检验

二、抽样的基本概念

（一）全及总体和样本总体

全及总体是我们所要研究的对象，而样本总体则是我们所要观察的对象，两者是有区别而又有联系的不同范畴。全及总体又称母体，简称总体，它是指所要认识的，具有某种共同性质的许多单位的集合体。样本总体又称子样，简称样本，是从全及总体中随机抽取出来，代表全及总体的那部分单位的集合体。样本总体的单位数称为样本容量，通常用小写英文字母 n 来表示。随着样本容量的增大，样本对总体的代表性越来越高，并且当样本单位数足够多时，样本平均数愈接近总体平均数。

如果说对于一次抽样调查，全及总体是唯一确定的，那么样本总体就不是这样，样本是不确定的，一个全及总体可能抽出很多个样本总体，样本的个数和样本的容量有关，也和抽样的方法有关。

（二）全及指标和抽样指标

根据全及总体各个单位的标志值或标志属性计算的，反映总体某种属性或特征的综合指示称为全及指标。常用的全及指标有总体平均数（或总体成数）、总体标准差（或总体方差）。

由样本总体各单位标志值计算出来反映样本特征，用来估计全及指标的综合指标称为统计量（抽样指标）。统计量是样本变量的函数，用来估计总体参数，因此与总体参数相对应，统计量有样本平均数（或抽样成数）、样本标准差（或样本方差）。

对于一个问题全及总体是唯一确定的，所以全及指标也是唯一确定的，全及指标也称为参数，它是待估计的数。而统计量则是随机变量，它的取值随样本的不同而发生变化。

（三）样本容量和样本个数

样本容量是指一个样本所包含的单位数。通常将样本单位数不少于 30 个的样本称为大样本，

不及 30 个的称为小样本。社会经济统计的抽样调查多属于大样本调查。样本个数又称样本可能数目。指从一个总体中可能抽取的样本个数。一个总体有多少样本，则样本统计量就有多少种取值，从而形成该统计量的分布，此分布是抽样推断的基础。

（四）重复抽样和不重复抽样

三、抽样误差

抽样误差是指由于随机抽样的偶然因素使样本各单位的结构不足以代表总体各单位的结构，而引起抽样指标和全及指标之间的绝对离差。因此，又称为随机误差，它不包括登记误差，也不包括系统性误差。

影响抽样误差的因素有：总体各单位标志值的差异程度；样本的单位数；抽样的方法；抽样调查的组织形式。

（一）抽样平均误差。抽样平均误差是反映抽样误差一般水平的指标，它的实质含义是指抽样平均数（或成数）的标准差。即它反映了抽样指标与总体指标的平均离差程度。抽样平均误差的作用首先表现在它能够说明样本指标代表性的大小。平均误差大，说明样本指标对总体指标的代表性

$$\text{低；反之，} \mu_p = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$$

（二）抽样极限误差。抽样极限则说明样本指标对总体指标的代表性高。其次，平均误差还说明样本指标与总体指标差别的一般范围。这个范围实际上就是抽样极限误差。

抽样平均误差的计算：

$$\text{重复抽样：} \quad \mu_x = \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \quad \mu_p = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

$$\text{不重复抽样：} \quad \mu_x = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$$

误差是指用绝对值形式表示的样本指标与总体指标偏差的

可允许的最大范围。它表明被估计的总体指标有希望落在一个以样本指标为基础的可能范围。它是由抽样指标变动可允许的上限或下限与总体指标之差的绝对值求得的。

由于总体平均数和总体成数是未知的，它要靠实测的抽样平均数成数来估计。因而抽样极限误差的实际意义是希望总体平均数落在抽样平均数的范围内，总体成数落在抽样成数的范围内。

基于理论上的要求，抽样极限误差需要用抽样平均误差 μ_x 或 μ_p 为标准单位来衡量。即把极限误差 Δ_x 或 Δ_p 相应除以 μ_x 或 μ_p ，得出相对的误差程度 t 倍， t 称为抽样误差的概率度。于是有：

$$\Delta_x = t\mu_x$$

$$\Delta_x = t\mu_x$$

四、抽样估计的意义和一般步骤

（一）抽样估计的定义

按照随机原则从调查对象中抽取一部分单位进行调查,并以调查结果对总体数量特征做出具有一定可靠程度的估计与推断,从而认识总体的一种统计方法。

（二）抽样估计的特点

1. 按随机原则抽取样本单位;
2. 目的是推断总体的数量特征;
3. 抽样推断的结果具有一定的可靠程度,抽样误差可以事先计算并控制。

（三）抽样估计的运用

1. 不可能进行全面调查时
2. 不必要进行全面调查时
3. 来不及进行全面调查时
4. 对全面调查资料进行补充修正时

（四）抽样估计的一般步骤

1. 设计调查方案
2. 抽取样本单位
3. 收集样本数据
4. 计算样本统计量
5. 推断总体参数

（五）样本指标

样本平均数: $\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$

样本标准差: $S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}$ 和 $s_0 = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}$

样本成数: $p = \frac{n_1}{n}$

成数样本方差: $S^2_p = \frac{n}{n-1} p(1-p)$

抽样平均误差及抽样极限误差:

重复抽样: $D(\bar{x}) = \mu^2(\bar{x}) = \frac{\sigma^2}{n}$

$\mu(\bar{x}) = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}}$

不重复抽样: $D(\bar{x}) = \mu^2(\bar{x}) = \frac{\sigma^2}{n} \left(\frac{N-n}{N-1} \right)$

$\mu(\bar{x}) = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n} \left(\frac{N-n}{N-1} \right)}$

五、抽样方案设计的基本准则

- (一) 随机原则
- (二) 抽样误差最小
- (三) 费用最少

六、抽样方案设计的主要内容

(一) 编制抽样框

抽样框指包括全部抽样单位的名单框架，仅对有限总体而言。分为名单抽样框、区域抽样框、时间表抽样框。

(二) 确定抽样方法

重复抽样：同一总体单位有可能被重复抽中，而且每次抽取都是独立进行。

不重复抽样：同一总体中每个单位被抽中的机会并不均等，在连续抽取时，每次抽取都不是独立进行。

(三) 确定抽样组织方式

简单随机抽样——对总体单位逐一编号，然后按随机原则直接从总体中抽出若干单位构成样本。

类型抽样——将总体全部单位分类，形成若干个类型组，然后从各类型中分别抽取样本单位组成样本。

等距抽样——将总体单位按某一标志排序，而后按一定的间隔抽取样本单位。

整群抽样——将总体全部单位分为若干“群”，然后随机抽取一部分“群”，被抽中群体的所有单位构成样本。

(四) 确定样本容量

$$\text{重复抽样时: } n = \frac{z^2 \sigma^2}{\Delta^2(\bar{x})} = \frac{S^2}{\mu^2(\bar{x})}$$

$$\text{不重复抽样时: } n = \frac{z^2 \sigma^2 N}{M\mu^2(\bar{x}) + z^2 \sigma^2} = \frac{S^2 N}{N\mu^2(\bar{x}) + S^2}$$

第二节 简单随机抽样的抽样误差测定

一、抽样分布

涵义：样本统计量所有可能值的概率分布。

(一) 平均数的抽样分布

1. 全部可能样本平均数的均值等于总体均值，即：_____。
2. 从非正态总体中抽取的样本平均数，当 n 足够大时其分布接近正态分布。
3. 从正态总体中抽取的样本平均数不论容量大小其分布均为正态分布。样本均值的标准差为_____。

总体标准差的 $\frac{1}{\sqrt{n}}$ 。

（二） 比率的抽样分布

1. 全部可能样本比率的均值等于总体比率，即： $E(\bar{p}) = \bar{p} = P$ 。
2. 从非正态总体中抽取的样本比率，当 n 足够大时其分布接近正态分布。
3. 从正态总体中抽取的样本比率，不论容量大小其分布均为正态分布。
4. 样本比率的标准差为总体标准差的 $\frac{1}{\sqrt{n}}$ 。

二、抽样估计量的优良标准：无偏性、有效性、一致性。

三、抽样误差

指样本估计量与总体参数之间数量上的差异，仅指由于按照随机原则抽取样本而产生的代表性误差，不包括登记性误差和系统偏差。

四、抽样平均误差

指每一个可能样本的估计值与总体指标值之间离差的平均数，即样本估计量的标准差。

重复抽样： $D(\bar{x}) = \mu^2(\bar{x}) = \frac{\sigma^2}{n}$

不重复抽样： $D(\bar{x}) = \mu^2(\bar{x}) = \frac{\sigma^2}{n} \left(\frac{N-n}{N-1} \right)$

五、抽样极限误差

指在一定的概率保证程度下，抽样误差不允许超过的某一给定范围。

重复抽样： $\mu(\bar{x}) = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}}$

不重复抽样： $\mu(\bar{x}) = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n} \left(\frac{N-n}{N-1} \right)}$

第三节 简单随机抽样的抽样估计

一、点估计

指直接以样本指标来估计总体指标，也叫定值估计

二、区间估计

（一）区间估计的定义和原理

指根据样本指标和抽样极限误差以一定的可靠程度推断总体指标的可能范围；其中，被推断的总体指标的下限与上限所包括的区间称为置信区间，估计的可靠程度也称为置信度。

（二）总体平均数的区间估计

表达式： $\bar{x} - \Delta_x \leq \bar{X} \leq \bar{x} + \Delta_x$

其中 $\Delta_x = Z\mu_x$ 为极限误差

（三）总体成数的区间估计

表达式： $p - \Delta_p \leq P \leq p + \Delta_p$

其中 $\Delta_p = Z\mu_p$ 为极限误差

三、样本数目的确定

重复抽样条件下： $n = \frac{Z^2 \sigma^2}{\Delta_x^2} = \frac{\sigma^2}{\mu_x^2}$

不重复抽样条件下： $n = \frac{NZ^2 \sigma^2}{N\Delta_x^2 + Z^2 \sigma^2} = \frac{N\sigma^2}{N\mu_x^2 + \sigma^2}$

例 1. 某学校进行一次英语测验，为了解学生的考试情况，随机抽选部分学生进行调查，所得资料如下：

考试成绩	60 以下	60-70	70-80	80-90	90-100
学生人数	10	20	22	40	8

试以 95.45% 的可靠性估计该校学生英语考试的平均成绩的范围及该校学生成绩在 80 分以上的学生所占的比重范围。

解：（1）该校学生英语考试的平均成绩的范围：

$$\bar{x} = \frac{\sum xf}{\sum f} = \frac{7660}{100} = 76.6$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2 f}{f}} = \frac{12944}{100} = 11.377$$

$$\mu_x = \frac{\sigma}{\sqrt{n}} = \frac{11.377}{100} = 1.1377$$

$$\Delta x = t_{\mu x} = 2 \times 1.1377 = 2.2754$$

该校学生考试的平均成绩的区间范围是：

$$x - \Delta x \leq X \leq x + \Delta x$$

$$76.6 - 2.2754 \leq X \leq 76.6 + 2.2754$$

$$74.32 \leq X \leq 78.89$$

(2) 该校学生成绩在 80 分以上的学生所占的比重范围

$$p = \frac{n_1}{n} = \frac{48}{100} = 48\%$$

$$\mu_p = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = \sqrt{\frac{0.48(1-0.48)}{100}} = 0.04996$$

$$\Delta p = t_{\mu p} = 2 \times 0.04996 = 0.09992$$

80 分以上学生所占的比重范围：

$$P = p \pm \Delta p = 0.48 \pm 0.09992$$

$$0.3801 \leq P \leq 0.5799$$

在 95.45% 概率保证程度下，该校学生成绩在 80 分以上的学生所占的比重范围在 38.01%—57.99% 之间。

这是在简单抽样条件下进行区间估计的例题。从上面的解法中，我们可以总结出这一类计算题的基本做法：先计算出样本指标，然后根据所给条件（重复抽样或不重复抽样）进行抽样平均误差的计算，抽样极限误差的计算，最后根据样本指标和极限误差进行区间估计

例 2 从某年级学生中按简单随机抽样方式抽取 40 名学生，对公共理论课的考试成绩进行检查，得知其平均分数为 78.75 分，样本标准差为 12.13 分，试以 95.45% 的概率保证程度推断全年级学生考试成绩的区间范围。如果其它条件不变，将允许误差缩小一半，应抽取多少名学生？

$$\text{解： } n=40 \quad x=78.56 \quad \sigma=12.13 \quad t=2$$

(1)

$$\mu_x = \frac{\sigma}{\sqrt{n}} = \frac{12.13}{\sqrt{40}} = 1.92$$

$$\Delta x = t_{\mu x} = 2 \times 1.92 = 3.84$$

全年级学生考试成绩的区间范围是：

$$x - \Delta x \leq X \leq x + \Delta x$$

$$78.56 - 3.84 \leq X \leq 78.56 + 3.84$$

$$74.72 \leq X \leq 82.40$$

(2) 将误差缩小一半，应抽取的学生数为：

$$n = \frac{t^2 \sigma^2}{\left(\frac{\Delta_x}{2}\right)^2} = \frac{2^2 \times (12.13)^2}{\left(\frac{3.84}{2}\right)^2} \approx 160$$

复习与思考题

1. 什么是抽样，抽样估计包括哪些基本步骤？
2. 中心极限定理说明了什么问题，样本容量的大小对样本统计量的分布有无影响？
3. 为什么说在其他条件相同下，分层抽样效果更好？
4. 抽样的组织形式有哪几种，它们各有什么特点？
5. 分层抽样中的分层和整群抽样中的分群有什么不同意义和不同要求？
6. 点估计常用的方法有哪两种，它们的基本思想是什么？
7. 什么叫抽样误差？影响抽样误差的因素是什么？
8. 什么是抽样平均误差？如何计算？
9. 什么是抽样极限误差？与概率保证程度是什么关系？
10. 什么是必要样本容量？如何计算？
11. 影响必要样本容量的因素有哪些？
12. 参数估计有哪两种方法？哪一种方法更为常用？
13. 类型抽样中的分组和整群抽样中的分群有什么不同的意义和不同要求？
14. 假设检验的常用方法及其应用。

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》（黄良文主编）中国统计出版社，1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖，北京大学出版社，1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著，高等教育出版社，2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编，上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》，[美]戴维*S*穆尔，中信出版社，2003 年 6 月。
7. 《统计学》（21 世纪经济管理类核心课程），贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》，[美]Terry Sincich 著，清华大学出版社 2001 年。

第七章 相关分析

本章教学目的和基本要求：通过本章学习，要对客观现象之间存在的相互依存、相互制约的关系加以分析，分析它们之间存在什么样的关系、相关关系的密切程度，并且用一定的数量表现出来。要掌握这种方法并能应用于实际。要掌握回归分析的概念及回归模型的确定方法。

学时分配：9 学时

第一节 相关分析

一、相关关系的概念

现象之间的确定性依存关系称为函数关系，对于自变量的每一个给定值，因变量都有一个确定值与之相对应，并且这种关系可以用一个数学表达式反映出来。相关关系反映的是现象之间的不确定性依存关系，当给定自变量的一个值时，因变量有若干个随机值与之对应，表现出一定的波动性。

一般来说现象之间的相互关系可以分为两种，一种是函数关系，一种是相关关系。函数关系是指变量之间存在的相互依存的关系，它们之间的关系值是确定的。相关关系是两个现象数值变化不完全确定的随机关系，是一种不完全确定的依存关系。相关关系是相关分析的研究对象，而函数关系则是相关分析的工具。相关关系与函数关系的不同之处表现在：（1）函数关系指变量之间的关系是确定的，而相关关系的两变量的关系则是不确定的。可以在一定范围内变动；（2）函数关系变量之间的依存可以用一定的方程 $y=f(x)$ 表现出来，可以给定自变量来推算因变量，而相关关系则不能用一定的方程表示。函数关系是相关关系的特例，即函数关系是完全的相关关系，相关关系是不完全的相关关系。

二、相关关系的种类

- （一）按变量的个数，可分为一元相关和多元相关。
- （二）按变量之间相互关系的表现形式，可分为线性相关和非线性相关。
- （三）根据变量之间相互关系的方向，可分为正相关和负相关。

三、相关关系的测定

（一）定性分析，是依据研究者的理论知识和实践经验，对客观现象之间是否存在相关关系，以及何种关系做出判断。

（二）定量分析，在定性分析的基础上，通过编制相关表、绘制相关图、计算相关系数与判定系数等方法，来判断现象之间相关的方向、形态及密切程度。

1. 相关表：将现象之间的相互关系用表格形式来反映，包括简单相关表和分组相关表。
2. 相关图，又称散点图，用直角坐标系的 x 轴代表自变量， y 轴代表因变量，将两个变量间相对应的变量值用坐标点的形式描绘出来，用以表明相关点分布状况。

四、相关系数

在直线相关的条件下，用以反映两变量间线性相关密切程度的统计指标。

（一）相关系数的特点 相关系数是测定变量之间相关密切程度和相关方向的代表性指标。相关系数用符号“ r ”表示，其特点表现在：1. 参与相关分析的两个变量是对等的，不分自变量和

因变量，因此相关系数只有一个。2. 相关系数有正负号反映相关关系的方向，正号反映正相关，负号反映负相关。3. 计算相关系数的两个变量都是随机变量。

(二) 利用相关系数判别相关密切程度的方法。

(三) 相关系数的计算 利用相关系数的基本公式计算相当繁琐，但利用代数推演的

$$r = \frac{s_{xy}}{s_x s_y} = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) / n}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 / n} \cdot \sqrt{\sum (y - \bar{y})^2 / n}}$$

$$= \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

方法可得到许多计算相关系数的简化式，如：

r 的取值范围 $-1 \leq r \leq 1$

$r > 0$ 为正相关， $r < 0$ 为负相关；

$|r| = 0$ 表示不存在线性关系；

$|r| = 1$ 表示完全线性相关；

$0 < |r| < 1$ 表示存在不同程度线性相关；

$|r| < 0.4$ 为低度线性相关；

$0.4 \leq |r| < 0.7$ 为显著性线性相关；

$0.7 \leq |r| < 1.0$ 为高度显著性线性相关。

第二节 一元线性回归分析

一、回归分析概述

回归分析指根据相关关系的数量表达式（回归方程式）与给定的自变量 x ，揭示因变量 y 在数量上的平均变化和求得因变量的预测值的统计分析方法。回归分析是对具有相关关系的两个或两个以上变量之间数量变化的一般关系进行测定，确定一个相应的数学表达式，以便从一个已知量来推测另一个未知量，为估计预测提供一个重要的方法。

回归分析与相关分析既有联系又有区别。

联系：

- (一) 理论和方法具有一致性；
- (二) 无相关就无回归，相关程度越高，回归越好；
- (三) 相关系数和回归系数方向一致，可以互相推算。

区别：

- (一) 回归分析中必须区分自变量和因变量，而相关分析中两个变量是完全对等的；
- (二) 相关分析中 x 、 y 均为随机变量，回归分析中只有 y 为随机变量；
- (三) 相关分析测定相关程度和方向，回归分析用回归模型进行预测和控制。

二、一元线性回归模型

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

假定 $E(\varepsilon) = 0$ ，有总体一元线性回归方程 $E(Y) = \alpha + \beta X$ ，

样本一元线性回归方程 $\hat{y} = a + bx$

其中截距 a 表示在没有自变量 x 的影响时, 其他各种因素对因变量 y 的平均影响; 回归系数 b 表明自变量 x 每变动一个单位, 因变量 y 平均变动 b 个单位。

参数 a 、 b 的确定: 最小平方方法

基本数学要求: $\sum(Y - a - bX)^2 = \min$

分别对函数中 a 、 b 求偏导, 并令其为零, 有:

$$\begin{cases} 2\sum(Y - a - bX)(-1) = 0 \\ 2\sum(Y - a - bX)(-X) = 0 \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} \sum Y = na + b\sum X \\ \sum XY = a\sum X + b\sum X^2 \end{cases}$$

得到 a 、 b 的值为:

$$b = \frac{n\sum XY - \sum Y \sum X}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n} = \bar{Y} - b\bar{X}$$

例如, 某企业上半年产品产量与单位成本资料如下:

月 份	产 量 (千 件)	单 位 成 本 (元)
1	2	7 3
2	3	7 2
3	4	7 1
4	3	7 3
5	4	6 9
6	5	6 8

要求: (1) 计算相关系数, 说明两个变量相关的密切程度。

(2) 配合回归方程, 指出产量每增加 1000 件时, 单位成本平均变动多少?

(3) 假定产量为 6000 件时, 单位成本为多少元?

解: 计算相关系数时, 两个变量都是随机变量, 不须区分自变量和因变量。考虑到要配和合回归方程, 所以这里设产量为自变量 (x), 单位成本为因变量 (y)。

月 份	产 量 (千 件)	单 位 成 本	x^2	y^2	$x y$
n	x	(元) y			
1	2	7 3	4	5 3 2 9	1 4 6
2	3	7 2	9	5 1 8 4	2 1 6
3	4	7 1	1 6	5 0 4 1	2 8 4
4	3	7 3	9	5 3 2 9	2 1 9
5	4	6 9	1 6	4 7 6 1	2 7 6
6	5	6 8	2 5	4 6 2 4	3 4 0
合 计	2 1	4 2 6	7 9	3 0 2 6 8	1 4 8 1

(1) 计算相关系数

$$\gamma = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

$$= \frac{6 \times 1481 - 21 \times 426}{\sqrt{[6 \times 79 - 21^2][6 \times 30268 - 426^2]}} = -0.9091$$

$\gamma = -0.9091$ 说明产量和单位成本之间存在高度负相关。

(2) 配合回归方程 $y = a + b x$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} = -1.82$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x} = 77.37$$

回归方程为： $y = 77.37 - 1.82x$

(3) 当产量为 6000 件时，即 $x = 6$ ，代入回归方程：

$$y = 77.37 - 1.82 \times 6 = 66.45 \text{ (元)}$$

再如，根据某部门 8 个企业 产品销售额和销售利润的资料得出以下计算结果：

$$\sum xy = 189127 \quad \sum x^2 = 2969700 \quad \sum x = 4290 \quad \sum y^2 = 12189.11 \quad \sum y = 260.1$$

要求：(1) 计算产品销售额与利润额的相关关系；

(2) 建立以利润额为因变量的直线回归方程并说明回归系数的经济意义；

(3) 计算估计标准误差。

解：(1) 计算相关系数

$$\gamma = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} = 0.9934$$

(2) 配合回归方程 $y = a + b x$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} = 0.742$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x} = -7.2773$$

回归方程为： $y = -7.2772 + 0.742x$

三、回归估计标准差

(1) 回归估计标准差是因变量各实际值与其估计值之间的平均差异程度，表明其估计值对

各实际值代表性的强弱；其值越小，回归方程的代表性越强，用回归方程估计或预测的结果越准确。

$$s_e = \sqrt{\frac{\sum (y - \hat{y})^2}{n-2}} = \sqrt{\frac{\sum y^2 - a \sum y - b \sum xy}{n-2}}$$

大样本条件下，可用如下公式计算：

$$s_e = \sqrt{\frac{\sum (y - \hat{y})^2}{n}} = \sqrt{\frac{\sum y^2 - a \sum y - b \sum xy}{n}}$$

(2) 离差平方和的分解

$$\sum (y - \bar{y})^2 = \sum (y - \hat{y})^2 + \sum (\hat{y} - \bar{y})^2$$

$\sum (y - \bar{y})^2$ 称为总离差平方和 (SST)，反映因变量 Y 的离散程度； $\sum (\hat{y} - \bar{y})^2$ 称为回归

离差平方和 (SSR)，反映由于 Y 和 X 的线性依存关系所引起 Y 的变动部分； $\sum (y - \hat{y})^2$ 称为剩余平方和 (Q)，反映其他因素对 Y 的影响部分。

(三) 判定系数

$$r^2 = \frac{\sum (\hat{y} - \bar{y})^2}{\sum (y - \bar{y})^2}$$

称为判定系数，用来衡量回归线对 Y 的总离差说明程度。判定系数的平方根即为相关系数。

四、线性相关的显著性检验

样本相关系数 r 的显著性检验 (t 检验) 的目的是检验总体两变量间线性相关性是否显著。其步骤为：

(1) 提出假设： $H_0: \rho = 0, H_1: \rho \neq 0$ ；

(2) 构造检验统计量： $t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \sim t(n-2)$ ；

(3) 根据给定的显著性水平 α ，确定临界值 $t_{\frac{\alpha}{2}}$ ；

(4) 确定原假设的拒绝规则：

若 $|t| < t_{\frac{\alpha}{2}}(n-2)$ ，则接受 H_0 ，表示总体两变量间线性相关性不显著；

若 $|t| \geq t_{\frac{\alpha}{2}}(n-2)$ ，则拒绝 H_0 ，表示总体两变量间线性相关性显著。

(5) 计算检验统计量并做出决策。

五、回归估计与预测

估计的前提：回归方程经过检验，证明 X 和 Y 的关系在统计上是显著相关的。

（一）点估计：对于给定的 X 值，求出 Y 平均值的一个估计值或 Y 的一个个别值的预测值。

（二）区间估计：对于给定的 X 值，求出 Y 平均值的置信区间或 Y 的一个个别值的预测区间。

复习与思考题

1. 什么是相关关系？相关关系与函数关系有何区别？
2. 什么是单相关、复相关和偏相关？请各举一例说明。
3. 简述相关分析与回归分析的联系与区别。
4. 在相关与回归分析时应注意哪些基本原则？
5. 相关分析的作用是什么？
6. 什么是相关系数？如何计算？
7. 试述一元线性回归模型 $y=a+bx$ 中参数 a 、 b 的意义。回归系数 b 和相关系数 r 有何联系和区别？
8. 什么是估计标准误差？如何计算？它和判定系数（ r ）有何联系和区别？
9. 应用回归模型进行估计和预测要注意些什么？
10. 曲线回归分析的一般方法及其应用。

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》（黄良文主编）中国统计出版社，1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖，北京大学出版社，1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著，高等教育出版社，2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编，上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》，[美]戴维*S*穆尔，中信出版社，2003 年 6 月。
7. 《统计学》（21 世纪经济管理类核心课程），贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》，[美]Terry Sincich 著，清华大学出版社 2001 年。

第八章 时间数列分析

本章教学目的和基本要求：编制和分析时间数列是为了从动态上研究现象的数量方面及其发展变化的规律性，它在社会经济统计中具有重要意义。本章的学习主要应从两个方面来进行，即数值分析方面和因素分析方面。通过本章的学习，应了解和掌握以下内容：时间数列的概念、种类和编制原则；时间数列的水平指标，即发展水平、平均发展水平、增长量、平均增长量；时间数列的速度指标，即发展速度、增长速度、平均发展速度、平均增长速度；时间数列的因素分析，尤其是长期趋势和季节变动的影响和测定。

学时分配：6 学时

第一节 时间数列概述

一、时间数列的概念

时间数列是把反映现象发展水平的统计指标数值按照时间先后顺序排列起来所形成的统计数列。它由两个基本要素构成，一个是现象发展水平的所需时间，一个是反映现象发展水平的统计指标数值。

二、时间数列的种类

- （一）按指标形式分为总量数时间数列、相对数时间数列、平均数时间数列。
- （二）按变量性质分为确定性数列和随机性数列。
- （三）按变化形态分为平稳性数列、趋势性数列、季节性数列。

三、编制时间数列的原则

编制时间数列的基本原则是保证指标数值的可比性。对于时期数列，整个数列中时期长短应该相同；对于时点数列，要尽可能使各指标之间的间隔相等。时间数列中各项指标数值的计算方法和计算单位也必须一致。

第二节 时间数列的水平指标

一、发展水平和平均发展水平

（一）发展水平指时间数列中每个指标的数值。在绝对数时间数列中，发展水平是总量指标；在相对数时间数列和平均数时间数列中，发展水平表现为相对指标和平均指标。

（二）平均发展水平是在时间数列中，把各个时期（或时点上）的指标数值加以平均而求得的平均数，也称为序时平均数。

（三）序时平均数的计算方法。

计算绝对数时间数列的序时平均数

1. 由时期数列计算，采用简单算术平均法

$$\bar{a} = \frac{a_1 + a_2 + \dots + a_N}{N} = \frac{\sum_{i=1}^N a_i}{N}$$

2. 由时点数列计算

a. 由连续时点数列计算

间隔相等时:

$$\bar{a} = \frac{a_1 + a_2 + \dots + a_N}{N} = \frac{\sum_{i=1}^N a_i}{N}$$

间隔不等时:

$$\bar{a} = \frac{a_1 f_1 + a_2 f_2 + \dots + a_N f_N}{f_1 + f_2 + \dots + f_N} = \frac{\sum_{i=1}^N a_i f_i}{\sum_{i=1}^N f_i}$$

b. 由间断时点数列计算

间隔相等时:

$$\bar{a} = \frac{\frac{a_1 + a_2}{2} + \dots + \frac{a_{N-1} + a_N}{2}}{N-1}$$

间隔不等时:

$$\bar{a} = \frac{\frac{a_1 + a_2}{2} \times f_1 + \frac{a_2 + a_3}{2} \times f_2 + \dots + \frac{a_{N-1} + a_N}{2} \times f_{N-1}}{f_1 + f_2 + \dots + f_{N-1}}$$

计算相对数时间数列的序时平均数

基本公式:

$$\text{若时间数列 } c_i = \frac{a_i}{b_i}, \text{ 则 } \bar{c} = \frac{\bar{a}}{\bar{b}}$$

①a、b 均为时期数列时

$$\bar{c} = \frac{\bar{a}}{\bar{b}} = \frac{\sum a/N}{\sum b/N} = \frac{\sum a}{\sum b} = \frac{\sum cb}{\sum b} = \frac{\sum a}{\sum \frac{1}{c} a}$$

②a、b 均为时点数列时

$$\bar{c} = \frac{\bar{a}}{\bar{b}} = \frac{\left(\frac{a_1 + a_2}{2} + \dots + \frac{a_{N-1} + a_N}{2} \right) / (N-1)}{\left(\frac{b_1 + b_2}{2} + \dots + \frac{b_{N-1} + b_N}{2} \right) / (N-1)}$$

③a 为时期数列、b 为时点数列时

$$\bar{c} = \frac{\bar{a}}{\bar{b}} = \frac{(a_1 + a_2 + \dots + a_{N-1} + a_N) / N}{\left(\frac{b_1 + b_2}{2} + \dots + \frac{b_{N-1} + b_N}{2} \right) / N}$$

二、增长量和平均增长量

(一) 增长量是说明现象在一定时期内增长的绝对数量的指标,它是报告期水平与基期水平之差。

(二) 平均增长量是说明某种现象在一定时期内平均每期增长数量的指标。

第三节 时间数列的速度指标

一、发展速度和增长速度

(一) 发展速度是指数列中某一报告期水平与基期水平之比,用以反映某一现象在报告期较基期发展的相对程度。根据比较时期的不同,它可以分为定基发展速度和环比发展速度。定基发展速度是报告期水平与某一固定基期水平之比,说明报告期水平对某一固定基期水平来说已经发展到多少倍;环比发展速度是指报告期水平与上一期水平之比,说明报告期水平对上一期水平来说已发展到多少倍。

(二) 增长速度是根据增长量与基期水平之比计算的,用以说明报告期水平比基期水平增加了若干倍。根据所采用的基期不同,分为定基增长速度和环比增长速度。

二、平均发展速度和平均增长速度

平均速度指标反映一个较长时期内逐年平均发展或增长变化的程度,可分为平均发展速度和平均增长速度。平均发展速度可以用几何平均法和方程法来计算。

(一) 几何法

$$\begin{aligned} X_G &= \sqrt[n]{x_1 x_2 \cdots x_n} = \sqrt[n]{\prod x} \\ \bar{X}_G &= \sqrt[n]{x_1^{f_1} x_2^{f_2} \cdots x_n^{f_n}} = \sqrt[n]{\prod x^{f_j}} \\ X_G &= \sqrt[n]{\frac{y_n}{y_0}} \\ \bar{X}_G &= \sqrt[n]{R} \\ \bar{X}_G &= \sqrt[n]{2^n} \end{aligned}$$

(二) 方程法

$$(r^n + r^{n-1} + \cdots + r^1 + r) - \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{y_0} = 0$$

的正根即为所求的平均发展速度。

第四节 时间数列的因素解析

一、时间数列的构成因素

（一）长期趋势（T）

长期趋势是指现象在较长时期内受某种根本性因素作用而形成的总的变动趋势，可能呈现向上发展、向下发展或水平发展的态势。

（二）季节变动（S）

季节变动是指由于自然条件和社会条件的影响，客观现象在一年内随着季节的变化而发生的有规律的周期性变动。

（三）循环变动（C）

循环变动是指客观现象以若干年为周期所呈现出的波浪起伏形态的有规律变动。

（四）不规则变动（I）

不规则变动是一种无规律可循的变动，它又分为严格的随机变动和偶发性变动。

时间数列的组合模型：

加法模型： $Y=T+S+C+I$

乘法模型： $Y=T \cdot S \cdot C \cdot I$

二、长期趋势的测定

（一）移动平均法

移动平均法通过平均每一个连续数列值来修匀时间数列，是平滑法的一种。具体做法是对时间数列的各项数值，按照一定时距（项数）进行逐期移动，计算出一系列序时平均数，形成一个派生的平均数时间数列。在新的数列中，可以大大削弱不规则变动，特别是周期性变动，显示出数列的长期趋势。

移动平均法的步骤：

1. 确定移动时距。一般选择奇数项进行移动平均，若原数列呈周期变动，应选择现象的变动周期作为移动的时距长度。
2. 计算各项移动平均值，并将其编制成时间数列。

（二）趋势线拟合法

通过数学方法对时间数列配合一条理想的趋势线，使其与原数列曲线达到最优拟合，即要求原数列各期发展水平与各趋势值的离差平方和最小，从而较好地反映现象发展的长期趋势。

直线趋势方程： $\hat{y} = a + bt$

$$\hat{y} = a + bt + ct^2$$

$$\hat{y} = ab^t$$

曲线趋势方程：-----

趋势线拟合法的基本程序：定性分析→判断趋势类型→计算待定参数→利用方程预测

对于直线趋势方程 $\hat{y} = a + bt$ ，用最小平方法求解参数 a、b，有

$$\begin{aligned} \sum y &= na + b \sum t & b &= \frac{n \sum ty - \sum t \sum y}{n \sum t^2 - (\sum t)^2} \\ \sum ty &= a \sum t + b \sum t^2 & \rightarrow a &= \bar{y} - b\bar{t} \end{aligned}$$

复习与思考题

1. 何谓时间数列，它包括哪些构成要素？它在统计和经济分析中有何重要作用？
2. 比较时期数列与时点数列的不同。
3. 为什么计算平均发展速度不用算术平均而用几何平均？
4. 给你一个时间数列，你如何将其主要因素测定出来，你准备如何完成这一工作？
5. 常用的动态分析指标有哪些？它们如何计算？各有什么意义？
6. 计算平均发展速度的水平法和累计法有什么区别？
7. 怎样测定长期趋势和季节变动？怎样测定循环变动？

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》（黄良文主编）中国统计出版社，1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖，北京大学出版社，1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著，高等教育出版社，2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编，上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》，[美]戴维*S*穆尔，中信出版社，2003 年 6 月。
7. 《统计学》（21 世纪经济管理类核心课程），贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济.管理类核心课程》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》，贾俊平，中国人民大学出版社，2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》，[美]Terry Sincich 著，清华大学出版社 2001 年。

第九章 统计指数分析

本章教学目的和基本要求：通过本章学习，要理解统计指数的概念、作用和种类，掌握综合指数的编制原则和方法；掌握平均指数的编制方法与应用；掌握平均指标指数的分析方法。对指数体系的概念、作用及因素分析方法不仅要掌握、并能加以应用。

学时分配：6 学时

第一节 指数的概念和种类

一、指数的概念和性质

广义上的指数是指反映社会经济现象总体数量变动的相对数，狭义的指数是反映复杂社会经济现象总体数量综合变动的相对数，其中所谓复杂社会经济现象总体是指那些由于各个部分的不同性质而在研究其数量特征时不能直接进行加总或对比的总体。指数具有相对性、综合性和平均性的特点。

二、指数的分类

（一）按照反映的对象范围不同，分为个体指数和总指数。个体指数反映由单一要素构成的简单现象总体的数量变动状况，总指数反映的是由多种要素构成的复杂现象总体的数量的综合变动情况。

（二）按反映指标的性质不同，分为数量指标指数和质量指标指数。

（三）按指数数列的基期不同，分为定基指数和环比指数。

（四）按总指数的计算方法或表现形式不同，分为综合指数和平均指数。

第二节 综合指数

一、综合指数的基本形式

综合指数是两个总量指标对比形成的指数，在总量指标中包含两个或两个以上的因素，将其中被研究因素以外的所有因素固定下来，仅观察被研究因素的变动情况，其特点是先综合后对比。

（一）拉氏指数，数量指标指数和质量指标指数均采用基期的同度量因素。

$$\bar{K}_p = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_0 p_0}$$

拉氏价格指数

$$K_q = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0}$$

拉氏物量指数

（二）帕氏指数，数量指标指数和质量指标指数均采用报告期的同度量因素。

$$\bar{K}_p = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_0}$$

帕氏价格指数

$$\bar{K}_q = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_0 p_1}$$

帕氏物量指数

(三) 马-艾公式(折衷公式)。

$$K_p = \frac{\sum p_1 \frac{Q_0 + Q_1}{2}}{\sum p_0 \frac{Q_0 + Q_1}{2}} \quad K_q = \frac{\sum Q_1 \frac{P_0 + P_1}{2}}{\sum Q_0 \frac{P_0 + P_1}{2}}$$

(四) 费氏公式(理想公式)，对拉氏指数和帕氏指数求几何平均数。

$$K_p = \sqrt{\frac{\sum q_0 p_1}{\sum q_0 p_0} \times \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_0}}$$

价格指数

$$\bar{K}_q = \sqrt{\frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0} \times \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_0 p_1}}$$

物量指数

二、综合指数的一般编制原则和方法

(一) 基本编制原理

首先根据客观现象间的内在联系，引入同度量因素，把不能直接相加的指标转化为可以加总的价值形态总量指标；其次，将同度量因素固定，以消除同度量因素变动的影响；最后，将两个时期的总量指标对比，以测定指数化指标的数量变动程度。

(二) 编制方法

1. 数量指标综合指数的编制

编制数量指标综合指数的一般原则是采用基期的质量指标作为同度量因素，即：编制数量指标指数应以质量指标作为同度量因素，且需要将同度量因素固定在基期。计算公式如下：

$$\bar{K}_q = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0}$$

2. 质量指标综合指数的编制

编制质量指标综合指数的一般原则是采用报告期的数量指标作为同度量因素，即：编制质量指标指数应以数量指标作为同度量因素，且需要将同度量因素固定在报告期。计算公式如下：

$$\bar{K}_p = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_0}$$

三、两种综合指数简介

1. 不变价格指数，采用不变价格作为同度量因素计算产量综合指数。

$$\bar{K}_q = \frac{\sum q_1 p_z}{\sum q_0 p_z}$$

2. 成本计划完成指数，采用计划产量作为同度量因素计算产量综合指数。

$$\bar{K}_z = \frac{\sum Z_1 q_0}{\sum Z_0 q_0}$$

第三节 平均指数

一、平均指数的概念

平均指数是个体指数的加权平均数，分为综合指数变形权数平均指数与固定权数平均指数。

二、平均指数与综合指数的联系与区别

联系：在一定权数条件下，具有变形关系。

指数名称	综合指数公式	加权算术平均指数公式	加权调和平均指数公式
数量指标总指数	$\frac{\sum Q_1 P_0}{\sum Q_0 P_0}$	$\frac{\sum k_q Q_0 P_0}{\sum Q_0 P_0}$	$\frac{\sum Q_1 P_0}{\sum \frac{1}{k_q} Q_0 P_0}$
质量指标总指数	$\frac{\sum Q_0 P_1}{\sum Q_0 P_0}$	$\frac{\sum k_p Q_0 P_0}{\sum Q_0 P_0}$	$\frac{\sum Q_0 P_1}{\sum \frac{1}{k_p} Q_0 P_0}$

式中，数量指标个体指数 $k_q = \frac{Q_1}{Q_0}$ ，质量指标个体指数 $k_p = \frac{P_1}{P_0}$

区别：

（一）解决复杂总体不能直接同度量问题的思想不同。综合指数先计算总体的总量，然后进行对比，即先综合后对比；平均指数则是在个体指数的基础上计算总指数，即先对比后综合。

（二）运用资料的条件不同。综合指数需要被研究总体的全面资料，而平均指数则既适用于全面资料，也适用于非全面资料。

（三）在经济分析中的具体作用不同。综合指数可同时进行相对分析与绝对分析，而平均指数除作为综合指数变形加以应用的情况外，一般只能进行相对分析。

三、平均指数的编制

（一）综合指数变形权数的平均指数

1. 加权算术平均指数

$$\bar{K}_q = \frac{\sum k_q q_0 p_0}{\sum q_0 p_0}$$

2. 加权调和平均数

$$\bar{K}_p = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum \frac{1}{K_p} q_1 p_1}$$

(二) 固定权数的平均指数

$$\bar{x} = \frac{\sum x^w}{\sum w} = \sum t \left(\frac{w}{\sum w} \right)$$

第四节 指数体系及因素分析法

一、指数体系的概念及基本形式

指数体系是由若干个经济上具有一定联系的指数所构成的一个整体,狭义的指数体系是指不仅经济上具有一定联系,而且数量上具有对等关系的三个或三个以上的指数所构成的一个整体。

指数体系的基本形式:

(一) 相对数形式,对象指数等于各个因素指数的连乘积。

$$\frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_0 P_0} = \frac{\sum Q_1 P_0}{\sum Q_0 P_0} \times \frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_1 P_0}, \text{即 } k_{10} = \bar{K}_p \times \bar{K}_q$$

(二) 绝对数形式,对象指数的增减额等于各因素指数影响的增减额之和。

$$\sum Q_1 P_1 - \sum Q_0 P_0 = (\sum Q_1 P_0 - \sum Q_0 P_0) + (\sum Q_1 P_1 - \sum Q_1 P_0)$$

二、指数体系的作用

- (一) 利用指数体系可进行指数之间的相互推算;
- (二) 对单个综合指数的编制具有指导意义;
- (三) 利用指数体系可进行因素分析。

三、指数因素分析法的种类及应用

分类:

- (一) 按分析现象的特点不同分为简单现象因素分析和复杂现象因素分析;
- (二) 按分析指标的表现形式不同分为总量指标变动因素分析、相对指标变动因素分析、平均指标变动因素分析;
- (三) 按影响因素的多少分为两因素分析和多因素分析。

应用:

(一) 总量指标变动的因素分析

1. 简单现象总体因素分析,即对象指标直接表现为因素指标的乘积。其特点是相对数分析可以不引入同度量因素,但绝对数分析必须引入同度量因素。

2. 复杂现象总体因素分析,即对象指标表现为因素指标乘积的和。应注意:各因素指标的性质具有相对性,需在两两比较的情况下判定;各因素指标应按照先数量指标后质量指标的顺序排列,两两相乘要有经济意义;测定其中某个因素的作用时,要将其余所有因素按综合指数的一般编制原

则固定。

(二) 平均指标变动的两因素分析

1. 平均指标变动因素分析的定义

利用指数因素分析法,从数量上分析总体各部分水平与总体结构这两个因素变动对总体平均指标变动的影响。

$$\bar{X} = \frac{\sum Xf}{\sum f} = \sum X \left(\frac{f}{\sum f} \right)$$

2. 平均指标变动因素分析的方法

即: 总体平均水平同时受各组水平和各组结构两个因素的影响。

$$\frac{\frac{\sum X_1 f_1}{\sum f_1}}{\frac{\sum X_0 f_0}{\sum f_0}} = \frac{\frac{\sum X_0 f_1}{\sum f_0}}{\frac{\sum X_0 f_0}{\sum f_0}} \times \frac{\frac{\sum X_1 f_1}{\sum f_1}}{\frac{\sum X_0 f_1}{\sum f_1}}$$

↓

可变构成
指数

↓

结构变动
影响指数

↓

固定构成
指数

复习与思考题

1. 什么是统计指数, 有哪些种类? 在经济应用统计中有什么作用?
2. 零售商品物价指数与居民消费价格指数有何不同?
3. 何谓同度量因素, 它在总指数计算中有何作用?
4. 什么是指数体系, 指数体系的作用有哪些?
5. 什么是综合指数? 编制的一般原则如何表述?
6. 什么是平均数指数? 它有哪些两种平均方法? 平均数指数和综合指数有何区别? 各适用于何种情况?
7. 怎样进行指数因素分析? 试述因素分析的步骤和方法。
8. 什么是平均指标指数? 有哪些三种形式? 它们之间有何联系?
9. 我国现行的零售物价指数和居民消费价格指数的编制方法如何? 有哪些共同点又有哪些区别?

拓展阅读书目

1. 《统计学--21 世纪教材》上海财大出版社。
2. 《社会经济统计学原理》(黄良文主编) 中国统计出版社, 1996.1。
3. 《应用统计学》胡健颖, 北京大学出版社, 1997 年 10 月。
4. 《统计学》袁卫等编著, 高等教育出版社, 2002 年 9 月。
5. 《统计学教程》刘汉良主编, 上海财经大学出版社。
6. 《统计学的世界-第五版》, [美]戴维·S·穆尔, 中信出版社, 2003 年 6 月。
7. 《统计学》(21 世纪经济管理类核心课程), 贾俊平, 中国人民大学出版社, 2003 年 6 月。
8. 《统计学--21 世纪经济. 管理类核心课程》, 贾俊平, 中国人民大学出版社, 2003 年 6 月。
9. 《描述统计--21 世纪统计学系列教材》, 贾俊平, 中国人民大学出版社, 2003 年 4 月。
10. 《Business Statistics by Example》, [美]Terry Sincich 著, 清华大学出版社 2001 年。

《物流与供应链管理》教学大纲

于 淼 编写

目 录

第一部分 前 言	1693
一、课程性质	1693
二、课程简介	1693
三、课程的基本要求	1693
四、学时分配	1693
五、考核方式	1694
第二部分 具体章节介绍	1695
第一章 供应链基本架构	1695
第一节 供应链的概述	1695
一、供应链概念及其发展过程	1695
二、供应链主要特征	1696
三、供应链的基本类型	1696
第二节 供应链设计	1696
一、几种常见的供应链结构模型	1696
二、供应链设计的原因和步骤	1696
三、供应链设计的领导人	1697
四、供应链设计的考虑事项	1697
第三节 供应链管理概述	1697
一、供应链管理的形成动因	1697
二、供应链管理的概念和内涵	1697
三、供应链管理的发展历程	1698
思考题	1698
课堂知识扩展	1698
课堂案例分析	1698
参考文献	1699
第二章 物流理论	1700
第一节 物流理论的概述	1700
一、物流的重要性	1700
二、我国物流的状况	1700
第二节 物流的概念与发展	1701
一、物流的概念	1701
二、物流的演变过程和发展	1701
三、物流的种类	1701
第三节 物流体系的功能与作业流程	1701
一、物流的功能	1701
二、物流的作业流程	1702
第四节 物流管理的战略	1702
一、物流管理战略的意义	1702

二、物流管理战略的框架	1702
思考题	1703
课堂案例分析	1703
参考文献	1703
第三章 市场营销理论	1704
第一节 市场营销观念	1704
一、效率与竞争观念	1704
二、销售与营销	1704
三、供应链中市场营销的概念	1704
第二节 市场营销策略概述	1705
一、市场分析	1705
二、市场细分与顾客选择	1705
三、产品生命周期与营销策略	1705
四、市场地位与营销策略	1706
第三节 市场营销策略举例分析	1706
一、产品策略	1706
二、价格策略	1706
三、渠道策略	1706
四、促销策略	1707
五、品牌策略	1707
思考题	1707
课堂案例分析	1707
参考文献	1707
第四章 制造理论	1708
第一节 企业生产计划系统概述	1708
一、企业生产计划系统的新概念	1708
二、企业生产计划模型的特点	1709
第二节 MRP 原理与应用	1709
一、基本 MRP 的原理	1709
二、闭环 MRP	1709
三、MRP II 阶段	1709
第三节 JIT 原理	1710
一、JIT 的起源	1710
二、JIT 的基本原理	1710
三、JIT 的基本手段	1710
第四节 企业资源计划	1710
一、ERP 的概念	1710
二、ERP 系统的管理思想	1711
三、ERP 同 MRP II 的主要区别	1711
思考题	1711
课堂知识扩展	1711
课堂案例分析	1711

参考文献.....	1711
第五章 供应链的需求和供给管理.....	1713
第一节 供应链的需求管理.....	1713
一、需求管理的概念.....	1713
二、需求预测.....	1713
三、需求计划（Demand Planning，DP）.....	1714
第二节 供应链的供给管理.....	1714
一、生产能力管理.....	1714
二、库存管理.....	1714
三、供给计划和供给调度.....	1715
第三节 供应链的需求满足.....	1715
一、需求满足的重要性和目的性.....	1715
二、需求满足的功能.....	1715
第四节 供应链上的牛鞭效应.....	1715
一、牛鞭效应及其产生的原因.....	1715
二、消除牛鞭效应的方法：.....	1716
思考题.....	1716
案例分析题.....	1716
参考文献.....	1717
第六章 供应链策略联盟.....	1718
第一节 供应链成员之间的伙伴关系.....	1718
一、供应链伙伴关系.....	1718
二、供应链伙伴关系与传统企业关系的对比.....	1718
三、影响伙伴关系联盟的主要因素.....	1718
第二节 动态联盟供应链和业务外包.....	1719
一、动态联盟供应链.....	1719
二、业务外包.....	1719
三、业务外包的两种典型形式.....	1719
第三节 第三方物流（TPL）.....	1719
一、第三方物流（TPL）的概念.....	1719
二、第三方物流的特征.....	1720
三、我国第三方物流现状及其发展.....	1720
思考题.....	1720
课堂知识扩展.....	1720
案例分析题.....	1720
参考文献.....	1721
第七章 客户关系管理理论.....	1722
第一节 客户关系管理（CRM）概论.....	1722
一、客户关系管理产生的背景.....	1722
二、客户关系管理的核心思想.....	1723
三、客户关系管理定义.....	1723
第二节 供应商关系管理（SRM）.....	1723

一、供应商关系管理定义和发展	1723
二、供应商关系管理在供应链中的作用和重要性	1723
第三节 客户关系管理系统	1724
一、支持客户关系管理的相关业务流程	1724
二、CRM 系统的主要功能及模块组成	1724
三、企业设计实施客户关系管理系统时应注意的问题	1724
思考题	1724
课堂知识扩展	1724
案例分析题	1725
参考文献	1725
第八章 供应链管理中的财务因素	1726
第一节 供应链管理中涉及的财务因素	1726
一、供应链成本管理	1726
二、供应链成本的计算方法	1726
第二节 供应链设计的财务评估	1727
一、贴现现金流分析	1727
二、用决策树评价供应链管理	1727
思考题	1727
课堂知识扩展	1728
案例分析题	1728
参考文献	1728
第九章 供应链需求预测技术	1729
第一节 预测在供应链中的作用	1729
第二节 预测的组成部分和预测方法	1729
一、预测方法概述	1729
二、预测的时间序列法	1729
三、在预测中使用趋势因素和季节因素	1730
四、对预测误差的认识	1730
五、预测的定性方法	1730
思考题	1730
参考文献	1730
第十章 供应链中的库存管理技术	1731
第一节 库存的基本概念	1731
一、库存的概念	1731
二、库存的分类	1731
三、库存的成本构成	1732
四、库存管理的衡量指标	1732
五、库存的影响	1732
第二节 供应商管理库存的模式	1732
一、供应商管理库存的概念	1732
二、供应商管理库存的模型	1732
第三节 供应链库存的常用策略及计算模型	1733

一、安全库存	1733
二、循环库存	1733
三、经济订货量模型 (EOQ)	1733
第四节 课堂案例分析	1734
思考题	1736
课堂知识扩展	1736
案例分析题	1737
参考文献	1737
第十一章 供应链中的运输管理	1738
第一节 供应链中的运输	1738
一、运输在供应链中的作用	1738
二、运输原理	1738
第二节 影响运输决策的因素	1739
一、影响承运人决策的因素	1739
二、托运人决策的影响因素	1739
第三节 基本运输模式	1739
一、公路运输	1739
二、铁路运输	1739
三、航空运输	1740
四、水路运输	1740
五、管道运输	1740
六、运输方式的选择	1740
第四节 运输网络模型及计算	1740
一、直接运输网络	1740
二、“送奶线路”型直接运输网络	1740
三、有配送中心的运输网络	1741
四、有配送中心的“送奶线路”运输网络	1741
五、几种复杂的运输模型及计算	1741
思考题	1741
课堂知识扩展	1741
案例分析题	1741
参考文献	1741
第十二章 典型供应链管理方法	1742
第一节 快速响应 (QR)	1742
一、快速响应的原理	1742
二、快速响应的意义	1742
三、实现快速响应的六个步骤	1743
四、快速响应的最新发展	1743
第二节 有效顾客响应 (ECR)	1743
一、有效顾客响应 (ECR) 的含义	1743
二、有效顾客响应战略	1743
三、有效顾客响应对成本的节约	1743

第三节 快速响应与有效顾客响应的异同	1744
思考题	1744
参考文献	1744
第十三章 供应链绩效评价	1745
第一节 绩效评价的基本理论	1745
一、供应链绩效评价概述	1745
二、现行企业绩效评价与供应链绩效评价的比较	1745
三、供应链绩效评价的作用	1746
第二节 基于流程的供应链绩效评价模型	1746
一、业务流程绩效的评价指标	1746
二、企业之间的绩效评价指标	1746
第三节 供应链绩效评价模型	1747
一、供应链评价体系模型	1747
二、顾客价值模型	1747
三、供应链成熟度	1747
思考题	1747
课堂知识扩展	1748
参考文献	1748
第十四章 信息技术	1749
第一节 供应链中的信息	1749
一、信息的重要性	1749
二、信息在供应链中的作用	1750
第二节 供应链中的信息技术	1750
一、信息的编码技术	1750
二、数据的自动识别与采集技术	1751
三、电子数据交换技术	1751
四、互联网与网络技术	1751
第三节 电子商务和供应链	1751
一、电子商务在供应链中的作用	1751
二、电子商务对供应链的影响	1751
三、电子商务的建立和价值	1752
思考题	1752
课堂知识扩展	1752
参考文献	1753
第十五章 供应链管理案例分析	1754
第一节 宝洁公司和沃尔玛的供应链构筑	1754
第二节 高露洁公司的供应链管理	1754
第三节 戴尔的供应链管理	1755
思考题	1755
参考文献	1756
第三部分 学习参考书目	1757
物流与供应链管理课程实验教学大纲（3 学分）	1758

一、实验教学任务和目的	1758
二、实验教学基本要求	1758
三、实验教学内容	1759
四、实验项目与学时分配	1760
五、考核方式	1761
六、实验教材及参考书	1761
七、说明	1761

第一部分 前言

一、课程性质

1. 课程名称：物流与供应链管理 Logistics and supply chain management
2. 课程类别：必修课程
3. 学时：54 学时
4. 学分：3 学分
5. 先修课程：管理学、生产运营管理、数理统计学、运筹学、计算机信息处理等。
6. 适用专业：工商管理专业

二、课程简介

本课程系中国政法大学商学院物流与供应链管理课程。该课程与商学院其他课程密切相关，而且是工商管理课程体系中的重要课程之一。本课程是一门以管理学、市场营销学和生产运营管理等为理论基础，以数理统计学方法、运筹学方法、计算机信息处理等为手段的课程。研究当前全球经济一体化环境下企业的物流、信息流和资金流的管理与运作问题。

本课程首先介绍物流管理和供应链管理的基本概念及其相互关系，接着系统地讲解供应链管理中涉及到的基本理论，主要包括市场营销理论、制造理论、需求和供给管理理论、客户关系管理理论、库存管理和运输管理等内容，最后从整个供应链管理的角度介绍了供应链联盟策略、供应链管理方法和绩效评价等方面的知识。

三、课程的基本要求

通过本课程的学习，学生应该掌握供应链管理的基本框架和基本理论，具备供应链管理的基本知识和基本方法与手段，能够了解物流与供应链管理的基本概念和发展概况，了解和掌握供应链与供应链管理中的系统设计、合作伙伴选择、生产运作与库存管理、信息技术及系统、服务与配送、系统评价等基本方法和技术，了解物流企业经营战略、供应链环境下的企业业务流程重组以及供应链管理发展新方向。目的是使学生能够树立起全球竞争意识，结合企业的供应链管理实践创造性地运用这些基本原理与方法，合理、有效的组织供应链中的物流、资金流和信息流活动，通过有效地利用信息技术把供应商、制造商和分销商组成一个虚拟的整体，通过信息共享，实行横向一体化的管理，从而提高企业供应链管理的绩效并最终增强企业的核心竞争力。

四、学时分配

第一章	供应链基本架构	3 学时
第二章	物流理论	3 学时
第三章	市场营销理论	3 学时
第四章	制造理论	4 学时
第五章	供应链的需求和供给管理	4 学时
第六章	供应链策略联盟	4 学时
第七章	客户关系管理理论	3 学时
第八章	供应链管理中的财务因素	3 学时
第九章	供应链需求预测技术	3 学时

第十章 供应链中的库存管理技术	4 学时
案例讨论课	3 学时
第十一章 供应链中的运输管理	4 学时
第十二章 典型供应链管理方法	3 学时
第十三章 供应链绩效评价	3 学时
第十四章 信息技术	4 学时
第十五章 供应链管理案例分析	3 学时

五、考核方式

1. 考试方式：闭卷，笔试。
 2. 试卷分数：满分 100 分（60 分为及格线）。
 3. 考试时间：120 分钟。
 4. 试题覆盖考试大纲中涉及到的所有内容。正如大纲所描述的那样，学生需要应用自身掌握的实践经验分析说明来自于电子商务领域内的各种案例。
- 本课程设有课程实践考核。

第二部分 具体章节介绍

第一章 供应链基本架构

教学目的和要求：

通过本章的学习学生应该了解供应链发展的背景、掌握供应链的基本类型和基本特征、供应链的基本模型和供应链设计的相关知识，并且在供应链的基础上掌握供应链管理的相关概念，从而对供应链和供应链管理的基本架构有初步的了解。

本章是学习其余章节的基础，因此具有重要的地位。

知识点：

本章的主要知识点包括：

（1）供应链概述和供应链设计：供应链发展的背景、供应链的概念、供应链的基本特征、供应链的基本类型、链状结构的供应链模型、网状结构的供应链模型、供应链设计需要考虑的问题、供应链设计步骤、供应链设计的领导人、供应链设计的不同情况。

（2）供应链管理概述：供应链管理的形成动因、供应链管理的概念和内涵、供应链管理从企业内部——外部上下游之间——产业动态供应链管理——全球供应链管理的发展历程、供应链管理涉及的主要领域和供应链管理与传统企业管理的差异。

学习重点和难点：

本章的学习重点有：供应链的概念、供应链的基本特征、供应链的类型、供应链设计需要考虑的问题、供应链设计步骤、革新性产品和功能性产品的区别、供应链管理的形成动因和供应链管理的概念。

本章的难点有：市场反应性供应链和物理有效性供应链的比较、供应链的链状结构和网状结构、供应链设计的不同情况、供应链管理的内涵以及供应链从企业内部、外部到动态供应链的发展过程、供应链管理涉及的主要领域、供应链管理与传统企业管理的差异。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 供应链的概述

一、供应链概念及其发展过程

供应链目前尚未形成统一的定义，但是许多学者从不同的角度出发给出的许多不同的定义均揭示了供应链的特点和内涵。

1. 传统的供应链概念局限于企业的内部操作，注重企业的自身利益目标。
2. 后来供应链的概念注意了供应链的外部环境，认为是一个“通过链中不同企业的制造、组装、分销、零售等过程将原材料转换成产品，再到最终用户的转换过程”。
3. 美国的斯蒂文斯（Stevens）提出了集成供应链的概念。他认为：“供应链是通过前馈的信息流和反馈的物料流及信息流，将供应商、制造商、分销商、零售商，直到最终用户连成一个整体的结构模式”。这些定义都注意了供应链的完整性，考虑了供应链中所有成员操作的一致性。

4. 近年来,供应链的概念更加注重围绕核心企业的网链关系,哈理森(Harrison)将其定义为“供应链是执行采购原材料,将它们转换为中间产品和成品销售到用户的功能网链”。

二、供应链主要特征

1. 复杂性;
2. 动态性;
3. 面向用户需求,用户的需求拉动是供应链中信息流、物流、资金流运作的驱动源;
4. 交叉性。

三、供应链的基本类型

根据不同的划分标准,将供应链分为以下4种类型:

根据供应链存在的稳定性划分,可以将供应链分为稳定的和动态的供应链;

根据供应链容量与用户需求的关系可以划分为平衡的供应链和倾斜的供应链;

根据供应链的功能模式(物理功能和市场中介功能)可以把供应链划分为两种:有效性供应链(efficient supply chain)和反应性供应链(responsive supply chain);

根据驱动源的不同可以分为推动式供应链和拉动式供应链。

第二节 供应链设计

一、几种常见的供应链结构模型

要学会设计供应链,必须先了解已经成型的供应链结构:

1. 供应链的模型 I—链状模型:是一个简单的静态模型,表明供应链的基本组成和轮廓概貌。
2. 链状模型 II:着力于供应链中间过程的研究。
3. 供应链的网状模型:网状模型更能说明现实世界中产品的复杂供应关系,对供应关系的描述性很强,适合于对供应关系的宏观把握。

二、供应链设计的原因和步骤

1. 供应链设计的原因:

- ①对供应链进行更好地管理能够创造更多的效益,但目前大多数企业缺乏计划。
- ②未预料到的环境改变可能使重新考虑供应链和重新评价伙伴关系的安排成为必要。

2. 供应链设计的步骤:

- ①建立供应链目标;
- ②制定一个供应链策略;
- ③决定供应链结构的候选方案;
- ④评价供应链结构的候选方案;
- ⑤选择供应链结构;
- ⑥决定单个供应链成员的候选企业;
- ⑦评价并选择单个供应链成员;
- ⑧衡量和评价供应链的绩效;
- ⑨当绩效目标未达到或有新的具有吸引力的选择存在时,评价供应链的候选方案。

三、供应链设计的领导人

根据所期望的供应链成员的相对市场影响力、财务实力和可获得性，制造商、批发商或零售商都有可能领导设计过程。

1. 对制造商来说，当客户需要它的产品时，制造商就具有了市场影响力。
2. 对批发商来说，他们可以使有效率地提供拥有、时间和地点效用成为可能。
3. 批发商和分销商的财务实力决定了它们所能履行的服务的数量。每种服务代表了一个获利机会，同时也代表了相关的风险和成本。

四、供应链设计的考虑事项

1. 市场覆盖范围目标

为了建立市场覆盖范围目标，管理层必须考虑顾客购买行为、分销类型、供应链结构以及取得成功所必需的控制程度。

2. 产品特性

费雪（Fisher）认为供应链的设计要以产品为中心，产品寿命周期、需求预测、产品多样性、提前期和服务的市场标准等都是影响供应链设计的重要问题。因此必须设计出与产品特性一致的供应链，也就是所谓的基于产品的供应链设计策略。

第三节 供应链管理概述

一、供应链管理的形成动因

1. 供应链管理的形成动因是追求集成带来的实际效果，即集成效应。从管理角度看，供应链管理的集成效应最终体现在管理活动和经济效果上。

2. 首先，供应链管理是随着管理指导思想的转变而发展起来的。

3. 其次，全球化市场竞争激烈，企业面临风险加大，企业联合起来形成各种虚拟组织，以取得在市场中的领先优势。

4. 最后，供应链管理产生的第三个动因来自于一个经济学原理，那就是交易可以使每个人或每个企业的状况变得更好。

二、供应链管理的概念和内涵

1. 美国 Robert B.Handfield 和 Ernest L. Niches：供应链包括了产品从原材料阶段（开采阶段）一直到最终用户手中这一过程中，产品的流动和转化，以及伴随的信息流动有关的所有活动。

2. Fred A. Kuglin 从制造商的角度的定义是：制造商和它的供应商、分销商以及最终顾客即供应链上的各节点协同工作，向市场提供顾客期望和愿意购买的产品和服务，顾客愿意支付产品或服务在整个生命周期内的费用。

3. 我国在《物流术语》国家标准（GB/T18354-2001）中的定义为：供应链管理是同一供应链上的所有节点企业，包括供应商、分销商、零售商等，将所处的供应链中的各种资源进行集成，并对供应链中的各种运作进行同步化、集成化管理，从而形成高度竞争力，使得该供应链的产品在快速多变的市场中处于优势地位的一种管理模式。

4. 供应链管理主要涉及到四个主要领域：供应（Supply）、生产计划（Schedule Plan）、物流（Logistics）、需求（Demand）。

三、供应链管理的发展历程

1. 企业内部供应链管理：企业内部的供应链管理关注企业内部资源的调配，实现各种业务和信息的高度集成、共享、控制、管理和协调运营。

2. 企业外部上下游供应链管理：企业在与上游企业打交道时，借助于 SRM 来更好地获得上游提供的产品和服务；在与供应链上直接的下游企业打交道时，则可以借助于 CRM 来更好地了解下游客户的需求。

3. 产业供应链或动态联盟供应链管理：众多企业从全局和整体的角度考虑产品的竞争力，使得资源从企业内部的管理规划扩展到企业外部。

4. 全球化供应链管理：在这种供应链中，企业的形态和边界将产生根本的改变，全球资源随着市场的需求可以动态组合，以响应不断变化的客户需求。

思考题

1. 上网查看有关供应链的资料。
2. 从网上了解供应链管理的实现方案。
3. 供应链管理的重要性体现在哪些方面？

课堂知识扩展

1. 供应链管理的未来趋势。
2. 我国供应链管理现状及发展趋势。

课堂案例分析

三菱化工公司是由三菱卡石公司和三菱石化公司于 1994 年合并而成，年销售收入达 140 亿美金。公司主要经营范围涉及石化产品、农用化学品、医药产品、塑料制品、专用化工产品。因此，对三菱化工来说，一条高度集成和完整的供应链就显得格外重要。化工行业由于其供应链管理非常复杂，每个环节都要求有一个非常严谨的供应链计划，这样企业才可以更合理地做出是否购买中间产品或最终产品的重要决策，以有效地实现贸易交换以及商业伙伴之间的贸易均衡。同时，企业需要针对不同的市场需求做出具有可行性的供应安排。企业利用这些信息，可以判断是否有机会捕获更多的针对某些特定产品的需求，或者是否有可能在供应紧张的情况下提高产品的价格。

三菱化工认识到供应链对企业发展的重要性，建立起一套完整的包括产品销售、供给、生产和筹资计划等在内的供应链业务流程；建立起与整个供应链业务流程相匹派的计划运行机制相适应的物流模式，有助于三菱化工企业供应链系统的完善。

整个项目包括以下五方面的内容：1.需求计划设计：用统计工具、因果要素和层次分析等手段进行更为精确的预测，用包括互联网和协同引擎在内的通讯技术帮助生成企业间的最新和定时的协作预测。2.生产计划和排序：分析企业内部和供应商生产设施的物料和能力的约束，编制满足物料和能力约束的生产进度计划，并且还可以按照给定条件进行优化。各软件供应商根据不同的生产环境应用不同的算法和技术，提供各有特色的软件。3.分销计划：帮助管理分销中心并保证产品可订货、可盈利、能力可用。分销计划帮助企业分析原始信息。然后企业能够确定如何优化分销成本或者根据生产能力和成本提高客户服务水平。4.物流和运输计划：帮助确定将产品送达客户的最好途径。物流和运输计划的时标是短期的和战术的。物流和运输计划对交付进行成组并充分利用运输能力。5.企业或供应链分析：以整个企业或供应链的图示模型，帮助企业从战略功能上对工厂和销售中心进行调整。有可能对贯穿整个供应链的一个或多个产品进行分析，注意和发掘到问题的症结。

供应链管理系统在三菱化学公司的实施,使得生产线的准备时间和生产物料供应提前期有了明显提高;通过整合和优化供应链中需求和供应计划,达到了公司管理层预先设定的要求:当客户有新的需求时,可及时查阅整个供应链上的资源重新配置概况。

三菱化学公司供应链计划员可以编制高精度的月生产、销售计划,同时可以通过系统模拟客户需求量的变化对整个供应链的潜在影响程度。高精度的月生产计划帮助公司减少浪费、降低生产成本;整个供应链上各要素的综合计划如生产能力、可用库存量和客户对产品的特殊要求等,帮助三菱公司提高了客户满意度。

分析:(1) 供应链管理系统的实施给三菱化学公司带来哪些益处?

参考文献

1. 《物流管理》(美)戴维 G.克劳斯著,林国龙、宋柏译,机械工业出版社,2000 年
2. 《管理信息系统》薛华成,清华大学出版社,2003 年
3. 《战略供应链管理》肖尚纳.科恩、约瑟夫.罗塞尔著 汪蓉等译 人民邮电出版 2006 年

第二章 物流理论

教学目的和要求：

通过本章的学习，学生应该掌握物流的基本理论，包括物流的重要性、我国物流的状况、物流的概念与起源、物流的演变过程和发展、物流的种类、物流体系的功能与作业流程、物流管理的战略等内容。同时在掌握物流基本理论的基础上，能够对企业具体的物流管理案例进行简要地分析，充分认识到物流管理在现代企业管理中的重要性。

知识点：

本章的主要知识点包括：

（1）物流理论：物流的重要性、物流的概念和起源、物流的演变过程和发展、物流的种类、物流的功能以及物流的作业流程。

（2）物流管理理论：物流管理的概念、物流管理的任务、网络分析的内容、物流管理战略的意义及其基本框架。

学习重点和难点：

本章的重点有：物流的概念与起源、物流的演变过程和发展、物流的种类、物流的功能。

本章的难点有：物流的作业流程、物流管理的战略、物流管理战略的意义、物流管理战略的框架。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 物流理论的概述

一、物流的重要性

物流管理的核心在于创造价值。在为顾客创造价值的同时，也为企业自身及其供应商创造价值，良好的物流管理要求供应链上的每一项活动均能实现增值。物流在国民经济中的重要作用主要体现在两方面：

1. 物流活动的成本在 GDP 中占有相当的份额。
2. 物流是所有的商品交易得以实现的重要保障，支撑着经济生活中的大多数交易行为。

二、我国物流的状况

我国的物流状况主要体现为：

1. 现代物流的发展开始得到重视；
2. 工商企业开始重视物流管理
3. 旧式运输、仓储及货物代理企业逐步向物流企业发展

第二节 物流的概念与发展

一、物流的概念

物流（Logistics）的英语字面意义从属于军事范畴，即所谓的“后勤”。

美国物流管理协会（CIM）1962 年对物流管理作了一个精要的概括：“所谓物流，即以最高效率和最大成本效益，满足顾客需要为目的，从商品的生产地点到消费地点，对包括原材料、在制品、最终成品及其相关信息的流动与贮存，进行设计、实施和控制的过程。”

概括来说，物流是指物料或商品在空间上与时间上的转移，它分为社会物流和企业物流两大类。

二、物流的演变过程和发展

现代物流管理在美欧发达国家中大体经历了三个发展阶段：职能管理（1960—1970）；内部一体化（1980-1990）；外部一体化（1990-至今）：

1. 职能管理阶段：物流活动被集成到两大物流管理职能当中，即物料管理和分销管理。
2. 内部一体化阶段：包含了以往的物料和分销管理的全部内容，而且涉足传统的市场营销和生产管理的一些职能（如生产计划、销售预测、原材料与在制品管理、顾客服务等）。这一阶段物流管理的集成仍限于企业内部，故称为“内部一体化”。
3. 外部一体化阶段：物流管理将功能集成的概念从单个企业拓展到供应链上的所有企业，将企业资源在供应链成员之间平衡和调配可以降低成本和风险，提升整个供应链的效率，从而增强供应链以及其成员企业的竞争力。

三、物流的种类

1. 按照实用价值，物流可以分为宏观物流和微观物流；
2. 按照作用，物流可以分为供应物流、销售物流和生产物流；
3. 按照物流活动的空间范围分类，大致可分为地区物流、国内物流和国际物流；
4. 按照物流系统性质分类，可分为社会物流、行业物流和企业物流。

第三节 物流体系的功能与作业流程

一、物流的功能

物流能力是通过物流网络、仓储等的协调以及物流运输和配送、包装、信息处理与集成等活动来实现的。

1. 物流网络：物流网络是由固定的物流设施（如配送中心、码头、仓库等运输线路和信息）组成的具有物流能力的物理结构。
2. 运输和存储功能：运输是在既定设施网络和信息能力的条件下对存货进行空间上定位的活动，任何跨越空间的物质实体的流动；存储功能是物流体系中唯一的一个静态环节，是物流体系上的一个结点。
3. 包装配送和流通加工：包装功能其实是一种动态过程，是生产过程向流通或消费领域的延伸；配送是物流体系中由运输派生出的功能，也是物流中一特殊的形式，是商流与物流的密切结合；流通加工发生在流通领域的生产过程中，是对商品进一步的辅助性加工，主要作用是直接流通和销

售服务。

4. 信息处理和集成：信息技术是现代物流体系正常运作的保证。从信息的载体及服务对象来看，可分成物流信息和商流信息。

二、物流的作业流程

根据不同的业态，物流的作业流程具有不同的形式，但它们有许多相似之处，下面介绍几种典型的物流作业流程：

1. 生产领域的物流作业：主要由进货物流、生产加工物流和出货物流三部分组成。从物流功能的角度分析，生产领域的物流作业应是以运输、储存、装卸搬运等和相应的信息处理功能的体系。

2. 流通领域的物流作业

流通领域内的物流包括物流体系中的所有功能，其中运输、配送和储存是主要的功能。这些功能体现在下列的物流过程中。

(1) 批发企业的物流过程：批发业介于生产环节和零售环节之间，通过集中采购、批量出售方法，简化了生产与零售业间的业务转换。

(2) 零售领域的物流过程：主要包括进货物流、储存和售前准备物流、商品销售物流、逆向物流等阶段。逆向物流，是商品退货、回收和废弃物流。

在零售领域的物流过程中，运输、配送、储存是主要的功能，而装卸搬运、包装、流通加工、信息处理等是辅助功能。

3. 生活领域的物流功能

第四节 物流管理的战略

一、物流管理战略的意义

1. 物流管理的任务可以概括为 5 Rights：以最少的成本，在正确的时间（right time），正确的地点（right location），正确的条件（right condition），将正确的商品（right goods）送到正确的顾客（right customer）手中。企业要想实现这五个正确，最基本的就是要制订正确的物流战略。

2. 供应链管理的战略思想就是要通过企业与企业之间的有效合作，建立一种低成本、高效率、响应性好、具有敏捷性的企业经营机制，产生一种超常的竞争优势；就是要使企业从成本、质量、时间、服务、灵活性等方面显著提高竞争优势，加快企业产品进入市场的速度。这种战略思想的实现需要供应链物流系统从企业战略的高度上规划与运筹，并把供应链管理战略通过物流战略的贯彻实施得以落实。

3. 物流管理战略对于供应链管理来说是非常重要的，重视物流战略问题是供应链管理区别于传统物流管理的一个重要标志。

二、物流管理战略的框架

物流管理战略内容分四个层次：

1. 全局性的战略

物流管理的最终目的是满足用户需求（把企业的产品和服务以最快的方式、最低的成本交付用户），因此用户服务应该成为物流管理的最终目标，即全局性的战略性目标。

2. 结构性的战略

物流管理战略的第二层次是结构性的战略，包括渠道设计和网络分析。渠道设计包括重构物流

系统、优化物流渠道等；网络分析是物流管理中另一项很重要的战略工作，它为物流系统的优化设计提供参考依据。

3. 功能性的战略

物流管理第三层次的战略为功能性的战略，包括物料管理、仓库管理、运输管理等三个方面。

4. 基础性的战略

第四层次的战略是基础性的战略，主要作用是为保证物流系统的正常运行提供基础性的保障。内容包括：组织系统管理，信息系统管理，政策与策略，和基础设施管理。

思考题

1. 综合分析对比生产领域和流通领域的物流作业流程。
2. 简述物流的演变过程和发展历程。
3. 物流管理在供应链中的地位如何？
4. 供应链管理环境下的物流管理的特点有哪些？

课堂案例分析

怡敏信公司：外包物流管理

根据以上情况，回答下列问题：

- (1) 提供物流外包服务的企业在物流运作上有哪些优势？
- (2) 提供物流外包服务的企业的作用是什么？
- (3) 门罗公司为怡敏信提供物流外包服务的利润来源主要是什么？

参考文献

1. 《供应链管理》马士华，林勇，陈志祥著 机械工业出版社,2000
2. Lee H L, Padmanabhan V, Whang S. Information Distortion in a Supply Chain: The Bullwhip Effect [J]. Management Science, 1997, 43 (4) : 546-558
3. 《物流和供应链管理》朱道立等编著 一上海：复旦大学出版社，2001.4
4. 《供应链和物流管理理论与实务》赵林度著 机械工业出版社 2005 年

第三章 市场营销理论

教学目的和要求：

通过本章的学习，学生应该掌握市场营销的基本理论，包括市场营销的重要性、我国市场营销的状况、市场营销的概念与起源、市场营销的演变过程和发展、营销的种类、营销体系的功能与作业流程、营销管理的战略等内容。市场营销理论不是供应链管理的重点，但学生学习供应链管理必须具备基本的市场营销理论的知识。

知识点：

本章的主要知识点包括：

（1）市场营销概述：效率和竞争的观念、市场营销意识、营销；推销和销售的区别和联系、供应链中的市场营销概念。

（2）市场营销策略：市场分析、市场细分与顾客选择、产品生命周期与营销策略、市场地位与营销策略、产品策略类型、价格策略类型、渠道策略主要类型、促销策略类型和品牌策略。

学习重点和难点：

本章的学习重点有：市场营销观念、市场营销意识、效率与效果的区别联系、销售与营销的异同、供应链中市场营销的概念、市场分析、市场细分与顾客选择、产品生命周期与营销策略、市场地位与营销策略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、品牌策略

本章的难点有：效益区分的含义和意义、市场细分与顾客选择、不同生命周期与营销策略、市场地位和营销策略、产品设计策略、新产品策略、渠道范围策略和新品牌的创建步骤。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 市场营销观念

一、效率与竞争观念

效率是评估企业资源投入与产出的关系，一般用来评估企业及各部门的生产率就是用这个概念。效果是如何让市场满意，如何使客户喜悦，只有满足市场及客户的需求时，效果才能产生。

效果与效率的最大不同在于：效果是企业提供的价值能满足客户的期望程度；效率是企业提供价值所需的时间。

二、销售与营销

1. 销售的角色：销售是指企业在目前的事业基础上，将产品及服务推销给客户。
2. 营销的角色：营销是考虑企业如何建立一个体制，对应环境的变化及顾客的需求变动，它的中心思考点着重于：持续满足顾客变动的需求，以获取“明日的报酬”。
3. 营销的终极目的：管理大师彼得杜拉克曾说：“营销的终极目的在使销售成为不必要。”营销的理想状态将会导致客户处在预备购买的状况下，所需要做的只是使产品及服务更易于取得。

三、供应链中市场营销的概念

供应链营销就是以供应链建立、维持、强化整个供应链活动中的客户关系并使之商品化，识别

不同的服务市场，设计营销方案，用顾客的满意为中心来优化供应链的活动和管理。

供应链营销要求整个供应链中的所有个体与和之关联的群体的需求保持步调一致，从而使供应链营销具有以下特点：

- ① 供应商与客户之间相互作用的重点正在从交易转向关系；
- ② 供应链营销的重点在于有利的客户和客户群自始至终实现价值的最大化；
- ③ 供应链营销战略重视与几个关键“市场”建立和扩展关系。它重视组织里面的“内部”市场，它也重视与客户、供应商、推荐渠道、影响市场和招聘市场建立广泛深入的外部关系；
- ④ 质量、客户服务和市场营销是紧密联系的，然而对它们的管理往往各自单独进行，供应链营销把这些因素集合起来使之更加联系紧密。

第二节 市场营销策略概述

一、市场分析

市场分析包括全面分析和自我分析。全面分析就是要分析市场上的竞争对手，即生产和销售本企业同类产品和替代产品的企业，自我分析就是对企业自身的竞争力进行分析。

分析自己和对手的简单方法是实施一个 SWOT 分析：Strength 优点、Weakness 缺点、Opportunity 机会和 Threats 威胁。

二、市场细分与顾客选择

选择顾客的第一步是区分市场。市场区间的本质，就是将大市场分割为几个较小的市场，使每一个小市场中的顾客对该营销商而言，都具有某些类似而重要的性质。公司一旦确认不同的市场区间，接下来即面临服务单一区间、部分区间、或是所有区间的抉择。

企业选择目标市场的步骤是：

1. 锁定目标市场；
2. 选择目标市场；
3. 决定目标市场

三、产品生命周期与营销策略

产品生命周期一般可依其销售额与利润的曲线，划分成四个阶段，主要包括导入期、成长期、成熟期和衰退期。

1. 在产品导入期可以采取的营销策略有：
 - (1) 快速掠取策略；
 - (2) 缓慢掠取策略；
 - (3) 快速渗透策略；
 - (4) 缓慢渗透策略。
2. 在成长期阶段中，公司可利用下列的营销策略：
 - (1) 公司尝试改进产品品质；
 - (2) 促销的重点在于建立消费者对品牌的特殊偏好；
 - (3) 积极开拓不同的营销渠道；
 - (4) 在适当的时机降低价格。
3. 在成熟阶段，营销人员在此阶段中仍应系统地考虑市场、产品及营销组合等的修正策略，

以期能再创销售的佳绩。

4. 面临衰退阶段的公司，其可采行的策略不外有下列三种：维持现状、收割或撤资及剔除等。

四、市场地位与营销策略

依照其在目标市场上所拥有的市场占有率及所扮演的角色来衡量与分类，约可分为四种竞争地位：市场领导者、市场挑战者、市场追随者及市场利基者。

1. 市场领导者：整体市场拓展策略、保护市场占有率策略和拓展市场占有率策略。
2. 市场挑战者：在选择攻击对象时，必须依据其策略目标及分析竞争者的实力。
3. 市场追随者：追随者可采用下列三种追随策略：紧密追随；模仿和适应。
4. 市场利基者：最适合采用的策略乃为游击战。

第三节 市场营销策略举例分析

一、产品策略

产品策略主要有产品重叠策略、产品范围策略、产品设计策略、产品剔除和新产品策略。

产品设计策，主要有以下三种方案可以选择：

- (1) 标准化产品；
 - (2) 个性化产品；
 - (3) 修正后的标准化产品。
2. 新产品策略
新产品可以由以下三种方式产生：
 - (1) 产品修改；
 - (2) 产品模仿；
 - (3) 产品创新。

二、价格策略

1. 现有产品价格策略，包括维持、下降和提高三种：
 - (1) 价格维持；
 - (2) 价格下降；
 - (3) 价格提高。
2. 新产品定价的两种基本策略分别是吸脂性定价与渗透性定价。
 - (1) 吸脂性定价：吸脂性定价是建立高价位并吸收所有市场需求曲线上端顾客的策略。此策略通常伴随着高昂的促销费用。
 - (2) 渗透性定价
渗透性定价是最初以低价进入新市场而获取更大的占有率的策略。

三、渠道策略

1. 渠道范围策略
 - (1) 排他性渠道，指的是一个特定的零售商仅在某一特定区域享有专属销售一种产品的权利；
 - (2) 密集性渠道让产品能在每一个可能的零售店中销售，意指产品会出现在某一地区的许多不同且互相竞争的零售机构中陈列；

(3) 选择性渠道是在某一区域中经由数个，但非全部，零售点来销售某产品。。

2. 复式渠道策略

- (1) 互补性渠道；
- (2) 竞争性渠道。

四、促销策略

促销策略一般包括广告策略和人员推销。这两种策略都是日常生活中可以经常见到的。

五、品牌策略

在品牌策略的步骤如下：

首先，要建立品牌身份。

其次，选择品牌名称。

第三，发展品牌与区分市场。

最后，成功区分品牌。

思考题

- 1. 综合分析分析市场追随者可以使用的追随策略。
- 2. 分析成长期企业适用的营销策略。
- 3. 简述产品生命周期导入期可以采取的四种策略并简述其各自的特点。
- 4. 简述供应链市场营销策略的特点和影响因素。

课堂案例分析

马狮关系营销的完美体现¹

分析：

- (1) 建立企业与供应商合作关系对于马狮集团有何重要作用？
- (2) 结合该案例说明营销对供应链企业发展的重要性
- (3) 该案例给我们的启示是什么？

参考文献

- 1. 《现代物流管理》夏文汇主编 重庆大学出版社，2002
- 2. 《物流管理概论》（美）唐纳德·沃斯特著 电子工业出版社，2004
- 3. （美）斯蒂芬·哈格、梅英·卡明斯、詹姆斯·道金斯《信息时代的管理信息系统》机械工业出版社，2000

¹ http://www.365u.com.cn/WenZhang/Detail/Article_1980.html

第四章 制造理论

教学目的和要求：

通过本章的学习，学生应该掌握企业生产计划系统的新概念、企业生产计划模型、MRP 原理与应用（包括 MRP、闭环 MRP、MRP II 阶段）、JIT 的基本原理、企业资源计划的概念、ERP 系统的管理思想、ERP 同 MRP II 的异同以及电子商务环境下传统 ERP 系统缺陷与不足。

知识点：

本章的知识点主要包括：

（1）企业生产计划系统概述：企业生产计划系统的新概念、企业生产计划模型。

（2）MRP 原理与应用：基本 MRP 的原理与主要内容、基本 MRP 的不足和闭环 MRP 基本原理、闭环 MRP 的主要缺陷以及 MRP II 的基本原理。

（3）JIT 原理：JIT 的起源、JIT 的基本原理、JIT 的主要实现手段。

（4）企业资源计划：ERP 的概念、ERP 系统的管理思想体现、ERP 同 MRP II 的主要区别、电子商务环境下传统 ERP 系统缺陷与不足。

学习重点和难点：

本章重点有：企业生产计划系统的新概念、企业生产计划模型以及特点；基本 MRP 的基本原理和主要内容、MRP 的主要缺陷、闭环 MRP 的原理、MRP II 的原理及其特点；JIT 的概念、JIT 的目标、JIT 的核心观念、JIT 生产方式的基本手段、JIT 的基本原理、JIT 的主要作用；ERP 的概念、ERP 系统的管理思想、电子商务环境下传统 ERP 系统缺陷与不足等。

本章难点有：基本 MRP、闭环 MRP、MRP II 的基本原理；JIT 的基本原理、ERP 系统的管理思想、ERP 同 MRP II 的主要区别。

学时分配：

本章课程讲授 4 学时

正文

第一节 企业生产计划系统概述

一、企业生产计划系统的新概念

集成供应链管理思想的出现体现了对以下几个新概念的拓展：

1. 供应链管理对资源（Resource）概念内涵的拓展：在供应链环境下，资源优化的空间由企业内部扩展到企业外部，即从供应链整体系统的角度进行资源的优化。

2. 供应链管理对能力（Capacity）概念内涵的拓展：供应链管理把资源的范围扩展到供应链系统，其能力的利用范围也因此扩展到了供应链系统全过程。

3. 供应链管理对提前期（Lead Time）概念内涵的扩展

提前期是生产计划中一个重要的变量，在 MRPII 系统中这是一个重要的设置参数。但 MRP II 系统中一般把它作为一个静态的固定值来对待在供应链管理环境下，并不强调提前期的固定与否，重要的是交货期（Delivery Time），准时交货，即供应链管理强调准时：准时采购、准时生产、准时配送。

协调是供应链管理的核心内容之一。供应链管理的协调主要有三种形式，即供应—生产协调、生产—分销协调、库存—销售协调。

二、企业生产计划模型的特点

1. 订货决策与订单分解控制

在对用户订货与订单分解控制决策方面，模型设立了订单控制系统，用户订单进入该系统后，要进行三个决策过程：（1）价格 / 成本比较分析；（2）交货期比较分析；（3）能力比较分析。最后进行订单的分解决策，

2. 面向对象的、分布式、协调生产作业控制模式

供应链环境下这种分布式、面向对象的、协调生产作业控制模式，最主要的特点是信息的相互沟通与共享。建立供应链信息集成平台（协调信息的发布与接受），及时反馈生产进度有关数据，修正生产计划，以保持供应链各企业都能同步执行。

第二节 MRP 原理与应用

一、基本 MRP 的原理

1. MRP 的基本原理是：根据主生产计划计算独立需求物料的需求数量和需求日期，再根据 BOM 自动推导出构成独立需求物料的所有相关需求的物料，再由毛需求减去现有库存量和计划接收量；根据每种相关需求物料的各自提前期推导出相关需求的开始采购（生产）时间。

2. MRP 的基本内容是编制零件的生产计划和采购计划。

二、闭环 MRP

1. 基本 MRP 的缺陷：没有考虑到生产企业现有的生产能力和采购的有关条件的约束；缺乏根据计划实施情况的反馈信息对计划进行调整的功能。

2. 闭环 MRP 系统除了物料需求计划外，还将生产能力需求计划、车间作业计划和采购作业计划也全部纳入 MRP，形成环形回路。

3. 资源需求计划与能力需求计划：在闭环 MRP 系统中，把关键工作中心的负荷平衡称为资源需求计划；把全部工作中心的负荷平衡称为能力需求计划，或称为详细能力计划，而它的计划对象为相关需求件。

4. 现场作业控制

三、MRP II 阶段

1. 闭环 MRP 的缺陷：1) 计划的源头是从 MPS 开始的，实际上并没有考虑到企业长远经营战略。2) 闭环 MRP 系统包含了物流和信息流，但企业中的资金流却没有体现。

2. MRP II 的基本思想就是把企业作为一个有机整体，以生产计划为主线，从整体最优的角度出发，通过运用科学方法对企业各种制造资源和产、供、销、财各个环节进行有效地计划、组织和控制，使物流、信息流、资金流流动畅通的动态反馈系统。

3. MRP II 的特点可以从以下几个方面来说明：

- 1) 计划的一贯性与可行性；
- 2) 管理的系统性；
- 3) 数据共享性；
- 4) 动态应变性；
- 5) 模拟预见性；

6) 物流、资金流的统一。

MRP II 是一个比较完整的生产经营管理计划体系，是实现制造业企业整体效益的有效管理模式。

第三节 JIT 原理

一、JIT 的起源

准时制生产 JIT (Just In Time, 又称及时制供应) 起源于 20 世纪 70 年代爆发的全球石油危机和由此引发的自然资源短缺，这对于靠进口原材料发展经济的日本冲击最大。

JIT 将购买与采购、制造与物流联系了起来。其目标是最小化库存、提高产品质量、最大化生产效率和提供最佳客户服务水平。它基本上是一门经营哲学。JIT 的核心观念是：任何超出所需的最低数量的部分都属于浪费。

二、JIT 的基本原理

JIT 的基本原理是以需定供，适时适量生产。即“只能生产能够卖得出去的产品”或“只在市场需要的时候生产其需要的产品”。供方要根据需方的要求，按照需方需求的品种、规格、质量、数量、时间、地点等要求，将物品配送到指定的地点。不多送，也不少送，不早送，也不晚送，所送品种要保质保量，不能有任何废品，这样就避免了由于生产过剩引起的人员、设备、库存费用等一系列的浪费。

JIT 的原则实现了适时，适量，适度生产，排除了多余产品和库存浪费，弹性配置作业人数，保证质量和降低成本等目标。JIT 供应方式具有很多好处，主要有以下三个方面。

- (1) 向零库存进军；
- (2) 最大化节约；
- (3) 向零废品进军。

三、JIT 的基本手段

JIT 生产方式的基本手段也可以概括为下述三个方面。

- (1) 适时适量生产对于企业来说，各种产品的产量必须能够灵活地适应市场需要量的变比。
- (2) 弹性配置作业人数。降低劳动力费用是降低成本的一个有效措施，达到这一目的的方法是根据生产量的变动，弹性地安排各生产线的作业人数来完成较多的生产任务，主要是将生产线上的作业人员数减下来，即“少人化”。
- (3) 质量保证。

第四节 企业资源计划

一、ERP 的概念

1. ERP 就是在 MRPII 和 JIT 的基础上，通过前馈的物流和反馈的物流和资金流，把客户需求和企业内部的生产活动，以及供应商的制造资源结合在一起，体现完全按用户需求制造的一种供应链管理思想的功能网链结构模式。

2. ERP 在整个供应链的管理过程中，更注重对信息流和资金流的控制，同时，通过企业员工

的工作和业务流程，促进资金、材料的流动和价值的增值，并决定了各种流的流量和流速。

二、ERP 系统的管理思想

ERP 系统的管理思想主要体现在以下三个方面：

1. 加强了对整个供应链资源进行管理及协调的思想
2. 体现精益生产和敏捷制造的思想

“精益生产 LP (Lean Production)”的思想，即企业把客户、销售代理商、供应商、协作单位纳入生产体系，同他们建立起利益共享的合作伙伴关系，进而组成一个企业的供应链。

其二是“敏捷制造 (Agile Manufacturing)”的思想。当市场上出现新的机会，而企业的基本合作伙伴不能满足新产品开发生产的要求时，企业组织一个由特定的供应商和销售渠道组成的短期或一次性供应链，形成“虚拟工厂”，把供应和协作单位看成是企业的一个组成部分，运用“并行工程 (SE)”，组织生产，用最短的时间将新产品打入市场，时刻保持产品的高质量、多样化和灵活性，这即是“敏捷制造”的核心思想。

3. 体现事先计划与事中控制的思想

三、ERP 同 MRP II 的主要区别

主要体现在以下五个方面：

1. 在资源管理范围方面的差别
2. 在生产方式管理方面的差别
3. 在管理功能方面的差别
4. 在事务处理控制方面的差别
5. 在跨国（或地区）事务处理方面的差别
6. 在计算机信息处理技术方面的差别

思考题

1. 综合应用企业生产计划模型。
2. 综合应用分析电子商务环境下传统 ERP 系统缺陷与不足。
3. 论述 ERP 和 MRP II 的主要区别
4. 简述敏捷制造的核心思想

课堂知识扩展

1. ERP 软件的未来发展趋势。
2. 全面质量管理 (TQM) 和供应链管理的关系。

课堂案例分析

泰来公司的供应商管理库存项目

分析：

- (1) 简要介绍 JIT 的概念和其运行原理。
- (2) 结合案例说明实施 JIT 对公司的作用

参考文献

1. 《物流基础》，曾剑、王景锋主编，机械工业出版社，2002

2. 《现代物流管理》，孟祥如等主编，人民交通出版社，2004
3. 《物流学》，骆温平主编，大连海事大学出版社，2000
4. 《供应链管理》，乔尔·威斯纳、梁源强、陈加存著，朱梓齐译 机械工业出版社 2005

第五章 供应链的需求和供给管理

教学目的和要求：

通过本章的学习，应该掌握供应链的需求管理、需求管理的概念、需求预测、需求计划、供应链的供给管理、生产能力管理、库存管理、供应链上的牛鞭效应的概念、产生原因和消除牛鞭效应的方法。

知识点：

本章的主要知识点包括：需求管理的概念、需求预测、需求计划、生产能力管理、库存管理、供给计划、供给调度、需求满足的重要性的目的性、需求满足的功能、供应链上的牛鞭效应的概念及其产生的原因以及如何消除牛鞭效应。

学习重点和难点：

本章的重点有：供应链的需求管理、需求预测、生产能力管理、库存管理、供给计划、需求满足的重要性的目的性、需求满足的功能。

本章的难点有：牛鞭效应及其产生的原因、如何消除牛鞭效应。

学时分配：

本章课程讲授 4 学时

正文

第一节 供应链的需求管理

一、需求管理的概念

1. 需求管理就是以供应链的末端客户和生产需求为核心，有计划地利用各种资源，协调和控制需求，以实现供应链上供需平衡的业务活动。

2. 需求管理的目的是以供应链末端客户和市场的需求为核心，在预定的计划下有效地利用各种资源，认识和掌握各种需求的来源与变化，协调和控制这些需求，实现供应链上的供需平衡。

3. 需求的特性主要表现为以下几个方面：需求的不确定性导致预测不准确；需求的多样性使产品呈现多样化，零配件种类繁多；需求的多变性缩短产品生命周期。

4. 需求管理主要由需求预测、需求计划、需求分析报告、需求监控与关键绩效评估等部分组成。

二、需求预测

1. 企业应该把供应链中所有使用预测或影响需求的规划活动联系起来。这些活动包括生产能力计划、生产计划、促销计划和购买等活动。

2. 6 步预测法对有效的预测有很大帮助：

- (1) 理解预测的目的。
- (2) 将需求规划和预测结合起来。
- (3) 识别影响需求预测的主要因素。
- (4) 理解和识别顾客群。
- (5) 决定采用何种最适当的预测方法。
- (6) 决定预测的实施和选择计算误差的方法。

三、需求计划（Demand Planning, DP）

1. 需求计划（Demand Planning, DP）主要对客户需求制订计划和实现监控。它提供一个多维环境，使企业能够了解市场需求，并借助市场营销等手段引导未来市场需求，帮助企业识别那些能够取得最佳效益的产品，使管理者通过突显和排除需求管理中的难点来准确和有效地管理他们的需求。

2. 需求计划的功能具体表现如下：

（1）需求计划可以从不同的角度、按照自己定义的尺度和类别去观察、分析、处理和输出数据。

（2）需求计划提供了定制化运作的功能。

（3）利用需求计划灵活的允许范围使管理者能够对未曾预料到的需求高峰进行提前计划，及时掌握供应商的供应能力变化趋势，帮助企业在整个供应链上对需求变动进行协同，有效地平衡需求与供给的变化。

（4）按客户的需求进行配置模拟。

（5）生成各类需求计划。

（6）采用需求计划修补断裂的供应链。

（7）基于工作流的流程自动化。

（8）异常事件监测。

第二节 供应链的供给管理

公司可以通过生产能力和库存两个因素的组合来改变产品的供给，实现的目标是利润最大化，这里利润是指销售收入减去生产能力成本和库存总成本的差值。

一、生产能力管理

当公司控制生产能力以满足可预测的需求变动时，可以将下面的方法结合起来运用：

1. 弹性工作制。

公司可以在员工中实行弹性工作制，以此来更好地按照需求进行生产。

2. 使用季节性员工。

公司可以在旺季雇佣临时工，来增加生产能力，满足需求。

3. 利用转包合同。

使用这种方法，公司在旺季将一部分生产转包出去，使工厂内部的生产仍然保持恒定水平，这样做成本也比较低。转包商可以通过将需求的波动转给若干生产者，以较低的成本获得生产的弹性。

4. 利用双重设施。专用设施和弹性设施。

5. 把产品弹性融入生产过程的设计中，这种方法使公司拥有可以随意改变生产率的弹性生产线，生产可以随需求的变动而变动。

二、库存管理

为了管理库存以适应可预测的需求变动，公司可以采用下面几种方法的组合：

1. 利用多种产品的通用零部件。

利用这种方法，公司为许多不同的产品设计共同的零部件，每种产品都有可预测的需求变动，但总体需求保持稳定。这些产品中共同的零部件会形成一个比较稳定的需求。

2. 对高需求产品或可预测需求的产品建立库存。

三、供给计划和供给调度

1. 供给计划（Supply Planning）用于决定何时、何地为何种需求提供供给，如物料、部件、设备、车辆、人工和设施等资源，以实现供与需的平衡，满足客户的订单与需求。
2. 供给调度主要是配合供给计划实现对瓶颈资源的合理利用。在批量和重复性生产环境中，常常存在多种生产流程及资源利用的选择，如何从中选择最优方案是供给调度的首要任务。它常被用于供应链中的瓶颈分析。

第三节 供应链的需求满足

一、需求满足的重要性的目的性

1. 需求满足是维系供应链不至于断裂的一个重要环节，它的绩效优劣与否直接影响了客户的满意度，影响了企业的盈利水平。
2. 从总体来说，需求满足有双重目的：一是从最终客户的角度来看，它提供了准确的可供性和实时承诺，这种承诺基于可用库存和远期 / 计划供应，这是基于事实的承诺，它与基于提前期的承诺不同，而后者可能并不切实可行；二是从企业的角度来说，它致力于努力执行供给与需求的匹配来满足需求，同时降低履约总成本，力争使每次事务处理过程都能获利。而要实现这一目的，需要完成一系列的任务。

二、需求满足的功能

需求满足的主要功能有以下几种：

1. 检查资源可用性。首先，需求满足在基于资源约束的基础上制订需求履行和履约计划，然后在这个计划的指导下，借助可供货能力承诺（ATP）、可用生产能力承诺（CTP）、可发货能力承诺（DTP，Distribution to Promise）。
 2. 扩展的需求满足能力。基于因特网的需求满足组件能够得到整个供应链上的供应和需求信息，当自己无法完成客户需求时，有 3 种可供选择的方案。
 3. 管理计划履行方面积压的订单。
- 其他的功能还有：对订单做出智能的实时承诺，协调来自分布式货源的交货，智能地发现例外情况并加以解决。需求满足提供了供应链上需求不能得到满足的可预见性，它可以实时地发现并解决在各个地域的供应地点中出现的短期或长期例外情况。
- 此外，需要满足的订单承诺是根据自动的业务规则进行的，并根据供应和需求的预见性产生正确的配置、价格和可用性检查的订单。

第四节 供应链上的牛鞭效应

一、牛鞭效应及其产生的原因

1. 由于供应链的信息流从末端（最终客户）向源端（原始供应商）传递时，信息扭曲会逐级放大，导致需求信息的波动越来越大（方差放大）。这种信息扭曲的放大作用在图形显示上如同一条甩动的牛鞭，因此被形象地称为牛鞭效应（Bullwhip Effect）。与终端客户距离越远，这种现象

的影响就越大，其产生的本质原因是企业之间存在着一定程度的不信任，不能保证有效地实现信息的共享，这种信息扭曲如果和企业制造过程中的不确定因素叠加在一起，将会导致巨大经济损失。

2. 产生“牛鞭效应”的原因主要有 3 个方面：

1) 需求预测修正原因。在没有实现协同运作以前，供应链上各成员各自做自己的预测，为了有一定量的库存去应付客户的需求变化，常在预测值上加上一个修正增量作为订货数量，导致了牛鞭效应。

2) 缺少协作原因。它是供应链上引起牛鞭效应最主要的原因，也是供应链管理最需要解决的问题。

3) 提前期原因。随着提前期的增长，需求的变动性也增大，因此，影响了安全库存水平和订货点，且提前期越长，需求变动的微小变化引起的订货量变化就越大。

另外批量订货、商品价格波动、对于短缺的准备、库存失衡、环境变异等因素都会引起牛鞭效应。

二、消除牛鞭效应的方法：

1. 加强预测。

2. 信息共享。这是供应链上减小牛鞭效应最有效的措施之一。

3. 业务集成。供应链上下游间的业务实现紧密集成，形成顺畅的业务流，可以减少需求过程内在的变动性。

4. 缩短提前期。一般来说，订货提前期越短，订量越准确。缩短提前期能够显著地减小牛鞭效应。

5. 建立伙伴关系。通过实施供应链战略伙伴关系可以消除牛鞭效应。

思考题

1. 分析供给计划与供给调度，以及它们与需求计划、生产计划与进程。

2. 需求预测的实施步骤。

3. 论述牛鞭效应、产生的原因以及消除方法。

4. 论述需求预测前要进行的准备工作包括哪些？

案例分析题

国内成品油市场的“牛鞭效应”

我国成品油市场放开后的几年内，曾出现过若干次这样的情形，在毫无先兆的情况下，成品油资源突然紧张起来，各地政府部门纷纷告急：成品油库存薄弱，面临脱销。石油公司急忙组织货源，油价也一路上涨。但是，当有关部门将成品油组织投放到位时，所有的现象却“烟消云散”，油价又跌入低谷。

较为典型的是 1996 年底，国内市场柴油紧俏，许多地方面临“脱销”，某些省份柴油批发价临近 4000 元 / 吨，各地纷纷来电告急。在国内资源难以满足需求的情况下，国家紧急组织进口 200 万吨柴油，实际进口了 120 万吨，短短一个半月内，国际（新加坡）市场柴油价格从 20 美元 / 桶上升到 33 美元 / 桶，紧接着国内柴油出现过剩，价格回落后又继续下跌，部分进口柴油至 1998 年还在库里没有销售出去。当时，各地有关部门报来的柴油缺口量达 250 万吨以上，据事后分析，真正的缺口不过 60 万吨左右。

纵观这几年成品油市场的情况，我们还看到了与“需求放大”相反的情况：市场低迷、销售不畅、价格掉进了低谷，企业招数频出也难以扭转销售的颓势。其结果也是成品油经营企业库存增加，

使炼油厂和油田不能保持稳定生产。2001 年上半年的成品油市场就是这种情况。我们称其为“需求减少效应”。

分析：（1）分析我国国内成品油市场“牛鞭效应”产生的原因？

（2）我国应采取哪些有效措施来消除“牛鞭效应”？

（3）“牛鞭效应”的影响有哪些？

参考文献

1. 《物流与供应链管理》，宋华主编，经济出版社，2002
2. 《现代物流学》，霍红马常红主编，中国物资出版社，2004
3. 《供应链管理》，乔尔·威斯纳、梁源强、陈加存著，朱梓齐译 机械工业出版社 2005
4. 《供应链管理技术与方法》，张成海编著，北京-清华大学出版社 2002

第六章 供应链策略联盟

教学目的和要求：

通过本章的学习，同学们应该掌握供应链成员之间的伙伴关系、影响供应链伙伴关系的主要因素、动态联盟供应链和业务外包的两种典型形式、第三方物流（TPL）的相关知识以及第三方物流在我国的发展状况。

知识点：

本章的主要知识点包括：供应链伙伴关系、供应链伙伴关系与传统企业关系的对比、影响伙伴关系联盟的主要因素、动态联盟供应链、业务外包、业务外包的两种典型形式、第三方物流（TPL）的概念、第三方物流的特征、我国第三方物流现状及其发展。

学习重点和难点：

本章的学习重点：供应链伙伴关系、供应链伙伴关系与传统企业关系的对比、影响伙伴关系联盟的主要因素、动态联盟供应链、业务外包、业务外包的两种典型形式。

本章难点有：第三方物流（TPL）的概念、第三方物流的特征、我国第三方物流现状及其发展。

学时分配：

本章课程讲授 4 学时

正文

第一节 供应链成员之间的伙伴关系

一、供应链伙伴关系

1. 供应链伙伴关系（Supply Chain Partnership, SCP）是指为了实现特定目标而在供应链内部的两个或两个以上独立的成员之间形成的一种协调关系。

2. 供应链内部企业之间的关系，除去相同类别的，无非供应商与制造商关系，制造商与经销商关系两种。

3. 供应链伙伴关系的目的是为了降低供应链总成本和库存水平，加强相互之间的交流，保持战略伙伴之间行为的一贯性，提高整个供应链的运作绩效，产生更大的竞争优势。

二、供应链伙伴关系与传统企业关系的对比

三、影响伙伴关系联盟的主要因素

其中要的因素有三个：效果、亲密与前景，它们都是促使伙伴关系成功不可或缺的因素。

1. 效果（Impact）用来形容伙伴间能够创造的具体有效的成果，而它是最根本的因素。成功的伙伴关系可以提高生产力和附加价值，改善获利能力，因而效果可以说是每一个成功伙伴关系“存在的理由”

2. 亲密（Intimacy）一词用来描述业务伙伴关系间的紧密程度。

3. 前景（Vision）是伙伴关系的导航系统，它显示出伙伴关系所要达到的目标和为实现这些目标提供的导向。伙伴关系对于供应商与客户双方都有着强烈且深远的影响，因此绝对需要有一个清晰的指导方向，没有目标的行为是没有动力的。

综上所述，在供应链伙伴关系中，效果、亲密和前景是营销这种关系的最重要因素。

第二节 动态联盟供应链和业务外包

一、动态联盟供应链

1. 动态企业联盟又称虚拟企业联盟，一般说来，动态企业联盟是由一些相互独立的企业由市场机会所驱动，通过信息技术相连接的、临时结成的供应链业务联盟。动态企业联盟从组成到解散完全取决于市场机会的存在与消失。

2. 动态企业联盟的结构和性质决定了它具有以下特性。

第一，动态性。动态联盟是一个为实现市场机遇的临时组织，这种动态性决定了这种联盟可重构和反应快的特点。

第二，互补性。动态联盟的各个成员共同构成实现市场机遇所需的所有资源，形成为优势资源互补的统一体，产生强大的资源优势和竞争优势。

第三，对信息技术的依赖性

此外，动态企业联盟还具有临时性。

二、业务外包

1. 业务外包（Outsourcing）就是将企业的资源集中在核心竞争力上，以获取最大的投资回报，而将那些不属于核心的或企业不擅长的业务外包出去，利用他人的资源，包括利用他人的技术、时间和资金三个方面的资源。

2. 业务外包，可以给企业带来的优势主要有以下三方面：

首先，开展业务外包可以充分利用他人的智力资源。

其次，供应链上的企业分工合作、并行运作，以及协同预测、协同供应、协同研发，才能够以最短的时间推出新产品和服务，共同获利，提高企业的研发和创能力。

再次，业务外包更重要的一点是利用他人的资金。

三、业务外包的两种典型形式

1. OEM 生产模式

所谓 OEM 生产模式，主要是指拥有自主产权的企业利用自己掌握的“关键核心技术”，负责产品的设计开发、市场营销等专业业务，而把具体的生产加工业务委托给其他 EMS（Electronic Manufacturing services，“电子制造服务商”，也代表承包方、受托方）企业承担。

2. 物流业务外包

物流业务外包的主要目的是通过将物流业务外包来获得高水平的服务和实现高质量的物流运作，同时减少成本，避免在物流设施建设中投入大量资金。

第三节 第三方物流（TPL）

一、第三方物流（TPL）的概念

1. 第三方物流（Third Party Logistics，TPL，也写作 3PL）是指物流的实际需求方（第一方）和物流的实际供给方（第二方）之外的第三方，它部分或全部利用第二方的资源，通过合约向第一方提供物流服务，它是业务外包在物流业务中的具体表现。

2. TPL 提供一种集成运输模式，它使供应链的小批量库存补给变得经济。
3. TPL 是一种实现物流供应链集成的有效方法和策略。

二、第三方物流的特征

1. 集中核心竞争力

企业纷纷将非核心业务外包出去而将核心能力集中于专业业务上，这样可以充分发挥专业化分工的优势，提高核心竞争力。

2. 降低经营成本

TPL 企业正是利用了其规模经济优势和成本优势，使它的客户节省与物流有关的人力、管理和运营费用，减少资金占用，降低成本。

3. 提高服务灵活性

TPL 以个性化物流服务为目标的物流运作模式能够根据用户的特殊要求进行“客户化定制”，提供个性化的解决方案。

4. 加速产品和服务投放市场的进程

TPL 可以利用其强大的物流网络帮助客户在速度上实现竞争优势。它通过加强信息交流，提高如仓储、运送等物流活动的速度，加快交货、发送和响应时间，减少产品生产和交货的提前期，迅速将产品送到各个生产基地或市场需求地，从而获得时间竞争的优势。

但是，物流业务外包也存在着风险和弊端，主要有以下 3 个：

- (1) 外包可靠性风险。
- (2) 可能影响企业的核心业务。
- (3) 对外包依赖程度太大。

因此，企业在外包物流风险和收益之间需要反复进行权衡，采取一定的防范措施，做出科学的决策。

三、我国第三方物流现状及其发展

思考题

1. 分析比较 OEM 生产模式与物流业务外包的联系与区别
2. 应用分析我国第三方物流的发展现状。
3. 动态供应链具有什么样的特点？
4. 分析第三方物流的优缺点。

课堂知识扩展

1. 了解敏捷供应链和精益供应链的相关知识。
2. 第四方物流的相关知识。

案例分析题

中海物流面向工业企业的第三方物流服务

分析：（1）制定第三方物流企业战略的基本要求是什么？

（2）通过本案例你对该企业的物流战略有何评价？

（3）中海物流案例中，我国第三方物流企业得到怎样的启示？

参考文献

1. 《电子商务》黄学敏，高等教育出版社 2002
2. 《现代物流学》，霍红马常红主编，中国物资出版社，2004
3. 《供应链管理技术与方法》，张成海编著，北京-清华大学出版社，2002

第七章 客户关系管理理论

教学目的和要求：

通过本章的学习，同学们应该掌握客户关系管理（CRM）产生的背景、客户关系管理的核心思想和定义、CRM 在供应链中的作用和地位、供应商关系管理（SRM）、客户关系管理系统相关知识。

知识点：

本章的主要知识点包括：

（1）客户关系管理（CRM）概论：客户关系管理产生的背景、客户关系管理的核心思想、客户关系管理定义、CRM 在供应链中的作用和地位。

（2）供应商关系管理（SRM）：供应商关系管理的意义、供应商关系管理定义和发展、供应商关系管理在供应链中的作用和重要性。

（3）客户关系管理系统：支持客户关系管理的相关业务流程、CRM 系统的主要功能及模块组成、企业设计实施客户关系管理系统时应注意的问题。

学习重点和难点：

本章的重点有：客户关系管理产生的背景、客户关系管理的核心思想、客户关系管理定义、CRM 在供应链中的作用和地位、为什么需要供应商关系管理、供应商关系管理定义和发展、供应商关系管理在供应链中的作用和重要性。

本章的难点有：支持客户关系管理的相关业务流程、CRM 系统的主要功能及模块组成、企业设计实施客户关系管理系统时应注意的问题。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 客户关系管理（CRM）概论

一、客户关系管理产生的背景

企业管理观念的发展经历了以下五个阶段：

1. “产值中心论”，这一阶段企业管理的中心概念就是产值管理；
2. “销售中心论”，此时企业之间的竞争就是质量的竞争和销售的竞争；
3. “利润中心论”，管理的目标移向了以利润为中心的成本管理；
4. “客户中心论”，企业管理由此进入了以客户为中心的管理。
5. “客户满意中心论”。

其次，在企业管理中心在不断转变的过程中，消费者的价值取向也相应经历了三个阶段的改变：

1. “理性消费时代”，消费者价值选择的标准是“好”与“差”；
2. “感觉消费时代”，选择的标准是“喜欢”和“不喜欢”；
3. “感情消费时代”，在这一时代，消费者的价值选择是“满意”与“不满意”。

可以说上述客观进程将企业管理推进到“客户关系管理”时代，将客户关系管理作为企业管理的重要内容和决定性的因素。

二、客户关系管理的核心理念

1. 重视客户的个性化特征，实现一对一营销。
2. 提高客户满意度，留住老客户，争取新客户。

客户满意是指“客户通过对一个产品或服务的可感知的效果与他的期望值相比较后，所形成的愉悦或失望的感觉状态”。客户满意度是可感知效果和期望值之间的差异函数。

3. 客户关怀贯穿营销的全过程。

三、客户关系管理定义

客户关系管理是一种以客户为中心的管理思想和经营理念，目的在于改善企业与客户之间关系，在企业的市场、销售、服务与技术支持等与客户相关的领域广泛实施，通过为不同类型的客户定制不同的服务，吸引和保持更多的客户。

第二节 供应商关系管理（SRM）

一、供应商关系管理定义和发展

1. 供应商关系管理（Supplier Relationship Management, SRM）是一种用来改善企业与供应商关系的管理理念。

2. 供应商关系管理（SRM）是一种新的管理思想和经营理念，目的在于改善企业与供应商之间的关系，实施于围绕企业采购业务的相关的领域，通过与供应商建立长期的、紧密的业务关系，整合双方资源和竞争优势来共同开拓市场，扩大市场需求和份额，降低产品前期居高不下的成本，实现“双赢”的企业管理模式。

3. 供应链上的供应商关系管理起源于企业合作关系的发展。众所周知，在供应链上，企业不是孤立的，这种关系是根据市场环境的不断演变而发展的，这种企业关系发展的过程大致可分为4个阶段。

二、供应商关系管理在供应链中的作用和重要性

1. SRM 是供应链上企业与其上游成员之间的接口

在一个供应链上，每一个企业都不是孤立的，它要与供应链上其他上下游的企业发生业务关系和往来，通过实施和运用 SRM 和 CRM 来实现与其上下游企业的紧密连接和协同运作，达到整个供应链的快速响应。

2. SRM 可以增强供应链的核心竞争力

供应商与制造商的交换不仅仅是物质上的交换，而且包括一系列可见和不可见的服务（R&D、设计、信息、物流等）。对于供应商来说，它需要具备革新和良好的设计能力，以保证交货的可靠性和时间的准确性；而对于制造商来说，它要提供的活动和服务包括了控制供应市场、管理和控制供应网、提供培训和技术支持、为供应商提供财务服务等。

3. SRM 的发展创新了企业间的合作模式

在新的竞争环境下，供应链伙伴关系强调直接的、长期的合作，强调共有的计划和共同解决问题的能力，强调相互之间的信任与合作。

第三节 客户关系管理系统

一、支持客户关系管理的相关业务流程

在实施客户关系管理应用之前，管理人员需要重新构造同客户的交互流程。

1. 连带销售和高销售
2. 营销活动管理及执行
3. 客户服务和支持
4. 现场服务

现场服务是外部客户支持的延伸，由于有些问题无法通过电话解决，需要维修人员到客户家中保养或修理设备。

5. 客户维系管理

客户关系管理强调的是基于历史交易情况来区分客户。对客户进行市场细分则需要客户关系管理系统所提供的决策支持技术，有效的决策支持要求尽可能详尽地收集客户资料。

二、CRM 系统的主要功能及模块组成

目前市场上的 CRM 软件产品很多，但包括的一些基本功能有：客户管理、销售管理、营销管理、客户服务等，有的软件还包括了呼叫中心、合作伙伴关系管理、商业智能、知识管理等。

三、企业设计实施客户关系管理系统时应注意的问题

1. 客户信息的整合是客户关系管理的基础。

根据企业自身规模、业务特点，有重点、分层次的实施 CRM。

2. 选择和实施 CRM 系统之前，企业应该考察自身的业务需求、企业规模及特点，分层次有侧重的实施：

第一个层次是满足部门级需求；

第二个层次是协同级需求；

第三个层次是企业级需求。

3. 克服各方面的阻力，进行业务流程重组。

实施 CRM 系统的前提是对企业现行的业务流程进行重组，以提高系统的运营效率。

4. 利用数据挖掘技术，提高商业智能和分析能力。

应用这些挖掘技术能够帮助企业的高层管理者分析客户消费的倾向性，以便为客户提供个性化的服务，提高市场占有率、提高忠诚度和发现新的市场机会。

思考题

1. 客户服务管理模块的主要功能。
2. 供应商关系管理产生的原因。
3. 供应链合作伙伴关系的主要影响因素有哪些？

课堂知识扩展

1. CRM 系统的主要模块组成及其基本功能分析。
2. 供应链管理环境中的客户关系管理系统的特点和功能。

案例分析题

Safeway 重定义客户关系

结合案例分析：（1）客户关系管理在供应链中的作用是什么？

（2）怎样才能更好地在供应链中实施客户关系管理系统？

参考文献

1. 《现代物流管理》 蔡启明、张庆编著立信会计出版社， 2004
2. 《现代物流与配送中心》 何明珂 机械工业出版社，2004
3. 《企业战略管理》 解培才 上海人民出版社，2002 年版

第八章 供应链管理中的财务因素

教学目的和要求：

通过本章的学习，同学们应该掌握供应链管理中涉及的财务因素，比如供应链管理中的库存维持成本、订货和缺货成本以及运输成本的计算，同时了解现金流分析和决策树分析方法在供应链财务评估中的具体应用。

知识点：

本章的知识点包括：财务因素对供应链决策的影响、供应链成本管理、供应链成本分析、供应链成本的计算方法、贴现现金流分析、用决策树评价供应链管理。

学习重点和难点：

本章的学习重点有：财务因素对供应链决策的影响、供应链成本管理、供应链成本分析、供应链成本的计算方法。

本章的难点有：贴现现金流分析、用决策树评价供应链管理。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 供应链管理中涉及的财务因素

一、供应链成本管理

1. 供应链中财务管理职能的关键就是总成本分析。也就是说，给定客户服务水平的条件下，管理者应该使供应链总成本最小化，而不是试图使其个别活动的成本最小化。

2. 供应链的成本管理应体现供应链的价值增值水平，即：价值增值=用户价值-用户成本；而用户成本的降低应从整个供应链的角度去考虑，即：用户成本=原料成本+制造成本+销售成本，这三部分成本分别对应于供应链的上游成本、企业内部成本和供应链下游成本。

3. 克服时间距离所发生的成本称之为持有成本（holding cost）；克服空间距离所发生的成本称之为移动成本（motion cost）。持有成本包括库存维持（持有）成本、订货成本和缺货成本，移动成本包括运输成本和搬运成本。

二、供应链成本的计算方法

1. 库存维持成本

库存维持成本是供应链中的核心成本之一，首先须明确几个基本概念和存货原理：

（1）平均存货。平均存货（average inventory）通常是由物流设施中储备的材料、零部件、在制品和产成品构成。它包括：a. 周期存货（cycle inventory）；b. 安全库存（safety stock, SS）；c. 中转存货（transit inventory）。

（2）订货完成周期（提前期）、平均完成周期和存货补给周期；

（3）再订货点；

（4）现有存货和已订购存货；

（5）存货基本原理。多周期库存需求包括独立库存需求和相关库存需求。

库存补给策略有两种：连续检查补给策略和周期检查补给策略。连续检查补给策略假定需求率

恒定，每次订货的数量和再订货点固定。

周期检查策略是指每隔一定时期检查一次库存，并发出一次订货，把现有库存系统补给到最大库存水平。该策略可设再订货点也可不设再订货点，但必须设固定检查周期和最大库存量，每次的订货量为最大库存水平减去检查时的库存量。

2. 库存维持成本的计算

- ①确定再订货点；
 - ②计算平均库存维持成本；
 - ③服务水平与安全库存的计算方法。
3. 订货成本与缺货成本的计算
 4. 运输成本与搬运成本的计算

第二节 供应链设计的财务评估

一、贴现现金流分析

1. 所谓现金流的现值是指现金流量用当天的贴现率表示的价值。贴现现金流量（DCF）分析用以评价任何未来现金流量的现值，比较两种现金流量的财务价值。

2. 贴现现金流量分析的基本前提是“今天的现金价值高于明天的现金价值”，因为今天的现金可用于投资，在本金之外还获得回报。这一前提为我们比较未来现金流量的相对价值提供了基本的工具。

3. 我们引进贴现因子（即贴现率）来计算未来现金流的现值。在制定供应链决策时，我们应该比较不同投资方案的 NPV。如果 NPV 为负值，说明选择该方案将导致供应链亏损。如果 NPV 最高，说明选择该方案会使供应链获得最高的资本回报。

二、用决策树评价供应链管理

1. 决策树是一种图谱，它可以用来评估在因素不确定的情况下所做出的决策。贴现现金流的决策树可以用来评估在价格、需求、汇率以及通货膨胀等因素不确定的情况下所做出的供应链决策。

2. 建立决策树的第一步是，确定做出决策时所考虑的时期数，以及时期的长度，如 1 天、1 个月、1 个季度等；第二步是，找出影响决策价值的因素；第三步就是确定每一因素从某一时期到下一时期变动的概率；第四步就是确定计算未来现金流的时期贴现率 k 。

3. 决策树的评估从 T 期的一个节点开始，最后回到基期。对于每个节点来说，通过各种因素的现值和未来值计算，就能得出最优决策。这种分析以贝尔曼原理为基础。贝尔曼原理是指，对于给定状态下的任何战略选择，如果整个分析假定从下个时期开始，那么下个时期的最优战略就是所选择的战略。这一原理从最后一个时期开始，以倒置的方式找出最优战略。

思考题

1. 应用分析和计算产量对固定成本、变动成本和利润的影响，对直接成本进行分析和计算。
2. 订货成本与缺货成本的计算，运输成本的计算，搬运成本的计算。
3. 贴现现金流在供应链中的应用。
4. 学会使用决策树方法评价供应链管理。

课堂知识扩展

1. 供应链成本管理模式：供应链成本预算管理模式和供应链无形成本动因管理模式。
2. 供应链成本管理的新方法—目标成本法，了解相关原理和主要形式。
3. 影响供应链成本的因素有哪些？

案例分析题

青岛啤酒供应链成本管理的成功案例

分析：（1）青岛啤酒在实施供应链管理前的成本状况如何？

（2）青岛啤酒采取哪些措施进行供应链成本管理？

（3）青岛啤酒的成本控制效果如何？

（4）结合本案例说明成本控制在供应链管理中的重要性。

参考文献

1. 《现代物流管理》夏文汇主编 重庆大学出版社，2002
2. 《现代物流学》，霍红马常红主编，中国物资出版社，2004

第九章 供应链需求预测技术

教学目的和要求：

通过本章学习，同学们应该掌握预测在供应链中的作用，预测的组成部分和预测方法。

知识点：

本章的主要知识点包括：预测在供应链中的作用、预测的组成部分、预测方法概述、预测的时间序列法、在预测中使用趋势因素和季节因素、对预测误差的认识、预测的定性方法。

学习重点和难点：

本章的重点有：预测的组成部分、预测方法概述、预测的时间序列法、对预测误差的认识、预测的定性方法。

本章的难点有：在预测中使用趋势因素和季节因素和对预测误差的认识。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 预测在供应链中的作用

对未来需求的预测构成了供应链中所有战略性和规划性决策的基础。

除了生产和分销决策外，供应链“推动阶段”的其他决策也要以对未来需求的预测为基础。我们在这里列出了一些以需求预测为基础的重要决策。

1. 生产：生产计划、库存管理、仓库的租赁与购买
2. 营销：销售资源配置、促销、新产品开发
3. 财务：生产线（设备）的投资和预算规划
4. 人力资源管理：雇员计划、雇佣、解雇。

第二节 预测的组成部分和预测方法

一、预测方法概述

1. 定量预测法用于下列三条件成立的时候（1）手头掌握待有预测变量的过去信息；（2）信息可以进行量化，以及（3）过去的变动形式将持续到未来成为一个合理的假设。在这种情况下，便可以通过时间序列方法进行预测。历史的销售数据形成了一个时间序列，一个时间序列是一组对于某一变量连续时点或连续时段上的观测值。

2. 定性方法通常涉及到使用专家判断来进行预测。定性方法的一个优势在于当需要进行预测的变量的信息不能进行量化以及当手头没有历史数据或者历史数据无法进行应用的情况下，定性方法就可以使用。

3. 实运用复合型的预测方法进行预测，并将各种预测结果结合起来作为最终的预测结果，将会比单独运用某种方法更为有效。

二、预测的时间序列法

1. 在一个时间序列中的数据的变动形式或者说表现有几个组成因素，通常假定存在四个独立

的组成因素——趋势因素，周期因素，季节因素以及不规则因素——这四个因素相结合提供了一个时间序列的确切值。

2. 时间序列平滑法

(1) 移动平均法：将时间序列中最近几个数据值作为对下一期的预测的方法。

(2) 加权移动平均法，是移动平均法的一种变形，加权移动平均法会为每一数据值选择不同的权重，并将计算出的最近 n 个数据值的加权平均值作为预测值。

(3) 指数平滑法使用过去时间序列值的加权平均值作为预测值。

三、在预测中使用趋势因素和季节因素

主要是用线性回归和季节指数两种方法进行预测。

四、对预测误差的认识

1. 随机需求指需求中偏离系统需求的那部分需求，公司不能也不必预测随机需求。公司能预测的只是估计的需求规模和变化，这些可用来衡量预测误差。随机因素还意味着公司不能预测这部分变动方向。预测误差是用来衡量预测需求和实际需求之间差值的。预测以对系统部分的衡量为基础，而随机部分的预测又是以预测误差为基础的。

2. 一个好的预测方法应该反应系统需求部分而不是随机需求部分。随机需求部分会以预测误差的形式表现出来。

3. 只要观测到的误差值在历史数据的误差范围内，公司可以继续使用现在的预测方法。

五、预测的定性方法

1. Delphi 法（德尔菲法）

这种方法原先是由兰德公司的一个研究小组发展起来的。这一方法试图通过“小组内一致”以进行预测。Delphi 法的目的并非要输出一个简单的答案，但相反，是要产生一系列大多数专家都同意的相对近似的意见。实证的证据以及理论上的争论必须在预测报告中写清楚，而且必须使用 5 到 20 名专家。

2. 专家判断法

定性预测通常建立于某一专家的判断之上，或代表一组专家的致意见。

3. 场景描述法

被称作场景描述的定性过程由形成建立在一组精心的假设上的概念化场景。

4. 直觉法

思考题

1. 利用德尔菲法的进行决策。

2. 应用移动平均值的计算，加权移动平均值的计算，运用基本的指数平滑模型预测。

3. 用线性回归和季节指数两种方法进行预测。

参考文献

1. 《现代物流管理》夏文汇主编 重庆大学出版社，2002
2. 《现代物流学》，霍红马常红主编，中国物资出版社，2004
3. 《电子商务物流与电子供应链管理》 宋华编著 中国人民大学出版社 2004 年
4. 《现代物流与供应链管理案例》 宋华著 北京-经济管理出版社 2001.7

第十章 供应链中的库存管理技术

教学目的和要求：

通过本章的学习，同学们应该掌握库存的基本概念，供应商管理库存的模式，供应链库存的常用策略及计算模型，主要包括安全库存、循环库存和经济订货批量模型。

知识点：

本章的主要知识点包括：

（1）库存的基本概念：库存的基本概念、库存的成本构成、库存管理的衡量指标、库存的影响。

（2）供应商管理库存的模式：供应商管理库存的概念、供应商管理库存的模型。

（3）供应链库存的常用策略及计算模型：安全库存、安全库存的计算、循环库存、经济订货量模型（EOQ）。

学习重点和难点：

本章的重点有库存的基本概念、库存的成本构成、库存管理的衡量指标、库存的影响、供应商管理库存的概念、供应商管理库存的模型。

本章的难点有：安全库存、安全库存的计算、循环库存、经济订货量模型（EOQ）。

学时分配：

本章课程讲授 4 学时

正文

第一节 库存的基本概念

一、库存的概念

1. 库存的定义在不同方式下有不同的理解。狭义的观点认为，库存仅仅指的是在仓库中处于暂时停滞状态的物资，这种库存包括零售店中的库存，厂商的成品库存等。

2. 广义的观点认为，库存表示用于将来目的的、暂时处于闲置状态的资源。

3. 供应链上的企业仍然愿意在库存上花费大量成本，甚至建立和保持一个完整模型，其实是为了对企业资源的进行平衡利用：

首先，库存可以平衡客户资源。

而且，库存可以平衡生产资源。

二、库存的分类

1. 根据资源需求的重复程度划分为单周期库存和多周期库存。单周期需求也叫一次性订货，这种需求的特征是偶发性和物品生命周期短，因而很少重复订货。多周期需求又分为独立需求库存与相关需求库存两种属性。

2. 按功能区分，库存有五种基本类型

（1）波动（需求与供应）库存；

（2）预期库存；

（3）批量库存；

（4）运输库存；

(5) 屏障库存。

3. 按在加工过程中的地位将库存划分为：

(1) 原料库存。

(2) 零部件库存。

(3) 在制品库存。

(4) 成品库存。

三、库存的成本构成

在库存决策中涉及的成本主要有以下三类：

1. 订货成本

2. 库存持有成本

3. 缺货成本

四、库存管理的衡量指标

1. 平均库存。

2. 可供货时间。

3. 库存周转率。

五、库存的影响

持有一些库存是必要也是有用的，但是库存过多却是有害的，主要表现在：

第一，过量库存会占用大量资金。

第二，过量库存会增大库存成本。

第三，过量库存会掩盖企业生产经营中存在的问题。

第二节 供应商管理库存的模式

一、供应商管理库存的概念

1. 供应商管理库存（Vendor Managed Inventory, VMI）是一种战略贸易伙伴之间的合作性策略，它以系统的、集成的管理思想进行库存管理，使供应链系统能够同步优化运行。

2. 供应商管理库存的思想打破了传统的各自为政的库存管理模式，体现了供应链的集成化管理思想。

3. 实施 VMI 要求企业内部与企业之间建立紧密的合作关系，主要表现在：第一，企业内部紧密合作；第二，企业之间紧密合作。

4. 从某种意义上讲，供应商管理库存是企业实现库存成本和风险转移的一条重要途径。通过协议的形式，企业将本来应该由自己承担的成本和风险转移给供应商，形成一个利益共享、风险共担的合作联盟。

二、供应商管理库存的模型

1. 在供应链管理中，VMI 模式的应用，将上游组织的库存转移到了下游组织，使上游组织有效地降低库存，甚至实行零库存；上游组织库存成本的转移，也使下游组织在竞争的市场环境中获得了市场份额，从而创造了更大的价值。可见，借助于 VMI，下游组织和上游组织通过分享信息

和共同计划可以排除或减少存货的风险。

2. 采用 VMI 管理策略要求建立企业战略联盟, 并从组织上促进企业间的信息共享, 在信息、库存和物流等方面进行系统管理实施供应商管理库存主要包括如下内容:

1) 在行业中占主导地位的企业实施供应链管理成为核心企业, 在核心企业的主导下完成供应链的构建, 核心企业与核心企业之间连接成供应链网络。

2) 建立法律和市场环境下的合作框架协议, 实现贸易伙伴间密切合作, 共享利益, 共担风险。共同确定补充订货点、最低库存水平参数、库存信息传递方式等。

3) 充分利用信息技术实现供应链上的信息集成, 达到共享订货、库存状态、缺货状况、生产计划、运输安排、在途库存、资金结算等信息。按照商定的协议将订单、提单、送货单、入库单等商业文件标准化和格式化, 在贸易伙伴的计算机网络系统间进行数据交换和自动处理。

4) 建立完备的物流系统, 实现对储存、分销和运输货物进行综合管理, 使自动化系统、分销系统、存储系统和运输系统同步实现数字化管理。迅速反馈物流各个环节的信息, 组织进货, 指导仓储, 为经营决策提供信息依据, 有效地降低物流成本。

第三节 供应链库存的常用策略及计算模型

一、安全库存

1. 安全库存是指在给定时期, 为了满足顾客需求而保有的超过预测数量的库存。采用安全库存有两个原因: 一是需求量预测不确定; 二是如果产品的实际需求量超过预测值, 就会导致产品短缺。

2. 安全库存的计算: 用于满足给定水平的需求所需的安全库存数量可以通过计算机仿真或统计技术来确定。在计算安全库存水平时, 必须考虑需求和补货周期变动的共同作用。这可以通过收集在统计上有效的最近的销售量和补货周期样本数据来实现, 一旦数据收集完毕, 可以通过采用公式确定安全库存的需要。

二、循环库存

1. 循环库存是指供应链中建立的平均库存量, 其产生的原因是, 供应链某一阶段生产或采购的批量大于客户需求量。

2. 批量规模和循环库存也影响着供应链中的原料周转时间:

平均周转时间 = 平均库存 / 平均周转速度

对于任何供应链而言, 平均周转速度等于需求量。因此我们得出下面的公式:

循环库存的平均周转时间 = 循环库存 / 需求量 = $Q / 2R$

3. 循环库存主要利用规模经济降低供应链的成本。增加批量规模或循环库存量经常会降低供应链不同阶段的成本。为了理解供应链如何获取规模经济, 我们必须首先确定受批量规模影响的供应链成本。单位订购量的平均支付价格是确定批量规模的关键因素。

三、经济订货量模型 (EOQ)

1. 经济订货量模型是基于循环库存管理的计算模型。当项目需求不变或几乎不变时, 并且所有订单数目按时到达库存地点, 我们就可以运用经济订货量模型 (EOQ)。

2. 经济订货量模型 (EOQ) 的计算过程

在使用 EOQ 模型之前, 我们必须知道库存成本、订货成本和需求信息这三项数据。

I = 维持费用年利率

C = 每单位的库存费用

C_h = 库存中保持一单位的年费用

那么，库存中保持一单位的年费用是：

$C_h = IC$

平均库存 ($Q/2$) 下的年库存成本的总方程式如下：

年维持费用 = 平均库存 $\times$ 每单位的年维持费用

$$= \frac{1}{2} Q C_h$$

年订货费用 = 年订单数量 $\times$ 每份订单的费用

$$= \left(\frac{D}{Q}\right) C_0$$

年总费用 = 年维持费用 + 年订货费用

$$TC = \frac{1}{2} Q C_h + \left(\frac{D}{Q}\right) C_0$$

订货数量最小值用订货数量 Q 表示。使用不同的计算方法，我们可以看出，使年总费用最小化的订货数量 Q 的值可以由下式得出。

$$Q^* = \sqrt{\frac{2DC_0}{C_h}}$$

第四节 课堂案例分析

对绝大部分公司来说，分销体系中的大量库存都是个令人头疼的问题，因为它占用了巨大的流动资金。对于宝洁 (P&G) 来说，这意味着 38 亿美元的成本。小修小补不足以库存问题提供突破性的解决方法，为此，宝洁在咨询公司 BiosGroup 的帮助下，找到了更为激进的方法，打造了一个灵活性和适应性更高、以顾客为中心的供应网络。

1. 原先库存情况

几年前，有两个数字让宝洁的高层寝食难安。一个是库存数据：在宝洁的分销体系中，有价值 38 亿美元的库存。另一个是脱销量。在零售店或折扣店中最重要的 2,000 种商品中，任何时刻都有 11% 的商品脱销。令人不解的是，系统中的大量库存并未降低脱销量。事实上，货架上脱销的商品常常堆积在仓库中。虽然库存系统表明有货，库存管理人员却无法找到佳洁士牙膏或 Charmin 纸巾的包装箱。库存堆积如山，而顾客却经常买不到宝洁的产品。

虽然尽了很大努力，公司尝试过的对策都无法永久地改变这一矛盾。于是，宝洁的经理们开始探索更激进的、突破性的解决方法。宝洁定下了目标：在不恶化脱销问题的前提下，减少 10 亿美元库存。

2. 解决方案

传统的供应链管理方法无法降低库存，而 BiosGroup 则可能帮助宝洁做到这一点，为此宝洁要求 BiosGroup 将库存减少 50%。以往的供应链管理软件提供了允许企业规划和管理产品流动、设计运输网络并安排生产的方案，BiosGroup 的解决方案却大相径庭。该公司的研究人员创建了一个模

型，形象地描绘了虚拟世界里产品在系统中的流动。

建模：模拟供应链

为了模拟宝洁的供应链，BiosGroup 运用了被称为“基于供应链实体（agent）的建模”技术。在模型建立的过程中，小的软件模块代表了系统中各种实体组成部分。一个实体代表生产线，其他实体则代表货车、仓库、客户和消费者。BiosGroup 首先为去头屑洗发水产品建立了运输和后勤模型。

在创建了消费者方面没有不稳定状况的理想模型后，BiosGroup 开始引入不稳定性，并测量其影响。这被称为“基于事件的模拟器”，这些模型是根据消费者行为的概率分布（比如他们何时购物、购买多少）以及货架的状态（即产品是否脱销）来建立的。

突破：惯例的束缚

项目中一个主要的关注领域是，宝洁在零售合作伙伴买进整车商品时给予折价的做法。然而，这一政策有重要的缺陷。宝洁的客户经常推迟订货，直到他们能购买整车货物，甚至因此导致脱销也在所不惜。

于是，BiosGroup 分析了如果宝洁在装车要求上灵活处理时会发生什么情况。结果清楚地表明，当客户必须遵守严格的规则---即必须订购整车货品时，他们承担了高于其需求的存货，因为他们倾向于把需求量“化零为整”之后再下订单。这一多余的存货导致两个主要问题。一是产品老化：如果渠道中有太多库存，客户必须在市场营销周期的末尾从零售商处回收，而增加的产品处理导致更多的货物受损。此外，与通常的逻辑相反，多余的库存事实上导致产品难以获得，因为零售商的库存空间有限，而产品如果淹没在拥挤的仓库中就更难找到了。

BiosGroup 咨询公司还发现，像沃尔格林（Walgreens，美国著名零售商）或者 Safeway（英国著名零售商）这样的客户，当它们每次不得不等待订货量的累积以便装满货车时，宝洁都丢失了一些重要的数据，它无法得知真正的需求。此外，客户可能将订货推迟到真正需要进货时，从而造成脱销状况。要求客户大量订货的政策在减少运输成本方面有帮助，但它却阻碍了供应链的其他部分。

研究表明，如果宝洁允许客户更及时地订货，并且稍微放松有关满车的限制，会产生令人惊讶的效果。虽然宝洁将不得不让并未装满的货车发货，并因此大幅增加运输成本，但允许货车只装满 95% 时，将把系统的总体不稳定性降低 30% 之多。宝洁的建模工作使得公司对此问题的看法来了个 180 度的大转弯，从要求满车装载到认识到不将货车装满的好处。

另一个分析领域是后期分销。在后期分销流程中，商店每晚检查其存货，每天将需求发送到总部。如果商店经理在一周的开始阶段发现卖出了三瓶潘婷洗发水，他便将订单发送给总部，总部将订单转送到宝洁---但这一产品从分销体系中返回要花 7 到 10 天。

很多零售商在商品到达分销中心时会严格按照商店的订货量装运。但那时数据可能已经是 10 天前的，商店处于与其在订货时完全不同的存货状况。因此 BiosGroup 分析了如果送货车到达城里的所有零售商，从库存过多的商店装货送到库存不足的商店时的情形。

解决：顾客导向，按需生产

在 BiosGroup 建模的基础上，宝洁开始建立消费者驱动的供应网络。“顾客驱动”这一称呼本身就反映了宝洁进行了重大的重新定位。首先，现在供应链始于消费者而非供应者。宝洁所做的一切都是为了满足消费者需求，因此“供应链”的称呼其实是措词不当的；宝洁的新流程并非围绕供应方，并且也非链状。“链”意味着长时间的按顺序的交接，对于这一流程，这恰恰是错误的术语。而宝洁正在建造的，是能灵活改变、快速适应的网络。

宝洁通过与 BiosGroup 共同工作，正在建立有着多个组成部分的系统，并正在开始采取以下的举措：

建立实时需求启动装置。例如，可以从零售商的条码扫描器上直接获取销售点的信息。宝洁

99%的美国客户使用电子订货，这使宝洁能在销售发生后 5 到 7 天获得实际的销售数据。为了寻求更快地得到这一关键数据的方法，宝洁成为了产品电子条码（EPC）的创始赞助人，这一产品基于无线射频识别技术（RFID）。EPC 将出现在运货台、装货箱和每个消费商品上，商店内的条码扫描器会将此信息传送到一个无线传感网络；制造商也能随时了解消费者何时购买了产品。麻省理工学院自动 ID 中心正在与包括宝洁在内的 50 多个赞助商一起开发 EPC。

宝洁也正在 50 个零售店中进行另一种销售点系统的试验计划，这几乎已成为推广普及的市场化产品。

改变规划和生产产品的方式。宝洁认识到，为达成这一目标，通过与其 ERP 系统供应商 SAP 公司共同开发具有适应性的资源规划模型，他们便可以在得到实时或接近实时的信息的情况下每天 2 到 3 次更新规划，而不是每天进行一次批量规划。目前，宝洁已在其最大量的库存单位（SKU）中实现了 30%的按需生产系统。

放宽传统规则的限制。对于低于整车的送货量，宝洁的管理层决定以最大 10%的幅度调整满车装运规则。公司在西海岸的一个客户仓库进行试验：运送整箱的商品，不加以成本上的障碍，并监控效果。

不少宝洁的经理曾经怀疑按需生产是不是供应链问题的对症良药，但他们无法突破公司内部建立的长生产周期的传统制造方式所造成的成本障碍。在 BiosGroup 的建模结果面前，高层管理人员态度改变了。对于宝洁，这意味着巨大的变革：对生产做更快的改变，缩短生产周期，这些将要花费大量的投资。

宝洁与美国零售客户有约 75 个同类项目正在进行，并计划与 BiosGroup 再次合作。在完全实施这一项目之前，这个消费产品巨头希望开始为下一代项目进行建模。事实上，在第一阶段的末尾，宝洁对 BiosGroup 进行了投资。宝洁今天的项目将在两到三年后完全展开。宝洁想继续做行业的领导者，他们相信 BiosGroup 能帮助他们做到这点。

3. 结果

①通过创建和操纵这一虚拟世界，BiosGroup 和宝洁能比以前更准确地测量各种需求变化和分销决策的影响；

②通过这一计划，宝洁发现，更好的信息获取系统能将 11%的脱销率下降为 2%到 3%；

③系统的总体不稳定性在下降；

④所有的一切汇聚到了一起：更少量但更容易取得的存货减少了脱销率，优化的客户需求信息导致更好的产品流动和更少的库存。

分析：（1）大量库存的存在对宝洁公司有哪些影响？

（2）宝洁公司采取哪些措施实现库存管理的优化？

（3）合理库存的建立给宝洁公司带来哪些效益？

思考题

1. 需求率不变假设的含义。简单应用设置安全库存水平的原则。

2. 应用实施供应商管理库存的主要内容，综合应用供应商管理库存的模型的含义。

3. 经济批量订货的计算过程。

课堂知识扩展

1. 传统库存管理模式的特点和存在的问题。

2. 联合库存管理的相关知识，如产生背景、含义、相关策略和优缺点分析。

案例分析题

通用公司通过库存环节有效降低物流成本

分析：（1）库存会导致些什么成本？

（2）上海通用公司是怎么来节省库存成本的？和传统的汽车厂有什么不同？

（3）怎样理解供应链归根结底就是一个双赢的概念？

参考文献

1. 《现代物流管理》 蔡启明、张庆编著立信会计出版社， 2004
2. 《现代物流与配送中心》 何明珂 机械工业出版社， 2004
3. 《战略供应链管理》 肖尚纳.科恩、约瑟夫.罗塞尔著 汪蓉等译 人民邮电出版 2006 年

第十一章 供应链中的运输管理

教学目的和要求：

通过本章的学习，同学应该掌握供应链中的运输、运输的基本原理、影响运输决策的因素、5种基本运输模式的特点及其有缺点、运输网络模型的设计方案及计算。

知识点：

本章的主要知识点包括：

- (1) 供应链中的运输：运输在供应链中的作用、运输原理。
- (2) 影响运输决策的因素：影响承运人决策的因素、托运人决策的影响因素。
- (3) 基本运输模式：公路运输、铁路运输、航空运输、水路运输、管道运输、运输方式的选择。
- (4) 运输网络模型及计算：

运输网络模型的设计方案：①直接运输网络。②“送奶线路”型直接运输网络。③有配送中心的运输网络。④有配送中心的“送奶线路”运输网络。

几种复杂的运输模型及计算：①运输问题。②指派问题。③转运问题。

学习重点和难点：

本章重点有：运输在供应链中的作用、运输的基本原理、影响承运人决策的因素、托运人决策的影响因素、公路运输、铁路运输、航空运输、水路运输、管道运输等。

本章的难点有：运输网络模型的设计方案、复杂的运输模型及计算。

学时分配：

本章课程讲授 4 学时

正文

第一节 供应链中的运输

一、运输在供应链中的作用

1. 运输就是为了将产品从生产者手中转移到消费者手中而发生的产品的空间位移。因为产品很少能在同一地点进行生产和消费，所以运输在每条供应链中都有着极为重要的作用。
2. 供应链管理中经常使用快速反应的运输系统，把较少的固定设施集中布局 and 运营。

二、运输原理

1. 指导运输运作管理的两条基本原理分别是规模经济(economy of scale)和距离经济(economy of distance)。

2. 规模经济的特点是随装运规模的增长，使每单位重量的运输成本下降。运输规模经济之所以存在，是因为与转移一票货物有关的固定费用可以按整票货物的重量分摊。因而，一票货物越重，就越能“摊薄”成本，由此使每单位重量的成本更低。与货物转移有关的固定费用中包括接受运输订单的行政管理费用、定位运输工具装卸的时间以及设备费用等。

3. 距离经济的特点是指每单位距离的运输成本随距离的增加而减少。运输的距离经济也指递减原理，费率随距离的增加而逐渐降低。距离经济的合理性类似于规模经济。距离越长，可以使固定费用分摊给更多的英里数，导致每英里支付的总费用越低。

第二节 影响运输决策的因素

一、影响承运人决策的因素

承运人的目标是做出投资决策，并运用合理的经营策略，以使其投资取得最大回报。必须考虑到以下几项成本。

1. 运输工具成本。这是指承运人购买或者租赁运输工具所发生的成本。
2. 固定运营成本。这项成本包括所有与运输枢纽建设成本、机场建设成本及与运输是否发生无关的劳动力成本。此外，固定运营成本通常与运营设施的规模成正比。
3. 消耗成本。消耗成本与运输路途长短、运输持续时间是相关的，但它与运输产品的数量无关。在进行管理决策时，该成本属于变动成本。

承运人的决策还受到以下两个因素的影响，一是其所追求的对目标市场的迅速反应能力；二是市场能承受的价格。

二、托运人决策的影响因素

托运人决策包括三项内容：运输网络设计、运输工具选择以及对不同客户采取不同的运输方式。托运人的目标是，在以承诺的速度满足客户需求的同时，使总成本最小化。托运人进行决策时，必须考虑到以下成本：

运输成本。这包括为将货物运送到消费者手中而向不同承运人支付的总费用。

库存成本。这是指在托运人的供应链中保管库存货物所耗费的成本。

服务水平成本。这是在没有完成货物运送义务时所承担的费用。

在进行运输决策时，托运人应权衡以上各项成本。托运人的决策还会受以下两个因素的影响：即它所需要满足的客户对反应灵敏度的要求和它从不同商品和服务中得到的利润。

第三节 基本运输模式

一、公路运输

1. 具有较大的灵活性和通用性。
2. 公路运输提供门到门的服务、当地的装运，运送数量也可大可小。
3. 公路运输与航空运输的竞争主要在小批量产品运输方面，而与铁路运输的竞争主要在大宗货物运输方面。
4. 公路运输具备非常低的固定成本和可变成本，这就决定公路运输比较适合短程和中程运输。
5. 公路运输的主要缺陷是受天气的影响比较大。

二、铁路运输

1. 铁路运输的竞争力主要表现在运送远程、沉重或大块的物品。
2. 铁路运输的成本比航空运输和公路运输低，但在货损货差率方面不占优势。
3. 相对公路运输而言，铁路运输的另外一个缺点是设备的有效性。
4. 对大多数托运人而言，铁路运输提供“站点到站点”的运输服务，而不是提供“点到点”服务。

三、航空运输

1. 航空运输相比其他运输方式来说最贵，但速度也更快，特别是针对远程距离而言。
2. 航空运输的货物破损情况很少，班次频率高，但其地域覆盖具有一定的局限性。
3. 航空运输的成本高昂，大多数人仍把航空运输视为紧急情况下所采用的运输模式。
4. 高价值或极易腐烂的产品最有可能成为正常空运的产品，航空运输是较实际的方法。

四、水路运输

1. 水路运输可以划分为内陆运输、湖泊运输、沿海运输、海岸间运输、国际海洋运输。
2. 绝大多数的水运都用来运送重的、大块的、低价的产品，对这些产品而言，运输速度通常不是最关键的指标。
3. 因为水运地域只限于河流海洋经过的地方，因此这种运输方式的增长也受到很大程度的限制。

五、管道运输

1. 管道运输具有独特的性质，它是以每周 7 天，每天 24 小时为基础运行的，仅受到完全更换运输商品和管道维修保养的限制。
2. 它不存在必须回程运输空的“集装箱”或“运输工具”；仅需最初管道投资成本，管道运输的维护成本是非常低的。
3. 管道运输最明显的缺点是不灵活，在运输商品的范围方面受到限制，管道运输只能运送液态和气态的产品。

六、运输方式的选择

1. 托运人选择何种运输方式，由该运输方式特性以及本企业和收货人的需求共同决定。
2. 在供应链中，选择一种合适的运输方式，既是计划性决策又是操作性决策。
3. 无论哪种决策，托运人都必须权衡运输成本和库存成本。
4. 运费最低的运输方式，并不一定使供应链总成本最低。

第四节 运输网络模型及计算

一、直接运输网络

1. 所有货物直接从供应商处运达需要地，每一次运输的线路都是指定的，供应链管理者的只需决定运输的数量并选择运输方式。
2. 直接运输网络的主要优势：
 - a) 无需中介仓库，而且在操作和协调上简单易行；
 - b) 运输决策完全是地方性的，一次运输决策不影响别的货物运输；
 - c) 从供应商到需要地的运输时间较短。

二、“送奶线路”型直接运输网络

1. 送奶线路是指一辆卡车将从一个供应商那里提取的货物送到多个零售店时所经历的线路，或者从多个供应商那里提取货物送至一个零售店时所经过的线路。
2. 供应链管理者的就必须对每条送奶线路进行规划。

3. 送奶线路通过多家零售店在一辆卡车上的联合运输降低了运输成本。

三、有配送中心的运输网络

1. 在这种运输系统中，供应商并不直接将货物运送到零售店，而是先运到配送中心，再运到零售店。
2. 配送中心是供应商和零售商之间的中间环节，发挥两种不同作用：
 - (1) 进行货物保管；
 - (2) 转运点的作用。

四、有配送中心的“送奶线路”运输网络

1. 如果每家商店的进货规模较小，配送中心就可以使用送奶线路向零售商送货了。
2. 送奶线路通过联合的小批量运送减少了送货成本。
3. 使用货物对接和送奶线路要求高度的协调以及对送奶线路的合理规划和安排。
4. 连锁饮食店的送货上门一般都是采用这种路线，例如永和大王、必胜客比萨等。

五、几种复杂的运输模型及计算

1. 运输问题：运输问题的目标是使从 m 个出发点（每个有 s_i 的供给）到 n 个目的地（每个有 d_j 的需求）的运输总成本最小，从出发点 i 到目的地 j 的单位运输成本是 c_{ij} 。
2. 指派问题的目标是使指定 m 个工人去做 m 项工作所花的成本最少，工人 i 做工作 j 的成本是 c_{ij} 。这是假设了所有的工人都被指派并且每项工作都有人做。
3. 转运问题是在到达目的节点之前运输可能经过某个中间节点（转运点）的运输问题。

思考题

1. 我国公路运输与航空运输、铁路运输的竞争、铁路运输中使用问题的解决方法。
2. 配送中心的作用、运输问题的建模、指派问题的建模、转运问题的建模。
3. 运输的基本原理和功能是什么？
4. 四种基本的运输网络模型的优缺点分析

课堂知识扩展

1. 仓储和运输的选择方法。

案例分析题

快步易捷与上海浦运携手“一体化运输管理系统项目”案例

分析：（1）结合本案例运输在供应链的重要性表现在哪里？

（2）“一体化运输管理系统项目”的主要内容是什么？

（3）实施效果如何？还存在哪些问题？

参考文献

1. 《供应链管理手册》 约翰·加托纳（澳）（John Gattorna）编著：电子工业出版社 2004
2. 《战略供应链管理》 肖尚纳·科恩、约瑟夫·罗塞尔著 汪蓉等译 人民邮电出版 2006 年
3. 《企业物流管理—供应链视角》 约翰·科伊尔，爱德华·巴蒂，小约翰·兰利著/John Coyle, Edward Bar 电子工业出版社 2003 年

第十二章 典型供应链管理方法

教学目的和要求：

通过本章的学习，同学们应该掌握快速响应（QR）和有效顾客响应（ECR）的产生背景、实施意义及其作用，然后能够充分了解快速响应与有效顾客响应的异同。

知识点：

本章的主要知识点包括：

（1）快速响应（QR）：快速响应的原理、快速响应产生的背景、快速响应的意义、实现快速响应的六个步骤、快速响应的最新发展。

（2）有效顾客响应（ECR）：有效顾客响应产生的背景、有效顾客响应战略、有效顾客响应对成本的节约。

（3）快速响应与有效顾客响应的异同。

学习重点和难点：

本章的重点有：快速响应的原理、快速响应产生的背景、快速响应的意义、实现快速响应的六个步骤、有效顾客响应产生的背景。

本章的难点：快速响应的最新发展、有效顾客响应战略、有效顾客响应对成本的节约。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 快速响应（QR）

一、快速响应的原理

1. 快速响应（quick response, QR）是一种全新的业务方式，它体现了技术支持的业务管理思想：即在供应链中，为了实现共同的目标，各环节间都应进行紧密合作。一般来说，供应链的共同目标包括：提高顾客服务水平，即在正确的时间、正确的地点用正确的商品来响应消费者需求；降低供应链的总成本，增加零售商和制造商的销售和获利能力。

2. 快速响应业务成功的前提是零售商和制造商具有良好的关系。

3. 快速响应主要应用在品牌选择性强的行业，例如服装行业。

二、快速响应的意义

快速响应对于制造商和零售商都具有很重要的意义。

1. 对于制造商来说，快速响应改善了它的顾客服务，这种改善从根本上说来自于同一供应链上制造商与零售商的良好合作关系。长期的良好顾客服务会增加制造商的市场份额。其次，快速响应还能降低流通费用。第三，提高了采购订单的准确率，提高了订单效率。第四，由于可以对销售进行预测并能够得到准确的销售信息，制造商可以准确地安排生产计划，有效地减少浪费。

2. 对于零售商而言，快速响应的意义主要表现在顾客服务水平和获利能力的显著提高。快速响应利用条形码和 POS 扫描，使零售商能够跟踪各种商品的销售和库存情况，这样就能准确地跟踪存货情况，在库存真正降低时才订货。它们还可以降低订货周期，实施自动补货系统（也称厂商补货系统），运用存货模型来确定何时需要采购，最终提高销售额。

三、实现快速响应的六个步骤

实施快速响应需要六个步骤。每一个步骤都以前一个步骤为基础，都比前一个步骤回报更高，但是需要的投资也更高。这六个步骤是：

1. 条形码和 EDI
2. 固定周期补货
3. 先进的补货联盟
4. 零售空间管理
5. 联合产品开发
6. 快速响应的集成

四、快速响应的最新发展

目前在欧美快速响应系统的发展已跨入第三个阶段，即联合计划、预测与补货（Collaborative Planning, forecasting and replenishment, 简称 CPFR）阶段。CPFR 是一种建立在贸易伙伴之间密切合作和标准业务流程基础上的经营理念，CPFR 研究的重点是供应商、制造商、批发商、承运商及零售商之间协调一致的伙伴关系，以保证供应链整体计划、目标和策略的先进性。

第二节 有效顾客响应（ECR）

一、有效顾客响应（ECR）的含义

1. 有效顾客响应（efficient consumer response, ECR）是应用于食品行业，分销商和供应商为消除系统中不必要的成本和费用，给客户带来更大效益而进行密切合作的一种供应链管理方法。
2. 有效顾客响应战略的核心是要求零售商、批发商和制造商紧密协作，为顾客提供更多的价值。
3. ECR 的最终目标是建立一个具有高效反应能力和以客户需求为基础的系统，使零售商及供应商以业务伙伴方式合作，提高整个食品杂货供应链的效率，而不是单个环节的效率，从而大大降低整个系统的成本、库存和物资储备，同时为客户提供更好的服务。

二、有效顾客响应战略

制造商、批发商和零售商可采取下述四种战略来实现这个目标：

1. 有效的店内布局
2. 有效的补货
3. 有效的促销
4. 有效的产品导入

任何一个行业的新产品导入都是一项重要的创造价值的业务。有效的产品导入包括让消费者和零售商尽早接触到这种产品。

三、有效顾客响应对成本的节约

1. 有效顾客响应对成本的节约主要来自于：

第一，直接成本的节约，即通过减少额外活动和费用直接降低的成本；

第二，间接成本的节约，主要是实现单位销售额的存货要求降低了。

具体来说,节约的成本包括商品的成本、营销费用、销售和采购费用、后勤费用、管理费用和店铺的经营费用等。

2. 对客户、分销商和供应商来说,除这些有形的利益以外,ECR 还有着重要的不可量化的无形利益。

第三节 快速响应与有效顾客响应的异同

1. 不同点:QR 主要集中在一般商品和纺织行业,其主要目标是对客户的需求做出快速反应,并快速补货。ECR 主要以食品行业为对象,其主要目标是降低供应链各环节的成本,提高效率。这是因为食品杂货店与纺织服装行业经营的产品特点不同:杂货店经营的产品多数是一些功能型产品,每一种产品的寿命相对较长(生鲜食品除外),单位成本也较低,因此,短时期内订货数量与实际需求产生的差别带来的损失相对较小。纺织服装业经营的产品多属创新型产品,每一种产品的寿命(由于季节性或流行趋势导致)相对较短,单位成本相对较高,因此,短时期内订货数量与实际需求的出入就会造成相对较大的损失。

2. 相同点具体表现在如下三个方面:

第一,贸易伙伴间商业信息的共享。

第二,商品供应方进一步涉足零售业,提供高质量的物流服务。

第三,企业间订货、发货业务全部通过电子数据交换(EDI)来进行,实现订货数据或出货数据的传送无纸化。

思考题

1. 综合运用快速响应对于制造商和零售商的意义。
2. 综合运用分析有效顾客响应对成本的节约。
3. 综合分析快速响应和有效顾客响应的异同。

参考文献

1. 《供应链管理手册》约翰·加托纳(澳)(John Gattorna)编著:电子工业出版社 2004
2. 《现代物流与配送中心》何明珂 机械工业出版社,2004
3. 《现代物流管理教程》上海现代物流教材编写委员会 上海-上海三联书店 2002
4. 《供应链管理》马士华等著 北京-机械工业出版社 2000

第十三章 供应链绩效评价

教学目的和要求：

通过本章的学习，同学应该掌握绩效评价的基本理论，基于流程的供应链绩效评价模型，供应链绩效评价模型。

知识点：

本章的主要知识点包括：

（1）绩效评价的基本理论：供应链绩效评价概述、现行企业绩效评价与供应链绩效评价的比较、供应链绩效评价的作用。

（2）基于流程的供应链绩效评价模型：业务流程绩效的评价指标、企业之间的绩效评价指标。

（3）供应链绩效评价模型：供应链评价体系模型、顾客价值模型、供应链成熟度。

学习重点和难点：

本章的重点有：供应链绩效评价概述、现行企业绩效评价与供应链绩效评价的比较、供应链绩效评价的作用、业务流程绩效的评价指标、企业之间的绩效评价指标。

本章的难点有：供应链评价体系模型、顾客价值模型、供应链成熟度。

学时分配：

本章课程讲授 3 学时

正文

第一节 绩效评价的基本理论

一、供应链绩效评价概述

有效的绩效评价系统，主要可以解决供应链管理过程中存在的如下四个方面的问题：

1. 评价组织原有的供应链，并发现原有供应链的缺陷和不足，并提出相应的改进措施；
2. 评价供应链的新构造，监督和控制供应链运营的效率，充分发挥供应链管理的作用；
3. 作为供应链业务流程重组的评价指标，建立基于时间、成本和绩效的供应链优化体系；
4. 寻找供应链约束和建立有效激励机制的参照系，也就是建立标杆活动、标杆节点企业和标杆供应链体系的基准。

总之，科学合理的供应链绩效体系作为供应链评价的标准，能够准确地描述供应链的运营状况，为供应链管理体系的优化提供科学的依据。

二、现行企业绩效评价与供应链绩效评价的比较

现行企业绩效评价指标侧重于单个企业，评价的对象主要是某个企业具体的内部职能部门或者个人，这种企业绩效评价的指标在设计上有以下几个特点：

现行企业绩效评价指标的数据主要来源于财务结果，在时间上有了一定的延迟，不能很准确的反映供应链运营动态情况。

现行企业绩效评价主要评价企业某职能部门工作完成情况，不能对企业业务流程进行评价，更不能对整个供应链的运营情况进行科学、客观地评价。

现行企业绩效评价指标不能对供应链的业务流程进行及时评价和分析，而是侧重于事后分析。因此，当发现情况不同时，偏差已成为事实，其带来的危害和损失已经成为事实，并且往往很难补

偿。

三、供应链绩效评价的作用

供应链评价的目的就是对供应链的运行情况加以度量，以求更加准确对其运行进行评价，保证供应链的实施可以给企业群体带来效益。因此，供应链绩效评价主要有以下 4 个方面的作用。

1. 用于对整个供应链的运行效果做出评价。
2. 用于对供应链上各个成员企业做出评价。
3. 用于对供应链内企业与企业之间的合作关系做出评价。
4. 这些指标还可起到对企业的激励的作用。

第二节 基于流程的供应链绩效评价模型

一、业务流程绩效的评价指标

1. 产销率指标

产销率是指在一定时间内已销售出去的产品与已生产的产品数量的比值。产销率指标又可分成如下三个具体的指标：①供应链节点企业的产销率，该指标反映供应链节点企业在一定时间内的经营状况。②供应链核心企业的产销率，该指标反映供应链核心企业在一定时间内的产销经营状况。③供应链产销率，该指标反映供应链在一定时间内的产销经营状况；同时，该指标也反映了供应链库存水平和产品质量，其值越接近 1，说明供应链成品库存量越小。

2. 平均产销绝对偏差指标

3. 产需率指标

产需率是指在一定时间内，节点企业已生产的产品数量与其下层节点企业（或用户）对该产品的需求量的比值。具体分为如下 2 个指标：①供应链节点企业产需率；②供应链核心企业产需率。

4. 供应链产品出产（或投产）循环期（Cycle Time），也叫节拍指标。它可分为如下两个具体的指标：（1）供应链节点企业（或供应商）零部件出产循环期；（2）供应链核心企业产品出产循环期。

5. 供应链总运营成本指标：供应链总运营成本包括供应链通讯成本、供应链库存费用及各节点企业外部运输总费用。它反映供应链运营的效率。

6. 供应链核心企业产品成本指标

7. 供应链产品质量指标

二、企业之间的绩效评价指标

满意度指标是反映供应链上、下节点企业之间关系的绩效评价指标，即在一定时间内下层供应商 i 对其相邻上层供应商 j 的综合满意程度 C_{ij} 。

满意度 $C_{ij} = \alpha_j \times \text{供应商准时交货率} + \beta_j \times \text{供应商成本利润率} + \lambda_j \times \text{供应商 } j \text{ 产品质量合格率}$
 式中， α_j 、 β_j 、 λ_j 为权数，且 $(\alpha_j + \beta_j + \lambda_j) / 3 = 1$

第三节 供应链绩效评价模型

一、供应链评价体系模型

1. Lummus 等人（1998）列举了供应链绩效的主要考核指标（KPIS）。该指标体系分析了供应链管理中供应、转换、交通运输和需求管理四个方面，供应链绩效的主要评价指标包括：可靠性、提前期、过程可靠性、加工时间、计划完成情况、订单完成率、补充提前期、运输天数、供应链总库存成本和总周转时间。

2. Roger（1999）认为必须建立新的绩效评价系统。他认为，客户服务质量是评价供应链整体绩效的最重要手段。

3. 供应链研究的权威机构美国波士顿的咨询公司和 AMR Research（AMR）在供应链参考模型 SCOR 中，提出了度量供应链绩效的 11 项指标。

二、顾客价值模型

1. 有关顾客价值的模型最著名的应该属均衡记分卡（Balanced Scorecard）模型，此模型是由 Kaplan 和 Norton 于 1992 年提出来的。

2. 该体系提出了一套系统评价和激励企业绩效的方法，共由四组指标组成：财务指标、客户指标、内部运营指标和学习成长指标。

三、供应链成熟度

1. 供应链的柔性

供应链柔性主要包含联接柔性和管理柔性两部分。联接柔性体现了供应链成员之间连接的紧密程度，而管理柔性体现了供应链价值在传递过程中的无损程度，可以表示成价值增值能力，主要包含生产柔性和分销柔性两种类型。

2. 供应链的敏捷性

敏捷供应链管理（Agile Supply Chain Management, ASCM）覆盖了从供应商的供应商到客户的客户的全过程，包括采购、生产、库存管理、销售、运输和客户服务等环节。

敏捷供应链构筑了基于时间竞争的优势，能够实时满足波动的市场需求，保持与市场需求的同步。敏捷供应链的敏捷性主要来自如下几方面：

第一，建立战略伙伴关系。

第二，实现信息共享。

第三，形成多渠道纽带。

第四，降低复杂性。

思考题

1. 如何理解基于客户服务质量的供应链绩效评价系统，推进绩效评价系统演变因素。
2. 应用业务流程绩效的评价指标的计算。
3. 传统绩效评价模型和供应链绩效评价模型的区别表现在哪里？
4. 顾客平衡积分卡在供应链的应用表现在哪里？

课堂知识扩展

1. 供应链绩效评价体系的考虑因素和作用。
2. 施乐公司标杆管理（Benchmarking）绩效评价体系相关知识。
3. 顾客价值模型-平衡计分卡的相关知识。
4. SCOR 模型的相关知识。

参考文献

1. 《企业战略管理》 解培才编著 上海人民出版社，2002
2. 《现代物流管理》 蔡启明、张庆编著立信会计出版社， 2004

第十四章 信息技术

教学目的和要求：

通过本章的学习同学们应该掌握供应链中的信息的重要性和作用、供应链中的信息技术及其应用、电子商务在供应链的作用及其影响。

知识点：

本章的主要知识点包括：信息在供应链的重要性、信息在供应链中的作用、信息的编码技术、数据的自动识别和采集技术、电子数据交换技术、互联网和网络技术、电子商务在供应链中的作用、电子商务对供应链的影响、电子商务的建立和价值。

(1) 供应链中的信息：供应链中信息的重要性、信息在供应链中的作用

(2) 供应链中的信息技术：信息分类编码的概念、条码技术的概念、射频识别技术的概念、EDI 的概念、互联网的概念、信息编码标准化的重要性、EDI 的发展、EDI 的构成要素、信息编码技术和种类、自动识别和数据采集技术、互联网为供应链成员提供的好处

(3) 电子商务和供应链：电子商务的概念、运用电子商务的公司能够开展的供应链活动、电子商务对企业收益的影响、电子商务对成本的影响（包括降低和增加的成本）、电子商务建立的价值。

学习重点和难点：

本章的重点有：信息的重要性、信息在供应链中的运用、信息的编码技术、数据的自动识别与采集技术、电子数据交换技术、互联网与网络技术、电子商务在供应链中的作用、电子商务对供应链的影响、电子商务的建立和价值。

本章的难点：信息的编码技术、数据的自动识别与采集技术、电子数据交换技术等供应链管理中的具体应用。

学时分配：

本章课程讲授 4 学时

正文

第一节 供应链中的信息

一、信息的重要性

供应链管理概念的产生和发展与信息技术的应用密不可分。这一论点可以从以下几个方面加以阐述：

1. 供应链管理为企业获得竞争优势提供了非常重要的管理思想和方法，而这一思想和方法自诞生之日起，就与计算机技术与通信系统紧密地联系在一起。
2. 网络化是企业内外的竞争力与资源进行集成的基础，集成和网络化互相补充。
3. 企业必须建立以流程为基础的供应链组织，才能实现有效的供应链管理，而这需要信息技术的支持。
4. 信息共享成为供应链管理的关键。
5. 信息技术普遍应用在供应链管理方法中。

最后，实施供应链管理的顶尖级公司都十分重视信息技术的应用，取得了显著的成功。供应链管理成功程度的衡量主要是看构成供应链的企业的资源和能力的结合程度和顾客满意的程度。

二、信息在供应链中的作用

Tom Nickles、James Mueller 和 Timothy Takacs 的研究表明，将信息技术应用在供应链管理过程中，可产生以下 9 个方面的效果。

1. 依靠信息技术建立顾客关系

信息技术使供应链管理者通过与它的顾客和供应商之间构筑信息流和知识流来建立新型的顾客关系。

2. 依靠信息技术了解市场

有关消费着的信息可以通过互联网来获知，互联网已经成为企业获得消费者和市场需要信息的有效途径。

3. 开发高效率的营销渠道

4. 改变流通方式

产品和服务正在向实用化趋势发展，并正在改变它们的流通和使用方式。

5. 构筑新型价值链

信息技术通过利用每个企业的核心竞争能力和行业共有的做法，开始用来构筑企业间的价值链。

6. 具有及时决策和模拟结果的能力

信息技术的发展使得供应链管理者在进行经营革新或模拟决策结果的时候，可以利用大量有效的信息，供应链管理者基于这些信息可以对供应链进行有效的管理。

7. 具有全球化管理和基于消费者要求的定制能力

8. 信息技术改变传统的供应链构成

信息技术正在模糊产品和服务之间的区别，并在改变传统供应链的构成。

9. 学习和革新

供应链管理者需要不断地改善他们的运作过程，在供应链内部和企业内部分享有用的信息。重要的是企业有能力获得有关导致供应链革新和增强供应链能力的信息。

第二节 供应链中的信息技术

一、信息的编码技术

1. 信息编码技术是指对大量的信息进行合理分类后或是为了对编码对象进行唯一标识而用代码加以表示，从而实现对管理对象的正确识别。

2. 信息编码技术可分为信息分类编码与标识（ID）代码两大类。信息分类编码就是将具有某种共同属性或特征的信息合并在一起，把不具有上述共性的信息区别开来，并在此基础上，赋予信息某种符号体系，一般用代码加以表示。标识代码对编码对象不进行事先分类，而是对不同的对象分配不同的、唯一的号码。

3. 信息编码的标准化工作是自动识别技术与电子数据交换，乃至电子商务的最根本的技术基础。

4. 主要有两种方法实现对供应链管理对象的正确识别：一种是特征识别，即通过识别对象的特征来进行识别；另一种是定义识别，即事先给识别对象赋予一个标识（ID）代码，通过获得其 ID 代码并与数据库相联，以实现对管理对象的正确识别。

二、数据的自动识别与采集技术

1. 自动识别和数据采集工作过程是将被识别物品的信息“装入”可由机器识读确定的标签，并能由识读者自动转换为人工可读或与计算机兼容的数据格式传入计算机，实现信息的自动识别与数据采集。

2. 自动识别技术不仅能识别物品，而且是项目跟踪的有效手段。自动识别成为供应链管理过程中处理项目信息的理想技术。

3. 自动识别和数据采集（AIDC）技术通过自动（非人工手段）识别项目标识信息，并且不使用键盘即可将数据直接输入计算机、程序逻辑控制器或其他微处理器控制设备。

4. 每种自动识别技术都具有特定的特征和适用环境。

三、电子数据交换技术

1. 简单地说，EDI 就是按照商定的协议，将商业文件标准化和格式化，并通过计算机网络，在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

2. 构成 EDI 系统的三个要素是：EDI 软件和硬件、通信网络以及数据标准化。

3. EDI 整个过程无需人工介入或以最少的人工介入，以达到无纸化完成数据交换。

四、互联网与网络技术

1. 供应链成员可以通过互联网及时地获得供应链上的有关信息，互联网为供应链信息共享提供了一个基础的工具。

2. 互联网为供应链成员相对方便地实时而低成本的共享信息提供了巨大的潜力，目前，许多企业正在探索可能提供的诸多的机遇。

第三节 电子商务和供应链

一、电子商务在供应链中的作用

所谓电子商务，就是指借助于互联网进行商业贸易活动。供应链上的包括信息流、产品流和资金流都可以涵盖于电子商务中。运用电子商务的公司能够通过互联网开展下列供应链交易的部分或全部活动：

1. 提供整条供应链信息。
2. 同客户及供应商协商价格、订立合同。
3. 实现顾客网上发送订单。
4. 实现顾客网上跟踪订单。
5. 实现顾客网上支付。

二、电子商务对供应链的影响

1. 电子商务对企业收益的影响，包括：

- 1) 通过互联网为顾客提供直销
- 2) 从任何区位提供 24 小时的服务
- 3) 汇集各种渠道的信息

电子商务通过提供大量可供选择的产品的信息，来提高公司的营业收入。

4) 提供个人化和个性化信息

电子商务通过互联网利用顾客的个人信息，指导顾客消费，提高销售额。

5) 加速进入市场的时间

利用电子商务的公司比利用传统渠道的公司，能够更快地开发新产品，增加收入。

6) 实施弹性定价

7) 实现价格和服务的区别对待

电子商务根据单个顾客购买力的大小来制定价格，实现价格的区别对待。

8) 电子商务对收入的潜在不利影响

零售店能够立即为顾客提供所需的商品，而没有店面的电子商务由于运输时间的限制而要消费者等待更长的时间。

2. 电子商务对成本的影响

电子商务在以下几个方面有利于公司或供应链削减成本：

1) 降低产品的管理成本可以通过缩短供应链的环节使其变短。

2) 将产品的差异化延迟至订单发出之后发生。

3) 通过可下载产品节省输送成本和时间。

4) 降低设施和加工成本。电子商务通过集中所有库存、减少所需设施的数量，来降低设施成本。

5) 通过集中化降低库存成本。

6) 通过信息共享提高供应链的协调性。

电子商务在以下几个方面可能会增加成本。

1) 集中库存导致运输成本增加。

2) 如果顾客参与度降低，管理成本就会增加。

3) 信息基础设施需要大量初始投资。

三、电子商务的建立和价值

管理者在实践中建立电子商务时，还应考虑下列建议：

1. 将互联网与现有的实体网络结合起来。

2. 设计反映成本的运输定价策略。

3. 优化电子商务物流，管理包裹而不是货物。

4. 设计电子商务供应链以实现商品的退换。

5. 在订单完成过程中让顾客有知情权。

思考题

1. 分析自动识别和数据采集技术，互联网为供应链成员提供的好处。

2. 信息在供应链中的作用表现在哪里？

3. Internet 对供应链管理有何影响？

4. 电子数据交换技术对供应链的发展有何影响？

5. 分析传统物流管理和电子商务环境下供应链管理的不同。

课堂知识扩展

1. 电子数据交换技术（EDI）在供应链管理中的应用。

2. 信息分类编码技术在供应链中的应用。

3. 条码技术在供应链中的应用。
4. 互联网（Internet）在供应链中的具体应用。

参考文献

1. 《物流与供应链管理》，宋华主编，经济出版社，2002
2. 《现代物流管理》 蔡启明、张庆编著立信会计出版社， 2004
3. 《全球物流管理和供应链管理案例》 戴维.泰勒著 中信出版社 2003 年
4. 《供应链不确定性管理—技术与策略》 张涛、孙林岩著 清华大学出版社 2005 年

第十五章 供应链管理案例分析

教学目的和要求：

目前大多数企业都已认识到供应链管理对于企业的重要性。本章就节选在供应链管理方面比较成功的三家企业进行简要地分析：宝洁公司和沃尔玛的供应链构筑、高露洁公司的供应链管理、戴尔供应链管理。

通过本章的具体案例分析，学生首先应该了解到供应链管理理念的指导和供应链管理系统的实施，对于现代企业有效减少库存，提高客户满意度，实现整个供应链上资源的重新优化配置的重要作用；同时学生应该具备分析具体供应链管理的能力，将前 14 章的理论知识具体应用到现实的供应链管理案例中。

学时分配：

本章课程讲授 4 学时。

正文

第一节 宝洁公司和沃尔玛的供应链构筑

20 世纪 80 年代中期美国大型生产商宝洁公司（Procter & Gamble）和美国第一大零售商沃尔玛（Wal-mart Stores）结成了战略联盟，探索新型的供应商和零售商之间的合作关系，在实践上进行供应链管理的优化，并全面推动了 ECR 和 QR 的发展。²其步骤主要包括：

- （1）建立协作关系
- （2）合作形式与绩效
- （3）P&G 自身的变革

具体讲，主要包括：

1. 品牌管理制度的改变；
2. 价值定价战略的实施；
- （4）合作的新发展

第二节 高露洁公司的供应链管理

高露洁公司（Colgate-Palmolive）作为一家知名的跨国公司，向来以采用正确的发展策略为业内称道。为综合管理其供应链，该公司于 1999 年 11 月建立了高露洁全球供应链管理系统。高露洁希望充分利用对其核心 SAP R/3 解决方案的投资，进一步完善全球供应链管理，改善对零售商和客户的服务，减少库存，增加盈利。³其实施步骤包括：

- （1）供应链管理战略：

聚焦供应链为解决上述问题，高露洁建立了“高露洁全球供应链系统”。在该系统中，高露洁确定了三个主要的供应链战略。

1. 首先是推出 VMI 项目，大幅削减渠道的库存和循环时间。
2. 其次，高露洁还想实施一个跨边界资源计划，将地域性模式拓展为全球性模式。

² 参考《现代物流与供应链管理案例》宋华著 北京-经济管理出版社 2001.7

³ 资料来自中国企业家网站，原文有删节。

3. 最后，高露洁还将实施一个与下游企业的协同计划程序，用来管理供应链中的市场需求和协调各项活动。

(2) 供应链管理效果：

1. 真正实现全球化资源利用
2. 需求规划与绩效确认
3. 可持续性发展

第三节 戴尔的供应链管理

1994 年，戴尔公司提出构建其新模式，把经营转变为定制程序，通过 JIT 系统降低库存量，面向顾客直销产品，其效果是惊人的。把这种新型供应链能力置入核心战略，戴尔制定了一个供应链再造计划，其意义远远超出了简单地追求效率和价值产出。为此，戴尔不得不做一些困难的战略性转换，使其重要的活动与新模式相协调。⁴其实施步骤包括：

(1) 戴尔的供应链战略：

戴尔通过在下面五个方面的使用手段及并行的改变来创建协作：

1. 客户选择
2. 顾客内部运作
4. 运作能力
5. 组织结构

(2) 戴尔供应链战略的实施

戴尔利用强有力的战略创造和管理技术变革去成功地领导他的公司。归纳起来，在其供应链再造实施中进行了以下五个步骤：

- ①打造基础；
- ②发动合作伙伴；
- ③推销新商务模式；
- ④促成相关职能改变；
- ⑤打造计划：
 - 1) 证明试点项目的机会；
 - 2) 组织那些主动客户；
 - 3) 划分市场；
 - 4) 系统地修正新商务模式。

思考题

1. 宝洁公司和沃尔玛的供应链构筑

通过宝洁公司和沃尔玛供应链管理案例的阅读，分析以下问题：

- (1) 20 世纪 80 年代中期宝洁公司和沃尔玛之间建立产销联盟的原因有哪些？
- (2) 宝洁公司和沃尔玛产销联盟的合作形式是什么？
- (3) 产销联盟对宝洁公司和沃尔玛的绩效如何？
- (4) 宝洁公司和沃尔玛产销联盟的最新发展趋势是什么？

2. 高露洁公司的供应链管理

⁴ 文章来自 AMT-企业资源管理研究中心，原文有删节。

通过高露洁公司供应链管理案例的阅读，分析以下问题：

- （1）“高露洁全球供应链系统”的主要构成部分有哪些？
- （2）VMI（供应商管理库存）的基本原理是什么？
- （3）高露洁公司供应链管理的效果如何？

3. 戴尔的供应链管理

通过戴尔公司的供应链管理案例的阅读，分析以下问题：

- （1）戴尔公司供应链管理最明显的特点是什么？
- （2）戴尔公司供应链管理战略有哪些？
- （3）戴尔公司供应链管理的具体实施策略有哪些？
- （4）戴尔公司供应链管理模式的启示有哪些？

4. 查找具体供应链管理案例并进行简要分析。

参考文献

1. 《现代物流与供应链管理案例》 宋华著 北京-经济管理出版社 2001.7
2. 《全球物流管理和供应链管理案例》 戴维.泰勒著 中信出版社 2003 年
3. 中国企业家网站

第三部分 学习参考书目

1. 《现代物流管理》 蔡启明、张庆编著立信会计出版社， 2004
2. 《物流与供应链管理》， 宋华主编， 经济出版社， 2002
3. 《企业战略管理》 解培才编著 上海人民出版社， 2002
4. 《供应链管理手册》 约翰·加托纳（澳）（John Gattorna） 编著：电子工业出版社， 2004
5. 《现代物流与配送中心》 何明珂 机械工业出版社， 2004
6. 《供应链管理》， 马士华北京机械工业出版社， 2000
7. 《现代物流管理》夏文汇主编 重庆大学出版社， 2002
8. 《现代物流学》， 霍红马常红主编 中国物资出版社， 2004
9. 《信息时代的管理信息系统》（美）斯蒂芬·哈格、梅芙·卡明斯、詹姆斯·道金斯机械工业出版社， 2000
10. 《管理信息系统——管理导向的理论与实践》（美）小瑞芒德·麦克劳德、乔治·谢尔电子工业出版社， 2002
11. 《管理信息系统》（美）罗伯特·斯库塞斯、（美）玛丽·萨姆纳 东北财经大学出版社， 2000
12. 《管理信息系统》 姚家奕、吕希艳、张润彤 首都经贸大学出版社， 2003
13. 《基于 Internet 的管理信息系统》曾凡奇等 中国财政经济出版社， 2001
14. 《供应链不确定性管理—技术与策略》 张涛、孙林岩著 清华大学出版社 2005 年
15. 《战略供应链管理》肖尚纳·科恩、约瑟夫·罗塞尔著 汪蓉等译 人民邮电出版 2006 年
16. 《企业物流管理—供应链视角》 约翰·科伊尔， 爱德华·巴蒂， 小约翰·兰利著/John Coyle, Edward Bar 电子工业出版社 2003 年
17. 《采购与共供应链管理》（美） 罗伯特·M·蒙兹卡， 罗伯特·J·特伦特， 罗伯特·B·汉德菲尔德著/Rob 中信出版社 2004 年
18. 《电子商务物流与电子供应链管理》 宋华编著 中国人民大学出版社 2004 年
19. 《现代物流与供应链管理案例》 宋华著 北京·经济管理出版社 2001.7

物流与供应链管理课程实验教学大纲（3 学分）

[课程编号]406020483---- [课程类别] 专业基础课程----

[课程学时] 54 学时----- [实验学时]- 6 学时---

[授课对象]-本科生，双学位--- [授课单位] 商学院工商管理教研室----

一、实验教学任务和目的

本实验课程的任务和目的是通过应用 ERP 模拟教学软件，使学生掌握 ERP 的基本概念和以运行机制。

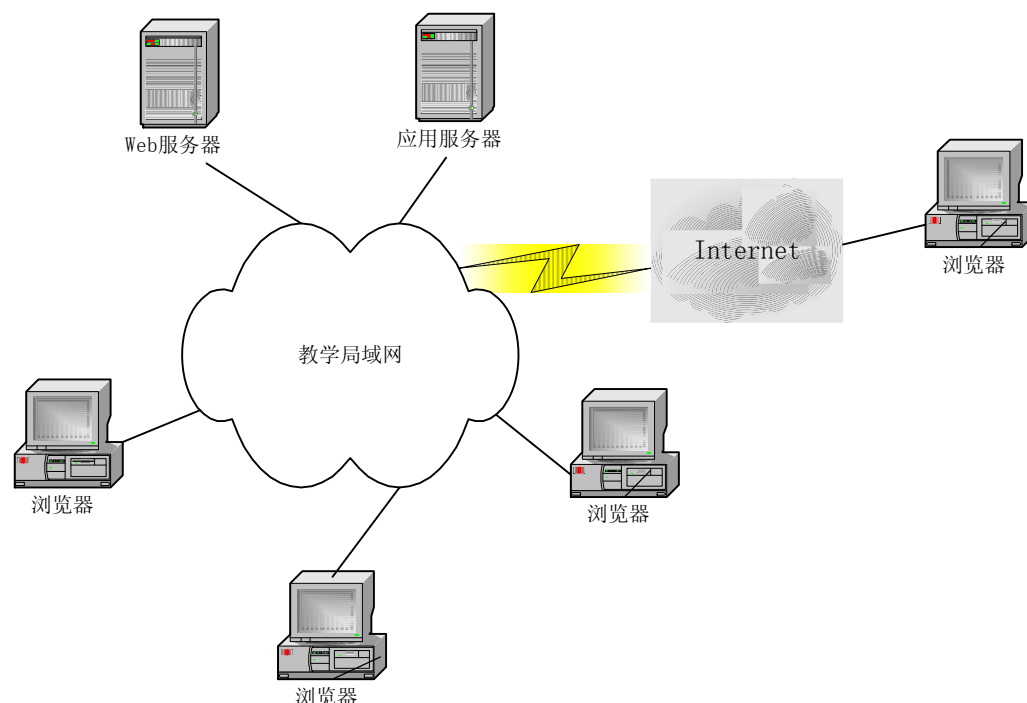
在企业活动中，企业的采购、生产、营销、财务和库存是企业资源计划（ERP 的主要核心部分。因此，企业资源计划（ERP）应用模拟教学软件系统以制造企业为主体，抽象出普遍的 ERP 框架模型，模拟企业供、产、销一体化的管理活动的实际完整过程。在逼真再现企业 ERP 整体框架活动的同时，模拟企业内部的相应业务流程，实现为学习和深入理解 ERP 的概念和运行机制、方法提供一个真实的实践环境。

学生通过 ERP 的模拟实验，能加深对 ERP 的概念的理解，同时掌握 ERP 的基本原理和操作流程。

二、实验教学基本要求

实验教学的实验环境要求如下：

网络：基于 Windows NT 环境的局域网，或是基于 Internet 环境。



服务器

硬件配置：

166Mhz pentium 或以上级别的微处理器（或同级兼容处理器）

128M 内存（推荐 256M 内存）

VGA 或更高分辨率显示器

软件配置：

Windows NT Server 4.0 Servers Pack 4 以上（主域服务器）或 Windows 2000 server

ERP 模拟教学系统

三、实验教学内容

实验项目一 ERP 中的采购模拟

1. 预习要求

预习 ERP 中采购的功能和流程。

2. 实验目的

掌握 ERP 中采购的流程及其功能。

3. 实验内容和要求

模拟 ERP 采购中下述功能：采购流程管理、采购员资料管理、采购询价、采购订单、采购收货、IQC 控制、采购应收货跟踪管理、采购退货、供应商发票

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态进行查看，对参与学生的熟练程度进行点评。

实验项目二 ERP 中的销售模拟

1. 预习要求

预习 ERP 中销售的功能和流程。

2. 实验目的

掌握 ERP 中销售的流程及其功能。

3. 实验内容和要求

模拟 ERP 销售中下述功能：销售流程管理、销售员资料管理、价格引擎、分销出货、分销应出货监控、销售发票、销售订单、销售报价、销售退货、销售出货。

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态进行查看，对参与学生的熟练程度进行点评。

实验项目三 ERP 中的生产模拟

1. 预习要求

预习 ERP 中生产的功能和流程。

2. 实验目的

掌握 ERP 中生产的流程及其功能。

3. 实验内容和要求

模拟 ERP 生产中下述功能：生产人员管理、产品资料管理、工序管理、生产线管理、生产发料。

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态进行查看，对参与学生的熟练程度进行点评。

实验项目四 ERP 中的库存模拟

1. 预习要求

预习 ERP 中库存的功能和流程。

2. 实验目的

掌握 ERP 中库存的流程及其功能。

3. 实验内容和要求

模拟 ERP 库存中下述功能：转仓处理、库存调整、仓库盘点、货品交易记录、货品存量分布。

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态进行查看，对参与学生的熟练程度进行点评。

实验项目五 ERP 中的财务模拟

1. 预习要求

预习 ERP 中财务的功能和流程。

2. 实验目的

掌握 ERP 中财务的流程及其功能。

3. 实验内容和要求

模拟 ERP 财务中下述功能：编制货币资料、付款方式管理、对会计科目的建立和维护、凭证管理、核算项目资料。

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态进行查看，对参与学生的熟练程度进行点评。

四、实验项目与学时分配

序号	项目名称	学 时	要 求	类型	主要设备	实验室
001	ERP 中的采购模拟	4	掌握 ERP 中采购的流程及其功能			
002	ERP 中的销售模拟	4	掌握 ERP 中销售的流程及其功能			
003	ERP 中的生产模拟	4	掌握 ERP 中生产的流程及其功能			
004	ERP 中的库存模拟	4	掌握 ERP 中库存的流程及其功能			
005	ERP 中的财务模拟	4	掌握 ERP 中财务的流程及其功能			

（注：序号为课程代码加自设代码，自设代码为三位数，并从 001 起排列）

五、考核方式

实验考核成绩占课程总成绩权重的 30%。

六、实验教材及参考书

ERP 实验课程指导教材

七、说明

由于该课程的理论性和实践性要求，因此实验类型采用了在一个 ERP 模拟教学环境中来学习和掌握 ERP 的理论和实际操作流程。

任课教师名单如下：

于淼 梁建桥

《企业经营模拟》 教学大纲

朱晓武 编写

目 录

第一部分 概述..... 3

 一、课程概述..... 3

 二、课程目标..... 3

 三、内容提要及学时分配..... 3

 四、教学方式..... 3

 五、教学过程中 IT 工具等技术手段的应用..... 4

 六、学生成绩评定办法..... 4

第二部分 主要内容..... 5

 一、一般规则..... 5

 二、市场机制..... 5

 三、产品分销..... 5

 四、库存与预订..... 7

 五、生产作业..... 7

 六、材料定购..... 8

 七、管理成本..... 8

 八、研究开发..... 8

 九、人员招聘、退休与解聘..... 9

 十、员工待遇与激励..... 9

 十一、资金筹措..... 9

 十二、纳税与分红..... 10

 十三、财务管理..... 10

 十四、评判标准..... 10

教 材：《决策模拟讲义》主编：王其文等

参 考 书：Zhu Xiaowu, YanYan & Sun Xuanzhong. 2010. Dynamic Case Teaching And Learning: Business Education in Web-based Simulation Environment. 2010 International Conference on Computer Science & Education (EI)（论文）；

参考基本管理学课程，如《生产作业管理》、《财务管理》、《市场营销》、《人力资源管理》、《战略管理》、《运筹学》、《统计学》、《对策论》等课程的教材。

第一部分 概述

一、课程概述

本课程包括风险决策模拟和企业竞争模拟两部分内容。第一部分要让学生学会计算机模拟的基本原理和方法，能解决经营管理中的一般风险决策问题。第二部分将使用《企业竞争模拟系统》软件，将学生分成几个公司，由学生分别担任总经理和部门经理，在模拟的市场环境里进行竞争，分期做出经营决策，经多期后，按企业经营的绩效给出评价。模拟之后，学生要对整个模拟过程的得失进行总结。每一个团队的模拟实战经营作为一个鲜活的案例进行仔细分析，实现学生—学生、学生—教师、学生—学习内容的充分交互。培养学生掌握计算机模拟的基本原理和方法，学会运用计算机模拟方法解决风险决策问题的技能；另一方面是通过在虚拟的经营环境中的竞争性决策演练，培养学生对管理学知识的综合运用能力、对经营环境进行判断并做出决策的能力、组织协调能力和团队合作精神。

二、课程目标

《企业经营模拟》课程的目的方面是培养学生掌握计算机模拟的基本原理和方法，学会运用计算机模拟方法解决风险决策问题的技能；另一方面是通过在虚拟的经营环境中的竞争性决策演练，培养学生对管理学知识的综合运用能力、对经营环境进行判断并做出决策的能力、组织协调能力和团队合作精神。

本课程教学的指导思想是“教师为主导，学生为主体；理论联系实际，在模拟实践中学知识、用知识、长本领”。

三、内容提要及学时分配

周次	内 容	课时
1~2	课程简介，教学大纲； 竞争性企业决策模拟的由来与发展； 企业经营环境介绍与模拟规则；试验决策；	6
3~4	企业竞争模拟预赛（1-2），基本决策工具应用	6
5~6	预赛（3-4），预赛小结；模拟规则测试（30 分钟）	6
7~8	企业竞争模拟决赛（1-2），实战及决策工具应用	6
9~10	企业竞争模拟决赛（3-5），实战及模拟情景分析	6
11~12	企业竞争模拟决赛（6-8），实战及企业成本分析	6
13~14	企业竞争模拟总结与分析，分组汇报、点评。	6
15~16	随机数与随机分布的产生方法；计算机模拟工具介绍（用 Excel 进行模拟）；风险决策模拟与分析（1）	6
17	风险决策模拟与分析（2）	3
18	风险决策模拟案例分组汇报	3

四、教学方式

本课程的教学特点是与计算机应用紧密结合，教师主要应用计算机辅助教学手段进行教学，并给学生提供足够的上机练习，100%的课时在计算机实验室进行。少讲多练是本课程的教学原则。

五、教学过程中 IT 工具等技术手段的应用

风险决策模拟使用EXCEL；企业竞争模拟使用自主开发的软件系统BUSIMU，决策过程中使用优化工具软件LINDO等。

六、学生成绩评定办法

出勤及课堂表现占10%；

风险决策模拟项目占20%，评估学生计算机模拟技能掌握的情况和创新能力（风险决策模拟项目是以组为单位，自己设计题目并用模拟的办法解决问题）；

企业竞争模拟预赛成绩占10%，决赛成绩占30%，总结报告占10%；比赛成绩是综合运用管理知识的测试，也是团队沟通能力、决策能力的体现；通过总结报告要评估学生的总结归纳能力、从实践提炼上升到理论的分析能力和写作演讲表达能力。

模拟规则测试占20%，由学生个人独立完成。

第二部分 主要内容

一、一般规则

模拟参加者要服从模拟管理者的领导和指挥，按时、按规定的方式提交决策。

参加本次模拟的有 14 个组，代表 14 个相同类型、相同规模的企业(或称公司)，它们可以生产 4 种产品，在 4 个市场上销售。模拟情景难度属第 9 级(共 9 级)。

各公司每期(假定一期为一个季度)做一个决策。各公司要在管理者指定的时间以前将决策输入计算机(在网络上运行时)，或将决策交给模拟管理者(在单机上运行时)。否则，模拟管理者可以将该公司上期的决策作为该公司本期的决策。

公司做决策时应考虑本公司的现状、历史状况、经营环境以及其它公司的信息，综合运用学过的管理学知识，发挥集体智慧与创造精神，追求成功的目标。公司做决策时一定要注意决策的可行性。比如，安排生产时要有足够的机时、人力和原材料，要买机器要有足够的资金。当决策不可行时，模拟软件将改变公司的决策。这种改变有一定的随意性，并不遵循优化原则。

二、市场机制

各市场对各种商品的需求与多种因素有关，符合基本的经济规律。对某公司的需求量依赖于该公司的决策及状况(包括对商品的定价、广告费、促销费用及市场份额等)，也依赖于其它公司的决策及状况。同时，需求量也与整个市场的容量、经济发展水平、季节变动等因素有关。价格和促销费的绝对值会影响需求，与其它公司比较的相对值也会影响需求。企业对产品的广告影响该产品在各个市场上的需求，可能有滞后作用。促销费包括营销人员费用等，企业在各市场的促销费影响它在该市场的各种产品的需求。企业的研发费、工人工资会影响产品的等级，等级高的产品可以较高的价格出售。模拟中发布的动态消息是对下期的经济环境、社会变革、自然现象等突发事件的预测，事件是否真正发生以及将造成多大影响都具有随机性，决策者要有风险意识。

三、产品分销

本期产品的 80% 和在工厂的全部库存可以运往各市场，市场之间不转运。

产品运输固定费用(元) (1)

<-----产品 A-----> <-----产品 B----->

公司 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4

1	500	2000	4000	5000	6000	10000	12000	13000
2	2000	500	4000	5000	10000	6000	12000	13000
3	680	1820	4000	5000	6500	9500	12000	13000
4	1820	680	4000	5000	9500	6500	12000	13000
5	770	1730	4000	5000	6750	9250	12000	13000
6	1730	770	4000	5000	9250	6750	12000	13000
7	860	1640	4000	5000	7000	9000	12000	13000
8	1640	860	4000	5000	9000	7000	12000	13000
9	950	1550	4000	5000	7250	8750	12000	13000
10	1550	950	4000	5000	8750	7250	12000	13000
11	1040	1460	4000	5000	7500	8500	12000	13000

12	1460	1040	4000	5000	8500	7500	12000	13000
13	1130	1370	4000	5000	7750	8250	12000	13000
14	1370	1130	4000	5000	8250	7750	12000	13000

产品运输固定费用(元) (2)

<-----产品 C-----> <-----产品 D----->

公司 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4

1	10000	14000	16000	17000	12000	16000	18000	19000
2	14000	10000	16000	17000	16000	12000	18000	19000
3	10500	13500	16000	17000	12500	15500	18000	19000
4	13500	10500	16000	17000	15500	12500	18000	19000
5	10750	13250	16000	17000	12750	15250	18000	19000
6	13250	10750	16000	17000	15250	12750	18000	19000
7	11000	13000	16000	17000	13000	15000	18000	19000
8	13000	11000	16000	17000	15000	13000	18000	19000
9	11250	12750	16000	17000	13250	14750	18000	19000
10	12750	11250	16000	17000	14750	13250	18000	19000
11	11500	12500	16000	17000	13500	14500	18000	19000
12	12500	11500	16000	17000	14500	13500	18000	19000
13	11750	12250	16000	17000	13750	14250	18000	19000
14	12250	11750	16000	17000	14250	13750	18000	19000

注 意：只要有产品运往市场，就要付固定运输费用。

产品运输变动费用(元) (1)

<-----产品 A-----> <-----产品 B----->

公司 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4

1	25	100	200	250	300	500	600	650
2	100	25	200	250	500	300	600	650
3	34	91	200	250	325	475	600	650
4	91	34	200	250	475	325	600	650
5	39	86	200	250	337	463	600	650
6	86	39	200	250	463	337	600	650
7	43	82	200	250	350	450	600	650
8	82	43	200	250	450	350	600	650
9	48	77	200	250	362	438	600	650
10	77	48	200	250	438	362	600	650
11	53	72	200	250	375	425	600	650
12	72	53	200	250	425	375	600	650
13	57	68	200	250	387	413	600	650
14	68	57	200	250	413	387	600	650

产品运输变动费用(元) (2)

<-----产品 C-----> <-----产品 D----->

公司 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4 市场 1 市场 2 市场 3 市场 4

1	500	700	800	850	600	800	1000	1050

2	700	500	800	850	800	600	1000	1050
3	525	675	800	850	625	775	1000	1050
4	675	525	800	850	775	625	1000	1050
5	537	663	800	850	637	763	1000	1050
6	663	537	800	850	763	637	1000	1050
7	550	650	800	850	650	750	1000	1050
8	650	550	800	850	750	650	1000	1050
9	562	638	800	850	662	738	1000	1050
10	638	562	800	850	738	662	1000	1050
11	575	625	800	850	675	725	1000	1050
12	625	575	800	850	725	675	1000	1050
13	587	613	800	850	687	713	1000	1050
14	613	587	800	850	713	687	1000	1050

注 意：变动运输费用是每个产品的运输费用。

四、库存与预订

库 存

剩余原材料可存在企业的仓库， 库存费为每元原材料每期 0.05 元。

成品可存于工厂的仓库或各市场的仓库， 单位成品每期库存费为：

产品 A: 50.00 元

产品 B: 90.00 元

产品 C: 150.00 元

产品 D: 200.00 元

库存费在每期期末支付，库存量按期初和期末的平均数计算。

预 订

当市场对某公司的产品需求多于公司在该市场的库存加本期运去的总量时， 多余的需求按以下比例变为对下期的定货， 到时以本期价格付款。公司下期的运到该市场的产品优先满足上期定货。若上期定货不能被满足，剩余的不再转为下期定货。

产品 A 产品 B 产品 C 产品 D

市场 1 24.0% 32.0% 36.0% 40.0%

市场 2 24.0% 32.0% 36.0% 40.0%

市场 3 22.0% 26.0% 32.0% 38.0%

市场 4 22.0% 26.0% 32.0% 38.0%

注意：某公司不能满足的需求， 除了转为下期定货，其余的可能变为对其它公司的需求。

五、生产作业

生产单个产品所需要的资源

产品 A 产品 B 产品 C 产品 D

机 器(时) 120 180 400 600

人 力(时) 140 160 220 260

原材料(单位) 500 1200 1800 3000

班 次

第一班正班: 6:00-14:00 第一班加班: 14:00-18:00

第二班正班: 14:00-22:00 第二班加班: 22:00-2:00

一期正常班为 520 小时 (一季度 13 周, 每周 40 小时), 加班为 260 小时。

机 器

机器可在两班使用, 但第一班加班和第二班用的机器总数不能多于公司机器总数。

第一班加班用的机器在完工后的四小时也不能用于第二班正常班。

机器价格为 100000 元, 折旧期为 5 年, 每期(季度)折旧为 5.0%, 不管使用与否。

若购买机器, 本期末付款, 下期运输安装, 再一期才能使用, 使用时才计算折旧。

六、材料订购

原材料价格

原材的标价为 1 元, 但可以根据定货的多少得到批量价格优惠。优惠价格如下。

定购量 $\geq$ 单 价

0 1.00

1000000 0.97

1500000 0.95

2000000 0.94

原材料运输费用

原材料的运输费用分固定费用 (按是否定货) 和变动费用 (按定货量)。

原材料的运输费固定费用为 5000 元, 变动费用为 0.02 元。

购原材料的运费算作本期的成本, 批量优惠算作本期收入。

原材料运输时间

由于运输的原因, 本期决策订购的原材料至多有 75% 可以用于本期使用。

七、管理成本

公司每期的固定费用与生产的产品和班次有关。

第一班生产产品 A, 费用为 4000 元; 第二班生产产品 A, 费用为 6000 元。

第一班生产产品 B, 费用为 6000 元; 第二班生产产品 B, 费用为 8000 元。

第一班生产产品 C, 费用为 8000 元; 第二班生产产品 C, 费用为 10000 元。

第一班生产产品 D, 费用为 10000 元; 第二班生产产品 D, 费用为 12000 元。

维 修 费

每台机器每期的维修费为 500 元, 不论使用与否。

八、研究开发

研发的作用

企业要生产某种产品, 需先投入基本的研发费用, 其数量相当于下面的等级 1。它包括为生产该新产品需要的专利的获得、设施的购置和技术的培训等。为了提高该产品的等级, 企业还需要进一步投入研发费。它包括为提高产品质量的技术革新和生产工艺的改进等。这些费用相当于下面的等级 2、3、4、5。若产品等级高, 可以增加客户的需求。在计算成本时, 将本期的研发费用平均分摊在本期和下一期。

研发费用

各种产品达到不同等级需要的累积研发费用(简单加总)如下:

产 品	等级 1	等级 2	等级 3	等级 4	等级 5
产品 A	100000	150000	200000	250000	350000
产品 B	200000	300000	400000	500000	650000
产品 C	300000	400000	500000	600000	800000
产品 D	400000	500000	600000	700000	900000

说 明:

工人工资系数对产品等级的影响是在研发费用基础上的进一步调整。比如, 研发费决定的产品等级为 3, 考虑工资系数后, 产品等级调节后的区间为 (3.0, 3.9)。考虑研发费的产品等级的提高要循序渐进, 每期最多提高一级。

九、人员招聘、退休与解聘

新工人招聘与培训

企业可以在每期期初招聘工人, 但招收人数不得超过当期期初工人总数的 50.0%。本期决策招收的新工人在本期为培训期。每个新工人的培训费为 800 元。培训期间新工人的作用和工资相当于正式工人的 25.0%。经过一期培训后, 新工人成为熟练工人。

工人退休或解聘

企业每期有 3.0% 的工人正常退休。企业决策时, 可以根据情况解聘工人。决策单中的解聘工人人数是退休和解聘人数之和。根据政府规定, 退休和解聘人数之和不能多于期初工人数的 10%。

本期退休或解聘的工人不再参加本期的工作, 企业要发给退休和解聘的工人每人一次性生活安置费 1500 元。

十、员工待遇与激励

工作小时基本工资

第一班正班: 4.0 元 第一班加班: 6.0 元

第二班正班: 5.0 元 第二班加班: 7.50 元

每个工人只能上一种班, 加班人数不能多于本班正班人数。未值班的工人按第一班正班付工资。

员 工 激 励

以上的小时基本工资是本行业的基本工资, 也是各企业确定工资的最低线。

企业可以用提高工资系数的办法激励员工。设对应基本工资的工资系数为 1, 若工资系数为 1.2, 则实际工资为基本工资乘以 1.2。提高工资系数有助于提高企业的产品质量, 减少废品率, 也可以提高产品的级别。当然, 提高工资系数会增加成本。废品会浪费企业的资源、运费, 还会因为顾客退换产品造成折价 40% 的经济损失。工资系数变化只对模拟难度 5 以上的情景。当难度等级小于 5 时系数设为 1, 在决策单上不包括工资系数, 也不考虑废品率。

十一、资金筹措

银行贷款:

模拟开始时各公司有现金 3000000 元。为了保证公司的运营, 每期期末公司至少应有 3000000 元现金, 若不足, 在该公司信用额度的范围内, 银行将自动给予贷款补足。企业也可以在决策时提出向银行贷款。但是, 整个模拟期间贷款的总数不得超过 10000000 元的信用总额。银行贷款的本利在本期末偿还, 年利率为 8.0% (每期的利率为年利率的 1/4)。

国 债:

公司每期都可以买国债, 年利率为 6.0%。若购买国债, 在本期末付款, 本利在下期末兑现。

发债券:

公司为了筹集发展资金或应付财政困难,可以发行债券。当期发行的债券可以在期初得到现金。公司某期发行的债券数额与尚未归还的债券之和不得超过公司该期初净资产的 50%。各期要按 5.0%的比例偿还债券的本金,并付利息。债券的年利率为 12.0%。公司模拟开始几期,可能已经发行了债券。未偿还的债券总量可在公司信息里查看。本期发行的债券本利的偿还从下一期开始。债券不能提前偿付或拖延。

十二、纳税与分红

税 务:

公司缴税是公司对国家应尽的义务,也是评价公司经营绩效的一项重要指标。

税金为本期净收益的 30.0%, 在本期末缴纳。

本期净收益为负值时,可按该亏损额的 30.0%在下一期(或以后几期)减税。

分 红:

公司分红的条件:

(1)应优先保证期末剩余的现金数量超过 3000000 元。

(2)分红数量不能超过公司该期末的税后利润。

注 意:

考虑到资金的时效性,公司累计缴税和累计分红按 7.0% 的年息计算。

十三、财务管理

现金收支次序

期初现金	+ 银行贷款	+ 发行债券	
- 部分债券本	- 债券息	- 培训费	- 退休费
- 基本工资 (工人至少得到第一班正常班的工资)		- 机器维护费	
+ 紧急救援贷款	- 研发费	- 购原材料	- 特殊班工资 (第二班差额及加班)
- 管理费	- 运输费	- 广告费	- 促销费
+ 销售收入	- 存储费	+ 上期国债本息	
- 本期银行贷款本息		- 上期紧急救援贷款本息	
- 税金	- 买机器	- 分红	- 买国债

警 告:

当资金不足时,将按以上次序支出,并修改决策。如果现金不够支付机器维护费以前的项目,会得到紧急救援贷款。此贷款年利率为 40%,本息需在下期末偿还。

十四、评判标准

每期模拟结束后,软件根据各企业的经营业绩评定一个综合成绩。评判的标准包含七项指标:本期利润、市场份额、累计分红、累计缴税、净资产、人均利润率、资本利润率。其中计算人均利润率的人数包括本期解聘的和本期新雇的工人,计算资本利润率的资本等于净资产加未偿还的债券。评定的方法是先按这些指标分别计算标准分,再按设定的权重计算出综合评分。各项指标的权重分别为:0.15, 0.15, 0.10, 0.15, 0.15, 0.15, 0.15, 其中市场份额是按各个产品在各个市场的销售数量的占有率,分别计算标准分后再求平均的。标准分的算法是先求全部公司某指标的均值和标准差,用企业的指标减去均值,再除以该指标的标准差。标准分为 0 意味着企业的这一指标等于各企业的均值;标准分为正,表示该指标较好;若为负,表示该指标不佳。在计算标准分时,

会考虑上期综合评分的影响，也会根据企业的发展潜力进行调整。如果企业所留现金小于本期期初现金或本期费用，这意味着经营的连续性不佳，其标准分将适当下调。软件将公布各企业七项指标各自的名次与综合评分。模拟结束后，除了综合评分领先的企业可以总结交流经验，其它企业也可以就某个成功的单项指标进行总结。

价 格	市场1	市场2	市场3	市场4	广告(k元)
产品 A	2200	2200	2200	2600	15
产品 B	4800	4500	5600	5800	30
产品 C	5700	5700	5900	5900	0
产品 D	7300	7300	7600	7600	0
促销费(k元)	10	20	25	20	

向市场供货量	市场1	市场2	市场3	市场4
产品 A	0	0	38	62
产品 B	0	167	210	0
产品 C	0	0	0	0
产品 D	0	0	0	0

生 产 安 排 (产品数量)	第 一 班 正班	加 班	第 二 班 正班	加 班	研究开发 费用(k元)
产品 A	0	0	0	0	0
产品 B	260	20	126	30	200
产品 C	0	0	0	0	0
产品 D	0	0	0	0	500

发 展	新雇人数	辞退人数	买机器	买原材料(k单位)
	6	6	10	700

财 务 (k元)	银行贷款	发债券	买国债	分 红	工资系数(%)
	1000	0	0	35	100

《西方管理思想史》教学大纲

巫云仙 编写

目 录

前 言	1225
一、前言：课程的性质、目的和课程简介	1225
二、教学内容与要求	1225
第一章 导 论	1226
第一节 学习《西方管理思想史》需要明确的几个问题	1226
一、什么是管理、管理者和组织?	1226
二、为什么需要管理?	1226
三、管理的作用、实质、职能和属性	1226
四、什么是管理科学?	1226
五、管理学与经济学关于市场问题的区别	1226
第二节 西方管理思想史的研究对象和特点	1226
一、关于西方管理思想史的研究对象	1226
二、西方管理思想史的特点	1227
第三节 西方管理思想史的学科发展过程	1227
第四节 学习西方管理思想史的意义和基本要求	1227
一、学习管理思想史的意义	1227
二、学习管理思想史的基本要求	1227
复习与思考题	1227
拓展阅读书目	1227
第二章 西方早期管理思想	1228
第一节 西方古代社会的管理思想	1228
一、古代埃及的管理思想	1228
二、古代巴比伦王国的管理思想	1228
三、古希腊的管理思想	1228
四、古罗马的管理思想	1228
五、宗教和古代管理思想（略）	1228
六、早期管理思想的主要特点	1228
第二节 中世纪的管理思想	1229
一、中世纪的社会环境	1229
二、中世纪思想家的管理思想	1229
三、威尼斯兵工厂的管理经验	1229
第三节 文艺复兴时期的管理思想	1229
一、文艺复兴运动	1229
二、宗教改革	1229
三、文艺复兴对管理思想发展的影响	1229
复习与思考题	1230
拓展阅读书目	1230
第三章 古典管理理论产生的历史背景和条件	1231

第一节 古典管理思想产生的历史背景	1231
一、西方资产阶级革命与资本主义制度的建立	1231
二、西方资产阶级革命对管理思想产生的影响	1231
第二节 古典管理理论产生的思想条件——资本主义精神	1231
一、什么是资本主义精神——马克斯·韦伯对资本主义精神的论述	1231
二、资本主义精神的三大伦理	1231
三、资本主义精神是现代管理思想出现的基础	1232
第三节 英国工业革命——古典管理思想产生的产业条件	1232
一、英国的工业革命——古典管理理论产生的产业条件	1232
二、工业革命对古典管理理论的产生的影响	1232
三、工厂制度的建立及其对管理理论提出的客观的要求	1232
第四节 古典管理理论形成的思想条件	1233
一、詹姆斯·斯图亚特	1233
二、亚当·斯密	1233
三、大卫·李嘉图	1233
第五节 科学管理实践的初步尝试	1233
一、理查德·阿克赖特	1233
二、詹姆斯·小瓦特、马修·鲁宾逊·博尔顿	1233
三、罗伯特·欧文	1234
第六节 英国工业革命后西欧管理思想的延伸	1234
一、经济学家的管理思想	1234
二、卡尔·冯·克劳塞维茨	1234
三、安德鲁·尤尔	1234
四、查尔斯·杜平	1234
五、查尔斯·巴比奇	1234
六、工业革命以后管理思想的发展小结	1235
第七节 美国的早期管理实践与思想	1235
一、美国经济和社会背景	1235
二、美国早期科学管理思想的主要代表	1235
三、英美早期管理实践和理论的区别	1236
复习与思考题	1236
拓展阅读书目	1236
第四章 科学管理理论的形成和发展	1237
第一节 科学管理理论的为什么在美国出现（略）	1237
第二节 泰勒及其对科学管理理论的探索	1237
一、泰勒其人	1237
二、泰勒面临的问题及其思考	1237
三、泰勒对科学管理的探索	1237
第三节 学管理原理	1238
一、科学管理的基本假设前提	1238
二、科学管理的四个基本原则	1238
三、科学管理的主要内容	1238

第四节 其他人对科学管理理论形成与发展的贡献	1239
一、卡尔·巴思被认为是泰勒的“嫡系追随者”	1239
二、亨利·劳伦斯·甘特对科学管理理论的贡献	1239
三、弗兰克·吉尔布雷斯与莉莲·吉尔布雷斯对科学管理理论的贡献	1239
四、哈林顿·埃莫森对科学管理理论的贡献	1239
五、莫里斯·库克对科学管理管理的贡献	1239
六、亨利·福特的科学管理实践和贡献	1239
七、拔佳对科学管理理论的贡献	1240
第五节 关于科学管理理论的评价	1240
一、科学管理理论的影响	1240
二、科学管理理论的局限性	1240
三、对“泰勒制”的评价	1240
第六节 科学管理理论的传播	1241
一、工业管理教育	1241
二、亚历山大·哈密尔顿·丘奇（略）	1241
三、奥利佛·谢尔顿（略）	1241
四、玛丽·派克·福莱特	1241
复习与思考题	1241
拓展阅读书目	1241
第五章 古典组织理论的形成和发展	1243
第一节 法约尔的一般组织管理理论	1243
一、亨利·法约尔生平与著述	1243
二、亨利·法约尔对古典管理理论的贡献	1243
三、法约尔一般组织管理理论简评	1243
第二节 马克斯·韦伯的行政官僚组织理论	1244
一、马克斯·韦伯生平和成就	1244
二、韦伯的行政组织理论——管理学方面的贡献	1244
三、马克斯·韦伯的行政官僚组织理论简评	1244
第三节 古典管理理论的系统化	1245
一、林德尔·福恩斯·厄威克对科学管理理论的推广和综合	1245
二、卢瑟·哈尔西·古利克对古典管理理论的系统化	1245
第四节 古典管理理论总结	1245
一、古典管理理论的演进	1245
二、怎样评价古典管理理论？	1246
复习与思考题	1246
拓展阅读书目	1246
第六章 行为科学理论的形成和发展	1247
第一节 行为科学产生的历史背景	1247
一、行为科学产生的历史背景与早期提倡者	1247
二、缪斯特伯格与工业心理学	1247
第二节 行为科学的形成和发展	1247
一、梅奥的霍桑实验	1247

二、梅奥人际关系学说的基本要点	1248
三、行为科学的形成和发展	1249
第三节 个体行为的研究	1249
一、马斯洛的人类需要层次理论	1249
二、克莱顿·奥尔德佛的生存关系及发展理论	1249
三、赫茨伯格的双因素理论	1249
四、弗雷姆的期望理论	1250
五、波特和劳勒的综合激励理论（略）	1250
六、麦克利兰的成就需要理论	1250
七、麦格雷戈的 X 理论和 Y 理论	1250
八、埃德加·沙因的复杂人假设	1251
第四节 群体行为理论	1251
一、群体行为理论产生的背景和理论来源	1251
二、卡特·勒温的群体动力学理论	1251
第五节 领导行为的研究	1252
一、领导者品质理论	1252
二、领导方式理论	1252
第六节 行为科学理论的总结	1252
一、行为科学理论的演进与发展走向	1252
二、行为科学理论的主要特点	1253
三、如何评价行为科学理论	1253
复习与思考题	1253
拓展阅读书目	1254
第七章 现代管理理论流派和思潮	1255
第一节 现代管理理论产生的时代背景和理论基础	1255
一、现代管理理论产生的历史背景	1255
二、现代管理理论产生的方法论基础	1255
三、现代管理理论丛林产生的社会原因	1255
第二节 现代管理理论的主要流派和思潮	1255
一、管理过程学派	1255
二、社会系统学派	1256
三、决策理论学派	1257
四、系统管理学派	1258
五、数量管理科学学派	1259
六、权变理论学派	1260
七、经验主义学派	1261
八、经理角色学派	1262
九、计算机管理学派	1263
第三节 现代管理理论总结	1263
一、现代管理理论丛林的相互联系	1263
二、现代管理理论的分类	1264
三、现代管理理论的主要特点	1264

四、如何评价现代管理理论	1264
复习思考题	1265
拓展阅读书目	1265
第八章 当代管理思想的新发展	1266
第一节 当代管理思想产生的历史背景	1266
一、世界经济结构性变化	1266
二、20 世纪 80 年代以后世界格局的变化	1266
三、当代管理环境的变化为企业管理提出了新的要求	1266
第二节 当代管理思想的新发展	1266
一、托马斯·彼得斯的管理思想	1266
二、迈克尔·波特的竞争战略理论	1267
三、约翰·科特的领导理论	1267
四、彼得·圣吉的学习型组织理论	1267
五、戴明与朱兰——质量管理理论双子星座	1268
六、企业战略和核心能力学说	1268
七、企业文化理论的形成与发展	1268
八、企业再造理论的探索与实践	1269
九、6 σ 理论	1269
第三节 当代管理思想总结	1270
一、当代管理思想发展的主要特点	1270
二、如何评价当代管理思想	1270
复习与思考题	1270
拓展阅读书目	1270
第九章 东西方管理思想的互动与融合	1272
第一节 东西方管理思想的内在精神	1272
第二节 东西方管理思想在日本的实践	1272
复习思考题	1272
拓展阅读书目	1272
第十章 课程总结——管理思想演变的发展趋势	1273
第一节 当代管理思想面临的挑战	1273
第二节 当代世界管理发展的新趋势	1273
拓展阅读书目	1273
课程学时分配	1274
推荐教材及教学参考书	1274
教学方法及考核方式	1274

前 言

课程编码：406020162

英文名称：History of Western Management Thought

先修课程：无

授课对象：商学院工商管理专业本科生

开课部门：中国政法大学商学院

编写人员：巫云仙

周学时： 2

总学时： 36

学 分： 2

一、前言：课程的性质、目的和课程简介

《西方管理思想史》是为工商管理专业本科生开设的专业基础课程。本课程的教学目的是对管理思想的背景、概念及其主要代表人物的学术贡献进行综合的考察，阐述管理思想从最初的起源、发展直至当代的演变过程。通过本课程的学习，使学生能够全面了解有关管理学的基本知识，以及管理学思想变化发展的脉络，为以后深入学习管理学的专业知识打下基础。

本课程在大一的第一学期开设，与马克思主义政治经济学原理、微观和宏观经济学、国际经济学等课程相互联系，相互补充，共同对学生进行有关管理学专业的理论教育，为学生打下比较扎实的专业理论基础，使学生能在专业学习上全面发展。

二、教学内容与要求

第一章 导 论

教学目的和基本要求：了解《西方管理思想史》课程的研究对象、学科发展过程和特点以及基本内容，明确学习本课程的意义以及学习和研究西方管理思想史的基本要求；端正学习态度，理解西方管理思想史所更具有的理论价值和现实指导意义。

重点和难点：要阐明西方管理思想史的研究对象、特点、学科发展线索、学习意义和要求。

学时分配：计划讲授 2 学时。

第一节 学习《西方管理思想史》需要明确的几个问题

一、什么是管理、管理者和组织？

- （一）什么是管理？
- （二）什么是管理者？
- （三）什么是组织？

二、为什么需要管理？

- （一）人类活动的特点
- （二）管理的必要性

三、管理的作用、实质、职能和属性

- （一）管理的作用
- （二）管理的实质
- （三）管理的职能
- （四）管理的属性

四、什么是管理科学？

- （一）什么是管理科学？
- （二）管理科学的理论基础
- （三）管理学的研究对象与方法

五、管理学与经济学关于市场问题的区别

- （一）经济学在研究问题时几乎忘了管理学的作用了
- （二）管理学对市场的看法是近距离的。
- （三）在企业如何运转的机制上，管理学与经济学也是有区别的

第二节 西方管理思想史的研究对象和特点

一、关于西方管理思想史的研究对象

- （一）研究不断发展的管理实践。

- (二) 研究管理思想的演进规律。
- (三) 研究社会生产方式与管理思想的关系。

二、西方管理思想史的特点

- (一) 管理思想史是一门边缘学科。
- (二) 管理思想史在研究方法上具有突出的史学特点。
- (三) 管理思想史的研究内容体现了理论联系实际。

第三节 西方管理思想史的学科发展过程

- 一、零散研究阶段（1900 年之前）
- 二、专门研究阶段（1911 年前后）
- 三、独立发展阶段（1945 年以后）

第四节 学习西方管理思想史的意义和基本要求

一、学习管理思想史的意义

- (一) 学习管理思想史对各个行业的管理者都有意义。
- (二) 学习管理思想史是我们吸收国外管理科学成果的有效途径。
- (三) 学习管理思想史有助于提高我们的全面素质。

二、学习管理思想史的基本要求

- (一) 在探索共性规律的同时推进管理创新
- (二) 从国情出发学习和理解管理思想史
- (三) 积极挖掘和发展中国的管理思想

复习与思考题

1. 管理学与西方管理思想史的研究对象有何区别？
2. 西方管理思想史具有哪些学科特点？
3. 简述西方管理思想史的演进过程。

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，导言部分，经济管理出版社，2005 年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第一章，中国社会科学出版社，2004 年。
3. Stephen P. Robbins, Mary Coulter, Management, chapter1-2, 清华大学出版社，2005 年。

第二章 西方早期管理思想

教学目的和基本要求：了解西方早期管理思想的发展状况和主要表现，古代西方文明社会如古埃及、古巴比伦、古希腊、古罗马、中世纪和文艺复兴时期欧洲所产生的主要管理思想、管理实践以及主要代表人物。

重点和难点：重点要讲述古埃及、巴比伦、希腊、中世纪，以及文艺复兴时期的管理思想。难点是要讲清楚这些管理思想产生背后的文明发展过程、生产力发展和社会生活的状况，这样才能很好地理解西方早期的管理思想。

学时分配：计划讲授 3 学时。

第一节 西方古代社会的管理思想

一、古代埃及的管理思想

- （一）建立了以国王法老为首的一整套专制体制的管理机构
- （二）埃及金字塔的修建反映了古埃及时代在管理方面的重大成就
- （三）在埃及人的著作中也可以发现许多管理思想

二、古代巴比伦王国的管理思想

- （一）《汉穆拉比法典》
- （二）《汉穆拉比法典》反映的管理思想

三、古希腊的管理思想

- （一）荷马时代的“一长两会制”
- （二）古希腊思想家的管理思想

四、古罗马的管理思想

- （一）国家政治体制的集权、分权再到集权的实践
- （二）古罗马人意识到现代企业的某些性质，发展了一种类似工厂的体制，用建立公路体系的办法以保障军事调动和商品分配
- （三）罗马人具备了遵守纪律的品格，以及以分工和权力层次为其基础的管理职能设计能力
- （四）一些奴隶主思想家在其政治、军事、经济、法律等著作中，也体现出了较为丰富的管理思想

五、宗教和古代管理思想（略）

- （一）《圣经》反映的管理思想
- （二）希伯来人的管理实践

六、早期管理思想的主要特点

- （一）法律成为国家管理的重要工具
- （二）中央集权的专制政权是早期国家管理的基本特征

- (三) 利用宗教来控制人和管理国家
- (四) 在工程和军事管理方面表现出高超的组织管理能力

第二节 中世纪的管理思想

一、中世纪的社会环境

- (一) 中世纪的社会有一套严整的封建等级制度
- (二) 城市
- (三) 行会
- (四) 商业

二、中世纪思想家的管理思想

- (一) 托马斯·阿奎那的管理思想
- (二) 马基雅维利的管理思想
- (三) 托马斯·莫尔的管理思想

三、威尼斯兵工厂的管理经验

- (一) 威尼斯兵工厂
- (二) 威尼斯兵工厂的管理经验
- (三) 合伙企业

第三节 文艺复兴时期的管理思想

一、文艺复兴运动

- (一) 什么是文艺复兴运动
- (二) 文艺复兴发展的几个阶段

二、宗教改革

- (一) 西欧宗教改革的背景和实质
- (二) 德意志马丁·路德的宗教改革
- (三) 西欧各国的宗教改革运动
- (四) 欧洲宗教改革运动的历史意义

三、文艺复兴对管理思想发展的影响

- (一) 人文主义思想的发现——首先是人的发现
- (二) 文艺复兴打破了宗教神秘主义一统天下的局面
- (三) 文艺复兴打破了经院哲学统一的局面，促使各种世俗哲学兴起
- (四) 否定了封建特权
- (五) 否定了君权神授
- (六) 破除迷信，解放思想

复习与思考题

1. 西方人类社会的管理活动有哪些主要成就和特点？
2. 中世纪著名的思想家有哪些主要的管理思想？
3. 文艺复兴对管理思想的发展有何影响？

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，第一章，经济管理出版社，2005 年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第二章，中国社会科学出版社，2004 年。
3. 马基雅维利著：《君主论》，商务印书馆，最新版。
4. 托马斯·莫尔著：《乌托邦》，商务印书馆，最新版。

第三章 古典管理理论产生的历史背景和条件

教学目的和基本要求：了解古典管理理论产生的社会、经济以及思想方面的历史发展背景，认识到古典管理理论的产生是西方经济与社会发展的必然结果，是社会生产力和科学技术发展的产物，是思想和文化发展的体现。

重点和难点：重点要掌握古典管理理论产生的社会基础——资本主义制度和工业革命，什么是资本主义精神和资本主义伦理，工厂制度对古典管理理论产生的影响；难点是掌握古典管理理论的萌芽表现，以及古典管理理论在社会经济发展中的实践与应用。

学时分配：计划讲授 4 学时。

第一节 古典管理思想产生的历史背景

一、西方资产阶级革命与资本主义制度的建立

- （一）英国资产阶级革命与资本主义制度的建立
- （二）美国独立战争与美利坚合众国的建立
- （三）法国大革命与资产阶级政权的建立了

二、西方资产阶级革命对管理思想产生的影响

- （一）解决了封建生产关系和先进生产力之间的矛盾问题，为生产力的发展铺平了道路，引发了工业革命
- （二）解决了由封建专制向民主制度过渡的问题
- （三）法国大革命中的思想启蒙运动成为古典管理思想中的重要渊源

第二节 古典管理理论产生的思想条件——资本主义精神

一、什么是资本主义精神——马克斯·韦伯对资本主义精神的论述

- （一）对金钱的追求成为一种“合理的伦理原则”和“精神气质”，而不单是那种到处可见的商业上的精明
- （二）赚钱表现着一种“与一定宗教观念有着密切关系的情感”，是资产阶级必须完成的一项义务
- （三）在新教伦理中，禁欲主义更是发展成了一种系统的合理行为方式。
- （四）企业家精神，主要是创新的精神

二、资本主义精神的三大伦理

（一）新教伦理

新教伦理把上帝和尘世间的活动联系起来了。新教认为上帝将救助自助者，他们提倡积极的人生观，每一个人都要积极的工作。

上帝渴望人们获得利润，这是神的恩典的表示，而浪费和减少利润，或者放弃一项有利可图的事业都是违背上帝的意志，只要人们不追求奢侈的生活，就会在劳动中创造剩余，即利润。

创造的财富除了满足人们的基本需要之外，剩余部分可投资到新的事业中去，或用来改造现有的生产。这就是马克思·韦伯所称之为由新教伦理而开创的资本主义精神。

新教伦理：自制、勤奋和节约是美德，倡导人们通过个人努力和奋斗实现理想。

（二）个人自由的伦理

个人自由的伦理，就是追求个性解放，但是在中世纪之前，是没有个性解放的，有的只是奴性和服从。

洛克在政治上主张个人自由，在经济上主张私有财产不得侵犯的观点成为资本主义的信条。

（三）市场伦理

亚当·斯密《国富论》（1776 年），提出只有市场和竞争才是经济活动的调节器，市场这只“看不见的手”能保证资源得到最佳配置，并发挥最大效能，每个人、每一个国家都可以在完全竞争的市场上使自身的利益实现最大化。

亚当·斯密提出了分工理论，这是市场经济的一个主要支柱，也是工厂制度的基础。

三、资本主义精神是现代管理思想出现的基础

（一）新教伦理——精神上的解放

（二）个人自由伦理——政治上的解放

（三）市场伦理——经济上的解放

（四）科技的进步，使西方出现了工业文明的时代

第三节 英国工业革命——古典管理思想产生的产业条件

一、英国的工业革命——古典管理理论产生的产业条件

（一）什么是工业革命

所谓工业革命，也叫产业革命，是资本主义由工场手工业到大机器生产的一个飞跃，即指资本主义的机器大工业代替以手工技术为基础的工场手工业的革命。它是生产领域里的一场大变革，又是社会关系方面的一场革命，是资本主义发展史上的重要阶段。

工业革命最早在英国发生，开始于 18 世纪 60 年代，完成于 19 世纪 40 年代。

（二）英国工业革命的三个方面

纺织机等机器的出现是工具上的革命。

蒸汽机的发明是动力上的革命。

工厂制度的产生是生产组织方式的革命。

二、工业革命对古典管理理论产生的影响

（一）古典管理理论的工业化大生产背景

（二）市场经济中组织协调成为古典管理思想的主要研究对象

（三）古典管理思想研究的主要问题是如何在市场中通过各种努力提高生产效率而取得最大利润

三、工厂制度的建立及其对管理理论提出的客观的要求

——古典管理理论产生的实践条件

（一）工厂制度的建立

- (二) 工厂制度对管理思想提出的客观的要求
- (三) 管理人才的极度缺乏
- (四) 对技术和工人技能的要求也相应地提高
- (五) 企业家问题的提出

第四节 古典管理理论形成的思想条件

一、詹姆斯·斯图亚特

- (一) 斯图亚特的生平与著述
- (二) 斯图亚特关于管理思想的论述

他先于亚当·斯密而提出了劳动分工的概念，论述了工人由于重复操作而获得灵巧性。他比泰勒早 100 多年指出了工作方法研究和刺激工资制的实质。他还提出了管理人员和工人之间的分工问题。

二、亚当·斯密

- (一) 亚当·斯密的生平与著述
- (二) 亚当·斯密对管理思想的贡献

提出了经济人的概念。

论述管理中控制的职能，计算投资还本的必要。

分工对提高劳动生产率的好处的论述，分工有专业分工和职业分工。

分工在管理上对于提高劳动生产率有三个好处。

三、大卫·李嘉图

- (一) 大卫·李嘉图的生平与著述
- (二) 大卫·李嘉图队早期管理思想的贡献

在资本和管理技术的关系上提出了所谓的“工资规律”。

提出了关于经济人的群氓假设：社会由一群群无组织的个人所组成；每个人以一种计算利弊的方式为个人的利益而行动；每个人为达到这个目的，尽可能地合乎逻辑地思考和行动。从这一个假设出发的必然结论是，对这些群氓只能用绝对的、集中的权力来统治和管理。

第五节 科学管理实践的初步尝试

一、理查德·阿克赖特

- (一) 理查德·阿克赖特的生平简介
- (二) 理查德·阿克赖特的管理实践

阿克赖特是当时先进管理实践的一个典型，在连续生产，厂址计划、机器、材料、人员和资本的协调，工厂纪律，人事管理，劳动分工等方面的贡献标志着他是应用高效管理原则的一个先驱者。

二、詹姆斯·小瓦特、马修·鲁宾逊·博尔顿

- (一) 瓦特与博尔顿的家族合伙企业

(二) 詹姆斯·小瓦特、马修·鲁宾逊·博尔顿对管理的探索

进行市场研究和预测；有计划地选择厂址和布置机器，使之符合工作流程的要求；制订生产工艺程序和机器作业标准；推行职工福利制度等。

三、罗伯特·欧文

(一) 罗伯特·欧文的生平简介

罗伯特·欧文(Robert Owen)，英国的“空想社会主义者”，他作为一家大纺织厂的经理，在人事管理方面作出了突出的贡献，并被人们誉为“人事管理之父”。

(二) 罗伯特·欧文在新拉那克工厂进行的管理试验

(三) 罗伯特·欧文的社会改革试验

第六节 英国工业革命后西欧管理思想的延伸

一、经济学家的管理思想

(一) 让·巴蒂斯特·萨伊明确提出把管理作为第四种生产要素

(二) 塞缪尔·纽曼对企业家的论述

(三) 穆勒关于人的动作、工资形式的分析和论述

(四) 威廉·杰文斯第一个研究劳动强度和疲劳关系问题的人

二、卡尔·冯·克劳塞维茨

(一) 卡尔·冯·克劳塞维茨与《战争论》

(二) 卡尔·冯·克劳塞维茨将军事理论运用于商业领域

三、安德鲁·尤尔

(一) 安德鲁·尤尔与管理教育

(二) 安德鲁·尤尔关于管理教育的主要论点

尤尔在管理方面的主要著作是 1835 年出版的《制造业的哲学》，他指出每一个企业都有三种有机系统：第一是机械系统，指生产的技术和过程。第二是道德系统，指工厂中的人事方面。第三是商业系统，指工厂企业通过销售和筹措资金来维持生存。

四、查尔斯·杜平

(一) 查尔斯·杜平与管理教育

(二) 查尔斯·杜平关于管理教育的主要论述

杜平是最早指出管理技术可以通过教学来获得的人之一。他把管理作为一门独立的学科来进行教学。

杜平还提出了初步的工时研究、劳动分工、工作量平衡等问题。

五、查尔斯·巴比奇

(一) 查尔斯·巴比奇的生平简介

(二) 查尔斯·巴比奇对管理学理论的贡献

查尔斯·巴比奇(1792—1871)是英国的数学家、发明家、现代自动计算机的创始人和科学管

理的先驱者。

提出了在科学分析的基础上的可能测定出企业管理的一般原则。

利用计数机来计算工人的工作数量、原材料的利用程度等，他把这叫做“管理的机械原则”。

他制定了一种“观察制造业的方法”，这种方法同后来别人提出的“作业研究的科学的、系统的方法”非常相似。

进一步发展了亚当·斯密关于劳动分工的利益的思想，巴贝奇提出了“边际熟练”原则，——即对技艺水平、劳动强度定出界限，作为报酬的依据。

进行了有关工作时间问题的研究。

在劳资关系方面，他强调劳资协作，强调工人要认识到工厂制度对他们有利的方面。

六、工业革命以后管理思想的发展小结

（一）与当时人们对自然的认识、科学技术的进步是密不可分

（二）与生产组织的变化、市场机制的成熟、管理的重要性日益突出有关

（三）管理思想和实践主要是围绕企业研究而展开的，研究的重点是技术和效率，而不是管理本身

（三）管理思想比较零散，没有形成新系统性，对微观管理问题的思考，也大多是为了缓和当时的社会矛盾

（四）出现的管理思想和实践只是一些个人的行为，并没有成为社会的主流，但是起到一个带头作用

第七节 美国的早期管理实践与思想

一、美国经济和社会发展背景

（一）所面临的大环境

（二）美国的工业化进程

（三）管理的迫切性日益提出

二、美国早期科学管理思想的主要代表

（一）丹尼尔·麦卡姆勒

制定了严密的管理制度和组织措施

（二）亨利·普尔

他在管理方面的主张，主要有两个方面：

要建立一种管理的体系

重视企业中人的因素，提出改革僵化的领导作风

（三）亨利·汤

他有多种管理方面的著作，在管理思想上和泰勒有着极为相似的认识，强调管理的重要性；支持并推广科学管理运动；提出了一种激励职工的收益分享制度。

（四）弗雷德里克·哈尔西

哈尔西的主要贡献，是提出了一种奖金计划——收益分享制

（五）亨利·梅特卡夫和奥伯林·史密斯

他对工厂管理进行改革，在兵工厂实行了一套以系统和控制为依据的新的控制体系，收到了较

好的效果。

建立了一套完整详细的卡片制度，以材料卡和工时卡两种方式，分类记载工作的详细情况，工人完成工作后则把卡片交给工长，用以对工作做出评价，并保存下来作为资料。

三、英美早期管理实践和理论的区别

（一）管理实践关注的行业不同

（二）理论总结的系统化程度不同

英国的科学管理实践集中于纺织业，而美国则集中于铁路，这充分说明了管理与经济发展的紧密关系。但是，先驱者往往是少数，加之管理理论和实践的沟通、传播速度较慢，使得当时绝大多数企业是凭借领导者个人的经验和能力进行管理，管理实践并没有上升为一般性的、具普遍意义的管理理论。

复习与思考题

1. 什么是资本主义精神？其精神伦理是什么？
2. 工业革命后工厂制度对管理提出了哪些新的要求？
3. 管理思想在索霍工厂的尝试及其启示。
4. 亚当·斯密关于提高生产效率的理论分析。
5. 科学管理和理论和实践准备有哪些？

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，第二章，经济管理出版社，2005年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第三、四章，中国社会科学出版社2004年。
3. 亚当·斯密著：《国富论》。
4. 马克斯·韦伯著：《新教伦理与资本主义精神》。

第四章 科学管理理论的形成和发展

教学目的和基本要求：了解科学管理理论为什么会出现在美国的原因，掌握在科学管理理论的形成过程中泰勒所做出的杰出贡献和科学管理理论的核心内容，同时也要认识到，在科学管理理论的形成和发展过程中与泰勒同时代的几个重要人物的贡献，以及科学管理理论的传播和发展，应该如何评价科学管理理论。

重点和难点：重点要掌握在科学管理理论的形成过程中泰勒所做出的杰出贡献，以及科学管理理论的核心内容，与泰勒同时代的几个重要人物在科学管理理论的形成和发展过程中做出了怎样的贡献，应该如何评价科学管理理论。

学时分配：计划讲授 4 学时。

第一节 科学管理理论的为什么在美国出现（略）

- 一、美国的工业化进程对管理提出了新的要求
- 二、经济危机的出现引发了一系列的矛盾
- 三、大量外来移民的涌入
- 四、工业革命以来管理思想的积累

第二节 泰勒及其对科学管理理论的探索

一、泰勒其人

- （一）泰勒生平简介
- （二）泰勒对管理思想发展的独特贡献

通过对工作过程的研究，泰勒把工作分解为不同的部分，并用秒表来衡量每一个部分工作的时间，用科学的办法研究工人的合适的工作量，建立了科学管理理论。

二、泰勒面临的问题及其思考

- （一）工人磨洋工
- （二）生产效率低下

三、泰勒对科学管理的探索

- （一）搬运铁块的试验

搬运生铁的试验研究，通过制定一套最优搬运方法、最优步距、最优工休间歇和仔细挑选工人，认真训练他们严格按指定的要求从事作业劳动。

- （二）铁砂和煤炭的铲掘试验

铁锹试验首先是系统地研究铲上的负载应为多大问题；其次研究各种材料能够达到标准负载的锹的形状、规格问题，与此同时还研究了各种原料装锹的最好方法的问题。此外还对每一套动作的精确时间作了研究，从而得出了一个“一流工人”每天应该完成的工作量。

- （三）金属切削试验

金属切削试验前后共花了 26 年的时间，15 万美元的费用，写出了 3 万多份试验报告，仅形成

的切屑就过 80 万镑，最后取得了丰富资料，为制定各种机床进行高速切削和精密加工的操作规程提供了科学的依据。

（四）泰勒进行科学管理试验的两个基本原理

一是作业研究原理。包括：改进操作方法以提高工效，合理利用工时。

二是时间研究原理。在动作分解与作业分析的基础上，进一步观察和分析工人完成每项动作需要的时间，考虑到满足一些生理需要的时间和不可避免的情况下所耽误的时间，为标准作业方法制定标准的作业时间，以确定工人的劳动定额，即每一天合理的工作量，这就是与作业研究原理相对应的时间研究原理。

第三节 学管理原理

一、科学管理的基本假设前提

（一）日益尖锐的劳资矛盾能够通过科学管理而得到很好解决

（二）假定工人也是“经济人”

（三）单个人是可以取得最大效率的，集体行为反而会导致效率下降，科学管理是使单个人提高效率的方法

二、科学管理的四个基本原则

（一）运用基于对工作任务进行科学研究的方法代替传统的旧式管理方法

（二）用科学的方法对工人进行挑选、培训和开发，而不是让其消极的自我训练和发展

（三）与工人密切合作，以保证科学研究的方法能够得到很好地应用

（四）对管理人员和工人的工作任务进行相应地划分，这样可以使管理人员运用科学的管理原则对工作进行很好地计划，工人可以在实际工作中很好完成任务

三、科学管理的主要内容

（一）作业管理

制定科学的工作方法

制定培训工人的科学方法

实行激励性的工资制度

（二）“差别计件工资制”

1895 年，泰勒提出实行“差别计件工资制”。首先要通过工时研究进行观察和分析，以确定“工资率”即工资标准；其次按照工人是否完成定额而采用不同的工资率；其三是“把钱给人而不是职位”。

（三）组织管理

把计划职能与执行职能分开，用科学的工作方法取代传统的凭经验工作的方法

职能工长制

例外原则

（四）科学管理理论的经营理念

效率至上，即谋求最高的工作效率

为了谋求最高的工作效率可以采取任何方法

为追求效率最大化，劳资双方应该共同协作

第四节 其他人对科学管理理论形成与发展的贡献

一、卡尔·巴思被认为是泰勒的“嫡系追随者”

- (一) 卡尔·巴思为泰勒的工时研究、动作研究以及金属切割试验等提供理论依据
- (二) 帮助泰勒进行工时研究和疲劳研究，并在工厂中推行泰勒制

二、亨利·劳伦斯·甘特对科学管理理论的贡献

- (一) 甘特生平简介
- (二) 甘特图表的发明
- (三) 甘特奖励工资制
- (四) 强调对工人进行教育的重要性
- (五) 工业效率问题
- (六) 企业的社会责任问题

三、弗兰克·吉尔布雷斯与莉莲·吉尔布雷斯对科学管理理论的贡献

- (一) 弗兰克·吉尔布雷斯与莉莲·吉尔布雷斯简介
- (二) 动作研究
- (三) 疲劳研究
- (四) 强调进行制度管理
- (五) 探讨了工作、工人和环境之间的相互影响

四、哈林顿·埃默森对科学管理理论的贡献

- (一) 埃默森其人

哈林顿·埃默森(Harrington Emerson, 1853—1931)，是美国机械工程、科学管理和组织理论的前驱者之一。他的贡献在于把科学管理的原理和方法引用到企业的具体管理实践中，以及向大众传播效率思想。

- (二) 参谋——职能组织理论
- (三) 效率的十二个原则
- (四) 埃默森奖励工资制

五、莫里斯·库克对科学管理管理的贡献

- (一) 莫里斯·库克其人
- (二) 把科学管理原理应用于大学的管理
- (三) 把科学管理原理应用于市政管理
- (四) 较为重视人的因素

六、亨利·福特的科学管理实践和贡献

- (一) 亨利福特其人
- (二) 制造方式标准化
- (三) 流水式装配线

- (四) 把服务大众作为宗旨
- (五) 建立人事部门，关心员工生活

七、拔佳对科学管理理论的贡献

- (一) 拔佳（Bata.Tomas）与拔佳制

拔佳制是由拔佳在学习福特管理思想的基础上发展起来的一种符合科学管理精神的管理制度。

- (二) 拔佳制的基本原则

“让工人思维，让机器工作”

“建立自己的供产销系统和全球经营战略”

“顾客是企业的主人”、“为公众服务”

“生产和利润不是目的，而是改善职工生活的手段”

“提高职工的生活质量是企业的首要职责”

第五节 关于科学管理理论的评价

一、科学管理理论的影响

- (一) 弗雷德里克·泰勒创立的科学管理理论使管理思想成为一套思想体系
- (二) 科学管理理论在管理哲学上取得了重要的突破
- (三) 泰勒将科学思想和理念引入管理领域，提高了管理理论的科学性
- (四) 科学管理理论推动了生产力的发展和劳动生产率的大幅度提高
- (五) 科学管理运动加强了社会公众对消除浪费和提高效率的关心，促进了经营管理的科学研究

二、科学管理理论的局限性

- (一) 科学管理理论的一个“经济人”假设
- (二) 科学管理理论的诸项原则在实际推行过程中并没有得到很好的贯彻
- (三) 泰勒对工会采取怀疑和排斥的态度
- (四) 科学管理理论探讨的多半是关注生产领域的管理，对其他方面的管理，以及一般管理涉及得较少

三、对“泰勒制”的评价

(一) 它冲破了传统和落后的经验管理办法，将科学引进了管理领域，创立了一套具体的科学管理方法

- (二) 提高了生产效率，推动了生产发展，适应了资本主义地发展
- (三) 企业中开始有一些人专门从事管理工作
- (四) 忽视了企业中人的因素

第六节 科学管理理论的传播

一、工业管理教育

- (一) 1900 年以前的工业管理教育情况
- (二) 工业管理教育方面的三个代表人物

二、亚历山大·哈密尔顿·丘奇（略）

亚历山大·哈密尔顿·丘奇是英国的效率专家、工程师和作者，他因为首先在商业组织领域提倡运用科学的方法减少成本而闻名。

三、奥利佛·谢尔顿（略）

奥利佛·谢尔顿（1894-1951）是英国的管理学家，出版《管理哲学》（1923）一书，试图把社会伦理和科学管理结合起来。

他提出了一个管理学研究的新方向应该在于伦理和人的因素上，而不是单是把重点放在生产方面。工业不是一堆机器和技术程序的结合体，而是一个由人组成的复合体。

四、玛丽·派克·福莱特

（一）玛丽·派克·福莱特其人

福莱特提倡在管理学研究中，应该给予人际关系与生产方面研究同样的关注，她很重视对泰勒和弗兰克和莉莲等人开创的时间和动作研究。强调管理人员与员工之间应该互相依赖和合作，把管理者和领导者看作为一个整体，领导者只不过是能够看到全部而不是局部的一个人，她是第一个把组织冲突的思想引入到管理中来，因此有时她被称为“冲突解决之母”。她既概括了泰勒的许多思想，又得出与后来的梅奥等人所作的“霍桑试验”的研究成果大致相同的结论，所以她成了这两个时代之间的一个联系环节。

（二）玛丽·派克·福莱特对管理思想的贡献

群体原则——一种“新心理学”

情境规律——有关权力和权威的思想

情境规律——有关控制的思想

情境规律——有关领导方式的思想

复习与思考题

1. 泰勒“科学管理”的基本原理和主要内容。
2. 泰勒“科学管理”在管理思想史上的地位及其局限性。
3. 甘特对科学管理思想的主要贡献。
4. 亨利·福特的科学管理实践和贡献。
5. 泰勒之后的科学管理思想有哪些新的发展。
6. 如何评价科学管理理论。

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，第三章，经济管理出版社，2005 年。

2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第五、六、七、八章，中国社会科学出版社，2004年。
3. 斯图尔特·克雷纳著：《管理百年：20世纪管理思想与实践的批判性回顾》，第一、二章，海南出版社，2003年。
4. 泰勒著：《科学管理原理》。

第五章 古典组织理论的形成和发展

教学目的和基本内容：进一步深入了解古典管理理论发展与演进过程，对法国、德国、英国和美国著名管理学家法约尔、马克斯·韦伯、厄威克和古利克等在管理思想方面的主要贡献进行分析，以便更好理解古典管理理论是一个渐进发展的过程，在不同的时期解决了管理中的不同问题。

重点与难点：本章内容的重点和难点是掌握和理解第一节和第二节的内容，即法约尔的一般管理理论，以及马克斯·韦伯的官僚组织管理理论。

学时分配：计划讲授 4 学时

第一节 法约尔的一般组织管理理论

一、亨利·法约尔生平与著述

亨利·法约尔(Henri Fayol, 1841—1925)，是法国管理学家，古典管理理论的主要代表人之一，亦为管理过程学派的创始人，誉为“行为管理理论之父”。

1916 年，在法约尔 75 岁时出版《工业管理和一般管理》一书，对管理学的形成和发展做出了巨大的贡献。

二、亨利·法约尔对古典管理理论的贡献

(一) 法约尔概括了管理的一般原理

(二) 法约尔区分了经营和管理

认为这是两个不同的概念，管理包括在经营之中，认为管理是一门具有独立规律的学科。

(三) 提出了 14 项“一般管理原则”

(四) 法约尔认为管理者需要重视五个方面的管理职能

即计划 plan、组织 organize、指挥 command、协调 coordinate 和控制 control。

(五) 为整个管理学理论和实践的教育奠定了基础

三、法约尔一般组织管理理论简评

(一) 亨利·法约尔在管理思想史上的地位

亨利·法约尔是直到 20 世纪上半叶为止，法国贡献给管理运动的最杰出的大师，被后人尊称为“现代经营管理之父”。

(二) 法约尔的一般管理理论的重要影响

法约尔的一般管理理论是西方古典管理思想的重要代表，后来成为管理过程学派的理论基础（该学派将法约尔尊奉为开山祖师），也是以后各种管理理论和管理实践的重要依据，对管理理论的发展和企业管理的历程均有着深刻的影响。

(三) 有助于使管理学走进大学讲堂

(四) 一般管理思想的系统性和理论性强使其成为管理理论发展史上的第二座丰碑

(五) 法约尔的主张和术语和一般管理理论在企业经营乃至社会生活的各方面发挥着重要作用

(六) 法约尔与泰勒管理思想的异同

第二节 马克斯·韦伯的行政官僚组织理论

一、马克斯·韦伯生平和成就

（一）马克斯·韦伯生平

马克斯·韦伯（Max Weber, 1864—1920）是 19 世纪末 20 世纪初德国的著名学者，古典行政组织理论的代表人物。

（二）韦伯的学术成就

现代社会学的奠基者之一，著名的历史学家和经济学家。其著作涉及工业社会学、宗教社会学和政府社会学、经济学。

二、韦伯的行政组织理论——管理学方面的贡献

（一）理想的行政组织

行政组织体系的原文可以译为官僚集权组织，指的是通过职务或职位而不是通过个人或世袭地位来管理，是一个有关集体活动理性化的社会学概念。

他所说的“理想的”并不是指合乎实际需要的，而是指组织的“纯粹形态”，他所说的理想的行政组织体系是一种标准模式。

（二）权力的种类

合理——合法的权力，它是以“法律”所确认的，或以被提升到掌权地位的人的权力为依据的。之所以能对这种权力服从，是由于存在着依法建立的一套等级制度，它所对应的是“合理化——法律化组织”，如企业、国家、军队或其他组织。

传统的权力，它是以古老传统的不可侵犯性和执行这种权力的人的地位的合法性为基础的，它所对应的是传统的组织。对这种权力的服从是对拥有这种不可侵犯的权力地位的个人的服从。

“神授的”权力，它是以对个人的明确而特殊的尊严、英雄主义的或典范的品格的拥戴为基础的。这种权力对应的是“神秘化组织”。

（三）理想的行政组织体系的特征和结构

韦伯的理想行政组织体系的思想是根据对教会、政府、军队和企业的经验的分析而得出的，他确信等级、权力和行政体系(包括明确的规则、确定的工作任务和纪律)是一切社会组织的基础。

理想的行政组织体系的特征：

有确定的组织目标。人员的一切活动是为了实现组织目标。

实行明确的分工。

实行等级原则。

实行考核和教育制度。

行政管理人员领取的固定的薪金。

组织是根据明文规定的法规、规章组成的。

组织中人员之间的关系完全以理性准则为指导，不受个人感情的影响。

三、马克斯·韦伯的行政官僚组织理论简评

（一）韦伯的理想行政组织体系自出现以来得到了广泛的应用，它已经成为各类社会组织的主要形式

（二）韦伯的管理思想对后来企业的发展发挥了巨大的影响

（三）韦伯的理论都促进了资本主义的发展

第三节 古典管理理论的系统化

一、林德尔·福恩斯·厄威克对科学管理理论的推广和综合

（一）厄威克生平简介

厄威克是 20 世纪英国和欧洲富有影响的管理思想家，是推动科学管理的关键人物，为科学管理理论的综合做了大量工作，他试图把科学管理思想应用于各种组织，在管理学领域享有很高声望。

（二）厄威克对古典管理理论的归纳和综合

厄威克认为，管理过程由三个职能组成：计划、组织和控制。这三个职能的指导原则是预测、协调和指挥。

厄威克从控制职能中推论出了一些职能和原则。

厄威克完整地采纳了法约尔关于计划职能的分析和穆尼关于组织职能的分析，认为组织职能有着等级原则、授权和确定工作任务等三种派生职能。

厄威克在对管理理论的综合中总结了管理的间接目标，即秩序、稳定、主动性和集体精神。

（三）厄威克有关组织的八条原则

目标原则、相符原则、职责原则、等级系列原则、控制幅度原则、专业化原则、协调原则、明确性原则。

（四）厄威克对领导问题的研究

二、卢瑟·哈尔西·古利克对古典管理理论的系统化

（一）古利克简介

卢瑟·古利克(Luther Gulick, 1892—1993)是公共管理学方面的杰出专家，在管理学发展史上，对古典管理理论的系统化做了大量的工作。

（二）古利克的管理七职能论

古利克将法约尔有关管理过程的论点加以展开，提出了有名的管理七职能论。取其每种职能英文词的首字而称作 POSDCORB，即 Planning (计划)、Organizing (组织)、Staffing (人事)、Directing (指挥)、Coordinating (协调)、Reporting (报告)、Budgeting (预算)。古利克提出的这七种管理职能，以后虽有人加以增减或修改，但基本上包括了到那时为止的有关管理过程的观点，并成为以后有关这类研究的出发点。

第四节 古典管理理论总结

一、古典管理理论的演进

（一）早期管理理论

（二）传统管理理论

（三）科学管理理论

（四）古典组织管理理论

二、怎样评价古典管理理论？

（一）古典管理理论的伟大意义

古典管理理论确立了管理学是一门科学。

古典的管理理论建立了一套有关管理理论的原理、原则、方法等理论。提出了一些管理的原则、管理职能和管理方法，并且主张这些原则和职能是管理工作的基础，对企业管理有着很大的指导意义，也为总结管理思想史提供了极为重要的参考价值。

古典管理学家同时也建立了有关的组织理论。韦伯提出的官僚组织理论是组织理论的基石。

古典管理理论为后来的行为科学和现代管理学派奠定了管理学理论的基础，当代许多管理技术与管理方法皆来源于古典的管理理论。古典管理学派所研究的问题有一些仍然是当今管理上所要研究的问题，都是对古典的管理思想的继承和发展。

（二）古典管理理论存在的问题

首先是古典管理理论基于当时的社会环境，对人性的研究没有深入进行，对人性的探索仅仅停留在“经济人”的范畴之内。

古典管理理论对组织的理解是静态的，没有认识到组织的本质。

古典管理理论的着重点是组织系统的内部，而对企业外部环境对组织系统的影响考虑得就非常少。

复习与思考题

1. 简述法约尔对管理要素的理解。
2. 法约尔著名的 14 项管理原则是什么？
3. 简述马克斯·韦伯的行政官僚组织理论。
4. 如何评价古典管理理论

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，第四章，经济管理出版社，2005 年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第十章，中国社会科学出版社，2004 年。
3. 斯图尔特·克雷纳著：《管理百年：20 世纪管理思想与实践的批判性回顾》，第三章，海南出版社，2003 年
4. 马克斯·韦伯著：《新教伦理与资本主义精神》、《经济与社会》。
5. 法约尔著：《工业管理与一般管理》。

第六章 行为科学理论的形成和发展

教学目的和基本内容：了解行为科学理论是西方管理思想发展的新阶段，具有与古典管理思想不同的特点，认识行为科学理论产生的历史背景，以及发展和演进过程，特别是要了解梅奥及其主持的霍桑实验对行为科学理论建立的重要意义。同时还要了解梅奥之后行为科学发展的脉络和理论特点。

重点和难点：掌握行为科学理论总的发展过程，梅奥及其主持的霍桑实验对行为科学理论建立的意义，梅奥之后在个体行为理论方面马斯洛、克莱顿·奥尔德佛、赫茨伯格、弗鲁姆、波特和劳勒、麦克利兰、麦格雷戈、埃德加·沙因等人的独特贡献。在群体行为和领导行为理论方面卡特·勒温、亨利·坦南鲍姆和施密特，以及布莱克和默顿等人的独特贡献。

学时分配：计划讲授 4 学时

第一节 行为科学产生的历史背景

一、行为科学产生的历史背景与早期提倡者

（一）行为科学的提出

行为科学产生于 20 世纪 20-30 年代。它正式被命名为行为科学，是在 1949 年美国芝加哥的一次跨学科的科学会议上。

（二）行为科学产生的历史背景

社会经济原因：第一次世界大战，20 世纪 20-30 年代的世界经济危机，美国实行罗斯福新政，实行经济宏观调控政策。

企业管理实践中存在的问题，采用了科学管理思想以后，效率是提高了，但是劳资矛盾和冲突始终没有解决。

古典管理理论中的“经济人假设”受到质疑，不少心理学家加入到管理研究的行列。

（三）早期行为科学研究的提倡者

罗伯特·欧文、玛丽·派克·福莱特、雨果·缪斯特伯格等人。

二、缪斯特伯格与工业心理学

（一）工业心理学的提倡者

雨果·缪斯特伯格是德裔美国心理学家和哲学家，因为将心理学运用于法律、商业、工业、医学、教育、社会学的工作而闻名。

（二）关于工业效率的三段论

（三）将心理研究的信息应用于法律机构

第二节 行为科学的形成和发展

一、梅奥的霍桑实验

（一）梅奥与霍桑实验

梅奥（Mayo, 1880-1949）是美国的管理学家，原籍澳大利亚，是早期的行为科学——人际关系

学说的创始人，美国文理科学院院士。

霍桑实验是1924-1932年在美国西部电器公司在芝加哥的西塞罗霍桑工厂进行的一系列提高工人效率的研究工作。

（二）霍桑工厂的几个实验

车间灯光照明实验

继电器装配实验

云母片剥离实验

继电器绕线组的工作实验室——群体实验

工厂范围的大规模的访谈计——“访谈实验”

（三）霍桑实验的重要意义

开辟了管理学研究的新方向——行为科学管理理论的发展阶段。改变了泰勒以来工程学的研究模式，开始向社会科学的研究模式转变，导致了后来“人际关系”和“组织行为学”的形成和发展。

否定了传统管理理论对人性的假设，表明了工人不是被动的，孤立的个体，他们的行为不仅仅受工资的刺激，影响生产率的最重要因素不是待遇和工作条件，而是工作中的人际关系。

发现了管理者的新角色，管理者=领导者、激励者、沟通者和工作环境的设计者。

实验的参与者影响了管理学的发展方向，霍桑试验的结论是人际关系学说的基本要点，也是行为科学在以后发展的理论基础，并对以后的管理思想发展起着重大的影响。

（四）霍桑效应

“霍桑效应”：指与调查者对测试结果的影响有关的问题，也称“光圈效应”。在照明实验中的女性作业者会试图取悦研究者，因为这些研究者相信有一个预期的高生产效率，而不是对不同灯光的反应。

霍桑效应被定义为在早期科学管理阶段被发现的一种趋势，即在研究的一定条件下，工人的生产率是稳步上升的。

（五）梅奥对管理思想发展的贡献

梅奥主持并总结了霍桑实验的结果，并于1933年正式发表《工业文明中的人类问题》一书，建立了人际关系学说——早期行为科学。

二、梅奥人际关系学说的基本要点

（一）职工是社会人

“社会人”是人际关系学说对人性的基本假设。每个人的行为并不单是为了追求金钱，还有社会方面的、心理方面的需要。

（二）在正式组织中存在着“非正式组织”

所谓正式组织就是传统管理理论所指出的，为了有效地实现企业的目标，规定企业各成员之间相互关系和职责范围的一定组织体系。

而非正式组织与正式组织是相对而言的，就是企业成员在共同的工作过程中，由于抱有共同的社会感情而形成的非正式群体。

梅奥认为，在正式的法定关系掩盖下都存在着非正式群体构成的更为复杂的关系体系。

（三）新型的管理者的管理能力在于提高职工的满足度

新型的管理者的管理能力在于提高职工的满足度，以鼓舞职工的士气，提高劳动生产率。

三、行为科学的形成和发展

（一）什么是行为科学

行为科学以人的行为及其产生的原因作为研究对象。具体来说，它主要是从人的需要、欲望、动机、目的等心理因素的角度研究人的行为规律，特别是研究人与人之间的关系、个人与集体之间的关系，并借助于这种规律性的认识来预测和控制人的行为，以实现提高工作效率，达到组织的目标。

（二）行为科学的发展演变

目前，行为科学理论包括：个体行为学、组织行为学、群体行为学、领导行为学。

第三节 个体行为的研究

一、马斯洛的人类需要层次理论

（一）马斯洛简介

马斯洛于 1943 年和 1954 年先后发表了《人类动机理论》和《动机和人》两部著作，阐述了他的人类需要层次理论。

（二）人类需要层次理论

人的需要都有轻重层次，某一需要得到满足后，另一需要才出现，五种需要层次包括：生理需要、安全需要、感情和归属需要、尊重需要、自我实现需要。

二、克莱顿·奥尔德佛的生存关系及发展理论

（一）克莱顿·奥尔德佛

克莱顿·奥尔德佛（Clayton Paul Alderfer）是美国的心理学家，他把马斯洛的需要层次理论进一步扩展和修正。

（二）嵌入团体关系理论

1982 年，他提出嵌入团体关系理论 Embedded Intergrups Relations Theory，即在一个体系中考察群体的行为。

（三）对马斯洛人类需求理论的修正

1973 年，奥尔德佛在大量调查研究的基础上指出，人的基本需要不是 5 种，而是 3 种，即生存、关系和发展这三种人类基本的需要。

三、赫茨伯格的双因素理论

（一）赫茨伯格简介

赫茨伯格 Frederick Herzberg (1923-2000) 是美国心理学家，高级咨询人员和管理教育专家。

（二）赫茨伯格的双因素理论

赫茨伯格把使人满意的因素叫激励因素，使人不满意的因素叫保健因素。

激励因素是以工作为中心的，即以对工作本身是否满意，工作中个人是否有成就、是否得到提升为中心的。

而保健因素则与工作的外部环境有关，属于保证工作完成的基本条件。

如何激励员工：“踢一脚”的激励方式、其他激励员工的措施、职务丰富化。

四、弗雷姆的期望理论

（一）弗雷姆简介

弗雷姆（Victor Vroom）是美国著名心理学家和行为科学家，目前是耶鲁大学管理学院的组织心理学和管理心理学教授。

弗雷姆对于管理理论的主要贡献：

一是深入研究组织中个人的激励和动机，率先提出了形态比较完整的期望理论模式，把期望理论有定性分析推向了定量分析，成为这一领域的开拓者之一；

二是从分析领导者与下属分享决策权的角度出发，将领导方式或风格划分为 5 种，这种理论成为推进后来权变理论的发展。

（二）弗雷姆的期望理论

弗雷姆的期望理论不仅仅考虑人的需要，而且考虑满足需要的途径以及组织环境的影响。

弗雷姆的期望理论认为，在工作场所，员工有各种动机，假如满足以下条件，他们会有工作动机。

努力和成就要成正比

良好的工作绩效与会导致好的结果

员工对于工作结果的价值是可以确定的

即激励力 = 效价 × 期望值。

效价：是指一个人对某项工作及结果（可以实现的目标）能够给自己带来满足程度的评价，即对工作目标有用性的评价。

期望值：是指人们对自己能够顺利完成这项工作的可能性估价，即对工作目标能够实现的概率的估计。

五、波特和劳勒的综合激励理论（略）

莱曼·波特和爱德华·劳勒是美国著名行为科学家。

1968 年他们在《管理态度和成绩》一书中提出了波特——劳勒的综合激励理论。

该模式提出，激励不是一种简单的因素关系，人们努力的程度取决于报酬的价值、自认为所需要的能力以及实际得到报酬的可能性，管理者应当仔细评价其报酬结构，把努力、成绩、报酬、满足这一连锁关系结合到整个管理系统中去。

六、麦克利兰的成就需要理论

（一）麦克利兰简介

麦克利兰 David Clarence McClelland (1917-1998) 是美国著名行为科学家，社会心理学家，计量历史学的提倡者。1966 年他在《促使取得成就的事物》中提出成就动机理论。

（二）麦克利兰的成就需要理论

麦克利兰认为人有 3 类基本的激励需要，即对权力的需要（the need for power）、对社交的需要（the need for affiliation）、对成就的需要（the need for achievement）。

七、麦格雷戈的 X 理论和 Y 理论

（一）麦格雷戈简介

麦格雷戈 Douglas McGregor (1906-1964) 是麻省理工学院管理学教授，是工业组织人际关系研究的前驱者。

麦格雷戈在其《企业组织的人性方面》一书中，提出了 X 理论和 Y 理论。创造了一种新的研究模式，在这种模式中，企业要营造一种具有权威、指导、控制或者综合和自我控制的环境，使员工在这样的环境下能够得到一种激励。

（二）麦格雷戈的 X 理论和 Y 理论

麦格雷戈提出的“X 理论—Y 理论”，提出了两大类可供选择的人性观。他对传统管理中人性假设和行为科学关于人性的假设加以系统归纳分析，指出了它们的要点和根本分歧。麦格雷戈把 Y 理论叫做“个人目标和组织目标的结合”，认为它能使组织的成员在努力实现组织目标的同时，最好地实现自己的个人目标。

八、埃德加·沙因的复杂人假设

（一）埃德加·沙因简介

埃德加·沙因（Edgar H. Schein (1928-)）是麻省理工斯隆管理学院教授，著名社会心理学家，组织心理学领域的创始人之一。在组织管理学方面的多个领域做出了杰出的成绩。

（二）埃德加·沙因的四种人性假说理论

埃德加·沙因在 1965 年出版的《组织心理学》中对人性进行了归类并提出了四种人性假设。即理性经济人假设、社会人的假说、自我实现人的假说、复杂人的假说。

第四节 群体行为理论

一、群体行为理论产生的背景和理论来源

（一）群体行为理论产生的背景

科学管理理论不能解决有关人的需求和激励问题

员工和企业家之间的矛盾激化

个体行为的研究已经展开

（二）群体行为理论的理论来源

人际关系学派

完型心理学

代表人物和理论：卡特·勒温的群体动力学

假设前提：社会人、复杂人、自我实现的人

研究内容：群体的行为和影响

二、卡特·勒温的群体动力学理论

（一）卡特·勒温简介

卡特·勒温 Kurt Zadek Lewin (1890, 9—1947, 2) 是出生于德国的心理学家，是社会心理学领域的开拓者，在西方被称为“当代实验社会心理学之父”，是第一个研究群体动力以及组织发展的研究者。

（二）卡特·勒温的群体动力学理论

一是群体动力学研究的群体是非正式的组织。

二是勒温认为人们结成群体，不是静止不动的，而是属于不断的相互作用。所谓群体动力，就是群体中的各种力量对个体的作用力和影响力。群体的行为不是简单的算术相加，实际上是一个集体的个人，是一个集体的指挥。

三是群体中处于均衡状态的各种力的“力场”，叫做“生活场所”、“自由运动场所”。

四是在一个群体中，除了正式组织之外，还有非正式组织。

五是在非正式组织中也存在着不同的领导方式。

六是非正式组织的规模小为好，以便成员之间互相交往、交流各种信息和感情，以维持群体的长期存在。不同情况有不同的规模。

七是群体也会产生社会惰化效应。

第五节 领导行为的研究

一、领导者品质理论

（一）亨利的领导者品质理论

美国行为科学家亨利，1949年提出一个成功的领导者应具备12种品质。

（二）鲍莫尔的领导理论

美国行为科学家鲍莫尔提出领导者应具备的10个条件。

二、领导方式理论

（一）连续统一体理论

这就是美国行为科学家坦南鲍姆和施密特两人提出来的选择领导模式的理论。他们从领导模式的分类和选择方面进行研究，于1958年提出了领导行为连续体理论。

（二）二维领导模式

俄亥俄大学企业研究局在1945年提出一种领导方式的模式——领导四象限理论。

管理方格论：美国行为科学家布莱克等人（莫顿）1964年提出的。

管理方格理论指出，企业中的领导方式，存在着“对人的关心”和“对生产的关心”两种不同的结合。他们提出的管理方格法，主要是为了避免在企业管理的领导中趋于极端的方式，即或者是科学管理，或者是人际关系；或者以生产为中心，或者以人为中心；或者以X理论为依据，或者以Y理论为依据。应该采取各种综合的领导方式，

（三）威廉·大内的Z理论

Z理论（Theory Z）是由日裔美国学者威廉·大内（一译乌契，William Ouchi）在1981年出版的《Z理论：美国企业界怎样迎接日本的挑战》一书中提出来的，研究内容为人与企业、人与工作的关系。

第六节 行为科学理论的总结

一、行为科学理论的演进与发展走向

（一）行为科学理论的演进

梅奥建立人际关系学说以后，行为科学理论在20世纪50年代以后得到迅速发展，形成三大方面的理论，即个体行为研究、群体行为研究、领导行为研究。

在个体行为研究方面有三部分：——个体激励，而起到激励作用，以达到更高的组织效率。

以社会人假设为前提的有：梅奥的人际关系学说、弗雷姆的期望理论、赫茨伯格的双因素理论、麦克利兰德成就需要理论、波特和劳勒的综合激励理论。

以自我实现人假设为前提的有：马斯洛的人类需要层次理论、奥尔德弗的生存关系和发展理论、麦格雷戈的 X-Y 理论。

以复杂人假设为前提的有：沙因的复杂人假说。

在群体行为研究方面：勒温的群体动力学理论——组织激励，以达到更高的组织效率。

在领导行为研究方面有：——研究领导模式，以达到更高的组织效率。

亨利的领导者品质理论

坦南鲍姆和施密特的连续统一体理论——领导者行为理论

二维领导模式和管理方格理论——领导者行为理论

（二）行为科学理论的发展走向

行为科学理论应用于管理学，主要是对工人在生产中的行为以及这些行为产生的原因进行分析研究。

行为科学在第二次世界大战以后的发展，主要集中在以下四个方面：关于人的需要和动机的理论；关于管理中的“人性”的理论；关于领导方式的理论；关于企业中非正式组织以及人与人的关系的理论。

二、行为科学理论的主要特点

（一）管理科学的重要组成部分

（二）强调人的行为和人性的研究

（三）用人道主义的立场来看待管理问题

三、如何评价行为科学理论

（一）行为科学理论的贡献

突出人的因素和对人的研究

吸收和借鉴相关学科成果形成了完善的学科体系

提出了非正式组织的作用

提出了一系列具体要求以提高管理水平

行为科学引起了管理方法的转变

（二）行为科学理论的缺点

行为科学仍然在不断的发展之中，对人的研究还远没有达到人们想象的那么深远，这门学科实际上还是一门年轻的学科。

管理学者们对人际关系理论，对梅奥主义的批评却未曾间断过，很少有管理理论受到如此之多的批评。

过于关注人性的规律，而忽略了其它方面的管理技术和原则。

复习与思考题

1. 简述行为科学理论产生和发展的主要脉络。
2. 梅奥的霍桑实验对行为科学理论的建立有什么意义？
3. 简述马斯洛的需要层次理论。
4. 麦格雷戈的 X-Y 理论的管理学含义是什么？
5. 卡特·勒温的群体动力学理论的核心内容是什么？
6. 20 世纪对领导行为研究有哪些新的进展？
7. 如何评价行为科学理论

拓展阅读书目

1. 郭咸纳著《西方管理思想史》，第五、六章，经济管理出版社，2005 年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第九、十三章、二十章，中国社会科学出版社，2004 年。
3. 斯图尔特·克雷纳著：《管理百年：20 世纪管理思想与实践的批判性回顾》，第四章，海南出版社，2003 年
4. 梅奥著：《工业文明中的人类问题》（1933）。
5. 马斯洛著：《动机激励与人的个性》（1954）。

第七章 现代管理理论流派和思潮

教学目的核基本要求：主要介绍和分析第二次世界大战以后西方管理思想发展的新进展，了解现代管理理论流派和思潮产生的历史背景和理论基础，掌握管理理论的不同流派、特点和理论贡献，以便更好地了解西方管理思想的发展和演进过程。

重点和难点：主要了解现代管理理论流派和思潮产生的历史背景和理论基础，掌握管理理论的不同流派、特点和理论贡献，特别要弄清楚管理过程学派、社会系统学派等十个不同流派和思潮的代表人物和代表性理论。

学时分配：计划讲授 6 学时。

第一节 现代管理理论产生的时代背景和理论基础

一、现代管理理论产生的历史背景

（一）现代管理理论产生的经济与社会背景

战后经济格局的调整

科学技术的迅猛发展

资本主义经济发展的三个阶段

企业结构发生变化

二、现代管理理论产生的方法论基础

管理是人类社会活动的一个组成部分，随着人类活动的历史进程而不断演变。现代科学理论“老三论”和“新三论”是现代管理理论的方法论基础。

（一）“老三论”——系统论、信息论和控制论

（二）“新三论”——耗散结构理论、协同论和突变理论

三、现代管理理论丛林产生的社会原因

（一）生产方式的变化促使管理方式也发生了变化

（二）宏观经济的调节作用推动了管理思想的发展

（三）受教育程度的提高深化了对人的认识

（四）日益激烈的市场竞争环境强化了市场观念，导致内外协调的管理的产生。

（五）自然科学思想对管理科学的渗透，导致了以系统科学为理论基础的管理思想的产生

（六）管理科学面临的问题与挑战

第二节 现代管理理论的主要流派和思潮

一、管理过程学派

（一）管理过程学派概述

管理过程学派又称为经营管理学派、管理职能学派，是美国加利福尼亚大学的教授哈罗德·孔茨(Harold Koontz, 1909-1984)和西里尔·奥唐奈里奇提出的，是在法约尔的一般管理理论的基础上

发展而来的，是西方历史悠久并有巨大影响力的一种主流管理理论。

理论基础和来源：法约尔的古典管理理论：《工业管理与一般管理》

假设前提：社会人、复杂人、自我实现的人。

（二）管理过程学派的主要代表人物

詹姆斯·穆尼(J.D. Mooney, 1884-1957)，美国高级管理人员和会管理学家，《组织原理》

拉尔夫·戴维斯(Ralph C. Davis)美国管理学家，《工业组织和管理》——偏重管理哲学

哈罗德·孔茨(Harold Koontz, 1908-1984)美国管理学家《管理学原理》、《管理理论丛林》、《再论管理理论丛林》等。

威廉·纽曼，美国哥伦比亚大学管理学教授，《管理过程：思想、行为和实务》。

（三）管理过程学派的管理思想和特点

管理过程学派管理思想的主要特点是将管理理论同管理人员所执行的管理职能，也就是管理人员所从事的工作联系起来。

（四）孔茨的职能管理

孔茨把管理揭示为通过别人使事情做成的各项职能，他很强调管理的概念、理论、原理和方法，认为管理工作是一种艺术，它的各项职能可以分成五类，即计划、组织、人事、指挥和控制，组织的协调是五种职能有效应用的结果。

（五）管理过程学派的基本方法

把管理人员的工作划分为一些职能：计划、组织、用人、领导、控制。

对管理职能进行研究，在丰富的管理实践中探究管理的基本规律，在分析基本职能的基础上对每项职能提出一些基本要求。

（六）管理过程学派的主要贡献和缺陷

主要贡献：

一是相对于其他学派而言，它是最为系统的学派。他们首先从确定管理人员的管理职能入手，并将此作为他们理论的核心结构。

二是管理过程学派确定的管理职能和管理原则，为训练管理人员提供了基础。把管理的任务和非管理的任务(如财务、生产以及市场交易)加以明显地区分，能使经理集中于经理人员的基本工作上。

管理过程学派认为，管理存在着一些普通运用的原则，这些原则是可以运用科学方法发现的。管理的原则如同灯塔一样，能使人们在管理活动中辨明方向。

管理过程学派存在以下缺陷：

一是管理过程学派所归纳出的管理职能不能适用所有的组织。

二是管理过程学派所归纳的职能，并不包括所有的管理行为

三是在管理者日常管理中，一定是先有了目标和组织，然后进行管理，而不是先有一套典型的职能，能够到处运用到不同的组织中去。

二、社会系统学派

（一）社会系统学派概述

社会系统学派的形成以美国管理学家切斯特·巴纳德(Chester Barnard, 1886-1961)的现代组织理论体系的建立为标志。社会系统学派从社会学的观点来研究管理，认为社会的各级组织都是一个协作的系统，进而把企业组织中人们的相互关系看成是一种协作系统。

（二）社会系统学派的主要代表人物

社会系统学派的代表人物是美国著名的管理学家巴纳德。1938 年，他发表了《经理人员的职

能》一书。在这本著作中，他对组织和管理理论的一系列基本问题都提出了与传统组织和管理理论完全不同的观点。

（三）巴纳德的组织协作系统观点

一是组织是两个或两个以上的人所组成的协作系统。

二是组织是一个是由个人组成的协作系统，个人只有在一定的相互作用的社会关系下，同他人协作才能发挥作用。

三是巴纳德认为组织作为一个协作系统都包含三个基本要素：信息交流、协作的意愿、共同的目标。

四是经理人员的作用就是在一个正式组织中充当系统运转的中心，并对组织成员的活动进行协调，指导组织的运转，实现组织的目标。

除此之外，经理人员还应该对组织成员的活动进行协调和控制。

（四）社会系统学派的管理思想和特点

一是社会系统理论认为，管理人员有些什么职能以及应当如何行使这些职能，是由组织的本质、特性和过程来决定的。

二是社会系统理论的特点是对组织本质（组织中人的行为）进行描述性的分析。

三是社会系统学派不是把作业而是把决策作为主要研究对象。

（五）理论评析

一是巴纳德的组织理论是他的管理理论的基础，他对组织的定义提出了同传统的管理理论截然不同的观点。巴纳德不是从组织结构的角度，而是从行为的角度对组织下定义。他把组织看成是一个协作的系统，提出了构成组织的三个基本要素：信息交流、协作的意愿、共同的目标。首次分析了组织的组成要素。

但巴纳德认为组织的要素只包括人，不包括物和其他要素，所以对组织的研究就转变成对人的研究。把财物排除在组织的组织要素之外，经理人员的职能没有对财物的管理职能。因此，巴纳德对组织要素的划分，并没有得到管理学家的承认。

二是巴纳德的管理职能理论和古典管理理论大不相同。古典组织理论关于管理职能的划分，是从对管理的过程的分析中提炼出来的，而巴纳德是以自己的组织理论为基础来展开管理职能的分析，把管理者的职能归结为提供信息交流的体系、促成个人付出必要的努力和规定组织的目标。

三、决策理论学派

（一）决策理论学派概述

决策理论学派是在第二次世界大战之后发展起来的一门新兴的管理学派。

决策理论学派是在巴纳德的社会系统学派的基础上发展起来的，他们把第二次世界大战以后发展起来的行为科学理论、系统理论、运筹学、计算机科学等综合运用管理决策问题，形成了关于决策和决策方法的完整理论体系。

（二）决策理论学派的主要代表人物

决策理论学派代表人物赫伯特·西蒙(Herbert Alexander Simon, 1916-2001)和詹姆斯·马奇(James G. March)。

赫伯特·西蒙是决策理论学派的主要代表人物，他曾获 1978 年度诺贝尔经济学奖。他发展了巴纳德的社会系统学派，并提出了决策理论，建立了决策理论学派，形成了一门有关决策过程、准则、类型及方法的较完整的理论体系，主要著作有《管理行为》、《组织》、《管理决策的新科学》等。

（三）决策理论学派的管理思想和特点

决策理论学派的管理思想：

- 一是有限理性和满意决策。
- 二是形成科学的决策概念。
- 三是组织行为和个人决策的关系。
- 四是决策的不同分类和准则。
- 五是决策的四个过程。

六是总结出 5 种决策方法。包括：经验判断法、专家意见法、数学模型法、模拟实验法、心理方法——即决策中的心理机制。

决策理论学派的思想特点：

- 一是决策贯穿管理的全过程，决策是管理的核心。
- 二是系统阐述了决策原理。
- 三是在决策标准上，用“令人满意”的准则代替“最优化”准则。
- 四是一个组织的决策根据其活动是否反复出现，可分为程序化决策和非程序决策。

（五）理论评析

从管理职能的角度来说，决策理论提出了一条新的管理职能。

首次强调了管理行为执行前分析的必要性和重要性。

决策理论尽管提出了有许多其他理论所不具备的优点，但仍存在以下缺陷：

管理是一种复杂的社会现象，仅靠决策也无法给管理者有效的指导，实用性不大。

决策学派没有把管理决策和人们的其他决策行为区别开来。

四、系统管理学派

（一）系统管理学派概述

在企业管理理论中，系统理论学派亦称系统学派，是指将企业作为一个有机整体，把各项管理业务看成相互联系的网络，运用系统科学的理论观点、范畴以及一般原理，对组织或企业的管理活动进行全面系统的分析，以及进行系统管理的过程，并建立起系统模型以便于分析。

（二）理论基础和主要代表人物

一般系统论是系统管理学派的理论基础。

一般系统理论：贝达朗菲、维纳、申农、哈肯

系统管理理论：理查德·约翰逊、弗里蒙特·卡斯特、詹姆斯·格黑尔·米勒和梅·萨洛维奇。

主要代表人物是弗里蒙特·卡斯特(F·E·Kast)、罗森茨威克(J·E·Rosenzweig)和理查德·约翰逊(R·A·Johnson)，他们三人合写了《系统理论和管理》，1970 年与罗森茨威克两人合写了《组织与管理——一种系统学说》，这两本书比较全面地论述了系统管理理论。

（三）系统管理学派的管理思想和特点

组织是一个由相互联系的若干要素组成的人造系统；任何组织都是一个开放的系统，它与外界环境在不断地相互作用；组织是一个社会系统的子系统，它在与环境的相互影响中取得动态平衡，组织同时要从外界接受能源、信息、物料等各种投入，经过转换，再向外界输出产品，具有系统输入、输出和反馈功能。

二是企业系统由许多子系统构成。系统管理学派将企业分为五个子系统，包括：目标与价值子系统、技术子系统、社会心理子系统、组织结构子系统、管理子系统。这五个子系统之间既相互独立，又相互作用，不可分割，从而构成一个整体。这些系统还可以继续分为更小的子系统。

三是系统动态学的观点。认为企业是由人、物资、机器和其他资源在一定的目标下组成的一体化系统，它的成长和发展同时受到这些组成要素的影响，在这些要素的相互关系中，人是主体，其他要素则是被动的。

四是系统观点、系统分析和系统管理的思想。如果运用系统观点来考察管理的基本职能，可以把企业看成是一个投入—产出系统，投入的是物资、劳动力和各种信息，产出的是各种产品(或服务)。

系统管理学派认为，系统观点、系统分析和系统管理都是以系统理论为指导，但三者之间既有联系，也有区别。

（四）系统管理学派的管理方法

就是采用模型分析法

建立工业系统动态模型

（五）系统学派理论评析

首先，系统理论通过对组织的研究来分析管理行为，体现了管理哲学的改变。

其次，从系统的观点来考察和管理企业，有助于提高企业的整体效率。

系统理论研究的对象是组织，系统理论是通过对组织的研究来分析管理行为，虽然在理论上是正确的，但系统理论对组织的构成因素的分析存在一定的问题，导致其理论并未能提出具体的管理行为和管理职能，只是笼统的提出一些原理和观点，初学者在实践中会无所适从。

五、数量管理科学学派

（一）数量管理科学学派概述

数量管理科学学派又称为管理科学学派、管理中的数量学派，也称之为运筹学。

这个学派认为，解决复杂系统的管理决策问题，可以用电子计算机作为工具，寻求最佳计划方案，以达到企业的目标。管理科学其实就是管理中的一种数量分析方法。它主要用于解决能以数量表现的管理问题，以弥补定性研究的不足。其作用在于通过管理科学的方法，减少决策中的风险，提高决策的质量，保证投入的资源发挥最大的经济效益。

管理科学学派是泰勒管理学派的继续和发展，是近年来在西方管理学界形成的，称为现代的科学管理。

数量管理科学学派的基本特征是：以系统的观点，运用数学、统计学的方法和电子计算机技术，为现代管理决策提供科学的依据，解决各项生产、经营问题。

（二）主要代表人物

兰切斯特、希尔、埃尔伍德·斯潘塞·伯法(Elwood S. Buffa)、霍勒斯·利文森。

埃尔伍德·斯潘塞·伯法是西方管理科学学派的代表人物之一，是美国研究管理科学和现代化大生产管理方法的著名学者，在《现代生产管理》(1975)和《生产管理基础》中提出了关于数量管理科学学派的主要论点。

（三）数量管理科学学派的管理思想的特点

系统管理理论的应用

应用多种学科交叉配合的方法

应用模型化和定量化来解决问题

依靠计算机进行各项管理，强调使用先进的科学理论和管理方法

生产和经营各项领域的各项活动都以经济效果好坏作为评价标准，即要求最小的消耗取得最大的经济效益

（四）数量管理科学学派的主要观点

数量管理科学学派的管理思想是建立在系统思维基础上的，系统观点是要求从系统的整体效果出发进行考察、分析与解决问题，其目的是整个系统的总效果达到最优。

力求减少决策的个人艺术成分，依靠建立一套决策程序和数学模型以增加决策的科学性。

各种可行的方案均是以经济效果作为评价的依据。

广泛地使用电子计算机。

关于组织的基本看法。

关于科学管理的目的、应用范围、解决问题的步骤。

关于管理科学应用的科学方法。

（五）数量管理科学学派理论评析

数量管理科学学派的三个优点：

第一，使复杂的、大型的问题有可能分解为较小的部分，更便于诊断、处理；

第二，制作与分析模式必须重视细节并遵循逻辑程序，这样就把决策置于系统研究的基础上，增进决策的科学性；

第三，有助于管理人员估价不同的可能选择，如果明确各种方案包含的风险与机会，便更有可能作出正确的选择。

但是，也必须指出，管理科学方法的应用也有它的局限性：

首先，管理科学学派的适用范围有限，并不是所有管理问题都是能够定量的，这就影响了它的使用范围。

其次，实际解决问题中存在许多困难。管理人员与管理科学专家之间容易产生隔阂。实际的管理人员可能对复杂、精密的数学方法很少理解，无法做出正确评价。而另一方面，管理科学专家一般又不了解企业经营的实际工作情况，因而提供的方案不能切中要害，解决问题。这样，双方就难以进行合作。

第三，管理科学学派借助于数学模型和计算机技术研究管理问题，重点研究的是操作方法和作业方面的管理问题。

基于管理科学的特征，大多数管理学家认为管理科学只是一种有效的管理方法，而不是一种管理学派，它仅适用于解决特定的管理问题。

此外，采用此种方法大都需要相当数量的费用和时间。由于人们考虑到费用问题，也使它往往只是用于那些大规模的复杂项目。这一点，也使它的应用范围受到限制。

六、权变理论学派

（一）权变理论学派概述

权变理论学派是进入 20 世纪 70 年代以来，在美国经验主义学派的基础上进一步发展而来的管理理论。

权变理论认为，在企业管理中要根据企业所处的内外条件随机应变，没有什么一成不变、普遍适用的“最好的”管理理论和方法。该学派是从系统观点来考察问题的，它的理论核心就是通过组织的各子系统内部和各子系统之间的相互联系，以及组织及其所处的环境之间的联系，来确定各种变数的关系类型和结构类型。它强调在管理中要根据组织所处的内外部条件随机应变，针对不同的具体条件寻求不同的最合适的管理模式、方案或方法。

（二）权变理论学派的理论基础

理论基础——系统理论和超 Y 理论，1970 年莫尔斯和洛希根据“复杂人”的假定，在《哈佛商业评论》杂志上发表《超 Y 理论》一文，以及 1974 年出版了《组织及其他成员：权变法》一书，提出了一种新的管理理论——超 Y 理论。这是一种既结合 X 理论和 Y 理论，又不同于 X 理论和 Y 理论，主张权宜应变的经营管理理论。

（三）主要代表人物和主要理论观点

英国学者伯恩斯和斯托克，美国管理学家钱德勒、劳伦斯、洛希、卢桑斯、菲德勒、豪斯、英

国女管理学家伍德沃德等人。

（四）卢桑斯的权变管理理论

权变理论就是要把环境对管理的作用具体化，并使管理理论与管理实践紧密地联系起来。

环境是自变量，而管理的观念和技术是因变量。

权变管理理论的核心内容是环境变量与管理变量之间的函数关系就是权变关系。

（五）菲德勒对权变理论的论述

计划制定的权变论，要求计划的制定者要灵活使用模糊性和明确性原则。

权变理论的组织论，每一种组织系统都有其独特的组织模型和管理原则，组织结构上的变数包括：各种活动的结构、权力的集中化、工作流程控制线、支持部分的相对规模。

权变理论的控制论，在动态的领导过程中领导者个性与领导情境之间的相互关系。

（六）权变理论学派评析

权变理论学派的重点是通过大量事例进行研究和理论概括。

强调权变关系是两个或更多可变因数之间的函数关系，权变管理是一种依据环境自变数与管理思想和管理技术因变数之间的函数关系，来确定的对当时当地最有效的管理方法。

同时，权变学派首先提出管理的动态性，使人们对管理的动态性有了新的认识。

但权变学派存在一个带有根本性的缺陷，即没有统一的概念和标准。强调变化，却否定管理的一般原理、原则对管理实践的指导作用。

七、经验主义学派

（一）经验主义学派概述

经验主义学派也被称为经理主义学派、案例学派，是以向企业经理提供管理企业的成功经验和科学方法为目标的管理学理论流派。经验主义学派认为应该从企业管理的实际出发，研究企业的成功经验和失败教训，加以总结归纳，找出有共性的东西，并上升到理性认识，通过这种办法来学习管理，并为管理者提供有益的建议。

经验主义学派的主要代表人物是彼得·德鲁克、欧内斯特·戴尔（Dale）、艾尔弗雷德·斯隆、亨利·福特、威廉·纽曼。

理论来源：古典管理理论、行为科学理论、系统科学理论。

（二）主要代表人物——彼得·F·德鲁克（杜拉克）、斯隆

现代管理大师彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)对世人有卓越贡献及深远影响，以广泛实践为基础，写出了 35 著作，奠定了其作为现代管理学开创者的地位，被尊为“大师中的大师”、“现代管理之父”，是经验主义学派的主要代表人物。

另一个代表人物是艾尔弗雷德·斯隆(Alfred Sloan, 1875—1966)是美国的企业主和高级经理人员，对管理学、特别是组织理论作出了重大贡献，事业部制的首创人之一，设计出了一种组织模式，使集权和分权在当时的条件下得到较好的平衡。

（三）经验主义学派的主要管理思想

经验主义学派理论的研究内容上主要涉及到了以下几方面的管理问题：

管理的性质。管理是对进行管治的一种技巧，是一种特殊的独立活动，同时又是一个独立的知识领域。

管理应侧重于实际应用，而不是纯粹理论的研究。

管理的任务。为了取得经济效果，管理者的任务是了解本机构的特殊目的和使命；使企业生产和工作富有活力，使员工有成就感；处理本机构对社会的影响及其对社会的责任。

管理的职责。作为企业主要管理者的经理，有两项别人无法替代的职责。第一项职责是创造出

一个大于其各组成部分的总和的真正的整体，创造出一个富有活力的整体，把投入于其中的各项资源转化为较各项资源的总和更多的东西；第二项特殊职责是在其每一项决定和行动中协调当前的和长期的要求。

组织结构。组织机构不是“自发演变”的，组织机构的设计是需要思考、分析和系统研究的，组织的战略决定结构。

（四）经验主义学派的管理方法——目标管理

实行目标管理的管理方法是一种使管理人员和广大职工在工作中自我控制并达到工作目标的一种管理技能和管理制度。

目标管理的基本要点：企业中的目标可分为战略性目标、策略性目标，以及方案和任务，分别由企业中的各级管理人员和一般员工来制定。

目标管理成功的先决条件是：高层人员的参与、下级人员必须积极参加目标的制定和实现、有充分的情报资料、对实现目标的手段有控制权、对由于实行目标管理而带来的风险要予以激励、对员工要有信心。

目标管理的三个阶段：制定目标、实现目标的过程、对成果进行检查和评价。

（五）经验主义学派理论评析

经验主义学派的方法可以说在管理理论丛林中是比较具有特色的。主要代表人物兼任企业或组织机构的重要职务，注意将理论研究和实践活动结合起来，注意吸收古典学派和人际关系学派的理论。所研究的实践经验或案例有一些反映了当代社会化大生产的客观要求。

但他们也受到了许多管理学家的批评。

经验主义学派由于强调经验或案例，因而无法形成有效的管理原理和原则，无法形成统一完整的管理理论，管理者可以依靠自己的经验，而无经验的初学者则无所适从。而且，过去所依赖的经验未必能运用到将来的管理中。

八、经理角色学派

（一）经理角色学派概述

经理角色学派是 20 世纪 70 年代才出现的一个管理学派，代表人物是亨利·明茨伯格（Henry MintZberg），之所以被人们叫做经理角色学派，是由于它以对经理所担任角色的分析为中心来考虑经理的职务和工作，以求提高管理效率。

该学派所指的“经理”是指一个正式组织或组织单位的主要负责人，拥有正式的权力和职位，而“角色”这一概念是从舞台的术语中借用的，是指属于一定职责或地位的一套有条理的行为。

该学派对经理工作的特点、所担任的角色、工作目标及经理职务类型的划分，影响经理工作的因素，以及提高经理工作效率等重点问题进行了考察与研究。他们采用日记的方法对经理的工作活动进行系统的观察和记载，在观察的过程和观察结束以后，对经理的工作内容进行分类。

（二）主要代表人物

经理角色学派代表人物是亨利·明茨伯格（Henry MintZberg）

主要著作：《经理工作的性质》（1973）、《组织的结构：研究的综合》（1979）、《组织的内外权力》等。

除了亨利·明茨伯格之外，还有乔兰、科斯廷、贝克斯、托马斯、比德尔等。

（三）经理角色学派的主要管理思想

经理工作的特征

经理所担任的角色，分为互相联系、不可分割的三类十种

经理工作的六项基本目标和经理职务的 8 种类型

（四）经理角色学派的管理方法

经理角色学派就如何提高经理工作效率提出 10 项要点。

（五）经理角色学派理论评析

经理角色学派理论来源于对传统管理职能的认识，明茨伯格认为传统的管理职能和人们所认识的管理工作大不一样，传统的管理职能研究不能全面地理论结合实际，没有对经理的工作进行深入研究，缺乏有效的证据，不能反映出经理工作的真正面貌和实质。

但是，经理角色学派对管理职能的归纳仍然是有问题的。

首先，经理角色学派得出的管理十种角色，靠归纳得出，对管理者的调查由于数量较少而受到怀疑；

其次，明茨伯格所得出的管理行为是否包含了所有的管理行为很值得怀疑。

九、计算机管理学派

（一）计算机管理学派概述

该学派继承了系统学派的观点，认为一个组织是一个由相互联系的若干要素组成的人造系统，因此对于这个系统的管理就需要采用系统的工具和软件。随着计算机广泛应用于管理，出现了众多管理系统平台和管理概念，如电子数据交换系统(EDI)、管理信息系统(MIS)、物料需求计划(MRP)、制造资源计划(MRP II)、企业资源计划(ERP)、决策支持系统(DSS)、专家系统(ES)、客户关系管理(CRM)、供应链管理(SCM)、企业流程集团(BPR)等。

（二）主要理论观点

计算机用于企业管理经历的三个阶段：单项数据处理阶段、数据的综合处理阶段、数据的系统处理阶段。

计算机应用于企业管理的不同层次：上层管理（战略规划）、中层管理（管理控制）、基层管理（作业管理、运行控制）。

（三）计算机管理学派理论评析

计算机应用于企业管理已经取得了明显的经济效果。由于提供了完整、准确的信息，提高了管理工作的效率和决策水平，使经济效益不断提高。

此外，计算机应用于企业管理还可以得到一系列的间接经济效果，如使管理体制合理化、管理方法有效化、基础数据科学化等，这些都会给企业带来难以估量的价值，会在更高的水平上推动企业管理的全面进步。

第三节 现代管理理论总结

一、现代管理理论丛林的相互联系

（一）为什么称为现代管理理论丛林理论

美国管理学家哈罗德·孔茨在 1961 年 12 月发表的《管理理论的丛林》一文中指出，到了 20 世纪 60 年代初期，管理方面的学术论著像雨后春笋般地出现，带来了众说纷纭、莫衷一是的乱局，成为各种管理理论和管理学派相互盘根错节的一片丛林。

孔茨认为，形成管理理论丛林的主要原因是：

一是“语义上的丛林”，对组织、领导、管理、决策等术语在用法和意义上的不同。

二是由于在不同环境和各种各样的情境下使用这些术语，造成了对作为一门知识整体管理在解释上的问题。

三是“先验的假设”，或某些人倾向于抛开过去的观察和分析，因为他们的理论在性质上是先验的。

四是对原则的误解，当某一项原则不符合于实际时，就试图否定整个原则的框架。

五是“管理理论家之间无能力或不愿意相互了解”，其原因是由于学科或个人之间的职业行话之“墙”，以及维护个人意见或职业愿望。

（二）现代管理理论丛林包括两大部分

一是以完美与最优的原则为前提的技术性管理理论，如：数量管理科学学派、计算机管理学派、决策理论学派。

二是以合理和满意原则为前提的描述性管理理论，如：管理过程学派、社会系统学派、系统管理学派、权变理论学派、经验主义学派、经理角色学派。

所有的理论学派都以追求管理的最优境界为目标。

二、现代管理理论的分类

现代管理学派可概括分为行为学派和“管理理论丛林”学派。

（一）孔茨的分类

1961年孔茨发表《管理理论丛林》一文，将西方管理学派分为6个学派，即管理过程学派、经验学派、人群行为学派、社会系统学派、决策理论学派、数理学派。

1980年孔茨又发表《再论管理理论丛林》一文，指出西方管理理论有11个派别。即经验案例学派、人际关系学派、群体行为学派、社会协作系统理论学派、社会技术系统学派、决策理论学派、管理科学学派、系统学派、经理角色学派、权变理论学派，经营管理学派再加上早期的行为学派。

（二）丹尼尔·A·雷恩德分类

雷恩则把西方管理理论分为三大学派，即管理过程学派、组织行为学派、管理科学学派。

（三）其他分类

国内外多数学者同意将《管理理论的丛林》中的诸家观点归纳划分为六大学派，即社会系统学派，决策理论学派，系统管理学派，经验主义学派，管理科学学派和权变理论学派。以便于在理论上对它们进行归纳和研究，但这并不意味着这六个学派是彼此独立、截然分开的。

三、现代管理理论的主要特点

（一）强调系统化研究，由封闭化系统向开放型系统转变。

（二）重视人的因素和“非正式组织”的作用，也就是在不违背组织原则的前提下，发挥非正式群体在组织中的积极作用。

（三）由定性分析向“定性和定量”分析结合的转变。

（四）广泛运用先进科学技术和方法，并引入到管理理论、方法和实践中来，以利于管理水平的提高。

（五）重视理论联系实际，把“效率”和“效果”结合起来。

（六）强调“预见”能力和不断创新。

四、如何评价现代管理理论

（一）现代管理理论在管理思想史上的地位

在对人性的假设上，比以前有所发展。

管理的方法和手段有了科学性的进步，有助于帮助企业组织做出正确的决策。

提供了各种管理工具和模型，对于了解组织的复杂性以及所处的环境更为精确，使管理和控制

也更加精确。

现代管理理论的视野和角度都比较独特，系统化的观点和理念得到广泛的运用，涉及到了多个学科，如社会学、心理学、社会心理学等的知识。

对管理思想的贡献在于提倡用战略、市场、变革、竞争、服务、专业化和多样化、经营的观点等进行管理。

现代管理理论是近代所有管理理论的综合和发展，是一个知识体系，是一个学科群，其本身还处于不断的发展过程之中，许多的理论还在不断完善之中。

（二）现代管理理论的缺点

语义上的混乱。如对“管理”、“组织”、“决策”、“人际关系”等概念，不同的人有不同的理解。

对管理和管理学的定义和所包含的范围没有取得一致意见。

把前人对管理经验的概括和总结看成是先验 而加以抛弃。

曲解和抛弃前人提出的一些管理原则。

管理大师缺乏沟通。

复习思考题

1. 简述现代管理思想流派和思潮产生的历史背景和理论基础。
2. 分析现代管理思想流派和思潮的内在联系。
3. 分别列出不同学派对“人性的定义”。
4. 分别列出不同学派对“组织”的理解。
5. 分别叙述各个学派的方法论基础。

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，第七、八章，经济管理出版社，2005年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第二十一章，中国社会科学出版社，2004年。
3. 斯图尔特·克雷纳著：《管理百年：20世纪管理思想与实践的批判性回顾》，第五、六、七、八章，海南出版社，2003年。
4. 哈罗德·孔茨著：《管理学原理》。
5. 巴纳德著：《管理人员的职能》（1938）。
6. 赫伯特·西蒙著：《管理行为》（1945）。
7. 彼得·德鲁克著：《经济人的目的》（1939）、《管理实践》（1954）

第八章 当代管理思想的新发展

教学目的核基本要求：主要了解西方管理思想在当代发展的主要状况，在管理学理论方面有哪些新的突破、发展和补充，每一种理论的产生的背景和所要解决的管理问题，使我们更好地掌握西方管理思想演进的全过程，及其在当代发展的趋势和方向。

重点和难点：了解众多当代管理思想产生的不同背景、理论要点、解决的管理问题，及其对管理思想发展的独特贡献，重点和难点在第二节的内容。

学时分配：计划讲授 5 学时。

第一节 当代管理思想产生的历史背景

一、世界经济结构性变化

- （一）初级产品经济与工业经济脱钩
- （二）加工工业经济内部生产与就业脱钩
- （三）资本流动成为推动世界经济发展的重要因素

二、20 世纪 80 年代以后世界格局的变化

- （一）多元价值观
- （二）文化的融合与互动
- （三）科技和管理于经济发展
- （四）生产要素的全球配置

三、当代管理环境的变化为企业管理提出了新的要求

- （一）管理环境的变化对管理理论与实践的影响
- （二）对企业管理提出了新的要求

第二节 当代管理思想的新发展

一、托马斯·彼得斯的管理思想

- （一）托马斯·彼得斯简介
- （二）托马斯·彼得斯的主要管理思想

一是人受到“两重性”的驱动，他既要作为集体的一员，又要突出自己，他既要成为一个获胜队伍中的一个可靠的成员，又要通过不平凡的努力而成为队伍中的明星；二是人又有“自愿性”，只要人们认为某项事业从某种意义上说是伟大的，那么他们就会情愿地为了这个事业吃苦耐劳。

- （三）彼得斯提出管理的 8 条原则
- （四）调动人的潜力的 5 条途径
- （五）彼得斯的管理哲学

二、迈克尔·波特的竞争战略理论

（一）迈克尔·波特的行业结构分析

（二）基本竞争战略

波特认为，在与五种竞争力量的抗争中，蕴涵着三类成功型的战略思想，即总成本领先战略、差异化战略、专一化战略。

（三）价值链

价值链思想认为，企业的价值增值过程，按照经济和技术相对独立性，可分为既相互独立又相互联系的多个价值活动，这些价值活动形成一个独特的价值链。价值活动是企业所从事的物质上和技术上的各项活动，不同企业的价值活动划分与构成不同，价值链也不同。

价值链的活动分为基本活动和辅助活动。

三、约翰·科特的领导理论

（一）约翰·科特的领导理论产生的背景

（二）约翰·科特的领导理论的主要内容

美国经济发展的 3 个不同阶段要求有不同的管理理论

新的规则和挑战

领导和管理是两个截然不同的概念

领导的四要素：动力和精力、智力和职能、精神和心理健康、正直。

四、彼得·圣吉的学习型组织理论

（一）彼得·圣吉与学习型组织理论的提出

（二）学习型组织的 5 个组成部分

系统思考（System Thinking）

自我超越（Personal Mastery）

改变心智模式（Improve Mental Models）

建立共同愿景（Building Shared Vision）

团队学习（Team Learning）

（三）学习型组织的 8 个特征

组织成员拥有一个共同的愿景

组织由多个创造性个体组成

善于不断学习

“地方为主”的扁平式结构

自主管理

组织的边界将被重新界定

员工家庭与事业的平衡

领导者的新角色

（四）学习型组织的真谛

学习一方面是为了保证企业的生存，使企业组织具备不断改进的能力，提高企业组织的竞争力；另一方面学习更是为了实现个人与工作的真正融合，使人们在工作中活出生命的意义。

（五）学习型组织理论评价

学习型组织理论告别了传统管理理论中“忽视人”这一最要命的缺陷，充分考虑了人全面自由

发展的可能,它只是围绕建立起学习型组织而设计了相应的研究课题,并且找到了清晰的发展脉络。

学习型组织是关于企业组织形态的哲学层面的思考。是从理念层来定义组织的,而不是从结构层或技术层来定义组织的,所以说学习型组织是关于企业形态的哲学层面的思考。

学习型组织的建设要分步进行,不是一蹴而就的。

学习型组织的建设不是独立的,而应与企业的一定发展目标相结合。

学习型组织的建设应与其他的管理技术相结合。

学习型组织的创建与绩效管理相结合。

学习型组织的建设需要技术、方法、工具。

五、戴明与朱兰——质量管理理论双子星座

（一）戴明的质量管理法

戴明的质量管理十四点

戴明的 PDCA 循环

（二）朱兰的质量管理理论

朱兰质量管理三部曲

朱兰“突破历程”的七个环节

朱兰的质量环

朱兰的“80/20 原则”

朱兰的生活质量观

六、企业战略和核心能力学说

（一）企业战略管理理论的演变和发展

（二）核心能力学说

核心竞争能力是构成企业竞争能力和竞争优势的基础的多方面技能、互补性资源和运行机制的有机融合,使识别和提供竞争优势的知识体系。

核心竞争能力的特征

核心竞争能力是一种战略创新

核心竞争能力的修炼

（三）理论评析

战略管理理论研究的三个发展线索

将企业的愿景作为研究主题,并由此探索企业发展的路径;

以企业发展的路径作为研究的主题,并以此规划企业发展的步骤;以产业发展研究为主题,将产业置于大的宏观经济环境中,确定企业的长远目标,规划企业的发展步骤。

存在的矛盾之处:战略规划“刚性”与企业环境多变的“柔性”之间的矛盾;产业组织理论分析与企业内部理论分析互相排斥的矛盾;企业能力理论与传统组织理论的矛盾等。

如何增强战略的“可预见性”和“可控性”将成为战略管理的新方向。

七、企业文化理论的形成与发展

（一）企业文化理论概述

企业文化产生的历史背景:20 世纪 70 年代,美国经济衰退,出现滞涨现象。而日本一跃而为世界经济强国,形成独特的日本企业文化。

企业文化学派的主要代表人物:威廉·大内的《Z 理论》、迪尔、肯尼迪的《企业文化:现代

企业的精神支柱》、沙因的《组织文化和领导》、拉尔夫·基尔曼的《摆脱救急观念》、约翰·波特的企业文化理论。

（二）企业文化理论的主要观点

根据“同心说”将企业文化的构成分为三个层面。

精神文化层。企业精神文化的构成包括：企业核心价值观、企业精神、企业哲学、企业论理、企业道德等。

制度文化层。制度文化包括企业的各种规章制度以及这些规章制度所遵循的理念：包括人力资源理念、营销理念，生产理念等。

物质文化层。企业物质文化的构成包括：厂容、企业标识、厂歌、文化传播网络。

（三）理论评析

企业文化在管理中的独特作用毋庸置疑，但是企业文化研究还存在众说纷纭的现象，由于各种文化模式是在特定环境下形成，缺乏“可复制性”，独特性是企业文化的主要特点和表现，其终极形态的确立在理论上还比较困难。

八、企业再造理论的探索与实践

（一）企业再造理论概述

理论来源和基础：亚当·斯密的劳动分工、泰勒的科学管理、现代管理理论丛林。

代表人物：迈克尔·哈默(Michael Hammer)、詹姆斯·钱皮(James A.Champy)

（二）企业再造理论的主要观点

企业再造的定义、目的、实施办法、内要内容、主要程序和效果与问题分析

理论发展：MTP（流程管理的新方法）

企业再造理论也被译为“公司再造”、“再造工程”，在西方国家被称为是“从毛毛虫变蝴蝶”的革命，它是1993年开始在美国出现的关于企业经营管理方式的一种新的理论和方法。

（三）理论评析

再造理论从提出至今，得到迅速推广，带来了显著的经济效益，涌现出大批成功的范例。

彻底改变了亚当·斯密的劳动分工理论，以作业流程组合的团队取代了以前的职能部门，核心是对企业流程进行再造，涉及到的不仅仅是流程，还有信息技术、企业文化、组织结构等，是一个大的系统工程。

这个理论为企业的发展带来了新的思路，它既可以适用于问题丛生的企业，给他们希望以改变状况，也可以适用于那些想求得更大发展的企业。

但是，企业再造也有很高的风险。

九、6σ理论

（一）6σ理论概述

通用电气公司、摩托罗拉等大型公司率先实践。

含义：通过设计、监督每一道生产工序和业务流程，以最少的投入和损耗赢得最大的客户满意度，从而提高企业的利润。

六西格玛是一项以数据为基础，追求几乎完美的质量管理方法。统计学上“σ”用来表示标准偏差，即数据的分散程度。用“σ”度量质量特性总体上对目标值的偏离程度。

（二）6σ理论的主要内容

六西格玛的管理方法重点是将所有的工作作为一种流程，采用量化的方法分析流程中影响质量的因素，找出最关键的因素加以改进从而达到更高的客户满意度。

（三）理论评析

六西格玛是一种思考的模式

六西格玛带来财务效益

六西格玛同时又是一个管理哲学和方法

第三节 当代管理思想总结

一、当代管理思想发展的主要特点

（一）从过程管理向战略管理转变

（二）从产品的市场管理向价值管理转变

（三）人本管理思想的深入

（四）以不断创新追求经济绩效

（五）从行为管理向文化管理转变

二、如何评价当代管理思想

（一）当代管理思想的贡献

重构了以人为本的价值观

当代管理思想成为企业如何提升潜力和预测未来发展方向的新思路和新工具，促使企业发生了前所未有的变革。

（二）当代管理思想的缺点

许多学说并未形成完善的理论体系；

紧跟形势变化的研究较多，管理哲学的研究较少；

多以美日企业的管理经验作为研究对象，忽略了其它国家和地区企业的管理经验。

复习与思考题

1. 当代管理思想发展的特点是什么？
2. 当代管理思想关注的焦点问题有哪些方面？
3. 当代管理思想流派和思潮之间有哪些内在的联系？
4. 托马斯·彼得斯的管理理论对当代管理思想的发展作出了哪些贡献？
5. 彼得·圣吉的学习型组织理论对当代管理思想具有哪些启发？
6. 企业战略学说的发展方向有哪些？
7. 什么是“归核理论”和“面向能力理论”？
8. 企业再造理论的“再造”指哪些方面？

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，第九、十章，经济管理出版社，2005年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第二十二章，中国社会科学出版社，2004年。
3. 斯图尔特·克雷纳著：《管理百年：20世纪管理思想与实践的批判性回顾》，第五、六、七、八章，海南出版社，2003年。
4. 托马斯·彼得斯著：《追求卓越》。

5. 彼得·圣吉著：《第五项修炼——学习型组织的艺术与实务》。
6. 迈克尔·哈默，詹姆斯·钱皮著：《再造企业——管理革命的宣言》。
7. 彼得·德鲁克著：《21 世纪的管理挑战》，机械工业出版社，2006 年。

第九章 东西方管理思想的互动与融合

教学目的核基本要求：主要了解东西方管理思想的异同，以及日本作为地理上的东方国家，而经济上的西方发达国家在管理思想和实践方面的发展情况。

重点和难点：掌握东西方管理思想的内在精神，以及东西方管理思想在日本的实践，重点在于第二节。

学时分配：本章内容为自学，没有安排讲授学时。

第一节 东西方管理思想的内在精神

- 一、西方管理思想的内在精神
- 二、东方管理思想的渊源
- 三、东方管理思想对管理理论的影响

第二节 东西方管理思想在日本的实践

- 一、日本文化的特质
- 二、日本企业管理三大支柱
- 三、日本企业的市场战略分析
- 四、日本企业管理的技巧和方法
- 五、日本企业管理遇到的新难题

复习思考题

1. 试述东方管理思想的核心内容。
2. 比较东西方管理思想的异同。
3. 简述东方管理思想中“人性论”的主要内容。
4. 简述日本企业管理思想的核心内容。
5. 简评日本企业的管理思想和实践。

拓展阅读书目

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，第十三、十四章，经济管理出版社，2005年。
2. 斯图尔特·克雷纳著：《管理百年：20世纪管理思想与实践的批判性回顾》，第十章，海南出版社，2003年。
3. 威廉·大内著：《Z理论》，中国社会科学出版社，1984年。

第十章 课程总结——管理思想演变的发展趋势

本章内容为课程总结，目的是为了更好地理解整个课程的思想脉络，以及今后管理学发展的新趋势和新方向。要把最新和最前沿的国内外研究动态介绍给学生，并启发学生将所学知识运用于具体的实践中。

学时分配：计划讲授 2 学时

第一节 当代管理思想面临的挑战

- 一、管理的新范式
- 二、战略——新的必然趋势
- 三、变革的引导者
- 四、信息的挑战
- 五、知识工作者的生产率
- 六、自我管理

第二节 当代世界管理发展的新趋势

- 一、创新——管理的主旋律
- 二、知识——最为重要的资源
- 三、企业再造——一场管理革命
- 四、学习型组织的出现
- 五、快速应变
- 六、组织结构的倒置
- 七、全球战略
- 八、跨文化管理
- 九、战略弹性
- 十、管理最优境界的实现

拓展阅读书目

1. 彼得·德鲁克：《21 世纪的管理挑战》，机械工业出版社，2006 年。
2. Stephen P. Robbins, Mary Coulter, *Management*, 8 edition, 清华大学出版社，2005 年 9 月第 1 次印刷。

核心期刊：

1. 《管理世界》，国务院发展研究中心，北京，月刊
2. 《领导科学》，河南省社会科学界联合会，半月刊
3. 《管理科学学报》，天津，国家自然科学基金委员会管理科学部，双月刊
4. 《中国行政管理》，中国行政管理学会，北京，月刊。

网络联接资源：

1. www.amanet.org (American Management Association)
2. www.mapnp.org/library/

3. www.tmcenter.org (The Management Center Home Page)
4. www.haas.berkeley.edu/news/cmr/ (California Management Review)
5. www.csom.umn.edu (Carlson School of management)
6. www.globalization.com (Introduction to Globalization)
7. www.pfdf.org (Peter F. Drucker Foundation)
8. <http://www.peter-drucker.com/> (web for Drucker)
9. www.mce.be (Management Center Europe)
10. <http://www.eventuring.org/eShip/appmanager/eVenturing/eVenturingDesktop>
11. 40 Government Sites You Can't Live Without
12. <http://www.entrepreneur.com/article/0,4621,312036,00.html>
13. <http://www.chinahrd.net/> 中国人力资源开发网

课程学时分配

教学内容	学时分配 (30)				小计
	讲课	实验	上机	讨论/ 习题	
第一章	2				2
第二章	3				3
第三章	4				4
第四章	4				4
第五章	4				4
第六章	4				4
第七章	6				6
第八章	5				5
第九章	0				0
第十章	2				2
课程考核	2				2
合计	36				36

推荐教材及教学参考书

1. 郭咸纲著《西方管理思想史》，导言部分，经济管理出版社，2005年。
2. 丹尼尔·雷恩：《管理思想的演变》，第一章，中国社会科学出版社，2004年。
3. Stephen P. Robbins, Mary Coulter, Management, chapter1-2, 清华大学出版社，2005年。

教学方法及考核方式

教学方法：本课程利用多媒体教学条件以面授为主，中间穿插案例分析。

考试方式：平时作业与期末考核成绩相结合。

《西方经济思想史》教学大纲

李 晓 编写

目 录

前 言	1281
绪 言	1282
一、西方经济思想史的学科特点	1282
二、学习西方经济思想史的意义及必要性	1282
三、西方经济思想史的主要线索	1282
第一章 欧洲奴隶社会的经济思想	1283
第一节 古希腊的经济思想	1283
一、古希腊经济思想产生的时代背景	1283
二、色诺芬的经济思想	1283
三、柏拉图的经济思想	1283
四、亚里斯多德的经济思想	1283
五、古希腊文化对西方经济思想的影响	1283
第二节 古罗马的经济思想	1283
一、古罗马经济产生的背景	1283
二、古罗马农学家的经济思想：对于农业的重视。	1283
三、古罗马哲学家的经济思想：西塞罗对大商业的重视。	1283
四、古罗马法学家的经济思想	1284
思考题	1284
第二章 重商主义的经济学说	1285
第一节 重商主义经济学说概述	1285
一、重商主义概述	1285
二、重商主义产生的历史条件	1285
三、重商主义的发展阶段	1285
第二节 重商主义经济学说的基本特征和主要思想	1286
一、重商主义的基本特征	1286
二、重商主义的主要观点	1286
第三节 重商主义经济思想的历史影响	1286
一、强调了国际贸易的重要性。	1286
二、重商主义的观念持久地影响了人们对于商业活动的态度。	1286
三、重商主义的政策建立了一系列有利于市场经济发展的制度。	1286
思考题	1286
第三章 英国古典经济学	1287
第一节 威廉·配第的经济学说	1287
一、配第经济思想产生的时代背景	1287
二、配第的生平和著作	1287
三、配第的经济学方法论和理论特点	1287
四、配第的主要经济思想	1287

第二节 亚当·斯密的经济学说	1288
一、斯密经济思想产生的时代背景	1288
二、斯密的生平和著作	1288
三、斯密的主要经济思想	1288
四、斯密思想的影响	1289
第三节 大卫·李嘉图的经济学说	1289
一、李嘉图思想产生的时代背景	1289
二、李嘉图的生平和著作	1289
三、李嘉图的主要经济思想	1289
思考题	1292
第四章 法国重农学派的经济学说	1293
一、魁奈的经济学说	1293
二、杜尔阁的经济学说	1294
三、重农学派的重大功绩	1294
思考题	1294
第五章 萨伊、马尔萨斯的经济学说	1295
第一节 萨伊的经济学说	1295
一、萨伊经济学说的性质特点	1295
二、萨伊的经济学体系	1295
第二节 马尔萨斯的经济学说	1295
一、马尔萨斯的人口理论	1295
二、马尔萨斯的价值理论	1296
三、马尔萨斯的地租理论	1296
四、马尔萨斯的“有效需求”不足论	1296
思考题	1296
第六章 以辩护和综合为特点的经济理论	1297
第一节 西尼尔的经济学说	1297
一、关于政治经济学的对象和方法	1297
二、资本“节欲”说	1297
三、最后一小时论	1297
第二节 约翰·穆勒的经济学说	1297
一、穆勒学说的特点	1297
二、生产理论	1297
三、收入分配理论	1298
四、交换理论	1298
第三节 巴师夏的经济学说	1299
一、巴师夏为代表的法国经济自由主义的特点	1299
二、巴师夏的“经济和谐论”	1299
思考题	1299
第七章 德国历史学派的经济学说	1300
第一节 德国历史学派经济学说产生的理论背景	1300

一、德国历史学派产生的历史条件	1300
二、德国历史学派的一般特点	1300
第二节 德国历史学派开创者李斯特的经济学说	1300
一、李斯特的生平与著述	1300
二、李斯特的经济政策主张	1300
三、李斯特经济理论的核心	1300
第三节 德国旧历史学派的主要代表	1301
第四节 德国新历史学派的经济学说	1301
一、新历史学派产生的背景	1301
二、新历史学派基本经济观点的特征	1301
三、历史学派主要代表人物及各自特点	1301
四、历史学派的解体及其影响	1301
思考题	1301
第八章 边际效用学派的经济学说	1302
第一节 边际学派的先驱	1302
一、安东尼·古诺	1302
二、海因里希·屠能	1302
三、海因里希·戈森	1302
第二节 边际革命的历史背景和边际学派的特点	1302
一、边际革命发生的历史背景	1302
二、边际学派的特点	1302
第三节 奥地利学派的经济学说	1303
一、奥地利学派概况及理论特点	1303
二、门格尔的经济理论	1303
三、维塞尔的经济理论	1303
四、庞巴维克的经济理论	1303
第四节 数理学派的经济学说	1304
一、数理学派概述	1304
二、杰文斯的经济理论	1304
三、瓦尔拉斯的经济理论	1305
四、帕累托的经济理论	1305
思考题	1305
第九章 十九世纪末二十世纪初的美国资产阶级经济学	1306
第一节 克拉克的边际生产力论	1306
一、克拉克经济学说产生的背景及理论地位	1306
二、克拉克的静态经济学和动态经济学	1306
三、克拉克的边际生产力分配论	1306
第二节 制度学派的经济学说	1306
一、美国制度派产生的社会历史条件	1306
二、制度经济学的一般特点	1307
三、凡勃仑的经济思想	1307

四、康蒙斯的经济思想	1307
五、米契尔的经济思想	1307
思考题	1307
第十章 马歇尔的经济学说	1308
第一节 马歇尔经济理论的特点及产生背景	1308
一、马歇尔经济理论产生的背景	1308
二、马歇尔的生平和著述	1308
三、马歇尔经济理论的特点	1308
第二节 马歇尔的均衡价格论	1309
一、需求理论	1309
二、供给理论	1310
三、均衡价格的形成	1310
第三节 马歇尔的收入分配理论	1310
思考题	1310
第十一章 马歇尔之后的经济理论	1311
第一节 庇古的福利经济学	1311
第二节 张伯仑和罗宾逊的垄断竞争理论	1311
第三节 魏克塞尔的货币、利息理论	1311
一、魏克塞尔的生平与著述	1311
二、关于货币与信用	1311
三、利率与价格	1311
第四节 熊彼特的经济发展理论	1312
一、彼特的生平与著述	1312
二、创新理论	1312
三、经济周期理论	1312
思考题	1312
第十二章 凯恩斯的经济理论	1313
第一节 宏观经济学的产生	1313
第二节 有效需求理论	1313
一、有效需求与总收入、总消费、总投资	1313
二、有效需求不足是导致失业的根本原因	1313
三、消费倾向	1313
四、边际消费倾向递减规律	1313
第三节 投资理论	1314
一、乘数理论	1314
二、资本效率	1314
三、资本边际效率递减	1314
四、预期不确定性	1314
第四节 利息和工资理论	1314
一、流动（灵活）偏好	1314
二、利息与利率的本质	1315

三、工资理论	1315
第五节 凯恩斯的经济政策主张	1315
第六节 凯恩斯理论的影响	1315
思考题	1315
参考及阅读书目	1316

前 言

课程性质：《西方经济思想史》是一门具有一定理论和历史特点的经济理论学科。它以马克思主义立场和方法为指导，研究西方的经济思想和理论，特别是研究关于西方市场经济的思想和理论产生、发展和变化的历史，从中了解市场经济中的一些概念与范畴、理论与政策及其产生和运用的条件。

编写目的：本教学大纲的编写目的是加强课堂教学的规范性、计划性，力求教学内容重点突出，详略得当，取得良好的教学效果。

课程简介和教学目的：《西方经济思想史》主要讲授从古希腊、古罗马时代一直到凯恩斯的经济思想发展演变的历史。设置本课程的基本目标和要求是，使学生比较全面系统地了解 and 掌握西方经济史的基本知识及其主要发展脉络，从中了解到西方经济理论，特别是市场经济理论的发展变化过程，学会比较和分析各种经济理论与经济现实的关系，经济理论与经济政策的关系，以及经济理论与社会的科学文化知识之间的关系，从而培养和提高正确分析与解决经济理论与经济政策问题的能力，以便以后能较好地适应社会主义市场经济的环境，较好地理解我国的各项经济政策和方针。

编写人员：本教学大纲主要由李晓教授编写。

绪 言

教学目的和要求：

通过绪言部分的教学，使学生了解《西方经济思想史》课程学习的意义和必要性，了解本课程的性质、内容、任务和相关的学习方法和学习要求。

课时分配：

3 个学时

教学内容

一、西方经济思想史的学科特点

与经济学的其他分支学科相比，经济思想史的特点突出表现为：

1. 属于社会经济发展史和人类认识史的共同产物——或者说，是主观认识的主体（人），不断研究和认识经济这个不断发展变化的客观客体的产物。
2. 经济思想的延续有很强的传承性、或者说很强的关联关系。每一代人都从上一代人的思想中学到和吸收一些东西。

二、学习西方经济思想史的意义及必要性

1. 学习经济思想史有助于了解现代经济学理论的来龙去脉，加深对它的理解和认识。
2. 有助于理解社会经济发展史与经济思想史的关系，把握经济思想演变的脉络和方向。
3. 有助于从前人的智慧结晶中获得启迪。

三、西方经济思想史的主要线索

可以概括为“三次革命”和“三次综合”。第一次革命，是亚当·斯密对重商主义的革命，以 1776 年出版《国富论》为标志；第一次综合，是约翰·穆勒的综合，以 1848 年穆勒出版《政治经济学原理》为标志；第二次革命，是开始于 19 世纪 70 年代的所谓“边际革命”，主要是由英国的杰文斯、奥地利的门格尔、瑞士洛桑的法国人瓦尔拉斯等人推动的；第二次综合，以马歇尔 1890 年出版的《经济学原理》为标志；第三次革命是凯恩斯革命，以 1936 年出版《就业、利息与货币通论》为标志；第三次综合，以保罗·萨缪尔森 1948 年出版《经济学》（第一版）为标志。

这里所说的革命，不是社会政治领域一个政权取代另一个政权的革命，而是指经济学理论发展到一定时期所发生的重大变革。所谓的综合，则是指原来相互对立严重分歧的若干理论彼此融合渗透，被整合到同一个理论体系之中。衡量革命和综合的主要标准是基本理论、研究方法、政策主张三个方面。

以三次革命和三次综合的内容为线索，有利于我们从全局观念和整体高度把握西方经济思想发展史的大致脉络。

第一章 欧洲奴隶社会的经济思想

教学目的和要求：

通过本章的教学，要求学生了解古代奴隶社会的一些关于商品经济的早期经济思想，从而认识到任何一种比较成熟的经济体系都有其最初的萌芽阶段，了解这些经济思想在历史上的联系。

课时分配：

2 个学时

教学内容

第一节 古希腊的经济思想

一、古希腊经济思想产生的时代背景

以自然经济为主的奴隶制社会，也有大量小生产者。商品货币经济已经有了一定发展，商业资本和高利贷资本都已经出现。

二、色诺芬的经济思想

财富观；价值观；对农业的重视；对分工的看法；对价格变动的看法；对货币的看法

三、柏拉图的经济思想

对于社会分工的看法；对交换的看法；对高利贷的看法。

四、亚里斯多德的经济思想

对“经济”和“货殖”的区分；对货币职能的认识；对交换行为的看法。关于经济活动的价值判断。

五、古希腊文化对西方经济思想的影响

主要分析西方经济学的研究范式与古希腊三段论逻辑的关系。西方经济学的研究范式主要包括三个层面：假设、论证、验证。其中，前提假设最为关键。前提假定条件的变化足以导致不同的理论分野乃至理论的变革。包括经济学在内的这种研究范式直接起源于近代科学、理性主义的兴起，但更根本更深层次的渊源却是古希腊文化。

第二节 古罗马的经济思想

一、古罗马经济产生的背景

奴隶制的社会，但有了大商业和高利贷，政治和法律思想有较大发展，经济思想包含其中。

二、古罗马农学家的经济思想：对于农业的重视。

三、古罗马哲学家的经济思想：西塞罗对大商业的重视。

四、古罗马法学家的经济思想

对私有财产权的论证；对买卖、借贷、契约等关系的研究；对货币的看法；对放贷的看法。

思考题

1. 试述色诺芬的经济思想。
2. 试述柏拉图的经济思想。
3. 试述亚里斯多德的经济思想。

第二章 重商主义的经济学说

学习目的和要求：

通过本章的教学，要求学生掌握重商主义的主要内容和经济政策主张。联系重商主义盛行的时代背景以及今天国际贸易领域的斗争，理解重商主义经济思想和经济政策主张在经济发展和经济思想史的发展中所具有的积极意义与局限性。

课时分配：

3 个学时

教学内容

第一节 重商主义经济学说概述

一、重商主义概述

“重商主义”一词是亚当·斯密在其《国富论》中首先提出的。它是指一些松懈地结合起来的理论和实践体系。这些理论和实践体系从 16 世纪初年直到 18 世纪末流行于西欧国家。这个起止日期只是一般来讲的，并非绝对界限。因为重商主义是逐渐发展起来，又是逐渐衰落下去的。在不同地区，有早有晚，起止时间各不相同，并且具有各种各样的特征。例如，英国的重商主义一般从 1485 年亨利七世即位算起，尽管在这之前就有了某些重商主义的措施。其高潮是在伊丽莎白女王统治时期（16 世纪后期）到 17 世纪的斯图亚特王朝时期。一直到 19 世纪上半叶，若干重商主义的立法才从英国法典中撤销，尽管有些条文在这之前就已失效。在西班牙，16 世纪和 17 世纪是重商主义表现最完整的时期。在法国，其高潮期大致是 17 世纪后半叶。总之重商主义的盛行时间是 15 世纪初至 18 世纪末，但各个国家有所差异。

二、重商主义产生的历史条件

1. 自然经济的瓦解和资本原始积累的产生。
2. 商业资本的壮大。
3. 中央集权的民族国家的形成。

三、重商主义的发展阶段

以 16 世纪中叶为界，重商主义分为前后两个阶段。经历了从重金到贸易差额论两个阶段。第一阶段重商主义经济思想的特点是通过调节货币的运动来达到本国财富的增长，具体说就是在对外贸易中多出口少进口，主张国家运用行政手段禁止货币输出。因此这个时期的重商主义又被称为“重金主义”或“货币差额论”。第二阶段的重商主义经济思想的特点是通过调节商品的运动来到达本国财富的增加。具体说就是允许货币输出国外，扩大对外国商品的购买，但必须保持对外贸易最终的差额，为此，主张执行保护关税政策，大力发展生产能在海外畅销商品的工场手工业。因此这个时期的重商主义又被称为“重工主义”或“贸易差额论”。

第二节 重商主义经济学说的基本特征和主要思想

一、重商主义的基本特征

重商主义的目的是增加国家的财富和整体国力，其标志是国家拥有多少金银，其手段是国家对经济的控制、调节和干预。因此重商主义的体系包含两个方面的含义：一方面，它是资本原始积累时期欧洲各封建国家为促进资本积累而采取的一种政策；另一方面，它是反映商业资本家利益，论证国家重商政策的经济学说。

二、重商主义的主要观点

1. 金银是最佳的货币形式。
2. 对外贸易是财富增殖的源泉。
3. 国家干预经济的主张。
4. 鼓励增加人口。
5. 民穷国富的理论。
6. 殖民主义理论。
7. 鼓励寻租，支持垄断。

第三节 重商主义经济思想的历史影响

一、强调了国际贸易的重要性。

由于重商主义的研究着重于流通，特别是对外贸易，这为现代的国际贸易理论的形成提供了基础。同时，将一国之财富的增长放在一个开放的国际经济环境中考察，也扩展了人们的视野。

二、重商主义的观点持久地影响了人们对于商业活动的态度。

重商主义把货币看做是真正的财富，这实际上表明，在资本家的心目中，财富并不是使用价值，而是交换价值，是货币。重商主义者还认为，货币要投入流通才能增殖。抛出货币是为了获取更多货币，货币已经不是一般的交换手段，而且具有资本的职能了。这样，在资本主义关系萌芽和刚产生的时期，重商主义就明确地说出了资本主义生产的实质和使命是赚钱发财。

三、重商主义的政策建立了一系列有利于市场经济发展的制度。

重商主义的许多经济政策在市场经济发展史上起着进步作用。在西欧，英法等国由于实行了重商主义政策，不仅积累了大量货币资本，而且建立了一系列经济制度，如专利制度等、公司制度等，这有力地促进了市场经济的发展。

思考题

1. 什么是重商主义？其基本观点是什么？
2. 早期重商主义和晚期重商主义有什么区别？
3. 怎样理解重商主义是对资本主义生产方式的最初理论考察？

第三章 英国古典经济学

教学目的和要求：

通过本章教学，要求学生了解英国古典经济学流派的主要代表人物、代表作，掌握其主要经济思想及在他们在经济学说史上的地位作用和局限性。

课时分配：

5 个学时

第一节 威廉·配第的经济学说

一、配第经济思想产生的时代背景

二、配第的生平和著作

三、配第的经济学方法论和理论特点

配第的经济思想散见他的著作之中，还没有形成统一的、严整的理论体系。不过，各种思想有内在联系，在解释商品价格、工资、土地价格、地租等问题时，以劳动价值论为基础。他主张用数字、重量和尺度来表达自己的问题，也就是经济现象进行统计学的数量分析，以寻找现象背后的基础。这种做法是使得政治经济学作为一门独立科学分离出来的最初形式。

四、配第的主要经济思想

1. 配第的自然价格论——劳动价值论的萌芽

在经济思想史上，首次科学地阐明了商品交换的等价基础是耗费劳动，认为商品的自然价格是由生产商品时所耗费的劳动时间决定的。但是配第没有区分价值与交换价值、价值与价格、价值与使用价值等概念，因而显得粗糙和混杂。

2. 配第的分配理论

(1) 工资理论。

他把劳动看做是商品，工资是劳动的自然价格。把生活资料与工资相联系，触及到了资本主义社会的工资规律——劳动力价值规律。这个观点又被称为“生存工资说”。

(2) 地租理论。

配第认为，地租是收获的农产品扣除生产费用之后的剩余。生产费用包括种子和生产者的工资。在经济学说史上，配第还首次分析了级差地租。

(3) 利息和土地价格理论。

配第认为利息是货币的租金，是对其所有者使用不便的报酬。土地价格是预买一定年限的地租，等于一定年限地租量的总和。

3. 配第的货币理论

4. 配第关于国家经济职能和财政的理论

第二节 亚当·斯密的经济学说

一、斯密经济思想产生的时代背景

二、斯密的生平和著作

三、斯密的主要经济思想

1. 《国富论》的基本结构

《国富论》共由 5 篇 32 章构成。第一篇谈分工、货币、价值、收入分配等。第二篇研究资本。第三篇叙述欧洲经济发展史。第四篇评论重商主义和重农学派的理论和政策，近似经济学说史。第五篇考察财政。

2. 斯密的分工、交换理论

分工是斯密分析的起点。《国富论》第一篇第一章的题目是“论分工”。开篇第一句就说：“劳动生产力上的最大增进，以及运用劳动时所表现出来的更大的熟练、技巧和判断力，似乎都是劳动分工的结果。”斯密开宗明义就指出分工是提高劳动生产力的主要原因。这说明斯密一开始就把视野和眼光投向了商品生产和商品交换的世界。他从生产力发展的角度热烈称赞分工的巨大效果，认为分工能促进专业化，使每个劳动者专门从事某项操作，从而提高劳动者的熟练程度，可以节省与生产没有直接联系的时间，使劳动者比较易于改进工具和发明机械。因此分工是促进财富增长的决定性因素，他并且得出了分工能够带来“社会各阶级普遍富裕”的结论。

斯密认为分工来自于交换。这可以从人性和市场两个方面理解。

3. 斯密的货币学说

他指出，在分工发生的最初阶段，各人拿着自己生产的物品相互交换，但此人之所有未必是彼人之所需，故交换很困难。货币就是人们为克服这种交换困难而发明的。货币的作用就是充当交换媒介，它只是帮助流通的手段。

4. 斯密的价值学说

斯密的价值理论在其理论体系中占有重要地位，在经济思想史上也非常重要。总体上看，斯密的价值理论由 4 个方面构成：一是区分了使用价值和交换价值；二是区分了简单劳动和复杂劳动；三是区分了市场价格和自然价格，提出了市场价格围绕自然价格波动的思想；四是价值决定理论。

5. 斯密的收入和分配学说

包括工资论、利润论、地租论等。

6. 斯密的资本和社会资本再生产学说

包括资本理论、生产劳动理论、社会再生产理论等。斯密认为，促进国民财富增长的第一个决定性因素是分工，因为分工能够提高劳动生产率。他进一步认为，资本则是国民财富增长的第二个决定性因素。因为财富的增长取决于劳动生产率和劳动者的数量，而有用的生产性工人的数量，无一例外地取决于为了给工人工作而投入的资本数量和使用资本的特殊方法。

在斯密的体系中，分工与资本究竟是什么关系呢？可以这样概括：分工是国民财富增长的起点，而资本积累则是把国民财富增长的过程持续下去并逐步扩大的力量。

——这种通过市场自由竞争扩大分工和专业化，通过投资扩大生产规模而实现经济增长的模式，后来被称为“斯密型增长”。

7. 斯密的财政和税收学说

包括自由主义的理论和政策、国家职能和赋税思想等。斯密没有完全否认政府的作用，他认为，君主（国家）主要有 3 个方面的功能：（1）保障社会安宁、抵御外来入侵；（2）建立严正的司法机构；（3）建设和维护私人不可能从中赢利的公共工程和公共设施。

8. 斯密的国际贸易和分工学说

9. 《国富论》的中心思想

自由主义是贯穿《国富论》全书的基本思想。

（1）个人主义

个人主义是自由主义的基点（出发点）。斯密认为，人的本性是利己主义的，追求个人利益是人们从事经济活动的唯一动力。所谓“经济人”就是为着追求自己的私利而从事经济活动的人。

（2）两个最大化

斯密并不单纯主张个人利益最大化，而是主张在实现个人利益最大化的同时，实现社会利益的最大化。他一再强调，一个社会上多数成员陷于贫困悲惨境地的状态绝不是一个好的状态。经济增长应该实现普遍富裕。这种始自个人利益，终至社会利益的状态，又被称为“斯密悖论”。

（3）“看不见的手”

斯密“看不见的手”，指的就是私有制条件下自由竞争所发挥的作用及其结果。自由的、竞争的市场力量将可以引导生产、交换和分配。

理解斯密“看不见的手”的关键是竞争的概念。为什么人人都拼命追求私利，最终反而会有有效地促进社会利益呢？这是因为人们在完全自由的市场上受到了充分竞争的限制。人人都想赚钱，但是每一个想要获取利润的生产者和商人的行为，都受到其他同样想赚钱的生产者和商人的限制。市场的实际就是如此：在最初只有一个生产或销售者的情况下，此人定会牟取暴利。但超额利润定会吸引来新的竞争者，由于供给的增加，利润趋于降低。由于自由竞争是无处不在的，同样的情形发生于各个领域。如雇主们为得到最好的工人而竞争，工人们为最好的工作而竞争，消费者为消费商品的权利而竞争。等等。用现代经济学的术语来表述，其结果就是资源被配置到最有价值的方面，经济运行充满了效率和活力。

斯密说：“垄断乃是良好经营的大敌，只有依靠自由和普遍的竞争，才能使良好经营普遍确立起来。自由和普遍的竞争势必驱使各个人，为了自卫而采用良好的经营方式”（《国富论》上卷 P147）。

并且由于工商业者出于私利不断积累资本和投资，经济不断增长。于是，对私利的不断追求就是这样实现了最大的产出和增长——也就是实现了社会福利的最大化。因此可以说，“看不见的手”，其本质内涵就是可以自由参与的充分竞争。

四、斯密思想的影响

第三节 大卫·李嘉图的经济学说

一、李嘉图思想产生的时代背景

二、李嘉图的生平和著作

三、李嘉图的主要经济思想

1. 李嘉图的劳动价值学说

（1）使用价值和交换价值。

李嘉图认为使用价值当然不能成为交换价值的尺度，但对交换价值来说却是必不可少的，交换价值必须以使用价值为前提。或曰使用价值是交换价值的物质载体。

（2）劳动时间决定劳动价值。

李嘉图在分析商品交换价值决定问题时，把商品分为两大类。一类商品是人们的劳动无法增加的，如罕见的图画和雕像、稀有的古籍和古钱等。另一类商品是其数量可以由人类劳动增加、生产可以不受限制地进行竞争的，如工、农业产品等。前者的交换价值由稀有性决定，后者的交换价值由生产时所耗费的劳动量决定。

（3）关于决定商品价值的劳动。

在价值的决定上，李嘉图注意到劳动的不同性质，区别了复杂劳动和简单劳动。李嘉图还区分了个别劳动和必要劳动。认为决定商品价值的不是每个生产者实际耗费的劳动，而是必要劳动。所谓必要劳动，就是在最不利的条件下必须耗费的劳动。也就是指，所需要的产量使人们不得不在这种条件下生产。

（4）价值和交换价值。

（5）价值和生产价格。

2. 李嘉图的货币学说

（1）一般货币理论。

李嘉图的一般货币理论是建立在他的劳动价值论基础上的。认为货币是商品，具有价值，而其价值是由生产的劳动时间决定的。

（2）货币数量论。

货币数量论是一种用流通中的货币数量的变动来说明商品价格变动的理论。该理论认为，在流通中商品的价值已定的条件下，货币的价值取决于货币的数量，两者成反比例变化；因而商品价格也取决于货币的数量，两者成反比例变化。李嘉图的货币数量论是错误的，与劳动价值论相矛盾。

（3）稳定通货方案。

其核心是限制纸币的发行以稳定物价。认为纸币可以代替金属货币流通，但必须以金属货币作为货币的本位，发行纸币必须有黄金准备，纸币可以随时自由兑换金币或者金块。这种纸币实际上是银行券，按照李嘉图的理论，等于是把以汇票流通为基础的信用货币，变成了代表银行库存黄金的存单。1844年，李嘉图的稳定货币方案被议会采纳，并以此制定了“皮尔银行法案”。

3. 李嘉图分配学说

李嘉图的分配理论以劳动价值论为基础，以地租理论为核心。

（1）工资理论。

李嘉图与其他古典政治经济学家一样，认为工人出卖的是劳动，这就必然导致价值规律和利润规律的矛盾。因为，资本和劳动相交换，如果按照价值规律的要求，等价交换的结果，是没有利润的；如果有利润，就破坏了价值规律。李嘉图理论中包含的这个矛盾，是导致李嘉图学派解体的原因之一。

（2）利润理论。

李嘉图认为，商品价值只分解为两部分：劳动工资和资本利润，利润是商品价值中扣除工资后的余额。工资与利润在量上存在反比例关系，而在工资和利润的变化中，工资是变化的原因，利润是变化的结果。引起这种变化的根本原因是生产生活资料的劳动生产率的变化。李嘉图的利润理论实质上是剩余价值理论，他考察的是剩余价值，而不是利润，因为他把用语生产资料的资本撇开不谈。但他揭示了工资与利润的对立，这在一定程度上揭露了工人与资本家利益的对立。

（3）地租理论。

李嘉图认为地租是支付给地主的使用土地原有的不可摧毁的生产力的那一部分土地产品。这个概念有错误，因为土地并没有不可摧毁的生产力，而且土地的生产能力也不是原有的，而是从荒地开垦的结果。但他也正确地指出了，地租是地主由于土地占有而取得的不劳而获的收入。

4. 李嘉图的资本积累和再生产学说

5. 李嘉图的国际贸易理论

（1）对外贸易与经济观点。

李嘉图主张国际自由贸易，反对对殖民地贸易的垄断，认为这会保护母国的落后产业，使母国的总资本不能按有利于生产的原则作配置。他强调，对外贸易的意义是增加产品的数量，比在国内制造能获得更多的数量。

（2）比较成本学说。

这是对亚当·斯密的“地域分工论”的继承和发展。斯密认为，某个国家在哪种商品的生产上占有优势、也就是成本低，该国就应该生产这种商品，然后和另一个国家同样基于占优势而生产的商品进行交换，这对双方都有利。

在李嘉图看来，这个原理固然好，但它的成立应当有一定的前提条件，这个前提条件就是各国都有各自的优势。为什么只有这样才能呢？因为，如果一个国家占尽了优势，另一个国家完全处于劣势，就会出现两种结果：要么只存在单方面的贸易，要么需要将资本、劳动力以及其他资源从一国转移到另一国，为互相贸易创造条件。但这两种情况都不太现实，因为，单方面的贸易实质上等于取消了国际贸易，而将资本转移到别国的情况由于有种种因素限制也难以实现。于是，问题就归结为，各方面都不占优势的国家是否什么贸易都不宜开展呢？而具有全面优势的国家是否一定要在所有商品上都开展对外贸易呢？李嘉图用“比较成本”（比较优势）学说，对这个问题作了科学的回答。

他是这样分析的，他举例说：“英国的情形可能是生产毛呢需要 100 人一年的劳动；而如果要酿制葡萄酒则需要 120 人劳动同样长的时间。因此英国发现对自己有利的办法是输出毛呢以输入葡萄酒。葡萄牙生产葡萄酒可能只需要 80 人劳动一年，而生产毛呢却需要 90 人劳动一年。因此对葡萄牙来说，输出葡萄酒以交换毛呢是有利的。即使葡萄牙进口的商品在该国制造时所需要的劳动少于英国，这种交换仍然会发生。虽然葡萄牙能够以 90 人的劳动生产毛呢，但它宁可从一个需要 100 人的劳动生产毛呢的国家输入，因为对葡萄牙来说，与其挪用种植葡萄的一部分资本去织造毛呢，还不如用资本来生产葡萄酒，因为由此可以从英国换得更多的毛呢。因此，英国将以 100 人劳动产品交换 80 个人的劳动产品。这种交换在同一个国家中的不同个人间是不可能发生的”（《原理》113-114 页）。即：

	葡萄牙	英国
葡萄酒	80 人	120 人
毛呢	90 人	100 人
合计	170 人	220 人
交换结果	160 人	200 人

要理解李嘉图的这个模型，必须注意 2 点：一是，这个模型的成立有前提假定，即假设国与国之间的资本和劳动力不能自由流动，同时随着产量的增加成本保持不变。二是，劳动力和资本在国内不同部门的重新配置是趋向与别国相比机会成本较低的部门，所以尽量采用机会成本的概念。

这段论述说明了两个方面的问题：一方面，尽管英国与葡萄牙相比在总体上毫无优势，但在国内各产业或者商品生产之间，自己同自己相比，总有相对占优势的产业或者商品，它可以生产这种在国内具有相对优势，也就是说，同别国相比劣势较小（用李嘉图的话就是比较成本较低）的商品以供出口。另一方面，尽管葡萄牙比英国在总体上占有优势，也不必样样都出口，只需出口自己优

势最大的那种商品即可。在这种情况下，双方的交换虽然是不等价的，但结果仍然对双方都有利。这种资源配置方式，要比在斯密所讲的“地域分工”、或者绝对成本条件下，所需要的劳动总量要少，所要求的交易条件要宽松，因而在现实中要更为可行。

比较优势是与资源禀赋相结合的，又是通过自由的贸易交换体现出来的，没有交换就不会有比较优势。李嘉图说：“在商业完全自由的制度下，各国都必然把它的资本和劳动用在最有利于本国的用途上。这种个体利益的追求很好地和整体的普遍幸福结合在一起。由于鼓励勤勉、奖励智巧、并最有效地利用自然所赋予的各种特殊力量，它使劳动得到最有效和最经济的分配；同时，由于增加生产总额，它使人们都得到好处，并以利害关系和互相交往共同纽带把文明世界各民族结合成一个统一的社会。正是这一原理，决定葡萄酒应在法国和葡萄牙酿制，谷物应在美国和波兰种植，金属制品及其他商品则应在英国制造。”（《原理》P113）。

这是李嘉图的一个重要科学发现，它进一步有力地支持了经济自由主义。

思考题

1. 为什么说英国的古典经济学是从威廉·配第开始的？
2. 配第在价值论上有什么贡献？
3. 试述斯密的价值理论。
4. 斯密是怎样论证经济必须自由的？为什么说他的经济自由主义思想在当时是进步的？
5. 李嘉图在劳动价值论上有何贡献？
6. 试述李嘉图的地租理论。
7. 略述李嘉图的货币数量论和比较成本说。

第四章 法国重农学派的经济学说

教学目的和要求：

通过本章教学，要求学生了解法国古典经济学流派的主要代表人物、代表作，掌握其主要经济思想及在他们在经济学说史上的地位作用和局限性。

课时分配：

2 个学时

教学内容

一、魁奈的经济学说

1. 自然秩序思想

这是魁奈研究问题的出发点。所谓“自然秩序”，就是自然界和社会中一种合乎理性的状态。他把社会分为两种秩序，一种是自然秩序，另一种是人为秩序。人为秩序如果符合自然秩序的要求，社会就处于健康状态，否则就会患病。怎样使人为秩序符合自然秩序呢？就是要让人们享有人身自由和财产私有权，要让人们自由地进行经营活动。他把私有制看做是自然秩序的基础。

2. “纯产品”学说

纯产品理论是魁奈经济思想的核心。所谓纯产品，就是新制造的产品超过被消费部分的余额。实际是新增加的财富。他把财富的生产分为两种，一是财富的相加，二是财富的增加。前者如手工业，只是把各种消耗掉的价值相加到一起，没有创造新的财富。只有农业才是财富增加的部门。

3. 关于社会阶级结构的理论

魁奈以纯产品理论为基础，把社会成员分为三个阶级。一是生产阶级，即生产纯产品的阶级，包括农业资本家、农业工人等；二是土地所有者阶级，包括地主、僧侣、贵族和国王等，其共同特点是都直接或间接依靠地租或赋税为生；三是不生产阶级，即从事工商业者。在经济思想史上，魁奈首次从社会经济关系来划分阶级结构，以是否生产纯产品作为划分的标准。

4. 关于资本的观点

魁奈著作中提到的“预付”，一般认为就是资本。由于他认为农业是唯一的生产部门，因此只有投在农业上的资本才是生产资本。生产资本分为“年预付”和“原预付”两部分。年预付是每年都要投资的，必须每年从生产中得到补偿，包括种子、劳动者在一年内所消耗的生产资料等。原预付是若干年才投资一次，它每年只是部分地进入生产费用，包括改良土壤的水利设施、牲畜、农具、仓库等。魁奈的这种观点，在经济思想史上第一次将生产资本与剩余价值（纯产品）相联系，并从资本再生产的角度，从资本的价值周转方式的不同，把握资本的构成，这为科学地研究社会资本再生产和流通提供了可能。

5. 《经济表》

《经济表》是魁奈分析社会资本再生产和流通的理论，是他的全部经济思想体系的完成。其基本内容，一是显示了全社会唯一创造财富价值——“纯产品”的是农业部门，这是重农主义的基本观点；二它展现了货币和商品在社会各部门之间的循环周转过程，货币和商品的流动是交互、双向的；第三这个过程是简单再生产之下的整个经济体的均衡过程；第四这个过程是不受任何政府干预影响的自然过程。总之，这样的状态反映了重农学派理想中的符合自然规则的经济形态。魁奈的《经济表》有什么价值呢？第一这是对国民经济体系的第一次系统的分析，后来不但成为整体经济统计分析的基础，而且成为宏观经济学的基础。许多分析经济总量活动的经济学家，如亚当·斯密、马克思、凯恩斯等，都对魁奈表示敬意，就是因为魁奈最先使用了这一分析方法。第二《经济表》把

经济设想为一个互相联系的有机体，一种极其复杂而又精巧的混合物，各有机体之间的联系就像血液循环一样，它的各个部分是由市场交换机制联系起来的。在这个交换过程中，任何一个部门的问题，都会通过作用和反作用传导给其他部门。有人认为，能够产生这种观念，与魁奈出身于医生有很大关系，医生对于人体的所具有的一般看法就是这样的。从解剖学上说，身体的各部分都有联系，而联系的渠道和方式就是循环系统。同时，一个部位的紊乱，也会在其他部位反映出来。

6. 经济政策主张

一是发展资本主义大农业；二是实行地租单一税；三是实行自由贸易，鼓励自由竞争。

二、杜尔阁的经济学说

杜尔阁是重学派理论的重大发展者和实践者。

1. 纯产品和阶级结构理论

特别之处是认为土地所有者之所以能够占有纯产品，是由于土地私有权的保障，而这完全是人为法律的作用，不是自然秩序的规定。杜尔阁还比魁奈进一步指出，在生产阶级和不生产阶级中，都存在着两个阶层，即劳动者和资本家阶层。

2. 资本和收入理论

杜尔阁是重农学派中唯一使用“资本”这个概念的。认为资本就是可动的积累起来的价值。由于资本的用途不同，同量资本所带来的收入是不同的。其中用语购买土地取得的地租收入最小，因为这种收入不需要大量的照料；用放债取得的利息收入不能低于地租，因为放债者要承担风险；用来经营农业、工业、商业取得利润的收入要大于利息，因为利润还要包括企业主劳动的报酬。

三、重农学派的重大功绩

把农业视为唯一的创造财富的部门，这是重农学派一个最突出的谬误。尽管如此，重农学派在西方经济思想史上的贡献仍是十分突出的。表现为：第一，他们强调农业的劳动生产率，认为农业是创造财富的部门，摆脱了重商主义只有商业流通才创造和增加财富的陈腐观念。他们将研究的重点从流通领域，转移聚焦于生产部门，开辟了古典经济学的主要研究领域。第二，在经济学研究中，确立了自由放任的价值观念。

思考题

1. 试述重农学派产生的历史背景。
2. “纯产品”学说在经济思想史上有何贡献？为什么说它是魁奈经济理论体系的核心？
3. 《经济表》对科学地研究社会资本再生产提供了哪些有价值的见解？
4. 试述杜尔阁对魁奈经济学说的发展。

第五章 萨伊、马尔萨斯的经济学说

教学目的：

通过本章教学，要求学生了解资产阶级庸俗经济学的产生过程，了解其代表人物及经济思想对西方经济思想理论的影响。

课时分配：

3 个学时

教学内容

第一节 萨伊的经济学说

一、萨伊经济学说的性质特点

二、萨伊的经济学体系

1. 萨伊的生产理论

萨伊认为，生产不是创造物质，而是创造效应。所谓效用，就是物品满足人类需要的内在力量，也就是物品的有用性。效用是劳动、资本和土地这三个要素共同作用的结果。生产就是这三个要素共同协作，使自然界的各种物质能用来满足人们需要的活动。这就是著名的“生产三要素论”。

生产不限于物质生产，还包括非物质的生产如服务等，前者创造“有形产品”，后者创造“无形产品”。

2. 萨伊的价值理论

萨伊的价值理论完全脱离了劳动价值论，包括效用价值论、供求论、生产费用论三个部分。萨伊在经济思想史上首先提出了效用价值论。他认为价值就是物品的效用，而效用是一种主观判断，无法来衡量。萨伊的供求论认为价格是由供求关系决定的。而决定价格的基础是生产费用。价值的大小由取得三要素的代价构成。所以工资、利息和地租的总和构成生产费用，它决定商品的价值。

3. 萨伊的分配理论：三位一体公式

既然生产三要素共同创造了效用或价值，所以在分配上也必须按三要素的贡献进行分配，即劳动—工资、资本—利息、土地—地租。这就是所谓的萨伊关于分配的“三位一体公式”。此外，萨伊还把劳动分为三类：科学家的劳动、企业家的劳动、雇佣工人的劳动。

4. 萨伊的销售理论：萨伊定理

这个理论的简单表述是生产给产品创造需求。他认为，因为产品是用产品购买的，买和卖是同一个过程，供给同时也为自己创造需求。可能会出现局部的过剩，但不会出现全局的过剩。而局部的过剩只是因为相关的其他部门生产不足，因此其解决办法也无非是发展其他部门的生产。因为生产是消费的手段和能力，有了生产，消费自然会发展。这种理论是与货币无用论为前提的。

第二节 马尔萨斯的经济学说

一、马尔萨斯的人口理论

其人口理论的核心是，认为人口以几何级数的比率增加，而生活资料是以算术级数增加。据此，

马尔萨斯提出了所谓支配人类命运的人口自然法则：一是人口的增加，必然要受到生活资料的限制；二是只要生活资料增加，人口也必然随之增加，除非受到非常有力而又显著的抑制阻止；三是抑制的方式包括道德的节制、罪恶和贫困等，其结果是使人口的增加与生活资料保持一致。

二、马尔萨斯的价值理论

马尔萨斯抓住李嘉图体系的两个矛盾，否定劳动价值论。他认为价值有三种不同的含义：一使用价值，即物品内在的效用；二是名义交换价值，即以贵金属来估量的商品价值；三是内在的交换价值，即由内在原因所产生购买力。

三、马尔萨斯的地租理论

四、马尔萨斯的“有效需求”不足论

马尔萨斯以“有效需求不足”论，说明生产过剩危机的可能性。

他认为促进财富增长有三个重大因素，即资本的积累、土地的肥力和节约劳动的新发明。但这三个因素的作用都是使使用价值增加，而与需求无关。必须有需求的响应增长，才能促进社会经济稳定发展。马尔萨斯所谓的需求是指总需求，即能对全部产品提供充分的有效需求。如果社会的有效需求不足，上述三个因素所生产出来的商品就会过剩。因此，创造出与不断的供给相适应的、充分的有效需求，是财富增长的关键。但仅靠资产阶级和工人，不能提供充足的有效需求。只有依靠只消费不生产的地主阶级和不生产阶级。这种有效需求不足的理论对凯恩斯产生影响。

思考题

1. 萨伊的生产三要素论和分配的三位一体公式是什么关系？
2. 试述马尔萨斯的有效需求不足理论。

第六章 以辩护和综合为特点的经济理论

教学目的：

通过本章教学，要求学生李嘉图学派瓦解之后西方经济学的发展新动向，即随着资本主义经济的发展，劳资双方的冲突也愈益激烈，占据统治地位的资产阶级要求折衷和为资本主义制度辩护的经济学理论。

课时分配：

2 个学时

教学内容

第一节 西尼尔的经济学说

一、关于政治经济学的对象和方法

西尼尔主张把经济学变成“抽象的演绎的科学”和“准确的科学”。主张把哲学、道德等从政治经济学中排除，使政治经济学成为只是研究财富的性质、生产、交换以及分配规律的科学。

二、资本“节欲”说

西尼尔认为资本是协助继续生产的那部分财富，是节欲的结果。劳动是工人放弃安乐和休息，是一种牺牲；而资本则是资本家放弃目前享用，也是一种牺牲。工资是对工人牺牲的报酬，利润则是对资本家牺牲（节欲）的报酬。这种理论显然否定了资本的剥削性质，其辩护性是显而易见的。

三、最后一小时论

即资本家的利润是由当时的工厂法规定的 11.5 个小时的劳动日的最后一个小时创造出来的。如果把劳动日缩短为 10 个小时，工厂主的利润就会消失，工厂会倒闭，工人会失业。这是他的节欲论的补充。

第二节 约翰·穆勒的经济学说

一、穆勒学说的特点

穆勒的经济思想主要集中在 1848 年出版的《政治经济学原理及其在社会哲学上的应用》。此书使之成为古典经济学的集大成者。综合，是穆勒经济思想的最大特点。他不但包含了亚当·斯密以来古典经济学彼此不同的观点和流派，而且在坚持资本主义根本要求的同时，对当时正在兴起的空想社会主义的某些要求也表现出了相当的容忍、同情和理解，因而对资本主义制度的某些方面持批评态度，主张对之进行改良。

二、生产理论

1. 生产要素理论

关于生产要素，穆勒继承了前人的观点，也归纳为土地、劳动、资本，但他的特别之处是在更一般的意义上论述了各种要素的存在方式、性质和条件。例如，他把劳动区分为直接劳动和间接劳

动，前者指直接生产对人类有用的物品（如面包）的劳动，后者是指为直接劳动做准备的劳动（如磨坊主、播种者和收割者等）。对于间接劳动，又进一步细分为生产原料、制造工具、产品运输等劳动等。关于资本，穆勒认为劳动者的就业要靠资本中用来雇佣劳动者的那一部分资本（而不是预定购置生产资料的部分）来决定，而不是靠非生产性消费来决定（如马尔萨斯所说的那样）。

2. 决定劳动生产力的因素

认为分工与合作是决定劳动生产力的极为重要的因素。他还强调了后来人们称为规模经济的优越性（提高效率，节省开支等），实现规模经营的条件（资本和市场等），实施规模经营的方式（股份制）。

三、收入分配理论

1. 所有制理论

穆勒对当时空想社会主义所主张的财富公有制表示了相当多的理解和容忍。另一方面，他也不认为私有制一定不好。当前，我们对于采取最好形式的私有制或公有制能取得什么样的成绩一无所知，因此现在的任务不是消灭私有制，而是对之加以改良。

2. 工资论

穆勒的工作论容纳了古典经济学的工资论和马尔萨斯的人口论，并对 19 世纪 20 年代以来流行的工资基金说作了系统说明。认为从长期看，工资是由工人最低生活资料价值决定，也就是自威廉·配第以来所提出的“自然工资”。从短期看，工资决定于劳动的需求与供给，这是由资本与人口的比例决定的。这里的资本不是指资本总额，而是指用于购买劳动的那一部分流动资本，即所谓的“工资基金”。人口则是指从事雇佣劳动的人数。

3. 利润论

他把总利润分为利息、保险费和监督工资。利息是资本家节欲的报酬；保险费是资本家风险的报酬；监督工资是资本家努力的报酬。

4. 地租论

穆勒接受李嘉图的观点，认为地租是优等土地的收获超过劣等土地收获的部分，这部分通过农业资本家之间的竞争，必须作为地租付给地主。

四、交换理论

1. 价值论

穆勒把价值论放到生产和分配论之后讨论，是因为他认为价值问题是一个交换领域的问题，与生产无关，价值只与分配问题相关，而且也仅就分配的动力是竞争而不是习惯而言，才与价值有关。他把价值归结为交换价值。他根据商品获得的困难程度，把商品分为三类：一是供给不能随意增加的商品，如古董等；二是商品数量可以无限增加，而单位生产费用不会提高，例如工业品；三是供给数量可以增加，但随着产量增加到一定量之后，其生产费用递增，如农产品。他认为后两种商品的自然价格取决于生产费用，其区别是，工业品的自然价值取决于一般单位的生产费用；农产品的自然价值取决于最大的生产费用。价值主要取决于商品的生产费用。他的上述价值理论几乎包括了截止 19 世纪中叶的各种价值理论，并且完成了从劳动价值论到生产费用价值论的转变。

2. 国际贸易论

穆勒认为由于劳动和资本在国际间不可能像国内那样自由转移，所以，生产费用的法则不适用于国际贸易，国际价值由供给与需求的法则决定，他称之为“国际需求方程式”。

第三节 巴师夏的经济学说

一、巴师夏为代表的法国经济自由主义的特点

巴师夏是 19 世纪 30-40 年代公认的经济自由主义大师。他一方面站在资产阶级上层立场上，以经济自由主义反对中小资产阶级的保护主义；另一方面又站在整个资产阶级方面，反对无产阶级主张的社会主义。也就是说，巴师夏代表的法国经济自由主义的特点，是反对保护主义和反对社会主义的结合。

二、巴师夏的“经济和谐论”

1850 年，巴师夏出版了他的最重要的著作《经济和谐》，论证资本主义社会是最好的，能够永存。因为它是自然的、和谐的社会秩序。所谓自然，是因为每个人都根据自己的自然愿望和利益而工作；所谓和谐，是因为每个人的利益都与别人的利益相结合。巴师夏认为这种自然、和谐的社会秩序受内部自然规律的支配，而这些自然规律又决定于人性。他把“经济和谐论”贯穿到一切经济理论领域，认为在价值、分配、私有财产制度、竞争等方面，“经济和谐”都发生作用。

思考题

1. 西尼尔的“节欲论”的主要内容和实质是什么？它与“最后一小时论”怎样互相矛盾的？
2. 怎样认识穆勒在政治经济学史上的地位？
3. 穆勒认为生产规律和分配规律有何区别？
4. 巴师夏的“经济和谐”论的基本论点是什么？

第七章 德国历史学派的经济学说

教学目的：

通过本章教学，要求学生了解李斯特、罗雪尔等代表人物的经济学说、德国历史学派的理论与实践意义。了解该学派对后来经济理论发展的影响。

课时分配：

2 个学时

教学内容

第一节 德国历史学派经济学说产生的理论背景

一、德国历史学派产生的历史条件

历史学派是 19 世纪 40 年代，在德国资本主义发展的特殊历史阶段出现的。所谓特殊，主要表现在德国资本主义的发展不是像英法一样通过革命，而是经由贵族地主自上而下的一系列改革实现的，这使德国资本主义长期保持着半封建的特征。以 19 世纪 70 年代为界，德国历史学派分为旧、新两个阶段。

二、德国历史学派的一般特点

其最大特点是否定普遍规律的存在和抽象研究方法的可靠性，片面强调历史发展的意义；其政策主张是对内提倡经济自由，对外力主保护主义，从而为后起的德国资本主义的发展开辟道路。因而与英法古典经济学多有分歧和对立。

第二节 德国历史学派开创者李斯特的经济学说

一、李斯特的生平与著述

李斯特是德国历史学派的直接先驱者，其主要著作是《政治经济学的国民体系》（1841）。

二、李斯特的经济政策主张

实行工业保护关税政策，反对自由贸易，以建立和发展德国的工业，是李斯特最主要的经济政策主张，也是他的经济学的宗旨。他认为自由贸易政策只对先进国家有利，而保护主义关税政策对于后进国家必不可少。

三、李斯特经济理论的核心

为了从理论上论证保护主义政策的必要性，李斯特强烈抨击作为自由贸易政策理论根据的英法古典经济学。

1. “国家经济学”

他首先提出了“国家经济学”的概念，以对抗英法的政治经济学。认为后者的最大缺陷，在于忽视经济发展的民族特点，是一种“世界主义经济学”。认为各国各民族经济发展的道路不同，经济水平也有异，因此，不存在共同的普遍规律。

2. “生产力学说”

其次，他提出“生产力学说”同古典学派的价值学说相对抗。他指责古典经济学只研究价值而忽略了生产力，及把财富本身（减缓价值）同财富的原因（生产力）相混淆。而且古典经济学把价值的源泉只归结为劳动，而忽视了一系列社会的、政治的和精神的因素。他特别把发展生产力的希望寄托在国家身上，强调国家政治上的统一、文化上的发展、国家对经济发展的积极扶持，是一国经济顺利发展的不可缺少的条件。

3. “经济发展阶段论”

他把经济发展史分为五个阶段：原始未开化时期、畜牧时期、农业时期、农工业时期、农工商业时期。

第三节 德国旧历史学派的主要代表

一、罗雪尔的经济学说

二、希尔德布兰德的经济学说

三、卡尔·克尼斯的经济学说

第四节 德国新历史学派的经济学说

一、新历史学派产生的背景

二、新历史学派基本经济观点的特征

新历史学派比旧历史学派更强调伦理、道德因素对经济的作用。

新历史学派比旧历史学派更强调国家和法律的经济的作用。

三、历史学派主要代表人物及各自特点

1. 瓦格纳的经济思想

2. 布伦坦诺的经济思想

3. 施莫勒的经济思想

4. 马克斯·韦伯的经济思想

四、历史学派的解体及其影响

思考题

1. 李斯特怎样论证德国必须实行保护关税？

2. 历史学派方法论的特点是什么？

3. 新历史学派的基本观点是什么？

4. 如何评价历史学派的地位？

第八章 边际效用学派的经济学说

教学目的：

通过本章的教学，要求学生了解边际学派的先驱者的有关理论观点及研究方法，了解奥地利学派的主观效用价值论，认识它们与古典经济学劳动价值论的重要区别，正确认识边际分析方法在经济思想史上的重要作用。

课时分配：

3 个学时

教学内容

第一节 边际学派的先驱

一、安东尼·古诺

1. 古诺的垄断理论
2. 古诺的双寡头理论

二、海因里希·屠能

1. 屠能的区位理论
2. 屠能的边际生产力理论

三、海因里希·戈森

1. 戈森第一定律
2. 戈森第二定律

第二节 边际革命的历史背景和边际学派的特点

一、边际革命发生的历史背景

二、边际学派的特点

1. 在分析方法上注重“边际”
2. 以个别变量或局部问题作为分析重点
3. 推崇抽象推理方法
4. 对纯粹竞争假定的强调
5. 相信需求决定的价格理论
6. 对主观效用的强调
7. 注重均衡的分析方法
8. 将土地与资本品合并处理
9. 假定理性的经济行为
10. 主张较少的政府介入

第三节 奥地利学派的经济学说

一、奥地利学派概况及理论特点

是边际效用学派中影响最大的一个流派。由门格尔开创，以维塞尔、庞巴维克等人后继，其理论强调心理分析，又称心灵学派。

二、门格尔的经济理论

主要著作《国民经济学原理》（1871年）。

1. 边际效用价值论

门格尔价值理论的最大特点是，他不用数学公式的方法进行表述，也没有在边沁观点的基础上构造其理论，而是以一张表为例子来说明边际效用递减和边际效用相等规律。

这个表暗含的一个假定是，每种商品的每一个单位都代表了相同的货币支出或者努力与牺牲。另一个假定是，懂经济的个人将不仅从序数上而且从基数上能够对其满足进行排队。

门格尔认为，对价值的衡量完全是主观的。一件商品之价值大小有无，完全取决于不同人的偏好差异和每个人所得到的收入总量。价值的性质与衡量都是主观的，都与生产无关。

2. 归算理论

门格尔在为生产要素定价时最先提出了归算的思想。除了消费者所接触到的普通消费品之外，是什么支配着土地、机器、原材料等商品的价格呢？门格尔按照其归算理论认为，这些物品也对消费者产生满足，但只是间接地通过帮助生产能直接满足消费者需要的物品进行的。例如，铁的有用性是归算到最终生活用品的有用性之中的。地主得到的地租，是受那块土地上生产的产品的效用支配的。这种观点完全否定了劳动价值论和生产费用价值论。

三、维塞尔的经济理论

1. 交换价值和自然价值

他在1884年的《经济价值的来源及基本规律》中首次使用“边际效用”一词。意指在物品被充分利用条件下所得到的最小效用。

2. 机会成本

维塞尔以提出“机会成本”或“选择成本”概念而著称。这种思想把生产成本转变成一种主观心理成本。

四、庞巴维克的经济理论

庞巴维克是奥地利学派的集大成者。

1. “时差利息论”

庞巴维克对经济学的最大贡献是其对时间因素的分析。而自爱传统理论中，经济系统的变化或者经济的增长都与时间无关。

时差利息论就是其代表。他认为利息的产生是由于三种原因：

一是人们重视当前的倾向。人们对商品在当前比在未来会得到更高的评价。因此愿意为享受当前的商品而借款付息预支未来的收入。

二是对于增加的财富的预期。

三是迂回生产的性质。当越来越多的资本品被生产出来并且被用于制造最终产品时，生产过程

就被延长了，或者说越来越迂回了。也就是生产是有周期的。

2. 其他观点

第四节 数理学派的经济学说

一、数理学派概述

数理学派以边际效用理论为基础，以采用数学方法为主。其主要代表人物是杰文斯、瓦尔拉斯、帕累托。其中后两个人物代表了边际学派的另一个重要流派洛桑学派

二、杰文斯的经济理论

代表作是 1871 年出版的《政治经济学理论》

1. 关于经济学的研究对象和方法

认为经济学应成为以主观主义心理学为出发点，以效用为基础，一数学为分析工具的科学。要成为科学，就必须是一种数理科学。在经济学中，只有数学才能证明一切。

他把经济学分为一般经济理论和应用经济理论。后者如财政学、商业统计学等，都是以一般经济理论为指导原则的。一般经济理论只考察在既定的所有权制度下，经济人如何通过消费、交换、生产以取得最大的满足。该理论的结构是：以快乐痛苦理论为哲学或伦理学基础，以边际效用理论为起点，以交换和价格论为中心，以生产及分配理论为归宿。

杰文斯把边沁的苦乐主义心理学作为经济学的基础，认为经济学的方法是抽象演绎法。具体说就是：首先确立若干简单概念如效用、财富、价值等，其次进行推理和论证，最后找出普遍规律。由于经济学的一切概念和范畴，都属于苦乐感觉范畴内的数量概念，因此应在心理分析的基础上应用数学方法。

2. 最后效用程度价值论

杰文斯以“最后效用程度”作为主观价值的衡量标准。认为随着消费者物品量的增加，人的感觉（产品的效用）会递减，这就产生了总效用和效用程度的区别。总效用是全部现有产品各单位实际效用的总和；效用程度是在产品供给的某一点上所表现的需求强度和欲望的满足程度。效用程度对于人的福利是更为重要的。而各种效用程度中，最后效用程度（最后增加的产品单位所提供的效用）尤其重要，它直接关系到个人的苦乐。杰文斯把它作为价值的尺度，即个人对产品效用价值的判断标准。

杰文斯强调指出，最后效用程度不是指一定量商品中最后一个新增加量所提供的效用，而是这个效用量和商品增量和比例。即，最后效用程度是一个以比例数字表示的抽象的量，它不包含任何客观物质的内容。

边际效用递减理论。

理性选择：边际效用相等法则。

3. 交换理论

认为交换时，交换者总是比较两种物品的最后效用程度，来决定他愿意放弃多少自己的商品，换取多少对方的商品。交换者要求交换后达到最大效用程度，其条件是这两种商品的增加量的效用（最后效用程度）对交换双方恰好相等。

4. 杰文斯对公共政策的论述

三、瓦尔拉斯的经济理论

主要著作是《纯粹政治经济学要义》（1874年）。

1. 少性价值论——边际效用分析

瓦尔拉斯认为社会财富是一切有用而又数量有限的东西。“稀少性”在其理论体系中相当于编辑效用或最后效用程度。“我把被满足的最后欲望叫做稀少性，英国人叫做最后效用程度，德国人称为边际效用”。他认为商品满足欲望的强度是商品供给量的函数，它随着供给量的增加而递减，最后一单位商品量满足欲望的强度就是“稀少性”。

2. 一般均衡理论

这是瓦尔拉斯整个理论的中心和最突出的贡献。它是在稀少性价值论的基础上，由两种商品交换的情况，发展到各种商品交换的“一般”情况，提出一般交换下价格决定的所谓“一般均衡理论”。

该理论的指导思想是，认为一切商品的价格都是相互联系、相互影响、互相制约的。任何一种商品的供求，不仅是该商品价格的函数，也是所有其他商品的函数。所以，任何商品的价格都必须同时和其他商品的价格联合决定。当一切商品的价格恰好使得它们的供给与需求相等时，竞争市场就达到了均衡状态，就形成了一般均衡状态。这时候的价格就是均衡价格。这时候的均衡就是一般均衡。瓦尔拉斯的这种一般均衡的观点与杰文斯、门格尔及马歇尔所使用的局部均衡方法完全不同。

瓦尔拉斯的一般均衡理论提供了一种框架，以便从包含商品和生产要素两方面在内的经济整体上考虑基本的价格和产量的相互作用。

四、帕累托的经济理论

帕累托对于西方经济学的巨大贡献是提出序数效用论和使用无差异曲线分析工具。

1. 序数效用论

在帕累托之前，边际效用学派主张基数效用论，认为效用和重量、长度一样，是可以度量的，两恶果效用量的差，是一个确定的数量。帕累托认为享用、使用价值、经济效用、满足欲望的能力等，实际是无法计量的。他的序数效用论主张，虽然不能说出某种物品的效用大小，但可以用第一、第二……等序数来比较两种或两组物品的效用大小。序数反映的是消费者的偏好的概念，而不去深究效用量的差异。

2. 无差异曲线

如果只有两种商品，其效用函数 $U=U(X, Y)$ ，且 U 为某一给定量 a ，然后解出满足方程 $U(X, Y)=a$ 的所有 (X, Y) 的组合，这些组合在几何上表现为一条曲线。由于曲线上的每一点（对应于 X 和 Y 的一种组合）表示相同的效用水平，所以这条曲线叫做无差异曲线。无差异曲线可以来说明均衡价格的决定。

思考题

1. “戈森定律”的主要内容是什么？
2. 比较奥地利学派与数理学派的特点。
3. 门格尔的边际效用价值论的方法论特点是什么？
4. 评述庞巴维克的边际效用价值论和时差利息论。
5. 杰文斯怎样用数学公式表述“最后效用程度价值论”的？
6. 瓦尔拉斯的一般均衡论有何重要意义？
7. 比较基数效用论与序数效用论。

第九章 十九世纪末二十世纪初的美国资产阶级经济学

教学目的：

通过本章的教学，要求学生了解美国经济学思想和理论的发展和演变及对经济思想史的影响

课时分配：

2 个学时

教学内容

第一节 克拉克的边际生产力论

一、克拉克经济学说产生的背景及理论地位

约翰·克拉克是 19 世纪末 20 世纪初美国最著名的经济学家，是边际主义在美国的代表人物。他所创立的美国理论学派与制度学派一起构成了当时美国经济学的两大流派。

克拉克首次把边际分析引入分配领域。

二、克拉克的静态经济学和动态经济学

克拉克批判传统的经济学三分法，主张通过研究分配研究生产。经济学开展三类研究：

1. 一般经济学，研究一般的普遍的规律，只涉及人与自然的关系。
2. 静态经济学，研究静态条件下的经济规律。静态是指交换和其他经济组织的形式和活动方式不变。这是全部经济学分析研究的基础和中心。
3. 动态经济学，是研究静态被扰乱因素和摩擦因素破坏、干扰情况下的经济规律。

三、克拉克的边际生产力分配论

分配理论是克拉克研究的中心问题。其重点是在静态中，研究自然工资和自然利息的基础，以便说明它们各自的来源和标准。

他认为，在自由竞争条件下，工资的自然标准由劳动的边际生产力决定，即由边际工人的边际产量决定。利息的自然标准由资本的边际生产力决定，即由边际资本的边际产量决定。

劳动的边际生产力由劳资双方的力量对比决定；资本的边际生产力由产业资本家和借贷资本家的力量对比决定。

克拉克的结论是，劳动和资本都参与了财富和价值的创造，劳资双方的利益是一致的，这反映在收入的提高都依赖生产力的提高。工资和利息都受自然规律的支配，都受静态条件下“边际生产力”的支配。因此工资和利息谁也没有剥削谁，它们都按各自的边际生产力取得本身应有的份额。

第二节 制度学派的经济学说

一、美国制度派产生的社会历史条件

美国制度学派是 19 世纪末到 20 世纪 30 年代，活跃于美国经济学界、并对美国的经济理论政策发生深刻影响的一个特殊而重要的资产阶级经济学的异端流派。

美国制度学派可以看作是德国历史学派的一个变种，它把后者的历史研究法演化为对经济制度

演进的研究。它是以批判资本主义的面目出现的经济改良主义学说。

二、制度经济学的一般特点

制度学派的特征主要并不表现在理论方面，因为其代表人物之间没有提出一个共同的阐明经济规律的理论体系。他们各自之间的研究课题也各不相同，看法也不一致。其共同点及与其他学派的区别在于，对于“制度趋势”的研究，即以“历史起源方法”去研究与经济有关的搁置制度从古以来的各种形态，说明这些制度的作用和与之相适应的社会经济的关系。其共同点的具体表现是：

1. 较广泛的视野

认为必须把经济作为一个整体，而不是把它分割成互不相干的部分进行研究。经济活动不仅仅是货币收入最大化愿望支配下的个人行为与机制的总和，也存在着集体主义的形式，这比个别活动的总和要大得多。集体活动的特征不能由对个别成员的研究推演出来。制度经济学就是要研究社会过程、社会关系和它面对的整个社会。

2. 集中研究制度问题

制度学派强调制度在经济生活中的重要作用。认为经济生活都是受经济制度，而不是受法律制约的。影响经济生活的团体的社会行为和思想方式会比边际主义所强调的个人主义经济分析产生更恰当的影响。

3. 达尔文主义的渐进方法

认为经济分析中应采用渐进主义的方法，因为社会及其制度是经常变动的。

4. 拒绝通常的均衡思想

强调循环因果的原则、或者寻求经济和社会目标中有有益的或有害的积累性变化。

5. 利益冲突

6. 自由民主的改革

7. 拒绝愉快和痛苦的心理学

认为经济学应是具体的、历史的，而不是抽象的、教条的和非历史的，是进化的，而不是凝固的。

三、凡勃仑的经济思想

凡勃仑是美国制度学派的奠基人。代表作是 1899 年的《有闲阶级论》。

1. 对新古典经济学的批评

2. 制度经济学体系

3. 凡勃仑的社会改良主义方案

四、康蒙斯的经济思想

五、米契尔的经济思想

1. 对经验研究方法的重视

2. 对经济周期的研究

3. 关于社会计划问题

思考题

1. 克拉克是怎样以边际生产力论来说明工资和利息的来源及其标准的？

2. 凡勃仑是怎样分析资本主义制度及其历史趋势的？

3. 试述制度经济学的一般特点。

第十章 马歇尔的经济学说

教学目的：

通过本章的教学，要求学生了解马歇尔的均衡价格理论、分配理论以及他关于垄断的观点，以及这些观点和研究方法对于当代西方经济学的影响和意义

课时分配：

3 个学时

教学内容

第一节 马歇尔经济理论的特点及产生背景

一、马歇尔经济理论产生的背景

二、马歇尔的生平和著述

三、马歇尔经济理论的特点

马歇尔把从亚当·斯密到约翰·穆勒的古典经济学，以及边际主义学说，组织和融合到了一个更为广泛和折衷的体系之中。这不是杂乱无章的随意拼凑，而是有巧妙的构思和严密的体系。

这是继约翰·穆勒对古典经济学进行综合之后的又一次经济理论大综合，它几乎包含了当时经济学界绝大部分的观点和主张，把自由竞争时代的经济学作了最为全面的总结，因而成为一种被普遍接受的经济理论体系，居于欧美经济学界的主流和中心地位达数十年之久。他的经济学说构成了现代微观经济学理论的基本框架。

马歇尔的经济理论在方法论方面具有 4 个鲜明特点：

1. 以心理分析为基础。马歇尔也像边际主义者一样，继承边沁的“苦乐心理”学说。认为，经济学说主要应该研究人类行为的动机，因为人类的动机会“最有力、最坚决地影响人类行为”（上册 P11），来支配经济活动。人类行为的动机分为两类：一是追求满足，这可以激发人们经济活动的动力；二是避免牺牲，这可以成为制约经济活动的阻力。这两类动机的均衡，就是绝大多数经济范畴和经济规律的基础。

马歇尔认为人的动机是现实中的，而不是抽象的。他否认“经济人”的存在，说：“在这一切方面，经济学家所研究的是一个实际存在的人；不是一个抽象的或‘经济的’人，而是一个血肉之躯的人。”（上卷 P47）。

2. 否认本质差别，强调数量关系。马歇尔认为各种经济现象之间没有明显的和严格的区分，只有连续的数量关系。例如，他认为工人与资本家只有追求金钱数量的程度差别，而没有质的不同。他们都企图寻找最好的市场或职业，都在参与竞争。等等。

3. 强调“均衡”分析。马歇尔认为，各种经济指标的数量，都是通过各自有关要素的边际增量达到均衡来决定的。确定各指标的过程，也就是寻求各有关边际增量的均衡点的过程。在马歇尔的体系中，均衡就是两种相反力量之间的均势。他认为社会上存在两类均衡。一类是动态的、生物学意义上的均势或均衡，另一类是静态的力学意义上的均衡。前者如人的成长衰亡，民族的兴衰，工商业的兴衰等，是经济学研究的终极目标，但不是经济分析的起点和基础。只有静态才是经济生活的正常状态，才是经济学研究的出发点和基础。

市场供求均衡理论不仅是微观经济学分析的核心问题，和微观经济学的研究范式，而且实际上是微观经济学看待整个经济生活的基本假设。

需要指出的是，马歇尔强调的均衡不是一般均衡，而是局部均衡。在这种局部均衡之下，只需要以单个生产者或消费者为研究对象，而不必考虑各厂商、各消费者之间的相互联系和影响。他认为经济现象的各种因素终究会达到均衡，而不会像马克思所说的形成矛盾的对立和破裂，最终突破包含这种矛盾的外壳。[马克思曾说：“生产资料的集中和劳动的社会化，达到了同它们的资本主义外壳不能相容的地步，这个外壳就要炸毁了。资本主义私有制的丧钟就要响了。剥夺者就要被剥夺了。”《全集》23卷831-832页]

正是从这一理论出发，马歇尔认为资本主义私有制是合乎人类本性的社会制度，自由竞争是最好的和最有效的经济制度，一切矛盾和冲突在这个制度内都会得到解决，但这个过程是渐进的长期的。马歇尔还把社会达尔文主义引入经济学来说明这个问题。他认为，生物界的发展是渐进的演化过程，没有飞跃过程。人类社会也一样，也不能有飞跃和突变。渐进是社会发展的正常状态。他甚至认为经济学是“广义生物学的一部分”，并把“自然不能飞跃”这句话作为《经济学原理》一书的题词。

凯恩斯对马歇尔的这个均衡理论给予了高度评价，他说马歇尔发现了“一个完整的哥白尼体系，通过这一体系，经济宇宙的一切因素，由于相互抗衡和相互作用而维持在它们的适当的位置上”。

1

4. 理论分析与数理分析相结合。马歇尔自幼爱好数学，并是一位杰出的数学家，在边际革命方兴未艾，数理经济学蓬勃发展之际，马歇尔把数学大量运用于经济学研究是理所当然的。但是，他既没有像他同时代的数理经济学派的开创者杰文斯、瓦尔拉斯那样对数学推崇备至，更没有像后来的、特别是现在的许多经济学家一样，几乎离开数学就不能说话。

马歇尔的话语体系是理论分析与数理分析相结合，可以说在这种表述方式上，他也表现出了高度的综合。在理论分析上，他认为历史归纳法和抽象演绎法同等重要。

第二节 马歇尔的均衡价格论

一、需求理论

马歇尔用边际效用来说明需求。边际效用就是边际购买量的效用。边际效用是表示购买者的主观评价，是一种心理活动，应该怎样衡量呢？他认为直接衡量当然不行，但可以间接地用消费者愿意支付的货币量即需求价格来衡量。这样，他就把效用递减规律，转化成了需求价格递减规律：出卖的数量越大，该商品的价格越低。或曰，需求量随价格的降低而增加，随价格的上升而减少。

在研究消费者需求时，马歇尔根据边际效用理论，提出了消费者如何使用他所支配的收入来取得最大福利的问题，这就是所谓的消费者选择理论。即消费者将有限的货币妥善安排，使每一用途上所花费的每单位货币的边际效用趋于相等，以便从这有限的收入中获得最大满足。

关于消费者剩余的概念，指的是当商品的市场价格低于消费者为满足自己欲望而愿意支付的价格，使得消费者取得了额外的或剩余的满足，这部分额外的满足称为“消费者剩余”。这一概念试图说明自由竞争对消费者的好处。

¹ 熊彼特：《从马克思到凯恩斯十大经济学家》101页，商务印书馆1965年。

二、供给理论

马歇尔对供给的分析，立足于生产费用论，也以主观心理为出发点。供给弹性。就是商品价格变动引起供给量的变动幅度或比率。

三、均衡价格的形成

所谓均衡价格，就是需求价格和供给价格像一致的价格，或者说，是需求量与供给量相一致时的价格。

均衡价格是怎样形成的呢？马歇尔分析指出，需求价格是消费者对一定量商品所愿意支付的价格；供给价格是生产者提供一定量商品所愿意接受的价格。作为生产者，总是希望价格越高越好；作为消费者，总是希望价格越低越好。然而，市场上的价格并不是由生产者或消费者单方面决定的。当供给与需求的数量相等时，市场上的价格就必然处于均衡状态，需求价格等于供给价格。如果市场上某种商品的供给量小于需求量，使需求价格高于供给价格，形成对生产者有利的局面，生产者就会积极地加快生产，增加对市场的供应量，从而导致需求价格下降、供给价格上升，逐步达到均衡状态。反之，当市场上某种商品的需求量大于供给量时，同样的机制就会在相反的方向上发挥作用。因此，马歇尔说：“当供求处于稳定均衡时，如有任何意外之事使得生产规模离开它的均衡位置，则将有某些力量立即发生作用，它们有使它恢复均衡位置的趋势；正如同一条线所悬着的一块石子如果离开了它的均衡位置，地心引力将立即有使它恢复均衡位置的趋势一样”（下卷 P37）。

因此，在马歇尔的理论中，价格的均衡是常态，不均衡却是暂时的、相对的。

第三节 马歇尔的收入分配理论

马歇尔发展萨伊的生产三要素说，提出生产要素除了劳动、资本和土地外，还有企业组织，国民收入是由这四种要素共同创造的，因而应在四要素中进行分配。

- 一、工资理论
- 二、利息理论
- 三、利润理论
- 四、地租理论

思考题

1. 为什么说马歇尔的经济学说是一个折衷主义的体系？
2. 什么是均衡价格论？为什么说这一理论是马歇尔经济学说的核心？
3. 马歇尔经济理论体系的方法论特点是什么？

第十一章 马歇尔之后的经济理论

教学目的：

通过本章的教学，要求学生了解马歇尔的后继者对微观经济学的发展。主要是福利经济学、垄断竞争理论。此外还有魏克塞尔的货币、利息理论，熊彼特的创新理论等。

课时分配：

3 个学时

教学内容

第一节 庇古的福利经济学

- 一、庇古的生平和著述
- 二、福利经济学的研究对象和基本命题
- 三、生产资源配置和社会福利

第二节 张伯仑和罗宾逊的垄断竞争理论

- 一、张伯仑和罗宾逊生平和著述简介
- 二、垄断、竞争及其相互关系
- 三、厂商理论和垄断竞争价值论
- 四、西方经济学中的“剥削论”

第三节 魏克塞尔的货币、利息理论

- 一、魏克塞尔的生平与著述
- 二、关于货币与信用
 - 1. 信用对货币流通速度的作用
 - 2. 信用影响货币价值和社会经济
- 三、利率与价格
 - 1. 货币市场与商品市场的关系
 - 2. 利率与货币均衡条件
 - 3. 自然利率与货币利率的差异
 - 4. “间接作用过程”和“累积过程”

第四节 熊彼特的经济发展理论

一、彼特的生平与著述

二、创新理论

1. 社会经济活动的两种类型：循环流转与经济发展
2. 企业创新
3. 企业创新与资本主义的产生与发展

三、经济周期理论

1. 经济周期产生的原因
2. 经济周期的类型

思考题

1. 福利经济学的基本内容是什么？
2. 垄断竞争与充分竞争有何区别？
3. 魏克塞尔关于信用与货币的理论有哪些主要内容？
4. 熊彼特的创新理论与经济发展理论的要点是什么？

第十二章 凯恩斯的经济理论

教学目的：

通过本章的教学，要求学生了解凯恩斯革命的发生背景以及这个变革与西方经济学的关系。了解凯恩斯经济理论的基本内容，特别是预期不确定的思想。要求从有效需求不足、消费理论、投资理论、货币利息与工资理论等方面全面把握凯恩斯理论的体系，通过了解凯恩斯提出的经济政策主张，深化对市场经济的全面认识。

课时分配：

3 个学时

教学内容

第一节 宏观经济学的产生

- 一、凯恩斯的生平与著述
- 二、所谓“凯恩斯革命”
- 三、凯恩斯经济理论的特点

第二节 有效需求理论

一、有效需求与总收入、总消费、总投资

凯恩斯认为，在自由竞争的条件下，充分就业的均衡只是一种罕见的特例，而非充分就业的均衡才是常态。为什么这样呢？凯恩斯认为是因为有效需求不足。他在《通论》的第一编对此进行了集中论述。

二、有效需求不足是导致失业的根本原因

什么是有效需求？简单地说，就是指市场上有支付能力或者说有购买能力的需求。我们知道，需求（欲望）与有支付能力的需求（欲望）是两回事。凯恩斯的有效需求指的是后者。

理解凯恩斯的有效需求概念有 3 个要点：一是这个需求是指社会总需求，而不是单个个人或单个企业的个别需求；二是总需求包括投资需求和消费需求两个方面，或者说两个部分；三是有效的总需求来自于总收入（国民收入），而总需求与总收入都是以货币的形式表现的。

三、消费倾向

什么是“消费倾向”？所谓消费倾向，是指消费和收入的数量关系，就一个国家而言，就是在一定的就业数量条件下，总消费量和国民收入总量之间的数量关系。也就是说，消费量占国民收入的比例。假如某国的国民收入为 8 万亿元，其总消费为 6 万亿元，那么消费倾向就是 75%（或者 0、75）。[如根据百年左右的统计分析，美国的边际消费倾向大致为 0、92。]

四、边际消费倾向递减规律

什么是“边际消费倾向递减”？即随着收入的增加，人们用于储蓄的比重会递增，而用于消费的比重会递减。也就是说，国家越富裕，人们的收入越多，其消费性支出反而越少。

第三节 投资理论

一、乘数理论

凯恩斯的乘数理论主要是投资乘数。他认为，增加一定量的投资能带来比它大几倍的收入量。所谓投资乘数，就是投资增加量和由它所引起的收入增加量之间的一定比率。乘数发生的原因是由于不同生产部门连锁的供求反应。增加 1 元投资，可能产生 10 元收入。

二、资本效率

来自于投资成本与收入之间的差额。这个差额就是利润率，凯恩斯称之为资本效率。

三、资本边际效率递减

所谓资本边际效率，就是每增加一个单位的投资量对利润率所产生的影响。所谓资本边际效率递减，就是资本的边际效率将随投资的增加而下降。就是说，在其他条件不变的情况下，投资越多，生产越多，资本效率也就逐渐下降。

资本效率为什么会递减？凯恩斯从供求两方面分析，认为原因有二：一是在充分竞争的条件下，一旦某种商品出现较高的投资效率，就会吸引人们增加投资，使得产出增加，引起供求状况变化，利润率下降，资本的边际效率就会减少。二是在同样充分竞争的条件下，对利润率较高的行业投资的增加，会增加有关要素的需求，引起要素价格上涨，加大投资成本。

四、预期不确定性

预期是对未来前景的主观判断，那么，影响人们预期的因素不管是客观的还是主观的，都存在着若干不确定性。

首先，决定预期的客观条件是不完全、不充分、不确切的。其次，决定预期的主观因素是不稳定、不理智、不健全的。投机心理在其中起着重要作用。

凯恩斯提出投资决定于预期、而未来预期又存在不确定性的概念，与古典经济学理论的基本前提假设有重大区别。在古典经济学体系中，经济的前景是确定的，经济人也对前景有明确的判断。即使考虑到未来的变化，这些变化也是可以精确计量的，不足以影响经济人的理性决策。凯恩斯的观点在很大程度上打破了理性经济人的固有假设。一些评论者，如琼·罗宾逊夫人等认为，这个“未来不确定”的思想，正是凯恩斯革命的真正意义之所在。正是因为揭示了不确定性的客观存在，凯恩斯才得以否定了市场经济能够自我完善、自行调节的传统理论，从而顺理成章地引出了国家干预的必要性。

第四节 利息和工资理论

一、流动（灵活）偏好

所谓的“灵活”是指资产周转的灵活性、或方便程度。货币是流动性最强的资产，随时随地都可以用来进行各种形式的消费和投资。因此灵活性是货币的一个重要特性。

二、利息与利率的本质

凯恩斯指出，利息纯粹是一种货币现象，它是获得货币的使用权所必须支付给货币所有者以补偿其暂时放弃对货币的灵活性偏好的报酬。

什么是利率？就是货币所有者不愿意放弃他对货币的灵活性偏好的程度。利率高，说明公众对货币灵活性的偏好程度高，所以需要较多的补偿才能使之放弃持有货币；利率低，则说明公众对货币灵活性的偏好程度低。

利率的变化又会反过来影响人们的偏好。如果利率高，人们就不愿多存货币而愿多买债券。如果利率低，人们就愿意多保留货币，而不买债券。

三、工资理论

凯恩斯反对庇古关于削减工人工资的主张，而是强调应该增加工资和减税。因为增税会对私人投资和消费产生挤出效应。

第五节 凯恩斯的经济政策主张

一、投资社会化

二、赤字财政政策

三、国际贸易理论

第六节 凯恩斯理论的影响

思考题

1. 凯恩斯是怎样分析有效需求不足的？
2. 预期不确定性在凯恩斯的理论体系中居于什么位置？
3. 你怎样理解“凯恩斯革命”？

参考及阅读书目

1. 济学流派的代表人物的代表作（原著）
2. [英]埃里克·罗尔：《经济思想史》，商务印书馆 1981 年版。
3. [英]埃德蒙·惠特克：《经济思想流派》，上海人民出版社 1974 年版。
4. [美]斯坦利·布鲁：《经济思想史》，机械工业出版社 2003 年版。
5. [美]亨利·斯皮格尔：《经济思想的成长》（上下册），中国社会科学出版社，1999 年版。
6. [美]小罗伯特·埃克伦德：《经济理论和方法史》，中国人民大学出版社，2001 年版。

《商业法律环境和公司治理》教学大纲

李欣宇 编写

目 录

前 言	1324
第一编 公司治理	1325
第一章 公司的法律本质： 什么是公司？	1325
第一节 公司的历史与作用	1325
一、公司的沿革	1325
二、公司的作用	1325
第二节 公司具有法人人格	1326
一、公司的人格要素	1326
二、公司的法人能力	1326
三、公司法人人格否认	1327
第三节 公司的责任形态	1327
一、公司的独立责任	1327
二、公司成员有限责任	1327
第四节 公司是营利企业	1328
一、公司与个人独资企业	1328
二、公司与合伙企业	1328
三、公司的种类	1329
四、一人公司与合资公司	1329
第五节 公司的社会责任	1329
一、公司社会责任的含义	1329
二、公司社会责任的理论基础	1329
三、公司社会责任的争论	1330
复习与思考题	1330
拓展阅读书目	1330
第二章 公司的设立	1331
第一节 公司设立概述	1331
一、公司设立的涵义	1331
二、公司的设立登记	1332
第二节 公司设立的条件	1332
一、有限责任公司设立的条件	1332
二、股份有限公司设立条件	1332
三、公司章程	1333
第三节 公司设立的程序和设立结果	1333
一、有限责任公司的设立程序	1333
二、股份有限公司的设立程序	1334
三、公司设立完成	1334
四、公司设立失败和无效	1334
第四节 公司资本	1335

一、公司资本的含义.....	1335
二、公司资本原则与资本形成制度.....	1335
三、公司资本募集的方式.....	1335
四、增加资本与减少资本.....	1335
复习与思考题.....	1336
拓展阅读书目.....	1336
第三章 股东与公司治理.....	1337
第一节 股东与公司治理概述.....	1337
一、公司治理的概述.....	1337
二、股东的含义.....	1337
三、股东权利和义务.....	1338
第二节 股东出资.....	1338
一、股东出资责任.....	1338
二、股东出资的形式.....	1339
三、有限责任公司出资的转让.....	1339
四、股份公司出资转让.....	1339
第三节 股东大会.....	1340
一、股东（大）会的含义.....	1340
二、股东会会议的种类.....	1340
三、股东会的职权.....	1340
四、股东会的召集.....	1340
五、股东会的决议.....	1341
复习与思考题.....	1341
拓展阅读书目.....	1341
第四章 公司经营者与公司治理.....	1342
第一节 董事会.....	1342
一、公司治理的基础理论与公司的组织机构.....	1342
二、董事会.....	1342
三、董事.....	1342
四、董事长职权.....	1343
五、董事会秘书.....	1343
六、董事会会议.....	1343
七、国有独资公司的董事会.....	1343
第二节 监事会.....	1343
一、监事会的概念、地位.....	1343
二、监事会的设置与功能探讨.....	1344
三、监事会的组成.....	1344
四、国有独资公司监事会.....	1344
五、监事会的职权.....	1344
第三节 经 理.....	1344
一、经理的含义.....	1344
二、经理的任职资格.....	1345

三、经理的职权	1345
四、经理的激励和自我保护	1345
第四节 董事、监事、经理的义务与责任	1345
一、董事、监事、经理的义务	1345
二、董事、监事、经理的民事责任	1346
复习与思考题	1346
拓展阅读书目	1346
第五章 公司的并购和终止	1347
第一节 公司的合并	1347
一、公司并购的理论	1347
二、合并的含义	1347
三、合并的方式	1348
四、合并的程序	1348
五、合并的法律效果	1348
第二节 公司的分立	1348
一、分立的含义	1348
二、分立的方式	1349
三、分立的程序	1349
四、分立的法律效果	1349
第三节 上市公司收购	1349
一、上市公司收购的概念及特征	1349
二、上市公司一般收购	1350
三、要约收购	1350
四、协议收购	1351
第四节 公司的终止	1351
一、公司终止的含义	1351
二、公司终止之一：解散	1351
三、公司终止之二：公司破产	1352
第五节 公司的清算	1352
一、清算的概念与法律意义	1352
二、清算的分类	1353
三、清算组织	1353
四、清算程序	1353
复习和思考题	1353
拓展阅读书目	1353
第二编 证券法	1354
第六章 证券法和证券市场	1354
第一节 证券和证券法概述	1354
一、证券的概念	1354
二、证券种类	1354
三、证券市场的含义	1355
四、证券法的原则	1355

第二节 信息披露概述.....	1355
一、信息披露制度的概念与意义.....	1355
二、信息披露方式和事务管理.....	1356
三、信息披露制度的内容.....	1356
四、信息公开的监管.....	1356
第三节 证券交易所.....	1356
一、证券交易市场概述.....	1356
二、证券交易所的概念.....	1357
三、证券交易所的基本职能.....	1357
四、证券交易所的组织机构.....	1357
五、证券交易所的设立和解散.....	1357
六、证券交易所的行为规则.....	1357
第四节 证券公司.....	1358
一、证券公司的含义.....	1358
二、证券公司的分类.....	1358
三、证券公司的设立条件.....	1358
四、证券公司及其从业人员的管理.....	1358
第五节 证券交易服务机构和证券业协会.....	1359
一、证券登记结算机构.....	1359
二、证券投资咨询公司.....	1359
三、证券资信评估机构.....	1359
四、其他证券交易服务机构.....	1359
五、证券业协会.....	1359
复习和思考题.....	1360
拓展阅读书目.....	1360
第七章 证券发行、上市与交易.....	1361
第一节 股票发行.....	1361
一、证券发行概述.....	1361
二、证券发行审核制度.....	1361
三、股票发行的条件.....	1362
四、股票发行程序.....	1362
第二节 公司债券的发行与转让.....	1362
一、发行主体.....	1362
二、公司债券的发行条件.....	1362
三、发行程序.....	1363
四、可转换公司债的发行.....	1363
五、公司债持有人保护制度.....	1363
第三节 证券承销制度.....	1363
一、证券承销简介.....	1363
二、证券承销的法定要求.....	1364
三、证券发行上市保荐制度.....	1364
第四节 证券上市.....	1364

一、证券上市含义.....	1364
二、证券上市条件.....	1365
三、证券上市程序.....	1365
四、上市暂停与终止.....	1365
第五节 证券交易程序与种类.....	1366
一、证券交易的概念和特征.....	1366
二、证券交易程序.....	1366
三、场外交易.....	1366
四、证券交易种类.....	1366
五、证券交易的强制性规则.....	1366
复习和思考题.....	1367
拓展阅读书目.....	1367
第八章 证券市场监管和证券违法行为.....	1368
第一节 证券监督管理机构.....	1368
一、证券监管目标.....	1368
二、证券监管体制.....	1368
三、证券监管机构的职责范围.....	1368
四、证券监管机构的执法权.....	1368
五、证券监管机构及其工作人员的行为准则.....	1369
第二节 证券违法行为和责任.....	1369
一、证券违法行为的概述.....	1369
二、虚假陈述及其法律责任.....	1369
三、内幕交易的法律责任.....	1370
四、操纵市场的法律责任.....	1370
五、欺诈客户的法律责任.....	1370
复习与参考题.....	1370
拓展阅读书目.....	1371
第三编 合同法.....	1372
第九章 合同概述.....	1372
第一节 合同的概念和特征.....	1372
一、合同的含义.....	1372
二、合同关系.....	1372
三、合同的分类.....	1372
第二节 合同的形式.....	1373
一、合同形式的概述.....	1373
二、口头形式.....	1373
三、推定形式.....	1374
四、书面形式.....	1374
第三节 合同成立的概念和要件.....	1374
一、合同的成立含义.....	1374
二、要约.....	1374
三、承诺.....	1375

第四节 合同的条款	1376
一、提示性的合同条款	1376
二、合同的主要条款和特意待定条款	1376
第五节 合同内容：合同权利与合同义务	1377
一、合同权利	1377
二、合同义务	1377
复习和思考题	1378
拓展阅读书目	1378
第四编 担保法	1379
第十章 担保法概论	1379
第一节 担保物权	1379
一、担保物权的含义	1379
二、抵押权	1380
三、质权	1380
四、留置权	1380
五、担保物权竞合理论	1381
第二节 抵押权	1381
一、抵押权的含义	1381
二、抵押权的设定	1381
三、抵押权的效力	1382
四、抵押权的实现	1382
五、抵押权的消灭原因	1382
六、特殊抵押权	1382
第三节 债的担保	1383
一、债的担保的概念和种类	1383
二、保证	1383
三、定金	1383
复习和思考题	1384
拓展阅读书目	1384

前 言

本课程是一门综合性的商业法制课程，力图介绍商业经营活动的基本法制框架。

本课程的目的是让管理经济类专业的学生整体、高效地把握我国现有的商业法律环境的概貌，掌握商业活动中需要运用的部门法律知识。商业企业既要在符合法律要求的前提下规范经营，还可以充分利用法律工具积极维护自身利益，保护交易安全，减少制度成本和法律障碍，谋求更高的经营业绩。

本课程跨越部门法的界限，针对商科学生的特点，侧重现实的法律应用，从商业经营的客观需要出发，重新整理组合，从整体上介绍现代合格经理人最低限度需要了解的经营法律环境。包括，经营主体法律制度，主要是公司法律制度；商业活动需运用的交易合同制度；交易安全担保制度以及资本证券市场法律制度等等。

本课程为 36 课时

第一编 公司治理

第一章 公司的法律本质： 什么是公司？

教学目的和基本要求：

公司是市场经济中最重要的主体,是最典型的企业法人。本章从公司的历史发展入手,介绍了公司最重要的几个面向：公司法人的人格要素和法人能力、法人格否认、有限责任、公司作为营利企业和社会责任等内容，使学生对公司与公司法有一个梗概性的了解。

本章的学习重点在于公司的法律特征及其与其他企业形态的联系与区别、以及股东有限责任的作用、一人公司的规定和公司分类中公司种类。难点在于准确理解公司的法人性质。

学时要求：4 学时

第一节 公司的历史与作用

一、公司的沿革

（一）公司的萌芽时期

在公司出现以前，从事商业活动的除单个的个人以外，主要是独资企业和各种合伙组织。在古代简单商品经济条件下，独资企业是最原始的、主要的企业形式。合伙的形式有康曼达 Commenda 和陆上合伙两种形式。

1. 独资企业
2. 各种合伙组织

（二）最早产生的公司是无限公司

这种无限公司与以往的合伙团体相比较具有了法人地位，但实质上它与合伙没有本质的区别。有关无限公司的第一个立法是 1673 年法国路易十四颁布的商事条例。

（三）两合公司产生

15 世纪出现的康孟达组织演变而来。康孟达本是一种商事契约，是航海者与资本家合作的一种商业合伙形式。按此种契约形成的企业组织即为康孟达组织。最终导致了两合公司的产生。从历史顺序看，两合公司两合公司是在无限公司之后产生的另一种公司形式。

两合公司的无限责任股东负责公司的经营管理，而有限责任股东只提供资本，分享盈利，这使得它能适应不同人的客观条件和需要，达到盈利的目的。但两合公司也有其不足。

至于股份两合公司，则是在股份有限公司出现以后，于 18 世纪末产生的一种公司形式。

（四）股份有限公司的产生

（五）中国的公司制度

二、公司的作用

- （一）公司为拥有资本的人提供了投资途径
- （二）限制投资风险
- （三）募集经营资金

公司是筹集资金最为有效的组织形式。首先，组建和成立公司本身就是募集资金的重要手段。

其次，公司成立后亦具有优越的融资能力。其中最重要的就是公司可以发行股份和公司债券，使这种通过发行有价证券方式进行的融资具有一般融资手段难以达到的融资效果。第三，公司的融资具有融资成本低、融资手段灵活和规模大、速度快的特点。

（四）实行科学管理

第二节 公司具有法人人格

一、公司的人格要素

- （一）公司拥有独立的财产
- （二）公司设有独立的组织机构
- （三）公司名称
- （四）公司住所
- （五）要经过公司登记确认

二、公司的法人能力

（一）公司权利能力范围的限制

- 1. 性质上的限制
 - 2. 法律上的限制
 - （1）转投资对象的限制
 - （2）担保的限制
 - （3）借贷的限制
 - 3. 目的上的限制
- #### （二）公司的法定代表人
- 1. 公司的行为能力是指公司通过自己的意思表示构建法律关系的资格
 - 2. 公司法定代表人的构成
 - 3. 法定代表人的代表行为构成要件
 - （1）具有代表人的身份；
 - （2）以法人的名义；
 - （3）在权限范围内，
 - （4）公司行为的外在推定形式

法定代表人签章和公司印章；

（三）公司的侵权行为（能力）

- 1. 公司的侵权行为的构成要件
 - （1）公司的工作人员实施的行为；
 - （2）须公司工作人员所实施的行为与公司职务有密切关系
 - （3）具备一般侵权行为的要件；即过错、违法性、因果关系和损害等四个要件。
- 2. 公司侵权行为的法律责任
 - （1）公司的责任：由公司直接承担，由公司向受害人承担赔偿责任
 - （2）行为人（工作人员）的责任

三、公司法人人格否认

（一）公司法人人格否认的意义

不是对公司法人人格制度的否定，而只是对这一制度必要的补充和完善。

（二）公司法人人格否认的适用要件

1. 主体要件

只能是公司积极股东（参与公司管理的股东，而非消极股东），相对人是受损害的“公司债权人”

2. 行为要件

关键是：滥用公司法人独立地位和股东有限责任来逃避债务的行为，并给他人或社会造成了损害，有限责任公司要严重损害债权人利益，而一人公司只要财产混同就可能被适用。

包括公司资本显著不足、利用公司回避合同义务、利用公司规避法律义务、公司法人人格的形骸化（财产混同、组织混同、业务混同）等。

3. 适用后果

滥用公司人格的股东对公司债务承担连带责任。

第三节 公司的责任形态

一、公司的独立责任

（一）涵义：公司独立承担财产责任。公司以其自身拥有的全部资产对其债务负责。公司的独立责任是其独立人格的标志，是公司具有法人地位的集中表现。

（二）内容：公司财产责任的独立性至少包括以下三个方面的独立：其一，公司责任与股东责任的独立。其二，公司责任与其工作人员责任的独立。其三，公司责任与其它公司或法人组织责任的独立。

（三）作用：公司财产责任的独立性，保障了投资者的安全，因而大大地增强了公司在吸收资本方面的作用。在我国更具有重要意义。

二、公司成员有限责任

（一）有限责任的涵义

1. 是股东的有限责任

是股东以其出资为限，对公司债务承担责任。最早，在公司制企业发展过程中，是作为对出资人的享有的优待。有特许公司逐渐扩展到一般的注册公司。它是现代公司法律制度的基础。

以责任形式为准，股东针对债权人的责任分为直接责任和间接责任；以责任数额为准，可分为无限责任和有限责任。

（二）有限责任的作用

1. 鼓励投资

2. 有利于降低股东参与公司治理、监督经营者的成本

3. 利于提高股份的流动性，推动现代证券市场的发展

（三）债权人因股东承担风险的合理性讨论

1. 每一个债权人都有债权无法满足的风险，债权人明知对方“有限公司”

2. 已经有投资资本作为保证了

3. 债权人可通过一系列手段进行风险控制：担保、监督和合同订立

（四）股东有限责任的例外

当股东滥用公司法人资格时，则不适用有限责任。引起“法人格否认”的发生。

（五）其他责任形态：倍数责任和比例责任

倍数责任，是指股东以其投资的双倍或三倍为限对公司债务承担责任。19 世纪美国曾采用。

比例责任，是指股东按照其在公司中的投资比例对公司债务承担责任的方式。它属于直接责任，债权人可直接对股东主张债权。但此方法的困难在于，公司的债务总额难以确定，这种责任接近无限责任。

第四节 公司是营利企业

一、公司与个人独资企业

（一）独资企业的概念。

1 特征：投资主体具有单一性、不具有法人地位、财产具有相对独立性、投资人承担无限责任

2. 独资企业与个体工商户不同

3. 个人独资企业的设立条件

（三）独资企业与公司的区别在于：

1. 设立主体不同

2. 成员人数不同

3. 法律地位不同

4. 财产关系不同

5. 经营管理不同

6. 责任承担不同

二、公司与合伙企业

（一）合伙的概念和类型。

合伙（Partnership），是指二人以上按合伙协议，各自出资、共同经营组成的营利性组织。类型：

1. 民事合伙与商事合伙；2. 个人合伙与法人合伙；3. 企业型合伙与非企业型合伙

4. 显名合伙与隐名合伙；5. 普通合伙和有限合伙

（二）合伙企业的法律特征

1. 以合伙人订立合伙协议为基础

2. 以共同出资为前提

3. 合伙的财产归全体合伙人共有

4. 以共同经营、共享收益、共担风险为特征

5. 以合伙人共担无限连带责任为保证

6. 具有延续性

（三）合伙企业与公司的区别在于：

1. 成立基础不同

2. 法律地位不同

3. 财产关系不同

4. 人身关系不同

5. 管理权利不同

与公司的管理方式完全不同，合伙企业的事务执行可分为：（1）全体合伙人共同执行合伙事务；（2）部分合伙人执行合伙事务，不参加执行事务的合伙人有权监督。（3）合伙人分别执行合伙事务。

6. 盈亏分配不同

7. 责任承担不同

8. 税收不同

三、公司的种类

1. 无限公司、有限公司、股份有限公司与两合公司

2. 封闭式公司与开放式公司

3. 人合公司、资合公司与人合兼资合公司

4. 母公司与子公司

5. 关联公司与公司集团

6. 本公司与分公司

7. 本国公司、外国公司（包括跨国公司和离岸公司）

四、一人公司与合资公司

（一）一人公司的含义

所谓一人公司，是指股东只有一人，全部股份由一人拥有的公司。

各国公司法和理论学说表现出三种不同的态度：一是完全承认；二是完全不承认；三是有限制地承认；

（二）一人公司的特别法律规则

1. 更高的最低资本额标准和更严格的出资交纳要求

2. 规定了设立一人公司的限制

3. 规定了特别的公示和透明要求

4. 规定了更简易的管理方式

5. 强调了会计审计的要求

6. 规定了财产独立举证责任倒置的法律规则

第五节 公司的社会责任

一、公司社会责任的含义

公司社会责任是指公司不能仅仅以最大限度的为股东们盈利为唯一目的，而应当兼顾股东利益之外的其他所有社会利益。包括，1. 经营活动必须守法，不得损害其他人的利益。2. 考虑适当的伦理因素，进行负责任的营业行为。例如，不与污染企业交易、不买劳改产品等。3. 为公众福祉、人道主义、教育和慈善目的，而进行捐款。（这是美国法律研究院的定义的内容）

二、公司社会责任的理论基础

1. 公司利害关系人理论

公司利益不仅是股东利益的集合，而是包括股东、债权人、职工、消费者甚至社区居民等利益在内的利益相关者的利益集合。

2. 公司作用力理论

现代公司经济力量强大，公司有可能滥用经济力量，制造社会问题，如，污染环境、侵害职工利益、欺诈消费者等。人们希望公司能肩负起社会使命，承担相应的社会责任。

三、公司社会责任的争论

1. 反对的声音

(1) 这种努力可能一事无成。(2) 公司承担社会责任的成本很大程度上提高产品价格的形式由消费者承担。(3) 公司履行社会责任会降低股东自己履行社会责任的能力，如果公司利润最大化，则股东财富增加，股东可以更好的作出贡献。(4) 经理推卸经营不善的责任，影响公司发展和社会财富增长。(5) 我国市场经济初级阶段，不适提倡社会责任。

2. 我国《公司法》上的社会责任

(1) 第5条的社会责任宣示

公司经营必须守法、遵守社会公德、商业道德、诚实守信、接受政府和社会的监督，承担社会责任。

(2) 保护职工利益

公司要与职工签订劳动合同、参加社会保险、加强劳动保护；依法组织工会，工会可以代表职工依法与公司签订集体合同；公司监事会中要有 1/3 以上的职工代表参加；等等。

(3) 保护债权人

例如公司人格否定、公司资本制度的一些内容等。

(4) 其他社会责任

复习与思考题

1. 公司法定代表人的构成？
2. 如何理解公司财产责任的独立性？
3. 一人公司和个人独资企业的异同
4. 分公司和子公司之间的法律地位有何不同？
5. 对公司社会责任的评价

拓展阅读书目

1. 江平主编《法人制度论》中国政法大学出版社 1994 年版 第 1—41 页
2. [日]大塚久雄著 胡企林等译《股份公司发展史论》中国人民大学出版社 2002 年版第 391-469 页
3. 虞政平著《股东有限责任》法律出版社 2001 年版第 92—155 页
4. 刘连煜著《公司社会责任》中国政法大学出版社

第二章 公司的设立

教学目的和基本要求：

设立公司需要依照法律规定的条件和程序，完成一定的行为，为公司组织取得独立的主体资格，从而进入市场参与商业经济生活。而公司章程是公司自治规则，是公司高效有序运行的重要基础，是公司、公司股东和公司高级管理人员的行为规则。设立公司必须表明公司拥有专门用于经营的财产，这体现为公司的资本制度内容。

本章的学习重点主要在于公司设立的条件、程序、公司章程的法律地位和公司的资本制度。本章的学习难点在于区别公司的设立与成立、准确把握设立中公司的法律地位、理解法定资本制和授权资本制度。通过本章学习，应对上述学习重点熟练掌握，并能结合具体的理论和实践问题加以分析和运用。

学时要求：4 学时

第一节 公司设立概述

一、公司设立的涵义

（一）公司设立的原则

1. 特许设立
2. 核准设立
3. 单纯准则登记设立
4. 严格准则登记设立

我国现行的公司设立原则是严格准则设立主义

（二）公司设立的方式

1. 发起设立

（1）定义

是指由发起人认购应发行的全部股份而设立公司。可以有效缩短公司设立的周期，减少公司的设立费用，降低公司的设立成本。不过，发起设立方式一般适合规模不大的公司。

（2）法律限制

公司全体发起人的首次出资额不得低于注册资本的百分之二十，其余部分由发起人自公司成立之日起两年内缴足；其中，投资公司可以在五年内缴足。且均不得低于设立公司的最低资本下限，有限公司 3 万，股份公司 500 万。

2. 募集设立

（1）概念及种类

募集设立，是指发起人认购公司应发行股份的一部分，其余部分向社会公开募集或者向特定对象募集而设立公司。充分吸收社会闲散资金，但设立程序较为复杂、不利于实现发起人对公司的控制权等。包括两种方式：定向募集设立和公募设立方式。

（2）法律限制和优缺点

我国以募集设立方式设立股份有限公司的，发起人认购的股份不得少于公司股份总数的百分之三十五，法律、行政法规另有规定的从其规定。

二、公司的设立登记

（一）公司登记概述

1. 公司登记的类型

公司登记通常分为设立登记、变更登记和解散登记等

公司登记不同于营业登记。

2. 公司登记的机关

我国的公司登记机关是国家工商行政管理局和地方各级工商行政管理局。

无论是设立、变更、注销公司登记，均应在同一登记机关进行登记。而且，虽然企业迁移或跨地区设立分支机构需要在其他登记机关登记，但还须在原登记机关做变更登记。

3. 公司设立登记的意义

（1）公司取得从事经营活动的合法凭证

（2）公司取得法人资格

（3）公司取得名称专用权

（4）便于国家管理

（二）公司设立登记的程序

一般而言，各种公司的设立登记应共同遵守的基本程序主要有下列各项：

1. 提出申请

2. 审查核准

3. 公告

4. 登记的更正和撤销

（三）分公司的设立登记

设立分公司的两种情形

1. 在公司设立的同时设立分公司

2. 在公司成立后设立分公司

第二节 公司设立的条件

一、有限责任公司设立的条件

（一）主体条件

我国有限责任公司股东由 50 个以下的股东出资设立。可以有一人公司。

（二）财产条件

我国有限责任公司的注册资本最低限额为人民币 3 万元。

（三）组织条件

组织要件包括公司的名称、住所、及依法建立符合有限责任公司要求的组织机构等。

（四）订立公司章程

二、股份有限公司设立条件

（一）主体条件

我国要求股份有限公司，应当有 2 人以上 200 人以下发起人，其中须有过半数的发起人在中国境内有住所。发起人既可以是自然人，也可以是法人。

（二）财产条件

1. 资本最低限额要求

公司全体发起人的首次出资额不得低于注册资本的百分之二十，其余部分由发起人自公司成立之日起两年内缴足；其中，投资公司可以在五年内缴足。在缴足前，不得向他人募集股份。

股份有限公司采取募集方式设立的，注册资本为在公司登记机关登记的实收股本总额。

股份有限公司注册资本的最低限额为人民币五百万元。

2. 资本应划分为股份，并且各股金额一般应为均等。

（三）组织条件及住所

（四）设立行为和公司章程

三、公司章程

（一）公司章程的特征

作为公司自治规则，公司章程即公司宪章

1. 法定性

2. 公开性

3. 自治性

4. 公司设立协议与公司章程的区别

（二）章程的制定、修改

1. 发起设立股份有限公司由发起人制订公司章程，采用募集方式的经创立大会通过。国有独资公司章程由国有资产监督管理机构制定或者批准。

2. 修改公司章程的权限专属于公司的权力机构，即股东会和股东大会的职权范围。

3. 修改公司章程须以特别决议为之。公司变更章程须办理相应的变更登记，否则，不得以其变更对抗第三人。

（三）公司章程的内容

1. 绝对必要记载事项

2. 相对必要记载事项

属于授权性的法律规范。事项一旦记载于公司章程，就要产生约束力。没有记载于公司章程的事项不生效。

3. 任意记载事项

4. 其他规范文件的规定

（四）公司章程的效力

1. 时间效力

2. 公司章程对公司

公司应当在登记的经营范围内从事经营活动。当事人超越经营范围订立合同，人民法院不因此当然认定合同无效。

3. 公司章程的对人效力

第三节 公司设立的程序和设立结果

一、有限责任公司的设立程序

（一）发起人发起

- (二) 订立公司章程
- (三) 申请名称预先核准
- (四) 报经有关部门审核
- (五) 认缴和实际缴纳出资
- (六) 申请设立登记
- (七) 登记发照

二、股份有限公司的设立程序

- (一) 签订发起人协议
- (二) 制定公司章程
- (三) 申请名称预先核准
- (四) 认购股份
- (五) 募集股份
- (六) 召开创立大会并建立公司机构
- (七) 设立登记

三、公司设立完成

- (一) 设立完成的一般效力

意味着公司自此取得法律人格，可依注册登记的经营范围和经营方式开展生产经营活动。

- (二) 设立中公司的法律地位

设立中的公司是一种权利能力受限制的社团，成为非法人团体，该设立中公司只能从事与设立人公司有关的事项，由此产生的权利义务最终有设立后的法人公司承受。

四、公司设立失败和无效

- (一) 含义
- (二) 发起人的责任

1. 连带赔偿责任

设立费用及债务原则上应由成立后的公司承担，但当公司不能成立时，即由发起人对设立行为所生费用和债务负连带赔偿责任。

2. 对已收股款的返还责任

- (三) 设立无效的原因

1. 设立公司的发起人违反主体资格的要求

2. 设立行为本身有瑕疵

- (1) 章程欠缺或违法

- (2) 公司的设立不符合《公司法》规定的条件

3. 其他原因

如法院依职权根据股东申请无效而作的判定。

- (四) 设立无效的提出

- (1) 在公司设立登记后、营业开始前，任何人均可提出公司设立无效的主张。

(2) 在公司设立登记完成并开始营业后，由特定人在法定期间内通过诉讼程序提出公司设立无效的主张。

- (五) 设立无效的法律后果

- (1) 因违反强制性规定等导致的，则公司进行清算，公司消灭。
- (2) 无效原因只存在于某股东，可以保留该公司，而存无效原因的股东退出公司。
- (3) 法院判决公司设立有效，原告有恶意或重大过失的，应对公司负连带的损害赔偿责任。

第四节 公司资本

一、公司资本的含义

又称股本或股份资本，是公司成立时章程规定的，由股东出资构成的财产总额。而且，资本是公司自有的独立财产、是一个抽象的财产金额、是一个确定不变的财产数额。

二、公司资本原则与资本形成制度

(一) 公司资本原则

1. 资本确定原则

这一原则是指公司在设立时，必须在章程中对公司的资本总额作出明确规定，并须全部认足或募足，否则公司即不能成立。

2. 资本维持原则

又称资本的充实原则，它是指公司在其存续过程中，应经常保持与其资本额相当的财产。

3. 资本不变原则

这一原则是指公司的资本一经确定，即不得随意改变，如需增减，必须严格按法定程序进行。

(二) 公司资本形成制度

1. 法定资本制

(1) 法定资本制含义

(2) 评价

2. 授权资本制

(1) 授权资本制含义

(2) 授权资本制的评价

3. 折衷资本制

(1) 许可资本制

(2) 折衷授权资本制

(三) 最低资本额制度及其法律意义

三、公司资本募集的方式

(一) 发起人募集与认股人募集

(二) 公开募集与不公开募集

(三) 一次募集与分次募集

(四) 内部募集与外部募集

四、增加资本与减少资本

(一) 增加资本

1. 增资的目的和意义

2. 增资的方式

3. 增资条件和程序

有限公司增资的条件由公司自行决定。但股份有限公司因其公众性特点，法律对其增资予以必要的限制。我国公司法第 134 条关于新股发行条件的规定同时也是股份有限公司增资的条件。

在法律程序上，公司增资必须经过股东大会决议，变更公司章程，并办理相应的变更登记手续。

（二）减少资本

1. 减资的目的和意义

2. 减资的方式

（1）同比减资与不同比减资

（2）返还出资的减资、免除出资义务的减资与销除股权或股份的减资

（3）减少股份数额与减少股份金额

3. 减资的条件和程序

（1）股东大会作出减资决议，并相应地对章程进行修改；

（2）编制资产负债表及财产清单。

（3）通知债权人和对外公告

（4）债务清偿或担保

（5）办理减资登记手续

复习与思考题

1. 公司设立和成立有何区别？
2. 公司章程和设立协议的区别
3. 以公司法规定，设立股份有限公司须具备哪些条件？
4. 法定资本制和授权资本制的比较
5. 公司设立中发起人的责任？

拓展阅读书目

1. 《中华人民共和国公司登记管理条例》2005 年修订
2. 周友苏著 《公司法论》法律出版社 2006 版 108-193 页

第三章 股东与公司治理

教学目的和基本要求：

股东享有股权，也是公司财产的最终的拥有者，公司经营状况的好坏对股东具有直接地影响。由此，股东有动力积极参与公司重大事务决策，行使股东的权利，监督经营者工作，改善提高企业的治理水平。公司法把实现股东利益最大化作为价值取向，切实保护股东的权利不受侵犯，充分尊重股东的意志自由，建立合理有效的股东权利实现机制。本章从股东和公司治理的关系入手，介绍了股东资格的取得与丧失、股东的权利和义务、股东的出资制度、股东大会的职权和召集等制度。

本章的学习重点主要在于股东的法律地位、股东的权利的内容、股权的概念及法律特征、股东出资的形式和股权转让的规定以及股东大会的职权和召集等规定。本章的学习难点在于理解股权的法律性质、股权转让的程序、股权的救济制度等。

学时要求：3 学时

第一节 股东与公司治理概述

一、公司治理的概述

（一）公司治理的基础理论

1. 委托-代理理论
2. 利益相关者理论

（二）公司治理的模式

1. 什么是公司治理
2. 德国和日本的治理模式
3. 英美国家的治理模式
4. 其他模式

（三）公司治理的现状和局限

（四）股份结构对公司治理的影响

二、股东的含义

（一）股东的构成

1. 参与公司设立或者认购公司首次发行股份或出资的原始股东。
2. 公司成立后因依法转让、继承、赠与或法院强制执行等原因取得股东地位的继受股东。
3. 公司成立后因公司增资而加入的新股东。
4. 隐名股东

指公司的实际出资人，但表面不具备股东形式，如公司章程、股东名册、公司登记中均把出资记载为他人。隐名股东属于“实际控制人”一种，但不属于公司股东

在公司出资不实或抽逃出资情况下，隐名股东需要与显名股东承担连带责任。

（二）股东资格的取得与丧失

1. 股东资格的取得方式
2. 股东资格的限制
3. 股东资格的丧失

（三）股东资格的表征

1. 有限公司的出资证明书
2. 股份公司的股票
3. 股东名册
4. 股东登记

三、股东权利和义务

（一）股权的类型

1. 自益权和共益权
2. 固有权和非固有权

固有权是公司法赋予股东的、不得以公司章程或股东（大）会决议予以剥夺或限制的权利。非固有权是指依公司章程或股东（大）会决议可剥夺或可限制的权利。

3. 单独股东权和少数股东权
4. 一般股东权与特别股东权

（二）股权的法律性质

较有影响观点主要有所有权说、社员权说、股东地位说、独立民事权利说等

（三）股东权利的具体内容

（四）股权的行使

1. 委托代理行使制度
2. 股权的转让

（五）股权的救济

1. 股东权利的司法救济之一：股东直接诉权

- （1）撤销决议之诉
- （2）损害赔偿之诉
- （3）请求行使查阅权之诉
- （4）异议股东股份回购请求权之诉
- （5）解散公司之诉

2. 股权的司法救济之二：股东代表诉讼

（六）股东的义务

1. 一般股东的义务
2. 控股股东的义务
 - （1）股东表决权排除制度
 - （2）限制控股股东表决权条款。
 - （3）直接规定控股股东的诚信义务：包括注意义务和忠实义务

第二节 股东出资

一、股东出资责任

（一）股东出资义务：按行为方式不同，股东违反出资义务的行为可表现为完全不履行、未完全履行和不适当履行三种形式。

（二）出资违约责任。救济手段主要有：

1. 追缴出资
 2. 催告失权。又称失权程序。
 3. 损害赔偿
- （三）资本充实责任，
1. 认购担保责任
 2. 缴纳担保责任，亦称出资担保责任
 3. 对其他发起人的出资承担连带责任

二、股东出资的形式

（一）法定股东出资形式的条件

1. 可以用货币估价。
2. 可转让性

（二）股东出资的法定形式

1. 货币出资
2. 实物出资
3. 知识产权出资
4. 土地使用权出资
5. 其他出资形式问题

股权、债权、劳务、信用、经营权、采矿权、承包经营权等各种财产权的出资，需要研究。

（三）股东出资的法定要求

1. 出资的价值评估
2. 出资的比例结构

全体股东的货币出资金额不得低于有限责任公司注册资本的百分之三十。

3. 出资的履行原则

（1）足额缴纳

（2）分期缴纳

4. 出资的履行方式

股东以货币出资的，应当将货币出资足额存入银行账户；以非货币财产出资的，应当依法办理其财产权的转移手续。

5. 出资的验资

三、有限责任公司出资的转让

（一）转让的方式及限制

1. 公司内部出资转让。
2. 股东向股东以外的人转让股权。应当经其他股东过半数同意。经股东同意转让的股权，在同等条件下，其他股东有优先购买权。

（二）出资转让的程序

四、股份公司出资转让

（一）股份转让的限制

1. 对股份转让场所的限制
2. 对发起人所持股份的转让的限制

自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。

3. 对公司负责人：董事、监事、经理持有本公司股份的转让限制

在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。

4. 对国家授权投资的机构所持股份的转让限制

5. 对公司收购自身股份的限制

6. 持有 5%股份的股东的限制

7. 股东在法定的“停止过户期”的时限内不得转让股份

(二) 股份转让的方式

1. 记名股的转让

2. 无记名股的转让

(三) 记名股票被盗、遗失或者灭失的处理

可以公示催告程序，请求人民法院宣告该股票失效。而后，股东可以向公司申请补发股票。

第三节 股东大会

一、股东（大）会的含义

股东会，也称为股东大会，是指依法由全体股东组成的公司权力机构。股东会作为公司的组织机构之一，是公司的最高权力机关；是公司依法必须设立的公司组织机构；股东会须由全体股东组成。这里需要区分作为公司机关的股东会与作为股东会议的股东会。

二、股东会会议的种类

(一) 定期会议

(二) 临时会议

(三) 类别股东会

类别股东会只是一种会议，非股东大会也非公司机关。我国公司法没规定。

三、股东会的职权

股东会为公司最高权力机构，因此，股东会行使的职权一般是针对公司的重大事项。股东会有法定职权和章程规定职权两类，公司可以以章程的形式规定除法定职权以外的其他职权，自我赋权。

四、股东会的召集

(一) 召集人

董事会召集、首次会议由出资最多的股东召集、股份有限公司的发起人；

有限公司董事会或者执行董事、监事会或者不设监事会的公司的监事、代表十分之一以上表决权的股东。股份公司的董事会、监事会、连续九十日以上单独或者合计持有公司百分之十以上股份的股东可以。

(二) 召集时间

(三) 召集通知

(四) 股东大会提案

一般由董事会制订股东大会会议程并有提案；监事会有提案权。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开十日前提出临时提案并书面提交董事会；

五、股东会的决议

（一）股东法定出席比例

（二）投票方式

1. 本人投票制与委托投票制
2. 现场投票制与通讯投票制
3. 直接投票制与累积投票制

（三）决议通过的法定比率

1. 普通决议
2. 特别决议

适用特别决议的事项主要有：（1）修改公司章程；（2）增加或减少注册资本；（3）公司的分立、合并或者解散（4）变更公司形式。（5）上市公司在一年内买、卖重大资产或担保金额超过公司资产总额 30%的，由出席会议的股东所持表决权 2/3 通过，等等。

复习与思考题

1. 股东具有哪些权利？
2. 简述股东的资本充实责任
3. 股东出资的形式有哪些？
4. 股东大会特别决议的事项

拓展阅读书目

1. 刘俊海著 《股份有限公司股东权的保护》法律出版社 1997 年版
2. 江平、孔祥俊著《论股权》载于《中国法学》1994 年第 1 期

第四章 公司经营者与公司治理

教学目的和基本要求：

公司经营者控制公司的日常运营，处于公司治理的中心地位。激励和监督公司经营者的工作，是攸关公司发展的重大问题。公司内部组织机构除股东（大）会外，通常得由决策与代表机构、执行机构、监督机构等构成，各机构合作分工，执掌公司不同的权力。但各国公司的组织机构并不一致。本章介绍了公司董事会、监事会及经理这三种公司基本组织机构的职权和职责，探讨了董事的忠诚义务和勤勉义务以及独立董事的地位和职权。本章的论述兼而介绍了外国公司法的一些规定，以使学生对各国公司的组织机构有一个概括的了解。

本章学习的重点在于公司董事会的职权与决议、监事会的职权、经理的职权以及董事、监事、经理的忠实、善管义务与民事责任。本章学习的难点在于分析各种公司组织机构如何在激励与约束中达到权力制衡以及董事和高管的义务和责任。

课时要求：3 课时

第一节 董事会

一、公司治理的基础理论与公司的组织机构

- （一）组织机构的地位和基本构成
- （二）公司治理中的内部人控制问题
- （三）公司组织机构设置的原则

1. 股东权力原则
2. 激励与约束并举的权力制衡原则
3. 信息披露与透明度原则
4. 利益相关者参与公司治理原则
5. 其他原则。公司组织机构的设置还应当贯彻分权制衡原则、效率原则、经济民主原则等。

二、董事会

- （一）从股东会中心主义到董事会中心主义
- （二）概念与特点

董事会是指依法由股东会选举产生，代表公司并行使经营决策权的公司常设机关。董事会具有以下特点：

1. 董事会是公司的经营决策机关
2. 董事会是公司法定的常设机关
3. 在我国，董事成员为自然人，法人不能成为董事。
4. 公司董事会其组成人数应当是单数。我国有限责任公司的董事会，由 3—13 人组成，或者设一人执行董事，股份有限公司的董事会由 5—19 人组成。

- （三）职权

三、董事

- （一）董事的种类

1. 内部董事（也称执行董事）

同时担任公司其他职务的董事为内部董事。

2. 外部董事（也称非执行董事）

在担任董事职务的公司不再同时担任其他职务的董事

3. 独立董事

4. 执行董事

5. 职工董事

（二）董事的任职资格限制

（三）董事的任期和董事的延时履职制度

董事任期届满未及时改选，或者董事在任期内辞职导致董事会成员低于法定人数的，在改选出的董事就任前，原董事仍应当依照法律、行政法规和公司章程的规定，履行董事职务。

四、董事长职权

五、董事会秘书

六、董事会会议

（一）董事会会议的种类

1. 普通会议

2. 临时会议

3. 专门委员会

战略、审计、提名、薪酬与考核等专门委员会。

（二）董事会会议的召集

董事会由董事长、或者由董事长指定副董事长或者其他董事、或者由半数以上董事共同推举一名董事召集。得票数最多的董事召集第一次董事会会议。

（三）董事会的决议

七、国有独资公司的董事会

成员为 3 人至 9 人，一是由国家授权投资的机构或者部门委派或者更换；二是由公司职工民主选举产生。

国有独资公司董事会的职权范围，包括经授权的股东会的一部分职权。

对国有独资公司的负责人规定了专任制度。

第二节 监事会

一、监事会的概念、地位

在实行“单层制”的英美法国家，没有监事会这一机构，其职能由其他机构执行。

监事会是依法产生，对董事和经理的经营管理行为及公司财务进行监督的常设机构。它代表全体股东对公司经营管理进行监督，行使监督职能，是公司的监督机构。

监事会的特点如下：

1. 监事会是由依法产生的监事组成的

2. 监事会是公司事务进行监督的机构
3. 监事会行使职权的独立性
4. 监事个人与监事会并行行使监督职权

二、监事会的设置与功能探讨

三、监事会的组成

1. 监事会由监事组成
2. 关于监事会的监事数目
3. 关于监事的任职资格
4. 撤换。《上市公司章程指引》：监事连续两次不能亲自出席监事会议，应予撤换。此外，每届任期 3 年。
5. 监事的延时履职制度。

四、国有独资公司监事会

成员不得少于五人，其中职工代表的比例不得低于三分之一，具体比例由公司章程规定。监事会成员由国有资产监督管理机构委派

国有独资公司监事会成员中的股东代表主要由国务院或者国务院授权的机构、部门委派。是公司的外部机构，是针对公司内部不设监督机构而采取的一项监督公司财产保值增值的措施。

五、监事会的职权

关于监事的职权和监事会的议事规则可以在公司章程中具体规定。我国《公司法》规定：“监事会或者监事行使下列职权：

- （一）检查公司财务；
- （二）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （三）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- （四）提议召开临时股东会会议，在董事会不履行本法规定的召集和主持股东会会议职责时召集和主持股东会会议；
- （五）向股东会会议提出提案；
- （六）依照本法第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- （七）公司章程规定的其他职权。

第三节 经 理

一、经理的含义

1. 经理是由董事会聘任的、负责组织日常经营管理活动的公司常设业务执行机关。
2. 公司经理不同于公司董事、监事，他并非选举产生，而是由董事会聘任产生
3. 国外公司法中，许多国家没有经理职位的规定或者作为任意性的辅助职位规定

二、经理的任职资格

我国公司法对于经理消极方面所作的资格条件限制与董事、监事任职条件限制是一致的。

三、经理的职权

不同公司的经理的实际权限并不完全相同，主要是由董事会授权和公司章程来决定。

各国公司法规定的经理的职权主要是业务执行权。我国公司法 50 条规定：

- （一）主持公司的生产经营管理工作，组织实施董事会决议；
- （二）组织实施公司年度经营计划和投资方案；
- （三）拟订公司内部管理机构设置方案；
- （四）拟订公司的基本管理制度；
- （五）制定公司的具体规章；
- （六）提请聘任或者解聘公司副经理、财务负责人；
- （七）决定聘任或者解聘除应由董事会决定聘任或者解聘以外的负责管理人员；
- （八）董事会授予的其他职权。

此外，经理有权列席董事会会议。

四、经理的激励和自我保护

- （一）经理的报酬决定
- （二）经理激励和企业价值

第四节 董事、监事、经理的义务与责任

一、董事、监事、经理的义务

（一）忠实义务

1. 其一是董事、监事、经理（主要指董事、经理）与公司签订商业合同，这也称与公司之间的抵触利益交易，自我交易。

批准程序主要有以下两个方面：一是董事须及时披露其在该交易中的利益性质。二是经过公司有权机关的批准。有权批准该交易的机关大多是董事会和股东会。

2. 其二是董事、监事、经理利用在公司的机会谋取个人利益，也称篡夺公司机会。即公司董事、高级职员或者管理人员把属于公司的商业机会转归自己而从中获利。未经股东会或者股东大会同意，利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会；

3. 挪用公司资金；

4. 将公司资金以其个人名义或者以其他个人名义开立账户存储；

5. 违反公司章程的规定，未经股东会、股东大会或者董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；

6. 接受他人与公司交易的佣金归为己有；

7. 擅自披露公司秘密；

董事、高级管理人员违反前款规定所得的收入应当归公司所有。

（二）勤勉义务

董事、监事、经理应诚信地履行对公司的职责，尽到普通人在类似情况和地位下谨慎的合理注

义务，为实现公司最大利益认真、努力工作。

1. 接受股东的质询的义务和配合监事会工作的义务
2. 《上市公司章程指引》中的规定。如亲自行使职权；需在授权范围内行事；认真阅读公司报告总结公司经营状况；等

（三）竞业限制义务

竞业禁止义务理论上应从属于忠实义务，是指董事、监事、经理不得经营与其所任职公司具有竞争性质的业务。如果董事、经理违反竞业禁止义务，则公司可以依法行使归入权。

而我国则采取相对允许的态度。董事、高级管理人员未经股东会或者股东大会同意，不得自营或者为他人经营与所任职公司同类的业务。

（四）守法经营，不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产。

二、董事、监事、经理的民事责任

（一）确认行为无效

（二）停止侵害

（三）赔偿损失

（四）收入归公司

当董事、监事、经理违反上述义务时，公司或者股东有权对他们提起追究民事责任的诉讼，包括直接诉讼和派生诉讼。

复习与思考题

1. 简述董事会的职权
2. 简述董事、监事、经理的忠实义务
3. 董事的任职资格限制

拓展阅读书目

1. [美] 阿道夫·A·伯利、加德纳·C·米恩斯著 《现代公司与私有财产》商务印书馆 2005 年版
2. 林国全著 《股份有限公司董事民事赔偿责任之追究》载于《月旦民商法研究》第 1 辑 27-47 页，清华大学出版社 2004 年版

第五章 公司的并购和终止

教学目的和基本要求：

公司的并购是现代市场竞争中的重要现象。而公司的合并、分立和组织变更则是公司资本运营和控制权转移的重要法律形式。上市公司收购是公司并购的一种重要形式。而公司因解散和破产而终止，则是公司退出市场的法律机制。本章介绍了公司合并、分立和组织变更的法律含义和程序，并介绍了公司终止前的清算程序和公司终止的两种原因。

本章的重点在于公司合并、分立的基本概念、吸收合并（兼并）的方式、公司分立后的债务承担、要约收购的基本规则、协议收购的基本规则、公司破产程序、公司清算程序等问题，而难点在于公司清算的法律效力、公司合并中异议股东股份回购请求权和要约收购的规则。

课时要求：5 课时

第一节 公司的合并

一、公司并购的理论

（一）公司并购的控制权理论

1. 企业收购与合并的过程，实质上是企业控制权运动的过程。

企业控制权，最主要指决定公司董事人选进而决定公司经营业务的权利。

2. 企业控制权运动是对公司经营者的一种制约机制和企业提高资源配置效率机制（资源由低效配置者向高效配置者流动）。（1965，曼尼原理）

（二）改变企业控制权的方式

1. 代理权（proxy right），即投票权的代理

2. 购买股票，包括直接购买、私下购买和公开出价收购（标购）

3. 合并和（资产）收购

（三）合并的意义：主体行为动因分析

二、合并的含义

（一）分类

公司合并是指两个或两个以上的公司订立合并协议，依照公司法的规定，不经过清算程序，直接合并为一个公司的法律行为。公司合并可分为：

1. 吸收合并（Merger），也称兼并，是指一个公司吸收其他公司，被吸收的公司解散。 $A+B=A$

2. 新设合并（Consolidation）是指两个以上公司合并设立一个新的公司，合并各方解散。 $A+B=C$

（二）不同种类的公司之间的合并之限制

（三）公司合并与公司并购的差异

1. 公司并购（Merger & Acquisition）的含义

是指一切涉及公司控制权转移与合并的行为，它包括资产收购（营业转让）、股权收购和公司合并等方式。

2. 公司合并与资产收购的资产转移、债务承担、股东地位、法律后果、法律性质都不同

3. 公司合并也不同于公司的股权收购

三、合并的方式

（一）资产先转移

1. 以现金购买资产的方式
2. 以股份购买资产的方式

（二）股权先转移

1. 以现金购买股份的方式
2. 以股份购买股份的方式

四、合并的程序

（一）订立合并协议

（二）通过合并协议

（三）编制资产负债表和财产清单

（四）通知债权人和公告

（五）办理公司变更或设立登记

五、合并的法律效果

（一）公司的消灭

公司合并后，一方公司或双方公司无须经过清算，公司法人人格直接消灭。

（二）公司的变更或设立

（三）权利和义务的概括承受

公司合并时，合并各方的债权、债务，应当由合并后存续的公司或新设的公司承继。

六、公司合并中异议股东的股份回购请求权

（一）异议股东股份回购请求权的理论基础

罗伯特·克拉克归纳回购请求权主要有两点理由：一是期望落空理论，二是基于大宗公司交易中不公平待遇的威胁理论，

（二）股份回购请求权的适用对象

消灭公司的股东和存续公司的股东均应享有回购请求权。

（三）我国法律的规定

第二节 公司的分立

一、分立的含义

（一）概念

公司分立是指一个公司通过签订协议，不经过清算程序，分为两个或两个以上的公司的法律行为。1966年法国公司法首次创立公司分立制度。

（二）公司分立与营业转让（资产转让或资产剥离）的区别

（1）内容不同

（2）对股东地位的影响不同

（3）法律性质不同

为清晰地说明问题，我们假设：

A 公司以 100 万元现金转投资出资设立 B 公司

A 公司派生分立出 B 公司，B 公司股本 100 万元

两者的差别在于：

- (1) 对资产负债表的影响不同
- (2) 对股东地位的影响

二、分立的方式

公司分立主要有派生分立和新设分立两种形式。

派生分立，也称存续分立，是指一个公司分离成两个以上公司，本公司继续存在并设立一个以上新的公司。

新设分立，也称解散分立，是指一个公司分解为两个以上公司，本公司解散并设立两个以上新的公司。

有些国家和地区的公司法还规定了一种较为复杂的分立形式——合并分立，它指一个公司以其资产的一部分或分成若干份的全部资产，同另一个或几个公司的部分资产共同成立一个或几个公司。如《澳门商法典》第 293 条规定。

三、分立的程序

(一) 作出决定和决议

公司分立需经股东会（股东大会）特别决议通过。

(二) 订立分立协议

由原公司股东订立分立协议

(三) 编制资产负债表和财产清单

(四) 通知债权人

公司分立，其财产作相应的分割。公司应当自作出分立决议之日起十日内通知债权人，并于三十日内在报纸上公告。与合并不同，但没有给与债权人权利要求公司清偿债务或者提供相应的担保。

(五) 办理登记手续

在派生分立，原公司的登记事项如注册资本等发生变化，应办理变更登记，分立出来的公司应办理设立登记；在新设分立中，原公司解散，应办理注销登记，分立出来的公司应办理设立登记。

四、分立的法律效果

(一) 公司的变更、设立和解散：在派生分立，原公司的登记事项如注册资本等发生变化，并产生新的公司人格——分立出来的公司；在新设分立中，原公司解散，人格消灭，但产生两个或两个以上的新的公司（分立出来的公司）。

(二) 股东和股权的变动

(三) 债权、债务的承受

第三节 上市公司收购

一、上市公司收购的概念及特征

(一) 上市公司收购概念

是指收购人通过法定方式，取得上市公司一定比例的发行在外的股份，以实现对该公司控

股或者合并的行为。

（二）上市公司收购的分类

1. 要约收购、协议收购
2. 敌意收购和友好收购
3. 自愿收购与强制收购
4. 部分收购和全部收购，或称控股收购和合并收购。
5. 现金收购和换股收购

（三）上市公司收购的基本原则

1. 目标公司股东待遇平等原则
2. 充分披露原则

（1）大额持股信息披露

（2）收购人应将收购意图、收购要约以及与收购有关的信息予以充分的披露

（3）目标公司管理部门应对要约收购发表意见并公告，以供股东参考，目标公司管理部门还应披露存在的利益冲突

3. 保护中小股东利益原则

二、上市公司一般收购

（一）特点

1. 收购方是持有或潜在持有上市公司发行在外 5%以上股份的投资者。
2. 不必发出收购要约，按照交易所一般交易规则实施。
3. 一般收购的收购比例 5%-30%
4. 一般收购具有股票交易的属性，但受到特殊规则的约束。如慢走规则。

（二）权益公开制度

持股信息公开。持有 5%时，3 日内报告并公告。

持股变动公开。持有 5%后，每变动 5%，报告和公告。

对此评价

（三）慢走规则

是指投资者持有上市公司股票达到 5%或超过后，每增减 5%时，在法定期间不得在买卖该种股票的规则。

三、要约收购

（一）要约收购的含义

1. 主体的特定性：一方持股 30%以上
2. 形式的特定性：收购要约形式进行
3. 收购规则的特殊性：（1）遵守信息披露规则，但不受慢走规则约束；（2）不受集中竞价规则约束

（二）要约收购的程序

1. 制备并报送上市公司收购报告书
2. 公告收购要约
3. 预受与收购
4. 收购结束报告与公告：15 日内报告、公告

（三）要约收购适用条件

1. 持股 30%比例。

2. 继续进行收购。

（四）要约的效力与要约收购的后果

1. 要约的效力

2. 要约收购的法律后果

四、协议收购

（一）协议收购的含义

（二）协议收购的程序

1. 谈判并拟定收购协议草案

2. 经协议双方或各方有关机构批准

3. 签订收购协议

4. 报告与公告

5. 委托中介机构保存股票与存放资金

6. 过户

7. 收购结束报告与公告

（三）协议收购与其他收购方式比较

第四节 公司的终止

一、公司终止的含义

（一）公司终止的概念

（二）根据我国《公司法》公司终止的原因包括：

1. 破产

2. 解散

（三）意义

1. 公司终止的法律意义

2. 公司终止必须依据法定程序进行

3. 公司终止必须要经过清算程序，只有在以公司财产对债务进行清偿并对剩余财产分配完毕之后，公司方可以最终消灭。

二、公司终止之一：解散

（一）解散的含义

1. 定义

根据我国《公司法》的结构，本书采用后一种概念定义及分类方式，将解散定义为公司因发生章程规定或法律规定的除破产以外的解散事由而停止业务活动，并进行清算的状态和过程。

2. 解散的特征为：

（1）公司解散的目的和结果是公司将要永久性停止存在并消灭法人资格和市场经营主体资格。

（2）债权人或有关机关在作出公司解散决定后，公司并未立即终止，其法人资格仍然存在，一直到公司清算完毕并注销后才消灭其主体资格。

（3）公司解散必须要经过法定清算程序。在公司因合并或分立而解散时，则不必进行清算。

（二）解散的分类与原因

1. 任意解散

任意解散的具体原因包括：

- （1）公司章程规定的营业期限届满，公司未形成延长营业期限的决议。
- （2）公司章程规定的其他解散事由出现
- （3）股东会形成公司解散的决议
- （4）公司合并或分立

2. 强制解散

强制解散是指因政府有关机关决定或法院判决而发生的解散。具体分为：

- （1）行政解散
- （2）司法解散

三、公司终止之二：公司破产

（一）破产案件的申请

1. 申请人与被申请人
2. 申请的条件

（二）破产案件的受理

1. 管辖
2. 审查及裁定
3. 受理的法律意义

（三）债权申报与债权人会议

1. 申报人
2. 债权申报的期限与效力
3. 债权人会议

（四）和解

（五）破产宣告

（六）破产清算

1. 对有财产担保的债权的清偿
2. 对破产债权的清偿

（七）破产终结

第五节 公司的清算

一、清算的概念与法律意义

（一）公司清算的概念

是指公司解散或被宣告破产后，依照一定程序了结公司事务，收回债权、清偿债务并且分配财产，最终使公司终止消灭的程序。可以保护股东利益、保护债权人利益、保障职工的利益

（二）法律效力：

1. 清算期间，公司仍具有法人资格，只是业务活动范围有所限制。
2. 清算期间，公司的代表机构为清算组织
3. 清算期间，公司不得再进行新的经营活动，公司的全部活动应局限于清理公司已经发生但

尚未了结的事务，包括清偿债务、实现债权以及处理公司内部事务。

4. 清算期间，公司财产按法定程序清偿
5. 公司清算的最终结果是导致公司法人资格消灭，公司终止

二、清算的分类

- (一) 任意清算与法定清算
- (二) 破产清算与非破产清算
- (三) 普通清算和特别清算

三、清算组织

清算组织也称清算机构，是清算事务的执行人。

- (一) 清算组织的成立和组成

公司除因分立合并解散外，都应当在解散事由出现之日起十五日内成立清算组，开始清算。

有限责任公司的清算组由股东组成，股份有限公司的清算组由董事或者股东大会确定的人员组成。

- (二) 清算组织的职权、职责

1. 清算组织的 7 项职权
2. 清算组成员的忠实义务。清算组成员因故意或者重大过失给公司或者债权人造成损失的，应当承担赔偿责任。

四、清算程序

- (一) 清理公司财产
- (二) 通知、公告债权人并进行债权登记
- (三) 提出财产估价和清算方案
- (四) 分配财产

清算的核心是分配财产。财产法定分配顺序依次为：1. 支付清算费用、2. 职工的工资；3. 社会保险费用和法定补偿金，4. 缴纳所欠税款，5. 清偿公司债务；6. 剩余财产，有限责任公司按照股东的出资比例分配，股份有限公司按照股东持有的股份比例分配。

复习和思考题

1. 简述破产案件对债权人清偿的顺序
2. 简述清算的法律意义
3. 简述公司吸收合并的四种方式；
4. 比较公司派生分立与公司转投资的区别；
5. 公司在分立前所产生的债务在公司分立后应如何承担？
6. 简述清算组织的职权
7. 要约收购的概念及特征
8. 要约收购的基本程序、适用的条件
9. 协议收购的概念及特征、程序

拓展阅读书目

1. 郑厚斌著《收购与合并—企业产权交易及其市场组织》商务印书馆 1998 年版
2. 范健主编《商法》高等教育出版社、北京大学出版社 2002 年第 2 版

第二编 证券法

第六章 证券法和证券市场

教学目的和基本要求：

现代经济的发展使证券市场的作用日益突出。在证券市场上流通的证券种类日益增多，极大地促进了资本的流动和生产要素的转移。法律强调市场的自治和公开，尤其要求市场主体充分的信息披露。而证券交易所、证券公司、证券交易服务机构等机构各自发挥着不同的功能，它们是筹资者与投资者之间的桥梁，对证券市场的发展具有举足轻重的作用，共同促进证券市场的发展。

学习本章，应重点理解和掌握证券的概念、特征与种类、证券市场的概念与构成、证券法的基本原则、信息披露的内容、证券市场各主体的职能等内容。本章的难点在于，证券公司的禁止行为和禁止担任证券公司董、监事和管理人员的规定。

课时要求：4 课时

第一节 证券和证券法概述

一、证券的概念

（一）证券（security）的定义

世界各国证券法规范的证券不同。我国市场上的有 7 种投资品种：1. 股票；2. 公司债券；3. 可转换公司债；4. 政府债券；5. 证券投资基金份额；6. ETF（交易型开放式指数基金）；7. 权证。

（二）证券的特征

1. 它是一种投资权利凭证
2. 它是一种权益凭证
3. 它是一种流通性的权利凭证
4. 它是一种标准化凭证

二、证券种类

（一）股票

1. 含义
2. 股份的分类
 - （1）普通股和特别股
 - （2）记名股与无记名股
 - （3）面额股和无面额股
 - （4）其他特殊类型的股份（票）

（二）债券

1. 债券和公司债券的含义

公司债券是指公司依照法定程序发行的、约定在一定期限还本付息的有价证券。就是指以公司债券形式表现的公司债务。

2. 公司债与普通公司债券比较
3. 公司债的主要种类
 - (1) 无担保公司债和担保公司债。
 - (2) 可上市的公司债和非上市的公司债。
 - (3) 国内公司债和境外公司债。
 - (4) 实物债券、凭证式债券、记帐式债券。
 - (5) 可转换公司债和不可转换公司债。
- (三) 证券种类之三：基金券

三、证券市场的含义

(一) 概念：证券市场是证券发行与交易活动场所的总称。它由金融工具、交易场所以及市场参与主体等要素构成。

1. 按照证券市场的功能，分为证券发行市场和证券流通市场。
2. 按照证券市场的组织形式，分为场内交易市场和场外交易市场。
3. 按照证券市场交易对象的种类，分为股票市场、债券市场、基金市场和衍生证券市场。

(二) 证券市场的作用

1. 证券市场是联系资金供应者与资金需求者的桥梁
2. 证券市场为企业提供了筹集社会资金的重要渠道
3. 证券市场可以优化资源配置
4. 证券市场为政府实施宏观经济政策提供了重要途径。

四、证券法的原则

狭义的证券法，是指一国制定的关于证券的专门法律。从广义上讲，凡调整证券关系的法律规范都属于证券法范畴。

(一) 公开原则

1. 理论基础。
2. 证券法的公开原则所包含的内容。

(二) 公平原则

机会平等，它体现为公平的市场准入和 market 规则

其次，平等的主体地位与平等待遇。

再次，同等地受法律保护。

(三) 公正原则

(四) 诚信原则

(五) 效率与安全兼顾原则

第二节 信息披露概述

一、信息披露制度的概念与意义

(一) 信息披露制度的概念

(二) 信息披露制度的意义

1. 能有效地约束证券发行人及其相关人员的行为，防止信息滥用和证券欺诈行为。
2. 有助于

投资者作出投资判断。3. 有助于规范证券中介机构和人员的行为,提高其社会形象。4. 便于证券市场的监管机构加强管理,督促检查信息披露义务人披露的信息达到法定的要求。

(三) 对披露的信息的基本要求

1. 真实性; 2. 准确性; 3. 完整性; 4. 公正性; 5. 及时性

二、信息披露方式和事务管理

(一) 从披露的途径角度,信息披露的方式可分为(1)公布或公开;(2)备案;(3)备置;(4)章程约定的其他方式;

(二) 从披露的目的角度,信息披露的方式可分为初次信息披露和持续信息披露

(三) 信息披露的事务管理

1. 公司应当指定专人(两名授权代表)负责信息披露事务,应有1名是公司董事会秘书。

2. 公司除在信息披露指定报刊和网站上披露信息外,还可以根据需要在其他报刊和网站上披露信息,但必须保证:时间及时和信息内容一致。

三、信息披露制度的内容

(一) 证券发行文件

1. 招股说明书及股票发行文件
2. 公司债券募集办法及公司债券发行文件

(二) 上市公告书和证券上市文件

(三) 定期报告(Periodical Reports)

信息披露义务人在法定期限内制作完毕并公告的信息披露文件。它分为年度报告与中期报告。

(四) 临时报告(Temporary Reports)

信息披露义务人就发生可能对证券交易价格产生较大影响,而投资者尚未得知的重大事件而发布的公告。1. 重大事件公告; 2. 收购公告

四、信息公开的监管

(一) 上市公司董事、高级管理人员应当对公司定期报告签署书面意见,监事会提供审核意见。

(二) 发行人、上市公司承担赔偿责任。

发行人、上市公司的董、监、高管和其他直接责任人员以及保荐人、承销的证券公司承担连带责任。但能证明自己无过错除外。

发行人、上市公司的控股股东、实际控制人有过错的,也连带赔偿责任。

行政处罚:责令改正、给与警告,处以罚款。

第三节 证券交易所

一、证券交易市场概述

(一) 证券交易市场的含义

又称流通市场、次级市场或二级市场,指已经发行并被投资者认购的证券进行转让、买卖、流通的市场。

交易市场和发行市场之间的关系

(二) 证券交易市场的类型

集中交易的证券交易场所和非集中交易的证券交易场所

二、证券交易所的概念

（一）证券交易所类型

按照其组织形式，通常分为会员制和公司制的证券交易所。按照其是否以营利为目的，分为营利性证券交易所和非营利性证券交易所。

（二）证券交易所的特征

1. 证券交易所是依法设立的法人组织。
2. 证券交易所是为证券集中竞价交易提供服务的固定场所。
3. 证券交易所是非营利法人。
4. 证券交易所是实行自律性管理的法人。

三、证券交易所的基本职能

四、证券交易所的组织机构

（一）会员大会为证券交易所的最高权力机构。由理事会召集，一般每年召开1次年会。会员大会须有2/3以上会员出席，其决议须经出席会议的过半数以上会员表决通过后方为有效。

（二）理事会是证券交易所的决策机构。人数为7至13人，其中非会员理事人数1/3-1/2。

（三）总经理在理事会领导下负责日常管理工作，为法定代表人，由证券监督管理机构任免。

（四）理事会设监察委员会，每届任期3年。监察委员会对理事会负责，行使监察职权。

五、证券交易所的设立和解散

（一）证券交易所的设立。

一是特许制。二是登记制。三是承认制。我国证券交易所的设立属于特许制。设立证券交易所必须制定章程。证券交易所章程的制定和修改，必须经国务院证券监督管理机构批准。

（二）证券交易所的解散

有两种情形：一是自愿解散。二是强制解散。我国《证券法》规定，证券交易所的解散，由国务院决定。

六、证券交易所的行为规则

（一）不得以盈利为目的的证券交易所在其存续期间，不得将其积累分配给会员

（二）会员代理交易制

（三）设立风险基金

（四）交易保证金管理制度存入开户银行专门账户，不得擅自使用。因其不属于证券交易所财产，而属于保证金缴纳者。

（五）回避制度

（六）不得改变交易结果

第四节 证券公司

一、证券公司的含义

在我国，证券公司（Securities Corporation）是指依法经中国证监会批准设立的、从事证券经营业务的有限责任公司或股份有限公司。

证券公司可以经营下列部分或者全部业务：（1）证券经纪；（2）证券投资咨询；（3）与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；（4）证券承销与保荐；（5）证券自营；（6）证券资产管理；（7）其他证券业务。

为控制风险，证券公司不得兴办实业，不得购置非自用不动产

二、证券公司的分类

- （一）综合类证券公司
- （二）证券经纪证券公司
- （三）证券承销商
- （四）证券自营商

三、证券公司的设立条件

四、证券公司及其从业人员的管理

（一）不得担任证券公司的董事、监事、高级管理人员：

1. 有《中华人民共和国公司法》第一百四十七条规定的情形或者下列情形之一的，
2. 因违法行为或者违纪行为被解除职务的证券交易所、证券登记结算机构的负责人或者证券公司的董事、监事、高级管理人员，自被解除职务之日起未逾五年；
3. 因违法行为或者违纪行为被撤销资格的律师、注册会计师或者投资咨询机构、财务顾问机构、资信评级机构、资产评估机构、验证机构的专业人员，自被撤销资格之日起未逾五年。
4. 因违法行为或者违纪行为被开除的证券交易所、证券登记结算机构、证券服务机构、证券公司的从业人员和被开除的国家机关工作人员，不得招聘为证券公司的从业人员。
5. 国家机关工作人员和法律、行政法规规定的禁止在公司中兼职的其他人员，不得在证券公司中兼任职务。

（二）证券公司的风险管理

1. 资产负债比例管理
2. 交易风险准备金

（三）证券公司的禁止行为

1. 非经批准，证券公司不得从事融资、融券交易
2. 证券公司不得接受投资者的全权委托
3. 证券公司不得对投资者利益做出非法承诺
4. 证券公司不得私下接受委托
5. 证券公司必须将其证券经纪业务、证券承销业务、证券自营业务和证券资产管理业务分开办理，不得混合操作。
6. 证券公司及其从业人员不得进行损害投资者利益的 6 种欺诈行为。

第五节 证券交易服务机构和证券业协会

一、证券登记结算机构

（一）证券登记结算机构概念

1. 含义。

2. 特征：（1）属于非营利的公益法人。（2）为证券发行与交易提供集中的登记、托管与结算服务的专业机构。（3）是特许法人。

（二）证券登记结算机构的设立条件

（三）证券登记结算机构的职能

（四）证券登记结算机构的权利义务

1. 证券登记结算机构的权利

有权拒绝他人随意查询；有权要求结算会员缴纳结算风险基金；有追偿的权利等

2. 证券登记结算机构的义务

二、证券投资咨询公司

又称证券投资顾问公司，是指对普通证券投资者、证券发行人和证券交易者筹资活动、投资交易提供咨询服务的专业公司。

三、证券资信评估机构

也称资信评估机构，是指对公募发行的有价证券的质量进行评价，测定该种证券投资价值的一项制度。其中专门从事证券资信评级工作的机构即为资信评级机构。

目前，我国的资信评级尚无一致标准，在实践中一般采用9级制。

四、其他证券交易服务机构

（一）从事证券法律业务的律师事务所和律师

（二）会计师事务所

五、证券业协会

（一）证券业协会的性质

其性质属于行业自律性社团法人。中国证券业协会，成立于1991年8月28日。

（二）会员

凡依法批准设立的证券交易所、专门经营证券业务的证券公司和兼营证券业务的金融机构及团体，均可成为协会的团体会员。但我国证券公司应当加入证券业协会。

证券市场管理部门有关领导及从事证券研究及业务工作的专家、学者为协会的个人会员。

（二）证券业协会的组织机构

1. 会员大会

证券业协会的权力机构为由全体会员组成的会员大会。会员大会每二年举行一次，必要时经常务理事会决议可临时召开。

2. 理事会

协会的执行机构。每届任期两年，可连选连任，理事会会议每年至少召开一次，由理事长召集，

其会议决议须经三分之二以上理事出席讨论通过方可生效。

3. 监事会

是协会工作的监督机构，负责监督协会的业务和财务，并向会员大会提出报告。

复习和思考题

1. 简述证券的基本特征
2. 论述证券法基本原则的内涵
3. 我国证券信息披露的制度内容
4. 简述证券交易所的职能
5. 简述证券公司禁止从事行为的种类

拓展阅读书目

1. 吴谦立著《公平披露：公平与否》中国政法大学出版社 2005 年版
2. 梁定邦著《中国资本市场发展与监管的若干问题》载于《证券法律评论》法律传版社 2001 年第 1 期第 1-17 页

第七章 证券发行、上市与交易

教学目的和基本要求：

证券发行与承销制度是证券进入证券市场的开端，关系到证券市场中的证券的品质。而证券交易制度，是证券市场最为复杂，也最为完整的一套证券游戏规则，具有很强的技术性和操作性。本章重点阐述了证券发行的概念、分类、方式；介绍了股票、公司债券的发行条件和程序；分析了证券发行审核制度、证券承销及其特征，分析了证券承销的资格、证券承销的方式和证券承销协议。证券上市制度包括证券上市的条件与程序，证券上市的暂停与终止、证券交易的基本程序与种类等。本章的难点在于证券发行保荐制度、公司债持有人的保护制度以及证券交易的程序与种类，以及证券交易的强制性规则等。

课时要求：4 课时

第一节 股票发行

一、证券发行概述

（一）证券发行的概念和种类

1. 股票发行和债券发行
2. 公募发行和私募发行
3. 直接发行和间接发行
4. 初次发行和增资发行
5. 平价发行、溢价发行和折价发行
6. 通常发行与特别发行

（二）股票公开发行的方式

1. 市值配售的方式
2. 上网定价的方式
3. 对机构投资者配售的方式
4. 全额预缴款和与储蓄存款挂钩的方式

（三）证券发行价格的确定

1. 市盈率法：以每股利润与市盈率一定倍数乘积作为证券发行价格。市盈率=股票价格÷每股盈利
2. 竞价确定法：由承销机构投标，由出价最高者获得股票发行总经销权的做法。
3. 市场询价法：指发行人和承销商向投资者询价得到反馈意见，商定证券发行价格。

二、证券发行审核制度

1. 公开主义的注册制与准则主义的核准制。
2. 股票发行审核委员会的运作和职责

2003 国务院证券监督管理机构设发行审核委员会，有关专家以投票方式对股票发行申请进行表决，依法审核股票发行。

三、股票发行的条件

（一）募集设立股份有限公司发行的条件

（二）上市公司发行新股的条件

1. 具备健全且运行良好的组织机构
2. 具有持续盈利能力，财务状况良好
3. 最近三年财务会计文件无虚假记载，无其他重大违法行为
4. 经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件

公司对公开发行股票所募集资金，必须按照招股说明书所列资金用途使用。擅自改变用途而未作纠正的，或者未经股东大会认可的，不得公开发行新股。

四、股票发行程序

（一）募集设立发行股票的程序

1. 向国务院证券监督管理机构报送募股申请和文件
2. 在提交申请文件后，预先披露有关申请文件
3. 募股核准
4. 公告公开发行募集文件，并将该文件置备于指定场所供公众查阅

发行证券的信息依法公开前，任何知情人不得公开或者泄露该信息。发行人不得在公告公开发行募集文件前发行证券。

5. 证券公司承销股份
6. 验资并召开公司创立大会

（二）新股发行程序

1. 召开股东大会作出决议
2. 聘请主承销商和有关专业机构出具法律意见书
3. 申请新股发行和证券监督管理机关核准
4. 公告新股发行文件
5. 股份承销和交付股票
6. 登记和公告

第二节 公司债券的发行与转让

一、发行主体

股份有限公司发行公司债是各国的通例。关于有限责任公司，我国是有条件地允许有限责任公司发行公司债券的。

二、公司债券的发行条件

（一）积极条件：1. 股份有限公司的净资产额不低于人民币三千万元，有限责任公司的净资产额不低于人民币六千万元；2. 累计债券总额不超过公司净资产额的 40%；3. 最近三年平均可分配利润足以支付公司债券一年的利息；4. 筹集的资金投向符合国家产业政策；5. 债券的利率不得超过国务院限定的利率水平；6. 国务院规定的其他条件。发行公司债券筹集的资金，必须用于审批机关批准的用途，不得用于弥补亏损和非生产性支出。”

（二）消极条件

1. 前一次公开发行的公司债券尚未募足；
2. 对已公开发行的公司债券或者其他债务有违约或者延迟支付本息的事实，仍处于继续状态；
3. 违反本法规定，改变公开发行公司债券所募资金的用途。

三、发行程序

（一）由董事会制订方案，股东会作出决议

（二）审批

（三）公告

（四）承销发行

四、可转换公司债的发行

（一）发行条件

除应当符合公司债发行的条件外，还应当符合本法关于公开发行股票的条件，并报国务院证券监督管理机构核准

（二）公司债转换的法律后果

发行公司与持有人之间的债权债务关系的消灭，持有人由原来的发行公司债权人转换为发行公司的股东。

（三）转换权的行使

发行公司负有将可转换公司债券换发为发行公司新股的义务。但债券持有人对转换股票或者不转换股票有选择权。

五、公司债持有人保护制度

（一）公司债券的担保责任

发行人应提供保证担保、发行可转换债还可以抵押、质押担保等。

（二）违约责任

（三）公司变更和清算中公司债券持有人保护

（四）公司债券持有人整体利益保护制度：债券持有人会议、债券持有人代表等

第三节 证券承销制度

一、证券承销简介

（一）证券承销的方式

1. 证券承销方式分为证券代销和证券包销。证券包销分为全额包销和余额包销两种形式。
2. 证券代销和证券包销的主要区别

（二）证券承销资格

承销业务资格分为承销商资格和主承销商资格。证券经营机构履行保荐职责，应当依照有关规定注册登记为保荐机构。

（三）证券承销协议

1. 证券主承销协议的内容

证券主承销协议是指证券公司等证券经营机构担任主承销商或联合主承销商承销证券时，与发

行人签订的包销或者代销协议。主承销协议的条款分为必备性条款和任意性条款。

2. 特征：

(1) 主体的特定性：一方为经过核准或审批证券发行人，另一方为具有证券承销业务资格的综合性证券公司、资产管理公司等证券经营机构。

(2) 客体的特定性：依法核准或审批的公开发行的股票和债券。

(3) 证券承销协议须采用书面形式

(4) 承销协议主要内容的法定性

(5) 承销协议的生效以证券获准发行为条件。

向社会公开发行的证券票面总值超过人民币 5 000 万元的，应由承销团承销，即由两个以上的证券经营机构组成承销团。

二、证券承销的法定要求

(一) 禁止不正当竞争手段招揽承销业务

(二) 不得事先预留所承销的证券

(三) 保证公开发行证券募集文件的真实性、准确性和完整性

(四) 及时承销备案制度

三、证券发行上市保荐制度

(一) 含义：保荐制度是指有资格的保荐人推荐符合条件的公司公开发行和上市证券，并对该公司披露的信息质量和承诺提供指导和信用担保的制度。

(二) 保荐人的职责

1. 保荐人辅导职责：保荐机构担任主承销商，对募集文件进行核查，并向证监会提供保荐意见。

2. 推荐职责。推荐发行上市时，依法要对发行人及其发起人、大股东、实际控制人进行尽职调查、审慎核查，编写申请文件和推荐文件。

3. 独立审核判断职责

4. 持续督导职责。在证券发行上市后的合理期间内，承担对发行人及相关活动的持续监督和指导。Ipo 的，持续督导期间为证券上市当年和其后两个会计年度。其他的，为当年和其后一个会计年度。

(三) 保荐人的管理

保荐人分为保荐机构和保荐代表人。对其的不当行为的处罚为除名和拒绝接受推荐。

第四节 证券上市

一、证券上市含义

(一) 证券上市概念

是指公开发行的有价证券，在证券交易所或其他依法设立的交易市场公开挂牌交易的行为。

证券上市与证券发行、证券交易的区别

(二) 证券上市的意义

(三) 证券上市的种类

1. 核准上市和认可上市

2. 普通上市（发行后另择日期申请上市）和首次发行上市（在公开发行证券同时计划上市并在发行成功后合理时间内申请证券上市交易）

3. 第一上市和第二上市

4. 股票上市和债券上市

二、证券上市条件

（一）股票上市条件

（二）公司债券上市的条件

三、证券上市程序

（一）证券上市审核权

（二）上市保荐和上市申请

（三）安排上市

（四）证券上市协议

（五）上市公告和挂盘交易

四、上市暂停与终止

（一）证券上市暂停与终止意义

1. 证券上市暂停的含义。

2. 证券上市终止的含义。

3. 意义。

（二）股票上市暂停和终止的情况

1. 因法定事由（违法等），由主管机关决定或核准其证券停止交易或终止；（1）公司股本总额、股权分布等发生变化，不再具备上市条件；

（2）公司不按规定公开其财务状况，或者对财务会计报告作虚假记载，可能误导投资者；

（3）公司有重大违法行为；

（4）公司最近3年连续亏损。等等。

（5）证券交易所上市规则规定的其他情形。

2. 公司在增发股票或发放股票红利期间、重大信息发布时的自动暂停上市；

3. 证券交易所在市场监管中发现上市证券有异常交易情况，须调查对该证券做技术性暂停上市（上交所9个月）或终止；

4. 上市公司申请暂停上市和终止上市。

（三）公司债券上市暂停与终止条件

暂停其公司债券上市交易：

1. 公司有重大违法行为；

2. 公司情况发生重大变化不符合公司债券上市条件；

3. 公司债券所募集资金不按核准的用途使用；

4. 未按照公司债券募集办法履行义务；

5. 公司最近二年连续亏损。

公司有前条第1项、第4项所列情形之一经查实后果严重的，或者有前条第2项、第3项、第5项所列情形之一，在限期内未能消除的，或者公司解散或者被宣告破产的，由证券交易所终止其公司债券上市。

第五节 证券交易程序与种类

一、证券交易的概念和特征

我国特点是，1. 场内交易占垄断地位；2. 集中竞价占垄断地位；3. 现货交易占垄断地位；4. 电子化交易；

二、证券交易程序

（一）开立证券交易账户

证券投资者开立的账户分为证券账户和资金账户。

（二）委托手续

1. 委托当事人。投资者和与证券公司建立证券托管与交易代理关系。

2. 委托内容：交易证券的种类、数额（一手和大宗交易）、交易价格（限价委托和市价委托）、有效期间。

3. 委托方式：柜台委托和自助委托（电话委托、刷卡委托、热键自助委托、网上委托等方式）

（三）竞价与成交

委托指令的竞价原则，按照价格优先、时间优先的竞价原则进行。

任一证券的竞价分为集合竞价和连续竞价两个阶段。

（四）清算与交割

二级清算交割体制；交割时间

（五）证券登记过户

三、场外交易

指在证券交易场所以外的交易。一般采用非集中竞价交易例如，拍卖、协商等方式。

（一）柜台交易方式

自营买卖；代理买卖

（二）报价系统交易方式：电脑、订单等

（三）其他场外市场

产权交易市场、拍卖市场等

四、证券交易种类

（一）以时间为标准划分的现货交易与期货交易；

（二）以是否有选择权为标准划分的期权交易与非期权交易；

（三）以有无保证金为标准划分的保证金交易与普通交易。

五、证券交易的强制性规则

（一）交易场所的限制

（二）交易方式的限制

目前对证券交易方式以现货交易为主。

（三）特定主体证券转让期限的限制

1. 发起人股份的转让限制。

2. 公司高级管理人员股份转让的限制。
3. 短线交易禁止。

（四）法定人员持股与买卖股票限制

1. 证券服务中介机构的从业人员，包括证券交易所、证券公司、证券登记结算机构从业人员；
2. 证券监管机构的工作人员，包括证监会和证券业协会的工作人员；
3. 法律、行政法规禁止参与股票交易的其他人员。

（五）专业机构及其人员的股票交易限制

为股票发行出具审计报告、资产评估报告或者法律意见书等文件的证券服务机构和人员，在该股票承销期内和期满后六个月内，不得买卖该种股票。

该服务机构和人员，自接受上市公司委托之日起至上述文件公开后五日内，不得买卖该种股票。”

复习和思考题

1. 简述证券发行的概念和性质。
2. 证券发行的基本分类有哪些？
3. 股票发行的条件有哪些？
4. 简述证券发行保荐制度的内容
5. 证券上市的概念与标准。
6. 股票上市的条件与程序。
7. 公司债券上市的条件与程序。
8. 股票上市暂停与终止的情形。
9. 证券交易的基本程序。
10. 我国证券法对证券交易作了哪些限制性规定？

拓展阅读书目

1. 徐杰主编《证券法理论与实务》，首都经贸大学出版社 2000 版
2. 李玉基、楼晓主编《证券法学》，人民法院出版社，中国社会科学出版社 2004 年版
3. 高如星、王敏祥著《美国证券法》，法律出版社 2000 年版
4. 郭锋主编《证券法律评论》（第四卷）法律出版社 2005 版

第八章 证券市场监管和证券违法行为

教学目的和基本要求：

证券监管制度的基本问题是监管目标和原则的确立，而核心问题则是监管体制的确立与运行，即证券监管机构的职责与权限划分及其相互协调。证券违法行为可以归纳为两类：一般的违法行为和严重的违法行为（即犯罪行为）。对于一般的违法行为，应由当事人通过行政程序或民事诉讼程序，采取诉讼、仲裁或行政处理的方式解决。对于构成证券犯罪的行为，应由司法机关依照《刑法》、《刑事诉讼法》的规定追究行为人刑事责任。因此，民事、行政和刑事三种法律责任共同构成证券法的责任体系。

本章的重点是对证券违法行为中的内幕交易、虚假陈述、操纵市场、欺诈客户等行为及其法律责任问题，还有监管的目标、体制，证券监管体制的概念及类型等。难点就是内幕信息和内幕人员的概念和操纵市场的违法行为类型。

课时要求：2 课时

第一节 证券监督管理机构

一、证券监管目标

内容一般包括三方面：即保护投资者，确保市场的公正、透明和有效，维护证券市场的安全与稳定。

二、证券监管体制

（一）证券监管体制的类型

1. 市场主导的自律型监管体制；
2. 政府主导的他律型监管体制；
3. 中间型监管体制。

（二）我国证券管理体制的确立

我国的证券监督管理体制的特点是以政府监管为主，并与证券业自律性管理相结合。

三、证券监管机构的职责范围

- （一）依法制定有关证券市场监督管理的规章、规则。
- （二）依法审批或者核准证券发行。
- （三）对证券的发行、交易等行为进行监督管理。
- （四）对证券发行人和市场中介组织的监督管理。
- （五）监督管理证券从业人员。
- （六）对证券业协会的活动进行指导和监督。
- （七）查处违反证券市场监督管理法律、行政法规的行为。

四、证券监管机构的执法权

- （一）现场检查权。
- （二）调查取证权。即有权进入违法行为发生场所调查取证。

（三）询问权。即有权询问当事人和与被调查事件有关的单位和个人，要求其对与被调查事件有关的事项作出说明。

（四）查阅、复制和封存权。

（五）查询账户与申请司法机关冻结权。

（六）限制买卖。在调查操纵证券市场、内幕交易等重大证券违法行为时，经国务院证券监督管理机构主要负责人批准，可以限制被调查事件当事人的证券买卖，但限制的期限不得超过十五个交易日；案情复杂的，可以延长十五个交易日。

五、证券监管机构及其工作人员的行为准则

（一）公开义务。

（二）移送义务。证券监管机构只有对证券一般违法行为实施行政处罚的权力，发现证券违法行为涉嫌犯罪的，应当将案件移送司法机关处理。

（三）出示证件义务。应当出示有关证件，并且不得少于两人。

（四）忠于职守义务。

（五）兼职禁止义务。

（六）保密义务。

第二节 证券违法行为和责任

一、证券违法行为的概述

（一）证券违法行为的种类

证券违法行为的种类包括证券犯罪和一般证券违法行为。根据行为的性质进行区分，证券违法行为可以分为内幕交易、虚假陈述、操纵证券交易价格、欺诈客户等行为和其他证券违法行为。

（二）证券法律责任

1. 证券民事责任
2. 证券行政责任
3. 证券刑事责任

二、虚假陈述及其法律责任

（一）虚假陈述的含义

1. 虚假陈述是特定主体实施的行为
2. 虚假陈述的具体形态

在披露文件中作出虚假记载、误导性陈述、重大遗漏的、不正当批露。

3. 必须是重大事件
4. 虚假陈述的文件

（二）虚假陈述的民事责任

1. 损害赔偿的当事人
2. 责任形态
3. 赔偿范围：投资差额损失及该部分地佣金和印花税

（三）虚假陈述的行政责任

1. 责任形式

2. 责任主体

（四）虚假陈述的刑事责任

三、内幕交易的法律責任

（一）内幕交易的含义

（二）内幕人员的概念

内幕人员，又称知情人员、内部人员，内幕人员包括知悉证券交易内幕信息的知情人员或者非法获取内幕信息的其他人员。

（三）内幕信息的形式

1. 证券法第 67 条第 2 款所列重大事件；2. 公司分配股利或者增资的计划；3. 公司股权结构的重大变化；4. 公司债务担保的重大变更；5. 公司营业用主要资产的抵押、出售或者报废一次超过该资产的 30%；6. 公司的董事、监事、高级管理人员的行为可能依法承担重大损害赔偿责任；7. 上市公司收购的有关方案；8. 国务院证券监督管理机构认定的对证券交易价格有显著影响的其他重要信息。

（四）内幕交易的法律責任

四、操纵市场的法律責任

（一）操纵市场的含义

（二）操纵市场的行为方式

1. 单独或者通过合谋，集中资金优势、持股优势或者利用信息优势联合或者连续买卖，操纵证券交易价格或者证券交易量；

2. 与他人串通，以事先约定的时间、价格和方式相互进行证券交易，影响证券交易价格或者证券交易量；

3. 在自己实际控制的账户之间进行证券交易，影响证券交易价格或者证券交易量；

4. 以其他手段操纵证券市场。

（三）操纵市场的法律責任

五、欺诈客户的法律責任

（一）欺诈客户的含义

（二）欺诈客户行为的主要类型

1. 混合操作

2. 违背指令

3. 不当劝诱

4. 过量交易

5. 其他欺诈客户的行为

（三）证券公司欺诈客户的法律責任

复习与参考題

1. 证券监管的目标是什么？

2. 证券监管应遵循哪些原则？

3. 我国证券监管机构的职责范围。

4. 证券监管机构及其工作人员的行为准则有哪些？

5. 分析虚假陈述的责任认定方式。
6. 内幕人员和内幕信息的范围
7. 如何认定操纵市场的行为？
8. 欺诈客户行为的主体包括哪些？

拓展阅读书目

1. 周正庆主编《证券市场导论》，中国金融出版社 1998 年版。
2. 郭锋主编《证券法律评论》（第三卷）法律出版社 2003 年版
3. 叶林著《证券法》，中国人民大学出版社 2000 版。
4. 杨志华著《证券法律制度研究》，中国政法大学出版社 1995 年版。

第三编 合同法

第九章 合同概述

教学目的和基本要求：

合同是平等主体的自然人、法人及其他组织之间设立、变更、终止民事权利义务的意思表示一致的协议，是反映交易的法律形式。合同制度随着市场经济的发展而发展，本章着重介绍合同制度的基本理论。重点问题包括合同的概念和特征、合同的形式、合同的成立和合同关系的相对性、合同的分类等。难点问题在于合同成立的要约和承诺内容以及合同缔约者的义务种类。

课时要求： 4 课时

第一节 合同的概念和特征

一、合同的含义

（一）合同的定义。

（二）合同具有以下法律特点：

1. 合同是平等主体的自然人、法人和其他组织所实施的一种民事法律行为。
2. 合同以设立、变更或终止民事权利义务关系为目的和宗旨。

二、合同关系

（一）合同关系的含义。

1. 合同是发生在当事人之间的一种法律关系。合同关系的主体又称为合同的当事人，包括债权人和债务人。

（二）合同相对性主要内容

1. 主体的相对性。
2. 内容的相对性

（1）合同规定由当事人享有的权利，原则上并不及于第三人；

（2）合同当事人无权为他人设定合同上的义务。

（3）合同权利与义务主要对合同当事人产生拘束力，法律允许债权人对债务人和第三人的某些行为行使撤销及代位权，以保护其债权，合同的保全也可以看做合同相对性的例外现象。

3. 责任的相对性

（1）违约当事人应对因自己的过错造成的违约后果承担责任，债务人应对其履行辅助人的行为负责。

（2）在因第三人的行为造成债务不能履行的情况下，债务人仍应向债权人承担违约责任；债务人在承担违约责任以后，有权向第三人追偿。

（3）债务人只能向债权人承担违约责任，而不能向国家或第三人承担违约责任。

三、合同的分类

（一）双务合同和单务合同

1. 双务合同的含义。
2. 单务合同的含义。
3. 区分单务合同和双务合同的意义：
 - (1) 在是否适用同时履行抗辩权上不同。
 - (2) 在风险负担上是不同的。
 - (3) 因一方的过错所致合同不履行的后果不同。
- (二) 有偿合同与无偿合同
 1. 含义。
 2. 有偿合同与无偿合同的区分意义
 - (1) 在于确定某些合同的性质。
 - (2) 义务的内容不同。
 - (3) 主体要求不同。
 - (三) 有名合同与无名合同
 1. 含义。
 2. 无名合同类型，学者一般将其归为三类：(1) 纯无名合同；(2) 混合合同；(3) 准混合合同。
 3. 区分意义
 - (四) 诺成合同与实践合同
 1. 含义。
 2. 诺成合同与实践合同的区别，二者成立与生效的时间不同。
 - (五) 要式合同与不要式合同
 1. 含义。
 2. 要式与不要式合同的区别：合同的形式要求会影响合同的生效。
 - (六) 主合同与从合同
 1. 含义。
 2. 主合同和从合同的关系。

第二节 合同的形式

一、合同形式的概述

(一) 合同的形式定义。

又称合同的方式，是当事人合意的表现形式，是合同内容的外部表现，是合同内容的载体。从合同的历史发展看，在合同的形式上明显地表现出从重形式到重意思的变化规律。现代合同法兼顾交易安全与交易便捷二项价值，已经不同程度地将要式合同的运用范围加以扩大，对某些重要的合同、关系复杂的合同强调书面形式。定式合同的普遍推广更能说明问题。

(二) 我国现行法对合同形式的态度。

法律、行政法规规定采用书面形式的，应当采用书面形式（第 10 条）。总的说来，在我国，合同形式分为约定形式与法定形式，法律兼采要式与不要式的原则。

二、口头形式

(一) 含义。是指当事人只用语言为意思表示订立合同，而不用文字表达协议内容的不同形式。

（二）评价。

三、推定形式

当事人未用语言、文字表达其意思表示，仅用行为向对方发出要约，对方接受该要约，以作出一定或指定的行为作承诺，合同成立。例如商店安装自动售货机，顾客将规定的货币投入机器内，买卖合同即成立。

四、书面形式

（一）含义。

（二）书面合同的表现形式

1. 表格合同；

2. 车票、保险单等合同凭证不是合同本身，它的功能在于表明当事人之间已存在合同关系。合同凭证是借以确认双方权利义务的一种载体。虽然双方的权利义务并未完全反映在合同凭证上，但因法律及有权机关制定的规章已有明确规定，因而可以确认合同凭证标示双方的权利义务关系。

3. 合同确认书。

4. 定式合同。

5. 关于公证、鉴证、登记、审批是属于合同的书面形式范畴，还是合同的生效要件，我国现行法的态度不一。

第三节 合同成立的概念和要件

一、合同的成立含义

（一）合同成立的概念

（二）合同的成立条件：

1. 存在双方或多方订约当事人。

2. 订约当事人对主要条款达成合意。

3. 合同的成立应具备要约和承诺阶段。

二、要约

（一）要约的含义

1. 要约的效力

2. 要约的主要构成要件如下：

（1）由具有订约能力的特定人发出。

（2）必须具有订立合同的意图。

（3）必须向要约人希望与其缔结合同的受要约人发出。

（4）内容必须具体确定。

（二）要约邀请

1. 要约邀请的概念及与要约的区别

要约邀请又称为引诱要约，是指希望他人向自己发出要约的意思表示。

2. 典型的要约邀请行为

（1）寄送的价目表。

(2) 拍卖公告。

(3) 招标公告。

(4) 招股说明书。

(5) 商业广告。

(三) 要约的法律效力

1. 要约开始生效的时间

(1) 发信主义

(2) 到达主义

2. 要约的存续期间

3. 要约法律效力的内容

(1) 要约人即受到要约的拘束，不得随意撤销或对受要约人随意加以限制、变更和扩张。

(2) 受要约人在要约生效时即取得依其承诺而成立合同的法律地位。

(四) 要约的撤回和撤销。

1. 要约的撤回

要约可以撤回，撤回要约的通知应当在要约到达受要约人之前或者与要约同时到达受要约人。

2. 要约的撤销

(五) 要约失效

1. 拒绝要约的通知到达要约人。

2. 要约人依法撤销要约。

3. 凡是在要约中明确规定了承诺期限的，则承诺必须在该期限内做出，超过了该期限，则要约自动失效。

4. 受要约人对要约的内容做出实质性变更。

三、承诺

(一) 承诺的涵义和条件

1. 承诺含义。是指受要约人同意要约的意思表示。换言之，承诺是指受要约人同意接受要约的条件以缔结合同的意思表示。承诺的法律效力在于一经承诺并送达于要约人，合同便告成立。

2. 承诺条件

(1) 由受要约人向要约人做出。

(2) 承诺必须在规定的期限内达到要约人。

(3) 承诺的内容必须与要约的内容一致。

(4) 承诺应当以通知的方式作出。但根据交易习惯或者要约表明可以通过行为作出承诺的除外。

(二) 确定承诺生效的标准

1. 到达主义和送信主义

2. 两者的区别

(1) 在合同成立的时间上。

(2) 在承诺的撤回上。

(3) 在承诺的迟延方面。

(三) 承诺迟延和承诺撤回

1. 承诺迟延

2. 承诺撤回

（四）关于确认书和合同的实际成立

1. 确认书及其性质
2. 合同的实际成立

（五）合同成立的时间和地点

1. 合同成立的时间
2. 合同成立的地点

第四节 合同的条款

一、提示性的合同条款

- （一）当事人的名称或者姓名和住所
- （二）标的
- （三）质量和数量
- （四）价款或酬金
- （五）履行的期限
- （六）履行地点和方式
- （七）违约责任

违约责任是促使当事人履行债务，使守约方免受或少受损失的法律措施，对当事人的利益关系重大，合同对此应予明确。

- （八）解决争议的方法

二、合同的主要条款和特意待定条款

- （一）合同的主要条款含义

是指合同必须具备的条款。欠缺它，合同就不成立。

- （二）特意待定条款。
- （三）合同的普通条款

1. 非法定条款。

法律未直接规定，亦非合同的类型和性质要求必须具备的，当事人无意使之成为主要条款的合同条款。例如关于包装物返还的约定和免责条款等均属此类。

2. 默示条款。

当事人未写入合同中，甚至从未协商过，但基于当事人的行为，或基于合同的明示条款，或基于法律的规定，理应存在的合同条款。英美合同法称之为默示条款。它分为以下种类：

（1）该条款是实现合同目的及作用所不可少的，只有推定其存在，合同才能达到目的及实现其功能。

（2）该条款对于经营习惯来说是不言而喻的，即它的内容实际上是公认的商业习惯或经营习惯。

（3）该条款是合同当事人系列交易的惯有规则。

（4）该条款实际上是某种特定的待业规则，即某些明示或约定俗成的交易规则在待业内具有不言自明的默示效力。

（5）直接根据法律规定而成为合同的普通条款。

第五节 合同内容：合同权利与合同义务

一、合同权利

（一）合同权利的含义。

又称合同债权，是指债权人根据法律或合同的规定向债务人请示给付并予以保有的权利。

1. 合同债权是请求权
2. 合同债权是给付受领权
3. 合同债权是相对权
4. 合同债权具有平等性
5. 合同债权具有请求力、执行力、依法自力实现、处分权能和保持力

（二）不安抗辩权

（三）选择权、解除权和追认权

二、合同义务

（一）给付义务

1. 主给付义务

简称为主义务，是指合同关系所固有必备，并用以决定合同类型的基本义务。

2. 从给付义务

简称为从义务，是不具有独立的意义，仅具有辅助主给付义务的功能，其存在的目的，不在于决定合同的类型，而在于确保债权人的利益能够获得最大满足的义务。

3. 原给付义务和次给付义务。

原给付义务，又称第一次给付义务，是指合同上原有的义务。次给付义务，又称第二次给付义务，是原给付义务在履行过程中，因特殊事由演变而生的义务。

4. 其他义务。

（二）附随义务。

1. 附随义务的内容

合同关系在其发展的过程中，不仅发生给付义务，还会发生其他义务。

例如照顾义务、保管义务、协助义务、保密义务、保护义务等。

2. 附随义务与主给付义务的区别

3. 附随义务的分类

（1）促进实现主给付义务，使债权人的给付利益获得最大可能的满足（辅助功能）。

（2）维护对方的人身或财产的利益保护功能。

（三）不真正义务。

其主要特征在于权利人通常不得请求履行，违反它也不发生损害赔偿责任，仅使负担该义务的一方遭权利减损或丧失的不利益。例如，守约方采取措施防止损失扩大的义务，就是不真正义务。

（四）先合同义务。

先合同义务，是指当事人为缔约而接触时，基于诚实信用原则而发生的各种说明、告知、注意及保护等义务。违反它即构成缔约过失责任。合同关系消灭后，当事人依诚实信用原则应负有某种作为或不作为义务，以维护给付效果，或协助对方处理合同终了善后事务，学说上称为后合同义务。违反后合同义务，与违反一般合同义务相同，产生债务不履行责任。

（五）合同关系的有机体性与程序性

1. 合同权利和合同义务的整体
2. 程序性

复习和思考题

1. 试述合同的成立条件
2. 试述要约与承诺的构成要件
3. 缔约过失责任
4. 合同的条款
5. 合同权利与合同义务
6. 合同的形式

拓展阅读书目

1. 王利明著《合同法研究》（第一卷）中国人民大学出版社 2002 年版
2. 江平主编《中华人民共和国合同法精解》中国政法大学出版社 1999 年版

第四编 担保法

第十章 担保法概论

教学目的和基本要求：

本章的介绍和讲解担保物权的本质和特殊功能，掌握抵押权、质权、留置权和让与担保权的各自法律特征与基本内容。要求把握抵押权、质权、留置权、让与担保权的设定方式和实现方式。重点内容着重掌握抵押权、质权、留置权的概念、特征、权利设定、权利实现及当事人之间的权利义务关系等具体内容。难点在于抵押和质押的区别以及抵押权的效力等内容。

课时要求：3 课时

第一节 担保物权

一、担保物权的含义

（一）担保物权的概念

（二）担保物权的种类

担保物权有抵押权、质权和留置权。抵押合同、质押合同。

（三）担保物权的特征

1. 价值权性
2. 期待性或附条件性
3. 不可分性
4. 物上代位性
5. 从属性
6. 时间性：不受约定和登记担保期间的限制。
7. 与诉讼时效的关系：《担保法解释》第 12 条。

（四）担保物权产生的背景

1. 债权具有平等性，而担保物权具有优先性
2. 人道主义对债务人责任的减轻
3. 债权的无追及性
4. 物权担保的稳固性
5. 作为社会融资的手段间接促进经济繁荣

（五）担保物权的分类

1. 法定担保物权与意定担保物权
2. 留置性担保物权与优先清偿性担保物权
3. 动产担保物权、不动产担保物权、权利担保物权
4. 特定财产担保物权和非特定财产担保物权
5. 占有担保物权与非占有担保物权
6. 典型担保与非典型担保
7. 定限性担保物权与权利移转性担保物权

二、抵押权

三、质权

（一）质押权概述

1. 质押权的概念。

2. 分类

（1）动产质押、权利质押和不动产质押

（2）民事质权、商事质权、营业质权（当铺业质权）

（二）动产质押

1. 动产质押的含义

2. 动产质押的设定

（1）出质人和质权人应当以书面形式订立质押合同。

（2）质押合同自质物移交于质权人占有时生效

（3）标的物须具备一定条件

（4）流质契约之禁止

3. 动产质押的效力

（1）质押权的效力范围

（2）质权人的义务

（3）质权人的权利

（4）出质人的权利义务

（三）权利质押

1. 权利质押的概念

是指以所有权以外的可让与财产权为标的质权

2. 确定可以质押的权利的原则

（1）质押的权利必须是财产权利

（2）必须是可以通过市场交易实现价值的财产权利

（3）必须是可以交付的权利

3. 权利质权的效力

（1）出质人的权利义务

（2）质权人的权利义务

四、留置权

（一）概念及性质

（二）成立要件

1. 留置权成立的一般要件

（1）债权人需合法占有债务人的动产

（2）债权人所留置的财产应当是属于债务人所有或合法占有的产生该债权的法律关系的标的物

（3）债权已届清偿期而债务人不按合同约定的期限履行债务超过一定期限

2. 不得行使留置权的情形

（1）双方有不得行使留置权的特别约定的

（2）行使留置权将违反公共秩序或善良风俗的

(3) 行使留置权将与留置权人所应承担的义务相抵触的

(三) 留置权的效力

1. 留置权人的权利

2. 义务

(四) 留置担保的范围

(五) 留置权的实现

(六) 留置权消灭的原因

1. 债权消灭或者债权清偿期延缓

2. 债务人另行提供担保并被债权人接受

3. 留置物灭失

4. 留置权实现

5. 留置权人丧失占有

6. 留置权人抛弃留置权

五、担保物权竞合理论

担保物权竞合时的处理原则

第二节 抵押权

一、抵押权的含义

(一) 抵押权概念

(二) 特征

1. 是一种担保物权

2. 不移转标的物占有

3. 是约定担保物权

(三) 抵押权的性质

1. 从属性

2. 不可分性

3. 物上代位性

(四) 社会发展对抵押权性质的影响

二、抵押权的设定

(一) 抵押权的主体

(二) 抵押权的客体

(三) 设立抵押权的方式

1. 必须用书面形式订立

2. 抵押合同应当具备法律规定的内容，如果不完全具备法律规定的内容的，可以补正

3. 流质契约之禁止

(四) 抵押登记

三、抵押权的效力

（一）抵押权的效力范围

1. 抵押权所担保的债权的范围
2. 抵押权效力及于标的物的范围

即抵押权人在实现抵押权时可以依法予以变价的标的物的范围。

（二）抵押权的保全效力

1. 抵押人转让抵押物的限制
2. 抵押物受损价值减少及抵押权的补救

（三）超出抵押：

1. 债权超出抵押物价值
2. 抵押物价值超出债权

四、抵押权的实现

（一）抵押权实行的条件

1. 在抵押权实行时，抵押权仍然有效存在
2. 债务到了清偿期，非因债权人方面的原因，债务人没有履行债务，第三人也没有代替债务人履行债务

（二）抵押权实现的方式

1. 拍卖、变卖
2. 折价取得
3. 抵押物折价或者拍卖、变卖后，其价款超过债权数额的部分归抵押人所有；价款低于抵押权设定时约定价值的，应当按照抵押物实现的价值进行清偿，不足清偿的剩余部分，由债务人清偿。

（三）抵押权实现的顺序

1. 当事人没有约定的，按（1）实现抵押权的费用。（2）主债权的利息；（3）主债权。
2. 同一财产向两个以上债权人抵押的清偿顺序

五、抵押权的消灭原因

- （一）被担保债权完全、绝对消灭
- （二）抵押物灭失且未因灭失而得赔偿金。
- （三）抵押权人放弃抵押权
- （四）抵押权实现

六、特殊抵押权

（一）最高额抵押

1. 最高额抵押定义
2. 法律特征
3. 我国的最高额抵押的适用范围

（二）财团抵押

财团，是由企业的有形资产和无形资产组成的集合体。财团抵押担保是指以财团作为标的的抵押制度。

1. 财团抵押担保的作用

2. 财团抵押的类型

（三）所有人抵押

所有人抵押，是指抵押物的所有人在该抵押物上设定的自己的抵押权。

（四）共同抵押

第三节 债的担保

一、债的担保的概念和种类

（一）债的担保的概念

（二）债的担保的种类

1. 人的担保。
2. 物的担保。
3. 金钱担保。
4. 反担保。

二、保证

（一）保证的概念和种类

1. 保证的概念

保证是指保证合同。

2. 种类

- （1）一般保证和连带保证
- （2）单独保证和共同保证
- （3）最高额保证

（二）保证的设立

1. 保证人的资格
2. 保证合同的内容
3. 保证合同的形式

（三）保证的效力

1. 保证担保的范围
 2. 主债权人的权利
 3. 保证人的权利
- 先诉抗辩权及其行使、追偿权

（四）无效保证及其法律后果

1. 无效事由。
2. 无效后果。

（五）保证责任的免除

三、定金

（一）定金的概念和种类

1. 定金概念
2. 种类：

(1) 违约定金。

(2) 立约定金。

(3) 成约定金

(4) 解约定金

(二) 定金的成立

(三) 定金的效力

1. 违约定金的效力。

(1) 定金罚则

(2) 定金罚则按比例适用

当事人一方不完全履行合同的，应当按照未履行部分的比例，适用定金罚则。

(3) 适用于不履行

(4) 免责

2. 立约定金的效力

3.成约定金的效力

当事人约定以交付定金作为主合同成立或者生效要件的，给付定金的一方未支付定金，但主合同已经履行或者已经履行主要部分的，不影响主合同的成立或者生效。

4. 解约定金的效力

约定了解约定金，就等于获得了单方解除权。

复习和思考题

1. 什么是担保物权？担保物权的法律特征如何？
2. 抵押与质押的主要区别有哪些？
3. 抵押权和留置权有何区别？
4. 质押权和留置权有何异同？

拓展阅读书目

1. 坤著 《担保物权司法解释的缺陷》载于《法商研究》2002 年 3 期
2. 刘宝玉主编 《担保法疑难问题研究与立法完善》法律出版社 2006 年版

《产业经济学》教学大纲

李 超 编写

目 录

前 言	1389
第一章 产业经济学导论	1391
第一节 产业经济学理论的溯源	1391
一、产业经济学产生的物质基础	1391
二、产业经济学产生的理论基础	1391
三、产业经济学理论体系的形成和完善	1391
四、产业组织理论在中国的引进和发展	1391
第二节 产业经济学的研究对象	1392
一、产业的概念和主要分类	1392
二、欧美日产业经济学的研究对象	1392
三、我国产业经济学的研究对象	1392
第三节 产业经济学的研究方法	1392
一、产业经济学的具体研究方法	1392
二、产业组织理论各流派研究方法之间的比较	1393
复习与思考题	1393
拓展阅读书目	1393
第二章 产业组织	1394
第一节 产业组织的理论演变	1394
一、产业组织理论体系的建立	1394
二、哈佛学派的 SCP 分析框架	1394
三、产业组织理论发展	1395
第二节 企 业	1396
一、西方观点：什么是企业	1396
二、东方观点：什么是企业	1396
三、企业在产业经济中的地位和作用	1397
第三节 市 场	1397
一、市场结构	1397
二、市场行为	1397
三、市场绩效	1399
四、市场结构、市场行为与市场绩效	1399
复习与思考题	1400
拓展阅读书目	1400
第三章 产业结构	1401
第一节 产业结构的理论发展	1401
一、产业结构理论的形成与发展	1401
第二节 产业结构优化	1401
一、产业结构优化的涵义与主要内容	1401
二、产业结构效应	1402

三、产业结构的高度化	1402
四、产业结构的合理化	1403
第三节 产业关联	1405
一、产业间的关联关系	1405
二、产业间的结构分析	1405
三、产业间的波及效果分析	1405
第四节 产业布局	1405
一、产业布局理论的形成和发展	1405
二、产业布局的影响因素	1406
三、中国的产业布局政策与实践	1406
复习与思考题	1407
拓展阅读书目	1407
第四章 产业管理	1408
第一节 产业政策概述	1408
一、产业政策的涵义	1408
第二节 产业政策类型	1409
一、产业组织政策	1409
二、产业结构政策	1410
三、产业技术政策	1411
第三节 产业规制	1411
一、产业规则的概念	1411
二、当代的产业规制的三种模式	1411
第四节 产业安全	1412
一、产业安全的概念	1412
二、经济开放条件下面临的国家经济安全问题	1412
三、经济开放条件下国家经济安全的政策要求	1412
四、外资利用与产业安全	1412
第五节 行业管理	1413
一、产业管理概述	1413
二、行业协会	1414
三、中国行业管理的总体构想	1414
复习与思考题	1415
拓展阅读书目	1415
第五章 产业发展理论	1416
第一节 产业发展概述	1416
一、产业发展的含义	1416
二、产业发展的模式	1416
第二节 经济增长理论	1417
一、经济增长的涵义	1417
二、哈罗德—多马经济增长模型	1417
三、新古典经济增长理论	1417
四、新经济增长理论	1417

第三节 知识产业发展.....	1418
一、知识经济的涵义.....	1418
二、知识资本的理论.....	1418
三、知识经济的特征.....	1418
四、知识产业发展的国际比较.....	1419
五、发展知识产业的国家对策.....	1419
复习与思考题.....	1419
拓展阅读书目.....	1419

前 言

课程编号： 405030012

英文名称： Industrial Economics

先修课程： 微观经济学、宏观经济学、管理学

授课对象： 工商管理专业本科生、国际商务专业本科生

开课单位： 商学院经济学研究所

教师姓名： 李超

周 学 时： 2

总 学 时： 36

学 分： 2

课程简介： 产业经济学是介于宏观和微观之间的“中观”经济学，包括产业组织理论、产业结构理论、产业发展理论和产业管理与政策理论等主要内容。通过教学，使学生能够系统地掌握产业经济学基本理论知识，了解产业经济学及其相关研究领域的最新研究成果，学会运用产业经济学的基本分析方法和分析工具，深入研究国内外产业经济领域中的新现象、新问题，提高学生分析问题、解决问题的实际能力和创新能力。

教 材： 苏东水主编：《产业经济学》，高等教育出版社 2005 年第二版。

参 考 书：

1. 志彪主编：《现代产业经济学》，高等教育出版社 2003 年版。
2. 史忠良主编：《产业经济学》，经济管理出版社 1998 年版。
3. 郭义钧，胡立君主编：《产业经济学》，中国财政经济出版社 2002 年版。
4. 杨公朴，夏大慰主编：《产业经济学教程》（修订版），上海财经大学出版社 2002 年版。
5. 陈小洪、金忠义著：《企业市场关系分析——产业组织理论及其应用》，北京科技文献出版社 1990 年版。
6. 王慧炯著：《产业组织及有效竞争——中国产业组织的初步研究》，中国经济出版社 1991 年版。
7. 马建堂著：《结构与行为——中国产业组织研究》，中国人民大学出版社 1993 年版。
8. 夏大慰著：《产业经济学》，复旦大学出版社 1994 年版。
9. 于立、王询著：《当代西方产业组织学》，东北财经大学 1996 年版。
10. 金碚著：《产业组织学》，经济管理出版社 1999 年版。
11. 王俊豪著：《现代产业组织理论与政策》，中国经济出版社 2000 年版。
12. 周新生著：《产业兴衰论》，西北大学出版社 2000 年版。
13. 简新华、魏珊编：《产业经济学》，武汉大学出版社 2001 年版。
14. 王文潭、李芸著：《现代产业组织与竞争》，高等教育出版社 2001 年版。
15. 邓伟根著：《产业经济学研究》，经济管理出版社 2001 年版。
16. 孙天琦著：《产业组织结构研究》，经济科学出版社 2001 年版。
17. 李悦、李平著：《产业经济学》，东北财经大学出版社 2002 年版。
18. 于立著：《产业经济学的学科定位与理论应用》，东北财经大学出版社 2002 年版。
19. 胡代光著：《产业经济学》，东北财经大学出版社 2003 年版。
20. 石磊、寇宗来著：《产业经济学》，上海三联书店 2003 年版。
21. 李明志、柯旭清著：《产业组织理论》，上海三联书店 2003 年版。

22. 臧旭恒、徐向艺、杨惠馨著：《产业经济学》，经济科学出版社 2004 年版。
23. 杨建文主编：《产业经济学》，学林出版社 2004 年版。
24. 史忠良、柯维达著：《产业兴衰与转化规律》，经济管理出版社 2004 年版。
25. 李悦著：《产业经济学》（研究生用教材），中国人民大学出版社 2004 年版。
26. 杨公朴、干春晖主编：《产业经济学》，复旦大学出版社 2005 年版。
27. 李贤沛、胡立君主编：《21 世纪初中国的产业政策》，经济管理出版社 2005 年版。
28. 芮明杰主编：《产业经济学》，上海财经大学出版社 2005 年版。
29. 干春晖著：《企业策略性行为研究》，经济管理出版社 2005 年版。
30. 周新生著：《产业分析与产业策划方法及应用》，经济管理出版社 2005 年版。

第一章 产业经济学导论

本章教学目的和基本要求：本章主要讲解产业经济学理论发展过程，研究对象和研究内容，介绍主要研究方法，并明确产业经济学的学科地位和学习产业经济学的意义。

学时分配：5

第一节 产业经济学理论的溯源

一、产业经济学产生的物质基础

- （一）在古代，人类历史上曾出现过三次大的社会化分工。
- （二）在近现代，人类历史上又出现过四次大的产业革命。

二、产业经济学产生的理论基础

（一）产业组织理论是从微观经济学中分化发展出来的一门相对独立的经济学科，微观经济学是它的理论基础。

（二）如果追根溯源，一般认为马歇尔(A. Marshall)的新古典经济学是产业组织理论的源头，其后如 20 世纪前半叶的斯拉法(P. Sraffa)、张伯伦(Chamberlin)、琼·罗宾逊(J. Robinson)的垄断竞争理论、克拉克(J. M. Clark) 的“有效竞争理论”，都对产业组织理论的产生起了推动作用，但当时的产业组织理论还处于萌芽阶段。

三、产业经济学理论体系的形成和完善

（一）产业组织理论(Theory of Industrial Organization)，在英国和其他欧洲国家以及日本又称产业经济学，是国际上公认的相对独立的应用经济学科，是国外经济学核心课程之一，也是近年来经济学最活跃、成果最丰富的领域之一。

（二）目前比较一致的看法是，产业组织理论（产业经济学）产生于美国，作为一种理论体系产生于 20 世纪 30 年代，距今已有 70 多年的历史。

（三）产业组织学（产业经济学）作为一门独立的学科出现是伴随着上个世纪大型制造业公司的大量涌现，与新古典微观经济理论在解释垄断或不完全竞争问题上的失败分不开的。

（四）产业经济学以市场与企业为研究对象，从市场角度研究企业行为或从企业角度研究市场结构。

1. 产业经济学哈佛学派的兴起
2. 哈佛学派的衰落与芝加哥学派崛起
3. 可竞争市场理论
4. 新奥地利学派
5. 博弈论在产业组织理论中的应用

四、产业组织理论在中国的引进和发展

第二节 产业经济学的研究对象

一、产业的概念和主要分类

（一）产业的主要概念

1. 产业是一种同一属性的生产经营活动、同一属性的产品和服务、同一属性的企业的集合。
2. 产业是国民经济中按照一定社会分工原则，为满足社会某类需要而划分的从事产品生产和作业的各个部门。

（二）产业的分类

1. 关联方式分类法
2. 三次产业分类法
3. 标准产业分类法
4. 其他分类法

二、欧美日产业经济学的研究对象

产业是产业经济学的研究对象，这是从大的范围来说的。具体说来，产业经济学研究产业自身、产业与产业之间、产业内部各企业之间的经济规律。

（一）欧美产业经济学的研究对象和内容

在欧美，经济学界将产业经济学等同于产业组织理论。尤其在美国，一般不提产业经济学，而是说“产业组织理论”。

（二）日本产业经济学的研究对象和内容

日本学者宫泽健一曾经用图表示了产业经济学具体的研究对象及主要的学科内容。

1. 产业组织理论：以产业内部企业与企业之间的互动联系规律为研究对象
2. 产业关联理论：以产业间以各种投入品和产出品为连接纽带的技术经济联系规律为研究对象。其产业划分根据是产业之间的细划分
3. 产业结构理论：以产业与产业之间数量关系结构及技术经济联系的规律为研究对象。其产业划分根据是产业之间的粗划分，其研究的产业的范围产业关联理论要广

三、我国产业经济学的研究对象

在我国，产业经济学的研究对象及学科内容的界定，国内存在两种不同的意见：

（一）一种认为产业经济学应该是产业组织理论。受欧美影响较大。

（二）一种将产业组织理论、产业结构理论、产业关联理论、产业布局理论等纳入产业经济学的学科内容体系中。受日本影响较大。

第三节 产业经济学的研究方法

一、产业经济学的具体研究方法

- （一）案例研究方法
- （二）统计计量研究方法
- （三）均衡分析方法

- (四) 边际分析方法
- (五) 博弈论分析方法
- (六) 产业实验室研究方法

二、产业组织理论各流派研究方法之间的比较

学派名称	理论基础	研究重点	研究方法
哈佛学派	信息完全、垄断竞争理论	市场结构	案例研究, 统计计量研究, 跨部门交叉分析
芝加哥学派	信息完全、经济自由主义、达尔文进化主义	市场绩效	案例研究, 新古典主义的价格长期均衡分析
新制度学派	交易费用理论	企业内部产权结构与组织结构	制度分析或结构分析方法, 边际分析方法
新奥地利学派	信息不完全	创新和竞争的过程	行为主义分析方法

复习与思考题

1. 如何理解产业经济学的学科体系?
2. 产业经济学的研究方法有哪些?
3. 请归纳一下产业的涵义。

拓展阅读书目

1. 苏东水主编:《产业经济学》, 高等教育出版社 2005 年第二版。
2. 刘志彪主编:《现代产业经济学》, 高等教育出版社 2003 年版。
3. 史忠良主编:《产业经济学》, 经济管理出版社 1998 年版。
4. 邬义钧, 胡立君主编:《产业经济学》, 中国财政经济出版社 2002 年版。

第二章 产业组织

本章教学目的和基本要求：产业组织理论以价格理论为基础，通过对现代市场经济发展过程中产业内部企业之间竞争与垄断及规模经济的关系和矛盾的分析，着力研究企业理论、传统产业组织理论的 S-C-P 分析范式、静态竞争和动态竞争策略等主要理论。

学时分配：12

第一节 产业组织的理论演变

一、产业组织理论体系的建立

1. 1940 年克拉克提出有效竞争概念所谓有效竞争，就是原有利于维护竞争又有利于发挥规模经济作用的竞争格局。其中，政府的公共政策将成为协调两者关系的主要手段。

但是克拉克没有解决有效竞争评估标准和实现条件，后来，许多产业组织者对有效竞争的定义和实现条件进行了比较深入研究。

2. 比较完整产业组织理论体系在 20 世纪 30 年代以后在美国以哈佛大学为中心形成的。

1938 年，梅森在哈佛大学建立了一个产业组织研究小组。

3. 之后，一些经济学家将有效竞争标准从二分法扩展为三分法，即市场结构标准、市场行为标准，市场绩效标准。

二、哈佛学派的 SCP 分析框架

按照三分法标准，哈佛学校构造了“市场结构（structure）——市场行为（conduct）——市场绩效（performance）”。

1. 内容：产业组织理论由市场结构、市场行为、市场绩效三个基础部分和政府的产业组织政策组成。市场结构决定企业在市场中的行为，而企业行为又决定市场运行的经济绩效。因此，为了获得理想市场绩效，最重要就是通过政府的产业组织政策来调整和直接改善不合理的市场结构。

（1）市场结构：对市场内竞争程度及价格形成等产生战略性影响的市场组织特征。决定市场结构因素主要是市场集中程度、产品差别化程度、进入壁垒高低。

（2）市场行为：指企业在充分考虑市场供求条件和其他企业的关系基础，所采取各种决策行为。包括定价策略，产品与广告策略，研发和挤竞争对手的行为等。

（3）市场绩效：指在一定市场结构和市场行为条件下市场运行的最终经济效果。评价指标主要有：资源配置效率，利率水平，消费规模等等。

2. 结构定义：

SCP 根据所依据：微观经济理论是将完全竞争和垄断作为两极，将现实的市场置于中间进行分析的自马歇尔以来新古典学派价格理论。因而这一分析将市场中企业效益的多寡作为相对效率的改善程度的判定标准，认为随着企业数的增加，完全竞争状况接近基本就能实现较为理想的资源配置效率，由于哈佛大学将市场结构作为产业组织理论分析的重点，因而信奉哈佛的人为认为“结构可义者”。

3. 政策取向

哈佛学派认为，寡占的市场结构会产生寡占的市场行为，进而导致不良的市场绩效特别是资源配置的非效率。因此有效的产业组织政策首先应该着眼于形成和维护有效竞争的市场结构，主张对

经济生活中的垄断和寡占采取规制政策。

直接应用——美国反垄断政策

4. 衰退

80 年代开始，这种结构主义的反垄断政策在美国失去了主导地位，原因如下：

(1) 美国传统一些优势产业受到日本和亚洲一些国家冲击，国际竞争力不断下降，而实施世界最严厉的反垄断政策被认为是削弱美国产业竞争力后因之一。绩效对技术和结构也会产出反馈影响，动态效率创造了有效的技术，盈利能力决定了进入市场的吸引力大小，对市场结构具有动态效应。

(2) 大型反托拉斯案件带来了巨额的诉讼费用，如 IBM 公司前后诉讼 13 年，花费了纳税人和 IBM 公司 10 亿美元。

(3) 芝加哥学派对哈佛学派展开了有力批判。

三、产业组织理论发展

(一) 芝加哥学派

1. 形成于 60 年代后期对哈佛学派批判中掘起的代表人物：施蒂格勒，德姆塞茨等。

2. 观点

(1) 即使市场中存在着某些垄断势力或不完全竞争，只要不存在政府的进入规制，这种高集中度产生的高利润会因为新企业大量进入而消失。

(2) 如果一个产业持续出现高利润率，这完全可能是该产业中企业高效率和创新的结果，（并不是哈佛学派所认为的产业中存在着垄断势力），即使市场是垄断的或高集中寡占，只要市场绩效是良好的，政府规制就没有必要。

芝加哥学派特别注重判断集中及定价结果是否提高了效率，而不是像结构主义者那样只看是否损害了竞争（效率主义者）

(3) 芝加哥学派认为（市场绩效或市场行为决定了市场结构）技术和进入自由这两个因素决定市场结构。

(4) 施蒂格勒把进入壁垒定义为新进入企业必须负担市场中的现存企业不需负担的成本，即新企业比老企业多承担成本，因此，在芝加哥学派看来，除了政府进入规制以外，真正的进入壁垒在实际中几乎不存在。

(5) 坚信只有自由企业制度和自由的市场竞争秩序，才是提高产业活动效率，保证消费者福利最大化的基本条件。

3. 政策取向

(1) 生产日益集中在大企业手中有利于提高规模经济效益和生产效率，大公司的高利润完全可能是经营活动高效率的结果而与市场垄断势力无关，因此主张放松反托拉斯法实施和政府规制政策。

(2) 除个别部门，是反对政府以各种形式对市场结构干预，反对哈佛学派所主张的对长期存在的过度集中的大企业采取分割政策法。他们认为，大企业形成和生产集中是通过企业内部或外部增长来实现的，企业内部增长这无非表明这些企业具有超越竞争对手的生产效率，如果对这种大企业进行分割，就等于破坏了效率增长源泉。

(二) 可竞争市场理论

1. 提出：鲍莫尔等人在芝加哥学派产业组织理论的基础上提出。

2. 观点：解释完全可竞争市场和沉没成本的概念

完全与竞争市场，是指市场内的企业从该市场退出时完全不用负担不可回收的沉没成本，从而企业进入和退出完全自由的市场。市场是否是完全可竞争，仅仅取决于是否存在沉没成本，而与产

业内企业数量的多少无关。

沉没成本，指企业进入市场所投入的资本，当企业退出市场不能收回一部分。沉没成本沉没的程度主要取决于投入资本向其他市场转移或资产。出让回收的可能性，而与所投入固定费用的大小无关。无论固定费用有多大，只要能够回收，就不是沉没成本。

3. 解释——“打了就跑”策略

在完全竞争市场中，由于沉没成本为零，因而潜在进入者为了追求利润会迅速地进入任何一个具有高额利润的部门，并能够在现存企业对进入作出反应前无摩擦地快速撤出。这种形成被称为“打了就跑”策略。因此，即使是独家垄断的企业，也只能制定超额利润为 0 的可维持价格，以防止潜在的竞争者进入市场与其发生竞争。

4. 政策取向

在近似完全可竞争市场中，自由放任政策比政府规制政策更为有效。政府的竞争政策与其说重视市场结构，不如重视是否存在充分的潜在竞争压力，而确保竞争压力存在关键是尽可能降低沉没成本。

第二节 企 业

一、西方观点：什么是企业

（一）新古典企业理论

1. 在新古典经济学中，消费者被理解为效用函数，企业被理解为生产函数。生产函数一般记为： $Q=f(x_1, \dots, x_n)$

2. 新古典经济学对企业行为的分析是在下述两个前提条件下展开的：

（1）厂商被认为具有经济理性

（2）企业或厂商被看作是在时常经济中业已存在的、完全有效运转的、为赚取利润而从事商品生产活动的一个完整的经济单位。

（二）现代企业理论（新制度经济学观点）

1. 市场和企业是执行相同职能因而可以相互替代的配置资源的两种机制，企业最显著的特征就是对价格机制的替代。

2. 无论运用市场机制还是运用企业组织来协调生产，都是有成本的。

3. 市场经济中之所以存在企业的原因在于有些交易在企业内部进行比通过市场所花费的成本要低。

4. 市场机制被替代是由于市场交易有成本，企业没有无限扩张成世界上只有一家的巨大企业则是因为企业组织也有成本。

二、东方观点：什么是企业

（一）东方人本主义企业理论

1. 企业的性质

2. 企业经济活动的本质特征

3. 企业生存的依据

（二）东方企业的特点

1. 家庭风格与超血缘意识共存

2. 企业目标与个人利益相融

3. 儒家理论与制度理性并用

三、企业在产业经济中的地位和作用

（一）企业的地位

1. 企业是产业分析和研究的出发点
2. 企业行为本身就是产业组织理论研究的对象

（二）企业的作用

1. 企业是社会财富的创造者
2. 企业是推动社会生产力发展、人类进步的主要力量
3. 企业是经济增长、经济发展的主要动力

第三节 市 场

一、市场结构

（一）市场结构的类型

1. 完全竞争市场结构
2. 完全垄断的市场结构
3. 寡头垄断市场结构
4. 垄断竞争的市场结构

（二）决定市场结构的主要因素

1. 市场集中度：HHI 指数

（1）优势：HHI 包含了所有企业规模信息，能够较准确地反映出集中度的差别；由于“平方和”计算为“放大性”，HHI 对规模最大的前几个企业的市场份额变化反映特别敏感，因此，HHI 指数能够真实地反应市场中企业之间规模上差异大小。

（2）缺陷：为了计算某个指定市场的 HHI，必须收集到该市场上所有企业的市场份额信息，必须承认，这次工作的成本是比较高的。

2. 产品养异化

（1）涵义：指由于同一产业内部不同企业生产同类产品和质量、款式、性能、服务等方面存在差异所导致的产品间不完全替代的状况。

（2）产品差异化对市场结构影响

3. 进入和退出壁垒

（1）进入壁垒

（2）退出壁垒（Barriers to exit）：是企业在退出某个行业市场时所遇到的阻碍。其构成因素包括：

①资产专用性和沉没成本

②解雇费用。

③政策法律限制，政府为了一定的目标，经济通过制定政条和法规限制某些行业的企业从市场上退出。

二、市场行为

（一）市场行为的定义

市场行为是指企业在市场上为实现其目标（如利润最大化、更高的市场占有率等，而采取的适应市场要求不断调整其行为）。

产业组织理论主要研究的是寡头垄断型市场结构中企业的市场行为。

（二）市场竞争行为

1. 定价行为

（1）掠夺性定价：（驱逐对手定价），某企业为了把对手挤出市场和挤退试图进入市场潜在对手，而采取降低价格（主要是低于成本）的策略行为。

①掠夺性定价中出现的价格下降，一般的暂时性的。如果价格降低到成本以下，发起企业就应承担亏损，但是把竞争对手驱逐出市场之后，发起企业往往会再度把企业价格提高到获得收益的水平，这个过程是“先亏损后赢利的”。

②在掠夺性定价中企业发动暂时性降价，实质目的是缩减供给量，而不是扩大需求量。因而只有在有效控制供给量的前提下，发起企业在驱逐对手之后才进行提价。

③一般情况下，采用掠夺性定价策略都是市场上势力雄厚的大企业，只有这样才能长期忍受低价造成亏损的能力。

（2）限制性定价（阻止进入定价）

①短期限制性定价，指寡头垄断市场上的卖方将价格定在足以获得经济利润，但又不致于引起新企业进入的水平上。因此，企业采用限制性定价，直接目的是阻止新企业进入市场，但实质上这是一种牺牲部分短期利润以追求长期利润最大化。因此同掠夺性定价一样，都是企业长期定价的策略性行为。所不同的是采用限制性定价的企业短期内仍有“利润”，而采用掠夺性定价的企业在短期内处于亏损状态。

②动态限制性定价

做法：市场主导企业是定立一个高价，然后随着新企业进入逐渐降低价格。现实经济中，我们可以看到，新产品刚刚导入时价格定得很高，然后迅速回到竞争性价格水平。

2. 广告行为

广告行为是企业经常采用的一种主要的非价格竞争方式。广告行为对市场结构的影响，主要表现在以下两个方面：

（1）广告与产品差异。广告是企业向消费者传递产品差异信息的最重要的手段，因此企业通过广告中的有效诉求，可以让消费者认识其产品与众不同之处，从而与竞争者的产品区别开来。

（2）广告与进入壁垒。广告会增强进入壁垒。产业内原有企业通过大量的广告投入影响消费者客观偏好，建立本企业及品牌知名度，甚至可以说他们投入的广告费用已经成了无形资产，潜在的进入者必须广泛地做广告，以克服原有企业所建立商誉，并且它的投入将更大，这将使新企业在竞争中处于成本劣势。

3. 兼并行为

（1）定义：企业兼并是指两个以上的企业在自愿基础上依据法律通过订立契约而结合成一个企业的组织调整行为。

（2）特点：企业兼并及资本集中的两种基本形成，它的特点是：伴随产权关系转移；通过兼并，原有企业的业务将集中到合并后的新企业中；多家企业的财产合成一家企业财产，多个法人合为一个法人。

（3）类型：横向兼并（水平兼并），进行兼并的企业属于同一产业，生产同一产品或处于同一加工工艺阶段；纵向兼并（重型兼并）指进行兼并的企业之间存在着垂直方向（前向或后向）的联系，分别处于生产和流通过程中的不同阶段，如：生产整车的企业和生产零部件的企业；混合兼并（复合兼并）指分属不同产业，生产工艺上没有关联关系，产品也完全不同的企业之间的兼并。

如生产电脑的企业和房地产。

（三）市场协调行为

1. 卡特尔
2. 价格领导
3. 有意识地进行调整

三、市场绩效

（一）定义

市场绩效指在一定的市场结构中，由一定的市场行为所形成的价格、产量、成本、利润以及技术进步等方面的最终经济成果。

（二）绩效指标

1. 利润率（收益率）指标
2. 勒纳指数
3. 贝恩指数

（三）市场绩效的综合评价

1. 产业的资源配置效率

（1）衡量资源配置效率的直接指标：在产业组织学的研究中，常常会使用利润率作为衡量行业市场资源配置效率的指标。我们提到过，微观经济学的研究表明，在完全竞争的市场结构中，通过资源在产业间和企业间的自由流动，各产业、各企业的长期利润趋于平均化，所有的产业和企业都只能获得正常利润，因此可以使用利润率作为衡量产业资源配置效率的指标。

（2）产业的市场结构和资源配置效率：微观经济学的理论研究表明，一般情况下，市场竞争越充分，资源配置的效率就越高。福利经济学第一定理表明：完全竞争市场经济的一般均衡是帕累托最优的。尽管这个定理本身也有某些不严密性，受到了某些学者的质疑，但是对于完全竞争的市场结构能够实现资源配置的最优状态这一点，绝大部分的经济学家是深信不疑的。

2. 产业的规模结构效率

（1）低效率状态。即产业市场上未达到获得规模经济效益所必须的经济规模的企业是市场的主要供应者。这种状态表明该产业未能充分利用规模经济效益，存在者低效率的小规模生产。

（2）过度集中状态。即市场的主要供应者是超过经济规模的大企业。由于过度集中，无法使产业的长期平均成本降低，这种情况下，大企业的市场力量得到了过度的增强，反而不利于提高产业资源配置效率。

（3）理想状态。即市场的主要供应者是达到和接近经济规模的企业。这表明该产业已经充分利用了规模经济效益，产业的长期平均成本达到最低，产业的资源配置和利用效率达到了最优状态。

3. 产业的技术进步

（1）技术进步的三个阶段：发明、创新和技术转移

（2）企业规模与技术进步

（3）不同规模的企业在技术进步过程中的作用和地位，是研究产业组织和技术进步关系的重要内容。对于这个问题，不同经济学家的研究结论不尽相同。

四、市场结构、市场行为与市场绩效

1. 市场结构、市场行为与市场绩效是产业组织理论的三大主题。

2. 从短期考察，可以把市场结构看成是既定的要素，作为企业市场行为的外部环境，市场结构从某种程度上决定了企业的市场行为，而产业内所有企业的市场行为又决定了市场绩效。

3. 从长期考察，市场结构也在发生变化，而这种变化正是企业市场行为长期作用的结果，有时市场绩效的变化也会直接导致市场结构发生变化。所以在一个较长的时期内，市场结构、市场行为和市场绩效之间是双向的因果关系。

复习与思考题

1. 试分析产业组织理论所考察的组织与其他经济理论中组织概念的区别？
2. 试论市场结构、市场行为与市场绩效之间相互作用的关系。
3. 简述静态竞争策略性行为。
4. 简述动态竞争策略性行为。

拓展阅读书目

1. 于立、王询著：《当代西方产业组织学》，东北财经大学 1996 年版。
2. 金碚著：《产业组织学》，经济管理出版社 1999 年版。
3. 王俊豪著：《现代产业组织理论与政策》，中国经济出版社 2000 年版。

第三章 产业结构

本章教学目的和基本要求：本章产业结构理论先从“质”的角度动态揭示了产业间技术经济联系方式发展变化的规律及其影响因素，接着又从“量”的角度，静态考察了产业间的“投入”与“产出”的量化比例关系，然后介绍了产业结构高度化、合理化和地区产业结构优化等方面，最后对产业布局进行了理论和实践的分析。

学时分配：12

第一节 产业结构的理论发展

一、产业结构理论的形成与发展

（一）产业结构的涵义

1. 产业结构是指产业间的技术经济联系与联系方式。
2. 这种产业间的联系与联系方式可以从两个角度来考察：
一是从“质”的角度
二是从“量”的角度

（二）产业结构理论形成与发展

1. 历史背景
2. 产业结构理论的思想渊源
3. 产业结构理论研究对象及理论体系

（三）产业结构的演变及其规律

1. 产业结构演变的一般趋势
2. 产业结构演变规律的理论考察

（四）产业结构变动的影响因素

1. 供给因素对产业结构变动的影响
2. 需求因素对产业结构变动的影响
3. 国际贸易因素对产业结构变动的影响
4. 国际投资因素对产业结构变动的影响
5. 其他因素对产业结构变动的影响

第二节 产业结构优化

一、产业结构优化的涵义与主要内容

（一）产业结构优化的涵义

产业结构优化是指推动产业结构合理化和高度化发展的过程，前者主要依据产业关联技术经济的客观比例关系，来调整不协调的产业结构，促进国民经济产业间的协调发展；后者主要遵循产业结构演化规律，通过创新，加速产业结构的高度化演进。

产业结构优化过程就是通过政府的有关产业政策调整影响产业结构变化的供给结构和需求结构，实现资源优化配置与再配置，来推进产业结构的合理化和高度化发展。

（二）产业结构优化的内容

包括产业结构优化的目标、对象、措施（手段）、政策等。从产业结构优化的对象角度来说，主要包括如下几个方面：

1. 供给结构的优化
2. 需求结构的优化
3. 国际贸易优化
4. 国际投资优化

二、产业结构效应

产业结构效应，是指产业结构变化的作用对经济增长所产业的效果。产业结构的高变换率之所以能够导致经济总量的高增长率，就是产业结构效应在起作用。

（一）产业的关联效应

产业的关联效应就是指一个产业的生产、产值、技术等方面的变化通过它的前向关联关系和后向关联关系对其他产业部门产生直接和间接的影响。

（二）产业的扩散效应

罗斯托在他的《从起飞进入持续增长的经济》一书中阐述了主导产业的扩散效应。扩散效应具体表现在三个方面：

1. 回顾效应
2. 旁侧效应
3. 前向效应

三、产业结构的高度化

（一）产业结构高度化的涵义与特征

1. 涵义：产业结构高度化主导是指产业结构从低水平状态向高水平状态的发展，是一个动态的过程。

2. 特征：根据产业结构推进的一般规律，产业结构高度化有如下特征：

（1）产业结构的发展顺着第一、二、三产业优势地位顺向前进的方向推进。

（2）产业结构的发展顺着劳动密集型、资本密集型、技术知识密集型产业分别占优势地位顺向递进的方向推进。

（3）产业结构的发展顺着低附加价值产业向高附加价值产业方向推进。

（4）产业结构的发展顺着低加工度产业占优势地位向高加工度产业占优势地位方向推进。

（二）产业结构高度化的衡量标志

1. “标准结构”法

该方法是将一国的产业结构与其他国家产业结构的平均高度进行比较，以确定本国产业结构的高度化程度。

2. 相似系数法

（三）产业结构高度化的直接动因——创新

1. 创新导致了技术进步

2. 创新带来新的市场需求

（四）产业结构高度化的表现形式——主导产业的有序更替

1. 实践表明主导产业的转换和发展经过五个不同历史发展阶段：

阶段	主导产业部门	主导产业群
第一阶段	棉纺工业	纺织工业、有工业、采煤工业、早期制造业和交通运输业
第二阶段	钢铁工业、铁路修建业	钢铁工业、采煤工业、造船工业、纺织工业、机器制造、钢铁动力业、轮船运输业及其他工业
第三阶段	电力、汽车、化工和钢铁工业	电力工业、电器工具、机械制造业、化学工业、汽车工业、以及第二个主导产业群各产业
第四阶段	汽车、石油、钢铁和耐用消费品工业	耐用消费品工业、宇航工业、合成材料工业以及第三个主导产业群各产业
第五阶段	信息产业	新材料，新资源、生物工程等新兴产业，以及第四个主导产业群各产生

2. 罗斯托的经济成长阶段和相应的主导产业

经济成长阶段	相应的主导产业
传运社会阶段	绝大部分从农业为主体
为起飞创造前提阶段	能以农业为主体
起飞阶段	纺织工业、铁路、建筑
向成熟推进阶段	钢铁工业，电力工业
高额大众消费阶段	汽车工业
追求制质量阶段	服务业，城效建筑业

（五）主导产业的选择

1. 主导产业的概念

主导产业也叫主导增长产业，它是指那些能够迅速和有效地吸收创新成果，对其他产业的发展有着广泛的影响，能满足不断增长的市场需求并由此而获得较高的和持续的发展速度的产业。

2. 主导产业的特征

（1）导入了创新并创造市场需求

（2）具有持续的高增长率

（3）具有突出的扩散效应

也就是罗斯托所说的“回顾效应”、“前向效应”、“旁侧效应”

3. 主导产业的选择基准

（1）产业关联基准

（2）需求收入弹性基准

（3）生产率上升率基准

（4）过密环境基准和丰富劳动内容基准

（5）其他基准

四、产业结构的合理化

（一）产业结构合理化的概念

指产业与产业之间协调能力的加强和关联水平提高，是一个动态的过程。因此，产业结构的合理化要解决的问题包括：供给结构和需求结构的相互适应问题；三次产业以及各产业内部各部门之间发展的协调问题；产业结构效应如何充分发挥的问题。

（二）产业结构合理化的内容

协调是产业结构合理化的中心内容。产业之间是否处于协调状态，一般可以从以下几个方面进行观察和分析：

1. 看产业素质之间是否协调，即相关产业之间是否存在技术水平的断层和劳动生产率的强烈反差。如果存在着断层和强烈反差，产业之间就会产生较大的磨擦，表现为不协调。

2. 看产业之间的联系方式是否协调。协调的产业之间的相互联系方式有两个基本特征：一是相互服务，即各产业部门在投入产出联系的基础上互相提供帮助；二是相互促进，这意味着一个产业的发展不能以削弱另一产业的发展为代价。如果各产业之间能够做到相互服务和相互促进，那它们之间的这种联系方式就是协调了。

3. 看各产业之间的相对地位是否协调。在一定的经济发展阶段上，各产业的经济作用以及相应的增长速度是不同的，因而各产业在产业结构中所处地位也不同，从而形成各产业之间有序的排列组合。如果各个产生主次不分、轻重无序，则产业之间的相对地位是不协调的。

4. 从供给是否与需求相适应来判断产业之间是否处于协调状态。

在需求正常变动的前提下，供给适时做出调整，使供需之间的矛盾弱化；若供给迟迟不能做出反应，造成长时间的供需不平衡，则说明产业间的结构是不协调的。

（三）产业结构合理化的基准

1. 国际基准

即以库兹涅茨，钱纳里等人倡导的标准产业结构为依据，来判断经济发展不同阶段上的产业结构是否达到了合理化。以大量的历史数据进行回归所得出来的产业发展的标准产业结构，确定能够反映产业结构变动的一般规律，从而可以被用来作为认识和判断各国产业结构变动是否合理的参照系。

2. 需求结构标准

即以产业结构和需求结构相适应的程度作为判断产业结构是否合理的标准，两者适应程度越高，则产业结构越合理；相反，两者不适应，则产业结构不合理。

3. 产业间比例平衡基准

即以产业间的比例是否平衡作为判断产业结构合理是否标准。但是，也不能将此基准绝对化，认为无论何时何地产业结构都要保持这种比例平衡才合理。事实上，在经济的非均衡增长情况下，各产业部门的增长速度是不同的，有的高速增长，有的低速增长，一般情况下，这是正常的。只有那种超越一定界限的结构失衡，才会导致经济不能正常运行。

（四）产业结构合理化的调整

1. 产业结构合理化调整的过程及收益

2. 产业结构合理化调整的机制和动力

（1）产业结构调整的市场机制

（2）产业结构调整的计划机制

第三节 产业关联

一、产业间的关联关系

(一) 涵义：产业关联是指产业间以各种投入品和产出品为连接纽带的技术经济联系。

(二) 投入产出方法

1. 投入产出表

投入产出表就是全面反映在一定时期内（通常为一年），国民经济个产业的投入来源及其产品去向的一种表。按产品的实物单位来进行计量的投入产出表就是实物型投入产出表。而价值型投入产出表则全部用货币计量中间产品价值、最终产品价值、增加值以及总产值，它是实物型投入产出表基础上所做的扩充。

2. 消耗系数

(1) 直接消耗系数

(2) 完全消耗系数

二、产业间的结构分析

(一) 结构分析的原理

产业结构分析就是通过投入产出模型对产业结构或比例关系作出科学懂得、合乎客观实际的分析。

(二) 中间需求和中间投入分析

“中间需求率”和“中间投入率”不仅是反映各产业部门相互关联、相互依存的两个重要指标，也是区别不同产业群和产业类型的重要标志。

1. 中间需求率

2. 中间投入率

三、产业间的波及效果分析

(一) 投入系数表与波及效果分析

投入系数表是反映各个产业之间生产技术上的联系的一览表。投入系数 a_{ij} 又称生产技术系数、物质消耗系数。

(二) 逆矩阵系数表与波及效果分析

(三) 感应度系数和与影响力系数

1. 感应度系数

2. 影响力系数

第四节 产业布局

一、产业布局理论的形成和发展

(一) 产业布局理论的形成期——19 世纪初~20 世纪中叶

1. 杜能的《孤立园》

2. 韦伯的工业区位理论

（二）二次大战后产业布局理论的发展

1. 成本学派理论，核心是以生产成本最低为准则来确定产业的最优区位，主要代表人物是韦伯，韦伯之后是胡佛。

2. 市场学派理论

3. 成本—市场学派理论，在前两者基础上形成

（1）俄林的一般区位理论

（2）弗农的“产品生命周期”理论

4. 以后起国家为出发点的西方产业布局理论

（1）增长极理论

（2）点轴理论——增长极理论的延伸

（三）产业布局理论的研究内容

1. 产业布局条件

即产业布局时的外部环境，包括自然条件、经济地理区位、人口条件等。

2. 产业布局特点

3. 产业布局层次（全国性产业布局和地区性产业布局）

4. 产业布局机制（产业布局的市场机制，产业布局的计划机制）

5. 区域产业结构

二、产业布局的影响因素

（一）原材料，市场和运输

对于使用大量原材料的制造产业来说，特别是那些在生产制造过程中将大大减低原材料的重量、体积及使用易变质的原材料，将此类产业建于原材料产地附近会大大降低运输成本。

在生产制造过程中，最终产品的重量，体积将大大增加，或产品易变质的情况下，将该类产业建在消费市场附近就比较有利。

如今，随着原材料处理，运输方式的改进，以及制造业的构成由重工业转向高附加值工业，原材料的运输方式及成本不再是产业布局中，非常重要因素，相反，接近消费市场日益重要。（更快地了解顾客偏好、服务要求、竞争者信息等）

（二）劳动力

劳动力因素对产业布局的影响包括两个方面：劳动力成本和劳动力质量。

（三）外部规模经济性：城市化规模经济性；本地化规模经济化

1. 城市化规模经济性

2. 本地化规模性

（四）政府

1. 直接划定产业布局政策

2. 性产业布局政策

3. 导出的布局政策

三、中国的产业布局政策与实践

（一）1949—1978 年：均衡产业布局政策

（二）改革开放后的非均衡产业布局政策

1. 非均衡产业政策对我国的积极的影响

2. 非均衡产业布局的负面影响

（三）未来的产业布局

1. 梯度推移战略
2. 反梯度推移战略
3. 点轴开发战略和均长极战略

复习与思考题

1. 产业结构演进有哪些规律性？
2. 简述产业关联的涵义、方式和类型。
3. 产业结构的不协调表现在哪些方面？
4. 概述产业布局的基本理论。

拓展阅读书目

1. 孙天琦著：《产业组织结构研究》，经济科学出版社 2001 年版。
2. 史忠良、柯维达著：《产业兴衰与转化规律》，经济管理出版社 2004 年版。
3. 李悦著：《产业经济学》（研究生用教材），中国人民大学出版社 2004 年版。

第四章 产业管理

本章教学目的和基本要求：通过本章学习，主要掌握产业政策的内涵、起源、类型和演变规律等基础内容，并在此基础上，对产业规制、产业安全、行业管理等内容作出重点分析。

学时分配：4

第一节 产业政策概述

一、产业政策的涵义

（一）产业政策的定义

1. 产业政策一词最早出现的标志，是 1970 年日本通产省代表在 OECD（经济合作与发展组织）大会上所作的题为《日本产业政策》的演讲。此后，有关产业政策的研究不断扩展，并逐步在各国政界和学术界受到关注。

2. 目前国际上尚无统一定义。由于研究角度和学术背景的不同，人们对产业政策所作的解释也是多种多样的。

3. 概括地讲，产业政策是一个国家的中央或地方政府为了其全局和长远利益而主动干预产业活动的各种政策总和。

（二）产业政策的构成要素

构成要素包括：政策对象，政策目标，政策手段和措施，政策实施机构，以及产业政策的决策程序和决策方式。

（三）产业政策的作用

1. 弥补市场失灵的缺陷。
2. 实现超常规发展，缩短赶超时间。
3. 促进产业结构合理化与高度化，实现产业资源的优化配置
4. 加强产业国际竞争力
5. 在经济全球化过程中趋利避害，保障国家的经济安全

（四）产业政策的局限性

1. 就促进产业发展的目标而言，产业政策并非对任何产业都有同等的作用。有研究表明，“产业政策只对那些弹性值高，生产效率好，在国际贸易上有发展前途的产业效果明显，而对其他产业并非如此”。

2. 产业政策本身并非是万能的，片面夸大产业政策作用是不行的。日本经验表明，产业政策成功需要高素质的公务员队伍，完备的法律体系以及健全的企业制度等相关条件，将日本经济成功完全归结为产业政策的功劳是违背事实的

3. 产业政策的实施需要一定的成本和代价，通常产业政策力度越大就越需要有相应政策投入（包括资金人力资源）作保障。

4. 产业政策作为政府行为，也存在失败的可能性。导致产业政策失败的主要因素有：政策目标违背经济规律，政策措施与政策目标不配套，政策执行不力，政策内容脱离具体国情等。

（五）产业政策的目标体系

1. 实现经济振兴和经济赶超，以此为总目标时产业政策目标体系主要包括：

- （1）形成最有利的产业结构形态

- (2) 选择和扶植战略产业，通过重点发展来带动经济的全面繁荣
- (3) 促进技术开发和应用推广，提高产业效率
- (4) 促进生产集中，保障规模经济效益，防止大量小企业过度竞争
- (5) 协调工业化过程中的各种社会经济矛盾，缩小工农差别和城乡差异

2. 实现产业结构合理化和高度化，以产业结构合理化和高度化为总目标时，产业政策目标体系包括：

- (1) 强化社会基础设施建设，改善投资环境
- (2) 组织衰退产业的生产力转移，防止产业内部的过度竞争
- (3) 协调经济发展与环境保护的关系，推行公害防治和环保政策
- (4) 逐步将出口重点转向发达国家，力争在国际分工中获得更多的比较利益
- (5) 强化对技术创新与科技成果产业化的支持力度，推动新兴产业的发展
- (6) 重视产业布局的合理化
- (7) 强化新兴技术对传统产业的渗透，推动传统产业的现代化
- (8) 协调劳动密集型产业、资本密集型产业和知识密集型产业之间的利益关系，兼顾“充分就业”和“提高生产效率”双重目标

3. 增强本国产业的国际竞争力，这是 21 世纪各国产业政策的总目标

- (1) 增加对新兴技术研究开发和成果产业化的投资，保证科研和产业技术领先
- (2) 加强国家技术创新基础建设，支持科技型小企业的发展，增强经济活力
- (3) 加强国家级信息基础设施建设，推动产业信息化
- (4) 在信息化、网络化的基础上推动企业之间战略联盟和企业内部组织的“扁平化”，提高整个产业的组织效能
- (5) 扩大知识资本的投入比重，确保经济的持续增长
- (6) 扩大科技、经济和贸易领域中的国际交流与合作，更多地利用国际市场和国际资源
- (7) 在经济全球化过程中趋利避害，确保国家经济安全

(六) 产业政策的手段

1. 直接干预。包括政府以配额制、审批制、政府直接投资经营等方式，直接干预企业资源配置。

2. 间接诱导。指通过提供行政指导、信息服务、税收减免、融资支持、财政补贴等方式，诱导企业在有利可图的情况下自主决定服从政府产业政策目标

3. 法律规则。通常适用于比较成熟和比较稳定的产业政策，是以立法方式来严格规范企业行为，以保障预定产业政策目标的实现。

第二节 产业政策类型

一、产业组织政策

所谓产业组织政策，是指为了获得理想的市场效果，由政府制定的干预市场结构和市场行为，调节企业间关系的公共政策。

(一) 产业组织政策分类

1. 鼓励竞争，限制垄断的竞争促进政策，它着眼于维持正常的市场秩序，（即反垄断，反托拉斯和反不正当竞争法）

2. 鼓励专业化和规模经济的产业合理化政策，着眼于限制过度竞争。

（二）产业组织政策的手段

1. 控制市场结构，如依法分割处于垄断地位的巨型企业，降低市场集中度，降低市场进入壁垒，对中小企业实施政策扶持。
2. 控制市场行为，即对企业的市场行为实施监督和控制，扼制垄断势力的扩大，保障公平竞争。如禁止和限制竞争者的共谋，对厂商的价格实行监督等。
3. 直接改善不合理的资源配置。这主要是指政府对市场是“市场失灵”的直接干预。如政府直接投资于基础设施建设，或“瓶颈产业”，对赢利不多或风险较大的重大技术开发项目提供资金援助。

二、产业结构政策

所谓产业结构政策，是政府制定的通过影响与推动产业结构调整和优化来促进经济增长的产业政策。

（一）产业结构政策的基本内容

幼小产业保护政策，主导产业选择政策，战略产业扶植政策和衰退产业调整政策。其中战略产业扶植政策和衰退产业调整政策是最基本的产业结构政策内容，我们将展开论述

（二）战略产业的扶植政策

战略产业是指能够在未来成为主导产业或支柱产业的新兴产业。它首先是一种新兴产业，但并非所有新兴产业都能够成为战略产业。要成为战略产业必须具备三大基本特征：一是能够迅速有效的吸收创新成果，二是具有巨大的市场潜力，能够获得持续的高速增长，三是同其他产业的关联系数较大，能够带动相关产业的发展。

1. 日本的战略产业扶植政策包括两大类：

- （1）直接的行政干预（如配额制度、技术引进管制、政府直接投资）
- （2）间接诱导（如税收减免、融资支持、信息与技术援助）

2. 美国的产业扶植政策

美国政府不曾明将某一产业指定为扶持对象的“略产业”但是在美国的新经济中，以信息产业为代表的高新技术产业正在成为重要的战略产业。

美国扶植未来主导产业的基本手段有：

- （1）建立高科技工业园区，加快新技术的研究开支和成果应用
- （2）促进国防工业转产，规划民两用技术的发展
- （3）财政、税收政策和法规，支持新技术的开发和产业化
- （4）要求各联邦机构，国家实验室大学研究机构同产业界结成密切的伙伴关系，共同推进新技术的研究开发与推广应用。
- （5）加速“国家信息基础设施”建设
- （6）增加对尖端军事技术，信息技术，生物技术和新材料技术，环保技术等领域中关键技术的开发投资。

（三）衰退产业调整政策

衰退产业调整政策的立足点是帮助衰退产业实行有秩序的收缩、撤退，并引导资本存量的高增长产业部门有效转移。

衰退产业调整政策的主要措施包括：

1. 设备折旧。通过制定和实施衰退产业设备的报废量、报废时间表，采取促进折旧的特别税制，对因设备折旧而产生的损失提供补偿等政策措施，来加速其设备折旧。
2. 市场保护、援助。政府可以通过限制竞争品的进口剧增对衰退产业实施一定的保护，为其

生产调整、生产资本与劳动力的转移创造时机，政府还可以通过价格补偿和参与采购，促销活动，对衰退产业实施援助

3. 促进转产，政府可以通过立法指定某个衰退产业部门减少或停止生产某些产品，协助选择转产方向

4. 技术与经营支持，对衰退产业转产目标领域提供及时的技术和经营的指导

5. 转岗培训

三、产业技术政策

（一）产业技术政策的内容和手段

1. 产业技术政策的内容

（1）确定产业技术发展目标 and 具体计划，包括制定各种具体的技术标准、技术发展规划公布重点发展的核心技术和限期淘汰的落后技术项目清单

（2）技术进步促进政策，包括技术引进政策、技术扩散政策、技术开发扶植政策

2. 产业技术政策手段：

（1）直接干预

（2）间接干预

（二）产业技术政策发展趋势

1. 政策目标体系越来越丰富和完善

2. 政策措施和手段越来越具体、务实

3. 突出了增强产业国际竞争力的重要性

第三节 产业规制

一、产业规则的概念

产业规则是政府或社会为实现某些社会经济目标而对市场经济中经济主体作出的各种直接和间接的具有法律约束力或准法律约束力的限制和约束。

二、当代的产业规制的三种模式

（一）民间主导型产业规制

1. 民间主导型产业规制制度的主要特征

（1）比较强调自由企业制度。市场经济自由的重点落在企业自由上，企业在市场经济活动中拥有比较完整、充分的自由。

（2）企业决策基本服从于市场调节。政府不直接影响企业的决策过程，企业对透过市场传导过来的政府影响可以作出自己的独立的选择。

（3）政府宏观调控主要通过市场，市场仍然是配置社会资源的重要渠道。

（4）宏观调节手段偏重于财政政策和货币政策。

（5）宏观透明度较高。

2. 例证分析

（二）政府主导型产业规制

1. 政府主导型产业规制的特征

（1）强调企业与政府的合作，企业在政府调控的直接规范下自主程度相对教低

(2) 企业决策既受市场支配又受政府影响，具有双重决策参数。因而经济决策在长时间内很难与政府意图相左

(3) 政府宏观调控直接指向企业，市场机制配置资源的作用有所下降

(4) 宏观调控手段侧重于经济计划和产业政策，追求力度和时间效应

(5) 宏观调控的透明程度较低，属于这种模式的国家主要有日本、韩国

2. 例证分析

(三) 政府民间平衡型产业规制

1. 政府民间平衡型产业规制的特征

(1) 强调保证健全的市场机制运转状态，政府的职责是保证、保护市场内在的效力，由市场引导企业，政府一般不并直接规制企业活动。

(2) 社会资源的配置通过健全的市场机制实现，同时用社会安定来保障。

(3) 宏观调控的目标是物价稳定，经济稳定和社会稳定，社会公平、社会保障和社会进步被纳入了目标体系。

(4) 宏观调控手段侧重于货币政策、财政政策和社会政策。

(5) 宏观调控透明度很高。这里高度强调了政府规制必须以法律为依据。这是一种比较特殊的产业。

2. 例证分析

第四节 产业安全

一、产业安全的概念

所谓产业安全是指在国际经济交往和竞争中，本国资本对关系国计民生的国内重要经济部门的控制以及政府产业政策在国民经济各行业中贯彻的彻底。

二、经济开放条件下面临的国家经济安全问题

在当今经济开放条件下，国家经济面临着许多不安全因素，表现为：

(一) 开放型市场经济体系蕴涵着不安全性

(二) 互联网经济的发展带来的经济安全问题

(三) 按照国际经济运行所面临的经济安全问题

三、经济开放条件下国家经济安全的政策要求

(一) 进一步对外开放是保障国家经济安全的关键

(二) 提高综合国力是保障国家经济安全的根本基础

(三) 强化法律、法规的作用是保障国家经济安全的要求

四、外资利用与产业安全

(一) 学派纷争：依附理论学派和现代化理论学派

1. 依附理论——形成于对拉美的研究中

(1) 外商直接投资的利用存在着利润外流超过新的资本引进的问题

(2) 应用资本密集型技术导致新的失业

(3) 忽视较贫困地区和较落后产业的发展

(4) 影响东道国的政治决策

2. 现代化理论—以开放经济体系下的东亚新兴工业国为依据

外商直接投资意味着新资源的流入,就业机会的增加,对技术与管理经验的引进,开辟进入国际市场的渠道,市场将促进一国经济的发展。

3. 关于跨国公司国籍争论

(1) 无国籍(多国籍)国际公司理论—G.W. 鲍尔

(2) 公司国际单一明确化理论

(二) 争端的延续:“经济开放”与“产业保护”能否兼容

1. 体制论——否认开放与保护的兼容性

2. 结构论——开放与保护可以兼容

(三) 如何利用外资发展本国民族工业

1. 地区导向政策

2. 产业导向政策

3. 经营活动监管

4. 业绩要求

第五节 行业管理

一、产业管理概述

(一) 行业管理的意义与职能

1. 行业管理的三个发展层次

(1) 行业管理仅仅作为行业管理组织的职能,其全部内涵就是在企业内部进行规划、协调、沟通和服务。

(2) 行业管理作为资本主义国家和政府管理的一项职能,行业管理职能突破行业局限性而成为政府对国民经济各个不同行业进行统一规划、协调的一种职能。

(3) 行业管理的内涵得到最大限度的延伸。

2. 行业管理的定义

行业管理就是按行业规划、按行业组织、按行业协调,以及行业沟通的一种产业管理体制。

3. 行业管理模式

(1) 行业协会

(2) 由政府有关部门承担行业管理的职能。

(3) 产业界与政府相互作用

(二) 大型公司与行业管理

1. 公司是形成行业的最重要的实体

在大型公司的形成过程中,反映出大型公司在行业中的地位的两个显著特征

(1) 集中性

(2) 聚合性

2. 大型公司的局部行业管理职能

大型公司的局部管理职能主要体现在对所属厂商、企业生产经营的规划、协调和指导上,同时也表现在对大量的协作配套企业的引进和影响上。

3. 行业协会与大型公司

(1) 在组织形式上,大型公司是行业协会的骨干成员,其全行业的管理离不开大型公司的管理。

(2) 行业协会全行业管理目标的建立离不开大型公司的局部行业管理,需要大型公司的协作和配合。

(3) 全行业管理的规划实施以及协调的效果很大程度上取决于大型公司的局部行业管理。

(4) 就大型企业而言,其生产经营的发展,局部行业管理的成功也往往一定程度上取决于行业协会的全行业管理的指导、协调、沟通和服务。

二、行业协会

(一) 行业管理组织的发展

(二) 行业协会的功能及其运行方式

1. 行业组织的性质及其作用

2. 中国行业协会的特点

(三) 中国行业协会的现状与问题

1. 现状

(1) 与政府的关系

(2) 行会职能

(3) 行业协会工作人员的工资、福利情况

(4) 行业协会内部结构

(5) 行业协会经费来源

(6) 行业协会的自身建设

2. 阻碍中国行业协会发展的因素

(1) 行业协会的地位、职能模糊,与政府部门的关系不顺。

(2) 行业协会的官方色彩较浓,与受原部门制约较多的现象并存。

(3) 行会设置混乱,交叉重复时有发生

(4) 经费困难

三、中国行业管理的总体构想

(一) 中国行业管理的总体建设

1. 从部门管理向行业管理的转变

(1) 部门管理体制改革的必然性

具体表现:

①重复建设,盲目发展。

②专业化程度低,企业结构不合理

③各自为政,严重阻碍技术进步

④影响对外竞争,主要表现在进口和出口的两方面

⑤形不成完整的信息反馈系统,决策比较乱

(2) 建立行业管理的理论依据

2. 中国行业管理的总体建设

(1) 中国行业管理的总目标和模式

总目标是要在保证社会主义市场经济的前提下,从生产力的客观要求出发,彻底改革我国长期以来的部门集中管理体系,改变部门规划割裂行业规划,部门管理阻碍行业管理,只有部门管理没

有行业管理的不合理状态，建立有中国特色的企业充满活力的经济管理体制。

行业管理模式的选择

从行业管理的总目标和经济体制改革的要求来看，我国的行业管理应当采用第三种模式，即产业界与政府相互作用的行业管理模式。

3. 行业管理的组织建设

（二）中国行业协会的改革趋势

1. 政府机构与行业协会各司其职

2. 行业组织的改革办法

（1）行业组织的调整、发展和完善。

（2）建立科学的组织网络体系

复习与思考题

1. 产业结构政策和产业布局政策有何关系？其理论依据分别是什么？都包括哪些政策目标和手段？
2. 试比较西方发达国家产业规制模式的异同及其对我国的借鉴意义。
3. 行业管理的发展层次与模式有几种类型？
4. 请论述我国利用外资与产业安全之辩证关系。

拓展阅读书目

1. 李贤沛、胡立君主编：《21 世纪初中国的产业政策》，经济管理出版社 2005 年版。
2. 王俊豪著：《现代产业组织理论与政策》，中国经济出版社 2000 年版。
3. 周新生著：《产业分析与产业策划方法及应用》，经济管理出版社 2005 年版。

第五章 产业发展理论

本章教学目的和基本要求：本章首先探讨有关产业发展的含义，在此基础上，分别从单个产业发展和总体产业发展两个不同角度论述产业发展的生命周期理论和产业发展的模式，然后，从研究产业发展动力的角度出发，揭示经济增长与产业发展之间的关系，最后，探讨我国产业的可持续发展以及知识产业的相关前沿问题。

学时分配：3

第一节 产业发展概述

一、产业发展的含义

1. 经济发展意味着伴随着产出的增长而出现的经济、社会和政治结构的变化，这些变化包括投入结构、产出结构、产业比重，分配状况，消费模式，社会福利等的变化。

2. 经济增长内涵窄，是一个偏重于数量的概念；而经济发展内涵较广，是一个既包含数量又包含质量的概念。

二、产业发展的模式

1. 二元经济发展模式论

由刘易斯提出，认为，发展中国家普遍存在着以现代工业部门为代表的弱小的资本主义部门和以农业部门为代表的强大的非资本主义部门，即发展中国家的二元经济。

二元经济发展模式存在两大缺陷：一是不重视农业在促进工业增长方面的作用，这会造成农业的停滞。二是忽视了因农业生产率的提高而出现剩余产品，因是农业中的劳动力向工业部门流动的先决条件。

2. 经济发展阶段论——罗斯托的“起飞”理论

罗认为，所谓“起飞阶段”是一种产业革命，他直接关系到生产方法的剧烈变革。起飞阶段的重要特征是一国开始实行工业化发展战略，走上了工业化的道路。

实现起飞的条件：

（1）要有较高的资本积累率。

（2）要建立起能带动整个经济增长的主导部门

3. 平衡增长和不平衡增长理论

（1）平衡增长理论包括极端的平衡增长理论和温和的平衡增长理论以及完善的平衡增长理论。

（2）不平衡增长理论

① “引资最大化”理论

② “联系效应”原理

③ 优先发展“进口替代工业”原则

第二节 经济增长理论

一、经济增长的涵义

经济增长通常是指一个国家或地区在一定时期内产品和劳务产出的增长，既可以用国民生产总值是增加来表示，也可以用人均国民生产总值的增加来表示。

二、哈罗德—多马经济增长模型

1. 基本假设：任何经济单位的产出，不管是个别公司，一个产业，还是一个国家，取决于向该单位投入的资本量。

2. 若用 Y 表示产出， K 表示资本存量，于是产出与资本存量的关系： $Y=K/k$

其中 k 是一个常数，叫做资本—产出比率

$$\Delta Y/Y = (\Delta K/K) / k$$

那么，哈罗德—多马经济增长模型的基本关系式为： $g=s/k$

3. 其表达的基本观点为：用于厂商设备等的投资所创造的资本，是经济增长的主要决定原因，而人们与公司的储蓄，则使投资变为可能。

三、新古典经济增长理论

1. 哈罗德—多马经济增长模型出现后在西方经济学界引起了很大反响。许多经济学家指出其存在的缺陷，即资本——产出比不变的假定不合理，因为它否定了生产要素之间的可替代性，不符合实际情况。索洛、斯旺等人对哈罗德—多马经济增长模型进行了修改，发展为一个“新古典模型”，即索洛——斯旺模型。

2. 基本假设：资本和劳动存在替代关系，因而资本——劳动比例可以改变；产出的增长主要是由资本和劳动两种生产因素推动，并且资本与劳动的边际力呈递减趋势。

3. $Y=F(K, L)$

其中， Y 代表产出， K 代表资本， L 代表劳动。这一总量生产函数表明：产出是资本和劳动的函数，即产出水平决定资本和劳动的投入量的大小。

若考虑产出的增加量 (ΔY)，则上式可写为： $\Delta Y = \Delta K \cdot MPK + \Delta L \cdot MPL$

上式两边同除以 Y ，可得到一个关于产出增长率的公式：

$$\Delta Y/Y = \Delta K \cdot MPK/Y + \Delta L \cdot MPL/Y = \Delta K/K \cdot K \cdot MPK/Y + \Delta L/L \cdot L \cdot MPL/Y$$

令 $\alpha = K \cdot MPK/Y$ ， $\beta = L \cdot MPL/Y$

原式可化为： $\Delta Y/Y = \alpha \cdot \Delta K/K + \beta \cdot \Delta L/L$

这就是索洛——斯旺模型的基本公式，其含义为：经济增长率是由资本和劳动的增长率及边际生产力所决定。

四、新经济增长理论

1. 80 年代以来，罗莫、卢卡斯等人将人力资本因素系统的一如经济增长模型中，创立了“新经济增长理论”。

2. 新经济增长理论正确的反映了现代经济增长中人力资源的突出地位和作用，并揭示了经济长期增长的根本原因在于人力资本的持续增长和积累，因而对经济增长的历史和现实更具有解释力，对各国经济增长实践个具有指导作用。

第三节 知识产业发展

一、知识经济的涵义

1996年，以发达国家为主要成员国的经济合作和发展组织，在题名为《科学技术和产业发展》的报告中正式使用“知识经济”的概念。它被定义为：建立在知识和信息的生产、分配和使用之上的经济。

二、知识资本的理论

1. 知识资本的涵义

知识资本是指能够为企业带来利润的有价值的知识。它的价值可以用企业资产的市场价值与账面价值之间的差额来衡量。

知识资本具体体现在员工拥有的知识和技能、顾客的忠诚度和公司的组织文化以及制度运作过程中所包含的集体知识上面。

2. 知识资本的构成

西方学者认为，知识资本的价值体现在人力资本、结构性资本和顾客资本这三者之间。因此，也可以说，知识资本是由人力资本、结构性资本和顾客资本这三者构成。

3. 知识资本的管理方法

对知识资本的管理，就是有效的实现知识的创造、传递、利用和保护，这已成为知识企业获得并保护自己竞争力的战略手段。

在对企业知识资本的管理过程中，要以人力资源或人力资本为前提和出发点，以结构性资本为保障和支持，促使个人知识的创造并将个人未编码知识转化为企业的编码知识，即知识资本。

根据知识资本的理论，企业应在下列四个方面加强对知识资本的管理：

（1）促进企业人力资本的创新活动。这种创新转化为知识资产后，即成为企业的财产，而在得到法律保护后则成为知识产权。

（2）结构性的经营资本与创新活动结合，促成创新成果的商品化，使其迅速走向市场。

（3）提高企业利用与增殖其各种知识产权的能力。

（4）努力在员工、顾客忠诚度和包含在企业文化、制度和流程中的集体知识方面发现和培育知识资本。

4. 建立知识密集型组织的方式：

（1）组织机构小型化；

（2）提倡并经常开展有关工作设想的对话活动。

（3）要善于发现在组织内部能经常提出新思想与新观念的知识创新明星，让他们担任组织的领导人，来推进知识创新工作。

（4）合理录用与配备具有不同知识结构的人。

三、知识经济的特征

1. 知识经济是建立在工业经济之上，并广泛渗透于其中的新经济形态；

2. 知识经济是一种信息化经济；

3. 知识经济是一种网络化经济；

4. 知识经济是产业结构高级化经济；

5. 知识经济是管理和决策知识化经济；
6. 知识经济是一种创新经济；
7. 知识经济是一种智力支撑型经济；
8. 知识经济是知识产业化经济；
9. 知识经济是一种可持续发展的经济。

四、知识产业发展的国际比较

（一）美国知识产业发展的现状

美国知识产业的发展状况，可以用“新经济”这一词来表达。从 80 年代初起，美国在计算机和通信领域的投资年均增长率高达 20% 以上。随着信息技术日新月异，美国信息产业正成为最大的产业，信息技术和产业对总体经济的带动作用不仅比传统产业的作用要大，而且比其他高技术产业的作用都要大，信息产业已经成为美国经济增长的主要动力。

（二）欧盟知识产业发展的现状

年增长率为 7%~8% 的信息和电信工业是全世界发展最迅速的部门。正是在这一个关键领域，欧洲明显落后于美国和日本。

欧洲在研究和开发方面存在的主要问题是：

1. 资金投入不足；
2. 欧盟研究力量分散，重复劳动严重，研究结构同企业条块分隔现象也十分严重；
3. 在推广新技术方面存在许多障碍；
4. 缺乏刺激风险投资的机制。

五、发展知识产业的国家对策

（一）政府在发展知识产业中的主导作用

（二）知识产业的发展对策

1. 知识产业基础设施的发展对策
2. 知识密集型产业的发展对策
3. 用新知识改造传统产业的对策

复习与思考题

1. 产业发展的涵义是什么？
2. 三种比较典型的经济（或产业）发展模式理论的主要观点是什么？
3. 请论述产业发展的趋势，并具体分析我国经济发展的趋势及其对产业发展的影响。

拓展阅读书目

1. 史忠良、柯维达著：《产业兴衰与转化规律》，经济管理出版社 2004 年版。
2. 周新生著：《产业兴衰论》，西北大学出版社 2000 年版。
3. 苏东水主编：《产业经济学》，高等教育出版社 2005 年第二版。
4. 刘志彪主编：《现代产业经济学》，高等教育出版社 2003 年版。
5. 史忠良主编：《产业经济学》，经济管理出版社 1998 年版。

《服务企业管理》教学大纲

柴小青 编写

目 录

前 言	2481
一、课程性质	2481
二、课程简介	2481
三、编写目的	2481
四、教学目的与基本要求	2481
第一章 绪 论	2483
第一节 服务及其特点	2483
一、服务的概念	2483
二、服务的特点	2483
第二节 服务产业的分类与功能	2483
一、服务产业的分类	2483
二、服务产业的功能	2484
第三节 服务在现代经济社会中的作用	2484
第四节 我国服务产业发展现状	2484
第五节 服务管理的内容	2484
复习思考题	2484
案例研究——新服务经济，让价格战走开	2485
第二章 服务战略管理	2486
第一节 战略的一般概念	2486
第二节 战略管理过程	2486
第三节 服务竞争环境分析	2486
一、宏观环境	2486
二、行业环境	2486
三、几种竞争作用力的分析	2487
第四节 服务竞争战略	2487
一、常规竞争战略的描述	2487
二、获得竞争优势的策略	2487
第五节 服务扩张的战略选择--连锁经营	2487
复习思考题	2488
案例研究	2488
拓展阅读书目	2488
第三章 服务需求预测	2489
第一节 预测方法概述	2489
一、定量预测方法	2489
二、定性预测方法	2489
第二节 时间序列预测	2489
一、时间序列分解	2489
二、模式的分类	2490

三、均值预测法	2490
四、指数平滑法	2490
五、考虑季节因素的时间序列预测	2490
六、趋势外推法	2490
第三节 因果预测方法	2490
第四节 定性预测方法	2490
一、类推预测法	2491
二、德尔菲法	2491
三、市场调查预测技术	2491
复习思考题	2491
案例研究	2491
第四章 服务系统质量管理	2492
第一节 服务质量和质量管理	2492
一、服务质量的定义	2492
二、服务质量管理的发展	2492
三、服务质量管理的基本观点	2492
第二节 服务质量管理方法	2492
一、质量功能匹配	2492
二、田口方法是分析解决产品设计阶段质量问题的管理方法。	2493
三、因果分析图	2493
四、累托图是一种确定引起服务质量问题关键因素的工具。	2493
五、控制图	2493
第三节 服务质量的评价准则	2493
第四节 ISO 9000 族标准及质量认证和质量奖	2494
复习思考题	2494
案例研究	2494
第五章 服务设施选址与布局 (3 学时)	2495
第一节 服务设施选址的影响因素	2495
第二节 服务设施选址方法	2495
一、综合评价方法	2495
二、重心法	2496
三、应用哈夫引力模型确定商业设施选址	2496
四、多服务设施定位问题	2496
第三节 服务系统的内部布局	2496
复习思考题	2496
案例研究	2497
第六章 服务项目管理	2498
第一节 项目及项目管理	2498
一、项目规划阶段	2498
二、项目计划阶段	2498
三、项目控制阶段	2498
第二节 项目管理的甘特图法	2498

一、甘特图	2498
二、应用甘特图进行服务项目管理的步骤	2499
第三节 网络计划技术	2499
一、概述	2499
复习思考题	2499
案例研究：智杰公司服务项目管理	2500
第七章 服务系统库存管理	2501
第一节 服务系统库存概述	2501
一、库存的作用与类型	2501
二、库存管理中的主要概念	2501
第二节 确定性需求条件下的库存模型	2501
一、经济订货批量模型	2501
二、订货成批到达但有时间延迟的库存模型	2501
三、边消耗边补充库存模型	2501
四、数量折扣的库存模型	2501
五、ABC 库存分类管理法	2502
六、准时制库存管理	2502
第三节 随机需求条件下库存模型	2502
第四节 积压商品价格折扣模型	2502
复习思考题	2502
案例分析	2503
第八章 服务供给与需求管理	2504
第一节 服务能力与需求管理的框架	2504
一、服务能力与需求平衡的一般描述	2504
二、服务能力与需求均衡的经济分析	2504
三、服务能力与需求平衡管理的思路	2504
第二节 服务能力管理	2504
第三节 需求诱导与收益管理	2505
一、价格决策	2505
二、预约服务策略	2505
三、超额预定决策	2505
复习思考题	2505
案例研究	2506
第九章 服务管理中的决策技术	2507
第一节 决策的一般概念	2507
第二节 决策的分类	2507
第三节 决策程序与决策要素	2507
一、决策程序	2507
二、决策要素	2507
第四节 确定型决策方法	2508
第五节 非确定型决策方法	2508
一、乐观准则	2508

二、悲观准则	2508
三、等可能性准则	2509
四、最小机会损失准则	2509
五、决策信息的价值	2509
第六节 风险型决策方法	2509
第七节 序贯决策与决策树方法	2509
一、决策树的结构	2509
二、决策的步骤	2509
复习思考题	2510
案例分析 欧洲迪斯尼乐园的决策问题	2510
第十章 服务管理中的信息技术	2511
第一节 信息技术与服务产业的发展	2511
一、信息技术在服务产业中得到广泛应用	2511
二、信息技术赋予服务产业新的内涵	2511
三、信息技术全方位提高服务产业的运营效率	2511
第二节 信息与服务信息的作用	2511
一、信息的概念	2511
二、服务管理中信息的作用	2512
第三节 管理信息系统的结构与功能	2512
一、管理信息系统的一般结构	2512
二、战略管理功能	2512
三、管理控制功能	2512
四、业务处理功能	2513
五、客户关系管理	2513
第四节 服务信息管理中互连网技术的应用	2513
第五节 信息技术应用中需要注意的问题	2513
一、顾客隐私权的保护	2513
二、信息系统的数据安全	2513
复习思考题	2513
案例研究：伊利集团改造分销及库存管理信息系统实现与市场的“亲密接触”	2514
第十一章 服务系统优化	2515
第一节 线性规划及其在服务管理中的应用	2515
一、线性规划模型的一般描述	2515
二、线性规划模型在服务管理中的应用	2515
第二节 排队论模型在服务管理中的应用	2516
一、排队问题的一般描述	2516
二、排队系统的构成	2516
复习思考题	2516
案例分析：如何改善银行排队管理系统的效率	2517
第十二章 服务流程及其优化	2518
第一节 服务流程的概念及描述方法	2518
一、服务流程的概念	2518

二、服务流程的描述—流程图	2518
第二节 服务业务流程优化与流程再造	2518
一、业务流程优化的基本思想	2518
第三节 流程再造中信息技术的应用	2519
复习思考题	2519
案例分析：IBM 信贷公司的流程再造	2520

前 言

授课单位：中国政法大学商学院

授课教师：柴小青

职称：教授

课程名称：服务企业管理

课程编号：

开课学期：第 学期

总学时：32 学时

教研室：企业管理

编写人员：

一、课程性质

本课程采用《服务企业管理》多媒体课件教学,充分发挥多媒体技术优势,使学生从记忆、理解和应用三个层次抓住服务企业管理的新问题,揭示管理问题内在的复杂性,挖掘管理理论本身的深刻内涵,提炼成功服务企业的管理经验。同时,课件集知识性、自主性、开放性和拓展性为一体,学生可以通过引例联系实际,学以致用,从而使具备基本的管理思维和管理能力。

二、课程简介

《服务企业管理》课程教学内容的选择原则为加强基础、拓宽知识、优化结构、跟踪前沿、博采众长、突出特色、注重实践、强调创新八个方面。主要教学内容包括：服务与服务产业、服务战略管理、服务需求预测、服务系统质量管理、服务设施选址与布局、服务项目管理、服务系统库存管理、服务供给与需求管理、服务管理中的决策技术、服务管理中的信息技术、服务系统优化、服务流程及其优化。

三、编写目的

通过本课程的学习,学生能够:

(一)理解服务企业管理的基本概念、基本理论,了解服务与服务产业、服务战略管理、服务需求预测、服务系统质量管理、服务设施选址与布局、服务项目管理、服务系统库存管理、服务供给与需求管理。

(二)掌握现代管理技术体系和方法,熟悉务管理中的决策技术、服务管理中的信息技术、服务系统优化、服务流程及其优化。

(三)掌握案例分析方法,通过小组讨论,初步具备解决实际服务企业管理问题的能力。

四、教学目的与基本要求

本课程是工商管理专业的专业基础课,它是一门关于管理实践活动的基本原理、基本规律和一般方法的科学。它以管理普遍原理和方法为研究对象,从管理的基本概念入手,阐述了服务企业管理的基本概念、基本理论。通过本课程的学习,学生应该全面了解和掌握服务企业管理的基本理论和基本技能、基本方法。作为工商管理专业的学生,应当掌握现代管理技术体系和方法,熟悉务管理中的决策技术、服务管理中的信息技术、服务系统优化、服务流程及其优化。为今后学习专业课奠定基础。

教学内容

第一章 绪 论

本章教学目的和基本要求：本章分析了服务的概念及特点，服务产业发展的基本规律，说明服务产业正在成长为现代经济社会主角，成为拉动经济增长的主导力量必然性。对服务产业引领经济增长的特征进行了归纳，指出服务产业发展水平是衡量一个国家竞争实力的重要标志之一，因此大力发展服务业并不断提高服务业的管理水平具有十分重要的现实意义。在深入分析服务产业结构、功能的基础上对服务管理的目标和内容做了框架性的描述。

学时分配：2 学时

引例：零售业巨头沃尔玛成为世界企业 500 强的老大

启示：服务产业正在成为拉动经济发展的主导力量

第一节 服务及其特点

一、服务的概念

服务是以物质财富为基础，为提高消费者效用所进行的创造价值的活动。其具有双重属性，服务具有无形性、不可储存性、服务的提供与消费的同一性、与顾客接触紧密、响应顾客需求周期短、服务区域有限区、服务绩效难以度量等特点。

- （一）从满足消费者效用的角度理解服务的概念
- （二）从服务与农业和制造业之间的关系理解服务的概念
- （三）从服务的产品属性理解服务的概念
- （四）从实物产品与服务产品的关系理解服务的概念

二、服务的特点

- （一）无形性
- （二）不可储存性
- （三）服务的提供与消费的同一性
- （四）与顾客接触紧密
- （五）响应顾客需求周期短
- （六）服务区域有限区
- （七）服务绩效难以度量

第二节 服务产业的分类与功能

一、服务产业的分类

- （一）流通类部门：包括批发零售业、国际贸易业、邮电通信业、交通运输业和物流仓储业
- （二）生产生活服务类部门：包括金融保险业、餐饮旅游业、社区服务业、物业管理服务业、信息咨询业等
- （三）教科文类部门：包括科学、各级各类教育、新闻、卫生、体育和社会福利事业等
- （四）公共服务类部门：包括国家机关、社会团体、军队警察、法院、检察院等

二、服务产业的功能

- (一) 消费性服务
- (二) 生产者性服务
- (三) 分销服务
- (四) 社会服务

第三节 服务在现代经济社会中的作用

只有大力发展服务业，并且不断提高服务产业的管理水平，降低服务产业的运作成本，提高服务产业运行效率，才能在全社会范围内提高资源的配置效率。服务在现代社会中对促进社会资源的有效利用，促进经济发展发挥着巨大作用。具体表现在：

- 一、务产业是新的经济增长点。
- 二、发展服务业，提高服务业在 GDP 中的比重，对产业结构调整具有重要作用。
- 三、发展服务业是提高国际竞争力的必然要求。
- 四、服务业是吸纳就业的主要渠道。
- 五、发展服务业是提高居民生活质量的需要。

第四节 我国服务产业发展现状

虽然我国服务产业发展迅速，但总体上与世界发达国家甚至于一些发展中国家相比还有很大差距，远远不能满足国民经济发展的需要。

服务产业在我国经济生活中将扮演越来越重要的角色，必将成为增强综合国力和竞争力的重要力量。

第五节 服务管理的内容

国内外许多事实说明服务产业的发展水平已经成为判断一个国家发达程度和竞争实力的重要标志。在物质财富和生产能力相当条件下，企业与企业之间的竞争，国家与国家之间的竞争，很大程度上取决于服务产业的发达程度、取决于服务管理水平的高低。

- 一、服务管理发展的简单回顾
- 二、服务管理的内容

复习思考题

- (1) 服务的双重属性是什么？
- (2) 服务的基本特点是什么？
- (3) 服务产业在经济社会中主要承担哪些功能？其作用和地位有什么特点？
- (4) 服务管理都包括哪些内容？
- (5) 服务业与制造业之间的主要区别是什么？
- (6) 服务系统是由输入、处理、和输出等功能组成，请根据自己的经验和体会举出几个实际的服务组织的例子，并重点分析其“处理”功能的特点。

案例研究——新服务经济，让价格战走开

讨论：

1. IT 企业向服务转型的深层次原因是什么？
2. 联想公司是基于什么理念采取转型策略的？
3. 用“服务经济”的概念描述后工业化社会经济特征的合理性。

第二章 服务战略管理

本章教学目的和基本要求：企业战略管理是在对企业内外部环境分析的基础上，确定企业总目标和发展方向，组织企业各种资源实现企业总目标的规划、计划过程，是解决企业全局性和长远性规划和实施的重要途径。面对瞬息万变的内部和外部环境的变化，日趋激烈的市场竞争局面，企业必须运用系统的观点考察生产服务全过程，正确处理近期目标和长远目标的关系，加强综合的全局性决策和管理，在激烈的市场竞争中求得生存与发展。

学时分配：3 学时

引 例 海尔公司的个性化服务战略

第一节 战略的一般概念

企业战略管理是在对企业内外部环境分析的基础上，确定企业总目标和发展方向，组织企业各种资源实现企业总目标的规划、计划过程，是解决企业全局性和长远性规划和实施的重要途径。

企业战略贯穿于企业生产经营活动的全过程，包括四个基本要素：

一、产品和市场范围，

二、发展方向

三、竞争优势

四、组合效能

服务战略管理的内容包括

一、产品战略

二、质量战略

三、服务设施选址战略

第二节 战略管理过程

战略管理过程由战略规划、战略实施、战略控制三个阶段组成，每个阶段又包含若干步骤。战略管理的首要任务是明确企业的使命，即企业存在的价值。其次是围绕完成企业使命，在充分分析企业面对的外部环境威胁、机会，内部条件的优势、劣势基础上制定企业全局性和长远性的发展规划，包括战略目标、总体战略和职能战略等。再次是战略实施，按照战略规划的要求，调动分配企业资源保证战略目标的实现。最后，要对战略实施过程进行控制、并根据信息反馈进行战略调整。战略管理是一个制定战略、贯彻实施战略、并不断调整修正战略的动态过程。

第三节 服务竞争环境分析

一、宏观环境

二、行业环境

服务竞争环境有其自身特点。归纳为以下几方面：

（一）服务产业的进入门槛比较低，服务产品创新缺少专利保护，创新易被竞争对手者仿效；

因为服务提供与消费的特点限制了市场范围和经营场所的规模，所以很难实现规模经济；

（二）顾客需求的波动性大，难以实现均衡生产

（三）来自服务替代品的威胁，如自动售货卖机使许多小杂货店处于危机；

（四）顾客偏好难以改变，从而使新进入服务领域的企业在吸引消费者方面遇到困难。

三、几种竞争作用力的分析

（一）进入威胁是指在一个行业内，新进入者对行业内原有企业构成的威胁。

（二）替代品的威胁是服务产业领域中普遍存在的竞争作用力，一项服务产品可替代性越强，则竞争愈激烈。

（三）买方侃价实力是指产品或服务的购买者凭借其实力与产品生产者进行讨价还价的能力。买方常以购买产品的数量为砝码，压低产品价格或是提出对产品质量和服务的更高要求。

（四）供方侃价实力是指为企业提供原材料或零部件供应的厂商凭借其实力与购买者讨价还价的能力。供方常通过提高价格或降低所供商品质量的方式向购买者施加影响。

第四节 服务竞争战略

一、常规竞争战略的描述

总成本领先、差别化、集中化三种竞争战略最具影响力，是各类企业参与市场竞争使用最普遍的几种竞争战略，几乎成为常规性的竞争战略。

（一）成本领先战略

（二）产品差别化战略

（三）市场集中化战略

（四）服务产品开发策略

二、获得竞争优势的策略

（一）努力成为竞争规则的制定者

（二）借助新技术创造竞争优势。

（三）跟踪需求变化，进行规则创新

（四）寻找市场缝隙，补缺取胜

（五）虚拟经营

（六）纵向一体化策略

（七）建立快速反应机制

第五节 服务扩张的战略选择--连锁经营

连锁经营是进行扩张的最有效方式之一，也是规模经济原理在企业经营管理中应用的具体实现形式。连锁经营的显著特点在于，凭借企业在产品或服务方面所拥有的品牌或者管理上的优势，实现低成本扩张，特别适合于服务产业的规模扩张。按照资产关系和经营管理体制的特点，连锁经营有三种类型：直营连锁、自由加盟连锁、特许加盟连锁。

复习思考题

1. 战略管理主要回答服务管理中的哪些问题？
2. 什么力量决定一个业竞争的激烈程度？
3. 战略管理的程序包括哪些内容？
4. 常规的服务竞争战略有哪几种类型？
5. 服务企业获得竞争优势的主要途径有哪些？
6. 服务企业应选择什么样的扩张战略？
7. 连锁经营方式分为哪三种类型，各有什么特点？
8. 请结合自己的经验和体会，描述一个现实生活中服务企业的战略特点。

案例研究

案例 1 全聚德集团的扩张战略

讨论：

1. 全聚德集团经营战略的特点时是什么？
2. 制约全聚德集团快速发展主要有哪些？应该采用什么措施加以解决？
3. 全聚德如何形成自己的竞争优势？

案例 2 REGUS 公司物业管理模式

讨论：

- (1) REGUS 公司能够快速发展的根本原因。
- (2) REGUS 公司的经营策略有什么特色？
- (3) REGUS 公司是靠什么能够吸引客户的？

拓展阅读书目

《中国机关后勤》（孙昭伦） 上海市政府机关事务管理局海外掠影 32 2002 年 第 8 期

第三章 服务需求预测

本章教学目的和基本要求：铨星公司的范例从反面说明调查研究和预测对企业经营决策是至关重要的，特别当推出新的服务项目时，更要对需求作出精确的预测。本章首先阐述了需求预测的概念以及需求预测对服务管理决策的意义，并对需求预测的分类作了简要描述。然后着重对时间序列预测和因果预测两类方法进行了介绍，包括预测方法的适用条件、预测模型的基本形式以及方法的应用等。最后概要介绍了定性预测方法的特点和应用领域。

学时分配：2 学时

引例：美国铨星公司

第一节 预测方法概述

根据市场需求进行决策是服务管理的核心。决策是面向未来的，而未来常常是不确定的，因此如何降低决策风险，提高决策的科学化水平对提高服务企业的运营效率至关重要。服务需求预测，就是在市场调研和分析的基础上，运用定性和定量预测技术对市场需求的变化趋势作出推断和估计，为正确决策提供依据。

一、定量预测方法

定量预测依据历史数据或者变量间的因果关系，通过构造数学模型进行预测，包括时间序列分析和因果分析预测模型。

二、定性预测方法

定性预测则是在综合决策者或专家的知识、经验、直觉的基础上所进行的预测，这类方法中有专家判断法、德尔菲法、市场调查预测技术等。

第二节 时间序列预测

一、时间序列分解

所谓时间序列是指一组按时间顺序记录下来的反映事物发展演进特征的数字序列。服务行业的经营管理中，有大量的问题属于时间序列范围。依据时间序列数据预测未来需求的变化，意味着未来需求的变化只与过去发生过的状态有关，而不考虑其他因素的影响。

时间序列预测法又称延伸预测法，包括朴素预测法、移动平均预测法、指数平滑法、趋势外推法等一系列预测方法。时间序列预测的基本出发点是，事物的未来发展主要依赖于历史，是历史的延续。如果我们得到了反映事物发展变化趋势的历史数据，就可以运用数理方法构建预测模型，并对未来作出预测。

- （一）长期变动趋势
- （二）季节变动影响
- （三）周期性波动
- （四）随机因素影响

二、模式的分类

各种时间序列预测方法对数据模式都有一定的要求,对时间序列数据模式作出正确判断是选择预测方法和进行预测的前提,常见的数据模式有四种类型,分别是

- (一) 水平数据模式
- (二) 趋势数据模式
- (三) 季节数据模式
- (四) 周期数据模式

三、均值预测法

平均值预测法的基本原理是:服务需求未来的变化是历史的延伸,下一时间周期需求量与刚刚过去的时间周期最接近,因此可以直接用上几个时间周期需求的平均值推断未来周期的需求变化趋势。

- (一) 算术平均法
- (二) 加权平均法
- (三) 移动平均值法
- (四) 加权移动平均法

四、指数平滑法

五、考虑季节因素的时间序列预测

六、趋势外推法

第三节 因果预测方法

在分析经济变量因果关系的基础上,可以根据观察到的历史数据建立因果预测模型,进行预测。

最常用的因果预测模型是线性回归模型,它适用于两个变量之间的数据分布呈线性趋势的情形,其数学模型的形式及模型参数的计算方法与直线趋势外推模型相同,但自变量 x 不再表示时间。回归预测可以反应变量间的因果关系,同时还可以运用统计方法进行相关性检验,因而是科学和严谨的预测方法之一,并在实际工作中得到广泛应用。但是,模型中的自变量有时也需要通过预测获得,本身可能也存在误差,因而在此基础上所进行的预测,其结果可能与实际有较大出入,这一点应在实际使用中加以注意。

随着计算机的日益普及,定量预测中大量的计算工作可以由计算机来完成,这方面比较有代表性的统计预测软件有 SPSS 和 QSB 等。

第四节 定性预测方法

在缺少历史数据的情况下,特别是当推出一种新的服务项目或服务产品,需要采用定性预测方法加以解决,依靠预测人员和专家的知识、经验及综合分析能力,对未来服务需求趋势作出估计和推断。定性预测包括

一、类推预测法

注意以下几点：

- （一）关事物在时间上的超前、滞后和同步关系
- （二）相关事物变化的方向
- （三）事物之间的可比性

二、德尔菲法

三、市场调查预测技术

复习思考题

1. 按时间跨度的长短划分，预测可以划分为哪几种类型？
2. 简述预测与决策之间的关系。
3. 简述预测的主要步骤。
4. 平均值预测法对时间序列数据有什么要求？
5. 选择平滑指数时应考虑哪方面的因素？
6. 在使用类推预测法时应注意些什么？
7. 德尔菲法的特点是什么？
8. 给出线性回归预测相关系数的取值范围及所代表的含义。

案例研究

案例 1：互连网用户发展趋势预测

案例 2：入境游客数呈快速增长趋势

讨论：

1. 我国入境游客数量的增长趋势呈什么样的态势？以上数据对旅游公司进行决策的意义。
2. 可以采用什么方法预测未来几年入境游客的数量？
3. 请用时间序列方法对 2003 年入境游客数做出预测。若能够获得 2003 年的实际数据，可以将预测值与实际值进行比较并讨论。

第四章 服务系统质量管理

本章教学目的和基本要求：本章首先介绍了服务质量的概念，然后简要描述了服务质量发展的演进过程和主要观点，接着重点介绍了常用的几种服务质量管理方法，最后对 ISO9000 系列标准和质量认证作了说明。

学时分配：3 学时

引例：目前国内民航企业自己的服务品牌

第一节 服务质量和质量管理

一、服务质量的概念

质量的一般概念是指产品或者服务满足顾客需求的能力。国际标准化组织在 ISO8401-1994 中对产品或服务的质量给出如下定义：质量是反映实体满足明确和隐含的需求的能力的特性综合。实体是可以单独描述和研究的事物，泛指质量管理、质量控制、质量保证和质量认证工作的对象，既可以是活动过程也可以是产品，还可以是组织，也可以是以上各种项目的综合体。这里所说的明确需要是指合同、标准、规范、图纸、及其他文件中明确作出规定的需要。隐含需要是指需求主体--顾客、社会对实体的期望，或者虽然没有在相关文件中给出明确的解释，但是为人们所公认、无需申明的需要。比如从日本进口的汽车，其方向盘应该符合我国交通规则的规定，设在驾驶室的左边；售出的商品房应该包括门窗、上下水设施和其它必要的设备。特性是对需要特征的定性或定量化的描述，表征实体满足需要的能力。不同类别的实体，满足需要的特征不同。对于实物产品，其质量特性分为性能、可靠性、安全性、经济性和适应性等。

二、服务质量管理的发展

三、服务质量管理的基本观点

- （一）服务质量管理的目标是顾客满意
- （二）服务质量管理的重点是预防
- （三）服务质量管理是一个持续改进的过程
- （四）服务质量管理的全面性
- （五）服务质量管理的成本观

第二节 服务质量管理方法

服务质量管理常用的方法有质量功能匹配、田口方法、帕累托图、因果分析图和统计控制图等 5 种。

一、质量功能匹配

质量功能匹配（Quality function deployment）是一种由顾客需求出发，将顾客需求转化为特定的、可设计的产品模式的质量管理技术。

质量功能匹配包括两个层面的工作，一是确定用什么样的服务或产品满足顾客需求，二是将顾

客需求转化为目标设计，进而为实施产品或服务设计提供框架。通过建立功能-需求矩阵，分析顾客需求与产品或服务功能匹配之间联系，回答顾客的需求是什么以及通过什么手段将顾客的这种需求转化为产品或服务的目标设计问题。

二、田口方法是分析解决产品设计阶段质量问题的管理方法。

田口方法的特点体现在两个方面：一是追求产品质量的稳定，具体含义是产品即使在不利的生产和使用环境下仍能够保持产品的技术性能。二是用质量损失函数定义产品质量，质量损失包括由于产品质量差给顾客带来的直接损失，也包括由于恢复产品的技术性能而付出的间接损失，以及其他损失。

三、因果分析图

因果分析图，又称为鱼骨图（因其形状象鱼骨而得名）是一种有效地分析产生质量问题原因的工具，在制造业的质量管理中使用了许多年，后被推广应用到服务业质量管理中。

鱼骨图的主干箭头指向要解决的质量问题，顺着鱼骨向后排列出主要引起质量问题的原因。服务质量管理中引起质量问题的原因归纳为 7 大类，即设备、员工、原材料、流程、顾客、信息和其他。运用鱼骨图的步骤是，从质量问题出发首先分析影响服务质量的大原因，进而由大原因寻找中原因和小原因，并最终查出和确定主要原因。

四、累托图是一种确定引起服务质量问题关键因素的工具。

其依据 20/80 原理，即关键的少数与次要的多数原理，寻找引起质量问题的关键因素。从观察到的实际现象看，质量问题也符合 20/80 原理揭示的规律，即 80% 的服务质量问题是由 20% 的原因引起的，因此运用帕累托图有助于抓住质量管理的主要矛盾。

五、控制图

控制图法是一种判断和预报生产制造或服务过程中质量状况是否发生异常波动的有效方法。控制图中绘有中心线和两条控制界限，中心线是质量特性的平均值，控制界限与中心线相距数倍标准差，一般取正负 3 倍标准差作为控制界限。控制图的横坐标为时间，图中还有按时间顺序抽取的样本统计量的数值点。

第三节 服务质量的评价准则

服务质量的评价准则采用如下五项准则，即可触摸性、可靠性、互动性、保证性（信誉，安全）、感情交流性。

- 一、可触摸性：是指服务场所、服务设施设备、服务人员和通讯设备的与顾客联系的状态。
- 二、可靠性：服务系统可靠、准确地履行服务承诺的能力。
- 三、互动性：服务系统及时了解顾客的需求并能够迅速作出反映的能力。
- 四、保证性：服务机构的员工在知识、礼仪方面能够是顾客产生信赖的能力。
- 五、感情交流性：服务系统对顾客个性化需求的关心和注意程度。

以上五项准则可划分为两大部分，准则（1）为第一部分，主要是指服务机构的硬件环境给顾客的总体印象，通称为服务环境。准则（2）至（5）主要是与服务系统中人员有关的因素，如服务水平，服务态度等人文因素。

第四节 ISO 9000 族标准及质量认证和质量奖

ISO 9000 系列标准是多年来世界各国开展质量管理实践经验和科学的总结，具有通用性和指导性。实施 ISO 9000 族标准，可以促进组织质量管理体系的改进和完善，对促进国际经济贸易活动、消除贸易技术壁垒、提高组织的管理水平具有重要的作用。尤其对加入 WTO 后，我国企业参与国际市场竞争具有重要意义。

复习思考题

1. 服务质量是如何定义的？其特点是什么？提高服务质量的可行途径有哪些？。
2. 服务质量管理的基本观点主要包括哪些方面的内容？
3. 保证和提高服务质量是需要支付成本的，请回答服务质量成本由哪几部分组成，并阐述选择最佳质量管理点的原则。
4. 田口方法在制造业中被证明是有效的质量管理方法之一，请思考该方法对服务管理的意义。
5. 试根据自己的经验，找一个自己熟悉的服务质量问题，绘出因果分析图。
6. 试根据帕累托图的思想，举出若干符合 20：80 规律的现象。
7. 阐述企业贯彻 ISO9000 族标准的意义。
8. 简述 ISO9000 标准中质量管理的八项原则的含义。
9. 企业进行质量体系认证要经过哪四个阶段？
10. 尝试运用本章给出的服务质量评价准则和评价方法，对一个本人熟悉的服务企业（公园、饭店、商店等）进行评价并讨论。

案例研究

案例 1：摩托罗拉的“神秘顾客调查”和“电话回访顾客”项目
讨论：

1. 摩托罗拉公司是如何推进服务质量控制的？
2. 摩托罗拉公司为什么将“神秘顾客调查”工作委托给第三方咨询公司？
3. 比较“电话回访顾客”与“神秘顾客调查”的方法与目的。

案例 2：环捷物流公司改进服务质量的策略

- 讨论：
1. 环捷物流公司应该采取何种提高服务质量的对策。
 2. 环捷物流公司服务质量指标体系的合理性。

第五章 服务设施选址与布局（3 学时）

本章教学目的和基本要求：本章围绕服务设施的选址与合理定位首先分析了影响服务设施定位的主要因素，然后介绍了服务设施选址定位的主要方法，即综合评价法、中心法和哈夫模型法等，最后对服务系统内部布局问题进行了讨论，并给出了常用的方法。服务设施的选址和定位问题是一个综合问题，涉及服务设施的地理分布、服务对象的数量、已有同类服务设施数量以及外部环境等因素。

学时分配：3 学时

引例：1999 年 10 月 31 日，经过艰苦的谈判，香港特区政府和美国迪斯尼公司达成了协议，决定合作在香港大屿山竹篙湾兴建迪斯尼主题公园。

第一节 服务设施选址的影响因素

服务设施的选址是一项复杂的系统工程，应该将服务提供者、服务接受者和服务设施看成一个有机的整体加以分析。服务设施是指具有独立服务功能的机构，如商场、餐馆、机场、火车站、公园、邮电局等。服务设施选址对于方便顾客，提高服务质量具有十分重要的意义。世界娱乐业巨头——迪斯尼选址的案例揭示了决定服务行业经营成败的奥妙，即服务设施的定位在服务企业管理中居于首要位置。这是由服务企业特点决定的，即需要直接面对服务对象，需要充足的客流，因此服务设施选址与定位必须以方便顾客来接受服务，或是能够吸引顾客来接受服务为原则。世界知名品牌——麦当劳每开设一家分店都要事先进行深入的调查研究和论证，并逐步形成了一套科学化的选址程序，其对店址潜在商业价值的判断力，是保持麦当劳连锁店成功率高的的重要原因。

服务业选址与制造业选址的区别在于，产品的制造成本往往随地区不同而有比较大的差异，但是服务业的运作成本相对来说变化不大。对服务企业影响主要是顾客规模和顾客的消费水平，它决定服务企业的销售量和收入水平。服务设施的选址和定位问题是一个综合问题，涉及服务设施的地理因素、服务对象的数量因素、已有同类服务设施的因素、外部环境因素等。

- 一、区域内消费者的购买力水平
- 二、服务企业的集中化程度
- 三、服务企业的功能定位
- 四、服务与消费者接触程度的高低

第二节 服务设施选址方法

一、综合评价方法

多指标评价的基本步骤如下：

- （一）根据选址目标确定评价指标
- （二）根据评价指标的相对重要性赋予一定的权重
- （三）制定评价标准和评分范围，1-10 分或 10-100 分
- （四）根据（3）对候选地址打分，并将得分数与权重相乘，计算出总分。
- （五）选择总分最高的地址为最优的方案

二、重心法

重心法是确定分配中心最佳地理位置的方法，其追求的目标是分配成本的最小化，常用于连锁店物流配送中心的选址。这种方法的基本原理在满足配送中心到每个连锁店运送货物的成本最小的条件下，在平面坐标系上确定配送中心的地理位置，即求出配送中心的坐标。由于运输成本与配送中心到连锁店之间的距离和运输量有关，故距离和运量都是影响选址的因素。为了使运输成本最小，理想配送中心的位置应该使配送中心到各连锁店之间距离与运量乘积的代数和为最小。即配送中心的位置是在综合考虑距离与运量两个因素基础上确定的，而不仅仅是在几何距离最短基础上确定的。

三、应用哈夫引力模型确定商业设施选址

哈夫引力模型借鉴物理学中万有引力定律，即两物体之间的吸引与它们的质量成正比，而与它们距离的平方成反比，将商场对顾客的吸引力表示为与商业设施的规模成正比与顾客与商店的距离成反比的形式，该模型可以估计特定服务设施对某区域消费者的吸引力，并且计算出消费者到特定服务设施购物的概率，是确定零售商店地址的有效工具之一。特别在解决已有商业设施条件下，再增加新商业设施的选址中具有独到的作用。

四、多服务设施定位问题

服务管理中常涉及多个公共服务设施的合理布局问题，如在特定区域应该设置多少个中小学校、急救中心、消防中心，它们的具体位置应该如何。这类问题属于多设施定位问题，其追求的目标是，如何以最少的服务设施满足服务对象的需要。

第三节 服务系统的内部布局

服务系统一般不直接从事物质产品的生产，对服务运作效率起决定性作用往往是服务过程中花费时间的多少、运输路线的长短、服务环境的优劣以及服务活动之间是否均衡等因素。而这些因素都与服务机构内部布局关系密切，所以优化服务机构内部布局对提高服务系统的运作效率具有十分重要的作用。服务机构内部布局的目标是，为顾客创造满意的消费环境，为服务提供者构造良好的工作条件，以最少的时间和物质消耗向顾客提供满意的服务，为服务提供者带来经济效益。

服务系统内部布局可以划分为三类。

- 一、以减少服务系统中的人流或物流移动距离为目的的服务单元（服务台）布局问题；
- 二、以提高服务场所空间使用效率为目的的综合布局，如零售店内部的布局；
- 三、以提高服务单元之间的有效衔接、节省顾客服务时间为目的布局问题。

复习思考题

1. 影响服务设施选址的主要因素是什么？
2. 简述服务业于制造业在选址方面的区别。
3. 考察本人所在城市服务设施布局情况，并分析其有什么特点？
4. 假设在你所居住的社区附近将要建立一个公园，请提出若干评价公园选址的指标。
5. 服务系统内部布局的主要目标是什么？
6. 观察一家百货店或超级市场，了解其商品布局的特点，分析其优点和不足是什么，并提出改进意见。

7. 考察自己所就读的大学校园，分析图书馆、教学楼、宿舍、食堂及其他相关设施的布局，有无更好的改进方案？

8. 下图是某地铁入口及售票窗口的布局情况，从方便旅客乘车的角度考察，分析现在的布局有无缺陷，应该如何改进？

案例研究

案例 1：燕莎奥特莱斯-京东商业的又一颗耀眼明珠

讨论：

1. 燕莎奥特莱斯购物中心的选址主要考虑了什么因素。
2. 燕莎奥特莱斯商品陈列有什么特色？

采用顾客自选，集中付款的方式销售名牌商品有什么优缺点？

案例 2：北京顺义空港物流园区

讨论：

1. 北京空港物流园区所选地理位置有什么特点？
2. 结合案例资料给出自己的观点。

第六章 服务项目管理

本章教学目的和基本要求：本章对服务项目管理问题进行了讨论，首先给出了服务项目的概念，阐述了服务项目管理的基本步骤，然后重点介绍了甘特图、计划评审技术和关键路线法的基本原理，最后介绍了网络优化的思想和方法，并结合例子对方法的使用作了说明。

学时分配：3 学时

引例：2001 年上海 APEC 会议

第一节 项目及项目管理

项目通常是一种一次性的工作，有明确的完成期限和目标，同时又受到资源的限制。项目是有始有终的活动，一个项目由多个相关的任务组成，这些任务之间由先后顺序。总之，要求在限定的时间内完成、有具体目标要求和资源限制的工作或活动都可以看作项目。

完成项目的组织是临时机构，其寿命周期决定于项目的完成时间，项目一旦完成，组织将自然解体，如伸奥委、中国入世谈判代表团等，一旦完成，这些机构将撤消。

随着项目管理知识的普及和服务产业的发展，项目管理的方法和思想也被运用于服务业管理，特别适用于工作项目繁多、联系紧密的跨部门的工作。

一个项目可以分解为不同的阶段和作业，每项作业都需要占用一定的人力物力，那么如何安排可以使服务项目以尽可能低的成本和资源消耗来完成，这是管理者需要经常要面对的问题。

项目管理的一般包括三个阶段：

一、项目规划阶段

这个阶段的任务主要是确定目标、定义项目的范围、组建项目实施的团队，规定了项目的努力方向和奋斗目标，是项目的核心；

二、项目计划阶段

这个阶段的任务是确定项目的具体目标、任务、进度、资源并对完成项目所需人员、资金以及其他资源作出详细计划，计划中对项目的目标、任务的描述应明确、具体，并尽可能做到量化，同时要对项目实施提供详细的说明书，对工作任务完成时间、消耗资源、成本等作出明确规定；

三、项目控制阶段

这一阶段中管理的重点是对项目实施过程中的资源、成本和产品质量进行监控，运用反馈信息对预算和各种资源进行合理的调度，达到以最低资源耗费保证项目在规定的时间内完成的目的。

第二节 项目管理的甘特图法

一、甘特图

它是一种描述项目中各项活动的工期及其相互关系的图表，其横坐标表示项目的总工期和日程，用横线表示每个活动所需的作业时间，纵坐标表示项目的活动。它可以直观地描述项目中各个

活动安排的顺序和时间分配,对于控制项目进度,合理分配每个活动所需的时间和各种资源是一种有效的工具。特别对于一些较简单的项目,可以独立的使用甘特图进行进度安排,对项目实施管理。

二、应用甘特图进行服务项目管理的步骤

- (一) 将服务项目分解为若干活动,明确各个活动与总项目之间的关系
- (二) 确定各个活动之间的顺序
- (三) 估算各个活动需要消耗的时间
- (四) 将活动在坐标系中用横条表示出来

服务项目分解遵循由顶向下逐层分解的原则,将项目划分为若干部分,形成层次结构。层次结构的第一层为项目、第二层为项目的主要任务、第三层为主要任务中的子任务,依此类推直到分解到构成项目的最小单元——“活动”。

第三节 网络计划技术

一、概述

网络计划技术是计划评审技术 (PERT) 和关键路线法 (CPM) 等一类基于网络图进行项目管理的方法的总称,在我国有时又称统筹法。本小节中主要介绍 PERT 和 CPM 的原理和方法。

PERT 和 CPM 的共同点是将项目看作一个有机的整体,通过把项目分解为一系列相互关联的活动,绘制出反映活动间逻辑关系的网络图,然后在网络图进行上优化,它们所使用的技术手段和所追求的目标基本上是相同的。PERT 与 CPM 的主要区别主要在于,PERT 法适用于各项活动时间具有不确定性的项目管理,CPM 方法主要用于活动时间为确定性的项目管理,在确定项目的活动时间时,PERT 采用三点时间估计法,而 CPM 则采用一点估计法。

项目分析与工作分解的目的是将整个项目分解为便于管理的具体活动,主要要回答下列问题:项目完成的时间要求,项目由哪些活动组成,各个活动所需要的时间、人力、物力等资源情况?项目的约束条件是什么?明确各种资源状况及时间限制,压缩项目完成的时间所要追加的成本等等。项目分解的结果一般用表格或图的形式表示,为项目的优化管理奠定基础。

所谓网络图,就是用结点(常用圆圈表示)和箭线相互连接构成的图形,可以直观地表示项目中各个活动间先后次序和各种联系,是进行项目管理的重要工具。目前国际上通用的网络图绘制有两种方式:即双代号法(AOA)单代号法(AON)。AOA 法用带箭头的直线表示活动,用圆圈表示活动间衔接关系,用 AOA 法绘制的网络图逻辑关系清楚,必要时可以用箭线的长短表示活动时间的长短,便于阅读和使用。单代号网络图,AON 法则是用圆圈表示活动,而用箭头表示活动间的衔接关系。AON 法绘制的网络图逻辑关系简洁、明了,特别适合运用计算机进行网络分析优化,如微软公司开发的项目管理软件就是采用 AON 法绘制网络图的。本书中应用 AON 法绘制网络图。

单代号网络图 AON (ACTIVITY-ON-NODE) 的含义是指用圆圈(结点)表示活动,用圆圈中的字母或数字表示活动的名称,用圆圈之间的箭线表示活动之间的联系,网络图绘制完成之后,需要在计算网络时间参数的基础上确定关键路线,进而达到对项目优化管理的目的。确定网络时间参数的基础是活动时间,包括项目中完成各活动所耗费的时间、活动开始时间(时刻)、结束时间(时刻)以及反映活动可以推迟开始或完成的缓冲时间等。

复习思考题

1. 简述甘特图在项目管理中的主要用途及优缺点。

2. PERT 和 CPM 可以用于解决什么问题，它们的主要区别是什么？
3. 请给出网络图中关键路线的定义。
4. PERT 中活动时间是怎样计算得到的，如何计算活动时间方差？
5. 简述计算网络时间参数的基本思路和步骤。
6. 什么是活动的缓冲时间，如何计算。
7. 怎样计算项目在一定时期内完成的概率。
8. 服务项目工期成本优化的目标是什么？
9. 在工期成本优化中，被压缩时间的活动应该满足什么条件？
10. 尝试就自己熟悉的简单服务项目进行活动分解并绘制网络图。

案例研究：智杰公司服务项目管理

- 问题：1. 分析讨论智杰公司服务项目管理的特点。
2. 从智杰公司服务项目管理可以得到哪些启示？

第七章 服务系统库存管理

本章教学目的和基本要求：联想集团的例子说明，库存管理在降低企业运营成本，提高经济效益方面所起到的重要作用。本章首先阐述了库存的概念和作用，然后重点介绍了确定性和非确定性库存模型及经济批量订货公式，并对 ABC 分类和 JIT 思想在库存控制中的应用作了简要描述。

学时分配：3 学时

案例：联想集团

第一节 服务系统库存概述

一、库存的作用与类型

库存是一种普遍存在的经济现象，企业中尚未投入使用的原材料和未售出产品都是以库存的形式存在着。库存在保证生产和服务活动的正常开展具有极其重要的作用，从广义的角度分析，服务业中库存可以分为两类：一类为物品库存，如百货商店中存储的各种商品，汽车修理业厂中存储的汽车零配件，餐厅里的备用食品等；另一类是服务能力（设施、设备容量）库存，即服务系统中各种设施、设备所提供的各种服务能力。库存管理中的主要概念：需求、补充库存、库存费用、订货费用、缺货损失费用。

二、库存管理中的主要概念

- （一）需求
- （二）补充库存
- （三）库存费用
- （四）订货费用

第二节 确定性需求条件下的库存模型

一、经济订货批量模型

最常用的库存控制方法，也是理解和研究其他类型库存模型的基础。基本经济批量订货模型是建立在以下假设基础之上的，即：需求知并没有随即性波动；交货时间是确定的；货物到达不需要时间，一旦订货即可瞬时到达，可以避免缺货损失；库存费用主要由订货费和存储费两项费用组成。

二、订货成批到达但有时间延迟的库存模型

特点是订货可以一次性补充到最高库存，但是从订货到货物到达需要一定时间，此类模型更具实际意义。

三、边消耗边补充库存模型

四、数量折扣的库存模型

五、ABC 库存分类管理法

ABC 库存分类管理的基本思想是，库存物品一般可以划分为 A、B、C 三类，A 类库存物品的数量少但是占用资金较多，B 类库存物品的数量和资金占用基本相当，C 类库存物品数量多但占用资金少。因此在库存管理工作中不应平均分配力量，而应突出重点，尽量降低 A 类和 B 类物品库存量。

六、准时制库存管理

准时制库存（Just -in-time inventory）是由丰田公司创造的准时生产方式发展起来的，其基本出发点是，存货就是浪费，它占用资金、空间和时间，因此理想化的库存策略是准时供货，即生产服务过程中需要的原材料并不需要提前购买并存储在仓库中，而是在需要的时候直接送到工作现场。

第三节 随机需求条件下库存模型

当物品的需求量是随机的情况下，订货策略的确定属于风险型库存管理问题。商店的决策者必须采取适宜的存储策略，尽量作到即不因为缺货失去市场机会，又不因商品滞销造成经济损失。特别是对于月饼、水果、蔬菜、挂历、报刊杂志等时令性物品订货尤其重要，因为时令性商品一旦过了需求时间后其价值将大打折扣，甚至于完全丧失价值。随即需求一般情况有三种订货策略：第一种策略是定期订货。第二种策略是定点订货，即当商品库存量降到某一数量时即订货，每次订货的数量不变，称这一数值为订货点。第三种策略是综合订货，即将定期订货和定点订货两种方法结合起来，定期考察库存，若库存高于某一数值 s 则不订货，否则订货补充库存，使库存量达到某一数量水平 S ，这种策略成为 (s,S) 。

第四节 积压商品价格折扣模型

在库存商品积压情况下，为了减少因资金占用引起的经济损失，常采取削价销售的办法处理积压商品，这是优化库存结构的重要策略。运用价格折扣策略一方面有利于尽快收回资金，将资金用于畅销商品的经营，另一方面还可以通过价格优势扩大市场占有率。近年来，国内许多商家都采用了价格折扣策略，价格打折的商品从服装、家电到一般日用品几乎无所不包。事实上价格折扣策略也是世界各国商界普遍采用的方式之一。

复习思考题

1. 简述服务系统中库存的作用与分类。
2. 请思考，服务系统中为什么需要保持一定量的库存。
3. 用曲线描述订货成本与存储成本之间的关系。
4. 简述 ABC 库存分类管理方法的基本思路
5. 用准时制库存管理的思想分析库存量与管理缺陷之间的关系。
6. 一般情况下，订货批量越大则享受的价格折扣越多。既然如此，是不是就应该尽可能低地增加订货批量？为什么？。
7. 随机需求条件下的库存管理应考虑哪些因素？
8. 根据自己的经验，举出一个在库存管理方面存在问题的实例并加以分析。

案例分析

1: 尚廉汽车销售公司

问题:

1. 请帮助尚廉公司确定最佳订货批量。
2. 确定该公司的再订货点。

案例 2: 鑫座连锁公司的库存策略

讨论:

1. 采用什么样的库存策略可以使库存总成本最小?
2. 两种运输商品方式的优缺点。

第八章 服务供给与需求管理

本章教学目的和基本要求：本章阐述服务能力与服务需求管理的目的和意义，探讨了需求高峰期和非需求高峰期的服务能力管理问题，介绍了收益管理的原理和三种对策。

学时分配：3 学时

案例导入：2002 年春节运

第一节 服务能力与需求管理的框架

一、服务能力与需求平衡的一般描述

服务能力与服务需求平衡是指具有独立服务功能的机构，服务供给与需求管理的目标就是尽可能地实现服务供给与服务需求的平衡，以使服务系统的空闲损失、机会损失和顾客损失都达到最小。

二、服务能力与需求均衡的经济分析

常见的服务能力与需求不平衡的现象有两类，一类是服务能力相对固定，而需求是波动的，另一类是服务能力和服务需求都发生波动的情形。服务能力与需求均衡的经济分析进一步从市场的角度分析服务与需求均衡的经济关系。假设某服务企业向社会提供的服务能力为 Q_s ，对应市场的高、中、低三种需求状态有三种服务能力选择，即较大规模服务能力、中等规模服务能力和小规模服务能力。如何实现相对固定的服务能力与随机波动的服务需求之间的平衡是服务管理的重点和难点问题。它涉及服务供给和服务需求两方面的管理，对服务供给而言主要是调整服务能力以适应服务需求，而对服务需求方则是采取各种措施减少需求的不确定性。下面给出服务能力与需求管理的基本思路。

三、服务能力与需求平衡管理的思路

第二节 服务能力管理

服务能力管理就是围绕服务系统的核心功能，通过对服务系统内部资源的优化调度，解决服务系统如何适应服务需求的问题。服务需求的不均衡表现在，存在需求高峰和需求低谷。在需求高峰时期，服务能力的管理主要着眼于通过提高服务效率，组织和调度各种资源，充分挖掘服务设施的能力，最大可能地满足服务需求。服务能力与服务需求相适应问题与两类因素有关，一类是非可变因素，另一类是可变因素。非可变因素主要是服务系统中难以在短期内随服务需求的变化而变化的因素，可变因素是指在短期内随需求变化在一定范围内进行调整的因素，这种因素主要是服务企业的雇员，尤其在技能要求不太高的服务领域，有时可以通过新聘或解聘雇员来达到调整服务能力的目的。鉴于此，可以将服务能力管理的策略分为长期策略和短期策略，前者主要针对不可变因素的管理，后者主要针对可变因素的管理。

一、服务能力管理的长期策略

二、服务能力管理的短期策略

第三节 需求诱导与收益管理

诱导策略是指通过对消费需求的引导和管理,降低服务提供者和顾客的损失。其核心是应用灵活的价格策略、预定策略有效地实现服务能力与服务需求的平衡。具体步骤包括:准确预测需求量;建立服务需求、供给的缓冲环节;设计灵活的价格杠杆机制。

收益管理是一套综合性的管理经济技术,旨在解决存在固定生产能力和随机需求条件下的定价和生产能力分配问题。收益管理技术最早出现于航空公司制定机票销售策略中,此后被广泛应用于各种服务性行业中,如医院服务、体育赛事、主题公园、娱乐设施以及饭店等服务领域,取得较好的效果。收益管理主要有两类决策:即价格决策和超额预定决策。

一、价格决策

价格策略是收益管理的核心,其出发点是借助价格策略增加服务机构的收益。其管理的目标是,在保证额外收益大于额外成本的条件下,采用灵活的价格策略实现服务能力与服务需求的平衡。价格决策是在需求预测的基础上,以适当的价格向特定的顾客群体销售服务产品,又称为价格歧视。

二、预约服务策略

通过非几个手段对服务需求进行调节的策略,即预约服务策略。预约服务应尽可能地将安排在服务需求的非高峰时段进行,这样可以给服务供给和需求双方带来好处。对供给方来说,提高了服务的计划性,有利于服务机构合理的安排服务资源,提高服务资源的利用效率,扩大服务服务能力。这是因为,当不采用预约服务策略时,由于顾客到来是盲目性,造成服务高峰期顾客的流失,服务需求的非高峰期服务能力的大量闲置,服务机构的能力并没有完全发挥出来。

三、超额预定决策

采用预约服务策略对于提高服务能力的利用率有积极的作用,但是有时预约服务的需求方不按期履约同时也不承担经济责任,就会给服务企业带来一定的损失。为了有效防止因顾客未履约而出现的损失,规避违约风险,可以根据实际情况适当扩大预约数量,即使预约服务的数量大于实际可以提供服务的数量,以保证在一部分顾客未履约的情况下,服务机构仍有较高的效率,这就是所谓的超额预定决策问题。超额预定决策的关键是确定超额预定的数量范围,即到底预定的数量以超过服务能力多少为宜。

复习思考题

1. 服务供给与需求管理的目标是什么?
2. 为什么说服务具有不可存储型和易逝性的特点,试举例说明。
3. 服务供给与需求管理的的基本途径是什么?
4. 简述超额预定策略的原理。
5. 请解释为什么预定机票的提前期越长,机票的价格折扣越多。
6. 为什么相同的服务产品,在不同的时间消费几个可以相差很大?请说明原因,可以通过自己熟悉的例子加以佐证。
7. 试分析在同一个服务设施内开发互补性的服务产品的利弊。
8. 当服务需求超过服务能力的情况下,可以通过什么方式满足服务需求。
9. 服务能力管理的长期策略有哪三种?各个策略都有什么特点?请根据经验举出一个采用连

锁经营方式的服务企业的例子。

10.简述预约服务策略的特点。

案例研究

昆塔斯（QANTAS）航空公司应用数据仓库技术进行需求管理
问题讨论：

1. QANTAS 航空公司的成功主要得益于其采取的什么措施？
2. 分析数据仓库系统的功能对资源调度的意义。

第九章 服务管理中的决策技术

本章教学目的和基本要求：决策对企业的正常运营意义重大，尤其面对一个关键性的选择时，决策的正确与否将决定一个企业的命运。因此决策应该以正规的、符合逻辑的方式做出，以规避市场风险。本章首先简要描述决策的基本程序，然后介绍确定型、非确定型和风险条件型决策方法及应用，并结合案例讲述了决策树法的原理和应用，最后对常用的定性决策方法做了简要介绍。

学时分配：2 学时

引例：凯马特破产申请案

第一节 决策的一般概念

决策的概念可以从广义和狭义两个角度理解。广义的可以将决策看作人们在管理工作中提出问题、搜集资料、确定目标、拟定方案、分析评价，选择最优方案等步骤组成的过程。管理基本职能活动如计划、组织、指挥、控制都离不开决策，为了提高决策质量，在现代企业管理中必须在对经营要素、经营环境分析的基础上，确定决策目标，并且拟定若干可实施的方案，然后依据一定的准则进行评价选优，确定企业的经营方向、经营目标、经营战略等大政方针。

第二节 决策的分类

一、决策的重要性划分为战略性决策和战术性决策

战略决策是涉及企业的发展和生存的全局性、长远性的决策，战术决策是为完成战略决策所规定的目标所进行的决策。决策的重要性具有相对性。就某一层来说来说是战略性决策，在更高层次上可能成为战术性决策，高一层次的战术性决策，对低一层次的系统来说，可能是战略性决策。

二、决策对象的属性能否定量化划分为定量决策和定性决策。

定量决策是指决策对象的属性是可以量化描述的，可以运用数量化的方法进行方案的评价与优选，否则是定性决策。

三、按决策环境特点划分为确定型决策、非确定型决策和风险型决策。

四、按决策对象的的特点划分为竞争型决策和非竞争型决策。

五、按决策程序的特点划分为结构化决策和非结构化决策。

第三节 决策程序与决策要素

一、决策程序

决策过程的方法论认为：若决策者了解了决策过程，掌握了决策过程和能控制方法，他就能正确地预见决策的结果。决策由参谋活动、设计活动和选择和活动三个阶段组成。明确决策问题、确定决策目标；拟定各种可能的决策方案；比较、评价和筛选出最合适的方案；实施决策和反馈。上述四部分是任何决策所不可或缺的。

二、决策要素

在企业管理的实践中，对各中类型的决策问题，人们在总结经验的基础上形成了许多决策方法，

这些方法归纳起来有两类，即定性决策方法和定量决策方法。但无论什么样的决策都离不开以下四要素：

- （一）决策者
- （二）选择的方案（替代方案）
- （三）行动或策略
- （四）决策环境

第四节 确定型决策方法

确定型决策问题一般具备如下四个条件：

- 一、决策者希望达到一个明确目标（收益大或损失小）；
- 二、决策环境的状态是确定的；
- 三、存在着可供决策者选择的两个以上的方案；

四、不同的决策方案在确定的状态下的益损值（利益或损失）可以计算出来。对此类决策问题的求解，一般常用的决策方法有线性规划、动态规划和网络分析技术等。商业企业经营管理中的一些确定型决策问题，可以运用决策表分析法进行求解。即将每种方案的可能结果排列出来，按照一定的决策目标进行选择案即可。

第五节 非确定型决策方法

非确定性决策问题具备如下条件（1）决策者希望达到一个明确的目标（收益大或损失小）；（2）存在着可供决策者选择的两个以上的方案；（3）不同的决策方案在一定决策环境状态下的益损值（利益或损失）可以计算出来。非确定型决策的显著特征在于，决策者对决策环境一无所知，因此决策结果往往与决策者对待风险的态度有关。根据决策的主观倾向和对待决策风险态度可以分为四种方法，即小中取大法、大中取大法、机会均等法和最小后悔值法。这些方法都是在决策矩阵的基础上进行决策分析的，因此在介绍决策方法之前，先给出决策矩阵的概念。所谓的决策矩阵是由行动方案集，环境状态集（即决策的环境状态）和对应一定的（行动方案，环境状态）组合条件下的收益或损失三部分内容构成的二维表。

一、乐观准则

乐观准则又称为大中取大法（MAX MAX）法。其特点是决策者对决策方案的选择持乐观态度，当他面临情况不明的决策问题时，决不放弃任何一个可获得最好结果的机会，以好中又好的乐观态度来选择他的行动方案。决策方法是：第一步，从每一个行动方案下选取一个最大的收益值；第二步，在所有最大收益值中找出最大的，以其对应的方案作为最优决策。

二、悲观准则

悲观准则又称为保守型决策准则，或小中取大法（MAX MIN）。当商场的经营状况不太好或财力有限，无力承担决策风险的情况下，经理人决策时往往比较谨慎。当决策矩阵的数字代表成本的情况下，决策者考察每一方案下的最大成本或损失，然后再从中选取最小成本对应的方案作为决策--即最小的最大成本方案。若决策矩阵中数据是利润，决策者先选出每个方案下的最小利润，然后再从中选出最大利润对应的方案作为决策方案--即最大最小利润方案。当决策矩阵的数据为利润的情况下的决策步骤是：

第一步，从每一个方案中选取一个最小的利润值；

第二步，在所有最小收益值中找出最大的，以其对应的方案作为最优方案。

三、等可能性准则

等可能性准则的基本思想是，当决策者面临多个可能发生的事件集合，若没有什么确切理由来表明一个事件比另一个事件存在更多发生机会时，只能认为各事件发生的机会是均等的。平均利润的计算方法是，将每个方案在各种状态下的利润值与对应状态的概率相乘然后再求和。该方法的决策步骤：

第一步，计算出每种环境状态的概率

第二步，计算每个行动方案的平均利润

第三步，比较平均利润的大小，选择最大平均利润对应的行动方案为决策方案。

四、最小机会损失准则

最小机会损失准则，其含义是在某种环境状态条件下，由于决策者没有选择对应该状态的最优行动方案，丧失获得最大利润的机会，其损失的大小由该环境状态下的最大利润与各个方案下的利润差表示。

五、决策信息的价值

第六节 风险型决策方法

风险型决策问题也叫统计型决策问题,其特点为：（1）存在决策者希望达到的目标（利益大或损失小）；（2）存在着可供决策者选择的两个或两个以上的行动方案；（3）存在着两个或两个以上不依决策者主观意志为转移的决策环境的状态；（4）决策者可以根据过去的经验和科学方法预先估计或计算出环境状态出现的概率。风险决策中一般采用两种决策方法，一种是基于决策矩阵的最大期望收益决策方法，另一种是决策树法。本小节重点讨论最大期望收益准则。

一、期望收益准则

二、全信息价值

三、观概率的确定

四、贝叶斯定理在风险决策中的应用

第七节 序贯决策与决策树方法

一、决策树的结构

决策树法是一种有效的分析解决序贯决策问题的工具，它用直观的树型结构图表示描述序贯决策的过程，可以方便地进行方案的分析、评价与选择，有利于辅助决策者理清决策思路得到满意的答案。因此决策数法在管理中得到普遍的应用。

二、决策的步骤

第一步：绘出决策问题的树型图

研究决策由哪些方案组成，然后遵循决策问题的顺序，由左向右画出决策树，并在相应的结点

和树枝旁注上数据。

第二步：计算和方案筛选

计算从结果结点开始向左逐级运算，根据右端的收益值和状态枝上的概率，计算各个方案的期望收益值，记在状态结点上。

方案筛选决策。比较各个方案的期望收益，舍去期望收益值小的方案，保留期望收益值大的方案。

复习思考题

1. 简述决策的概念。
2. 决策由哪些要素组成？
3. 按决策环境的特点可以将决策划分为哪几种类型？
4. 一个完整的决策过程应由哪几部分构成？
5. 简述风险的概念，下风险与收益之间的联系具有什么特点？
6. 简述最大期望收益则的基本思想。
7. 主观概率与客观概率有什么不同？
8. 用自己熟悉的例子解释贝叶斯定理是如何提高决策质量的。
9. 决策树法与其他决策方法的根本区别是什么？

案例分析 欧洲迪斯尼乐园的决策问题

讨论：

1. 欧洲迪斯尼乐园在经营决策中存在哪些问题？
2. 为了扭转欧洲迪斯尼乐园的被动局面，提出改进措施？

第十章 服务管理中的信息技术

本章教学目的和基本要求：信息技术正在改变世界，正在改变人们的生活方式，同时也在创造着全新的服务产品。本章在简要描述信息技术对服务产业影响的基础上，介绍信息即服务信息的作用、信息系统的结构与功能、互连网技术在服务管理中的应用等，最后对信息技术应用中应注意的作了讨论。

学时分配：3 学时

引例：信息技术的对服务产业发展的影响

第一节 信息技术与服务产业的发展

一、信息技术在服务产业中得到广泛应用

信息技术的广泛应用极大的提高了制造业的自动化水平，20 世纪以来制造业取得的巨大成功，很大程度上应归功于信息技术的应用。与制造业一样，信息技术在服务产业中也有着广泛的应用。从批发零售业的电子收款系统到汽车修理业的车辆故障诊断设备，从银行存取款业务到证券交易，从医院的血液、尿样检测分析到旅店业的电子登记系统，从公路电子收费系统到航空航海的电子导航等等，如今信息技术在服务产业中的应用领域几乎无所不在。

二、信息技术赋予服务产业新的内涵

信息技术在服务产业中的应用，极大地提高了服务产业的效率，使服务产业的面貌为之一新，同时也赋予服务产业以新的涵义，有力地促进传统服务产业向现代服务业转变。信息技术与消费者需求多样性的结合，产生出更多、新服务需求，有力的促进服务产业的发展。

三、信息技术全方位提高服务产业的运营效率

信息技术提高服务产业运营效率主要体现在三个层面：

- （一）事务处理层面，提高业务处理效率；
- （二）管理层面，提高计划、管理、指挥和控制效率；
- （三）经营层面，有利于新的服务产品开发、拓展市场空间、形成比较优势。

信息技术在经营层面的应用主要表现在两方面主要

（四）将信息技术作为企业建立技术壁垒、形成比较优势并阻止竞争对手进入的手段。通过建立数学模型，

（五）运用计算机进行量化分析，仿真模拟，对市场进行预测和分析，降低市场风险，为确定企业经营方向、开发新的服务产品提供参考思路。

第二节 信息与服务信息的作用

一、信息的概念

从信息所承担的功能角度分析，信息是人们进行决策的基础，信息是对人们决策有用的消息或是知识，也可以说信息是使不确定因素减少的有用的知识。从数据与信息关系分析，数据是对单个

事物的直接记录和现象描述，而信息则是对事物的实质及相互之间逻辑关系的说明。数据不仅限于数值数据，同时还包括非数值的数据。信息的本质属性体现在两方面：首先信息来自描述客观世界的的数据，是对数据加工处理的结果；其次信息对人们的决策有价值。信息作为物质世界普遍存在的一种客观现象，

其具有以下几个特点：

- （一）信息的客观真实性
- （二）信息的可分享性
- （三）非消耗性
- （四）时效性
- （五）有价性

二、服务管理中信息的作用

服务管理中信息流程的作用表现在

- （一）对服务流程中各项活动的开展进行规划和调节，使它们按照一定的规则有序的进行。
- （二）动态反映服务流程中各项活动的运行状态以及服务活动最终结果。确识别服务管理过程中的信息需求，通过对服务过程中产生的数据进行收集、储存、加工进而向企业的各级主管部门以及其他相关人员提供准确、适用的信息对提高服务管理水平具有十分重要的意义。

第三节 管理信息系统的结构与功能

一、管理信息系统的一般结构

管理信息系统经过几十年的发展，其功能已经从原来的以数据采集、加工、存储和信息传递为主转向集数据处理、事务处理、决策支持和专家系统等功能于一体的综合系统。“管理信息系统”已经成为广义的概念，其涵盖了现代企业信息化涉及的诸多方面。它包括决策支持系统和某些专家系统，也包括诸如企业资源计划系统（ERP），决策支持系统（DSS）等，客户关系管理（CRM），供应链管理（SCM）等。

二、战略管理功能

如何发挥信息技术在战略管理中的作用，是当前信息技术应用的前沿性课题。随着市场竞争的不断加剧，将信息技术与战略管理相结合，开发战略管理信息系统已成为现代管理信息系统发展的基本方向。战略管理信息系统是指运用信息技术来支持或体现企业竞争战略，使企业获得或维持竞争优势，削弱对手的竞争优势为核心的信息系统。它着眼于通过开发新产品、改进组织结构、改善与客户及供应商的关系等提高企业运营绩效。战略管理信息系统更关心创造性地开展业务活动和增加利润的方法，包括决策支持系统（DSS）、战略信息系统（SIS）、经理或主管信息系统（EIS）、专家系统（ES）等。战略管理信息系统最显著的特征是从企业如何赢得竞争优势角度进行信息系统建设，而不再是单纯从业务需要或者计算机化的角度进行信息系统建设。战略管理信息系统将企业信息资源作为经营的立足点，注重依靠信息技术来创造竞争优势，为客户提供更加满意的服务，在激烈的市场竞争中立于不败之地。

三、管理控制功能

管理控制层的功能是将战略转化为各职能部门的工作计划并进行实施监控，运用定量化的方法

对计划执行情况进行考核评价，对服务活动进行监控，找出偏差和产生偏差的原因，提出纠正偏差的措施，保证各项服务活动高质量的完成以实现和企业的战略目标。

信息技术的应用可以达到如下效果：一是提供个性化服务，增强旅客对航空公司的忠诚度。二是减少因操作失误造成的损失。

四、业务处理功能

管理信息系统的业务处理能是为提高企业运营各个环节工作效率服务的，其突出的特点是执行性、程序性、数据的数量大且对数据质量要求高。业务处理层提供的数据反映了企业日常经营活动的状态，是企业管理信息系统的基础。

五、客户关系管理

客户关系管理（CRM）是当前服务管理的前沿问题之一，它是以客户为中心，以信息技术为手段，通过对相关业务功能进行重新设计、对相关工作流程进行重组，以达到留住老客户、吸引新客户、提高利润率的目的。在提高 CRM 的水平方面数据挖掘技术扮演着重要作用。数据挖掘技术在大型银行、保险公司、电信公司和零售批发等服务行业中开始得到应用。

第四节 服务信息管理中互连网技术的应用

以互连网为基础的电子商务运营模式正在得到越来越广泛的使用，在生产、流通和服务等诸方面发挥着日益重要的作用，已经成为现代社会不可避免的概念。

第五节 信息技术应用中需要注意的问题

一、顾客隐私权的保护

在保护顾客隐私权上涉及两方面内容：一是如何合理、合法的利用顾客信息。即界定顾客信息的使用范围及使用方式。国内外不乏因对顾客信息使用或保护不当引发的纠纷。二是如何有效的保护顾客信息不被窃取。一些黑客可以通过网络入侵公司的计算机系统的数据库，窃取大量顾客信息。

二、信息系统的数据安全

如何化解数据遭受破坏的风险，抗拒因自然灾害和计算机软硬件故障造成的数据破坏，是信息技术应用中被人们关注的焦点问题。

复习思考题

- （1）管理信息系统与决策支持系统的主要区别是什么？
- （2）根据自己的经历，列举几个应用信息技术的服务领域。
- （3）信息技术在服务产业中可以发挥哪几方面的作用？
- （4）信息技术作为企业竞争的有利手段，主要体现在哪几方面？
- （5）应用信息技术可能带来一些潜在的风险和需注意的问题，请举例说明。

案例研究：伊利集团改造分销及库存管理信息系统实现与市场的“亲密接触”

问题：

1. 什么原因促使伊利集团进行分销与库存管理信息系统改造建设的？
2. 伊利集团为什么要把这套系统开发工作外包出去？
3. 伊利集团分销与库存管理信息系统的改造与建设的成功，为企业带来了哪些好处？

第十一章 服务系统优化

本章教学目的和基本要求：资源的有限性是经济社会的基本现象，如何在有限的资源条件下获取最大的经济利益，是企业和顾客追求的目标。对服务企业而言，有如下一些多实际问题，如何安排员工的作业时间以使花费的人工费用最省，如何安排运输方案以使总运费最省，如何以最低的成本制作出满足营养要求的食品等。对于顾客而言，除了自己需支付的费用以外，时间是顾客的重要资源之一，即如何以最少的时间耗费得到及时的服务等等。服务系统优化正是在这一背景下应运而生的，应用运筹学和管理科学的方法可以有效的提高服务系统的效率，常用的方法有线性规划、排队论、库存论、动态规划、决策论等等。本书的其他章节已经对各种方法做了不同程度的介绍，在本章中主要讨论服务管理中用得较多的两类优化方法--线性规划和排队论的应用问题。

学时分配：3 学时

第一节 线性规划及其在服务管理中的应用

服务企业管理中总面临如何更好地利用有限资源，获得最佳服务效果的问题。例如企业总希望扩大广告宣传效果，但是受到广告预算的限制；项目经理总希望工程项目能够在最短的时间内完工，但是要受到人力、物力资源的限制；商场希望获得最大的销售利润，但是受到卖场空间、预算以及不同商品市场需求量的限制。通过对上述问题的分析，可以看出它们有一些共同点，一是每个问题有确定的目标，要么是追求效果最好，要么是利润最大化，或者希望工期最短；二是都受到一定的约束，如资金约束、劳动力、物力资源的约束等。我们称此类问题为在约束条件下求目标函数最优值问题。

一、线性规划模型的一般描述

线性规划是解决这类优化问题的有效工具，它所遵循的基本思路是，将实际问题中涉及的各种资源或限制归纳为约束条件，并把实际问题所追求的目的用目标函数表示出来，得到问题的线性规划模型，然后通过解此线性规划问题得到最优解或最佳方案。线性规划实际上就是在一定约束条件下求目标函数最优值（最大值或最小值）的问题。将一个实际管理问题进行数学抽象并写出线性规划模型，需要做如下工作：首先分析问题，明确所追求的目标是什么？其次要明确约束条件及相关的参数有哪些；然后根据线性规划模型的结构和要求列写数学模型。

二、线性规划模型在服务管理中的应用

应用线性规划方法解决服务管理优化问题的过程由分析问题、建立模型、模型求解、最优性检验、确定最优解等步骤组成。其中线性规划问题的求解已有成熟的方法和多种版本计算机软件，鉴于本书研究范围所限，不准备对线性规划问题的一般求解方法做详细介绍，而重点分析服务管理中经常遇到的指派问题、运输问题等一类特殊类型的线性规划模型及其计算方法，在本节的最后结合例子简要介绍应用计算机软件求解线性规划的方法。

服务管理中经常遇到物资调运问题，如快餐连锁店原料的配送，连锁商店的商品配送等。大多数情况下要在一定区域内设若干配送中心，承担向各个分店送货的任务。运输问题所追求的目标是，在满足各个分店对货物需求且不超过每个配送中心所能够提供货物数量的条件下使运输成本最低。这实际上是一个根据现有配送中心，分店布局，结合交通运输条件制定调运方案，确定运输策略的问题，也是特殊类型的线性规划问题。

一些特殊的服务机构，如急救中心、消防队、电信公司等必须每天 24 小时有员工值班。如何根据每天员工的数量制定工作日程表，从而达到以最少的员工数满足实际工作的需要。这类问题实际上就是在满足每天员工需求数量，并且在员工不加班的条件下，求所需员工人数最小化的问题。其目标函数是雇佣员工数量最小，约束条件为员工每周上班 5 天，同时每天所需的人员数必须得到保证。因此也可以用线性规划模型求解。

随着计算机技术的普及，出现了许多可以在个人电脑上求解线性规划问题的计算机软件，为线性规划方法的应用提供了良好的技术基础。在众多计算机软件中，具有代表性的软件如 LINDO 和 Excel 中的数学规划功能模块。

第二节 排队论模型在服务管理中的应用

一、排队问题的一般描述

如何在减少服务能力空闲损失和因服务能力不足造成的顾客流失损失之间进行权衡，这是许多服务企业要面对的实际问题。排队论为解决这类问题提供了有效方法。排队论有时又称为随机服务系统理论。其基本思想是寻求顾客和服务机构两者费用支出之和最小。排队问题优化中的费用，对顾客而言表现为顾客在接受服务过程中消耗的总时间，包括等待时间和服务时间两部分。而对于服务机构而言则为服务设施的运营成本，包括直接成本，如人力、设备设施的建设费用等，间接成本主要是管理费用。相比之下，服务费用的估算相对简单，而顾客等待费用（损失）却比较困难。此外由于顾客流失造成的企业收益损失有时只能通过运用统计资料来推断。排队系统优化可以采用定性和定量分析的改进，也可以采用混合的方法解决。定性分析方法主要根据是服务系统的实际情况，凭借管理经验对服务系统的各个要素进行调整，以提高服务系统效率，缩短顾客的等待时间。

定量分析通常按以下步骤展开：

- （一）对常见的服务行业中的排队模式进行分类，抽象出排队系统的特征
- （二）计算出排队系统特征参数值
- （三）根据排队系统特征参数进行优化

二、排队系统的构成

排队系统由服务对象、服务机构及排队模式三个要素组成。排队既是令大多数顾客烦恼的事，又是不可能完全避免的现象，排队系统优化方法有两类，一类为定性优化方法、另一类为定量优化方法。排队系统定量优化方法是运用数学模型解决排队系统的运行效率问题的一类方法的总称，包括估计服务质量水平，确定排队系统参数的，判断排队系统是否合理等。定量优化的结果可以为设计、改进服务系统提供参考依据。

复习思考题

1. 简述服务系统优化的目标。
2. 线性规划模型的基本结构是什么？
3. 线性规划可以解决哪些服务管理问题？
4. 简述排队系统由哪几部分组成？
5. 解决排队系统优化问题有哪两类方法？
6. 简述应用 Excel Solver 解线性规划问题的步骤。
7. 描述排队系统的主要指标是什么？

试分析单队多服务台系统的优越性，观察自己所熟悉服务机构排队几服务台设置情况，并提出改进的意见。

案例分析：如何改善银行排队管理系统的效率

问题：

1. 平安公司对排队管理系统开发的基本思路是什么？
2. 提出改善目前银行排队管理系统的方案。.
3. 有无适应于各种服务形式，能随时根据银行业务量增减进行灵活调整的排队方案？

第十二章 服务流程及其优化

本章教学目的和基本要求：服务流程优化是服务企业在一定成本和管理约束条件下，探索将资源转化为产品和服务的最佳途径的过程。优化的方式分为两类，一类是对现有流程的分析与改进，另一类是对流程的再造或重构。业务流程再造是当前管理理论发展中最为活跃的领域之一。一项业务流程的结构不同所产生的效果大相径庭，因此进行业务流程的改进与优化对提高工作效率，进而获得更多收益是十分必要的。本章首先介绍了服务流程的定义及其描述方法，然后阐述了服务流程优化的基本出发点，服务流程优化的方法、步骤，最后结合例子讲述了业务流程再造中信息技术的应用问题。

学时分配：2 学时

案例：戴尔公司

第一节 服务流程的概念及描述方法

一、服务流程的概念

所谓的服务流程就是一系列为顾客提供服务的相互关联活动的集合。

二、服务流程的描述—流程图

服务流程可以看作由若干要素组成的系统，这些要素有：活动主体--承担活动的人或组织；活动客体--活动或行为操作处理的对象；活动特点--即做什么；信息（实物）--伴随着活动产生的信息。一般人们用流程图描述服务流程中要素与要素之间的联系以及流程中各个活动之间的关系。流程图是将具体发复杂的服务过程用各种符号和有向线段表示出来，具有形象、直观和便于理解的特点。流程图不仅是形象描述各种业务过程的有效手段，同时也是进行流程识别、设计和检验的工具。运用业务流程图便于人们分析业务活动中存在的问题，通过对原有流程进行改进或重构，达到提高服务流程运行效率的目的。

（一）绘图模式及符号

目前有三种常用的标准化绘图模式：一是 ANSI 制（美国国家标准学会），这是使用比较广泛的一种绘制方法。二是 IDEF0 绘制标准，来源于软件工程，类似于程序流程图，适合于绘制分层次的流程图。三是 ASME 绘图标准（美国机械工程师学会）主要用于评价各个环节有否增值活动，容易区分出非增值活动和浪费环节区域，广泛用于办公室和服务领域。本节介绍 ANSI 流程图的绘制方法。

（二）业务流程图的分类

按流程图描述的范围大小分类，流程图可分为总体业务流程图和专项业务流程图。企业总体业务流程图是对企业总体生产服务过程的描述。

第二节 服务业务流程优化与流程再造

一、业务流程优化的基本思想

服务流程优化是服务企业在一定成本和管理约束条件下，探索将资源转化为产品和服务的最佳

途径的过程。优化的方式分为两类，一类是对现有流程的分析与改进，另一类是对流程的再造或重构。两类方式有着本质的不同，前者是在保持原有流程结构基础上，对流程做局部改进。后者则着眼于对原有流程结构的重塑，是当前管理理论发展中最为活跃的领域之一。本小节重点讨论业务流程再造原理及其在服务流程优化中的应用。

流程再造起源于制造业中的工艺流程设计，如工艺导向型，产品导向型生产流水线等多种流程策略，在不增加生产要素投入的条件下，通过改变工艺流程即可极大的提高生产效率。

业务流程再造由四个步骤组成：

- （一）识别业务流程
- （二）分析确定进行再造的流程
- （三）设计新的业务流程方案
- （四）评估和确定方案

第三节 流程再造中信息技术的应用

信息技术在流程再造中的作用体现在以下几方面：一是减少业务中间环节，提高了直接化程度。围绕业务流程建立共享数据库，可以使不同活动主体在共享数据的平台上开展业务活动，减少信息传递的中间环节，加强了各个业务活动之间联系。如福特公司应付帐款流程再造中，原付款流程包括采购、库存和付款三项活动，它们之间需经多次的文件信息的传递，活动之间的间接化程度较高。经过流程再造，通过建立共享数据库，减少了文件传输次数，业务活动由间接方式变为直接方式。再造前，工作人员需分别收集订单信息、收货信息和发货信息，然后对三方面信息进行综合、分析，最后做出是否付款的判断。流程再造后，订货信息和收货信息之间的综合过程由计算机系统自动完成，工作人员直接在此基础上做出是否向供应商付款的判断。二是为业务活动的串行作业转变为并行作业创造了条件，有助于缩短业务流程的时间。例如一项新产品或服务项目的开发过程，涉及创新构思、研究与开发、设计与制造以及市场营销等活动。当缺少信息技术支持的条件下，上述各项活动只能顺序开展，当一项活动结束后才能够开始另一项活动，即按串行作业模式进行。但是通过运用信息技术建立共享数据库，利用通信系统加强了各个活动之间信息沟通，使各个活动并行开展成为可能，能够大大加快新产品新服务项目的开发步伐。三是提高业务活动的集成化程度，计算机技术和通讯相互融合，使得在更广大的时空范围内进行合作成为可能。例如，一项新产品的研发工作可以由若干设计小组持续不断的进行。一项软件产品的开发可由设在美国、欧洲以及中国的三个小组共同承担。当一个国家的开发人员下班时，可将工作的结果通过网络传递到另一个国家，而那个国家可能恰为早晨，由那个国家的研发人员继续进行开发工作，从而实现软件产品开发活动在一天 24 小时不间断的进行，大大缩短产品的开发周期。下面通过两个例子说明信息技术对业务流程再造的影响。

复习思考题

1. 简述业务流程的概念。
2. 简述业务流程优化方式的分类。
3. 服务流程再造的作用和意义是什么？
4. 简答业务流程再造的步骤。
5. 分析确定再造业务流程的目的和意义是什么？
6. 简述信息技术在业务流程再造中所起的重要作用。

案例分析：IBM 信贷公司的流程再造

案例讨论：

绘出 IBM 信贷公司早期的业务流程图。

再造后的业务流程与原来业务流程的最大区别是什么？

是否存在更有效的业务流程？

通过分析此案例，可以得到哪些启示？

《财政学》 教学大纲

郭 琳 编写

目 录

前 言	679
第一章 财政一般	680
第一节 财政现象	680
一、经济运行	680
二、财政现象	680
第二节 财政的起源和发展	680
一、财政的起源	680
二、财政的发展	680
第三节 财政要素	681
一、财政主体	681
二、财政客体	681
三、财政形式	681
四、财政目的	681
第四节 财政本质	681
一、两难冲突	681
二、财政本质	681
第五节 财政属性	681
一、公共性	681
二、利益集团性（或阶级性）	681
三、财政的完整定义	682
复习与思考题	682
拓展阅读书目	682
第二章 财政模式与财政职能	683
第一节 公共财政	683
一、市场有效	683
二、市场失灵	683
三、政府干预与财政介入	683
四、公共财政	683
第二节 国有资本财政	684
一、国有经济的划分	684
二、国有资本存在的合理性问题	684
三、国有资本财政	684
第三节 双重结构财政	684
一、双重结构财政分析	684
二、双重结构财政的区分	684
第四节 财政职能	685
一、资源配置职能	685
二、收入分配职能	685

三、调控经济职能.....	685
四、监督管理职能.....	685
复习与思考题.....	685
拓展阅读书目.....	685
第三章 理论辨析与启示.....	686
第一节 国家分配论与公共财政论析辨.....	686
一、国家分配论的基本观点.....	686
二、公共财政论的基本观点.....	686
三、国家分配论与公共财政论的比较.....	686
第二节 借鉴公共财政论 发展国家分配论.....	687
一、必要性.....	687
二、可能性.....	687
三、借鉴与发展.....	687
复习与思考题.....	687
拓展阅读书目.....	687
第四章 财政支出概论.....	688
第一节 财政支出分类.....	688
一、财政支出理论上的分类.....	688
二、财政支出在预算上的分类.....	688
第二节 财政支出规模.....	688
一、财政支出规模的衡量.....	688
二、财政支出规模增长的理论解释.....	688
三、财政支出规模增长的原因分析.....	689
第三节 财政支出效率.....	689
一、机会成本分析法.....	689
二、成本效益分析法.....	689
三、低费用选择法.....	690
四、公共劳务收费法.....	690
复习与思考题.....	690
拓展阅读书目.....	690
第五章 消耗性支出.....	691
第一节 国防支出.....	691
一、国防支出的内容与作用.....	691
二、国防支出的合理限度.....	691
三、与国防支出有关的两个问题.....	691
第二节 文教科卫支出.....	691
一、文教科卫支出的含义与性质.....	691
二、政府与文教科卫事业的关系.....	692
第三节 政府采购制度.....	692
一、政府采购制度的概念与特点.....	692
二、政府采购的作用.....	692
三、政府采购的方式.....	692

四、政府采购的程序.....	693
五、我国政府采购的现状与改革.....	693
复习与思考题.....	693
拓展阅读书目.....	693
第六章 转移性支出.....	694
第一节 社会保障支出.....	694
一、社会保障与社会保障支出.....	694
二、社会保障制度的内容与作用.....	694
三、社会保障制度的公平与效率问题.....	694
四、我国的社会保障制度.....	694
第二节 财政补贴.....	695
一、财政补贴的概念、性质与特征.....	695
二、财政补贴的分类与作用.....	695
三、我国财政补贴的现状与改革.....	695
第三节 税收支出.....	696
一、税收支出的概念与特征.....	696
二、税收支出的原则.....	696
三、税收支出的形式.....	696
四、税收支出的预算管理.....	697
复习与思考题.....	697
拓展阅读书目.....	697
第七章 财政收入概述.....	698
第一节 财政收入分类.....	698
一、按价值构成分类.....	698
二、按产业分类.....	698
三、按经济成分分类.....	698
第二节 财政收入形式.....	698
一、税收收入.....	698
二、国有经济收入.....	698
三、债务收入.....	698
四、专项收入.....	698
五、其他收入.....	698
复习与思考题.....	699
拓展阅读书目.....	699
第八章 税收制度.....	700
第一节 税收概述.....	700
一、税收的名称.....	700
二、税收的形式特征.....	700
第二节 税制术语.....	700
一、纳税人.....	700
二、征税对象.....	700
三、税率.....	700

四、纳税环节和纳税期限	700
五、税收附加、加成与减免税	700
六、违章处理	701
第三节 税收分类	701
一、以税收收入形式不同分类	701
二、以计税依据不同分类	701
三、以课税权行使方式不同分类	701
四、以课税对象不同分类	701
五、以税权的归属不同分类	701
六、以税负是否容易转嫁为标准分类	701
第四节 我国税收制度的演变	701
一、1950—1957 年统一全国税政，建立、调整新税制	701
二、1958—1978 年改革工商税制	701
三、1979—1993 年税制重大改革时期	702
四、1994 年以后实行新税制	702
五、中国税收制度的进一步改革	702
复习与思考题	702
拓展阅读书目	702
第九章 税收理论	703
第一节 税收原则	703
一、税收原则思想的发展概述	703
二、亚当·斯密的税收原则	703
三、瓦格纳的税收原则	703
四、现代税收原则	703
第二节 税收负担与税负转嫁	704
一、税收负担	704
二、税负转嫁与归宿	704
第三节 最优税收理论	705
一、最优商品税	705
二、最优所得税	705
复习与思考题	705
拓展阅读书目	705
第十章 商品税	706
第一节 商品税的理论分析	706
一、商品税定义	706
二、商品税特点	706
三、商品税分类	706
第二节 销售税	706
一、销售税概述	706
二、开征销售税的主要原因	706
三、销售税的效率与公平作用	707
四、中国的销售税	707

第三节 增值税.....	707
一、增值税概述.....	707
二、增值税的基本计算方法.....	707
三、增值税的特点.....	707
四、增值税相关问题分析.....	707
五、现行中国增值税制.....	707
第四节 关 税.....	708
一、关税概述.....	708
二、现行我国关税制度.....	708
复习与思考题.....	708
拓展阅读书目.....	708
第十一章 所得税.....	709
第一节 所得税概述.....	709
一、所得定义的探讨.....	709
二、所得税的特点.....	709
三、所得税的类型.....	709
四、所得税的演变过程.....	709
第二节 个人所得税.....	709
一、个人所得税概述.....	709
二、中国的个人所得税.....	710
第三节 企业所得税.....	710
一、企业所得税概述.....	710
二、公司所得税制的基本结构.....	710
三、为什么要对公司征税.....	710
四、公司所得税的经济效应.....	710
五、公司所得税税负转嫁问题.....	710
六、现行中国企业所得税制.....	710
七、中国企业所得税制的改革.....	710
第四节 社会保障税.....	711
一、社会保障税概述.....	711
二、社会保障税的发展.....	711
复习与思考题.....	711
拓展阅读书目.....	711
第十二章 其他税收.....	712
第一节 财产税概述.....	712
一、财产税的种类.....	712
二、财产税的优点.....	712
三、财产税的缺点.....	712
四、财产税相关问题分析.....	712
第二节 土地税.....	712
一、土地税的定义.....	712
二、土地税的类型.....	713

三、中国的土地税制	713
第三节 遗产税和赠与税	713
一、遗产税概述	713
二、遗产税开征的原因	713
三、遗产税制的类型	713
第四节 资源税	713
一、资源税的定义	713
二、资源税制的设计	713
第五节 污染税	714
一、污染税征收依据	714
二、污染税在实施中的问题	714
三、污染税制的选择问题	714
第六节 印花税	714
一、印花税概述	714
二、中国现行印花税制	714
第七节 农业税	714
一、农业税概述	714
二、中国农业税制的演变	714
复习与思考题	714
拓展阅读书目	714
第十三章 国有经济收入	715
第一节 国有资产收入的形式	715
一、国有资产的概念	715
二、国有资产的分类	715
三、国有资产收入	715
四、国有资产收入的形式	715
第二节 国有企业利润分配制度	715
一、利润全额上缴	715
二、企业基金制	716
三、利润留成制	716
四、盈亏包干制	716
五、利改税	716
六、含税利润承包制	716
七、税利分流	716
第三节 国有经济改革与国有经济收入	716
复习与思考题	716
拓展阅读书目	716
第十四章 公 债	717
第一节 公债概述	717
一、公债的一般概念	717
二、公债的产生和发展	717
三、公债的作用	717

第二节 公债制度	717
一、公债种类	717
二、公债发行方式	718
三、公债的偿还	718
第三节 公债市场	718
一、公债市场	718
二、公债市场的作用	718
三、政府债券交易市场的类型和基本做法	718
第四节 公债管理	719
一、国内公债管理	719
二、外债管理	719
复习与思考题	720
拓展阅读书目	720
第十五章 政府预算	721
第一节 政府预算概述	721
一、市场经济下的政府预算	721
二、政府预算的分类	721
三、复式预算	722
四、我国现行的复式预算	722
第二节 政府预算的编制、执行与决算	722
一、政府预算的编制	722
二、政府预算的审批与执行	723
三、政府预算的调整	723
四、财政决算	724
第三节 预算外资金	724
一、预算外资金的性质和特点	724
二、预算外资金的范围	724
三、费改税	724
复习与思考题	724
拓展阅读书目	724
第十六章 财政体制	725
第一节 财政体制的内容	725
一、财政体制的概念	725
二、财政体制的内容	725
第二节 财政体制的类型	725
一、财政体制的类型	725
二、财政体制的收支划分形式	726
三、我国实行分税制分级财政体制的根本原因	726
第三节 我国财政体制沿革	727
一、改革开放以前的财政体制	727
二、改革开放以来的财政体制	727
三、1994 年的分税制财政体制改革	727

复习与思考题	727
拓展阅读书目	727
第十七章 财政平衡	728
第一节 财政收支矛盾与平衡	728
一、财政收支矛盾	728
二、财政收支矛盾与平衡转化的规律性	728
三、财政平衡的计算口径	728
第二节 我国传统的财政平衡学说	728
一、传统财政平衡学说产生的历史背景	728
二、传统财政平衡学说的主要内容	729
三、传统财政平衡学说的现实意义	729
第三节 财政平衡与社会总供给、总需求平衡	729
一、社会总供给与社会总需求及其平衡	729
二、财政平衡与社会总供给与总需求平衡的关系	730
第四节 公债的经济效应	730
一、公债的“挤出效应”	730
二、公债对总需求的影响	730
三、公债对宏观经济的影响	731
四、公债融资对经济增长的影响	731
复习与思考题	731
拓展阅读书目	731
第十八章 财政政策	732
第一节 财政政策概述	732
一、财政政策的定义与性质	732
二、财政政策目标与工具	732
三、财政政策乘数	732
四、财政政策的类型	733
第二节 财政政策与货币政策的相互结合	733
一、财政政策与货币政策	733
二、对我国财政政策与货币政策作用的现实考察	733
复习与思考题	733
拓展阅读书目	733
第十九章 国际财政	734
第一节 国际财政实践	734
一、国际财政实践概述	734
二、国际税收协定	734
三、关税同盟	734
四、财政一体化进程	734
第二节 国际税收	734
一、税收管辖权	734
二、国际间双重征税的产生和消除	735
三、国际逃税、避税途径及防止措施	735

四、国际税收协定.....	735
第三节 国际税收竞争与我国税收政策的选择	736
一、国际税收竞争：合理与不合理判断.....	736
二、恶性国际税收竞争的认定	736
三、消除恶性国际税收竞争的办法	736
四、国际税收竞争与我国涉外税收政策的选择	736
复习与思考题.....	736
拓展阅读书目	736

前 言

《财政学》是我校经济类、管理类各专业开设的专业必修课程，作为一门理论应用性较强的课程，也被作为部分文科类专业的选修课程。本课程主要介绍财政学的基本概念和基本原理，主要内容包括财政的概念与职能；财政支出理论与主要支出项目；财政收入的主要形式；税收理论与主要税制；公债制度及其管理；政府预算以及财政体制；财政政策以及国际财政理论等。本教学大纲是规范《财政学》课程教学内容和考核范围的概要性提纲，是开展该课程教学工作的基本依据。

第一章 财政一般

教学目的和基本要求：本章一方面从经济运行的角度了解财政现象，另一方面从历史的角度考察财政是如何产生和发展的，进而抽象出财政的基本要素、本质及其属性，并最终归纳出财政的完整定义。要求学生重点掌握财政的定义。

学时分配：3

第一节 财政现象

一、经济运行

1. 经济运行的概念。经济运行是社会中的无数个人、家庭、单位、团体和组织，他们之间围绕经济利益及相关的其他各种利益而形成的相互影响、交互作用的错综复杂的运作过程。

2. 两部门（家庭、企业）经济运行图。

3. 三部门（家庭、企业、政府）经济运行图。

二、财政现象

诸如税收、收费、公债，对国家机关各类经费拨付，对文教卫生等事业部门的经费拨付以及各种补贴、救济补助等。

第二节 财政的起源和发展

一、财政的起源

1. 财政是人类社会发展到一定历史阶段的产物。

2. 财政是社会生产力发展到一定程度，出现了剩余产品，产生了私有制，产生了阶级，继而伴随着国家的出现而产生的。

二、财政的发展

1. 奴隶制国家财政。（1）奴隶制生产关系的基本特征是奴隶主占有生产资料 and 直接占有生产劳动者——奴隶；（2）奴隶制财政的主要收入有王室土地收入、贡纳收入以及捐税，支出主要有军事支出、维护政权机构的支出、王室的享用、宗教和祭祀等方面的支出，分配主要采用实物形式。

2. 封建制国家财政。（1）封建制生产关系的基本特征是封建主占有生产资料 and 不完全占有生产劳动者即农奴，同时也存在着农民和手工业者等小私有经济；（2）封建制财政的主要收入有官产收入、诸侯贡赋、捐税田赋、专卖收入和特权收入等，支出主要由军事支出、行政支出、皇室支出以及封建文化宗教支出等，分配既采用实物形式也采用价值形式，并出现了公债与预算等新的财政范畴。

3. 资本主义国家财政。（1）资本主义生产关系的基本特征是资产阶级占有生产资料，劳动者靠出卖自己的劳动力为生；（2）资本主义的财政收入主要是税收，还有公债和通货膨胀等，财政支出主要是用于提供公共产品和服务，满足国防、行政、社会保障、公共设施等经费支出需要，分配主要采用价值形式。

4. 社会主义国家财政。（1）社会主义经济是以生产资料社会主义公有制为主体，

第三节 财政要素

一、财政主体

国家或政府是财政分配活动的主体。

二、财政客体

财政分配的客体是一部分社会产品与服务，也即一部分国民收入。

三、财政形式

财政分配的形式既有实物和力役形式，也有价值形式。

四、财政目的

财政分配的直接目的是满足国家实现其职能的需要。

第四节 财政本质

一、两难冲突

- 1、经济学是以生产力与生产关系之间的相互关系及其运行规律为研究对象。
- 2、经济学主要考察人与人之间关系中经常会出现的两难冲突问题，如个人利益与集体利益、局部利益与全局利益、当前利益与长远利益等。

二、财政本质

1. 财政本质的含义。从财政背后所体现的生产关系的角度看，财政是以国家或政府为主体的分配关系，这就是财政的本质。
2. 财政关系中的两个基本关系：一是经济系统中个人、企业与国家之间的分配关系；二是国家机构内部各级政府之间的分配关系。

第五节 财政属性

财政属性是指财政这一事物所具有的性质、特点。

一、公共性

1. 公共性的含义。公共性是指财政活动所具有的满足社会成员的公共需要的属性，是财政活动的共性，是不同社会形态下的国家财政所共同具有的性质。
2. 公共性的具体内容是在不断变化的。即政府职能范围在不同社会、不同时期存在着差异。

二、利益集团性（或阶级性）

1. 利益集团性的含义。财政活动是以国家为主体的分配活动，它反映着参与财政分配活动的

各种集团之间的利益互动关系，因而具有利益集团性。

2. 财政反映的是统治阶级的利益。由于国家一般反映着在经济上和政治上占统治地位的那个集团的利益，即统治阶级的利益，所以，财政从根本上反映的就是统治阶级的利益。

三、财政的完整定义

财政是以国家或政府为主体的收支活动，它是一国政府采取某种形式(实物、力役或价值形式)，以一部分社会产品与服务，即一部分国民收入为分配对象，为满足国家实现其职能的需要而实施的分配行为。财政在其本质上体现着以国家为主体的分配关系，它具有公共性和利益集团型（或阶级性）两个基本属性。

复习与思考题

1. 财政是如何产生的？它的发展经历了那些阶段？具有哪些基本特征？
2. 简述财政的四个要素。
3. 财政的本质是什么？财政分配关系包含哪两个基本方面？
4. 财政的公共性和利益集团性分别指什么？

拓展阅读书目

1. 《社会主义财政学》编写组：《社会主义财政学》，中国财政经济出版社 1980 年版。
2. 邓子基：《财政学原理》（修订本），经济科学出版社 1997 年版。

第二章 财政模式与财政职能

教学目的和基本要求：本章在提出财政模式这一概念的同时，分析了公共财政模式与国有资本模式的产生条件及其内涵，在对两者的特点进行比较的基础上，指出了我国社会主义市场经济的财政模式是双重结构模式，并进而分析了这一财政模式下财政的四大职能。本章要求学生重点掌握两种财政模式的特点与财政的四大职能。

学时分配：3

第一节 公共财政

财政模式是指在一定的社会经济环境中，为了界定财政的活动范围或领域而确立的某种形式和标准。社会主义市场经济下的财政模式是公共财政与国有资本财政相结合的双重结构财政。

一、市场有效

当社会上的每个市场都满足以下假定条件时，市场经济是最有效率的资源配置方式。

1. 市场上有众多的卖者和买者。
2. 各种资源能够自由流动。
3. 生产者和消费者具有完全信息。
4. 生产者所提供的同种产品是同质的。

二、市场失灵

市场失灵是市场经济自身所无法克服的固有缺陷或不足。主要包括：

1. 公共产品。
2. 外部效应。
3. 市场垄断。
4. 不完全市场。
5. 不完全信息。
6. 信息不公平。
7. 宏观经济总量失衡。

三、政府干预与财政介入

1. 市场失灵的问题可以通过政府干预予以解决。
2. 作为直接计划资源配置手段的政府财政具有了合理性。

四、公共财政

1. 公共财政的含义。公共财政指的是国家或政府为市场提供公共服务的分配活动或经济形式，是与市场经济相适应的一种财政模式或类型。

2. 公共财政的基本特征和内涵。
 - (1) 公共财政是弥补市场失灵的财政。
 - (2) 公共财政应当为市场活动提供一视同仁的服务。
 - (3) 公共财政具有非市场营利的性质。

- (4) 公共财政是法制化的财政。

第二节 国有资本财政

一、国有经济的划分

1. 国有经济的含义。国有经济一般指国有独资企业和国有控股企业（两者统称为国有企业）及其所支配的国有资产，通常还包括国有参股（但不控股）企业中的国有资产。
2. 国有经济的两种类型：非营利性国有经济和营利性国有经济，后者又可称为国有资本。

二、国有资本存在的合理性问题

1. 国有资本在市场经济条件下不应存在的论调缺乏充分的理论依据。
2. 西方国家的实践活动并未提供取消国有资本的充分证据。
3. 我国国有资本运营不佳既有承担大量改革成本的因素也有规模过大的原因。
4. 国有资本的运营要防止扩张的冲动，应把握合理的“度”。

三、国有资本财政

1. 国有资本财政的概念。国有资本财政是指国家以国有资本所有者身份，对国有资本进行价值管理和收益分配而形成的政府收支活动或分配行为。
2. 国有资本财政的内涵。
 - (1) 活动主体是作为国有资本的代表者和支配者的政府。
 - (2) 活动依据是政府所具有的国有资本所有权，这使其并不为市场提供公共服务，而只为自身的保值增值服务。
 - (3) 具有宏观经营性。
 - (4) 具有强制性和回报性。

第三节 双重结构财政

一、双重结构财政分析

公共财政与国有资本财政相结合的双重结构财政是适应我国社会主义市场经济的财政模式。

二、双重结构财政的区分

1. 基本构成要素不同。
 - (1) 公共财政的主体是作为政治权力行使者的政府，国有资本财政的主体是作为资本所有者的政府。
 - (2) 公共财政活动是以为市场提供一视同仁的公共服务为目的，国有资本财政以国有资本总体的保值增值为目的。
 - (3) 公共财政以税收为其基本的收入来源，安排的是非营利性支出，服务于全社会的企业和个人，国有资本财政以国有资本收益为基本收入来源，以营利性支出为基本内容，服务于营利性国有经济。
2. 活动领域和范围不同。公共财政以市场失灵来限定其活动范围，国有资本财政在市场有效

范围内展开活动。

3. 财力运用不同。国有资本财政的财力运用，以企业为单位，具有保值增值能力，公共财政则没有，并且不满足这一要求。

4. 在宏观调控中的作用不同。公共财政对宏观经济的调控是间接的和外在的，国有资本财政通过直接内在与市场的活动调控市场经济的宏观运行状态。

第四节 财政职能

一、资源配置职能

通过政府和公共财政的介入，确保社会资源配置的效率性。具体介入的范围和内容一般包括：（1）国防；（2）维持社会经济正常秩序；（3）建造公共工程；（4）干预外部效应行为；（5）介入自然垄断行业；（6）干预其他市场失效问题。

二、收入分配职能

收入分配职能是财政本质的集中反映，包括集中组织收入和公平分配收入两方面的功能。

1. 集中组织收入功能。是指财政为实现国家职能，参与部分社会产品或国民收入的分配而形成收入的功能。

2. 公平分配功能。是指财政通过收入再分配来调节收入悬殊，贫富不均，促进社会公正，改善社会福利，维持社会稳定的功能。

三、调控经济职能

调控宏观经济运行，实现宏观经济稳定增长的职能。财政政策的运用是该职能的具体表现，如改变政府购买数量，改变政府转移支付数量，调整税率等。

四、监督管理职能

财政在配置、分配和调控经济过程中，对国民经济各个方面活动进行综合反映和制约的客观功能。

复习与思考题

1. 试述市场经济条件下政府及其财政介入经济生活的必要性。
2. 公共财政的含义是什么？具有哪些特征？
3. 双重结构财政的含义是什么？公共财政和国有资本财政之间有什么关系？
4. 试述现代经济条件下财政的四个职能。

拓展阅读书目

1. 张馨：《公共财政论纲》，经济科学出版社，1999年版。
2. 邓子基：《财政学原理》（修订本），经济科学出版社1997年版。
3. 张馨、杨志勇、郝联峰、袁东：《当代财政与财政学主流》，东北财经大学出版社2000年版。

第三章 理论辨析与启示

教学目的和基本要求：本章集中对于财政学理论研究中的国家分配论与公共财政论两种理论体系与研究内容进行比较分析，在对两者的相同点与不同之处进行梳理的同时，概括公共财政论对我国传统财政学理论发展的若干启示。本章要求学生重点掌握国家分配论和公共财政论的相同与不同之处。

学时分配：2

第一节 国家分配论与公共财政论析辨

一、国家分配论的基本观点

1. 关于财政的产生问题。
2. 关于财政与国家的关系。
3. 关于财政的基本要素。
4. 关于财政的本质。

二、公共财政论的基本观点

1. 关于财政的起因——市场失灵论。
2. 关于财政的对象——公共产品论
3. 关于财政的目的——公共需要论
4. 关于财政模式——公共财政论
5. 关于财政决策——公共选择论

三、国家分配论与公共财政论的比较

1. 国家分配论与公共财政论的不同之处。

(1) 国家分配论和公共财政论研究的核心问题不同。国家分配论是本质论，公共财政论是现象论。

(2) 国家分配论和公共财政论的立论基础不同。国家分配论以马克思主义的国家学说为理论基础，以马克思主义政治经济学为基础经济学依据，建立在劳动价值论的基础之上；公共财政论以社会契约论为国家学说基础，并且以西方经济学为基础经济学依据，建立在边际效用价值论基础之上。

(3) 国家分配论和公共财政论的分析思路不同。国家分配论在财政的产生和发展问题上，采用的是历史分析的思路，公共财政论采用的是逻辑分析的思路。

(4) 国家分配论和公共财政论所指的财政对象不同。国家分配论认为财政活动分配的对象是社会产品，公共财政论认为是公共产品。

(5) 国家分配论和公共财政论所探讨的财政活动的目的存在差异。国家分配论认为是国家需要，公共财政论认为是公共需要。

(6) 国家分配论和公共财政论关注的财政模式有所不同。国家分配论关注于双重结构财政模式，公共财政论只关注公共财政模式。

2. 国家分配论与公共财政论的统一之处

- (1) 国家分配论和公共财政论都把财政看作是主体、客体、形式和目的四个要素的统一体。
- (2) 国家分配论和公共财政论都对财政活动现行及其运行机理进行了分析与探讨。
- (3) 国家分配论和公共财政论都认为财政活动由财政收入、财政支出、财政平衡与财政管理等一些基本内容构成。

第二节 借鉴公共财政论 发展国家分配论

一、必要性

1. 吸收、借鉴公共财政论是我国经济改革与财政改革的现实所提出的要求。
2. 吸收、借鉴公共财政论是我国财政理论与学科发展的要求。

二、可能性

1. 我国逐步推进的社会主义市场经济体制的建设，为借鉴公共财政论提供了实践上的可能性。
2. 从两者的关系上看，研究各有侧重，能够做到优势互补，相得益彰。

三、借鉴与发展

1. 在市场经济条件下，资源配置应当以市场配置为基础，以政府财政配置方式为补充，以实现社会经济的有效运行。
2. 政府所取得的用于提供公共服务的财政收入，应贯彻总体有偿的原则，根据政府提供公共服务的实际支出来确定收入的规模。
3. 市场经济条件下的财政应当是法制化的财政。
4. 借鉴公共财政论的经济学分析方法以及数理、计量方法，丰富和发展我国传统财政学的研究方法。

复习与思考题

1. 简述国家分配论与公共财政论的基本观点。
2. 比较国家分配论与公共财政论的区别与联系。
3. 试述我国当前借鉴公共财政论的必要性和可能性。
4. 公共财政论对国家分配论的发展主要有哪些启示。

拓展阅读书目

1. 邓子基：《现代西方财政学》，中国经济出版社 1994 年版。
2. 邓子基：《财政学原理》（修订本），经济科学出版社 1997 年版。
3. 叶振鹏、张馨：《公共财政论》，经济科学出版社 1999 年版。

第四章 财政支出概论

教学目的和基本要求：本章主要从整体上介绍有关财政支出的基本原理，首先介绍了财政支出的主要分类方法，在此基础上，考察了财政支出的变化趋势，并从理论和实践两个角度对于财政支出的增长方式进行解释，最后介绍了几种财政支出效率的评价方法。本章要求学生重点掌握财政支出增长的趋势及其理论解释，以及财政支出效率的主要评价方法。

学时分配：3

第一节 财政支出分类

一、财政支出理论上的分类

1. 按照财政支出的补偿性分类：消耗性支出和补偿性支出。
2. 按照财政支出的目的性分类：预防性支出和创造性支出。
3. 按照财政支出的可控性分类：可控性支出和不可控性支出。
4. 按照财政支出的受益范围分类：一般利益支出和特殊利益支出。
5. 按照国家职能的分类：国防支出、管理支出、经济支出和社会支出等。
6. 按照财政支出最终用途的分类：补偿性支出、消费性支出和积累性支出。

二、财政支出在预算上的分类

我国政府预算所列的财政支出项目，如基本建设支出、企业挖潜改造支出、国防支出、行政管理费等。

第二节 财政支出规模

一、财政支出规模的衡量

1. 财政支出规模的含义。财政支出规模可以理解为财政支出的总水平。
2. 财政支出规模的衡量指标。
 - (1) 绝对指标：财政支出的绝对金额，即财政支出总额
 - (2) 相对指标：财政支出总额与国民生产总值的比值
3. 财政支出规模的变化趋势。
 - (1) 财政支出规模绝对量的变化：增长
 - (2) 财政支出规模相对量的变化：增长

二、财政支出规模增长的理论解释

1. 政府活动扩张法则。随着人均收入的提高，公共部门的相对规模会相应扩大，财政支出必然会相应增长。

2. 公共收入增长引致说。尽管财政收入是财政支出的约束条件，但是，在社会经济发展的正常时期，财政支出会随着经济的增长而增长，在社会经济发展的非正常时期，由于替代效应和集中效应，财政支出会猛增，而在经济恢复正常后，由于检查效应，财政支出也不会退回到原来的正常

水平。

3. 公共支出增长的发展模型。在经济发展的不同阶段都有增加财政支出的客观要求，因此财政支出呈现不断增长的趋势。

4. 非均衡增长模型。与劳动生产率不断提高的累进部门相比，作为非累进部门总要组成部分的政府部门，因其为劳动密集型行业且劳动生产率提高速度较慢，必然使其提供服务的单位成本上升，从而导致政府财政的消耗性支出不断增长。

三、财政支出规模增长的原因分析

1. 财政支出规模增长的必要性分析。

- (1) 政府职能的扩张。
- (2) 物价的上涨。
- (3) 科学技术的进步。

2. 财政支出规模增长的可能性分析。

- (1) 经济的增长。
- (2) 税制的完善和税收征管的加强。
- (3) 公债发行规模的扩大。

第三节 财政支出效率

一、机会成本分析法

1. 机会成本分析法的含义。在经济资源总量一定的条件下，公共部门和私人部门配置经济资源的量存在此消彼长的关系，所以，公共部门的资源配置是以私人部门配置资源的减少，进而减少经济收益为机会成本的。

2. 机会成本分析法的判断标准。一般而言，公共部门配置资源的机会成本与私人部门配置这部分经济资源的机会成本相等，公共部门配置资源的数量以及公私部门配置资源的比例就是合理的，整个经济资源配置的效率就是最高的。

二、成本效益分析法

1. 成本效益分析法的含义。财政支出的成本效益分析法是根据政府确定的行动目标，提出实现各项目标的各种方案，分析比较各种方案的全部预期成本与效益，选择最优方案的方法。

2. 财政支出中成本效益分析法与财务分析法的区别。

- (1) 成本效益分析法是借鉴财务分析法发展起来的。
- (2) 两者所要解决的问题是相同的，分析的过程也基本相同。
- (3) 两者所使用的成本与效益的范围不同，选优的标准也不同。

3. 财政支出成本分析法的主要步骤：

- (1) 政府拟定备选项目和方案。
- (2) 不同种类的成本与效益的列举。
- (3) 成本与效益的计量。
- (4) 成本与效益的折现。
- (5) 项目或方案选优。

4. 成本效益分析法的简单评价。

三、低费用选择法

1. 低费用选择法的含义。
2. 低费用分析法的步骤。
3. 对低费用分析法的简单评价。

四、公共劳务收费法

1. 公共劳务的定义。公共劳务是指政府机构履行其职能而向社会提供的各种服务。
2. 公共劳务收费法的含义。公共劳务收费法就是把商品买卖的等价交换原则引申到一部分公共劳务的提供与使用之中，通过利用价格引导资源配置高效实现。
3. 公共劳务的三种定价方法。
 - (1) 免费或低价法。
 - (2) 平价法。
 - (3) 高价法。

复习与思考题

1. 了解财政支出的各种分类及其意义。
2. 财政支出增长的部分理论解释以及财政支出增长的现实原因。
3. 研究财政支出效率问题的必要性。
4. 了解财政支出效率分析的各种方法。

拓展阅读书目

1. 苏明：《财政支出政策研究》，中国财政经济出版社 1999 年版。
2. 王雍君：《中国公共支出实证分析》，经济科学出版社 2000 年版
3. 丛树海主编：《公共支出分析》，上海财经大学出版社 1999 年版

第五章 消耗性支出

教学目的和基本要求：本章主要介绍了消耗性支出中国防支出和文教科卫支出两个主要项目，并且介绍了提高消耗性支出效率的有效管理方法——政府采购制度的基本原理。本章要求学生重点掌握政府采购制度的基本原理。

学时分配：3

第一节 国防支出

一、国防支出的内容与作用

1. 国防支出的内容：由直接国防支出和间接国防支出组成
2. 国防支出的作用。
 - (1) 政治方面的作用。保卫国家安全，直接维护国内社会秩序。
 - (2) 经济方面的作用。作为一项重要的购买性支出，对社会经济稳定发展具有重要的影响。

二、国防支出的合理限度

1. 影响国防支出的因素。
 - (1) 国家的地域范围。
 - (2) 国家在世界政治经济生活中所处的地位和所发挥的作用。
 - (3) 国际政治形势的变化。
 - (4) 军事现代化的要求。
 - (5) 国家的综合实力。
2. 国防支出的理论分析
 - (1) 确定国防产品的供求模式存在实际的困难。主要表现在国防总需求难以确定，国防总效益难以确定以及国防的合理负担难以确定等。
 - (2) 国防支出合理限度的分析相对而言是一种定性的、粗略的分析方法。

三、与国防支出有关的两个问题

1. 军事订货与国防支出。
2. 兵役制度与国防支出。

第二节 文教科卫支出

一、文教科卫支出的含义与性质

1. 文教科卫支出的含义。文教科卫支出是我国财政用于文化、教育、科学、卫生、出版、通讯、广播、文物、体育、地震、海洋、计划生育等事业的经费支出的统称。
2. 文教科卫支出的性质。依据马克思关于生产性劳动与非生产性劳动的理论，文教科卫支出属于非生产性支出的性质。

二、政府与文教科卫事业的关系

1. 政府与教育事业的关系。教育事业从性质上讲具备私人产品的全部特征，但随着社会经济的发展，教育在具有私人产品特征的同时，也显现出某些公共产品的特征。

2. 政府与科学事业的关系。就科学事业而言，基础科学研究的经费应由政府来承担，应用科研的经费可由市场中的企业或个人来承担。

3. 政府与卫生事业的关系。就卫生事业来说，医疗服务的私人产品性质，决定了政府支持的重点在于公共卫生。

4. 政府与其他事业的关系。对于其他事业而言，政府的支持重点都应从产品的公共性与私人性的特点上进行调整，既具有公共产品性质的事业的支出和一部分具有混合产品性质的支出由政府承担，除此之外的应由市场中的企业和个人承担。

第三节 政府采购制度

一、政府采购制度的概念与特点

1. 政府采购的定义。政府采购是指政府及其所属机构在财政的监督下，以法定的方式和程序，从国内外市场上购买履行其职能所需要的商品和劳务的活动。

2. 政府采购制度的定义。有关政府采购的政策、方法、程序、管理等一系列的法律、法规的总称就是政府采购制度。

3. 政府采购与私人采购的差异。

(1) 采购的资金来源不同。政府采购的资金具有公共性，私人采购的资金具有私人性。

(2) 采购的主体不同。政府采购的主体具有特指性，私人采购的主体具有泛指性。

(3) 采购的目的不同。政府采购的目的具有非营利性，非商业性，私人采购的目的具有营利性，商业性。

(4) 采购的对象不同。就某一具体的采购主体而言，政府采购的对象具有广泛性，私人采购的对象具有有限性。

(5) 采购行为的规范程度不同。政府采购具有规范性，私人采购具有非规范性。

(6) 采购的经济影响不同。政府采购对经济的影响相对大，私人采购对经济的影响相对小。

(7) 采购的政策性不同。政府采购具有政策性，私人采购不具有政策性。

二、政府采购的作用

1. 政府采购在财政方面的作用：提高财政支出效率。

2. 政府采购在社会经济方面的作用：

(1) 调节经济。

(2) 促进就业。

(3) 保护民族产业。

(4) 保护环境。

三、政府采购的方式

1. 招标式采购。

(1) 竞争性招标采购。

- (2) 选择性招标采购。
- (3) 限制性招标采购。
- 2. 非招标式采购。
 - (1) 国内或国外询价采购。
 - (2) 单一来源采购。
 - (3) 竞争性谈判采购。
 - (4) 自营工程。
- 3. 政府采购方式的选择。

四、政府采购的程序

- 1. 确定采购需求。
- 2. 选择采购方式。
- 3. 执行采购方式。

五、我国政府采购的现状与改革

复习与思考题

- 1. 国防支出的经济作用表现在哪些方面？
- 2. 财政应承担哪些文教科卫事业的经费支出？理由如何？
- 3. 什么是政府采购制度？政府采购和私人采购的不同之处有哪些？
- 4. 分析政府采购制度的作用，了解政府采购的方法与程序。

拓展阅读书目

- 1. 丛树海：《财政支出学》，中国人民大学出版社 2002 年版。
- 2. 马国贤：《中国公共支出与预算政策》，上海财经大学出版社 2001 年版。
- 3. [美]鲍德威、威迪逊：《公共部门经济学》，邓力平译，人民出版社 2000 年版。
- 4. [美]大卫·N·海曼著，章彤译：《公共财政：现代理论在政策中的应用（第六版）》，中国财政经济出版社 2001 年版。

第六章 转移性支出

教学目的和基本要求：本章主要介绍了转移性支出中的社会保障支出、财政补贴支出和税收支出三个项目，并结合这些项目对我国的社会保障制度、财政补贴制度的改革以及税收支出的管理进行了简单的介绍和分析。本章要求学生重点掌握社会保障支出的内容、财政补贴的类型以及税收支出的形势与管理。

学时分配：4

第一节 社会保障支出

一、社会保障与社会保障支出

1. 社会保障的含义。社会保障是指社会成员面临生、老、病、死、伤残、失业等情况而出现生活困难时，社会或政府给予金钱的或物质的帮助，以保障社会成员能维持最基本的生活水平。
2. 建立社会保障是社会进步和经济发展的客观需要。
3. 社会保障的两个发展阶段：非规范化阶段和规范化阶段。

二、社会保障制度的内容与作用

1. 社会保障制度的内容。

(1) 社会保险。社会保险是社会保障的主要组成部分，是政府财政安排得不以营利为目的的保险，它一般由疾病保险、工伤保险、生育保险、老年保险、失业保险、死亡保险等内容组成。其资金的筹集与管理的形式主要有完全基金制、现收现付制和部分基金制。

(2) 社会救济。社会救济是社会保障制度的一个次要的组成部分，它是一种政府运用一般财政资金，对生活困难的社会成员给予货币的或实物的救济，以使它们能维持最低水平的生活的制度。

2. 社会保障制度的作用。

- (1) 社会保障制度可以起到保持社会稳定的作用。
- (2) 社会保障制度可以起到公平收入分配的作用。
- (3) 社会保障制度可以起到促进经济稳定增长的作用。

三、社会保障制度的公平与效率问题

1. 社会保障制度的公平问题。
2. 社会保障制度的效率问题。

四、我国的社会保障制度

1. 我国社会保障制度的现状与问题。

- (1) 社会保障的覆盖面过窄，主要偏重对国有单位职工实行社会保障。
- (2) 社会保障制度与就业制度相结合，且国家和企业包揽过多，平均主义严重，削弱了在职者的劳动积极性。
- (3) “企业办社会保险”阻碍了企业改革的进一步深化。
- (4) 国有企事业单位和国家行政机关等国有单位人员的急剧增加，是政府财政的负担越来越重。

(5) 社会保障事业的管理政出多门，多头管理，缺乏完整的立法和统一的管理办法。

2. 我国社会保障制度的改革

(1) 在改革的原则上，应坚持效率优先，兼顾公平，社会保障水平与生产力发展水平相适应和城乡有别的三原则。

(2) 在改革的步骤上，应坚持有现有后，有重有轻的做法。

(3) 在改革的内容上，应进一步扩大社会保险制度的覆盖面，建立有效的社会保障筹资体制，加强社会保障基金管理，逐步将社会保障的筹资级次由地区统筹向全国统筹过渡，进一步完善和细化社会保险制度和社会救济制度。

第二节 财政补贴

一、财政补贴的概念、性质与特征

1. 财政补贴的概念。财政补贴是国家财政根据国家政策的需要，在一定时期内，对某些特定的产业、部门、地区、企事业单位、居民个人或是想给予的补助或津贴。

2. 财政补贴的性质。财政补贴的实质是国民收入的再分配，从性质上看，属于财政支出的范畴。理由是：

(1) 从最终结果看，所有的财政补贴都将减少国家的财政资金。

(2) 从目的上看，所有的财政补贴都是在执行国家的某些特定的政策，而不是为了减少财政收入。

(3) 从国际上看，各国一般都是将其列为财政支出。

3. 财政补贴的特征。

(1) 政策性。(2) 可控性。(3) 特定性。(4) 灵活性。(5) 时效性。

二、财政补贴的分类与作用

1. 财政补贴的分类。

(1) 从财政补贴的用途来看，可分为生活补贴、生产补贴和其他补贴。

(2) 从财政补贴的环节来看，可分为生产阶段补贴、流通阶段补贴和消费阶段补贴。

(3) 从财政补贴的形式来看，可分为价格补贴、政策性亏损补贴、财政贴息和税收支出。

2. 财政补贴的作用。

由传统的经济体制而形成的财政补贴，即体制型补贴，其作用在于：

(1) 支持和促进生产发展，调整生产结构。

(2) 保证人民生活水平的稳定与提高。

(3) 稳定市场物价，减少经济体制改革可能引起的震荡。

由社会经济运行机制的原因而形成的补贴，即机制型补贴，其作用在于：

(1) 可以鼓励和扶持公共产品的生产。

(2) 可以克服外部效应问题。

(3) 可以调节消费，实现收入再分配。

(4) 可以调节总供求，促进社会总供求的平衡。

三、我国财政补贴的现状与改革

1. 我国财政补贴的现状分析。

- (1) 财政补贴的项目多、范围广、规模大。
- (2) 财政补贴具有刚性，呈现出长期化趋向。
- (3) 财政补贴的环节多、形式多。
- (4) 财政补贴的积极作用逐渐减弱、消极作用增加。

2. 我国财政补贴的改革。

(1) 对现行体制型补贴自身进行改革，如清理整顿现有财政补贴；调整补贴环节，改变补贴方式等。

(2) 加快体制型财政补贴的配套改革。如改革工资制度，建立健全社会保障制度；改革外贸体制和外汇体制；改革企业制度，重塑微观基础；进一步改革价格体制，完善市场体系。

第三节 税支支出

一、税支支出的概念与特征

1. 税支支出的概念。税支支出是国家为了实现特定的政策目标，通过制定与执行特殊的税收法律条款，给予特定纳税人或纳税项目以各种税收优惠待遇，以减少纳税人税收负担而形成的一种特殊的财政支出。

2. 税支支出的特征。

- (1) 法制性。(2) 宏观性。(3) 预算性。(4) 定量性。

二、税支支出的原则

1. 适度原则
2. 贯彻国家政策原则
3. 效益原则。
4. 遵从国际惯例原则。

三、税支支出的形式

1. 税支豁免。是指在一定期间内免除某些纳税人或纳税项目应纳之税款。

2. 纳税扣除。是指允许纳税人把一些合乎规定的特殊开支，按一定比例或全部从应税所得中扣除。

3. 税支抵免。是指允许纳税人将其某些合乎规定的特殊支出，按一定比例或全部从其应纳税额中扣除。

4. 优惠税率。是指对特定的纳税人或纳税项目采用低于一般税率的税率征税。

5. 延期纳税。是指允许纳税人将其应纳税款延迟缴纳或分期缴纳。

6. 盈亏相抵。是指允许纳税人以某一年度的亏损，抵消以后年度的盈余，以减少其以后年度的应纳税款；或是冲减以前年度的盈余，申请退还以前年度已纳的部分税款。

7. 优惠退税。国家为了鼓励纳税人从事或扩大某种经济活动而给予的税款退还，典型的是出口退税和再投资退税。

8. 加速折旧。是指政府为鼓励特定行业或部门的投资，允许纳税人在固定资产投入使用初期提取较多的折旧，已提前收回投资。

9. 准备金制度。是指政府为了使企业将来发生的某些费用或投资有资金来源，在计算企业应纳税所得时，允许企业按照一定的标准将一定量的应税所得作为准备金处理，从应税所得总额中扣

除，不必纳税。

四、税收支出的预算管理

1. 非制度化的临时监督与控制。
2. 重点项目的预算控制。
3. 全面的预算管理。

复习与思考题

1. 什么是社会保障制度？了解社会保障制度的内容与作用。
2. 试述我国社会保障制度改革的原则、步骤与内容。
3. 什么是财政补贴？如何理解财政补贴的性质？
4. 了解财政补贴的各种分类，分析财政补贴的作用。
5. 如何理解税收支出的概念？了解税收支出的主要形式及其预算管理方法。

拓展阅读书目

1. 邓子基：《税收支出管理》，中国经济出版社 1999 年版。
2. 李珍：《社会保障理论》，中国劳动社会保障出版社 2001 年版。

第七章 财政收入概述

教学目的和基本要求：本章主要介绍财政收入的分类和形式，要求学生重点掌握财政收入的形式。

学时分配：1

第一节 财政收入分类

一、按价值构成分类

财政收入的价值构成是 C、V、M 三部分。研究财政收入价值构成的重要意义在于，能从根本上说明影响财政收入的基本因素，从而采取有效措施增加财政收入。

二、按产业分类

可分为第一、第二和第三产业的收入。这种分类可以反映产业结构对财政收入的影响，便于根据各产业的发展趋势和特点，合理的组织财政收入，开辟新的财源。

三、按经济成分分类

可分为来自全民所有制经济的收入、集体所有制经济的收入、私营经济的收入、个体经济的收入、外资企业的收入、中外合资经营企业的收入和股份制企业的收入等。研究财政收入的所有制构成，是国家制定财政政策、制度，正确处理国家同各种所有制经济之间财政关系的依据。

第二节 财政收入形式

一、税收收入

税收收入是国家凭借政治权利参与社会产品的分配取得的财政收入。

二、国有经济收入

国有经济收入是国家以国有资产所有者代表的身份，采取上缴利润、租金、股息红利和资产占用费等形式取得的财政收入。

三、债务收入

债务收入是国家以信用方式从国内、国外取得的借款收入。

四、专项收入

这是国家为特定的事业或项目建设需要所征收的财政收入。

五、其他收入

主要有事业收入、规费收入、罚没收入、国家资源管理收入、公产收入等。

复习与思考题

1. 为什么要对财政收入进行分类?
2. 不同形式的财政收入有何作用?

拓展阅读书目

1. 陈共：《财政学》，中国人民大学出版社 1999 年版。
2. 杨之刚：《公共财政学：理论与实践》，上海人民出版社 1999 年版。
3. 解学智、刘尚希：《公共收入》，中国财政经济出版社 2000 年版。

第八章 税收制度

教学目的和基本要求：本章主要是在介绍税收的形式特征，有关税收术语以及税收分类的基础上，对我国建国后税收制度的历史发展以及现行税制的问题进行了介绍与分析。本章要求学生重点掌握税收的三大形式特征、有关税收术语以及我国现行的税收制度。

学时分配：2

第一节 税收概述

一、税收的名称

税收是历史上最早出现的财政范畴，又称为赋税、租税、捐税。

二、税收的形式特征

1. 强制性。是指国家征税是凭借政治权利，通过颁布法律、法令进行的一种强制性课征。
2. 固定性。是指征税前预先规定了征税的对象以及统一的比例或数额，按预定标准征收。
3. 无偿性。是指国家征税之后，税款即为国家所有，不再直接归还给纳税人，也不向纳税人支付任何代价或报酬。

第二节 税制术语

一、纳税人

纳税人是课税的主体，是税法上规定的直接负有纳税义务的单位和个人。

二、征税对象

征税对象指的是课税的客体，即对什么东西征税，它是税收制度最基本的要素，是一种税收区别于另一种税收的主要标志。按照征税对象的性质划分，我国税收主要可分为对流转额的征税、对所得额的征税、对财产的征税和对特定目的和行为的征税。

三、税率

税率是税额与征税对象之间的比例，通常用百分比来表示，它是税收制度的中心环节。税率主要有比例税率、累进税率和定额税率。

四、纳税环节和纳税期限

1. 纳税环节。纳税环节是税法中规定的纳税人履行纳税义务的环节，它规定纳税行为在什么阶段发生，以及是单一环节课征还是多环节课征。
2. 纳税期限。纳税期限是指纳税人发生纳税义务后向国家缴纳税款的期限。

五、税收附加、加成与减免税

1. 税收附加是政府在征税之外附加征收的一部分税款。

2. 税收加成是对特定纳税人的一种加税措施，即在依照既定税率计算出来的税额的基础上加收若干成税款。

3. 减免税是根据国家政策对某些纳税人和征税对象给予鼓励和照顾的一种特殊规定。减免税措施主要有：规定免税和减税项目、免征额、起征点。

六、违章处理

违章处理是对纳税人的税务违章行为所采取的惩罚性措施。违章行为主要包括属于税收征管制度方面的违章行为、属于税收制度法规方面的违章行为以及拖欠税款、滞纳金和罚款等。

第三节 税收分类

一、以税收收入形式不同分类

实物税和货物税

二、以计税依据不同分类

从量税和从价税

三、以课税权行使方式不同分类

经常税和临时税

四、以课税对象不同分类

对人税和对物税

五、以税权的归属不同分类

中央税和地方税

六、以税负是否容易转嫁为标准分类

直接税和间接税

第四节 我国税收制度的演变

一、1950—1957 年统一全国税政，建立、调整新税制

1. 1950 年，除农业税外，全国共有税收 14 种。
2. 1953 年修正后的工商税收为 12 种

二、1958—1978 年改革工商税制

1. 1958 年改革工商税制，税种减少为 9 个，并统一了全国农业税制。
2. 1973 年对工商税制再次改革，但税种仍然为 9 个。

三、1979—1993 年税制重大改革时期

1. 通过 1983 年和 1984 年的两次利改税，实现了完全的以税代利。
2. 到 1993 年我国的税种共计 5 大类 42 种。

四、1994 年以后实行新税制

1994 年对税制进行了全面的和结构性的改革，建立起了以增值税为第一主体税种，企业所得税为第二主体税种的复合税制结构。

五、中国税收制度的进一步改革

1. 1994 年税制存在的问题。
2. 进一步完善税制结构的思路。
3. 关于税种的完善。

复习与思考题

1. 税收具有哪些形式特征？
2. 税收制度的构成要素有哪些？
3. 我国现行税制应做何改革？

拓展阅读书目

1. 刘佐：《中国税制五十年》，中国税务出版社 2000 年版。
2. 宁学平：《新税制与会计处理指南》，经济管理出版社 1994 年版。
3. 李齐云：《新编税收理论与税制实务》，中国民主法制出版社 1999 年版。

第九章 税收理论

教学目的和基本要求：本章主要介绍了税收理论研究中的核心部分，即税收原则论、税收转嫁与归宿理论、最优税收理论。本章要求学生重点掌握现代税收原则论、税负转嫁的一般规律以及最优税收理论的主要内容。

学时分配：3

第一节 税收原则

一、税收原则思想的发展概述

我国有着极为丰富的治税思想，但现代意义上的税收原则发端于西方。

二、亚当·斯密的税收原则

1. 平等原则
2. 确实原则
3. 便利原则
4. 最小征收费原则

三、瓦格纳的税收原则

1. 财政收入原则

- (1) 充足原则：税收收入应能充分满足国家财政的需要。
- (2) 弹性原则：税收收入要有弹性，能够随着财政需要的变动而变动。

2. 国民经济原则

(1) 税源的选择：税源的选择要有利于保护资本即税本，主张以所得为税源而尽量避免对财产和资本的课税。

(2) 税种的选择：税种的选择要考虑税负转嫁问题，尽量选择难于转嫁或转嫁方向明确的税种。

3. 社会正义原则

- (1) 普遍原则：要求税收负担遍及社会上的每一成员，每一公民都有纳税义务。
- (2) 平等原则：税收负担应力求公平合理，主张采用累进税制，并对最低生活费用免税。

4. 税务行政原则

- (1) 确实：纳税的时间、方式、数量应预先规定清楚。
- (2) 便利：纳税手续尽量简便，以方便纳税人。
- (3) 节省：征收费用应力求节省。

四、现代税收原则

1. 财政原则：

- (1) 充分原则。
- (2) 弹性原则。

2. 效率原则：

(1) 税收的总体规模应符合整个社会资源在政府部门与非政府部门之间最优分布的效率要求。

(2) 税收对微观经济活动的效率损失最小。

(3) 税收的征收成本最小化。

3. 公平原则:

(1) 利益原则: 课税依照纳税人受益的多少而定, 受益多的多纳税, 受益少的少纳税。

(2) 能力原则: 以支付能力作为征税依据, 能力强的多纳税, 能力弱的少纳税。能力的判断标准由主观说和客观说之分, 前者又有绝对均等牺牲、比例均等牺牲、和边际均等牺牲之分, 后者又经历过一人丁为标准的阶段、以财产为标准的阶段、以消费和产品为标准的阶段和以所得为标准的阶段。

4. 稳定原则:

(1) 相机抉择的作用: 通过自身主动地增加或减少, 以依照经济周期的波动, 有意识的对宏观经济不稳定状态进行干预和调节。

(2) 自动稳定器的作用: 在既定的制度下, 税收能够自动的随着经济周期的变化自动的调节宏观经济的运行状态。

第二节 税收负担与税负转嫁

一、税收负担

1. 税收负担的概念。税收负担是指整个社会或单个纳税人实际承受的税款。

2. 宏观税收负担。

(1) 宏观税收负担的概念。宏观税收负担主要研究国家当年的课税总额与一国的社会产出总量或总经济规模之间的对比关系, 即社会的总体税负水平。

(2) 宏观税收负担的衡量指标: 国民生产总值负担率和国内生产总值负担率。

3. 微观税收负担。

(1) 微观税收负担的概念。微观税收负担主要研究单个纳税人向国家缴纳的税收与其产出的对比关系, 即企业或个人的税负水平。

(2) 微观税收负担的衡量指标。有企业和个人两类税收负担衡量指标。仅就企业而言, 又有企业整体税负率和个别税种的税负率之分。

4. 我国的税收负担。

二、税负转嫁与归宿

1. 税负转嫁与归宿的概念与形式。

(1) 概念。所谓税负转嫁, 就是纳税人不实际负担国家课于他们的税收, 而通过购入或卖出商品价额的变动, 将全部或部分税收转移给他人负担的过程。税负归宿是税负转嫁过程的终点, 也就是税收负担的实际承受着。

(2) 税负转嫁的主要形式有: 前转、后转、混转、辗转转嫁、税收资本化、消转等。

2. 税负转嫁与供求弹性的关系。

税负转嫁的主要途径是价格的变动, 转嫁的幅度取决于供求弹性。在其他条件不变时, 就供给和需求的相对弹性来说, 哪方弹性小, 税负就向哪方转嫁, 供给弹性等于需求弹性时, 税负由买卖双方平均负担。

第三节 最优税收理论

一、最优商品税

最优商品税理论是要论证政府收入若全部通过商品税筹集该如何课税的问题，主要研究的是该如何确定商品税税率，才能使整个社会的超额负担最小，其结论是拉姆齐法则，即只有商品税的税率与商品的需求价格弹性成反比，商品税的课征才能达到最优状态，此时，税额的少量增加，经会导致全部商品的需求量以相同的比例下降。

二、最优所得税

1. 埃奇沃斯模型。该模型意味着累进程度很高的税制结构，应从最高收入一端开始削减收入，直到达到完全平等，即高收入者的边际税率应为 100%。

2. 现代研究结论。

(1) 斯特恩的研究。在其他条件不变的情况下，劳动供给弹性越大，最优的所得税税率的价值越小，在 20%-80%之间。

(2) 维克里和米尔利斯的研究。基本结论是：最高收入阶层的最优边际税率为零。

复习与思考题

1. 简述税收原则理论的发展。
2. 简述税负转嫁的条件。
3. 研究税收负担有何意义？
4. 最优税收理论对我国税制改革有何借鉴意义？

拓展阅读书目

1. 胡怡建：《税收学》，上海财经大学出版社 1999 年版。
2. 西蒙·詹姆斯、诺布斯：《税收经济学》，中国财政经济出版社 1988 年版。
3. 国家税务总局、税收科研所：《西方税收理论》，中国财政经济出版社 1997 年版。

第十章 商品税

教学目的和基本要求：本章在首先对商品税的定义、特点与分类进行介绍的基础上，分三节内容介绍了商品税中的主要税种：销售税、增值税和关税的基本原理以及我国这三个税种的基本内容。本章要求学生重点掌握商品税的特点以及我国营业税、消费税、增值税和关税的主要内容。

学时分配：2

第一节 商品税的理论分析

一、商品税定义

商品税是对商品流转额和非商品流转额（提供个人和企业消费的商品和劳务）课征的税种的统称，也称流转税。

二、商品税特点

1. 税收负担的间接性。
2. 商品税对市场活动干预的直接性。
3. 商品税的累退性。
4. 税收征收的隐蔽性。
5. 税收征管的相对简便性。
6. 商品税收入的稳定性。

三、商品税分类

1. 按照课税范围的大小，可以分为：对绝大部分的流转额课税、对全部消费品流转额课税、对部分选定的消费品流转额课税。
2. 按课税环节的多少，可以分为单环节课税和多环节课税。
3. 按课税的计税方式的选择，可以分为从价税和从量税。
4. 按照课税方法的不同，可以分为对商品生产过程中的生产数量计征的流转税和根据课税商品流通的是数量计征的流转税。
5. 按照流转税的课税对象选择的不同，可以分为周转税、销售税和增值税。

第二节 销售税

一、销售税概述

销售税是商品税的一种形式，目前主要在单一环节征收。

二、开征销售税的主要原因

除易于管理和保证收入稳定的优点之外，还有：

1. 避免多环节征收抬高物价。
2. 避免不同的流转次数对市场竞争的负面影响。

三、销售税的效率与公平作用

从公平分配角度看，传统看法认为一般销售税是累退的。

四、中国的销售税

1. 消费税：对某些消费品的流转额可挣的一种税。
2. 营业税：是对在国内提供应税劳务、转让无形资产以及销售不动产的单位和个人，就其取得的营业额征收的一种税。

第三节 增值税

一、增值税概述

1. 增值税的定义。增值税使商品税的一种形式，其课税依据是课税商品或劳务在产销的每一阶段新增的价值。
2. 增值税的优点。增值税与周转税相比，避免了重复课税，更符合税收的中性原则。根据计税时，企业购买的固定资产金额能否扣除以及如何扣除，可以将增值税分为生产型增值税、收入型增值税和消费型增值税，后者最能体现增值税的优点。
3. 增值税的缺点。
 - (1) 受种种因素困扰，增值税税率难以实行单一税率，在某种程度上抵消了增值税经济作用的发挥。
 - (2) 增值税仍然有累退性问题。
 - (3) 增值税的征管难度较大，易造成税收收入流失。

二、增值税的基本计算方法

1. 加法。
2. 减法。
3. 抵免法。

三、增值税的特点

1. 可以只对有形商品销售课征，也可以对劳务供应课征。
2. 可以包括课税范围内的全部商品，也可以对某种商品免税。
3. 可以对某些类型的企业给予免税待遇或规定零税率。
4. 抵免法有利于计税。

四、增值税相关问题分析

1. 增值税的累退性问题。
2. 增值税的推广问题。

五、现行中国增值税制

第四节 关 税

一、关税概述

1. 关税的定义。关税是在边境、沿海口岸或国家制定的其他水、陆、空国际交往通道的关口，对进出国境或关境的货物或物品征收的一种税。

2. 关税的分类。

（1）进口关税和出口关税。

（2）财政关税和保护关税。

二、现行我国关税制度

复习与思考题

1. 商品税具有什么特点？
2. 增值税有哪些类型？
3. 增值税的特点有哪些？
4. 增值税的作用有哪些？
5. 商品税是否具备成为未来主体税种的条件？

拓展阅读书目

1. 胡怡建：《税收学》，上海财经大学出版社 1999 年版。
2. 张维华：《增值税实务》，中国财政经济出版社 2004 年版。
3. 国家税务总局教材编写组：《消费税政策与法规》，中国财政经济出版社 2003 年版。

第十一章 所得税

教学目的和基本要求：本章在首先对商品税的定义、特点与分类进行介绍的基础上，分三节内容介绍了所得税中的主要税种：个人所得税、企业所得税和社会保障税的基本内容。本章要求学生重点掌握所得的概念、特点以及我国个人所得税、企业所得税和外商投资企业和外国企业所得税的主要内容。

学时分配：2

第一节 所得税概述

一、所得定义的探讨

1. 来源说：只有从一个可以获得固定收入的永久性“来源”中取得的收入，才应被视为应税所得。
2. 净增值说：综合所得是纳税人个人消费综合加上其从所有可能来源中新得到的财富增加。

二、所得税的特点

1. 它以一定的所得额为课税对象。
2. 它体现了税收公平原则。
3. 应税所得的计算通常都要经过一系列较为复杂的程序。

三、所得税的类型

1. 分类所得税：是针对各种不同性质的所得，如对工资和薪金、对利息和股息等等，分别规定不同的税率进行课征的那一类所得税。
2. 综合所得税：是将纳税人的各项不同性质的所得加以合并，综合计征的一类所得税。
3. 分类综合所得税：是对一定收入数量以下的所得，采用分类所得税办法征收，而当其各类所得数额之和达到某一规定标准时，则再加征综合所得税。

四、所得税的演变过程

1. 从临时税发展为永久税。
2. 从比例税演变为累进税。
3. 从分类所得税转变为综合所得税。

第二节 个人所得税

一、个人所得税概述

1. 对课税范围的确定有综合所得和分类所得之分。
2. 以符合条件的个人所得额作为课税对象。
3. 课税对象虽然是个人所得额，但并非全部。
4. 纳税人既可以是个人，也可以是家庭。

5. 一般实行超额累进税率。
6. 个人所得税既可能促进经济的稳定和公平的实现，也可能对工作储蓄带来消极影响。

二、中国的个人所得税

1. 现行个人所得税制。
2. 中国所得税制的改革。

第三节 企业所得税

一、企业所得税概述

1. 企业所得税的定义。企业所得税是对企业所得按照一定税率课征的税。
2. 企业所得税的类型。根据课税范围的不同，企业所得税可以分为企业所得税类型和公司所得税类型。

二、公司所得税制的基本结构

1. 公司所得税税基。
2. 应税所得额。
3. 公司所得税税率。
4. 主要刺激措施。

三、为什么要对公司征税

1. 公司是真正的独立主体。
2. 公司从社会中获得了许多特权。
3. 公司所得税维护了个人所得税的一体性。

四、公司所得税的经济效应

1. 对资本配置的影响。
2. 对投资的影响。
3. 对公司财务决策的影响。

五、公司所得税税负转嫁问题

1. 局部均衡中的税负转嫁。
2. 一般均衡中的税负转嫁。

六、现行中国企业所得税制

1. 企业所得税。
2. 外商投资企业和外国企业所得税。

七、中国企业所得税制的改革

1. 企业纳税人标准的选择。
2. 企业所得税税率的确定。

3. 企业所得税计税依据的确定。
4. 税收优惠的确定。

第四节 社会保障税

一、社会保障税概述

1. 社会保障税的特点。
 - (1) 是一种目的税。
 - (2) 是一种累退性质的税。
 - (3) 是一种征收相对简便的税。
2. 社会保障税的归宿。

二、社会保障税的发展

复习与思考题

1. 你是如何理解“所得”的？
2. 所得税的特点有哪些？
3. 所得税有哪些基本类型？
4. 如何进一步完善我国的企业所得税？
5. 如何进一步完善我国的个人所得税制？
6. 为什么我国也要开征社会保障税？

拓展阅读书目

1. 胡怡建：《税收学》，上海财经大学出版社 1999 年版。
2. 财政部税政司：《新个人所得税实用手册》，企业管理出版社 2006 年版。
3. 蒋经法：《我国企业所得税改革研究》，中国财政经济出版社 2004 年版。

第十二章 其他税收

教学目的和基本要求：本章在首先对财产税的定义、特点及相关理论问题进行介绍的基础上，在种类繁多的财产税体系中，选取了土地税、遗产与赠与税、资源税、污染税、印花税和农业税进行了介绍。本章要求学生重点掌握财产税的类型、特点以及遗产与赠与税和污染税的主要内容。

学时分配：2

第一节 财产税概述

一、财产税的种类

1. 财产税的定义。是指对纳税人所拥有或支配的财产征收的一类税。
2. 财产税的类型。
 - (1) 一般财产税。
 - (2) 特别财产税。
 - (3) 财产转移税。

二、财产税的优点

1. 比较符合税收的支付能力原则。
2. 可以起到财产所有者提高财产使用效率的作用。
3. 税负难以转嫁，有助于削弱社会财富分布的不公平状态。

三、财产税的缺点

1. 纳税能力的测度有困难。
2. 难以成为广泛的普及性税收。
3. 收入弹性较小。
4. 有碍于资本的形成。

四、财产税相关问题分析

1. 财产税的负税人问题。
2. 资源配置效应问题。
3. 财产税是不是对地方服务的付费。
4. 财产税的征管问题。

第二节 土地税

一、土地税的定义

土地税是以土地为课税对象的税收，是世界上实行最广泛的特别财产税。

二、土地税的类型

1. 土地财产税：以财产税方式征收的土地税。
2. 土地所得税：以土地收益额为课税标准征收的土地税。
3. 土地增值税：以土地增值额为课税标准而征收的土地税。

三、中国的土地税制

第三节 遗产税和赠与税

一、遗产税概述

遗产税，也成为死亡税，是对死亡的课税。，死亡税以及与此相关的税收可以分为三类：

- (1) 总遗产税：即狭义的遗产税，它是对死亡者遗留的财产总值课税，而不论遗产如何分配。
- (2) 分遗产税：或称继承税，即对各个遗产份额课征的税，而不论总遗产是大是小。
- (3) 赠与税：是对财产所有者生前对人赠与所课征的税，它不是对遗产或死亡课税，但与遗产税密切相关。

二、遗产税开征的原因

1. 促进社会公平。
2. 激励作用。
3. 健全税制作用。
4. 促进社会慈善事业的发展。

三、遗产税制的类型

1. 总遗产税制。
2. 分遗产税制。
3. 混和遗产税制。

第四节 资源税

一、资源税的定义

资源税是以各种自然资源及其级差收入为课税对象的一种税类。

二、资源税制的设计

1. 资源生产课税。
2. 资源消费课税。

第五节 污染税

一、污染税征收依据

外部性理论是污染税征收的主要理论依据。

二、污染税在实施中的问题

1. 准确界定边际外部成本问题。
2. 管制部门不容易了解企业的边际私人净收益曲线。
3. 污染税的负税人问题

三、污染税制的选择问题

1. 税基的确定。
2. 税率的确定。

第六节 印花税

一、印花税概述

印花税是对经济活动和经济交往中书立、领受国家规定的凭证征收的一种税。

二、中国现行印花税制

第七节 农业税

一、农业税概述

农业税是国家向一切从事农业生产并由农业收入的单位和个人征收的一种税。

二、中国农业税制的演变

复习与思考题

1. 为什么财产税难以成为一国主体税种？
2. 开征遗产税和赠与税有何意义？
3. 结合以前章节内容，阐述你对未来我国税制结构选择的看法。

拓展阅读书目

1. 各国税制比较研究课题组：《财产税制国际比较》，中国财政经济出版社 1996 年版。
2. 袁则军、王键：《资源和财产税实务》，中国财政经济出版社 1996 年版。
3. 胡怡建：《中国税制》，科学出版社 2006 年版。

第十三章 国有经济收入

教学目的和基本要求：本章在首先介绍了国有资产的概念与国有资产收入形式的基础上，主要结合我国实际对我国建国以来国有企业的利润分配制度进行了介绍，并结合我国国有经济改革对我国国有经济收入的发展进行了初步分析。本章要求学生重点掌握国有经济的分类和形式。

学时分配：2

第一节 国有资产收入的形式

一、国有资产的概念

国有资产是以法律用语，指的是属于国家所有的资产，包括国家依法取得和认定的，或者国家以各种形式对企业投资的投资收益，国家向行政事业单位拨款等形成的资产，接近于财产的意义。

广义的国有资产是指属于国家所有的一切财产，包括自然资源、行政事业单位所占用的国有财产以及国家投资形成的经营性国有资产。狭义的国有资产为法律上确定为国家所有的并能为国家提供未来经济效益的各种经济资源的总和，属于经营性财产。

二、国有资产的分类

1. 按存在形态分为有形资产和无形资产。
2. 按经济用途分为经营性资产和非经营性资产。
3. 按照形成方式分为自然资源资产和人类自身加工、改制、开发利用形成的资产。
4. 按国有资产所处的地理位置分为境内国有资产和境外国有资产。
5. 按行政隶属关系分为中央政府国有资产和地方政府国有资产。

三、国有资产收入

1. 国有资产收入的概念：就是指国家凭借所拥有的资产取得的财政收入。
2. 国有资产收入与国有资产经营收益和国有资产收益的概念区别。

四、国有资产收入的形式

1. 属于经营性国有资产收入部分的形式。
 - (1) 利润。(2) 租金。(3) 股利。
2. 属于国有产权转让收入的形式。
 - (1) 国家通过国有资产产权转让、出售、拍卖、兼并等方式取得的收入。
 - (2) 国家通过国有资产使用却转让而取得的国有资产使用权转让收入。
3. 属于国家投资借款归还收入。

第二节 国有企业利润分配制度

一、利润全额上缴

也成为统收统支制度，是一种要求将国营企业所实现的利润全额上缴给国家的一种制度。

二、企业基金制

国家根据国营工业企业在完成国家规定的 8 项经济技术指标（产量、品种、质量、消耗、劳动生产率、成本、利润、流动资金占用等）的情况和供货合同的情况，允许企业从实际利润中按职工全年工资总额中提取不同比例的企业基金。

三、利润留成制

根据国营企业上年五项基金占同年利润总额的比例核实企业基数利润留成比例，一定三年不变，增长留成比例按照不同行业确定。

四、盈亏包干制

国营企业按照国家核定的上缴利润任务实行包干，实现的利润超过计划利润包干任务的部分，以其一部分或全部留归企业自行支配。对企业发生的政策性亏损实行亏损补贴包干。

五、利改税

把国营企业上缴利润改为按国家规定的税种和税率缴纳税金，税后利润由企业支配。

六、含税利润承包制

对国营企业上缴国家的利润采用承包制，并同时取消国营企业利润所得税的上缴。

七、税利分流

国家在参与国有企业纯收入分配过程中，开征一道所得税，然后再通过税后承包上交利润、租金或国有股分红等方式参与企业税后利润的分配。

第三节 国有经济改革与国有经济收入

- 一、有限的国有资本难以支撑庞大的国有经济盘子
- 二、收缩国有经济范围，实现国有资本项战略部门集中
- 三、市场经济下的国有经济收入

复习与思考题

1. 国有资产收入的形式有哪些？
2. 简述我国企业利润分配制度的演变过程。
3. 国有经济战略性改组对国有资本收入有何影响？
4. 国有经济改革对我国财政改革将产生怎样的影响？

拓展阅读书目

1. 黄少安、李齐云：《国有资产管理概论》，经济科学出版社 2000 年版。
2. 李海波、孙桂芳：《国有资产管理》，立信会计出版社 1998 年版。
3. 吴敬琏、张军扩、刘世锦：《国有经济的战略性改组》，中国发展出版社 1997 年版。

第十四章 公 债

教学目的和基本要求：本章在介绍了公债的历史与作用的基础上，结合我国公债的发展介绍了公债制度、公债市场和公债管理的基本内容。本章要求学生重点掌握公债制度和公债管理的相关内容。

学时分配：4

第一节 公债概述

一、公债的一般概念

公债是国家或政府举借的债，是指国家或政府以债务人的身份，采取信用方式，向国内外取得收入的一种方式。

1. 公债是国家或政府信用的主要形式。
2. 公债是财政收入的一种特殊形式。
3. 公债是一个重要的经济杠杆。

二、公债的产生和发展

1. 公债在奴隶社会开始萌芽，在资本主义社会得到大规模的发展。
2. 我国公债的产生与发展。

（1）我国公债始于清朝末年。

（2）建国后的公债经历了三个阶段：即 1950 年发行“人民胜利折实公债”，1954—1958 年“国家经济建设公债”，1981 年至今发行国库券、重点建设债券、财政债券及借入外债。

三、公债的作用

1. 就财政观点而言，公债是财政收入的补充形式，是弥补财政赤字、平衡预算和解决财政困难的最可靠、最迅速的手段。

2. 以经济的观点来看，公债是国家调节经济的重要杠杆，是国家经济政策的一个重要组成部分。

- （1）调节积累与消费，促进两者比例关系合理化。
- （2）调节投资结构，促进产业结构优化。
- （3）调节金融市场，维持经济稳定。
- （4）调节社会总需求，促进社会总供给与总需求的平衡。

第二节 公债制度

一、公债种类

1. 按发行期限划分，可分为短期公债、中期公债和长期公债。
2. 按举借形式划分，可分为政府契约性借款和发行公债券。
3. 按发行地域划分，可分为国内公债和国外公债。

4. 按债券的发行市场划分,可分为上市公债和非上市公债。
5. 按发行的性质划分,可分为自由公债和强制公债。
6. 按发行主体划分,可分为中央公债和地方公债。
7. 按公债的计量单位划分,可分为实物公债和货币公债。
8. 按公债用途划分,可分为生产性公债和非生产性公债。
9. 按由物理系和利息支付方式划分,可分为有息公债和有奖公债。

二、公债发行方式

1. 公募法:指国家向社会公债募集公债的方法。
 - (1) 直接公募法:由财政部或其他政府部门直接推销。
 - (2) 间接公募法:由政府委托银行或其他金融机构代为经营。
 - (3) 公募招标法:在金融市场上公开招标发行公债。
2. 包销法:又称承受法,是指国家将发行的债券统一出售给银行,再由银行自行发售的方法。
 - (1) 由中央银行承受。
 - (2) 商业银行承受。
 - (3) 金融集团包销。
3. 公卖法:是指政府委托经纪人在证券交易所出售公债的方法。

三、公债的偿还

1. 买销法:由政府委托证券公司或其他有关机构,从流通市场上以市场价格买进政府所发行的公债。
2. 比例偿还法:政府按照公债的数额,分期按比例偿还。
3. 抽签偿还法:政府通过定期抽签确定应清偿的公债的方法。
4. 一次偿还法:国家定期发行公债,在公债到期后一次还清本息。

第三节 公债市场

一、公债市场

1. 公债市场的概念:在证券市场中进行的公债交易称为公债市场。
2. 公债市场的类型:按照公债交易的层次或阶段可分为公债一级市场和公债二级市场。一级市场是发行市场,二级市场是流通市场或转让市场。
3. 两级市场的关系:紧密联系、相互依存、互为作用。

二、公债市场的作用

1. 能增强政府债券的流动性,提高其竞争能力。
2. 能为社会闲置资金提供良好的投资场所,有助于减少投资风险。
3. 是中央银行进行金融宏观调控的重要手段。

三、政府债券交易市场的类型和基本做法

1. 交易市场的类型。
 - (1) 交易所交易:在证券交易所进行的债券买卖,成为交易所交易。

(2) 柜台交易：在证券交易所以外的市场所进行的债券交易，也称店头交易或场外交易。

2. 基本做法：

(1) 交易所交易的基本做法。

(2) 柜台交易的基本做法。

第四节 公债管理

一、国内公债管理

1. 公债管理的概念。公债管理是政府对公债的运行过程所进行的决策、组织、规划、指导、监督和调节。

2. 公债管理的基本目标。

(1) 保证政府具有适当的偿债能力。

(2) 努力减少公债的“挤出效应”。

3. 公债管理中的基本指标。

(1) 公债规模指标。包括公债的承受能力，即国内各种应债资金水平，包含应债客体即国民收入或国民生产总值和应债主体，即承购公债的企事业单位和居民个人，和公债偿还能力，即公债负担率和公债偿债率，前者用公债占国内生产总值表示，后者用公债占财政收入表示。

(2) 公债结构指标。主要包括期限结构指标，即短期、中期、长期公债的比例；持有者结构指标，即各类机构投资者和各阶层居民各自占有公债的比例；公债利率水平与结构指标，即是否与市场利率水平相协调。

二、外债管理

1. 外债的主要形式。

(1) 外国政府贷款：是一国政府利用本国财政资金向另一国政府提供的贷款。

(2) 国际金融机构贷款：主要是联合国系统下几个世界性金融机构所提供的贷款。主要由国际货币基金组织贷款和世界银行集团贷款。

(3) 外国银行贷款：这是由国际上商业银行用自由外汇提供的商业性贷款。

(4) 出口信贷：这是国家专门机构或银行以利息补贴或信贷国家担保方式对出口贸易提供的含有官方补贴性质的贷款。

(5) 发行国际债券：它是一国政府、政府机构、公司企业、银行或其他金融机构在国际或主要国家国内债券市场上，以各种可兑换货币为面值发行的国际债券。

2. 确保适度的外债规模。

(1) 外债规模是否适当的衡量指标：偿债率、经济债务率、出口债务率。

(2) 确保适度外债规模的配套措施：资金配套、措施配套、物资配套。

3. 建立合理的外债结构。

(1) 外债的来源结构。

(2) 外债的期限结构。

(3) 外债的币种结构。

(4) 外债的利率结构。

(5) 外债借入者结构。

复习与思考题

1. 公债制度形成的条件有哪些？
2. 阐述我国公债市场的发展问题。
3. 是结合现实分析我国的公债负担问题。
4. 如何进行有效的公债管理？

拓展阅读书目

1. 李俊生：《公债管理》，中国财政经济出版社 1994 年版。
2. 高坚：《中国债券》，经济科学出版社 1999 年版。
3. 袁东：《公共债务与经济增长》，中国发展出版社 2000 年版。
4. 杨大楷等：《国债综合管理》，上海财经大学出版社 2000 年版。

第十五章 政府预算

教学目的和基本要求：本章在介绍了有关政府预算的概念与分类等基本知识之后，结合我国政府预算编制、审批和执行的具体组织方式，着重介绍了复式预算和部门预算的方法，最后介绍了预算外资金纳入预算管理的必要性以及基本思路。本章要求学生重点掌握预算的各种形式，复式预算与部门预算的编制方法以及有关费税改革的相关内容。

学时分配：4

第一节 政府预算概述

一、市场经济下的政府预算

1. 政府预算的概念。

(1) 政府预算是经立法程序批准的政府年度财政收支计划。

(2) 政府预算也称为政府公共预算，是国家以社会经济管理者身份取得的收入和用于维持政府公共活动，保障国家安全和社会秩序，发展各项社会公益事业支出的预算。

2. 法制性是市场经济下政府预算的根本特性。

(1) 计划性。

(2) 法律性。

(3) 归一性。

(4) 政治程序性。

(5) 公开性。

3. 按法制性要求改革我国预算制度。

(1) 强化政府预算的计划性。

(2) 强化预算的法律性。

(3) 强化预算的归一性。

(4) 强化预算的公开性。

(5) 强化预算的政治程序性。

二、政府预算的分类

1. 按收支管理范围分类：总预算和单位预算

(1) 总预算：是国家各级政府的基本财政计划，由各级政府的本级预算和下级政府总预算组成。

(2) 单位预算：是政府预算基本组成部分，是各级政府的直属机关就其本身及其所属行政事业单位的年度经费收支所汇编的预算。

2. 按照预算的级次分类：中央预算和地方预算

(1) 中央预算：是指经法定程序审查批准的，反映中央政府活动的财政收支计划。

(2) 地方预算：是指经法定程序批准的，反映各级地方政府收支活动计划的总称。

3. 按照编制形式分类：单式预算和复式预算

(1) 单式预算：即将国家一切财政收支编入一个预算，通过统一的一个表格来反映。

(2) 复式预算：将统一预算年度内的全部收入和支出性质划分，分别汇编两个或两个以上的

收支对照表，以特定的预算收入来源保证特定的预算支出，并使两者具有相对稳定的对应关系。

4. 按编制方法分类：增量预算和零基预算

(1) 增量预算：是指财政收支计划指标是在以前财政年度的基础上，按新的财政年度的经济发展情况加以调整之后确定的。

(2) 零基预算：是指对所有的财政收支，完全不考虑以前的水平，重新以零为起点而编制的预算。

5. 按投入项目能否直接反映其经济效果分类：项目预算和绩效预算。

(1) 项目预算：是指只反映项目的用途和支出金额，而不考虑其指出的经济效果的预算。

(2) 绩效预算：是指根据成本效益比较的原则，决定支出项目是否必要及其金额大小的预算形式。

6. 按预算作用的时间分类：年度预算和中长期预算。

(1) 年度预算：预算有效期为一年的财政收支预算。

(2) 中长期预算：也称为中长期财政异化，一般一年至十年为中期计划，十年以上为长期计划。

三、复式预算

1. 复式预算的产生。

2. 复式预算产生的一般条件：

- (1) 资本主义社会经济的发展。
- (2) 资本主义国家政府管理经济职能的强化。
- (3) 政府预算功能的扩大。
- (4) 传统预算观念的突破。
- (5) 借债等于创造资产的商业原则的引入。

四、我国现行的复式预算

1. 实行复式预算的必要性。

- (1) 实行复式预算是由单式预算的缺陷和复式预算的优点所决定的。
- (2) 实行复式预算是国家两种职能的体现。

2. 我国的复式预算

3. 总结经验，进一步完善复式预算。

第二节 政府预算的编制、执行与决算

一、政府预算的编制

1. 实行部门预算是我国预算编制的一项重大改革。

所谓部门预算就是一个部门编制一本预算的政府预算制度。其意义在于：

- (1) 实践上，有利于我国公共财政基本框架的形成。
- (2) 制度上，有利于我国预算管理制度的创新。
- (3) 理论上，有利于我国财政预算理论的革新。

2. 部门预算的主要内容。

- (1) 收入预算的测定。

(2) 支出预算的测定。

(3) 财政资金的管理。

3. 部门预算与传统编制方法的异同。

相同点：

(1) 仍然实行“两上两下”的编报方法。

(2) 各相关部门的预算分配权限未变。

不同点：

(1) 预算编制的时间提前。

(2) 一个部门一本预算。

(3) 编制预算的方式不同。

(4) 编制预算的范围不同。

(5) 预算批复的方式不同。

(6) 采取计算机网络编报、审核部门预算。

4. 部门预算的编报程序

(1) 中央部门预算的总流程。

(2) 部门编报预算的流程。

(3) 财政部审核和上报预算的流程。

(4) 财政部批复预算的流程。

二、政府预算的审批与执行

1. 政府预算的审批。

(1) 预算草案编制的时间。

(2) 预算草案的初步审查。

(3) 预算审查的重点。

(4) 预算部分变更。

(5) 决算的审查和批准。

(6) 预算执行的监督。

(7) 违反预算审批与监督规定的法律责任。

2. 政府预算的执行

(1) 政府预算执行的特点：

第一，预算执行是一项经常性的工作。

第二，预算的执行是实现预算各项收支任务的中心环节。

第三，预算执行情况和结果是预算编制的基础。

第四，预算执行过程中，需要随着客观情况的变化，组织新的平衡。

(2) 政府预算执行的组织机构及其职责。

三、政府预算的调整

预算调整是在预算执行过程中，通过改变预算收入来源、支出用途以及收支规模、组织新的平衡的重要方法。

广义的预算调整是指在预算执行过程中，所有对预算收支数额、范围、方式的修改、补充活动。狭义的预算调整是指在预算执行过程中，因追加支出或追减收入，动用全部预算费 弥补，收支仍不能平衡而需要对原批准的预算进行的部分修改。

四、财政决算

第三节 预算外资金

一、预算外资金的性质和特点

1. 预算外资金的含义：

- (1) 预算外资金属于国家财政资金的范畴。
- (2) 预算外资金是按照国家法律、法规和财政制度设置的。
- (3) 预算外资金的财政性，决定了应将其纳入预算管理。

2. 预算外资金的特征：

- (1) 法定性。
- (2) 专用性。
- (3) 分散性和繁杂性。

二、预算外资金的范围

1. 地方财政部门管理的预算外资金。
2. 事业行政单位管理的预算外资金。
3. 国营企业和主管部门管理的预算外资金。

三、费改税

1. 什么是费改税？费改税是针对我国费大于税的不规范的政府收入格局而提出的一项政策主张。
2. 为什么要费改税：费大于税的现象是我国社会经济生活混乱无序状态的典型表现之一。
3. 费改税的基本思路。以政府收支全面纳入政府预算，以及强化税法的权威性为基础，法制化是治本之策。

复习与思考题

1. 为什么说市场经济从根本上决定了政府预算的法制性？
2. 我国为什么要实行复式预算？如何完善我国的复式预算制度？
3. 部门预算改革的意义。
4. 为什么要“费改税”？

拓展阅读书目

1. 陈共主编：《财政学》，中国人民大学出版社 2000 年版。
2. 王金秀、陈志勇编著：《国家预算管理》，中国人民大学出版社 2001 年版。
3. 门惠英：《复预算理论与实践》，中国财政经济出版社 1996 年版。

第十六章 财政体制

教学目的和基本要求：本章在介绍了财政体制的基本概念和内容的基础上，较为详细地介绍了财政体制的四种类型以及具体的收支划分方法，并用一节的内容，介绍了我国财政体制的沿革过程。本章要求学生重点掌握财政体制的类型以及我国 1994 年以来的分级财政体制改革的主要内容。

学时分配：4

第一节 财政体制的内容

一、财政体制的概念

所谓财政体制，是财政管理体制的简称。它是在特定的行政体制下，通过一定的方式调节政府间财力分配的基本制度，是国家在中央和地方各级地方各级政权之间，划分财政收支范围和财政管理职责与权限的一项根本制度。

广义的财政体制主要包括国家预算体制、税收管理体制、企业财务管理体制、行政事业财务管理体制、基本建设财务管理体制等；狭义的财政管理体制就是国家预算管理体制。

二、财政体制的内容

1. 在统一领导下的财政分级管理。
2. 各级财政的收支划分。划分原则主要有：
 - (1) 统筹兼顾，全面安排。
 - (2) 事权与财权的统一。
 - (3) 收支挂钩，权责结合。
3. 关于地方机动财力问题。

所谓地方机动财力指的是在国家规定的范围内，由地方自行支配的一部分财政财力。主要内容有：

- (1) 地方预算的预备费。
- (2) 地方预算执行中的收入超收和支出结余。
- (3) 预算外资金。

第二节 财政体制的类型

一、财政体制的类型

按照财政体制赋予地方财政的独立自主程度，根据我国的实践并参照国外情况，财政体制可分为四种类型：

1. 统收统支体制。主要特征是：
 - (1) 全国各地的主要财政收入，统一上缴中央金库，没有中央拨付命令不得动用。
 - (2) 地方的一切开支均需经过中央的核准，统一按月拨付。
 - (3) 财政管理权限集中于中央。
 - (4) 留给地方少许财力，用以解决农村、文教卫生事业和城镇市政建设以及其它临时性需要。

2. 统一领导、分级管理体制。主要特征是：

(1) 在中央统一政策、统一计划和统一制度的前提下，按国家行政区划确定财政级次，实行分级管理。

(2) 按中央政府和地方政府的职责分工并按企事业单位的隶属关系确定各级预算的支出范围。

(3) 主要税种的立法权、税率的调整权和减免权集中于中央，由中央确定地方的收入指标。

(4) 由中央统一进行地区间的调剂，凡收入大于支出的地方财政，向中央上解收入，凡支出大于收入的地方财政，由中央财政拨款补助。

(5) 地方预算的收支平衡，从总量上说，基本上是以支定收，结余可以留用。从结构上说，基本上是中央下达指标，地方无权调剂。

(6) 体制的有效期是一年一定，而不是长期相对稳定。

3. 财政包干体制。主要特征是：

(1) 按照经济管理体制的隶属关系，明确划分中央和地方的财政收支范围。

(2) 按照收支划分的范围，以包干制确定前一年的预算执行数为基础，确定地方财政的包干基数，并确定两级财政间的上缴和补助数额，一定五年不变。

(3) 在此基础上，地方财政以收定支、多收多支、少收少支、自求平衡。

(4) 地方预算自行编制，但仍然要纳入全国的统一预算之中。

(5) 中央对民族自治区给予特殊照顾。

4. 分税制分级财政体制。主要特征有：

(1) 按照税种划分中央收入和地方收入。

(2) 划分中央财政和地方财政的支出。

(3) 各级财政的主要收入以自有财源解决，主要是通过本级财政的税种来解决。

(4) 分级财政体制的核心是中央财政和地方财政分立、自收自支、自求平衡。

二、财政体制的收支划分形式

1. 比例分成法。首先要确定地方预算的支出指标和收入指标，然后按照收支差额确定分成比率，组织地方预算收支平衡。比例分成有分类分成和总额分成两种形式。

2. 基数法。是和比例分成法相互关联的一种确定财政收支指标的方法，它是以上年预算实际数或以前若干年的平均数作为预算年度的财政收支基数，并根据地方财政收支基数的差额确定分成比例。

3. 因素法。是一具影响地方支出的各种因素及其影响程度，来确定地方支出基数的一种方法。这些因素主要包括一般因素、社会发展因素、经济发展因素和自然环境因素等。

4. 分税制。通过划分税种或税率来确定各级财政的收入，并且相应的形成中央税制和地方税制。

5. 补助金制。这是中央财政对地方财政收支预算的逆差，采取由中央财政直接拨款补助，达到该级财政的预算收支平衡的做法，主要有定额补助、专项补助和按成补助。

三、我国实行分税制分级财政体制的根本原因

1. 税收是公共财政的主要的和基本的收入形式。

2. 分税制财政体制是依靠法律的权威去规范和划分各级财政收入的，这只有在市场经济这种法制经济的条件下才能做到。

3. 只有在市场经济下，才可能实行真正的分级财政而又不危害近现代经济财政的统一体。

第三节 我国财政体制沿革

一、改革开放以前的财政体制

1. 建国之初，实行高度集中的统收统支管理体制。
2. 1951 年实施在中央统一领导下，初步的分级管理。
3. 1954 年实行划分收支、分级管理，采用分类分成办法。
4. 1958 年实行以收定支，五年不变的财政体制。
5. 1959 年实行总额分成，一年一变的财政体制。
6. 1961 年以后至改革开放以前在原有财政体制基础上，实行相对集中的财政体制。

二、改革开放以来的财政体制

1. 1977—1979 年江苏省实行“固定比例包干”办法。
2. 1980 年对广东、福建实行“定额包干，一定五年”的办法。
3. 1980 年全国大部分地区实行“划分收支，分级包干，五年不变”的体制，即“分灶吃饭”体制。

三、1994 年的分税制财政体制改革

1. 中央与地方事权和支出的划分。
2. 中央与地方收入的划分。
3. 中央财政对地方税收返还数额的确定。
4. 原体制中央补助、地方商界以及有关结算事项的处理。
5. 其他配套改革。

复习与思考题

1. 简述财政体制的基本内容。
2. 分税制财政体制的基本内容及主要特征有哪些？
3. 我国为什么要实行分税制财政体制？

拓展阅读书目

1. 李齐云：《分级财政体制研究》，经济科学出版社 2003 年版。
2. 卢洪友：《政府职能与财政体制研究》，中国财政经济出版社 1999 年版。
3. 寇铁军：《中央与地方财政关系研究》，东北财经大学出版社 1996 年版。
4. 刘小明：《财政转移支付制度研究》，中国财政经济出版社 2001 年版。
5. [美]罗伊·鲍尔：《中国的财政政策—税制与中央及地方的财政关系》，许善达等译，中国税务出版社 2000 年版。

第十七章 财政平衡

教学目的和基本要求：本章在介绍了财政收支矛盾与平衡转化规律性的基础上，分析了对我国传统财政平衡理论的基本观点与西方总供求平衡理论的关系，并在最后结合我国实际对影响财政平衡的公债的效应进行了分析。本章要求学生重点掌握我国传统财政平衡理论与西方总供求理论的关系，以及公债效应的相关内容。

学时分配：5

第一节 财政收支矛盾与平衡

一、财政收支矛盾

财政收支之间的矛盾具有客观性，因为：

1. 需要与可能的矛盾在财政领域经常反复出现，而公共财政也不一定非得坚持年度平衡不可。
2. 财政决策的失误，计划与实际的不一致也会引起财政收支矛盾。
3. 生产力发展水平与经济管理水平的变化对财政收支产生影响。
4. 财政收支在实践和地区上的不一致，一般可在年度加以调整，但如果处理不好，也会导致当年财政收支的不平衡。
5. 某些意外事故，也会影响到年度财政收支平衡。

二、财政收支矛盾与平衡转化的规律性

财政收支是彼此依存、互相统一的，因为：

1. 相同的财政收入与财政支出都代表相等价值的资源，都是为了满足国家和人民不断增长的需要。
 2. 财政收入是财政支出的来源，财政支出是财政收入的使用。
 3. 财政支出又促进和影响财政收入，它是保证财政收入增加的条件。
- 在社会主义市场经济条件下，客观条件有利于财政收支矛盾相平衡的转化。
1. 经常地自觉地保持平衡是在社会主义市场经济条件下实行宏观调控的因素。
 2. 财政收支平衡是经济稳定的标志之一。

三、财政平衡的计算口径

1. 公债收支是否列为预算收支的差异。
2. 公债付息支出是否列入预算支出差异。

第二节 我国传统的财政平衡学说

一、传统财政平衡学说产生的历史背景

计划经济体制是传统财政平衡学说产生的条件。

二、传统财政平衡学说的主要内容

1. 财政收支平衡与信贷收支平衡。

(1) 财政、信贷收支平衡的必要性。

第一，财政性存款是信贷资金的重要资金来源

第二，银行需要用财政投资建立和充实自有资金。

第三，专业银行运用财政资金进行信贷投资。

第四，财政增拨信贷资金以弥补信贷差额

第五，在预算执行过程中，财政如收不抵支则向银行透支。

第六，银行向财政上缴税收利润。

(2) 财政、信贷统一平衡的实现。

第一，共同承担国营企业再生产资金的需要。

第二，正确处理财政结余。

第三，正确处理税前还贷。

第四，有计划的互相弥补收支差额。

第五，避免财政“虚收实支”，银行“虚存实贷”。

2. 财政、信贷与外汇收支平衡

(1) 外贸外汇收支影响到财政收支平衡。

(2) 国外债务收支直接影响着财政收支。

(3) 外汇收支会影响国内货币流通量，而货币流通量又直接与现代收支和财政收支密切相关。

(4) 外汇收支也受到财政、信贷收支的制约。

3. 财政、信贷、外汇收支平衡与物资供求平衡的关系。

三、传统财政平衡学说的现实意义

1. 传统财政平衡学说反对财政向中央银行透支的观点对于政府政策的制定、社会主义市场经济条件下立法建设仍有裨益。

2. 传统财政平衡学说从全社会资金的角度看问题的方法，仍可为市场经济条件下实行宏观调控所借鉴。

3. 传统财政平衡学说将财政资金与可利用物资的多少联系起来，对社会主义市场经济条件下财政收支矛盾的转化和社会总供求状况的调节仍有现实意义。

第三节 财政平衡与社会总供给、总需求平衡

一、社会总供给与社会总需求及其平衡

1. 总供给与总需求是一对具有时空意义的概念。

2. 作为总供给的东西必须要有效用，既具有使用价值。

3. 总供给与总需求是市场经济的范畴，只有在市场经济条件下，供求才有意义。

4. 整个社会的需求是多种多样、无穷无尽的，而真正能够实现的需求却受到人们既定的收入水平的限制。

5. 总供给与总需求指标同国民经济总量指标既有联系也有区别。

二、财政平衡与社会总供给与总需求平衡的关系

1. 财政平衡状况会影响总供给和总需求的平衡状况。
2. 财政收支通过税收乘数和支出乘数影响总供求的平衡。

第四节 公债的经济效应

一、公债的“挤出效应”

1. 公债的挤出效应主要是指公债活动引起资本投资减少的现象。
2. 我国与西方公债挤出效应的差异：
 - (1) 直接性与间接性的差异
 - (2) 正面性与负面性的差异
 - (3) 计划性与市场性、强制性与资源性的差异。
3. 我国公债挤出效应的消极影响。
 - (1) 无法保证社会资源的有效配置。
 - (2) 我国公债挤出的基础是以否定市场及其机制对经济行为的调解为前提的，它使得社会资金的流向不是经由资本市场，而是经由政府机构进行的，不是横向的而是纵向的。
 - (3) 它否定了企业应有的独立自主地位。

二、公债对总需求的影响

1. 公债对总需求影响的理论分析。
 - (1) 在增支公债的情况下，如果中央银行购买公债，将增加社会总需求，如果商业银行购买公债，公债融资对总需求既有扩张性作用，也有抑制性作用。
 - (2) 在减税公债的情况下，因减税能使民间消费支出和民间投资支出都增加，故公债融资会刺激总需求。
 - (3) 在借新债还旧债的情况下，公债融资对总需求既有扩张作用，也有抑制作用。
2. 我国公债融资与总需求的实证分析。
 - (1) 公债的资产效应在我国是存在的。
 - 第一，公债持有人在心理上把公债当成资产来持有，公债幻觉存在。
 - 第二，我国的公债负担率相当低，公债融资对社会需求有明显的刺激作用。
 - 第三，短期公债的总需求效应比较大，但长期公债具有资产效应，在一定程度上也会增加总需求。
 - (2) 我国公债的认购主体主要是居民个人，不征税的公债利息所得直接增加了个人的可支配收入。
 - (3) 政府购买支出是社会总需求的直接构成因素，而购买支出的资金来源之一是公债。
 - (4) 我国发行的公债基本属于减税公债。
2. 改进我国现行公债管理的若干建议。
 - (1) 公债期限的选择应趋于多元化。
 - (2) 调整公债利率水平与结构，以期在降低公债负担的同时，促进公债杠杆的作用。
 - (3) 加大公债的公开市场操作，借以调节总需求。

三、公债对宏观经济的影响

1. 总需求与产出水平、价格水平。
2. 价格不变的情况下，公债对产出的影响。
 - (1) 投资需求固定时，变动财政变量对产出的影响。
 - (2) 投资变动时，变动财政变量对产出的影响。
3. 公债政策必须与货币政策搭配适当，才会有利于宏观经济的发展。

四、公债融资对经济增长的影响

1. 关于经济增长的几个模型。
 - (1) 哈罗德—多马经济增长模型。
 - (2) 新古典经济增长模型。
 - (3) 新剑桥经济增长模型。
2. 从哈罗德—多马经济增长模型谈起
3. 公债融资对经济增长的影响。
 - (1) 凯恩斯经济增长理论框架下的公债政策效果。
 - (2) 公债融资的财政效应。
 - 第一，公债融资对充分就业增长率的影响。
 - 第二，公债融资对支出增长率的影响。
 - 第三，公债融资对最优增长率的影响。
 - (3) 公债融资的流动效应
 - 第一，公债融资对充分就业增长率的影响。
 - 第二，公债融资对支出增长率的影响。
 - 第三，公债融资对最优增长率的影响。
 - (4) 我国公债融资与经济增长关系的实证分析。

复习与思考题

1. 试述财政收支矛盾与平衡转化规律。
2. 中西财政平衡计算口径的异同。
3. 财政平衡与社会总供给及总需求平衡的关系。
4. 谈谈你对公债“挤出效应”的看法。

拓展阅读书目

1. 邓子基：《财政理论专题研究》，中国经济出版社 1998 年出版。
2. 陈共：《财政学》，中国人民大学出版社 2000 年出版。
3. 刘溶沧：《财政学论纲》，经济科学出版社 1995 年出版。

第十八章 财政政策

教学目的和基本要求：本章在介绍了财政政策的概念、目标、工具、类型以及财政政策乘数的基础上，结合我国国情，从财政政策与货币政策协调配合的角度，分析了我国财政政策的调整思路。本章要求学生重点掌握财政政策的乘数和财政政策与货币政策的配合模式。

学时分配：2

第一节 财政政策概述

一、财政政策的定义与性质

财政政策是国家或政府以特定的财政理论为依据，运用各种财政工具已达到一定财政目标的经济政策。具体而言：

1. 财政政策是国家有意识活动的产物，属于上层建筑的范畴。
2. 国家可以利用财政政策达到自己的预定目标。
3. 都要通过税收、公债、财政支出等工具，通过财政收支活动来贯彻。
4. 财政政策是一种经济政策。

二、财政政策目标与工具

1. 财政政策目标。

（1）财政目标的定义：财政目标是国家或政府希望通过预定的政策的事实所能达到和实现的目的。

（2）财政目标的制约因素：

第一，生产资料所有制的性质。

第二，国家的职能制约着财政政策目标的范围。

第三，财政在国民经济中的地位决定了财政政策目标的大小和实现程度。

第四，财政政策的制定还受到不同时期的经济条件和形势的制约。

（3）我国财政目标的内容：

第一，维持社会总供求的平衡。

第二，促进经济结构优化。

第三，促进经济的稳定增长。

2. 财政政策工具

（1）税收。（2）公债。（3）公共支出。（4）财政投资。（5）财政补贴。（6）预算。

三、财政政策乘数

1. 私人投资固定时，财政政策的乘数模型：

- （1）不考虑税收时，政府购买性支出的乘数。
- （2）政府购买性支出固定时，征收总额税的乘数。
- （3）课征所得税时，政府购买性支出的乘数。
- （4）政府转移性支出的乘数。

2. 私人投资可变时，政府购买性支出的乘数。

3. 平衡预算乘数。

四、财政政策的类型

1. 相机抉择的财政政策：政府依据宏观经济的波动状态，主动变动税收和支出已达到财政政策目标的政策运作行为。
2. 自动作用的财政政策：在既定法律纲领规章制度下，财政按其要求被动进行收入和支出活动所产生的政策效应。

第二节 财政政策与货币政策的相互结合

一、财政政策与货币政策

1. 财政政策与货币政策协调、配合的理论依据
 - (1) 财政与央行合理分工的理论依据导源于二者的差别性。
 - (2) 财政与央行密切合作的理论依据导源于两者的同一性。
2. 财政政策与货币政策同一性的表现：
 - (1) 两者的终极目标具有一致性。
 - (2) 两者都是国家的需求管理政策。
3. 财政政策与货币政策差别性的表现：
 - (1) 两者政策目标的侧重点不同。
 - (2) 两者调节总需求和结构的功能不同。
 - (3) 两种政策调节的弹性不同。
 - (4) 两种政策的时滞长度不同。
4. 财政政策与货币政策配合的模式
 - (1) 双松政策。
 - (2) 双紧政策。
 - (3) 紧的货币政策和松的财政政策。
 - (4) 松的货币政策和紧的财政政策。

二、对我国财政政策与货币政策作用的现实考察

1. 财政政策与货币政策作用的基点。
2. 重构财政政策与货币政策作用的基础。

复习与思考题

1. 试述财政政策乘数效应。
2. 什么是相机抉择的财政政策和自动作用的财政政策？
3. 结合实际，谈谈你对我国财政政策与货币政策配合模式的认识。

拓展阅读书目

1. 樊丽明：《财政政策学》，山东大学出版社 1993 年出版。
2. 邓子基：《财政理论专题研究》，中国经济出版社 1998 年出版。

第十九章 国际财政

教学目的和基本要求：本章在介绍了国际财政的概念及其发展的基础上，对国际财政中的重要内容国际税收问题，特别是国际双重征税、国际间的避税与反避税问题，进行了较为详细地介绍，最后结合税收竞争对我国税收政策的选择进行了分析。本章要求学生重点掌握有关国际税收和税收竞争的相关内容。

学时分配：3

第一节 国际财政实践

一、国际财政实践概述

国际财政的两种观点：

1. 国际财政是从全世界获全球角度来看待财政的，即世界财政或全球财政。
2. 国际财政是国际经济中各国政府财政行为的相互交往关系。

二、国际税收协定

1. 国际税收协定的定义。国际税收协定是指两个或两个以上的国家为了协调、处理对跨国纳税人征税方面的税收分配关系，清除或减轻国家双重征税而签订的一种具有法律效力的书面协议。
2. 国际税收协定的发展。

三、关税同盟

1. 关税同盟的定义。关税同盟是指加入同盟的各国彼此之间取消关税，商品自由流通，对外使用统一的关税。
2. 关税同盟的发展。

四、财政一体化进程

1. 国际性公共产品的提供。
2. 税收一体化
 - (1) 各国税制趋同。
 - (2) 区域性国际税收协调迅猛发展。

第二节 国际税收

一、税收管辖权

1. 税收管理权。

(1) 国际税收的定义。国际税收是指两个获两个以上国家政府行使各自的征税权利，对跨国纳税人进行课税所形成的国家之间的税收分配关系。广义的国际税收是指各国相互间基于征税权力对从事国际经济活动、具有纳税义务的自然人和法人征收所得税、财产税、关税以及商品税等所带来的有关国家之间的税收分配关系。狭义的国际税收主要是指由于对跨国所得征收所得税所带来的

有关国家之间的税收分配关系。

(2) 税收管辖权的定义。税收管辖权是指一个国家资助的管理税收的权利，是国家主权在税收方面的体现。可分为居民税收管辖权和收入来源的税收管辖权。

2. 居民税收管辖权的应用。

(1) 自然人居民身份的确定。主要有住所标准、居所标准和国籍标准。

(2) 法人居民身份的确定。主要由登记注册地标准、实际管理控制中心所在地标准、总机构所在地标准。

3. 收入来源地税收管辖权的应用。

(1) 非居民营业性利润来源地的确认。

(2) 非居民投资和特许权转让所得来源地的确认。

(3) 非居民个人劳务所得来源地的确认。

二、国际间双重征税的产生和消除

1. 国际双重征税的产生。

(1) 国际双重征税的定义。国际双重征税是指两个或两个以上的国家各自依据自己的税收管辖权就同一税种对同一纳税人的同一征税对象在同一纳税期限内同时征税。

(2) 国际双重征税产生的原因。

2. 消除国际重复征税的基本方法。

(1) 免税法。是居住国政府对本国居民来源于境外并已向来源国政府交税的所得免于征税的方法，有全额免税法和累进免税法。

(2) 扣除法。是居住国政府允许纳税人就境外所得向来源国缴纳的税款视为一般费用从国内外应税所得中扣除的一种方法。

(3) 抵免法。居住国政府按照居民纳税人来源于国内外的全部所得计算应纳税额，但允许纳税人从应纳税额中抵免以在收入来源国缴纳的全部或部分税款。又直接抵免和间接抵免两种方法。

三、国际逃税、避税途径及防止措施

1. 国际逃税和避税的主要途径。

(1) 逃避税收管辖权。

(2) 转移和隐匿征税对象。

(3) 利用税法规定作出避税决策。

2. 国际逃避税的防止措施。

(1) 防止逃避税收管辖权。

(2) 运用正常交易价格原则，调整转让定价。

(3) 对利用低税国转移或隐匿征税对象的制约。

(4) 对改变经营形式避税的制约。

(5) 加强税务行政管理。

四、国际税收协定

1. 协定适用的范围。

(1) 对人的适用。

(2) 税种的适用范围。

2. 协定基本用语的定义。

3. 各类所得和一般财产价值征税的规定。
4. 国际双重征税免除的规定。
5. 特别规定。
 - (1) 税收无差别待遇。
 - (2) 相互协商程序。
 - (3) 情报交换。

第三节 国际税收竞争与我国税收政策的选择

一、国际税收竞争：合理与不合理判断

每一个国家做出的税收政策选择可能是合理的，但个别的理性可能无法导致集体的理性。

二、恶性国际税收竞争的认定

1. 对所得实行低有效税率和零税率。
2. 税收制度显得封闭保守。
3. 税收制度的运作缺乏透明度。
4. 不能与其他国家进行有效的信息交流。

三、消除恶性国际税收竞争的办法

惩罚过于优惠的涉外税收政策的国家，让这些国家为此付出代价。

四、国际税收竞争与我国涉外税收政策的选择

1. 国际税收竞争中我国涉外税收政策选择的原则。
2. 我国涉外税收政策的选择：三阶段说

复习与思考题

1. 你是如何理解国际财政的？
2. 论述国际税收管辖权与国际重复征税、国际逃避税的关系。
3. 你是如何看待当前的国际税收竞争问题的？

拓展阅读书目

1. 朱青：《国际税收》，中国人民大学出版社 2001 年版。
2. 邓力平：《国际税收竞争》，中国财政经济出版社 2004 年版。
3. [美]马丁·费尔德斯坦等：《税收对跨国公司的影响》，中国财政经济出版社 1999 年版。
4. 国家税务总局税收科学研究所译：《偷税和避税》，中国财政经济出版社 1992 年版。

《会计英语课程》 教学大纲

目 录

前 言	855
第一课 会计：一个信息系统	855
第二课 资产负债表的资产部分	855
第三课 资产负债表的负债与所有者权益部分	856
第四课 利润表	856
第五课 分类帐帐户	856
第六课 日记帐	856
第七课 会计核算举例	856
第八课 会计调整程序	857
第九课 工作底稿	857
第十课 会计结帐程序	857
第十一课 现金控制	857
第十二课 银行对帐单	857
第十三课 传票系统	858
第十四课 坏帐损失	858
第十五课 期票	858
第十六课 存货计量	858
第十七课 长期资产	858
第十八课 折旧方法	858

前 言

会计是企业的一项十分重要的管理职能。它可以为企业的各种利益相关方进行决策制定提供所必需的会计信息。在世界经济日益一体化的今天，企业间的国际商贸往来已经成为了企业生存发展的必然与必需。国际间企业商贸交往离不开企业间彼此掌握对方的有关的经济信息，包括会计信息。这时，会计就成为了沟通不同国际地区企业间的重要信息中介。由于各国的会计信息系统有各自不同的特殊性，所以国际间为使各国的会计信息系统能够实现逐步趋同而作出了并在继续作出巨大的努力。而在这一过程中，语言障碍是一个必须解决的重大问题。在这种背景下，英语凭借其在历史中形成的巨大优势，承担起作为国际商业通用语言的重任。目前，国际间商贸信息包括会计信息的传递，绝大部分是以英语为语言载体。

有鉴于此，对于学习会计专业知识，并且有志于未来从事会计职业的学生来说，掌握必要的英语工具，成为合格的，在未来就业市场上有竞争力的会计人才就成为必需的了。由于会计是一项专业性很强的管理职能，有一整套特殊的工作程序与操作规范，所以有着一整套专门的概念、理论和方法论系统，以及专门的术语系统。这些专门的概念与术语是很难包括在大学公共英语的体系中的。即便是公共英语水平已经比较高（例如已取得大学英语六级考试 425 分及以上成绩）的学生，如果没有经过特殊的培训，也难以读懂专业的会计文件如报表与帐簿记录等等。为此，本课程可以成为会计及相关专业的学生，在取得了大学英语四、六级考试合格成绩后，进一步学习掌握如何在实际的会计工作中使用英语提供了一个基础平台。通过一个学期的学习，大致掌握会计如常核算与分析过程中所使用的专门术语与特殊语言表达形式等。为进一步在会计学领域中深造奠定必要的基础。

第一课 会计：一个信息系统（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于会计最基本的定义、概念、功能等的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 Accounting: A Information System

3) 补充阅读材料 Generally Accepted Accounting Principles

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第二课 资产负债表的资产部分（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于资产及其分类的基本的定义、概念、功能等的英语表达，以及资产负债表的基本结构

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 Assets Section of Balance Sheet

3) 补充阅读材料 Fields of Accounting Activity

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第三课 资产负债表的负债与所有者权益部分（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于负债、所有者权益的定义、概念、与分类等的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 Liabilities and Owner' s Equity Section of Balance Sheet

3) 补充阅读材料 The Statement of Owner' s Equity

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第四课 利润表（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于收入、费用、利润的定义、概念、功能等的英语表达以及利润表的基本结构。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 Income Statement

3) 补充阅读材料 Working Capital and Short-Term Liquidity Analysis

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第五课 分类帐帐户（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于分类帐帐户基本的定义、基本结构、分类、登记规则等的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 Ledger Accounts

3) 补充阅读材料 The Forms of Accounts

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第六课 日记帐（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于分类帐、构成项目、分类与登记规则等的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 Journals

3) 补充阅读材料 Steps in the Accounting Cycle

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第七课 会计核算举例（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于运用日记帐、分类帐进行会计核算的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 An Illustration

3) 补充阅读材料 Steps in a Merchandise Transaction

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第八课 会计调整程序（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于会计调整程序的英语表达。

- 教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
- 2) 课文 Adjusting Procedures
 - 3) 补充阅读材料 Accrual Basis Accounting and Cash Basis Accounting
 - 4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第九课 工作底稿（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于工作底稿的概念、内容、用途与编制方法的英语表达。

- 教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
- 2) 课文 A Worksheet
 - 3) 补充阅读材料 The Trail Balance
 - 4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十课 会计结帐程序（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于结帐的概念、方法与步骤的英语表达。

- 教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
- 2) 课文 Closing Procedures
 - 3) 补充阅读材料 Automated Data Processing
 - 4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十一课 现金控制（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于现金的概念与方法的英语表达。

- 教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
- 2) 课文 Cash Control
 - 3) 补充阅读材料 The Nature of Internal Control
 - 4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十二课 银行对帐单（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于银行对帐的概念、方法、步骤以及银行对帐单的结构等的英语表达。

- 教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
- 2) 课文 A Bank Reconciliation
 - 3) 补充阅读材料 The Bank Statement
 - 4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十三课 传票系统（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于传票系统的概念、方法与步骤的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
2) 课文 Voucher System
3) 补充阅读材料 Internal Control in Other Areas
4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十四课 坏帐损失（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于坏帐损失的概念、方法与步骤的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
2) 课文 Losses from Uncollectible Accounts
3) 补充阅读材料 Trade Receivables and Payables
4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十五课 期票（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于期票的概念及使用的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
2) 课文 Promissory Notes
3) 补充阅读材料 Notes and Interest in Financial Statements
4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十六课 存货计量（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于存货及其计量的概念、方法与步骤的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
2) 课文 Inventory Measurement
3) 补充阅读材料 Estimating Inventories
4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十七课 长期资产（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于长期资产的概念的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组
2) 课文 Long-term Assets
3) 补充阅读材料 Intangible Assets
4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

第十八课 折旧方法（2 课时）

教学目的：通过学习，使学生掌握关于各种折旧方法概念与步骤的英语表达。

教学内容：1) 本章中所使用专业词汇与词组

2) 课文 Depreciation Methods

3) 补充阅读材料 Control of Fixed Assets

4) 课后练习（如果时间允许，也可以在课上完成）

《货币银行学》教学大纲

李宗怡 编写

目 录

前 言.....	868
一、编写说明.....	868
二、教学内容.....	868
三、学时安排.....	869
第一章 货币与货币制度.....	870
第一节 货币的产生与发展.....	870
一、货币的产生.....	870
二、货币的发展.....	870
第二节 货币的本质与职能.....	870
一、货币的本质.....	870
二、货币的职能.....	870
第三节 货币制度.....	871
一、货币制度的产生.....	871
二、货币制度及其要素.....	871
三、货币制度的演变.....	871
第四节 货币的构成.....	872
一、一般的货币层次划分.....	872
二、我国的货币层次.....	872
三、美国的货币层次.....	873
思考题.....	873
参考文献.....	873
第二章 信 用.....	874
第一节 信用的产生与发展.....	874
一、信用的定义.....	874
二、信用的产生.....	874
三、信用形态的发展.....	874
第二节 主要信用形式.....	874
一、商业信用.....	874
二、银行信用.....	874
三、国家信用.....	875
四、消费信用.....	875
五、国际信用.....	875
第三节 信用与现代经济.....	875
一、信用在现代经济中的地位与作用.....	875
二、对我国目前信用关系的若干看法.....	875
思考题.....	876
参考文献.....	876
第三章 利 率.....	877
第一节 利率的本质及其种类.....	877

一、利息的本质	877
二、利率的含义	877
三、利率的种类	877
四、利率的转换和计算	877
第二节 利率的决定	878
一、古典的利率理论	878
二、凯恩斯流动偏好利率理论	878
三、可贷资金利率理论	878
四、IS—LM 模型的利率决定	878
五、决定和影响利率因素的一般分析	878
六、决定与影响我国利率的主要因素	878
第三节 利率的作用	879
一、利率的作用	879
二、我国的利率体制	879
三、我国利率作用的实证分析	879
四、我国的利率市场化	879
思考题	879
参考文献	880
第四章 金融市场	881
第一节 金融市场概述	881
一、金融市场概念	881
二、金融市场基本要素	881
第二节 金融市场的结构与功能	882
一、金融市场的分类	882
二、金融市场的功能	882
第三节 金融工具	882
一、金融工具的概念和特征	882
二、金融工具的种类	882
第四节 货币市场	885
一、货币市场概述	885
二、货币市场体系	885
第五节 资本市场	886
一、资本市场概述	886
二、资本市场体系	886
第六节 外汇与黄金市场	887
一、外汇市场	887
二、黄金市场	888
思考题	888
参考文献	888
第五章 金融机构体系	890
第一节 金融机构体系	890
一、金融机构体系概述	890

二、金融机构体系的构成	890
第二节 银行金融中介	891
一、中央银行	891
二、商业银行	891
三、专业银行	891
四、政策性银行	891
第三节 非银行金融中介	892
一、保险公司	892
二、投资银行	892
三、信用合作社	892
四、信托投资公司	892
五、财务公司	892
六、投资公司	893
七、租赁公司	893
第四节 金融监管机构	893
一、金融监管概念	893
二、金融监管体制	893
三、金融监管目标和原则	893
四、金融监管内容和手段	893
思考题	893
参考文献	894
第六章 商业银行	895
第一节 商业银行的职能和组织制度	895
一、商业银行的职能	895
二、商业银行与信用创造	895
三、商业银行的组织制度	895
第二节 商业银行的业务与管理	896
一、商业银行业务	896
二、商业银行的管理	897
第三节 政府对商业银行的监管	899
一、政府对银行业监管的主要内容	899
二、存款保险制度	899
三、我国对商业银行的监管	899
思考题	899
参考文献	899
第七章 中央银行	901
第一节 中央银行概述	901
一、中央银行的产生与发展	901
二、中央银行体制	901
第二节 中央银行的性质和职能	902
一、中央银行的性质	902
二、中央银行的职能	902

第三节 中央银行与政府的关系	902
一、中央银行的独立性	902
二、中央银行与政府的关系	903
三、中国人民银行的独立性及有关问题	903
第四节 中央银行的主要业务	903
一、中央银行的资产负债表	903
二、中央银行的负债业务	903
三、中央银行的资产业务	904
四、中央银行的支付清算业务	904
思考题	904
参考文献	905
第八章 货币供给	906
第一节 货币供给及其特性	906
一、货币供给与货币供给量	906
二、名义货币供给与实际货币供给	906
三、货币供给的特性	906
第二节 基础货币与货币乘数	907
一、基础货币	907
二、货币乘数	907
第三节 货币供给的决定因素分析	908
一、中央银行可以操纵的因素	908
二、商业银行和其他存款机构决定的因素	908
三、工商企业和消费者所能影响的因素	908
四、政府的决定因素	908
第四节 内生与外生货币供给理论	908
一、外生的货币供给理论	908
二、内生的货币供给理论	908
三、中国货币供给的可控性问题	909
思考题	909
参考文献	909
第九章 货币需求	910
第一节 货币需求的含义及其影响因素	910
一、货币需求的含义	910
二、货币需求的决定因素	910
第二节 宏观货币需求理论	910
第三节 微观货币需求理论	911
一、现金余额说	911
二、凯恩斯的货币需求理论	911
三、凯恩斯货币需求理论的发展	911
四、现代货币数量理论	911
五、关于货币需求的经验研究	912
六、中国货币需求函数的构造	912

第四节 货币供需均衡.....	912
一、货币均衡的判断.....	912
二、货币供求均衡与社会总供求.....	912
三、中央银行对货币供求的调节.....	913
思考题.....	913
参考文献.....	913
第十章 货币政策.....	914
第一节 货币政策目标.....	914
一、货币政策及其内容.....	914
二、货币政策的目标.....	914
三、货币政策目标之间的关系.....	914
四、我国货币政策目标的争论与选择.....	914
五、战后西方各国货币政策最终目标比较.....	914
第二节 货币政策传导机制与中介目标.....	915
一、西方货币政策传导机制理论.....	915
二、货币政策中介目标.....	915
第三节 货币政策工具.....	915
一、一般性货币政策工具.....	915
二、选择性货币政策工具.....	917
三、其它政策工具.....	917
四、我国采用过哪些货币政策工具.....	918
第四节 货币政策的运用.....	918
一、紧缩性货币政策和扩张性货币政策.....	918
二、货币政策的时滞.....	918
三、政策与财政政策的配合.....	918
思考题.....	919
参考文献.....	919
第十一章 通货膨胀与通货紧缩.....	920
第一节 通货膨胀概述.....	920
一、通货膨胀的定义.....	920
二、通货膨胀的类型.....	920
三、通货膨胀的衡量指标.....	920
第二节 通货膨胀的成因.....	921
一、需求拉上说.....	921
二、成本推进说.....	921
三、供求混合推进说.....	921
四、部门结构说.....	921
第三节 通货膨胀的效应与调控.....	921
一、通货膨胀经济效应的两种观点.....	921
二、通货膨胀的社会效应.....	921
三、通货膨胀的治理.....	921
第四节 通货紧缩.....	922

一、通货紧缩的定义.....	922
二、通货紧缩的原因.....	922
三、通货紧缩理论.....	922
四、通货紧缩对国民经济的影响.....	922
五、通货紧缩的治理.....	922
思考题.....	923
参考文献.....	923
参考书目.....	924

前 言

课程编号：406020312

课程名称：货币银行学

英文名称：Money and Banking

学分：2

总学时：36

适用年级专业（学科类）：工商管理本科（三年级）

一、编写说明

（一）编写本大纲的指导思想

以马克思主义为指导，坚持四项基本原则，反映和体现中国特色；注重本学科基本理论、基本知识的介绍以及基本技能的训练，注意吸收本学科新的、比较成熟的研究成果；力争内容观点正确、鲜明，取材准确，起点、分量适中。编写过程中我们坚持了以下原则：

1. 以市场经济为背景，兼顾马克思主义与西方学者的货币银行学说，全面系统地阐述货币银行学的基本原理。

2. 理论联系实际，兼顾货币银行学一般原理与国内外金融改革的实践，注重对金融发展实践的分析与探讨。

3. 坚持发展的观点，兼顾货币银行学的现代发展与历史演变，尽量反映国内外金融发展的最新动态及成果。

（二）课程目的和要求

通过本课程的教学，要使学生能充分了解金融与一国经济的相关性以及金融固有的独特性，能比较全面、系统地掌握金融的基本理论和基础知识以及我国在金融领域的具体实践；培养学生具有能运用这些基本理论知识来识别、阐明、分析、研究、探索当前金融主要问题，特别是我国在经济发展过程中出现、存在的实际问题的能力；具有能独立思考、比较正确的处理这些问题的能力。以适应新形势下对人才厚基础、宽口径、高素质的培养要求，切实贯彻教育要面向现代化、面向世界和面向未来这一总的指导方针。

（三）教学的重点和难点

本课程从货币及信用入手，逐一阐明了利率、金融市场、商业银行等金融机构在货币信用经济中的运行、地位及作用，论述了中央银行货币政策与货币供求的关系以及对由此可能引发的通货膨胀、通货紧缩、金融危机的宏观管理和调控。教学的重点是利率、金融市场、商业银行、央行货币政策、通货膨胀与通货紧缩及其在我国经济发展中的实践，教学的难点是西方的利率理论、货币供求理论、金融衍生工具等及在我国金融发展、改革实践中的应用。

（四）知识范围及与相关课程的关系

货币银行学作为工商管理双学士的专业选修课，以政治经济学、西方经济学等为基础课程，并要求具有一定的会计学 and 统计学知识，与财政学为平行课程，国际金融学、商业银行经营管理学、证券投资学、金融市场学、保险学等则是本课程的后续课程。某些专业的学生必须学习这些后续课程，大部分专业的学生则不一定学习这些后续课程。

二、教学内容

市场经济条件下的金融是一国至关重要的宏观问题，很大程度上影响和制约了一国经济的稳定和发展。随着经济发展和世界经济一体化，经济出现了新的现象和问题，金融成为国家调控经济的

重要领域。货币银行学研究的对象是金融，主要分析、研究宏观领域中一国货币和货币运动的规律，这些货币运动所涉及的金融业务及其经营机构，以及由于这些货币运动而形成的各种金融关系和由此产生的金融现象、问题。

货币银行学的内容结构：从货币及货币制度入手，按逻辑顺序，逐一阐述信用、利率、金融市场、商业银行等金融机构、中央银行及货币政策、货币供求与均衡、通货膨胀与通货紧缩等一国金融领域的各个重要课题，同时结合我国实际，重点讲解我国信用、金融市场的发展状况，利率市场化、银行商业化改革，中央银行货币政策的运用，及在经济发展过程中防范通货膨胀、通货紧缩等金融发展和改革问题。

三、学时安排

章节	学时数	章节	学时数
导论	1	第七章 中央银行	2
第一章 货币与货币制度	2	第八章 货币供给	3
第二章 信用	1	第九章 货币需求	2
第三章 利率	4	第十章 货币政策	4
第四章 金融市场	8	第十一章 通货膨胀与通货紧缩	3
第五章 金融机构体系	2		
第六章 商业银行	4	合计	36

第一章 货币与货币制度

教学目的和要求：通过本章的学习，要求学生了解货币的起源，货币形式的发展与未来趋势，掌握货币的职能、本质、货币制度的基本内容，尤其要深刻理解货币层次的划分及其依据和意义。

学习重点和难点：本章的重点是对货币不同角度定义和现行的信用货币形式以及货币制度演变的理解，难点是货币职能和货币层次划分的意义和依据。

学时：2

主要教学环节的组织：

第一节 货币的产生与发展

一、货币的产生

（一）中国古代关于货币起源的观点：1. 先王制币说，2. 自然产生说。

（二）西方关于货币起源的学说：1. 创造发明说，2. 便于交换说，3. 保存财富说。

（三）马克思的货币起源学说：1. 简单的、偶然的价值形式，2. 扩大的或总和的价值形态，3. 一般价值形态，4. 货币价值形态——货币的产生。

二、货币的发展

商品货币，代用货币，信用货币，电子货币。

第二节 货币的本质与职能

一、货币的本质

（一）货币金属说，将货币与金属混同，认为货币是一种商品，必须具有金属内容，必须具有实质价值。

（二）货币名目说：

1. 货币国定论。
2. 货币职能论。
3. 货币符号论。
4. 货币观念论。

（三）马克思的劳动价值说：

1. 货币是表现一切商品价值的材料；
2. 货币具有与所有商品直接交换的能力。

二、货币的职能

（一）价值尺度

1. 概念：货币可以用来表现商品的价值并衡量商品价值的大小。
2. 特点：货币在执行价值尺度职能时只要是观念的或想象的货币就可以，而不需要现实的货币。用货币表现出来的商品价值就是价格。

（二）流通手段

1. 概念：货币在商品交换中充当交易媒介。
2. 特点：必须是现实的货币；可以是没有十足价值的货币符号。
3. 执行交换媒介的货币必要量取决于三个因素：流通中商品的数量；商品价格；货币流通速度。

（三）贮藏手段

1. 概念：货币退出流通领域，被人们当作社会财富的一般替代品和独立的价值形态保存和收藏。
2. 特点：必须是现实的、足值的货币。货币作为贮藏价值，具有自发调节货币流通的作用。

（四）支付手段

1. 概念：货币作为交换媒介用于清偿债务、缴纳赋税、支付工资和租金。
2. 特点：货币在执行支付手段职能是必须是现实的货币。

第三节 货币制度

一、货币制度的产生

货币制度是国家以法律形式确定的货币流通的结构和组织形式，反映了国家在不同程度，从不同角度对货币所进行的控制。

货币制度最早是伴随着国家统一铸造铸币开始的,规范、统一的货币制度随着资产阶级国家政权的确立才得以建立,成为典型的币制。

二、货币制度及其要素

（一）货币材料的确定

规定货币材料就是规定币材的性质，确定不同的货币材料就形成不同的货币制度。

（二）货币单位的确定

1. 货币单位的名称。
2. 货币单位的值。

（三）货币种类的确定

1. 本位币。
2. 辅币。

（四）货币铸造和发行的规定

1. 金属货币的自由铸造与限制铸造。
2. 信用货币的分散发行与集中垄断发行。

（五）货币支付能力的规定

1. 无限法偿。
2. 有限法偿。

三、货币制度的演变

（一）银本位制

银本位制的主要内容是白银作为货币材料。银铸币为本位货币，具有无限法偿能力。银币可以自由铸造自由熔化。国际间白银和银币可以自由输出入。流通中的纸币可以与银币自由兑换。

（二）金银复本位制

金银两种金属均为币材，以金银铸币为本位货币。金银货币具无限法偿能力。金银币可以自由铸造和熔化，金银和金银铸币在国际间能自由输出入。纸币和其他货币可以自由兑换金银币。

1. 平行本位制。
2. 双本位制。
3. 跛行本位制。

（三）金本位制

1. 金币本位制。
2. 金块本位制。
3. 金汇兑本位制。

（四）不兑现的信用货币制度

是指一个国家的本位货币使用纸币而不与黄金发生任何联系的一种货币制度。

（五）我国的货币制度

我国现行的货币制度是一种“一国多币”的特殊货币制度，即在香港、澳门、台湾、大陆实行不同的货币制度。

人民币是我国大陆的法定货币，人民币主币“元”是我国货币单位，具有无限法偿能力；人民币辅币与主币一样具有无限法偿能力。人民币由国家授权中国人民银行统一发行与管理。人民币是不兑现的信用货币，并以现金和存款货币两种形式存在，现金由中国人民银行统一发行，存款货币由银行体系通过业务活动进入流通。

人民币汇率 1994 年以前一直由国家外汇管理局制定并公布，1994 年 1 月 1 日人民币汇率并轨以后，实施以市场供求为基础的单一的、有管理的浮动汇率制，中国人民银行根据前一日银行间外汇市场形成的价格，公布人民币对美元等主要货币的汇率，各银行以此为依据，在中国人民银行规定的浮动幅度内自行挂牌。

中国人民银行对人民币发行与流通的管理，主要体现在发行基金计划的编制、发行基金的运送管理、反假币及票样管理和人民币出入境管理等方面。

第四节 货币的构成

一、一般的货币层次划分

$M_1 = \text{流通中的现金} + \text{商业银行体系的支票类存款}$

$M_2 = M_1 + \text{商业银行的定期存款和储蓄存款}$

$M_3 = M_2 + \text{其他金融机构的定期存款和储蓄存款}$

$M_4 = M_3 + \text{其他短期流动资产}$

二、我国的货币层次

$M_0 = \text{现金流通量}$

$M_1 = M_0 + \text{活期存款}$

$M_2 = M_1 + \text{储蓄存款} + \text{定期存款} + \text{其他存款} + \text{证券公司客户保证金}$

三、美国的货币层次

M₁ 包括（1）处于国库、联邦储备系统和存款机构以外的现金；（2）非银行发行的旅行支票；（3）商业银行的活期存款（支票存款），其中不包括存款机构、美国政府、外国银行和官方机构在商业银行的存款；（4）其他各种与商业银行活期存款性质相近的存款，如 NOW、ATS 等。

M₂ 等于 **M₁** 加以下各项：（1）存款机构发行的隔夜回购协议和美国银行在世界上的分支机构向美国居民发行的隔夜欧洲美元；（2）货币市场存款账户（MMDA）；（3）储蓄和小额定期存款；（4）货币市场互助基金（MMMF）等。

M₃ 等于 **M₂** 加以下各项：（1）大额定期存款；（2）长于隔夜的限期回购协议和欧洲美元等。

M₄ 等于 **M₃** 加非银行公众持有的储蓄券、短期国库券等。

思考题

1. 如何理解货币的起源？
2. 货币经历了哪些形态？
3. 金属货币与纸币和存款货币有哪些不同之处？
4. 你是如何看待电子货币的？你对未来货币形式的演变有何看法？
5. 如何认识货币的本质？
6. 西方学者对货币职能的论述和马克思有何不同？
7. 货币制度的构成要素有哪几个？
8. 金银复本位制下为什么会出现劣币驱逐良币的现象？
9. 不兑现的信用货币制度有什么特点？
10. 我国 **M₁** 包含的内容与美国 **M₁** 的内容有何异同？

参考文献

1. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998 年中译本。
2. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001 年。
3. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003 年。
4. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998 年。
5. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004 年。
6. 伍海华：《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002 年。
7. 姚长辉：《货币银行学》（第 3 版），北京大学出版社，2005 年。
8. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999 年。

第二章 信用

教学目的和要求：通过本章的学习，要求学生理解信用的定义及其本质；了解各种信用形式及其在社会经济活动中的作用、地位及相互关系；理解信用在现代经济中的地位与作用。并在此基础上了解我国信用的状况和发展前景。

学习重点和难点：本章的重点是理解信用活动的基础和信用的各种形式，难点是理解各种信用形式之间的关系。

学时：1

主要教学环节的组织：

第一节 信用的产生与发展

一、信用的定义

（一）经济学中信用的定义：所谓信用就是以偿还和付息为特征的借贷行为。

（二）信用的基本特征：偿还性是信用的基本特征。

二、信用的产生

信用的产生必须具备两方面的条件：

首先，信用是在商品货币经济有了一定发展的基础上产生的。

其次，信用只有在货币的支付手段职能存在的条件下才能发生。

三、信用形态的发展

（一）高利贷信用

（二）借贷资本信用

第二节 主要信用形式

一、商业信用

（一）商业信用的概念、产生和发展

商业信用是企业之间在进行商品买卖时，以延期付款或预付货款的形式所提供的信用，它是现代信用制度的基础。

（二）商业信用的特点

与商品交易直接联系，买卖行为和借贷行为同时发生；是企业与企业之间发生的信用关系。

（三）商业信用的局限性

具有严格的方向性；信贷规模受产业规模的限制；信用链条不稳定，受企业经营状况的影响。

二、银行信用

（一）银行信用的概念

是由银行及其他金融机构以货币的形式，通过存款、贷款等业务活动提供的信用。

（二）银行信用的特点

广泛性；间接性；综合性。

三、国家信用

（一）国家信用的概念

国家及其附属机构以债务人的身份，依照信用原则借助于债券向公众和外国政府筹集资金的一种信用方式。

（二）国家信用的种类

中央政府债券、地方政府债券和政府担保债券。

（三）国家信用的作用

调节财政收支的短期不平衡；弥补财政赤字；调节经济与货币供给。

四、消费信用

（一）消费信用的概念

是企业、银行和其他金融机构对消费者个人所提供的，用于生活消费目的的信用。

（二）消费信用的主要方式

赊销；消费贷款；信用卡。

（三）消费信用的作用

五、国际信用

（一）国际信用的概念

国际信用是国际间一个国家官方（主要指政府）和非官方（如商业银行、进出口银行、其他经济主体）向另外一个国家的政府、银行、企业或其他经济主体提供的信用，属国际间的借贷行为。

（二）国际信用的形式

1. 国际商业信用。
2. 国际银行信用。
3. 政府间信用。
4. 国际金融机构贷款。
5. 国际资本市场业务。
6. 直接投资。

第三节 信用与现代经济

一、信用在现代经济中的地位与作用

信用在现代经济运行中发挥着以下几方面的作用：

1. 促进社会资金再分配，提高资金使用效率。
2. 通过各种信用活动，提供和创造信用流通工具，为商品流通服务。
3. 政府部门利用信用活动可以调节经济结构，保证宏观经济的平稳运行。

二、对我国目前信用关系的若干看法

信用关系发展迅速，信用规模快速扩大。

各种形式基本齐备，信用关系的覆盖面已经很广。

信用结构不合理，间接融资的比重过大。

信用制度建设相对落后，相关法律法规不健全。

社会信用的基础薄弱。

思考题

1. 名词解释：信用 商业信用 银行信用 国家信用 消费信用 国际信用。
2. 高利贷这一信用形式的特点和作用是什么？与现代信用有何区别？在现代经济中是否还存在高利贷信用，为什么？
3. 商业信用的局限性。
4. 银行信用为什么会取代商业信用，成为现代信用的主要形式？
5. 结合我国的消费信贷现状，谈谈如何更好地开展消费信贷，才能促进经济的快速发展。
6. 信用工具的一般特征有那些？
7. 信用在现代经济中的作用。
8. 什么是信用风险，结合我国金融改革的实际谈谈如何防范信用风险？
9. 试从我国企业融资难的角度论述信用形式多样化的重要性。

参考文献

1. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998 年中译本。
2. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001 年。
3. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003 年。
4. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998 年。
5. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004 年。
6. 伍海华：《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002 年。
7. 姚长辉：《货币银行学》（第 3 版），北京大学出版社，2005 年。
8. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999 年。

第三章 利率

教学目的和要求：通过本章学习，要求学生深刻理解利息的本质，了解利率种类及影响利率水平的决定因素；掌握利率的转换和计算方法；掌握几种重要的利率决定理论的主要内容；掌握利率的一般功能，了解利率在宏观经济活动和微观经济活动中的作用，了解利率发挥作用的环境与条件。在此基础上对我国利率市场化改革的现状和发展趋势进行分析和探讨。

学习重点和难点：本章重点是利率的决定及影响因素，难点是对到期收益率和利率决定理论的理解。

学时：4

主要教学环节的组织：

第一节 利率的本质及其种类

一、利息的本质

（一）西方经济学家们的观点

庞巴维克（1851-1914），奥地利，时差利息论。

马歇尔（1842-1924）英国，等待说与资本收益说。

魏克塞尔（1851-1926）瑞典，自然利率说。

费雪（1867-1947）美国，时间偏好说与投资机会说。

（二）马克思的观点

利息是使用借贷资金的报酬，是货币资金所有者凭借对货币资金的所有权向这部分资金使用者索取的报酬。

二、利率的含义

利率即利息率，是衡量利息高低的指标，是一定时期内利息额同其相应本金的比率。

三、利率的种类

（一）固定利率与浮动利率

（二）长期利率与短期利率

（三）年率、月率和日率

（四）市场利率、官方利率与公定利率

（五）一般利率与优惠利率

（六）名义利率与实际利率

（七）基准利率与差别利率

四、利率的转换和计算

（一）不同期限利率的转换

（二）名义利率和实际利率的关系

（三）单利和复利的计算

（四）零存整取与整存零取

（五）现值与终值

第二节 利率的决定

一、古典的利率理论

古典的利率理论认为，利率决定于投资与储蓄的均衡点。投资是利率的递减函数；储蓄是利率的递增函数。投资函数与储蓄函数共同决定了一个均衡的利率水平。

二、凯恩斯流动偏好利率理论

凯恩斯认为，利率是由货币需求与货币供给的数量决定的。货币需求又基本取决于人们的流动性偏好。他认为人们流动性偏好的动机有三个，即交易动机、预防动机和投机动机。人们持有现金从而满足其交易和预防货币需求的量与利率无关，与收入正相关；而满足投机需要的投机性货币需求是利率的递减函数，与收入无关。货币的供应是外生变量，由中央银行控制。利率决定于货币的供求关系，是人们保持货币的欲望（货币需求）与现有货币数量间（货币供给）的均衡价格。

三、可贷资金利率理论

利率是由可贷资金的需求与决定供给的。可贷资金的需求包括两个部分，一是投资需求（ I ），二是货币贮藏的需求（ ΔH ）。这里影响市场利率的货币贮藏需求是当年货币贮藏的增加额。可贷资金的供给由两部分组成，一是储蓄（ S ），二是货币当局新增发的货币数量和商业银行的信用创造（ ΔM ）。

可贷资金理论认为， ΔH 与 I 一样也是利率的递减函数； ΔM 却不同于 S ， ΔM 是货币当局调节货币流通的工具，是利率的外生变量，与利率无关。

可贷资金理论认为投资与储蓄决定自然利率；而市场利率则由可贷资金的供求关系来决定。均衡利率由 $I = S$ 和 $\Delta H = \Delta M$ 同时成立来决定，此时自然利率与市场利率相等。

四、IS—LM 模型的利率决定

由英国经济学家希克斯首先提出、美国经济学家汉森加以发展而形成的 IS-LM 模型，IS-LM 分析模型，是从整个市场全面均衡来讨论利率的决定机制的。

五、决定和影响利率因素的一般分析

- （一）平均利润率
- （二）经济周期
- （三）预期通货膨胀率
- （四）中央银行货币政策
- （五）国际收支状况
- （六）政府财政赤字

（七）借贷期限长短、借贷风险大小、国际利率水平高低、一国经济开放程度、银行成本、银行经营管理水平等

六、决定与影响我国利率的主要因素

- （一）利润率的平均水平
- （二）资金的供求状况

- (三) 物价变动的幅度
- (四) 国际经济的环境
- (五) 政策性因素

第三节 利率的作用

一、利率的作用

- (一) 利率与资本积累
 - (二) 利率与经济调控
 - (三) 储蓄的利率弹性和投资的利率弹性
 - (四) 利率发挥作用的环境与条件
1. 市场化的利率决定机制。
 2. 灵活的利率联动机制。
 3. 适当的利率水平。
 4. 合理的利率结构。

二、我国的利率体制

- (一) 利率管理体制的概念与类型
1. 概念：利率管理体制是一国经济管理体制的组成部分，它规定了金融管理当局或中央银行的利率管理权限、范围和程度。
 2. 类型：(1) 国家集中管理；(2) 市场自由决定；(3) 国家管理与市场决定相结合。
- (二) 中国的利率管理体制及其变革

三、我国利率作用的实证分析

- (一) 利率变动对居民储蓄的影响
- (二) 存款利率变化对消费的影响
- (三) 利率下调对投资的影响

四、我国的利率市场化

- (一) 利率市场化：是指通过市场和价值规律机制，在某一时点上由供求关系决定的利率运行机制，它是价值规律作用的结果。由于强调在利率决定中市场因素的主导作用，故能够真实地反映资金成本与供求关系，有利于利率灵活有效地发挥经济杠杆作用。
- (二) 我国实现利率市场化的必要性
- (三) 我国实现利率市场化的步骤
- (四) 我国实现利率市场化的具体措施
- (五) 各国利率市场化的过程

思考题

1. 名词解释：名义利率 市场利率 浮动利率 优惠利率
2. 简述可贷资金利率理论的主要内容。
3. 为什么说 IS—LM 分析的利率理论是一种一般均衡的利率理论？
4. 在社会主义市场经济体制下，为什么利息率应该通过市场机制形成？为此需要培育、创造

怎样的前提条件？

5. 在我国储蓄利率弹性和投资利率弹性的情形如何？
6. 我国目前实行的利率制度有何缺陷？我国利率制度改革应当如何进行？
7. 运用可贷资金理论和流动偏好理论，说明债券风险增加将对利率产生怎样的影响，两种理论得出的结果是否相同？
8. 要充分发挥利率作用，所必须具备的条件是什么？

参考文献

1. [美] Koch and Macdonald: 《Bank Management》（第 5 版），北京大学出版社，2003 年。
2. [美] Madura: 《Financial Markets and Institutions》（第 6 版），北京大学出版社，2003 年。
3. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998 年中译本。
4. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001 年。
5. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003 年。
6. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998 年。
7. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004 年。
8. 李扬，王国刚，何德旭：《中国金融理论前沿 III》，社会科学文献出版社，2003 年。
9. 邱崇明：《现代西方货币理论与政策》，清华大学出版社，2005 年。
10. 唐旭：《金融理论前沿课题》（第 2 辑），中国金融出版社，2002 年。
11. 伍海华：《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002 年。
12. 姚长辉：《货币银行学》（第 3 版），北京大学出版社，2005 年。
13. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999 年。

第四章 金融市场

教学目的和要求：通过本章的学习，要求学生了解金融市场的概念、要素、分类；掌握金融工具的价格与收益及影响金融工具收益的因素；掌握原生金融工具和衍生金融工具的种类；了解货币市场各子市场的发展历程及市场的中外对比；重点掌握中国货币市场各子市场的经济政策意义及其发展方向；重点掌握货币市场与资本市场的运作及其价格的形成；重点掌握资本市场的功能；了解证券发行市场的发行人、发行方式分类，掌握证券选择及证券发行方式的选择；熟悉证券流通市场的参与人、组织方式和交易方式，了解证券的上市与交易程序；了解基金市场、外汇与黄金市场以及衍生金融工具市场的基本运作。在此基础上，对我国金融市场的改革与完善等方面提出自己初步的认识和见解。

学习重点和难点：本章重点是金融市场和金融工具的功能、特征、运作流程，难点是理解金融市场各子市场之间的关系、金融工具价格与收益的决定以及衍生金融工具的概念、种类。

学时：8

主要教学环节的组织：

第一节 金融市场概述

一、金融市场概念

（一）金融市场

1. 广义：广义金融市场是指能够从事资金集中与分配的一切场所，其中包括银行对资金的集中与贷款。

2. 狭义：狭义的金融市场是指通过金融工具的买卖而实现资金的集中与配置的场所。

3. 特征：

（1）以货币和资本为交易对象，通过短期和长期金融工具的买卖而形成。

（2）并不一定是个具体的市场。

（3）以直接融通资金为主要特征。

（二）直接融资与间接融资

1. 直接融资：是指资金供求双方通过一定的金融工具直接形成债权债务关系或所有权关系的融资形式。

2. 间接融资：是指资金供求双方通过金融中介机构间接实现资金融通的活动。

3. 二者的比较

二、金融市场基本要素

（一）交易的对象：货币与资本

（二）交易的主体：包括个人、企业、政府和金融机构

（三）交易的工具：是作为债权债务关系载体的各类金融工具，如票据、债券、股票等

（四）交易价格

（五）交易的组织方式

第二节 金融市场的结构与功能

一、金融市场的分类

- (一) 货币市场、资本市场
- (二) 一级市场和二级市场
- (三) 根据交易对象分类
- (四) 现货市场、期货市场、期权市场和信用交易市场
- (五) 国内市场和国际市场
- (六) 有形市场和无形市场

二、金融市场的功能

- (一) 金融市场的功能
 - 1. 聚集和分配资金功能
 - 2. 结算和支付功能
 - 3. 分散与转移风险功能
 - 4. 信息聚集功能
 - 5. 金融市场正常发挥功能的条件
- (二) 金融市场的有效性
 - 1. 外在效率与内在效率
 - 2. 法马的三类有效市场

第三节 金融工具

一、金融工具的概念和特征

(一) 金融工具的概念：是在信用活动中产生，能够证明金融交易金额、期限、价格的书面文件。

(二) 金融工具的特征

- 1. 偿还期限
- 2. 流动性
- 3. 风险性
- 4. 收益率

二、金融工具的种类

(一) 原生工具：是在实际信用活动中出具的能证明债权债务关系或所有权关系的合法凭证。

1. 票据

(1) 定义：是具有一定格式、载明金额和日期，到期由付款人对持票人或指定人无条件支付一定款项的信用凭证。

(2) 特征：在商业信用的基础上产生，票面必须载明特定的内容，具有不可争议性和流动性。

(3) 种类：按票据的性质分为汇票(Bill of Exchange)、本票(Promissory Note)、支票(Check)。

2. 可转让大额定期存单

(1) CD 的推出和发展

(2) 特征：面额大，可转让，期限短且灵活，利率高于一般存款利率。

(3) 种类

- ①国内存单
- ②欧洲美元存单
- ③扬基存单
- ④储蓄机构存单

3. 回购协议

(1) 回购：是交易双方进行的以有价证券为权利质押的一种短期资金融通业务。

(2) 逆回购：是与回购相反的操作，指资金供应者从资金需求者手中购入证券，并承诺在约定的期限以约定的价格返还证券。

4. 债券

(1) 种类

- ①按发行主体划分
- ②按期限划分
- ③按信用方式划分
- ④按资金筹集方式划分
- ⑤按发行区域划分
- ⑥按付息方式划分
- ⑦附权债券
- ⑧垃圾债券 (Junk Bonds)

(2) 债券的收益指标

- ①直接收益率
- ②到期收益
- ③持有收益率

(3) 债券的风险指标

- ①方差
- ② β 系数

5. 股票

(1) 定义：是股份有限公司公开发行的，用以证明投资者的股东身份和权益，并能据以获得股息和红利的凭证。它具有不可偿还性、收益性、流通性、风险性和参与性。

(2) 分类

- ①按股东权利划分为普通股股票和优先股股票
- ②按所有者分为国家股、法人股、公众股
- ③按上市地点或投资者的不同分为 A 股、B 股、H 股、N 股等
- ④按收益水平和风险特征分为蓝筹股、成长股、收入股和投机股
- ⑤记名股和无记名股；有面值股和无面值股；后配股，议决权股，无议决权股和否决权股；库藏股

(3) 股票内在价值的确定

- ①Price-Earnings (PE) Method
- ②Dividend Discount Model
- ③资本资产定价模型
- ④套利定价模型

(4) 股价平均数：是指某一时点上股票价格的绝对水平。

①简单股价平均数

②修正的算术平均数

③加权股价平均数

(5) 股票价格指数：是由金融服务机构编制，通过对股票市场上一些有代表性的公司发行的股票价格进行平均计算和动态对比后得出的数值。

①计算方法

②主要指数

6. 基金

(1) 定义：是通过发行基金凭证，将众多投资者分散的资金集中起来，由专业的投资机构分散投资于股票、债券或其他金融资产，并将投资收益分配给基金持有者的投资制度。

(2) 种类

①按基金的收益凭证是否可赎回划分，可分为开放型和封闭型基金

②按组织形式和法律地位划分，可分为契约型和公司型基金

③按基金投资对象的不同划分，可分为股票基金、债券基金、货币基金、专门基金、衍生基金或杠杆基金、对冲基金与套利基金、雨伞基金及基金中的基金

④按投资目的不同划分，可分为成长型、收入型和平衡型基金

⑤按投资计划所编定的证券资产内容是否可以变更划分，可分为固定型、融通型和半固定型基金

⑥另外按投资基金投资的有价证券的风险高低划分，还可分为高风险基金、中等风险基金和低风险基金；按买卖基金证券是否需要投资者支付手续费划分，可分为收费基金和不收费基金；按资金来源和投资区域的不同，可分为国际基金、国内基金、全球基金（以上来源于国内）、离岸基金、国家基金（以上来源于国外）、镜子基金（资金来源于国内外，但投向同一个对象、地区和领域）、合作基金等

(二) 衍生工具

1. 远期

(1) 定义：合约双方约定在未来某一日期按约定的价格买卖约定数量的相关资产。

(2) 与期货合约的区别

2. 期货：是交易双方按约定价格在未来某一期间完成特定资产交易行为的一种方式。

(1) 期货市场的制度体系与组织结构

①规范化、标准化的交易制度安排：合约品种，交易时间，交易数量及单位，价格变动单位，价位涨跌幅度的限定，每日交易限量，对冲规定，交割期限，违约罚款，保证金数额。

②严格的管理制度：保证金制度，限定的金融期货价格，交割期制度。

③多样化的监管制度：政府监管，行业自律，交易所自律。

(2) 外汇期货合约

①定义：是一种法律契约，合约双方通过协商达成在未来一定时期内就某种外国货币按规定内容进行交易的具有法律约束的文件，双方依此文件可以获得结算公司的保证。

②合约内容：包括交易币种、交易单位、报价方法、最小变动单位、购买数量限制、交易时间、交割月份、交割地点等。

③外汇期货市场行情解读

(3) 利率期货合约

①定义：是对未来发生的一笔期限固定的名义存款交易事先确定在未来存款期内适用的固定利率和成交条件。买入一份利率期货合约，等同于进行存款；卖出一份期货合约，等同于提取存款或

借款。

②分类

利率期货

债券期货

(4) 股票价格指数期货合约

①定义：是以股票价格指数作为交易标的的一种期货。

②合约内容

3. 期权

(1) 定义：是指期权的买方有权在约定的时间或时期内，按照约定的价格买进或卖出一定数量的金融资产，也可以根据需要放弃行使这一权利。

(2) 分类

①看涨期权与看跌期权

②美式期权与欧式期权

4. 互换

(1) 定义和原理：指交易双方通过远期合约的形式约定在未来某一段时间内互换一系列的货币流量的交易。

(2) 分类

①利率互换

付息互换 (coupon swap)

基差互换 (basis swap)

②货币互换

固定利率货币互换 (fixed rate currency swap)

付息货币互换 (currency coupon swap)

基差货币互换 (currency basis swap)

第四节 货币市场

一、货币市场概述

(一) 货币市场的概念和特点：是指以期限在一年以内的金融工具为媒介进行短期资金融通的市场。

(二) 货币市场的重要性

二、货币市场体系

(一) 票据市场

1. 商业票据市场

2. 银行承兑汇票市场

3. 我国票据市场的历史和现状

(二) 同业拆借市场

1. 拆借类型

2. 伦敦银行同业拆放利率

3. 同业拆借市场的作用

（三）可转让大额定期存单市场

1. 发行人
2. 投资者

（四）国库券市场

1. 特征：市场风险小、流动性强和税收优惠。
2. 我国的情况

（五）回购协议市场

1. 特征：交易流动性强，安全性高，收益稳定且超过银行存款收益，商业银行利用回购协议融入的资金不用交纳存款准备金。
2. 在宏观调控方面的作用

第五节 资本市场

一、资本市场概述

（一）概念：又称长期资金市场，是以期限在 1 年以上的金融工具为媒介进行长期性资金交易活动的市场。

（二）特征：金融工具期限长，收益高而风险大；资金借贷量大，解决长期投资性资金的需要。

二、资本市场体系

（一）证券发行市场

是发行人向投资者出售证券的市场。

（二）证券发行方式

1. 公募发行与私募发行
2. 直接发行与间接发行

（1）代销

（2）助销

（3）包销

（三）证券流通市场

指已发行证券买卖、转让和流通的市场，又称为二级市场或次级市场。

1. 交易所市场

2. 场外市场

（四）证券流通组织方式

1. 证券交易所

2. 证券上市

3. 柜台交易

（五）国债市场

1. 国债的分类

（1）凭证式国债

（2）无记名国债

（3）记账式国债

2. 国债发行市场

（1）发行方式：①公募法②公卖法③包销法④摊派法

(2) 发行规模: ①国债负担率②国债借债率③国债依存度④国债偿债率⑤国债限额的动态指标⑥外债负担

(3) 期限结构

(4) 利率确定: ①竞价方式②非竞价方式③财政部事先确定

(5) 偿还方式: ①买销法②抽签法③一次性偿还法④调换偿还法

3. 国债流通市场

(1) 现货市场

(2) 回购市场

(3) 期货市场

(六) 股票市场

1. 股票发行市场

(1) 发行制度: ①注册制②核准制

(2) 发行方式: ①公募②私募: 发起设立方式发行, 内部配股, 私人配股③直接发行④间接发行: 全额包销, 余额包销, 代销⑤有偿增资发行⑥无偿增资发行⑦并行增资发行

(3) 发行价格

①发行价格种类: 平价发行, 溢价发行: 时价发行, 中间价发行, 折价发行

②发行价格的确定: 累积订单方式, 固定价格方式, 累积订单与固定价格相结合的方式

2. 股票流通市场

(1) 市场结构

①场内交易市场

②场外交易市场: 柜台交易市场, 第三市场, 第四市场

(2) 市场交易方式: ①现货交易②期货交易③信用交易④期权交易

(七) 基金市场

1. 基金发行市场

(1) 基金设立方式: 注册制, 核准制, 中国: 审批制

(2) 基金发起人资格

(3) 基金的募集: 公募, 私募

(4) 基金的管理机制: 基金投资人, 基金管理人, 基金托管人

2. 基金的上市

基金的上市: 开放式基金, 封闭式基金

第六节 外汇与黄金市场

一、外汇市场

(一) 外汇市场的概念

是专门从事外汇买卖的场所或活动。

(二) 外汇市场的分类

1. 批发市场

2. 零售市场

(三) 外汇市场的主体

1. 外汇银行

2. 外汇经纪人

3. 进出口商及其他外汇供求客户

4. 中央银行

（四）外汇市场的交易方式

1. 即期外汇交易（Spot Exchange Transaction）

2. 远期外汇交易（Forward Exchange Transaction）

3. 掉期外汇交易

4. 套汇交易

5. 套利交易

6. 外汇期货和期权交易

二、黄金市场

（一）黄金市场的概念

是专门集中进行黄金买卖的交易中心、场所或活动。

（二）黄金市场的分类

1. 根据对国际黄金市场影响程度，可分为国际性黄金市场与区域性黄金市场

2. 根据交易结算的期限，可分为黄金现货交易市场和黄金期货交易市场

3. 根据管理程度，可分为自由黄金交易市场与限制性黄金交易市场

思考题

1. 如何理解金融市场的概念及功能。

2. 了解货币市场、资本市场的结构及其内容。

3. 金融交易主要有哪些组织方式？并各举一例。

4. 决定及影响证券价格的因素有哪些？

5. 金融工具的基本特征是什么？

6. 简要说明期货合约、期权合约、互换合约。

7. 分析我国金融市场存在的问题和发展策略。

8. 基金有哪些种类？

9. 可转债包括哪些要素？

10. 同业拆借市场的交易对象有哪些？

11. 在国库券市场上，政府、中央银行以及商业银行的活动有什么不同？

12. 回购交易有什么特点？

13. 在票据贴现市场上，商业银行通过哪些业务融资？

14. 中央银行参与货币市场的哪些交易活动？

15. 资本市场与货币市场有哪些不同？

16. 国债市场有哪些发行和流通方式？

17. 外汇市场有哪些交易方式？

参考文献

1. [美] Madura: 《Financial Markets and Institutions》（第6版），北京大学出版社，2003年。

2. [美] 博迪: 《投资学》（第5版），机械工业出版社，2002年。

3. [美] 法博齐，莫迪格里阿尼: 《资本市场：机构与工具》，经济科学出版社，1998年中译本。

4. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998 年中译本。
5. [美] 夏普：《投资学》（第 5 版），中国人民大学出版社，2002 年。
6. [英] 洛伦兹·格利茨：《金融工程学》（修订版），经济科学出版社，1998 年。
7. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001 年。
8. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003 年。
9. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998 年。
10. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004 年。
11. 李扬，王国刚，何德旭：《中国金融理论前沿 III》，社会科学文献出版社，2003 年。
12. 刘玉操：《国际金融实务》，东北财经大学出版社，2001 年。
13. 伍海华：《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002 年。
14. 谢百三：《金融市场学》，北京大学出版社，2003 年。
15. 姚长辉：《货币银行学》（第 3 版），北京大学出版社，2005 年。
16. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999 年。
17. 易宪容，黄少军：《现代金融理论前沿》，中国金融出版社，2005 年。

第五章 金融机构体系

教学目的和要求：通过本章的学习，使学生了解和掌握国内、国际金融机构的概念、机构组成及相互关系；了解金融机构的产生发展，掌握金融机构的主要功能，了解金融机构经营的特殊性；掌握各类机构的性质及业务内容。在此基础上，对市场经济体制下金融机构体系尤其是我国金融机构体系的发展、完善提出自己的初步认识和见解。

学习重点和难点：本章的重点是了解金融中介的概念范围和我国金融中介体系的主要内容，难点是理解金融服务产业与一般产业的异同，各类金融机构业务和功能的异同。

学时：2

主要教学环节的组织：

第一节 金融机构体系

一、金融机构体系概述

（一）金融机构的概念

金融中介机构是专业化的融资中介。

（二）国家金融机构体系

1. 管理性机构
2. 商业经营性金融机构
3. 政策性金融机构

（三）中国大陆现行的金融机构体系

由中国人民银行、中国银行业监督管理委员会、中国证券监督管理委员会、中国保险监督管理委员会作为最高金融管理机构，对各类金融机构在金融业分业经营的条件下实行分业监管，各类金融机构主要包括：（1）银行业；（2）证券业；（3）保险业；（4）其他非银行机构。

（四）香港金融机构体系

香港是以国际金融资产为主体，以银行业为中心，外汇、黄金、证券、期货、共同基金和保险金融市场高度发达的多元化的国际金融中心。

（五）澳门金融机构体系

澳门金融机构体系由银行性和非银行性金融机构构成，银行所占市场比重大。

（六）台湾金融机构体系

台湾的金融体系，包括正式的金融体系与民间借贷两部分。

二、金融机构体系的构成

（一）存款性金融机构

是从个人和机构接受存款并发放贷款的金融中介机构。

（二）非存款性金融机构

是指利用自行发行证券的收入或来自于某些社会组织或公众的契约性融资，并以长期投资作为其主要资产业务的金融中介机构。

第二节 银行金融中介

一、中央银行

是由政府出面组织或授权赋予旨在集中管理货币储备并统一铸和发行货币的银行，它是国家最高的最具有权威的金融机构。

中央银行是一个国家的货币金融管理机构，其特点可概括为“发行的银行”、“国家的银行”、“银行的银行”。

二、商业银行

是依法接受活期存款，并主要为工商企业和其他客户提供贷款以及从事短期投资的金融中介。其特点是可开支票的活期存款在所吸收的存款中占相当高的比重，被称为“存款货币银行”。

三、专业银行

是指有专门经营范围和提供专门性金融服务的银行。

（一）储蓄银行

是专门经办居民储蓄、以储蓄存款为其主要资金来源的专业银行。

（二）投资银行

是专门经营对工商企业投资和长期信贷业务的金融机构。

（三）合作银行

是指由私人和团体组成的互助性合作金融机构。

（四）抵押银行

是以土地、房屋等不动产作抵押办理长期放款业务的专业银行。

（五）清算银行

是指能直接参加票据交换所进行票据清算的银行。

四、政策性银行

（一）特征

1. 组织方式上的政府控制性。
2. 行为目标的非盈利性。根据政府的政策意图，支持某些特殊产业的成长，实现经济结构调整以及政府某些特殊目标。
3. 融资准则的非商业性。
4. 业务领域的专业性。

（二）分类

1. 开发银行
2. 农业政策性银行
3. 进出口政策性银行

第三节 非银行金融中介

一、保险公司

专门经营保险业务的金融机构。

（一）组织形式

1. 国营保险公司
2. 私营保险公司
3. 互助保险公司
4. 自保保险公司
5. 再保险公司
6. 政策性保险公司

（二）分类

1. 寿险公司

是为投保人因意外事故或伤亡造成的经济损失提供经济保障的金融机构。

2. 财产意外险公司

是对法人单位和家庭住房提供财产意外损失保险的金融机构。

（三）主要业务

筹集资本金；出售保单，收取保费；给付赔偿款；其资金运作的主要方式有：银行存款、证券投资、发放抵押贷款等。

二、投资银行

是为投资者在金融市场上买卖证券提供服务的投资机构。

（一）发展模式

1. 全能银行附属发展模式
2. 独立发展模式
3. 金融控股公司关系型发展模式

（二）我国的证券公司

1. 概况
2. 中外证券公司比较

三、信用合作社

是由个人集资联合组成、以互助为主要宗旨的合作金融组织。

四、信托投资公司

信托是一种因信任而托付他人代办某事的行为。信托机构是从事信托业务、充当受托人的法人机构。其职能是财产事务管理，即接受客户委托，代客户管理、经营、处置财产，可概括为“受人之托、为人管业、代人理财”。

五、财务公司

它是经营部分银行业务的非银行金融机构。

财务公司的业务：包销证券、经营外汇、投资咨询和不动产抵押贷款等。

六、投资公司

也称投资基金，它是一种集合投资机构，是由代理投资机构以法定文件为依据通过向投资发行股份或受益凭证筹集资金，按照信托契约的规定将筹集的资金适当分散地投资于各种金融商品等以谋取最佳投资收益，并将投资收益按基金份额分配给投资者的非银行金融中介。

七、租赁公司

是指专门经营融资租赁业务的机构。

第四节 金融监管机构

一、金融监管概念

金融监管是金融监督与金融管理的复合称谓。

二、金融监管体制

（一）集中监管体制

指把金融业作为一个相互联系的整体统一进行监管，一般由一个金融监管机构承担监管的职责，绝大多数国家是由中央银行来承担。

（二）分业监管体制

是根据金融业内不同的机构主体及其业务范围的划分而分别进行监管的体制。

三、金融监管目标和原则

金融监管的目标可分为一般目标和具体目标：一般目标应该是促成建立和维护一个稳定、健全和高效的金融体系，保证金融机构和金融市场健康的发展，从而保护金融活动各方特别是存款人的利益，推动经济和金融发展；具体监管目标各国有差异。

金融监管的基本原则包括：监管主体的独立性原则；依法监管原则；“内控”与“外控”相结合的原则；稳健运行与风险防范原则和母国与东道国共同监管原则。这些原则渗透和贯穿在监管体系的各个环节和整个过程的始终。

四、金融监管内容和手段

金融监管的内容包括：市场准入监管；市场运作过程的监管和市场退出的监管。

金融监管的手段与方式有：依法实施金融监管，运用金融稽核手段实施金融监管和“四结合”并用的全方位的监管方法。

思考题

1. 如何理解金融机构在各国社会经济中的主要功能？
2. 如何认识当代商业性金融机构同质化趋势？
3. 了解国际金融机构的职能及业务分工。
4. 为什么说金融机构的经营风险和影响程度与一般企业不同？
5. 国家金融机构体系一般由哪些金融机构构成？
6. 新中国金融机构体系的建立和发展主要经历了哪几个阶段？
7. 专业银行包括哪些类型？

8. 政策性银行有哪些特征？
9. 保险公司的类型有哪些？
10. 信用合作社在经营和管理上有哪些特点？
11. 证券公司的主要业务是什么？
12. 我国投资银行存在哪些发展的障碍？
13. 我国信托机构主要经营哪些业务？
14. 我国采用的是何种金融监管体制？

参考文献

1. [美] Madura: 《Financial Markets and Institutions》（第6版），北京大学出版社，2003年。
2. [美] 法博齐，莫迪格里阿尼：《资本市场：机构与工具》，经济科学出版社，1998年中译本。
3. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998年中译本。
4. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001年。
5. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003年。
6. 孔祥毅：《中央银行通论》，中国金融出版社，2002年。
7. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998年。
8. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004年。
9. 李扬，王国刚，何德旭：《中国金融理论前沿III》，社会科学文献出版社，2003年。
10. 唐旭：《金融理论前沿课题》（第2辑），中国金融出版社，2002年。
11. 谢百三：《金融市场学》，北京大学出版社，2003年。
12. 姚长辉：《货币银行学》（第3版），北京大学出版社，2005年。
13. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999年。
14. 易宪容，黄少军：《现代金融理论前沿》，中国金融出版社，2005年。

第六章 商业银行

教学目的和要求：通过本章学习，要求学生了解商业银行的产生和发展、商业银行的性质、职能和组织制度，掌握商业银行的信用创造过程，掌握商业银行经营的主要业务，掌握商业银行经营原则、资本管理、负债管理、信贷管理以及资产负债联合管理的方法。在此基础上，结合实践对我国商业银行改革进行探讨。

学习重点和难点：本章的重点是商业银行的组织制度形式，商业银行的主要业务内容，难点是商业银行的信用创造过程和商业银行经营的三性原则。

学时：4

主要教学环节的组织：

第一节 商业银行的职能和组织制度

一、商业银行的职能

（一）商业银行的产生

（二）商业银行的发展模式

1. 以英国为代表的传统模式的商业银行

2. 以德国为代表的综合模式的商业银行

（三）现代商业银行的发展趋势

银行业务全能化，银行业务证券化，银行资本更加集中，金融创新不断涌现。

（四）商业银行的性质

商业银行是以追求最大利润为目标，以多种金融负债筹集资金，以多种金融资产为其经营对象，并向客户提供多功能、综合性服务的金融企业。

（五）商业银行的职能

信用中介职能，支付中介职能，信用创造功能，金融服务职能。

二、商业银行与信用创造

（一）信用创造的条件

部分准备金制度，部分现金提取。

（二）多倍存款扩张

（三）影响派生存款的其他因素

超额准备金，支票存款转化为非交易存款，现金漏损

三、商业银行的组织制度

（一）商业银行制度

1. 商业银行组织制度建立原则

竞争原则，稳健原则，适度规模的原则。

2. 商业银行的产权结构

股份制商业银行，私人商业银行，国有商业银行。

3. 商业银行组织制度形式

单一银行制，分支行制，银行控股公司制，连锁银行制。

4. 商业银行的分类

(二) 商业银行的组织结构

1. 决策机构
2. 执行机构

第二节 商业银行的业务与管理

一、商业银行业务

(一) 商业银行自有资本

1. 股本 (Equity Capital)
2. 盈余 (Surplus)
3. 未分配利润 (Undistributed Profit)
4. 准备金 (Reserve)
5. 资本票据和债券 (Capital Note and Debenture)

(二) 商业银行的负债业务

1. 存款

(1) 支票存款

活期存款, 可转让支付命令账户 (NOWs), 超级可转让支付命令账户 (Supper-NOWs), 货币市场存款账户 (MMDA), 自动转账服务账户 (ATS)。

(2) 定期存款

传统存单式定期存款 (10 万美元以下), 货币市场存单 (money markets certificates), 其他浮动利率存款 (other variable-rate time deposits), 个人退休账户 (individual retirement accounts), 91 天储单 (91-day saving certificates), High-fi 账户, 10 万美元以上存单。

(3) 储蓄存款

(4) 我国商业银行存款类型

企业存款, 财政存款, 机关团体存款, 城乡储蓄存款: 活期储蓄、定期储蓄, 农业存款。

2. 非存款负债

(1) 联邦基金 (federal funds)

(2) 回购协议

(3) 欧洲美元借款

(4) 再贴现

(三) 商业银行的资产业务

1. 现金资产

准备金, 收款过程中的现金, 同业存款。

2. 投资

银行的投资业务是指银行购买有价证券的活动。

3. 贷款

(1) 美国的贷款分类

① 工商企业贷款 (industry & commercial loans)

普通限额贷款, 备用贷款承诺, 循环贷款, 备用信用证和商业信用证, 票据发行服务, 营运资本贷款, 中期贷款, 项目贷款。

② 不动产贷款 (real estate loans)

- ③消费者贷款（consumer loans）
 - ④对金融机构的贷款（loans to financial institutions）
 - ⑤其他贷款（other loans）
- 农业贷款，国际贷款，贴现。

（2）我国贷款分类

- ①按贷款用途分为流动资金贷款和固定资金贷款
- ②按贷款期限分为短期贷款（1 年或 1 年以内）、中期贷款（1 至 5 年，含 5 年）和长期贷款（5 年以上）
- ③按贷款的保障形式分为信用贷款、担保贷款（含保证贷款、抵押贷款和质押贷款）和票据贴现贷款
- ④按贷款的占用形态分为正常贷款、逾期贷款、呆滞贷款和呆账贷款（后三类为不良贷款）；从 2000 年开始采用贷款五级分类方法，把贷款分为正常、关注、次级、可疑、损失五类

（四）表外业务

1. 传统中间业务

（1）结算业务（Settle）

支票结算，汇兑结算（Remittance），托收结算（Collection），信用证结算（Letter of Credit），电子资金划拨系统（Electronic transfer of Fund），承兑业务（Acceptance）。

（2）代理业务（Proxy）

代理收付款业务，代保管业务，代客买卖业务。

（3）信托业务（Trust）

（4）租赁业务（Lease）

融资性租赁（Financial Lease），杠杆租赁（Leveraged Lease），操作性租赁（Operating Lease），转租赁（Sub-lease）。

（5）银行卡业务

（6）信息咨询服务

2. 担保业务

（1）履约保证书

（2）投标保证书

（3）贷款担保

（4）备用信用证

3. 承诺业务

（1）票据发行便利

（2）贷款承诺

4. 金融工具创新业务

二、商业银行的管理

（一）商业银行经营原则

盈利性，安全性，流动性。

（二）商业银行的资本管理

1. 银行资本的性质与作用

（1）银行业面临的主要风险

（2）银行资本的多种功能

2. 银行资本的构成

(1) 银行资本的一般来源

(2) 具体形式：实收资本、资本公积、盈余公积、未分配利润、重估储备、权益准备金、次级债务

(3) 对银行资产与银行资本关系的认识

(4) 《巴塞尔协议》的主要思想

(5) 《巴塞尔协议》对商业银行资本的分类

核心资本：①股本金②公开准备

附属资本：①未公开准备②重估准备③一般准备金 / 一般呆账准备金④混合性债务资本工具⑤长期次级债务

《巴塞尔协议》对资本扣除的规定：①从核心资本中扣除商誉

②对从事银行业务和金融活动的附属机构的投资，而这项投资在本国制度下并未列入集团的资产负债表中

(6) 我国商业银行的资本构成分析

3. 资本充足与银行稳健

(1) 巴塞尔新资本协议对资本充足的测定

(2) 新巴塞尔协议的主要精神

4. 资本的筹集与管理

(1) 银行资本规模的衡量方法

(2) 影响银行资本需要量的因素

(3) 银行资本的内部筹集

(4) 银行资本外部筹集

(三) 商业银行的负债管理

1. 存款的种类和构成

2. 存款的定价

3. 商业银行负债成本的管理

4. 我国商业银行的负债结构分析

(四) 商业银行贷款政策与管理

1. 贷款政策与程序

2. 贷款审查

3. 贷款的质量评价

4. 有问题贷款的发现和处理

5. 我国商业银行信贷资产管理现状

(五) 资产负债联合管理

1. 资金缺口管理法

所谓缺口管理法，是根据期限或利率等指标将资产和负债分成不同类型，然后对同一类型的资产和负债之间的差额，即缺口进行分析和管理的。

2. 资产负债比例管理

资产负债比例管理是通过一系列资产负债比例指标来对商业银行的资产和负债进行监控和管理。

第三节 政府对商业银行的监管

一、政府对银行业监管的主要内容

（一）对商业银行设立和变更事项的审批

（二）银行营运过程中的监管

1. 资本充足率要求
2. 流动性要求
3. 资产质量监管
4. 对银行内部控制制度的监管
5. 风险集中和风险暴露的监管

（三）对有问题银行的处理

二、存款保险制度

存款保险制度要求商业银行按存款额的大小和一定的保险费率缴纳保险费给存款保险机构，当投保银行经营破产或发生支付困难时，存款保险机构在一定限度内代为支付。

三、我国对商业银行的监管

监管机构：

中国人民银行（1984 年），中国银行业监督管理委员会。

法律依据：

《中华人民共和国中国人民银行法》（1995）

《中华人民共和国银行业监督管理法》（2003）

《中华人民共和国商业银行法》（2003）

思考题

1. 试述当代商业银行的发展趋势对我国银行业的影响。
2. 如何理解商业银行的性质？
3. 商业银行的职能有哪些？
4. 影响存款乘数的因素有哪些？
5. 商业银行的四种组织制度形式各有何优缺点？
6. 商业银行经营哪些业务？
7. 什么是表外业务？为什么这类业务越来越受到重视？
8. 简述商业银行的经营原则。
9. 商业银行信贷管理的程序包括哪些环节？
10. 巴塞尔协议的主要内容是什么？

参考文献

1. [13. 美] Koch and Macdonald: 《Bank Management》（第 5 版），北京大学出版社，2003 年。
2. [美] Madura: 《Financial Markets and Institutions》（第 6 版），北京大学出版社，2003 年。

3. [美] 法博齐, 莫迪格里阿尼: 《资本市场: 机构与工具》, 经济科学出版社, 1998 年中译本。
4. [美] 米什金: 《货币金融学》, 中国人民大学出版社, 1998 年中译本。
5. 胡庆康: 《现代货币银行学教程》, 复旦大学出版社, 2001 年。
6. 黄达: 《金融学》, 中国人民大学出版社, 2003 年。
7. 李崇淮, 黄宪: 《西方货币银行学》(增订本), 中国金融出版社, 1998 年。
8. 李敏: 《货币银行学》, 复旦大学出版社, 2004 年。
9. 姚长辉: 《货币银行学》(第 3 版), 北京大学出版社, 2005 年。
10. 易纲, 吴有昌: 《货币银行学》, 上海人民出版社, 1999 年。

第七章 中央银行

教学目的与要求：通过本章学习，要求学生了解中央银行设立的客观必要性及其产生与发展的历程，明确中央银行的性质；认识中央银行体制的类型，全面掌握中央银行的职能及中央银行在现代经济中的作用；理解中央银行与政府的关系及相对独立性；认识中央银行的资产负债关系，掌握中央银行资产负债表的结构与分析方法；掌握中央银行的主要业务。

学习重点和难点：本章的重点是中央银行的职能和主要业务，难点是中央银行与政府的关系及相对独立性。

学时：2

主要教学环节的组织：

第一节 中央银行概述

一、中央银行的产生与发展

（一）设立中央银行的客观必要性

1. 统一银行券发行的需要
2. 统一票据清算的需要
3. 银行最后贷款人制度建立的需要
4. 金融监管的需要

（二）中央银行的产生和发展

1. 中央银行形成的两种方式
2. 中央银行成立的三次高潮
3. 中央银行职能完善的三个阶段

二、中央银行体制

（一）中央银行的机构设置体制

1. 单一式中央银行制度
2. 跨国中央银行制度
3. 依附型中央银行
4. 准中央银行制度

（二）中央银行的资金来源体制

1. 国有资本的中央银行
2. 公私共同出资的中央银行
3. 企业法人持股的中央银行
4. 会员银行持股的中央银行

（三）中央银行的隶属体制

1. 中央银行隶属于财政部
2. 中央银行名义上隶属于财政部,实际上有较高独立性
3. 中央银行隶属于国会

第二节 中央银行的性质和职能

一、中央银行的性质

（一）中央银行发挥的作用看，它是保障金融稳健运行、调控宏观经济的国家行政机构

（二）中央银行与一般的行政机关又有很大不同

1. 中央银行履行职责主要是通过特定金融业务进行
2. 中央银行对宏观经济的调控是分层次实现的
3. 中央银行在政策制定上有一定的独立性

二、中央银行的职能

（一）中央银行是“发行的银行”

1. 指国家赋予中央银行集中与垄断货币发行的特权，是国家唯一的货币发行机构
2. 指中央银行必须以维护本国货币的正常流通与币值稳定为宗旨

（二）中央银行是“银行的银行”

1. 集中存款准备
2. 充当最后贷款人
3. 全国票据清算中心

（三）中央银行是“国家的银行”

1. 代理国库
2. 代理发行政府债券
3. 为政府筹集资金
4. 代表政府参加国际金融组织和各种国际金融活动
5. 管理黄金和外汇
6. 制定和执行货币政策

第三节 中央银行与政府的关系

一、中央银行的独立性

（一）中央银行相对独立性的含义

是指中央银行在国家相对性机构或政府的干预和指导下，根据国家的总体的社会经济发展目标，独立制定和执行货币金融政策。

（二）中央银行保持相对独立性的原因

1. 避免政治性经济波动产生的可能
2. 避免财政赤字货币化的需要
3. 为了适应中央银行特殊业务与地位的需要

（三）中央银行独立性的主要内容

1. 建立独立的货币发行制度，以维持币值的稳定
2. 独立地制定和执行货币政策
3. 独立地管理和控制整个金融体系的金融市场

二、中央银行与政府的关系

（一）概述

1. 中央银行是“国家的银行”
2. 中央银行的货币政策要与政府的财政政策及其他政策相配合，共同调控一国的宏观经济活动
3. 一些国家的中央银行还对政府提供信贷
4. 尽管中央银行与政府关系密切，但中央银行仍然保持相对的独立性

（二）中央银行与政府关系的各种模式

1. 独立性较强的中央银行
2. 独立性较弱的中央银行
3. 独立性居中的中央银行

三、中国人民银行的独立性及有关问题

（一）货币发行不独立

1. 货币的发行权属于国务院，而不属于中国人民银行
2. 货币发行受国有商业银行的信贷收支状况所制约
3. 货币发行受财政的制约

（二）制定和执行货币政策上不独立

1. 货币政策的制定权在国务院，而不属于中国人民银行
2. 货币政策工具的使用权在国务院，而不属于中国人民银行
3. 在货币政策的制定和执行过程中，受各级地方政府的制约

第四节 中央银行的主要业务

一、中央银行的资产负债表

中央银行负债。主要包括流通中的货币、各项存款和其他负债。

中央银行的资产。主要包括贴现与放款、各种证券、黄金外汇储备和其他资产。

中央银行可以通过调整自身的资产负债结构，来进行宏观金融调控。

二、中央银行的负债业务

（一）货币发行

1. 含义
2. 原则
垄断发行、信用保证、弹性发行
3. 准备制度

（1）发行准备金的类型：现金准备、保证准备

（2）货币发行准备比率

（3）货币发行准备制度

弹性比例制、保证准备制、保证准备限额发行制、现金准备发行制、比例准备制

（二）代理国库

1. 国家财政预算收支保管形式

国库制（独立国库制、委托国库制），银行制

2. 主要业务内容

- （1）预算收入的吸纳、划分、报解
- （2）预算支出的拨付
- （三）集中存款准备金

1. 存款准备金制度的内容

- （1）规定和调整存款准备金比率
- （2）按存款的类别规定（德国）
- （3）按银行规模、经营环境规定

2. 规定存款准备金构成

第一准备金、第二准备金

3. 计提基础

三、中央银行的资产业务

（一）贷款和再贴现

1. 贷款

2. 再贴现

（二）证券买卖

1. 证券买卖业务的种类

美、日、德、法

2. 中国人民银行的证券买卖业务

（三）金银外汇储备

1. 保管金银外汇储备的意义

2. 金银外汇储备的特点

黄金、白银、外汇、特别提款权

四、中央银行的支付清算业务

（一）集中办理票据交换

（二）办理异地资金转移

思考题

1. 简述中央银行产生的客观必要性。
2. 中央银行有何职能？试分析中央银行在现代经济生活中的作用。
3. 简述中央银行的性质。
4. 如何理解中央银行与政府的关系？
5. 试分析中央银行的独立性。
6. 中央银行与商业银行有哪些业务关系？
7. 与商业银行相比，中央银行负债业务有哪些特点？
8. 为什么说中央银行的资产业务规模会影响其货币供应量？
9. 我国中央银行最主要的资产项目是国外资产中的外汇，美国中央银行最主要的资产项目是财政部债券，这种差异反映了什么问题？

参考文献

1. [美] Madura: 《Financial Markets and Institutions》（第6版），北京大学出版社，2003年。
2. [美] 法博齐，莫迪格里阿尼：《资本市场：机构与工具》，经济科学出版社，1998年中译本。
3. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998年中译本。
4. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001年。
5. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003年。
6. 孔祥毅：《中央银行通论》，中国金融出版社，2002年。
7. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998年。
8. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004年。
9. 姚长辉：《货币银行学》（第3版），北京大学出版社，2005年。
10. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999年。

第八章 货币供给

教学目的和要求：通过本章的学习，要求学生理解货币供给的基本概念，区分货币供给与货币供应量；掌握不同层次货币的创造过程及影响因素，货币供给同基础货币与货币乘数之间的关系，经济活动的不同主体分别如何影响货币供给量；认识并理解货币供给的内生性与外生性问题；并能够运用相关原理解释现实经济生活中存在的一些经济现象。

学习重点和难点：本章的重点是货币供给的决定及其同基础货币与货币乘数之间的关系以及中央银行和商业银行在货币供给中的地位与作用，难点是理解货币供给的内生性与外生性问题。

学时：3

主要教学环节的组织：

第一节 货币供给及其特性

一、货币供给与货币供给量

货币供给（money supply）：是指一定时期内一国银行系统向经济中投入、创造、扩张（或收缩）货币的行为，是银行系统向经济中注入货币的过程。

货币供给量（money aggregate）：一国经济中被个人、企事业单位和政府部门持有的可用于各种交易的货币总量。

二、名义货币供给与实际货币供给

名义货币供给是指一定时点上不考虑物价因素影响的货币存量。

实际货币供给是指剔除了物价影响之后的一定时点上的货币存量。

三、货币供给的特性

（一）金属货币的供给特性

1. 马克思
2. 费雪
3. 亚当·斯密

（二）混合通货的供给特性

1. 自然内生论
2. 控制内生论
3. 外生论

（三）信用货币的供给特性

1. 凯恩斯
2. 弗里德曼

第二节 基础货币与货币乘数

一、基础货币

（一）基础货币的定义和公式

基础货币是指流通中的现金和银行准备金的总和。

$$B=C+R$$

（二）基础货币的供给

1. 中央银行的资产负债表

2. 基础货币的投放渠道

（1）公开市场业务

（2）贴现贷款

（3）购买对外资产

（4）购买黄金

3. 影响中央银行控制基础货币的主要因素

（1）银行的贴现贷款需求

（2）政府预算赤字

（3）中央银行稳定汇率的目标

4. 我国基础货币的投放渠道

（1）中央银行向金融机构贷款，主要通过再贷款和再贴现

（2）中央银行向财政透支，主要通过公开市场业务购买国债来进行

（3）通过外汇占款渠道投放基础货币

（4）中央银行购买黄金来投放基础货币

二、货币乘数

（一）货币乘数的推导

$$M_1 = m \cdot B$$

$$= \frac{1+k}{r_d + t \cdot r_t + e + k} \cdot B$$

（二）影响货币乘数的因素

1. 活期存款的法定准备金率

2. 定期存款的法定准备金率

3. 银行的超额准备金率

4. 定期存款与活期存款的比率

5. 流通中通货与支票存款的比率

（三）对货币乘数的进一步探讨：银行及非银行公众的行为

1. 影响银行超额准备金率的因素

（1）利率

（2）贷款的投资机会

（3）借入资金的难易程度及成本大小

2. 影响公众通货持有比率的因素

- (1) 财富总额
 - (2) 公众的流动性偏好
 - (3) 持有通货的机会成本
 - (4) 资产的相对风险
3. 影响定期存款与活期存款的比率的因素
- (1) 财富总额
 - (2) 定期存款的利率

第三节 货币供给的决定因素分析

一、中央银行可以操纵的因素

- (一) 基础货币
- (二) 法定存款准备金率 r_d 和定期存款准备金率 r_t

二、商业银行和其他存款机构决定的因素

超额准备金率 e

三、工商企业和消费者所能影响的因素

- (一) 公众手持现金对活期存款比例 k
- (二) 定期存款与活期存款比率 t

四、政府的决定因素

- (一) 增税
- (二) 增发政府债券
- (三) 改变基础货币

第四节 内生与外生货币供给理论

一、外生的货币供给理论

- (一) 弗里德曼——施瓦兹货币供给决定模式
- (二) 卡甘的货币供给决定模式
- (三) 乔顿的货币乘数模型

二、内生的货币供给理论

- (一) 代表人物：托宾（1963、1976）；萨缪尔森（1979）、琼·罗宾逊夫人（1982）等
 - (二) 主要依据：货币供给模型受众多主体行为影响，实际经济运行对货币供给有决定性作用；金融创新对货币供给影响巨大；中央银行受制于多方因素，不能单独决定货币供给
 - (三) 政策意义：货币政策难以控制货币供给量，中间目标应该选择利率
 - (四) 货币供给理论中的“新观点”
1. 《拉德克利夫报告》的一般流动性命题
 2. 格利和肖的金融中介机构理论

3. 托宾的“新观点”

三、中国货币供给的可控性问题

(一) 目前我国中央银行对货币供给具有强大的控制力

(二) 随着我国改革开放的推进和市场化程度的提高, 货币供给的内生性在增强

思考题

1. 正确理解基础货币和货币乘数的概念。
2. 银行体系是怎样创造货币的?
3. 货币乘数是怎样推导出来的?
4. 中央银行、商业银行、企业和居民个人的行为对货币供给产生什么样的影响?
5. 你认为货币供给是外生变量还是内生变量? 为什么?
6. “货币乘数必然大于 1。”这种说法是否正确? 还是不能确定? 为什么?
7. 如果中国人民银行向中国工商银行出售 100 万元的国债, 这对基础货币有何影响?
8. 你认为除商业银行以外的其他金融机构, 如证券公司和保险公司, 有没有货币创造的功能? 为什么?

参考文献

1. [美] Madura: 《Financial Markets and Institutions》(第 6 版), 北京大学出版社, 2003 年。
2. [美] 法博齐, 莫迪格里阿尼: 《资本市场: 机构与工具》, 经济科学出版社, 1998 年中译本。
3. [美] 米什金: 《货币金融学》, 中国人民大学出版社, 1998 年中译本。
4. 胡庆康: 《现代货币银行学教程》, 复旦大学出版社, 2001 年。
5. 黄达: 《金融学》, 中国人民大学出版社, 2003 年。
6. 孔祥毅: 《中央银行通论》, 中国金融出版社, 2002 年。
7. 李崇淮, 黄宪: 《西方货币银行学》(增订本), 中国金融出版社, 1998 年。
8. 李敏: 《货币银行学》, 复旦大学出版社, 2004 年。
9. 邱崇明: 《现代西方货币理论与政策》, 清华大学出版社, 2005 年。
10. 伍海华: 《西方货币金融理论》, 中国金融出版社, 2002 年。
11. 姚长辉: 《货币银行学》(第 3 版), 北京大学出版社, 2005 年。
12. 易纲, 吴有昌: 《货币银行学》, 上海人民出版社, 1999 年。

第九章 货币需求

教学目的和要求：通过本章的学习，要求学生了解货币需求的含义、分析角度和基本内容；认识并理解各种货币需求理论的主要内容和理论贡献；认识影响我国货币需求的主要因素；了解货币供求均衡与非均衡的表现和调节机理等内容，并能够运用相关原理解释现实经济生活中存在的一些经济现象。

学习重点和难点：本章的重点是各种货币需求理论的主要内容和理论贡献及货币需求理论的发展脉络，难点是现金交易说与现金余额说的区别以及弗里德曼的货币需求理论与凯恩斯的货币需求理论的区别。

学时：2

主要教学环节的组织：

第一节 货币需求的含义及其影响因素

一、货币需求的含义

（一）宏观货币需求

是指一个国家在一定时期内，经济发展和商品流通所必需的货币量，这种货币量既能满足货币需要，又不会引发通货膨胀。

（二）微观货币需求

是指个人、家庭或企业在既定的收入水平、利率水平和其他经济条件下，保持多少货币在手边最为合适。

（三）名义货币需求

是指个人、家庭或企业等经济单位或整个国家在不考虑价格变动时的货币持有量，它受制于中央银行的货币政策。

（四）实际货币需求

是指各经济单位所持有的扣除物价因素之后的货币数量。

二、货币需求的决定因素

（一）收入状况

（二）市场利率

（三）信用发达程度

（四）消费倾向

（五）货币流通速度、社会商品可供量和物价水平

（六）预期

第二节 宏观货币需求理论

现金交易数量说

$$MV_T = PT$$

上式中， Y 代表实际国民收入； P 代表一般物价水平（用价格指数来表示），因此 PY 即为名义国民收入； V 代表一年中每一元钱用来购买最终产品或劳务的平均次数，我们把它称为货币的收入流通速度。相应的， V 被称为货币的交易流通速度。

名义国民收入完全取决于货币供应量。

货币数量的变化将引起一般物价水平的同比例变化，即“货币数量决定着物价水平”。

货币需求就取决于名义国民收入。

第三节 微观货币需求理论

一、现金余额说

$$M = k \cdot PY$$

货币需求同名义国民收入成正比例

二、凯恩斯的货币需求理论

（一）持有货币的三种动机

即交易动机（transaction motive）、预防动机（precautionary motive）和投机动机（speculative motive）。

（二）凯恩斯的货币需求函数

$$\frac{M^d}{P} = L_1(Y) + L_2(i)$$

（三）结论

货币需求同实际收入成正向关系，与利率成反方向关系。

首先，货币需求是不稳定的。

其次，在货币需求波动较大的情况下，货币流通速度也必然有较大的波动。

最后，在货币流通速度波动很大的情况下，货币量 M 与名义收入 PY 之间就不具有稳定的关系，因而名义国民收入完全由货币量决定的货币数量论观点就不能成立。

三、凯恩斯货币需求理论的发展

（一）交易性货币需求理论的发展

（二）预防性货币需求理论的发展

（三）投机性货币需求理论的发展

四、现代货币数量理论

（一）弗里德曼的货币需求函数

$$\frac{M^d}{P} = f(Y_p, w, r_m, r_b, r_e, \frac{1}{P} \cdot \frac{dP}{dt}, u)$$

（二）现代货币数量论

首先，弗里德曼的货币需求函数暗含这样的结论：货币需求对利率并不敏感。

其次，弗里德曼认为，货币需求函数本身是相当稳定的，它不会发生大幅度的位移。

由以上两点便可直接导出以下结论，即货币流通速度是稳定的、可以预测的。

只要货币流通速度是稳定的、可以预测的，当货币供给发生变化时，我们把货币流通速度的预测值代入交易方程式，就可以估计出名义国民收入的变动。因此，货币供给是决定名义收入的主要因素，货币数量论的观点仍然能够成立。

五、关于货币需求的经验研究

- (一) 关于货币需求对利率的敏感性
- (二) 关于货币需求函数的稳定性
- (三) 货币流通速度的稳定性

六、中国货币需求函数的构造

- (一) 现阶段影响我国货币需求的主要因素
 - 1. 收入
 - 2. 价格
 - 3. 利率
 - 4. 货币流通速度
 - 5. 金融资产选择
- (二) 货币化假说
- (三) 国家能力假说

第四节 货币供需均衡

一、货币均衡的判断

- (一) 货币均衡与非均衡
- (二) 货币均衡和非均衡的判别标志

二、货币供求均衡与社会总供求

- (一) 货币供给与社会总需求的关系
 - 1. 货币供给是社会总需求的载体
 - 2. 货币供给和社会总需求的关系是：货币供给决定社会总需求
- (二) 社会总供给与货币需求
 - 1. 从宏观角度来看
 - 2. 微观角度来看
- (三) 货币供给与总供给
 - 1. 当经济体系中存在着现实可用于扩大再生产的资源，且数量又很充分时
 - 2. 当潜在未利用资源被逐渐利用而不断减少，货币供给却在继续增加时
 - 3. 当潜在未利用资源已被充分利用，货币供给仍然继续增加时
- (四) 货币供求和社会总供求的关系
 - 1. 总供给决定货币需求，但同等的总供给可有偏大或偏小的货币需求
 - 2. 货币需求引出货币供给，货币供给量应于货币需求量相适应，但也绝非是等量的，货币供求的非均衡是常态
 - 3. 货币供给成为总需求的载体，同等的货币供给可有偏大或偏小的总需求

4. 总需求的偏大和偏小，对总供给产生巨大的影响
5. 总需求的偏大或偏小，也可以通过紧缩或扩张货币供给的政策来调节，但单纯控制总需求难以真正实现均衡目标

三、中央银行对货币供求的调节

中央银行可以用来调控货币供求的最重要的手段就是利率手段对货币供求调控。

中央银行可以通过调整基准利率影响市场利率的变化。

中央银行对货币供给的控制能力较强，而货币需求更多的取决于企业、个人的行为，中央银行的影响很小。

所以中央银行对货币供求均衡的调节一般通过货币政策工具调节货币供给量来实现。

思考题

1. 在交易性货币需求与利率的关系上，凯恩斯的理论与平方根定律的分析有何不同？
2. 简述费雪方程式与剑桥方程式的区别。
3. 弗里德曼的货币需求理论与凯恩斯的流动偏好理论有何不同？
4. 目前货币需求问题研究中面临哪些问题？
5. 考虑中国的货币需求函数，应从哪些方面着手？
6. 货币供求均衡和非均衡的表现？
7. 货币供求与社会总供求的关系。

参考文献

1. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998 年中译本。
2. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001 年。
3. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003 年。
4. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998 年。
5. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004 年。
6. 邱崇明：《现代西方货币理论与政策》，清华大学出版社，2005 年。
7. 伍海华：《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002 年。
8. 姚长辉：《货币银行学》（第 3 版），北京大学出版社，2005 年。
9. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999 年。

第十章 货币政策

教学目的和要求：通过本章的学习，要求学生了解货币政策的内容，明确货币政策的最终目标及各目标之间的关系；了解西方货币政策的传导机制和货币政策中介目标，理解我国货币政策中介目标选择的原因；深刻理解货币政策的主要工具，掌握在不同经济时期货币政策的运用及其与财政政策的协调。在此基础上，对我国现行货币政策进行分析研究。

学习重点和难点：本章的重点是货币政策的最终目标、传导机制、中介目标和政策工具，难点是对我国现行货币政策的分析和评价。

学时：4

主要教学环节的组织：

第一节 货币政策目标

一、货币政策及其内容

（一）货币政策的定义

货币政策也是金融政策，它是中央银行为实现宏观经济调控目标而采用各种方式调节货币供应量，进而影响宏观经济的各种方针和措施的总称。

（二）货币政策的内容

政策目标、实现目标所运用的政策工具、监测和控制目标实现的各种操作指标和中间目标、政策传导机制和政策效果等基本内容。

二、货币政策的目标

（一）稳定物价

（二）充分就业

（三）经济增长

（四）国际收支平衡

三、货币政策目标之间的关系

（一）稳定物价与充分就业之间的关系

（二）稳定物价与经济增长之间的关系

（三）稳定物价与国际收支平衡之间的关系

（四）经济增长与国际收支平衡之间的关系

（五）充分就业与经济增长之间的关系

四、我国货币政策目标的争论与选择

我国专家学者关于货币政策目标的讨论有多种观点，如单一目标论、双重目标论、多重目标论、通货膨胀目标论等。

我国现行的货币政策目标是：“保持货币币值的稳定，并以此促进经济增长”。

五、战后西方各国货币政策最终目标比较

中央银行货币政策的目标应以稳定货币为主。

货币政策的连续性很重要。

第二节 货币政策传导机制与中介目标

一、西方货币政策传导机制理论

（一）传统凯恩斯主义的传导机制理论

1. IS—LM 模型
2. 托宾 Q 理论
3. 财富效应

（二）货币主义的传导理论

1. 货币主义的资产组合传导理论
2. 汇率传导理论

（三）新凯恩斯主义的传导理论

1. 信贷可得性理论
2. CC—LM 模型
3. 资产负债表渠道理论
4. BGG 模型

二、货币政策中介目标

（一）货币政策中介目标的选择

1. 可测性
2. 可控性
3. 相关性
4. 相容性

（二）货币政策的远期中介目标

1. 长期利率
2. 货币供应量
3. 通货膨胀率
4. 汇率

（三）货币政策的近期中介目标

1. 超额准备金
2. 基础货币
3. 短期利率

第三节 货币政策工具

一、一般性货币政策工具

（一）存款准备金政策

1. 定义

是指中央银行对商业银行等存款货币机构的存款规定存款准备金率，强制性地要求商业银行等货币存款机构按规定比例上缴存款准备金

2. 产生与发展

3. 内容

(1) 规定存款准备金比率,即法定存款准备金率

(2) 规定可充当法定存款准备金资产的内容,一般只能是中央银行发行的现金和中央银行创造的存款

(3) 规定存款准备金计提的基础:一般是确定存款余额

4. 作用

(1) 保证商业银行等存款货币机构资金的流动性

(2) 集中一部分信贷资金

(3) 调节货币供应总量

5. 优点

(1) 对存款货币银行影响是平等的

(2) 对货币供给量具有极强的影响力

6. 局限性

(1) 存款准备金政策缺乏弹性

(2) 法定存款准备金率的提高,可能会使商业银行资金严重周转不良

(二) 再贴现政策

1. 定义

是中央银行通过提高或降低再贴现率来影响商业银行的信贷规模和市场利率,以实现货币政策目标的一种手段。

2. 内容

(1) 调整再贴现率

(2) 规定向中央银行申请再贴现的资格

3. 传导机制

4. 作用

(1) 再贴现率的调整可以影响全社会的信贷规模和货币供应量

(2) 再贴现政策对调整信贷结构有一定的效果

(3) 再贴现政策有一定的“告示效应”

5. 优点

央行可以利用它来履行最后贷款人的职责,并在一定程度上体现中央银行的政策意图,调节货币总量和信贷结构等

6. 不足

(1) 中央银行在再贴现活动中处于被动地位,再贴现与否取决于商业银行

(2) 再贴现率的高低有限度,如果在经济高速增长时期,再贴现率无论多高,都难以遏制商业银行向中央银行再贴现或贷款

(3) 相对于法定准备金率来说,再贴现率容易调整,但随时调整也会引起市场利率的经常波动等

(三) 公开市场业务

1. 定义

是指中央银行在金融市场上公开买卖有价证券,以改变商业银行等存款货币机构的准备金,进而影响货币供应量和利率,实现货币政策目标的一种货币政策手段。

2. 内容

根据货币政策目标的需要及经济情况,选择最佳时机、最适当的规模买进或卖出国库券、政府

公债等，增加或减少社会的货币供应量。

3. 作用

- (1) 调控存款货币银行准备金和货币供给量
- (2) 影响利率水平和利率结构

4. 优点

- (1) 公开市场业务的主动权完全在中央银行手里，其操作规模与大小完全由中央银行控制
- (2) 公开市场业务对经济的震动较小
- (3) 公开市场业务具有很大的灵活性
- (4) 公开市场业务具有极强的可逆转性
- (5) 公开市场业务可迅速操作

5. 不足

- (1) 公开市场操作较为细微，技术性较强，政策意图的告示作用较弱
- (2) 需要以较为发达的有价证券市场为前提

二、选择性货币政策工具

(一) 证券市场信用控制

指中央银行对有关有价证券的交易，规定应支付的保证金限额，其目的在于限制利用借款购买有价证券的比重。

(二) 不动产信用控制

是指中央银行通过规定和调整商业银行等金融机构向客户提供不动产抵押贷款的限制条件，控制不动产贷款的信用量，从而影响不动产市场的政策措施。

(三) 消费者信用控制

指中央银行对消费者购买房地产以外的耐用消费品所规定的信用规模和期限等的限制性措施。

(四) 优惠利率

指中央银行对国家重点发展的经济部门或产业规定较低的贷款利率，目的在于刺激这些部门和行业的生产，调动它们的积极性，以实现产业结构和产品结构的调整和优化。

三、其它政策工具

(一) 直接信用控制

1. 利率最高限额

又称利率管制，是指以法律的形式规定中央银行和其他金融机构存贷款利率的最高水平。

2. 信用配给

是指中央银行根据金融市场的资金供求状况及客观经济形势的需要，权衡轻重缓急，对商业银行系统的信贷资金加以合理的分配和必要的限制。

3. 流动性资产比率

是指商业银行持有的流动性资产在其全部资产中所占的比重。

4. 信贷规模控制

是规定贷款量的最高限额。

(二) 间接信用控制

1. 道义劝告

2. 窗口指导

四、我国采用过哪些货币政策工具

（一）1984-1994 年：

1. 贷款计划：规模控制;再贷款额度控制
2. 存款准备金
3. 利率管制
4. 再贴现

（二）1995 年后由直接调控为主向间接调控为主转化

1. 贷款规模控制从逐步缩小到完全取消
2. 利率管制逐步放松
3. 再贴现业务得以长足发展
4. 启动公开市场业务和间接信用指导

第四节 货币政策的运用

一、紧缩性货币政策和扩张性货币政策

（一）紧缩性货币政策

（二）扩张性货币政策

二、货币政策的时滞

（一）内部时滞

1. 认识时滞
2. 行动时滞

（二）外部时滞

1. 操作时滞
2. 市场时滞

三、政策与财政政策的配合

（一）货币政策和财政政策配合的必要性

1. 货币政策和财政政策的共性
 - （1）这两大政策作用于同一个经济范围，即本国的宏观经济方面
 - （2）这两大政策均由国家制定
 - （3）最终目标一致

2. 货币政策和财政政策的区别

- （1）政策的实施者不同
- （2）作用过程不同
- （3）政策工具不同
- （4）可控性不同

（二）货币政策和财政政策的配合手段和配合方式

1. “双紧政策”
2. “双松政策”
3. “松货币、紧财政”政策

4. “紧货币、松财政”政策

思考题

1. 西方国家货币政策的最终目标有哪几个？中央银行在同一时间实行同一种货币政策能否同时达到这些目标？为什么？
2. 联系实际，谈谈对我国货币政策目标的认识。
3. 中央银行选择货币政策中介目标的依据主要有哪些？
4. 中央银行的一般性货币政策工具有哪几种？它们分别是怎样调控货币供给量的？其各自的优缺点分别是什么？
5. 在货币政策传导机制问题上，凯恩斯学派与货币学派分别有怎样的解释？
6. 什么是货币政策时滞？
7. 为什么货币政策与财政政策要配合？其如何配合？

参考文献

1. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998 年中译本。
2. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001 年。
3. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003 年。
4. 孔祥毅：《中央银行通论》，中国金融出版社，2002 年。
5. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998 年。
6. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004 年。
7. 李扬，王国刚，何德旭：《中国金融理论前沿Ⅲ》，社会科学文献出版社，2003 年。
8. 邱崇明：《现代西方货币理论与政策》，清华大学出版社，2005 年。
9. 唐旭：《金融理论前沿课题》（第 2 辑），中国金融出版社，2002 年。
10. 伍海华：《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002 年。
11. 姚长辉：《货币银行学》（第 3 版），北京大学出版社，2005 年。
12. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999 年。

第十一章 通货膨胀与通货紧缩

教学目的和要求：通过本章的学习，要求学生理解通货膨胀和通货紧缩的内涵及产生的原因，了解其表现及对社会经济的影响，衡量通货膨胀和通货紧缩的标准及防范治理措施。在此基础上，了解和正确认识我国经济发展中出现的有关问题。

学习重点和难点：本章的重点是通货膨胀与通货紧缩的含义，其发生的原因及其对经济的影响，难点是对我国经济发展中出现的通货膨胀与通货紧缩进行分析。

学时：3

主要教学环节的组织：

第一节 通货膨胀概述

一、通货膨胀的定义

通货膨胀是商品和劳务的货币价格总水平持续明显上涨的过程。

二、通货膨胀的类型

（一）按通货膨胀的程度不同划分

1. 温和的通货膨胀（moderate inflation），又称爬行的通货膨胀（creeping inflation）或不知不觉的通货膨胀
2. 恶性通货膨胀（hyperinflation），又称极度通货膨胀或无法控制的通货膨胀（rampant inflation）
3. 跑马式的通货膨胀（galloping inflation），也称快步小跑式通货膨胀

（二）按表现形式不同划分

1. 隐蔽的通货膨胀（hidden inflation），又称压制型通货膨胀或被遏制的通货膨胀
2. 公开的通货膨胀（open inflation），又称开放式的通货膨胀

（三）按通货膨胀产生的原因不同划分

1. 需求拉上型（demand-pull inflation）
2. 成本推进型（cost-push inflation）
3. 结构型（structural inflation）
4. 混合型（compound inflation）

三、通货膨胀的衡量指标

（一）消费物价指数

也称为零售物价指数或生活费用指数，它反映消费者为购买消费品而付出的价格的变动情况。这种指数是由各国政府根据各国若干种主要食品、衣服和其他日用消费品的零售价格以及水、电、住房、交通、医疗、娱乐等服务费用而编制计算出来的。

（二）批发物价指数

是根据制成品和原材料的批发价格编制的指数。

（三）国民生产总值的平减指数

它是按当年价格计算的国民生产总值与按不变价格计算的国民生产总值的比率。

第二节 通货膨胀的成因

一、需求拉上说

这种理论认为当经济中总需求扩张超出总供给增长时所出现的过度需求是拉动价格总水平上升、产生通货膨胀的主要原因。

二、成本推进说

成本推进说认为通货膨胀的根源不在于总需求的过度，而是在于总供给方面产品成本的上升。

三、供求混合推进说

现实生活中，需求拉上的作用与成本推进的作用常常是混合在一起的。因此人们将这种总供给和总需求共同作用情况下的通货膨胀称之为供求混合推进型通货膨胀。

四、部门结构说

结构型通货膨胀的基本观点是，由于不同国家的经济部门结构的某些特点，当一些产业和部门在需求方面和成本方面发生变动时，往往会通过部门之间的相互看齐的过程而影响到其他部门，从而导致一般物价水平的上升。

第三节 通货膨胀的效应与调控

一、通货膨胀经济效应的两种观点

（一）通货膨胀促进论

1. 凯恩斯的“半通货膨胀”论
2. 新古典学派的促进论
3. 收入在政府与私人部门的再分配与通货膨胀促进论

（二）通货膨胀促退论

1. 通货膨胀降低储蓄
2. 通货膨胀降低投资
3. 通货膨胀造成外贸逆差
4. 恶性通货膨胀会危机社会经济制度的稳定

二、通货膨胀的社会效应

（一）通货膨胀对就业的影响

（二）通货膨胀对财富和收入再分配的影响

（三）恶性通货膨胀与经济社会危机

三、通货膨胀的治理

（一）需求政策

1. 紧缩性货币政策
2. 紧缩性财政政策

- (二) 收入政策
- (三) 供给政策
- (四) 结构调整政策
- (五) 浮动汇率政策

第四节 通货紧缩

一、通货紧缩的定义

(一) 经济学者的不同观点

第一种观点认为,通货紧缩是指物价的普遍持续下降的现象。持这种观点的人认为,通货紧缩是一种宏观经济现象,其含义与通货膨胀正好相反。

第二种观点认为,通货紧缩是物价持续下跌、货币供应量持续下降。

第三种观点认为,通货紧缩是经济衰退的货币表现,因而必须具有三个特征:(1)物价持续下跌、货币供应量持续下降;(2)有效需求不足、失业率高;(3)经济全面衰退。

(二) 通货紧缩的类型

通货紧缩以其程度不同,可分为轻度通货紧缩、中度通货紧缩和严重通货紧缩三类。

二、通货紧缩的原因

理论上,导致通货紧缩的原因有两个方面;一是由于重大技术进步而使大部分商品的生产成本降低,从而引起价格总水平的降低。但是,现实中很难找到由于技术进步导致通货紧缩的实例。二是由于总需求相对不足造成的价格下跌。西方经济学界将造成通货紧缩的总需求不足又分为三类:第一是货币流通量相对于商品与服务数量的不足;第二是消费与投资需求不足;第三是政府的紧缩政策,如提高利率或税率等。

三、通货紧缩理论

- (一) 消费不足论
- (二) 伦敦学派的投资过度论
- (三) 凯恩斯的有效需求不足论
- (四) 费雪的“债务——通货紧缩”理论
- (五) 克鲁格曼的通货紧缩理论

四、通货紧缩对国民经济的影响

(一) 通货紧缩的产出效应

1. 通货紧缩的财富收缩效应
2. 通货紧缩的经济衰退效应
3. 通货紧缩的失业效应

(二) 通货紧缩的分配效应

(三) 通货紧缩的风险效应

五、通货紧缩的治理

- (一) 实行积极的货币政策
- (二) 实行积极的财政政策

（三）优化供给

（四）增加汇率制度的灵活性

思考题

1. 名词解释：通货膨胀 通货紧缩 菲利普斯曲线
2. 通货膨胀有那些种类？如何度量通货膨胀？
3. 试述西方经济学对通货膨胀成因的解释。
4. 通货膨胀对经济有何影响？如何治理？
5. 通货紧缩会造成什么后果？如何治理？

参考文献

1. [美] 米什金：《货币金融学》，中国人民大学出版社，1998 年中译本。
2. 胡庆康：《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001 年。
3. 黄达：《金融学》，中国人民大学出版社，2003 年。
4. 李崇淮，黄宪：《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998 年。
5. 李敏：《货币银行学》，复旦大学出版社，2004 年。
6. 邱崇明：《现代西方货币理论与政策》，清华大学出版社，2005 年。
7. 伍海华：《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002 年。
8. 姚长辉：《货币银行学》（第 3 版），北京大学出版社，2005 年。
9. 易纲，吴有昌：《货币银行学》，上海人民出版社，1999 年。

参考书目

1. [美] Koch and Macdonald: 《Bank Management》（第5版），北京大学出版社，2003年。
2. [美] Madura: 《Financial Markets and Institutions》（第6版），北京大学出版社，2003年。
3. [美] 博迪: 《投资学》（第6版），机械工业出版社，2005年中译本。
4. [美] 法博齐，莫迪格里阿尼: 《资本市场：机构与工具》，经济科学出版社，1998年中译本。
5. [美] 米什金: 《货币金融学》（第6版），中国人民大学出版社，2005年中译本。
6. [美] 夏普: 《投资学》（第5版），中国人民大学出版社，2002年。
7. [英] 洛伦兹·格利茨: 《金融工程学》（修订版），经济科学出版社，1998年。
8. [美] 约翰·赫尔: 《期权、期货和其他衍生品》（第4版），清华大学出版社，2001年。
9. 胡庆康: 《现代货币银行学教程》，复旦大学出版社，2001年。
10. 黄达: 《金融学》，中国人民大学出版社，2003年。
11. 孔祥毅: 《中央银行通论》，中国金融出版社，2002年。
12. 李崇淮，黄宪: 《西方货币银行学》（增订本），中国金融出版社，1998年。
13. 李敏: 《货币银行学》，复旦大学出版社，2004年。
14. 李扬，王国刚，何德旭: 《中国金融理论前沿III》，社会科学文献出版社，2003年。
15. 刘玉操: 《国际金融实务》，东北财经大学出版社，2001年。
16. 邱崇明: 《现代西方货币理论与政策》，清华大学出版社，2005年。
17. 唐旭: 《金融理论前沿课题》（第2辑），中国金融出版社，2002年。
18. 伍海华: 《西方货币金融理论》，中国金融出版社，2002年。
19. 谢百三: 《金融市场学》，北京大学出版社，2003年。
20. 姚长辉: 《货币银行学》（第3版），北京大学出版社，2005年。
21. 易纲，吴有昌: 《货币银行学》，上海人民出版社，2005年。
22. 易宪容，黄少军: 《现代金融理论前沿》，中国金融出版社，2005年。
23. 王佩真: 《货币金融理论与政策》，中国金融出版社，2005年。
24. 期刊: 《金融研究》、《国际金融研究》等；
25. 《金融时报》、《21世纪经济报道》等。

《证券投资学》教学大纲

王晓明 编写

目 录

前 言	930
第一章 证券投资分析概述	931
第一节 证券投资分析的意义	931
一、证券投资分析的含义	931
二、证券投资分析的意义	931
三、证券投资理念与策略	931
第二节 证券投资分析的信息要素	932
一、证券投资分析的信息来源	932
二、有效市场假说与证券投资分析	932
第三节 证券投资分析的主要流派及其特点	933
第四节 证券投资分析的主要方法	933
一、基本分析法	933
二、技术分析法	933
三、证券组合分析法	934
四、证券投资分析应注意的问题	934
复习与思考题	934
第二章 有价证券的投资价值分析	935
第一节 债券的投资价值分析	935
一、影响债券投资价值的因素	935
二、债券价值的计算公式	935
三、债券收益率的计算	937
四、债券转让价格的近似计算	937
五、债券的利率期限结构	937
第二节 股票投资价值的分析	937
一、影响股票投资价值的因素	937
二、股票内在价值的计算方法	938
三、股票市场价格的计算方法——市盈率估价法	941
第三节 其他有价证券的投资价值分析	941
一、证券投资基金的价值分析	941
二、可转换证券的价值分析	941
三、认股权证的价值分析	942
复习与思考题	942
第三章 宏观经济分析	943
第一节 宏观经济分析概述	943
一、宏观经济分析的意义与方法	943
二、评价宏观经济形势的基本变量	943
第二节 宏观经济分析与证券市场	945
一、宏观经济运行分析	945

二、宏观经济政策分析	946
三、国际金融市场环境对我国证券市场的影响分析	947
第三节 股票市场的供求关系	947
一、股票市场供给的决定因素与变动特点	947
二、股票市场需求的决定因素与变动特点	947
复习与思考题	948
第四章 行业分析	949
第一节 行业分析概述	949
一、行业的含义和行业分析的意义	949
二、行业划分的方法	950
第二节 行业的一般特征分析	950
一、行业的市场结构分析	950
二、经济周期与行业分析	950
三、行业生命周期分析	951
第三节 影响行业兴衰的主要因素	952
一、技术进步	952
二、产业政策	952
三、产业组织创新	952
四、社会习惯的改变	952
五、经济全球化	952
第四节 行业分析的方法	952
一、历史资料研究法	952
二、调查研究法	952
三、归纳与演绎法	953
四、比较研究法	953
五、数理统计法	953
复习与思考题	953
第五章 公司分析	955
第一节 公司分析概述	955
一、公司的含义	955
二、公司分析的意义	955
第二节 公司基本分析	955
一、公司行业地位分析	955
二、公司经济区位分析	955
三、公司产品分析	956
四、公司经营能力分析	956
五、公司成长性分析	957
六、公司基本分析的应用	957
第三节 公司财务分析	957
一、公司财务报表	957
二、公司财务报表分析的目的与方法	958
三、公司财务比率分析	959

四、公司财务状况的综合分析	964
五、财务分析中应注意的问题	964
第四节 公司重大事项分析	965
一、公司的资产重组	965
二、公司的关联交易	966
三、会计政策和税收政策的变化	966
复习与思考题	967
第六章 证券投资技术分析概述	968
第一节 证券投资技术分析概述	968
一、技术分析的涵义	968
二、技术分析的基本假设	968
三、技术分析的要素	968
四、价格和成交量是市场行为最基本的表现	969
五、成交量与价格的关系（十大关系）	969
六、技术分析方法的分类和应用时应注意的问题	970
第二节 证券投资技术分析理论简介	971
一、道氏理论	971
二、K 线理论	972
三、切线理论	973
四、形态理论	975
五、缺口理论	976
六、波浪理论	976
七、量价关系理论	977
八、其他技术分析理论简介	977
第三节 投资技术分析技术指标简介	977
一、移动平均线（MA）	977
二、平滑异同移动平均线（MACD）	977
三、威廉指标（WMS）和 KDJ 指标	978
四、相对强弱指标（RSI）	978
五、乖离率（BIAS）	978
六、心理线（PSY）	978
七、能量潮指标（OBV）	978
八、腾落指数（ADL）	978
九、涨跌比（ADR）	978
十、超买超卖指标（OBOS）	978
十一、人气指标（AR）	978
十二、买卖意愿指标（BR 指标）	978
十三、中间意愿指标（CR 指标）	979
十四、其他技术指标简介	979
复习与思考题	979
第十二章 证券组合管理	980
第一节 证券投资组合管理概述	980

一、证券组合	980
二、证券组合管理	981
第二节 证券组合理论	981
一、单个证券的收益和风险	981
二、证券组合的收益和风险	981
三、证券组合的可行域和有效边界	981
四、最优证券组合	981
第三节 资本资产定价模型	982
一、资本资产定价模型的原理	982
二、资本资产定价模型的应用	982
第四节 证券组合的业绩评价	982
一、业绩评估原则	982
二、业绩评估指数	982
三、业绩评估应注意的问题	982
复习与思考题	982

前 言

《证券投资学》主要介绍有关证券投资的基本概念及证券投资的分析方法，包括金融资产的价值分析和定价问题，证券投资的基本面分析、技术分析和投资组合分析，本课程不仅偏重证券投资理论和方法的介绍，而且根据证券市场的实际运行状况进行课堂教学与实践教学的结合。

教学总进程及课时安排：

《证券投资学》全课共七章，第一章为 6 课时，第二、三章分别为 9 课时、第四、五章各 6 课时，第六章 9 课时，第七章 6 课时。讨论课或机动 3 课时。总课时共计 54 学时。

第一章 证券投资分析概述

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握证券投资、证券投资分析的概念，熟悉证券投资的理念和策略，市场有效假说以及证券投资分析的几种方法。

本章重点：证券投资的概念、证券投资的策略、证券投资的方法。

学时分配：本章总课时为 6 课时

第一节 证券投资分析的意义

一、证券投资分析的含义

证券投资——是指投资者购买股票、债券、基金等有价值证券以及这些有价值证券的衍生品，以获取红利、利息及资本利得的投资行为和投资过程，它是直接投资的重要形式。

证券投资分析——是利用各种专业分析方法对影响证券价值或价格的各种信息进行综合分析以判断证券价值或价格及其变动的行为，是证券投资过程中不可或缺的一个重要环节。

二、证券投资分析的意义

1. 有利于提高投资决策的科学性
2. 有利于正确评估证券的投资价值
3. 有利于降低投资者的投资风险
4. 科学的证券投资分析是投资者获得投资成功的关键

三、证券投资理念与策略

（一）证券投资理念

1. 价值发现型投资理念

价值发现型投资理念是一种风险相对分散型市场的投资理念。这种投资理念的前提是证券的市场价值是潜在的、客观的。

价值发现投资理念所依赖的工具不是大量的市场资金，而是市场分析和证券基本面的研究，其投资理念确立的主要成本是研究费用。

在价值发现型投资理念下，只要国民经济保持增长和行业处在发展阶段，证券投资就可以较大程度地规避市场风险。

2. 价值培养型投资理念

价值培养型投资理念是一种投资风险共担型的投资理念。在这种投资理念指导下的投资行为既分享证券内在价值成长，也共担证券价值成长风险。

（二）证券投资策略

在理性价值投资的理念基础上，根据投资者对风险收益的不同偏好，投资者的投资策略大致可分为以下几类：

1. 保守稳健型
2. 稳健成长型
3. 积极成长型。

第二节 证券投资分析的信息要素

一、证券投资分析的信息来源

从信息发布主体和发布渠道看，证券市场的信息来源主要有以下几个方面：

（一）政府部门

1. 国务院
2. 中国证监会
3. 财政部
4. 中国人民银行
5. 国家发展和改革委员会
6. 商务部
7. 国家统计局

（二）证券交易所

（三）上市公司

（四）中介机构

（五）媒体

（六）其他来源

二、有效市场假说与证券投资分析

（一）有效市场假说概述

20 世纪 60 年代，美国芝加哥大学财务学家尤金·法默提出了著名的有效市场假说理论。

有效市场假说理论认为：在一个充满信息交流和信息竞争的社会里，一个特定的信息能够在股票市场上迅即被投资者知晓；随后，股票市场的竞争将会驱使股票价格充分且及时地反映该组信息，从而使得投资者根据该组信息所进行的交易不存在非正常报酬，而只能赚取风险调整的平均市场报酬率。只要证券的市场价格充分及时地反映了全部有价值的信息，市场价格代表着证券的真实价值，这样的市场就称为有效市场。

有效市场假说表明：在有效率的市场中，投资者所获得的收益只能是与其承担的风险相匹配的那部分正常收益，而不会有高出风险补偿的超额收益。因而，在有效率的市场中，“公平原则”得以充分体现，同时资源配置更为合理和有效。由此可见，不断提高市场效率无疑有利于证券市场持续健康地发展。

（二）有效市场分类及其对证券分析的意义

与证券价格有关的“可知”的资料是一个最广泛的概念，可以分为三类：

第 I 类资料是与国内和国际经济、行业、公司有关的所有公开可用的资料，也包括个人、群体所能得到的所有私人、内部资料；

第 II 类资料则是第 I 类资料中已公开的部分；

第 III 类资料是第 II 类资料中对证券市场历史数据进行分析得到的资料。

依据有效市场假说，结合实证研究的需要，学术界一般根据证券市场价格对三类不同资料的反映程度，将证券市场区分为三种类型：

1. 弱式有效市场
2. 半强式有效市场

3. 强式有效市场

第三节 证券投资分析的主要流派及其特点

证券投资分析起源于美、英等金融发达国家。

现代证券投资分析形成了四个基本的分析流派：

- 一、基本分析流派
- 二、技术分析流派
- 三、心理分析流派
- 四、学术分析流派

第四节 证券投资分析的主要方法

证券投资分析有三个基本要素：信息、步骤和方法。

目前，进行证券投资分析所采用的分析方法主要有三大类：

一、基本分析法

（一）定义

基本分析——是指证券投资分析师根据经济学、金融学、财务管理学及投资学等基本原理，对决定证券价值及价格的基本要素如宏观经济指标、经济政策走势、行业发展状况、产品市场状况、公司销售和财务状况等进行分析，评估证券的投资价值，判断证券的合理价位，提出相应的投资建议的一种分析方法。

（二）理论基础

（1）任何一种投资对象都有一种可以称之为“内在价值”的固定基准，且这种“内在价值”可以通过对该种投资对象的现状和未来前景的分析而获得；

（2）市场价格和“内在价值”之间的差距最终会被市场所纠正，因此市场价格低于（或高于）内在价值之日，便是买（卖）机会到来之时。

（三）内容

- 1. 宏观经济分析
- 2. 行业分析与区域分析
- 3. 公司分析

二、技术分析法

（一）定义

技术分析是仅从证券的市场行为来分析证券价格未来变化趋势的方法。

证券的市场行为可以有多种表现形式，其中：市场价格、成交量、价和量的变化以及完成这些变化所经历的时间是市场行为最基本的表现形式。

（二）理论基础

技术分析的理论基础是建立在三大假设之上的。

这三大假设是：

- 市场的行为包含一切信息，
- 价格沿趋势移动，

——历史会重复。

（三）内容

技术分析的内容就是市场行为的内容。

技术分析理论分为以下几类：

K 线理论、切线理论、形态理论、技术指标理论、波浪理论和循环周期理论。

三、证券组合分析法

（一）定义

证券组合分析法是根据投资者对收益率和风险的共同偏好以及投资者的个人偏好确定投资者的最优证券组合，并进行组合管理的方法。

（二）理论基础

对于传统的证券组合管理理论而言，以多元化证券组合来有效降低非系统性风险是证券组合分析的理论基础。

对于现代证券组合管理理论而言，马柯威茨的均值方差模型是证券组合分析首要的理论基础，夏普的“单因素模型”“多因素模型”和夏普、特雷诺、詹森的资本资产定价模型（CAPM），以及罗斯的套利定价模型（APT），又进一步扩充了该方法在实践运用中的理论基础。

具体而言，证券组合管理理论认为，证券或证券组合的收益由它的期望收益率表示，而风险则由其期望收益率的方差来衡量。期望收益率和方差要成为收益率分布的良好特征要求收益率服从正态分布。证券的期望收益率由于受某些因素的影响而呈现出正相关、负相关或不相关。理性投资者具有在期望收益率既定的条件下选择风险最小的证券和在风险既定的条件下选择期望收益率最高的证券这两个共同特征，即风险厌恶假设和不满足假设，符合这两个假设的证券组合被称为有效组合。

（三）内容

根据证券组合管理理论进行投资：

首先，是基于历史数据计算出所考虑的每一只证券的期望收益率和方差；

然后，用线性规划或其他方法确定有效组合；

最后，根据投资者的无差异曲线确定投资者最满意的证券组合。

四、证券投资分析应注意的问题

复习与思考题

什么是证券投资？什么是证券投资分析？

证券投资分析的意义有哪些？证券投资的目的是什么？

什么是有效市场？有效市场假设理论是什么？

证券投资分析的主要方法有哪些？

第二章 有价证券的投资价值分析

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握债券的投资价值分析，包括影响债券投资价值的主要因素、债券价值的计算公式、债券收益率的计算以及债券的利率期限结构；股票的投资价值分析，包括影响股票投资价值的主要因素、股票内在价值的计算方法（现金流贴现模型、零增长模型、不变增长模型以及可变增长模型）、市盈率估价方法；其他有价证券的价值分析。

本章重点：债券的投资价值分析，包括影响债券投资价值的主要因素、债券价值的计算公式、债券收益率的计算以及债券的利率期限结构；股票的投资价值分析，包括影响股票投资价值的主要因素、股票内在价值的计算方法（现金流贴现模型、零增长模型、不变增长模型以及可变增长模型）、市盈率估价方法。

学时分配：本章总课时为 9 课时

第一节 债券的投资价值分析

一、影响债券投资价值的因素

- （一）影响债券定价的内部因素
- （二）影响债券定价的外部因素

二、债券价值的计算公式

（一）假设条件

在对债券定价进行研究之前，首先应假定：债券不存在信用风险或违约风险；不考虑通货膨胀对债券收益的影响。

（二）货币的时间价值、终值和现值

1. 货币的时间价值——是指在一定利率下，用货币进行投资的机会是有价值的，这个价值被称为货币的时间价值。

2. 终值的计算

$$p_n = p_0(1 + r)^n \quad (2.1)$$

或

$$p_n = p_0(1 + rn) \quad (2.2)$$

3. 现值的计算

$$p_0 = \frac{p_n}{(1+r)^n} \quad (2.3)$$

$$p_0 = \frac{p_n}{1 + rn} \quad (2.4)$$

可见：现值是终值的逆运算，从终值的公式，可以推出现值公式。

若按单利计息，复利贴现，得出现值公式为：

$$p_0 = \frac{M(1+r \cdot n)}{(1+r)^n}$$

现值一般有两个特征：——当终值确定时：贴现率越高，现值就越低。

——当利率和终值确定时：期限越长，现值就越低。

（三）一次还本付息债券的定价公式

债券定价时的条件：预期货币收入，必要收益率。

在最简单的债券定价中（即对一次还本付息的债券来说）：其预期货币收入是期末一次性支付的利息和本金；其必要收益率参照可比债券确定。所以：

——如果一次还本付息债券：按单利计息，按单利贴现，其定价公式为：

$$P = \frac{M(1+i \cdot n)}{1+r \cdot n} \quad (2.5)$$

——如果一次还本付息债券：按单利计息，按复利贴现，其定价公式为：

$$P = \frac{M(1+i \cdot n)}{(1+r)^n} \quad (2.6)$$

——如果一次还本付息债券：按复利计息，按复利贴现，其定价公式为：

$$P = \frac{M(1+i)^n}{(1+r)^n} \quad (2.7)$$

贴现债券价格的计算：

贴现债券可以把面值视为贴现债券到期的本息和，参照一次还本付息债券的估价公式可计算出贴现债券的内在价值。

（四）附息债券的定价公式

1. 一年付息一次债券的定价公式

对一年付息一次的债券来说，贴现方法有复利贴现和单利贴现：

——如果按复利贴现，其定价公式为：

$$\begin{aligned} P &= \frac{C}{1+r} + \frac{C}{(1+r)^2} + \cdots + \frac{C}{(1+r)^n} + \frac{M}{(1+r)^n} \\ &= \sum_{t=1}^n \frac{C}{(1+r)^t} + \frac{M}{(1+r)^n} \end{aligned} \quad (2.8)$$

——如果按单利贴现，其定价公式为：

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{C}{(1+t \cdot r)} + \frac{M}{(1+n \cdot r)} \quad (2.9)$$

式中：

P—债券的价格；C—每年支付的利息；M—票面价值；

n——所余年数；r——必要收益率；t——第t次。

2. 半年付息一次债券的定价公式

对半年付息一次的债券来说：第一，贴现利率采用半年利率，通常是将给定的年利率除以2（或年利息支付次数）。第二，到期前剩余的时期数乘以半年为单位予以计算，通常是将以年为单位计算的剩余时期数乘以2（或每年支付利息的次数）。则公式为：

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{C}{(1+r)^t} + \frac{M}{(1+r)^n} \quad (2.10)$$

或

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{C}{(1+t \cdot r)} + \frac{M}{(1+n \cdot r)} \quad (2.11)$$

三、债券收益率的计算

内部到期收益率——在投资学中被定义为：把未来的投资收益折算成现值，使之成为购买价格或初始投资额的贴现收益率。

对一年付息一次的债券来说，可用下列公式得出到期收益率：

$$P = \frac{C}{1+Y} + \frac{C}{(1+Y)^2} + \dots + \frac{C}{(1+Y)^n} + \frac{F}{(1+Y)^n} \quad (2.12)$$

已知 P、C、F 和 n 的值，带入上式，在计算机上用试错法便可算出 Y 的数值。

就半年付息一次的债券来说，将半年利率（或称周期性收益率）Y 乘 2 便得到年到期收益率，此年收益低估了实际年收益而被称为债券等价收益率。

四、债券转让价格的近似计算

（一）贴现债券的转让价格

贴现债券的买入价格的近似计算公式

贴现债券的卖出价格的近似计算公式

（二）一次还本付息债券的转让价格

一次还本付息的债券买入价格的近似计算公式

一次还本付息的债券卖出价格的近似计算公式

（三）附息债券的转让价格。

五、债券的利率期限结构

（一）利率期限结构的概念

（二）利率期限结构的类型

（三）利率期限结构的理论

1. 市场预期理论

2. 流动性偏好理论

3. 市场分割理论

第二节 股票投资价值的分析

一、影响股票投资价值的因素

（一）影响股票投资价值的内部因素

（二）影响股票投资价值的外部因素

二、股票内在价值的计算方法

（一）现金流贴现模型

现金流贴现模型是用收入的资本化定价方法决定普通股票内在价值的方法。因此，股票的内在价值是由预期支付的股利的贴现值决定的。

而通过贴现现金流模型可以计算股票的内在价值，其一般公式如下：

$$V = \frac{D_1}{(1+k)^1} + \frac{D_2}{(1+k)^2} + \frac{D_3}{(1+k)^3} + \cdots + \frac{D_t}{(1+k)^t}$$

$$= \sum_{t=1}^{\infty} \frac{D_t}{(1+k)^t} \quad (2.14)$$

在（2.14）式中，假定：贴现率始终一样。我们引入净现值的概念。

净现值——等于内在价值与成本之差，即：

$$NPV = V - P$$

$$= \sum_{t=1}^{\infty} \frac{D_t}{(1+k)^t} - P$$

如果 $NPV > 0$ ，则：预期现金流入的净现值之和大于投资成本，即这种股票的价格被低估，应该购买该股票；

如果 $NPV < 0$ ，则：预期现金流入的净现值之和小于投资成本，即这种股票的价格被高估，不该购买该股票。

（二）内部收益率

内部收益率——是使净现值等于零的贴现率。

用 k^* 表示内部收益率，根据内部收益率的定义可得下式：

$$NPV = V - P = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{D_t}{(1+k^*)^t} - P = 0$$

$$\therefore P = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{D_t}{(1+k^*)^t} \quad (2.15)$$

可见，内部收益率是使未来股息流贴现值恰好等于股票市场价格的贴现率。

由方程（2.15）可以求出内部收益率 k^*

把内部收益率 k^* 与具有同等风险水平股票的必要收益率 k 相比较：

如果 $k^* > k$ ，则应该购买这种股票；

如果 $k^* < k$ ，则不该购买这种股票。

运用现金流贴现模型决定普通股票内在价值的难点：即投资者必须预测所有未来不同时期分配的股利数额。因为公司经营具有不确定性，因此对公司无限期发放股利应做一些假定，即应对股利增长率做出假定，以便计算股票的内在价值。

对股利增长率来说：时点 t 的每股股利为：

$$D_t = D_{t-1}(1 + g_t) \quad (2.16)$$

$$\text{或} \quad g_t = \frac{D_t - D_{t-1}}{D_{t-1}} \quad (2.17)$$

由于对股利增长率的假定不同，就会有不同的贴现现金流模型：

——零增长模型

——不变增长模型

——可变增长模型

（二）零增长模型

1. 公式

零增长模型假定：股利增长率等于零，即 $g = 0$ ，也即未来股利按一个固定数量支付。

根据这个假定，我们用 D_0 来替换方程（2.13）中的 D_t ，得：

$$\begin{aligned} V &= \sum_{t=1}^{\infty} \frac{D_0}{(1+k)^t} \\ &= D_0 \sum_{t=1}^{\infty} \frac{1}{(1+k)^t} \end{aligned} \quad (2.18)$$

因为 $k > 0$ ，按照数学中无穷级数的性质，可知

$$\sum_{t=1}^{\infty} \frac{1}{(1+k)^t} = \frac{1}{k}$$

代入方程（2.18）中，得出零增长模型公式：

$$V = \frac{D_0}{k} \quad (2.19)$$

2. 内部收益率

零增长模型也可用于计算投资零增长证券的内部收益率。

如果用证券的当前价格 P 代替 V ，用 k^* （内部收益率）代替 k ，零增长模型可变形为：

$$P = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{D_0}{(1+k^*)^t} = \frac{D_0}{k^*} \quad (2.20)$$

则：

$$k^* = \frac{D_0}{P} \quad (2.21)$$

3. 应用

（三）不变增长模型

1. 公式

不变增长模型可以分为两种形式：一种是股息按照不变增长率增长，另一种是股息以固定不变的绝对值增长。相比之下，前者比后者更为常见。

如果假设股利按不变的增长率增长，则可建立不变增长模型。

假设时期 t 的股利为：

$$D_t = D_{t-1} \times (1+g) = D_0 \times (1+g)^t$$

将上式中的

$D_t = D_0 \times (1+g)^t$ 代入现金流贴现模型（2.14）式可得：

$$V = \sum_{t=1}^{\infty} D_0 \frac{(1+g)^t}{(1+k)^t} = D_0 \sum_{t=1}^{\infty} \frac{(1+g)^t}{(1+k)^t}$$

运用数学中无穷级数的性质，如果 $k > g$ ，可得：]

$$\sum_{t=1}^{\infty} \frac{(1+g)^t}{(1+k)^t} = \frac{1+g}{k-g}$$

从而，得出不变增长模型：

$$V = D_0 \frac{1+g}{k-g} \quad (2.22)$$

由于 $D_t = D_0(1+g)$ ，有时方程 (2.17) 又可写成如下形式：

$$V = \frac{D_1}{k-g} \quad (2.23)$$

2. 内部收益率

不变增长模型同样可用于计算股票的内部收益率，用股票的市场价格 P 代替 V ；用 k^* 代替 k ，其结果是：

$$P = D_0 \frac{1+g}{k^*-g} \quad (2.24)$$

则

$$k^* = \frac{D_0(1+g)}{P} + g = \frac{D_1}{P} + g \quad (2.25)$$

3. 应用（与零增长模型的关系）

（四）可变增长模型（多元增长模型）

首先，考察可变增长模型中的二元增长模型：

1. 公式

二元增长模型假定：在时间 L 以前，股息以一个不变的增长速度 g_1 增长，

在时间 L 以后，股息以另一个不变增长速度 g_2 增长。

在此假定下，可以建立二元可变增长模型：

$$\begin{aligned} V &= \sum_{t=1}^L D_0 \frac{(1+g_1)^t}{(1+k)^t} + \sum_{t=L+1}^{\infty} D_L \frac{(1+g_2)^{t-L}}{(1+k)^t} \\ &= \sum_{t=1}^L D_0 \frac{(1+g_1)^t}{(1+k)^t} + \frac{1}{(1+k)^L} \times \sum_{t=L+1}^{\infty} D_L \frac{(1+g_2)^{t-L}}{(1+k)^{t-L}} \\ &= \sum_{t=1}^L D_0 \frac{(1+g_1)^t}{(1+k)^t} + \frac{1}{(1+k)^L} \times \frac{D_{L+1}}{(k-g_2)} \end{aligned} \quad (2.26)$$

其中，

$$D_{L+1} = D_0(1+g_1)^L \times (1+g_2)$$

2. 内部收益率

在可变增长模型中，用股票的市场价格 P 代替 V ， k^* 代替 k ，同样可以计算出内部收益率 k^* 。

3. 应用

三、股票市场价格的计算方法——市盈率估价法

市盈率（本益比或价格收益比）是每股市价与每股收益之间的比率。

其公式为：市盈率 = 每股市价 / 每股收益

如果已知股票的市盈率和每股收益，就能计算出股票价格。

每股收益可以从上市公司披露的财务报表或盈利预测中取得；

市盈率可以通过以下方法取得：

（一）简单估计法

1. 利用历史数据进行估计

（1）算术平均数法

（2）趋势调整法

（3）回归调整法

2. 市场决定法

（1）市场预期回报率倒数法

（2）市场归类决定法

（二）回归分析法

第三节 其他有价证券的投资价值分析

一、证券投资基金的价值分析

单位资产净值 = (基金资产总值 - 各种费用) / 基金单位数量

一般来说，基金单位的资产净值与其价格成正比例关系。

1. 封闭式基金的价值分析

（1）发行价格

（2）交易价格。

2. 开放式基金的价格决定

（1）申购价格

（2）赎回价格

二、可转换证券的价值分析

1. 可转换证券的价值

（1）可转换证券的投资价值一是指它不具有转换选择权的一种证券的价值。

（2）可转换证券的转换价值一是它所转换的股票的市价，它等于该股票的每股市价与转换比率的乘积。其公式为：

转换价值 = 股票市价 × 转换比例

（3）可转换证券的理论价值一也称内在价值，是指将可转换证券转股前的利息收入和转股时的转换价值按适当的必要收益率折算的现值。

（4）可转换证券的市价一是可转换证券的市价。可转换债券的市价一般在其投资价值和转换价值之上。

2. 可转换证券的转换平价

可转换证券的转换平价——是指使可转换证券的市价（即市价）

等于该可转换证券的转换价值的转换股票的每股价格。

即：转换平价 = 可转换证券的市场价格 / 转换比例

——可转换证券的转换升水及公式：

转换升水 = 可转换证券的市场价格 - 可转换证券的转换价值，

转换升水比例及公式：

转换升水比率 = 转换升水 / 可转换证券的转换价值 $\times 100\%$

= (转换平价 - 转换股票的市场价格) / 转换股票的市场价格 $\times 100\%$

——可转换证券的转换贴水及公式：

转换贴水 = 可转换证券的转换价值 - 可转换证券的市场价格

转换贴水比例及公式：

转换贴水比率 = 转换贴水 / 可转换证券的转换价值 $\times 100\%$

= (转换股票的市场价格 - 转换平价) / 转换股票的市场价格 $\times 100\%$

三、认股权证的价值分析

1. 认股权证的理论价值

股票的市场价格与认股权证的认购股票的价格之间的差额就是认股权证的理论价值，其公式如下：

认股权证的理论价值 = 股票的市场价格 - 认股权证的认股价格

认股权证的溢价及公式：认股权证的溢价 = 认股权证的市场价格 - 理论价值

= (认股权证的市场价格 - 认购股票的市场价格) + 认股价格

2. 认股权证的杠杆作用

复习与思考题

影响债券投资价值的主要因素有哪些？

如何计算债券的价值以及债券的收益率？

债券的利率期限结构理论是什么？

影响股票投资价值的主要因素有哪些？

如何计算股票的内在价值（现金流贴现模型、零增长模型、不变增长模型以及可变增长模型）、如何利用市盈率对股票进行估价？

如何计算证券投资基金的价值？

如何计算可转换证券的价值？

如何计算认股权证的价值？

第三章 宏观经济分析

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握宏观经济分析的意义和方法、熟悉宏观经济各个主要变量及其对证券市场的影响、通过宏观经济运行分析、宏观经济政策分析以及国际金融市场环境分析了解其对证券市场的影响作用，熟悉和了解股票市场的供求关系。

本章重点：宏观经济各重要指标及其变化，宏观金融政策和财政政策及其对宏观经济的调控作用，以及其对证券市场的影响作用，股票市场的供求关系。

学时分配：本章总课时为 9 课时

第一节 宏观经济分析概述

一、宏观经济分析的意义与方法

（一）宏观经济分析的意义

1. 宏观经济分析可以把握证券市场的总体变动趋势
2. 宏观经济分析可以判断整个证券市场的投资价值
3. 宏观经济分析可以把握宏观经济政策对证券市场的影响力度与方向

（二）宏观经济分析的基本方法

1. 总量分析法
2. 结构分析法
3. 宏观分析资料的搜集与处理

二、评价宏观经济形势的基本变量

（一）国民经济总体指标

1. 国内生产总值（GDP）
2. 工业增加值
3. 失业率
4. 通货膨胀
5. 国际收支

（二）投资指标

1. 政府投资
2. 企业投资
3. 外商投资

（三）消费指标

1. 社会消费品零售总额
2. 城乡居民储蓄存款余额

（四）金融指标

1. 总量指标

（1）货币供应量

货币供应量——是单位和居民个人在银行的各项存款和手持现金之和，其变化反映着中央银行货币政策的变化，对企业生产经营、金融市场尤其是证券市场的运行和居民个人的投资行为有着重

大的影响。

中央银行一般根据宏观监测和调控的需要，根据流动性的大小将货币供应量划分为不同的层次。我国现行货币统计制度将货币供应量划分为三个层次：

- ①流通中的现金（用符号 M_0 表示）
- ②狭义货币供应量（用符号 M_1 表示）
- ③广义货币供应量（用符号 M_2 表示）

M_2 与 M_1 的差额，通常称为准货币。

（2）金融机构各项存贷款余额。

（3）金融资产总量。

2. 利率

利率——是利息额与本金的比率。利率直接反映的是信用关系中：债务人使用资金的代价，债权人出让资金使用权的报酬。

从宏观经济分析的角度看，利率的波动反映出资金供求的变动状况。

利率有多种分类，从而形成利率的结构。

(1) 贴现率与再贴现率。

(2) 同业拆借利率。

(3) 回购利率

(4) 各项存贷款利率。

3. 汇率

汇率——是外汇市场上一国货币与外国货币相互交换的比率。

国际金融市场上的外汇汇率的决定是由一国货币所代表的实际社会购买力平价和自由市场对外汇的供求关系决定的。

汇率变动是国际市场商品和货币供求关系的综合反映：当汇率降低时，本币贬值，国外的本币持有人就会抛出自国货币，或者加快从国内市场购买商品的速度；对于国内来说，一方面是流回国内的本币增多，另一方面是从国内流出的商品增多，出口量扩大，这就形成了国内需求的增大和供给的减少。当汇率提高时，本币升值，国外对本币的需求增大以及流出增加，同时对国内的进口增加，这就一方面使国内需求减少，另一方面使国内供给增加。

影响一国汇率变化的主要因素有国际收支状况、通货膨胀率、利率和经济增长率等。同样，汇率变动也会对本国的经济产生影响。

4. 外汇储备

外汇储备——是一国对外债权的总和，主要用于偿还外债和支付进口，是国际储备的一种。一国当前的外汇储备是以前各期国际收支顺差的累计结果。

国际储备包括外汇储备、黄金储备、特别提款权和国际货币基金组织（IMF）的储备头寸。我国的国际储备主要由黄金和外汇储备构成。

外汇储备的变动是由国际收支的差额引起的。

在国际收支账户中，经常账户和资本账户都会发生差额，但如果两者方向不同，就会相互抵销。只有在国际收支账户上的所有项目综合起来发生综合差额，才会引起国际储备变动，特别是外汇储备变动。

（五）财政指标

1. 财政收入

财政收入——是指国家财政参与社会产品分配所取得的收入，是实现国家职能的财力保证。

主要包括：（1）各项税收：包括增值税、营业税、消费税、土地增值税、城市维护建设税、

资源税、城市土地使用税、印花税、个人所得税、企业所得税、关税、农牧业税和耕地占用税等。

(2) 专项收入：包括征收排污费收入、征收城市水资源费收入、教育费附加收入等；(3) 其他收入：包括基本建设贷款归还收入、基本建设收入、捐赠收入等。(4) 国有企业计划亏损补贴：这项为负收入，冲减财政收入。

2. 财政支出

财政支出——是指国家财政将筹集起来的资金进行分配使用，以满足经济建设和各项事业的需要。

主要包括：基本建设支出、企业挖潜改造资金、地质勘探费用、科技三项费用（即新产品试制费、中间试验费、重要科学研究补助费）、支援农村生产支出、农林水利气象等部门的事业费用、工业交通商业等部门的事业费、文教科学卫生事业费、抚恤和社会福利救济费、国防支出、行政管理费和价格补贴支出。

上述财政支出可归类为两部分：一部分是经常性支出，包括政府的日常性支出、公共消费产品的购买、经常性转移等；另一部分是资本性支出，就是政府的公共性投资支出，包括政府在基础设施上的投资、环境改善方面的投资以及政府储备物资的购买等。

这两部分支出的变化对国内总供需的影响是不同的。

3. 财政赤字或财政结余

财政收入与财政支出的差额会造成财政赤字或财政结余。

——财政收入大于财政支出表现为财政结余；

——财政收入小于财政支出则表现为财政赤字。

财政赤字过大，会引起社会总需求的膨胀，最终造成社会总供求的失衡。

财政结余过大，会引起社会总需求的不足，最终也会造成社会总供求的失衡。

第二节 宏观经济分析与证券市场

一、宏观经济运行分析

（一）宏观经济运行对证券市场的影响

证券市场素有“经济晴雨表”之称，它表明一方面，证券市场是宏观经济的先行指标；另一面，宏观经济的走向趋势决定了证券市场的长期趋势。

宏观经济运行对证券市场的影响，主要通过以下途径实现：

1. 企业经济效益
2. 居民收入水平
3. 投资者对股价的预期
4. 资金成本

（二）宏观经济变动与证券市场波动的关系

1. GDP 变动与证券市场波动
2. 经济周期变动与证券市场波动
3. 通货变动

(1) 通货膨胀对证券市场的影响。

(2) 通货紧缩对证券市场的影响。

二、宏观经济政策分析

（一）财政政策

财政政策——是政府依据客观经济规律制定的指导财政工作和处理财政关系的一系列方针、准则和措施的总称。

1. 财政政策的手段及其对证券市场的影响
2. 财政政策的种类及其对证券市场的影响
3. 财政政策对证券市场的影响分析应注意的问题

（二）货币政策

1. 货币政策及其作用

货币政策——是指政府为实现一定的宏观经济目标所制定的关于货币供应和货币流通组织管理的基本方针和基本准则。

货币政策对宏观经济的调控作用：

通过调控货币供应总量，保持社会总供给与总需求的平衡。

（2）通过调控利率和货币总量控制通货膨胀，保持物价总水平的稳定。

（3）调节国民收入中消费与储蓄的比例。

（4）引导储蓄向投资转化并实现资源的合理配置。

2. 货币政策工具

货币政策工具——是指中央银行为实现货币政策目标所采用的政策手段。

货币政策工具可分为：

（1）一般性政策工具

一般性政策工具是指中央银行经常采用的三大政策工具，包括：

- 1) 法定存款准备金率
- 2) 再贴现政策。
- 3) 公开市场业务。

（2）选择性政策工具

随着中央银行宏观调控作用的加强，货币政策工具也趋向多元化，因而出现了一些供选择使用的新措施，这些措施被称为选择性货币政策工具。包括：

- 1) 直接信用控制
- 2) 间接信用指导
3. 货币政策的运用

货币政策的运用——是指中央银行根据经济形势，采取适当的政策措施调控货币供应量和信用规模，以此影响整体经济的运行。

(1)紧的货币政策

(2)松的货币政策

4. 货币政策对证券市场的影响

- (1)利率对证券市场的影响
- (2)公开市场业务对证券市场的影响
- (3)调节货币供应量对证券市场的影响
- (4)选择性货币政策工具对证券市场的影响。

（三）收入政策

1. 收入政策概述

收入政策——是国家为实现宏观调控总目标和总任务，针对居民收入水平高低、收入差距大小在分配方面制定的原则和方针。

收入政策目标包括收入总量目标和收入结构目标。

2. 我国收入政策的变化及其对证券市场的影响

我国的个人收入分配政策是以按劳分配为主体、多种分配方式并存的收入分配政策。在以劳动收入为主体的前提下，国家依法保护法人和居民的一切合法收入和财产，鼓励城乡居民储蓄和投资，允许属于个人的资本等生产要素参与分配。

收入分配格局的变化，导致我国民间金融资产大幅增加，同时导致对证券投资的需求增加，从而促进证券市场规模的扩大和证券价格水平的逐步提高。

着眼于短期供求总量均衡的收入总量调控通过财政政策和货币政策来进行，因而收入总量调控通过财政政策和货币政策的传导对证券市场产生影响。

三、国际金融市场环境对我国证券市场的影响分析

证券市场仅仅是国际金融市场的一部分，国际证券市场受其他市场的影响，对一国证券市场的影响是通过该国国内其他金融市场的传导而发生的。

加入 WTO 之后，我国资本市场将逐步开放。目前，人民币还没有实现完全自由兑换，同时，证券市场也是有限开放。因此，我国的证券市场相对比较独立，受国际金融市场直接冲击的影响较小。但随着经济全球化的发展，我国经济与世界经济的联系日趋紧密，因此，国际金融市场的剧烈动荡最终会通过各种途径影响我国的证券市场。具体表现如下：

- （一）国际金融市场动荡，通过人民币汇率预期影响证券市场
- （二）国际金融市场动荡对我国证券市场的影响

第三节 股票市场的供求关系

一、股票市场供给的决定因素与变动特点

股票市场的供给主体就是上市公司，上市公司的数量和质量构成了股票市场的供给方。决定上市公司数量的主要因素：

- （一）宏观经济环境
- （二）制度因素
- （三）上市公司质量

二、股票市场需求的决定因素与变动特点

股票市场的需求即股票市场的资金量供给，是指能够进入股票市场购买股票的资金总量。股票市场需求主要受以下因素影响：

- （一）宏观经济环境
- （二）政策因素
- （三）居民金融资产结构的调整
- （四）机构投资者的培育和壮大
- （五）资本市场的对外开放

复习与思考题

宏观经济分析的意义如何？宏观经济的分析方法有哪些？

宏观经济总量指标有哪些？其如何反映宏观经济的发展状况？

投资与经济增长的关系如何？直接投资与间接投资的关系如何？及其对证券市场的影响怎样？

收入、储蓄和消费、投资之间的关系及其对证券市场的影响？

金融指标、利率、汇率及国际储备及其对证券市场的影响如何？

证券市场与宏观经济的关系？证券市场波动与宏观经济周期的关系？

财政政策、货币政策及其对证券市场的影响作用？

股票市场的供给、股票市场的需求及其相互之间的关系？

第四章 行业分析

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和了解行业的概念、行业分析的意义，行业划分的方法和上市公司的行业分类；熟悉行业的市场结构特征，经济周期与行业发展的关系，增长型行业、周期型行业及防守型行业及其行业的生命周期；影响行业兴衰的主要因素；行业分析的方法。

本章重点：行业的概念、行业划分的方法和上市公司的行业分类；经济周期与行业发展的关系，增长型行业、周期型行业及防守型行业的划分及其与经济周期的关系；影响行业兴衰的主要因素；行业分析的方法。

学时分配：本章总课时为 6 课时

第一节 行业分析概述

一、行业的含义和行业分析的意义

（一）行业的含义

所谓行业是指在国民经济中从事相同性质的生产或其他相同经济活动的经营单位和个体等构成的组织结构体系。例如：林业、汽车业、银行业、房地产业等等。

行业和产业的区别：

产业一般具有三个特点：

- （1）规模性。
- （2）职业化。
- （3）社会功能性。

行业虽也具有职业化和社会功能性方面的特点，但在规模上一般没有要求。

（二）行业分析的意义

行业分析的主要任务：

解释——行业所处的发展阶段及其在国民经济中的地位，

分析——影响行业发展的各种因素，判断其对行业的影响力度，

预测——行业未来发展趋势，判断行业投资价值，

揭示——行业投资风险，为政府部门、投资者和其他机构提供投资决策依据。

行业分析与宏观经济分析和公司分析的关系。

行业经济是宏观经济的组成部分，宏观经济活动是行业经济活动的总和。

随着投资的全球化趋势，还需要对各国的宏观经济进行分析。但是，宏观经济分析并不能提供具体的投资领域和投资对象，因此，还需要行业分析和公司分析。

行业分析是公司分析的前提，也是宏观分析和公司分析的桥梁。

行业是决定公司投资价值的重要因素之一。

行业分析和公司分析的关系是相辅相成的关系。这表现在两个方面：

- 一是，同一行业的上市公司，其投资价值会因公司的不同而不同；
- 二是，不同行业的上市公司，其投资价值会因行业的不同而不同。

二、行业划分的方法

(一) 道一琼斯分类法

(二) 标准行业分类法

联合国经济和社会事务统计局制定的《全部经济活动国际标准行业分类》。

(三) 我国国民经济行业的分类

1985 年,我国国家统计局明确划分三大产业。

第一产业: 农业(包括林业、牧业、渔业等);

第二产业: 工业(包括采掘业、制造业、自来水、电力、煤气)和建筑业;

第三产业: 除第一、二产业以外的各行业, 主要是提供各种劳务的服务性行业。具体包括: 交通运输业、邮电通信业、仓储业、金融保险业、餐饮业、房地产业、社会服务业等。

1994 年, 推出《中华人民共和国国家标准〈GB/T4754-94〉》第一次对我国国民经济行业分类进行了详细的划分。

2002 年, 推出《国民经济行业分类》国家标准〈GB/T4754-2002〉。新标准共有行业门类 20 个、行业大类 95 个、行业中类 396 个、行业小类 913 个, 基本反映了我国目前行业结构的状况。

(四) 我国上市公司行业分类

我国证券市场建立之初, 上海交易所的分类: 工业、商业、地产业、公用事业和综合等五类; 深圳交易所的分类: 工业、商业、地产业、公用事业、金融业和综合等六类。

2001 年, 中国证监会公布了《上市公司行业分类指引》。

1. 分类对象与适用范围

2. 分类原则与方法

3. 编码方法

4. 管理机构

《指引》将上市公司共分成 13 个门类, 90 个大类, 288 个中类。

5. 分类结构与代码

第二节 行业的一般特征分析

一、行业的市场结构分析

(一) 完全竞争

(二) 垄断竞争

(三) 寡头垄断

(四) 完全垄断

二、经济周期与行业分析

行业的增长或衰退与国民经济的周期变动关系密切, 但程度不同。由此对行业进行分类, 可以分为:

(一) 增长型行业

(二) 周期型行业

(三) 防守型行业

三、行业生命周期分析

每个行业都要经历由成长到衰退的过程，这个过程被称为行业的生命周期。

行业的生命周期一般可分为四个阶段

- (一) 幼稚期
- (二) 成长期
- (三) 成熟期
- (四) 衰退期

行业生命周期的不同阶段其价格-销售-利润-风险会有不同的特点，通过研究公司所处的行业生命周期的阶段，跟踪考察该行业的发展趋势，就可以分析行业的投资价值和投资风险。

举例说明，一些典型的行业所处的生命周期阶段，如图 4.2 所示。

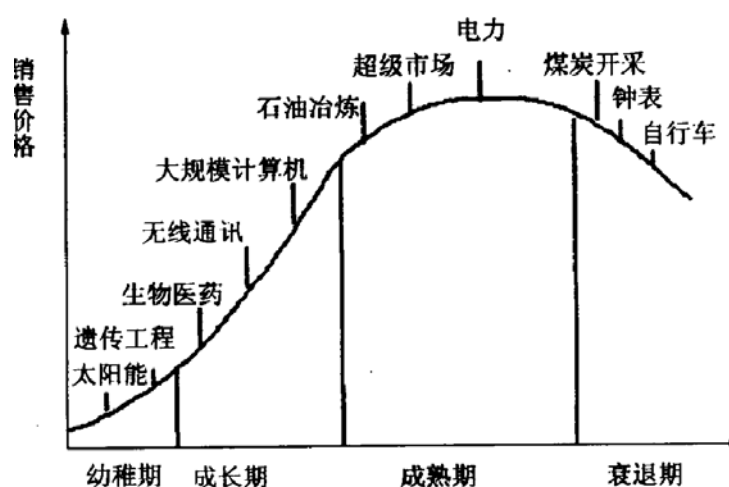


图 4-2 典型行业生命周期图示

1. 遗传工程、太阳能等行业正处于行业生命周期的幼稚期。
2. 电子信息（电子计算机及软件、通讯）生物医药等行业处于行业生命周期的成长期。其中，生物医药行业处于成长阶段的初期，无线通讯行业处于成长阶段的中期，大规模计算机行业处于成长阶段的后期。
3. 石油冶炼、超级市场和电力等行业已进入成熟期。
4. 煤炭开采、自行车、钟表等行业已进入衰退期。

对行业所处的生命周期阶段的具体判断，可从以下几个方面进行综合考察：

- 第一、行业规模
- 第二、产出增长率
- 第三、利润率水平。
- 第四、技术进步和技术成熟程度。
- 第五、开工率。
- 第六、从业人员的职业化水平和工资福利收入水平。
- 第七、资本进退。

第三节 影响行业兴衰的主要因素

一、技术进步

- (一) 当前技术进步的行业特征
- (二) 技术进步对行业的影响

二、产业政策

- (一) 产业结构政策
- (二) 产业组织政策
- (三) 产业技术政策
- (四) 产业布局政策

我国的产业政策。

美国的产业政策。

日本、西欧等国家的法规政策。

三、产业组织创新

产业组织是指同一产业内企业的组织形态和企业间的关系。包括市场结构、市场行为、市场绩效三方面的内容。

产业组织创新——是指同一产业内企业的组织形态和企业间关系的创新。

产业组织创新过程——是对影响产业组织绩效的相关要素进行整合优化的过程,是使产业组织重新获取竞争优势的过程。

四、社会习惯的改变

五、经济全球化

所谓经济全球化是指商品、服务、生产要素与信息跨国界流动的规模与形式不断增加,通过国际分工,在世界市场范围内提高资源配置效率,从而使各国经济相互依赖程度有日益加深的趋势。

- (一) 经济全球化的主要表现
- (二) 经济全球化对各国产业发展的重大影响
- (三) 加入世界贸易组织对中国各行业发展的影响

第四节 行业分析的方法

一、历史资料研究法

历史资料研究法——是以史为鉴,根据历史资料去描述、分析和解释过去的事件,发现规律,并对当前事件进行解释,对未来事件进行预测。

二、调查研究法

调查研究的形式一般有抽样调查、实地调研和深度访谈等,

通过问卷调查、访查、访谈等方法从被调查者获得资讯，并进行专题研究。

1. 问卷调查或电话访问
2. 实地调研
3. 深度访谈

三、归纳与演绎法

归纳法——是从个别到一般，从现象观察到模式总结的过程。

演绎法——是从一般到个别，从预期模式到对预期模式的验证。

演绎法是先推论后观察，归纳法是先观察后结论。

四、比较研究法

比较研究可以分为横向比较和纵向比较

横向比较——是取某一时点的状态或者某一固定时段（比如一年）的指标，在这个横截面上对研究对象及其比较对象进行比较研究。

纵向比较——是利用历史数据，如销售收入、利润、企业规模等，分析行业过去的增长情况，并据此预测行业的未来发展趋势。

1. 行业增长横向比较
2. 行业未来增长率预测

五、数理统计法

随着研究的深入，数理统计和计量经济学的理论和方法被越来越多地应用到行业分析中来。其中最常用的有相关分析、线性回归和时间数列。

相关分析——主要用于探索两个数量指标之间的依存关系。

线性回归——是对两个具有相关关系的数量指标进行线性拟合获得最佳直线回归方程，从而在相关分析的基础上进行指标预测。

时间数列——是根据数列的排列特征，来预测未来一期或若干期的指标。

1. 相关分析
 - (1) 相关关系
 - (2) 相关系数及显著性检验
2. 一元线性回归
 - (1) 回归模型
 - (2) 判定系数
 - (3) 显著性检验
 - (4) 应用
3. 时间数列
 - (1) 数列形态分类
 - (2) 自相关系数与数列的识别

复习与思考题

什么是行业？行业分析有什么意义？

行业划分的方法和上市公司的行业分类？

行业的市场结构特征怎样？经济周期与行业发展的关系如何？

增长型行业、周期型行业及防守型行业及的特点有什么不同？

行业的生命周期是如何划分的？

影响行业兴衰的主要因素有哪些？

行业分析的方法有哪些？

第五章 公司分析

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和了解公司的概念和公司分析的意义；熟悉公司的行业地位分析、经济区位分析、产品分析、经营能力分析和成长性分析等；掌握公司的财务分析；熟悉公司资产重组及关联交易分析。

本章重点：公司的行业地位分析、经济区位分析、产品分析、经营能力分析和成长性分析等；公司的财务分析；公司资产重组及关联交易分析。

学时分配：本章总课时为 6 课时

第一节 公司分析概述

一、公司的含义

公司是指依法设立的从事经济活动并以营利为目的的企业法人。

根据《公司法》，公司是指全部资本由股东出资构成，股东以其出资额所持股份为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司债务承担责任的企业法人。

根据股票是否上市流通，公司分为上市公司和非上市公司。

根据《公司法》，上市公司是指其所发行的股票经国务院或国务院授权证券管理部门批准在证券交易所上市交易的股份有限公司。

二、公司分析的意义

第二节 公司基本分析

一、公司行业地位分析

公司行业地位分析的目的是确定公司在行业中的地位。

比如：

- 是否为行业龙头企业，
- 是否在价格上具有影响力，
- 是否具有竞争优势等。

行业的盈利能力反映了行业在国民经济中的地位；公司的盈利能力则反映了公司在行业中的地位。那些获利能力强的公司，在行业内的地位更高，竞争更具优势。衡量公司行业地位的主要指标是行业综合排序、产品的市场占有率和市场覆盖率。

二、公司经济区位分析

区位，即经济区位是指地理范畴上的经济增长点及其辐射范围。

公司的投资价值与区位经济的发展关系密切：

- 处在经济区位内的上市公司，一般具有较高的投资价值。
- 处在经济区位外的上市公司，一般具有较低的投资价值。

对上市公司进行区位分析，就是将公司的价值分析与区位经济的发展联系起来，以便分析上市

公司未来发展的前景，确定上市公司的投资价值。

区位分析涉及以下内容：

- （一）区位内的自然条件与基础条件
- （二）区位内的产业政策
- （三）区位内的经济特色

三、公司产品分析

（一）产品的竞争能力

- 1. 成本优势
- 2. 技术优势
- 3. 质量优势

（二）产品的市场占有率

市场占有率可从两个方面进行考察：

其一，产品的区域分布（产品的市场覆盖率）。

其二，产品的市场占有率。

（三）产品的品牌战略

品牌是商品名称和商标的总称，通过品牌可以区别不同公司的产品和服务。

品牌不仅是产品的标识，而且是产品质量、性能、售后服务等的综合体现。

品牌竞争是产品竞争的深化和延伸，当产业发展进入成熟阶段、企业竞争全面展开时，产品竞争及公司竞争就集中表现为品牌的竞争。

品牌具有开拓市场的多种功能：一是品牌具有创造市场的功能，

二是品牌具有联合市场的功能，

三是品牌具有巩固市场的功能。

四、公司经营能力分析

（一）公司法人治理结构

狭义的公司法人治理结构是指公司董事会功能、结构和股东权利等方面的制度安排；

广义的公司法人治理结构是指企业控制权和剩余资产分配权的一整套法律、文化和制度安排，包括：人力资源管理、收益分配和激励机制、财务制度、内部制度和管理等等。

健全的公司法人治理机制应包括以下几个方面：

- 1. 规范的股权结构
- 2. 完善的独立董事制度
- 3. 监事会的独立性和监督责任
- 4. 高素质的经理层
- 5. 相关利益者参与的共同治理

（二）公司经理层的素质

所谓素质，是指一个人的品质、性格、学识、能力、体质等特性的总和。

在现代企业里，经理人员的素质是企业能否成功经营的一个重要因素，他往往决定着企业的经营成果。对经理层的素质分析是公司分析的重要组成部分。

一般，经理人员应该具备如下素质：一是从事管理工作的愿望，

二是管理和专业技术能力，

三是良好的道德品质修养，

四是人际关系协调能力。

（三）公司员工的素质和创新能力

公司员工的素质对公司发展作用极大。

公司员工应具备如下素质：

- 专业技术能力、
- 对企业的忠诚度、责任感、
- 团队合作精神、
- 创新能力等。

员工素质的分析可以判断公司的持续发展能力和创新能力。

五、公司成长性分析

（一）公司经营战略分析

经营战略——是企业为其生存和持续发展，面对激烈变化与严峻挑战的市场环境，进行的总体性谋划。它是企业发展战略的集中体现，是企业经营的长远规划，也是企业持续发展的保证。

经营战略具有全局性、长远性和纲领性的特征，它从宏观上规定了公司的成长方向、成长速度及经营战略的实现方式。由于经营战略决策直接涉及到企业的未来发展，其决策对象非常复杂，既有常规问题，又有突发性问题，不确定因素很多难。因此，对公司经营战略的评价比较困难，难以标准化。

（二）公司规模变化的特征及规模扩张的潜力分析

公司规模变化和扩张潜力一般与公司所处行业的发展阶段、市场结构、经营战略密切相关。公司规模变化的特征及规模扩张的潜力分析是从微观方面具体考察公司的成长性。因此，可从以下几个方面进行分析：

1. 公司规模扩张的原因分析
2. 纵向比较分析
3. 横向比较分析
4. 分析公司主要产品的市场前景及未来的市场份额。
分析公司投资项目和项目预期的销售和利润水平。
5. 分析公司的财务状况及公司的投资和融资能力。

六、公司基本分析的应用

- （一）分析公司所属产业
- （二）分析公司背景和历史沿革
- （三）分析公司经营管理水平
- （四）分析公司的市场营销
- （五）分析公司的研究与开发
- （六）分析公司的融资与投资

第三节 公司财务分析

一、公司财务报表

（一）资产负债表

资产负债表是反映企业在某一特定日期财务状况的会计报表，它表明权益在某一特定日期所拥有或控制的经济资源、所承担的现有义务和所有者对净资产的要求权。

资产负债表的结构是账户式结构。

资产与负债和权益的关系：总资产 = 负债 + 权益

（二）利润及利润分配表

利润表是反映企业一定期间生产经营成果的会计报表，表明企业的获利能力。利润表将一定期间的营业收入与同期的营业费用进行配比，以计算企业一定时期的净利润（或净亏损）。

利润表的主要内容：

1. 构成主营业务利润的各项要素
2. 构成营业利润的各项要素
3. 构成利润总额（或亏损总额）的各项要素
4. 构成净利润（或净亏损）的各项要素

利润分配表是反映企业一定期间对实现净利润的分配或亏损弥补的会计报表，是利润表的附表。

通过利润分配表，可以了解企业利润表上反映的净利润的分配情况或亏损的弥补情况，了解利润分配的构成以及年末未分配利润的数额。

（三）现金流量表

现金流量表——反映企业一定期间现金的流入和流出，表明企业获得现金和 现金等价物的能力。

现金流量表分为三个部分：——经营活动产生的现金流量、
——投资活动产生的现金流量、
——筹资活动产生的现金流量。

通过投资活动产生的现金流量分析，可以了解企业为获得未来收益和现金流量而导致的当期资源的转出，以及前期资源转出带来的当期现金流入。

通过筹资活动产生的现金流量分析，可以帮助投资者和债权人预计对企业未来现金流量的要求权，以及获得前期现金流入需付出的代价。

二、公司财务报表分析的目的与方法

（一）目的

财务报表分析的目的是为有关各方提供决策的信息。因使用主体不同，分析目的也不相同。

对公司经理人员来说

对投资者及潜在投资者来说

对债权人来说：

对其他使用主体来说

报表分析的目的表现在三个方面：——评价过去的经营业绩；

——衡量现在的财务状况；

——预测未来的发展趋势。

（二）报表分析的方法与原则

1. 财务报表分析的方法

财务报表的比较分析是指对两个或几个可比数据进行对比，揭示财务指标的差异和变动关系，是报表分析中的基本方法；

财务报表的因素分析是依据分析指标和影响因素的关系，从数量上确定各因素对财务指标的影

响程度。

2. 财务报表分析的原则：

坚持全面原则。

坚持考虑个性原则。

三、公司财务比率分析

财务比率是指同一张财务报表的不同项目之间、或同一时期内不同财务报表之间、及其要素之间的相互关系。

比率分析可以用当年实际比率与标准比率进行对比分析，标准比率包括：

——公司历史最好水平、

——公司当年的计划预测水平、

——同行业的先进水平或平均水平等。

财务比率分析涉及的指标很多，大致可归为以下几大类：

（一）变现能力分析

变现能力是公司产生现金的能力，它取决于可转变为现金的流动资产的多少，是考察公司短期偿债能力的关键。

反映变现能力的财务比率主要有流动比率和速动比率。

1. 流动比率

流动比率——是流动资产除以流动负债的比值。

其计算公式为： $\text{流动比率} = \text{流动资产} / \text{流动负债}$

流动比率可以反映短期偿债能力，流动资产越多，短期债务越少，则偿债能力越强。

流动资产偿还全部流动负债后的剩余是营运资金（即：流动资产—流动负债=营运资金）。因此，营运资金的多少可以反映偿还短期债务的能力。

一般认为，生产型公司合理的最低流动比率是 2。

一般情况下，营业周期、流动资产中的应收账款数额和存货的周转速度是影响流动比率的主要因素。

2. 速动比率

流动比率虽然可以用来评价流动资产总体的变现能力，但人们（特别是短期债权人）还希望获得比流动比率更进一步的有关变现能力的比率指标。这个指标被称为速动比率，也被称为酸性测试比率。

速动比率——是从流动资产中扣除存货部分，再除以流动负债的比值。

计算公式为： $\text{速动比率} = (\text{流动资产} - \text{存货}) / \text{流动负债}$

速动比率的计算将存货从流动资产中剔除反映的短期偿债能力更可靠。

一般认为，正常的速动比率为 1。

影响速动比率可信度的重要因素是应收账款的变现能力。

保守速动比率（或称超速动比率）的计算除了扣除存货外，还可扣除其他与当期现金流量无关的项目（如待摊费用等），以计算更进一步的变现能力。

其计算公式如下：

$\text{保守速动比率} = (\text{现金} + \text{短期证券} + \text{应收账款净额}) / \text{流动负债}$

3. 影响变现能力的其他因素

还有一些财务报表之外的因素也会影响变现能力及短期偿债能力。

增强公司变现能力的因素：

- (1) 可动用的银行贷款指标。
- (2) 准备很快变现的长期资产。
- (3) 偿债能力的声誉。

减弱公司变现能力的因素：

- (1) 未作记录的或有负债。
- (2) 担保责任引起的负债。

(二) 营运能力分析

营运能力——是指公司经营管理中利用资金运营的能力，一般通过公司资产管理比率来衡量，主要表现为资产管理和资产利用的效率。因此资产管理比率通常又被称为运营效率，主要包括：

1. 存货周转天数

存货周转率——是衡量和评价公司购入存货、投入生产、销售收回各环节管理状况的综合性指标。它是主营业务成本被平均存货所除得到的比率，也叫存货周转次数。用时间表示的存货周转率就是存货周转天数。其计算公式为：

$$\begin{aligned}\text{存货周转率} &= \text{主营业务成本} / \text{平均存货} \\ \text{存货周转天数} &= 360 \text{ 天} / \text{存货周转率} \\ &= 360 \text{ 天} / \text{主营业务成本} / \text{平均存货} \\ &= \text{平均存货} \times 360 \text{ 天} / \text{主营业务成本}\end{aligned}$$

一般来讲，存货周转速度越快，存货的占用水平越低，流动性越强，存货转换为现金或应收账款的速度越快。提高存货周转率可以提高公司的变现能力，存货周转速度越慢则变现能力越差。

存货周转天数（存货周转率）指标的好坏反映存货管理水平，它不仅影响公司的短期偿债能力，也是整个公司管理的重要内容。因此，除了分析批量因素、季节性生产的变化等情况外，还应应对存货的结构以及影响存货周转速度的重要项目进行分析，比如分别计算原材料周转率、在产品周转率或某种存货的周转率等。其计算公式如下：

$$\begin{aligned}\text{原材料周转率} &= \text{耗用原材料成本} / \text{平均原材料成本} \\ \text{在产品周转率} &= \text{制造成本} / \text{平均在产品存货}\end{aligned}$$

2. 应收账款周转天数

反映应收账款周转速度的指标是应收账款周转率，也就是年度内应收账款转为现金的平均次数，它说明应收账款流动的速度。用时间表示的周转速度是应收账款周转天数，也叫应收账款回收期或平均收现期，它表示公司从取得应收账款的权利到收回款项转换为现金所需要的时间。其计算公式为：

$$\begin{aligned}\text{应收账款周转率} &= \text{主营业务收入} / \text{平均应收账款} \\ \text{应收账款周转天数} &= 360 \text{ 天} / \text{应收账款周转率} \\ &= \text{平均应收账款} \times 360 \text{ 天} / \text{主营业务收入}\end{aligned}$$

一般来说，应收账款周转率越高，平均收账期越短，说明应收账款的收回越快；否则，公司的营运资金会过多地滞留在应收账款上，影响正常的资金周转。

影响该指标正确计算的因素：

- (1) 季节性经营；
- (2) 大量使用分期付款结算方式；
- (3) 大量使用现金结算的销售；
- (4) 年末销售的大幅度增加或下降。

3. 流动资产周转率

流动资产周转率——是主营业务收入与全部流动资产的平均余额的比值。

其计算公式为：流动资产周转率=主营业务收入/平均流动资产

流动资产周转率反映流动资产的周转速度，周转速度快，会相对节约流动资产，等于相对扩大资产投入，增强公司盈利能力；而延缓周转速度，需要补充流动资产参加周转，形成资金浪费，降低公司盈利能力。

4. 总资产周转率

总资产周转率——是主营业务收入与平均资产总额的比值。

其计算公式为：总资产周转率=主营业务收入/平均资产总额

该项指标反映资产总额的周转速度。周转越快，反映销售能力越强。公司可以通过薄利多销的方法，加速资产的周转，带来利润绝对额的增加。

总之，各项资产的周转指标用于衡量公司运用资产赚取收入的能力，经常和反映盈利能力的指标结合在一起使用，可全面评价公司的盈利能力。

（三）长期偿债能力分析

长期偿债能力——是公司偿付到期长期债务的能力，通常用负债比率衡量。

1. 资产负债率

资产负债率——是负债总额与资产总额之比。它可以衡量公司在清算时债权人利益的保护程度。

其计算公式如下：资产负债率 = 负债总额 / 资产总额 $\times 100\%$

这项指标反映债权人所提供的资本占全部资本的比例，也被称为举债经营比率，它有以下几个方面的含义：

首先，从债权人的立场看

其次，从股东的角度看

最后，从经营者的立场看

此外，从财务管理的角度看

2. 产权比率

产权比率——是负债总额与股东权益总额的比率，也称债务股权比率。

其计算公式如下：产权比率=负债总额/股东权益 $\times 100\%$

该指标反映由债权人提供的资本与股东提供的资本的相对关系，反映公司基本财务结构是否稳定。

3. 有形资产净值债务率

有形资产净值债务率——是公司负债总额与有形资产净值的百分比。

有形资产净值——是股东权益减去无形资产净值后的净值，即股东具有所有权的有形资产的净值。

其计算公式为：

有形资产净值债务率=负债总额/（股东权益—无形资产净值） $\times 100\%$

有形资产净值债务率也是产权比率指标的延伸，该指标更谨慎、更保守，它反映了公司在清算时，债权人的投入资本与股东权益在数额上的比较，反映其投入资本的偿还是否存在风险。

4. 已获利息倍数

已获利息倍数——是指公司经营业务收益与利息费用的比率，用以衡量偿付借款利息的能力，也叫利息保障倍数。

其计算公式如下：已获利息倍数=税息前利润/利息费用

已获利息倍数指标反映公司经营收益为所需支付的债务利息的多少倍。只要已获利息倍数足够大，公司就有充足的能力偿付利息，否则就相反。

结合这一指标，公司还可以测算长期负债与营运资金的比率，它是用长期债务与营运资金相除计算的。其计算公式如下：

长期债务与营运资金比率=长期负债/（流动资产—流动负债）

一般情况下，长期债务不应超过营运资金。长期债务会随时间延续不断转化为流动负债，并需运用流动资产来偿还。保持长期债务不超过营运资金，就不会因这种转化而造成流动资产小于流动负债，从而使长期债权人和短期债权人感到贷款有安全保障。

5. 影响长期偿债能力的其他因素

（四）盈利能力分析

1. 主营业务净利率

主营业务净利率——是指净利与主营业务收入的百分比，

其计算公式为：

主营业务净利率=净利润/主营业务收入 $\times 100\%$

2. 主营业务毛利率

主营业务毛利率——是毛利润占主营业务收入的百分比，其中毛利润是主营业务收入与主营业务成本的差。

其计算公式为：

主营业务毛利率=（主营业务收入—主营业务成本）/ 主营业务收入 $\times 100\%$

3. 资产净利率

资产净利率——是净利润与平均资产总额的百分比。

其计算公式如下：

资产净利率=净利润/平均资产总额 $\times 100\%$

影响资产净利率高低的因素主要有：

——产品的价格、

——单位成本的高低、

——产品的产量和销售的数量、

——资金占用量的大小等。

4. 净资产收益率

净资产收益率——是净利润与年末净资产的百分比，也叫净值报酬率或权益报酬率。

其计算公式为： 净资产收益率=净利润/年末净资产 $\times 100\%$

净资产收益率是反映公司所有者权益的投资报酬率的综合指标。

杜邦财务分析法（因素分析法的典型）

（五）投资收益分析

1. 每股收益

每股收益——是指本年净利润与发行在外的年末普通股总数的比值。

其计算公式为： 每股收益=净利润/发行在外的年末普通股总数

以上公式适用于本年度普通股数未发生变化的简单股权结构的上市公司。

当普通股发生增减变化时，该公式的分母应使用按月计算的“加权平均发行在外的年末普通股总数”：

$$\text{加权平均发行在外的年末普通股总数} = \frac{\sum (\text{发行在外的普通股股数} \times \text{发行在外月份数})}{12}$$

每股收益是衡量上市公司盈利能力最重要的财务指标，它反映普通股的获利水平。

2. 市盈率

市盈率——是每股市价和每股收益的比率，亦称本益比。

其计算公式为： $\text{市盈率} = \text{每股市价} / \text{每股收益}$

3. 股利支付率

股利支付率——是普通股每股股利与每股收益的百分比。

其计算公式为： $\text{股利支付率} = \text{每股股利} / \text{每股收益} \times 100\%$

该指标反映公司股利分配政策和支付股利的能力。

与股利支付率指标关系比较紧密的一个指标是“股票获利率”。

股票获利率——是指每股股利与股票市价的比率。

其计算公式如下： $\text{股票获利率} = \text{普通股每股股利} / \text{普通股每股市价} \times 100\%$

股票获利率主要应用于非上市公司的少数股权。

4. 每股净资产

每股净资产——是年末净资产（即年末股东权益）与发行在外的年末普通股总数的比值，也称为每股账面价值或每股权益。

用公式表示为： $\text{每股净资产} = \text{年末净资产} / \text{发行在外的年末普通股股数}$

这里的“年末股东权益”指扣除优先股权益后的余额。

5. 市净率

市净率——是每股市价与每股净资产的比值。

其计算公式为： $\text{市净率} = \text{每股市价} / \text{每股净资产}$

（六）现金流量分析

现金流量分析不仅要依靠现金流量表，还要结合资产负债表和利润表。

1. 流动性分析

所谓流动性——是指将资产迅速转变为现金的能力。

根据资产负债表确定的流动比率虽然也能反映流动性，但有很大的局限性。

一般来讲，真正能用于偿还债务的是现金流量，所以，现金流量和债务的比较可以更好地反映公司偿还债务的能力。

（1）现金到期债务比：

$\text{现金到期债务比} = \text{经营现金净流量} / \text{本期到期的债务}$

（2）现金流动负债比：

$\text{现金流动负债比} = \text{经营现金净流量} / \text{流动负债}$

（3）现金负债总额比：

$\text{现金负债总额比} = \text{经营现金净流量} / \text{负债总额}$

2. 获取现金能力分析

获取现金能力——是指经营现金净流入和投入资源的比值。

（1）主营业务现金比率：

$\text{主营业务现金比率} = \text{经营现金净流量} / \text{主营业务收入}$

（2）每股营业现金净流量：

$\text{每股营业现金净流量} = \text{经营现金净流量} / \text{普通股股数}$

（3）全部资产现金回收率：

$\text{全部资产现金回收率} = \text{经营现金净流量} / \text{资产总额} \times 100\%$

3. 财务弹性分析

财务弹性——是指公司适应经济环境变化和利用投资机会的能力。

这种能力来源于现金流量和现金支付的比较。现金流量超过现金支付，有剩余现金，适应性就强，财务弹性就强。

(1) 现金满足投资比率：

$$\text{现金满足投资比率} = \frac{\text{计算期经营活动现金净流量}}{\text{计算期资本支出、存货增加、现金股利之和}}$$

(2) 现金股利保障倍数：

现金股利保障倍数=每股营业现金净流量/每股现金股利

4. 收益质量分析

收益质量——是指报告收益与公司业绩之间的关系。

从现金流量表的角度来看，收益质量分析主要是分析会计收益与现金净流量的比率关系，其主要的财务比率是营运指数。

营运指数=经营现金净流量/经营所得现金

经营所得现金=经营净收益+非付现费用

=净利润—非经营收益+非付现费用

关于收益质量的信息，列示在现金流量表的补充资料中。

四、公司财务状况的综合分析

(一) 沃尔评分法

(二) 综合评价方法

五、财务分析中应注意的问题

(一) 财务报表数据的准确性、真实性与可靠性

财务报表是按会计准则编制的，合乎规范，但不一定反映该公司的客观实际。

具体表现有：

1. 报表数据未按通货膨胀或物价水平调整；
2. 非流动资产的余额，是按历史成本减折旧或摊销计算的，不代表现行成本或变现价值；
3. 有许多项目，如科研开发支出和广告支出，从理论上看是资本支出，但发生时已列作了当期费用；
4. 有些数据基本上是估计的，如无形资产摊销和开办费摊销，但这种估计未必正确；
5. 发生了非常的或偶然的事项，如财产盘盈或坏账损失，可能歪曲本期的净收益，使之不能反映盈利的正常水平。

(二) 财务分析结果的预测性调整

公司的经济环境和经营条件的变化，使原有的财务数据与新情况下的财务数据不具有直接可比性。

(三) 公司增资行为对财务结构的影响

公司的增资行为一般会改变负债和所有者权益在公司资本总额中的相对比重，因此，公司的资产负债率和权益负债比率会相应地受到影响。

1. 股票发行增资对财务结构的影响

(1) 配股增资对财务结构的影响。

(2) 增发新股对财务结构的影响。

2. 债券发行增资对财务结构的影响

3. 其他增资行为对财务结构的影响

(四) 阅读会计报表附注

会计报表附注是会计报表的补充, 主要对会计报表不能包括的内容或者披露不详尽的内容作进一步的解释说明。通过详尽地阅读会计报表附注, 能更深地理解和使用会计信息。

会计报表附注主要包括以下内容:

- 基本会计假设,
- 会计政策和会计估计的说明,
- 重要会计政策和会计估计变更的说明,
- 或有事项的说明,
- 资产负债表日后事项的说明,
- 会计报表重要项目的说明等。

第四节 公司重大事项分析

一、公司的资产重组

(一) 资产重组方式

1. 扩张型公司重组

扩张型公司重组——是指扩大公司经营规模和资产规模的重组行为。

包括:

- (1) 购买资产。
- (2) 收购公司。
- (3) 收购股份。
- (4) 合资或联营组建子公司。
- (5) 公司的合并。

2. 调整型公司重组

- (1) 股权置换。
- (2) 股权—资产置换。
- (3) 资产置换。
- (4) 资产出售或剥离。
- (5) 公司的分立。
- (6) 资产配负债剥离。

3. 控制权变更型公司重组

- (1) 股权的无偿划拨。
- (2) 股权的协议转让。
- (3) 公司股权托管和公司托管。
- (4) 表决权信托与委托书。
- (5) 股份回购。
- (6) 交叉控股。

(二) 资产重组对公司的影响

从理论上讲,资产重组可以促进资源的优化配置,有利于产业结构的调整,增强公司的市场竞争力,从而使一批上市公司由小变大,由弱变强。但在实践中,许多上市公司进行资产重组后,其经营和业绩并没有得到持续、显著的改善。究其原因,最关键的是重组后的整合不成功。

重组后的整合主要包括:——企业资产的整合、

——人力资源配置和企业文化的融合、

——企业组织的重构三个方面。

不同类型的重组对公司业绩和经营的影响也是不一样的。

——对于扩张型资产重组而言

——对于公司控制权变更型资产重组而言

——对于调整型资产重组而言

二、公司的关联交易

(一) 关联交易方式

所谓关联交易是指公司与其关联方之间发生的交换资产、提供商品或劳务的交易行为。在企业财务和经营决策中,属于下列情况之一的,就视为关联方:

一是一方有能力直接或间接控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响。

二是两方或多方同受一方控制。所谓“控制”,是指有权决定一个企业的财务和经营政策,并能据以从该企业的经营活动中获取利益,包括直接控制和间接控制两种类型。

按照交易的性质划分,关联交易可划分为:

1. 经营活动中的关联交易

(1)关联购销。

(2)费用负担的转嫁。

(3)资产租赁。

(4)资金占用。

(5)信用担保。

2. 资产重组中的关联交易

(1)资产转让和置换。

(2)托管经营、承包经营。

3. 合作投资

4. 相互持股

(二) 关联交易对公司的影响

从理论上说,关联交易属于中性交易,它既不属于单纯的市场行为,也不属于内幕交易的范畴,其主要作用:是降低企业的交易成本,促进生产经营渠道的畅通,提供扩张所需的优质资产,有利于实现利润的最大化等。但在实际操作过程中,关联交易有其非经济特性。

与市场竞争、公开竞价的方式不同,关联交易价格可由关联双方协商决定,特别是在我国评估和审计等中介机构尚不健全的情况下,关联交易就容易成为企业调节利润、避税以及为某些部门和个人获利的途径,往往使中小投资者利益受损。

三、会计政策和税收政策的变化

(一) 会计政策的变化及其对公司的影响

会计政策——是指企业在会计核算时所遵循的具体原则以及企业所采纳的具体会计处理方法。企业基本上是在法规所允许的范围内选择适合本企业实际情况的会计政策。当会计制度发生变更,

或企业根据实际情况认为需要变更会计政策时，企业可以变更会计政策。

企业的会计政策发生变更将影响公司年末的资产负债表和利润表。如果采用追溯调整法进行会计处理，则会计政策的变更将影响公司年初及以前年度的利润、净资产、未分配利润等数据。

（二）税收政策的变化及其对公司的影响

税收政策的变化也将对上市公司的业绩产生一定的影响。

复习与思考题

什么是公司和上市公司？公司分析的意义是什么？

如何对公司的行业地位、经济区位、产品、经营能力和成长性进行分析？

公司的财务报表有哪些？财务报表分析的目的与方法是什么？

公司财务比例分析的内容有哪些？

财务分析中应注意的问题有哪些？

会计报表附注的作用是什么？

开机和税收政策的变化对公司有何影响？

公司的资产重组及关联交易对公司的经营有何影响？

第六章 证券投资技术分析概述

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和了解技术分析的概念、技术分析的三大假设以及技术分析的四大要素，有关成交价格与成交量之间的规律，技术分析方法的分类和使用技术分析时应注意的问题；熟悉证券投资技术分析的理论，包括道氏理论、K 线理论、切线理论、形态理论、缺口理论、波浪理论、量价关系理论和其他技术分析理论；熟悉技术分析中的技术指标，包括移动平均线（MA）、平滑异同移动平均线（MACD）、威廉指标（WMS）和 KDJ 指标、相对强弱指标（RSI）、乖离率（BIAS）、心理线（PSY）、能量潮指标（OBV）和其它技术指标。

本章重点：技术分析的概念、技术分析的三大假设以及技术分析的四大要素，有关成交价格与成交量之间的规律；道氏理论、K 线理论、切线理论、形态理论、波浪理论、量价关系理论等；移动平均线（MA）、平滑异同移动平均线（MACD）、威廉指标（WMS）和 KDJ 指标、相对强弱指标（RSI）、乖离率（BIAS）、心理线（PSY）、能量潮指标（OBV）等技术指标。

学时分配：本章总课时为 9 课时

第一节 证券投资技术分析概述

一、技术分析的涵义

证券投资分析主要分为基本分析和技术分析。

所谓技术分析——是指对证券市场的市场行为所作的分析。

其特点——是通过对市场过去和现在的行为，应用数学和逻辑的方法，归纳和总结出一些典型的行为规律，以此预测证券市场未来的变化趋势。

市场行为包括价格的高低、价格的变化、价格变化中的成交量以及完成这些变化所经过的时间。

由于技术分析运用了广泛的数据资料，并采用了各种不同的数据处理方法，因此受到了投资者的重视和喜爱。技术分析法不但应用于证券市场，还广泛应用于外汇、期货和其他金融市场。

技术分析之所以能存在和发展，关键就在于它的理论基础是建立在合理的假设之上的。

二、技术分析的基本假设

技术分析是以一定的假设条件为前提的，概括为三大假设，其内容包括：

- (1)市场行为涵盖一切信息；
- (2)价格沿趋势移动；
- (3)历史会重演。

这三大假设就是技术分析的理论基础。

1. 假设一是技术分析的基础
2. 假设二是技术分析最根本、最核心的因素
3. 假设三是人的心理因素的反映

三、技术分析的要素

技术分析的要素包括价格、成交量、时间和空间。对技术分析的四大要素及其相互关系的分析是技术分析的基础。

四、价格和成交量是市场行为最基本的表现

市场行为最基本的表现就是成交价和成交量。过去和现在的成交价、成交量涵盖着过去和现在的市场行为。

技术分析就是利用过去和现在的成交量、成交价资料，利用图形分析和指标分析来解释和预测未来的市场走势。这里，成交价、成交量就成为技术分析的要素。

如果加上时间因素，技术分析就是对时间、价格、成交量三者关系的分析。在某一时点上的价和量反映的是买卖双方在这一时点上共同的市场行为，是双方的暂时均衡点。随着时间的变化，均衡点会不断发生变化，这种变化就是价量关系的变化。

一般说来，买卖双方对价格的认同程度通过成交量的大小得到确认：

——认同程度大，成交量大；——认同程度小，成交量小。

双方的这种市场行为反映在价、量上表现为这样一种趋势规律：

——价增量增，价跌量减。

根据这一趋势规律：

——当价格上升时，成交量不再增加，意味着价格得不到买方确认，价格的上升趋势将会改变；
——反之，当价格下跌时，成交量萎缩到一定程度就不再萎缩，意味着卖方不再认同价格的继续下跌，价格下跌的趋势将会改变。

成交价、成交量的这种关系是技术分析的合理性所在，因此，价、量是技术分析的基本要素，一切技术分析方法都是以价、量关系为研究对象的，目的就是分析、预测未来价格趋势，为投资决策提供服务。

五、成交量与价格的关系（十大关系）

（1）股价随成交量的增加而上涨，呈量增价涨之势，属于市场行情的正常情况，表示股价将继续上涨。

（2）在一波涨势中，股价随着递增的成交量而上涨，突破前一波的高峰，创下新高后继续上涨，而此波段股价上涨时的总成交量水平却低于前一波段上涨的成交量水平，价突破创新高，量却没能突破创新高，则此波段股价的涨势令人怀疑，同时也是股价趋势潜在的反转信号。

（3）股价随着成交量的递减而回升，股价上涨，成交量却逐渐萎缩，成交量是股价上涨的原动力，原动力不足显示股价趋势潜在的反转信号。

（4）有时股价随着缓慢递增的成交量而逐渐上涨，渐渐地走势突然呈垂直上升的井喷行情，成交量急剧增加，股价暴涨。紧随此波走势，继之而来的是成交量大幅萎缩；同时股价急速下跌。这种现象表示涨势已到末期，上升乏力，走势力竭，显示出趋势反转的现象。反转所具有的意义将视前一波股价上涨幅度的大小及成交量扩增的程度而定。

（5）在一波长期下跌，形成谷底后股价回升，成交量并没有因股价上涨而递增，股价上涨欲振乏力，然后再度跌落至前期谷底附近，或高于谷底。当第二谷底的成交量低于第一谷底的时，是股价上涨的信号。

（6）股价下跌，向下跌破股价形态趋势线或移动平均线（重要支撑线），同时伴有大的成交量，是股价下跌的信号，强调趋势反转形成空头市场。

（7）股价跌落一段相当长的时间，出现恐慌性卖出，随着日益扩大的成交量，股价大幅度下跌，继恐慌性卖出之后，预期股价可能上涨，同时恐慌性卖出所创的低价，将不可能在极短时间内跌破。随着恐慌性大量卖出之后，往往是空头市场的结束。

（8）当市场行情持续上涨很久，出现急剧增加的成交量，而股价却上涨乏力，在高位盘旋，

无法再向上大幅上涨，显示股价在高位大幅震荡，卖压沉重，从而形成股价下跌的因素。

股价连续下跌之后，在低位出现大成交量，股价却没有进一步下跌，价格仅小幅变动，这是进货的信号。

(9) 成交量可以对价格形态进行最终的确认。在形态学中，如果没有成交量的确认，价格形态将是虚的，其可靠性也就差一些。

(10) 成交量是股价的先行指标，关于价和量的趋势，一般说来，量是价的先行者。当量增加时，价迟早会跟上来；当价涨而量不增时，股价迟早会掉下来。在这个意义上，我们常说“价是虚的，只有量才是真实的”。

时间在行情判断时的重要作用：一方面，一个已经形成的趋势在短时间内不会发生根本改变，中途出现的反方向波动，对原来趋势不会产生大的影响；另一方面，一个形成了的趋势又不可能永远不变，经过一定时间又会有新的趋势出现。

循环周期理论重点关心的就是时间因素，它更强调时间的重要性。

空间在某种意义上可以认为是价格的一方面，它是指价格波动能够达到的幅度限制。

六、技术分析方法的分类和应用时应注意的问题

1. 技术分析方法的分类

技术分析的方法主要表现在，对历史的价、量资料进行的统计分析、数学计算、图表绘制等方面。从这个意义上讲，技术分析方法可以有多种。

在技术分析时，常用的技术分析方法主要有以下几类。

(1) 指标类

证券市场上的各种技术指标极多（据说至少在一千种以上）。

例如：——相对强弱指标（RSI）、

——随机指标（KD 指标）、

——趋向指标（DMI）、

——平滑异同平均线（MACD）、

——能量潮（OBV）、

——心理线、

——乖离率等。

(2) 切线类

切线类——是根据一定的方法和原则，在由股价数据所绘制的图表中，画出一些直线，然后根据这些直线的情况，推测股票价格的未来趋势。这些直线就叫切线。

切线的作用：主要是起支撑和压力的作用。

切线的画法最为重要，画得好坏直接影响预测的结果。目前，画切线的方法有多种，其中著名的有：——趋势线、

——通道线、

——黄金分割线、

——甘氏线、

——角度线等。

(3) 形态类

形态类是利用股票价格图表中现有的轨迹形态 预测股价未来趋势的方法。

假设一告诉我们，市场行为包括一切信息。价格形态是市场行为的重要内容，是股票市场对各种信息的具体反映，因此，用价格轨迹的形态图来预测股票价格的未来走势是有道理的。

从价格轨迹的形态中,我们可以推测股票市场所处的状态,由此可对证券投资给予一定的指导。形态类中著名的形态有:M头、W底、头肩顶底等十几种。

(4) K线类

K线类的研究侧重于对K线组合的分析,由此预测股票市场多空双方力量的对比,进而判断股票市场多空双方谁占优势,是暂时的,还是决定性的。K线图是进行各种技术分析的最重要的图表。

(5) 波浪类

波浪理论起源于1978年美国人查尔斯·J. 柯林斯(charles J. collins)发表的专著《波浪理论》。波浪理论的实际发明者和奠基人是艾略特(Ralph Nelson Ellion),他在30年代就有了波浪理论的最初想法。

波浪理论认为,股价的上下波动和不同时期的持续上涨、下降就像波浪的上下起伏一样。波浪的起伏具有一定之规,遵循的是自然界的规律,股票价格的上涨下跌也具有一定之规,遵循的是波浪起伏的规律。

波浪理论认为,股价的上升是5浪下跌是3浪。数清楚了各个浪就能准确地预见到跌势之末,牛市将临;或牛市之末,熊市将临。

但是,波浪理论又是最难掌握的技术分析方法,大浪套小浪,浪中有浪,在数浪的时候极容易发生偏差。

2. 使用技术分析方法时应注意的问题

(1) 技术分析必须与基本分析结合使用,才能提高其准确程度,否则单纯的技术分析是不全面的。

(2) 注意多种技术分析方法的综合研判,切忌片面使用某一种技术分析结果。

(3) 前人和别人的结论要通过自己的实践验证才能放心地使用

第二节 证券投资技术分析理论简介

一、道氏理论

1. 道氏理论的形成

道氏理论(Dow Theory)是技术分析的鼻祖,其创始人是美国人道·琼斯(Dow Jones),为了反映市场总体趋势他创立了著名的道一琼斯平均指数。

2. 道氏理论的主要原理

市场价格指数可以解释和反映市场的大部分行为。

市场波动的三种趋势。

即,主要趋势(Primary Trend)、

次要趋势(Secondary Trend)、

短暂趋势(Near Term Trend)。

交易量在确定趋势中的作用。

收盘价是最重要的价格。

3. 应用道氏理论应该注意的问题

二、K 线理论

1. K 线的画法

K 线又称日本线，起源于 200 年前的日本，最初 K 线是用于米市交易，经过证券市场上百年的使用和完善，K 线理论日趋完善。

K 线是一条柱状的线条，由影线和实体组成。影线在实体上方的部分叫上影线，下方的部分叫下影线，实体分阴线和阳线两种，又称红线和黑线。

一条 K 线记录的是一种股票一天的价格变动情况。

将每天的 K 线按时间顺序排列在一起，就组成这支股票自上市以来的每天的价格变动情况，这就叫日 K 线图。

股票价格的变动主要体现在四个方面：

开盘价——是指每个交易日的第一笔成交的价格。

最高价和最低价——是每个交易日中最高价格和最低价格。

收盘价——是指每个交易日的最后一笔成交的股票的成交价格，是多空双方经过一天的争斗最终达成的共识，也是供需双方当日最后的暂时平衡点，具有指明目前价格的重要功能。

在四个价格中，收盘价是最重要的，很多技术分析只关心收盘价，而不关心其余三个。人们在说到某支股票的价格时，往往是收盘价。

如果将四个价格分别在坐标纸上标出，然后按图 7.1 的方式即可画出。

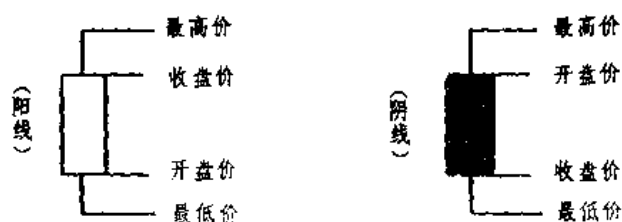


图 7.1 K 线的基本形态

如果将每个交易日的 K 线连续不断地连结下去，就构成了股票价格自上市以来每天的、连续的 K 线图。看见了 K 线图就会对股票的过去、现在的股价走势有一个基本的了解。利用 K 线图还可以判断、预测股价的未来走势。

2. K 线的主要形状

由于股票的四种价格形式，使 K 线被分为六种形状（图 7.2）：

1. 光头阳线和光头阴线
2. 光脚阳线和光脚阴线
3. 光头光脚的阳线和阴线
4. 十字星
5. T 字型和倒 T 字型
6. 一字型

除日 K 线外，还有周 K 线和月 K 线等。

3. 单独一根 K 线的应用

- (1) 光头光脚小阳线实体
- (2) 光头光脚小阴线实体。
- (3) 光头光脚大阳线实体

(4) 光头光脚大阴线实体

(5) 光脚阳线

(6) 光头阴线

(7) 光头阳线

(8) 光脚阴线

(9) 有上下影线的阳线

(10) 有上下影线的阴线

(11) 十字星

(12) T 字和倒 T 字型

4. 根据两根 K 线组合的行情分析

5. 根据三根 K 线组合的行情分析

6. 应用 K 线组合应注意的问题

K 线组合分析的结论都是相对的，不是绝对的。

对投资者而言，K 线组合的结论只是一种建议，并非必然，它仅是指涨跌的概率比较大。

运用不同种类的 K 线组合进行分析会得出不同的结论。

运用同一 K 线组合进行分析的也会得出不同的、甚至完全相反的结果。

因此，一个重要原则就是尽量使用多根的 K 线组合分析的结论，将新的 K 线与前期的 K 线组合在一起，进行新的 K 线组合分析。因为，一般说来，多根 K 线组合得出的结论，因该更可靠些。

三、切线理论

1. 趋势的定义和趋势的类型

简单地说，趋势——就是股票价格市场运动的大方向。

如果股价上升或下降的趋势已经确定，则股价必然朝着这个方向运动。上升行情里，虽然也有下降，但不影响上升的大方向，不断出现的新的低价会使偶尔出现的下降黯然失色。下降行情里，情况相反，不断出现的新低价会使投资者心情悲观，人心涣散。

三大假设认为：价格的变化是有趋势的，如果没有特别的理由，价格将沿着这个趋势继续运动。可见，趋势在技术分析中占有很重要的地位，是技术分析的核心问题。

一般说来，市场的变动，从图形上看就是一条曲折蜿蜒的折线，每个折点处就形成一个峰或谷。由这些峰和谷的相对高度，我们可以看出趋势的方向。

趋势的方向有三个：（1）上升方向；（2）下降方向；（3）水平方向。

按道氏理论趋势可分为三个类型：

——主要趋势

——次要趋势

——短暂趋势

2. 支撑线和压力线

（1）支撑线和压力线的涵义

支撑线又称抵抗线——当股价跌到某个价位附近时，股价停止下跌，甚至回升，这是因为多方在此买入造成的。支撑线在此起着阻止股价继续下跌的作用。这个起着阻止（或暂时阻止）股价继续下跌的价格就是支撑线所在的位置。

压力线又称阻力线——当股价上涨到某价位附近时，股价会停止上涨，甚至回落，这是因为空方在此抛出造成的。压力线起阻止股价继续上升的作用。这个起着阻止（或暂时阻止）股价继续上升的价位就是压力线所在的位置。

（2）支撑线和压力线的作用

支撑线和压力线的作用：是阻止或暂时阻止股价向一个方向继续运动。

（3）支撑线和压力线的相互转化

支撑线和压力线之所以能起支撑和压力作用，很大程度是由于投资者心理方面的原因，两者的相互转化也是从心理方面考虑的。这就是支撑线和压力线的理论依据。

当然，心理原因是主要依据，但不是唯一的依据，如历史会重复等。

（4）支撑线和压力线的确认和修正

支撑线和压力线的确认都是人为进行的，其主要依据是股价变动所画出的图表。一般来说，一个支撑线或压力线对股价的影响有三个方面：

一是股价在这个区域停留的时间的长短；

二是股价在这个区域伴随的成交量大小；

三是这个支撑区域或压力区域发生的时间距当前时期的远近。

上述三个方面是确认一个支撑或压力的重要识别手段。

3. 趋势线和轨道线

（1）趋势线

1) 趋势线的确认

趋势线是衡量价格波动方向的，由趋势线的方向可以明确的看出股价的趋势。在上升趋势中，将两个低点连成一条直线，就得到上升趋势线。在下降趋势中，将两个高点连成一条直线，就得到下降趋势线。

上升趋势线起支撑作用，下降趋势线起压力作用，也就是说，上升趋势线是支撑线的一种，下降趋势线是压力线的一种。

2) 趋势线的作用

一般来说，趋势线有两种作用：

——对股价今后的变动起约束作用。

——趋势线一旦被突破，股价的走势将出现反转。

3) 趋势线的突破

判断趋势线是否突破有几个要点可供参考：

——收盘价突破趋势线 比 日内最高、最低价突破趋势线更重要。

——穿越趋势线后，离趋势线越远，突破越有效。

——穿越趋势线后，在趋势线的另一边停留的时间越长，突破越有效。

（2）轨道线

轨道线——又称通道线或管道线是由趋势线派生出的一种方法。

在取得趋势线后，通过第一个峰和谷可以作出这条趋势线的平行线，这条平行线就是轨道线。两条平行线组成一个轨道，这就是常说的上升和下降轨道。

轨道线的一个作用：是限制股价的变动范围。

一个轨道一旦得到确认，价格将在该通道中上下波动。对轨道上线或下线的突破意味着将有一个大的变化。

轨道线的另一个作用是指示趋势转向的警报。

4. 黄金分割线和百分比线

（1）黄金分割线

黄金分割是一个古老的数学方法，它包含着若干个特殊的数字，这些数字具有神奇的作用和魔力，对此数学上并没有明确的解释，只是发现它屡屡在实际中发挥我们意想不到的作用。

如何画黄金分割线：

第一步：是记住若干个特殊的数字：

0.191 0.382 0.618 0.809

1.191 1.382 1.618 1.809

2 2.618 4.236

第二步：是寻找上升行情结束，调头向下的最高点，或者是下降行情结束，调头向上的最低点。根据这个点，可以画出黄金分割线。

（2）百分比线

百分比线考虑问题的出发点是人们的心理因素和一些整数位的分界点。当股价持续向上，涨到一定程度，肯定会遇到压力，遇到压力后，就要向下回撤，回撤的位置很重要。

四、形态理论

1. 价格移动的规律

价格的移动是由多空双方力量的大小决定的，多方处于优势，股价将向上移动；空方处于优势，股价将向下移动。

多空双方占据优势的情况也是多种多样的。

根据多空双方力量对比的变化，可以得出，股价移动的规律：

(1) 股价应在多空双方力量均衡的位置上下波动。

(2) 原有的平衡被打破后，股价将寻找新的平衡位置。即：

平衡——打破平衡——再平衡——再打破平衡——…

价格的运行就是按这一规律循环往复、不断进行的。

2. 价格运行的两种形态

价格运行主要有两个过程：——保持平衡的持续整理、
——打破平衡的突破。

因此，股价曲线的形态被分成两大类型：

——持续整理形态（continuation patterns）；

——反转突破形态（reversal patterns）。

3. 反转突破形态——头肩形、多重顶底形和圆弧形

（1）双重顶和双重底

（2）头肩顶和头肩底

（3）三重顶底形态

（4）圆弧形形态

4. 持续整理形态

（1）三角形形态

三角形形态是属于持续整理形态的一类。三角形形态主要有三种：

——对称三角形（symmetrical triangles pattern）

——上升三角形（ascending triangles pattern）

——下降三角形（descending triangles pattern）

（2）矩形形态

（3）旗形和楔形

——旗形（flags formation）

——楔形（wedge formation）

五、缺口理论

1. 什么是缺口

2. 缺口的类型及应用

——普通缺口

——突破缺口

——继续缺口（逃逸缺口）

——竭尽缺口

六、波浪理论

1. 波浪理论的形成及其基本思想

艾略特的波浪理论以周期为基础，并根据时间长短将周期分成：大周期和小周期。波浪理论认为：大周期中有小周期，小周期中又有更小的周期。每个周期无论时间长短，都有固定的运行模式。整个运行周期有 8 个过程，即每个周期都是由上升（或下降）的 5 个过程和下降（或上升）的 3 个过程组成。8 个过程完结了，这个周期就结束了，新的周期将开始。新的周期仍然遵循上述的模式。

与波浪理论密切相关的因素包括经济周期、道氏理论和弗波纳奇（Fibonacci）数列。

2. 波浪理论的主要原理

（1）波浪理论考虑的因素

——形态：股价的走势形态；

——位置：股价走势图中各个高点和低点所处的相对位置；

——时间：完成某个形态所经历的时间。

（2）波浪理论价格走势的基本形态结构

波浪理论认为，证券市场是周期性的、并周而复始地不断运行。股价的上下波动是有规律的进行的。艾略特发现每个周期（无论是上升还是下降）都可以分成 8 个小的过程。

（3）浪的合并和浪的细分——波浪的层次

波浪理论对股价形态的跨度没有严格的限制，大可以覆盖从有股票以来的全部时间跨度，小可以覆盖数小时、数分钟的股价走势。

由于对时间跨度的要求不同，在数 8 浪时就会遇到很多的问题，其中将一个大浪分成许多小浪，或将许多小浪合并成一个大浪就是每一个浪所处的层次问题。

（4）弗波纳奇数列与波浪的数目

弗波纳奇数列在确定浪的数目和数浪时，有不可忽视的作用。

在波浪理论中，一般，第一大浪由 5 浪组成，同时又由更小的 21 浪组成，

第二大浪由 3 浪组成，同时又由更小的 13 浪组成。

第一大浪和第二大浪为 2 浪，由 8 个较大的浪组成，同时又由 34 个更小的浪组成。

如果将最高层次的浪增加，例如增加第三、第四、第五等大浪，则我们还可以看到比 34 大的弗波纳奇数列中的数字。

这里的数字 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34……都是弗波纳奇数列中的数字。它们的出现不是偶然的，这是波浪理论的数学基础，正是在这一基础上，才有波浪理论往后的发展。

3. 波浪理论的应用及其不足

（1）波浪理论的实际应用

（2）应用波浪理论应注意的问题

七、量价关系理论

1. 古典量价关系理论
2. 葛兰碧的量价关系法则简介
3. 涨跌停板制度下量价关系分析的原则

八、其他技术分析理论简介

1. 机漫随步理论

随机漫步理论（Random walk）认为，证券价格的波动是随机的，像一个在广场上行走的人一样，价格的下一步将走向哪里，是没有规律的。

证券市场中，价格的走向受多种因素的影响，一件不起眼的小事也可能对市场产生巨大的影响。从长期的价格走势图上可以看出，价格的上下起伏的机会基本上是均等的。从某种意义上说，价格的走向是随机的，随机漫步理论自有它的道理。

2. 循环周期理论

循环周期理论（Cycle）认为，无论什么样的价格活动，都不会向一个方向永远走下去。价格的波动过程必然产生局部的高点和低点，这些高低点的出现，在时间上有一定的规律。投资者可以选择低点入市，高点出市。

3. 相反理论

相反理论的出发点是基于这样一个原则，即证券市场本身并不创造新的价值，没有增值，甚至可以说是减值的。如果同大多数投资者的投资行为相同，则一定不会获利最大，因为，不可能多数人获利。要获大利一定要与大多数人的行动不一致，在投资者暴满的时候出场，稀少的时候入场。

第三节 投资技术分析技术指标简介

一、移动平均线（MA）

1. 移动平均线的含义和特点

移动平均线（MA）计算方法是求连续若干天的收盘价的算术平均。

天数就是 MA 的参数。

MA 的基本思想是要消除偶然因素的影响，具有平均股票价格的涵义。其特点如下：

- （1）追踪趋势
- （2）滞后性
- （3）稳定性
- （4）助涨助跌性
- （5）支撑线和压力线的特性

2. 葛兰维尔法则

3. 多条移动平均线组合分析方法简介
4. 使用移动平均线时应注意的问题

二、平滑异同移动平均线（MACD）

1. MACD 的计算公式

2. MACD 的应用法则

3. MACD 的应用的优缺点

三、威廉指标（WMS）和 KDJ 指标

1. 威廉指标

（1）WMS%的计算公式和物理意义

（2）WMS%的参数选择和应用法则

2. KDJ 指标

（1）KD 指标的计算公式和理论依据

（2）KD 指标应用法则

四、相对强弱指标（RSI）

1. RSI 的计算公式

2. RSI 的应用法则

五、乖离率（BIAS）

乖离率是描述股价与股价移动平均线相距的原进程度。

六、心理线（PSY）

心理线主要是从股票投资者的买卖趋向的心理方面，对多空双方的力量对比进行探讨。

七、能量潮指标（OBV）

能量潮指标用来验证当前股价走势的可靠性，并得到趋势可能反转的信号。

八、腾落指数（ADL）

腾落指数利用简单的加减法计算每天股票上涨家数和下降家数的累积结果，与综合指数相互对比，对大势的未来进行预测。

九、涨跌比（ADR）

该指数用来推断证券市场多空双方力量的对比，进而判断出证券市场的实际情况。

十、超买超卖指标（OBOS）

该指标运用上涨和下跌的股票家数的差距对大势进行分析。

十一、人气指标（AR）

人气指标选择的均衡价值是每一日的开盘价，从最高价到开盘价的距离，描述做多方向上的力量，以开盘价到最低价的距离，描述做空方向上的力量。

十二、买卖意愿指标（BR 指标）

与 AR 指标不同的是，BR 指标选择的是以前一天的收盘价作为基点水平，能够比 AR 指标更全面地反映股市中的暴涨暴跌。

十三、中间意愿指标（CR 指标）

在选择多空双方均衡点时，CR 指标采用了中间价。

十四、其他技术指标简介

1. 布林线（BOLL）
2. 抛物线指标（SAR）
3. 股票选择指标（CSR）
4. 宝塔线（TOWER）

复习与思考题

什么是技术分析？什么是技术分析的三大假设？

什么是技术分析的四大要素？

在技术分析中成交价与成交量之间有什么样的规律？

技术分析的方法有哪些分类？使用技术分析时应注意的问题有哪些？

证券投资技术分析的理论有哪些？

道氏理论、K 线理论、切线理论、形态理论、缺口理论、波浪理论、量价关系理论等技术分析理论的主要内容是什么？

技术分析中的技术指标有哪些？

移动平均线（MA）、平滑异同移动平均线（MACD）、威廉指标（WMS）和 KDJ 指标、相对强弱指标（RSI）、乖离率（BIAS）、心理线（PSY）、能量潮指标（OBV）等技术指标在技术分析中的作用是什么？

第十二章 证券组合管理

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生了解证券组合的概念、构建证券组合的原因以及证券组合的分类，了解证券组合管理的意义、特点以及证券组合管理的基本步骤，了解现代证券组合理论体系的形成与发展；通过证券组合理论的学习使学生了解单个证券的收益和风险、证券组合的收益和风险、证券组合的可行域和有效边界以及最优证券组合；使学生了解资本资产定价模型的原理及其应用；了解证券组合的业绩评价原则、业绩评估指数以及业绩评估应注意的问题

本章重点：证券组合的概念以及构建证券组合的原因，证券组合的分类，证券组合管理的意义、特点以及证券组合管理的基本步骤，单个证券的收益和风险、证券组合的收益和风险、证券组合的可行域和有效边界以及最优证券组合，资本资产定价模型的原理及其应用，证券组合的业绩评价原则、业绩评估指数以及业绩评估应注意的问题

学时分配：本章总课时为 6 课时

组合管理是一种区别于个别资产管理的投资管理理念。组合管理理论最早由美国著名经济学家哈里·马柯威茨（Harry Markowitz）于 1952 年系统地提出的，他开创了对投资进行整体管理的先河。马柯威茨在创立组合理论的同时，也用数量化方法提出了确定最佳资产组合的基本模型。此后，经济学家们一直在利用数量化方法不断丰富和完善组合管理的理论和实际投资管理方法，并使之成为投资学中的主流理论。

第一节 证券投资组合管理概述

一、证券组合

1. 证券组合的涵义

2. 构建证券组合的原因

一是为降低证券投资风险；

二是为实现证券投资收益最大化

3. 证券组合的分类

避税型证券组合——通常投资于市政债券，这种债券免联邦税，也常常免州和地方税。

收入型证券组合——追求基本收益（即利息、股息收益等）的最大化，能够带来基本收益的证券有：付息债券、优先股及一些避税债券。

增长型证券组合——以资本升值（即未来价格上升带来的价差收益）为目标，投资者往往愿意通过延迟获得基本收益来求得未来收益的增长。

货币市场型证券组合——是由各种货币市场工具构成的，如国库券、高信用等级商业票据等，安全性极高。

国际型证券组合——投资于海外不同国家，是组合管理的时代潮流，实证研究结果表明，这种证券组合的业绩总体上强于只在本土投资的组合。

指数化证券组合——模拟某种市场指数，信奉有效市场理论的机构投资者通常会倾向于这种组合，以求获得市场平均的收益水平。

二、证券组合管理

1. 证券组合管理的意义和特点

(1) 意义

(2) 特点

2. 证券组合管理的基本步骤

证券组合管理的目标：是实现投资收益的最大化，即使组合的风险和收益特征能够给投资者带来最大的满足。具体而言，就是在实现投资者对一定收益水平的追求的同时，将投资者面临的风险降到最低，或在投资者可接受的风险水平之内，使其获得最大的收益。

理性的证券组合管理控制过程包括以下的基本步骤

(1) 确定投资政策

(2) 实施证券分析

(3) 构思证券组合资产

(4) 修订证券组合资产结构

(5) 对证券组合资产的经济效果进行评价

3. 现代证券组合理论体系的形成与发展

(1) 现代证券组合理论的产生

(2) 现代证券组合理论的发展

第二节 证券组合理论

一、单个证券的收益和风险

1. 收益及其度量

2. 风险及其度量

二、证券组合的收益和风险

1. 两种证券组合的收益和风险

2. 多种证券的收益和风险

三、证券组合的可行域和有效边界

1. 证券组合的可行域

2. 证券组合的有效边界

四、最优证券组合

1. 投资者个人偏好与无差异曲线

2. 最优证券组合的选择

第三节 资本资产定价模型

一、资本资产定价模型的原理

1. 假设条件
2. 无风险证券
 - 无风险证券对有效边界的影响
 - 最优风险证券组合的含义
 - 市场组合的含义
 - 最优风险证券组合与市场组合的关系

1. 资本市场线
2. 证券市场线

二、资本资产定价模型的应用

资本资产定价模型主要应用于资产估值、资金成本预算以及资源配置等问题。

1. 资产估值
2. 资源配置

第四节 证券组合的业绩评价

一、业绩评估原则

基本原则：既要考虑组合收益的高低，也要考虑组合所承担风险的大小。

二、业绩评估指数

1. Jensen（詹森）指数
2. Treynor（特雷诺）指数
3. Sharp（夏普）指数

三、业绩评估应注意的问题

复习与思考题

什么是证券组合？构建证券组合的原因是什么？证券组合有哪几种类型？证券组合管理的意义、特点是什么？

证券组合管理有几个基本步骤？

现代证券组合理论体系是如何形成的？目前的发展状况如何？

单个证券的收益和风险如何？证券组合的收益和风险如何？

什么是证券组合的可行域和有效边界？什么是最优证券组合？

资本资产定价模型的原理是什么？如何应用？

证券组合的业绩评价原则是什么？业绩评估指数有哪些？

业绩评估应注意的问题有哪些？

《组织行为学》教学大纲

王霆 编写

目 录

前 言.....	990
一、课程性质与特点.....	990
二、课程主要内容.....	990
三、教学目的和任务.....	990
四、总学时、学分.....	990
五、教学方法和手段.....	990
六、使用教材.....	990
七、参考书目.....	990
八、课时安排（36 课时，每周 2 课时）.....	991
第一章 组织行为学概论.....	992
第一节 组织与组织行为.....	992
一、什么是组织.....	992
二、什么是组织行为.....	992
第二节 组织行为学基本概念.....	993
一、什么是组织行为学.....	993
二、组织行为学的研究目的.....	993
三、组织行为学的研究模型.....	993
四、组织行为学的研究方法.....	993
五、组织行为学与其他学科关系.....	994
第三节 组织行为学基本概念.....	994
一、管理学的发展历程.....	994
二、组织行为学的发展历程.....	994
复习思考题：.....	994
参考书目.....	995
第二章 个 性.....	996
第一节 个性的含义及特征.....	996
一、个性的含义.....	996
二、个性的特征.....	996
第二节 个性的心理结构.....	996
一、个性的心理结构.....	996
二、个性倾向性.....	996
三、个性心理特征.....	996
四、个性倾向性和个性心理特征是辩证统一的。.....	996
第三节 个性的影响因素.....	997
一、先天遗传因素。.....	997
二、后天社会环境因素。.....	997
第四节 个性理论.....	997

一、特性论	997
二、心理分析论或心理动力论	997
三、社会学习论	998
四、个性性格类型论	998
五、个性理论的应用	998
复习思考题:	998
参考书目	998
第三章 个性倾向性	999
第一节 需 要	999
一、对需要的理解	999
二、需要的产生	999
三、需要的特征	999
四、需要的分类	999
五、有关需要的理论	999
第二节 动 机	1001
一、对动机的理解	1001
二、动机的产生	1001
三、动机的种类	1001
四、影响动机的因素	1001
五、动机的测量方法	1002
第三节 态 度	1002
一、对态度的理解	1002
二、态度的类型	1002
三、态度的特征	1002
四、有关态度改变的理论	1003
五、态度对行为的影响	1003
第四节 价值观	1003
一、对价值观的理解	1003
二、价值观的基本特征	1003
三、价值观的重要性	1004
四、价值观的类型	1004
五、不同文化下的价值观	1004
复习思考题:	1004
参考书目	1005
第四章 个性心理特征	1006
第一节 气 质	1006
一、对气质的理解	1006
二、气质类型	1006
三、对不同气质的解释	1006
四、气质在管理实践中的意义	1006
五、气质差异理论的应用	1007

第二节 性 格	1007
一、对性格的理解	1007
二、性格的特征	1007
三、性格的差别	1007
四、性格与气质的区别	1007
五、性格与气质的联系	1008
六、性格差异理论的应用	1008
七、性格在管理中的实践意义	1008
第三节 能 力	1008
一、对能力的理解	1008
二、能力的类型	1008
三、影响能力的发展因素	1009
四、能力差异理论的应用	1009
复习思考题:	1009
参考书目	1010
第五章 知觉与个体决策	1011
第一节 对知觉的理解	1011
一、知觉及其选择性	1011
二、知觉与感觉	1011
三、社会知觉	1011
四、知觉研究的管理学意义	1011
第二节 归因理论	1012
一、归因理论	1012
二、归因理论研究的基本问题	1012
三、归因理论的常见现象	1012
四、知觉在组织中的常见应用	1012
第三节 知觉与个体决策	1013
一、知觉与个体决策之间的联系	1013
二、决策模型——理性决策模型	1013
三、决策模型——有限理性决策模型	1013
四、决策模型——直觉性决策模型	1013
五、个体决策风格的差异	1014
复习思考题:	1014
参考书目	1014
第六章 激 励	1015
第一节 激励概述	1015
一、激励的形式:	1015
第二节 激励理论	1015
一、马斯洛的需求层次理论	1015
二、麦克利兰的成就需要论	1015
三、赫茨伯格的双因素理论	1015

四、弗洛姆的期望理论	1016
五、亚当斯的公平理论	1016
六、斯金纳的强化理论	1016
七、海德的归因理论	1016
八、亚当斯的挫折理论	1016
第三节 激励实践	1017
一、合理的薪酬制度	1017
二、薪酬制度类型	1017
三、员工福利制度	1017
复习思考题:	1017
参考书目	1017
第七章 群 体	1018
第一节 群体概述	1018
一、群体的含义	1018
二、群体的作用	1018
三、群体的外部环境条件	1018
四、群体成员资源	1018
第二节 群体的分类	1019
一、正式群体	1019
二、非正式群体	1019
第三节 群体凝聚力	1019
一、群体凝聚力的含义	1019
二、群体凝聚力的影响因素	1019
三、群体凝聚力的作用	1020
四、提高群体凝聚力的措施	1020
复习思考题:	1020
参考书目	1020
第八章 群体决策	1021
第一节 群体决策概述	1021
一、群体决策三个维度	1021
二、群体决策过程	1021
三、群体思维和群体偏移	1021
第二节 群体决策特点	1021
一、群体决策的优点	1021
二、群体决策的缺点	1022
三、群体决策和个体决策	1022
第三节 群体决策技术	1022
一、头脑风暴法	1022
二、名义群体技术	1022
三、辩证思维决策方法	1022
复习思考题:	1022

参考书目	1023
第九章 沟通管理	1024
第一节 沟通概述	1024
一、沟通的含义	1024
二、沟通的功能	1024
三、沟通的过程	1024
第二节 沟通方式	1024
一、口头沟通	1024
二、书面沟通	1025
三、非语言沟通	1025
第三节 组织沟通	1025
一、正式的小群体网络。	1025
二、小道消息	1025
三、电脑辅助沟通	1025
复习思考题:	1026
参考书目	1026
第十章 领 导	1027
第一节 领导品质理论	1027
一、领导品质理论概述	1027
二、领导品质理论主要观点	1027
三、对领导品质理论的评价	1027
第二节 领导行为理论	1027
一、领导行为理论概述	1027
二、领导行为理论——勒温理论	1028
三、领导行为理论——四分图理论	1028
四、领导行为理论——管理方格理论	1028
五、领导行为理论——领导行为连续统一体理论	1028
第三节 领导权变理论	1028
一、领导权变理论概述	1028
二、领导权变理论——费德勒权变模型	1028
三、领导权变理论——应变领导模式理论	1029
四、领导权变理论——路径-目标理论	1029
复习思考题:	1029
参考书目	1029
第十一章 组织行为	1030
第一节 组织设计	1030
一、组织及其功能	1030
二、组织设计原则	1030
三、组织设计的程序	1030
四、组织的结构的类型	1030
五、组织结构发展趋势	1031

第二节 组织变革	1031
一、组织变革的动力	1031
二、组织变革的内容	1031
三、组织变革的实施	1031
四、组织变革的阻力及克服	1031
第三节 组织文化	1031
一、组织文化及其作用	1031
二、组织文化的内容	1032
三、组织文化的传播形式	1032
复习思考题:	1032
参考书目	1032

前 言

一、课程性质与特点

组织行为学是一门交叉学科，它探讨个体、群体以及组织中人的心理与行为，目的是应用这些知识改善组织绩效。组织行为学研究的对象是人的行为规律性，但不是研究人的一般行为规律，而是集中研究在各种工作组织中的人的行为规律。组织行为学是综合运用心理学、社会学、人类学、生理学、生物学等一切与人的行为有关的学科知识和研究成果，来研究一定组织中的行为规律的。组织行为学不是孤立地，而是系统地研究一个组织中人的行为规律的。研究组织行为学的目的，不仅是要掌握组织中人的行为规律，还要在对组织中人的行为规律认识的基础上，准确地预测人的行为发展趋势，并采取相应的措施来引导人的行为，控制人的行为。组织行为学是一门多学科、多层次、相互交叉和渗透的边缘性、综合性学科，对于指导组织管理者的实际工作具有很强的实用性。

二、课程主要内容

本课程旨在使学生掌握在组织中认识自我和了解他人的系统理论与方法。课程讲授采用案例分析、情景模拟、小组讨论等方法，从个体、群体和组织三个层次研究人的行为规律及其对组织绩效的影响，探讨个体的性格、气质、需求、动机、态度、价值观等个性特征，讲解群体中的激励、沟通、决策、领导等理论，介绍组织设计、组织变革、组织学习、组织文化等方法，为管理过程中预测、协调和改造人的行为提供理论与技术指导。

三、教学目的和任务

学习本课程的目的旨在探讨组织中员工的行为，主要研究和探讨个体、群体和结构对组织内部行为的影响，目的是应用这些知识来提高组织的有效性；让学生掌握组织管理过程的普遍规律、基本原理和应用方法，也为进一步学习其他课程打下基础。期望透过课程的学习、参考文献与书目的阅读及讨论，

研究一定组织中人的行为规律，能促使学生了解组织中人员的行为概貌，从而提高各级主管人员对人的行为的预测和引导能力，进而能塑造个人领导魅力，有效地激发员工的潜能及绩效，塑造组织良好的企业文化，更有效地实现组织目标，以提升企业的经营成就。

四、总学时、学分

36 学时（每周 2 学时）、2 学分

五、教学方法和手段

理论与实践相结合，以课堂讲授为主，采用案例分析、情景模拟、小组讨论等教学方法和手段，充分调动学生的学习积极性和研究组织问题的兴趣。

六、使用教材

关培兰编著，《组织行为学》，中国人民大学出版社，2003 年八、主要参考书目

七、参考书目

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯[美]著，《组织行为学》（第十版），中国人民大学出版社，2005

2.斯蒂芬·P·罗宾斯[美]著，郑晓明译《组织行为学精要》（第6版），电子工业出版社，2002

3.余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

八、课时安排（36课时，每周2课时）

第一章	组织行为学概论	4 课时
第二章	个性	2 课时
第三章	个性倾向性	4 课时
第四章	个性心理特征	4 课时
第五章	知觉与个体决策	2 课时
第六章	激励	4 课时
第七章	群体	2 课时
第八章	群体决策	4 课时
第九章	沟通管理	2 课时
第十章	领导	4 课时
第十一章	组织行为	4 课时

第一章 组织行为学概论

教学目的与要求：本章教学目的是了解组织的概念，把组织行为分个体、群体、组织三个层次，认识到有效地预测、解释和控制组织中人的行为对实施管理任务必不可少。了解组织行为学的主要内容、研究方法和学科特性，理解组织行为和其他相关学科的关系。重点把握组织行为学在管理学发展过程中的形成背景和学科地位，能够分析组织行为学在不同阶段的发展特点。

第一节 组织与组织行为

一、什么是组织

组织是具有特定目标、资源与结构，时刻与环境相互作用的活性系统。组织存在的三个基本特征是：组织是人组成的集合、组织是适应目标的需要。组织是通过专业分工和协调来实现目标。

1.古典组织理论的观点（马克斯·韦伯）：提出了基于合理合法权力上的组织范式，组织表现为行政官僚体制的科层式组织结构。认为这种高度结构的、正式的、非人格化的理想行政官僚组织体系是人们进行强制控制的合理手段，是达到目标、提高效率的最有效形式。

2.社会系统学派的观点（巴纳德）：组织是指把两个以上的人的各种活动和力量有意识加以协调的体系。组织存续的条件是协作意愿、共同目标、信息沟通。因此经理人员的职能包括：提供一个信息交流的体系、维持成员的协作意愿、并保证组织目标的持续完整。

二、什么是组织行为

组织行为是指各类组织的每位成员在工作过程表现出来的所有行为。包括以下三个方面：

1.个体行为：探讨组织行为的一个有效的方法：就是从单个组织成员的角度出发。这种研究组织行为学的方法把重点放在心理学的发展理论和解释的规律上，这些发展理论和解释是关于个体行为以及他们对不同的组织政策、实践和过程的反应。在这种研究方法中，以心理学为基础的有关人性、需要、动机和激励等方面的理论是用来说明单个组织成员的行为和绩效的。对诸如价值观、知觉、态度、个性、意志和情感这些因素也予以考虑，并对他们在工作中的个体行为与绩效的影响进行研究。

2.群体行为：如果要完成组织目标，组织成员就必须在工作中合作并协调他们的活动。人们在一起工作的常规方式是小组、部门、委员会这些组织形式。因此，在组织行为学中，一个可选择的富有成效的方法是分析工作群体的功能。组织行为学的一个重要部分就是把社会心理学的知识和理论应用于研究组织中的群体。在群体这个层次上分析所得的见解不同于研究个人单独工作所产生的见解。

3.组织行为：组织行为学也把整个组织作为研究对象，而不仅是把重点放在组织中的个体和群体上。这种宏观方法是把重点放在社会学规律的理论和概念上。研究者力求理解组织结构和组织设计如何影响组织效率和气氛，如何影响有效沟通和信息传递，认识组织与环境之间的关系及其影响，认识组织变革和发展的规律，从而尽可能提高组织的有效性，改进组织气氛。

第二节 组织行为学基本概念

一、什么是组织行为学

组织行为学是研究组织中人的心理和行为表现及其规律，提高管理人员预测、引导和控制人的行为的能力，以实现组织既定目标的科学。组织行为学定义的三层含义：

- 1.组织行为学的研究对象是人的心理和行为的规律。
- 2.组织行为学的研究范围是一定组织中的人的心理与行为的规律。
- 3.组织行为学的研究方法是系统分析的方法，不是孤立地研究一个组织中的个体、群体和组织的心理和行为，而是采取系统分析的方法来研究它们。
- 4.组织行为学的研究目的是在掌握一定组织中人的心理和行为规律性的基础上，提高、预测、引导控制人的行为的能力。以达到组织既定的目标。

二、组织行为学的研究目的

1.解释：当我们对某个人或某个群体为什么做某事寻找解答时，我们就是在寻求对事情的解释。从管理的角度来看，寻求解释也许在三个目的中最不重要，因为它出现在事实发生之后。然而，如果我们想要理解某一现象，就必须从解释开始，然后才能通过对事物的理解来确定事情发生的真正原因。

2.预测：预测的目的是针对将来的事件，它探寻当某一行为发生时会产生什么样的结果。

3.控制：最有争议的目的是利用组织行为学的知识来控制行为。例如，当管理者问到“如何能让杰克工作更努力一些？”时，他就在关心控制了。

三、组织行为学的研究模型

1.因变量——所希望追求和了解的结果，比如：生产率、缺勤率、流动率、工作满意度。

2.自变量——产生和影响结果的原因，比如个体水平（传统特征、价值观、知觉、学习、动机）、群体水平（群体吸引、团队设计、沟通和引导、权力和冲突）、组织水平（组织结构、人力资源、企业文化、工作压力）。

四、组织行为学的研究方法

对组织行为的研究通常是传统方法和现代方法的有机结合。

1.观察法：运用感官器官对人的行为进行观察与分析。

2.访谈调查法：运用口头的信息沟通方式（个别访谈，调查会）来传递和交流，分析人的心理与行为。

3.问卷法：运用标准的问卷量表对人的心理与行为进行分析与调查。问卷的形式多种多样。例如五等分法等

4.试验法和心理测试法：运用标准的测验量表，以及必要的试验设备，创造必要的条件，在实验室或现场对人的心理与行为进行测试与分析。

5.个案分析法：运用个案调查、综合分析、案例研究等手段，对人们的心理与行为作出全面分析与评估。

6 模型法：同其他学科的研究方法一样，组织行为学也可以通过建立模型的方法来反映各要素之间的关系。同物理模型不同，组织行为学的模型往往是动态的，描述型和抽象性的模型。

五、组织行为学与其他学科关系

1.组织行为学与心理学。心理学是组织行为学最重要的理论基础之一，而组织行为学是心理学在组织系统运用的分支。

2.组织行为学与社会学、社会心理学。社会学、社会心理学其研究领域定位于社会系统。它为组织行为学研究群体行为和组织变革提供了重要的理论基础。而组织行为学本身研究领域侧重于组织系统。

3.组织行为学与人机工程学。二者均以心理学作为研究的重要理论基础。前者倾向于组织中人与人关系的研究。后者倾向于组织中人与机器关系的研究。

4.组织行为学与行为科学。组织行为学是行为科学的重要组成部分，通常被认为是狭义的行为科学。

此外，组织行为学还与政治学（如权力与冲突的研究）、人类学（如跨文化研究）之间，存在着十分密切的关系。

第三节 组织行为学基本概念

一、管理学的发展历程

组织行为学的产生，是组织演变、管理理论发展的必然结果。

1.管理学诞生前的萌芽

2.古典管理理论：科学管理理论（泰罗）、管理过程理论（法约尔）、行政组织理论（韦伯）

3.行为科学理论：人际关系学说（梅奥）

4.现代管理理论：社会系统学派（巴纳德）、决策理论学派（西蒙）、经验主义学派（德鲁克）、权变理论学派、管理科学学派、系统管理学派

二、组织行为学的发展历程

1.起步阶段。20 世纪初期（二十年代之前），主要表现为：心理技术学，劳动心理学与人机工程学研究的兴起。各种心理测试手段的运用。研究内容属于个体取向，侧重于人与机器关系与工作效率问题。

2.确立和形成阶段。20 世纪 20 -30 年代，主要表现为：霍桑试验（即 1927-1932 年美国学者霍桑所进行的照明试验、福利试验、群体试验、谈话试验）的成功进展。梅约（E Mayo）人际关系理论的发表，为组织行为学的发展奠定了重要基础。组织行为学研究由个体取向转向群体取向。

3.大发展阶段。20 世纪 30 -50 年代，主要表现为：勒温（K Lewin）提出的群体动力理论、马斯洛（Maslow）提出的需要层次理论、莫雷诺（Moreno）提出的社会测量理论。组织行为学理论框架日趋完善，研究方向转向群体取向。

4.成熟阶段。20 世纪 50 年代以后，主要表现为：组织行为学研究更趋于综合性、全面性和系统性。发达国家和发展中国家普遍重视组织行为学的应用，美、日、俄等各具特色。权变观点进入管理领域。人力资源学派的出现。组织文化研究的兴起。

复习思考题：

- 1、什么是组织和组织行为？
- 2、组织行为包括哪三个层次？
- 3、组织行为学的研究目标是什么？

- 4、 组织行为学有哪些研究方法？
- 5、 组织行为学和其他相关学科的关系如何？
- 6、 组织行为学的发展可以分为哪几个阶段？

参考书目

- 余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001
- 孙耀君主编，《西方管理学名著提要》，江西人民出版社，1999
- 孙耀君主编，《管理思想发展史》，山西经济出版社，1999
- 斯图尔特著，邱琼等译，《管理百年》，海南出版社，2002

第二章 个 性

教学目的与要求：本章教学目的是介绍个性的含义及其基本特征，对个性的心理结构进行分解，探讨个性的倾向性和个性心理特征的内涵及两者的相互关系。分析个性形成差异的先天遗传因素和后天社会环境因素。重点讨论个性的相关理论，包括特性论、心理分析论、社会学习论和个性性格论。

第一节 个性的含义及特征

一、个性的含义

人的心理活动不仅有各种各样的心理，而且在具体人身上产生时，还表现出各个人的特点。这些不同的特点构成了人与人之间在心理上的差异，称为个性差异。

个性差异主要体现在两个方面：个性倾向性和个性心理特征。

二、个性的特征

- 1.组合性：个性是自然属性和社会属性的统一。
- 2.独特性：每个人都具有不同于他人的心理特征。
- 3.稳定性：个性是经常出现的、稳定的心理特征。
- 4.倾向性：个性表现出人对事物不同的态度、体验和特定的行为模式。
- 5.整体性：个性是所有心理特征的有机结合。

第二节 个性的心理结构

一、个性的心理结构

个性的心理结构是复杂的多层次的体系，包括需要、动机、态度、兴趣、理想、信念、价值观、气质、能力、性格等。具体包括两大组成部分：个性倾向性和个性心理特征。

二、个性倾向性

这是决定一个人的态度的积极性和选择性的诱因系统。它主要包括需要、动机、态度、兴趣、理想、信念和世价值观等。

个性倾向性是个性结构中最活跃的因素。人与人之间个性的不同主要在于倾向性的不同，倾向性集中反映了个性的社会实质。

三、个性心理特征

它是一个人本质的经常的心理活动特点，主要包括能力、气质和性格。

个性心理特征在个性结构中是比较稳定的成分，而不是偶然的一时性的心理现象。它保证着一个人典型的心理活动和行为的一定质和量的水平。

四、个性倾向性和个性心理特征是辩证统一的。

一方面，个性心理特征受个性倾向性制约和调节；另一方面，个性倾向性也受个性心理特征促

进和影响。任何个人都有这样或那样的个性倾向性，也有这样那样的个性心理特征。

正是这两个方面错综复杂地交织于一个人的身上，成为统一的整体，才构成了人们各不相同的个性。

第三节 个性的影响因素

研究成果表明，有些个性特征几乎纯粹是先天的，另一些个性特征又几乎都是后天的。但是，大多数个性特征是在先天和后天这两种因素共同影响下形成的，而且主要是在后天的社会环境影响下形成的。

一、先天遗传因素。

遗传素质是个性形成和发展的自然前提。

二、后天社会环境因素。

主要包括家庭影响、文化传统因素影响和社会阶级、阶层影响等。对心理发展起决定作用，离开社会环境，个性就不能得到发展。影响作用主要表现在：

第一，社会生活条件是个性形成与发展的决定因素；

第二，教育在个性形成中起着主导作用；

第三，社会实践是个性形成发展的主要途径。

第四节 个性理论

一、特性论

特性论就是从人的心理特性来研究人的个性，也称为特质论。

1.阿尔波特认为，个性必须要有能够进行测定的因素，这种因素就是特质，各种特质组合起来就构成人的个性。

2.艾森克认为，特性表示行为的一种组织层次，超出特性的行为反应或习惯之上。他提出个性特质可以从两个独立的向度来描述，第一，情绪稳定—神经过敏；第二，内向—外向。

3.卡特尔认为，个性基本结构的单元是特质。特质有表面特质和根源特质之分。首创人格因素论，十六种个性特质成为人格测验指标。

二、心理分析论或心理动力论

1.弗洛伊德理论，即老心理分析论。

(1) 本我（或无意识）。个性中最原始

(2) 自我（或潜意识）。个体成长并分化

(3) 超我（或有意识）。控制的最高层

2.荣格理论，为新心理分析论，与弗不同：

承认潜意识是支配行为的内在因素，但主张潜意识有两种：个人潜意识，集体潜意识，两种潜意识合而支配人的行为。

个性的发展并不取决于人本能的冲动，而是一个连续的进程，动力一个性结构内矛盾转化。自我才是个性结构的核心，而自我又取决于两种“态度”或倾向：外向和内向。这两种倾向是由人的

感情显露与否来划分的。还把人的不同特征的组合，划分为敏感型、感情型、思考型、想象型不同的性格。

3.阿德勒理论，新心理分析论

他不同意弗洛伊德的原始本能的无意识的冲动是人行行为的动力的看法，他强调个人求权意志才是人类行为原动力。

他认为，在人的个性结构中起核心作用的是意识，而不是潜意识。个人不但意识到自己的行为，而且有计划有方向地去追求成就以胜过他人。

三、社会学习论

与特性论相反，它强调环境和情况对个人行为和性格起决定作用，认为环境中的事物通过学习成为自己行为的模式，而个人的行为对环境也有一定的影响。

1.一个人在特定的情况和环境中的行为取决于情况环境的特殊性，取决于个人对情况环境的评价和对别人的类似的行为的观察。

2.一个人当看到别人的行为受到奖赏或是遭到惩罚时，对其自己的行为起着强化作用。

3.强调个人行为和他人的关系。

总之，社会学习论的核心认为环境的变动引起人的特殊行为。但忽视人内在的个别差异，因而也有片面性。

四、个性性格类型论

1.荣格理论

他是最先把个性性格分为内向和外向两种类型的。理论又有新的发展，把人在生活中特别在与人交往中的性格特点分为敏感型、感情型、思考型和想象型四类。

2.麦迪理论

麦迪在荣格把个性分为内、外向的基础上，还把入由于出生后受到环境压力的影响而逐渐形成的高忧虑、低忧虑两个因素考虑在内。

五、个性理论的应用

运用个性理论提高工作成就；

运用个性理论提高健康水平；

运用个性理论提高管理水平；

针对个性特点，做好思想工作，协调和消除矛盾。

复习思考题：

- 1、个性的含义及其特征是什么？
- 2、个性的倾向性包括哪些内容？
- 3、个性的心理特征包括哪些内容？
- 4、个性的差异是由哪些因素影响的？
- 5、个性理论都有哪些？各自的观点是什么？
- 6、个性理论的学习对现实都有什么指导意义？

参考书目

余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

第三章 个性倾向性

教学目的与要求：本章教学目的是详细介绍个性倾向性中所包含的需要、动机、态度和价值观这些概念的基本内含及其特征，并重点阐述各自的主要理论以及这些概念之间的相互关系。要求学生能够对主要理论的观点有清晰的理解。

第一节 需 要

一、对需要的理解

需要是指人对某种目标的渴求或欲望。它是客观需求的反映，这种需求既包括人体内的生理需求，也包括外部的社会的需求。

就是说，需要是个体的一种主观的状态，而这种主观状态是人们对客观条件（包括体内的生理条件和外部的社会条件）需求的反映。

二、需要的产生

需要与刺激是分不开的。刺激是多种多样的刺激，一般来说，可分为两大类：一是来自自身机体的刺激，也是有机体内部的刺激，它是通过内部感受器官感受到的，如饥渴、性欲、情感等，它是人的本能和心理活动的反映；二是外部的刺激，它是通过外部感受器官，如眼、耳、鼻、舌、身感受到的，它是客观环境，包括自然和社会的各种事物在人的大脑中的反映

三、需要的特征

具有对象性、紧张性、驱动性、层次性、发展性等特征。

- 1.物质需要与精神需要结合。
- 2.劳动创造与满足需要结合。
- 3.人的需要与发展生产结合。
4. 人的需要与社会生活条件。

四、需要的分类

1. 从人们需要的性质来说，可以分为生理上的需要与心理上的需要。
2. 从人们对需要的迫切程度来说，可以分为远的间接需要与近的直接需要。
3. 从人们需要的范围来说，可以分为社会成员个人的需要和社会成员的共同的需要。根据实际情况，一般地说，社会需要与个人需要可分为 4 种情况：
 - （1）社会需要与个人需要是一致的，或者说是相应的。
 - （2）社会需要与个人需要之间，部分一致，部分不一致（对立）。
 - （3）个人需要与社会需要没有直接联系。
 - （4）个人需要与社会需要相冲突。

五、有关需要的理论

- 1.马克思主义的需要层次理论
 - （1）提出人的第一层需要理论。

(2) 恩格斯提出了社会主义社会人的需要理论。

(3) 马克思提出了共产主义社会人的需要层次。

十月革命胜利后，列宁根据革命的实践，在 1920 年 4 月 8 日提出了一个由社会产生的，带有社会主义本质特征的新需要，即“共产主义劳动”。

2. 马斯洛的需要层次论

(1) 生理需要。

(2) 安全需要。这是要求劳动安全、职业安全、生活稳定、希望免于灾难，希望未来有保障，要求劳动防护、社会保险、退休金等。

(3) 社交需要。社交需要又称为归属与相爱的需要。当前二项需要基本满足之后，社交需要就成为强烈的动机。人们希望和同事们保持友谊，希望得到信任和友爱（社交欲）。人们渴望有所归属，成为群体的一员，这就是人的归属感。

(4) 尊重的需要。社会中的人有着这样一种愿望和需要，即自我尊重、自我评价以及尊重别人。

(5) 自我实现的需要。

后来，马斯洛对于他以前所提出的五个层次的需要作了补充，即认为人们还有认识和理解的需要、审美的需要。马斯洛认为这两类需要与前面的五个层次的需要并不处于同一层次的发展系统之中，而是表现出一种既相互重叠又相互区别的关系。

3. 奥德弗的“ERG 论”

奥德弗（C. P. Alderfer）的“ERG 论”是在进行大量的试验研究基础上形成的。他把马斯洛的需要层次压缩为三种需要，认为人的需要只有生存的需要（E）、相互关系的需要（R）和成长发展的需要（G）这三种。

(1) 生存的需要（Existence） 这种需要类似于马斯洛的需要层次论中的生理的和某些安全的需要。它包括多种形式的生理的和物质的欲望，如饥、渴和住处等。

(2) 相互关系的需要（Relatedness） 这种需要类似于马斯洛的需要层次论中的社交和尊重的需要。它包括所有在工作场所中与他人之间的人际关系。个人的这种需要要依靠与别人分享和在交流感情的过程中得到满足。

(3) 成长发展的需要（Growth） 这种需要类似于马斯洛需要层次论中的某些自尊需要和自我实现的需要。它包括个人在工作上创造性的成就或个人成长的努力。成长需要的满足产生于个人所从事的事业，他不仅需要发挥自己的才能，而且还需要培养新的才能。

3. 麦克利兰（D. McClelland）认为人的基本需要有三种：成就需要、权力需要和友谊需要。他在成就需要方面，作了大量研究，发展出一套成就需要的理论。

(1) 权力需要 权力是管理成功的基本要素之一，个人的权力在不同阶段的表现不同，它有一个发展过程。一般的变化是从依赖别人——相信自己——控制别人——自我隐退，而为全社会追求权力。权力有个人权力和社会权力之分。

(2) 友谊需要 负有全局责任的管理者把友谊看得比权力更重要。

(3) 成就需要 具有挑战性的成就会引发人的快感，增加奋斗的精神，对行为起主要的影响作用。

第二节 动 机

一、对动机的理解

1.含义：动机是指引起和维持个体的活动，并使此活动导向某一目标（个人需要的满足）的心理过程或内部动力。

2.动机的功能：激活功能、指向功能、强化功能。

3.动机的来源：而动机的主要来源有二：一是内在条件（需要），一是外在条件（刺激）。

4.动机的特征：（1）、原发性（2）、内隐性（3）、实践性（4）、变化性。

二、动机的产生

需要产生动机，动机产生行为，整个过程受到行为主体的人格因素和外部环境因素的影响。

一般来说，需要和动机有相似的含义。但是，严格地说，需要和动机的概念是有区别的。需要是人的积极性的基础和根源，动机是推动人们活动的直接原因。当人的需要具有某种特定的目标时，需要才转化为动机。从这个意义上说，动机是在需要的基础上产生的。无论是物质的需要还是精神的需要，只要它以意向、愿望或理想的方式指向一定的对象，并激起人的行为时，就可构成行为的动机，所以动机是行为的出发点。

三、动机的种类

1.生理性动机。起源于身体内部的生理平衡状态的变化，这是生物共同的需要，称为原始性驱动力或生理性动机。它是一般性需要或有机性需要所产生的，包括饥饿、渴、睡眠、性、母性、和其他生理性动机（如瞌睡与痛）等。

2.衍生性动机。起源于心理和社会因素，一般是经过学习而产生的动机，因此，因人而可能有很大的差异，称为衍生性动机或心理性动机。是非机体性需要或个别性需要所产生的，包括亲和（友情与爱情）、好奇心、成就、独立、社会赞许等。

3.优势动机。反映在我们实际生活中的行为动机，常常不只是一个，而是同时存在很多个，而这些动机的强度又随时会有变动。一个人的行为由其全部动机结构中强度最高的动机所决定，叫做优势动机。

四、影响动机的因素

1、嗜好与兴趣。如果同时有好几种不同的目标，同样可以满足个人的某种需求，则个人在生活过程中养成的嗜好，影响他选择那一个目标。

2、价值观。价值观的最终点便是理想。价值观与兴趣有关，但它强调生活的方式与生活的目标，牵涉到更广泛、更长期的行为。有人认为“人生以服务为目的”，有人以追求真理为目标，有人则重视物质享受。如美国的史布兰格认为在美国社会中被重视的中心价值有6种：A、以知识真理为中心的理论性价值；B、以形式与调和为中心的美的价值；C、以权力地位为中心的政治性价值；D、以群体他人为中心的社会性价值；E、以有效实惠为中心的经济性价值；F、以信仰为中心的宗教性价值；

3、抱负水准。所谓抱负水准是指一种想将自己的工作做到某种质量标准的心理需求。一个人的嗜好与价值观决定其行为的方向，而抱负水准则决定其行为达到什么程度。

五、动机的测量方法

- 1.观察法：就是在实际生活中，或是在控制的情况下，观察个人的行动，加以推论。
- 2.问卷法：即让受试者按自己个人的情形，回答各种问题，常见的有是非法。
- 3.选择法：可以列出两种假设情况，让受试者根据自己的意见圈选其中之一。
- 4.面谈法：即直接面对面地问职工一些问题，然后就其所陈加以分析，而推断其动机。
- 5.投射法：采用不让受试者了解测试目的的方式，即看图说故事。

第三节 态 度

一、对态度的理解

态度是关于物体、人物和事件的评价性陈述。这种评述可以是赞同的，也可以是反对的。它反映了一个人对于某一对象的内心感受。态度的关键成分：认知、情感和意向

1.态度的认知成分

认知指人对事物的看法、评价以及带评价意义的叙述。包括个人对某一对象的理解、认识以及肯定与否定的评价。

2.态度的情感成分

情感即人对事物的好恶，带有感情色彩和情绪特征。

3.态度的意向成分

意向即人对事物的行为准备状态和行为反应倾向。态度不同于行为，但态度含有行为倾向，人的行为反映态度。

二、态度的类型

态度的类型包括工作满意度、工作参与和组织承诺

1.工作满意度：指个体对他所从事的工作的总体态度。

2.工作参与：指测量一个人从心理上对其工作的认同程度以及认为他的绩效水平对自我价值的重要程度。

3.组织承诺：指员工对于特定组织及其目标的认同，并且希望保持组织成员身份的一种心态。

三、态度的特征

1.态度的社会性

态度是主体在长期的生活中，通过与社会的相互作用，受社会的影响而逐步形成的。

2.态度的针对性

态度具有特定对象，它总是针对某些对象——某一个人、某一个群体或某一状态而产生的。

3. 态度的协调性

态度是由认知、情感和意图三种因素组成的，

4.态度的恒常性

态度一经形成，就将持续一段时间不宜改变，因而成为其人格的一部分，使这个人对于同一对象形成前后一致、自然的、习惯性的反应。

5.态度的内隐性

态度是一种心理倾向，是行为的准备，是不能直接观察到的。

四、有关态度改变的理论

1. 列昂·费斯廷格提出了认知失调理论。

这个理论致力于对态度和行为之间的联系做出解释。不协调意味着不一致。认知失调泛指任何情况的不和谐。

在解决认知不协调的问题上，费斯廷格提出了三种途径：①改变行为，使对行为的认知符合态度的认知；②改变态度，使其符合行为；③引进新的认知因素，改变不协调的状况。

2. 海德的认知平衡理论

海德认为认知对象包括世界上各种人、物、事、概念等，这些对象有的互不相关，有的互相联结。

海德将构成一体的两对象的关系称为单元；对于每种认知对象的感情和评价称为情绪。当对一个单元内两个对象的看法一致时，其认知体系呈现平衡状态；当两个对象有相反看法时，就产生不平衡状态。海德强调一个人对某一认知对象的态度，常受他人对该对象态度的影响，即海德十分重视人际关系对态度的影响力。

五、态度对行为的影响

态度属于行为的指导和动力系统，对人的行为有很直接、很重要的影响。

1. 态度影响认知与判断

认知对态度的形成有作用，态度一旦形成也会对认知产生反作用，有正向作用，也有负向作用。

2. 态度影响行为效果

一个人热爱自己的工作，以稳定的积极的态度对待工作，就会在态度持续的时间内努力提高工作绩效。

3. 态度影响忍耐力

忍耐力指人对挫折的耐受、适应能力，它和人对所从事活动的态度有密切关系。

4. 态度影响相容性

在社会交往活动中，一个人对自己、对他人、对集体的态度，往往影响他与群体的融合程度；同样，组织成员之间的相互态度，也影响组织的相容性和凝聚力。

第四节 价值观

一、对价值观的理解

价值观代表了人们最基本的信念：从个人或社会的角度来看，某种具体的行为模式或存在的最终状态比与之相反的行为模式或存在状态更可取。其内涵可以从以下两个方面来解释：

1. 价值观决定了事物或行为对于个人是否有意义及重要程度如何。

2. 价值观具有个体性。每个人都有自己的价值观，每个人的价值观都会有所不同。

二、价值观的基本特征

1. 价值观是事物价值的主观反映。

2. 价值观以人的需要为基础。

3. 价值观是一个具有不同层次、不同类型的结构系统。

三、价值观的重要性

价值观从整体上影响一个人的态度和行为。价值观的影响表现在：

- 1.影响对其他个人及群体的看法，从而影响到人与人关系；
- 2.影响个人所选择的决策和解决问题的方法；
- 3.影响个人对所面临的形势和问题的看法；
- 4.影响工作态度和有关行为的道德标准；
- 5.影响个人接受或抵制组织目标和组织压力的程度；
- 6.影响对个人及组织的成功和成就的看法；
- 7.影响对个人目标和组织目标的选择；
- 8.影响组织中激励机制的建立和人力资源政策的制定。

四、价值观的类型

1.罗克奇价值观调查

这项调查问卷包括两种价值观类型：终极价值观和工具价值观。

（1）终极价值观指的是期望存在的终极状态，是人一生中希望实现的最根本的目标，如舒适的生活、成就感、世界和平、平等、自由、快乐、自尊等等。

（2）工具价值观指的是人喜欢的行为方式或实现终极价值观的手段，如勤奋工作、胸怀开阔、清洁、勇敢、宽容、富于想象力、顺从、负责、自律等等。

2.美国组织行为学家斯普朗格尔最早对人的价值观进行归类，将价值观分为下列六类：

- （1）理性价值观，以知识和真理为中心，强调通过理性批判的方式发现真理。
- （2）唯美价值观，以形式、和谐为中心，强调对审美、对美的追求。
- （3）政治价值观，以权力地位为中心，强调权力的获取和影响力。
- （4）社会价值观，以群体他人为中心，强调人与人之间友好、博爱。
- （5）经济价值观，以有效实惠为中心，强调功利性和实务性，追求经济利益。
- （6）宗教价值观，以信仰教义为中心，强调经验的一致性及对宇宙和自身的理解。

五、不同文化下的价值观

霍夫斯泰德评估文化的构架，此框架界定了五个维度：

1.权力距离。指一个国家的人民对于机构和组织内权力分配不平等这一事实的接纳和认可程度。它的范围从相对平等（低权力距离）到极端不平等（高权力距离）。

2.个人主义与集体主义。个人主义指的是一个国家的人民喜欢以个体为单元活动而不是。集体主义则与个人主义相反，它等同于个人主义。

3.生活数量和生活质量。生活数量指的是人们看重积极进取、金钱及物质的获得与拥有、竞争的程度。生活质量是指人们重视关系，并对他人幸福表现出敏感和关心的程度。

4.确定性规避。一个国家的人民喜欢结构化而不是非结构化情境的程度。在不确定性规避上得分高的国家，人们的焦虑水平更高，它表现为更明显的紧张、压力和攻击性。

5.长期与短期取向。生活在长期取向文化中的人们，总是想到未来，而且看重节俭与持久。而短期取向的人们看重的是过去与现在，强调对传统的尊重以及社会义务的履行。

复习思考题：

- 1、对需要、动机、态度和价值观这些概念如何理解？

- 2、请分析马斯洛需求层次论和奥德弗的“ERG 论”的区别？
- 3、请阐述麦克利兰成就需要理论的理论价值？
- 4、个体的行为动机是如何产生的？它和需要之间是什么关系
- 5、影响动机的因素有哪些？
- 6、态度会对行为产生什么影响？
- 7、探讨价值观有什么重要意义？
- 8、价值观都有哪些类型？你有什么样的价值观？

参考书目

余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

德鲁克著，《卓有成效的管理者》，机械工业出版社，2007

斯蒂芬·P·罗宾斯[美]著，《组织行为学》（第十版），中国人民大学出版社，2005

斯蒂芬·P·罗宾斯[美]著，郑晓明译《组织行为学精要》（第6版），电子工业出版社，2002

第四章 个性心理特征

教学目的与要求：本章教学目的是描述不同气质类型的特征及其适用的工作岗位，分析气质理论在管理实践中的应用。探讨性格和气质之间的联系和区别。对能力类型及能力的影响因素进行分析。要求学生能够从气质、性格和能力三个方面分析个体之间个性心理特征的差异，从而对管理实践提供有效指导。

第一节 气 质

一、对气质的理解

气质是指人的心理活动的动力特点。即人在进行心理活动时，或是在行为方式上，表现于情感和活动发生的速度、强度、稳定性、灵活性等动态性质方面的心理特征

- 1.强度主要包括情绪体验的强弱、意志努力的程度、耐受力的大小
- 2.速度主要包括感知觉的速度，语言思维的快慢；
- 3.灵活性主要包括兴奋与抑制转变的快慢，注意转移的难易；
- 4.稳定性主要包括注意集中时间的长短、情绪的稳定程度；
- 5.指向性主要包括倾向于体察外部事物，还要倾向于内心活动等。

二、气质类型

- 1.胆汁质。智慧敏捷，缺乏准确性；热情，但急躁易冲动；刚强，但易粗暴。
- 2.多血质。高度的灵活性，有朝气，善于适应变化的生活环境，情绪体验不深。
- 3.粘液质。注意稳定，但不易转移；稳重踏实，但有些死板；忍耐沉着，但有些生气不足。
- 4.抑郁质。情感单调，情绪体验强烈，并经久不息；敏感，认真细致、会感到很痛苦，孤僻。

三、对不同气质的解释

巴甫洛夫的解释——高级神经活动过程即兴奋和抑制过程，具有三个基本特征：神经过程的强度、平衡性和灵活性。

高级神经活动的四种主要类型

- 1.强而不平衡的类型（兴奋型）。
- 2.强而平衡、灵活的类型（活泼型）。
- 3.强而平衡、不灵活的类型（安静型）。
- 4.弱型（抑制型）。

四、气质在管理实践中的意义

- 1.气质类型无好坏之分。“天生我材必有用”
- 2.气质不能决定一个人活动的社会价值和成就的高低
- 3.气质可以影响人的活动效率。
- 4.气质可以影响人的情感和行动。

五、气质差异理论的应用

1.应用范围

(1) 人机关系。不同气质类型的人适合于不同的工作、不同的岗位、不同的职位，这也是现代化大生产对气质的要求。

(2) 人际关系。组织、群体内人际关系的状况是影响工作效率与工作成绩大小的一个重要因素。不同气质类型的人在处理人际关系时表现不同。

(3) 思想教育。要想掌握思想政治工作的主动权，使工作做得更有效，就应该了解人的气质特征，针对不同气质类型的人和不同的特点，采取切合实际的教育方法。

2. 应用的原则

(1) 气质绝对原则。某些特殊的工作必须具备相应的气质特征。

(2) 气质互补原则。同类气质的人在一起工作效能反而低，必须是具有不同气质类型的人有机地组合在一起，形成气质互补包容，才能取得较高的效率。

(3) 气质发展原则。发挥每类气质的积极的一面，有意识地抑制消极的一面，促使我们的心理健康地向高水平方面发展。

第二节 性 格

一、对性格的理解

1.性格是一个人独特而稳定的个性特征，它表明一个人对现实的态度和相应的习惯化的行为方式。

2.性格就是由许多性格特征所组成的统一体，性格特征表现在人对现实的态度和行为方式中。如诚实或虚伪、勇敢或怯懦、勤劳或懒惰、果断或优柔寡断等。

3.性格是具有核心意义的个性心理特征，它最能表现一个人的个性差异。

二、性格的特征

1.性格的态度特征。主要是在处理各种社会关系方面的性格特征。

2.性格的意志特征。指人在对自己行为的自觉调节方式和水平方面的性格特征。

3.性格的情绪特征。情绪活动的稳定的经常表现的特点。

4.性格的理智特征。认识水平的差异称为能力特征,认识活动特点与风格被称为性格的理智特征。

三、性格的差别

1.按何种心理机能占优势来划分

(1) 理智型 (2) 情绪型 (3) 意志型 (4) 中间型

2.按心理活动的倾向性来划分

(1) 外倾型 (2) 内倾型

3.按思想行为的独立性来划分

(1) 顺从型 (2) 独立型。

四、性格与气质的区别

1.气质比较多地受生物学制约，受遗传素质决定，变化较难、较慢；而性格是后天形成的，由

生活实践决定，虽然具有稳定性特点，但比起气质来变化较易、较快。

2.出于气质基本上由一个人的生理特点所决定，所以不能给予好坏的评价。人的性格既然是个人受社会历史制约的总体，便始终从社会方面获得某种道德评价的意义。如诚实与虚伪、怯懦与勇敢、果断与优柔。

3.气质的某些品质和某些性格特征不是单方面的联系。相同气质类型的人可以形成互不相同的性格特征，不同气质类型的人又可形成不同或相同的性格。

五、性格与气质的联系

气质与性格又是有联系的。气质的生理基础与性格的生理基础之间密切地联系着。

1.气质势必对性格产生影响。首先，某种气质可以有力地促使某些性格特征的发展；其次，在性格的表现上带有各自的气质特点。

2.同时性格对气质有更大、更深刻的影响。性格可以在一定程度上掩盖或改造气质，使之符合社会实践的要求。

六、性格差异理论的应用

1.在行为的预测方面。不同性格的人，就会有不同的态度和不同的行为方式。

2.在人员的选拔和录用方面。由于具有不同性格的人的行为方式不同，他们所适宜从事的工作也不一样，从事同一工作所获得的效益也有很大差别。

3.在思想教育方面。人的性格不同，接受别人意见的方式也不同。

4.在群体成员的组合方面。根据人才结构整体相关规律使人才群体在知识、能力、年龄等硬结构形成互补状态，使气质、性格等软结构呈和谐趋势。

七、性格在管理中的实践意义

1.有利于管理者做好管理工作。

2.有利于个人不断陶冶、完善自我。

3.有利于人际关系的协调和社会的稳定。

4.有利于提高工作效率。

第三节 能力

一、对能力的理解

1.能力是指人们成功地完成某种活动所必需的个性心理特征。

2.能力和活动紧密地联系着，掌握活动的速度和成果的质量被认为是能力的两种标志。

3.各种能力的最完备的结合，叫做才能。杰出的才能，就被称为天才。

二、能力的类型

1.心理能力：运算能力：快速准确地运算；

理解能力：对文字和口头表达的理解；

洞察能力：区别异同，探及本质，由表及里；

归纳能力：整理抽象，由此及彼，预见发展；

推理能力：逻辑判断，评估选择；

想象能力：空间构思，展望未来，创新突破；

记忆能力：保持记忆，快速回忆；

2. 体质能力：力量：体力、静态力、爆发力；

灵活性：广度灵活性、快速动态的灵活性；

协调性：动作协调能力；

平衡性：外力下保持平衡；

耐力：保持持续性的能力；

3. 能力和工作的匹配： 飞行员——洞察能力； 建筑工人——高空平衡能力；

记者——演绎推理能力，归纳能力；

匹配影响工作绩效，工作满意度，工作积极性和创造性

三、影响能力的发展因素

1. 遗传因素在能力发展中的作用

(1) 遗传是通过素质影响儿童的智力发展。

(2) 素质是人的机体生来俱有的某些解剖生理特点，主要是神经系统、感觉器官和运动器官的解剖生理特点，特别是大脑的解剖生理特点。

(3) 素质是能力发展的自然前提，没有这个前提，就不能发展相应的能力。

2. 环境因素在能力发展中的作用

(1) 社会生产方式是环境因素中影响能力发展的最重要因素。

(2) 营养是影响能力发展的一个重要因素，特别是幼年的营养直接关系到能力的发展。

(3) 社会生活条件对能力发展的决定作用，通常是通过教育来实现的。

3. 实践活动和个性品质在能力发展中的作用

(1) 环境和教育只是外部条件，人的能力是在主体的实践活动中形成和发展起来的；

(2) 优良的个性品质推动人们去从事并坚持某种活动，从而促进能力的发展。如特殊兴趣、意志性格

四、能力差异理论的应用

1. 应用范围

(1) 人事关系。

人适其职，职得其人，人事和谐。

(2) 人际关系。

组成优秀群体，避免“一流人才，组成二流群体，发挥三流功能”现象。

2. 应用的原则

(1) 能力阈限原则。从事某一种工作所需要的最起码的能力水平，叫做能力阈限。不能小材大用，也不能大材小用。

(2) 能力合理安排的原则。根据素质优势和能力所长安排岗位，扬长避短、各尽所能。

(3) 能力互补原则。帅才、将才、“思想库”组合。

(4) 能力时效原则。人在学习和创造的最佳年龄内学习和创造所取得成果的可能性（概率）最大，质量最高，数量最多，速度最快。

复习思考题：

1、气质都有哪些类型？各自有什么特点？

- 2、气质理论在管理中的应用是什么？
- 3、性格有哪些特征？
- 4、性格和气质有什么区别和联系？
- 5、性格差异理论有什么应用？
- 6、能力有哪些类型？
- 7、哪些因素影响能力的发展？
- 8、能力差异理论有什么应用？

参考书目

余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

德鲁克著，《卓有成效的管理者》，机械工业出版社，2007

斯蒂芬·P·罗宾斯[美]著，《组织行为学》（第十版），中国人民大学出版社，2005

斯蒂芬·P·罗宾斯[美]著，郑晓明译《组织行为学精要》（第6版），电子工业出版社，2002

黄维德主编，《组织行为学案例》，清华大学出版社，2004

第五章 知觉与个体决策

教学目的与要求：本章教学目的是通过对知觉的理解，探讨知觉研究在管理学中的意义，明确社会知觉的主要内容，以及知觉和感觉之间的关系。重点分析归因理论以及在实现中的应用，了解归因理论的常见现象。通过把握知觉和个体决策之间关系，区别三种不同的决策模型以及个体决策风格上的差异。

第一节 对知觉的理解

一、知觉及其选择性

- 1.我们人类用视觉、听觉、触觉、嗅觉和味觉去感知周围的世界。
- 2.知觉就是个体选择、编排、存储和解释从五官获得的信息的过程。
- 3.由于客观事物是多种多样的，在同一时刻，有许多客观事物同时作用于人的感官，人不能同时反映出这些事物，而只能有选择地以其中某些事物为知觉对象，让这些事物进入个人的认知世界，这就是知觉的选择性。

二、知觉与感觉

- 1.知觉是在感觉的基础上产生的，人们通过知觉，有助于对事物整体与全面的认识。
- 2.知觉和感觉的关系与区别是：感觉指人脑对客观事物个别属性的反映；知觉是人脑对客观事物整体的反映，即对客观事物赋予意义并做出解释。

三、社会知觉

社会知觉是由美国心理学家布鲁纳提出来的,就是指对人的知觉，对人和群体的知觉，对社会对象的知觉。

- 1.对人的知觉，指通过对他人的外部特征的知觉，借以了解其动机、感情、意图的认识活动。
- 2.人际知觉，指对人与人之间关系的知觉，它主要以人的交际行为为知觉对象。
- 3.自我知觉，指一个人通过对自己行为的观察而对自己心理状态的自我感知，是自己对自己的看法。
- 4.角色知觉，指对人们所表现的社会角色行为的知觉。

四、知觉研究的管理学意义

- 1.人们的行为是以他们对现实的知觉而不是以现实本身为基础的，而知觉并不总是能够准确无误地反映客观事实。
- 2.而且对于同一知觉对象，不同个体的知觉可能会有差异，对于组织来说，当这两种差异随着群体人数的增多而增多时，产生误会和冲突的可能性也增多了。
- 3.个体对工作环境的知觉比真正的工作环境更能影响他们的效率。
- 4.管理者能否成功计划和组织下属工作，都远远不如下属对管理者的这种努力的知觉那么重要。
- 5.对于报酬是否公平、考核是否有效以及工作条件等等，都需要通过员工的知觉来判断的。

第二节 归因理论

一、归因理论

归因理论：指说明和分析人们活动因果关系的理论，人们用它来解释、控制和预测相关的环境，以及随这种环境而出现的行为，因而也称“认知理论”，即通过改变人们的自我感觉、自我认识来改变和调整人的行为的理论。

归因理论是在美国心理学家海德的社会认知理论和人际关系理论的基础上，经过美国斯坦福大学教授罗斯和澳大利亚心理学家安德鲁斯等人的推动而发展壮大起来的。

二、归因理论研究的基本问题

- 1.人们心理活动发生的因果关系。包括内部原因与外部原因、直接原因和间接原因的分析。
- 2.社会推论问题。根据人们的行为及其结果，来对行为者稳定的心理特征和素质、个性差异做出合理的推论。
- 3.行为的期望与预测。根据过去的典型行为及其结果，来推断在某种条件下将会产生什么样的可能行为。

三、归因理论的常见现象

- 1.基本归因错误
指人们在评估他人的行为时，即使有充分的证据支持，但仍总是倾向于低估外部因素的影响，而高估内部或个人因素的影响。
- 2.自我服务偏见
指个体倾向于把成功归因于内部因素（如能力或努力），而把失败归因于外部因素（如运气）。
- 3.判断他人时常走的捷径
 - （1）选择性知觉，指观察者依据自己的兴趣、背景、经验和态度进行的主动选择。
 - （2）晕轮效应，指根据个体的某一种特征（如智力、社会活动理、外貌），从而形成总体印象。
 - （3）对比效应，指对一个人的评价并不是孤立进行的，它常常受到最近接触到的其他人的影响。
 - （4）定型效应，指人们在头脑中把形成的对某些知觉对象的形象固定下来,并对以后有关该类对象的知觉产生强烈影响的效应。
 - （5）第一印象效应（首因效应）,人对人的知觉中留下的第一印象能够以同样的性质影响着人们再一次发生的知觉

四、知觉在组织中的常见应用

- 1.招聘面试
研究证据表明面试官常常做出了不正确的知觉判断。面试官之间评价的一致性常常很低，不同面试官看到的是同一候选人的不同方面，因而对同一个人得出了不同的结论。
- 2.绩效期望
大量证据表明人们试图证实自己对现实的知觉，即使这些知觉是错误的也会如此。
- 3.自我实现预言

也叫皮革马利翁效应，人们对别人的期望会决定他们的行为，于是期望变成了现实。

4.绩效评估

在评估员工时，管理者所使用的主观指标以及评估者认为的“好”或“差”的特点或行为，都会明显影响到评估结果。

5.员工努力

个体在组织中的未来常常不仅取决于工作绩效本身。在很多组织中，员工的努力水平也是一项重要因素。但是，对个体努力水平的评价是一种主观判断，它很容易受到知觉的歪曲和偏见的影响。

第三节 知觉与个体决策

一、知觉与个体决策之间的联系

由于决策者的特性（功利型、人权型、公正型），意见对决策目标、需求理解不同，掌握决策资源不同，不可能做到完全理性决策，而在知觉决策中，知觉往往成为决定性因素。

决策受知觉影响：决策是对于问题的反应，由于事件的当前状态与期望状态之间存在着差距，因而要求个体考虑几种不同的活动进程。因此，对问题状态的知觉，影响决策的过程。

二、决策模型——理性决策模型

1.理性决策模型指一种决策模型，描述的是为了最大化某种结果个体应该如何行为。

2.其步骤是：（1）界定问题所在；（2）确定决策标准；（3）给标准分配权重；（4）开发备选方案；（5）评估备选方案；（6）选择最佳方案。

3.理性模型的假设条件是：（1）问题清晰；（2）所有选项已知；（3）偏好明确；（4）偏好稳定；（5）没有时间和费用的限制；（6）最终选择效果最佳。

4.当决策者面对的问题很简单而且相关的备选方案不多时，当搜寻和评估备选方案的代价很小时，理性决策可以对决策过程提供精确描述。但是，在实践中，大多数决策并不遵守理性模型。

三、决策模型——有限理性决策模型

1.一旦问题被确定下来，就要开始寻找标准和备选方案；一旦标准被确定下来，决策者就要开始对其进行评估。

2.但这种评估并不是综合性的——并不是所有的方案都会被予以认真的评估。决策者将会从目前方案仅存在相对较小差异的选项入手。

3.当确认某一方案已经是“足够好了”，即已经达到一个可以接受的标准。因此，最终的解决方案代表的只是一个满意方案，而不一定是最佳方案。

四、决策模型——直觉性决策模型

直觉性决策制定是一个非理性的过程，来自于一点一滴积累起来的经验。下述情况更愿意依靠直觉做出决策：

- 1.不确定性水平很高时；
- 2.几乎没有先例存在时；
- 3.难以科学地预测变量时；
- 4.“事实”有限时；
- 5.事实难以明确指明前进方向时；

- 6.分析性资料用途不大时；
- 7.当需要从几个可行方案中选择一个，而每个方案的评价都不错时；
- 8.时间有限，但又有压力要做出正确决策时。

五、个体决策风格的差异

人们在两个维度上存在差异。首先是思维方式；另一个维度是个体对模糊性的容忍力。这两个维度的图解方式，构成了四种决策风格：指示型、分析型、概念型和行为型。

1.指示型风格的人是有效率和逻辑性的，其追求理性，对不确定性的容忍度较低。但在制定决策时，关注效率结果，利用最少的信息并且几乎不考虑备选方案。指示型决策者制决策速度快，注重短期效应。

2.分析型决策者相对于指示型决策者，对不确定性有较大的容忍度。他们期望获得更多的信息，并考虑更多的备选方案。分析型决策者具有适应和应付新环境的能力，将其定义为细心的决策者最为恰当。

3.概念型决策者眼界非常开阔，并考虑很多备选方案。他们着眼于长远目标，并且善于找到创新的方法来解决。

4.行为决策者，他们善于和其他人合作，对同事及下属的工作绩效表示关心。他们接受别人的建议，通过多次会议进行理解沟通。此类型的决策管理者尽量避免冲突，并寻找可接受的方式。

复习思考题：

- 1、什么是知觉及其选择性？知觉和感觉是什么关系？
- 2、社会知觉包括哪些方面内容？
- 3、什么是归因理论？归因理论所常见的现象有哪些？
- 4、知觉和个体决策之间有什么联系？
- 5、三种决策模型各有什么特点？
- 6、个体决策风格有哪几种？

参考书目

余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

朱春玲译，《哈佛商学院案例（组字行为学）》，中国人民大学出版社，2007

第六章 激励

教学目的与要求：本章教学目的是了解激励的形式和心理形成机制，重点探讨各类激励理论，通过激励理论的学习强化在管理实践过程中有关激励方式的应用。

第一节 激励概述

一、激励的形式：

1.外在激励：是指员工因受雇佣而获得的各种形式的收入，包括薪酬、奖金、福利、津贴、股票期权及以各种间接货币形式支付的福利等。

2.内在激励：是指由于员工自己努力工作而受到晋升、表扬或受到重视等，从而产生的工作的荣誉感、成就感、责任感。

二、激励的心理机制

激励从心理学角度，是指激发人的动机，鼓励人充分发挥内在的动力，朝着所期望的目标采取行动的心理过程。

第二节 激励理论

一、马斯洛的需求层次理论

1.人的需要分等分层，呈阶梯式逐级上升。只有在低层次的需要满足以后，人才会进一步追求较高层次的需要，而且低层次的需要满足的程度越高，对高层次需要的追求就越强烈。

2.未被满足的需要才有激励作用。当某种需要得到满足以后，这种需要也就失去了对行为的唤起作用，下一层次的尚未满足的需要就会成为人们行为的动机。

二、麦克利兰的成就需要论

“成就需要论”不讨论人的基本生理需要，主要研究在人的生理需要基本得到满足的情况下，人还有哪些需要。麦克利兰认为，人还有权力需要、友谊需要和成就需要这三种。

- 1.成就需要
- 2.权力需要
- 3.友谊需要

三、赫茨伯格的双因素理论

把企业中影响人的积极性因素，分为激励因素和保健因素两大类。

1.激励因素，往往与工作内容或工作成果有关，能产生直接的激励因素，使员工对工作有一种满足感。

2.保健因素，在工作中使人们感到不满意的因素往往与工作环境或外在因素有关。这类因素改善了，只能消除员工的不满，但不能使员工变得满意，不能直接起激励作用。

四、弗洛姆的期望理论

只有当人们认为实现预定目标的可能性很大，并且实现这种目标又具有很重要的价值时，该目标对人的激励程度才会最大。激励的程度是由期望值和效价决定的。

1.期望值，是指人们对想要实现某一目标的主观概率，即主观估计达到目标的可能性的

大小。
2.效价，是指人们对某一目标的重视程度与评价高低，即人们在主观认为实现目标后获得报酬的价值大小。效价反映了一个人对某一结果的偏好程度。

五、亚当斯的公平理论

当一个人做出了成绩并取得了报酬以后，它不仅关心自己所得报酬的绝对量（实际收入），而且关心自己所得报酬的相对量（即所得与付出之比）。

这里的所得与付出都是个人的主观感觉和判断。员工评价自己是否得到了公正的评价，要通过横向比较和纵向比较：

1.横向比较，即将自己的所得和付出的比值与他人所得和付出的比值进行比较。

2.纵向比较，即把自己目前的投入与目前获得的报酬比值，同自己过去的投入与报酬的比值进行比较

六、斯金纳的强化理论

有意识地对某种行为进行肯定强化时，可以促进这种行为重复出现。反之则会消退和终止。这种状况心理学中称为“强化”。强化激励理论认为一般有三种强化方式，可以单独使用，也可以结合使用：

1.正强化。利用强化物刺激行为主体，来保持和增加某种积极行为重复出现的频率。

2.负强化。利用强化物抑制不良行为重复出现的可能性。

3.自然消退。对行为不施以任何刺激，任其反应频率逐渐降低，以至慢慢消失。

七、海德的归因理论

归因理论是说明和推论人们活动的因果关系的理论。归因理论认为人们获得成功还是遭受失败可以归为四种因素：

1.努力程度：相对不稳定的内因，是可控因素

2.能力大小：相对稳定的内因，短期不可控，但长期而言是可以控制的

3.任务难度：相对稳定的外因，是不可控因素

4.运气和机会：相对不稳定的外因，是不可控因素

八、亚当斯的挫折理论

挫折理论是专门研究人们为什么会遭受挫折，遭受挫折后人们又会产生什么反应。挫折产生的原因很多：

1.主观原因：个人的目标往往过高，个人同时追求的目标过多，因脱离实际导致失败。

2.客观原因：自然环境因素，物质环境因素，社会环境因素。

第三节 激励实践

一、合理的薪酬制度

- 1.公平性
- 2.竞争性
- 3.激励性
- 4.经济性
- 5.合法性

二、薪酬制度类型

- 1.自然工资体系
- 2.职位工资体系
- 3.绩效工资体系（奖金）
- 4.结构工资体系

三、员工福利制度

- 1.福利制度的作用
 - （1）能吸引和保持住人才。
 - （2）对企业生产率提高与运营成本的降低，都有着间接而巨大的积极作用。
- 2.福利制度的类型
 - （1）经济性福利
 - （2）非经济性福利

复习思考题：

- 1、什么是激励？激励的心理形成机制是怎样的？
- 2、请分析各种激励理论的主要内容及其理论应用价值。
- 3、在组织中如何应用激励方式才有效？

参考书目

- 余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001
- 朱春玲译，《哈佛商学院案例（组织行为学）》，中国人民大学出版社，2007

第七章 群 体

教学目的与要求：本章教学目的是讲解群体的含义及其作用，探讨群体的外部环境。分析正式组织和非正式组织的类型及特征。阐述群体凝聚力的产生及其发挥的作用，了解提高群体凝聚力的主要措施。

第一节 群体概述

一、群体的含义

群体指组织中的一群人，为了共同的目标，彼此相互作用，相互影响和相互依存的基础上所形成的整体。组织中的群体具有以下三个特征：

- 1.行为上互相影响；
- 2.心理上彼此意识到对方的存在；
- 3.成员都具有集体意识和归属感。

二、群体的作用

由于群体是介于组织和个人间的人群结合，因而它的作用主要是承上启下。其包括贯彻执行组织的任务、组织群体生产或社会活动、协调人与人之间的关系、满足成员的合理需求等。具体表现在：

- 1.群体不是简单个体的相加，而是将个体力量汇合成新的力量；
- 2.完成组织所赋予的基本任务；
- 3.满足群体成员的心理需求；包括：①获得安全需求；②满足归属的需求；③满足自尊的需求；④增加自信；⑤增加力量感；⑥当生病、疲劳、感到困难时，能得到帮助；⑦能体会自己是社会的一分子，看到自己在社会中的地位等。
- 4.群体可以协调人与人之间的关系。

三、群体的外部环境条件

对群体产生影响的外部条件包括：

- 1.组织战略，其可能引导组织朝不同方向发展；
- 2.权力结构，其决定一个群体在组织权力结构中的位置，决定着群体的正式领导者和群体之间的正式关系；
- 3.正式规范，其决定群体成员行为的一致性；
- 4.组织资源，其决定组织分配给群体的各种资源是否充裕；
- 5.人员甄选过程，其决定组织工作群体中成员的类型；
- 6.绩效评估和奖酬体系，其对群体成员的工作行为产生影响；
- 7.组织文化，其规定群体成员的行为可接受性；
- 8.物理工作环境，其可能会影响员工之间的交流。

四、群体成员资源

群体成员资源包括：

1.知识、技能和能力

通过评估成员个体的知识、技能和能力，可以部分地预测出群体绩效。群体成员的智力和与工作任务相关的能力都与群体绩效有关，但相关度不高。

2.人格特点

在美国文化中，具有积极意义的人格特质对群体生产率、群体士气和群体凝聚力有积极的影响，这些人格特质主要包括：善于社交、自我依赖、独立性强。那些具有消极意义的特质，如独断、统治欲强、反传统性等，对群体生产率、群体士气、群体凝聚力有消极影响。

第二节 群体的分类

根据构成群体的原则和方式的不同，可以分为正式群体和非正式群体。

一、正式群体

正式群体：指为完成组织任务所建立起来的正规社会群体（命令型、任务型），这类群体分工明确，并受到法律保护。

1. 命令型群体：指由组织的章程规定，由下级和上级组成，下级直接向上级报告。一个部门和管理者之间的权威关系，或者一位资深护士与她的下属之间的权威关系，等都是命令群体的例子。

2.任务型群体：指由一组为了完成一个特定的任务或者项目在一起工作的员工所组成。但任务型群体并不仅仅限于直接的上下级关系中，它还可能跨越这种命令关系。

二、非正式群体

非正式群体：指人们之间以利益和感情为纽带自发形成的群体（利益型、友谊型），这类群体属于自然形成，一般不受法律与行政的保护与干预。

1.利益型群体：指由一组为了某个共同关心的具体目标走到一起的成员构成。

2.友谊型群体：指由一组在某些方面具有共同特点的成员构成，如年龄、政治信仰或者民族背景。

第三节 群体凝聚力

一、群体凝聚力的含义

凝聚力指成员被群体吸引并愿意留在群体内的程度，是群体成员彼此之间的“粘合力”。

二、群体凝聚力的影响因素

- 1.态度和目标的一致性；
- 2.外部的威胁；
- 3 群体规模；
- 4.奖酬体制；
- 5.班组的组合；
- 6.与外界的关系；
- 7.群体的绩效；
- 8.领导作风。

三、群体凝聚力的作用

1. 满意感。高凝聚力群体的成员可以比低凝聚力群体的成员得到更大的满足；
2. 沟通。高凝聚力群体中的成员比低凝聚力群体中的成员沟通的机会要多得多；
3. 生产率。凝聚力通过群体的目标与组织目标是否一致来影响生产率的；
4. 群体意识。凝聚力高的群体容易形成群体意识。

四、提高群体凝聚力的措施

1. 缩小群体规模；
2. 鼓励对群体目标的认同；
3. 增加群体成员一起工作的时间；
4. 提高群体地位，并让人们感到成为群体成员并不容易；
5. 激励与其他群体的竞争；
6. 对群体而不是成员个体进行奖励；
7. 群体内部有良好的激励和约束机制。

复习思考题：

- 1、什么是群体？群体的作用有哪些？
- 2、群体的外部环境条件有哪些？
- 3、群体可以如何分类？
- 4、什么是群体凝聚力？群体凝聚力有什么作用？
- 5、影响群体凝聚力的因素有哪些？

参考书目

- 余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001
- 斯隆（美）著，《我在通用汽车公司的岁月》，京华出版社，2004

第八章 群体决策

教学目的与要求：本章教学目的是介绍群体决策的内容，分析群体决策的过程，讲解群体思维和群体偏移的概念。重点是探讨群体决策的优缺点及其和个体群体的区别，使学生掌握在什么情况和条件下应该使用群体决策。介绍群体决策的方法技术。

第一节 群体决策概述

一、群体决策三个维度

群体决策包括三个维度

- 1.群体成员参与决策的程度，从很少参与决策到充分参与决策，不同的参与程度对于决策结果的可接受性很有影响；
- 2.群体决策的内容，包括管理、日常人事、工作本身和工作条件四个方面；
- 3.群体决策的范围，分为大范围和小范围。

二、群体决策过程

- 1.诊断问题；
- 2.找出可供选择的解决方法；
- 3.分析可供选择的办法，作出决策。

三、群体思维和群体偏移

1.群体思维：指由于群体中从众压力的影响，严重抑制了那些不同寻常的、由少数派提出的或不受欢迎的观点的现象。其与群体思维有关，是一种损害了许多群体的疾病，它会严重影响到群体绩效。

2.群体偏移：指群体讨论使群体成员的观点朝着更极端的方向偏移，这个方向使讨论之前他们有所倾向的方向的现象。其是群体思维的一种特殊形式，会使得保守的类型变得更为保守，激进的类型变得更为冒险。

第二节 群体决策特点

一、群体决策的优点

- 1.提供了更全面、更完整的信息。通过综合多个个体的资源，群体给决策过程输入了更多的信息；
- 2.群体能够给决策过程带来异质性，增加了观点的多样性。这为多种方法和多种方案的讨论提供了机会。
- 3.群体提高了决策的可接受性。群体决策能够获得更多支持，执行决策的员工的满意度也会提高。

二、群体决策的缺点

- 1.浪费了时间。原因是群体通常需要更多的时间来获得解决方案。
- 2.群体内部存在从众压力。群体成员希望被群体接受和重视的愿望，可能会导致不同意见受到明显压制。
- 3.群体讨论可能会被少数人控制局面。如果由中低水平的成员支配和控制局面，则群体的总体效率就会受到不利影响。
- 4.群体决策受到责任不明的影响。对于个人决策，谁来承担责任显而易见。但在群体决策中，任何成员的责任都被冲淡了。

三、群体决策和个体决策

从效果、效率上区别群体决策和个体决策：

- 1.就效果而言，群体决策可能更准确，群体会比个人做出更优质的决策；
- 2.就效率而言，个体决策更占优势；
- 3.如果创造性很重要，那么群体决策比个人决策更有效；
- 4.如果标准是最终方案的可接受性，群体决策也会更好。

第三节 群体决策技术

一、头脑风暴法

头脑风暴法是为克服群体压力抑制不同见解而设计的，鼓励创造性思维的常用方法。它旨在营造一种鼓励大家畅所欲言的氛围，不论有人提出看来多么可笑的意见，在没有逐一讨论之前，都不得进行批评或嘲笑。

二、名义群体技术

名义群体只是在名义上存在，名义群体技术的特点是决策时融合书面的形式，在作决策以前将交往控制在最低限度，以保证个体决策的独立性。

三、辩证思维决策方法

决策小组进行面对面的讨论时，往往对某个选项迅速达成共识，而忽略了其他可能的方案。这种对选择的不完全评估可能是由于参与者厌倦会议，或者是不愿引发和面对棘手的问题。辩证思维决策方法可以较好地避免这种情况。

复习思考题：

- 1、群体决策有哪三个维度？
- 2、群体决策的过程如何进行？
- 3、什么是群体思维和群体偏移？
- 4、群体决策的优缺点有哪些？
- 5、在什么情况下用群体决策？
- 6、群体决策的技术都有哪些？

参考书目

余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

赫伯特·西蒙（美）著，《管理行为—组织中决策过程的研究》，北京经济学院出版社，1988

第九章 沟通管理

教学目的与要求：本章教学目的是介绍沟通的含义和功能，通过对沟通过程各环节的描述探讨如何避免沟通中的信息失真和信息衰减现象。介绍人际沟通的主要方式，讨论口头沟通、书面沟通和非语言沟通的优缺点。分析组织沟通中的小群体正式沟通、小道消息和电脑辅助沟通的形式。

第一节 沟通概述

一、沟通的含义

沟通是指意义的传递和理解。最完美的沟通是想法或思想传递到接受者后，接受者感知的心理图像与发送者发出的完全一样。

二、沟通的功能

1.控制。沟通可以通过几种方式来控制员工的行为。员工们必须遵守组织中的权力等和正式指导原则。

2.激励。沟通通过以下途径来激励员工：明确告诉员工应该做什么；如何来做；没有达到标准时应如何改进工作。

3.情绪表达。对很多员工来说，工作群体是主要的社交场所，员工通过群体内的沟通来表达自己的失落感和满足感。

4.信息。通过沟通传递资料为个体和群体提供了决策所需要的信息，使决策者能够确定并评估各种备选方案。

三、沟通的过程

沟通的过程包括七个部分：

- 1.信息源，即信息的发出者或来源。
- 2.编码，指主体采取某种形式来传递信息的内容。
- 3.信息，指连接各个部分，是需要沟通的内容。
- 4.通道，即沟通渠道。信息传递的渠道有许多，如书面的备忘录、计算机、电话、电报、电视、互联网等等。
- 5.解码，指客体对接收到的信息所做出的解释。
- 6.接受者，即信息的接收者。
- 7.反馈，可以监察沟通的效果，并迅速将检查结果传递给信息发送者，从而有利于信息发送者迅速修正自己的信息发送，以便达到最好的沟通效果。

第二节 沟通方式

人际沟通有三种基本方法：口头沟通、书面沟通和非言语沟通。

一、口头沟通

口头沟通，指以口语作为传递信息的沟通，它包括面谈、鉴定、会议、正式的一对讨论、演说、

非正式的讨论及传闻或小道消息的传播等。

——其优势：快捷和反馈及时，语言信息的发出和反馈几乎同时发生。

——其劣势：信息传递经过的人越多，被曲解的可能性越大。

二、书面沟通

书面沟通，指用文字作为信息媒介来传递信息的沟通方式。它的种类很多，较为常见的有：备忘录、报告书、通知、内部刊物和公司手册、信函等。

——其优势：具体而直观，更全面、更有逻辑、更清晰，而且信息能被永久保存。

——其劣势：比较呆板，不易随客观情况的改变而及时修正，而且需要较长的时间。

三、非语言沟通

非言语沟通。是相对于言语沟通的一种沟通方式，包括动作、表情、声调等。非言语沟通内涵十分丰富，其涉及的领域是身体言语沟通、副言语沟通、物体的操纵等。

——非言语沟通对言语沟通既会起到促进的作用又会起到阻碍的作用。非言语沟通补充了言语沟通，当与言语沟通一致时，使得言语沟通更容易理解。非言语沟通如果运用不当，常常使言语沟通更为复杂，从而阻碍言语沟通。

第三节 组织沟通

一、正式的小群体网络。

它包括三种主要类型：链式、轮式和全通道式。

1.链式沟通是一个平行网络，其中居于两端的人只能与内侧的一个成员联系，居中的人则可分别与两人沟通信息。

2.轮式沟通属于控制型网络，其中只有一个成员是各种信息的汇集点与传递中心。

3.全通道式沟通是一个开放式的网络系统，其中每个成员之间都有一定的联系，彼此了解。

二、小道消息

小道消息指在群体或组织中，非正式的沟通网络。

1.其特点：不受管理层控制；大多数员工认为它比高级管理层通过正式渠道发布的信息更可信、更可靠；它在很大程度上服务于其内部人员的自我利益。

2.弱化小道消息不良影响的建议

——公布进行重大决策的时间安排；

——公开解释那些让人觉得不一致或隐蔽的决策和行为

——对于当前的决策和未来的计划，在强调其积极一面的同时，也指出其不利的一面；

——公开讨论事情的最差可能结局，这肯定比无言的猜测所引起的焦虑程度低。

三、电脑辅助沟通

1.电子邮件；

2.内部网和外部网；

3.电话会议。

4.利用电脑辅助沟通使得组织的界限变得越来越不重要了，但是它还是有一些弊端：①低反馈

性；②社会线索减少；③过度注意；④文字过多。

复习思考题：

- 1、沟通有哪些功能？
- 2、沟通过程如何避免信息失真和衰减现象？
- 3、人际沟通都有哪些方式？
- 4、正式小群体沟通都有哪些形式？
- 5、如何弱化小道消息的不良影响？

参考书目

余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

（美）哈特斯利（Hattersley M.E.），麦克詹妮特（MaJannet,L.）著，《管理沟通：原理与实践（原书第3版）》，2008

第十章 领导

教学目的与要求：本章教学目的是介绍领导品质理论、领导行为理论和领导权变理论各主要理论观点。要求学生能够通过领导理论的学习指导管理实践中的领导行为。

第一节 领导品质理论

一、领导品质理论概述

领导品质理论最初是由心理学家提出的，基本分析方法是归纳分析法，即根据领导效果的好坏，找出有效的领导者与无效的领导者个人品质或特性方面存在哪些差异，由此确定有效的领导者应具备的特点。

1.传统领导品质理论。认为领导者所具有的品质是天生的，是由遗传决定的，并且认为，只要是领导者就一定具有超人的素质。

2.现代领导品质理论。认为领导者的品质和特性是在实践中形成的，是可以通过教育训练加以培养的。

二、领导品质理论主要观点

美国普林斯顿大学的包莫尔提出领导者的 10 大特征。合作精神、决策能力、组织能力、精于授权、善于应变、勇于负责、敢于求新、敢担风险、尊重他人、品德高尚

斯蒂芬·罗宾斯区分领导者与非领导者的六项特质。进取心、领导愿望、诚实与正直、自信、智慧、工作相关知识

三、对领导品质理论的评价

1.批评和质疑

(1) 任何人都不能具备所有这些方面的特性，而只能具备某些方面的特性。

(2) 各学者所列领导特性包罗万象，说法不一，甚至互有矛盾。

(3) 几乎每一种确证的素质都有很多的例外。

(4) 领导者不一定都具有比别人高明的特殊品质。实际上，他们与被领导者在个人品质上并没有显著的差异。

(5) 特性理论并不能使人明确，一个人究竟应在多大程度上具备某种特性。

2.研究意义:为组织提供了一些选拔领导者的依据

第二节 领导行为理论

一、领导行为理论概述

领导行为理论着重分析领导者的领导行为和领导风格对组织成员的影响，目的是找出所谓最佳的领导行为和风格。

二、领导行为理论——勒温理论

勒温（P.Lewin）以权力定位为基本变量，通过各种试验，把领导者在领导过程中表现出来的工作作风分为三种基本类型：专制作风、民主作风、放任自流作风

- 1.专制领导作风：指依靠权力和强制命令让人服从的领导作风，它把权力定位于领导者个人。
- 2.民主领导作风：指以理服人，以身作则的领导作风，它把权力定位于群体。
- 3.放任自流的领导作风：将权力定位与组织中的每个成员，靠一切悉听尊便进行领导的领导作风。

三、领导行为理论——四分图理论

1945年美国俄亥俄州立大学商业研究所发起了对领导行为的研究，提出了领导行为四分图。

- 1.关心人：以人为重
- 2.抓组织：以工作为重

四、领导行为理论——管理方格理论

布莱克（Robert R. Blake）和穆顿（Jane S. Mouton）在《管理方格》中列出了五种典型的领导方式：

- 1.（1.1）为贫乏型，领导者对职工和生产都极不关心，效果最差。
- 2.（1.9）为乡村俱乐部型，领导者充分注意搞好人际关系，营造和谐的组织气氛，但不关心生产。
- 3.（9.1）为任务型，领导者只关心生产，不关心人。
- 4.（9.9）为团队型，领导者对生产和人都极为关心。
- 5.（5.5）为中间型，对人和生产都有适度的关心。

五、领导行为理论——领导行为连续统一体理论

1958年，坦南鲍姆和施米特在《怎样选择一种领导模式》一文中提出：

- 1.在专制独裁型和民主参与型两种极端领导方式中间，存在着许多种过渡型领导方式。
- 2.领导者选择领导方式时，应当主要考虑以下三方面的条件：
 - ①领导者方面的条件
 - ②下属方面的条件
 - ③组织环境方面的条件

第三节 领导权变理论

一、领导权变理论概述

着重研究影响领导行为和领导有效性的环境因素，目的是要说明在什么情况下，哪一种领导方式才是最好的。

二、领导权变理论——费德勒权变模型

美国管理学家弗雷德·费德勒（F. E. Fiedler）在《让工作适合管理者》一文中提出：影响领导有效性的环境因素主要有三方面：

- 1.领导者与下属的关系：指下属对领导者的信任、喜爱、忠诚和愿意追随的程度以及领导者对

下属的吸引力。

2.任务结构：指任务的明确程度和人们对这些任务的负责程度。

3.职位权力：指组织赋予领导者正式地位所拥有的权力。

三、领导权变理论——应变领导模式理论

美国管理学家科曼首先提出，后经何塞和布兰查发展形成。领导的有效性取决于工作行为、关系行为和下属的成熟程度。由工作行为和关系行为相组合形成四种领导方式：

1.高工作低关系——命令式

2.高工作高关系——说服式

3.低工作高关系——参与式

4.低工作低关系——授权式

四、领导权变理论——路径-目标理论

罗伯特·豪斯和特伦斯·米切尔在《关于领导方式的途径—目标理论（Path-Goal Theory of Leadership）》（1974）一文中提出，该理论基于领导四分图理论和期望理论。

该理论的核心在于：领导者如何帮助下属认清和设定自己的工作目标以及个人目标，并找到实现这些目标的途径，从而增强下属的工作能力，在更大的范围和程度上由于目标的达到而获得满足。

复习思考题：

1、领导品质理论有什么局限？

2、领导行为理论都有哪些主要理论？各自的主要内容是什么？

3、领导权变理论都有哪些主要理论？各自的主要内容是什么？

参考书目

余凯成主编，《组织行为学》，大连理工大学出版社，2001

（美）哈格斯等著，《领导学（第5版）》，清华大学出版社，2006

第十一章 组织行为

教学目的与要求：本章教学目的是介绍组织及其功能，通过对组织设计原则的阐述，使学生掌握组织设计的形式和方法。探讨组织变革的动力及实施内容，克服组织变革的种种阻力，实现组织的可持续发展。介绍组织文化的内容和传播形式。

第一节 组织设计

一、组织及其功能

组织就是把两个以上的人的各种活动和力量有意识地加以协调的体系。组织必须具有共同的目标，有分工和协作，有不同层次的权利与责任制度，能够激发员工自愿效力。

- 1.组织的凝聚功能
- 2.组织的协调功能
- 3.组织的制约功能
- 4.组织的激励功能

二、组织设计原则

组织设计就是设计组织结构，其根本任务就是要绘制组织结构系统图和编制职位说明书。

- 1.目标可行原则
- 2.有效性原则
- 3.管理幅度原则
- 4.统一指挥原则
- 5.权责对等原则
- 6.协调原则
- 7.双向沟通原则

三、组织设计的程序

- 1.确定组织目标
- 2.确定业务内容
3. 部门化和层次化
- 4.配备职务人员
- 5.确定职责和职权
- 6.联成一体

四、组织结构的类型

- 1.直线-职能制组织结构
- 2.事业部制组织结构
- 3.矩阵式组织结构

五、组织结构发展趋势

- 1.扁平化：减少中间层次，增大管理幅度，促进信息的传递与沟通
- 2.小型化：压缩企业规模，缩小核算单位，构建小巧玲珑的组织架构；
- 3.弹性化：就是企业为了实现某一目标而把在不同领域工作的具有不同知识和技能的人集中于一个特定的动态团体之中，协同完成某个项目，这种动态团队组织结构灵活便捷，能伸能缩，富有弹性；
- 4.虚拟化：大量的劳动力将游离于固定的企业系统之外，组织形式将由以往庞大僵化的外壳逐渐虚拟，流动办公，家庭作业必将受到广泛青睐；
- 5.网络化：主要体现在企业形式集团化、经营方式连锁化、企业内部组织网状化和信息传递网络化。

第二节 组织变革

一、组织变革的动力

组织变革，就是综合运用组织和行为科学的理论研究群体动力、领导、职权和组织再设计问题，通过组织内部的调整使之适应内外环境变化的过程。其变革的主要原因可以归纳为两个方面：

- 1.组织外部环境的变化
- 2.组织内部条件的变化

二、组织变革的内容

- 1.以组织结构为重点的变革
- 2.以任务和技术为重点的变革
- 3.以人为重点的变革

三、组织变革的实施

- 1.确定问题
- 2.组织诊断，制定变革方案
- 3.选择较优方案，进行组织变革
- 4.变革的效果评估

四、组织变革的阻力及克服

- 1.抵制组织变革的原因主要有：历史的惯性和惰性、不确定感、威胁到既得利益和地位、缺乏理解和信任。
- 2.消除抵制的方法：保持公开性和透明度、参与、加强培训提高适应性、必要的妥协、奖惩结合。

第三节 组织文化

一、组织文化及其作用

没有文化，企业也可以实现成长，但没有文化的企业实现不了可持续成长。文化决定着成长的

可持续问题。

二、组织文化的内容

- 1.使命宣言
- 2.价值立场
- 3.法则体系
- 4.心理契约
- 5.共同愿景

三、组织文化的传播形式

组织文化需要借助一定的载体好形式加以传播、沟通好体现。组织文化的传播形式主要有以下几种:

礼仪和仪式
英雄人物
故事
文化网络
物质象征
语言

复习思考题:

- 1、组织设计的基本原则有哪些?
- 2、有哪些主要的组织结构形式?
- 3、组织变革的动力有哪些?
- 4、组织变革的主要程序是什么?
- 5、组织文化对企业发展有什么作用?
- 6、组织文化包括哪些内容?

参考书目

余凯成主编,《组织行为学》,大连理工大学出版社,2001
彼得.F.德鲁克著,《管理的实践》,机械工业出版社,2006
C.I.巴纳德著,《经理人员的职能》,中国社会科学出版社,1997

《创业管理》教学大纲

王 玲 编写

目 录

前 言	1038
第一章 创业管理导论	1039
第一节 创业与创业教育	1039
一、创业与经济增长	1039
二、创业与社会发展	1039
三、创业环境	1039
四、创业教育	1039
第二节 创业过程	1040
一、理解创业的一般过程	1040
二、创业资源	1040
三、典型的创业模型	1040
本章思考题	1040
本章参考书目	1041
第二章 创业机会的选择与评价	1042
第一节 创业机会基本理论	1042
一、创业机会与商业机会的联系与区别	1042
二、创业机会的理论观点	1042
第二节 创业者的能力培养——创造性思维	1043
一、定义	1043
二、创造性思维	1043
三、激发创意	1043
第三节 创业机会的挖掘	1043
一、创业机会的来源	1043
二、发现创业机会的途径	1043
三、创业机会窗口说	1043
四、创业机会评价	1044
五、案例讨论:张黎纲的创业机会	1044
第四节 与创业家面对面交流	1044
本章思考题	1044
本章参考书目	1044
第三章 商业模式	1045
第一节 商业模式的概念	1045
一、商业模式的几种定义	1045
二、商业模式的核心三要素	1045
三、商业模式的作用	1045
第二节 商业模式案例分析	1045
第三节 商业模式合理性基本检验方法	1046
一、逻辑检验	1046

二、数字检验	1046
三、动态检验	1047
第四节 商业模式的演进和持续创新	1047
一、从模糊到清晰模式	1047
二、从“复制”到“本土化”模式	1047
三、商业模式的创新和持续创新	1047
本章思考题	1047
本章参考书目	1047
第四章 创业团队	1048
第一节 创业者素质	1048
一、创业者定义	1048
二、创业者的心理及性格特质	1048
三、创业者应具备的个人能力	1048
第二节 创业团队	1049
一、创业团队的几种定义	1049
二、创业团队的组建特征	1049
第三节 与创业家面对面交流	1049
本章思考题	1049
本章参考书目	1049
第五章 创业计划书	1050
第一节 创业计划的概念	1050
一、什么是创业计划	1050
二、为什么要有创业计划	1050
第二节 创业计划的基本类型	1050
一、写给创业者看的创业计划	1050
二、写给政府或公共组织看的创业计划	1052
三、写给创业投资者看的创业计划	1052
第三节 制定创业计划的基本步骤	1052
一、制定创业计划的基本步骤	1052
二、创业计划的六大要素	1052
第四节 创业计划书基本内容	1053
一、封面或封页	1053
二、内容索引和目录	1053
三、摘要	1053
四、企业介绍	1053
五、产品（服务）	1054
六、技术	1054
七、管理团队和组织	1054
八、市场分析	1055
九、营销计划	1055
十、生产计划	1055
十一、财务计划	1056

十二、风险管理	1056
十三、退出策略	1056
十四、附录	1056
本章思考题	1056
本章参考书目	1056
第六章 创业融资	1057
第一节 创业融资难的原因分析	1057
一、创业企业难以获得债务融资的理论解释	1057
二、创业企业难以获得股权融资的理论解释	1057
第二节 创业融资的主要方式和融资路径	1057
一、风险投资	1057
二、天使投资	1058
三、战略投资	1058
四、创新基金	1058
五、中小企业担保贷款	1058
六、政府基金	1059
七、典当融资	1059
本章思考题	1059
本章参考书目	1059
第七章 企业的创立和治理	1060
第一节 创业的组织形式	1060
一、拥有企业的三种方式及其特点	1060
二、创立企业的组织模式	1060
第二节 企业具体申办程序	1061
一、工商登记	1061
二、企业代码登记	1061
三、税务登记	1061
四、养老保险登记	1061
第三节 新创企业的治理结构	1061
一、公司治理结构定义	1061
二、公司治理结构的内容	1062
三、公司治理结构要解决涉及公司成败的两个问题	1062
四、激励的制度化	1062
本章思考题	1062
本章参考书目	1062
第八章 新创企业的成长	1063
第一节 企业成长的决定要素	1063
一、愿景及目标	1063
二、理念及领袖	1063
三、在产业链中的位置	1063
四、技术树、产品树	1063
五、品牌与文化	1063

六、生命周期战略.....	1064
七、整体行动力.....	1064
八、成长的途径选择.....	1064
第二节 企业成长模型.....	1064
一、企业成长框架.....	1064
二、企业内在素质.....	1064
三、企业外部价值网络.....	1064
四、商业模式与竞争战略.....	1064
第三节 新创企业的危机管理.....	1065
一、新创企业常见危机.....	1065
二、危机管理基本对策.....	1065
三、市场拓展危机应对.....	1065
四、团队危机应对.....	1065
五、财务危机应对.....	1065
六、知识产权危机应对.....	1065
七、企政关系危机应对.....	1065
八、客户关系危机应对.....	1066
本章思考题.....	1066
本章参考书目.....	1066
第九章 公司创业.....	1067
第一节 公司创业的概念.....	1067
一、两类创业.....	1067
二、公司创业的定义.....	1067
三、公司创业动机.....	1067
第二节 公司创业的阶段模型.....	1068
第三节 公司创业的模式.....	1068
第四节 公司创业案例——松下鼓励员工创业的激励机制.....	1068
本章思考题.....	1070
本章参考书目.....	1070
思考题.....	1071

前 言

课程编号：406020672

英 文 名：Entrepreneurship Management

课程类别：选修课

先修课程：管理学

授课对象：商学院各专业本科生

开课单位：商学院

学 分：2 学分

课 时：36 课时

主讲教师：王 玲

办公电话：58909407

电子邮箱：lingw01@cupl.edu.cn

课程简介：

本课程是为商学院本科生开设的选修课，该课程在国内尚属一个新兴的学术领域，它系统介绍和研究了新企业的创办和成长的知识体系，帮助把握创业全过程涉及的各类管理问题。本课程的教学内容分为三个单元：1. 创业机会的挖掘：主要介绍创造性思维的培养、创业机会的发现、辨识与把握等等。2. 创业活动管理：包括商业模式的设计和选择、创业风险的评估、创业团队的组织、创业计划书的撰写、创业融资。3. 企业的创立与治理：主要介绍企业申办的具体程序、新创企业的产权安排和激励机制问题。4. 新创企业的成长管理：重点介绍企业成长的模式和途径、创业者的成长、新创企业的危机管理。本课程的教学方法以案例研讨、企业调研与理论分析相结合的训练和互动方法为主，重点引导学生置身于“案例环境”中来寻求解决途径和方法，培养学生创新创业精神、创造性的思维能力和解决实际问题的能力。学习这门课程的学生，以分组形式参加典型案例的分析，并且完成一份创业企业调研报告的撰写。

教 材：雷家骕编著，高技术创业管理——创业与企业成长，北京：清华大学出版社，2005。
姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005。

参考书：

1. 罗伯特·D·希斯瑞克著，郁义鸿、李志能译，创业学，上海：复旦大学出版社，2000.
2. 霍德华·H·斯蒂芬森等著，创业风险与创业家，北京：机械工业出版社，1998.
3. 彼得·F·德鲁克著，创新与创业精神，上海：上海人民出版社，2002.
4. 姜彦福、高建等，全球创业观察 2003 中国及全球报告，北京：清华大学出版社，2004.
5. 雷家骕编著，高新技术创业管理，北京：机械工业出版社，2001.

第一章 创业管理导论

教学要求：

了解创业精神和创业活动对经济增长的作用；了解影响创业活动的主要环境因素；了解创业教育对创业者提升创业能力的作用。理解创业的本质；掌握创业的基本要素；熟悉创业过程；了解创业成功的模型。

教学内容：

本章具有导引的作用，主要介绍了创业的必要充分条件：一方面创业促进经济增长、有利社会发展，另一方面社会也形成了一个适合创业的环境。重点阐述了创业的一般过程、创业所需的基本资源，并列举两类典型的创业成功模型。

课时分配：2 课时

第一节 创业与创业教育

一、创业与经济增长

1. 创业精神和创业活动产生了大量的中小型企业。
2. 频繁的创业活动催生出一批优秀的企业成为国家经济的中流砥柱。
3. 一些成熟的企业凭借创业活动和创业精神获得了新生。

二、创业与社会发展

1. 创业精神和创业活动的兴起将“人”推向了整个社会发展的中心。
2. 创业活动将使人们能够逐渐从工作本身获得满足感和成就感。
3. 创业活动充分保障了社会良好的流动性。

三、创业环境

1. 整体经济的高速增长。
2. 全球化浪潮与互联网经济。
3. 部分政策性垄断产业的放开。

四、创业教育

创业教育是创新就业教育的一种教育理念和教育模式，它是以培养学生的创业意识、创业精神和创业能力为价值取向的教育。

有学者将创业教育界定为企业家精神的教育，并且指出，“我们提倡的‘创业教育’，不仅仅是为着培养创业人才，更是希望学生学会如何主动地获取新知、创造新知，并通过有效地配置自身的各种资源，将知识转化成现实的个人和社会价值，最终实现知识的最大效用”。

第二节 创业过程

一、理解创业的一般过程

1. 创业机会的识别
 - (1) 创意的开发
 - (2) 创业机会的挖掘
 - (3) 商业模式的选择
2. 创办新企业
 - (1) 组建创业团队
 - (2) 开发商业计划
 - (3) 创业融资
3. 成长管理
 - (1) 新创企业公司治理
 - (2) 新创企业的危机管理

二、创业资源

1. 创业资源的主要成分：生产要素和支持条件。
2. 创业资源的种类：要素资源、环境资源。
3. 创业资源的作用
 - (1) 要素资源可以直接促进新创企业的成长。
 - (2) 环境资源可以影响要素资源，并间接促进新创企业的成长。

三、典型的创业模型

1. Timmons 创业模型

- (1) 机会。强调商业机会在创业活动中的重要作用，认为商机是创业成功的首要因素。
- (2) 资源。成功的创业企业更着眼与最小化使用资源并控制资源。
- (3) 团队。创业团队是创业企业的关键组成要素。

2. Sahlman 创业模型

- (1) 人。指为创业提供服务或资源的人员，包括经理、员工、律师、会计师、资金提供者、零件供应商等与新创业企业直接或间接相关的人员。
- (2) 机会。指任何需要投入资源的活动。
- (3) 外部环境。指所有影响机会产出，又在管理的直接控制之外的因素。
- (4) 创业者的交易行为。指的是创业者与所有资源供应者之间的直接或间接的关系。

本章思考题

1. 创业活动通过哪些方式影响经济增长？
2. 观察你生活中的创业者，了解他们的创业过程。
3. 创业资源与一般企业所需的资源有什么联系和区别？列举你觉得最重要的三项创业资源并予以解释。

本章参考书目

1. 姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005.
2. 姜彦福等，全球创业观察 2003 中国及全球报告，北京：清华大学出版社，2004.
3. 彼得·F·德鲁克著，创新与创业精神，上海：上海人民出版社，2002.

第二章 创业机会的选择与评价

教学要求：

掌握创业机会的概念，掌握创业机会与商业机会的联系和区别；理解创造的核心就是创意；掌握捕捉商机的方法；培养发现商机和掌握先机的能力；理解创业机会窗口说；掌握创业机会的定性定量评价方法。

教学内容：

本章主要介绍了创业机会的基本概念及其相关理论；创造性思维的类型及培养方法；总结了如何培养商机意识，捕捉商机的方法；介绍了创业机会的定性定量评价方法。外请一名成功的创业家与学生面对面交流，重点论证掌握商机，重在当机立断抓住先机。

课时分配：6 课时

第一节 创业机会基本理论

一、创业机会与商业机会的联系与区别

1. 商业机会是指实现某种商业利益（盈利目的）的可行的突破口、切入点、途径、环境、空间、条件等；创业机会是指有助于创办新的企业、实现某种商业利益的可行的突破口、切入点、途径、环境、空间、条件等。
2. 商业机会包括了创业机会，创业机会是有助于创办新的企业商业机会。
3. 商业机会与创业机会的联系与区别：
 - （1）赢利空间；
 - （2）资源需求；
 - （3）组织模式。

二、创业机会的理论观点

1. Austrian Theories（奥地利学派的理论观点）：认为信息是不对称的，机会对于每一个人都是不一样的。由于不同的环境、背景、经历、知识能力，决定一个人能看到与能拥有的机会种类与数量；机会的发掘不是偶然与机遇，而是创业家所拥有的知识与经验能力（包含人际网络）（又称为先验知识 prior knowledge）决定他所能发掘机会的数量与格局，以及这项机会可以被利用的程度。
2. 创业者分析
 - （1）家庭背景；
 - （2）性格；
 - （3）信念；
 - （4）年龄；
 - （5）性别。
3. 案例分析：2005 年热门创业行业台北上海地区之比较

第二节 创业者的能力培养——创造性思维

一、定义

所谓创造性思维指的是开拓（人类）认识新领域的一种思维，是一种有创见的思维，使人们在已有的经验基础上，从某些事实中更进一步地找出新点子，寻求新思维。

二、创造性思维

1. 思维的超前
2. 思维的联想
3. 思维的逆向
4. 思维的组合
5. 思维的侧向

三、激发创意

第三节 创业机会的挖掘

一、创业机会的来源

1. 技术机会：由科技进步或现有技术的缺陷造成的适于创业的机会。
 - （1）出现了替代或提升现有技术的新技术。
 - （2）出现了实现新功能、创造新产品的新技术。
 - （3）现存技术的缺陷引发的新一轮技术开发。
2. 需求变动机会：由市场变化或现存市场缺陷造成的适于创业的机会。
 - （1）市场供给缺陷带来的创业机会。
 - （2）与社会经济发展阶段有关的新需求引发的创业机会。
 - （3）人类基本需求变化引发的创业机会。
3. 制度与政策机会：由国家法律、政府政策调整造成的适于创业的机会。
 - （1）经济制度变化造就的创业机会。
 - （2）政府政策变化造就的创业机会。

二、发现创业机会的途径

1. 发明新产品、创造新行业
2. 针对现有的产品与服务，重新设计改良
3. 追随新趋势潮流
4. 机缘凑巧
5. 透过有系统的研究，发现创业机会

三、创业机会窗口说

四、创业机会评价

1. TIMMONS 创业机会评价框架

- (1) 行业与市场;
- (2) 经济因素;
- (3) 收获条件;
- (4) 竞争优势;
- (5) 管理团队;
- (6) 致命缺陷;
- (7) 创业家的个人标准;
- (8) 理想与现实的战略性差异。

2. Westinghouse 创业机会评价法则

$$\text{机会优先级} = \frac{\text{技术成功概率} \times \text{商业成功概率} \times \text{年均销售数} \times (\text{价格} - \text{成本}) \times \text{投资生命周期}}{\text{总成本}}$$

五、案例讨论:张黎纲的创业机会

第四节 与创业家面对面交流

邀请一位创业家走进课堂与同学交流创业心得

本章思考题

1. 创业机会与商业机会的联系和区别?
2. 创造性思维的主要方法? 举例说明。
3. 2005 年 1 月 12 日, 国务院常务会议原则通过了《关于鼓励和引导非公有制经济发展的若干意见》, 其中提出要“进一步放宽市场准入, 鼓励和支持非公有资本进入基础设施、垄断行业、公用事业以及法律法规未禁止的其他行业和领域”。请列举创业机会的主要来源, 并分析以上政策由此可能带来什么创业机会。
4. TIMMONS 创业机会评价框架?

本章参考书目

1. 姜彦福、张炜主编, 创业管理学, 北京: 清华大学出版社, 2005.
2. 雷家骕编著, 高技术创业管理——创业与企业成长, 北京: 清华大学出版社, 2005.

第三章 商业模式

教学要求：

明确商业模式的概念和在创业过程中的重要作用；掌握商业模式核心三要素；掌握商业模式合理性的基本检验方法；了解商业模式演进和持续创新的一般规律。

教学内容：

本章介绍了商业模式的概念；商业模式在创业流程中的地位及重要作用；重点阐述了商业模式的核心三要素并结合案例进行分析；介绍了商业模式合理性检验的三种方法；商业模式创新的几种情况。

课时分配：6 课时

第一节 商业模式的概念

一、商业模式的几种定义

1. 风险投资家说：你左口袋里的货币跑出去，绕了一圈回到你的右口袋，多增加出来的那一元美金是如何来的。

咨询师 Mitchell 和 Coles(2004)：一个组织在何时(when)、何地(where)、为何(why)、如何(how)、多大程度(how much)地为何(who)提供什么样(what)的产品和服务(7w)，并开发资源以持续这种努力的组合。

哈佛商学院(2002)：企业盈利所需采用的核心业务决策与平衡。例如 Google 让普通用户免费使用其搜索引擎，而通过定向广告从企业客户那里获得收益。

通俗定义：商业模式就是描述企业如何通过运作来实现其生存与发展的“故事”。

二、商业模式的核心三要素

1. 企业的顾客在哪里？
2. 企业能为顾客提供怎样的（独特的）价值和服务？
3. 企业如何以合理的价格为顾客提供这些价值，并从中获得企业的合理利润？

三、商业模式的作用

1. 商业模式自身的商业价值。
2. 商业模式在创业过程中的重要作用。
3. 商业模式与创业战略的关系

(1) 商业模式是考察由建立和运营企业所必需的各个环节紧密构成的完整要素链，往往起源于商业机会，考虑的主要是企业、顾客、股东等相关利益主体之间如何实现“共赢”。

(2) 创业战略规划一条从创业机会、组织资源通向创业目标的道路，必须充分考虑到竞争因素。

第二节 商业模式案例分析

案例资料：

1999 年 4 月, 刚刚大学毕业的邱鼎进入深圳市宝安区沙井镇一家公司开发部上班, 从事多媒体音箱及遥控器的开发。经过一年多的工作实践, 邱鼎掌握了电脑音箱从设计到生产的全过程, 同时也接触了大量的供应商并跟他们保持着良好的关系, 一些重要的元器件都能找到最直接的供应商。2000 年 3 月, 邱鼎与在漳州开制作网页公司的同学吴阳商定将其公司的业务转到多媒体音箱项目, 两人达成协议, 从亲戚处获取 5 万元的资金资助, 邱鼎负责产品方面, 吴阳负责销售。

创业初始, 两人将产品定位在中高档次、成本在 200 元以内的四点一音箱上。这种音箱在当时市面的零售价是 350 元以上, 品牌产品如漫步者的零售价是 450 元, 创兴 500 元以上。邱鼎凭着一年的工作经验, 在保证同类产品同等品质的基础上进行产品设计, 拟定消费者可接受的售价 380 元, 计划出厂价为 260 元到 280 元, 这样既可保证经销商的利润, 也使公司有一定的利润空间。基于 5 万元的启动资金, 两人计划在买完一些基本的仪器设备后先生产 100 套产品, 等这些产品卖出后再继续生产第二批, 然后第三批, 如此慢慢地把规模做大。

在筹建中, 公司的多媒体音箱项目很快开始了, 但是许多问题接踵而来: 对周边的配套市场不熟, 一些极普通的电子元器件在漳州无法购买, 只有托人从深圳买回; 过于相信一些供应商的口头承诺, 等拿到货时才发现其规格与订单要求的相距甚远, 但因没有合同, 只好不了了之。

经过一个半月的努力, 四点一音箱终于面世了。在产品的包装纸盒上, 两位创业者产生了分歧。邱鼎认为应把包装成本降至最低, 主张用单色印刷的纸盒, 而吴阳却觉得用彩印比较好, 因为色彩鲜艳的外表比较容易引起消费者对新产品的注意, 这样的包装有利于打开销路。缘于资金的考虑, 公司最终还是采用单色印刷。事实上, 在产品试销的过程中发现消费者对彩色包装的产品确实更感兴趣, 特别是那种偏中高档的。

公司最后做完 100 套产品所花费的资金远远地超出了当初的预算。比如, 做低音炮箱体, 成本是 35 元一个, 但是若一次性做 200 个, 28 元就可, 考虑降低成本公司下了 200 套的订单; 对散热器, 市场售价 3.5 元/片, 找厂家直接加工是 2.5 元/片, 但在用量上厂家最少也必须订做 1000 片, 于是一次性订了 1000 片; 购买变压器时, 由于供应商搞错了规格, 当时又没有订合同, 不得不重新订了一批; 金属板的开模不符合设计等。

公司的销售工作在产品生产出来以后开始展开, 负责销售的吴阳去厦门湖滨南电子城寻找经销商, 但是都没有结果, 分析推销失败的原因之一是因为吴阳天生性格内向, 未能很好地和客户解释清楚产品的优缺点。后由邱鼎加入销售业务, 慢慢在厦门、泉州、福州、龙岩等地打开销路, 但是公司资金回笼较慢, 一些信用度差的客户一拖再拖。等货款基本收回后, 除去公司的日常开销、原材料的采购等等支出后仅剩 1.5 万元, 公司已无力执行做完第一批产品之后接着做第二批的计划。

2000 年 8 月, 邱鼎和吴阳的多媒体音箱创业计划宣告失败。

问题: 试分析创业失败的主要原因?

第三节 商业模式合理性基本检验方法

一、逻辑检验

1. 涵义: 商业模式的构成要素之间的经济逻辑是否合理可行, 产品及服务本身是否能为客户创造价值。

2. 案例: 校园笔记本电脑信贷模式的失效

二、数字检验

1. 涵义: 某种商业模式实施后能否为企业带来预期的收益。

2. 案例：eguo.com 的失败

三、动态检验

1. 涵义：对未来变化的估计。
2. 案例：铱星计划的破产

第四节 商业模式的演进和持续创新

一、从模糊到清晰模式

1. 涵义：商业模式在实际运作中的不断演变和调整。
2. 案例：亚信在商业模式上的四次调整

二、从“复制”到“本土化”模式

案例：易趣对 eBay 商业模式的模仿与调整

三、商业模式的创新和持续创新

案例：星巴克的商业模式

本章思考题

1. 什么是商业模式？
2. 商业模式的核心三要素是什么？
3. 对材料中失败的创业企业案例进行分析，探讨企业在商业模式上的缺陷。
4. 与不同创业阶段的创业者进行交流，了解其商业模式是如何形成和调整的。

本章参考书目

1. 罗伯特·D·希斯瑞克著，郁义鸿、李志能译，创业学，上海：复旦大学出版社，2000.
2. 霍德华·H·斯蒂芬森等著，创业风险与创业家，北京：机械工业出版社，1998.
3. 姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005.

第四章 创业团队

教学要求：

理解创业者一般具有的心理特征；理解创业者一般具有的个人能力；掌握创业者的管理框架；认识团队对创业成功的重要性；掌握创业团队的组建特征。

教学内容：

本章介绍了创业者的基本定义；介绍了创业者的心理及性格特质；论述了创业者应具备的个人能力；介绍了不同学者对创业团队的定义；重点介绍了创业团队的组建特征。外请成功创业家与学生面对面交流，介绍创业家的自我培养过程以及创业团队的情况。

课时分配：6 课时

第一节 创业者素质

一、创业者定义

创业者主要指从事组织、管理商业及承担商业风险的个体，是具有开拓精神和商业头脑的发明者或开创者，他们能够识别机会，并把这些机会转化为商业化创意；他们付出努力，投入资金、经验和技术，承担实现创业目标过程中遇到的各种风险，追求创业的回报。

二、创业者的心理及性格特质

1. 胸有抱负、目标明确
 - (1) 愿景
 - (2) 机会和目标导向
2. 富有创新、自我激励
 - (1) 原创性与独立性
 - (2) 自我激励
3. 自信乐观、百折不挠
 - (1) 自信与理性
 - (2) 百折不挠
 - (3) 挑战不确定性
 - (4) 评估并理性承担风险
 - (5) 宽容失败
4. 团队精神、善于学习
 - (1) 团队合作
 - (2) 快速学习、兼听众长
5. 诚实正直、精力充沛
 - (1) 诚实可靠
 - (2) 精力旺盛

三、创业者应具备的个人能力

1. 建立创业文化的才能：人际沟通和团队工作的技能；领导技能；帮助、督导和矛盾管理技

能；团队工作和人员管理技能。

2. 管理或技术才能：行政管理；法律和税收；市场营销；生产运作；财务；技术管理。

第二节 创业团队

一、创业团队的几种定义

1. 创业团队是指两个或两个以上的个人参与企业创立的过程并投入相同比例的资金。(Kamm, Shuman, 1990)
2. 创业团队是指两个或两个以上的人，他们共同参与创立企业的过程并投入资金。（郭兆村，1998）
3. “包含了对战略选择有直接影响的个人”。(Ensley, Banks, 1992)
4. 两个层面：狭义是指有着共同目的、共享创业收益、共担创业风险的一群经营新成立的营利性组织的人，他们提供一种新的产品或服务，为社会提供新增价值。广义的还包括与创业过程有关的各种利益相关者，如：风险投资、供应商、专家咨询群体，等等。

二、创业团队的组建特征

1. 补缺性
是指团队成员在性格、能力和背景上的互补。团队成员之间可以有一定的交叉，但要尽量避免过多的重叠。
2. 渐进性
创业的不同阶段面临不同的任务，对完成任务的团队成员个方面的才能也有不同要求，可以逐渐补充团队成员并日益完善。
3. 动态性
团队成员流动规则。

第三节 与创业家面对面交流

邀请创业家走进课堂与同学交流创业心得

本章思考题

1. 如何理解创业者？假定自己要成为成功的创业者，还需要在哪些方面提高？
2. 在创建创业团队的时候应该注意哪些方面的问题？如何解决团队成员的稳定性和流动性矛盾？
3. 当团队成员对企业目标的理解出现分歧时，如何保障团队的凝聚力？

本章参考书目

1. 雷家骕编著，高技术创业管理——创业与企业成长，北京：清华大学出版社，2005.
2. 姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005.
3. 罗伯特·D·希斯瑞克著，郁义鸿、李志能译，创业学，上海：复旦大学出版社，2000.
4. 霍德华·H·斯蒂芬森等著，创业风险与创业家，北京：机械工业出版社，1998.

第五章 创业计划书

教学要求：

理解创业计划对创业者的意义；通过创业计划书案例分析和参与讨论，了解在实际中如何根据企业发展的阶段来撰写计划书；掌握创业计划书的主要内容；培养制定创业计划书的能力。

教学内容：

本章介绍了创业计划与商业计划的关系；结合案例介绍了创业计划的三种类型；总结了制定创业计划的基本步骤；重点介绍了创业计划书的关键要素及其详细内容。

课时分配：6 课时

第一节 创业计划的概念

一、什么是创业计划

1. 广义上的商业计划又称作“商务计划”，主要是对企业活动进行详尽的全方位的筹划，从企业内部的人员、制度、管理以及企业的产品、营销和市场等各个方面展开分析。

2. 狭义的商业计划是专指创业的商业计划，也称“创业计划”。它是创业者或企业为了实现未来增长战略所制定的详细计划，主要用于向投资方和创业投资者说明公司未来发展战略与实施计划，展示自己实现战略和为投资者带来回报的能力，从而获得投资方或创业投资者的支持。

二、为什么要有创业计划

1. 创业融资
2. 认识自己
3. 战略思考
4. 创建和凝聚团队
5. 取得政府和相关机构支持

第二节 创业计划的基本类型

一、写给创业者看的创业计划

案例材料：鼎点装潢设计公司计划书

（一）立项内容与背景

近年来，建筑装饰业的竞争越来越激烈，不仅企业数量多（杭州市有近 260 多家大小装饰企业），而且装饰风格变化大，建筑装饰业的利润率也越来越低，有的甚至处于无效益经营的状态。在建筑装饰领域，百货商厦类企业形象柜的设计与装饰，均采用歇业装饰的方法。而且形象柜台为固定装置，不但装饰期间商厦需要歇业，同时装饰的柜台格局不能变动。

因此，从商厦经营企业角度及市场细分目标出发，建立一个专门为中、大型商厦的形象柜设计和制作企业，采取量身定做，设计和生产可拆装的形象柜台，既可以免去大、中型商厦因装饰而歇业，影响经营业绩的烦恼，又能移动拼装，不断变化商厦格局，给顾客以新鲜感。

（二）市场分析

从市场调查情况看,目前省内尚无这类专为百货商厦设计和生产拆装商品形象柜台的企业。因此,一旦企业项目建立,既可填补装饰百货商厦形象柜台设计的空白。

调查表明:目前杭州市区有大中型商厦 40 多家,杭州周边地区有 80 多家,全省有 500 余家。杭州市大中型商厦年均装饰资金达 2.2 亿元。一般商厦装饰歇业期为 90-150 天,每隔 4-5 天大装饰一次,3 年左右内部小装饰一次。在征求的百货商厦有关负责人意见中,95%的商厦希望设计和安装可拆装移动的形象柜台,愿意采用这类形象柜装饰办法。但提出要求:形象柜的设计必须有个性,能依照陈列的商品不同,充分展示商品的形象。从以上分析看,这一细分市场的需求是十分旺盛的。

(三) 实施方案

经营企业名称

鼎点装饰设计有限公司。内分两个部门:装饰设计部;商业形象柜制作部。

目标市场定位

目标顾客为各类商业企业,特别是大、中型商厦。公司专门为商业企业定身设计和制作可拆装的商品形象柜台。

市场策略

经营方式:先设计数个方案,包括视觉效果图,平面设计图,供使用单位挑选定夺后,由公司在专门制作现场按图生产,然后到使用单位安装。一般安装期不超过 10 天。

设计目标:新颖、实用,充分展示商品形象,并富有个性。

推广策略:首先立足于杭州市区,然后打开全省、华东地区市场。用第一家客户说话,因公司已为杭州大厦设计并安装的可拆装式形象柜台,受到该公司领导的充分肯定,因此公司可以在征得同意后将第一家客户的产品拍成照片、制成 DV 片到各商厦宣传,邀请准备装饰的各商厦有关负责人到第一家用户进行实地考察。

同时,借百货商会议,用图片、资料、影视等进行宣传。突出产品歇业期短、可拆装优点,以及公司设计能力。

(四) 投资计划

资金筹集

公司建立所需资金不能少于 80 万元。主要由自己积蓄,同时向亲戚朋友借用少量资金。流动资金不需很多,因为订立制作合同后,一般有 30%预付材料费,公司只需不多流动资金,即可以周转。如遇到千万元的制作合同,则可携订单合同,向银行借贷流动资金。

选址

设计部:拟选在闹市区的写字楼,30 平方米左右,毗邻第一客户杭州大厦,这样可以起到宣传、提升企业形象的作用。

制作安装部:选在位于郊区的石桥乡,因为此处租赁费用较低,可以降低生产成本。大约占地 1000-2000 平方米。

(五) 财务预算

投入

注册资金:80 万元。

两处用房租赁费用:共计 19 万元(其中设计部用房 7 万元,制作部用房 12 万元),分两期付款,开始一次性需交纳 9.5 万元。

设备费用:已有部分设备,尚需添置设备费用 40 万元。

员工工资及福利:设计部固定人员 4 人,薪金 9.6 万元,制作部固定人员 3 人,薪金 5.4 万元,其他人员实行按件计酬。奖金视效益而定。这样固定支出 15 万元,其中前半年启动时需准备支出 7.5 万元。

其他费用：启动资金 12 万元，其中设计部装潢费 6 万元。宣传广告费用 6 万元。

余下 11 万元作备用装饰材料进货款。

效益核算

收入：一是企业启动第一年，计划进单 2-4 家商场装饰业务，以每家 800 万元之计，经营额达 1600-2400 万元之间，取中间为 2000 万元计，以 18%毛利润计算，收入可达 360 万元。二是设计部以年设计收入 80 万元计算，两项毛收入达 440 万元。

支出（略）：

以上年总支出 147.3 万元，收支相抵，年收入可达 292.7 万元。第一年可以收回全部成本。同时该设计和产品为市场空白。一年后可以扩大影响，把企业产品推向全省乃至华东地区，其效益和前途是十分明显的。

（六）结论

据以上分析本项目切实可行。因为本项目为目前装饰业空白，具有广阔的市场前景。企业在获得自身经济效益的同时，也可以为商业企业带来缩短装饰期的潜在经济效益。同时，公司一旦运作，可为社会解决 27-30 名劳动者就业问题。

二、写给政府或公共组织看的创业计划

案例：“西川佛都”项目计划书

三、写给创业投资者看的创业计划

视频资料：毕昇科技公司融资现场

第三节 制定创业计划的基本步骤

一、制定创业计划的基本步骤

1. 将创业计划构想细化。
2. 市场调研
3. 创业计划书写作
4. 创业计划书的检查和调整
5. 创业计划“答辩”。

二、创业计划的六大要素

1. 关注产品（服务）
2. 敢于竞争
3. 了解市场
4. 表明行动方针
5. 展示管理队伍
6. 出色的计划摘要

第四节 创业计划书基本内容

一、封面或封页

1. 公司名称、联络地址、电话传真、e-mail 等都是必要的信息，越容易让投资人联络到创业家，后续联系就越可能发生。
2. 联络人姓名及职称。担任联络人最好是创业家本人或是主要创业成员，必须能完全了解新企业状况，随时都能准确回答投资人的任何问题。
3. 注明这本创业计划书的完成时间。
4. 这本创业计划书的递送对象或筹资、融资对象，尽量使用该公司的完整全名。
5. 计划书的编号（如：7-2）。
6. 在封面放上新事业的识别图案（logo）。

二、内容索引和目录

必须将创业计划书内容按顺序编码，一级目录章包括：企业简介、市场分析、产品发展、营销计划、财务计划、组织与管理、风险管理与退出策略等，章以下再细分为节与小节。常用阿拉伯数字来编排章节顺序，例如：1. 1. 1. 1. 1. 1...。如果有较多数量的图与表，也可以另编图表目录与页码，以利读者翻阅查询。

三、摘要

1. 产业描述：用一两句话精简的说出产业的归属及特点。
2. 企业简述：简要描述公司，强调正面的形象，尽量浓缩在 150 字以内。说明主要的
3. 产品与服务，不需要详细列出所有的产品清单，但要强调产品服务的特色。
4. 经营团队：尽管创业团队的每一位成员都是重要的，但不用在此逐一介绍，只要挑出其中两三个重要人物，强调他们的专业能力与产业经验就可以了。
5. 产品/服务竞争力：说明企业的竞争优势与所拥有的市场基础，尽量浓缩在 150 字以内。
6. 资金需求：扼要说明资金需求，期望的投资方式？债权、股权或是其它方法？如果资金需求具有弹性，你可以把顺序或偏好列出，以便投资人用以评估调整投资结构的可行性。
7. 资金运用：资金运用在创业计划书的主要内文中是要被仔细的说明，在此处你只需要简单说明资金运用的方式与流程，避免使用详细的会计报表，也不能含糊的以增加营运资本来带过，而是要直接指出用途，例如：支付薪资费用、支付研发费用或库存准备等。
8. 财务规划：财务规划则是说明未来 3 年内的财务预测，还有融资计划，注意这些数据都要跟主要正文中的数据吻合。
9. 退出机制：投资人通常预期将在未来出售股权，以获利了结。因此摘要部份必须给投资人提出关于退出机制的规划与建议。

四、企业介绍

1. 一般描述：主要包括创业企业情况概述、名称、地址和联系方法等内容。
2. 业务性质：简单介绍公司所从事的业务，产品（服务）及简要描述。
3. 业务发展历史：创业企业经历的各个重要阶段，比如创业的产生、何时开始生产产品或提供服务、何时开始销售、企业现在所处的发展阶段等。

4. 业务展望：按时间顺序描述创业企业的未来发展计划，并指出关键的发展阶段。
5. 公司组织结构：简要说明企业的所有制性质和附属关系
6. 营销：简要描述产品销售过程和分销渠道，重点说明产品是如何到达最终消费者手中的。
7. 供应商：主要介绍企业生产所需原材料及必要零部件供应商。
8. 专利与商标：对企业持有或将要申请的专利和商标进行详细描述。

五、产品（服务）

1. 简单介绍：对企业的产品（服务）进行简要介绍，描述产品（服务）的名称、特征及其功能，替代产品（服务），竞争对手提供的产品（服务）等。
2. 产品（服务）的价格：对产品（服务）的价格、价格形成基础、毛利及利润总额等进行说明。
3. 产品（服务）的独特性：企业的独特性可以表现在很多方面。如技术、管理队伍、产品(服务)等。
4. 顾客或买主：对产品（服务）的主要买主或顾客进行详细说明。

六、技术

1. 未来的技术发展趋势：根据市场上现有产品的不足，结合产品技术发展的趋势，简单明晰地描绘出未来市场上的产品发展趋势和需要在哪些现有技术上进行改善或突破。
2. 公司的技术研发力量：向投资者充分展示企业研发队伍的实力。
3. 研发计划：为推出产品和服务企业需要进行的研发计划，包括企业研究开发新产品的成本预算、时间进度、产品的技术改进或更新换代计划及其成本预算等内容。
4. 知识产权保护：说明企业将采取哪些措施来保护知识产权，这些内容更多是技术性的，可以求助于咨询顾问公司完成。

七、管理团队和组织

1. 管理层的表示：
 - （1）列出组成管理团队的关键人员的名单和基本信息：包括教育背景、工作经历、工作业绩、商业技能、领导能力和个人品质等，以及这些成员之间责任的划分。
 - （2）通过简历形式列出团队成员的创业经历和在管理方面的业绩与成就，证明这些关键成员是成功人士，充分向投资者展示他们完成自身角色的能力。
 - （3）通过表格或图表的形式，向投资者展示管理团队在个人知识结构、经验结构、能力结构、动力结构、年龄结构方面的互补性。
 - （4）展示管理团队的优秀品质和职业道德。
2. 创业所需要的支持和服务：企业的关键性顾问，如财务、公共关系、管理机构和其他方面的顾问。
3. 激励约束机制：企业的基本薪酬制度、管理层的股票期权计划、员工持股计划；职务升迁、培训和企业文化等。
4. 组织模式和组织结构：附上企业的组织结构图，让投资者有依据来考察组织结构和模式的合理性；说明企业的性质和所属关系（独资/合伙）；董事会的设置、规模和成员背景、权利和义务。

八、市场分析

1. 产业分析：重点向投资者介绍市场的前景。

(1) 需要向投资者展示进入的行业或市场的发展情况，包括产业的发展历史、现状和未来发展趋势。产业分析要重点说明影响行业发展的关键性要素，包括技术进步、宏观环境、政府政策、社会文化、市场需求等方面因素。

(2) 用具体的数据说明整个市场的状况，包括现状和对未来的预期。如：行业的销售量和对未来五年销售量的预期，行业的总收入和对未来五年总收入的预期，行业的平均回报率和对未来五年平均回报率的预期等等。

(3) 展示在市场上所有经济主体的经营概况，包括竞争者、供应商、销售渠道和顾客等。

2. 目标顾客：企业的产品（服务）将“卖给谁”，说清楚产品（服务）现在的顾客和潜在的顾客。

(1) 需要对企业即将进入的市场进行细分。

(2) 企业进行准确的市场定位，根据产品（服务）的特性和企业的情况在细分市场中选择一个或几个目标市场，结合企业的目标、产品、优势、劣势、竞争者的战略等因素说明为何选择这种市场定位，顾客为什么会愿意并购买企业的产品（服务）等。

(3) 用实际数据向投资者展示企业目标市场的大小及其走势，结合目标市场的每个细分市场进行说明。

3. 竞争分析：对竞争产品和竞争对手进行描述和分析。

(1) 列出所有的竞争对手，用数据说明这些竞争对手所占有的市场份额、年销售量和销售金额等。

(2) 要进行竞争能力调查，了解竞争对手的优势和劣势。

(3) 将竞争的范围缩小，锁定 1-3 个主要的竞争对手，与竞争对手进行比较，充分掌握企业自身的优势和劣势。

九、营销计划

1. 总体营销战略

(1) 结合前面的市场分析说明企业的定位，突出说明企业的自身特色；

(2) “4P”战略（产品 Product；价格 Price；渠道 Place；促销 Promotion）；

(3) 其他战略，如公共关系战略。

2. 产品战略：通过产品（服务）满足顾客的需要并从中获取利润的重要方式。

3. 定价战略：将会影响企业在市场上的竞争地位、企业的销售业绩和企业的经济效益。

4. 渠道战略：是产品（服务）从创业企业转移到顾客手中的经过途径或通道。可以做一幅图，描绘出从产品（服务）到顾客之间的“通道”，让投资者更直观地了解到顾客购买产品（服务）的全过程，了解销售渠道。

5. 促销战略：即促进销售，作用在企业 and 顾客之间的信息交流和对销售或购买行为的促进。

6. 销售目标和战略实施：向投资者展示企业预期几年内的销售目标；需要说明将如何实施上面提到的各个战略。

十、生产计划

1. 生产资料

2. 生产过程

3. 生产目标

十一、财务计划

1. 财务报表

- (1) 资产负债表
- (2) 损益表
- (3) 现金流量表

2. 财务预测：需要准确预期企业的资金需求情况，包括资金额、条件和需求的时间。

3. 融资计划

十二、风险管理

1. 风险来源

2. 风险控制

十三、退出策略

1. 公开上市：上市后公众购买企业股份，VC 持有的部分或全部股份就可以卖出。

2. 兼并收购：把企业出售给大公司或者大集团。采用这种方式时，一定要提供几家对本企业感兴趣并有可能采取收购行动的大集团或大公司。

3. 回购：给投资者提供一种“偿付安排”，企业根据预定的条件回购投资者手中的权益。

十四、附录

支持性材料。附上其它有助于进一步说明前述问题的附件，特别是专业性附件。如有关的学术论文、市场或行业研究专题报告、政府相关政策文件等。

创业计划书案例：纳米晶胶原基骨修复材料商业计划

本章思考题

1. 不同类型的创业计划书在写作上有哪些侧重？阅读几个创业计划书，比较它们的异同并理解其原因。

2. 创业计划书的构成框架及其关键要素包括哪些？

3. 案例材料是鼎点装潢设计公司的创业计划书，试总结撰写创业计划书的关键内容。如果你是创业团队成员之一，会对该计划书的修改提出哪些建议？

本章参考书目

- 1. 雷家骕编著，高技术创业管理——创业与企业成长，北京：清华大学出版社，2005.
- 2. 姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005.

第六章 创业融资

教学要求：

正确分析创业融资难的原因；掌握创业融资的主要方式和融资路径。

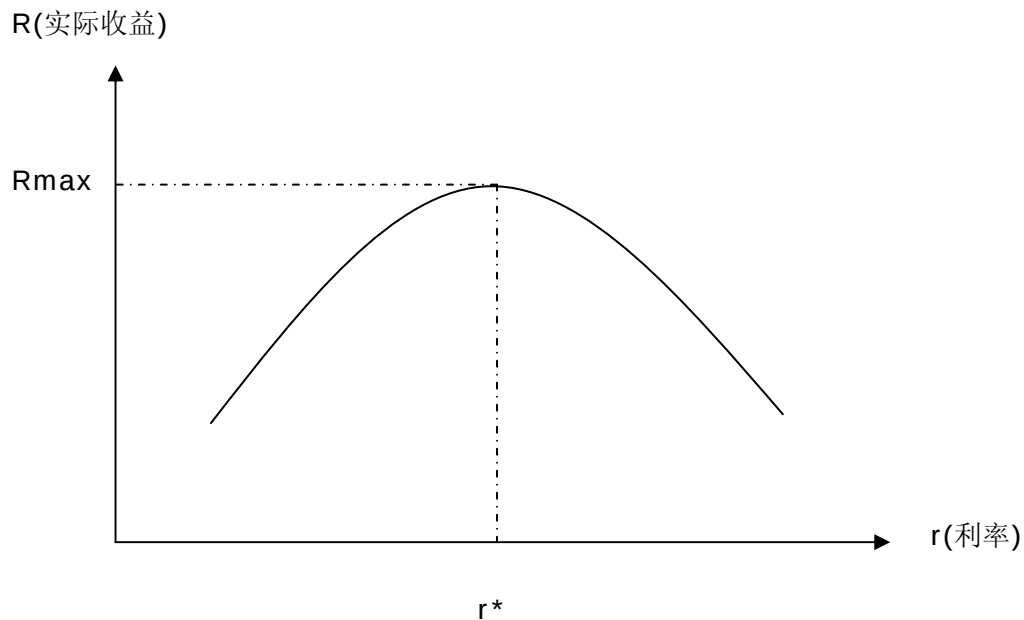
教学内容：

本章从信息经济学的基本原理论述了为什么创业融资艰难；介绍了获得创业资金的七种途径，针对每种途径的利弊进行了对比分析，重在论述不同融资方式在创业企业不同发展阶段的作用。

课时分配：6 课时

第一节 创业融资难的原因分析

一、创业企业难以获得债务融资的理论解释



Stiglitz 和 Weiss（1981 年）

二、创业企业难以获得股权融资的理论解释

1. 创业者和外部潜在的投资者之间常常存在严重的信息不对称。
2. 创业企业发展存在很多的不确定性。

第二节 创业融资的主要方式和融资路径

一、风险投资

1. 定义：风险投资(Venture Capital, VC)：创业投资是愿意承担适度风险，以期获得更高收益，但不寻求资金追索权的权益（股权）投资。
2. 如何获得风险投资？

- (1) 出色的个人条件。
- (2) 足够的盈利能力。
- (3) 高科技的背景。

二、天使投资

1. 定义：天使投资(Angel Investment)是自由投资者或非正式风险投资机构对原创项目构思或小型初创企业进行的一次性的前期投资。

2. 天使投资与风险投资的区别。

- (1) 天使投资虽是风险投资的一种，但两者有较大差别。
- (2) 天使投资是一种非组织化的创业投资形式，其资金来源大多是民间资本、而非专业的风险投资商。

(3) 天使投资的门槛较低，有时即便是一个创业构思，只要有发展潜力，就能获得资金，而风险投资一般对这些尚未诞生或嗷嗷待哺的“婴儿”兴趣不大。

3. 天使投资的特征

- (1) 投资者一般以个体形式存在。
- (2) 投资金额相对较少。
- (3) 投资审查程序简单。

三、战略投资

1. 定义：通过引入必要的战略性投资伙伴，吸引一部分风险资本加入到公司之中。一方面能吸引新的股东注资入股，成为企业的战略投资者，从而提高企业的知名度；另一方面也能解决企业的资金需求。

2. 创业企业如何引入战略投资？

- (1) 寻求意向投资者。
- (2) 与战略投资者谈判。
- (3) 签定合作协议。

四、创新基金

1. 定义：科技型中小企业技术创新基金，是经国务院批准设立、用于支持科技型中小企业技术创新的政府专项基金。

2. 科技部创新基金的资助形式

- (1) 贷款贴息。
- (2) 无偿资助。
- (3) 资本金(股本金)投入

五、中小企业担保贷款

1. 定义：所谓担保贷款，即由专业担保公司为中小企业向商业银行提供贷款担保，对银行来说，降低了风险，对企业来说，获得了资金。

2. 国家对于担保贷款的政策引导与支持

(1) 准入放开门槛，国家鼓励社会资金筹建担保公司，政府、法人、其他出资人均可设立贷款担保公司，以解决中小企业融资难问题；就审批程序看，也较为简洁。

(2) 对担保公司实施减免税政策,达到一定条件的担保机构，国家减免所得税。

- (3) 允许经营者从担保公司收入中税前提取 30%风险准备金。
- (4) 建立担保公司风险分散补偿机制。

六、政府基金

1. 定义：各级政府不断采取各种方式扶持科技含量高的产业，或者优势产业，而相继设立的一些政府基金。
2. 创业者要学会寻找政策
 - (1) 国家各部、委设立的扶持资金。
 - (2) 各级地方政府出台的地方性优惠政策。

七、典当融资

1. 定义：通过将自有合法财产或在有关法规许可下将他人合法财产进行质(抵)押的形式，获得创业所急需的开业资金、运转资金和经营资金。
2. 典当融资的独特之处
 - (1) 融资方式相当灵活。
 - (2) 对中小企业的信用要求几乎为零。
 - (3) 提供周全的配套服务。

本章思考题

1. 创业融资的基本途径及其特点。
2. 访谈一些创业者，了解他们创业融资过程中遇到的问题、经验和教训。

本章参考书目

1. 雷家骕编著，高技术创业管理——创业与企业成长，北京：清华大学出版社，2005.
2. 姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005.
3. 姜彦福等，全球创业观察 2003 中国及全球报告，北京：清华大学出版社，2004.

第七章 企业的创立和治理

教学要求：

掌握何时设立自己的企业以及拥有企业的组织方式；了解如何选择和确立适当的组织模式和产权安排；了解如何制定企业内部的激励机制。

教学内容：

本章重点介绍了拥有企业的三种方式及各自的特点；介绍了创立企业的组织模式；阐述了新企业申办的具体程序；介绍了企业治理结构定义及重要作用；并展开讨论了公司治理结构的主要内容以及激励机制的制度化问题。

课时分配：2 课时

第一节 创业的组织形式

一、拥有企业的三种方式及其特点

1. 独创：独立创办自己的企业。

优势：产权独立；企业可控；利润独有；无干扰。

劣势：风险独担；资源筹集较难；探索性强，需要探索新创企业经营管理经验；团队难以稳定。

2. 入伙：加入他人现有企业（如经销商加盟）或与他人共同创办企业。

优势：优势互补；共克困难；风险分担；资源筹集较易。

劣势：产权关系难处；内部管理费用高；易于产生利益矛盾；易生中途退场者。

3. 收购：投资收购现有某个企业整体或其一部分（某些民营企业进入高科技）。

优势：市场进入障碍小；成长快；选择性大。

劣势：选择收购对象是个难点；收购前后的法律问题；隐性债务；收购的包袱；收购后改造；缺少独创的刺激感。

二、创立企业的组织模式

1. 单一业主制企业：指依法由个人投资创办的企业。

（1）产权特点

通常只包括完全拥有和掌控企业的个人；

由业主个人经营或雇佣、委托他人经营；

业主享有企业的全部经营所得；

业主拥有绝对的权威和完整的所有者权利。

（2）生存特点

平均规模小，起步阶段所需资金少，易于创办；

成立和歇业的法律程序较为简单。

（3）经营特点

投资者与经营者的利益完全重合；

个人独立经营，经营灵活；

经营者极为关注企业的生产成本和赢利水平；

企业决策简便、迅速，管理简单。

2. 合伙制企业：是指由两个以上合伙人订立合伙协议，共同出资，合伙经营，共享收益，共担风险，并对合伙企业债务承担无限连带责任的经营性组织。

企业特点：

创业者可采取货币、实物、土地使用权、知识产权或其他财务权利出资，甚至可以用劳务出资。

合伙人之间的责任是无限连带的；

合伙损益由合伙人依照合伙协议约定的比例进行分配和分担；

产权不易流动。根据我国法律规定，合伙人不能自由转让自己所拥有的财产份额，产权转让必须经过全体合伙人同意。

3. 法人公司制企业：指依照《公司法》创立的，有别于它的股东、管理人员和员工的企业。

企业特点：

不论出资者如何变换、转让股份、死亡，或者扩大或缩小出资者人数，所有者转让所有者权益并不会导致公司的解体，公司作为独立法人并不受影响；

企业有着较好的存续性。

第二节 企业具体申办程序

一、工商登记

1. 申请名称预先核准登记；
2. 领取工商注册登记表；
3. 投资人出资、聘请会计师验资（有限公司）；
4. 向工商局提供相关文件、资料；
5. 领取营业执照。

二、企业代码登记

向技术监督局申请企业代码登记。

三、税务登记

1. 领取营业执照 30 日内向内地税局申请地税登记。
2. 领取营业执照 30 日内向内国税局申请国税登记。

四、养老保险登记

向社会保障部门申请登记。

第三节 新创企业的治理结构

一、公司治理结构定义

广义上说，公司治理结构是指关于公司控制权和剩余索取权，即企业组织方式、控制机制和利益分配的所有法律、机构、制度和文化的安排。他所界定的不仅是所有者与企业的关系，而且包括相关利益集团（管理者、员工、客户、供货商等）之间的关系。

二、公司治理结构的内容

由一系列契约规定，这些契约包括正式契约和非正式契约。

1. 正式契约包括政府颁布的适用于所有企业的法律，如公司法、破产法、劳动法等等，也包括企业自己的正式规定，如公司章程以及各种合同。

2. 非正式契约指由文化、社会习惯而形成的行为规范。这些行为规范没有具体化为成文的合同，从而不具有法律上的强制性，但却在实实在在地起作用，如一些企业的终身雇佣制或对在一定时期内保持工资不变的承认。

三、公司治理结构要解决涉及公司成败的两个问题

1. 如何保证投资者的投资回报；
2. 企业内各利益集团的关系协调。包括经理层与其他员工的激励，以及对高层管理者的制约。

四、激励的制度化

1. 激励的途径：认同激励、前景激励、利益激励、位置激励、兴趣激励
2. 不同的激励方法：
 - (1) 对创业者及其团队：有限责任制度、投资者的阶段性赋权制度
 - (2) 对技术开发人员：知识产权共有制度
 - (3) 对普通员工：员工持股制度
 - (4) 对后来关键人员：股票期权制度
 - (5) 对创业者及其团队：有限责任制度、投资者阶段性赋权制度

本章思考题

1. 创业者可以通过哪些途径、方式拥有自己的企业？
2. 业主制企业、合伙制企业、公司制企业三者分别有哪些特点？
3. 申办企业需要经过哪些环节？
4. 何谓企业治理结构？
5. 在新创企业内部，怎样协调对不同部门员工的激励？

本章参考书目

1. 雷家骕编著，高技术创业管理——创业与企业成长，北京：清华大学出版社，2005.
2. 雷家骕编著，高新技术创业管理，北京：机械工业出版社，2001.

第八章 新创企业的成长

教学要求：

明确企业成长的决定要素；掌握企业成长的模型及其内容；了解危机管理的基本步骤；重点介绍新创企业的常见危机，分别就市场拓展危机、团队危机、财务危机、知识产权危机、企政关系危机、客户关系危机七种危机进行探讨。

教学内容：

本章介绍企业成长的七大决定要素；讨论企业成长的具体模型，并就模型中的企业内在素质逐步提升、外部价值网络逐步形成并优化、实施合理的商业模式与竞争战略等问题进行了分析；介绍两个知名公司危机管实施案例，明确创业企业常见的危机类型，主要介绍了每种危机的特点、存在问题 and 实施策略。

课时分配：2 课时

第一节 企业成长的决定要素

一、愿景及目标

1. 愿景：对于企业未来发展的向往或期盼

表现为：市场地位、竞争能力、进入××强、成为行业领袖等

2. 目标：关于企业未来发展的整体性、阶段性安排

表现为：销售收入、财务业绩、上市公司的市场价值等

二、理念及领袖

1. 理念：关于企业经营的基本思想。

2. 企业领袖：从精神上主导企业经营与发展的企业领导人。

重要性：企业领袖是企业创新的主要推动者，是企业文化的主要培育者

三、在产业链中的位置

四、技术树、产品树

五、品牌与文化

1. 品牌：企业及其产品在市场中的影响力。

（1）重要性

品牌名称在消费者心目中成为类别的替代物。

品牌名称在消费者心目中成为产品独特属性的代表。

（2）品牌的形成

靠企业的精心培育。

2. 企业文化：企业全员一致的价值观念、行为准则、道德规范、风俗习惯等。

六、生命周期战略

初创期	学习调整期	快速发展期	相对稳定期
筹备企业之日起	已有较为稳定的正现金流,但企业组织或经营已不适应市场要求。	已有较为稳定的正的现金流,核心团队与企业体制已趋于稳定,掌握了快速增长需要的资源,形成了明显的核心能力,且发现和掌握了新的市场机会。	经历了一段时间的超常规增长之后,近期没有发现新的市场机会。

七、整体行动力

1. 定义：企业全员及整个组织执行企业任务、趋向企业目标的能力。
2. 整体行动力的来源：有效的组织设计+有效的员工激励。

八、成长的途径选择

第二节 企业成长模型

一、企业成长框架

企业内在素质逐步提升+外部价值网络逐步形成并优化+实施合理的商业模式与竞争战略

二、企业内在素质

1. 企业经营行为理智性
2. 企业核心能力
3. 企业组织体系合理性
4. 企业治理结构有效性

三、企业外部价值网络

1. 关于企业外部价值网络的不同观点

(1) 企业外部价值网络是企业得以“获取资源、销售产品、向客户提供价值”的制度化、非制度化联系的集合体。

(2) 企业外部价值网络是企业得以生存与发展的外部资源环境、竞争环境、客户环境的集合体。

(3) 企业外部价值网络是企业核心能力得以向外延伸、发挥作用的外部载体的有机体。

四、商业模式与竞争战略

1. 商业模式：商业模式：企业获取资源、整体运行、为客户提供价值，为企业获取经营收入的一整套经营逻辑（方式方法）。

2. 企业在相关竞争领域与竞争者博弈的整体性思路。

第三节 新创企业的危机管理

一、新创企业常见危机

市场拓展危机、团队危机、财务危机、知识产权危机、企政关系危机、客户关系危机

二、危机管理基本对策

1. 未生时积极防范
2. 发生时理性处理
3. 处理后要有补救

三、市场拓展危机应对

1. 搭建策略调整机制；
2. 学会放弃，试着等待；
3. 与强者联合，规避市场风险；
4. 顺应产品生命周期，采取系统且有针对性的市场营销策略。

四、团队危机应对

1. 加强沟通、开诚布公、注意磨合；
2. 人人有利益、人人有角色（价值）；
3. 合理的产权安排；
4. 合则同创业、分则是朋友、分前有制约

五、财务危机应对

1. 加强财务规划，量入为出；
2. 花别人的钱运营企业（应收款、应付款融资）；
3. 即便持有现金，也要乐于向银行贷款（不要怕 50% 以上的资产负债率）；
4. 与银行广结善缘、让银行挣你的钱，遇难有救

六、知识产权危机应对

1. 为防止其他企业恶意侵权与勒索，要有防御战略
2. 针对竞争者和拟去市场，要有进取战略
3. 系统考虑，适度、适时申请知识产权保护
4. 预防侵犯他人知识产权
5. 建立企业内部知识产权管理组织

七、企政关系危机应对

1. 与政府人员保持良好关系；
2. 让政府知道你的企业在干什么；
3. 向政府规划、计划、政策、战略靠拢（政府也需要业绩）

八、客户关系危机应对

1. 防范

组建危机管理小组、对可能发生的危机开列清单、分类与评估危机信息、拟定危机管理预案、进行危机管理的模拟训练、广结善缘交朋友，以获得更多的支持者。

2. 处理

（1）以最快的速度启动危机管理计划；应设身处地地考虑公众的利益，尽量为受到危机影响的公众消弱或弥补因危机带来的损失；

（2）建立有效的信息传播系统，做好危机发生后的传播沟通工作；

（3）为增强公众对企业的信赖感，可邀请权威机构（如政府主管部门、质检部门、公关公司）和新闻媒体参与调查和处理危机；

（4）针对具体问题，随时修正和充实危机处理对策。

本章思考题

1. 企业成长的决定要素有哪些？
2. 企业成长模型及其相关内容？
3. 访谈创业企业家，列举新创企业成长历程各个阶段容易遇到的问题及解决的办法。

本章参考书目

1. 雷家骕编著，高技术创业管理——创业与企业成长，北京：清华大学出版社，2005.
2. 姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005.
3. 罗伯特·D·希斯瑞克著，郁义鸿、李志能译，创业学，上海：复旦大学出版社，2000.
4. 霍德华·H·斯蒂芬森等著，创业风险与创业家，北京：机械工业出版社，1998.

第九章 公司创业

教学要求：

明确公司创业的概念；了解公司创业的模式；通过公司创业案例分析和参与讨论，了解企业在实际中如何制定创业制度来提高企业经营活力和达成人才培养。

教学内容：

本章明确现有公司创业的概念；通过不同学者对企业创业的调研结果介绍，了解公司创业的基本过程；掌握公司创业的模式；介绍知名公司鼓励员工创业的激励机制，来引导学生假想自己将来面对某公司鼓励员工创业的机会如何去把握和准备？

课时分配：2 课时

第一节 公司创业的概念

一、两类创业

1. 独立创业：创办新的独立企业。
2. 内部创业
 - (1) 借助既有企业创立新事业的愿望
 - (2) 借助既有企业提供的空间和平台

二、公司创业的定义

在现有公司内创造新事业（Zahra, 1991）。

在内部通过新资源组合来拓展公司竞争领域和发掘相应机会的过程（Burgelman, 1984）。

现有的公司员工开发出当前公司内不存在的产品和服务（Venkataraman, Macmillan & McGrath, 1992）。

组织认知过程而发展起来的必要知识并在新的目标产品市场领域竞争的过程（Kazanjan, 1977; Drazin, 1987）。

现有大公司发展新事业和创造新机会的过程（张玉利等，2003）。

个人或团体在现有组织内部通过建立新的单位或者项目进行的有关创业或者创新的所有活动（徐二明，2003）。

内部创业是一种在现有企业组织内部所推动的非正规活动（刘常勇，2001）。

三、公司创业动机

1. 解决人的问题
 - (1) 一般员工就业问题
 - (2) 公司创业元老安置问题
 - (3) 留住有价值人才问题
2. 解决公司活力问题
3. 解决企业持续发展问题

第二节 公司创业的阶段模型

1. Burgelman 在对多元化的大企业的案例调研基础上，提出四阶段模型：概念期、准备期、推动期和融合期。
2. Block 和 MacMillan 把公司内部新事业开创的过程分为六阶段：新业务构想；选择新业务；计划、组织并启动新业务；调控新业务；继续支持新业务；总结与提升。
3. Shane 以具有各种文化背景的跨国公司为考察对象，将创新过程分为四个阶段：激发创意阶段、启动阶段、执行阶段、整合阶段。
4. Farber 模型针对单一产业的小型企业进行新业务开拓活动过程，研究结果分为三个阶段：新业务发起阶段、新业务执行和运作阶段、新业务的整合与再评估阶段。

第三节 公司创业的模式

1. 购买现有企业、购买特许权、建立企业孵化器、剥离一个企业以及建立全球化企业（伊丽莎白·切尔，2001）。
2. 内部投机、联合创业以及并购（Hoskisson 和 Busenitz，2002）。
3. 产品线延长、开发新平台和创造新业务三类（Kazanjan, Drazin 和 Glynn，2002）。
4. 开发新事业、内创业精神、公司创业型改造和构建内部化市场等（张玉利，2003）。

第四节 公司创业案例——松下鼓励员工创业的激励机制¹

松下电器公司为了给企业发展注入更多的活力，最近开始建立起鼓励员工创业的支援和激励机制，公司设立了金额达 100 亿日元的创业基金（Panasonic Spinup Fund, PSUF，松下创业基金），专门用于培养创业人才，松下力图通过这一措施，既为立志于创业的松下员工提供自我发展的空间，同时也为企业开拓更广泛的事业领域，为松下今后的发展夯实基础，增添活力。

成功创业并已是 Panasonic Learning Systems 社长的大山章博直率地吐露了当时的心情。今年 45 岁的大山先生是 PSUF 培养起来的在去年 10 月 1 日创业的首届 3 名员工之一，在这之前，他在松下电器的人才开发公司任职，主要从事松下员工的内部进修工作。根据多年的工作经验，他断定“随着信息技术的发展，面向企业和大学的电子学习系统市场将不断扩大。”但原有的工作岗位局限于公司内部的服务性质，不能向外自由拓展。

正当大山先生想着“要是能够把自己多年累积的知识本领拿到市场上实现价值就好了”的时候，松下推出了 PSUF 实施制度。在松下的人才开发公司也能够做自己喜欢的事情，要不要冒险另外创建一个培训公司？大山先生犹豫了一段时间。促使他下决心冒险一试的是 PSUF 周到的员工创业支援制度。

确实，与其他公司类似的制度相比，松下为鼓励员工独立创业提供了十分优厚的条件：

首先，松下电器公司一开始就拿出了 100 亿日元资金设立松下创业基金，明确表示用于支援松下员工的创业。在这基础上，松下公司提出，在今后的 3 年内，将每年进行 3 次员工创业计划的征集活动，从资金上保证公司内部创业家的培养和支援。在这方面，松下吸取了日本其他大企业的教训。日本有许多建立鼓励员工创业制度的企业，当在公司内征得有发展潜力的创业计划时便全力出

¹源自：中国营销传播网

资提携，但一旦遇到挫折便失去扶持热情，最后不了了之。松下建立鼓励员工独立创业制度的根本宗旨，在于激发有创业志向的员工的创业热情，为松下本身的发展注入活力。“设立 100 亿日元的基金，全心全意地鼓励员工创业，是社长的真情实意打消了我的顾虑。”大山先生忆及当时报名自己的心情时说。

第二，松下公司还为立志创业的员工准备了一个较长时期的培训计划，意在消除创业者存在的“我有创业的点子，但我真的能成为企业家吗”这一顾虑。松下员工立志创业，从报名申请 PSUF 到实际创业，可以有半年以上的准备期。比如通过了书面审查和第一次面试的候选人（第一届有 8 人），要学习成为经营者最起码的基础知识。他们必须连续 3 个星期，从上午 9 点到下午 5 点进修包括了经营学、会计学、企业案例等内容的名为“顶尖 MBA 训练”的课程，随后进行为期一个月的名为“Brushup”创业计划修炼作业。其实在学习“顶尖 MBA 训练”课程期间，晚上就已开始进行“Brushup”的活动，所以，完善创业计划的时间实际上要花费一个半月。为培养出出色的创业家，松下公司还注意利用社会的专业力量。从报名员工的资格审查到“顶尖 MBA 训练”、“Brushup”活动，整个过程都有日本权威的智囊组织“日本综合研究所”资深专家全面协助介入，最后还要请多名来自公司外的风险企业经营人士以风险经营者的眼光严格审视候选人经过不断修改完成的创业计划。

第三，松下公司规定，对于员工创建的独立企业，本人的出资比例可在 30% 以下，松下公司出资在 51% 以上。以后如果事业进展顺利，可通过股票上市或者从松下公司购回股份，获得回报。而且，从新公司建立后的 5 年内，根据事业的成果，创业者还可获得松下公司的特别奖金。因此，如果从一开始事业发展就很顺利的话，员工创业家可以有双重的获利。

为彻底解除有创业意向员工的后顾之忧，使他们能将自己优秀的创业计划变成现实，松下公司还建立了一个“Safetynet”（安全网）。通过审查，并被认可创业的员工，创建新公司以后，可以仍是松下公司员工身份，领取基本工资等待遇都不变，当然，也可以辞职后成为合同员工（企业家员工）。选择合同员工后，5 年后根据事业的发展情况，如果本人提出希望，仍可恢复成为松下公司的正式员工，这就为创业的员工万一失败留下了退路——大不了今后仍是一个松下的普通员工。

上面提到的大山先生现在事业搞得颇为红火，他正致力于用于高速宽带互动性网络学习教材的软件制作和销售推广，他说：“创业的感觉真好，我现在每天都过得很充实，当然要让新公司成功的压力也是不小的，但我有成功的信心，它肯定会一天比一天强。”

在去年 10 月 1 日与大山一起创业的另两个松下员工是创办数字影像制作公司“Progressive Pictures”的石井英范先生和创办为设于室外或商店内的影像显示终端提供信息发送服务的“PDC”公司的菅原淳之先生，两人今年都是 44 岁。

石井先生的经历颇有点传奇色彩。他在 16 岁时就被作为日本奥运游泳选手培养对象送到美国训练，并连续 7 年保持 100 米自由泳日本纪录。大学毕业回国后进入 JVC 公司，参加过美国好莱坞电影的摄制工作。以后由于 JVC 公司的影像制作事业不断萎缩，他才转而投身松下电器公司。但没多久松下公司也将收购来的美国 MCA 股份卖掉了，再加上游戏机“3DO”事业连连受挫，松下开始谨慎对待软件事业。到现在，事实上“软件事业”一词在松下内部已成了人人忌讳提起的“禁语”。其结果是，石井先生所在部门只能接到制作费仅两三千万日元的业务订单，而且都只是摄影业务。他进公司时想好的雄心勃勃的计划只能束之高阁。“我需要百分之百全身心投入影像软件的制作。”对于无法施展拳脚的石井来说，松下公司推出的 PSUF 无疑是“雪中送炭”。

菅原淳之在申请 PSUF 之前，也是松下公司从事室外大型影像装置业务一个能干的业务员。正因为对市场的熟悉，他对松下公司仅仅销售影像硬件设备感到不满足。“对于设置了显示终端的用户来说，他们肯定需要能同时提供影像信息传送的服务，两者一起做无疑能获得相乘的效果。”菅

原淳之说。但是，菅原淳之当时的地位决定了他没有决策的权力。随着高速宽带网的普及，为网络终端提供廉价的动画信息的环境条件进一步完善，这个市场稍具专业知识的明眼人一看就能发现。所以当松下公司启动 PSUF 之后，菅原淳之就感到创业的时机来了。

从松下的第一批创业员工的创业动机中，我们不难发现松下公司在其经营中其实是存在着许多问题的。如何在经济不景气中让被称为已“沉滞呆重”的组织恢复活力是松下的燃眉之急。为此，把埋没在公司里的有创新精神的优秀人才发掘出来不失为一个有效的途径。当然不能是一个，两个，而是需要大量的创新人才。毫无疑问，有创业志向的员工不断地提出他们的创业设想，公司内部的那种只顾及脸面，拘泥于传统工作方式的企业风气就会得到彻底的改变。真是基于这种思想，松下公司才会提出这许多让其他公司看来简直要宠坏员工的各种鼓励内部创业的优厚待遇，由此我们也明白松下公司推出 PSUF 的苦心所在。

从上述的例子中可以看出，如果松下提出的鼓励创业条件同其他企业不相上下的话，像石井、菅原这样的员工也许仍会响应，但如果是像大山这样地位的人就未必会“脱颖而出”。也就是说，松下公司的决策层心里很清楚，如果没有周全、优厚的鼓励创业机制，就无法让众多有创新思想的人才脱离松下电器公司这个像“温水煮青蛙”似的舒适环境。其实，松下公司为创业的员工创造这样优厚的条件还有这么一个用意，即向公司员工透出这样一个信息：勇于向新事物挑战的人比安于现状的人更能得到公司的器重。从公司为走出松下自主创业的员工准备的“安全网”的背后，似乎也可以看到松下更深层次用意，即培育具有勇于向新事物挑战的开拓性人才，并尽可能地留下他们，让他们成为下一代敢于挑起松下事业重担的精英人才。

去年 2 月结束的第一期 PSUF 申请者共有 123 人，通过层层筛选，最后合格的仅 4 人（其中一人因故延迟至 12 月创办企业）；去年 6 月结束的第二期 PSUF，申请者也有 57 人，最后通过的也是 4 人。可以说松下的 PSUF 开局良好。但真正要对此做出评价，则要等到 PSUF 订出的培养员工创业家 3 年计划结束的这一天。

本章思考题

1. 公司创业的主要目的是什么？
2. 公司创业的模式有哪些？
3. 在公司创业的过程中，如何处理新业务和原有业务的关系？

本章参考书目

1. 雷家骕编著，高技术创业管理——创业与企业成长，北京：清华大学出版社，2005.
2. 姜彦福、张炜主编，创业管理学，北京：清华大学出版社，2005.
3. 霍德华·H·斯蒂芬森等著，创业风险与创业家，北京：机械工业出版社，1998.

思考题

1. 松下公司是如何通过鼓励员工创业来实现恢复组织活力的？
2. 通过松下的案例，试想自己将来面对某公司鼓励员工创业的机会如何去把握和准备？

《会计准则》教学大纲

田 明 编写

目 录

第一部分 大纲说明	1081
第二部分 教学内容与教学要求	1082
第一章 企业会计准则概述	1082
第一节 我国会计准则体系的构建	1082
一、新准则的主要内容	1082
二、新准则与现行国际财务报告准则的趋同	1082
第二节 新会计准则的突出变化及对企业的影 响	1082
一、新会计准则的突出变化	1082
二、新准则的实施对企业的影响	1082
第三节 新会计准则与国际准则差异比较	1083
一、在制定体系上	1083
二、在具体内容上	1083
第四节 中美会计准则差异及其原因分析	1083
一、中美会计准则差异分析	1083
二、中美会计准则差异的原因分析	1083
三、美国会计准则制定模式面临重大变革	1083
第五节 中英会计准则比较及启示	1083
一、英国会计准则的概况	1083
二、中英会计准则比较	1083
三、启示及结论	1084
复习与思考题	1084
拓展阅读书目	1084
第二章 企业基本会计准则	1085
第一节 准则解读	1085
一、总则	1085
二、会计信息质量要求	1085
三、会计要素确认	1086
四、会计计量属性	1086
五、财务会计报告	1087
第二节 准则修订的必要性及主要内容	1087
一、修订的必要性	1087
二、修订的过程	1087
三、修订的主要内容	1087
复习与思考题	1087
拓展阅读书目	1087
第三章 《企业会计准则第 1 号——存货》	1088
第一节 准则解读	1088
一、总则	1088

二、确认.....	1088
三、计量.....	1088
四、披露.....	1088
第二节 准则指南.....	1089
一、商品存货的成本.....	1089
二、周转材料的处理.....	1089
三、存货的可变现净值.....	1089
第三节 准则变化.....	1089
第四节 美国对“存货成本”会计准则的修正及启示.....	1089
一、FAS151《存货成本》基本情况介绍.....	1089
二、间接生产费用的概念及理解.....	1089
三、启示.....	1089
复习与思考题.....	1090
拓展阅读书目.....	1090
第四章 《企业会计准则第2号——长期股权投资》.....	1091
第一节 准则解读.....	1091
第二节 准则指南.....	1091
一、本准则规范的范围.....	1091
二、长期股权投资的初始投资成本.....	1091
三、长期股权投资的权益法核算.....	1091
四、共同控制经营及共同控制资产.....	1091
第三节 准则变化.....	1091
复习与思考题.....	1091
拓展阅读书目.....	1092
第五章 《企业会计准则第4号——固定资产》.....	1093
第一节 准则解读.....	1093
一、确认.....	1093
二、初始计量.....	1093
三、后续计量.....	1093
四、处置.....	1093
五、披露.....	1093
第二节 准则指南.....	1093
第三节 准则变化.....	1094
复习与思考题.....	1094
拓展阅读书目.....	1094
第六章 《企业会计准则第6号——无形资产》.....	1095
第一节 准则解读.....	1095
一、确认.....	1095
二、初始计量.....	1095
三、后续计量.....	1095
四、处置和报废.....	1096
五、披露.....	1096

第二节 准则指南	1096
一、本准则不规范商誉的处理	1096
二、研究阶段与开发阶段	1096
三、开发支出的资本化	1096
四、估计无形资产使用寿命应当考虑的相关因素	1096
五、无形资产的摊销	1096
六、土地使用权的处理	1097
第三节 准则变化	1097
复习与思考题	1097
拓展阅读书目	1097
第七章 《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》	1098
第一节 准则解读	1098
一、概述	1098
二、确认和计量	1098
三、披露	1099
第二节 准则指南	1099
一、非货币性资产交换的认定	1099
二、商业实质的判断	1099
三、换入资产或换出资产公允价值的可靠计量	1099
四、非货币性资产交换的会计处理	1099
第三节 准则变化	1099
一、新准则在一定条件下引入了公允价值计量	1099
二、新准则的会计处理与现行准则不同	1099
三、对企业的影响	1099
第四节 非货币性交易会计处理的最新进展及启示	1099
复习与思考题	1100
拓展阅读书目	1100
第八章 《企业会计准则第 8 号——资产减值》	1101
第一节 准则解读	1101
一、总则	1101
二、可能发生减值资产的认定	1101
三、资产可收回金额的计量	1101
四、资产减值损失的确定	1101
五、资产组的认定及减值处理	1102
六、商誉减值的处理	1102
七、披露	1102
第二节 会计准则指南	1102
一、估计资产可收回金额应当遵循重要性要求	1102
二、预计资产未来现金流量应当考虑的因素和采用的方法	1103
三、折现率的确定方法	1103
四、资产组的认定	1103
五、存在少数股东权益情况下的商誉减值测试	1103

第三节 准则变化.....	1103
一、资产减值范围与现行制度不同.....	1103
二、可能发生减值资产的认定与现行制度不同.....	1103
三、资产可收回金额的计量与现行制度不同.....	1103
四、资产减值损失不得转回.....	1103
五、资产组的认定及减值处理.....	1103
六、商誉减值的处理.....	1103
七、对企业的影响.....	1104
复习与思考题.....	1104
拓展阅读书目.....	1104
第九章 《企业会计准则第 12 号——债务重组》.....	1105
第一节 准则解读.....	1105
一、概述.....	1105
二、债务人的会计处理.....	1105
三、债权人的会计处理.....	1105
四、披露.....	1106
第二节 准则指南.....	1106
一、债务重组的特征.....	1106
二、用以清偿债务的非现金资产公允价值的计量.....	1106
三、债务重组的会计处理.....	1106
四、修改其他债务条件涉及或有应付金额.....	1106
第三节 准则变化.....	1106
一、会计处理的一般原则有较大变化.....	1106
二、修改债务条件情况下的会计处理.....	1107
三、对企业的影响.....	1107
复习与思考题.....	1107
拓展阅读书目.....	1107
第十章 《企业会计准则第 13 号——或有事项》.....	1108
第一节 准则解读.....	1108
一、概述.....	1108
二、确认和计量.....	1108
三、披露.....	1108
第二节 准则指南.....	1108
一、或有事项的特征.....	1108
二、或有事项相关义务确认为预计负债的条件.....	1109
三、亏损合同的相关义务确认为预计负债.....	1109
四、重组事项.....	1109
第三节 准则变化.....	1109
一、新准则明确界定了相关概念.....	1109
二、预计负债的计量.....	1109
三、亏损合同、未来经营亏损、重组的相关会计处理.....	1110
四、或有事项的披露.....	1110

五、对企业的影响.....	1110
复习与思考题.....	1110
拓展阅读书目.....	1110
第十一章 《企业会计准则第 14 号——收入》	1111
第一节 准则解读.....	1111
一、概述.....	1111
二、商品销售收入.....	1111
三、提供劳务收入.....	1111
四、让渡资产使用权收入.....	1112
五、披露.....	1112
第二节 准则指南.....	1112
一、日常活动的认定.....	1112
二、商品所有权上主要风险和报酬转移的判断	1112
三、销售商品收入金额的计量.....	1113
四、销售商品收入确认条件的具体应用	1113
五、提供劳务收入确认条件的具体应用	1113
第三节 准则变化.....	1114
一、新准则对收入的定义更加科学	1114
二、销售商品收入和提供劳务收入的计量原则	1114
三、新准则明确了利息收入以实际利率计算	1114
四、新准则明确规定了商业折扣的会计处理	1114
五、新准则明确了销售商品和提供劳务的混合销售的划分原则	1114
六、对企业的影响.....	1114
复习与思考题.....	1114
拓展阅读书目.....	1114
第十二章 《企业会计准则第 15 号——建造合同》	1115
第一节 准则解读.....	1115
一、概述.....	1115
二、合同的分立与合并.....	1115
三、合同收入.....	1115
四、合同成本.....	1116
五、合同收入与合同费用的确认	1116
六、披露.....	1117
第二节 准则变化.....	1117
复习与思考题.....	1117
拓展阅读书目.....	1117
第十三章 《企业会计准则第 17 号——借款费用》	1118
第一节 准则解读.....	1118
一、概述.....	1118
二、确认与计量.....	1118
三、披露.....	1119
第二节 准则指南.....	1119

一、符合借款费用资本化条件的存货	1119
二、借款利息费用资本化金额的确定	1119
三、借款辅助费用的处理	1119
四、借款费用资本化的暂停	1119
第三节 准则变化	1119
一、新准则适用范围扩大	1119
二、新准则借款费用资本化的资产范围扩大	1119
三、新准则可予资本化的借款范围扩大	1119
四、借款利息资本化金额的计算有所差别	1119
五、借款溢价或折价的摊销	1119
六、对企业的影响	1119
复习与思考题	1119
拓展阅读书目	1120
第十四章 《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》	1121
第一节 准则解读	1121
一、会计政策变更	1121
二、会计估计变更	1122
三、前期差错更正	1122
四、披露	1122
第二节 准则指南	1122
一、会计政策和会计估计的确定	1122
二、会计政策及其变更	1122
三、前期差错及其更正	1123
第三节 准则变化	1123
一、增加了有关无法进行追溯调整和追溯重述的规定	1123
二、新增了前期差错更正和追溯重述法的相关规定	1123
三、对企业的影响	1123
复习与思考题	1123
拓展阅读书目	1123
第十五章 《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》	1124
第一节 准则解读	1124
一、概述	1124
二、资产负债表日后调整事项	1124
三、资产负债表日后非调整事项	1124
四、披露	1125
第二节 准则变化	1125
复习与思考题	1125
拓展阅读书目	1125
第十六章 《企业会计准则第 31 号——现金流量表》	1126
第一节 准则解读	1126
一、概述	1126
二、基本要求	1126

三、经营活动现金流量	1126
四、投资活动现金流量	1127
五、筹资活动现金流量	1127
六、披露	1127
第二节 准则指南	1127
第三节 准则变化	1127
复习与思考题	1128
拓展阅读书目	1128
第十七章 《企业会计准则第 36 号——关联方披露》	1129
第一节 准则解读	1129
一、关联方	1129
二、关联方交易	1129
三、披露	1130
第二节 准则变化	1130
复习与思考题	1130
拓展阅读书目	1130

第一部分 大纲说明

授课教师	田明	职称	副教授	开课单位	商学院
课程中文名称	会计准则	课程英文名称	Accounting Standards	课程编号	406020842
授课学期	第 6 学期	考核方式	平时课堂分组讨论 考评结合论文写作。	学分	2
授课对象	工商本科	专业班级		会计本科	
总学时数	36	课堂讲授	30	实践与讨论	6
课程简介	2006 年 2 月 15 日, 财政部颁发了新《企业会计准则》, 要求自 2007 年 1 月 1 日起在上市公司范围内施行, 并鼓励其他企业执行。新准则的出台标志着与国际会计准则趋同的中国会计准则体系正式建立, 这在我国会计发展史上将成为新的里程碑。新准则大量借鉴了国际会计准则的内容体系, 包括公允价值的充分应用、所得税会计、职业判断的运用等方面对于我们财务会计理论学习和实际工作的财务人员而言, 如何掌握新准则的内容、特点以及与现行准则、国际财务会计准则的差异, 将是一个重大挑战。本课程根据 2006 年 2 月份财政部发布的企业会计准则和 2006 年 10 月末发布的应用指南制作而成, 对新企业会计准则的制定背景、新旧变化、应用处理、国际比较及由于新准则的实施对企业的盈亏影响等进行深入细致的讲授。				
教学目的和基本要求	通过本课程的学习, 使学生系统学习新企业会计准则的体系框架, 掌握其核心要点、与现行会计准则以及国际财务会计准则的主要差异以及对税收的影响。通过学习, 使学生能够评估新旧准则的衔接对企业会计制度、财务报表、经营利润和其它重要指标的影响, 进而能在账务处理、报表编制和财务分析方面充分、合理地应用新企业会计准则。同时通过学习, 使学生进一步提升财务会计知识的视野, 为其未来职业生涯的发展奠定更加坚实的基础。				
课程主要内容及学时分配	第一章 企业会计准则概述 (1 学时) 第二章 企业基本会计准则 (1 学时) 第三章 《企业会计准则第 1 号——存货》 (2 学时) 第四章 《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》 (4 学时) 第五章 《企业会计准则第 4 号——固定资产》 (2 学时) 第六章 《企业会计准则第 6 号——无形资产》 (2 学时) 第七章 《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》 (2 学时) 第八章 《企业会计准则第 8 号——资产减值》 (2 学时) 第九章 《企业会计准则第 12 号——债务重组》 (2 学时) 第十章 《企业会计准则第 13 号——或有事项》 (2 学时) 第十一章 《企业会计准则第 14 号——收入》 (2 学时) 第十二章 《企业会计准则第 15 号——建造合同》 (2 学时) 第十三章 《企业会计准则第 17 号——借款费用》 (2 学时) 第十四章 《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》 (2 学时) 第十五章 《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》 (2 学时) 第十六章 《企业会计准则第 31 号——现金流量表》 (4 学时) 第十七章 《企业会计准则第 36 号——关联方披露》 (2 学时)				
教材	名称	企业会计准则 2006		作者	中华人民共和国政部 制定
	出版社	经济科学出版社		出版时间	2006 年 2 月
指定参考书	国际会计准则与财务报告准则:研究与比较	作者		汪祥耀 等著	
		出版社及出版时间		立信会计出版社 2004 年 3 月	
	会计(年度 CPA 应试指导及全真模拟测试)	作者		张志凤等	
		出版社及出版时间		经济科学出版社(每年 4 月出版)	

第二部分 教学内容与教学要求

第一章 企业会计准则概述

教学目的和基本要求：

2006 年 2 月 15 日，财政部发布了新企业会计准则体系（以下简称“新准则”），包括 1 项基本准则和 38 项具体准则，将于 2007 年 1 月 1 日起在上市公司施行。这一准则体系既与中国国情相适应，又与国际财务报告准则趋同，为我国各类企业现有的经济业务提供了会计确认、计量和报告的标准。其发布实施，必将对我国经济发展、对外开放和企业参与国际竞争产生重要推动作用。要求掌握我国会计准则体系的构架及与国际会计准则的差异与趋同。

本章教学时间为 1 学时。

第一节 我国会计准则体系的构建

一、新准则的主要内容

二、新准则与现行国际财务报告准则的趋同

- （一）公允价值的适用范围
- （二）企业合并的会计处理方法
- （三）关联方及其交易的披露范围
- （四）资产减值

第二节 新会计准则的突出变化及对企业的影

一、新会计准则的突出变化

- （一）公允价值成亮点
- （二）在会计基本原则和会计要素的计量方面变化较大
- （三）利润调节受限
 - 1. 存货管理办法变革。
 - 2. 资产减值准备计提变革。
 - 3. 债务重组方法变革。
- （四）企业合并会计处理方法发生变革
 - 1. 企业合并会计处理方法的变革。
 - 2. 合并报表基本理论的变革。
- （五）金融工具准则的变革。

二、新准则的实施对企业的影响

- （一）新会计准则将对财务报表中列报的企业经营成果产生重大影响

- (二) 新会计准则可能对企业经营管理造成影响
- (三) 新会计准则将对企业主要绩效指标评价带来影响

第三节 新会计准则与国际准则差异比较

一、在制定体系上

二、在具体内容上

1. 关于法律环境方面的问题，主要涉及土地所有权、业绩报告、每股收益、离职后福利和养老金会计。
2. 关于市场环境方面的问题。

第四节 中美会计准则差异及其原因分析

一、中美会计准则差异分析

- (一) 会计准则制定机制
- (二) 基本会计准则
- (三) 具体会计准则

二、中美会计准则差异的原因分析

- (一) 中美会计准则的差异的经济因素分析
- (二) 中美会计准则的差异的政治因素分析
- (三) 中美会计准则差异的教育科技因素分析

三、美国会计准则制定模式面临重大变革

- (一) RBA 模式的主要问题
- (二) 会计准则制定的 PBA 模式
- (三) PBA 模式的优点和缺陷
- (四) PBA 模式对会计、审计的潜在影响

第五节 中英会计准则比较及启示

一、英国会计准则的概况

二、中英会计准则比较

- (一) 会计准则制定机构的比较
- (二) 会计准则制定人员的比较
- (三) 会计准则权威性比较
- (四) 会计准则制定目标的比较

（五）会计准则制定程序的比较

（六）会计准则对会计概念界定的比较

三、启示及结论

复习与思考题

1. 简述我国会计准则体系的构架；
2. 简述我国会计准则与国际会计准则的趋同与差异；
3. 简述我国会计准则与美国会计准则的差异。

拓展阅读书目

1. 财务会计概念框架与会计准则问题研究 中国财政经济出版社 2003 年 葛家澍 杜兴强
2. 制度竞争、路径依赖与财务报告架构的演化 《会计研究》 2004 年 01 期 方红星
3. 后安然时代的会计与审计——评美国 2002 年萨班斯—奥克斯利法案及其对会计、审计发展的影响 《会计研究》 2002 年 10 期 陆建桥
4. 会计准则制定：以原则为基础还是以规则为基础 《财经论丛》 2003 年 01 期 陆德明 邱芳
5. 后安然时代的会计准则：原则导向还是规则导向 《会计研究》 2003 年 05 期 平来禄 刘峰
6. 美国后安然时代会计准则的制定：目标导向 《审计与经济研究》 2004 年 05 期 裘宗舜
7. 美国会计准则：规则导向还是原则导向 《财务与会计》 2003 年 02 期 朱海林
8. 英国会计准则研究与比较 立信会计出版社 2002 年 6 月 汪祥耀

第二章 企业基本会计准则

教学目的和基本要求：

国际会计准则理事会的《编报财务报表的概念框架》内容与我国的基本准则有相似之处，但该框架不作为准则体系的组成部分，主要用于指导准则制定机构的制定工作，在很大程度上带有“理念”的特点。我国在 1992 年制定的现行准则，不仅是具体会计准则的“上位法”，而且是调整企业会计行为的基本规范，这一定位十多年来已被理论界和实务界所接受。因此，此次修订没有采用国际会计准则的做法，而是按照我国的立法习惯和会计法律体系框架，仍坚持将《企业会计准则》定位为基本准则，但为了明确区分基本准则和具体准则，突出基本准则的法律地位，修订后将该准则的名称改为《企业会计准则——基本准则》，并对有关条文内容作了修订。本章主要讲授基本会计准则中有关会计信息质量的要求，会计要素确认、计量和报告要求以及会计计量属性等内容。要求重点掌握会计要素确认、计量和报告要求以及会计计量属性。

本章教学时间为 1 小时。

第一节 准则解读

一、总则

- （一）制定目的：规范企业会计确认、计量和报告行为，保证会计信息质量。
- （二）适用范围：适用于在中华人民共和国境内设立的企业（包括公司）。
- （三）准则地位：企业会计准则包括基本准则和具体准则，具体准则的制定应当遵循本准则。
- （四）会计确认、计量和报告
 - 1. 企业会计确认、计量和报告应当以持续经营为前提
 - 2. 企业应当划分会计期间
 - 3. 会计期间分为年度和中期
 - 4. 企业会计应当以货币计量
 - 5. 企业应当以权责发生制为基础进行会计确认、计量和报告
 - 6. 企业应当按照交易或者事项的经济特征确定会计要素
 - 7. 企业应当采用借贷记账法记账

二、会计信息质量要求

- （一）客观性原则
- （二）重要性原则
- （三）谨慎原则
- （四）实质重于形式原则
- （五）及时性原则
- （六）明晰性原则
- （七）可比性原则
- （八）一致性等原则

三、会计要素确认

（一）资产

1. 定义：资产是指企业过去的交易或者事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。

2. 资产的确认条件：

- （1）与该资源有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该资源的成本或者价值能够可靠地计量。

（二）负债

1. 定义：负债是指企业过去的交易或者事项形成的、预期会导致经济利益流出企业的现时义务。

2. 负债的确认条件：

- （1）与该义务有关的经济利益很可能流出企业；
- （2）未来流出的经济利益的金额能够可靠地计量。

（三）所有者权益

1. 定义：所有者权益是指企业资产扣除负债后由所有者享有的剩余权益。

2. 构成：所有者权益的来源包括所有者投入的资本、直接计入所有者权益的利得和损失、留存收益等。直接计入所有者权益的利得和损失，是指不应计入当期损益、会导致所有者权益发生增减变动的、与所有者投入资本或者向所有者分配利润无关的利得或者损失。

（1）利得是指由企业非日常活动所形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的流入。

（2）损失是指由企业非日常活动所发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的流出。

（四）收入

1. 定义：收入是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。

2. 收入确认条件：收入只有在经济利益很可能流入从而导致企业资产增加或者负债减少、且经济利益的流入额能够可靠计量时才能予以确认。

（五）费用

1. 定义：费用是指企业在日常活动中发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的总流出。

2. 费用确认条件：费用只有在经济利益很可能流出从而导致企业资产减少或者负债增加、且经济利益的流出额能够可靠计量时才能予以确认。

（六）利润

1. 定义：利润是指企业在一定会计期间的经营成果，利润包括收入减去费用后的净额、直接计入当期利润的利得和损失等。

2. 直接计入当期利润的利得和损失，是指应当计入当期损益、会导致所有者权益发生增减变动的、与所有者投入资本或者向所有者分配利润无关的利得或者损失。

四、会计计量属性

（一）历史成本

（二）重置成本

（三）可变现净值

- (四) 现值
- (五) 公允价值

五、财务会计报告

1. 定义：财务会计报告是指企业对外提供的反映企业某一特定日期的财务状况和某一会计期间的经营成果、现金流量等会计信息的文件。

2. 构成内容：财务会计报告包括会计报表及其附注和其他应当在财务会计报告中披露的相关信息和资料。会计报表至少应当包括资产负债表、利润表、现金流量表等报表。

- (1) 资产负债表是指反映企业在某一特定日期的财务状况的会计报表。
- (2) 利润表是指反映企业在一定会计期间的经营成果的会计报表。
- (3) 现金流量表是指反映企业在一定会计期间的现金和现金等价物流入和流出的会计报表。
- (4) 附注是指对在会计报表中列示项目所作的进一步说明，以及对未能在这些报表中列示项目的说明等。

第二节 准则修订的必要性及主要内容

一、修订的必要性

- (一) 需要与现行会计法律、行政法规保持一致
- (二) 需要与修订后的公司法、证券法的有关内容相衔接
- (三) 体现基本准则统驭具体准则的作用
- (四) 满足会计准则国际趋同的需要

二、修订的过程

三、修订的主要内容

- (一) 继续坚持我国基本准则的定位，并对规章名称作了修改
- (二) 对适用范围进行了调整
- (三) 对会计目标进行了修改
- (四) 完善了会计一般原则
- (五) 对会计要素的定义作了重大调整
- (六) 新增了会计计量的规范内容
- (七) 对财务报告的名称和内涵作了修改

复习与思考题

简述我国会计准则的地位及其主要内容。

拓展阅读书目

1. 当前美国会计准则的发展趋势及若干思考 《会计研究》，2003 年 05 期 汪祥耀 刘宁军
2. 对安然公司会计审计问题的剖析 《会计研究》，2002 年 02 期 葛家澍 黄世忠
3. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
4. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第三章 《企业会计准则第 1 号——存货》

教学目的和基本要求：

存货准则主要规范存货的确认、计量和披露。要求掌握存货计量的会计处理。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、总则

（一）适用范围：存货的确认、计量和相关信息的披露适用本准则。

（二）下列业务不适用本准则：

二、确认

（一）存货定义：存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

（二）存货同时满足下列条件的，才能予以确认：

1. 与该存货有关的经济利益很可能流入企业；
2. 该存货的成本能够可靠地计量。

三、计量

（一）存货应当按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。

（二）存货的采购成本，包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于存货采购成本的费用。

（三）下列费用应当在发生时确认为当期损益，不计入存货成本：

1. 非正常消耗的直接材料、直接人工和制造费用。
2. 仓储费用（不包括在生产过程中为达到下一个生产阶段所必需的费用）。
3. 不能归属于使存货达到目前场所和状态的其他支出。

（四）应计入存货成本的借款费用，按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》处理。

（五）投资者投入存货的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（六）企业提供劳务的，所发生的从事劳务提供人员的直接人工和其他直接费用以及可归属的间接费用，计入存货成本。

（七）企业应当采用先进先出法、加权平均法或者个别计价法确定发出存货的实际成本。

（八）对于已售存货，应当将其成本结转为当期损益，相应的存货跌价准备也应当予以结转。

（九）资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备，计入当期损益。

四、披露

企业应当在附注中披露与存货有关的下列信息：

- （一）各类存货的期初和期末账面价值。

（二）确定发出存货成本所采用的方法。

（三）存货可变现净值的确定依据，存货跌价准备的计提方法，当期计提的存货跌价准备的金额，当期转回的存货跌价准备的金额，以及计提和转回的有关情况。

（四）用于担保的存货账面价值。

第二节 准则指南

一、商品存货的成本

二、周转材料的处理

三、存货的可变现净值

（一）可变现净值的特征

（二）以确凿证据为基础计算确定存货的可变现净值

（三）不同存货可变现净值的确定

第三节 准则变化

一、存货的借款费用一定条件下可以资本化

二、取消了发出存货计价的后进先出法

三、商品流通企业的采购费用计入采购成本

四、其他

五、对企业的影响

第四节 美国对“存货成本”会计准则的修正及启示

一、FAS151《存货成本》基本情况介绍

（一）从形式上看，FAS151 无论内容与文字表述都与 IAS2 更趋于一致。

（二）从内容上看，FAS151 的修正进一步突出了 ARBNo.43 第 4 章所给出的存货成本的定义，即表述为“为使存货达到当前状态和场所而直接或间接发生的成本费用的合计金额”，从而强调了计入存货成本的费用支出必须有助于使存货达到“当前状态和场所”。

二、间接生产费用的概念及理解

（一）变动间接生产费用和固定间接生产费用。

（二）季节性因素导致的固定间接生产费用变动。

（三）非正常“闲置”固定间接生产费用。

三、启示

复习与思考题

简述存货的主要计量原则。

拓展阅读书目

1. 存货会计准则的国际比较 《会计之友》 2003 年 04 期 范琳
2. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
3. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第四章 《企业会计准则第2号—长期股权投资》

教学目的和基本要求：

长期股权投资会计准则主要规范了对子公司、联营企业和合营企业投资，涉及长期股权投资的初始投资成本的确定以及长期股权投资的成本法和权益法的核算。要求掌握长期股权投资的成本法和权益法的核算要点。

本章教学时间为4学时。

第一节 准则解读

- 一、准则规范的范围
- 二、初始计量
- 三、后续计量
- 四、披露

第二节 准则指南

- 一、本准则规范的范围
- 二、长期股权投资的初始投资成本
- 三、长期股权投资的权益法核算
 - （一）投资损益的处理
 - （二）被投资单位除净损益以外所有者权益其他变动的处理
- 四、共同控制经营及共同控制资产
 - （一）共同控制经营
 - （二）共同控制资产

第三节 准则变化

- 一、改变了投资的分类方式和计量标准
- 二、长期股权投资的初始计量不同
- 三、成本法和权益法应用范围的变化
- 四、新准则对企业的影响较大

复习与思考题

1. 简述长期股权投资成本法和权益法的核算要点；
2. 简述长期股权投资成本法和权益法的相互转换的核算要点。

拓展阅读书目

1. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
2. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第五章 《企业会计准则第4号——固定资产》

教学目的和基本要求：

固定资产准则主要规范固定资产的确认、初始计量、后续计量和处置的有关会计处理。要求掌握固定资产的初始计量和后续计量的会计处理。

本章教学时间为2小时。

第一节 准则解读

一、确认

二、初始计量

三、后续计量

- （一）企业应当对所有固定资产计提折旧；但是，已提足折旧仍继续使用的固定资产等除外。
- （二）企业应当根据固定资产的性质和使用情况，合理确定固定资产的使用寿命和预计净残值。
- （三）企业确定固定资产使用寿命，应当考虑下列因素：
- （四）企业应当根据固定资产所包含的经济利益预期实现方式，合理选择固定资产折旧方法。
- （五）固定资产应当按月计提折旧，并根据用途计入相关资产的成本或者当期损益。
- （六）企业应当至少于每年年度终了，对固定资产的使用寿命，预计净残值和折旧方法进行复核。
- （七）固定资产的减值，应当按照《企业会计准则第8号——资产减值》处理。

四、处置

- （一）固定资产满足下列条件之一的，应当予以终止确认：
- （二）企业持有待售的固定资产，应当对其预计净残值进行调整。
- （三）企业出售、转让、报废固定资产或发生固定资产毁损，应当将处置收入扣除账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

企业固定资产盘亏造成的损失，应当计入当期损益。

- （四）企业根据规定，将发生的固定资产后续支出计入固定资产成本的，应当终止确认被替换部分的账面价值。

五、披露

第二节 准则指南

- 一、固定资产的折旧
- 二、固定资产的后续支出
- 三、固定资产的弃置费用
- 四、备品备件和维修设备
- 五、经营租入固定资产改良

第三节 准则变化

- 一、规定了弃置费的会计处理
- 二、修改了后续支出的确认原则
- 三、取消了固定资产减值转回
- 四、对企业的影响

复习与思考题

- 1. 简述固定资产弃置费用的会计处理；
- 2. 简述固定资产减值的会计处理。

拓展阅读书目

- 1. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
- 2. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定
- 3. 国际会计准则与财务报告准则：研究与比较（第二版）立信会计出版社 汪祥耀 2005 年 9 月

第六章 《企业会计准则第 6 号——无形资产》

教学目的和基本要求：

无形资产准则主要规范无形资产的确认、初始计量、后续计量、处置和报废、披露等会计处理。要求重点掌握无形资产的初始计量和后续计量的有关会计处理。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、确认

二、初始计量

（一）外购无形资产的成本，包括购买价款、进口关税和其他税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

（二）自行开发的无形资产，其成本包括自满足本准则第四条和第九条规定后至达到预定用途前所发生的支出总额，但是对于以前期间已经费用化的支出不再调整。

（三）投资者投入的无形资产，应当按照投资合同或协议约定的价值作为成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（四）企业合并取得的无形资产的成本，应当按照《企业会计准则第 20 号——企业合并》确定。

非货币性资产交换取得的无形资产的成本，应当按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定。

债务重组取得的无形资产的成本，应当按照《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定。

债务重组取得的无形资产的成本，应当按照《企业会计准则第 16 号——**补助》确定。

三、后续计量

（一）企业应当于取得无形资产时分析判断其使用寿命。

（二）使用寿命有限的无形资产，其应摊销金额应当在使用寿命内系统合理摊销。

（三）无形资产的应摊销金额为其入账价值扣除残值后的金额，已经计提无形资产减值准备的，还应扣除已经提取的减值准备金额。除以下任一情况外，使用寿命有限的无形资产，其残值应当视为零。

（四）使用寿命不确定的无形资产不应摊销。

（五）无形资产的减值，应当按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定处理。

（六）企业应当至少于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及未来经济利益消耗方式进行复核。无形资产的预计使用寿命及未来经济利益的预期消耗方式与以前估计不同的，应当改变摊销期限和摊销方法。

企业应当在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，应当估计其使用寿命，并按规定处理。

四、处置和报废

- （一）企业出售无形资产，应当将取得的价款与该无形资产账面价值的差额计入当期损益。
- （二）无形资产预期不能为企业带来未来经济利益的，应当将该无形资产的账面价值予以转销。

五、披露

第二节 准则指南

一、本准则不规范商誉的处理

二、研究阶段与开发阶段

本准则将研究开发项目区分为研究阶段与开发阶段。企业应当根据研究与开发的实际情况加以判断。

（一）研究阶段是探索性的，为进一步开发活动进行资料及相关方面的准备，已进行的研究活动将来是否会转入开发、开发后是否会形成无形资产等均具有较大的不确定性。

（二）开发阶段相对于研究阶段而言，开发阶段应当是已完成研究阶段的工作，在很大程度上具备了形成一项新产品或新技术的基本条件。比如，生产前或使用前的原型和模型的设计、建造和测试，不具有商业性生产经济规模的试生产设施的设计、建造和运营等，均属于开发活动。

三、开发支出的资本化

根据本准则第八条和第九条规定，企业内部研究开发项目研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

- （一）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性。
- （二）具有完成该无形资产并使用或出售的意图。
- （三）无形资产产生经济利益的方式。
- （四）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产。
- （五）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。企业对研究开发的支出应当单独核算，比如，直接发生的研发人员工资、材料费，以及相关设备折旧费等。同时从事多项研究开发活动的，所发生的支出应当按照合理的标准在各项研究开发活动之间进行分配；无法合理分配的，应当计入当期损益。

四、估计无形资产使用寿命应当考虑的相关因素

根据本准则第十七条和第十九条规定，使用寿命有限的无形资产应当摊销，使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

- （一）企业持有的无形资产，通常来源于合同性权利或其他法定权利，且合同规定或法律规定有明确的使用年限。
- （二）企业确定无形资产使用寿命通常应当考虑的因素。

五、无形资产的摊销

六、土地使用权的处理

第三节 准则变化

- 一、定义和范围不同
- 二、规范了研究开发费用的会计处理
- 三、取消了为首次发行股票而投入的无形资产按账面价值入账的规定
- 四、摊销方法不同
- 五、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述无形资产的初始计量原则；
2. 简述无形资产的后续计量原则。

拓展阅读书目

1. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
2. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第七章 《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》

教学目的和基本要求：

非货币性资产交换准则主要规范非货币性资产交换的确认、计量和相关信息的披露。掌握非货币性交易的概念、货币性资产和非货币性资产的概念、涉及补价和不涉及补价情况下非货币性交易的会计处理。

本章教学时间为2学时。

第一节 准则解读

一、概述

二、确认和计量

（一）非货币性资产交换同时满足下列条件的，应当以公允价值和应支付的相关税费作为换入资产的成本，公允价值与换出资产账面价值的差额计入当期损益：

1. 该项交换具有商业性质；
2. 换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量。

（二）满足下列条件之一的，非货币性资产交换具有商业实质：

1. 换入资产的未来现金流量在风险、时间和金额方面与换出资产显著不同。
2. 换入资产与换出资产的预计未来现金流量现值不同，且其差额与换入资产和换出资产的公允价值相比是重大的。

（三）在确定非货币性资产交换是否具有商业实质时，企业应当关注交易各方之间是否存在关联方关系。关联方关系的存在可能导致发生的非货币性资产交换不具有商业实质。

（四）未同时满足规定条件的，应当以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入资产的成本，不确认损益。

（五）企业在按照公允价值和应支付的相关税费作为换入资产成本的情况下，发生补价的，应当分别下列情况处理：

1. 支付补价的，换入资产成本与换出资产账面价值加支付补价、应支付的相关税费之和的差额，应当计入当期损益。
2. 收到补价的，换入资产成本加收到补价之和与换出资产账面价值加应支付的相关税费之和的差额，应当计入当期损益。

（六）企业在按照换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入资产成本的情况下，发生补价的，应当分别下列情况处理：

1. 支付补价的，应当以换出资产的账面价值，加上支付的补价和应支付的相关税费，作为换入资产的成本，不确认损益。
2. 收到补价的，应当以换出资产的账面价值，减去收到的补价并加上应支付的相关税费，作为换入资产的成本，不确认损益。

（七）非货币性资产交换同时换入多项资产的，在确定各项换入资产的成本时，应当分别下列情况处理：

1. 非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产的公允价值能够可靠计量的，应当按照换入各

项资产的公允价值占换入资产公允价值总额的比例，对换入资产的成本总额进行分配，确定各项换入资产的成本。

2. 非货币性资产交换不具有商业实质，或者虽具有商业实质，但换入资产的公允价值不能可靠计量的，应当按照换入各项资产的原账面价值占换入资产原账面价值总额的比例，对换入资产的成本总额进行分配，确定各项换入资产的成本。

三、披露

第二节 准则指南

一、非货币性资产交换的认定

二、商业实质的判断

根据本准则第四条规定，满足下列条件之一的非货币性资产交换具有商业实质：

（一）换入资产的未来现金流量在风险、时间和金额方面与换出资产显著不同。

（二）换入资产与换出资产的预计未来现金流量现值不同，且其差额与换入资产和换出资产的公允价值相比是重大的。

三、换入资产或换出资产公允价值的可靠计量

四、非货币性资产交换的会计处理

第三节 准则变化

一、新准则在一定条件下引入了公允价值计量

（一）现行准则的相关规定

（二）新准则的主要变化

二、新准则的会计处理与现行准则不同

三、对企业的影响

第四节 非货币性交易会计处理的最新进展及启示

一、交易的性质和对象

二、交易的计量原则

三、是否确认交易损益

四、对我国非货币性交易准则的启示

复习与思考题

1. 简述具有商业实质的非货币性资产交换的会计处理；
2. 简述不具有商业实质的非货币性资产交换的会计处理。

拓展阅读书目

1. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
2. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第八章 《企业会计准则第 8 号——资产减值》

教学目的和基本要求：

资产减值准则主要规范资产减值的确认、计量和相关信息的披露。掌握资产减值损失的确定和会计处理。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、总则

二、可能发生减值资产的认定

（一）企业应当在会计期末判断资产是否存在可能发生减值的迹象。

（二）存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值：

三、资产可收回金额的计量

（一）资产存在减值迹象的，应当估计其可收回金额。

（二）资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值，只要有一项超过了资产的账面价值，就表明资产没有发生减值，不需再估计另一项金额。

（三）资产的公允价值减去处置费用后的净额，应当根据公平交易中有法律约束力的销售协议价格减去直接归属于该资产处置费用的金额确定；没有法律约束力销售协议的，但存在资产活跃市场的，应当按照该资产的市场价格减去处置费用后的金额确定，资产的市场价格通常应当根据资产的买方出价确定。

（四）资产未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

（五）预计的资产未来现金流量应当包括：

（六）预计资产未来现金流量时，企业管理层应当在合理和有依据的基础上对资产剩余使用寿命内整个经济状况进行最佳估计。

（七）预计资产的未来现金流量，应当以资产的当前状况为基础，不应当包括与将来可能会发生的，尚未作出承诺的重组事项或者与资产改良有关的预计未来现金流量。

（八）折现率应当是一个反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率，它是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。

（九）预计资产的未来现金流量涉及外币的，应当以该资产所产生的未来现金流量的结算货币为基础，按照该货币适用的折现率计算资产的现值；然后将该外币现值采用计算资产未来现金流量现值当日的即期汇率进行折算。

四、资产减值损失的确定

（一）可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

（二）资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用应当在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

（三）资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

五、资产组的认定及减值处理

（一）有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业应当以单项资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项资产的可收回金额进行估计的，应当按照该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

（二）资产组账面价值的确定基础应当与其可收回金额的确定方式相一致。

（三）企业总部资产包括企业集团或者事业部的办公楼、电子数据处理设备等资产，总部资产的显著特征难以脱离其他资产或者资产组产生独立的现金流入，而且其账面价值难以完全归属于某一资产组。

（四）对某一资产组作减值测试时，首先应当认定所有与该资产组相关的总部资产。然后，根据相关总部资产能否按照合理和一致的基础分摊至该资产组分别处理。

（五）资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的（总部资产和商誉分摊至某资产组或者资产组组合的，该资产组或者资产组组合的账面价值应当包括相关总部资产和商誉的分摊额），应当确认相应的减值损失，损失的金额应当按照下列顺序进行分摊，以抵减资产组或者资产组组合中资产的账面价值：

1. 首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值；
2. 然后根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

六、商誉减值的处理

（一）企业合并所形成的商誉，至少应当在每年年度终了进行减值测试。

（二）为了减值测试的目的，企业应当自购买日起将因企业合并形成的商誉的账面价值按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，应当将其分摊至相关的资产组组合。

（三）在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，应当首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。然后，再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，应当按照规定处理，确认减值损失。

七、披露

第二节 会计准则指南

一、估计资产可收回金额应当遵循重要性要求

企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。资产存在减值迹象的，应当进行减值测试，估计资产的可收回金额。在估计资产可收回金额时，应当遵循重要性要求。

（一）以前报告期间的计算结果表明，资产可收回金额显著高于其账面价值，之后又没有发生

消除这一差异的交易或者事项的，资产负债表日可以不重新估计该资产的可收回金额。

（二）以前报告期间的计算与分析表明，资产可收回金额相对于某种减值迹象反应不敏感，在本报告期间又发生了该减值迹象的，可以不因该减值迹象的出现而重新估计该资产的可收回金额。比如，当期市场利率或市场投资报酬率上升，对计算资产未来现金流量现值采用的折现率影响不大的，可以不重新估计资产的可收回金额。

二、预计资产未来现金流量应当考虑的因素和采用的方法

（一）预计资产未来现金流量应当考虑的主要因素

（二）预计资产未来现金流量的方法

三、折现率的确定方法

四、资产组的认定

资产组是企业可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入应当基本上独立于其他资产或者资产组。资产组应当由创造现金流入相关的资产组成。

（一）认定资产组最关键的因素是该资产组能否独立产生现金流入。

（二）企业对生产经营活动的管理或者监控方式、以及对资产使用或者处置的决策方式等，也是认定资产组应考虑的重要因素。

五、存在少数股东权益情况下的商誉减值测试

第三节 准则变化

一、资产减值范围与现行制度不同

（一）现行制度的相关规定

（二）新准则的主要变化

二、可能发生减值资产的认定与现行制度不同

三、资产可收回金额的计量与现行制度不同

（一）现行制度的相关规定

（二）准则的主要变化

四、资产减值损失不得转回

（一）现行制度的相关规定

（二）新准则的主要变化

五、资产组的认定及减值处理

六、商誉减值的处理

七、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述资产减值损失的会计处理;
2. 简述资产组的认定及减值处理;
3. 简述商誉减值的处理。

拓展阅读书目

1. 企业会计制度中资产减值准备的几点思考 财会研究 2005 年 09 期 王丽
2. 资产减值准备及其对利润的影响 会计之友 2005 年 03 期 严循建
3. 关于计提资产减值准备的几点反思 财会通讯 2005 年 08 期 王学怡
4. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
5. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第九章 《企业会计准则第 12 号——债务重组》

教学目的和基本要求：

债务重组准则主要规范债务重组的确认、计量和相关信息的披露。要求掌握债务重组日的确定、债务重组会计处理的一般原则，各种情况下债务重组债权人和债务人的会计处理。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、概述

二、债务人的会计处理

（一）债务人以现金清偿债务的，债务人应当将重组债务的账面价值与实际支付现金之间的差额，确认为债务重组利得，计入当期损益。

（二）债务人以非现金资产清偿债务的，债务人应当将重组债务的账面价值与转让的非现金资产公允价值之间的差额，确认为债务重组利得，计入当期损益。

转让的非现金资产公允价值与其账面价值之间的差额，确认为资产转让损益，计入当期损益。

（三）将债务转为资本的，债务人应当将债权人放弃债权而享有股份的面值总额确认为股本（或者实收资本），股份的公允价值总额与股本（或者实收资本）之间的差额确认为资本公积。

重组债务的账面价值与股份的公允价值总额之间的差额，确认为债务重组利得，计入当期损益。

（四）修改其他债务条件的，债务人应当将修改其他债务条件后债务的公允价值作为重组后债务的入账价值。重组债务的账面价值与重组后债务的入账价值之间的差额，确认为债务重组利得，计入当期损益。

修改后的债务条款如涉及或有应付金额，且该或有应付金额符合《企业会计准则第 13 号——或有事项》中有关预计负债确认条件的，债务人应当将该或有应付金额确认为预计负债。重组债务的账面价值，与重组后债务的入账价值与预计负债金额之和的差额，确认为债务重组利得，计入当期损益。

或有应付金额，是指需要根据未来某种事项出现而发生的应付金额，而且该未来事项的出现具有不确定性。

（五）债务重组以现金清偿债务、非现金资产清偿债务、债务转为资本、修改其他债务条件等方式的组合进行的，债务人应当依次以支付的现金、转让的非现金资产公允价值、债权人享有股份的公允价值冲减重组债务的账面价值，再按照规定处理。

三、债权人的会计处理

（一）以现金清偿债务的，债权人应当将重组债权的账面余额与收到的现金之间的差额，确认为债务重组损失，计入当期损益。债权人已对债权计提减值准备的，应当先将该差额冲减减值准备，减值准备不足以冲减的部分，确认为债务重组损失，计入当期损益。

（二）以非现金资产清偿债务的，债权人应当对接受的非现金资产按其公允价值入账，重组债

权的账面余额与接受的非现金资产的公允价值之间的差额，比照规定处理。

（三）债务重组采用债务转为资本方式的，债权人应当将享有股份的公允价值确认为对债务人的投资，重组债权的账面余额与股份的公允价值之间的差额，比照规定处理。

（四）债务重组以修改其他债务条件进行的，债权人应当将修改其他债务条件后的债权的公允价值作为重组后债权的账面价值，重组债权的账面余额与重组后债权的账面价值之间的差额，比照规定处理。

修改后的债务条款中涉及或有应收金额的，债权人不应当确认或有应收金额，不得将其计入重组后债权的账面价值。

或有应收金额，是指需要根据未来某种事项出现而发生的应收金额，而且该未来事项的出现具有不确定性。

（五）债务重组采用以现金清偿债务、非现金资产清偿债务、债务转为资本、修改其他债务条件等方式的组合进行的，债权人应当依次以收到的现金、接受的非现金资产公允价值、债权人享有股份的公允价值冲减重组债权的账面余额，再按规定处理。

四、披露

第二节 准则指南

一、债务重组的特征

二、用以清偿债务的非现金资产公允价值的计量

债务重组采用非现金资产清偿债务的，非现金资产的公允价值应当按照下列规定进行计量：

（一）非现金资产属于企业持有的股票、债券、基金等金融资产的，应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的规定确定其公允价值。

（二）非现金资产属于存货、固定资产、无形资产等其他资产且存在活跃市场的，应当以其市场价格为基础确定其公允价值；不存在活跃市场但与其类似资产存在活跃市场的，应当以类似资产的市场价格为基础确定其公允价值；采用上述两种方法仍不能确定非现金资产公允价值的，应当采用估值技术等合理的方法确定其公允价值。

三、债务重组的会计处理

（一）债务人的处理

（二）债权人的处理

四、修改其他债务条件涉及或有应付金额

第三节 准则变化

一、会计处理的一般原则有较大变化

（一）现行准则的相关规定

（二）新准则的主要变化

二、修改债务条件情况下的会计处理

- (一) 现行准则的相关规定
- (二) 新准则的主要变化

三、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述债务重组中债权人的会计处理；
2. 简述债务重组中债务人的会计处理。

拓展阅读书目

1. 新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩
2. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第十章 《企业会计准则第 13 号——或有事项》

教学目的和基本要求：

企业的经营活动往往存在很多不确定性，或有事项作为特殊的不确定事项，对企业的财务状况和经营成果有着不可忽视的影响。或有事项准则规范了或有事项的确认、计量和相关信息的披露。掌握或有事项的确认和计量原则。

本章教学时间为 2 小时。

第一节 准则解读

一、概述

二、确认和计量

（一）与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：

1. 该义务是企业承担的现时义务；
2. 履行该义务很可能导致经济利益流出企业；
3. 该义务的金额能够可靠计量。

（二）预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。

（三）企业在确定最佳估计数时，应当综合考虑与或有事项有关的风险，不确定性和货币时间价值等因素。

（四）企业清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额只有在基本确定能够收到时才能作为资产单独确认。确认的补偿金额不应超过预计负债的账面价值。

（五）待执行合同变成亏损合同的，该亏损合同产生的义务满足规定条件的，应当确认为一项负债。待执行合同，是指合同各方尚未履行任何合同义务，或部分地履行了同等义务的合同。亏损合同，是指履行合同义务不可避免会发生的成本超过预期经济利益的合同。

（六）企业不应就未来经营亏损确认为预计负债。

（七）企业承担的重组义务满足规定条件的，应当确认一项预计负债。

（八）企业应当按照与重组有关的直接支出确定预计负债金额。直接支出不包括留用员工岗前培训、市场推广、新系统和营销网络投入等支出。

（九）企业应当在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数的，应当按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十）企业不应确认或有负债和或有资产。

三、披露

第二节 准则指南

一、或有事项的特征

本准则第二条规定，或有事项是指过去的交易或者事项形成的，其结果须由某些未来事项的发

生或不发生才能决定的不确定事项。

（一）由过去交易或事项形成，是指或有事项的现存状况是过去交易或事项引起的客观存在。

（二）结果具有不确定性，是指或有事项的结果是否发生具有不确定性，或者或有事项的结果预计将会发生，但发生的具体时间或金额具有不确定性。

（三）由未来事项决定，是指或有事项的结果只能由未来不确定事项的发生或不发生才能决定。

二、或有事项相关义务确认为预计负债的条件

本准则第四条规定了或有事项相关义务确认为预计负债应当同时满足的条件：

（一）该义务是企业承担的现时义务。企业没有其他现实的选择，只能履行该义务，如法律要求企业必须履行、有关各方合理预期企业应当履行等。

（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业，通常是指履行与或有事项相关的现时义务时，导致经济利益流出企业的可能性超过 50%。

（三）该义务的金额能够可靠地计量。企业计量预计负债金额时，通常应当考虑下列情况：

1. 充分考虑与或有事项有关的风险和不确定性，在此基础上按照最佳估计数确定预计负债的金额。

2. 预计负债的金额通常等于未来应支付的金额，但未来应支付金额与其现值相差较大的，如油气井及相关设施或核电站的弃置费用等，应当按照未来应支付金额的现值确定。

3. 有确凿证据表明相关未来事项将会发生的，如未来技术进步、相关法规出台等，确定预计负债金额时应考虑相关未来事项的影响。

4. 确定预计负债的金额不应考虑预期处置相关资产形成的利得。

三、亏损合同的相关义务确认为预计负债

根据本准则第八条规定，待执行合同变成亏损合同的，该亏损合同产生的义务满足预计负债确认条件的，应当确认为预计负债。在履行合同义务过程中，发生的成本预期将超过与合同相关的未来流入经济利益的，待执行合同即变成了亏损合同。

四、重组事项

本准则第十条规定，重组是指企业制定和控制的，将显著改变企业组织形式、经营范围或经营方式的计划实施行为。属于重组的事项主要包括：

（一）出售或终止企业的部分经营业务。

（二）对企业的组织结构进行较大调整。

（三）关闭企业的部分营业场所，或将营业活动由一个国家或地区迁移到其他国家或地区。

第三节 准则变化

一、新准则明确界定了相关概念

（一）现行准则的相关规定

（二）新准则的主要变化

二、预计负债的计量

（一）现行准则的相关规定

(二) 新准则的主要变化

三、亏损合同、未来经营亏损、重组的相关会计处理

(一) 亏损合同

(二) 未来经营亏损

(三) 重组

四、或有事项的披露

五、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述预计负债的会计处理；
2. 简述亏损合同、未来经营亏损、重组的相关会计处理。

拓展阅读书目

新企业会计准则实务指南与讲解 机械工业出版社 2006 年 5 月 于晓镭 徐兴恩

第十一章 《企业会计准则第 14 号——收入》

教学目的和基本要求：

收入作为利润构成的一项重要因素，其确认和计量有着非常的重要作用。收入准则规范了收入的确认，计量和相关信息的披露。掌握商品销售收入和劳务收入的会计处理。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、概述

二、商品销售收入

（一）销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：

1. 企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
2. 企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
3. 收入的金额能够可靠计量；
4. 相关经济利益很可能流入企业；
5. 相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。

（二）企业应当按照从购货方已收或应收的合同或协议价款确定商品销售收入金额，已收或应收的合同或协议价款显失公允的除外。

（三）销售商品涉及现金折扣的，应当按照扣除现金折扣前的金额来确认销售商品收入金额。现金折扣在实际发生时计入当期损益。

（四）销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额来确认销售商品收入金额。

（五）企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售折让的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。

（六）企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，应当在发生时，冲减当期的销售商品收入。

三、提供劳务收入

（一）企业在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，应当按照完工百分比法确认提供劳务收入。完工百分比法，是指按照提供劳务交易的完工进度确认收入与费用的方法。

（二）提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时具备以下条件：

1. 收入的金额能够可靠计量；
2. 相关的经济利益很可能流入企业；
3. 交易的完工进度能够可靠确定；
4. 交易中已发生的和将发生的成本能够可靠计量。

（四）企业应当按照从接受劳务方已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，已收或应收的合同或协议价款显失公允的除外。

企业应当在资产负债表日按提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务总成本乘以完工进度扣除以前

会计期间累计已确认提供劳务成本后的金额，确认当期提供劳务成本。

（五）企业在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，应当分别下列情况处理：

1. 已发生的劳务成本预计能够得到补偿，应按已经发生的劳务成本金额确认收入；并按相同金额结转成本；

2. 已发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，应当将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（六）企业与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。

销售商品部分和提供劳务不能够区分的，或虽能区分但不能够单独计量的，应当将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

四、让渡资产使用权收入

（一）让渡资产使用权收入包括利息收入、使用费收入和现金股利收入。

（二）让渡资产使用权收入同时满足下列条件的，才能予以确认：

1. 相关的经济利益很可能流入企业；

2. 收入的金额能够可靠计量。

（三）企业应当分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

1. 利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定；

2. 使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定；

3. 现金股利收入金额，按照被投资单位宣告的现金股利分配方案和持股比例计算确定。

五、披露

第二节 准则指南

一、日常活动的认定

二、商品所有权上主要风险和报酬转移的判断

根据本准则第四条规定，企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，构成确认销售商品收入的重要条件。

（一）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，是指与商品所有权有关的主要风险和报酬同时转移。与商品所有权有关的风险，是指商品可能发生减值或毁损等形成的损失；与商品所有权有关的报酬，是指商品价值增值或通过使用商品等产生的经济利益。

（二）判断企业是否已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，应当关注交易的实质，并结合所有权凭证的转移进行判断。通常情况下，转移商品所有权凭证并交付实物后，商品所有权上的主要风险和报酬随之转移，如大多数零售商品。某些情况下，转移商品所有权凭证但未交付实物，商品所有权上的主要风险和报酬随之转移，企业只保留了次要风险和报酬，如交款提货方式销售商品。有时，已交付实物但未转移商品所有权凭证，商品所有权上的主要风险和报酬未随之转移，如采用支付手续费方式委托代销的商品。

三、销售商品收入金额的计量

根据本准则第五条规定，企业销售商品满足收入确认条件时，应当按照已收或应收合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

从购货方已收或应收的合同或协议价款，通常为公允价值。某些情况下，合同或协议明确规定销售商品需要延期收取价款，如分期收款销售商品，实质上具有融资性质的，应当按照应收的合同或协议价款的现值确定其公允价值。应收的合同或协议价款与其公允价值之间的差额，应当在合同或协议期间内，按照应收款项的摊余成本和实际利率计算确定的摊销金额，冲减财务费用。

四、销售商品收入确认条件的具体应用

（一）下列商品销售，通常按规定的时点确认为收入，有证据表明不满足收入确认条件的除外：

1. 销售商品采用托收承付方式的，在办妥托收手续时确认收入。
2. 销售商品采用预收款方式的，在发出商品时确认收入，预收的货款应确认为负债。
3. 销售商品需要安装和检验的，在购买方接受商品以及安装和检验完毕前，不确认收入，待安装和检验完毕时确认收入。如果安装程序比较简单，可在发出商品时确认收入。
4. 销售商品采用以旧换新方式的，销售的商品应当按照销售商品收入确认条件确认收入，回收的商品作为购进商品处理。
5. 销售商品采用支付手续费方式委托代销的，在收到代销清单时确认收入

（二）采用售后回购方式销售商品的，收到的款项应确认为负债；回购价格大于原售价的，差额应在回购期间按期计提利息，计入财务费用。有确凿证据表明售后回购交易满足销售商品收入确认条件的，销售的商品按售价确认收入，回购的商品作为购进商品处理。

（三）采用售后租回方式销售商品的，收到的款项应确认为负债；售价与资产账面价值之间的差额，应当采用合理的方法进行分摊，作为折旧费用或租金费用的调整。有确凿证据表明认定为经营租赁的售后租回交易是按照公允价值达成的，销售的商品按售价确认收入，并按账面价值结转成本。

五、提供劳务收入确认条件的具体应用

下列提供劳务满足收入确认条件的，应按规定确认收入：

（一）安装费，在资产负债表日根据安装的完工进度确认收入。安装工作是商品销售附带条件的，安装费在确认商品销售实现时确认收入。

（二）宣传媒介的收费，在相关的广告或商业行为开始出现于公众面前时确认收入。广告的制作费，在资产负债表日根据制作广告的完工进度确认收入。

（三）为特定客户开发软件的收费，在资产负债表日根据开发的完工进度确认收入。

（四）包括在商品售价内可区分的服务费，在提供服务的期间内分期确认收入。

（五）艺术表演、招待宴会和其他特殊活动的收费，在相关活动发生时确认收入。收费涉及几项活动的，预收的款项应合理分配给每项活动，分别确认收入。

（六）申请入会费和会员费只允许取得会籍，所有其他服务或商品都要另行收费的，在款项收回不存在重大不确定性时确认收入。申请入会费和会员费能使会员在会员期内得到各种服务或商品，或者以低于非会员的价格销售商品或提供服务的，在整个受益期内分期确认收入。

（七）属于提供设备和其他有形资产的特许权费，在交付资产或转移资产所有权时确认收入；属于提供初始及后续服务的特许权费，在提供服务时确认收入。

（八）长期为客户提供重复的劳务收取的劳务费，在相关劳务活动发生时确认收入。

第三节 准则变化

一、新准则对收入的定义更加科学

二、销售商品收入和提供劳务收入的计量原则

- (一) 现行准则的相关规定
- (二) 新准则的主要变化

三、新准则明确了利息收入以实际利率计算

- (一) 现行准则的相关规定
- (二) 新准则的主要变化

四、新准则明确规定了商业折扣的会计处理

五、新准则明确了销售商品和提供劳务的混合销售的划分原则

六、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述商品销售收入的会计处理；
2. 简述劳务销售收入的会计处理。

拓展阅读书目

企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第十二章 《企业会计准则第 15 号——建造合同》

教学目的和基本要求：

建造合同，是指为建造一项或数项在设计、技术、功能、最终用途等方面密切相关的资产而订立的合同，建造合同的资产一般建设期长、造价高。建造合同准则规范了企业（建造承包商，下同）建造合同的确认、计量和相关信息的披露。要求掌握建造合同收入和成本的确认及计量。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、概述

二、合同的分立与合并

（一）企业通常应当按照单项建造合同进行会计处理。但是，在某些情况下，为了反映一项合同或一组合同的实质。需要将单项合同 进行分立或将数项合同进行合并。

（二）一项建造合同包括建造数项资产的，在同时满足下列条件的情况下，每项资产应当分立为单项合同：

1. 每项资产均有独立的建造计划；
2. 与客户就每项资产单独进行谈判，双方能够接受或拒绝与每项资产有关的合同条款；
3. 每项资产的收入和成本可以单独辨认。

（三）追加资产的建造，满足下列条件之一的，应当作为单项合同：

1. 该追加资产在设计、技术或功能上与原合同包括的（一项或数项）资产存在重大差异。
2. 议定该追加资产的造价时，不需要考虑原合同价款。

（四）一组合同无论对应单个客户还是多个客户，在同时满足下列条件的情况下，应当合并为单项合同：

1. 该组合同按一揽子交易签订；
2. 该组合同密切相关、每项合同实际上已构成一项综合利润工程的组成部分；
3. 该组合同同时或依次履行。

三、合同收入

（一）合同收入应当包括下列内容：

1. 合同规定的初始收入；
2. 因合同变更、索赔、奖励等形成的收入。

（二）合同变更，是指客户为改变合同规定的作业内容而提出的调整，合同变更应当在同时满足下列条件时才能构成合同收入：

1. 客户能够认可因变更而增加的收入；
2. 该收入能够可靠计量。

（三）索赔款，是指因客户或第三方的原因造成的，向客户或第三方收取的、用以补偿不包括在合同造价中成本的款项。索赔款应当在同时满足下列条件时才能构成合同收入：

1. 根据谈判情况，预计对方能够同意该项索赔；

2. 对方同意接受的金额能够可靠计量。

（四）奖励款，是指工程达到或超过规定的标准，客户同意支付的额外款项。奖励款应当在同时满足下列条件时才能构成合同收入：

1. 根据合同目前完成情况，足以判断工程进度和工程质量能够达到或超过规定的标准；
2. 奖励金额能够可靠计量。

四、合同成本

（一）合同成本应当包括从合同签订开始至合同完成止所发生的、与执行合同有关的直接费用和间接费用。

（二）合同的直接费用应当包括下列内容：

1. 耗用的材料费用；
2. 耗用的人工费用；
3. 耗用的机械使用费；
4. 其他直接费用，指其他可以直接计入合同成本的费用。

（三）间接费用是企业下属的施工单位或生产单位为组织和管理施工生产活动所发生的费用。

（四）直接费用在发生时直接计入合同成本，间接费用在资产负债表日按照系统、合理的方法分摊计入合同成本。

（五）合同完成后处置残余物资取得的收益与合同有关的零星收益，应当冲减合同成本。

（六）合同成本不包括应当计入当期损益的管理费用、销售费用和财务费用。因订立合同而发生的有关费用，应当直接计入当期损益。

五、合同收入与合同费用的确认

（一）企业在资产负债表日，建造合同的结果能够可靠估计的，应当根据完工百分比法确认合同收入和费用。

完工百分比法，是指根据合同完工进度确认收入与费用的方法。

（二）固定造价合同的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

1. 合同总收入能够可靠计量；
2. 与合同相关的经济利益很可能流入企业；
3. 实际发生的合同成本能够清楚区分和可靠计量；
4. 合同完工进度和为完成合同尚需发生的成本能够可靠确定。

（三）成本加成合同的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

1. 与合同相关的经济利益很可能流入企业；
2. 实际发生的合同成本能够清楚区分和可靠计量。

（四）企业确定合同完工进度可以选用下列方法：

1. 累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例；
2. 已经完成的合同工作量占合同预计总工作量的比例；
3. 实际测定的完工进度。

（五）采用累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例确定合同完工进度的，累计实际发生的合同成本不包括下列内容：

1. 施工中尚未安装或使用的材料成本等与合同未来活动相关的合同成本；
2. 在分包工程的工作量完成之前预付给分包单位的款项。

（六）企业在资产负债表日，应当按照合同总收入乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认

收入后的金额，确认为当期合同收入；同时，按照合同预计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认费用后的金额，确认为当期合同费用。

（七）当期完成的建造合同，应当按照实际合同总收入扣除以前会计期间累计已确认收入后的金额，确认为当期合同收入；同时，按照累计实际发生的合同成本扣除以前会计期间累计已确认费用后的金额，确认为当期合同费用。

（八）建造合同的结果不能可靠估计的，应当区别以下情况处理：

1. 合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用。

2. 合同成本不可能收回的，在发生时立即确认为合同费用，不确认收入。

（九）使建造合同的结果不能可靠估计的不确定因素不复存在的，应当按照本准则第十八条的规定确认与建造合同有关的收入和费用。

（十）合同预计总成本超过合同总收入的，应当将预计损失确认为当期费用。

六、披露

第二节 准则变化

- 一、新准则增加了追加资产的建造相关会计处理
- 二、合同收入的计量
- 三、新准则规定可资本化的借款费用可计入合同成本
- 四、新准则规定了合同收入与合同费用的后续确认
- 五、新准则披露内容有所简化
- 六、对企业的影响

复习与思考题

- 1. 简述建造合同收入的确认原则；
- 2. 简述建造合同成本的确认原则。

拓展阅读书目

企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第十三章 《企业会计准则第 17 号——借款费用》

教学目的和基本要求：

借款费用是指企业因借款而发生的利息及其他相关成本，借款费用准则规范了借款费用的确认、计量和相关信息的披露。要求掌握借款利息费用的资本化金额的计算及会计处理。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、概述

二、确认与计量

（一）企业发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，应当予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

（二）借款费用只有同时满足以下三个条件时，才应当开始资本化：

1. 资产支出已经发生；
2. 借款费用已经发生；
3. 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（三）在资本化期间内，每一会计期间的利息(包括折价或者溢价的摊销)资本化金额应当按照下列步骤和方法计算：

1. 计算截止资产负债日的累计资产支出加权平均数。
2. 计算资本化率和利息资本化金额。

（四）借款存在折价或溢价的，应当按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（五）在资本化期间，每一会计期间的利息资本化金额，不应当超过当期相关借款实际发生的利息金额。

（六）在资本化期间内，属于借款费用资本化范围的外币借款本金及利息的汇总差额，应当予以资本化，计入符合资本化条件的资产的成本。

（七）专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前发生的，应当在发生时根据其发生额予以资本化，计入符合资本化条件的资产成本；在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后发生的，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

一般借款发生的辅助费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

（八）符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，应当暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用应当确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用的资本化应当继续进行。

（九）购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用应当停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态之后所发生的借款费用，应

当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

（十）购建或者生产的符合资本化条件的资产需要试生产或者试运行的，在试生产结果表明资产能够正常生产出合格产品、或者试运行结果表明资产能够正常运转或者营业时，应当认为该资产已经达到预定可使用或者可销售状态。

（十一）购建或者生产的符合资本化条件的各部分分别完工，且每部分在其他部分继续建造过程中可供使用或者可对外销售、且为使该部分资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动实质上已经完成的，应当停止与该部分资产相关的借款费用的资本化。

三、披露

第二节 准则指南

一、符合借款费用资本化条件的存货

二、借款利息费用资本化金额的确定

（一）专门借款利息费用的资本化金额

（二）一般借款利息费用的资本化金额

三、借款辅助费用的处理

四、借款费用资本化的暂停

第三节 准则变化

一、新准则适用范围扩大

二、新准则借款费用资本化的资产范围扩大

三、新准则可予资本化的借款范围扩大

四、借款利息资本化金额的计算有所差别

（一）现行准则的相关规定

（二）新准则的主要变化

五、借款溢价或折价的摊销

六、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述借款利息费用资本化金额的确定；

2. 简述借款辅助费用的会计处理。

拓展阅读书目

1. 企业会计准则的会计与审计应用 经济科学出版社 2004 年 7 月 赵西卜 主编
2. 企业会计准则 2006 经济科学出版社 2006 年 2 月 中华人民共和国政部 制定

第十四章 《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》

教学目的和基本要求：

会计政策、会计估计变更和差错更正准则主要规范企业会计政策的应用及其变更、会计估计变更和前期差错更正的确认、计量和相关信息的披露。该准则的目的是当发生会计政策、会计估计变更和会计差错更正时，在最大限度地保证会计信息可比性的基础上，提高会计信息的有用性，便于财务报告使用者更恰当地理解企业的财务状况、经营成果和现金流量等会计信息。掌握会计政策变更、会计估计变更和前期差错更正的会计处理。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、会计政策变更

（一）企业应当对相同或者相似的交易或者事项采用相同的会计政策进行处理。但是，其他会计准则另有规定的除外。会计政策，是指企业在会计核算过程中所采用的原则、基础和会计处理方法。

（二）企业采用的会计政策，在每一会计期间和前后各期应当保持一致，不得随意变更；但是，满足下列条件之一的，可以变更会计政策：

1. 法律、行政法规或者国家统一的会计制度等要求变更。
2. 会计政策变更能够提供更可靠、更相关的会计信息。

（三）下列各项不属于会计政策变更：

1. 本期发生的交易或者事项与以前相比具有本质差别而采用新的会计政策。
2. 对初次发生的或不重要的交易或者事项采用新的会计政策。

（四）企业根据法律、行政法规或者国家统一的会计制度等要求变更会计政策的，应当按照国家相关会计规定执行。

会计政策变更能够提供更可靠、更相关的会计信息的，应当采用追溯调整法进行处理，将会计政策变更累积影响数调整列报前期最早期初留存收益，其他相关项目的期初余额和列报前期披露的其他比较数据也应当一并调整，确定该项会计政策变更累积影响数不切实可行的除外。

追溯调整法，是指对某项交易或事项变更会计政策，视同该项交易或事项初次发生时即采用变更后的会计政策，并以此对财务报表相关项目进行调整的方法。

会计政策变更累积影响数，是指按照变更后的会计政策对以前各期追溯计算的列报前期最早期初留存收益应有金额与现有金额之间的差额。

确定会计政策变更对列报前期影响数不切实可行的，应当从可追溯调整的最早期间期初开始应用变更后的会计政策。

在当期期初确定会计政策变更对以前各期累积影响数不切实可行的，应当采用未来适用法进行处理。

未来适用法，是指将变更后的会计政策应用于变更日以后发生的交易或者事项，或者在会计估计变更当期和未来期间确认会计估计变更影响数的方法。

二、会计估计变更

（一）企业赖以进行估计的基础发生了变化，或者由于取得新信息、积累更多经验以及后来的发展变化，可能需要对会计估计进行修订。会计估计变更的依据应当真实、可靠。

会计估计变更，是指由于资产和负债的当前状况及预期未来经济利益和义务发生了变化，从而对资产或负债的账面价值或者资产的定期消耗金额进行的重估和调整。

（二）企业对会计估计变更应当采用未来适用法。

会计估计变更仅影响变更当期的，其影响数应当在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数应当在变更当期和未来期间予以确认。

（三）企业难以区分会计政策变更和会计估计变更的，应当将其作为会计估计变更进行处理。

三、前期差错更正

（一）前期差错，是指由于没有运用或错误运用以下两种信息，而对前期财务报表造成遗漏或误报。

1. 编报前期财务报表时能够合理预计取得并应当加以考虑的可靠信息。

2. 前期财务报表批准报出时能够取得的可靠信息。

前期差错通常包括计算错误、应用会计政策错误、疏忽或曲解事实以及舞弊产生的影响以及存货、固定资产盘盈等

（二）企业应当采用追溯重述法更正重要的前期差错，确定前期差错累积影响数不切实可行的除外。

追溯重述法，是指在发现前期差错时，视同该项前期差错从未发生过，从而对财务报表相关项目进行更正的方法。

（三）确定前期差错影响数不切实可行的，可以从可追溯重述的最早期间开始调整留存收益的期初余额，财务报表其他相关项目的期初余额也应当一并调整，也可以采用未来适用法。

（四）企业应当在重要的前期差错发现后的财务报表中，调整前期比较数据。

四、披露

第二节 准则指南

一、会计政策和会计估计的确定

二、会计政策及其变更

根据本准则第三条规定，会计政策是指企业在会计确认、计量和报告中所采用的原则、基础和会计处理方法。企业采用的会计计量基础也属于会计政策。

（一）实务中某项交易或者事项的会计处理，具体会计准则或应用指南未作规范的，应当根据《企业会计准则——基本准则》规定的原则、基础和方法进行处理；待作出具体规定时，从其规定。

（二）会计政策变更采用追溯调整法的，应当将会计政策变更的累积影响数调整期初留存收益。留存收益包括当年和以前年度的未分配利润和按照相关法律规定提取并累积的盈余公积。调整期初留存收益是指对期初未分配利润和盈余公积两个项目的调整。

三、前期差错及其更正

前期差错应当采用追溯重述法进行更正，视同该项前期差错从未发生过，从而对财务报表相关项目进行重新列示和披露。追溯重述法的会计处理与追溯调整法相同。

第三节 准则变化

一、增加了有关无法进行追溯调整和追溯重述的规定

二、新增了前期差错更正和追溯重述法的相关规定

（一）现行准则的相关规定

（二）新准则的主要变化

三、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述会计政策变更的会计处理；
2. 简述会计估计变更的会计处理；
3. 简述前期差错的会计处理。

拓展阅读书目

1. 会计计量理论与规则——国际会计准则研究 人民出版社 2006 年 5 月 张学谦 著
2. 会计政策的博弈论研究 西南财经大学出版社 2005 年 8 月 刘端 著

第十五章 《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》

教学目的和基本要求：

资产负债表日后事项准则主要规范资产负债表日后事项的确认、计量和相关信息的披露。掌握资产负债表日后事项的会计处理，熟悉资产负债表日后事项的内容。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、概述

（一）资产负债表日后事项，是指资产负债表日至财务报表批准报出日之间发生的有利或不利事项。财务报表批准报出日，是指董事会或类似机构批准财务报表报出的日期。

资产负债表日后事项包括资产负债表日后调整事项和资产负债表日后非调整事项两种类型。

（二）资产负债表日后事项表明持续经营假设不再适用的，企业不应当在持续经营基础上编制财务报表。

二、资产负债表日后调整事项

（一）企业发生的资产负债表日后调整事项，应当调整资产负债表日的财务报表。

（二）企业发生的资产负债表日后调整事项，通常包括下列事项：

1. 资产负债表日后诉讼案件结案，法院判决证实了企业在资产负债表日已经存在现时义务，需要调整原先确认的与该诉讼案件相关的预计负债，或确认一项新负债。
2. 资产负债表日后取得确凿证据，表明某项资产在资产负债表日发生了减值或者需要调整该项资产原先确认的减值金额。
3. 资产负债表日后进一步确定了资产负债表日前购入资产的成本或售出资产的收入。
4. 资产负债表日后发现了财务报表舞弊或差错。

三、资产负债表日后非调整事项

（一）企业发生的资产负债表日后非调整事项，不应当调整资产负债表日的财务报表。

（二）企业发生的资产负债表日后非调整事项，通常包括下列事项：

1. 资产负债表日后发生重大诉讼、仲裁、承诺。
2. 资产负债表日后资产价格、税收政策、外汇汇率发生重大变化。
3. 资产负债表日后因自然灾害导致资产发生重大损失。
4. 资产负债表日后发行股票和债券以及其他巨额举债。
5. 资产负债表日后资本公积转增资本。
6. 资产负债表日后发生巨额亏损。
7. 资产负债表日后发生重大会计政策变更。
8. 资产负债表日后发生企业合并或处置子公司。

（三）资产负债表日后，企业利润分配方案中拟分配的以及经审议批准宣告发放的股利或利润，不确认为资产负债表日负债，但应当在附注中单独披露。

四、披露

第二节 准则变化

- 一、关于资产负债表日后股利分配的处理
- 二、新准则将资产负债表日后发现的财务报表舞弊或差错作为调整事项
- 三、新准则增加了在附注中对资产负债表日后事项相关信息的披露。

复习与思考题

- 1. 简述资产负债表日后调整事项和非调整事项的特征及类别；
- 2. 简述资产负债表日后调整事项和非调整事项的会计处理。

拓展阅读书目

- 1. 国际会计准则与财务报告准则：研究与比较（第二版） 立信会计出版社 2005 年 9 月 汪祥耀 等著
- 2. 美国财务会计准则：第 1-137 号（上中下三册） 经济科学出版社 2002 年 1 月 王世定，李海军 主译

第十六章 《企业会计准则第 31 号——现金流量表》

教学目的和基本要求：

编制现金流量表的目的，是为会计报表使用者提供企业一定会计期间内现金和现金等价物流入和流出的信息，以便于会计报表使用者了解和评价企业获取现金和现金等价物的能力，并据以预测企业未来现金流量。现金流量表准则主要规范现金流量表的编制和列报。掌握附注中如何披露将净利润调节为经营活动现金流量的信息和经营活动、投资活动、筹资活动产生的现金流量的主要项目及其确定方式。

本章教学时间为 4 学时。

第一节 准则解读

一、概述

- （一）现金流量表，是指反映企业在一定会计期间现金和现金等价物流入和流出的报表。现金，是指企业库存现金以及可以随时用于支付的存款。
- （二）合并现金流量表的编制和列报，适用《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》。

二、基本要求

- （一）现金流量表应当分别经营活动、投资活动和筹资活动列报现金流量。
- （二）现金流量应当分别按照现金流入和现金流出总额列报。
- （三）自然灾害损失、保险索赔等特殊项目，应当根据其性质，分别归并到经营活动、投资活动和筹资活动现金流量类别中单独列报。
- （四）外币现金流量以及境外子公司的现金流量，应当采用现金流量发生日的即期汇率或按照系统合理的方法确定的、与现金流量发生日即期汇率近似的汇率折算。汇率变动对现金的影响额应当作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

三、经营活动现金流量

- （一）企业应当采用直接法列示经营活动产生的现金流量。
- （二）有关经营活动现金流量的信息，可以通过下列途径之一取得：
 - 1. 企业的会计记录。
 - 2. 根据下列项目对利润表中的营业收入、营业成本以及其他项目进行调整：
 - （1）当期存货及经营性应收和应付项目的变动；
 - （2）固定资产折旧、无形资产摊销、计提资产减值准备等其他非现金项目；
 - （3）属于投资活动或筹资活动现金流量的其他非现金项目。
 - （三）经营活动产生的现金流量至少应当单独列示下列项目：
 - 1. 销售商品、提供劳务收到的现金；
 - 2. 收到的税费返还；
 - 3. 收到其他与经营活动有关的现金；
 - 4. 购买商品、接受劳务支付的现金；
 - 5. 支付给职工以及为职工支付的现金；

6. 支付的各项税费；
7. 支付其他与经营活动有关的现金。

（四）金融企业可以根据行业特点和现金流量实际情况，合理确定现金流量项目的类别。

四、投资活动现金流量

（一）投资活动，是指企业长期资产的购建和不包括在现金等价物范围的投资及其处置活动。

（二）投资活动产生的现金流量至少应当单独列示下列项目：

1. 收回投资收到的现金；
2. 取得投资收益收到的现金；
3. 处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额；
4. 购买或处置子公司及其他营业单位产生的现金净额；
5. 收到其他与投资活动有关的现金；
6. 购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金；
7. 投资支付的现金；
8. 支付其他与投资活动有关的现金。

五、筹资活动现金流量

（一）筹资活动，是指导致企业资本及债务规模和构成发生变化的活动。

（二）筹资活动产生的现金流量至少应当单独列示下列项目：

1. 吸收投资收到的现金；
2. 取得借款收到的现金；
3. 收到其他与筹资活动有关的现金；
4. 偿还债务支付的现金；
5. 分配股利、利润或偿付利息支付的现金；
6. 支付其他与筹资活动有关的现金。

六、披露

第二节 准则指南

- 一、现金及现金等价物
- 二、现金流量表格式
- 三、现金流量表附注

企业应当采用间接法在现金流量表附注中披露将净利润调节为经营活动现金流量的信息。

第三节 准则变化

- 一、现金流量表中的外币折算
- 二、新准则对金融企业经营活动现金流量项目不再作细化规定
- 三、相关信息披露的变化

复习与思考题

1. 简述在附注中如何披露将净利润调节为经营活动现金流量的信息；
2. 简述在直接法下经营活动产生的现金流量的主要项目及其确定方式。

拓展阅读书目

1. 现金流量表编制中几个具体问题的探讨 《财务与会计》 1999 年 03 期 喻欣
2. 现金流量分析的现实意义及技术操作 《财政问题研究》 1998 年 12 期 吴晓魏 张国峰

第十七章 《企业会计准则第 36 号——关联方披露》

教学目的和基本要求：

关联方披露准则主要规范关联方及其交易的信息披露。掌握关联方关系的判断标准和关联方交易的会计处理。熟悉关联方关系及其交易的披露。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 准则解读

一、关联方

（一）一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上同受一方控制、共同控制或重大影响的，构成关联方。

（二）下列各方构成企业的关联方：

1. 该企业的母公司。
2. 该企业的子公司。
3. 与该企业受同一母公司控制的其他企业。
4. 对该企业实施共同控制的投资方。
5. 对该企业施加重大影响的投资方。
6. 该企业的合营企业。
7. 该企业的联营企业。
8. 该企业的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员。主要投资者个人，是指能够控制、共同控制一个企业或者对一个企业施加重大影响的个人投资者。
9. 该企业或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员。关键管理人员，是指有权力并负责计划、指挥和控制企业活动的人员；与主要投资者个人或关键管理人员关系密切的家庭成员，是指在处理与企业的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员。
10. 该企业主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。

（三）仅仅存在下列关系的各方，不构成企业的关联方：

1. 与该企业发生日常往来的资金提供者、公用事业部门、**部门和机构。
2. 与该企业发生大量交易而存在经济依存关系的单个客户、供应商、特许商、经销商或代理商。
3. 与该企业共同控制合营企业的合营者。

（四）仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的企业，不构成关联方。

二、关联方交易

（一）关联方交易，是指关联方之间转移资源、劳务或义务的行为，而不论是否收取价款。

（二）关联方交易的类型通常包括下列各项：

1. 购买或销售商品。
2. 购买或销售商品以外的其他资产。
3. 提供或接受劳务。

4. 担保和抵押。
5. 提供资金（贷款或权益性投资）。
6. 租赁。
7. 代理。
8. 研究与开发项目的转移。
9. 许可协议。
10. 代表企业或由企业代表另一方进行债务结算。
11. 关键管理人员报酬。

三、披露

第二节 准则变化

- 一、新准则取消有关个别财务报表中关联方关系及其交易信息披露的豁免
- 二、新准则扩展了关联方的外延
- 三、披露的内容和要求的变化
- 四、对企业的影响

复习与思考题

1. 简述关联方关系的类别及其披露要求；
2. 简述关联方交易的类别及其披露要求。

拓展阅读书目

1. 中英关联方披露会计准则之比较	《财会月刊》	2004 年 10 期	黄绍军	车芳
2. 试论关联交易转移定价信息披露》	《上海会计》	2001 年 09 期	李明辉	

《现代企业组织结构设计》教学大纲

慕凤丽 编写

目 录

前 言	1139
第一章 组织与组织理论	1140
第一节 什么是组织	1140
一、什么是组织	1140
二、组织的定义	1140
三、组织的重要性	1140
第二节 作为系统的组织	1141
一、开放系统	1141
二、组织的构型	1141
第三节 组织设计的变量	1141
一、结构变量	1141
二、情境变量	1141
三、结构变量包括	1141
四、情境变量包括	1142
第四节 组织理论与设计的演进	1142
一、历史	1142
二、组织设计新范式	1142
三、高效率的绩效目标与学习型组织	1142
第五节 组织理论与设计的作用	1142
本章思考题	1142
关键概念	1142
讨论题	1143
拓展阅读书目	1143
第二章 战略、组织设计和效果	1144
第一节 高层管理者的战略指向	1144
第二节 组织目标	1144
一、使命（mission），有时也称正式目标（official goals）	1144
二、操作性目标	1144
三、目标的作用	1144
第三节 组织战略与设计	1145
一、波特的竞争战略	1145
二、迈尔斯和斯诺的战略分类	1145
三、战略如何影响组织设计	1145
四、影响组织设计的其他因素	1145
第四节 组织的效果	1145
一、效果	1145
二、效率	1145
第五节 效果的权变评价法	1145

一、目标评价法	1145
二、资源评价法	1146
三、内部过程评价法	1146
第六节 效果的平衡评价法	1146
一、利益相关者评价法	1146
二、冲突价值观评价法	1146
本章思考题	1147
关键概念	1147
讨论题	1147
第三章 组织结构基础	1148
第一节 组织结构	1148
一、组织结构的定义包含三方面关键要素	1148
二、组织结构图示例（略）	1148
第二节 有关机构的信息处理观	1148
一、纵向信息联系	1148
二、横向信息联系：指的就是组织中跨部门横向沟通和协调的程度。	1148
第三节 组织设计方案	1149
一、规定的工作活动	1149
第四节 职能型、事业部型和地区型结构设计	1149
一、职能型结构	1149
二、设有横向联系手段的职能型结构	1149
三、事业部型结构	1149
第五节 矩阵型结构	1150
一、矩阵型结构	1150
二、矩阵型结构的使用条件	1150
三、矩阵型结构的优缺点	1150
第六节 横向型结构	1151
一、横向型结构	1151
二、横向型组织结构的特征	1151
三、横向型结构的优点	1151
四、横向型结构的缺点	1151
第七节 混合型结构	1152
第八节 结构设计的应用	1152
一、结构的权变因素	1152
二、结构的连续流	1152
本章思考题	1152
关键概念	1152
讨论题	1152
第四章 外部环境	1153
第一节 环境领域	1153
一、环境领域	1153
二、任务环境	1153

三、一般环境	1153
四、国际环境	1154
第二节 环境的不确定性	1154
一、简单—复杂纬度	1154
二、稳定—不稳定纬度	1154
三、分析框架	1154
第三节 适应环境的不确定性	1154
一、职位与部门	1154
二、缓冲和边界联系	1154
三、分化和整合	1155
四、有机的管理过程与机械的管理过程	1155
五、计划与预测	1155
第四节 组织应对不确定性的分析框架	1155
一、按照环境是否稳定和复杂两个纬度将环境的不确定分成四种不同的情形	1155
二、低度不确定性	1155
三、中低度不确定性	1155
四、中高度不确定	1156
五、高度不确定	1156
第五节 资源的依赖性	1156
第六节 控制环境的资源	1156
一、建立组织间联系	1156
二、控制环境领域	1156
三、组织与环境的整合框架（图略）	1156
本章思考题	1156
关键概念	1156
讨论题	1157
第五章 组织间关系	1158
第一节 组织的生态系统	1158
一、基本概念	1158
二、竞争是否消失了	1158
三、管理者角色的转变	1158
四、组织间关系的分析框架	1158
第二节 资源依赖理论	1159
第三节 合作网络理论	1159
第四节 组织生态学	1159
一、组织的形态和经营领域	1159
二、生态变化的过程	1159
三、求生存的战略	1159
第五节 制度理论	1159
一、基本概念	1159
二、制度要求与技术要求	1159
三、制度类同性	1159

本章思考题.....	1160
关键概念.....	1160
讨论题.....	1160
第六章 制造与服务技术.....	1161
第一节 组织级制造技术.....	1161
一、制造业企业.....	1161
二、计算机集成制造.....	1161
第二节 组织级服务技术.....	1162
一、服务业企业.....	1162
二、服务业组织的结构设计.....	1162
第三节 部门级技术.....	1163
一、多样性.....	1163
二、可分析性.....	1163
三、分析框架.....	1163
第四节 部门设计.....	1163
第五节 部门间工作流的相依性.....	1163
一、相依关系的类型.....	1163
二、部门组合的优先序.....	1164
三、结构性协调机制.....	1164
第六节 技术对职务设计的影响.....	1164
一、职务设计.....	1164
二、社会技术系统.....	1164
本章思考题.....	1164
关键概念.....	1164
讨论题.....	1164
第七章 信息技术和知识管理.....	1165
第一节 信息技术的演进.....	1165
一、业务活动及商业资源应用阶段.....	1165
二、作为战略武器应用的信息技术.....	1165
第二节 信息技术的战略性应用.....	1165
一、成本领先.....	1165
二、差异化.....	1165
三、电子商务.....	1166
第三节 组织设计的新方案.....	1166
一、动态网络结构.....	1166
二、组织间关系.....	1166
三、信息技术对组织设计的影响.....	1166
第四节 知识管理.....	1166
一、什么是知识?.....	1166
二、知识管理方法.....	1166
三、显性知识管理的方法.....	1167
四、隐性知识管理的方法.....	1167

五、专有知识和技能的开发利用	1167
本章思考题	1167
关键概念	1167
讨论题	1167
第八章 组织规模、生命周期及控制	1168
第一节 组织规模：是否越大越好	1168
一、成长的压力	1168
二、大规模与小规模	1168
第二节 组织生命周期	1168
一、生命周期演进的阶段	1168
二、企业生命周期各阶段的组织特征	1169
第三节 行政式机构和控制	1169
一、什么是行政式机构	1169
二、规模和结构性控制	1169
第四节 时代变迁中的行政式机构	1170
第五节 动态控制系统	1170
一、行政控制	1170
二、市场控制	1170
三、团体控制	1170
四、平衡记分卡	1170
本章思考题	1170
关键概念	1170
讨论题	1171
第九章 组织文化和伦理价值观	1172
第一节 组织文化	1172
一、什么是文化？	1172
二、文化地形成与作用	1172
三、解释组织的文化	1172
第二节 组织设计与文化	1172
一、适应/创新型文化	1172
二、使命型文化	1173
三、团体型文化	1173
四、行政机构型文化	1173
五、文化强度及组织中的亚文化	1173
第三节 文化与学习型组织	1173
第四节 组织中的伦理价值观	1173
一、管理者的伦理观	1173
二、社会责任	1173
第五节 组织伦理价值观的影响因素	1173
一、个人的伦理观	1173
二、组织文化	1174
三、组织系统	1174

四、外部利益相关者	1174
第六节 领导者如何塑造文化和伦理观	1174
一、基于价值观的领导	1174
二、正式的结构与组织系统	1174
第七节 全球环境中的企业文化	1174
本章思考题	1174
关键概念	1174
讨论题	1174
第十章 创新与变革	1175
第一节 创新或消亡：变革的战略角色	1175
一、渐进式变革与激进式变革	1175
二、变革的策略类型	1175
三、成功变革过程的要素	1175
第二节 技术变革	1175
一、两栖组织法	1175
二、促进技术变革的具体方法	1175
第三节 新产品和新服务	1176
一、产品的成功率	1176
二、新产品成功的影响因素	1176
三、横向联系模式	1176
四、利用快速的产品创新获取竞争优势	1176
第四节 战略和结构变革	1176
第五节 文化变革	1176
一、企业再造与横向型组织	1176
二、全面质量管理	1176
三、学习型组织	1176
四、文化变革中的组织发展策略	1176
第六节 推行变革的策略	1177
一、变革的领导	1177
二、变革的阻力	1177
三、变革实施技巧	1177
本章思考题	1177
关键概念	1177
讨论题	1177
第十一章 决策过程	1178
第一节 定 义	1178
第二节 个体决策	1178
一、理性方法	1178
二、有限理性观	1178
第三节 组织决策	1179
一、管理科学学派	1179
二、卡内基模型	1179

三、渐进决策过程模型	1179
第四节 学习型组织	1179
一、卡内基模型与渐进决策过程模型的综合	1179
二、垃圾桶模型	1179
第五节 权变决策框架	1179
一、对问题的共识程度	1179
二、解决方案相关的技术知识	1180
三、权变框架	1180
第六节 几种特殊的决策情形	1180
本章思考题	1180
关键概念	1180
讨论题	1180
第十二章 冲突、权力和权术	1181
第一节 什么叫群体间冲突	1181
第二节 为什么会存在冲突	1181
第三节 个人的与组织的权力	1181
一、个人的权力	1181
第四节 权力与职权	1181
第五节 权力的纵向来源	1182
第六节 权力的横向来源	1182
一、战略权变因素	1182
二、横向权力来源	1182
第七节 组织中的权术过程	1182
一、定义	1182
二、何时启用权术行为	1182
第八节 权力运用、权术活动和合作	1182
一、增强权力的策略	1182
二、权力运用中的权术性策略	1183
三、增进合作的策略	1183
本章思考题	1183
关键概念	1183
讨论题	1183

前 言

组织设计理论通过帮助帮助管理者认识组织是如何运作的，从而使他们能够增长能力和扩大影响力。组织的研究使人们能够看到并认识许多事情，而这些是其他人难以做到的。组织设计理论不仅提供了思想和概念，还使管理者养成思维和解释问题的正确方式，使他们能领导组织赢得这场迈入新时代的斗争。在旧的方式已不再适用的时候，组织设计理论能帮助管理者认清，为什么需要开发新方式以及需要开发出什么新方式来适应变化的条件。

教学目的和基本要求：

要求学生掌握组织理论的基本理论知识，并能应用这些理论知识分析现实中的组织现实。通过案例分析，达到基本能够综合运用管理知识的目的。

课程的主要内容及课时分配：

第一章 组织与组织理论 3 学时

第二章 战略、组织设计和效果 3 学时

第三章 组织结构的基础 3 学时

第四章 外部战略 3 学时

第五章 组织间关系 3 学时

第六章 制造与服务技术 3 学时

第七章 信息技术和知识管理 3 学时

第八章 组织规模、生命周期及控制 3 学时

第九章 组织文化和伦理价值观 3 学时

第十章 创新与变革 3 学时

第十一章 决策过程 3 学时

第十二章 冲突、权力和权术 3 学时

拓展阅读书目：

【美】丹尼尔·A·雷恩著 《管理思想的演变》 中国社会科学出版社 1997 年 3 月出版

【美】艾尔弗雷德·D·钱德勒著 《战略与结构》 云南人民出版社

【美】赫伯特·西蒙著 《管理行为（第四版）》 机械工业出版社 2004 年 3 月出版

【美】亨利·明茨伯格著 《明茨伯格论管理》 中国劳动社会保障出版社 2004 年 10 月出版

【美】阿尔弗雷德·D·小钱德勒 托马斯·K·麦克科劳 理查德·S·特德劳著《管理学历史与现状》 东北财经大学出版社

【美】艾尔弗雷德·P·斯隆 《我在通用汽车的岁月》 京华出版社

【美】杰克·韦尔奇著 《杰克·韦尔奇自传》 中信出版社

【美】郭士纳著 《谁说大象不能跳舞？》 中信出版社 2002 年 10 月出版

郑作时著 《阿里巴巴：天下没有难做的生意》 浙江人民出版社 2005 年 9 月出版

第一章 组织与组织理论

本章教学目的和基本要求：本章的目的是探讨组织的性质和当今的组织理论。组织理论是经学者们对组织的系统性研究而发展起来的。组织理论中的原理、概念均来自于活生生的正在运行中的组织。组织理论具有实用性，它有助于人们理解和诊断组织的需要与问题并对此做出反应。本章内容的组织是从组织的正式定义开始展开叙述，探讨供描述和分析组织用的一些基本概念。然后将全面地讨论组织理论的性质和范围，并考察组织理论和设计方面的历史演变，以及适应环境变化而提出的新的组织形式，分析组织理论如何帮助人们对当今处于迅速变化时代的组织进行有效的管理。本章结尾部分将对覆盖本书的主要论题做简要的概括。

学时分配：

第一、二节 1 学时

第三节 1 学时

第四、五节 1 学时

第一节 什么是组织

一、什么是组织

1. 组织无处不在
2. 只有通过参与组织活动，一个人才能参与社会生活
3. 组织很难清晰界定

二、组织的定义

1. 本书关于组织的定义：是指这样一个社会实体，它具有明确的目标导向和精心设计的结构与有意识协调的活动系统，同时又同外部环境保持密切的联系。

2. 理解的关键：

- (1) 组织是由人及其相互之间的关系构成的。
- (2) 当人们之间相互作用以完成实现目标的基本活动时，组织就存在了。

三、组织的重要性

1. 集结资源以达到期望的目标和结果
2. 有效地生产产品和服务
3. 促进创新
4. 使用现代制造技术及以计算机为基础的技术
5. 适应并影响变化的环境
6. 为所有者、顾客和员工创造价值
7. 适应多样化、伦理和员工激励与协调等不断发展中的挑战

第二节 作为系统的组织

一、开放系统

1. 封闭系统：不依赖于环境，它是自动、自我封闭的，与外界的世界相隔绝。
2. 开放系统：必须与环境相互作用，才能生存。它不仅消耗从环境输入的资源，也向环境输出其产出的资源。它不能将自己同外界隔绝开来，而必须不断地变革和适应环境。
3. 系统：是一组相互作用要素的集合体，它需要从环境获得投入，经转换后再向外部环境输出。输入和输出的需要反映了系统对环境的依赖性。要素的相互作用意味着组织中的人或部门是彼此依存的，必须协同工作。
4. 子系统：系统是由若干子系统组成的。这些子系统完成组织生存所需要的特定功能，如生产、边界联系、维持、适应以及管理等。

二、组织的构型

1. 亨利明茨伯格提出的组织结构理论认为，任何一个组织都有五个基本构成部分：技术核心、高层管理、中层管理、技术支持和管理支持
2. 技术核心：它执行着生产子系统的功能，即实际负责生产产品和服务这些组织的输出。
3. 技术支持：技术支持部门帮助组织适应环境。技术支持人员促进了技术核心的创新，有助于组织的变革和适应。
4. 管理支持：负责保持组织的顺畅运行和包括物力和人力资源在内的组织的维护。具体包括人员招聘和解雇、酬偿和福利的确定、员工培训和发展等人力资源活动，以及建筑物的清扫、机器设备的保养和维修等组织维护活动。
5. 管理：管理是一个独特的子系统，负责指导和协调组织的其他部分。具体来说，高层管理是负责为整个组织或主要的事业部提供方向、战略、目标和政策。中层管理负责部门层次的执行和细挑。在传统的组织中，中层管理者是高层管理和技术核心之间的媒介，负责诸如执行规章条例以及沿着层级链上下传递信息等。

第三节 组织设计的变量

一、结构变量

提供了描述组织内部特征的标尺，从而为测量和比较组织奠定了基础。

二、情境变量

反映了整个组织的特征，包括组织规模、技术、环境和目标等，它们描述了影响和决定结构变量的组织背景。

三、结构变量包括

1. 正规化
2. 专业化
3. 职权层级

4. 集权化
5. 职业化
6. 人员比率

四、情境变量包括

1. 组织规模
2. 技术
3. 环境
4. 目标与战略
5. 组织文化

第四节 组织理论与设计的演进

一、历史

1. 科学管理
2. 行政管理原则
3. 霍桑试验
4. 权变理论

二、组织设计新范式

1. 范式：是指人们共同的感知、认识和理解世界的基本思维方式。
2. 组织新范式：学习型组织

三、高效率的绩效目标与学习型组织

1. 从纵向型结构向横向型结构的转变
2. 从执行常规的职务向承担经充分授权的角色转变
3. 从正式控制的系统向信息高度共享的系统的转变
4. 从竞争性战略向合作型战略的转变
5. 从僵硬型文化向适应型文化的转变

第五节 组织理论与设计的作用

一、组织理论通过帮助管理者认识组织是如何运作的，从而使他们能够增长能力和扩大影响力。

二、组织理论不仅提供了思想和概念，还使管理者养成思维和解释问题的正确方式，使他们能领导组织赢得这场迈入新时代地斗争。

本章思考题

关键概念

权变、霍桑试验、学习型组织、开放系统、组织理论、组织、科学管理、子系统、系统

讨论题

1. 组织的定义是什么？简要地说明该定义的几个要点。
2. 试解释明茨伯格所指出的组织的五个构成部分是如何执行图 1—1 所示的子系统功能的？假如有一个组织的被迫要丢弃其中某一部分，试问没有了这五个中的哪一部分，这个组织能够存活最长的时间？请加以讨论
3. 权变的涵义是什么？权变理论对管理者的意义是什么？
4. 为高效率的绩效目标而设计的组织，与为学习和变革这样的目标而设计的组织相比较，两者有什么主要的不同？按照你的观点，哪一类的组织更易于管理？请讨论

拓展阅读书目

第二章 战略、组织设计和效果

本章的教学目的和基本要求：一般来讲，高层管理者指明组织发展的方向。他们设定组织的目标，并制定组织实现这些目标的战略。本章的目的就是帮助读者了解组织所追求的目标类型，以及管理者为使组织达到这些目标所采取的一些竞争性战略。我们将考察战略行动制定的两个重要框架，并探讨战略如何影响组织设计。本章还将讨论衡量组织活动效果的最常用的方法。为了有效地管理组织，管理者需要对如何衡量组织效果有明确的认识。

课时安排：

第一、二节 1 学时

第三、四节 1 学时

第五、六节 1 学时

第一节 高层管理者的战略指向

一、高层管理者的主要职责就是决定组织的目标、战略和设计，由此使组织能适应变化的环境。

1. 外部环境
2. 内部环境
3. 战略管理
4. 组织设计
5. 绩效结果

第二节 组织目标

一、使命（mission），有时也称正式目标（official goals）

二、操作性目标

1. 总绩效
2. 资源
3. 市场
4. 员工发展
5. 创新与变革
6. 生产率

三、目标的作用

1. 合法性
2. 员工指向和激励
3. 决策指南
4. 绩效标准

第三节 组织战略与设计

一、波特的竞争战略

1. 差异化战略
2. 成本领先战略
3. 集中化战略

二、迈尔斯和斯诺的战略分类

1. 探索型战略
2. 防御型战略
3. 分析性战略
4. 反应型战略

三、战略如何影响组织设计

四、影响组织设计的其他因素

1. 战略
2. 环境
3. 技术
4. 规模和生命周期
5. 文化

第四节 组织的效果

一、效果

组织的效果就是指组织实现其目标的程度。效果是一个广义的概念，它实际上将组织层次和部门层次的一系列因素都考虑在内。效果可用来评价组织多方面目标实现的程度，无论是正式目标还是操作性目标。

二、效率

效率是一个狭义的概念，仅与组织内部的工作有关。组织的效率是指生产单位产出所耗用的资源量。它可以用投入产出率来衡量。如果一个组织能用比其他组织更少的资源生产出同样的产品，那么，这个组织就更有效率。

第五节 效果的权变评价法

一、目标评价法

1. 衡量指标

2. 优缺点

二、资源评价法

1. 衡量指标

(1) 讨价还价的能力

(2) 指组织从环境中获取稀缺而又宝贵的资源的能力。这些资源包括金融资源、物质资源、人力资源、知识和技术等。

(3) 组织决策者认知并准确理解外部环境真实特征的能力。

(4) 组织对环境变化做出反应的能力

2. 优缺点

三、内部过程评价法

1. 衡量指标

(1) 浓厚的公司文化和积极的工作氛围

(2) 团队精神、群体忠诚度和团队工作

(3) 工人与管理人员之间的信心、信任和沟通

(4) 在靠近信息源处做出决策，而不管这一信息源处于组织图中的什么位置

(5) 横向和纵向的沟通联络正常，不出现失真，人们分享着有关的事实和感受

(6) 对管理者的奖赏是依据组织的绩效和成长、对下属的发展培训以及创设有效的工作团体等

(7) 组织及其组成部分之间存在密切的相互作用，在某些项目上时常会发生一些冲突，但能从组织的整体利益出发加以解决。

2. 优缺点

第六节 效果的平衡评价法

一、利益相关者评价法

1. 衡量指标

(1) 所有者

(2) 员工

(3) 顾客

(4) 债权人

(5) 社区

(6) 供应商

(7) 政府部门

2. 优缺点

二、冲突价值观评价法

1. 价值观标准

(1) 开放系统模式

(2) 理性目标模式

(3) 内部过程模式

(4) 人际关系模式

2. 优缺点

本章思考题

关键概念

差异化、组织目标、战略、结构

讨论题

1. 讨论高层管理者在组织方向设定中的作用

2. 对于你参加这门课程学习的班级来说，它的目标是什么？是谁设立了这一目标？试讨论目标如何影响你的动机和努力方向。

第三章 组织结构基础

本章教学目的和基本要求：本章介绍组织结构的基本概念，说明如何设计组织结构，并在组织结构图上加以体现。首先，我们要对结构下个定义，并对结构设计问题进行综述。然后，引进信息处理观来解释如何设计组织的横向和纵向联系，以便提供所需的信息流。之后，本章概述了组织设计的基本方案，接着讨论了用以将组织活动组合成职能、事业部、矩阵或混合型结构的方法。本章最后考察这些结构形式的采用如何取决于组织所处的特定情境条件，并分析结构设计不当的主要症状。

课时分配：

第一、二、三节 1 学时

第四、五、六节 1 学时

第七、八节 1 学时

第一节 组织结构

一、组织结构的定义包含三方面关键要素

1. 组织结构决定了组织中的正式报告关系，包括职权层级的数目合主管人员的管理幅度。
2. 组织结构确定了将个体组合成部门、部门再组合成整个组织的方式。
3. 组织结构包含了确保跨部门沟通、协作和力量整合的制度设计。

二、组织结构图示例（略）

第二节 有关机构的信息处理观

一、纵向信息联系

1. 层级安排
2. 规则与计划
3. 纵向信息系统：是增强纵向信息沟通能力的另一种手段。它包括分送给管理者的各种定期报告、书面信息和以计算机为基础的信息沟通等。

二、横向信息联系：指的就是组织中跨部门横向沟通和协调的程度。

1. 信息系统
2. 直接接触
3. 任务小组：是由与某一问题相关的各部门的代表共同组成的一个临时性的委员会。每位成员都代表一个部门的利益，并将组内会议的信息带回到该部门中。
4. 专职整合人员：通常有一个诸如产品经理、项目经理、规划经理或品牌经理这样的头衔。
5. 团队：是一种永久性的任务小组，而且经常与专职整合人员一同使用。当部门间的活动需要在一段长时期内取得强有力的协调时，设立跨职能团队就是常用的解决办法。组织在开展大型的项目、重大的创新或开发全新的产品线时，都可以设立特定的项目小组。

第三节 组织设计方案

一、规定的工作活动

1. 规定的工作活动
2. 报告关系
3. 部门组合方式

部门组合方式影响到员工个人，因为这些员工将拥有共同的主管，使用共同的资源，一起对部门的绩效负责，并趋向于彼此认同和相互合作。

4. 职能组合：是将执行相似的职能或工作过程，或者提供相似的知识和技能的员工组合在一起。

5. 事业部组合：是按照所生产的产品将人们组合在一起。

6. 多重组合：意味着一个组织同时采用两种结构组合方式。这类模式通常称作矩阵结构或混合结构。

7. 横向组合：意味着员工是按照为顾客直接提供价值的核心工作流程、首尾贯通的工作、信息和物质流来组织的。

第四节 职能型、事业部型和地区型结构设计

一、职能型结构

1. 职能型结构：是将所有与特定活动相关的人的知识和技能合并在一起，从而为组织提供纵深的知识。当深度技能对于组织目标的实现至为重要，或者当组织需要通过纵向层级链进行控制和协调，以及当效率是成功的关键因素的时候，职能型结构是最佳的模式。换句话说，在横向协调需要量较少的情况下，这种结构可以是相当有效的。

2. 优点：

- (1) 实现职能部门内部的规模经济
- (2) 促进知识和技能的纵深发展
- (3) 促进组织实现职能目标
- (4) 最适于只有一种或少数几种产品的组织

3. 缺点：

- (1) 对环境变化反应迟缓
- (2) 可能导致决策堆积于高层，层级链超载
- (3) 导致部门间横向协调差
- (4) 导致缺乏创新
- (5) 对组织目标的认识有限

二、设有横向联系手段的职能型结构

三、事业部型结构

1. 这里的事业部型结构一词是作为一般概念使用的，它有时也称作产品部结构或战略经营单

位。

2. 事业部型结构和职能型结构的区别
3. 事业部型结构的优点
 - (1) 适应不确定性环境中的快速变化
 - (2) 产品责任和接触点明确会使顾客满意
 - (3) 实现跨职能的高度协调
 - (4) 使各单位能适应不同的产品、地区和顾客
 - (5) 最适于提供多种产品的大型组织
 - (6) 决策的分权化
4. 事业部型结构的缺点
 - (1) 失去了职能部门内部的规模经济
 - (2) 导致产品线之间协调差
 - (3) 不利于能力的纵深发展和技术的专业化
 - (4) 使跨产品线的整合和标准化变得困难
5. 地区型结构

第五节 矩阵型结构

一、矩阵型结构

有时，组织结构需要多重的组合，比如同时按照产品和职能或者产品和地区进行部门组合。就是实现这种多重组合的一种方式。矩阵型结构适用于技术专长及产品创新和变革都对实现组织目标有重要影响的场合。或者当组织发现无论职能型、事业部型、地区型结构还是其配以横向联系手段后的结构都难以奏效时，矩阵型结构常常是解决问题的答案。

二、矩阵型结构的使用条件

1. 存在跨产品线共享稀缺资源的压力。这类组织通常只有中等的规模，拥有中等数量的产品线，这些产品线之间存在人力和设备灵活调用和共享的压力。但是，组织的规模还没有大到这样的程度，使组织能给每一条产品线配备专职的工程师。这样，工程师只能以临时调配的方式被指派到各产品线或项目组中。

2. 环境压力使组织需要提供两方面或更多方面的关键产出，如深度发展的专业技术知识（职能型结构）和不断更新的产品（事业部型结构）。这种双方面的压力意味着组织需要职能和产品双重职权线上保持权力的平衡，而双重职权结构正是维持这种平衡所需的。

3. 组织的环境领域不仅复杂，而且充满不确定性。外界的频繁变化和部门之间的高度依存要求组织无论在纵向还是横向上都具有较高的协调和信息处理能力。

三、矩阵型结构的优缺点

1. 优点：
 - (1) 获得满足顾客双重需要所必须的协调
 - (2) 促使人力资源在多种产品线之间得到灵活的共享
 - (3) 适应不确定性环境中频繁变化和复杂决策的需要
 - (4) 为职能和产品量方面技能的发展提供了机会

(5) 最适于拥有多种产品线的中等规模的组织

2. 缺点

(1) 导致员工面临双重的职权关系，容易产生无所适从和混乱感

(2) 意味着员工需要有良好的人际技能并接受高强度的训练

(3) 耗费时间，需要频繁开会协调及讨论冲突解决方案

(4) 除非员工理解这种模式，并采用象大学那样的而不是纵向的关系方式，否则难以奏效

(5) 需要做出很大努力来维持权力的平衡

第六节 横向型结构

一、横向型结构

是一种最新的组织方式。它是按照核心流程来组织员工的。为特定流程工作的所有的人员都组合在一起，这样就便于沟通并协调他们的努力，以便直接为顾客提供价值。

二、横向型组织结构的特征

1. 按跨职能核心流程而不是仅仅根据任务、职能或地区来设立结构。

2. 自我管理的团队取代个人成为组织设计和绩效评估的依据

3. 流程主管对各自的核心流程负全面责任

4. 团队中的成员具有所需的技能、工具和职权，并受到激励，让他们做出对团队绩效有重大关系的决策。

5. 团队有权自主而独创性地思考问题，并对出现的新挑战做出灵活的反应。

6. 顾客推动着横向型组织。

7. 组织的文化是一种开放式的，充满信任和合作，并注重持续的改进。这种文化强调对员工的授权和责任，关注员工的前途。

三、横向型结构的优点

1. 促进组织对顾客需要的变化做出灵活而快速的反应

2. 将员工的注意力引向为顾客生产和提供价值

3. 每个员工都对组织目标有宽广的认识

4. 促进员工注重团队工作和合作

5. 通过提供分享责任、制定决策及对结果负责的机会提高员工的生活质量

四、横向型结构的缺点

1. 确定核心流程较为困难，而且耗费时间

2. 要求对组织文化、工作设计、管理哲学、信息和将抽系统做出变革

3. 传统的管理者可能有阻力，因为他们得放弃权力和职权

4. 需要极大地加强员工培训，使他们能在横向型团队环境中有效地工作

5. 可能会制约技能的纵深发展

第七节 混合型结构

一、混合型结构：实际上，现实中许多结构并不是以我们本章介绍的纯粹的形式存在的。尤其是在今天复杂的商务环境中，组织通常使用混合型结构将各种组织形式的特点综合起来，以适应特定的战略需要。

二、常用的一种混合型结构是将职能型和事业部型结构的特点结合起来。

三、另一种混合方式是将职能型和横向型结构的特点结合起来，这在今天已经日益得到越来越多的运用。

如在福特公司这样的大型组织中，管理者必须运用多种结构特点来满足整个组织的需要。与纯粹的职能型、事业部型或横向型结构相比，混合型结构更经常地得到应用，因为它提供了各种结构的某些优点，而又克服了其某些缺点。

第八节 结构设计的应用

一、结构的权变因素

1. 战略与目标
2. 环境
3. 技术
4. 规模
5. 文化

二、结构的连续流

1. 从根本上说，管理者有关结构设计的最重要决策是找到纵向控制与横向控制之间的合适的平衡点。

2. 从纵向控制向横向控制的过渡：职能型结构、设有跨职能团队或整合人员的职能型、事业部型结构、矩阵型结构、横向型结构

3. 结构无效的症状

- (1) 决策迟缓或质量不高
- (2) 组织不能创造性地对环境的变化做出反应
- (3) 明显过多的冲突

本章思考题

关键概念

事业部型结构、职能型结构、横向型结构、矩阵型结构

讨论题

1. 组织结构的定义是什么？组织图能标识处组织结构吗？请解释
2. 什么时候应优先选用职能型结构而不是事业型结构？
3. 传统的以效率为中心的组织设计与现代的学习型组织设计有哪些主要的区别？
4. 组织采用矩阵型结构时通常要具备什么条件？

第四章 外部环境

本章的教学目的和基本要求：本章的目的在于提出一个评价环境并说明组织如何对环境做出反应的分析框架。首先，我们要确定组织的边界和影响组织的环境领域。然后，我们将探讨作用于组织的两股主要环境力量，即组织对信息的需要和对资源的需要。组织可通过结构设计、计划系统以及改变和控制环境要素的努力等对环境的力量做出反应。

课时分配：共 3 学时

第一、二节 1 学时

第三、四节 1 学时

第五、六节 1 学时

第一节 环境领域

一、环境领域

1. 所谓的环境领域，是指组织所选择的活动的的环境区域。它是组织为了自身的产品、服务及其面向的市场而选定的领域。

2. 环境是由若干方面组成的：

- (1) 竞争者、所在行业规模与竞争强度、相关联的行业
- (2) 供应商、制造商、不动产商
- (3) 劳动力市场、就业机构、大学、培训学校、其他企业的员工、工会
- (4) 股票市场、银行、储蓄与信贷机构、私人投资者
- (5) 顾客、客户、产品和服务的潜在使用者
- (6) 生产技术、科技、计算机、信息技术、电子商务
- (7) 经济萧条情况、失业率、通货膨胀率、投资回报率、经济增长率
- (8) 市、州、联邦的法律和法规，税收、服务、司法系统、政治活动情况
- (9) 年龄、价值观、信念、教育程度、宗教、职业伦理、消费者运动、绿色运动
- (10) 外国企业的竞争与收购，本国企业进入海外市场，外国的习俗、管制、汇率

二、任务环境

1. 任务环境：是指组织与之发生直接的相互作用，并且对组织实现目标的能力有直接影响的那些环境要素。

2. 任务环境要素的影响：

- (1) 行业方面
- (2) 原材料方面
- (3) 市场方面
- (4) 人力资源方面

三、一般环境

1. 一般环境：是指那些对企业的日常经营可能没有直接影响但会有简介影响的各种环境要素

2. 一般环境的影响

- (1) 政府
- (2) 社会文化方面
- (3) 经济形势
- (4) 技术方面
- (5) 金融资源

四、国际环境

第二节 环境的不确定性

一、简单—复杂纬度

指的是环境的复杂性，即与组织运营有关的外部环境要素的数量与不相似程度，通常也称作环境的异质性。

二、稳定—不稳定纬度

指的是环境要素是否是动态的、多变的。

三、分析框架

1. 简单—稳定

- (1) 外部环境要素少量且相似
- (2) 要素保持不变或变化缓慢

2. 复杂—稳定

- (1) 外部环境要素多且不相似
- (2) 要素保持不变或变化缓慢

3. 简单—不稳定

- (1) 外部环境要素少量且相似
- (2) 要素变化频繁且不可预见

4. 复杂—不稳定

- (1) 外部环境要素多且不相似
- (2) 要素变化频繁且不可预见

第三节 适应环境的不确定性

一、职位与部门

二、缓冲和边界联系

1. 缓冲角色的作用就是吸收环境的不确定性

2. 边界联系角色的作用是将组织与外部环境中的关键要素连接并协调起来。边界联系主要涉及一下两个方面的信息交换：

- (1) 侦察并将环境变化的信息传到组织

(2) 向环境传送能很好展现组织的信息

三、分化和整合

1. 组织对环境不确定性的另一个反应，体现在部门间分化与整合的程度上。

2. 组织分化指的是在不同职能部门的管理者在认知和情感导向上的差异，以及这些部门在正式结构方面的差异。

3. 组织整合就是指部门之间相互合作的特征。为协调各部门的工作，组织通常要配备专门的整合人员。

四、有机的管理过程与机械的管理过程

1. 机械式组织体系

(1) 任务被细分为各个专业化的部分

(2) 任务是刻板定义的

(3) 存在严格的职权及控制层级链，且有许多的规章制度

(4) 任务的知识和控制集中于组织的高层

(5) 纵向的沟通

2. 有机式组织体系

(1) 员工是为部门的共同任务做出贡献

(2) 任务会在员工团队工作中得到修正和重要确定

(3) 职权及控制层级少，规章制度也很少

(4) 任务的知识和控制分部在组织的所有地方

(5) 横向的沟通

五、计划与预测

第四节 组织应对不确定性的分析框架

一、按照环境是否稳定和复杂两个纬度将环境的不确定分成四种不同的情形

低度不确定性、中低度不确定性、中高度不确定性、高度不确定性

二、低度不确定性

1. 机械式结构：正规化、集权化

2. 部门很少

3. 无整合人员

4. 当前业务导向

三、中低度不确定性

1. 机械式结构：正规化、集权化

2. 部门多，有些边界联系人员

3. 少量的整合人员

4. 有一些计划

四、中高度不确定

1. 有机式结构，团队工作：参与、分权化
2. 部门少，边界联系人员较多
3. 少量的整合人员
4. 计划导向

五、高度不确定

1. 有机式结构，团队工作：参与、分权化
2. 部门多，分化大，边界联系人员很多
3. 很多的整合人员
4. 广泛的计划和预测

第五节 资源的依赖性

所谓资源的依赖性，是指组织既依赖于环境，又力争通过控制环境中的资源而减少这种依赖性。如果重要的资源被其他组织所控制，组织就会变得脆弱。

第六节 控制环境的资源

一、建立组织间联系

1. 所有权
2. 正式的战略联盟
3. 董事的增选与连锁
4. 聘任经理人员
5. 广告宣传与公共关系

二、控制环境领域

1. 改变领域
2. 政治活动、规章条例
3. 行业协会
4. 非法活动

三、组织与环境的整合框架（图略）

本章思考题

关键概念

分化、整合、组织环境、资源依赖性

讨论题

1. 为什么环境的复杂性会导致组织的复杂性？请解释。
2. 试讨论国家年角年该队当今组织的重要意义。请与国内环境相比较。对于你所在城市或社区的组织来说，国际环境影响的方式有哪些？
3. 请对分化和整合做一个描述。试问在哪一种环境不确定性条件下，组织的分化和整合最大。何时又最小？
4. 组织在什么样的环境条件下强调计划？对动荡的环境来说，计划是一种合适的反应措施吗？

第五章 组织间关系

本章的教学目的和基本要求：本章将探讨组织工作的最新动态，这就是组织中日益增强的密集的关系网。企业总是要依赖其他组织获得供应品、原材料和信息。问题是，应该怎样管理组织间的这些关系呢？这一度只是象通用汽车公司这样的大企业如何控制小企业的问题。如今，任何一个企业都可以选择建立积极的互信的关系。或者，象通用汽车公司这样的大企业可能发现很难适应环境，于是便创立了土星公司这样新形式的组织，以一种截然不同的结构和文化来运营。第3章描述的横向联系的思想 and 第4章中有关环境不确定性的解释，都将组织的演进引向了一个新的阶段，这也就是跨组织的横向的关系。组织可以选择多种方法建立组织间关系，包括选定供应商、订立协议、业务联营、合资企业乃至购并等。

在组织间关系的研究中提出了资源依赖、合作网络、生态学和制度理论等各种观点。这些观点归结起来就是：管理者再也不能停留在仅仅管理单体组织这一安全岛上了。这种认识让人感到气馁，但管理者必须想办法管理好组织间的一整套关系。在很大程度上可以说，组织间关系的管理更加负责，但也更加具有挑战性。

课时分配：共3学时

第一、二节 1学时

第三节 1学时

第四、五节 1学时

第一节 组织的生态系统

一、基本概念

1. 组织间关系：是指发生在两个或两个以上组织之间的相对持久的资源交换、流动和联系。传统的观点一直是将组织间的交易和关系看作是为获得组织所需要的一切而必须采取的一种不正当的手段。

2. 组织生态系统：是指由组织的共同体与环境相互作用而形成的系统，它常常跨越传统的行业界限。

二、竞争是否消失了

三、管理者角色的转变

四、组织间关系的分析框架

1. 资源依赖理论
2. 组织生态学理论
3. 合作网路理论
4. 制度理论

第二节 资源依赖理论

1. 资源策略
2. 权力策略

第三节 合作网络理论

1. 合作的起因
2. 从对手变成伙伴

第四节 组织生态学

一、组织的形态和经营领域

二、生态变化的过程

1. 变异
2. 选择
3. 保留

三、求生存的战略

1. 综合化经营
2. 专业化经营

第五节 制度理论

一、基本概念

1. 合法性：可定义为在环境的规范、价值观和信念系统内对组织行动是否合乎期望及恰当性、合适性的一般认识。

2. 同构性：一旦该行业稳定下来，这时就会有一股无形的力量推动着组织的类同化。同构性就是用以描述这种朝向类同化现象的惯用语。

二、制度要求与技术要求

三、制度类同性

1. 模仿的力量：是一种复制和仿效其他组织做法的压力
2. 强制的力量：是指迫使组织采用类同于其他组织的结构、方法或行为的外界压力
3. 规范的力量：意味着组织将变革自己以遵循职业标准，并采用职业行会所认定的某些最新且有效的方法。

本章思考题

关键概念

合作网络、经营位置、组织生态系统

讨论题

1. 企业生态系统概念的提出，意味着组织比以往任何时候都更加相互依存。依你的个人经验来看，你是否赞同这一思想？请予解释。
2. 请说明变异、选择和保留的过程怎样用来解释一个组织内发生的创新。
3. 模仿的力量与规范的力量之间有什么区别？请各举一例说明。

第六章 制造与服务技术

本章教学目的与基本要求：本章将探讨组织技术的性质和技术与组织结构的关系。我们已经在第四章和第五章中讨论了环境对组织设计的影响。本章提出的问题是：应该如何设计能适应和促进生产过程的组织结构？形式通常取决于功能，因此，组织结构形式应该适应生产技术的需要。

这一章将从一下几个方面展开：首先，我们要考察组织作为一个整体所使用的技术如何影响组织的结构及技术，具体包括制造技术和服务技术两部分。接着，我们将考察部门间技术的差异，以及技术如何影响组织内部单位的设计和管理。最后，我们要探讨部门间在物流和信息流方面的相依关系对组织结构的影响。

课时分配：共 3 学时

第一、二节 1 学时

第三、四节 1 学时

第五、六节 1 学时

第一节 组织级制造技术

一、制造业企业

1. 伍德沃德的研究

伍德沃德采用了一个量表，并根据制造过程技术的复杂性程度对所调查的企业进行了分类。所谓技术复杂性，是指制造过程机械化程度。技术复杂性高，意味着大多数工作是由机器来完成的；技术复杂性低，意味着工人在生产过程中起更大的作用。

2. 按照技术复杂性量表最初分为十级，对这十个等级归类后，合并为三组基本点的技术类型。

3. 第一组，单件小批生产：主要是依靠操作工人，因此机械化程度不高。

4. 第二组，大批量生产：是以标准化零配件的长时间生产为特征的一种制造过程。

5. 第三组，连续生产：整个流程都是机械化的。生产过程连续不断，周而复始，其机械化程度和标准化程度都比装配线生产高，自动化设备控制着连续的生产过程，产出结果属于明显可预见的。

6. 战略、技术和绩效：伍德沃德研究的另一部分内容是运用诸如盈利性、市场份额、股票价格以及企业声誉这些指标来衡量企业的成败。

二、计算机集成制造

1. 计算机集成制造（CIM）是最新的一项技术，有时，这种技术也称作高级制造技术、敏捷制造、未来工厂、智能工厂，或者柔性制造系统。计算机集成制造技术能将以往分散的制造单元联结在一起，如此可以将机器人、工具设备、产品设计、工艺分析等置于一台计算机的控制之下。

计算机集成制造通常由三部分组成：

（1）计算机辅助设计（CAD）将计算机用于帮助进行新产品或新部件的绘图、设计和工艺安排。

（2）计算机辅助制造（CAM）计算机控制的机器在原料处理、粗加工、精加工及组装过程中的运用极大地提高了生产效率。

（3）集成信息网络：计算机化地信息系统能将企业地各个方面，包括会计、采购、营销、存

货控制、产品设计、生产等联结在一起。这一系统建立在公用数据库和信息数据库的基础上，它使管理者以真正一体化整合的方式做出决策并指挥生产过程。

2. 绩效

计算机集成制造的最显著优点是：可以将不同型号、品种及应顾客特殊要求的产品，很方便地融合在一条装配线上生产。

3. 对组织结构的影响（图略）

研究表明：除非组织结构和过程也做了能充分发挥新技术优势的新的设计，否则，计算机集成制造技术可能成为组织的重负，而不是一项竞争优势。

第二节 组织级服务技术

一、服务业企业

1. 定义

与制造业组织通过产品的生产实现基本使命不同，服务业组织是通过服务（如教育、医疗、交通、金融和住宿等）的生产和提供而实现其基本使命的。对服务组织的研究，主要集中在对其独特的服务技术方面。

服务技术与制造技术的特征对比

服务技术：

- （1）无形的产出
- （2）生产和消费同时发生
- （3）劳动和知识密集型
- （4）与顾客的互动强
- （5）人员因素至关重要
- （6）服务质量可以感知，但不易度量
- （7）快速响应
- （8）服务机构设点极为重要

制造技术：

- （1）有形的产品
- （2）产品可以经过储存之后的消费
- （3）资金密集型
- （4）很少有直接的互动
- （5）人员因素可以不很重要
- （6）质量能被直接测量
- （7）比较长的反应时间也是可以接受的
- （8）机构的地点的重要程度居中

2. 服务业发展的新趋势

二、服务业组织的结构设计

1. 结构特征

2. 人力资源特征

第三节 部门级技术

一、多样性

任务的多样性，它反映转换过程中所发生的预料之外的新事件的频数。如果部门成员遇到大量的未曾预料的情形，从而面临很多问题，这时就认为多样性是比较高的。如果很少有意外发生，或者日常工作任务是重复性的，这样的技术就包含很低的多样性。

二、可分析性

如果转换过程是可分析的，那么其工作就可以分解为机械步骤，这样操作者也就可以遵循一个客观的、程序化的方式解决问题。

三、分析框架

1. 常规技术
2. 手艺技术
3. 工程技术
4. 非常规技术

第四节 部门设计

一、部门级技术的性质一旦识别出来，与之相适应的结构也就可以确定了。部门所用的技术通常是同该部门的一系列结构特征相联系的，这些特征包括员工的熟练程度、正规化程度以及沟通方式等。一个单位的技术和它的结构特征之间确实存在某种特定类型的关系，而这种关系与部门绩效的高低也有关联。

二、设计特征

1. 正规化程度
2. 分权化程度
3. 员工的技术熟练程度
4. 管理幅度
5. 沟通与协调

第五节 部门间工作流的相依性

相依性：所谓相依性，是指一个部门依赖其他部门提供完成任务所需的资源或材料的程度。

一、相依关系的类型

1. 并列式：并列式相依式部门间相依关系的最低形态。在这种相依关系中，工作不在部门之间流动。
2. 顺序式：当相互依赖表现出序列联结的方式，即一个部门生产的零配件成为另一部门的投入时，这种相依关系就称为顺序式相依。
3. 交互式：交互式相依是最高程度的相依关系。

二、部门组合的优先序

既然交互式相依情形下的决策、沟通和协调问题最为突出，这种相依关系在组织结构设计中就应该得到优先考虑。结构设计中其次考虑的是顺序式相依，最后是并列式相依。

三、结构性协调机制

绝大多数组织存在不同程度的相依性，结构设计必须能够适应这种需要。在制造业企业中，新产品开发包括了设计、工程、采购、制造及销售部门之间的并列式相依，这样的企业或许可以通过横向型结构或跨职能团队来处理信息和资源在部门间的交互传递。

第六节 技术对职务设计的影响

一、职务设计

就是给员工分派所要完成的目标和任务。

二、社会技术系统

1. 社会技术系统理论认识到了在有效的工作设计中技术因素和人类需要式相互影响的，因而提倡要将人的需要与组织对技术效率的需要结合起来。这里，社会因素指的是组织中工作的个人和群体及其工作组织和协调的方法，技术因素指的是原材料、工具、设备以及用以将组织的投入转化为产出的工艺过程等。

2. 社会技术系统模型包括三个部分

- (1) 社会系统
- (2) 技术系统
- (3) 联合最优化设计

本章思考题

关键概念

职务设计、并列式相依、交互式相依、顺序式相依

讨论题

- 1. 伍德沃德发现主管人员的管理幅度与技术复杂性之间存在什么关系？
- 2. 服务业企业的组织设计与制造业企业的组织设计通常有哪些主要方面的区别？为什么？

第七章 信息技术和知识管理

本章教学目的与基本内容：信息技术和知识管理是成功组织的基本要素。管理者至少要将其80%的时间花在主动地交换信息上。他们需要信息将企业整合为一个整体。本书第3章中描述的纵向和横向信息联系渠道，就是设计来为管理者提供有用的信息，以便帮助他们进行决策和方案评价工作的。本章主要考察信息技术的演进过程，讨论信息技术如何给组织带来战略优势，以及信息技术对组织设计和组织间关系生产什么样的影响。最后部门要讨论知识管理这一新概念。知识管理代表了组织、分享和使用信息以便充分发挥专业知识作用的一种新理论。

学时分配：

第一、二节 1 学时

第三节 1 学时

第四节 1 学时

第一节 信息技术的演进

一、业务活动及商业资源应用阶段

1. 管理信息系统
2. 决策支持系统

二、作为战略武器应用的信息技术

1. 网络化
2. 企业资源计划

第二节 信息技术的战略性应用

一、成本领先

1. 或许信息技术最明显的用途表现在，它通过提高运营效率而使成本得到降低。但是，提高运营效率绝不意味着只是以更快的速度做原有的工作。提高运营效率的最新进展是使用企业资源计划系统。

2. 内部及外部互联网和万维网的使用也能改进运营的效率。

3. 信息技术的进步也改善了部门间的协调，同时发展了组织间的关系。由于网络和内部互联网的应用，组织内各部门之间以及组织之间的边界似乎消失了，使得跨地区的全世界范围的事业部或公司的运作就像在一个大厅内进行的一样。

二、差异化

1. 企业实现差异化的一个途径是利用信息技术锁定顾客
2. 改进顾客服务是使公司区别于竞争对手的另一途径。
3. 通过信息技术实现差异化的第三个途径是进行新产品开发

三、电子商务

电子商务是一个含义广泛的概念。其最基本的含义是所有的商务活动都通过计算机网络以数字化的方式进行。电子商务是以计算机之间的信息交换或者替代或者促进货币及商品的交换进行的。

第三节 组织设计的新方案

一、动态网络结构

当今有一个日益明显的趋势，那就是企业将自己限定在少数几项做得非常出色的活动方面，而将其他的工作交由外部的专业公司去做，这就形成了网络型组织结构。在这样的结构设计下，企业将大多数主要活动外包给独立的企业完成，总部设立精干的机构来协调这些外包企业的活动。

二、组织间关系

三、信息技术对组织设计的影响

1. 组织小型化
2. 组织结构趋向分权化
3. 组织内外协调的改善
4. 与信息技术相关的职员和部门的增加
5. 高强度的员工参与

第四节 知识管理

一、什么是知识？

1. 数据：是简单的、纯粹的事实和数字，其本身所包含的使用价值很小。
2. 信息：就是与其他的数据联系起来后所转化成的具有特定用途的使用价值的数据。
3. 显性知识：是正式的系统化的知识，它能够以文件或一般指令的形式被整理、记录及传递。
4. 隐性知识：则建立在个人的经验、实践、直觉和判断的基础上，它包含专业技能和诀窍、个人的见识和经验以及创造性的解决方案等。
5. 知识管理：是关于如何组织和共享企业的智慧和创造力的一种新的思维方式。它是指这样一种努力，即系统地发现、组织和运用企业的智力资本，培育持续学习和共享知识的文化，从而使组织的活动建立在已有知识的基础之上。

二、知识管理方法

1. 知识管理的第一种方法着重解决显性知识的收集和共享问题，这在相当程度上是通过使用复杂的信息技术系统实现的。显性知识包括：知识财产权，如专利和许可证；工作方法，如政策规定和程序；有关顾客、市场、供应商、竞争对手的具体信息；竞争情况的报告；可作为比照超越对象的标杆管理数据，等等。
2. 知识管理的第二种方法着重于开发利用个人的专业技能和知识——即隐性知识——通过面对面的沟通或互动的媒介将有关的人员联结起来。这里隐性知识包括了职业工作的诀窍、个人的见

识和创造力、个人的经验和直觉等。

三、显性知识管理的方法

(1) 数据储存和开发：如本章前面所述，数据储存技术使企业能将所有的数据综合储存到大型数据库中以便查阅，而数据开发技术则使使用者能将数据转变为对他有意义的东西。比如，在数据开发技术帮助下，使用者通过查询变量间关系的类型，可以更好地解决组织出现地问题或利用新的机会。

(2) 知识图谱：建立知识图谱的方法有很多，其主要目的都是为了引导人们更有效地取得组织内地知识资源。

(3) 电子图书馆：是一种为特定用途提供约定类型信息的数据库，它为组织内储存知识并使知识为组织成员广泛使用提供了又一种途径。电子图书馆的使用者可以方便地“借出”某些需要的知识，这样就促进了知识的再利用。

四、隐性知识管理的方法

1. 对话：隐性知识共享的主要方法是通过对话将人们联结起来。也就是让有关的人员面对面地交谈，如果不能面对面，至少也要通过课时电话会议或其他互动媒介进行交谈。这种对话的目的就是要形成集体智慧，即通过集思广益对问题产生共同的认识，并在群策群力中找到解决问题的方法。

2. 学习历史和讲述故事：隐性知识管理的另一种方法是让人们一起学习历史。这种方法用来帮助人们回顾和认识历史上那些具有决定性意义的决策是怎么制定出来的，问题是怎么得到（或没得到）解决的，通过这种方式将知识传递给他人。

3. 实践团体：是指由面对类同问题而欲共同寻找解决方案的个体以非正式的方式联结在一起所组成的团体。

五、专有知识和技能的开发利用

本章思考题

关键概念

电子商务、企业资源计划

讨论题

1. 你是否认为信息技术将使高层管理者在工作中越来越少地使用面对面的沟通方式？
2. 对信息技术的应用会对组织设计产生何种影响？

第八章 组织规模、生命周期及控制

本章教学目的和主要内容：这一章我们要探讨组织的规模问题，分析规模与结构及控制的关系。组织规模是影响组织设计和运行的一个情境变量，其重要性与前几章讨论的技术、环境、目标等情境变量相似。本章第1部分中，我们先要考察规模大小的各自好处，然后研究历史上对行政式机构作为大型组织控制的一种手段的需要，以及现在一些大型组织的管理者是如何反对行政式机构的。第2部分中我们要介绍组织生命周期的概念，并探讨每一阶段的结构特征。最后，我们将研究组织控制的集中机制以及管理者如何选择最合适的机制来控制他们的组织。学完本章后，读者应该能领会行政式机构的本质以及它的优点和缺点。读者应该认识什么样的情况下采用行政式控制手段能使一个组织更加有效，在什么样的情况下选用其他的控制方法会更有效。本章还给读者介绍了平衡记分卡，通过这种方法，管理者可以将多种控制方法综合运用。

学时分配：

第一、二节 1 学时

第三、四节 1 学时

第五节 1 学时

第一节 组织规模：是否越大越好

一、成长的压力

二、大规模与小规模

1. 大规模

大企业往往是以一种标准化、甚至常常机械化的方式运作，并且呈现出高度的复杂性。复杂性能使组织拥有大量的职能专家，他们能完成复杂的任务，生产出复杂的产品。而且，大型组织一旦成为稳定运行的机构，能在市场上持续地存在多年。

2. 小规模

小型组织实行的是一种扁平化的结构和机动、灵活的管理风格，因而有助于激发创新精神和创造力。

3. 大企业和小企业的混合体

也就是将大型公司所拥有的资源和渠道与小企业所特有的简单性和灵活性相结合。事业部型结构，使通用电气公司、强生公司等组织实现这种结合而采取的一种方式。通过将大公司组建为若干小型地经营单位，这些巨型企业获得了小企业的思维模式和经营优势。

第二节 组织生命周期

一、生命周期演进的阶段

1. 创业阶段

2. 聚合阶段

3. 规范化阶段：规范化阶段涉及到规则、程序和控制系统的建立和使用。

4. 协作阶段

二、企业生命周期各阶段的组织特征

1. 创业阶段的组织特征

新创办的组织往往是规模小、非行政机构化的，而且由一个人全权指挥。这位最高领导人决定了组织的结构和控制方法。整个组织的精力投入到求生存以及单一产品或服务的生产中。

2. 聚合阶段的组织特征

这时，组织进入了青年期。成长非常迅速，员工情绪激昂，对组织的使用高度认同。尽管制定出一些程序，但结构仍然基本上是非正规的。强权的具有超凡魅力的领导人，如太阳微软系统公司的斯科特麦克尼利、苹果计算机公司的史蒂夫乔布斯，制定了组织发展的方向和目标。这时期组织的主要目标是寻求持续的成长。

3. 规范化阶段的组织特征

这一时刻，组织正在步入中年期，开始出现行政式机构特征。组织增设了参谋辅助人员，制定了大量的规范化程序，实施了高度的劳动分工，并建立了明确的层级制。创新多是通过独立设置的研究开发部门取得。组织的主要目标是保持内部的稳定和实现市场扩张。高层管理人员在向下授权的同时建立了正规的控制系统。

4. 协作阶段的组织特征

步入成熟期的组织规模很大，而且呈行政式机构特征，设有大量的控制系统规则和程序。组织的管理者会试图在行政式机构内发展某种团队工作思想，以防止进一步的行政机构化。高层管理者关注的是建立一个完善的组织。组织的地位和声望十分重要。创新通过研究开发部的活动得到制度化。管理当局可能对行政式机构进行一些改革，使之精简和流程化。

第三节 行政式机构和控制

一、什么是行政式机构

1. 特征

- (1) 条例和程序
- (2) 专业化与劳动分工
- (3) 职权层级链
- (4) 技术上合格的人员
- (5) 职位与任职者分离
- (6) 书面的沟通和记录

2. 职权的法定基础

- (1) 合理—合法的权力
- (2) 传统的权力
- (3) 神授的权力

二、规模和结构性控制

1. 正规化

正规化程度是指组织通过规则、程序和书面文件来规定员工的职权和职责的情况。

2. 集权化程度

是指有权做出决策的人或部门所处的层级。在集权化的组织中，决策趋向于由组织的高层制定。而在分权化的组织中，类似的决策则由较低的层次来决定。

3. 人员比率

行政式机构的另一个特征表现在行政管理人员、办事员、职能辅助人员等所在的人员比率。研究中最常涉及的是行政管理人员的比率。

第四节 时代变迁中的行政式机构

第五节 动态控制系统

一、行政控制

是利用规则、政策、职权层级链、书面文件、标准化及其他行政式机构手段来使员工的行为得到规范并据以评价工作表现的一种控制方法。行政控制所依赖的实际上就是韦伯所确定的行政式机构特征。运用行政式机构的规则程序，其主要目的就是使员工的行为得到规范和控制。

1. 控制基础

- (1) 合理—合法的权力
- (2) 传统的权力
- (3) 神授的权力

2. 管理控制系统

被广泛地定义为借助信息来维持或改变组织活动方式的规范化的惯例、报告及程序。

二、市场控制

1. 应用市场控制的方法要求组织的产出必须能够清晰地界定并可确定其价格水平，同时还要求存在着竞争。

2. 还有些企业甚至要求内部各部门之间都引入市场价格来联结相互的关系，即彼此之间都以相当于对外的价格来相互销售和购买产品和服务。

3. 市场控制只有在一个企业、事业部或其他部门单位的产出可以按货币化地价格加以度量并且存在竞争的情况下才可以采用

三、团体控制

就是通过诸如组织文化、共享价值观、承诺、系统、信念等社会化力量来控制员工的行为。

四、平衡记分卡

就是将传统的财务评价和经营评价结合起来，并从与企业经营成功关键因素相关联的方面建立绩效评价指标的这样一种综合管理控制系统。

本章思考题

关键概念

平衡记分卡、行政式机构

讨论题

1. 为什么规模大的组织通常是更为正规化的？
2. 将生命周期的概念应用于分析一个你所熟悉的组织，如一所大学或一家地方企业。该组织目前处于生命周期的哪个阶段？它怎样处理或度过其生命周期中的危机？

第九章 组织文化和伦理价值观

本章教学目的与基本内容

本章要探讨有关企业文化及有关的伦理价值观的一些思想，分析组织如何影响和改变其文化和伦理价值观。第1部分介绍企业文化的实质、起源和作用，以及人们如何通过观察组织中的仪式、典故和象征物等来确定和解释其文化。我们还讨论文化如何用来强化组织在特定环境中成功经营所需实施的战略和结构，并考察文化在创建学习型组织中所起的重要作用。接着，本章探讨组织中的伦理价值观，考察领导者如何塑造符合组织战略和绩效目标的文化和伦理价值观。本章最后要简短地描述一下管理者在全球环境中所要面对的复杂的文化管理问题。

学时分配：

第一、二节 1 学时

第三、四节 1 学时

第五、六、七节 1 学时

第一节 组织文化

一、什么是文化？

文化是一个组织所有成员所共享地并且作为标准传承给新成员的一系列价值观、信念、看法和思维方式的总和。它不被诉诸文字，但却是人们能感觉到的组织的重要部分。每个人都受到文化地影响，但这种影响往往不为人所知觉。只有当组织试图推行一些与组织基本行为规范和价值观相背的新的战略或方案时，文化的力量才会为人们真切地感受到。

二、文化地形成与作用

虽然最终成为组织文化一部分的某些思想可能产生于组织中的某一成员，但一般地说，组织文化源于组织的创始人或早期的领导者，是他们把某些特定的理念和价值观清晰地表达出来并作为远景、经营哲学或战略加以贯彻。

三、解释组织的文化

1. 典礼和仪式

文化的一个重要表现是典礼和仪式。它们是组织精心策划的有计划的活动，通常以能给参加者带来某种利益的方式举行，并被视为组织中一件不平常的事件。

2. 典故

3. 象征物

4. 语言

第二节 组织设计与文化

一、适应/创新型文化

是以战略焦点集中于外部环境为特征的，这类文化中的组织是通过提高灵活性和变革自己来满

足顾客的需要。

二、使命型文化

使命型文化的特征是：强调对组织的宗旨和目的要有清晰的认识，并注重通过销售增长、盈利能力或市场份额目标的达成来促进组织宗旨和目的的实现。

三、团体型文化

团体型文化下组织的主要关注点是组织成员的介入和参与及对外部环境迅速变化的要求做出反应。

四、行政机构型文化

采取行政机构型文化的组织更多关注组织内部，它适应外部稳定的环境而强调组织内行为的一致性。

五、文化强度及组织中的亚文化

所谓文化强度是指组织成员就持有某种价值观的重要性所达到的认识上的一直程度。

亚文化是在一个团队、部门或其他类型单位内形成的，是对其成员共同面对的问题、共享的目标及经验的反映。

第三节 文化与学习型组织

对学习型组织来说，它必须拥有很强的能体现以下方面的价值观适应型文化：

1. 组织的整体重于局部，部门间的边界要尽可能弱化
2. 将平等作为主要的价值观
3. 奉行鼓励冒风险、变革和不断改进的组织文化

第四节 组织中的伦理价值观

一、管理者的伦理观

就是指导管理者决策和行为的一套原则，这些原则会使管理者从道德的角度判断自己所做的事情是正确的还是错误的。

二、社会责任

社会责任的理念是管理者伦理观的延伸，它是指管理者在做决策和采取行动时为了使他们的组织能在实现自身目标的同时，为提高社会福利水平和社会整体利益做出贡献而必须尽的义务。

第五节 组织伦理价值观的影响因素

一、个人的伦理观

每一个人都会将个人的一系列信念和价值观带到所工作的组织中，个人的价值观及使这些价值

观转变为具体行为的伦理推理过程是影响组织中伦理标准选择的重要方面。

二、组织文化

三、组织系统

组织系统是指组织的基本架构，它对管理者伦理观的影响体现在：是否将伦理价值观纳入到组织的政策和规则中；伦理准则是否明确详尽，并且向每一位成员公布；组织的奖酬包括表扬、特别关注、晋升等是否与员工的伦理道德行为相联系；

四、外部利益相关者

外部利益相关者存在于组织之外，但其利益与组织运营状况有着密切关系的群体中。

第六节 领导者如何塑造文化和伦理观

一、基于价值观的领导

组织的价值观主要是通过基于价值观的领导行为而形成和得到强化的。这种领导行为反映了领导者和被领导者之间的关系是建立在该领导者所倡导和实施单位组织内部所有成员所共享的价值观的基础上的。

二、正式的结构与组织系统

1. 组织结构
2. 披露机制
3. 伦理准则
4. 培训计划

第七节 全球环境中的企业文化

本章思考题

关键概念

行政机构型文化、伦理、管理者的伦理观

讨论题

1. 请以你工作过的组织为例，说明象征物、仪式、着装和其他可观察的方面以及深层次的价值观如何反映出这一组织的文化特征。
2. 升望典礼、升绩典礼、整合典礼三者之间有何区别？

第十章 创新与变革

本章的教学目的和基本内容：本章将探讨组织如何变革以及管理者如何指导创新和变革过程。在描述了渐进式变革的区别后，将介绍组织中常见的 4 中变革——技术变革、产品变革、组织结构变革和人员变革，并说明管理者如何成功地管理变革。接下来还要讨论什么样的结构和管理方法有利于促进各种变革。有关影响变革方案制定和实施的管理技巧，也将在本章得到具体说明。

第一节 创新或消亡：变革的战略角色

一、渐进式变革与激进式变革

1. 渐进式变革：表现为一系列持续的改进，这些改进依然维持着组织的总体平衡，而且通常只影响到组织的一部分。

2. 激进式变革：与渐进式变革相反，激进式变革打破了组织的基本运行规则，使整个组织发生改变。

二、变革的策略类型

1. 技术变革
2. 产品及服务变革
3. 战略和结构变革
4. 文化变革

三、成功变革过程的要素

1. 构想
2. 变革的需要
3. 采纳
4. 实施
5. 资源

第二节 技术变革

一、两栖组织法

二、促进技术变革的具体方法

1. 可变换结构：是指组织一旦需要有一种有机式结构来激发员工提出新构想，便建立这样一个结构。

2. 创造性部门：

3. 创业团队：创业团队是赋予组织内的创新活动更大自主性的一种新近出现的组织方法。

4. 内企业

第三节 新产品和新服务

一、产品的成功率

二、新产品成功的影响因素

三、横向联系模式

1. 专业化
2. 边界联系
3. 横向沟通

四、利用快速的产品创新获取竞争优势

第四节 战略和结构变革

双核心模式

第五节 文化变革

一、企业再造与横向型组织

1. 再造：是通过对业务流程进行根本的重新设计，带动组织文化结构和信息技术的变革，以取得顾客服务、质量、成本和速度等方面的绩效的显著改善的一种跨职能活动。

二、全面质量管理

1. 全面质量管理：是一种将质量理念渗透到企业的每一项活动中去的管理模式。
2. 质量管理小组
3. 标杆管理法

三、学习型组织

1. 组织发展

四、文化变革中的组织发展策略

1. 大规模群体介入法
2. 团队建设法
3. 组际活动法

第六节 推行变革的策略

一、变革的领导

二、变革的阻力

1. 过于关注成本
2. 认识不到变革的益处
3. 缺乏协调与合作
4. 不确定性规避倾向
5. 担心利益受损

三、变革实施技巧

1. 识别变革的真实需要
2. 找到适合变革需要的沟通
3. 获得高层管理者的支持
4. 为变革设计循序渐进的实施方案
5. 提出克服变革阻力的计划
6. 创建变革团队
7. 培育创新带头人

本章思考题

关键概念

标杆管理、组织发展、组织变革

讨论题

1. 激进式变革的管理与渐进式变革的管理有何不同？
2. 组织既需要稳定性又需要变革，这一两难问题怎么处理？试讨论

第十一章 决策过程

本章教学目的与基本内容

在任何时候，任何组织都可能要为数百项决策进行问题识别、方案拟定及实施工作。在这些决策过程中，管理者及整个组织有时会不知所措。本章的目的是通过分析这些过程，了解组织在实际中是怎样做出决策的。决策可视为是组织大脑和神经系统运行的结果，也就是第7章和第8章所介绍的信息和控制系统的最终应用。对于组织所采用的战略和结构以及创新、并购等问题都需要做出决策。本章探讨组织在上述问题上如何以及应该如何做出决策。

第1部分首先对决策概念做一定义，接下来要考察管理者个体是怎么做出决策的。然后，探讨组织决策的几种模型，以及每一种模型所适用的组织背景。最后部分，我们会将这些不同的模型综合为一个决策框架，介绍何时以及如何使用这些模型，并讨论一些特殊的问题，如决策失误等。

第一节 定 义

组织决策通常可定义为识别和解决问题的过程。这一过程 包括两个主要阶段。

1. 一是问题识别阶段，即外部环境和组织状态进行建材，获得有关信息，以判明组织的绩效是否令人满意，并诊断出不足的原因所在
2. 另一个是问题解决阶段，即考察备选的行动方案，从中选择一个方案并加以实施。
3. 程序性决策：是指重复出现、结构明确的，可开发出程序来解决问题的决策。
4. 非程序性决策：是指新出现的、结构不明确的，不存在解决问题的既定程序的决策。

第二节 个体决策

一、理性方法

1. 监测决策环境
2. 界定决策问题
3. 明确决策目标
4. 诊断问题
5. 提出备选方案
6. 评价备选方案
7. 选择最佳方案
8. 实施选定的方案

二、有限理性观

1. 直觉决策：决策者是依靠经验和判断做出决策，而不是按顺序进行合乎逻辑的、明显的推理分析。

第三节 组织决策

一、管理科学学派

二、卡内基模型

三、渐进决策过程模型

1. 识别阶段
2. 开发阶段
3. 抉择阶段
4. 过程的动态性

第四节 学习型组织

一、卡内基模型与渐进决策过程模型的综合

二、垃圾桶模型

1. 垃圾桶模型
2. 有组织的混乱
 - (1) 偏好不确定
 - (2) 技术路线不明确、难理解
 - (3) 人员变动频繁
3. 活动流
 - (1) 问题
 - (2) 潜在的解决方案
 - (3) 参与者
 - (4) 抉择点
4. 推论
 - (1) 解决方案可能在问题并不存在时提出
 - (2) 做出了决策却没有解决问题
 - (3) 问题可能在一直没有解决的情况下存在下去
 - (4) 只有少数问题得到了解决

第五节 权变决策框架

一、对问题的共识程度

对问题的共识程度反映管理者之间在组织所面临的问题或机会以及所追求的目标和结果方面认识的一致程度。

二、解决方案相关的技术知识

技术知识是指管理者对如何解决问题和实现组织目标的理解及意见一致的程度。

三、权变框架

(图略)

第六节 几种特殊的决策情形

一、高度动荡的环境

二、决策失误与学习

三、愚守方案

本章思考题

关键概念

组织决策

讨论题

1. 为什么决策过程中需要使用直觉？

第十二章 冲突、权力和权术

本章教学目的与基本内容：本章将讨论冲突的性质以及运用权力和权术策略来管理和减少个体和群体间的冲突。冲突的概念在前面几章中已经出现过。如第 3 章中我们在探讨横向联系时谈到了任务小组和团队如何促进跨职能部门的合作。第 4 章介绍的分化概念，意味着不同的部门不仅有着不同的目标，而且拥有不同的看法和价值观。第 9 章中讨论的子文化的存在，以及第 11 章中建议的通过建立联盟来解决部门间的争执等命题都与冲突有关。

学时分配：

第一、二、三节 1 学时

第四、五、六节 1 学时

第七、八节 1 学时

第一节 什么叫群体间冲突

定义：当群体成员认同某一群体，并且发现其他群体可能阻碍其群体达到目标或期望时所发生的组织群体行为。

第二节 为什么会存在冲突

- 一、目标的不相容
- 二、组织的分化
- 三、任务的相依
- 四、资源的稀缺
- 五、理性的与权术的模式

第三节 个人的与组织的权力

一、个人的权力

1. 法定权力指的是组织赋予拥有某一正式管理职位的管理者的职权。
2. 奖赏权力则是来源于对他人施与奖酬的能力，这些奖酬包括提升、加薪以及拍一下后背等。
3. 强制权力是指给予惩罚或建议给予惩罚的权力。
4. 专家权力来源于个人对所要完成的任务拥有的高超的技能或知识。
5. 感召权力，它源自个人的品格，即人们处于对某位管理者的尊重和仰慕而崇拜这位管理者，愿意效仿他、认同他。

第四节 权力与职权

一、职权也是实现预期结果的一种力量，但它仅仅是由正规的层级链和报告关系规定的。识别职权的三个特性是：

1. 职权存在于组织职位中。

2. 职权根植于下属的接受
3. 职权是顺着纵向层级链向下流动的。

第五节 权力的纵向来源

- 一、正式的职位
- 二、资源
- 三、决策前提与信息控制
- 四、网络中心性

第六节 权力的横向来源

一、战略权变因素

指的是组织内外对实现组织目标有重大影响的事件和活动。

二、横向权力来源

1. 相依性
2. 财力资源
3. 中心地位
4. 不可替代性
5. 需应对的不可确定性

第七节 组织中的权术过程

一、定义

权术就是指运用权力来影响决策，以取得所期望的结果。

二、何时启用权术行为

权术活动的领域，即权术通常能发挥作用的场合有三种：

1. 结构变革
2. 管理人员替换
3. 资源分配

第八节 权力运用、权术活动和合作

一、增强权力的策略

1. 进入高不确定性领域
2. 形成相依关系
3. 提供资源

4. 适应战略权变因素

二、权力运用中的权术性策略

1. 建立联盟
2. 扩大网络
3. 控制决策前提
4. 加强合法性和专长性
5. 表白你的偏好，但隐藏你的权力

三、增进合作的策略

1. 创建整合手段
2. 对抗和谈判
3. 安排组际研讨会
4. 实施人员轮换
5. 创设共同的目标

本章思考题

关键概念

权威、权力、群体间冲突的根源

讨论题

1. 试讨论为什么有些冲突被认为是对组织有益的。
2. 权力和职权的区别是什么？一个拥有正式职权的人是否可能并没有真正的权力？试讨论。

《证券市场概论》教学大纲

王晓明 编写

目 录

前 言	1190
第一章 证券市场概述	1191
第一节 证券与证券市场	1191
一、证券概述	1191
二、有价证券	1191
三、证券市场	1192
第二节 证券市场参与者	1193
一、证券发行人	1193
二、证券投资人	1193
三、证券市场中介机构	1193
四、自律性组织	1193
五、证券监管机构	1193
第三节 证券市场的产生和发展	1193
一、证券市场的产生	1193
二、证券市场的发展进程	1194
三、国际证券市场发展现状	1194
四、中国证券市场发展简述	1194
五、中国证券市场的对外开放	1194
复习与思考题	1195
第二章 股 票	1196
第一节 股票的特征与类型	1196
一、股票概述	1196
二、股票的类型	1196
第二节 股票的价值与价格	1197
一、股票的价值	1197
二、股票的价格	1197
三、影响股票价格的因素	1197
第三节 普通股与优先股	1197
一、普通股	1197
二、优先股	1197
第四节 我国现行的股票类型	1199
一、国家股	1199
二、法人股	1200
三、社会公众股	1200
四、外资股	1200
复习与思考题	1200
第三章 债 券	1201
第一节 债券的特征与类型	1201

一、债券的定义和特征	1201
二、债券的分类	1201
三、债券的偿还方式	1202
四、债券与股票的比较	1202
第二节 政府债券	1202
一、政府债券概述	1202
二、国家债券	1203
三、地方政府债券	1204
第三节 金融债券与公司债券	1204
一、金融债券	1204
二、公司债券	1204
三、我国的企业债券	1205
第四节 国际债券	1205
一、国际债券概述	1205
二、国际债券的分类	1205
三、我国的国际债券	1205
复习与思考题	1206
第四章 证券投资基金	1207
第一节 证券投资基金概述	1207
一、证券投资基金	1207
二、证券投资基金的分类	1207
第二节 证券投资基金当事人	1208
一、证券投资基金持有人	1208
二、证券投资基金管理人	1209
三、证券投资基金托管人	1209
四、证券投资基金当事人之间的关系	1209
第三节 证券投资基金的费用与资产估值	1209
一、证券投资基金的费用	1209
二、证券投资基金资产估值	1210
第四节 证券投资基金的收益风险与信息披露	1210
一、证券投资基金的收益	1210
二、证券投资基金的投资风险	1211
三、基金的信息披露	1211
第五节 证券投资基金的投资	1211
一、证券投资基金的投资范围	1211
二、证券投资基金的投资限制	1211
复习与思考题	1212
第五章 金融衍生工具	1213
第一节 金融衍生工具概述	1213
一、金融衍生工具的概念和特征	1213
二、金融衍生工具的分类	1213
三、金融衍生工具的产生与发展趋势	1215

第二节 金融期货	1215
一、金融期货的定义和特征	1215
二、金融期货的种类	1215
三、金融期货的基本功能	1216
四、金融期货的主要交易制度	1216
五、金融期货的理论价格及其影响因素	1216
第三节 金融期权	1216
一、金融期权的定义和特征	1216
二、金融期权的主要种类	1217
三、金融期权的基本功能	1217
四、金融期权的理论价格及其影响因素	1218
第四节 可转换证券	1218
一、可转换证券的定义和特征	1218
二、可转换证券的要素	1218
三、可转换证券的价值和价格	1218
第五节 其他衍生工具简介	1219
一、存托凭证	1219
二、交易所交易基金	1220
三、认股权证	1221
复习与思考题	1222
第六章 证券市场运行	1224
第一节 发行市场和交易市场	1224
一、证券发行市场	1224
二、证券交易市场	1225
第二节 股票价格指数	1226
一、股价平均数和股价指数	1226
二、我国主要的证券价格指数	1228
三、国际主要股票市场及其价格指数	1228
第三节 证券投资的收益与风险	1229
一、证券投资收益	1229
二、证券投资风险	1231
三、收益与风险的关系	1231
复习与思考题	1232
第七章 证券中介机构	1233
第一节 证券公司	1233
一、证券公司的定义和功能	1233
二、证券公司的类型	1233
三、证券公司的主要业务	1233
四、证券公司内部控制	1234
第二节 证券服务机构	1234
一、证券服务机构概述	1234
二、证券登记结算公司	1235

三、证券投资咨询公司	1235
四、其他证券服务机构	1235
复习与思考题	1235
第八章 证券市场法律制度与监管	1236
第一节 证券市场法律法规概述	1236
一、法律	1236
二、行政法规	1239
三、部门规章	1239
第二节 证券市场的监管体系	1239
一、证券市场监管的意义和原则	1240
二、证券市场监管的目标和手段	1240
三、证券市场监管机构	1240
四、证券市场监管内容	1240
第三节 证券从业人员的资格管理和行为规范	1241
一、证券从业人员的资格管理	1241
二、证券从业人员的行为规范	1242
三、证券从业人员的行为准则	1242
复习与思考题	1242
本课程阅读参考书目	1243

前 言

《证券市场概论》主要介绍有关证券及证券市场的基本概念，介绍各主要证券产品的概念、性质和特征及其在证券市场中的作用，研究和分析证券市场的运行规律、以及证券市场监管等问题。本课程不仅偏重证券理论和知识的介绍，而且联系证券市场的实际运行状况进行课堂教学与实践教学的结合。

教学总进程课时安排

《证券市场概论》总课时为 54 学时，全课共八章，除第五章为 9 课时外，其余各章均为 6 课时，共计 51 学时，另有 3 课时安排讨论课或机动。

第一章 证券市场概述

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生了解和掌握证券、有价证券和证券市场等基本概念，了解证券市场的参与者和证券市场的产生和发展状况以及中国的证券市场。

本章重点：有价证券的概念、分类及其特征；证券市场的概念、特征、结构、地位和基本功能，货币市场和资本市场的区别。

学时分配：本章总课时为 6 课时

第一节 证券与证券市场

一、证券概述

主要包括证券的概念、票面要素、基本特征和分类

（一）证券

证券是指各类记载一定权利并代表一定权利的法律凭证，是证明持有人有权依其所持凭证记载的内容，取得应有的权益的法律凭证。

（二）证券的分类

证券因其性质不同分为凭证证券和有价证券。

凭证证券，又称无价证券，是指不能使持有人取得收入的证券。

有价证券是本课程的重点。

（三）证券的票面要素

第一，持有人；第二，标的物；第三，价值；第四，权利。

（四）证券的特征

一是法律特征。

二是书面特征。

二、有价证券

主要包括有价证券的定义、分类和特征

（一）有价证券的定义

有价证券是指标有票面金额，证明持有人有权按期取得一定收入并可以自由转让和买卖的所有权凭证或债权凭证。

有价证券是虚拟资本的一种形式。

（二）有价证券的分类

有价证券有广义与狭义之分。

广义的有价证券包括：

——商品证券

——货币证券

——资本证券

资本证券是有价证券的主要形式。狭义的有价证券仅指资本证券。

本课所讲的有价证券即是狭义的有价证券。

有价证券根据不同的标准还有不同的分类：

1. 按证券发行主体的不同，可分为：政府证券、金融证券和公司证券。
2. 按证券是否在证券交易所挂牌交易，可分为：上市证券和非上市证券。
3. 按证券收益是否固定，可分为：固定收益证券和变动收益证券。
4. 按证券发行地域和国家分类，有价证券可分为：国内证券和国际证券。
5. 按证券募集方式分类，有价证券可分为：公募证券和私募证券。
6. 按证券的经济性质分类，有价证券可分为：股票、债券和其他证券。

（三）有价证券的特征

1. 期限性。
2. 收益性。
3. 流动性。
4. 风险性。

三、证券市场

（一）证券市场的特征

- 一是证券市场是价值直接交换的场所；
- 二是证券市场是财产权利直接交换的场所；
- 三是证券市场是风险直接交换的场所。

证券市场与一般商品市场的区别：

- 一是交易对象不同。
- 二是交易目的不同。
- 三是交易对象的价格决定不同。
- 四是市场风险不同。

（二）证券市场的结构

证券市场的结构是指证券市场的构成及其各部分之间的量比关系。

证券市场的基本结构有以下几种：

1. 纵向结构（层次结构）

纵向结构是根据证券进入市场的先后顺序形成的结构关系。

据此证券市场分为：发行市场和交易市场。

2. 横向结构（品种结构）

横向结构是根据有价证券的品种形成的结构关系。

其构成有：股票市场、债券市场和基金市场等。

3. 交易场所结构

按交易活动是否在固定场所进行，证券市场分为：有形市场和无形市场。

（三）证券市场的地位

1. 金融市场体系概述

金融市场——是资金融通的市场，是以金融资产为交易对象而形成的供求关系的总和。

资金融通（融资）——是指在经济运行中，资金供求双方运用各种金融工具调节资金余缺的活动，是所有金融交易活动的总称。

资金融通简称融资，一般分为：直接融资和间接融资。

直接融资和间接融资的关系。

2. 金融市场的结构：

根据交易工具的期限，金融市场可以分为：货币市场和资本市场。

货币市场和资本市场又有各自不同的市场体系：

货币市场包括：短期信贷市场、同业拆借市场、回购协议市场、商业票据市场、银行承兑汇票

市场、短期政府债券市场和大面额可转让存单市场等。

资本市场包括：中长期信贷市场和证券市场。其中，中长期信贷市场是金融机构与工商企业之间的贷款市场；证券市场是通过证券的发行与交易进行融资的市场，包括：债券市场、股票市场、基金市场等。

3. 证券市场在金融市场体系中的地位和作用

（四）证券市场的基本功能

1. 筹资功能、
2. 定价功能、
3. 资本配置功能

第二节 证券市场参与者

一、证券发行人

证券发行人是指为筹措资金而发行债券、股票等证券的发行的主体。包括：

- （一）公司（企业）
- （二）政府及其机构
- （三）金融机构

二、证券投资人

证券投资者是通过证券进行投资各类机构法人和自然人。

- （一）机构投资者
- （二）个人投资者

三、证券市场中介机构

证券市场中介机构——是指为证券的发行与交易提供服务的各类机构。包括：

- （一）证券公司
- （二）证券服务机构

主要包括：证券登记结算公司、证券投资咨询公司、会计师事务所、资产评估机构、律师事务所、证券信用评级机构等。

四、自律性组织

自律性组织包括：证券交易所和证券行业协会。

五、证券监管机构

证券监管机构——在我国是指中国证券监督管理委员会及其派出机构。

第三节 证券市场的产生和发展

一、证券市场的产生

证券市场的产生原因有三点：

- (一) 证券市场的形成得益于社会化大生产和商品经济的发展
- (二) 证券市场的形成得益于股份公司的发展
- (三) 证券市场的形成得益于信用制度的发展

二、证券市场的发展进程

纵观证券市场的发展历史，其进程大致可分为五个阶段：

- (一) 萌芽阶段
- (二) 初步发展阶段
- (三) 停滞阶段
- (四) 恢复阶段
- (五) 加速发展阶段

三、国际证券市场发展现状

20 世纪 90 年代以来，在高新技术快速发展和经济全球化的背景下，各国（地区）的证券市场发生了一系列深刻而重要的变化。在有效推进金融自由化、加大金融业对外开放、国际金融竞争加剧以及随之而来的金融风险凸现的过程中，各国（地区）证券市场之间的联系更加密切，显示出证券市场的全球化趋势。

- (一) 投资证券化。
- (二) 投资者法人化
- (三) 金融创新深化
- (四) 金融机构混业化
- (五) 交易所公司化
- (六) 证券市场网络化。
- (七) 金融风险复杂化
- (八) 金融监管合作化

四、中国证券市场发展简述

- (一) 旧中国的证券市场
- (二) 新中国证券市场

五、中国证券市场的对外开放

证券市场对外开放大致需要经历三个阶段：

第一阶段，行政管制下的完全可控的对外开放，开放领域基本涉及市场的各个方面；

第二阶段，适度控制下的半开放状态，主要表现为外资进入市场的资格条件将逐渐由软约束向硬条件过渡；

第三阶段，则是国际惯例下的完全开放。

证券市场的国际化包括三个方面的内容：

- 一是证券筹资国际化；
- 二是证券投资的国际化；
- 三是证券商及证券业务的国际化。

我国证券市场的对外开放尚处于第一个阶段。开放主要围绕两个方面展开：

- (一) 在国际资本市场募集资金；

（二）逐步对外开放中国的资本市场

复习与思考题

什么是证券？什么是有价证券？广义有价证券和狭义有价证券的区别？有价证券是如何进行分类的？什么是虚拟资本？有价证券的特征有哪些？什么是证券市场？证券市场的特征有哪些？证券市场的结构如何？证券市场在金融市场中的地位如何？证券市场的基本功能有哪些？货币市场和资本市场有哪些区别？证券市场的参与者有哪些？简述证券市场发展的历史以及新中国的证券市场的发展状况。

第二章 股 票

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握股票的概念、性质、股票的类型以及股票的价值与价格；了解普通股和优先股的区别以及我国现行的股票类型。

本章重点是股票的概念、性质、股票的类型以及股票的价值与价格；普通股和优先股的区别。

学时分配：本章总课时为 6 课时

第一节 股票的特征与类型

一、股票概述

（一）股票的定义

股票是股份公司发行的、用以证明投资者的股东身份和权益、并据以获取股息和红利的凭证。股票一经发行，购买股票的投资者即成为公司的股东。

股票的实质：代表了股东对公司的所有权，股东对公司的分配权，股东对公司的管理权。

股票作为一种所有权凭证，都有固定的格式。

（二）股票的性质

1. 股票是有价证券
2. 股票是要式证券
3. 股票是证权证券
4. 股票是资本证券
5. 股票是综合权利证券

（三）股票的特征

1. 收益性
2. 风险性
3. 流动性
4. 永久性
5. 参与性

二、股票的类型

常见的股票类型有如下几种：

（一）普通股票和优先股票

股票按股东享有权利的不同，可以分为普通股票和优先股票。

（二）记名股票和不记名股票

股票按是否记载股东姓名，可以分为记名股票和不记名股票。

（三）有面额股票和无面额股票

股票按是否有票面金额，可以分为有面额股票和无面额股票。

第二节 股票的价值与价格

一、股票的价值

1. 票面价值
2. 账面价值
3. 清算价值
4. 内在价值

二、股票的价格

- (一) 股票的理论价格
- (二) 股票的市场价格

三、影响股票价格的因素

- (一) 公司经营状况
- (二) 宏观经济因素
- (三) 政治因素
- (四) 心理因素
- (五) 证券主管部门的政策与措施
- (六) 人为操纵因素

第三节 普通股与优先股

一、普通股

- (一) 普通股股东的权利
 1. 公司重大决策的参与权
 2. 公司盈余和剩余资产分配权
 3. 其他权利
- (二) 普通股股东的义务
 1. 遵守公司章程；
 2. 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；
 3. 除法律、法规规定的情形外，不得退股；
 4. 法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

二、优先股

- (一) 优先股的定义

优先股是指股东享有某些优先权利的股票。

对优先股的理解可以分为两方面：

与普通股相比：共同点：优先股作为一种股权证书，代表着对公司的所有权。

不同点：优先股股东不具普通股股东那样的基本权利：

因为其有些权利是优先的，则其有些权利是受到限制的。

与债券相比：相同点：优先股兼有债券的某些特点，它在发行时就确定了股息率。

优先股存在的现实意义：

首先，对公司而言：发行优先股可以筹集长期稳定的公司股本；因其股息率固定，可以减轻公司利润的分派负担；优先股股东无表决权，可以避免公司经营决策权的变化和分散。

其次，对投资者而言：由于优先股的股息收益稳定可靠，而且在财产清偿时也先于普通股，故其风险相对较小，是一种有特色的投资品种。

优先股的缺憾：在公司经营状况良好，获利很高时，优先股因股息率固定而相对较低。

优先股优先条件的确定：

一般由公司章程规定，具体规定的方面包括：

- 优先股分配股息的顺序和定额，
- 优先股分配公司剩余资产的顺序和定额，
- 优先股股东行使表决权的条件、顺序和限制，
- 优先股股东的权利和义务，
- 优先股股东转让股份的条件等。

（二）优先股的特征

1. 股息率固定
2. 股息分派优先
3. 剩余资产分配优先
4. 一般无表决权

优先股股东的权利是受限制的，这主要体现在表决权上。

- 普通股股东参与经营管理是通过参加股东大会并行使表决权而体现的；
- 优先股股东一般不享有参与公司经营管理的权利，也没有投票表决权；

只有在讨论涉及优先股股东权益的议案时，他们才能行使表决权。

（三）优先股的种类

优先股根据不同的附加条件有以下分类：

1. 累积优先股和非累积优先股

分类依据：股息在当年未能足额分派时，能否在以后年度补发。

累积优先股票是指历年股息累积发放的优先股。

非累积优先股票是指股息当年结清，不能累积发放的优先股票。

2. 参与优先股和非参与优先股

分类依据：在公司当年盈利较多时，除获得固定股息外，能否参与本期剩余盈利的分享。

参与优先股是指除了按规定分得本期固定股息外，还有权与普通股股东一起参与本期剩余盈利分配的优先股票。

参与优先股票又可以分为：全部参与优先股票和部分参与优先股票两种。前者是参与优先股票有权与普通股票一起等额分享本期的剩余盈利，其收益没有上限规定。在后者是参与优先股票有权在一定额度内与普通股票一起分享本期的剩余盈利，其收益有上限制约。

非参与优先股票是指除了按规定分得本期的固定股息外，无权再参与对本期剩余盈利分配的优先股票。

3. 可转换优先股和不可转换优先股

分类依据：是优先股在一定的条件下能否转换成其他品种。

可转换优先股是指发行后在一定条件下允许持有者将它转换成其他种类股票的优先股。

不可转换优先股是指发行后不允许其持有者将它转换成其他种类股票的优先股票。

4. 可赎回优先股和不可赎回优先股

分类依据：是在一定条件下优先股票能否由原发行公司出价赎回。

可赎回优先股是指在发行后一定时期可按特定的赎买价格由发行公司收回的优先股票。

不可赎回优先股票是指发行后根据规定不能赎回的优先股票。

5. 股息率可调整优先股和股息率固定优先股

分类依据：是股息率是否允许变动。

股息率可调整优先股是指股票发行后股息率可以根据情况按规定进行调整的优先股票。

股息率固定优先股是指发行后股息率不再变动的优先股票。

第四节 我国现行的股票类型

我国现行的股票按投资主体不同划分为：

一、国家股

国家股是指有权代表国家投资的部门或机构以国有资产向公司投资形成，包括公司现有国有资产折算成的股份。

国家股从资金来源上看，主要有三个方面：

第一，现有国有企业整体改组为股份公司时所拥有的净资产。

第二，有权代表国家投资的政府部门向新组建的股份公司的投资。

第三，经授权代表国家投资的投资公司、资产经营公司、经济实体性总公司等机构向新组建股份公司的投资。

对以国有资产折价入股的，应按国务院及国有资产管理部门的有关规定办理资产评估、确认、验证等手续。

在我国，国有资产管理部门是国有股权行政管理的专职机构，国有股权可由国家授权投资的机构持有。在国家授权投资的机构未明确前，应由国有资产管理部门持有或由国有资产管理部门代政府委托其他机构或部门持有。

对国有股权委托持有的，国有资产管理部门一般要与被委托单位办理委托手续，订立委托协议。

对国家授权投资的机构持有国有股权的，国有资产管理部门代授权方拟订有关协议。

国有股的股利收入由国有资产管理部门监督收缴，依法纳入国有资产经营预算，并根据国家有关规定安排使用。

国家股权可以转让，但转让应符合国家制定的有关规定。国有资产管理部门应考核、监督国有股持股单位正确行使权利和履行义务，维护国家股的权益。

根据 2003 年对国有资产管理体制改革的规定，我国各级国有资产管理体系的基本架构将由三个基本层面组成：

第一层面为行政监管机构，即国有资产管理委员会及其办事机构（国有资产管理办公室）；

第二层面为国有产权经营机构，即国资控股公司；

第三层面为国有生产经营机构，即有国资成份的企业。

第一层面的成员由政府任命，行使所有者权利，对第二层面实施所有者管理，对主要管理者任免、经营规则制定、重大事项处理等进行管理；第二层面作为第一层面的代理人，受托经营国有资本，控股、参股第三层面，按出资比例对第三层面行使股东权利；

第三层面从事具体生产经营活动。

二、法人股

法人股是指企业法人或具有法人资格的事业单位和社会团体以其依法可支配的资产投入公司形成的股份。

法人持股也是一种所有权关系,是法人经营自身财产的一种投资行为。法人股股票以法人记名。

国有企、事业单位以其依法占用的法人资产向其他股份公司出资形成或依法定程序取得的股份,则可称为国有法人股。国有法人股属于国有股权。

作为发起人的企业法人或具有法人资格的事业单位和社会团体,在认购股份时,可以用货币出资,也可以用:实物、工业产权、非专利技术、土地使用权作价出资。但对非货币资产,必须进行评估作价,核实财产,不得高估或者低估作价。

三、社会公众股

社会公众股是指社会公众依法以其拥有的财产投入公司时,形成的可上市流通的股份。

在社会募集方式情况下,股份公司发行的股份,除了由发起人认购一部分外,其余部分应该向社会公众公开发行。

我国《公司法》规定,社会募集发起设立的股份有限公司向社会公众发行的股份,不得少于公司股份总数的 25%。公司股本总额超过人民币 4 亿元的,向社会公开发行股份的比例为 15%以上。

四、外资股

外资股是指股份公司向外国和我国香港、澳门、台湾地区投资者发行的股票。这是我国吸收外资的一种方式。

外资股按上市的地域可以分为:

(一) 境内上市外资股 B 股

(二) 境外上市外资股

境外上市外资股主要包括 H 股、N 股、S 股等。

红筹股是指在中国境外注册、在香港上市,但主要业务在中国内地或大部分股东权益来自中国内地的股票。红筹股不属于外资股。

复习与思考题

什么是股票? 如何理解股票的性质? 股票是如何进行分类的? 股票的票面价值、帐面价值、清算价值及内在价值有什么区别? 股票的理论价格与市场价格的区别是什么?

普通股股东和优先股股东的权利和义务有什么不同?

第三章 债 券

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握债券的概念、特征、类型、偿还方式以及股票和债券的相同与差异；政府债券的定义和特征、国家债券与地方政府债券及其分类；金融债券和公司债券；国际债券的定义、特征、分类以及我国的国际债券等。

本章重点：债券的概念、特征、类型、偿还方式以及股票和债券的相同与差异；政府债券的定义和特征；国家债券与地方政府债券及其分类；金融债券和公司债券；国际债券的定义、特征、分类等。

学时分配：本章总课时为 6 课时

第一节 债券的特征与类型

一、债券的定义和特征

（一）债券的定义

债券是发行人依照法定程序发行，并约定在一定期限还本付息的有价证券。

债券的基本性质：

1. 债券属于有价证券
2. 债券是一种虚拟资本
3. 债券是债权的表现

（二）债券的票面要素

1. 债券的票面价值
2. 债券的偿还期限
3. 债券的票面利率
4. 发行人的名称

（三）债券的特征

1. 偿还性
2. 流动性
3. 安全性
4. 收益性

二、债券的分类

债券可以依据不同的标准进行分类。

（一）按发行主体分类，债券可以分为：

1. 政府债券
2. 金融债券
3. 公司债券

（二）按计息和付息方式分类，债券可以分为：

1. 单利债券
2. 附息债券（复利债券）
3. 贴现债券

4. 零息债券

5. 累进利率债券

（三）按利率是否固定分类，债券可以分为：

1. 固定利率债券

2. 浮动利率债券

（四）按债券形态分类，债券可以分为：

1. 实物债券

2. 凭证式债券

3. 记账式债券

三、债券的偿还方式

（一）到期偿还、期中偿还和展期偿还

（二）部分偿还和全额偿还

（三）定时偿还和随时偿还

（四）抽签偿还和买入注销

四、债券与股票的比较

（一）债券与股票的相同点

1. 两者都属于有价证券
2. 两者都是筹措资金的手段
3. 两者的收益率相互影响

（二）债券与股票的区别

1. 两者权利不同
2. 两者目的不同
3. 两者期限不同
4. 两者收益不同
5. 两者风险不同

第二节 政府债券

一、政府债券概述

（一）政府债券的定义

政府债券是国家为了筹措资金而向投资者出具的承诺在一定时期支付利息和到期偿还本金的债务凭证。

根据发行主体的不同，政府债券可以分为：中央政府债券和地方政府债券。

中央政府发行的债券也称国债。

（二）政府债券的性质

政府债券的性质可从两方面考察：从形式上看，政府债券是一种有价证券，具有债券的一般性质。政府债券本身有面额，投资者投资于政府债券可以取得利息，因此，政府债券具备了有价证券的一般特征。从功能上看，政府债券最初仅仅是政府弥补赤字的手段，但在现代商品经济条件下，政府债券已成为政府筹集资金、扩大公共事业开支的重要手段，并随金融市场的发展，逐渐具备了

金融商品和信用工具的职能，成为国家实施宏观经济政策、进行宏观调控的工具。

（三）政府债券的特征

1. 安全性高；
2. 流通性强；
3. 收益稳定；
4. 免税待遇

二、国家债券

国家债券是中央政府根据信用原则，以还本付息为前提而发行的债务凭证。国家债券简称国债。国债的发行量大、品种多，是债券市场上最主要的投资工具。

（一）国债的分类

1. 按偿还期限分类，国债可以分为：

——短期国债
——中期国债
——长期国债
——无期国债

2. 按资金用途分类

根据筹集资金的用途，国债可分为：

——赤字国债
——建设国债
——战争国债
——特种国债

3. 按流通与否分类

根据是否流通国债可以分为：

——流通国债
——非流通国债

4. 按发行本位分类

根据不同的发行本位，国债可以分为：

——实物国债
——货币国债

货币国债又可以进一步分为：

——本币国债
——外币国债

（二）我国的国债

新中国的国债发行分为两个阶段：

第一阶段：20 世纪 50 年代；

第二阶段：20 世纪 80 年以后。此后发行的国债品种主要有：

1. 国库券
2. 国家债券

国家重点建设债券。

（1）国家建设债券。

（2）财政债券。

- (3) 特种债券。
- (4) 保值债券。
- (5) 基本建设债券。
- (6) 特别国债。
- (7) 长期建设国债。

三、地方政府债券

(一) 地方政府债券的发行主体

地方政府债券的发行主体是：地方政府。

(二) 地方政府债券的分类

按资金用途和偿还资金来源分类，地方政府债券分为：

- 一般债券
- 专项债券

(三) 我国的地方政府债券

第三节 金融债券与公司债券

一、金融债券

(一) 金融债券的定义

金融债券是指银行及非银行金融机构依照法定程序发行并约定在一定期限内还本付息的有价证券。

(二) 金融债券的特征

1. 专用性；
2. 集中性；
3. 利率较高；
4. 流动性。

(三) 我国的金融债券

始于北洋政府时期，国民党时期也曾多次发行过金融债券。

新中国的金融债券发行始于 1982 年。

二、公司债券

(一) 公司债券的定义

公司债券是公司依照法定程序发行、约定在一定期限还本付息的有价证券。

(二) 公司债券的特征

1. 契约性
2. 优先性
3. 风险性

此外，部分债券还具有：通知偿还性和可转换性的特征。

(三) 公司债券的类型

1. 信用公司债
2. 不动产抵押公司债

3. 保证公司债
4. 收益公司债
5. 可转换公司债
6. 附新股认股权公司债

三、我国的企业债券

企业债券是指企业依照法定程序发行，约定在一定期限内还本付息的有价证券。

我国的《企业债券管理条例》，金融债券和外币债券不在此管理范围。

我国企业债券的发展大致经历了四个阶段：

- （一）萌芽期
- （二）发展期
- （三）整顿期
- （四）再度发展期

第四节 国际债券

一、国际债券概述

（一）国际债券的定义

国际债券是指一国借款人在国际证券市场上，以外国货币为面值，向外国投资者发行的债券。

国际债券的发行人：各国政府、政府所属机构、银行或其他金融机构、工商企业、国际组织等。

国际债券的投资者：银行或其他金融机构、各种基金、工商财团、自然人。

发行国际债券的目的：

- 第一，弥补一国的国际收支逆差；
- 第二，补充国内预算资金的不足；
- 第三，为大型和特大型工程建设筹集资金，并使其高度的风险得以分散；
- 第四，为某些国际组织筹资以支持其活动；
- 第五，为大型工商企业和跨国公司增加经营资本。

（二）国际债券的特征

1. 资金来源广、发行规模大
2. 存在汇率风险
3. 有国家主权保障
4. 以自由兑换货币作为计量货币

二、国际债券的分类

- （一）外国债券
- （二）欧洲债券
- （三）龙债券

三、我国的国际债券

- （一）政府债券
- （二）金融债券

（三）可转换公司债券

复习与思考题

什么是债券？债券有哪些特征？债券是如何分类的？债券的偿还方式有哪些？债券与股票的异同点有哪些？什么是政府债券？政府债券的特征有哪些？国家债券有哪些分类？金融债券和公司债券的概念和特征有何不同？什么是国际债券？其特征有哪些？如何分类？

第四章 证券投资基金

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握证券投资基金的概念、特点、作用及其与股票和债券的区别，债券投资基金的分类；证券投资基金的持有人、管理人和托管人及其相互之间的关系；证券投资基金的费用及其资产评估。

本章重点：证券投资基金的概念、特点、作用及其与股票和债券的区别，债券投资基金的分类；证券投资基金的持有人、管理人和托管人及其相互之间的关系；证券投资基金的费用及其资产评估。

学时分配：本章总课时为 6 课时

第一节 证券投资基金概述

一、证券投资基金

（一）证券投资基金的产生与发展

证券投资基金是指通过公开发售基金份额募集资金，由基金托管人托管，由基金管理人管理和运用资金，为基金份额持有人的利益，以资产组合方式进行证券投资活动的基金。

证券投资基金是一种大众化的信托投资工具，其名称在不同的国家有不同的称谓：

——美国称“共同基金”

——英国和中国香港称“单位信托基金”

——日本和中国台湾称“证券投资信托基金”。

基金的起源：基金最早起源于英国，是 18 世纪末、19 世纪初工业革命的产物。

（二）证券投资基金的特点

1. 集合投资

2. 分散风险

3. 专业理财

（三）证券投资基金的作用

1. 基金为中小投资者拓宽了投资渠道

2. 有利于证券市场的稳定和发展

3. 有利于证券市场的国际化

（四）证券投资基金与股票、债券的区别

1. 反映的经济关系不同

2. 筹集资金的投向不同

3. 风险水平不同

二、证券投资基金的分类

（一）按组织形式不同，基金分为：

契约型基金——又称单位信托基金，是把投资者、管理人、托管人三者作为基金的当事人，通过签订基金契约的形式发行受益凭证而设立的一种基金。

公司型基金——是按照《公司法》以公司形式组建的、具有独立法人资格并以营利为目的的基金公司。

公司型基金与股份公司在组织形式上类似。

1. 公司型基金与一般股份公司的既有相同之处，又有区别之处。

2. 契约型基金与公司型基金的区别之处：

（1）资金的性质不同。

（2）投资者的地位不同。

（3）基金的营运依据不同。

（二）按能否自由赎回和基金总额是否固定，基金可分为：

封闭式基金——是指事先核准发行总额，在封闭期内基金单位总数不变，基金上市后投资者可通过二级市场转让、买卖基金单位，但不得申请赎回的基金。

开放式基金——是指基金发行总额不固定，投资者可在基金合同约定的时间和场所申购或赎回的基金。

封闭式基金与开放式基金的区别：

（1）期限不同。

（2）规模限制不同。

（3）交易方式不同。

（4）交易价格计算标准不同。

（5）净资产公布时间不同。

（6）交易费用不同。

（7）投资策略不同。

（三）按投资标的划分，基金可分为：

1. 国债基金

2. 股票基金

3. 货币市场基金

4. 指数基金

5. 黄金基金

6. 衍生证券投资基金

（四）按投资目标划分，基金可分为：

1. 成长型基金

成长型基金又分为：稳健成长型基金和积极成长型基金。

收入型基金

收入型基金可分为：固定收入型基金和股票收入型基金。

3. 平衡型基金

第二节 证券投资基金当事人

一、证券投资基金持有人

基金持有人是指持有基金单位或基金股份的自然人和法人，即基金投资人。

（一）基金持有人的权利

基金持有人的基本权利包括：收益权、转让权、管理权（经营决策的参与权）。

不同类型的基金，持有人对投资决策的影响方式是不同的：

报在公司型基金中，基金持有人通过股东大会选举产生基金公司的董事会来行使对基金公司的重大事项的决策权。

在契约型基金中，基金持有人只能通过召开基金受益人大会对基金的重大事项作出决议，但对基金日常决策一般不能施加直接影响。

（二）基金持有人的义务

1. 遵守基金契约；
2. 缴纳基金认购款项及规定的费用；
3. 承担基金亏损或终止的有限责任；
4. 不从事任何有损基金及其他基金投资人合法权益的活动；
5. 在封闭式基金存续期间，不得要求赎回基金单位；
6. 在封闭式基金存续期间，交易行为和信息披露必须遵守法律、法规；
7. 法律、法规及基金契约规定的其他义务。

二、证券投资基金管理人

（一）基金管理人的概念

基金管理人负责基金发起设立与经营管理的专业性机构。

（二）基金管理人的资格

基金管理人的主要业务是发起设立基金和管理基金。

对基金管理人需具备的条件，各国家有不同的规定。

（三）基金管理人的职责

（四）基金管理人的更换条件

三、证券投资基金托管人

（一）基金托管人的概念

基金托管人，又称基金保管人，是依据基金运行中“管理与保管分开”的原则对基金管理人进行监督和保管基金资产的机构，是基金持有人权益的代表，通常由有实力的商业银行或信托投资公司担任。

（二）基金托管人的条件

（三）基金托管人的职责

（四）基金托管人的更换条件

四、证券投资基金当事人之间的关系

（一）持有人与管理人之间的关系

（二）管理人与托管人之间的关系

（三）持有人与托管人之间的关系

第三节 证券投资基金的费用与资产估值

一、证券投资基金的费用

（一）基金管理费

基金管理费是指从基金资产中提取的、支付给为基金提供专业化服务的基金管理人的费用，也就是管理人为管理和操作基金而收取的费用。

基金管理费的计算与支付。

不同的国家及不同种类的基金，其管理费率各不相同。

（二）基金托管费

基金托管费是指基金托管人为保管和处置基金资产向基金收取的费用。

基金托管费的计算与支付。

不同的国家及不同种类的基金，其托管费率各不相同。

（三）其他费用

二、证券投资基金资产估值

（一）基金资产净值

基金资产总值是指基金所拥有的各类证券的价值、银行存款本息、基金应收的申购基金款以及其他投资所形成的价值总和。

基金单位资产净值是指每份基金份额实际代表的价值。

基金份额资产净值 = (基金资产总值 - 基金总负债) / 已售出的基金份额总数

基金资产净值是衡量一个基金经营好坏的主要指标，也是基金份额交易价格的内在价值和计算依据。

一般情况下，基金份额价格与资产净值趋于一致，即资产净值增长，基金价格也随之提高。尤其是开放式基金，其基金份额的申购或赎回价格都直接按基金份额资产净值来计价。封闭式基金在证券交易所上市，其价格除取决于基金份额资产净值外，还受到市场供求状况、经济形势、政治环境等多种因素的影响，所以其价格与资产净值常发生偏离。

（二）基金资产的估值

基金资产的估值是指计算、评估基金资产和负债的价值，以确定基金资产净值和基金份额净值的过程。

1. 估值的目的

基金资产估值的目的是客观、准确地反映基金资产的价值。

2. 估值对象

估值对象为基金依法拥有的各类资产。

3. 估值日的确定

基金管理人应于每个交易日当天对基金资产进行估值。

4. 估值暂停

基金管理人虽然必须按规定对基金净资产进行估值，但遇特殊情况时有权暂停估值。

5. 估值方法

第四节 证券投资基金的收益风险与信息披露

一、证券投资基金的收益

（一）证券投资基金的收益构成

证券基金的收益是基金资产在运作过程中所产生的超过本金部分的价值。

基金收益的来源：利息、股息、红利、资本利得等。

基金收益的构成：（1）基金投资所得红利、股息、债券利息；

（2）买卖证券价差；

（3）存款利息；

(4) 法律、法规及基金契约规定的其他收入。

因运用基金资产带来的成本或费用的节约计入收益。

基金净收益为基金收益扣除按照有关规定可以在基金收益扣除费用后的余额。

(二) 证券投资基金的收益分配

证券投资基金的投资收益扣除费用后的利润将分配给受益人。

基金分配通常有两种方式：

一是分配现金，这是最普遍的分配方式；

二是分配基金单位，即将应分配的净收益折为等额的新的基金份额送给受益人。

我国法规规定基金收益分配的原则。

二、证券投资基金的投资风险

证券投资基金是一种集中资金、专家管理、分散投资、降低风险的投资工具，但投资者投资于基金仍有可能面临风险。

证券投资基金投资存在的风险主要有：

(一) 市场风险

(二) 管理风险

(三) 技术风险

(四) 巨额赎回风险

(五) 其他风险

三、基金的信息披露

为了加强对基金投资运作的监管，提高基金运作的透明度，保障基金持有人合法权益，基金必须履行严格的信息披露义务。

我国《基金法》规定，基金管理人、基金托管人和其他基金信息披露义务人应当依法披露基金信息，并保证所披露信息的真实性、准确性和完整性。

公开披露的基金信息及信息披露的禁止性行为。

第五节 证券投资基金的投资

一、证券投资基金的投资范围

证券投资基金的投资范围：为股票、债券等金融工具，在我国目前主要投资于国内依法公开发行上市的股票和国债、企业债券、金融债券等。

二、证券投资基金的投资限制

对基金投资进行限制的主要目的：

一是引导基金分散投资，降低风险；

二是避免基金操纵市场；

三是发挥基金引导市场的积极作用。

我国《基金法》规定的基金投资的禁止性行为。

复习与思考题

什么是证券投资基金？其特点与作用如何？其与股票和债券有何区别？证券投资基金如何分类？证券投资基金的持有人、管理人和托管人及其相互之间的关系如何？证券投资基金的费用包括哪些其资产如何评估？

第五章 金融衍生工具

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握金融衍生工具的概念、特征及分类；金融衍生工具产生和发展的原因及其新发展；金融期货的定义、基本特征、其特有性质和交易的特有性质，金融期货的种类、主要品种和交易规则，金融期货的套期保值功能和价格发现功能，金融期货的主要交易制度，金融期货的理论价格及影响价格的主要因素；金融期权的定义和特征、主要种类、主要功能，金融期权的价格；可转换证券的定义和特征、可转换证券的要素、其转换价值和价格；存托凭证、交易所交易基金、认股权证及备兑凭证等其它衍生工具。

本章重点：金融衍生工具的概念、特征及分类；金融期货的定义、基本特征、其特有性质和交易的特有性质，金融期货的种类、主要品种和交易规则，金融期货的套期保值功能和价格发现功能，金融期货的主要交易制度，金融期货的理论价格及影响价格的主要因素；金融期权的定义和特征、主要种类、主要功能，金融期权的价格；可转换证券的定义和特征、可转换证券的要素、其转换价值和价格。

学时分配：本章总课时为 9 课时

第一节 金融衍生工具概述

一、金融衍生工具的概念和特征

（一）金融衍生工具的概念

金融衍生工具，又称金融衍生产品，是与基础金融产品相对应的一个概念，指建立在基础产品或基础变量之上、其价格取决于后者价格（或数值）变动的派生金融产品。

这里的基础产品是一个相对的概念，不仅包括：现货金融产品（如债券、股票、银行定期存单等），也包括：金融衍生产品。这里的基础变量：则包括：利率、各类价格指数、甚至天气（温度）指数等。

20 世 70、80 年代全球金融创新浪潮使新的衍生工具不断推出，对金融市场运行、管理以及金融理论的发展产生了巨大的推动作用。

（二）金融衍生工具的基本特征

1. 跨期交易
2. 杠杆效应
3. 不确定性和高风险
4. 套期保值和投机套利共存

二、金融衍生工具的分类

根据不同的标准，金融衍生工具有不同的分类：

（一）按照基础工具种类分类

从基础工具角度分类，金融衍生工具可以划分为：

1. 股权式衍生工具——是指以股票或股票指数为基础工具的金融衍生工具，主要包括：
——股票期货、
——股票期权、
——股票指数期货、

- 股票指数期权、
- 以及上述合约的混合交易合约。

2. 货币衍生工具——是指以各种货币作为基础工具的金融衍生工具，主要包括：

- 远期外汇合约、
- 货币期货、
- 货币期权、
- 货币互换、
- 以及上述合约的混合交易合约。

3. 利率衍生工具——是指以利率或利率的载体为基础工具的金融衍生工具，主要包括：

- 远期利率协议、
- 利率期货、
- 利率期权、
- 利率互换、
- 以及上述合约的混合交易合约。

（二）按照衍生工具的风险—收益特性分类

从风险—收益关系角度分类，金融衍生工具可以划分为：

1. 风险收益对称型——是交易双方都负有在将来某一日期按一定条件进行交易的义务。属于这一类的有：

- 远期合约、
- 期货合约、
- 互换合约。

2. 风险收益不对称型——是交易双方中合约购买方有权选择是否履行合约。

属于这一类的有：

- 期权合约、
- 认股权证、
- 可转换证券等。

（三）按照金融衍生工具交易的方法及特点分类

从其自身交易的方法和特点分类，金融衍生工具可以分为：

1. 金融远期合约——是指合约双方同意在未来日期按照固定价格买卖基础金融资产的合约。

金融远期合约规定了将来交割的资产、交割的日期、交割的价格和数量，合约条款根据双方需求协商确定。

金融远期合约主要包括：

- 远期利率协议、
- 远期外汇合约、
- 远期股票合约。

2. 金融期货——是指买卖双方在有组织的交易所内以公开竞价的形式达成的，在将来某一特定时间交收标准数量特定金融工具的协议。

主要包括：

- 货币期货、
- 利率期货、
- 股票指数期货、
- 股票期货。

3. 金融期权——是指合约买方向卖方支付一定费用（称为期权费或期权价格），在约定日期内（或约定日期）享有按事先确定的价格向合约卖方买卖某种金融工具的权力的契约。

包括两大类：——现货期权

——期货期权

4. 金融互换——是指两个或两个以上的当事人按共同商定的条件，在约定的时间内定期交换现金流的金融交易。主要有两类：

——货币互换

——利率互换

三、金融衍生工具的产生与发展趋势

（一）金融衍生工具的产生和发展

1. 金融衍生工具产生的最基本原因是避险
2. 20 世纪 80 年代以来的金融自由化进一步推动了金融衍生工具的发展
3. 金融机构的利润驱动是金融衍生工具产生和迅速发展的又一重要原因
4. 新技术革命为金融衍生工具的产生与发展提供了物质基础与手段

（二）金融衍生工具的新发展

金融工具创新的成果是极为丰富的，从其功能来讲，可以分为：

——风险管理型创新、

——增强流动型创新、

——信用创造型创新、

——股权创造型创新。

第二节 金融期货

一、金融期货的定义和特征

（一）金融期货的定义

金融期货是期货交易的一种。

期货交易——是指交易双方在集中性的市场以公开竞价方式所进行的期货合约的交易。

期货合约——则是由交易双方订立的、约定在未来某日期按成交时约定的价格交割一定数量的某种商品的标准化协议。

（二）金融期货的基本特征

与金融现货交易相比金融期货的基本特征如下：

1. 交易对象不同
2. 交易目的不同
3. 交易价格的含义不同
4. 交易方式不同
5. 结算方式不同

二、金融期货的种类

金融期货从基础工具来划分，主要有四种类型：

（一）外汇期货

- (二) 利率期货
- (三) 股票价格指数期货
- (四) 股票期货

三、金融期货的基本功能

- (一) 套期保值功能

套期保值——是指通过在现货市场与期货市场建立相反的头寸，从而锁定未来现金流的行为。

- 1. 套期保值原理
- 2. 套期保值的基本做法
- (二) 价格发现功能
- (三) 投机功能
- (四) 套利功能

四、金融期货的主要交易制度

金融期货交易有一定的交易规则，这些规则是期货交易正常进行的制度保证，也是期货市场运行机制的外在体现。

- (一) 集中交易制度
- (二) 标准化的期货合约和对冲机制
- (三) 保证金及其杠杆作用
- (四) 结算所和无负债结算制度
- (五) 限仓制度
- (六) 大户报告制度

五、金融期货的理论价格及其影响因素

- (一) 金融期货的理论价格
- (二) 影响金融期货价格的主要因素
- 1. 现货价格
- 2. 预期收益率或贴现率
- 3. 时间长短
- 4. 现货金融工具的付息情况
- 5. 交割选择权

第三节 金融期权

一、金融期权的定义和特征

- (一) 金融期权的定义

期权又称选择权是指其持有者可在规定期限内，按双方商定的价格购买或出售一定数量的某种特定商品的权利。

期权交易就是对这种选择权的买卖。

金融期权是指以金融商品或金融期货合约为基础产品的期权交易形式。体地说，其购买者在向

出售者支付一定费用后，就获得了在规定期限内以某一特定价格向出售者买进或卖出一定数量的某种金融商品或金融期货合约的权利。

期权交易实际上是一种权利的单方面有偿让渡。

期权的买方以支付一定数量的期权费为代价而拥有了这种权利，但不承担必须买进或卖出的义务；期权的卖方则在收取了一定数量的期权费后，在一定期限内必须无条件服从买方的选择并履行成交时的允诺。

（二）金融期权的特征

与金融期货相比，金融期权的主要特征：在于它仅是买卖权利的交流。

期权的买方在支付了期权费后，就获得了期权合约所赋予的权利，即：在期权合约规定的时间内，以事先确定的价格向期权的卖方买进或卖出某种金融商品期货合约，但并没有必须履行该期权合约的义务。即：期权的买方可以选择行使他所拥有的权利。

期权的卖方在收取期权费后，就承担着在规定时间内履行该期权合约的义务，即：当期权的买方选择行使权利时，卖方必须无条件地履行合约规定的义务，而没有选择的权利。

（三）金融期货与金融期权的区别

1. 基础资产不同
2. 交易者权利与义务的对称性不同
3. 履约保证不同
4. 现金流转不同
5. 盈亏的特点不同
6. 套期保值的作用与效果不同

二、金融期权的主要种类

根据不同的标准，可以对金融期权进行不同的分类：

（一）根据选择权的性质划分，金融期权可分为：

- 买入期权
- 卖出期权

（二）按照合约所规定的履约时间的不同，金融期权可分为：

- 欧式期权
- 美式期权
- 修正的美式期权

（三）按照金融期权基础资产性质的不同，金融期权可以分为：

1. 股票期权
2. 股票指数期权
3. 利率期权
4. 货币期权
5. 金融期货合约期权
6. 奇异型期权

三、金融期权的基本功能

金融期权与金融期货的功能相似。从一定意义上说，金融期权是金融期货功能的延伸和发展，具有与金融期货相同的套期保值和发现价格的功能，是一种控制风险的有效工具。

四、金融期权的理论价格及其影响因素

- (一) 内在价值
- (二) 时间价值
- (三) 影响期权价格的主要因素
 - 1. 协定价格与市场价格
 - 2. 权利期间
 - 3. 利率
 - 4. 基础资产价格的波动性
 - 5. 基础资产的收益

第四节 可转换证券

一、可转换证券的定义和特征

(一) 可转换证券的定义

可转换证券是指持有者可以在一定时期内,按一定比例或价格将其转换成一定数量的另一种证券的证券。

可转换证券实质上是一种普通股票的看涨期权。

根据发行证券的性质,可转换证券分为:

- 可转换债券
- 可转换优先股票

(二) 可转换证券的特征

- 1. 可转换证券是一种附有转股权的债券
- 2. 可转换证券具有双重选择权的特征

二、可转换证券的要素

- (一) 有效期限和转换期限
- (二) 票面利率或股息率
- (三) 转换比例或转换价格
- (四) 赎回条款与回售条款
- (五) 转换价格的修正条款

三、可转换证券的价值和价格

(一) 可转换证券的转换价值

转换价值——是可转换证券在实际转换时,按转换成普通股的市场价格计算的价值。

转换价值等于每股市价乘以转换比例。

因为,可转换债券在普通股票价格上涨时转换较为有利,所以它的转换价值与所转换的股票价格有关,股票价格越高,转换价值越大。

(二) 可转换证券的理论价值

- 1. 投资价值
- 2. 理论价值

（三）可转换证券的市场价格

可转换证券的市场价格就是二级市场的挂牌价格，它以理论价值为基础并受供求关系的影响。在可转换债券到期以前，只要投资者对所转换股票的价格看涨，可转换债券的市场价格就会高于它的转换价值。从理论上说，当市场价格等于转换价值时，称为转换平价；当市场价格高于转换价值时，称为转换升水；当市场价格低于转换价值时，称为转换贴水。

可转换债券的市场价格与转换价值和理论价值之间的关系：可转换债券的市场价格应高于转换价值，否则投资者可以立即购买可转换债券，并将其转换成普通股票卖出就可获利。

可转换债券的市场价格也应高于其理论价值，否则有被低估的问题。

可见，可转换债券的市场价格至少应等于两者中的较高者。

第五节 其他衍生工具简介

一、存托凭证

（一）存托凭证的定义

存托凭证是指在一国证券市场流通的代表外国公司有价证券的可转让凭证。

存托凭证一般代表外国公司股票，有时也代表外国债券。

存托凭证首先由 J. P. 摩根首创。在美国存托凭证后，各国相继推出了本国的存托凭证。

（二）美国存托凭证的有关业务机构

1. 存券银行

存券银行作为 ADR 的发行人和市场中介，为 ADR 的投资者提供服务，包括：

首先，作为 ADR 发行人，存券银行在 ADR 基础证券的发行国安排托管银行，当基础证券被解入托管账户后，立即向投资者发出 ADR；当 ADR 被取消时，指令托管银行把基础证券重新投入当地市场。

其次，在 ADR 交易过程中，存券银行的工作包括：

- 负责 ADR 的注册和过户，
- 安排 ADR 在存券信托公司的保管和清算，
- 及时通知托管银行变更股东或债券持有人的登记资料，
- 并与经纪人保持经常联系，保证 ADR 交易的顺利进行。
- 向 ADR 的持有者派发美元红利或利息，
- 代理 ADR 持有者行使投票权等股东权益。

最后，为 ADR 持有者和基础证券发行人提供信息和咨询服务：

作为 ADR 持有者、发行公司的代理者和咨询者，存券银行的工作包括：

- 一是向 ADR 持有者提供基础证券发行人及 ADR 的市场信息，解答投资者的询问；
- 二是向基础证券发行人提供 ADR 持有者及 ADR 市场信息，帮助发行人建立和改进 ADR 计划，特别是提供法律、会计、审计等方面的咨询和代理服务；
- 三是协调 ADR 持有者和发行公司的一切事宜，并确保发行公司符合法律要求。

2. 托管银行

托管银行是由存券银行在基础证券发行国安排的银行，它通常是存券银行在当地的分行、附属行或代理行。托管银行的工作：

- 负责保管 ADR 所代表的基础证券；
- 根据存券银行的指令领取红利或利息，用于再投资或汇回 ADR 发行国；

——向存券银行提供当地市场信息。

3. 中央存托公司

中央存托公司是美国的证券中央保管和清算机构，负责 ADR 的保管和清算。

美国证券中央保管和清算机构的成员：

——主要是金融机构，如：证券经纪公司、自营商、银行、信托投资公司、清算公司等，

——其他机构和个人，可以通过与以上成员建立托管或清算代理 关系间接地参加证券中央保管和清算机构。

（三）美国存托凭证的种类

按照基础证券发行人是否参与存托凭证的发行，存托凭证可分为：

1. 无担保的 ADR

无担保的 ADR 由一家或多家银行根据市场的需求发行，基础证券发行人不参与，存券协议只规定存券银行与 ADR 持有者之间的权利和义务关系。无担保的 ADR 目前不存在。

2. 有担保的 ADR

有担保的 ADR 由基础证券发行人的承销商委托一家存券银行发行。

承销商、存券银行和托管银行三方签署存券协议。

采用有担保的 ADR，发行公司可以自由选择存券银行。

有担保的 ADR 分为：一级公开募集 ADR、

二级公开募集 ADR、

三级公开募集 ADR、

美国 144A 规则下的私募 ADR。

这四种有担保的 ADR 各有其不同的特点和运作惯例，美国的法律也对其有不同的要求。

一般，ADR 的级别越高，所反映的美国证券交易委员会（SEC）登记要求也越高，对投资者的吸引力就越大。

（四）存托凭证的优点

1. 市场容量大、筹资能力强

2. 上市手续简单、发行成本低

3. 避开直接发行股票与债券的法律要求。

（五）美国存托凭证的发行与交易

1. 美国存托凭证（ADR）的发行

2. 美国存托凭证（ADR）的交易

（六）存托凭证在中国的发展

1. 我国公司发行的存托凭证

2. 我国公司发行存托凭证的阶段和行业特征

二、交易所交易基金

（一）交易所交易基金的定义、产生和性质

1. 交易所交易基金的定义

从广义上说，交易所交易基金（Exchange Traded Funds，以下简称 ETF）包括所有在有组织的交易所交易的基金，但通常所说的 ETF 专指可以在交易所上市交易的开放式基金，因此，有些人也将其称为 LOF（Listed Open — end Fund）。

ETF 以复制和追踪某一市场指数为目标，通过充分分散化的投资策略降低非系统风险，通过消极管理方式最大限度降低交易成本以取得市场平均收益水平的一种金融衍生产品。

2. ETF 的产生

ETF 出现于 20 世纪 90 年代初期。

3. ETF 的性质

ETF 最初的产生是金融中介机构为大的机构投资者提供对冲投资工具而创设的新产品。ETF 都是以某一特定股价指数为基准指数，以一揽子特定价值的股票组合为基础而设立起来的。它既与某一市场基准指数相联系，又与开放式基金、封闭式基金相联系，是一种取众基金之长、去众基金之短的混合型基金新产品。

（二）ETF 的分类

1. 按照跟踪指数分类：

按照 ETF 是否跟踪特定的指数，可将其划分为：

——指数型 ETF

——包裹型 ETF

2. 按照组织结构分类

按照美国 SEC 的规定，ETF 的组织结构可以分为：

——单位投资信托型

——管理型投资公司

（三）ETF 的运行

1. 参与主体

2. 基础指数选择及模拟

3. 构造单位的分割

4. 构造单位的申购与赎回

（四）ETF 的特征

ETF 是在指数基金、开放基金、封闭式基金基础上发展起来的一种衍生产品，它既具有指数基金、开放式基金、封闭式基金的基本特征，又具有自身的特征，这种特征体现在与上述三种基金的区别上。

1. ETF 与指数基金、开放式基金的区别

2. ETF 与封闭式基金的区别

（五）ETF 的优势

1. 日内交易与二级市场的高流动性

2. 价格与净值偏离较小

3. 税收高效性

4. 成本分配公平性，保护继续持有者利益

5. 管理费用较低

6. 具有较高透明度

三、认股权证

（一）认股权证的定义

认股权证——全称是股票认购授权证，它由上市公司发行，给予持有权证的投资者在未来某个时间或某一段时间以事先确认的价格购买一定数量该公司股票的权利。

认股权证实质上是一种股票的长期看涨期权。通常，认股权证与债券或优先股共同发行，20 世纪 80 年代以来，还出现了与普通股共同发行的情形。

（二）认股权证的要素

1. 认股数量

2. 认股价格

3. 认股期限

(三) 认股权证的发行方式

——共同发行

——单独发行

(四) 认股权证的交易

——认股权证的交易地点

——认股权证的交易方式

——认股权证的交易价格

行使价——是指以认股权证换取普通股的成本价。

其公式为：

行使价 = $\frac{(\text{认股权证的市价} \times \text{每手认股权证的数目})}{\text{每手认股权证可换的普通股数目}}$ + 认股价

每手认股权证可换的普通股数目

(五) 认股权证的价值

1. 内在价值

认股权证的内在价值——是指持有认股权证的潜在收益，它与发行人的普通股票价格与认股权证的认购价格之间的差价相关。

公式为： $V = (P - E) \cdot N$

式中：V——认股权证的内在价值； P——普通股的市场价格；

E——认股权证的每股普通股的认购价格；

N——换股比例，即每张认股权证可购买的普通股票数。

由上式可见，影响认股权证价值的因素主要有：

(1) 普通股的市价

(2) 剩余有效期间

(3) 换股比例

(4) 认股价格

2. 投机价值

从认股权证内在价值的决定看：

——如果普通股的市价高于认股价格，则认股权证的内在价值就大于或等于零；

——如果普通股的市价等于认股价格，则认股权证的内在价值就等于零；

——如果普通股的市价低于认股价格，则认股权证的内在价值小于零，但其市场价格仍可能大于零，因为认股权证本身还有投机价值。

这就是说，普通股的市价低于认股价格的现象只是暂时的，只要认股权证没有到期，普通股的价格就仍有超越认股价格的机会，其内在价值就会大于零。

另外，认股权证也有杠杆作用，即认股权证价值的变化幅度大于股价的涨跌幅度，这也是其投机价值的一种表现。

复习与思考题

什么是金融衍生工具？其特征及分类如何？什么是金融期货？其基本特征、特有性质和交易的特有性质有哪些？金融期货的种类、主要品种和交易规则有哪些？金融期货的功能有哪些？金融期货的主要交易制度有哪些？金融期货的理论价格及影响价格的主要因素有哪些？什么是金融期

权？其特征、主要种类、主要功能有哪些？金融期权的价格形式及其决定因素是什么？什么是可转换证券？其特征、要素有哪些？其转换价值和价格的表现形式有哪些？什么是存托凭证、交易所交易基金、认股权证及备兑凭证？

第六章 证券市场运行

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握证券发行市场和证券交易市场的概念、特征、功能及市场结构；股票价格平均数及其计算方法，股票价格指数及其编制步骤和计算方法，我国主要的股票价格指数及国际主要股票价格指数，股票价格指数的功能及影响股指波动的因素；证券投资的收益、证券投资的风险、证券投资收益与风险之间的关系。

本章重点：证券发行市场和证券交易市场的概念、特征、功能及市场结构；股票价格平均数及其计算方法，股票价格指数及其编制步骤和计算方法，我国主要的股票价格指数及国际主要股票价格指数，股票价格指数的功能及影响股指波动的因素；证券投资的收益、证券投资的风险、证券投资收益与风险之间的关系。

学时分配：本章总课时为 9 课时

第一节 发行市场和交易市场

一、证券发行市场

（一）证券发行市场的含义

证券发行市场——是发行人向投资者出售证券的市场。

发行市场一般无固定场所，是一个无形市场。

发行市场的作用有三个方面：

1. 为资金需求者提供筹措资金的渠道
2. 为资金所有者提供投资机会，实现储蓄向投资的转化
3. 形成资金流动的收益导向机制，促进资源配置的不断优化

（二）证券发行市场的参与者

1. 证券发行人——是资金的需求者和证券的供应者。
2. 证券投资者——是资金的供应者和证券的需求者。
3. 证券中介机构——则是联系发行人和投资者的专业性中介服务组织。

在证券发行市场上，中介机构主要包括：

——证券公司、——会计审计机构、
——律师事务所、——资产评估事务所等

（三）证券发行与承销制度

1. 证券发行制度

（1）注册制

（2）核准制

我国的股票发行审核制度：

2. 证券发行方式

（1）股票发行方式

（2）债券发行方式

3. 证券承销方式

发行人推销证券的方法有两种：

一是自己销售称为自销；

二是委托他人代为销售，称为承销。

一般情况下，股票发行以承销为主。

承销——是将证券销售业务委托给专门的股票承销机构销售。

按照发行风险的承担、所筹资金的划拨以及手续费高低等因素划分，承销方式分为两种：

（1）包销——是指承销商将拟发行的证券按照协议全部购入或者在承销期结束时将售后剩余证券全部自行购入的承销方式。

包销又可分为：全额包销和余额包销

（2）代销——是指证券公司代发行人发售证券，在承销期结束时，将未售出的证券全部退还给发行人的承销方式。

二、证券交易市场

（一）证券交易所市场

1. 证券交易所的定义、特征与功能

（1）定义。证券交易所是证券买卖双方公开交易的场所，是一个高度组织化、集中进行证券交易的市场，是整个证券市场的核心。

（2）证券交易所的特征：

（3）证券交易所的功能

2. 证券交易所的组织形式

——公司制的证券交易所

——会员制的证券交易所

我国的上海证券交易所和深圳证券交易所。

3. 证券上市制度

证券上市是指已公开发行的证券经交易所批准在交易所内公开挂牌买卖，又称交易上市。

公司上市资格的终止或摘牌。

4. 证券交易所的运作系统

——交易系统。

——结算系统。

——信息系统。

——监察系统。

5. 交易原则和交易规则

6. 证券交易所的职能

（二）其他交易市场

1. 场外交易市场的定义和特征

场外交易市场——是在证券交易所以外的证券交易市场的总称。

场外交易市场有以下特征。

2. 场外交易市场的功能

3. 代办股份转让市场

我国的代办股份转让市场是经国务院同意，由中国证券业协会建立的为退市公司社会公众持有的股份提供代办转让股份服务的场所。该市场又称三板市场。

第二节 股票价格指数

一、股价平均数和股价指数

（一）股票价格平均数

股价平均数——是用来度量所有样本股经调整后的价格水平的平均值，有三种形式：

1. 简单算术股价平均数

简单算术股价平均数——是以样本股每日收盘价之和除以样本数。

其公式：

$$\bar{P} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n P_i$$

式中： $\bar{P}$ ——平均股价； P_i ——各样本股收盘价；

n ——样本股票种类数。

2. 加权股价平均数

加权股价平均数——又称加权平均股价，是将各样本股票的发行量或成交量作为权数，以计算出股价的平均数。

其公式为：

$$\bar{P} = \frac{\sum_{i=1}^N P_i \times W_i}{\sum_{i=1}^N W_i}$$

式中： W_i ——样本股的发行量或成交量；

——以样本股成交量为权数的加权平均股价可表示为：

加权平均股价 = 样本股成交总额 / 同期样本股成交总量

计算结果为平均成交价格。

——以样本股发行量为权数的加权平均股价可表示为：

加权平均股价 = 样本股市价总额 / 同期样本股发行总量

计算结果为平均市场价格。

3. 修正股价平均数

修正股价平均数——是在简单算术平均数法的基础上，在发生拆股、增资配股时，通过变动除数，使股价平均数不受影响。

修正除数的计算公式为：

新除数 = 股份变动后的总价格 / 股份变动前的平均数

修正股价平均数 = 股份变动后的总价格 / 新除数

目前，道·琼斯的股价平均数，就是采用“修正平均股价法”来计算股价平均数的，每当股票分割、分红送股或增资配股数超过原股份的 10% 时，就对除数作相应的修正。

（二）股票价格指数

股票价格指数是将计算期股价与某一基期股价相比较的相对指数，用以反映市场股票价格的相对水平。

1. 股票价格指数的编制步骤

- (1) 选择样本股。
- (2) 选定基期、计算基期平均股价或市值。
- (3) 计算期平均股价或市值的计算，及必要的修正。
- (4) 指数化。

2. 股票价格指数的编制方法

- (1) 股价指数的编制方法有两类：

简单算术股价指数又分为：

- ①相对法——是先计算各样本股的个别指数，再加总计算算术平均数。

假设：股价指数为：P\；

基期第 i 种股票价格为：P_{0i}，

计算期第 i 种股票价格为：P_{1i}，

样本数为 N。

$$P' = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{P_{1i}}{P_{0i}} \times GDCS$$

公式为：

GDCS——固定乘数

- ②综合法——是将样本股票基期价格和计算期价格分别加总，然后再求出股价指数。

公式为：

$$P' = \frac{\sum_{i=1}^N P_{1i}}{\sum_{i=1}^N P_{0i}} \times GDCS$$

GDCS——固定乘数

- (2) 加权股价指数是以样本股票发行量或成交量为权数加以计算，又分为：

- ①基期加权股价指数——又称拉斯贝尔加权指数（Laspeyre Index），采用基期发行量或成交量作为权数。

公式为：

$$P' = \frac{\sum_{i=1}^n P_{1i} Q_{0i}}{\sum_{i=1}^n P_{0i} Q_{0i}} \times GDCS$$

GDCS——固定乘数

式中：Q_{0i}——第 i 种股票的基期发行量或成交量。

- ②计算期加权股价指数——又称派氏加权指数（Paasche Index），采用计算期发行量或成交量作为权数。

其适用性较强，使用较广泛，很多著名的股价指数，都使用这一方法。

如标准普尔指数等。

公式为：

$$P' = \frac{\sum_{i=1}^n P_{1i} Q_{1i}}{\sum_{i=1}^n P_{0i} Q_{1i}} \times GDCS$$

GDCS——固定乘数

式中：Q_{1i}——计算期第 i 种股票的发行量或成交量。

③几何加权股价指数——又称费雪理想式（Fisher, S Index Formula），是对两种指数作几何平均，由于计算复杂，很少被实际应用。

公式为：

$$P' = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N P_{1i} Q_{0i}}{\sum_{i=1}^N P_{0i} Q_{0i}} \times \frac{\sum_{i=1}^N P_{1i} Q_{1i}}{\sum_{i=1}^N P_{0i} Q_{1i}}} \times GDCS$$

GDCS——固定乘数

二、我国主要的证券价格指数

（一）我国主要股票价格指数

1. 上证综合指数
2. 深证综合指数
3. 上证成份股指数
4. 上证 50 指数
5. 深证成份股指数
6. 深证 100 指数
7. 沪深 300 指数
8. 恒生指数
9. 台湾证券交易所发行量加权股价指数

（二）我国的债券指数

1. 上证国债指数
2. 深市企业债指数
3. 中国债券指数

（三）我国的基金指数

——上证基金指数；

——深证基金指数；

基金指数的计算方法、修正方法；

——老基金指数。

三、国际主要股票市场及其价格指数

（一）道—琼斯工业股价平均数

（二）金融时报证券交易所指数（FTSE100 指数）

（三）日经 225 股价指数

（四）NASDAQ 市场及其指数

第三节 证券投资的收益与风险

一、证券投资收益

（一）股票收益

股票投资收益——是指从购入股票开始到出售股票为止的整个持有期间的收入。

其构成包括股息收入、资本利得和公积金转赠收益。

1. 股息

股息是指股票持有者依据所持股票从公司分取的盈利。

优先股按照规定的固定股息率优先取得固定股息；

普通股则根据余下的利润分取股息。

股息与红利有区别。

股息的来源是税后利润。税后利润的分配顺序。

股息的形式有多种：

（1）现金股息

（2）股票股息

（3）财产股息

（4）负债股息

（5）建业股息

2. 资本利得——股票买入价与卖出价之间的差额就是资本利得，或称资本损益。

3. 公积金转赠股本。

公积金转赠股本是以送股的形式实现的，但送股的资金不是来自公司当年的可分配盈利，而是来自公司以前提取的公积金。

公司提取的公积金有——法定公积金、

——任意公积金。

法定公积金的来源。

4. 股票收益率

衡量股票投资收益水平的指标主要有：

（1）股利收益率

股利收益率——又称获利率，是指股份公司派发的现金股息与股票市场价格的比率。

该收益率既可用于计算已得的股利收益率，也可用于预测未来的股利收益率。

股利收益率 = $D / P_0 \times 100\%$

式中：D——现金股息；P₀——股票买入价。

（2）持有期收益率

持有期收益率——是指投资者持有股票期间的股息收入与买卖价差占股票买入价格的比率。持有期收益率是反映一定时期全部股息收入和资本利得占投资本金的比率。

持有期收益率 = $D + (P_1 - P_0) / P_0 \times 100\%$

式中：D——现金股息；P₀——股票买入价；P₁——股票卖出价。

（3）股份变动后持有期收益率

投资者买入股票后，公司会有拆股、送股、配股、增发等股份变动。股份变动会影响股票的市场价格和投资者的持股数量，因此，在股份变动后，应对持有期收益率作相应调整：

$$\text{股份变动后持有期收益率} = \frac{\text{调整后的资本利得或损失} + \text{调整后的现金股息}}{\text{调整后的购买价格}} \times 100\%$$

（二）债券收益

债券的投资收益来自两个方面：

1. 债息

债券的利息收益取决于：债券的票面利率和付息方式。

债券的票面利率——是指1年的利息占票面金额的比率。

债券的付息方式——是指发行人在债券有效期内向持有人支付利息的方式。

债券利息的支付分为两类：一次性付息和分期付息。

一次性付息有三种形式：

- （1）单利计息
- （2）复利计息
- （3）贴现方式计息

分期付息债券有三种方式：

- （1）按年付息
- （2）半年付息
- （3）按季付息。

分次付息的优点：可获取利息的再投资收益，享有每次现金利息的流动性好处。

2. 资本利得

债券投资的资本利得——是指债券买入价与卖出价或买入价与到期偿还额之间的差额。

3. 债券收益率

债券由多种收益率，分别反映投资者在不同价格和持有年限下的不同收益水平。

（1）票面收益率——又称名义收益率或票息率，是债券票面上的固定利率，即年利息收入与债券面额之比率。

（2）直接收益率——又称本期收益率、当前收益率，是指债券的年利息收入与买入债券的实际价格之比率。

（3）持有期收益率——是指买入债券后持有一段时间，并在到期前将债券出售而得到的收益率。它包括：持有债券期间的利息收入和资本损益。

计算方法有以下几种：

- ①息票债券持有期收益率公式：
- ②一次还本付息债券的计算公式。

（4）到期收益率——又称最终收益率，债券到期一般都按面值偿还本金，所以，随着到期日的临近，债券的市场价格会越来越接近面值。

到期收益率同样包括：利息收入和资本损益。

计算方法有以下几种：

- ①息票债券的计算公式。
- ②一次还本付息债券到期收益率的计算公式。

（5）贴现债券收益率

贴现债券——又称贴水债券，是指以低于面值发行、发行价与票面金额的差额相当于预先支付的利息、债券期满时按面值偿付的债券。

贴现债券一般用于短期债券的发行。

计算方法有以下几种：

- ①到期收益率
- ②持有期收益率
- ③复利最终收益率

（三）组合收益率

投资组合收益率的计算公式为：

$$\bar{Y}_p = \sum_{i=1}^n X_i Y_i$$

二、证券投资风险

一般而言，风险——是指对投资者预期收益的背离，或是证券收益的不确定性。

证券投资的风险——是指证券预期收益变动的可能性及变动幅度。

如果将证券投资的所有风险称为总风险。则总风险可分为两类：

（一）系统风险（不可回避风险\不可分散风险）

系统风险——是指由于某种全局性的、共同的因素引起的投资收益的可能变动，这种因素会以同样方式对所有证券的收益产生影响。

在现实中，所有企业都受整体因素的影响。整体因素包括：社会、政治、经济等各个方面。由于这些因素来自企业外部，是单一证券无法抗拒和回避的，因此又叫不可回避风险。由于这些风险不能通过多样化投资而分散，因此又称为不可分散风险。

系统风险包括：

- 1. 政策风险
- 2. 周期性风险
- 3. 利率风险
- 4. 购买力风险

（二）非系统风险（可分散风险、可回避风险）

非系统风险——是指只对某个行业或个别公司的证券产生影响的风险，它通常是由某一特殊的因素引起，与整个证券市场的价格不存在系统、全面的联系，而只对个别或少数证券的收益产生影响。

这种风险可以通过分散投资来抵消。

非系统风险包括：

- 1. 信用风险
- 2. 经营风险
- 3. 财务风险

三、收益与风险的关系

收益与风险的基本关系是收益率较高的投资对象，一般风险相对较大；收益率较低的投资对象，一般风险相对较小。收益与风险相对应的原理只是揭示两者的这种内在本质关系：收益与风险共生共存，承担风险是获取收益的前提；收益是风险的成本和报酬。

收益与风险的这种本质联系可以用公式表示：

预期收益率 = 无风险利率 + 风险补偿

预期收益率——是投资者承受各种风险应得的补偿。

无风险收益率——是指把资金投资于某一没有任何风险的投资对象而能得到的利息率,这是一种理想的投资收益。

短期国库券无风险利率的几个规律:

- (一) 同一类型的债券, 长期债券利率比短期债券高,
- (二) 不同债券的利率不同, 这是对信用风险的补偿。
- (三) 在通货膨胀严重的情况下, 债券的票面利率会提高或是会发行浮动利率债券。
- (四) 股票的收益率一般高于债券。

证券投资收益与风险, 更进一步说, 只有加上证券价格的变化, 才能更好地反映两者的动态关系。

复习与思考题

什么是证券发行市场和证券交易市场? 其特征、功能及市场结构如何? 什么是股票价格平均数及其计算方法如何? 什么是股票价格指数? 其编制步骤和计算方法如何? 我国主要的股票价格指数及国际主要股票价格指数有哪些? 股票价格指数的功能及影响股指波动的因素有哪些? 证券投资的收益、证券投资风险、证券投资收益与风险之间的关系如何?

第七章 证券中介机构

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握证券市场的中介机构有哪些，证券公司、证券登记结算公司、证券投资咨询公司、律师事务所、会计师事务所及资产评估机构和信用评估机构等中介机构在市场中的职责和作用、业务分工、组织管理等。

本章重点：证券公司、证券登记结算公司、证券投资咨询公司、律师事务所、会计师事务所及资产评估机构和信用评估机构在市场中的作用。

学时分配：本章总课时为 4 课时

第一节 证券公司

一、证券公司的定义和功能

我国《证券法》规定，证券公司是指依照《公司法》规定，经国务院证券监督管理机构审查批准设立的从事证券经营业务的有限责任公司或股份有限公司。

世界各国对证券经营机构的划分和称呼不尽相同。

证券公司是证券市场上最重要的中介机构，也是证券市场的主要参与者，在社会经济生活中发挥着重要作用。

- （一）媒介资金供求
- （二）优化资源配置
- （三）维系证券市场有序发展

证券公司不仅仅是证券中介组织，还是重要的信息服务机构。通过搜集资料、调查研究和提供咨询服务，证券经营机构极好地促进了各种信息在证券市场中的传播，提高了证券市场透明度，维护了市场公开性原则。

二、证券公司的类型

我国《证券法》规定，我国证券公司按业务范围可划分为：

- （一）综合类证券公司
 1. 综合类证券公司的设立条件
 2. 综合类证券公司的业务范围
 3. 综合类证券公司设立子公司和分支机构的有关规定
- （二）经纪类证券公司
 1. 经纪类证券公司的设立条件
 2. 经纪类证券公司的业务范围

三、证券公司的主要业务

- （一）承销业务
- （二）经纪业务
- （三）自营业务
- （四）投资咨询业务
- （五）购并业务

（六）受托投资管理业务

（七）基金管理业务

四、证券公司内部控制

证券公司内部控制是指证券公司为实现经营目标，根据经营环境变化，对证券公司经营与管理过程中的风险进行识别、评价和管理的制度安排、组织体系和控制措施。

为引导证券公司规范经营，完善证券公司内部控制机制，增强证券公司自我约束能力，推动证券公司现代企业制度建设，防范和化解金融风险，中国证监会发布了《证券公司内部控制指引》，要求证券公司按照现代企业制度的要求，建立、健全符合《公司法》规定的治理结构，加强内部管理，建立严格的内部控制制度。

（一）内部控制的目标

（二）完善内部控制机制的原则

1. 健全性
2. 合理性
3. 制衡性
4. 独立性

（三）内部控制的主要内容

1. 经纪业务内部控制
2. 自营业务内部控制
3. 投资银行业务内部控制
4. 受托投资管理业务内部控制
5. 研究、咨询业务内部控制
6. 业务创新的内部控制
7. 分支机构内部控制
8. 财务管理内部控制
9. 会计系统内部控制
10. 信息系统内部控制
11. 人力资源管理内部控制

第二节 证券服务机构

一、证券服务机构概述

（一）证券服务机构的定义和特征

证券服务机构是指依法设立的从事证券服务业务的法人机构。

证券服务包括：证券投资咨询，证券发行、策划、财务顾问及其他配套服务，证券资信评估服务，证券集中保管，证券清算交割服务，证券登记过户服务，以及经证券管理部门认定的其他业务。

根据我国有关法规的规定，证券服务机构的设立除了按照工商管理法规的要求办理外，还必须得到证券管理部门的批准。非证券服务机构不得从事证券服务业务。

（二）证券服务机构的主要类别

目前，我国证券服务机构主要包括：——证券登记结算公司、
——证券投资咨询公司、

- 律师事务所、
- 会计师事务所、
- 资产评估机构和信用评级机构。

此外，还有一些财经顾问公司；财经公关公司、财经传播公司也不同程度地提供了某些与证券业务相关的服务，但我国有关法律法规未对此做出具体规定。

二、证券登记结算公司

（一）证券登记结算公司的组织机构

证券登记结算公司是专职从事上市证券登记、存管的中央登记结算机构，是不以营利为目的的企业法人。

（二）证券登记结算公司的职能

1. 集中登记
2. 集中存管
3. 集中结算

（三）证券登记结算公司的业务范围

三、证券投资咨询公司

（一）证券投资咨询公司的性质和特点

（二）证券投资咨询公司的种类

一类是专门从事证券咨询业务的专营咨询机构，
另一类是兼作证券投资咨询业务的兼营咨询机构。

（三）证券投资咨询公司的业务范围

（四）证券投资咨询业务的管理

（五）证券投资咨询公司的风险

四、其他证券服务机构

（一）律师事务所

1. 为证券发行和上市活动出具法律意见书
2. 为证券承销活动出具验证笔录
3. 审查、修改、制作与证券发行、上市和交易有关的法律文件

（二）会计师事务所

1. 注册会计师、事务所有关证券业务的工作内容
2. 严格遵守国家有关法规

（三）资产评估机构

（四）信用评级机构

复习与思考题

证券市场的中介机构有哪些？证券公司、证券登记结算公司、证券投资咨询公司、律师事务所、会计师事务所及资产评估机构和信用评估机构等中介机构在市场中的职责和作用、业务分工、组织管理有哪些不同？

第八章 证券市场法律制度与监管

本章教学目的和基本要求：通过本章的学习使学生熟悉和掌握证券市场的法律制度：法律法规体系包括法律：《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国会计法》等；行政法规：《股票发行与交易管理暂行条例》等；部门规章。证券市场监管的意义和原则、证券市场监管的目标和手段；证券市场监管的内容；证券市场的监管的组织体系；证券从业人员的行为规范。

本章重点：证券市场监管的意义和原则、证券市场监管的目标和手段；证券市场监管的内容；证券市场监管的法律法规体系；证券市场监管的组织体系。

学时分配：本章总课时为 4 课时

第一节 证券市场法律法规概述

一、法律

（一）《中华人民共和国证券法》

1. 调整对象与范围

2. 主要内容

- （1）总则。
- （2）证券发行。
- （3）证券交易。
- （4）上市公司收购。
- （5）证券交易所。
- （6）证券公司。
- （7）证券登记结算机构。
- （8）证券交易服务机构。
- （9）证券业协会。
- （10）证券监督管理机构。
- （11）法律责任。
- （12）附则。

3. 禁止行为

- （1）在证券发行方面。
- （2）在业务经营方面。
- （3）在从业人员管理方面。
- （4）在证券交易方面。
- （5）在上市公司收购方面。

（二）《中华人民共和国公司法》

1. 调整对象与范围

2. 主要内容

- （1）有限责任公司
- （2）股份有限公司

①股东大会

《公司法》第 102 条规定：股份有限公司由股东组成股东大会。股东大会是公司的权力机构，依照本法行使职权。

《公司法》第 103 规定：股东大会行使下列职权：

- 修改公司章程；
- 决定公司的经营方针和投资计划；
- 选举和更换董事，决定有关董事的报酬事项；
- 选举和更换由股东代表出任的监事，决定有关监事的报酬事项；
- 审议批准董事会的报告；
- 审议批准监事会的报告；
- 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- 对发行公司债券作出决议；
- 对公司合并、分立、解散和清算等事项作出决议。

②董事会

《公司法》第 112 条规定：股份有限公司设董事会，其成员为 5~19 人。

董事会对股东大会负责，行使下列职权：

- 负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- 执行股东大会的决议；
- 决定公司的经营计划和投资方案；
- 制定公司的年度财务预算方案、决定方案；
- 制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- 制定公司增加或者减少注册资本的方案以及发行公司债券的方案；
- 拟订公司合并、分立、解散的方案；
- 决定公司内部管理机构的设置；
- 聘任或者解聘公司经理，根据经理的提名，聘任或者解聘公司副经理、财务负责人，决定其报酬事项；
- 制定公司的基本管理制度。

《公司法》第 113 条规定：董事会设董事长 1 人，副董事长 1~2 人。董事长和副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

董事长为公司的法定代表人。

《公司法》第 114 条规定：董事长行使下列职权：

- 主持股东大会和召集、主持董事会会议；
- 检查董事会决议的实施情况；
- 签署公司股票、公司债券。
- 副董事长协助董事长工作，董事长不能履行职权时，由董事长指定的副董事长代行其职权。

③经理

《公司法》第 119 条规定：股份有限公司设经理，由董事会聘任或者解聘。经理对董事会负责，行使下列职权：

- 主持公司的生产经营管理工作，组织实施董事会的决议；
- 组织实施公司年度经营计划和投资方案；

- 拟订公司内部管理机构设置方案；
- 拟订公司基本管理制度；
- 制定公司的具体规章；
- 提请聘任或者解聘公司副经理、财务负责人；
- 聘任或者解聘应由董事会聘任或者解聘以外的负责管理人员；
- 公司章程和董事会授予的其他职权。

④监事会

《公司法》第 124 条规定：股份有限公司设监事会，其成员不得少于 3 人。监事会应在其组成人员中推选 1 名召集人。

监事会由股东代表和适当比例的公司职工代表组成，具体比例由公司章程规定。监事会中的职工代表由公司职工民主选举产生。

董事、经理及财务负责人不得兼任监事。

《公司法》第 126 条规定：监事会行使下列职权：

- 检查公司的财务；
- 对董事、经理执行公司职务时违反法律、法规或者公司章程的行为进行监督；
- 当董事和经理的行为损害公司的利益时，要求董事和经理予以纠正；
- 提议召开临时股东大会；
- 公司章程规定的其他职权。

3. 禁止行为

为了适应建立现代企业制度的需要，规范公司的组织和行为，保护公司、股东和债权人的合法权益，维护社会经济秩序，我国根据宪法制定了《公司法》。

《公司法》禁止下列行为的发生，违反者将受到处罚，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

(1) 在办理公司登记时：

- 禁止虚报注册资本、提交虚假证明文件或采取其他欺诈手段隐瞒重要事实，
- 禁止制作虚假的招股说明书、认股书、公司债券募集办法，发行股票、公司债券，
- 禁止公司的发起人、股东未交付货币、实物或者未转移财产权，虚假出资，欺骗债权人和社会公众，
- 禁止公司的发起人、股东在公司成立后，抽逃出资，
- 禁止未经本法规定的有关主管部门的批准，擅自发行股票或公司债券。

(2) 在财务会计方面：

- 公司不得违反《公司法》的规定，在法定的会计账册以外另立会计账册，
- 不得将公司资产以任何个人名义开立账户存储，
- 不得向股东和社会公众提供虚假的或者隐瞒重要事实的财务会计报告，
- 禁止将国有资产低价折股、低价出售或者无偿分给个人。

(3) 规定公司的董事、监事、经理

- 不得利用职权收受贿赂、其他非法收入或者侵占公司财产，
- 不得挪用公司资金或者将公司资金借贷给他人，
- 董事、经理不得以公司资产为本公司的股东或者其他个人债务提供担保，
- 董事、经理也不得违反规定自营或者为他人经营与其所任职公司同类的营业。

(4) 在合并、分立、减少注册资本或者进行清算时，应按照本法的规定通知或者公告债权人。公司在进行清算时，不得隐匿财产，对资产负债表或者财产清单作虚伪记载或者未清偿债务前分配公司财产；清算组应按照本法规定向公司登记机关报送清算报告，不得隐瞒重要事实或者有重大遗

漏以及利用职权徇私舞弊、谋取非法收入或者侵占公司财产。中介机构在承担资产评估、验资或者验证工作时，不得提供虚假证明文件，也不得提供有重大遗漏的报告。

(5) 公司成立后，

——不得无正当理由超过六个月未开业，或者开业后自行停业连续六个月以上。而且，公司登记事项发生变更时，应按照本法规定办理有关变更登记。

——外国公司不得违反规定，擅自在中国境内设立分支机构。

(三) 《中华人民共和国刑法》对公司犯罪、证券犯罪的规定

1. 关于公司犯罪的规定

(1) 虚报注册资本与虚假出资罪

(2) 隐瞒重大事实罪

(3) 行贿罪

2. 关于证券犯罪的规定

(1) 欺诈发行股票、债券罪：

(2) 提供虚假财务会计报告罪：

(3) 擅自发行股票和公司、企业债券罪：

(4) 内幕交易、泄露内幕信息罪：

(5) 编造并传播影响证券交易虚假信息罪

(6) 诱骗他人买卖证券罪

(7) 操纵证券市场罪

(四) 《中华人民共和国会计法》

1. 基本内容

2. 禁止行为

(1) 第一责任人禁止行为

(2) 会计核算禁止行为

二、行政法规

(一) 《股票发行与交易管理暂行条例》

(二) 《中国证监会股票发行核准程序》

(三) 《禁止证券欺诈行为暂行办法》

(四) 《证券期货投资咨询管理暂行办法》

(五) 《证券投资基金管理暂行办法》

三、部门规章

(一) 《证券业从业人员资格管理暂行规定》

(二) 《证券市场禁入暂行规定》

第二节 证券市场的监管体系

为了有效防范和化解证券市场风险，促进证券市场健康发展，各国都致力于建立全国统一的证券市场体系和与之相适应的集中统一的监管体制，把营造公开、公平、公正的市场环境和保护投资者利益作为市场监管的主要任务。我国及时总结证券市场发展的经验教训，确立了指导证券市场健康发展的“法制、监管、自律、规范”的“八字方针”，初步形成了有中国特色的集中统一的监管体系。

一、证券市场监管的意义和原则

（一）证券市场监管的意义

1. 加强证券市场监管是保障广大投资者权益的需要。
2. 加强证券市场监管是维护市场良好秩序的需要。
3. 加强证券市场监管是发展和完善证券市场体系的需要。
4. 加强证券市场监管是提高证券市场效率的需要。

（二）证券市场监管的原则

1. 依法管理原则
2. 保护投资者利益原则
3. "三公"原则
 - （1）公开原则
 - （2）公平原则
 - （3）公正原则
4. 监督与自律相结合的原则

二、证券市场监管的目标和手段

（一）证券市场监管的目标

（二）证券市场监管的手段

1. 法律手段
2. 经济手段
3. 行政手段

三、证券市场监管机构

（一）国务院证券监督管理机构

1. 中国证券监督管理委员会
2. 中国证券监督管理委员会派出机构

（二）自律性管理机构

1. 证券交易所
 - （1）证券交易所对证券交易活动的管理
 - （2）证券交易所对会员的管理
 - （3）证券交易所对上市公司的管理
2. 证券业协会

四、证券市场监管内容

（一）信息披露

1. 信息披露的意义
 - （1）有利于价值判断。
 - （2）防止信息滥用。
 - （3）有利于监督经营管理。
 - （4）防止不正当竞业。
 - （5）提高证券市场效率。

2. 信息披露的基本要求

- (1) 全面性。
- (2) 真实性。
- (3) 时效性。

3. 证券发行与上市的信息公开制度

- (1) 证券发行信息的公开。
- (2) 证券上市信息的公开。

4. 持续信息公开制度

5. 证券交易所的信息公开制度

6. 信息披露的虚假或重大遗漏的法律责任

(二) 操纵市场

证券市场中的操纵市场，是指某一组织或个人以获取利益或者减少损失为目的，利用其资金、信息等优势，或者滥用职权，制造证券市场假象，诱导或者致使投资者在不了解事实真相的情况下作出证券投资决定，扰乱证券市场秩序的行为。

1. 操纵市场的行为方式

- (1) 虚买虚卖。
- (2) 合谋。
- (3) 连续交易操纵。

2. 操纵市场行为

3. 对操纵市场行为的监管

- (1) 事前监管。
- (2) 事后救济。

(三) 欺诈行为

证券市场中的欺诈行为——欺诈客户是指以获取非法利益为目的，违反证券管理法规，在证券发行、交易及相关活动中从事欺诈客户、虚假陈述等行为。

1. 欺诈客户行为

2. 对欺诈客户行为的监管

(四) 内幕交易

所谓内幕交易，又称知内情者交易，是指公司董事、监事、经理、职员、主要股东、证券市场内部人员或市场管理人员，以获取利益或减少经济损失为目的，利用地位、职务等便利，获取发行人未公开的、可以影响证券价格的重要信息，进行有偿证券交易，或泄露该信息的行为。

1. 内幕交易的行为主体

2. 内幕信息

3. 内幕交易的行为方式

4. 对内幕交易的监管

内幕交易行为包括。

第三节 证券业从业人员的资格管理和行为规范

一、证券业从业人员的资格管理

(一) 证券业从业人员的分类

1. 管理人员

2. 专业人员

（二）资格考试与注册制度

（三）从业人员资格有关规定

（四）从业人员资格的注册制度

二、证券业从业人员的行为规范

职业道德是人们在各种职业活动中应该遵守的道德规范。进一步讲，职业道德就是从事某种职业的人们，在职业之间、本职业内部人与人之间相互关系的行为准则和规范。职业道德是整个社会道德的重要组成部分，在我国也是社会主义思想道德的重要组成部分。

（一）证券业从业人员行为规范的作用

（二）证券业从业人员行为规范的内容

三、证券业从业人员的行为准则

（一）保证性行为

（二）禁止性行为

复习与思考题

什么是证券市场监管的意义和原则？证券市场监管的目标和手段有哪些？证券市场监管的内容有哪些？证券市场监管的法律法规体系是如何构成的？证券市场监管的组织体系是如何构成的？证券从业人员的行为规范包括哪些？

本课程阅读参考书目：

- 《证券市场概论》编者：吴晓求 出版社：中国人民大学出版社
《资本市场运作教程》编者：何小峰等 出版社：中国发展出版社
《证券市场基础知识》编者：闻景 出版社：上海财经大学出版社
《资本市场理论与运作》编者：何小峰等 出版社：机械工业出版社
《资本市场——机构与工具》著者：法博奇、莫迪利亚尼等
出版社：中国人民大学出版社
《现代证券、期货市场》编者：杨海明等 出版社：上海人民出版社
《证券市场监管体制比较研究》著者：尚福林 出版社：中国金融出版社
《中华人民共和国公司法》
《中华人民共和国证券法》
《股票发行与交易暂行条例》
本课程阅读参考报刊：
《中国证券报》
《上海证券报》
《证券时报》
《证券市场周刊》

《价值投资理论》教学大纲

柴小青 编写

目 录

前 言	1250
一、课程性质	1250
二、《价值投资理论》课程大纲的编写目的	1250
三、价值投资课程简介	1250
四、课程教学目的和基本要求	1250
五、拓展阅读书目	1250
第一章 价值投资界定	1252
第一节 什么是价值投资	1252
一、金融市场的三大特征	1252
二、价值投资定义	1252
三、价值投资的步骤	1252
第二节 什么不是价值投资	1252
一、“技术”分析师或“技术人员”不是价值投资者	1252
二、宏观教旨主义投资者不是价值投资者	1252
三、少数的微观教旨主义者是价值投资者	1253
第三节 价值投资是否有效	1253
一、第一项资料	1253
二、机构价值投资者的业绩	1253
三、基金经理的业绩	1253
第四节 超额利润是否为超额风险带来的回报	1254
一、般教科书上的观点	1254
二、价值投资者的观点	1254
复习与思考题	1254
第二章 寻找价值	1255
第一节 用于解释价值的行业分析方法	1255
一、基础变量。	1255
二、只考察股票价格变化的变量	1255
三、最广泛使用的变量	1255
第二节 对价值投资收益异常的解释	1255
一、以市场有效假说为基础的解说——通过解释而消除这一现象	1255
二、证券市场中的偏见导致价值投资收益存在异常 ——解释价值异常存在的原因 ...	1255
第三节 其他领域	1256
复习与思考题	1256
第三章 原则价值与实际价值	1257
第一节 现在及未来现金流量的现值	1257
一、现值定义及计算方法	1257
二、现值分析方法的缺陷	1257
第二节 三要素定价方法——资产、盈利能力和利润增长率	1257

一、要素 1——资产的价值	1257
二、要素 2——盈利能力价值	1257
三、要素 3——成长性价值	1257
第三节 格雷厄姆和多德理论中要素定价法与战略定价法的结合	1258
一、对拥有特许经营权的公司的定价	1258
二、对资产定价法与盈利能力定价法得到的结果进行分析	1258
复习与思考题	1258
第四章 资产评估——从账面价值到重置成本	1259
第一节 待售资产——清算价值	1259
一、对行业的经济生命力进行判断	1259
二、对资产进行估价	1259
第二节 营业中企业的资产——进入行业需要多少资产	1259
一、对行业的经济生命力进行判断	1259
二、对资产进行估价	1259
三、对负债进行估价	1260
第三节 隐藏的价值——复杂的结构与隐藏的价值	1260
复习与思考题	1260
第五章 盈利能力价值——资产加特许经营	1261
第一节 普通商品的盈利能力价值	1261
第二节 名牌商品的盈利能力价值	1261
第三节 特许经营权的性质	1261
一、品牌的价值	1261
二、特许经营权是超出公司重置成本的价值的主要来源	1261
三、竞争优势	1261
复习与思考题	1262
第六章 奇妙的特许经营权	1263
第一节 盈利能力价值	1263
一、对盈余进行调整	1263
二、计算适合的资本成本	1263
三、资本成本对盈利能力价值的影响	1264
第二节 资产价值	1264
第三节 特许经营权价值	1264
第四节 缓慢增长比不增长好	1264
复习与思考题	1264
第七章 特许经营权下的成长性价值	1265
第一节 收购“好”公司	1265
一、“好”公司的界定	1265
二、价值投资者的公司成长预期的条件	1265
第二节 建在沙地里的城堡	1265
一、成长性价值的不确定性	1265
二、成长性价值公司应该具备的一些优势	1265
第三节 英特尔的历史	1265

第四节 定价一——资产重置成本	1266
一、对英特尔的设施、设备和不动产资产价值进行调整	1266
二、对英特尔的研发费用进行表外无形资产的估值	1266
三、对英特尔的市场营销费用进行表外资产的估值	1266
四、用账面价值或调整后的账面价值进行衡量	1266
第五节 定价二——盈利能力价值	1266
一、调整收益——特殊费用、商业周期、研发费用、销售和一般管理费用	1266
二、从调整收益到盈利能力价值	1267
第六节 定价三——何为成长性价值	1267
一、原因	1267
二、作为安全边际的成长性	1267
第七节 定价代数——资本收益、资本成本与增长率	1268
一、对定价代数——资本收益、资本成本与增长率公式进行推导	1268
二、成长性价值乘数	1269
复习与思考题	1269
第八章 构造投资组合——风险、分散投资与默认策略	1270
第一节 价值投资者的分散投资与教科书中的分散投资的区别	1270
一、波动性风险	1270
二、有效市场假说的观点	1270
三、价值投资者的观点	1270
第二节 价值投资者控制风险的方法	1270
复习与思考题	1270
第九章 价值投资实践	1271
第一节 价值投资实践——沃伦·巴菲特	1271
一、对巴菲特价值投资实践活动的评价	1271
二、巴菲特投资的一般准则	1271
第二节 价值投资实践——马里奥·加比利（GBL 公司）	1272
一、自由市场价值（PMV——private market value）	1272
第三节 价值投资实践——格伦·格林伯格（酋长资产管理公司）	1272
一、简介	1272
二、精选股票构成集中性证券组合	1272
三、集中性投资组合中的股票定价	1273
四、保持信息灵通	1273
第四节 价值投资实践——罗伯特·H·海布伦	1273
第五节 价值投资实践——塞斯·科拉曼（BAUPOST 公司）	1273
一、安全边际	1273
二、科拉曼原则	1273
第六节 价值投资实践——迈克尔·普瑞斯（共同基金）	1274
一、简介	1274
二、购造与投资策略相匹配的投资组合	1274
三、交易定价法——公司到底价值几何	1274
四、寻找廉价股票	1274

五、破产投资就是价值投资	1274
第七节 价值投资实践——沃尔特和埃德温·斯克劳斯	1275
一、寻求便宜的股票	1275
二、评估资产、收益和公司的价值	1275
三、继续追踪	1275
四、何时购进、何时卖出	1275
五、证券组合——灵活的多样性	1275
六、照顾到客户的利益	1275
第八节 价值投资实践——保罗·D·索金	1276
一、简介	1276
二、如果没有跌到最低点就不要购买它	1276
三、附加信息的价值	1276
四、小股票，大投资	1276
复习与思考题	1276

前 言

一、课程性质

《价值投资理论》课程是为工商管理专业及财会专业的学生开设的选修课。

二、《价值投资理论》课程大纲的编写目的

规范课程教学内容和课程考核范围，规范教学工作。

三、价值投资课程简介

价值投资理论的创始人是证券分析之父——格雷厄姆。从 1928 年开始，格雷厄姆开始在他的母校哥伦比亚大学教授证券分析课，讲授他的价值投资理论。他与多德合写的《证券分析》就是从这门课程发展而来的。哥伦比亚大学的证券分析课在格雷厄姆和多德之后又经过了几代，最后传到罗杰·默里手中，罗杰·默里是《证券分析》第五版的作者之一。从 1978 年默里退休以后，这门课程和这个惯例从哥伦比亚大学正规的学术课程中消失了。到 1992 年，加比里说服默里为他的分析师们讲授价值投资，这门课程继续吸引了大量的 MBA 学生和专业学员。

价值投资与被称为“现代投资理论”的正统投资学说在理论基础和应用方法上有很大的区别。例如，价值投资理论并不赞同“市场有效性”假说，并不认为“风险与收益成正比”，而价值投资者的投资实践也证明了他们对这些假说的质疑并非毫无道理。再如，定价是大多数投资理论的核心，它是估计公司实际价值或内在价值的一项技术。大多数投资者希望购买那些真实价值还没有体现在现行市场价格上的股票。人们一般认为公司的价值是公司为消费者创造的现金流量的现值之和。但是在很多情况下，这种方法要求投资者预测公司未来的现金流，这远远超出了投资者的能力。自格雷厄姆以来的价值投资者更偏好于“已经到手的东西”——银行里的现金及等价物。因此，价值投资者并不相信那些需要对遥远未来的事件和条件进行假设的技术，他们更喜欢通过首先评估公司的资产价值，然后评估公司的盈利能力价值来计算公司的内在价值。只有在个别情况下他们才把成长性作为定价的一个因素。因此，价值投资理论是与证券投资学课程并列的课程，是证券投资分析的另一理论。

价值投资理论的基本假设是：尽管金融资产价格波动很大，但其基础价值稳定且可测量。价值投资的核心是在市场价格明显低于内在价值的时候买入证券。格雷厄姆把价格和价值之间的差额称为“安全边际”。高额安全边际能够提高收益，同时降低损失的风险。

价值投资的核心过程非常简单：价值投资者先评估某一金融资产的基础价值，并将它与市场价格相比较，如果价格低于价值，并能获得足够多的安全边际，价值投资者就买入该证券。

四、课程教学目的和基本要求

让同学们掌握价值投资的定义、特点、原理，掌握格雷厄姆等人的传统的价值评估方法及现代的价值评估方法，并能够将价值评估方法进行应用。

五、拓展阅读书目

教材：（美国）布鲁斯·C·N·格林威尔、贾德·卡恩、保罗·D·索金、迈克尔·范·比埃玛著，李瑶光、张建文译 机械工业出版社 2002 年 8 月第一版

参考书：

1. 美国 劳伦斯· • 柯明汉姆著 《什么是价值投资》 田路译 华夏出版社 2004. 8.1
2. 马道宗编译 《巴菲特投资圣经》 台海出版社 2002. 10.1
3. 吉莲· 泰特著 《拯救日本——泡沫崩溃后的银行危机与华尔街行动》 吴谦立译 上海远东出版社 2004. 8
4. 澳马克· 泰尔著 《巴菲特与索罗斯的投资习惯》 乔江涛译 中信出版社 2005.9

第一章 价值投资界定

本章教学目的和基本要求：了解价值投资的定义、特点、结果、风险和原理。本章的重点和难点是价值投资的界定。

学时分配：3 学时

第一节 什么是价值投资

一、金融市场的三大特征

（一）金融证券的价格受一些影响深远但又变幻莫测的因素的支配。格雷厄姆拟人化地称这种随时都能支配证券价格的非人力因素为“市场先生”。

（二）尽管金融资产的市场价格涨落不定，但许多资产具有相对稳定的基础经济价值，即内在价值。训练有素且勤勉的投资者能够精确合理地衡量这一基础经济价值。

（三）在证券的市场价格明显低于计算所得的内在价值时购买证券，最终必将产生超额回报。格雷厄姆将价值和价格之间的这一差距定义为“安全边际”。

二、价值投资定义

价值投资者先评估某一金融资产的基础价值，并将之与市场价格相比较，如果价格低于价值，并能获得足够的安全边际，价值投资者就买入该证券。我们可将这一规则视为格雷厄姆和多德价值投资理论的要诀。

三、价值投资的步骤

- （一）选择要评估的证券；
- （二）估计证券的基础价值；
- （三）计算每一证券所要求的合理的安全边际；
- （四）确定每一种证券的购买数量，包括证券组合的构造和投资者对多元化程度的选择；
- （五）确定何时出售证券。

第二节 什么不是价值投资

一、“技术”分析师或“技术人员”不是价值投资者

技术人员从不进行任何基础分析。他们不关心公司的资产负债表或收益表、公司所在的行业、产品市场的特征，或者是其他任何基础投资者都会关心的问题。他们对投资对象的经济价值毫不关心，而是将精力集中于交易数据，即证券价格的波动性和交易量。对于技术投资者而言，市场先生是投资领域中唯一的游戏规则，而且它是一种有利于短期投资的规则。

二、宏观教旨主义投资者不是价值投资者

宏观教旨主义投资者关心影响全体证券或大部分证券的宏观经济因素：通货膨胀率、利率、汇率、失业率、国民经济增长率、甚至国际经济增长率。他们密切关注政府决策机构的举措，并综

合考虑投资者和消费者的观点。他们的方法通常被认为是自上而下型——从整体经济出发，再具体到特定的公司和证券。尽管宏观分析方法经常需要计算，但他们并不直接计算某个证券或某些特殊种类证券的价值。

三、少数的微观教旨主义者是价值投资者

（一）微观教旨主义者的投资方法

微观教旨主义者常用的投资方法是以股票或其他证券的现价作为出发点的。这些投资者研究证券的历史情况，观察其价格如何随那些具备影响力的经济因素的变化而变化，这些被认为具有影响力的因素包括：收益、行业背景、新产品的引进、生产技术的进步、管理整顿、需求增长、财务杠杆变动、新厂房和新设备投资、公司兼并及多元化经营等。然后他们试图预测这些因素中的关键变量是如何变化的。

（二）价值投资者与微观教旨主义者的投资方法的相同点与不同点

相同点：都关心经济基础因素和具体的证券。

不同点：第一，微观教旨主义者的方法注重对价格的先期预测，而不注重与基础资产价值相关的水平价格。这一分析方法可同等地应用于以 10 倍、20 倍或 50 倍于预测收益的价格交易的股票。价值投资者却不会视这些情况为同等情形。第二，微观教旨主义者的方法不涉及明确的安全边际，以保证投资者免受市场先生反复无常行为的损害。

第三节 价值投资是否有效

无论是从理论的角度还是从实践的角度，价值投资都是一种非常好的方法。从长期来看，价值投资法所创造的投资收益比重点选择法和整体市场法更高。有三项资料可清楚地证明该投资方法的优越性。

一、第一项资料

用一组机选确定的价值投资组合与市场上平均的收益率相比较。研究结果几乎都证明在各种时间段、各种市场下，价值投资组合的收益率均高于平均收益率（此处的平均收益率指整体市场收益率）。

价值投资者与机械方法——一个以价格孰高孰低为统计准则进行股票甄选的计算机程序——并不相同。

二、机构价值投资者的业绩

一些大型投资管理机构，如奥本海默、特迪和布朗尼，采纳了格雷厄姆和多德理论精髓中的系统性价值投资战略后，他们的业绩可与机选价值投资组合的业绩相媲美，并且超过了市场平均水平。

三、基金经理的业绩

那些被沃伦·巴菲特称为“格雷厄姆和多德指引下的超级投资人”的基金经理也是对该理论有效性的证明。在极大程度上，在业绩能够长期优于市场平均水平的价值投资者中，又大部分是格雷厄姆和多德传统理论的追随者。

第四节 超额利润是否为超额风险带来的回报

一、一般教科书上的观点

金融理论家们不仅一直强调高风险可得到高收益,而且认为不承担超额风险就不可能获得高于市场平均水平的收益。

二、价值投资者的观点

价值投资组合比市场总体风险更低。价值投资者将价格波动看作交易机会,而非证券内在价值的正确估计值。价值投资者将安全边际作为计算风险的一种尺度。

复习与思考题

1. 什么是价值投资? 什么是安全边际?
2. 价值投资方法的风险衡量与一般教科书上的风险衡量有何不同?
3. 试用本章所列机选方法确定价值投资组合并与我国股市平均收益率相比较。

第二章 寻找价值

本章教学目的和基本要求：掌握将投资领域缩小到我们可以管理的范围的方法，了解哪些领域可能存在价值投资的目标股票。

学时分配：3 学时

第一节 用于解释价值的行业分析方法

用于股票筛选和分级的变量可以分为三大类：基础变量、只考察股票价格变化的变量、最广泛使用的变量。

一、基础变量。

基础变量仅指与公司业绩有关的变量，她不能揭示公司业绩和股价之间的关系。在研究中常用的基础变量有以下几个：

- (1) 股本收益率或总资本收益率。
- (2) 一年及多年的每股收益增长率。
- (3) 销售增长率。
- (4) 资产增长率。
- (5) 利润率。

二、只考察股票价格变化的变量

此时我们处于关注动能的技术投资世界，最常用的衡量尺度是相对优势，即某一股票相对于其他股票的业绩表现。选择上一年表现最突出的股票构成投资组合，其实是在赌这些绩优股能够继续超越其他股票。而这一赌注的确能带来盈利。

三、最广泛使用的变量

即将股票价格与公司基本信息联系起来的变量：市盈率、股价与现金流量比、股价与账面价值比、股价与销售额比、股价与股利比。无论用收益、现金流、销售额、净资产，或使用股利来衡量，这些比率都是对同一基本面的不同写照：投资者愿意为公司未来的成功付出多少。投资者愿意支付的金额越少，股票（而不是公司）的前景就越好。

第二节 对价值投资收益异常的解释

一、以市场有效假说为基础的解说——通过解释而消除这一现象

该理论认为，产生超额回报只是因为价值投资组合承担的风险比高价投资组合或市场总体更高。由于该理论认为附加风险应该产生超额受益，当考虑到风险因素时，异常收益也就不存在了，从而超额回报的情况也就被解释过去了。

二、证券市场上的偏见导致价值投资收益存在异常 ——解释价值异常存在的原因

（一）系统性偏见

投资者，包括个体投资者和机构投资者，都受系统性偏见的影响，这一偏见使他们在赢家（具有很多题材和美好未来的潜在的成长性公司）身上投资过多，对失败者（那些单调、业绩差、不知名、不受喜爱的公司）投资极少。这些偏见决定了投资收益。

（二）三种对投资决策有影响的经济实体的偏见

1. 机构的政策与规模。

机构的政策：从事对社会不负责任（环境、健康）的行业的公司的股票不许购买。

公司的规模：小市值公司、从大公司中分离出来的让产易股公司。

2. 在机构组织中追求个人需求和利益的机构经理——从众心理。

投资经理的格言：没有人曾因从 IBM 购买计算机而被解雇，也没有人会因为业绩居中或购买了与团队中其他人一样的股票而失业。

3. 受心理状态影响，为自己（或作为他人代理）投资的个体投资者。

人们习惯用外推法进行预测。人们认为近一两年内业绩出众的公司也是未来的好公司，而那些现在表现令人失望的公司将来的业绩仍然不佳。

人们将过去的失败与将来的失望混为一谈。价格已经下降的股票被认为是不好的股票，甚至在处于可购买的更低价位时，他在人们的观念里仍有不好的痕迹。

第三节 其他领域

一、小公司的股票

二、从大公司分离出来的小公司的股票

三、公司增长缓慢、获利微薄的公司

四、处于破产状态或面临严重财务危机的公司

五、生产能力过剩、进口突然增长、长期衰退、受法律法规惩罚的行业的公司

六、出现临时性反常状况的公司

复习与思考题

1. 用于股票筛选与分类的变量有哪些？
2. 解释价值投资收益异常的原因。
3. 在中国股票市场上，哪些领域可能存在价值投资的目标股票？

第三章 原则价值与实际价值

本章教学目的和基本要求：了解现值定价法的缺陷，掌握三要素定价法。

学时分配：3 学时

第一节 现在及未来现金流量的现值

一、现值定义及计算方法

现值是现在及未来现金流，包括支出和收入，按适当的时间价值贴现后得到的总和。

终端价值是在假设 10 年（或我们计算过每年现值之后的年份）现金流永远按固定比例增长的基础上计算得出的。

二、现值分析方法的缺陷

现值计算方法在确定公司价值或股票价值时是有缺陷的。未来现金流及贴现率的估算都可能使得现值的计算结果出现很大的误差。

准确的信息加上不准确的信息得出的仍然是不准确的信息。

第二节 三要素定价方法——资产、盈利能力和利润增长率

一、要素 1——资产的价值

公司内在价值第一个衡量标准是分析资产负债表。

将资产负债表上的资产进行调整，然后用资产减去负债就得到了公司目前的净资产价值。

将价值不明确的资产进行调整的原则：按账面价值定价，按清算收入来调整资产价值，按重置成本定价。

对公司的进入壁垒或竞争优势进行判断，以确定公司的内在价值。

二、要素 2——盈利能力价值

公司内在价值第二个衡量标准是格雷厄姆和多德提出的第二个计算公式，即现有收益经过适当调整后得到的价值。

传统的格雷厄姆和多德收益假设：

1. 经过调整的现有收益与可分配现金流的可持续水平相等；
2. 收益水平在未来无限长的期间内保持固定。

根据这两个假定，公司的盈利能力价值（EPV）=调整后的收益 $\times$ 1/R，其中 R 是现在的资本成本，由于假设现金流相等，增长率就为零。

对收益进行调整，计算出公司的盈利能力价值。

将盈利能力价值与资产的重置成本进行比较分析。

三、要素 3——成长性价值

1. 销售增长率、利润增长率不影响公司内在价值；

2. 只有特许经营权价值才能创造成长性价值。

判断公司特许经营权或竞争优势或进入壁垒的存在性和持续性是评估成长性价值的关键。成长性价值是最不确定的价值因素，因此也是格雷厄姆和多德型投资者最不愿意支付高价的价值因素。

第三节 格雷厄姆和多德理论中要素定价法与战略定价法的结合

一、对拥有特许经营权的公司定价

1. 资产价值；
2. 特许经营权的价值——盈利能力价值与资产价值之间的差额；
3. 具备特许经营权的成长性价值与盈利能力价值的差额。

二、对资产定价法与盈利能力定价法得到的结果进行分析

1. 资产定价法得到的结果比盈利能力定价法得到的结果低时，可能是公司管理层的管理效果很差，也可能是整个行业的生产能力超过了正常水平。

2. 资产定价法得到的结果比盈利能力定价法得到的结果接近时，表明公司的管理质量平平，公司不享有相对于竞争对手的竞争优势。该公司没有成长性价值。

3. 资产定价法得到的结果比盈利能力定价法得到的结果低时，有两种的情况：公司的管理水平高，一般不具有可持续性，所以不会支付成长性价值；进入壁垒长期存在，这是成长性价值的源泉，可以支付成长性价值。

复习与思考题

1. 解释销售增长率、利润增长率不影响公司内在价值的原因。
2. 用三要素定价方法计算某一上市公司的内在价值。

第四章 资产评估——从账面价值到重置成本

本章教学目的和基本要求：掌握资产定价方法。

学时分配：4 学时

在进行资产定价时，投资者首先要做的是对信息的可靠性及公司和行业的战略状况做出判断，以便对资产价值作出准确的计算。

投资者要做出的战略判断包括对公司所在行业的经济生命力的判断。如果行业在走下坡路，那么公司的资产价值应该以清算资产为基础进行计算。如果行业是稳定增长的，资产损耗后要重置。这些资产应该按重置成本进行估价。

可靠性问题在很大程度上是投资者在资产负债中选择多少项目的问题。格雷厄姆在定价模型中只选择流动资产（现金、应收账款、存货等）。随着格雷厄姆定义的实净股票（市场价值小于流动资产减所有负债的股票）的消失，现代价值投资者把设备、不动产、设施，甚至产品组合、客户关系、品牌形象、员工素质等无形资产也包括在其定价模型中，误差也就相应地扩大了。

第一节 待售资产——清算价值

一、对行业的经济生命力进行判断

在行业没有未来的情况下，公司的资产按清算价值估价。

二、对资产进行估价

1. 对现金和流通证券进行估价；
2. 对应收账款进行估价；
3. 对存货进行估价。存货的价值是整体定价的关键，必要时可以邀请专业的评估师来确定其价值。
4. 不动产、设施和设备的定价。详尽的不动产和设备知识是形成准确估计所必需的。对于账面价值来说，通用资产（如办公楼等）的价值要比专用资产（例如化工厂等）高得多。必要时应该另聘一位专家来评估。
5. 对商誉不赋予任何价值。
6. 递延税款资产（公司预计在今后能够从国税局收回的还款）会被递延税收负债所抵消。

第二节 营业中企业的资产——进入行业需要多少资产

一、对行业的经济生命力进行判断

如果公司处于一个具有经济存在价值的行业，资产的经济价值就是重置成本，也就是潜在竞争对手要进入该行业所需付出的成本。

二、对资产进行估价

1. 现金资产保持不变，不用作任何调整。
2. 对流通证券进行估价，找到现在的市场价格。

3. 重置应收账款的成本可能要比账面价值高。
4. 对存货进行估价。
5. 预付账款一般不需要调整。
6. 对不动产土地进行估价，土地的地理位置非常重要。
7. 对建筑物进行估价。注意建筑物的折旧与实际经济价值，以及通货膨胀的影响。
8. 对设备进行估价。对设备价值的调整需要一个一个案例的分析。
9. 商誉的重置成本。商誉的价值取决于商誉的来源。每年支出的研发投资、广告费、品牌促销费和客户发展等，都是商誉价值的来源。

三、对负债进行估价

1. 在正常的业务运转过程中产生的负债，包括对供应商的应付帐款、对员工的应付工资、对政府应缴的税金及其他一些应计费用。这些费用大多是流动负债，一年内就会到期。
2. 由公司过去的行为引发的负债构成，与新入者无关的负债。如有负面法律裁决引发的负债。这类负债应该从资产价值中扣除。
3. 对公司的正常债务的处理有多种方法。

第三节 隐藏的价值——复杂的结构与隐藏的价值

在组织复杂的公司中，财务报表会充满暗角和密道，对新手来讲很难估算出内在价值，对老练的分析家来说，这是一个获得财富的机会。本节中用哈德逊通用公司的案例来说明对复杂结构的公司如何找出隐藏的价值。

复习与思考题

1. 了解行业是如何分类的，了解行业的发展规律。
2. 在中国哪些行业应该按清算价值估算内在价值，哪些行业应该按重置价值估算内在价值。
3. 试用重置成本法估算某一上市公司的内在价值。

第五章 盈利能力价值——资产加特许经营

本章教学目的和基本要求：了解什么是特许经营权，掌握盈利能力定价方法。

学时分配：4 学时

第一节 普通商品的盈利能力价值

本节论述生产普通商品的公司，在其盈利能力价值高于资产价值时，潜在的竞争者会进入到该公司所在的行业，生产同样的产品。因为同样的产品供给量增多，价格会下降；同时，潜在的竞争者会抢走原来生产该产品的公司的客户。因而，原来生产该产品的公司的收益会下降，进而其盈利能力价值也会下降。只要盈利能力价值高于资产价值，这一过程就不会停止。当盈利能力价值等于资产的价值时，潜在的竞争者就会停止进入。这种相等情况的出现并非偶然，它是一种基本的经济关系，是竞争对价格和盈利空间侵蚀作用的结果。竞争的过程表现为其他公司为寻求盈利机会而入侵或扩张的能力。由此可以看出，如果没有市场进入壁垒，其所反映的公司长期价值将趋于资产价值的过程却是十分真实的。

第二节 名牌商品的盈利能力价值

对于名牌商品，如果没有市场进入壁垒，公司的长期价值也将趋于资产价值，即使公司和产品都极大地获益于品牌形象的情况。以名牌汽车为例，生产老牌名车的公司在 20 世纪 60 年代都享受着超额的利润，为追逐利润，名牌汽车制造商都大肆扩张，80 年代日本的制造商也加入这一行列，结果是更多的竞争意味着对利润边际的侵蚀，名牌市场萎缩。在理论上和实践上，产品差异和强大的品牌都并非能带来收益的特许经营权。

第三节 特许经营权的性质

一、品牌的价值

只要新来者可以与现有公司在同等基础上开发并分销新产品（例如，他们同样具有产品差异化的能力），则所有的产品实际上都成为了商品。强大的品牌是与其他资产一样的资产，其价值等于其重置成本。如果品牌的价值等于创造品牌的成本，则品牌本身就不是价值的源泉。

二、特许经营权是超出公司重置成本的价值的主要来源

价值只有在现存公司能够拥有新来者无法与之匹配的能力时才会产生。新来者只有看到他无法以同等条件竞争，他将会待在这一市场之外。特许经营权、进入壁垒、阻止竞争，这三个概念是一回事。这是超出公司重置成本的价值的主要来源。

三、竞争优势

在经济社会里，持久的竞争优势并不常见。

1. 由政府创造的竞争优势

政府给一家或几家公司颁发许可证，允许他们从事某些业务，而其他公司则被排除在该业务之

外。潜在的竞争者都被法律阻拦在外了。使某些公司受益的规章制度和特许经营体制可能要发生变化，一些从前受保护的行业不得不学会竞争。但是，不可能所有的独家特许经营权和政府颁布的特许经营权都消失。

2. 成本优势

任何行业的基本利润公式：收入减成本等于利润。

现存公司拥有新来者无法与之匹敌的生产技术是企业持久地维持成本优势的唯一方式。产品专利权或制造产品的专利权、专有技术都能形成以成本为基础的竞争优势。如果技术发展迅速，新来者可能超越先入者，以低成本置办一套最先进的设备。今天的新来者是明天的先入者，随着技术的持续变革，他将无情地销蚀掉所有的先入优势。

另一种潜在的成本优势是能够廉价地获得入劳动力和资本等资源。

规模经济是成本方面的壁垒。规模经济指公司生产的越多，其单位平均成本越低。真正的规模经济存在于那些固定成本高于单位变动成本的产品中，而且单位变动成本不随产量的增加而增加。

利润中的另一项关键是收入，它来源于消费者需求。先入者要在这一方面拥有竞争优势，它必须拥有潜在入侵者无法匹敌的市场销路。除此之外先入者还需要保持这一优势，他们必须以某种方式迷住消费者。习惯、寻找现有商品的替代品成本较高、高额的转换成本都是留住消费者的方法。

公司拥有结构性的竞争优势只以一些形式存在：独家政府许可，消费者偏好，基于长期专利权或其它长期特权的成本（供给）优势，以及规模经济与因消费者偏好而拥有的相关市场大量份额。

复习与思考题

1. 如何理解品牌的价值。
2. 举例说明什么是特许经营权。

第六章 奇妙的特许经营权

本章教学目的和基本要求：掌握如何计算特许经营权的价值。

学时分配：5 学时

首先用 WD-40 公司案例来说明盈利能力的价值。

第一节 盈利能力价值

盈利能力价值为调整后盈余乘以 $1/R$ ， R 代表当期资本成本。

一、对盈余进行调整

（一）对盈余进行调整的目的

得到可支配的现金流的具体数字，或者说得到所有者可以从公司取走并且不会影响公司经营的钱的数量。

（二）对盈余进行调整的内容

对盈余的调整包括以下几条：

1. 去掉会计的错误表示，比如非经常性损益。
2. 调整折旧和摊销与公司每年为保持资产水平而进行的再投资之间的差距。在调整时要加減差距。
3. 调整商业周期和其他暂时的因素。如商业周期高峰时从报告利润中削减一部分，在周期低谷时增加一部分。
4. 进行其他合理的调整，这要取决于当时的情况。

（三）对盈余进行调整的方法

1. 从净利润开始，由下而上地加回一些项目。
2. 由上而下的方法。从营业利润开始，即息税前利润开始，计算营业利润应该交的税，再对折旧、摊销和资本支出进行相应的调整。

（四）对 WD-40 公司的盈余进行调整

二、计算适合的资本成本

（一）第一种方法——加权平均资本成本方法

计算步骤：

1. 为公司设计恰当的债务融资和股权融资的比例；
2. 通过比较类似公司的债务利息成本来估计公司的税后利息成本；
3. 估计股权成本。通用的方法是使用资本资产定价公式，其关键是决定公司股票价格相对于市场总体的波动性。

（二）第二种方法——从股权成本的定义开始

股权成本是公司必须每年每美元支付多少回报才能吸引股权投资者提供资本。这一定义认为股权成本与机会成本相同。可以通过调查融资者来了解他们认为必须支付多少才能融到资金。也可以在政府债券上加几个百分点。

三、资本成本对盈利能力价值的影响

不同的资本成本会有不同的盈利能力价值。

第二节 资产价值

WD-40 公司的盈利能力价值比其账面价值高。如果盈利能力价值估计准确的话，对这一差异就只有两种解释，或者是因为资产负债表低估了资产的重置成本，或者是公司有价值很高的特许经营权。首先分析 WD-40 公司的重置成本。

在评估资产的重置成本时，不能忽略广告和促销支出，他们是表外资产。

公司为建立分销渠道而花费的销售和一般管理费用的一部分也应视为准资产。

对表外资产进行估价时，要确定包括多少年的费用，这取决于建立品牌和渠道需要多少年。

第三节 特许经营权价值

WD-40 公司的盈利能力价值高于资产重置成本价值，即意味着有特许经营权价值。对特许经营权价值进行分析时要分析 WD-40 公司与其潜在竞争者各自采取的战略。

新进入者需要在广告、促销和渠道建立上进行巨额投入，还要将其产品的价格定得比 WD-40 的产品低，才有可能抢走部分 WD-40 公司的顾客，但 WD-40 产品的定价对消费者来讲已经很低了。所以，潜在竞争者的巨额开销不足以在少量的产品上摊销，这会造成亏损。进入壁垒的存在保护了 WD-40 公司。

第四节 缓慢增长比不增长好

股利在不断增长时，股票如何估价。

WD-40 公司几乎把所有的盈利以股利形式支付给了股东，他已经持续派发股利近 3/4 个世纪，并以平均每年 3% 的速度增长。在这种情况下，适合用股利模型来对股票估值。

相应的公式为： $V = \text{股利} / (R - G)$ ， R 是资本成本， G 是股利的增长率。

按照这一公式，WD-40 公司的股票价值为 25.6 美元。这一估价是否准确？

复习与思考题

1. 举例来分析某公司是否有特许经营权价值。
2. 思考一下公司成长性的价值。

第七章 特许经营权下的成长性价值

本章教学目的和基本要求：掌握如何计算特许经营权下的成长性价值。

学时分配：7 学时

本章以英特尔公司为例来进行分析。

第一节 收购“好”公司

一、“好”公司的界定

沃伦·巴菲特和其他一些杰出的价值投资者偏好于那些“好”公司。所谓的“好”公司指的是那些像可口可乐那样具有成长性的公司。在这一前提下，好公司——有时升级为“大”公司——是指那些尽管需要现金来维系公司发展，但仍然能够向投资者分配现金的公司。这与那些因其未来收入和收益预期较好而吸引了众多投资者的公司通常不是一回事。

二、价值投资者的公司成长预期的条件

1. 对于价值投资者而言，以公司的成长预期为基础的投资必须满足两个条件。

他们认识到并非所有的成长性都能创造价值。成长性只有在具备有力地、可持续的特许经营权的情况下才能够创造价值，这种情况在现实生活中很少。

2. 并非所有的成长性——甚至有一定价值的成长性——都能通过精确的定价公式进行准确评估。由于价值投资者需要安全边际，所以他们只会按估计价值的一定折扣买入成长性。这个折扣必须足以补偿他们所面临的价值评估的不确定性。理想的价格是零：对流动资产和盈利能力支付全价，免费获得成长性。

第二节 建在沙地里的城堡

一、成长性价值的不确定性

1. 我们需要假设公司在未来几年里按特定的比率增长。事实可能如此，也可能不如此。

2. 我们还假设成长性是利可图的。即成长性以具备特许经营权为前提。盈利性成长指的是支持收益增长而增投的资产的收益率超过投资成本增长率。

二、成长性价值公司应该具备的一些优势

1. 能够充分利用研发、生产、营销、分销优势的规模经营。
2. 全球品牌效应。
3. 廉价资本来源和在位政客的支持。

第三节 英特尔的历史

1969 年成立。技术人员是罗伯特·诺伊斯和乔丹·摩尔，风险投资者是亚瑟·洛克。1971 年上市。从第二年开始赢利一直持续到 1985 年。1980 年，他的一款微处理器 8088 被 IBM 选作个人

电脑的中心处理设备。同时个人电脑革命展开了，英特尔开始在储存芯片业务上赔钱。日本大型跨国公司日立和富士通在动态随机存取器领域的各个方面击败了英特尔：他们生产出质量更好、价格更便宜的芯片，并且向与自己有密切联系的制造商提供更优惠的价格。

罗伯特·诺伊斯和乔丹·摩尔在 1985 年决定放弃储存芯片业务。致力于微处理器生产和开发。包括早期的 PC 芯片和后来功能更强大的芯片以及用于网络、工业和计算机上的其它处理器。从此盈利状况一直很好。

英特尔在整个发展历史中，都投入大量资金自己开发人力资本，当他认为竞争对手或以前的员工侵害他的专利时，他就会诉诸法律。

英特尔持续增长了 30 年，英特尔在 20 世纪 80 年代中期出现了困难，指数增长率随着公司规模扩大而缩小。

第四节 定价——资产重置成本

一、对英特尔的设施、设备和不动产资产价值进行调整

通过把设施、设备和不动产的报告价值与英特尔公司实际的资本支出相比较来检验账面价值的现实性。

二、对英特尔的研发费用进行表外无形资产的估值

英特尔投资于以知识为基础的资源，这项投资并不表现在资产负债表上。在研发费用方面的支出能够持续地为公司创造价值。我们使用五年的折旧数额作为英特尔知识储备重置成本的保守估计量。

三、对英特尔的市场营销费用进行表外资产的估值

用三年的销售人员工资、奖金以及广告费用和其他营销费用来作为计算依据。

四、用账面价值或调整后的账面价值进行衡量

用账面价值或调整后的账面价值进行衡量，历史上有三个购买英特尔股票的良机，他们分别是：1982 年 1 月。当时公司的市场价值降至 9 亿 2500 万美元，而 1981 年年末，公司调整后的账面价值超过 10 亿美元。

1986 年 8 月。当时的市场价值是 20 亿美元，相比之下，公司调整后的账面价值是 25 亿美元。

1988 年年底。当时调整后的账面价值是 39 亿美元，大致与市场价值持平。

第五节 定价二——盈利能力价值

前提假设是公司零增长。

一、调整收益——特殊费用、商业周期、研发费用、销售和一般管理费用

1987 年英特尔放弃了储存芯片业务，同时个人电脑革命开始阔步向前。

特殊费用是指公司在评估公司资产如存货、设备和其他投资时，或制定裁员、关闭工厂和其他类似规定时，通常要注销的一部分价值。这部分特殊费用与公司经营收益分开计算是因为他们是不影响公司永久盈利能力的独立事件。他们中的每一项都代表着公司在经营过程中实际支出的费用。

在经营收入中应该将其扣除。

英特尔公司受经济周期的影响，但影响不大。

研发费用。为了计算出收益零增长情况下公司盈利能力的准确状况，应该把研发费用中的一部分加回到经营收入中去。加回部分的计算方法有多种。

销售和一般管理费用。可以采用研发费用的调整方法。

对税赋进行调整。

调整折旧、摊销和资本维护支出。这里需要一些行业知识。

通过以上计算，可以得出英特尔 1987 年至 1991 年调整后可分配经营收入。

二、从调整收益到盈利能力价值

对贴现率进行估计。

对盈利能力价值作进一步的调整。从盈利能力价值中扣除未偿债务，得到权益资本价值。在盈利能力价值中加入现金部分。

1989 年以后，盈利能力价值与资产重置成本之间的差距开始拉大。

如果公司的盈利能力价值持续超过公司资产重置成本，那么公司肯定具有可持续的竞争优势。

英特尔的优势：需求优势（消费者偏好）和规模经济。

从 1988 年到 1991 年，英特尔每年的盈利能力价值平均超过资产价值的 25%，两者的差额就是英特尔特许经营权的价值。

两点注意事项：首先，一个公司的资产比另一个公司的类似资产的收益率高的假设是不合理的；其次，特许经营权价值越高，他对潜在竞争对手的吸引力就越大。

第六节 定价三——何为成长性价值

只有在具备特许经营权的情况下，成长性才有价值。

一、原因

如果没有特许经营权，资产的重置成本和公司的盈利能力价值之间就没有利差。在市场经济的竞争压力下，资本成本通常等于资本回报。只有那些受到进入壁垒保护的公司才能持续获得超额利润——超过资本成本的那部分利润。盈利性成长也受到同样条件的限制，它需要同样的或等价的壁垒保护才能获得超过资本成本的利润。

二、作为安全边际的成长性

1. 安全边际

增长现金流的现值（PV）越是高于现在的盈利能力价值（EPV），安全边际就越大。用两者的比率来衡量安全边际。

$PV/EPV = \text{安全边际}$

公司的盈利能力价值等于收益除以资本成本（R），收益是资本投资与资本回报率（ROC）之间的乘积。所以， $EPV = \text{资本投资} \times ROC / R$ 。

$PV = \text{资本投资} \times F = \text{资本投资} \times (ROC - G) / (R - G)$

其中，F 是成长性因子。公式中唯一的附加变量是 G（增长率）。他对公式中关键的定价因子 $(ROC - G) / (R - G)$ 有着非常重要的影响。只要 ROC 比 R 大，增长率的上升就会提高定价因子的数值。当增长率接近资本时，定价因子就会加速上升。但是它是有限制的。这些计算的前提假设是

增长率保持不变。

2. 成长性创造价值的决定因素

第一个因素是追加资本的盈利能力。追加资本带来的回报越是高于资本成本，每一美元创造的价值就越大。用 ROC/R 表示。

第二个因素是用来获得特许经营权收益的资本数量。这取决于特许经营权的发展速度。增长率的上限是资本成本。 $G/R < 1$ 。以 $G/R=25\%$ 、 50% 、 75% 为例。

表 7-1 列示了一个具有特许经营权的成长性公司的价值与零增长的类似公司价值之间的关系，也即 PV 与 EPV 之间的比率。

表 7-1 成长价值矩阵

	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)
ROC/R	1.0	1.5	2.0	2.5	3.0
G/R=25%时, PV/EPV 值	1.0	1.11	1.17	1.20	1.22
G/R=50%时, PV/EPV 值	1.0	1.33	1.5	1.60	1.67
G/R=75%时, PV/EPV 值	1.0	2.00	2.5	2.80	3.00

3. 将上述定价矩阵应用于英特尔公司

增长率可以选择销售增长率，也可以选择收益增长率。增长率为资本成本的 75%，或者说增长率是 9%，因为资本成本率为 12%。

资本回报率用投资资本回报率（ROIC）表示，它是用经营收益作为分子，经营资产作为分母计算得出的。

英特尔德 $ROC/R=18\%/12\%=1.5$ 这就意味着英特尔公司的价值应该是 EPV 的 2 倍。如果我们在这段时期按接近于盈利能力价值的价格买入英特尔公司的股票，那么成长性就给我们提供了 50% 的安全边际。此处的成长性被用作安全边际。

第七节 定价代数——资本收益、资本成本与增长率

一、对定价代数——资本收益、资本成本与增长率公式进行推导

以一个按固定增长率平衡发展的公司为例来说明。

所谓“平衡”是指：如果收入增长 10%，那么财务报表中的其他项目也同样增长 10%。利润率，无论是税前还是税后都保持不变。结果，息税前收入和净收入一样也增加 10%。支持收入增长的资产——从现金到设施、设备和不动产以及负债都同比例增长。由于资产减去自发负债等于必要投资金额，必要投资金额也上升同样比例。换句话说，每一个项目与收入的比例都保持不变。

为了维持 10% 的年增长率，需要追加的投资（I）是： $I=C \times G$ 。

可分配现金流（CF）= $(C \times ROC) - (C \times G) = C \times (ROC - G)$

成长性现金流的现值是： $PV=CF \times 1 / (R - G) = C \times (ROC - G) \times 1 / (R - G)$

$$= C \times (ROC - G) / (R - G)$$

这个代数表达式直观地表达了变量之间的关系。只要资本回报率等于资本成本，成长性——无论是快还是慢——都不会增加价值。

成长性只有在资本回报率大于资本成本的时候才会增加价值。

成长性定价最基本的原则是：只有具备特许经营权的成长性才能创造价值。

二、成长性价值乘数

成长性价值乘数是成长性价值与盈利能力价值之间比值，用公式表示：

$$M = PV / EPV$$

$$PV = C \times (ROC - G) / (R - G)$$

$$EPV = C \times ROC / R$$

$$M = [1 - (G/R) \times (R/ROC)] / [1 - (G/R)]$$

从上述公式可以看出成长性价值乘数主要受两个关系因子的影响。第一个因子是资本成本与资本回报率之间的比率（ R/ROC ），投资利润率越高，这个比率也低，成长性价值越高。

第二个因子是预计增长率与最大合理增长率（ R ）之间的比率（记住，如果 G 大于 R ，公司的价值就是无穷大，所以， R 是长期增长率 G 的现实上限）。只要 ROC/R 大于 1，成长性就能够提高公司的价值。

复习与思考题

1. 举例说明中国某上市公司的成长性价值。
2. 分析微软公司成长性价值。

第八章 构造投资组合——风险、分散投资与默认策略

本章教学目的和基本要求：掌握如何构造投资组合，分散风险。

学时分配：1 学时

第一节 价值投资者的分散投资与教科书中的分散投资的区别

本杰明·格雷厄姆在他的著作和实践中都强调分散投资的重要性。但是它所说的分散投资与基金经理的分散投资组合原则有很大的区别。这主要体现在对风险的理解、分散投资之外采取了什么降低风险的策略、希望并知道利用什么来代替普通股票和债券投资以及对客户的期望等方面。

一、波动性风险

现代投资理论把分散投资看作是正确投资策略的两个核心特征之一。现代投资理论认为，唯一能够获得补偿的风险是波动性风险，他指的是分散投资组合的波动性大于更广泛的多元化投资组合标准的风险。

二、有效市场假说的观点

有效市场假说——市场通常能够反映证券的真实价值——在风险和分散投资的概念中都能体现出来，否则，聪明的投资者可能会从精心挑选的几只股票中获利。

三、价值投资者的观点

价值投资者反对上面两种观点。他们的投资组合比非价值投资者的组合更为集中。

第二节 价值投资者控制风险的方法

一、价值投资者只在自己胜任的范围内进行操作。

二、对安全边际的要求为价值投资者提供了一个与分散投资不同的风险降低机制。

三、利用整体股票市场与事件导向型投资组合之间的弱相关关系来进行分散投资。

四、寻求一些可靠的确认方法。如信息灵通人士的购买行为、其他知名的投资者也持有相同的头寸、经常检查自己的投资策略和定价步骤是否存在错误。

五、头寸限制。

六、价值投资者回避卖空这种风险管理方法。

七、市场没有投资机会时的持有现金策略，即默认策略。持有指数基金策略。

复习与思考题

1. 在中国股票市场上如何分散风险。
2. 调查了解中国股指情况。

第九章 价值投资实践

第一节 价值投资实践——沃伦·巴菲特

一、对巴菲特价值投资实践活动的评价

1. 主张买进价格合理的优秀企业；
2. 买进企业而不是买进股票或债券；
3. 在力所能及的范围内进行投资。

二、巴菲特投资的一般准则

（一）巴菲特自己总结的投资准则

1996年，巴菲特写了一本《所有者指南》的书，以说明他的投资准则。

把伯克夏哈瑟维公司作为一个渠道；以合伙制看待企业。

我们吃自己做的蛋糕。

企业内在价值的最大化。

内在价值的定义：企业存续年限内所有现金的现值。

控股和组合投资各司其职。

（二）从巴菲特每年写的投资年度报告里总结出来的投资准则

1. 股权投资策略=对企业进行整体评估。

巴菲特投资的企业：自己能够理解；有很好的长期前景；由诚实的而且称职的人经营；能够以一个非常有吸引力的价格购得。

2. 巴菲特认为，公司管理的好坏，对债券的影响非常小，主要是当管理不力或不诚实时，债券利息才有可能收不回，相反，管理的好坏对普通股息的影响非常大。

3. 财富的增加并不等于规模的扩张。

4. 分散与集中——风险与收益。

巴菲特对风险的定义：损失或伤害的可能性。基本原理——大体上的正确比精确的错误更好。在以 β 系数为基础的理论下，一种股票相对于市场来说，价格下跌得越厉害，风险越大。但对价值投资者来说，这确是一次非常好的购买机会。

巴菲特认为，如果股票市场关闭一两年，他们的投资也不会受困扰，因为企业并不会因为股市关闭而停止运营。

5. 投资和并购——适用同样的原则。

一些人热衷于并购的理由：领导者喜欢挑战；公司一般依据规模付给领导者报酬而不是利润；许多经理认为自己比被收购公司经理更具有管理才能。

6. 股利政策

限制性收益不能分配。限制性收益是由于通货膨胀因素而使得部分或全部账面收益增加。

巴菲特认为，管理者应该以使股东价值最大化为目标来决定是否分配收益。

7. 资金配置、控制性投资和税收

控制企业的优势：能够配置资金，获得税收方面的好处。还有一个可能的优势是更换管理层。

8. 智者千虑，尚有一失

好企业比差企业好；好的骑师只有配好马才能干得出色，而不是和一条有病的马配合；找容易管理的公司；在企业中存在一种十分重要的无形力量“机构盲从”；保守的财务政策有时是个错误。

第二节 价值投资实践——马里奥·加比利（GBL 公司）

一、自由市场价值（PMV——private market value）

自由市场价值的定义：一个了解信息的实业家为了购买具备类似特征的资产所愿意付出的价值。他是变形的实净价值。实业购买者关心的是企业的价值以及该企业所能产生的现金流。自由市场价值是指比市场更了解企业真实价值的购买者所确定的企业内在价值。

自由市场价值的特征：

1. 自由市场价值等于内在价值加控制费用。实业购买者通过改变公司业务的基本情况而使公司增值。
2. 加比利与合伙人研究出来的分析工具。第一个分析工具是运用公认的会计准则。一些企业因全面接受会计准则而掩盖并因此未在标准财务报表中显示的资产和收益能力。第二个工具是运用用户的数量来计算公司的收益。对于通讯行业，用户要对公司提供的服务付钱。用户的数量是一个统计数字。了解用户的数量有助于财务分析者比较相同行业中不同公司的表现——公司能从每一位用户身上得到的收益或营业收入是多少。这还使得分析者能够根据公司的最近的销售情况来确定实业购买者愿意为每一位用户支付多少钱。这成为确定另一家公司价值的出发点。
3. 承认有某些东西——某件事、某个人、某种概念——的改变能缩小市场价值和自由市场价值之间的差距。这个中介因素被称为催化因素。催化因素分为两种，一是特定催化因素，它是改变某个特定公司前景的一些事件，如“死亡关注”。二是环境催化因素，比如全球气候变暖，还包括政治、社会和经济气候。全球化，政府的立法、行政和管制作用，技术转型等都是催化因素。兼并是这些环境催化因素所带来的众多结构之一。

第三节 价值投资实践——格伦·格林伯格（酋长资产管理公司）

一、简介

1984 年创立了酋长资产管理公司。从 1984 到 2000 年，公司资金帐户每年递增 25%，而同期标准普尔的平均工业指数只有 16%。对于价值投资者来说，能够在股市表现最好的 17 年里跑赢指数是非常了不起的。

二、精选股票构成集中性证券组合

警觉是不能让坏了的鸡蛋变得可口的。选择正确的鸡蛋放入篮子远比选择结束后再留心这只装满鸡蛋的篮子更重要。

1. 集中投资。
 2. 买入“好公司”的股票。即那些不会受到新加入者挑战，收益水平不断增长，技术上能够保持领先，能够通过分红，股票回购或智力再投资创造自由现金流的公司。高利润率公司、双寡头公司、管理出色以及牢记股东利益的管理者，这些都是好公司的标志。
 3. 低价买入股票
- 在不可预见的情况出现时，投资机会也就出现了。

三、集中性投资组合中的股票定价

贴现分析法是格林伯格在进行所有投资时所采用的股票定价技术。格林伯格的现金流贴现法用了很多约束条件。他只喜欢有稳定收入的和有相对可预期现金流的公司。他的每一项投资都要经历“互联网测试”以检验这家公司是否会受到互联网这种全新的、又是具有破坏性技术的影响。格林伯格认真地保证所有用于现值分析中的假设都是合理和保守的，包括销售增长率、利润率，石油、天然气和其他原料的市场价格，资本支出要求，贴现率等。常识是检验电子表格预测结果的试金石。格林伯格使用模型，但不会受模型控制。

四、保持信息灵通

由于格林伯格的投资组合中包括的股票很少，每只股票都是按照长期投资来购买的，酋长资产管理公司的合伙人没有想要增加组合中的股票数量。在有些年份他们根本不买新的股票，而在另一些年份他们也许会增加3只到4只新股票。缓慢的资金周转过程使得投资者有时间深入了解公司的情况，而这种了解又是进行巨额投资所必需的。所有的合伙人都必须出席公司会议，仔细研究公司的季度档案并了解相关行业的现状，合伙人还要定期与经理谈话，阅读交易杂志及其他相关资料。

第四节 价值投资实践——罗伯特·H·海布伦

海布伦认为它可以在格雷厄姆、斯克劳斯和巴菲特身上进行最好的投资。

第五节 价值投资实践——塞斯·科拉曼（BAUPOST公司）

一、安全边际

两大最古老的投资原则：第一，不能赔钱；第二，千万不要忘记第一条。

心理研究多次表明：人们对于赔钱比赚钱更敏感。

科拉曼喜欢购买那些按多种标准衡量都是低价的证券。这些标准有：价格与账面价值比、市盈率、价格与现金流量比、破产价值、股息收益率和自由市场价值等。

二、科拉曼原则

放之四海而皆准的一条投资原则是：当证券的内在价值远高于市场价值时所进行的投资是最好的投资。除此之外，科拉曼比大部分人都更清楚指引自己投资的其他原则。

1. 先评估风险——潜在损失的概率和规模；
2. 驱动型卖主——因非经济性的原因而售卖。

指数基金章程规定，只能投资于指数体系内的证券。当某一证券被逐出标准普尔500时，指数基金将卖出这支股票，这给科拉曼提供了机会。

让产易股、破产申请、未得其所的房地产都给科拉曼提供投资机会。

3. 为数寥寥的买方。
4. 独立于市场的催化因素。低价出售的债券，尤其是那些公司无法偿还的债券，属于大众投资者兴趣范围之外的交易机会。
5. 随着条件的变化科拉曼的投资领域也在变化。

第六节 价值投资实践——迈克尔·普瑞斯（共同基金）

一、简介

1973-1996 年，年投资回报为 20%。

二、购造与投资策略相匹配的投资组合

普瑞斯认为，70 年代成功的投资在于他们的投资组合。他们把大约 2/3 的投资方在廉价股票上，另外的 1/3 被分配到破产投资、套利头寸和现金中，其中现金从未低于组合的 5%。

三、交易定价法——公司到底价值几何

为了估计公司的内在价值，普瑞斯问了一个问题：一个信息完备的买家愿意花多少钱购买整个公司？它通过研究购并交易找到了答案。每个交易都产生大量文件，其中详细记录了交易各方协商一致的定价基础——对于被收购公司的每一个收入流应付多少钱？制作这些文件的投资银行家提供了一系列倍数。普瑞斯和他的同事们将信息积累到一起建立一个信息库，它可以告诉他们购并市场（公司控股权交易的市场）的现行价格是多少。他们不断地用新交易来更新信息库，而同时仍坚持交易价格决定倍数而不是倍数决定价格的原则。因为每一个大企业都不止经营一项业务，所以信息库应该分部门建立。

四、寻找廉价股票

利用报纸获得稳定、丰富的信息来源。在那些预期公司将损失收益，或处于困境，或股价再创新低的公司中寻找廉价股票。他为潜在投资作了大量的工作，它想一部门一部门地了解企业，这样他就可以对估价充满信心。

五、破产投资就是价值投资

1. 破产案例的四个阶段

（1）在破产申请前，公司努力争取债权人同意和解（意味着债权人将接受少于其拥有债务面值的还款以换取一个更快更有把握的结果），或者公司正努力争取新的资本。

（2）申请破产时，可能和解在进行中（贸易中叫做预先包装），也可能没有。

（3）重组计划最先由破产中的公司提出，然后与众多债权人进行谈判，直到达成协议。

（4）公司得以避免破产境地，此时已建立新的资本架构，且向债权人发行新的证券。

2. 投资者可以从每一个阶段获利

（1）在申请破产前，当公司正争取避免破产时，有现金的人可以同正受到很大威胁的公司谈判，以极优惠的价格购买相当多的股权或债务。如果新资金的注入能帮助公司挽救自己且重新获利，投资将取得成功。

（2）申请破产后，一些债权人受制于其投资政策会出售其所持有的债务，有些银行会变得焦虑甚至会被迫出售其贷款，售价将非常低廉。基金或银行会想把债务整个地卖给一个准备好了的买家，这对具有大量现金的公司很有好处。

（3）当公司自己在申请重组计划时，不同等级证券的持有人正努力了解计划是什么样的，尤其是满足债权人要求的计划。提前了解情况，并且持有那种价格和付出款项之差最大的证券将能够挣到钱。破产法规定，每一等级债券的三分之二的持有人可以使重整计划通过，规模再一次成为优

势，因为一个投资者只需三分之一的任何一级债券就可以阻挠协议的达成，债权人之间的谈判可以被刺激起来。

（4）如果公司清算，债权人持有人将根据其受偿优先级从出售资产的款项中获得清偿。如果公司变成一个新公司，一些因素会使得新公司比其前身更强大。对于聪明的价值投资者而言，收购大量廉价股票的时机已经成熟。

3. 投资破产公司成功的条件

将破产所有阶段以及相应的不同获利方式连在一起的主线就是知识：关于公司及其资产内在价值的知识，关于各级债务及其担保资产的知识，关于破产程序以及债权人能够影响决策的方法的知识，还有关于新公司状况及其基本价值的知识。知识越多越好，投资者能够越早估计出即将发生的情况，回报就越高。

第七节 价值投资实践——沃尔特和埃德温·斯克劳斯

沃尔特·斯克劳斯于 1955 年中期开始进行价值投资。从 1956 年到 2000 年的整个 45 年间，斯克劳斯和他的儿子埃德温（1973 年加入到他父亲的事业中）为他们的投资提供了年均高达 15.3% 的以复利计算的回报率。而同期，相应的标准普尔指数总回报率为 11.5%，幸运的投资者在 1956 年委托给斯克劳斯的每一美元，到 2000 年底已经涨到了 662 美元，而投资于标准普尔指数的每一美元，现在的价值却是 118 美元。

一、寻求便宜的股票

一般来说，能够引起斯克劳斯父子注意的就是价格下跌的股票，尤其是陡然下跌的股票。最好的情况是股票能跌到 2 年来或者 3 年来的最低点。

二、评估资产、收益和公司的价值

沃尔特习惯用资产来进行评估。因为一家公司的资产要比他的收益稳定的多。当然它也关注这家公司的盈利能力。当整个市场的价格都上涨时，他们对“便宜”的界定就会变得更相对、更灵活。当某一领域的投资变得流行时，他们就会转向其他的领域。

三、继续追踪

四、何时购进、何时卖出

价值投资者往往是买得快，卖得也快，斯克劳斯公司也不例外。

五、证券组合——灵活的多样性

斯克劳斯公司经营着一个证券组合，但是他们并没有规定组合的数量。他们也许会持有 100 只股票，但是往往最大的 20 只股票占了约 60% 的份额。有时候他们甚至会使用 60% 的资金来购买单只股票。证券组合多样化的目的是防范不确定性，它也是使斯克劳斯公司成功的一个重要因素。

六、照顾到客户的利益

第八节 价值投资实践——保罗·D·索金

一、简介

从 1999 年起，他成为蜂鸟价值基金的投资总裁。从这里开始，他转向喜爱的小型 and 微型资本市场。

和其他价值投资者一样，索金更倾向于和少数人一起参与游戏。

索金最喜爱的价值投资方法是使用资产负债表。

任何一个稍具规模的公司都不可能逃避投资商的审视，每天价值投资商都在期望从中寻求可发掘的利益。小的公司可能也不例外。但管理着大量资金的人通常还是将远离这一片市场，于是有时候实净值可能会下降。

二、如果没有跌到最低点就不要购买它

三、附加信息的价值

赞成投资小公司的理由通常有：小公司有更好的发展前景；小公司可以更敏捷地利用市场机会，应对市场变化；而且由于很多基金都不愿意投资小公司股票，购买这些股票就可以比较便宜；最后由于没有分析师会注意这些小公司——即使有，也为数不多，因此这家公司的信息和前景就很少被股票价格反映出。如果有 500 位分析师都盯住通用电器，那么第 501 位分析师基本上就不能再对这家公司补充更多的分析意见了。但是，如果只有一位分析师在关注这家公司，那么，第二位分析师就一定可以发现一些更重要的信息。索金赞同上述所有理由，并补充道：小公司的行为更易于理解。无论是他们的财务报表还是他们的商业模式都很简单。

四、小股票，大投资

1. 价值投资商对现代投资理论关于风险的衡量提出质疑。

(1) 证券价格的波动并不是唯一的，甚至也不是最合适的风险衡量标准，如果有更多的信息和更好的分析师，风险就会降低，而这这就要求以更高的安全保证金来购买股票。

(2) 他们认为他们只有一点非常好的想法，并且不想因在投资组合中加入更多的表现平平的股票而减少那些潜在的明星股所能带来的收益。

2. 索金非常青睐投资组合

他经营的证券主要分为两大部分，每部分又有三个分项。

(1) 一般证券操作。包括小型和微型资产、混合证券。

(2) 套利操作。包括公开的购股兼并、让产易股、公司清算。

复习与思考题

1. 从潜在投资者的角度分析一家上市公司。

2. 模仿某位价值投资者的投资方法分析一家上市公司的投资价值。

《国际金融学》教学大纲

金仁淑 编写

目 录

前 言	1283
一、本课程的性质与特点	1283
二、本课程教学计划中的地位、作用和意义	1283
三、本课程的教学目的和任务	1283
四、总学时、学分	1283
五、教学方法和手段	1283
六、上课要求	1283
七、使用教材	1283
八、主要参考书目	1284
第一章 国际收支和国际收支平衡表	1285
第一节 国际收支	1285
一、国际收支的含义	1285
二、有关国际收支概念的几点说明	1285
第二节 国际收支平衡表	1285
一、国际收支平衡表的含义	1285
二、国际收支平衡表分类	1285
三、国际收支平衡表的编制原则	1286
四、国际收支平衡表的结构	1286
第三节 国际收支平衡表的分析	1286
一、对国际收支平衡表的经济学分析	1286
二、国际收支的盈余、赤字和平衡	1287
三、国际收支平衡表与国民收入账户的关系	1287
本章重要概念	1287
复习思考题	1287
参考书目	1287
第二章 国际收支调节手段和理论	1288
第一节 国际收支调节手段	1288
一、国际收支调节目的	1288
二、国际收支不平衡的性质	1288
三、国际收支调节手段分为两类	1288
第二节 内外均衡矛盾和政策搭配调节	1289
一、内外部均衡的冲突	1289
二、政策搭配	1289
三、内外均衡的矛盾与政策搭配调节	1289
第三节 国际收支理论	1290
一、弹性分析法	1290
二、吸收分析法	1290
三、货币分析法	1291

四、结构分析法.....	1292
本章重要概念.....	1292
复习思考题.....	1292
课堂测验题.....	1292
参考书目.....	1292
第三章 外汇和汇率.....	1293
第一节 外汇的基本概念.....	1293
一、外汇的含义.....	1293
第二节 汇率的标价方法和种类.....	1293
一、汇率的概念.....	1293
二、汇率的表示方法.....	1293
三、汇率的种类.....	1293
第三节 影响汇率变动的主要因素.....	1293
第四节 汇率贬值对经济的影响.....	1294
第五节 汇率决定理论.....	1294
一、汇率决定理论演变与发展.....	1294
二、购买力平价说.....	1294
三、利率平价说.....	1295
四、国际收支说.....	1295
五、资产市场说.....	1295
课堂思考题.....	1295
本章重要概念.....	1295
复习思考题.....	1296
参考书目.....	1296
第四章 汇率政策及相关政策.....	1297
第一节 汇率制度.....	1297
一、汇率制度的类型.....	1297
二、影响一国汇率制度的主要因素.....	1298
三、最适货币区理论.....	1298
第二节 汇率水平的管理.....	1298
一、汇率变动的经济影响.....	1298
二、实际汇率的管理与国际收支调整.....	1299
三、政府对外汇市场的管理.....	1299
第三节 外汇管制.....	1300
一、外汇管制的内容.....	1300
二、货币的自由兑换.....	1300
第四节 国际储备.....	1300
一、国际储备的涵义.....	1300
二、国际储备的构成.....	1301
三、国际储备的作用.....	1301
四、最适度国际储备量.....	1301
五、影响一国适度储备水平的主要因素.....	1301

课堂思考题.....	1302
辩论题.....	1302
本章重要概念.....	1302
复习思考题.....	1302
参考文献.....	1302
第五章 国际金融市场.....	1303
第一节 国际金融市场的构成.....	1303
一、国际金融市场的概念：有广义和狭义之分.....	1303
二、国际金融市场的新发展.....	1303
第二节 国际货币市场.....	1303
一、国际货币市场的作用.....	1303
二、欧洲货币市场形成及作用.....	1303
第三节 国际资本市场.....	1304
一、概念.....	1304
二、构成.....	1304
第四节 国际外汇市场.....	1305
第五节 世界黄金市场.....	1305
一、结构和工具.....	1305
二、黄金市场的供需状况.....	1305
三、价格变化.....	1305
四、世界主要的黄金市场.....	1305
五、中国的黄金市场现状：世界第 6 大产金大国.....	1305
第六节 金融期货与期权交易市场.....	1305
本章重要概念.....	1305
复习思考题.....	1305
参考书目.....	1306
第六章 国际资本流动与货币危机.....	1307
第一节 国际资本流动概述.....	1307
一、国际资金流动及类型.....	1307
二、国际资本流动的利益和风险.....	1307
第二节 货币危机.....	1308
一、相关概念.....	1308
二、国际债务衡量指标.....	1308
三、货币危机的分类.....	1308
四、货币危机的危害.....	1309
第三节 货币危机理论.....	1309
一、第一代货币危机模型——“财政赤字”货币危机理论.....	1309
二、第二代“自我完成”货币危机理论.....	1309
三、第三代货币危机理论：道德风险.....	1310
四、三代货币理论比较.....	1310
本章重要概念.....	1310
复习思考题.....	1310

课堂讨论	1311
参考书目	1311
第七章 国际货币体系	1312
第一节 金本位制	1312
一、国际货币体系的概念	1312
二、国际货币制度的分类	1312
三、对国际金本位制度的评价	1312
四、国际金本位制度的崩溃	1312
第二节 布雷顿森林体系	1312
一、布雷顿森林体系的主要特征	1312
二、布雷顿森林体系的简要历程	1313
三、布雷顿森林体系崩溃的内在原因	1313
四、布雷顿森林体系的评价	1313
第三节 牙买加体系	1313
一、牙买加体系的建立与内容	1313
二、牙买加协议后国际货币制度的运行特征	1313
第四节 欧洲货币一体化：区域性货币组织	1313
本章重要概念	1314
复习思考题	1314
参考书目	1314
第八章 国际金融机构	1315
第一节 国际货币基金组织	1315
一、国际货币基金组织的产生的背景	1315
二、国际货币基金组织的宗旨	1315
三、国际货币基金组织的三项基本职能	1315
四、国际货币基金组织的结构	1315
五、国际货币基金组织的资金来源	1315
六、国际货币基金组织的业务活动	1316
七、国际货币基金组织的缺点	1316
第二节 世界银行集团	1316
一、国际复兴开发银行（世界银行）	1316
二、国际开发协会（IDA）	1316
三、国际金融公司	1316
四、其他附属机构：ICSID	1317
第三节 国际清算银行（BIS）	1317
一、组织结构	1317
二、职能与业务	1317
第四节 区域性金融机构	1317
一、亚洲开发银行（ADB）	1317
二、欧洲投资银行（EIB）	1317
三、美洲（泛美）开发银行（IDB）	1317
四、非洲开发银行（ADB）	1317

第五节 国际金融协调.....	1318
一、国际金融协调含义及理论基础.....	1318
二、国际经济政策协调的主要方式.....	1318
三、国际金融协调实践.....	1318
四、巴塞尔协议.....	1318
五、全球金融服务贸易协议.....	1318
本章重要概念.....	1318
复习思考题.....	1318
参考书目.....	1319

前 言

一、本课程的性质与特点

国际金融学是专门研究国际金融活动的经济科学，其研究对象为国际间金融活动及其本质与规律性，是从货币金融的角度研究开放经济下内部均衡和外部均衡同时实现的问题的一门学科。国际金融学是作为一门新兴学科，是由研究国际贸易的理论发展而成的，其理论性，业务性较强，宏观、微观并重，研究范围广，交叉学科多，并需要一定计算技术的综合学科。

二、本课程教学计划中的地位、作用和意义

国际金融学是经济学专业的专业选修课。通过本课程的学习将为本专业的其他专业课奠定理论基础，掌握分析和研究国际金融问题的研究方法和手段，与本专业的其他课程相辅相成，成为本专业的专业理论课程之一。

作为经济学中新兴的一门学科，国际金融学可以用来分析经济学中一些常见的、与人们生活息息相关的经济现象和政策问题，即通过开放经济下对外帐户的构成及不平衡所导致的内外部均衡的相互冲突的分析，学习其解决冲突的理论方法；掌握汇率变动的影响及均衡汇率的决定以及汇率的管制和干预方法；了解国际资本流动所带来的汇率、货币危机的产生及防范措施；强调内外均衡的国际协调的重要性及其对策。毫无疑问，通过本课程的学习，不仅为其它专业课程的学习打好理论基础，而且使学生掌握理论联系实际的本领。

三、本课程的教学目的和任务

1. 了解国际金融基本知识，如：国际收支、外汇的概念、汇率的种类及计算、金融衍生工具、国际货币体系的演变、布雷顿森林体系、国际储备等。

2. 掌握国际金融相关动态，如，欧洲货币体系的形成及特点、国际金融体系内部存在的问题、货币危机的防范及对策、汇率政策的选择等。

四、总学时、学分

36 学时（每周 2 学时）、2 学分

五、教学方法和手段

以多媒体讲授为主，采取辩论一次、撰写论文一次、课堂讨论一次、学生自主讲课一次、课堂小考若干次等灵活多样的教学方法和手段，充分调动学生学习的积极性，力求理论与实践相结合。

六、上课要求

1. 上课方式的多样化：课堂提问、讨论、辩论、小考、写小论文、检查作业、学生讲课比赛等。2. 出勤要求。3. 课堂纪律与卫生要求。

4. 考核办法：平时成绩占 30%（包括出勤、提问、讨论、辩论、小考、论文）；期末闭卷考试占 70%。

七、使用教材

姜波克主编：《国际金融学》，21 世纪高等学校系列教材，高等教育出版社 2002 年出版。

八、主要参考书目

1. 姜波克著：《国际金融新编》（第三版），复旦大学出版社，2006 年 2 月出版，第 3 版。
2. 刘书年主编：《国际金融》，对外经贸大学出版社，2001 年 1 月出版。
3. 克鲁格曼、奥伯斯法尔德著：《国际经济学》，中国人民大学出版社，1996 年出版。
4. 易纲、海闻著：《国际金融》，上海人民出版社，1999 年出版。
5. 彼得·林德特著，范国鹰等译：《国际经济学》，第 9 版，经济科学出版社，1992 年出版。
7. 《经济研究》、《金融研究》、《国际金融研究》等专业刊物。

第一章 国际收支和国际收支平衡表

重点内容：掌握国际收支相关概念，熟练分析国际收支平衡表

难点：理解国际收支平衡表中各项目之间的关系及宏观经济含义

学时：4 学时

第一节 国际收支

一、国际收支的含义

1. 概念的产生：国际间的经济交易必然会产生货币性和非货币性的支付问题，由此引起了国际收支统计和对国际收支进行分析的问题。

2. 概念：根据 IMF 的解释，一国的国际收支是指一国（或地区）的居民在一定时期内（一年、一季、一月）与非居民之间的经济交易的系统记录。

二、有关国际收支概念的几点说明

1. 经济交易：IMF 所给出的国际收支概念包含全部国际经济交易，是以交易为基础。

2. 居民和非居民：居民和公民是两个不同的概念：公民是一个法律概念，而居民则是一个经济概念。IMF 作了如下规定：自然人居民，指那些在本国居住时间长达一年以上的个人，但官方外交使节、驻外军事人员等一律是所在国的非居民；法人居民，指在本国从事经济活动的各级政府机构、非盈利团体和企业。

3. 国际收支和国际借贷：国际借贷：即国际投资状况，是指一定时点上一国居民对外资产和对外负债的汇总。两者的区别：国际收支是流量而国际借贷是存量；两者所包括的范围不一样，国际经济交易中的赠予、侨民汇款与战争赔偿等“无偿交易”，都属于不发生国际借贷关系的交易，因而不包括在国际借贷中，但却包括在国际收支中。

第二节 国际收支平衡表

一、国际收支平衡表的含义

1. 国际收支平衡表：是一国对其一定时期内的国际经济交易，根据交易的特性和经济分析的需要，分类设置科目和帐户，并按复式簿记的原理进行系统记录的报表。

2. IMF 规定各会员国必须定期报送其国际收支平衡表，并汇总后定期发表在《国际金融统计》上。IMF 出版了《国际收支手册》，制订了国际收支平衡表的标准格式。

二、国际收支平衡表分类

1. 经常项目：货物+服务+收入+经常转移；

2. 资本与金融项目：资本帐户（资本转移和非生产、非金融资产的收买和放弃，如专利、商标、版权、经销权等）+金融帐户（直接投资+证券投资（间接投资）+储备资产）

3. 错误和遗漏：

三、国际收支平衡表的编制原则

(一) 复式计帐法：国际收支平衡表按复式簿记的记帐方法编制

1. 贷方(Credit/Plus Items)

2. 借方(Debit/Minus Items)

3. 贷方(Credit/Plus Items)：出口(货物和劳务)；资本流入，包括：对外金融资产的减少，本国对外负债的增加。

4. 借方(Debit/Minus Items)：进口(货物和劳务)；资本流出，包括：对外金融资产的增加，本国对外负债的减少。

(二) 借方和贷方；收入和支出；顺差和逆差（黑字和赤字）

四、国际收支平衡表的结构

(一) 经常账户

1. 商品贸易或有形贸易。中国从加拿大进口小麦，向欧洲出口纺织品等，是经常帐户中最重要项目

2. 服务贸易即劳务进出口。包括运输、旅游、通讯服务、建筑服务、保险服务，以及咨询、广告等商业服务等等，又称为无形贸易

3. 收益包括职工报酬和投资收益两类。中国人在国外获得的工资，奖金，股票红利，债券利息等作为收益项目贷方，外国人在中国获得工资、奖金、红利、利息等作为收益项目借方

4. 经常转移包括政府与民间相互捐赠等等发生的收入转移

(二) 资本和金融账户

1. 资本账户：包括固定资产所有权国际间转移，债权人不索取任何回报而取消债务等资本转移部分；还包括非生产和非金融性的资产如专利，版权，商标权的收买或放弃等。

2. 金融账户：包含“直接投资”“证券投资”与“其它投资（如贸易信贷）”等三个子项目。

(三) 国际收支平衡表的技术性调整——错误和遗漏

1. 由于各种国际经济交易的统计资料来源不一，有的数据甚至还来自于估算，加上一些人为的因素（如有些数据须保密，不宜公开），平衡表实际上就几乎不可避免的会出现净的借方余额或贷方余额。

2. 基于会计上的需要，一般就人为设置一个项目，以抵消上述统计偏差，即“净错误和遗漏”科目。

3. 如果借方总额大于贷方总额，净错误和遗漏这一项则放在贷方；反之，如果贷方总额大于借方总额，净错误和遗漏这一项则放在借方。

第三节 国际收支平衡表的分析

一、对国际收支平衡表的经济学分析

1. 国际收支平衡表是根据复式簿记原理编制的，其借方总额和贷方总额是相等的。但这只是账面的、会计意义上的平衡，不具有经济学意义。

2. 国际收支平衡表的每个具体账户和科目的借方额和贷方额往往是不相等的，这种差额被称为局部差额如贸易差额、劳务收支差额、经常账户差额等。

3. 注重某几个科目的交易加总在一起所形成的局部差额

二、国际收支的盈余、赤字和平衡

1. 线上交易和自主性交易
2. 贸易差额和经常账户差额
3. 基本差额
4. 官方结算差额
5. 综合差额
6. 国际收支帐户基本关系
7. 我国国际收支账户

三、国际收支平衡表与国民收入账户的关系

1. $GDP = C + I + G + (X - M)$;
2. $GNP = GDP + \text{国外净要素报酬收入 NFP}$;
3. 经常账户差额 CA 可以近似地（忽略转移收支）表示为： $CA = (X - M) + NFP$

从而， $GNP = C + I + G + CA$ ，这就是国际收支和 GNP 的关系。

假定 T 为税收，私人部门储蓄为 $S = Y - T - C$ ，上式可整理为： $CA = (S - I) + (T - G)$ ，这就是开放经济条件下进行宏观经济分析的最基本公式。

本章重要概念

国际收支 国际收支平衡表 国际收支平衡 国际收支均衡 贸易收支 经常项目
资本和金融项目 自主性交易 综合账户差额 错误与遗漏账户

复习思考题

1. IMF 关于国际收支的定义有何优点？
2. 简述国际收支平衡表的编制原理。
3. 如何测度一国国际收支的失衡？
4. 简述国际收支平衡表与国民收入账户的关系。

参考书目

1. 易纲、张磊著：《国际金融》，上海人民出版社，1999 年。
2. 姜波克主编：《国际金融学》，高等教育出版社，1999 年。
3. 万鸿义主编：《国际金融理论与实务》，天津大学出版社，1994 年。
4. Maurice Levi: “International Finance”， McGraw—Hill Book Company, 1996.

第二章 国际收支调节手段和理论

重点内容：掌握国际收支调节手段及运用

难点：学习国际收支相关理论

学时：4 学时

第一节 国际收支调节手段

一、国际收支调节目的

1. 追求国际收支平衡
2. 追求国际收支均衡
3. 有必要澄清两个概念：内部均衡：无通货膨胀；充分就业；合理增长
外部均衡：内部均衡下的国际收支平衡

二、国际收支不平衡的性质

1. 临时性不平衡
2. 结构性不平衡
3. 货币性不平衡
4. 周期性不平衡
5. 收入性不平衡

三、国际收支调节手段分为两类

（一）自动调节机制：

1. 国际金本位制度：

黄金输送点——价格—铸币流动机制。

2. 纸币流通下的自动调节机制

（1）货币——价格机制：

逆差→对外支付增加→货币外流增加→货币存量减少→国内一般价格水平下降→出口商品价格下降→出口增加→贸易收支改善

（2）收入机制：

逆差→对外支付增加→国民收入下降→进口需求下降→贸易收支改善

（3）利率机制：

逆差→对外支付增加→本国货币存量减少→利率上升→本国金融资产收益率上升→对本国金融资产的需求上升→资金外流减少或内留增加→国际收支改善

（二）政策调节

1. 需求调节：改变总需求或总支出的政策。

（1）支出增减型调节：财政政策和货币政策

调节总需求→改变对外商品、劳务、金融资产之需求→调节国际收支

（2）支出转换型调节：总需求和总支出不变，改变支出方向（将国内支出从外国商品和劳务→国内商品和劳务）

总需求不变→汇率、补贴、关税等→改变需求方向→调节国际收支

2. 供给调节：增加社会产品的供给→改善国际收支

(1) 产业政策：鼓励发展一些产业，调整、限制、取消一些产业→增加社会产品的供给→调节国际收支

(2) 科技政策：推动技术进步、提高管理水平、加强人力资本投资等→增加社会产品的供给→调节国际收支；

(3) 制度创新政策：制度缺陷

3. 融资政策：

(1) 使用条件：国际收支由短期、临时性冲击所致；与需求调节政策之间具有一定的互补性。

(2) 包括以下两种：官方储备的使用；国际信贷便利的使用。

(3) 逆差→融资政策→国际收支赤字改善→经济的稳定

4. 政策组合：以上政策的搭配使用

第二节 内外均衡矛盾和政策搭配调节

一、内外部均衡的冲突

(一) 内外部均衡的冲突

	内部经济状况	外部状况
1	经济衰退/失业增加	国际收支逆差
2	经济衰退/失业增加	国际收支顺差
3	通货膨胀	国际收支逆差
4	通货膨胀	国际收支顺差

(二) 内外均衡矛盾产生的根源：经济的开放性

1. 封闭经济目标：(1) 经济增长；(2) 充分就业；(3) 价格稳定

2. 开放经济目标：(1) 经济增长；(2) 充分就业；(3) 价格稳定；(4) 国际收支

3. 开放与封闭相比较：

4. 内外均衡冲突的原因：

(三) 内外均衡矛盾政策调节的原理

1. 丁伯根原理：

2. 有效市场分类原理

二、政策搭配

(一) 支出增减型与支出转移型政策（斯旺模式）

(二) 支出型政策与融资政策

(三) 支出增减型政策与供给型政策

三、内外均衡的矛盾与政策搭配调节

(一) 米德冲突（内外均衡矛盾的经典论述）

(二) 丁伯根原则（关于政策协调）

1. 要实现若干个独立的政策目标，至少需要相互独立的若干个效的政策工具

2. 丁伯根原则假定各种政策工具可以供决策当局集中控制，从而通过各种工具紧密配合实现政策目标；丁伯根原则没有明确指出每种工具有无必要在调控中侧重某一目标的实现。这两个特点不尽与实际情况符合。

3. 丁伯根原理简评：

（三）蒙代尔政策搭配（政策指派与有效市场分类原则）：财政政策和货币政策组合

1. 财政政策：主要包括财政收入政策、财政支出政策和公债政策

2. 货币政策：主要包括公开市场业务、再贴现率和法定准备金率

3. 财政货币政策可以通过三个渠道来影响国际收支，分别称为收入效应、利率效应和相对价格效应（或称替代效应）

4. 逆差：双紧；顺差：双松

（四）斯旺模式：支出转换政策与支出增减政策组合

（五）支出转换政策：

直接管制和汇率贬值同属于支出转换政策，属于全面性控制工具（General Controls）。

1. 汇率政策

2. 直接管制

3. 科技政策：推动技术进步、提高管理水平、加强人力资本投资

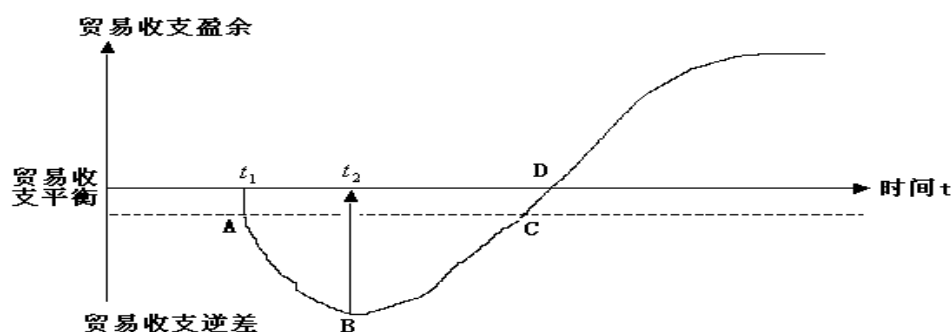
4. 产业政策：核心在于优化产业结构。一方面鼓励发展和扩大一部分产业，另一方面对一些产业部门进行调整、限制、乃至取消。

5. 制度创新：主要表现为企业制度改革，包括企业创立时的投资制度改革、企业产权制度改革，以及与此相适应的企业管理体制改革。

第三节 国际收支理论

一、弹性分析法

1. 马歇尔——勒纳条件： $EX + EM > 1$



2. J 曲线效应：

1. 贬值对贸易条件的影响：在马歇尔-勒纳条件下，贬值后贸易条件不能改善。

2. 缺陷：

（1）是建立在局部均衡分析法的基础上的，它仅局限于分析汇率变化对进出口市场的影响。

（2）忽视了对社会总支出和总收入的影响。

二、吸收分析法

（一）公式： $B=Y-A$

（二）政策主张：改变总收入与总支出（吸收）政策

1. 支出转换政策与支出增减政策
2. 发挥作用的前提：必须有闲置资源存在；边际吸收倾向小于 1（吸收的增长小于收入的增长，货币贬值才会改善国际收支）

（三）评价

1. 缺陷：
 - （1）因果的逻辑关系上自相矛盾
 - （2）没有考虑国际间的经济联系（未考虑相对价格在调整中的作用）
 - （3）充分就业假定条件下的分析，忽略资源运用效率
 - （4）没有涉及国际资本流动
2. 作用：
 - （1）指出了弹性论的缺点
 - （2）指出了国际收支失衡的宏观原因，注意到国际收支失衡的货币因素，为货币论打下了基础

三、货币分析法

（一）特点

1. 货币论强调货币市场存量均衡的作用。
2. 从货币角度考察国际收支失衡的原因，提出相应的政策主张。
3. 假设
 - （1）货币需求是收入、利率等的函数。
 - （2）长期来看，货币需求是稳定的，货币变动不影响产量。
 - （3）一国的价格水平和利率水平接近国际水平。

（二）基本理论

$$\begin{aligned}
 MS &= MD \\
 MD &= pf(y, i) \\
 MS &= m(D + R) = D + R \\
 MD &= D + R \\
 R &= MD - D
 \end{aligned}$$

（三）货币论的经济意义

1. 国际收支是一种货币现象
2. 国际收支逆差是一国名义货币供应量超过了名义货币需求量
3. 国际收支问题实质上反映的是实际货币余额（货币存量）对名义货币供应量的调整过程

（四）政策主张

1. 既然国际收支是一种货币现象，故国际收支的不平衡可由国内货币政策调节
2. 扩张性的货币政策可以减少顺差，紧缩性的货币政策可以减少国际收支逆差
3. 贬值、进口限额、关税、外汇管制等贸易和金融干预，只有当它们的作用是提高货币需求，尤其是提高国内价格水平时，才能改善国际收支，且影响是暂时的

（五）简评

1. 贡献：
 - （1）在国际收支分析中对货币因素的重视
 - （2）政策主张：所有国际收支问题都可以用货币政策来解决，即货币供应政策，膨胀性的货

币政策（使 D 增加）减少国际收支顺差，紧缩性的货币政策（使 D 减少）可以减少国际收支逆差。

（3）当国际收支发生逆差时应注重国内信贷的紧缩

2. 缺陷：

（1）颠倒国际经济的因果关系

（2）货币论假定货币供给变动不影响实物产量的假设不严密

（3）货币需求函数稳定的假设不严密（在短期，货币需求不稳定）

（4）一价定律成立的困难性（长期来看，一价定律往往不成立）

（5）遭到发展中国家的批评：牺牲国内实际货币余额或实际消费、投资、收入和经济增长来纠正国际收支逆差。

四、结构分析法

结构论：国际收支逆差尤其是长期性的可以是长期性的过度需求或过度供给引起的

（一）基本理论：

（二）政策主张：

（三）简评

本章重要概念

价格—现金机制 收入机制 利率机制 需求增减型政策 需求转换型政策 米德冲突
丁伯根原则 有效市场分类原则 财政政策与货币政策的搭配 支出转换政策与支出增减型政策的搭配 弹性 马歇尔—勒纳条件 J 曲线效应 贸易条件 闲置资源的作用 弹性论、吸收论、货币论的基本公式

复习思考题

1. 如何理解国际收支均衡和失衡？
2. 哪些因素引起国际收支不平衡？
3. 简述国际收支自动调节机制。
4. 调节国际收支不平衡，有哪些政策选择？
5. 简述马歇尔—勒纳条件
6. 什么是 J 曲线效应
7. 比较并评述国际收支弹性论、吸收论和货币论。

课堂测验题

论述改革开放以来我国国际收支状况的变化，并分析我国一般采用什么样的国际收支调节政策？它与入世后国际收支调节政策有什么异同？

参考书目

1. 戴金平著：《国际金融前沿发展：理论与实证方法》，天津人民出版社，2000 年。
2. 潘国陵著：《国际金融理论与数量分析方法—汇率决定理论与国际收支理论研究》，上海人民出版社，2000 年。
3. 周延军编著：《西方国际金融理论》，中信出版社，1992 年。
4. Maurice Levi: “International Finance”， McGraw—Hill Book Company, 1996.

第三章 外汇和汇率

重点内容：掌握外汇与汇率的基本知识，了解汇率决定的依据、汇率波动的影响及相关理论与政策选择。

难点：汇率理论

学时：6 学时

第一节 外汇的基本概念

一、外汇的含义

1. 外汇：以外币表示的、可直接用于国际结算的支付手段。

2. 含义：有动态和静态。

(1) 动态的外汇是指人们为了清偿国际间的债权债务关系，将一种货币兑换成另一种货币的行为。

(2) 广义的静态外汇泛指可以清偿对外债务的一切以外国货币表示的资产或债权。狭义静态外汇的前提条件有两个：

3. 外汇的种类

第二节 汇率的标价方法和种类

一、汇率的概念

汇率长期来说受国家宏观经济形势支配的；中期是受利率、通胀、外贸收支和资金流动等经济状况控制的；短期则是受游资或投机行为所影响的。

二、汇率的表示方法

汇率的表示方法包括：直接标价法和间接标价法、美元标价法

三、汇率的种类

1. 按制订汇率的方法不同，划分为基本汇率与套算汇率
2. 从银行买卖外汇的角度，划分为买入汇率、卖出汇率和现钞汇率
3. 按外汇的汇付方式不同，划分为电汇汇率、信汇汇率和票汇汇率
4. 按外汇交易交割日不同，划分为即期汇率和远期汇率
5. 按实际价值不同分为名义汇率、实际汇率和有效汇率
6. 按汇率制度不同划分为固定汇率和浮动汇率

第三节 影响汇率变动的主要因素

一、国际收支状况：顺差-汇率上升，但注意其性质

二、相对通货膨胀率：内部价值低，使外部价值也低

- 三、利率差异：利率上升使汇率上升，主要影响短期汇率
- 四、总需求与总供给：总需求大于总供给汇率下降
- 五、财政赤字：赤字的增加导致汇率的下降（利率）
- 六、预期因素：心理预期改变汇率的方向
- 七、国际储备：储备增加提高汇率

第四节 汇率贬值对经济的影响

- 一、对物价水平
- 二、对外汇短缺
- 三、货币替代和资金外逃
- 四、对进出口贸易收支
- 五、对国际贸易交换条件
- 六、对总需求
- 七、对国内经济的影响

第五节 汇率决定理论

一、汇率决定理论演变与发展

- 1. 汇率决定理论研究的着眼点：是一国货币的汇率水平受什么因素决定和影响。
- 2. 本节讨论汇率决定的背景：实行货币自由兑换，汇率由市场来决定的国家。
- 3. 汇率决定理论是国际金融理论的核心之一，随着经济背景和经济学基础理论的演变经历了不同的发展，主要经历了国际借贷说、购买力平价说、汇兑心理说、国际收支说和资产市场说几个阶段。

二、购买力平价说

- 1. 瑞典学者卡塞尔（G. Cassel）于 1922 年出版了《1914 年后的货币和外汇》一书，提出“购买力平价说”。
- 2. 购买力平价说的思想：一国汇率水平和变化是由本国货币与外国货币的购买力对比决定的。
- 3. 购买力平价说的基本思想：国内外货币之间的汇率，主要取决于两国货币购买力的比较。
- 4. 购买力平价有两种形式：绝对形式（absolute version）与相对形式（relative version）。绝对形式说明的是某一时点上汇率的决定，相对形式说明的是在两个时间内汇率的变动。

一价定律与购买力平价的绝对形式： $e = P_a / P_b$

相对形式

$$e_1 = \frac{\frac{P_{a1}}{P_{a0}}}{\frac{P_{b1}}{P_{b0}}} * e_0$$

- 5. 对购买平价说的评论：

三、利率平价说

1. 利率平价说说明了汇率与利率之间的关系。
2. 而汇率与利率之间的关系则通过国际资金套利来实现，反映了国际资本流动对于汇率决定的作用。
3. 凯恩斯最初提出利率平价说时，主要用以说明远期差价的决定。后来，艾因齐格又补充提出了利率平价说的“互交原理”，揭示了即期汇率、远期汇率、利率、国际资本流动之间的相互影响。
4. 主要内容：
 - 一是相对于套补利率平价说；
 - 二是在非套补利率平价说中引入关于预期形成机制的各种假说；
 - 三是套补利率平价与非套补利率平价的相互关系
5. 套补利率平价理论
6. 非套补利率平价理论：对非套补套利者而言，持有本币资产的预期收益率同样是本币的利息率 (i_d) ，但持有外币资产所获取的预期收益率不再是外币利息率 (i_f) 加远期外币升水率 (p) ，而是外币利息率加汇率上升率 $(E \rho)$ 。
7. 利率平价说的应用：
8. 利率平价理论评价

四、国际收支说

1. 国际收支说的倡导者认为，在分析汇率决定时，可以从两方面对国际借贷说加以修正和改进。一是将国际资本流动纳入汇率决定的分析。二是进一步应用贸易收支和国际资本流动的有理论分析来探讨深层的汇率决定因素。
2. 国际收支说的基本模型一假设
3. 机制：

五、资产市场说

- (一) 资产市场说特别重视金融资产市场均衡对汇率变动的影响。
资产市场说的一个重要分析方法是一般均衡分析。它较之传统理论的最大突破在于它将商品市场、货币市场和证券市场结合起来进行汇率决定分析。在一个国家的三种市场之间，则有一个在受到冲击后进行均衡调整的速度快慢对比问题。对替代程度和调整速度的不同假设，就引出了各种资产市场说的模型。
- (二) 汇率的货币论
- (三) 汇率的资产组合平衡模式 (Portfolio Balance Model of Exchange Rate)

课堂思考题

1. 近年来影响人民币汇率升值的因素有哪些？
2. 如果纽约市场上年利率为 14%，伦敦市场的年利率为 10%，伦敦外汇市场的即期汇率为 1GBP=USD2.40，求 3 个月的远期汇率。

本章重要概念

外汇 汇率 直接标价法 间接标价法 基本汇率 套算汇率 固定汇率 浮动汇率
 单一汇率 复汇率 名义汇率 实际汇率 有效汇率 即期汇率 远期汇率 升水 贴

水 套利 货币替代 闲置资源 贸易条件 贬值税 金币本位制 金块本位制 金汇兑本位制 黄金输送点 法币 金平价 铸币平价 法定平价 可贸易商品 不可贸易商品 一价定律 绝对购买力平价 相对购买力平价 套补的利率评价 非套补的利率评价 国际借贷说 国际收支说 资产市场分析法 弹性价格货币分析法 粘性价格货币分析法 汇率超调 资产组合分析法 有效市场 弱式有效市场假说 新闻

复习思考题

1. 简述外汇的定义。外汇和外币的区别是什么？
2. 请归纳在直接标价法、间接标价法和美元标价法下，根据远期差价计算远期汇率方法的不同点。
3. 为什么名义有效汇率能够更综合地反映一国货币汇率的基本走势？为什么实际汇率能够反映了本国商品的国际竞争力？
4. 简述影响汇率变化的主要因素。
5. 汇率变动对经济有哪些影响。
6. 简述购买力平价理论。
7. 如何理解套补和非套补利率平价模型？
8. 评述购买力平价理论与国际收支说。
9. 资产市场说与传统的汇率决定理论相比有哪些突破？
10. 简述资产组合平衡汇率决定理论。

参考书目

1. 阙澄宇主编：《国际金融》，东北财经大学出版社，1996 年。
2. 姜波克著：《国际金融新编》，复旦大学出版社，1997 年。
3. 易纲、张磊著：《国际金融》，上海人民出版社，1999 年。
4. 彼得·林德特著，范国鹰等译：《国际经济学》，第 9 版，经济科学出版社，1992 年。
5. 戴金平著：《国际金融前沿发展：理论与实证方法》，天津人民出版社，2000 年。
6. （美）R. 多恩布什，F. L. C. H. 赫尔默斯主编，杨越、刘立群、沈进建译：《如何开放经济》，经济科学出版社，1998 年。
7. （美）保罗·克鲁格曼、茅瑞斯·奥伯斯法尔德著，海闻、刘伟等译：《国际经济学》，中国人民大学出版社，1998 年。
8. 潘国陵著：《国际金融理论与数量分析方法—汇率决定理论与国际收支理论研究》，上海人民出版社，2000 年。
9. 陈岱孙、厉以宁主编：《国际金融学说史》，中国金融出版社，1991 年。

第四章 汇率政策及相关政策

重点内容：汇率制度的类型、汇率水平的管理、外汇管制政策、国际储备政策

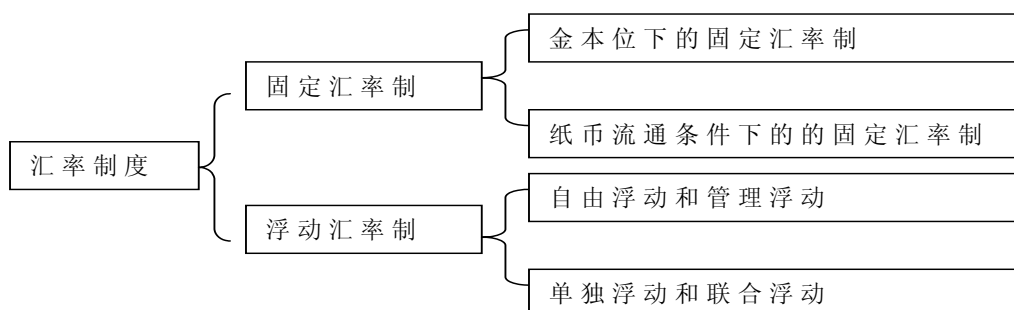
难点：从汇率制度的演变中思考人民币汇率制度的发展趋势。

学时：6 学时

第一节 汇率制度

一、汇率制度的类型

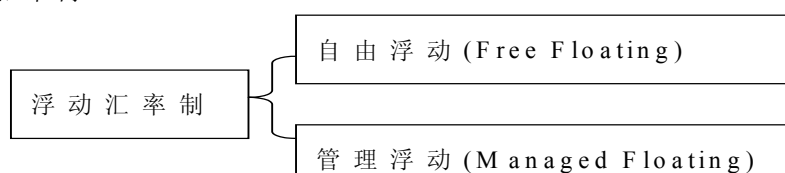
汇率制度：是指一国货币当局对本国汇率变动的基本方式所作的一系列安排或规定。汇率制度制约着汇率水平的变动。



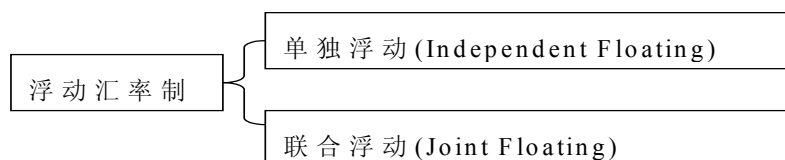
（一）固定汇率制

1. 金本位制下的固定汇率和纸币流通条件下的固定汇率的共同点：
2. 金本位制下的固定汇率和纸币流通条件下的固定汇率的不同点：

（二）浮动汇率制



1. 自由浮动(Free Floating)和管理浮动(Managed Floating)



2. 单独浮动(Independent Floating)和联合浮动(Joint Floating)

（三）其他汇率安排

1. 汇率目标区制：广义：汇率浮动限制在一定区域内；狭义：
2. 爬行钉住(Crawling peg)或滑动平价(Sliding Parity)：20 世纪 60 年代流行，指汇率可以经常地、小幅度地调整的固定汇率制。如智利、韩国、秘鲁等。
3. 货币局制（联系汇率制）：法律中明确规定本国货币与某一国外国可兑换货币保持固定的兑换率，并且对本国货币的发行作特殊限制以保证履行这一法定的汇率制度。如香港的货币局制度。

（四）固定汇率制与浮动汇率制的比较

1. 理论背景：固定汇率制与浮动汇率制孰优孰劣之争

固定汇率制：罗伯特·蒙代尔

浮动汇率制：弗里德曼

2. 争论的焦点

二、影响一国汇率制度的主要因素

1. 本国经济的结构性特征：分大国和小国

2. 特定的政策目标

3. 地区性经济合作情况

4. 国际国内经济条件的制约

三、最适货币区理论

（一）理论背景：固定汇率制与浮动汇率制孰优孰劣之争

1. 罗伯特·蒙代尔（Robert Mundell）最早于 1961 年提出

2. 货币区（currency area）的定义：货币区所指的区域是，区内各成员国货币相互间保持钉住汇率制，对区外各种货币实行联合浮动。

（二）建立货币区的准则

1. 罗伯特·蒙代尔：生产要素流动性准则

2. 麦·金农：一国经济开放程度准则

3. 彼得·凯南（Peter Kenen）：出口商品多样化准则

4. 詹姆斯·英格拉姆（James Ingram）：国内外金融市场一体化准则

5. 罗伯特·赫勒（Robert Heller）：一国汇率制度的选择取决于经济因素 ①经济开放程度；②经济规模；③进出口贸易的商品结构和地域分布；④国内金融市场的发达程度及其与国际金融市场的一体程度；⑤相对的通货膨胀率；

（三）发展中国家汇率制度：盯住美元汇率制度

第二节 汇率水平的管理

一、汇率变动的经济影响

（一）贬值对国际收支的影响

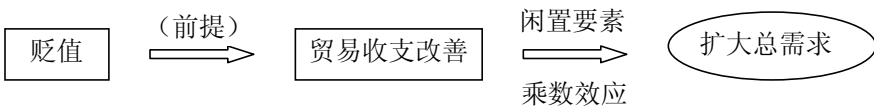
1. 贬值对经常账户收支的影响

2. 贬值对国际资本流动的影响

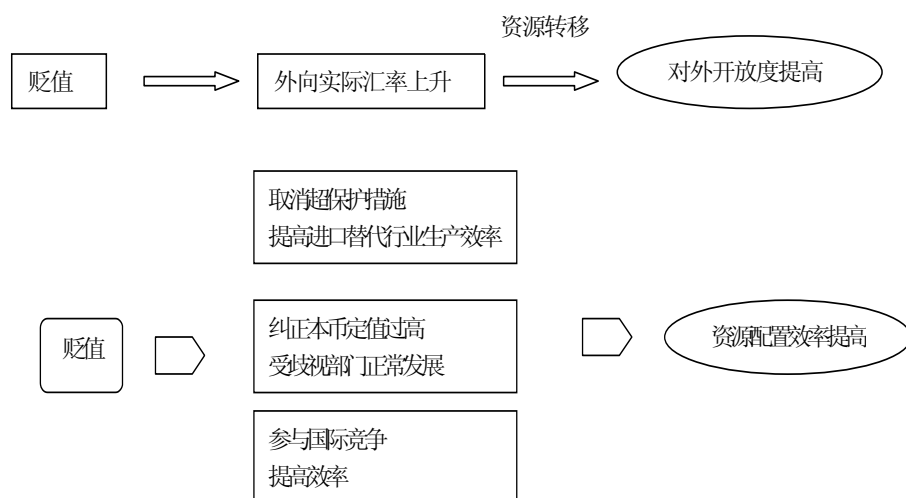
贬值对一国资本账户收支的影响情况，取决于贬值如何影响人们对该国货币今后变动趋势的预期。

~~（二）~~ 贬值对国内经济的影响

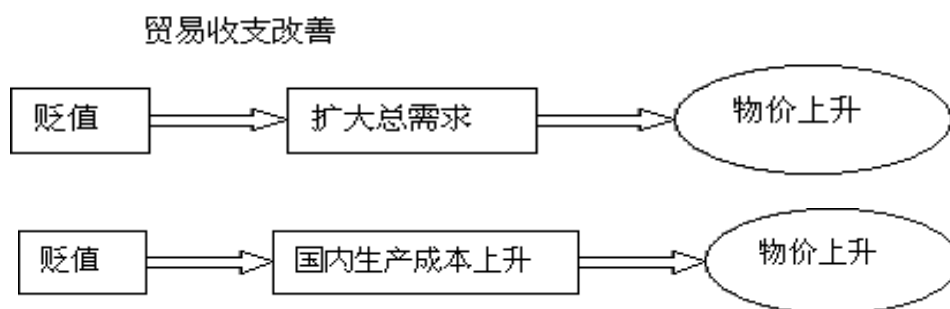
1. 贬值对产量的影响



2. 贬值对资源配置的影响



3. 贬值对物价的影响



二、实际汇率的管理与国际收支调整

(一) 实际汇率 (real exchange rate) 定义

(二) 实际汇率的管理

{ 外向实际汇率: 分析国内外商品的价格竞争力
 { 内向实际汇率: 分析国内的资源配置和消费结构

{ 双边实际汇率 (Bilateral Real Exchange Rate)
 { 多边实际汇率 (Multilateral Real Exchange Rate)
 { 实际有效汇率 (Real Effective Exchange Rate)

三、政府对外汇市场的管理

(一) 目的:

(二) 类型

第三节 外汇管制

一、外汇管制的内容

(一) 定义

一国政府利用各种法令、规定和措施，对居民和非居民外汇买卖的数量和价格加以严格的行政控制，以平衡国际收支，维持汇率，以及集中外汇资金，根据政策需要加以分配。

(二) 背景：始于一战

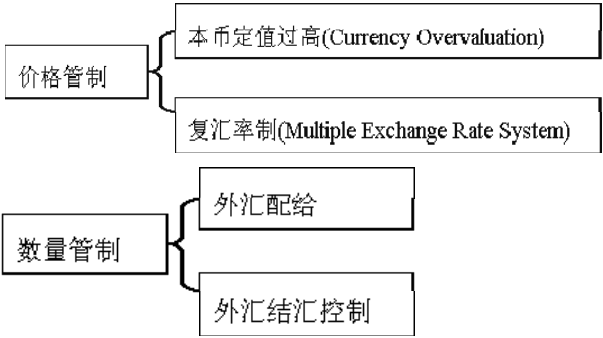
(三) 实施部门

政府授权的政府机构

中央银行指定的商业银行

(四) 对象：外汇的收、支、存、兑

(五) 手段

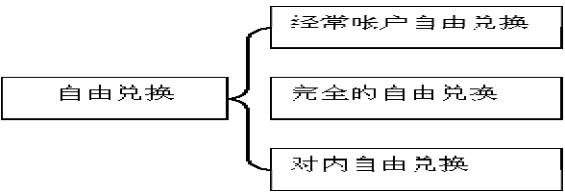


(六) 利弊

二、货币的自由兑换

(一) 定义

相对于外汇管制而言的，指国内外居民能够自由地将其所持有的本国货币兑换为任何其它货币。实行本国货币的自由兑换，意味着外汇管制的放松和取消。



(二) 实行经常账户自由兑换的基本前提（IMF 第 8 条成员国）

第四节 国际储备

一、国际储备的涵义

1. 国际储备：一国货币当局能随时用来干预外汇市场，支付国际收支差额的资产。
2. 国际储备资产三特征：
3. 国际清偿能力

4. 国际清偿力有两部分内容组成

二、国际储备的构成

1. 黄金储备：国际储备中的黄金比重在减少。1950(69%) $\Rightarrow$ 1991(25.7%)
在危机时代替黄金。

2. 外汇储备：外汇储备构成国际储备的主要组成部分[1950(27.6%) $\Rightarrow$ 1991(69.2%)]
的原因：

3. IMF 该国的储备份额(普通提款权)：IMF $\approx$ 股份制的储备互助会(普通提款权)

4. IMF 该国的 SDRs (特别提款权)

三、国际储备的作用

在国际收支逆差时，可以维持必要进口和对外支付。减少对国内经济的冲击。

政府可以动用在外汇市场上对付投机性因素。

作为国家向外借款的保证。它也是国际银行贷款时评估国家风险的重要指标之一。

储备货币国家可以获得“铸币税”。在国际竞争中处于主动地位。

四、最适度国际储备量

(一) 最适度国际储备量：一国政府为实现国内经济目标而持有的用于平衡国际收支和维持汇率稳定所需要的最低限度的黄金和外汇储备量。

(二) 确定最适度国际储备量的分析方法

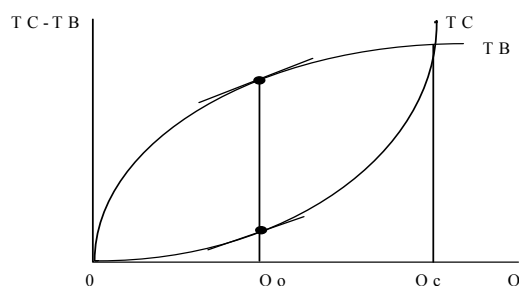
1. 比率分析法(Ratio Approach) Triffin (1947)

$$\frac{\text{国际储备}}{\text{进口额}} \approx \frac{\text{外汇储备}}{\text{3个月进口额}}$$

2. 成本—收益分析法(Cost-benefit approach)：储备边际机会成本=储备边际收益
这时的储备量便是“最适度储备量”。

机会成本：若将外汇用于进口生产资料和要素所能创造的国内总产值。

储备收益：拥有储备的最低限度可以避免在国际收支逆差时过度紧缩而造成的国内总产值损失。



TB=效益总量 TC=成本总量 Qc=国际储备需求的临界点

3. 临界点分析法(Critical Points)

4. 回归分析法(Regression Approach)

五、影响一国适度储备水平的主要因素

(一) 国民经济发展规模和速度：投资规模和进口需求；

- (二) 国际储备多元化产生的原因
- (三) 积极作用:
- (四) 消极影响:
- (五) 中国黄金储备

课堂思考题

1. 发展中国家一般采取什么汇率制度?分析其依据?
2. 浮动汇率制有哪些弊端?
3. 分析我国汇率制度的特点。

辩论题

正方: 人民币汇率的升值对中国经济发展有利

反方: 人民币汇率的升值对中国经济发展不利

本章重要概念

汇率制度 固定汇率制 可调整的固定汇率制 浮动汇率制 管理浮动汇率制 稳定性投机 非稳定性投机 羊群效应 棘轮效应 爬行盯住制 汇率目标区制 蜜月效应 离婚效应 货币局制 汇率失调 直接干预 间接干预 冲销式干预 非冲销式干预 熨平 每日波动型干预 砥柱中流型干预 非官方盯住型干预 单边干预 联合干预 资产结构调整效应 信号效应 广场宣言 卢浮宫协议 寻租行为 重负损失 经常账户下自由兑换 第8条款国 资本与金融账户下自由兑换 货币逃避 高报进口 低报进口 货币替代 外汇留成制 结售汇制 复汇率制 影子汇率 调剂汇率 国际储备 国际清偿力 自由储备 借入储备 黄金储备 外汇储备 在国际货币基金组织的储备地位 特别提款权 备用信贷 互惠信贷协议

复习思考题

1. 讨论人民币汇率变动对我国利用外资的影响。
2. 试分析固定汇率和浮动汇率的优劣。
3. 结合最适货币区理论探讨我国汇率制度的改革。
4. 你认为有哪些因素会影响均衡实际汇率?
5. 讨论实行完全货币兑换的利弊和条件。
6. 人民币自由兑换的前提与利弊。
7. 我国的外汇储备是否过剩?

参考文献

1. 孙杰:《汇率与国际收支》,北京,经济科学出版社,1999。
2. 许承明:《中国的外汇储备问题》,北京,中国统计出版社。
3. 劳伦斯·S. 科普兰:《汇率与国际金融》,第3版,北京,中国金融出版社,2002。
4. 吴晓灵:《中国外汇管理》,北京,中国金融出版社,2001。

第五章 国际金融市场

重点内容：了解国际金融市场的发展、种类、创新

难点：如何辩证地理解国际金融市场的发展，金融衍生品的理解、特点。

学时：4 学时

第一节 国际金融市场的构成

一、国际金融市场的概念：有广义和狭义之分

1. 按照资金融通期限的长短：
国际货币市场和国际资本市场。
2. 按照经营业务的种类划分：
资金市场、外汇市场、证券市场和黄金市场。
3. 按照金融资产交割的方式：
现货市场、期货市场和期权市场。
4. 按照交易对象所在区域和交易币种：
在岸市场和离岸市场。

二、国际金融市场的新发展

1. 国际金融市场规模空前增长
2. 世界金融市场全球化和一体化
3. 国际金融市场证券化趋势
4. 衍生金融工具市场的增长远快于现货市场，场外交易市场的发展远快于有组织的交易所。
5. 机构投资者的作用日益重要

第二节 国际货币市场

一、国际货币市场的作用

1. 供求方：获得了投资的渠道
2. 需求方：满足短期的资金需求
3. 供需双方获益

二、欧洲货币市场形成及作用

（一）欧洲货币市场形成：20 世纪 50 年代

1. 涵义：是指在货币发行国境外进行的该国货币存储与贷放的市场。
2. 构成：欧洲货币市场就其构成而言可分为欧洲信贷市场和欧洲债券市场。
3. 欧洲货币市场的形成和发展
 - （1）欧洲货币市场的发端是欧洲美元市场
 - （2）东西方冷战和西方主要国家对资本流动的控制促成了欧洲美元市场的出现。

(3) 美国的国际收支逆差使得美元大量外流。

(4) 欧洲货币市场本身所具有的特点进一步推动了该市场的发展。

(二) 欧洲货币市场特点

1. 所经营的对象已不限于市场所在国的货币，而是包括所有可以自由兑换的货币；

2. 它的经营活动可以不受任何国家金融法规条例的制约；

3. 欧洲货币市场分布于全世界，欧洲不是地理意义上的欧洲，但是现代化的通讯手段，又将各个中心的经营活动结成统一不可分割的整体。

(三) 欧洲货币市场经营特点

1. 类型：一体型、分离型、走账型

2. 特点：市场范围广，不受地理限制；交易规模大，品种多，创新产品繁多；、利率结构独特；管制少

3. 欧洲货币市场的信用创造机制

4. 欧洲银行信贷市场

5. 欧洲银行贷款主要有两种形式：期限贷款（Term Credits）和转期循环贷款（Revolving Credits）。

6. 欧洲中长期贷款的特点：

(四) 欧洲货币市场的作用

1. 积极作用：欧洲货币市场的影响主要体现在通过其众多离岸市场的 24 小时不间断的业务活动，具体实现了国际金融市场的全球一体化。

2. 消极作用：加剧了主要储备货币之间汇率的波动幅度；增大了国际贷款的风险；使储备货币国家国内的货币政策难以顺利贯彻执行。

(五) 欧洲货币市场的监控

第三节 国际资本市场

一、概念

指一年以上的中长期信贷市场，参与者有银行、公司、证券商及政府机构。

二、构成

1. 信贷市场：政府机构和跨国银行向客户提供中长期资金融通的场所。

2. 证券市场：

3. 欧洲货币市场中的长期资本市场：

4. 国际租赁市场

(1) 操作租赁

(2) 金融租赁：

(3) 杠杆租赁

(4) 减税租赁

(5) 货币加成租赁

第四节 国际外汇市场

- 一、外汇市场作用
- 二、伦敦外汇市场
- 三、纽约外汇市场
- 四、东京外汇市场
- 五、香港外汇市场

第五节 世界黄金市场

一、结构和工具

实物黄金市场和黄金期货市场两类

二、黄金市场的供需状况

三、价格变化

四、世界主要的黄金市场

五、中国的黄金市场现状：世界第 6 大产金大国

第六节 金融期货与期权交易市场

- 一、金融期货市场
- 二、金融期权市场
- 三、国际金融市场创新
- 四、金融衍生工具
- 五、金融工程

本章重要概念

国际金融市场 外汇金融市场 欧洲货币市场 离岸金融市场 在岸金融市场
 辛迪加贷款 银团贷款 欧洲债券 外国债券 国际金融创新 金融衍生工具 远期交
 易 期货交易 利率互换 货币互换 期权 利率上限与下限 票据发行便利 国际资金
 流动 放大效应 羊群效应 三元结构 套利性资金流动 避险性资金流动 投机性资金
 流动 货币危机 金融危机 投机冲击

复习思考题

1. 新兴的境外市场与传统的国际金融市场相比，有何特色？
2. 试述 80 年代以来国际金融市场的新发展。
3. 试述欧洲货币市场的产生背景及发展原因。
4. 欧洲银团贷款的主要特点是什么？

5. 欧洲债券市场有何特点？
6. 如何评价欧洲货币市场的积极作用和消极影响？
7. 80 年代以来国际金融的主要金融创新工具有哪些？
8. 什么是衍生金融工具？它有何特点？
9. 什么是金融工程？推动金融工程学发展的主要因素是什么？
10. 金融期货交易有哪些主要类型？它们各自的功能是什么？
11. 试比较远期外汇交易、外币期货交易和外币期权交易的异同。
12. 期权合同交易有哪些金融工具？
13. 影响期权价格的因素有哪些？

参考书目

1. 钱荣堃、马君潞主编：《国际金融市场与制度创新》，南开大学出版社，1998 年。
2. （美）迈克尔·梅尔文著，欧阳向军、俞志暖译：《国际货币金融》，上海三联书店，1991 年。
3. （美）约翰·马歇尔、维普尔·班塞尔著，宋逢明、朱宝宪、张陶伟译：《金融工程》，清华大学出版社，1998 年。
4. Ian H. Giddy: “Global Financial Markets”, D. C. Heath and Company, 1994.
5. John C. Hull: “Options, Futures, and other Derivatives” ~~← (3rd edition) →~~, Prentice—Hall International Inc. , 1997.
6. Adrian Buckley: “ Multinational Finance”, Philip Allan Publishers Ltd. , 1986.

第六章 国际资本流动与货币危机

重点内容：了解国际资本流动的动因及经济效应；分析发展中国家债务危机原因及对策；防范投机性冲击与货币危机

难点：理解货币危机理论与现实的结合。

学时：4 学时

第一节 国际资本流动概述

一、国际资金流动及类型

（一）国际资本流动的含义：以使用权的转让为特征，以盈利或平衡国际收支为目的。

（二）国际资本流动的类型

1. 长期资本流动：

（1）国际直接投资：创建新企业、收购（兼并）外国企业、利润再投资

（2）国际证券投资：国际债券、国际股票、国际贷款

（3）国际贷款：政府贷款、国际金融机构贷款、国际银行贷款

2. 短期资本流动：贸易性资本流动、金融性资本流动、保值性资本流动、投机性资本流动

（三）国际资本流动的特点

1. 一战前国际资本流动的特点：

2. 两次世界大战之间国际资本流动的特点：

3. 第二次世界大战后至 20 世纪 90 年代以前国际资本流动的特点

4. 20 世纪 90 年代国际资本流动的特点

（四）国际资本流动飞速增长的原因

1. 外在因素：

2. 内在因素：

二、国际资本流动的利益和风险

（一）长期资本流动的利益和风险

1. 长期资本流动对资本输出国的积极作用：

（1）提高资本的边际收益；

（2）有利于占领世界市场；

（3）促进商品和劳务的输出；

（4）有助于克服贸易壁垒；

（5）有利于提高国际地位

2. 长期资本流动对资本输入国的积极影响：

（1）缓和资金短缺的困难

（2）提高工业化水平

（3）扩大产品出口数量

（4）提高产品的国际竞争力

（5）缓解就业压力

（二）短期资本流动的利益风险

1. 对国内经济的有利影响
2. 对国际收支的影响
3. 对汇率的影响
4. 对货币政策的影响
5. 对国内金融市场的影响

（三）国际资本流动的风险

1. 长期资本流动的风险
 - （1）对资本输出国的风险
 - （2）对资本输入国的风险
 2. 短期资本流动的风险
 - （1）短期投机资本对一国经济的消极影响
 - （2）短期投机资本对国际经济的消极影响
- （四）对世界经济产生的有利影响
1. 对国际经济和金融一体化进程的影响
 2. 对国际货币体系的影响
 3. 对国际金融市场的影响
 4. 对资金在国际间配置的影响

第二节 货币危机

一、相关概念

1. 涵义：

（1）广义：一国货币的汇率变动在短期内超过一定幅度。

（2）狭义：固定汇率制度下，市场参与者对一国固定汇率失去信心的情况下，通过外汇市场进行抛售等操作导致该国固定汇率制度崩溃、外汇市场持续动荡的带有危机性质的事件。

二、国际债务衡量指标

1. 债务危机：债务国不再具备还本付息的能力。

2. 国际债务衡量标准：

- （1）债务率=当年外债余额/当年国民生产余额 $\times 100\% < 10\%$
- （2）负债率=当年外债余额/当年贸易和非贸易外汇收入 $\times 100\% < 100\%$
- （3）偿债率=当年还本息额/当年贸易和非贸易外汇收入 $\times 100\% \leq 20\%$
- （4）短期债务比率=一年及一年以下短期债务/当年债务余额 $\times 100\% < 25\%$

三、货币危机的分类

1. 由政府扩张性政策导致经济基础恶化：墨西哥 1994-1995 年
2. 经济基础比较健康，主要由心理预期作用带来国际投机资金冲击所引起的货币危机：1992 年欧洲货币危机、英镑危机
3. 蔓延型货币危机：东南亚货币危机

四、货币危机的危害

1. 货币危机发生过程中出现的对经济的不利影响
2. 货币危机发生后经济条件会发生变化：综合危机、资金外逃、债务增加、汇率制度改变
3. 政府被迫采取补救性措施

第三节 货币危机理论

一、第一代货币危机模型——“财政赤字”货币危机理论

1. 两个假定：
2. 内部均衡与外部均衡的矛盾
3. 投机冲击：汇率预期贬值增加→投资者出于规避资本损失（或是获得资本收益）的考虑，会向该国货币发起投机冲击（购入国外资本，出售国内资本）。
 4. 过程：央银自卫：中央银行售出国外资本→导致本国外汇储备不断减少，利率上升。
危机爆发：外汇储备耗尽，政府被迫放弃固定汇率制。

资本外逃：由于汇率预期贬值增加而导致的外汇储备耗尽，国外资本流出。投机冲击和汇率崩溃是微观投资者在经济基本面和汇率制度间存在矛盾下的理性选择的结果，并非所谓的非道德行为，因而这类模型也被称为理性冲击模型
5. 克鲁格曼模型特点
6. 第一代货币危机理论政策主张
7. 第一代货币危机理论的缺陷

二、第二代“自我完成”货币危机理论

1. 假定：

政府是主动的行为主体，最大优化其目标函数，固定汇率制度的放弃是央行在“维持”和“放弃”之间权衡之后作出的选择，不一定是储备耗尽之后的结果。政府出于一定的原因需要保卫固定汇率制，也会因某种原因弃守固定汇率制。当公众预期或怀疑政府将弃守固定汇率制时，保卫固定汇率制的成本将会大大增加。
2. 引入博弈

央行和市场投资者的收益函数相互包含，双方均根据对方的行为或有关对方的信息不断修正自己的行为选择，而自身的这种修正又将影响对方的行为，因此经济可能存在一个循环过程，出现“多重均衡”。
3. 特点：

在于自我实现（self-fulfilling）的危机存在的可能性，即一国经济基本面可能比较好，但是其中某些经济变量并不是很理想，由于种种原因，公众发生观点、理念、信心上的偏差，公众信心不足通过市场机制扩散，导致市场共振，危机自动实现。
4. 其它理论
 - （1）羊群行为（herding behavior）：市场参与者在信息不对称下行为的非理性而使金融市场不完全有效。
 - （2）传染效应（contagion effect）：

三、第三代货币危机理论：道德风险

1. 第三代货币危机理论强调银行危机和货币危机其原因:

- (1) 金融中介机构(银行)道德风险 (moral hazard) → 过度投资
- (2) 金融体制的脆弱性
- (3) 企业资产负债问题

2. 道德风险 (moral hazard) 理论

- (1) 政府对银行、企业提供各种隐性担保，减轻风险承担的水平，使投资者倾向于高风险，高利润投资项目。
- (2) 在金融中介机构无法进入国际市场时，过度的投资需求并不导致大规模的过度投资，而是市场利率的升高。
- (3) 当金融机构可以自由进出国际金融市场（资本项目开放），国内外金融中介机构在界资本市场自由融资，那么由政府保险引发的道德风险就可能导致经济的过度投资，过度金融积累。
- (4) 危机发生前不一定要存在着高额的财政赤字。由于政府对银行、企业隐性担保，金融中介机构和企业的不良资产就反映政府的隐性财政赤字。
- (5) 道德风险和金融危机：在好的经济条件下，得到政府隐性担保的金融中介机构过度贷款，投资到风险高的股票市场，房地产业等，提高该产业的价格上升，得到高利润。在坏的经济条件下，泡沫破裂，价格下跌，金融中介机构缺少资金，停止项目，房地产业萧条，金融中介机构陷入困境。

四、三代货币理论比较

三代货币危机理论研究的侧面各有不同。

1. 第一代着重讨论经济国内外均衡问题：第一代货币危机理论认为一国货币和汇率制度的崩溃是由于政府经济政策之间的冲突造成的。70 年代末、80 年代初的“拉美”式货币危机。1998 年以来俄罗斯与巴西由财政问题引发的货币波动。
2. 第二代货币危机理论二代的重点放在危机本身的性质、信息与公众的信心上。认为政府在固定汇率制上始终存在动机冲突，公众认识到政府的摇摆不定。如果公众丧失信心，金融市场并非天生有效的，存在种种缺陷。这时，市场投机以及羊群行为会使固定汇率制崩溃，政府保卫固定汇率制的代价会随着时间的延长而增大。1992 年英镑退出欧洲汇率机制。
3. 第三代货币危机理论认为关键在于企业、脆弱的金融体系以及亲缘政治（裙带关系）：1997 东南亚货币危机。第三代焦点则是金融体系与私人部门，特别是企业。

本章重要概念

克鲁格曼—弗拉德—戈搏模型 影子浮动汇率 预期自我实现 高价不确定性 噪音信息 多重均衡 黑子现象 道德风险 隐含担保 金融恐慌 金融脆弱性 台阶现象

复习思考题

1. 国际资本流动的动因是什么？
2. 简述国际资本流动的主要类型及其特征。
3. 简述国际资本流动与国际收支两者之间的关系。
4. 简述发展中国家债务危机的形成原因。
5. 引发投机性冲击货币危机的基本条件有哪些？
6. 试析 20 世纪 80 年代以来投机性冲击货币危机的特点。

7. 在固定汇率制度下，预期汇率贬值一定会导致货币危机吗？IMF 汇率稳定政策是货币危机发生后最好的对策吗？

课堂讨论

以实际案例来分析货币危机产生的原因、影响及解决对策

参考书目

1. 姜波克主编：《国际金融学》，高等教育出版社，1999 年。
2. 钱荣堃、马君潞主编：《国际金融市场与制度创新》，南开大学出版社，1998 年。
3. Maurice Levi: “International Finance”， McGraw—Hill Book Company, 1996.

第七章 国际货币体系

重点内容：了解国际货币体系演变的过程，掌握二战后国际货币体系的形成及崩溃的原因。

难点：国际货币体系改革的方向、途径。

学时：4 学时

第一节 金本位制

一、国际货币体系的概念

国际货币体系就是各国政府为适应国际贸易与国际支付的需要，对货币在国际范围内发挥世界货币职能所确定的原则、采取的措施和建立的组织形式的总称。

二、国际货币制度的分类

从储备资产的保有形式和汇率制度的形态两个角度进行区分

1. 金本位制度
2. 金汇兑本位制度
3. 金块本位制度

三、对国际金本位制度的评价

从理论上说，国际金本位制度是完美的。

缺陷

1. 黄金供应和储备的有限性限制了货币供应，难以适应经济增长和科学技术革命的需要
2. 牺牲国内经济，国内矛盾上升
3. 金本位制实行的条件会因国内国际的政治经济困难和不平衡而被放弃。
4. 金本位时期的价格波动与世界黄金产量波动直接相关。

四、国际金本位制度的崩溃

第二节 布雷顿森林体系

一、布雷顿森林体系的主要特征

1. 建立一个永久性的国际金融机构，即 IMF，旨在促进国际货币合作
2. 规定了以美元作为主要的国际储备货币，实行美元—黄金本位制，美元直接与黄金挂钩，其他国家与美元挂钩
3. IMF 向国际收支赤字国提供短期资金融通以协助其解决国际收支困难
4. 逐步废除外汇管制
5. 制定了稀缺货币条款

二、布雷顿森林体系的简要历程

1. IMF 协定于 1947 年正式生效，布雷顿森林体系开始运行；
2. 从 1948—至 1952 年，美国开始了著名的马歇尔援助计划；
3. 1948 年西欧国家建立了“欧洲经济合作组织”来管理援助资金，这个组织后来发展成为“经济合作与发展组织”（OECD）；
4. 1959 年 1 月，主要西欧国家取消外汇管制，货币开始实现与美元的自由兑换。

三、布雷顿森林体系崩溃的内在原因

1. 布雷顿森林体系的运转必须具备三个基本条件美国国际收支必须顺差，美元对外价值才能稳定。
2. 美国的黄金储备充足。
3. 黄金必须维持在官价水平。

四、布雷顿森林体系的评价

1. 布雷顿森林体系是国际货币合作的产物，它消除了战前资本主义国家之间混乱的国际货币秩序，为世界经济增长创造了有利的条件。另外，布雷顿森林体系的固定汇率制度为国际贸易和国际投资提供了极大的便利。
2. 在国际清偿力的提供方面，它本身存在着特里芬难题所描述的固有的不稳定性。在实际运行过程中，由于运行规则得不到遵守，所以国际间始终没有形成正常的国际收支调节和资本流动的顺序。

第三节 牙买加体系

一、牙买加体系的建立与内容

1. 浮动汇率合法化：可自由选择汇率安排
2. 黄金非货币化
3. 未来应以 SDRs 作为主要储备资产
4. 扩大对发展中国家的资金融通
5. 增加会员国的基金份额

二、牙买加协议后国际货币制度的运行特征

1. 多元化的国际储备体系
2. 多种形式的汇率制度安排
3. 多样化的国际收支调节方式
4. 对当前国际货币制度的评价

第四节 欧洲货币一体化：区域性货币组织

一、欧洲货币体系的建立

二、欧洲货币体系的主要内容

三、欧洲货币联盟与欧元

四、《马斯特里赫特条约》

本章重要概念

国际货币体系 国际金本位制 国际金汇兑本位制 布雷顿森林体系 双挂钩 特里芬两难 悬突额 美元危机 互惠信贷协议 借款总安排 黄金总库 黄金双价制 施密森氏协议 调节对称性 牙买加体系 份额 贷款条件性 绝对主权论 相对主权论

复习思考题

1. 简述国际货币制度的概念及划分标准。
2. 试析国际金本位制度的典型特征及崩溃原因。
3. 简述布雷顿森林体系的主要内容。
4. 怎样理解布雷顿森林体系有内在的缺陷？
5. 全面阐述布雷顿森林体系崩溃的根本原因。
6. 简述牙买加协议后的国际货币制度的主要特征。
7. 分析当前国际货币制度中的汇率制度安排和国际收支调整机制。
8. 你怎样评价当前的国际货币制度？

参考书目

1. 陈彪如著：《国际货币体系》，华东师范大学出版社，1990年。
2. 戴金平著：《国际金融前沿发展：理论与实证方法》，天津人民出版社，2000年。
3. （美）保罗·克鲁格曼、茅瑞斯·奥伯斯法尔德著，海闻、刘伟等译：《国际经济学》，中国人民大学出版社，1998年。
4. 马君潞著：《国际货币制度研究》，中国财经经济出版社，1996年。

第八章 国际金融机构

重点内容：了解主要国际货币基金等国际金融机构的功能、作用。

难点：掌握国际货币基金组织的演变及作用。

学时：4 学时

第一节 国际货币基金组织

一、国际货币基金组织的产生的背景

建立二战后新的国际经济秩序

1. 在本世纪后半叶的 50 年中，关贸总协定和世界银行、国际货币基金组织被认为支撑世界经贸和金融格局的三大支柱。

2. 这三大支柱实际上都源自于 1944 年召开的布雷顿森林会议。后两者人们又习惯称之为布雷顿森林货币体系。

“怀特计划”与“凯恩斯计划”

二、国际货币基金组织的宗旨

1. 作为一个常设机构在国际金融问题上进行协商与协作，促进国际货币合作；
2. 促进国际贸易的扩大和平衡发展；
3. 促进和保持成员国的就业，生产资源的发展和实际收入的高水平；
4. 促进国际汇兑的稳定，在成员国之间保持有秩序的汇价安排，防止竞争性的货币贬值；
5. 协助成员国在经常项目交易中建立多边支付制度，消除妨碍成员国临时提供普通资金，使其纠正国际收支的失调；
6. 不采取危害本国或国际繁荣的措施，缩短成员国国际收支不平衡的时间，减轻不平衡的程度。

三、国际货币基金组织的三项基本职能

1. 确立了有关汇率政策、与经常项目交易有关的支付以及货币可兑换性的行为准则；
2. 在成员国纠正国际收支不平衡或避免此一情况发生时，为确保其遵守该行为准则向其提供融通资金；
3. 为成员国在货币问题上的协商与合作提供场所，通过组织的运作和协调来稳定汇率，消除妨碍贸易的外汇管制，通过向会员国提供短期信贷，解决国际收支不平衡时会员国对外汇的暂时需求，以达到促进国际贸易均衡发展，维护国际经贸秩序的目的。

四、国际货币基金组织的结构

五、国际货币基金组织的资金来源

1. 份额
2. 借款
3. 信托基金

六、国际货币基金组织的业务活动

1. 特别提款权（SDR）是国际货币基金组织于 1969 年创设的一种储备资产和记账单位，亦称“纸黄金”，最初是为了支持布雷顿森林体系而创设，后称为“特别提款权”。最初每特别提款权单位被定义为 0.888671 克纯金的价格，也是当时 1 美元的价值。

七、国际货币基金组织的缺点

1. 基金组织在机制安排上明显倾向于发达国家。虽然基金组织多次出台提升小国份额的举措，但发达国家的份额仍远远超过发展中国家。

2. 对全球性的危机反应不及时、调节能力不足、经济流通方面缺乏统一的标准等。

3. 但在各国的共同努力下，渐渐形成了一套能够为大多数国家接受或认可的国际规则，在一系列金融动荡中基金组织充分展示了“最后贷款人”的作用，促进了世界经济的稳定与发展。

第二节 世界银行集团

一、国际复兴开发银行（世界银行）

1. 性质：赢利性组织，不以利润最大化为经营目标

2. 组织结构：理事会与执行董事会

3. 资金来源：会员国缴纳的股金；国际金融市场上融通的资金；出让银行债权

二、国际开发协会（IDA）

1. 1957 年，美国参议员迈克·门罗尼向美国参议院提出设立国际开发协会的建议。1959 年 9 月美国在世界银行的代表正式向银行理事会提这一建议，并获同年 10 月举行的世界银行第十四届年会通过。1960 年 9 月 24 日，国际开发协会在华盛顿正式成立，11 月 8 日开始营业。国际开发协会（International Development Association, IDA）是世界银行的附属机构，有时和世界银行一起合称为“银行”（The Bank），它也是联合国的专门机构之一。

2. 性质：世界银行的附属机构。

3. 组织结构：理事会与执行董事会。

4. 资金来源：

（1）会员国认缴的股本。

（2）工业发达国家的补充资金。

（3）世界银行从营业收入中拨出的款项。

（4）协会本身的营业收入。

5. 贷款活动：只提供给低收入的发展中国家。

三、国际金融公司

1. 性质：独立的经营实体，世界银行的附属机构

2. 组织结构：理事会与执行董事会。

3. 资金来源：

（1）会员国认缴的股本。

（2）世界银行及某些国家政府的贷款。

4. 贷款活动：负责向发展中国家的私营部门提供贷款或直接参股投资。

四、其他附属机构：ICSID

1. 解决投资争端国际中心
2. 多边投资保险机构

第三节 国际清算银行（BIS）

一、组织结构

二、职能与业务

1. 中央银行的银行
2. 向各国中央银行提供货币合作三、我国与国际清算银行的关系

第四节 区域性金融机构

一、亚洲开发银行（ADB）

1. 宗旨：促进亚洲和太平洋地区的经济发展和合作，特别是协助本地区发展中成员以共同的或个别的方式加速经济发展。
2. 亚行对发展中成员的援助主要采取四种形式：

二、欧洲投资银行（EIB）

成立于 1958 年 1 月，是欧洲经济共同体各国政府间的一个金融机构，总行设在卢森堡。

1. 宗旨：利用国际资本市场和共同体内部资金，促进共同体的平衡和稳定发展。
2. 主要贷款对象：是成员国不发达地区的经济开发项目。从 1964 年起，贷款对象扩大到与欧共体有较密切联系或有合作协定的共同体外的国家。
3. 组织机构：该行是股份制的企业性质的金融机构。

三、美洲（泛美）开发银行（IDB）

宗旨：“集中各成员国的力量，对拉丁美洲国家的经济、社会发展计划提供资金和技术援助”，并协助它们“单独地和集体地为加速经济发展和社会进步作出贡献”。

四、非洲开发银行（ADB）

宗旨：通过提供投资、贷款和利用非洲大陆的人才和资源，促进成员国经济发展和进步；优先向有利于地区经济合作和扩大成员国间贸易的项目提供资金和技术援助；帮助研究、制定、协调和执行非洲各国的经济发展计划，以便达成非洲经济一体化。

第五节 国际金融协调

一、国际金融协调含义及理论基础

1. 含义：世界各国政府和有关国际金融机构为促进国际金融体系和金融市场的稳定与发展，在国际磋商和国际协议的基础上，在国内政策方面进行相互进行的配合。
2. 内容：既包括全球性的常设机构进行的国际协调，也包括世界各国及各地区进行的，对国际经济形势产生重大影响的协调。
3. 主体：各国政府和主要的国际金融组织。
4. 目的：保持国际金融市场的稳定与发展，维护各国的经济利益。
5. 特征：对象是国际金融活动，特征为各国保持一致的立场或采取联合的行动，协调成败的关键是各国在多大程度上对国内的金融政策做出牺牲，以及政府愿意动用多少国内资源进行干预。

二、国际经济政策协调的主要方式

相机性协调

三、国际金融协调实践

第一阶段：1974-1978 年：维持实际经济变量和稳定物价。

第二阶段：1980-1985 年：抑制通货膨胀，非协调的政策制定时期。

第三阶段：1985-1996 年：广场协议。七国财长会议决定每年至少举行一次会议进行经济政策和磋商和政策回顾，选择七种经济指标。

第四阶段：1997 年以后。亚洲金融危机使国际金融协调超出了传统的七国集团。工业化国家和发展中国家共同讨论和指定解决危机和促进世界经济发展的措施。

四、巴塞尔协议

1. 背景
2. 资本结构
3. 资本比例的标准
4. 巴塞尔协议对我国金融业的影响

五、全球金融服务贸易协议

本章重要概念

区域货币合作 区域货币同盟 通货区 最适度通货区的单一指标 跛行货币区 联合浮动 蛇形浮动 德洛尔报告 欧洲货币体系 欧洲货币单位 欧洲货币合作基金 欧洲货币合作单位 稳定汇率机制 边际干预 边际外干预 9 月危机 《马斯特里赫特条约》 欧元

复习思考题

1. 国际货币基金组织的宗旨和主要职能是什么？
2. 国际货币基金组织的贷款条件对借款国会产生哪些影响？

3. 世界银行集团各组织机构的主要职能是什么？
4. 简述世界银行贷款的主要特点。
5. 巴塞尔协议的内容及对我国的影响。

参考书目

1. 《国际货币基金组织》，罗平译：《国际金融手册》第五版，中国金融出版社，1994 年。
2. 《国际货币基金组织》，《世界经济展望》各期，中国金融出版社。
3. 《世界银行——世界发展报告》各期，中国财政经济出版社。

《华商研究》教学大纲

张国钧 编写

目 录

前 言	1326
第一节 为什么选择华商研究	1327
一、什么是华商	1327
二、华商研究的价值	1327
三、本课程研究华商的信念	1328
四、本土方法	1328
第二节 教学方法	1329
一、“论文式” / “学科意识” 的优劣	1329
二、“散文式” / “问题意识” 的优劣	1329
三、我的选择	1329
第三节 教学追求	1329
一、具体做法	1329
二、目标	1329
第四节 榜样、要求和希望	1330
一、榜样	1330
二、基本要求：课堂就是课堂	1330
三、“专注做好每件事”	1330
四、做承传中国文化包括中国企业传统的中国知识分子	1330
第五节 学习方法和研究方法简介	1330
第一章 华商的家庭背景	1331
第一节 微观描述	1331
一、家庭的终极性价值	1331
二、职业生涯的家庭影响	1331
三、宏观分析	1332
四、近代社会分化后的情况	1333
第二章 华商的中国文化资源	1334
第一节 思想家层面	1334
一、儒家	1334
二、道家	1334
三、兵家	1334
第二节 文学层面	1334
一、《三国演义》的影响	1334
二、《红楼梦》的资源	1334
第三节 早期儒商	1334
一、用儒家思想经商办企业	1334
二、在商业目的之外之上有非商业的抱负和追求	1334
第四节 海外华商	1334
一、血缘关系的作用	1334
二、中华伦理对华商的滋养	1335

第三章 华商的西方文化资源	1336
第一节 古希腊的思想资源	1336
一、德谟克利特	1336
二、柏拉图	1336
三、色诺芬	1336
四、亚里士多德	1336
第二节 中世纪的思想资源	1336
一、圣·托马斯·阿奎那	1337
二、清教徒的互约论 (covenantal theology)	1337
第三节 文艺复兴以来的思想资源	1337
一、托马斯·霍布斯	1337
二、亚当·斯密	1337
第四节 现 代	1337
一、X 理论	1337
二、Y 理论	1337
三、Z 理论	1337
第五节 今后趋势	1337
一、尊重-对话-沟通-交流-融合	1337
二、文化误解，甚至会引发战争	1337
第四章 华商赖以成长的家庭有全方位功能	1338
第一节 完备的经济功能	1338
第二节 良好的教育功能	1338
一、纵向上	1338
二、横向上	1338
第三节 相当完备的地方自治、社会保障功能	1338
第四节 温馨的养老功能	1338
第五章 华商和义利之辨	1339
第一节 传统义利论的内容结构	1339
一、总体评价	1339
二、具体分析	1339
第二节 现代经济的道德要求	1339
第三节 儒家义利论对华商的报答力	1339
第六章 华商的制度模式	1340
第一节 家族控股	1340
一、家族控股的实质	1340
二、家族控股五类型	1340
第二节 家族成员在我主要生产经营管理权	1340
一、性质	1340
二、家族成员控制企业经营管理权的类型	1340
第三节 企业决策家族化	1341
第七章 华商 SWOT 分析	1342
第一节 AWOT 分析	1342
第二节 华商的优势和劣势	1342

一、优势.....	1342
二、劣势.....	1342
三、国内环境分析.....	1342
第八章 华商互利伦理.....	1344
第一节 互利作为时代主题在华商身上的表现.....	1344
一、互利：从悠久的历史主题到崭新的时代精神.....	1344
二、互利：沉痛的历史教训换来的智慧.....	1344
三、互利：中华民族精神及其当代贡献.....	1344
四、互利在华商身上的集中表现.....	1344
第二节 华商之外的互利伦理.....	1344
一、和国家/政府的互利.....	1344
二、和市场的互利.....	1344
三、和社会/消费者的互利.....	1344
四、和其他方面的互利.....	1344
第三节 华商内部的互利伦理.....	1345
一、和股东.....	1345
二、和员工.....	1345
参考书.....	1345
第九章 华商诚信.....	1346
第一节 几个经典性案例.....	1346
第二节 华商诚信的显性表现.....	1346
一、显性层面上.....	1346
二、和公司制企业诚信相比较.....	1346
第三节 华商诚信的隐性内容.....	1346
一、从社会结构看.....	1346
二、从结构方式看.....	1346
三、从作用载体看.....	1346
第四节 上述显性表现和隐性内容面临的挑战.....	1346
一、华商诚信的长处.....	1346
二、华商诚信的短处.....	1347
三、华商诚信面临的挑战.....	1347
第十章 李嘉诚:华商首富之道.....	1348
第一节 李嘉诚的过人之处和家学渊源.....	1348
一、李嘉诚的过人之处.....	1348
二、深厚的家学渊源.....	1348
第二节 李嘉诚的成功之道.....	1348
一、家事和公司事分开.....	1348
二、和气生财.....	1348
三、诚信.....	1348
四、勤俭.....	1349
五、稳中求快.....	1349
六、互利.....	1349
第十一章 王永庆的美德：以节俭为例.....	1350

第一节 王永庆如此节俭	1350
第二节 节俭美德和华商伦理	1350
参考书	1350
第十二章 华商的社会责任	1351
第一节 华商社会责任的依据	1351
一、内部原因	1351
二、外部原因	1351
第二节 华商社会责任的分类	1351
第三节 华商社会责任的典型	1351
一、百年前的晋商徽商	1351
二、1930 年代的民族企业家	1351
三、李嘉诚、王永庆	1351
第十三章 华商创新的道德支持	1352
第一节 时空维度上，创新和道德有差异，也有统一	1352
第二节 坐标或者取向上，创新和道德有差异，也有统一	1352
第三节 社会作用及其属性上，创新和道德在差异中，也有统一	1352
第四节 创新和道德有明显对立，更有深刻的统一	1353
第十四章 华商研究的“中国问题意识”	1354
第一节 问题意识	1354
第二节 问题意识和学术理论重心转移	1354
第三节 问题意识和思维方式变革	1355
第四节 中国问题意识	1355

前 言

课程性质：高年级选修课

课程目的：以鲜明的前沿意识、“中国问题意识”，结合中国改革发展和世界经济变革，简要但有系统地介绍 1990 年代以来全世界范围内兴起的华商的有关方面，尤其是突出其中蕴涵或所提出的前沿问题，拓展经济、管理类学生的知识结构、问题意识，培养学生从“族群经济”角度发现问题、捕捉问题，并尝试分析和解决问题，提高以问题带动学习、以深入学习来分析和解决问题的能力。

课程简介：华商研究是专题课性质的选修课，面向全校本科生。该课以华商（即华人企业家。为开阔学生视野，将适当上溯近百年前的晋商徽商等地域性商帮）为主体，以中国经济尤其是沿海经济带和世界经济的互动为背景，简明扼要地介绍有关华商的基本理论尤其是前沿性问题。

编 写 者 张国钧

参 考 书

费孝通.乡土中国.三联书店,1985.

姚贤桃,王连娟.中国家族企业[M].北京:企业管理出版社,2002

张忠民.艰难的变迁-近代中国公司制度[M].上海社会科学院出版社,2002.

胡宏伟,吴晓波.温州悬念[M].杭州:浙江人民出版社,2002.

张厚义等.中国私营企业发展报告[M]1,2,3.北京;社会科学文献出版社,1999,2000,2002

张厚义等.私营企业与市场经济[M].北京;社会科学文献出版社,2002

郝时远.海外华人研究论集[C].北京:中国社会科学出版社,2002.

张海鹏.徽商研究[C]. 安徽大学出版社,1995.

[美]克林.盖尔西克.家族企业的繁衍.经济日报出版社, 1998

孙治本.家族主义与现代台湾企业[J].社会学研究,1995,5.

李路路.私营企业的个人背景和企业成功[J].中国社会科学,1997,2.

储小平.族企业研究：一个具有现代意义的话题[J].中国社会科学,2000,5;新华文摘,2000,12.

[美]黄宗智.华北的小农经济与社会变迁[M].中华书局,2000.

[美]黄宗智.长江三角洲小农家庭与乡村发展[M].中华书局,2000.

余英时.中国近世宗教伦理与商人传统[M].安徽教育出版社,2001.

张正明.晋商兴衰史.山西古籍出版社,1995.

郭梁.东南亚华侨华人经济简史.经济科学出版社,1998.

云冠平,陈乔之.东南亚华人企业经营管理研究.经济管理出版社.2000.

张翼.国有企业的家族化[M].北京:社会科学文献出版社,2002.

思 考 题

1. 怎样简明扼要地理解 1990 年代以来现代华商的兴起？
2. 从华商兴起的背景上，思考、规划自己的职业生涯。
3. 结合本课程学习，针对自己学习上的困惑或问题，思考怎样优化自己的思维方式、行为方式，培养适合自己专业特点、将来拟从事职业的特点的问题意识？
4. 从自己最关注的问题入手，对华商研究展开有自己个性的理解。

5. 以百年前的晋商、徽商为例，关注、深思、理解华商优秀传统，并深入探讨今天怎样发扬光大这个传统？

6. 从华商优秀企业中，选择一个自己最感兴趣、关注最多的，思考怎样学习他们的经营管理模式？由此展开自己对中国式管理的认真探讨。

7. 从华商诚信的历史、理论、现实入手，从理论、实践上把握华商诚信的根本特点。

8. 以华商诚信为例，就当下失信-恶信的原因及其克服，展开自己的思考。

9. 徽商、晋商的兴亡及其经验教训。

10. 从现代化、社会分化，来思考华商未来。

11. 华商进入世界 500 强预测研究。

12. 华商的组织结构、管理体制和运行机制。

13. 华商的管理理念和企业文化。

14. 华商的成本-效益/投入-产出比。

15. 华商和西方公司制企业比较。

导 论（2 课时，或 2 课时×2=4 课时，听取同学意见而定）

目的和要求：明确本课程的主要内容、教学方法，在教学互动中进入积极的思考和探索，激发学生的“中国问题意识”，引导学生自觉培养创造力，自觉地承传和光大中国企业传统，自觉地和世界经济对话。

第一节 为什么选择华商研究

一、什么是华商

华商（早期的 Chinese Merchants，近几十年来的 Chinese Entrepreneurs），是中国人在中国大陆、港澳台地区，东南亚地区，澳洲、北美和世界其它地区，以血缘关系姻缘关系、地缘关系为纽带，以儒家文化经商办企业，而成长起来的家族企业（家）。

由于华商的企业形式，在主体意义上，主要是家族企业，所以本课程将华商、家族企业（家）不严格区分。

百年之前就有徽商、晋商等强大的商贸金融集团从中国本土走向东南亚、俄罗斯、中亚，诚信经商，“称雄天下”；今天，更有中国大陆新一代家族企业（家）对中国每年新增 GDP 的贡献额达 2/3 以上，在城市吸纳的就业人口占城市就业人口的 70%以上，而且已经走向世界，和 1950 年代以来崛起的新一代海外华商互动，日益成为引人注目的经济族群，尤其 1997 年亚洲金融危机、“9.11”殃及全球经济以来，凸显其灵活应变、抗风险、成长性高、生命力强等优势，成为推动中国经济、东南亚经济、世界经济发展的强大引擎，成为和北美、西欧、日本并列的“第四大经济强权”。

海外的华商虽多加入所在国国籍，其经济力量融入所在国家、地区的经济体系，但因从亲缘、历史、文化等方面和中华民族、中国文化之血浓于水的联系，而通过直接投资、间接投资促进中国经济增长和社会发展。比如，据统计，中国改革早期的外商直接投资中，80%以上来自香港和其他地区的海外华人，其中多数又投资于广东，因为广东是多数海外华商的祖籍。

二、华商研究的价值

家族企业是古老的企业形式，也是有生命力的企业形式——在世界 500 强，在世界各国，都是重要的企业形式。在欧美主要国家，如法国、德国、意大利、西班牙、瑞士、英格兰的股市上，大

型家族企业近年来出乎意料的发展与壮大。

在中国,一般来说,家庭经营和现代经济相容乃至互补。当经济困难和逆转时,家庭经济在很大程度上可以缓解甚至弥补困境所造成的经济损失和社会性后果。因此,在中国现代化过程中,家庭经济是不可忽视的极其重要的因素。林刚.家庭生产方式与商品市场——近代华北、江南农村布业试析[R].“明清以来华北社会经济研究”学术研讨会,南开大学中国社会史研究中心,2003-11-28-12-1

具体来看,中国明清两代,按地域组合的商帮中,晋商、徽商是最强大的。在晋中、徽州这两个相对封闭、贫穷落后的地方,人多、地少且薄,在巨大的生存压力和求生的内在动力之间,几乎是文盲的农民们在守土务农的老路之外,以冒险精神,在经商上取得了很大的成功,成长为有地区性甚至世界性影响的大商帮,如,晋商驰骋欧亚 9000 里,称雄商界 500 年。

中国近代民营企业为中国现代民族产业有重要贡献。其浓厚的家族特色,如企业的资本构成、管理体制、企业精神等,对降低制度创新成本、代理成本,提高企业财政保证,保证企业良好的整合性和稳定性,都有积极意义。但在家族权威交接中,容易导致企业析产瓦解。参见邹进文.论中国近代民营股份企业的家族特色[J].中国经济史研究,2004,(1):18.

1980 年代以来,随着华人企业先是在东南亚,后在全世界范围里迅速崛起,特别是 1997 年亚洲金融危机中以巨大的抗风险能力和灵活机动的经营管理机制而举世瞩目,随着中国大陆家族企业迅速崛起,特别是因中国加入 WTO 而争取到新的机遇、正在酝酿新的大发展,华商研究/华人家族企业研究和正在成为富有前景和活力的研究领域。

最近 30 年,中国大陆民营企业在特殊的资源禀赋-约束下,从自己的本土实践出发,创造出一个个经济奇迹——家族企业及其经济活力和生命力是重要的经济现象,是家族企业的特殊性、凝聚力、生命力之所在,已经引起广泛关注和研究。一大批家族企业兴起和稳步发展,展现出民族企业走向世界的希望;当然,另外一些家族企业从辉煌到没落,其轨迹又投下沉重的阴影。其中有许多问题值得研究。

三、本课程研究华商的信念

中国企业、中国人做企业,固然遵循一般规律,但更有自己独特的精神力量。

疑问:西方经济学理论上能否解释中国经济,实践上能否促进中国经济增长?

比如,西方经济学的三大假设——私有制、多党制、自由化,对 30 年来中国经济增长、社会发展有多大解释力?

再如,西方公司制度、规范公司制企业等理论,对 30 年来中国家族企业、全世界范围内华商经济带成长,有多大解释力?

提出并尽可能回答一个问题:家庭和家庭经济能否适应商品和市场?

西方管理学的假设:工具人,经济人,社会人;A 理论,Z 理论。

中国人是家族人;F 理论。

四、本土方法

从问题和案例切入:企业家的思维方式、行为方式,是和民族历史、民族文化,甚至和家庭教育紧密联系的。

案例:新一代华商企业家的原动力:让母亲在全村最先戴上金戒指;要戴就戴最大的。

1978 年,周晓光从浙江诸暨市穷山沟里出来摆地摊,发誓“要让母亲在村子里第一个戴上金戒指;要戴就戴最大的。”周晓光成长为浙江新光饰品有限公司董事长,她的企业有 3600 名员工。她于 1998 年,当选浙江义乌市人大代表;2000 年,当选浙江省人大代表;2003 年,当选全国人大

代表，在全国第一个自费在电视上做广告向选民征集议案。参见刘建平,方志燕.人大代表广告征集议案之后[N].南方周末,2004-02-12A2

为什么强调本土方法？正如俗话说，“一方水土一方人”。“一方水土的真实性源于人们对它的喜怒哀乐的感受”。比如在地图上，地面上的一切都被表现为均匀的，一厘米就表示几公里到成百上千公里。这是必要的，但是，用整齐划一的地图表示距离甚至代替真实的地理地貌，实际上贬低了人们汗流浹背疲惫不堪所走过的路程，抹杀了人们冒着寒冬酷暑负重跋涉的重要意义，排除了被生活证明是非常重要的东西；如果只忠于地图，“对待地图比对待地形本身更认真的旅行者，有更大的可能遭受灭顶之灾。”见[美]John J. Bonsignore, et.法律之门[M].邓子滨译，北京:华夏出版社 2002.2.

第二节 教学方法

一、“论文式”/“学科意识”的优劣

系统完备的知识，有利于知识和学科的传承；适合于社会和学科的常规时期。

二、“散文式”/“问题意识”的优劣

点燃创造之火；适合于社会和学科的非常规时期。

三、我的选择

“散文式”为主、“论文式”为辅的教学方法。

上述内容中，将适当引入和使用“道-术/器”、“体-用”等传统范畴，力求对一些糊涂认识正本清源。

第三节 教学追求

一、具体做法

追求一节一焦点一前沿。

二、目标

培养能力，激发智慧。

解决问题靠智慧，靠智慧所激发的方法、工具和制度。方法，如数学物理化学上的各种方法；工具，如水火相攻不相容，发明陶-鼎-锅放在水火之间，乃有百味；制度，如一国两制。

智慧的重要标志：从两极冲突甚至你死我活之间，找到出路。

智慧，是“把反思的态度与实践的关切统一起来的一种理智（understanding）形式。这种态度的目的是要理解实在的根本本性及其对过好生活的意义。这种实践关切的对象是要在主体的品质和环境既定的情况下构成一种关于过好生活的合情合理的概念，并对他们不得不在其中做出决定和行动的情境做出评价。做出这些评价并不容易，因为好生活是不完全地构成的，个体的品质和环境的可变性使一般原则成为不充分具体的。因此，智慧可以与评价复杂情境的好的判断、由于对人的条件的反思性理解所获得的好的生活的概念等同起来。”牛津哲学指南（The Oxford University to Philosoghy）.“智慧”条.牛津大学出版社,1995.

智慧不可教；怎样才能有智慧？

- 1, 通晓基本原理，如制度是干什么的；
- 2, 直面自己的问题；
- 3, 把原理和问题联系起来而排除一切主客观的障碍或限制，打破一切条条框框，如修电机时的粉笔线，如王志刚的策划；
- 4, 从小问题入手，打破常规思维。如鸡蛋的“不破不立”。

第四节 榜样、要求和希望

一、榜样

陈岱孙先生公式：“59 分就是 59 分”。

二、基本要求：课堂就是课堂

基本的课堂秩序；课堂不仅仅是课堂，更是创造性思维的“培养基”。

三、“专注做好每件事”

本课后，力争写出一篇有自己见解、可以发表、有一定影响的好论文。

四、做承传中国文化包括中国企业传统的中国知识分子

第五节 学习方法和研究方法简介

- 1、科学前沿及其标志
- 2、前沿之路
- 3、读书方法的提升
- 4、研究方法的培养

第一章 华商的家庭背景（2 课时）

目的和要求：从每个人成长的伦理性切入，会通理论分析、实际案例，来简明扼要地说明，在华商的成长过程中，家庭背景起多么重要的作用

说到华商，家庭背景乃至中国文化就浮现在我们脑海。那么，家庭背景和华商之间是什么关系？中国文化对华商有什么意义？本章、下章分别来回答这些问题。

第一节 微观描述

微观上，家庭在人们的生活中，无论从职业生活、社会交往，还是童年青少年、中年、老年看，都处于核心地位；家庭是人生和社会的最初的、最终的价值。

一、家庭的终极性价值

“一切社会之中最古老的而又唯一自然的社会，就是家庭。然而孩子也只有需要在需要父母养育的时候，才依附于父亲。这种需要一旦停止，自然的联系也就解体。孩子解除了他们对于父亲应有的服从，父亲解除了他们对于孩子应有的照顾之后，双方就都同等地恢复了独立状态。如果他们继续结合在一起，那就不再是自然的，而是自愿的了；这时，家庭本身就on能靠约定来维系。”[法]卢梭.社会契约论.北京:商务印书馆，1982.9。（这是西方人的典型看法；在中国人这里，即使子女成年之后和父母共同生活，“不再是自然的，而是自愿的了”，维系的力量也绝不只是约定，甚至不主要是约定，而是感情的联系，当然还有经济的、社会的等方面的因素的影响。）即使在 20 世纪的大规模破坏之后，“家庭不论其形式和组织发生任何变化，都被越来越得到认可。公认为是社会的一个基本单位”。（谢联辉、宋玉华《全球行动——迎接人口老龄化（联合国老龄话题文件总汇）》，北京：华龄出版社，1998.33.）家庭安康，是终极性的价值之一（Reach, M., The Nature of Human Values. New York: Free Press, 1973）。

在每个人的成长中，家庭不仅在生命和生活的意义上，是生命的起点，童年的摇篮，一生的港湾，而且在文化和历史的意义上，对每个人一生德智体美劳等全面素质的形成和发展，对每个人的爱情婚姻家庭是否幸福，对其学业、事业的选择是否成功、其成就究竟大小（这两方面就是中国人说的“成家立业”，它好比一个永远无法穷尽的作文题，每个人毕生都紧扣着这四个大字，书写自己的历史），都有决定性的影响。换句话说，一个人从小是否享受到和谐温暖的家庭生活，是否浸润于稳定而和谐的家庭关系，是否得到良好的家庭教育，对其社会化的成功，是必不可少的重要条件：家庭是人们在学习生涯中顺利和成功与否的基础，是人们在职业生涯中战胜各种困难和挫折、在竞争中消除压力和不安全感、在生产和生活中消除难免的单调和沉闷的精神资源，是使各种压力和震动一点点减弱和化解的溶剂，特别是促进下一代形成良好的价值观、确立科学的思维方式和文明的生活方式，使个人以良好的社会化适应社会生活的最初、最重要的途径，是人们在生活中精神寄托的价值源泉。

二、职业生涯的家庭影响

古今中外，人们常说“金融世家”、“官僚世家”、“教育世家”、“军人世家”等等；这样一类的家庭中，其成员不仅世代从事大致相近甚至完全相同的职业，而且在价值观、思维方式、生活方式上都几十年、几百年甚至上千年的高度一致，形成各家特有的“家风”，对每个人的成长无形中起着巨大的作用；该家风好比是巨大的“无形资产”，其所以形成，又是多少年辛勤的有意

识的教育才得以形成和发展起来的，是家庭教育之奠基性的、全面而持久的影响。从经济界，到政治界，到思想文化科技教育界，这样的情况不胜枚举。

换句话说，人们的职业意识不是就业时才有的，而是在童年就孕育着萌芽，随着年龄、教育、经历等方面的发展，会有变化，但也是从童年的萌芽中长出来的，一个人早年在家庭受到的教育，不仅影响对具体职业的选择和追求，甚至决定其在所选领域中可能达到的水平；而那些在许多方面取得成功，从而对自己家庭、对国家甚至全人类做出伟大贡献的人士，其职业意识一旦形成，就有很大的稳定性，对其一代代的家人产生非常深刻而持久的影响，从而成长起在某方面独树一帜的家庭。

比如，职业生涯中，家庭的作用之深刻、巨大，无论怎样说都不过分。如，中国历史上，有“一门三进士”甚至“一门一榜五进士”的佳话，在近代以前是人们世代口耳相传的榜样。又如，科学技术史的研究表明，科学家的成长中，家族背景起的作用很大。N. 玻尔和他的儿子 A. 玻尔同获诺贝尔奖，这类家族在科学研究中智力接力的例子很多，在诺贝尔奖得主当中，54%的人出身于高级知识分子家庭。这些都以鲜明的特点和深厚的历史文化积淀，向人们陈述着一个基本的事实和道理：一个人成年以后的人生道路和发展方向究竟如何，和童年、少年、青年时代相比，在表面上可能基本一致，或有出入，甚至截然相反，但是，在根本上，却都是他童年时代在家庭中打下的基础的逻辑的、现实的展开。换言之，他成年以后发展的方向和道路，在童年时代已经或显或隐、或多或少地形成了。如民间俗话说的，“从小看大，三岁试老”，“三代才出一个贵族”；或者象梁启超曾说的，“人生百年，立于幼学”。在宏观的视野中，文化人类学研究发现，在现代西方社会，“基本人格”是从 4000-5000 年的整个历史时期中保存下来的，很少变化，并通过儿童的教养一代代地复制下去。庄锡昌，孙志民.文化人类学的理论框架[C].杭州:浙江人民出版社，1988.119.正因为如此，古今中外有远见的实业家、政治家、思想家、教育家，明智而有为的父母，都非常重视家庭，重视家庭教育。这一点的重要性，在传统社会是非常突出的；在现代社会，也只是改变了其表现形式，其本身并没有改变。

三、宏观分析

（一）家庭和社会结构

从社会结构的宏观角度看，家庭的地位和作用很重要。人们常说，家庭是社会的细胞。这个通俗的比喻就非常形象而深刻地说明了，在社会生活中，家庭虽然结构简单、规模小、力量小，然而正是在它的基础上，才有了结构非常复杂、规模宏大、具有水滴石穿之韧性和雷霆万钧之力的社会生活。如果这个微小的细胞受到损害，衰弱了甚至被破坏了，社会生活中会出现严重的问题，古今中外，概莫能外。法国思想家让·布丹就说过，国家是由“许多家庭及其共同财产所组成的，具有一种最高主权的一个合法政府”（见何汝璧，伊承哲.西方政治思想史[M].兰州:甘肃人民出版社，1987.92.）家庭是国家的基础，只有家庭巩固，才有国家的巩固；只有家庭的繁荣兴旺，才有国家的繁荣兴旺；只有家庭的和平共处，才有国泰民安。

（二）中国近代史的证明

在中国近代史上，有这样的说法“无徽（安徽）/晋（山西）不成商”，“无宁（宁波）不成市”，“无绍（绍兴）不成衙”，“无湘（湖南）不成军”，等等。什么力量？家庭-家族的力量。“湘军”是声名赫赫的社会组织或团体，其凝聚力之大、战斗力之强、地位和影响之大，罕有能比者，所谓“无湘不成军”。其力量来源之一就是家庭/家族的力量。比如，其著名将领和湖湘地方大员之间，不少人之间有姻亲关系，从师友推至姻亲。如曾国藩的三女儿嫁给罗泽南的二儿子；四女儿是郭嵩焘之子郭刚基的妻子。胡林翼和左宗棠是同年生，二人的父亲是好朋友，胡林翼的妹妹嫁给了左宗棠的侄子，胡林翼的次子娶了陶澍的孙女也是左宗棠的外孙女。贺熙龄和陶澍有姻娅之

谊，左宗堂的女儿嫁给了陶澍的儿子。王闿运《湘绮楼日记》光绪六年庚辰四月说：“湘军之可贵者各有宗派，故上下相亲”。

四、近代社会分化后的情况

历史地看，血缘关系让位于地域关系，按地域划分国民、组织国家，是一切国家的共同点。马克思恩格斯选集：第四卷[C].北京:人民出版社，1995.170-171.在西方，虽然从雅典国家的产生过程中，就形成了一种和大众的“私人生活”分离的公共权力；第一次冲破血缘关系为纽带的亲属集团及其原始氏族组织形式，按地域及其经济关系和政治关系来划分居民（参见马克思恩格斯选集：第4卷.110），个人超出家庭而成为独立的主体，完成了地域国家和血缘关系的分离，实现了从血缘共同体向地域民族共同体的转变，在社会生活中特别是在社会政治生活中，家庭基本上淡出，其作用减小了。之后，历经残酷的种族冲突和分裂、市场经济的兴起和发展、基督教传播和教皇革命、罗马私法和英国公法的传播、资本主义的孕育和成长、市民社会先于民族国家的发展而存在，个人比较早地“原子化”了，既独立于家庭，又独立于社会和国家。

但是，即便是到现在，即便在发达国家，家庭的地位和作用仍然是不可忽视的。比如，在经济上，美国的企业和家庭农场高度社会化，也没有消灭家庭，其企业中有 2/3 以上是家庭/家族企业。特别引人注目的是，在现代美国政治中，出现了家族“政治王朝”这种非常值得注意的现象。所谓“政治王朝”，当然不是政治权力依靠血缘关系在家庭成员之间的自然过渡，而是家族在几代人的漫漫征途上，都以对政治权力的痴迷，把追求政治权力作为家庭的最终目的、终极目的；并且因为家族中上一辈给下一辈留下丰富的政治遗产，包括政治经验、基本的人际关系和必要的财富积累，给这种追求提供了独一无二的资源，使之成为现实。

第二章 华商的中国文化资源（2 课时）

目的和要求：就中国文化中，滋养华商的思想资源，分析梳理，古为今用。

第一节 思想家层面

一、儒家

以义为利，义利并重-原始信用发达。先是利，后是义，有义就自然有利。

儒家认为利是基础，义是目标。这是思想家的理论。在商业实践中，利当然是目标，但是在成功的、有大目光的企业家、商人那里，利绝不是唯一的甚至不是最重要的目标，会把利、义统一起来。

二、道家

如《老子·七章》，“圣人后其身而身先，外其身而身存。非以其无私邪，故能成其私。”

三、兵家

“上下同欲者胜”。

第二节 文学层面

一、《三国演义》的影响

二、《红楼梦》的资源

第三节 早期儒商

一、用儒家思想经商办企业

二、在商业目的之外之上有非商业的抱负和追求

凡成大事者必有仁心。

案例：徽商、晋商；陈嘉庚，王永庆。

第四节 海外华商

一、血缘关系的作用

这使华商创业之初凭借家族成员之间特有的血缘关系、准血缘关系、亲缘关系和相关的社会网络资源，以较低的成本迅速集聚人才，团结奋斗，甚至可以不计报酬，能够短时期内获得竞争优势，

较快地完成原始积累。

二、中华伦理对华商的滋养

1、华商继承和发扬儒家的“仁”，主张与人交好、与邻为善，处事顾及长远，顾及友情。在中国古代自给自足的自然经济中，两个人或一群人的合作显然单个人的生产更富有创造性。因此，在日常的生产中很注意和家人或其他人的合作，为生产创造有利的环境。华商在海外同样重视优化和改善自己的经营环境、贸易环境。

2、华商继承和发扬儒家的“义”。

3、华商继承和发扬儒家的“信”。“信”，中华民族的传统美德，与现代商业贸易中的诚信原则相接。不管华商办的是什么企业，在哪里经营，“信”使华商从诞生之日起就以一个诚实、真诚、有责任感形象出现，拥有经营经济不可缺少的资源。

4、华商遵守“智”的准则，他们刻苦经营，善于总结成功的经验和失败的教训，在实践中不断学习不断发展。

5、华商继承和发扬儒家的“礼”。“礼”要求尊重长辈，上下一致，它对保持企业内部的一致性和稳定性、增强企业的凝聚力有重要作用。许多华人家族企业中，主要领导人基本上由家族成员担任。这些人都有双重身份：既是家族中的成员，在家族中有特定身份，又是企业的管理人员。而家族中最具权威的长辈往往也是这类企业的最高领导人。两种身份相互纠缠，很难使他们完全依照公司的制度标准行事，在此制度之外还有长期形成的长辈与晚辈之间的行事准则和标准。“礼”在一定程度上是华商的特殊的企业制度。

第三章 华商西方文化资源（2 课时）

目的和要求：就西方文化中，滋养华商的思想资源，进行分析梳理，洋为中用。

第一节 古希腊的思想资源

一、德谟克利特

二、柏拉图

三、色诺芬

四、亚里士多德

第二节 中世纪的思想资源

一、圣·托马斯·阿奎那

二、清教徒的互约论（covenantal theology）

第三节 文艺复兴以来的思想资源

一、托马斯·霍布斯

二、亚当·斯密

第四节 现 代

一、X 理论

二、Y 理论

三、Z 理论

第五节 今后趋势

一、尊重-对话-沟通-交流-融合

二、文化误解，甚至会引发战争

第四章 华商赖以成长的家庭有全方位功能（2 课时）

目的和要求：说明，华商赖以生存和发展的家庭特别是部分大家庭除外交功能、部分军事功能外，几乎具有国家的一切功能。这是华商成长的重要基础。

第一节 完备的经济功能

家庭是共同劳动的主体，家庭生活和生产劳动合而为一；家族是社区共同生活的主体，家族生活和社区生活合而为一；每个家庭依托或大或小的土地，几代同堂，世代聚居，有时还包括亲属关系、主仆关系，组成生产、交换、分配和消费的基本单位，在其中每个环节都起决定作用；大部分生产是为了家庭和村庄的消费，和其它家庭之间的交换很少，其它家庭生产什么、生产多少，对本家庭影响不大。社会的全部经济职能在家庭几乎应有尽有。

第二节 良好的教育功能

一、纵向上

生产技术、文化观念、道德规范的传承绝大部分是在家庭，在田间地头或手工作坊，以非正规方式进行的；职业的流转和继承基本上是子承父业，家庭外的传承也是靠父系亲属制为基础的家庭继承；即使在堪称大规模的流动中，也以家庭为单位，对子女、学徒进行技术、能力、道德的教育；传统的技术、工艺乃至整个民间文化从每个家庭到全民族的发展和传承，主要是通过家庭实现的（其中许多自近代以来陆续失传甚至灭绝，其根本原因之一正是家庭残遭的空前的破坏）。

二、横向上

通过主办或协办私塾、书院，为家族、地方提供教育服务，负责地方的伦理教化。由家庭主办“私学”和政府主办的“官学”相对，在传统的社会运行、文化传承中是积极能动的主体。

第三节 相当完备的地方自治、社会保障功能

修桥补路、农田水利、赈灾济困、抚老恤幼等，保障社区福利；审理和调节争端、维护地方治安；保护自然环境；许多地方在许多情况下，实行地方自治，有些情况下甚至因一定的家庭武装有准军事功能，会有某些大家庭称霸乡里，却以极低的成本、很高的效率，维护着基层的治安和稳定。

第四节 温馨的养老功能

青壮年期养儿育女，晚年依靠自己子女提供的产品和劳务维持生活，代际之间没有货币的媒介和交换，所谓“养儿防老”、“多子多福”。养老是在家庭内部进行的；老有所养，是保障晚年生活的最有效的手段；敬老，成为中华民族的优秀传统之一，在有教养、有文脉的中国人那里，养老固然有重要的经济维度，却绝非仅限于此，而以精神的、心理的、文化的等方面的丰富内容，使老人享受到醇厚的精神赡养、心理安慰、文化关怀。和其它养老形式相比，家庭养老不仅经济成本最低，而且在精神上最细腻、最周到、最温馨，有独特的优势。

第五章 华商和义利之辨（2 课时）

目的和要求：在揭示并继承中国传统义利论的合理内核、重申现代经济之伦理性的基础上，说明“义利之辨”对华商的重要影响。

第一节 传统义利论的内容结构

一、总体评价

传统义利论主要是儒家义利论，它有个双重结构：表层先义后利；深层以义为利。前者在价值导向意义上，有正确的因素；后者在社会机制意义上，有正确的因素。

二、具体分析

1、传统义利论是典型的道义论。

2、传统义利论的表层结构是，先义后利。

3、传统义利论的深层结构是，以义为利。荀子的两个假设，在家族本位、伦理本位的简单化社会里，是没有问题的。只是从近代以来，该假设的环境变化了、前提不存在了，而需要新的环境、前提、支持因素如法治，但这绝不意味着传统义利论本身完全错误了。

4、传统义利论的具体分析。它对利的某种鄙薄和否定，是错误的；在社会运行机制上，忽视法，也是个缺陷。同时，它认为，使每个主体都做到义、出于义，使全社会井然有序，利自然会源源而来。今天，给这种思想加上法的规范、支撑和保障，是有生命力的。

第二节 现代经济的道德要求

一、在市场环境中，有很复杂的、系统的并且逐渐严密的规则或者规范。其中主要的是法律，但也包含着、渗透着道德；

二、企业要在竞争中取胜，就必须有很好的信誉，其中有很强的道德要求；

三、劳动者的敬业精神、劳动态度对企业的生存和发展，对市场竞争的有序和规范，起着重要的作用。

第三节 儒家义利论对华商的报答力

从近代以来的社会变革中，儒家义利论代表的传统义利论遇到了激烈的批判，甚至是激烈的进攻。其中认识方面的原因是，认为中国传统义利论和现代社会已经格格不入了，对促进中国的社会变革和社会进步已经没有任何积极意义了；必须彻底批判，坚决清除。然而，从理论上深思，从实践中细究，都可以发现，这种判断未免简单；传统义利论仍然有其积极意义和顽强的生命力。

第六章 华商的制度模式（2 课时）

目的和要求：从中国文化和现代企业制度的交叉点上，分析华商的制度模式，为同学们提供参考和借鉴。

第一节 家族控股

一、家族控股的实质

家族凭借所持有的股权数量掌握对公司的控制权，家族成员不一定直接去参与经营管理。家族成员所拥有的该企业股权的总和，至少足以占据第一大股东地位。至于家族所持股权的具体份额，则差别很大。

二、家族控股五类型

1、企业初始所有权由单一创业者拥有，当创业者退休后，企业的所有权传递给子女，由其子女共同拥有。

2、企业初始所有权由参与创业的兄弟姐妹或堂兄弟姐妹共同拥有，待企业由创业者的第二代经营时，企业所有权则由创业者的兄弟姐妹的子女或堂兄弟姐妹的子女共同拥有。

3、企业所有权由合资创业的具有血缘、姻缘和亲缘的家族成员共同控制，然后顺延传递给创业者第二代或第三代的家族成员，并由他们共同控制。

4、家族创业者或家族企业与家族外其他创业者或企业共同合资创办企业时，由家族创业者或家族企业控股，待企业股权传递给家族第二代或第三代后，由家族成员联合共同控股。

5、一些原来处于封闭状态的家族企业，迫于企业公开化或社会化压力，把企业的部分股权转让给家族外其他人或企业，或把企业改造公开上市，家族企业产权多元化，但这些股权多元化的所有权仍主要由家族成员控制。

上述五种情况包括了企业所有权或股权由家族成员控制的概况，其中每一种情况在家族企业中大量存在。

第二节 家族成员在我主要生产经营管理权

一、性质

核心是有两名以上的家族成员直接参与经营管理。前提是家族控股，否则大股东不可能容许有这种人事安排。所以，这种家族企业实际上是家族控股并直接经营管理的企业。

因为家族企业的经营权和所有权没有分离，常常导致企业规定的制度得不到具体的实施，人情和制度混淆。

二、家族成员控制企业经营管理权的类型

1、企业经营管理权主要由有血缘关系的家族成员控制。

2、企业经营管理权主要由有血缘关系的家庭成员和有亲缘、姻缘关系的家族成员共同控制。

第三节 企业决策家族化

企业决策被纳入了家族内部序列，企业的重大决策如创办新企业、开拓新业务、人事任免、决定企业的接班人等都由家族中的同时是企业创办人的家长一人做出，家族中其他成员做出的决策也须得到家长的首肯，即使这些家长已经退出企业经营的第一线，但由家族第二代成员做出的重大决策，也必须征询家长的意见或征得家长的同意。当家族企业的领导权传递给第二代或第三代后，前一代家长的决策权威也同时赋予第二代或第三代接班人，由他们做出的决策，前一辈的同一辈的其他家族成员一般也必须服从或遵从。但与前一辈的家族家长相比，第二代或第三代家族家长的绝对决策权威已有所降低，这也是家族企业在第二代或第三代出现矛盾或冲突的根源所在。

俗话说：富不过三代。这个很多接班人值得去深思的问题。如果自己没有管理能力的时候，何不坐下来考虑一下是否要聘请有能力的职业经理人员来代替，以股东的身份来享有公司的股份和红利。然后自己也可以去做一下自己既有兴趣又有能力的工作。

第七章 华商 SWOT 分析（2 课时）

目的和要求：运用 SWOT 分析方法，分析华商的优势、劣势、机遇、挑战，为进一步分析研究华商准备基础。

第一节 AWOT 分析

SWOT 是 strength, weakness, opportunity, threat 缩写，是组织管理中简明、有效的方法。主要方法是，通过分析企业自身，看清其在目前资源、能力下的优势和劣势，分析外部环境，看有哪些可能的或现实的机会、潜在的威胁。任何组织和个体总有内外部的特性并对之直接反应。运用 SWOT 分析华商，有助于作出战略战术指导。

第二节 华商的优势和劣势

一、优势

1、机制上的优势。一般是从小的投资开始的，规模小、见效快，创办容易，直接面向市场，市场处触觉灵敏，可以很快的适应不断变化的环境，并进而调整自己的策略和运作。机制灵活，能及时调整经营方向，是市场中竞争和活力所在。这是相对僵化的国有企业无法比较的。

2、不断进入市场空隙。在传统企业之外，有许多市场空白。华商可以依靠其独特的知识去发现机会，获取发展的空间。其可以在区域性和产品特色上下工夫，以此为基不断的寻求企业规模和范围的扩大。

3、成本优势。一般从劳动密集型产品入手，通过劳动力廉价的优势获取订单，也很少历史遗留的包袱和社会负担。

4、创新优势，企业可以更好的利用个各种知识和潜在的机会，迅速整合技术和组织资源，实现新的机构变革。

5、管理优势。产权明晰，所有者具有充足的激励确保管理经营的水平，具有很强的自我硬约束。

二、劣势

1、有些企业经营管理水平不高。采取粗放式管理，甚至有相当多的仍然是作坊式管理，限制企业发展。要扩大经营和多元化、提升整体水平上，限制很大。

2、要素上受制约比较多。首先，技术上，大多数企业层次较低，是简单加工企业上，基本上没有自主知识产权而是在加工、代理贴牌中赚取加工费，难以形成自身核心竞争力、自主品牌。其次，资金上，企业往往难以获得银行信贷，尤其对于大量的中小企业。资本市场不够发达，融资渠道不畅，很大程度上制约了企业发展。

3、整体的规模比较小，在各种市场附加资源和服务的获得上乏力，这提高了企业经营成本。

三、国内环境分析

1、机会：

（1）国家在法律上对民营企业予以了保障，在宪法意义上，非公有制经济的地位得到了保证，

私人财产权入宪更完善了社会的产权保护。同时，各项法律法规的颁布实施，为经济的发展提供了良好的法制环境，整个社会的稳定预期得以形成。国家的政治稳定，也给私营企业的发展提供了良好的外部政治环境。

（2）全社会形成了较好的市场文化，对于合法经营致富持赞同态度。国民的财富和创造欲望为经济的发展给予了文化上的支持。

（3）经济市场化进程加快，各项改革不断推进。原有的经济管制和倾向性政策逐取消。民营经济获得了更多的机会和更大的市场空间，比如最近新成立的民营的石油集团，就是在能源这个传统国有垄断领域中的突破。

（4）要素市场了进一步完善，资本市场尤其是二板市场的建立为企业的发展提供了充足的资源保障。

2、不利

（1）完善的法制体系同样对企业的规范经营提出了要求，尤其法治的加强，执法和行政力度的加大，使企业必须直面制度约束。必须调整以往的在灰色地带中经营的习惯和方式。在一定程度上将提高企业的成本。

（2）现实中仍然存在大量的经济管制，这限制了企业的自由发展。

（3）经济全球化对企业既是机遇也是巨大的挑战。企业将面对对外贸易中各种不确定性，政策和国际经济环境的波动都将造成国内企业的波动，这需要企业有新的态度和国际风险意识，并且需要熟悉各种法律规则。我国企业在反倾销的诉讼表现就可见一斑。

第八章 华商の互利伦理（2 课时）

目的和要求：从外部、内部，分别分析互利的时代主题在华商身上的表现。

第一节 互利作为时代主题在华商身上的表现

一、互利：从悠久的历史主题到崭新的时代精神

二、互利：沉痛的历史教训换来的智慧

三、互利：中华民族精神及其当代贡献

四、互利在华商身上的集中表现

第二节 华商之外的互利伦理

一、和国家/政府的互利

国家提供公安-国防-宏观经济稳定-基础设施-公共服务如环境保护市政规划和建设社会福利消防救灾-保护产权-法治等方面的服务，为商业创造基本的环境；否则在恶信的环境中，商业为了生存，势必恶信。商业在法律法规的范围内进行生产经营管理活动，为国家纳税。如果编造虚假的商业信息、偷税漏税、贿赂政府官员，直接破坏了他人的利益，破坏了商业安全和公共秩序，是不道德行为、不法行为。

保护环境。如果为利益最大化、成本最小化，对环境造成破坏，就是损害了他人利益和社会利益

二、和市场的互利

市场为商业提供良好的环境；商业为市场提供适销对路的商品和服务。

三、和社会/消费者的互利

公平交易，确保消费者权益。特殊行业要有特殊的伦理。

四、和其他方面的互利

互信互利，公平竞争。恶性竞争，如不顾行业发展而削价倾销，通过不法手段窃取商业秘密，有意拖欠往来企业的货款。

第三节 华商内部的互利伦理

一、和股东

股东为企业投资；企业使股东的投资保值增值。

二、和员工

员工为企业敬业；企业考虑员工的利益和发展。

课堂讨论一

讨论题：举例说明华商的文化资源

参考书

费孝通.乡土中国.北京:三联书店, 1985.

[日]涩泽荣一.论语与算盘.宋文等译,北京:九州图书出版社,1994.

第九章 华商诚信（2 课时）

第一节 几个经典性案例

案例 1 晋商和徽商

案例 2 战乱中与平时

案例 3 小贩和巨商，失败者和成功者

第二节 华商诚信的显性表现

一、显性层面上

华商诚信环节少、程序简、从商谈到成交的周期短；不仅一笔笔具体的生意如此，而且一连串甚至几十年上百年的交易、世交莫不如此。因此，成本很低、效益很高。

二、和公司制企业诚信相比较

公司制企业诚信环节很多、程序复杂、周期很长、成本极高。

比较起来，华商诚信的显性层面之所以如此地简便、高效、低成本，乃由于这个层面犹如冰山的小尖角，其下面是如同冰山之巨大山体的隐性内容。

第三节 华商诚信的隐性内容

一、从社会结构看

华商诚信是家族诚信，至少是家族基础上的诚信，其基础是非常深厚的，而且会尽可能地致力于长远。众多的老字号就以长久的魅力而闪烁着这样的光芒。

二、从结构方式看

华商诚信是在一对多、多对多的交往中，扁平化的网络状诚信，比一对一、金字塔式的线型诚信更有力。

三、从作用载体看

华商诚信是在长期的交易、交往中形成的默契。

第四节 上述显性表现和隐性内容面临的挑战

一、华商诚信的长处

1. 基于个人的心理品质，微观基础非常坚实；
2. 由于内化为个人的道德品质，在彼此熟悉、良心这一类机制起作用的环境中，可以随个人

的流动而流动。

二、华商诚信的短处

1, 范围比较小, 在比较小、比较稳定的熟人社会里更容易起作用, 当人的活动范围日益扩大、流动加快、进入陌生人社会时, 其效果常常容易打折扣;

2, 缺乏制度的规制, 只靠人际关系的熟悉、感情的信任, 平时可能很可靠, 但一出问题则非常危险, 甚至土崩瓦解。因此, 这个层面的诚信必须和制度相结合。在这个意义上, 从传统诚信到现代诚信, 就是个人之间建立在道德品质基础上的诚信的制度化, 同时把制度建立在人们的诚信之上, 使人们对制度心悦诚服地信仰。

三、华商诚信面临的挑战

在迅速的社会流动和社会分化中、在实实在在的利​​益比较和激烈的利益冲突中, 华商诚信中相对比较薄弱的那些方面很难抵挡各种的诱惑, 难以起作用, 而使华商诚信面临着许多问题和极大的挑战。

隐性内容上, 华商诚信如同冰山的主体, 不仅比例很大, 而且大部分沉淀在当地的乡土社会中, 和风俗习惯、社会舆论甚至整个民俗生活都水乳交融, 流动性比较弱。因此, 这部分内容在最近 30 年来迅速的社会流动、社会分化中, 面临着严峻的挑战, 不仅一天天地式微, 甚至在某些方面、在一些地方被严重地消解。

第十章 李嘉诚:华商首富之道（2 课时）

第一节 李嘉诚的过人之处和家学渊源

一、李嘉诚的过人之处

几十年从无大失手；走一步看三五步，进入生机勃勃的领域，在其蒸蒸日上时全身而退；以企业家从商业利益的角度捍卫祖国利益。

二、深厚的家学渊源

祖父父亲都是当地优秀的老师和校长。

自己成功。

童年的理想是象祖父和父亲那样优秀、博学多识名满天下的老师；15 岁因为家庭变故父亲逝世而被迫中断学业打工谋生，艰苦的工作之余把时间全用在自学上，学完高中课程，阅读英语专业书刊，掌握国际最先进的业界动态。

培养儿子成功。

创办汕头大学，自认为是他一生最重要的大事。对比杰弗逊：他一生最重要的事情是创办 Virginia 大学

第二节 李嘉诚的成功之道

一、家事和公司事分开

在商言商，不把公司人事和亲戚关系扯在一起/家族公司和家族事业。

商事上互助，情上自立。

二、和气生财

三、诚信

当推销员卖铁桶，发现选准对象是大秘密，专找老太太；一老板已经决定了买另一家的桶，没有可能再要他的桶，他在和老板雇员聊天在中知道该老板中年得子，非常心疼，但没有时间陪儿子看赛马，李就自掏腰包带老板的儿子看赛马；去一家酒楼推销时被毫不客气地拒绝，沮丧地走出来，然后诚恳地回去，向对方请教，自己的动作、言辞、态度有什么不妥的地方，请先辈指点迷津；跳槽时向前老板进言，不被采纳，果然陷入危机破产，再次专门上门建议开发新产品，被采纳；靠诚实和信誉交朋友，几十年只有对手没有敌人；对功臣非常尊重，对员工象家人，念旧，塑料花已经不生产了，还生产一些养活从塑料花行业中退下来的工人；对客户诚心诚意地道歉；对同行，当国际市场变化，原料危机，将自己的库存、配额，比市场价还低卖给大家；对外商，以真诚和信用成为自己最好的担保。

四、勤俭

时间快 10 分；低调，从不奢华；学习时买旧书学完再卖掉

五、稳中求快

资产相差 10 倍以上，先从外围积累资本、经验和技术；保持低调，麻痹对方；知己知彼，吃透对方，等待时机成熟，勇气地决战，夺取要地、出奇制胜

六、互利

有钱大家赚，利润大家享，这样才会有人愿意合作。假如 10%的股份是公正的，拿 11%也可以，但是如果拿 9%，财源就滚滚而来。人找生意；生意找人。

第十一章 王永庆的美德：以节俭为例（2 课时）

第一节 王永庆如此节俭

王永庆，从茶园杂工、米店学徒一路走来的大企业家，竟如此细致专注、如此节俭：

他 15 岁做米店学徒，常拜访客户，查看米缸，估算能食用的天数，记在小本上。客户米缸快见底时，他总是扛着米袋再度拜访。得到主人许可后，倒出旧米、盛进簸箕；擦干净米缸；将新米倒进米缸；把旧米放在上面。

不洗热水澡、省出 3 分钱台币，被他自认为早期卖米时成功的秘诀。以同样严格的成本核算，仔细检查每一笔开支，是他终生的风格。

他成为大企业家后，喝咖啡时，把奶精掺入咖啡后，再把少许咖啡倒回奶球，涮出残留奶精，倒进咖啡里。然后，才慢慢品味。

他不喜欢子女给他打电话——嫌长途电话太贵。他给子女写信，信纸很薄，写的密密麻麻——怕超重。毛巾，一用就是 20 年。

第二节 节俭美德和华商伦理

王永庆的上述美德，和勤俭等传统美德一脉相传，和百年前晋商徽商“若要发，牙齿缝里刮”等精神遥相呼应。若按时下某种标准，则似乎小的不能提及，似乎“过时”，甚至不无“抠门”“吝啬”。

捧读这些故事，令人眼睛湿润，“不解”，敬佩，沉思。

还有，他坚韧不拔。他坚持家长式管理，始终在董事会恪守制度，在家里同样如此。其子女除一个以外，都服从他命令，而成为企业家。这让家人难以相处，却深受许多至少在理论上信奉传统家庭价值观的台湾人爱戴。对这些方面，将根据同学要求，认真探讨。

课堂讨论二

讨论题：当今高等教育、人才市场背景上，大学生如何学习华商及其诚信

参考书

茅于軾.中国人的道德前景.广州:暨南大学出版社,1997.

[美]R.F.哈利特.商业伦理.北京:中信出版社,2000.

[美]詹姆斯·C·柯林斯、杰里·I·波里斯：《基业常青》，真如译，北京:中信出版社，2005.

第十二章 华商的社会责任（2 课时）

第一节 华商社会责任的依据

一、内部原因

必须兼顾投资者/资本、经营者/管理、劳动者/劳动之间的利益关系。

二、外部原因

1、企业的两重性

为消费者提供产品和服务；对社会和环境有消极影响，社会和环境为了承担或克服该消极影响，必须支付一定的成本，而企业对此有道德的义务和法律的责任，分清利害、当和不当、合理和不合理的界限，提供有益而非有害的供给，采取正当而非不当的手段，获得合理而非不合理的利润，处理好商业效益、社会效益、环境效益之间的关系。

2、企业在经济上有效率，技术上科学，文化上文明，道德上合理公正经济的，还是法律的或道德的；和企业办社会。和利益最大化之矛盾

3、企业是私器还是公器

4、反证：如果企业只提供产品、服务、纳税，对起码的社会责任不承担而推给社会，就可能提供危害社会的产品，迫使政府花更多的钱打假治乱，也可能破坏经济环境，迫使政府用更多的钱维护经济环境。这些费用最终通过赋税的形式落到企业身上。

第二节 华商社会责任的分类

一、对公众公司是法律要求，对私营公司更多的是道德要求；

二、基本的如和生产经营相关的质量、环保等，额外的如公益

三、内部责任和外部责任及其限度

四、经济责任如用经济手段和政府合作，追求长远利益和根本利益；法律责任如合法经营，提供合法的产品和服务；道德责任如符合社会道德的要求和取向，在法律的空白地带，讲规矩；社会责任

第三节 华商社会责任的典型

一、百年前的晋商徽商

二、1930 年代的民族企业家

三、李嘉诚、王永庆

1999 年 7 月 15 日，中国非公有制经济的 33 位代表在北京人民大会堂发布《信誉宣言》：“在社会主义市场经济的各个环节中，从自己做起，带头做到守信用、讲信誉、重信义；做到爱国敬业、照章纳税、关心职工；做到重质量、树品牌、守合同、重服务。”

第十三章 华商创新的道德支持（2 课时）

第一节 时空维度上，创新和道德有差异，也有统一

一、创新永远是单向度的，永远立足现在，指向未来；它没有先例可循，没有也不可能有传统的包袱，除了它自己永远革命的“传统”以外，它尊重但不膜拜任何传统。

二、道德则有三向度，既在正常的意义上对深厚的历史传统文化传统有厚重的历史感，尊重过去、怀恋传统，也可能在保守的意义上对传统顶礼膜拜；又调控现在；同时在追求和开创未来。那些落后、陈旧过时的道德姑且不论，而凡是富有生机与活力的、进步的道德，其追求和开创未来的向度无疑是对商业创新的独特而有力的支持；不仅其调控现在的向度从社会运行的各方面对商业创新是有力的支持，而且其历史感-传统的向度可以培育生命深处原创的冲动，使原创的冒险得到滋养而且开花结果，因而对商业创新也是不可多得的文化精神的滋养和资源。只有有了进步道德的滋养和资源，商业创新才能够是健康的、丰满的、生机勃勃的。

第二节 坐标或者取向上，创新和道德有差异，也有统一

一、创新突出的是进取，它永远在纵向的、一直向前的时间坐标上，追求现实生活中还没有的、崭新的器物、制度、思想和价值，很少甚至几乎不在横向的空间坐标上左右顾盼，很少考虑协调。

二、道德则兼顾进取和协调，在纵横坐标及其统一形成的理论空间和现实空间中，形成和保持必要、适度而旺盛的张力，既在纵向上追求和支持面向未来的商业创新，又在横向上强调和维持必要的协调，追求和实现二者的和谐。在这方面，进步的道德在纵向和横向之间保持动态平衡的张力，不仅其纵向上的追求和支持无疑会支持并且进一步激发商业创新，而且其兼顾横向的取向对富于价值合理性的商业创新也是富于文化底蕴、精神“后劲”和人性关怀的、深厚持久的支持。

第三节 社会作用及其属性上，创新和道德在差异中，也有统一

一、创新突出的是革命性，甚至对旧的事物、秩序、模式和规范有一定的“破坏性”。商业创新，一方面就是破旧，在保守的意义上，至少也是对既有事物、秩序、模式、规范等等的改变；在正常的意义上，不仅否定清规戒律，而且打破既定的事物、秩序、模式和规范；在激进意义上，更是否定既定的事物、秩序、模式和规范，在一定情况下、在某些方面，可能还会破坏道德包括进步的道德。另一方面，商业创新更是立新，探索未知，提出并致力于建立当时还不易接受的新的事物、秩序、模式和规范。历史上和现实中，伟大的先行者、开拓者、创造者反对和破坏旧事物、旧制度、旧思想，探索新事物、新制度、新思想，他们最初都是孤独的，仅代表少数甚至极少数的声音，尽管在根本上他们代表着新时代的黎明和第一缕曙光，代表着新制度的声音；其中许多人甚至曾经被看成有罪的。正因为这样，商业创新是非常艰难的，更是富有意义的。

二、道德则一般来说，既有革命性，又有现实性，甚至有比较强的保守性。特别是在对待规范的态度上，道德总要致力于制订和维护一定的规范，这是它的突出特点之一，如果没有这一点，道德就不可能存在，更不可能起作用。因此，道德在正常意义上，维护规范；在激进意义上，打破规范；在保守意义上，甚至可能维护清规戒律。具体来看，在历史上，无论社会大变革之际，还是社会正常运行中，凡扮演旧制度之卫道士的角色、妨碍和破坏商业创新的，都是旧道德，其中有大量

的经验教训值得记取。然而，历史上凡是进步的道德，都有很强的革命性和现实性，而绝少或者几乎没有保守性，其中同样给人们以深刻的启迪和教益。道德及其规范的社会作用及其属性表明，保守的道德和商业创新是冲突的，而进步的道德则对商业创新是强有力的支持和推动。

第四节 创新和道德有明显对立，更有深刻的统一

如持两极对立的、线性思维，就可能只看到二者的对立，坚持认为道德和商业创新是不相容的。然而，如果超越这种片面的线性思维，在更高更广的层次上，存异求同，承认对立，更坚持和追求统一，坚持对立面互补整合的辩证思维，就可以发现，商业创新和道德在理论上，完全可以由对立而实现统一；在现实中，凡进步的道德更是和商业创新有机统一、互相促进的，是对商业创新的强有力的支持和推动。

第十四章 华商研究的“中国问题意识”（2 课时）

第一节 问题意识

一、从问题出发，还是从本本出发？是两种不同的方法

二、历史上，问题先于学科，问题产生后，从自在状态——被各学科整合——洋溢出现有学科的范围

三、问题 元问题/一个问题和全部问题；总体性、根本性、一般性的，具体的；提出的、面对的；中国无或至少不明显如后现代，中国有，必须解决，怎么走、走哪里，应当和价值，其根据是什么，等等。

第二节 问题意识和学术理论重心转移

一、当今世界，科学前沿的重大突破、重大原创性科研成果的产生，大多是多学科交叉融合的结果。近百年获得诺贝尔自然科学奖的 334 项成果中，近半数的项目是多学科交叉融合取得的。例如 DNA 分子双螺旋结构的发现就是物理学、生物学、化学交叉融合的结果。1953 年有 4 篇论文发表在 Nature 杂志上，涉及 4 位作者:Wilkins 和 Crick 是物理学家，Watson 是生物学家，Franklin 是化学家（1958 年逝世），前三位荣获 1962 年诺贝尔生理学及医学奖。

二、当代新兴学科如计量经济学、计量地理学、管理科学、生物信息学、生物医学、纳米科学与技术、生态学、人口学、环境伦理学、空间与海洋科学等等无不是多学科交叉融合的产物。例如 21 世纪的重要新兴交叉学科化学生物学，就是化学与生物学和医学交叉渗透的产物，化学的工具和方法被用于研究生物和医学问题，分子生物学的手段也被用于解决化学问题，包括化学遗传学、生物体系的小分子调控、分子识别和分子间相互作用的化学基础研究、分子进化和生物合成基本规律等。

三、文理渗透、理工结合，也是培养拔尖创新人才的有效途径。学理工科的一般长于逻辑推理和抽象思维，学人文科学的惯于直觉感受和形象思维。直觉与逻辑是科学思维和创造的两翼，人文艺术与自然科学是人类文明进步的两轮。

四、世界知名大学普遍高度重视推动多学科的交叉融合与发展。麻省理工学院的跨学科研究中心和实验室（如雷达实验室、电子实验室、怀特克学院等）已超过 64 个；斯坦福大学实施了“生物学交叉学科”（Bio-X Program）研究计划，涉及生物工程、生物医学、生物科学三大领域，跨越文理学院、工程学院和医学院三大学院；哈佛大学、密西根大学等普遍设立了“合作基金”或建立了“学科交叉专家委员会”等机构，以推动学校学科的交叉融合与发展。

二战以后，国际上社会科学的重大发展和突破，大多是从问题开始、问题中心的

问题意识突出并取代学科意识。黑格尔体系式的理论仍然存在，但不是主流。重要的不是体系，而是问题和智慧。科学技术的发展，从古代的整体化，到近代的专业化，再到当代的整体化。二战以后的科学理论大都是“论”。

传统的学科范式以学科为中心，严格界定研究范围、学术框架，生产本学科问题范围里的知识，彼此划界。虽然也力图解决社会问题，但追求的是可以证实的经验理论，基本是属于学术研究，不把解决社会实际问题作为自己的任务。第二次世界大战以后，社会科学在经历了长期的专业化分化和初步的交叉、融合之后，已经大踏步地向杂交、综合和整体化的发现发展。传统的学科界限开始

模糊,交叉、横断、边缘性的学科分支、研究领域、和理论流派大量出现,社会科学的研究方法、知识的产生途径和理论的应用方式都得到了更新。跨学科交叉研究以及杂文化、整体化已经成为当代社会科学发展的进步趋势。当代社会科学形成了以问题为中心的新的学科范式,面对社会生活中的各种问题,从各学科不同的侧面和视角对同一问题展开研究,促进社会科学不同领域的交流和合作,拓展和深化了对相关问题的了解。因此,使当代社会科学的实践性、应用性和解决问题的能力都大大增强。它仍然遵循社会科学的传统,为社会科学的客观性而努力,但更关注当代人类和各国各地区的复杂问题的解决,为社会科学的日益增强的应用性而奋斗,把端正人类社会发展的方向、解决社会实际问题、促进社会经济发展为己任。陈振明.政治学前沿[C].福州:福建人民出版社,2000.1,21-22.

第三节 问题意识和思维方式变革

一、中国文化起源于对世界的忧患,是安身立命之学,内在性思维,真理就是人世的真理,是道理、是讲道求理之学,西方哲学起源于对世界的惊异,康德,对象性思维,人是其中的一部分,解决了,就解决了人自身的问题,是知识之学,有强大的知识论背景

二、中国哲学没有强大的怀疑论传统,没有主客、本体现象的关系,认为,世界已在那里,无始无终。问题只在于,如何理解世界的意义、美好生活如何可能;直觉,是明了道理的方法、知行合一的传统,不是把握对象的方法;人是宗教、伦理性的动物,人性中有神性,但非认知能把握,在天人、物我、天地、群己、人我、性情、心性、情才及其统一中把握世界,在五伦的双向互动中,通过六艺人文之养,达到不朽,不是彼岸,而是此岸历史人文中的不朽。

古希腊的辩证法,教人怎样分析问题,如何由大问题找小问题,再由小问题找更小的问题,如剥笋,一层层地剥,直到最里面的笋尖。

第四节 中国问题意识

一、本土意识/综合化/生活化/当下性/世俗性,就是基于自己的新鲜经验,修正、改造现有的理论,使之对已有的经验有更大的包容性,对现实有更强的解释力,而不是将原有理论改变成适合本土的特殊理论;或者创立新的理论。

二、20 世纪,中国哲学、文化被瓜分豆剖,完全被先是纳入西方的话语体系,后是被纳入马克思教科书(如不用西方架子是否可能),如形而上学意识及其思维方式不断地悬置实存高扬本质(to be 巴门尼德-not to be 柏拉图黑格尔概念化碎片化体系化-to be 马克思)、专业化科层化分工、技术主义取向,西方问题、本土方法,从西方预设中研究中国问题,象西方那样追问世界存在的基础和本能,却拒斥西方怀疑主义传统;通过道德,沟通人-神的通道被割断;物化、工具化、功利化;陷入专制、绝对主义、权威主义;中国哲学学科的成长始终缠绕在启蒙过程中。反对西化者,也用西方的理论和方法来肢解中国的问题。事实、观念、案例都是西方的,用西方的话语解决中国的问题。食古/洋/人不化,仿佛研究的问题越玄、离现实和中国国情越远,就越有价值。于是,舍近求远、舍中求外、舍正常求怪异,成为治学的成功之道。

三、必须回到中国情境,从民族文化的视野中,按照中国思想文化的本来传统,从本真、本来、寻根究底的意义上,从根基上,明澈、清晰、虔诚地把握中国问题。/西方可以无视非西方而发展,中国必须拓展视野、正视非中国才能发展

- 1、本土化 理论-问题-方法 紧扣中国的现实/悠久历史和/问题化/生活化
- 2、弘扬中国优秀传统文化根深叶茂根深树多高。

结尾 随堂考试（2 课时）

考试形式 堂上开卷

几点说明

1、本课共 36 学时。其中教学 34 学时，考试 2 学时。

2、上述提纲中时间安排上，多于 36 学时，将在教学过程中，根据同学要求，酌情随时调整。

《市场营销调研》教学大纲

张 巍 编写

目 录

前 言	1825
第一章 导 论	1826
第一节 市场调研的概念和作用	1826
一、市场营销的性质	1826
二、市场调研的概念和特点	1826
三、市场调研的主要特点	1826
四、市场调研的分类	1826
五、市场调研的作用	1827
第二节 市场调研的发展与应用	1827
一、市场调研的产生和发展过程	1827
二、市场调研的应用现状	1827
三、市场调研的行业结构	1827
复习思考题	1827
拓展阅读书目	1828
第二章 市场调研过程	1829
第一节 市场调研的内容	1829
一、市场环境调研	1829
二、市场需求调研	1829
三、市场供给调研	1829
四、产品情况调研	1829
五、市场营销活动调研	1829
第二节 市场调研的程序	1829
一、确定目标	1829
二、制定计划	1829
三、搜集数据	1829
四、分析数据	1830
五、撰写报告	1830
六、追踪调查	1830
第三节 市场调研的原则	1830
一、系统性原则	1830
二、经济性原则	1830
三、科学性原则	1830
四、时效性原则	1830
复习思考题	1830
拓展阅读书目	1831
第三章 二手资料的收集	1832
第一节 二手资料的评价	1832
一、二手资料的概念	1832

二、二手资料的优点	1832
三、二手资料的局限性	1832
第二节 二手资料的来源	1832
一、内部资料	1832
二、外部资料	1832
第三节 二手资料的收集	1833
一、收集二手资料的要求	1833
二、二手资料收集的方式	1833
三、二手资料收集的基本步骤	1833
复习思考题	1833
拓展阅读书目	1833
第四章 原始资料的收集	1834
第一节 访问法	1834
一、访问法的概念和特点	1834
二、访问法的主要类型	1834
三、调查方法的选择及访谈程序	1836
第二节 观察法	1836
一、观察法的概念与特点	1836
二、观察法的类型	1836
三、观察法的应用范围	1837
第三节 实验法	1837
一、实验法的概念与特点	1837
二、实验的有效性	1837
三、实验设计	1837
四、市场测试	1837
第四节 定性调研	1837
一、定性调研的意义	1837
二、焦点小组访谈法	1838
三、深度访谈法	1838
四、投影法	1839
复习思考题	1840
拓展阅读书目	1840
第五章 问卷设计	1841
第一节 问卷的概念与作用	1841
一、问卷的概念	1841
二、问卷的类型	1841
三、问卷的作用	1841
第二节 问卷的基本结构与要求	1841
一、问卷的基本要求	1841
二、问卷的基本格式	1841
三、问卷设计的程序。内容包括事前准备、问卷设计、事后检查等。	1842
四、回答项目的设计。	1842

五、问题顺序的设计	1842
六、问卷设计应注意的问题	1843
第三节 问卷设计过程	1843
一、确定调研目的、信息来源及限制因素	1843
二、确定问卷的类型	1843
三、确定问题的回答形式	1843
四、确定问题的措辞	1843
五、确定问卷流程和编排	1843
六、问卷的评估	1843
七、获得各方面的认同	1844
八、预先测试和修订	1844
九、问卷的定稿、印刷	1844
十、实施调研	1844
第四节 问卷设计的基本原则	1844
一、功能性原则	1844
二、可靠性原则	1844
三、效率原则	1844
四、可维护原则	1844
复习思考题	1844
拓展阅读书目	1845
第六章 态度测量技术	1846
第一节 测量的量表	1846
一、量表的基本概念和特征	1846
二、量表的测量标准	1846
三、测量的程序	1847
第二节 测量的基本技术	1847
一、评价量表	1847
二、等级量表	1847
三、配对比较量表	1847
四、沙氏通量表	1847
五、李克特量表	1847
六、语意差异量表	1848
七、选择量表时应考虑的因素	1848
复习思考题	1848
拓展阅读书目	1848
第七章 样本设计	1849
第一节 基本抽样问题	1849
一、抽样的基本概念	1849
二、抽样的意义	1849
三、抽样方案设计	1849
第二节 抽样技术	1850
一、概率抽样	1850

二、非概率抽样	1850
第三节 样本容量	1851
一、样本容量与样本代表性和精确度之间的关系	1851
二、确定样本容量的方法	1851
复习思考题	1851
拓展阅读书目	1852
第八章 资料的整理、分析与处理	1853
第一节 资料的整理	1853
一、数据资料的类别及其整理的意义	1853
二、数据整理的步骤	1853
第二节 资料的分析	1854
一、资料分析的重要作用	1854
二、资料分析的原则	1854
三、资料分析的方法	1854
复习思考题	1854
拓展阅读书目	1855
第九章 统计检验分析	1856
第一节 参数估计	1856
一、样本统计量	1856
二、标准误差	1856
三、置信区间	1856
四、如何解释估计的总体均值或百分率范围	1856
第二节 参数检验	1856
一、假设检验的基本思路	1856
二、假设检验的步骤	1857
三、对平均值的检验	1857
四、百分数检验	1857
第三节 非参数检验	1857
一、 χ^2 检验	1857
二、魏氏检验	1857
三、麦氏检验	1857
第四节 方差分析	1858
一、单因素方差分析	1858
二、多因素方差分析	1858
复习思考题	1858
拓展阅读书目	1859
第十章 变量数据的分析	1860
第一节 二元变量相关和回归分析	1860
一、两个变量之间关联的类型	1860
二、相关系数	1860
第二节 多变量数据分析	1860
一、多元回归分析	1860

二、归类分析	1860
三、因子分析	1861
四、联合分析	1861
五、认知图	1861
复习思考题	1861
拓展阅读书目	1861
第十一章 市场调研报告的撰写	1862
第一节 市场调研报告的特点及类型	1862
一、调查报告的含义和作用。	1862
二、撰写调查报告前的准备。	1862
三、调查报告的写作技巧。	1862
四、撰写调查报告应注意的问题。	1862
五、市场调研报告的特点	1862
六、调研营销报告撰写的基本原则	1862
七、市场调研报告的类型	1862
第二节 市场调研报告的格式和内容	1863
一、开头部分	1863
二、主体部分	1863
三、附件部分	1863
复习思考题	1863
拓展阅读书目	1863

前 言

《市场调研》课程是工商管理双学士的必修课，这是一门融知识性与实践性为一体的应用型课程，是学习工商管理专业课程的工具和基础，具有较强的技术性。课程的教学目的是通过课堂讲授、案例讨论和小组项目的完成使学生对市场研究的基本理论和方法有比较全面的了解，能够针对企业所面临的营销问题，运用所学的营销研究方法的知识系统地收集、整理、分析和报告有关市场营销数据，为企业及时、准确地了解和把握市场机遇，解决市场营销过程中所存在的问题，正确制订、实施和评估营销方案提出合理化建议。

由于《市场调研》课程集方法性与实务性于一体，同时又与多种学科相融，因而该课程的设置，旨在使学生通过本课程的学习，掌握市场调研的基本理论和主要方法，特别是要通过本课程的学习提高学生发现问题、组织问题的能力，理顺营销问题的能力，与客户和调查对象的沟通能力，数据处理能力，文字表达能力，以及成果展示能力等，全面提高学生的综合素质。

《市场调研》在学科体系上属于市场营销的一个分支，但其内容又与多种学科相融合，涉及《心理学》、《统计学》、《市场营销学》、《计算机》等多学科的知识，所以，在本课程的教学过程中，应注意其学科特点与学习方法，要有自己的特点。

首先，市场调研是一种方法性课程，要使学生能够理解各种理论与方法的精髓，掌握各种方法的技巧，熟悉各种方法的用途。

其次，市场调研是一种实务性课程，不仅要教会学生如何设计计划书，编制问卷，处理数据，进行统计分析，撰写分析报告，进行初步的经济预测，更重要的是使学生能够实际操作，确实完成市场调研的任务。

由于市场调研的内容既具有理论性与方法性，同时又具有实务性，单纯的黑板教学很难达到教学目的。它需要利用录像片来介绍实地访问、小组座谈等内容；需要利用 Power Point 来展示大量的图表信息；需要利用电子计算机来处理大量的数据；需要特殊软件来进行问卷设计和数据处理；需要利用因特网来提供大量的背景材料与数据信息。此外，案例教学和项目操作也是市场调研教学必不可少的教学手段，尤其是项目的独立完成，是培养学生综合能力的一个最佳手段。

在教学过程中，需要根据学生的基础及教学辅助手段的不同，适当调整和分配教学时间，采用灵活多样的授课方式，以达到教学目的。在课堂教学之外，还需要大量的时间让学生进行调研实践，撰写调研报告，从而真正掌握这门学科的理论和方法。

第一章 导 论

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应正确理解市场调研的概念、特点和作用，识别市场调研的各种分类，了解市场调研的产生和发展过程及其应用现状，了解市场调研的行业结构。

学时分配：2 学时

第一节 市场调研的概念和作用

一、市场营销的性质

市场营销是计划并实施必要的控制手段以促成交换并满足有关组织和个人目标的过程。市场营销成功的关键在于能否准确地理解和把握消费需求，而这又离不开及时准确的市场信息。市场调研就是提供获取信息的主要途径和手段。

二、市场调研的概念和特点

市场调研是针对企业特定的营销问题，运用科学的研究方法，系统地、客观地搜集、整理、分析解释和沟通有关市场营销各方面的信息，为营销者制定、评估和改进营销决策提供依据。

这一定义强调的要点是市场调研的科学性、系统性、客观性、针对性、辅助性和局限性。

三、市场调研的主要特点

（一）内容广泛

按西方企业的做法，市场调研包括进货市场调研和销售市场调研，前者指的是企业对进货市场的结构和发展状况进行系统性的信息搜集和分析评估，而后者则是指企业对销售市场的结构和状况进行信息搜集和信息评估。

结合我国企业的实际，市场调研的内容主要有：市场环境调研、市场需求调研、市场供给调研、市场行情调研、市场销售调研等等。

（二）目标具体

针对企业存在的市场营销特定问题，目标明确地进行调研活动。

（三）方法多样

根据调查基本方法的不同，可分为文案调查和实地调查。前者是对现有资料的搜集；后者是对一手资料的调查，具体又包括询问法、观察法和实验法等常用的市场调研方法。

（四）伸缩性大

样本量受客户需要及其财力限制。

（五）存在局限性

受财力、时间、人员等因素的限制。

四、市场调研的分类

根据其研究的特点、内容和方法，可将市场调研分为基础性研究和应用性研究、辨别问题的研究和解决问题的研究、定性研究和定量研究。

根据研究的性质，可将市场调研分为探索性研究、描述性研究、因果关系研究和预测性研究。

其中,探索性调研是在对市场很不清楚,无法确定调查的具体内容,不知从何下手时所做的初步调查,旨在收集初步资料,寻找问题产生的原因及问题的症结所在,为进一步的调查活动做准备;描述性调研是比较深入、具体地反映调查对象全貌的一种调研活动,旨在摸清其过去、现在,需实地调查以取得第一手资料;因果关系调研主要是了解市场的各种变量之间的因果关系,以及可能出现的相关反应,旨在弄清变量关系;预测性调研是在描述性调研和因果性调研的基础上,对市场未来可能出现的变化趋势进行的估算、预测和推断,其实质是市场调研结果在市场预测中的运用。

此外,还可根据其他标准对市场调研进行分类。

五、市场调研的作用

市场调研是市场营销管理的首要的步骤,能够帮助企业发现存在的问题和机会,为营销决策提供客观依据。同时,市场调研活动本身就是企业营销管理的重要内容。具体来说,市场调研是企业进行战略决策的前提;是企业进行经营决策的前提;是企业进行营销决策的前提;是加强企业管理、提高企业经济效益的重要手段。

第二节 市场调研的发展与应用

一、市场调研的产生和发展过程

市场调研是随着商品生产和商品交换的发展而产生和发展的,作为一门应用科学,它是在 20 世纪初首先在美国逐渐发展起来的,其产生发展过程,大致可以分为萌芽期(20 世纪前)、成长初期(1900-1920)、成长期(1920—1950)、成熟期(1950 年至今)四个阶段。

二、市场调研的应用现状

国外市场调研的需求量非常大,其特点是:调研行业比较发达,调研机构多,从业人员专业化程度高,营业额逐年稳定增长;调研设计与技术水平不断提高,因而,调研的效率也大大提高。

在我国,市场调研的起步较晚,发展比较缓慢;现有的调研公司在规模、市场定位、营销手段等方面存在很大差异;行业规范化问题亟待解决。

三、市场调研的行业结构

市场调研的最终消费者和发起者大多是企业,有时,企业的营销调研部门自己独立完成一些营销调研工作,但更多的是委托专业公司进行调研。此外,广告代理公司常常必要的营销调研委托或转包给专业调研机构。

定制或专项调研公司、辛迪加调研公司代表了调研行业的最前沿,他们提供服务、设计研究报告、分析结果并向客户提供建议。

现场服务公司为辛迪加调研公司、定制调研公司、广告代理商和企业提供收集数据服务。

复习思考题

1. 市场营销的作用是促进交换,那市场调研在方便交换过程中的起什么作用?
2. 市场调研与市场营销观念间的关系是什么?
3. 分别列举三种案例分析如何利用市场调研进行产品、服务和非盈利机构的市场开发工作。
4. 举例说明市场调研的描述、诊断、和预测的作用。

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第4版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001年版。
3. 《营销管理》（第10版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第二章 市场调研过程

本章教学目的和基本要求：

通过本章学习，应了解市场调研的内容和程序，掌握并能够应用方案设计的方法，理解市场调研的原则。

学时分配：2 学时

第一节 市场调研的内容

一、市场环境调研

包括宏观环境和微观环境的调研，它们通过直接或间接的方式影响、制约着企业的营销活动。

二、市场需求调研

主要包括对市场需求规模的分析预测；测算产品市场占有率的现状 & 变化趋势；掌握消费者购买行为的基本模式 and 特点。

三、市场供给调研

主要了解与本企业有关的产品生产状况、生产布局、生产能力、生产技术等方面的情况。

四、产品情况调研

包括产品的生产能力、产品实体、产品生命周期、产品价格等方面的调研。

五、市场营销活动调研

主要是对竞争对手、分销渠道、促销活动和销售服务的调研。

第二节 市场调研的程序

一、确定目标

客户提出要求后，首先要确定调研的目的和任务，也就是明确在调研中要解决哪些问题，通过调研要取得什么样的资料，取得这些资料有什么用途等问题。

二、制定计划

根据调研目标进行调研活动的策划，要明确调研项目（内容或范围）及调查方式、信息来源、经费估算及调查进度表等。经过讨论论证，得到客户的认可后，才可按规范要求签订协议。

三、搜集数据

这一阶段的关键是数据资料的收集，这是市场调研的中心环节，也是费用最高，最易出问题的阶段。要严格按照调查进度表的规定分阶段进行，包括文案调查和实地调查两个阶段。

四、分析数据

包括对问卷资料的统计处理和对数据结果的分析。其中，数据处理过程包括编码、数据录入、数据计算、输出结果；在此基础上对数据资料进行分析，以发现数据中存在的规律及其反映的问题。

五、撰写报告

在市场调研报告中，必须提出根据资料的分析和解释而形成的备选措施，以帮助决策者选择确定最佳的方案；在初稿完成后，要向委托单位详细说明调研结果及对结果的分析，与委托单位互相交换意见；对调查报告作进一步的修改和补充后，就可以定稿，呈交给委托单位。这是科研成果的体现，常见的报告形式有技术性报告和结论性报告。

六、追踪调查

为了更好地履行调查工作的职责，还应进行追踪调查，以了解前一段工作的成效及调研结果的采纳情况。

第三节 市场调研的原则

一、系统性原则

市场调研是一种全过程性的整体活动，应根据调研目的，尽可能地从多角度入手，全面系统地搜集有关调研对象的各种数据和资料，全面系统地揭示调研对象的运作规律。

二、经济性原则

在开展市场调研之前，应根据调研的目的事先进行调研项目成本效益分析，制定尽可能多的调研方案，选择适当的调研方法，以争取有效的调研结果。

三、科学性原则

为减少调研的盲目性，避免人、财、物的浪费，应事先进行调研策划。确定调研内容时要考虑那些影响程度最大的因素；汇总、分析调研资料时要运用统计学、数学、概率论及心理学等学科的知识。

四、时效性原则

这表现为应及时地捕捉和抓住市场上任何有用的情报、信息，及时分析、及时反馈，为企业在经营过程中适时地制定和调整策略创造条件。

复习思考题

1. 就企业而言，市场调查通常包括哪些主要内容？
2. 简述市场调查的基本程序。
3. 确定调查项目必须符合哪些要求？
4. 简述调查方案的主要内容。

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第4版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001年版。
3. 《营销管理》（第10版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第三章 二手资料的收集

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应明确二手资料概念及其优缺点，了解评价二手资料准确性的标准；掌握收集二手资料的要求和来源，了解收集二手资料的基本步骤。

学时分配：2 学时

第一节 二手资料的评价

一、二手资料的概念

二手资料是相对于原始资料而言的，原始资料是研究者为了解决特定问题而亲自收集的资料；二手资料则是由他人收集的并整理的各种现成的统计资料。

二、二手资料的优点

二手资料的最大优点是容易获取，比收集原始资料所需要的时间和费用要少得多。此外，使用二手资料还有助于明确或重新明确探索性研究中的研究主题；可以切实提供一些解决问题的方法；可以提供收集原始资料的备选方法；能够提醒市场调研者注意潜在的问题和困难；能够提供必要的背景信息以使调研报告更具说服力。

三、二手资料的局限性

二手资料存在的不足之处是：缺乏可得性，某些问题不存在二手资料；缺乏相关性，某些二手资料由于种种原因不能直接为调研者所用；缺乏准确性，在调研者收集、整理、分析和提交资料的过程中，会有许多潜在的错误。

评估二手资料准确性的标准主要有：是谁收集的信息？调研的目的是什么？收集的是什么信息？信息是什么时候收集的？信息是如何收集的？所得信息是否与其他信息相一致？

第二节 二手资料的来源

一、内部资料

二手资料的第一个来源是企业自身的内部资料，主要包括会计帐目、销售记录和其他各种文件档案，以及企业的各种刊物等等。通常，这些信息被储存在企业的内部数据库中。

二、外部资料

来源于企业外部的二手资料主要有可以从图书馆或其他地方获得的出版资料、辛迪加数据和外部数据库。

第三节 二手资料的收集

一、收集二手资料的要求

一是要有真实性，避免个人偏见和主观臆断；二是要有及时性，及时收集、及时加工、及时利用，以提高文献资料的实用价值；三是要有同质性，对同一问题要规定统一的定义标准和统计计量单位；四是要有完整性，以便获得反映客观事物发展变化情况的资料；五是要考虑经济性，资料收集、处理和传递的方式要符合经济利益的要求；六是要有针对性，是指要重点收集与调查项目主题关系最密切的情报资料。

二、二手资料收集的方式

主要有有偿收集和无偿收集两种方式。有偿收集方式是通过经济手段获得文献资料，有采购（订购）、交换、复制三种具体形式，更讲究情报信息的针对性、可靠性、及时性和准确性。无偿收集方式不需要支付费用，但往往这种方式所获资料的参考价值有限。

三、二手资料收集的基本步骤

第一步，确定希望知道主题的那些内容和已经知道的内容；第二步，列出关键术语和姓名；第三步，通过一些图书馆信息源开始搜寻；第四步，对已收到的文献资料进行编辑和评价；最后，如果对信息不满或有困难，可请教权威人士。

复习思考题

1. 企业内部的二手资料主要有哪几个方面的来源？
2. 理想的企业决策支持系统应具有哪些特点？
3. 二手资料的时效性应从哪几个方面进行评估？
4. 二手资料与原始资料的差异有哪些方面？

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第4版），[美]小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001年版。
3. 《营销管理》（第10版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第四章 原始资料的收集

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应掌握收集原始资料的各种方法的概念和特点，了解各种方法的分类，理解各种方法的基本原理，掌握并能够灵活地运用这些方法。理解定性调查的意义及其在市场调查中的作用，掌握定性调查的具体方式或方法。了解座谈会的组织与实施过程，掌握编制座谈会讨论指南以及编写座谈会报告的方法。理解观察法的意义、特点及其在市场调查中的作用，掌握观察法的具体实施方法。理解实验法的意义、特点及其在市场调查中的作用，掌握实验法的具体实施过程，重点掌握市场测试研究的意义、优点及其实施步骤。

学时分配：2 学时

第一节 访问法

一、访问法的概念和特点

访问法是指将所拟调查的事项，以当面或电话或书面向被调查者提出询问，以获得所需资料的调查方法。它是最常用的市场调研方法，是一种特殊的人际关系，是现代公共关系。

访问法的特点在于整个访谈过程是调查者与被调查者相互影响、相互作用的过程，也是人际沟通的过程。其特点首先体现在直接性，即访谈双方直接沟通感情，直接搜集信息资料；其次，调查结果受访谈双方的态度和素质的影响。

二、访问法的主要类型

访问调查有多种具体的形式，可以从不同角度对其进行划分，按照访问方式不同，可分为直接访问和间接访问；按照访问内容不同，可分为标准化访问和非标准化访问；我们通常采用的划分方法，是根据调查人员与被调查者接触方式的不同，具体分为个人访问、邮寄调查、电话调查、留置调查等几种形式。

（一）个人访问

个人访问即访问者通过面对面地与被访问者交谈以获取市场信息，这是市场调研中最通用和最灵活的一种方法。个人访问的交谈方式，可以采用个人面谈、小组面谈和集体面谈等多种形式。

个人访问的优点是：适用的调查对象十分广泛；富于伸缩性，可灵活操作；具有激励效果，回答率高；有观察机会，所获资料准确性、真实性较高；便于深度访问；能控制问题的次序；可获得较多资料。

个人访问的缺点是：费用高；时间长；对访问者的素质要求较高；调查质量易受访问者工作态度、提问技巧和心理情绪等因素的影响；匿名性较差；对访问人员的管理比较困难。

一般讲，个人访问有自由问答、发问式调查、限定选择三种方式。

（一）访谈调查方法。主要介绍访谈调查的特点以及各种不同的访谈调查方法等内容，具体包括访问调查、邮寄调查、电话调查、电脑辅助电话调查、座谈会和个别深度访问等。

1. 访问调查。又称派员调查，它是通过调查人员和受访者之间面对面的交谈从而得到所需资料的调查方法。它有标准式访问和非标准式访问两种。

2. 邮寄调查。是通过邮寄或其他方式将调查问卷送至受访被调查者，由被调查者填写，然后将问卷寄回或投放到指定收集点的一种调查方法。

3. 电话调查。是调查人员利用电话同受访者进行语言交流，从而获得信息的一种调查方式。

4. 电脑辅助调查。也称为电脑辅助电话调查，它是在电话调查时，调查的问卷、答案都由计算机显示，整个调查的过程包括电话拨号、调查记录、数据处理等也都借助于计算机来完成。

5. 座谈会和个别深度访问。它属于定性方法，通常围绕一个特定的主题取得有关定性资料。

(二) 访谈调查实施。介绍访谈调查的具体实施过程及技巧。内容包括如何进行访问、如何进行访谈等。

1. 如何进行访问。它涉及以下几个问题：

- (1) 如何入户
- (2) 如何提出问题
- (3) 如何记录答案
- (4) 如何结束访问
- (5) 如何处理现场问题
- (6) 如何对待拒访者
- (7) 访问注意事项

2. 访谈技巧。访谈技巧包括以下几个方面：

- (1) 接触住户的技巧
- (2) 营造和睦气氛的技巧
- (3) 安排和组织访问的技巧
- (4) 提高应答率的技巧
- (5) 发问的技巧
- (6) 结束访问的技巧

(二) 邮寄访问

邮寄访问是将设计印制好的调查问卷或调查表格寄给被调查者，由被调查者按要求填写后再寄回来，调查者通过对调查问卷或调查表格的整理分析，得到市场信息。这是一种比较特殊的资料收集方法。

邮寄访问的优点是：调查区域较广；费用较低；被调查者有较充分的时间填写问卷，以便准确回答问题；不受访问者态度、情绪等因素的影响，资料更客观；匿名性好，可对某些敏感和隐私情况进行调查；无需对访问人员进行专门的培训和管理。

邮寄访问的缺点是：回收率低；信息反馈时间长，影响资料的时效性；容易产生差错，从而破坏了样本的代表性；对被调查者的要求较高。

由于邮寄访问法存在一定的缺陷，为了提高回收率和准确性，需要采用一定的方法和技巧，较适宜的方法有：跟踪提醒、物质激励、提前通知、附空白信封并贴上邮票等。此外，设计问题时，对提出的问题要便于回答，便于汇总；问题要少，篇幅要短，以免占用答卷者时间过多而失去兴趣；要求回答的问题，最好采用画圈、打勾等选择形式，避免书写过多。

(三) 电话访问

电话访问是通过电话向与调查者交谈以获取信息资料，是一种间接的访问方法。这是为解决需要的带有普遍性的急需问题而采用的一种调查方法。

电话访问的优点主要有：费用低；速度快；适宜访问不易接触到的被调查者；资料的统一性程度较高；能获得较坦白的回答；便于控制管理。

电话访问的缺点是：拒答率高；总体欠完整；问题不能深入。

(四) 留置访问

留置访问是将调查问卷当面交给被调查者，说明填写的要求并留下问卷，请被调查者自行填写，

由访问人员定期收回。这是介于个人访问法和邮寄访问法之间一种访问方法，可以消除面谈访问和邮寄访问的一些不足。

留置访问的优点是：由于当面送交问卷，说明填写要求和方法，澄清疑问，因此，可以减少误差，而且能控制回收时间，提高回收率；被调查者有充分的时间来考虑问题，并不受访问人员的影响，能做出比较准确的回答。

留置访问的缺点是：调查区域范围有限，调查费用较多，不利于对访问人员的管理监督。

（五）网上访问

网上访问是借助于互联网与被调查者进行沟通，从而获得信息资料，是一种最新的访问方式。这种方式可被视为邮寄访问的一种电子形式，但却有传统邮寄访问不可能具备的许多优势。

网上访问的优点是：辐射范围广泛；访问速度快，信息反馈及时；匿名性好；费用较低；能够具有视觉音响效果。

网上访问的缺点是：样本对象具有局限性；难以判断所获信息的准确性和真实性；需要配备一定的技术人员，从而使成本费用增大。

三、调查方法的选择及访谈程序

上述几种调查方法是市场调查中常用的，每种方法各有所长，具体调查过程中，究竟采用哪一种方法，应根据调查的要求和调查对象的特点进行选择。具体选择调查方法时，一般应考虑调查项目的伸缩性、需要调查资料的范围、调查表及问卷的复杂程度、掌握资料的时效性、调查成本的大小等因素。在实际调查中，可选择一种方法为主，辅以其他方法，或是几种方法并用的形式，会取得更好的效果。

访谈过程大体分为三个阶段，即准备阶段，进行阶段和结束阶段，每一阶段都有相应工作。而前一阶段的工作又为下一阶段奠定了基础。因此，具体调查过程中，要做好每一环节的工作，才能保证良好的调查效果。

第二节 观察法

一、观察法的概念与特点

观察法是在现场对被调查者的情况直接观察，记录，以取得市场信息资料的一种方法。它是从侧面观察被调查者的言行和反应，而不直接向被调查者提出问题。这种方法体现出的特点是自然、全面、真实、客观。

观察法的优点是：可以获得真实、客观的原始资料；可以避免各种干扰；简单、易行，灵活性较大。

观察法的缺点是：观察深度不够；在实施时，常受到时间、空间和经费的限制；受调查人员自身条件的制约较大。

二、观察法的类型

观察法的类型有很多种。按照观察所采取的方式划分，可分为隐蔽性观察和非隐蔽性观察；按观察者扮演的角色划分，可分为参与观察、不完全参与观察和非参与观察；按照观察者的影响程度划分，可分为结构性观察和非结构观察；按照取得资料的时间特征划分，分为时间纵向序列观察和时间横向断面观察。

三、观察法的应用范围

实践中，观察法应用得比较广泛，如：商品资源和商品库存观察，顾客行为观察，营业状况观察，痕迹观察，顾客流量观察等，此外，还可以运用观察法了解顾客的爱好、口味，了解城市的人流量，判断市场发展趋势等等。

第三节 实验法

一、实验法的概念与特点

实验法是一种特殊的市场调研方法，它是根据一定的调研目的，创造某些条件，采取某种措施，然后观察一种变量对另一种变量产生影响的一种研究方法，应用范围非常广。其最大特点是把调查对象置于非自然状态下开展市场调研。

实验法的优点是具有一定的可控性和主动性；结果具有一定的客观性和实用性；可提高调查的精确度。实验法的缺点是由于市场中的可变因素难以掌握，实验结果不易相互比较；有一定的限制性；时间长；风险大，费用高。

二、实验的有效性

内在有效性是指对于可观察到的实验结果可以避免有争议的解釋的程度；外在有效性是指在实验室中被测量的因果关系可以一般化到外部的人、设置和时间的程度。

三、实验设计

实验法的关键步骤是实验设计，包括非正规设计和正规设计两种方法。

非正规设计的主要特点是非随机性，具体又分为无控制组的事后设计和有控制组的事后设计、无控制的组事前事后设计和有控制组的事前事后设计四种方法。

正规设计的特点是只考虑一个变量的市场效果，同时消除非正式实验变量的影响。正规设计的方法很多，主要有完全随机设计，分组随机设计；拉丁方格设计和复因素设计等。

四、市场测试

市场测试是营销研究实践者所用的一种普遍的试验，它是指在单个市场、一组市场或某个地区测试一种新产品或现有营销战略（如产品、价格、渠道、促销）的任何变化；或者指实验过程的使用。

市场测试研究的目的是协助营销经理又对新产品做出更好的决策，并对现有产品或营销战略进行调整。

由于市场测试的成本很高，这种方法仅用于已表明新产品或新战略有了相当大潜力的营销研究过程的最后一步。

第四节 定性调研

一、定性调研的意义

定性调研意味着调研结果并没有经过量化或者定量分析，可用来考察被调查者的态度、感觉和

动机。

定性调研不断普及的原因在于：定性调研通常比定量调研成本低；除了定性调研以外，没有更好的方法能了解消费者内心深处动动机和感觉；定性调研可以提高定量调研的效率。

定性调查的含义，主要介绍定性调查的意义和方式，定性调查与定量调查的主要区别，以及定性调查的优缺点等。

定性调查通常围绕一个特定的主题取得有关定性资料。在此类研究中，从挑选的少数受访者中获取有关意见。座谈会和深入访谈是定性调查的两种主要方式。

二、焦点小组访谈法

焦点小组调研的目的在于了解和理解人们心中想法及其原因。调研的关键是，使参与者对主题进行充分和详尽的讨论，其意义在于了解他们对一种产品、观念、想法或组织的看法，了解所调研的事物与他们的生活的契合程度，以及在感情上的融合程度。

焦点小组访谈法的优点是参与者之间的互动作用可以激发新的思考和想法；可以在单向镜后观察顾客和期望顾客；焦点小组访谈法通常比其他方法容易执行。

焦点小组访谈法的缺点是，主持人的个人风格可能致使产生偏差；参与者可能与目标市场人群不一样；焦点小组所说的观点并不一定都具有典型性。此外，一些焦点小组测试室给人一种僵硬冷漠的感觉，人们在其中难以进行开诚布公的交谈。

座谈会也称为集体访谈法，也有根据英文直译为焦点小组(Focus Group)的。它是将一组受访者集中在调查现场，让他们对调查的主题发表意见，从而获取调查资料的方法。为获得此类资料，研究人员通过严格的甄别程序选择少数受访者，围绕研究主题以一种非正式的、比较自由的方式进行讨论。这种方法适用于搜集与研究课题有密切关系的少数人员的倾向和意见。参加座谈会的人数不宜太多，通常有 6 至 10 人，并且是有关所调查问题的专业人士或有经验的人。讨论方式主要取决于主持人的习惯和爱好。通过小组讨论，能获取一般访问调查无法取得的资料。而且，在彼此交流的环境里，各个受访者之间相互影响、相互启发、互相补充，并在座谈过程中不断修正自己的观点，从而有利于取得较为广泛、深入和一致的想法和意见。

三、深度访谈法

（一）深度访谈是相对无限制的一对一的会谈。适用于了解一些复杂和抽象的问题。

深度访谈法的优点是消除了群体压力，每个受访者不必只说最容易被群体接受的话；一对一的交流使得受访者感到自己是注意的焦点，容易与面谈者达成一种融洽的关系；可以深入地探查受访者，揭示隐藏在表面陈述下的感受和动机；可以鼓励他们吐露新的信息；比较容易临时发挥；使面谈者对非语言的反馈更加敏感。

与焦点小组访谈法相比，深度访谈法的缺点在于成本高；通常达不到像焦点小组访谈法那样的委托商参与水平；对主持人来说，深度访谈是很消耗体力的；无法像焦点小组访谈那样使主持人利用群体动力杠杆作用来刺激组员的反应。

深入访谈简称深访，是一种一次只有一名受访者参加的特殊的定性研究。“深访”这一技术也暗示着要不断深入受访者的思想当中，努力发掘其行为真实动机的意思。深访属于一种无结构的个人访问，调查人员运用大量的追问技巧，尽可能让受访者自由发挥，表达他的想法和感受。

深入访谈常用于动机研究，如消费者购买某种产品的动机等，以发掘受访者非表面化的深层意见。这一方法最宜于研究较隐秘的问题，如较敏感的问题、政治性的问题。对于一些不同人之间观点差异极大的问题，应采用深入访谈法。

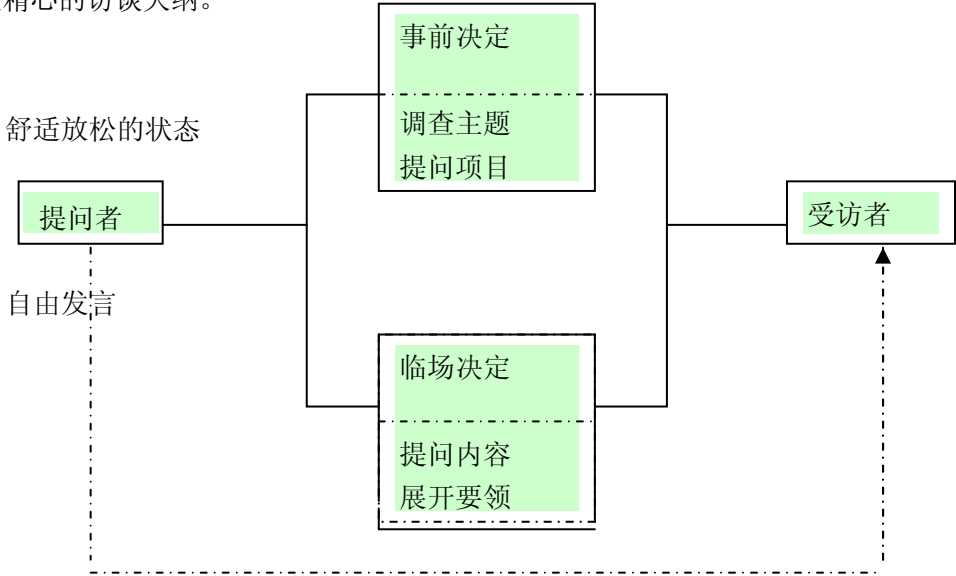
（二）座谈会的实施。介绍座谈会的组织与实施过程和技巧。

座谈会是最普遍、最流行的定性调查方式，因此了解座谈会的实施过程很有必要。座谈会的实施步骤通常如下所示：

- 1. 选择地点，安排设备。
- 2. 选择主持人。
- 3. 选择参与者。
- 4. 编制访谈指南。
- 5. 进行访谈。
- 6. 撰写座谈会报告。

深入访谈的实施。介绍深入访谈的组织与实施技巧，以及深入访谈的优缺点等。

深入访谈有两种不同方式，结构性的深入访谈与非结构性深入访谈，其中比较有代表性的是非结构性深入访谈。非结构性深入访谈的要素有 4 个：适宜的环境、优秀的访谈者、合格的受访者和事先精心的访谈大纲。



四、投影法

又称投射法，是指根据无意识的动机作用探询个性深蕴，是用来探究深层心理活动的一种方法。

定性调查是与定量调查相辅相成的：这不仅表现在调查内容侧重的方面有所不同，也表现在二者功能上的互补关系。

定性调查与定量调查的不同，表现在很多方面：

对比指标	定性调查	定量调查
研究类型	试探性	解释性、因果性
问题类型	探测性	有限的探测性
样本规模	较小	较长
执行人员	需要特殊训练	不需要特殊技巧
分析类型	主观性的、解释性的	统计性的、摘要性的
硬件条件	录音机、投影机、录像机照相机、讨论指南	问卷、计算机、打印机
可重复性	较低	较高
调查者的知识构成	心理学、社会学、社会心理学、消费者行为、营销学、市场调查与研究	统计学、决策支持系统、计算机程序设计、营销学、市场调查，与研究

定性调查的优点：

1. 在了解消费者的态度、感觉方面，其作用无可代替。
2. 可以有效配合定量调查。
3. 定性调查时间短、成本低。

定性调查的缺陷：

1. 定性调查的代表性不如定量调查，很难有把握地断定参加座谈会的消费者或专家能够代表他们所属的总体。毫无疑问，根据小样本调查结果做出重大决策是不可想象的，现代人们无法接受这种轻率的作法。

2. 定性调查：能提供比较具体详细的信息，也不能表现市场机会或细分市场间的细微差异。这有可能导致营销组合差之毫厘，失之千里。

3. 定性调查对访谈者和受访者的要求比较严格，双方的条件有任何不足都可能影响调查的质量。一方面，访谈者的素质和培训普遍存在问题；另一方面，受访者经常是“职业”的人士，并不是客户真正需要的。

复习思考题

1. 假设你是某一品牌冰淇淋的制造商。你想了解更多有关市场份额、竞争对手的价格和最佳的销售地点等情况。你应该收集哪些类型的观察数据？为什么？

2. 为什么实验法最适合解决因果问题？

3. 你所在的大学食堂正开发研制三种面包。但他们因资金和设备的限制只能提供三者之一，他们希望你能设计一种实验看看学生们更喜欢哪一种面包。你如何进行？实验的成本、可靠性、操作性如何？

4. 某地区的一家五金店主希望了解到他店购买商品的顾客和其他店顾客的有什么不同，同时希望了解其他竞争对手对他店的印象如何，请为他推荐一种调查方法，为什么？

5. 因特网市场调查的优缺点有什么？

6. 从以下题目中任选一个，在你班组织一次焦点小组访谈。

A、学生们对学生会的感受。

B、学生们的课外娱乐项目，以及他们可能更欢迎的新项目。

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第4版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000年版。

2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001年版。

3. 《营销管理》（第10版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001年版。

4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。

5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第五章 问卷设计

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应理解问卷的概念、类别与作用，掌握问卷设计的要求及技巧，了解问卷设计过程，能够运用问卷设计的原则和方法进行实际操作。

学时分配：5 学时

第一节 问卷的概念与作用

一、问卷的概念

问卷，又称调查表，是指以书面回答的形式了解调查对象的反应和看法，以此获得资料和信息的一种调查方式。问卷的定义。问卷是用来收集调查数据的一种工具，是调查者根据调查目的和要求所设计的，由一系列问题、备选答案、说明以及代码表组成的书面文件。

二、问卷的类型

根据不同的标准，可将问卷分为不同的类型。按使用问卷的方法不同，可分为自填式问卷和代填式问卷两大类；按发放问卷方式的不同，可分为送发式问卷、邮寄式问卷、报刊式问卷、人员访问式问卷、电话访问式问卷和网上访问式问卷六类。

三、问卷的作用

在市场调研中，问卷居于核心地位。同时，问卷在数据收集过程中有重要作用：问卷是通俗易行的调查方式；能全面、准确地反映问题；有利于资料的统计；能够节省时间。

第二节 问卷的基本结构与要求

一、问卷的基本要求

设计一份好的问卷，必须考虑这样几个问题：问卷是否能提供必要的管理决策信息？是否考虑到应答者的情况？是否满足编辑、编码和数据处理的要求？

一张问卷必须具有以下功能：首先，它必须完成所有的调研目标，以满足信息用户的需要；其次，它必须以可以理解的语言和适当的智力水平与应答者沟通，并获得应答者的合作；第三，对访问员来讲，它必须易于管理，方便地记录下应答者的回答；同时，它还必须有利于方便快捷地编辑和检查完成的问卷，并容易进行编码和数据输入；最后，问卷必须可转换为能回答经理起初问题的发现。

二、问卷的基本格式

一份完整的问卷，一般包括说明词、指导语、搜集资料部分、被调查者特征分类资料、电子计算机编码、作业证明的记载几个部分。

（一）问卷说明（开场白或称介绍）

问卷说明意在向被调查者说明调查的意图、填表须知和时间等。有些问卷还交代交表地点及其

他事项等，有些问卷的开头的说明一般还加上一些宣传内容，更具说明力。问卷说明一般都在问卷开头的地方，以便尽快让填表人了解调查的目标和内容。

（二）被调查者的基本情况

有些问卷在卷头说明之后，或在问卷内容之后设立题目，了解被调查者的情况，以便于分析不同消费者的消费投向和偏好。

（三）调查内容

这是调查问卷中最主要的部分，也是核心部分。它主要是以提问的形式呈现给被调查者，包括了所要调查的全部问题，要求被调查者选出能表达自己看法或态度的答案。

（四）调查者的情况

在调查表的最后，附上调查人员的姓名、访问日期、时间等，以明确调查人员完成任务的情况。

问卷的基本结构。它由开头部分、甄别部分、主体部分和背景部分组成。开头部分一般包括问候语、填表说明和过程记录项目等内容。甄别部分也称为过滤，它是先对被调查者进行过滤，筛选不需要的部分，然后针对特定的被调查者进行调查。主体部分。该部分是调查问卷的核心内容，包括所要调查的全部问题，以及这些问题的所有可供选择的答案。背景部分。通常放在问卷的最后，主要是有关被调查者的一些背景资料。

三、问卷设计的程序。内容包括事前准备、问卷设计、事后检查等。

提问项目的设计。介绍提问项目设计中应注意的问题以及具体的设计技巧等。

提问项目设计中应注意的问题有以下几点：

1. 提问的内容尽可能短。
2. 用词要确切、通俗。
3. 一项提问只包含一项内容。
4. 避免诱导性提问。
5. 避免否定形式的提问。
6. 避免敏感性问题。

四、回答项目的设计。

问题答案的类型有两类：一是开放性问题，一类是封闭性问题。

（一）开放性问题是指对问题的回答未提供任何具体的答案，由被调查者根据自己的想法自由作答，属于自由回答型。

（二）封闭性问题是针对问题事先设计出了各种可能的答案，由被调查者从中选择。根据提问项目或内容的不同，封闭性问题的回答方法主要有：两项选择法、多项选择法、顺序选择法、评定尺度法、双向列联法五种。

五、问题顺序的设计

介绍设计问题顺序时应注意的问题及具体的设计方法等。

设计问题顺序时应注意的问题以下四点：

1. 问题的设计应具有逻辑性。
2. 问题的安排应先易后难。
3. 能引起被调查者兴趣的问题放在前面。
4. 开放性问题放在后面。

问卷设计中的其他问题。包括问卷版面格式的设计、问卷的模拟试验、问卷的评估等内容。

六、问卷设计应注意的问题

- (一) 问卷设计的语言文字应简明、清晰、浅显易懂，不要模棱两可。
- (二) 调查问句要保持客观性，避免有引导的含义。
- (三) 调查问句要有亲切感，并要考虑到答卷人的自尊。
- (四) 内容设计要合理，问题不宜过多或过于分散。
- (五) 问卷中问题之间的间隔要适当，问卷的印刷要清楚，避免出现错误或模糊不清。
- (六) 在格式上，每个问题都要编号，按先易后难及其内在的逻辑排序。
- (七) 调查问句要有时间性。

第三节 问卷设计过程

一、确定调研目的、信息来源及限制因素

确定所需信息是进行问卷设计的前提工作，即要把握所有达到研究目的和验证假设所需要的信息，并要确定预算限制。

二、确定问卷的类型

即确定收集数据资料的方法及相应的问卷类型，如送发式问卷、邮寄式问卷、报刊式问卷、人员访问式问卷、电话访问式问卷或网上访问式问卷。问卷类型的选择取决于调研费用、时效性要求、被调查对象的特点、调查内容等因素。

三、确定问题的回答形式

基于研究的要求，考虑到问题的难易程度，并尽量让每一个问题传达更多的有用信息，以确定问题的类型，主要有开放式问题、封闭式问题、混合型问题三类。其中，开放式问题的设计方式主要有自由回答法、词语联想法、文章完成法、角色扮演法；封闭式问题的设计方式主要有二项选择题、多项选择题、填入式问题、顺位式问题、态度评比测量题、矩阵式问题和比较式问题等几类。

四、确定问题的措辞

问卷设计的问句应简明、清晰、浅显易懂；语言文字要保持客观性，避免应答者误差；应考虑应答者回答问题的能力和回答问题的意愿；避免使用否定句、引导性语句、断定性语句及假设性问题。

五、确定问卷流程和编排

问卷每一部分的位置安排要有一定的逻辑性，问卷每一部分的位置安排要有一定的逻辑性问题的排列顺序应便于被调查者的回答，便于资料的整理分析。具体来说，首先运用过滤性问题以识别合格应答者；接下来以一个能引起应答者兴趣的问题开始；然后按先易后难及其内在的逻辑、按问题的时间先后顺序排序；相同性质或同类问题尽量集中排列；把需要思考的问题放在问卷中间；把敏感性、威胁性问题和人口统计问题放在最后。

六、问卷的评估

问卷的草稿设计好之后，设计人员应做一些批评性评估，主要考虑：问题是否必要；问卷是否

过长；问卷是否回答了调研目标所需的信息；邮寄和自填式问卷的外观设计是否正规；问题之间的间隔、卷面的安排是否适当；编号、字体及其印刷是否清楚；开放式问题的答题空间是否足够等等。

七、获得各方面的认同

将草稿的复印件分发到直接有权管理这个项目的各部门，以获得经理的认同。

八、预先测试和修订

预先测试应以最终访问的相同形式进行，对任何需要改动的地方都要切实修改；如果改动过大，应进行第二次测试。

九、问卷的定稿、印刷

问卷定稿后，就可以交付印刷。

十、实施调研

问卷可根据不同的数据收集方式并配合一系列的形式和过程以确保数据可靠、高效、合理，这些过程包括管理者说明、访问员说明、过滤性问题、记录纸和可视辅助材料。

第四节 问卷设计的基本原则

一、功能性原则

功能性原则是问卷设计最基本的原则，即实现问卷的基本功能，达到规范设计和满足调查客户需求的目的。这一原则又具体表现在一致性、完整性、准确性和可行性等几个方面。

二、可靠性原则

可靠性原则，是指作为数据收集工具的问卷，应保证数据在一定的条件下维持稳定性。具体来说，即由于调查者、被调查者和调查环境的不同，都可能引起数据波动，问卷应具有一定的稳健性，以减少这三方面干扰对数据质量的影响。

三、效率原则

在遵循功能性原则和可靠性原则的前提下，问卷设计应保证在获得同样信息的条件下，选择最简捷的询问方式，以使问卷的长度、题量和难度最小，节省调查成本。

四、可维护原则

问卷的设计往往不是一次性完成的，因此，问卷设计应注意可比性、持续性、扩展性原则和模块化。

复习思考题

1. 简述问卷的甄别部分在问卷设计中的作用。
2. 问卷中提问项目的设计应注意哪些问题？
3. 调查问卷在调查中的作用，考察一份优秀的调查问卷的标准有哪些？

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第4版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001年版。
3. 《营销管理》（第10版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第六章 态度测量技术

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应理解态度、测量、量表等基本概念，识别量表的主要类别，掌握并能够应用测量量表的选择及使用方法。

学时分配：4 学时

第一节 测量的量表

一、量表的基本概念和特征

（一）基本概念

态度是一种与我们周围环境的某些方面相关的包括动机、情感、感觉的认知过程的持久结构，在营销学中，态度是对某事物的了解和认识；是对某事物的偏好；是对未来行为或状态的预期和意向。

测量是按特定的规则对测量对象的某种属性予以数字或符号，将其属性量化的过程；对消费者的意见、态度及其他有关特征的测量就是态度测量。

量表是一种测量工具，它试图确定主观的、有时是抽象的概念的定量化测量的程序，对事物的特性变量可以用不同的规则分配数字，因此形成了不同测量水平的测量量表，又称为测量尺度。

量表设计就是设计被访问者的主观特性的度量标准。

（二）量表的特征

量表的基本特征是描述性、比较性、程度和起点。其中，描述性是指用某一特定的词或标识来代表划分的每个等级；比较性指的是描述的相对规模；当比较了所有的不同点并且分级表示以后，量表还有另外的特征——程度；如果某个量表有一特定的起点或零点，那么，我们就说它有起点这个特性。量表的每个特征都是建立在前一个特征上的，如果一个量表有高一级的特性，那么，它一定有低一级的特性；反之则不成立。

二、量表的测量标准

量表设计的标准有很多种，并且每种都有各自的特性，不同量表的特性决定了它的测量标准。

（一）量表的类型

按照我们对客观事物、现象测度的程度或精确水平来看，可将所采用的计量尺度由低级到高级、由粗略到精确分为四个层次，主要有：类别量表、顺序量表、等距量表和等比量表。采用不同的计量尺度可以对不同类型的市场调查数据进行测度。

其中，类别量表的作用是将数据分成各种互相排斥、互不相容的各种类别；顺序量表不仅具有类别量表用数字代表特征的功能，而且具有对数据排序的能力；等距量表在顺序量表所具有的功能的基础上，又增加了量表范围内各点之间的间距相等这一维度；等比量表综合了前三种量表的功能，并又增加了绝对零点或原点的概念。

（二）量表标准的重要性

第一，度量的标准决定了你对调研对象所要收集的信息，也决定了你是否可对调研对象进行评价。

第二，度量标准决定了你可以采用的分析统计方法，也就是说，在量表中包含的信息限制了所

采用的统计分析方法。

三、测量的程序

第1步，识别感兴趣的概念；第2步，制定架构；第3步，确定组成性定义的概念；第4步，确定操作性定义的概念；第5步，架构的均等性问题；第6步，制定测量；第7步，评估测量的可靠性和有效性。

第二节 测量的基本技术

一、评价量表

由研究人员事先将各种可能的选择标示在一个评价量表上，然后要求应答者在测量表上指出其态度或意见。可分为图示评价量表和列举评价量表。

二、等级量表

是由应答者被要求用一个条款来判断另一个，并将其排列顺序的一种量表。

等级量表是在市场调研中被广泛应用的一种态度测量技术，其优点是容易设计制作；使用简便；指令易于理解，且整个过程都以一种固定的步骤进行，比较节省时间。

等级顺序量表的缺点，一是如果在所有的选项中没有包含应答者的选择项，那么结果就会产生误导；二是概念的等级可能完全超出了个人的选择设置，因此产生毫无意义的数字；最后的局限性是这种量表仅给调研者提供了顺序信息。

三、配对比较量表

要求被访问者按照一定的标准从一组两个客体中选出一个，是一种特殊的等级量表，但排序的是两个对象，而不是多个。

配对比较法适用于要配对的商品评价标准少，被调查者对各种要配对的商品比较了解的情况。它克服了传统等级排序量表存在的几个问题：第一，对人们来说，从一组两个成对的答案中选出一个要比从一大组中选出一个信息更容易。第二，顺序误差的问题得以克服。

四、沙氏通量表

是通过应答者在若干与态度相关的语句中选择是否同意的方式，获得应答者关于主题的看法。

沙氏通量表构造比较麻烦但使用操作很简单，只要求受测者指出量表中他同意的陈述或语句。

沙氏通量表在市场营销研究中使用得不是太多，主要原因是沙氏通量表的构造非常麻烦，且无法获得受测者对各条语句同意或不同意程度的信息。

五、李克特量表

表达式上与沙氏通量表相似，但要求受试者对每一个与态度有关的陈述语句表明其同意或不同意的程度。

在市场调研实务中，李克特量表非常流行。因为它制作快捷、简便、易于操作，受访者也容易理解。

李克特量表的主要缺点是回答时间长，不能测量态度之间的差异。

六、语意差异量表

语意差异量表是让应答者利用描述某一概念的一系列对立的形容词或短语对某一概念进行分等，根据应答者对每一对形容词评分的平均值，构造出“轮廓”或“形象图”，这是一种常用的测量事物印象的方法。在市场调研中，它常用于测量人们对商品、品牌、商店的印象。

利用语意差别法可以迅速、高效地检查产品或公司形象与竞争对手相比所具有的长处或短处；特别是在制定决策和预测方面，语言差别法有足够的可靠性和有效性。

其缺点是缺乏标准化；其评分点数目如果太少，整个量表过于粗糙，缺乏现实意义，如果太多，又可能超出了大多数人的分辨能力；语意差别法的另一大弱点是“光晕效应”，对一个特定形象的组成要素的评分可能受到被访者对测试概念总体形象的印象制约，特别是当被访者对各要素不太清楚时，可能产生明显的偏差。

七、选择量表时应考虑的因素

在使用量表时，应考虑：第一，量表类型的选择，是使用评价量表，还是使用等级、排序量表或其他量表；第二，是使用平衡量表还是非平衡量表；第三，使用量表的量级如何确定；第四，量级层次的奇数级和偶数级选择；第五，研究人员要确定是使用强迫选择还是非强迫选择的量表。

复习思考题

1. 简述量表的种类与作用。
2. 李克特量表的作用是什么。

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第4版），[美]小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001年版。
3. 《营销管理》（第10版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第七章 样本设计

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应掌握抽样的基本概念，理解抽样的特点、意义与作用，了解制定抽样计划的基本步骤，明确概率抽样和非概率抽样的区别，掌握确定样本容量的方法。了解抽样的含义，掌握抽样的优点和抽样的程序与步骤，了解抽样设计的任务和要求。了解抽样的基本原理，理解抽样分布的原理和思想，掌握总体均值和总体比例的估计方法。掌握样本容量的确定方法。

学时分配：4 学时

第一节 基本抽样问题

一、抽样的基本概念

抽样的目的不是为了了解样本本身的情况，而是通过规模有限、能够代表总体的样本的调查、观察结果，对总体在数量上作出正确推断。

总体是从其中获取所需信息的全体；从同质总体的每一个单位中获取资料的方法叫做普查。

样本是同质总体的子集，它应具有对总体的代表性；组成样本的基本单位叫做样本单位；总体中所有样本单位的完整列表叫做抽样框。

抽样误差是在调查中因使用的样本而发生的任何误差，其产生的原因一是由于样本选择的方法，二是由于样本容量；抽样框误差是抽样框不能解释总体的程度，其产生原因一是总体一部分成员不在抽样框内，二是抽样框内一部分成员不属于目标总体。

二、抽样的意义

与普查相比，抽样的优点在于：方法的科学性；费用的经济性和资料获取的及时性；结果的准确性。

在市场调研实践中，抽样具有广泛的用途，这主要表现在以下几个方面：

第一，对有些社会现象，不可能进行普查，而又要了解其全面情况，必须采用抽样的方法；

第二，对有些社会现象，不必要进行普查，可以用抽样调查取得资料；

第三，利用抽样调查，可以检验普查资料的准确性，并予以修正；利用抽样，可以对某种总体的假设进行检验，来判断这种假设的真伪，以决定行动的取舍。

三、抽样方案设计

抽样方案的设计是指在从一定调查总体中抽取样本资料之前，预先确定抽样程序和方案，在保证所抽选样本对全部总体有充分代表性的前提下，力求调查结果最经济、最有效。

（一）抽样方案设计的主要内容

明确调查的目的，确定所要估计的目标量；明确调查对象及样本单位；确定或构造抽样框；对主要抽样指标的精度提出要求；选择抽样方法；根据抽样方法、对主要抽样指标的精度要求以及置信度等等，确定样本含量 n ，并给出总体指标的估计式（点估计或区间估计）和抽样误差的估算式；制定实施方案的具体办法和步骤。

（二）抽样方案设计的主要步骤

第一步，定义同质总体。为满足研究目的的需要，必须详细说明可提供信息或与所需信息有关

的个人或实体所具有的特性。可以从地域特征、人中统计学的特征、产品或服务使用情况、认知程度等方面对进行同质总体描述。

第二步，识别抽样框。一般可以从相关总体的不同类型的候选列表中选择一个合适的列表，开始进行市场研究，还可以从第三方专业公司购买一些商业目录。总之，研究人员应以合理的成本寻找误差最小的抽样框。

第三步，选择抽样方法。根据研究目的、经济实力、时间限制、调查问题的性质，从概率抽样和非概率抽样之中选择适当的抽样方法。

第四步，确定样本容量。对非概率抽样，通常依靠可得预算、抽选规则、子集量分析来决定样本量；而概率抽样则需要在允许的误差的目的水平和置信水平下计算样本容量。

第五步，抽取样本，收集数据。首先选择组成样本的元素，然后从这个元素中获取信息。

第六步，样本有效性检验。其实质在于向客户做出保证，对于决策者希望做出决策的总体而言，这个样本是具有代表性的。

第七步，必要时再抽样。当样本检验失败时，意味着它不能充分代表总体。如果不在制表和分析时使用加权方案进行补偿，就要执行再抽样，选择更多的受访者加入样本，直到达到一个满意的有效化水平。

（三）抽样方案设计的基本原则

一是样本抽取随机性原则，即按照概率规律，从总体中抽选样本。

二是抽样效果最佳原则，即在固定的费用下，选取抽样误差最小的方案；或在要求的精度条件下，做到调查费用最小。

（四）进行抽样方案设计时应注意的问题

第一，抽样精确度是抽样方案设计的关键

第二，根据事先确定的精确度要求，结合调查费用的预算情况，设计抽取的样本容量。

第二节 抽样技术

一、概率抽样

又叫随机抽样，是按照随机原则从总体中抽选样本的一种抽样方式。其主要特点是由于机会均等，抽选出来的样本可以大致代表全及总体；可以依据样本资料推算被研究总体的情况，从而可以较为迅速地取得同全面调查大体一致的结果。

根据调查对象的性质和研究的目的不同，可分为简单随机抽样、系统抽样、分层抽样和整群抽样。其中，简单随机抽样是按随机原则直接从总体 N 个单位中抽取 n 个单位作为样本，不论是重复抽样或不重复抽样，都要保证每个单位在抽选中有相等的中选机会，适用于均匀总体；系统抽样是先将全及总体各单位按一定标志有序排列，然后依一定顺序和一定间隔来抽取样本单位；分层抽样为了增加样本的代表性，先将所要调查的总体按某一重要标志分为若干类（或层），使同类（层）中的单位特性相同，类与类（层与层）之间的特性相异，然后在每一类（层）中采用简单随机抽样或等距抽样方式抽取样本单位；整群抽样是将总体各单位划分成许多特征相近的小单位，使各群体之间具有相似性，每一群体内具有差异性，然后从其中随机抽取部分群，对中选群的所有单位逐个进行调查的抽样组织形式。

二、非概率抽样

又叫非随机抽样，抽样时不遵循随机原则，而是由调查者根据调查目的和要求，主观设立某个

标准从总体中抽选样本。主要有方便抽样、判断抽样、参考抽样、配额抽样四种方法。其中，方便抽样是完全根据调查者的方便而在总体单位中任意抽取样本，这种方法多用于“试查”性质的调查；判断抽样是根据调查者的经验判断而从总体中选择有典型代表性的样本；参考抽样是通过使用初始被调查者的推荐来挑选另外的被调查者，用于低发生率或少见的总体；配额抽样是将总体中的所有单位按一定的标志分为若干类（组），根据实际需要确定各类（组）样本分配数额，然后在每个类（组）中用任意抽样或判断抽样方法选取样本单位。

第三节 样本容量

一、样本容量与样本代表性和精确度之间的关系

样本容量与样本对总体的代表性无关，但却影响结果的精确度。

影响样本单位数的因素有：被调查对象标志的变异程度；极限抽样误差数值的大小；调查结果的把握程度；抽样的方法及抽样的组织形式。

二、确定样本容量的方法

（一）教条式方法

教条式方法依靠经验，教条式地确定百分率。

用这一方法确定样本容量，十分简单易用，但这不是一种高效率的经济的方法。它忽略了抽样的精确度问题，而且，当被研究的总体很大时，这绝非是一种经济的方法。

（二）约定式方法

约定式方法认为某一个“约定”或某一个数量就是正确的样本容量。

教条式方法与约定式方法在确定样本容量方面最基本的不同之处在于：教条式方法没有任何站得住脚的逻辑基础，而约定式方法看上去却是具有逻辑的，但这种逻辑也是有缺点的。

（三）成本基础法

成本基础法将成本作为确定样本容量的基础。

（四）统计分析法

统计分析用于分析样本中的各个子集。许多营销调研项目的执行是为了对总体中的某些部分有所认识。大型计算机的广泛应用和简单操作促使人们更为广泛地使用“子集分析”。子集分析是指对总体的子集进行合理全面的调查。

（五）置信区间法

即运用差异性置信区间、样本分布以及平均数标准误差或百分率标准误差等概念来创建一个有效的样本。在理论上这种方法是最正确的，因此它被全国民意测验公司及大部分营销调研人员所采用。

复习思考题

1. 简述抽样调查的优点。
2. 为什么说概率抽样是最理想和最科学的抽样方法？
3. 简述市场调查中应用抽样的必要性。
4. 确定样本容量时需要考虑的因素有哪些？

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第 4 版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000 年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001 年版。
3. 《营销管理》（第 10 版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001 年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第八章 资料的整理、分析与处理

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应明确编辑、编码等基本概念，了解数据整理的基本步骤，掌握资料分析和处理的各种方法。

学时分配：5 学时

第一节 资料的整理

一、数据资料的类别及其整理的意义

根据表达方式（调查形式）的不同，可分为文字资料和数据资料；根据表现形式不同，分为纵断面资料和横断面资料；根据来源不同，分为直接情报资料、间接情报资料、内部资料和外部资料；根据内容的不同，分为经济情报资料和技术情报资料。

一般而言，在数据收集阶段最有可能出现大的非抽样误差，要解决这些问题，首先要对数据进行审核与校对，消除其中的假、错、缺、冗等现象，以保证数据的真实、准确和完整。所以说，数据整理是提高调查数据质量的必要步骤；是进行数据分析的重要基础；数据整理便于今后对数据的长期保存和研究。

二、数据整理的步骤

（一）原始资料进行审核、订正。审核是对已收集的所有被调查单位的资料进行总体检查，检查其是否齐全、有无差错，并对差错进行审核订正。包括实地审核和办公室审核两步。实地审核属于初步审核，一般包括调查员审核和督导审核。办公室审核比实地审核更完全、确切和仔细，主要检查的仍是回答的完全性、准确性、一致性以及是否清楚易懂等，基本步骤包括接收核查、编辑检查、采取相应处理措施等三个阶段。

（二）编码，即将问卷信息转化为统一设计的计算机可识别的代码。根据编码设计的时间与方法不同，可分为前设计编码和后设计编码两种。前设计编码即预先编码，在问卷设计的同时设计编码表。这种编码设计简单易行，但有可能由于问卷选项的设计缺少某重要选项，或设置多余选项，而影响数据质量。后设计编码即事后编码，在数据收集完成后，根据被调查者的回答设计编码表。这种编码表的分类可能相对更准确、有效。但比较复杂，而且费时、费力。

（三）数据的录入。数据录入是将信息从计算机不可识别的形式转化成计算机能够识别的形式过程。除了键盘录入以外，还可以采用扫描、光标阅读器等方式录入数据。对于计算机辅助电话访谈（CATI）和计算机辅助面谈（CAPI），数据收集与录入可以同时进行，无须再进行数据的录入。

（四）数据的清洁。首先要进行一致性检查和逻辑检查，对于缺失数据，或者删除个案，或者删除缺失值。还可以利用复制估算法，以其它数据替代或估算缺失值。

（五）进行统计预处理。为了下一步数据分析的要求，有时需要先对数据进行加权处理；或根据数据分析的需要，在分析之前进行变量的转换；为了保证数据的可比性，便于进行数据分析，有时候还要作一些量表的变换。

（六）制订数据分析的初步方案。

第二节 资料的分析

一、资料分析的重要作用

资料分析是一项综合性很强、内涵丰富的工作，它是实现市场调研目标的途径；是整个市场调研过程的中心环节；是市场调查的进一步延伸。

二、资料分析的原则

大量实践证明，为保证最终形成高质量的信息资料，在资料分析过程中必须遵循准确性、系统性、适用性、及时性和经济性原则。

三、资料分析的方法

（一）描述性分析

描述统计，即对调查样本的数据进行整理、概括和计算，主要着重于对数量水平或其他特征的描述，可能是通过某具体指标反映某一方面的特征，也可能是通过若干变量描述它们的相互关系。如均值、众数、标准差或极差。

（二）推理分析

推理分析是在样本数据的基础上推导出关于总体特征的结论。营销调研者把样本所得结果推广到样本代表的目标总体上去，这一过程被称之为推理分析。推论性统计分析主要用于推断总体、解释事物、检验理论等。

（三）差别分析

运用差别分析可以确定总体中真实存在的总的差异程度。统计差别分析包括对于组与组之间显著差别的 t 检验与方差分析法。

（四）联合分析

联合分析用于审查两个变量是否相关和如何相关。交叉表与相关性是营销调研中所用的基本的联合分析法。

（五）预测分析

营销调研者通常利用回归分析或时间序列分析对未来事件进行预测。

复习思考题

- 1. 统计分组需要遵循哪些原则？
- 2. 在 N=6 的总体中，yi 的值分别为 8，3，1，11，4，7。请列出所有可能的容量为 2 的样本，并计算个样本的均值。
- 3. 已知 1991—1998 年我国的国内生产总值数据如下：

年 份	国内生产总值（亿元）
1991	21617.8
1992	26638.1
1993	34634.4
1994	46759.4
1995	58478.1
1996	67884.6
1997	74772.4
1998	79552.8

其中：在 1998 年的国内生产总值中，第一产业为 14298.7 亿元，第二产业为 39149.8 亿元，第三产业为 26104.3 亿元。

(1) 根据 1991—1998 年我国的国内生产总值数据，绘制折线图；（3 分）

(2) 根据 1998 年我国的国内生产总值及其构成数据，绘制圆形图。（3 分）

4. 下面是某电脑公司 2002 年前四个月各天的销售量数据（单位：台）。试对数据以组距为 10 进行分组，并绘制频数分布的直方图。

234 159 187 155 172 183 182 177 163 158
 143 198 141 167 194 225 177 189 196 203
 187 160 214 168 173 178 184 209 176 188
 161 152 149 211 196 234 185 189 196 206
 150 161 178 168 174 153 186 190 160 171
 228 162 223 170 165 179 186 175 197 208
 153 163 218 180 175 144 178 191 197 192
 166 196 179 171 233 179 187 173 174 210
 154 164 215 233 175 188 237 194 198 168
 174 226 180 172 190 172 187 189 200 211
 156 165 175 210 207 181 205 195 201 172
 203 165 196 172 176 182 188 195 202 213

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第 4 版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000 年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001 年版。
3. 《营销管理》（第 10 版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001 年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第九章 统计检验分析

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应理解假设检验的基本原理，掌握并能够参数检验、非参数检验及方差分析的基本方法，明确这些方法之间的区别与联系。

学时分配：9 学时

第一节 参数估计

参数估计通过置信区间来估计总体值（参数），它是用于营销调研分析的一种常见的统计推理，是利用样本信息描述参数总体平均值（ μ ）或总体百分率（ π ）区间范围的过程。

一、样本统计量

均值是一组区域或比率型数字的平均值。在任一种情况中，均值或百分率均从样本得到，所以称之为样本统计量。

二、标准误差

标准误差是抽样分布变化性的度量，前提是理论上我们可以从同一个总体中抽到众多的相互独立的样本。

均值的标准误差公式如下：

$$S_x = S / \sqrt{n}$$

式中， S_x 为均值的标准误差； s 为标准差； n 为样本容量。

百分率的标准误差公式如下：

$$S_p = \sqrt{p \times q / n}$$

式中， S_p 为百分率的标准误差； p 为样本百分率； q 为 $(100 - p)$ ； n 为样本容量。

三、置信区间

置信区间是研究者希望的准确程度，规定为百分率形式下的置信水平。

四、如何解释估计的总体均值或百分率范围

计算均值或百分率的置信区间需要五步：确定统计量；确定样本中该统计量的变化；验明样本容量；决定置信水平；通过计算确定置信区间范围的上、下边界。

第二节 参数检验

参数检验是在总体分布已知的情况下对一些主要的参数所进行的假设检验。

一、假设检验的基本思路

假设检验是一个建立在样本信息基础上，“接受”或“拒绝”假设的统计过程。假设检验的基本思路是通过对样本值的分析来检验原假设是否正确，从而作出接受或拒绝的判断。

假设检验中容易犯两种错误，第一类错误是调查者拒绝了零假设，而它实际上是正确的；第二

类错误是原假设错误，而调查者没有拒绝它。

二、假设检验的步骤

主要有五个步骤：假设必须被明确；选择适当的统计方法来检验假设；判断标准必须明确，并作为决定是否拒绝或不拒绝原假设 H_0 的基础；计算检验统计值并进行检验；从初始问题或调查问题的角度陈述结论。

三、对平均值的检验

这是根据样本均值及标准来判断总体均值的一种方法，通常采用 Z 检验法和 t 检验法。

用于检验均值的假设的等式如下：

$$Z = \frac{\bar{x} - \mu_H}{\frac{s_x}{\sqrt{n}}}$$

式中， $\bar{x}$ 为样本均值， μ_H 为假设的均值， $\frac{s_x}{\sqrt{n}}$ 为均值的标准误差。

当样本容量大于或等于 30，且采集自正态总体时，或在总体方差已知的条件下，平均值检验最适用的方法是 Z 检验法；而 t 检验法则适用于总体方差未知以及在小样本情况下的平均值检验。

四、百分数检验

包括对总体百分数的检验和样本百分数之间差别的检验。其中，对总体百分数的检验一般采用 Z 检验法。

用于检验总体百分率的假设的等式如下：

$$Z = \frac{p - \mu_H}{\frac{s_p}{\sqrt{n}}}$$

式中， p 为样本百分率， μ_H 为假设的百分率； s_p 百分率的标准误差。

第三节 非参数检验

一、 χ^2 检验

这是非参数检验法中最常用的方法之一，主要用于对独立样本或不同独立样本之间不同因素的差别进行检验。

二、魏氏检验

这种检验法主要用于两个有联系的样本的比较。

三、麦氏检验

这种方法适用于在两种不同情况下的比较。

第四节 方差分析

方差分析是试验数据来推断一个或多个因素在其状态变化时对试验指标的影响作用，并根据影响作用的显著性程度选出对试验指标起最大影响的试验条件的一种统计方法。根据检验变量的多少，可将方差分析分为单因素方差分析和多因素方差分析。

一、单因素方差分析

单因素方差分析只检验一个变量的影响。

二、多因素方差分析

多因素方差分析同时检验多个变量的影响。

复习思考题

1. 某市区共有 4328 户，为调查该区居民的收入情况，用简单随机抽样方式从中抽取 30 户，登记了每户的月收入，具体数据如下表所示。试估计该区居民的平均月收入，并求它的置信水平为 95%的置信区间。

序号 i	月收入 yi（元）	序号 i	月收入 yi（元）
1	670	16	716
2	760	17	456
3	510	18	904
4	656	19	928
5	764	20	664
6	494	21	930
7	724	22	760
8	840	23	734
9	580	24	604
10	574	25	554
11	768	26	656
12	690	27	684
13	880	28	760
14	560	29	496
15	650	30	920

2. 在其他条件不变的情况下，某种商品的需求量（y）与该商品的价格（x）有关。现对给定时期内的价格与需求量进行观察，得到如下一组数据

价格 x（元）	10	6	8	9	12	11	9	10	12	7
需求量 y（公斤）	60	72	70	56	55	57	57	53	54	70

- (1) 建立需求量对价格的回归方程，并解释回归系数的实际意义；
- (2) 计算 F 的统计量，检验回归方程的可信程度。（a=0.05）

3. 下面是一家电脑销售公司 120 天的销售量数据：

按销售量分组（台）	频率（天）	频率（%）
140-150	4	3.33
150-160	9	7.50
160-170	16	13.33
170-180	27	22.50
180-190	20	16.67
190-200	17	14.17
200-210	10	8.33
210-220	8	6.67
220-230	4	3.33
230-240	5	4.17
合计	120	100

（1）根据上表数据计算平均销售量；

（2）计算销售量的标准差。

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第 4 版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000 年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001 年版。
3. 《营销管理》（第 10 版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001 年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第十章 变量数据的分析

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应理解回归、相关等基本概念，掌握并能够应用二元及多元变量数据分析的基本原理和方法。

学时分配：9 学时

第一节 二元变量相关和回归分析

一、两个变量之间关联的类型

一元线性回归分析，是指将一个变量（因变量）依另一（且仅一个）变量（自变量）变化看成线性关系，通过统计数据来定量分析自变量变化而导致作为预测值的因变量的变化。回归分析反映了因变量 Y 与自变量 X 之间的关系，两个变量之间关联的类型有非单调关联、单调关联、线性关系和曲线相关四种。

二、相关系数

相关系数 r 是用以衡量两变量间线性相关关系的数值量度。但在回归分析中，更常用的是相关系数的另外一种形式——可决系数 r^2 ，即相关系数的平方，它是因变量中的变异能力被估计的回归方程解释的部分所占的比例，可以用来解释回归方程在多大程度上说明因变量的差异。

相关系数取值范围是：-1<r<1，

计算公式为：

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

可决系数的计算公式为：

$$r^2 = 1 - \text{未解释方差} / \text{总方差}$$

第二节 多变量数据分析

一、多元回归分析

多元回归分析是适用于分析人员以调查两个以上自变量与一个因变量间关系为目的的多变量分析技术。其一般模型方程是：

$$y = a + b_1x + b_2x + b_3x + \cdots + b_nx + e$$

n 个变量影响一个变量的相关为复相关，求出的系数为复相关系数；在测定 n 个独立变量对一个因变量的影响时，在排除其他变量的影响后，指定一个独立变量对这个因变量计算得的相关系数为偏相关系数。

二、归类分析

归类分析是把具有某种相似特征的物体或人归为一类的方法和技巧，也称聚类分析。其目的在

于把物体或人分成很多相对独立且较为固定的组，在每一组内，成员彼此之间在某方面具有极大的相似性。

三、因子分析

因子分析是通过从大量的可测量的数据中总结出相对少数的简明信息—因子，从而使数据简单化，这是把多个指标化为少数几个互不相关的综合指标的一种多元统计分析方法。与归类分析一样，这里没有因变量。

四、联合分析

联合分析是一种用于衡量潜在消费者如何根据每种产品或服务的特点对不同产品或服务进行权衡的技术。

五、认知图

认知图可通过因子分析、多维度量表、判别分析或相关分析等产生，这种图形象地反映了品牌、产品、公司或其他对象诸如质量和价值等关键特性方面是如何被感知的。所有方法都需要将消费者对目标对象在关键特性上的评定值或等级评分作为输入。

复习思考题

在其他条件不变的情况下，某种商品的需求量（y）与该商品的价格（x）有关。现对给定时期内的价格与需求量进行观察，得到如下一组数据

价格 x（元）	10	6	8	9	12	11	9	10	12	7
需求量 y（公斤）	60	72	70	56	55	57	57	53	54	70

- （1）建立需求量对价格的回归方程，并解释回归系数的实际意义；
- （2）计算 F 的统计量，检验回归方程的可信程度。（ $\alpha=0.05$ ）

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第 4 版），[美] 小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000 年版。
2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001 年版。
3. 《营销管理》（第 10 版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001 年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

第十一章 市场调研报告的撰写

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应了解市场调研报告的特点和类别，掌握撰写市场调研报告的基本原则，熟悉市场调研报告的格式和内容，并能够运用其写作的方法与技巧进行市场调研报告的撰写。

学时分配：3 学时

第一节 市场调研报告的特点及类型

在对调查资料进行处理和分析后，接下来就是撰写市场调查研究报告。撰写市场调查研究报告是市场调查的最后一步，它是对整个市场调查工作成果的概括和总结。调查报告的撰写过程包括前期的准备工作、具体的撰写工作等。

一、调查报告的含义和作用。

介绍调查报告的含义和作用，以及撰写调查报告的重要性。

二、撰写调查报告前的准备。

包括书面调查报告和口头调查报告的准备，书面调查报告的准备工作包括整理有关资料、整理分析调查数据、接受或拒绝理论假设、召开小型座谈会、确定报告类型和读者以及规划报告的汇报方式等内容；口头调查报告的准备工作包括回报提要、辅助工具、报告摘要和书面报告的复印件等。

三、调查报告的写作技巧。

内容包括表达技巧，具体包括叙述、说明、议论、和语言运用等几个方面；报告中图表的运用等。

四、撰写调查报告应注意的问题。

具体包括明确读者身份、语言力求简明易懂、内容力求客观、各种图表的灵活运用、引用资料的注释以及报告格式外观的规范性要习。

五、市场调研报告的特点

市场调研报告的主要特点是针对性、新颖性和时效性。

六、调研营销报告撰写的基本原则

撰写调研报告时，应充分考虑读者的情况；尽量使报告完整而精练，客观而准确，清晰而有条理；易读易懂；外观正规而专业化。

七、市场调研报告的类型

主要有综合报告、专题报告、研究性报告和说明性报告。其中，综合报告是提供给用户的最基本的报告，目的在于反映整个调研活动的全貌，详细地给出调研的基本结果和主要发现；专题报告是针对某个问题或侧面而撰写的；研究性报告实际上也可以看成是某种类型的专题报告，但是学术性较强，需要进行更深入的分析研究，并要求从中提炼出观点、结论或理论性的东西；说明性报告

也叫技术报告，是对调研中的许多技术性问题进行说明，旨在肯定调研结果的客观性与可靠性。

第二节 市场调研报告的格式和内容

一、开头部分

一般包括封面、题目、信件、目录和摘要。其中，封面包括调研报告的标题，执行调查项目的研究人员或机构（名称、地址、电话），提交报告的人员或机构（名称、地址、电话），报告的提交日期等；信件包括致项目委托人的信和项目委托人的授权信；目录应列出报告各部分或分部分的标题及其对应的页码，如报告目录、统计表目录、统计图目录、附件目录、展示品目录等；摘要是整个报告的精华，一般是按照市场调研项目的顺序将问题展开，包括调研目的、调研对象和调研内容的简要介绍、处理问题的途径和所采用的方案设计、主要的发现等几个方面的内容，最后，还要得出结论，提出建议。

二、主体部分

包括引言、调研方法、调研结果和局限性、结论和建议。

引言即调研问题的定义，需要说明问题的背景、问题的表述（要达到的目标）、处理问题的基本途径。

调研方案设计是对执行调研的具体方案的详细描述，内容包括所采用的方案设计的类型、所需的信息、二手数据的收集、原始数据的收集、量表技术、问卷设计及测试、抽样技术。

数据分析部分是描述数据分析的方案，说明所采用的方案及技术是正确的。

调研结果部分是用来提出调研的发现，包括基本结果、分组结果和关联性分析结果等几方面。它是报告正文中最长的一部分，这部分内容要紧紧围绕调研问题和所需的信息，按照调查目标的逻辑顺序来安排。叙述要简明扼要，细节可用图表作为辅助，但过于详细的图表可放入附录部分。

局限性及必要的说明部分是以公开坦率的态度指出调研存在何种局限性，资料收集过程存在什么问题，并简要讨论这些问题对结果的可能影响，目的是使报告的阅读者和使用者能够对调研结果做出自己的估价。

结论和建议是撰写综合分析报告的主要目的，包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，以及根据调研统计结果和结论，向决策制定者提出的已被证明有效的措施以及解决某一具体问题的方案和建议。

三、附件部分

附件是调研报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关，必须附加说明的部分，它是对正文报告的补充或更详尽的说明。通常包括问卷、图、表、有关计算的细节或技术说明、参考文献等几个部分。其中，统计图表在市场调研报告中具有重要的作用。

复习思考题

一份详细的市场调查报告应包括哪几个方面的内容？

拓展阅读书目

1. 《当代市场调研》（第4版），[美]小卡尔·迈克丹尼尔、罗杰·盖兹著，范秀成等译，机械工业出版社，2000年版。

2. 《市场调研》，阿尔文·C. 伯恩斯、罗纳德·F. 布什著，梅清豪、周安柱、徐炜熊译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，20001 年版。
3. 《营销管理》（第 10 版），菲利普·科特勒著，梅汝和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，Prentice-Hall，2001 年版。
4. 《市场调研精要》，Carl Mcdaniel 等著，范秀成译，电子工业出版社。
5. 《营销调研方法论基础》，Gilbert A.Churchill 等著，《营销调研方法论基础》，机械工业出版社（英文版）。

《公共关系学》教学大纲

慕凤丽 编写

目 录

前 言.....	1363
一、课程性质.....	1363
二、课程简介.....	1363
三、编写人员.....	1363
第一章 公共关系的涵义.....	1364
第一节 公共关系的科学涵义.....	1364
一、公共关系的宗旨.....	1364
二、公共关系的工作目标.....	1364
三、公共关系的工作内容.....	1364
四、公共关系的工作对象.....	1365
五、公共关系的工作途径.....	1365
六、公共关系的工作准则.....	1365
第二节 公共关系的发展.....	1365
一、公共关系的产生.....	1365
二、公共关系发展的新态势.....	1365
三、公共关系的现代化.....	1366
四、公共关系工作方法的丰富与发展.....	1366
练习与思考题.....	1367
第二章 公共关系的要素.....	1368
第一节 公共关系的主体.....	1368
一、广义的公共关系主体.....	1368
二、狭义的公共关系主体.....	1368
第二节 公共关系的客体.....	1369
一、公众的涵义.....	1369
二、公众的特性.....	1369
三、公众的类型.....	1369
四、协调公众关系的关键.....	1369
五、争取公众支持的策略.....	1369
第三节 公共关系的中介.....	1370
一、印刷传播媒体.....	1370
二、电子传播媒体.....	1370
三、户外传播媒体.....	1370
练习与思考题.....	1370
第三章 公共关系的目标.....	1371
第一节 品牌形象的价值效应.....	1371
一、资产增值效能.....	1371
二、关系构建功能.....	1371
三、促销功能.....	1371
四、激励功能.....	1371
五、扩张功能.....	1371

第二节 企业形象的结构	1371
一、企业形象的基本结构	1371
二、实体形象的构成	1371
三、品牌形象的构成	1372
第三节 塑造形象的策略	1372
一、品牌形象的诊断	1372
二、塑造企业形象的途径	1372
三、品牌形象的策划艺术	1372
练习与思考题	1373
第五章 公共关系的运作程序	1374
第一节 公共关系的调查分析	1374
一、确立调查选题	1374
二、设计调查指标	1374
三、进行调查决策	1374
四、实施调查方案	1374
五、整理调查资料	1374
六、研究分析调查资料	1375
七、总结调查工作	1375
第二节 公共关系的策划	1375
一、进行目标决策	1375
二、指定定位策略	1375
三、进行公共关系创意	1375
四、创作宣传文案	1375
五、设计宣传作品	1376
六、制定公共关系计划方案	1376
七、确定公共关系预算方案	1376
八、撰写公共关系策划书	1376
第三节 公共关系的宣传实施与效果评估	1376
一、公共关系的宣传实施	1376
二、公共关系的效果评估	1377
练习与思考题	1377
第五章 公共关系的接待策略	1379
第一节 公共关系接待工作的要求	1379
一、接待的公共关系效应	1379
二、公共关系接待工作的要求	1379
第二节 公共关系接待人员的形象设计	1379
一、素养形象的设计	1379
二、形体形象的设计	1379
三、神态形象的设计	1380
四、语言形象的设计	1380
五、体态语言的设计	1380
六、服饰形象的设计	1380
第三节 公共关系的接待策略	1380

一、语言感化策略.....	1380
二、微笑表达策略.....	1380
三、赞赏贴近策略.....	1380
四、服务侍候策略.....	1381
五、情感交流策略.....	1381
第四节 公共关系礼仪.....	1381
练习与思考题.....	1381
第六章 公共关系的人际交往策略.....	1382
第一节 人际交往的基本原则.....	1382
一、人际交往的理念和规律.....	1382
二、人际交往的原则.....	1382
第二节 人际交往技巧.....	1382
练习与思考题.....	1382
第七章 公共关系的宣传策略.....	1384
第一节 经典传播理论的启示.....	1384
一、拉斯韦尔五 W 模式.....	1384
二、把关人理论.....	1384
三、公众选择三 S 理论.....	1384
四、两级传播良机.....	1385
五、议题设置论.....	1385
六、沉默螺旋理论.....	1385
七、整合营销传播理论.....	1385
第二节 公共关系的宣传策略.....	1386
一、媒体宣传策略.....	1386
二、活动宣传策略.....	1386
三、明星宣传策略.....	1387
四、赞助宣传策略.....	1388
学习与思考题.....	1388
第八章 公共关系的服务策略.....	1389
第一节 公共关系服务的特征.....	1389
一、公共关系服务的实质.....	1389
二、公共关系服务的意义.....	1389
三、公共关系服务的管理.....	1389
第二节 公共关系服务方式的策划.....	1390
一、售前服务的策划.....	1390
二、售中服务的策划.....	1390
三、售后服务的策划.....	1390
四、公益服务的策划.....	1390
练习与思考题.....	1390
第九章 公共关系的文化策略.....	1392
第一节 文化的公共关系效用.....	1392
一、公共关系中的文化环境.....	1392
二、文化在公共关系中的价值效应.....	1392

第二节 公共关系活动的文化元素	1392
一、公共关系活动的文化元素	1392
二、文化类公共关系活动的策划	1393
三、公共关系文化品味的提升策略	1393
第三节 公共关系的跨文化传播策略	1393
一、公共关系跨文化传播的策划程序	1393
二、公共关系的跨文化传播策略	1393
练习与思考题	1394
第十章 公共关系的危机管理策略	1395
第一节 公共关系危机管理的价值观	1395
一、危机事件的消极影响	1395
二、公众在危机时间中的消极心理想象	1395
三、应对危机事件的理念	1395
第二节 公共关系危机的处理程序	1395
一、收集危机事件的信息	1395
二、拟定危机处理对策	1396
三、实施危机处理方案	1397
四、改进企业管理工作	1397
第三节 公共关系危机的处理方式	1397
第四节 公共关系危机的处理策略	1397
第五节 公共关系危机的处理艺术	1397
练习与思考题	1398
第十一章 公共关系的促销策略	1399
第一节 促销的实质	1399
一、促销的涵义	1399
二、促销的前提	1399
三、促销的类型	1399
第二节 促销活动的策划	1399
一、竞赛促销活动的策划技巧	1399
二、抽奖促销活动的策划技巧	1399
三、附加赠送促销活动的策划技巧	1400
四、折扣促销活动的策划技巧	1400
五、分期付款促销活动的策划技巧	1400
六、以旧换新促销活动的策划技巧	1400
七、贸易展览促销活动的策划技巧	1400
练习与思考题	1401
第十二章 公共关系的 CIS 策略	1402
第一节 CIS 的涵义	1402
一、CIS 的涵义	1402
二、CIS 的特点	1402
三、CIS 的发展趋势	1402
第二节 MIS 和 BIS 的策划	1402
一、MIS 的策划	1402

二、BIS 的规划.....	1403
第三节 VIS 的设计	1403
一、标志的设计	1403
二、企业标准字的设计	1403
三、企业标准色的设计	1403
四、VIS 的应用要素	1403
第四节 CIS 的导入.....	1403
一、CIS 手册的内容体系.....	1403
二、CIS 的导入.....	1403
练习与思考题.....	1403

前 言

一、课程性质

本课程是为工商管理专业本科生开设的专业选修课。要求学生在理解公共关系相关概念的内涵、公共关系的构成要素、形成条件和机制、本质和特征以及所具有的功能等的基础上，通过实践案例的分析和讨论，掌握公共公共关系相关理论知识，提高公共关系能力。

二、课程简介

在市场经济和全球化条件下，公共关系是企业塑造良好形象、打造著名品牌、协调公众关系、开拓国内外市场的利器。

该课程围绕品牌形象的塑造，从理念层面介绍了现代公共关系的本质、基本结构和发展趋势，从操作层面分析公共关系的运作程序、从技巧层面阐述了公共关系的接待策略、交往策略、宣传策略、服务策略、文化策略、危机管理策略、促销策略，其中通过经典公共关系案例的分析，介绍了实践中大量实用的公共关系技巧。

总之，该课程以介绍现代公共关系基本理论为线索，以分析公共关系的运作策略为切入点，融知识性与实用性于一体，特别是剖析了各种公共关系活动的作用机制与工作技巧，要求学生既要掌握基本的理论知识，更要能够与管理实践充分联系，提高真实能力。

三、编写人员

中国政法大学商学院工商管理研究所 慕凤丽

教学目的：

1、掌握公共关系一些基本概念的内涵，公共关系的构成要素、形成条件和机制、本质和特征以及所具有的功能。

2、掌握公共关系的运作程序：公共关系的调查分析、公共关系的策划、公共关系的宣传实施与效果评估。

3、了解并能运用公共关系的一些策略，如公共关系的接待策略、人际交往策略、宣传策略、服务策略、文化策略、危机管理策略、促销策略以及 CIS 策略等。

课程的主要内容及学时分配

第一章	公共关系的涵义	4 学时
第二章	公共关系的要素	4 学时
第三章	公共关系的目标	4 学时
第四章	公共关系的运作程序	4 学时
第五章	公共关系的接待策略	2 学时
第六章	公共关系的人际交往策略	2 学时
第七章	公共关系的宣传策略	2 学时
案例讨论		2 学时
第八章	公共关系的服务策略	2 学时
第九章	公共关系的文化策略	2 学时
第十章	公共关系的危机管理策略	2 学时
案例讨论		2 学时
第十一章	公共关系的促销策略	2 学时
第十二章	公共关系的 CIS 策略	2 学时

共 36 个学时。

第一章 公共关系的涵义

教学目的与要求：本章教学目的在于引导学生理解公共关系的基本涵义，了解公共关系不是美女公关、花瓶公关、烟酒公关、行骗公关，了解艾维·李和爱德华·伯尼斯在公共关系中所起的作用，掌握公共关系发展的新态势，掌握丰富和发展公共关系方法的途径，思考新时期公共关系发展的前景，具体为：

- 1、理解公共关系的科学涵义；
- 2、了解艾维·李和爱德华·伯尼斯在公共关系中所起的作用；
- 3、理解公共关系发展的新态势；
- 4、了解公共关系现代化的表现；
- 5、掌握丰富和发展公共关系方法的途径。

第一节 公共关系的科学涵义

一、公共关系的宗旨

公共关系的宗旨就是为公众服务，包括为内部公众服务和为外部公众服务两个方面。

为内部公众服务，公共关系就是借助人力资源开发与管理政策，通过情感投资，协调内部各种公众关系，包括员工关系、领导关系、股东关系、部门关系等，提高社会组织的凝聚力和向心力，推动社会组织健康、持续地发展。

为外部公众服务，从某种角度看，公共关系活动主要表现为“履行社会义务”、“行善积德”的活动，也就是说，公共关系是一种服务性工作。在公共关系活动中，社会组织作为整个社会的一个成员，积极履行自己的社会职责和社会义务，通过一系列的社会公益、慈善活动，为公众带来物质与精神方面的利益。

二、公共关系的工作目标

公共关系的工作目标是塑造良好形象。现代社会是一个形象制胜的年代，形象作为一种时代文化得到了社会广泛的认同。国家必须通过对外宣传塑造良好的国际形象。由于国家实力的限制，加上一些别有用心西方国家的歪曲宣传，我国的国家形象有待提升之处还很多。国家需要良好的国际形象，政府则需要勤政、廉洁、为民的形象，充实自己执法合法性的资源，强化自己的执政地位。企业需要物美价廉的产品质量形象、严格规范和以人为本的管理形象、热情周到的服务形象，充实企业赢得公众喜爱的资本，增强自己的市场影响力。

三、公共关系的工作内容

第一层次：开展业务专题活动，包括接待、交往、宣传、服务、促销、文化和危机管理活动。这是公共关系工作最基本也是最低层次的项目内容。

第二层次：塑造社会组织的整体形象，即导入、推行 CIS，这是公共关系工作较高层次的项目内容。

第三层次：充当社会组织的高层次智囊角色，为企事业单位提供公共关系顾问、诊断、咨询和策划服务。这是公共关系工作最高层次的项目内容。

四、公共关系的工作对象

公共关系的工作对象是公众,主要包括内部公众和外部公众两个方面,其中内部公众分为员工、股东等,外部公众又分为社区公众、媒体公众、政府公众、顾客公众、国防公众等。

五、公共关系的工作途径

公共关系的功能工作途径是传播媒体。公共关系只有借助大众传播媒体才能实现自己的工作目标。圆圆满满、顺顺利利地实施了公共关系活动方案,仅仅完成了公共关系工作的一半,另一半则是启动大众传播媒体进行宣传。公共关系必须立足于满足公众的愿望与社会组织的要求,在尽可能大的范围内改变公众的态度,提高社会组织的影响力。

六、公共关系的工作准则

公共关系的基本工作原则是实事求是。坦诚相告。实事求是公共关系的基本行为取向,这不仅可以维护公众的利益,而且可以丰满组织的社会人格,完善组织的社会形象,最终受益的还是社会组织,因为社会组织的实事求是作风为自身的发展创造了良好的社会环境与公众气氛。公共关系要维护公众的利益,树立组织的社会形象,必须做到客观、公正、全面、真实,使活动的决策和程序符合组织利益,提高经营管理的透明度,树立良好的诚信形象。

第二节 公共关系的发展

一、公共关系的产生

公共关系作为一种现象理解,可以说古已有之,但是作为一项事业、一门学科理解,则属于新生事物。从历史角度看,公共关系的产生需要四个基本条件:政治条件是民主政治取代专制政治;经济条件是市场经济取代小农经济;管理条件是人性管理取代“理性管理”;传播奇数条件是大众传播取代个体传播。随着美国民主政治、市场经济、人性管理和大众传播的不断发展,公共关系在美国得以产生,并得到迅速发展。

公共关系学科诞生的标志是爱德华·伯尼斯于 1923 年在纽约大学率先讲授公共关系课程,出版《公众舆论的形成》,比较系统地阐述了公共关系咨询的涵义、公共关系的原则与方法等。1928 年出版《舆论》。1952 年出版《公共关系学》教科书。他的公共关系理念是投公众所好。经过其不懈努力,公共关系学从新闻传播中分离出来,成为一门独立的学科,他因此被称为“公共关系学之父”。

二、公共关系发展的新态势

1、公共关系职责的发展

随着人们对公共关系理解的深入,公共关系的职责正在发生蜕变,由纯粹的接待应酬发展以协调关系、塑造形象为核心的系列职责,强调复合效应。

2、公共关系理论的发展

当前,公共关系的理论基础正在由推销理论发展为市场营销,并向社会营销模式过度,强调社会效应。

3、公共关系操作程式的发展

公共关系操作程式正在由早期的“小作坊式生产”发展为战略化、整体化、系列化策略,强调规模效应。

4、公共关系宣传中心内容的发展

公共关系宣传的中心内容由早期只注重商品信息而发展为突出企业形象、附加形象，强调形象效应。

5、公共关系策划模式的发展

公共关系策划正在有早期的“口号式”宣传而趋向于意境化，强调意境效应。

三、公共关系的现代化

随着社会的整体发展和人们对公共关系运作机制的不懈探索公共关系事业开始朝着现代化的方向迈进，这主要表现在以下十个方面的“结合”。

1、公共关系目标的形象化与宣传氛围的文化性相结合

公共关系工作除了直接的商品促销功能外，主要在于商品形象、企业形象的整体塑造，形象策划、品牌宣传是公共关系的根本任务。企业形象与企业文化的有机结合，成为现在公共关系发展的方向之一。

2、公共关系意境的现实化与心理联想的理想化相结合

公共关系意境上的现实性与联想机制的理想化，是接近公众、影响公众的基础。

3、公共关系工作手段的智能化与立意的情感化相结合

现代公共关系一方面依赖于高新技术（尤其电脑设计技术、音响技术、摄影技术、网络传播技术），另一方面又紧紧抓住人们的情感生活，策划出以高技术、情感化为包装形式的公共关系宣传作品和活动。这些宣传作品和活动，不仅能以高新技术赋予公众一种全新的视觉影响，而且能以情感有效地冲击公众的心理生活，从而产生强大的宣传效果，形成轰动效应。

4、公共关系工作人员的精干化与依赖力量的社会化相结合

随着公共关系代理制度和广告代理制度的推行，许多公共关系业务将由专门的公共关系公司、广告公司经营，公共关系业务的社会化程度将会进一步提高。

5、公共关系战略的 CIS 化与宣传的系列化相结合

在 CIS 总体指导下，开展系列公共关系宣传和活动，这是现代公共关系的重要特色之一。

6、公共关系宣传方式上的娱乐化与实效上的服务化、咨询化相结合

这种服务型公共关系活动，既满足了公众的心理要求又帮助他们解决一些实际问题，因此深受公众欢迎，能够产生良好的公共关系宣传效应。

7、公共关系宣传媒体的主导型作用与公共关系活动的多样化相结合

一般而言，公共关系都是媒体宣传与活动宣传的有机结合，两者相互补充，形成宣传阵势，所以能创造出强劲的宣传力。

8、公共关系业务的渗透化与影响机制的场景化相结合

渗透化与场景化的结合，使公众感到公共关系活动既有使用价值，又有可信性，从根本上确保公共关系目标的实现。

9、公共关系宣传语言的大众化与宣传模特的多样化相结合

10、公共关系宣传的舆论化与相互关系的亲情化相结合

四、公共关系工作方法的丰富与发展

1、引进市场营销学理论，加强公共关系的实效性

2、引进文化学理论，提升公共关系活动的文化品味

3、引进心理策划方法，加强对公共关系心理效能问题的解决

4、引进预测学方法，加强对公共关系未知领域的调查与分析

5、引进设计美学方法，加强对公共关系宣传作品的设计

6、引进全球化策划与本土化执行相结合的思维方法，增强公共关系的影响力。

练习与思考题

一、名词解释

- 1、公共关系
- 2、爱心公共关系

二、简答题

- 1、简述公共关系的宗旨
- 2、简述公共关系的工作内容
- 3、如何丰富和发展公共关系的工作方法

三、论述题

试述公共关系发展的新态势

拓展阅读

《公共关系案例》 涂光晋主编，辽宁大学出版社，2004 年出版

第二章 公共关系的要素

教学目的与要求：本章的教学目的主要是引导学员理解广义的公共关系主题是指社会组织，狭义的公共关系主体是指公共关系机构与公共关系人员，发挥主导作用，是公共关系活动的承担者、策划者和实施者；认识到公共关系的客体是指公众，发挥能动作用，主要表现为选择性机制，包括选择性注意、选择性理解和选择性记忆；了解公共关系的中介是指传播媒体，发挥桥梁作用，既传递信息又反馈信息，为了充分运用传播媒体扩大公共关系活动的影响，学生应该熟悉各种媒体的传播性能。具体要求为：

- 1、区分广义与狭义的公共关系主体
- 2、理解不同社会组织公共关系活动的侧重点
- 3、认识搞好各种公众关系的重要性
- 4、协调不同公众关系的关键点
- 5、熟悉各种媒体的传播性能
- 6、根据公共关系活动需要组合传播媒体

第一节 公共关系的主体

一、广义的公共关系主体

广义的公共关系主体是社会组织。经济组织、政治组织、文化组织、群众组织、宗教组织都属于社会组织。

1、社会组织的涵义

社会组织就是两人或者两人以上围绕特定使命组建起来的、具有特定运行结构和权力责任制度、经过分工和合作达成特定目标的人群集合体。对此可做如下理解。

- (1) 社会组织必须具有明确的目标
- (2) 社会组织必须建立分工与协作机制
- (3) 社会组织必须建立权力与责任制度
- (4) 社会组织必须具有健全的组织活动

2、社会组织的类型

从利益上讲，社会组织分为公益性组织、服务型组织、营利性组织和互益性组织。

二、狭义的公共关系主体

狭义的公共关系是公共关系机构与公共关系人员，具体就是执行公共关系只能的部门和工作人员。

1、公共关系机构

公共关系机构主要有三种，即公共关系部、公共关系公司和公共关系协会。

2、公共关系人员

公共关系人员是从事公共关系职业的专业人员，是公共关系活动的策划者、组织者和执行者。由于公共关系职业的特殊性，公共关系人员应该具备科学的职业观念、合理的能力结构和良好的职业道德。

3、全员公共关系

全员公共关系的实质就是人人爱护形象、人人参与公共关系。全员公共关系的具体要求包括三

个方面：一是决策者实时重视形象，经常支持公共关系工作；二是管理者要从形象战略的高度搞好部门之间的配合，协助公共关系活动；三是普通员工在自己的岗位按质按量做好本职工作，在日常生活中注意个人形象。

第二节 公共关系的客体

公共关系的客体是公众。公众是社会组织生存和发展的基本环境。公共关系只有满足公众的需要，为公众创造价值，才能取得良好的效果。

一、公众的涵义

公众就是因面临共同问题、可能或者已经与特定社会组织发生某种联系的个人、群体或团体。公共关系学的研究对象是现实公众，即与社会组织发生联系可能性较大的公众。

二、公众的特性

卓有成效地开展公共关系活动，前提是正确认识公众的特性。公众的特性是策划、组织公共关系活动的出发点，只有针对公众特性策划公共关系活动，才有可能真正影响公众。从总体上讲，公众具有共同性、多样性、变化性、文化性和心理性特征。

三、公众的类型

公众分为内部公众和外部公众两个方面，其中外部公众根据不同的标准，又可以细分出不同的类型。

1、内部公众

内部公众主要指社会组织的成员和投资者，包括决策者、管理者、普通员工和股东。他们既是内部公共关系的对象，同时又是社会组织开展对外公共关系活动的基本依靠力量。

2、外部公众

社会组织面临的外部公众种类繁多，数量庞大，是公共关系的主要对象。策划公共关系活动，必须明确公众对象的类型和具体特性，这是前提。

- (1) 按公众发展过程，公众分为非公众、潜在公众、知晓公众和行动公众
- (2) 按公众角色，公众分为社区公众、政府公众、顾客公众、媒体公众和国际公众。
- (3) 按公众态度，公众分为顺意公众、逆意公众和中立公众。

四、协调公众关系的关键

协调公众关系的关键在于满足目标公众的具体需要。

五、争取公众支持的策略

- 1、激发公众自己说服自己
- 2、借助公众团体协作制
- 3、实行公众领袖参与制
- 4、积极发展公众关系，开展“关系营销”
- 5、直接利用公众关系网络，开展直效行销

第三节 公共关系的中介

一、印刷传播媒体

1、印刷传播媒体的类型

印刷传播媒体主要包括四类：一是报纸；二是杂志；三是图书；四是宣传单

2、印刷传播媒体的特性

二、电子传播媒体

电子传播媒体是指通过电讯器械和电子技术向公众传播商品信息和形象信息的传播渠道，如广播、电视、网络等。

1、电子传播媒体的共同特征

2、电子传播媒体的个体特征

三、户外传播媒体

户外传播媒体是指利用霓虹灯、广告牌、路牌、旗帜、灯箱、车船、气球、市政公众建筑等传播宣传信息的渠道。

练习与思考题

一、名词解释

1、社会组织

2、公众

二、简答题

1、简述不同社会组织公共关系的侧重点。

2、按发展过程，公众分为哪几种？公共关系的相应侧重点分别是什么？

3、搞好社区公众、政府公众、顾客公众、媒体公众、国际公众关系的目的分别是什么？

三、论述题

试述内部公共关系的目标定位。

拓展阅读

《企业的社会责任》（美）菲利普·科特勒等著，姜文波等译，机械工业出版社，2006 年出版

第三章 公共关系的目标

教学目标与要求：公共关系的目标就是塑造良好形象。通过公共关系策划与宣传，让企业品牌成为地区品牌、国家爱品牌、国际品牌。这是现代企业实现可持续发展和突破性扩张的关键。本章目标在于引导学生以我国企业品牌经营为北京，了解品牌形象的意义，理解品牌管理工作包括打造内涵形象和塑造外延形象两个方面缺一不可，初步掌握诊断企业形象的模式和方法，掌握策划企业形象的基本技巧。具体为：

- 1、了解品牌形象对于企业经营发展的重要意义；
- 2、了解企业内涵形象的构成；
- 3、了解企业外延形象的构成及其相互关系；
- 4、掌握诊断企业形象的基本方法；
- 5、理解塑造企业形象的基本途径；
- 6、掌握策划企业形象的基本技巧。

第一节 品牌形象的价值效应

一、资产增值效能

企业良好的品牌形象一旦形成以后，能够扩大企业的销售量，使企业在与竞争者相同的条件下，获得超额利润，从而形成了直接的实意性价值。企业品牌形象因此自身也就具有价值。在实际工作中，企业品牌形象的价值物化于商标，也就是说，商标的价值就是企业品牌形象价值的体现。

二、关系构建功能

良好的公众关系网络是企业生存与发展的外部资源。

三、促销功能

- 第一，迎合了品牌消费的趋势。
- 第二，迎合了公众的自我展示心理需求。
- 第三，迎合了公众的自我防卫心理需求。

四、激励功能

对于企业内部来说，品牌形象可以有效地强化员工的归宿意识，充分调动员工的积极性与创造性，从而增强企业的向心力和凝聚力。

五、扩张功能

第二节 企业形象的结构

一、企业形象的基本结构

二、实体形象的构成

- 1、管理形象
- 2、人员形象
- 3、科技形象
- 4、资本形象
- 5、实力形象
- 6、产品形象

三、品牌形象的构成

- 1、知名度、美誉度与首选度的涵义
- 2、知名度、美誉度与首选度的关系

第三节 塑造形象的策略

一、品牌形象的诊断

公共关系塑造企业形象的目标主要定位于品牌形象，表现为提高知名度、美誉度和首选度，其前提就是准确地判断品牌形象差距。所谓品牌形象差距就是企业品牌实际形象与期望形象之间的产据。品牌实际形象是企业品牌在公众中所获得的认知和评价，期望形象就是企业员工、领导等内部成员期望获得的认知和评价。通过差距分析，能够明确公共关系的工作目标。

二、塑造企业形象的途径

- 1、推行规模化、集团化、国际化经营战略。
- 2、加强科学管理
- 3、推行科技创新战略
- 4、构建企业质量保证体系
- 5、重视品牌的定位策划
- 6、强化市场影响力
- 7、反映企业的经营内容
- 8、展示企业的综合实力
- 9、积极参与市场竞争
- 10、提升企业形象文化品位

三、品牌形象的策划艺术

- 1、品牌管理的科学化
- 2、形象规划的战略化
- 3、形象差异的特色化
- 4、形象定位的高科技化
- 5、形象变革的时代化
- 6、形象诉求的有效性
- 7、形象口号的大众化
- 8、形象标志的美学化
- 9、形象宣传的立体化

练习与思考题

一、名词解释

- 1、形象
- 2、品牌形象
- 3、知名度
- 4、美誉度
- 5、首选度

二、简答题

- 1、简述品牌形象的价值效应
- 2、简述策划品牌形象的艺术

拓展阅读

《品牌学教程》 余明阳等编著，复旦大学出版社，2005 年出版

第五章 公共关系的运作程序

教学目的与要求：本章讲解的内容是如何策划和组织公共关系活动。公共关系的运作过程包括调查、策划、实施和总结四个基本环节。本章教学目的在于引导学生立足实际学习开展公共关系调查的基础知识；掌握策划大中型公共关系活动的基本策略和技能，养成较高的公共关系策划能力；懂得如何根据公共关系策划书的设计，开展公共关系活动，养成较高的活动组织能力。掌握评估公共关系效果的基本方法。具体目的为：

- 1、了解开展公共关系活动的运作程序；
- 2、掌握开展公共关系调查的方法；
- 3、掌握策划公共关系活动的程序和策略；
- 4、掌握撰写公共关系策划书的基本技能；
- 5、理解实施公共关系活动方案的基本要求；
- 6、了解评估公共关系活动效果的方法。

第一节 公共关系的调查分析

公共关系调查就是在特定时空条件下，运用既定的调查工具和技术，收集公众信息和社会信息、分析公众意见的过程。公共关系调查是一门艺术，既有科学性，又有技巧性。掌握公共关系调查的科学程序，则是提高调查艺术、强化调查效用的基础。

一、确立调查选题

二、设计调查指标

- 1、设计调查指标的方法
- 2、设计调查指标的注意事项

三、进行调查决策

- 1、调查目标的决策
- 2、调查手段的决策
- 3、调查对象的决策
- 4、调查时间的决策

四、实施调查方案

- 1、组织调查对象群体
- 2、发放问卷，引导调查对象认真、如实地填写问卷、回到问题
- 3、回收、清理问卷
- 4、观察、记录公众的言行

五、整理调查资料

- 1、整理调查资料的过程
- 2、资料整理后的类型

六、研究分析调查资料

七、总结调查工作

第二节 公共关系的策划

公共关系策划就是调查结论、社会组织发展的需要和经费状况，确定公共关系目标，创造性地设计公共关系活动方案和宣传方案的构思过程。公共关系调查结束后，即可进入策划作业阶段，包括目标决策、指定定位策略、进行公共关系创意、创作宣传文案、设计宣传作品、指定整体方案、进行公共关系经费预算、撰写《公共关系策划书》等，为全面开展公共关系实施工作创造条件。

一、进行目标决策

1、公共关系目标结构

- (1) 时间意义上的公共关系目标体系
- (2) 内容意义上的公共关系目标体系
- (3) 对象意义上的公共关系目标体系

2、公共关系目标决策的依据

- (1) 符合企业发展战略规划
- (2) 符合企业形象定位要求
- (3) 符合产品定位
- (4) 符合公众的状况
- (5) 符合社会发展的要求

二、指定定位策略

1、定位策略的目的

2、定位策略的内容

- (1) 公众地区定位
- (2) 公众对象定位
- (3) 宣传信息定位

三、进行公共关系创意

四、创作宣传文案

1、创作宣传文案的要求

- (1) 文化性
- (2) 生动性
- (3) 质朴性
- (4) 真实性
- (5) 独特性
- (6) 优美性
- (7) 鼓动性

2、公共关系宣传标题的创作

3、公共关系宣传正文的创作

- (1) 正文导语的创作
- (2) 正文主体的创作
- (3) 正文结尾的协作

4、公共关系宣传标语的创作

- (1) 口语法
- (2) 排比法
- (3) 夸张法
- (4) 对偶法
- (5) 顶针法
- (6) 比喻法
- (7) 回环法
- (8) 演化法
- (9) 重叠法
- (10) 押韵法

五、设计宣传作品

1、公共关系宣传作品的设计

2、公共关系宣传作品布局

- (1) 运用视觉规律，强化宣传主题
- (2) 遵循美学原则，力求完整美观

六、制定公共关系计划方案

1、确定公共关系活动具体项目

2、制定宣传媒体工作计划

3、确定公共关系活动时机

七、确定公共关系预算方案

八、撰写公共关系策划书

1、公共关系策划书正文的构成

2、公共关系项目策划书的表达方式

3、公共关系项目策划书的编写要求

4、公共关系项目策划书的评估

第三节 公共关系的宣传实施与效果评估

一、公共关系的宣传实施

1、实施《公共关系项目策划书》

2、监督、调查宣传实施工作

3、协调公众关系

二、公共关系的效果评估

- 1、公共关系效果的评估标准
- 2、公共关系效果的评估方
- 3、民意调查法
- 4、新闻分析法
- 5、参照评估法
- 6、专家评估法

拓展阅读

《中国优秀公共关系案例（五）》 中国公共关系协会编写，复旦大学出版社，2005 年出版

练习与思考题

一、名词解释

- 1、公共关系调查
- 2、公共关系定位
- 3、公共关系策划

二、简答题

- 1、公共关系的策划阶段要做好哪些工作？
- 2、如何提高公共关系宣传文案的鼓动性？
- 3、撰写公共关系策划书应遵循哪些要求？
- 4、公共关系的宣传实施阶段要做好哪些工作？

三、应用题

以来年重阳节为题，拟写一份公共关系策划书。

要求：（1）紧扣现实；（2）主题突出；（3）富有创意和实用价值；（4）5000 字左右

第五章 公共关系的接待策略

教学目标与要求：本章讲述如何开展公共关系接待工作问题，设计接待的基本知识和基本技能，接待在公共关系中具有极其重要的作用。从某种角度来看，接待是其他各种公共关系工作的基础，接待工作成效显著，能够有效地影响公众的心理，给公众良好的印象。做好公共关系接待工作是公共关系人员的基本职责。本章重点探讨公共关系接待的要求、设计公共关系人员形象的技能、开展公共关系接待工作的策略和礼仪，学习这些内容，有利于提高公共关系接待工作的实效性和艺术性。具体目标为：

- 1、了解接待在公共关系工作中的重要性；
- 2、掌握公共关系接待工作的基本要求；
- 3、掌握设计自我形象的基本技能；
- 4、运用各种接待策略有效开展公共关系礼仪要求
- 5、熟悉各种基本的公共关系礼仪要求

第一节 公共关系接待工作的要求

一、接待的公共关系效应

- 1、强化公众关系
- 2、强化企业整体形象
- 3、展示企业的文化品味
- 4、刺激公众的消费欲望

二、公共关系接待工作的要求

- 1、诚实和蔼
- 2、文明热情
- 3、自然大方
- 4、情真意挚

第二节 公共关系接待人员的形象设计

一、素养形象的设计

- 1、行业专门知识素养
- 2、相关学科知识素养
- 3、现代高薪科技知识素养
- 4、社会人文知识素养

二、形体形象的设计

- 1、容姿的设计
- 2、站立姿势的设计
- 3、行走姿势的设计

- 4、坐式形体的设计
- 5、间距美

三、神态形象的设计

- 1、美好的情操
- 2、合适的气质
- 3、友善的仪容
- 4、动人的眼神

四、语言形象的设计

五、体态语言的设计

六、服饰形象的设计

第三节 公共关系的接待策略

一、语言感化策略

- 1、规定详尽明确的接待服务工作忌语
- 2、规定必须表达的接待服务工作用语

二、微笑表达策略

- 1、微笑表达策略的影响机制
- 2、微笑表达策略的运用技巧
 - (1) 强化微笑服务理念，培养微笑服务自觉性
 - (2) 善于自我调节，强化快乐意识
 - (3) 时时欣赏公众，储备微笑心态
 - (4) 熟练运用微笑技巧，提高微笑魅力

三、赞赏贴近策略

- 1、赞赏贴近策略的作用机制
- 2、赞美贴近策略的运用技巧
 - (1) 讲究赞美的针对性
 - (2) 讲究赞美的真诚性
 - (3) 注意赞美的可信性
 - (4) 注意赞美的流畅性
 - (5) 注意赞美的亲切感
 - (6) 注意赞美的专注性
 - (7) 注意赞美的平凡性

四、服务侍候策略

五、情感交流策略

- 1、热爱公共关系接待工作
- 2、情感投入意识
- 3、善于观察情感变化
- 4、永远感激公众

第四节 公共关系礼仪

- 一、迎送礼仪
- 二、拜访礼仪
- 三、握手礼仪
- 四、介绍礼仪
- 五、馈赠与回谢礼仪
- 六、鲜花礼仪
- 七、谈判礼仪
- 八、会务礼仪

拓展阅读

《公关礼仪》 金正昆编著，北京大学出版社 2006 年出版

练习与思考题

- 一、名词解释
 - 1、语言感化策略
 - 2、情感交流策略
 - 3、公共关系礼仪
- 二、简答题
 - 1、简述接待的公共关系效应
 - 2、公共关系人员怎样才能运用好微笑表达策略？
 - 3、赞美公众时应注意哪些要求？

第六章 公共关系的人际交往策略

教学目的与要求：本章阐述如何开展人际交往活动、如何提高人际交往技巧的问题。社会组织与公众沟通信息、交流情感，除了依靠大众传播媒介外，还要掌握良好的人际交往艺术。本章引导学生不仅要养成正确的社会交往意识，而且要培养高超的人及交往能力，在遵循人际交往规律和基本原则的基础上，调节好自己的交往心理状态，灵活运用各种人际交往技巧，熟练选择适时的交往方式，为社会组织建立广泛的公共关系网络。具体目标为：

- 1、理解人际交往的理念和规律
- 2、理解人际交往的基本原则
- 3、掌握人际交往的基本技能

第一节 人际交往的基本原则

一、人际交往的理念和规律

二、人际交往的原则

- 1、竭尽忠诚
- 2、相互理解
- 3、相互信任
- 4、主动热情
- 5、平等互利

第二节 人际交往技巧

- 一、成功亮相
- 二、细心聆听
- 三、相互交流
- 四、积极反馈
- 五、有效说服
- 六、善待冲突
- 七、善于妥协
- 八、容忍拒绝
- 九、保持自信
- 十、给予帮助

拓展阅读

《有效沟通》 马蒂·布朗斯坦著 机械工业出版社，2004 年出版

练习与思考题

一、名词解释

- 1、人际交往
- 2、霍夫兰说服模式

二、简答题

- 1、简述人际交往的基本原则
- 2、简述人际交往的技巧

第七章 公共关系的宣传策略

教学目标与要求：传播过程就是与公众进行信息传递与交流的过程，是特定的社会组织或个人根据一定的目的和公众的心理行为规律，利用媒体向公众传递信息，并取得公众积极反应和自觉配合的过程。宣传是实现公共关系目标的基础。本章重点介绍指导公共关系宣传的经典传播理论和策略，引导学生掌握经典传播理论的基本知识，掌握策划公共关系宣传的基本技能。具体目标为：

- 1、了解经典传播理论的基本内容及其对公共关系的启示；
- 2、掌握策划大众传播媒体的途径；
- 3、掌握利用各种活动进行公共关系宣传的技巧；
- 4、掌握策划明星宣传的方法和要求；
- 5、掌握开展赞助活动技巧。

第一节 经典传播理论的启示

一、拉斯韦尔五 W 模式

1978 年拉斯韦尔发表了《社会传播的结构与功能》，提出五 W 模式，这使之成为传播学的创始人之一。拉斯韦尔五 W 模式主要研究了传播结构问题。

拉斯韦尔认为传播行为应该回答 5 个问题，即谁传播、传播什么、通过什么渠道、向谁传播、效果如何。据此，他把传播学的研究内容分为 5 个方面，即控制分析、内容分析、媒体分析、对象分析、这就是传播研究的基本范畴。

二、把关人理论

把关人这个概念出于库尔特·卢因 1947 年出版的《群体生活的渠道》，又称守门人，是指在信息传播中，对信息的提供、制作、编辑和报道能够采取“疏导”和“抑制”行为的关键人物，一般是指记者和编辑。把关人理论主要研究传播的运作机制问题。

把关人理论认为，在传播过程中，把关人发挥了及其重要的枢纽作用，它处于信源和受众之间，有权决定中止或中转信息，他们认为具有新闻价值、符合时代要求的信息则给与“中转”，即报道出去，否则给予中止，即不予报道。把关人的传播行为包括疏导和抑制两个方面，它选择不同的传播行为，主要是出于自己的预存立场。

三、公众选择三 S 理论

早期研究者发现，公众接受信息时具有选择性倾向，是一个自我选择的过程。1947 年约瑟夫·克拉帕将这种选择性倾向概括为选择性注意、选择性理解和选择性记忆，简称为公众选择三 S 理论。

公众选择三 S 理论认为，选择性注意是指在众多信息中，公众只能对其中某些信息做出反应，倾向于接受那些与自己固有观念相一致的信息，回避那些与固有观念相抵触的信心，为了提高信息的竞争力，应该关注“对比、强度、位置、重复和变化”等因素的作用。选择性理解是指不同的人对于同一条信息会做出不同的理解，其影响因素主要包括需要、态度和情绪分三个方面。选择性记忆是指公众只记忆对自己有利或者愿意记忆的信息，容易忘记自己不喜欢的信息。记忆的过程分为输入、储存和输出三个阶段。

四、两级传播良机

1940 年，美国学者拉扎斯菲尔德对片面强调传播效果的枪弹论、皮下注射论，通过分析影响人们投票倾向的因素，提出了两级传播模式。两级传播模式主要研究传播效果的强化机制问题。

两级传播模式指出：观念先从广播和报纸传向意见领袖，然后由意见领袖传向一般公众，认为信息传递是按照“媒体——意见领袖——普通受众”的模式进行的。在传播中，意见领袖（及舆论指导者）属于消息灵通人士或权威专家，具有极其重要的作用，影响着其他人的态度。

五、议题设置论

议题设置又称议题管理，指社会组织对那些可能进入立法程序、政策程序或可能产生重大影响，与公共政策、公共事务密切相关，容易引起关注和争议的社会议题进行确认、分析和评估，力图影响其发展趋势的传播管理行为。议题设置的核心目标是影响公共政策的指定，发现和利用重大议题给组织发展带来的机遇，规避和防范可能给组织发展带来的风险和危机，使议题的发展趋势和最终结果有利于组织的生存和发展。

六、沉默螺旋理论

沉默螺旋理论是德国学者伊丽莎白·内尔纽曼提出的。在 1965 年的联邦德国议会选举中，她观察到一个非常有趣的现象：在竞选过程中，社会民主党与基民党之间的支持率一直不相上下，但是在投票之际，由于大众传播媒体预测基民党将获胜，大量选民认为这是社会上多数人的观点，于是改变原有意向，纷纷投票支持基民党，基民党的支持率突然上升，获得胜利。她认为这是“多数意见”产生无形压力的结果。

沉默螺旋理论告诉我们，当一种观点得到媒体持续宣扬，日益成为支配性、主导性意见时，持不同看法者便逐渐陷入沉默。这样，一方表述（越说越有劲，越说越有理）而另一方沉默的倾向，便开始了螺旋过程，螺旋过程把不断表述的意见确立为主要的、正确的意见，即说得越多越正确。因此，在公共关系传播中社会组织积极策划新闻事件，经常召开新闻发布会，邀请专家开展专栏宣传，持续宣传符合社会组织发展的观念，使之成为社会的主流舆论。

七、整合营销传播理论

进入 20 世纪 80 年代后期，面对媒体高科技化和商业信息多样化的形势，有些学者提出了整合营销传播（Integrated Marketing Communication，简称 IMC）理念。其中，代表性任务是美国西北大学教授舒尔茨，他与人合著出版了《整合营销传播》，认为 IMC “是一个业务战略过程，即制定、优化、执行并评价协调的、可测的、具有说服力的品牌传播计划”。此后，广告界高度重视 IMC 理论的研究，提出了多种定义，例如美国广告公司协会认为，IMC 是“一个营销传播计划的概念，在充分认识广告、促销和公共关系等手段所特有的传播附加值的基础上，将其加以组合，向社会提供明确的、连续的信息，使传播的影响力最大化”。汤姆邓肯认为 IMC “是指企业或者品牌通过发展与协调战略传播活动，借助各种媒体或其他接触方式与员工、顾客、投资者、普通公众等关系利益者建立建设性的关系，从而建立和加强彼此之间具有合作伙伴特质的双赢互利关系的过程”。

从本质上讲，IMC 就是通过传播手段的整合，达到关系利益者的整合，进而实现企业内外关系的整合，最终进入企业与社会协调、互动发展的境界。从现实角度讲，IMC 就是以顾客为中心，建立顾客资料库，分析顾客的特性，综合、协调地运用各种形式的传播手段，连续传递本质上一致的信息，积极与顾客沟通，建立顾客与品牌之间的互利关系，强化顾客的品牌忠诚度。

第二节 公共关系的宣传策略

一、媒体宣传策略

媒体宣传策略是公共关系宣传的最基本的策略，指的是根据媒体性质、形象定位、公众特性、目标定位、宣传费用、企业战略、市场策略等，选择最恰当的宣传媒体，组建最佳的媒体体系，在最恰当的时机推出媒体宣传作品，以期取得最佳的宣传效果。

公众关系工作的主要途径是大众传播媒体，因此它们总是公共关系宣传的首选媒体。大众媒体具有公开、快速、科学色彩浓、娱乐价值高、社会权威性大、容易形成轰动效应的特点，能够使公众无可置疑地相信它所刊载、刊播的内容。有时用其他媒体无法有效地宣传社会组织，一旦改用大众媒体，便可获得巨大的宣传功效。

（一）策划新闻事件

策划新闻事件就是企业围绕某个公共关系目标而开展的，通过巧妙的策划与安排有意引起新闻媒体关注和报道的宣传方式。策划新闻事件，实际上就是意新闻事件为中介，引导大众媒体给予宣传、报道，实现公共关系的目的。这是一种无偿利用大众传媒进行公共关系宣传的方式，其成功的关键就在于策划的事件确实具有新闻价值，使大众传媒单位感到确实有必要进行报道。如果策划的新闻事件平淡无奇，新闻媒体单位看不出其中的新闻价值，也就不可能把它作为新闻素材加以报道，那么这个公共关系宣传就是失败的。

（二）召开新闻发布会

新闻发布会是企业召集新闻记者、政府公众、社区公众等，宣布某一信息（如荣誉、事故真相等）的一种特殊会议。这是企业让公众了解有关信息的最简洁、最有效的途径之一。当企业拥有具有新闻价值的信息时，应该及时召开新闻发布会，通过记者的新闻报道来实现公共关系的宣传目的。

（三）利用重大新闻价值，开展搭乘式宣传

社会重大活动，如大型体育比赛、重大社会事件、重要名人活动、重大外交活动等，本身具有较大的新闻价值，是新闻媒体的报道对象。企业只有通过巧妙策划，去参与或为其提供场地、人员、设备等方面的服务，使企业成为整个活动的有机组成部分之一，进而成为新闻报道的基本内容。

（四）有偿租用大众媒体的使用权

出资购买大众媒体的使用权，有偿开展宣传，这是较为熟悉的宣传方式。大众媒体具有“高额投入，超高额回报”的机制。企业为了使用媒体，虽然支付了大笔费用，但是只要策划成功，必然能取得巨大的反响，投入与收效相比，仍将是极富收益率的。

二、活动宣传策略。

（一）活动宣传策略的实质

所谓活动宣传策略，就是通过举办与传播信息相关、能够吸引公众积极参与的主题文化活动或情趣性娱乐活动，来展示企业形象、商品形象，使公众接受相关信息的宣传策略。

（二）活动宣传策略的运用规范

1、主题鲜明化

公共关系专题活动的实质是以后总商业性大众文化，因此应该有鲜明的主题思想。主题是促销活动的策划灵魂，也是吸引公众的根本。一般来说，策划公共关系活动时，可以从以下七个方面进行主题定位，即企业经营的社会主题文化（如奥运体育文化）、社会节日文化、纪念日文化、人文道德精神文化、时代文化（如绿色环保文化、科技文化等）、品牌文化、商品文化等。

2、形式娱乐化

策划公共关系活动时，应该重视活动形式的设计，引导公众出于娱乐和好奇而积极参与活动。活动宣传策略的成功运用，取决于公众的参与规模。如果商业色彩太浓，公众就会识破其中的促销意图，参与活动者甚少，自然无法产生轰动效应。相反，如果能根据公众的心理特点，策划出符合其心理需求的活动，娱乐色彩比较强，公众就会踊跃参加，公共关系活动就能真正发挥巨大的影响作用。

3、品味文化化

现代公众是高度重视文化享受的，文化性心理需要比较强。公众参与公共关系活动的心理动机并不是购买商品，二是寻找一种感性化、大众化的文化休闲机会。

4、刺激利益化

公众参与社会活动有时存在一定的惰性，必须给予刺激，才能激发出他们参与活动的愿望。刺激公众的途径很多，其中最主要的应是利益刺激。利益，总是公众追求的目标。

5、程序情节化

公共关系活动作为一种程序性项目，应该富有情节性。情节的设计与安排要符合主题思想、活动品位和促销宣传的需要，同时还要有趣味性、高潮性和煽情性，使公共关系活动组织井然有序，形式生动活泼，以欢快的现场气氛和富有感染力的情节稳住到会公众。

6、心理参与化

在公共关系活动中，公众的参与有两个层次：第一层次是形式参与，公众到了活动现场，能够感受到现场气氛，但是心理活动还没有到位，没有产生相应的心理思维；第二层次是心理参与，也就是说，公众不仅到达现场，而且还为之高兴，产生出愉快的心理思维，自觉关心公共关系活动。

7、实际科学化

也就是说，公共关系活动的时机选择要恰当，符合公众的时间性心理规律。一般而言，宣传企业形象、品牌形象的公共关系专题活动，应安排在节日、假日或者是商品消费的热点期。

8、要求简单化

公共关系活动的目的是吸引大量公众来认知企业形象、品牌形象和商品形象，谋求的是轰动效应。

9、活动系列化

企业如果能定期举办具有内在联系的公共关系专题活动，活动与活动之间的主题上具有呼应性，在形式上具有配合性色彩，表现出相对稳定性，就可以创造出公共关系活动的规模效应和“名牌效应”，从而吸引更多的公众参与到活动之中，利用公众心理的积累效应强化企业的市场辐射力。

10、氛围喜庆化

在气氛的营造方面，要运用大手笔艺术表现形式，选用鲜明的色彩，制作、悬挂多种充满欢乐气息的巨幅宣传作品，使活动现场洋溢出祥和、欢快、喜庆的色彩，给公众以愉快的享受。

（三）活动宣传策略的基本形式

活动宣传策略，在表现形式上是多种多样的，如生活方式推广活动、体育活动、生活情趣活动、文化仪式活动、游戏娱乐活动、商品文化节活动、专题庆典活动、竞赛活动、参观活动、节日文化活动、明星宣传活动、服务活动、商品使用示范活动、商品咨询活动、商品性表演活动等，都是公共关系活动的形式载体，只要策划巧妙，都能有效地影响公众。

三、明星宣传策略

在现代公共关系的策划中，明星宣传策略是一项基本的内容，也是提高广告宣传作品影响力的重要的因素。因此，必须了解明星宣传策略的作用机制，掌握明星宣传策略的策划技巧。

（一）明星宣传策略的作用机制

（二）明星宣传策略的涵义

（三）明星宣传策略的宣传方式

（四）运用明星宣传策略的技巧

四、赞助宣传策略

赞助宣传策略，就是指企业通过自主某些公益性、慈善性、娱乐性、大众性、服务性的社会活动来进行专题宣传，实现公共关系宣传的目的。作为公共关系宣传的一个组成部分，赞助策略的策划应该注意规范性和技巧性。

（一）公共关系赞助的基本原则

社会效益原则、合法原则、实力原则、相关原则

（二）公共关系赞助的类型

企业的赞助活动多种多样，大体上包括以下几种类型：赞助体育活动、赞助社会公益事业、赞助社会福利事业、赞助社会文化生活。

（三）公共关系赞助的形式

企业开展赞助宣传活动，主要有三种基本形式，即资金赞助、产品赞助和人力赞助。资金赞助就是企业为请求赞助的对象单位提供部分或全部活动经费。产品赞助主要是向对象单位提供企业的企业产品。人力赞助如免费为对象单位提供工作人员、服务人员等。

（四）公共关系赞助的技巧

第一，组织赞助基金会形式，以此来获得持续的宣传效果。

第二，强化公益赞助，积极参与社会问题的宣传与解决，以此建立社会——企业——市场联系的纽带，树立良好的企业公德形象，表达关心社会命运的信念，进而开拓自己的市场。

第三，注重赞助的一贯性。

第四，寻找亟待发展而又鲜为人知的社会团体和社会问题，作为自己的赞助项目。

第五，可以赞助很有新闻价值的社会重大时间。

第六，注重资助为社会做出过重大贡献，但是现在生活比较困难的社会有功之臣（如英雄、劳模）及其家属，这既可以帮助他们解决生活难题，又可以利用这些特殊人物的新闻效用实现公共关系宣传的目的。

拓展阅读

《广告案例教程》（何佳讯编著，复旦大学出版社，2006年出版）

学习与思考题

一、名词解释

1、传播过程

2、把关人

3、议题设置

4、两级传播模式

5、策划新闻事件

二、简答题

1、简述沉默螺旋理论对公共关系传播的启示

2、简述整合营销传播的涵义

3、在公共关系传播中，运用大众媒体进行宣传的方式有那些？

4、在公共关系传播中，选用明星开展宣传的方式有哪些？

5、如何扩大赞助的公共关系宣传效用？

第八章 公共关系的服务策略

教学目标与要求：本章主要讲述如何将公共关系的宗旨（即服务）落实到实处的问题。随着社会的发展，公众追求服务享受的意识越来越浓，服务文化逐渐成为社会的主导文化。公益性组织（即政府）的服务主要表现在制度建设方面，即建立服务型政府。营利性组织（企业）的服务既表现渗透在业务之中，又独立表现为公益服务。本章定位于企业服务。根据公众的需求，谋划服务策略，通过优良、周全而富有个性的服务活动，是赢得公众的好评、塑造良好形象的重要途径。本章引导学生正确理解公共关系服务的特殊涵义和重要意义，运用恰当的服务策略思考如何为公众提供优良服务。

- 1、理解公共关系服务的涵义和重要意义。
- 2、理解加强公共关系服务管理的基本环节；
- 3、熟悉公共关系服务的基本方式。

第一节 公共关系服务的特征

一、公共关系服务的实质

服务是一个广义概念。从不同的学科角度来理解服务，往往有不同的解释。伦理学意义上的服务主要是指人们基于某种生活道德准则，本着互助互爱、见义勇为等高尚的道德情操，帮助其他人的过程。

公共关系服务具有特殊性，指的是社会组织为了塑造良好的形象，基于道德文化和商业文化要求而公众提供相关帮助的活动。显然，公共关系服务这个概念，其涵义介于伦理学和经济学之间。公共关系服务强调道德文化色彩，无论从内容上还是形式上，服务都带有浓厚的道德文化意义，强调助人为乐、崇尚真美、履行社会公德、促进和平友爱等要求，因此在工作中往往突出精神文明建设，树立良好的社会风气，奉献企业应尽的爱心。

二、公共关系服务的意义

公共关系服务的价值效应具有双重性，既能给公众带来实惠，又能给企业创造顾客、创造市场。在服务活动中，公众所得的利益是十分明显。而对企业来说，服务的价值效应也是多方面的，主要表现在以下五个方面：

- （一）增强企业吸引力
- （二）完善企业的道德人格形象
- （三）提高服务商品的附加值
- （四）刺激消费，扩大市场占有率
- （五）密切公众关系

三、公共关系服务的管理

- （一）服务教育
- （二）服务规则
- （三）服务管理
- （四）服务培训
- （五）服务竞赛

第二节 公共关系服务方式的策划

一、售前服务的策划

第一，积极开展消费文化教育，推行知识营销战略。

第二，及时开展消费操作教育，指导顾客正确消费。

第三，认真为公众准备好方便的消费设施，引导公众的消费欲望和消费方向。

第四，实现准备良好的维修网络，消除公众的后顾之忧。

第五，设立专题服务热线。

二、售中服务的策划

第一，提高服务质量，以高潮的服务树立良好的形象。

第二，对顾客诚实友善、和蔼可亲、热情接待，以良好的鼓舞态度，赢得公众的好感。

第三，服务要公平、公正，绝对不能欺骗、坑害顾客，哪怕是一分一厘，也不能侵占公众的利益。

第四，服务周全、细致。

第五，主动为公众出谋划策，做好贴心参谋，做到精心配置。

第六，注意环境卫生，这也是售中服务的基本内容。

三、售后服务的策划

第一，推行退货、换货制度。

第二，提供可靠、及时、优良的包修、保修和维修服务，包括的具体情形和时间要求，保修与维修的具体范围、时间条件和收费标准，均应该公示于众。

第三，推行召回制度。

第四，建立赔偿服务制度。

第五，经常向用户征询使用意见，定期为公众提供制度性的常规检测、保养服务。

第六，搞好特殊的维修服务。

第七，推行文明的善后服务行为准则和语言规范，如要求上门服务的员工自带维修时拜访工具的塑料播磨，以免污损公众地板。进门主动妥协；不得吃、拿、索、要，谢绝公众的请吃请喝；主动诚恳道歉；用语文明、举止礼貌等。这些细微的做法能够给公众留下良好的印象，从而更好地强化企业形象。

四、公益服务的策划

（一）慈善活动的策划

（二）市政公益建设活动的策划

（三）解决社会问题的活动的策划

拓展阅读

《服务管理》（于千千等著，云南大学出版社，2006年出版）

练习与思考题

一、名词解释

1、公共关系

2、售前服务

3、公益服务

二、简答题

1、简述企业开展公共关系服务的意义？

2、简述售前服务的形式

3、简述企业开展慈善活动的方式

第九章 公共关系的文化策略

学习目标与要求：本章阐述如何运用文化元素提升公共关系品味、如何开展跨文化传播的问题。在现代社会中，公众在物质生活需要得到相对较好的满足后，开始注重精神生活需要，文化性消费心态日趋浓烈，在商品的消费过程中越来越强调文化品味和艺术格调。为了提高公众关系活动的有效性，需要从源远流长的民族传统文化和绚丽纷呈的现代文化中汲取营养，借助文化适应、文化融合、文化包装、文化导向等手法，使文化与公共关系有机地融合在一起，从而有效地提高公共关系活动的文化品味。另外，随着全球化的发展，公共关系也开始走出国门走向国际，公共关系面临着多样性的文化，需要科学的跨文化传播策略。本章引导学生正视公共关系所面临的文化环境，了解公共关系活动的文化元素，初步掌握文化类公共关系活动的策划思路，自觉运用文化策略提升公共关系的品味，同时了解策划公共关系跨文化传播的程序，有效运用文化传播策略为社会组织塑造良好的国际形象。

- 1、了解公共关系文化环境的构成；
- 2、了解公共关系活动的文化元素；
- 3、掌握文化类公共关系的策划；
- 4、掌握提升公共关系文化品味的策略；
- 5、熟悉策划公共关系跨文化传播的程序；
- 6、运用公共关系的跨文化传播策略塑造良好的国际形象。

第一节 文化的公共关系效用

一、公共关系中的文化环境

- （一）历史传统文化
- （二）现实大众文化

二、文化在公共关系中的价值效应

- （一）文化对公众行为的规范机制
 - 1、思维定势作用
 - 2、行为指令作用
 - 3、模式参照作用
- （二）文化对企业形象的促进机制
 - 1、文化可以使企业形象获得长久的“扎根性”生存机制，而不是“盆景式”生存机制。
 - 2、文化可以使企业形象特色化、个性化，给公众一种“闪亮”的感觉。
 - 3、文化可以使企业形象获得升华，演化成为一种超越具体时空的理想境界、哲学境界。
 - 4、文化可以增强企业形象的认同力、说服力，便于公众接受，增强形象的感染效果。

第二节 公共关系活动的文化元素

一、公共关系活动的文化元素

- （一）主题物品

- (二) 主题仪式
- (三) 主题吉祥物
- (四) 历史典故与趣闻
- (五) 主题氛围

二、文化类公共关系活动的策划

(一) 公共关系节庆活动策划艺术

- 1、精选节日时机
- 2、开发节日文化
- 3、渲染节日气氛
- 4、演示节日仪式

(二) 商品文化节的策划艺术

- 1、全面提升主题商品的文化品味
- 2、突出欢快娱乐主旋律
- 3、强化活动规模效应
- 4、巧妙设置奖项

(三) 知识营销活动的策划艺术

知识营销活动就是企业借助大众媒介、宣传手册和专家现场咨询活动，通过传播商品的科学依据、功效原理、结构知识、使用方法等，以及提供咨询意见、诊断意见等服务型项目，培养、启发潜在顾客的消费欲望，壮大消费市场的一种公共关系宣传活动。

三、公共关系文化品味的提升策略

- (一) 强化文化韵味
- (二) 讲究民族色彩
- (三) 遵循科学规律
- (四) 符合公众需求
- (五) 讲究文化魅力

第三节 公共关系的跨文化传播策略

一、公共关系跨文化传播的策划程序

- (一) 调查东道国文化
- (二) 寻找结合点
- (三) 拟定文化影响策略
- (四) 实施活动方案

二、公共关系的跨文化传播策略

公共关系跨文化传播的基本策略是文化适应策略。跨文化传播的矛盾在于全球化规范与本土文化之间的矛盾。文化不同，社会组织内部的人际关系、权力关系、信息关系、竞争关系、利益关系等也就不同，领导机制、导向机制、约束机制、激励机制、沟通机制甚至娱乐机制也不同，管理理念也不同，组织结构也不同，管理模式、决策模式、计划模式、控制模式等都不同。从事跨文化传播，既需要本土化关照，又需要全球化视角。

拓展阅读

《跨文化市场营销》（保罗·A·赫比格著，芮建伟等译，机械工业出版社，2000 出版）

练习与思考题

一、名词解释

- 1、公共关系文化元素
- 2、公共关系文化品味
- 3、跨文化传播
- 4、文化适应策略

二、简答题

- 1、策划公共关系节庆活动应注意哪些要求？
- 2、简述提升公共关系文化品味的策略。
- 3、简述策划公共关系跨文化传播的程序。

第十章 公共关系的危机管理策略

教学目标与要求：本章阐述如何应对社会组织在发展过程中所遭遇的危机事件。危机是试产个经营活动的影子，也是公共关系活动的伴随物。一项调查指出，世界 500 强企业的董事长和总经理，约 80% 的人认为现代企业面对的危机就像死亡一样，是不可避免的事情。既然危机不可避免，那么策略化、艺术化地处理各种危机事件，就成为公共关系工作中的日常性业务。本章引导学生树立科学的危机价值观，了解处理公共关系危机的程序，掌握公共关系危机的处理艺术与策略，从而清除危机的消极影响，并利用危机资源，有效塑造企业良好的形象。

- 1、养成对待公共关系危机的基本的观念；
- 2、了解处理公共关系危机的基本程序；
- 3、掌握处理不同情形公共关系危机的方式；
- 4、理解处理公共关系危机的基本策略；
- 5、掌握处理误解型危机、事故性危机、假冒性危机、灾害性危机和公共性危机的处理艺术。

第一节 公共关系危机管理的价值观

一、危机事件的消极影响

- （一）影响企业经营战略的整体运作
- （二）降低经营信誉
- （三）遏制公众的消费欲望
- （四）破坏组织形象

二、公众在危机时间中的消极心理想象

- （一）晕轮效应
- （二）近因效应
- （三）防卫心理
- （四）流言心理

三、应对危机事件的理念

- （一）积极预防，防患于未然
- （二）正视危机，认真对待
- （三）及时处理，使企业顺利度过“危险期”。
- （四）善于变坏事为好事，通过危机时间的处理，加深公众的信任，进一步扩大影响
- （五）积极开展危机管理
- （六）树立正确的危机管理成本观

第二节 公共关系危机的处理程序

一、收集危机事件的信息

第一，迅速奔赴现场，收集现场信息，以便准确分析事故的原因。

第二，详细、细致收集危机事件的信息，包括发生的时间、地点原因、人员伤亡情况、找出企业、公众与危机事件的关节点。

第三、根据危机事件提供的线索，了解危机事件出现的企业背景情况、公众背景情况，找出企业、公众与危机事件的关节点。

第四、调查受害公众、政府公众、新闻公众及其他相关公众在危机事件中的要求。

二、拟定危机处理对策

（一）公共关系危机的处理对策

1、针对企业内部的对策

第一，根据需要，对原来危机事件专办小组进行调整，组建权威性、高效率的工作班子。

第二，及时召集员工大会，如实、完整地通报遭遇的危机事件，通报企业的基本立场和态度，明确告知员工什么该做什么不该做，什么该说什么不该说。

第三，制定处理危机事件的基本方针和基本对策，明确原则性的应对方案，统一认识。

第四，协调职能部门的相关工作，改进相关的生产、管理、服务工作，就爱你全机制，强化企业的优化运作。

第五，制定周密的善后措施，务求善后工作万无一失，赢得公众好感。

第六，制定妥善的宣传方案与与新闻公众保持联系的方式。

第七，制定挽回公共关系影响和完善企业形象的工作方案与措施。

2、针对受害汞中毒对策

第一，安排富有亲和力、熟悉法律和企业政策的员工，专门接待、联络受害公众。

第二，尽快明确关于责任方面的承诺内容与承诺方式，尽快处理公众投诉。

第三，在了解受害公众赔偿要求的基础，在法律范围之内，制定有利于受害公众的赔偿方案，包括补偿方法与标准，并尽快落实到位。

第四，指定善后工作方案，解决受害公众面临的难题。

第五，确立向公众致歉、安慰公众心理的方式、方法，通过有效的沟通、领导的慰问，来展示企业负责任的诚意和形象。

第六，强化公众心理、情感关系的方案，特别是不能与受害公众争辩，必要时做到“打不还手，骂不还口”，争取公众的同情和理解。

3、针对新闻公众的对策

第一，确定对待不利新闻报道和逆意记者的基本态度，确保对所有媒体都坦诚相待，做到一个态度。

第二，选择理想的新闻发言人

第三，充分准备，撰写新闻稿，力争在第一时间召开新闻发布会，确保主动。

第四，确立配合新闻工作的方式，对外传播需要统一口径，确保一个声音。

第五，相新闻媒体及时报告危机时间的调查情况和处理方面的动态信息。

第六，确立与新闻媒体保持联系、沟通的方式，新闻发言人的联系方法、召开新闻发布会的时间和地点，应事先通报新闻公众。

4、针对政府公众的政策

5、针对合作公众的对策

（二）拟定危机处理对策的注意事项

第一，注意应急性与长远性的统一。

第二，注意诚恳性与责任性的统一。

第三，注意务实性与务虚性的统一。

第四，注意谨慎性与果断性的统一。

第五，注意主体性与全员性的统一。

第六，注意原则性与灵活性的统一。

三、实施危机处理方案

四、改进企业管理工作

第三节 公共关系危机的处理方式

一、单枪匹马快速处理

二、协商处理

三、依托处理

第四节 公共关系危机的处理策略

一、利益倾斜策略

二、情谊联络策略

三、如实宣传策略

1、实事求是，务求绝对真实

2、精选内容，突出针对性

3、讲究速度，开展即使宣传

四、亡羊补牢策略

第五节 公共关系危机的处理艺术

一、误解性危机的处理艺术

二、事故性危机的处理艺术

三、受害性危机的处理艺术

（一）认识打假的长期性

（二）讲究打假的策略性

1、法制打假策略

2、科技打假策略

3、新闻打假策略

4、降低成本打假策略

5、全民打假策略

四、灾害性危机的处理艺术

五、公共性危机的处理艺术

拓展阅读

《危机公关：中国危机公关典型案例回放及点评》（游昌乔著，北京大学出版社，2006 年出版）

练习与思考题

一、名词解释

- 1、公共关系危机
- 2、误解性危机
- 3、事故性危机
- 4、受害性危机
- 5、公共性危机

二、简答题

- 1、简述公共关系人员对待危机事件应有的观念
- 2、简述处理事故性危机的基本对策
- 3、应对公共性危机应运用哪些措施

第十一章 公共关系的促销策略

教学目标与要求：本章阐述企业如何开展促销的问题。企业公共关系作为一种商业文化，无论是协调公众关系还是塑造良好形象，都要服务于开拓市场的经营目标。公共关系与促销活动结合起来，服务于促销，才能更好地表现出自己的价值。本章引导学生正确理解促销的基本涵义，了解不同角度的促销类型，初步掌握竞赛促销活动、抽奖促销活动、附加赠送促销活动、折扣促销活动、分期付款促销活动、以旧换新促销活动和贸易展览促销活动的策划技巧。

- 1、理解促销的实质；
- 2、了解促销的类型；
- 3、掌握策划各种促销活动的基本知识和技巧。

第一节 促销的实质

一、促销的涵义

- （一）促销的宗旨
- （二）促销的对象
- （三）促销的工具

二、促销的前提

三、促销的类型

- （一）对象意义上的促销类型
- （二）商品意义上的促销类型

第二节 促销活动的策划

一、竞赛促销活动的策划技巧

- （一）竞赛促销活动涵义
- （二）竞赛促销活动的形式
 - 1、有奖征集活动
 - 2、游戏竞赛
 - 3、消费竞赛
 - 4、体育竞赛
 - 5、生活情趣竞赛
 - 6、操作技能竞赛
- （三）竞赛促销活动的策划技巧

二、抽奖促销活动的策划技巧

- （一）抽奖促销活动的形式
 - 1、一次抽奖形式

- 2、多次抽奖形式
- 3、答题式抽奖
- 4、游戏式抽奖
- 5、连动抽奖

（二）抽奖促销活动的策划技巧

三、附加赠送促销活动的策划技巧

（一）附加赠送促销活动实质

（二）附加赠送活动的策划技巧

- 1、赠送形式的策划
- 2、赠送数额的策划
- 3、赠送品种的策划
- 4、标识的策划

四、折扣促销活动的策划技巧

（一）折扣促销活动的利与弊

（二）折扣促销活动的策划技巧

- 1、折扣主题策划
- 2、折扣类型策划
- 3、联合打折策划
- 4、折扣幅度策划
- 5、助兴活动策划

五、分期付款促销活动的策划技巧

（一）分期付款促销活动的适用条件

第一，从商品角度来看，分期付款促销活动适用于价值相当大而消费者在日常生活中具有适用价值的超前型贵重商品，一般属于豪华型的选购品和部分特购品。

第二，从合作者角度来看，商品经营单位、金融合作机构等合作者的商业信誉特别良好，能够恪守新约，合同履行率相当高。

第三，从消费者角度来说，目标公众有收入比较稳定的职业，超前消费意识比较浓，具有较强的享受欲望。

（二）分期付款促销活动策划技巧

六、以旧换新促销活动的策划技巧

（一）以旧换新促销活动的效用

（二）以旧换新促销活动的策划技巧

- 1、对比宣传的策划
- 2、以旧换新“折价”方案的设计
- 3、爱心包装的策划
- 4、注意事项的设计

七、贸易展览促销活动的策划技巧

第一，确定目标。

第二，确定主题。

第三，确定竞争策略。

第四，设计展台，拟定好展台不知的施工草图，包括商品商品和办公用品的陈列布置图、展台的基本色调以及展台周围的装饰物品等。

第五，策划销售活动的基本方案，开展培训教育，让参展员工明确展览活动的基本要求，掌握科学的现场销售技巧，从而提高贸易展览促销活动的业绩。

第六、设计辅助性、后援性促销活动方案，活跃展览会现场气氛，提高消费者光顾率。

第七、确定服务活动项目，以实效性、娱乐性的现场销售服务活动提高展台的吸引力。

第八，拟定、制作现场宣传文稿、宣传手册、宣传单和赠送礼品、礼品兑换券等媒体型促销工具，以最大限度地扩大企业的影响。

第九，预备接待消费者的登记用具与场所。

第十，确定摊位和日程表。

拓展阅读

《实效促销 SP》（卢泰宏著，广东旅游出版社，2005 年出版）

练习与思考题

一、名词解释

- 1、促销
- 2、竞赛促销活动
- 3、附加促销活动

二、简答题

- 1、竞赛促销活动有哪些形式？
- 2、简述折扣促销活动的利与弊
- 3、简述分期付款促销活动的适用条件
- 4、策划贸易展览促销活动应注意哪些事项？

第十二章 公共关系的 CIS 策略

教学目标与要求：本章阐述企业如何运用 CIS 策略提升企业形象。CIS 是公共关系的核心策略之一，公共关系只有在科学的 CIS 指导下，从内容主题到形式风格形成强大的整体感，才能创造出公共关系的规模效应，持续而深刻地影响公众，实现公共关系的终极目的。因此，在公共关系中应该自觉引入 CIS 和 CIS 方法，积极探索 CIS 指导公共关系、公共关系 CIS 化的模式。本章引导学生理解理解 CIS 的涵义、基本结构和特点，初步了解 CIS 的发展趋势和应用领域的拓展，掌握策划 MIS 的基本要求和技巧，理解 BIS 作为一种制度建设所应该包含的指标，掌握 VS 的设计对象和基本方法。

- 1、理解 CIS 的涵义、基本结构和特点；
- 2、了解 CIS 的发展趋势和应用领域的拓展；
- 3、掌握策划 MIS 的基本要求和技巧；
- 4、理解 BIS 作为一种制度建设所应该包含的指标；
- 5、掌握 VIS 的设计对象和基本方法。

第一节 CIS 的涵义

一、CIS 的涵义

- （一）CIS 的核心：建立企业的文化式市场运作机制
- （二）CIS 的目标：塑造企业的整体形象
- （三）CIS 的心理机制：强化记忆与引发联想

二、CIS 的特点

- （一）差异性
- （二）规范性
- （三）一致性
- （四）文化性
- （五）美学性

三、CIS 的发展趋势

第二节 MIS 和 BIS 的策划

一、MIS 的策划

- （一）MIS 的定位
 - 1、从科学精神角度进行定位
 - 2、从人文精神角度进行定位
- （二）MIS 的策划

二、BIS 的规划

第三节 VIS 的设计

一、标志的设计

- (一) 标志的基本形式
- (二) 标志设计的程序
- (三) 标志设计的基本要求

二、企业标准字的设计

- (一) 企业名称的确定
- (二) 标准字体的确定

三、企业标准色的设计

- (一) 企业标准色的设计原则
- (二) 企业标准色的设计策略
- (三) 企业标准色的设计步骤

四、VIS 的应用要素

第四节 CIS 的导入

一、CIS 手册的内容体系

第一部分 前言

第二部分 MIS

第三部分 BIS

1、生产管理行为模式

2、市场经营行为模式

3、公益行为模式

第四部分 VIS

1、VIS 的基本要素

2、VIS 的应用个要素

二、CIS 的导入

拓展阅读

《CIS 设计教程》（庞黎明等编著，中国纺织出版社，2006 年出版）

练习与思考题

一、名词解释

1、CIS

2、经营理念

3、标志

二、简答题

1、简述 CIS 的发展趋势

2、设计标志应该遵循哪些原则？

3、确定企业名称应该注意哪些基本要求？

《电子商务概论》教学大纲

于 淼 编写

目 录

第一部分 前 言	1411
一、课程信息	1411
二、课程性质	1411
三、课程的基本要求	1411
四、学时分配	1412
五、考核方式	1412
第二部分 具体章节介绍	1413
第一章 电子商务概述	1413
第一节 电子商务的发展历程	1413
一、电子商务的概念	1413
二、电子商务发展简史	1414
第二节 传统商务与电子商务	1414
一、传统商务	1414
二、电子商务	1414
三、电子商务的优劣势	1414
第三节 推动电子商务发展的力量	1415
一、经济力量	1415
二、市场营销和顾客交互	1415
三、技术和数字融合	1415
第四节 电子商务行业的构成	1415
一、基本术语	1415
二、多媒体内容和网络出版	1416
三、消息传送和信息发布	1416
四、公共的商业服务基础设施	1416
五、其他重要的支持层	1416
第五节 电子商务的类型	1416
一、企业间（B2B）的电子商务	1416
二、企业内部的电子商务	1416
三、企业与消费者间（B2C）的电子商务	1417
四、中介和电子商务	1417
第六节 电子商务对经济问题的影响	1417
一、电子商务对组织结构变化的影响作用	1417
二、电子商务对价值链的影响作用	1417
三、管理问题	1417
思考题	1417
实践要求	1418
课堂案例分析	1418
课堂知识扩展	1418

参考文献.....	1418
第二章 电子商务的基础设施.....	1419
第一节 数据路由选择和基础协议.....	1419
一、包交换网.....	1419
二、TCP/IP 互联网协议.....	1420
三、互联网的其他协议.....	1420
第二节 互联网的应用.....	1420
一、电子邮件.....	1420
二、Telnet.....	1420
三、FTP.....	1420
第三节 标注语言.....	1420
一、标准通用标注语言 (SGML).....	1421
二、超文本标注语言 (HTML).....	1421
三、扩展标注语言 (XML).....	1421
第四节 WWW 技术.....	1421
一、互联的文档.....	1421
二、WWW 客户机/服务器体系结构.....	1421
三、交互式 WWW 应用.....	1421
四、WWW 与数据库的集成.....	1422
五、WWW 的多媒体扩展.....	1422
第五节 互联网、内部网和外部网.....	1422
一、内部网.....	1422
二、外部网.....	1423
第六节 互联网接入的各种方案及其优缺点.....	1423
一、调制解调器.....	1423
二、ISDN.....	1423
三、线缆调制解调器.....	1423
四、ADSL.....	1424
五、T1 和 T3.....	1424
思考题.....	1424
实践要求.....	1424
课堂知识扩展.....	1424
参考文献.....	1424
第三章 电子商务的软件和工具.....	1425
第一节 WWW 服务器的硬件.....	1425
一、自营主机与主机托管的选择.....	1425
二、WWW 平台选择.....	1426
三、WWW 服务器性能评价.....	1426
第二节 WWW 服务器软件.....	1426
一、核心功能.....	1426
二、网站管理.....	1426
三、网站开发.....	1426

四、电子商务	1426
五、WWW 服务器软件和工具	1427
第三节 其他 WWW 服务器工具	1427
一、网络门户（也简称为门户）	1427
二、搜索引擎	1427
三、推式技术	1427
四、智能代理	1427
第四节 电子商务软件功能	1427
第五节 主机托管服务	1428
一、主机托管的优点	1428
二、主机托管的成本分析	1428
三、基本功能软件包	1428
第六节 中高档软件包	1428
一、INTERSHOP Merchant Edition	1429
二、IBM 公司的 WebSphere Commerce Start	1429
三、微软公司的 Commerce Server	1429
思考题	1429
实践要求	1429
课堂案例分析	1429
课堂知识扩展	1429
参考文献	1430
第四章 电子商务的安全	1431
第一节 概 述	1431
第二节 对版权和知识产权的保护	1432
一、对知识产权的安全威胁	1432
二、保护知识产权	1432
第三节 保护客户机	1432
一、对客户机的安全威胁	1432
二、保护客户机	1433
第四节 保护通讯信道的安全	1433
一、通讯信道的安全威胁	1433
二、保护电子商务的通道	1434
第五节 对服务器的安全威胁	1434
一、服务器的安全威胁	1434
思考题	1434
实践要求	1435
课堂案例分析	1435
课堂知识扩展	1435
参考文献	1435
第五章 电子结算系统	1436
第一节 电子结算系统的概述	1436
第二节 电子现金	1437

一、电子现金概述.....	1437
二、电子现金的优缺点.....	1437
三、电子现金的工作原理.....	1437
四、为电子现金提供安全保证.....	1437
五、过去和现在的电子现金系统.....	1438
第三节 电子钱包.....	1438
第四节 结算卡.....	1438
第五节 其他新型金融工具.....	1439
思考题.....	1440
实践要求.....	1440
课堂案例分析.....	1440
课堂知识扩展.....	1440
参考文献.....	1440
第六章 在线零售.....	1441
第一节 在线零售的潜力分析.....	1442
第二节 消费者商业模式.....	1442
第三节 在线零售与邮购.....	1443
第四节 适合在线销售的产品与服务.....	1443
第五节 在线零售的订单履行.....	1444
第六节 WWW 销售的业务模式.....	1444
第七节 在线零售的管理问题.....	1445
思考题.....	1446
实践要求.....	1446
课堂案例分析.....	1446
参考文献.....	1446
第七章 网络营销.....	1447
第一节 网络营销环境.....	1447
第二节 在网络上进行市场调查.....	1448
第三节 WWW 展示.....	1448
第四节 识别和送达消费者.....	1449
第五节 在 WWW 上创建和维系品牌.....	1449
第六节 面向营销的网站建设.....	1449
第七节 外向营销与电子邮件.....	1450
第八节 网络营销与传统营销的整合.....	1451
思考题.....	1451
实践要求.....	1451
课堂案例分析.....	1451
参考文献.....	1451
第八章 企业的电子商务应用.....	1452
第一节 企业的电子商务应用.....	1453
第二节 客户关系管理概述.....	1453
第三节 客户关系管理应用结构.....	1453

第四节 销售链管理概述.....	1454
第五节 销售链管理应用结构.....	1454
第六节 企业资源规划概述.....	1455
第七节 供应链管理概述.....	1455
思考题.....	1455
实践要求.....	1456
课堂案例分析.....	1456
参考文献.....	1456
第九章 实施电子商务的业务计划.....	1457
第一节 设定目标.....	1457
一、效益目标.....	1457
二、成本目标.....	1457
三、比较效益和成本.....	1458
第二节 内部开发与外包.....	1458
一、内部团队.....	1458
二、外包.....	1458
三、选择主机托管服务.....	1458
第三节 电子商务实施的管理.....	1459
一、项目管理.....	1459
二、配备人员.....	1459
三、事后审计.....	1459
思考题.....	1459
实践要求.....	1459
课堂案例分析.....	1460
参考文献.....	1460
题型举例.....	1461
一、名词解释.....	1461
二、单项选择.....	1461
三、多项选择.....	1461
四、简答题.....	1461
五、论述题.....	1461
第三部分 有关说明与实施要求.....	1462
一、参考用书.....	1462
二、学习方法指导.....	1462
电子商务课程实验教学大纲.....	1463
一、实验教学任务和目的.....	1463
二、实验教学基本要求.....	1463
三、实验教学内容.....	1464
四、实验项目与学时分配.....	1465
五、考核方式.....	1465
六、实验教材及参考书.....	1465
七、说明.....	1465

第一部分 前言

一、课程信息

1. 课程名称：电子商务概论 Electronic Commerce
2. 课程类别：必修课程
3. 学时：54 学时
4. 学分：3 学分
5. 先修课程：计算机网络原理与应用，数据库技术，营销学、管理学等
6. 适用专业：工商管理专业

二、课程性质

本课程系中国政法大学商学院电子商务课程。该课程与商学院其他课程密切相关，而且是工商管理课程体系中的重要课程之一。本课程主要介绍互联网电子商务的最新概念，方法，和技术。内容涵盖有关企业电子商务战略，互联网技术，电子商务的基础设施、电子商务的软硬件及其安全，以及电子结算系统，在线零售、网络营销等具体电子商务技术在企业实践中的应用，通过电子商务拓展新的商业空间，电子商务的商业机会，电子商务网站建设，电子商务的社会、政治、和文化因素，技术投资项目的商业计划等等。在本课程中，学生可以学习到电子商务的现状和发展趋势，理解电子商务的运营模式，并且掌握运作、设计和开发电子商务系统的能力。

在本课程的助学或教学中应当尽可能采用解决实际问题的方法，并使用金融、商业、工业和政府机构中的例子，以便学生能把这些方法应用于实际中。课程主要结合案例助学或教学。通过课程的学习，学生应掌握阅读、分析电子商务案例的技巧。这些方法包括：

- (1) 综合阅读技巧；
- (2) 撰写案例分析报告技巧；
- (3) SWOT 分析法（S/W/O/T 分别指优势、弱点、机会、威胁）。

在电子商务专业的助学或教学中，建议采用案例教学和案例考核方法。培养学生的上述能力是十分必要的，这不仅能使学生学习尽可能多的知识，还使他们能够最大限度地发挥潜能。

三、课程的基本要求

本书由浅入深全面介绍了当代电子商务的渊源、新理论、技术和方法，具体在教学过程中要求学生应该达到：

1. 了解电子商务的基本概念；
2. 了解电子商务的技术基础及电子商务在企业中的各种应用；
3. 了解电子商务的相关软件和工具及其应用；
4. 了解电子结算系统、在线零售和网络营销的原理及其在企业的应用
5. 了解实施电子商务的主要业务计划
6. 正确评价企业的电子商务决策以及电子商务对企业核心竞争力的影响；
7. 将电子商务理论与企业电子商务的最新实践联系起来；
8. 为进一步学习电子商务其他课程和知识打下基础。

四、学时分配

电子商务概述	4 学时
电子商务的基础设施	4 学时
电子商务的软件和工具	4 学时
电子商务的安全	4 学时
电子结算系统	6 学时
案例分析	4 学时
在线零售	4 学时
网络营销	6 学时
企业的电子商务应用	6 学时
实施电子商务的业务计划	4 学时
客户关系管理和供应链管理	4 学时
案例分析	4 学时

五、考核方式

1. 考试方式：闭卷，笔试。
2. 试卷分数：满分 100 分（60 分为及格线）。
3. 考试时间：120 分钟。
4. 试卷分数分配：识记部分约占 33%；领会部分约占 33%；应用部分约占 34%。

试题覆盖考试大纲中涉及到的所有内容。同时本课程设有课程实践考核。

正如大纲所描述的那样，学生需要应用自身掌握的实践经验分析说明来自于电子商务领域内的各种案例。

第二部分 具体章节介绍

第一章 电子商务概述

学习目的和要求

通过本章的学习，学生首先应该了解电子商务的发展历程，掌握电子商务的概念，并通过考查传统商务与电子商务间的差异进一步了解电子商务。学生还应掌握推动电子商务发展的力量，电子商务的行业构成、类型及商业应用，以及电子商务对经济问题的影响。

学生只有对电子商务的初步认识后，才能在以后的章节中深入学习电子商务的各个方面。本章是学习其余章节的基础。

知识点

本章的知识点包括：

第一节 互联网和 WWW 的发展历程和相关概念、电子商务的概念、电子商务发展的四个时期：EFT 时代、电子报文传送技术、联机服务和 WWW。

第二节 传统商务与电子商务的差异、电子商务的优劣势。

第三节 推动电子商务发展的力量：经济力量、顾客交互和技术驱动的数字化融合。

第四节 电子商务行业除了各种电子商务应用外，还包括网络基础设施、多媒体内容和网络出版、消息传送和信息发布、公共的商业服务基础设施，而公共政策和技术标准是所有电子商务应用和基础设施的两大支柱。

第五节 电子商务的类型包括企业间（B2B）电子商务、企业内部电子商务、企业与消费者间（B2C）的电子商务，此外还有在线中介和商业应用、在线中介的类型和职能。

第六节 电子商务对经济问题的影响主要体现在：组织结构问题；价值链问题和管理问题的影响。

学习重点和难点

本章的学习重点有：互联网和 WWW 的概念；探讨电子商务的概念并了解电子商务发展的四个时期：EFT 时代、电子报文传送技术、联机服务和 WWW。了解传统商务和电子商务的差异和电子商务的优劣势进行分析。了解推动电子商务发展的主要因素：经济、顾客交互和技术驱动的数字化融合等。了解电子商务的行业构成和主要类型。了解电子商务对经济影响的主要表现。

本章的主要难点：电子商务的主要类型：企业间（B2B）电子商务、企业内部电子商务、企业与消费者间（B2C）的电子商务，此外还有在线中介以及各自的主要作用。

学时分配

本章课程讲授 4 学时。

正文

第一节 电子商务的发展历程

一、电子商务的概念

欧洲委员会（1997）对电子商务的定义是：“电子商务就是以电子方式进行商务交易。它以数据（包括文本、声音和图像）的电子处理和传输为基础，包含了许多不同的活动（如商品服务的电

子贸易、数字内容的在线传输、电子转账、商品拍卖、协作、在线资源利用、消费品营销和售后服务)。”

我们还可以从不同的角度进一步地探讨它的概念:

1. 从通信的角度看,电子商务是通过电话线、计算机网络或其他方式实现的信息、产品/服务或结算款项的传送。
2. 从业务流程的角度看,电子商务是实现业务和工作流自动化的技术应用。
3. 从服务的角度看,电子商务是要满足企业、消费者和管理者的愿望,如降低服务成本,同时改进商品的质量并提高服务实现的速度。
4. 从在线的角度看,电子商务是指提供在互联网和其他联机服务上购买和销售产品的能力。

二、电子商务发展简史

按照各个时期有代表性的不同技术,我们可以将电子商务的发展历程划分成四个阶段:

第一阶段: EFT 时代

电子资金转账是指通过企业间通讯网络进行的账户交易信息的电子传输,这是电子商务最原始的形式之一,也是最普遍的形式。

第二阶段: 电子报文传送技术

从 70 年代后期到 80 年代早期,电子商务以电子报文传送技术(如电子数据交换 EDI)的形式在企业内部得到推广。

第三阶段: 联机服务

第四阶段: WWW

90 年代中期到现在,互联网上出现了 WWW 应用,这是电子商务的转折点。WWW 为信息出版和传播方面的问题提供了简单易用的解决方案。

第二节 传统商务与电子商务

一、传统商务

传统的商务活动就是至少有两方参与的有价物品或服务的协商交换过程,它包括买卖各方为完成交易所进行的各种活动。

二、电子商务

有人把使用互联网或 WWW 作为数据交换媒体的电子商务称为互联网商务。例如,IBM 把电子商务描述为“通过使用互联网技术对企业主要业务所作的改变。”这与前面我们给出的定义有所差别。

了解电子商务的关键在于理解企业是如何利用电子商务来适应商务和技术的变革。特别适用于电子商务的业务流程包括商品的销售。所谓商品是指标准化的并为消费者所熟知的产品或服务。如果业务流程既具有商品化的特征,又需要消费者的亲自接触,这种业务就要求电子商务和传统商务的结合。

三、电子商务的优劣势

优势: 对企业来说,电子商务的优势可以归纳为一句话: 电子商务可以增加销售额并降低成本。

①企业在销售商品和处理订单时,用电子商务可以降低询价、提供报价和确定存货等活动的处

理成本。

②电子商务给买主提供了更多的选择，因为买主可以考虑更多卖主的产品和服务。

③电子商务的好处可以惠及整个社会。

劣势：今天电子商务的大部分缺点是由于关键技术的不成熟造成的。

①实现电子商务的前提是大量的潜在顾客拥有互联网设备并愿意通过互联网购物。

②实施电子商务的成本和收益很难定量计算。

③很多企业在实施电子商务时还会遇到文化和法律上的障碍。

④国际化的电子商务还面临着很多挑战。

第三节 推动电子商务发展的力量

一、经济力量

经济力量首先源于对经济效率的渴望。

1. 外部集成

电子商务的外部集成是将供应商、政府机构和公司集成为一个共同的社区，使它能在任何计算机平台之间进行通信。

2. 内部集成

电子商务的直接应用就是企业业务的内部集成。内部集成确保了关键数据能以数字化方式进行存储，而且存储的格式和媒体都便于快速检索和电子传输。

二、市场营销和顾客交互

电子商务可为企业提供营销渠道，选定目标市场，创造新的顾客服务和支持渠道来提高顾客满意度，还可帮助企业为目标顾客提供更详细的产品和服务信息。信息技术的进步为各行各业的营销人员提供与顾客沟通和服务的新方法。

三、技术和数字融合

融合是指将多个现存技术结合起来，创造出比原有技术更为强大和高效的新技术，从而形成新的技术能力。技术和数字的融合为电子商务的最终实现提供了可能。融合包括两个方面：内容的融合和传输技术的融合。

经济因素、营销因素和数字化融合已影响到各个行业的重新定位，重新定位是为了利用新机会，包括创造全新的服务渠道、为现有产品开发新市场以及为在线环境开发基于信息的新产品。

第四节 电子商务行业的构成

一、基本术语

信息高速公路有许多不同的传输系统，事实上它是多种高速网络传输的综合，包括有线电话、无线电话、带调制解调器的PC机和卫星传输方式。信息传输还需要各种软硬件工具，以提供与不同网络终端设备的接口。

二、多媒体内容和网络出版

信息高速公路是内容传输的基础。在传统运输过程中，产品在运输前先要存在配送中心里。而传输内容的系统与这种系统类似，只是这里的产品是内容，而服务器相当于配送中心。目前最常用的内容传输结构是 WWW。

三、消息传送和信息发布

网络上传输的内容包括文本、数字、图片、声音和图像。消息传送的载体称为中间件，它位于 WWW 服务器和最终用户应用之间，消息传送和信息发布还包括数据格式的转换程序。信息传送载体为非格式化（非结构化）数据和格式化（结构化）数据提供了通信方法。

四、公共的商业服务基础设施

公共的商业服务基础设施包括为在线购买和销售过程提供便利的不同方法。

五、其他重要的支持层

公共政策和技术标准是所有电子商务应用和基础设施的两大支柱：

1. 公共政策

与电子商务有关的公共政策涉及信息访问权、隐私和信息定价等问题。

2. 技术标准

技术标准指的是对信息出版工具、用户界面和信息传输的具体规定。为了确保整个网络的兼容性，就必须采用同样的标准。

第五节 电子商务的类型

电子商务应用有三类：企业间（Business-to-Business）的电子商务、企业内部的电子商务、企业与消费者间（Business-to-Customer）的电子商务。

一、企业间（B2B）的电子商务

从企业的角度来看，电子商务有助于实现下列商业应用：

1. 供应商管理
2. 存货管理
3. 配送管理
4. 渠道管理
5. 结算管理

二、企业内部的电子商务

企业内部的电子商务的目的在于帮助企业维持有助于让渡顾客价值的各种关系。这类电子商务应用的重点是企业内各种职能的集成，它包括以下应用：

1. 工作组的通信
2. 电子出版
3. 销售队伍生产率

在企业内部的电子商务中增长最快的领域就是企业内部网的开发。

三、企业与消费者间（B2C）的电子商务

在企业与消费者间的电子商务中，顾客可通过电子出版内容来了解产品，通过电子结算系统购买产品，并通过网络接收信息商品。从消费者的角度看，电子商务促进了：

1. 社交
2. 个人理财
3. 购买产品和信息：使消费者能找到介绍各种产品和服务的在线信息。

通过电子商务，消费者总是想以更低的价格更便利地购买产品和服务。

四、中介和电子商务

中介（即电子经纪）是处于交易双方之间的经济代理，其任务是执行合同履行所必需的职能。金融服务业中大多数企业都是中介，包括银行、保险公司和风险投资公司等。其他常见的中介形式还有经纪人和代理等。

第六节 电子商务对经济问题的影响

一、电子商务对组织结构变化的影响作用

企业和个人采用电子商务可以改善信息的流动、协调不同活动、降低不确定性，从而降低交易成本。通过降低收集潜在买主和卖主信息的成本、增加潜在市场参与者的数量，电子商务可以转移很多企业对垂直一体化的注意力。

电子商务可以使这种主要依赖信息共享的网络更容易建设和维护。

电子商务使企业的等级制组织结构转向网络结构。

二、电子商务对价值链的影响作用

对于很多企业来说，企业会发现电子商务可以降低成本、改进产品质量、找到新的顾客或供应商、开发销售现有产品的新渠道。

价值链的概念是从总体上考虑企业战略的有效途径。如果企业准备实施电子商务，价值链分析可以帮助企业有效地考察业务单位内部和产品生命周期其他部分的业务流程。价值链的使用会强化企业的这样一种观念，即电子商务应该是一种业务解决方案，而不仅仅是一项为了实施而实施的技术。

三、管理问题

电子商务为消费者和企业开辟了新的天地，同时也要求采用新的管理方法。如果运用得当，电子商务能改善顾客维系、完善产品和服务并提高经营效率，最终提高企业的利润。

管理者需要在电子商务中解决的最重要问题主要包括竞争压力、外部威胁、组织结构和效率与业绩。

思考题

1. 简述电子商务的发展的四个阶段的基本特点是什么？
2. 传统商务和电子商务的异同分别表现在哪里？适合采用电子商务方式进行销售的商品应该具备哪些共同的特点？
3. 电子商务的实施对企业有哪些优势和劣势？

4. 电子商务对经济问题有哪些影响？

实践要求

1. 查看实际的电子商务网站，了解销售业务流程。
2. 查找典型的 B2B、B2C 和企业内部的电子商务实例，并进行简要地分析。

课堂案例分析

1. 长虹 B2C 网站建设案例
2. 案例来源：<http://www.21echina.com>
3. 从长虹电子商务案例中我们可以得到哪些启示？

课堂知识扩展

1. 电子商务的价值链问题（重点业务单元的价值链和行业价值链）。
2. Internet 环境下的重要资源和服务系统。

参考文献

- Amor, D., The E-business (R) evolution. Prentice Hall, 1999.
- Carpenter, P., eBrands: Building an Internet Business at Breakneck Speed. Harvard Business School Press, 2000.
- 《电子商务基础》梅绍祖、吕殿平编著 北京/清华大学出版社/2001.5

第二章 电子商务的基础设施

学习目的和要求

通过本章的学习，学生应该掌握电子商务的基础设施，包括数据路由选择和基础协议、互联网的应用、标注语言、WWW 技术、互联网、内部网和外部网以及互联网接入的各种方案及其优缺点。

知识点

本章的知识点包括：

第一节 包交换网的起源、工作原理和优势，TCP（传输控制协议）与 IP（互联网协议）、HTTP、SMTP 与 POP、IMAP（互联网信息访问协议）、FTP（文件传输协议）。

第二节 了解互联网的三个代表性的应用即电子邮件、Telnet 和 FTP。

第三节 了解三种基本的标注语言：SGML、HTML 与 XML；掌握相关的概念、应用并可以进行简单的分析。

第四节 了解 WWW 技术结构，主要包括浏览器、WWW 服务器和第三方服务。客户机/服务器是 WWW 体系结构的核心。信息集成是 WWW 交互式应用的关键。同 HTML 相比，数据库与 WWW 能够实现更快和更灵活的查询。

第五节 了解内部网和外部网的概念和主要作用；公共网络、安全（专用）网络或虚拟专用网络（VPN）。

第六节 了解 Internet 接入服务商（IAP）、Internet 服务商（ISP）；带宽；不同接入方案的特点。

学习重点和难点

本章的学习重点有：了解互联网的三个代表性的应用即电子邮件、Telnet 和 FTP；了解 WWW 技术结构，主要包括浏览器、WWW 服务器和第三方服务；了解内部网和外部网的概念和主要作用；公共网络、安全（专用）网络或虚拟专用网络（VPN）；

本章的主要难点：三种基本的标注语言：SGML、HTML 与 XML；包交换网的起源、工作原理和优势，TCP（传输控制协议）与 IP（互联网协议）、HTTP、SMTP 与 POP、IMAP（互联网信息访问协议）、FTP（文件传输协议）；Internet 接入服务商（IAP）、Internet 服务商（ISP）；带宽；不同接入方案的特点。

学时分配

本章课程讲授 4 学时。

正文

第一节 数据路由选择和基础协议

一、包交换网

互联网采用包交换技术来实现两点之间传输数据。在包交换网络中，将文件和信息分解成包，在这些包上打上信息源和目的地的电子标签。这些包在网络中从一台计算机传输到另一台计算机，直至抵达目的地。目的地的计算机再把这些包集中起来，并把每个包中的信息重新集成成原先的数据。

最早的包交换网叫做 ARPANET，这是互联网的前身，它采用的是网络控制协议（NCP）。

二、TCP/IP 互联网协议

TCP/IP 是一种双层程序。它包括网络上的计算机用来建立和断开连接的规则。TCP 控制信息在互联网传输前的打包和到达目的地后的重组。IP 控制信息包从源头到目的地的传输路径。IP 处理每个信息包的所有地址信息，确保每个信息包都打上了正确的目的地地址标签。

三、互联网的其他协议

1. HTTP

HTTP 是超文本传输协议的缩写，它是负责传输和显示页面的互联网协议。HTTP 运行在 TCP/IP 模型的应用层。

2. SMTP、POP 和 IMAP

互联网上传送电子邮件是通过一套称为邮件服务器的程序进行硬件管理并储存的。SMTP 和 POP 是负责用客户机/服务器模式发送和检索电子邮件的协议。

互联网信息访问协议（IMAP）是一种优于 POP 的新协议。和 POP 一样，IMAP 也能下载邮件、从服务器中删除邮件或询问是否有新邮件，但 IMAP 克服了 POP 的一些缺点。

3. FTP

文件传输协议（FTP）是 TCP/IP 的组成部分，它在 TCP/IP 连接的计算机之间传输文件，采用的是客户机/服务器模式。FTP 允许文件双向传输；FTP 既可以传输二进制数据，也可以传输 ASCII 码文本；FTP 可以一次传输一个文件，也可以一次传输多个文件。

第二节 互联网的应用

互联网的三个代表性的应用——电子邮件、Telnet 和 FTP

一、电子邮件

电子邮件的使用可以追溯到 70 年代。1972 年雷·汤姆林森（Ray Tomlinson）编写了一种通过 ARPANET 网收发信息的程序。

电子邮件的一个吸引人的优点是，传输的信件可附带文件、图片、电影、电子表格和其他重要的信息。电子邮件最大的缺点是垃圾邮件。

二、Telnet

Telnet 是一种让你登录到互联网上的远程计算机的应用软件。Telnet 可以让你使用远程主机的命令和程序。通过执行终端仿真程序的功能，Telnet 将你键入的命令和其他字符串直接传输到远程主机。

三、FTP

FTP 是计算机间传输数字化业务信息的最快途径。FTP 的最广泛应用也许是销售和交付软件包及更新软件。不管是使用浏览器还是 FTP 客户机程序，你都可以下载图书、手册和完整的软件包。

第三节 标注语言

本节将介绍三种标注语言：SGML（标注语言的鼻祖）、HTML（SGML 的派生物）以及 XML

（SGML 的最新变种）。

一、标准通用标注语言（SGML）

1986 年，国际标准化组织（ISO）采用了一种叫做标准通用标注语言（SGML）的特殊语言作为标准。作为一种编程元语言，SGML 提供了一套标注文档的系统，该系统独立于其他任何应用软件。它还包括一套国际标准，这个标准定义了同设备和机器无关的电子文档表示方法。SGML 对那些需要标准化的机构来说是非常有效并且非常适合的，同时它还提供了多种选择。

二、超文本标注语言（HTML）

HTML 特别适用于页面的显示。HTML 是一种文档生成语言，它包括一套定义文档结构和类型的标记，用来描述文档内文本元素之间的关系。超文本标注语言是一种可以显示数百万计这种页面的语言，HTTP 协议用于在服务器和用户之间传输页面。

HTML 的基础是 SGML。HTML 是一种特殊的 SGML 文档类型，它比 SGML 更容易学习和使用。

三、扩展标注语言（XML）

扩展标注语言（XML）也是从 SGML 发展而来的。XML 是目前最新的语言，用来定义数据结构，这种数据结构对包括电子商务在内的大规模数据传输是非常重要的，而 HTML 只确定页面如何显示。XML 使设计者很容易地以标准化的、连续的方式来描述并传输来自任意应用程序的结构化数据。

XML 可以描述页面的内容。此外，XML 还有数据跟踪能力，这将改变数据共享的方式以及检索数据库和文件的方式。

第四节 WWW 技术

一、互联的文档

WWW 上共享的文档包括文本和 HTML 代码。位于同一计算机或不同计算机上的文档之间的 HTML 超链接构成了互联文档的 WWW。

二、WWW 客户机/服务器体系结构

WWW 的电子商务技术结构的主要组成部分，其中包括客户机浏览器、WWW 服务器和第三方服务。客户机浏览器与 WWW 服务器进行交互，WWW 服务器再与第三方服务进行交互，发挥的是一种中介作用。

WWW 服务器功能主要有信息检索、数据管理和事务及安全管理。第三方服务是另外的 WWW 服务器，提供内容、信息处理工具和电子支付系统。

客户机/服务器是 WWW 体系结构的核心。WWW 客户机（即浏览器）提供了访问和显示 WWW 内容的图形用户界面。信息集成是 WWW 交互式应用的关键。同 HTML 相比，数据库与 WWW 能够实现更快和更灵活的查询。

三、交互式 WWW 应用

1. 交互式应用

WWW 上的交互性经历了三个发展阶段。在第一阶段，WWW 只是实现了共享静态文件（如技术手册、论文、软件等）；用户对交互式网页的需求驱动了 WWW 第二个阶段的发展；Java 等高级脚本语言的出现开创了 WWW 交互的第三个阶段。脚本可使 WWW 上的文件包含有动态内容或根据用户的请求即时创建的内容。

2. 交互性和信息集成

信息集成是开发基于 WWW 的交互式应用的关键。WWW 提供了四种集成形式：

- 链接不同服务器提供的数据库
- 为客户机提供来自不同数据源的数据
- 包容新的数据类型
- 对新的辅助应用程序或插件程序进行集成

3. WWW 为交互式应用而实现的扩展

交互式应用实现的扩展，主要包括数据库集成、脚本编辑和可移动的小应用程序、发布漂亮外观的文件及包括三维虚拟和音频/视频扩展在内的多媒体扩展。

四、WWW 与数据库的集成

1. WWW 数据库类产品
2. HTML 表格和 CGI 程序

五、WWW 的多媒体扩展

WWW 比较重要的扩展有 VRML、RealAudio 和网络电话。

1. 虚拟现实建模语言（VRML）

虚拟现实建模语言的目的是将 HTML 扩展到三维世界中。

2. RealAudio

开发的 RealAudio 允许用户边下载声音文件边收听。

3. 网络电话

用麦克风和 PC 机在互联网上打电话、发传真和寻呼正成为很重要的业务机会。

第五节 互联网、内部网和外部网

一、内部网

从技术上讲，内部网和互联网没有太大的差别，只是访问内部网需要授权。

1. 内部网能实现高效、节约和环保（“绿色”）的内部交流：

内部网能够改善两种类型的企业沟通：

- 一对多的应用
 - 多对多的应用
2. 内部网的成本很低
 3. 内部网还加快了应用软件的分发和升级。

管理和维护企业的 PC 软件花费很高。通过减少软件维护和升级费用，内部网可降低网络系统总成本（TCO）。

目前内部网主要有以下几方面的用途：

1. 使企业内部沟通变得更迅速、更方便。

2. 使需要相互协作的工作更顺利地完成。
3. 联机事务处理对复杂业务的管理更为容易。
4. 联机分析处理使管理决策支持更为有效。
5. 应用程序的发布和维护改进了系统管理。

二、外部网

外部网把企业及其供应商或其他贸易伙伴联系在一起。外部网可以是下列几种网络类型中的任何一种：公共网络、安全（专用）网络或虚拟专用网络（VPN）。

1. 公共网络

如果一个组织允许公众通过任何公共网络（如互联网）访问该组织的内部网，或两个或更多的企业同意用公共网络把它们内部网连在一起，这就形成了公共网络外部网。

2. 专用网络

专用网络是两个企业间的专线连接，这种连接是两个企业的内部网之间的物理连接。专线是两点之间永久的专用电话线连接。

3. 虚拟专用网络（VPN）

虚拟专用网络（VPN）外部网是一种特殊的网络，它采用一种叫做“IP 通道”或“数据封装”的系统，用公共网络及其协议向贸易伙伴、顾客、供应商和雇员发送敏感的数据。这种通道是互联网上的一种专用通路，可保证数据在外部网上的企业之间安全地传输。

第六节 互联网接入的各种方案及其优缺点

专门为企业提供互联网接入服务的公司企业叫 Internet 接入服务商（IAP）或 Internet 服务商（ISP）。ISP 所提供的主要区别在于连接带宽。带宽是单位时间内通过一条通讯线路的数据量。带宽越大，数据文件的传输速度就越快。

一、调制解调器

与 ISP 建立连接的常用方法是通过电话服务商。传统的电话服务（POTS）使用现有的电话线和模拟调制解调器，可提供大约每秒 56K 的带宽。有些电话公司提供更高级的服务，称作数字用户服务或数字用户线路（DSL）协议。通过调制解调器速度很慢，内容提供商的连接必须向高速连接发展。顾客可选择的高速技术有两种，即 ISDN 服务和线缆调制解调器。

二、ISDN

综合数字业务网（ISDN）的主要魅力在于能利用现有的电话线提供高速的互联网接入服务。ISDN 连接绕开了数字-模拟的转换，直接将用户的计算机与 POP 连接起来，数据速率能达到 64Kbps 或 128Kbps，压缩后速率会更高。ISDN 在同一个网络上集成了声音、数据和图像服务，它是一种多用途的系统，被称为第二代远程通信服务。

三、线缆调制解调器

为解决电话带宽的限制，有线电视公司推出了线缆调制解调器。电缆传送数据的速度可以达到电话线的 1000 倍。用一条双绞线和一个以太网卡连在 PC 机上，就可用线缆调制解调器与 ISP 建立相对低成本和高带宽的连接。

四、ADSL

线缆的带宽会随网络用户数目的变化而变化，而 ADSL 则不同。ADSL 是一条专用线路，没有竞争者争夺线路资源。在网络通讯的高峰期，在用户很多的网络中数据的传输速度会大大下降。

五、T1 和 T3

那些在互联网上通讯量很大的大公司与 ISP 建立连接时，使用的是名为 T1 和 T3 的更大带宽的电话连接。T1 线路的带宽是每秒 1.544M，T3 线路的带宽是每秒 44.736M。这两种连接比 POTS 或 ISDN 的连接要贵。

思考题

1. 互联网的基本协议有哪些？其基本发展脉络如何？
2. 互联网的基本应用有哪些？
3. 三种基本标注语言的发展和功能是什么？
4. 互联网、内部网和外部网的区别和联系的具体表现是什么？
5. 简述互联网接入的各种方案及其优缺点。

实践要求

1. 上网查看 HTML 的标准和版本资料。
2. 从网上了解外部网的实现方案。
3. 从网上查找并比较各种互联网的接入方案。

课堂知识扩展

1. 了解超文本服务器技术和超文本链接技术。
2. 了解动态超文本标记语言（DHTML）。
3. 了解 ADSL 的工作原理。

参考文献

1. 电子商务教程与案例（美）Allan Afuah, Christopher L. Tucci 著/李明志等译 北京/清华大学出版社/2005
2. 电子商务/章学拯编著 上海/上海人民出版社/2001
3. 电子商务概论/陈德人, 李小东, 冯雁编著 杭州/浙江大学出版社/2002

第三章 电子商务的软件和工具

学习目的和要求

通过本章的学习，学生首先应该了解如何决策是否采用自营主机，如何选择服务器硬件，如何使用不同的测试程序对 WWW 服务器的硬件和软件组合进行基准测试；接下来是学习服务器软件的功能，了解如何选择服务器的软件；对其它服务器工具也要了解；了解如何选择电子商务软件，了解电子商务软件必须具备的功能；了解主机托管的优点和主机托管服务商提供基本功能软件的功能；了解基本功能软件包和中档软件包之间的区别，中档电子商务软件和企业级的电子商务软件之间的区别和企业级电子商务软件的功能；

知识点

本章的知识点包括：

第一节 WWW 服务器硬件的选择，主机托管，操作系统，Windows NT 或 UNIX 的优缺点，对 WWW 服务器的硬件和软件组合的基准测试，基准测试程序。

第二节 WWW 服务器功能，安全性和验证服务，文件传输协议（FTP）服务，检索引擎和索引程序服务，WWW 网站管理工具的功能，动态内容，网站开发工具的功能，内部网服务器和互联网服务器，WWW 服务器程序，Apache，Internet Information Server（IIS），Netscape Enterprise Server（NES）。

第三节 网络门户，检索引擎，推式技术和智能代理。

第四节 影响电子商务软件选择的因素，商品目录显示；购物车；交易处理机制；电子商务工具。

第五节 主机托管的优点，基本功能软件包，在线商店的模板，全面服务的主机托管网站。

第六节 中高档软件包，INTERSHOP Merchant Edition，WebSphere Commerce Start，Commerce Server，中档电子商务软件和企业级的电子商务软件之间的区别。

学习重点和难点

本章的学习重点有：了解互联网的三个代表性的应用即电子邮件、Telnet 和 FTP；了解 WWW 技术结构，主要包括浏览器、WWW 服务器和第三方服务；了解内部网和外部网的概念和主要作用；公共网络、安全（专用）网络或虚拟专用网络（VPN）；

本章的主要难点：三种基本的标注语言：SGML、HTML 与 XML；包交换网的起源、工作原理和优势，TCP（传输控制协议）与 IP（互联网协议）、HTTP、SMTP 与 POP、IMAP（互联网信息访问协议）、FTP（文件传输协议）；Internet 接入服务商（IAP）、Internet 服务商（ISP）；带宽；不同接入方案的特点。

学时分配

本章课程讲授 4 学时。

正文

第一节 WWW 服务器的硬件

一、自营主机与主机托管的选择

想进行 WWW 展示并开展电子商务服务的企业首先要决定是自营主机，还是使用第三方或 ISP 的主机托管服务。网站的可访问性和带宽也会影响企业是否自营主机的决策。使用主机托管而不是

自营主机就意味着公司的需求要由主机托管商来满足。

二、WWW 平台选择

企业根据实际需要来选择高性能或低性能的服务器，选择服务器硬件时要考虑的另一个重要因素是在服务器上可能发生的内部（即内部网）和外部的信息访问量或交易数。

硬件决策、操作系统选择和应用服务器软件选择这三者是密切相关的。它们共同决定了 WWW 系统的性能。

三、WWW 服务器性能评价

WWW 服务器是电子商务的关键。对 WWW 服务器的硬件和软件组合的基准测试可以使你在做出企业网络系统决策时有足够的信息。基准测试是用来比较硬件和软件性能的一种测试方法。

硬件和操作系统是基准测试的主要领域。

影响 WWW 服务器性能的另一个因素是连接速度。

还有一个应考虑的因素是服务器可处理用户的数量。测量服务器页面传输能力的重要指标是吞吐能力和响应时间。

最后，系统应客户机的要求所传输的页面的组合和类型也会大大影响服务器的性能。

第二节 WWW 服务器软件

服务器软件维护登录记录，内容包括组织内部和外部人员每次访问服务器的时间、日期和 URL 信息。根据所用软件包的不同，WWW 服务器程序的功能可有很多差异。WWW 服务器功能分为：核心功能、网站管理、应用构造、动态内容和电子商务。

一、核心功能

服务器软件的核心功能就是对用 HTTP 协议发来的 WWW 客户机请求进行处理并作出响应。如：安全性和验证服务；文件传输协议（FTP）服务；检索引擎和索引程序服务、获取访问者的信息服务；数据分析服务等。

二、网站管理

WWW 网站管理工具的功能。企业的网站应该定期检查指向企业 WWW 网站内部和外部页面的链接。应用构造是使用 WWW 编辑软件和扩展软件来生成静态或动态的页面。动态内容是响应 WWW 客户机的请求而构造的非静态的信息。

三、网站开发

网站开发工具的功能包括 HTML 或可视化 WWW 页面编辑软件、软件开发套件和 WWW 页面上载支持。代表性的工具有 FrontPage、Dreamweaver、Cold Fusion、PageMill、HoTMetal Pro 和 Netscape Composer。

四、电子商务

虽然电子商务服务器和 WWW 服务器不一样，但 WWW 服务器也可以支持电子商务软件。有的软件包还提供电子商务模板，这些模板可简化图形、产品和企业信息以及购物车的创建工作，甚至可以简化信用卡的处理业务。

五、WWW 服务器软件和工具

WWW 服务器市场分为两个截然不同的区域：内部网服务器和互联网服务器。三种最流行的 WWW 服务器程序是 Apache HTTP Server、微软的 Internet Information Server(IIS)和网景的 Netscape Enterprise Server，它们各有特点。

第三节 其他 WWW 服务器工具

除了 WWW 服务器硬件和软件外，还应该了解 WWW 服务器的其他工具。四种特别重要的工具是网络门户、检索引擎、推式技术和智能代理。

一、网络门户（也简称为门户）

网络门户是 WWW 上的“网络之门”，它好比是一个为用户定制的主页，用户通过它开始自己的检索、漫游和其他 WWW 活动；门户通常包含常规信息，可帮助你找到 WWW 上的任何信息。门户不是针对特定的用户。

二、检索引擎

检索引擎是一种特殊的 WWW 页面软件，可找到与用户输入的单词或短语匹配的 WWW 页面。你所输入的单词或短语叫做检索词，它包含告诉检索引擎进行检索的指令。有些 WWW 网站还包括有目录。检索引擎和目录之间存在区别。

检索引擎由三部分组成。第一部分是称作网络蜘蛛、网络爬虫或网络机器人的程序；网络蜘蛛所找到的所有内容都放入检索引擎的第二部分——索引。检索引擎实用程序就是检索引擎的第三部分。

所有的检索引擎都包括了这三个部分，检索引擎之间的差异在于每种引擎执行任务的方式不同。

三、推式技术

推式技术是自动地把特定的信息从 WWW 服务器传输到用户计算机的硬盘上。推式技术以一种温和的方式将定制的信息直接又及时地传输到用户的计算机上。有两种方法可以收到推式信息：频道订阅和 WWW 页面订阅。

四、智能代理

所谓代理、智能代理、软件代理或软件机器人实际上都是同一种程序，它可以代表个人或组织完成信息收集和过滤等工作（在后台运行）。比较有名的代理系统包括 AuctionBot、BargainFinder、Firefly 和 Kasbah。

第四节 电子商务软件功能

只要在网上开展电子商务，就会面临软硬件解决方案的多种选择。影响电子商务软件选择的因素有多种，其中最重要是企业规模、预计的访问量和销售量。另一个因素是预算。还有明确电子商务受众。另一个需要事先进行的决策是：利用 ISP 提供的整体服务还是自行维护电子商务网站。

所有的电子商务软件必须具备的功能包括：商品目录显示；购物车；交易处理机制；电子商务工具。

许多企业间商务系统必须与现有的信息系统连接起来，这些系统可能是企业资源规划（ERP）软件包；大多数电子商务软件包都提供自动帮助系统，以帮助创建模板页面，其中包括主页和联系页面等。

第五节 主机托管服务

WWW 主机托管服务使企业投入少许就可开展电子商务。专业的主机托管提供了可靠的服务器、强大的功能和不间断的技术支持，而且收费合理。与自营主机相比，主机托管有很大的成本优势。

一、主机托管的优点

专业的主机托管提供了可靠的服务器、合理的收费、强大的功能和不间断的技术支持。若签的是按月服务，还可随时中止合同。由于不需要雇人维护网站，也不用在硬件上投资，总成本是很低的。

二、主机托管的成本分析

与自营主机相比，主机托管有很大的成本优势。

三、基本功能软件包

基本功能软件包是主机托管，服务商提供的免费或廉价的电子商务软件。

有些主机托管服务商为销售品种较少（50 种左右）并且交易率较低的小企业提供免费或廉价的商务服务。这类主机托管服务为在线商店和基于表的订购（没有购物车）提供足够的存储空间，但一般不提供交易处理服务。

一些主机托管网站都提供创建在线商店的模板。如果使用模板，用户花半小时就可建成商店。这类主机托管的一个重大缺陷就是顾客订购交易得用电子邮件完成。另一个问题是页面上的广告对顾客视线的骚扰。

全面服务的主机托管网站可为在线商店提供很好的服务（包括易于使用的 WWW 创建工具），这种主机托管还提供一些高质量的工具，如电子商店模板、非常好用的界面、页面快速生成工具和页面维护工具。免费的主机托管网站和全面服务主机托管网站有若干重要的差别。这类主机托管服务的例子有很多，如 Yahoo!Store、GeoShops、ShopBuilder 和 Virtual Spin Internet Store。

第六节 中高档软件包

基本功能软件包和中档软件包之间的界限比较模糊。但中档软件包有几个比较关键的特点。首先，中档软件包所支持电子商店的店主对商品销售规划、网站布局、内部结构、远程和本地管理方案都有很好的控制能力。另外，中档软件包同基本功能软件包在功能、价格、数据库连接能力、软件便利性、软件定制工具及对店主的计算机知识要求等方面都有很大的差别。

中档软件包可同复杂的数据库系统连接起来，并存储商品目录信息。将商品目录信息存储在数据库中会使商品维护更为方便和简单。所有中档软件系统都是在电子商店店主自己的计算机上运行的。

本节介绍三种中档电子商务系统，即 INTERSHOP 通讯公司开发的 INTERSHOP Merchant Edition，IBM 公司开发的 WebSphere Commerce Start 和微软公司的 Commerce Server。

一、INTERSHOP Merchant Edition

INTERSHOP 商店版（Merchant Edition）是 INTERSHOP 通讯公司提供的四种电子商务软件包之一，其他版本包括开发版（Developer Edition）、企业版（the Enterprise Edition）和主机托管版（Hosting Edition）。

二、IBM 公司的 WebSphere Commerce Start

商店创建的自动工具可以创建三种类型的商店：称为 One Stop Shop 的简单的商品目录服务、功能更强的称为 Personal Delivery 商店和一个称为 Business-to-Business 的商店，后者的目标市场是从事企业间贸易的公司。

三、微软公司的 Commerce Server

微软公司的 Commerce Server 只能在 Windows NT 服务器上运行，它有大量支持 WWW 上销售商品或服务的工具与程序。Commerce Server 不是一个黑箱式的解决方案。你可用它的自动帮助工具按部就班地创建一个网站，然后定制代码来满足你的特殊需要。它提供了用于建立系统的后台管理的工具和用于创建电子商店的工具。

思考题

1. 自营主机与主机托管的选择时要考虑哪些影响因素？
2. WWW 服务器的功能的具体表现是什么？
3. WWW 服务器的其他工具主要有哪些？
4. 对主机托管服务进行优缺点分析并简述其基本功能。

实践要求

1. 从网上了解并比较各家的主机托管方案。
2. 从网上了解实际网站的软硬件平台。
3. 从网上了解并比较各种 WWW 服务器软件。
4. 比较流行的搜索引擎的功能特点。

课堂案例分析

白云机场提升电子商务管理水平案例分析

资料来源：<http://www.chinabyte.com>

内部电子商务系统的建立对白云机场的发展创造那些有利条件？

课堂知识扩展

1. 创建企业内部网系统的基础设施。
2. IBM 公司开发的 WebSphere Commerce Start
3. 微软公司的 Commerce Server

参考文献

1. Amor, D., The E-business (R) evolution. Prentice Hall, 1999.
2. [美]Ravi Kalakota、Andrew B. Whinston:《电子商务管理指南》,陈雪美译,北京,清华大学出版社,2000

第四章 电子商务的安全

学习目的和要求

通过本章的学习,学生首先要了解计算机有哪些安全问题,接下来分别分析存在的四种安全威胁和相应的安全措施,即版权和知识产权、客户机、通信信道和服务器,使学生对电子商务可能遇到的种种安全问题和应该采用的防范措施有全面的了解。

知识点

第一节 计算机安全的含义和类型,保密、完整和即需的含义,安全措施、安全策略的含义和内容。

第二节 版权的含义,保护数字化的知识产权和保护传统的知识产权的区别,保护数字化版权的方法。

第三节 客户机易受到的安全威胁,活动内容如何导致安全问题,Java、Java 小应用程序和 JavaScript 如何导致安全问题,Active X 和电子邮件的附件如何导致安全问题,信息隐蔽,数字证书, Cookie 的处理和限制,防病毒软件。

第四节 通信信道的安全威胁,电子邮件信息受到的安全、完整和即需的威胁,通讯保密性、消息完整性和信道可用性,加密,加密程序,解密程序,加密算法,加密的类型,散列编码、对称加密和非对称加密,安全套接层(SSL)系统和 S-HTTP。

第五节 服务器的安全威胁,公用网关接口,安全漏洞,WWW 商务服务器软件,商务服务器的安全解决方案,访问控制和认证,防火墙,包过滤、网关服务器和代理服务器

学习重点和难点

本章的学习重点有:计算机安全的类型,保密、完整和即需的含义,安全措施、安全策略的含义和内容;版权的含义,保护数字化的知识产权和保护传统的知识产权的区别;客户机易受到的安全威胁,活动内容如何导致安全问题,Java、Java 小应用程序和 JavaScript 如何导致安全问题,Active X 和电子邮件的附件如何导致安全问题;电子邮件信息受到的安全、完整和即需的威胁,通讯保密性、消息完整性和信道可用性。

本章的主要难点:保护数字化版权的方法;信息隐蔽,数字证书, Cookie 的处理和限制;加密,加密程序,解密程序,加密算法,加密的类型,散列编码、对称加密和非对称加密,安全套接层(SSL)系统和 S-HTTP;访问控制和认证,防火墙,包过滤、网关服务器和代理服务器。

学时分配

本章课程讲授 4 学时。

正文

第一节 概 述

计算机安全就是保护企业资产不受未经授权的访问、使用、篡改或破坏。主要有两大类的安全:物理安全和逻辑安全。物理安全是指可触及的保护设备,如警铃、保卫、防火门、安全栅栏、保险箱、防爆建筑物等。使用非物理手段对资产进行保护称为逻辑安全。对计算机资产带来危险的任何行动或对象都被称为安全威胁。

计算机安全分成三类,即保密、完整和即需。保密是指防止未经授权的数据暴露并确保数据源的可靠性;完整是防止未经授权的数据修改;即需是指防止延迟或拒绝服务。

安全措施是指识别、降低或消除安全威胁的物理或逻辑步骤的总称。。根据资产的重要性不同,

相应的安全措施也有多种。如果保护资产免受安全威胁的成本超过所保护资产的价值，我们就认为这种资产的安全风险很低或不可能发生。

要保护自己的电子商务资产，所有组织都要有一个明确的安全策略。安全策略是明确描述对所需保护的资产、保护的原因、谁负责进行保护、哪些行为可接受、哪些行为不可接受等的书面描述。制定安全策略时，首先要确定保护的内容（如保护信用卡号不被窃听）；再确定谁有权访问系统的哪些部分，不能访问哪些部分；然后确定有哪些资源可用来保护这些资产。安全小组了解了上述信息后，才能制定出书面的安全策略。最后要提供资源保证来开发或购买实现企业安全策略所需的软硬件和物理防护措施。

综合安全意味着将所有安全措施协同起来以防止未经授权的资产暴露、破坏或修改。安全策略必须包含着对安全问题的多方面考虑因素。安全策略一般包含认证、访问控制、保密、数据完整性、审计。

第二节 对版权和知识产权的保护

一、对知识产权的安全威胁

版权是对艺术的保护，一般包括对文学和音乐作品、戏曲和舞蹈作品、绘画和雕塑作品、电影和其他视听作品以及建筑作品的保护；知识产权是思想的所有权和对思想的实际或虚拟表现的控制权。同对计算机的安全威胁一样，对版权的侵犯也会带来破坏；但同对计算机安全的破坏不一样，侵犯版权的范围比较狭窄，对组织和个人的影响要小一些。

二、保护知识产权

保护数字化的知识产权和保护传统的知识产权不同。传统的知识产权主要通过国内法律甚至国际法来保护。数字化的知识产权所面临的困境是如何在网站上发表知识产权作品同时又能保护这些作品，但绝对的保护是不现实的。

世界知识产权组织（WPO）一直在推进和监督国际数字化版权的问题。也有些公司为数字化版权持有人提供第一、二代的保护产品。美国信息技术协会（ITAA）提出了主机名阻塞、包过滤和代理服务器等方案。互联网服务提供商（ISP）可用 IP 阻塞、包过滤或代理服务器来阻止某个违法网站的访问。但这些方法无法防止未经版权所有者允许的盗窃。

还有些方法也许能保护数字化作品，例如软件测量、数字化水印和数字信封（有时也叫信息认证码）。人们还在不断开发新的方法。其中一个很有前途的技术是用信息隐蔽法来生成数字水印。数字水印是隐蔽地嵌入在数字图像或声音文件里的数字码或数字流。可对其内容加密或简单地隐藏在图像或声音文件的字节里。

第三节 保护客户机

一、对客户机的安全威胁

在可执行的 WWW 内容出现前，页面是静态的。静态页面是以 WWW 标准页面描述语言 HTML 编制的，其作用只是显示内容并提供到其他页面的链接。在活动内容广泛应用后，这个状况就发生了变化了。

对客户机的安全威胁主要可以来自于：

1. 活动内容：是指在页面上嵌入的对用户透明的程序，它可完成一些动作，如显示动态图像、下载和播放音乐等。在这些合法的指令中可能会隐藏着有恶意指令，从而导致安全问题。活动内容包括 Java 小应用程序、Active X 控件、JavaScript 和 VBScript、图形和 WWW 浏览器插件以及电子邮件附件。

二、保护客户机

要保护客户机（一般指 PC 机）不受网上下载的软件和数据的安全威胁。下面介绍一些内置的防止或减少客户机安全威胁的保护机制。

1. 数字证书是电子邮件附件或嵌在网页上的程序，可用来验证用户或网站的身份。另外，数字证书还有向网页或电子邮件附件原发送者发送加密信息的功能。下载的程序内有数字证书，就可识别出软件出版商（以确认软件出版商的身份同证书相符）并确认证书是否有效。

2. 微软公司的 Internet Explorer

微软公司的 Internet Explorer 在浏览器内部提供了对客户机端的保护。Internet Explorer 除了为防止儿童接触成人网站而提供内容警告外，还可对基于 Active X 或 Java 的活动内容做出反应。Internet Explorer 采用微软公司的 Authenticode 技术来验证所下载活动内容的身份。

3. 网景公司的 Navigator

网景公司的 Navigator 可以允许你控制是否将活动内容下载到客户机上。如果你决定用 Navigator 下载活动内容，就可查看附在 Java 或 JavaScript 控件上的签名（Active X 控件不能在 Navigator 上运行）。

4. 处理 Cookie

Cookie 既可存储在你的计算机上，也可在一次浏览会话中创建、使用并删除。Cookie 只可由创建它的网站来检索，Cookie 所带来的问题在于它是以不为人觉察的方式收集或存储信息。

5. 使用防病毒软件

防病毒软件只能保护你的计算机不受已下载到计算机上的病毒攻击，所以它是一种防卫策略。不论选择哪家厂商的产品，你都得不断更新防病毒软件的数据文件。这些文件存储的是用于检测病毒的病毒识别信息。

第四节 保护通讯信道的安全

一、通讯信道的安全威胁

在互联网上传输的电子邮件信息都会受到对安全、完整和即需的侵犯。

保密是防止未经授权的信息泄露，保密是要求繁杂的物理和逻辑安全的技术问题，它与隐私有一定的区别。隐私是保护个人不被曝光的权利；保密是要求繁杂的物理和逻辑安全的技术问题，隐私则需要法律的保护。

对完整性的安全威胁也叫主动搭线窃听。当未经授权方改变了信息流时就构成了对完整性的安全威胁。破坏了完整性也就意味着破坏了保密性，因为能改变信息的窃听者肯定能阅读此信息。完整性和保密性间的差别在于：对保密性的安全威胁是指某人看到了他不应看到的信息，而对完整性的安全威胁是指某人改动了传输的关键信息。

对即需性的安全威胁也叫延迟安全威胁或拒绝安全威胁，其目的是破坏正常的计算机处理或完全拒绝处理。

二、保护电子商务的通道

提供电子商务通道的安全意味着保证通讯保密性、消息完整性和渠道可用性。

1. 交易的保密

加密就是用基于数学算法的程序和保密的密钥对信息进行编码，生成难以理解的字符串。将这些文字（称为明文）转成密文（位的随机组合）的程序称作加密程序。接收方收到消息后对其解码或称为解密，所用的程序称为解密程序。加密程序的逻辑称为加密算法。按密钥和相关加密程序类型可把加密分为三类：散列编码、对称加密和非对称加密。

安全套接层（SSL）系统和 S-HTTP 是用互联网进行安全信息传输的协议。

安全 HTTP（S-HTTP）是 HTTP 的扩展，它提供了多种安全功能，包括客户机与服务器认证、加密、请求/响应的不可否认等。

2. 保证交易的完整性

电子商务最终要涉及客户机浏览器向商务服务器发出结算信息、订单信息与结算指令人以及商务服务器向客户机返回订单确认信息。可用多种技术的组合来创建能防止修改同时能认证的消息。

3. 保证交易传输

拒绝或延迟服务攻击会删掉或占用资源。加密和数字签名都无法保护信息包不被盗取或速度降低。但 TCP/IP 中的传输控制协议（TCP）负责对信息包的端到端的控制。当 TCP 在接收端以正确次序重组包时，会处理包丢失的问题。TCP/IP 的职责会要求客户机重新发来丢失的数据。

第五节 对服务器的安全威胁

一、服务器的安全威胁

对企图破坏或非法获取信息的人来说，服务器有很多弱点可被利用。其中一个入口是 WWW 服务器及其软件，其他入口包括任何有数据的后台程序，如数据库和数据库服务器。也许最危险的入口是服务器上的公用网关接口（CGI）程序或其他工具程序。

软件越复杂，包含错误代码的概率就越高，有安全漏洞的概率也就越高。安全漏洞是指破坏者可因之进入系统的安全方面的缺陷。

一种对 WWW 服务器的攻击可能来自服务器上所运行的程序，如互联网蠕虫引起的溢出会消耗掉所有资源，直到主机停机。另一种就是攻击程序地址的内部寄存器来恢复执行。还有一种攻击是邮件炸弹。

WWW 商务服务器软件包括 FTP 服务器、WWW 服务器、电子邮件服务器、远程登录服务器和主机上的操作系统。商务服务器的安全解决方案有：访问控制和认证是指控制访问商务服务器的人和访问内容。认证就是验证期望访问计算机的人的身份，通常是用数字证书进行验证。防火墙在需要保护的网同可能带来安全威胁的互联网或其他网络之间建立了一层保护，通常也是第一道保护。防火墙分成若干类，包括包过滤、网关服务器和代理服务。

思考题

1. 目前电子商务安全方面面临的挑战有哪些？
2. 客户机的安全威胁主要来自于哪些方面？如何避免对客户机造成威胁？
3. 通讯信道的安全威胁来自于哪里？怎样对通讯信道进行保护？

实践要求

1. 上网查看各种活动内容的技术特征。
2. 从网上了解各种安全措施的实现。
3. 了解实际网站的安全措施的实现方案。

课堂案例分析

通用电气（中国）网站维护案例分析

资料来源：<http://www.chinabyte.com>

通用电气（中国）是如何进行网站安全维护的？对我们进行电子商务安全维护有何启示？

课堂知识扩展

1. 了解散列编码、对称加密和非对称加密的相关知识。
2. 了解数字证书的相关知识。

参考文献

1. Carpenter, P., eBrands: Building an Internet Business at Breakneck Speed. Harvard Business School Press, 2000.
2. [美]Ravi Kalakota、Marcia Robinson:《电子商业——通往成功之路》,潇湘工作室译,北京,人民邮电出版社,2000

第五章 电子结算系统

学习目的和要求

通过本章的学习，学生首先应该了解电子结算系统的概念，推动电子结算系统发展的力量和电子结算系统优势，电子代币的概念和对它们的评价方法；了解电子现金的概念、优势和特点，使用的方法、工作原理、安全保障；了解电子钱包的功能、特点和优势以及电子钱包的两种标准；了解信用卡结算的步骤、类型，SET 的原理和特点；了解其它几种结算工具的特点和使用情况。

知识点

第一节 电子结算系统的概念，发展的推动力量，主要目标；消费者的网上采购过程；传统结算工具的局限性；小额结算；电子代币的概念；先付代币；后付代币；对电子代币结算方法的评价。

第二节 电子现金的概念；电子现金的特点；电子现金的持有办法；电子现金的优缺点；电子现金的工作原理；电子现金的安全保证；各种电子现金的状况。

第三节 电子钱包的功能和优点；几种电子钱包的特点；W3C 的电子商务组（ECIG）制定的“WWW 小额支付通用标记”；ECIG 草案的框架；ECML（电子商务模型语言）。

第四节 信用卡结算的步骤；基于信用卡的结算的类型；结算卡的安全机制；结算卡交易的步骤；封闭系统；开放系统；安全电子交易（SET）；加密套接字协议层（SSL）；SET 的特征和使用；SET 的局限性。

第五节 智能卡；Mondex 卡；电子支票。

学习重点和难点

本章的学习重点有：电子结算系统的概念，主要目标；消费者的网上采购过程；电子代币的概念；先付代币；后付代币；对电子代币结算方法的评价。电子现金的概念；电子现金的特点；电子现金的持有办法；电子现金的优缺点；电子钱包的功能和优点；几种电子钱包的特点；结算卡的安全机制；结算卡交易的步骤；封闭系统；开放系统；

本章的主要难点：电子现金的工作原理；电子现金的安全保证；W3C 的电子商务组（ECIG）制定的“WWW 小额支付通用标记”；ECIG 草案的框架；ECML（电子商务模型语言）；安全电子交易（SET）；加密套接字协议层（SSL）；SET 的特征和使用；SET 的局限性；智能卡；Mondex 卡；电子支票。

学时分配

本章课程讲授 6 学时。

正文

第一节 电子结算系统的概述

电子结算就是买主和卖主之间的在线资金交换。推动电子结算发展的力量来自三个方面：技术成本的降低、经营成本和处理成本的降低、在线商务的增加。电子商务的主要目标则是要影响消费者进行结算的方式，它的发展方向是实时的电子传输、票据清算和结算系统。

为更好了解电子结算，需要先了解消费者的采购过程，即浏览商品——挑选商品——向消费者显示订货表——消费者选择结算的方法——提交订货表——结算授权——装运和结算的确认——装运货物——结算。

传统结算工具的局限性包括：传统结算工具不能进行实时结算；缺乏便利性；缺乏安全性；使用范围太窄；缺乏合格性；不能进行小额结算。传统结算工具的种种缺陷使它无法适应电子商务的

要求。为了改变这种状况，有几家企业正在开发新的金融工具，如数字现金、电子货币和电子支票。这些金融工具的共同点就是采用了电子代币的概念，并支持小额结算。电子代币是由银行或金融机构支持的数字结算方式，它分为先付代币（实时代币）和后付代币两类。

先付代币是在卖方和买方之间交换的。用户要预先支付一定金额购买代币。交易是通过电子货币的交换进行结算。先付代币结算机制包括数字现金、借记卡和存放电子货币的电子钱包。后付代币的使用要依照买卖双方之间交换的资金转账指令。后付代币包括电子支票、加密信用卡和第三方授权机制。

对电子代币结算方法的评价要考虑：某种电子代币适用于哪种交易？使用什么结算手段？结算系统的安全、匿名和认证方法是什么？谁在何时承担什么风险？

第二节 电子现金

一、电子现金概述

电子现金也叫数字现金，它不仅具有计算机化带来的便利，而且具有纸制现金不具有的安全性和隐私保护。电子现金的广泛适用性为它的应用开辟了广阔的新市场。任何电子现金系统都必须具备四个共同特点，包括货币价值、互可操作性、支取性和安全。除了上面的特性以外，电子现金还具有其它一些特点：如独立性、便携性、可分解性和方便性。电子现金的独立性是指它和任何网络或存贮设备无关。可分解性是电子现金同真正的通货的一个区别。可分解性决定支付单位的大小。电子现金最重要的特点也许就是它的方便性了。

目前现金持有办法是在线存贮和离线存贮。在线现金存贮意味着消费者不需要亲身拥有电子现金，而是由一个可信赖的第三方参与到所有的电子现金转账过程中，并持有消费者的现金账号。离线现金存储是在消费者自己的钱包里保存虚拟货币，消费者自己持有货币，不需要可信的第三方参与交易。

二、电子现金的优缺点

电子现金比其他结算方式更为有效，在互联网上现金转账的成本要比处理信用卡的成本低。而且电子交易的距离不是问题。电子现金也不像信用卡交易所要求的特殊认证。电子现金也有缺点，如互联网征税；无法跟踪，这就又带来另一个问题：洗钱。电子现金还可以被伪造。

三、电子现金的工作原理

电子现金的工作原理是：要拿到电子现金，消费者必须到银行去开一个账户，并提供证明身份的证件。以后，当他想用电子现金消费时，他就可通过互联网访问银行并提供身份证明。人们通常把认证中心颁发的数字证书用作数字身份证明。在银行确认了消费者的身份后，就会发给消费者一定量的电子现金，并从消费者的账户上减去相同的金额。

四、为电子现金提供安全保证

为电子现金提供安全保证包括采用复杂的双锁技术来避免重复消费，或增加电子序列号来跟踪电子现金。复杂的加密算法是追踪电子货币持有人并防止篡改的关键技术。完全匿名的电子现金要求银行在所发行的电子现金上嵌入一个序列号，以实现电子现金的数字签名，同时也消除了电子现金同特定消费者之间的任何关联。

五、过去和现在的电子现金系统

目前的电子现金有 Checkfree、Clickshare、CyberCash、DigiCash、eCoin 和 MilliCent，它们各有特点。

第三节 电子钱包

电子钱包的功能和实际钱包一样，可存放信用卡、电子现金、所有者的身份证书、所有者地址以及在电子商务网站的收款台上所需的其他信息。电子钱包提高了购物的效率。消费者选好商品后，只要点击自己的钱包就能完成付款过程，大大加速了购物的过程。

目前的电子钱包有 Agile Wallet、eWallet 和 Microsoft Wallet，它们各有特点。

Agile Wallet 技术由 Agile Wallet 安全服务器提供。这是 CyberCash 开发的服务器，可处理消费者结算和购物信息，提供快速和安全的交易。

Launchpad 技术公司的 eWallet 是一个免费的钱包软件，消费者可下载并安装到自己的计算机上。它不像其他钱包那样存在中心服务器上。和其他钱包一样，eWallet 将顾客个人信息和结算信息存在钱包里。

Microsoft Wallet 预装在 Internet Explorer 4.0 及以上版本里，当然，不会预装在网景公司的 Navigator 中。其功能与大多数电子钱包一样，在用户需要时可自动填写订单表。Microsoft Wallet 是微软公司为钱包的标准化而推出的。

WWW 共同体（W3C）已提出了电子钱包的建议标准，这个标准会影响各商家所提供的电子钱包产品。W3C 的电子商务组（ECIG）制定了“WWW 小额支付通用标记”草案，ECIG 的建议标准是以可扩展的、互可操作的方式将小额支付信息嵌入到页面中的指南。

目前 ECIG 草案的框架如下：客户机（客户的浏览器）通过向商务服务器请求信息来开始小额支付活动。客户机的浏览器包括浏览器、称为每种付费链接理程序（PFLH）的模块和一个或多个电子结算的钱包构成。在客户机/服务器组的商家端是 HTTP 服务器。W3C 的方案建议了用新的 HTML 标记来表示所嵌入的小额支付信息。

由 IBM 公司、微软公司、VISA 公司和万事达公司组成的一个协会提出了另一个标准，以解决目前电子商务多标准的状况。所组成的协会就名为 ECML（电子商务模型语言）的技术达成了协议。这是一个新的突破，因为用户可将其信用卡号和地址信息一次性输入支持 ECML 的电子钱包中。用户控制对 ECML 电子钱包的访问。

第四节 结算卡

目前，在线购物大部分是用信用卡和签账卡来进行结算的（以下统称结算卡）。信用卡结算有两个步骤。CyberCash、VISA 和 First Virtual 等美国公司已实现了若干结算系统，但这些方案都在设法成为标准。

基于信用卡的结算可以分为三类：使用未加密信用卡细节信息的结算；使用加密信用卡细节信息的结算；使用第三方证明的结算。使用加密信用卡细节信息的结算是把信用卡信息输入浏览器或其他电子商务设备，并加密后通过互联网从买方安全地传送给卖方。

结算卡为商家提供了内置的安全机制。当商家收到通过安全套接层（SSL）所保护的页面上传来的顾客结算卡信息时，结算卡交易遵循下列的步骤：

1. 商家必须验证结算卡以保证其有效性，不是盗窃的卡；

2. 商家和消费者的结算卡发行公司验证消费者的账号上有足够的资金，并根据本次交易额冻结相应的资金；

3. 在所购商品送达消费者之后，相应的资金通过银行系统转账到商家的账户上，交易完成。

在某些结算卡系统中，银行和其他金融机构的作用相当于持卡人和商家之间的经纪人。这类系统称为封闭系统，因为没有其他机构参与交易。如果交易由第三方处理，此系统就称为开放系统。

在线商家要在互联网交易中处理结算卡，必须设置一个商家账户。结算卡的处理可由电子商务软件包所附带的软件来完成，也可外包给第三方来完成所有的结算卡处理业务。有很多公司提供这种结算处理服务，如 Internetsecure 公司等。

安全电子交易（SET）是万事达国际组织和 Visa 国际组织在微软公司、网景公司、IBM 公司、GTE 公司、SAIC 及其他公司的支持下联合设计的安全协议。SET 的目的是为通过互联网在商家网站和处理银行之间传输信用卡结算信息时提供安全保证。SET 标准的安全程度很高，它结合了数据加密标准（DES）、RSA 算法、加密套接字协议层（SSL）和安全超文本传输协议（S-HTTP），为每一项交易都提供了多层加密。SET 是很必要的。SET 的特征有信息的机密性、数据的完整性、消费者账户认证、卖方认证和互可操作性。在 SET 交易前，交易双方都必须在一家使用 SET 的金融机构开立账户，这家金融机构还必须拥有能使用 SET 的软件。SET 也有自己的局限性。例如，SET 只能接收信用卡和不需要个人身份号码（PIN）的借记卡。

第五节 其他新型金融工具

智能卡就是嵌入了一个微处理芯片的塑料卡，在芯片里存储了大量关于持卡人的信息。智能卡比传统信用卡更易防止滥用，因为智能卡上的信息是加密的。它需要用密钥来打开加密的信息，不需要窃贼能得到的结算卡号或可模仿的签名。另外智能卡还具有便于携带及方便使用的好处。

Mondex 卡是能存储电子现金的智能卡，Mondex 卡上有一个微处理芯片，可直接从用户的银行账户上接收电子现金。另一个优点是顾客在各类自动售货机上都能找开钱。当然它也有缺点。它需要一个特殊设备，接受 Mondex 卡的商家必须在结账台上安装专用的刷卡器。互联网用户可用 Mondex 卡在网上转账，但必须在 PC 机上连一个刷卡器。这些要求形成了 Mondex 卡普及的一个障碍。

电子支票以纸制支票为模型，用电子方式生成，它使用数字签名进行签名和背书，而且要求用数字证书来确认付款人、付款人的银行和账户。电子支票可通过电话线直接传输，也可以通过公共网络来传送。电子支票款项（存款）可通过银行收取，通过现有的银行渠道进行结算。银行的基础设施与公共网络的集成是电子支票的基础。

电子支票的优势包括：

1. 可为新型的在线服务提供便利。
2. 电子支票的运作方式与传统支票相同，简化了顾客的学习过程。
3. 电子支票非常适合小额结算；电子支票的加密技术使其比基于非对称加密的系统更容易处理。
4. 可为企业市场提供服务。
5. 电子支票要求建立准备金，而准备金是商务活动的一项重要要求。
6. 电子支票要求把公共网络同金融结算网络连接起来，这就充分发挥了现有的金融结算基础设施和公共网络的作用。

思考题

1. 对传统结算工具和电子结算系统进行比较分析。
2. 简述电子现金的工作原理，并对目前存在的电子现金类型进行分析。
3. 电子支票的优势有哪些？
4. 如何解决电子结算系统的安全性问题。

实践要求

1. 根据实际网站所开展电子商务活动的具体要求选择适合的结算工具。
2. 从网上了解各种电子钱包的特点。
3. 从网上了解并比较 CyberCash、VISA 和 First Virtual 等美国公司目前流行的结算工具。

课堂案例分析

阿里巴巴电子商务模式分析

资料来源：<http://www.industry.ccindnet.com>

阿里巴巴电子商务经验有哪些？

课堂知识扩展

1. 了解安全电子交易（SET）安全协议的相关知识。
2. “WWW 小额支付通用标记”草案的基本内容。
3. 了解电子现金的三方支付模型。
4. 了解电子现金盲签名系统的的相关知识。

参考文献

1. Carpenter, P., eBrands: Building an Internet Business at Breakneck Speed. Harvard Business School Press, 2000.
2. [美]Ravi Kalakota、Marcia Robinson:《电子商业——通往成功之路》,潇湘工作室译,北京,人民邮电出版社,2000

第六章 在线零售

学习目的和要求

通过学习本章，学生应该首先了解推动在线零售发展的几个重要因素，在线零售渠道主要有三种形式和在线零售商的类型；了解消费者类型，购买行为类型，消费者商业模型的三个阶段和在线零售成功的关键；了解在线购物与邮购的相同之处，在线零售相对邮购的优势，在线零售可从邮购发展中吸取的教训；了解适合在线销售的产品与服务；了解在线定单履行的困难和采取的措施；了解 WWW 销售的各种业务模式的特点和适用情况；了解在线零售带来的各种新的管理问题；了解网上拍卖的类型和成功的经验。

知识点

第一节 推动在线零售发展的重要因素；线零售渠道的三种形式；电视购物的优势；基于光盘的购物；在线零售商类型。

第二节 消费者商业模式；商业模式的两个角度；消费者类型；购物经验的类型；购买行为类型；消费者商业模型的三个阶段；消费者寻找；组织寻找；在线零售成功的关键。

第三节 邮购的起源；在线购物与邮购的相同之处；在线零售相对邮购的优势；在线零售可从邮购发展中吸取的教训。

第四节 从目标市场、产品和品牌、分销、价格、促销、环境等方面评价某种产品或服务是否适合在线销售。

第五节 在线零售的订单履行的含义；困难的原因；在线订单履行业务面临四个主要挑战；在线企业选择战略主要考虑的因素。

第六节 WWW 销售的业务模式；邮寄目录的业务模式；销售知识产权的模式；广告支持的业务模式；广告和订阅混合模式；交易费用模式。

第七节 在线零售的管理问题；提出零售战略、管理渠道冲突、了解在线产品/服务的定价（在线市场上有两种定价方法：接入定价和产品定价）、实现满意的购物经历、设计在线商店的布局、管理品牌和建立正确的激励。

第八节 网上拍卖；拍卖的种类；网上拍卖站点的三种主要类型；与拍卖有关的服务；卖家出价拍卖；集体购买网站。

学习重点和难点

本章的学习重点有：线零售渠道的三种形式；邮购的起源；在线购物与邮购的相同之处；在线订单履行业务面临四个主要挑战；在线企业选择战略主要考虑的因素。了解在线产品/服务的定价（在线市场上有两种定价方法：接入定价和产品定价）、实现满意的购物经历、设计在线商店的布局、管理品牌和建立正确的激励。

本章的主要难点：消费者商业模式；商业模式的两个角度；购物经验的类型；消费者商业模型的三个阶段；在线零售成功的关键。从目标市场、产品和品牌、分销、价格、促销、环境等方面评价某种产品或服务是否适合在线销售。WWW 销售的业务模式；邮寄目录的业务模式；销售知识产权的模式；广告支持的业务模式；广告和订阅混合模式；交易费用模式。网上拍卖站点的三种主要类型。

学时分配

本章课程讲授 6 学时。

正文

第一节 在线零售的潜力分析

在线零售是电子商务中很有潜力的部分，推动在线零售发展的几个重要因素包括商场过度建设和相对过剩的供应；消费者人口特征的改变和消费者行为的变化。

在线零售渠道主要有三种形式：

1. 电视购物

电视购物具有一些明显的优势。首先，从范围和广度来看，每周 7 天、每天 24 小时通过有线电视、广播和卫星接收信号。第二，电视购物的目标受众一般是中等收入的家庭，而且绝大多数是妇女。在线受众大部分都比较富裕并且受过良好的教育。

电视购物成功的秘诀在于充分利用了电子媒体的特点，利用了主持人的名望和个人魅力，说服受众购买产品。

2. 基于光盘的购物

光盘制作和分发的成本相对较低，是传统印刷商品目录的替代品。使用光盘的目的在于可用它为商店和制造商树立品牌形象。光盘商品目录的优势在于：首先，光盘目录基本上传统商品目录的变形，而且有多媒体功能，能通过声音、图片和动感图像展示产品。其次，光盘可以互动，顾客可挑选某类商品或显示某些图像。

3. 基于在线的购物。

在线零售商可分为四类：第一类是开始建立在线店面的传统零售商；第二类是关注在线商品目录的商品目录零售商；第三类是“新生代”零售商；第四类是探索直接面对消费者销售的制造商。

第二节 消费者商业模式

消费者的商业模式决定了消费者与零售商间的交互，这就使零售商不必各自建立不同的业务流程而采用比较一致的模式，从而为消费者带来便利。

商业模式可以从两个角度进行界定。从消费者的角度来看，商业模式要明确购物者在购买产品过程中所采取的行动的先后顺序，了解这种顺序有助于开发电子商务软件。从零售商的角度来看，商业模型要明确订货管理循环，即内部为履行顾客订单而必须采取的一系列步骤。

总的来看，消费者可分为三类：

- (1) 冲动购买者，他们决定购买产品的速度很快；
- (2) 耐心购买者，他们在进行比较后才购买产品；
- (3) 分析购买者，他们在决定购买产品前要进行大量的研究。

了解消费者类型是为了深入了解各种购买类型（冲动购买、强制购买、橱窗购物、单纯浏览等）的驱动因素。购物经验归纳为两类：功利主义的购物体验 and 享乐主义的购物体验

购买行为类型分为专门计划购买、简单计划购买、提醒者购买和完全无计划购买。

消费者商业模型的三个阶段为：购前准备、购买完成和购后交互。在购前准备阶段，消费者要经历多个步骤：考虑、比较和协商。寻找过程可从两个维度进行分类：第一类是消费者寻找，第二类是组织寻找。在购买完成阶段，消费者找到需要的产品后，买卖双方需进行某种形式的交互，以便实际完成商业交易。商业交易指信息在买卖双方之间的交换，随后才是必要的结算过程，可以交换由第三方（中央银行）支撑的货币，或传送信用卡结算组织（VISA 或 MasterCard）的授权。购后交互阶段会对顾客价值、价格和成本等产生重要影响。

在线零售成功的关键是树立品牌、减少存货、降低成本、利用定制营销和正确定价。

第三节 在线零售与邮购

可以用互联网目标市场营销模型评价某种产品或服务是否适合在线销售。互联网目标市场营销模型涉及七个方面的 30 个指标。

在线购物与邮购的相同之处主要表现在：省时方便；大多数邮购商和在线零售商都没有传统的仓库和零售店铺；受欢迎的零售商品种类相似。但在线购物相比邮购有更多地优势：

1. 结算的优势
2. 成本的优势
3. 交互性的优势
4. 实时的优势
5. 受众范围的优势
6. 展示的优势
7. 信息比较的优势
8. 管理的优势

在线零售可从邮购发展中吸取的教训：互联网作为新型零售渠道的出现很快得到了邮购商的关注，虽然他们还对进入在线领域有一些担心（如技术问题等），但在线零售却是大势所趋。从邮购到在线，我们应该吸取的教训有：

1. 认清它们的实质
2. 机会存在，但也有例外
3. 区分客户和品牌是成功的关键
4. 没有一种单独的零售形式能取代所有的形式
5. 只有价格很低时，零售市场份额才会发生变化

在线零售要夺取传统零售的市场份额，必须兼备低价和方便两个优势。

第四节 适合在线销售的产品与服务

互联网目标市场营销模型涉及 30 个因素，可用来预测在线销售某种产品或服务成功的可能性。

在目标市场方面要考虑待售品是否定位在计算机用户？待售品是否定位在技术早期采用者？是否定位在平均收入水平之上的人士（或其子女）？是否定位在平均教育水平之上的人士（或其子女）？面向男性还是女性购买或使用？目标市场在互联网上是否易于识别和送达？互联网用户属于目标市场吗？

在产品和品牌方面要考虑待售品与计算机有关吗？在作出购买决策前是否需要观察、“试用”或触摸待售品？待售品是否易于了解、配置和定货——整个过程是否能自动化？待售品是有形产品、有形服务、无形服务还是知识产权？待售品属于高技术还是低技术？是否为商品？待售品是否为具有独特功能/性能的新产品？待售品是否是全球性的？是否为全球化的补缺性待售品？是否为著名公司的名牌产品？

在分销方面要考虑本地是否已经存在采用传统销售渠道（如零售店）的竞争性待售品？公司目前待售品的分销是全球范围的，还是只局限于本地或本国市场？

在价格方面要考虑待售品便宜还是昂贵？待售品价格是否需要经常变动？

在促销方面要考虑传统宣传和广告手段与互联网工具是否能相互受益？

在环境方面要考虑互联网是否能降低待售品的市场营销、交货和支持的成本？在互联网上或互

联网之外是否有竞争产品？待售品是否合法并有很大需求？待售品是否为社会接受并且需求量大？待售品是否能从匿名购买中获益？人们是否能完全自由地访问你在互联网上的待售品？经济状况如何及待售品的销售是否处在经济状况的顶峰或低谷？目标市场的国家、地区或城市的技术环境是否先进？

第五节 在线零售的订单履行

在线赢得顾客和维系顾客意味着让顾客对从最初的承诺开始到送货上门为止的整个过程完全满意。在线订单履行比离线订单履行更为困难，因为它对订单履行业务提出了更高的要求。在线零售商必须迅速、准确地回答顾客的问询（同时了解顾客的购买习惯和偏好）并充分利用交易过程中所产生的数据。此外，在线零售商必须整合在线和离线的订货与退货过程，并且在整合时保证小额订单的送货上门具备经济上的可行性。

在线订单履行业务面临四个主要挑战：

1. 控制顾客数据
2. 整合在线和离线订单
3. 提高送货的成本效益
4. 处理退货。

面对这些挑战，电子商务企业往往会演变成外包者、选择性的营造者或集成者。外包者将订单履行任务交给有经验的第三方，以加快送达市场的速度。有选择的营造者往往是具有深度而不是广度的传统公司，它们发掘现有的优势并将“商品流转”作业外包。集成者靠其内部控制的价值，建立自己的作业系统来管理交易的各个方面。

在线企业选择哪种战略主要取决于四个因素：顾客同产品和卖方进行交互的性质；企业目前的能力；具备“商品流转”作业的能力，但企业无法在这些能力上保持竞争优势；以及在时间和控制权之间的折衷。

第六节 WWW 销售的业务模式

在 WWW 上销售商品和服务的业务模式是基于在 WWW 之前就存在的邮寄目录的业务模式。将邮寄目录的模式扩展到 WWW 上就是企业用网站上的信息来替代商品目录的分发。目前大多数成功的 WWW 商品目录销售企业都是曾在邮寄商品目录行业中获得成功的企业，他们只是把自己的业务扩展到 WWW 上。

拥有知识产权的企业认为 WWW 是新兴的高效分销机制。

广告支持的业务模式是美国电视网络所采用的模式，他们提供带广告信息的免费节目。广告收入用于支付电视网络的运营和节目制作成本。WWW 广告的成功受到两个方面的限制。首先是没有测量网站访问的统计方法。另一个对吸引广告主很重要的因素就是粘附力，网站的粘附力是吸引访问者在网站驻留以及吸引重复访问的能力。访问者在某个网站停留的时间越长，就会收到越多的广告信息。第二个问题是很少有网站能够吸引到让大广告主感兴趣的访问者数量。

广告和订阅混合模式已被报纸和杂志应用了多年，订阅者付一笔费用并接受一定程度的广告。采用这种模式在 WWW 上销售的企业取得了不同程度的成功。

交易费用模式是通过支持一个交易来收取费用，如旅行社从它所售的机票、预订的旅馆、租用的汽车和导游活动中收取佣金，佣金由交通或住宿服务商支付。

第七节 在线零售的管理问题

虽然零售业的变化是由技术推动的，但要实现在线零售，还要求管理者有远见。在线零售要想取得成功，在线技术就必须与企业管理战略和经营战略相互补充。

零售战略中涉及的步骤包括：搜寻潜在顾客、确定顾客的价值、了解顾客的需求、了解顾客的购买过程、选择展示方法、进行展示、根据顾客反应调整展示、应付反对意见、与顾客协商价格、完成销售并通过服务建立长期关系。其中每一步都需要在在线环境中重新考虑和重新检查。零售战略还必须能够刺激需求。

当制造商进入在线环境来销售产品时，就与其传统的分销伙伴成了对头。所有零售商都需要用某种渠道把产品或服务送交到消费者手中。在线的优势十分明显：它既能为顾客提供直接的访问，又提高了顾客满意度，因此，在线经济会威胁到中间商的地位。

在线市场上有两种定价方法：接入定价和产品定价。接入定价类似于顾客为获得进入商店购物的权利而向商店付费。消费者很少会多花钱购买没经过检验的新服务，零售商不能指望消费者会支付很多的“接入费”来购买产品。只有当虚拟商店的购物成本与在传统商店的购物成本相当时，在线零售商才会获得足够多的顾客。

提出零售战略、管理渠道冲突、了解在线产品/服务的定价（在线市场上有两种定价方法：接入定价和产品定价）、实现满意的购物经历、设计在线商店的布局、管理品牌和建立正确的激励。虚拟商店会对消费者产生重大影响。要想改变消费者的购买行为，虚拟零售业必须提供更好、更快、成本更低、更有娱乐特点的购物体验。商店的陈设还依赖于制造商给零售商的激励和货位补贴。

第八节 网上拍卖

互联网的一个优势就是能把具有同类兴趣而在地理上分散的人们聚集起来。网上拍卖在许多方面为网络提供了一个极好的业务机会。网上拍卖业务本身有收入，又能卖广告，因此想在早期就盈利会相对容易些。

拍卖的历史很久远，拍卖的种类分为英式拍卖、荷兰式拍卖、密封递价最高价拍卖、密封递价次高价拍卖、（维氏拍卖）、开放出价双重拍卖、密封递价双重拍卖，这六种拍卖方式各有特点。

在英式拍卖中，出价人叫一个比前一个出价更高的价格，直到没人出更高的出价为止。这时，拍卖人就宣布，这件物品按最后一个出价，卖给了出价最高的出价人。这类拍卖也被称为“出价逐升式拍卖”。

荷兰式拍卖是开放式拍卖的一种形式，它的出价从高价开始，一直降到有出价人接受这个价格为止。因为价格要降到有出价人要这件拍卖品为止，所以荷兰式拍卖也被称为出价逐降式拍卖。

在密封递价拍卖方式中，出价人各自递交自己的出价，通常不允许相互协商。在密封递价最高价拍卖中，出价最高的出价人获胜。密封递价次高价拍卖和密封递价最高价拍卖类似，只是出价最高的出价人是按照出价第二高的出价人所出的价格来购买拍卖品。

在双重拍卖中，买家和卖家都向拍卖人同时递交价格和数量来出价。拍卖人把卖家的要约（从最低价开始上升）和买家的要约（从最高价开始下降）进行匹配，直到要约提出的所有出售数量都卖给了买家。

网上拍卖站点还可以分成三种主要类型：普通消费品拍卖、特殊消费品拍卖和企业间的拍卖。EBay 是拍卖网站中的佼佼者。

与拍卖有关的服务包括代管契约服务、拍卖目录、提供拍卖检索和价格监测服务。

思考题

1. 在线零售渠道的三种主要形式并进行优缺点分析。
2. 适合在线销售的产品与服务主要的决定因素有哪些？
3. 在线订单履行业务面临哪些主要挑战？
4. 在线零售在业务模式和管理方面面临哪些难题？

实践要求

1. 从网上了解并比较若干在线零售网站的业务、结算、物流等支持情况。
2. 从网上了解并比较若干拍卖网站的拍卖方式、结算、物流等支持情况。
3. 根据在线零售网站所销售的产品或服务特点设计网站的功能。
4. 了解拍卖网站中的佼佼者 EBay 的成功关键有哪些？

课堂案例分析

拍卖网站 EBay 的成功网上拍卖案例分析

参考文献

1. Forrest, D., Internet Marketing Research: Resources and Techniques. McGraw-Hill, 1999.
2. 电子商务/（美） Ravi Kalakota, （美） Andrew B. Whinston 著/查修杰, 连丽真, 陈雪美译, 北京/清华大学出版社/2000

第七章 网络营销

学习目的和要求

通过本章的学习，学生应该首先了解网络营销的环境；了解网上调查的概念、优势和方法；了解如何在 WWW 进行展示，以及 WWW 展示为企业带来的竞争优势；了解作为媒体的网站如何与顾客进行沟通和接触；了解如何在网上创立和维系品牌；了解建立网站的十七个阶段的内容和实施的方法；了解网站在营销过程中的主动地位，以及实施外向营销的战略；最后学习如何将网络营销与传统营销整合起来以达到最佳的效果。

知识点

第一节 目标群体；休闲规则；免费规则；行为准则。

第二节 网络市场调查的本质；与传统的市场调查手段相比，互联网的优越性；一手和二手资料的市场调查；检索工具和目录。

第三节 WWW 展示的目的和方法；可用性测试。

第四节 WWW 作为一种顾客接触媒体的地位和特性；如何识别和送达消费者。

第五节 品牌的要素；WWW 媒体的特性；关联营销；如何在 WWW 上创建和维系品牌。

第六节 网络营销规划的目的；网站建设的十七个阶段的任务和运作方法。

第七节 外向营销战略的概念；外向营销的方法。

第八节 网络营销与传统营销整合的原因和方法。

学习重点和难点

本章的学习重点有：目标群体；休闲规则；免费规则；行为准则。网络市场调查的本质；与传统的市场调查手段相比，互联网的优越性；一手和二手资料的市场调查；检索工具和目录。网络营销规划的目的；网站建设的十七个阶段的任务和运作方法。外向营销战略的概念；外向营销的方法。网络营销与传统营销整合的原因和方法。

本章的主要难点：WWW 展示的目的和方法；可用性测试。WWW 作为一种顾客接触媒体的地位和特性；如何识别和送达消费者。品牌的要素；WWW 媒体的特性；关联营销；如何在 WWW 上创建和维系品牌。

学时分配

本章课程讲授 6 学时。

正文

第一节 网络营销环境

目标群体是指企业网络营销工作所面向的群体。网络营销战略应该定位于多个不同目标群体。目标群体应该既包括潜在顾客，也包括现有顾客、股东、雇员、潜在的雇员、咨询人员或新闻媒体等。

网络规则包括休闲规则、免费规则、行为准则。

互联网的休闲规则起源于互联网非商业性的历史根源。互联网随意的环境会影响用户对营销信息送达方式的感受，因此营销人员在制定产品/公司名、公司沟通、广告、新闻出版、支持战略、所提供产品与服务时，考虑休闲规则对营销工作的影响。

免费规则源于互联网传统的非商业性，人们习惯于从网络上获得免费的信息。免费规则能吸引潜在用户、增加好感和信任、获得宣传、进行营销活动等等。

用户必须遵循的网络规范有：

- (1) 不能向讨论组邮寄广告，除非明确允许。
- (2) 不能将相同的广告邮寄给不同的讨论组（即连带邮寄）。
- (3) 不要冒冒失失地邮寄电子邮件。
- (4) 不要建立需要名录对象作出否定表示才能删掉自己名字的邮件名录。

用户必须遵守互联网的网络规范，否则会导致严厉的报复。

第二节 在网络上进行市场调查

在网络上进行市场调查的本质是：如果将互联网视为一种调查工具，在网络上进行市场调查就是指借助互联网对企业和消费者进行的市场调查。与传统的市场调查手段相比，互联网的优越性有：互动性、价格低廉、速度快、实时监督、可以进行匿名调查。

如果将互联网视为一个巨大的资料库，在网络上进行市场调查可看作是搜寻互联网上的信息资源。如果将互联网视为一种营销工具的话，那么在网络上进行市场调查可看作是对互联网作为营销工具本身的特征和效率进行调查。这方面的调查内容包括互联网用户在网上的行为方式、对公司网站的意见和态度、在公司网站中的逗留情况等。

在网络上进行一手资料的调查时有多种方法，但要注意遵循网络规范。二手资料的市场调查是指已由其他组织或政府机构完成的调查。对于二手资料的调查来说，讨论组也是极有价值的信息来源。二手调查的内容包括：互联网用户人口统计特征、人口统计、专利和商标调查。

检索工具和目录包括 WWW 检索工具（如 AltaVista 搜索引擎）、搜索引擎中转网站（如 Search.com 网站）、使用互联网目录进行调查和访问新闻出版信息

第三节 WWW 展示

有效的网站是指创建一个能满足公司的目标并且很有吸引力的网站。这些目标包括：

- 吸引访问者；
- 构造有趣的网站，使访问者留连忘返；
- 说服访问者按网站的链接来寻找信息；
- 创建一个与公司期望一致的印象；
- 增强访问者对组织的正面印象。

构造 WWW 展示的企业必须决定网站必须完成的目标，确定其中最重要的任务。WWW 能够把增强企业形象和提供信息有效地结合起来。对有些组织来说，这种综合的形象增强能力是 WWW 展示的一个关键的目标。

公司要认识到网站的每个访问者都是一个潜在的顾客。公司在规划 WWW 展示时应关心的首要问题是访问者特征的差异。要满足访问者各种各样需要的最好解决方案是使网站的界面有更大的灵活性。

过去网站上往往只有企业的基本信息，网站应当使访问者能容易地访问到组织的历史、目标和任务、产品或服务信息、财务信息和与组织的沟通方式等内容，还应该注意交互性，满足网站访问者不用的需要。要满足访问者各种各样需要的最好解决方案是使网站的界面有更大的灵活性，企业可以对网站进行可用性测试。

第四节 识别和送达消费者

企业 WWW 展示的一个重要因素是同顾客或潜在顾客建立联系。

大多数公司对个人接触和大众媒体这两种常用的识别和送达顾客的方法都比较熟悉。在个人接触模式下,公司的员工自行寻找潜在顾客,检查是否符合一定标准,然后进行接触,这种方式有时也叫探测法。公司若使用大众媒体法,要准备好公司自己及产品或服务广告与促销材料,然后通过电视、电台、广播、杂志、报刊、路牌广告或邮寄等方式将信息传递给潜在顾客。

WWW 作为一种顾客接触媒体的地位,它正好处于采用大众媒体所覆盖的大市场和用个人接触销售与促销技术所覆盖的高度集中的小市场之间。用 WWW 同潜在顾客进行沟通,既具有个人接触的许多优点,同时还有大众媒体的低成本优点。WWW 具有双向沟通特性及跟踪能力,这就使企业所能收集的消费行为和偏好信息比用微观营销方法时多得多。

WWW 具有双向沟通特性及连接跟踪能力,这就使公司所能收集的消费行为和偏好信息比用微观营销方法时多得多。通过 WWW 进行促销和销售时可以获得消费者行为、偏好、需要和购买模式等详细信息,使用这些信息来确定价格和谈判策略、改进促销活动、改善产品特性,从而能够定制同顾客的关系。

要在 WWW 进行成功的营销,必须支持潜在顾客更方便地寻找信息,并且能够为顾客定制信息的深度和性质,而且能够鼓励顾客的购买。企业应跟踪并考察网站访问者的行为,并利用这些信息在虚拟市场中提供定制的、增值的数字化产品和服务。

第五节 在 WWW 上创建和维系品牌

知名的品牌带给潜在顾客的是对质量和价值的保证。知名品牌更易进行广告和促销,因为每种产品都从品牌声望中受益。

品牌的要素是差异化、关联性和认知价值。产品差异化是创建一个产品或服务品牌所必须满足的条件。公司必须将自己的产品同市场上的其他产品区别开。关联性是指产品为潜在顾客提供的可用性程度。品牌的第三个要素即认知价值,这是创建一个有价值品牌的要素。即让公司的产品同市场上的其他产品存在差异。

企业一直在创建和维系品牌的广告和促销活动中采用感性诉求。但感性诉求很难在 WWW 上应用,因为 WWW 在很大程度上是由顾客控制的主动媒体,因此在 WWW 上创建和维系品牌时,营销人员会为 WWW 用户提供某种帮助以交换他们看广告,不是用类似电视广告的感性诉求而是采用提供实际帮助的理性诉求。理性的品牌创建也并不是 WWW 创建品牌的惟一方法。还可以采用关联营销。在关联营销中,一家企业的网站(即关联企业)上有另一家企业的网站上所售产品的描述、评价、评级和其他信息及到后者的链接。

把现有品牌转移到 WWW 上或用 WWW 维系现有品牌,这会比在 WWW 上创建新品牌容易而且成本低。像商标一样,企业必须保护好网站名。

第六节 面向营销的网站建设

网络营销的规划应集中在提高销售、降低业务成本、加强同所有目标群体的沟通,这样既能提高销售同时又能降低成本。

网站建设前要考虑网站开发的十七个阶段,还要决定由谁来负责整体战略,将各种专业知识人

员——从营销、技术支持到沟通——恰到好处地结合起来。

开始阶段的主要任务是决定网站设计的哪个阶段能向目标市场提供最大的利益；使公司具备战略优势；使企业资产和能力最大化，确定域名和接入商。

储备阶段就是企业把现有的文件和数据转成 WWW 格式，包括产品介绍、出版物、公司报告、年报、技术资料及公司其他的知识产权内容。

链接阶段即创建超文本链接同其他公司的页面链接起来。

完善阶段就是在完成了信息初步储备和内外链接后，网站开始使用互联网的高级技术。

交互阶段可使企业建立起同目标市场、潜在顾客、顾客和业务伙伴间的沟通联系。

数据库阶段能使企业更好地利用企业数据从市场上获利。

高级储备阶段可以确保企业网站上的信息不断更新。

高级交互阶段可使企业与目标市场实现自动交互。

大量定制阶段是按顾客的要求建立定制的页面信息。

外向阶段是与 WWW 访问者保持连续的关系，WWW 战略由“拉”转变成“推”。

集成阶段是将企业页面同其他网站集成起来。

贸易阶段是利用基于 WWW 上的订购系统、目录、购物送货软件进行商业交易。

个性化阶段是将企业网站变为个性化的网站。

应用阶段是用 WWW 接口来扩展公司应用程序范围，使公司现有的应用程序和核心功能发挥作用。

全球化阶段是页面翻译成多种语言；提供满足特殊地区需要的信息；建立本地化的信息，用本地货币标出价格；提供全球化的支持。

战略同盟阶段是在价值链上的商业伙伴间建立合作关系。

反馈阶段监控、反馈和分析网站的运行情况，进行改进。

第七节 外向营销与电子邮件

多数公司在互联网上销售产品时所采取的的第一个步骤就是建立网站。他们坐等访问者发现其网站，并希望这些访问者会发现其内容如此吸引人，以至于经常自愿地重访，这就是内向的营销战略。外向营销战略是指能够主动地使企业走向消费者，而不是被动地等待消费者到来的所有互联网的技术。外向营销的方法可以有三种。一是利用电子邮件；二是在网络上进行外向营销，第三是互联网之外的外向营销。

利用电子邮件创建主动的互联网外向营销战略包括：

1. 提示通知；可用来突出公司的有关活动、新的公告、网站增加的内容和详细信息所在的 URL。
2. 定制信息流；外向营销的关键在于根据用户的需要提供“定制”的信息。
3. 参与和创建讨论名录；这对于树立公司品牌形象、推动潜在顾客进入购买阶段、提高公司网站的访问量并销售产品都是很有力的工具。
4. 签名文件；
5. 尽量扩大企业在讨论组的影响。

在互联网上开展主动营销可以考虑的战略有：

1. 多媒体外向战略；HTML 电子邮件的多媒体功能使 HTML 邮件比基于文本的电子邮件信息更能提高公司网站访问量。
2. 互联网自动回复程序；互联网自动回复程序可自动让用户通过电子邮件来检索信息。
3. 参与讨论组：（1）电子邮件分发名录软件；（2）UseNet 名录和讨论组

互联网外的主动营销有联机服务、BBS 等其他电子营销渠道和光盘、磁盘等其他电子分销战略。

第八节 网络营销与传统营销的整合

将网络营销战略与传统营销战略集成起来称作实现“有形互联”，也称为网络营销与传统营销的整合。网络营销与传统营销并不矛盾，两个方面结合起来使用，可形成多种优势。

互联网与传统营销的集成战略有：

1. 在传统沟通媒体上提供有关企业网站情况；把互联网信息强制性地印到所有说明书、直邮品、传单、商品目录和各种广告、促销商品、技术报告、产品包装、零售柜台和公司的卡车上面。
2. 在顾客支持媒体上提供企业网站情况；把互联网信息强制性地印到所有手册和技术报告上面。
3. 在网站提供有形证明，建立用户信任感，消费者的顾虑是互联网商家的不可知性和其生存能力。所以公司要运用一些技巧来建立公司的信誉并提高网站的销售量。
4. 在网站提供传统媒体宣传材料，传统媒体的宣传有助于公司扩大知名度，网站应该随时跟踪传统媒体对公司的正面宣传，并及时反映在网站中。

思考题

1. 在网上进行市场调研具有哪些优劣势？
2. 公司如何进行 WWW 展示来增强网站的吸引力？
3. 如何在 WWW 上创建和维系品牌？
4. 怎样实现网络营销和传统营销的有效集成？

实践要求

1. 从网上了解优秀网站的页面设计方式。
2. 从网上了解并比较某类网站国内外设计方式之间的差别。
3. 在网上检索资料，调查某种产品或服务的市场规模和目标市场。
4. 在网上查找资料，了解主动的电子邮件营销和垃圾邮件之间的差别。

课堂案例分析

1. 通用汽车运用“博客”进行公关

资料来源：<http://www.china-hospital.com>

“博客”公关为通用汽车带来哪些益处？

2. 可口可乐网络营销策略分析

资料来源：<http://www.lldo.cn>

参考文献

1. Meeker, M., The Internet Advertising Report. HarperBusiness, 1999.
2. 电子商务/（美） Ravi Kalakota, （美） Andrew B. Whinston 著/查修杰，连丽真，陈雪美译
北京/清华大学出版社/2000

第八章 企业的电子商务应用

学习目标和要求

通过本章的学习，学生应该首先了解企业的电子商务应用、将后台系统整合的必要性、企业的应用的三个阶段和企业的电子商务应用框架；客户关系管理的概念、优势和三个阶段；了解客户关系管理应用结构，客户关系管理相关的业务流程，五方面的有效整合以及实施客户关系管理导致的种种变革；了解客户关系管理的新趋势（呼叫中心和网站）；了解建立客户关系管理应用结构的方法；了解销售链管理的概念和兴起的市场背景；了解管理订单获取流程的过程和销售链的结构组成；了解企业资源规划的概念、推动因素、实施和未来；了解供应链和供应链管理的概念、跨企业的整合、供应链管理系统的组成、供应链应用的整合。

知识点

第一节 企业的电子商务应用、后台系统的整合、企业应用的三个阶段和企业的电子商务应用框架。

第二节 客户关系管理概念、优势；客户关系管理的阶段。

第三节 客户关系管理应用结构；客户关系管理相关的业务流程；连带销售和高销售、营销与执行、客户服务和支持、店铺销售与现场服务以及客户维系管理；客户关系管理要求的五方面的有效整合；实施客户关系管理导致的政治、文化和组织变革；呼叫中心和网站实现客户关系的方法；建立客户关系管理应用结构的方法。

第四节 销售链管理的概念；销售链管理业务战略的目标；推动销售链管理应用的业务因素和技术因素。

订单获取流程；销售链管理应用的整合；销售链管理应用的组成。

第六节 企业资源规划系统的组成；推动公司采用企业资源规划系统的因素；自行开发还是购买现成的企业资源规划系统；实施企业资源规划系统时管理人员要注意的问题；企业资源规划系统的实施策略和实施阶段；企业资源规划系统未来的目标。

第七节 供应链和供应链管理的概念、跨企业的供应链整合及其模式、供应链计划系统的模块、供应链执行系统的模块、供应链应用整合的四个阶段、设计供应链要注意的问题。

学习重点和难点

本章的学习重点有：企业的电子商务应用、后台系统的整合、企业应用的三个阶段和企业的电子商务应用框架。客户关系管理概念、优势；客户关系管理的阶段。销售链管理的概念；销售链管理业务战略的目标；推动销售链管理应用的业务因素和技术因素。订单获取流程；销售链管理应用的整合；销售链管理应用的组成。供应链和供应链管理的概念、跨企业的供应链整合及其模式、供应链计划系统的模块、供应链执行系统的模块、供应链应用整合的四个阶段、设计供应链要注意的问题。

本章的主要难点：客户关系管理应用结构、相关的业务流程；连带销售和高销售、营销与执行、客户服务和支持、店铺销售与现场服务以及客户维系管理；客户关系管理要求的五方面的有效整合；实施客户关系管理导致的政治、文化和组织变革；呼叫中心和网站实现客户关系的方法；建立客户关系管理应用结构的方法。企业资源规划系统的组成；企业资源规划系统的实施策略和实施阶段；企业资源规划系统未来的目标。

学时分配

本章课程讲授 4 学时。

正文

第一节 企业的电子商务应用

企业的应用经历了三个阶段：第一个阶段是简单、分散的应用，主要是解决特定的任务以，但破坏了流程的连续性，增加了管理成本。第二个阶段是部门应用整合，即将分散的任务整合为连续的流程，但是在经济全球化时代仅靠部门的整合是不够的。第三个阶段就是跨部门的应用整合，主要是管理和优化跨部门的业务流程，将分散的部门活动融合成组织良好的、可靠的系统，典型应用群有客户关系管理、企业资源规划、供应链管理、销售链管理、经营资源管理（ORM）和知识管理（KM）等。

现代企业不能再是业务流程支离破碎的公司了，必须用诸如企业资源规划、客户关系管理和供应链管理等跨部门的应用将业务流程紧密整合起来，使企业的信息流不受到部门壁垒的影响地流动，从而支持企业灵活地对市场的变化做出反应、取得竞争优势。所以，分散的部门应用必须整合为企业的电子商务应用框架。

第二节 客户关系管理概述

客户关系管理实际上就是整合销售、营销和服务的战略，它不是单纯地吸引客户，而是要求一系列活动相互协同。有效的顾客管理是提高竞争能力的因素之一。它能利用现有的客户关系增加收入；利用整合的信息提供优质服务；导入易重复的销售业务流程和程序；创造新价值并培养客户忠诚；贯彻积极解决问题的策略。

客户关系管理可分为三个阶段：

1. 争取新客户。公司通过提高产品和服务对客户价值而吸引新客户，这种高价值可能是更好的质量或者是购买更为便利。
2. 提高现有客户为公司带来的利润。公司可通过连带销售和高销售来加强同客户的关系。这个阶段的客户关系管理对客户而言的价值就是得到以更低的成本得到更大的便利。
3. 维系获利客户。留住客户的关键在于服务的针对性：一切从客户角度出发而不是从公司角度出发，进而使双方建立起一种互利的关系。

每个阶段的具体内容包括：

1. 建立关系：争取新客户需要仔细计划，在电子商务环境下这就意味着带给客户完美的购物体验。
2. 加强现有关系：公司应该经常倾听客户的意见并为客户提供针对性的服务，实现他们最初的承诺。呼叫中心的任务就是通过有效地解决疑难和问题来使客户满意。
3. 维持关系：维持人际关系需要耐心和理解，维持商业关系也是如此。留住客户需要彻底理解客户的需求并下决心维持同客户的关系。

第三节 客户关系管理应用结构

在客户关系管理应用结构中，客户中心表现在围绕客户而不是营销、销售或其他职能部门来组织客户关系管理的业务流程。客户的评价和反馈是公司改善客户关系管理业务流程的标准。

客户关系管理相关的业务流程包括连带销售和高销售、营销与执行、客户服务和支持、店铺销售与现场服务以及客户维系管理等。

新的客户关系管理要求五方面进行有效的整合。即：客户信息、客户联系信息、业务流程、外

部公司及合作伙伴、前台系统和后台系统。

实施客户关系管理必然导致剧烈的政治、文化和组织变革。

客户关系管理的新趋势是呼叫中心和网站等新型的客户联系点的出现。呼叫中心由人和电话设备组成，为客户提供支持、咨询和交易等服务。网站则属于客户自助服务的渠道。呼叫中心和网站实现客户关系的方法：倾听客户的声音；提高客户忠诚；改进客户的购物体验；满足更高的服务期望。

公司建立客户关系管理应用结构的方法是：确定客户关系管理的远景、了解客户、制定业务方案、评价目前的状况、制定客户关系管理的战略和目标、评估客户关系管理应用软件、业务流程重组时要以客户为中心、确定阶段目标、项目负责制、分阶段实施、保证客户关系管理信息采集的完备、建立具体的考核目标。

第四节 销售链管理概述

销售链管理就是订单获取的整合战略，其广义的定义是用信息技术支持从客户初次联系到订货的整个销售周期。实施销售链管理要求公司放弃目前将分散的任务自动化的做法，构造支持订单获取完整流程的销售链应用结构。

销售链解决方案的目标就是重新定义订单获取的流程以帮助公司把销售力量放在最有利可图的机会上，督促整个销售队伍的工作安排以缩短销售周期，通过了解客户及其偏好来提高重复购买率，通过了解订单来源来提高销售预测的准确性，为决策者提供更准确的市场情报。

以业务流程为中心的销售链管理业务战略的目标是：方便客户、为客户创造价值、方便定制产品、提高销售队伍的效益、协调销售队伍。

推动销售链管理应用的业务因素包括：自助服务的趋势、售前支持成本过高、订单错误成本的提高、渠道增多、产品日益复杂、企业兼并频繁等。

推动销售链管理的技术因素包括销售链应用的沿革、销售自动化的问题、业务流程功能有限、销售效果不佳。

第五节 销售链管理应用结构

订单获取流程订单获取的流程，从需求评估开始，经过产品设计和报价等，以准备订单结束。实施销售链管理应用的关键是支持公司在订单获取过程中尽量利用客户知识，这样就可以快速响应客户的需求。

如何开发销售链应用结构呢？先将订单获取流程的关键环节各自自动化，包括产品目录和营销大全、销售配置系统、定价系统、销售激励系统及订单管理系统等，然后将这些应用连接并整合。订单获取应用的关键组成包括：

1. 产品目录和营销大全
2. 销售配置系统
3. 定价的维护发布和配置
4. 标书和报价生成
5. 销售激励和佣金管理

第六节 企业资源规划概述

企业资源规划（ERP）不是一个单独的系统，而是一个应用系统的框架，它包括管理应用系统（如财务系统、会计系统）、人力资源管理系统（如工资系统、福利系统）和制造资源规划（MRP）系统（如采购系统、生产计划系统）等，也就是说，它把关键的业务流程（包括订单处理、财务、工资、生产等）的应用软件模块整合到一个统一的软件包里。企业资源规划系统是电子商务的基础。

推动公司采用企业资源规划系统的因素有：

1. 取代传统系统：
2. 增强管理和控制能力
3. 管理全球业务
4. 提高公司决策的统一性。

企业资源规划系统会影响整个公司，自行开发还是购买现成的企业资源规划系统是一个战略性问题。

在实施企业资源规划系统时，管理人员要注意：战略思考、业务流程重组、对实施复杂性的管理、变革的管理。实施策略有分步实施、全面实施、分片全面实施。实施的阶段包括：项目准备阶段、蓝图阶段、试验阶段、最后阶段和评估阶段。

企业资源规划未来的目标是实现：基于构件而不是模块、逐步改造而不是大规模的重组、动态配置、管理业务伙伴关系。

第七节 供应链管理概述

供应链是由原料、中间产品和成品的采购、加工、存储和销售环节组成，这些环节通过运输联系起来。在理想情况下，供应链中的各个公司像一家公司那样有效运作，相互提供所有信息。供应链管理是协调供应链上所有参与公司之间的物流、信息流和资金流。

供应链管理的一个目标就是跨企业的整合。供应链管理整合有以公司为中心模式、业务伙伴协同模式和顾客直接定制模式。

供应链管理系统由多种应用组成，这些应用可分为计划业务和执行业务。计划涉及需求预测、库存仿真、分销、运输、生产计划和调度，主要目标是提高预测的准确性、优化生产计划、减少库存成本、缩短订单周期、减少运输成本并提高客户服务水平。执行涉及整个供应链中产品的采购、生产和分销，主要目标是管理流经配送中心和仓库的产品，确保以最佳运输路线将产品送到正确的地点。

供应链应用的整合经历了四个阶段：支持信息共享、建立统一的业绩衡量和协同计划流程、重新定义责任和义务、重新设计产品和业务流程以简化和方便业务。

在设计供应链时，管理人员要注意的问题包括：什么样的供应链结构最适合公司？供应链能够实现差异化吗？公司的供应链有利于订单的有效履行吗？公司的供应链应用结构正确吗？

思考题

1. 客户关系管理系统的建立对于企业电子商务有何作用？
2. 销售链管理的基本目标和应用结构是什么？
3. 推动公司采用企业资源规划系统的因素有哪些？
4. 供应链管理和企业电子商务的发展有何重要联系？

实践要求

1. 从网上了解某个行业的客户关系管理的优秀实践。
2. 从网上查找资料，比较知名的客户关系管理软件包的性能特点。
3. 从网上了解实际网站的订单获取流程。
4. 从网上了解某个行业的供应链管理的优秀实践。
5. 从网上查找资料，比较知名的供应链管理软件包的性能特点。

课堂案例分析

彩虹集团实施电子采购三部曲

资料来源: <http://www.chinabyte.com>

彩虹集团在选择电子采购系统是考虑因素有哪些?

参考文献

1. Meeker, M. and C. Depuy, Morgan Stanley the Internet Report. HarperBusiness, 1998.
2. Zimmerman, J. and J. Yang, Marketing on the Internet (4th Ed) . Maximum Pr., 1999.

第九章 实施电子商务的业务计划

学习目的和要求

通过本章的学习，学生应该掌握确定电子商务的效益目标和成本目标，确定哪些电子商务项目需要外包，决定网络主机服务方式，采用规范的项目管理技术来计划和控制电子商务实施以及为电子商务项目配备人员，能够独立完成实施电子商务的业务计划。

知识点

第一节 实施电子商务的业务计划的方面，开展电子商务的目标应包括预期效益和预期成本。效益目标和成本目标的确定和比较。

第二节 内部开发与外包之间的平衡。组建负责外包的内部团队。早期外包、晚期外包和部分外包（局部外包）的含义。考虑主机托管服务的重要因素。

第三节 管理复杂的商务软件实施的最好方法是采用正式的项目管理技术。项目计划包括有关成本、时间安排和绩效的指标。确定开展电子商务所需的人员。事后审计的内容。

学习重点和难点

本章的学习重点有：实施电子商务的业务计划的方面，开展电子商务的目标应包括预期效益和预期成本。效益目标和成本目标的确定和比较。项目计划包括有关成本、时间安排和绩效的指标。确定开展电子商务所需的人员。事后审计的内容。

本章的主要难点：早期外包、晚期外包和部分外包（局部外包）的含义。考虑主机托管服务的重要因素。

学时分配

本章课程讲授 4 学时。

正文

第一节 设定目标

开展电子商务的目标应包括预期效益和预期成本。实施电子商务的业务计划应包括下列这些方面：确定开始的目标；控制这些目标的实现过程；监督其运作过程。

在设定实施电子商务的目标时，经理们应该考虑打算实施项目的范围和实施时的资源。

一、效益目标

有些公司建立网站是为了树立品牌或增加现有营销方案。这些公司可根据品牌知名度的提升来设定目标，而品牌知名度的提升可以通过市场调查和民意测验来衡量。有些公司则想在网站上销售产品或服务，这就可根据销售量或销售额来衡量。还有些公司想要用网站来改善顾客服务或售后支持，他们可以设定增加顾客满意度或降低顾客服务与支持成本的目标。

效益目标之一是为了树立品牌，另一种效益目标是增加现有营销，还有的效益目标是提高顾客满意或降低顾客服务与支持成本。开展电子商务的其他效益可用多种衡量方法进行评价，但通常都用金额来衡量。

二、成本目标

虽然识别和估计成本比设定效益目标容易很多，但信息技术项目的成本同样难以估计和控制。除了硬件和软件成本以外，项目预算还要包括雇用、训练人员和支付人员工资的成本，这些人设计

网站、设计或修改软件、撰写内容并运转与维护网站。

三、比较效益和成本

为开展电子商务制订业务计划的关键是识别潜在效益（包括雇员满意度和公司声誉等无形效益）和确定获得这些效益所需的成本，并比较效益和成本。公司应该用这种成本-效益方法对电子商务战略的各部分进行评价。

资本项目评价的技术有很多种，例如回报法或净收益法。对具体公司而言，这些评价方法量化表述了投入的净收益，还可以调整递减的未来回报（未来所获效益不如当年所获效益有价值）。经理们常用投资回报率（ROI）来描述资本投资评价技术，而 ROI 只是一种资本投资评价技术。

第二节 内部开发与外包

电子商务成功的关键是在外包和内部支持之间取得平衡。委托另一家公司为项目提供外部支持的做法称为外包。

一、内部团队

在确定电子商务哪部分项目需要外包时，首先要组建负责该项目的内部团队。这个团队应该包括了解互联网及其技术的人，团队成员应该有创造性思维。内部团队应该负责从设定目标到网站的最终实施和运营的整个过程。

衡量内部团队的绩效非常重要。但不一定用金钱指标，可以用任何适合衡量目标的指标。顾客满意度、增加的销售量和缩短订单处理时间都可作为评价团队绩效的衡量指标。这种衡量应该体现出电子商务项目对公司向顾客让渡价值能力的影响。

内部团队应该负责从设定目标到网站的最终实施和运营的整个过程。内部团队还要决定将项目的哪些部分外包（以及外包给谁），公司需要为项目聘请什么样的咨询顾问或伙伴。

二、外包

外包的形式有早期外包、晚期外包和部分外包（局部外包）。

1. 在多数电子商务项目中，为了快速开展项目，往往将最初的网站设计和开发外包出去，然后由外包商培训公司的信息系统人员，并把网站的运营交给他们。这种方式称为早期外包。

2. 更传统的信息系统外包方式是由公司自己的信息系统人员完成最初的设计和开发工作，并实施这个系统，直到它成为公司稳定的组成。等到公司得到了系统带来的所有竞争优势后，就可以把电子商务系统的维护工作外包，以便公司的信息系统专业人员能把注意力和精力转移到另外的能带来进一步竞争优势的新技术上。这种方式称为晚期外包。

3. 但电子商务项目还可以进行部分外包。部分外包也称为局部外包，即公司将部分项目交给另一家专业公司进行设计、开发、实施和运作。电子结算系统就是部分外包的典型例子。

三、选择主机托管服务

公司最常采用的电子商务部分外包的方式是主机托管服务。

选择主机服务时要考虑的重要因素包括：可靠性、带宽、安全性和成本。主机托管服务应该保证最高的停机时间。客户希望网站能够每天 24 小时都运转。

主机连到互联网的带宽必须能够应付交易高峰的负荷。有时服务提供商新增账户的速度比带宽扩展的速度快，结果导致接入瓶颈。在谈判服务合同时，应该要求服务提供商保证带宽和服务响应

时间。

服务提供商应该详细说明所能提供的安全类型以及实施措施。服务提供商可为不同的服务水平提供了多种定价方案。了解网站需要哪类服务器硬件和软件，并估计网站可能的交易负荷，这些都会有助于你就主机托管服务的价格进行谈判。

第三节 电子商务实施的管理

管理复杂的商务软件实施的最好方法是采用正式的项目管理技术。

一、项目管理

项目管理是一整套用于计划和控制为达到某个目标所采取行动的规范技术。项目计划包括有关成本、时间安排和绩效的指标，能帮助项目经理根据这三个指标做出明智的决策。

现在项目经理使用项目管理软件来辅助项目管理业务。除了管理人员和内部团队的任务外，项目管理软件还能够帮助团队管理指派给咨询顾问、技术伙伴及外部服务提供商的任务。

二、配备人员

不管内部团队是否决定要外包部分设计 and 应用工作，都必须确定开展电子商务所需的人员。包括业务管理人员、应用专家、客户服务人员、系统管理人员、网络操作人员、数据库管理人员。业务管理职能需要内部人员。

业务经理应该是为项目设定目标的内部团队里的一员。业务经理负责实施业务计划并实现内部团队设定的目标。业务经理应该具备电子商务网站业务活动的经验和知识。在开展大型的电子商务时，除业务经理外，业务管理还需要其他人来承担业务经理没有时间亲自处理的事，如项目管理或账户管理等工作。

了解服务器硬件和操作系统的系统管理员是应用电子商务必不可少的。系统管理员负责保障系统的可靠和安全的运转。如果网站的运转是外包给 ISP 或 CSP，就由它们来负责。如果是公司自己管理网站，就需要安排专人来负责这项工作。另外还需要足够的人手来维持网站的 24 小时的运转和网站安全。

三、事后审计

电子商务网站建成后，项目的资源就转到维护和改善网站的运营上了。越来越多的公司已经认识到了事后审计的价值。事后审计是在项目运营后进行的正式复审。

经理通过事后审计来检查在项目计划阶段确立的目标、性能指标、预计成本和预计的完成日期，并对比预定目标和实际情况。

事后审计允许内部团队、业务经理和项目经理质疑项目的目标，并了解目标和实际结果的差异。

思考题

1. 如何实现电子商务内部开发与外包之间的平衡？
2. 公司在选择主机托管服务时应重点考虑哪些影响因素？
3. 具体实施电子商务时会存在哪些方面的管理问题？

实践要求

1. 根据公司的业务特点，制订开展电子商务的业务计划，内容包括具体目标及完成各目标的

成本和效益，还要指出项目的哪些部分需要外包、需要什么样的主机托管服务以及需要聘用什么人员。

2. 根据公司的业务特点，概括在建立电子商务网站时会出现的硬件、软件、安全、结算处理、广告和法律方面的问题。

课堂案例分析

泰康人寿北京分公司信息化管理之路

资料来源：<http://www.chinabyte.com>

1. 泰康人寿在选择进行电子商务业务时设定的目标是什么？
2. 泰康人寿是怎样进行电子商务信息化管理的？

参考文献

1. Zimmerman, J. and J. Yang, Marketing on the Internet (4th Ed) . Maximum Pr., 1999.
2. [美]Ravi Kalakota、Marcia Robinson:《电子商业——通往成功之路》,潇湘工作室译,北京,人民邮电出版社,2000

题型举例

一、名词解释

1. 电子商务

二、单项选择

1. () 可以使用户在不同的计算机之间传输文件

- A. FTP
- B. TCP/IP
- C. MIME
- D. Telnet

三、多项选择

4. 下面关于电子商务含义的说法正确的是 ()

- A. 从通信的角度看，电子商务是通过电话线、计算机网络或其他方式实现的信息、产品/服务或结算款项的传送
- B. 从业务流程的角度看，电子商务是指提供在互联网和其他联机服务上购买和销售产品的能力
- C. 从服务的角度看，电子商务是要满足企业、消费者和管理者的愿望，如降低服务成本，同时改进商品的质量并提高服务实现的速度
- D. 从在线的角度看，电子商务是实现业务和工作流自动化的技术应用
- E. 以上说法都正确

四、简答题

1. 简述 B2B 电子商务的主要应用。

五、论述题

1. 试述管理者在电子商务中面临的主要问题有哪些？

第三部分 有关说明与实施要求

一、参考用书

1. 廖信博 (Peter Newson), 彭雷迈 (Michael Parent) 编, 电子商务案例 (国际通用 MBA 教材配套案例). 北京: 机械工业出版社, 2001

2. R. 卡拉科塔, M. 鲁滨逊. 电子商务的成功之路. 爱迪生·韦斯利出版公司, 1999 (Ravi Kalakota and Marcia Robinson. E-Business: Roadmap for Success. ISBN 0-201-60480-9. Addison-Wesley 1999)

3. R. 卡拉科塔, A. 惠斯顿. 电子商务管理指南. 爱迪生·韦斯利出版公司, 1997 (Ravi Kalakota and Andrew Whinston. Electronic Commerce: A Manager's Guide. ISBN 0-201-88067-9. Addison-Wesley 1997)

二、学习方法指导

试题可能涉及到本大纲中的任何内容。学生应尽可能地联系实际获取相关经验。这将有助于学生顺利通过这门课程的学习, 并有更大的收获。剖析和研究电子商务方面的各种实例和案例对学生来说也是必需的。在考试中, 要求学生应用本课程的知识技能以及在实践中获得的宝贵经验对案例进行分析。

电子商务课程实验教学大纲

[课程编号]- --406020243

[课程类别] ----专业基础课程

[课程学时] ---54 学时

[实验学时]--- 6 学时

[授课对象] ----本科生，双学位

[授课单位]----商学院工商管理教研室

一、实验教学任务和目的

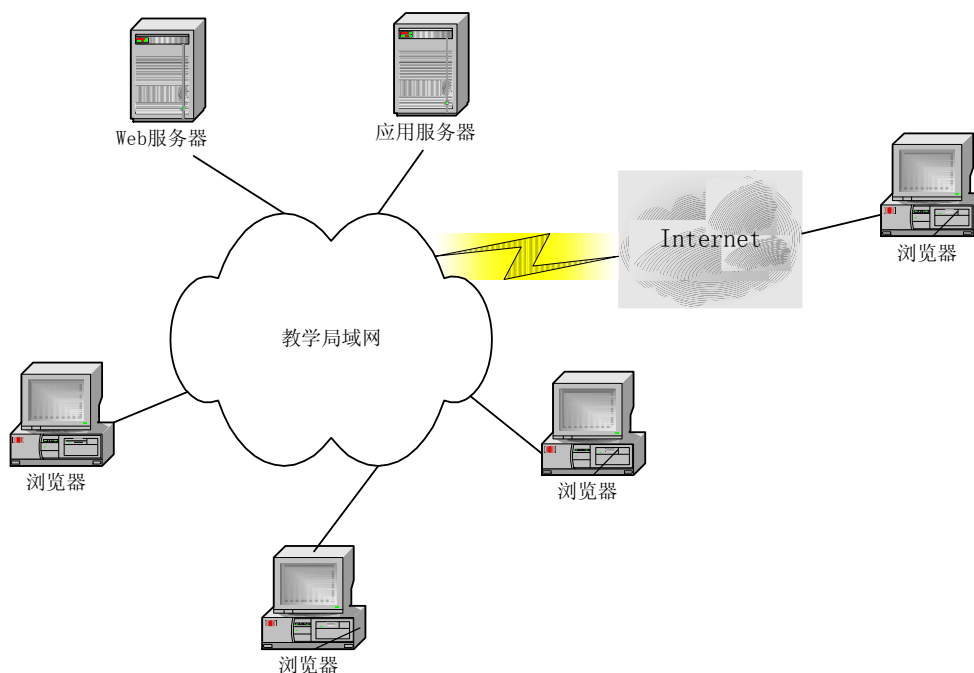
本实验课程的任务和目的是通过应用电子商务模拟教学软件，使学生掌握电子商务的基本概念和以运行机制。

学生通过电子商务的模拟实验，能加深对电子商务的概念的理解，同时掌握电子商务交易的基本方法和操作流程。

二、实验教学基本要求

实验教学的实验环境要求如下：

- 网络：基于 Windows NT 环境的局域网，或是基于 Internet 环境。



- 服务器

- ◆ 硬件配置：

- 166Mhz pentium 或以上级别的微处理器（或同级兼容处理器）
- 128M 内存（推荐 256M 内存）
- VGA 或更高分辨率显示器

- ◆ 软件配置：

- Windows NT Server 4.0 Servers Pack 4 以上（主域服务器）或 Windows 2000 server
- 电子商务模拟教学系统

三、实验教学内容

实验项目一：基于 EDI 的企业电子商务模拟

1. 预习要求

预习电子商务的 EDI 理论框架和操作流程。

2. 实验目的

EDI 即电子数据交换，被广泛应用于商业贸易伙伴之间，通过 EDI 将按标准、协议规范化和格式化的贸易信息通过电子数据网络，在相互的计算机系统之间进行自动交换和处理。

该基于 EDI 的实验过程包括谈判阶段、报关阶段、运输阶段和支付阶段。

3. 实验内容和要求

需求信息查询、报价信息发布、交易谈判、订单处理、拟定合同、执行合同。

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态进行查看，对参与学生的交易成绩进行点评。

实验项目二：基于商品交易中心的电子商务模拟

1. 预习要求

预习电子商务的关于交易中心模式的理论框架和操作流程。

2. 实验目的

掌握在该模式下买卖双方通过商品交易中心即虚拟网络市场进行商务活动。在这种交易过程中，网络商品交易中心以 Internet 为基础，利用先进的通讯技术和计算机软件技术，将商品供应商、采购商和银行紧密地联系起来，为客户提供市场信息、商品交易、仓储配送、贷款结算等全方位的服务。

3. 实验内容和要求

身份认证中心注册、初始产品生产、最终产品销售、信息发布、交易中心撮合、订立合同、执行合同、违约处理

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态进行查看，对参与学生的交易成绩进行点评。

实验项目三：企业对消费者电子商务模拟

1. 预习要求

预习电子商务的企业对消费者商务模式的理论框架和操作流程。

2. 实验目的

掌握在该模式下企业与消费者进行商务活动的交易过程

3. 实验内容和要求

企业方：企业在线注册、商品采购、商品发布、广告管理、商品出售、客户关系管理

顾客：在线注册、网上商城订单、商品搜索、订单处理

4. 实验学时

4 学时

5. 教师点评

对课程进行状态查看，对参与学生的交易成绩进行点评。

四、实验项目与学时分配

序号	项目名称	学 时	要 求	类型	主要设备	实验室
001	基于 EDI 的企业电子商务模拟	4	掌握该模式不同角色流程操作			
002	基于商品交易中心的电子商务模拟	4	掌握该模式不同角色流程操作			
003	企业对消费者电子商务模拟	4	掌握该模式不同角色流程操作			

（注：序号为课程代码加自设代码，自设代码为三位数，并从 001 起排列）

五、考核方式

实验考核成绩占课程总成绩权重的 30%。

六、实验教材及参考书

电子商务实验课程指导教材

七、说明

由于该课程的理论性和实践性要求，因此实验类型采用了在一个电子商务模拟教学环境中来学习和掌握电子商务的理论和实际操作流程。

任课教师名单如下：

于淼 梁建桥

《商业伦理》教学大纲

张国钧 编写

目 录

前 言.....	1470
思考题.....	1470
导 论（2 课时）.....	1471
一、方法的比较和选择.....	1471
二、教学追求.....	1471
三、教学要求和希望.....	1471
四、学习方法和研究方法简介.....	1472
五、强化“中国问题意识”.....	1472
第一章 商业的伦理性和商业伦理（2 课时）.....	1473
一、商业之内在的伦理性.....	1473
二、商业伦理的地位.....	1473
三、商业伦理的作用.....	1474
第二章 伦理学的基本知识（2 课时）.....	1475
一、伦理.....	1475
二、道德.....	1475
三、伦理学.....	1476
第三章 商业伦理：商业生命力的源泉之一（2 课时）.....	1477
一、商业不光是经济的组织和活动，还是伦理的组织和活动.....	1477
二、从宏观看商业伦理.....	1477
三、从微观看商业伦理.....	1477
第四章 商业伦理的中国文化资源（2 课时）.....	1479
一、思想家层面.....	1479
二、文学层面.....	1479
三、早期的“儒商”.....	1479
四、海外华商.....	1479
第五章 商业伦理的西方文化资源中心（2 课时）.....	1480
一、古希腊的思想资源.....	1480
二、中世纪的思想资源.....	1480
三、文艺复兴以来的思想资源.....	1480
四、现代.....	1480
五、今后的发展趋势.....	1480
第六章 现代商业的义利之辨（2 课时）.....	1481
一、传统义利论的内容结构.....	1481
二、现代商业有很强很深的道德要求.....	1481
第七章 商业的互利伦理（2 课时）.....	1482
一、互利作为时代主题在商业的表现.....	1482
二、商业外部的互利伦理.....	1482
三、商业内部的互利伦理.....	1483

参考书.....	1483
第八章 诚信：三阶段和三内涵 及其从品质向关系和制度的过渡（2 课时）	1484
一、诚信的一般意义.....	1484
二、诚信的伦理内涵和伦理阶段	1484
三、诚信的经济内涵和经济阶段：合作中的承诺-合理期待-履约.....	1484
四、诚信的法律内涵和法律阶段	1484
第九章 诚信：商业企业生命力的道德基础	1486
一、诚信：企业生命力的道德基础	1486
二、实证分析：诚信使晋商、徽商在百年前称雄百年驰骋万里	1487
三、反面的补充：失信恶信的商家必然短命	1488
第十章 商业诚信的多维分析（2 课时）	1490
一、商业诚信的前提和内容	1490
二、商业诚信的现状.....	1490
第十一章 华商诚信的特点（2 课时）	1491
一、几个经典性案例	1491
二、显性表现上，华商诚信简便、高效、低成本	1491
三、隐性内容上，华商诚信有长期累积的、异常丰厚的底蕴	1491
四、上述显性表现和隐性内容面临的挑战	1491
第十二章 商业失信恶信：成因、危害和消除（2 课时）	1492
一、成因.....	1492
二、危害.....	1492
三、消除.....	1492
第十三章 当下中国大学生的诚信（2 课时）	1493
一、大学生诚信的现状	1493
二、对大学生诚信的需要	1493
三、大学生诚信的两难.....	1493
课堂讨论二.....	1493
参考书.....	1493
第十四章 商业创新的道德支持（2 课时）	1494
一、在时空维度上，商业创新和道德有差异，也有统一	1494
二、在坐标或者取向上，商业创新和道德有差异，也有统一	1494
三、在社会作用及其属性上，商业创新和道德在差异中，也有统一	1494
四、商业创新和道德诚然有明显的对立，更有深刻的统一	1495
第十五章 中国商业伦理的“问题意识”（2 课时）	1496
一、问题意识（problem consciousness）：科学研究的出发点	1496
二、问题意识：学术理论重心的转移	1496
三、问题意识：基本的思维方法	1497
四、问题意识+本土意识=中国问题意识.....	1497
第十六章 商业的社会责任（2 课时）	1498
一、商业社会责任的依据	1498
二、商业社会责任的分类.....	1498
三、商业社会责任的典型	1499

前 言

课程性质 高年级选修课

课程目的 以鲜明的“中国问题意识”，以问题贯穿教学；通过传授商业伦理的基本理论，继承发扬中国商业伦理的优秀传统，学习借鉴西方商业伦理的先进经验，拓展经济、管理类学生的知识结构；培养学生从商业伦理角度发现和捕捉问题，以问题带动学习、通过深入学习来分析和解决问题的能力。

课程简介 商业伦理是介于经济学和伦理学之间的一门边缘学科。作为面向全校本科生开设的一门选修课，它从我国市场经济的需要和实际出发，植根于中国商业伦理的优秀传统，简明扼要地阐述现代商业伦理的基础理论和基本方法。

参 考 书

史记·货殖列传.

何怀宏.伦理学是什么. 北京：北京大学出版社,2002.

[印度]A.森.伦理学与经济学.王宇等译,北京：商务印书馆,2000.

[日]涩泽荣一.论语与算盘.宋文等译,北京：九州图书出版社,1994.

茅于軾.中国人的道德前景.广州：暨南大学出版社,1997.

张曙光.经济学家如何讲道德. 北京：三联书店,2001.

[美]R.F.哈利特.商业伦理.北京：中信出版社,2000.

思 考 题

- 1.怎样简明扼要地理解伦理、商业伦理？
2. 针对自己学习上的困惑或问题，思考怎样优化自己的学习方法，培养适合自己专业特点、将来拟从事职业的特点的研究方法？
3. 从自己最关注的问题入手，对商业伦理展开有自己个性的理解。
4. 用尽可能恰当的比喻，说明怎样理解商业伦理是商业（组织、活动）的生命线？
5. 以百年前的晋商或徽商为例，关注、深思、理解中国商业伦理的优秀传统，并深入探讨今天怎样发扬光大这个传统？
6. 以晋商或徽商为例，分析西方企业诚信和华商诚信的异同。
7. 以近 30 年来新成长的“浙商”、“粤商”为例，分析他们的诚信的特点。
8. 从世界 500 强企业中，选择一个自己最感兴趣、关注最多的，思考中国企业怎样学习借鉴他们的商业伦理而为我所用？
9. 从世界 500 强中，选择一家中国企业，说明诚信是企业生命力的道德基础。
10. 从诚信的历史、理论、现实入手，从理论、实践上把握商业诚信的定位。
11. 就当下商业失信-恶信的原因及其克服，展开自己的思考。
12. 从国内人才市场及其国际化趋势，以择业为例，就大学生诚信展开自己的思考。
13. 选择商业实践中的一个具体问题为例，展开自己的分析。
14. 谈谈自己对商业伦理、中国管理的认真思考。
15. 从成功的商业企业和失败的商业企业的比较中，谈自己对商业企业社会责任的思考。

导 论（2 课时）

目的和要求： 激发学生的“中国问题意识”，培养学生的创造力，自觉地承传和光大中国商业伦理

一、方法的比较和选择

1. 道-术/器、体-用之间

道-术/器、体-用的含义；大学教育尤其文科教育的使命；在道-术/器，体-用之间

“论文式” / “学科意识” 的优劣

系统完备的知识，有利于知识和学科的传承；适合于社会和学科的常规时期

2. “散文式” / “问题意识” 的优劣

点燃创造之火；适合于社会和学科的非常规时期

3. 我的选择 “散文式” 为主、“论文式” 为辅的教学方法

这样选择的动机：激发和培养同学们的创造性思维能力；丰富同学们的热格和知识结构；能够对同学们的学业、择业甚至人生都产生积极的作用。

二、教学追求

1. 具体做法上，追求一节一焦点一前沿

2. 目标上，培养能力，激发智慧

解决问题靠智慧，靠智慧激发的方法、工具和制度。方法，如数学物理化学上的各种方法；工具，如水火相攻不相容，发明陶-鼎-锅放在水火之间，乃有百味；制度，如一国两制

智慧不可教；怎样才能有智慧？（1）通晓基本原理，如制度是干什么的，（2）直面自己的问题，（3）把原理和问题联系起来而排除一切主客观的障碍或限制，打破一切条条框框，如修电机时的粉笔线，如王志刚的策划，（4）从小问题入手，打破常规思维，如鸡蛋的“不破不立”

智慧的重要标志 从两极冲突甚至你死我活之间，找到出路

智慧，是“把反思的态度与实践的关切统一起来的一种理智（understanding）形式。这种态度的目的是要理解实在的根本本性及其对过好生活的意义。这种实践关切的对象是要在主体的品质和环境既定的情况下构成一种关于过好生活的合情合理的概念，并对他们不得不在其中做出决定和行动的情境做出评价。做出这些评价并不容易，因为好生活是不完全地构成的，个体的品质和环境的可变性使一般原则成为不充分具体的。因此，智慧可以与评价复杂情境的好的判断、由于对人的条件的反思性理解所获得的好的生活的概念等同起来。”牛津哲学指南（The Oxford University to Philosophy）. “智慧”条. 牛津大学出版社, 1995.

3. 正本清源。澄清一些似是而非的观点

三、教学要求和希望

1. 榜样：大师、人师。59 就是 59

2. 课堂就是课堂——基本的课堂秩序；课堂不仅仅是课堂，而是创造性思维的训练场

3. “专注做好每件事”，力争产生 1 篇有自己的见解、可以发表、发表后有一定影响的论文。虽不能之，心想往之

4. 做承传中国商业伦理优秀传统文化的中国知识分子

四、学习方法和研究方法简介

1. 科学前沿及其标志

社会需要和经济社会发展中根本性的问题；人人关注；没有解决

前沿不等于高、精、尖，凡在日常生活中大量存在、符合上面 3 个特点的都可以是前沿问题

2. 前沿之路

立意高；境界或品位高；知识（书本知识和社会知识，包括“人情世故”）渊博；论证充分深刻、逻辑严密、符合规范

3. 读书方法的提升

淘汰，鉴别精品和垃圾；精选，建立自己的动态“图书馆”；“好书不厌百回读”；适当的背诵

4. 研究方法的培养

五、强化“中国问题意识”

（后面要专门讲，这里先做一强调）

1. 问题

2. “中国问题”

3. “中国问题意识”

第一章 商业的伦理性和商业伦理（2 课时）

目的和要求：从商业之内在的伦理性切入，用理论分析和实际案例来简明扼要地说明，商业伦理的重要地位和作用；在此基础上，扼要介绍本课程的学习方法和研究方法时间

说到商业伦理，一方面，“无商不奸”“唯利是图”，“君子爱财取之有道”“盗亦有道”等相反相成的评价就浮现在我们的脑海。另一方面，罗马法的财产法、基督教伦理被认为是西方文化保持连续性、统一性的根本。事实上，商人如果只为顾客着想，就赚不了钱甚至亏本；如果不为顾客着想，就做不大，赚不了大钱。那么，商业和伦理、商业伦理和商业利润之间是什么关系？商业伦理（义）作为无形资产有什么意义？公平的商业环境的意义如何？商业中的伦理、伦理对商业的影响如何？商业如何做大？商业伦理的民族特点/中国化-中国商业伦理如何？本课将努力陆续回答这些问题。

这里，要强调的是，商业伦理的内在矛盾：一方面，伦理的亲情，特殊合理性，人格化交往，亲情；另一方面，商业伦理的超亲情，普遍合理性，非人格化交易，权利义务统一、利益追求和道义承诺统一基础上的互利。商业伦理就是要解决此矛盾，把这两方面统一起来

一、商业之内在的伦理性

1. 伦理以其极大的普遍性和永久性，渗透在一切社会活动之中

伦理的特点，一是实体性+渗透性[血缘-姻缘及其延伸是实体性的，朋友是介于中间的，非血缘-姻缘是渗透性的]，人际性，用“好坏”“善恶”“是否合情理”等反思和评价；二是非强制性，关系各方可以自主地调节和处理彼此的关系；三是具有主体性，靠双方维系，有较强的自律性。根据他律和自律程度的差别，社会规则体系可分为三类：他律性的，即政治、法律规则；自律性的，道德规则；他律性和自律性之间的，亚他律性和亚自律性的规则，即伦理的规则。

2. 商业作为社会活动的基本形式，自有其伦理的一面，有内在的伦理性。凡是有人际关系的地方，就不仅仅是经济的、技术的。

产品-管理/规范和制度-商业价值。

3. 商业伦理的特点和意义

伦理好象机械的润滑系统、电器的控制系统、电子的软件系统，或者象氧气，存在时往往被忽视，没有时才会被注意（阿马蒂亚·森）。对越高级的系统越重要越迫切、越是生死攸关，手工工具几乎不需要润滑，更没有软件；机械系统润滑很重要，如果没有就很难运行，也没有软件；电子系统中，软件取代了润滑（传统社会里那么发达，是没有硬件-制度支撑和法律支持的）。但是辩证地看，这些系统必须在硬件的支持下才能充分起作用。要改变人们的伦理，就伦理谈伦理，不仅是成本最高的，而且是效率和效益最差的，必须从制度入手。当然，制度不是十全十美、包罗万象的，再周密的制度总难免空白点甚至缺陷，又必须靠伦理来救济。

公司培训 1/2 以上为礼仪 摘月亮；顾客拍口袋 拿笔-拿出打开-打开递给对方；捡纸屑 他律-自律。

Benz 公司设计关门声的是 12-15 个设计师，得出的关门声与众不同，精密的技术中深厚的文化含量。

二、商业伦理的地位

1. 商业之结构-功能的内在要素

表面上，商业组织是通过买卖商品而赚钱的组织，商业活动是商品的流入和流出；深层上，无

论商业组织还是商业活动，都离不开伦理，更离不开道德

2. 商业伦理和商业的组织结构

商业组织在表层上，是各职能部门；深层上，渗透着人与人之间的特殊伦理（下章将具体分析“伦理”范畴）

3. 商业伦理和经济增长

和平时期；危机时期；超常增长时期

三、商业伦理的作用

1. 对商业的盛衰

2. 对商业发展的快慢

3. 如将近 100 年前的晋商、徽商；如生机勃勃的同仁堂等一批老字号。

第二章 伦理学的基本知识（2 课时）

目的和要求：从分析伦理学的几个基本概念入手，简明扼要地说明伦理学的基本知识和基本原理
理时间

一、伦理

1. 伦理的本意：从汉字、汉语、中国文化切入

汉字中，“伦”、“理”的本意及其对我们的深层影响

汉语中，对“伦理”范畴的使用，和西方文化中“Ethic”的区别

在中国文化中，“伦理”的本体意义

2. 伦理的三种基本形态

3. 伦理之内涵、外延的扩大

最初是人与人,后来扩展到人和社会,再后来扩展到人和自然生态的整体平衡

4. 伦理的特点

极大的渗透性

客观性普遍性

永恒性横向/断-显性变化，差别很大纵向-隐性发展、相对稳定

超越性 一开始就超越个体的有限性和局限性，生命和生产；时代和民族

模糊性好比中医，法精确好比西医

5. 中国伦理发展的轨迹

家族-血缘伦理,国家-政治伦理,公共-市场伦理

二、道德

1. 道德的本意

汉字中，“道”、“德”的本意及其对我们的深层影响

汉语中，对“道德”范畴的使用

在中国文化中，“道德”的神圣意义

2. 道德之内涵、外延的扩大

3. 道德的特点

主观

内在

微妙

隐秘

超前性，导向性；稳定性，保守性

总之，分而言之，伦理道德在源头上是四个概念，经过本体/客观-规律/必然-规范/义务-良心/自觉-行为/自由的过程：伦，广义是人际关系，狭义是家族关系；理，是条理；道，是人际关系产生消亡的规律，和由此提出的规范；德，是对道的得。合而言之，伦理，是人际关系（包括辈分关系），是客观的，其内容会变化，但关系本身永远存在；道德，是根据客观的条理和规律，用来把人际关系调节到最佳状态的规范-心理-行为的总和，既有客观性，也有主观性，它常常是因地制宜、因时而异的。

三、伦理学

是对人类社会的伦理、道德进行研究的学说、科学或学科。其范围是伦理和道德。其话语是其他学科所没有的。（对应的社会现象能否需要该学科，这两者是一门学科应否存在的理由。）

第三章 商业伦理：商业生命力的源泉之一（2 课时）

目的和要求：说明，商业伦理对商业的生存发展，表面上，似乎是无关紧要的；实质上，生死攸关

商业的目标是利润最大化。但同样是商业，有些朝生夕死，有些欣欣向荣。百年基业、短命小店的根本分野在哪里？告诉我们什么？我们怎么办？

一、商业不光是经济的组织和活动，还是伦理的组织和活动

从“礼之用，和为贵”说起。比如李嘉诚，作为华商首富，首先在伦理上是首富。

1. 从商业的内外关系看，一方面，是利益关系，对内，上下、左右之间，对外，和政府、市场、其它商业企业、顾客之间，都是利益关系，是利益交换的关系；另一方面，要进行利益交换，保持和发展利益关系，就必须内求团结，外求和谐，该团结、和谐中，包括着伦理关系。利益在这里，是表现，也是动力

2. 伦理的力量，在常态下是凝聚力，在特殊时期是爆发力。作为凝聚力，使方向、大小、性质不同的各种力量整合成同一个强大的力量。如同沙子、石头、钢筋等等材料，如果没有水泥，就永远各是各，充其量是材料而已，哪怕再好的材料，也会一盘散沙；如果有了水泥，再按照一定的比例和方法进行组合，才能建设起各种各样雄伟壮丽的建筑。伦理的力量就好比水泥的力量，它自身并没有多大的能量，却能使其它各种各样的能量都以最佳的方式和比例组合成最大的能量。作为爆发力，在初创期、常规期、危机期有不同的表现，尤其在初创期、特殊/危机期，使个人和组织的力量得到超常发挥，其中主要是信念

品牌靠诚信，诚信靠将心比心/良心。如果被过分的私欲屏蔽，良心就没有了、泯灭了，就不可能将心比心

3. 凝聚力和进取力。分别是横向和纵向的力量。没有凝聚力，进取力就可能离散；没有进取力，凝聚力就可能僵化。

4. 社会变迁中，企业的利益分化和伦理的演变

二、从宏观看商业伦理

“安然事件”、“世界通信（World Com）事件”等丑闻说明了什么？

现代国际市场和国内市场竞争，当然是人才、技术、产品、资本、市场等等的竞争；同时，这些竞争一定程度上，甚至在深层上，是商业伦理、商业道德的竞争，至少依赖于商业伦理、商业道德的竞争。

越是发达的市场上，越是这样，赚钱和品牌是统一的，是同一个过程的两个方面。二品牌的底蕴是其创造者的伦理道德的凝结。美国职业道德主管人协会 1991 年成立，时有 12 个会员；1998 年达到 570 个；90 年代中期，《财富》杂志排列的 500 强企业都有成文的道德规范，规范员工的行为。商业道德：竞争力的源泉[N].参考消息[N].1999.9.20.（4）

在不发达的市场上，赚钱和品牌往往是不统一的、分裂的，给企业、消费者/社会和国家都造成严重的损失，从反面呼唤着企业伦理

三、从微观看商业伦理

从卖米的小伙计，到台塑王永庆：卖冰激凌从冬天开始。

一个企业创业之初，从局部看，在市场不健全、竞争不激烈的环境中，可能用不正当手段；谋

求大发展时，就必须靠诚信、靠道德。这虽然比较普遍，却绝不是规律。

在市场日益健全、或竞争比较激烈的环境中，如果仅仅为了捞钱而不择手段，不仅给消费者/社会和国家造成严重的损失，而且对自己也是断送了发展的良机。而为了长远发展，必须把创品牌放在第一位。

而品牌，不仅是全体职工的创造力之和、是少年有形奋斗之和，而且是企业伦理不断积淀和结晶的结果。

第四章 商业伦理的中国文化资源（2 课时）

目的和要求：就中国商业文化传统中，有利于现代商业伦理的思想资源，进行分析梳理，古为今用

一、思想家层面

1. 儒家。以义为利，义利并重-原始信用发达。先是利，后是义，有义就自然有利
儒家认为利是基础，义是目标。这是思想家的理论。在商业实践中，利当然是目标，但是在成功的、有大目光的企业家、商人那里，利绝不是唯一的甚至不是最重要的目标，会把利、义统一起来。
2. 道家。如老子.七章“圣人后其身而身先，外其身而身存。非以其无私邪，故能成其私。”
3. 兵家。上下同欲者胜

二、文学层面

1. 《三国演义》和“商战”
2. 《红楼梦》和企业管理

三、早期的“儒商”

1. 用儒家思想经商办企业；
2. 在商业目的之外之上有非商业的抱负和追求/凡成大事者必有仁心
徽商 晋商 陈嘉庚

四、海外华商

1. 中国文化中血缘关系有很重要的作用，这使华商创业之初凭借家族成员之间特有的血缘关系、准血缘关系、亲缘关系和相关的社会网络资源，以较低的成本迅速集聚人才，团结奋斗，甚至可以不计报酬，能够短时期内获得竞争优势，较快地完成原始积累。

2. 华商继承和发扬儒家的“仁”，主张与人交好、与邻为善，处事顾及长远，顾及友情。在中国古代自给自足的自然经济中，两个人或一群人的合作显然单个人的生产更富有创造性。因此，在日常的生产中很注意和家人或其他人的合作，为生产创造有利的环境。华商在海外同样重视优化和改善自己的经营环境、贸易环境。

3. 华商继承和发扬儒家的“义”。

4. 华商继承和发扬儒家的“信”。“信”，中华民族的传统美德，与现代商业贸易中的诚信原则相接。不管华商办的是什么企业，在哪里经营，“信”使华商从诞生之日起就以一个诚实、真诚、有责任感形象出现，拥有经营经济不可缺少的资源。

5. 每一个成功的华商同样遵守着“智”的准则，他们刻苦经营，善于总结成功的经验和失败的教训，在实践中不断学习不断发展。

6. 华商继承和发扬儒家的“礼”。“礼”要求尊重长辈，上下一致，它对保持企业内部的一致性和稳定性、增强企业的凝聚力有重要作用。许多华人家族企业中，主要领导人基本上由家族成员担任。这些人都有双重身份：既是家族中的成员，在家族中有特定身份，又是企业的管理人员。而家族中最具权威的长辈往往也是这类企业的最高领导人。两种身份相互纠缠，很难使他们完全依照公司的制度标准行事，在此制度之外还有长期形成的长辈与晚辈之间的行事准则和标准。“礼”在一定程度上是华商的特殊的企业制度。

第五章 商业伦理的西方文化资源中心（2 课时）

目的和要求：就西方文化中，有利于建立中国商业伦理的思想资源，进行分析梳理，洋为中用

一、古希腊的思想资源

1. 德谟克利特
2. 柏拉图
3. 色诺芬
4. 亚里士多德

二、中世纪的思想资源

1. 圣·托马斯·阿奎那
2. 清教徒的互约论（covenantal theology）

三、文艺复兴以来的思想资源

1. 托马斯·霍布斯
2. 亚当·斯密

四、现代

1. X 理论
2. Y 理论
3. Z 理论

五、今后的发展趋势

1. 尊重-对话-沟通-交流-融合
2. 文化误解，甚至会有战争

第六章 现代商业的义利之辨（2 课时）

目的和要求：在揭示并继承中国传统义利论的合理内核、重申现代商业的伦理性的基础上，说明“义利之辨”对现代商业的生命力。

一、传统义利论的内容结构

传统义利论主要是儒家的义利论，它有个双重结构：表层先义后利；深层以义为利。前者在价值导向意义上，有正确的因素；后者在社会机制意义上，有正确的因素。

1. 传统义利论是典型的道义论。
2. 传统义利论的深层结构是，以义为利。
3. 传统义利论的具体分析。它对利的某种鄙薄和否定，是错误的；在社会运行机制上，忽视法，也是个缺陷。同时，它认为，使每个主体都做到义、出于义，使全社会井然有序，利自然会源源而来。今天，给这种思想加上法的规范、支撑和保障，是有生命力的。

二、现代商业有很强很深的道德要求

1. 在市场环境中，有很复杂的、系统的并且逐渐严密的规则或者规范。其中主要的是法律，但也包含着、渗透着道德；
2. 企业要在竞争中取胜，就必须有很好的信誉，其中有很强的道德要求；
3. 劳动者的敬业精神、劳动态度对企业的生存和发展，对市场竞争的有序和规范，起着重要的作用。

从近代以来的社会变革中，儒家义利论代表的传统义利论遇到了激烈的批判，甚至是激烈的进攻。其中认识方面的原因是，认为中国传统义利论和现代社会已经格格不入了，对促进中国的社会变革和社会进步已经没有任何积极意义了；必须彻底批判，坚决清除。然而，从理论上深思，从实践中细究，都可以发现，这种判断未免简单；传统义利论仍然有其积极意义和顽强的生命力。

第七章 商业的互利伦理（2 课时）

目的和要求： 揭示互利的时代主题在商业中的表现，从商业外部、内部分别分析商业的互利的表现。

一、互利作为时代主题在商业的表现

互利作为中华民族和全人类从沉痛的历史教训中结晶而来的智慧，以其必然性不断凸显。特别是“冷战”结束以来，全球化进入新一轮迅猛发展，一国和他国、和全世界在日益密切的交往中一损俱损、一利俱利，“非此即彼你死我活”的意识形态、“两极对立必择其一”的思维方式已经成为历史；你赢-我赢的现代“互利”精神正在成为崭新的时代精神，正在使中华民族精神和伟大智慧焕发勃勃生机，同时给商业带来巨大的机遇。

1. 互利：从悠久的历史主题到崭新的时代精神

在最一般的意义上，只要有人和人的活动，互利就必然存在和起作用，成为人类历史深处悠久的主题；而从近代以来，互利逐渐成为时代精神的一个方面。

微观上，如家庭

中观上，如各种组织

宏观上，如国家之间

2. 互利：沉痛的历史教训换来的智慧

历史上的战争

“冷战”及其危害包括经济上的危害

全球化进程中的互利

3. 互利：中华民族精神及其当代贡献

中华民族传统中的互利智慧

改革以来国内的互利

国际上，和东亚各国、发达国家、发展中国家的互利

互利的基本原则及其在商业的集中表现

公平；自愿；等价

二、商业外部的互利伦理

1. 和国家/政府的互利

国家提供公安-国防-宏观经济稳定-基础设施-公共服务如环境保护市政规划和建设社会福利消防救灾-保护产权-法治等方面的服务，为商业创造基本的环境；否则在恶信的环境中，商业为了生存，势必恶信。商业在法律法规的范围内进行生产经营管理活动，为国家纳税。如果编造虚假的商业信息、偷税漏税、贿赂政府官员，直接破坏了他人的利益，破坏了商业安全和公共秩序，是不道德行为、不法行为。

保护环境。如果为利益最大化、成本最小化，对环境造成破坏，就是损害了他人利益和社会利益

2. 和市场的互利

市场为商业提供良好的环境；商业为市场提供适销对路的商品和服务。

3. 和社会/消费者的互利

公平交易，确保消费者权益。特殊行业要有特殊的伦理

4. 和其他商业企业的互利

互信互利，公平竞争。恶性竞争，如不顾行业发展而削价倾销，通过不法手段窃取商业秘密，有意拖欠往来企业的货款

三、商业内部的互利伦理

1. 和股东

股东为企业投资；企业使股东的投资保值增值

2. 和员工

员工为企业敬业；企业考虑员工的利益和发展

课堂讨论一

讨论题：举例说明商业伦理在商业活动者的地位和意义

参考书

何怀宏.伦理学是什么. 北京：北京大学出版社,2002.

[印度]A.森.伦理学与经济学.王宇等译,北京：商务印书馆,2000.

[日]涩泽荣一.论语与算盘.宋文等译,北京：九州图书出版社,1994.

第八章 诚信：三阶段和三内涵 及其从品质向关系和制度的过渡（2 课时）

目的和意义：揭示诚信的三方面的内涵、三个发展阶段，为分析商业诚信的内容、为分析失信恶信的成因、危害和克服，为诚信的培育，提供理论基础。

一、诚信的一般意义

诚信，有狭义的和广义的；微观的、个人的和宏观的、市场；社会的和国家/政府的。其一般意义都是对未来结果的信赖的基础上的合理预期。“道德需要有信赖，信赖包含着预测性，而预测性又要求创造规范化和制度化的行为方式。”塞缪尔.P.亨廷顿.变化社会中的政治秩序[M].北京：三联书店，1989.22.

二、诚信的伦理内涵和伦理阶段

1. 诚信的伦理内涵：“信守诺言”的道德品质
2. 伦理诚信常常集中表现为个人的诚信，是诚信的基础
3. 诚信从微观的、个人的诚信，发展到宏观的、市场或社会意义上的诚信，必须有强有力的、廉洁高效的政府及其提供的公共产品的支持和保证
4. 如果政府不是强政府、廉洁的政府，政府和社会之间，政府的上级和下级之间；政府自己失信甚至恶信。政府如果不能提供这样的公共产品，必然是恶信泛滥

三、诚信的经济内涵和经济阶段：合作中的承诺-合理期待-履约

诚信不是可有可无的，而是稀缺的社会资源，具备实实在在的经济价值。

1. 诚信的经济内涵：以回收为目的的借贷关系中履行义务的能力尤其是偿还债务能力，及其社会评价。经济交易关系-诚信的观念和制度。诚信是还本付息条件下的价值运动，集中表现为货币借贷、商品交易的赊销或预付。其主要关注的是债务人的偿还能力，而不是其品质和行为习惯。或者说，诚信是掌握信息并占据主动权的一方承诺对对方诚实不欺，因此而牺牲眼前利益，却追求和保证了长远利益。参见张维迎.产权政府与信誉[M].北京：三联书店,2001.4,10.
2. 交易是契约的中心环节，交易的基础是在未来某个约定的时间、按约定的条件交付货物或价款
3. 经济诚信超出伦理诚信的地方是，在诚实的品质之外，还有契约、抗风险能力、偿付能力、组织。
4. 经济诚信常常集中表现为企业的诚信，是诚信的中坚。

四、诚信的法律内涵和法律阶段

失信和恶信不是市场经济的衍生物，而是由于法律法规和整个制度的缺位，使失信恶信者不仅不承担起码的代价而且有利可图。

1. 法律内涵：保证上述一切的制度
2. 主要在民事和行政中，
3. 刑事中有没有？唐太宗死囚，是因为连坐制度的制约，也因为古代的经济发达、诚信发达基础上的自信
4. 法律诚信，常常集中表现为政府诚信，是诚信的保证

5. 法律诚信中，深深地渗透着伦理诚信。从不欺诈发展为,弥补法律的不足：补充法律的缺漏；当法律条文不清晰时,依法解释；当适用现行法律审理案件,出现不协调不合理等问题时,衡平判决、订正法律

第九章 诚信：商业企业生命力的道德基础

商业企业生命力的成因有很多，比如，从企业内部成长的雄才大略的企业领袖、胆大包天的目标；顺应市场规律，从扑朔迷离的市场信息中把握瞬息万变稍纵即逝的机会；以务实的理想主义，超越利润最大化目标，立乎其大、持守甚远，坚持超越利润之上之外的远大追求；择强汰弱，形成核心竞争力，并在不断的创新中保持和提升竞争优势；濡化出魔力般的企业文化和企业精神，从企业领袖到普通员工都前赴后继甚至生死以求；永不满足，以每一次成功作为新的起点[1]；如此等等。而将这诸多因素一体化的关键是：诚信，这是企业生命力的道德基础。在那些百年品牌、短命企业之间有一条根本的分野：有无诚信，凡百年品牌无不得力于矢志诚信，凡短命企业莫不自杀于失信恶信。本章就诚信是企业生命力的道德基础，从诚信的基本形态和主要阶段入手，通过国内外企业发展中正反面典型案例的比较，做一简要分析。

一、诚信：企业生命力的道德基础

诚信从其基本形态、发展阶段中，涵育着企业生命力，奠定企业生命力渊深的道德基础：

道德意义上，诚信，是人们交往中信守承诺的品质。其中渗透着严格的自尊自律、理性的尊重他人，在自己信任他人、善待他人的同时，也期待他人信任自己、善待自己，由此至少从自己一方以自己的品质给彼此之间的信任、善待打下内在的坚实基础，并在交易交往中通过将心比心推己及人的扩充，使自己所表达的信任、善待尽可能地得到他人的感知、承认和尊重，从而使彼此之间的交易日趋于长久。

经济意义上，诚信，是交易中尤其借贷关系中，交易各方基于各自的和共同的承诺、守诺、履约的品质而逐渐生成的履行契约义务的能力尤其是偿还债务的能力，由此自下而上从民间逐渐生成的习惯性行规、从行业性向社会性过渡的制度化评价系统，而将道德意义上的诚信的品质深含于其中，保证交易不仅诚信地进行，而且尽可能地趋于长久。

法律意义上，尤其近现代以来，诚信被提升为国家成文法，成为各主要法治国家民法典的“帝王条款”。不仅在民法、商法中做出严格而详尽的规定，而且当确属必要时诉诸于从民商法、行政法、刑法到诉讼法的保护和救济。凡此在自然人或法人的主体，是靠制度的力量保护自己的品牌、信誉及其所蕴含的利益，着眼于长远大发展；在市场，是用制度化的力量去抵御和化解日益频繁并增大的风险，保护和保证交易各方的利益。于是，交易中互相的承诺对承诺者成为义务、自律，对被承诺者不仅是进行评价、要求履行的权利，而且是此评价、要求的合法性合理性的依据，从而依靠制度化力量，保证各方之间的交易尽可能地趋于长久。

分而言之，诚信有道德诚信、经济诚信、法律诚信。经济诚信将道德诚信客观化、常规化甚至趋向于制度化，法律诚信更基于道德诚信、经济诚信而凝结为国家制度，不仅有深刻的道德底蕴，而且被认为是将道德原则贯彻于实在法的手段。经济诚信、法律诚信都既有基于权利、义务的公平对等的普适性要求，也有基于个人自觉的较高层次的要求，在一定程度上都是道德诚信，至少是有道德诚信的意义的要求，从而和道德诚信共同致力于化解和规避风险，防止急功近利、短期行为，追求长远利益、战略利益。统而言之，诚信是所有社会成员在一切交往中必须遵守的“最低限度普遍道德”，是国家、社会的道德基础中“持久的观念”、“持久的制度的前提”。诚信蕴含着渊深的生命力，对商业企业来说，则是商业企业生命力的道德基础。

二、实证分析：诚信使晋商、徽商在百年前称雄百年驰骋万里

1. 明清以来，在山西中部、安徽南部这两个群山环抱、土蹊地狭的地区，随着社会的结构型转变，晋商、徽商不约而同遥相崛起，持续时间最长、影响最大，创造了中国经济史、社会史上的奇迹：晋商，以血缘关系、地缘关系建立起强大的商业集团并发展为金融集团，将其商业网络遍布全国，扩张到俄罗斯、伊朗等，还创办中国最早的票号，执国内金融之牛耳并发展到日本、朝鲜，时称“有麻雀的地方，就有山西商人”，并且从商业、金融上支持中央政府巩固东北、华北、西北边疆并奠定中国版图，驰骋上万里、称雄 500 年。徽商，则以鲜明的宗族血缘特点、同一宗族世代聚居的地缘特点，明中叶以后从早期的零散商人发展为庞大的地域性商业集团，从江南扩展到长江流域、西北、辽东，持续 600 余年，称雄近 300 年，和晋商分庭抗礼又遥相呼应。

2. 晋商、徽商的崛起和鼎盛得力于多种因素：比如，同处于商业要冲，晋商地处中原农业经济带和北方游牧经济带之间的要冲，徽商则率先控制大运河南北漕运的要冲和两淮盐场集散地扬州、淮安，以及“九省通衢”汉口；日益兴盛的家族力量在明清以来中国社会结构的深刻转变中，发展起家族化、地域化的商业集团；和政府建立密切关系，抓住国家经济、政治、军事中的重大机遇，如晋商抓住明初实行“开中制”、加强北方军备之机，独揽粮草专营权而完成原始积累，后来更抓住近代金融业先机，徽商则抓住明弘治 5 年（1492 年）改“开中”为“折色”之机，以盐业为中心，控制两淮盐业专营权 200 多年；等等。而蕴藏在这诸多因素深处，并将这诸多因素整合起来的因素是，晋商、徽商将中国传统诚信发展为发达的、具有现代色彩的诚信，为他们称雄百年驰骋万里而奠定了渊深的道德基础。

3. 晋商积百年诚信，汇通天下。晋商崇拜“义薄云天”的武圣关公，所到之处建有晋商会馆和关帝庙，甚至先建关帝庙后建会馆，以关公的诚信仁义为原则，先义后利、以义制利，“仁中取利真君子，义内求财大丈夫”，建立起内部信任的东掌制度、同行间信任的“相与”制度、取信于顾客的严格的号规；摈弃见利忘义。尤其是随着大宗商品交易的发展、国家财政收支的扩大，白银流通从数量、频率等方面都空前巨大，旧的白银流通制度不仅成本高、风险大，且极为不便而不敷需要；经济发展中，企业自有资本不足，扩大再生产又亟需大量资本，二者之间的矛盾对票号的需要日益迫切。晋商敏锐地抓住先机，靠发达的网络、雄厚的资本开中国票号的先河，从传统的商业诚信中生长出金融诚信：吸收存款，集中社会闲散资本、工商业闲置资本，汇成巨额货币量；发放贷款，使工商企业可支配资本大幅度增加而扩大再生产；办理兑换、汇兑业务，以诚信签发一纸汇票就促进巨额货币流通，使大宗商品交易和国家财政收支不再直接流通白银，高效、安全。

4. 徽商循义利之道，雄飞天下。徽州是理学阙里，徽商尊崇儒家尤其是朱熹所集大成的理学，比如把朱熹的《家礼》收入族谱；在祠堂祭祀朱熹，在各地的徽商会馆崇祀朱熹；有些商人非儒家和理学的书不读。徽商把儒家列为五伦之一的“信”和忠、诚、义并提，一批批徽商巨擘以诚信作为为人之本、经商之本，坚持儒家“以义为利”的义利观并通俗化为“财自道生，利缘义取”、“惟诚待人”、“信义服人”等格言，严辨义利、信守诚信：同行之间诚信，共同结成大商帮；企业内部诚信，业主以诚信对待雇员，雇员对业主心悦诚服；对顾客诚信，货真价实，童叟无欺，宁可损己也不害人。“贸易之际，人以欺为计，予以不欺为计，故吾日益而彼日损”，日积月累，“用是能以致富饶……故其业益大”。

5. 晋商、徽商的诚信不乏科学合理的要素：比如，晋商的东家、掌柜相分离实乃所有权、经营权的分离，具备现代企业制度的雏形；徽商的“大贾和‘伙计’断然是现代‘老板’和‘雇员’的关系”。并且东家和掌柜、大贾和伙计之间成为彼此信任的、人性化的关系，超越了雇佣和被雇佣之间纯粹利益交换的冷冰冰的关系，有利于发挥各自的积极性、进取心。百年前以晋商、徽商为

代表的本土诚信传统中，所蕴含的思想文化资源是何其博大精深；韦伯断言中国缺乏诚信，和清教诸教派的诚信形成鲜明对照，用西方中心论将中国文化简单化，是何其苍白。

6. 晋商、徽商赤裸裸的欺诈或用诚信作外衣的欺诈确乎不少，但那一类做法从不被肯定更不受推崇。同时，晋商、徽商的诚信的运行，主要靠资方和管方各自的品德、彼此间的感情或人情，制度化的支撑虽然有，但刚开始发育，相对较弱。比如晋商票号中，掌柜的权力很大，其个人的能力和品质如何决定票号的生死，这方面一出问题，票号就遭遇厄运。尤其 20 世纪初现代金融业兴起，外国银行进入中国；票号被挤压，生存空间日小。社会贤达和有识之士都认识到，联合组建大银行是唯一的求生之路，但不少票号墨守成规不察时势，看不见潜在的危机而极力阻挠，等到遭遇惨重危机、败局酿成后，虽有醒悟，却为时已晚。徽商则由于清政府不守诚信，课税日益加重尤其出于赈济、助饷、捐输、报效等名义的勒索越来越多，加上接踵而来的战乱的致命打击等原因，也相继覆没。富有深厚的民族文化底蕴、诚信传统的强大商业集团、金融集团驰骋百年却不幸归于灰飞烟灭，其中的经验教训既多又深。

三、反面的补充：失信恶信的商家必然短命

1. 国内，从市场到社会生活中，形形色色的失信、恶信如瘟疫般蔓延，从各种假货到假账、假广告、假统计、假文凭、假政绩，从偷税、漏税到走私、骗汇、骗税，从股市造假、基金黑幕到“黑哨事件”、学术腐败，从公民和法人的失信恶信到政府的失信恶信，从成年人作假欺诈习以为常到儿童少年撒谎毫不脸红……，形形色色的失信恶信行为推波助澜而酿成恶果：2001 年以来，一批上市公司和会计师事务所、律师事务所、证券交易公司合谋欺骗股民和国家的黑幕逐渐曝光，引起股市下跌，不少上市公司或破产或重组；南京冠生园以陈年馅料作月饼，导致“冠生园”老字号覆没；……类似事件接踵发作，引发诚信危机，不仅造成严重的经济损失，而且扰乱公共秩序，损害政府形象，败坏人际关系和公民道德，助长浮躁和短期行为之风，削弱我国的国际竞争力，其恶果不堪设想。

2. 世界范围里，一些大公司由于失信、恶信而酿出的败局同样怵目惊心。先是 2001 年，经几十年艰苦创业才攀上顶峰的安然公司因假帐埋下祸根，在短短 4 年中衰败而破产；后有安达信、世界通信、施乐、默克、雪印乳业等一个个丧失了公众的信任，重蹈安然的覆辙，导致股市大幅下滑，消费者信心跌破“9.11”之后最低点，迫使政府和企业不得不用更大的成本和努力重建诚信。韩国 SK 经 50 年风雨，成长为囊括轻工业到重工业几十个行业的航母型企业，曾居全球 500 强的第 120 位，也因造假而失信，引起股票大跌，最终沉没。凡此都从反面证明：诚信是企业生命力的道德基础。

3. 百年前晋商徽商从小到大从弱到强，近年来国内外一些商家由于失信恶信而陷入困境、危机甚至自取灭亡，都从正反面说明：诚信是企业生命力的道德基础；失信恶信者则即便得势于一时，断不会兴盛于长远，而难逃折戟沉沙的悲剧。涩泽荣一（1840-1931），公认的“日本企业之父”、“日本金融之王”、“日本近代经济的最高指导者”、“日本现代文明的创始人”，从学习西方企业制度，改革创立日本企业制度，参与创立或主持日本 500 多家大企业，参与日本走向现代化全过程，晚年将一生的宝贵经验总结为“《论语》+算盘”即诚信道义+精打细算，深感“商业道德是无论如何都要坚持到底的，其中最重要莫过于‘信’。如果不能坚守‘信’这一字，我们实业界的基础也无法巩固”。

4. 辩证地看，一方面，诚信对企业万不可少，失信恶信则必然短命直至灭亡，正如司马光所说：“欺其邻国，欺其百姓，甚者欺其兄弟，欺其父子，下不信上，上不信下，上下离心，以至于败。所利不能药其所伤，所获不能补其所亡，岂不哀哉”！另一方面，诚信并不是万能的，虽有诚信但如果缺乏其它的相关条件，企业也未必会有长久的生命力，晋商、徽商虽有渊深的诚信却最终

由盛而衰就是明证。也就是说，在企业生命力的诸多要素中，诚信只是必要条件，而不是充分条件更非唯一根据。诚信必须和其它充分必要条件尤其是制度的支撑相配合，才能保证企业的生命力旺盛而长久。

第十章 商业诚信的多维分析（2 课时）

一、商业诚信的前提和内容

商业利益、消费者利益/社会利益、国家利益的互动和统一

二、商业诚信的现状

1. 违约现象频繁，完全履约率降至 50% 左右，商业合同的严肃性受到空前挑战。商业贿赂，官商勾结；商业回扣最终落到消费者身上；售后服务差，推销时热情洋溢、虚假承诺，售后服务冷漠；

2. 逃废债务、拖欠债务严重。首先是商业之间的债务拖欠严重，且这种拖欠已超出“三角”关系，成为一环套一环的债务链；其次商业对银行不履行还债义务，商业骗银行，银行防商业，导致银行逾期贷款大幅度增加。近几年商业拖欠商业银行贷款本息严重，致使商业银行不良资产占到总资产的 25% 以上，达 9000 亿元。

3. 假冒伪劣现象屡禁不止。外观漂亮的“黑心棉”，真假难辨的“水货”，老百姓怎能“买的放心”；注水的牛肉、福尔马林浸泡的水产品，更是使人无法“吃的放心”，更有甚者，利用假药，谋取暴利，坑害无助的病人，如震惊全国的梅花 K 黄柏胶囊致人损害系列案，实在是触目惊心。严重的恶信已成为制约中国市场商业发展的“毒瘤”，中国每年因不讲诚信而造成的损失约 5855 亿元，其中因产品质量低劣和制假售假造成的各种损失至少有 2000 亿元；逃废债务造成的直接损失约 1800 亿元；因合同欺诈造成的直接损失约 55 亿元；因“三角债”和现金交易的财务费用约 2000 亿元。商业欺诈，虚假广告。

第十一章 华商诚信的特点（2 课时）

一、几个经典性案例

案例 1 晋商和徽商

案例 2 战乱中与和平时

案例 3 小贩和巨商，失败者和成功者

二、显性表现上，华商诚信简便、高效、低成本

1. 显性的层面上，华商诚信环节少、程序简、从商谈到成交的周期短；不仅一笔笔具体的生意如此，而且一连串甚至几十年上百年的交易、世交莫不如此。因此，成本很低、效益很高。
2. 公司制企业的诚信环节很多、程序复杂、周期很长、成本极高。

比较起来，华商诚信的显性层面之所以如此地简便、高效、低成本，乃由于这个层面犹如冰山的小尖角，其下面是如同冰山之巨大山体的隐性内容。

三、隐性内容上，华商诚信有长期累积的、异常丰厚的底蕴

1. 从社会结构看，华商诚信是家族诚信，至少是家族基础上的诚信，其基础是非常深厚的，而且会尽可能地致力于长远。众多的老字号就以长久的魅力而闪烁着这样的光芒。
2. 从结构方式看，华商诚信是在一对多、多对多的交往中，扁平化的网络状诚信，比一对一、金字塔式的线型诚信更有力。
3. 作用载体上，华商诚信是在长期的交易、交往中形成的默契。

四、上述显性表现和隐性内容面临的挑战

华商诚信的长处，一是基于个人的心理品质，微观基础非常坚实；二是由于内化为个人的道德品质，在彼此熟悉、良心这一类机制起作用的环境中，可以随个人的流动而流动。其短处，一是范围比较小，在比较小、比较稳定的熟人社会里更容易起作用，当人的活动范围日益扩大、流动加快、进入陌生人社会时，其效果常常容易打折扣；二是缺乏制度的规制，只靠人际关系的熟悉、感情的信任，平时可能很可靠，但一出问题则非常危险，甚至土崩瓦解。因此，这个层面的诚信必须和制度相结合。在这个意义上，从传统诚信到现代诚信，就是个人之间建立在道德品质基础上的诚信的制度化，同时把制度建立在人们的诚信之上，使人们对制度心悦诚服地信仰。但是，迄今为止，这方面的进展相对缓慢，因此在迅速的社会流动和社会分化中、在实实在在的利己比较和激烈的利益冲突中，很难抵挡各种的诱惑，难以起作用，而使华商诚信面临着许多问题和极大的挑战。

隐性内容上，华商诚信如同冰山的主体，不仅比例很大，而且大部分沉淀在当地的乡土社会中，和风俗习惯、社会舆论甚至整个民俗生活都水乳交融，流动性比较弱。因此，这部分内容在最近 30 年来迅速的社会流动、社会分化中，面临着严峻的挑战，不仅一天天地式微，甚至在某些方面、在一些地方被严重地消解。

第十二章 商业失信恶信：成因、危害和消除（2 课时）

一、成因

1. 社会变化

传统的联系方式：血缘-亲族-熟人关系已变而未改。靠私人联系方式，需要信用，但不需要法律和契约

现代的联系方式：陌生人之间快速流动，交易交往频繁，代理制，必须主要依靠法律和契约；但法律、契约的深层仍然是道德

2. 传统资源的破坏和丧失

发达的传统诚信：思想家（如儒家）的设计，制度尤其是非正式制度的安排，民间的生长如晋商徽商的行业自律

3. 制度保障不足

4. 认识和实践不力

二、危害

1. 危害公民的幸福生活

2. 破坏正常的经济社会秩序

3. 影响经济、政治和文化的可持续发展。国外一些商店的“not made in China”，令我们汗颜！

三、消除

1. 道德批判

2. 法律惩罚

第十三章 当下中国大学生的诚信（2 课时）

一、大学生诚信的现状

1. 国内诚信和国际诚信
2. 学校诚信和职业诚信

二、对大学生诚信的需要

1. 大学生自身成长的需要
2. 社会的需要

三、大学生诚信的两难

1. 必须诚信
2. 难以诚信
3. 合理的选择

课堂讨论二

讨论题：人才市场上的大学生诚信

参考书

茅于軾.中国人的道德前景.广州：暨南大学出版社,1997.
张曙光.经济学家如何讲道德.北京：三联书店,2001.
[美]R.F.哈利特.商业伦理.北京：中信出版社,2000.

第十四章 商业创新的道德支持（2 课时）

一、在时空维度上，商业创新和道德有差异，也有统一

1. 商业创新永远是单向度的，永远立足现在，指向未来；它没有先例可循，没有也不可能传统的包袱，除了它自己永远革命的“传统”以外，它尊重但不膜拜任何传统。

2. 道德则有三向度，既在正常的意义上对深厚的历史文化传统有厚重的历史感，尊重过去、怀恋传统，也可能在保守的意义上对传统顶礼膜拜；又调控现在；同时在追求和开创未来。那些落后、陈旧过时的道德姑且不论，而凡是富有生机与活力的、进步的道德，其追求和开创未来的向度无疑是对商业创新的独特而有力的支持；不仅其调控现在的向度从社会运行的各方面对商业创新是有力的支持，而且其历史感-传统的向度可以培育生命深处原创的冲动，使原创的冒险得到滋养而且开花结果，因而对商业创新也是不可多得的文化精神的滋养和资源。只有有了进步道德的滋养和资源，商业创新才能够是健康的、丰满的、生机勃勃的。

二、在坐标或者取向上，商业创新和道德有差异，也有统一

1. 商业创新突出的是进取，它永远在纵向的、一直向前的时间坐标上，追求现实生活中还没有的、崭新的器物、制度、思想和价值，很少甚至几乎不在横向的空间坐标上左右顾盼，很少考虑协调。

2. 道德则兼顾进取和协调，在纵横坐标及其统一形成的理论空间和现实空间中，形成和保持必要、适度而旺盛的张力，既在纵向上追求和支持面向未来的商业创新，又在横向上强调和维持必要的协调，追求和实现二者的和谐。在这方面，进步的道德在纵向和横向之间保持动态平衡的张力，不仅其纵向上的追求和支持无疑会支持并且进一步激发商业创新，而且其兼顾横向的取向对富于价值合理性的商业创新也是富于文化底蕴、精神“后劲”和人性关怀的、深厚持久的支持。

三、在社会作用及其属性上，商业创新和道德在差异中，也有统一

1. 商业创新突出的是革命性，甚至对旧的事物、秩序、模式和规范有一定的“破坏性”。商业创新，一方面就是破旧，在保守的意义上，至少也是对既有事物、秩序、模式、规范等等的改变；在正常的意义上，不仅否定清规戒律，而且打破既定的事物、秩序、模式和规范；在激进的意义，更是否定既定的事物、秩序、模式和规范，在一定情况下、在某些方面，可能还会破坏道德包括进步的道德。另一方面，商业创新更是立新，探索未知，提出并致力于建立当时还不易接受的新的事物、秩序、模式和规范。历史上和现实中，伟大的先行者、开拓者、创造者反对和破坏旧事物、旧制度、旧思想，探索新事物、新制度、新思想，他们最初都是孤独的，仅代表少数甚至极少数的声音，尽管在根本上他们代表着新时代的黎明和第一缕曙光，代表着新制度的声音；其中许多人甚至曾经被看成有罪的。正因为这样，商业创新是非常艰难的，更是富有意义的。

2. 道德则一般来说，既有革命性，又有现实性，甚至有比较强的保守性。特别是在对待规范的态度上，道德总要致力于制订和维护一定的规范，这是它的突出特点之一，如果没有这一点，道德就不可能存在，更不可能起作用。因此，道德在正常意义上，维护规范；在激进意义上，打破规范；在保守意义上，甚至可能维护清规戒律。具体来看，在历史上，无论社会大变革之际，还是社会正常运行中，凡扮演旧制度之卫道士的角色、妨碍和破坏商业创新的，都是旧道德，其中有大量的经验教训值得记取。然而，历史上凡是进步的道德，都有很强的革命性和现实性，而绝少或者几乎没有保守性，其中同样给人们以深刻的启迪和教益。道德及其规范的社会作用及其属性表明，保

守的道德和商业创新是冲突的，而进步的道德则对商业创新是强有力的支持和推动。

四、商业创新和道德诚然有明显的对立，更有深刻的统一

如果持两极对立的、线性思维，就可能只看到二者的对立，坚持认为道德和商业创新是不相容的。然而，如果超越这种片面的线性思维，在更高更广的层次上，存异求同，承认对立，更坚持和追求统一，坚持对立面互补整合的辩证思维，就可以发现，商业创新和道德在理论上，完全可以由对立而实现统一；在现实中，凡进步的道德更是和商业创新有机统一、互相促进的，是对商业创新的强有力的支持和推动。

第十五章 中国商业伦理的“问题意识”（2 课时）

一、问题意识（problem consciousness）：科学研究的出发点

1. 从问题出发，还是从本本出发？是两种不同的方法
2. 历史上，问题先于学科，问题产生后，从自在状态——被各学科整合——洋溢出现有学科的范围
3. 问题 元问题/一个问题和全部问题；总体性、根本性、一般性的，具体的；提出的、面对的；中国无或至少不明显如后现代，中国有，必须解决，怎么走、走哪里，应当和价值，其根据是什么，等等

二、问题意识：学术理论重心的转移

1. 当今世界，科学前沿的重大突破、重大原创性科研成果的产生，大多是多学科交叉融合的结果。近百年获得诺贝尔自然科学奖的 334 项成果中，近半数的项目是多学科交叉融合取得的。例如 DNA 分子双螺旋结构的发现就是物理学、生物学、化学交叉融合的结果。1953 年有 4 篇论文发表在 *Nature* 杂志上，涉及 4 位作者：Wilkins 和 Crick 是物理学家，Watson 是生物学家，Franklin 是化学家（1958 年逝世），前三位荣获 1962 年诺贝尔生理学及医学奖。

2. 当代新兴学科如计量经济学、计量地理学、管理科学、生物信息学、生物医学、纳米科学与技术、生态学、人口学、环境伦理学、空间与海洋科学等等无不是多学科交叉融合的产物。例如 21 世纪的重要新兴交叉学科化学生物学，就是化学与生物学和医学交叉渗透的产物，化学的工具和方法被用于研究生物和医学问题，分子生物学的手段也被用于解决化学问题，包括化学遗传学、生物体系的小分子调控、分子识别和分子间相互作用的化学基础研究、分子进化和生物合成基本规律等。

3. 文理渗透、理工结合，也是培养拔尖创新人才的有效途径。学理工科的一般长于逻辑推理和抽象思维，学人文科学的惯于直觉感受和形象思维。直觉与逻辑是科学思维和创造的两翼，人文艺术与自然科学是人类文明进步的两轮。

4. 世界知名大学普遍高度重视推动多学科的交叉融合与发展。麻省理工学院的跨学科研究中心和实验室（如雷达实验室、电子实验室、怀特克学院等）已超过 64 个；斯坦福大学实施了“生物学交叉学科”（Bio-X Program）研究计划，涉及生物工程、生物医学、生物科学三大领域，跨越文理学院、工程学院和医学院三大学院；哈佛大学、密西根大学等普遍设立了“合作基金”或建立了“学科交叉专家委员会”等机构，以推动学校学科的交叉融合与发展。

二战以后，国际上社会科学的重大发展和突破，大多是从问题开始、问题中心的

问题意识突出并取代学科意识。黑格尔体系式的理论仍然存在，但不是主流。重要的不是体系，而是问题和智慧。科学技术的发展，从古代的整体化，到近代的专业化，再到当代的整体化。二战以后的科学理论大都是“论”。

传统的学科范式以学科为中心，严格界定研究范围、学术框架，生产本学科问题范围里的知识，彼此划界。虽然也力图解决社会问题，但追求的是可以证实的经验理论，基本是属于学术研究，不把解决社会实际问题作为自己的任务。第二次世界大战以后，社会科学在经历了长期的专业化分化和初步的交叉、融合之后，已经大踏步地向杂交、综合和整体化的发现发展。传统的学科界限开始模糊，交叉、横断、边缘性的学科分支、研究领域、和理论流派大量出现，社会科学的研究方法、知识的产生途径和理论的应用方式都得到了更新。跨学科交叉研究以及杂交化、整体化已经成为当

代社会科学发展的进步趋势。当代社会科学形成了以问题为中心的新的学科范式，面对社会生活中的各种问题，从各学科不同的侧面和视角对同一问题展开研究，促进社会科学不同领域的交流和合作，拓展和深化了对相关问题的了解。因此，使当代社会科学的实践性、应用性和解决问题的能力都大大增强。它仍然遵循社会科学的传统，为社会科学的客观性而努力，但更关注当代人类和各国各地区的复杂问题的解决，为社会科学的日益增强的应用性而奋斗，把端正人类社会发展的方向、解决社会实际问题、促进社会经济发展为己任。陈振明.政治学前沿[C].福州：福建人民出版社,2000.1,21-22.

三、问题意识：基本的思维方法

1. 中国文化起源于对世界的忧患，是安身立命之学，内在性思维，真理就是人世的真理，是道理、是讲道求理之学，西方哲学起源于对世界的惊异，康德，对象性思维，人是其中的一部分，解决了，就解决了人自身的问题，是知识之学，有强大的知识论背景

2. 中国哲学没有强大的怀疑论传统，没有主客、本体现象的关系，认为，世界已在那里，无始无终。问题只在于，如何理解世界的意义、美好生活如何可能；直觉，是明了道理的方法、知行合一的传统，不是把握对象的方法；人是宗教、伦理性的动物，人性中有神性，但非认知能把握，在天人、物我、天地、群己、人我、性情、心性、情才及其统一中把握世界，在五伦的双向互动中，通过六艺人文之养，达到不朽，不是彼岸，而是此岸历史人文中的不朽。

古希腊的辩证法，教人怎样分析问题，如何由大问题找小问题，再由小问题找更小的问题，如剥笋，一层层地剥，直到最里面的笋尖。

四、问题意识+本土意识=中国问题意识

本土意识/综合化/生活化/当下性/世俗性，就是基于自己的新鲜经验，修正、改造现有的理论，使之对已有的经验有更大的包容性，对现实有更强的解释力，而不是将原有理论改变成适合本土的特殊理论；或者创立新的理论。

20 世纪，中国哲学、文化被瓜分豆剖，完全被先是纳入西方的话语体系，后是被纳入马克思主义教科书（如不用西方架子是否可能），如形而上学意识及其思维方式不断地悬置实存高扬本质（to be 巴门尼德-not to be 柏拉图黑格尔概念化碎片化体系化-to be 马克思）、专业化科层化分工、技术主义取向，西方问题、本土方法，从西方预设中研究中国问题，象西方那样追问世界存在的基础和本能，却拒斥西方怀疑主义传统；通过道德，沟通人-神的通道被割断；物化、工具化、功利化；陷入专制、绝对主义、权威主义；中国哲学学科的成长始终缠绕在启蒙过程中。反对西化者，也用西方的理论和方法来肢解中国的问题。事实、观念、案例都是西方的，用西方的话语解决中国的问题。食古/洋/人不化，仿佛研究的问题越玄、离现实和中国国情越远，就越有价值。于是，舍近求远、舍中求外、舍正常求怪异，成为治学的成功之道。

必须回到中国情境，从民族文化的视野中，按照中国思想文化的本来传统，从本真、本来、寻根究底的意义上，从根基上，明澈、清晰、虔诚地把握中国问题。/西方可以无视非西方而发展，中国必须拓展视野、正视非中国才能发展

1. 本土化 理论-问题-方法 紧扣中国的现实/悠久历史和/问题化/生活化
2. 弘扬中国优秀传统文化根深叶茂根深多深树多高/

第十六章 商业的社会责任（2 课时）

一、商业社会责任的依据

经济高速增长为最优先目标，是以资本高投入、资源高消耗、污染高排放为代价的。不仅造成收入差距拉大、失业人口的增加和将要面临的人口老龄化问题的严重性在人类发展史上前所未有；而且以相当于美国的 3 倍的污水排量和世界用水总量 15.4%的耗水量也只创造了美国产值的 1/8。中国产品等占据国际市场的依次是玩具、鞋类和廉价电器，是因为高污染而被发达国家转移过来的。西方大国利用中国的廉价劳动力，消耗着中国的石油和煤炭等不可再生资源，生产着它们的产品，排放着中国的污水和废气。外贸公司中 70%多的都是外企；90%的出口产品所使用的知识产权都是国外的；“中国制造”只是一个好听的名词而已。仅举一例，据中国通信学会通信设备制造技术委员会主任张庆忠介绍，2006 年中国手机生产预计能达到 3.8 亿部，占全球手机产能的半壁江山。但美国国际数据集团（IDG）董事长麦戈文却指出，一件在美国售价 49 美元的电子产品（包括手机）中国制造商只能赚到 30 美分，是零售商的 1/24。品牌人的 1/30！

1. 内部，必须兼顾投资者/资本、经营者/管理、劳动者/劳动之间的利益关系；

2. 外部，商业有 2 重性：为消费者提供产品和服务；对社会和环境产品消极影响，社会和环境为了承担或克服该消极影响，必须支付一定的成本，而企业对此有道德的义务和法律的责任，分清利害、当和不当、合理和不合理的界限，提供有益而非有害的供给，采取正当而非不当的手段，获得合理而非不合理的利润，处理好商业效益、社会效益、环境效益之间的关系

3. 商业在经济上有效率，技术上科学，文化上文明，道德上合理公正经济的，还是法律的或道德的；和企业办社会。和利益最大化之矛盾

4. 商业是私器还是公器；商业-伦理的外在联系和内在联系

反证：如果商业只提供产品、服务、纳税，对起码的社会责任不承担而推给社会，就可能提供危害社会的产品，迫使政府花更多的钱打假治乱，也可能破坏经济环境，迫使政府用更多的钱维护经济环境。这些费用最终通过赋税的形式落到企业身上。环境是很典型的例子：如果企业为了“节省”100 万的治理污水的费用，排放 10 吨污水，就可能使附近的养殖业损失 100 万，种植业损失 100 万，周围居民用了被污染的水生病医疗 100 万，国家为了开辟新水源用 1000 万。把这个外部问题内部化，把环境因被破坏造成的损失由企业承担，使破坏环境的成本高于商业治理环境的成本，商业就会自觉地进行环境保护。环境保护方面，企业的影响是很大的，要使企业有环境意识，就要有基本的商业伦理，更要靠建立法律来约束企业的不合理行为。

二、商业社会责任的分类

1. 对公众公司是法律要求，对私营公司更多的是道德要求；

2. 基本的如和生产经营相关的质量、环保等，额外的如公益

3. 内部责任和外部责任及其限度

4. 经济责任如用经济手段和政府合作，追求长远利益和根本利益；法律责任如合法经营，提供合法的产品和服务；道德责任如符合社会道德的要求和取向，在法律的空白地带上，讲规矩；社会责任

经济赔钱-赚钱的机制

三、商业社会责任的典型

海尔。1986 年，张瑞敏的大锤。

1999 年 7 月 15 日，中国非公有制经济的 33 位代表在北京人民大会堂发布《信誉宣言》：“在社会主义市场经济的各个环节中，从自己做起，带头做到守信用、讲信誉、重信义；做到爱国敬业、照章纳税、关心职工；做到重质量、树品牌、守合同、重服务。”

韦伯，亚洲四小龙，李光耀

曾长期担任博世公司总裁的汉斯·L. 默克勒认为，“完美的经济家不久应当能够利用自己的物质条件创建经济和发展经济，而且应当能够……利用自己的精神和道德资本去有所作为。通过这种方式，他可以服务于国民经济。我在此有意识地使用了‘服务’这个词。我们还需要这样一种行为准则：有些事情是不能做的，不管做这些事情是否会受到惩罚。”见[德]Helmut Schmid 赫尔米特·施米特.全球化和道德重建.北京：社会科学文献出版社,2001.152.

美国 IRWIN 出版公司出版的《Financial Accounting》《Fundamental Accounting Principle》都认为，伦理道德是最基本的会计原理（Ethics: the most fundamental principle of accounting）。管理中，崇尚伦理，成为一种趋势。

许多国际大公司把道德作为主要目标,作为企业竞争力的源泉。荷兰 ING 财团负责人亚历山大·卡恩认为，“没有道德观念，我们就是在与灾难打交道；有了道德观念，我们就可以在国际市场立足。”摩托罗拉公司的一贯和永恒的信念是，“坚持高尚操守”，从事一切活动时，“以诚实无欺、清廉自洁的作风遵循道德的最高标准，严格遵守所在国家或地区的法规，忠实于顾客的利益，为用户提供‘同业之冠’的产品和服务；视供应商为伙伴，以双方满意的、无冲突的方式，建立良好的合作关系；以优秀公民的身份出现，为公司所在国家和地区的经济和社会发展做出贡献”。对员工的承诺是“站在人道主义的立场对待员工，创造开放式的沟通环境，让每位员工都能充分发挥自己的潜力；把公司的发展与员工个人的成长结合起来，提供充分的发展机会；员工分享公司的财政成果，给予公平的薪酬、福利和奖励，实行人人均等的鼓励政策。”摩托罗拉行为准则手册.1993.8.27.

1999 年 5 月，美国因瑞士罗奇公司参加了一个哄抬维生素价格的国际联盟，对它处以 5 亿美元的罚款；德国巴斯夫公司被罚款 2.25 亿美元；美国惠而普公司一家分公司被指控欺骗了用户，被美国亚拉巴马州一法院罚款 5.8 亿美元。

[美]托马斯·彼得斯《乱中求胜-美国管理革命通鉴》，经济管理出版社 1986P115 “质量是实际的，……也是道义的和美学的，并且是感性和主观的。它是一种出乎意外的微小感觉，能使用户感觉到设计者和生产厂家对顾客的关心。” P692 “全体人员参与和没有对立情绪的合作关系必须建立在相互信任的基础上，而相互信任又只能在完全诚实的基础上实现。假如一个诺言没有得到信守，假如道德标准未能坚持，假如经理们出尔反尔，那么在今天为求生存所需要的战略简直就无法实施。”

《消费者行为学》教学大纲

陈曦 编写

目 录

前 言	6
一、课程简介	6
二、编写目的	6
三、授课形式及考核方式	6
第一部分 消费者行为学概论	7
第一章 消费者行为研究概述	8
第一节 消费者与消费者行为	8
一、消费者	8
二、消费者行为	8
三、消费者行为的特点	8
第二节 研究消费者行为的意义	8
一、研究消费者行为的意义	8
二、影响消费者行为的因素	8
三、从事消费者研究的成员	9
第三节 消费者行为的研究方法	9
第四节 消费者行为研究的历史	9
一、萌芽时期（1930 年以前）	9
二、应用时期（1930-1960 年间）	9
三、变革与发展时期（1960 年至今）	9
第五节 消费者行为学的课程架构	10
本章思考题：	10
第二部分 影响消费者行为的个体与心理因素	11
第二章 消费者的资源	12
第一节 消费者的经济资源	12
一、消费者的收入	12
第二节 消费者的时间	12
一、休闲与消费者的时间预算	12
二、消费时间与节省时间的产品	12
三、时间的价格	12
第三节 消费者的知识	12
一、消费者知识的内容	13
二、知识的组织	13
三、知识的测量	13
本章思考题：	13
第三章 消费者的购买动机	14
第一节 消费者的需要与动机	14
一、消费者的需要	14
二、消费者动机	14
三、消费者的购买动机	15
第二节 动机与营销策略	15
一、发现消费者的购买动机	15
二、基于多重动机的市场营销策略	15
三、基于动机冲突的营销策略	15
本章思考题：	16
第四章 消费者的知觉	17
第一节 消费者的知觉过程	17
一、感觉和知觉	17

二、刺激物的展露.....	17
三、注意及其影响因素.....	17
第二节 知觉的信息加工理论.....	17
一、数据驱动加工与概念驱动加工.....	17
二、图式与知觉.....	18
第三节 消费者对产品质量的知觉.....	18
第四节 消费者对购买风险的知觉与减少风险的策略.....	18
一、知觉风险及类型.....	18
二、产生知觉风险的原因.....	18
三、减少知觉风险的方法.....	19
本章思考题：.....	19
第五章 消费者的学习与记忆.....	20
第一节 消费者学习概述.....	20
一、学习的含义.....	20
二、学习的分类.....	20
三、学习的方法.....	20
第二节 消费者学习的理论.....	20
一、经典条件反射理论.....	20
二、操作性条件反射理论.....	20
三、认知学习理论.....	20
四、社会学习理论.....	21
第三节 学习的基本特征.....	21
一、学习强度的影响因素.....	21
二、刺激的泛化.....	21
第四节 消费者的记忆与遗忘.....	21
一、记忆.....	21
二、遗忘.....	21
本章思考题：.....	21
第六章 消费者态度的形成与改变.....	22
第一节 消费者态度.....	22
一、消费者态度的含义.....	22
二、消费者态度的功能.....	22
第二节 消费者态度形成的原因及形成过程.....	22
一、态度形成的原因.....	22
二、态度的形成过程.....	23
三、改变消费者态度有如下一些策略：.....	23
第三节 消费者态度及行为的预测.....	23
一、客体态度模型.....	23
二、费希本行为意向模型.....	23
三、购买行为与态度不一致的影响因素.....	23
本章思考题：.....	23
第七章 文化与消费者购买行为.....	24
第一节 消费者的个性.....	24
一、个性的特点与含义.....	24
二、有关个性的理论.....	24
三、个性与消费者行为.....	25
第二节 消费者的自我概念.....	25
一、自我概念的含义与类型.....	25
二、自我概念与产品的象征性.....	25
三、身体、物质主义与自我概念.....	25

第三节 消费者的生活方式.....	26
本章思考题:	26
第三部分 影响消费者行为的环境因素.....	27
第八章 文化与消费者购买行为.....	28
第一节 文化概述.....	28
一、文化的定义.....	28
二、文化的特点.....	28
第二节 消费者的文化价值观.....	28
一、文化价值观及其演变.....	28
二、与消费者行为有关的文化价值观.....	28
三、有关自我的价值观.....	28
第三节 影响非语言沟通的文化因素.....	29
一、时间与空间.....	29
二、象征.....	29
三、契约与友谊.....	29
四、礼仪与礼节.....	29
本章思考题:	29
第九章 社会阶层与消费者购买行为.....	30
第一节 社会阶层概述.....	30
一、社会阶层的含义.....	30
二、社会阶层的特征.....	30
三、社会阶层的决定因素.....	30
第二节 不同社会阶层消费者的行为差异.....	30
一、支出模式上的差异.....	30
二、休闲活动上的差异.....	31
三、信息接收和处理上的差异.....	31
四、购物方式上的差异.....	31
第三节 社会阶层与市场营销战略.....	31
本章思考题:	31
第十章 社会群体与消费者购买行为.....	32
第一节 社会群体概述.....	32
一、社会群体的概念.....	32
二、与消费者密切相关的社会群体.....	32
第二节 参照群体对购买行为的影响.....	33
一、参照群体及其类型.....	33
二、参照群体的影响方式.....	33
三、决定参照群体影响强度的因素.....	33
四、参照群体概念在营销中的运用.....	33
第三节 角色与购买行为.....	33
一、角色.....	33
二、角色与消费购买行为.....	34
第四节 群体压力与从众.....	34
一、从众及原因.....	34
二、影响从众的因素.....	34
本章思考题:	34
第十一章 家庭与消费行为.....	35
第一节 家庭与住户.....	35
一、家庭与住户的含义.....	35
二、家庭的功能.....	35
第二节 家庭生命周期与家庭人员角色.....	35

一、家庭生命周期.....	35
二、家庭人员角色.....	35
第三节 家庭购买决策.....	36
一、家庭决策方式.....	36
二、影响家庭决策方式的因素.....	36
本章思考题：.....	36
第四部分 消费者决策过程.....	37
第十二章 消费者决策过程：问题认知与信息搜集.....	38
第一节 消费者决策的类型.....	38
一、扩展型决策.....	38
二、有限型决策.....	38
三、名义型决策.....	38
第二节 问题认知.....	38
一、问题认识类型：.....	38
二、问题认知过程.....	38
三、影响问题认识的因素.....	38
四、发现消费者问题.....	38
五、激发消费者对问题的认知.....	39
六、压制消费者对问题的认知.....	39
第三节 信息搜集.....	39
一、信息来源与信息搜集类型.....	39
二、内部信息搜集.....	39
三、外部信息搜集.....	39
本章思考题：.....	40
第十三章 消费者决策过程：评价与购买.....	41
第一节 购买前评价.....	41
一、评价标准.....	41
二、确定备选产品在每一评价标准上的绩效值.....	41
三、选择规则.....	41
第二节 购买过程.....	41
一、从购买意向到实际购买。.....	41
二、冲动性购买.....	41
三、追求多样性购买.....	41
四、非店铺购买.....	41
第三节 店铺的选择.....	42
一、消费者逛店的动机.....	42
二、影响店铺选择的店堂特征.....	42
三、店铺选择与消费者特征.....	42
四、影响品牌选择和产品购买数量的店内因素.....	42
本章思考题：.....	43
第十四章 消费者决策过程：购后行为.....	44
第一节 购后冲突.....	44
第二节 产品的使用与闲置.....	44
一、产品的安装与使用.....	44
二、相关与配套产品的购买.....	44
三、产品的闲置.....	44
第三节 消费者的满意与不满.....	44
一、消费者满意.....	44
二、影响消费者满意的因素.....	45
第四节 消费者不满及其行为反应.....	45

一、消费者不满情绪一般有几种表达方式.....	45
二、影响消费者抱怨行为的因素.....	45
三、企业对消费者不满与抱怨的反应.....	45
第五节 重复购买与品牌忠诚.....	45
一、重复购买.....	45
二、品牌忠诚.....	46
第六节 产品与包装的处置.....	46
本章思考题：	46

前 言

课程名称：消费者行为学/Consumer Behavior

总学时： 36

学分： 2

先修课程：管理学原理、市场营销学等

开课单位：商学院工商管理研究所

授课对象：商学院工商管理专业市场营销方向本科生

授课工具：多媒体

教材：D. J. Hawkins, R. Best, & K. A. Coney, Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (10th Edition), 英文影印本, 机械工业出版社。中文译本：符国群等译, 机械工业出版社, 2007。

参考书：(美) 利昂·G·希夫曼, 江林译, 《消费者行为学(第八版)》, 中国人民大学出版社。

Deborah S. Davis (主编), The Consumer Revolution in Urban China, University of California Press, 2000。

一、课程简介

消费者行为学是一门揭示和描述消费者行为的表现、提示消费者行为的规律和产生的原因、预测和引导消费者行为的应用学科, 是市场营销专业的学科重要课程。消费行为学主要研究个人或组织如何选择、购买、使用、处置及消费有关的事物如商品、服务、体验等来满足其一定的需要。它关注的是人们对于与产品或服务相关的信息的心理与行为反应。消费者行为学的研究内容主要有如下几部分：影响消费者行为的内在因素如知觉、学习与记忆、动机与价值观、态度、个性与自我观念等；影响消费者行为的外在因素如文化、亚文化等；消费者决策过程及组织购买行为等方面。

二、编写目的

通过学习明确本课程的研究对象、研究内容；了解消费者购买行为的因素和消费决策过程认识到企业必须调查消费需求的信息；研究消费者的行为与心理，研究影响消费者行为的各种因素，有针对性地研究符合消费要求的产品，制定相应的市场管理策略，以需定产，这样才能提高竞争力，扩大产品销售，改善经营管理水平，为同学走上营销岗位，打下坚实的理论基础。

三、授课形式及考核方式

本课程的教学方法以课堂讲授教学为主，以实践和课堂讨论为辅。主要的教学手段包括：

- 1、课堂讲授：系统地向学生传授基础知识。
- 2、课堂讨论：通过引导学生参与讨论加深学生对基本知识的理解。
- 3、课后作业：适量的课后思考督促学生进行更深入的思考。
- 4、小组项目：提供调研课题与经典案例，学生分组讨论、课堂陈述并上交报告。
- 5、结课成绩=平时成绩*20%+期末考试成绩*80%

第一部分 消费者行为学概论

本部分教学目的：

本部分主要介绍消费者与消费者行为，介绍研究消费者行为的意义，以及回顾消费者行为研究的历史，学习消费者行为研究的理论来源与方法，掌握消费者行为研究的基本框架。

本部分教学要求：

1. 理解消费者与消费行为。
2. 了解消费者行为的历史与发展趋势。
3. 掌握消费者行为研究的基本框架。

学时分配：2 学时

重点：消费者行为研究的历史，消费者行为研究的理论来源与方法

难点：消费者行为研究的基本框架

第一章 消费者行为研究概述

第一节 消费者与消费者行为

一、消费者

狭义消费者，是指购买、使用各种消费品或服务的个人与住户。广义的消费者是指购买、使用各种产品与服务的个人或组织

二、消费者行为

消费者（个人、住户）为获取、使用、处置消费物品和服务所采取的各种行动，包括先于且决定这些行动的决策过程。

影响消费者行为的个体与心理因素是：需要与动机；知觉；学习与记忆；态度；个性、自我概念与生活方式。这些因素不仅影响和在某种程度上决定消费者的决策行为，而且它们对外部环境与营销刺激的影响起放大或抑制作用。

影响消费者行为的环境因素主要有：文化；社会阶层；社会群体；家庭等。

三、消费者行为的特点

- （一）多样性
- （二）聚合性
- （三）动态性
- （四）可诱导性

第二节 研究消费者行为的意义

一、研究消费者行为的意义

- （一）对企业：更好的营销战略与策略
- （二）对消费者：更聪明的消费决策
- （三）对政府：政策与法律的改进
- （四）对学者：对人类行为更深入的了解

二、影响消费者行为的因素

- （一）环境因素（文化、种族与宗教、社会阶层、家庭与参照群体、情境因素）
- （二）个体与心理因素（需要与 动机；知觉；学习与记忆；信念与态度、价值观、个性和生活方式）
- （三）决策过程（问题意识与信息搜集；评价与选择；购后过程）

三、从事消费者研究的成员

- (一) 企业的营销研究部门
- (二) 市场调研公司
- (三) 广告公司
- (四) 零售商
- (五) 基金会与贸易团体
- (六) 政府
- (七) 消费者组织
- (八) 学术机构

第三节 消费者行为的研究方法

主要研究方法包括：

- (一) 调查 (Survey)
- (二) 集中小组访谈 (Focus Group)
- (三) 人员访谈 (Interviews)
- (四) 投影法 (Projecting Method)
- (五) 消费者日记 (Consumer Diaries)
- (六) 实验法 (Experiments)
- (七) 观察法 (Observations)
- (八) 固定样本组技术 (Panels)
- (九) 数据库营销 (Database Marketing)

第四节 消费者行为研究的历史

到目前，消费者行为领域尚未形成一种被普遍接受或大多公众认可的系统理论，这说明本学科还有待于进一步发展、完善，另一方面也预示着广阔的发展前景与空间。

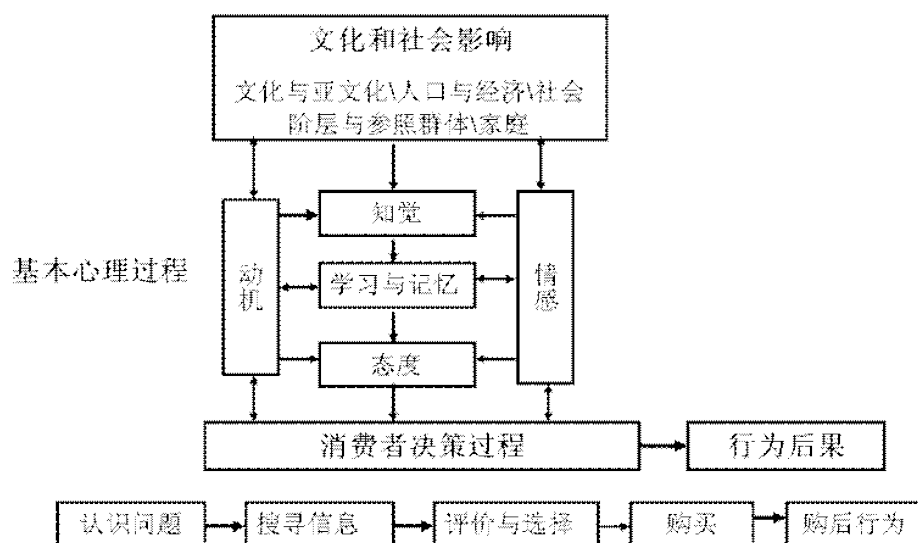
总的来说，消费者行为研究的历史共分为三个阶段：

一、萌芽时期（1930 年以前）

二、应用时期（1930-1960 年间）

三、变革与发展时期（1960 年至今）

第五节 消费者行为学的课程架构



本章思考题：

1. 消费者行为研究的意义是什么？
2. 消费者决策包括哪些阶段？
3. 影响消费者行为的内部因素有哪些？
4. 影响消费者行为的外部因素有哪些？
5. 消费者研究经过哪些阶段，都有何特点？

第二部分 影响消费者行为的个体与心理因素

本部分教学目的：

本部分介绍影响消费者行为的内部因素，即消费者的个体与心理因素。介绍消费者的经济资源，了解其购买动机，熟悉消费者的学习过程及态度的形成，熟悉其知觉形成及记忆形成的过程，掌握消费者的自我概念与其生活方式。

本部分教学要求：

- 1，了解消费者的经济资源。
- 2，掌握消费者购买动机。
- 3，了解消费者知觉形成、信息加工。
- 4，掌握消费者个性、自我概念与生活方式。

分配学时：14 学时

重点：

对消费者的经济资源，消费者的时间，消费者的知识的理解，消费者的需要与动机，早期动机理论，消费者的知觉过程，知觉的信息加工理论，消费者对产品质量的知觉，有关消费者学习的理论，关于学习的一些基本特性，消费者的记忆与遗忘，消费者态度的测量，消费者态度形成的理论，消费者的个性，消费者的自我概念，消费者的生活方式。

难点：

现代动机理论，动机与营销策略，消费者对购买风险的知觉与减少风险的策略。

第二章 消费者的资源

第一节 消费者的经济资源

消费者的经济资源有很多类型，包括收入、财产、信贷等。

一、消费者的收入

（一）收入的构成

一般认为，收入由工资、资金、津贴、红利与利息等构成。不同人群的收入有较大差异。

（二）收入的测量

（三）我国人均收入及变化

（四）收入对消费者需求结构的影响

（五）不同收入层的消费行为特点

第二节 消费者的时间

金钱作为一种资源可以是无限的，但时间不然，很多消费者日益感到时间的宝贵，因此，他们对时间的理解就更为重要。

一、休闲与消费者的时间预算

一般人们将时间分为两部分：工作与休闲。消费者自行安排时间组合，受许多因素影响。

（一）工作性质与报酬

（二）家庭其他成员的时间预算

（三）退休年龄、节假日数目和假期长度

二、消费时间与节省时间的产品

（一）消费时间的产品

许多产品的消费是需要时间的，如看电视、钓鱼、打球、健身，消费者对这些产品的购买取决于他们是否拥有更多可自由支配的时间。

（二）节省时间的产品

三、时间的价格

第三节 消费者的知识

知识是存储在头脑中的信息，消费者知识是指与履行消费者功能相关的那些信息。

一、消费者知识的内容

（一）产品知识

- 1、产品或品牌知名度分析
- 2、产品或品牌形象分析
- 3、价格知识

（二）购买知识

主要涉及两个方面：在哪里买以及何时买。

（三）使用知识

指有关产品如何使用、在什么场合使用、使用时有哪些要求。

二、知识的组织

三、知识的测量

本章思考题：

- 1，解释下列概念：个人收入、个人可支配收入、使用知识、主观知识、品牌知名度分析
- 2，经济资源包括哪些内容？
- 3，消费者知识包括哪些内容？
- 4，如何测量消费者知识？
- 5，不同收入阶层消费者有何消费行为特点？

第三章 消费者的购买动机

第一节 消费者的需要与动机

消费者为什么购买某种产品，为什么对企业的营销刺激有着这样而不是那样的反应，在很大程度上是和消费者的购买动机密切联系在一起的。购买动机研究就是探究购买行为的原因，即寻求对购买行为的解释，以使企业营销人员更深刻地把握消费者行为，在此基础上作出有效的营销决策。

一、消费者的需要

消费者的需要指消费者在生理上和心理上的匮乏状态，从而想获得相应所缺产品。需要是和人的活动紧密联系在一起的。人们购买产品，接受服务，都是为了满足一定的需要。一种需要满足后，又会产生新的需要。因此，人的需要决不会有被完全满足和终结的时候。正是需要的无限发展性，决定了人类活动的长久性和永恒性。

按类别，消费者的需要可以分为如下类：

（一）根据需要在人类发展史上的起源

可分为生理需要、社会性需要。

生理性需要是指个体为维持生命和延续后代而产生的需要，如进食、饮水、睡眠、运动、排泄、性生活等等。

社会性需要：这是指人类在社会生活中形成的，为维护社会的存在和发展而产生的需要，如求知、求美、友谊、荣誉、社交等需要。

（二）根据需要的对象

可分为物质需要与精神需要。物质需要是指对与衣、食、住、行有关的物品的需要。精神需要：主要是指认知、审美、交往、道德、创造等方面的需要。精神需要主要不是由生理上的匮乏感，而是由心理上的匮乏感所引起的。

（三）马斯洛对需要的分类

美国心理学家马斯洛将人类的需要从低级到高级分为五类：生理需要、安全需要、归属与爱的需要、自尊的需要、自我实现的需要。

二、消费者动机

（一）动机的概念

动机 (Motivation)这一概念是由伍德沃斯(R. Wood-worth)于 1918 年率先引入心理学的。他把动机视为决定行为的内在动力。一般认为，动机是指引起个体活动、维持已发起的活动，并促使活动朝向某一目标进行的内在作用。

（二）消费者动机具有如下特征：

- 1、动机是不可观察的或内隐的
- 2、动机具有多重性
- 3、动机有实践性与学习性
- 4、动机具有复杂性

三、消费者的购买动机

消费者的购买动机有这样几类：

1、求实动机。

是指消费者以追求商品或服务的使用价值为主导倾向的购买动机。

2、求新动机。

指消费者以追求商品、服务的时间、新颖、奇特为主导倾向的购买动机。

3、求美动机

消费者以追求商品欣赏和艺术价值为主要倾向的购买动机的支配下，选购商品时注重颜色、造型、外观、包装。

4、求名动机

消费者以追求名牌、高档商品，借以显示或提高自己的身价。

5、求廉动机

消费者以追求商品、服务的价格低廉为主导倾向的购买动机。

6、求便动机

消费者以追求商品购买和使用过程中的省时、便利为主。

7、模仿或从众动机

消费者购买时不自觉的模仿他人的购买行为。

8、好癖动机

消费者以满足个人特殊兴趣、爱好为主导倾向的购买动机。核心是为了某兴趣或嗜好。

第二节 动机与营销策略

本节要讨论三个问题：1，如何发现特定的目标消费者购买某种产品的动机？2，如何根据动机的层次制定营销策略？3，怎样减少不同动机之间的冲突？

一、发现消费者的购买动机

消费者意识到并承认的动机称为显性动机，消费者没有意识到的或不愿承认的动机被称为隐性动机。往往对于显性动机直接询问消费者即可，但对隐性动机，需要采用动机研究技术或投射技术。

二、基于多重动机的市场营销策略

企业识别出消费者购买其产品的各种动机之后，应针对动机制定不同的营销策略。对于多重动机，厂商应采用反应产品多重利益的广告诉求，迎合消费者的多重动机。

三、基于动机冲突的营销策略

动机冲突是指消费者面临两个或两个以上购买动机，其诱发力大致相等但方向相反。如，消费者经常面临在几种同时欲求的产品、服务或活动中作出取舍的问题。通常，消费者面临三类冲突

（一）双趋冲突

（二）双避冲突

（三）趋避冲突

本章思考题：

- 1，什么是消费者需要？
- 2，什么是消费者动机？
- 3，动机冲突对营销者有何启示？
- 4，描述在购买以下产品时，可能产生的动机冲突：
（1）笔记本电脑；（2）运动鞋
（3）800-1000 元的服装；（4）乘飞机在国内旅游；
- 5，营销者能创造和改变消费者的需要吗？为什么？

第四章 消费者的知觉

产品、广告等营销刺激只有被消费者知觉才会对其行为产生影响。消费者形成何种知觉，取决于知觉对象，又与知觉时的情境和消费者先前的知识与经验密切相关。本章重点是讨论知觉过程及影响知觉的因素，同时探讨消费者对品质和购买风险的知觉。

第一节 消费者的知觉过程

一、感觉和知觉

感觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观事物个别属性的反应。个体通过眼、鼻、耳、舌等感觉器官对事物的外形、色彩、气味、粗糙程度等个别属性所做的反应。

知觉，是人脑对刺激物各种属性作出反应，人在感觉的基础上，形成知觉。

感觉与知觉既有联系又有区别。首先，知觉以感觉为基础，缺乏对事物个别属性的感觉，知觉就会不完整。其次，一旦刺激物从感官所涉及范围消失，感觉和知觉就停止了。再次，知觉是对感觉材料的加工和解释，但它又不是对感觉材料的简单汇总。最后，感觉是天生的反应，而知觉则要借助于过去的经验，知觉过程中还有思维、记忆等的参与，因而知觉对事物的反映比感觉要深入、完整。

二、刺激物的展露

展露（Exposure）或刺激物的展露是指将刺激物展现在消费者的感觉神经范围内，使其感官有机会被激活。展露只需把刺激对象置于个人相关环境之内，并不一定要求个人接收到刺激信息。比如，电视里正在播放一则广告，而你正在和家人或朋友聊天而没有注意到，但广告展露在你面前则是事实。

三、注意及其影响因素

由于认识能力的限制，在某一特定时点，消费者不可能同时注意和处理所有展露在他面前的信息，而只是部分地对某些信息予以注意。注意是指个体对展露于其感觉神经系统面前的刺激物作出进一步加工和处理，它实际上是对刺激物分配某种处理能力。

一般而言，影响注意的因素主要有3类，即刺激物因素、个体因素和情境因素。

第二节 知觉的信息加工理论

外部刺激或信息经由感觉器官进入人的大脑，大脑根据感觉材料的性质及贮存在记忆中的原有知识和经验，对这些材料进行加工，然后形成印象或知觉。那么，大脑又是如何对知觉信息进行加工的呢？本节试图对这一问题作一简要回答。

一、数据驱动加工与概念驱动加工

数据驱动加工又叫自上而下的加工，是知觉加工开始于外部刺激，通常是先对较小的知觉单元

进行分析，然后转向较大的知觉单元，经过连续阶段的加工而达到对感觉刺激的解释。

概念驱动加工或自上而下的加工，是从有关知觉对象的一般知识开始的。人脑即形成对知觉对象的期待与假设。

二、图式与知觉

图式通常涉及对于事情、情景或物体的已经组织好了的知识单位，是一种心理结构，表示我们对外部世界已内化了的的知识。

图式的作用主要表现在以下两个方面：

第一，图式是一种信息接收系统。环境中的信息只有与个体具有的图式发生联系时，才算是有意义的。

第二，图式提供了从环境中提取信息的计划，也就是说，当某种图式被激活后，人们将预测环境中的某种信息的出现，并且积极探索所需要的信息，图式将产生一系列的知觉期待。

第三节 消费者对产品质量的知觉

消费者对产品质量的知觉与认识，与产品内在特征有关，也受到主观影响。消费者对产品适用性和其他功能适合其使用目的的主观理解叫感知质量。

企业要充分认识到质量是消费者、环境与企业活动综合作用的结果，单纯从制造过程入手，而不把握消费者的需求与反应，是不可能提供消费者所认可和接受的产品质量的。

第四节 消费者对购买风险的知觉与减少风险的策略

一、知觉风险及类型

知觉风险有如下类型：

（一）功能风险

功能风险是指产品不具备人们所期望的性能或产品性能比竞争品差所带来的风险。

（二）物质风险

物质风险是指产品可能对自己或他人的健康与安全产生危害的风险。

（三）经济风险

经济风险是指担心产品定价过高或产品有质量问题招致经济上蒙受损失所产生的风险。

（四）社会风险

社会风险是指因购买决策失误而受到他人嘲笑、疏远而产生的风险。

（五）心理风险

心理风险是因决策失误而使消费者自我情感受到伤害的风险。

二、产生知觉风险的原因

知觉风险是消费者对其购买活动的结果存在不确定感，凡是导致这种不确定感的因素都是产生知觉风险的原因，包括：

（一）消费者购买的是新产品

- (二) 以往同类产品购买有过不快经历
- (三) 购买时有机会成本存在
- (四) 缺乏产品信息
- (五) 购买的产品的技术复杂程度高

三、减少知觉风险的方法

消费者感受到知觉风险后会想办法减少这种风险。可以采用如下方法：

(一) 主动搜集信息

当对选择后果存在不确定感和缺乏信心时，很多消费者会主动从外部获取信息，因为更多的或例外的信息意味着选择后果的可预见性和确定性增强。

(二) 保持品牌忠诚

如果消费者对现有品牌尚感满意，那么，他可以通过重复选择该品牌，即形成品牌忠诚来避免由于选择新品牌而可能带来的不确定感。

(三) 依据品牌与商店形象

著名品牌或有影响的商店不仅购买者众，而且它们本身构成指示线索，有助于降低消费者的风险感。

(四) 购买高价产品

价格常被消费者作为产品质量的指示器，不少消费者基于“便宜无好货”、“优价优质”而对产品质量作出推断。虽然这种推断不一定总是正确，但很多消费者仍有意无意地在价格与质量之间建立这种关系。

(五) 寻求商家保证

如果企业或卖方通过包修、包换、包退、包赔等方式对产品或服务提供保证，那么消费者的风险就部分或完全地转移了。

(六) 从众购买

根据大多数人的选择来作出购买决定，是很多消费者减少知觉风险的常用办法。

本章思考题：

- 1，感觉与知觉的含义是什么？有何联系与区别？
- 2，产品内在质量和认知质量的联系与区别？
- 3，消费者如何应对知觉风险？

第五章 消费者的学习与记忆

消费者的需要和行为大部分是后天习得。通过学习，消费者获得丰富知识与经验。在学习过程中，也不断调整与改变。本章介绍学习与记忆的机制、理论，及营销应用。

第一节 消费者学习概述

一、学习的含义

所谓学习，是指人在生活过程中，因经验而产生的行为或行为潜能的比较持久的变化。从营销角度，消费者学习指消费者获得购买和消费知识和经验，以应用到未来的消费行为中。

二、学习的分类

学习包括行为学习与认知学习。行为学习包括工具条件与经典条件学习两类，认知学习包括机械映像学习、替代模仿学习、推理类推学习。

三、学习的方法

消费者可以采用模仿法、试误法、观察学习法来进行学习。

第二节 消费者学习的理论

一、经典条件反射理论

经典性条件反射理论是由俄国生理学家伊万·巴甫洛夫（Ivan Pavlov）提出来的。该理论认为，借助于某种刺激与某一反应之间的已有联系，经由练习可以建立起另一种中性刺激与同样反应之间的联系。

二、操作性条件反射理论

操作性条件反射理论是由美国著名心理学家斯金纳（Skinner）提出来的。该理论认为：学习是一种反应概率上的变化，而强化是增强反应概率的手段。如果一个操作或自发反应出现之后，有强化物或强化刺激相尾随，则该反应出现的概率就增加；经由条件作用强化了反应，如果出现后不再有强化刺激尾随，该反应出现的概率就会减弱，直至不再出现。

三、认知学习理论

前面介绍的经典性条件反射理论和操作性条件反射理论均着眼于刺激与反应之间的联结，将学习等同于刺激与反应之间关系的获得。个体获得这种刺激—反应关系后，经反复练习和强化就会形成习惯：只要原来的或类似的刺激情境出现，习得的习惯性反应就会自动出现。

四、社会学习理论

社会学习理论，又称观察学习理论，主要由美国心理学家班图纳（A. Bandura）所倡导。班图纳认为，人的许多行为都是通过观察学习而获得的。所谓观察学习或称替代学习，是“经由对他人的行为及其强化性结果的观察，一个人获得某些新的反应，或使现有的行为反应得到矫正，同时在此过程中观察者并没有外显性的操作示范反应。”

第三节 学习的基本特征

一、学习强度的影响因素

学习强度是指习得行为或反应不被遗忘、能够持续的程度。企业总希望使用各种方法使消费者了解本产品的优势和特点并铭记于心。影响消费者学习强度的因素，包括学习内容或被学习事物的重要性、强化水平或程度、重复的水平、产品或品牌的形象。

二、刺激的泛化

刺激的泛化指消费者对某种特定刺激所作的反应会扩大到其它相似刺激的反应中。即，当消费者在某一刺激情境中学到某一反应后，一旦出现其他类似的刺激，会作出同样或类似的反应。

刺激泛化理论在营销中得到了广泛的应用，一些企业在品牌策略中加以应用，影射或模仿别人的著名商标，或在包装策略上使用与成功产品相类似的包装。

第四节 消费者的记忆与遗忘

一、记忆

记忆是过去经验在人脑中的反映。记忆是复杂的心理过程，包括识记、保持、再认或加快几个基本环节。

记忆包括感觉记忆、短时记忆、长时记忆。记忆过程包括：复述、编码、储存、提取几个过程。

二、遗忘

遗忘是对识记过的内容不能再认和回忆，或表现为错误的再认和回忆。从信息加工的角度看，遗忘就是信息提取不出来，或提取出现错误。

关于遗忘的原因，有三类学说：痕迹衰退说、干扰抑制说以及压抑说。

本章思考题：

- 1，简述学习在购买过程中的作用
- 2，运用认知学习原理分析认知因素对消费行为的影响
- 3，记忆在消费购买过程中的作用
- 4，遗忘及其影响因素

第六章 消费者态度的形成与改变

第一节 消费者态度

一、消费者态度的含义

在消费行为中，态度指人们通过学习和经验所习得的，对某个具体对象表现出来具有一贯性的喜欢或不喜欢的倾向。

三元态度模型刻画了态度的构成，三元分别是指意动、情感，以及认知。意动成分（conation component）：消费者对某个事物或某个活动做出特定反应的倾向。情感成分（affective component）：对某个事物的感情或情绪反应，是对态度对象的直接或总体的评价。认知成分（cognitive component）：消费者对某个事物总体或者属性的信念和评价。

二、消费者态度的功能

消费者对产品、服务或企业形成某种态度，并将其贮存在记忆中，需要的时候，就会将其从记忆中提取出来，以应付或帮助解决当前所面临的购买问题。通过这种方式，态度有助于消费者更加有效地适应动态的购买环境，使之不必对每一新事物或新的产品、新的营销手段都以新的方式作出解释和反应。

则数卡茨（D.Katz）的四功能说：

（一）、适应功能（Adjustment Function），亦称实利或功利功能。它是指态度能使人更好地适应环境和趋利避害。

（二）、自我防御功能（Ego Defense Function）。是指形成关于某些事物的态度，能够帮助个体回避或忘却那些严峻环境或难以正视的现实，从而保护个体的现有人格和保持心理健康。

（三）、知识或认识功能（Knowledge Function）。指形成某种态度，更有利于对事物的认识和理解。事实上，态度可以作为帮助人们理解世界的一种标准或参照物，有助于人们赋予变幻不定的外部世界以某些意义。

（四）、价值表达功能（Value-Express Function）。指形成某种态度，能够向别人表达自己的核心价值观念。

第二节 消费者态度形成的原因及形成过程

一、态度形成的原因

态度形成的原因

- （一）一致性
- （二）满足需要
- （三）符合和展现个性与形象
- （四）自我防御

二、态度的形成过程

态度形成过程：

- 1，态度先于体验，在认知的基础上形成态度：多属性态度模型，直接形成态度。
- 2，体验先于态度，形成认知失调、归因、踏脚入门技术

三、改变消费者态度有如下一些策略：

（一）改变态度的认知成分：改变对属性的相关评价、改变品牌信念、增加新的属性、改变理想点、改变对竞争对手品牌的信念。

（二）改变情感成分：利用经典条件反射；将产品或品牌与特定的群体、社会事件和利益相联系。

（三）改变行为成分：工具性条件反射。

第三节 消费者态度及行为的预测

一、客体态度模型

二、费希本行为意向模型

三、购买行为与态度不一致的影响因素

- （一）购买动机
- （二）购买能力
- （三）态度的强度
- （四）情境因素
- （五）测度上的问题
- （六）态度测量与行动之间的延滞
- （七）个人因素

本章思考题：

- 1，态度有哪些功能？
- 2，描述费希本行为意向模型
- 3，影响购买行为与态度不一致的因素有哪些？

第七章 文化与消费者购买行为

第一节 消费者的个性

个性是个体在多种情境下表现出来的具有一致性的反应倾向，它对于消费者是否更容易受他人的影响，是否更倾向于采用创新性产品，是否对某些类型的信息更具有感受性等均有一定的预示作用。自我概念是自身对自身的情感和看法，而生活方式是个体如何生活，后者实际是前者的外在表现和反映。

一、个性的特点与含义

个性（Personality），有时也称人格，该词来源于拉丁语 Persona，最初是指演员所戴的面具，其后是指演员和他所扮演的角色。心理学家引申其含义，把个体在人生舞台上扮演的角色的外在行为和心理特质都称为个性。关于个性的定义，迄今仍是众说纷纭。这里我们引用施契夫曼和卡努克（Schiffman & Kanuk）对个性所下的定义：个性是指决定和折射个体如何对环境作出反应的内在心理特征。内在心理特征包括使某一个体与其他个体相区别的具体品性、特质、行为方式等多个方面。诚如后面所要看到的，构成个性的这些心理特征不仅对产品选择产生影响，而且还会影响消费者对促销活动的反应以及何时、何地 and 如何消费某种产品或服务。

人的个性具有多方面的特点。首先，个性既反映个体的差异性又反映了人类、种族和群体的共同心理特征。“人心不同，各如其面”。其次，个性具有一致性和稳定性。最后，个性并非完全不可改变。生活中的某些重大事件，如小孩的出生，亲人的去失，离婚等都可能引起个性的改变。

二、有关个性的理论

（一）弗洛伊德的精神分析论

弗洛伊德的精神分析论既是一种动机理论又是一种人格或个性理论。他认为，个性的形成取决于个体在不同的性心理期如何应付和处理相应的各种危机。弗洛伊德将性心理期分为口腔期、肛门期、性器期、潜伏期和两性期，在每一时期的结束阶段，个体都将面临某种危机。比如，在口腔期即 0—1 岁阶段，婴儿的欲望主要靠口腔部位的吮吸、咀嚼、吞咽等活动获得满足，婴儿的快乐也多来自口腔活动。当婴儿即将断奶或不再用瓶子吮吸，危机就发生了。如果婴儿的口腔需要没有得到很好的满足，个体在成人后就会“固化”（Fixated）在这一阶段，会展现出诸如依赖和过度的口腔活动等行为倾向。弗洛伊德的个性理论是以本能尤其是性本能为基础的理论。

（二）荣格的个性类型说

荣格（Jung）曾是弗洛伊德精神分析论的支持者，后因观点不同而自创分析心理学。荣格心理学涉及内容极为广泛，与消费者行为分析尤为密切的首推其个性类型说。根据这一学说，人格结构由很多两极相对的内动力所形成，如感觉对直觉；思维对情感；外倾对内倾等等。具体到一个人身上，这些彼此相对的个性倾向常常是失衡的或有所偏向。

（三）新弗洛伊德个性理论

弗洛伊德的一些同事和门徒并不同意弗洛伊德关于个性主要是由本能或性本能所决定的观点，这些被称为“新弗洛伊德者”的学者认为，个性的形成和发展与社会关系（Social Relationships）密不可分。

（四）特质论

特质论认为，人的个性是由诸多特质构成的。特质是指人拥有的、影响行为的品质或特性，作为一种神经心理结构，它使个体以相对一贯的方式对刺激作出反应。

三、个性与消费者行为

（一）运用个性预测购买者行为

（二）品牌个性

品牌个性是品牌形象的一部分，它是指产品或品牌特性的传播以及在此基础上消费者对这些特性的感知。现在，越来越多的研究人员开始屏弃那种认为个性特征对消费者决策行为的影响放之四海而皆准的假设，相反认为具体的品牌具有激发消费者一致性反应的作用。

（三）与采用创新产品相关的个性特征

消费者采用新产品是有先有后的，有些人是新产品的率先采用者或叫创新采用者（Innovator），而另外一些人则是落后采用者。创新采用者和落后采用者有哪些区别性特征，这是营销者特别希望了解的。

消费者的创新性（Consumer Innovativeness）：创新性反映的实际上是消费者对新事物的接受倾向与态度。有些人对几乎所有新生事物采用排斥和怀疑的态度，另外一些人则采用开放和乐于接受的态度。

（四）个性与决策：认知需要、风险承担、自我掌控或自我驾驭。

第二节 消费者的自我概念

消费者的自我概念或自我形象与前面介绍的个性有紧密的联系。本节先介绍自我概念的含义、类型及自我概念的测量，然后再讨论自我概念与产品象征性、自我概念与身体和物质主义的关系。

一、自我概念的含义与类型

自我概念是个体对自身一切的知觉、了解和感受的总和。消费者不只有一种自我概念，而是拥有多种类型的自我概念。

二、自我概念与产品的象征性

在很多情况下，消费者购买产品不仅仅是为了获得产品所提供的功能效用，而是要获得产品所代表的象征价值。

成为象征品的产品应具有 3 个方面的特征。首先，应具有使用可见性。第二，应具有变动性。第三，应具有拟人化性质，能在某种程度上体现一般使用者的典型形象。

三、身体、物质主义与自我概念

（一）身体与自我概念

每个人都会形成对自己身体及各构成器官的看法，这些看法亦构成自我概念的一部分。

（二）物质主义与自我概念

自我概念从某种意义上是由个体所拥有的那些东西如汽车、住宅、收藏品等所界定。然而，不同的个体对这些世俗的拥有物的注重程度是存在差别的。有的人特别关注这些物质类产品，并将其视为追逐的目标，另一些人则可能相对淡泊它们的价值。

第三节 消费者的生活方式

是个体在成长过程中，在与社会诸因素交互作用下表现出来的活动、兴趣和态度模式。研究消费者生活方式通常有两种途径。一种途径是研究人们一般的生活方式模式，另一种途径是将生活方式分析运用于具体的消费领域如户外活动，或与公司所提供的产品、服务最为相关的方面。

本章思考题：

- 1、消费者自我概念有哪些？
- 2、生活方式与个性有何区别？
- 3、请解释如下概念：生活方式、自我概念、品牌个性、认知需要。

第三部分 影响消费者行为的环境因素

本部分的教学目的：了解影响消费者消费行为的外部环境因素，包括文化、社会阶层、社会群体，以及群体角色、从众、家庭购买决策等知识。

本部分的教学要求：正确理解亚文化，文化，文化价值观，核心价值观社会基层，社会化社会群体，正式群体，次要群体；正确理解影响消费者行为的环境因素，消费者的文化价值观，中国文化特点及其对消费者购买行为的影响，影响非语言沟通的文化因素，参照群体对购买行为的影响，角色与购买行为，群体压力与从众，消费者情境及其构成；熟练运用社会阶层的划分，不同社会阶层消费者的行为差异，社会阶层与市场营销战略，家庭与住户，家庭生命周期与家庭人员角色，家庭购买决策，家庭变化趋势及其影响。

学时分配：14 学时

重点：消费者的文化价值观，中国文化特点及其对消费者购买行为的影响，影响非语言沟通的文化因素，参照群体对购买行为的影响，角色与购买行为，群体压力与从众，家庭生命周期与家庭人员角色，家庭购买决策，家庭变化趋势及其影响，口传过程与意见领袖，流行与消费者行为，创新的扩散，消费者情境及其构成，消费者情境的类型，消费者保护的历史，消费者保护涉及的主要领域。

难点：社会阶层的划分，不同社会阶层消费者的行为差异，社会阶层与市场营销战略。

第八章 文化与消费者购买行为

第一节 文化概述

一、文化的定义

文化应有广义与狭义之分。广义文化是指人类创造的一切物质财富和精神财富的总和；狭义文化是指人类精神活动所创造的成果，如哲学、宗教、科学、艺术、道德等。在消费者行为研究中，由于研究者主要关心文化对消费者行为的影响，所以我们将文化定义为一定社会经过学习获得的、用以指导消费者行为的信念、价值观和习惯的总和。

二、文化的特点

文化具有如下特点：习得性、文化的动态性、文化的群体性、文化的社会性、文化的无形性。

第二节 消费者的文化价值观

价值观是关于理想的最终状态和行为方式的持久信念。它代表着一个社会或群体对理想的最终状态和行为方式的某种共同看法。因此，文化价值观为社会成员提供了关于什么是重要的、什么是正确的、以及人们应追求一个什么最终状态的共同信念。它是人们用于指导其行为、态度和判断的标准，而人们对于特定事物的态度一般也是反映和支持他的价值观的。

一、文化价值观及其演变

每一社会或群体都有其居于文化核心地位的价值观。同时，文化价值观有核心价值观与次要价值观之分。文化的核心价值观是指特定的社会或群体在一定历史时期内形成并被人们普遍认同和广泛持有的占主导地位的价值观念。所谓文化的次要价值观，则是指特定的社会或群体在一定时期内形成和持有的次要、居于从属地位的价值观念。

二、与消费者行为有关的文化价值观

分为三大类：有关社会成员间关系的价值观，有关人类环境的价值观，以及有关自我的价值观。这些价值观都是一些极端的情况，在两个极端的价值观之间，还存无数的中间状态。

三、有关自我的价值观

有关自我的价值观反映的是社会各成员的理想生活目标及其实现途径。这些价值观对消费者因而对企业的市场营销也具有重要的影响。

第三节 影响非语言沟通的文化因素

一、时间与空间

不同的社会文化可能具有不尽相同的时空观。其次，人们在空间观念上也可能存在差异。

二、象征

象征的意义是“产生于并取决于使用它们的人类，是人类加在物质的东西和事件之上的”。象征是重要的，因为象征能帮助人们以最小的努力迅速地进行复杂思想的沟通。

三、契约与友谊

四、礼仪与礼节

礼仪与礼节代表社会交往中一般被接受的行为方式，适当的礼仪和礼节对于企业营销尤其是人员推销和广告的重要性是显而易见的。营销人员必须懂得，在自己文化中是自然和适宜的礼仪和礼节，在其他文化中可能是非常不当的。

本章思考题：

- 1，哪些文化因素影响了日本人在食品和日常用品方面的购买行为？
- 2，家乐福要在日本取得成功需要做哪些方面的调整？

第九章 社会阶层与消费者购买行为

本章目标是了解消费者是均处于一定的社会阶层。同一阶层的消费者在行为、态度和价值观念等方面具有同质性，不同阶层的消费者在这些方面存在较大的差异。因此，研究社会阶层对于深入了解消费者行为具有特别重要的意义。

第一节 社会阶层概述

一、社会阶层的含义

社会阶层(Social class)是由具有相同或类似社会地位的社会成员组成的相对持久的群体。每一个体都会在社会中占据一定的位置，有的人占据非常显赫的位置，有的人则占据一般的或较低的位置。

消费者行为学中讨论社会阶层，一方面是为了了解不同阶层的消费者在购买、消费、沟通、个人偏好等方面具有哪些独特性，另一方面是了解哪些行为基本上被排除在某一特定阶层的行为领域，哪些行为是各社会阶层成员所共同的。

二、社会阶层的特征

- (一)、社会阶层展示一定的社会地位
- (二) 社会阶层的多维性
- (三) 社会阶层的层级性
- (四) 社会阶层对行为的限定性
- (五) 社会阶层的同质性
- (六) 社会阶层的动态性

三、社会阶层的决定因素

吉尔伯特(Jilbert)和卡尔(Kahl)将决定社会阶层的因素分为3类：经济变量、社会互动变量和政治变量。经济变量包括职业、收入和财富；社会互动变量包括个人声望、社会联系和社会化；政治变量则包括权力、阶层意识和流动性。下面主要介绍其中与消费者行为研究特别相关的几个因素。

第二节 不同社会阶层消费者的行为差异

一、支出模式上的差异

不同社会阶层的消费者所选择和使用的产品是存在差异的。有的产品如股票、到国外度假更多地被上层消费者购买，而另外一些产品如廉价服装与葡萄酒则更多地被下层消费者购买。

二、休闲活动上的差异

上层社会成员所从事的职业，一般很少身体活动，作为补偿，多会从事要求臂、腿快速移动的运动如慢跑、游泳、打网球等等。下层社会成员倾向从事团体或团队性体育活动，而上层社会成员多喜欢个人性或双人性活动。中层消费者是商业性休闲和诸如公共游泳池、公园、博物馆等公共设施的主要使用者，因为上层消费者一般自己拥有这一类设施，而低层消费者又没有兴趣或无经济能力来从事这类消费。

三、信息接收和处理上的差异

处于最底层的消费者通常信息来源有限，对误导和欺骗性信息缺乏甄别力。出于补偿的目的，他们在购买决策过程中可能更多地依赖亲戚、朋友提供的信息。中层消费者比较多地从媒体上获得各种信息，而且会更主动地从事外部信息搜集。随着社会阶层的上升，消费者获得信息的渠道会日益增多。

四、购物方式上的差异

人们的购物行为会因社会阶层而异。一般而言，人们会形成哪些商店适合哪些阶层消费者惠顾的看法，并倾向于到与自己社会地位相一致的商店购物。

第三节 社会阶层与市场营销战略

依据社会阶层制定市场营销战略的具体步骤：

第一步是决定企业的产品及其消费过程在哪些方面受社会地位的影响，然后将相关的地位变量与产品消费联系起来。为此，除了运用相关变量对社会分层以外，还要搜集消费者在产品使用、购买动机、产品的社会含义等方面的数据。

第二步是确定应以哪一社会阶层的消费者为目标市场。这既要考虑不同社会阶层作为市场的吸引力，也要考虑企业自身的优势和特点。第三步是根据目标消费者的需要与特点，为产品定位。最后是制定市场营销组合策略，以达成定位目的。

本章思考题：

- 1，什么是社会阶层？
- 2，社会阶层有何特点？
- 3，你认为我国职业足球运动员属于哪一社会阶层？
- 4，我国现阶段的社会阶层差距是在扩大还是缩小，为什么？

第十章 社会群体与消费者购买行为

消费者的很多行为受到群体及其规范的影响。本章先介绍社会群体的含义、类型与作用，讨论参照群体与购买行为的关系，然后分析受群体制约和界定的角色及其对消费者行为的影响，最后审视群体压力与从众。

第一节 社会群体概述

一、社会群体的概念

群体或社会群体是指通过一定的社会关系结合起来进行共同活动而产生相互作用的集体。群体规模可以比较大，如几十人组成的班集体；也可以比较小，如经常一起上街购物的两位邻居。群体人员之间一般有较经常的接触和互动，从而能够相互影响。

（一）、正式群体与非正式群体

正式群体是指有明确的组织目标、正式的组织结构，成员有着具体的角色规定的群体。非正式群体可以是在正式群体之内，也可以是在正式群体之外，或是跨几个群体，其成员的联系和交往比较松散、自由。

（二）、主要群体与次要群体

主要群体或初级群体是指成员之间具有经常性面对面接触和交往，形成亲密人际关系的群体。次要群体或次级群体指的是人类有目的、有组织地按照一定社会契约建立起来的社会群体。

（三）、隶属群体与参照群体

隶属群体或成员群体是消费者实际参加或隶属的群体，如家庭、学校等。参照群体是指这样一个群体，该群体的看法和价值观被个体作为他或她当前行为的基础。

二、与消费者密切相关的社会群体

（一）家庭

人的一生，大部分时间是在家庭里度过。家庭成员之间的频繁互动使其对个体行为的影响广泛而深远。个体的价值观、信念、态度和言谈举止无不打上家庭影响的烙印。不仅如此，家庭还是一个购买决策单位，家庭购买决策既制约和影响家庭成员的购买行为，反过来家庭成员又对家庭购买决策施加影响。

（二）朋友

朋友构成的群体是一种非正式群体，它对消费者的影响仅次于家庭。

（三）正式的社会群体

像中国高校市场学研究会、某某学校校友会、业余摄影爱好者协会等组织均属于正式的社会群体。

（四）购物群体

为了消磨时间或为了购买某一具体的产品而一起上街的几位消费者，就构成了一个购物群体。

（五）消费者行动群体

它可大致分为两种类型，一种是为纠正某个具体的有损消费者利益的行为或事件而成立的临时性团体，另一种是针对某些广泛的消费者问题而成立的相对持久的消费者组织。

（六）工作群体

分为两种类型：一种是正式的工作群体，即由一个工作小组里的成员组成的群体，另一种是非正式工作群体，即由在同一个单位但不一定在同一个工作小组里工作，且形成了较密切关系的一些朋友组成。

第二节 参照群体对购买行为的影响

一、参照群体及其类型

参照群体实际上是个体在形成其购买或消费决策时，用以作为参照、比较的个人或群体。

二、参照群体的影响方式

参照群体对消费者的影响，通常表现为3种形式，即行为规范上的影响，信息方面的影响，价值表现上的影响。

规范性影响是指由于群体规范的作用而对消费者的行为产生影响。信息影响指参照群体成员的行为、观念、意见被个体作为有用的信息予以参考，由此在其行为上产生影响。价值表现上的影响指个体自觉遵循或内化参照群体所具有的信念和价值观，从而在行为上与之保持一致。

三、决定参照群体影响强度的因素

- （一）产品使用时的可见性
- （二）产品的必需程度
- （三）产品与群体的相关性
- （四）产品的生命周期
- （五）个体对群体的忠诚程度
- （六）个体在购买中的自信程度

四、参照群体概念在营销中的运用

- （一）名人效应
- （二）专家效应
- （三）普通人效应
- （四）经理型代言人

第三节 角色与购买行为

每一个人都在社会或群体中占据一定的位置，围绕这一位置，社会对个体会有一定的要求或期待。当个体依照社会的期待去履行义务、行使权利时，他就是在扮演一定的角色。在现实生活中，人们需要扮演各种各样的角色。

一、角色

角色是个体在特定社会或群体中占有的位置和被社会或群体所规定的行为模式。

二、角色与消费购买行为

- (一) 角色关联产品集
- (二) 角色超载和角色冲突
- (三) 角色演化
- (四) 角色获取与转化

第四节 群体压力与从众

个人接受社会影响的方式多种多样，其中之一是从众。

一、从众及原因

从众（Conformity）指个人的观念与行为由于受群体的引导或压力，而趋向于与大多数人相一致的现象。消费者在很多购买决策上，会表现出从众倾向。比如，购物时喜欢到人多的商店；在品牌选择时，偏向那些市场占有率高的品牌；在选择旅游点时，偏向热点城市和热点线路。

二、影响从众的因素

（一）群体特性

群体的一致性：如果其他群体成员的意见完全一致，此时持不同意见者会感到巨大的压力，从众的可能性大大增加。群体的规模：在一定范围内，个人的从众性随群体规模的扩大而增加。群体的专长性：群体及其成员在某一方面越有专长，个体遵从群体意见和受群体影响的可能性增大，反之则减弱。

（二）消费者特性

自信心既和个性有关，也和消费者对决策问题所拥有的知识和信息有关。研究发现，被试的自我评价越高，做事越果断，其从众性越低。知识和信息的缺乏，会降低消费者对决策问题的自信心，从而提高其从众倾向。

消费者的自我介入水平：当消费者对某一问题尚未表达意见和看法，他在群体压力下有可能作出和大家一致的意识表示。但如果他已经明确表达了自己的态度，此时如果屈服于群体压力而从众，他在公众面前的独立性和自我形象均会受到损害。在这种意识下，他会产生抗拒反应，从而不轻易从众。

消费者对群体的忠诚程度：个体对群体的忠诚程度是和群体的吸引力与个体的需要两方面因素所决定。当消费者强烈地认同某一群体，希望成为它的一部分，那么与群体保持一致的压力会越大。相反，如果他不喜欢这个群体，或认为该群体限制了他的社会生活，从众的压力就会降低。

本章思考题：

- 1，群体有何特征？
- 2，参照群体对消费者的影响方式有哪些种？
- 3，从众的原因是什么？
- 4，描述你属于的3个群体，各举一个以它们作为参照群体的购买事例。
- 5，为什么非正式群体较正式对消费者的影响更大？

第十一章 家庭与消费行为

家庭是社会的基本单位。在正常情况下，人的一生大都是在家庭中度过的。家庭对个体性格和价值观的形成，对个体的消费与决策模式均产生非常重要的影响。

第一节 家庭与住户

家庭既是很多产品的基本消费单位，又是重要的社会群体，消费者的购买模式无不打上家庭影响的烙印。把握家庭对消费者行为的影响，无疑应从分析家庭的含义、功能、作用，它与其他社会群体的联系与区别等基本内容入手。

一、家庭与住户的含义

家庭是指以婚姻关系、血缘关系和收养关系为纽带而结成有共同生活活动的社会基本单位。与家庭相比，住户 (household) 是一个范围更广泛的社会群体或购买决策单位。住户是指由生活在同一“屋檐”下或同一“住宅单元” (housingunit) 里的人所组成的群体。

二、家庭的功能

家庭作为社会的基本组织，具有很多功能。与消费者行为研究联系比较密切的功能有经济功能、情感交流功能、赡养与抚养功能、教育功能或家庭成员的社会化功能。

第二节 家庭生命周期与家庭人员角色

一、家庭生命周期

- (一) 单身阶段
- (二) 新婚阶段
- (三) 满巢阶段
- (四) 空巢阶段
- (五) 解体阶段

二、家庭人员角色

一般而言，家庭消费决策过程中至少涉及以下 5 种角色。

倡议者。提议购买某种产品或使其他家庭成员对某种产品产生购买兴趣的人。

影响者。为购买提供评价标准和哪些产品或品牌适合这些标准之类信息，从而影响产品挑选的人。

决策者。有权决定购买什么及何时购买的家庭成员。

购买者。实际进行购买的家庭成员，购买者与决策者可能不同。例如，青少年可能会授权决定购买何种汽车甚至何时购买，但是，父母才是实际与经销商进行议价并付款的人。

使用者。在家庭中实际消费或使用由他们自己或其他家庭成员所购产品的人。

第三节 家庭购买决策

一、家庭决策方式

家庭购买决策是指由两个或两个以上家庭成员直接或间接作出购买决定的过程。作为一种集体决策，家庭购买决策在很多方面不同于个人决策。

二、影响家庭决策方式的因素

奎尔斯（W. Qualis）的研究识别了 3 种因素：家庭成员对家庭的财务贡献；决策对特定家庭成员的重要性；夫妻性别角色取向。一般而言，对家庭的财务贡献越大，家庭成员在家庭购买决策中的发言权也越大。

（一）文化和亚文化

文化或亚文化中关于性别角色的态度，很大程度上决定着家庭决策是由男性主导还是女性主导。

（二）角色专门化

随着时间的推移，夫妻双方在决策中会逐渐形成专门化角色分工。传统上，丈夫负责购买机械和技术方面的产品，例如，他们要负责评价和购买汽车、保险、维修工具等产品；妻子通常负责购买与抚养孩子和家庭清洁有关的产品，如孩子的食物与衣服，厨房和厕所用的清洁剂等。随着社会的发展，婚姻中的性别角色不再像传统家庭中那样鲜明，丈夫或妻子越来越多地从事以前被认为应由另一方承担的活动。虽然如此，家庭决策中的角色专门化仍然是不可避免的。从经济和效率角度来看，家庭成员在每件产品上都进行联合决策的成本太高，而专门由一个人负责对某些产品进行决策，效率会提高很多。

（三）家庭决策的阶段

在家庭购买决策中，同样存在着不同的阶段。家庭成员在购买中的相对影响力，随购买决策阶段的不同而异。

（四）个人特征

家庭成员的个人特征对家庭购买决策方式亦有重要影响，夫妻双方的影响力很大程度上来自各自的经济实力，因此，拥有更多收入的一方，在家庭购买决策中更容易占据主导地位。个人特征的另一个方面是受教育的程度，妻子所受教育程度越高，她所参与的重要决策也就越多。

（五）介入程度及产品特点

家庭采购决策方式因产品的不同而异。当某个产品对整个家庭都很重要，且购买风险很高时，家庭成员倾向于进行联合型决策；当产品为个人使用，或其购买风险不大时，自主型决策居多。

本章思考题：

- 1，家庭与住户的概念与不同点？
- 2，家庭的社会功能为何？
- 3，什么是家庭的生命周期？
- 4，影响家庭购买决策的因素？
- 5，家庭购买决策的方式，适合哪些产品？

第四部分 消费者决策过程

本部分教学目的：介绍消费者决策过程的问题认知与信息搜集，消费者决策的类型，问题认知，信息搜集。学习消费者决策过程的评价与购买，购买前的评价，购买过程，店铺的选择。介绍消费者决策过程的购后行为，产品的使用与闲置，消费者的满意与不满，消费者不满及其行为反应，重复购买与品牌忠诚，产品与包装的处置。

本部分教学要求：

1. 理解消费者决策类型。
2. 掌握消费者问题的认知。
3. 掌握消费者信息搜集。
4. 掌握消费者评价，理解消费者购买。
5. 理解消费者的购后评价。

学时分配：6 学时

重点：消费者决策的类型，问题认知，信息搜集，购买前的评价，购买过程，店铺的选择。

难点：消费者的满意与不满，消费者不满及其行为反应，重复购买与品牌忠诚，产品与包装的处置消费者决策过程的购后行为，产品的使用与闲置

第十二章 消费者决策过程：问题认知与信息搜集

消费者购买的决策过程包括：认识问题、搜集信息、评价与选择、购买、购后行为。

第一节 消费者决策的类型

一、扩展型决策

当对某类产品或对这类产品的具体品牌不熟悉，而且也未建立起相应的产品与品牌评价标准时，消费者面临的的就是扩展型决策。

二、有限型决策

是指消费者对某一产品领域或该领域的各品牌有一定的了解，或对产品和品牌的选择建立起了一些基本的评价标准，但还没有形成对某些特定的品牌的偏好，因此还需要进一步搜集信息，以便在不同品牌之间作出较理想或满意的选择。

三、名义型决策

就其本身而言并未涉及决策。某个消费问题被意识到以后，经内部信息搜集，消费者脑海马上浮现某个偏爱的产品或品牌，该产品或品牌随之被选择和购买。

第二节 问题认知

问题认知指消费者实际状态与理想状态之间的差距足以激发他启动决策过程。

一、问题认识类型：

- （一）主动型
- （二）被动型

二、问题认知过程

三、影响问题认识的因素

- （一）时间
- （二）环境改变
- （三）产品消费
- （四）产品获取
- （五）个体差异

四、发现消费者问题

- （一）活动分析
- （二）产品分析

- (三) 问题分析
- (四) 人体因素研究
- (五) 情绪研究

五、激发消费者对问题的认知

营销者不仅被动对消费者意识到的问题作出反应,还希望在消费者尚未意识到该问题之前激发消费者对问题的认知。包括:

- (一) 一般性问题认知与选择性问题认知
- (二) 激发问题认知的方法
- (三) 问题认知的时机

六、压制消费者对问题的认知

营销者力图避免消费者对某些问题的认知

第三节 信息搜集

消费者在意识到某一购买问题后,会搜寻与此有关的信息。一般而言,消费者需要以下方面的信息:解决某个问题的合适评价标准;各种可能的备选方案或解决办法;每种备选办法在每一评价标准上的表现。

一、信息来源与信息搜集类型

(一) 信息来源

包括内部信息与外部信息。又分别可主动获取,亦可被动获取。一般来说,消费者获取信息的来源或渠道主要有五个方面,即记忆来源、个人来源、大众来源、商业来源和经验来源。

(二) 信息搜集的类型

- 1、内部信息搜集与外部信息搜集
- 2、购买前信息搜集与购买后信息搜集

二、内部信息搜集

- (一) 哪些信息被搜集?
- (二) 信息如何被搜集

三、外部信息搜集

- (一) 外部信息搜集行为的测量
- (二) 外部信息搜集量
- (三) 影响外部信息搜集量的因素

1、信息处理动机

介入程度与感知风险;感知的成本与利益;考虑域大小;对信息搜寻的态度;信息不一致程度。

2、信息处理能力

消费者知识;认知能力

3、信息处理机会

可用信息数量；信息格式；时间压力

本章思考题：

- 1、扩展型决策、有限型决策彼此有何区别？
- 2、忠诚性购买与习惯性购买的区别？
- 3、消费者获取信息的来源有哪些？
- 4、什么情况下，企业希望消费者从事大量信息搜集？而什么情况下企业希望消费者尽可能少的从事搜集活动？
- 5、解释概念：消费者决策过程、习惯型购买决策、主动型问题、问题认知、一般性问题认知、选择性问题认知、内部信息搜集、外部信息搜集。

第十三章 消费者决策过程：评价与购买

第一节 购买前评价

一、评价标准

- (一) 确定消费者采用的评价标准
- (二) 决定评价标准的相对重要性

二、确定备选产品在每一评价标准上的绩效值

三、选择规则

- (一) 连续式规则
- (二) 重点选择规则
- (三) 按序排除规则
- (四) 编撰式规则
- (五) 补偿性选择规则

第二节 购买过程

购买过程是指，从形成购买意向到实际购买的之间的过程。

一、从购买意向到实际购买。

二、冲动性购买

冲动性购买（Impulse Purchasing），有时被称为非计划性购买，它通常是指消费者在进入商店前并没有购买计划或意图，而进入商店以后基于突然或一时的念头马上实施购买行动。

研究表明，消费者所作的大量购买是非计划性购买。例如，百货店和药店所作的购买中有 33% 属于无计划购买，在超级市场的购买中这一比例达到 50%。百货店中 39% 的购物者报告说至少买了一件没有计划要买的商品，这一比例在折扣店购物者中高达 62%。

三、追求多样性购买

四、非店铺购买

(一) 非店铺购买（Nonstore Purchasing）是指在家里发生的购物或购买活动，它包括电视购物、电话购物、目录购物、上门推销、直接邮寄、网上购物等。

(二) 非店铺购买迅速增长的原因：

- 1、方便性
- 2、消费者生活方式的变化

- 3、避免店堂购物时面临的许多问题
- 4、消费者在技术上的适应能力的提高

第三节 店铺的选择

一、消费者逛店的动机

- (一) 个人动机(角色扮演、消遣、自我愉悦与感官刺激、了解新潮、身体运动)
- (二) 社会动机(家庭之外的社会体验、参照群体的吸引、与具有相似兴趣的人交流、地位与权威、讨价还价的乐趣)

二、影响店铺选择的店堂特征

- (一) 商店的位置与规模
- (二) 商店形象
- (三) 零售店广告
- (四) 消费者知觉风险
- (五) 购物取向

三、店铺选择与消费者特征

- (一) 知觉风险
- (二) 购物导向

四、影响品牌选择和产品购买数量的店内因素

- (一) 购买点陈列
- (二) 削价与促销
- (三) 店堂布置与气氛
- (四) 商品脱销

商品脱销对消费者行为的影响:

I、购买行为

- A、就地购买另一替代品牌或替代产品。
- B、推迟购买。
- C、完全放弃购买。
- D、在另一家商店购买缺货的品牌，但在本店购买其他需要的产品；或者在另一家商店购买所有希望购买的产品，包括本店缺货的产品。

II、口头行为

- A、消费者可能对缺货的商店作负面的宣传。
- B、消费者可能对替代商店作正面的宣传。
- C、消费者可能对替代品牌或替代产品作正面宣传。

III、态度的改变

- A、消费者可能对缺货的商店形成不好的态度。
- B、消费者可能对替代商店形成较以前要好的态度。

C、消费者可能对替代品牌或替代产品发展起较以前要好的态度。

（五）销售人员

本章思考题：

- 1、为什么消费者在评价或判断产品品质时常使用替代指示器？
- 2、冲动性购买与无计划购买有何区别？
- 3、消费者上街逛店的原因主要有哪些？
- 4、产品脱销会带来什么影响？
- 5、什么是社会风险，与经济风险有何不同？

第十四章 消费者决策过程：购后行为

第一节 购后冲突

因某个购买而引起的心理焦虑、怀疑和不安被称为购后不和谐或购买后冲突。购后冲突是由于认知失调所引起的。购后冲突的直接原因是选择某一产品或某一品牌是以放弃别的选择为代价。

影响购买后冲突的因素有：决定对消费者的重要程度；决定不可改变的程度；作选择的难度；个人体验焦虑的倾向。

消费者常用的降低冲突或认知失调的方法有：

- （1）增加对所选产品的欲求感；
- （2）减少对未选择产品的欲求感；
- （3）降低购买决策的重要性；
- （4）通过退货改变购买决定。

第二节 产品的使用与闲置

一、产品的安装与使用

产品安装与使用包括创新采用、产品使用的地区差异、使用行为分析几个要素。

二、相关与配套产品的购买

三、产品的闲置

产品闲置是指，消费者将产品搁置起来不用，或相对于产品的潜在用途仅作非常有限的使用。

第三节 消费者的满意与不满

一、消费者满意

（一）消费者满意的含义是：消费者对产品或服务的期望水平与实际水平之间的主观比较，它反映产品和服务在多大程度上满足顾客的需要与欲望。

（二）消费者满意的结果是：

- 1、正面口传
- 2、增加使用
- 3、重复购买
- 4、品牌忠诚

二、影响消费者满意的因素

- (一) 产品品质与性能(工具性性能、象征性性能)
- (二) 消费者特征
- (三) 促销影响
- (四) 消费者态度与期望
- (五) 竞争产品状况
- (六) 对公平的感知
- (七) 消费者归因

第四节 消费者不满及其行为反应

一、消费者不满情绪一般有多种表达方式

- (一) 一是自认倒霉
- (二) 二是采取私下行动
- (三) 三是直接对零售商或制造商提出抱怨、停止光顾某一商店，将不好的体验告诉朋友
- (四) 四是要求第三方给与谴责或干预

二、影响消费者抱怨行为的因素

- (一) 不满意的程度
- (二) 对抱怨的态度
- (三) 从抱怨中获得的利益
- (四) 消费者采取抱怨行动的资源
- (五) 对责任的归因
- (六) 产品对消费者的重要性
- (七) 消费者个性

三、企业对消费者不满与抱怨的反应

企业解决消费者不满或抱怨的方式包括：免费抱怨热线、设立处理投诉的机构、服务合同建立。

第五节 重复购买与品牌忠诚

满意的顾客与不满顾客不同，可能向他人推荐产品，重复选择该产品甚至形成品牌忠诚。

一、重复购买

包括两类类型，分别是习惯型购买者与忠诚型购买者。前者是出于某种习惯，或其购物地点没有其它更好的备选品，或该品牌是最便宜的。忠诚型购买则是对某种产品或某个品牌产生了特别的偏好，甚至形成了情感上的依赖，从而在相当长时间内重复选择。

二、品牌忠诚

品牌忠诚，是消费者对某一品牌形成强烈的情感偏好，试图重复选择该品牌的倾向。

第六节 产品与包装的处置

产品在使用前、使用过程中和使用后均可能发生产品或产品包装的处置。

企业处置产品的原因包括：

- (1) 消费者对环境的关切
- (2) 消费者在取得新产品前要对旧产品进行处置
- (3) 旧货市场的形成
- (4) 获得关于消费者行为的新的洞悉

本章思考题：

- 1、什么是消费者满意？什么是重复购买、品牌忠诚？
- 2、什么原因造成产品的闲置
- 3、简述消费者满意与不满的形成过程
- 4、影响消费者抱怨的因素有哪些？
- 5、举例说明重复购买与品牌忠诚的联系与区别。

《管理信息系统》教学大纲

黄都培 编写

目 录

第一部分 概 述.....	2633
第二部分 各章教学要求和知识点.....	2636
第一章 信息与信息系统.....	2636
第一节 信息与知识管理.....	2636
一、数据与信息.....	2636
二、信息管理和知识管理.....	2636
第二节 信息系统及其发展.....	2636
一、系统的概念与特征.....	2636
二、信息系统.....	2637
问题与思考.....	2637
第二章 组织中的管理信息系统.....	2638
第一节 信息系统与管理决策.....	2638
一、组织中的管理与信息.....	2638
二、信息系统和管理的关系.....	2638
三、信息系统与决策支持.....	2638
第二节 管理信息系统概述.....	2639
一、管理信息系统（MIS）.....	2639
二、管理信息系统的环境因素.....	2639
第三节 管理信息系统的结构和类型.....	2639
一、管理信息系统的基本结构.....	2639
二、管理信息系统的主要类型.....	2639
第四节 企业资源管理软件工具.....	2639
问题与思考.....	2639
课程实践.....	2640
第三章 管理信息系统的技术基础.....	2641
第一节 数据处理与信息管理.....	2641
第二节 数据库技术及其应用.....	2641
一、数据的存储与管理.....	2641
二、数据库设计的基本方法.....	2642
三、数据仓库与数据挖掘.....	2642
第三节 计算机网络技术.....	2642
一、计算机网络.....	2642
二、基于网络的信息系统模式.....	2642
三、Internet/Intranet 在企业管理中的作用.....	2642
问题与思考.....	2642
课程实践（针对具体题目）.....	2643
第四章 管理信息系统的规划与开发.....	2644
第一节 管理信息系统开发与规划.....	2644

第二节 管理信息系统战略规划	2644
一、战略规划的意义	2644
二、制定 MIS 战略规划的常用方法	2644
第三节 企业流程重组	2644
第四节 管理信息系统开发方法	2645
问题与思考	2645
第五章 管理信息系统分析	2646
第一节 信息系统分析与调查	2646
一、信息系统分析	2646
二、系统详细调查	2646
第二节 管理业务调查	2646
一、组织结构和管理功能调查	2646
二、管理业务流程调查	2647
第三节 数据需求分析	2647
一、管理业务数据收集	2647
二、数据流程图	2647
三、数据字典	2647
第四节 系统功能分析	2647
一、系统功能分析的作用	2647
二、处理逻辑的描述工具	2647
第五节 系统总体分析	2647
一、制定新系统的逻辑方案	2647
二、系统分析报告	2648
问题与思考	2648
课程实践	2648
第六章 管理信息系统设计	2649
第一节 信息系统总体设计	2649
第二节 系统功能结构设计	2649
一、系统功能模块结构	2649
二、系统功能格栅图	2649
第三节 代码设计	2649
一、代码的作用与功能	2649
二、代码的设计原则	2649
三、代码的种类	2649
四、代码校验	2650
第四节 系统输入/输出设计	2650
一、输入设计	2650
二、系统输出设计	2650
第五节 数据存储设计	2650
一、数据文件	2650
二、数据库设计	2650
第六节 处理流程设计与系统配置	2650

一、系统配置方案.....	2650
二、系统处理流程设计	2651
问题与思考	2651
课程实践（根据实际题目要求）	2651
第七章 管理信息系统实施、维护与评价	2652
第一节 信息系统实施.....	2652
一、信息系统实施的主要工作	2652
二、程序设计与运行	2652
三、软件开发工具.....	2652
第二节 系统转换与维护	2653
一、系统转换方式	2653
二、系统运行与维护	2653
第三节 系统的管理与评价	2653
一、系统管理.....	2653
二、系统评价	2653
问题与思考	2653
课程实践（根据实际题目要求）	2653
管理信息系统实例.....	2654
附：我校目前开设《管理信息系统》存在的问题及建议：	2654

第一部分 概 述

1. 课程性质及简介:

《管理信息系统》是高等院校管理类专业的一门重要的核心课程,它以计算机为主要支撑技术,以管理信息及业务的科学化、系统化、现代化为目标,集管理科学、信息科学、计算机科学、行为科学、系统工程学等多学科为一体的新型边缘学科体系。通过本课程的学习,旨在指导学生运用管理、信息、系统、计算机等学科的理论 and 概念,掌握信息系统分析与设计的方法及计算机信息处理技术,对企事业等社会组织中的业务管理和决策信息进行收集、存储、组织、检索、分析、设计、处理和应用,培养学生应用信息技术进行管理信息处理和管理信息系统开发及组织实施的能力(侧重对信息系统开发方法和技术的学习,是一门实用性、技术性较强的课程)。

本教学大纲由主讲教师黄都培编写。编写本大纲目的在于规范教学,使教学各环节的理论与实践有章可循,有据可依。

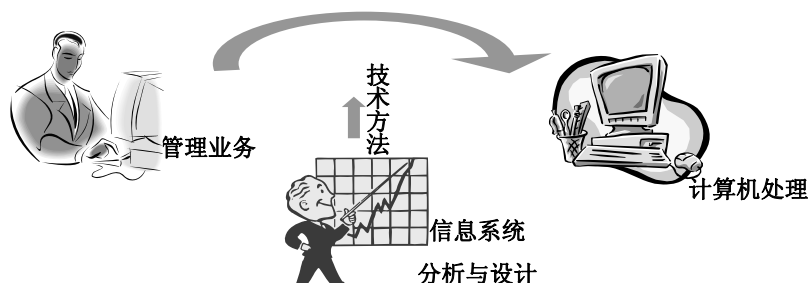
2. 教学培养目标:

(1) 适应信息社会的要求

市场经济、WTO、科学技术的发展,要求各行业的管理业务科学化、管理手段的现代化,以增强国际市场的竞争力、适应整个社会信息化环境。

(2) 适应复合性人才培养的需求

二十一世纪需要培养大量既懂本专业业务管理又懂信息技术的复合型人才,由他们搭建管理业务与现代信息技术的“桥梁”,掌握现代科学管理和计算机信息处理技术和方法,来辅助各行业管理应用。



3. 教学基本要求:

通过本门课的教与学,应使学生达到下列基本要求:

- (1) 了解和掌握信息的概念、特征以及信息与知识管理的含义;
- (2) 了解和掌握管理信息系统的基本概念、内容、体系结构和主要功能;
- (3) 了解和掌握管理信息系统的技术基础、开发环境与工具;
- (4) 了解管理信息系统开发应用的新技术和发展趋势;
- (5) 了解和掌握组织中管理信息系统的层次和作用,信息系统在企事业管理中的主要应用;
- (6) 了解如何组织、规划和建立本行业的管理信息系统;
- (7) 了解管理信息系统开发过程和各阶段的步骤、方法;
- (8) 了解和掌握管理信息系统中系统分析的理论、方法及各种分析工具;
- (9) 初步掌握系统开发的方法,能够编写开发过程各阶段的主要文档;
- (10) 了解信息系统的设计的理论和方法,学会使用数据库等工具对简单的信息系统进行设计;
- (11) 了解管理信息系统实施的具体过程和主要方法;

(12) 了解如何对管理信息系统维护和评价。

以上述为基础,让学生学会采用系统分析方法对企事业等社会组织中的管理信息系统(包括构成要素、组织结构、信息需求、系统功能、信息处理技术和开发方法等)进行分析、设计和应用,并通过实践培养学生综合运用知识和分析开发实际应用中信息系统的初步能力。

4. 与其它学科的衔接:

长期以来,人们对管理信息系统的认识存在着误区——仅强调其在管理专业中的应用,实际上:

(1) 管理信息系统是多学科、多技术的综合整体:

集管理、行为、系统工程、计算机、数学、通信等学科为一身;

信息的理论、系统的思想、数学的方法、计算机的技术、管理的应用。

(2) 管理信息系统与电子“各”务的关系:

管理信息系统是一门技术和方法(综合),电子信息技术只是现代管理信息系统的一种工具和手段。将两者结合并应用于各个领域和专业,从而可派生出“电子商务”、“电子政务”、“电子财务”、“电子档务”、“电子法务”等等。

5. 授课对象

政管学院、经济学院、商学院公共、行政、工商、经济管理专业以及信息管理与信息系统专业的学生。

6. 基础知识与先修课程

本门课面向的学生对象应了解本专业管理业务,具有一定的计算机信息处理知识和本专业业务管理知识,有一定的管理实践经验,具有对相关信息进行调查、收集、分类、分析的能力。

(1) 计算机应用技术基础(计算机基础知识、计算机系统组成、计算机操作系统、计算机信息处理方法、办公事务软件、计算机网络基础等)

(2) 数据库技术及应用(掌握一种数据库管理系统软件的使用)

(3) 管理学及相关专业课程(侧重应用实践:熟悉各项管理业务,并能对管理信息进行调查、存储和分析)。

7. 教学课时及其分配

本门课的教学课时及其分配如下表所示:

《管理信息系统》教学课时安排表

章	内 容	课 时
1	信息与信息系统	4
2	管理信息系统概述	6
3	管理信息系统的技术基础	6
4	管理信息系统的规划和开发方法	4
5	管理信息系统分析	10
6	管理信息系统设计	10
7	管理信息系统实施、维护与评价	8
8	案例演示及其它	3
总 计 课 时 数		51

8. 教学方法

由于科学技术的进步,现代管理学科的迅速发展,作为高等院校管理专业的学生,应具备用系统的观点与方法来观察、分析、处理实际管理应用问题的基本素质。本课程是在学生学习了信息系统的基本概念和原理,并掌握了一定的计算机基础知识及应用技能以及数据库操作的前提下,侧重对信息系统的分析设计方法和技术的讲述,旨在通过理论讲授、案例教学、课程设计、上机操作等

环节,使学生了解管理信息系统的基本概念、工作流程,学会利用计算机技术、数据库技术及信息系统的组织、设计和管理方法,对实际管理业务信息进行综合分析及处理。

在教学过程中教师重点讲授课程所涉及的基本概念、基本理论、基本方法,信息系统开发的过程、基本开发理论、开发方法及相关开发环境、开发工具等。学生在学习(预习、听课和复习)过程中应重点理解和掌握本课程所涉及的基本概念、目标、原则、方法。教师在教学过程中应注意理论与实践相结合,尽可能使用案例教学。在教学方法上注重探索式教学方式、启发式教学方式,鼓励学生自己发现问题,或者教师给出问题,鼓励学生自由组成团队解决问题,同时应注意运用课堂提问和课堂讨论的方式。在本门课的教学过程中,应安排案例教学及学生实验,重视实际应用。在理论教学结束后,安排课程设计环节,让学生结合实际设计一个小型的信息系统。

本课程从内容与要求上分为基本概念、方法学、技术和实践培养四个层次,课程教学应该根据不同内容层次的特点和要求,采用概念、实例分析和实践教学相结合的方法,并且注意引导学生紧跟国内外信息化的发展形势,学习新的技术;充分重视实践和分析、设计阶段各种文档编写能力的培养。

对于管理类专业,本课程侧重于讲清管理的理论和方法同现代信息技术应用的关系、管理的创新与信息技术改造的关系、管理的需求与信息系统实现的关系,强调如何将现代信息处理技术应用于具体管理业务的实践。

9. 教学环境要求:

要求配置大屏幕投影和多媒体教学设备进行电子讲稿、案例介绍,配备一定的上机实践练习和课程设计。

多媒体教学用机的软硬件环境:P4 以上机型,主频、内存、显存高,速度快,硬盘大并有一部分可供教师开放使用。软件:Windows XP、Office 2003、Visual FoxPro 6.0、WinZip 或 Rar 压缩软件,正版杀毒软件等。能上局域网、多媒体演示。

10. 考核形式

《管理信息系统》是一门理论与实践紧密相结合的课程,因此在考核过程中,主要测试学生对这门课的基础理论和实践的知识的掌握,具体题型可以设计为:选择题、名词解释、填空题、简答题、论述题、实践题和案例分析题等。

11. 课程参考教材

(1) 课程指定教材:

《管理信息系统》——高等教育出版社,黄梯云等著,(第3版)2005.3

《管理信息系统——理论与实践》——高等教育出版社,陈恭和等著,2004.4

(2) 主要参考书目:

《信息时代的管理信息系统》——机械工业出版社,(英)斯蒂芬·哈格等著,

《管理信息系统》清华大学出版社,薛华成等著,2003

《管理信息系统》MBA系列教材——大连理工大学出版社,仲秋雁等著,1998

《管理信息系统习题集》高等教育出版社,黄梯云等著,2005

《管理信息系统案例集》高等教育出版社,李一军等著,2005

《市场信息学》——中国财政出版社(杨小平等著)2006

《数据库系统概论》——高等教育出版社(萨师煊、王珊等著)2003

《系统分析员教程》——清华大学出版社(罗晓沛等著)

有关计算机信息处理技术、计算机操作系统、数据库管理系统(如:Visual FoxPro、Access等)及编程等。

第二部分 各章教学要求和知识点

第一章 信息与信息系统

课时分配：4 课时

教学要求：

本章主要介绍信息的概念与定义，信息的特性和价值，数据与信息的关系，信息与知识管理；系统的概念、特征和功能；以及信息系统的基本概念、组织结构，信息系统的发展、信息系统与组织管理的关系。通过学习，学生应领会信息的概念、信息基本属性、信息的价值；了解信息的作用以及管理的第二、阶段——信息与知识管理；理解系统的概念、特性、组成，掌握系统的观点和系统分析问题的方法；了解信息系统的构成要素；了解信息系统的分类、构造及基本功能；了解系统集成的概念和重要性。

重点要求学生了解信息与数据的区别，信息的基本特征；信息与知识管理的含义；掌握系统的概念、特征和组成；信息系统的构成要素、作用和功能。学会用系统的观点和方法观察与分析社会中的实际管理问题。

知识点：

信息与数据的关系；信息的概念、属性、价值；信息与知识管理的含义；系统的概念、特性、组成和结构；信息系统的定义和基本功能；用系统的思想观察和分析问题。

教学内容：

第一节 信息与知识管理

一、数据与信息

1. 数据与信息的关系
2. 信息的特征和分类
3. 信息的度量与价值

二、信息管理和知识管理

1. 信息与知识的关系
2. 国内外信息化概况
3. 管理的高级阶段——知识管理

第二节 信息系统及其发展

一、系统的概念与特征

1. 系统的定义
2. 系统的特征
3. 系统的基本结构和功能

4. 系统思想与方法

二、信息系统

1. 信息系统的定义
2. 信息系统的组成和分类
3. 信息系统的主要功能
4. 信息系统应用与发展

问题与思考

1. 什么是信息，什么是数据，它们之间的关系如何？
2. 信息的社会作用表现在哪些方面？
3. 信息有哪些特点，如何度量信息的价值？
4. 什么是结构化、半结构化和非结构化信息，它们各自的有什么特点？
5. 信息系统（处理）的主要功能有哪些？
6. 信息化的含义是什么？信息对当今人类社会的影响表现在哪些方面？
7. 计算机和信息技术对社会发展起了怎样的作用？
8. 什么是系统，系统有哪些要素和特性？
9. 试举出若干个系统的实例，并指出它们的输入、输出、处理和反馈。
10. 什么是系统的思想和方法，其要点是什么？简单地描述用系统思想和方法解决问题的基本思路。

第二章 组织中的管理信息系统

课时分配：6 课时

教学要求：

本章主要介绍组织中的各层管理活动对信息及其管理技术的不同需求；现代信息管理方法与技术对企业管理的影响；信息系统对管理的作用；管理信息系统的概念、职能、分类；分别给出了事务处理系统、狭义管理信息系统、决策支持系统基本功能和特点；介绍企业资源管理软件工具和管理信息系统的应用发展。通过学习，学生应了解当今国内外信息管理环境的变化和管理信息系统的应用发展。在了解管理信息系统多种涵义的基础上掌握管理信息系统纵向层次结构，横向职能结构的概念以及有关组成部分的特征和作用；了解和分析组织中不同管理层次对管理信息的需求；掌握管理信息系统的分类、结构和基本功能。领会决策和决策过程的概念，掌握决策支持系统的特点及与狭义管理信息系统、事务处理系统的区别；领会管理信息系统对组织管理的重要作用以及人在管理信息系统的地位和作用；能根据决策问题的特征分析具体决策问题的结构化程度；知晓决策智能化、科学化、科学化的发展方向。能分析影响管理信息系统的各种环境因素；能按管理信息系统应用的实际情况和管理的服务对象对我国管理信息系统进行分类并熟知各类管理信息系统的主要功能；深刻领会在管理信息系统建设中把先进管理思想和管理手段相结合的重要性。了解并掌握企业资源管理规划的软件工具。

知识点：

组织管理活动对信息及信息管理的需求；信息系统对企业各种职能的支持；影响管理信息系统应用的主要因素；决策过程、方法和决策问题的基本类型。管理信息系统的定义、结构、功能；管理信息系统的层次、类型及其特点；企业资源管理规划的软件工具；管理信息系统的应用发展。

教学内容：

第一节 信息系统与管理决策

一、组织中的管理与信息

1. 组织中的管理活动与管理层次
2. 企业管理的组织结构和基本模式
3. 企业各层管理对信息的需求

二、信息系统和管理的关系

1. 信息系统对计划职能的支持
2. 信息系统对组织职能的支持
3. 信息系统对领导职能的支持
4. 信息系统对控制职能的支持

三、信息系统与决策支持

1. 决策的概念
2. 决策过程的阶段
3. 决策的科学化

4. 决策问题的基本类型

第二节 管理信息系统概述

一、管理信息系统（MIS）

1. 管理信息系统的定义
2. 管理信息系统的基本要素
3. 管理信息系统的应用发展

二、管理信息系统的环境因素

1. 生产过程对管理信息系统的影响
2. 组织规模对管理信息系统的影响
3. 管理的规范化程度对管理信息系统的影响
4. 信息化程度对管理信息系统的影响
5. 人机和谐对管理信息系统的影响

第三节 管理信息系统的结构和类型

一、管理信息系统的基本结构

1. 管理信息系统的结构
2. 管理信息系统的基本功能

二、管理信息系统的主要类型

1. 事务处理系统（TPS）
2. 狭义管理信息系统
3. 决策支持系统（DSS）

第四节 企业资源管理软件工具

一、制造资源计划（MRP II）

二、企业资源规划（ERP）

问题与思考

1. 什么是组织，组织中有哪些管理活动？
2. 组织是不是一个系统，它符合系统的哪些特征？把组织当作系统来对待，这对分析解决组织中的管理问题有什么好处？
3. 为什么说信息是组织管理的“血脉”（各种流的主流？）
4. 组织中有哪些管理层次？各层次需要的信息有什么不同？
5. 信息系统对组织管理提供了哪些支持？
6. 现代组织管理有哪些特征，试举例说明信息技术对组织管理的影响。

7. 什么是决策？试举例说明决策问题的三种类型。
8. 企业的管理活动在各个时期、各个层次存在着哪些差异？所使用的技术方法有何不同？
9. 在管理信息系统建设过程中，如何处理人与计算机的关系？
10. 什么是管理信息系统，它具有哪些功能和特点？它的基本要素是什么？
11. 在高速发展的信息社会和现代化管理活动中，人充当着什么角色？对管理信息系统影响的关键因素有哪些？
12. 管理信息系统有哪些层次？计算机等现代化信息技术、方法对各层管理活动起着什么作用？
13. 为什么说管理信息系统不仅是一个技术系统，而且是一个社会系统？
14. 管理信息系统经历了哪几个阶段？各阶段类型的特点是什么？
15. 简述 MRP II 和 ERP 的基本过程。
16. MRP II 和 ERP 有什么联系和区别？

课程实践

访问某组织的管理信息系统，给出其管理信息系统的结构及其对该组织管理所产生的影响，提交调查报告。

第三章 管理信息系统的技术基础

课时分配：6 课时

教学要求：

本章的部分内容为管理信息系统的基础先修课，其中大部分应在“计算机应用基础”、“数据库原理与应用”和“计算机网络”课程中学习并掌握，教师可侧重于帮助学生复习和回顾与管理信息系统密切结合的计算机信息技术，安排学生以课外自学、交读书笔记或专题小论文的形式，完成本章节的教学指导。通过本章的学习使学生了解数据处理发展的三个阶段，了解信息技术的前沿与发展以及对管理信息系统的支撑；熟知数据处理的目的和内容，掌握计算机信息系统的五项功能；知道数据库系统产生的原因；领会数据文件、数据库、数据库系统、数据库管理系统的概念；掌握数据组织的几种方法，熟悉数据模型、关系模式、数据库规范化等概念；能够运用实体、属性、联系等概念表述实体联系（E-R）模型；了解关系数据库的功能及数据仓库的概念，并运用关系数据库组织和存储数据。熟知数据库设计各阶段的工作内容，并对相关的数据库进行设计；熟知关系数据库规范化的第一、二、三、三种范式的特征及其实现方法。能运用实体联系模型和关系数据库规范化理论设计实际业务管理的实体联系（E-R）图，掌握关系模型转换规则进行关系表的设计。知道计算机网络的概念和种类；了解局域网、国际互联网、企业信息网的特征和功能；了解网络在企业管理的作用和网络平台上的信息系统的基本模式。

这一章的重点应放在：使学生充分领会现代信息技术对管理业务的支撑作用，将计算机系统工作原理、信息处理、操作系统、数据库、网络等技术综合应用于实际的管理信息系统的开发设计中。

知识点：

计算机及其信息处理的基本原理；计算机信息处理五项功能。数据库、数据库系统、数据库管理系统的概念；数据库设计的过程与方法；数据模型；关系数据库及其实体-属性-联系（E-R），关系数据库规范化理论。计算机网络与分类；网络的基本结构与功能；网络平台上信息系统的基本模式。

教学内容：

第一节 数据处理与信息管理

- 一、计算机信息处理
- 二、数据的组织与检索
- 三 计算机信息系统的主要功能
- 四 现代信息管理方法与技术

第二节 数据库技术及其应用

一、数据的存储与管理

- 1. 数据文件与数据库
- 2. 数据库的由来与发展
- 3. 数据库管理系统

二、数据库设计的基本方法

1. 数据库设计的三阶段
2. 数据模型
3. 实体-联系（E-R）法
4. 关系数据库及规范化理论及关系模型转换
5. 关系数据库的基本操作

三、数据仓库与数据挖掘

1. 数据仓库的概念与目标
2. 联机事务处理（OLTP）与联机分析处理（OLAP）
3. 数据挖掘技术

第三节 计算机网络技术

一、计算机网络

1. 计算机网络与分类
2. 网络的拓扑结构
3. 网络域名与协议
4. 网络的服务功能

二、基于网络的信息系统模式

1. 浏览器-服务器（B-S）模式
2. 客户机-服务器（C-S）模式

三、Internet/Intranet 在企业管理中的作用

1. Internet 在管理中的应用
2. 企业信息网 Intranet

问题与思考

1. 简述计算机信息处理的基本原理。
2. 计算机信息系统的五项主要功能是什么？
3. 数据处理经过了哪几个阶段，各阶段有什么特点？
4. 什么是数据库和数据库管理系统？简述数据库系统的组成。
5. 用来表述数据库的数据模型有哪些？关系数据模型的特点是什么？
6. 实体-联系（E-R）法主要用哪些要素表述实体及其联系？其中的联系有几种形式？
7. 关系数据库主要运用几种操作，其作用是什么？
8. 什么是数据仓库？它与数据库的主要区别是什么？试述其功能与目标。
9. 试比较 OLTP 与 OLAP。
10. 简述计算机网络的特点和分类。
11. 客户机-服务器的网络模式有何优点？

12. 简述 Internet/Intranet 在企业管理中的作用。

课程实践（针对具体题目）

采用实体-联系（E-R）法对某管理业务进行分析，画出其 E-R 图。

使用 Visual FoxPro 建立某一业务的各关系表、视图和查询，并练习对它的各种操作。

使用现有的网络环境体验网络浏览、检索和各种信息服务。

第四章 管理信息系统的规划与开发

课时分配：4 课时

教学要求：

本章介绍了管理信息系统规划与开发的意义、目标；管理信息系统战略规划的概念；信息系统规划与企业流程重组（BPR）的关系；几种主要的管理信息系统开发方法。通过学习，学生应领会管理信息系统战略规划的意义与作用；掌握诺兰模型各阶段的内容和特点，能利用诺兰模型分析具体企业管理信息系统开发所处的阶段，并对其信息系统进行规划。掌握管理信息系统战略规划的内容及其组织工作的内容；能阐述制定管理信息系统战略规划的步骤；了解企业系统规划法（BSP）和关键成功因素法（CSF）的概念和工作过程。掌握企业流程重组的概念及企业流程重组涉及的内容；能表述企业流程重组的概念、步骤和流程及设计原则。熟知结构化生命周期法、原型法、面向对象法及计算机辅助（CASE）方法开发管理信息系统的思路 and 过程。

知识点：

诺兰（NOLAN 模型）及各阶段特点；信息系统规划的重要意义；战略规划的常用方法：关键成功因素法（CSF），企业系统规划法（BSP）；企业流程重组的内容、方法和步骤；开发管理信息系统的主要方法：结构化生命周期法、原型法、面向对象法及计算机辅助（CASE）法。

教学内容：

第一节 管理信息系统开发与规划

- 一、信息系统开发的目的和要求
- 二、诺兰（NOLAN）模型
- 三 信息系统规划的重要意义
- 四 信息系统开发策略与原则

第二节 管理信息系统战略规划

- 一、战略规划的意义
- 二、制定 MIS 战略规划的常用方法
 1. 关键成功因素法（CSF）
 2. 企业系统规划法（BSP）

第三节 企业流程重组

- 一、企业流程重组的意义
- 二、企业流程重组涉及的内容
- 三、企业流程重组的步骤与方法
- 四、企业流程设计的原则

第四节 管理信息系统开发方法

- 一、结构化生命周期法
- 二、原型法
- 三、面向对象法
- 四、计算机辅助开发法

问题与思考

1. 什么是“诺兰模型”，它把信息系统生长过程分为哪几个阶段，各阶段有哪些特点？
2. 为什么要进行信息系统规划，其意义是什么？
3. 根据“诺兰模型”的提示，我们在开发管理信息系统时应注意哪些问题？
4. 制订 MIS 战略规划有哪些常用的方法？
5. 简述关键成功因素法（CSF）和企业系统规划法（BSP）。
6. “自上而下”和“自下而上”两种 MIS 开发策略各有何有缺点？
7. 什么是企业流程重组？试述企业流程重组的意义、内容和方法。
8. 试比较几种管理信息系统开发方法的优缺点和适用场合。

第五章 管理信息系统分析

课时分配：10 课时

教学要求：

章主要介绍信息系统分析的意义以及信息系统分析的全过程：管理业务的调查、用户需求分析、组织结构和功能分析、业务流程分析、数据与数据流程分析、功能/数据分析，系统可行性研究，新系统逻辑方案的制定。通过本章的学习，学生应掌握管理业务中信息系统分析的内容和方法；熟知管理业务调查中需要收集的资料内容；领会管理业务流程图和数据流程图的概念并掌握绘制这些图表的符号及方法；熟知数据字典的构成和定义有关要素的内容，并能通过实际管理案例予以表述；能阐明描述处理逻辑的方法和有关工具；全面把握系统分析的过程，掌握系统分析阶段各文档及报告的编写，以及新系统逻辑方案的设计。

能针对管理实际制作简单的业务流程图、数据流程图、数据字典；能根据实际问题设计分析处理逻辑，使用判断树、判断表或结构化语句予以描述。

知识点：

信息系统分析的重要意义与作用；业务调查的基本方法；数据分析和功能分析方法；数据流图与数据字典；逻辑处理工具；编制系统分析文档及报告。

教学内容：

第一节 信息系统分析与调查

一、信息系统分析

1. 系统目标分析
2. 可行性分析的内容与方法
3. 可行性分析报告

二、系统详细调查

1. 详细调查的目的和原则
2. 调查的具体内容与方法

第二节 管理业务调查

一、组织结构和管理功能调查

1. MIS 环境的概念
2. 管理业务调查的内容
3. 组织结构的涵义
4. 组织结构调查的内容
5. 管理功能调查的内容

二、管理业务流程调查

1. 管理业务流程的概念
2. 描述管理业务流程的图表（管理业务流程图、表格分配图）

第三节 数据需求分析

一、管理业务数据收集

1. 调查资料与收集数据
2. 数据的整理与筛选

二、数据流程图

1. 数据流程图的概念
2. 数据流程图的绘制
3. 数据流程图的分解

三、数据字典

1. 数据字典的作用与内容
2. 数据项的定义
3. 数据结构的定义
4. 数据流的定义
5. 处理逻辑的定义
6. 数据存储的定义
7. 外部实体的定义

第四节 系统功能分析

一、系统功能分析的作用

二、处理逻辑的描述工具

1. 判断树
2. 判断表
3. 结构语句

第五节 系统总体分析

一、制定新系统的逻辑方案

1. 新系统数据流程图的绘制
2. 新系统数据处理方式的确定

二、系统分析报告

问题与思考

1. 系统分析的主要目的和任务是什么？
2. 可行性分析主要包括哪些内容？如何编写可行性分析报告？
3. 系统详细调查包括哪些内容？其原则是什么？
4. 在系统分析阶段使用哪些工具和图表进行系统描述？
5. 如何描述组织结构和业务功能？
6. 数据流程图的组成部分有哪些？各部分的图形和作用是什么？
7. 什么是数据字典？数据字典主要包括哪些内容，其作用是什么？
8. 如何进行系统功能分析？试比较三种处理逻辑描述工具的优缺点。
9. 系统总体分析主要包含哪几个方面？需提供哪些文档，如何撰写系统分析报告？

课程实践

根据对某企业的调查，绘制其组织结构图和业务职能图。

针对某一管理业务画出多层数据流图，并编制简单的数据字典。

分别使用三种处理逻辑描述工具来描述某一业务处理功能（针对具体题目）。

根据对某企业的调查，按照系统分析包含的内容，撰写系统分析报告。

第六章 管理信息系统设计

课时分配：10 课时

教学要求：

本章主要介绍信息系统设计的具体内容和原则；给出系统总体结构设计、代码设计、功能模块设计、数据存储设计、输入/输出设计、处理流程设计以及系统配置方案设计的基本方法。通过本章的学习使学生了解信息系统设计的重要性以及设计任务和原则，能够熟悉系统各个部分设计方法、工具和过程，并能够利用这些工具方法进一步地将系统分析的结果转换到系统设计中，从系统整体上实现系统分析所期望的设计目标；能结合所学的设计技术，进行简单系统的代码设计、数据库设计和系统功能模块划分，制订设计规范和编写系统设计报告。

知识点：

系统设计任务、特点；管理信息系统设计的基本框架。系统功能模块（子系统）的划分。信息分类编码方法和代码种类。输入/输出设计方法。数据库概念模型设计与实体联系（E-R）；E-R 图与关系数据库中关系表转换规则。系统配置设计的原则和方法；编写系统设计规范和系统设计报告。

教学内容：

第一节 信息系统总体设计

- 一、系统设计的任务
- 二、系统设计的基本原则

第二节 系统功能结构设计

一、系统功能模块结构

- 1. 模块及其层次分解
- 2. 模块划分原则
- 3. 模块控制结构

二、系统功能格栅图

- 1. 功能分析
- 2. 子系统划分

第三节 代码设计

一、代码的作用与功能

二、代码的设计原则

三、代码的种类

1. 顺序码
2. 区间码
3. 助记码

四、代码校验

第四节 系统输入/输出设计

一、输入设计

1. 输入设计原则
2. 输入设备的选择
3. 输入校验
4. 输入格式设计

二、系统输出设计

1. 输出设计的内容
2. 输出设备的选择
3. 输出设计方法
4. 输出格式设计
5. 输出报告与报表

第五节 数据存储设计

一、数据文件

1. 数据文件的分类
2. 数据文件设计

二、数据库设计

1. 数据库的概念设计
2. 数据库的逻辑结构设计
3. E-R 图与关系模型转换
4. 数据库的物理设计

第六节 处理流程设计与系统配置

一、系统配置方案

1. 系统配置指标和依据
2. 计算机硬件与网络选择
3. 计算机软件的选择

二、系统处理流程设计

1. 处理流程图设计
2. 制订设计规范
3. 编写设计文档和系统设计报告

问题与思考

1. 系统设计的主要目的和任务是什么？
2. 在系统设计时，怎样参考系统分析中的各种图表进行信息系统整体流程的设计？
3. 系统设计中划分功能模块（子系统）有何意义？划分功能模块遵循哪些原则？
4. 怎样使用系统功能格栅图（U/C 矩阵）划分子系统？
5. 试举例说明在实际业务中代码的应用和种类。
6. 在信息系统输入和输出设计中应注重哪些原则？为什么应先做输入设计再做输出设计？
7. 数据文件通常有哪几种分类？文件设计应注意哪些问题？
8. 数据库设计主要包括哪些步骤？概念设计、逻辑设计、物理设计的目的和内容是什么？
9. 如何使用关系模型转换规则将 E-R 图转换为符合 3NF 规范的关系表？试表述转换规则。
10. 信息系统的配置主要包括哪些内容？应注重哪些指标？
11. 系统设计阶段要提供哪些文档资料，其重要意义和作用是什么？

课程实践（根据实际题目要求）

使用系统功能格栅图对某企业的业务职能进行子系统功能划分。

按照关系模型转换规则，将 E-R 图中的实体转换为符合规范的 3NF 关系表。

根据输入/输出设计要求，使用 Visual FoxPro 设计某一信息系统输入/输出界面。

对某一信息系统进行简单的处理流程设计，并提供相应的设计文档。

第七章 管理信息系统实施、维护与评价

课时分配：8 课时

教学要求：

本章主要介绍系统实施的主要工作；程序设计及软件开发工具；信息系统转换方式；系统运行管理制度及信息系统的评价体系。通过本章的学习使学生了解信息系统实施的内容与方法，了解信息系统开发常使用的软件工具，掌握程序设计的基本方法及逻辑结构；掌握信息系统的转换方式；理解系统的运行维护与评价指标，并能运用指标对信息系统的性及经济效益进行评价；理解项目的质量控制指标，实现对项目的全过程管理。

知识点：

信息系统实施的任务；系统开发的软件工具；结构化程序设计方法及其基本逻辑结构；程序设计调试软件测试工具；系统维护与系统评价指标；系统转换方式；系统运行管理。

教学内容：

第一节 信息系统实施

一、信息系统实施的主要工作

1. 系统实施的组织与计划
2. 系统设备安装
3. 系统运行管理
4. 系统人员培训

二、程序设计与运行

1. 程序设计的目标
2. 程序设计方法与工具
3. 程序设计的基本结构
4. 面向对象的程序设计方法
5. 程序运行与调试

三、软件开发工具

1. 电子表格软件
2. 数据库管理软件
3. 办公事务管理套件
4. 专业管理软件
5. 计算机辅助系统工程（CASE）
6. 可视化（Visual）编程工具

第二节 系统转换与维护

一、系统转换方式

1. 直接转换
2. 平行转换
3. 试点过渡

二、系统运行与维护

1. 日常维护
2. 文件维护
3. 数据库维护

第三节 系统的管理与评价

一、系统管理

1. 项目管理
2. 软件质量体系
3. 文档管理
4. 系统安全管理
5. 系统的修改与更新

二、系统评价

问题与思考

1. 信息系统实施阶段包括哪些内容？
2. 程序设计在信息系统开发中起着什么样的作用？
3. 目前程序设计主要采用哪些方法，面向对象法有哪些优点？
4. 结构化程序设计主要有哪些基本结构，通常用在什么场景？
5. 目前常用的软件开发工具有哪几类，各有什么特点？
6. 在系统开发中采用自编软件和外购软件各有哪些优缺点？
7. 信息系统转换有哪几种方法？各有什么优缺点？
8. 对信息系统管理和维护的意义是什么？主要包括哪些内容？
9. 如何对信息系统进行评价，主要有哪些评价指标？

课程实践（根据实际题目要求）

试用 VFP 编写简单的业务管理程序。

管理信息系统实例

（可根据实际需求穿插在讲授中，2-4 学时）

MIS 的实例介绍和分析

MIS 系统软件演示

开发管理信息系统应注意的问题

附：我校目前开设《管理信息系统》存在的问题及建议：

问题：

（1）《管理信息系统》属管理及相关学科的二、层次课程，要求学生具有一定的相关学科基础知识和本专业实际管理业务应用能力，特别是调查收集管理业务信息的能力和信息技术基础。而目前由于某些专业课程设置尚未规范，缺乏理论与实践、宏观与微观、基础与专业之间的课程衔接，较少社会实践环节，使我们的学生对具体的管理业务及信息技术缺乏必要的了解。通过对我校历届管理专业学生的调查，发现相当一部分学生是由报法律专业学生调剂过去的，他们中大部分在大二、三就转学法律课程、报考法律的研究生，对本专业学习目标和应用需求比较盲目；另外，由于目前实施通选课而打破了专业内部课程的体系衔接，部分学生对某些基础信息处理课程内容（如“数据库原理与应用”）的欠缺，造成了一些学生只是从“易通过、赶时髦、感兴趣”的角度而选修二、层次课程，学生的基础水平极不平衡，甚至出现不买教材、混课、遇难而退的现象，为本课程的开设带来了一定的难度。

（2）本课程属实践性和技术性较强的课程，更侧重于管理信息系统的技术层面，包含大量信息系统分析、设计、开发的方法、工具、软件的使用，要求有一定的实践操作环境，而目前我校对开设这类选修课条件支持不足。

（3）本课程选用的教材比较偏向理工科，案例大多取材于企业物流管理，文科学生不太容易理解。

建议：

（1）将本课程设为专业限选课。

（2）应尽可能配以 1/3 以上的实践课时，并在计算机软硬件条件成熟的机房授课。

（3）目前我们主要通过自制演讲稿、案例和布置参考教材来浅化课程。经过一段教学实践摸索，待课程较为成熟之后，准备自编面向文科专业的“管理信息系统”教材。

《商务谈判》教学大纲

马克态 编写

目 录

前 言..... 5

 一、课程的性质..... 5

 二、编写目的..... 5

 三、课程简介..... 5

 四、课程教学基本要求..... 5

 五、《商务谈判》课程教学学时分配..... 5

 六、教学方式及考核方式..... 6

 七、编写人员..... 6

第一章 谈判概论教学大纲..... 7

 第一节 谈判的概念及其特征..... 7

 一、认识谈判..... 7

 二、谈判的概念及其特征..... 7

 三、谈判的种类..... 7

 四、谈判的构成要素..... 8

 第二节 成功的谈判..... 8

 一、成功的谈判者的三个基本条件..... 8

 二、弱者谈判成功的三种方式..... 8

 第三节 影响谈判的因素..... 8

 一、谈判的吸引力..... 8

 二、影响谈判结果的诸因素..... 8

 三、谈判中最常见的错误..... 9

 课堂案例讨论：..... 9

 复习与思考题：..... 9

 拓展阅读书目：..... 9

第二章 商务谈判概论教学大纲..... 11

 第一节 商务谈判的概念与特征..... 11

 一、商务谈判的概念与特征..... 11

 二、国际商务谈判的概念与特点..... 11

 三、商务谈判的作用..... 11

 四、商务谈判人员的基本素质..... 12

 第二节 商务谈判的基本程序..... 12

 一、商务谈判的构成要素..... 12

 二、商务谈判的基本程序..... 12

 第三节 商务谈判的 PRAM 运行模式..... 13

 一、商务谈判容易犯的几种错误..... 13

 二、商务谈判的 PRAM 运行模式..... 13

 课堂案例讨论：..... 13

 复习与思考题：..... 13

 拓展阅读书目：..... 14

第三章 商务谈判的基本原则与类型教学大纲..... 15

 第一节 商务谈判的基本原则..... 15

 一、平等、自愿原则..... 15

 二、客观标准原则..... 15

 三、合作的利己主义原则..... 15

 四、利益第一，立场第二原则..... 15

 五、以人为本，人事分开原则..... 15

 六、灵活变通原则..... 15

七、诚信原则.....	15
八、时效性原则.....	15
九、合法性原则.....	15
十、原则、政策和策略相结合的原则.....	15
第二节 商务谈判的类型.....	15
一、一般贸易谈判、有关知识产权转让的谈判、工程承包谈判、有关合资、合作的谈判和“三来一补”的谈判.....	15
二、一人谈判和小组谈判.....	15
三、主地谈判、客地谈判、主客地轮流谈判和第三地谈判.....	16
四、横向谈判、纵向谈判.....	16
五、分配型谈判、融合型谈判、混合型谈判.....	16
六、让步型谈判、立场型谈判和原则型谈判.....	16
七、公开谈判、半公开谈判和封闭式谈判.....	16
八、书面谈判和口头谈判.....	16
九、有准备的谈判和即兴式的谈判.....	16
十、正式谈判和非正式谈判.....	16
课堂案例讨论：.....	16
复习与思考题：.....	16
拓展阅读书目：.....	16
第四章 商务谈判的需要与心理教学大纲.....	18
第一节 谈判需要.....	18
一、社会需要的意义.....	18
二、需要层次论.....	18
三、需要理论在谈判中的运用.....	18
四、需要理论在现代商务谈判中的不同适用方法.....	18
第二节 谈判中的个体心理.....	19
一、知觉.....	19
二、第一印象.....	19
三、情绪.....	19
四、动机.....	19
五、个性.....	19
六、态度.....	19
第三节 谈判中的群体心理.....	19
一、谈判群体的特点.....	19
二、谈判群体的效能.....	19
三、如何争取谈判群体效能的最大化.....	19
第四节 商务谈判人员的性格类型与应对策略.....	20
一、类型特点.....	20
二、性格种类的应对策略.....	20
第五节 商务谈判中心理挫折的防范与应对.....	20
一、商务谈判中的心理挫折.....	20
二、心理挫折的预防和应对策略.....	20
课堂案例讨论：.....	20
复习与思考题：.....	21
拓展阅读书目：.....	21
第五章 商务谈判的准备教学大纲.....	22
第一节 商务谈判信息资料.....	22
一、谈判背景资料的调查.....	22
二、收集、整理对方信息.....	22
第二节 商务谈判的进程安排.....	22

一、确定谈判目标.....	22
二、谈判的议程.....	22
第三节 商务谈判的组织与模拟练习.....	23
一、谈判班子的组织.....	23
二、其它准备.....	23
课堂案例讨论:	23
复习与思考题:	23
拓展阅读书目:	23
第六章 商务谈判的开局教学大纲.....	25
第一节 商务谈判开局的方式.....	25
一、开局的方式.....	25
二、开局气氛的营造.....	25
第二节 商务谈判开局的策略.....	25
一、商务谈判开局的策略.....	25
二、引起谈判对手注意与兴趣的技巧.....	25
课堂案例讨论:	26
复习与思考题:	26
拓展阅读书目:	26
第七章 商务谈判的磋商教学大纲.....	27
第一节 商务谈判的报价与还价.....	27
一、报价.....	27
二、讨价还价.....	27
第二节 商务谈判的让步.....	27
一、让步的基本原则与方式.....	27
二、让步的策略.....	27
课堂案例讨论:	27
复习与思考题:	27
拓展阅读书目:	28
第八章 商务谈判的僵局教学大纲.....	29
第一节 商务谈判僵局产生的原因与处理的原则.....	29
一、商务谈判僵局产生的原因.....	29
二、商务谈判僵局处理的原则.....	29
第二节 商务谈判的僵局的策略.....	29
一、商务谈判僵局的利用和制造.....	29
二、打破谈判僵局的策略.....	30
课堂案例讨论:	30
复习与思考题:	30
拓展阅读书目:	30
第九章 商务合同的教学大纲.....	31
第一节 商务谈判签约前的事项.....	31
一、签约意向.....	31
二、商务合同的特点、种类.....	31
第二节 商务谈判的签约.....	31
一、商务合同的订立、履行与担保.....	31
二、商务合同的变更、解除与转让.....	31
三、商务合同纠纷的解决.....	31
四、合同的鉴证与公证.....	31
课堂案例讨论:	32
复习与思考题:	32
拓展阅读书目:	32

第十章 商务谈判的风格与礼仪教学大纲.....	33
第一节 欧洲、美国、大洋洲国家人的谈判风格.....	33
一、犹太人的谈判风格.....	33
二、美国人的谈判风格.....	33
三、法国人的谈判风格.....	33
四、俄罗斯人的谈判风格.....	33
五、德国人的谈判风格.....	33
六、英国人的谈判风格.....	33
七、大洋洲人的谈判风格.....	33
第二节 亚洲、非洲、拉美国家人的谈判风格.....	33
一、日本人的谈判的风格.....	33
二、韩国人的谈判风格.....	33
三、东南亚人的谈判风格.....	33
四、阿拉伯人的谈判风格.....	33
五、拉美商人的谈判风格.....	33
六、非洲商人的谈判风格.....	34
第三节 商务谈判中的礼仪与礼节.....	34
一、会面礼仪.....	34
二、交谈礼仪.....	34
三、座次安排礼仪.....	34
四、宴请与赴宴礼仪.....	34
五、馈赠礼仪.....	34
六、签约礼仪.....	34
七、送别礼仪.....	34
课堂案例讨论：	34
复习与思考题：	34
拓展阅读书目：	34

前言

一、课程的性质

《商务谈判》是工商管理专业重要的专业选修课，课程号为：406020412。商务谈判主要研究商务谈判的内涵、思想、类型、原则、策略、方法以及技巧，是现代企业商务人员必须掌握的一项职业技术与技能。随着我国社会主义市场经济的深入发展、企业制度改革的深化以及与世界经济接轨程度的提高，商务谈判已经成为各类工商企业经营与发展、合作与销售的重要商务活动内容，广大商务工作者也迫切需要掌握科学、艺术及使用的谈判知识与技能，并在以往经验教训的基础上不断提高。为此，我们从从事职业工作的技术技能和高等教育的要求出发，使学生系统而实际的学习商务谈判的业务知识与操作技能。

二、编写目的

为了使学能很好地学习和掌握《商务谈判》，编写了《商务谈判教学大纲》。通过使用《商务谈判教学大纲》，使学生更容易掌握商务谈判的相关理论和研究方法，树立良好的谈判意识，正确的从业理念，能够正确地利用商务谈判的知识、方法和技能技巧对实际商务活动，做出科学合理的商务谈判规划、行动方案，并能够在实际的商务谈判中灵活应用，顺利完成谈判任务。

三、课程简介

本课程包括谈判学原理和实务两个部分。具体又按照教学内容要求再细分为谈判概论、商务谈判概论、商务谈判原则、商务谈判类型、商务谈判的需要与心理、商务谈判前的准备、商务谈判的开局、商务谈判的磋商、商务谈判的僵局、商务合同、商务谈判的风格等部分，循序渐进，便于学生掌握。

全面了解课程的结构和体系，对商务谈判实务有一个总体的认识。掌握商务谈判的基本原理和基本方法，尤其是实际操作的方法和技巧。通过对案例分析的学习，解决商务谈判实际中存在的问题，把商务谈判的理论知识应用到实际的商务谈判活动中去。

四、课程教学基本要求

- 1、掌握商务谈判的基本概念与基本理论；
- 2、了解商务谈判常用的策略及技巧；
- 3、应用所学理论、案例策划商务谈判；
- 4、培养学生的商务沟通能力；
- 5、培养学生对商务谈判的组织与管理能力；
- 6、培养学生在商务谈判中的逻辑思维能力与应变能力。

五、《商务谈判》课程教学学时分配

内容	课时
第一章谈判概论	4
第二章商务谈判概论	4
第三章商务谈判的原则与类型	4
第四章商务谈判的需要与心理	4

第五章商务谈判的准备	6
第六章商务谈判的开局	2
第七章商务谈判的磋商	4
第八章商务谈判的僵局	2
第九章商务合同	2
第十章商务谈判的风格与礼仪	2
课程总结	2
合计	36

六、教学方式及考核方式

本课程的教学方法以课堂讲授教学为主，以实践和课堂讨论为辅。

综合成绩=平时成绩+期末成绩。

平时成绩包括课堂讨论的发言、作业完成情况等。

七、编写人员

《商务谈判教学大纲》的编写由马克态独立完成。

第一章 谈判概论教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,充分认识谈判,了解谈判的重要性,掌握谈判的含义及其特征,了解谈判的构成要素,识别谈判的常见类型,认识影响谈判结果的诸因素,为以后商务谈判的学习打下一个打好基础。

学时分配:理论知识 3 学时,课堂案例讨论 1 学时

第一节 谈判的概念及其特征

一、认识谈判

通过大量的谈判案例来认识谈判。回顾中国与世界的历史,许多矛盾冲突无论是政治大事还是生活小事,都是通过谈判来加以解决的,可以说谈判无处不在。

二、谈判的概念及其特征

所谓谈判,简单地说就是具有利害关系的双方或多方为谋求一致而进行协商洽谈的沟通协调活动和过程。

谈判的特征:

1. 谈判必须有两个或两个以上的参与者。
2. 谈判双方都要有明确的目的、明确的目标。
3. 谈判是一种对等、平等的协商洽谈活动。
4. 谈判是一种协调双方行为方式的交际活动。
5. 两个或两个以上的谈判者之间会有利益的冲突,即一方要做的事并不是另一方想做的事,谈判者之间必须寻找解决冲突的方法。
6. 谈判各方之所以参加谈判,是因为他们认为通过施加某种形式的影响,可取得比另一方主动给他们或让他们享有更好的交易成果。
7. 谈判者之间宁愿至少达成初步协议,而不愿公开斗争,让某一方屈服,相互间永久性中断联系,或将争执提交到高层权力机构去解决。
8. 谈判中有得必有失。
9. 成功的谈判涉及无形问题的管理和有形问题的解决。
10. 谈判是借助思维——语言链传递信息、交换信息的过程。
11. 谈判的结果往往是不可预知的。

三、谈判的种类

1. 敌我谈判。
2. 上下级谈判。
3. 异性间谈判。
4. 外事谈判。
5. 两代人谈判。

四、谈判的构成要素

1. 谈判主体
2. 谈判客体
3. 谈判背景
4. 谈判背景
5. 谈判结果

第二节 成功的谈判

一、成功的谈判者的三个基本条件

1. 首先必须敢于提出自己的观点要求，并给自己留下一个回旋妥协的余地。
2. 不能有二元思维，不赢即输。
3. 要多多练习。

二、弱者谈判成功的三种方式

1. 增加谈判议题。
把议题的数目增加，或是把项目增加。
2. 结盟与联合。

如组成协会，各种商会，消费者协会、劳动者联合会（工会）、小区业主委员会、石油输出国组织、资方联盟、卖方联盟、买方大联盟（集体采购），国际地区性组织，但结盟不能违反法律。

3. 造势。

第三节 影响谈判的因素

一、谈判的吸引力

1. 可行可欲是先决条件。
2. 谈判要有条件句。
3. 要给对方一定的甜头。
4. 及时发现对方的变化。
5. 要了解对方的需要与担心。

二、影响谈判结果的诸因素

1. 权力。
 - (1)竞争力。
 - (2)冒险力。
 - (3)承诺力。
 - (4)专业知识。
 - (5)投资程度。

(6)认同与先例。

(7)态度。

2. 时间。

3. 信息。

三、谈判中最常见的错误

带着偏见进入谈判。

不清楚谁最有最终的谈判权威。

不知道自己的优势何在，以及如何有效地发挥这些优势。

只带着取得谈判最终结果的总目标进入谈判。

不能抓住实质问题并进行深入探讨。

不能控制表面上看起来不重要的因素，如：时间、问题的顺序。

不知道该什么时候收场。

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

1. 举几个你身边的例子，说明谈判是人们实际社会生活中常见的现象？
2. 人说“世界是张谈判桌，人人都是谈判者”，你是否同意，并说明理由。
3. 是如何看待谈判的？
4. 为什么要谈判？
5. 谈判的特征有哪些？
6. 一个成功的谈判者应具备的三个基本条件什么？
7. 弱者为了在谈判获得优势，进行造势活动，你能举出你知道的生活中的例子吗？
8. 你如何看待影响谈判结果的因素？
9. 为什么说谈判既是一门科学也是一门艺术？

拓展阅读书目：

1. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008年版，第1章，第1页至第16页。
2. 陈建明主编，商务谈判实用教程，北京大学出版社，中国农业大学出版社，第1章，第1页至第9页。
3. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007年版，第1章，第2页至5页。
4. (美)利·L·汤普森(Leigh L.Thompson)著，燕清联合 于君等译，谈判者心智，中国人民大学出版社，2005年，第1章，第3页至第10页。
5. (美)罗伊·列维奇，大卫·桑德斯，约翰·明顿著，万勇译，谈判实务，人民邮电出版社，2004年，第1章，第1页至第28页。
6. 甘华鸣，许立东，谈判，中国国际广播出版社，2001年版，第一章，第3页至第6页。
7. 石永恒编著，《商务谈判精华》，团结出版社，2003年，第1章，第11页至第40页。
8. 雪映，谈判策略与签约技巧，中国人民公安大学出版社，2001年版，第一章，第3页至第41页。第二章，第42页至第68页。

9. 王淑贤, 商务谈判理论与实务, 经济管理出版社, 2003 年版, 第一章, 第 1 页至第 39 页。
10. 樊建廷, 商务谈判, 东北财经大学出版社, 2001 年版, 第 1 章, 第 1 页至第 8 页。
11. 王海云主编, 隋宇童, 许益峰副主编, 商务谈判, 北京航空航天大学出版社, 2003 年版, 导论, 第 1 页至第 5 页

第二章 商务谈判概论教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,应该掌握商务谈判及国际商务谈判的概念和含义,商务谈判的基本特征、作用,了解商务谈判的构成要素,商务谈判的基本程序,商务谈判的 PRAM 运行模式。为以后进一步掌握商务谈判的理论奠定基础。

学时分配:理论知识 3 学时、课堂案例讨论 1 学时

第一节 商务谈判的概念与特征

一、商务谈判的概念与特征

所谓商务谈判,是指国内和国际当事人之间为了完成某项交易或实现一定的经济目标,在商品、服务、资金、技术、信息等方面进行协商、洽谈,反复调整双方提出的要求、条件,弥合相互间存在的分歧,最终达成一项参与各方都能接受的协议或合同的一系列活动。

1. 从谈判的客体角度看,商务谈判的内容必须具有一定的经济目标。
2. 从谈判的主体角度来看,商务谈判的主体必须具有独立的经济利益,而且谈判的结果必然涉及他们经济利益的得失。
3. 从谈判的内容上看,商务谈判大多是以价格为核心来展开的。
4. 从谈判的表现形式上看,商务谈判要比其他形式的谈判表现得更为灵活、多样。
5. 商务谈判是现代人们经济生活中的重要组成部分,它是个人和企业完成交易的重要步骤之一。

二、国际商务谈判的概念与特点

国际商务谈判是指在国际商务活动中,处于不同国家或不同地区的商务活动当事人为了达成某笔交易,彼此通过信息交流,就交易的各项要件进行协商的行为过程。

国际商务谈判的特殊性表现为以下几点:

1. 国际商务谈判既是一笔交易的商洽,也是一项涉外活动,具有较强的政策性。
2. 应按国际惯例办事。
3. 国际商务谈判涉及面很广。
4. 影响谈判的因素复杂多样。
5. 谈判的内容广泛复杂。

三、商务谈判的作用

1. 商务谈判有利于促进市场经济的繁荣与发展。
2. 商务谈判有利于加强企业之间的经济联系。
3. 商务谈判有利于企业获取市场信息,为企业的正确决策创造条件。
4. 商务谈判有利于企业树立自身的形象。
5. 商务谈判有利于促进我国对外贸易的发展。

四、商务谈判人员的基本素质

1. 商务谈判人员的个人素质
2. 谈判团体的组成人员及素质

第二节 商务谈判的基本程序

一、商务谈判的构成要素

1. 谈判主体。
所谓谈判主体就是指参加谈判活动的双方人员。
谈判主体可以分为关系主体和行为主体。
2. 谈判议题。
所谓谈判议题，就是指在谈判中双方所要协商解决的问题。
3. 谈判方式。
谈判方式指的是谈判人员之间对解决谈判议题所持的态度或方法。
4. 谈判约束条件。

二、商务谈判的基本程序

从谈判活动本身划分谈判阶段

1. 开局阶段。
2. 中局阶段。谈判的中局阶段是实质性谈判阶段。
3. 终局阶段。

从谈判整体划分谈判阶段

1. 商务谈判前阶段。
2. 商务谈判中阶段(即包括谈判的开局、中局和终局三阶段)。
3. 商务谈判后阶段。

国际商务谈判的基本程序

1. 准备阶段。
2. 开局阶段。
3. 正式谈判阶段。
 - (1)询盘。
 - (2)发盘。
 - (3)还盘。
 - 1) 请求重新发盘。
 - 2) 修改发盘。
 - (4)接受。
4. 签约阶段。

第三节 商务谈判的 PRAM 运行模式

一、商务谈判容易犯的几种错误

1. 遇压力而丧失斗志。
2. 得小利而忘乎所以。
3. 为情面而葬送利益。
4. 图私欲而内讧不止。
5. 不冷静而轻举妄动。
6. 畏强手而任其摆布。
7. 无目标而随心所欲。
8. 不知足而鸡飞蛋打。
9. 爱表现而信口失密。

二、商务谈判的 PRAM 运行模式

1. 商务谈判的价值评判标准。

第一，谈判目标的实现程度。

第二，谈判效率的高低。

第三，人际关系的好坏。

2. 商务谈判的成功之路——PRAM 运行模式。

(1) PRAM 谈判模式实施的前提。

1) 谈判是协商洽谈过程，而不是“竞技比赛”；

2) 谈判双方的关系应该是互助合作的利益关系；

3) 在谈判中，双方除了要考虑利益关系外还要处理好人与人之间的关系，后者是实现前者的基础和保障；

4) 谈判者不仅要着眼于本次的交易谈判，还要放眼未来，考虑今后的交易往来。

(2) PRAM 模式的构成。

第一，制定谈判计划 (PLAN)。

第二，建立相互关系 (RELATIONSHIP)。

第三，达成使双方都能够接受的协议 (AGREEMENT)。

第四，协议的履行与关系的维持 (MAINTENANCE)。

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

- 1、什么是商务谈判？
- 2、商务谈判的特征？
- 3、商务谈判与一般谈判有什么相同与不同之处？
- 4、商务谈判在市场经济中的作用有那些？
- 5、商务谈判的构成要素有哪些？
- 6、商务谈判成败的评价标准是什么？

7、商务谈判的 PRAM 模式的内容有哪些？

拓展阅读书目：

1. 杨晶主编，现代商务谈判，中国人民大学出版社，2009 年版，第 1 页至第 21 页。
2. 陈建明主编，商务谈判实用教程，北京大学出版社，中国农业大学出版社，第 1 章，第 1 页至第 14 页。第 31 页至第 41 页。
3. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007 年版，第 1 章，第 6 页至第 12 页。
4. 樊建廷，商务谈判，东北财经大学出版社，2001 年版，第 2 章，第 21 页至第 27 页，第 33 页至第 38 页。第 3 章，第 42 页至第 56 页。
5. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003 年版，导论，第 5 页至第 11 页，第一章，第 12 页至第 17 页。
6. 汤秀莲主编，王威副主编，国际商务谈判，南开大学出版社，2003 年版，第一章，第 3 页至第 32 页。
7. 刘园主编，李魁、郑毅副主编，国际商务谈判（第二版），对外经济贸易大学出版社，2006 年版，第一章，第 1 页至第 24 页。
8. 吴建伟，沙龙·谢尔曼编著，商务谈判策略，中国人民大学出版社，2005 年，第 1 章，第 1 页至第 19 页。
9. 宫捷，现代商务谈判，青岛出版社，2001 年版，第一章，第 1 页至第 26 页。
10. 王淑贤，商务谈判理论与实务，经济管理出版社，2003 年版，第二章，第 40 页至第 47 页。
11. 孙建秋 李华瑞，成为优秀的谈判者，经济管理出版社，2004 年 10 月，第一章，第 1 页至第 8 页。

第三章 商务谈判的基本原则与类型教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，应该了解商务谈判的基本原则与基本类型。商务谈判的基本原则是商务谈判的灵魂，是贯穿商务谈判始终基本精神，正确地理解和掌握商务谈判的基本原则有利于商务谈判以后各章节的进一步学习。商务谈判的类型是研究商务谈判不可忽视的一个方面，它有助于学生更好地掌握商务谈判的内容和特点，了解各种谈判类型的优缺点及适用场合。

学时分配：理论知识 3 学时、课堂案例讨论 1 学时

第一节 商务谈判的基本原则

- 一、平等、自愿原则
- 二、客观标准原则
- 三、合作的利己主义原则
- 四、利益第一，立场第二原则
- 五、以人为本，人事分开原则
- 六、灵活变通原则
- 七、诚信原则
- 八、时效性原则
- 九、合法性原则
- 十、原则、政策和策略相结合的原则

第二节 商务谈判的类型

- 一、一般贸易谈判、有关知识产权转让的谈判、工程承包谈判、有关合资、合作的谈判和“三来一补”的谈判
- 二、一人谈判和小组谈判

三、主地谈判、客地谈判、主客地轮流谈判和第三地谈判

四、横向谈判、纵向谈判

五、分配型谈判、融合型谈判、混合型谈判

六、让步型谈判、立场型谈判和原则型谈判

七、公开谈判、半公开谈判和封闭式谈判

八、书面谈判和口头谈判

九、有准备的谈判和即兴式的谈判

十、正式谈判和非正式谈判

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

1. 商务谈判应遵循哪些原则？
2. 商务谈判按内容划分有哪些类型？
3. 书面谈判与口头谈判各有哪些特点？
4. 试比较让步型谈判、立场型谈判和原则型谈判的不同点。
5. 主地谈判、客地谈判、主客地轮流谈判和第三地谈判各有哪些特点？对本方或者对方来说各有哪些利弊？
6. 纵向谈判、横向谈判，哪一种对达成协议来说更快、更容易？
7. 你认为商务谈判的原则对商务谈判工作有什么作用？

拓展阅读书目：

1. 杨晶主编，现代商务谈判，中国人民大学出版社，2009年版，第二章，第12页至第21页。
2. 陈建明主编，商务谈判实用教程，北京大学出版社，中国农业大学出版社，第1章，第16页至第28页。
3. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007年版，第1章，第17页至32页。
4. 樊建廷，商务谈判，东北财经大学出版社，2001年版，第1章，第11页至第16页。
5. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003年版，第二章，第23页至第33页。第三章，第34页至第60页。
6. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008年版，第3章，第31页至第49页。
7. 汤秀莲主编，王威副主编，国际商务谈判，南开大学出版社，2003年版，第一章，第33

页至第 48 页。第二章，第 49 页至第 74 页。

8. 盛大生：《如何实现成功谈判》北京大学出版社，2004 年 1 月，第二章，第 31 页至第 53 页。

9. 王淑贤，商务谈判理论与实务，经济管理出版社，2003 年版，第二章，第 47 页至第 76 页。

第四章 商务谈判的需要与心理教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,了解和掌握马斯洛的需要层次理论在商务谈判中的应用,了解个体人员特征对谈判的潜在影响,发挥谈判群体效能的最大化,了解商务谈判人员的性格类型与应对策略,对谈判过程中有可能出现的心理挫折认真对待,提高谈判者的心理素质。

学时分配:理论知识3学时、课堂案例讨论1学时

第一节 谈判需要

一、社会需要的意义

需要是人们对客观事物的某种要求。

二、需要层次论

人们的需要按照马斯洛需要层次理论可以划分为以下若干层次:

1. 生理的需要。

这是人类对维持和发展生命所必需的对外部物质条件的需求。

2. 安全的需要。

这是人类希望保护自己的身体和精神不受威胁、伤害,保证安全的要求。

3. 情感的需要。

这是人类渴求与他人建立亲密关系的情感交往的欲求。

4. 获得尊重的需要。

这是人类希望实现自己的潜在能力,取得事业成就,对社会有较大贡献,能够得到别人尊重的欲求。

5. 自我实现的需要。

自我实现的需要是人类希望从事与自己的能力相适应的工作,实现自身的价值,成为一个一个与自己能力相称之人的高层次的愿望与追求。

三、需要理论在谈判中的运用

1. 生理的需要谈判中的具体体现与满足。

2. 安全和寻求保障的需要谈判中的具体体现与满足。

3. 爱与归属的需要谈判中的具体体现和满足。

4. 获得尊重的需要谈判中的具体体现与满足。

5. 自我实现的需要谈判中的具体体现与满足。

四、需要理论在现代商务谈判中的不同适用方法

1. 谈判者顺从对方需要。

2. 谈判者使对方服从其自身的需要。

3. 谈判者同时服从对方和自己的需要。

4. 谈判者违背自己的需要。
5. 谈判者损害对方的需要。
6. 谈判者不顾自己和对方的需要。

第二节 谈判中的个体心理

一、知觉

知觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观事物或人的整体反映。

二、第一印象

我们把第一次见到某个人或看到某个事物时所形成的印象称为第一印象。

三、情绪

四、动机

五、个性

六、态度

第三节 谈判中的群体心理

一、谈判群体的特点

心理学认为，群体是一个介于组织与个人之间的，由若干个人组成的，为实现群体目标而相互联系、相互影响和作用，遵守共同规范的人所结成的团体。

二、谈判群体的效能

所谓谈判群体的效能是指谈判群体的工作效率和工作成果。

三、如何争取谈判群体效能的最大化

首先，要抓好谈判小组人选的选拔工作。

其次，优化谈判群体的结构。

第三，在制订严明的纪律并加以执行的同时，应该适当地注意减轻群体的压力。

第四，根据不同的情况选择适当的决策程序。

第五，在群体内部建立多渠道、多层次的信息交流渠道。

第四节 商务谈判人员的性格类型与应对策略

一、类型特点

1. 权力型谈判对手的特点。
2. 说服型谈判对手的特点。
3. 执行型谈判对手的特点。
4. 疑虑型谈判对手的特点。

二、性格种类的应对策略

1. 权力型谈判对手的应对策略。
2. 说服型谈判对手的应对策略。
3. 执行型谈判对手的应对策略。
4. 疑虑型谈判对手的应对策略。

第五节 商务谈判中心理挫折的防范与应对

一、商务谈判中的心理挫折

1. 心理挫折的含义。

心理挫折是指人在追求实现目标的过程中遇到自己感到无法克服的障碍、干扰而产生的一种焦虑、紧张、愤懑或沮丧、失意的情绪心理状态。

2. 心理挫折的行为表现。

当人遭受心理挫折时，会产生紧张不安的情绪和引发行为上的异常。

- (1) 攻击。
- (2) 退化。
- (3) 固执。
- (4) 畏缩。

二、心理挫折的预防和应对策略

1. 心理挫折的预防。

- (1) 消除引起客观挫折的原因。
- (2) 提高心理素质。

2. 心理挫折的应对策略。

- (1) 勇敢面对挫折的发生。
- (2) 避开挫折情境。
- (3) 情绪宣泄。

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

1. 试举例说明需要层次理论与现代商务谈判的关系。
2. 如何发现谈判对手的需要？
3. 举例说明态度在商务谈判中的作用。
4. 如何争取谈判群体效能的最大化？
5. 性格对商务谈判的影响有哪些？
6. 如何理解商务谈判人员的心理挫折。
7. 举例说明心理挫折的预防。

拓展阅读书目：

1. 杨晶主编，现代商务谈判，中国人民大学出版社，2009 年版，第三章，第 52 页至第 79 页。
2. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007 年版，第 2 章，第 34 页至 36 页，第 7 章，第 200 页至第 230 页。
3. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003 年版，第四章，第 60 页至第 92 页。
4. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008 年版，第 11 章，第 192 页至第 211 页。
5. 万成林，舒平，营销商务谈判技巧，天津大学出版社，1999 年版，第十章，第 294 页至第 315 页。
6. 宫捷，现代商务谈判，青岛出版社，2001 年版，第八章，第 179 页至第 210 页。
7. 王淑贤，商务谈判理论与实务，经济管理出版社，2003 年版，第六章，第 195 页至第 254 页。

第五章 商务谈判的准备教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，了解谈判所需信息的含义、作用、类型和内容，掌握并能正确使用信息搜集、加工整理的各种具体方法和技巧。确定商务谈判的目标，安排谈判日程，组建谈判团队，进行模拟谈判等，为商务谈判的顺利进行奠定基础。

学时分配：理论知识 4 学时、课堂案例讨论 2 学时

第一节 商务谈判信息资料

一、谈判背景资料的调查

1. 政治法律状况。
2. 社会文化状况。
3. 商业做法。
4. 财政金融状况。
5. 基础设施与后勤保障方面。

二、收集、整理对方信息

1. 收集信息的范围。
2. 如何收集信息。
3. 如何整理信息资料。

第二节 商务谈判的进程安排

一、确定谈判目标

1. 设定谈判目标层次体系。
2. 确定谈判目标的注意事项。

二、谈判的议程

1. 合理安排好时间。
2. 确定谈判议题。
3. 通则议程与细则议程的内容。

第三节 商务谈判的组织与模拟练习

一、谈判班子的组织

1. 谈判班子的选择。
2. 谈判人员的分工。
3. 谈判人员的配合。

二、其它准备

1. 商务谈判场所的设计与选择。
2. 商务谈判场景的选择与布置。
3. 商务谈判的模拟。

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

1. 商务谈判为什么要做背景调查？
2. 收集商务谈判信息资料有哪些渠道？
3. 你是如何认识“商业间谍”的？
4. 商务谈判目标体系是如何构成的？他们之间的关系怎样？制定商务谈判目标应注意哪些事项？
5. 模拟商务谈判有什么作用？你认为如何才能搞好模拟商务谈判？
6. 为什么说参加模拟商务谈判的人员要有较强的角色扮演能力？
7. 什么是商务谈判议程？有什么作用？
8. 对商务谈判小组成员如何管理才能有利于商务谈判的正常进行？
9. 商务谈判的通则议程与细则议程的异同点是什么？
10. 商务谈判队伍的规模有几种类型，多少人最好？
11. 商务谈判小组的主要成员有哪些？
12. 在国际商务谈判中，翻译人员起很大的作用，为此，在选择翻译人员时应注意选择具有哪些素质的人？

拓展阅读书目：

1. 杨晶主编，现代商务谈判，中国人民大学出版社，2009年版，第二章，第22页至第51页。
2. 陈建明主编，商务谈判实用教程，北京大学出版社，中国农业大学出版社，第3章，第61页至第86页。
3. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007年版，第2章，第37页至68页。
4. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003年版，第五章，第93页至第119页。第六章，第120页至第141页。
5. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008年版，第4章，第50页至第70页。
6. 赵国柱主编，诸向东，冯炜副主编，商务谈判，浙江大学出版社，1999年版，第五章，第

110 页至第 132 页。第三章，第 49 页至第 69 页。

7. 盛大生，如何实现成功谈判，北京大学出版社，2004 年 1 月，第一章，第 1 页至第 30 页。

8. (美) 利·L·汤普森 (Leigh L.Thompson) 著，燕清联合 于君等译，谈判者心智，中国人民大学出版社，2005 年，第 2 章，第 11 页至第 37 页。

9. 甘华鸣，许立东，谈判，中国国际广播出版社，2001 年版，第七章，第 89 页至第 119 页。

10. 石永恒编著，《商务谈判精华》，团结出版社，2003 年，第 2 章，第 41 页至第 68 页。

11. 宫捷，现代商务谈判，青岛出版社，2001 年版，第二章，第 27 页至第 53 页。

12. 王淑贤，商务谈判理论与实务，经济管理出版社，2003 年版，第三章，第 83 页至第 110 页。

13. 樊建廷，商务谈判，东北财经大学出版社，2001 年版，第 5 章，第 99 页至第 130 页。

14. 汤秀莲主编，王威副主编，国际商务谈判，南开大学出版社，2003 年版，第三章，第 75 页至第 145 页。

15. 刘园主编，李魁、郑毅副主编，国际商务谈判（第二版），对外经济贸易大学出版社，2006 年版，第二章，第 25 页至第 46 页。第三章，第 47 页至第 103 页。

第六章 商务谈判的开局教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，了解和掌握商务谈判开局的方式，如何在商务谈判的开局阶段就能够实现，引起谈判对手的注意，并让谈判对手对谈判产生兴趣，建立适当的谈判气氛，为谈判的顺利进行开好局。

学时分配：理论知识 1.5 学时、课堂案例讨论 0.5 学时

第一节 商务谈判开局的方式

一、开局的方式

1. 提交书面材料，不做口头陈述。
2. 提交书面材料，并做口头陈述。
3. 通过面谈提出交易条件。

二、开局气氛的营造

1. 商务谈判开局气氛的概念。
2. 商务谈判开局气氛对谈判进行的作用。
3. 影响开局气氛的各种因素。
4. 谈判开局气氛的营造。

第二节 商务谈判开局的策略

一、商务谈判开局的策略

1. 商务谈判开局的策略。
2. 策划商务谈判开局策略时应考虑的因素。

二、引起谈判对手注意与兴趣的技巧

1. 生动夸张法。
2. 形象示范法。
3. 创新法。
4. 竞争法。
5. 让自己成为解决谈判问题的内行专家。
6. 利益诱惑法。
7. 胁迫法。
8. 防止干扰法。

课堂案例讨论:

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题:

1. 商务谈判开局的含义?
2. 怎样才能营造良好的谈判气氛?
3. 如何使用竞争法引起谈判对手的注意，并使之产生兴趣?
4. 如何使用示范法引起谈判对手的注意，并使之产生兴趣?

拓展阅读书目:

1. 杨晶主编，现代商务谈判，中国人民大学出版社，2009 年版，第五章，第 111 页至第 114 页。
2. 陈建明主编，商务谈判实用教程，北京大学出版社，中国农业大学出版社，第 4 章，第 87 页至第 91 页。
3. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007 年版，第 3 章，第 74 页至 93 页。
4. 樊建廷，商务谈判，东北财经大学出版社，2001 年版，第 6 章，第 138 页至第 143 页。
5. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003 年版，第七章，第 158 页至第 166 页。
6. 汤秀莲主编，王威副主编，国际商务谈判，南开大学出版社，2003 年版，第四章，第 146 页至第 159 页。第五章，第 191 页至第 197 页。
7. 刘园主编，李魁、郑毅副主编，国际商务谈判（第二版），对外经济贸易大学出版社，2006 年版，第四章，第 107 页至第 114 页。
8. 甘华鸣，许立东，谈判，中国国际广播出版社，2001 年版，第九章，第 152 页至第 177 页。
9. 宫捷，现代商务谈判，青岛出版社，2001 年版，第五章，第 104 页至第 109 页。

第七章 商务谈判的磋商教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，了解商务谈判报价、还价以及讨价还价的制定及其技巧策略，知道什么时候应该进攻，什么时候应该退让，使谈判双方均获得应得的利润。

学时分配：理论知识 2.5 学时、课堂案例讨论 1.5 学时

第一节 商务谈判的报价与还价

一、报价

1. 报价的形式。
2. 先后报价的利弊与技巧。
3. 报价原则。
4. 报价策略。

二、讨价还价

1. 讨价的含义。
2. 还价的含义。
3. 讨价还价的战略。

第二节 商务谈判的让步

一、让步的基本原则与方式

1. 让步的基本原则。
2. 让步的基本方式。

二、让步的策略

1. 让步的策略。
2. 迫使对方让步的策略。
3. 阻止对方进攻的策略。

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

1. 你如何看待先后报价，由于顺序不同而产生的不同结果？
2. 有人说让步谈判中的必然现象，对此你有何看法？
3. 商务谈判为什么会出现让步？什么情况下要选择让步？

4. 为什么说磋商阶段是商务谈判的最重要的阶段？
5. 价格解释是什么意思？如何搞好价格解释工作？
6. 讨价的含义是什么？
7. 如何进行还价？
8. 如何理解“报价要高”，“还价要低”的策略？
9. 卖方采取什么样的策略才能让买方感到所报价格比较低？
10. 让步的基本方式有哪些种类？
11. 如何迫使对方进行让步？试举例说明。

拓展阅读书目：

1. 杨晶主编，现代商务谈判，中国人民大学出版社，2009年版，第五章，第115页至第127页。第六章，第128页至152页。
2. 陈建明主编，商务谈判实用教程，北京大学出版社，中国农业大学出版社，第4章，第92页至第100页。
3. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007年版，第3章，第93页至102页，第4章，第106页至第119页。
4. 樊建廷，商务谈判，东北财经大学出版社，2001年版，第6章，第143页至第148页。第7章，第166页至第191页。
5. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003年版，第七章，第166页至第183页。第232页至第244页
6. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008年版，第7章，第117页至第137页。
7. 汤秀莲主编，王威副主编，国际商务谈判，南开大学出版社，2003年版，第四章，第160页至第172页。第五章，第198页至第209页。
8. 刘园主编，李魁、郑毅副主编，国际商务谈判（第二版），对外经济贸易大学出版社，2006年版，第四章，第114页至第141页。
9. 万成林，舒平，营销商务谈判技巧，天津大学出版社，1999年版，第八章，第211页至第238页。第三章，第82页至第90页。
10. 甘华鸣，许立东，谈判，中国国际广播出版社，2001年版，第十一章，第197页至第264页。
11. 石永恒编著，《商务谈判精华》，团结出版社，2003年，第4章，第101页至第12页。
12. 宫捷，现代商务谈判，青岛出版社，2001年版，第五章，第109页至第119页。第六章，第120页至第160页。

第八章 商务谈判的僵局教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，了解引起商务谈判僵局的原因，化解僵局的原则，解决谈判僵局的策略。培养学生勇于面对困难，敢于开拓，积极进取，寻找解决问题的途径。

学时分配：理论知识 1.5 学时、课堂案例讨论 0.5 学时

第一节 商务谈判僵局产生的原因与处理的原则

一、商务谈判僵局产生的原因

1. 谈判一方故意制造谈判僵局。
2. 双方立场观点对立导致僵局。
3. 沟通不畅导致僵局。
4. 谈判人员的主观偏差导致僵局。
5. 环境变化导致僵局。
6. 谈判双方言词不当导致僵局。
7. 谈判中一言堂导致僵局。
8. 谈判人员的失误导致僵局。
9. 谈判人员的强迫手段导致僵局。
10. 谈判人员素质不高导致僵局。
11. 利益合理要求的差距过大导致僵局。

二、商务谈判僵局处理的原则

1. 理性分析与思考。
2. 协调好双方的利益。
3. 欢迎不同意见。
4. 避免无谓争吵。
5. 正确认识谈判僵局的产生。
6. 语言适度。

第二节 商务谈判的僵局的策略

一、商务谈判僵局的利用和制造

1. 商务谈判僵局的利用。
2. 商务谈判僵局的制造。

二、打破谈判僵局的策略

1. 用语言鼓励对方打破僵局。
2. 采取横向谈判方式打破僵局。
3. 寻找替代的方法打破僵局。
4. 运用休会策略让僵局化解。
5. 利用调节人调停打破僵局。
6. 更换谈判人员或者由上层领导出面打破僵局。
7. 从对方的漏洞中借题发挥打破僵局。
8. 利用“一揽子”买卖打破僵局。
9. 有效退让打破僵局。
10. 适当馈赠打破僵局。
11. 场外沟通打破僵局。
12. 以硬碰硬打破僵局。

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

1. 商务谈判僵局产生的原因有哪些？
2. 商务谈判的僵局是不是总是对自己一方不利？
3. 妥善处理僵局的方法有哪些种类？
4. 如何运用休会策略？如何破解休会策略？
5. 如何利用调节人调停来打破僵局？
6. 如何利用僵局为本方服务？

拓展阅读书目：

1. 杨晶主编，现代商务谈判，中国人民大学出版社，2009年版，第七章，第161页至第173页。
2. 樊建廷，商务谈判，东北财经大学出版社，2001年版，第6章，第148页至第152页。
3. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003年版，第十章，第289页至第299页。
4. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008年版，第9章，第159页至第174页。
5. 汤秀莲主编，王威副主编，国际商务谈判，南开大学出版社，2003年版，第五章，第209页至第239页。
6. 刘园主编，李魁、郑毅副主编，国际商务谈判（第二版），对外经济贸易大学出版社，2006年版，第四章，第141页至第166页。
7. 宫捷，现代商务谈判，青岛出版社，2001年版，第七章，第161页至第178页。

第九章 商务合同的教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，了解商务谈判成交前的信号，商务合同的特点和种类，熟习商务合同的构成条款，掌握商务合同的审核、签订程序以及发生争议时如何解决与处理，搞好商务谈判工作。

学时分配：理论知识 1.5 学时、课堂案例讨论 0.5 学时

第一节 商务谈判签约前的事项

一、签约意向

1. 把握签约意向。
2. 促成签约的策略。

二、商务合同的特点、种类

1. 商务合同的特点。
2. 商务合同的种类。

第二节 商务谈判的签约

一、商务合同的订立、履行与担保

1. 商务合同的订立。
2. 商务合同的履行及应遵循的原则和规则。
3. 商务合同的担保。

二、商务合同的变更、解除与转让

1. 商务合同的变更和解除的含义。
2. 商务合同变更和解除的条件。
3. 商务合同变更和解除的程序。
4. 谈判协议的转让。

三、商务合同纠纷的解决

1. 商务合同纠纷的含义。
2. 商务合同纠纷的解决途径。

四、合同的鉴证与公证

1. 合同的鉴证。
2. 合同的公证。

课堂案例讨论:

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题:

1. 如何把握签约的意向?
2. 商务合同的特点有哪些?
3. 商务合同的种类有哪些?
4. 一个有效的合同至少应具备哪几个要件?
5. 商务合同担保的意义是什么?
6. 担保有哪些种类?
7. 商务合同的履行及应遵循的原则和规则是什么?
8. 商务合同变更是什么意思?
9. 商务合同解除是什么意思?
10. 商务合同转让的含义是什么?
11. 合同争议有哪几种处理方式? 各有什么特点?

拓展阅读书目:

1. 孙绍年主编，商务谈判理论与实务，清华大学出版社，北京交通大学出版社，2007年版，第2章，第120页至133页，第5章，第139页至第146页。
2. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008年版，第13章，第229页至第239页。
3. 樊建廷，商务谈判，东北财经大学出版社，2001年版，第8章，第197页至第219页。
4. 王海云主编，隋宇童，许益峰副主编，商务谈判，北京航空航天大学出版社，2003年版，第十一章，第309页至第352页。
5. 赵国柱主编，诸向东，冯炜副主编，商务谈判，浙江大学出版社，1999年版，第十章，第210页至第238页。
6. 中华人民共和国合同法。

第十章 商务谈判的风格与礼仪教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,了解在国际商务谈判中,各个不同国家不同民族人的谈判风格,以便能与他们顺利开展商务谈判。同时,还可以通过向这些不同国家不同民族的各具特色的谈判风格学习,吸收他们各自的优点,增强自身的谈判素质,使我们能够站在一个更高的层次上来理解谈判活动。了解和掌握商务谈判中常用的礼仪与礼节,培养学生在商务活动中的文明行为。

学时分配:理论知识 1.5 学时、课堂案例讨论 0.5 学时

第一节 欧洲、美国、大洋洲国家人的谈判风格

- 一、犹太人的谈判风格
- 二、美国人的谈判风格
- 三、法国人的谈判风格
- 四、俄罗斯人的谈判风格
- 五、德国人的谈判风格
- 六、英国人的谈判风格
- 七、大洋洲人的谈判风格

第二节 亚洲、非洲、拉美国家人的谈判风格

- 一、日本人的谈判的风格
- 二、韩国人的谈判风格
- 三、东南亚人的谈判风格
- 四、阿拉伯人的谈判风格
- 五、拉美商人的谈判风格

六、非洲商人的谈判风格

第三节 商务谈判中的礼仪与礼节

一、会面礼仪

二、交谈礼仪

三、座次安排礼仪

四、宴请与赴宴礼仪

五、馈赠礼仪

六、签约礼仪

七、送别礼仪

课堂案例讨论：

将根据当时的最新发展情况选择最合适的案例，以达到最佳的实践性教学的目的。

复习与思考题：

1. 如何与美国人进行商务谈判？
2. 如何与日本人进行商务谈判？
3. 如何与德国人进行商务谈判？
4. 如何与阿拉伯人进行商务谈判？
5. 如何与俄罗斯人进行商务谈判？
6. 如何与英国人进行商务谈判？
7. 如何与韩国人进行商务谈判？
8. 如何与拉美人进行商务谈判？
9. 如何与非洲人进行商务谈判？
10. 如何与东南亚人进行商务谈判？
11. 商务谈判会面时的礼仪有哪些？
12. 商务谈判交谈时的礼仪有哪些？
13. 商务谈判宴请与赴宴时的礼仪有哪些？
14. 商务谈判中电话交谈时的礼仪有哪些？

拓展阅读书目：

1. 李品媛，现代商务谈判，东北财经大学出版社，2008年版，第5章，第71页至第92页。

2. 孙绍年主编, 商务谈判理论与实务, 清华大学出版社, 北京交通大学出版社, 2007 年版, 第 10 章, 第 298 页至 322 页。
3. 汤秀莲主编, 王威副主编, 国际商务谈判, 南开大学出版社, 2003 年版, 第八章, 第 314 页至第 347 页。
4. 万成林, 舒平, 营销商务谈判技巧, 天津大学出版社, 1999 年版, 第六章, 第 149 页至第 173 页。
5. 盛大生:《如何实现成功谈判》北京大学出版社, 2004 年 1 月, 第八章, 第 195 页至第 210 页。
6. 甘华鸣, 许立东, 谈判, 中国国际广播出版社, 2001 年版, 第十八章, 第 399 页至第 419 页。
7. 宫捷, 现代商务谈判, 青岛出版社, 2001 年版, 第十一章, 第 257 页至第 295 页。
8. 王淑贤, 商务谈判理论与实务, 经济管理出版社, 2003 年版, 第八章, 第 273 页至第 308 页。
9. 孙建秋 李华瑞:《成为优秀的谈判者》, 经济管理出版社, 2004 年 10 月, 第七章, 第 123 页至第 146 页。

《特许经营管理》教学大纲

李维华 编写

目 录

理论篇：特许经营基本理论与知识必读	1598
第1章 什么是特许经营	1598
1.1 字源考究	1598
1.2 特许经营的定义	1598
练习与思考	1600
第2章 特许经营的类型	1601
2.1 总 论	1601
2.2 政府特许经营	1601
2.3 商业特许经营	1602
2.4 可口可乐、史努比、迪斯尼和流氓兔如何借特许经营创造传奇？	1603
一、可口可乐的全球特许装瓶系统	1603
二、Snoopy（史努比）	1604
三、（Disney）迪斯尼	1604
四、Mashimaro（流氓兔）	1604
练习与思考	1604
第3章 特许经营历史回溯	1605
3.1 古代的特许经营雏形——源于封建社会的政府特许	1605
一、国外的早期政府特许经营	1605
二、中国的早期政府特许经营	1605
3.2 近代意义的特许经营——始于胜家	1606
3.3 早期与近代的特许经营和现代特许经营的区别	1606
3.4 现代意义的特许经营——始于麦当劳	1607
3.5 当代特许经营——以商业经营模式特许经营为主	1607
练习与思考	1607
第4章 海外特许经营的发展	1608
4.1 特许经营成为全球流行商业模式	1608
4.2 美国特许经营	1608
4.3 欧洲特许经营（欧盟、法、英、德、新、意、丹、西、希、波、西欧）	1609
一、整体概况	1609
二、欧盟特许经营	1609
三、法国特许经营	1609
四、英国特许经营	1609
五、德国特许经营	1609
六、新西兰特许经营	1609
七、意大利特许经营	1610
八、丹麦特许经营	1610
九、西班牙特许经营	1610
十、希腊特许经营	1610

十一、波兰特许经营	1610
十二、西欧各国特许经营	1610
4.4 亚洲特许经营（日、港、新、马、韩、台、印）	1610
一、日本特许经营	1610
二、中国香港地区的特许经营	1611
三、新加坡特许经营	1611
四、马来西亚特许经营	1611
五、韩国特许经营	1611
六、台湾特许经营	1611
七、印度特许经营	1611
4.5 世界其他各地特许经营（加、澳、巴、墨、哥、罗、委）	1611
一、加拿大特许经营	1611
二、澳大利亚特许经营	1612
三、巴西特许经营	1612
四、墨西哥特许经营	1612
五、哥伦比亚特许经营	1612
六、罗马尼亚特许经营	1612
七、委内瑞拉特许经营	1612
练习与思考	1612
第5章 中国特许经营发展概览	1613
5.1 国外盟主进入引起的中国特许经营萌芽	1613
5.2 中国本土企业掀起的特许经营“神话”	1613
5.3 火热的特许经营展	1613
5.4 具有投资意识及能力的潜在加盟商群体逐渐增多	1613
5.6 政府的支持	1614
5.7 特许经营信息传播领域逐渐活跃	1614
5.8 地方连锁经营协会风起云涌	1614
练习与思考	1615
第6章 中国特许经营发展评述	1616
6.1 中国特许经营发展特点	1616
6.2 从限额以上连锁零售业看中国特许经营发展	1616
6.3 中国特许经营发展的历史阶段划分	1616
6.4 中国特许经营发展的症结所在	1616
6.5 中国发展特许经营的若干建议	1617
练习与思考	1617
[案例] 从“万兔速丽”事件看中国特许经营	1617
案例思考	1617
第7章 特许经营的教育培训及学科建设	1618
7.1 国外的特许经营教育培训	1618
一、普遍存在的特许经营学院、研究中心、专业、课程	1618
二、教育培训的三个方向	1618
三、国际特许经营协会的 CFE 认证及其教育基金有限公司	1618

四、美国律师协会的特许经营论坛	1618
五、特许经营 MBA	1618
7.2 国内的特许经营教育培训	1618
7.3 我国建设特许经营学科的充分必要性和战略意义	1619
一、我国建设特许经营学科的充分必要性	1619
二、我国特许经营学科建设的战略意义	1619
7.4 特许经营学科建设的相关问题	1619
一、特许经营学科的研究对象	1619
二、特许经营学科发展的三个基本原则	1619
三、学科发展方向举例	1619
四、特许经营的研究	1620
五、特许经营学的理论体系构架	1620
练习与思考	1620
第8章 特许经营与其他方式的比较	1621
8.1 特许经营与连锁经营、直营连锁、自由连锁的比较	1621
一、特许经营与连锁经营	1621
二、特许经营与直营连锁	1621
三、特许经营与自由连锁	1621
8.2 特许经营与代理的比较	1622
8.3 特许经营与经销、直销、传销、包销的比较	1622
8.4 特许经营与设立分公司的比较	1624
练习与思考	1624
第9章 特许经营的本质及其与行业关系	1625
9.1 特许经营的本质	1625
9.2 特许经营的各行业	1625
9.3 最热门的特许经营行业	1626
练习与思考	1626
第10章 特许经营利弊及双方的权利和义务	1627
10.1 特许经营的益处	1627
一、对特许人来说，特许经营主要具有如下益处：	1627
二、对受许人来说，特许经营主要具有如下益处：	1627
三、对社会来说，特许经营主要具有如下益处：	1628
10.2 特许经营的弊端	1628
一、对特许人之弊	1628
二、对受许人之弊	1629
10.3 特许经营双方的权利和义务	1629
一、特许人的权利	1629
二、特许人的义务	1629
三、受许人的权利	1630
四、受许人的义务	1630
练习与思考	1630
第11章 特许经营的原则与统一	1631

11.1	“3S”原则.....	1631
	一、标准化 (Standardization)	1631
	二、专业化 (Specialization)	1631
	三、简单化 (Simplification)	1631
11.2	“Double”原则与其余原则	1631
	一、“Double”原则	1631
	二、双赢原则.....	1631
	三、循序渐进原则.....	1632
	四、分散式网络经营原则	1632
	五、大量商品批售的低成本原则	1632
	六、特色原则.....	1632
11.3	特许经营的统一	1632
	一、“统一”的利弊.....	1632
	二、如何“统一”？	1633
	练习与思考.....	1633
第12章	特许经营费用及期限	1634
12.1	特许经营费用的定义、意义及分类	1634
12.2	特许经营初始费(Initial Fee,IF)或加盟金及计算.....	1635
12.3	特许经营持续费(Ongoing Fees, OGF)及计算	1635
12.4	特许经营中的其他费用 (Other Fees,OF)	1636
12.5	特许经营费用的组合	1636
	一、平衡原则.....	1636
	二、动态原则.....	1636
	三、个性原则.....	1636
12.6	特许经营期限及计算.....	1637
	练习与思考.....	1637
第13章	特许权及管理.....	1638
13.1	特许权的定义、分类及组成.....	1638
	一、商标特许经营。	1638
	二、产品特许经营。	1638
	三、生产特许经营：	1638
	四、品牌特许经营。	1639
	五、专利及商业秘密特许经营。	1639
	六、经营模式特许经营：	1639
13.2	特许权的开发与规划.....	1639
13.3	特许权的“生产”	1639
13.4	特许权的“营销”	1639
13.5	特许权的“定价”	1639
	一、特许权的“定价”目标.....	1640
	二、特许权的“价格弹性”	1640
	三、特许经营费用的底线——特许权的成本——估算	1640
	四、特许权“定价”的方法.....	1640

五、特许权“定价”的基本策略	1640
六、特许权的“价格”变动原因	1640
七、潜在加盟商对于特许经营费用变动的反应	1640
八、企业对竞争者特许权“价格”变动的反应	1640
13.6 特许权的全面质量管理	1640
练习与思考	1640
第14章 特许经营手册	1641
14.1 手册的定义及意义	1641
一、对特许人而言,手册具有非常重要的意义	1641
二、对受许人而言,手册同样具有非常重要的意义	1641
14.2 手册的分类	1641
一、按主要使用者分	1641
二、按主要形成来源分	1642
三、按具体内容分	1642
四、按内容表现的主要形式归属	1642
14.3 手册编制的时间管理	1642
一、手册的编制开始阶段	1642
二、手册的编制顺序	1642
三、手册的阶段性和完成时间	1643
14.4 手册编制的人员管理	1644
一、手册的编制需要“文”者、“武”者的协作	1644
二、手册编制人应具备的基本素质	1644
三、手册编制组人数的确定	1644
四、自己编制手册和请外在顾问编制的比较	1644
五、手册编制者的工作地点	1645
六、修正、完善手册的人员安排	1645
14.5 手册编制的成本和数量管理	1645
一、编制手册的成本	1645
二、手册数量的确定	1645
14.6 手册编制的计划和控制管理	1645
一、手册编制的计划	1645
二、手册编制过程的控制	1645
14.7 手册的交付管理	1646
一、付给单店加盟商的手册	1646
二、交付给分部加盟商的手册	1646
三、手册交付给加盟商的时间	1646
四、交给加盟商的手册形式	1646
14.8 手册的编制技巧	1646
一、正确使用手册模板	1646
二、全面调用各种工具	1646
三、巧妙借用网络资源	1646
四、合理分配图表和文字	1646

五、清晰区分手册的不同版本	1646
14.9 手册的编制原则	1646
练习与思考	1647
第15章 特许经营法律	1648
15.1 国外特许经营法律法规发展概览	1648
一、具有全国性的或统一的特许经营专门性法律法规	1648
二、有特许经营的专门性法律法规，但不是全国性的，而是地区性的	1648
三、没有专门的特许经营法律法规，特许经营市场主要依据“相关”的法律法规来管理和规范	1648
15.2 中国特许经营法律法规发展概览	1649
15.3 特许经营中的法律性文件	1649
15.4 统一特许经营提供公告(UFOC)	1650
15.5 特许经营主合同	1650
一、合同引言	1650
二、合同中关键用语释义	1650
三、合同的主体部分	1650
四、合同的附件	1651
15.6 特许经营辅助合同	1652
15.7 单店特许经营合同实例	1652
15.8 区域特许经营合同实例	1652
15.9 市场推广与广告基金合同实例	1652
15.10 加盟意向书实例	1652
15.11 保证金合同实例	1652
15.12 商标许可合同实例	1652
练习与思考	1652
[案例] 全面“权利”管理——坚持科学的维权之道	1652
案例思考	1653
第16章 特许经营关系	1654
16.1 关系及意义	1654
一、什么是关系？	1654
二、什么是特许经营关系？	1654
三、研究特许经营关系的意义	1654
四、受许人是一种新的职业生涯	1654
16.2 特许经营关系的六个阶段	1655
16.3 如何创造并维持良好的特许经营关系	1656
练习与思考	1656
第17章 特许经营的未来	1657
17.1 直营、自愿和特许，谁是未来主流？	1657
17.2 特许经营的未来展望	1657
练习与思考	1658
第18章 国际特许经营	1659
18.1 特许经营国际化现状	1659

18.3 特许经营国际扩张的方式	1659
18.4 国际特许经营涉及的法律问题	1659
练习与思考	1660
实务篇 I：成功构建特许经营体系五步法	1661
第19章 成功构建第一步：特许经营准备	1662
19.1 可行性分析暨特许经营战略规划	1662
[实例] 市场调查方案	1663
19.2 组建项目工作组	1663
19.3 制定特许经营工作计划	1663
一、特许经营工作计划制定步骤	1663
二、特许经营工作计划内容	1663
三、计划的实施与控制	1664
[实例] 某特许经营体系构建的五步法项目工作全程规划书	1664
练习与思考	1664
第20章 成功构建第二步：特许经营理念的导入和体系五大设计	1665
20.1 特许经营理念的导入	1665
一、培训	1665
二、学习	1665
20.2 特许权设计	1665
20.3 单店设计	1665
20.4 区域分部设计	1666
20.5 总部设计	1667
20.6 特许经营管理体系整体设计	1669
一、静态的设计	1669
二、动态的设计	1670
练习与思考	1670
第21章 成功构建第三步：特许经营管理体系的建立	1671
21.1 样板店建立、试运营以及完善单店手册	1671
21.2 总部及网络体系的建立、试运营并完善总部手册	1671
练习与思考	1672
第22章 成功构建第四步：特许经营加盟推广体系的设计和营建	1673
22.1 加盟招募相关文件的设计和撰写	1673
22.2 招募营建计划的制定与实施	1673
22.3 加盟商培训	1673
练习与思考	1673
第23章 成功构建第五步：督导体系的构建和全面质量管理	1674
23.1 督导体系的建立与运行	1674
23.2 特许经营体系全面质量管理	1674
一、质量管理历史简介	1674
二、特许经营体系的全面质量管理	1674
练习与思考	1675
实务篇 II：成功加盟攻略	1676

第24章 加盟前须知	1676
24.1 全面客观认识特许经营	1676
24.2 成功特许经营的特征	1676
24.3 受许人与独立创业人的不同——你是否适合做受许人	1677
24.4 受许人应该具备的基本资源	1677
24.5 谨防来自特许经营的另类欺诈	1677
练习与思考	1677
第25章 如何成功加盟	1678
25.1 成功购买特许经营权的九步攻略	1678
25.2 受许人制定特许经营商业计划	1678
25.3 如何外取创业所需的财务资源	1679
一、借用外部财务资源	1679
二、以交易方式获得外部财务资源	1679
三、协作、战略联盟与购并	1679
练习与思考	1679
附 录	1680
附录 A 商务部令 2004 年第 25 号《商业特许经营管理办法》	1680
附录 B 《市政公用事业特许经营管理办法》	1680
附录 C 智利的公共工程特许经营制	1680
附录 D 国内的特许经营相关法律法规、政策	1680
附录 E 美国特许经营的若干法规	1681
附录 F 2005 年中国商业十大新闻	1681
主要参考文献	1682

理论篇：特许经营基本理论与知识必读

第 1 章 什么是特许经营

[本章要点]

本章首先介绍了国内外关于特许经营的各种不同定义,然后在此基础上归纳出商业模式特许经营的几大特点。同时,本章也对特许经营的常用术语进行了简要的讲解。

目的是使读者清晰、准确、深刻地理解特许经营的定义。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时,必要时可缩短或延长。

1.1 字源考究

特许经营是一个起源于外国的“舶来词”,其现在的英文单词是“franchise”(但其意思是“特许权”)。

目前国内对 franchising 这个词的翻译和理解大致有以下两种:

第一种是把 franchising 译为特许连锁或加盟连锁,这种译法认为特许连锁是连锁店的一种组织形式,与直营连锁(又称公司连锁、正规连锁)、自由连锁(又称为自愿连锁)并列为连锁的三种类型。

第二种是把 franchising 译为特许经营。把特许经营组织与连锁店、自由连锁、合作社等并列,属于所有权不同的商店的范畴。此种译法更为规范和准确。

1.2 特许经营的定义

关于特许经营的定义,可以说是众说纷纭、见智见仁,即使到现在为止,也没有一个能令各个国家和地区,令各个阶层的人们都信服的统一定义。

下面举几个具有代表性的例子:

- 一、国际特许经营协会(International Franchise Association, IFA)的定义
- 二、美国联邦贸易委员会的定义
- 三、美国第一个制定特许经营法的州——加利福尼亚州关于特许经营的定义
- 四、欧洲特许经营联合会的定义
- 五、马来西亚特许经营协会的定义
- 六、日本特许经营协会(JFA)的定义
- 七、原中国国内贸易部的定义
- 八、商务部令 2004 年第 25 号《商业特许经营管理办法》的定义
- 九、学者们对于特许经营的定义

表 1-1 特许经营的不同定义方式¹

商业机会	服务或商标产品的所有者（生产者或经销商）给予个人在当地分销和/或销售服务或产品的独占权利。作为回报，个人支付一定费用或特许权使用费（加盟费），且要求按照议定的方法生产或销售的产品或服务要符合特许人的品质标准。
商业模式或者方法	受许人经特许人授权在特许人设计的营销模式下提供、销售或分销产品或服务。
特许经营机会	特许经营的实质由以下三因素组成：商标和/或标志，附有营销计划的产品或服务的使用，一定的特许权使用费的支付。
许可关系	产品、服务或方法的所有者（特许人）把分销这些产品、服务或方法的权利授予附属经销商（受许人），该权利的持有者对特定地理区域的市场具有独占权利。
持续关系	特许人提供一种商业模式的使用权，加上组织、培训、经营和管理的支持。作为回报，受许人支付一定费用。

更多的关于特许经营定义的例子不用再举。总之，作为商业模式特许经营，其基本的含义应该包括如下几个方面：

- 1. 特许经营是特许人(franchisor)与受许人(franchisee)之间的一种合同（契约）关系。
- 2. 特许人将特许权的使用权力而非特许权本身转让给受许人或者称为授予受许人特许权，并允许和采取一定的支持措施帮助受许人有效使用其特许权。
- 3. 受许人在特许人统一的经营体系下，在特许人的指导和帮助下从事经营活动。作为特许人授予、允许使用和帮助受许人使用特许权的代价，受许人向特许人做出一定的支付。
- 4. 从合同的大部分及主要方面来讲，特许人、受许人之间的特许经营合同是一种既定格式、既定内容的合同，而非经由双方商议而订立的合同。

1.3 特许经营的常用术语简解

- 1. 特许人。
- 2. 受许人。
- 3. 特许权。
- 4. 特许经营费用。
- 5. 加盟金。
- 6. 特许权使用费。
- 7. 市场推广及广告基金。
- 8. 履约保证金。
- 9. 铺货货品保证金。
- 10. 品牌押金。
- 11. 加盟申请人。
- 12. 准受许人。
- 13. 加盟意向书。

¹ （美）罗伯特·贾斯汀，理查德·加德. 特许经营. 李维华等译，北京：机械工业出版社，2004

14. 特许经营体系。
15. 直营店。
16. 加盟店。
17. 特许加盟店。
18. 合作加盟店。
19. 样板店所。
20. 旗舰店。
21. 中心店。
22. 标准店。
23. 总部。
24. 分部。
25. 区域加盟商。
26. 区域直接加盟商。
27. 区域复合加盟商。
28. 特许经营手册。
29. 加盟指南。
30. 单店手册。
31. 分部或区域加盟商手册。
32. 总部手册。
33. 特许经营合同。
34. 特许经营主合同。
35. 特许经营辅助合同。
36. 统一特许经营提供公告。
37. 督导。
38. 区域业务专员。
39. 首期投入额。
40. 特许业务。
41. 授权。
42. 加盟。
43. 退盟。
44. 招募。
45. 受许人或加盟商咨询委员会（FAC, Franchisee Advisory Council）。

练习与思考

1. 对比国内外关于特许经营定义的不同，并分析为什么会有这些不同的定义？
2. 在网上搜索关于特许经营的不同理解，指出它们各自的不足之处是什么。
3. 指出你所看到的文章、书籍、广告材料等中对于特许经营常用名词的理解不准确之处，并说明为什么。
4. 试着用你自己的语言给特许经营下个定义。

第 2 章 特许经营的类型

[本章要点]

本章首先按照领域的不同，对特许经营进行了宏观的分类。然后在此基础上，分别着重讲述两大类特许经营：政府特许经营和商业特许经营，并对商业特许经营进行了再进一步地细分和讲解。目的是使读者清晰地掌握特许经营的脉络，并知道本书的主要研究对象是商业特许经营中的商业模式（business-format）特许经营。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

2.1 总 论

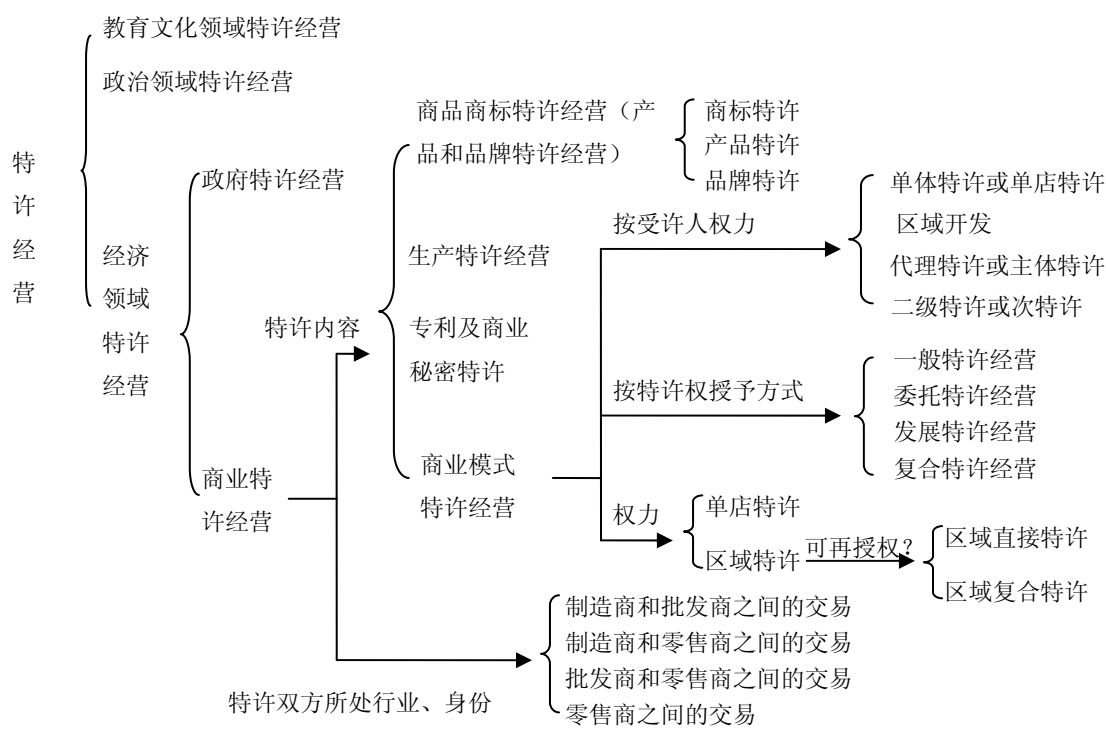


图 2-1 特许经营的分类

我们将只讲述经济领域特许经营里的政府特许经营和商业特许经营，对于政府特许经营，本书只是简单概括性地介绍，而商业模式特许经营则是本课程论述的焦点和重中之重。

2.2 政府特许经营

特许经营来源于政府特许经营，是政府首先创造和使用了特许经营这种方式。但早期的政府特许经营却并非全部或主要用于经济领域，而是更多地体现了政治的因素。

现代政府特许经营则发生了本质的转变，亦即现代政府特许经营已经脱离了垄断的狭隘区域和不公平手段，而是本着综合、全面、高效、优质地开发利用资源、尤其是政府管辖的社会公共资源的原则来开发、利用一个国家、地区和城市的全面资源。其中，社会公共资源的含义是指一个国家或地区中的可经营资源，如土地、基础设施、生态环境、文物古迹和旅游资源等有形资产和重大活动等无形资产，以及依附于其上的名称、形象、知名度和特色文化等无形资产的使用权、经营权、冠名权等相关权益。

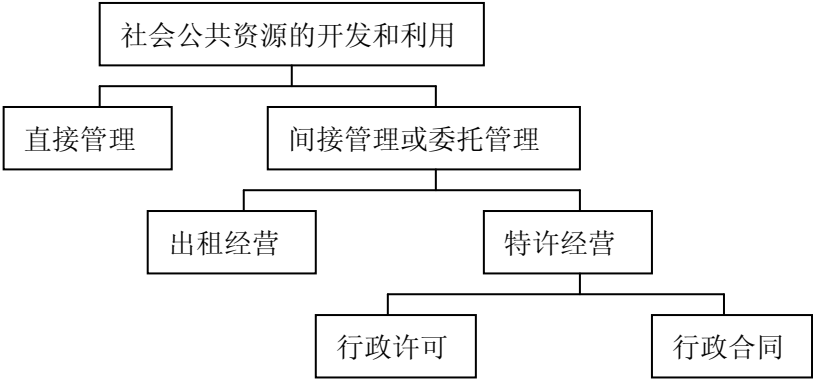


图 2-2 对于社会公共资源的开发和利用的基本方式

政府特许权项目一般都是资本密集型、投资回收期较长的行业，单个项目的资本需求量巨大、回收期长，采用特许权方法可以吸引私有资本投资，并利用大额的国际商业贷款。

现在，国际上流行的政府 BOT 方式在实质上也是政府特许经营的一种。

政府特许权项目的另一个特点是通过招投标的方式选择被授予特许权的公司。

政府特许经营还有一个特点，那就是政府通常会对特许出去的资源开发、项目建设等承担一定的指导、监督与帮助作用。

政府特许经营的第四个特征是，政府可以在特许经营所涉及的业务上没有既存经验或历史，这些特许权所涉及的业务模式、甚至业务内容、特许权利用方式等都需要受许人自己去开拓。

企业也应从政府特许经营中获得至少两点有用的启示：

（一）在自己条件具备的情况下，应考虑运用特许经营的方式实现自己的全面资源运营。

（二）加入并成为政府的特许经营受许人，以充分利用政府特许权的权威、受保护、市场稳定等优势为企业获取更多的经济效益和社会效益。

2.3 商业特许经营

按照不同的类别，商业特许经营可以进一步地再细分。

一、根据特许内容的不同，特许经营可以被分为三个大类：

（一）商品商标特许经营或称产品和品牌特许经营（Product And Trade Name Franchising）

这种类别又可细分为：

1. 商标特许

2. 产品特许

3. 品牌特许

（二）生产特许经营（Production Franchising）

（三）经营模式特许经营或特许连锁（Business Format Franchising or Franchise Chain）

经营模式特许经营最基本、最常见的形式有两种：

1. 单店特许经营模式
2. 区域特许经营模式

区域特许经营模式又分为两类：

- （1）区域直接特许经营模式
- （2）区域复合特许经营模式

（四）专利及商业秘密特许

二、根据特许权授予方式的不同，特许经营可以分为四个主要类别：

1. 一般特许经营。
2. 委托特许经营。
3. 发展特许经营。
4. 复合特许经营。

三、按受许人能否将获得的特许权再特许，特许经营被分为两类：

1. 直接特许。
2. 区域特许。

四、根据特许人与受许人本身所处行业的不同及其身份的不同，可将特许权交易区分为以下四种类型¹：

- （一）制造商和批发商之间的交易
- （二）制造商和零售商之间的交易
- （三）批发商和零售商之间的交易
- （四）零售商之间的交易

五、根据受许人的权利范围不同，可以把特许经营分为四类：

- （一）单体特许或单店特许（unit by unit franchising）。
- （二）区域开发（area development）。
- （三）代理特许或主体特许（master franchising）。
- （四）二级特许或次特许（sub-franchising）。

六、有些研究者对于特许经营的分类还颇能给人启发，比如他们按开设特许经营所需要的资金额从小到大的顺序，把特许经营分为以下三种类型：

- （一）工作型特许经营。
- （二）业务型特许经营。
- （三）投资型特许经营。

2.4 可口可乐、史努比、迪斯尼和流氓兔如何借特许经营创造传奇？

一、可口可乐的全球特许装瓶系统

特许装瓶模式的基本理念是，通过合作伙伴与当地优秀饮料企业合资，签订一定年限的特许生产经营合同，由其在限定区域内生产、销售可口可乐系列产品。

¹ （英）Martin Mendelsohn（马丁·门德森）著. 特许经营指南. 李维华，陆颖男译. 北京：机械工业出版社，2004

二、Snoopy（史努比）

2002 年全球就超过 2 万种与 SNOOPY（史努比）有关的商品，包括 0~4 岁婴儿装；浴巾、挂毯等家用纺织品；卡通钟表、体育用品、主题电脑、手机促销、流行食品饮料促销、特色机车、主题公园等，每年利润高达 11 亿美元。

三、（Disney）迪斯尼

关于迪斯尼的整体赢利模式，有些专家将其称为“轮次收入”模式或“一鱼多吃”：

第一吃：“一鱼多吃”的源头是迪斯尼的年度动画巨作，公司通过发行拷贝和录像带而赚到第一轮收入，其收入基本上是美国本土市场、海外市场分别收入数亿美元。

第二吃：其收入来源主要是三项，即品牌的特许经营、后续产品的开发以及主题公园的创收。

第三吃：品牌产品和连锁经营。迪斯尼大约 40% 的利润来自于此。

四、Mashimaro（流氓兔）

小至手机吊饰、系列人物贴纸、文具用品，大到围裙、瓷杯、毛绒玩具，甚至还有内裤、电话机，似乎到处可见这只韩国卡通明星的造型图案，而这些都是特许经营的直接成果。

练习与思考

1. 总结各类特许经营的特点与共性、利和弊，并在此基础上试着给特许经营下一个你认为合适的定义。
2. 试为每一类特许经营举出 1 个以上的实际例子。
3. 列出你所知道的特许经营企业或项目名称，然后界定它为哪一类特许经营。
4. 你认为特许经营还有别的分类方式吗？如果有，试着划分一下。

第3章 特许经营历史回溯

[本章要点]

本章的主要内容是分别从古代的特许经营雏形亦即源于封建社会的政府特许、始于胜家的近代意义的特许经营、始于麦当劳的现代意义的特许经营以及以商业经营模式特许经营为主的当代特许经营等四个阶段来讲述特许经营的发展历史，并在其中讲解了早期与近代特许经营和现代特许经营的区别，描述了特许经营各个发展阶段的当时社会背景，目的是使读者对特许经营的由来和历史演变有一个清晰的认识，而这种认识对于理解当代的特许经营以及特许经营的未来趋势都是非常必要的。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

3.1 古代的特许经营雏形——源于封建社会的政府特许

与经济有关的特许经营的概念最早源于封建社会时期，它最早的含义乃是当权者对臣子的一种“恩赐”。

一、国外的早期政府特许经营

在国外，与经济有关的特许经营很早就出现了。早期，罗马天主教会曾制定授权当地教士征收什一税（本质上是教会税）的方法，要求将这些什一税的一部分上交罗马天主教会。

在英国，一些农奴获得特定的权利，包括从土地中获取收益的权利，同时根据具体情况向国王或贵族支付一定的费用或税。这些费被称为皇家什一税（tithe，以年收农产品十分之一缴纳教会的税），它们是现代商业“管理费”的词源。

在法国，将附加权利授予农民或农奴的方法称为 francis，字面意思就是授权给农民或农奴。法语词根 francis 成为英语术语赋予公民权（enfranchise），意思还是“授权给一无所有的人。”因此，农民或被授予公民权、自由人身份或投票权的人，被认为已经取得特许经营权或被授予特许经营权。

到中世纪（公元 476 年～1453 年，欧洲的古代和文艺复兴之间的时间）的时候，随着政府特许经营的成熟，非政府亦即商业组织和个人之间的特许经营开始萌芽。

十二世纪个体特许经营的封建制度在十六世纪到十八世纪成为整个社会的特许经营模式——殖民地授权。

历史上，政府所进行的作为强权阶层谋取垄断剥削巨额利润手段之一的“特许经营”例子非常多。如莫斯科公司、伦敦公司、伊斯特兰公司、几内亚公司、东印度公司等。

城市基础设施的政府特许经营出现于 18 世纪。

19 世纪中期起，特许经营制度在列强对外扩张中开始国际化。

自 20 世纪 70 年代末起，西方各国对公共行政管理进行了大刀阔斧的改革，史称“新公共管理运动”。

二、中国的早期政府特许经营

被毛泽东称为中国封建社会开始的封建帝王夏启（大禹的儿子）为了笼络臣子而将大片的土地封赏给那些王公将相，让他们各自负责自己的经营并向朝廷交纳一定的贡税，这就是最早的特许经营或政府特许经营的雏形。

在中国，商业或经济上的特许经营也早有出现。比如，盐、铁、酒、纸币、茶、矾、矿冶、畜牧、采煤、冶铁、开办铁货市场等。

在清朝，说到政府特许经营，不得不提及十三行。

对于政府特许经营，慈禧还曾经给出了一个非常凝练的解释：“官督民办”。

3.2 近代意义的特许经营——始于胜家

1851 年，美国工人胜家发明了锁式线迹缝纫机，并随后成立了胜家公司。

1865 年，胜家以 5,000 美元的价格转让个体特许经营权。

由于胜家所取得取得的巨大成功，“特许经营”这一模式开始被其余企业模仿，下表是各个行业首先开始特许经营的时间：

表 3-1 各个行业首先开始特许经营的时间

序 号	行 业	开始特许经营的时间
1	制造业	1865
2	汽车业	1898
3	软饮料业	1900
4	药店	1902
5	餐馆/食品	1920
6	化妆品	1920s
7	杂货业	1920s
8	个体服务业	1920s
9	石油	1930
10	快餐业	1952
11	旅馆	1952

其中，许多企业从这种被称为“特许经营”的方式中获得了包括企业迅速扩张在内的巨大好处。比如可口可乐。

在 20 世纪早期时，特许经营以多种方式存在着。

近代意义特许经营的一个最大特点就是，特许人以企业为主，品牌依托、特许经营店（unit）网络发展、特许人与受许人双方资源互补成为近代特许经营的优势根源。

3.3 早期与近代的特许经营和现代特许经营的区别

然而我们必须注意的是，早期与近代的特许经营和现代的特许经营是有着许多本质不同的方面的。具体而言，主要有如下几点：

1. 处于特许经营关系的中心地位者不同
2. 受许人的权益受保护程度不同
3. 特许经营合同不同
4. 双方获利的主要来源不同
5. 行业集中度不同
6. 特许的内容不同
7. 最重要的区别就是，特许经营各个单店之间“克隆”程度不同

3.4 现代意义的特许经营——始于麦当劳

- 1948 麦当劳兄弟创立第一家餐厅。
- 1954 麦当劳创始人雷·克拉克（Ray Kroc）初遇麦当劳兄弟。
- 1955 雷·克拉克（Ray Kroc）成为麦当劳第一位加盟商。
- 1961 雷·克拉克（Ray Kroc）向麦当劳兄弟购买商标权，经营麦当劳餐厅事业。
- 1965 麦当劳股票正式上市。
- 1967 美国以外第一家，加拿大麦当劳成立。
- 1978 全世界 5,000 家麦当劳。
- 1988 全世界 10,000 家麦当劳。

今天：麦当劳在全世界六大洲 121 国中拥有超过 30,000 家单店，全球营业额约 406.3 亿美元，净利润约 16 亿美元。

3.5 当代特许经营——以商业经营模式特许经营为主

20 世纪 40 年代和 50 年代起，法律的许可、政府的支持、特许经营模式本身的优势以及受许人群体的壮大等有利因素的综合影响便引发了 20 世纪 50 年代与 60 年代的美国特许经营大爆炸。

1959 年，国际特许经营协会即 IFA 成立

1971 年，加利福尼亚州通过了特许经营投资法（Franchise Investment Act），这是全美国也是全世界的第一部要求特许人向潜在受许人披露重要信息的法律。

1992 年，美国成立了全世界第一个受许人组织，即美国受许人与经销商协会（AAFD, American Association of Franchisee and Distributor）。

除了美国受许人与经销商协会（AAFD）之外，美国还有另外一个保护受许人利益的组织，即美国受许人协会（American Franchisee Association）。

因特许经营的盛行，却也同时在美国的 1960. 70 年代出现了大量的欺骗事件，导致这段时间是特许经营欺诈的高潮时期。

美国政府于 1979 年 10 月 21 日开始正式管理特许经营

20 世纪 90 年代以后，特许经营开始重新在美国步入飞速发展时期，同时，特许经营在全世界也都进入了全面大发展的热潮之中，特许经营热浪以其不可阻挡之势迅速席卷全球。

练习与思考

1. 简要叙述特许经营的发展历史。
2. 特许经营的发展和时代背景的关系是什么？
3. 从历史的角度看，你认为什么是特许经营？
4. 你对特许经营未来趋势的理解是什么？
5. 从美国特许经营的发展历史中，你能获得什么样的启示以用于指导中国特许经营的发展呢？

第 4 章 海外特许经营的发展

[本章要点]

本章主要讲述了特许经营在海外各个国家或地区的发展状况,叙述中除了用一些统计数字来展示特许经营的辉煌成就之外,还结合各个地区的特色进行了或多或少的讲解与分析,目的是使读者充分了解特许经营在全球的发展概况,以便在感性认识的基础上对特许经营的未来充满信心。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时,必要时可缩短或延长。

4.1 特许经营成为全球流行商业模式

如果从 1865 年胜家特许经营体系的建立算起,那么至今为止,特许经营的发展已经走过了 140 多年的道路。

当代特许经营以各种形式存在于世界上 80 多个国家中,并且此数目还在继续增长。

据最新统计结果,针对国内和国外业务,目前超过 1,000 个特许经营加盟商的国家大约有 20 个。有超过 200 个特许经营授权商于境内运作的国家大约有 15 个。目前,有特许经营协会的国家大约有 50 个。

在国际市场上通过特许经营取得巨大成功的企业比比皆是,比如有麦当劳(McDonald's)、肯德基(KFC)、可口可乐、7-11 便利店、富士、通用、福特、爱克森、胜家缝纫机等。

在我国,近几年也涌现出不少通过特许经营取得成功的例子,而且遍布在多个行业里。

据有关资料,在国际知名的大型连锁集团中,70~80%的连锁店是通过特许经营方式建立的。美国商务部的一项调查显示,一般小零售店的失败可能性为 83%,而特许经营的零售店成功率却在 90%以上。

4.2 美国特许经营

美国企业中最先采用特许经营方式的是胜家(Singer)缝纫机公司。

20 世纪初期,特许经营广泛进入制造业。从 20 世纪 50 年代开始,美国的特许经营得到了迅猛发展。

1987 年~1989 年间,美国特许经营创造了 40 万个新的就业机会,而同一时期美国资产最多的 500 家公司只创造了 1 万个新的职位。

进入 90 年代,特许经营的发展更是方兴未艾。

美国特许经营发展有几个特点:

(1) 在美国特许经营中,经营模式的特许经营发展很快,而商品商标型特许经营则有衰退迹象。

(2) 特许经营组织的开发时间缩短,普及速度加快。

(3) 目前在美国,特许经营已成为发展最快和渗透性最高的商业模式。

(4) 特许经营,尤其是“主体特许权”已成为美国对外输出的主要形式之一。

4.3 欧洲特许经营（欧盟、法、英、德、新、意、丹、西、希、波、西欧）

一、整体概况

欧洲的特许经营发展起步要稍晚于美国，特许经营萌芽较早，20 世纪 20~30 年代，在法国首先出现的卢拜毛纺公司、企鹅商业网及高里斯·萨劳梅公司，是欧洲特许经营的雏形。

1972 年，欧洲成立欧洲特许经营协会（EFF）。

二、欧盟特许经营

（一）欧洲特许经营发展情况

截止 2004 年，在 20 个欧洲特许经营发展得比较成熟并具有一定规模的国家中，共有 5,552 个特许经营品牌在操作，对比 1998 年，增加了 50%，被特许者的数量达到 250,643 家，对比 1998 年增加了 49.7%。

（二）欧盟特许经营的管理方式

欧盟是完全自由的市场经济体制，其对特许经营的管理方式可从两个方面来介绍，一是立法主管机构；一是行业协会的作用。

1. 立法主管机构——欧盟委员会竞争总司

2. 行业协会

欧洲特许经营协会就是这样一个完全非官方、非盈利的自愿的国际组织，总部设在布鲁塞尔。

（三）欧盟特许经营立法情况

欧盟的有关特许经营立法并不是从法律上对特许经营进行管理和领导，而是从法律上确保特许经营这一经营方式不会影响到欧盟内部市场的公开透明和充分竞争的原则。

三、法国特许经营

欧洲特许经营发展以法国为最，1971 年法国特许经营协会（FFF）成立，建立起大批特许经营网络，到 1989 年，特许经营规模发展到 675 个网络。

2003 年，法国特许人数超过 700 家，特许经营网点 52,000 个。2004 年全法国开展特许经营形式的服装品牌共有 156 个。

四、英国特许经营

英国特许经营协会（British Franchise Association, BFA）成立于 1977 年，是英国唯一一家具有特许审核资格的自律性行业组织。

五、德国特许经营

德国的特许经营已经发展到相对成熟阶段，具有稳定的发展速度、体系众多、规模庞大、以本土品牌为主和行业自律等特点。德国没有专门的特许经营法，特许经营与其它商业活动一样，都要服从民法。

1978 年建立德国特许经营协会（D.F.V）。

六、新西兰特许经营

特许经营在新西兰的发展势头也异常迅猛，特许经营体系近 300 个，40%以上的饭店采取特许

经营方式进行运营。

七、意大利特许经营

意大利负责特许经营的政府部门是意生产活动部的商业、保险业和服务业总司四处的 D1 办公室。

截至到 2003 年年底，意大利共有特许经营品牌 753 个；从事特许经营销售的人员 102,870 人；总营业额达 1480 万欧元。

意大利政府于 2004 年 5 月 6 日通过了第 129 号法——《规范特许经营法》，并于 2004 年 5 月 24 日起正式生效。该法律共有九条。

八、丹麦特许经营

在丹麦特许经营领域，目前还没有关于特许经营的专门法律法规来约束特许人与受许人的权利与义务，特许经营如同其它商业活动一样，都要按照合同法和有关商业法律规定，受其制约。

九、西班牙特许经营

西班牙特许经营行业始于 20 世纪 60 年代初期。特点主要表现为以下几个方面：

1. 以西班牙本国品牌为主，海外跨国集团为辅。
2. 特许经营企业所从事的行业相对集中。
3. 拥有巨大的创造就业能力。
4. 大企业在特许经营中占有举足轻重的地位。
5. 特许经营企业在地域上相对集中。

十、希腊特许经营

希腊的特许经营首次出现在 70 年代，1990 年后获得广泛发展，目前希腊 3% 的零售业销售额是来自特许经营者。

十一、波兰特许经营

波兰特许市场日趋成熟并逐渐本土化，同时越来越多的商家将特许经营作为振兴企业的最佳途径。

十二、西欧各国特许经营

在西欧各国，特许经营也得到了广泛的传播。

4.4 亚洲特许经营（日、港、新、马、韩、台、印）

一、日本特许经营

20 世纪 50 年代以后，企业纷纷引入特许经营。日本的特许经营主要是受美国的影响。

在 60 年代，日本政府推行特许经营方式的连锁商店，实行新的商业政策，并拨出专款作为辅导特许经营业务的活动资金，成立了“日本特许经营协会”，制定有关法律，鼓励和促进特许经营商业的发展。

至 2003 年，日本特许经营品牌 700 多个，特许经营网点 12 万个。

日本没有关于特许经营的专门立法。信息披露是日本有关特许经营规定的核心。日本的特许经营有如下特点：

- （一）行业发展广泛与集中相结合
- （二）特许经营与自由连锁结合，互补发展
- （三）区域性特许经营体系发展快速
- （四）零售、餐饮和服务业特许经营十分盛行，加盟店比率高

二、中国香港地区的特许经营

特许经营在 80 年代中期传入香港。最早把特许经营方式引入香港的是“7-11”便利店。1992 年，建立了香港特许经营权协会（HKFA）。

三、新加坡特许经营

新加坡特许经营首次出现在 70 年代。新加坡在亚洲各国中首先成为将特许经营列为国家经贸出击策略的国家。其中最著名的就是新加坡特许经营援助计划。

四、马来西亚特许经营

在马来西亚，特许经营首次出现在 20 世纪 60 年代。

马来西亚政府非常重视特许经营的发展，并采取了一系列实际行动，比如政府设立了专门的特许经营基金，以专门为盟主和加盟商提供资金援助，曾计划创办特许经营发展公司（政府关联企业）以专门吸引国外的特许人盟主进入马来西亚，其总统妈哈蒂尔曾亲自担任马来西亚特许经营协会的会长，把 2001 年定为“特许经营年”并自诩其为亚洲的“特许经营商和投资者的最佳选择，仅次于日本”等等。

五、韩国特许经营

成立于 1979 年的乐天快餐店是韩国第一个初具规模的特许经营企业。韩国的特许经营主要集中在零售批发业。

六、台湾特许经营

在台湾，顶级国外特许经营也是便利店。

台湾目前约有 1,300 个特许人企业，绝大部分是台湾本土品牌，其中 30% 经营得比较成功。台湾连锁加盟促进协会成立于 1994 年。2005 年度有登录的连锁总部共 1,124 家，总店数达 74,324 家。

七、印度特许经营

相关资料显示，特许经营在印度的平均年增长幅度为 30%~40%，占总零售额的 2%，2000 年以后增长速度加快。据估计，印度特许经营的成功率高达 90%，自行创业的成功率只有 10%。

4.5 世界其他各地特许经营（加、澳、巴、墨、哥、罗、委）

一、加拿大特许经营

加拿大联邦政府没有设立专门部门管理特许经营，也没有制定针对特许经营的全国性法律法规。

二、澳大利亚特许经营

澳大利亚特许经营在 70 年代首次出现。澳大利亚已是世界上特许经营程度最高的国家，其人均拥有的特许经营体系数量 3 倍于美国，居世界第一。

三、巴西特许经营

巴西在 80 年代时，特许经营每年增加 35%。1987 年在圣保罗成立了巴西特许经营协会。巴西 1994 年 12 月 15 日第 8955 号法令对特许经营立法。

四、墨西哥特许经营

1985 年，麦当劳最早开始在墨西哥从事特许经营业务。

“墨西哥特许经营协会”成立于 1989 年。

五、哥伦比亚特许经营

至 2005 年，哥伦比亚拥有特许经营企业 6881 家，比去年增长 2200 家。

六、罗马尼亚特许经营

2005 年罗马尼亚特许经营公司的营业收入超过 9 亿欧元，比 2004 年增长了 20%。其中主要是由于生产性特许经营的增加，如可口可乐和 Tuborg 等，而非由于小型特许经营的扩张。

七、委内瑞拉特许经营

至 2003 年，委内瑞拉拥有特许经营品牌 260 个，从事特许经营的网点有 1,300 个。

练习与思考

1. 试比较海外各国或地区的特许经营发展，指出他们发展中的共性和特色。
2. 从海外特许经营的发展历史或现状中，你对中国发展特许经营有什么想法或建议呢？
3. 请思考国外不同地区特许经营发展与地区的关系是什么？亦即地区的什么方面（比如政治、经济、地理、人口等）可能对特许经营的发展起到什么样的不同作用。

第5章 中国特许经营发展概览

[本章要点]

本章的主要内容是叙述特许经营在中国的发展状况,包括最初进入中国的国外盟主在我国的发展概况、中国本土企业的先行者和优秀者们、特许经营展会的状况、从经济角度和失业角度看特许经营的发展有利条件、政府对于特许经营的支持、特许经营信息传播领域以及连锁经营协会的发展状况等。本章的目的是使读者对特许经营在中国的发展状况有一个系统概括性的认识。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时,必要时可缩短或延长。

5.1 国外盟主进入引起的中国特许经营萌芽

商业模式特许经营在中国的出现最初是由于国外盟主的启迪。

1987 年 11 月 12 日,肯德基在北京前门繁华地带设立了在中国的第一家餐厅,这是中国本土上的第一家特许经营店

麦当劳则于 1990 年在深圳开设中国第一家分店

5.2 中国本土企业掀起的特许经营“神话”

90 年代初,一些中国大陆本土的企业开始涉足特许经营,其中的两个最早尝试特许经营模式的典型例子分别是一个新品牌(李宁)和一个老品牌(全聚德)。

在李宁和全聚德的带领与示范之下,中国本土的更多企业纷纷开始采用特许经营这种在当时被称为“点石成金”、“一本万利”的模式,比如华联、联华、东来顺、马兰拉面、荣昌洗染等企业都快速地发展了特许加盟店。中国特许经营所实现的销售额也以年均 40% 以上的速度增长,大大超过全国社会消费品零售总额 10% 的增长率。特许经营被人们誉为“中国继股票、房地产、互联网之后的第 4 个最有前景的发展行业”。

截至 2005 年 12 月底,我国特许体系达到 2,320 个,比 2004 年增长 10.4%,这些特许体系分布在近 70 个行业和业态中。其中,加盟店铺总数为 16,8000 个,比去年增长 40%;单个特许体系平均加盟店铺数达到 73 个,比去年增长了 28%。

总之,依据特许经营在国内的不到二十年时间内就已取得的喜人成绩看,特许经营在中国的增长势头是有增无减的。

5.3 火热的特许经营展

在中国,自从 20 世纪末以来,特许经营类的展会就一直处于持续上升的、越来越火爆的状态。

目前在中国,有关特许经营、连锁加盟类的展会数量非常之多、频率非常之高(平均全国每月有 3 场以上)、类别也多种多样。

5.4 具有投资意识及能力的潜在加盟商群体逐渐增多

从经济基础来讲,中国已出现大量具有投资能力的潜在加盟商人群。

除了收入增加以外，中国居民的投资意识也正逐步加强，投资行动也早已付诸实施。

5.5 失业困局和产业结构调整进一步促进了特许经营的发展

在新世纪，中国的失业状况呈现了一些新的特点，主要包括：

1. 失业率迅速上升
2. 就业结构性矛盾突出
3. 下岗失业人员再就业问题凸显
4. 大学生就业问题从 1998 年开始迅速激化
5. 失业人员中青年比例上升
6. 失业成为百姓关注焦点

随着中国普通民众失业率的增加、政府日益明显的支持创业就业政策的频频出台、中国经济产业结构的调整，在这种压力与动力并存、微观与宏观条件俱备的形势下，作为解决创业就业最好方法之一的特许经营势必在中国有一个惊人的大发展。

5.6 政府的支持

对于特许经营，中国政府采取了一系列的行动以促进其在中国的健康发展，且态度日益明朗、力度日益加大。

5.7 特许经营信息传播领域逐渐活跃

- （一）特许经营方面的专业顾问咨询公司层出不穷
- （二）象牙之塔开始关注特许经营
- （三）“特许经营世纪精品丛书”破土而出
- （四）特许经营专业类媒体呼之欲出
- （五）特许经营类专业网站百花齐放
- （六）期刊网能搜索到的特许经营或连锁类文章逐年增加

5.8 地方连锁经营协会风起云涌

成立于 1994 年 4 月的上海市连锁商业协会是中国的第一家连锁经营协会，在上海连锁商业协会的带动下，其余各省市纷纷成立了自己的连锁经营协会。广州市、辽宁省、天津市和深圳市都是成立日期较早的一批连锁经营协会。

据不完全统计，中国目前的各个区域的连锁经营协会已经超过 24 家。

但遗憾的是，本应发挥更大作用的协会还存在一些问题，主要包括：

1. 会员结构不甚合理。
2. 组织架构有缺失。
3. 没有一个全国性的权威协会。
4. 职能定位偏差。
5. 协会并没有把在中国境内运作的所有盟主都吸纳为会员。

练习与思考

1. 搜索一下目前在中国境内运作的国外特许经营盟主有哪些，要求至少举出 20 个例子，并对他们的各自经营状况做简单的陈述。
2. 搜索一下目前的中国本土特许经营盟主有哪些，要求至少举出 20 个例子，并对他们的各自经营状况做简单的陈述。
3. 实际参加一次特许经营展，写一篇参展感想。
4. 请思考加盟和其余投资方式的异同。
5. 请思考怎么用特许经营来解决中国的就业创业问题。
6. 在发展特许经营方面，你认为政府应该做的主要工作包括哪些？
7. 在网上搜索关于特许经营类的专业网站，对其分类并指出各自的特色。
8. 请思考中国的地方连锁协会应如何更好地发挥其作用。

第6章 中国特许经营发展评述

[本章要点]

本章的主要内容是叙述中国特许经营发展的特点、历史阶段划分、症结所在，最后，针对中国特许经营的发展提出了若干建议。本章的目的是使读者对特许经营在中国的发展状况有一个进一步的本质性认识。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

6.1 中国特许经营发展特点

- 一、持续高速发展，并在国民经济中占据越来越主要的地位
- 二、特许经营向多业态发展，行业领域不断拓展
- 三、特许经营广泛地使用新的先进技术手段
- 四、特许经营成为企业扩张的主要手段
- 五、内资、外资企业同时发展，内资仍然占主体，但外资实力、优势更为明显
- 六、内资企业中的类型由单一的国有经济，向经营主体多元化发展，私营企业增长加快
- 七、政府推动和政策扶植力度逐渐加大
- 八、政府特许经营将成为发展热门之一
- 九、本土盟主国际特许经营增多

6.2 从限额以上连锁零售业看中国特许经营发展

主要从门店数量、营业面积、从业人员和销售额等四个方面来加以分析。

6.3 中国特许经营发展的历史阶段划分

- 第一阶段：1987～1993 年，外资独占，本土观望，属于启蒙期。
- 第二阶段：1993～1994 年，特许经营魅力初现，小荷才露尖尖角，属于萌芽期。
- 第三阶段：1994～2000 年，特许经营飞速发展但有些过火，市场上良莠不齐，属于狂热成长期。
- 第四阶段：2000～2005 年，大浪淘沙，优胜劣汰，属于冷静发展期。
- 第五阶段：2005～2010 年左右，稳定、快速发展的成熟期。

6.4 中国特许经营发展的症结所在

- 一、特许经营规模化不够，零散度高
- 二、特许经营的欺诈问题严重
- 三、特许经营发展面临国际企业的巨大压力
- 四、“大跃进”现象严重
- 五、条块分割、地方保护的体制制约着特许经营的进一步发展

- 六、特许经营人才的严重匮乏
- 七、知识、技能体系的混乱
- 八、特许经营业内统计数据太少
- 九、特许经营发展的区域不平衡
- 十、配送中心建设滞后
- 十一、单店赢利水平差
- 十二、现代化技术水平不高

6.5 中国发展特许经营的若干建议

- 一、树立成功特许经营的典范，发挥模范带头作用
- 二、健全特许经营的专门及相关的政策和法律
- 三、金融系统提供专项支持
- 四、为特许经营的发展创造良好的宏观环境
- 五、加大教育培训力度，开设特许经营课程、方向、专业、系、学院，建设特许经营学科
- 六、加大、加强特许经营的出版物
- 七、成立、健全专门的特许经营及相关协会
- 八、加强特许经营业的统计工作

练习与思考

1. 除了书中所讲的以外，你认为特许经营在中国的发展还具备什么特点呢？
2. 试提出你对中国特许经营发展的阶段划分，并说明原因及各阶段发展状况。
3. 你认为中国特许经营的发展还存在什么样的症结，你有什么对应的建议呢？

[案例] 从“万兔速丽”事件看中国特许经营

案例思考

1. 在网上查找“万兔速丽”的案例相关信息，然后根据你所学的特许经营知识，谈谈你的看法。
2. 从“万兔速丽”这个案例中，你认为为了在中国成功发展特许经营事业，我们应该怎么做？
3. 参照上文所示的方法，再查找另外一个中国特许经营欺诈的案例，从中找出它对中国特许经营的启示或启发。

第 7 章 特许经营的教育培训及学科建设

[本章要点]

本章主要描述了特许经营的教育培训在国内外的各自特点,目的是使读者清醒地认识到我国在特许经营教育培训方面的落后现状以及我国建设特许经营学科的紧迫性。最后,本章对我国建设特许经营学科的相关问题进行了初步地探讨。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时,必要时可缩短或延长。

7.1 国外的特许经营教育培训

一、普遍存在的特许经营学院、研究中心、专业、课程

重点介绍美国四所大学在特许经营方面的教学计划。

- (一) 内布拉斯加—林肯大学。
- (二) 路易斯安那州立大学。
- (三) 圣托马斯大学。
- (四) 马里兰大学。

除了综合性和经济管理类院校之外,美国还有一些法律学校也提供关于特许经营法律方面的课程,这些大学比如有:迪肯森(Dickinson)法律学院、科拉顿(Creighton)大学法律学院、福特翰(Fordham 大学)法律学院和佛罗里达大学法律学院等。

二、教育培训的三个方向

特许经营管理、法律和投资。

三、国际特许经营协会的 CFE 认证及其教育基金有限公司

- (一) 管理人员资格认证计划——注册特许经营师 CFE (Certified Franchise Executive)
- (二) 国际特许经营协会教育基金有限公司

四、美国律师协会的特许经营论坛

五、特许经营 MBA

7.2 国内的特许经营教育培训

1. 培训机构良莠不齐。
2. 缺少全国性的权威教育培训机构。
3. 没有特许经营企业普遍认可的学历、认证或培训证明。
4. 中国特许经营的教育培训的主要形式是被渗入到了高校的相关专业中,比如在物流、营销、经济管理、法律等方面。
5. 开设特许经营课程的大学寥寥无几。国内真正开设特许经营课程的一类大学只有中国政法

大学商学院。

7.3 我国建设特许经营学科的充分必要性和战略意义

一、我国建设特许经营学科的充分必要性

在我国建设一个专门的学科——特许经营——已经是历史发展的必然，这是不以人的意志为转移的客观规律。

二、我国特许经营学科建设的战略意义

在我国建设特许经营学科是有着非常伟大的时代战略意义的，具体表现在：

第一，特许经营学科的建设具有高度的学术或理论意义。

第二，特许经营学科建设的实践意义是多方面的。

第三，特许经营的发展会直接促进众多行业的发展。

最后，特许经营的学科发展所带来的理论提升与实践发展也会进一步地促进就业创业等一系列社会问题的解决。

7.4 特许经营学科建设的相关问题

一、特许经营学科的研究对象

特许经营学，是研究企业、政府等组织和个人特许权运动规律的经济、管理学科。

二、特许经营学科发展的三个基本原则

（一）在传统基础上揉进现代的经济、管理思想与理论的再提高、升华。

（二）宏观、中观和微观等三个方面同时进行。

（三）国际特许经营的研究将成为学科发展的一个重要分支。

三、学科发展方向举例

（一）理论研究的深入探讨。

（二）特许经营与企业经营业绩的研究。

（三）特许经营诊断和评估的研究。

（四）特许经营定量的研究。

（五）特许经营法规政策的研究。

（六）特许经营企业运营的研究。

（七）特许经营进入的研究：个人进入、企业进入等。

（八）特许经营教育培训的研究。

（九）特许经营文化的研究。

（十）特许经营元素的研究。

（十一）特许经营与国家、地区等发展战略的研究。

（十二）特许经营与相关学科关系的研究。

（十三）特许经营主体及其关系的研究。

- (十四) 特许经营财务会计与金融的研究。
- (十五) 特许经营风险的研究。
- (十六) 特许经营管理的研究。
- (十七) 特许经营历史的研究。
- (十八) 其他。

四、特许经营的研究

特许经营的研究将主要分为两大类：

1. 基础理论研究。
2. 应用研究。

五、特许经营学的理论体系构架

- (一) 特许经营体系。
- (二) 特许经营要素理论体系。
- (三) 特许权生产理论体系。
- (四) 特许权经营理论体系。
- (五) 特许经营管理理论体系。
- (六) 特许经营方略学理论体系。
- (七) 特许经营经济学理论体系。
- (八) 特许经营社会学理论体系。
- (九) 特许经营比较学理论体系。
- (十) 特许经营文化学理论体系。
- (十一) 特许经营法学理论体系。
- (十二) 特许经营史学理论体系。
- (十三) 特许经营“三资学”体系。
- (十四) 特许经营信息学理论体系。
- (十五) 特许经营知识管理体系。
- (十六) 其他。

练习与思考

1. 试比较中外特许经营教育培训的异同。
2. 讲讲你对特许经营在中国进行教育培训的看法。
3. 你更喜欢特许经营学科的哪个方面或发展方向？说出你的理由。

第 8 章 特许经营与其他方式的比较

[本章要点]

本章主要讲述特许经营与其他几种容易被人们混淆的概念之间的区别，其目的是使读者深刻地把握特许经营的本质，并对特许经营的未来充满信心。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

8.1 特许经营与连锁经营、直营连锁、自由连锁的比较

一、特许经营与连锁经营

连锁经营包括以下三种基本形式：

1. 直营连锁（或正规连锁，简称 RC），即总公司直接投资开设连锁店
2. 自愿连锁（或自由连锁，简称 VC），即保留连锁商单个资本所有权的联合
3. 加盟连锁（简称 FC），即以特许权的转让为核心的连锁经营，也就是特许经营。特许经营又可称为特许连锁、合同连锁、加盟连锁、契约连锁、特许加盟、连锁加盟等

二、特许经营与直营连锁

一般，特许经营和直营连锁之间的区别主要有如下几个方面：

1. 产权构成不同
2. 管理模式不同
3. 涉及的经营领域不同
4. 法律关系不同
5. 筹资方式不同
5. 运作方式不同
6. 发展方式不同
7. 自由度不同

三、特许经营与自由连锁

1. 产权构成不同。
2. 总部功能不同。
3. 涉及的经营领域不同。
4. 法律关系不同。
5. 筹资方式不同。
6. 运作方式不同。
7. 发展方式不同。
8. 自由度不同。

8.2 特许经营与代理的比较

表 8-1 特许经营中的加盟商和代理人的主要区别

	加盟商	代理人
身份	一般，必须是法人	可以是自然人
授权范围	商标（包括服务商标）、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等	以授权人的名义或代表他同第三人订立买卖合同或办理与交易有关的其他事宜
代表利益	自身利益和特许人利益兼顾	代表授权人（principal）的利益并按其指示行事
行为效力	一般，为自己的行为负法律责任，与特许人无关（特许人提供产品例外）	代理行为所产生的权利与义务均直接对授权人发生效力
赢利来源	自己的经营利润	佣金以及有关的代理费用
终止关系	特许经营的任意一方均不能自由终止合同关系	可因授权人的主动撤回授权行为而终止
专一	专一经营特许人建议的产品或服务	可同时代理多个授权人
稳定	在合同约定期内，更为稳定	放弃代理关系比较自由

8.3 特许经营与经销、直销、传销、包销的比较

表 8-2 商业模式特许经营与经销的区别

	商业模式特许经营	经销
合同内容	内容详细具体、篇幅较长	内容、篇幅较少
合同可谈判性	合同的许多内容不可谈判，具有强制性，不同加盟商之间的合同大同小异	合同的内容可谈判，各经销商所签订的合同可能相差较大
法律关系	权利的授予与接受关系	独立经营者之间的买卖关系
权利内容	针对完整的商业模式	针对具体的产品
关系时间	较长时期	钱货两清，则关系结束
关系深度	紧密型	松散型
销售风险	因特许人生产或供应的产品问题，特许人需要承担连带风险	经销商承担全部销售风险

表 8-3 我国商业模式特许经营与直销的区别

	商业模式特许经营	直销
合同	特许经营合同；签订后不能随便解除	推销合同；签订之日起 60 日内可以解除
培训人员	没特别规定	在国务院商务主管部门备案的拥有企业颁发的直销培训员证的直销企业的正式员工，并且：在本企业工作 1 年以上；具有高等教育本科以上学历和相关的法律、市场营销专业知识；无因故意犯罪受刑事处罚的记录；无重大违法经营记录
经营内容	产品或服务	受到国家限制的产品
加盟人员	一般是法人	一般都是自然人，还必须除去教师、公务员、医务人员、全日制在校学生等
注册资本	符合所在行业的规定即可	严格的注册资本（≥8000 万元 RMB）和保证金制度
营业场所	店铺	店铺+固定营业场所外推销
政策态度	支持	限制
加盟报酬	加盟商自己的经营利润留存	企业至少按月支付，报酬只能按照直销员本人直接向消费者销售产品的收入计算，总额不得超过其 30%
进入门槛	较高（比如大的单店投资）；有门槛费（加盟金）	低；直销企业不得收取门槛费
经营责任	因特许人生产或供应的产品问题，特许人需要承担连带风险；别责任大多由加盟商自己承担主要责任	直销企业对其直销员的直销行为承担连带责任，能够证明直销员的直销行为与本企业无关的除外

表 8-4 我国商业模式特许经营与传销的区别

	商业模式特许经营	传销
合同	特许经营合同	无合法合同
政策态度	支持	禁止
合法性	合法	非法
经营内容	优质、流行的产品或服务	伪劣、滞销的产品
加盟人员	一般是法人	所有人
营业场所	店铺	无固定场所
加盟报酬	加盟商自己的经营利润留存	“人头费”、入门费、认购商品、下线提成、其他奖励
进入门槛	较高（比如大的单店投资、加盟金）	一定的门槛费或认购商品费
退出	不容易退出	极难退出，被“套牢”

表 8-5 特许经营和包销之间的主要区别

	特许经营	包销
费用	加盟商向特许人支付特许经营费用	没有特许经营费用
名义	加盟商必须使用特许人的名称	一般，不能使用产品所有者的名称
合同	期限长，特许人单方决定合同权利大	期限一般较短，双方共同商定合同
关系	更为稳定、紧密	不稳定、松散
专有	加盟商只能经营特许人的产品或服务	可同时包销数家的各种不同的商品
管理	特许人实施统一的管理、监督	卖方无权进行监督指导
价格	一般，统一的价格由特许人单方决定	包销方可自由决定，卖方无权过问
身份	加盟商一般必须是法人	可以是自然人
赢利	加盟商靠经营利润	包销商靠产品差价
培训	特许人有义务培训加盟商	卖方无义务培训人

8.4 特许经营与设立分公司的比较

分公司是总公司机体扩展的结果，企业所有权完全属于总公司所有。
特许人和受许人是两个各自独立的法律实体。

练习与思考

1. 指出特许经营和本章所列的几种商业概念之间的最本质区别各是什么，并指出这几种概念和特许经营相比的各自利弊。
2. 特许经营还容易被人们误以为是什么？你能指出它们的区别么？
3. 特许经营和本章所列的几种商业概念之间的共同点是什么？
4. 特许经营和本章所列的几种商业概念之间的区别对你对于特许经营的认识的启发是什么？

第9章 特许经营的本质及其与行业关系

[本章要点]

本章第一节对特许经营的本质进行了简要的讲解。目的是使读者在历经了前面行文叙述的基础上，更加清晰、准确、深刻地理解特许经营的深层含义。

本章第二节主要讲述了特许经营在不同行业的大致状况，目的是使读者意识到，只要科学理解与运用，特许经营可以在更多的行业里得到创新性地应用。

第三节主要讲的是最热门的特许经营行业，目的是使读者掌握特许经营在行业方面的流行趋势与欠缺的发展空间。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

9.1 特许经营的本质

总起来讲，人们对特许经营的本质认识大致有如下几种，即认为特许经营的本质是企业的一种营销模式、扩张模式、虚拟经营、资源外取、资本运营、战略联盟、流程优化、多元化途径、个人投资理财途径、创业方式、国策、社会经济模式、国家战略、知识管理、企业战略或企业文化的传播等等。

但是，特许经营的本质不是别的，正是综合、扬弃、博大与再升华成就了特许经营！特许经营的本质就是——特许经营！

9.2 特许经营的各行业

- 一、餐饮业
- 二、服装业
- 三、旅店住宿业
- 四、休闲旅游业
- 五、汽车用品及服务
- 六、商业服务
- 七、印刷、影印、招牌服务
- 八、家政服务
- 九、人力资源中介
- 十、零售业
- 十一、健身美容服务
- 十二、租赁业
- 十三、教育培训业
- 十四、婴幼儿用品产业
- 十五、建筑装饰
- 十六、宠物用品及服务
- 十七、环境技术业
- 十八、考试服务业

十九、电脑及网络行业

二十、娱乐行业

近几十年来，特许经营几乎已渗透到整个第三产业里，除了上面介绍的以外，还包括婴幼儿教育服务业、图书业、花卉园艺业、摄影业、律师事务所、顾问咨询业、金融、保险服务、足底保健、营养及服务业、唱片出租业、体检机构、环境检测与治理、视力护理、洗衣、擦鞋、婚介、眼镜、建材、家纺、家居用品、酒吧、咖啡、茶馆、鲜花专卖、礼品、文具等等，几乎无所不包。

除此之外，特许经营进入新领域的案例也层出不穷。

9.3 最热门的特许经营行业

一、《今日美国》报道的十大最热行业

二、国内某机构发布的《2005 年中国特许经营发展蓝皮书》推出的十大热点领域

三、环球资源公司的一项调查发现，以下五大特许经营行业尤被投资者看好（注意，这个结果是从投资人的角度得出的结论）

四、国际特许经营协会(IFA)主席 Sidney J. Feltenstein 的六大领域

五、“2004 中国南京国际特许经营暨创业商机展览会”的四大较为成熟的特许经营领域

六、上海的某届展会的统计结果排名

七、“2002 浙江特许经营、连锁加盟展览会”参观观众情况反馈

八、国内某机构对历届特许经营展会的主要业态投资意向分析

九、环球资源举办的第七届国际特许经营巡展的统计结果（多选题）

练习与思考

1. 你认为特许经营的本质是什么？为什么？
2. 你认为哪个行业在未来会有更多的发展？或者，你认为哪个行业更适合于特许经营的模式。
3. 分析特许经营之所以被称为“特许经营无行业壁垒”的原因。
4. 你还能指出一种新兴的运用特许经营进行企业运营的行业例子么？
5. 查找有关资料，回答什么是行业？在此基础上回答有人认为“特许经营是一种行业”的观点是否正确。

第 10 章 特许经营利弊及双方的权利和义务

[本章要点]

本章第一节、第二节主要从各个角度分析特许经营本身的利弊，亦即其对于特许人、受许人和社会的“利”以及对于特许人和受许人双方的“弊”。目的是使读者明白，特许经营本身总地来讲虽然是利大于弊的，但为了真正达到利大于弊的结果，还需要特许人和受许人双方的共同努力。

本章第三节主要讲解了特许经营中的关键双方——特许人和受许人各自的权利和义务，目的是使读者充分了解特许经营本身是一个充满博弈的过程。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

必须承认，任何一种事物都有其利，也有其弊，特许经营作为一种商业模式，也不例外。清楚地理解特许经营的利弊，对于特许人和受许人都是有着非常大的好处的，至少，它可以使特许人在决定是否采取特许经营这种方式时有个衡量自己、评价实施特许经营工程可行性的依据，可以使潜在加盟商或投资人在决定是否加入特许经营大军以及选择别的创业方式时迅速、方便、客观地作多方面的比较，从而同时减少特许人和受许人双方的风险。

10.1 特许经营的益处

一、对特许人来说，特许经营主要具有如下益处：

1. 扩张速度快。
2. 扩张成本低。
3. 减少财政风险。
4. 提高核心竞争力。
5. 获得政府支持。
6. 加盟店经营的动力足、压力大。
7. 特许人增加了关系资源。
8. 增加收益的同时降低运营成本。
9. 使特许人能够进入特别的市场。
10. 减少日常营运中的琐事烦扰。
11. 筹集资金。
12. 解决选址难题。
13. 各个单店的管理会有很大改善。
14. 快速塑造强大品牌。

二、对受许人来说，特许经营主要具有如下益处：

1. 潜在受许人的创业领域大大扩大。
2. 直接受益于既有品牌和其余系列资源。
3. 受许人创业成功的机会大大增加。
4. 和独立创业付出的资金相比，加盟的方式所付出的资金可能更少。

5. 获得特许人提供的一系列服务。
6. 受许人得益于特许人在全国范围内的广告和营业推广活动。
7. 受许人受益于整个体系的谈判能力和大批量购买在价格上的好处。
8. 受许人既可以保持它的独立性，又可以利用特许人总部的各种专门知识和经验。
9. 受许人的经营风险降低了。
10. 获得有价值的集体的经验交流和共享。
11. 受许人得益于特许人为改进经营，保持体系与时俱进和强大竞争性，而作的持续不断的研究开发工作，从而使自己能在激烈的市场竞争中以创新取胜。
12. 更易获得贷款。
13. 提高受许人的管理能力。在特许人的指导帮助和甚至亲自派员驻店指导下，以及通过与同体系其余受许人的交流切磋，受许人的管理能力能得到迅速的提升。
14. 获得在以前工作中所不曾有过的满足感。
15. 受许人没有创业的孤单感。

三、对社会来说，特许经营主要具有如下益处：

1. 提供更好的产品或服务。
2. 增加就业。
3. 提高创业成功率。
4. 弘扬合作精神。
5. 资源在全社会得到更优配置。
6. 发展社会经济。
7. 全社会的技术创新。
8. 知识管理与创新。

10.2 特许经营的弊端

一、对特许人之弊

1. 容易对有些资源失去控制并变得对受许人过分依赖。
2. “一荣俱荣”，也容易“一损俱损”。
3. 特许经营合同限制了策略和战略调整的灵活性，使得特许人在创新性方面会受到一些束缚。
4. 当发现加盟店店主不能胜任时，无法更换。
5. 难以保证受许人产品和服务质量达到统一标准。
6. 增加了新的管理问题。
7. 损失部分收入。
8. 减少了“关系户”和潜在收入。
9. 培养自己的竞争者。
10. 泄露商业秘密。
11. 对自己品牌的削弱。
12. 外部纠纷产生的可能性加大。
13. 特许人可能招不到合适的受许人，若然，则前期的特许经营体系筹建所费的成本就成为了完全的沉没成本。

14. 特许经营模式会限制公司及其业务范围的扩大,这是因为有些产品或服务是不能或很难“复制”的,因此也就不适合做特许经营。
15. 成为加盟商的“替罪羊”。
16. 对网络的直接控制力减弱。

二、对受许人之弊

1. 创业初期可能需要巨大的资金。
2. 经营过程中的持续资金压力。
3. “一损俱损”。
4. 总部或特许人的错误会直接导致加盟店跟着遭殃。
5. 缺乏自主权。
6. 统一和本土化之间的矛盾会影响到受许人的生意。
7. 自己的业务发展速度过快时,总部的后续服务跟不上。
8. 为人做嫁衣。
9. 限制将来的发展。
10. 泄露商业秘密。
11. 利益分配上的不公。
12. 减少了“关系户”与潜在收入。

10.3 特许经营双方的权利和义务

一、特许人的权利

- (一) 保留特许权的全部内容为自己的产权所有。
- (二) 要求受许人遵守通常由特许人单方面拟定而不同受许人都基本相同的特许经营合同中规定的内容,并对违反特许经营合同规定,侵犯特许人合法权益,破坏特许经营体系的受许人,按照合同约定终止其特许经营资格。
- (三) 要求受许人遵守特许人编制的特许经营系列手册。
- (四) 向受许人按约定收取包括加盟金、特许权使用费、培训费、保证金等在内的特许经营费用。
- (五) 要求受许人遵照特许人制定的整个体系的“统一化”政策。
- (六) 监督、检查、纠正受许人经营模式的权利。
- (七) 按照《商业特许经营管理办法》及相关适用法律法规中关于信息披露的规定,将乙方的特许权和加盟店相关信息进行相关披露。

二、特许人的义务

- (一) 在潜在受许人加盟前对其进行相应的本体系的信息披露。
- (二) 向受许人授予包括合法注册的商标在内的特许权,并提供必要的特许经营系列手册。
- (三) 持续地指导、支持和帮助受许人进行商业经营,包括对受许人开店的支持、技术等培训、物流配送等。
- (四) 制定并实施特许经营体系的广告、宣传、促销计划。
- (五) 向受许人提供统一购买的物美价廉的设备、工具、材料等,或向受许人推荐供应商。

(六) 设计、构建、管理、协调与不断更新发展整个特许经营体系，制定整个特许经营体系的发展战略，不断开发新产品和服务新模式，保证整个特许经营体系的竞争力。

(七) 协调各个受许人之间的商圈冲突和区域利益。

(八) 尽力帮助受许人能按加盟承诺那样回收投资并赢利。

三、受许人的权利

(一) 按合同约定获得对特许人体系的商标、商号、专利、经营诀窍等特许权的使用权利。

(二) 得到特许人帮助开店、在试营业期特许人派员驻店指导以及日后正常营运时督导等特许人指导、支持和帮助的权利。

(三) 获得并使用必要的特许经营系列手册。

(四) 得到特许人产品、原材料、设备、工具等物流配送和信息提供的权利。

(五) 获得特许人统一开展的促销支持。

(六) 持续不断地获得或使用特许人开发的用于本体系加盟店的新产品和新技术。

(七) 在特许人授权的区域内享有独家经营权并得到特许人的区域保护。

(八) 获得特许人必要培训的权利。

四、受许人的义务

(一) 按总部定价方案制定收费标准。

(二) 按总部 VI 要求，装修营业场所及设置店招。

(三) 遵守总部的统一性要求和合同、手册规定的其他内容。

(四) 接受并配合特许人对于整个体系的管理、监督与协调。

(五) 为特许人提供的体系资料以及其他有关特许经营的信息进行保密。

(六) 维护特许经营体系的信誉，并同各种侵犯特许经营体系合法权利的行为做斗争。

(七) 在特许经营合同结束时退还特许权的相应标记物给特许人，并不得在规定期限内参与同业竞争。

(八) 与总部保持信息、文件往来，主动沟通交流，向特许人及时提供真实的经营情况，财务状况等合同约定的信息。

(九) 努力工作，争取最大的营业额。

(十) 按时交纳特许经营费用。

(十一) 听从特许人对于培训、广告、宣传、促销等活动的安排。

练习与思考

1. 如何在特许经营的实际运作过程中有效地扬“利”避“弊”？
2. 在我国的实际特许经营运营中，哪些“利”体现出来和没体现出来？哪些“弊”体现出来和没体现出来？为什么？
3. 你认为哪些权利和义务是必要的？哪些是不必要的？
4. 为了实现特许经营的“双赢”或“多赢”，谈谈你对权利和义务的看法。
5. 各举一个成功和失败的特许经营案例，从权利和义务的角度分析其成功或失败的原因。

第 11 章 特许经营的原则与统一

[本章要点]

本章讲述的内容除了经典的“3S 原则”和“double”原则之外，还讲述了关于特许经营的其余一些原则。目的是使读者了解特许经营运营规则，而这些规则都是特许经营得以顺利进行的保证和经验总结。

本章第三节在讲述特许经营“统一”的利弊之后，着重讲解特许经营中的两大类统一：必须的统一和可选择的统一。目的是使读者对特许经营的“统一”有一个全面、辩证的认识。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

11.1 “3S” 原则

一、标准化（Standardization）

标准化是为了利于特许经营模式的复制、利于特许经营体系的管理和控制或保持整个特许经营体系的一致性，这是特许经营的优势和竞争力之一，其意思就是指特许人对其业务运作的各个方面，包括流程、步骤、外在形象等硬软方面，经过长期摸索或谨慎设计之后而提炼出的能够随着特许经营网络的铺展而适应各个地区加盟店的一套全体系统一的模式。

二、专业化（Specialization）

所谓专业化，其实就是特许经营体系各基本组成部分的总体分工问题。

特许经营体系的三大基本部分指的是特许经营总部（包括配送中心）、加盟店和区域分部。

三、简单化（Simplification）

指作业流程简单化、作业岗位活动简单化，由此可以使员工节约精力，提高工作效益，以最小的时间和体力支出获得最大的效益，同时便于学习和复制。

11.2 “Double” 原则与其余原则

一、“Double” 原则

所谓“Double”原则，意即“双重”、“双份”的原则，指的是在一个企业中，当它实施了特许经营之后，企业在经营、管理的许多方面都由原来的单一性变成了双重性。因此，企业在实施特许经营工程或构建特许经营体系的过程中，一定要改变原来的“单”意识，转而树立“双”意识。

1. 产品的“Double”
2. 直接顾客的“Double”
3. 管理、营销体系的“Double”

二、双赢原则

三、循序渐进原则

四、分散式网络经营原则

五、大量商品批售的低成本原则

六、特色原则

11.3 特许经营的统一

一、“统一”的利弊

统一的优点亦即“克隆”的优点，具体可以体现在如下几个方面：

1. 统一本身可以产生强大的广告效应。
2. 统一可以节省复制成本。
3. 统一可以确保特许人开发出来的经实践验证是非常有效的模式能够在受许人那里同样取得成功。
4. 统一使各个单店之间有命运共同体的意识，从而利于调动协作的团队意识，使诸多受许人和单店之间互相促进而不是互相损害。
5. 统一降低了对外界采购的成本。
6. 统一有利于标准化、简单化、专业化这个特许经营体系最基本的“3S”原则的贯彻实施与推广、深化。
7. 统一所产生的一荣俱荣、一损俱损的客观局面使得特许人和受许人都把为顾客提供优质的产品或服务作为自己的责任，因为个别单店的劣质产品或服务不但会遭到顾客的反反对，就是体系内的“自己人”出于自己的利益考虑也会强烈反对，所以这就在客观上对社会公众产生了利益。
8. 统一可以使特许人开发出的工业产权和/或知识产权迅速地复制到各个受许人那里，从而大大提高整个体系改善、创新的速度和效率。
9. 统一使得特许人对于庞大体系的管理、考核与监督变得轻松、简单，从而也提高了整个体系运营的效率。
10. 统一使各个受许人有受到来自特许人的公平待遇的感觉，这将减少受许人与特许人之间以及受许人相互之间的猜疑，更有助于整个体系的稳定、团结发展。

但是我们也必须看到，特许经营体系的统一也是有其一些缺陷的：

1. 统一使受许人失去了许多根据自己实际情况进行创新的动力与机会，僵化、教条、依赖、懒惰意识的增强显然不利于体系的成长。
2. 统一的采购增加了采购人营私舞弊、谋取私人利益、采购劣质产品的机会，使体系蒙上一定的风险。
3. 统一扼杀了各个受许人当地的实际情况的差别，从而人为地造成不公平和受许人的不满。
4. 统一化的管理、协调和实施需要具备额外的设计、监督技术与成本。
5. 统一限制了体系的扩张与发展，因为在那些没法实行统一的地方，特许人只能忍痛放弃。
6. 统一使许多偏爱个性的潜在受许人备感压抑，从而影响其积极性。

二、如何“统一”？

一个特许经营体系的统一应该分为两类：必须的统一（necessary unification）和可选择的统一（selective unification）。

练习与思考

1. 简述特许经营中的基本原则都有哪些。
2. 你认为特许经营运营中还需要哪些原则。
3. 找一个成功和一个失败的特许经营企业案例，从特许经营原则的角度分析其之所以成功或失败的原因。
4. 查找特许经营企业关于“统一”的宣传资料或信息，指出哪些是必须的统一，哪些则是可选择的统一。
5. 论述特许经营企业的“统一”和企业运营的关系。

第 12 章 特许经营费用及期限

[本章要点]

本章第一节主要讲解特许经营的核心——特许权的定义、性质和包括内容等，目的是使读者清晰地理解和掌握特许经营企业的特许权具体内容。

第二节的主要内容是把特许经营的费用分为三类：初始费、持续费和其他费用，并对各类费用作了进一步地讲解。目的是使读者明白特许经营中的费用构成、合理与否以及了解如何计算特许经营费用等。

第三节的主要内容是讲解特许经营期限及其计算方法，目的是使读者掌握特许经营期限的科学确定方法。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

12.1 特许经营费用的定义、意义及分类

特许经营费用指的是在特许经营关系的存在过程中，为使特许经营能成功进行，受许人需要向特许人支付的费用。

了解和掌握关于特许经营费用的知识，比如费用的名称、类型、构成、特点、目的、数量计算、收取方式等，对于特许人、受许人、潜在特许人和潜在受许人都是非常必要的。

按照各种费用的性质，可以把特许经营费用分为三类：特许经营的初始费、持续费以及其他费用。如下图所示意：

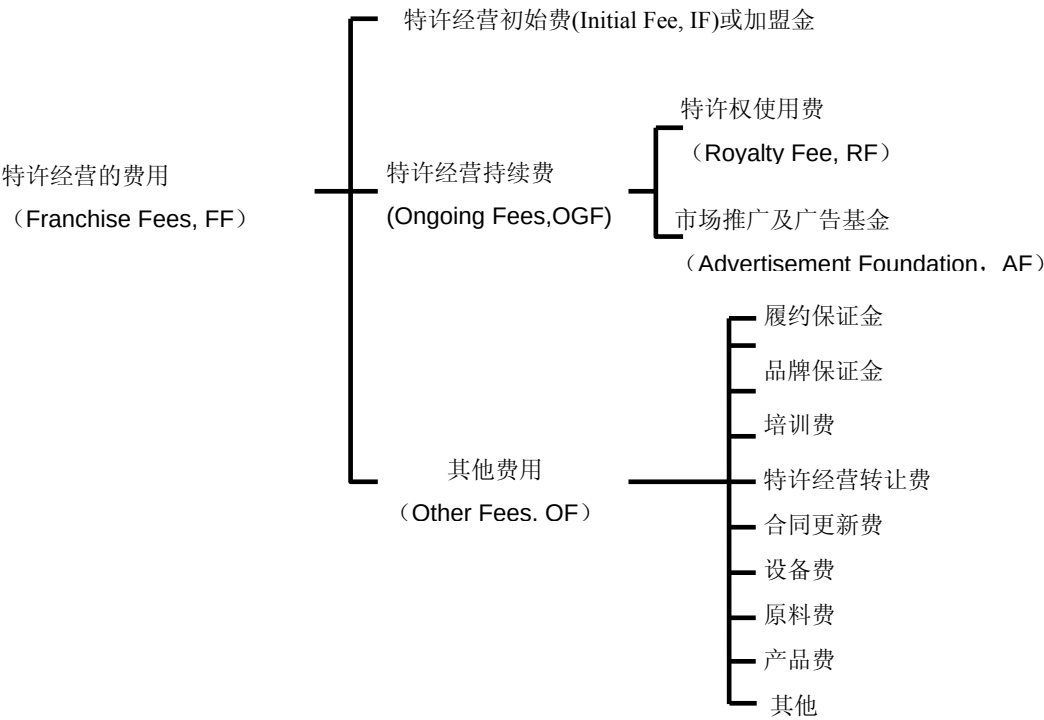


图 12-1 特许经营费用的构成图

12.2 特许经营初始费(Initial Fee,IF)或加盟金及计算

特许经营的初始费即加盟金，指的是特许人将特许经营权授予受许人时所收取的一次性费用。它体现的是特许人所拥有的品牌、专利、经营技术诀窍、经营模式、商誉等无形资产的价值。

加盟金由三部分组成或受到三个因素的制约，即加盟金的数额是由特许人的前期支持成本、特许人的期望利润以及加盟金调节系数这三个方面决定的，见下图：

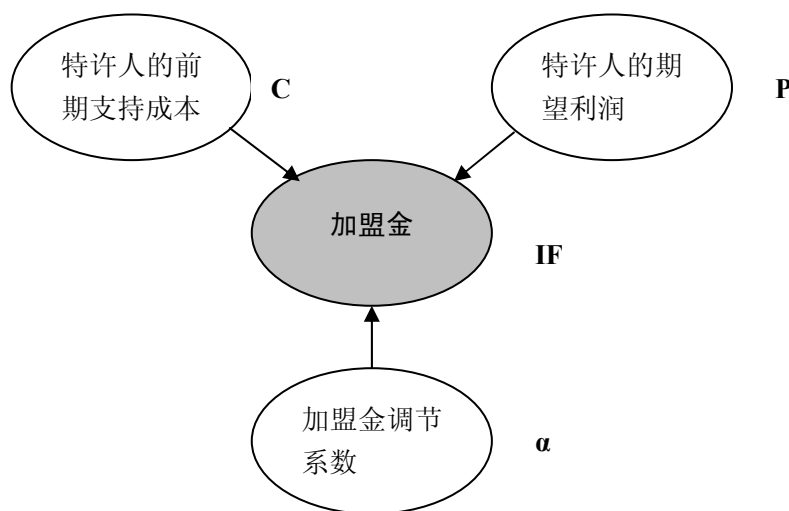


图 12-2 加盟金的构成

如果用函数的形式来表示就是：

加盟金=f（特许人的前期支持成本，特许人的期望利润，加盟金调节系数）

或

$$IF=f(C,P,\alpha)$$

如果我们用 C 表示特许人的前期支持成本、P 表示特许人的期望利润、α 表示加盟金调节系数（其值位于 0.1 之间）的话，那么加盟金 IF（Initial Fee）就由下述两个公式决定：

$$IF=(C+P)\alpha \quad (0\leq\alpha\leq1, P\geq0)$$

$$IF\geq C$$

12.3 特许经营持续费(Ongoing Fees, OGF)及计算

特许经营的持续费指的是在特许经营合同的持续期间，受许人需要持续地向特许人交纳的费用，它主要包括两类：特许权使用费和市场推广及广告基金。

（一）特许权使用费（Royalty Fee, RF）

按照营业收入的比率收取权益金的方式更为流行：

$$RF=\beta\cdot T$$

其中，T 代表营业收入（taking），β 代表收取的比率，通常为 1%~10%。

对于有服务类项目的特许经营而言，权益金的收取更宜采用定额定期制。

权益金比率还可能是一个变量。

（二）市场推广及广告基金（Advertisement Foundation, AF）

指的是由特许人按受许人（加盟商）营业额的一定比例或某固定值而向受许人（加盟商）收取的费用所组成的基金，该基金一般由特许人统一管理或特许人和受许人双方共同管理，受许人（加盟商）使用该基金需时向特许人提出申请，由特许人审批和统一规划。该基金主要用于特许经营体系（包括特许人和受许人）的市场推广和对外广告宣传方面。

收取的比率基础为营业收入而不是利润：

$$AF = \gamma \cdot T$$

其中，T 代表营业收入（taking）， γ 代表收取的比率，通常为 1%~5%。

12.4 特许经营中的其他费用（Other Fees, OF）

特许经营费用除了上两类最基本的费用外，还会有一些其他形式的费用。需要注意的是，这些费用并不是特许经营这种模式所独有的费用，即使在其他契约式的经营模式里，比如经销、代理等，这些费用也是不可避免的。所以，这些其他的费用并不是每个特许人都要收取的，因特许人的不同而不同。同时，这些费用的收取数量也并没有严格的计算方法，而只是一些行业惯例或纯粹就是特许人的主观决定。

这些费用有履约保证金、品牌保证金、培训费、特许经营转让费、合同更新费、设备费、原料费、产品费等。

除了上述这些费用外，一些盟主还会向加盟商收取其余的费用，比如 7-11 总部会向加盟商收取定期盘点服务费，麦当劳会向其加盟商收取房租，有的特许人会要求受许人为总部派给加盟店的驻店指导人员支付薪水和出差补贴，有软件许可的特许人还会收取软件的许可费用等。

综上所述：

$$FF = IF + OGF + OF$$

$$= (C + P) \alpha + (RF + AF) + OF$$

$$= (C + P) \alpha + (\beta \cdot T + \gamma \cdot T) + OF$$

$$= (C + P) \alpha + (\beta + \gamma) T + OF$$

通常情况下要满足的条件为： $0 \leq \alpha \leq 1$ ； $P \geq 0$ ； $IF \geq C$ ； $1\% \leq \beta \leq 10\%$ ； $1\% \leq \gamma \leq 5\%$ 。

12.5 特许经营费用的组合

特许经营费用的组合需要坚持一定的原则，比如包括如下的几条：

一、平衡原则

1. 前多后少。
2. 前少后多。
3. 前后均衡。

二、动态原则

三、个性原则

12.6 特许经营期限及计算

特许经营的期限指的是一个加盟期的长度，即特许经营双方缔结一次特许经营合同所规定的合同持续时间，一般以“年”为单位。

一个合理的特许经营加盟期应该有两段时间组成，即：

加盟期=投资回收期+赢利期

赢利期的长短，它并不完全取决于特许人的主观意愿，而还要受一些外在客观因素的制约，比如加盟金、加盟店赢利率、行业更新性、体系成熟度、竞争等。

练习与思考

1. 为本章所描述的各类特许权类型各找一个具体的特许经营企业实例。
2. 请思考：如何为一个准备开展特许经营的企业设计特许权？
3. 查找一些特许经营企业的收费资料，然后讨论其中的合理与不合理成分。
4. 请思考如何计算特许经营费用。
5. 请思考，为什么有的特许人收取零加盟金和权益金呢？
6. 请思考，你认为应如何计算出一个科学的特许经营期限呢？
7. 试分析中外同种行业之间加盟期区别的原因所在。

第 13 章 特许权及管理

[本章要点]

本章第一节主要讲解特许经营的核心——特许权的定义、性质和包括内容等，目的是使读者清晰地理解和掌握特许经营企业的特许权具体内容。

第二节的主要内容是把特许经营的费用分为三类：初始费、持续费和其他费用，并对各类费用作了进一步地讲解。目的是使读者明白特许经营中的费用构成、合理与否以及了解如何计算特许经营费用等。

第三节的主要内容是讲解特许经营期限及其计算方法，目的是使读者掌握特许经营期限的科学确定方法。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

13.1 特许权的定义、分类及组成

简单地讲，特许权就是特许人授予受许人的某种权利，受许人可以在约定的条件下使用特许人的某种工业产权和/或知识产权。特许权可以是单一的元素，如商标、专利等；也可以是若干业务元素的组合，如某产品制造方法、销售方法等；还可以是所有业务元素的组合（一套完整的经营模式），如快餐店的经营模式、洗衣店的经营模式等等。

不同类型的特许经营所对应的特许权主要内容分别为：

一、商标特许经营。

其特许权主要内容为：

1. 注册商标；
2. 适用规定。

二、产品特许经营。

其特许权主要内容为：

1. 产品系列名录；
2. 销售价格体系；
3. 销售方式；
4. 售后服务。

三、生产特许经营：

其特许权主要内容为：

1. 生产工艺；
2. 关键技术；
3. 主要设备；
4. 厂房要求；
5. 现场管理系统；
6. 质量标准。

四、品牌特许经营。

其特许权主要内容为：

1. 品牌名称；
2. 品牌标识（颜色、图形、代表物等）；
3. 品牌标语；
4. 品牌形象代表；
5. 品牌定位；
6. 品牌所代表的品质；
7. 品牌所代表的实力；
8. 品牌所代表的发展趋势。

五、专利及商业秘密特许经营。

其特许权主要内容为

1. 对应的专利或商业秘密。
2. 适用规定。

六、经营模式特许经营：

因为经营模式特许经营特许出去的是一个整套的运作方案，或者说，特许经营的内容其实就是建立并运营一个成功单店所需要的全部硬件和软件。因此，经营模式特许权的内容就可以分为以下三个基本部分：

1. 硬件或有形部分

主要包括有关一个单店运营的产品、原料、设备、工具、单店的 VI、SI 等。

2. 软件或无形部分

主要包括品牌、MI、BI、AI、BPI、专利、技术、诀窍等。这些通常是特许权的核心部分，因为无形资产的价值通常要大于有形的部分。

3. 特许权的约束

特许权的授予还要有特许人附加的一定的约束和限制，比如时间限制、区域限制、数量限制、再特许限制等。

13.2 特许权的开发与规划

13.3 特许权的“生产”

13.4 特许权的“营销”

13.5 特许权的“定价”

除了具有“价格”的共性之外，“特许经营费用”这个特许权的“价格”与普通商品的价格还

是有着一些本质的区别的。

一、特许权的“定价”目标

1. 尽可能多地吸收受许人。
2. 实现特许经营费用的利润最大化。
3. 质量领先

二、特许权的“价格弹性”

一般而言，其价格弹性是大于1的，即它属于价格富有弹性的一类。

三、特许经营费用的底线——特许权的成本——估算

要注意的是，特许人的前期成本中，有些成本是专门为某加盟商做的，容易计算。但有些成本则是需要分摊到众多加盟商身上的。

四、特许权“定价”的方法

- （一）成本导向定价法
- （二）需求导向定价法
- （三）竞争导向定价法

五、特许权“定价”的基本策略

- （一）折扣定价策略
- （二）地区定价策略
- （三）心理定价策略
- （四）习惯性定价
- （五）系列定价
- （六）新兴的特许权“定价”策略

六、特许权的“价格”变动原因

七、潜在加盟商对于特许经营费用变动的反应

八、企业对竞争者特许权“价格”变动的反应

13.6 特许权的全面质量管理

练习与思考

1. 谈谈你对特许权的理解。
2. 简述如何进行特许权的开发与规划？
3. 简述如何进行特许权的“生产”？
4. 简述如何进行特许权的“营销”？
5. 简述如何进行特许权的“定价”？
6. 简述如何进行特许权的全面质量管理？

第 14 章 特许经营手册

[本章要点]

本章的主要内容是讲解特许经营手册的定义、意义、分类，以及手册编制的时间管理、人员管理、成本管理、数量管理、计划和控制管理、交付管理，同时，本章还对手册编制的技巧和原则进行了讲解。目的是使读者对特许经营的手册既有宏观的认识，也有微观的体会，并能够运用所学的基本知识来实际从事特许经营的编制工作。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

14.1 手册的定义及意义

所谓特许经营手册，指的是特许人所编制的一系列指导、规范、监督、考核、介绍特许经营体系并使之顺利运营的文件，是特许人对于自己的特许经营业务的全面性的知识、经验、技能、创意、状况等的文本、图形或甚至音频、视频等体现，是特许人工业产权和/或知识产权的物化形式。它们可以有多种的分类方式，比如可以分为《加盟指南》、单店系列手册、分部或区域加盟商系列手册、总部系列手册等四大部分。

无论对于特许人，还是对于受许人，手册都具有非常重大的意义。

一、对特许人而言，手册具有非常重要的意义

（一）经营上的意义

1. 手册是特许人的核心资源和核心竞争力
2. 手册是特许经营“复制”、“克隆”、统一化的依据和保障
3. 手册是培训受许人的主要教材
4. 手册是提升特许经营体系质量的有效手段
5. 手册是招募加盟商的有力手段
6. 手册是个人资源公司化的有效手段

（二）安全上的意义

1. 保证经营安全
2. 保证知识安全

（三）法律上的意义

二、对受许人而言，手册同样具有非常重要的意义

14.2 手册的分类

按照不同的划分标准，特许经营的系列手册可以有不同的分类结果，下面仅举几个常用的例子：

一、按主要使用者分

1. 加盟指南。
2. 总部手册。

3. 分部或区域加盟商手册。
4. 单店手册。

二、按主要形成来源分

1. 设计型手册
2. 总结型手册
3. 混合型手册

三、按具体内容分

按照手册的具体内容，我们可以把手册划分成更详细的结果，比如《公司介绍手册》、《MI手册》、《BI手册》、《VI手册》、《SI手册》、《AI手册》、《BPI手册》、《特许权要素及组合手册》、《单店开店手册》、《单店运营手册》等。

四、按内容表现的主要形式归属

系列手册可分为结论型手册、方法型手册和原因型手册等三个基本类型。

14.3 手册编制的时间管理

一、手册的编制开始阶段

每本手册的编制开始阶段都不尽相同，它因不同的手册、不同的特许经营体系构建阶段、不同的人员资源状况、不同的需求紧迫度、不同的资源投入等而有不同。因此，系列手册的编制是一个系统性的工程，需要经过企业的项目规划来一步一步地实施，它不是一朝一夕、也不是一蹴而就的事。

二、手册的编制顺序

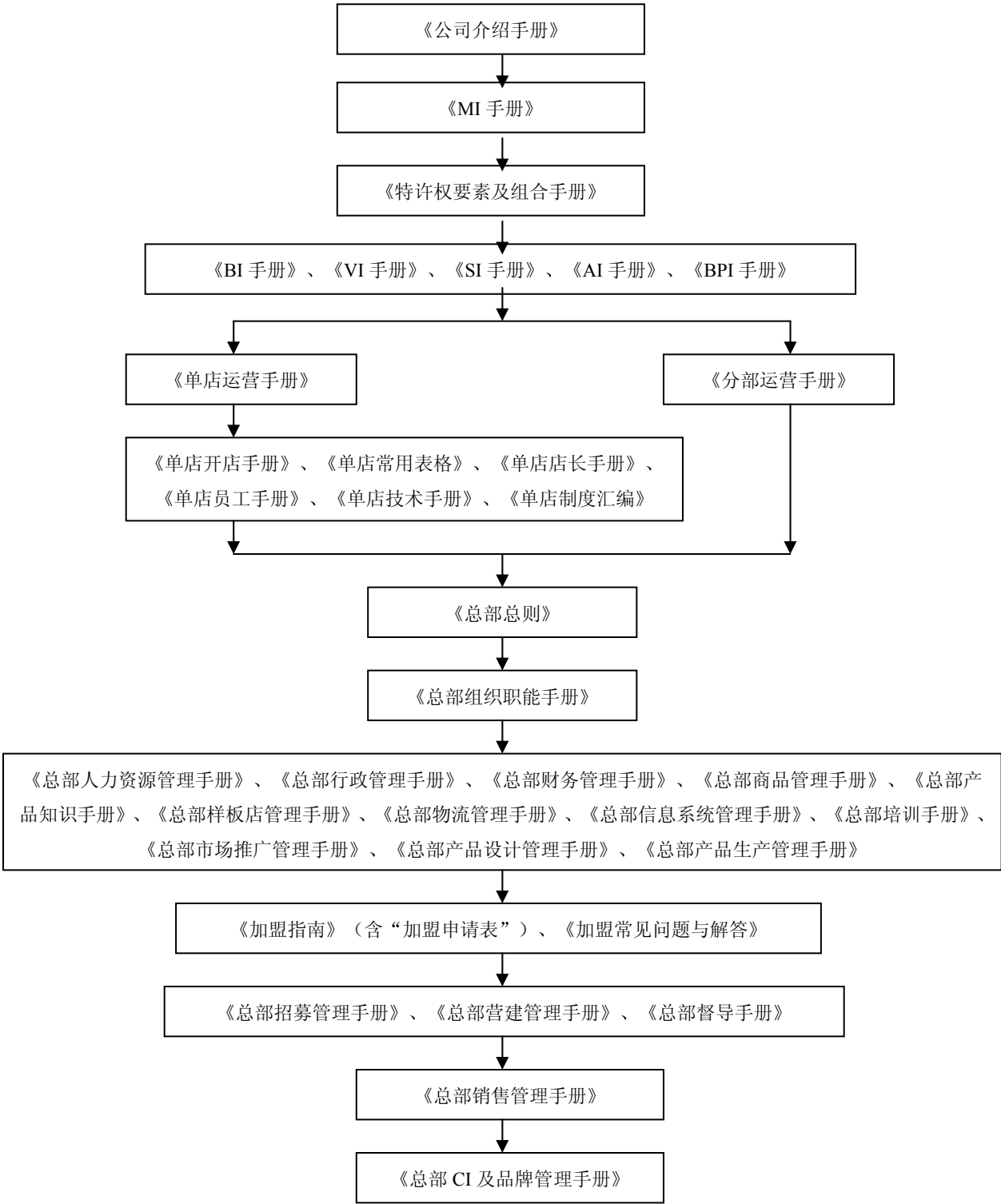


图 14-1 手册编制的先后顺序

具体到某一本手册的编制，按照时间的顺序，我们可以把手册的全部编制流程划分为五个大的阶段：确定目录、填充内容、完成初稿、实际验证、持续修改。

三、手册的阶段性完成时间

表-1 手册的初稿编制时间

单位：工作日数

序号	手册名称	时间	序号	手册名称	时间
1	《公司介绍手册》	4	20	《总部组织职能手册》	3
2	《MI 手册》	3	21	《总部财务管理手册》	3
3	《BI 手册》	7	22	《总部商品管理手册》	3
4	《VI 手册》	21	23	《总部产品知识手册》	3
5	《SI 手册》	15	24	《总部样板店管理手册》	6
6	《AI 手册》	3	25	《总部物流管理手册》	3
7	《BPI 手册》	7	26	《总部信息系统管理手册》	3
8	《特许权要素及组合手册》	3	27	《总部培训手册》	3
9	《单店开店手册》	6	28	《总部市场推广管理手册》	3
10	《单店运营手册》	10	29	《总部产品设计管理手册》	3
11	《单店常用表格》	6	30	《总部产品生产管理手册》	3
12	《单店店长手册》	6	31	《加盟指南》（含“加盟申请表”）	6
13	《单店店员手册》	6	32	《加盟常见问题与解答》	6
14	《单店技术手册》	6	33	《总部招募管理手册》	6
15	《单店制度汇编》	3	34	《总部营建管理手册》	6
16	《分部运营手册》	6	35	《总部督导手册》	6
17	《总部总则》	3	36	《总部销售管理手册》	6
18	《总部人力资源管理手册》	3	37	《总部 CI 及品牌管理手册》	6
19	《总部行政管理手册》	3			

14.4 手册编制的人员管理

一、手册的编制需要“文”者、“武”者的协作

二、手册编制人应具备的基本素质

三、手册编制组人数的确定

一般在 4、5 人到 7、8 人之间比较适宜。

四、自己编制手册和请外在顾问编制的比较

表-2 自己编制手册与聘请外在顾问编制手册的利弊对比

自己编制手册	聘请外在顾问编制手册
● 直接、明显的成本较低 ● 手册的泄密性低 ● 可以立即开展工作	● 手册质量较好 ● 外在顾问的编制手册的经验可资借鉴 ● 企业比较省心
● 手册质量不能保证 ● 有的编制工作很难独立完成 ● 手册的编制工程容易出问题	● 直接、明显的成本较高 ● 聘请水平差的顾问的风险 ● 企业秘密外泄可能性增加

五、手册编制者的工作地点

如果从大的方面来划分手册的编制过程的话，我们可以把手册的编制分成两个大的阶段：第一是初稿完成阶段，第二是持续的修正和完善阶段。在前一阶段，编制者的工作地点更多地是在办公室里或室内，后一阶段，因为是手册要放到实际中去验证、去修改，所以编制者的工作地点更多地应是在现场。

六、修正、完善手册的人员安排

两种不同的手册修正与完善的基本方法是：谁写的初稿，谁负责修正与完善；集中指派固定人员来负责修正与完善。

14.5 手册编制的成本和数量管理

一、编制手册的成本

一般而言，手册编制的直接和明显成本主要体现在如下几个方面，为了最大限度地节省费用，企业应在这几个方面下手：编制人员的报酬、必需的办公费用、资料费用、公关费用、出差费用、外包费用等。

二、手册数量的确定

以需定产。

14.6 手册编制的计划和控制管理

一、手册编制的计划

在编制系列手册的工作中，计划的内容主要有：

- （1）确定要达到既定的目标。
- （2）确定计划所包含的所有活动。
- （3）确定实施计划及完成各项活动的具体方法。
- （4）确定编制计划中各活动的逻辑顺序以及具体的实施时间。
- （5）确定计划实施期间的各种资源的需求数量及时间。

二、手册编制过程的控制

在控制中需要特别注意：

- （1）连续控制。
- （2）全员控制。
- （3）正确设定报告期（report period）。
- （4）及时收集实施信息。
- （5）将各种变更随时反映到计划中。
- （6）合理配置资源。

14.7 手册的交付管理

一、付给单店加盟商的手册

通常，特许人交付给单店加盟商的手册分为两类：一类是“应该交付的”；另一类是“可以交付的”。

二、交付给分部加盟商的手册

对于区域加盟商而言，除了接受单店加盟商的手册之外（接受规则同单店加盟商），还应得到《分部运营手册》。

三、手册交付给加盟商的时间

不同的手册的交付时间并不完全相同。

四、交给加盟商的手册形式

虽然纸质的成本要比电子版的高出许多，但通常，特许人企业交给加盟商的手册最好是纸质的，不要轻易交给电子版。这是因为电子版的传播速度快、复制方便、容易泄露，不利于企业知识产权的保护。

14.8 手册的编制技巧

一、正确使用手册模板

二、全面调用各种工具

三、巧妙借用网络资源

四、合理分配图表和文字

五、清晰区分手册的不同版本

1. 在手册的封面边角上打上标记：比如以符号“××-××-××-××-”来表示。
2. 直接在手册的名称后面或封面边角上加个后缀。
3. 为每本手册准备一个专门的文件夹、盒或柜。
4. 在电脑上的文档管理可以采用更方便、更科学的方法。

14.9 手册的编制原则

一、特许经营系列操作手册应突出特许经营的本质

二、手册要便于使用和具有实用性

三、编写受许人用手册时既要能准确表达“神许”之“神”，又要有保密意识

四、树立变化观念，编写动态手册

五、全面质量管理的原则

六、理论与实践相结合的原则

练习与思考

1. 除了书中所讲的以外，你认为手册的意义还有哪些？
2. 除了书中的分类以外，你认为手册还可以按照什么标准分成哪些类别呢？
3. 利用手册编制的时间管理的基本原理，为某特许人企业设计一个手册编制的时间计划表。
4. 在手册编制的人员管理方面，你认为还有哪些问题需要注意？
5. 请思考，在满足质量和时间的前提下，如何使手册编制的成本最小？
6. 请谈谈你对手册的数量管理的认识，要求与书中所讲的不同。
7. 请思考，在手册编制过程的控制管理中，主要应控制的是哪些内容呢？
8. 请思考，在手册编制的交付管理方面，你认为还有哪些问题需要注意？
9. 请思考，手册的内容排版方面有些什么技巧呢？
10. 除了书中所讲的以外，你认为在手册的编制过程中，还要注意哪些原则？

第 15 章 特许经营法律

[本章要点]

本章主要首先讲述了国内外在特许经营法律法规建设方面的概况，总结出了各自的发展特点。然后，本章重点讲述了特许经营中最常用和最主要的三个文件：UFOC、特许经营主合同、特许经营辅助合同，为了方便读者有感性 and 直接的认识，叙述中按照标准 UFOC、特许经营主合同及辅助合同的格式来逐一讲解。最后，为了使读者有感性的认识以及在实际操作中更方便地进入实战，本章在最后几节展示了若干合同的范本供读者学习、研究和使用时参考。

本章的目的是使读者能够了解特许经营在国内外的法律法规建设状况，以及基本掌握如何撰写 UFOC、特许经营主合同与辅助合同。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

15.1 国外特许经营法律法规发展概览

一、具有全国性的或统一的特许经营专门性法律法规

全世界的第一部特许经营方面的专门性法律产生于美国加利福尼亚州，时间是 1971 年，名称是《特许经营投资法（Franchise Investment Act）》。目前，就全世界而言，美国在特许经营法律法规的制定与颁布方面是最早、也是最为全面的。

目前，欧盟的特许经营立法工作主管机构是欧盟委员会竞争总司，特许经营的立法属于欧盟竞争法中所谓的“纵向协议(Vertical Agreement)”立法部分。

巴西于 1994 年 12 月 15 日就颁布了第 8955 号法令对特许经营立法。

澳大利亚于 1998 年起实施强制性的《特许经营行为守则》。

意大利政府于 2004 年 5 月 6 日通过了第 129 号法——《规范特许经营法》，并于 2004 年 5 月 24 日起正式生效。

韩国的制定有专门的《特许经营公平交易法》。

墨西哥也拥有自己的一部专门的“特许经营法”。

二、有特许经营的专门性法律法规，但不是全国性的，而是地区性的

比如加拿大虽然没有制定针对特许经营的全国性法律法规，但阿尔伯塔省和安大略省却制定有具体的特许经营法。其中，阿尔伯塔特许经营法（Alberta Franchises Act）于 1995 年 11 月 1 日起开始实施，安省参照阿省制定了特许经营法并于 2001 年 1 月 31 日起开始实施。

三、没有专门的特许经营法律法规，特许经营市场主要依据“相关”的法律法规来管理和规范

但是我们应该看到，目前世界上正在有越来越多的国家在制定专门的特许经营法律法规，这是一股不可逆转的主流。比如随着特许经营市场的发展，印度开始制订特许经营的相关法律法规。近几年，中东欧国家如拉脱维亚等国也纷纷就特许经营进行立法。我国政府也在抓紧制定特许经营的专门性法律。

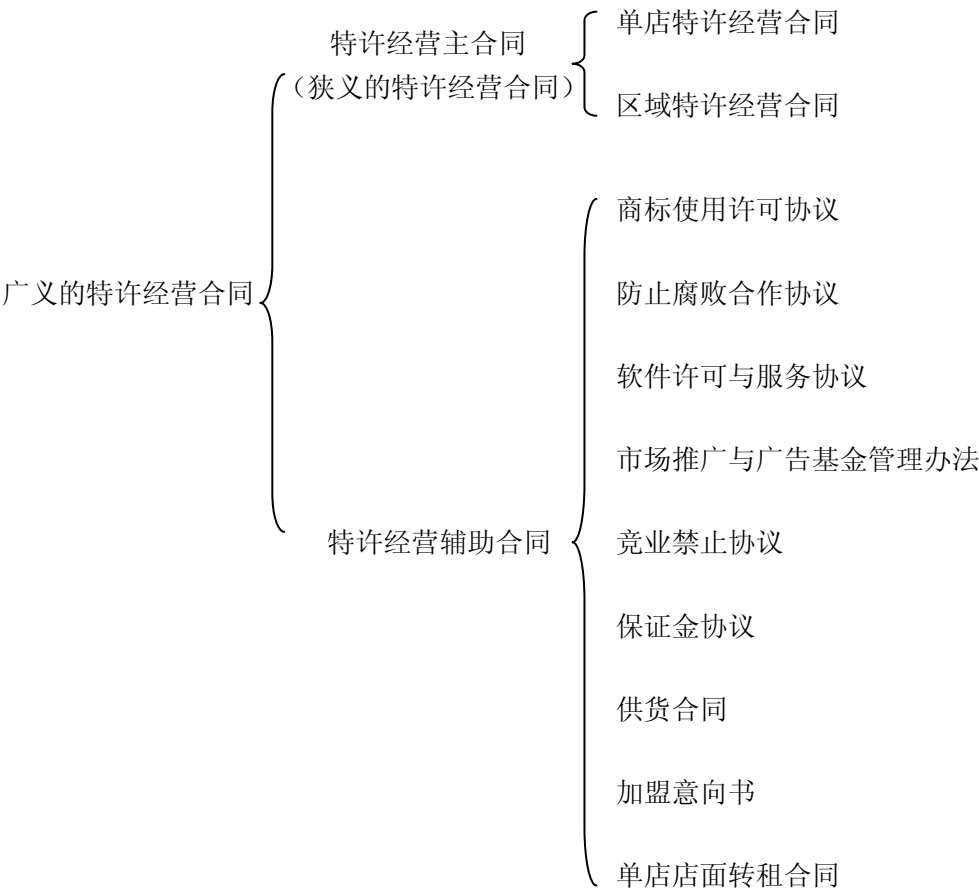
15.2 中国特许经营法律法规发展概览

在特许经营的法律法规建设方面，和国外发达国家相比，我们还非常落后。总起来讲，我国在特许经营的法律法规建设方面具有如下几个主要的特点：

- 1. 起步晚。
- 2. 步子慢。
- 3. 相关的法律法规逐渐从多以“连锁”为名的状态，转向明确地提出“特许经营”。
- 4. 没有“专门”，只有“相关”的特许经营法律法规。
- 5. 部门、地区与行业性的规定和全国性的、综合性的规定同时并存，充分体现了特许经营（及连锁）在政府管理上的多重特征。
- 6. 对于连锁的管理正逐步从强调个别职能，转向全盘化的管理。
- 7. 对于特许经营的管理性法律法规出台频率正逐渐减少。

回顾过去，展望未来，我们可以确信的是，中国制定专门的特许经营法是大势所趋，具有相当的紧迫性和必要性，这是管理、规范和促进中国特许经营市场走向良性发展的必经之路。

15.3 特许经营中的法律性文件



总之，作为一个完整、规范的特许经营企业而言，她的特许经营法律文件必须包含上述的这些类型。

15.4 统一特许经营提供公告(UFOC)

在内容方面，一份标准的符合法律规定的 UFOC 应该至少包括如下四个方面：联邦贸易委员会封面，目录，包含 23 个条目的具体内容，以及附件。

15.5 特许经营主合同

一、合同引言

主要说明的是特许人的特许权内容、声明特许人的商标是已经注册过的合法商标、以及本合同的意图。

二、合同中关键用语释义

说明下文中的某些简略词的准确全称，比如合同里常用的“甲方”、“乙方”、“非独占许可”、“特许人的标志”、“特许业务”、“生效日”、“加盟店店长”等。

三、合同的主体部分

合同内容的主体部分共有二十二条，分别是：

第一条 特许授权的内容

说明该特许权的授予对象、内容、时间期限等限制，以及合同续签等事项。

第二条 加盟店的所在地

说明加盟店的具体地址与要求，以及加盟店地址的变更办法、程序、条件等。

第三条 特许费用

主要说明应缴纳的特许经营费用的名称、内容、数额、交纳的具体办法以及未交的惩罚措施等。

第四条 特许人的权利

主要是说明特许人的对于受许人的监督和收取相应特许经营费用等的权利。

第五条 特许人的义务

主要说明特许人在受许人开业前后所应尽的义务，比如培训、开店指导、商品配送、广告宣传等。

第六条 受许人的权利

主要包括受许人有权使用特许人授予的特许权、获得特许人提供的支持、指导和帮助的权利等。

第七条 受许人的义务

主要包括受许人的按规定支付特许经营费用、按特许人 CIS 及手册规定建设单店、按特许人约定运营单店、维护特许人的商标及声誉、遵守特许人单店手册的运营规定、接受特许人的监督与管理、保守商业秘密、同对特许人的商标侵权做斗争等义务。

第八条 特许人声明

主要是确认特许人关于自己在本合同中的关于商标、合同限定内容以及对签约人的授权等。

第九条 受许人的声明

主要是确认受许人对单店地址、加盟意图、遵守手册、对签约人的授权、对合同的认识等方面。

第十条 当事人关系

合同的本条款旨在说明，受许人是且应为一个独立的缔约方，且本合同中任何规定不得解释为在特许人和受许人之间建立代理人、联营关系或共同投资人关系。除非本合同另有规定，特许人或

受许人皆不得以对方的代理人或代表人的身份开展活动，或承担对方的各项债务及相关财产责任。未经特许人的许可，受许人不得为他方的债务提供保证。

第十一条 合同权益的转让

说明受许人转让该合同时的条件、程序、交纳给特许人的费用等有关特许经营合同的转让事宜。

第十二条 特许人保留的权利

主要是阐明并确认特许人关于其特许权内容的权利，比如在受许人确认及同意的条件下，特许人有权随时修改和补充其按照本合同授权受许人使用的特许经营体系模式，以及在本合同有效期内，对特许经营体系所做的任何及所有改进应归特许人所有并以特许人名义就该改进部分取得相应的工业产权和/或知识产权等。

第十三条 合同的终止

主要是说明不同的合同终止方法的缘由及相应的程序、结果措施等，既包括特许人的终止，也包括受许人的终止，既有正常的终止、也有非正常的终止。同时本条款还对在合同的不同终止情况下特许人和受许人各自应负的责任进行说明。

第十四条 合同终止后受许人的义务

主要是说明本合同因故（包括期满或提前终止）终止时，受许人应尽的义务以及未尽义务时的惩罚办法。受许人的义务比如有应清欠付特许人的所有特许费用、立即并永远停止使用所有特许人体系的工业产权和/或知识产权、在规定期限内将含有特许人标记的物项退还特许人、尽快并永远停止以特许人加盟店名义进行对外活动等等。

第十五条 违约责任

本条款主要是说明特许人和受许人各自在不同情况下的违约时所应承担的责任。

第十六条 不可抗力

主要是对“不可抗力”进行定义，并说明在发生不可抗力事件时各方应采取的措施以及不可抗力时合同的部分或全部义务可能被免除的有关规定。

第十七条 争议的解决

主要说明双方在发生争议时的解决原则、办法、程序等。

第十八条 可分割性

主要是说明如果本合同的某一或若干条款在任何方面无效、非法或无法执行，这些无效、非法或无法执行的条款或部分将视为从未包括在本合同中。其他条款的效力不变，同时具有法律效力，并可执行。

第十九条 通知

主要是说明在本合同项下应发出的通知的格式、时间、方式等要求，以及特许人和受许人各自的接收通知的具体地址的邮编、传真号、收件人以及地址变更的应对事项等。

第二十条 对合同的弃权

主要是说明特许人和受许人对于弃权的约定，比如规定：合同中的任何一方对于对方任何违反本合同规定的弃权不应当视为对任何后续违约或其他类似违约的弃权。

第二十一条 对合同的修改

说明合同修改的条件、内容及程序等要求。

第二十二条 其他约定事项

包括附件说明、本合同适用法律、合同的有效期、份数、解释权等。

四、合同的附件

通常可以包括特许人单店的经营范围及工作程序、特许人的部分手册目录、加盟店设计图及照

片等。

15.6 特许经营辅助合同

但由于特许经营商业模式的独特性，在特许经营中的辅助合同里，还有其余非特许经营商业所没有的一些具有特许经营特色的合同，比如商标许可合同、防止腐败合作协议、软件许可与服务协议、市场推广与广告基金管理办法、保证金合同、竞业禁止协议等。

15.7 单店特许经营合同实例

15.8 区域特许经营合同实例

15.9 市场推广与广告基金合同实例

15.10 加盟意向书实例

15.11 保证金合同实例

15.12 商标许可合同实例

练习与思考

1. 除了本章中所列出的国内外特许经营法律法规特点之外，你认为还有什么特点呢？
2. 查找并比较不同国家在特许经营专门法律上的异同。
3. 请比较我国政府先后颁布的《商业特许经营管理办法（试行）》和《商业特许经营管理办法（试行）》，指出其中的异同，并分析为什么做这样的修改。
4. 虚拟一个特许经营企业，然后为之撰写一份 UFOC 和特许经营合同。
5. 中国的特许经营企业虽然没有被强制以一个规定的形式出示 UFOC 文件，但在实质上却被分成了几个不同的文件或其他形式，亦即也需要出示，请你列出这些包含了 UFOC 内容的例子。
6. 试比较中外特许经营合同的异同。
7. 试论特许经营辅助合同的意义所在。
8. 请思考，特许经营的辅助合同具体有些什么合同呢？列出这些合同的名称来。

[案例] 全面“权利”管理——坚持科学的维权之道

- 一、“永和豆浆”品牌之争的案例背景
- 二、全面“权利”管理——坚持科学的维权之道

案例思考

1. 查找相关资料，然后在研究分析的基础上，你认为上海弘奇公司应该汲取的教训还有哪些？
2. 从上海弘奇公司的案例来看，为了中国特许经营的发展，我们需要在宏观和微观的哪些方面进行改进？

第 16 章 特许经营关系

[本章要点]

本章第一节主要是在“关系”进行了概括性讲述的基础上，给出了特许经营关系的定义以及研究特许经营关系的意义所在，最后，强调指出受许人是一种不同于雇员和独立雇主的第三种职业生涯。目的是使读者了解特许经营关系的基本知识。

本章第二节的主要内容是讲解特许经营关系的六个阶段、每个阶段的特征，以及特许人和受许人在每个阶段所应采取的相应策略。目的是使读者全程地了解特许经营关系的发展演变，以针对性地采取措施来维护和谐、共赢的特许经营关系。

第三节从几个不同的角度讲解了为了创造和维护良好的特许经营关系，特许人、受许人和政府等相关各方应如何做。目的是使读者了解一些建设良好特许经营关系的基本原则和具体方法。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

16.1 关系及意义

一、什么是关系？

关系的一般含义是指人和人、人和事物、事物和事物以及事物内部诸要素之间的客观联系或联系的状态。在社会学里认为，关系是随着人类社会的诞生而诞生，随着社会发展而发展的。只要有人存在，就有不以人的意志为转移的关系存在；只要有人的交往，就存在着关系的发生、发展、终止等变化。

二、什么是特许经营关系？

本书讲的特许经营关系是一种狭义上的理解，即所谓特许经营关系，指的是特许人和受许人（包括潜在受许人）双方从知道对方的存在开始，经过一系列的建立、发展、维护关系的活动，包括进一步搜集信息、筛选、比较，首次接触，咨询、见面、互相考察，谈判特许经营合同，签订特许经营合同，培训、支付特许经营费用、营建加盟店，加盟店开业，加盟店正常营运，一直到双方特许经营合同终止或重新续约期间所发生的各种关系的总和。

特许经营关系包括特许人和受许人（包括潜在受许人）双方之间的经济关系、法律关系、合作关系、竞争关系、人际关系、冲突关系等等。

三、研究特许经营关系的意义

- （一）减少特许人和受许人之间的冲突。
- （二）确保双方各自的成功。
- （三）便于双方分阶段采取不同的战略。
- （四）便于用全面质量管理的思维来经营特许经营关系。

四、受许人是一种新的职业生涯

受许人既不是完全的受雇于特许人的雇员，也不是独立的雇主。而是一种介于雇员和独立雇主之外的第三种新的职业生涯。

16.2 特许经营关系的六个阶段

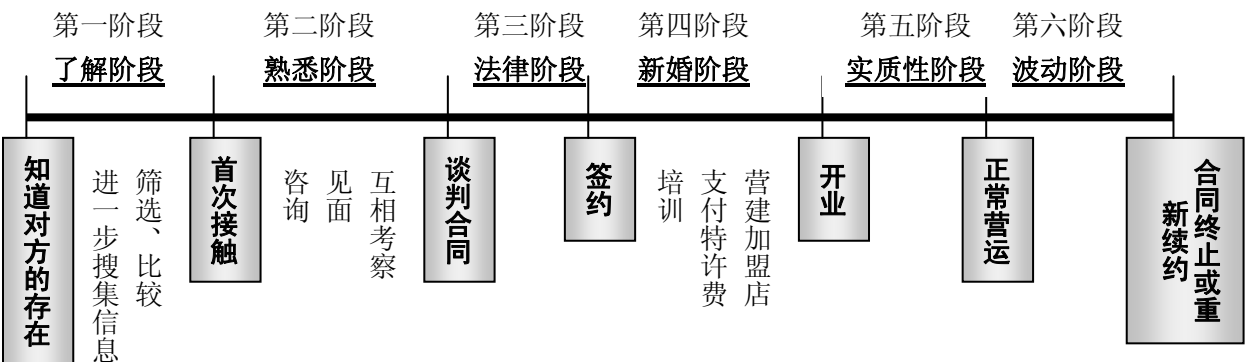


图 16-1 特许经营关系的一个生命周期阶段

综上所述，我们可以根据每个阶段的特点来画出不同的特许经营关系曲线，比如，如果以时间为横坐标、以双方的友好和谐度为纵坐标（值越大，双方关系越是友好和谐），那么我们就可以得到如下的特许经营关系中的友好和谐度曲线图，如下：

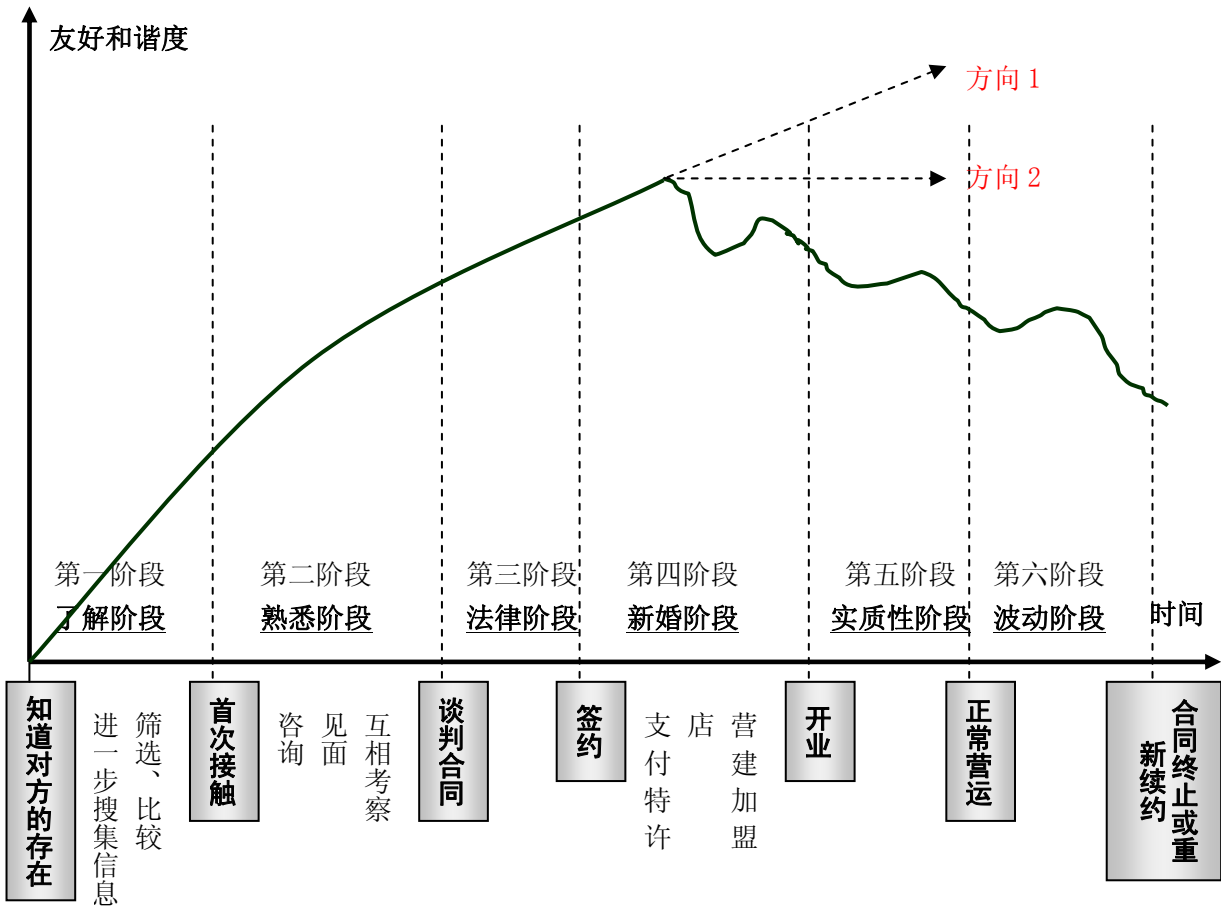


图 16-2 特许经营关系中的友好和谐度曲线图

当然，选取了别的因素（比如时间长度、特许人付出成本、双方之间的信任度、受许人加盟店的利润、冲突程度、参与关系的人数等等）作为纵坐标，我们还可以画出更多的曲线图出来，这些曲线图所反映的特许经营关系过程中的因素变化轨迹对于特许人和受许人双方的战略、战术决策都具有非常重要的参考价值。

16.3 如何创造并维持良好的特许经营关系

首先，特许经营的双方必须了解特许经营中的一些比较常见的冲突原因。

为了创造并维持良好的特许经营关系，下面几点都是必须的：

- 一、政府创造一个良好特许经营关系的大环境
- 二、“先合同，后感情”的基本原则
- 三、良好的关系需要双方共同的努力
- 四、良好关系的前提、中心和关键是“加盟商成功”
- 五、全面“关系”管理

练习与思考

1. 试述特许经营关系的六个阶段。
2. 什么叫特许经营关系？它与其他商业关系的主要区别是什么？
3. 请思考：为什么特许经营关系的起始点是知道对方的存在？
4. 参照友好和谐度曲线图，根据每个阶段的特点来画出另外 1 条特许经营关系的曲线图。
5. 分析为什么特许人和受许人之间不是雇佣关系？受许人为什么不是独立的雇主？
6. 试从别的几个角度来分别描述，如何创造和维护良好的特许经营关系。

第 17 章 特许经营的未来

[本章要点]

本章第一节主要是通过对社会上关于自愿连锁、直营连锁与特许经营谁是未来连锁业态主流的争论的介绍，说明了特许经营才是未来连锁业态的主流。目的是使读者对连锁业态形成正确、科学的认识。

本章第二节主要是对特许经营未来的发展趋势进行描述，它所展示给读者的是一幅特许经营在明天的场景。目的是使读者了解特许经营的未来，从而站在一定的高度来学习和研究特许经营。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

17.1 直营、自愿和特许，谁是未来主流？

1. 对任何商业模式，我们都要全面、辩证、客观地看待，我们既不能因为有些企业采用这个模式取得了成功，就大肆预言其是“主流”，也不能因为个别企业的失败，就对其予以全盘否定。

2. 从历史长河以及全世界的整体局面来看，虽然特许经营在未来商业模式中的主流地位是显而易见的，但是，最适合你的模式却未必一定是特许经营，如果恰当运用，自愿连锁、直营连锁也可以为你带来巨大的成功。

3. 目前社会上会有这么多的人、企业和组织对特许经营持有怀疑和否定的态度，这也说明，我们的特许经营理论推广、知识普及的任务需要加大、加深。否则的话，因为对特许经营理论、技术、知识和方法的不熟悉，越来越多的企业会逃避特许经营，回归直营，越来越多的人会对特许经营丧失信心，那么结果就显而易见了，特许经营这样一种优秀的经济发展模式会在中国失去生存和发展壮大的土壤，而因此受到的损失将至少包括整个国家的经济和人们的生活质量！

17.2 特许经营的未来展望

- 一、行业将更加广泛，特许范围不断拓宽
- 二、作为特许经营加盟双方联姻性质的中介将逐步脱离政府和垄断行为，更多的国家化、市场化因素成为趋势
- 三、特许经营的国际化趋势
- 四、高科技成果的广泛采用
- 五、特许经营与相关行业的结合日益紧密
- 六、顾问咨询由律师转向经营管理
- 七、知识管理战略进入特许经营的运营
- 八、特许经营的“统一”将有机地与多样化、本土化结合起来
- 九、加盟商的多盟主化成为新趋势
- 十、特许企业的联合兼并日益加剧
- 十一、品牌合作的特许经营
- 十二、妇女和社会少数群体正日渐成为特许经营队伍中的一支重要生力军

练习与思考

1. 搜集主张直营为主和加盟发展为主的不同企业，研究其之所以作出“为主”战略的原因，并指出其正确和错误之处。
2. 你认为自愿连锁会是中国连锁业发展的未来主流吗？为什么？
3. 除了书中所讲的之外，你认为特许经营的未来发展还将存在什么样的趋势或特征呢？
4. 搜索社会上一些企业对于特许经营模式的抱怨，研究应如何解决这些所谓的“困境”？

第 18 章 国际特许经营

[本章要点]

本章的主要内容是讲解在全球经济一体化的新时代背景下,特许经营也必然要走国际化途径的事实和内在规律,因为特许经营本身的契约性特征,所以在本章的最后,亦即第四节还对国际化特许经营过程中的若干法律问题进行了初步的探讨。目的是使读者认识到,特许经营的国际化既是一个必然的现象,同是也需要我们认真研究,因为国际化的特许经营有自己许多新的特点和方式。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时,必要时可缩短或延长。

18.1 特许经营国际化现状

今天,世界各国都以更开放的态度和更友好的政策来推进特许经营的国际化。比如在 2003 年,按照加入 WTO 的承诺,我国也将全面放开国外特许经营进入的中国限制。因此,在国外特许人准备大举进军中国的时候,研究和掌握特许经营的国际化知识将是我国特许经营业界的必修课。

18.2 特许经营国际化的原因

- 一、世界经济一体化的大势带动
- 二、各国特许经营发展土壤的形成
- 三、特许经营的本性也使其国际化成为必然
- 四、制造商借助特许经营体系
- 五、海外旅行的普及和通讯、交通的发达

18.3 特许经营国际扩张的方式

- 一、设立独资经营的业务
- 二、直接出售特许权
- 三、设立分支机构
- 四、设立子公司
- 五、通过总特许安排,设立子特许人(或次特许人)
- 六、建立合资企业

18.4 国际特许经营涉及的法律问题

- 1. 双方的法律地位和法律关系的实质。
- 2. 政府的态度。
- 3. 竞争法。
- 4. 不公平竞争。
- 5. 工业和知识产权法。

6. 公司法。
7. 特殊的特许法。
8. 特殊行业法。
9. 货币管制和支付年金的限制。
10. 进出口管制。

练习与思考

1. 请为上述关于特许经营未来的预测查找并提供相应的支持性资料。
2. 除了上述这些特许经营的未来描述之外，你认为未来的特许经营还可能有什么趋势呢？
3. 搜集有关国际化的资料，写出一篇关于国际化方面的小论文，其主要内容应包括国际化的由来、原因、特点和应对方式等。
4. 谈谈你对特许经营国际化的认识。

实务篇 I：成功构建特许经营体系五步法

本篇的第一个主要内容是详细地讲解了如何构建一个成功特许经营体系的五大步骤，并按照严格的时间顺序来描述。目的是使读者可以迅速、方便地按照文中所描述的那样 step by step 地实施企业特许经营扩张的计划。每一大步骤中所涉及的相关知识也在文中有较为详细的讲解或渗透，比如项目管理、商业计划、市场调查、竞争者分析、企业文化、全面质量管理等，这些也都是特许经营的业内人士所必须熟悉的内容。

本篇的第二个主要内容是详细地讲述了为了成功加盟，潜在加盟商或投资人而必须于事前、事中和事后知道的信息，包括全面客观认识特许经营、成功特许经营的特征、受许人与独立创业人的不同、受许人应该具备的基本资源、成功购买特许经营权的九步攻略、受许人如何制定特许经营商业计划以及如何外取创业所需的财务资源等，目的是使读者掌握成功加盟、规避特许陷阱的切实方法。

第 19 章 成功构建第一步：特许经营准备

[本章要点]

本章首先介绍了企业实施特许经营工程或体系构建前如何进行可行性分析，并同时列举了两个企业项目中的市场调查方案和内部访谈调研提纲的实际例子，目的是使读者可以依靠本文所讲的方法和步骤进行企业的特许经营可行性分析并编制特许经营战略规划。

然后，本章讲解了特许经营项目组的组建以及特许经营工作计划的制定详情，并以某特许经营体系构建的五步法项目工作全程规划书作为实际例子，目的是使读者了解特许经营的项目运作具体程序和技巧。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

一个企业构建成功的特许经营体系或实现特许经营扩张的程序基本可以分为五个大的步骤与阶段：

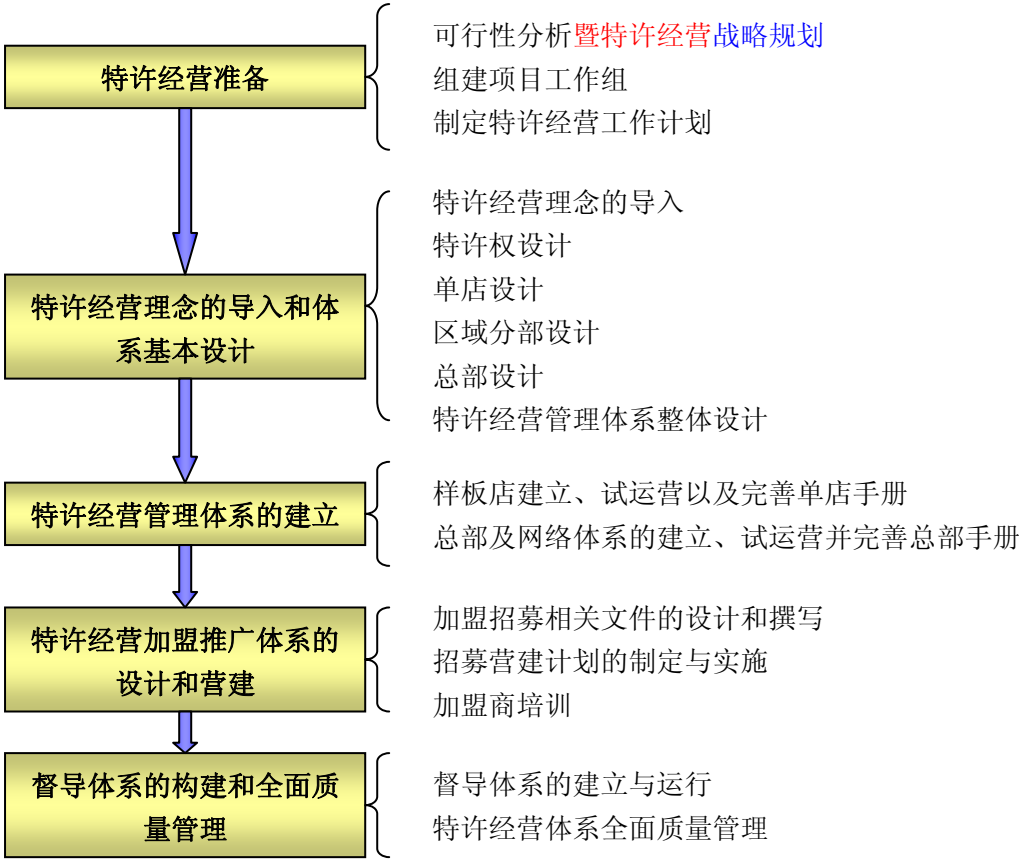


图 19-1 特许经营的成功五步

19.1 可行性分析暨特许经营战略规划

通常，一个完整的特许经营项目可行性分析报告应包括以下十五个部分：封面，简介或前言，目录，企业基本情况，特许经营项目背景、发展概况，企业内外的 SWOT 分析，市场分析，企业

实施特许经营模式的充分性，企业实施特许经营模式的必要性，特许经营项目的实施计划构想，特许经营项目的技术可行性，特许经营项目的经济可行性，社会效益和社会影响分析，风险和对策，可行性研究报告附件。下面来逐条叙述。

[实例] 市场调查方案

19.2 组建项目工作组

一般，特许经营项目组最好是一个联合项目工作组，其成员应主要包括四类：

- 一、企业高层
- 二、外部专家和顾问
- 三、从企业各个部门抽调的负责人或主要人员
- 四、企业立即招聘的将来要作为特许经营体系管理和工作人员的新员工

19.3 制定特许经营工作计划

一、特许经营工作计划制定步骤

- 1. 定义特许经营体系建设的工作目标。
- 2. 对特许经营工程进行工作分解（WBS，Work Break Structure）。
- 3. 界定活动。
- 4. 绘制网络图。
- 5. 进行时间与资源估计。
- 6. 对每项活动进行成本预算。
- 7. 估算特许经营工程进度计划及预算。
- 8. 排出特许经营工程的进度安排表。

二、特许经营工作计划内容

特许经营工作计划书应包括以下四个阶段的内容：

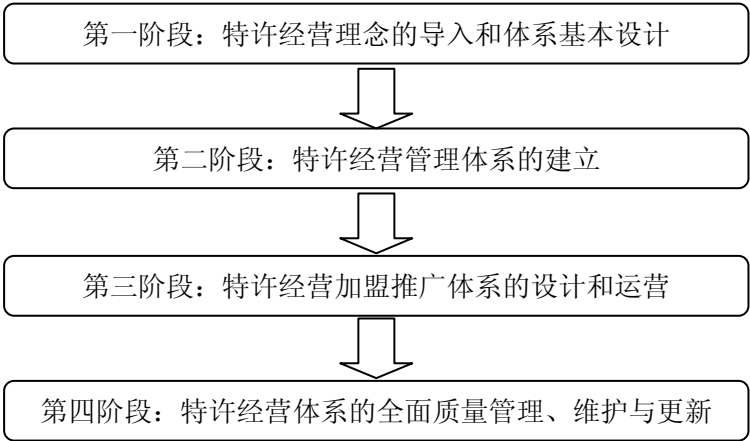


图 19-2 特许经营工作计划书应包括的四个阶段的内容

三、计划的实施与控制

[实例] 某特许经营体系构建的五步法项目工作全程规划书

练习与思考

1. 请比较可行性分析报告与商业计划书的区别和相同之处。
2. 虚拟或实际找一个项目，然后做一个实际的市场调查方案和内部访谈调研提纲。
3. 请思考，为什么特许经营体系的构建要采用项目管理的方式进行？
4. 虚拟或实际找一个特许经营项目，然后做一个五步法项目工作全程规划书。
5. 阅读一本项目管理类的书籍，然后写一篇读书笔记。
6. 虚拟一个特许经营项目，然后做一份可行性分析报告。
7. 特许经营工作计划与其余工作计划的异同是什么？
8. 除了文中列出的之外，你认为成功特许经营体系的共性还有什么？

第 20 章 成功构建第二步：特许经营理念的导入和体系五大设计

[本章要点]

本章的主要内容是详细讲解了特许经营体系构建五步法的第二步，即特许经营理念的导入和体系的五大基本设计，并对特许权设计、单店设计、区域分部设计、总部设计及特许经营管理体系整体设计进行了分别的详细讲解，目的是使读者切实掌握本步的操作步骤并能实际运用。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

20.1 特许经营理念的导入

一、培训

培训的具体内容可以包括四个部分：

- （一）特许经营
- （二）本行业
- （三）有关单店
- （四）有关营销

二、学习

20.2 特许权设计

- 一、特许权的物质部分
- 二、特许权的企业文化部分
- 三、特许权的技术部分
- 四、特许权的约束部分

20.3 单店设计

单店设计的内容就是一个单店从零开始建设并保持正常营运这个全程中所涉及到的所有事物，或者说，就是单店的 CIS，指 MI、BI、VI、AI、SI、BPI 等六大部分。

一个单店的 BPI 基本可以分为两类：开店的 BPI 和日常营运的 BPI。

先来看开店的 BPI。

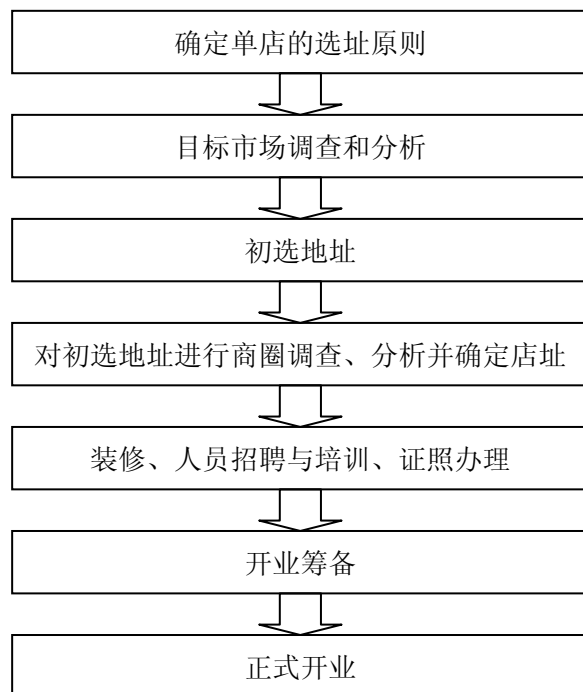


图 20-1 单店的建设流程

再来看单店日常运营的 BPI。单店日常运营的 BPI 指的是单店在日常营运过程中所需要做的所有工作。通常，单店日常运营的 BPI 应主要包括如下内容：

- （一）单店组织结构（结构形式、店长和各部门店员的岗位职责规范）。
- （二）人力资源管理和培训（招聘、任用、管理、培训等）。
- （三）顾客服务（原则、流程、顾客抱怨处理、成功售卖技巧、顾客信息系统的管理等）。
- （四）促销（计划、方法、技巧、内容等）。
- （五）竞争店调查（调查计划、方法、结果处理等）。
- （六）盘点（盘点前准备、盘点工作小组及工作分配、盘点数据库、盘点结果处理等）。
- （七）营业时间安排。
- （八）常规作业中的营业前作业管理（员工报到、早会、整理、收银准备、开工仪式等）。
- （九）常规作业中的营业中作业管理（迎宾、销售及顾客服务、收银作业等）。
- （十）常规作业中的营业后（打烊）作业管理（店面安全防范、员工注意事项、紧急事件处理等）。

20.4 区域分部设计

对于那些为了建设体系的区域网络而单独成立一个公司的分部而言，特许人要为他们设计一整套的 CIS，包括 MI、BI、VI、AI、SI、BPI 等六个部分，那么这些分部的对外形象和内里特征就更象是总部的一个简缩本或总部的一个分支、子公司、分公司。

对于那些仅以再特许或分销特许经营为自己企业一部分业务的分部而言，因为他们本身有自己企业的一套 CIS，他们只是把分销特许经营作为自己赚取额外利益的一项业务而已，所以，特许人必须在特许经营体系的 CIS 与这些分部的 CIS 之间寻求一个平衡。

20.5 总部设计

特许经营总部组织模型示例：

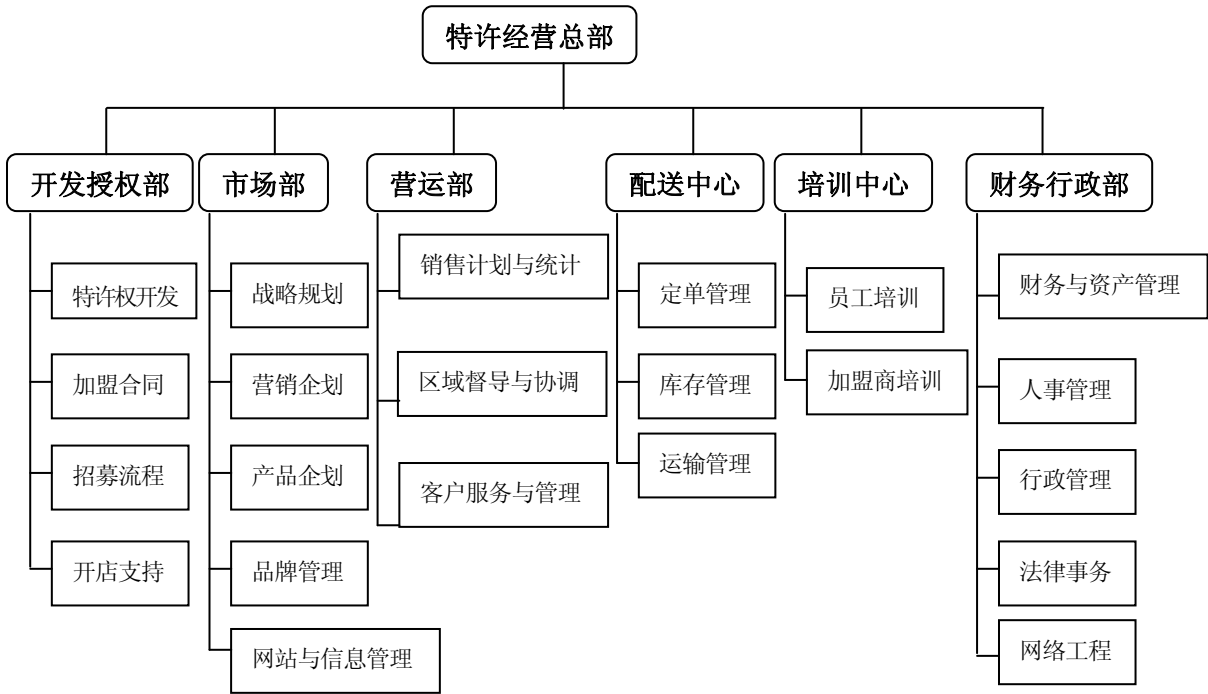


图 20-2 特许经营总部组织模型

但实际的情况要因总部本身性质的不同而不同，所以，我们下面分两种典型的基本情况来叙述。
第一种类型：特许经营体系是特许人唯一业务，即特许人是一级法人的情况
总部组织结构图可以有两种形式，第一种形式如下所示：

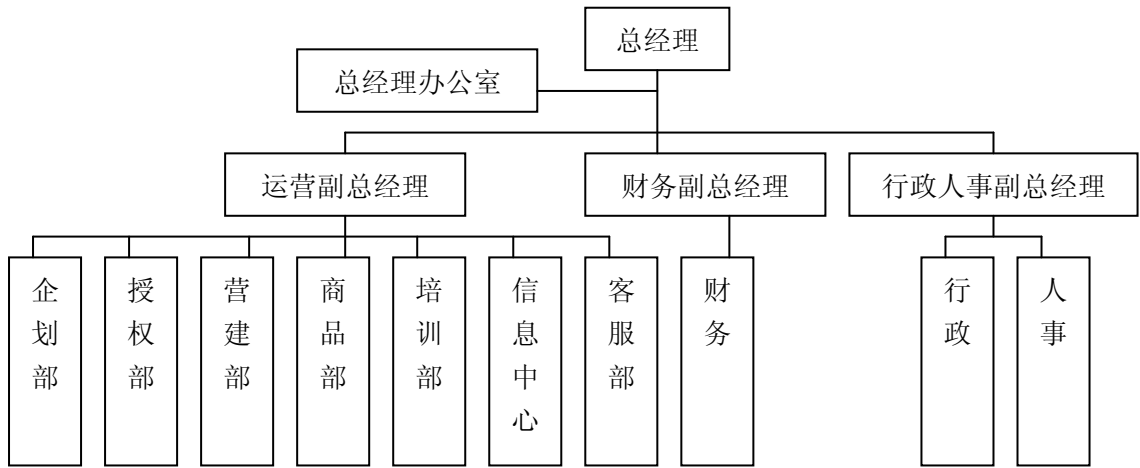


图 20-3 特许经营体系是特许人唯一业务时的特许经营总部组织模型 I

第一种类型，即特许经营体系是特许人唯一业务、特许人是一级法人情况下的第二种形式总部组织结构如下所示：

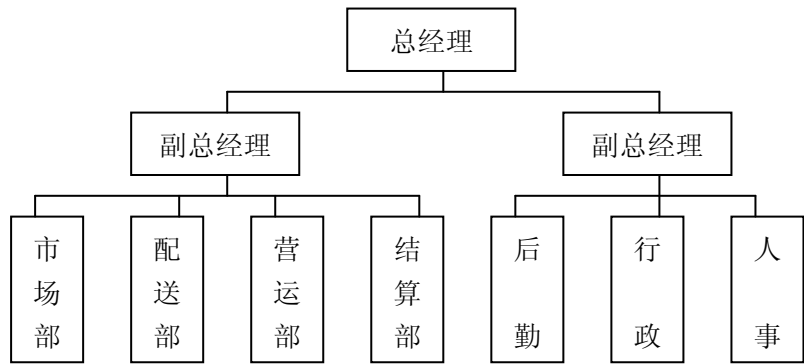


图 20-4 特许经营体系是特许人唯一业务时的特许经营总部组织模型 II

第二种情况，即特许经营体系仅是企业业务之一的情况。总部组织结构图也有可以有两种形式。
第一种形式如下图所示：

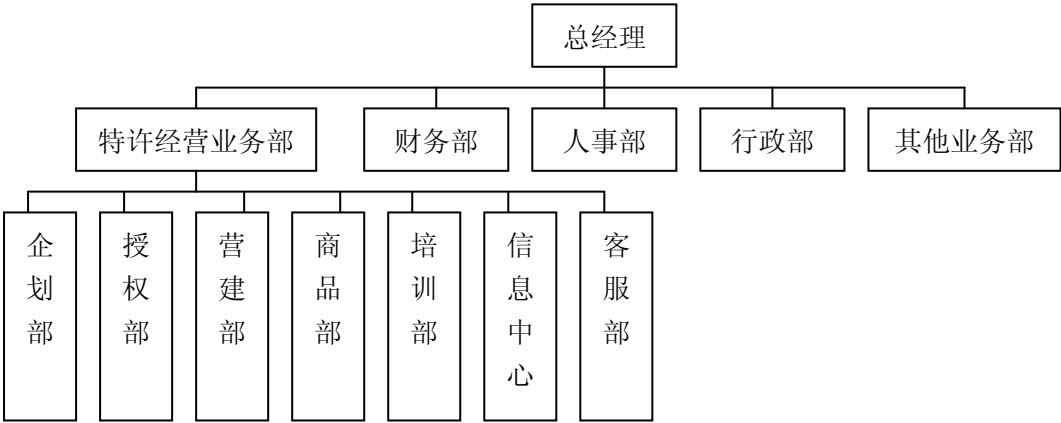


图 20-5 特许经营体系仅是企业业务之一时的特许经营总部组织模型 I

第二种形式的总部组织结构图如下：

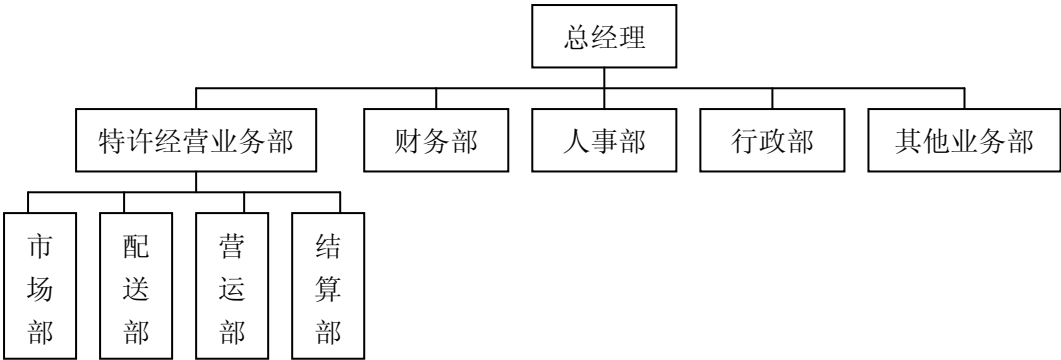


图 20-6 特许经营体系仅是企业业务之一时的特许经营总部组织模型 II

20.6 特许经营管理体系整体设计

这实际上也是对整个特许经营网络的大致设计，它包括两个大的方面：静态的设计与动态的设计。

一、静态的设计

其内容主要包括特许经营网络的组织结构和管理体系：

（一）特许经营网络的组织结构

标准特许经营组织结构是如下图的形式：

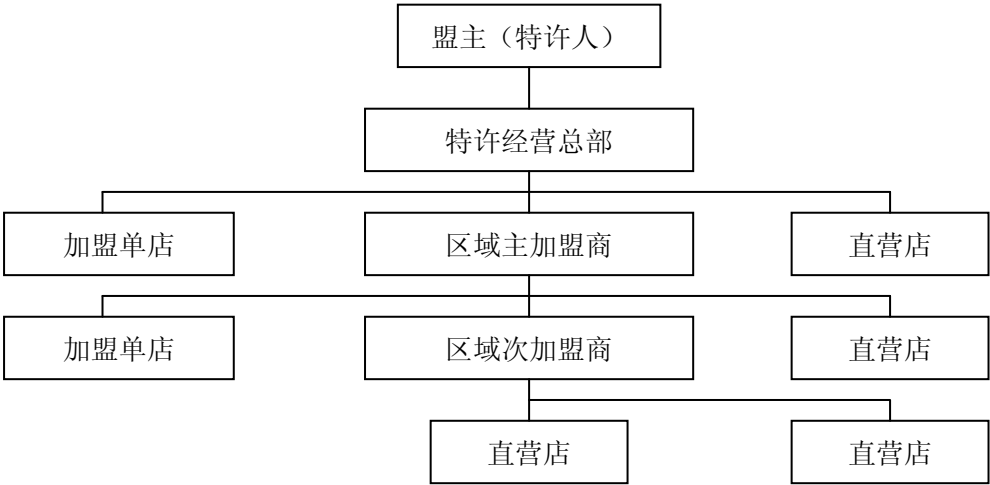


图 20-7 标准特许经营组织结构

（二）特许经营网络的管理体系

一个完善的特许经营管理体系应充分体现总部对加盟商“授权、沟通、支持、控制”四大功能，见下图：

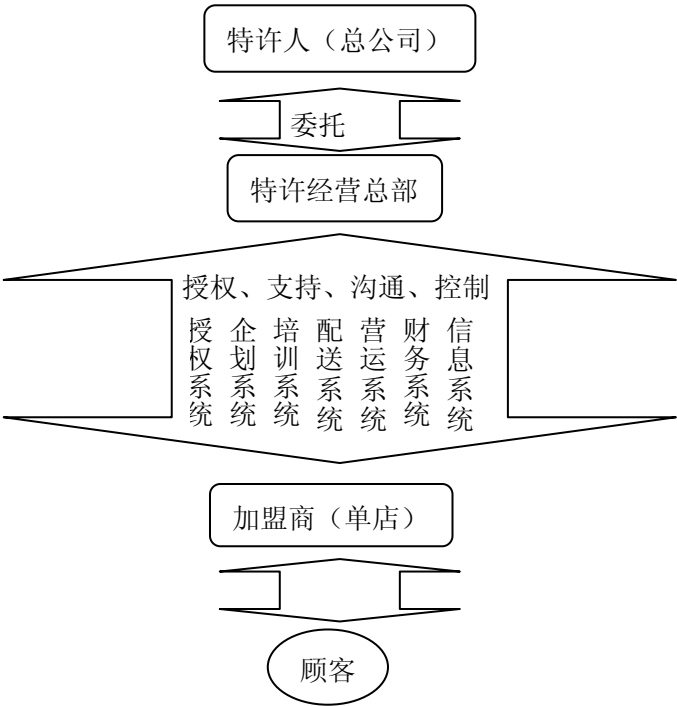


图 20-8 特许经营管理体系的“授权、沟通、支持、控制”四大功能

二、动态的设计

（一）特许经营体系宏观发展战略

1. 以总部所在地或已有单店所在地的某几个地区为试点与基地，待体系成熟后再向临近扩展。
2. 不以总部所在地为起点，而是在全国划出几个具有影响力和辐射力的地区建立试点，然后再以各个试点为中心向各自的临近拓展。
3. 把全国进行划区，同时启动全国网络，待体系成熟后伺机进行体系的国际化。
4. 没有特别的指定发展区域，以加盟者为准。
5. 划定某个大致的区域，全力建设小范围的特许经营体系，待体系成熟后再扩展。

（二）开店方式

1. 单独开店
2. 集体开店

（三）开店类别

1. 直营店、加盟店。
2. 也可以根据店的档次、面积、性质等方面来划分开店的类别。比如可以把单店分为样板店、普通店等。

（四）城市布点策略

1. 抢占市镇的黄金地段
2. 社区开店
3. 交通要道开店
4. 主要客户群体旁边开店

练习与思考

1. 试从法律的角度理解特许权。
2. 企业或单店设计的六个“I”分别指什么？
3. 请思考，如何使五大基本设计有机地整合起来？
4. 虚拟或找一个实际的项目，分别进行五大设计的某一个。
5. 请设计一份特许经营理念导入培训的内容目录。

第 21 章 成功构建第三步：特许经营管理体系的建立

[本章要点]

本章的内容包括两个部分，一是讲解样板店的建立、试运营等相关问题，并讲解如何借助样板店来完善单店手册；二是讲解总部及网络体系的建立、试运营等相关问题，并讲解如何在此步的操作过程中完善总部手册。本章的目的是使读者在实践方面，能切实进行样板店、总部和特许经营体系的基本雏形的构建，同时掌握完成两套完善的系列手册的方法。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

在上阶段的设计完成之后，接下来的工作便是按照设计的模式建设特许经营管理体系，并在实践中完善原先的设计，同时进一步提炼出企业的工业产权和/或知识产权，亦即准备特许出去的经营模式。

在此阶段实际建立的过程中，要达成两个最基本的目标：

1. 建立、实际运营并逐步完善特许经营体系的样板店、总部及特许经营网络。
2. 完成两套手册的提炼和完善工作，亦即单店手册和总部手册。

因此，这阶段的实践考核指标便是样板店、总部和特许经营体系的基本雏形，文本考核指标便是要特许经营项目工作组完成两套完善的系列手册出来。

21.1 样板店建立、试运营以及完善单店手册

在类型上，一个特许经营体系的样板店有许多种，其基本的三种是：总部建立与管理的、区域受许人建立与管理的、区域受许人或单店加盟商建立而由总部指定为样板店的。

在数量上，为了便于该样板店辐射区域内的单店、潜在受许人等相关人员学习、培训和参观等，样板店应在每个可辐射的区域内都应建立一个。

在样板店的投资方式上，总部的样板店基本上全是总部即特许人独资建设，区域的样板店可以由总部独资建设而交由区域受许人管理、可以由总部和区域受许人合资建设、可以由区域受许人独资建设并管理、可以由单店加盟商建设而由总部与区域受许人指定为区域内的样板店等形式。

样板店因为“样板”而受到的影响是多方面的，我们应全面地看待这些影响。这些影响里既有正面的因素，但也有一些消极的因素。

为了使这个样板店可以真正成为特许经营体系日后诸单店的“样板”。企业应注意在建设样板店的过程中，使单店的投资与管理等方面真正成为一个独立的实体。

21.2 总部及网络体系的建立、试运营并完善总部手册

本阶段的另一个重要任务就是特许经营总部的建立、网络雏形的建设及试运营，同时，在此建设与运营的过程中，还要把总部的手册系列进行修正与完善。

同样，总部及网络雏形的建设也要遵循前面阶段的设计，并组建一个专门的总部及体系小组进行全程地参与、全面地接触，这样可以为特许经营体系培养一批将来特许经营体系管理的专家、更有效率地完善总部系列手册。

练习与思考

1. 试从本章所学知识来解释某些特许经营体系失败的原因所在。
2. 请思考，如何使样板店更多代表性？
3. 由此步骤总结出来的手册应该由谁来撰写？为什么？
4. 如何正确处理样板店与特许经营体系内其余单店之间的关系？

第 22 章 成功构建第四步：特许经营加盟推广体系的设计和营建

[本章要点]

本章的内容是讲解特许经营体系如何设计、营建其加盟推广体系，为了便于理解，文字描述部分尽量依据体系招募加盟手册的样式来安排，目的是使读者在掌握了方法的同时，拥有一个可借鉴使用的招募加盟手册示例。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

在特许经营理念导入、基本设计、样板店、总部、体系雏形以及两套手册（总部手册和单店手册）都完成之后，企业特许经营体系的构架就基本建立起来了。特许经营项目组以后的任务便是着手进行特许经营加盟推广体系的设计和营建。

22.1 加盟招募相关文件的设计和撰写

一般而言，特许经营加盟招募时的相关文件有六个：《加盟指南》（加盟申请表通常被作为加盟指南的附件）、《加盟常见问题与解答》、《特许加盟意向书》、《特许经营合同》、合同附件、《特许经营授权书》。

22.2 招募营建计划的制定与实施

- 一、加盟商招募工作的内容
- 二、加盟商招募工作职业素质要求
- 三、招募机构及人员岗位职责
- 四、招募工作流程和方法
- 五、加盟商营建指导

22.3 加盟商培训

- 一、加盟商培训方法
- 二、加盟商培训内容

练习与思考

1. 虚拟或实际找一个项目，为其撰写一本招募加盟手册。
2. 虚拟或实际找一个项目，为其设计加盟商的培训计划。
3. 比较任一对中外两家特许经营体系对加盟商培训的相同和区别。
4. 请思考区域加盟商培训和单店加盟商培训的异同。

第 23 章 成功构建第五步：督导体系的构建和全面质量管理

[本章要点]

本章的第一部分内容主要是讲解特许经营体系如何设计、营建其督导体系，为了便于理解，文字描述部分依据体系督导手册的样式来安排，目的是使读者在掌握了方法的同时，拥有一个可借鉴使用的督导手册示例。

本章的第二部分内容主要是讲解了全面质量的若干知识及其在特许经营体系中的实际应用，目的是使读者能以全面质量管理的思想意识来动态、科学地管理整个特许经营体系。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

对特许人而言，特许经营体系建立之后，并不就等于宣告万事大吉了。相反，特许人的许多繁琐、复杂的工作才真正刚刚开始。一个优秀的特许经营体系，需要在建立之后仍然继续进行该体系的督导体系的构建和全面质量管理，随时维护与不断地更新，这样才能在瞬息万变的激烈市场竞争中永葆活力，并不至于被竞争者和无情的市场所吞噬。

23.1 督导体系的建立与运行

- 一、督导工作的主要内容
- 二、督导员的职业素质要求
- 三、督导工作的组织结构图
- 四、督导员的岗位职责
- 五、督导的工作流程
- 六、督导工作的管理规章制度

23.2 特许经营体系全面质量管理

一、质量管理历史简介

二、特许经营体系的全面质量管理

- (一) 正确理解“大质量”的概念。
- (二) 以顾客为中心，既提高产品、也提高服务的质量。
- (三) 企业的经营应以人为本，树立人力资源是企业第一资源的意识。
- (四) 全面改善体系的质量，必须依靠全体人员的参加。
- (五) 体系整体质量和特许经营事业的发展需要每个人在其工作的全部流程中的每个环节上创造出来。
- (六) 无缺陷的产品和服务不是最后检验测出来的，也不是中间生产过程用统计分析控制出来的，而是从工作的一开始，比如计划、设计阶段就决定了的。
- (七) 树立持续创新的精神、居安思危的意识、追求卓越的斗志、永不停步的观念，不断地把特许经营体系、体系提供的产品和服务推向质量更好的层次。

练习与思考

1. 虚拟或实际找一个项目，为其撰写一本督导手册。
2. 虚拟或实际找一个项目，为其撰写全面质量管理的成果汇报书（提示：请按照 PDCA 来做）。

实务篇 II：成功加盟攻略

第 24 章 加盟前须知

[本章要点]

本章主要讲解如何购买一个成功的特许经营，在行文上，分别从全面客观认识特许经营、成功特许经营的特征、评价自己是否适合做一个受许人、受许人应该具备的基本资源、谨防来自特许经营的另类欺诈等几个方面进行阐述。目的是为读者提供一个尽可能全面的加盟前须知。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

无论是国外还是国内，每年都会有为数不少的特许经营纠纷，在严重的时候，有人还称之为特许经营欺诈。其实，加盟的成败固然有盟主本身的原因（比如有的盟主就是在采取欺诈、圈钱的态度来对待加盟商），但不可否认的是，加盟商自身缺乏对特许经营的正确认识、没有掌握购买一个特许经营的科学、合理方法也是导致失败的最重要原因之一。

因此，所有的潜在加盟商都应把加盟过程看作一个系统性的“项目”或“工程”，并遵循一定的操作流程来进行，如此才能避免加盟陷阱。

24.1 全面客观认识特许经营

特许经营的“神话”：

- 一、购买特许经营一定可以成功
- 二、受许人只需出钱，而不必有任何其余努力，因为一切都可以完全依靠特许人
- 三、受许人拥有了自己的企业，特许经营可以作为安家立命之本，可以传给子孙
- 四、特许人以受许人的最大利益为出发点
- 五、只要特许人的直营店和所有加盟店都是成功的，那么加盟这个特许经营体系就一定可以成功
- 六、特许人提供了完全的培训

24.2 成功特许经营的特征

- 一、特许人提供具有竞争力优势的产品和服务并以此作为特许经营体系的任务
- 二、经过时间考验的标准的特许经营体系
- 三、特许人的有力支持
- 四、足够的财政资金和管理经验
- 五、特许人与受许人坚强的、良好的互利关系
- 六、特许人为受许人提供的是符合市场要求的畅销产品而不是所有的产品
- 七、特许人拥有良好的声誉
- 八、特许人拥有已经制定的、精心策划的营销和商业计划，并向潜在受许人提供重要的完整的培训

九、特许经营单店的良好投资收益报表

24.3 受许人与独立创业人的不同——你是否适合做受许人

- 一、独立创业人需要创新，受许人需要谨慎
- 二、独立创业人高度独立，受许人必须愿意接受指导
- 三、独立创业人承受的风险比受许人高
- 四、独立创业人需要广博的知识，受许人更注重专业的知识
- 五、独立创业人需要和创造的资源比受许人多

24.4 受许人应该具备的基本资源

- 一、资金资源
- 二、个人资源
- 三、宏观环境资源
- 四、一些基础性资源，比如一处可得的单店地址

24.5 谨防来自特许经营的另类欺诈

- 一、自己封自己，“教授”满天飞
- 二、人人是顾问，功夫全在嘴
- 三、培训遍中国，到处是认证
- 四、“攒”书“大家”，瞒天过海
- 五、宣传上的夸大其词、无中生有

练习与思考

1. 查找特许经营企业的宣传案例，指出哪些是带有明显的误导成分的。
2. 除了文中列出的之外，你认为一个成功特许经营还应具备哪些特征？
3. 如果准备创业，你准备采取哪种方式呢？你会选择特许经营么？为什么？
4. 试为受许人必须具备的资源按重要性、容易获得性等方面排列一个顺序。
5. 搜索特许经营类的网站或通过查阅别的途径（书籍、宣传等），举例指出特许经营中的另类欺诈问题，并指出应如何避免这些欺诈。

第 25 章 如何成功加盟

[本章要点]

本章主要讲解如何购买一个成功的特许经营，分别从成功购买特许经营权的九步攻略、受许人制定特许经营商业计划、如何外取创业所需的财务资源等几个方面进行阐述。目的是使读者能切实地成功购买一个特许经营权，并掌握制定特许经营商业计划、为创业筹集必需资金的方法。

[教学总进程课时安排]

本章课时为 2-3 学时，必要时可缩短或延长。

25.1 成功购买特许经营权的九步攻略

潜在受许人的购买特许经营权应该遵循一定的科学流程和步骤（见下图），以确保在购买的过程中将风险和损失减至最低。

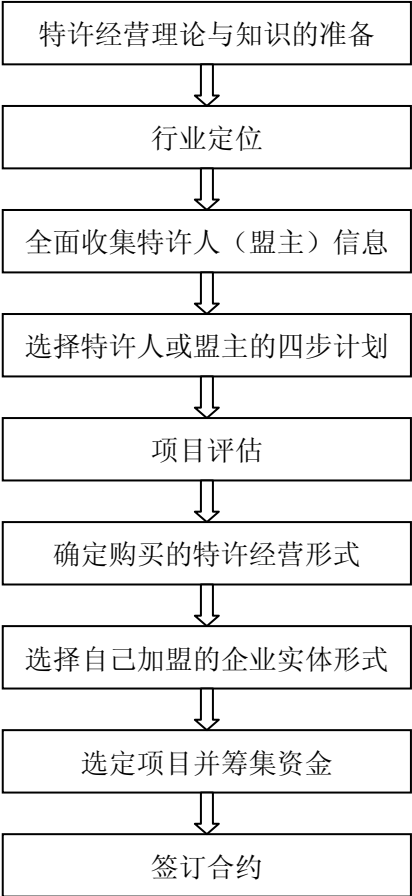


图 25-1 购买特许经营权的九步攻略

25.2 受许人制定特许经营商业计划

第一部分：封面

第二部分：执行概要

第三部分：关于企业

第四部分：财务数据

第五部分：附件

25.3 如何外取创业所需的财务资源

一、借用外部财务资源

- (一) 关系资源
- (二) 顾客
- (三) 股东
- (四) 政府
- (五) 供应商
- (六) 员工

二、以交易方式获得外部财务资源

三、协作、战略联盟与购并

练习与思考

1. 试为评估盟主建立一个科学的评估模型。
2. 此处的特许经营商业计划可以借鉴本书前文所讲的特许经营可行性分析报告的什么方面？
3. 如果准备创业，你会选择特许经营么？为什么？
4. 制定一份虚拟的受许人的特许经营商业计划。
5. 请思考，财务资源的自制有那些方法？

附 录

附录 A 商务部令 2004 年第 25 号《商业特许经营管理办法》

附录 B 《市政公用事业特许经营管理办法》

附录 C 智利的公共工程特许经营制

附录 D 国内的特许经营相关法律法规、政策

尽管国外发达国家的特许经营方面的专门法律法规比较健全,我国在特许经营的立法方面却明显处于落后的地步,而且迄今为止,国内尚没有全国性的专门的特许经营法律法规出现。但我们信心十足地预计,随着特许经营的进一步发展、随着国内法律法规建设步伐的加快,国内有关特许经营方面的专门性法律法规很快就会出台。

目前,国内特许经营的法律法规管理基本上依靠一些其余的相关法律法规来进行,除了《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国专利法》、《计算机软件保护条例》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国仲裁法》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国消费者权益法》、《中华人民共和国产品质量法》等等经济方面的普适性法律外,还有一些和特许经营关系较为紧密的法律法规,限于篇幅,本书仅按时间从近向远地举出数例:

- 《连锁超级市场、便利店管理通用要求术语规范》
- 《连锁超级市场、便利店管理通用要求 门店管理规范》
- 《连锁超级市场、便利店管理通用要求 总部管理规范》
- 《关于加强连锁企业商品质量管理促进连锁经营发展的通知》
- 《连锁店经营管理规范意见》
- 《关于连锁店登记管理有关问题的通知》
- 《关于连锁店经营专营商品有关问题的通知》
- 《企业连锁经营有关财务管理问题的暂行规定》
- 《关于连锁经营企业增值税纳税地点问题的通知》
- 《商业特许经营管理办法(试行)》(已作废)
- 《上海市商业连锁企业若干规定》
- 《零售业态分类规范意见(试行)》
- 《外商投资商业企业试点办法》
- 《关于进一步规范特许加盟活动的通知》
- 《文化部关于促进和规范音像制品连锁经营的通知》
- 《关于规范加油站特许经营的若干意见》
- 《全国连锁经营“十五”发展规划》

《文化部关于加强互联网上网服务营业场所连锁经营管理的通知》

《国家税务总局关于开展对外国企业取得利息、特许权使用费等征收企业所得税和营业税专项检查的通知》

《关于开展打击商业欺诈专项行动的通知》

《关于促进流通业发展的若干意见》

附录 E 美国特许经营的若干法规

附录 F 2005 年中国商业十大新闻

主要参考文献

- 1 李维华.如何编制特许经营手册 107 问.北京:机械工业出版社,2006
- 2 李维华主编.孙连会著.特许经营法律精要.北京:机械工业出版社,2006
- 3 李维华主编.徐重九著.餐饮特许经营实务.北京:机械工业出版社,2005
- 4 李维华.特许经营理论与实务.北京:机械工业出版社,2005
- 5 (美)彼得·M·伯克兰德著.李维华,陆颖男译.特许经营之梦.北京:机械工业出版社,2005
- 6 (美)安德鲁·J·西尔曼编著.特许经营手册.李维华等译.北京:机械工业出版社,2005
- 7 (美)罗伯特·贾斯汀,理查德·加德著.特许经营.李维华等译.北京:机械工业出版社,2005
- 8 (美)罗伯特·T·贾斯蒂斯,威廉·斯莱特·文森特著.特许经营致富.李维华等译.北京:机械工业出版社,2004
- 9 (美)罗伯特·L·普尔文著.如何避免特许经营欺诈.李维华译.北京:机械工业出版社,2004
- 10 (英)马丁·门德森著.李维华,陆颖男译.特许经营指南.北京:机械工业出版社,2004
- 11 李维华主编.王云等著.如何开一家成功的时装店.北京:机械工业出版社,2004
- 12 李维华主编.仇一等著.如何开一家成功的餐饮店.北京:机械工业出版社,2004
- 13 朱明侠,李维华.特许经营在中国.北京:机械工业出版社,2004
- 14 李维华.企业全面资源运营论.北京:机械工业出版社,2003
- 15 李维华等编著.特许经营概论.北京:机械工业出版社新华出版社,2003
- 16 (美)Keup, E. J.著.特许经营宝典.李维华等译.北京:机械工业出版社,2003
- 17 (美)Ann Dugan 著.特许经营 101.李维华等译.北京:机械工业出版社,2003
- 18 李维华.如何制定连锁经营的操作手册.连锁与特许,2003(45):41
- 19 李维华.资源观的演化及全面资源论下的资源定义.管理科学文摘,2003(2):10
- 20 李维华,魏法杰.成也统一,败也统一.连锁与特许,2004,(59)6:52
- 21 李维华.特许权与特许经营费用研究.连锁与特许·专家论坛,2004,(57)4:58
- 22 李维华.是商机还是陷阱 知识给你答案.销售与市场,2004,(160)6:64
- 23 李维华,魏法杰.发现资源.经营与管理:2004,(239)5:45
- 24 李维华.企业环境与资源运营.企业改革与管理:2004(5):14
- 25 李维华.“加盟”成为“放大器”的本质和条件.销售与市场,2004,(163)7:9
- 26 李维华.谨防另类欺诈.连锁与特许,2005,(3)68:44
- 27 李维华.政府特许经营的演化辨析.经济管理,2005,(6)
- 28 李维华.特许经营的本质研究.连锁与特许,2005,(6)
- 29 李维华.特许经营是企业拓展的有效方式.国际商务,2005(9)
- 30 李维华.特许经营的未来趋势.连锁与特许:2005(76)11:52
- 31 李维华.片面的“开源节流”要不得.连锁与特许:2006(80)3:12-13
- 32 仇一主编.一个餐饮帝国的梦想.重庆小天鹅集团,2003
- 33 贺昆主编.克隆名店——特许经营的投资与管理.北京:新华出版社,2003
- 34 赵涛主编.特许经营管理.北京:北京工业大学出版社,2002
- 35 周建.战略联盟与企业竞争力.上海:复旦大学出版社,2002
- 36 赵盛斌.连锁经营管理实务.深圳:海天出版社,2001
- 37 申光龙,寇小萱.论企业的资源外取战略.天津商学院学报,2001,21(1):26
- 38 罗珉编著.资本运作:模式、案例与分析.成都:西南财经大学出版社,2001

- 39 王霖编著.特许经营.北京：中国工人出版社，2000
- 40 蔡明烨编著.商店 连锁店 超市经营规划和作业设计.上海：上海三联书店，1999
- 41 王利平编著.连锁商店经营与发展.北京：中国人民大学出版社，1999
- 42 成栋编著.连锁商店计算机管理系统.第2版.北京：中国人民大学出版社，1999
- 43 陈东升等.资本运营.北京：企业管理出版社，1998
- 44 江景波等编著.网络技术原理及应用.上海：同济大学出版社，1997
- 45 （美）杰克·吉多（Jack Gido），詹姆斯·P·克莱门斯（James P. Clements）.成功的项目管理.张金成等译，北京：机械工业出版社，2001
- 46 （美）波特尼.如何做好项目管理.宁俊等译.北京：企业管理出版社，2001
- 47 （英）马丁·所罗门.培训战略与实务.孙乔，任雪梅，刘秀玉译.北京：商务印书馆国际有限公司
- 48 （英）格里·约翰逊，凯万·斯科尔斯.公司战略教程.金占明、贾秀梅译.北京：华夏出版社，1998
- 49 Gerry Johnson, Kevan Scholes, Exploring Corporate Strategy, Prentice Hall, 1993
- 50 J. Ward.Productivity Through Project Management: Controlling the Project Variables, Information Systems Management.Winter: 1994
- 51 H. Thamhain.Best Practices for Controlling Technology-Based Projects.Project Management Journal, 1996 (11) : 38
- 52 Dr. Timothy Bates.Franchise Startups: Low Profitability and High Failure Rates.EGII News, 1993 (11) : 9

《零售管理》教学大纲

陈曦 编写

目 录

前 言.....	5
一、课程简介.....	5
二、编写目的.....	5
三、授课形式及考核方式.....	5
第一章 零售概述.....	6
第一节 零售与零售业.....	6
一、零售.....	6
二、零售商.....	6
三、零售企业的特点.....	6
四、零售企业的功能.....	6
第二节 零售企业的类型与业态.....	7
一、零售企业的类型.....	7
二、零售业态.....	7
第三节 零售业的发展状况.....	9
一、零售业的发展历程.....	9
二、我国最早的零售业.....	9
三、建国以来我国商业发展经历的五个阶段.....	9
四、我国零售业面临的形势.....	9
五、我国零售业存在的问题.....	9
六、我国零售业发展趋势.....	9
本章思考题：.....	10
第二章 零售业态的选择.....	11
第一节 零售业态的含义.....	11
第二节 百货商店.....	11
一、百货商店.....	11
二、百货商店的发展.....	11
第三节 超级市场.....	11
一、超级市场的定义.....	11
二、超级市场的特征.....	12
第四节 专业店与专卖店.....	12
一、专业店.....	12
二、专卖店.....	12
第五节 便利店.....	13
第六节 仓储式商店.....	13
第七节 购物中心.....	13
一、购物中心.....	13
二、购物中心的特点：.....	13
第八节 无店铺零售业态.....	14
一、自动售货机.....	14
二、邮购商店.....	14
三、网络商店.....	14
本章思考题：.....	14
第三章 零售竞争战略.....	15
第一节 建立零售竞争优势.....	15
一、竞争优势的来源.....	15
二、可持续竞争优势.....	15
第二节 环境分析与确定竞争战略.....	15

一、宏观环境分析.....	15
二、行业竞争环境分析.....	15
三、内部环境分析.....	15
四、市场定位.....	15
五、市场细分.....	15
六、竞争战略选择.....	15
第三节 成本领先战略.....	16
第四节 差异化战略.....	16
第五节 目标集聚战略.....	16
本章思考题：.....	16
第四章 零售扩张战略.....	17
第一节 零售扩张战略组合.....	17
一、地理战略.....	17
二、扩张路径.....	18
三、扩张速度.....	18
四、多元化扩张.....	18
五、国际化扩张.....	18
第二节 商圈分析.....	19
一、商圈构成及影响因素.....	19
二、商圈划定方法.....	19
第三节 商店位置选择.....	20
一、商店选址的原则.....	20
二、商店位置类型的设计.....	20
三、位置选择因素分析.....	21
四、店址评估.....	21
五、选址分析报告.....	21
六、两种具体的选址方法.....	22
本章思考题：.....	22
第五章 零售组织设计.....	23
第一节 组织结构设计要求.....	23
一、目标市场的需要.....	23
二、公司管理部门的需要.....	23
三、员工的需要.....	23
第二节 组织结构设计程序.....	23
一、弄清楚公司要履行的商业职能.....	23
二、将各职能活动分解成具体的工作任务.....	23
三、设立岗位，明确职责.....	23
四、建立组织机构.....	23
第三节 组织结构类型.....	24
一、小型独立商店的组织结构.....	24
二、百货商店的组织结构.....	24
三、区域连锁商店的组织结构.....	24
第四节 组织文化.....	24
一、组织文化的表现和内涵.....	24
二、强文化和弱文化.....	24
三、重塑组织文化.....	24
本章思考题：.....	24
第六章 商品规划.....	26
第一节 商品经营范围的确定.....	26
一、商品分类.....	26

二、商品政策.....	26
三、商品结构策略.....	27
四、确定商品范围的考虑因素.....	27
第二节 商品结构优化.....	27
一、商品结构调整依据.....	27
二、新产品的引入.....	28
三、滞销商品的淘汰.....	28
四、畅销商品的培养.....	28
第三节 自有品牌的开发.....	29
一、国外自有品牌的发展.....	29
二、国内自有品牌的开发.....	29
本章思考题：.....	29
第七章 采购管理.....	30
第一节 商品采购流程.....	30
一、建立采购组织.....	30
二、制定采购计划.....	30
三、确定供应商及货源.....	30
四、谈判及签约.....	31
五、商品导入作业.....	31
六、再订购商品.....	31
七、定期的评估与改进.....	31
第二节 采购制度与人员管理.....	31
一、采购制度.....	31
二、采购人员及其考核.....	32
第三节 商品采购决策.....	32
一、商品采购品种的确定.....	32
二、商品采购预算的确定.....	32
三、商品采购数量的确定.....	32
四、商品采购时间的确定.....	32
本章思考题：.....	33
第八章 促销管理.....	34
第一节 零售促销及其组合要素.....	34
一、零售促销的定义.....	34
二、零售促销活动类型.....	34
三、促销组合因素.....	34
第二节 零售促销策划.....	34
一、确定促销目标.....	34
二、制定总体促销预算.....	35
三、选择促销组合.....	35
四、执行促销策划.....	35
五、评估促销效果并总结.....	35
第三节 零售广告.....	35
一、零售广告的特点.....	35
二、零售广告媒体选择.....	36
第四节 销售促进.....	36
一、销售促进的概念及特点.....	36
二、销售促进方式.....	37
第五节 零售公共关系.....	37
一、公共关系的特点.....	37
二、公共关系活动形式.....	37

本章思考题：	38
第九章 服务管理.....	39
第一节 服务的重要性.....	39
一、服务及其特性.....	39
二、零售服务类型.....	39
三、顾客服务的作用.....	40
第二节 零售服务设计.....	40
一、期望服务与容忍区域.....	40
二、顾客服务水平设计.....	40
第三节 服务质量的改进.....	41
一、服务质量差距模型.....	41
二、缩小服务质量差距.....	41
本章思考题：	41
第十章 商场设计与商品陈列.....	42
第一节 商场设计.....	42
一、店面布局.....	42
二、色彩的运用.....	43
三、商场照明.....	43
四、音乐与气味.....	43
第二节 货位布局.....	43
一、空间分配.....	44
第三节 商品陈列.....	44
一、商品群.....	44
二、商品陈列艺术.....	44
三、橱窗展示.....	45
本章思考题：	45

前 言

课程名称：零售管理/Retail Management

总学时： 36

学分： 2

先修课程：管理学原理、市场营销学等

开课单位：商学院工商管理研究所

授课对象：商学院工商管理专业市场营销方向本科生

授课工具：多媒体

教材：迈克尔·利维，巴顿 A. 韦茨著；郭武文，王千红，刘瑞红等译《零售学精要》，机械工业出版社，2000.4

参考书：巴里·伯曼，乔·R. 埃文斯，《零售管理》，吕一林、熊鲜菊译，中国人民大学出版社，2002 年版。

李飞，《世界名店》，经济管理出版社，2001 年 10 月。

一、课程简介

零售管理是研究向最终消费者个人或社会集团出售生活消费品或非生产性消费品及其服务，以供其最终消费之用的全部活动。内容包括零售管理的基本知识，零售经营业态选择，零售环境分析，零售商圈与选址，零售店面广告设计，零售商品管理，零售营销管理，零售企业组织及人员管理，零售业绩考核等。

二、编写目的

通过本课程的学习，使学生具备零售管理的基本知识，掌握零售管理的基本概念，熟悉零售业的现状及存在的问题，能运用零售竞争战略分析，零售扩张进行组织设计，掌握零售经营管理决策，能结合实际，提高分析问题和解决问题的能力，从而为以后的学习和工作打下必要的基础。

三、授课形式及考核方式

本课程的教学方法以课堂讲授教学为主，以实践和课堂讨论为辅。主要的教学手段包括：

- 1、课堂讲授：系统地向学生传授基础知识。
- 2、课堂讨论：通过引导学生参与讨论加深学生对基本知识的理解。
- 3、课后作业：适量的课后思考督促学生进行更深入的思考。
- 4、小组项目：提供调研课题与经典案例，学生分组讨论、课堂陈述并上交报告。
- 5、结课成绩=平时成绩*20%+期末考试成绩*80%

第一章 零售概述

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

- 1，掌握零售与零售业的概念；
- 2，熟悉零售组织发展规律；
- 3，了解西方零售业的重大变革与中国零售业发展的机遇与挑战。

第一节 零售与零售业

一、零售

零售是将产品和服务销售给最终消费者，以供个人家庭使用，从而增加产品和服务价值的一种商业活动。

零售具有如下特点：1、零售是最终的销售活动 2、零售不仅出售商品，同时也提供服务 3、零售不仅指个人家庭的购买者，也包括非生产性购买的社会集团购买。

二、零售商

以零售活动为基本职能，将产品和服务出售给最终消费者供其个人使用的一种商业企业，是介于制造商、批发商和消费者之间，以赢利为目的的从事零售活动的经济组织。

三、零售企业的特点

- （一）零售企业的服务对象是最终消费者
- （二）零售企业交易次数频繁, 交易批量小
- （三）零售企业经营品种繁多
- （四）零售企业经营受消费者购买心理和行为影响较大
- （五）零售企业经营对环境和条件的依赖较大
- （六）经营场所分散, 经营受商圈的限制

四、零售企业的功能

- （一）商品分类组合及备货功能
- （二）服务功能
- （三）娱乐休闲功能
- （四）金融功能
- （五）承担分险功能
- （六）传递信息功能

第二节 零售企业的类型与业态

一、零售企业的类型

（一）按所有制形式分类：

可分为国有零售企业、集体零售企业、私营及个体零售企业、合资或外资独资零售企业 股份制零售企业。

（二）按组织形式分类：

可分为单体企业、连锁企业、集团企业

（三）按业态分类

可分为食杂店、便利店、超市、大型综合超市、仓储商店、专卖店、百货店、购物中心、折扣店、网上购物及其它无店铺销售、商品交易市场。

（四）按规模分类

可分为大型、中型、小型。

二、零售业态

零售企业为满足不同的消费需求进行相应的要素组合而形成的不同经营形态。

（一）食杂店：

是以香烟、酒、饮料、休闲食品为主，独立、传统的无明显品牌形象的零售业态。

其结构特点为：

- 1、选址：一般位于居民区内或传统商业区内。
- 2、商圈与目标顾客：辐射半径 0.3 公里，目标顾客以相对固定的居民为主。
- 3、营业面积：一般在 100 平方米以内。
- 4、商品（经营）结构：以香烟、饮料、酒、休闲食品为主。
- 5、商品售卖方式：柜台式和自选式相结合。
- 6、服务功能：营业时间 12 小时以上。
- 7、管理信息系统：初级或不设立。

（二）便利店：

以自选销售为主，销售小容量、应急性的食品、日常生活用品，和提供商品性服务，满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。

结构特点：

1、选址：商业中心区、居住区、交通要道以及车站、医院、学校、娱乐场所、办公楼、加油站等公共活动区。

2、商圈与目标顾客：商圈范围小，顾客步行 5 分钟到达，目标顾客主要为单身者、年轻人。3. 顾客多为有目的的购买。

3、营业面积：100 平方米左右，使用率高。

4、商品（经营）结构：即时食品、日用小百货为主，有即时消费性、小容量、应急性等特点。

5、商品品种在 3000 种左右，售价高于市场平均水平。

6、商品售卖方式：以开架自选为主，结算在收银处统一进行。

7、服务功能：营业时间 16 小时以上，提供即时性食品的辅助设施，开设多项商品性服务项目。

8、管理信息系统：程度较高。

（三）折扣店：

是店铺装修简单,提供有限服务,商品价格低廉的一种小型超市业态。拥有不到 2000 个品种,经营一定数量的自有品牌商品。

其结构特点:

- 1、选址:居民区、交通要道等租金相对便宜的地区。商圈与目标顾客:辐射半径 2 公里左右,目标顾客主要为商圈内的居民。营业面积:300-500 平方米。
- 2、商品(经营)结构:商品价格一般低于市场平均水平,自有品牌占有较大的比例。
- 3、商品售卖方式:开架自选,统一结算。
- 4、服务功能:用工精简,为顾客提供有限的服务。
- 5、管理信息系统:一般。
- 6、店址为租金低的地区。

(四) 超级市场:

采取自选销售方式、以销售生鲜商品、食品和向顾客提供日常必需品为主要目的的零售业态。

特点:

- 1、选址:市、区商业中心、居住区。商圈与目标顾客:辐射半径 2 公里左右,目标顾客以居民为主。
- 2、营业面积:营业面积 6000 平方米以下。
- 3、经营结构:经营包装食品和日用品。食品超市与综合超市商品结构不同。
- 4、商品售卖方式:自选销售,出入口分设,在收银台统一结算。
- 5、服务功能:营业时间 12 小时以上。
- 6、管理信息系统:程度较高。

(五) 大型综合超市

采取自选销售方式,以销售大众化实用品为主,并将超级市场和折扣商店的经营优势合为一体的、满足顾客一次性购全的零售业态。

(六) 仓储式商店

采取自选销售方式,以销售大众化实用品为主,并实行储销一体,低价销售和提供有限服务的零售业态。

(七) 专业店以专门经营某一大类商品为主的零售业态。

(八) 购物中心是多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一种建筑物内或一个区域内,向消费者提供综合性服务的商业集合体。

(九) 厂家直销中心由生产商直接设立或委托独立经营者设立,专门经营本企业品牌商品,并且多个企业品牌的营业场所集中在一个区域的零售业态。

(十) 其他业态

电视购物:以电视作为向消费者进行商品推介展示的渠道,并取得订单的零售业态。

邮购:以邮寄商品目录为主向消费者进行商品推介展示的渠道,并通过邮寄方式将商品送达给消费者的零售业态。网上商店:通过互联网络进行买卖活动的零售业态。自动售货亭:通过售货机进行商品售卖活动的零售业态。电话购物:主要通过电话完成销售或购买活动的一种零售业态。

第三节 零售业的发展状况

一、零售业的发展历程

零售业共有五次革命，分别是：

第一次革命：百货店的兴起

第二次革命：超级市场的诞生

第三次革命：连锁经营的发展

第四次革命：无人售货方式的出现

第五次革命：电子商务的开发应用

二、我国最早的零售业

我国第一家百货商店：1900 年哈尔滨秋林公司

三、建国以来我国商业发展经历的五个阶段

1949 年----1956 年 规模形成阶段

1957 年----1989 年 停滞阶段

1990 年----1997 年 急剧膨胀阶段

1998 年----2000 年 低迷萧条阶段

2001 年----2008 年 加速发展阶段

四、我国零售业面临的形势

- （一）零售总额持续增长, 零售业快速发展
- （二）多种业态并存, 新型态不断涌现
- （三）外商由抢滩登陆, 进入全方位扩张时代
- （四）生产流通一体化与供应链管理
- （五）规模优势明显突出, 已进入调整重整发展时期
- （六）竞争加剧, 优胜劣汰

五、我国零售业存在的问题

- （一）社会化程度低
- （二）组织文化程度低
- （三）信息化程度低
- （四）标准化程度低
- （五）法制化程度低
- （六）国际化程度低

六、我国零售业发展趋势

规模两极化、管理信息化、业态多样化、流程标准化、选址郊外化、本国际化、品牌自有化、产权多元化、组织连锁化、管制规范化、配送社会化。

本章思考题：

- 1，零售的概念是什么？
- 2，零售商是指什么？
- 3，零售业态有哪些？
- 4，中国零售业的机遇与挑战有哪些？

第二章 零售业态的选择

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

- 1，掌握零售业态的含义；
- 2，熟悉百货商店、超级市场、专业店与专卖店等业态形式的含义；
- 3，了解各类业态组织形式的特点。

第一节 零售业态的含义

零售业态是指零售企业为满足不同的消费需求而形成的不同的经营形态。零售业态的分类主要依据零售业的选址、规模、目标顾客、商品结构、店堂设施、经营方式、服务功能等确定。

第二节 百货商店

一、百货商店

百货商店（department store）是指经营包括服装、家电、日用品等众多种类商品的大型零售商店。它是在一个大建筑物内，根据不同商品部门设销售区，采取柜台销售和开架面售方式，注重服务功能，满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态。

二、百货商店的发展

西方传统百货商店经营困难的主要原因：

- （一）百货商店之间竞争激烈
- （二）其他零售业态迅速成长起来，纷纷蚕食百货商店的市场份额
- （三）选址在城市中心，由于人口向郊区迁移，城市通拥挤，停车困难，人们去市中心百货商店购物的欲望逐渐降低
- （四）对价格敏感的消费者比过去任何时候都多，他们被折扣商店所吸引
- （五）传统百货公司在顾客市场细分方面很差，经常改变其战略方向，或其管理有时过于分散化，导致它们在消费者心目中的形象过于模糊。

第三节 超级市场

一、超级市场的定义

超级市场（Supermarket）是实行自助服务和集中式一次性付款的销售方式，以销售包装食品、生鲜食品和日常生活用品为主，满足消费者日常生活必需品需求的零售业态，普遍实行连锁经营方式。

超级市场可分为两种类型：普通超级市场（或称标准超市、生鲜超市）、大型综合超市（或称

大卖场 GMS)

二、超级市场的特征

- (一) 以食品为经营重点，基本上满足食品购买者一次购齐的要求
- (二) 采取开架自选、自我服务、一次结算的售货方式
- (三) 廉价销售，商品周转速度快
- (四) 具有一定规模
- (五) 店址主要设在居民住宅区或郊区
- (六) 现代化设备及管理

第四节 专业店与专卖店

一、专业店

专业店 (specialty store) 指经营某一大类商品为主的，并且具备有丰富专业知识的销售人员和适当的售后服务，满足消费者对某大类商品的选择需求的零售业态。

专业店的特点是：

- (一) 选址多样化，多设在繁华商业中心、商店街或百货商店、购物中心内
- (二) 营业面积根据主营商品特点而定
- (三) 商品结构体现专业性、深度性、品种丰富，选择余地大，主营商品占经营商品的 90%
- (四) 经营的商品、品牌具有自己的特色
- (五) 采取定价销售和开架销售
- (六) 从业人员需具备丰富的专业知识

二、专卖店

专卖店 (exclusive shop) 指专门经营或授权经营制造商品牌，适应消费者对品牌选择需求和中间商品牌的零售业态。

专卖店的特点是：

- (一) 选址在繁华商业区、商店街或百货商店、购物中心内；
- (二) 营业面积根据经营商品的特点而定；
- (三) 商品结构以著名品牌、大众品牌为主；
- (四) 销售体现在量小、质优、高毛利；
- (五) 商店的陈列、照明、包装、广告讲究；
- (六) 采取定价销售和开架销售；
- (七) 注重品牌名声、从业人员必须具备丰富的专业知识，并提供专业知识性服务。

第五节 便利店

便利店（convenience store）是一种以自选销售为主，销售小容量应急性的食品、生活用品和提供商品性服务，满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。

便利店的特征：

- （一）选址在居民区、交通要道、娱乐场所、机关、团体、企事业单位等消费者集中的地方；
- （二）商店面积在 100 平方米左右；
- （三）步行购物 5~7 分钟可到达；
- （四）商店结构以速成食品、饮料，小百货为主；
- （五）营业时间长，一般在 16 小时以上，甚至 24 小时，终年无休日；
- （六）以开架自选为主，结算在收银机统一进行。

案例：日本 7-11 便利店

第六节 仓储式商店

仓储式商店（Warehouse Store），是一种仓库与商场合二为一，主要设在城乡结合部，装修简朴，价格低廉，服务有限，并实行会员制的一种零售经营形式。

仓储式商店的特点：

- （一）经营范围广泛，包括食品、日用品、耐用品等；
- （二）规模较大，设备简陋，人员较少，费用和价格较低；
- （三）批量作价，多是成件或大包装出售；
- （四）开架售货，附设大型停车场；
- （五）多实行会员制。

第七节 购物中心

一、购物中心

购物中心（shopping center/ shopping mall）是由开发商统一规划、建设和管理的商业设施，拥有大型核心店、多样化商品街和停车场，能满足消费者的购买需求与日常生活活动的商业场所。

两种形式：

- 1、条块状型（String Centers）。以开放式的小路连接各个商店和服务设施。
- 2、Mall 型。是一个屋檐下的巨大室内购物场所，各类商店由封闭式道路连接，转角上一般有较大零售业态，专业术语叫“锚定”（Anchor）

二、购物中心的特点：

- （一）由开发商有计划地建造，实行统一管理，共同开展广告宣传活动。
- （二）内部结构由百货商店或超级市场作为核心店，以及各类专业店、专卖店等零售业态和餐饮、娱乐设施构成。

- (三) 服务功能齐全，集零售、餐饮、娱乐为一体。根据销售面积，设相应规模的停车场。
- (四) 地址一般设在商业中心区或城乡结合部的交通枢纽交汇点。
- (五) 商圈根据不同经营规模、经营商品而定。
- (六) 设施豪华、店堂典雅、宽敞明亮，实行卖场租赁制。
- (七) 目标顾客以流动顾客为主。

案例：金源燕沙购物中心

第八节 无店铺零售业态

一、自动售货机

二、邮购商店

三、网络商店

本章思考题：

- 1，什么是百货商店？
- 2，连锁经营的含义？
- 3，便利店的定义与特征是什么？
- 4，无店铺的销售形式都有哪些？
- 5，超级市场有哪些特征，其分类是怎样的？

第三章 零售竞争战略

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

- 1，熟悉零售竞争优势的来源；
- 2，了解可持续竞争优势如何建立；
- 3，熟悉三种竞争战略的含义与特点。

第一节 建立零售竞争优势

竞争优势是指零售商拥有不同于竞争对手的独特能力，这一能力使其在某一零售市场上处于领先地位，能超越竞争对手的某些方面而赢得消费者。

一、竞争优势的来源

二、可持续竞争优势

可持续竞争优势是指零售商具有可以在市场竞争中长期保持竞争优势的能力，它往往来自于企业的核心能力。

第二节 环境分析与确定竞争战略

一、宏观环境分析

包括政治法律因素、经济因素、社会文化因素、技术因素

二、行业竞争环境分析

共竞争类型分析与竞争结构分析两种行业竞争环境分析的方法。

三、内部环境分析

利用 SWOT 分析方法，找出零售商的优势、劣势、机会和威胁，并识别组织的机会。

四、市场定位

定位是指零售商通过对一种零售活动组合的设计和贯彻，使顾客在比较自己与其他竞争对手时，能在心目中确立一个清晰的和有特色的商店形象（image）。

五、市场细分

六、竞争战略选择

第三节 成本领先战略

成本领先战略就是指通过采用一系列针对本战略的具体措施在本行业中赢得总成本领先。与采取其它战略的企业相比，尽管它在质量、服务以及其它方面也不容忽视，但贯穿于整个战略中的主题是使成本低于竞争对手。为了达到这些目标，企业必须在经营管理方面进行严格控制，发现和开发所有成本优势的资源。

第四节 差异化战略

差异化是企业可以选择的第二种基本战略。根据波特的竞争战略理论，在差异化战略指导下，企业力求就顾客广泛重视的一些方面在产业内独树一帜，它选择在本行业内许多顾客视为重要的一种或多种特质，并为其选择一种独特的地位以满足顾客的需要，它将因其独特的地位而获得溢价的报酬。

第五节 目标集聚战略

目标集聚战略是企业可选择的第三种基本战略，它要求企业着眼于本行业内一个狭小空间内作出选择。这一战略与其它战略不同，企业选择行业内一种或一组细分市场，并量体裁衣使其战略为这一细分市场顾客服务，通过为其目标市场进行战略优化，集聚战略的企业致力于寻求其目标市场上的竞争优势，尽管它并不拥有在全面市场上的竞争优势。

目标集聚战略有两种形式：成本集聚战略：企业寻求其目标市场上的成本优势；差异化集聚战略：企业追求其目标市场上的差异化优势。

本章思考题：

- 1，现代零售业的三种基本战略是什么？
- 2，什么是目标集聚战略，它有哪些形式？
- 3，什么是差异化战略，企业如何差异化？

第四章 零售扩张战略

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

1. 了解零售商的扩张战略组合要素
2. 掌握商圈的构成、影响商圈形成的因素、商圈划定的方法、商圈分析的要点
3. 掌握商店位置选择的原则、类型以及影响因素
4. 掌握商店选址的基本方法和商店选址报告的内容

第一节 零售扩张战略组合

一、地理战略

1. 区域性集中布局战略

指在一个区域内集中资源密集开店，形成压倒性优势，以达到规模效应目的。这种网点布局一是可以降低连锁企业的广告费用。在一个区域内开店越多，广告费用越低。二是可以提高形象上的相乘效果。在同一个地区开设多家店铺，会很容易树立该零售商的形象，提高知名度。三是节省人力、物力、财力，提高管理效率。总部管理人员可以在各个店铺之间合理分配时间，不必担心由此所带来的不便和往来费用，在同样的时间内增加巡回次数，对每家店铺的指导时间增加，便于对各店铺的管理。四是可以提高商品的配送效益。为了使各店铺的存货降至最低，通常要求配送中心必须采取多种类、小数量、多批量的配送方式。这样在同一地区店铺越多，分摊到各店铺的运输费用也越低。

2. 物流配送辐射范围内的推进战略

零售商在考虑网点布局时，先确定物流配送中心的地址，然后以配送中心的辐射范围为半径向外扩张。这种战略与上面所述的集中布局战略有些近似，但更注重配送中心的服务能力，以求充分发挥出配送潜力。配送中心的辐射范围一般以配送车辆每小时 60-80 公里的速度，在一个工作日（12 小时/24 小时）内可以往返配送中心的距离来测算。零售商在配送中心的辐射范围内不断开设新店，可以合理规划运输路线，统一采购，集中配送，在削减车辆台数的情况下，也能集中资源按时配送。对店铺而言，可以尽量缩短订货到送货的时间，提高送货效率，防止缺货，提高商品的新鲜度。这种布局战略对要求商品配送快捷高效的零售业态如标准超市、便利店等尤为适用。

3. 弱竞争市场先布局战略

指零售商优先将店铺开设在商业网点相对不足的地区，或竞争程度较低的地区，以避免强大竞争对手，站稳脚跟。较偏远的地区，或城市郊区，往往被大型连锁零售商所忽略，那里租金低廉、开店成本低，商业网点相对不足，不能满足当地居民的需要，零售商在该地区容易形成优势，取得规模效益，以便后来居上。沃尔玛创业初期即采取这种布局战略，从而有效地避开了与竞争对手正面冲突。采取这种战略的零售商要充分考虑自己物流配送的能力，如果店铺之间跨度太大，企业物流配送跟不上，难以满足各店铺的配送需求；同时，由于不同地区的市场差异性太大，企业难以根据不同市场的要求选择适销对路的商品，满足消费者的需要。

4. 跳跃式布局战略

指零售商在主要的大城市或值得进入的地区分别开设店铺。这种战略往往是零售商希望占领某个大区域市场，先不计成本，不考虑一城一池的得失，而是先考虑网络的建设，对有较大发展前途

的地区和位置，先入为主，抑制竞争对手的进入。这实际上是对未来行为的一种提前。对这些地区，零售商以后一定会进入，而由于各种竞争关系，未来的进入成本必然高于目前。跳跃式布局的好处有两点：一是这样可以分散地理上的风险，当一个地区经济出现衰落，不至于面临全盘失败；二是假设一种经营模式要在全中国实行的话，如果这种模式对地点有特殊要求，那么尽早主要市场锁定理想地点的租赁合同将使零售商扩张活动变得更为主动。

二、扩张路径

零售商扩张的路径主要有两种选择，一种是滚动发展战略，另一种是收购兼并战略。两种战略各有利弊，需要根据企业自身的实际情况灵活运用。

滚动发展战略是指通过自己的投资，建立新的零售门店，通过自身力量逐步发展壮大。这种扩张路径可以使新门店一开始就能按企业统一标准运行，有利于企业的一体化管理，原先的经营理念 and 模式也能得到充分的检验和修正。但这种方式前期投入需要较多资金，且零售商对新区域的市场有一个了解、认识、把握的过程，当地消费者需要时间了解、接受新的进入者。

收购兼并战略是指采用资本运营的方式，将现有的零售企业收购、兼并过来，再进行整合，使兼并企业能与母体企业融为一体。通过收购兼并，零售商可以共享资源、扩大顾客基础、提高生产率和讨价还价的实力。这种战略比较容易进入一个新市场，因为兼并过来的企业就是当地已经存在的，熟悉当地情况，了解本地市场，能迅速扩大企业规模，占领新市场。然而，兼并过来企业本身的组织结构、管理制度，以及企业文化与母体企业相差较大，还需要对其按母体企业的标准进行改造，有一个磨合阵痛期，这同样需要成本。有时，这种改造的代价也是相当大的。

三、扩张速度

零售业是一个进入和退出壁垒相对较低的行业，由于零售商相互之间容易模仿经营手法，如果一种经营模式要等到完全成熟，零售商才考虑扩张，也许会因为等待得太久而有被他人抢先的可能，从而失去竞争优势。而且，零售业也是一种规模出效益的行业，这些都决定了零售商会尽力拓展自己的事业，加快开店步伐。然而，没有基础的盲目扩张有时会适得其反，出现欲速而不达甚至不堪设想的后果，日本八佰伴的失败就印证了这一点，类似的例子还有很多。所以说，以何种速度进行扩张，需要零售商在扩张之初就列入发展战略规划中。

扩张速度取决于三方面：管理基础、资源条件和市场机会。

四、多元化扩张

多元化扩张是指零售商进入一个全新的领域，试图在这一领域再一次演绎成功。零售商多元化扩张可以选择向商品供应链（商品供应链是指商品从最初的原材料供应到生产加工再到批发零售，最后到达消费者手中的整个过程）前一环节扩张，从而进入企业的供货领域。例如麦当劳和肯德基快餐店均建立自己的原料生产基地。

这种选择往往出于以下考虑：

一是企业的供货方不可靠，货源成为制约企业快速发展的瓶颈，企业涉足供货领域可以获得稳定可靠的货源；

二是供货成本太高，企业涉足供货领域可以有效地降低供货成本，从而稳定其商品价格；三是现在利用的供货商利润丰厚，这意味着它所经营的领域属于十分值得进入的产业。

五、国际化扩张

1. 全球化战略

2. 多国化战略

第二节 商圈分析

一、商圈构成及影响因素

商圈(trading area)也称零售交易区域,是指以零售商店所在地为中心,沿着一定的方向和距离扩展,吸引顾客的辐射范围。简言之,就是零售商吸引其顾客的地理区域,也就是来店购买商品的顾客所居住的地理范围。

商店的商圈一般由以下三部分组成:

(一)主要商圈(primary trading area),这是最接近商店并拥有高密度顾客群的区域,通常商店的55%-70%的顾客来自主要商圈。

(二)次要商圈(secondary trading area),位于主要商圈之外、顾客密度较稀的区域,约包括商店15%-25%的顾客;

(三)边际商圈(fringe trading area),指位于次要商圈以外的区域,在此商圈内顾客分布最稀,商店吸引力较弱,规模较小的商店在此区域内几乎没有顾客。

影响商圈形成的因素:

影响商圈形成的因素是多方面的,可以归纳为企业外部环境因素和内部因素。主要有:

- (一)商店规模。
- (二)经营商品的种类。
- (三)商店经营水平及信誉。
- (四)促销策略。
- (五)家庭与人口因素。
- (六)竞争对手的位置。
- (七)交通状况。

二、商圈划定方法

(一)雷利法则

在划定商圈方面,美国学者威廉·雷利(William J·Reilly)提出了一套法则,称为“零售引力法则”,也称“雷利法则”。雷利认为,商圈规模由于人口的多少和距离商店的远近而有不同,商店的吸引力是由最邻近商圈的人口和里程距离两方面发挥作用。雷利法则的基本内容是:在两个城镇之间设立一个中介点,顾客在此中介点可能前往任何一个城镇购买,即在这一中介点上,两城镇商店对此地居民的吸引力完全相同,这一地点到两城镇商店的距离即是两商店吸引顾客的地理区域。

(二)赫夫法则

赫夫法则是美国零售学者戴维·赫夫于20世纪60年代提出的在城市区域内商圈规模预测的空间模型。赫夫法则是从不同商业区的商店经营面积、顾客从住所到该商业区或商店所花的时间及不同类型顾客对路途时间不同的重视程度这三个方面出发,来对一个商业区或商店的商圈进行分析。赫夫认为,一个商店的商圈取决于它的相关吸引力,商店在一个地区,以及其他商店在这个地区对顾客的吸引力能够被测量。在数个商业区(或商店)集中于一地时,顾客利用哪一个商业区(或商店)的概率,是由商业区(或商店)的规模和顾客到该区(或商店)的距离决定的,即一个商店对顾客的相关吸引力取决于两个因素:商店的规模和距离。商店的规模可以根据营业面积计算,距离

为时间距离和空间距离。大商店比小商店有较大的吸引力，近距离商店比远距离商店更有吸引力。

（三）实验法

实地调查。

电话询问。

邮寄问卷。

提供服务。

（四）其它方法

三、商圈分析的要点

（一）人口统计分析

（二）经济基础和购买力分析

（三）竞争状况分析

（四）基础设施状况分析

第三节 商店位置选择

一、商店选址的原则

（一）方便消费者购买。

（二）方便货品运送。

（三）有利于竞争。

（四）有利于网点扩充。

二、商店位置类型的设计

（一）孤立店

这是指商店独立开店，不与其它竞争对手比邻相设。

优势：无竞争对手；租金较低；具有灵活性；开店费用低；能见度高；有选择和扩大规模的潜力；有利于顾客一站式购物或便利购物；

劣势：如果商店规模不够大，不易吸引远方顾客，商圈较小；广告费可能较高；在多数情况下，建筑不能租用而必须新建；通常情况下，顾客更愿意去多功能的商业中心区购物。

物。

（二）经规划的购物中心

这是经过仔细规划设计并集中管理的商店群，通常是由房地产公司事先规划设计，兴建完工后再把各铺面出租或出售给零售商等。一个典型的购物中心有一家或一家以上的主力商店，及各种各样较小的商店，还包括餐馆、快餐店、邮局、银行以及一些游乐场所，适合家庭购物及闲游。

优势：协调规划，商品和服务品种组合合理，拥有完善的设施，宽敞的停车场，各具特色统一规划的购物中心形象，有较大的商圈，适合家庭购物及消闲。

劣势：这些地方通常租金较贵，营业管理易受限制，竞争也较激烈。

（三）自然形成的商业中心

这是指未经规划自然发展起来的商业中心。这种自然形成的商业中心可以分为中心商业区、次级商业区、邻里商业区和商业街四种类型。

三、位置选择因素分析

（一）客流规律

客流性质

潜在固定顾客

流动顾客

（二）周边商店聚集状况

异种零售业的聚集

有竞争关系的零售业的聚集

有补充关系的零售业聚集

多功能聚集

（三）竞争对手分析

对竞争对手的分析主要包括以下内容：

竞争店与所开设新店的距离，以及在地理位置上的优劣势；

竞争店的销售规模与目标定位

竞争店的目标顾客层次特点；

竞争店商品结构和经营特色；

竞争店的实力和管理水平。

（四）交通地理条件

交通的便利性。

街道特点。

地形特点。

（五）城市发展规划

（六）周围环境

（七）物业成本

四、店址评估

（一）新店营业潜力

新店营业潜力可通过预测商店销售额来确定。这种预测可以根据过去在类似环境中的经验，同行业的一般水平，或者经过调查后采用统计分析方法计算出来。有一种测算方式比较简单易行，即根据已知的商店商圈内消费者的户数、离店的远近、月商品购买支出比重及新商店在该区域内市场占有率四个因素来估算。

（二）开店投资与经营费用测算

通过商圈调查可以估算新店的营业额，但该新店是否值得经营，还必须把营业额与投资额相比较，评估出损益状况。

开店前期投资预估

开店后经营费用预估

五、选址分析报告

商店选址分析报告的内容如下：

（一）新店周围地理位置特征表述（附图说明）；

（二）被选店址周围商业环境和竞争店情况；

（三）新店址周围居民及流动人口消费结构、消费层次；

- （四）新店开业后预计能辐射的范围；
- （五）新店的营业面积和商品结构；
- （六）新店的市場定位和经营特色；
- （七）新店址经营效益预估。
- （八）新店未来前景分析。

六、两种具体的选址方法

（一）市场需求与供应密度分析方法

这种选址方法是通过对一个区域市场的零售潜力（需求密度）状况，再结合当地已有的零售商店情况和可供选择的店址（供应密度）进行综合分析，最后在合适的商圈确定可选用的合适店址的一种选址方法。该方法相对简化了商圈分析内容，对大型商店的选址较为适用。

（二）多因素组合分析法

这种方法是先确定影响商店位置的各种因素及其重要程度，然后对各个备选店址进行评分，最后确定最佳店址的方法。

本章思考题：

- 1，零售商扩张战略组合是什么？
- 2，商圈选址有哪些方法？
- 3，商圈划定的方法是什么？
- 4，有哪些影响商店位置选择的因素？

第五章 零售组织设计

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

1. 熟悉零售组织结构设计的要求和步骤；
2. 掌握零售组织的类型；
3. 了解零售组织文化。

第一节 组织结构设计要求

一、目标市场的需要

企业是营利性的经济组织，零售商作为一种企业组织，其经营活动的根本目的以及其存在和发展的基本条件就是保持盈利。零售商通过向消费者提供品种繁多的商品和适当的服务来谋利，这些商品和服务能否满足消费者的需要，将决定该零售商是否有利可图，或者是否有存在的价值。另一方面，经营商品的结构和提供服务的内容又影响组织机构的设置，例如提供昼夜服务将要求设置几组店面经营人员轮班。因此，建立零售商的组织机构，必须认真研究目标市场的需要。

二、公司管理部门的需要

从管理的角度理解组织，它是指管理的一种职能。组织机构的设置是为了保证组织这种管理职能的正常发挥。因此，组织机构的设置应该考虑管理部门提高经营管理水平的需要。

三、员工的需要

满足员工的要求，以实现有效激励，也是组织机构设计应该考虑的问题。

第二节 组织结构设计程序

一、弄清楚公司要履行的商业职能

二、将各职能活动分解成具体的工作任务

三、设立岗位，明确职责

四、建立组织机构

第三节 组织结构类型

一、小型独立商店的组织结构

在世界各地，到处可见一种小型的独立商店，这些商店一般由业主自己打理，外加一至两个亲戚或小工，我们把这种商店叫做“夫妻店”或“小土多店”，这种小型商店的组织结构非常简单，由于人员有限，没有必要进行专业化分工，业主每天给人员分派任务，并亲自实施监督。

二、百货商店的组织结构

20 世纪 20 年代，美国全国商品零售公会成立一个委员会，专门研究一些成功商店的作业方式，并制定一套健全、有效的百货公司组织计划。Mazur 计划是其中一项成果，此计划问世后，便普遍地为零售界所接受。这种结构将整个零售业务分为四个职能领域：

1. 财务部。负责商品统计及报表、销售查核、开支预算和控制、信用审查、薪金等；
2. 商品部。负责采购、销售、库存计划与控制；
3. 公关宣传部。负责橱窗设计和店内陈列、广告、促销、市场调研、公共关系。
4. 商店管理部。商品保管、顾客服务、行政采购、人员培训、清洁保安。

三、区域连锁商店的组织结构

第四节 组织文化

一、组织文化的表现和内涵

组织文化（Organizational Culture）是指一系列指导组织成员行为的价值观念、传统习惯、理解能力和思维方式。

组织文化是一个非常抽象的概念，至今还没有人能够完全准确地给出一个定义。为了识别和解释文化的内容，需要人们基于可观察到的表象来做推断，例如公司和礼仪和仪式、被传说的故事、各种物化的表征（如某种图案）、口号和名言等。

二、强文化和弱文化

在强文化中，几乎所有的雇员都能够清楚地理解组织的宗旨，这使得管理当局很容易把组织的与众不同的能力传达给新雇员。

组织文化作用的发挥有赖于该文化的强弱，因而组织文化有强文化和弱文化之分。

三、重塑组织文化

- （一）订立基本价值准则
- （二）建立组织架构和激励机制
- （三）基于正确价值观的领导

本章思考题：

- 1， 组织结构设计的程序是什么？

- 2, 零售组织的类型有哪些?
- 3, 什么是组织文化?

第六章 商品规划

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

1. 了解零售商如何确定其商品经营范围；
2. 掌握商品结构优化的方法；
3. 了解畅销商品的培养方法；
4. 了解零售自有品牌的开发途径及优势。

第一节 商品经营范围的确定

一、商品分类

美国全国零售联合会（NRF）制定了一份标准的商品分类方案。在 NRF 的商品分类方案中，最大的商品分类等级是商品组（merchandise group），商品组是指经营商品的大类，也就是类似国内的商品大分类，如一个百货商店可能会经营服装、家电、食品、日用品、体育用品、文具用品、化妆品等。

商品分类的第二级是商品部。商品部一般是将某一大类商品按细分的消费市场进行再一次分类，如服装类商品可分成女装、男装、童装等。

商品分类的第三级是商品类别（品类）。这是根据商品用途或细分市场顾客群而进一步划分的商品分类，在大型零售商，一般每一类商品由一位采购员负责管理。

同类商品（classification）是商品分类中商品类别的下一级，一般来说，同类商品是指顾客认为可以相互替代的一组商品，例如，顾客可以把一台 21 寸的彩电换成一台 29 寸其它品牌的彩电，但不会把一台彩电换成一台电冰箱。

存货单位（stock keeping unit, SKU）是存货控制的最小单位，当指出某个存货单位时，营业员和管理者不会将其与任何其它商品相混淆，它是根据商品的尺寸、颜色、规格、价格、式样等来区分的，我们也称之为单品。

二、商品政策

（一）单一的商品政策

是指商店经营为数不多、变化不大的商品品种来满足大众的普遍需要，如专卖店、快餐店、加油站、自动售货机等，均采取这一商品政策。

（二）市场细分化商品政策

市场细分化就是把消费市场按各种分类标准进行细分，以确定商店的目标市场。如按消费者的性别、年龄、收入、职业等标准进行划分，各类顾客群的购买习惯、特点以及对各类商品的购买量是不同的，商店可以根据不同细分市场的特点来确定适合某一类消费者的商品政策。

（三）丰满的商品政策

是在满足目标市场的基础上，兼营其他相关联的商品，既保证主营商品的品种和规格档次齐全，数量充足，又保证相关商品有一定的吸引力，以便目标顾客购买主营产品时能兼买其他相关物品，或吸引非目标顾客前来购物。

（四）齐全的商品政策

是指商店经营的商品种类齐全,无所不包,基本上满足消费者进入商店后可以购齐一切的愿望,即所谓的“一站式购物”。一般的超大型百货商店、购物中心以及大型综合超市均采用这一商品政策。

三、商品结构策略

(一) 广而深的商品结构

这种策略是商店选择经营的商品种类多,而且每类商品经营的品种也多的策略,一般为较大型的综合性商场所采用。由于大型的综合商场的目标市场是多元化的,常需要向消费者提供一揽子购物,因而必须备齐广泛的商品类别和品种。

(二) 广而浅的商品结构

这种策略是指商店选择经营的商品种类多,但在每一种类商品中花色品种选择性少的策略。在这种策略中,商店提供广泛的商品种类供消费者购买,但对每类商品的品种、规格、式样等给予限制。这种策略通常被廉价商店、杂货店、折扣店、普通超市等零售商所采用。

(三) 窄而深的商品结构

这种策略是指商店选择较少的商品经营种类,而在每一种类中经营的商品花色品种很丰富。这种策略体现了商店专业化经营的宗旨,主要为专业商店、专卖店所采用。一些专业商店通过提供精心选择的一两种商品种类,在商品结构中配有大量的商品花色品种,吸引偏好选择的消费群。

(四) 窄而浅的商品结构

这种策略是指商店选择较少的商品种类和在每一类中选择较少的商品品种。这种策略主要被一些小型商店,尤其是便利店所采用,也被售货机出售商品和人员登门销售的零售商所采用。自动售货机往往只出售有限的饮料、香烟等商品;而人员上门销售其所销售的商品种类和品种也极其有限。这种策略要成功使用,有两个关键因素,即地点和时间。在消费者想得到商品的地点和时间内,采取这种策略可以成功。

四、确定商品范围的考虑因素

- (一) 商店业态特征及其规模
- (二) 商店的目标市场
- (三) 商品的生命周期
- (四) 竞争对手情况
- (五) 商品的相关性

第二节 商品结构优化

一、商品结构调整依据

- (一) 商品销售排行榜
- (二) 商品贡献率
- (三) 损耗排行榜
- (四) 周转率

二、新产品的引入

- (一) 编制年度新产品引进计划。
- (二) 新产品的选择。
- (三) 新品试销。
- (四) 通知门店做好准备。
- (五) 新产品控制。

三、滞销商品的淘汰

滞销商品淘汰标准：

以一定时期销售额排在最后面的一定数量或百分比作为淘汰标准。

以一定时期规定的最低销售数量或销售额为淘汰标准。

商品质量出现问题也列为淘汰对象。

四、畅销商品的培养

畅销商品是指市场上销路很好、没有积压滞销的商品。任何商品，只要受到消费者欢迎，销路好，都可称作畅销商品。很多人把畅销商品理解为新商品，其实，畅销产品与新旧没有直接的关系，它可能是新商品，也可能是旧商品，而新商品中可能是畅销商品，也可能是销路一般或滞销商品，两者有重叠部分，但不能划等号。

(一) 畅销商品的选择：

从畅销的各因素出发选择畅销商品

从过去的销售记录中选择畅销商品

从竞争对手的营销推广中选择畅销商品

从发达地区和流行起源地选择畅销商品

(二) 畅销商品的推广：

商品陈列

在开架自选的商场里，商品陈列的位置，对激发消费者的购买欲望起着极大的作用。通常，商场的前端和入口处是消费者流动最频繁的地区，也是价值最高的黄金地带，因而也成了商店摆放获利高的商品的最佳地点。

价格策略

价格策略是零售商促销不可忽视的重要工具，对培养畅销商品来说，更应该在价格方面下一番工夫，如订价时在商品价格中渗入 6、8、9 等所谓“神奇数字”，使消费者一方面产生吉利的感觉，另一方面对价格产生一种错觉，如某种商品订价为 29 元，使顾客认为只是 20 多元而非 30 元，无形中刺激了消费者购买便宜货的欲望。另外，一些商店还应将培养的畅销商品用特价品、特惠包装、散装货品、奉送赠品或抽奖等形式推出，尽管这些都是常用的陈年招式，但效果依然很好，为消费者所接受。

促销策略

商场促销活动组织的核心在于调动一切卖场导向性营销资源，突出本场本次的促销核心诉求点。

第三节 自有品牌的开发

一、国外自有品牌的发展

PB (Private Brand) 商品也称为自有品牌商品或中间商品牌商品, 即零售企业通过搜集、整理、分析消费者对某类商品的需求特性的信息, 开发出新产品功能、价格、造型等方面的设计要求, 自设生产基地或选择合适的生产企业进行加工生产, 最终由零售企业使用自己的商标对该新产品注册并在本企业销售的商品。与 PB 商品相对应的是使用生产企业商标、面向全国市场销售的 NB (National Brand) 商品。

二、国内自有品牌的开发

(一) 自有商品的选择

- 1、品牌意识不强的商品
- 2、销售量大和购买频率高的商品
- 3、单价较低和技术含量低的商品
- 4、保鲜、保质要求程度高的商品

(二) 价格策略

在 PB 商品的定价上, 商场可以要采取低价定位, 以薄利多销的手法吸引对价格敏感的消费者。

(三) 具体开发方式

在自有品牌的具体开发方式上, 零售商可以采取两种主要途径: 第一种是零售商委托生产者制造。第二种是零售商自设生产基地, 即自己投资办厂生产自己设计开发的商品。

本章思考题:

- 1, 如何确定商品经营范围?
- 2, 商品经营的结构策略有哪些?
- 3, 什么是零售商自有品牌?

第七章 采购管理

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

- 1.了解零售商商品采购管理的环节
- 2.了解不同采购制度的优劣及采购考核办法
- 3.掌握商品采购过程中一些业务决策方法的运用

第一节 商品采购流程

一、建立采购组织

正式的采购组织是零售商建立的专门采购机构，负责整个商场或整个连锁商店的采购任务。

二、制定采购计划

零售商在商品采购上需要对采购什么、采购多少、从哪里采购、什么时候采购等一系列问题进行抉择，并以此制定采购计划，以便加强采购管理（采购计划各要素的确立将在下一部分逐一分析）。

三、确定供应商及货源

选择商品货源是零售商开展采购活动的重要环节，零售商需要在各种货源渠道中确定哪一渠道可以满足商店对某一商品的需要。零售商的进货来源主要有：

- （1）制造商；
- （2）当地批发商；
- （3）外地批发商；
- （4）代理商和经纪人；
- （5）批发交易市场；
- （6）附属加工企业。

选择供应商的标准主要有如下几点：

- 1、信用情况。零售商在进货前必须了解供应商以前是否准时收款发货，遵守交货期限，以及履行采购合同情况，以便同诚实、信用好的单位建立长期合作关系，稳定货源；
- 2、价格。价格是零售商进货的主要依据之一，只有价廉物美的商品才能吸引消费者，增强企业竞争力。因此，在保证商品质量的基础上，价格低廉的供应商是商店进货的首选；
- 3、品质保证。零售商进货时要明确了解对方商品质量如何，比较不同供应商的商品性能、寿命、经济指标、花色品种、规格等，择优进货；
- 时间。包括供应商发货后商品的在途时间及结算资金占用情况等；
- 费用。比较不同供应商、不同地区的进货费用和进货成本进行选择；
- 4、服务情况。即比较不同供应商服务项目的多少和服务质量的高低作为选择标准。例如，是否送货上门、是否负责退换商品，是否提供修理服务，是否赊销，是否负责介绍商品性能、用途、使用方法，是否负责广告宣传等；

四、谈判及签约

（一）谈判内容注意事项：

- 1、配送问题的规定
- 2、缺货问题的规定
- 3、商品品质的规定
- 4、价格变动的规定
- 5、付款的规定

（二）采购合同的管理

采购合同是买卖双方为实现一定的经济目的而依法订立的明确双方有关权利义务的一种书面协议。它对双方当事人具有法律约束力。合同一旦签订，任何一方不得强迫对方接受不平等条件，也不能单方面撕毁合同，否则将受到法律制裁。

五、商品导入作业

1. 进货验收作业
2. 退换货作业
3. 存货作业
4. 标价作业
5. 补货上架作业

六、再订购商品

- （一）订货和送货时间
- （二）财务支出
- （三）订货成本和储存成本
- （四）存货周转率

七、定期的评估与改进

（一）定期的再评估

引入的商品在商场正式销售后，采购人员仍要追踪管理，采购员要定期分析的商品销售量，看是否销售稳定正常，并及时淘汰滞销商品，引入新商品。对于供应商，也需要定期考核。

（二）零售商与供应商关系的改进

第二节 采购制度与人员管理

一、采购制度

（一）分散采购

分散采购是指采购权分散到各个部门或各个分店，由零售商各商品部门或分店自行组织采购。这些部门或分店不仅负责本部的商品采购，还直接负责商品的销售，其特征是采购与销售合一。

（二）集中采购

集中采购又称为中央采购，是指采购权限高度集中于商店总部或连锁总部，由零售商设置专门采购机构和人员统一采购商店的商品，商品分部或分店则专门负责销售，与采购脱离。

（三）分散与集中相结合

分散与集中相结合的采购制度是将一部分商品的采购权集中，由专门的采购部门或人员负责，另一部分商品的采购权交由各经营部门自己负责。

二、采购人员及其考核

（一）采购员的素质要求

（二）采购考核

第三节 商品采购决策

一、商品采购品种的确

ABC 分类管理法的操作步骤是将各种商品按金额大小顺序排列，计算出各类商品的金额比重和品种比重（单项比重和累计比重），再将商品划分 ABC 三种类别。A 类商品是指获利高或占销售额比重大，而品种少的商品，一般金额比重为 70%~80%，品种比重为 5%~10%；C 类商品是指获利低获占销售比重小，而品种多的商品，一般金额比重为 5%~10%，品种比重为 70%~80%。B 类商品是处于 A 类和 C 类商品之间的商品，其金额比重为 10%~20%。

将商品划分成 ABC 三类后，再根据分类结果实施分类管理。

二、商品采购预算的确定

采购预算=销售成本预算+期末库存计划额—期初库存额

采购预算在执行过程中，有时会出现情况的变化，这有必要进行适当的修订。如商店实行减价或折价后，就需要影响增加销售额的部分；商店库存临时新增加促销商品，就需要从预算中减少新增商品的金额。

三、商品采购数量的确定

（一）大量采购

大量采购，是商店为了节省采购费用，降低采购成本而一次性把一种商品大批量地采购进来。这种采购方式的优点是可以降低一次性的采购成本，获得进货优惠；缺点是需要占用大量资金和仓储设施。大量采购的商品数量一般很难找出规律性，主要依靠商店的经营需要、仓储条件和采购优惠条件等情况而定。

（二）适量采购

适量采购就是对市场销售均衡的商品，在商店保有适当的商品库存的条件下，确定适当的数量来采购商品。适量采购的关键是确定适当的采购数量，如果数量不当，将直接影响企业销售，增加进货成本。我们称这一适当的采购数量为经济采购批量。经济采购批量尽管是理论上的一个数字，但商店需要测算出这一的经济采购批量，为实际的采购工作作参考。

四、商品采购时间的确定

（一）定时采购

定时采购，就是每隔一个固定时间，采购一批商品，此时采购商品的数量不一定是经济批量，而是以这段时间销售掉的商品为依据计算。

特点：采购周期固定，采购批量不固定

优缺点：采购时间固定，因而可以作周密的采购计划，便于采购管理，并能得到多种商品合并采购的好处；但由于这种采购方法不能随时掌握库存动态，易出现缺货现象，盘点工作较复杂。

（二）不定时采购

不定时采购，是指每次采购的数量相同，而每次采购的时间则根据库存量降到一定点来确定。也称为采购点法。

特点：采购批量固定，采购时间不固定。

优缺点：能随时掌握商品变动情况，采购及时，不易出现缺货现象。但是，由于各种商品的采购时间不一致，难以制定周密的采购计划，不便于采购管理，也不能享受集中采购的价格优惠。

本章思考题：

- 1，零售商商品采购管理的环节有哪些？
- 2，零售商有哪些不同采购制度？它们有何异同？
- 3，如何理解零售商与供应商之间的关系，以及如何建立两者之间良好的关系？

第八章 促销管理

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

- 1.掌握零售促销概念及其组合要素；
- 2.了解零售促销策划的设计内容；
- 3.掌握零售广告的特点及应用；
- 4.熟悉销售促进的形式；
- 5.了解零售公共关系的形式。

第一节 零售促销及其组合要素

一、零售促销的定义

零售促销（retail promotion）是指零售商为告知、劝说或提醒目标市场顾客关注有关企业任何方面的信息而进行的一切沟通联系活动。

二、零售促销活动类型

- （一）开业促销活动
- （二）周年庆促销活动
- （三）例行性促销活动
- （四）竞争性促销活动

三、促销组合因素

主要有四种：广告，销售促进，人员推销和公共关系。

由于各促销手段具有不同的特点，对于不同性质的产品和不同业态的零售商店，促销手段起作用的程度各不相同。对于消费品市场而言，广告的作用最大，销售促进的作用次之，然后是人员推销和公共关系。

第二节 零售促销策划

一、确定促销目标

零售商的促销目标包括长期目标和短期目标，总体说来就是提高业绩，增加销售，增强企业的竞争力。具体来看又包括增加某一时期的销售额，刺激顾客购买欲望，增加客流量，增进顾客忠诚，加强企业形象，扩大企业知名度等。由于每一具体促销目标与不同的促销方式相对应，零售商在开展具体的一次促销活动之前，必须首先确定这次促销活动应该达到的具体目的。

零售商促销目标的实现与顾客的购买行为直接相关，而顾客购买行为是顾客漫长决策过程的最后结果。营销人员必须了解目标顾客购买决策过程，并给目标顾客灌输某些观念，改变目标顾客的态度或促使目标顾客采取行动。

二、制定总体促销预算

- (一) 量力而行法
- (二) 销售百分比法
- (三) 目标任务法
- (四) 竞争对等法

三、选择促销组合

促销手段各有其特点和适用范围。在选择促销工具时要考虑如下因素：

- 1. 促销目标
- 2. 零售商类型及竞争环境
- 3. 费用预算

四、执行促销策划

- 1. 促销时间
- 2. 促销商品
- 3. 促销主题
- 4. 宣传媒体
- 5. 人员分工
- 6. 其他因素

五、评估促销效果并总结

(一) 目标评估法

将促销实际业绩与目标进行比较分析，一般而言，实际业绩在目标 95%~105%之间，算是正常表现，若是在目标 105%以上，则算是高标准表现，若是在目标 95%以下，则须反思。

(二) 前后比较法

是选取开展促销活动之前、中间与进行促销时的营业情况进行比较

(三) 消费者调查法

商店组织有关人员抽取合适得消费者样本进行调查，向其了解促销活动的效果。

第三节 零售广告

一、零售广告的特点

(一) 零售

广告是指由确定的赞助者以付费的方式对观念、商品或服务进行的非个人的沟通传达方式。零售广告是可以认明的零售商以付费的非人员的方式，向最终消费者提供关于商店、商品、服务、观念等信息，以影响消费者对商店的态度和偏好，直接或间接地引起销售增长的沟通传达方式。

(二) 优点

- (1) 传播范围广，可以吸引大量的公众（POP 广告除外），零售商在大型促销活动中常常使用；
- (2) 可供选择的媒体较多，可以与其它促销方式有效配合；
- (3) 零售商可以控制信息内容，而公关宣传的内容很难被零售商所控制；

(4) 广告内容的生动活泼及表现方式的灵活多样，容易引起公众注意；

(5) 因为广告使顾客在购物前就对零售商及其产品和服务有所了解，这使得自助服务或减少服务成为可能。

(三) 缺点

(1) 广告主要是采用大众媒体，受众广泛，信息量有限，零售商无法针对个别顾客设计广告内容；

(2) 许多广告的投入较大，中小型零售商承受不起；

(3) 许多媒体信息覆盖面广，超出了零售商的商圈范围，致使零售商的广告费用有一部分浪费掉了；

(4) 如果所采用媒体的广告较繁杂，零售商的广告很容易被淹没而难以引起公众注意；

(5) 一些媒体需要一段较长前置时间来安排广告刊登，这不利于配合零售商临时促销活动的开展。

二、零售广告媒体选择

1. 电视广告
2. 广播广告
3. 报纸广告
4. 直接邮寄广告
5. 交通工具广告
6. 户外广告牌
7. 杂志广告
8. 传单广告
9. 电话号码簿
10. 包装广告
11. POP 广告

第四节 销售促进

一、销售促进的概念及特点

(一) 销售促进的概念

零售商的销售促进是零售商针对最终消费者所采取的除广告、公共关系和人员推销之外的能够刺激需求，激励购买，扩大销售的各种短暂性的促销措施。它不同于人员推销和广告。人员推销和广告是持续的，常规的促销活动，而销售促进则是不经常的，无规则的促销活动。销售促进一般是用于暂时的和额外的促销工作，是为了促进消费者立即购买。提高某一时期的营业额或某种商品销售的特殊促销。

(二) 销售促进的特点

引人注目，吸引力强，销售促进在销售中能产生更快和更多可衡量的反应；

形式多样，增强顾客的购买兴趣；

吸引大批顾客，增加商店的客流量，促进其他商品销售；

销售促进的效果是短暂性的，常常吸引品牌转换者，并不能产生新的忠诚的顾客。

二、销售促进方式

（一）优待券

零售商将印在报纸、杂志、宣传单或商品包装上的付有一定面值的优待券或单独的优待券，通过邮寄，挨户递送，销售点分发等形式发放，持券人可以凭此券在购买某种商品时免付一定金额的费用。

（二）赠送商品

消费者免费或付出某些代价即可获得特定物品的活动。

（三）折价优惠

商店在一定时期内，调低一定数量的商品售价，也可以说是适当减少自己的利润以回馈消费者的促销活动。

（四）竞赛

通过竞赛活动向消费者提供奖品鼓励顾客的活动。

（五）抽奖

顾客在商店购物满一定金额即可凭抽奖券在当时或指定时间参加商店组织的公开抽奖活动。

（六）集点优待

集点优待又叫积分卡或商业印花(商业贴花)，指顾客每购买单位商品就可获得一张印花，若筹集到一定数量的印花就可以免费换取或换购(即支付少量金额)某种商品或奖品。

（七）退费优待

是指消费者提供了购买商品的某种证明之后，商店退还其购买商品的全部或部分付款，以吸引顾客，促进销售。

（八）商品演示

通过对商品的使用表演示范，提供实物证明，使顾客对商品的效能产生兴趣和信任，以激起冲动性的购买行为。

第五节 零售公共关系

一、公共关系的特点

公共关系(PR——Public Relations)是市场营销的一个重要工具，它承担着为零售商在其公众中塑造良好形象的一切沟通联系活动。一个零售商不但与顾客、渠道成员发生联系，还和其他群体如员工、投资者、政府、中介协会、新闻媒体及一般公众发生联系。零售商与众多社会群体关系的好坏可以帮助或阻拦企业的发展。

二、公共关系活动形式

（一）出版物

（二）事件

1、新闻发布会

2、赞助活动

3、特殊纪念活动

（三）新闻

（四）演说

（五）提供电话服务

（六）媒体识别

本章思考题：

- 1，零售促销的概念是什么？有哪些组合要素？
- 2，促销广告有何优缺点？
- 3，公共关系的几种形式是什么？
- 4，销售促进的几种形式是什么？

第九章 服务管理

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

1. 了解零售服务的概念及重要性；
2. 掌握零售服务设计时应考虑的因素；
3. 了解如何改进零售商的服务质量水平。

第一节 服务的重要性

一、服务及其特性

顾客服务是零售商为顾客提供的、与其基本商品相连的、旨在增加顾客购物价值并从中获益的一系列无形的活动。与提供的商品相比，零售商为顾客提供的服务具有以下特点：

（一）无形性

大多数服务是无形的

（二）不可分割性

通常服务的提供和消费是同时进行的，这与实物商品的情况不同

（三）可变性

由于服务基本上是由人表现出来的一系列行为，那么就没有两种服务会完全一致。

（四）易消失性

服务不能被储存、转售或退回，这与商品可以库存或在另一天再出售，或者由于顾客不满意而退货的情况正好形成对比。

二、零售服务类型

（一）售前服务

售前服务，指在顾客购买商品之前，企业向潜在顾客提供的服务。售前服务是一种超前的、积极的顾客服务活动，它的关键是树立良好的第一印象，目的是尽可能地将商店信息迅速、准确、有效地传递给消费者，沟通双方感情，同时也了解顾客潜在的、尚未满足的需求，并在企业能力范围内尽量通过调整经营策略去满足这种需求。

（二）售中服务

是指企业向进入销售现场或已经进入选购过程的顾客提供的服务。这类服务主要是为了进一步使顾客了解商品特点及使用方法，目的是通过服务，表现对顾客的热情、尊重、关心、帮助、情感和向顾客提供额外利益，以帮助顾客做出购买决策。

（三）售后服务

售后服务，是企业向已购买商品的消费者所提供的服务，它是商品质量的延伸，也是对消费者感情的延伸。这种服务的目的是为了增加商品实体的附加价值，解决顾客由于使用本企业商品而带来的一切问题和麻烦，方便使用，放心使用，降低使用成本和风险，从而增加顾客购买后的满足感或减少顾客购买后的不满情绪，以维系和发展商店的目标市场，使老顾客成为“回头客”，或者乐意向他人介绍推荐本商店商品。

三、顾客服务的作用

- (一) 良好的服务对企业的盈利性有着积极的影响作用。
- (二) 良好的服务能够帮助企业通过进取性的市场营销吸引更多更好的顾客。
- (三) 良好的服务能起到防御性营销作用，留住现有顾客，培养顾客忠诚。
- (四) 忠诚的顾客——不致因为服务不佳而丢失的顾客——会在他们一生跟企业来往的期间，带来较多生意。

第二节 零售服务设计

一、期望服务与容忍区域

顾客对服务的期望是零售商设计服务的标准和参考点。不同的零售商，同一零售商的不同服务人员，甚至相同的服务人员，服务水平也不会总是一致。顾客承认并愿意接受该差异的范围叫作容忍区域。

假若服务降到适当服务水平之下——被认为可接受的最低水平，顾客将感受到挫折并对商店的满意度降低。假如服务水平超过了容忍区域的上限——超过理想服务水平，顾客会非常高兴并可能非常吃惊。

二、顾客服务水平设计

- (一) 不同服务的效果
- (二) 商店特点

不同业态商店所提供的服务水平是不相同的。

- (三) 竞争对手的服务水平

竞争对手提供的服务，对零售商确定服务水平有直接的影响。因此，零售商必须考虑竞争对手提供的服务，并分析是否随竞争者一样也提供这些服务或类似服务，或者是否应该比竞争对手提供更高质量的服务，或者用比较低的销售价格来取代这些服务。

- (四) 经营的商品特点

每种商品在销售的过程中需要伴随一定的服务才能完成。而不同的商品需要伴随的服务是不同的。零售商需要按照商品的销售特点提供相应的服务。

- (五) 目标顾客的特点

不同的顾客、不同的消费目的、不同的消费时间与不同的消费地点，顾客对服务水平的要求是不同的。

- (六) 服务成本

零售商提供每一项服务，都需要付出成本，因此，对提供服务项目数量要视企业承担成本能力而定。

第三节 服务质量的改进

一、服务质量差距模型

服务质量差距模型总结了零售商要提供优质的顾客服务时需要进行的一些活动。零售商必须通过减少服务差距——顾客的期望与顾客对服务感受之间的差别——来改善顾客对他们服务的满意程度。

有四个因素会影响到服务差距（service gap）：

认识差距（Knowledge gap）

标准差距（standard gap）

传递差距（delivery gap）

沟通差距（communication gap）

二、缩小服务质量差距

（一）了解顾客的真实需要

（二）寻找并控制关键的服务点

（三）设计具体可行的服务标准

（四）由上至下改进服务

（五）实施有效的服务补救计划

本章思考题：

- 1，零售服务的概念是什么？
- 2，零售服务设计要考虑的因素有哪些？
- 3，如何持续提升零售服务水平？
- 4，什么是顾客服务期望？什么是顾客忍耐区域？

第十章 商场设计与商品陈列

通过本章的教学，使学生达到以下目的：

- 1.掌握商场布局的主要形式；
- 2.了解色彩、灯光、音乐、气味在商场设计中的应用；
- 3.熟悉商品布局的基本方法及考虑因素；
- 4.掌握商品陈列的基本方法。

第一节 商场设计

一、店面布局

店面布局主要有三种类型：格子式布局、岛屿式布局、自由流动式布局。

（一）格子式布局

这是传统的店面布局形式。超市卖场一般呈格子式布局，格子式布局是商品陈列货架与顾客通道都呈长方形分段安排，而且主通道与副通道宽度各保持一致，所有货架相互成并行或直角排列。这种布局在国外或国内超级市场中常可以看到，当购物者在走道上推着购物车，转个弯就可以到达另一条平行的走道上，这直直的走道和 90 度的转弯，可以使顾客依同一方向和一系列有秩序地移动下去，犹如城市的车辆依道而行一样。

格子式的布局优点

- 1、创造一个严肃而有效率的气氛；
- 2、走道依据客流量需要而设计，可充分利用销售空间；
- 3、由于商品货架的规范化安置，顾客可轻易识别商品类别及分布特点，便于选购；
- 4、易于采用标准化货架，可节省成本；
- 5、有利于营业员与顾客的愉快合作，简化商品管理及安全保卫工作。

格子式布局的缺点是：

- 1、商场气氛比较冷淡、单调；
- 2、当较拥挤时，易使顾客产生被催促的不良感觉；
- 3、室内装修方面创造力有限。

（二）岛屿式布局

是在营业场所中间布置成各不相连的岛屿形式，在岛屿中间设置货架陈列商品。这种形式一般用于百货商店或专卖店，主要陈列体积较小的商品，有时也作为格子式布局的补充。

岛屿式布局的优点：

- 1、布局富有创意，采取不同形状的岛屿设计，可以装饰和美化营业场所；
- 2、商场气氛活跃，使消费者增加购物的兴趣，并延长逗留时间；
- 3、容易引起顾客冲动性购买；
- 4、满足消费者对某一品牌商品的全方位需求，对品牌供应商具有较强的吸引力。

岛屿式布局的缺点

- 1、布局过于变化会造成顾客迷失，顾客会因无耐心寻找而放弃一些计划内购物；
- 2、不利于最大限度利用营业面积；

- 3、现场用人较多，不便于柜组营业员的互相协作；
- 4、货架不规范，此方面成本较高。

（三）自由流动式布局

自由流动式布局是以方便顾客为出发点，它试图把商品既有变化又较有秩序地展示在顾客面前。这种布局综合了上面两种布局的优点，根据商场具体地形和商品特点，有时采用格子形式，有时采用岛屿形式，是一种顾客通道呈不规则路线分布。

自由流动式布局的优点：

- 1、货位布局比较灵活多变，顾客可以随意穿行各个货架或柜台；
- 2、卖场气氛较为融洽，可促使顾客的冲动性购买；
- 3、便于顾客自由浏览，不会产生急切感，增加顾客的滞留时间和购物机会。

自由流动式布局的缺点：

- 1、顾客拥挤在某一柜台，不利于分散客流；
- 2、不能充分利用卖场，浪费场地面积；
- 3、这种布局方便了顾客，但对商店的管理要求却很高，尤其要注意商品安全的问题。

二、色彩的运用

色彩在现代商业中起着传达信息、烘托气氛的作用。通过色彩设计可以创造一个亲切、和谐、鲜明、舒适的购物环境。在商店内部环境设计中，色彩可以用于创造特定的气氛，它既可以帮助顾客认识商店形象，也能使顾客产生良好的记忆和深刻的心理感觉。不同的环境色彩能引起顾客产生不同的联想和不同的心理感受，激发人们潜在的消费欲望，同时还可以使顾客产生即时的视觉震撼。颜色具有如此的奥妙，不同的颜色会给人不同的感觉，因为颜色本身具有感觉色彩。

三、商场照明

灯光照明是对商场的“软包装”，体现着商店在一定时期内的经营思想，也可以向顾客传递信息。商场内明亮柔和的照明，可以准确地传达商品信息，消除陈列商品的阴影，展现商品魅力，美化环境，同时还可引导顾客入店，便于顾客选购商品，缩短选购时间，增进效率，加速周转。所以，照明是营造商场气氛的一种经济有效的装饰手段。

四、音乐与气味

（一）音乐

声音是商店气氛的重要组成部分，声音的种类和密度可对商店气氛产生积极的影响，但店内的各种声响一旦超过一定的限度不仅使顾客心情烦乱，注意力分散，还会使顾客反感。

（二）气味

商店中的气味大多与商品相关，特别是在专业店中更为突出。气味正常，往往会引起顾客购买这些商品。人们的嗅觉会对某些气味做出反应，以致可以只凭嗅觉就可能嗅出某些商品的滋味。

第二节 货位布局

问题认知指消费者实际状态与理想状态之间的差距足以激发他启动决策过程。

一、空间分配

（一）销售生产率法

（二）存货模型法

二、货位布局的依据

（一）考虑商品本身特性

（二）考虑顾客购物行走特点

（三）考虑商品赢利程度

（四）考虑配合其他促销策略

（五）考虑商店的位置优劣

第三节 商品陈列

一、商品群

（一）什么是商品群

是商店根据其经营观念，创意性地将某些相关的商品集合在一起，成为卖场之中的特定群落或单位。商品群是商品陈列的基础，它是一个非标准化的概念，可以有多种组合方式，出人意料而又合情合理的商品群能显示出一家商店独特的陈列创意。

商品群一般是由主力商品、辅助商品、联想商品和刺激商品组成。

（二）商品群的创造

增加商品种类——宽度组合

扩大商品项目——深度组合

等价变换组合

类比思考组合

主辅调整组合

使用环境组合

特定使用目的组合

消费意境组合

根据供应商进行商品组合

二、商品陈列艺术

1. 主题陈列

2. 端头陈列

3. 突出陈列

4. 关联陈列

5. 悬挂陈列

6. 量感陈列

7. 箱式陈列

8. 岛型陈列

9. 散装或混合陈列

10. 墙面陈列

11. 交叉堆积陈列
12. 缝隙陈列
13. 投入式陈列
14. 情景陈列

三、橱窗展示

（一）橱窗展示的心理效应

- 1、引起顾客的注意
- 2、激发顾客购买兴趣
- 3、通过联想促进购买
- 4、增强购买信心

（二）橱窗展示的构思

- 1、情节型构思
- 2、现代派构思
- 3、寓意型构思

（三）橱窗展示的要求

- 1、选择理想的陈列商品，以满足商店促销和顾客选购需要。
- 2、橱窗构思新颖、主题明确、富有时代气息，满足消费者的精神需要。
- 3、橱窗构图优美完整，具有强烈艺术感染力，满足消费者的审美需要。
- 4、橱窗展示要有一定的变换性，不能永远是一幅老面孔。

本章思考题：

- 1、商场布局有哪些形式及其之间的区别？
- 2、色彩、灯光、音乐、气味在商场设计中的应用及如何营造购物气氛？
- 3、商品陈列主要有哪些方法？

《计量经济学》教学大纲

李景华 编写

目 录

前 言	1090
第一章 绪 论	1092
§1. 1 计量经济学	1092
一、计量经济学	1092
二、计量经济学模型	1092
三、计量经济学的内容体系	1092
四、计量经济学是一门经济学科	1093
五、计量经济学在经济学科中的地位	1093
§1. 2 建立计量经济学模型的步骤和要点	1093
一、理论模型的设计	1093
二、样本数据的收集	1093
三、模型参数的估计	1094
四、模型的检验	1094
五、建立计量经济学模型过程中的几个关键	1094
六、计量经济学应用软件介绍	1094
§1. 3 计量经济学模型的应用	1094
一、经济结构分析	1094
二、经济预测	1095
三、经济政策评价	1095
四、经济理论检验与发展	1095
本章思考题	1095
第二章 经典单方程计量经济学模型：一元线性回归模型	1097
§2. 1 回归分析概述	1097
一、回归分析基本概念	1097
二、总体回归函数	1097
三、随机干扰项	1097
四、样本回归函数	1098
§2. 2 一元线性回归模型的参数估计	1098
一、一元线性回归模型的基本假设	1098
二、参数的普通最小二乘估计 (OLS)	1098
三、参数估计的最大或然法 (ML)	1098
四、最小二乘估计量的性质	1098
五、参数估计量的概率分布及随机干扰项方差的估计	1098
§2. 3 一元线性回归模型的统计检验	1099
一、拟合优度检验	1099
二、变量的显著性检验	1099
三、参数的置信区间	1099
§2. 4 一元线性回归分析的应用：预测问题	1099

一、 $\hat{Y}_0$ 是条件均值 $E(Y X = X_0)$ 或个值 Y 的一个无偏估计。	1099
二、总体条件均值与个值预测值的置信区间。	1099
§2. 5 实例：时间序列问题	1100
一、中国居民人均消费模型	1100
二、时间序列问题	1100
本章思考题	1100
第三章 经典单方程计量经济学模型：多元线性回归模型	1105
§3. 1 多元线性回归模型	1105
一、多元线性回归模型	1105
二、多元线性回归模型的基本假定	1105
§3. 2 多元线性回归模型的估计	1105
一、普通最小二乘估计	1105
二、最大或然估计	1106
三、矩估计 (Moment Method, MM)	1106
四、参数估计量的性质	1106
五、样本容量问题	1106
六、多元线性回归模型的参数估计实例	1106
§3. 3 多元线性回归模型的统计检验	1106
一、拟合优度检验	1106
二、方程显著性检验	1106
三、变量显著性检验	1107
四、参数估计量的置信区间	1107
§3. 4 多元线性回归模型的预测	1107
一、预测值的置信区间	1107
二、 $E(Y_0)$ 的置信区间	1107
三、 Y_0 的置信区间	1107
§3. 5 可化为线性的多元非线性回归模型	1108
一、模型的类型与变换	1108
二、非线性回归实例	1108
§3. 6 受约束回归	1108
一、模型参数的线性约束	1108
二、对回归模型增加或减少解释变量	1108
三、参数的稳定性	1108
四、非线性约束	1108
本章思考题	1108
第四章 经典单方程计量经济学模型：放宽基本假定的模型	1111
§4. 1 异方差性	1111
一、实际经济问题中的异方差性	1111
二、异方差性的后果	1111

三、异方差性的检验	1111
四、异方差的修正	1112
§4. 2 序列相关性	1112
一、实际经济问题中的序列相关性	1112
二、序列相关性的后果	1112
三、序列相关性的检验	1113
四、序列相关的补救	1113
五、虚假序列相关问题	1114
六、应用举例——中国商品进口模型估计	1114
§4. 3 多重共线性	1114
一、实际经济问题中的多重共线性。	1114
二、多重共线性的后果	1115
三、多重共线性的检验	1115
四、克服多重共线性的方法	1115
五、应用举例——中国粮食生产函数	1115
§4. 4 随机解释变量问题	1115
一、实际经济问题中的随机解释变量问题	1116
二、随机解释变量问题的后果	1116
三、工具变量方法	1116
四、应用举例——中国居民人均消费函数	1117
本章思考题	1117
第五章 经典单方程计量经济学模型：专门问题	1119
§5. 1 虚拟变量模型	1119
一、虚拟变量的引入	1119
二、虚拟变量的设置原则	1120
§5. 2 滞后变量模型	1120
一、滞后变量模型	1120
二、分布滞后模型的参数估计	1120
三、自回归模型的参数估计	1121
四、格兰杰因果关系检验	1122
§5. 3 模型设定偏误问题	1123
一、模型设定偏误的类型	1123
二、模型设定偏误的后果	1123
三、模型设定偏误的检验	1124
§5. 4 从传统建模理论到约化建模理论	1124
一、传统建模理论与数据开采问题	1125
二、“从一般到简单”——约化建模型理论	1125
三、非嵌套假设检验	1125
四、约化模型的准则	1125
本章思考题	1126
第六章 单方程计量经济学应用模型	1127
§6. 1 生产函数模型	1127

一、几个重要概念.....	1127
二、以要素之间替代性质的描述为线索的生产函数模型的发展	1128
三、以技术要素的描述为线索的生产函数的发展	1128
四、几种重要生产函数的估计方法	1129
五、生产函数模型在技术进步分析中的应用	1129
六、建立生产函数模型中的数据质量问题	1129
§6. 2 需求函数模型	1129
一、几个重要概念.....	1129
二、几个重要的单方程需求函数模型及其参数估计	1129
三、线性支出系统需求函数模型及其参数估计	1129
四、交叉估计问题.....	1130
五、大类商品的数量与价格	1130
§6. 3 消费函数模型	1130
一、几个重要的消费函数模型及其参数估计	1130
二、中国消费函数模型建立与应用中几个实际问题的处理	1130
本章思考题	1130
《计量经济学》实验教学大纲	1131
一、实验教学任务和目的	1131
二、实验教学基本要求	1131
三、实验教学内容	1131
四、实验项目与学时分配	1131
五、考核方式	1131
六、实验教材及参考书	1131
七、说明	1131

前 言

本课程是经济学门类各专业的 8 门共同核心课程之一，也是管理类各专业的重要基础课程，应作为必修课程和考试课程列入各专业的教学计划。

通过课程教学，使学生达到：

1. 了解现代经济学的特征，了解经济数量分析课程在经济学课程体系中的地位，了解经济数量分析在经济学科的发展和实际经济工作中的作用；
2. 掌握基本的计量经济学理论与方法，并对计量经济学理论与方法的新发展有概念性了解；
3. 能够建立并应用简单的计量经济学模型，包括使用常用的计量经济学软件；
4. 具有进一步学习与应用计量经济学理论、方法与模型的基础和能力。

本课程教学中应注意的问题是：

1. 本课程的先修课程为微积分、线性代数、概率论与数理统计、微观经济学、宏观经济学和经济统计学。在本课程中用到的、属于先修课程教学基本要求范围的知识，尤其是必需的数学基础知识不出现在课程内容中，由学生自己复习与学习。

2. 本课程定位于初级与中级之间的水平上。计量经济学按照内容深度一般分为初级、中级和高级三个层次。初级以计量经济学的数理统计学基础知识和经典的线性单方程模型理论与方法为主要内容；中级以用矩阵描述的经典的线性单方程模型理论与方法、经典的线性联立方程模型理论与方法，以及传统的应用模型为主要内容；高级以扩展的单方程模型理论与方法、非线性模型理论与方法，以及动态计量经济学理论与方法为主要内容。考虑到在我国高等院校本科阶段，一般只设置一个层次的计量经济学课程，而且学生基本掌握数理统计学基础知识，所以将课程定位于初级与中级之间的水平上。

3. 理论与应用并重。计量经济学按照研究对象可以分为理论计量经济学和应用计量经济学。理论计量经济学以计量经济学的理论与方法为主要内容，强调方法的数学基础，侧重于模型方法的数学证明与推导；应用计量经济学则以计量经济学的理论与方法的应用为主要内容，强调应用模型的经济学和经济统计学基础，侧重于建立与应用模型过程中实际问题的处理。本课程将在初级与中级之间的水平上介绍其理论与应用。

4. 在理论方法部分，重在基本原理和方法思路，尽量精简复杂的数学推导与证明。

5. 加强练习。通过练习和综合练习，给学生以理论、方法与应用的综合能力，并学会使用一种常用的计量经济学软件包。练习上机实践占 9 学时。

本课程建议学时数：

课内学时：54~72(每周 3~4)，课内/外学时比：1/2

教学总进程课时安排

第一章 绪 论（3 学时）

§ 1. 1 计量经济学

§ 1. 2 建立计量经济学模型的步骤和要点

§ 1. 3 计量经济学模型的应用

第二章 经典单方程计量经济学模型：一元线性回归模型（6 学时）

§ 2. 1 回归分析概述

§ 2. 2 一元线性回归模型的参数估计

- § 2. 3 一元线性回归模型的统计检验
- § 2. 4 一元线性回归分析的应用：预测问题
- § 2. 5 实例：时间序列问题
- 第三章 经典单方程计量经济学模型：多元线性回归模型（6 学时）
 - § 3. 1 多元线性回归模型
 - § 3. 2 多元线性回归模型的估计
 - § 3. 3 多元线性回归模型的统计检验
 - § 3. 4 多元线性回归模型的预测
 - § 3. 5 可化为线性的多元非线性回归模型
 - § 3. 6 受约束回归
- 第四章 经典单方程计量经济学模型：放宽基本假定的模型（12 学时）
 - § 4. 1 异方差性
 - § 4. 2 序列相关性
 - § 4. 3 多重共线性
 - § 4. 4 随机解释变量问题
- 第五章 经典单方程计量经济学模型：专门问题（12 学时）
 - § 5. 1 虚拟变量模型
 - § 5. 2 滞后变量模型
 - § 5. 3 模型设定偏误问题
 - § 5. 4 从传统建模理论到约化建模理论
- 第六章 经典计量经济学应用模型（6 学时）
 - § 6. 1 生产函数模型
 - § 6. 2 需求函数模型
 - § 6. 3 消费函数模型

本课程拟设计 9 学时实践，包括上机与分组综合练习的 ppt 讲演。

参考书目

教材：

李子奈，潘文卿，《计量经济学》（第二版），高等教育出版社，2005 年 4 月

参考书：

Damodar N. Gujarati, Basic Econometrics, 4th ed, 2003

张晓峒，《计量经济学基础》，南开大学出版社，2001 年

William H. Greene, Econometrics Analysis, 4th ed., 2000

李子奈、叶阿忠，《高等计量经济学》，清华大学出版社，2000 年

第一章 绪 论

教学目的和要求：

这部分是课程的纲。

了解：计量经济学的基本概念，计量经济学的内容体系以及本课程涉及的内容，计量经济学的主要应用，建立与应用计量经济学模型的工作步骤，学习计量经济学的重要性。

掌握：计量经济学是一门经济学科以及在经济学科中的地位，在建立与应用计量经济学模型的每一步骤中应注意的关键，为什么说计量经济学是经济学理论、数学和经济统计学的结合。

应用：将本绪论的知识用于指导全课程的学习。

§ 1. 1 计量经济学

一、计量经济学

1. 计量经济学的由来和发展

计量经济学是经济学的一个分支学科，是以揭示经济活动中客观存在的数量关系为内容的分支学科。弗里希将计量经济学定义为经济理论、统计学和数学三者的结合。

2. 计量经济学的研究对象和任务

二、计量经济学模型

1. 模型

模型，是对现实的描述和模拟。对现实的各种不同的描述和模拟方法，就构成了各种不同的模型，例如，语义模型（也称逻辑模型）、物理模型、几何模型、数学模型和计算机模拟模型等。

2. 经济数学模型

经济数学模型是用数学方法描述经济活动。数理经济模型揭示经济活动中各个因素之间的理论关系，用确定性的数学方程加以描述。

3. 计量经济学模型

计量经济模型揭示经济活动中各个因素之间的定量关系，用随机性的数学方程加以描述。

三、计量经济学的内容体系

计量经济学作为经济学的一个分支学科，在经济学科中居于最重要的位置，其理论方法已经形成了庞大的内容体系。

1. 理论计量经济学和应用计量经济学

计量经济学根据研究对象和内容侧重面不同，可以分为理论计量经济学和应用计量经济学。理论计量经济学是以介绍、研究计量经济学的理论与方法为主要内容，侧重于理论与方法的数学证明与推导，与数理统计联系极为密切。除了介绍计量经济模型的数学理论基础、普遍应用的计量经济模型的参数估计方法与检验方法外，还研究特殊模型的估计方法与检验方法，应用了广泛的数学知识。而应用计量经济学则以建立与应用计量经济学模型为主要内容，强调应用模型的经济学和经济统计学基础，侧重于建立与应用模型过程中实际问题的处理。

2. 广义的计量经济学和狭义的计量经济学

广义计量经济学是利用经济理论、数学以及统计学定量研究经济现象的经济计量方法的统称，

包括回归分析方法、投入产出分析方法、时间序列分析方法等。在西方许多以“Econometrics”为名称的书中，往往包含如此广泛的内容。狭义计量经济学，也就是我们通常所说的计量经济学，以揭示经济现象中的因果关系为目的，在数学上主要应用回归分析方法。

四、计量经济学是一门经济学科

1. 从计量经济学的定义看

弗里希将计量经济学定义为经济理论、统计学和数学三者的结合。而且他明确提出，“计量经济学与经济统计学绝非一码事；它也不同于我们所说的一般经济理论，尽管经济理论大部分具有一定的数量特征；计量经济学也不应视为数学应用于经济学的同义语。”“经验表明，统计学、经济理论和数学这三者对于真正了解现代经济生活的数量关系来说，都是必要的，但本身并非是充分条件。三者结合起来，就是力量，这种结合便构成了计量经济学。”

2. 从计量经济学的研究对象和任务看

3. 从建立与应用计量经济学模型的过程看

从建立与应用计量经济学模型的全过程可以看出，理论模型的设定、样本数据的收集，则必须以对经济理论、对所研究的经济现象的透彻认识为基础；即使是涉及数学方法较多的模型参数估计、模型检验等，单靠数学知识也是难以完成的。

五、计量经济学在经济学科中的地位

1. 从计量经济学在经济学发展中的历史作用看

2. 从现代经济学的特征看

3. 从现实经济研究中数量分析的重要性看

§ 1. 2 建立计量经济学模型的步骤和要点

一、理论模型的设计

1. 变量的选择

对所要研究的经济现象进行深入的分析，根据研究的目的，选择模型中将包含的因素，根据数据的可得性选择适当的变量来表征这些因素，并根据经济行为理论和样本数据显示出的变量间的关系，设定描述这些变量之间关系的数学表达式，即理论模型。

2. 理论关系式的设定

选择模型数学形式的主要依据是经济行为理论。

3. 待估参数数值范围的拟定

理论模型中的待估参数一般都具有特定的经济含义，它们的数值，要待模型估计、检验后，即经济数学模型完成后才能确定，但对于它们的数值范围，即理论期望值，可以根据它们的经济含义在开始时拟定。这一理论期望值可以用来检验模型的估计结果。

二、样本数据的收集

1. 时间序列数据、截面数据、虚变量数据

时间序列数据是一批按照时间先后排列的统计数据。截面数据是一批发生在同一时间截面上的调查数据。虚变量数据也称为二进制数据，一般取 0 或 1。

2. 样本数据的质量：完整性、准确性、可比性、一致性

完整性，即模型中包含的所有变量都必须得到相同容量的样本观测值。准确性，有两方面含义，一是所得到的数据必须准确反映它所描述的经济因素的状态，即统计数据或调查数据本身是准确的；二是它必须是模型研究中所准确需要的，即满足模型对变量口径的要求。可比性，也就是通常所说的数据口径问题。一致性，即母体与样本的一致性。

三、模型参数的估计

模型参数的估方法，是计量经济学的核心内容。

1. 参数估计的任务
2. 参数估计的方法

四、模型的检验

1. 经济意义检验

主要检验模型参数估计量在经济意义上的合理性。

2. 统计检验

统计检验是由统计理论决定的，目的在于检验模型的统计学性质。

3. 计量经济学检验

计量经济学检验是由计量经济学理论决定的，目的在于检验模型的计量经济学性质。

4. 预测检验

预测检验主要检验模型参数估计量的稳定性以及相对样本容量变化时的灵敏度，确定所建立的模型是否可以用于样本观测值以外的范围，即模型的所谓超样本特性。

五、建立计量经济学模型过程中的几个关键

1. 经济学理论、数学方法和数据的正确运用
2. 计量经济学模型成功的三个要素：理论、方法和数据。

六、计量经济学应用软件介绍

1. EViews
2. SPSS/PC
3. SAS
4. GAUSS
5. PC-GIVE

建立与应用计量经济学模型必须掌握至少一种计量经济学软件。学习应用软件的最好方法是实践，是自己实际地采用一种软件去建立模型。

§ 1. 3 计量经济学模型的应用

计量经济学模型的应用大体可以被概括为四个方面：结构分析、经济预测、政策评价、检验与发展经济理论。

一、经济结构分析

1. 结构分析的含义和重要性

经济学中的结构分析是对经济现象中变量之间相互关系的研究。

2. 结构分析的方法

结构分析所采用的主要方法是弹性分析、乘数分析与比较静力分析。

二、经济预测

计量经济学模型作为一类经济数学模型，是从用于经济预测，特别是短期预测而发展起来的。

1. 经济预测的含义和重要性
2. 经济预测的方法
3. 为什么计量经济学模型可以用于经济预测
4. 计量经济学模型用于经济预测面临的挑战

三、经济政策评价

1. 政策评价的含义与重要性

政策评价是指从许多不同的政策中选择较好的政策予以实行，或者说是研究不同的政策对经济目标所产生的影响的差异。从宏观经济领域到微观经济领域，每时每刻都存在政策评价的问题。经济政策具有不可试验性。

2. 计量经济学模型的“经济政策实验室”作用

一是工具—目标法。二是政策模拟。三是最优控制方法。

四、经济理论检验与发展

1. 为什么计量经济学模型可以用于经济理论的检验
2. 为什么计量经济学模型可以用于发展经济理论

本章思考题

1. 计量经济模型的简要工作步骤是（ ）。
 - A. 设定模型，检验模型，估计模型，改进模型
 - B. 设定模型，估计参数，检验模型，应用模型
 - C. 估计模型，应用模型，检验模型，改进模型
 - D. 收集资料，设定模型，估计参数，应用模型
2. 有人采用全国各省市农业总产值的截面数据，估计生产函数模型，然后用该模型预测未来农业的产出量，这违反了数据的（ ）原则。
 - A. 一致性
 - B. 准确性
 - C. 可比性
 - D. 完整性
3. 计量经济学与一般经济数学方法有什么区别？它研究的经济关系有哪两个基本特征？
4. 为什么说计量经济学是经济理论、数学和经济统计学的结合？
5. 为什么说计量经济学是一门经济学科？它在经济学科体系中的地位是什么？它在经济研究中的作用是什么？
6. 建立计量经济学模型的主要步骤如何？
7. 下列假设的模型是否属于揭示因果关系的计量经济学模型？为什么？

(1) $S_t = 112.0 + 0.12R_t$ ，其中 S_t 表示第 t 年农村居民储蓄增加额（单位：万元）， R_t 表示第 t 年城镇居民可支配收入总额（单位：万元）。

(2) $S_{t-1} = 4432.0 + 0.30R_t$ ，其中 S_{t-1} 表示第 $t-1$ 年农村居民储蓄余额（单位：万元）， R_t 表示第 t 年农村居民纯收入总额（单位：万元）。

(3) $RS_t = 8300.0 - 0.24RI_t + 1.12IV_t$ ，其中 RS_t 表示第 t 年社会消费品零售总额（单位：万元）， RI_t 表示第 t 年居民收入总额（单位：万元）， IV_t 表示第 t 年全社会固定资产投资总额（单位：万元）。

8. 模型检验包括哪些方面？简述其具体内容。

9. 计量经济学模型有哪些主要应用领域？各自的原理是什么？

10. 指出下列假想模型中两个最明显的错误，并说明理由：

$$RS_t = 8300.0 - 0.24RI_t + 1.12IV_t$$

其中， RS_t 为第 t 年社会消费品零售总额（亿元）， RI_t 为第 t 年居民收入总额（亿元）（城镇居民可支配收入总额与农村居民纯收入总额之和）， IV_t 为第 t 年全社会固定资产投资总额（亿元）。

第二章 经典单方程计量经济学模型：一元线性回归模型

教学目的和要求：

这部分是课程的重点和主要内容。通过教学，要求学生达到：

了解：一元线性单方程计量经济学模型的基本理论与方法，运用矩阵描述、推导和证明与普通最小二乘法有关的参数估计过程和结论，应用计量经济学软件进行一元线性单方程模型的普通最小二乘估计，独立完成建立线性单方程计量经济学模型的全过程工作。

掌握：关于线性单方程计量经济学模型的基本假设，以及各类违背基本假设的模型的经济背景；最大或然法的基本原理，以及与最小二乘法的区别。

应用：应用所学知识，独立完成一个练习，自己选择研究对象，自己建立理论模型，自己收集样本数据，进行模型的估计和检验，最后提交一篇报告。

§ 2. 1 回归分析概述

一、回归分析基本概念

1. 变量间的相互关系

无论是自然现象还是社会经济现象，大都存在着不同程度的联系。计量经济学的主要问题之一就是探寻各种经济变量之间的相互联系程度、联系方式及其运动规律。各种经济变量间的关系可分为两类：一类是确定的函数关系，另一类是不确定的统计相关关系。

2. 相关分析与回归分析

相关分析（correlation analysis）主要研究随机变量间的相关形式及相关程度。回归分析是研究一个变量关于另一个（些）变量的依赖关系的计算方法和理论。其目的在于通过后者的已知或设定值，去估计和（或）预测前者的（总体）均值。

二、总体回归函数

在给定解释变量 X_i 条件下被解释变量 Y_i 的期望轨迹称为总体回归线（population regression line），或更一般地称为总体回归曲线（population regression curve）。相应的函数称为（双变量）总体回归函数（population regression function, PRF）。

三、随机干扰项

μ_i 为观察值 Y_i 围绕它的期望值 $E(Y | X_i)$ 的离差（deviation），是一个不可观测的随机变量，又称为随机干扰项（stochastic disturbance）或随机误差项（stochastic error）。

在总体回归函数中引入随机干扰项，主要有以下几方面的原因：

1. 代表未知的影响因素。
2. 代表残缺数据。
3. 代表众多细小影响因素。
4. 代表数据观测误差。
5. 代表模型设定误差。

6. 变量的内在随机性。

四、样本回归函数

回归分析的主要目的，就是根据样本回归函数 SRF，估计总体回归函数 PRF。

§ 2. 2 一元线性回归模型的参数估计

一、一元线性回归模型的基本假设

假设 1: 解释变量 X 是确定性变量，不是随机变量，而且在重复抽样中取固定值。

假设 2: 随机误差项 μ 具有 0 均值、同方差及不序列相关性。

假设 3: 随机误差项与解释变量之间不相关。

假设 4: 随机误差项服从 0 均值、同方差、零协方差的正态分布。

假设 5: 随着样本容量的无限增加，解释变量 X 的样本方差趋于一有限常数。

假设 6: 回归模型是正确设定的。

二、参数的普通最小二乘估计 (OLS)

1. 普通最小二乘原理
2. 普通最小二乘原理的数学表达
3. 普通最小二乘参数估计量计算公式的推导
4. 用离差形式表示的普通最小二乘参数估计量计算公式
5. 随机误差项方差估计量的计算公式

三、参数估计的最大或然法(ML)

1. 最大或然原理
2. 或然函数与对数或然函数
3. 最大或然估计的数学表达式
4. 在满足基本假设的情况下,最大或然估计与普通最小二乘估计是等价的

四、最小二乘估计量的性质

1. 线性的含义

证明：在满足基本假设的情况下，普通最小二乘估计量是线性估计量

2. 无偏性的含义

证明：在满足基本假设的情况下，普通最小二乘估计量是无偏性估计量

3. 有效性的含义

证明：在满足基本假设的情况下，普通最小二乘估计量是有效性估计量

五、参数估计量的概率分布及随机干扰项方差的估计

§ 2. 3 一元线性回归模型的统计检验

一、拟合优度检验

拟合优度检验，顾名思义，是检验模型对样本观测值的拟合程度。

用来自回归线的回归平方和占 Y 的总离差的平方和的比例来判断样本回归线与样本观测值的拟合优度。

二、变量的显著性检验

1. 假设检验

假设检验是统计推断的一个主要内容，它的基本任务是根据样本所提供的信息，对未知总体分布的某些方面的假设作出合理的判断。

假设检验的程序是，先根据实际问题的要求提出一个论断，称为统计假设，记为 H_0 ；然后根据样本的有关信息，对 H_0 的真伪进行判断，作出拒绝 H_0 或接受 H_0 的决策。

2. 变量的显著性检验

变量的显著性检验，旨在对模型中被解释变量与解释变量之间的线性关系是否显著成立作出推断，或者说考察所选择的解释变量是否对被解释变量有显著的线性影响。

三、参数的置信区间

假设检验可以通过一次抽样的结果检验总体参数可能的假设值的范围（最常用的假设为总体参数值为零），但它并没有指出在一次抽样中样本参数值到底离总体参数的真值有多“近”。要判断样本参数的估计值在多大程度上可以“近似”地替代总体参数的真值，往往需要通过构造一个以样本参数的估计值为中心的“区间”，来考察它以多大的可能性（概率）包含着真实的参数值。这种方法就是参数检验的置信区间估计。

§ 2. 4 一元线性回归分析的应用：预测问题

一、 $\hat{Y}_0$ 是条件均值 $E(Y | X = X_0)$ 或个值 Y 的一个无偏估计。

二、总体条件均值与个值预测值的置信区间。

1. 总体均值预测值的置信区间

2. 总体个值预测值的预测区间

对于 Y 的总体均值 $E(Y_0)$ 与个体值 Y_0 的预测区间（置信区间），（1）样本容量 n 越大，预测精度越高，反之预测精度越低；（2）样本容量一定时，置信带的宽度当在 X 均值处最小，其附近进行预测（插值预测）精度越大； X 越远离其均值，置信带越宽，预测可信度下降。

§ 2. 5 实例：时间序列问题

一、中国居民人均消费模型

1. 建立一个实际的一元线性回归模型。注意讲解数据的获取、口径，使用注意事项；模型的理论基础，图形基础等。

2. 模型检验。这里专注于统计学检验。

3. 预测

重点：EViews软件介绍，软件说明，个值、均值预测区间的软件计算方法。

二、时间序列问题

两个需注意的问题：

第一，关于抽样分布的理解问题。

第二，关于“伪回归问题”（spurious regression problem）。

本章思考题

1. 样本回归函数（方程）的表达式为（ ）。

A. $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \mu_i$

B. $E(Y|X_i) = \beta_0 + \beta_1 X_i$

C. $Y_i = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_i + e_i$

D. $\hat{Y}_i = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_i$

2. 最小二乘准则是使（ ）达到最小值的原则确定样本回归方程。

A. $\sum (Y_i - \hat{Y}_i)$

B. $\sum |Y_i - \hat{Y}_i|$

C. $\max \sum |Y_i - \hat{Y}_i|$

D. $\sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2$

3. 最大似然估计准则是从模型总体中抽取该 n 组样本观测值的（ ）最大的准则确定样本回归方程。

A. 离差平方和

B. 均值

C. 概率

D. 方差

4. 参数 β 的估计量 $\hat{\beta}$ 具备有效性是指（ ）。

A. $Var(\hat{\beta}) = 0$

B. $Var(\hat{\beta})$ 为最小

C. $(\hat{\beta} - \beta) = 0$

D. $(\hat{\beta} - \beta)$ 为最小

5. 下列哪个性质不属于估计量的小样本性质（ ）。

A. 无偏性

B. 有效性

C. 线性性

D. 一致性

6. 在经典线性回归模型的基本假定条件成立的情况下，普通最小二乘估计与最大似然估计得

到的估计量（ ）。

- A. 完全一样
- B. 完全不同
- C. 小样本下不同，大样本下相同
- D. 小样本下相同，大样本下不同

7. 在总体回归直线 $E(Y|X_i) = \beta_0 + \beta_1 X_i$ 中， β_1 表示（ ）。

- A. 当 X 在增加一个单位时，Y 增加 β_1 个单位
- B. 当 X 在增加一个单位时，Y 平均增加 β_1 个单位
- C. 当 Y 在增加一个单位时，X 增加 β_1 个单位
- D. 当 Y 在增加一个单位时，X 平均增加 β_1 个单位

8. 对一元线性回归模型应用普通最小二乘法，会得到一组正规方程，下列方程中不是正规方程的是（ ）。

- A. $\sum (Y_i - \hat{\beta}_0 - \hat{\beta}_1 X_i) = 0$
- B. $\sum (Y_i - \hat{\beta}_0 - \hat{\beta}_1 X_i) X_i = 0$
- C. $\sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2 = 0$
- D. $\sum e_i X_i = 0$

9. 以 Y 表示实际观测值， $\hat{Y}$ 表示回归估计值，则用普通最小二乘法得到的样本回归直线 $\hat{Y}_i = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_i$ 满足（ ）。

- A. $\sum (Y_i - \hat{Y}_i) = 0$
- B. $\sum (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2 = 0$
- C. $\sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2 = 0$
- D. $\sum (Y_i - \bar{Y})^2 = 0$

10. 用一组 20 个样本观测值估计模型 $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \mu_i$ ，在 0.05 的显著性水平下对 β_1 的显著性作 t 检验，则 β_1 显著地不等于零的条件是统计量 t 大于（ ）。

- A. $t_{0.05}(20)$
- B. $t_{0.025}(20)$
- C. $t_{0.05}(18)$
- D. $t_{0.025}(18)$

11. 考察某地区农作物种植面积与农作物产值的关系，建立一元线性回归模型 $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \mu_i$ （X 表示农作物种植面积，Y 表示农作物产值），采用 30 个样本，根据 OLS 方法得到 $\hat{\beta}_1 = 0.54$ ，对应标准差 $S_{\hat{\beta}_1} = 0.045$ ，那么 β_1 对应的 t 统计量为（ ）。

- A. 12
- B. 0.0243
- C. 2.048
- D. 1.701

$$\begin{aligned} Y &= \beta_0 + \beta_1 X \\ &= \beta_0 + \beta_1 \frac{X^*}{10} \\ &= \beta_0 + \frac{\beta_1}{10} X^* \end{aligned}$$

解释变量扩大 10 倍，回归截距不变，斜率为原斜率的 $\frac{1}{10}$ 。

设 $Y = \frac{Y^*}{10}$ ，则

$$\begin{aligned} \frac{Y^*}{10} &= \beta_0 + \beta_1 X \\ Y^* &= 10\beta_0 + 10\beta_1 X \end{aligned}$$

被解释变量扩大 10 倍，截距、斜率项都比原来扩大 10 倍。

(2) 设 $X^* = X + 2$ ，则

$$\begin{aligned} Y &= \beta_0 + \beta_1 X \\ &= \beta_0 + \beta_1 (X^* - 2) \\ &= (\beta_0 - 2\beta_1) + \beta_1 X^* \end{aligned}$$

设 $Y^* = Y + 2$ ，则

$$\begin{aligned} Y &= \beta_0 + \beta_1 X \\ Y^* - 2 &= \beta_0 + \beta_1 X \\ Y^* &= (\beta_0 + 2) + \beta_1 X \end{aligned}$$

解释变量与被解释变量在加法形式变化，造成原模型截距变化，而斜率不变。

21. 样本回归模型 $Y_i = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_i + e_i$ ，证明：

(1) 估计的 Y 的均值等于实测的 Y 的均值，即

$$\bar{\hat{Y}} = \bar{Y}$$

(2) 残差和为零，残差的均值为零，即

$$\sum e_i = 0, \quad \bar{e} = 0$$

(3) 残差项与 X 不相关

$$\sum e_i X_i = 0$$

(4) 残差项与估计的 Y 不相关

$$\sum e_i \hat{Y}_i = 0$$

证明：(1) 由于

$$\begin{aligned}
 \hat{Y}_i &= \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_i \\
 &= (\bar{Y} - \hat{\beta}_1 \bar{X}) + \hat{\beta}_1 X_i \\
 &= \bar{Y} + \hat{\beta}_1 (X_i - \bar{X})
 \end{aligned}$$

所以,

$$\bar{\hat{Y}} = \bar{Y} + \hat{\beta}_1 \frac{1}{n} \sum (X_i - \bar{X}) = \bar{Y}$$

(2) 由一元回归中正规方程之一

$$\sum (Y_i - \hat{\beta}_0 - \hat{\beta}_1 X_i) = 0$$

即

$$\sum e_i = 0$$

$$\bar{e} = \frac{1}{n} \sum e_i = 0$$

(3) 由一元回归中正规方程之二

$$\sum (Y_i - \hat{\beta}_0 - \hat{\beta}_1 X_i) X_i = 0$$

即

$$\sum e_i X_i = 0$$

(4)

$$\begin{aligned}
 \sum e_i \hat{Y}_i &= \sum e_i (\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_i) \\
 &= \hat{\beta}_0 \sum e_i + \hat{\beta}_1 \sum e_i X_i = 0
 \end{aligned}$$

22. 对一元回归, 证明: $\sum (Y_i - \hat{Y}_i)(\hat{Y}_i - \bar{Y}) = 0$

$$\begin{aligned}
 \sum (Y_i - \hat{Y}_i)(\hat{Y}_i - \bar{Y}) &= \sum (Y_i - \hat{Y}_i)(\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_i - \bar{Y}) \\
 &= (\hat{\beta}_0 - \bar{Y}) \sum (Y_i - \hat{Y}_i) + \hat{\beta}_1 \sum (Y_i - \hat{Y}_i) X_i \\
 &= (\hat{\beta}_0 - \bar{Y}) \sum e_i + \hat{\beta}_1 \sum e_i X_i \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

23. 表 gujarati5e13 给出了 1977-1991 年间美国黄金价格、消费者价格指数和纽约股票交易所指数数据。(1) 估计 $gold_t = \beta_1 + \beta_2 CPI_t + \mu_t$, 检验是否 $\beta_2 = 1$, 即黄金价格与 CPI 之间有 1 比 1 的关系(即, 黄金是一种完美的保值工具)?

(2) 估计 $NYSE_t = \beta_1 + \beta_2 CPI_t + \mu_t$, 检验是否 $\beta_2 = 1$, 即纽约股票交易所指数与 CPI 之间有 1 比 1 的关系? 投资于股票市场是防范通货膨胀的完美手段吗?

(3) 在黄金与股票之间, 应该选择哪种投资?

第三章 经典单方程计量经济学模型：多元线性回归模型

教学目的和要求：

这部分内容是课程的重点和主要内容之一。通过教学，要求学生达到：

了解：多元线性单方程计量经济学模型的基本理论与方法，运用矩阵描述、推导和证明与普通最小二乘法有关的参数估计过程和结论，应用计量经济学软件进行多元线性单方程模型的普通最小二乘估计，独立完成建立线性单方程计量经济学模型的全过程工作。

掌握：关于线性单方程计量经济学模型的基本假设，以及各类违背基本假设的模型的经济背景；可化为非线性回归的多元回归模型、受约束回归。

应用：应用所学知识，独立完成一个练习，自己选择研究对象，自己建立理论模型，自己收集样本数据，进行模型的估计和检验，最后提交一篇报告。

§ 3. 1 多元线性回归模型

一、多元线性回归模型

总体回归函数

偏回归系数

样本回归函数

二、多元线性回归模型的基本假定

假设 1，解释变量 $X_1, X_2, \dots, X_k$ 是非随机的或固定的，且各 X 之间互不相关，即各 X 间无多重共线性（no multicollinearity）。

假设 2，随机误差项具有零均值、同方差及不序列相关性

假设 3，解释变量与随机项不相关

假设 4，随机项满足正态分布

假设 5，样本容量趋于无穷时，各解释变量的方差趋于有界常数

假设 6，回归模型的设定是正确的。

上述假设的矩阵符号表示。

§ 3. 2 多元线性回归模型的估计

同一元回归模型的估计一样，多元回归模型参数估计的任务仍有两项：一是求得反映变量之间数量关系的结构参数的估计量 $\hat{\beta}_j$ ($j=1,2,\dots,k$)；二是求得随机误差项的方差估计 $\hat{\sigma}^2$ 。

一、普通最小二乘估计

1. 多元线性回归模型的矩阵表示。
2. 普通最小二乘估计过程和结果的非矩阵表示。
3. 普通最小二乘估计过程和结果的矩阵表示。

4. 正规方程组。

- (1) 正规方程组的概念。
- (2) 正规方程组的两种导出过程。
- (3) 正规方程组及其推导过程的矩阵表示。

二、最大或然估计

三、矩估计 (Moment Method, MM)

四、参数估计量的性质

1. 当多元线性回归模型满足基本假设的情况下，其参数的普通最小二乘估计、最大或然估计及矩估计仍具有线性、无偏性和有效性。同时，随着样本容量增加，即当 $n \rightarrow \infty$ 时，参数估计量具有渐近无偏性和渐近有效性，从而也具有有一致性。

2. 普通最小二乘参数估计量无偏性证明过程的矩阵表示，
3. 普通最小二乘参数估计量有效性证明过程的矩阵表示。

五、样本容量问题

1. 最小样本容量。
2. 满足基本要求的样本容量。

六、多元线性回归模型的参数估计实例

1. 建立一个实际的多元线性回归模型。
2. 用软件包完成最小二乘参数估计量的计算。

§ 3. 3 多元线性回归模型的统计检验

一、拟合优度检验

1. 拟合优度检验的检验对象
2. 总体平方和、残差平方和和回归平方和的概念和计算
3. R^2 统计量的计算
4. 修正的 R^2 统计量的计算
5. 对检验标准的认识
6. 赤池信息准则和施瓦茨准则

二、方程显著性检验

1. 假设检验
2. 方程显著性检验的检验对象
3. F 统计量的计算
4. 方程显著性的 F 检验过程
5. 从 R^2 统计量与 F 统计量的关系对拟合优度检验的再认识

三、变量显著性检验

1. 变量显著性检验的检验对象
2. t 统计量的计算
3. 变量显著性的 t 检验过程

四、参数估计量的置信区间

参数的假设检验用来判别所考察的解释变量是否对被解释变量有显著的线性影响，但并未回答在一次抽样中，所估计的参数值离参数的真实值有多“近”。这需要通过参数的置信区间的估计来考察。

1. 区间估计的概念
2. 置信度与置信区间
3. 参数估计量是随机变量
4. 参数估计量置信区间的计算
5. 如何缩小参数估计量的置信区间

§ 3. 4 多元线性回归模型的预测

对于模型

$$\hat{\mathbf{Y}} = \mathbf{X}\hat{\boldsymbol{\beta}}$$

如果给定样本以外的解释变量的观测值 $\mathbf{X}_0 = (1, X_{10}, X_{20}, \dots, X_{k0})$ ，可以得到被解释变量的预测值

$$\hat{Y}_0 = \mathbf{X}_0 \hat{\boldsymbol{\beta}}$$

严格地说，这只是被解释变量的预测值的估计值，而不是预测值。

一、预测值的置信区间

1. 被解释变量预测值是随机变量
2. 被解释变量预测值置信区间的计算
3. 如何缩小被解释变量预测值的置信区间

二、 $E(Y_0)$ 的置信区间

$(1-\alpha)$ 的置信水平下 $E(Y_0)$ 的置信区间：

$$\hat{Y}_0 - t_{\frac{\alpha}{2}} \times \hat{\sigma} \sqrt{\mathbf{X}_0 (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \mathbf{X}_0'} < E(Y_0) < \hat{Y}_0 + t_{\frac{\alpha}{2}} \times \hat{\sigma} \sqrt{\mathbf{X}_0 (\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1} \mathbf{X}_0'}$$

三、 Y_0 的置信区间

$(1-\alpha)$ 的置信水平下 Y_0 的置信区间：

$$\hat{Y}_0 - t_{\frac{\alpha}{2}} \times \hat{\sigma} \sqrt{1 + \mathbf{X}_0'(\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1}\mathbf{X}_0} < Y_0 < \hat{Y}_0 + t_{\frac{\alpha}{2}} \times \hat{\sigma} \sqrt{1 + \mathbf{X}_0'(\mathbf{X}'\mathbf{X})^{-1}\mathbf{X}_0}$$

§ 3. 5 可化为线性的多元非线性回归模型

在实际经济活动中，经济变量的关系是复杂的，直接表现为线性关系的情况并不多见。如著名的恩格尔曲线(Engle curves)表现为幂函数曲线形式、宏观经济学中的菲利普斯曲线(Pillips cuves)表现为双曲线形式等。但是，它们中的大部分又可以通过一些简单的数学处理，使之化为数学上的线性关系，从而可以运用线性回归的方法进行计量经济学方面的处理。

一、模型的类型与变换

1. 倒数模型、多项式模型与变量的直接置换法
2. 幂函数模型、指数函数模型与对数变换法
3. 复杂函数模型与级数展开法

二、非线性回归实例

零阶齐次性条件

§ 3. 6 受约束回归

在建立回归模型时，有时根据经济理论需对模型中变量的参数施加一定的约束条件。模型施加约束条件后进行回归，称为受约束回归(restricted regression)

一、模型参数的线性约束

二、对回归模型增加或减少解释变量

三、参数的稳定性

1. 邹氏参数稳定性检验
2. 邹氏预测检验

四、非线性约束

1. 最大似然比检验
2. 沃尔德检验
3. 拉格朗日乘数检验

本章思考题

1. 在 $n=30$ 的一组样本估计的、包含 3 个解释变量的线性回归模型中，计算的多重可决系数为 0.8500，则调整后的可决系数为 ()。

A. 0.8603	B. 0.8389
C. 0.8655	D. 0.8327

2. 要使模型能够得出参数估计量，所要求的最小样本容量为 ()。

A. $n \geq k+1$

B. $n \leq k+1$

C. $n \geq 30$

D. $n \geq 3(k+1)$

3. 根据调整的可决系数 $\bar{R}^2$ 与 F 的关系可知, 当 $\bar{R}^2=0$ 时, 有 ()。

A. $F=-1$

B. $F=0$

C. $F=1$

D. $F=+\infty$

4. 线性回归模型的参数估计量 $\hat{\beta}$ 是随机变量 Y_i 的函数, 即 $\hat{\beta} = (X'X)^{-1}X'Y$, 所以 $\hat{\beta}$ 是 ()。

A. 随机变量

B. 非随机变量

C. 确定性变量

D. 常量

5. 半对数模型 $Y_i = \beta_0 + \beta_1 \ln X_i + \mu_i$ 中, Y 关于 X 的弹性为 ()。

A. $\frac{\beta_1}{X_i}$

B. $\frac{\beta_1}{Y_i}$

C. $\beta_1 X_i$

D. $\beta_1 Y_i$

6. 半对数模型 $Y_i = \beta_0 + \beta_1 \ln X_i + \mu_i$ 中, 参数 β_1 的含义是 ()。

A. X 的绝对量发生变动时, 引起因变量 Y 的绝对量变化

B. Y 关于 X 的边际变化

C. X 的相对变化, 引起 Y 的期望值绝对量变化

D. Y 关于 X 的弹性

7. 半对数模型 $\ln Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \mu_i$ 中, 参数 β_1 的含义是 ()。

A. X 的绝对量变化, 引起因变量 Y 的相对变化率

B. Y 关于 X 的弹性

C. X 的相对变化, 引起 Y 的期望值绝对量变化

D. Y 关于 X 的边际变化

8. 需求量与价格的回归模型为 $\hat{Q}_i = 32.44 - 0.45X_i$, 且已知某个样本点对应的价格为 2.4

元, 则在该点的需求弹性的估计值为 ()。

A. -0.034

B. 0.034

C. -0.45

D. 0.45

9. 在多元线性回归中, t 检验与 F 检验各有什么意义? 在一元线性回归中呢?

10. 假定要求建立一个计量经济学模型来说明在学校跑道上慢跑 30 分钟或以上的人数, 以便决定是否修建第二条跑道以满足所有锻炼者。现通过收集数据, 得到两个可能的方程:

$$\hat{Y} = 125.0 - 15.0X_1 - 1.0X_2 + 1.5X_3, \quad \bar{R}^2 = 0.75$$

$$\hat{Y} = 123.0 - 14.0X_1 + 5.5X_2 - 3.7X_4, \quad \bar{R}^2 = 0.73$$

其中, Y 为某天慢跑者的人数, X_1 为该天的降水量 (单位: 毫米), X_2 为该天的日照时间

(单位: 小时), X_3 为该天的最高温度 (单位: 度), X_4 为第二天需交学期论文数。

(1) 这两个方程哪个更合理些? 为什么?

(2) 为什么用相同数据去估计相同的变量的系数却得到不同符号?

11. 考虑以下预测的回归方程

$$\hat{Y}_t = -120 + 0.10F_t + 5.33R_t, \quad \bar{R}^2 = 0.60$$

其中, Y_t 为第 t 年的玉米产量 (单位: 吨/亩), F_t 为第 t 年的施肥强度 (单位: 千克/亩), R_t 为第 t 年的降水量 (单位: 毫米)。

(1) 解释系数 0.10 和 5.33 的含义;

(2) 常数项 -120 是否意味玉米的负产量可能存在?

(3) 假定 β_F 的真实值为 0.30, 则估计值是否有偏? 为什么?

(4) 假定该方程并不满足所有的经典假设, 也即不是最佳线性无偏估计值, 是否意味着 β_R 的真实值绝对不等于 5.33, 为什么?

12. 为考察工作与休息之间的替代关系, 设定下面的模型:

$$\text{sleep} = \beta_0 + \beta_1 \text{work} + \beta_2 \text{edu} + \beta_3 \text{age} + \mu$$

其中, sleep 和 work 分别表示每周工作和休息的时间 (单位: 分钟), edu 表示受教育的程度 (年), age 表示年龄。利用调查的 706 个样本回归上述模型, 估计结果如下 (括号内的数字表示参数估计量的标准差, Se 表示回归标准差): (已知, $t_{0.025}(702) = 1.96$, $t_{0.05}(702) = 1.65$, 如何? 10%呢?, 对此应做如何解释 $t_{0.10}(702) = 1.28$)

$$\text{sleep} = 3638.25 - 0.148\text{work} - 11.13\text{edu} + 2.20\text{age}$$

(112.3) (0.02) (5.88) (1.45)

$R^2 = 0.11$ $\text{Se} = 419.4$

回答下列问题:

(1) 计算被解释变量的标准差 Std 、调整的拟合优度 R^2 、方程显著性检验的 F 统计量;

(2) 年龄越大, 休息的时间越多吗? 在 5% 的检验水平下?

(3) 工作时间与休息时间存在替代关系, 那么多工作 1 分钟是否意味着少休息 1 分钟? (5% 的检验水平)

(4) 如果工作时间与休息时间均以小时计, 重新估计方程, 写出结果 (包括参数估计量及其标准差)。

第四章 经典单方程计量经济学模型：放宽基本假定的模型

教学目的和要求：

这部分内容是课程的重点和主要内容之一。通过教学，要求学生达到：

了解：不满足经典假设的计量经济学检验的六方面。

掌握：异方差，序列相关，多重共线性，随机解释变量问题等四种计量经济学检验的诊断与校正。

应用：应用所学知识，独立完成一个练习，自己选择研究对象，自己建立理论模型，自己收集样本数据，进行模型的估计和检验，最后提交一篇报告。

§ 4. 1 异方差性

对于不同的样本点，随机误差项的方差不再是常数，而互不相同，则认为出现了异方差性。

一、实际经济问题中的异方差性

1. 随机误差项的方差随解释变量观测值增大而增大的例子
2. 随机误差项的方差随解释变量观测值增大而呈 U 型变化的例子
3. 随机误差项的方差随解释变量观测值增大而无规律变化的例子
4. 以截面数据为样本往往存在异方差性。

二、异方差性的后果

1. 参数估计量非有效

当计量经济学模型出现异方差性，其普通最小二乘法参数估计量仍然具有线性性、无偏性，但不具有有效性。

2. 变量的显著性检验失去意义

关于变量的显著性检验中，构造了 t 统计量，它是建立在随机误差项共同的方差 σ^2 不变而正确估计了参数方差 $s_{\hat{\beta}_i}$ 的基础之上的。如果出现了异方差性，估计的 $s_{\hat{\beta}_i}$ 出现偏误（偏大或偏小）， t 检验失去意义。其他检验也是如此。

3. 模型的预测失效

一方面，由于上述后果，使得模型不具有良好的统计性质；另一方面，在预测值的置信区间中也包含有参数方差的估计量 $s_{\hat{\beta}_i}$ 。所以，当模型出现异方差性时，仍然使用 OLS 估计量，将导致预测区间偏大或偏小，预测功能失效。

三、异方差性的检验

1. 检验方法的思路
2. 图示检验法
3. 戈里瑟检验
4. 戈德菲尔德-匡特（Goldfeld-Quandt）检验

5. 怀特 (White) 检验

四、异方差的修正

1. 用解释变量观测值的函数作权的加权最小二乘法
2. 用随机误差项方差矩阵作权的加权最小二乘法
3. 一般加权最小二乘法的步骤
4. 软件包中一般加权最小二乘法的应用

§ 4. 2 序列相关性

如果模型的随机误差项违背了互相独立的基本假设的情况，称为序列相关性。

一、实际经济问题中的序列相关性

1. 经济变量固有的惯性

大多数经济时间数据都有一个明显的特点，就是它的惯性，表现在时间序列不同时间的前后关联上。

2. 模型设定的偏误

所谓模型设定偏误 (Specification error) 是指所设定的模型“不正确”。主要表现在模型中丢失了重要的解释变量或模型函数形式有偏误。如本来应该估计的模型为

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 X_{3t} + \mu_t$$

但在模型设定中做了下述回归：

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + v_t$$

因此，该式中 $v_t = \beta_3 X_{3t} + \mu_t$ ，于是在 X_3 确实影响 Y 的情况下，这种模型设定的偏误往往导致随机项中有一个重要的系统性影响因素，使其呈序列相关性。

3. 数据的“编造”

在实际经济问题中，有时为了需要，有些数据是通过已知数据生成的。因此，新生成的数据与原数据间就有了内在的联系，表现出序列相关性。

二、序列相关性的后果

1. 参数估计量非有效

根据 OLS 估计中关于参数估计量的无偏性和有效性的证明过程，可以看出，当计量经济学模型出现序列相关性，其普通最小二乘法参数估计量仍然具有线性无偏性，但不具有有效性。

2. 变量的显著性检验失去意义

在变量的显著性检验中， t 统计量是建立在参数方差正确估计基础之上的，这只有当随机误差项具有同方差性和互相独立性时才能成立。如果存在序列相关，估计的参数方差 $s_{\hat{\beta}_i}$ 出现偏误（偏大或偏小）， t 检验就失去意义。其他检验也是如此。

3. 模型的预测失效

区间预测与参数估计量的方差有关，在方差估计有偏误的情况下，使得预测估计不准确，预测

精度降低。所以，当模型出现序列相关性时，它的预测功能失效。

三、序列相关性的检验

1. 检验方法的思路

关于序列相关性的检验方法有多种，例如冯诺曼比检验法、回归检验法、D.W.检验等。这些检验方法的共同思路是，首先采用普通最小二乘法估计模型，以求得随机误差项的“近似估计量”。

2. 图示法

由于残差 $\tilde{e}_t$ 可以作为 μ_t 的估计，因此，如果 μ_t 存在序列相关，必然会由残差项 $\tilde{e}_t$ 反映出来，

因此可利用 $\tilde{e}_t$ 的变化图形来判断随机项的序列相关性。

3. 回归检验法

以 $\tilde{e}_t$ 为被解释变量，以各种可能的相关量，诸如以 $\tilde{e}_{t-1}$ 、 $\tilde{e}_{t-2}$ 、 $\tilde{e}_t^2$ 等为解释变量，建立各种方程：

$$\tilde{e}_t = \rho \tilde{e}_{t-1} + \varepsilon_t \quad t=2, \dots, n$$

$$\tilde{e}_t = \rho_1 \tilde{e}_{t-1} + \rho_2 \tilde{e}_{t-2} + \varepsilon_t \quad t=3, \dots, n$$

...

对方程进行估计并进行显著性检验，如果存在某一种函数形式，使得方程显著成立，则说明原模型存在序列相关性。具体应用时需要反复试算。回归检验法的优点是一旦确定了模型存在序列相关性，也就同时知道了相关的形式，而且它适用于任何类型的序列相关性问题的检验。

4. 一阶序列相关(自相关)的 D.W.检验

D-W 检验是杜宾(J. Durbin)和瓦森(G.S. Watson)于 1951 年提出的一种检验序列自相关的方法，该方法的假定条件是：

(1) 解释变量 X 非随机；

(2) 随机误差项 μ_t 为一阶自回归形式： $\mu_t = \rho \mu_{t-1} + \varepsilon_t$

(3) 回归模型中不应含有滞后应变变量作为解释变量，即不应出现下列形式：

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \dots + \beta_k X_{kt} + \gamma Y_{t-1} + \mu_t$$

(4) 回归含有截距项；

①D.W.统计量的计算

②从 D.W.统计量的计算公式理解为什么可用于一阶序列相关的检验

③检验步骤

5. 拉格朗日检验

拉格朗日乘数检验克服了 DW 检验的缺陷，适合于高阶序列相关以及模型中存在滞后被解释变量的情形。它是由布劳殊(Breusch)与戈弗雷(Godfrey)于 1978 年提出的，也被称为 GB 检验。

四、序列相关的补救

1. 广义差分法

- (1) 一阶差分法
- (2) 广义差分法
- (3) 随机误差项相关系数的估计
- (4) 软件包(例如 TSP6. 5)中广义差分法的应用
2. 广义最小二乘法
 - (1) 随机误差项方差-协方差矩阵
 - (2) 用矩阵形式表示的广义最小二乘参数估计量
 - (3) 广义最小二乘法的步骤
 - (4) 普通最小二乘法、加权最小二乘法是广义最小二乘法的特例

五、虚假序列相关问题

- (1) 什么是虚假序列相关
- (2) 如何避免虚假序列相关问题

六、应用举例——中国商品进口模型估计

§ 4. 3 多重共线性

对于模型

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \cdots + \beta_k X_{ki} + \mu_i \quad i=1,2,\cdots,n$$

其基本假设之一是解释变量 $X_1, X_2, \cdots, X_k$ 是互相独立的。如果某两个或多个解释变量之间出现了相关性, 则称为存在多重共线性(Multicollinearity)。

如果存在

$$c_1 X_{1i} + c_2 X_{2i} + \cdots + c_k X_{ki} = 0 \quad i=1,2,\cdots,n$$

其中 c 不全为 0, 即某一个解释变量可以用其它解释变量的线性组合表示, 则称为解释变量间存在完全共线性(perfect multicollinearity)。如果存在

$$c_1 X_{1i} + c_2 X_{2i} + \cdots + c_k X_{ki} + v_i = 0 \quad i=1,2,\cdots,n$$

其中 c 不全为 0, v_i 为随机误差项, 则称为近似共线性(approximate multicollinearity)或交互相关(intercorrelated)。

一、实际经济问题中的多重共线性。

1. 经济变量相关的共同趋势

时间序列样本中发生多重共线性的主要原因在于许多基本经济变量存在相关的共同趋势。

2. 滞后变量的引入

在经济计量模型中, 往往需要引入滞后经济变量来反映真实的经济关系, 如以相对收入假设为理论假设, 则居民消费 C_t 的变动不仅受当期收入 Y_t 的影响, 还受前期消费 C_{t-1} 的影响。

3. 样本资料的限制

由于完全符合理论模型所要求的样本数据较难收集,在现有数据条件下,特定样本可能存在某种程度的多重共线性。

二、多重共线性的后果

1. 完全共线性下普通最小二乘参数估计量不存在
2. 一般共线性下普通最小二乘参数估计量非有效
方差膨胀因子
3. 参数估计量经济意义不合理

如果模型中两个解释变量具有线性相关性,例如 X_1 和 X_2 ,那么它们中的一个变量可以由另一个变量表征。这时, X_1 和 X_2 前的参数并不反映各自与被解释变量之间的结构关系,而是反映它们对被解释变量的共同影响。所以各自的参数已经失去了应有的经济含义,于是经常表现出似乎反常的现象。

4. 变量的显著性检验失去意义

存在多重共线性时,参数估计值的方差与标准差变大,从而容易使通过样本计算的 t 值小于临界值,误导作出参数为 0 的推断,可能将重要的解释变量排除在模型之外。

5. 模型的预测失效

变大的方差容易使区间预测的“区间”变大,使预测失去意义。

三、多重共线性的检验

1. 检验多重共线性是否存在
 - (1) 对两个解释变量的模型,采用简单相关系数法
 - (2) 对多个解释变量的模型,采用综合统计法
2. 判明存在多重共线性的范围
 - (1) 判定系数法
 - (2) 逐步回归法-

四、克服多重共线性的方法

1. 排除引起共线性的变量
2. 差分法
3. 减小参数估计量的方差

五、应用举例——中国粮食生产函数

逐步回归法

§ 4. 4 随机解释变量问题

如果存在一个或多个随机变量作为解释变量,则称原模型出现随机解释变量问题。

对于随机解释变量问题,又分三种不同情况:

1. 随机解释变量与随机干扰项独立

2. 随机解释变量与随机干扰项同期无关但异期相关
3. 随机解释变量与随机干扰项同期相关

一、实际经济问题中的随机解释变量问题

耐用品存量调整模型

合理预期消费函数模型

二、随机解释变量问题的后果

1. 随机解释变量与随机误差项不相关的情形
得到的参数估计量仍然是无偏、一致估计量。
2. 随机解释变量与随机误差项同期不相关，异期相关的情形

如果 X 与 μ 同期不相关，异期相关，得到的参数估计量有偏、但却是一致的。

3. 随机解释变量与随机误差项同期相关的情形

如果 X 与 μ 同期相关，得到的参数估计量有偏、且非一致。

三、工具变量方法

1. 工具变量方法的概念

模型中出现随机解释变量并且与随机误差项相关时，普通最小二乘估计量是有偏的。如果随机解释变量与随机误差项异期相关，则可以通过增大样本容量的办法来得到一致的估计量；但如果是同期相关，即使增大样本容量也无济于事。这时，最常用的估计方法是工具变量法（Instrument variables）。

2. 工具变量的选取

工具变量，顾名思义是在模型估计过程中被作为工具使用，以替代模型中与随机误差项相关的随机解释变量。那么，选择为工具变量的变量必须满足以下条件：

- （1）与所替代的随机解释变量高度相关；
- （2）与随机误差项不相关；
- （3）与模型中其它解释变量不相关，以避免出现多重共线性。

3. 工具变量的应用

对工具变量法，有三点需要特别指出：

第一，经常产生一种误解，以为采用工具变量法是将原模型中的随机解释变量换成工具变量，即改变了原来的模型。实际上，工具变量法并没有改变原模型，只是在原模型的参数估计过程中用工具变量“替代”随机解释变量。

第二，如果 1 个随机解释变量可以找到多个互相独立的工具变量，人们希望充分利用这些工具变量的信息，就形成了广义矩方法（Generalized Method of Moments, GMM）。

第三，要找到与随机扰动项不相关而又与随机解释变量相关的工具变量并不是一件很容易的事，但如果考虑到随机解释变量与随机扰动项相关的主要来源是由于同期测量误差引起的，就可以用滞后一期的随机解释变量作为原解释变量的工具变量。

4. 关于工具变量法参数估计量的正规方程组
5. 工具变量法参数估计量的矩阵表示
6. 软件包(例如 TSP6. 5)中工具变量方法的应用

本章思考题

3. 假设回归模型为 $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \mu_i$, 其中 $Var(\mu_i) = \sigma^2 X_i^2$, 则使用加权最小二乘法估计

D. 随机解释变量问题

- D. 有偏且非一致

- $X_t = X_t^* + e_t$, 其中 e_t 是具有零均值、无序列相关, 且与 X_t^* 及 μ_t 不相关的随机变量。

7. 以某地区 22 年的年度数据估计的工业就业回归方程

(1) 试证明：一阶自相关的 D.W. 检验是无定论的；

(2) 说明 LM 检验的步骤。

8. 对模型

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 Y_{t-1} + \mu_t$$

假定 Y_{t-1} 与 μ_t 相关，为了消除该相关性，采用工具变量法：先求 Y_t 关于 X_{1t} 与 X_{2t} 回归，得到

$\hat{Y}_t$ ，再做如下回归：

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 \hat{Y}_{t-1} + \mu_t$$

这一方法能否消除原模型中 Y_{t-1} 与 μ_t 的相关性？为什么？

第五章 经典单方程计量经济学模型：专门问题

教学要求：

本部分包含了解释特殊变量以及模型的设定、建模理论等内容，是课程的重点内容之一。

了解：各种有代表性的建模理论，特别是“从一般到简单”的约化建模理论。

掌握：虚拟变量模型、滞后变量模型的理论及估计；模型设定偏误的种类及检验。

应用：选择一个研究对象，收集数据，建立有关中国某一行业的实际模型，考虑虚拟变量、滞后变量，并对模型进行设定偏误检验。

§5.1 虚拟变量模型

许多经济变量是可以定量度量的，如商品需求量、价格、收入、产量等，但也有一些影响经济变量的因素无法定量度量，如职业、性别对收入的影响，战争、自然灾害对 GDP 的影响，季节对某些产品（如冷饮）销售的影响等等。为了在模型中能够反映这些因素的影响，并提高模型的精度，需要将它们“量化”，这种“量化”通常是通过引入“虚拟变量”来完成的。根据这些因素的属性类型，构造只取“0”或“1”的人工变量，通常称为**虚拟变量**（dummy variables），记为 D。

同时含有一般解释变量与虚拟变量的模型称为**虚拟变量模型**。

一、虚拟变量的引入

虚拟变量做为解释变量引入模型有两种基本方式：加法方式和乘法方式。

1. 加法方式

模型中将虚拟变量以相加的形式引入模型。一个以性别为虚拟变量来考察职工薪金的模型如下：

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2 D_i + \mu_i$$

其中： Y_i 为职工的薪金， X_i 为工龄， $D_i=1$ ，若是男性， $D_i=0$ ，若是女性。

2. 乘法方式

加法方式引入虚拟变量，可以考察截距的不同，而在许多情况下，往往是斜率就有变化，或斜率、截距同时发生变化。斜率的变化可通过以乘法的方式引入虚拟变量来测度。

例如，根据消费理论，消费水平 C 主要取决于收入水平 Y，但在一个较长的时期，人们的消费倾向会发生变化，尤其是在自然灾害、战争等反常年份，消费倾向往往出现变化。这种消费倾向的变化可通过在收入的系数中引入虚拟变量来考察。

$$\text{如，设 } D_t = \begin{cases} 1 & \text{正常年份} \\ 0 & \text{反常年份} \end{cases}$$

则消费模型可建立如下：

$$C_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + \beta_2 D_t X_t + \mu_t$$

这里，虚拟变量 D 以与 X 相乘的方式引入了模型中，从而可用来考察消费倾向的变化。

3. 临界指标的虚拟变量的引入

在经济发生转折时期，可通过建立临界指标的虚拟变量模型来反映。例如，进口消费品数量 Y 主要取决于国民收入 X 的多少。中国在改革开放前后， Y 对 X 的回归关系明显不同。这时，可以 $t^*=1979$ 年为转折期，以 1979 年的国民收入 X_t^* 为临界值，设如下虚拟变量：

$$D_t = \begin{cases} 1 & t \geq t^* \\ 0 & t < t^* \end{cases}$$

则进口消费品的回归模型可建立如下：

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + \beta_2 (X_t - X_t^*) D_t + \mu_t$$

二、虚拟变量的设置原则

虚拟变量的个数须按以下原则确定：每一定性变量所需的虚拟变量个数要比该定性变量的类别数少 1，即如果有 m 个定性变量，只在模型中引入 $m-1$ 个虚拟变量。

应避免所谓的“虚拟变量陷阱”。

§5. 2 滞后变量模型

在经济运行过程中，广泛存在时间滞后效应。某些经济变量不仅受到同期各种因素的影响，而且也受到过去某些时期的各种因素甚至自身的过去值的影响。通常把这种过去时期的、具有滞后作用的变量叫做滞后变量（Lagged Variable），含有滞后变量的模型称为滞后变量模型。滞后变量模型考虑了时间因素的作用，使静态分析的问题有可能成为动态分析。含有滞后解释变量的模型，又称动态模型（Dynamic Models）。

一、滞后变量模型

一般说来，被解释变量与解释变量的因果关系不一定就在瞬时发生，可能存在时间的滞后，或者说解释变量的变化可能需要经过一段时间才能完全对被解释变量产生影响。同样地，被解释变量当前的变化也可能受其自身过去取值水平的影响，这种被解释变量受到自身或另一解释变量的前几期值影响的现象称为滞后效应，表示前几期值的变量称为滞后变量。

1. 滞后效应与产生滞后效应的原因

现实经济生活中，产生滞后效应的原因众多，主要有以下几个方面：

- （1）心理原因。
- （2）技术原因。
- （3）制度原因。

2. 滞后变量模型

以滞后变量作为解释变量，就得到滞后变量模型。

二、分布滞后模型的参数估计

1. 分布滞后模型估计的困难

对于无限期的分布滞后模型，由于样本观测值的有限性，使得无法直接对其进行估计。而对于有限期的分布滞后模型，普通最小二乘回归也会遇到如下问题：

- （1）没有先验准则确定滞后期长度；

(2) 如果滞后期较长, 将缺乏足够的自由度进行估计和检验;

(3) 同名变量滞后值之间可能存在高度线性相关, 即模型存在高度的多重共线性。

2. 分布滞后模型的修正估计方法

针对上述困难, 人们在大量研究的基础上提出了一系列的修正估计方法, 但并不很完善。各种方法的基本思想大致相同: 即都是通过对各滞后变量加权, 组成线性合成变量而有目的地减少滞后变量的数目, 以缓解多重共线性, 保证自由度。

(1) 经验加权法

对于有限期分布滞后模型, 往往根据实际问题的特点、以及人们的经验给各滞后变量指定权数, 并按权数构成各滞后变量的线性组合, 形成新的变量, 再进行估计。权数据的类型有以下三类:

第一类, 递减型。

第二类, 矩型。

第三类, 倒 V 型。

(2) 阿尔蒙 (Almon) 多项式法

该法的主要思想仍是针对有限滞后期模型, 通过阿尔蒙变换, 定义新变量, 以减少解释变量个数, 然后用 OLS 法估计参数。

(3) 科伊克 (Koyck) 方法

科伊克模型有如下两个特点: 一是以一个滞后被解释变量 Y_{t-1} 代替了大量的滞后解释变量 X_{t-i} , 最大限度地节省了自由度, 解决了滞后期长度 s 难以确定的问题; 二是由于滞后一期的被解释变量 Y_{t-1} 与 X_t 的线性相关程度可以肯定小于 X 的各期滞后值之间的相关程度, 从而缓解了多重共线性。

但科伊克变换也同时产生了两个新问题: 一是模型存在随机项 v_t 的一阶自相关性; 二是滞后被解释变量 Y_{t-1} 与随机项 v_t 不独立, 即: $\text{cov}(Y_{t-1}, v_t) \neq 0$ 。这些新问题需要进一步解决。

三、自回归模型的参数估计

1. 自回归模型的构造

(1) 自适应预期 (Adaptive expectation) 模型

在某些实际问题中, 因变量 Y_t 并不取决于解释变量的当前实际值 X_t , 而取决于 X_t 的“预期水平”或“长期均衡水平” X_t^e 。自适应预期模型转化为一自回归模型。

(2) 局部调整 (Partial Adjustment) 模型

局部调整模型主要是用来研究物资储备问题的。局部调整模型可转化为一自回归模型。

2. 自回归模型的参数估计

(1) 工具变量法

若滞后被解释变量 Y_{t-1} 与随机扰动项 μ_t 同期相关（如考伊克模型与自适应预期模型），则 OLS 估计是有偏的，并且不是一致估计。因此，对上述模型，通常采用工具变量法，即寻找一个新的经济变量 Z_t 作为 Y_{t-1} 的工具变量进行估计。

（2）普通最小二乘法

若滞后被解释变量 Y_{t-1} 与随机扰动项 μ_t 同期无关（如局部调整模型），可直接使用 OLS 法进行估计，得到一致估计量。

四、格兰杰因果关系检验

对两变量 Y 与 X ，格兰杰因果关系检验要求估计以下回归：

$$Y_t = \sum_{i=1}^m \alpha_i X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_i Y_{t-i} + \mu_{1t} \quad (5.2.30)$$

$$X_t = \sum_{i=1}^m \lambda_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^m \delta_i X_{t-i} + \mu_{2t} \quad (5.2.31)$$

可能存在有四种检验结果：

（1） X 对 Y 有单向影响，表现为（5.2.30）式 X 各滞后项前的参数整体为零，而 Y 各滞后项前的参数整体不为零；

（2） Y 对 X 有单向影响，表现为（5.2.31）式 Y 各滞后项前的参数整体为零，而 X 各滞后项前的参数整体不为零；

（3） Y 与 X 间存在双向影响，表现为 Y 与 X 各滞后项前的参数整体不为零；

（4） Y 与 X 间不存在影响，表现为 Y 与 X 各滞后项前的参数整体为零。

格兰杰检验是通过受约束的 F 检验完成的。如针对 X 不是 Y 的格兰杰原因这一假设，即针对（5.2.30）式中 X 滞后项前的参数整体为零的假设，分别做包含与不包含 X 滞后项的回归，记前者的残差平方和为 RSS_U ，后者的残差平方和为 RSS_R ；再计算 F 统计量：

$$F = \frac{(RSS_R - RSS_U)/m}{RSS_U/(n-k)} \quad (5.2.32)$$

式中， m 为 X 的滞后项的个数， n 为样本容量， k 为包含可能存在的常数项及其他变量在内的无约束回归模型的待估参数的个数。

如果计算的 F 值大于给定显著性水平下 $F(m, n-k)$ 分布的相应的临界值，则拒绝原假设，认为 X 是 Y 的格兰杰原因。

需要指出的是，格兰杰因果关系检验对于滞后期长度的选择有时很敏感。不同的滞后期可能会得到完全不同的检验结果。因此，一般而言，常进行不同滞后期长度的检验，以检验模型中随机误差项不存在序列相关的滞后期长度来选取滞后期。

§5. 3 模型设定偏误问题

经典计量经济模型的回归分析，都是对模型的估计以及对经典假设的相关检验，而较少关注模型的具体设定形式。如果模型通过了所有相关检验，就认为得到了一个“满意”的模型估计结果，从而可以进一步用于经济分析与预测。然而，如果我们设定了一个“错误的”或者说是“有偏误的”模型，即使所有的经典假设都满足，得到的估计结果也会与“实际”有偏误，这种偏误称为模型设定偏误。

一、模型设定偏误的类型

1. 相关变量的遗漏 (omitting relevant variables)

在建立模型时，由于人们认识上的偏差、理论分析的缺陷、或者是有关统计数据的限制，可能有意或无意地忽略了某些重要变量。

由于“正确”模型可能包含有被解释变量 Y 与解释变量 X 的滞后项，即为自回归分布滞后模型，因此，遗漏相关变量可能表现为对 Y 或 X 滞后项的遗漏。这类模型设定偏误也称为动态设定偏误 (dynamic mis-specification)。

2. 无关变量的误选 (including irrelevant variables)

无关变量的误选是指在设定模型时，包括了无关解释变量。

3. 错误的函数形式 (wrong functional form)

错误的函数形式是指在设定模型时，选取了不正确的函数形式。最常见的就是当“真实”的函数形式为非线性时，却选取了线性的函数形式。

二、模型设定偏误的后果

1. 遗漏相关变量偏误

(1) 如果漏掉的 X_2 与 X_1 相关，则使得普通最小二乘估计量在小样本下是有偏的，在大样本下也是非一致的。

(2) 如果 X_2 与 X_1 不相关，则 α_0 的估计是有偏的。

(3) 随机扰动项的方差估计 $\hat{\sigma}^2$ 也是有偏的。

(4) $\hat{\alpha}_1$ 的方差是真估计量 $\hat{\beta}_1$ 的方差的有偏估计。

2. 包含无关变量偏误

在多选无关解释变量的情形下，普通最小二乘估计量仍是无偏的、一致的，随机扰动项的方差 σ^2 也能被正确估计，但 OLS 估计量却往往是无效的。

3. 错误函数形式的偏误

这种偏误是全方位的。例如，如果“真实”的回归函数为幂函数的形式，而在模型估计时设定的模型却为线性形式。显然，前一模型中的参数 β_1 为弹性，而后一模型估计出的 $\hat{\beta}_1$ 却是对一个单位 X_1 变化带来的 Y 相应变化的测量。两者具有完全不同的经济含义，估计结果一般也是不相同的。

三、模型设定偏误的检验

1. 检验是否含有无关变量

对于无关变量的误选检验比较简单, 可用统计检验中的 t 检验与 F 检验完成。检验的基本思想是, 如果模型中误选了无关变量, 则其系数的真值应应为零。因此, 只须对无关变量系数的显著性进行检验即可。

2. 检验是否有相关变量的遗漏或函数形式设定偏误

(1) 残差图示法

对所设定的模型进行普通最小二乘回归, 得到估计的残差序列 $\tilde{e}_t$, 做出 $\tilde{e}_t$ 与时间 t 或某解释变量 X 的散点图, 从图形考察估计的残差序列 $\tilde{e}_t$ 是否有规律地在变动, 来判断模型设定时是否遗漏了重要的解释变量或函数形式选取有偏误。

(2) 一般性设定偏误检验

残差图示法能够帮助我们初步判定在模型设定时是否遗漏了重要的解释变量, 或者是否设定了有偏误的函数形式。但更准确更常用的判定方法是拉姆齐 (Ramsey) 于 1969 年提出的所谓 RESET 检验 (regression error specification test)。

(3) 同期相关性的豪斯曼 (Hausman) 检验

(4) 线性模型与双对数线性模型的选择

在设定模型时, 一个较为棘手的问题是选取线性模型还是双对数线性模型。对于一元回归可通过变量的变化图形帮助确定, 而对于多元回归, 不同变量图形变化走势可能不同, 比较难于判断。这时也无法通过判定系数的大小来辅助决策, 因为在两类模型中被解释变量是不同的。为了在两类模型中进行比较, 可用下面介绍的 Box-Cox 变换进行。

第一步, 计算被解释变量 Y 的样本几何均值。

第二步, 用得到的样本几何均值去除原被解释变量 Y , 得到被解释变量的新序列 Y^* 。

第三步, 用被解释变量的新序列 Y^* 替代原序列 Y , 分别估计双对数线性模型与线性模型, 这时得到的两个回归模型的残差平方和是可比的, 从而可通过比较它们是否有显著差异来进行判断。Zarembka (1968) 提出的检验统计量为:

$$\frac{1}{2} n \ln \left(\frac{RSS_2}{RSS_1} \right)$$

其中, RSS_2 与 RSS_1 分别为两个回归模型中对应的较大的残差平方和与较小的残差平方和, n 为样本容量。可以证明, 该统计量在两个回归的残差平方和无差异的假设下服从自由度为 1 的 χ^2 分布。如果该统计量的计算值大于给定显著性水平下的相应临界值, 则拒绝两个回归的残差平方和无差异的原假设, 从而应选择具有较小残差平方和的模型。

§5. 4 从传统建模理论到约化建模理论

随着研究对象的日趋复杂, 计量经济学建模方法与建模理论也得到了迅速发展。尤其是 20 世

纪 70 年代中叶以来,出现了利莫尔 (Leamer) 的贝叶斯建模方法,西姆斯 (Sims) 的向量自回归建模型法、亨德瑞 (Hendry) 的约化建模理论以及第 10 章将要学习的协整建模理论。这些现代建模理论是在对传统建模理论的不断质疑与修正中发展起来的,其中亨德瑞的约化建模理论,吸收了向量自回归建模法与协整理论的部分内容,提出了“从一般到简单”的建模思想,在现代计量经济建模理论方面有着较大影响。

一、传统建模理论与数据开采问题

传统计量经济学的主导建模理论是“结构模型方法论”,这种理论以先验给定的经济理论为建立模型的出发点,以模型参数的估计为重心,以参数估计值与其理论预期值相一致为判断标准,进行着一个“从简单到复杂”的建模过程 (simple-to-general approach)。这种建模方法往往以一个简单的模型为起点,该模型只包含按照已有的经济理论或先验假设而选择的少数被认为最主要有变量,然后对其进行估计与检验,如果检验结果“令人满意”,如有着较高的拟合优度、显著的 t 检验与 F 检验值、较低程度的异方差性与序列相关性等,就将它作为最终模型;否则,增加新的变量,再进行估计与检验,直到得到一个复杂的最终模型。

然而,这种传统的建模方法却有着某些固有的缺陷。其中备受质疑的是这种建模过程的所谓“数据开采”(Data mining)问题。

传统建模方法的另一问题是它的“随意性”。由于建模者初期并不知道最终模型是什么,只能根据自己的先验知识设定模型,并经过上述“数据开采”过程建立自己所“认可”的模型。其结果是,对同一研究对象,使用同一数据,但不同的建模者往往得出不同的最终模型。

二、“从一般到简单”——约化建模型理论

该理论认为,在模型的最初设定上,就设立一个“一般”的模型,它包括了所有先验经济理论与假设中所应包括的全部变量,各种可能的“简单”模型都被“嵌套”(nested)在这个“一般”的模型之中。然后在模型的估计过程中逐渐剔除不显著的变量,最后得到一个较“简单”的最终模型。这就是所谓的“从一般到简单”(general-to-specific)的建模理论。

约化建模理论提出了一个对不同先验假设的更为系统的检验程序;同时由于它的初始模型就是一个包括所有可能变量的“一般”模型,也就避免了过度的“数据开采”问题;另外,由于初始模型的“一般”性,所有研究者的“起点”都是有相同的,因此,在相同的约化程序下,最后得到的最终模型也应该是相同的。

三、非嵌套假设检验

1. 包容性 F 检验 (encompassing F tests)

包容性 F 检验主要存在以下问题,一是人为构造的一般模型没有实际的经济意义,尤其在 H_0 与 H_1 分别反映两种对立的经济理论的情况下更是如此;二是有可能出现同时接受或拒绝 H_0 与 H_1 的现象。另外,当 Z 与 W 高度相关时,往往导致既不能拒绝 H_0 ,也不能拒绝 H_1 ,因为在一般模型中去掉任何一个变量,都不会使拟合优度下降很多。

2. 戴维森 (Davidson) 和麦金农 (Mackinnon) J 检验 (J test)

与包容性 F 检验一样, J 检验仍然存在同时接受或拒绝 H_0 与 H_1 的现象。事实上,这是非嵌套模型所带来的固有特性。

四、约化模型的准则

亨德瑞给出了一个约化模型的基本准则:

第一，模型必须具有数据一致（data-coherent）性，即模型能够正确地解释已有的数据。这不仅仅是要有较高的拟合优度以及较小的残差平方和，更重要的是残差项确实表现出完全的随机性特征，即不存在序列相关性与异方差性，否则意味着有重要相关变量被遗漏。这也正是一再强调的在约化过程中需不断进行设定偏误检验的原因。

第二，模型必须与经济理论相一致（consistent with economic theory）。由于经济理论主要描述了变量的长期变化过程，这也意味着模型应具有合理的长期参数估计结果。

第三，解释变量必须是弱外生的（exogenous），即解释变量应与随机扰动项不同期相关。否则将导致模型估计量有偏且非一致。

第四，模型具有恒定的参数（constant parameters）。否则，就不能保证所建模型预测的准确性。

第五，模型具有包容性，即模型应包容相竞争的对手模型。它能够解释其他模型的结果，而其他模型不能作为本模型的一种改进。

第六，模型具有简洁性（parsimonious），即在具有相同解释能力的情况下，一个拥有较少解释变量的模型优于拥有较多解释变量的模型。

最后需要指出，即使我们找到了满足上述准则的最终模型，我们也不应把它作为一个一成不变的“正确”模型，毕竟，它也只是对一个现实的近似描述。现实是复杂的、多变的，因此，我们的模型也应不断地进行修正。

本章思考题

1. 什么是滞后现象？为什么要建立滞后变量模型？
2. 什么是虚拟变量陷阱？
3. 什么是经验权估计法？常用的经验权数有哪些？这种方法的特点是什么？
4. 模型设定偏误的形式有几种？会造成什么后果？如何进行检验？
5. 简叙传统建模理论与约化建模理论的异同点。

第六章 单方程计量经济学应用模型

教学要求:

本部分是课程的重点内容之一。可以视学时安排和专业要求选择 1~2 类以下推荐的应用模型或者其他应用模型作为教学内容。

了解:常用的生产函数模型、需求函数模型、消费函数模型的理论模型和估计方法;在中国建立与应用生产函数模型、需求函数模型、消费函数模型过程中实际问题的处理。

掌握:常用的生产函数模型、需求函数模型、消费函数模型的理论模型是如何提出与发展的;在实践中自己提出与发展新的模型的方法论基础;其他常用的单方程模型,例如投资函数模型和货币需求函数模型的建模思路。

应用:分别选择一个研究对象,建立中国的实际模型,例如某个行业的生产函数模型、某种商品的需求函数模型、某类消费者的消费函数模型。

§6.1 生产函数模型

一、几个重要概念

1. 生产函数的定义

(1) 定义

生产函数是描述生产过程中投入的生产要素的某种组合同它可能的最大产出量之间的依存关系的数学表达式。

(2) 生产函数模型的发展

从 20 世纪 20 年代末,生产函数估计的研究成果很多。

(3) 生产函数是经验的产物

生产函数是以数据为样本,反复拟合、检验、修正后得到的。

(4) 生产函数的一阶齐次性

如果生产函数中资本、劳动等非技术要素的投入量同时增长 k 倍,根据生产理论中规模报酬不变法则,产出量也应该增长 k 倍,称为生产函数的一阶齐次性。

2. 要素替代弹性

所谓要素替代弹性,是描述投入要素之间替代性质的一个量,主要用于描述要素之间替代能力的大小。要素替代弹性是与研究对象、样本区间甚至样本点联系在一起的。

(1) 要素的边际产量

边际产量是指其他条件不变时,某一种投入要素增加一个单位时导致的产量的增加量。一般边际产量递减。

(2) 要素的边际替代率

要素的边际替代率指在产量一定的情况下,某一种要素的增加与另一种要素的减少之间的比例。

(3) 要素替代弹性

要素替代弹性定义为两种要素的比例的变化率与边际替代率的变化率之比。

3. 要素的产出弹性

要素的产出弹性指当其他投入要素不变时,该要素增加 1% 所引起的产出量的变化率。

4. 技术进步

从本质上讲，生产函数所描述的是投入要素与产出量之间的关系。同样的投入要素，在不同的技术条件下，产出量是不同的。

(1) 广义技术进步与狭义技术进步

所谓狭义的技术进步，仅指要素质量的提高。

所谓广义的技术进步，除了要素质量的提高外，还包括管理水平的提高等对产出量具有重要影响的因素，这些因素独立于要素之外。

(2) 中性技术进步

如果劳动的产出弹性与资本的产出弹性同步增长，则称为中性技术进步。包括希克斯中性技术进步、索罗中性技术进步和哈罗德中性技术进步。

二、以要素之间替代性质的描述为线索的生产函数模型的发展

1. 线性生产函数模型

如果假设资本与劳动之间是无限可以替代的，则产出量与投入要素组合之间的关系可以用线性模型描述。

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 K + \alpha_2 L$$

2. 投入产出生产函数模型

假设资本与劳动之间完全不可以替代，则产出量与投入要素之间组合关系可以用下面的模型描述，

$$Y = \min\left(\frac{K}{a}, \frac{L}{b}\right)$$

成为投入产出型生产函数。

3. C-D 生产函数模型

1928 年美国数学家 Charles Cobb 和经济学家 Paul Dauglas 提出的生产函数的数学形式为

$$Y = AK^\alpha L^\beta$$

4. CES 生产函数模型

1961 年，由 Arrow、Chenery、Mihas 和 Solow 多位学者提出了两要素不变替代弹性生产函数模型。

5. 变替代弹性（VES）生产函数

变替代弹性生产函数模型较为著名的是 Revankar 于 1971 年提出的模型和 Sato 和 Hoffman 于 1968 年提出的模型。

6. 多要素生产函数模型

如果作为产出量的解释变量的投入要素多于 2 个，可以有不同的处理方法，关键在于要素之间的替代弹性性质的认识。包括多要素线性生产函数、多要素投入产出函数、多要素 C-D 生产函数、多要素一级 CES 生产函数、多要素二级 CES 生产函数、多要素三级 CES 生产函数等。

7. 超越对数生产函数模型

1973 年由 L. Christensen、D. Jorgenson 和 Lau 提出的变替代弹性生产函数。其显著特点是它的易估计和包容性。

三、以技术要素的描述为线索的生产函数的发展

1. 将技术要素作为一个不变参数的生产函数模型

2. 改进的 C-D 生产函数模型和 CES 生产函数模型
3. 含体现型技术进步的生产函数模型
4. 边界生产函数模型

四、几种重要生产函数的估计方法

1. 线性生产函数模型的估计
2. C-D 生产函数模型及其改进的估计
3. CES 生产函数模型及其改进的估计
4. VES 生产函数模型的估计
5. 二级 CES 生产函数模型的估计
6. 含体现型技术进步的生产函数模型的估计
7. 确定性统计边界生产函数模型的修正的普通最小二乘法

五、生产函数模型在技术进步分析中的应用

1. 技术进步速度的测定
2. 技术进步对增长的贡献
3. 部门之间、企业之间技术进步水平的比较分析

六、建立生产函数模型中的数据质量问题

1. 样本数据的一致性问题
2. 样本数据的准确性问题
3. 样本数据的可比性问题

§6. 2 需求函数模型

一、几个重要概念

1. 需求函数的定义
2. 需求函数的 0 阶齐次性
 - (1) 需求的收入弹性、自价格弹性、互价格弹性
 - (2) 需求函数的零阶齐次性条件
3. 效用函数与需求函数

二、几个重要的单方程需求函数模型及其参数估计

1. 线性需求函数模型
2. 对数线性需求函数模型
3. 耐用品的存量调整模型
4. 状态调整模型

三、线性支出系统需求函数模型及其参数估计

1. 线性支出系统需求函数模型
 - (1) 模型的导出

- (2) 模型的经济意义
- (3) 模型估计中的困难
- 2. 扩展的线性支出系统需求函数模型
- 3. 扩展的线性支出系统需求函数模型的零阶齐次性的证明
- 4. 扩展的线性支出系统需求函数模型的估计方法

四、交叉估计问题

五、大类商品的数量与价格

§6. 3 消费函数模型

一、几个重要的消费函数模型及其参数估计

- 1. 绝对收入假设消费函数模型
- 2. 相对收入假设消费函数模型
- 3. 持久收入假设消费函数模型
- 4. 生命周期假设消费函数模型
- 5. 合理预期假设消费函数模型
- 6. 适应预期假设消费函数模型
- 7. 消费函数模型的一般形式

二、中国消费函数模型建立与应用中几个实际问题的处理

- 1. 不同的消费主体具有不同的消费行为
- 2. 不同消费主体的消费函数理论模型
- 3. 消费函数模型实例

本章思考题

- 1. 举例说明以要素之间替代弹性假设为基础建立的生产函数模型。
- 2. 技术进步有哪些类型？如何利用生产函数进行纵向技术进步和横向技术进步比较研究？
- 3. 什么是需求函数的零阶齐次性？
- 4. 消费函数和需求函数的研究内容有何不同？

《计量经济学》实验教学大纲

一、实验教学任务和目的

熟练掌握一种计量经济学软件，能建立符合经济理论与实际模型，并能够检验、校正模型。

二、实验教学基本要求

1. Eviews 软件基本功能
2. 回归分析
3. 计量模型的建立、检验与校正。

三、实验教学内容

见实验项目。

四、实验项目与学时分配

序号	项目名称	学 时	要 求	类型	主要设备	实验室
1	Eviews 软件的基本使用	3		实验课	计算机、Eviews 软件	C116
2	回归分析模型的估计	3		实验课	计算机、Eviews 软件	C116
3	计量经济学检验与校正	3		实验课	计算机、Eviews 软件	C116

五、考核方式

实验作业按平时成绩记入总分。

六、实验教材及参考书

李子奈：《计量经济学》（修订版），高等教育出版社

七、说明

学生按照老师要求实验，不懂的课堂提问，教师解答。

实验项目一：Eviews 软件的基本使用

1. 预习要求

统计课程中的描述统计，回归分析概念。

2. 实验目的

熟悉 Eviews 软件基本使用功能。

3. 实验内容和要求

启动软件，创立工作文件，输入与编辑数据，查看数据特征，回归分析初步，保存实验结果。

Eviews 的启动步骤：开始——程序——Eviews 3——Eviews 3. 1

创立工作文件：

- (1) 打开一个已有的工作文件：File—Open--Workfile

(2) 新建一个 Workfile: 点击菜单 File—New—Workfile

输入数据有四种方式:

(1) 以菜单方式——单个序列方式

(2) 以菜单方式——群组方式

(3) 以命令方式——data/goup

(4) 以命令方式——Series

查看数据特征:

(1) 相关系数矩阵

(2) 显示各序列的描述统计量

(3) 画图

回归分析初步:

(1) 菜单方式: Quick—Estimate Equations

(2) 命令方式: ls 因变量 自变量 1 自变量 2……

4. 实验学时

3 学时

5. 教师点评

实验项目二: 回归分析模型的估计

1. 预习要求

教材中回归分析的有关知识。

2. 实验目的

熟练掌握 Eviews 软件基本使用功能, 能够进行线性、非线性回归分析。

3. 实验内容和要求

线性回归分析模型, 包括数据、检验

非线性回归分析模型

(1) 菜单方式: Quick—Estimate Equations, 进入方程设定对话框, 可以对方程、方法和样本进行设置

(2) 命令方式: ls 因变量 自变量 1 自变量 2……

对回归结果进行解释

检验模型的统计量

预测

4. 实验学时

3 学时

5. 教师点评

实验项目三: 计量经济学检验与校正

1. 预习要求

教材中违背经典假设的三个计量经济学检验, 即序列相关、异方差、多重共线性。

2. 实验目的

能够对模型进行计量经济学检验, 并能对模型进行初步校正。

3. 实验内容和要求

利用时间序列数据和截面数据建立模型, 并进行计量经济学检验与校正。

- (1) 自相关检验
 - 一阶自相关 D.W.检验及一阶自相关的消除
 - 高阶自相关的检验及消除
 - (2) 异方差的检验与消除
 - 怀特检验、加权最小二乘法
 - (3) 多重共线性的检验与消除
- 4. 实验学时
 - 3 学时
 - 5. 教师点评

《客户关系》教学大纲

于 淼 编写

目 录

第一部分 前 言.....	1804
一、课程信息：	1804
二、课程性质与编写目的：	1804
三、课程的基本要求：	1804
四、学时分配.....	1804
五、关于考试.....	1805
第二部分 具体章节介绍.....	1806
第一章 客户关系管理的性质.....	1806
第一节 客户关系管理的产生和发展.....	1806
第二节 客户与客户关系.....	1807
第三节 客户价值与客户定位.....	1807
思考题.....	1808
第二章 客户关系管理的理论与方法.....	1809
第一节 客户关系管理的理论体系.....	1809
第二节 客户细分.....	1810
第三节 客户满意度.....	1810
第四节 客户终身价值.....	1810
第五节 客户生命周期及价值.....	1811
思考题.....	1811
第三章 客户关系管理战略与业务流程再造.....	1812
第一节 客户保持管理.....	1812
第二节 客户关系管理战略.....	1812
第三节 CRM 应用与业务流程再造.....	1813
思考题.....	1813
第四章 CRM 软件系统.....	1814
第一节 主流的 CRM 软件系统介绍.....	1814
第二节 CRM 软件系统中的接触活动及业务功能.....	1814
第三节 CRM 系统技术功能及要求.....	1814
第四节 CRM 软件系统的发展.....	1815
思考题.....	1815
第五章 CRM 应用系统的分类及功能.....	1816
第一节 运营型 CRM.....	1816
第二节 分析型 CRM.....	1816
第三节 协作型 CRM.....	1817
第四节 三类 CRM 应用系统的定位和关系.....	1817
思考题.....	1817
第六章 呼叫中心在客户关系管理中的应用.....	1818
第一节 呼叫中心及其发展.....	1818
第三节 CTI 技术与呼叫中心的分类.....	1818

第四节 呼叫中心的结构和功能	1819
第五节 呼叫中心的选择、建设和管理	1819
第六节 呼叫中心的产品介绍	1820
思考题	1820
第七章 客户关系管理系统的功能与结构设计	1821
第一节 CRM 系统设计的基础——客户数据	1821
第二节 CRM 的结构	1821
第三节 CRM 业务流程分析与设计	1821
第四节 CRM 的技术结构	1822
第五节 CRM 的网络结构	1822
第六节 eCRM	1822
思考题	1822
第八章 客户关系管理项目的实施与控制	1823
第一节 实施 CRM 项目的战略思想	1823
第二节 CRM 系统实施的目标与原则	1823
第三节 CRM 实施的步骤和方法论	1824
第四节 CRM 系统实施的绩效评估	1825
第五节 企业成功实施 CRM 的条件	1825
第六节 导致 CRM 实施失败的因素	1825
思考题	1825
第九章 CRM 中的数据管理技术	1826
第一节 数据仓库概述	1826
第二节 CRM 中的客户数据仓库	1826
第三节 数据挖掘技术	1827
第四节 联机分析处理技术	1827
思考题	1828
第十章 知识管理与 CRM 应用	1829
第一节 知识管理概述	1829
第二节 知识管理应用与知识管理创新	1829
第三节 知识管理与 CRM	1830
思考题	1830
第十一章 CRM 产品及市场分析	1832
第一节 CRM 产品介绍	1832
第二节 CRM 市场分析	1832
思考题	1832
第三部分 有关说明与实施要求	1834
参考用书	1834

第一部分 前言

一、课程信息：

- 1、课程名称：客户关系管理 Custom Relationship Management
- 2、课程类别：选修课程
- 3、学时：36 学时
- 4、学分：2 学分
- 5、先修课程：计算机网络原理与应用，数据库技术，营销学、管理学等
- 6、适用专业：工商管理专业

二、课程性质与编写目的：

客户关系管理作为一种新型的现代的管理模式，体现了“以客户为中心”的经营理念。运用客户关系管理能够合理利用企业外部的客户资源，提升企业核心竞争力，创造和增加企业价值。因此是工商管理课程体系中的重要课程之一。

本课程主要介绍了客户关系管理的理论； CRM 实务操作过程的系统介绍；并对 CRM 相关知识的介绍以及对 CRM 未来的展望。学生作为未来新一代高层经理人可以从本课程中学习到客户关系管理的现状和发展趋势，理解客户关系管理的基本原理，并且掌握运用客户关系管理提高管理效率的能力。

在本课程的助学或教学中应当尽可能采用解决实际问题的方法，并使用金融、商业、工业和政府机构中的例子，以便学生能把这些方法应用于实际中。课程主要结合案例助学或教学。通过课程的学习，学生应掌握阅读、分析客户关系管理案例的技巧。在客户关系管理的助学或教学中，建议采用案例教学和案例考核方法。培养学生的上述能力是十分必要的，这不仅能使学生学习尽可能多的知识，还使他们能够最大限度地发挥潜能。

三、课程的基本要求：

本书由浅入深全面介绍了客户关系管理的渊源、新理论、技术和方法，具体在教学过程中要求学生应该达到：

- 1、了解客户关系管理的基本概念；
- 2、了解客户关系管理的技术基础及客户关系管理在企业中的各种应用；
- 3、了解客户关系管理的相关软件和工具及其应用；
- 4、了解实施客户关系管理的主要业务计划；
- 6、正确评价企业的客户关系管理决策以及客户关系对企业核心竞争力的影响；
- 7、将客户关系管理理论与企业客户关系的最新实践联系起来；
- 8、为进一步学习客户关系管理其他课程和知识打下基础。

四、学时分配

客户关系管理的基础知识	2 学时
客户关系管理的理论与方法	2 学时
客户关系管理战略与业务流程再造	2 学时
CRM 软件系统	2 学时
CRM 应用系统的分类及功能	2 学时

呼叫中心在客户关系管理中的应用	2 学时
客户关系管理系统的功能与结构设计	3 学时
客户关系管理项目的实施与控制	2 学时
CRM 中的数据管理技术	2 学时
知识管理与 CRM 应用	3 学时
CRM 产品及市场分析	2 学时

五、关于考试

1. 考试方式：开卷，笔试。
 2. 试卷分数：满分 100 分（60 分为及格线）。
 3. 考试时间：120 分钟。
 4. 试卷分数分配：识记部分约占 33%；领会部分约占 33%；应用部分约占 34%。
- 试题覆盖考试大纲中涉及到的所有内容。

第二部分 具体章节介绍

第一章 客户关系管理的性质

学习目的和要求：通过本章的学习，学生首先应该了解企业管理理念的变化过程，理解客户关系对企业生存和发展的意义，树立以客户为中心的现代营销管理理念。然后，学生还应该明确客户范畴及客户类型，认识客户价值及特点，了解客户定位的步骤。

在学生有了对客户关系管理的初步认识后，才能在以后的章节中深入学习客户关系管理的各个方面。本章是学习其余章节的基础。

考核知识点

本章的知识点：

第一节 企业营销管理理念的变化过程；客户关系观念的转变。

第二节 客户的定义、分类、类型；确定客户关系的因素。

第三节 客户价值的定义、特点；客户定位的步骤。

主要内容

第一节 客户关系管理的产生和发展

1、客户关系管理产生的背景

客户关系的产生和发展体现了两个重要的管理趋势的转变：一是帮助企业从产品为中心的模式向以客户为中心的模式转移；二是 CRM 还表明了企业管理的视角从“内视型”向“外视型”的转换。网络及其他各种现代交通、通信工具的出现和发展缩小了时空距离，企业与企业之间的竞争也几乎变成了面对面的竞争，仅仅依靠 ERP “内视型”的管理模式已难以适应激烈的竞争，企业必须转换自己的视角，在企业外部寻求整合自己资源的粘合剂。

2、企业营销管理理念的变化过程

(1) 生产观念

(2) 产品观念

(3) 推销/销售观念

(4) 营销观念

(5) 社会营销观念

3、客户关系观念的转变

(1) 营销理念的变化与发展

(2) 客户消费方式和观念的变化

4、以客户为中心的现代营销管理理念

(1) 网络时代：观念创新是企业营销的先导

(2) “以客户为中心”的时代

5、迈入“客户经济”时代

(1) 营销创新与客户战略

(2) 现行企业运营机制亟待变革

6、客户关系管理解决的问题及思路

从客户关系管理产生的背景看它为企业解决问题主要在以下几方面：选择对待客户的方式和从

客户身上得到的收益；本质是整体营销管理，是以客户为导向的企业营销管理的系统工程；它是一种以客户为中心的经营策略；以信息技术为手段，对业务功能进行重新设计，并对工作流程进行重组；低成本获取客户和有效地留住客户，并实现客户利润率、行为和满意度最大化的过程。

第二节 客户与客户关系

1、客户的定义

从客户关系管理的角度看，客户指的是购买企业产品或服务的顾客，同时也可以泛指企业的内部员工、合作伙伴、价值链中上下游伙伴甚至竞争对手等。

2、客户的分类

- (1) 根据客户与企业的关系：消费者、B2B、渠道、内部客户。
- (2) 按客户的重要性程度分类：贵宾型客户、重要型客户、普通型客户。
- (3) 按客户的忠诚程度分类：忠诚客户、老客户、新客户和潜在客户。
- (4) 按客户提供价值的能力分类：灯塔型客户、跟随型客户、理性客户、逐利客户。

3、客户关系的类型

企业和客户的关系不是静止的、固定的，它是一种互动的学习型关系，企业与客户之间要进行互动的沟通和交流，互相了解和影响，并能够在接触过程中进行学习从而更好地了解客户提供更时候的产品或服务。

4、确定客户关系的因素

- (1) 影响客户行为的因素体系：外部环境因素、竞争性因素、客户自身因素、企业行为。
- (2) 各类因素对客户行为的影响：客户自身因素、外部影响因素、竞争性因素、企业行为结果——客户的购买体验。
- (3) 企业行为对客户关系的影响。

第三节 客户价值与客户定位

本节将介绍客户价值、客户价值的特点、提高客户价值、客户定位的步骤。

1、客户价值

客户价值，是客户对产品属性、属性效能以及使用结果的感知、偏好和评价。

2、客户价值的特点

(1) 客户生命周期

客户生命周期是影响客户价值的主要相关因素之一，通常是一个客户与企业之间的完整的关系周期。

(2) 客户价值在各生命周期阶段的特点

在客户生命周期的不同阶段，由于受客户利润、客户保持率以及时间长度的影响，客户价值也出现相应的变化趋势，即考察期客户价值最小，形成期次之，稳定期最大，当进入衰退期时，客户价值随之下降。

3、提高客户价值

(1) 客户价值

客户价值论包括两个层次的问题：一方面是客户为企业所创造的利润分析，也就是客户为企业创造的价值。另一方面就是把注意力放在产品或服务为客户所创造的价值上，利用客户关系管理系统管理和分析产品或服务在客户的经营活动中的作用，不断提升和完善产品或服务，增强企业的竞争力，保证与客户关系的持续性，支持持续发展的企业战略。

(2) 客户价值的提高

重视增加客户所得价值或者增加的客户所得价值，企业才有望实现持续发展。而企业怎么做，取决于其观念如何。所以“以客户为中心”的观念是提高价值的核心。

4、客户定位的步骤

- (1) 确定客户定位的目的与目的。
- (2) 采集客户数据。
- (3) 客户细分。
- (4) 确定客户生命周期。
- (5) 测算客户价值，预测客户未来的盈利能力。
- (6) 评估客户满意度和客户忠诚度。

思考题

- 1、企业管理理念经历了怎么的变化过程？其变化的根本原因是什么？
- 2、“以客户为中心”的现代营销管理理念的实质是什么？应如何把握这种理念在企业的实际运用？
- 3、在客户导向时代，企业定位客户的意义是什么？

实践要求

- 1、调查一个应用 CRM 系统有效增加客户满意度的组织的公司。列举其对客户带来的收益和对客户的潜在成本。

第二章 客户关系管理的理论与方法

学习目的和要求：通过本章的学习，学生应该熟悉并掌握 CRM 的含义及意义；理解客户细分的目的，了解客户细分的方式；理解并掌握客户满意度及其测评；明确客户忠诚度的意义，掌握客户忠诚度的评价方法与衡量标准；了解客户终身价值分析模型；掌握客户生命周期的计算方法。

考核知识点

第一节 管理、客户、关系；CRM 的定义和理解；关系营销。

第二节 客户细分的概念、目的、方式、模型。

第三节 客户满意度的概念、影响因素、评估。

第四节 客户忠诚的概念、类型、级别、影响因素、评价方法。

第五节 客户关系生命周期、客户关系生命周期利润。

主要内容

第一节 客户关系管理的理论体系

1、客户、关系和管理概念的再认识

客户关系管理，简称 CRM，从德鲁克开始成为世界经济管理的一个热点。CRM 的中文意思是“客户关系管理”，它可以拆分为三个关键词：客户、关系、管理。

2、CRM 的定义和理解

综合所有 CRM 的定义，可以将其理解为理念、战略、技术三个层面，正确的战略、策略是 CRM 实施的指导，信息系统、IT 技术是 CRM 成功实施的手段和方法。其实，企业实施 CRM 主要有六个重要领域：理念、战略、战术、技术、技能、业务过程。其中，理念是 CRM 成功的关键，它是 CRM 实施应用的基础和土壤。

3、CRM 是先进的管理方法和手段

（1）CRM 的根本要求

一个有效的 CRM 解决方案应该具备以下要素：畅通有效的客户交流渠道；对所获信息的有效分析；CRM 必须能与其他信息系统很好的集成。

（2）CRM 对企业的意义

通过 CRM，可以有效地进行营销方案的响应管理和效果评估，确保营销的精确投放；通过销售漏斗，建立科学的销售预测与销售控制；通过销售分析分阶段管理，建立对销售的过程管理和量化管理。

4、关系营销——客户关系管理的核心理论

如果说管理的目标在于创造客户的话，那么客户关系就是企业生存和发展的生命线。客户关系管理不仅仅要创造新的客户，还要维持老客户，提高客户的满意度与忠诚度，提升客户的价值和利润。它说蕴含的资源和商机，将为企业提供一个崭新而又广阔的利润空间。

5、信息技术——客户关系管理的支撑系统

信息技术凭借专业的数据库系统，通过电子商务、销售点装置、自动取款机和其他接触客户的手段——正在改变着营销和客户管理所扮演的角色。信息和知识库丰富并且作为杠杆驱动着新的收益，他们管理着变化中的客户关系。

第二节 客户细分

1、客户细分的概念和目的

(1) 客户细分的概念

客户细分是指将一个大的客户群体划分成一个个细分群的动作，同属于一个客户区隔的客户彼此相似，而隶属于不同客户区隔的客户具有差异性。

(2) 客户细分的目的

客户细分可以让企业从一个较高的层次来分析整个数据库中的客户信息，同时客户细分也使得企业可以用不同的方式对待处于不同客户区间的客户。

2、客户细分的方式与模型

(1) 客户细分的方式：战略客户细分、营销客户细分。

(2) 客户细分模型

3、基于 CRM 的客户细分

(1) 区分客户对企业不同价值的因素

(2) CRM 中的分析导出细分变量

第三节 客户满意度

本节将介绍客户满意度的概念、影响因素以及客户满意调查分析与评估。

1、客户满意度的概念

客户满意是指客户的感受状况水平，这种水平是客户对企业的产品服务所预期的绩效和客户的期望进行比较的结果。

2、客户满意度的影响因素

客户的期望值与其满意度的内在关联。而在促进客户满意与信任的因素中，个性化的产品和及时性服务是两个决定性因素。

3、客户满意度调查分析与评估

(1) 度量客户满意度的价值。

(2) 进行客户满意度调查。

(3) 客户满意度的评估。

第四节 客户终身价值

1、客户忠诚的概念和类型

(1) 客户忠诚的定义

客户忠诚指的是客户对某一特定产品或服务、品牌、商家、制造商、服务供应商或其他方面有较强的好感，并形成了偏好，进而重复购买的一种情感与态度的趋向。

(2) 客户忠诚的类型：垄断性忠诚、高转移成本的忠诚、刺激性忠诚、习惯性忠诚、情感性忠诚。

2、客户忠诚度分析

(1) 客户的忠诚级别。

(2) 影响客户忠诚的因素。

(3) 忠诚的态度和行为构成。

(4) 可能削弱客户忠诚的因素。

3、客户忠诚度的评价方法与衡量标准

(1) 品牌忠诚度度量：客观方法和主观方法。

(2) 员工满意度和忠诚对度量。

(3) 衡量客户忠诚度的几项标准：重复购买率、购买时间和购买频率、购买支出份额、挑选时间、情感、对企业竞争对手的态度、对价格或质量的态度。

第五节 客户生命周期及价值

1、客户关系生命周期

客户生命周期，通常指的是一个客户与企业之间从建立业务关系到业务关系终止的全过程，是一个完整的关系周期。是客户关系水平随时间变化的发展轨迹，它描述了客户关系从一个阶段向另一个阶段运动的总体特征。

2、企业客户群体生命周期的计算

同其他事物一样，企业与客户的关系也经历了一个由相互陌生到开始接触再到日益成熟的发展过程，企业客户群体先后经历了潜在客户、新客户和忠实客户三个发展阶段。

3、客户关系生命周期利润

分析不同客户的价值，需要有不同的信息依据。企业对忠诚客户进行价值分析的主要依据是累积的交易行为记录，而潜在客户的价值分析依据则是能够较全面的反映他们基本属性的一些信息。

4、客户终身价值的组成

客户终身价值应当包括客户购买价值、客户口碑价值、客户信息价值、客户知识价值、客户交易价值。

思考题

1、用客户满意度调查的方式度量客户满意度有什么优点？

2、举例说明客户满意度度量。

3、什么因素可能削弱客户忠诚？

实践要求

1、选择一家最喜欢的餐馆。请回答：餐馆老板能够采取什么行动确保您还会快乐的再次光临？

2、选择你所在的城市或城区内的一家企业，描述为这家公司提供主要业务来源的客户的细分市场。以你对该细分市场中客户的消费量假设为基础，终生客户价值应是什么？

第三章 客户关系管理战略与业务流程再造

学习目的和要求：通过本章的学习，学生首先应该理解客户保持的基本内涵，掌握实施客户保持管理的内容来理解客户关怀的概念、内容、手段、目的和评价方法；理解客户价值矩阵的概念并掌握其中四类客户的保持策略；了解 CRM 战略的内容，了解 CRM 战略的外部环境与内部环境；了解客户增长矩阵中各种组合情况的客户战略；了解 BPR 基本理念以及 CRM 环境下企业业务流程面临的挑战；掌握 CRM 系统中的业务流程再造。

考核知识点

第一节 客户保持的意义、模型；客户关怀；管理客户投诉；客户保持策略。

第二节 CRM 战略环境分析；CRM 战略目标定制与战略实施；客户增长矩阵与客户关系战略；客户联盟。

第三节 业务流程再造；CRM 系统中的业务流程再造。

主要内容

第一节 客户保持管理

许多企业忙于开拓市场、发展新客户，而对维系同老客户的关系重视不够，结果导致大量的客户流失。客户保持对企业维持利润底线有着惊人的影响，能否有效地保持有价值的客户已成为企业的关键。客户保持是指企业维持已建立的客户关系，使客户不断重复购买产品或服务的过程。

1、客户保持模型

客户保持模型描述了客户保持的决定因素（客户满意、客户认知价值、转移成本）与客户保持绩效的度量维度之间的关系。

2、客户关怀

客户关怀就是通过对客户行为的深入了解，主动把握客户的需求，通过持续的、差异化的服务手段，为客户提供合适的服务或产品，最终实现客户忠诚度的提升。

3、管理客户投诉

保持和发展与现有顾客的关系是企业的一项基本战略。然而，即使是最优秀的企业也不可能永远不发生失误或不引起客户投诉，正确处理客户投诉，就可以将客户投诉转变为企业的收益。

4、客户保持

客户保持对企业的利润底线有着惊人的影响，能否有效地保持有价值的客户已经成为企业成功的关键，而成功地实施客户保持战略的首要任务是客户价值的细分，以根据不同的客户价值确定不同资源配置方案和客户保持策略。

第二节 客户关系管理战略

CRM 作为一种新的企业管理思想和管理模式，受到企业越来越多的关注，然而 CRM 实施的成功率并不高，原因就在于企业没有从全局的角度来考虑部署 CRM 的实施。所以，要成功实施 CRM，企业必须长远考虑，进行整体的 CRM 战略社交，并分步骤实施。

1、CRM 战略环境分析

现代企业的生产经营活动日益受到外部和内部环境的作用和影响。企业要进行战略管理必须全面地、客观地分析和掌握内外环境的变化，以此为出发点来制定企业的战略目标以及战略目标实现的具体步骤。

2、战略目标制定与战略实施

战略目标是企业在一定时期内，执行其使命时所预期达到的成果。CRM 战略目标分为长期的战略目标和短期的战略目标。

一个完备的 CRM 实施应该从两个层面进行考虑。其一，从管理层面来看，企业需要运用 CRM 中所体现的思想，来推行管理机制、管理模式和业务流程的变革；其二，从技术层面看，企业部署 CRM 应用系统，来实现新的管理模式和管理方式。

3、客户增长矩阵

客户增长矩阵描述了企业现有客户及新客户的增长与现有业务及新业务组合情况，企业通过选择不同的战略，与客户建立起特殊的关系。

4、客户联盟

客户联盟是指在信任、开放和共同利益的基础上，企业与客户建立一种动态的合作关系，达到双赢的结果，而不是仅仅从客户身上谋取自身利益。组建客户联盟、向客户学习，对于资源的充分运用与构建具有重要意义。

第三节 CRM 应用与业务流程再造

1、业务流程再造

所谓业务流程再造（BRP），乃是 20 世纪在西方国家兴起的管理革命中由麻省理工学院个管理咨询专家 James Champy 提出的理论。BPR 是对企业的业务流程进行根本再思考和彻底性再设计，从而获得在成本、质量、服务和速度等方面业绩的显著提高。

2、CRM 系统中的业务流程再造

一个完整的 CRM 应用系统包括业务操作管理、客户合作管理、数据分析管理和信息技术管理四个子系统。企业前端与客户相关的业务流程可以分为业务操作流程和客户合作管理流程这两个部分。这两类流程的共性是它们都以企业外部客户为工作中心，以达成或改进与客户的交易为目标。所以，在 CRM 系统的应用中，涉及企业前端业务流程的再造时，基本可以划分为业务操作管理流程的再造和客户合作管理流程的再造两方面。

思考题

- 1、企业应该从哪些方面来实施客户保持？
- 2、什么是客户价值矩阵？其中包括几类客户？对每一类采取什么样的客户保护策略？
- 3、CRM 战略的内容包括哪几个组成部分？各组成部分之间的关系？

实践要求

- 1、从网上了解西蒙电气的 CRM 的解决方案。
- 2、实施 CRM 给西蒙电气的工作模式、业务流程带来了哪些变革？

第四章 CRM 软件系统

学习目的和要求：通过本章的学习，学生首先要了解认识 CRM 软件的一般模型，并结合 CRM 软件系统的一般模型理解和掌握构建 CRM 系统核心功能的基本思想；根据 CRM 软件系统的一般模型，学习接触活动、业务功能、数据库等有关模块的概念；了解 CRM 软件系统的发展趋势。

考核知识点

第一节 主流 CRM 系统的特点；CRM 软件系统模型。

第二节 接触活动、业务功能；CRM 软件的核心功能。

第三节 信息分析功能；对客户互动渠道进行集成的能力；支持网络应用的能力；建设集中的客户信息仓库的能力；对 workflow 进行集成的能力；与 ERP 功能的集成。

第四节 CRM 软件系统的发展。

主要内容

第一节 主流的 CRM 软件系统介绍

集成了最新 CRM 管理理念和信息技术成果的 CRM 软件系统，运用先进的管理思想，通过业务流程与组织上的深化改改，成为帮助企业最终实现以客户为中心的管理模式的重要手段。本章首先描述了 CRM 软件系统的一般模型，然后根据模型，进一步对 CRM 软件系统的结构和功能作阐述。在此基础上将对 CRM 软件系统中的接触渠道、技术功能等内容进行较为详细的分析和讨论。

第二节 CRM 软件系统中的接触活动及业务功能

根据 CRM 系统的一般模型，可以将 CRM 划分为接触活动、业务功能及数据库三分组成部分。

1、接触活动

CRM 软件应当能够使客户以各种方式与企业接触，典型的方式有呼叫中心、面对面的沟通、传真、移动销售、电子邮件、Internet 以及其他营销渠道。

2、业务功能

CRM 软件系统的业务功能通常包括市场管理、销售管理、客户服务和支持三个组成部分。

3、CRM 软件的核心功能

CRM 软件的基本功能包括客户管理、联系人管理、时间管理、潜在客户管理、销售管理、营销管理、电话营销和电话销售、客户服务等，有的软件还包括了呼叫中心，合作伙伴关系管理、商业智能、知识管理、电子商务等。

第三节 CRM 系统技术功能及要求

CRM 的主要目的就在于在适当的时间通过适当的渠道将合适的产品提供给合适的客户。通过 CRM 系统软件系统的应用，企业提高了前台业务的运作效率。客户信息可以从中数据库完整地获取，而不依赖于销售渠道产品及客户分析结果以及产品销售、地区销售等的预测，能够非常容易且实时地得到利用；企业可以通过 CRM 软件系统来对销售进行管理，使得能在有很多决策部门的大型组织中实现复杂的销售过程；CRM 软件还能简化识别目标客户的工作，加强与目标客户的联系；能够更为合理地分配营销资源，提高反馈率，并加强宣传的作业，从而减少市场营销成本。

第四节 CRM 软件系统的发展

目前先进的 CRM 软件系统一般采用浏览器/服务器模式, 在产品开发过程中采用了以下的先进技术: 电子商务平台 Websphere、Weblogic 等 Java、EJB、XML 技术, 组件化技术、中间件技术、分布式对象技术, 动态 workflow 定制与监控技术, 数据仓库技术, 计算机电信集成智能与因特网集成技术, 多种数据库接口的设计技术、开放的数据接口技术, 网络安全技术、电子签名及身份认证技术等。

思考题

- 1、CRM 只是一个软件吗?
- 2、客户关系管理在软件上有哪些业务功能?
- 3、CRM 目前应用什么样的网络机构? 他们各自的优势如何?

实践要求

- 1、上网查看宝洁消费品行业的 CRM 软件项目的应用情况。
- 2、通过宝洁的案例, 思考企业如何才能选择好适合自己业务需要的 CRM 软件。

第五章 CRM 应用系统的分类及功能

学习目的和要求：通过本章的学习，学生首先应该了解 CRM 应用系统的分类；掌握理解运营型 CRM、分析型 CRM、协作性 CRM 的概念、功能，并了解其工作原理、结构和技术特点；了解 CRM 应用系统对企业的作用和应用实施效果。

考核知识点

第一节 运营型 CRM 的功能、主要目的、使用人员。

第二节 分析型 CRM 系统的技术；分析型 CRM 的主要功能；应用型 CRM 的目的；分析型 CRM 的组成与运作。

第三节 协作型 CRM 的特点；协作型 CRM 的主要作用和功能；协作型 CRM 的组成。

第四节 应用系统的功能定位；应用系统之间的关系。

主要内容

第一节 运营型 CRM

1、运营型 CRM 应用系统产生的原因

运营型 CRM 应用系统的设计主要基于以下两点而产生的：第一，在互联网时代，由于人们的联系方式越来越方便，客户的耐心指数大大下降。第二，由于信息的高度畅通，客户很容易从多种渠道获得多个产品的信息，对供应商的选择余地很大。

2、运营型 CRM 的功能

运营型 CRM 使企业在网络环境中能够以电子化方式完成从市场、销售到服务的全部商务过程。它主要包括以下五个方面的功能：销售套件、营销套件、服务套件、电子商务套件、平台。

3、应用运营型 CRM 的主要目的

应用运营型 CRM 主要目的是加强和客户之间的联系和交流，通过有效的运作，运营型 CRM 将来自销售部门、市场销售部门、客户服务部门、技术支持部门等多个部门的信息加以汇总加工，形成企业的客户信息中心。

4、运营型 CRM 的使用人员

运营型 CRM 应用系统是客户关系管理软件中最基本的应用模块，它为销售人员、营销人员、现场服务人员提供便利，从而大大提高公司的效益。

第二节 分析型 CRM

1、分析型 CRM

分析型 CRM，也称“后台”或“战略”CRM，是指理解发生在前台的客户活动。它主要是通过分析运营型 CRM 中获得的各种数据，为企业的经营、决策提供可靠的量化依据。

2、分析型 CRM 主要功能

分析型 CRM 主要是分析运营型 CRM 和原有业务系统中获得的各种数据，进而为企业的经营、决策提供支持。一个正确的分析型 CRM 应包括大量交叉功能数据，这些数据通常存储在数据库中，不同来源的企业数据将会有助于业务分析。具体的说，分析型 CRM 应该具有以下几个方面的功能：促销管理、个性化和标准化、客户分析和建模、客户沟通。

3、应用分析型 CRM 的目的

分析型 CRM 的销售、服务、市场、电子商务以及业务平台等功能可将客户的各种信息按照分

析的要求有机地整合起来，为数据分析提供准确的数据源。将客户的背景数据、生活方式方面的信息，与客户行为信息相结合，通过建立合适的模型，对不同群体的客户采用针对性和有效的互动交流。市场将分析的结果信息反馈给销售系统，销售系统可通过呼叫中心对特点的客户进行特殊的服务或者提供交叉销售，以满足客户的需求。

4、分析型 CRM 的组成与运作

基于分析型的特点，可以推测出分析型 CRM 的构建首先需要有一个信息采集的部分，然后还要有信息管理、信息处理和信息利用这些部分。

第三节 协作型 CRM

1、协作型 CRM

协作性 CRM 是指企业直接与客户互动的一种状态，它能够实现全方位地为客户交换服务和收集客户信息，形成与多种客户交流的渠道。协作型 CRM 强调的是交互性，它借助多元化、多渠道的沟通工具，让企业内部各部门同客户一起完成某项活动。

2、协作型 CRM 的主要作用和功能

协作型 CRM 主要做协同工作，适应于那些侧重服务和客户沟通频繁的企业，它不拘行业，适合于任何需要通过多种渠道和客户接触、沟通的企业。协作型 CRM 强调的交互性，它借助多元化、多渠道的沟通工具，让企业内部各部门同客户一起完成某项活动。

3、协作型 CRM 的组成

协作型 CRM 是一种综合性的 CRM 解决方式，它将多渠道的交流方式融为一体，同时采用了先进的电子技术，保证了客户关系项目的实施和运作。协作型 CRM 包括了呼叫中心、Internet、E-mail、Fax 等多项内容。

第四节 三类 CRM 应用系统的定位和关系

1、应用系统的功能定位

协作型 CRM 与客户交互共同完成任务，通过互联网、电话等交互渠道集团集成为业务用户提供多渠道的交互方式，包括网站、电子邮件、电话、多媒体呼叫中心和无线接入。并且这些交互渠道是相互集成的，保证所有客户在不同的渠道上得到统一的服务，有统一的体验，也使企业的各种业务运作都可“随时随地”处理。

2、应用系统之间的关系

在 CRM 实际项目的运作中，运营型、分析型、协作型是相互补充的关系。如果把 CRM 比作一个完整的人的话，运营型 CRM 是 CRM 的四肢，分析型 CRM 则是 CRM 的大脑和心脏，而协作型 CRM 就是各个感觉器官。

思考题

- 1、什么是运营型 CRM？
- 2、运营型 CRM 的关注点是什么？
- 3、什么是分析型 CRM？
- 4、运营型 CRM 与分析型 CRM 之间的关系是什么？

实践要求

- 1、从网上查询挪威联合银行的 CRM 系统。
- 2、说说分析型 CRM 系统为挪威联合银行带来哪些好处？

第六章 呼叫中心在客户关系管理中的应用

学习目的和要求：通过学习本章，学生应该能正确掌握和理解呼叫中心的定义；初步了解呼叫中心的类型；了解呼叫中心在 CRM 中的作用；了解呼叫中心的关键技术；对呼叫中心的选择、建设和管理的基本知识有一定的认识。

考核知识点

第一节 呼叫中心的认识；呼叫中心的发展方向。

第二节 CRM 与呼叫中心的关系。

第三节 CTI 技术；呼叫中心的分类。

第四节 呼叫中心的基本构件；呼叫中心系统结构；呼叫中心的主要功能；呼叫中心的业务流程。

第五节 呼叫中心的建设模式；呼叫中心的建设步骤；呼叫中心的运营管理。

第六节 呼叫中心的产品介绍。

主要内容

第一节 呼叫中心及其发展

1、呼叫中心

呼叫中心是一种基于 CTI 技术的一种新的综合信息服务系统，由早期的、仅以电话和接话人员组成的电话服务热线发展而来。现代呼叫中心本身的含义应该是一种充分利用通信网和计算机网的多项功能集成，与企业各业务渠道连成一体完整的综合信息服务系统，能有效、高速的为用户提供多种服务。

2、呼叫中心的发展方向

到目前为止，呼叫中心还正在随着通信技术、计算机技术、视频技术的飞速发展而更新换代，纵观现在和未来，呼叫中心发展的主要方向是 Web 型呼叫中心和多媒体呼叫中心。

第二节 CRM 与呼叫中心的关系

CRM 的发展和应用中，不仅运用了各种基于 Web 平台的新技术，而且与传统的工具或渠道密切联系，以实现企业与客户接触渠道的全面整合。CRM 企业不仅看到了网络的潜力并树立发展电子商务的信心，而且对利用传统工具弥补目前网络平台和交易中现存的不足也有充分的准备。

呼叫中心可以很好地推进客户与企业的联系，因为尽管从效率或者成本的角度讲，完全网络化的人机界面操作实现的交易是最迅速也是最便宜的，但是，当客户把信任度、消费习惯、运输、付款、售后服务等因素进行通盘权衡的时候，纯网络交易在现在还略显单薄。

从总体上说，在 CRM 系统中，呼叫中心为企业发挥的作用包括以下几个方面：呼叫中心是企业与客户联系的重要窗口；呼叫中心是企业的情报中心；呼叫中心是让客户感受到价值的中心；呼叫中心能更好地维护客户忠诚度。

第三节 CTI 技术与呼叫中心的分类

1、CTI 技术

CTI 即计算机与电话集成技术，是在现有的通信交换设备上，综合计算机和电话功能，使其能提供更加完善、先进的通信方法。

CTI 功能主要集中在话务控制与媒介处理两大方面。一个 CTI 应用系统主要包含应用程序、发

展工具、软件平台和资源附加插卡等四种主要部件。CTI 主要分为两类：面向电话的和面向交换机的。

2、呼叫中心的分类

呼叫中心主要应用于客户服务、市场推广、市场调查和潜在客户挖掘、数据库营销等方面，其商业目的主要在于降低成本和增加收入。呼叫中心的分类主要有两种：按照企业运用呼叫中心的方法分为自营型呼叫中心和外包型呼叫中心；基于 CTI 技术可以分为非 CTI 呼叫中心和 CTI 呼叫中心。

第四节 呼叫中心的结构和功能

1、呼叫中心的基本构件

一个完整的呼叫中心解决方案通常由这样几个部分组成：呼叫中心系统主要由电话网、ACD、IVR 交互式语音应答系统、CTI 计算机电话集成系统、人工坐席服务系统、Inbound 来话呼叫处理系统、Outbound 去话呼叫管理系统、数据库与应用服务器、数字录音质检系统、呼叫管理系统等组成。

2、呼叫中心系统结构

呼叫中心主要完成用户接人、服务受理、数据采集及部分信息预处理工作。呼叫中心系统分为以下三个子系统：

接入子系统：接入子系统负责所有用户的接入，包括电话用户、传真用户、计算机用户及特殊终端用户等的接入，实现客户中心与外部系统的连接，并把各种不同的接入方式转化为标准的请求/相应格式。

呼叫处理子系统：该层是整个系统的核心层，完成呼叫管理、坐席的分配，并实现呼叫质量管理及 workflow 定义等。各种呼叫接入后，均由其处理后分派给最优的坐席。

服务子系统：业务支撑层也成为数据访问层或者是数据支撑层，它包括了各种数据源以及数据的访问接口。

3、呼叫中心的主要功能

呼叫中心应当实现以下功能：客户确认、电话交互活动效果的最大化、语音数据同步向外转移、智能化顾客信息分析、系统二次开放功能。

第五节 呼叫中心的选择、建设和管理

1、呼叫中心的建设模式

企业建立自己的呼叫中心系统，可以有两种模式：“外包”模式和“独建”模式。2、呼叫中心的建设步骤

明确建设目标；确定业务需求及流程；设备选型；建设实施；招募和培训人员；运营管理。

3、呼叫中心的运营管理

在国外，现在通常用 KPI 指标对客户呼叫中心的运营管理进行评价。

实施 KPI 管理，客户呼叫中心的目的是要设定明确的服务指针，使员工清楚知道公司和客户对服务水平和质量的要求；加强管理阶层和前线员工对服务素质的承诺和责任；让管理层客观地评估运作的表现，而不是靠主观的感觉判断；利用客观的数据分析问题并采取纠正及预防模式；减低运作成本。

第六节 呼叫中心的产品介绍

- 1、HP 公司呼叫中心解决方案。
- 2、3COM 公司中小企业呼叫中心解决方案。
- 3、IBM 呼叫中心解决方案。

思考题

- 1、呼叫中心在 CRM 中的地位是什么？你是如何理解的？
- 2、简要叙述 CRM 与呼叫中心的关系。
- 3、呼叫中心包括哪些关键技术？如何理解这些技术的发展趋势？

实践要求

- 1、从网上了解花旗银行台湾分行的呼叫中心。
- 2、了解花旗银行台湾分行的呼叫中心为客户提供了哪些服务？
- 3、花旗银行如何持续保持高水准的服务并不断改善运营质量？

第七章 客户关系管理系统的功能与结构设计

学习目的和要求：通过本章的学习，学生应该首先了解客户关系管理系统的设计理念；了解客户关系管理系统的体系结构；掌握和理解客户关系管理系统的功能结构及各个子系统的功能结构；理解客户关系管理系统及子系统的业务流程；掌握客户关系管理系统的技术结构及网络结构；了解eCRM的概念，实施及应用。

考核知识点

第一节 客户数据的识别；数据的有效采集；客户数据的使用 层次。

第二节 CRM 系统的体系结构；CRM 系统的功能结构。

第三节 客户市场营销业务流程；客户销售业务流程；客户服务与支持业务流程。

第四节 CRM 技术层次架构；CRM 技术逻辑结构。

第五节 客户/服务机结构；浏览器/服务器结构；传统 C/S 模式与 B/S 模式。

第六节 eCRM 的概念、实施。

主要内容

第一节 CRM 系统设计的基础——客户数据

数据是客户关系管理的基础，因此，CRM 系统的设计离不开客户数据的收集和有效利用。利用客户数据的前提是对客户数据进行有效的识别，并采集到足够数量的高质量客户数据。

1、客户数据的识别。传统上认为客户数据就是客户的个人资料。事实上，仅有客户的个人资料或公司资料是远远不够的。通常根据数据的形式和来源可将客户数据分为客户描述性数据、市场促销性数据和客户交易数据三类。

2、数据的有效采集。数据采集是 CRM 系统设计的又一重要步骤。客户关系管理系统的优势在于能够利用大量的客户数据发现重点客户和潜在客户，保留老客户和吸引新客户，并提高自身的竞争力。因此，采集大量有效的客户数据是有效实施客户关系管理的必要前提。

3、按照对客户数据的有效使用程度可将数据的使用分为三个层次：温饱型，预测型，流程型。

第二节 CRM 的结构

整个 CRM 系统可分为三个层次：界面层，功能层和支持层。

CRM 系统一般由客户销售管理子系统、客户市场管理子系统、客户支持和服务管理子系统、数据库及支撑平台子系统等构成。

第三节 CRM 业务流程分析与设计

1、客户市场营销业务流程主要涉及市场管理、客户管理、营销管理三个方面，包括市场信息处理、竞争对手调研、客户信息跟踪、潜在客户分析、营销活动管理等环节。

2、客户销售业务流程涉及寻找客户、签订合同、订单跟踪、收账检查、用户回访及反馈等环节。

3、客户服务与支持的业务流程从客户联系开始，包括客户服务处理、客户服务记录、客户服务分析等，主要是处理客户的各种问题，提供相应的支持与服务。

第四节 CRM 的技术结构

1、企业应用集成和业务流程自动化

企业应用集成的概念就是将企业内部不同的、相互之间相对独立的软件集成起来。集成不影响应用软件本身。

2、CRM 技术层次架构

CRM 是基于数据核心层、业务逻辑层、接入层 3 层平台进行设计的。

3、CRM 技术逻辑结构

包括三个层次：用户接口，服务器组，数据管理。

第五节 CRM 的网络结构

CRM 系统是建立在互联网或内部网等 WEB 技术基础之上的。根据企业的具体环境，CRM 系统的网络体系通常采用浏览器/服务器（C/S）模式和客户机/服务器(B/S)模式的结合。

1、客户机/服务器结构

C/S 结构把数据库系统放在远程的服务器上，而在客户机上安装客户端软件。

2、浏览器/服务器结构

B/S 结构就是只安装维护一个服务器，而客户端采用通用服务器运行软件。

3、传统 C/S 模式与 B/S 模式的综合应用

第六节 eCRM

1、eCRM 的概念

eCRM 是 CRM 系统的电子化扩展，是 CRM 系统与网络技术深入结合的产物。

2、eCRM 的实施

eCRM 系统的实施最好采取渐进的方式。它类似于其他 IT 系统的实施，可分为五个成熟水平：初始阶段，基本功能阶段，竞争实力阶段，高度发展阶段，最佳实践阶段。

思考题

- 1、简述客户数据的 3 种类型。
- 2、数据采集的步骤有哪些？
- 3、客户关系管理系统的功能结构有哪些？简述个分系统的功能结构
- 4、简述 CRM 的技术层次架构。
- 5、C/S 结构与 B/S 结构各自有何优缺点？
- 6、实施 eCRM 为企业带来的效益有哪些？

实践要求

- 1、从网上了解金蝶客户关系管理解决方案。
- 2、金蝶客户关系管理系统包含哪些功能模块？你认为哪些功能模块是必不可少的？
- 3、试分析金蝶客户关系管理系统得以成功实施的原因。

第八章 客户关系管理项目的实施与控制

学习目标和要求：通过本章的学习，学生应该能够正确理解实施 CRM 的战略思想；应当能够理解和掌握 CRM 系统实施的目标与原则；理解 CRM 项目管理的概念和系统实施的方法论；掌握理解三阶段实施方法、五阶段实施方法、六阶段实施方法的基本概念和思路；了解 CRM 项目绩效评估的重要性，掌握其评价的主要内容；了解企业成功实施 CRM 的条件和导致 CRM 实施失败的因素。

考核知识点

第一节 实施 CRM 项目的战略思想。

第二节 系统实施的目标；系统实施的原则。

第三节 CRM 实施的步骤；CRM 项目实施的方法论；三阶段实施方法；五阶段实施方法；六阶段实施方法；CRM 实施过程中应注意的问题。

第四节 实施 CRM 绩效评估的重要性；企业客户关系管理系统绩效模型的构件；CRM 项目评估的主要内容；CRM 投资回报的预测。

第五节 企业成功实施 CRM 的条件。

第六节 导致 CRM 实施失败的因素。

主要内容

第一节 实施 CRM 项目的战略思想

CRM 项目不只是一套系统，一套软件，而是涉及企业经营战略、业务流程、绩效考核、人员组织等方面变革的工程，因此需要讲究战略。尤其是涉及人的变动和培训引导，只有战略正确才能有效地推动企业的 CRM 项目部署，而不是简单的安装培训。

CRM 的选择和实施是一项复杂的系统工程，实施遇到的困难是多方面的。这是因为 CRM 的选择和实施作为企业级经营管理改革的复杂、系统的工程，将涉及整体规划、创意、技术集成、内部管理等多方面的工作。在目前市场竞争激烈、客户关系凸显重要的环境下，企业要在短期内建成并实施一套高效的 CRM 系统，必然会遇到来自企业流程重组和组织再造、企业资源配置等各个方面的问题。

实施战略作为整体性的框架，与期望目标紧密相关，它取决于客户需求、现在 IT 系统和基础结构，以及经营组织。企业应当树立具体问题具体分析和内部问题要挖根源的方法和观念，同时以充分的勇气和信心迎接来自企业内部和外部的挑战，才可能取得成功。

第二节 CRM 系统实施的目标与原则

1、系统实施的目标

CRM 系统的实施在一定程度上改变了企业对市场及客户的看法。过去，企业把发展新客户看做是扩大市场的关键因素。现在，企业不但要重视新客户的发展，更要注重对原有客户的保持和潜力发掘。通过对客户交往的全面记录与分析，不断加深对客户需要的认识，开发现有客户存在的购买潜力，达到提高销售额、降低成本、增加利润、提高客户满意度的目标。

2、系统实施的原则

实施原则是保障实施目标达成的重要手段。我们在总结大量实施案例经验的基础上，确立了以下三条原则：

- (1) 实施的推动力是企业内部的革新需求;
- (2) 实施 CRM 目标必须明确;
- (3) 实施 CRM 不仅是安装软件。

第三节 CRM 实施的步骤和方法论

1、CRM 实施的步骤

客户关系管理系统可以帮助企业实现销售、营销和客户服务等业务环节的自动化,并对这些环节进行管理和有效的整合。其实施的步骤如下:

- (1) 拟定 CRM 战略目标。
- (2) 确定阶段目标和实施路线。
- (3) 分析组织结构。
- (4) 设计客户关系管理架构。
- (5) 评估实施效果。

2、CRM 项目实施的方法论

系统是指由相互联系,相互作用的若干要素组成的、具有特定功能的有机整体。CRM 作为一个软件系统具有一般系统的共性。

系统的特性主要由:整体性、层次性、相关性、目的性、适应性。

3、三阶段实施方法

美国 Jill Dyche 提出的实施流程包括规划、构建、部署 3 个主要的项目开放阶段,分为六个步骤,每个步骤都由许多固定的和可变的步骤。

4、五阶段实施方法

此实施方法适用于以下情况:一般企业本身没有开放一个信息系统的人才储备,所以往往选择一个适合自身情况而且功能强大的软件产品,并挑选一个合适的软件供应商或咨询公司帮助实施;委托企业外部软件公司承包开发。

第一阶段:咨询公司提供咨询,与用户进行软件公司承包开发。

第二阶段:解决方案的设计,实现用户业务流程的重组。

第三阶段:客户化和交互开发的过程,其中包括软件配置与开发。

第四阶段:测试与培训。

第五阶段:运行。

5、六阶段实施方法

此实施方法适合于企业有一定的信息系统开发能力的情况,即选择一个适合自身情况而且功能强大的软件产品,自己实施。

为了达到实施目标、保障实施效果,该方法要经历以下六个阶段:理念导入、业务梳理、流程固化、系统部署、应用培训、业务上线。

6、CRM 实施过程中应注意的问题

- (1) 应重视相关的需求分析和必要的咨询。
- (2) 合理的规划。
- (3) 方案及软件供应商的选择。
- (4) 引入有效的评估和监督机制。

第四节 CRM 系统实施的绩效评估

- 1、企业客户关系管理系统绩效模型的构建
 - (1) 选择评估系统价值的各种指标，包括定性指标、定量指标。
 - (2) 对各指标进行量化、标准化处理。
 - (3) 指标数据获取。
 - (4) 通过建立的数学模型进行处理、分析。
 - (5) 最后给出一个综合的、合理的、全面的评价结果。
- 2、CRM 项目评估的主要内容：成本超支、事后认识。

第五节 企业成功实施 CRM 的条件

企业任何一项信息化工作都不是一蹴而就的，它要承受来自各方面的压力，如人事压力、财务压力、开发失败的风险等。企业实施 CRM 也不例外。要成功实施 CRM，就必须创造条件。通过对国内外成功的 CRM 实施案例的分析研究，发现它们有一些共同的特定。主要有：高层领导的支持、要专注于流程、技术的灵活运用、组织良好的团队、分布实施、系统的整合、重视咨询公司的作用。

第六节 导致 CRM 实施失败的因素

CRM 虽然能给企业带来许多好处，但从目前来看，项目实施的失败率也较高。对国内外实施 CRM 项目的调查分析表明，影响 CRM 项目成功实施的因素主要有认识、人、数据、管理、软件和硬件等。

思考题

- 1、客户关系管理系统实施目标有哪些？
- 2、简要说明实施 CRM 项目的战略？
- 3、简述企业成功实施 CRM 的条件。
- 4、导致 CRM 的失败的因素有哪些？

实践要求

- 1.从网上了解 Sierra 的 CRM 投资故事。
- 2.从网上查找资料，了解 CRM 项目实施后，Sierra 健康服务公司有哪些收获？

第九章 CRM 中的数据管理技术

学习目的和要求：通过本章的学习，学生应该掌和理解数据仓库的概念以及数据仓库与数据库的区别；理解元数据、数据粒度、数据分割的概念；了解数据仓库的体系结构；掌握和理解数据挖掘的概念及常用方法；理解客户关系管理中数据挖掘的流程及作用；了解 OLAP 的概念，以及 ROLAP 以及 HOLAP 之间的联系及区别。

考核知识点

第一节 数据仓库；数据库与数据仓库的区别；数据仓库的结构。

第二节 CRM 数据仓库的功能；CRM 客户数据仓库的系统结构；客户数据仓库的建设要求；数据仓库建设的基本步骤。

第三节 数据挖掘、数据挖掘的应用、数据挖掘在 CRM 中的商业价值、常见的数据挖掘工具。

第四节 联机分析处理、OLAP 的数据组织。

主要内容

第一节 数据仓库概述

随着 CRM 的应用，企业拥有了越来越多的客户数据。如何有效地使用这些数据，并从中得到有价值的知识来支持企业经营决策，已成为 CRM 亟待解决的一个问题。

- 1、数据仓库的概念
 - (1) 面向主题的特性
 - (2) 集成性
 - (3) 非易失性
 - (4) 时变性
- 2、数据库与数据仓库的区别
- 3、CRM 的技术核心是数据仓库
- 4、数据仓库的结构
 - (1) 数据仓库的一般结构
 - (2) 元数据在数据仓库中的重要地位
- 5、数据仓库中的两个重要概念
 - (1) 数据粒度
 - (2) 数据分割

第二节 CRM 中的客户数据仓库

- 1、CRM 数据仓库的功能
 - (1) 保留客户
 - (2) 降低管理成本
 - (3) 分析利润的增长
 - (4) 增强竞争优势
 - (5) 性能评估
- 2、CRM 客户数据仓库的系统结构
- 3、客户数据仓库的建设要求

- (1) 客户数据的集成
- (2) 确保客户信息的准确性
- (3) 数据及时更新
- 4、数据仓库建设的基本步骤
 - (1) 企业模型设计
 - (2) 概念模型设计
 - (3) 逻辑模型设计
 - (4) 物理模型设计

第三节 数据挖掘技术

数据挖掘技术是一种数据分析技术，是通过分析数据发现数据内部的信息和知识的过程，也是客户关系管理中必不可少的数据处理技术之一。随着数据库的广泛应用，数据挖掘的应用领域也越来越广泛。

1、数据挖掘的概念

数据挖掘是从大量的、不完全的、有噪声的、模糊的、随机的实际数据中提取人们感兴趣的知识。这些知识是隐含的、事先未知的、潜在有用的信息。

2、数据挖掘的应用

- (1) 数据挖掘在生物学中的应用
- (2) 数据挖掘在电信业中的应用
- (3) 数据挖掘在金融业中的应用

3、CRM 数据挖掘的流程

- (1) 确定分析和预测目标
- (2) 建立数据挖掘库
- (3) 分析数据
- (4) 建立模型
- (5) 模型评估与验证
- (6) 模型实施

4、数据挖掘在 CRM 中的商业价值

- (1) 数据挖掘在客户分类中的应用
- (2) 数据挖掘在客户识别中的应用
- (3) 数据挖掘在客户保留中的应用
- (4) 数据挖掘在客户忠诚度分析中的应用
- (5) 数据挖掘在客户盈利率分析中的应用
- (6) 数据挖掘在个性化营销中的应用

5、常见数据挖掘工具软件介绍

第四节 联机分析处理技术

- 1、联机分析处理的概念
- 2、OLAP 的数据组织

思考题

- 1、数据仓库的定义是什么？分别介绍数据仓库的 4 个特点。
- 2、数据仓库模型设计包括哪几个过程？
- 3、简述数据挖掘方法的分类及每种方法的内容。
- 4、CRM 中数据挖掘的应用体现在哪几个方面？

实践要求

- 1、从网上查找 NCR 以数据仓库改变零售业的情况。
- 2、“尿布与啤酒——数据仓库的经典故事”体现了数据仓库哪方面的作用？

第十章 知识管理与 CRM 应用

学习目的和要求：通过本章的学习，学生应该理解知识管理的基本内涵和主要内容；了解保障知识管理顺利实施的关键因素；掌握知识的四分法及知识的分类管理模式；掌握知识管理应用的两种策略及其选择；了解什么是基于知识管理的 DCRM；掌握在 CRM 中整合知识管理的途径。

考核知识点

第一节 知识管理的内涵、主要内容和关键要素。

第二节 知识的识别和管理、知识管理应用的策略、知识管理的应用步骤、知识管理的产品和服务、知识创新的概念和主要内容。

第三节 CRM 中的知识管理、基于知识管理的动态客户关系管理。

主要内容

第一节 知识管理概述

1、“知识管理”内涵五个主要方面

(1) 知识管理的内涵是建立已有知识的信息资源系统，即对企业已有知识进行有效的组织，将其转化为系统的信息资源，以便让更多的人更好地利用。

(2) 知识管理的内涵是不断创新的信息资源，即通过对现有信息资源的应用、学习和研究，创造新的信息资源。

(3) 知识管理的内涵是共享信息资源，即在公司内部形成信息共享的文化和意识，使每个成员认识到有责任尽可能与其他人分享各种专长，并通过人员、产品以及各种服务广泛地传播信息资源。

(4) 知识管理的内涵是建立科学的信息开发能力评价系统，即以科学、有效的信息开发能力评价系统激励信息的形成和共享。

(5) 知识管理的内涵是实现信息的价值，即利用和挖掘信息资源以获得成功。

2、知识管理的主要内容

(1) 纵向内容。知识管理从纵向层次看，主要包括知识获取的管理、知识利用的管理和知识创新的管理。

(2) 横向内容。知识管理从横向层次看，主要包括信息管理，无形资产的管理，经营战略决策内容，人力资源管理。

3、实施知识管理的关键要素

(1) 实施知识管理的动力源自企业内部的变革需求。

(2) 实施知识管理必须要有明确的目标。

(3) 整体信息化要先做知识管理规划。

(4) 实施知识管理从业务流程入手。

第二节 知识管理应用与知识管理创新

1、知识的识别和管理

知识具有不同的形式、内容和特点，如何真正依据知识的不同类型进行针对性管理，是影响知识管理绩效的重要因素。为此，需要对知识进行分类识别。

(1) 划分知识的维度。

(2) 基于应用的知识四分法。

(3) 知识的分类管理模式。

2、知识管理应用的策略

根据不同企业的性质和知识的特点，知识管理也自然应该采用不同的策略。按知识的特点，可以将知识管理策略划分显性策略和隐性策略。显性策略指的是对具有显性特征的知识进行加工并存储在数据库中，从而使企业可以方便地对其进行传播和再利用。对于隐性知识，由于不易进行加工和整理，且常常与具体个人联系紧密，因此应该采用隐性策略。

3、知识管理的应用步骤

(1) 确定公司的战略目标和核心竞争力。

(2) 确定公司知识管理的重点领域。

(3) 对引入知识管理的业务环节或流程进行分析。

(4) 根据上述分析，制定相应的知识管理方案。

(5) 对引入知识管理的业务环节或流程进行实施前和实施后的评估。

4、知识创新

知识创新是知识管理的一个重要部分。知识创新是知识创造、演化、转移和应用的动态过程。它通过追求新发现、探索新规律、积累新知识，达到创造知识附加值、谋取组织竞争优势的目标。

第三节 知识管理与 CRM

1、CRM 中的知识管理

在许多 CRM 管理系统中，“知识管理”正在成为日益重要的组成部分。CRM 系统中的合同管理、价格政策、销售策略、标书管理、服务问答知识库等模块就属于“知识管理”的应用。

CRM 中的基本信息有大量的记录可供共享，这些信息主要是客户的信息、联系人信息、服务项目信息、在整个客户生命周期中同客户交往的过程中，以及竞争对手信息。通过对这些信息的记录和共享，可达到三个方面的目的：防止信息的丢失；知识积累；重点客户的跟踪监控。

2、基于知识管理的动态客户关系管理（DCRM）

基于知识管理的动态客户关系管理的任务主要是通过对存在于“客户”中的知识进行挖掘，并为企业与客户保持长期的“双赢”或“多赢”关系而实时地采取相应的营销组合策略。动态客户关系管理不但体现了一对一市场营销的含义，而且也包括销售自动化和规范化的思想。我们将其具体功能归纳为以下几个方面：

(1) 能够使公司通过多个渠道与客户交流时有统一的口径，同时能够在企业上下都树立客户第一的目标。

(2) 可以充分理解客户以及客户的偏好。

(3) 能够利用知识管理的工具——数据挖掘将客户数据库的大量数据转变成描述客户特征的一些图像，来帮助企业从客户信息仓库的数据中了解客户的行为特征、帮助企业获取、识别、保持客户，开发客户的交叉购买及增加购买的潜力，对客户进行有效的管理。

3、在 CRM 流程中整合知识管理的途径

(1) 为客服定制 KM.

(2) 从文化开始。

(3) 让客户参与。

思考题

1、从 CRM 的角度来说一下什么是知识管理。

- 2、应该如何保障知识管理的顺利实施？
- 3、可以通过什么途径在 CRM 中整合知识资源？
- 4、DCRM 的主要特征和主要功能是什么？

实践要求

从网上了解联合技术公司的知识管理情况。

第十一章 CRM 产品及市场分析

学习目的和要求：通过本章的学习，学生应该了解个厂商 CRM 产品的主要特点和相互之间的差别；了解 CRM 的全球市场概况和我国 CRM 市场概况；能运用所学知识对国内 CRM 需求与供给市场的状况进行讨论和分析；能运用所学知识对 CRM 产品的功能和作用进行分析。

考核知识点

第一节 CRM 产品介绍。

第二节 CRM 市场分析。

主要内容

第一节 CRM 产品介绍

目前，国内 CRM 市场正处于启动期。一方面，国外 CRM 软件商开始进入中国，并加大开拓中国市场的力度，国内软件商也已经推出或正在开放 CRM 软件；另一方面，国内企业对 CRM 的需求越来越强烈，许多企业开始应用 CRM 系统。本节主要介绍了一些主要的 CRM 软件，包括：Siebel 的 CRM 产品、Oracle 的 CRM 产品、开思 CRM-star、联成互动的 CRM 产品、IBM 的 CRM 解决方案。

第二节 CRM 市场分析

在电子商务浪潮的冲击下，客户关系管理软件逐渐成为市场的热点，传统的 ERP 软件厂商和财务管理软件厂商纷纷进入这一领域。

总的说来 CRM 在我国尚处于发展的初期，从发展的趋势来看，CRM 在我国拥有较大的发展空间。就企业而言，在经历了由产品为中心向以销售为中心的经营转变后，目前正处于向以客户为中心的管理理念的转变。

可以预见，为了 CRM 软件厂商之间的竞争将更加激烈，当 CRM 市场达到成熟期时，CRM 软件厂商的规模将小于目前的规模，很多厂商将会被淘汰，最后剩下一些具有“技术领先”优势和“差异化”优势的软件厂商。

思考题

- 1、结合中国目前的国情，分析我国 CRM 供给市场及需求市场的特点。
- 2、简述 CRM 产品的发展趋势。

实践要求

- 1、上网查找一个 CRM 软件制造的厂商。
- 2、对你所查找的企业的 CRM 的产品特性进行总结分析。

题型举例

一、名词解释

1. 客户关系管理

二、单项选择

1. () 是 CRM 的核心
A. 客户保持
B. 客户细分

C. 客户管理

D. 客户挖掘

三、多项选择

1. 下面属于 CRM 软件的核心功能的是 ()

A. 客户管理

B. 联系人管理

C. 时间管理

D. 销售管理

E. 营销管理

四、简答题

1. DCRM 的主要特征和主要功能是什么?

五、论述题

1. 结合中国目前的国情, 分析我国 CRM 供给市场及需求市场的特点。

第三部分 有关说明与实施要求

参考用书

1. 李志刚著：《客户关系管理理论与应用》，机械工业出版社，2006 年版。
2. (美) 邓·皮珀斯, 马沙·容格斯著：《客户关系管理》，中国金融出版社，2006 年。
3. (美) 迈克尔·J.A. 贝里, 戈登·S. 利诺夫著：《数据挖掘：客户关系管理的科学与艺术》，中国财政经济出版社，2004 年。
4. [英]肯·伯内特著：《核心客户关系管理》，电子工业出版社，2002 年。

学习方法指导

试题可能涉及到本大纲中的任何内容。学生应尽可能地联系实际获取相关经验。这将有助于学生顺利通过这门课程的学习，并有更大的收获。剖析和研究电子商务方面的各种实例和案例对学生来说也是必需的。在考试中，要求学生应用本课程的知识技能以及在实践中获得的宝贵经验对案例进行分析。

《分销管理》教学大纲

马克态 编写

目 录

前 言	1554
一、课程教学目的和任务	1554
二、课程教学内容和要求	1554
三、学时分配	1554
第一篇 渠道管理概览	1556
第一章 分销渠道的功能、结构与管理关系	1556
第一节 分销渠道及其功能	1556
第二节 分销渠道的基本结构	1556
第三节 分销渠道决策与管理	1556
复习与思考题	1556
拓展阅读书目	1557
第二章 分销渠道成员及其营销特征	1558
第一节 分销渠道的成员构成	1558
一、生产者	1558
二、中间商	1558
三、消费者或用户	1558
四、其他成员	1558
第二节 批发商	1558
一、批发商及其职能	1558
二、批发商类型及其经营特点	1558
三、批发商为渠道成员提供的服务	1558
四、批发商的营销特点	1558
五、批发经营的发展趋势	1559
第三节 零售商	1559
一、零售商及其功能	1559
二、零售商类型	1559
三、零售竞争要素	1559
四、零售经营战略发展趋势	1559
复习与思考题	1559
拓展阅读书目	1560
第三章 分销后勤与渠道支持系统	1561
第一节 营销后勤和后勤价值链	1561
一、后勤与分销后勤的概念	1561
二、后勤价值链概念	1561
三、价值链流程	1561
第二节 分销后勤及其在市场营销中的地位	1561
一、分销后勤子系统	1561
二、分销后勤在市场营销中的地位	1561

三、作为渠道支持系统的分销后勤业务	1561
第三节 分销后勤系统管理	1561
一、分销后勤管理的任务	1561
二、分销后勤系统的经营目标	1561
三、后勤服务水平的构成要素	1562
四、分销后勤管理职能	1562
第四节 后勤信息支持系统	1562
一、分销后勤对信息工作的要求	1562
二、信息技术的重要性	1562
三、信息支持系统的结构	1562
四、信息系统的的功能	1562
复习与思考题	1562
拓展阅读书目	1562
第二篇 分销渠道战略:设计与管理	1564
第四章 分销渠道的战略设计	1564
第一节 分销渠道战略设计理论	1564
一、渠道系统环境理念	1564
二、渠道设计总成本理论	1564
三、交易成本理论	1564
四、进入市场的战略行为理论	1564
第二节 分销渠道战略设计程序	1564
一、渠道战略设计概念	1564
二、渠道设计步骤	1564
第三节 分销渠道系统设计分析	1565
一、分销渠道系统的服务水平规划分析	1565
二、行业模拟分析	1565
三、分销渠道系统方案的决策分析	1565
第四节 渠道战略模式的选择与实施	1565
一、限制条件分析	1565
二、分销网络内部的沟通和管理障碍分析	1565
三、选择和确定方案	1566
四、制定实施计划方案	1566
复习与思考题	1566
拓展阅读书目	1566
第五章 分销渠道的战略组织模式	1567
第一节 “刚性”纵向一体化组织	1567
一、“刚性”纵向一体化组织	1567
二、外部筹供(外购理论)	1567
三、纵向一体化组织模式	1567
第二节 “柔性”垂直整合组织	1567
一、管理型垂直渠道系统	1567
二、契约型垂直渠道系统	1567

三、特许经营组织.....	1567
第三节 混合垂直整合系统.....	1567
二、复性渠道.....	1568
复习与思考题.....	1568
拓展阅读书目.....	1568
第三篇 分销渠道策略管理.....	1569
第六章 分销渠道资源与组织管理.....	1569
第一节 渠道资源配置管理.....	1569
一、分销渠道组织管理的重要性.....	1569
二、选择渠道成员.....	1569
三、渠道权力配置.....	1569
四、承诺、信任与契约机制.....	1569
第二节 渠道冲突分析.....	1569
一、渠道冲突的概念.....	1569
二、渠道冲突的分类.....	1569
三、冲突的原因分析.....	1569
四、冲突水平与影响分析.....	1570
第三节 分销渠道冲突管理策略.....	1570
一、分销渠道冲突管理过程、内容和任务.....	1570
二、信息加强型与信息防护型预防、化解冲突的策略.....	1570
三、运用渠道权力解决冲突的途径.....	1570
复习与思考题.....	1570
拓展阅读书目.....	1570
第七章 分销渠道控制策略.....	1572
第一节 目标控制策略.....	1572
一、分销渠道目标控制.....	1572
二、目标控制的过程.....	1572
第二节 覆盖网络控制策略.....	1572
一、覆盖率与分销网络.....	1572
二、覆盖面控制.....	1572
第三节 价格、产品线与所有权控制策略.....	1572
一、价格控制策略.....	1572
二、产品线控制策略.....	1572
三、所有权控制策略.....	1572
复习与思考题.....	1572
拓展阅读书目.....	1573
第八章 物流管理.....	1574
第一节 分销物流系统的设计.....	1574
一、物流的概念.....	1574
二、物流系统的构成.....	1574
三、物流管理.....	1574
第二节 商品运输管理.....	1574

一、运输工具与运输方式	1574
二、商品运输方案	1575
第三节 仓储管理	1575
一、仓储管理的内容	1575
二、仓库管理	1575
三、仓储定额管理	1575
四、经济进货批量	1575
五、库存品管理	1575
复习与思考题	1575
拓展阅读书目	1576
第九章 分销渠道信息系统	1577
第一节 渠道信息系统结构	1577
一、渠道信息系统的总体结构	1577
二、渠道信息系统的概念结构	1577
三、渠道信息系统的功能结构	1577
四、提高渠道信息系统运行效率的途径	1577
第二节 主要信息流程分析	1577
一、信息流程分析的任务	1577
二、促销信息流程分析	1577
三、市场预测信息流程分析	1578
四、订货处理信息流程	1578
五、送货信息流程	1578
六、客户服务信息流程	1578
第三节 渠道信息系统开发与管理	1578
一、开发电子计算机支持的渠道信息系统的前提	1578
二、系统功能结构的选择	1578
三、计算机系统软硬件的配置	1578
四、人员培训和管理制度	1578
复习与思考题	1578
拓展阅读书目	1578
第十章 国际分销渠道管理	1580
第一节 国际分销渠道的基本模式	1580
一、国际商品分销的特点	1580
二、国际分销的参与者	1580
三、国际分销的渠道模式	1580
第二节 国际分销渠道模式设计与选择	1580
一、国际分销渠道设计原则	1580
二、直接出口的分销设计	1580
三、间接出口的分销渠道	1581
第三节 非出口进入方式下的国际分销渠道	1581
一、国际市场的进入方式	1581
二、海外生产的分销渠道设计	1581

三、外包生产方式	1581
四、海外特许经营	1581
复习与思考题	1581
拓展阅读书目	1581
第四篇 分销渠道评估	1583
第十一章 渠道状态与绩效评估	1583
第一节 分销渠道运行状态评估	1583
一、渠道运行状态评估的任务和程序	1583
二、渠道畅通性评估	1583
三、渠道覆盖面评价	1583
四、渠道流通能力及其利用率评价	1583
五、渠道冲突分析	1583
第二节 服务质量审计	1584
一、信息沟通质量评价	1584
二、实体分配服务质量评估	1584
三、促销效率评估	1584
四、顾客抱怨及其处理评价	1584
第三节 财务绩效评估	1584
一、销售分析	1584
二、市场占有率分析	1584
三、渠道费用分析	1584
四、盈利能力分析	1584
五、资产管理效率分析	1585
复习与思考题	1585
拓展阅读书目	1585
第十二章 分销渠道的新发展	1586
第一节 分销渠道面临的挑战	1586
一、竞争激烈化	1586
二、沟通媒体的发展	1586
三、互动的挑战	1586
第二节 分销渠道的策略性调整	1586
一、分销渠道“差异化”调整	1586
二、渠道凝聚力调整	1586
三、渠道联结技术的调整	1586
第三节 电子商务对分销渠道的影响	1586
一、商务规则在变化	1586
二、电子商务对分销渠道或渠道模式的改变	1586
三、电子商务对分销渠道的改进	1586
第四节 分销渠道的战略性创新	1587
一、“订货——制造——销售”一体化	1587
二、整合渠道营销	1587
三、无缝隙分销渠道	1587

四、新渠道竞争方式.....	1587
复习与思考题.....	1587
拓展阅读书目	1587

前 言

一、课程教学目的和任务

《分销渠道管理》是一门市场营销管理专业的专业课程。本课程的教学大纲针对工商管理专业市场营销方向而设，因而突出其任务是从企业的角度出发，以管理为导向，结合我国实际，注重理论对企业营销管理的实际指导意义，尽可能汲取国内外最新研究成果，比较系统地涵盖了分销渠道管理的基本内容和方法。分销渠道是企业完成其产品交换的过程，实现价值，产生效益的重要载体。面对复杂多变的市场环境，特别是激烈的竞争和快速发展的信息技术挑战，分销渠道正酝酿一场历史性的变革。通过本课程的学习，使学生比较系统的了解和掌握分销渠道管理的基本原理、基本技能和基本方法，能够对于实际的分销渠道管理有具体的指导作用。

二、课程教学内容和要求

分销渠道是指产品或服务转移所经过的路径，由参与产品或服务转移获得以使产品或服务便于使用或消费的所有组织构成。对于分销渠道的管理，是企业营销管理的一项重要内容，关系到企业能否成功地将产品打入市场、满足目标市场的需要、扩大产品销售、获取可持续的竞争优势。在当今的市场环境下，随着获取可持续的竞争优势越来越困难、中间商的权力日益强大和互联网的应用与普及，分销渠道管理在企业营销管理中的地位越来越重要。它越来越被看成是企业获取竞争优势的一个战略要素。

本课程包括分销渠道的功能、结构与管理关系、分销渠道成员及其营销特征、分销后勤与渠道支持系统、分销渠道的战略设计、分销渠道的战略组织模式、分销渠道资源与组织管理、分销渠道控制策略、物流管理、渠道信息系统、国际分销渠道管理、分销渠道状态与绩效评估、分销渠道新发展等十二个部分。

学完本大纲所规定的内容后，应达到下列要求：

- 1.学生对分销渠道管理的基本概念、基本理论、基本方法能够有比较系统全面的认识和正确掌握；
- 2.学生能够利用分销渠道管理的具体方法对企业实际的具体营销过程进行比较有效的指导；
- 3.培养学生独立获取知识的能力，使他们能应用已有的营销学知识去进一步拓宽自己的知识面，进一步学习与营销学有关的理论知识。

三、学时分配

章目	教学内容	学时	授课	实践	上机
第一章	分销渠道的功能、结构与管理关系	3	3		
第二章	分销渠道成员及其营销特征	3	3		
第三章	分销后勤与渠道支持系统	3	3		
第四章	分销渠道的战略设计	3	3		
第五章	分销渠道的战略组织模式	3	3		
第六章	分销渠道资源与组织管理	3	3		
第七章	分销渠道控制策略	3	3		
第八章	物流管理	3	3		
第九章	渠道信息系统	3	3		

第十章	国际分销渠道管理	3	3		
第十一章	分销渠道状态与绩效评估	3	3		
第十二章	分销渠道的新发展	3	3		
合计		36	36		

第一篇 渠道管理概览

第一章 分销渠道的功能、结构与管理关系

课程教学目的和基本要求

分销渠道是企业完成其产品或服务的交换过程，实现价值，产生效益的重要载体。本章对分销渠道作了一个总的讲述，提供设计和管理分销渠道的基本知识。要求学生掌握分销渠道的涵义、功能和业务流程，分销渠道的基本结构，渠道的内部和外部关系。

第一节 分销渠道及其功能

- 一、分销渠道的涵义
- 二、分销渠道的功能
- 三、分销渠道的基本业务流程
- 四、分销渠道功能与流程的关系

第二节 分销渠道的基本结构

- 一、类型结构
- 二、宽度结构
- 三、系统结构

第三节 分销渠道决策与管理

- 一、分销渠道管理的重要性
- 二、分销渠道服务产出与成本
- 三、整合渠道成本优势
- 四、渠道竞争动态

复习与思考题

1. 什么是分销渠道？
2. 如何理解分销渠道与市场营销的关系？
3. 试分析分销渠道的主要功能与渠道业务流程的关系。
4. 试比较分销渠道的类型结构、宽度结构和系统结构的异同。你能否说明这种从不同角度（标准）剖析渠道结构的方法，对企业分销管理决策的意义？
5. 为什么说“进入市场的分销渠道决策与管理对于企业成功营销的重要性，无论如何强调都不过分”？
6. 试论述分销渠道决策与管理在建立和强化企业竞争优势中的作用。

7. 什么是无缝隙渠道？谈谈你对建立分销渠道成员战略伙伴关系的认识。

8. “中间商是寄生虫”、“如果没有中间商，商品会更便宜”，你是否同意这种说法。你現在想吃一片面包，从种小麦的农民开始，一直到变成一片面包到你手里，要经过多少环节？假设中间商被合法禁止，顾客为得到这片面包将要做什么？成本（价格）将会是多少？

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第1章，第1页至第21页；第4章，第69页至第95页。

2. 苗月新主编，王俊杰、李凡副主编，《营销渠道概论》，清华大学出版社，2007年6月第1版，2007年6月第1次印刷，第一章，第1页至第28页。

3. 李先国主编，《分销渠道管理》，清华大学出版社，2007年7月第1版，2007年7月第1次印刷，第1章，第3页至第18页；第2章，第19页至35页；第3章，第36页至第50页；第4章，第51页至第74页。

4. 李飞编著，《分销渠道：设计与管理》，清华大学出版社，2003年3月第1版，2003年3月第1次印刷，第1章，第1页至第22页；第2章，第23页至第45页。

5. 李先国编著，《分销》，企业管理出版社，2003年1月第1版，2003年5月第2次印刷，第1章，第5页至第28页。

6. （美）伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003年1月第1版第1次印刷，第1章，第3页至第26页。

7. （美）伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出版社，2006年10月第1版第1次印刷，第1章，第3页至第22页。

8. （美）卢E.佩尔顿等著，张永强，彭敬巧译，《营销渠道：一种关系管理方法》，机械工业出版社，2004年7月第1版第1次印刷，第1章，第2页至第22页。

第二章 分销渠道成员及其营销特征

课程教学目的和基本要求

本章讨论了构成分销渠道的主要成员，生产者、中间商和消费者（用户）的基本形态。重点分析了批发商和零售商的基本职能、主要类型和经营特征。要求学生掌握分销渠道的主要成员及其营销特征，是从总体上进一步认识渠道结构，以便有效设计和管理渠道的一个基点。

第一节 分销渠道的成员构成

一、生产者

1. 生产者在渠道中的作用
2. 生产者类型

二、中间商

1. 中间商在渠道中的地位
2. 中间商的主要类型

三、消费者或用户

四、其他成员

第二节 批发商

一、批发商及其职能

1. 批发的含义
2. 批发商及其职能

二、批发商类型及其经营特点

1. 商人批发商
2. 代理批发商

三、批发商为渠道成员提供的服务

1. 批发商对供应商的服务
2. 批发商对零售商的服务
3. 批发商对用户的服务

四、批发商的营销特点

1. 目标市场决策
2. 市场营销组合决策

五、批发经营的发展趋势

1. 实施聚集战略
2. 更新营销理念
3. 加强技术装备
4. 开拓国际市场

第三节 零售商

一、零售商及其功能

1. 零售商概念
2. 零售商的行业特征
3. 零售商在分销系统中的作用

二、零售商类型

1. 商店零售商
2. 非商店零售商
3. 零售组织

三、零售竞争要素

1. 毛利与存货周转目标
2. 经营商品种类与花色
3. 选址和便利性
4. 消费者服务

四、零售经营战略发展趋势

1. “权力零售”战略
2. 两极发展趋势
3. 消费品分销渠道中零售商权力日益增长
4. 强调定位战略
5. 重视信息技术，挖掘居家购物的潜在市场

复习与思考题

1. 为什么说生产者在分销渠道中具有举足轻重的地位？
2. 中间商存在有什么意义？
3. 批发商与零售商有什么异同？有人说，它们的差别主要表现在销售批量的差异上，你如何看这个问题？
4. 批发商的职能作用集中表现在哪些方面？近年来我国批发行业出现萎缩现象，这是否意味着批发商将逐渐从分销渠道中消失？
5. 试评述批发商的类型及其经营特点。
6. 分析批发商对供应商、零售商和其他客户提供的服务职能，并论述批发商与制造商建立合作伙伴关系的基础。

7. 你认为零售商在消费品分销渠道中有哪些作用。
8. 观察一两条重要的街道，看一共有多少零售店，如何对它们进行分类。
9. 零售商在制定经营方案时，特别注意考虑哪些因素？试结合你身边的实际，进行深入的分析研究。
10. 什么是“权力零售”战略？
11. 零售经营中的两极发展战略是在什么背景下产生的？
12. 如果你是制造商，你会对渠道中零售权力的增长采取什么样的态度和相应的对策？
13. 信息技术尤其是互联网被广泛运用，对零售业以及整个分销渠道会产生什么影响？
14. 讨论影响消费者购买行为的因素？

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第2章，第22页至第39页；第3章，第40页至第68页。
2. 苗月新主编，王俊杰、李凡副主编，《营销渠道概论》，清华大学出版社，2007年6月第1版，2007年6月第1次印刷，第二章，第31页至第58页。
3. （美）伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003年1月第1版第1次印刷，第2章，第27页至第65页。
4. （美）伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出版社，2006年10月第1版第1次印刷，第2章，第29页至第62页。

第三章 分销后勤与渠道支持系统

课程教学目的和基本要求

在企业的产品分销活动中，后勤工作处于十分重要的地位，承担着为满足顾客需要而获得和转移产品、信息资料加工与传输、提供促销品和财务支持等多项功能，对企业最后满足顾客需要，赢得竞争优势具有特别重要的意义。本章要求学生掌握后勤和后勤价值链的概念，分销后勤的任务与目标，分销后勤的物流和信息支持系统。

第一节 营销后勤和后勤价值链

一、后勤与分销后勤的概念

二、后勤价值链概念

三、价值链流程

1. 实物流
2. 信息流

第二节 分销后勤及其在市场营销中的地位

一、分销后勤子系统

二、分销后勤在市场营销中的地位

三、作为渠道支持系统的分销后勤业务

第三节 分销后勤系统管理

一、分销后勤管理的任务

1. 顾客服务管理
2. 运输管理
3. 存货管理
4. 分销管理

二、分销后勤系统的经营目标

1. 快速反应
2. 相对均衡
3. 最小的存货

4. 最大的运输合并量
5. 全面质量管理
6. 产品生命周期支持

三、后勤服务水平的构成要素

1. 时间
2. 可靠性
3. 沟通信息
4. 方便性

四、分销后勤管理职能

1. 后勤计划管理
2. 分销后勤组织
3. 分销后勤控制

第四节 后勤信息支持系统

一、分销后勤对信息工作的要求

二、信息技术的重要性

三、信息支持系统的结构

1. 订货处理子系统
2. 研究和智能子系统
3. 决策支持子系统
4. 报告与输出子系统

四、信息系统的的功能

1. 有力地支持分销后勤
2. 用于评价、调整渠道成员
3. 促进和改进后勤数据交换
4. 用于非渠道管理方面

复习与思考题

1. 试述分销后勤概念的产生与发展。
2. 简述物流系统的构成。
3. 信息对渠道绩效的影响表现在哪些方面？
4. 渠道信息系统包括哪几个方面？

拓展阅读书目

1. （美）卢 E.佩尔顿等著，张永强，彭敬巧译，《营销渠道：一种关系管理方法》，机械工

业出版社，2004 年 7 月第 1 版第 1 次印刷，第 5 章，第 120 页至第 135 页。

2. 王耀球，施先亮主编，《供应链管理》，机械工业出版社，2006 年 1 月第 1 版第 2 次印刷，第八章，第 170 页至第 208 页；第九章，第 210 页至第 232 页。

3. 沈文，云俊，邓爱民编著，《物流与供应链管理》，人民交通出版社，2003 年 4 月第 1 版，2003 年 4 月第 1 次印刷，第二章，第 15 页至第 94 页；第三章，第 95 页至第 134 页。

第二篇 分销渠道战略:设计与管理

第四章 分销渠道的战略设计

课程教学目的和基本要求

应从战略发展的高度来看待分销渠道的建设问题和管理问题，制定分销发展战略，进行分销渠道战略管理。通过本章的学习，应当明确分销战略在企业战略发展中的意义和地位及其具有的独特竞争优势，了解分销渠道战略管理的相关理论及其战略设计程序，掌握分销战略设计中的基本分析方法，用于制定长远而且适合企业目标的分销渠道战略。

第一节 分销渠道战略设计理论

一、渠道系统环境理念

1. 经济环境
2. 社会文化环境
3. 竞争环境
4. 科技环境
5. 渠道环境

二、渠道设计总成本理论

三、交易成本理论

1. 专用资产
2. 外部不确定性
3. 内部不确定性
4. “搭车”投机问题

四、进入市场的战略行为理论

1. 成本劣势
2. 报复威胁

第二节 分销渠道战略设计程序

一、渠道战略设计概念

二、渠道设计步骤

1. 分析当前环境与面临的挑战
2. 制定近期的渠道对策

3. 设计“理想的”渠道系统
4. 限制条件与鸿沟分析
5. 选定渠道战略方案

第三节 分销渠道系统设计分析

一、分销渠道系统的服务水平规划分析

1. 批量大小
2. 等候时间
3. 空间便利
4. 产品品种
5. 服务支持

二、行业模拟分析

1. 市场环境分析
2. 消费者分析
3. 渠道现状分析

三、分销渠道系统方案的决策分析

1. 采取长渠道还是短渠道
2. 采取密集型渠道还是采取选择型或独家型渠道
3. 采取开放性渠道还是采取排他性渠道策略
4. 采取一种渠道模式还是多种渠道模式并用
5. 选择和确定渠道成员，明确各个渠道成员的任务
6. 是把商流渠道与物流渠道一体化，还是把它们分开
7. 规划终端建设

第四节 渠道战略模式的选择与实施

一、限制条件分析

1. 产品因素
2. 市场因素
3. 企业自身因素
4. 经济形势与有关法规

二、分销网络内部的沟通和管理障碍分析

1. 生产商与经销商之间
2. 经销商与经销商之间的冲突

三、选择和确定方案

1. 经济标准
2. 控制标准
3. 适应性标准

四、制定实施计划方案

复习与思考题

1. 什么是分销渠道战略？它有什么特点？
2. 试述分销渠道与环境因素之间的关系？
3. 渠道设计的步骤有哪些？
4. 分销渠道战略设计的程序包括哪些方面？
5. 调查和了解家电、食品饮料业目前的渠道运作模式，并以此为例进行行业模拟分析。
6. 对渠道进行评估的标准有哪些？

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第5章，第96页至第111页。
2. 苗月新主编，王俊杰、李凡副主编，《营销渠道概论》，清华大学出版社，2007年6月第1版，2007年6月第1次印刷，第五章，第119页至第131页。
3. 李先国主编，《分销渠道管理》，清华大学出版社，2007年7月第1版，2007年7月第1次印刷，第5章，第75页至第91页；第6章，第92页至第105页。
4. 李飞编著，《分销渠道：设计与管理》，清华大学出版社，2003年3月第1版，2003年3月第1次印刷，第3章，第46页至第60页；第4章，第61页至第98页。
5. 李先国编著，《分销》，企业管理出版社，2003年1月第1版，2003年5月第2次印刷，第2章，第31页至第52页。
6. （美）伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003年1月第1版第1次印刷，第6章，第158页至第187页。
7. （美）伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出版社，2006年10月第1版第1次印刷，第6章，第176页至第203页。
8. （美）卢E.佩尔顿等著，张永强，彭敬巧译，《营销渠道：一种关系管理方法》，机械工业出版社，2004年7月第1版第1次印刷，第3章，第42页至第62页。

第五章 分销渠道的战略组织模式

课程教学目的和基本要求

要求学生掌握构成分销渠道的两种战略组织模式——“刚性”纵向一体化组织体系和“柔性”垂直整合组织体系，它们形成的条件，知道如何在分销渠道中运用这两种组织模式。

第一节 “刚性”纵向一体化组织

一、“刚性”纵向一体化组织

二、外部筹供（外购理论）

1. 交易费用的影响
2. 职能效率
3. 一个简化的决策模型

三、纵向一体化组织模式

1. 直线制组织
2. 直线职能制组织
3. 事业部制组织

第二节 “柔性”垂直整合组织

一、管理型垂直渠道系统

1. 有一个龙头企业
2. 有一个组织体系
3. 有统一的营销策略

二、契约型垂直渠道系统

三、特许经营组织

1. 有一个特许人
2. 采用相同的经营方式与特色
3. 倡导一个共同文化

第三节 混合垂直整合系统

一、混合渠道

1. 扩大销售
2. 激励渠道成员

3. 进入不同的目标市场

二、复性渠道

复习与思考题

1. 什么叫纵向一体化？

2. 管理型垂直渠道系统的概念。

3. 契约型垂直渠道系统的概念。

4. 特许经营组织的概念。

5. 在消费品市场上，“柔性”垂直渠道组织是比较普遍的；而生产资料市场上，常见的则是“刚性”纵向一体化组织模式。之所以出现这种差异，你认为原因是什么？什么是根本性的原因？

6. 随着计算机网络的普及，电子商务逐渐被广大消费者、企业认识和接受。因而，有的企业认为这一新的电子商务模式，可以直接接受消费者订货，从而，能够撇开批发商和零售商，使流通渠道缩短，节约了流通费用。你认为这些企业的看法是否全面？你认为应如何看待电子商务这一新兴的商务模式？电子商务模式的采用需要什么样的环境条件？

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第5章，第111页至第123页。

2. 李先国主编，《分销渠道管理》，清华大学出版社，2007年7月第1版，2007年7月第1次印刷，第7章，第106页至第117页。

3. 李飞编著，《分销渠道：设计与管理》，清华大学出版社，2003年3月第1版，2003年3月第1次印刷，第5章，第99页至第142页。

4. 李先国编著，《分销》，企业管理出版社，2003年1月第1版，2003年5月第2次印刷，第3章，第53页至第78页。

5. （美）伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003年1月第1版第1次印刷，第8章，第206页至第224页。

6. （美）伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出版社，2006年10月第1版第1次印刷，第8章，第234页至第250页。

第三篇 分销渠道策略管理

第六章 分销渠道资源与组织管理

课程教学目的和基本要求

要求了解和掌握分销渠道中资源如何配置以及分销渠道中的冲突管理问题。

第一节 渠道资源配置管理

一、分销渠道组织管理的重要性

1. 渠道组织管理的重要性
2. 渠道组织管理通过对渠道资源的合理配置，使渠道成员分工明确、结构合理，渠道总体功能得到良好发挥
3. 渠道组织管理过程通过整合各类资源，有效提高系统运作效率

二、选择渠道成员

1. 正确选择渠道成员的重要性
2. 选择渠道成员的管理工作

三、渠道权力配置

1. 渠道权力的分类及整合
2. 权力来源和权力的分配
3. 渠道权力的发展

四、承诺、信任与契约机制

第二节 渠道冲突分析

一、渠道冲突的概念

二、渠道冲突的分类

1. 按照渠道成员的关系类型，可把渠道冲突分为水平冲突、垂直冲突和多渠道冲突
2. 按其产生的原因，可把冲突划分为竞争性冲突和非竞争性冲突
3. 按照其显现程度，可把冲突划分为潜在冲突和现实冲突
4. 按其性质，可以把冲突划分为功能性冲突和病态性冲突

三、冲突的原因分析

1. 目标不相容（goal incompatibility）

2. 归属差异 (domain dissensus)
3. 对现实认知的差异 (differing perceptions of reality)

四、冲突水平与影响分析

第三节 分销渠道冲突管理策略

一、分销渠道冲突管理过程、内容和任务

1. 渠道冲突管理过程
2. 渠道冲突管理的主要内容与任务

二、信息加强型与信息防护型预防、化解冲突的策略

1. 信息加强型 (information-intensive) 策略
2. 信息保护型 (information-protecting) 策略

三、运用渠道权力解决冲突的途径

1. 合理使用渠道权力，减少渠道冲突
2. 利用渠道权力预防渠道冲突
3. 利用渠道权力化解渠道冲突

复习与思考题

1. 什么是分销渠道组织管理？它在分销渠道管理中处于什么地位？
2. 如何正确选择渠道成员？你依据的选择标准是什么？
3. 什么是渠道权力？有哪几种权力形式？渠道权力对渠道管理的影响。
4. 渠道冲突有哪几种类型？为什么会产生渠道冲突？
5. 解决渠道冲突的程序是什么样的？有哪几种冲突预防和化解的策略和措施？
6. 渠道冲突与渠道竞争的异同。
7. 你认为造成窜货的原因是什么？
8. 如何解决渠道成员之间的冲突？
9. 为什么说在分销渠道中，信任非常重要？

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第6章，第124页至第149页。
2. 苗月新主编，王俊杰、李凡副主编，《营销渠道概论》，清华大学出版社，2007年6月第1版，2007年6月第1次印刷，第六章，第143页至第174页；第四章，第90页至第103页。
3. 李先国主编，《分销渠道管理》，清华大学出版社，2007年7月第1版，2007年7月第1次印刷，第8章，第118页至第132页；第15章，第272页至第289页。
4. 李飞编著，《分销渠道：设计与管理》，清华大学出版社，2003年3月第1版，2003年3月第1次印刷，第7章，第186页至第220页。
5. 李先国编著，《分销》，企业管理出版社，2003年1月第1版，2003年5月第2次印

刷，第 13 章，第 337 页至第 358 页；第 15 章，第 385 页至第 406 页。

6. （美）伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003 年 1 月第 1 版第 1 次印刷，第 7 章，第 188 页至第 205 页；第 4 章，第 99 页至第 108 页。

7. （美）伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出版社，2006 年 10 月第 1 版第 1 次印刷，第 7 章，第 213 页至第 229 页。

8. （美）卢 E.佩尔顿等著，张永强，彭敬巧译，《营销渠道：一种关系管理方法》，机械工业出版社，2004 年 7 月第 1 版第 1 次印刷，第 8 章，第 198 页至第 210 页。

第七章 分销渠道控制策略

课程教学目的和基本要求

分销渠道控制是分销渠道管理者实现其分销渠道管理计划而对分销渠道运作的管理过程。要求掌握分销渠道控制的主要策略，包括目标控制策略、覆盖网络控制策略，以及产品、定价与所有权控制策略。

第一节 目标控制策略

一、分销渠道目标控制

二、目标控制的过程

1. 设计控制标准
2. 对分销渠道运行情况检测和评价
3. 纠正偏差

第二节 覆盖网络控制策略

一、覆盖率与分销网络

二、覆盖面控制

1. 覆盖面控制策略
2. 覆盖面控制策略的选择

第三节 价格、产品线与所有权控制策略

一、价格控制策略

1. 价格维持政策
2. 价格差别化政策

二、产品线控制策略

1. 独家交易策略
2. 捆绑销售策略

三、所有权控制策略

复习与思考题

1. 目标控制过程有哪几个环节？

2. 什么叫市场覆盖率？什么叫客户覆盖率？
3. 覆盖面控制策略有哪些？
4. 价格控制策略有哪几个方面？
5. 产品线控制具有哪几个方面的政策？
6. 所有权控制策略有哪几种？

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第7章，第150页至第171页。
2. 苗月新主编，王俊杰、李凡副主编，《营销渠道概论》，清华大学出版社，2007年6月第1版，2007年6月第1次印刷，第七章，第191页至第202页。

第八章 物流管理

课程教学目的和基本要求

企业要加强物流管理，对商品从生产地向使用地转移过程中物流活动进行策划、实施和控制。本章对与分销有关的物流活动进行了研究，包括企业物流系统的构成和运作，商品运输决策以及仓储管理。要求学生了解商品实体转移的意义和转移方式，并且掌握运输方式的选择和决策方法，以及仓储管理的基本内容。

第一节 分销物流系统的设计

一、物流的概念

1. 运输
2. 包装
3. 储存
4. 保管
5. 装卸搬运
6. 物流信息

二、物流系统的构成

1. 企业物流管理部门
2. 经销商
3. 储运公司
4. 保险公司和财务金融机构

三、物流管理

1. 物流管理的任务
2. 物流管理的职能

第二节 商品运输管理

一、运输工具与运输方式

（一）运输工具及其特点

1. 铁路运输
2. 公路运输
3. 水路运输
4. 管道运输
5. 航空运输
6. 集装箱运输

（二）运输工具选择的制约因素

1. 商品性能特征
2. 运输速度和路程
3. 运输能力和密度
4. 运输费用
5. 市场需求的轻重缓急程度

二、商品运输方案

1. 单一工厂/单一市场
2. 单一工厂/多个市场
3. 多个工厂/多个市场

第三节 仓储管理

一、仓储管理的内容

二、仓库管理

1. 仓库种类的选择
2. 仓库规模的确定
3. 仓库位置的确定

三、仓储定额管理

四、经济进货批量

1. 商品储存费
2. 订货费用
3. 经济进货批量的制定

五、库存品管理

1. 储存量控制
2. ABC 分类库存控制法
3. 日常仓库管理
4. 仓储信息管理
5. 出入库管理

复习与思考题

1. 物流的含义是什么？
2. 运输工具有哪些？各有什么特点？
3. 仓储管理的内容有哪些？

4. 不少城市出现了大瓶装饮用水供应公司，一大瓶约可装 19 升纯净水或矿泉水，供机关办公室或居民家庭饮用。假设你被聘用为某个新建立的饮用水供应公司的分销经理，谈谈为该公司设计物流系统的初步想法和理由？

5. 不少企业经常面临这样一个尴尬的局面；它的产品在某些地方的仓库积压，卖不出去，而在另一些地方的市场上又出现供不应求，产品脱销。出现这样的问题的原因在哪里？你认为企业应当如何应对这样的局面，把损失降到最低？

拓展阅读书目

1. 黄丽霞编著，《现代企业物流》，暨南大学出版社，2005年1月第1版，2005年1月第1次印刷，第一章，第1页至第18页；第五章，第83页至第103页；第六章，第104页至第121页；第九章，第146页至第162页。

2. 黄福华，邓胜前主编，《现代企业物流管理》，暨南大学出版社，2005年3月第1版第1次印刷，第一章，第1页至第32页；第四章，第89页至第129页；第五章，第130页至第173页。

3. 崔介何编著，《企业物流》，北京大学出版社，2008年1月第1版，2008年1月第1次印刷，第一章，第1页至第24页；第八章，第213页至第246页；第九章，第247页至第282页；第十章，第283页至第308页；第十一章，第309页至第340页。

4. （美）伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003年1月第1版第1次印刷，第13章，第319页至第342页。

5. （美）伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出版社，2006年10月第1版第1次印刷，第13章，第362页至第382页。

6. （美）卢 E.佩尔顿等著，张永强，彭敬巧译，《营销渠道：一种关系管理方法》，机械工业出版社，2004年7月第1版第1次印刷，第9章，第211页至第227页。

7. 采峰主编，《现代企业物流》，东北财经大学出版社，2005年10月第1版，2005年10月第1次印刷，第1章，第3页至第13页；第3章，第41页至第53页；第10章，第243页至第282页。

8. 霍红，华蕊编著，《采购与供应链管理》，中国物资出版社，2005年1月第1版，2005年1月第1次印刷，第九章，第368页至第422页。

9. 王耀球，施先亮主编，《供应链管理》，机械工业出版社，2006年1月第1版第2次印刷，第八章，第170页至第208页。

10. 张良卫主编，王学锋副主编，《供应链管理教程》，中国商务出版社，2005年8月第1版，2005年8月第1次印刷，第一章，第1页至第36页；第五章，第118页至第150页；第九章，第249页至第279页。

第九章 分销渠道信息系统

课程教学目的和基本要求

通过本章的学习,要求学生了解和掌握分销渠道信息系统的概念、功能及软硬件等渠道信息系统的结构,促销信息流程、市场需求信息流程、订货信息流程、送货信息流程、客户服务流程、以及渠道信息系统运作的要求及其绩效评价的指标。

第一节 渠道信息系统结构

一、渠道信息系统的总体结构

二、渠道信息系统的概念结构

1. 信息源
2. 信息处理器
3. 信息用户
4. 信息管理者

三、渠道信息系统的功能结构

1. 促销沟通子系统
2. 市场预测子系统
3. 订单处理子系统
4. 库存管理子系统
5. 送货子系统
6. 客户服务子系统

四、提高渠道信息系统运行效率的途径

1. 提高人的素质和积极性
2. 采用先进的技术手段
3. 认真分析需求和充分论证
4. 合理划分功能模块或工作部门
5. 加强管理和控制

第二节 主要信息流程分析

一、信息流程分析的任务

二、促销信息流程分析

1. 促销方案制作流程
2. 促销活动计划与组织信息流程

3. 促销效果反馈信息流程

三、市场预测信息流程分析

四、订货处理信息流程

1. 客户订货
2. 审核客户信用状况
3. 授权进行交易
4. 运输
5. 开单
6. 结帐

五、送货信息流程

六、客户服务信息流程

第三节 渠道信息系统开发与管理

一、开发电子计算机支持的渠道信息系统的前提

二、系统功能结构的选择

1. 客户/服务器模式
2. 浏览器/服务器模式

三、计算机系统软硬件的配置

1. 对系统配置的要求
2. 系统软件的配置
3. 系统硬件的配置

四、人员培训和管理制度

1. 人员培训
2. 系统运行管理制度

复习与思考题

1. 渠道信息系统的功能结构是什么？各个模块之间有什么联系？
2. 订货处理系统的主要功能是什么？在订货信息流程上如何把这些功能充分反映出来？
3. 如何评价一个渠道信息系统的优劣？试设计一个评价信息子系统。

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第8章，第173页至第192页。

2. (美) 卢 E.佩尔顿等著, 张永强, 彭敬巧译, 《营销渠道: 一种关系管理方法》, 机械工业出版社, 2004 年 7 月第 1 版第 1 次印刷, 第 9 章, 第 211 页至第 227 页。
3. 王耀球, 施先亮主编, 《供应链管理》, 机械工业出版社, 2006 年 1 月第 1 版第 2 次印刷, 第九章, 第 210 页至第 232 页。

第十章 国际分销渠道管理

课程教学目的和基本要求

通过本章的学习，要求学生了解和掌握国际分销渠道的基本模式，国际市场的进入方式，国际分销渠道的选择规则以及国际分销渠道的创新问题。

第一节 国际分销渠道的基本模式

一、国际商品分销的特点

1. 商品跨国界流动
2. 渠道成员来自不同国家
3. 要组织与管理跨文化的分销活动
4. 成本高，风险大

二、国际分销的参与者

1. 国内中间商
2. 国外中间商

三、国际分销的渠道模式

1. 消费品的国际分销渠道模式
2. 生产资料的国际分销模式

第二节 国际分销渠道模式设计与选择

一、国际分销渠道设计原则

1. 畅通高效
2. 成本最小化
3. 与企业目标相吻合
4. 与市场特性相吻合
5. 能持续运行
6. 覆盖适度
7. 发挥优势

二、直接出口的分销设计

1. 直接出口分销方式
2. 直接出口分销的优缺点
3. 直接出口分销渠道的选择

三、间接出口的分销渠道

1. 间接出口分销方式
2. 间接出口分销的优缺点
3. 间接出口分销渠道的选择

第三节 非出口进入方式下的国际分销渠道

一、国际市场的进入方式

二、海外生产的分销渠道设计

1. 海外生产方式
2. 海外生产方式的优缺点
3. 海外生产条件下分销渠道的选择

三、外包生产方式

四、海外特许经营

1. 海外特许经营及其优缺点
2. 海外特许经营的选择

复习与思考题

1. 为什么说分销渠道国际化有其必然性？
2. 对于那些从未出口过商品的企业来说，如果现在打算开拓国外市场，你认为他们应当如何设计国际分销战略？
3. 直接出口分销模式是否一定比间接出口模式更有效率、更好？换句话说，“只有撇开本国出口中间商，生产厂商才能获得出口销售的最大利益”，这种观点正确吗？
4. 试比较海外生产方式、外包生产方式与特许经营方式三者的优缺点，并分析它们各自的适用条件。
5. 试述国际分销渠道与国内分销渠道有哪些不同之处？
6. 国际分销渠道决策有何特点？

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001年12月第1版，2001年12月第1次印刷，第10章，第217页至第242页。
2. 李先国主编，《分销渠道管理》，清华大学出版社，2007年7月第1版，2007年7月第1次印刷，第12章，第214页至第236页。
3. 李先国编著，《分销》，企业管理出版社，2003年1月第1版，2003年5月第2次印刷，第11章，第285页至第307页。
4. (美)伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003年1月第1版第1次印刷，第18章，第426页至第449页。
5. (美)伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出

版社，2006 年 10 月第 1 版第 1 次印刷，第 18 章，第 476 页至第 490 页。

6. （美）卢 E.佩尔顿等著，张永强，彭敬巧译，《营销渠道：一种关系管理方法》，机械工业出版社，2004 年 7 月第 1 版第 1 次印刷，第 6 章，第 137 页至第 155 页。

第四篇 分销渠道评估

第十一章 渠道状态与绩效评估

课程教学目的和基本要求

分销渠道管理人员不仅要重视分销渠道管理的建设，而且要重视分销渠道的监控和管理。通过本章的学习，要求学生了解和掌握分销渠道状态评估的内容和要求，分销渠道绩效评估标准和方法。

第一节 分销渠道运行状态评估

一、渠道运行状态评估的任务和程序

二、渠道畅通性评估

1. 主体是否到位
2. 功能配置是否合理
3. 衔接关系是否无缝隙
4. 能否长期合作

三、渠道覆盖面评价

1. 分销渠道成员数量多少
2. 渠道成员分布区域如何
3. 零售商的商圈有多大

四、渠道流通能力及其利用率评价

1. 平均发货批量
2. 平均发货间隔期
3. 日均零售数量
4. 平均商品流通时间

五、渠道冲突分析

1. 是否存在角色不一致问题
2. 是否存在观点上的差异
3. 是否存在决策权的分歧
4. 成员的目标之间是否相同
5. 沟通是否有困难
6. 资源是否得到合理分配

第二节 服务质量审计

一、信息沟通质量评价

1. 沟通频率
2. 沟通内容
3. 沟通时间
4. 沟通方式

二、实体分配服务质量评估

1. 快速反应
2. 高度弹性
3. 最小库存
4. 优化运输
5. 全面质量控制
6. 产品生命周期支持

三、促销效率评估

1. 比较促销前后的销售或市场占有率
2. 通过促销记忆效果来评价
3. 通过仔细安排好的实验来研究
4. 分析消费者固定样本数据

四、顾客抱怨及其处理评价

第三节 财务绩效评估

一、销售分析

1. 销售差异分析
2. 微观销售分析

二、市场占有率分析

1. 全部市场占有率
2. 可达市场占有率
3. 相对市场占有率

三、渠道费用分析

四、盈利能力分析

1. 销售利润率

2. 费用利润率
3. 资产收益率

五、资产管理效率分析

1. 资金周转率
2. 存货周转率

复习与思考题

1. 什么是分销渠道绩效评估？
2. 如何进行分销渠道评估？
3. 分销渠道绩效评估的内容包括哪些？
4. 有一个生产厂家的经理认为，本公司的商品销售是否正常是评价分销渠道运行好坏的最好标准。而另一家零售商则认为，只有商品的零售额才是唯一的评价标准。你赞同这两位经理的观点吗？请你说说你的理由。

5. BMW 是德国著名的一家小汽车生产商。它曾采用过双重渠道销售其产品：一是通过大批发商销售，一是通过大经销商直接销售给最终用户。尽管公司的市场份额一直都较高，但是在两个分销渠道之间却产生了尖锐的矛盾，因为批发商可以兼营零售，它们原本是以低价购进商品的，在争取顾客时能够降低零售价格；可是经销商购进小汽车时却是高价，因此在销售时难以降低价格。这样经销商失去了不少顾客给批发商。经销商激烈的抱怨，使得 BMW 公司的分销经理不得不反思渠道政策。你认为 BMW 公司目前的分销渠道存在什么问题？如果要调整的话，你有什么建议？

6. 假设在某个地区市场上，消费者人口数是 600 万。一食品制造商在该市场上经营了数年，市场占有率一直很不理想，因此该公司请一家市场营销调研公司对其原因进行研究。营销调研公司采用 TMS 分析方法，发现该公司在这里的全部市场占有率约为 23%，调查发现，对该公司的食品，顾客忠诚度是 65%，顾客选择性是 50%，价格选择性是 95%。问该公司食品的客户渗透率是多少？如果把客户渗透率再提高 1 个百分点，则该公司的市场占有率将会是多少？

7. 评价渠道的盈利能力指标与评价企业能力的指标，从内涵到计量结果，会有哪些差异？试一一指出。

拓展阅读书目

1. 卜妙金主编，雷鸣副主编，《分销渠道决策与管理》，东北财经大学出版社，2001 年 12 月第 1 版，2001 年 12 月第 1 次印刷，第 9 章，第 193 页至第 216 页。
2. 苗月新主编，王俊杰、李凡副主编，《营销渠道概论》，清华大学出版社，2007 年 6 月第 1 版，2007 年 6 月第 1 次印刷，第十一章，第 280 页至第 305 页。
3. 李先国主编，《分销渠道管理》，清华大学出版社，2007 年 7 月第 1 版，2007 年 7 月第 1 次印刷，第 14 章，第 248 页至第 271 页。
4. 李飞编著，《分销渠道：设计与管理》，清华大学出版社，2003 年 3 月第 1 版，2003 年 3 月第 1 次印刷，第 8 章，第 221 页至第 241 页。
5. 李先国编著，《分销》，企业管理出版社，2003 年 1 月第 1 版，2003 年 5 月第 2 次印刷，第 14 章，第 359 页至第 384 页。
6. (美) 伯特·罗森布罗姆著，李乃和，奚俊芳等译，《营销渠道管理》，机械工业出版社，2003 年 1 月第 1 版第 1 次印刷，第 14 章，第 343 页至第 362 页。
7. (美) 伯特·罗森布罗姆著，宋华等译，《营销渠道——管理的视野》，中国人民大学出版社，2006 年 10 月第 1 版第 1 次印刷，第 14 章，第 388 页至第 403 页。

第十二章 分销渠道的新发展

课程教学目的和基本要求

科学技术的发展不断改变着市场营销环境，对分销渠道管理也提出了新的要求和挑战。通过本章的学习，要求学生了解和掌握分销渠道面临的挑战，分销渠道的策略性调整与战略性创新问题，尤其是网络营销、电子商务对分销渠道的影响问题。

第一节 分销渠道面临的挑战

一、竞争激烈化

1. 外资进入
2. 渠道内部竞争激烈
3. 供过于求的背景加剧了竞争

二、沟通媒体的发展

三、互动的挑战

第二节 分销渠道的策略性调整

一、分销渠道“差异化”调整

二、渠道凝聚力调整

1. 理解渠道伙伴
2. 关爱渠道伙伴

三、渠道联结技术的调整

第三节 电子商务对分销渠道的影响

一、商务规则在变化

二、电子商务对分销渠道或渠道模式的改变

1. 在线零售
2. 在线采购

三、电子商务对分销渠道的改进

1. 疏通分销渠道

2. 细化分销渠道
3. 整合分销渠道
4. 降低分销渠道成本
5. 增加渠道无形资产价值
6. 增强分销渠道功能

第四节 分销渠道的战略性创新

一、“订货——制造——销售”一体化

二、整合渠道营销

三、无缝隙分销渠道

1. 无缝分销渠道的特征
2. 无缝分销渠道的价值

四、新渠道竞争方式

1. 顾客信息竞争
2. 市场定位竞争
3. “笑容”竞争
4. 顾客满意竞争

复习与思考题

1. 有人认为，电子商务和网上营销的发展将使传统的分销渠道变得不必要，你是否同意这一观点？试说出你的理由。

2. 分销渠道“差异化”调整是有效实施市场定位策略的必然要求。那么对于不同品牌的化妆品企业来说，在分销渠道“定位标准”的设计上要考虑哪些因素？对于一个刚挤入高档品市场的女士化妆品品牌来说，零售地点应当如何有效地“定位”，才能与哪些档次较低的老牌女士化妆品区别开来？

3. 信息沟通技术的现代化对整合渠道营销具有哪些方面的重要作用？
4. 促成渠道创新与再造有些什么因素？
5. 渠道创新的趋势有哪些？试举例说明。
6. 企业怎么样进行渠道整合？渠道整合有些什么作用？
7. 网络顾客有什么样的需求特征？
8. 你认为一个网络顾客在购物时，其购物过程有哪些？

拓展阅读书目

1. 苗月新主编，王俊杰、李凡副主编，《营销渠道概论》，清华大学出版社，2007年6月第1版，2007年6月第1次印刷，第十章，第257页至第278页。
2. 李先国主编，《分销渠道管理》，清华大学出版社，2007年7月第1版，2007年7月第1次印刷，第10章，第157页至第180页；第11章，第181页至第213页。

3. 李先国编著,《分销》,企业管理出版社,2003年1月第1版,2003年5月第2次印刷,第10章,第251页至第284页;第16章,第407页至第429页。

4. (美)伯特·罗森布罗姆著,李乃和,奚俊芳等译,《营销渠道管理》,机械工业出版社,2003年1月第1版第1次印刷,第15章,第363页至第388页。

5. (美)伯特·罗森布罗姆著,宋华等译,《营销渠道——管理的视野》,中国人民大学出版社,2006年10月第1版第1次印刷,第15章,第411页至第432页。

《中级财务会计学》（一）教学大纲

张美玲 编写

目 录

前 言.....	8
课程教学目的和基本要求.....	9
第一章 财务会计概念框架与企业会计准则.....	10
学习目的与要求.....	10
第一节 财务会计概念框架.....	10
一、财务会计概念框架的内容、作用及发展历程.....	10
二、财务会计概念框架的组成及内容.....	10
三、IASB 与 FASB 的联合概念框架.....	10
第二节 国际会计准则与美国的会计准则.....	11
一、国际会计准则委员会和国际会计准则的制定.....	11
二、美国制定 GAAP 的历程与层次.....	11
第三节 企业会计准则体系的建设、趋同、实施与等效.....	11
一、企业会计准则的体系的重要理念.....	11
二、企业会计准则体系的框架结构.....	11
三、企业会计准则体系的国际趋同.....	11
四、企业会计准则体系的贯彻实施.....	11
五、企业会计准则体系的等效.....	11
复习思考题:	12
拓展阅读书目:	12
第二章 金融资产.....	13
学习目的与要求.....	13
第一节 金融资产的定义和分类.....	13
一、金融资产定义.....	13
二、金融资产的划分.....	13
第二节 以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产.....	13
一、以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产概述.....	13
二、以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产的会计处理.....	14
第三节 持有至到期投资.....	14
一、持有至到期投资概述.....	14
二、持有至到期投资会计处理.....	14
第四节 贷款及应收账款.....	15
一、贷款及应收账款概述.....	15
二、贷款和应收账款的会计处理.....	15
第五节 可供出售金融资产.....	15
一、可供出售金融资产概述.....	15

二、可供出售金融资产的会计处理.....	16
第六节 金融资产减值.....	16
一、金融资产减值损失的确认.....	16
二、金融资产减值损失的计量.....	16
第七节 金融资产转移.....	17
一、金融资产转移概述.....	17
二、金融资产转移的确认与计量.....	18
复习思考题：.....	20
拓展阅读书目：.....	20
第三章 存 货.....	21
学习目的和要求.....	21
第一节 存货概述.....	21
一、存货的概念及分类.....	21
二、存货范围的确认条件.....	21
第二节 取得存货的计量.....	21
一、外购存货的成本.....	21
二、加工取得的存货的成本.....	22
三、按其他方式取得的存货.....	22
四、不计入存货成本的相关费用.....	22
第三节 发出存货的计量.....	22
一、发出存货成本的计量方法.....	22
二、发出存货结转.....	22
第四节 期末存货的计量.....	23
一、存货的可变现净值.....	23
二、确定存货的可变现净值时应考虑的因素.....	23
三、存货可变现净值确定的具体应用.....	23
四、计提存货跌价准备的方法.....	24
五、存货跌价准备转回的处理.....	24
六、材料存货期末价值的确定.....	24
七、存货盘亏或毁损的会计处理.....	24
复习思考题.....	24
拓展阅读书目：.....	24
第四章 长期股权投资.....	25
学习目的和要求.....	25
第一节 长期股权投资概述.....	25
第二节 长期股权投资初始投资成本.....	25
一、企业合并形成的长期股权投资，.....	25
二、企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资.....	25

第三节 长期股权投资的后续计量.....	26
一、长期股权投资成本法.....	26
二、长期股权投资的权益法.....	26
三、长期股权投资的减值.....	28
第四节 成本法与权益法的转换及处置.....	28
一、成本法与权益法的转换.....	28
二、长期股权投资的处置.....	28
复习思考题.....	29
拓展阅读书目.....	29
第五章 固定资产.....	30
学习目的与要求.....	30
第一节 固定资产的确认.....	30
第二节 固定资产的初始计量.....	30
第三节 固定资产的后续计量.....	31
一、固定资产折旧.....	31
二、固定资产的后续支出.....	32
三、固定资产减值.....	32
第四节 固定资产处置.....	32
一、固定资产终止确认的条件.....	32
二、固定资产处置的会计处理.....	32
三、持有待售的固定资产.....	32
四、固定资产盘亏的会计处理.....	32
第五节 固定资产披露.....	33
复习思考题.....	33
拓展阅读书目.....	33
第六章 无形资产.....	34
学习目的和要求.....	34
第一节 无形资产的确认和初始计量.....	34
一、无形资产的定义与特征.....	34
二、无形资产的内容.....	34
三、无形资产的确认条件.....	34
第二节 内部研究开发费用的确认与计量.....	35
一、研究阶段与开发阶段的划分.....	35
二、开发阶段有关支出资本化条件.....	36
三、内部研究开发费用的会计处理.....	36
第三节 无形资产后续计量.....	36
一、无形资产后续计量原则.....	36
二、使用寿命有限的无形资产摊销.....	36

三、使用寿命不确定的无形资产的减值.....	37
第四节 无形资产的处置.....	37
一、无形资产的出售.....	37
二、无形资产的出租.....	37
三、无形资产的报废.....	37
第五节 无形资产的披露.....	37
复习思考题.....	38
拓展阅读书目.....	38
第七章 投资性房地产.....	39
学习目的和要求.....	39
第一节 投资性房地产的特征与范围.....	39
一、投资性房地产及其特征.....	39
二、投资性房地产的范围.....	39
三、不属于投资性房地产的项目.....	40
第二节 投资性房地产的会计处理.....	40
一、采用成本模式计量的投资性房地产.....	40
二、采用公允价值模式计量的投资性房地产.....	41
第三节 投资性房地产后续计量模式的变更.....	42
复习思考题.....	42
拓展阅读书目.....	42
第八章 资产减值.....	43
学习目的与要求.....	43
第一节 资产减值概述.....	43
一、资产减值的范围.....	43
二、资产减值的迹象与测试.....	43
第二节 资产可收回金额的计量.....	43
一、估计资产可收回金额的基本方法.....	43
二、资产的公允价值减去处置费用后的净额的估计.....	44
三、资产预计未来现金流量的现值的估计.....	44
第三节 资产减值损失的确认与计量.....	44
一、资产减值损失确认与计量的一般原则.....	44
二、资产减值损失的账务处理.....	45
第四节 资产组的认定及减值处理.....	45
一、资产组的认定.....	45
二、资产组减值测试.....	46
三、总部资产的减值测试.....	46
第五节 商誉减值测试与处理.....	46
一、商誉减值测试的基本要求.....	46

二、商誉减值测试的方法与会计处理.....	47
复习思考题.....	47
拓展阅读书目.....	47
第九章 负 债.....	48
学习目的和要求.....	48
第一节 负债的涵义和基本特点.....	48
一、负债的涵义.....	48
二、负债的特点.....	48
第二节 流动负债.....	48
一、短期借款.....	48
二、以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债.....	48
三、应付及预收款项.....	49
四、应付职工薪酬.....	49
五、应交税费.....	49
六、应付利息.....	50
七、应付股利.....	50
八、其他应付款.....	50
第三节 非流动负债.....	50
一、长期借款.....	50
二、应付债券.....	50
三、长期应付款.....	50
复习思考题.....	50
拓展阅读书目.....	50
第十章 所有者权益.....	52
学习目的和要求.....	52
第一节 所有者权益核算的基本要求.....	52
一、权益工具与金融负债的区分.....	52
二、混合工具的分拆.....	53
三、所有者权益的分类.....	53
第二节 实收资本.....	53
一、实收资本确认和计量的基本要求.....	53
二、实收资本增减变动的会计处理.....	53
第三节 资本公积.....	54
一、资本公积概述.....	54
二、资本公积的确认与计量.....	54
第四节 留存收益.....	54
一、盈余公积.....	55
二、未分配利润.....	55

复习思考题.....	55
拓展阅读书目.....	55
第十一章 收入、费用和利润.....	56
学习目的和要求.....	56
第一节 收 入.....	56
一、收入的定义及分类.....	56
二、销售商品收入.....	56
三、提供劳务收入.....	57
四、让渡资产使用权收入.....	58
五、建造合同收入.....	58
第二节 费 用.....	59
一、费用的确认.....	59
二、期间费用.....	59
第三节 利 润.....	59
一、利润的构成.....	59
二、营业外收支的会计处理.....	60
三、本年利润的会计处理.....	60
复习思考题.....	60
拓展阅读书目.....	60
第十二章 财务报告.....	61
学习目的和要求.....	61
第一节 财务报表列报概述.....	61
一、财务报表的定义和构成.....	61
二、财务报表列报的基本要求.....	61
第二节 资产负债表.....	63
一、资产负债表概述.....	63
二、一般企业资产负债表的列报格式和列报方法.....	64
第三节 利润表.....	64
一、利润表概述.....	64
二、一般企业利润表的列报格式和列报方法.....	65
第四节 现金流量表.....	65
一、现金流量表的定义和作用.....	65
二、现金流量表的编制基础.....	65
三、现金流量的分类及列示.....	66
四、现金流量表的编制方法及程序.....	66
五、现金流量表的编制示例.....	67
第五节 所有者权益变动表.....	67
一、所有者权益变动表概述.....	67

二、一般企业所有者权益变动表的列报格式和列报方法.....	67
第六节 附 注.....	68
一、附注概述.....	68
二、附注披露的内容.....	68
复习思考题.....	69
拓展阅读书目.....	69
教学总进程及课时安排.....	70

前 言

《中级财务会计》作为会计学专业的主干课程，是《会计学》的后续课程。

《中级财务会计》（一、二）教学大纲的编写，旨在规范教材和教学过程。奉行“教材内容与会计改革同步、会计理论与实务密切交融、案例设计与会计决策联动”的原则。通过中级财务会计的学习，能够深入了解会计信息的产生过程，以及产生过程中所采用的各种确认、计量、报告的方法；了解各种会计方法的性质、特点及适用适用性；了解会计的技术和方法是如何与生产经营和管理决策相结合的。通过本课程的学习，学生不仅可以了解会计的基本理论、基本方法和基本技能，而且也为学生更好地认识会计信息、运用会计信息分析、解决问题的能力打下扎实的基础。会计学是任何经济管理工作者必须掌握的知识，非会计专业的学生即使将来不从事会计信息的产生和加工的工作，但终身都可能是会计信息的使用者。因此学习并掌握会计学的知识显得尤为重要。

《中级财务会计》分一、二两部分，共二十四章。《中级财务会计》（一）包括十二章，主要涉及企业的一般交易或事项：第一章 财务会计概念框架与企业会计准则，主要从国际视野来看中国会计行为规范。第二章到第八章，主要讲授各资产项目的确认与计量，包括金融资产、存货、长期股权投资、固定资产、无形资产、投资性房地产及资产减值等内容。第九章负债，第十章所有者权益，第十一章收入、费用和利润，第十二章财务报告。《中级财务会计》（二）包括十二章，其中第十三章到第十九章主要涉及企业的特殊交易的会计处理，内容包括或有事项、非货币性资产交换、债务重组、政府补助、借款费用、股份支付、所得税；第二十章和第二十一章主要是会计调整，内容包括资产负债表的日后事项和会计政策变更、会计估计变更与前期差错更正；第二十二章和第二十三章是有关企业合并及合并会计报表的会计处理及报告报告；第二十四章是有关上市公司报告即每股收益内容。

《中级财务会计》（一）、（二）教学大纲由主讲教师张美玲编写。由于写作时间仓促，不免存在各种各样的问题，敬请批评指正！

编 者

2010 年 12 月

课程教学目的和基本要求

通过本课程的学习，要达到以下目的和要求：

一、在全面系统学习的基础上掌握基本理论、基本知识、基本方法。本课程内容涉及财务会计的基本理论，以及我国企业会计准则中的各种规定和国际上某些行之有效可供我国借鉴的经验和实务，知识范围十分广泛。各章存在着很大的联系。教师和学生应首先全面系统地分章讲解和学习，掌握基本概念、基本规定，深入理解基本理论、学会相应的会计处理方法；其次，要循序渐进，认识各章之间的内在联系，全面理解财务会计的理论和方法；再次，在全面系统学习的基础上掌握重点，有目的深入学习重点章节，切不可单纯为考试需要而孤立地去讲课或学习。

二、把学习财务会计理论与各种会计处理方法结合起来。本课程是一门技术性很强的课程，既有理论又有实务，首先要掌握财务会计的基本理论；其次，要学习各类业务的会计方法及主要规定；再掌握重要的会计处理方法。

三、重视理论联系实际，结合我国会计准则的实践进行学习。本课程阐明的内容来源于会计工作实践，与我国会计准则和会计工作密切相关。学生一方面要把课程内容同我国会计工作的实践结合起来，特别是对我国企业会计准则中最新的变动内容应格外注意；另一方面应结合公司法、税法等相关法律法规，深刻领会大纲内容，将知识转化为能力，提高自己在复杂经济业务中分析问题、解决问题的能力。

第一章 财务会计概念框架与企业会计准则

学习目的与要求

本章主要讲授财务会计概念框架与企业会计准则。通过本章学习，应了解财务会计的概念框架及其作用，把握财务会计概念框架组成及内容。了解企业会计准则的意义、作用及制定模式。

学时分配：3 学时

第一节 财务会计概念框架

一、财务会计概念框架的内容、作用及发展历程

- （一）财务会计概念框架及其内容
- （二）财务会计概念框架的作用
- （三）财务会计概念框架在国际范围内的发展历程

二、财务会计概念框架的组成及内容

- （一）会计基本假设
- （二）财务会计（财务报表或财务报告）的目标
 - 1. 财务会计目标的通用提法
 - 2. 财务会计目标的两种典型观点：受托责任观与决策有用观
 - 3. 我国财务会计的目标
- （三）会计信息的质量特征
 - 1. 财务会计信息的质量特征在财务会计概念框架中的特殊地位
 - 2. 财务会计信息的质量特征体系
 - 3. 财务会计信息质量特征要素的简单解释
 - 4. 关于会计信息的两个主要质量特征——相关性和可靠性的关系问题
- （四）财务会计（财务报表）的要素及确认计量
 - 1. 关于要素
 - 2. 关于确认与计量
- （五）列报与披露
 - 1. 披露的含义
 - 2. 披露与确认的区别

三、IASB 与 FASB 的联合概念框架

- （一）简单背景
- （二）主要内容
- （三）简要评论

1. 由 FASB 与 IASB 联合制定概念框架是否合适
2. 联合概念框架（初步意见）将受托责任从属于决策有用性是否合适

第二节 国际会计准则与美国的会计准则

一、国际会计准则委员会和国际会计准则的制定

- （一）国际会计准则委员会/理事会（IASB/IASB）
- （二）国际会计准则

二、美国制定 GAAP 的历程与层次

- （一）美国制定 GAAP 的历程
 1. 会计程序委员会（CAP）
 2. 会计原则委员会（APB）
 3. 财务会计准则委员会（FASB）
 4. FASB 面临的挑战
- （二）美国 GAAP 的层次性
 1. 关于定义
 2. 关于框架

第三节 企业会计准则体系的建设、趋同、实施与等效

一、企业会计准则的体系的重要理念

二、企业会计准则体系的框架结构

- （一）就准则体系的法律定位而言，中国企业会计准则属于法规体系的组成部分
- （二）就准则体系内涵而言，中国企业会计准则强调了会计要素和主要经济业务事项的左确认、计量和报告，同是兼顾了会计记录的要求
- （三）就中国准则与国际准则项目的对应关系而言，不仅整体架构保持一致，而且具体项目做了相互对应

三、企业会计准则体系的国际趋同

- （一）中国会计准则与国际财务报告准则尚存的极少差异
- （二）中国会计准则与国际财务报告准则相关规定不同但不构成差异
- （三）中国会计准则与国际财务报告准则相比，在准则项目上作出了符合中国实际的安排

四、企业会计准则体系的贯彻实施

五、企业会计准则体系的等效

复习思考题：

1. 什么是财务会计的概念框架？有什么作用？
2. 财务会计概念框架由几部分组成？其内容包括什么？
3. 企业会计准则体系现状如何？

拓展阅读书目：

1. 葛家澍、杜兴强.财务会计概念框架与会计准则问题研究 M.中国财政经济出版社，2003
2. 王建新.财务会计概念框架 M.东北财经大学出版社，2007
3. 葛家澍.建立中国财务会计概念框架的总体设想 J.会计研究.2004（1）
4. 葛家澍.财务会计概念框架研究的比较与综评 J.会计研究.2004（6）

第二章 金融资产

学习目的与要求

本章重点讲述金融资产的确认与计量。通过本章学习了解金融资产的定义和分类，把握交易性金融资产和以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产的会计处理；掌握持有至到期投资的特点及会计处理；掌握可供出售金融资产与交易性金融资产的区别；领会金融资产减值、金融资产转移的有关确认与计量以及会计处理问题。

学时分配：9 学时

第一节 金融资产的定义和分类

一、金融资产定义

金融资产属于企业资产的重要组成部分，主要包括：库存现金、银行存款、应收账款、应收票据、其他应收款、股权投资、债权投资和金融衍生工具等形成的资产等。

二、金融资产的划分

企业应当结合自身业务特点、投资策略和风险管理要求，将取得的金融资产在初始确认时划分为：

1. 以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产
2. 持有至到期投资
3. 贷款和应收款项
4. 可供出售金融资产

第二节 以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产

一、以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产概述

（一）交易性金融资产

金融资产满足下列条件的，应当划分为交易性金融资产：

1. 取得金融资产的目的，主要是为了近期出售或回购。
2. 属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式对该组合进行管理。
3. 属于金融衍生工具。

（二）指定以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产

如果某金融资产不满足确认为交易性金融资产条件的，企业仍可在符合某种特定条件时将其按公允价值计量，并将其公允价值变动计入当期损益：

1. 该指定可以消除或明显减少由于该金融资产的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确

认或计量方面不一致的情况。

2. 企业风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告。

二、以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产的会计处理

以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产初始确认时，应按公允价值计量，相关交易费用应当直接计入当期损益。

企业取得以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产所支付的价款中，包含已宣告发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息的，应单独确认为应收项目。在持有期间取得的利息或股利，应当确认为投资收益。

资产负债表日，企业应当以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债的公允价值变动计入当期损益

处置该金融资产或金融负债时，其公允价值与初始入账金额之间的差额应确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益

第三节 持有至到期投资

一、持有至到期投资概述

（一）概念及特征

持有至到期投资是指企业购入的到期日固定、回收金额固定或可确定，且企业有明确意图和能力持有至到期的各种债券，如国债和企业债券等。持有至到期投资的特征：

1. 该金融资产到期日固定、回收金额固定或可确定
2. 企业有明确意图将该金融资产持有至到期
3. 企业有能力将该金融资产持有至到期

二、持有至到期投资会计处理

（一）持有至到期投资的初始计量

持有至到期投资初始确认时，应当按照公允价值计量和相关交易费用之和作为初始入账金额。实际支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息，应单独确认为应收项目。

持有至到期投资初始确认时，应当计算确定其实际利率，并在其预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

实际利率，是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短的期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

（二）持有至到期投资的后续计量

企业应当采用实际利率法，按摊余成本对持有至到期投资进行后续计量。

实际利率法，是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或利息费用的方法。

摊余成本=金融资产初始确认金额 - 已偿还的本金 ± 采用实际利率法将初始确认金额与到

期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额－已发生的减值损失

企业应在持有至到期投资期间，采用实际利率法，按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。（实际利率与票面利率差别较小的，也可以按票面利率计算利率收入，计入投资收益）

处置持有至到期投资时，应将所取得的价款与其账面价值之间的差额，计入当期损益。

第四节 贷款及应收账款

一、贷款及应收账款概述

贷款及应收账款，是指在活跃市场中没有报价、回收金额确定或可确定的非衍生金融资产。

企业不应当将下列非衍生金融资产划分为贷款和应收账款：

1. 准备立即出售或在近期出售的非衍生金融资产
2. 初始确认时被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的非衍生金融资产
3. 初始确认时被指定为可供出售的非衍生金融资产
4. 因债务人信用恶化以外的原因，使持有方可能难以收回几乎所有初始投资的非衍生金融资产。

二、贷款和应收账款的会计处理

贷款和应收账款的会计处理原则，与持有至到期投资大体相同。具体而言：

1. 金融企业按当前市场条件发放贷款，应按发放贷款的本金和相关交易费用之和作为初始确认金额。一般企业对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，通常应按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。
2. 贷款持有期间所确认的利息收入，应当根据实际利率计算。实际利率应在取得贷时确定，在该贷款预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。实际利率与合同利率差别较小的，也可按合同利率计算利息收入。
3. 企业收回或处置贷款和应收款项时，应将取得的价款与该贷款和应收款项账面价值之间差额计入当期损益。

第五节 可供出售金融资产

一、可供出售金融资产概述

可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除下列各类资产以外的金融资产：（1）贷款和应收款项；（2）持有至到期投资；（3）以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产。

对于在活跃市场上有报价的金融资产，既可能划分为以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产，也可能划分为可供出售的金融资产；如果该金融资产属于有固定到期日、回收金额固定或可确定的金融资产，则该金融资产还可能划分为持有至到期投资。

二、可供出售金融资产的会计处理

（一）可供出售金融资产的会计处理与以公允价值计量且变动计入当期的金融资产会计处理

1. 初始确认时，都应按公允价值计量，但对于可供出售金融资产，相关交易费用应计入初始入账价值；

2. 资产负债表日，都应按公允价值计量，但对于可供出售金融资产，公允价值变动不是计入当期损益，而通常计入所有者权益

（二）可供出售金融资产的会计处理应注意以下内容：

1. 企业取得可供出售金融资产支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息或已宣告但尚未发放的现金股利，应单独确认为应收项目。

2. 可供出售金融资产发生的减值损失，应计入当期损益；如果可供出售金融资产是外币货币性金融资产，则其形成的汇兑差额也应计入当期损益。采用实际利率法计算的可供出售金融资产的利息，应当计入当期损益；可供出售权益工具投资的现金股利，应当在被投资单位宣告发放现金股利时计入当期损益。

3. 处置可供出售金融资产时，应将取得的价款与该金融资产账面价值之间差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资收益。

第六节 金融资产减值

一、金融资产减值损失的确认

企业应当在资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产（含单项金融资产或一组金融资产，下同）的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，应当确认减值损失，计提减值准备。

表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据

企业在根据以上客观证据判断金融资产是否发生减值损失时，应注意几点：

二、金融资产减值损失的计量

（一）持有至到期投资、贷款和应收款项减值损失的计量

1. 持有至到期投资、贷款和应收款项以摊余成本后续计量，其发生减值时，应当将该金融资产的账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

2. 对于存在大量性质类似且以摊余成本后续计量金融资产的企业，在考虑金融资产减值测试时，应当先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试。

3. 企业对金融资产采用组合方式进行减值测试时，应当注意以下方面：

（1）应当将具有类似信用风险特征的金融资产组合在一起，例如可按资产类型、行业分布、区域分布、担保物类型、逾期状态等进行组合。

（2）对于已包括在某金融资产组合中的某项特定资产，一旦有客观证据表明其发生了减值，则应当将其从该组合中分出来，单独确认减值损失。

（3）在对某金融资产组合的未来现金流量进行预计时，应当以与其具有类似风险特征组合的历史损失率为基础。

4. 在利率风险公允价值套期中被套期项目（如固定利率债券）的账面价值，可能因为利率变化引起的公允价值变动而发生调整。

5. 对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关（如债务人的信用评级已提高等），原确认的减值损失应当予以转回，计入当期损益。

6. 外币金融资产发生减值的，预计未来现金流量现值应先按外币确定，在计量减值时再按资产负债表日即期汇率折成为记账本位币反映的金额。该项金额小于相关外币金融资产以记账本位币反映的账面价值的部分，确认为减值损失，计入当期损益。

（二）可供出售金融资产减值损失的计量

1. 可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，原直接计入所有者权益中的因公允价值下降形成的累计损失，应当予以转出，计入当期损益。

2. 对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失应当予以转回，计入当期损益。

3. 可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时，应通过权益转回，不得通过损益转回。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

第七节 金融资产转移

一、金融资产转移概述

（一）金融资产转移的界定

金融资产转移，是指企业（转出方）将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

金融资产转移包括金融资产整体转移和部分转移。金融资产部分转移，包括下列三种情形：

（1）将金融资产所产生现金流量中特定、可辨认部分转移，如企业将一组类似贷款的应收利息转移等。

（2）将金融资产所产生全部现金流量的一定比例转移，如企业将一组类似贷款的本金和应收利息合计的 90% 转移等。

（3）将金融资产所产生现金流量中特定、可辨认部分的一定比例转移，如企业将一组类似贷款的应收利息的 90% 转移等。金融资产转移的其他情形适用于金融资产整体转移。

企业（转出方）对金融资产转入方具有控制权的，除在该企业个别财务报表上应用金融资产转移准则进行处理外，还应按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的规定，将转入方纳入合并财务报表的范围。

（二）金融资产转移的形式

1. 将收取金融资产现金流量的权利转移给另一方

2. 将金融资产转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的权利，并承担将收取的现金流量支付给最终收款方的义务

这种金融资产转移的情形通常被称作“过手协议”，根据金融资产转移准则规定，如果“过手协议”作为金融资产转移处理，必须同时符合下列三个条件：

（1）从该金融资产收到对等的现金流量时，才有义务将其支付给最终收款方。

（2）根据合同约定，不能出售该金融资产或作为担保物，但可以将其作为对最终收款方支付现金流量的保证。

（3）有义务将收取的现金流量及时支付给最终收款方。

本章着重讲解了金融资产转移的确认和计量，核心是金融资产转移是否满足终止确认的条件以及在不满足终止确认条件下如何进行计量的问题。

二、金融资产转移的确认与计量

（一）金融资产转移的确认

金融资产转移的确认，主要解决的是金融资产转移中的被转移金融资产是否应当终止确认，以及终止确认的问题。

1. 符合终止确认条件的转移

终止确认，是指将金融资产或金融负债从企业的账户和资产负债表内予以转销。终止确认条件：

（1）企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方

（2）企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产控制

2. 不符合终止确认条件的转移

与终止确认相对应，未终止确认时，企业不得将金融资产或金融负债从企业的账户和资产负债表内予以转销。企业保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不应当终止确认该金融资产。

以下情形通常表明企业保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬：

（1）采用附追索权方式出售金融资产。

（2）将信贷资产或应收款项整体出售，同时保证对金融资产购买方可能发生的信用损失等进行全额补偿。

（3）附回购协议的金融资产出售，回购价固定或是原售价加合理回报。

（4）附总回报互换的金融资产出售，该互换使市场风险又转回给了金融资产出售方。

（5）附重大价内看跌期权（或重大价内看涨期权）的金融资产出售。

3. 继续涉入条件下的金融资产转移

企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

继续涉入的方式主要有：享有继续服务权、签订回购协议、签发或持有期权以及提供担保等。

（二）金融资产转移的计量

1. 满足终止确认条件的计量

（1）整体转移满足终止确认条件时的计量

金融资产整体转移满足终止确认条件的，应当将下列两项金额的差额计入当期损益：

①所转移金融资产的账面价值；

②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。

具体计算公式如下：

金融资产 因转移 所转移 原直接计入所有者
整体转移 = 收到的 - 金融资产 + （或 -） 权益的公允价值变动
形成的损益 对 价 账面价值 累计利得（或损失）

其中，

因转移 因转移交 新获得金 因转移获得 新承担金 因转移承担
收到的 = 易实际收 + 融资产的 + 服务资产的 - 融负债的 - 服务负债的
对价 到的价款 公允价值 价 值 公允价值 公允价值

原直接计入所有者权益的公允价值变动累计利得或损失是指所转移金融资产（如可供出售金融资产）转移前公允价值变动直接计入所有者权益的累计额。

（2）部分转移满足终止确认条件时的计量

金融资产部分转移满足终止确认条件的，应当将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

（3）服务资产和服务负债的计量

2. 未满足终止确认条件时的计量

未满足终止确认条件时，企业应当继续确认所转移的金融资产整体，因资产转移而收到的对价，视同企业的融资借款，应当在收到时确认为一项金融负债。

3. 继续涉入条件下金融资产转移的计量

继续涉入条件下金融资产转移时，应当根据其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产和金融负债。企业所确认的金融资产和金融负债，应当充分反映企业所保留的权利和承担的义务。

（1）通过担保方式继续涉入

企业通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，应当在转移日按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产，同时按照财务担保金额和财务担保合同的公允价值之和确认继续涉入形成的负债。

（2）附期权合同并且所转移金融资产按摊余成本计量方式下的继续涉入

企业因卖出一项看跌期权或持有一项看涨期权，使所转移金融资产不符合终止确认条件，且按照摊余成本计量该金融资产的，应当在转移日按照收到的对价确认继续涉入形成的负债。

（3）持有看涨期权且所转移金融资产以公允价值计量方式下的继续涉入

企业因持有一项看涨期权使所转移金融资产不满足终止确认条件，且按照公允价值计量该金融资产的，应当在转移日仍按照公允价值确认所转移金融资产，同时按照下列规定计量继续涉入形成

的负债：

①该期权是价内或平价期权的，应当按照期权的行权价格扣除期权的时间价值后的余额，计量继续涉入形成的负债；

②该期权是价外期权的，应当按照所转移金融资产的公允价值扣除期权的时间价值后的余额，计量继续涉入形成的负债。

（4）出售看跌期权且所转移金融资产以公允价值计量方式下的继续涉入

应当在转移日按照该金融资产的公允价值和该期权行权价格之间的较低者，确认继续涉入形成的资产；同时，按照该期权的行权价格与时间价值之和，确认继续涉入形成的负债。

（5）附上下期权且所转移金融资产以公允价值计量方式下的继续涉入

（6）金融资产部分转移的继续涉入

企业仅继续涉入所转移金融资产一部分的，应当比照金融资产部分转移时满足终止确认条件的相关规定进行处理。

复习思考题：

1. 什么金融资产？如何分类？
2. 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产如何进行会计处理
3. 持有至到期投资有何特点？如何进行会计处理？
4. 可供出售金融资产会计处理与交易性金融资产和持有至到期投资的会计处理有何不同？
5. 如何进行金融资产减值的确认与计量？
6. 金融资产转移如何进行确认与计量？

拓展阅读书目：

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 22 号——金融工具确认与计量
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 23 号——金融资产转移
3. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 8 号——资产减值
4. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第三章 存 货

学习目的和要求

本章重点讲述存货的计价方法，特别是原材料按计划成本计价的核算。通过本章和学习，了解存货分类、确认条件。掌握存货入账价值、发出存货和期末计价方法，了解存货数量确定的方法。掌握原材料分别按实际成本和计划成本核算情况下账户设置、收入、发出原材料的总分类核算和明细分类核算方法。了解低值易耗品和包装物的会计处理。

学时分配：3 学时

第一节 存货概述

一、存货的概念及分类

（一）存货的概念

存货，是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

（二）企业存货通常包括以下内容：

1. 原材料
2. 在产品
3. 半成品
4. 产成品
5. 商品
6. 周转材料

二、存货范围的确认条件

《企业会计准则第 1 号—存货》的规定，存货同时满足下列条件的，才能予以确认：

- （1）与该存货有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该存货的成本能够可靠地计量。

第二节 取得存货的计量

按照 2006 年最新《企业会计准则第 1 号——存货》规定；存货应当按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。

一、外购存货的成本

企业外购存货主要包括原材料和商品。外购存货的成本即采购成本，即：

- （一）存货的购买价款
- （二）存货的相关税费

（三）其他可归属于存货采购成本的费用。

二、加工取得的存货的成本

加工取得的存货的成本由采购成本、加工成本构成。

存货加工成本，包括直接人工以及按照一定方法分配的制造费用。某些存货还包括使存货达到目前场所和状态所发生的其他支出。

三、按其他方式取得的存货

（一）投资者投入存货的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（二）通过非货币性资产交换、债务重组、企业合并等方式取得的存货的，

其成本按照《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》、《企业会计准则第12号——债务重组》和《企业会计准则第20号——企业合并》等规定确定。

（三）盘盈存货的成本，按重置成本作为入账价值

四、不计入存货成本的相关费用

在确定存货成本过程中，应当注意，下列费用应当在发生时确认为当期损益，不计入存货成本：

（1）非正常消耗的直接材料、直接人工和制造费用。

（2）仓储费用（不包括在生产过程中为达到下一个生产阶段所必需的费用）。

（3）不能归属于使存货达到目前场所和状态的其他支出。

第三节 发出存货的计量

一、发出存货成本的计量方法

企业应当根据各种存货的实物流转方式、企业管理的要求、存货的性质等实际情况，确定发出存货成本时，可以采用先进先出法、加权平均法或者个别计价法确定发出存货的实际成本。对于性质和用途相似的存货，应当采用相同的成本计算方法确定发出存货的成本。

对于不能替代使用的存货、为特定项目专门购入或制造的存货以及提供劳务的成本，通常采用个别计价法确定发出存货的成本。

对于已售存货，应当将其成本结转为当期损益，相应的存货跌价准备也应当予以结转。

（一）先进先出法

（二）移动加权平均法

（三）月末一次加权平均法

（四）个别辨认法

二、发出存货结转

存货准则规定企业应当将已售存货的成本结转为当期损益，计入营业成本。

第四节 期末存货的计量

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备，计入当期损益。

一、存货的可变现净值

可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。可变现净值的基本特征：

- （一）确定存货可变现净值的前提是企业进行日常活动
- （二）可变现净值为存货的预计未来净现金流量，而不是存货的售价或合同价
- （三）不同存货可变现净值的构成不同

1. 产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在生产经营过程中，应当以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

2. 需要经过加工的材料存货，在正常经营过程中，应当以所生产的产成品的估计售价减去至完工时将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

二、确定存货的可变现净值时应考虑的因素

企业确定存货的可变现净值，应当以取得的确凿证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

- （一）确定存货的可变现净值时应当以取得确凿证据为基础

- 1. 存货成本的确凿证据
- 2. 存货可变现净值的确凿证据

- （二）确定存货可变现净值应当考虑持有存货的目的

- 1. 持有以备出售，如商品、产成品，其中又分为有合同约定的存货没有合同约定的存货
- 2. 将在生产过程或提供劳务过程中耗用，如材料等

- （三）确定存货的可变现净值应当考虑资产负债表日后事项等影响

三、存货可变现净值确定的具体应用

（一）为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，通常应当以产成品或商品的合同价格作为可变现净值的计算基础

（二）如果企业持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值应当以产成品或商品的一般销售价格（即市场销售价格）作为计算基础

（三）如果企业持有存货的数量少于销售合同订购数量，实际持有与该销售合同相关的存货应当以销售合同所规定的价格作为可变现净值的计算基础

（四）没有销售合同约定的存货（不包括用出售的材料），其可变现净值应当以产成品或商品一般销售价格作为计算基础

（五）用于出售的材料等，通常以市场价格作为其可变现净值的计算基础。如果用于出售的材料存在销售合同约定，应按合同价格作为其可变现净值的计算基础

四、计提存货跌价准备的方法

- (一) 企业通常应当按照单个存货项目计提存货跌价准备
- (二) 对于数量繁多、单价较低的存货，可以按照存货类别计提存货跌价准备
- (三) 与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，可以合并计提存货跌价准备。
- (四) 存在下列情况之一的，通常表明存货的可变现净值低于成本
- (五) 存在下列情况之一的，通常表明存货的可变现净值等于零

五、存货跌价准备转回的处理

- (一) 资产负债表日，企业应当确定存货的可变现净值
- (二) 企业的存货在符合条件的情况下可以转回计提的存货跌价准备
- (三) 当符合存货跌价准备转回条件时，应当当在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

六、材料存货期末价值的确定

七、存货盘亏或毁损的会计处理

存货发生盘亏或毁损，应作为待处理财产损溢进行核算。

复习思考题

1. 什么是存货？存货是如何分类？
2. 存货的计价包括哪些内容？
3. 怎样确定存货数量？各种方法有什么特点？
4. 比较存货按实际成本核算和按计划成本核算各有哪些特点？
5. 如何进行存货期末计价？

拓展阅读书目：

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 1 号-存货（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第四章 长期股权投资

学习目的和要求

本章主要讲述长期股权投资的确认与计量。通过本章的学习，了解长期股权投资的类别，掌握不同类别下长期股权投资成本的初始确认与计量，理解长期股权投资成本法，掌握长期股权投资权益法，了解成本法与权益法之间的转换。

学时分配：6 学时

第一节 长期股权投资概述

长期股权投资通常为长期持有，不准备随时出售，投资企业为被投资企业的股东，按所持股份享有权益并承担责任。长期股权投资的范围包括：

企业持有的能够对被投资单位实施控制的权益性投资，即对子公司投资；

企业持有的能够与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制的权益性投资，即对合营企业投资；

企业持有的能够对被投资单位施加重大影响的权益性投资，即对联营企业投资；

企业对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响，且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益性投资。

第二节 长期股权投资初始投资成本

一、企业合并形成的长期股权投资，

（一）同一控制下的企业合并形成的长期股权投资

1. 合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，应当在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2. 合并方以发行权益性证券作为合并对价的，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（二）非同一控制下的企业合并形成的长期股权投资

非同一控制下的企业合并，购买方在购买日应当按照《企业会计准则第 20 号——企业合并》确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。

合并成本包括购买方作为对价支付的资产、发生或承担的债务、发行的权益性证券的公允价值及相关的各项直接费用之和。

二、企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资

除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，应当按照下列规定确定其初始投资成本：

（一）以支付现金取得的长期股权投资

应当按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。但所支付价款中包含的被投资单位已宣告但尚未发放的现金股利或利润应确认为应收项目，不构成长期股权投资的成本。

（二）以发行权益性证券取得的长期股权投资

应当按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本，但不包括已宣告发放但不尚未支付的股利。

（三）投资者投入的长期股权投资

应当按照投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（四）通过债务重组、非货币性资产交换等方式取得的长期股权投资，其初始投资成本应当按照《企业会计准则第12号——债务重组》和《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》确定。有关内容见《中级财务会计》（下）相关章节。

（五）企业进行公司制改建、对资产、负债的账面价值按照评估价值调整的，长期股权投资应以评估价值作为改制时的认定成本。

第三节 长期股权投资的后续计量

长期股权投资在持有期间，根据投资企业对被投资单位的影响及是否存在活跃市场、公允价值能否可靠取得等情况进行划分，分别采用成本法及权益法进行核算。

一、长期股权投资成本法

（一）成本法的定义及适用范围

成本法是指投资按成本计价的方法。下列情况适用成本法：

1. 投资企业能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。
2. 投资企业对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资。

（二）成本法的核算

1. 初始投资或追加投资时，应当增加长期股权投资的账面价值。

2 除取得投资时实际支付的价款或对价中包含已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，投资企业应当按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认为当期投资收益。不管有关利润分配是属于对取得投资前还是取得投资后被投资单位实际净利润的分配。

投资企业在确认自被投资单位应分得的现金股利或利润后，应当考虑有关长期股权投资是否发生减值，应当关注其账面价值是否在于享有被投资单位净资产账面价值的份额等情况。

二、长期股权投资的权益法

（一）权益法的适用范围

长期股权投资的权益法是指投资最初以初始投资成本计价，以后根据投资企业享有被投资单位所有者权益份额的变动对“长期股权投资”的账面价值进行调整的方法。被投资企业取得利润、发生亏损、支付股利时都要按投资份额相应调整“长期股权投资”科目，取得股利时不再作为投资收益。

投资企业对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，即对联营企业投资及对联营企业投资，应当采用权益法。

（二）权益法的核算

投资企业对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，应当采用权益法核算。

1. 初始投资成本的调整

（1）长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本。

（2）长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额应当计入当期营业外收入，同时调整长期股权投资的账面价值。

2. 投资损益的确认

投资企业取得长期股权投资后，应当按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额，确认当期投资损益并调整长期股权投资的账面价值。

投资企业在确认应享有被投资单位净损益的份额时，应当以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

（1）被投资单位采用的会计政策及会计期间与投资不一致的，应当按照投资企业的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资损益。

（2）以取得投资时被投资企业固定资产、无形资产的公允价值为基础计提的折旧额或摊销额，以及以投资企业取得投资时的公允价值为基础计算确定的减值准备金额等对被投资企业净利润的影响。

（3）投资企业与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分，应当予以抵销，在此基础上确认投资收益。

应予注意的是，该未实现内部交易损益的抵销既包括顺流交易也包括逆流交易。

顺流交易是指投资企业向联营企业或合营企业出售资产的交易；

逆流交易是指联营企业或合营企业向投资企业出售资产的交易。当该未实现内部交易损益体现在投资方或其联营企业、合营企业持有的资产账面价值中时，相关的损益在计算确认投资损益时应予以抵销。

对于联营企业或合营企业向投资企业出售资产的逆流交易，在该交易存在未实现内部交易损益的情况下（即有关资产未向外部独立第三方出售），投资企业在采用权益法核算计算确认应享有联营企业或合营企业的投资收益时，应抵销该未实现内部交易损益的影响。当投资方自其联营企业或合营企业购买资产时，在将该资产出售外部独立的第三方之前，不应确认联营企业或合营企业因该交易产生的损益中本企业应享有的部分

对于投资企业向联营企业或合营企业出售资产的顺流交易，在该交易存在未实现内部交易损益的情况下（即有关资产未对外部独立第三方出售），投资企业在采用权益法计算确认应享有联企业

或合营企业的投资损益时，应抵销该未实现内部交易损益的影响，同时调整对联营企业或合营企业长期股权投资的账面价值。

3. 取得现金股利或利润的处理

投资企业按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应抵减长期股权投资的账面价值。

4. 超额亏损的确认

投资企业确认被投资单位发生的净亏损，应当以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，投资企业负有承担额外损失义务的除外。被投资单位以后实现净利润的，投资企业在其收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

5. 投资企业对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，应当调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

三、长期股权投资的减值

长期股权投资如果存在减值迹象的，应当按照相关准则的规定计提减值准备。其中对子公司、联营企业及合营企业的投资，应当按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定确定其应计提的减值准备；企业持有的对被投资单位不具有共同控制或重大影响、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，应当按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》的规定确定其应计提的减值准备。有关减值准备金额的确定及会计处理见本书第九章“资产减值”及第二十三章“金融工具确认和计量”的相关内容。

第四节 成本法与权益法的转换及处置

一、成本法与权益法的转换

（一）成本法转换为权益法

1. 因追加投资等原因能够对被投资单位实施共同控制或重大影响但不构成控制的，应当改按权益法核算，并以成本法下长期股权投资的账面价值或按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》确定的投资账面价值作为按照权益法核算的初始投资成本。

2. 因处置部分长期股权投资，导致投资企业对被投资企业由控制转为具有重大影响或共同控制的情况，投资企业应按照处置或回收长期股权投资的比例结转处置部分的长期股权投资的成本。

（二）权益法转换为成本法

1. 投资企业因减少投资等原因对被投资单位不再具有共同控制或重大影响的，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，应当改按成本法核算，并以权益法下长期股权投资的账面价值作为按照成本法核算的初始投资成本。

2. 投资企业增加长期股权投资，或其他原因使投资企业由对被投资企业具有重大影响或共同控制转换为具有控制能力。

二、长期股权投资的处置

企业持有长期股权投资的过程中，由于各方面的考虑，决定将所持有的对被投资单位的股权全部

或部分对外出售时,应相应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值,出售所得价款与处置长期股权投资账面价值之间的差额,应确认为处置损益。

采用权益法核算的长期股权投资,原记入资本公积中的金额,在处置时亦应进行结转,将与所出售股权相对应的部分在处置时自资本公积转入当期损益。

复习思考题

1. 长期股权投资包括哪几类?
2. 不同类别下长期股权投资成本的初始确认与计量有何不同?
3. 比较长期股权投资成本法和权益法
4. 成本法与权益法之间的转换时,入账价值如何确定?

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 2 号-长期股权投资（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12
4. 中华人民共和国财政部.企业会计准则解释第 1 号.2007

第五章 固定资产

学习目的与要求

通过本章的学习，了解固定资产的性质及其分类、固定资产的取得成本及入帐价值，固定资产使用中的各项不同支出的性质。熟悉固定资产的折旧及折旧的各种计算方法，掌握固定资产清理和盘亏的会计处理。

学时分配：6 学时

第一节 固定资产的确认

一、固定资产的定义及确认条件

（一）固定资产，是指同时具有下列特征的有形资产：

1. 为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的；
2. 使用寿命超过一个会计年度。

（二）固定资产同时满足下列条件的，才能予以确认：

1. 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
2. 该固定资产的成本能够可靠地计量。

与固定资产有关的后续支出，符合确认条件的，应当计入固定资产成本；不符合确认条件的，应当在发生时计入当期损益。

第二节 固定资产的初始计量

固定资产初始计量，指固定资产的取得成本，应当按照成本进行初始计量。

一、外购固定资产的成本

包括购买价款、相关税费（不包括可抵扣的增值税进项税额）、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等。不以一笔款项购入多项没有单独标价的固定资产，应当按照各项固定资产公允价值比例对总成本进行分配，分别确定各项固定资产的成本。

购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除按照《企业会计准则第 17 号—借款费用》应予资本化的以外，应当在信用期间内计入当期损益。

二、自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。包括工程物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用有入应分摊的间接费用等。

1. 自营方式建造固定资产
2. 出包方式建造固定资产

三、其他方式取得的固定资产的成本

1. 投资者投入固定资产的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约

定价值不公允的除外。

2. 非货币性资产交换、债务重组、企业合并和融资租赁取得的固定资产的成本,应当分别按照《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》、《企业会计准则第12号——债务重组》、《企业会计准则第20号——企业合并》和《企业会计准则第21号——租赁》确定。

四、存在弃置费用的固定资产

弃置费用通常是指根据国家法律和行政法规、国际公约等规定,企业承担的环境保护和生态恢复等义务所确定的支出,如油气资产、核电站核设施等的弃置和恢复环境义务。弃置费用的金额与其现值比较,通常相差较大,需要考虑货币时间价值,对于这些特殊行业的特定固定资产,企业应当根据《企业会计准则第13号——或有事项》,按照现值计算确定应计入固定资产成本的金额和相应的预计负债。在固定资产的使用寿命内按照预计负债的摊余成本和实际利率计算确定的利息费用应计入财务费用。一般工商企业的固定资产发生的报废清理费用不属于弃置费用,应当在发生时作为固定资产处置费用处理。

第三节 固定资产的后续计量

企业应当对所有固定资产计提折旧。但是,已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地除外。

一、固定资产折旧

(一) 折旧和影响折旧的因素

1. 折旧,是指在固定资产使用寿命内,按照确定的方法对应计折旧额进行系统分摊。

应计折旧额,是指应当计提折旧的固定资产的原价扣除其预计净残值后的金额。已计提减值准备的固定资产,还应当扣除已计提的固定资产减值准备累计金额。

预计净残值,是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态,企业目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

2. 企业应当根据固定资产的性质和使用情况,合理确定固定资产的使用寿命和预计净残值。

固定资产的使用寿命、预计净残值一经确定,不得随意变更。但是,符合本准则第十九条规定的除外。

3. 企业确定固定资产使用寿命,应当考虑下列因素:

- (1) 预计生产能力或实物产量;
- (2) 预计有形损耗和无形损耗;
- (3) 法律或者类似规定对资产使用的限制。

(二) 折旧的方法

企业应当根据与固定资产有关的经济利益的预期实现方式,合理选择固定资产折旧方法。可选用的折旧方法包括年限平均法、工作量法、双倍余额递减法和年数总和法等。

固定资产的折旧方法一经确定,不得随意变更。但是,符合本准则第十九条规定的除外。

(三) 固定资产应当按月计提折旧,并根据用途计入相关资产的成本或者当期损益。

(四) 企业至少应当于每年年度终了,对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行

复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，应当调整固定资产使用寿命。

预计净残值预计数与原先估计数有差异的，应当调整预计净残值。

与固定资产有关的经济利益预期实现方式有重大改变的，应当改变固定资产折旧方法。

固定资产使用寿命、预计净残值和折旧方法的改变应当作为会计估计变更。

二、固定资产的后续支出

（一）资本化的后续支出

（二）费用化的后续支出

三、固定资产减值

（一）固定资产减值的含义

（二）固定资产减值测试

（三）固定资产减值计量

（四）固定资产减值准备对折旧的影响

第四节 固定资产处置

一、固定资产终止确认的条件

（一）该固定资产处于处置状态。

（二）该固定资产预期通过使用或处置不能产生经济利益。

二、固定资产处置的会计处理

企业出售、转让、报废固定资产或发生固定资产毁损，应当将处置收入扣除账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。固定资产的账面价值是固定资产成本扣减累计折旧和累计减值准备后的金额。

三、持有待售的固定资产

同时满足下列条件的非流动资产应当划分为持有待售：一是企业已经就处置该非流动资产作出决议；二是企业已经与受让方签订了不可撤销的转让协议；三是该项转让将在一年内完成。

企业对于持有待售的固定资产，应当调整该项固定资产的预计净残值，使该项固定资产的预计净残值能够反映其公允价值减去处置费用后的金额，但不得超过符合持有待售条件时该项固定资产的原账面价值，原账面价值高于调整后预计净残值的差额，应作为资产减值损失计入当期损益。

企业应当在报表附注中披露持有待售的固定资产名称、账面价值、公允价值、预计处置费用和预计处置时间等。持有待售的固定资产不计提折旧，按照账面价值与公允价值减去处置费用后的净额孰低进行计量。

四、固定资产盘亏的会计处理

企业在财产清查中盘亏的固定资产，通过“待处理财产损益——待处理固定资产损益”科目核算，盘亏造成的损失，通过“营业外支出——盘亏损失”科目核算，应当计入当期损益。企业在财产清查中盘盈的固定资产，作为前期差错处理。盘盈的固定资产通过“以前年度损益调整”科目核算。

第五节 固定资产披露

企业应当在附注中披露与固定资产有关的下列信息：

- （一）固定资产的确认条件、分类、计量基础和折旧方法。
- （二）各类固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧率。
- （三）各类固定资产的期初和期末原价、累计折旧额及固定资产减值准备累计金额。
- （四）当期确认的折旧费用。
- （五）对固定资产所有权的限制及其金额和用于担保的固定资产账面价值。
- （六）准备处置的固定资产名称、账面价值、公允价值、预计处置费用和预计处置时间等。

复习思考题

1. 什么是固定资产？固定资产如何分类？
2. 如何确定固定资产的初始价值？
3. 固定资产后续支出包括哪些？
4. 固定资产为什么要计提折旧？影响折旧的因素有哪些？具体有哪些方法？
5. 固定资产披露包括哪些内容？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第4号-固定资产（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12
4. 中华人民共和国国务院令.第538号《中华人民共和国增值税暂行条例》2008

第六章 无形资产

学习目的和要求

本章重点讲述无形资产的确认和计量。通过本章学习，了解无形资产的范围；掌握无形资产的确认条件；能够区分研究阶段支出与开发阶段支出；掌握无形资产的初始计量和摊销方法；明确无形资产的处置、报废和无形资产的披露内容。

学时分配：3 学时

第一节 无形资产的确认和初始计量

一、无形资产的定义与特征

无形资产，是指企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。无形资产有以下特征：

- （一）无形资产不具有实物形态
- （二）无形资产具有可辨认性

资产满足下列条件之一的，符合无形资产定义中的可辨认性标准：

- 1.能够从企业中分离或者划分出来，并能单独或者与相关合同、资产或负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或者交换。
- 2.源自合同性权利或其他法定权利，无论这些权利是否可以从企业或其他权利和义务中转移或者分离。

- （三）无形资产属于非货币性资产

二、无形资产的内容

- （一）专利权
- （二）非专利技术
- （三）商标权
- （四）著作权
- （五）特许权
- （六）土地使用权

三、无形资产的确认条件

- （一）与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （二）该无形资产的成本能够可靠地计量。

企业在判断无形资产产生的经济利益是否很可能流入时，应当对无形资产在预计使用寿命内可能存在的各种经济因素作出合理估计，并且应当有明确证据支持。

四、无形资产的初始计量

无形资产通常是按照实际成本计量，即以取得无形资产并使之达到预定用途而发生的全部支出，作为无形资产的成本。

（一）外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》应予资本化的以外，应当在信用期间内计入当期损益。

（二）投资者投入无形资产的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（三）非货币性资产交换取得的无形资产，包括以投资、存货、固定资产或无形资产换入的无形资产等。非货币性资产交换具有商业实质且公允价值能够可靠地计量的，应当以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入资产的成本，公允价值与换出资产账面价值的差额计入当期损益。发生补价的，支付补价方：应当以换出资产的公允价值加上支付的补价（即换入资产的公允价值）和应支付的相关税费作为换入资产的成本；换入资产成本与换出资产账面价值加支付的补价、应支付的相关税费之和的差额，应当计入当期损益。收到补价方：应当以换入资产的公允价值（换出资产的公允价值减去补价）和应支付的相关税费作为换入资产成本；换入资产成本加收到的补价之和与换出资产账面价值加应支付的相关税费之和的差额，应当计入当期损益。

（四）债务重组取得的无形资产的成本，应当以公允价值入账

（五）政府补助取得无形资产的成本，应当以公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

（六）土地使用权的处理

企业取得土地使用权，通常应当按照取得时所支付的价款及相关税费确认为无形资产。

（七）企业合并取得的无形资产的成本，购买方取得的无形资产应以其在购买日的公允价值计量

第二节 内部研究开发费用的确认与计量

一、研究阶段与开发阶段的划分

（一）研究阶段

研究是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查。其特点：

1. 计划性
2. 探索性

（二）开发阶段

开发是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的有实质性改进的材料、装置、产品等。其特点：

1. 具有针对性
2. 形成成果的可能性较大

（三）研究阶段与开发阶段的不同特点

1. 目标不同
2. 对象不同
3. 风险不同
4. 结果不同

二、开发阶段有关支出资本化条件

（一）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（二）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（三）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

（四）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（五）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

三、内部研究开发费用的会计处理

《企业会计准则第6号—无形资产》规定，研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益（管理费用）。对于开发阶段的支出，符合条件的进行资本化，计入无形资产，不符合资本化条件的计入当期管理费用。

第三节 无形资产后续计量

一、无形资产后续计量原则

无形资产初始确认和计量后,在其后使用该项无形资产期间内应以成本减去累计摊销额和累计减值损失后的余额计量。

（一）估计无形资产的使用寿命

企业应当于取得无形资产时分析判断其使用寿命。无形资产的使用寿命为有限的，应当估计该使用寿命的年限或者构成使用寿命的产量等类似计量单位数量；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，应当视为使用寿命不确定的无形资产。估计无形资产的使用寿命应考虑的主要因素：

（二）无形资产的使用寿命的确定

（三）无形资产的使用寿命的复核

二、使用寿命有限的无形资产摊销

使用寿命有限的无形资产其应摊销金额应当在使用寿命内系统合理摊销。

（一）摊销期和摊销方法

企业摊销无形资产，应当自无形资产可供使用时起，至不再作为无形资产确认时止。

企业选择的无形资产摊销方法，应当反映与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式。无法可靠确定预期实现方式的，应当采用直线法摊销。

无形资产的摊销金额一般应当计入当期损益，其他会计准则另有规定的除外。

无形资产的应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额。

（二）残值的确定

使用寿命有限的无形资产，其残值应当视为零，但下列情况除外：

1. 有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产。
2. 可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

（三）使用寿命有限的无形资产摊销的账务处理

企业至少应当于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，应当改变摊销期限和摊销方法。

三、使用寿命不确定的无形资产的减值

（一）判断无形资产是否减值

（二）无形资产的减值准备

企业应当在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，应当估计其使用寿命，并按本准则规定处理。

第四节 无形资产的处置

一、无形资产的出售

企业出售无形资产，应当将取得的价款与该无形资产账面价值的差额计入当期损益。

二、无形资产的出租

企业将所拥有的无形资产的使用权让渡给他人,并收取租金,属于与企业日常活动相关的其他经营活动取得的收入，在满足收入准则规定的确认标准的情况下,应确认相关的收入及成本

三、无形资产的报废

无形资产预期不能为企业带来经济利益的，应当将该无形资产的账面价值予以转销。

第五节 无形资产的披露

企业应当按照无形资产的类别在附注中披露与无形资产有关的下列信息：

- （一）无形资产的期初和期末账面余额、累计摊销额及减值准备累计金额。
- （二）使用寿命有限的无形资产，其使用寿命的估计情况；使用寿命不确定的无形资产，其使用寿命不确定的判断依据。
- （三）无形资产的摊销方法。
- （四）用于担保的无形资产账面价值、当期摊销额等情况。
- （五）计入当期损益和确认为无形资产的研究开发支出金额。

复习思考题

1. 什么是无形资产？如何确认无形资产？
2. 如何区分研究阶段支出与开发阶段支出？
3. 无形资产如何摊销、处置和报废？
4. 无形资产披露包括哪些内容？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 6 号-无形资产（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第七章 投资性房地产

学习目的和要求

本章着重讲解了投资性房地产的界定、初始计量和后续计量的成本模式或公允价值模式问题。通过本章学习,了解投资性房地产特征、范围及不属于投资性房地产的项目。掌握投资性房地产两种计量模式下的会计处理方法。

学时分配: 3 学时

第一节 投资性房地产的特征与范围

房地产通常是土地和房屋及其权属的总称。在我国,土地归国家或集体所有,企业只能取得土地使用权。因此,房地产中的土地是指土地使用权。房屋是指土地上的房屋等建筑物及构筑物。

一、投资性房地产及其特征

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值,或者两者兼有而持有的房地产。投资性房地产应当能够单独计量和出售。投资性房地产主要有以下特征:

(一) 投资性房地产是一种经营性活动

投资性房地产的主要形式是出租建筑物、出租土地使用权,这实质上属于一种让渡资产使用权行为。投资性房地产的另一种形式是持有并准备增值后转让的土地使用权

(二) 投资性房地产在用途、状态、目的等方面区别于作为生产经营场所的房产和用于销售的房地产

(三) 投资性房地产有两种计量模式即成本模式和公允价值计量模式

二、投资性房地产的范围

投资性房地产的范围限定为已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。

(一) 已出租的土地使用权

已出租的土地使用权,是指企业通过出让或转让方式取得的、以经营租赁方式出租的土地使用权。对于以经营租赁方式租入土地使用权再转租给其他单位的,不能确认为投资性房地产。

(二) 持有并准备增值后转让的土地使用权

持有并准备增值后转让的土地使用权,是指企业取得的、准备增值后转让的土地使用权。

(三) 已出租的建筑物

已出租的建筑物是指企业拥有产权的、以经营租赁方式出租的建筑物,包括自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物。企业在判断和确认已出租的建筑物时,应当把握以下要点:

1. 用于出租的建筑物是指企业拥有产权的建筑物。
2. 已出租的建筑物是企业已经与其他方签订了租赁协议,约定以经营租赁方式出租的建筑物。
3. 企业将建筑物出租,按租赁协议向承租人提供的相关辅助服务在整个协议中不重大的,应当将

该建筑物确认为投资性房地产。

三、不属于投资性房地产的项目

（一）自用房地产

自用房地产是指为生产商品、提供劳务或者经营管理而持有的房地产，

（二）作为存货的房地产

作为存货的房地产通常是指房地产开发企业在正常经营过程中销售的或为销售而正在开发的商品房和土地。

第二节 投资性房地产的会计处理

根据投资性房地产准则的规定,投资性房地产应当按照成本进行初始确认和计量。在后续计量时,通常应当采用成本模式,满足特定条件的情况下也可以采用公允价值模式。但是,同一企业只能采用一种模式对所有投资性房地产进行后续计量,不得同时采用两种计量模式。

一、采用成本模式计量的投资性房地产

成本模式的会计处理比较简单,主要涉及“投资性房地产”、“投资性房地产累计折旧(摊销)”、“投资性房地产减值准备”等科目,可比照“固定资产”、“无形资产”、“累计折旧”、“累计摊销”、“固定资产减值准备”、“无形资产减值准备”等相关科目进行处理。

（一）外购或自行建造的投资性房地产

外购采用成本模式计量的土地使用权和建筑物,应当按照取得时的实际成本进行初始计量,其成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出。企业购入的房地产,部分用于出租(或资本增值)、部分自用,用于出租(或资本增值)的部分应当予以单独确认的,应按照国家不同部分的公允价值占公允价值总额的比例将成本在不同部分之间进行合理分配。

自行建造的采用成本模式计量的投资性房地产,其成本由建造该项资产达到预定可使用状态前发生的必要支出构成,包括土地开发费、建安成本、应予以资本化的借款费用、支付的其他费用和分摊的间接费用等。建造过程中发生的非正常性损失直接计入当期损益,不计入建造成本。

（二）非投资性房地产转换为投资性房地产

房地产的转换,是因房地产用途发生改变而对房地产进行的重新分类。企业必须有确凿证据表明房地产用途发生改变,才能将投资性房地产转换为非投资性房地产或者将非投资性房地产转换为投资性房地产。这里的确凿证据包括两个方面:一是企业董事会或类似机构应当就改变房地产用途形成正式的书面决议,二是房地产因用途改变而发生实际状态上的改变,从自用状态改为出租状态。

1. 作为存货的房地产转换为投资性房地产

2. 自用房地产转换为投资性房地产

（三）投资性房地产的后续计量

采用成本模式进行后续计量的投资性房地产,应当按照固定资产或无形资产的有关规定,按期(月)计提折旧或摊销,借记“其他业务成本”等科目,贷记“投资性房地产累计折旧(摊销)”。

取得的租金收入,借记“银行存款”等科目,贷记“其他业务收入”等科目。

投资性房地产存在减值迹象的,还应当适用资产减值的有关规定。经减值测试后确定发生减值的,应当计提减值准备,借记“资产减值损失”科目,贷记“投资性房地产减值准备”科目。如果已经计提减值准备的投资性房地产的价值又得以恢复,不得转回。

（四）与投资性房地产有关的后续支出

1.资本化的后续支出

与投资性房地产有关的后续支出,满足投资性房地产确认条件的应当计入投资性房地产成本。

2.费用化的后续支出

与投资性房地产有关的后续支出,不满足投资性房地产确认条件的应当在发生时计入当期损益。

（五）投资性房地产转换为非投资性房地产

1.投资性房地产转换为自用房地产

2.投资性房地产转换为存货

（六）投资性房地产的处置

当投资性房地产被处置,或者永久退出使用却不能从其处置中取得经济利益时,应当终止确认该投资性房地产。

二、采用公允价值模式计量的投资性房地产

企业存在确凿证据表明其公允价值能够持续可靠取得的,可以采用公允价值计量模式。

采用公允价值模式计量投资性房地产,应当同时满足以下两个条件:

（1）投资性房地产所在地有活跃的房地产交易市场;

（2）企业能够从房地产交易市场上取得同类或类似房地产的市场价格及其他相关信息,从而对投资性房地产的公允价值做出科学合理的估计。这两个条件必须同时具备,缺一不可。

（一）外购或自行建造的投资性房地产

外购或自行建造的采用公允价值模式计量的投资性房地产,应当按照取得时的实际成本进行初始计量。企业应当在“投资性房地产”科目下设置“成本”和“公允价值变动”两个明细科目,外购或自行建造时发生的实际成本,计入“投资性房地产（成本）”科目。

（二）非投资性房地产转换为投资性房地产

1.作为存货的房地产转换为投资性房地产

2.自用房地产转换为投资性房地产

（三）投资性房地产的后续计量

投资性房地产采用公允价值模式计量的,不计提折旧或摊销,应当以资产负债表日的公允价值计量。资产负债表日,投资性房地产的公允价值高于其账面余额的差额,借记“投资性房地产——公允价值变动”科目,贷记“公允价值变动损益”科目,公允价值低于其账面余额的差额做相反的分录。

（四）投资性房地产的后续支出

1.资本化的后续支出

与投资性房地产有关的后续支出,满足投资性房地产确认条件的应当计入投资性房地产成本。

2.费用化的后续支出

与投资性房地产有关的后续支出,不满足投资性房地产确认条件的应当在发生时计入其他业务成本等当期损益。

(五) 投资性房地产转换为非投资性房地产

1.投资性房地产转换为自用房地产

2.投资性房地产转换为存货

(六) 投资性房地产的处置

处置采用公允价值模式计量的投资性房地产时,应当按实际收到的金额,借记“银行存款”等科目,贷记“其他业务收入”科目;按该项投资性房地产的账面余额,借记“其他业务成本”科目;按其成本,贷记“投资性房地产——成本”科目;按其累计公允价值变动,贷记或借记“投资性房地产——公允价值变动”科目。同时结转投资性房地产累计公允价值变动。若存在原转换日计入资本公积的金额,也一并结转。

第三节 投资性房地产后续计量模式的变更

为保证会计信息的可比性,企业对投资性房地产的计量模式一经确定,不得随意变更。只有在房地产市场比较成熟、能够满足采用公允价值模式条件的情况下,才允许企业对投资性房地产从成本模式计量变更为公允价值模式计量。

成本模式转为公允价值模式的,应当作为会计政策变更处理,并按计量模式变更时公允价值与账面价值的差额调整期初留存收益。

已采用公允价值模式计量的投资性房地产,不得从公允价值模式转为成本模式。

复习思考题

1. 什么是投资性房地产?
2. 投资性房地产成本计量模式与公允价值计量模式有哪些方面不同?

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第3号-投资性房地产(2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南(2006).北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解(2008).北京:人民出版社,2008.12

第八章 资产减值

学习目的与要求

本章着重讲解了资产可收回金额的计量、资产减值损失的确认和计量、资产组的认定及其减值处理、商誉减值的处理等问题。通过本章学习，能够判断资产发生减值的迹象，掌握资产可收回金额的计算方法，掌握资产减值损失的确认和计量及资产组的认定及减值的会计处理。

学时分配：3 学时

第一节 资产减值概述

当企业资产的可收回金额低于其账面价值时，即表明资产发生了减值，企业应当确认资产减值损失，并把资产的账面价值减记至可收回金额。

一、资产减值的范围

《企业会计准则第 8 号——资产减值》（以下简称资产减值准则）主要规范了企业下列非流动资产的减值会计问题：

- （1）对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资
- （2）采用成本模式进行后续计量的投资性房地产
- （3）固定资产
- （4）生产性生物资产
- （5）无形资产
- （6）商誉
- （7）探明石油天然气矿区权益和井及相关设施等。

二、资产减值的迹象与测试

企业在资产负债表日应当判断资产是否存在可能发生减值的迹象，主要可从外部信息来源和内部信息来源两方面加以判断。

如果有确凿证据表明资产存在减值迹象的，应当进行减值测试并估计资产的可收回金额

第二节 资产可收回金额的计量

一、估计资产可收回金额的基本方法

根据资产减值准则的规定，资产存在减值迹象的，应当估计其可收回金额，然后将所估计的资产可收回金额与其账面价值相比较，以确定资产是否发生了减值，以及是否需要计提资产减值准备并确认相应的减值损失。

资产可收回金额的估计，应当根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

二、资产的公允价值减去处置费用后的净额的估计

资产的公允价值减去处置费用后的净额，通常反映的是资产如果被出售或者处置时可以收回的净现金收入。

企业在估计资产的公允价值减去处置费用后的净额时，应当按照顺序进行。

企业按照一定顺序仍然无法可靠估计资产的公允价值减去处置费用后的净额的，应当以该资产预计未来现金流量的现值作为其可收回金额。

三、资产预计未来现金流量的现值的估计

资产预计未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。企业在预计资产未来现金流量现值时，主要涉及以下三个方面：（1）资产的预计未来现金流量；（2）资产的使用寿命；（3）折现率。

（一）资产未来现金流量的预计

1. 预计资产未来现金流量的基础
2. 预计资产未来现金流量应当包括的内容
3. 预计资产未来现金流量应当考虑的因素
4. 预计资产未来现金流量的方法

预计资产未来现金流量，通常根据资产未来每期最有可能产生的现金流量进行预测。这种方法通常叫做传统法，它使用单一的未来每期预计现金流量和单一的折现率计算资产未来现金流量的现值。

企业在预计资产未来现金流量的现值时，如果资产未来现金流量的发生时间不确定，企业应当根据资产在每一种可能情况下的现值及其发生概率直接加权计算资产未来现金流量的现值。

（二）折现率的预计

企业在确定折现率时，应当首先以该资产的市场利率为依据。

（三）资产未来现金流量现值的预计

在预计资产未来现金流量和折现率的基础之上，资产未来现金流量的现值只需将该资产的预计未来现金流量按照预计的折现率在预计期限内加以折现即可确定。其计算公式如下：

$$\text{资产未来现金流量的现值(NPV)} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{第}t\text{年预计资产未来现金流量(NCF)}}{(1 + \text{折现率})^t}$$

（四）外币未来现金流量及其现值的预计

随着我国企业日益融入世界经济体系和国际贸易的大幅度增加，企业使用资产所收到的未来现金流量有可能为外币，在这种情况下，企业应当按照以下顺序确定资产未来现金流量的现值：

第三节 资产减值损失的确认与计量

一、资产减值损失确认与计量的一般原则

企业在对资产进行减值测试并计算了资产可收回金额后，如果资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，

同时计提相应的资产减值准备。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用应当在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

考虑到固定资产、无形资产、商誉等资产发生减值后，一方面价值回升的可能性比较小，通常属于永久性减值；另一方面从会计信息谨慎性要求考虑，为了避免确认资产重估增值和操纵利润，资产减值准则规定，资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。以前期间计提的资产减值准备，在资产处置、出售、对外投资、以非货币性资产交换方式换出、在债务重组中抵偿债务等时，才可予以转出。

二、资产减值损失的账务处理

为了正确核算企业确认的资产减值损失和计提的资产减值准备，企业应当设置“资产减值损失”科目，反映各类资产在当期确认的资产减值损失金额；同时，应当根据不同的资产类别，分别设置“固定资产减值准备”、“在建工程减值准备”、“投资性房地产减值准备”、“无形资产减值准备”、“商誉减值准备”、“长期股权投资减值准备”、“生产性生物资产减值准备”等科目。

企业根据资产减值准则规定确定资产发生了减值的，应当根据所确认的资产减值金额，借记“资产减值损失”科目，贷记“固定资产减值准备”、“在建工程减值准备”、“投资性房地产减值准备”、“无形资产减值准备”、“商誉减值准备”、“长期股权投资减值准备”、“生产性生物资产减值准备”等科目。在期末，企业应当将“资产减值损失”科目余额转入“本年利润”科目，结转后该科目应当没有余额。各资产减值准备科目累积每期计提的资产减值准备，直至相关资产被处置等时才予以转出。

第四节 资产组的认定及减值处理

一、资产组的认定

资产减值准则规定，如果有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业应当以单项资产为基础估计其可收回金额。在企业难以对单项资产的可收回金额进行估计的情况下，应当以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

（一）资产组的概念

资产组是企业可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入应当基本上独立于其他资产或者资产组。资产组应当由与创造现金流入相关的资产构成。

（二）认定资产组应当考虑的因素

1. 资产组的认定，应当以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

2. 资产组的认定，应当考虑企业管理层对生产经营活动的管理或者监控方式（如是按照生产线、业务种类还是按照地区或者区域等）和对资产的持续使用或者处置的决策方式等。

（三）资产组认定后不得随意变更

资产组一经确定后，在各个会计期间应当保持一致，不得随意变更。但是，如果由于企业重组、

变更资产用途等原因，导致资产组构成确需变更的，企业可以进行变更，但企业管理层应当证明该变更是合理的，并应当在附注中作相应说明。

二、资产组减值测试

资产组减值测试的原理和单项资产是一致的，即企业需要预计资产组的可收回金额和计算资产组的账面价值，并将两者进行比较，如果资产组的可收回金额低于其账面价值的，表明资产组发生了减值损失，应当予以确认。

（一）资产组账面价值和可收回金额的确定基础

资产组账面价值的确定基础应当与其可收回金额的确定方式相一致。

资产组的可收回金额，应当按照该资产组的公允价值减去处置费用后的净额与其预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

（二）资产组减值的会计处理

根据减值测试的结果，资产组（包括资产组组合，在后述有关总部资产或者商誉的减值测试时涉及）的可收回金额如低于其账面价值的，应当确认相应的减值损失。减值损失金额应当按照以下顺序进行分摊：

首先抵减分摊至资产组中商誉的账面价值。

然后根据资产组中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

以上资产账面价值的抵减，应当作为各单项资产（包括商誉）的减值损失处理，计入当期损益。抵减后的各资产的账面价值不得低于以下三者之中最高者：该资产的公允价值减去处置费用后的净额（如可确定的）、该资产预计未来现金流量的现值（如可确定的）和零。因此而导致的未能分摊的减值损失金额，应当按照相关资产组中其他各项资产的账面价值所占比重进行分摊。

三、总部资产的减值测试

企业总部资产包括企业集团或其事业部的办公楼、电子数据处理设备、研发中心等资产。总部资产通常难以单独进行减值测试，需要结合其他相关资产组或者资产组组合进行。

资产组组合，是指由若干个资产组组成的最小资产组组合，包括资产组或者资产组组合，以及按合理方法分摊的总部资产部分。

在资产负债表日，如果有迹象表明某项总部资产可能发生减值的，企业应当计算确定该总部资产所归属的资产组或者资产组组合的可收回金额，然后将其与相应的账面价值相比较，据以判断是否需要确认减值损失。

第五节 商誉减值测试与处理

一、商誉减值测试的基本要求

企业合并所形成的商誉，至少应当在每年年度终了进行减值测试。由于商誉难以独立产生现金流量，应当结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

企业因重组等原因改变了其报告结构，从而影响到已分摊商誉的一个或者若干个资产组或者资

产组组合构成的，应当按照合理的方法，将商誉重新分摊至受影响的资产组或者资产组组合。

二、商誉减值测试的方法与会计处理

企业在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，应当按以下步骤处理：

首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失；

然后再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，应当就其差额确认减值、损失，减值损失金额应当首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值；再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

导致的未能分摊的减值损失金额，应当按照相关资产组或者资产组组合中其他各项资产的账面价值所占比重进行分摊。

应当将商誉减值损失在可归属于母公司和少数股东权益部分之间按比例进行分摊，以确认归属于母公司的商誉减值损失。

复习思考题

1. 资产减值的范围是指哪些？
2. 如何判断资产减值迹象？
3. 确定资产可收回金额具体包括哪些内容？
4. 什么是资产组？怎样认定资产组？资产组减值损失如何分摊？
5. 什么是总部资产？如何进行总部资产的减值测试？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 8 号-资产减值（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第九章 负 债

学习目的和要求

通过本章的学习，了解负债的涵义和基本特征、区别流动负债和长期负债的性质，掌握各种主要流动负债的会计处理，并明了流动负债在资产负债表上的列示方法。掌握长期借款、债券发行种类和债券利息调整的摊销和长期应付款的会计处理。

学时分配：3 学时

第一节 负债的涵义和基本特点

一、负债的涵义

负债是指企业过去的交易或者事项形成的、预期会导致经济利益流出企业的现时义务。

现时义务是指企业在现行条件下已承担的义务。未来发生的交易或者事项形成的义务，不属于现时义务，不应当确认为负债。

符合负债定义的义务，在同时满足以下条件时，确认为负债：

- (1) 与该义务有关的经济利益很可能流出企业；
- (2) 未来流出的经济利益的金额能够可靠地计量。

符合负债定义和负债确认条件的项目，应当列入资产负债表；符合负债定义、但不符合负债确认条件的项目，不应当列入资产负债表。

二、负债的特点

第一、负债是由于过去的交易、事项引起的、企业当前所承担的义务。企业预期在将来要发生的交易、事项可能产生的债务不能作为负债。

第二、负债将要由企业在未来某个时日加以清偿。

第三、为了清偿债务，企业往往需要在将来转移资产，比如用现金偿还或者实物资产清偿，或者通过提供劳务来偿还，或同时转移资产和提供劳务偿还。也有可能将债务转为所有者权益。

按偿还期间的长短，一般将负债分为流动负债和非流动负债。

预期在一年内到期清偿的债务属于流动债务。有些企业经营周期超过一年，这时，预期在一个经营周期内到期清偿的债务，也属于流动债务；除以上情形以外的债务，即为非流动债务，一般包括长期借款、应付债券、长期应付款等。

第二节 流动负债

一、短期借款

二、以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债

（一）以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债概述

1. 交易性金融负债
2. 直接指定为以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债

（二）以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债的会计处理
计量且变动计入当期损益的金融负债

1. 确认和终止确认
2. 初始计量和后续计量

三、应付及预收款项

- （一）应付票据
- （二）应付账款
- （三）预收账款

四、应付职工薪酬

- （一）职工薪酬的内容
- （二）职工薪酬的确认与计量
- （三）辞退福利的确认与计量

五、应交税费

- （一）增值税
 1. 科目设置
 2. 一般纳税人企业一般购销业务的会计处理
 3. 一般纳税人企业购入免税农产品的会计处理
 4. 小规模纳税企业的会计处理
 5. 视同销售的会计处理
 6. 不予抵扣项目的会计处理
 7. 转出多交和未交增值税的会计处理
- （二）消费税
 1. 科目设置
 2. 产品销售的会计处理
 3. 委托加工应税消费品的会计处理
 4. 进出口产品的会计处理
- （三）营业税
 1. 科目设置
 2. 其他业务收入相关营业税的会计处理
 3. 销售不动产相关营业税的会计处理
 4. 出租或出售无形资产相关营业税的会计处理
- （四）其他应交税费

1. 资源税
2. 土地增值税
3. 房产税、土地使用税、车船使用税和印花税
4. 城市维护建设税
5. 所得税
6. 耕地占有税

六、应付利息

七、应付股利

八、其他应付款

第三节 非流动负债

长期负债是偿还期在一年或者超过一年的一个经营周期以上的债务。长期负债属于非流动负债。

长期负债主要有长期借款、应付债券和长期应付款。

一、长期借款

长期借款，是指企业从银行或其他金融机构借入的期限在一年（不含一年）以上的借款。

长期借款按有无担保标准，可分为担保借款和信用借款；按借款币种，可分为人民币借款和外汇借款；按借款的偿还方式，可分为定期偿还借款和分期偿还借

二、应付债券

- （一）一般公司债券
- （二）可转换公司债券

三、长期应付款

- （一）应付融资租入固定资产的租赁费
- （二）具有融资性质的分期付款购买设备

复习思考题

1. 流动负债包括哪些内容？如何进行会计处理？
2. 企业债券如何分类？债券的应计利息怎样计算？如何进行应付债券会计处理？
2. 长期应付款主要包括哪几种情形？如何进行会计处理？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 9 号-职工薪酬（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 13 号-或有事项（2006）.北京:经济科学出版社.2006

3. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
4. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12
5. 中华人民共和国国务院令 第 538 号 《中华人民共和国增值税暂行条例》2008.11
6. 中华人民共和国国务院令 第 539 号 《中华人民共和国消费税暂行条例》2008.11
7. 中华人民共和国国务院令 第 540 号 《中华人民共和国营业税暂行条例》2008.11

第十章 所有者权益

学习目的和要求

本章主要讲授所有者权益的会计处理。通过本章的学习，了解所有者权益的涵义、特征和构成，掌握实收资本、资本公积、盈余公积和未分配利润的基本内容及会计处理。

学时分配：3 学时

所有者权益是指企业资产扣除负债后由所有者享有的剩余权益。公司的所有者权益又称为股东权益。所有者权益的来源包括所有者投入的资本、直接计入所有者权益的利得和损失、留存收益等。

直接计入所有者权益的利得和损失，是指不应计入当期损益、会导致所有者权益发生增减变动的、与所有者投入资本或者向所有者分配利润无关的利得或者损失。

利得是指由企业非日常活动所形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的流入。

损失是指由企业非日常活动所发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的流出。

第一节 所有者权益核算的基本要求

一、权益工具与金融负债的区分

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》的规定，权益工具是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。因此，从权益工具的发行方看，权益工具属于所有者权益的组成部分。

企业发行金融工具，应当按照该金融工具的实质，以及金融资产、金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分确认为金融资产、金融负债或权益工具。

如果该工具合同条款中没有包括交付现金或其他金融资产给其他单位的合同义务，也没有包括在潜在不利条件下与其他单位交换金融资产或金融负债的合同义务，那么该工具应确认为权益工具。

如果企业发行的该工具将来须用或可用自身权益工具进行结算，还需要继续区分不同情况进行判断。企业发行的金融工具如为非衍生工具，且企业没有义务交付非固定数量的自身权益工具进行结算，那么该工具应确认为权益工具；如为衍生工具，且企业只有通过交付固定数量的自身权益工具（此处所指权益工具不包括需要通过收取或交付企业自身权益工具进行结算的合同），换取固定数额的现金或其他金融资产进行结算，那么该工具也应确认为权益工具。

企业在进行权益工具和金融负债区分时，还应注意以下方面：

（一）某项合同是一项权益工具并不仅仅是因为它可能导致获得或交付企业自身的权益工具。

（二）在一个合同中，如企业通过交付（或获取）固定数额的自身权益工具以获取固定数额的现金或其他金融资产，则该合同是一项权益工具。

（三）一项合同使企业承担以现金或其他金融资产回购自身权益工具的义务时，该合同形成企业的一项金融负债，其金额等于赎回所需支付的金额的现值（例如远期回购价格的现值、期权的执行价格的现值以及其他可赎回金额的现值等）。

（四）企业发行的优先股或具有类似特征的金融工具，应分别不同情况，注重其实质进行分类。对于发行时附带各种不同权利的优先股，企业应当评估这些权利，以确定它是否呈现金融负债的基本特征。

（五）金融工具列报准则规定，如果可认定合同中要求以现金、其他金融资产结算的或有结算条款相关的事项不会发生，发行方应当将相关金融工具合同确认为权益工具。

（六）在合并财务报表中对金融工具（或其组成部分）进行分类时，企业应考虑集团所属企业和金融工具的持有方之间达成的所有条款和条件，以确定集团作为一个整体是否由于该工具而承担了交付现金或其他金融资产的义务，或承担了以其他方式结算的义务，如是，则该结算方式将导致该工具归类为金融负债。

二、混合工具的分拆

企业发行的某些非衍生金融工具，即混合工具，既含有负债成份又含有权益成份的，应当在初始确认时将负债和权益成份进行分拆，分别进行处理。

企业（发行方）在进行分拆时，应当先确定负债成份的公允价值并以此作为其初始确认金额，再按照该金融工具整体的发行价格扣除负债成份初始确认金额后的金额确定权益成份的初始确认金额。负债成份的公允价值是合同规定的未来现金流量按一定利率折现的现值。其中，利率根据市场上具有可比信用等级并在相同条件下提供几乎相同现金流量，但不具有转换权的工具适用利率确定。

发行该非衍生金融工具发生的交易费用，应当在负债成份和权益成份之间按照各自的相对公允价值进行分摊。

企业（发行方）对可转换工具进行会计处理时，还应注意以下方面：

（一）在可转换工具到期转换时，应终止确认其负债部分并将其确认为权益。

（二）企业通过在到期日前赎回或回购而终止一项仍旧具有转换权的可转换工具时，应在交易日将赎回或回购所支付的价款以及发生的交易费用分配至该工具的权益部分和负债部分。

（三）企业可能修订可转换工具的条款以促使持有方提前转换。

三、所有者权益的分类

所有者权益根据其核算内容 and 要求，可分为实收资本（股本）、资本公积、盈余公积和未分配利润等部分。其中盈余公积和未分配利润统称为留趣收益。

第二节 实收资本

一、实收资本确认和计量的基本要求

二、实收资本增减变动的会计处理

（一）实收资本增加的会计处理

1. 企业增加资本的一般途径：企业接受投资者额外投资；资本公积转增资本；盈余公积转增资本

2. 股份有限公司发放股票股利
3. 可转换公司债券持有人行使转换权利
4. 企业将重组债务转为资本
5. 以权益结算的股份支付的行权

（二）实收资本减少的会计处理

企业实收资本减少有原因大体上有两种，一是资本过剩；二是企业发生重大亏损而需要减少实收资本。

有限责任公司和一般企业发还投资时通常按法定程序报批减少注册资本，股份公司发还股款时，则要回购发行的股票。

第三节 资本公积

一、资本公积概述

资本公积是企业收到投资者的超出其在企业的注册资本（或股本）中所占份额的投资，以及直接计入所有者权益的利得和损失等。资本公积包括资本溢价（股本溢价）和直接计入所有者权益的利得和损失等。

资本溢价（或股本溢价）是企业收到投资者超出其在企业注册资本（或股本）中所占份额的投资。形成资本溢价（或股本溢价）的原因有溢价发行股票、投资者超额缴入资本等。

直接计入所有者权益的利得和损失是指不计入当期损益、会导致所有者权益了生增减变动的、与所有者投入的利得或者向所有者分配利润无关的利得或损失。

二、资本公积的确认与计量

（一）资本溢价或股本溢价的会计处理

（二）其他资本公积的会计处理

1. 长期股权投资采用权益法核算
2. 以权益结算的股份支付的行权
3. 自用房地产或存货转换为采用公允价值模式计量的投资性房地产
4. 可供出售金融资产的公允价值的变动
5. 可供出售外币非货币性项目的汇总差额
6. 金融资产的重分类

（三）资本公积转增资本的会计处理

第四节 留存收益

留存收益包括企业的盈余公积和未分配利润，是通过企业的生产经营活动而形成的资本，即经

营所得净利润的积累。

一、盈余公积

（一）盈余公积的有关规定

1. 提取法定盈余公积
2. 提取任意盈余公积
3. 向投资者分配利润

企业提取盈余公积主要可以用于以下几个方面：弥补亏损；转增资本；扩大企业生产经营。

（二）盈余公积的确认与计量

二、未分配利润

- （一）分配股利或利润的会计处理
- （二）期末结转的会计处理
- （三）弥补亏损的会计处理

复习思考题

1. 简述所有者权益和负债的联系和区别。
2. 什么是投入资本？其基本内容与投资方式有哪些？
3. 什么是资本公积？包括哪些内容？
4. 资本公积、盈余公积和未分配利润有何不同？

拓展阅读书目

1. 《中华人民共和国公司法》（中华人民共和国主席令第42号，2005年10月27日修订通过，自2006年1月1日起施行）
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第22号-金融工具确认与计量（2006）.北京:经济科学出版社.2006
3. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第37号-金融工具列报（2006）.北京:经济科学出版社.2006
4. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
5. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第十一章 收入、费用和利润

学习目的和要求

本章重点讲述利润表要素—收入、费用和利润。通过本章学习，掌握收入的内容及销售商品收入确认、计量方法以及存在现金折扣、商业折扣、折让和销售退回情况下收入计量方法；了解提供劳务收入和让渡资产使用权收入的确认和计量方法；

学时分配：6 学时

第一节 收 入

一、收入的定义及分类

（一）收入，是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。

（二）收入的分类

企业会计准则第 14 号—收入中所涉及的收入，包括销售商品收入、提供劳务收入和让渡资产使用权收入、建造合同收入。

企业代第三方收取的款项，应当作为负债处理，不应当确认为收入。

二、销售商品收入

（一）销售商品收入的确认与计量

1. 企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
2. 企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
3. 收入的金额能够可靠地计量；
4. 相关的经济利益很可能流入企业；
5. 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（二）销售商品收入的会计处理

1. 通常情况下销售商品收入的处理

企业应当按照从购货方已收或应收的合同或协议价款确定销售商品收入金额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。

2. 托收承付方式销售商品的处理

托收承付，是指企业根据合同发货后，委托银行向异地付单位收取款项，由购货方向银行承诺付款的销售方式。企业通常在发出商品且办妥托收手续时确认收入。

3. 销售商品涉及现金折扣、商业折扣、销售折让和销售退回的会计处理

（1）销售商品涉及现金折扣的，应当按照扣除现金折扣前的金额确定销售商品收入金额。现金折扣在实际发生时计入财务费用。现金折扣，是指债权人为鼓励债务人在规定的期限内付款而向债务人提供的债务扣除。

(2) 销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。商业折扣，是指企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除。

(3) 企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售折让的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。销售折让属于资产负债表日后事项的，适用《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》。销售折让，是指企业因售出商品的质量不合格等原因而在售价上给予的减让。

(4) 企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。销售退回属于资产负债表日后事项的，适用《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》。销售退回，是指企业售出的商品由于质量、品种不符合要求等原因而发生的退货。

4. 特殊销售商品业务的处理

(1) 代销商品

视同买断方式

收取手续费方式

(2) 预收款销售商品

(3) 分期收款销售商品

(4) 附有销售退回条件的商品销售

(5) 销售回购

(6) 售后租回

(7) 以旧换新

三、提供劳务收入

(一) 提供劳务交易结果能够可靠估计

企业在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，应当采用完工百分比法确认提供劳务收入。

1. 提供劳务交易的结果能够可靠估计的条件：

(1) 收入的金额能够可靠地计量；

(2) 与交易相关的经济利益很可能流入企业；

交易的完工进度能够可靠地确定；

交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

(3) 企业确定提供劳务交易的完工进度，可以选用下列方法：

已完工作的测量。

已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例。

已经发生的成本占估计总成本的比例。

(4) 交易过程中发生的费用和完成交易所花费的成本能够可靠地予以计量

2. 完工百分比法的应用

完工百分比法，是指按照提供劳务交易的完工进度确认收入与费用的方法。

本期确认的收入=劳务总收入×本期末止劳务的完工进度-以前期间已确认的收入

本期确认的费用=劳务总成本×本期末止劳务的完工进度-以前期间已确认的费用

(二) 提供劳务交易结果不能可靠估计

企业在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，应当分别下列情况处理：

1. 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

2. 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，应当将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（三）同时销售商品和提供劳务交易

企业与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，应当将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。

销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，应当将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

（四）建设经营移交方式与公共基础设施建设业务

（五）授予客户奖励积分

（六）其他特殊劳务收入

四、让渡资产使用权收入

（一）让渡资产使用权收入的确认

让渡资产使用权收入包括利息收入、使用费收入等。

让渡资产使用权收入同时满足下列条件的，才能予以确认：

1. 相关的经济利益很可能流入企业；
2. 收入的金额能够可靠地计量。

（二）让渡资产使用权收入的计量

企业应当分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

1. 利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。
2. 使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

五、建造合同收入

（一）建造合同概述

（二）合同的分立与合并

1. 合同分立
2. 合同合并
3. 追加资产的建造

（三）合同收入与合同成本

1. 合同收入的组成
2. 合同成本的组成
 - （1）直接费用的组成
 - （2）间接费用的组成
 - （3）不计入合同成本的各项费用

（四）合同收入与合同费用的确认

合同收入与合同费用确认的基本原则

1. 如果建造合同的结果能够可靠估计的，企业应根据完工百分比法在资产负债表日确认合同收入和合同费用。
2. 如果建造合同的结果不能够可靠估计的，应分两种情况进行处理：合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本金额予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；合同成本能够收回的，应在发生时立即确认为合同费用，不确认合同收入。
3. 合同预计总成本超过合同总收入的，应当将预计损失确认为当期费用。

第二节 费 用

一、费用的确认

费用是指企业在日常活动中发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的总流出。

广义上的费用泛指企业各种日常活动发生的各种耗费，狭义上的费用仅指与本期营业收入配比的那部分耗费。

在确认费用时，首先应当划分生产费用与非生产费用。

在确认费用时，对于确认为期间费用的费用，必须进一步划分为管理费用、销售费用和财务费用。对于确认为生产费用的费用，必须根据费用发生的实际情况分别不同费用性质将其确认为不同产品所负担的费用。

二、期间费用

期间费用是指本期发生的，不能直接或间接归属于某种产品成本的、直接计入损益的各项费用，包括管理费用、销售费用和财务费用。

- （一）管理费用
- （二）销售费用
- （三）财务费用

第三节 利 润

一、利润的构成

利润是指企业在一定会计期间的经营成果。利润包括收入减去费用后的净额、直接计入当期利润的利得和损失等

利润相关计算公式如下：

（一）营业利润

营业利润=营业收入－营业成本－营业税金及附加－销售费用－管理费用－财务费用－资产减值损失+公允价值变动收益（或损失）+投资收益（或损失）

（二）利润总额

利润总额=营业利润+营业外收入-营业外支出

（三）净利润

净利润=利润总额-所得税费用

二、营业外收支的会计处理

营业外收支是指企业发生的与日常活动无直接关系的各项收支。

（一）营业外收入

营业外收入是指企业发生的与日常活动无直接关系的各项利得。营业外收入主要包括：非流动资产处置利得、非货币性资产交换利得、债务重组利得、政府补助、盘盈利得、捐赠利得等

（二）营业外支出

营业外支出是指企业发生的与日常活动无直接关系的各项损失。营业外支出主要包括：非流动资产处置损失、非货币性资产交换损失、债务重组损失、公益性捐赠支出、非常损失、盘亏损失等

三、本年利润的会计处理

企业应设置“本年利润”科目，核算企业当期实现的净利润（或发生的亏损）。

复习思考题

1. 什么是收入？收入包括哪些内容？
2. 销售商品收入怎样确认、计量？存在现金折扣、商业折扣、折让和销售退回等情况下的收入如何计量？
3. 提供劳务收入和建造合同收入在确认与计量方面有什么区别？
4. 让渡资产使用权收入的确认和计量方法如何？
5. 年度终了“本年利润”和“利润分配——未分配利润”两个账户的作用是什么？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 14 号-收入（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 15 号-建造合同（2006）.北京:经济科学出版社.2006
3. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
4. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第十二章 财务报告

学习目的和要求

本章着重讲解了财务报表的组成、财务报表列报的基本要求、资产负债表、利润表、所有者权益变动表的列示和附注的披露内容、结构及其编制方法等问题。通过本章学习，了解财务报告的组成部分，掌握资产负债表、利润表、现金流量表的编制方法，了解所有者权益变动表和附注的基本内容。

学时分配：6 学时

第一节 财务报表列报概述

财务报告，是指企业对外提供的反映企业某一特定日期的财务状况和某一会计期间的经营成果、现金流量等会计信息的文件。财务报告包括财务报表和其他应当在财务报告中披露的相关信息和资料。

一、财务报表的定义和构成

财务报表是会计要素确认、计量的结果和综合性描述。

一套完整的财务报表至少应当包括“四表一注”，即资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益（或股东权益，下同）变动表以及附注。

列报，是指交易和事项在报表中的列示和在附注中的披露。在财务报表的列报中，“列示”通常反映资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表等报表中的信息，“披露”通常反映附注中的信息。《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》（以下简称财务报表列报准则）规范了财务报表的列报。

财务报表可以按照不同的标准进行分类。

（1）按财务报表编报期间的不同，可以分为中期财务报表和年度财务报表。中期财务报表是以短于一个完整会计年度的报告期间为基础编制的财务报表，包括月报、季报和半年报等。

（2）按财务报表编报主体的不同，可以分为个别财务报表和合并财务报表。个别财务报表是由企业在自身会计核算基础上对账簿记录进行加工而编制的财务报表，它主要用以反映企业自身的财务状况、经营成果和现金流量情况。合并财务报表是以母公司和子公司组成的企业集团为会计主体，根据母公司和所属子公司的财务报表，由母公司编制的综合反映企业集团财务状况、经营成果及现金流量的财务报表。

二、财务报表列报的基本要求

（一）依据各项会计准则确认和计量的结果编制财务报表

企业应当根据实际发生的交易和事项，遵循各项具体会计准则的规定进行确认和计量，并在此基础上编制财务报表。

（二）列报基础

持续经营是会计的基本前提，是会计确认、计量及编制财务报表的基础。财务报表列报准则的规定是以持续经营为基础的。

在非持续经营情况下，企业应当在附注中声明财务报表未以持续经营为基础列报，披露未以持续经营为基础的原因以及财务报表的编制基础。

（三）重要性和项目列报

关于项目在财务报表中是单独列报还是合并列报，应当依据重要性原则来判断。总的原则是，如果某项目单个看不具有重要性，则可将其与其他项目合并列报；如具有重要性，则应当单独列报。具体而言，应当遵循以下几点：

1. 性质或功能不同的项目，一般应当在财务报表中单独列报，但是不具有重要性的项目可以合并列报。

2. 性质或功能类似的项目，一般可以合并列报，但是对其具有重要性的类别应该单独列报

3. 项目单独列报的原则不仅适用于报表，还适用于附注。

4. 无论是财务报表列报准则规定的单独列报项目，还是其他具体会计准则规定单独列报的项目，企业都应当予以单独列报。

重要性是判断项目是否单独列报的重要标准。企业会计准则首次对“重要性”概念进行了定义，即如果财务报表某项目的省略或错报会影响使用者据此作出经济决策的，则该项目就具有重要性。

（四）列报的一致性

可比性是会计信息质量的一项重要质量要求，目的是使同一企业不同期间和同一期间不同企业的财务报表相互可比。为此，财务报表项目、的列报应当在各个会计期间保持一致，不得随意变更，这一要求不仅只针对财务报表中的项目名称，还包括财务报表项目的分类、排列顺序等方面。

（五）财务报表项目金额间的相互抵销

财务报表项目应当以总额列报，资产和负债、收入和费用不能相互抵销，即不得以净额列报，但企业会计准则另有规定的除外。

以下两种情况不属于抵销：（1）资产计提的减值准备，实质上意味着资产的价值确实发生了减损，资产项目应当按扣除减值准备后的净额列示，这样才反映了资产当时的真实价值，并不属于上面所述的抵销。（2）非日常活动并非企业主要的业务，且具有偶然性，从重要性来讲，非日常活动产生的损益以收入和费用抵销后的净额列示，对公允反映企业财务状况和经营成果影响不大，抵销后反而更能有利于报表使用者的理解。

（六）比较信息的列报

企业在列报当期财务报表时，至少应当提供所有列报项目上一可比会计期间的比较数据，以及与理解当期财务报表相关的说明，目的是向报表使用者提供对比数据，提高信息在会计期间的可比性，以反映企业财务状况、经营成果和现金流量的发展趋势，提高报表使用者的判断与决策能力。

（七）财务报表表首的列报要求

财务报表一般分为表首、正表两部分，其中，在表首部分企业应当概括地说明下列基本信息：（1）编报企业的名称，（2）资产负债表应当列示资产负债表日，利润表、现金流量表、所有者权益变动表应当列示涵盖的会计期间；（3）企业应当以人民币货币列报，并标明金额单位；（4）财务报表是合并财务报表的，应当予以标明。

（八）报告期间

企业至少应当编制年度财务报表。根据《中华人民共和国会计法》的规定，会计年度自公历1月1日起至12月31日止。企业应当披露年度财务报表的实际涵盖期间及其短于一年的原因，并应当说明由此引起财务报表项目与比较数据不具可比性这一事实。

第二节 资产负债表

一、资产负债表概述

（一）资产负债表的定义和作用

资产负债表是反映企业在某一特定日期的财务状况的会计报表。资产负债表主要提供有关企业财务状况方面的信息，即某一特定日期关于企业资产、负债、所有者权益及其相互关系。

资产负债表的作用包括：

第一，可以提供某一日期资产的总额及其结构，表明企业拥有或控制的资源及其分布情况，使用者可以一目了然地从资产负债表上了解企业在某一特定日期所拥有的资产总量及其结构。

第二，可以提供某一日期负债总额及其结构，表明企业未来需要用多少资产或劳务清偿债务以及清偿时间。

第三，可以反映所有者所拥有的权益，据以判断资本保值、增值的情况以及对负债的保障程度。

（二）资产负债表列报总体要求

1. 分类别列报

资产负债表应当按照资产、负债和所有者权益三大类别分类列报。

2. 资产和负债按流动性列报

资产和负债应当按照流动性分别分为流动资产和非流动资产、流动负债和非流动负债列示。流动性，通常按资产的变现或耗用时间长短或者负债的偿还时间长短来确定。按照财务报表列报准则的规定，应先列报流动性强的资产或负债，再列报流动性弱的资产或负债。

金融企业可以大体按照流动性顺序列示资产和负债。

3. 列报相关的合计、总计项目

资产负债表中的资产类至少应当列示流动资产和非流动资产的合计项目；负债类至少应当列示流动负债、非流动负债以及负债的合计项目；所有者权益类应当列示所有者权益的合计项目。

资产负债表遵循了“资产=负债+所有者权益”这一会计恒等式。

（三）资产的列报

资产负债表中资产应当按照流动资产和非流动资产两大类别在资产负债表中列示，在流动资产和非流动资产类别下进一步按性质分项列示。

1. 流动资产和非流动资产的划分

资产负债表中的资产应当分别流动资产和非流动资产列报。

2. 正常营业周期

（四）负债的列报

资产负债表中负债应当按照流动负债和非流动负债在资产负债表中列示，在流动负债和非流动负债类别下再进一步按性质分项列示。

1. 流动负债与非流动负债的划分

流动负债的判断标准与流动资产的判断标准相类似。

2. 资产负债表日后事项对流动负债与非流动负债划分的影响

(1) 资产负债表日起一年内到期的负债

(2) 违约长期债务

(五) 所有者权益的列报

资产负债表中的所有者权益类一般按照净资产的不同来源和特定用途进行分类,应当按照实收资本(或股本)、资本公积、盈余公积、未分配利润等项目分项列示。

二、一般企业资产负债表的列报格式和列报方法

(一) 一般企业资产负债表的列报格式

1. 账户式的资产负债表列报格式

2. 列示资产负债表的比较信息

(二) 一般企业资产负债表的列报方法

1. 资产负债表“期末余额”栏的填列方法

本表“期末余额”栏内各项数字,一般应根据资产、负债和所有者权益类科目的期末余额填列。

(1) 根据总账科目的余额填列。

(2) 根据明细账科目余额计算填列。

(3) 根据总账科目和明细账科目余额分析计算填列。

(4) 根据有关科目余额减去其备抵科目余额后的净额填列。

(5) 综合运用上述填列方法分析填列。

2. 资产负债表“年初余额”栏的填列方法

3. 资产负债表可以生成的经济指标

三、资产负债表编制示例

第三节 利润表

一、利润表概述

(一) 利润表的定义和作用

利润表是反映企业在一定会计期间的经营成果的会计报表。

通过利润表,可以反映企业一定会计期间收入的实现情况;可以反映一定会计期间的费用耗费情况;可以反映企业生产经营活动的成果,即净利润的实现情况,据以判断资本保值、增值等情况。

(二) 费用采用“功能法”列报

根据财务报表列报准则的规定,对于费用的列报,企业应当采用“功能法”列报,即按照费用在企业所发挥的功能进行分类列报,通常分为从事经营业务发生的成本、管理费用、销售费用和财务费用等,并且将营业成本与其他费用分开披露。

由于关于费用性质的信息有助于预测企业未来现金流量,企业可以在附注中披露费用按照性质

分类的利润表补充资料。费用按照性质分类，指将费用按其性质分为耗用的原材料、职工薪酬费用、折旧费、摊销费等，而不是按照费用在企业所发挥的不同功能分类。

二、一般企业利润表的列报格式和列报方法

（一）一般企业利润表的列报格式

1. 多步式的利润表列报格式

企业应当采用多步式列报利润表，将不同性质的收入和费用类别进行对比，从而可以得出一些中间性的利润数据，便于使用者理解企业经营成果的不同来源。企业可以分如下三个步骤编制利润表：

第一步，以营业收入为基础，减去营业成本、营业税金及附加、销售费用、管理费用、财务费用、资产减值损失，加上公允价值变动收益（减去公允价值变动损失）和投资收益（减去投资损失），计算出营业利润；

第二步，以营业利润为基础，加上营业外收入，减去营业外支出，计算出利润总额；

第三步，以利润总额为基础，减去所得税费用，计算出净利润（或净亏损）。

普通股或潜在普通股已公开交易的企业，以及正处于公开发行普通股或潜在普通股过程中的企业，还应当利润表中列示每股收益信息。

2. 列示利润表的比较信息

利润表就各项目再分为“本期金额”和“上期金额”两栏分别填列。

（二）一般企业利润表的列报方法

1. 利润表“本期金额”栏和“上期金额”栏的列报方法

2. 利润表可以生成的经济指标

3. 关于“基本每股收益”和“稀释每股收益”指标

第四节 现金流量表

一、现金流量表的定义和作用

现金流量表，是反映企业一定会计期间现金和现金等价物流入和流出的报表。

现金流量表的作用主要体现在以下几个方面：

一是有助于评价企业支付能力、偿债能力和周转能力。

二是有助于预测企业未来现金流量。

三是有助于分析企业收益质量及影响现金净流量的因素，掌握企业经营活动、投资活动和筹资活动的现金流量，可以从现金流量的角度了解净利润的质量，为分析和判断企业的财务前景提供信息。

二、现金流量表的编制基础

现金流量表以现金及现金等价物为基础编制，划分为经营活动、投资活动和筹资活动，按照收付实现制原则编制，将权责发生制下的盈利信息调整为收付实现制下的现金流量信息。

（一）现金

（二）现金等价物

（三）现金及现金等价物范围的确定和变更

三、现金流量的分类及列示

（一）现金流量的分类

1. 经营活动

2. 投资活动

3. 筹资活动

（二）现金流量的列示

通常情况下，现金流量应当分别按照现金流入和现金流出总额列报，从而全面揭示企业现金流量的方向、规模和结构。

四、现金流量表的编制方法及程序

（一）直接法和间接法

直接法，是指按现金收入和现金支出的主要类别直接反映企业经营活动产生的现金流量

间接法，是指以净利润为起算点，调整不涉及现金的收入、费用、营业外收支等有关项目，剔除投资活动、筹资活动对现金流量的影响，据此计算出经营活动产生的现金流量。

（二）工作底稿法或 T 型账户法

在具体编制现金流量表时，可以采用工作底稿法或 T 型账户法，也可以根据有关科目记录分析填列。

1. 工作底稿法

采用工作底稿法编制现金流量表，是以工作底稿为手段，以资产负债表和利润表数据为基础，对每一项目进行分析并编制调整分录，从而编制现金流量表。工作底稿法的程序是：

第一步，将资产负债表的期初数和期末数过入工作底稿的期初数栏和期末数栏。

第二步，对当期业务进行分析并编制调整分录。编制调整分录时，要以利润表项目为基础，从“营业收入”开始，结合资产负债表项目逐一进行分析。在调整分录中，有关现金和现金等价物的事项，并不直接借记或贷记现金，而是分别计入“经营活动产生的现金流量”、“投资活动产生的现金流量”、“筹资活动产生的现金流量”有关项目。借记表示现金流入，贷记表示现金流出。

第三步，将调整分录过入工作底稿中的相应部分。

第四步，核对调整分录，借方、贷方合计数均已经相等，资产负债表项目期初数加减调整分录中的借贷金额以后，也等于期末数。

第五步，根据工作底稿中的现金流量表项目部分编制正式的现金流量表。

2. T 型账户法

采用 T 型账户法编制现金流量表，是以 T 型账户为手段，以资产负债表和利润表数据为基础，对每一项目进行分析并编制调整分录，从而编制现金流量表。T 型账户法的程序是：

第一步，为所有的非现金项目（包括资产负债表项目和利润表项目）分别开设 T 型账户，并将各自的期末期初变动数过入各相关账户。如果项目的期末数大于期初数，则将差额过入和项目余额相同的方向；反之，过入相反的方向。

第二步，开设一个大的“现金及现金等价物”T型账户，每边分为经营活动、投资活动和筹资活动三个部分，左边记现金流入，右边记现金流出。与其他账户一样，过入期末期初变动数。

第三步，以利润表项目为基础，结合资产负债表分析每一个非现金项目的增减变动，并据此编制调整分录。

第四步，将调整分录过入各T型账户，并进行核对，该账户借贷相抵后的余额与原先过入的期末期初变动数应当一致。

第五步，根据大的“现金及现金等价物”T型账户编制正式的现金流量表。

五、现金流量表的编制示例

第五节 所有者权益变动表

一、所有者权益变动表概述

（一）所有者权益变动表的定义

所有者权益变动表是反映构成所有者权益的各组成部分当期的增减变动情况的报表。所有者权益变动表应当全面反映一定时期所有者权益增减变动的重要结构性信息，特别是要反映直接计入所有者权益的利得和损失，让报表使用者准确理解所有者权益增减变动的根源。

（二）所有者权益变动表在一定程度上体现了企业综合收益

综合收益，是指企业在某一期间与所有者之外的其他方面进行交易或发生其他事项所引起的净资产变动。综合收益的构成包括两部分：净利润和直接计入所有者权益的利得和损失。其中，前者是企业已实现并已确认的收益，后者是企业未实现但根据会计准则的规定已确认的收益。用公式表示如下：

综合收益 = 净利润 + 直接计入所有者权益的利得和损失

净利润 = 收入 - 费用 + 直接计入当期损益的利得和损失

在所有者权益变动表中，净利润和直接计入所有者权益的利得和损失均单列项目反映，体现了企业综合收益的构成。

二、一般企业所有者权益变动表的列报格式和列报方法

（一）一般企业所有者权益变动表的列报格式

1. 以矩阵的形式列报
2. 列示所有者权益变动表的比较信息

（二）一般企业所有者权益变动表的列报方法

1. 所有者权益变动表各项目的列报说明

（1）“上年年末余额”项目，反映企业上年资产负债表中实收资本（或股本）、资本公积、盈余公积、未分配利润的年末余额。

（2）“会计政策变更”和“前期差错更正”项目，分别反映企业采用追溯调整法处理的会计政策变更的累积影响金额和采用追溯重述法处理的会计差错更正的累积影响金额。

（3）“本年增减变动额”项目分别反映如下内容：

① “净利润”项目，反映企业当年实现的净利润（或净亏损）金额，并对应列在“未分配利润”栏。

② “直接计入所有者权益的利得和损失”项目，反映企业当年直接计入所有者权益的利得和损失金额。

③ “净利润”和“直接计入所有者权益的利得和损失”小计项目，反映企业当年实现的净利润（或净亏损）金额和当年直接计入所有者权益的利得和损失金额的合计额。

④ “所有者投入和减少资本”项目，反映企业当年所有者投入的资本和减少的资本。

⑤ “利润分配”下各项目，反映当年对所有者（或股东）分配的利润（或股利）金额和按照规定提取的盈余公积金额，并对应列在“未分配利润”和“盈余公积”栏。

⑥ “所有者权益内部结转”下各项目，反映不影响当年所有者权益总额的所有者权益各组成部分之间当年的增减变动，包括资本公积转增资本（或股本）、盈余公积转增资本（或股本）、盈余公积弥补亏损等项金额。

2. 上年金额栏的列报方法

所有者权益变动表“上年金额”栏内各项数字，应根据上年度所有者权益变动表“本年金额”栏内所列数字填列。

3. 本年金额栏的列报方法

所有者权益变动表“本年金额”栏内各项数字一般应根据“实收资本（或股本）”、“资本公积”、“盈余公积”、“利润分配”、“库存股”、“以前年度损益调整”等科目的发生额分析填列。企业的净利润及其分配情况作为所有者权益变动的组成部分，不需要单独设置利润分配表列示。

第六节 附 注

一、附注概述

（一）附注的概念

附注是财务报表不可或缺的组成部分，是对在资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表等报表中列示项目的文字描述或明细资料，以及对未能在这些报表中列示项目的说明等。

（二）附注披露的基本要求

1. 附注披露的信息应是定量、定性信息的结合，从而能从量和质两个角度对企业经济事项完整的进行反映，也才能满足信息使用者的决策需求。

2. 附注应当按照一定的结构进行系统合理的排列和分类，有顺序地披露信息。

3. 附注相关信息应当与资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表等报表中列示的项目相互参照，以有助于使用者联系相关联的信息，并由此从整体上更好地理解财务报表。

二、附注披露的内容

附注应当按照如下顺序披露有关内容：

（一）企业的基本情况

1. 企业注册地、组织形式和总部地址。

2. 企业的业务性质和主要经营活动，如企业所处的行业、所提供的主要产品或服务、客户的性质、销售策略、监管环境的性质等。

3. 母公司以及集团最终母公司的名称。

4. 财务报告的批准报出者和财务报告批准报出日。

（二）财务报表的编制基础

（三）遵循企业会计准则的声明

企业应当声明编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了企业的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。以此明确企业编制财务报表所依据的制度基础。如果企业编制的财务报表只是部分地遵循了企业会计准则，附注中不得做出这种表述。

（四）重要会计政策和会计估计

根据财务报表列报准则的规定，企业应当披露采用的重要会计政策和会计估计，不重要的会计政策和会计估计可以不披露。

1. 重要会计政策的说明

需要特别指出的是，说明会计政策时还需要披露下列两项内容：

（1）财务报表项目的计量基础。

（2）会计政策的确定依据。

2. 重要会计估计的说明

（五）会计政策和会计估计变更以及差错更正的说明

（六）报表重要项目的说明

（七）其他需要说明的重要事项

复习思考题

1. 什么是财务报告？财务报告包括哪些内容？
2. 财务报表列报有哪些基本要求？
3. 资产负债表列报总体要求有哪些？一般企业资产负债表的列报方法包括哪些内容？
4. 多步骤利润表如何编制？
5. 现金流量分为哪几类？比较现金流量编制方法：工作底稿法或 T 型账户法。
6. 一般企业所有者权益变动表的列报方法如何？
7. 附注应当披露有关内容有哪些？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 30 号-财务报表列报（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 31 号-现金流量表(2006).北京:经济科学出版社.2006
3. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
4. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

教学总进程及课时安排

章 次	教 学 内 容	讲授	课前后阅读练习
第一章	财务会计概念框架与企业会计准则	3	3×2
第二章	金融资产	9	9×2
第三章	存货	3	3×2
第四章	长期股权投资	6	6×2
第五章	固定资产	6	6×2
第六章	无形资产	3	3×2
第七章	投资性房地产	3	6×2
第八章	资产减值	3	3×2
第九章	负债	3	3×2
第十章	所有者权益	3	3×2
第十一章	收入、费用和利润	6	6×2
第十二章	财务报告	6	6×2
合 计		54	108

《税法》教学大纲

杨 萍 编写

目 录

前 言.....	214
定位.....	214
结构.....	214
学习方法.....	215
第一编 税法基础理论——走进税法世界的大门.....	216
第一章 税法及其调整对象.....	216
第一节 税法的概念.....	216
一、税收的概念.....	216
二、税法的概念.....	216
第二节 税法渊源及其调整对象.....	216
一、税法渊源.....	216
二、税法的调整对象.....	217
思考与应用.....	217
第二章 税法在中国.....	218
第一节 改革开放前的税法（1950 年至 1978 年）.....	218
第二节 改革开放后的税法（1978 年至今）及发展目标.....	218
思考与应用.....	218
第三章 税收法律关系.....	219
第一节 税收法律关系概述.....	219
一、税收法律关系的概念.....	219
二、税收法律关系的性质.....	219
三、税收法律关系的本质.....	219
第二节 税收法律关系的构成要素.....	219
一、税收法律关系的主体.....	219
二、税收法律关系的内容.....	219
三、税收法律关系客体.....	220
第三节 税收法律关系的产生、变更与终止.....	220
一、税收法律事实.....	220
二、税收法律关系的产生、变更与终止.....	220
思考与应用.....	220
第四章 税法原则.....	222
第一节 税法原则概述.....	222
一、税法原则的概念.....	222
二、税法原则的地位及意义.....	222
第二节 税法基本原则各论.....	222
一、税收法定原则.....	222
二、税法公平规定.....	222
三、税法效益原则.....	222
第三节 税法的具体原则各论.....	222
一、社会政策原则.....	222

二、适度税收原则.....	223
三、税法简化原则.....	223
四、实质征税原则.....	223
思考与应用.....	223
第五章 税法的构成要素及其分类.....	224
第一节 税法的构成要素.....	224
一、纳税人.....	224
二、征税对象.....	224
三、税目.....	224
四、计税依据.....	224
五、税率.....	224
六、纳税环节.....	224
七、纳税期限和申报期限.....	224
八、纳税地点.....	225
九、税收优惠.....	225
第二节 税法分类.....	225
一、按照税法的功能作用不同划分.....	225
二、按照征税对象不同划分.....	225
三、按照税收是否转嫁划分.....	225
四、按照税法适用的主体不同划分.....	225
思考与应用.....	225
第二编 实体税法——一个个具体税种单行税法构成的统一体.....	227
第六章 商品及劳务税法.....	227
第一节 增值税法.....	227
一、增值税法概念.....	227
二、增值税法的基本内容.....	227
第二节 消费税法.....	228
一、消费税法概述.....	228
二、消费税法的基本内容.....	229
第三节 营业税法.....	230
一、营业税法概述.....	230
二、营业税法的基本内容.....	230
第四节 城市维护建设税法.....	230
一、城市维护建设税法概述.....	230
二、城市维护建设税法的基本内容.....	231
第五节 关税法.....	231
一、关税法概述.....	231
二、关税法的内容.....	231
思考与应用.....	232
第七章 所得税法.....	233
第一节 企业所得税法.....	233
一、企业所得税法概述.....	233
二、企业所得税法的基本内容.....	233

第二节 个人所得税法.....	234
一、个人所得税法概述.....	234
二、个人所得税法制度的内容.....	234
思考与应用.....	235
第八章 财产税法.....	236
第一节 契税法.....	236
一、契税法概述.....	236
二、契税法的基本内容.....	236
第二节 房产税法.....	236
一、房产税法概述.....	236
二、房产税法的基本内容.....	237
第三节 车辆购置税法.....	237
一、车辆购置税法概述.....	237
二、车辆购置税法的基本内容.....	237
第四节 车船税法.....	238
一、车船税法概述.....	238
二、车船使用税法基本内容.....	238
思考与应用.....	238
第九章 行为及目的税法.....	240
第一节 印花税法.....	240
一、印花税法概述.....	240
二、印花税法的基本内容.....	240
第二节 城镇土地使用税法.....	240
一、城镇土地使用税法概述.....	240
二、城镇土地使用税法的基本内容.....	241
第三节 耕地占用税法.....	241
一、耕地占用税法.....	241
二、耕地占用税法的基本内容.....	241
第四节 资源税法.....	242
一、资源税法概述.....	242
二、资源税法基本内容.....	242
第五节 土地增值税法.....	243
一、土地增值税法.....	243
二、土地增值税法的基本内容.....	243
思考与应用.....	244
第二编的综合思考与应用.....	244
第三编 程序税法.....	245
第十章 税收征收管理法.....	245
第一节 税务管理制度.....	245
一、税务登记制度.....	245
二、账簿、凭证管理制度.....	245
三、纳税申报制度.....	246
第二节 税款征收制度.....	246

一、税款征收方式	246
二、征税主体与纳税主体及相关当事人在税款征收中的权力（利）与义务	246
三、税款的退还与追征	248
第二节 税务检查制度	248
一、税务检查制度的概念	248
二、税务机关在税务检查中的权力与义务	248
三、纳税人、扣缴义务人在税务检查中的权利与义务	249
四、有关单位和个人在税务检查中的权利与义务	249
五、税务稽查制度	249
第三节 法律责任	249
一、纳税人、扣缴义务人涉及的违反税收征收管理法的行为及其法律责任	249
二、税务机关、税务人员涉及的违反税收征收管理法的主要行为及其法律责任	250
三、纳税人、扣缴义务人、税务人员及其他人涉及的违反税收征收管理法的主要行为及其法律责任	251
思考与应用	253
第十一章 税收救济法	254
第一节 税收救济法概述	254
一、税收救济法的概念	254
二、税收救济法的意义	254
三、税收救济法的途径	254
第二节 税务行政复议与行政诉讼制度	254
一、税务行政复议与行政诉讼制度的概念	254
二、税务行政复议与行政诉讼制度的范围	254
三、税务行政复议与行政诉讼管辖	255
四、税务行政复议与税务行政诉讼制度的程序	256
第三节 税务行政赔偿制度	256
一、税务行政赔偿制度概述	256
二、税务行政赔偿制度的内容	257
思考与应用	257
参考文献	258

前言

“普通教育的目的之一是让人们更多地了解世界，以便使他们成为好公民。经济学的学习和任何一门学科的学习一样是服务于这个目的的。因此，写一本经济学的教科书是一种极大的荣誉和职责。这也是经济学家促进政府更健全、未来更繁荣的一种方法。正如伟大的经济学家保罗·萨缪尔森所指出的：‘如果我能够写一国的经济学教科书，我就不用管谁制定该国的法律，或者谁起草高深的条约’。” [曼昆（美国）：《经济学原理》，生活·读书·新知三联书店与北京大学出版社出版，1999年9月第一版，第6页]

美国经济学家曼昆以自己丰厚的经济学知识和将写教科书作为自己荣誉和职责的态度，写出了通俗易懂的《经济学原理》，使那些从未接触过经济学或对经济学不感兴趣的读者，因他的《经济学原理》而对经济学产生了浓厚的兴趣。每每读此书，我的脑海里总会浮现出这样的念头：“如果能够写出这样一本书，此生无憾！”中国政法大学张俊浩教授以自己多年积淀的民法学知识和对教科书严谨的态度，写出了一版再版的《民法学原理》，使那些对民法学感到博大精深、难以读懂的读者，因他主编的《民法学原理》而对民法产生了极大的兴趣。一个学生讲：“原来读张俊浩老师的书有点读不懂，但越读越觉得只有这本书才是最好的。”

从中我们已深深地领悟到：好教科书的真正价值所在。它们会使读者产生读了此书是其一生之幸事和不读此书是其一生之憾事之感。因为，它们不仅仅给予读者知识和原理，更重要的是，它们在通过传授知识、原理的过程中给读者更深层次的东西，即如何思考，如何创造性地思考；而且是以严谨、认真的方式去思考。正是这种认真、严谨，同时又有创造性的思考能力才是给读者的最重要的东西。换句话讲，好的教科书不是授之以鱼，而是授之以渔，使读者读后达到知识—方法—理念三大阶梯的升华。

我深知我的功底远不如上述两位“家”，但我从他们身上学到了做事的态度—虔诚、认真和严谨。

定位

与其他许多税法教材相比，本书将较多的篇幅用于税法原理，而将较少的篇幅用于相关理论的探讨。我们常说，资源是稀缺的，但我们几乎没有意识到学生的时间也是稀缺资源之一。为了尊重学生的时间，我们将本书定位在如书名《税法原理》的“原理”二字。

为了提炼出税法的精华，我们必须考虑对于大学本科生来说，真正需要的是什么。据我了解，大学本科生在入学之前，很少或几乎没有接触税法知识。税法是法学课程的组成部分，但由于其自身的专业性、相关教科书书写的内容和方式以及教师的教学方式，使学生在大量接触法学课程之后，仍然认为税法枯燥、难懂。因此，我们的目标是学生在学完税法这门课后，不仅发现税法是有趣的，而且学会从一个新的角度和更有见解地思考问题和解决问题。

结构

为了给学生一本简单明了的教科书，本书共分三编：税法基础理论、实体税法、程序税法。

第一编包括税法及其调整对象、税法在中国、税收法律关系、税法的基本原则、税法的构成要素及其分类等内容。在这一领域，首先让学生领略税法的基础知识，它是学生认识税法的第一步，是他们进入实体税法和程序税法和通向税法最高境界的基石。

第二编包括商品及劳务税法、所得税法、财产税法和行为及目的税法等内容。学生以第一领域的知识作为基础，自然走进实体税法领域。在这一领域，学生将会领略世界各国、尤其是中国一个个具体税种在法律制度上的产生、发展及其内容。从中学生会感受到实体税法的趣味性和奇妙性。

第三编包括税收征收管理法、税务行政复议与行政诉讼制度等内容。在这一领域,让学生了解如何使有趣、丰富、具体的实体税法得以实现,使学生明白如果没有程序税法,再好的实体税法也只是一纸空文。

学习方法

本书目的是帮助学生学习税法学的基本原理,并向学生提供如何将这些原理运用到其所在的生活及工作实践中。

●每编对象 每编都从列出该编所包含的各章内容开始,使学生对该编内容有一个宏观上的认识。

●每章对象 每章都从列出该章所包含的主要内容开始,使学生对该章的主要内容有所认识。

●脚注的灵活运用 本书的脚注不仅局限于注释引用语的出处,而是灵活使用。如在书中正文中解释过于细化、但又需要解释的内容;关于一个问题的多种观点或自己的看法;等等;都可以通过脚注的形式处理。这样,既可以实现本书简单明了的目的,又可以使那些想了解相关问题更多的读者得到满足。

●思考与应用 每章结束时都给出该章的主要思考题和应用题。思考与应用题是本书的一大特色,这些思考与应用题不是对教科书主要问题的简单重复,而是经过深思熟虑设计出来的。其中,思考题的目的是让学生在学完该章内容后检验其对该章主要原理的掌握情况;应用题的目的是使学生运用其已学过的原理,学会能够继续研究一些理论问题和解决一些实际问题。通过思考与应用题,一方面提高学生搜集资料、检索资料、分析资料、最终达到产生自己观点的研究能力;另一方面,让学生走入社会做相关的社会调查,在调查中使学生学会接触社会以及解决问题的能力。在这两个过程中,都要求学生将自己的研究成果或调查结果以书面形式表达出来,再以口头形式表达出来,使学生的书面表达和口头表达的能力得以提高。

第一编 税法基础理论——走进税法世界的大门

在这一领域，我们将领略税法的基础知识，它是我们认识税法的第一步，是我们走向税法第二、第三领域和通向税法最高境界的基石。

在本编你将了解——

1. 税法及其调整对象
2. 税法在中国
3. 税收法律关系
4. 税法的基本原则
5. 税法的构成要素及其分类

第一章 税法及其调整对象

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解税收、税法的概念，税法的法律渊源及税法的调整对象。

第一节 税法的概念

一、税收的概念

“税收是人们享受国家（政府）提供的公共产品或公共服务而支付的价格费用。国家（政府）提供公共产品或公共服务，由社会成员私人消费和享受，国家（政府）由此而支付的费用必须由社会成员通过纳税来补偿。私人为了得到公共产品或公共服务而支付的费用现象，正是市场经济等价交换行为在公共财政活动中的反映。”（张馨：《公共财政论纲》，经济科学出版社 1999 年版，第 232 页）

二、税法的概念

税法的概念有狭义与广义之分。狭义上的税法是指国家最高权力机构制定的关于调整和确认征税主体与纳税人在税务活动中形成的税务关系的法律性文件的总称。广义上的税法是指国家立法机构制定的关于调整和确认征税主体与纳税人之间在税务活动中形成的税务关系的法律规范的总称。这里的“法律规范”包括 WTO 原则、国际税收协议或者协定、宪法中有关税法方面的条款、税收法律、行政法规、行政规章、地方性税收法规、自治条例、单行条例及税法解释。本书中的“税法”是指广义上的税法。

第二节 税法渊源及其调整对象

一、税法渊源

（一）WTO 原则

WTO 原则是 WTO 各成员国立法时应遵循的基本准则。WTO 原则对各成员国都具有法律上的约束力，即 WTO 原则构成 WTO 各成员国法的渊源。我国是 WTO 成员国之一，因此，WTO 原则

属于我国法的渊源，相应地，WTO 原则中相关税法方面的规定则构成我国的税法渊源之一。

（二）国际税收协议或者协定

国际税收协议或者协定是指我国与相关主权国家签订的双边或多边关于税收方面的书面协议或协定。从严格意义上讲，国际税收协议或者协定属于国际税法范畴，但根据“条约必须遵守”的国际惯例，国际税收协议或者协定对各缔约国具有法律上的约束力，国际税收协议或者协定也属于我国国内税法渊源。

（三）宪法

宪法是税法的重要渊源。

（四）税收法律

根据立法法的规定，财政部、国家税务总局和海关总署，有权根据法律和国务院的行政法规、决定、命令，在本部门的权限范围内，制定税收规章。因此，税收规章构成我国税法渊源。

（七）地方性税收法规、自治条例和单行条例及规章

根据立法法的规定，省、自治区、直辖市人民代表大会及其常务委员会根据本行政区和具体情况和实际需要，在不同宪法、法律、行政法规相抵触的前提下，可以制定地方性税收法规；民族自治地方的人民代表大会有权依照当地民族的政治、经济和文化的特点，制定税收自治条例和单行条例；省、自治区、直辖市和较大的市的人民政府，可以法律、行政法规和本省、自治区、直辖市的地方性税收法规，制定税收规章。以上地方性税收法规、税收自治条例和单行条例及规章构成我国的税法渊源。

（八）税法解释

税法解释是指全国人大常委会、国务院、财政部、国家税务总局和地方权力机关和行政机关对税法做出的解释，构成税法渊源之一。

二、税法的调整对象

税法的调整对象，是指征税主体与纳税人之间在税务活动中形成的社会关系。简称为税务关系。

税务关系包括两个方面：一是征税主体与纳税人之间形成的税收经济分配关系；二是征税主体与纳税人之间形成的税收程序关系。

思考与应用

1. 你对税收概念如何理解？为什么？以书面形式予以表达。
2. 考察税收的用途，列举几个在你身上发生的税收例子，并从国家和你个人的角度谈谈对税收的看法。
3. 考察中西方国家的税收、税法环境，分析其各自的成因，并以书面形式予以表达。
4. 你认为应该如何界定税法的调整对象？

第二章 税法在中国

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解税法在新中国的发展历程，并在此基础上规划我国税法的发展目标。

第一节 改革开放前的税法（1950 年至 1978 年）

- 一、1950 年新中国税法的建立
- 二、1953 年工商税法制度的修正
- 三、1958 年工商税法制度的改革和国家农业税法制度的统一
- 四、1973 年工商税法制度的改革

第二节 改革开放后的税法（1978 年至今）及发展目标

- 一、1978 年至 1982 年我国税法制度的恢复与建立
- 二、1983 年至 1993 年“利改税”与工商税制全面改革
- 三、我国现行的税法制度（1993 年至今）
- 四、我国税法改革的目标

思考与应用

- 1. 考察我国在改革开放后，恢复、建立税法制度时，为什么首先涉及涉外方面？
- 2. 请分析我国在 1983 和 1984 的两步“利改税”好在哪里？错在哪里？
- 3. 以拉伐曲线原理对我国历史上国有企业所得税税率曾经设计为 55%的状况进行分析。
- 4. 从我国税法发展的历程中，你得到的启迪是什么？
- 5. 你认为应该如何设计我国的税法的发展目标？

第三章 税收法律关系

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解什么是税收法律关系，重点了解并讨论税收法律关系的性质、本质及其意义，了解税收法律关系的构成要素，了解税收法律关系的产生、变更和终止。

第一节 税收法律关系概述

一、税收法律关系的概念

税收法律关系，是指通过税法确认和调整的征税主体与纳税人之间在税法关系中形成的权利义务关系。

二、税收法律关系的性质

税收法律关系的性质属于债权债务关系。

三、税收法律关系的本质

税收法律关系的本质是指征税主体与纳税人之间的法律地位是平等的。

第二节 税收法律关系的构成要素

一、税收法律关系的主体

税收法律关系的主体，是指在税收法律关系中依法享有权利和承担义务的当事人。包括征税主体和纳税主体

（一）征税主体

从应然角度讲，征税主体是指国家，但国家是一个是看不见、摸不着的抽象实体，它不能亲自履行自己的征税权，而只能通过立法形式将征税权授权给具体履行征税的行政机关。因此，从实然角度讲，征税主体是指具体履行征税职能的行政机关。

目前，在我国，具体行使征税权的职能机关包括各级税务机关、财政机关和海关。

（二）纳税主体

纳税主体有广义与狭义之分。广义上的纳税主体，是指法律、法规规定的享有基本权利和具体权利并承担纳税义务的单位和个人；狭义上的纳税主体，是指税收法律、法规规定的享有权利并承担纳税义务的单位和个人。

二、税收法律关系的内容

税收法律关系的内容是指税收法律关系主体依法应享有的权利（力）和应承担的义务。

（一）征税主体的权利与义务

征税主体的权利与义务有基本权利和基本义务与具体权利和与具体义务之分。

1. 征税主体的基本权利与基本义务

征税主体的基本权利是征税权；基本义务向人民返还公共产品或公共服务。

2. 征税主体的具体权力（利）与义务

征税主体的具体权力主要包括：税务管理权；税款征收权；税务检查权；税务违法处理权等等。

征税主体的具体义务主要包括：不得违反法律、法规的规定开征、停征、多征或者少征税款、提前征收、延缓征收或者摊派税款；依照法定程序征税及依法确定税收征收管理的有关事项；按照规定付给扣缴义务人代扣、代收税款的手续费，且不得要求非扣缴义务人代扣、代收税款；征税时，必须给纳税人开具完税凭证；税务机关应当严格按照法定程序实施和解除税收保全措施、强制执行措施等等。

（二）纳税主体的权利与义务

纳税主体包括自然人与非自然人，这两类人的权利与义务是不同的，即自然人除了具体权利与义务权利外，还有基本权利与基本义务。

1. 纳税主体（自然人）的基本权利与基本义务

纳税主体的基本权利是从国家获取公共产品或公共服务。具体主要包括：选举权和被选举权、政治自由权、人身自由权、人格尊严权、住宅不受侵犯权、监督权、受教育权等等。

纳税主体的基本义务是向国家纳税。

2. 纳税主体的具体权利与具体义务

纳税主体的具体权利主要包括：税法适用的公正权；法定最低限额纳税权；获取信息权；保护隐私权；忠诚推定权；税务行政复议和诉讼权等等。

纳税主体的具体义务主要包括：依法办理、变更或注销税务登记；依法设置账簿、凭证并妥善对其进行保管；依法进行纳税申报；依法接受征税主体的税务检查和处罚等等。

三、税收法律关系客体

税收法律关系客体，是指税收法律关系主体权利义务共同指向的对象，即税收利益。

第三节 税收法律关系的产生、变更与终止

一、税收法律事实

税收法律事实，是指能够引起税收法律关系产生、变更和终止的事件或行为。

二、税收法律关系的产生、变更与终止

（一）税收法律关系的产生

税收法律关系的产生，是指因税收法律事实的发生使征税主体与纳税主体之间产生了税收法律关系。

（二）税收法律关系的变更

税收法律关系的变更，是指征税主体与纳税主体之间已经形成的税收法律关系因一定的税收法律事实的发生而发生了变化。

（三）税收法律关系的终止

税收法律关系的终止，是指征税主体与纳税主体之间已经形成的税收法律关系因一定的税收法律事实的发生而消失。

思考与应用

1. 如果你是一个立法者，在税收法律关系性质方面，你会以哪一种学说作为你的立法理念，为什么？并以书面予以表达。
2. 区分税收法律关系的债务关系与民法上的债务关系。

3. 你如何理解税收法律关系的本质?
4. 你认为如何界定征税主体? 为什么? 以书面形式予以表达。
5. 考察中西方国家纳税人的法律地位区别, 以书面形式予以表达。
6. 请亲自考察你所在地区的税务机构的组成, 并以图示方式表达出来。

第四章 税法原则

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解税法的基本原则的概念与地位，了解并讨论税收法定主义，税法公平原则和税法效益原则。

第一节 税法原则概述

一、税法原则的概念

税法原则是指导税法活动的准则。包括税法基本原则和具体原则。基本原则是指能够贯穿税法活动始终、融化于税法内在精髓的准则。具体原则是指某一税法活动应遵循的原则。

二、税法原则的地位及意义

税法原则属于税法法理的构成部分。研究税法的原则，既有理论意义又有实践意义。其理论意义在于，有助于人们更深刻地认识税法的本质等基础理论问题；其实践意义在于对建设和实施税法的过程具有指导作用。

第二节 税法基本原则各论

一、税收法定原则

税法定原则，又称税收法定主义、租税法律主义，是指没有法律依据，任何主体不得征税，国民也不得被要求缴纳税款。该原则起初仅指税收立法法定，包括税种法定、税收要素法定和税收程序法定。但随着经济和法的理论的发展及其作为基本原则，还应赋予其更广泛的内涵，即除了税收立法法定外，还应包括税收执法法定与税收司法法定，即税收法定应贯穿税法活动始终。

二、税法公平规定

税法公平原则是指税法活动始终遵循社会公平。具体包括税收法律关系主体公平和税收立法公平、执法公平及司法公平。

三、税法效益原则

税法效益原则是指税收立法、执法和司法自始至终应遵循社会效益。它是政治安定效益、经济效益（纳税效益和征税效益）、伦理道德效益、社会公平效益、社会和谐效益等效益的综合体。而非税收效益。税收效益是指纳税效益与征税效益。其中，纳税效益是指纳税人在依法纳税时使其纳税成本达到最小化。征税效益是指征税主体付出最小的征税成本获得最大的税收收入。但不论是纳税效益还是征税效益都属于经济效益，仅是税法效益的小部分。

第三节 税法的具体原则各论

一、社会政策原则

社会政策原则，是指国家通过税法工具实现国家在环境保护、资源配置、财富分配、经济和社

会管理等方面的政策目标。

二、适度税收原则

适度税收原则，也称税收中性原则，是指国家制定税法时应做到尽量不妨碍纳税人正常的生产与生活。

三、税法简化原则

税法简化原则，是指国家在制定税法时应立足于易于征税主体和纳税人理解，使征纳双方的征税成本和纳税成本达到最小化。

四、实质征税原则

实质征税原则，是指征税主体在征税时必须注重纳税人的实质，而非其表面形式。

思考与应用

1. 请比较税法基本原则与税收基本原则的区别
2. 按照税收法定主义原则，你认为我国哪些税收法律、法规应该进一步完善？
3. 你认为税收公平原则的准确含义是什么？为什么？以书面形式予以表达。
4. 你认为税收效率原则的准确含义是什么？为什么？以书面形式予以表达。
5. 以史料来论证违背税收公平原则给国家和纳税人带来什么不良后果。
6. 解释国家对收入高的人实行高个人所得税税率的动机是什么？是注重税收公平还是税收效率？
7. 假设你是政府立法部门智囊团的成员之一，国家在制定税法时，你我应该如何更好地处理税收公平与税收效率之间的关系？并以书面形式予以表达。
8. 在学习了后面有些实体税法之后，回头再思考税法效率原则，最好能以实例进行分析和说明。

第五章 税法的构成要素及其分类

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解实体税法的构成要素及税法的分类。

第一节 税法的构成要素

在这里，税法的构成要素是指实体税法的构成要素。

一、纳税人

纳税人是指税法规定的享有权利和承担义务的单位和个人。

二、征税对象

征税对象，也称征税客体，是指征税主体和纳税主体共同指向的对象。简单地讲，就是对什么征税。

三、税目

税目，也称课税品目，是征税客体的具体化，代表着某一税种的征税界限或征税范围的广度。

四、计税依据

计税依据，是指计算应纳税额的基数。

五、税率

（一）税率的概念

税率是应纳税额与计税依据之间的比例。它是计算税额的尺度，代表着征税的深度。

（二）税率形式

一般世界各国的税率形式主要有：定额税率、比例税率、定额税率与比例税率相结合及累进税率。

1. 定额税率，又称固定税额或单位税额，是按照单位征税对象直接规定固定的税额。

2. 比例税率，是指对同一征税对象，不分数额大小，均规定相同的征收比例。

3. 累进税率，是指将征税对象按数额大小划分成若干等级，不同等级适用由低到高的不同税率。我国现行税法中累进税率有超额累进税率和超率累进税率两种形式。

（1）超额累进税率，是指将同一征税对象划分为若干个等级，每个等级规定相应的税率，分别计算税额，一定数量的征税对象，可以同时适用几个等级部分的税率。

（2）超率累进税率，是指将征税对象数额的相对率划分成若干个等级，每个等级规定相应的税率，一定数量的征税对象，可以同时适用几个等级部分的税率。

六、纳税环节

纳税环节，是指税收法律、行政法规规定的商品从生产到最终消费的过程中应当缴纳税款的环节。

七、纳税期限和申报期限

纳税期限，是指税收法律、行政法规规定的或征税机关依据法律、行政法规核定的纳税人计算

应纳税款的时间界限。

纳税申报期限，是指税收法律、法规规定的或征税机关依据法律、行政法规核定的纳税人、扣缴义务人履行纳税义务或解缴税款义务的时间界限。

八、纳税地点

纳税地点，是指法律、行政法规规定的纳税人申报缴纳税款的地点。

九、税收优惠

税收优惠，是指税法根据国家一定时期政治、经济和社会发展的需要，对某类纳税人或者某些征税对象给予的税收优惠。具体包括减税、免税、起征点、免征额、加速折旧、亏损弥补、境外税款抵扣等等。

第二节 税法分类

税法的内容丰富而繁杂，为了更好地研究、运用税法，可以按照不同标准，或从不同角度，对税法进行科学地分类。这里，主要介绍四种分类方法。

一、按照税法的功能作用不同划分

按照税法的功能作用不同划分，我国的税法可以分为实体税法和程序税法。

二、按照征税对象不同划分

（一）商品及劳务税法，指国家制定的调整和确认在商品及劳务税的税务活动中征税主体与纳税主体之间形成的税务关系的法律规范的总称。

（二）所得税法，是指国家制定的调整和确认在所得税税务活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

（三）财产税法，是指国家制定的调整和确认在财产税税务活动中征税主体与纳税主体之间形成的税务关系的法律规范的总称。

（四）行为及目的税法，是指国家制定的调整和确认在行为及目的税税务活动中征税主体与纳税主体之间形成的法律规范的总称。

三、按照税收是否转嫁划分

按照税收是否转嫁划分，税法可以划分为间接税法和直接税法。间接税法，是指国家制定的调整和确认关于间接税税务活动中征税主体与纳税主体之间形成的税务关系的法律规范的总称。直接税法，是指国家制定的调整和确认在直接税税务活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

四、按照税法适用的主体不同划分

按照税法适用的主体不同划分，税法可以分为涉内税法、涉外税法和国际税法。涉内税法，是指国家制定的适合国内纳税人方面的法律规范的总称。涉外税法，是指国家制定适合涉外纳税人方面的法律规范的总称。国际税法，是指国家与国家之间制定的关于税收方面的协议或协定。

思考与应用

1. 查找拉伐曲线原理的提出者、时间和内容。如果你是一个立法者，你是否会采用拉伐曲线

原理来设计国家的宏观税率？请参阅美国经济学家曼昆所著的《经济学原理》（北京大学出版 1999 年 9 月版上册）第八章的内容，并重点谈谈你对其中关于里根总统曾以拉伐曲线原理设计其税收政策的看法。

2. 在 1990 年，美国国会对购买豪华汽车征收销售税。从税收中得到的收益等于税率乘以用于这类汽车的总支出。几年后当政府需要更多的收入时，它建议提高这种税率。这种税率提高一定能增加税收吗？并解释之。[曼昆（美国）：《经济学原理》，生活·读书·新知三联书店与北京大学出版社出版，1999 年 9 月第一版，第 113 页]

3. 你如何理解累进税率的内在含义？这样的税率形式应该用于哪些税种比较科学？
4. 你如何理解税目的法律意义？
5. 区分起征点与免征额。

第二编 实体税法——一个个具体税种单行税法构成的统一体

在第一领域的基础上，我们将走进实体税法领域。在这一领域，你将会领略世界他国、尤其是我国一个个具体税种在法律制度上的产生、发展及其内容。从中你会感受到税法的趣味性和奇妙性。

在本编你将了解——

第六章 商品及劳务税法

第七章 所得税法

第八章 财产税法

第九章 行为及目的税法

第六章 商品及劳务税法

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生掌握增值税法、消费税法、营业税法的主要内容，了解城市维护建设税法和关税法的主要内容。

第一节 增值税法

一、增值税法概念

（一）增值税的概念

增值税是指以商品和劳务的增值额为征税对象所征收的一种税。

（二）增值税的特征

增值税具有以下特征：

克服了重复征税；税负公平；多环节课征；税率档次少；税收转嫁性。

（三）增值税法的概念

增值税法，是指国家制定的调整和确认在增值税税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的税务关系的法律规范的总称。

二、增值税法的基本内容

（一）纳税人

增值税的纳税人，是指在中华人民共和国境内销售货物或提供加工、修理修配劳务以及进口货物的单位和个人。增值税的纳税人分为一般纳税人和小规模纳税人。

（二）征税范围

从征税范围角度看，各国的增值税可以分为两类：一是全面的增值税，即指增值税的征税范围包括所有商品和劳务；二是非全面的增值税，即指增值税的征税范围仅限于部分商品和部分劳务，或全部商品和部分劳务。我国的增值税属于非全面增值税。我国增值税法的征税范围包括五类：销售货物；提供加工、修理修配劳务；进口货物；混合销售行为和兼营非应税劳务。

（三）税率

理想化的增值税应当实行单一的税率，但在实行增值税的国家中，真正实行单一税率的国家为数很少，大部分国家采用的是多档次税率，综观世界各国，增值税的税率分为四个档次：重税率、基本税率、低税率和零税率。我国增值税税率包括三个档次：基本税率、低税率和零税率。

（四）计税原理

1. 一般纳税人应纳税额的计算

关于一般纳税人应纳税额的计算，几乎所有实行增值税制度的国家采用税额扣除法。税额扣除法，或称之为发票抵扣法，即本环节当期实现的销售额（是指销售方从购买方取得的全部价款及价外费用，但不包括向购货方取得的销项税额）与规定税率之乘积（销项税额），减去当期用于生产应税产品或劳务的购进商品和劳务支出额已负担过的税额（进项税额）。用公式表示为：

应纳税额=当期销项税额-当期进项税额

其中：销项税额=销售额×税率

2. 小规模纳税人应纳税额计算

应纳税额=销售额×征收率

3. 进口货物应纳税额的计算

应纳税额=组成计税价格×税率

组成计税价=关税完税价+关税

或：=（关税完税价+关税）/（1-消费税税率）

（五）免税

根据增值税法的规定，增值税的免税范围主要有：农业生产者销售的自产农业产品；来料加工复出口的货物；避孕药品和用具；古旧图书和销售的自己使用过的物品等等。

（六）纳税义务发生的时间、纳税期限及纳税申报期限

1. 纳税义务发生的时间

纳税人销售货物或应税劳务，其增值税纳税义务发生的时间为收讫销售款或取得销售款凭据的当天。

2. 纳税期限

增值税的纳税期限，由税务机关根据纳税人应纳税额的大小，分别核定为1日、3日、5日、10日、15日或1个月。纳税人不能按固定期限纳税的，可以按照每次取得的销售收入计算纳税。

3. 纳税申报期限

纳税人以一个月为一期缴纳增值税的，应当从期满之日起10日内申报纳税；以1日、3日、5日、10日和15日为一期纳税的，应当从期满之日起5日内预缴税款，于次月1日起10日内申报纳税，并结清上月应纳税额。

（七）纳税地点

1. 固定业户应当向其机构所在地的税务机关申报缴纳增值税；固定业户到外县（市）销售货物的，应当向其机构所在地的税务机关申请外出经营活动税收管理证明，向其向其机构所在地的税务机关申报缴纳增值税。未持有其机构所在地的税务机关核发的上述证明到外县（市）销售货物或应税劳务的，应当向销售地的税务机关申报，并且按照4%的征收率缴纳增值税；没有向销售地的税务机关申报纳税的，由其机构所在地的税务机关补征税款。

2. 非固定业户应当向销售地的税务机关申报纳税。

3. 进口货物应当由进口人或其代理人向报关地海关申报缴纳增值税。

第二节 消费税法

一、消费税法概述

（一）消费税的概念及其特点

消费税是以消费品或消费行为征税对象的一种税。

（二）消费税的特征

消费税具有以下特征：选择性征收；单环节课征；税率的差别性；税收转嫁性。

（三）消费税的作用

消费税具有以下作用：调整产业结构；调节消费结构；调节收入，缓解社会分配不公。

（四）消费税法的概念

消费税法，是指国家制定的调整和确认在消费税税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的税务关系的法律规范的总称。

二、消费税法的基本内容

（一）纳税人

消费税纳税人，是指生产、销售、进口消费税法规定的应税消费品的所有单位和个人。我国消费税的纳税人，是指在中华人民共和国境内生产、委托加工、零售和进口应税消费品的单位和个人。

（二）征税范围

各国消费税课征范围可以分为三种类型：有限型消费税、中间型消费税和延伸型消费税。

我国消费税属于有限型消费税。根据消费税法的规定，我国消费税的征税范围包括五大类：过度消费会对人类健康、社会秩序、生态环境等方面造成危害的消费品；奢侈品和非生活必需品；高能耗及高档消费品；不可再生和不可替代的石油类消费品；具有财政意义的消费品。

（三）税率

实行消费税国家，一般采用比率税率和定额税率两种形式，有些国家采用比率税率、定额税率和比率税率兼定额税率的复合税率三种形式，如我国。

（四）计算原理

消费税的计算方法可以分为三种：从价计征、从量计征和从价计征兼从量计征。

1. 从价计征

从价计征是指按照应税消费品的价格和规定的税率计算应纳消费税额。

计算公式为：应纳税额=销售收入×税率

2. 从量计征

从量计征是指以应税消费品销售数量和规定固定税额计算应纳消费税额。

计算公式为：应纳税额=销售数量×单位税额

3. 从量计征兼从价计征

从量计征兼从价计征，是指从量计征与从价计征同时使用。

计算公式为：应纳税额=销售总量×（单位税额+出厂价/单位征税对象×税率）

（五）免税

为了鼓励出口，提高本国应税消费品在国际市场上的竞争能力，实行消费税国家一般对出口应税消费品都实行免税。

（六）纳税义务发生的时间、纳税期限及纳税申报期限

基本原理与增值税法规定相同，这里不再赘述。

（七）纳税地点

纳税人生产销售以及自产自用应税消费品的，均应在纳税人核算地缴纳消费税；委托加工应税消费品，由受托者向所在地主管税务机关缴纳消费税；进口应税消费品，由进口人或其代理人报关地海关缴纳消费税。

（八）纳税环节

实行消费税的国家，大多将消费税纳税环节确定在生产环节或进口环节。有些国家将某些应税消费品的纳税环节确定在零售环节。我国消费税的纳税环节为：生产环节或进口环节或零售环节。

第三节 营业税法

一、营业税法概述

（一）营业税的概念

营业税，是指对在中华人民共和国境内提供应税劳务、转让无形资产或销售不动产的单位和个人就其营业额征收的一种税。

（二）营业税法的概念

营业税法，是指国家制定的调整和确认在营业税税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的税务关系的法律规范的总称。

二、营业税法的基本内容

（一）纳税人

营业税的纳税人，是指在中华人民共和国境内提供应税劳务、转让无形资产或者销售不动产的单位和个人。

（二）征税范围

现行营业税的征税范围，主要集中在大部分第三产业和部分特殊货物销售方面。根据营业税法的规定，营业税的征税范围包括：在中华人民共和国境内提供应税劳务、转让无形资产和销售不动产。

（三）税率

营业税税率实行行业差别比例税率。共设置了 3 挡，分别为 20%，5%和 3%。

（四）计算原理

应纳税额=营业额（销售额）×税率

（五）免税

根据营业税法的规定，营业税的免税主要包括提供社会公益事业服务；残疾人个人提供的服务；医疗服务；教育服务；等等。

（六）纳税义务发生的时间、纳税期限及纳税申报期限

基本原理与增值税法规定相同，这里不再赘述。

（七）纳税地点

纳税人提供劳务应当向应税劳务发生地的税务机关申报纳税，纳税人从事运输业务应当向其机构所在地的税务机关申报纳税；纳税人转让土地使用权，应当向土地所在地的税务机关申报纳税；纳税人转让其他无形资产，应当向其机构所在地的税务机关申报纳税；纳税人不动产，应当向不动产所在地的税务机关申报纳税。

第四节 城市维护建设税法

一、城市维护建设税法概述

（一）城市维护建设税的概念

城市维护建设税，是指国家为了扩大和稳定城市维护建设资金的来源，加强城市维护建设而开征的一种税。

（二）城市维护建设税法的概念

城市维护建设税法,是指国家制定的调整和确认在城市维护建设税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的税务关系的法律规范的总称。

二、城市维护建设税法的基本内容

(一) 纳税人

根据城市维护建设税法的规定,凡是缴纳增值税、消费税和营业税的单位和个人为城市维护建设税的纳税人,但不包括涉外企业和个人。

(二) 计税依据

城市维护建设税的计税依据为增值税、消费税和营业税的税额。

(三) 税率

城市维护建设税的税率分为三个档次:7%、5%和1%。

第五节 关税法

一、关税法概述

(一) 关税的概念

关税,是指关税法规定的对进出口国境或关境的货物或物品课征的一种税。

(二) 关税的分类

关税的分类方法很多,概括起来主要有:一是从课征目的看,关税可以分为财政关税和保护关税;二是从进出口货物的流向看,关税可以分为进口关税、出口关税和过境关税;三是从课征标准看,关税可以分为从价关税、从量关税、混合关税、选择关税和机动关税;四是从不同国家货物或货物不同输入情况的差别征税,关税可以分为加重关税和优惠关税。

(三) 关税法的概念

关税法,是指国家制定的调整和确认在关税税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、关税法的内容

(一) 纳税人

关税的纳税人为进口应税货物的收货人或其代理人;出口货物的发货人或其代理人;进出口应税的行李物品、邮递物品和其它物品的所有人或收件人。

(二) 征税对象

根据关税法的规定,关税的征税对象是指进出口国境或关境的货物或物品。

(三) 税率

综合世界各国的关税法律制度,进口税率多采用复式税率。所谓复式税率是指国家为了实施关税保护政策,对从不同国家进口的同类货物规定高低不同的税率。根据我国关税法的规定,进口关税设最惠国税率、协定税率、特惠税率和普通税率。进口货物大部分采用比例税率,少量采用定额税率和复合税率。出口关税税率,一般采用比例税率。

(四) 计税原理

1. 进口关税的计算

进口关税税额是进口商品的关税完税价格与规定税率计算的。公式为:

应纳税额=关税完税价格×税率

关税完税价包括：货物的货价、货物运抵中国境内输入地点起卸以前的运输及其相关费用及保险费。

2. 出口关税的计算

出口关税税额是根据出口商品关税完税价与规定的税率计算的。公式为：

应纳税额=关税完税价格×税率

关税完税价包括：货物的货价、货物运至中国境内输出地点转载以前的运输及其相关费用及保险费，但其中不包含出口关税。

思考与应用

1. 考察我国增值税法制度实施效果。
2. 举例说明增值税与消费税之间的关系。
3. 举例说明增值税与营业税之间的关系。
4. 举例说明增值税、消费税、营业税分别与城市维护建设税之间的关系。
5. 举例说明关税与增值税、消费税之间的关系。

第七章 所得税法

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生掌握企业所得税法和个人所得税法的重要内容。

第一节 企业所得税法

一、企业所得税法概述

（一）企业所得税的概念

企业所得税，是指以企业的纯所得为课税对象的一种税。

（二）企业所得税法的概念

企业所得税法，是指国家制定的调整 and 确认在企业所得税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、企业所得税法的基本内容

（一）纳税人

企业所得税的纳税人是指在中华人民共和国境内的各类企业和其他经济组织，但不包括依法成立的独资或合伙性质的私营企业、个人独资企业和合伙性质的机构或组织。

（二）征税对象

企业所得税的征税对象因纳税人的法律地位不同而不同，其中，在中华人民共和国境内的各类企业和其他经济组织（简称为内资企业）和外商投资企业的征税对象为来自中华人民共和国境内外的全部所得；外国企业的征税对象来自中华人民共和国境内的所得。

（三）计税依据

企业所得税的计税依据为企业的应纳税所得额。应纳税所得额为纳税人每一纳税年度取得的全部收入扣除允许扣除的项目后的余额。

（四）资产的税务处理

这里的资产包括固定资产和无形资产。关于固定资产的税务处理主要包括：企业所得税法中规定的固定资产的含义、提取折旧的范围及其计价原则等内容；关于无形资产的税务处理主要包括企业所得税法中规定的无形资产的含义、计价原则及其摊销方法等内容。

（五）税率

目前，我国企业所得税实行 25% 的比例税率；外加两档低税率：纳税人年应纳税所得额不超过 3 万元的，税率为 18%，纳税人年应纳税所得额超过 3 万元至 10 万元的，税率为 27%。对在中华人民共和国境内没有设立机构、场所但有来源于中国境内的外国企业或其他经济组织实行 20% 的比例税率。

（六）境外所得已纳税款的扣除

对来源于境外所得已经缴纳的所得税，多数国家采取限额抵免，即抵免税额是按照本国税法规定的企业在他国取得的所得应缴纳的税款。

（七）税收优惠

企业所得税的税收优惠从优惠对象来看，可以分为地区性优惠、行业性优惠、对投资的优惠、对外资的优惠等；从优惠的方式看，税收优惠可以分为费用的宽限扣除；减免税、低税率、再投资退税优惠；从亏损弥补方式分，税收优惠可以分亏损前转和亏损后转，我国采用的是后转弥补方式，即企业当年的亏损可以用下一年度的所得予以弥补，下一年度所得不足弥补的，可以逐年延续弥补，

但最长不得超过 5 年。

（八）纳税期限与申报期限

企业所得税期限为一年，即按年计算缴纳企业所得税，分月或分季预缴。清算企业的纳税期限为清算期间。纳税人应当在月份或者季度终了后 15 天内，向其所在地主管税务机关报送会计报表和预缴所得税申报表；年度终了后 45 天内，向其所在地主管税务机关报送会计决算报表和所得税申报表。

第二节 个人所得税法

一、个人所得税法概述

（一）个人所得税的概念

个人所得税，是指以个人的纯所得为课税对象的一种税

（二）个人所得税法的概念

个人所得税法，是指国家制定的调整和确认在个人所得税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、个人所得税法制度的内容

（一）纳税人

个人所得税的纳税人，除自然人外，还包括个体工商户、对企事业单位的承包与承租者、合伙企业、个人独资企业。从法律地位上讲，这些纳税人分为两种：居民与非居民。

（二）征税对象

我国个人所得税法征税对象包括：工资、薪金所得；个体工商户的生产、经营所得；对企事业单位的承包经营、承租经营所得；个人独资企业取得的所得；合伙企业取得的所得；劳务报酬所得；稿酬所得；特许权使用费所得；利息、股息、红利所得；财产租赁所得；财产转让所得；偶然所得和经国务院财政部门确定征税的其他所得。

（三）计税依据

我国实行的是分项所得税制。各项所得的计税依据分别规定如下：工资、薪金所得，为每月收入额减除费用 1600 元后的余额；个体工商户、个人独资企业、合伙企业的生产经营所得，为每一纳税年度的收入总额，减除成本、费用以及损失后的余额；个人对企事业单位的承包经营、承租经营所得，为每一纳税年度的收入总额，减除必要的费用后的余额；劳务报酬所得、稿酬所得、特许权使用费所得、财产租赁所得，计税依据分为两个档次：每次收入不超过 4000 元的，为每次收入减除费用 800 元后的余额；每次收入超过 4000 元的，为每次收入扣除其 20% 费用后的余额；财产转让所得，为转让财产的收入额减除财产原值和合理费用后的余额；偶然所得、利息、股息、红利所得和其他所得为每次收入额。

（四）税率

我国现行个人所得税税率，采用超额累进税率与比例税率。工资、薪金按月合并计税，税率为 5%-45% 的 9 级超额累进税率。个体工商户的生产经营所得、对企事业单位的承包经营、承租经营所得、个人独资企业所得和合伙企业所得适用 5%-35% 的 5 级超额累进税率。其余项目均适用 20% 的比例税率。其中，稿酬所得，减征应纳税额的 30%；劳务报酬畸高的，实行加成征收。

（五）申报核定与缴纳

个人所得税的申报一般分为两种情况：自行申报和源泉扣缴。

（六）免税

下列各项所得免征个人所得税：各省人民政府、国务院部委和中国人民解放军军以上单位，以及外国组织、国际组织颁发的科学、教育、技术、文化、卫生、体育、环境保护等方面的奖金；国债和国家发行的金融债券利息；按照国家统一规定发给的补贴、津贴；福利费、抚恤金、救济金；保险赔款；军人的转业费、复员费；按照国家规定发给干部、职工的安家费、退职费、退休工资、离休工资、离休生活补助费；依照我国有关法律规定应予免税的各国驻华使馆、领事馆的外交代表、领事官员和其他人员的所得；中国政府参加的国际公约、签订的协议中规定免税的所得；经国务院财政部门批准免税的所得。

思考与应用

1. 解释政府对收入高的人实行高个人所得税率的动机？
2. 设想你是一个立法者，决定更好地解决社会收入分配不公问题，你在了解社会收入分配不公的基础上，准备如何改革相关的税法制度？
3. 考察我国政府 1999 年 11 月决定开始对个人银行储蓄存款利息征收个人所得税的动机及其结果，并阐明你个人对政府此举的看法。
4. 格里格·雷蒙德是美国的一位成功但工作得很累的医务工作者，他讲：“我一个星期干 80 到 100 个小时，交的税比日常的开支还多。”后来当他读了《你的金钱或你的生活》一书之后，他决定过较俭朴的生活，而不再像以前那样拼命工作。（美国驻华大使馆新闻交流处出版《交流》2002 年第一期第 60 页）你对雷蒙德的做法有何看法，如果是你呢？
5. 你认为我国企业所得税法存在的主要问题是什么？并针对这些问题提出完善的建议。

第八章 财产税法

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解契税法、房产税法、车辆购置税法和车船税法主要内容。

第一节 契税法

一、契税法概述

（一）契税的概念

契税是在土地使用权、房屋等所有权转移时，向取得者征收的一种税。

契税法的概念

契税法，是指国家制定的调整和确认在契税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、契税法的基本内容

（一）纳税人

契税的纳税人为土地使用权、房屋等所有权发生转移时的取得者。

（二）课税范围

我国契税的征税范围包括：国有土地使用权出让、土地使用权转让（包括出售、赠与和交换）、房屋买卖、房屋赠与和房屋交换。

（三）计税依据

国有土地使用权出让、土地使用权转让、房屋买卖为成交价格；土地使用权赠与、房屋赠与，由征收机关参照土地使用权转让、房屋买卖的市场价格核定；土地使用权交换、房屋交换，为所交换的土地使用权、房屋价格的差额。

（四）税率

契税的税率一般采用比例税率。我国契税的税率为 3%—5% 的幅度税率。

（五）免税

国家机关、社会团体、学校等非营利性单位等所用而获得的土地使用权或房产，免征契税。

（六）纳税义务发生的时间、纳税申报时间

契税的纳税义务发生时间，为纳税人签订土地、房屋权属转移合同的当天，或纳税人取得其他具有土地、房屋权属转移合同性质凭证的当天。

纳税人应当自纳税义务发生之日起 10 日内，向土地、房屋所在地的契税征收机关办理纳税申报，并在契税征收机关核定的期限内缴纳税款。

第二节 房产税法

一、房产税法概述

（一）房产税的概念

房产税是以房产为课税对象的一种税。

（二）房产税法的概念

房产税法,是指国家制定的调整和确认在房产税的税收活动中征税主体与纳税主体形成的社会关系的法律规范的总称。

二、房产税法的基本内容

(一) 纳税人

房产税的纳税人为房产的所有者或使用者或承典人或代管人。

(二) 计税依据

房产税的计税依据为房产的原值扣除一定的折旧后的余额或房产的租金收入。

(三) 税率

房产税的税率一般为比例税率。具体讲,以房产余值为计税依据的,税率为 1.2%;以房产的租金收入为计税依据的,税率为 12%。

(四) 免税

房产税法的免税范围一般涉及政府机构使用的房屋、建筑物,外国使馆的办公用房、慈善宗教机构的房屋、社会公益事业和科研机构的办公用房、国家历史古迹、国家博物馆等。

第三节 车辆购置税法

一、车辆购置税法概述

(一) 车辆购置税的概念

车辆购置税,是指对在中华人民共和国境内对购置车辆的单位和个人征收的一种税。

(二) 车辆购置税法概念

车辆购置税法,是指国家制定的调整和确认在车辆购置税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、车辆购置税法的基本内容

(一) 纳税人

在我国境内购买、进口、自产、受赠、获奖或者以其他方式取得并自用应税车辆的单位和个人,为车辆购置税的纳税人。

(二) 征收范围

车辆购置税的征税范围包括:汽车、摩托车、电车、挂车、农用运输车。

(三) 税率

车辆购置税的税率为 10%。

(四) 计税原理

车辆购置税实行从价计征。公式为:

应纳税额=计税价格×税率

计税价格分别为:纳税人购买自用的应税车辆,为纳税人购买应税车辆而支付给销售者的全部价款和价外费用,不包括增值税税款;纳税人进口自用的应税车辆,为关税完税价格、关税与消费税之和;纳税人自产、受赠、获奖或者以其他方式取得并自用的应税车辆,由主管税务机关参照最低计税价格核定。

(五) 纳税申报

购买自用应税车辆的,应当自购买之日起 60 日内申报纳税;进口自用应税车辆的,应当自进口之日起 60 日内申报纳税;自产、受赠、获奖或者以其他方式取得并自用应税车辆的,应当自取

得之日起 60 日内申报纳。

（六）纳税地点

购置应税车辆，应当向车辆登记注册地的主管国税机关申报纳税；购置不需要办理车辆登记注册手续的应税车辆，应当向纳税人所在地的主管国税机关申报纳税。

（七）免税

车辆购置税的免税范围主要包括：外国驻华使馆、领事馆和国际组织驻华机构及其外交人员自用的车辆；中国人民解放军和中国人民武装警察部队列入军队武器装备订货计划的车辆；设有固定装置的非运输车辆；等等。

第四节 车船税法

一、车船税法概述

（一）车船税的概念

车船税，是指对拥有并管理车船的单位和个人而的一种税。

（二）车船税法的概念

车船税法，是指国家制定的调整和确认在车船使用税的税收活动中征税主体与纳税主之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、车船使用税法基本内容

（一）纳税人

车船使用税的纳税人为中华人民共和国境内，车辆、船舶（以下简称车船）的所有人或者管理人。

（二）征税范围

征税范围是指依法应当在车船管理部门登记的车船。

（三）税率

载客汽车每辆 60 元至 660 元包括电车载货汽车按自重每吨 16 元至 120 元包括半挂牵引车、挂车三轮汽车低速货车按自重每吨 24 元至 120 元；摩托车每辆 36 元至 180 元；船舶按净吨位每吨 3 元至 6 元拖船和非机动驳船分别按船舶税额的 50% 计算注：专项作业车、轮式专用机械车的计税单位及每年税额由国务院财政部门、税务主管部门参照本表确定。

（四）应纳税额计算公式：

1. 应纳税额=应纳税车辆数量（或者净吨位）×适用税额标准
2. 应纳税额=应纳税船舶净吨位（或者载重吨位）×适用税额标准

（五）免税

下列车船免征车船税：非机动车船（不包括非机动驳船）；拖拉机；捕捞、养殖渔船；军队、武警专用的车船；警用车船；按照有关规定已经缴纳船舶吨税的船舶；依照我国有关法律和我国缔结或者参加的国际条约的规定应当予以免税的外国驻华使馆、领事馆和国际组织驻华机构及其有关人员的车船。

思考与应用

1. 有些国家将土地方面的税归为财产税类，而有些国家则将其归为资源税类？背后的根本区别是什么？
2. 考察他国财产税的管理制度与我国财产税管理制度的区别？

3. 举例说明房产税与企业所得税之间的关系。
4. 调查你附近房产税法的执行情况，提出问题及其解决问题的法律对策。
5. 从法律角度思考契税为什么要由取得者缴纳？
6. 考察契税与营业税、土地增值税和印花税的关系。
7. 考察他国的遗产与赠与税法制度，你认为我国是否应该建立该制度？

第九章 行为及目的税法

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解印花税法、城镇土地使用税法、耕地占用税法、资源税法和土地增值税法的主要内容。

第一节 印花税法

一、印花税法概述

（一）印花税的概念

印花税是指对经济活动中书立、领受的凭证征收的一种税。

（二）印花税法概念

印花税法，是指国家制定的调整和确认在印花税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、印花税法的基本内容

（一）纳税人

印花税的纳税人为书立、领受应税凭证的单位和个人。

（二）征税范围

印花税的征税范围包括合同或合同性质的凭证；产权转移书据；营业账簿；权利、许可证照和经财政部确定征税的其他凭证。

（三）税率

印花税一般采用比例税率和定额税率。各类经济合同性质的凭证、账簿、产权转移书据等适用比例税率，分为5档：千分之一、万分之五、万分之三、万分之零点五和万分之零点三；各种权利、许可证照等适用定额税率，按照每件5元的税率征收。

（四）纳税方法

印花税采用纳税人自行计算应纳税额，自行购买印花税票，自行完税，自行注销的纳税方法。

（五）免税

印花税的免税范围主要包括：已经缴纳印花税凭证的副本或抄本；财产所有人将财产赠给政府、抚养孤老伤残人员的社会福利单位、学校书立的书据；等等。

第二节 城镇土地使用税法

一、城镇土地使用税法概述

（一）城镇土地使用税的概念

城镇土地使用税，是指对在中华人民共和国境内城市、县城、建制镇、工矿区范围内使用土地的单位和个人征收的一种税。

（二）土地使用税法概念

城镇土地使用税法，是指国家制定的调整和确认在土地使用税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、城镇土地使用税法的基本内容

（一）纳税人

城镇土地使用税的纳税人，为在城市、县城、建制镇、工矿区范围内使用土地的单位和个人。单位包括国有企业、集体企业、私营企业、股份制企业、外商投资企业、外国企业以及其他企业和事业单位、社会团体、国家机关、军队以及其他单位；个人包括个体工商户以及其他个人。

（二）征税范围

城镇土地使用税的征税范围包括城市、县城、建制镇、工矿区的属于国家所有和集体所有的土地。

（三）税率

城镇土地使用税采用的是定额税率，具体为：大城市 1.5 元至 30 元；中等城市 1.2 元至 24 元；小城市 0.9 元至 18 元；县城、建制镇、工矿区 0.6 元至 12 元。

（四）计税原理

城镇土地使用税以纳税人实际占用的土地面积和按照规定的单位税额计算应纳税额。公式为：
应纳税额=纳税人实际占用的土地面积×单位税额

（五）免税

城镇土地使用税的免税范围主要包括：国家机关、人民团体、军队自用的土地；由国家财政部门拨付事业经费的单位自用的土地；宗教寺庙、公园、名胜古迹自用的土地；市政街道、广场、绿化地带等公共用地；直接用于农、林、牧、渔业的生产用地；经批准开山填海整治的土地和改造的废弃土地，从使用的月份起免缴土地使用税 5 年至 10 年；由财政部另行规定免税的能源、交通、水利设施用地和其他用地。

（六）纳税期限与纳税申报期限

城镇土地使用税按年计算，分期缴纳。具体缴纳期限由各省、自治区、直辖市人民政府确定。目前，各地一般规定为每个季度缴纳一次或者半年缴纳一次，每次征期 15 天或者 1 个月。新征用的土地，依照下列规定缴纳土地使用税：征用的耕地，自批准征用之日起满 1 年时开始缴纳土地使用税；征用的非耕地，自批准征用次月起缴纳土地使用税。

（七）纳税地点

城镇土地使用税一般应当向土地所在地土地的主管税务机关缴纳。

第三节 耕地占用税法

一、耕地占用税法

（一）耕地占用税的概述

耕地占用税，是指对在中华人民共和国境内占用耕地建房或从事其他非农业建设用土地的单位和个人征收的一种税。

（二）耕地占用税的概念

耕地占用税法，是指国家制定的调整和确认在耕地占用税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、耕地占用税法的基本内容

（一）纳税人

耕地占用税，为在中华人民共和国境内占用耕地建房或者从事其他非农业建设的单位和个人。

（二）征税范围

耕地占用税的征税范围，包括属于国家所有和集体所有的耕地。

（三）税率

耕地占用税采用定额税率形式，具体为：人均耕地在 1 亩以下的地区，每平方米 2~10 元；人均耕地超过 1 亩至 2 亩的地区，每平方米 1.6~8 元；人均耕地超过 2 亩至 3 亩的地区，每平方米 1.3~6.5 元；人均耕地在 3 亩以上的地区，每平方米 1~5 元。

（四）计税原理

应纳税额=纳税人实际占用的耕地面积×单位税额

（五）免税

耕地占用税免税范围主要包括：部队军事设施用地；铁路线路、飞机跑道和停机坪用地；炸药库用地；学校、幼儿园、医院用地；直接为农业生产服务的农田水利设施用地；农村居民搬迁，原宅基地恢复耕种，且新建住宅地不超过原宅基地的；安置水库移民、灾民、难民建房用地及经批准征用的耕地等。

（五）纳税期限

纳税人应当在土地管理部门批准其占地之日起 30 日之内缴纳耕地占用税。

（六）纳税地点

耕地占用税实行同级批地同级征收办法，即由哪级土地管理部门批地，就由同级征收机关（财政部门）征收耕地占用税。

第四节 资源税法

一、资源税法概述

（一）资源税的概念

资源税，是指对在中华人民共和国境内开采或生产应税资源单位和个人，就资源及其开发条件的差异形成的级差收入而征收的一种税。

（二）资源税法的概念

资源税法，是指国家制定的调整和确认在资源税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、资源税法基本内容

（一）纳税人

资源税的纳税人，为在中华人民共和国境内开采或生产应税资源的单位和个人。

（二）征税范围

资源税的征税范围包括：矿产品和盐。

（三）税率

资源税采用的是定额税率。具体为：原油每吨 8~30 元；天然气每千立方米 2~15 元；煤炭每吨 0.3~5 元；其他非金属矿原矿，每吨或者每立方米 0.5~20 元；黑色金属矿原矿，每吨 2~30 元；有色金属矿原矿，每吨 0.4~30 元；固体盐每吨 10~60 元；液体盐每吨 2~10 元。

（四）计税原理

资源税采用从量计征的方法，即资源税的应纳税额，按照应税产品的课税数量和规定的单位税额计算。公式为：

应纳税额=课税数量×单位税额

（五）免税

资源税的免税范围包括：原油过程中用于加热、修井等的自用的原油；等等。

（六）纳税义务发生的时间与纳税期限及申报期限

原理同增值税，这里不再赘述。

（七）纳税环节

资源税的纳税环节为：纳税人直接对外销售的矿产品和盐，在销售环节纳税；纳税人自产自用的矿产品和盐，在移送使用环节纳税；扣缴义务人代扣代缴的资源税，在收购未税矿产品的环节纳税。

（八）纳税地点

资源税的纳税地点为：纳税人应向应税产品的开采或者生产所在地的主管税务机关缴纳。

第五节 土地增值税法

一、土地增值税法

（一）土地增值税的概念

土地增值税，是指对在中华人民共和国境内转让房地产并取得收入的单位和个人征收的一种税。

（二）土地增值税法的概念

土地增值税法，是指国家制定的调整和确认在土地增值税的税收活动中征税主体与纳税主体之间形成的社会关系的法律规范的总称。

二、土地增值税法的基本内容

（一）纳税人

土地增值税的纳税人，为在中华人民共和国境内以出售或者以其他方式有偿转让国有土地使用权、地上建筑物及其附着物并取得收入的单位和个人。

（二）计税依据

土地增值税的计税依据为纳税人转让房地产所取得的增值额。增值额，是指纳税人转让房地产取得的收入减除规定扣除项目金额之后的余额。

（三）税率

土地增值税实行四级超率累进税率：增值额未超过扣除项目金额 50% 的部分，税率为 30%；增值额超过扣除项目金额 50%、未超过 100% 的部分，税率为 40%；增值额超过扣除项目金额 100%、未超过 200% 的部分，税率为 50%；增值额超过扣除项目金额 200% 的部分，税率为 60%；

（四）计税原理

土地增值税应纳税额的计算，可以采用下列两种方法：

1. 先计算出增值额所属规定级别税率的不同部分，对不同部分适用相应税率，依次计算各部分增值额的应纳税额，各部分应纳税额之和为纳税人的全部应纳税额。公式如下：

$$\text{应纳税额} = \sum (\text{增值额} \times \text{税率})$$

2. 先计算出增值额与扣除项目金额之间的比率，以确定适用的税率；然后用增值额乘以适用税率减去扣除项目金额乘以速算扣除系数的方法，公式如下：

$$\text{应纳税额} = \text{增值额} \times \text{税率} - \text{扣除项目} \times \text{速算扣除率}$$

速算扣除率分别为：0%、5%、15%和 35%。

（五）免税

土地增值税的免税范围包括：建造普通标准住宅出售，增值额未超过各项规定扣除项目金额20%的部分；由于城市实施规划、国家建设需要依法征用、收回的房地产；由于城市实施规划、国家建设需要而搬迁，由纳税人自行转让的房地产；等等。

（六）纳税申报期限和地点

纳税人应当自转让房地产合同签订之日起7日内向房地产所在地主管税务机关办理纳税申报，并提交房屋及建筑物产权、土地使用权证书，土地转让、房产买卖合同，房产评估报告和其他有关资料。之后，在税务机关核定的期限内缴纳土地增值税。

思考与应用

1. 你认为印花税的法律意义是什么？
2. 印花税的征税范围包括营业账簿，现在许多纳税人用电脑记账，你认为对于这种情况应该如何解决？想一想是否有同样的问题存在于其他的税种之中？深入思考这背后的原因是什么？
3. 举例说明城镇土地使用税与企业所得税之间的关系。
4. 举例说明资源税与增值税、企业所得税之间的关系
5. 设想自己是一个立法者，分析我国现行资源税法存在的不足。
6. 土地增值税与营业税、契税、印花税之间的关系。
7. 考察土地增值税与我国目前的财政政策之间的关系。

第二编的综合思考与应用

1. 画出我国税制体系（指具体税种所组成的税制体系）图，并说明税类与税类之间的关系，税种与税种之间的关系。从中你是否能够发现我国税制体系存在的问题？如果发现问题，能否提出解决问题的办法。
2. 请把实体税法所涉及的税种放在某一具体的纳税人身上，分析其应缴纳哪些现行税种？
 - （1）生产彩电的企业
 - （2）生产烟的企业
 - （3）服装加工厂
 - （4）邮局
 - （5）银行
 - （6）房地产开发公司
 - （7）盐场
 - （8）大型百货商场

第三编 程序税法

从上一部分，我们已领略了有趣、丰富、具体的实体税法，但如果没有程序税法，再好的实体税法也只是一纸空文。因此，可以说，程序税法是实体税法的实现法。

在本编你将了解——

第十章 税收征收管理法

第十一章 税务救济法

第十章 税收征收管理法

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生掌握税务管理制度、税款征收制度、税务检查制度和税收征管法的法律责任等内容。

第一节 税务管理制度

税务管理制度包括三大内容：税务登记制度；账簿、凭证的管理制度和纳税申报制度。

一、税务登记制度

（一）概念

税务登记是指纳税人对其开业、变动、歇业等一系列涉税经济活动在规定的时间内向税务机关办理登记的法定手续。

（二）税务登记的形式

税务登记分为：设立税务登记、变更税务登记和注销税务登记。设立税务登记，是指纳税人在其开业时办理的税务登记。从事生产、经营的纳税人，自领取营业执照之日起 30 日内，持有关证件，向税务机关申报办理登记。变更税务登记，指从事生产经营的纳税人的税务登记内容发生变化时，应依法向原税务登记机关申报办理变更税务登记。注销税务登记，是指当纳税人发生解散、破产、撤销及其他依法终止纳税义务的，应当申报办理注销税务登记，并应在办理注销税务登记前，向税务机关结清应缴纳的税款、滞纳金和罚款，缴销所有的发票和发票领购簿、缴款书及税务机关发给的其他证件。

二、账簿、凭证管理制度

（一）账簿、凭证管理制度的概念及内容

账簿凭证管理制度，是指国家制定的关于账簿、凭证管理方面的法律规范的总称。

账簿、凭证的管理制度的内容主要包括：从事生产经营的纳税人和扣缴义务人，除经税务机关批准可以不设账的外，都必须依法设置、管理账簿；从事生产、经营的纳税人、扣缴义务人应按规定妥善保管账簿、凭证；纳税人应当按照规定安装、使用税控装置，不得损毁或者擅自改动税控装置。并按照税务机关的规定报送有关的数据和资料。

（二）发票管理制度

发票属于上述凭证范畴，考虑其在凭证中所处的重要地位，我们将发票管理制度专门作为一个问题来讲述。

1. 发票及其管理制度的概念

发票是指在购销商品、提供或者接受服务以及从事其他经营活动中，开具、收取的收款或付款凭证。它是财务收支的法定凭证，是进行会计核算和税务稽查的重要依据。发票管理制度，是指国家规定关于发票的印制、领购、开具、取得、保管等一系列规范的总称。

2. 发票管理制度的内容

发票管理制度主要包括：发票的联次、基本内容、印制、领购、使用、保管、检查 and 法律责任等。

三、纳税申报制度

（一）概念

纳税申报制度，是指国家制定的纳税人或扣缴义务人向税务机关申报办理有关纳税或扣缴税款资料方面的法律规范的总称。

（二）纳税申报的时间、方式和内容

纳税人、扣缴义务人必须依照法律、行政法规规定或者税务机关依照法律、行政法规的规定确定的申报期限办理纳税申报，报送纳税申报表、财务会计报表以及税务机关根据实际需要要求纳税人报送的其他纳税资料，或报送代扣代缴、代收代缴税款报告表以及税务机关根据实际需要要求扣缴义务人报送的其他有关资料。纳税人、扣缴义务人未按照规定的期限缴纳或解缴税款的，税务机关除责令限期缴纳外，从滞纳税款之日起，按日加收万分之五的滞纳金。

纳税人、扣缴义务人可以直接到税务机关办理纳税申报或者报送代扣代缴、代收代缴税款报告表，也可以按照规定采取邮寄、数据电文或者其他方式办理上述申报、报送事项。

纳税人、扣缴义务人的纳税申报或者代扣代缴、代收代缴税款报告表的主要内容包括：税种，税目，应纳税项目或者代扣代缴、代收代缴税款项目，适用税率或者单位税额，计税依据，扣除项目及标准，应纳税额或者应代扣代缴、代收代缴税额，税款所属期限等。

第二节 税款征收制度

一、税款征收方式

（一）查账征收

查账征收，是指纳税人自行计算应纳税额，并按规定期限向税务机关申报，经税务机关审查核实填写缴款书后，由纳税人向国库或国库经收处缴纳税款的一种方式。这种方式适用于财务会计制度较健全，能够做到正确计算应纳税额和依法纳税的纳税人。

（二）查定征收

查定征收，是指由税务机关查实纳税人的生产经营状况，并据此核定其应纳税额的一种征收方式。这种征收方式，适用于经营规模较小，财务制度不够健全、凭证不够完备的小型企业。

（三）查验征收

查验征收，是指税务机关对某些税源难以控制的征税对象，通过查验证照和实物，据以征税的一种方式。该方式一般适用于城乡农贸市场、车站、码头、机场、口岸等场所的征税。

（四）定期定额征收

定期定额征收，是指税务机关根据纳税人的生产经营情况，核定其应纳税额或征收率，并定期进行相关税种合并征收的一种征收方式。这种方式适用于一些经营范围小、账证不健全或无条件进行记账的个体工商户。

二、征税主体与纳税主体及相关当事人在税款征收中的权力（利）与义务

（一）核定税款的权力（利）与义务

当纳税人有下列情形之一的，税务机关有权核定其应纳税额：依法可以不设置账簿的；依法应当设置账簿但未设置的；擅自销毁账簿或者拒不提供纳税资料的；虽设置账簿，但账目混乱，难以查账的；发生纳税义务，未按照规定的期限办理纳税申报，经税务机关责令限期申报，逾期仍不申报的；纳税人申报的计税依据明显偏低，又无正当理由的。

税务机关在核定时，必须严格按照法律、法规的规定程序和方法进行核定。

（二）关联企业不按照独立企业之间进行正常业务往来时的权力（利）与义务

关联企业未按照独立企业之间进行正常的业务往来时，税务机关有权力对其进行调整。但税务机关在调整时必须按照法律规定的方法进行。

（三）对未依法办理税务登记和临时从事经营的纳税人征收税款时的权力（利）与义务

未按照规定办理税务登记的从事生产、经营的纳税人，包括到外县（市）从事生产、经营而未向营业地税务机关报检登记的纳税人，及临时从事经营的纳税人，由税务机关核定其应纳税额，责令其缴纳；不缴纳的，税务机关可以扣押其价值相当于应纳税款的商品、货物。扣押后缴纳应纳税款的，税务机关必须立即解除扣押，并归还所扣押的商品、货物；扣押后仍不缴纳税款的，税务机关可以依法拍卖或变卖所扣押的商品、货物，以拍卖或者变卖所得抵缴税款。

（四）实施税收保全措施时的权力（利）与义务

税务机关有根据认为从事生产、经营的纳税人有逃避纳税义务行为的，可以在规定的纳税期之前，责令纳税人限期缴纳应纳税款；在期限内发现纳税人有明显的转移、隐匿其应纳税的商品、货物以及其他财产或者应纳税收入的迹象的，税务机关可以责成纳税人提供纳税担保。如果纳税人不能提供纳税担保，税务机关可以依法采取下列保全措施：

一是书面通知纳税人的开户银行或者其他金融机构冻结纳税人的金额相当于应纳税款的存款；

二是扣押、查封纳税人的价值相当于应纳税款的商品、货物或者其他财产。

税务机关在实施该措施时必须在执法主体、程序及范围等方面保证其合法性。

（五）实施税收强制执行措施的权力（利）与义务

从事生产经营的纳税人、扣缴义务人未按照规定的期限或者解缴税款，纳税担保人未按照规定的期限缴纳所担保的税款，由有税务机关责令限期缴纳，逾期仍未缴纳的，税务机关依法可以采取下列强制执行措施：

一是书面通知其开户银行或者其他金融机构从其存款中扣缴税款；

二是扣押、查封、依法拍卖或者变卖其价值相当于应纳税款的商品、货物或者其他财产，以拍卖或者变卖所得抵缴税款。

税务机关在实施该措施时必须在执法主体、程序及范围等方面保证其合法性。

（六）实施离境清税措施时的权力（利）与义务

欠缴税款的纳税人或者他的法定代表人需要出境的，应当在出境前向税务机关结清应纳税款、滞纳金或者提供担保。未结清税款、滞纳金，又未提供担保的，税务机关可以通知出境管理机构阻止其出境。

（七）实施税收优先权时的权力（利）与义务

税务机关征收税款，税收优先于无担保债权，法律另有规定能够的除外；纳税人欠缴的税款发生在纳税人以其财产设定抵押、质押或者纳税人的财产被留置之前的，税收应当先于抵押权、置权、留置权执行。纳税人欠缴税款，同时又被行政机关决定处以罚款、没收违法所得的，税收优先于罚款、没收违法所得。”

（八）实施税收代位权与撤销权时的权力（利）与义务

欠缴税款的纳税人因怠于行使到期债权，或者放弃到期债权，或者无偿转让财产，或者以明显不合理的低价转让财产而受让人知道该情形，对国家税收造成损害的，税务机关可以依照合同法的规定行使代位权、撤销权。税务机关依法行使代位权、撤销权时，不免除欠缴税款的纳税人尚未履

行的纳税义务和应承担的法律责任。

三、税款的退还与追征

（一）税款的退还

纳税人超过应纳税款多纳的税款，税务机关发现后应当自发现之日起 10 日内办理退还手续；纳税人自结清税款之日起 3 年内发现的，可以向税务机关要求退还多缴的税款并加算银行同期存款利息，税务机关应当自接到纳税人退还申请之日起 30 日内查实并办理退还手续。

（二）税款的追征

因税务机关的责任，致使纳税人、扣缴义务人未缴或者少缴税款的，税务机关可以自应纳税款或结算之日起 3 年内要求纳税人、扣缴义务人补缴税款，但不得加收滞纳金；因纳税人、扣缴义务人计算等失误，未缴或者少缴的，税务机关在 3 年内可以追征税款、滞纳金；有特殊情况，即纳税人或者扣缴义务人因计算错误等失误，未缴或者少缴、未扣或少扣、未收或少收税款累计数额在 10 万元以上的，追征期可以延长到 5 年。

对于偷税、抗税、骗税的，税务机关追征其未缴或者少缴的税款、滞纳金或者所骗取的税款，不受期限的限制。

第二节 税务检查制度

一、税务检查制度的概念

税务检查，是指税务机关依据税收法律、法规和财务会计制度等，对纳税人、扣缴义务人履行纳税义务和代扣代缴、代收代缴税款义务情况进行审查和监督的活动。税务检查制度，是指国家制定关于税务检查活动方面法律规范的总称。

二、税务机关在税务检查中的权力与义务

（一）检查纳税人的账簿、记账凭证、报表和有关资料，检查扣缴义务人代扣代缴、代收代缴税款账簿、记账凭证和有关资料。

（二）到纳税人的生产、经营场所和货物存放地检查纳税人应纳税的商品、货物或者其他财产，检查扣缴义务人与代扣代缴、代收代缴税款有关的经营情况。

（三）责成纳税人、扣缴义务人提供与纳税或者代扣代缴、代收代缴税款有关的文件、证明材料和有关资料；

（四）询问纳税人、扣缴义务人与纳税或者代扣代缴、代收代缴税款有关的问题和情况；

（五）到车站、码头、机场、邮政企业及其分支机构检查纳税人托运、邮寄应纳税商品、货物或者其他财产的有关单据、凭证和有关资料；

（六）经县以上税务局(分局)局长批准，凭全国统一格式的检查存款账户许可证明，查询从事生产、经营的纳税人、扣缴义务人在银行或者其他金融机构的存款账户。税务机关在调查税收违法案件时，经设区的市、自治州以上税务局(分局)局长批准，可以查询案件涉嫌人员的储蓄存款。税务机关查询所获得的资料，不得用于税收以外的用途。

（七）税务机关对从事生产、经营的纳税人以前纳税期的纳税情况依法进行税务检查时，纳税人有逃避纳税义务行为，并有明显的转移、隐匿其应纳税的商品、货物以及其他财产或应税收入的迹象的，可以根据法律所赋予的权限采取税收保全措施或强制执行措施。

三、纳税人、扣缴义务人在税务检查中的权利与义务

上述关于税务机关在税务检查中的义务，即法律、法规对税务机关的限制性规定，就构成纳税人、扣缴义务人的权利，这是一个问题的两个方面。另外，纳税人、扣缴义务人有权要求税务人员出示税务检查证和税务检查通知书；税务人员没有税务检查证和税务检查通知书的，纳税人、扣缴义务人有权拒绝检查。

纳税人、扣缴义务人在税务检查中的义务是必须接受税务机关依法进行的税务检查，如实反映情况，提供有关资料，不得拒绝、隐瞒。

四、有关单位和个人在税务检查中的权利与义务

税务机关在进行税务检查时，有关单位和个人有权要求税务人员出示税务检查证和税务检查通知书；否则，有关单位和个人有权拒绝检查。

有关单位和个人在税务机关调查纳税人、扣缴义务人纳税或代扣代缴、代收代缴情况时，有义务向税务机关如实提供有关资料和证明材料。

五、税务稽查制度

（一）税务稽查制度的概念

所谓税务检查制度，是指国家制定的关于税务稽查活动方面的法律规范的总称。

（二）税务稽查组织机构及其职责

我国税务稽查机构为稽查局。稽查组织机构体系可以分为：国家级稽查局；省、自治区、直辖市稽查局；市（地）、县（市）级稽查局。在市（地）的全部城区、直辖市的区和县（市）的全域集中设立稽查局进行的全域集中设立稽查局进行稽查统一稽查。在大城市或城区较大、交通不便的城市，市稽查局可以适当设立少数分支机构或派出机构。

稽查局内设选案、检查、审理和执行四个机构，严格分工负责。国家税务总局稽查局和省、自治区、直辖市稽查局以系统业务管理为主兼具直接办案职能；省以下稽查局以实施稽查、办案为主兼具系统业务管理职能。稽查局在主管税务局直接领导下进行工作，贯彻落实同级税务局和上级税务局的工作部署。上级税务局有权监督检查下级税务局的稽查工作。

（三）税务稽查程序

我国税务稽查程序主要有以下几个步骤：制定税务稽查计划；税务稽查对象的确定、管辖与立案；税务稽查的实施；税务稽查的审理；税务处理决定的执行。

第三节 法律责任

一、纳税人、扣缴义务人涉及的违反税收征收管理法的行为及其法律责任

（一）违反税务管理的主要行为及其法律责任

1. 按照税收征收管理法征管法律、法规的规定，纳税人有下列行为之一的，有税务机关责令限期改正，可以处以 2000 元以下的罚款；情节严重的，处以 2000 元以上 10000 元以下的罚款：未按规定期限申报办理税务登记、变更或注销登记的；未按规定设置、保管帐簿或保管记帐凭证和有关资料的；未按规定将财务、会计制度或财务、会计处理办法和会计核算软件报送税务机关备查的；未按规定将其全部银行账号向税务机关报告的；未按规定安装、使用税控装置，或者损毁或者擅自改动税控装置的。

扣缴义务人未按规定设置、保管代扣代缴、代收代缴税款账簿或保管代扣代缴、代收代缴税款

记账凭证和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处以 2000 元以下的罚款；情节严重的，处以 2000 元以上 5000 元以下的罚款。

2. 纳税人未按照规定使用税务登记证件或者转借、涂改、损毁、买卖、伪造税务登记证件的，处以 2000 元以上 10000 元以下的罚款；情节严重的，处以 10000 元以上 50000 元以下的罚款。纳税人未按照规定办理税务登记证件验证或者换证手续的，由税务机关责令限期改正，可以处以 2000 元以下的罚款；情节严重的，处 2000 元以上 1 万元以下的罚款。

3. 纳税人未按规定期限办理纳税申报的和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可处以 2000 元以下的罚款；情节严重的，处以 2000 元以上 10000 元以下的罚款。

纳税人不进行纳税申报，不缴或者少缴应纳税款的，由税务机关追缴其不缴或者少缴的税款、滞纳金，并处不缴或者少缴税款 50% 以上 5 倍以下的罚款。

（二）偷税行为及其法律责任

偷税，是指纳税人伪造、变造、隐匿、擅自销毁帐簿、记帐凭证，或者在帐簿上多列支出或者不列、少列收入，或者经税务机关同志申报而拒不申报或者进行虚假的纳税申报手段，不缴或少缴应纳税款的行为；或者扣缴义务人采取上列手段不缴或者少缴已扣、已收税款的行为。

纳税人、扣缴义务人偷税的，由税务机关追缴其不缴或者少缴的税款、滞纳金，并处不缴或者少缴的税款 50% 以上 5 倍以下的罚款；构成犯罪的，依据刑法，具体处罚为：一是纳税人偷税数额占应纳税额的 10% 以上不满 30% 并且偷税数额在 1 万元以上不满 10 万元的，或者或因偷税被税务机关给予两次行政处罚又偷税的，处 3 年以下有期徒刑或拘役，并处偷税数额 5 倍以下的罚款；偷税数额占应纳税额 30% 以上并且偷税数额在 10 万元以上的，处 3 年以上 7 年以下有期徒刑，并处偷税数额 1 倍以上 5 倍以下的罚款。二是扣缴义务人偷税数额占应纳税额 10% 以上并且数额在 1 万元以上的，依照关于纳税人的偷税罪规定进行处罚。

（三）逃避追缴欠缴税款行为及其法律责任

逃避追缴欠缴税，是指纳税人欠缴应纳税款，采取转移或者隐匿财产的手段，妨碍税务机关追缴欠缴的税款的行为。

纳税人逃避追缴欠缴税未构成犯罪的，由税务机关追缴欠缴的税款、滞纳金，并处欠缴税款 50% 以上 5 倍以下的罚款；构成犯罪的，依据刑法，具体处罚为：一是逃避追缴欠缴税数额 1 万元以上不满 10 万元的，处 3 年以下有期徒刑或拘役，并处或者是单处欠缴税款 1 倍以上 5 倍以下的罚款；二是逃避追缴欠缴税款数额在 10 万元以上的，处 3 年以上 7 年以下有期徒刑，并处欠缴税款 1 倍以上 5 倍以下的罚款。

（四）抗税行为及其法律责任

抗税是指纳税人、扣缴义务人以暴力、威胁方法拒不缴纳税款的行为。

纳税人、扣缴义务人抗税情节轻微未构成犯罪的，由税务机关追缴其拒缴的税款、滞纳金，并处拒缴税款 1 倍以上 5 倍以下的罚款。构成犯罪的，除了由税务机关追缴其拒缴的税款、滞纳金外，依据刑法规定，具体处罚如下：一是处 3 年以下有期徒刑或拘役，并处拒缴税款 1 倍以上 5 倍以下的罚款；情节严重的，处 3 年以上 7 年以下有期徒刑，并处拒缴税款 1 倍以上 5 倍以下的罚款。

二、税务机关、税务人员涉及的违反税收征收管理法的主要行为及其法律责任

（一）税务人员发售发票、抵扣税款、出口退税工作中玩忽职守的法律责任

税务人员发售发票、抵扣税款、出口退税工作中玩忽职守，致使国家利益遭受重大损失的，处五年以下有期徒刑或拘役，致使国家利益遭受特别重大损失的，处五年以上有期徒刑。

（二）税务人员利用职务上的便利，收受或者索取纳税人、扣缴义务人财物或者谋取其他不正

当利益的行为及其法律责任

税务人员利用职务上的便利,收受或者索取纳税人、扣缴义务人财物或者谋取其他不正当利益,构成犯罪的,依法追究刑事责任;尚不够构成犯罪的,依法给予行政处罚。

(三)税务机关、税务人员查封、扣押纳税人个人及其所抚养家属维持生活必须的住房和用品的法律责任

税务机关、税务人员查封、扣押纳税人个人及其所抚养家属维持生活必须的住房和用品的,责令退还,依法予以行政处分;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

(四)税务人员与纳税人、扣缴义务人勾结,唆使或者协助纳税人、扣缴义务人偷税、逃避追缴欠税、骗取国家出口退税及抗税的行为 及其法律责任

税务人员与纳税人、扣缴义务人勾结,唆使或者协助纳税人、扣缴义务人偷税、逃避追缴欠税、骗取国家出口退税及抗税的行为,构成犯罪的,依法追究刑事责任;尚不够构成犯罪的,依法给予行政处分。

(五)税务人员私舞弊或者玩忽职守,不征或者少征应纳税款的行为及其法律责任

税务人员私舞弊或者玩忽职守,不征或者少征应纳税款,致使国家税收遭受重大损失,构成犯罪的,依法追究刑事责任;尚不构成犯罪的,依法给予行政处分。

(六)税务人员滥用职权,故意刁难纳税人、扣缴义务人的行为及其法律责任

税务人员滥用职权,故意刁难纳税人、扣缴义务人的,调离税收工作岗位,并依法给予行政处分。

(七)擅自作出税收的开征、停征等决定或者其他同税收法律、行政法规相抵触的决定的法律责任

违反法律、行政法规的规定,擅自作出税收的开征、停征或者减税、免税、退税、补税以及其他同税收法律、行政法规相抵触的决定的,除依照本法规定撤销其擅自作出的决定外,补征应征未征税款,退还不应征收而征收的税款,并由上级机关追究直接负责的主管人员和其他直接责任人员的行政责任;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

三、纳税人、扣缴义务人、税务人员及其他人涉及的违反税收征收管理法的主要行为及其法律责任

(一)骗取出口退税行为及其法律责任

骗取国家出口退税,是指以假报出口或者其他欺骗手段骗取的国家出口退税款的行为。

骗取国家出口退税未构成犯罪的,由税务机关追缴其骗取的税款,并处骗取税款 1 倍以上 5 倍以下的罚款;构成犯罪的,依据刑法,具体处罚为:一是数额较大的,处 5 年以下有期徒刑或者拘役,并处骗取税款 1 倍以上 5 倍以下罚金;二是数额巨大或者有其他严重情节的,处 5 年以上 10 年以下有期徒刑,并处骗取税款 1 倍以上 5 倍以下罚金;三是数额特别巨大或者有其他特别严重情节的,处 10 年以上有期徒刑或者无期徒刑,并处骗取税款 1 倍以上 5 倍以下的罚款或者没收财产。

(二)为纳税人、扣缴义务人非法提供银行账户、发票、证明或者其他方便,导致未缴、少缴税款或名骗取国家出口退税款的法律责任

为纳税人、扣缴义务人非法提供银行账户、发票、证明或者其他方便,导致未缴、少缴税款或名骗取国家出口退税款的,税务机关除没收其违法所得外,可以处未缴、少缴或者骗取的税款 1 倍以下的罚款。

(三)银行和其他金融机构未依照税收征管法的规定在从事生产、经营的纳税人的账户中登录税务登记证件号码,或者未按规定在税务登记证件中登录从事生产、经营的纳税人的账户账号的法律责任

银行和其他金融机构未依照税收征管法的规定在从事生产、经营的纳税人的账户中登录税务登

记证件号码，或者未按规定在税务登记证件中登录从事生产、经营的纳税人的账户账号的，由税务机关大责令其限期改正，处 2000 元以上 2 万元以下的罚款；情节严重的，处 2 万元以上 5 万元以下的罚款。

（四）银行或者其他金融机构拒绝接受税务机关依法检查纳税人、扣缴义务人存款账户的行为及其法律责任

纳税人、扣缴义务人的开户银行或者其他金融机构拒绝接受税务机关依法检查纳税人、扣缴义务人存款账户，或者拒绝执行税务机关作出冻结存款或者扣缴税款的决定，或者在接到税务机关的书面通知后帮助纳税人、扣缴义务人转移存款，造成税款流失的，由税务机关处 10 万元以上 50 万元以下的罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处 1000 元以上 1 万元以下的罚款。

（五）对非法携带、邮寄、运输或存放空白发票的法律责任

对非法携带、邮寄、运输或存放空白发票的，由税务机关收缴发票，没收非法所得，可以并处 1 万元以下的罚款。

（六）私自印制、伪造变造、倒买倒卖发票，私自制作发票监制章、发票防伪专用品的法律责任

私自印制、伪造变造、倒买倒卖发票，私自制作发票监制章、发票防伪专用品的，由税务机关依法予以查封、扣押或销毁，没收非法所得和作案工具，可以并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

（七）违反发票管理法规，导致其他单位或个人未缴、少缴或骗取税款的法律责任

违反发票管理法规，导致其他单位或个人未缴、少缴或骗取税款的，由税务机关没收非法所得，可以并处未缴、少缴或骗取的税款 1 倍以下的罚款。

（八）虚开增值税专用发票的法律责任

虚开增值税专用发票，是指为他人虚开、为自己虚开、让他人為自己虚开、介绍他人虚开专用发票行为之一的。

虚开增值税专用发票的，处 3 年以下有期徒刑或拘役，并处 2 万元以上 20 万元因的罚金；虚开的税款数额较大或有其他严重情节的，处 3 年以上 10 年以下有期徒刑，并处 5 万元以上 50 万元以下的罚款；虚开的税款数额巨大或有其他特别严重情节的，处 10 年以上有期徒刑或无期徒刑，并处没收财产。

（九）伪造或出售伪造的增值税专用发票的法律责任

伪造或出售伪造的增值税专用发票的，处 3 年以下有期徒刑或拘役，并处 2 万元以上 20 万元因的罚金；数量较大或有其他严重情节的，处 3 年以上 10 年以下有期徒刑，并处 5 万元以上 50 万元以下的罚款；数量巨大或有其他特别严重情节的，处 10 年以上有期徒刑或无期徒刑，并处没收财产。

伪造并出售伪造的增值税专用发票，数量特别巨大、情节特别严重、严重破坏经济秩序的，处无期徒刑或死刑，并处没收财产。

（十）非法出售增值税专用发票的法律责任

非法出售增值税专用发票的，处 3 年以下有期徒刑或拘役，并处 2 万元以上 20 万元因的罚金；数量较大的，处 3 年以上 10 年以下有期徒刑，并处 5 万元以上 50 万元以下的罚款；数量巨大或有其他特别严重情节的，处 10 年以上有期徒刑或无期徒刑，并处没收财产。

（十一）非法购买增值税专用发票或购买伪造的增值税专用发票的法律责任

非法购买增值税专用发票或购买伪造的增值税专用发票的，处 5 年以下有期徒刑、拘役，并处或单处 2 万元以上 20 万元因的罚金。

（十二）伪造、擅自制造或出售伪造、擅自制造的可以用于骗取出口退税、抵扣税款的其他发票的法律责任

伪造、擅自制造或出售伪造、擅自制造的可以用于骗取出口退税、抵扣税款的其他发票的，处3年以下有期徒刑或拘役，并处2万元以上20万元以下的罚款；数量巨大的，处3年以上7年以下有期徒刑，并处5万元以上50万元以下的罚款；数量特别巨大的，处7年以上有期徒刑或无期徒刑，并处没收财产。

思考与应用

1. 比较我国与发达国家的税务登记制度，设想自己一个立法者，你会如何借鉴他国的长处来完善我国目前的税务登记制度。

2. 请亲自到附近税务机关考察纳税人是如何办理开业、变更和注销税务登记的？

3. 你认为税控装置能否真正解决偷税，请亲自考察再作回答。

4. 结合中外会计法、税法相关知识，谈谈如何使我国的账簿、凭证管理制度从立法环节、执法环节得以改善？

5. 设想自己是一个立法者，你认为如何完善发票管理制度，杜绝税收违法行为？

6. 考察国外的纳税申报制度，并将其与我国的纳税申报制度进行比较。

7. 考察我国税款征收方式在实践中的运用情况。

8. 考察税收保全措施的由来及其在实践中的应用情况。

9. 用你身边的例子说明并分析税收强制执行措施。

10. 什么是税收优先权？考察税收优先权的理论依据，为什么税收征管法要引进税收优先权？

11. 什么是税收代位权、撤销权？考察它们的理论依据是什么，为什么税收征管法要引进税收代位权、撤销权？

12. 税款的退还和追征背后的理论支撑是什么？以书面形式谈谈你自己的认识。

13. 查阅国外税务检查制度，并对如何完善我国的税务检查制度提出建议。

14. 以刘晓庆税案为例，考察我国税务稽查步骤。

15. 比较我国与发达国家的税务稽查制度，谈谈你自己对我国税务稽查制度完善的建议。

17. 结合他国关于偷税在法律上的界定，谈谈你对偷税定义的理解。

18. 请如实回答，如果你是一个纳税人，你内心深处是否想偷税？为什么？并考察我国存在普遍偷税的根源。

19. 总结偷税行为罪与非罪的界限；并谈一谈你对偷税罪量刑规定的看法。

20. 逃避追缴欠税、抗税、骗取国家出口退税构成要件是什么？

21. 谈谈你对增值税专用发票方面犯罪的看法？请思考、分析为什么刑法在此方面已规定了相当重的量刑却不能抵挡此方面犯罪的原因。

第十一章 税收救济法

教学目的与要求：通过本章的学习，使学生了解税收救济法的意义及税收救济途径。

第一节 税收救济法概述

一、税收救济法的概念

（一）税务争议的概念

税务争议，是指征税主体与纳税主体之间在征、纳税过程中关于征纳税、税收行政处罚、税收行政执行措施等方面而产生的分歧。

（二）税收救济法的概念

税收救济法，是国家制定的关于制止和纠正征税主体侵害纳税主体的合法权益的行为，使纳税主体的合法权益获得补救的法律规范的总称。

二、税收救济法的意义

税收救济法的意义在于维护和监督税务机关依法行使税收执法权，防止和纠正违法或者不当的税务具体行政行为，当纳税人和其他税务当事人的合法权益因税务具体行政行为受到侵害时对其提供法律援助和司法救济，以保护其合法权益。

三、税收救济法的途径

税收救济法包括行政救济制度和司法救济制度。行政救济制度即指税务行政复议制度；司法救济制度即指税务行政诉讼制度。税收行政赔偿制度分散于税务行政复议制度和税务行政诉讼制度。可以说，税收救济法是由税务行政复议制度、税务行政诉讼制度和税收赔偿制度构成的统一体。实践中，解决税务争议的途径除了上述提到的法律途径外，还可通过非法律途径，如权力机关的监督、公众舆论的监督、个体的监督、政党监督及专门机构的监督等。

第二节 税务行政复议与行政诉讼制度

一、税务行政复议与行政诉讼制度的概念

（一）税务行政复议制度的概念

税务行政复议制度，是指纳税人、扣缴税款人、纳税担保人以及其他当事人不服税务机关的具体行政行为，依法向税务行政复议机关提出重新处理申请，税务行政复议机关根据申请人的申请，对原处理决定重新审议，并依法根据不同情况作出维持、变更或撤消决定的法律制度。

（二）税务行政复议制度的概念

税务行政复议制度是指纳税人、扣缴税款人、纳税担保人以及其他当事人认为税务机关具体的行政行为不当或违法，侵害了其合法权益，依法向人民法院提起行政诉讼，由人民法院对税务机关具体行政行为的适当性、合法性进行审理并作出裁决的司法制度。

二、税务行政复议与行政诉讼制度的范围

（一）税务行政复议的范围

税务行政复议的范围主要包括税务机关做出下列行为：征税行为，包括税收税款、加收滞纳金、审批减免税和出口退税、税务机关委托扣缴税款人作出的代扣代收税款行为；责令纳税人提供纳税担保行为；采取的税收保全措施，包括书面通知银行或者其他金融机构暂停支付存款，扣押、查封商品、货物或者其他财产；采取的税收强制执行措施；采取的税收强制执行措施，包括书面通知银行或者其他金融机构扣缴税款，拍卖所扣押、查封的商品、货物或者其他财产以抵缴税款；税务行政处罚行为，包括罚款、销毁非法印制的发票，没收违法所得，对为纳税人、扣缴义务人非法提供银行账户、发票、证明或者其他方便，导致未缴、少缴税款或者骗取国家出口退税款的，没收其违法所得；不予依法办理或答复的行为；取消增值税一般纳税人资格的行为；通知出境管理机关阻止出境行为及其法律、法规规定税务机关受理复议的其他具体行政行为。

（二）税务行政诉讼的范围

税务行政诉讼范围与税务行政复议的范围相同。

三、税务行政复议与行政诉讼管辖

（一）税务行政复议管辖

1. 对税务机关的具体行政行为不服申请的复议，由其上一级税务机关管辖。
2. 对税务机关设立的派出机构根据税收法律、法规和规章的规定以自己的名义作出的具体行政行为不服申请的复议，由设立该派出机构的税务机关管辖。
3. 对扣缴税款人作出的代扣、代收税款行为不服申请的复议，由主管该扣缴税款人的税务机关的上一级税务机关管辖。
4. 对法律、法规规定需要上级批准的具体行政行为不服申请的复议，由最终批准的税务机关管辖。
5. 对各省、自治区、直辖市税务局和计划单列市税务局，以及国家税务总局直属征收局、海洋石油税务管理局，国家税务总局派驻各地的进出口税收管理处作出的具体行政行为不服申请的复议，由国家税务总局管辖。
6. 税务行政复议机关发现受理的案件不属于自己管辖，应当移送有管辖权的复议机关。受移送的复议机关不得再自行移送。
7. 税务机关因复议管辖发生争议，争议双方应当协商解决。协商不成的，由它们的共同上一级税务机关指定管辖。
8. 对被撤销的税务机关在其被撤销前作出的具体行政行为不服申请的复议，由继续行使其职权的税务机关的上一级税务机关管辖。

（二）税务行政诉讼管辖

税务行政诉讼管辖，是指在人民法院系统内部受理第一审税务行政案件的分工和权限。税务行政诉讼管辖可以分为级别管辖、地域管辖和裁定管辖。

1. 级别管辖，是指划分上下级人民法院之间受理一审行政案件的分工和权限。级别管辖的主要内容包括：基层人民法院管辖一般的行政案件；中级人民法院和高级人民法院管辖本辖区内重大、复杂的行政案件；最高人民法院管辖全国范围内重大、复杂的行政案件。

2. 地域管辖，是指同级人民法院之间受理第一审行政案件的分工和权限。它包括一般地域管辖、特殊地域管辖、选择管辖和顺序管辖。

（1）一般地域管辖，是指按照最初作出具体行政行为的税务机关所在地确定管辖法院。凡是没有经过税务行政复议直接向人民法院提起税务行政诉讼的；或经过税务行政复议，裁决维持原具体行政行为，当事人不服，向人民法院提起税务行政诉讼的，均由最初作出具体行政行为的税务机关所在地确定管辖法院。

（2）特殊地域管辖，是指根据特殊行政法律关系或特殊行政法律关系所指的对象确定管辖法

院。主要包括三种情况：一是经过税务行政复议的案件，复议机关改变原具体行政行为的，可以由复议机关所在地的人民法院管辖；二是在税务行政诉讼案件中，未结清税款，又不提供担保的原告对税务机关通知出境管理机关阻止其出境的行政强制措施不服而提起的诉讼，由作出上述行为的税务机关所在地或原告所在地的人民法院管辖；三是因不动产而提起的税务行政诉讼，由不动产所在地人民法院管辖。

（3）选择管辖，是指对两个以上的人民法院都有管辖权的税务行政诉讼案件，可由原告选择的确定管辖法院。

（4）选择管辖，是指原告向两个以上有管辖权的人民法院提起的税务行政诉讼，由最先收到的起诉状的人民法院管辖。

3. 裁定管辖，是指人民法院依法自行裁定的管辖，包括移送管辖、指定管辖和管辖权的转移。

（1）移送管辖

移送管辖，是指人民法院发现受理的税务行政案件不属于自己管辖时，应当将其移送有管辖权的人民法院。

（2）指定管辖

指定管辖，是指有税务行政诉讼管辖权的人民法院，由于特殊原因不能行使其管辖权的，由其上级人民法院指定管辖。人民法院对管辖权发生争议，由争议双方协商解决；协商不成，报其共同上级人民法院指定管辖。

（3）管辖权的转移

管辖权的转移，是指上级人民法院有权审判下级人民法院管辖的第一审税务行政案件，也可以把自己管辖的第一审税务行政案件移交下级人民法院审判。下级人民法院对其管辖的第一审税务行政案件，认为需要由上级人民法院审判的，可以报请上级人民法院决定。

四、税务行政复议与税务行政诉讼制度的程序

（一）纳税上争议的解决的程序

纳税人、扣缴义务人、纳税担保人同税务机关在纳税上发生争议时，必须先依照法律、行政法规的规定交纳或解缴税款及滞纳金，然后可以在收到税务机关填发的缴款凭证之日起 60 天内向上一级税务机关申请复议。上一级税务机关应当自收到复议申请之日起 60 天内作出复议决定。对复议决定不服的，可以在接到复议决定书之日起 15 日内向人民法院起诉。

（二）处罚决定、强制执行措施或税收保全措施方面争议解决的程序

当事人对税务机关的处罚决定、强制执行措施或税收保全措施不服的，可以在接到处罚通知之日起或税务机关采取强制执行措施或税收保全措施之日起 15 天内向作出处罚决定或采取强制执行措施或税收保全措施的机关的上一级机关申请复议；对复议决定不服的，可以在接到复议决定书之日起 15 日内向人民法院起诉。

当事人也可以在接到处罚通知之日起或税务机关采取强制执行措施、税收保全措施之日起 15 天内直接向人民法院起诉。复议和诉讼期间，强制执行措施和税收保全措施不停止执行。

当事人对税务机关的处罚决定逾期不申请复议也不向人民法院起诉、又不履行的，作出处罚决定的税务机关可以依法对其采取强制执行措施，或者申请人民法院强制执行。

第三节 税务行政赔偿制度

一、税务行政赔偿制度概述

（一）税务行政赔偿的概念

税务行政赔偿，是指纳税人、扣缴义务人、纳税担保人以及其他当事人的合法权益因税务机关或税务人员作出的税务具体行政行为受到侵犯造成损害时，有权请求国家予以赔偿。

（二）税务行政赔偿制度的概念

税务行政赔偿制度，是指国家制定的关于税务行政赔偿方面的法律规范的总称。

二、税务行政赔偿制度的内容

（一）税务行政赔偿的范围

税务行政赔偿的范围主要包括：侵犯人身权的赔偿和侵犯财产权的赔偿。

侵犯人身权的赔偿包括：违法通知出入境管理部门阻止纳税人出境的；非法拘禁或以其他方式非法剥夺公民人身自由的；违法采取限制公民人身自由的行政强制措施的；以殴打等暴力行为或唆使他人以殴打等暴力造成公民身体伤害或死亡的；违法使用武器、警械造成公民身体伤害或死亡的；造成公民身体伤害或死亡的违法行为。

侵犯财产权的赔偿包括：违法征税行为；违法处罚行为；违法强制行为；不作为违法；违法保全行为；违法给惠行为及其他违法行为。

（二）税务行政赔偿的免责范围

税务行政赔偿的免责范围包括：税务人员行使的与职权无关的个人行为造成损害的；因受害者自身行为导致损害发生的及法律规定的其他情形。

（三）税务行政赔偿的程序及方式

税务行政赔偿的程序为：提起；受理与审决；追偿。

税务行政赔偿的方式为：支付赔偿金；返还财产；恢复原状；消除影响，恢复名誉，赔礼道歉。

思考与应用

1. 税务争议解决的理论依据是什么？
2. 纳税人上的争议如何解决？
3. 税收处罚、税收保全措施和税收强制执行措施上的争议如何解决？
4. 考察实践中税务行政复议与行政诉讼制度执行情况，并分析其中的社会根源。

参考文献

1. 王传纶、王平武主编：《中国新税制业务全书》，中国金融出版社，1994 版，第 892 页。
2. 陈刚 杨建广等译，北野弘久日著，《税法学原理》，中国检察出版社，2001 年 1 月第一版
3. 杨萍、靳万军、窦清红：《财政法新论》，法律出版社，2000 年 2 月第 1 版。
4. 刘佐：《中国税制五十年》，中国税务出版社，2000 年 1 月第 1 版。
5. 刘佐：《中国税制概览》，经济科学出版社，2006 年版。
6. 爱伦·A·泰特著，国家税务总局科学研究所译：《增值税国际实践和问题》，中国财经出版社，1992 年 7 月第一版
7. 张培森、李本贵：《“罗宾汉”税种》，人民出版社 1992 年版。
8. 《税收程序法论》，北京大学出版社 2003 年版。
9. 高尔森主编的《国际税法》，法律出版社 1993 年 6 月第 2 版
10. 曼昆（美国）：《经济学原理》，生活·读书·新知三联书店与北京大学出版社出版，1999 年 9 月第一版
11. 刘剑文主编《财税法学》，高等教育出版社 2004 年 4 月 1 版。
12. 刘剑文主编《财政法教学案例与法理研究》，高等教育出版社 2004 年 11 版。
13. 刘剑文著《税法专题研究》，北京大学出版社 2002 年 9 月第 1 版。
14. 张馨：《公共财政论纲》，经济科学出版社 1999 年版。

《成本会计学》教学大纲

梁建桥 编写

目 录

前 言	1964
一、课程名称	1964
二、课程性质	1964
三、课程简介	1964
四、教材及参考书	1964
五、学时安排	1964
六、教学内容	1964
第一章 总 论	1965
第一节 成本的含义及经济实质	1965
一、成本会计的定义	1965
二、成本会计在现代会计中的位置	1965
三、成本的含义	1965
第二节 成本会计的一般介绍	1966
一、成本会计的发展简史	1966
二、成本会计的职能	1966
三、成本会计的对象	1966
四、成本会计的任务	1966
五、成本会计工作的组织	1966
本章复习与思考题	1966
拓展阅读书目	1966
第二章 工业企业的成本核算要求和程序	1967
第一节 成本核算的要求	1967
一、什么是成本核算	1967
二、正确划分各种费用界限	1967
三、正确确定财产物资的计价和价值结转方法	1967
四、做好各项基础工作	1967
五、适应生产特点和管理要求，采用适当的成本计算方法	1968
第二节 费用的分类	1968
一、费用按经济内容的分类	1968
二、费用按经济用途分类	1968
三、生产费用的其他分类方式	1969
第三节 成本核算的一般程序和会计科目	1969
一、成本核算的一般程序	1969
二、成本核算的主要会计科目	1970
三、成本核算帐务处理图（见教材 P26 页）	1971
本章复习与思考题	1971
拓展阅读书目	1971
第三章 费用在各种产品及期间费用之间的分配和归集	1972

第一节 各项要素费用的分配	1972
一、要素费用分配概述	1972
二、材料费用分配的核算	1972
三、外购动力费的分配	1974
四、工资及福利费的分配	1974
五、固定资产折旧的分配	1975
六、利息费用、税金和其他费用的分配	1975
第二节 待摊费用和预提费用的归集和分配	1975
一、待摊费用的归集和分配	1975
二、预提费用的归集和分配	1976
第三节 辅助生产费用的核算	1976
一、辅助生产的特点	1976
二、辅助生产费用的归集	1976
三、辅助生产费用分配的帐务处理	1977
四、辅助生产费用的分配方法	1977
第四节 制造费用的核算	1978
一、制造费用的归集与结转	1978
二、制造费用的分配方法	1978
第五节 废品损失与停工损失的核算	1978
一、废品损失的归集及分配	1978
二、停工损失的归集与核算	1979
第六节 期间费用的核算	1980
一、期间费用的特点	1980
二、期间费用的归集与结转	1980
本章复习与思考题	1980
拓展阅读书目	1981
第四章 生产费用在完工产品与在产品之间的分配	1982
第一节 在产品数量的核算	1982
一、在产品收发结存的日常核算	1982
二、在产品盘盈、盘亏和损毁的处理	1982
第二节 完工产品和在产品之间的费用分配方法	1982
一、概述	1982
二、分配方法	1982
三、完工产品成本的结转	1983
本章复习与思考题	1984
拓展阅读书目	1984
第五章 产品成本计算的方法概述	1985
第一节 生产特点和管理要求对成本计算方法的影响	1985
一、企业按生产工艺特点分类	1985
二、按生产组织特点分类	1985
三、企业生产特点和管理要求对产品成本计算的影响	1985
第二节 产品成本计算的基本方法和辅助方法	1985

一、产品成本计算的基本方法	1985
二、产品成本计算的辅助方法	1986
本章复习与思考题	1986
拓展阅读书目	1986
第六章 产品成本计算的基本方法	1987
第一节 品种法	1987
一、品种法的特点和适用范围	1987
二、品种法的计算程序	1987
三、品种法举例（略）	1987
第二节 分批法	1987
一、分批法的特点	1987
二、分批法的适用范围	1988
三、分批法的计算程序	1988
四、分批法举例（略）	1988
五、简化的分批法	1988
第三节 分步法	1988
一、分步法的特点	1988
二、逐步结转分步法	1989
三、平行结转分步法	1990
本章复习与思考题	1991
拓展阅读书目	1993
第七章 产品成本计算的辅助方法	1994
第一节 分类法	1994
一、分类法的特点	1994
二、分类法的计算程序	1994
三、同类产品内各种产品之间分配费用的标准	1994
四、一种简化的分类法——系数法	1994
五、分类法举例（略）	1994
六、分类法的适用范围	1994
七、副产品的成本计算	1994
第二节 定额法	1995
一、定额法的特点	1995
二、定额法的适用范围	1995
三、定额成本的制定	1995
四、定额成本 Vs 计划成本	1995
五、定额法的计算程序	1995
六、脱离定额差异的计算	1996
七、材料成本差异的分配	1996
八、定额变动差异的核算	1997
九、各种差异的处理	1997
十、定额法举例（略）	1997
十一、定额法总结	1997

本章复习与思考题	1997
拓展阅读书目	1998
第八章 商品流通企业的成本核算	1999
一、商品流通企业的特点	1999
二、商品流通企业的成本核算内容	1999
三、商品流通企业的成本核算方法	1999
本章复习与思考题	2001
拓展阅读书目	2001
第九章 变动成本法、标准成本法和作业成本法	2002
第一节 变动成本法	2002
一、成本按习性的分类	2002
二、混合成本按其分解	2002
三、变动成本法的核心内容	2002
四、变动成本法与完全成本法的比较	2003
五、变动成本法举例（略）	2004
六、变动成本法总结	2004
第二节 作业成本法	2004
一、什么是作业成本法	2004
二、作业成本法的产生背景	2004
三、作业成本法的原理	2005
四、作业成本法的基本核算程序	2005
五、作业成本法总结	2005
第三节 标准成本法	2006
一、特点	2006
二、标准成本及其种类	2006
三、标准成本法的计算程序	2006
四、单位产品标准成本的制定	2006
五、标准成本的差异分析	2007
六、标准成本法的帐务处理特点	2008
七、标准成本法与定额法比较	2008
本章复习与思考题	2008
拓展阅读书目	2008
第十章 成本报表的编制与分析	2009
一、成本报表的概念和种类	2009
二、成本报表的编制	2009
三、成本报表的分析	2010
本章复习与思考题	2010
拓展阅读书目	2011

前 言

一、课程名称

《成本会计学》（Cost Accounting）

二、课程性质

《成本会计学》课程，系商学院工商管理（本科）的专业必修课，是继《基础会计》（会计原理）后的又一门会计方面的专业课。通过对该学科的学习，学生应掌握工业企业成本核算的一般流程、方法和要求，并具备进行成本管理和成本分析的一般知识。

三、课程简介

成本会计是会计与管理的结合，它是根据企业的成本核算资料和其他资料，运用数学方法，对企业的生产经营活动进行预测、决策、控制、考核、分析，促使企业生产经营最优运转的一种专门会计。

四、教材及参考书

教材：《成本会计学》（2002 年 6 月第三版），主编：于富生等，中国人民大学出版社；

参考书：

1. 《最新企业会计制度》（2001 年 3 月第 1 版），工商出版社；
2. 《成本会计学》教学辅导书——学生用书（2002 年 6 月第 3 版），中国人民大学出版社；
3. 《新编成本会计学》（2003 年 9 月第 1 版），主编：樊晓琪，立信会计出版社；
4. 《成本会计学》（2003 年 3 月第 1 版），主编：欧阳清、杨雄胜，首都经济贸易大学出版社；
5. 其他参考书。

五、学时安排

本课程总学时为 54 学时，内容共分为 10 章。其中 51 学时为 1~10 章的课堂学习，3 学时为总复习和答疑。

六、教学内容

第一章 总 论

学习目的：通过本章的学习，使学生理解成本的含义，了解成本会计的基本概念，掌握成本会计的内容、特征、职能、基础工作以及成本计算的对象、原则和方法。

学时分配：本章计划 3 学时。

第一节 成本的含义及经济实质

一、成本会计的定义

现代成本会计是会计与管理的直接结合，它是根据企业的成本核算资料和其他资料，运用现代数学方法，对企业的生产经营活动进行预测、决策、控制、考核、分析，促使企业生产经营以实现最优运转的一种专门会计。

二、成本会计在现代会计中的位置

现代会计主要分为财务会计和管理会计两大分支。成本会计的一部分内容（如成本核算、分析）属于财务会计，一部分内容（如预测、决策、计划、控制等）又属于管理会计。因此，成本会计在内容上与财务会计和管理会计都有交叉。

三、成本的含义

（一）财务成本、管理成本

财务会计是对外会计，它必须遵循国家统一的会计规范。在财务会计中，一般把成本理解为取得资产的代价，这些成本的确定必须遵循国家统一的规范，我们可称之为财务成本。

管理会计是对内提供会计信息的会计，不必象财务会计一样遵循统一的规范。相对财务成本而言，在管理会计中为管理目的而使用的成本概念称为管理成本。

财务成本、管理成本都是成本会计研究的对象。

（二）成本的经济实质、理论成本

按照马克思的政治经济学理论，商品的总价值 = 已耗费的生产资料转移的价值（C）+ 劳动者为自己的劳动所创造的价值（V）+ 劳动者为社会劳动所创造的价值（M）。

商品的理论成本 = C+V。成本的经济实质是理论成本的货币表现形式。

（三）实际成本，实际成本与理论成本的区别。

实际成本以理论成本为依据，但并不等同于理论成本，它的运用和理论成本有一定程度的背离。主要表现在：

1. 为了减少生产损失或简化成本核算工作，按照现行制度规定，某些不形成产品价值的损失（如废品损失、停工损失等）作为生产费用计入产品成本（实际成本）。但是他们并不属于理论成本的范畴。

2. 理论成本是一个“全部成本”的概念，而实际发生的费用，按照现行的企业会计制度，只有部分计入产品成本，还有部分计入期间费用。

3. 理论成本仅仅是针对产品或商品而言的，而实际的成本概念是丰富多样的。如前面介绍的“管理成本”，多数不符合理论成本的概念。

（四）研究成本的意义

研究成本主要是为企业的经营管理服务。具体来说，成本的核算和分析是计算补偿生产耗费的尺度；是制定产品价格的依据；可以为企业经营决策提供支持；也是综合反映企业经营业绩的指标。

第二节 成本会计的一般介绍

一、成本会计的发展简史

- （一）早期成本会计阶段（1880-1920）
- （二）近代成本会计阶段（1921-1950）
- （三）现代成本会计（1951 以后）

二、成本会计的职能

成本会计主要有两大职能：反映、监督。

三、成本会计的对象

（一）对于工业企业来说，成本会计的研究对象主要是形成产品成本的生产费用，以及直接计入损益的期间费用；

（二）扩展到其他行业，如商品流通企业、运输企业等（不进行生产，因而无生产费用，但存在经营活动和成本），则成本会计对象变为：生产经营业务成本和期间费用；

（三）进一步归纳概括，成本会计的对象既包括财务成本，也包括管理成本。

四、成本会计的任务

成本会计的任务包括成本的核算、分析，以及预测、决策、计划、控制、考核。其中，成本核算是成本会计的基本任务和中心环节。具体来说：

- （一）及时、正确地进行成本核算（成本会计的基本任务和中心环节）；
- （二）考核成本计划的完成情况，进行成本分析；
- （三）进行成本预测，参与经营决策，编制成本计划，为企业进行成本管理提供依据。
- （四）审核和控制费用支出，节约开支降低成本；

五、成本会计工作的组织

- （一）工业企业的组织结构
- （二）成本会计的组织方式

1. 集中形式
2. 分散形式

本章复习与思考题

1. 成本的经济实质是什么？理论成本和实际成本的区别？
2. 成本会计在现代会计学科中处于什么位置，其研究对象是什么？

拓展阅读书目

- 贺南轩：《成本会计学》第一章，北京，中国财政经济出版社，1995
- 陈守文：《成本会计学》第一章第一节、二节，沈阳，辽宁人民出版社，1994
- 徐政旦：《成本会计》第一章，上海，上海三联书店，1994

第二章 工业企业的成本核算要求和程序

学习目的：通过本章的学习，初步掌握成本核算的基本要求和原则，了解费用的分类和种类，明确成本核算的帐务处理程序，熟练掌握成本核算的会计科目及其特点。

学时分配：本章计划 3 学时

第一节 成本核算的要求

在成本会计的任务中，成本核算是最基本、最核心的任务。在成本核算中，工业企业的产品成本核算最为复杂。因此在本课程的学习中，主要以工业企业的产品成本核算为例来进行。

一、什么是成本核算

指按照国家有关的法规、制度和企业经营管理的要求，对生产经营过程中实际发生的各种劳动耗费进行计算，并进行相应的帐务处理，提供真实、有用的成本信息。成本核算应做到“算管结合，算为管用”。

二、正确划分各种费用界限

为了正确地计算工业企业的产品成本和期间费用，必须正确划分五个方面的费用界限：

（一）正确划分是否计入生产费用、期间费用的界限

如购买固定资产的开支，不应计入生产费用或期间费用。

（二）正确划分生产费用与期间费用的界限

用于产品生产的费用，最终形成产品成本，并在产品销售后才能作为主营业务成本计入损益。而期间费用是直接计入当月损益的费用。

（三）正确划分各月份的生产费用和期间费用界限

主要需处理好待摊费用、预提费用。

（四）正确划分各种产品的生产费用界限

如属于几种产品共同发生的费用，须采取适当的分配方法在这些产品之间分配这些费用。

（五）正确划分完工产品与在产品的费用界限

上述费用界限的划分过程，也就是产品成本的计算和各项期间费用的归集过程。在这个过程中，应贯彻“受益原则”，即何者受益，何者负担费用，何时受益，何时负担费用；负担费用的多少与受益程度的大小成正比。

三、正确确定财产物资的计价和价值结转方法

工业企业生产经营过程中使用的财产物资将逐渐转移为成本和费用。计价和价值结转方法包括：固定资产原值的计算方法、折旧方法、折旧率的种类和高低、固定资产和低值易耗品的划分标准等。对于财产物资的计价和价值结转方法，国家有统一规定的，应按国家统一规定的方法。方法一经确定，应保持相对稳定性。

四、做好各项基础工作

为了加强成本控制，正确地核算成本，企业应做好以下几项基础工作：

（一）做好定额的制定和修订工作

- (二) 建立和健全材料物质的计量、收发、领退和盘点制度
- (三) 建立和健全原始记录工作
- (四) 做好厂内计划价格的制定和修订工作

五、适应生产特点和管理要求，采用适当的成本计算方法

具体采用哪种方法，要根据企业的生产特点（生产工艺、生产组织）和管理上的要求，从实际情况出发来选择。

第二节 费用的分类

一、费用按经济内容的分类

费用按其经济内容，主要可以划分为：劳动对象方面的费用、劳动手段方面的费用和活劳动方面的费用三大类。可以进一步划分为九大费用要素：

- (一) 外购材料：指企业为进行生产经营而耗用的一切从外单位购进的原料、主要材料包装物、低值易耗品等。
- (二) 外购燃料：指企业为进行生产经营而耗用的从外单位购进的各種固体、液体和气体燃料。
- (三) 外购动力：指企业为进行生产经营而耗用的从外单位购进的各種动力（电力、热力）。
- (四) 工资
- (五) 提取的职工福利费：指企业根据规定按工资总额的一定比例（14%）计提的职工福利费。
- (六) 折旧费：按规定的资产折旧方法计提的折旧费用
- (七) 利息支出：利息支出减利息收入的差额
- (八) 税金：指：应计入管理费用的各种税金。如房产税、车船使用税、印花税、土地使用税等。
- (九) 其他支出：指不属于以上各要素，但应计入产品成本或期间费用的费用，如邮电费、差旅费、保险费等。

二、费用按经济用途分类

- (一) 生产费用和期间费用（经营管理费用）
- (二) 生产费用按经济用途分类称成本项目。一般制造型的工业企业常设置的成本项目有：
 1. 原材料：又称直接材料，指直接用于产品生产，构成产品实体的原料、主要材料以及有助于产品形成的辅助材料。
 2. 燃料及动力：又称直接燃料及动力，指直接用于产品生产的燃料和动力，包括外购和自制。
 3. 生产工资及福利费：又称直接人工，指直接参加产品生产的工人工资及按生产工人工资的规定比例计提的福利费。
 4. 制造费用：间接用于产品生产的各项费用，或虽直接用于产品生产，但不便于直接计入产品成本，因而没有专设成本项目的费用。

企业可以根据生产特点和管理要求对上述成本项目增减

(三) 期间费用按经济用途分类

1. 营业费用：企业在产品销售过程中发生的费用，以及为销售本企业产品而专设的销售机构的各项费用，如广告费、运输费、包装费等。
2. 管理费用：企业行政管理部门为组织和管理生产经营活动而发生的各项费用，如印花税、技术开发费、无形资产摊销等。

3. 财务费用：企业为筹集生产经营所需资金而发生的各项费用，如利息支出、汇兑损失等。

三、生产费用的其他分类方式

（一）按与生产工艺的关系

1. 直接生产费用：指由于生产工艺本身引起的、直接用于产品生产的费用。如原材料、生产工人工资、机器设备折旧等。

2. 间接生产费用：与生产工艺没有联系，间接用于产品生产的各项费用。如机物料消耗、辅助工人工资、厂房折旧等

（二）按计入产品成本的方式

1. 直接计入费用：可以分清由哪种产品所耗用，能直接计入某种产品成本的费用。

2. 间接计入费用。不能分清由哪种产品所耗用，不能直接计入某种产品的费用。一般需要按一定标准分配给各有关产品。

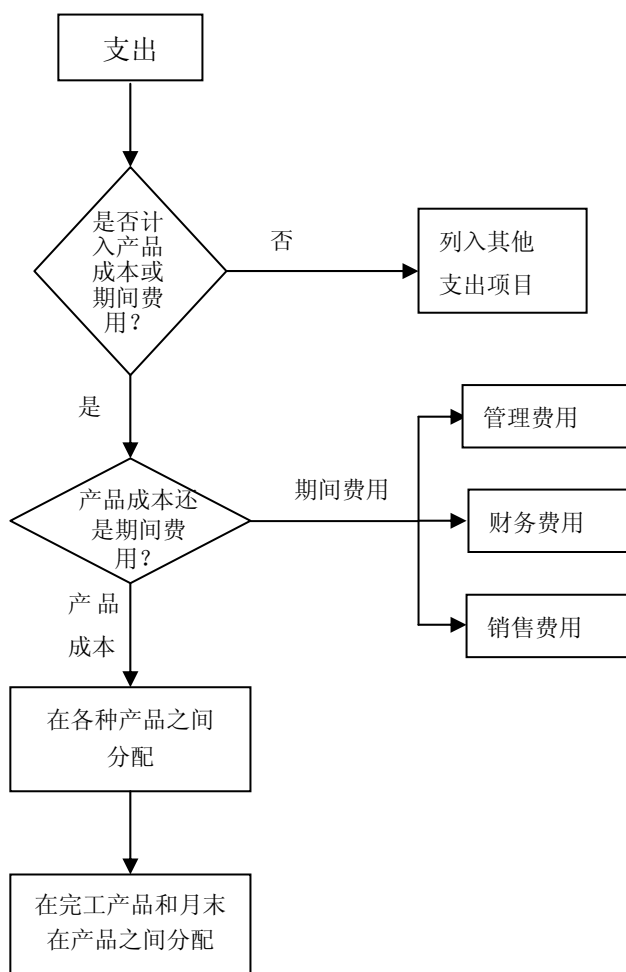
（三）直接生产费用、直接计入费用；间接生产费用、间接计入费用的区别与联系

多数情况下，直接生产费用是直接计入费用，间接生产费用是间接计入费用。但二者不能等同。

第三节 成本核算的一般程序和会计科目

一、成本核算的一般程序

即划分五个费用界限的过程：



二、成本核算的主要会计科目

（一）基本生产成本

基本生产是指为完成企业主要生产目的而进行的产品生产。“基本生产成本”总帐科目是为了归集基本生产所发生的各种生产费用和计算基本产品成本的科目。“基本生产成本”科目应按产品品种、批别等成本计算对象设置基本生产成本明细帐，又称为产品成本明细帐，或成本计算单。

借方：登记为进行基本生产而发生的各种费用。

贷方：登记转出的完工入库的产品成本。

余额：在借方，表示基本生产的在产品成本。

（二）辅助生产成本

辅助生产是指为基本生产服务而进行的产品生产和劳务供应。如工具、模具、运输、修理等车间的生产活动。“辅助生产成本”科目应按辅助生产车间设置辅助产品成本明细帐，帐内按成本项目或费用项目设置专行或专栏。

借方：登记为进行辅助生产而发生的各种费用。

贷方：登记转出的完工入库的辅助产品成本或分配转出的劳务。

余额：在借方，表示辅助生产的在产品成本。

（三）制造费用

制造费用的内容非常复杂，它包括间接用于产品生产的各项费用，或虽直接用于产品生产、没有专设成本项目的费用。制造费用一般应按车间、部门设置明细帐，帐内按费用项目设置专栏进行明细核算。借方：登记实际发生的制造费用。

贷方：登记转出分配转出的制造费用。

余额：除季节性生产企业外，应无余额。

（四）废品损失

设置了废品损失科目、需要单独核算废品损失的企业，应按车间、部门设置明细帐。借方：登记不可修复废品的生产成本和可修复废品的修复费用。

贷方：登记废品残料回收的价值、应收赔款，以及转出的废品净损失。

余额：应无余额。

（五）营业费用

借方：登记实际发生的各项产品销售费用。

贷方：登记期末转入“本年利润”的产品销售费用。

余额：应无余额。

（六）管理费用

借方：登记实际发生的各项管理费用。

贷方：登记期末转入“本年利润”的管理费用。

余额：应无余额。

（七）财务费用

借方：登记实际发生的各项财务费用。

贷方：登记应冲减财务费用的利息收入、汇兑收益，以及期末转入“本年利润”的管理费用。

余额：应无余额。

（八）待摊费用

受益期和支付期不一致的费用，主要有待摊费用和预提费用两种类型。其中，支付在前，受益在后的，为待摊费用（类似于资产）；支付在后，受益在前的，为预提费用（类似于负债）。

借方：登记实际发生的各项待摊费用。

贷方：登记分期摊销的待摊费用。

余额：在借方，表示已经支付但尚未摊销的待摊费用。

（九）预提费用

借方：登记实际支付的费用。

贷方：登记预先计入成本的预算费用。

余额：如在借方，则表示实际支付大于已预提的差额，为待摊费用。如在贷方，则表示已经预提但尚未支付的费用。

三、成本核算帐务处理图（见教材 P26 页）

本章复习与思考题

1. 成本核算时，需要划分哪些方面的费用界限？
2. 进行成本核算时所设立的“制造费用”会计科目，与“制造费用”成本项目之间是什么关系？
3. “基本生产成本”科目月末有余额时，一般应在哪方，其余额表示什么意义？

拓展阅读书目

贺南轩：《成本会计学》第二章，北京，中国财政经济出版社，1995

陈守文：《成本会计学》第一章第三节、四节，沈阳，辽宁人民出版社，1994

王俊生：《成本会计》第二章，北京，中国财政经济出版社，2000

第三章 费用在各种产品及期间费用之间的分配和归集

学习目的：通过本章的学习，使学生了解成本核算的基本要求和原则，熟练掌握各种要素费用、辅助生产费用、制造费用、废品损失与停工损失及期间费用的归集、核算、分配方法及各自特点。

学时分配：本章计划 11 学时

第一节 各项要素费用的分配

一、要素费用分配概述

（一）专设成本项目的生产费用的归集分配

专设成本项目的生产费用，在发生时应单独地记入“基本生产成本”、“辅助生产成本”总帐科目及相应的成本项目。

（二）没有专设成本项目的生产费用的归集分配

对于没有专设成本项目的直接、间接生产费用，先计入“制造费用”总帐及明细帐的相应费用项目，月末再将各车间的制造费用分配转入基本生产成本总帐和各产品成本明细帐中有关的成本项目。

（三）间接计入费用的分配方法

对于某种产品的直接计入费用，可以直接计入到该种产品成本明细帐中，如果是几种产品的间接计入费用，则应采用适当的分配方法，分配后分别计入。

1. 分配方法要适当。分配标准科学合理，分配资料容易取得，计算简便。

2. 分配标准，主要有以下三类：

成果类，如产品的产量、重量、产值等；消耗类，如生产工时、机器工时、原材料消耗量等；定额类，如定额消耗量、定额费用等。

3. 分配步骤：

（四）要素费用的分配步骤

要素费用的分配，一般应编制相应的费用分配表，然后根据费用分配表编制会计分录，最后登记各种成本、费用总帐科目及所属明细帐。

二、材料费用分配的核算

（一）材料的计价方法

1. 材料按实际成本计价：材料明细帐中的收入材料按实际的成本计价；帐中发出材料的金额可按先进先出法、后进先出法、个别计价法、全月一次加权平均法计价。2. 材料按计划成本计价：原材料的收发凭证都按材料的计划单位成本计价，并据以登记材料明细帐。此时发出材料的实际成本通过材料的计划成本和“材料成本差异”科目来核算。

“材料成本差异”帐户用于核算企业各种材料的实际成本和计划成本的差异。

其借方：登记材料成本的超支差异；

贷方：登记材料成本的节约差异，以及转出的发出材料的成本差异；

期末结存材料的实际成本，为“原材料”等材料帐户按计划成本反映的金额，加上“材料成本差异”帐户的借方余额（或减去贷方余额）；

同时应注意，调整发出材料成本差异时，不论是超支差异还是节约差异，其帐户对应关系相同，

但超支差异用蓝字登记，节约差异用红字冲减。

（二）原材料费用的分配

1. 分配原则

（1）直接用于产品生产、构成产品实体的原料和主要材料，直接或分配计入各产品成本明细帐（基本生产成本明细帐）；

（2）直接用于产品生产，有助于产品形成的辅助材料，一般属于间接计入费用，在采用适当的方法分配后，计入各种产品成本明细帐下的“原材料”成本项目；

（3）直接用于辅助生产、专设成本项目的各种材料费用，记入“辅助生产成本”明细帐的有关成本项目。

（4）用于基本或辅助生产，但没有专设成本项目的各种材料费用，计入“制造费用”明细帐；

（5）用于产品销售、组织和管理生产经营活动耗费的各种材料费用，分别记入“营业费用”、“管理费用”帐户。

2. 间接计入费用的分配方法：对于需要分配才能计入成本的原材料费用，其分配标准可以是产品的重量、体积、材料定额消耗量、材料的定额费用等。如可按原材料定额消耗量比例分配、按原材料定额费用分配等。

（三）燃料费用分配的核算

燃料费用在生产费用中所占比重较小时，合并在“原材料”科目核算，燃料费用比重较大时，应设立“燃料及动力”成本项目进行核算，同时还应增设“燃料”科目，单独核算燃料费用。其他与原材料费用的核算方法同。

（四）包装物的核算

指包装产品而储备的各种包装容器（桶、箱子、袋等）。它不包括：各种包装材料（如铁丝、绳等），以及用于储存产品，但不对外出售、出租、出借的包装物（作为固定资产或低值易耗品）等。

发出包装物在核算时：用于产品生产、构成产品实体的包装物，计入“基本生产成本”科目；随同产品出售的包装物，如其单独计算价格，则其成本计入“其他业务支出”；如包装物不计价，则其成本计入“营业费用”。出租的包装物，包装物摊销的成本计入“其他业务支出”；出借的包装物，其摊销的成本计入“营业费用”。

出租、出借包装物的摊销方法与低值易耗品相似，通常可采用一次摊销法、分期摊销法、五五摊销法等。

（五）低值易耗品摊销的核算

低值易耗品是指劳动手段中单位价值和使用年限在规定限额以下（不作固定资产核算）的物品。低值易耗品摊销费用在产品生产成本中所占比重较小，所以没有专设成本项目。

为进行低值易耗品的收、发、摊、存的总分类核算，应设“低值易耗品”总帐，按低值易耗品的类别、品种、规格设立明细帐，进行明细核算。

低值易耗品与材料一样，可以按实际成本、或计划成本计价核算。如果按计划成本核算，还应在“材料成本差异”总帐科目下设置“低值易耗品成本差异”二级科目。

低值易耗品的成本核算方法主要有三种：

1. 一次摊销法：即在领用低值易耗品时，将其全部价值一次性计入当月成本、费用。这种方法比较适合单位价值较低、使用期限较短（容易破损）的低值易耗品。其特点是核算简便，但不利于低值易耗品实物管理，同时可能会使各月成本费用负担不大合理。

2. 分次摊销法：将低值易耗品转作待摊费用（或长期待摊费用），按其使用期限的长短，分月计入成本费用。这种方法比较适合单位价值较高，使用期限较长（更倾向于固定资产）的低值易

耗品。其特点是各月负担的低值易耗品摊销费用比较合理，但是核算工作量较大。

3. 五五摊销法：低值易耗品在领用时，摊销其价值的一半，在报废时，再摊销其价值的另一半。这种方法比较适合各月领用和报废比较均衡，各月摊销相差不大的低值易耗品。其特点是各月成本费用负担比较合理，核算工作量比较大。

三、外购动力费的分配

（一）分配原则

在车间装有外购动力的计量仪表时，可按仪表所显示读数计算和分配费用；在没有安装计量仪表时，则可按产品的生产工时比例、机器工时比例、定额消耗量比例或其他比例分配。

（二）分配计入的成本费用科目

直接用于基本生产或辅助生产，专设“燃料及动力”成本项目的外购动力费用，应记入“基本生产成本”或“辅助生产成本”总帐和所属产品成本明细帐的“燃料及动力”成本项目；用于基本生产和辅助生产但未专设成本项目的动力费用，记入“制造费用”总帐及所属明细帐。其他根据用途如计入“管理费用”等科目。

（三）会计分录

借：基本生产成本

制造费用

管理费用

.....

贷：应付帐款（银行存款）

四、工资及福利费的分配

（一）工资总额的定义

企业在一定时期内直接支付给本单位全部职工的全部劳动报酬总额。按国家的规定包括：计时工资、计件工资、奖金、津贴和补贴、加班加点工资、以及特殊情况下支付的工资。

有些收入不属于工资总额的开支。如：为生产工人购买劳动保护用品的支出（劳动保护费），直接记入制造费用；职工出差的伙食补助和误餐补助、企业支付的有关离休、退休职工和退职人员待遇的各种支出等，直接记入管理费用。

（二）工资分配原则和应计科目

生产工人的计件工资，属于直接计入费用，直接记入基本生产成本明细帐某种产品成本的“工资及福利费”成本项目；生产工人的计时工资一般属于间接计入费用，应按产品的生产工时比例的方法，分配后再计入各种产品成本明细帐的“工资及福利费”成本项目。车间管理人员和技术人员的工资，记入“制造费用”科目；其他各部门人员的工资，根据其用途计入“管理费用”、“营业费用”等科目；

（三）间接计入工资的分配

间接计入工资主要是计时工资。通常可按生产工时（实际或定额）比例进行分配。计算公式如下：

$$\text{工资费用分配率} = \frac{\text{某车间生产工人计时工资总额}}{\text{该车间各种产品生产工时总额}} \quad \text{某产品应分配的间接计入工资费用} =$$

该产品的生产工时数 × 工资费用分配率

（四）职工福利费的分配

职工福利费一般按工资总额规定的比例（14%）计提。除生活福利部门人员计提的职工福利费计入管理费用以外，其他人员工资计提的福利费与工资的分配去向相同。生活福利部门人员的工资费用，计入“应付福利费”开支。

五、固定资产折旧的分配

折旧是固定资产在使用中价值的转移。企业固定资产的价值通过折旧的方式转化成为生产费用和经营管理费用。

（一）固定资产折旧费用的提取：应提折旧的对象如房屋建筑物（不管是否使用）、在用的机器设备、工具、运输设备、以经营租赁方式租出或以融资租赁租入的固定资产等等。当月增加的固定资产，当月不提折旧；当月减少的固定资产，当月照提折旧。未使用和不需用的固定资产、经营租赁方式租入的固定资产、在建工程在交付使用前的固定资产，不提折旧（房屋建筑物除外）

固定资产折旧方法、折旧率一经确定，就不应随意变动。

（二）分配原则和应计科目：根据固定资产的用途，将其折旧计入到相应的会计科目中去。如管理部门的固定资产折旧，计入到管理费用；生产部门的固定资产折旧，计入到“制造费用”。

（三）会计分录

借：制造费用

管理费用

.....

贷：累计折旧

六、利息费用、税金和其他费用的分配

（一）利息费用的核算

利息费用属于财务费用。一般按季支付，如果数额较大，季内按月预提；如果数额不大，为了简化核算工作，也可以不作预提处理，而在季末实际支付时全部计入当月财务费用。会计分录如下：

分月预提时：

实际支付时：

（二）税金的核算

指属于管理费用的那部分税金。包括印花税、车船使用税等。其中印花税通常是先购买后使用，因而不通过“应付税金”科目核算。而房产税、车船使用税等则一般通过“应付税金”科目核算。因此它们在会计分录的处理上，也各不相同。

（三）其他费用的核算

其他费用指除了前面所述各要素以外的费用（包括邮电费、租赁费、印刷费、排污费、差旅费、保险费等）。这些费用根据其用途分别计入“制造费用”、“管理费用”、“辅助生产成本”、“营业费用”、“在建工程”或预提、待摊费用科目，贷“银行存款”或“现金”等科目。

第二节 待摊费用和预提费用的归集和分配

凡是受益期和支付期不一致的费用，应该按照权责发生制的原则分别采用待摊或预提的办法来处理。

一、待摊费用的归集和分配

待摊费用的实质是资产。待摊费用的项目应在企业会计制度中规定，分摊期限和方法应在费用

发生时确定。

摊销期在一年以内的称待摊费用，摊销期在一年以上的称长期待摊费用。其会计分录如下：

发生待摊费用时：

借：待摊费用

贷：银行存款（或低值易耗品等）分月摊销时：

借：制造费用

管理费用

.....

贷：待摊费用

二、预提费用的归集和分配

预提费用实质是一项应付而未付的负债。其预提期限应根据该费用的受益期限来确定的。

预提费用帐户是具资产、负债双重性质的帐户，应按预提费用种类设置明细帐。其会计分录如下：

分月预提时：

借：制造费用

管理费用

.....

贷：预提费用

实际支付时：

借：预提费用

贷：银行存款

第三节 辅助生产费用的核算

一、辅助生产的特点

辅助生产，是为基本生产车间、企业行政管理部门等单位服务而进行的产品生产和劳务供应。

二、辅助生产费用的归集

通过“辅助生产成本”帐户进行。“辅助生产成本”帐户按车间及产品、劳务的种类设置明细帐，帐内按成本项目或费用项目设置专栏。

在核算辅助生产费用时，要注意分情况进行：

（一）专设“制造费用——辅助生产车间”科目的辅助生产费用核算

此时辅助生产成本明细帐内按成本项目进行归集，其核算与基本生产成本科目大致相同。

（二）不专设“制造费用——辅助生产车间”科目的辅助生产费用核算

此时辅助生产成本明细帐内按成本项目和费用项目同时开设，发生的生产费用不通过“制造费用”科目核算直接计入到辅助生产成本。

这种情况一般是辅助生产不对外提供产品，因而不需要按规定的成本项目计算成本，且辅助生产车间规模很小，制造费用少，为了减少成本核算工作，将成本项目和制造费用项目结合起来开设辅助生产成本明细帐。

三、辅助生产费用分配的帐务处理

（一）辅助生产提供有形的产品（如工具等），会计分录如下：

借：低值易耗品

原材料

贷：辅助生产成本

（二）辅助生产提供无形的劳务（如修理等）

借：制造费用

管理费用

营业费用

贷：辅助生产成本

四、辅助生产费用的分配方法

某些辅助生产车间之间，存在相互提供产品和劳务的情况。为了正确核算辅助生产产品和劳务的成本，应首先在各辅助生产车间之间进行费用的相互分配，然后再对外（辅助生产车间以外的各受益单位）分配费用。辅助生产费用分配方法主要有：

（一）直接分配法

不考虑各辅助生产车间之间相互提供劳务的情况，而是将各种辅助生产费用直接分配给辅助生产以外的各受益单位。这种方法很简单，主要适合于那些辅助生产内部相互提供劳务不多，不进行费用的交互分配，对辅助生产成本和产品成本影响不大的情况下使用。

（二）交互分配法

辅助生产费用进行两次分配，首先根据劳务数量和交互分配前的辅助生产费用总额进行，在辅助生产车间之间进行相互分配，然后再分配给辅助生产车间以外的其他受益单位。

这种方法的特点是提高了分配结果的正确性，但需要计算两次分配率，增加了工作量，而且分配结果也不是完全准确。

（三）计划成本分配法

按辅助生产车间提供的产品或劳务数量的计划单位成本分配辅助生产费用（包括其他辅助生产车间）；再计算分配辅助生产实际发生的费用（本车间发生的费用 + 辅助生产间交互分配转入的费用）；最后计算辅助生产的成本差异，并辅助生产成本差异全部调整计入管理费用，不再分配给辅助生产以外的各受益单位。

这种方法简化了辅助生产费用的分配工作，但要求辅助生产的计划单位成本制定必须很准确，否则将会使计算结果产生较大的偏差。

（四）代数分配法

根据解联立方程的原理，计算辅助生产劳务的单位成本，然后根据各受益单位耗用的数量和单位成本分配辅助生产费用。

这种方法分配结果最准确，但在分配以前要解联立方程，如果辅助生产车间、部门很多，未知数也相应增多，计算工作比较复杂。主要适合于已经实行电算化会计的行业。

（五）顺序分配法

顺序分配法也称为梯形分配法，该种分配方法不进行交互分配，各辅助生产费用只分配一次，既分配给辅助生产以外的受益单位，又分配给排列在后面的其他辅助生产车间或部门。

该方法是直接分配法和交互分配法的一种调和与过渡。不准确，且计算工作量大。

第四节 制造费用的核算

一、制造费用的归集与结转

（一）归集

制造费用的核算，是通过“制造费用”总帐科目进行归集和分配的。该科目按车间（基本生产车间、辅助生产车间）或部门设置明细帐，帐内按费用项目设专栏和专行。

（二）结转

在会计期末，将归集的制造费用按照一定的标准分配，从“制造费用”帐户的贷方转出，转入“生产成本——基本（辅助）生产成本”帐户的借方。除季节性生产的车间、分厂以外，该科目期末通常无余额

二、制造费用的分配方法

（一）生产工人工时比例分配法

按照各种产品所用生产工人工时的比率，分配制造费用的一种方法。

（二）生产工人工资比例分配法

以各种产品的生产工人工资的比例分配制造费用的方法，这种分配方法基本上与生产工时比例法原理相同。这种方法只适用于产品生产机械化程度大致相同的情况下。

（三）机器工时比例分配法

按照各种产品所用机器设备运转时间的比例，分配制造费用的方法。分配过程与前面的方法基本相同。主要适合于机械化程度比较高的企业。

（四）年度计划分配率分配法

按照年度开始前确定的全年适用的计划分配率分配费用的方法。不管各月的实际发生的制造费用多少，每月各种产品成本中的制造费用都按年度计划确定的分配率分配。这种方法特别适用于季节性生产的车间。

采用年度计划分配率分配制造费用时，“制造费用”总帐科目及其明细帐一般有月末余额，可能是借方余额，也可能是贷方余额。对制造费用科目的余额，平时不用调整，只有在年末有余额时，一般应调整记入 12 月份的产品成本。

第五节 废品损失与停工损失的核算

一、废品损失的归集及分配

（一）定义

废品：不符合规定的技术标准，不能按照原定的用途使用，或者需要加工修理后才能使用的在产品、半成品和产成品。

可修复废品：技术工艺上可以修复，而且所支付的修复费用在经济上合算的废品。

不可修复废品：技术工艺上不可以修复，或虽可修复，但所支付的修复费用在经济上不合算的废品。

报废损失：指不可修复废品的生产成本（制造成本）扣除回收的材料和废料价值后的损失。

修复费用：指可修复废品在返修的过程中所发生的修复费用。其中应由过失单位或个人负担的赔款，应从废品损失中扣除。

废品损失：在生产过程或入库以后发现的各种不可修复废品的生产成本和可修复废品的修复费用，在扣除废品残料价值和应收赔款后的损失。

（二）帐户设置

核算废品损失时，增设“废品损失”会计科目、“废品损失”成本项目。

废品损失按照车间设置明细帐，帐内按产品品种和成本项目登记废品损失的详细情况。月末核算后的废品净损失结转到同种产品的合格品成本中去。

借方：不可修复废品的生产成本和可修复废品的修复费用。

贷方：登记废品残料回收的价值和应收的赔款；以及从“废品损失”科目贷方转入“基本生产成本”科目借方的数额。该科目月末无余额。

（三）不可修复废品损失的归集与分配

如果废品成本按实际成本计算，则根据报废时废品和合格品发生的全部实际费用，采用一定的分配方法，在合格品和废品之间分配。然后从“基本生产成本”的贷方转入“废品损失”科目的借方。如果废品成本按定额成本计算，则按废品的数量和各项费用定额计算废品的定额成本，再将定额成本扣除废品残料回收价值，即为废品损失。

（四）可修复废品损失的归集与分配

指废品在修复过程中发生的各种费用。可修复废品返修以前发生的费用，不必在“基本生产成本”科目中转出；返修以后的修复费用，根据各种凭证计入“废品损失”科目的借方。

（五）不单独核算“废品损失”的情况

不单独核算废品损失的企业，不设“废品损失”的会计科目和成本项目。仅在回收废品残料时，借“原材料”，贷“基本生产成本”。辅助生产一般不单独核算废品损失。

二、停工损失的归集与核算

（一）停工损失的定义

指企业的生产车间或车间的某个班组停工以后发生的各项费用。包括停工期间，所发生的原材料费用、直接人工和制造费用等。

季节性生产企业的季节性停工，是生产经营过程中的正常现象，停工期间发生的费用不属于停工损失，不作为停工损失核算。

（二）停工损失的处理

单独核算停工损失的企业，应增设“停工损失”帐户和停工损失成本项目。“停工损失”帐户按车间设置明细帐，帐内按成本项目设置分行或专栏进行明细核算。

自然灾害引起的停工损失，按规定转作“营业外支出”。其他停工损失，如由于原材料不足、设备故障、固定资产修理等原因引起的停工损失，均应计入产品成本

不单独核算停工损失的，不开设“停工损失”帐户。此时发生的属于停工损失的费用，计入“制造费用”、“营业外支出”等科目。辅助生产一般不单独核算停工损失。

（三）帐务处理

通过设置“停工损失”科目核算：

借方：归集应列作“停工损失”的各种费用。

贷方：转出的费用，包括：

过失人员的赔款，从该科目的贷方转入“其他应收款”等科目的借方；自然灾害引起的停工损失，从该科目的贷方转入“营业外支出”等科目的借方；其他应由产品成本负担的部分，则转入“生产成本——基本生产成本”科目的借方，并用合理的分配标准分配。

该科目月末无余额。

第六节 期间费用的核算

一、期间费用的特点

期间费用又称经营管理费用。指企业在生产经营过程中发生的,与产品生产活动没有直接联系,属于某一时时期耗费的费用。

期间费用都不计入产品成本,不参与产品成本计算,也不存在分配问题。而是直接计入当期损益。主要包括:管理费用、营业费用、财务费用。

二、期间费用的归集与结转

在归集各期间费用时,应开设各种费用的明细帐。借方登记实际发生的各种费用,期末从贷方结转 to 本年利润。

(一) 发生某种期间费用的时候

借: **费用

贷: 应付工资等

(二) 期末结转时

借: 本年利润

贷: **费用

期间费用结转后,各帐户月末应无余额。

本章复习与思考题

- 1. 辅助生产费用的分配方法有哪些? 各有什么特点?
- 2. 制造费用的分配方法有哪些? 其分配对象是什么?
- 3. 什么是废品损失? 应如何计算和分配?
- 4. 某企业生产甲、乙两种产品,共同耗用原材料 10500 元。甲产品实际产量为 100 件,单位材料消耗定额为 15 公斤,乙产品实际产量为 50 件,单位消耗量为 12 公斤。请分配两种产品的材料费用。
- 5. 某企业低值易耗品采用分次摊销法,本月领用生产工具一批,计划成本 30000 元,本月材料成本差异率为节约 3%,该批工具在一年半内分月平均摊销。请编制会计分录。
- 6. 某企业低值易耗品采用五五摊销法,本月报废生产工具一批,计划成本 20000 元,回收残料 1000 元。其它条件同上(见第二题)。请编制会计分录。
- 7. 某企业设有修理、运输两个辅助生产车间,本月发生辅助生产费用、提供的劳务量如下表所示:

辅助生产车间名称		修理车间	运输车间
待分配费用		4000 元	8000 元
供应劳务数量		12000 小时	16000 吨/公里
计划单位成本(仅用于计划分配法时)		0.30 元	0.52 元
耗用劳务数量	修理车间		1000 吨/公里
	运输车间	2000 小时	
	基本生产一车间	6000 小时	8000 吨/公里
	基本生产二车间	4000 小时	7000 吨/公里

分别采用直接分配法、交互分配法、计划分配法、代数分配法分配辅助生产费用，并编制辅助生产费用分配表和会计分录。

8. 某基本生产车间全年制造费用计划为 234000 元，全年产品的计划产量为：甲产品 19000 件，乙产品 6000 件，丙产品 8000 件。单件工时定额：甲产品 5 小时，乙产品 7 小时，丙产品 7.25 小时。本月实际产量：甲 1800 件，乙 700 件，丙 500 件。本月实际制造费用为 30600 元。要求：按年度计划分配率计算、分配制造费用，并编制会计分录。

9. 某企业不可修复废品按定额成本计算。某月 A 产品不可修复废品 20 件。每件直接材料定额 15 元；20 件废品的定额工时共为 130 小时。每小时费用定额为：直接人工 5 元，制造费用 7 元。该月发生可修复废品的修复费用为：直接材料 500 元，直接人工 360 元，制造费用 800 元。废品的残料作为材料入库，价值 100 元，应由责任人员赔偿的废品损失 200 元。要求：计算、结转废品损失、编制相应的会计分录。

拓展阅读书目

1. 贺南轩：《工业会计学》第六章第四节，沈阳，辽宁科学技术出版社，1990
2. 陈守文：《成本会计学》第二、三、五章，沈阳，辽宁人民出版社，1994
3. 徐政旦：《成本会计》第二、三、四、五章，上海，上海三联书店，1994

第四章 生产费用在完工产品与在产品之间的分配

学习要求：通过本章的学习，学生应理解完工产品、在产品的概念，熟练掌握在产品收发结存核算，以及生产费用在完工产品与在产品之间的分配方法。

学时分配：本章计划 6 学时

第一节 在产品数量的核算

一、在产品收发结存的日常核算

（一）定义

在产品：指没有完成全部生产过程、不能作为商品销售的产品（包括正在车间加工的在产品、需要继续加工的半成品、等待验收入库的产品、正在或等待返修的废品等）

不可修复废品、对外销售的半成品、完工的半成品都不属于在产品。

（二）在产品数量的核算

应同时具备帐面核算资料 and 实际盘点资料。为使得在产品帐实相符，应对在产品进行定期或不定期地进行清查（实地盘点法）。并将清查结果，列明在产品的帐面数、实有数、盘盈盘亏数，并对盘盈盘亏进行帐务处理。

二、在产品盘盈、盘亏和损毁的处理

在产品盘盈、盘亏和损毁的处理，均通过“待处理财产损溢”帐户核算。盘盈的帐务处理：按计划或定额成本，借记“基本生产成本”科目，贷记“待处理财产损溢”科目；核销时，对于应计入产品成本的，冲减制造费用。借记“待处理财产损溢”科目，贷记“制造费用”。盘亏或损毁的帐务处理与之相反。

第二节 完工产品和在产品之间的费用分配方法

一、概述

通常来说，生产车间的月初在产品费用、本月生产费用、本月完工产品费用和月末在产品费用四者的关系如下：

月初在产品费用 + 本月生产费用 = 本月完工产品费用 + 月末在产品费用

二、分配方法

完工产品和月末在产品费用的分配方法，通常有如下四种：

（一）不计算在产品成本

在分配费用时，不考虑在产品的成本。这样上述等式就变为：本月生产费用=本月完工产品费用。这种方法只适合于各月末在产品数量很少，不计算在产品的成本对完工产品的成本影响不大的情况下。

（二）在产品按年初固定数额计算

这个方法的关键是确定年初固定数额，各月在产品成本均用年初固定数额计算。此时，某种产

品本月发生的生产费用，就是本月完工产品的成本。它适合于在产品各月数量变动很小，月初月末产品成本差额不大的情况。

（三）在产品按原材料费用计价法

在这种情况下，上述等式变为：

月初在产品原材料费用 + 本月生产费用 = 本月完工产品费用 + 月末在产品原材料费用

它适合于在产品各月数量变动大，月末在产品成本数量较大，而且原材料费用在产品成本中所占比重较大的情况。

（四）约当产量比例法

所谓约当产量：是指将在产品按完工程度折算为相当于完工产品的产量。约当产量比例法是按照完工产品产量和在产品的约当产量的比例分配计算完工产品费用和月末在产品费用的方法。

它适合于在产品各月数量变动大，月末在产品成本数量较大，而且原材料费用和工资福利费 etc 加工费用比重相差不大的情况。是在产品成本计算中常用的方法。

此时，约当产量的计算应分两种情况进行：

1. 原材料在生产开始时一次性投入

这种情况下，原材料不按约当产量计算和分配，而是按在产品的实际数量计算。其余生产费用按约当产量计算和分配。

2. 原材料不是在生产开始时一次投料，而是随着生产进度陆续投料

此时，原材料也应该按约当产量比例计算和分配。如原材料是随加工进度陆续投入的，则其约当产量可按“分工序分别测定完工率”的方法来计算，且本工序完工率为 50%；如原材料是分工序投入，且在每道工序开始时一次性投入，则仍按“分工序分别测定完工率”的方法来计算，且本工序完工率为 100%。

（五）在产品按完工产品成本计算法

这种方法是将在产品视同完工产品分配费用，因而可以根据完工产品和在产品的数量比例，直接进行费用的分配。它适用于月末在产品已经接近完工或已经加工完毕等待验收入库的情况。

（六）在产品按定额成本计价法

指按照预先制定的定额成本计算月末在产品成本，即月末在产品成本按其数量和单位定额成本计算。它将每月生产费用脱离定额的差异，全部计入当月完工产品成本。

它适用于定额管理基础比较好，各项消耗和费用定额比较准确稳定，而且各月在产品数量变动不大的产品。

（七）定额比例法

将产品的生产费用，按照完工产品和月末在产品的定额消耗量或定额费用的比例，分配计算完工产品成本和月末在产品成本的方法。

这种方法与在产品按定额成本计价法的最大区别，是需要将月初和月末在产品费用之间脱离定额的差异，在完工产品和月末在产品之间分配。

它适用于定额管理基础比较好，各项消耗和费用定额比较准确稳定，而且各月在产品数量变动较大的产品。

三、完工产品成本的结转

工业企业的生产费用，在经过完工产品和月末在产品之间分配以后，还要将完工产品，从“生产成本——基本生产成本”的贷方，结转到“库存商品（产成品）”（或原材料、低值易耗品）的借方。并编制各种明细帐和总帐。

本章复习与思考题

1. 什么是约当产量比例法？什么是定额比例法？各有什么特点？
2. 某企业生产 A 产品，原材料在生产开始时一次投入。产品成本中，原材料费用占很大比重。月末在产品按所耗原材料费用计算。5 月初在产品费用 2800 元，5 月发生生产费用为：原材料 12200 元，燃料及动力 4000 元，工资福利费 2800 元，制造费用 800 元。本月完工产品 400 件，月末在产品 200 件。要求：计算 A 产品完工产品和月末在产品成本，并登记产品成本明细帐。
3. 某厂生产 B 产品，由两道工序完成，原材料在生产开始时一次投入。月初加本月生产费用合计为：原材料 26000 元，直接人工 14000 元，制造费用 10080 元，本月完工 100 件，月末在产品 30 件，完工程度为 40%。要求：按约当产量比例法计算完工产品和月末在产品成本。
4. 某车间 C 产品基本生产明细帐有关资料：月初在产品成本情况：原材料 1250 元，直接人工 1005 元，制造费用 2314 元；本月发生生产费用：原材料 3300 元，直接人工 1291 元，制造费用 4574 元。
5. 原材料定额消耗量：完工产品 560 公斤、在产品 350 公斤、工时定额：完工产品 3860 小时，在产品 1880 小时。要求：采用定额比例法分配完工产品和月末在产品费用，并编制会计分录。

拓展阅读书目

1. 贺南轩：《工业会计学》第六章第四节，沈阳，辽宁科学技术出版社，1990
2. 陈守文：《成本会计学》第二、三、五章，沈阳，辽宁人民出版社，1994
3. 徐政旦：《成本会计》第二、三、四、五章，上海，上海三联书店，1994

第五章 产品成本计算的方法概述

学习要求：通过本章的学习，了解企业按生产工艺、组织特点的分类，掌握企业的生产特点、管理要求与成本计算方法之间的关系。

学时分配：本章计划 1 学时。

第一节 生产特点和管理要求对成本计算方法的影响

工业企业在选择成本计算方法的时候，必须要考虑两方面的因素：企业的生产特点和管理要求。

一、企业按生产工艺特点分类

按照工业企业的一般特点，企业的生产可以按如下标准分类：

（一）单步骤生产

指生产工艺过程不能间断，不可能或不需要划分为几个生产步骤的生产（简单生产，如发电厂）。

（二）多步骤生产

指生产工艺过程由若干可以间断的、分散在不同地点、不同时间进行生产的生产步骤组成的生产。如生产陶瓷的企业，有制模车间、烘干、烧烤车间等。

二、按生产组织特点分类

可以分为大量生产、成批生产和单件生产三种类型。

（一）大量生产

指不断地重复生产相同产品的生产，如化肥生产。

（二）成批生产

按事先规定的产品批别和数量进行的生产。一般来说，成批生产的产品品种比较多，而且具有一定的重复性（如服装）。

（三）单件生产

单件生产一般是按照定货要求，生产个别的、性质特殊的产品。

三、企业生产特点和管理要求对产品成本计算的影响

生产特点和管理要求对产品成本计算的影响，主要体现在成本计算对象的确定上。

根据前面对生产的分类，成本计算对象主要分为三大类：

产品的品种、产品的批别、产品的步骤。由此产生了三种不同的成本计算方法：品种法、分批法、分步法。成本计算对象的确定，是开设产品成本明细帐、归集生产费用、计算产品成本的前提。

第二节 产品成本计算的基本方法和辅助方法

一、产品成本计算的基本方法

它以成本计算对象为特征，是计算产品实际成本不可缺少的基本方法。主要包括：品种法、分批法、分步法三种类型。

二、产品成本计算的辅助方法

除了上述基本方法，企业还采用的其他一些成本计算方法。如：分类法、定额法、标准成本法、变动成本法（西方国家经常采用的方法）等。它们的特点为不是一种独立的成本计算方法，必须与其他成本计算的基本方法相结合才能使用，因此称辅助方法。

不论哪种生产类型，也不论成本管理的要求如何，采用哪种成本计算方法，最终都必须按照产品品种计算出产品成本。因此，品种法又是三种基本方法中最基本的成本计算方法。

本章复习与思考题

1. 企业的生产特点、管理要求与成本计算方法的选择有什么关系？
2. 成本计算基本方法与辅助方法的联系和区别有哪些？

拓展阅读书目

1. 贺南轩：《论我国工业企业的成本计算方法》第一、二部分，《陕西财经学院学报》，1979
2. 贺南轩：《成本会计学》第九章，北京，中国财政经济出版社，1999
3. 《国营工业企业成本核算办法》，1986年12月23日财政部颁发，从1987年1月1日执行

第六章 产品成本计算的基本方法

学习要求：掌握品种法、分批法、分步法等基本成本计算方法的概念、特点和适用范围；熟悉各种方法的费用归集和分配的方法及相应帐处理；熟练掌握品种法的成本核算过程。

学时分配：本章计划 9 学时。

第一节 品种法

一、品种法的特点和适用范围

（一）特点

品种法是产品成本计算方法中的最基本方法。它体现了产品成本计算的一般程序。品种法的计算，实际上是会计核算中成本费用项目的明细核算。

品种法按产品品种归集生产费用。成本计算对象是产品品种，因而按产品的品种设置产品成本明细帐。

（二）适用范围

主要适用于大量、大批的单步骤生产；或管理上不要求按步骤计算产品成本的大量、大批多步骤生产。

（三）成本计算期

每个月末。

二、品种法的计算程序

（一）根据各种费用的原始凭证资料，编制费用分配表

（二）计算在产品盘盈、盘亏或损毁

（三）分配待摊预提费用

（四）归集分配辅助生产费用

（五）归集分配基本生产车间的制造费用

（六）根据上述资料，登记产品成本明细帐，并分配完工产品和月末在产品成本

（七）登记期间费用明细帐

（八）结转产成品成本

三、品种法举例（略）

第二节 分批法

是按照产品的批别来汇总生产费用并计算产品成本的计算方法。分批法又叫定单法。但是，一个定单可以有几个批别，也可以将几个定单合并为一个批别。

一、分批法的特点

分批法按照产品的批别归集生产费用、设置产品成本明细帐。一般来说，成本计算期是生产周期（某批产品从开始生产到结束），而与会计报告期不一致。因此分批法通常不需要分配在产品成

本。只有在产品跨月陆续完工情况较多，为了在月份会计报表中提供已完工部分产品的成本，才需要将生产费用在批内完工产品和月末在产品之间分配。

二、分批法的适用范围

主要适用于单件、小批生产，或管理上不要求分步骤计算产品成本多步骤生产的企业，（如服装、新产品试制等行业）。

三、分批法的计算程序

- （一）分配要素费用、辅助生产费用、制造费用等，编制各费用分配表；
- （二）根据各费用分配表，汇总各批产品本月发生的生产费用，登记各批产品成本明细账。
- （三）分配完工产品与月末在产品之间的生产费用。（一般情况下，不需要分配）

四、分批法举例（略）

五、简化的分批法

又称为不分批计算在产品成本的分批法，也称为累计间接计入费用分配法。

（一）适用范围

同一月份投产的产品批数很多，且月末未完工产品的批数也很多的情况下。

（二）计算步骤

1. 仍按产品的批别设置产品成本明细帐；
2. 产品完工之前，产品成本明细帐中只登记直接计入费用和生产工时；
3. 每月发生的间接生产费用，不是按月在各种产品之间分配，而是只登记在“基本生产成本二级帐”中。
4. 在某批产品有完工产品的月份，对完工产品，按累积生产工时的比例，将间接生产费用分配到完工产品成本。

（三）关于“基本生产成本二级帐”

简化的分批法，必须设立“基本生产成本二级帐”；其作用在于：第一，可按月提供企业或车间全部产品的累计生产费用和生产工时资料；第二，在有完工产品的月份，按特定的方法将累计间接生产费用在完工产品和月末在产品之间进行分配。

（四）费用的分配

分成本项目计算累计间接计入费用分配率，用其作为间接计入费用的分配标准。

（五）简化的分批法举例（略）

第三节 分步法

是按照产品的生产步骤来汇总生产费用并计算产品成本的计算方法。分步法适用于大量、大批的多步骤生产（主要是管理上要求分步骤计算产品的成本）。

一、分步法的特点

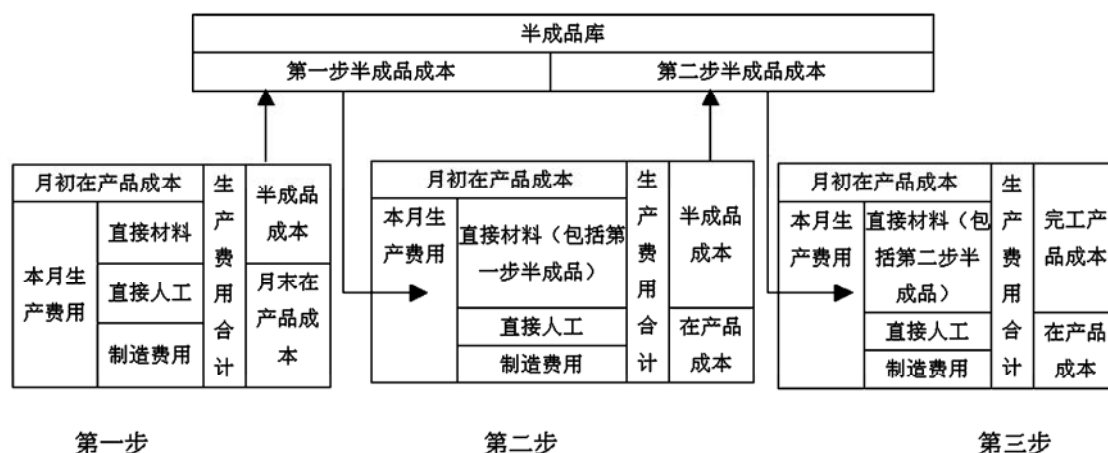
其特点主要有：按照每种产品的各个生产步骤归集生产费用、设置产品成本明细帐；一般来说，成本计算期是按月（同会计报告期）进行，而与生产周期不一致；通常需要分配完工产品和月末在产品成本；此外，各步骤之间还存在成本结转的问题。

二、逐步结转分步法

（一）逐步结转分步法的特点

是指按照产品的生产步骤逐步计算、结转半成品成本，最后计算产品成本的方法。主要适用于那些管理上要求提供各生产步骤半成品成本资料的企业。

（二）逐步结转分步法成本归集示意图



（三）半成品成本结转到下步骤的方法

采用逐步结转分步法时，半成品的实物转到下步骤的方式有两种：一种是经过“半成品库”来收发、中转，一种是直接转到下一工序。如果是经过半成品库收发，还要增设“自制半成品明细帐”进行核算。

同时，半成品的成本结转到下步骤的方式又有两种：一种是本步骤的半成品转入下步骤的原材料（或半成品）项目——综合结转；另一种是本步骤的半成品分项目转入下步骤的各成本项目中——分项结转。

1. 综合结转法

将上步骤的半成品，作为本步骤的原材料（或专设的“半成品”项目）成本，进行成本结转。此时，半成品可以按实际成本结转，也可以按计划成本结转。

这种方法的好处在于便于各步骤进行成本考核和分析，也可以简化半成品核算和成本计算工作。缺点是可能会引起成本项目结构失真，从而需要进行成本还原，即从最后一个步骤起，把所耗用上步骤的半成品还原为原材料、工资福利费、制造费用等成本项目，求得按原始成本项目反应的成本资料。

成本还原的方法：将本月产成品所耗上步骤半成品的综合成本，按照本月所产这种半成品的成本构成进行还原。

$$\text{某步骤还原分配率} = \frac{\text{本月所耗上一步骤半成品成本}}{\text{本月上一步骤所产半成品成本}}$$

可见，如果成本计算的步骤很多，则成本还原的工作量将很大。

2. 分项结转法

上步骤的半成品，按照成本项目分项转入本步骤的产品成本明细帐中的各个成本项目中。也可以按实际成本结转，也可按计划成本结转。

这种方法的优点是可直接提供按原始成本项目反映的产成品资料，不需要进行成本还原；不

足的地方在于相对来说成本结转工作复杂，同时各步骤完工产品成本中看不出所耗上步骤半成品成本、本步骤加工费用情况，不便于进行成本分析。

（四）逐步结转分步法总结

不管是综合结转，还是分项结转都属于逐步结转分步法，其特点主要有：

- 1. 成本计算对象： —— 各步骤的半成品或产成品
- 2. 半成品成本随着半成品的实物的转移而结转
- 3. 半成品通过半成品库收发时，一般需要通过“自制半成品”明细帐核算；
- 4. 核算工作量大（综合结转法，需要进行成本还原；分项结转法， 结转工作量大）

三、平行结转分步法

在大量、大批的多步骤生产中，有的企业并不需要计算半成品成本，这时，为了简化和加快成本计算工作，可以只计算本步骤发生发生的各项费用以及这些费用中应计入产成品的“份额”，再将同种产品的各步骤成本明细帐中的这些份额平行结转、汇总，即可计算出该种产品的产成品成本，由此产生了平行结转分步法。

（一）平行结转分步法介绍

1. 适用范围

在用分步法的大量大批多步骤生产的企业中，当半成品种类多，逐步结转半成品的工作量较大，而管理上又不要求提供各步骤半成品成本资料时，可采用本方法。

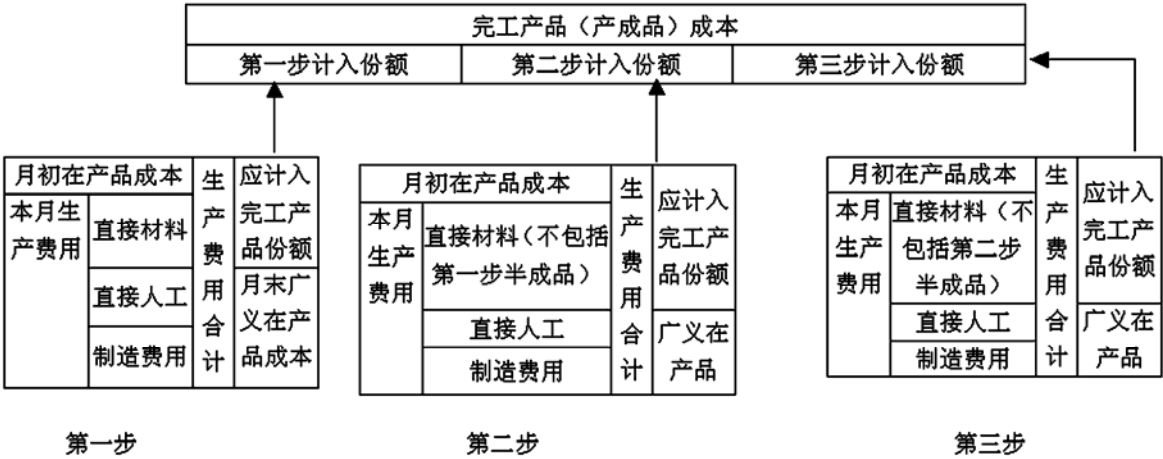
2. 广义在产品的含义

广义在产品指尚未最终加工完成的全部在产品 and 半成品。它包括三部分的内容：尚在本步骤加工的在产品（即狭义在产品）、本步骤已经完工转入半成品库的半成品、已经从半成品库转到以后各步骤进一步加工但尚未最后完成的在产品。

3. 平行结转分步法的特点

其特点主要有：第一，仍按步骤开设产品成本明细帐。但各步骤归集的生产费用不包括所耗上一步骤的半成品费用，只归集步骤发生的各项其他费用（连续式加工的企业，除第一步骤外，只包括加工费用；平行式加工各步骤包括原材料和加工费用）；第二，各步骤不计算和结转半成品成本；第三，各步骤归集的生产费用在完工产品（产成品）和广义在产品之间分配；第四，各步骤半成品的成本和实物的流转是相分离的；第五，采用这一方法，不论半成品是在各步骤之间直接转移，还是通过半成品库收发，都不通过“自制半成品”科目核算。

（二）平行结转分步法成本归集示意图



(三) 平行结转分步法应用举例 (略)

(四) 平行结转分步法的优缺点

平行结转法的最大优点是简化了成本计算工作：各步骤可以同时计算产品成本，不需要等上一步骤；同时能够直接提供按原始成本项目反映的产成品成本资料，不必进行成本还原，因而大大简化和加速成本计算工作。但也存在一些不足：如不能提供各个步骤的半成品成本资料；同时，由于各步骤的半成品的费用不能随着实物的转移（下一步骤）而转出，而仍留在各步骤的月末在产品费用中，因而不能为各个生产步骤在产品的实物管理和资金管理提供资料。

(五) 平行结转分步法与逐步结转分步法的比较

项目	逐步结转分步法	平行结转分步法
成本计算对象	各步骤的半成品	各步骤应计入产成品的份额
成本计算程序	从第一步开始，依次进行，直到最后一步	各步骤同时进行，计算其应计入产成品成本的份额
月末在产品的含义	仅指本步骤正在加工的产品（狭义在产品）	广义在产品。包括本步骤正在加工的产品，或本步骤已完工但尚未完成全部加工过程的半成品。
成本管理	半成品实物转移与成本结转同步	半成品实物转移与成本结转脱节

本章复习与思考题

1. 说明品种法的成本计算程序
2. 逐步结转分布法和平行结转分步法各有什么相同点和不同点？
3. 什么是综合结转分步法？什么是分项结转分步法？
4. 什么是成本还原？为什么要进行成本还原？
5. 某企业有一个基本生产车间，大量生产甲、乙两种产品，另有一个机修辅助生产车间。辅助生产车间须单独核算制造费用。该企业 2005 年 3 月份有关产品产量和成本资料如下：

月初在产品

单位：元

产 品	直接材料	直接人工	制造费用	合 计
甲产品	7680	6592	3574.78	17846.78
乙产品	8320	2008	2320.02	12648.02

产量资料

单位：件

项 目	甲产品	乙产品
月初在产品	340	280
本月投产	860	720
本月完工	800	600
月末在产品	400	400

原材料定额消耗量（单位：公斤）、生产工时记录（单位：小时）

项目		生产工时（基本车间）	修理工时（辅助）	定额消耗量
基本生产车间	甲产品	2480		5400
	乙产品	1520		4600
	一般用		6000	
企业行政管理部门			4000	

生产费用资料

(单位: 元)

项目		原材料	工资	福利费	折旧费	外购动力	待摊费用	其他
基本生产车间	甲产品	24,000						
	乙产品	18,000						
	两产品共同耗用	8,000	60,000	8,400				
	一般用	2,000	4,200	588	12,000	14,200	9,600	15,800
辅助生产车间	生产用	600	5,800	812				
	一般用	400	2,500	350	3,000	12,800	2,400	4,200
合计		53,000	72,500	10,150	15,000	27,000	12,000	20,000

1. 材料在生产开始时一次性投入, 在产品的完工率为 50%, 甲、乙两种产品共同耗用的材料按两种产品的定额消耗量比例分配, 基本车间生产工人工资、制造费用按生产工时比例分配。辅助生产车间费用按修理工时比例分配。完工产品和月末在产品成本采用约当产量法计算。各种费用均用银行存款支付。

要求: 根据上述资料, 用品种法计算两种产品的总成本和单位成本, 并编制各种费用分配表和相应的会计分录。

2. 某企业生产 A 产品, 分为两个步骤(两个车间)进行。半成品通过半成品库收发, 其成本按全月一次加权平均法核算。各步骤在产品采用约当产量法计算, 直接材料在生产开始时一次投入。各步骤在产品的完工程度均为 50%。其他资料如下:

表一: 费用发生情况

成本项目	月初在产品的成本			本月生产费用		
	第一步	第二步	合计	第一步	第二步	合计
直接材料或半成品	3000	5560	8560	12750		
直接人工	1000	300	1300	8750	3500	
制造费用	520	210	730	4355	2450	
合计	4520	6070	10590	25855		

表二: 投产数量

项目	第一步	第二步
月初在产品	35	30
本月投产的数量	140	170
本月完工数量	150	180
月末在产品数量	25	20

表三: 半成品库明细帐

半产品库	数量	单位成本			
		直接材料	直接人工	制造费用	合计
月初结存	50	85	62	25	172
本月收入	150				
本月发出	170				
月末结存	30				

要求:

(1) 采用综合结转法, 计算完工产品成本(不进行成本还原)(假设表一中, “月初在产品的成本——第二步” 栏、“直接材料或半成品” 行中对应的 5560 是半成品成本。)

(2) 采用分项结转法, 计算完工产品成本(假设表一中, “月初在产品的成本——第二步” 栏、“直接材料或半成品” 行中对应的 5560 是直接材料费用。)

拓展阅读书目

1. 贺南轩:《论我国工业企业的成本计算方法》第三、四、五部分,《陕西财经学院学报》, 1979(2)
2. 贺南轩:《成本会计学》第十、十一、十二章,北京,中国财政经济出版社,1999

第七章 产品成本计算的辅助方法

学习要求：通过本章的学习，理解成本计算的辅助方法的含义，掌握分类法、定额法的特点和计算流程。

学时分配：本章计划 6 学时

第一节 分类法

一、分类法的特点

分类法，是在产品品种、规格繁多，但可以按照一定的标准分类的情况下，为了简化计算工作，以产品类别作为成本计算对象，归集生产费用。因此，从本质上来说，分类法是品种法的一种延伸。它把类别作为品种，按类别计算成本后，把每类产品的总成本在类中各产品之间分配，求出各种产品成本。因此，它不是一种独立的成本计算方法。

二、分类法的计算程序

1. 合理确定产品的类别，按照产品类别设立产品成本明细帐；
2. 在开设的产品成本明细帐内，按照成本项目归集生产费用，并按企业生产类型和管理要求，选择一定的方法计算出本类完工产品总成本；
3. 在计算出各类产品的总成本后，选择合理的分配标准，分配、计算各种产品成本。

三、同类产品内各种产品之间分配费用的标准

选择分配标准时，应选择与产品各项生产耗费的高低有密切关系的分配标准。常用的分配标准有：定额消耗量、定额费用、产品的体积、重量等。各成本项目可以采用同一分配标准；也可以分别采用不同的分配标准。

四、一种简化的分类法——系数法

为简化分配工作，可将分配标准折算成相对固定的系数，按照系数分配类内各种产品的成本——系数法，也可称为简化的分类法。

五、分类法举例（略）

六、分类法的适用范围

凡是产品的品种繁多，而且可以按照前述要求划分为若干类别的企业或车间，均可采用分类法计算成本。分类法与产品的生产类型没有直接联系，因而可以在各种类型的生产中应用。

值得注意的是，联产品必须采用分类法计算各种产品的成本。所谓联产品，是指同一种原料，可以生产出几种主要产品，比较典型的如原油冶炼，可以生产出汽油、煤油、柴油等联产品。

七、副产品的成本计算

副产品是指在生产主要产品的过程中，附带生产出来的非主要产品（如提炼原油过程中产生的渣油，制皂过程中产生的甘油等）。

如果副产品的比重较大，应将主、副产品视作联产品采用分类法计算成本。

如果副产品的比重不大，可采用类似分类法的方法计算：即将副产品与主产品合为一类设立产品成本明细帐，归集费用、计算成本；然后将副产品按一定的方法从总成本中扣除，剩下的即为主产品的成本。

第二节 定额法

一、定额法的特点

定额法，是以产品的定额成本为基础，通过加减脱离定额差异和定额变动差异来计算产品实际成本的成本计算方法。

事前：制定产品的消耗定额，费用定额和定额成本，作为成本控制的目标；

事中：在生产费用发生的当时，分别列示符合定额的费用和脱离定额的差异，以加强对费用脱离定额差异的日常核算、分析和控制；

事后：在月末，通过定额成本加减各种差异，计算产成品、在产品的实际成本。

可见，定额法不仅是一种产品成本计算的方法，还有一种对产品成本进行控制、管理的方法。

二、定额法的适用范围

适用于定额管理比较健全、定额基础较好、生产已经定型，产品消耗定额比较稳定的生产企业。

三、定额成本的制定

定额成本也可以叫企业目前的“应该成本”，总定额成本等于产品产量乘以单位产品的定额成本。

单位产品的定额成本：分成本项目制定。根据消耗定额（原材料消耗定额、工时定额）乘以计划单价（原材料计划单价、计划小时工资率、计划的制造费用分配率）制定。

注意：定额成本不包括废品损失和停工损失，他们都属于脱离定额成本的差异。

定额成本的制定过程，就是对产品成本进行事前控制的过程。

四、定额成本 Vs 计划成本

（一）定额成本与计划成本相同之处

都是根据产品的消耗定额和计划单价确定的目标成本。

定额成本和计划成本的制定过程，都是对产品成本进行事前控制的过程。

（二）定额成本与计划成本不同之处

计划成本所依据的消耗定额、计划单价，在计划期内通常是不变的；而定额成本所依据的消耗定额、计划单价，随着企业的生产率改变而不断修订、改变。

五、定额法的计算程序

主要分为四个步骤：

第一：计算定额成本

第二：计算脱离定额的差异

第三：计算定额变动差异、材料成本差异

第四：计算产品的实际成本

其中，产品的实际成本 = 定额成本 ± 脱离定额的差异 ± 定额变动差异 ± 材料成本差异

六、脱离定额差异的计算

生产费用实际发生后，对于脱离定额的费用，应及时进行核算，以便分析差异发生的原因，及时采取处理措施。

发生差异的原因 { 主观因素：采取制止、奖励等措施
客观因素：应调整、修改定额

（一）原材料脱离定额差异的计算

1. 限额法

采用定额法，一般应使用限额领料单制，符合定额的原材料根据限额领料单和定额凭证领发。

原材料用料差异 = 原材料实际消耗量 - 定额消耗量

原材料实际消耗量 = 本期领料数量 + 期初余料数量
- 期末余料数量

原材料定额消耗量 = 产品投产数量 × 原材料消耗定额

原材料脱离定额差异 = 原材料用料差异 × 计划单价

2. 切割核算法

对于经过切割才能使用的材料，例如板材、棒材等，采用切割核算法，即通过材料切割核算单，核算用料差异。

注意：上述原材料脱离定额的差异计算中，只计算了由于原材料用量脱离定额所产生的差异，没有计算由于原材料实际价格与计划价格之间的差所导致的差异。因而，要计算原材料实际成本脱离定额成本的全部差异，还应计算统计其价格所造成的差异——材料成本差异。

（二）生产工时和生产工资脱离定额差异的计算

计件工资：属于直接计入费用，其按计件单价发放的都是定额费用，以外的为脱离定额费用。

计时工资：属于间接计入费用，平时不能按产品直接计算，只有在月末实际生产工人工资总额确定以后，才能计算。

产品某产品脱离工资定额差异 = 该产品的实际生产工资 - 该产品的定额生产工资

（三）制造费用脱离定额差异的计算（与工资类似）

某产品制造费用脱离定额差异 = 该产品的实际制造费用 - 该产品的定额制造费用

上述差异计算过程中，只有原材料脱离定额的差异仅计算了用量差异而没计算价格差异。直接人工、制造费用脱离定额差异均包括了全部差异（用量和价格）。

七、材料成本差异的分配

在定额法下，材料通常是按计划成本计价的。此时，发出的材料还要核算材料成本差异。

前面的材料脱离定额差异，是由于材料消耗量引起的差异——量差。

材料成本差异，是由于材料实际价格与计划价格不一致而引起的差异——价差。现量差已有，需要计算价差。某产品应分配的原材料成本差异 = （该产品的原材料定额费用 ± 原材料脱离定额差异） ×

原材料成本差异率

《企业会计制度》规定，发出材料应负担的成本差异：

1. 必须按月分摊，不得在季末或年末一次计算；
2. 一般应使用当月的实际成本差异率（除委托外部加工的情况外）；

$$3. \text{材料成本差异率} = \frac{\text{月初结存材料成本差异} + \text{本月收入材料成本差异}}{\text{月初结存材料计划成本} + \text{本月收入材料计划成本}}$$

问题：直接人工、制造费用，是否需要核算价差？为什么？

八、定额变动差异的核算

定额变动差异，是指由于修订消耗定额或生产耗费的计划价格而产生的新旧定额成本之间的差额。

在定额变动的月份，月初在产品的定额成本仍然是按照旧的定额计算的。为了统一，将月初在产品旧定额成本按新定额表示以后，还应计算月初在产品的定额变动差异。

因此，定额变动差异，主要是针对月初在产品计算的，计算如下：

月初在产品定额变动的差异，可以根据定额发生变动的在产品盘存数量（或帐面结存数量），和修订前后的费用定额，确定在产品定额变动差异。但这种计算通常要按照零、部件和工序进行，工作量较大。

为了简化计算工作，可按简化的公式计算：

$$\text{定额变动系数} = \frac{\text{按新定额计算的单位产品费用定额}}{\text{按旧定额计算的单位产品费用定额}}$$

月初在产品定额变动差异 = 按旧定额计算的月初在产品定额费用 × (1 - 定额变动系数)

注意：上述定额变动系数由于不是按产品的零、部件计算，而是按单项产品综合计算的，因而能简化计算工作。但在零、部件生产不成套或成套性比较差的情况下，不能用上述系数折算法。

九、各种差异的处理

（一）脱离定额的差异的处理

通常需要在完工产品和月末在产品之间分配；

（二）定额变动差异的处理

通常需在完工产品和月末在产品之间分配，但如果数额小，也可以全部由完工产品负担；

（三）材料成本差异的处理

材料成本差异，通常由完工产品负担。

十、定额法举例（略）

十一、定额法总结

定额法是一种成本计算方法，又是一种成本管理制度；它将事前计划、事中反映和核算、事后监督融为一体。

1. 生产费用发生的当时，计算和反映脱离定额差异；
 2. 有利于加强成本控制、进行成本分析；
 3. 能简便地进行完工产品和月末在产品之间的费用分配
- 其缺点是核算工作量大。

本章复习与思考题

1. 定额法的特点是什么？采用这种方法计算产品成本的优点有哪些？

2. 什么是联产品，什么是副产品？什么是系数法？

3. 某企业生产甲、乙、丙三种产品，同归为 A 类。采用分类法计算产品成本，类内各种产品之间的分配标准是：原材料按各种产品的原材料费用系数分配（按费用定额确定费用系数），其他按定额工时比例分配。

本月资料如下：

产品名称	材料费用定额	工时消耗定额	本月产量
甲	100	17	1000
乙	120	15	1200
丙	112	10	500

本月 A 类产品成本明细帐如下：

项目	直接材料	直接人工	制造费用	成本合计
月初在产品定额成本	36000	6000	4000	
本月生产费用	55000	4600	5600	
生产费用合计				
完工产品成本				
月末在产品定额成本	37000	7050	4500	

要求：用分类法计算各种产品成本并编制产品成本计算表。

1. 某企业生产 A 产品，采用定额法计算产品成本。该企业规定产品的定额变动差异和材料成本差异均由完工产品成本负担，脱离定额差异按定额比例在完工产品和月末在产品之间分配。原材料在生产开始时一次投入。其他资料如下：

(1) A 产品月初在产品数量 50 件，本月投产 150 件，本月完工 140 件，月末在产品 60 件。

(2) 本月直接材料脱离定额差异：+1700 元，直接人工脱离定额差异：-380 元，制造费用脱离定额差异：+800 元，本月材料成本差异率：+1%。

(3) 单位产品的定额成本资料如下：

成本项目	计划单价	消耗定额		定额成本		定额变动差异	
		上月	本月	上月	本月	数量	金额
直接材料	10	22	20	220	200	2	20
直接人工	5	20	20	100	100		
制造费用	8	25	25	200	200		
合计	—	—	—	520	500		

(4) 月初在产品资料如下：

成本项目	月初在产品	
	定额成本	脱离定额差异
直接材料	11000	1800
直接人工	5000	-100
制造费用	10000	-200
合计	26000	1500

要求：用定额法登记产品成本明细帐，计算完工产品的成本。

拓展阅读书目

1. 贺南轩：《成本会计学》第十三、十四、十五章，北京，中国财政经济出版社，1995。
2. 罗飞：《成本会计》第六章第一、三节，北京，高等教育出版社，2000
3. 王俊生：《成本会计》第七、八章，北京，中国财政经济出版社，2000

第八章 商品流通企业的成本核算

学习要求：通过本章的学习，了解商品流通企业的分类及特点，理解不同类型的商品流通企业的成本核算方法。

学时分配：本章计划 2 学时

一、商品流通企业的特点

1. 商品流通企业一般不直接从事产品的生产，其主要经营过程就是商品的流转过程（商品从生产领域到消费领域的流转过程）。
2. 商品流转过程，主要表现为：采购和销售两个阶段。
3. 商品流通企业分类，主要可以分为：批发企业和零售企业两种。
4. 商品流通企业的经营形式：通过低价格购进商品，高价出售商品的方式实现商品进销差价，用进销差价弥补各项费用和税金。

二、商品流通企业的成本核算内容

其成本核算内容主要包括：商品采购成本、商品销售成本，商品流通费用。

（一）商品采购成本

商品采购成本以商品的实际进价为核算基础，商品采购成本又称为进价成本。

1. 国内购进的商品

以进货原价作为采购成本。购进商品所支付的运杂费计入营业费用作为当期损益处理。

2. 国外购进的商品

以进口商品运达目的港以前所发生的各种实际支出为采购成本。包括商品买价、进口税金（进口关税、消费税、增值税）、购进外汇差价、代理进口费用等。

买价是进口商品按对外承付货款日国家外汇牌价结算的到岸价（CIF）。如果进口合同不是到岸价，在商品到达目的港以前由企业以外汇支付的运费、保险费、佣金等，应加入价内。商品到达我国目的港以后发生的费用，计入营业费用。

企业购进商品发生的购货折扣、购货退回、及购货商品的索赔收入应冲减商品进价。

（二）商品销售成本

包括已销售商品的采购成本和存货变现损失两部分。可根据存货计价方法确认商品的采购成本。

（三）商品流通费用

商品流通费用是商业企业在组织商品流通过程中发生的各项费用支出。包括营业费用、管理费用、财务费用。

营业费用：企业在销售商品的过程中发生的各种支出（如运输费、保险费广告费、销售人员的工资及福利费等）。

管理费用：企业在管理和组织商品经营过程中发生的各项支出。（如行政管理人员的工资及福利费、保险费、土地使用费、无形资产摊销等）

财务费用：企业为筹集资金而发生的支出。

三、商品流通企业的成本核算方法

商品流通企业的库存商品既可以按售价核算，也可以按进价核算。批发企业一般采用数量进价

金额核算法，零售企业一般采用商品售价金额核算法。

（一）数量进价金额核算法

1. 商品采购成本核算

应设置“物质采购”（或在途物质）、“库存商品”、“营业费用”等帐户来核算商品采购成本。

2. 销售成本核算

由于批发企业库存商品的核算一般采用数量进价金额核算法，因而批发企业的销售成本通常是已销商品的原进价。

会计制度规定，采用进价核算法的批发企业，对销售成本的核算可以采用加权平均法、先进先出、后进先出、移动平均、毛利率法等。

毛利率法：

根据本期商品销售收入乘以前期实际毛利率（或本期计划毛利率），计算本期已销售商品的毛利额，然后再倒挤出本期已销商品的（进价）成本。

本月销售毛利 = 本月销售收入 × 上期实际或本期计划毛利率

本月销售成本 = 本月销售收入 — 本月销售毛利

毛利率可以按商品品种规格计算，也可以按商品类别或综合计算。

（二）售价金额核算法

1. 商品采购成本核算

零售企业是商品流转的最终环节。通常零售企业采用售价金额核算法，但有些企业也采用进价金额核算法。

除了设置“物质采购”、“库存商品”、“营业费用”等帐户以外，还要设置“商品进销差价”帐户来核算商品采购成本。

通常零售企业采用“售价金额核算法”核算采购成本。库存商品明细帐只按售价登记金额，不记实物数量。

2. 商品销售成本

零售企业通过“主营业务收入”帐户反映商品销售金额，通过“主营业务成本”帐户反映已销售商品成本；

商品销售成本的核算可分为三个步骤进行：

（1）商品销售时，

借：银行存款

贷：主营业务收入

（2）根据已销售商品的金额转销“库存商品”帐户的金额（主营业务成本冲减库存商品）：

借：主营业务成本（按售价）

贷：库存商品

（3）月末计算已销商品的进销差价并结转（进销 差价冲减主营业务成本后，主营业务成本的余额即是商品销售成本）

借：商品进销差价

贷：主营业务成本

3. 商品进销差价的计算

（1）差价率法：按企业全部商品的销售和库存比例计算的差价率：

$$\text{差价率} = \frac{\text{月末结帐前“商品进销差价”余额}}{\text{月末库存商品余额} + \text{月末结帐前“主营业务成本”借方额}}$$

月末结存商品进销差价 = 月末“库存商品”余额 × 差价率

本月已销商品进销差价 = 月末结帐前“商品进销差价”余额 - 月末结存商品进销差价

(2) 实际差价率法

这种方法必须在期末对库存商品进行实际盘点（名称、数量、最后进价、售价）。计算步骤如下：

库存商品进销差价 = 库存商品售价总金额 - 库存商品进价总金额

$$= \sum \text{盘存商品数量} \times (\text{零售价} - \text{进价})$$

本期已销售商品进销差价 = 本期结帐前“商品进销差价”总额 - 库存商品进销差价

这种方法由于须进行实地盘点，手续比较复杂，一般只用于年终决算。

本章复习与思考题

1. 商品流通企业的成本核算特点什么？
2. 什么是数量进价金额核算法？什么是售价金额核算法？它们各有什么特点？
3. 什么是毛利率法？

拓展阅读书目

1. 赵玉珉、田沅、朱亚芳、温坤：《商业会计学》，北京，中国人民大学出版社，1991
2. 黎文珠、林钢：《企业会计学》，北京，中国人民大学出版社，1990

第九章 变动成本法、标准成本法和作业成本法

学习要求：变动成本法、作业成本法、标准成本法都是西方管理会计中经常采用的成本计算和管理方法。要求学生在本章的学习中，了解这些方法产生的原因、特点及各自的用途。

学时分配：本章计划 9 学时。

第一节 变动成本法

一、成本按习性的分类

成本习性，是指成本与业务量之间的依存关系，业务量，可以是产品的数量，也可以是与产品工作量关系紧密的直接人工小时或机器工作小时。成本按习性的分类可以分为固定成本和变动成本两大类。

（一）固定成本与变动成本

固定成本：指在一定时期内和范围内，总额不随业务量的变动而变动的成本。

变动成本：指在一定时期、范围内，总额随业务量的变动而成正比例变动的成本。如直接材料、直接人工等。

（二）总成本模型

将成本按习性分为固定成本、变动成本以后，则：

企业的总成本 = 固定成本总额（a）+ 变动成本总额（b*x）

二、混合成本极其分解

企业的实际经营管理中，一些成本既具有固定成本的特点，又具有变动成本的特点。这类成本称为混合成本。

（一）混合成本的分类

1. 半变动成本：有个初始量，在此基础上，随着业务量的增加而相应增加（同总成本模型类似）。
2. 半固定成本：在一定范围内，成本固定不变，过了这个范围，成本发生跳跃式变动（阶梯型）。

（二）混合成本的分解

目标：把混合成本分解为固定成本和变动成本两大类，再分别归入固定成本和变动成本中去。

方法：合同确认法、技术测定法、历史成本分析法等。

三、变动成本法的核心内容

又称为直接成本法。将制造费用划分为变动制造费用、和固定制造费用两部分，在计算产品成本时，只计算直接材料、直接人工、和变动制造费用，而把固定制造费用视为“期间成本”直接计入当期损益。

理由：固定制造费用不随着产品的产量的变化而变化，它是总要发生的费用，因此可归于每期的期间费用。

变动成本法产生以后，人们把前面的传统成本计算方法称为完全成本法。

四、变动成本法与完全成本法的比较

（一）成本的划分与内容

在变动成本法下，产品的成本由直接材料、直接人工和变动制造费用构成。而在完全成本法下产品成本还须加上固定制造费用。因此：

（完全成本法下的）非生产成本 + 固定制造费用 = （变动成本法下的）期间成本
可见，采用变动成本法将导致其产品成本比完全成本法低；而期间费用比完全成本法高。

（二）产品存货估价的差别

由于在变动成本法下，产品成本（包括产成品、半成品、在产品）= 变动生产成本，不计固定制造费用，因此，其产品成本低于完全成本法下的产品成本。产品存货的估价也是一样。

（三）损益计算上的差别

1. 损益计算程序上的差别：

完全成本法：	变动成本法：
主营业务收入	主营业务收入
<u>- 主营业务成本</u>	<u>- 主营业务成本</u>
销售毛利	生产创利额
<u>- 期间费用</u>	<u>- 变动非生产成本</u>
税前利润	创利额
	<u>- 固定成本</u>
	税前利润

2. 损益计算结果的差别：

由于对产品成本的划分和内容不同（主要是对固定制造费用的处理不同），采用变动成本法和完全成本法的损益计算结果也不一样。

鉴于：其他条件相同的情况下（生产量、单位变动成本、期间费用）：

采用完全成本法计算的产品单位成本 > 采用变动成本法计算的产品单位成本，

采用完全成本法计算的期间费用 < 采用变动成本法计算的期间费用：

假设：

Q1：生产量；Q2：销售量；MF：固定制造费用

C1：完全成本法下的单位成本；C2：变动成本法下的单位成本

则：MF = (C1—C2) * Q1；且 C1 > C2

完全成本法下，抵扣利润的成本费用项目 F1 = Q2*C1+管理费用+营业费用+财务费用；

变动成本法下，抵扣利润的成本费用项目 F2 = Q2*C2+ MF+管理费用+营业费用+财务费用；

F2—F1 = Q2*C2+MF —Q2*C1

= Q2*(C2—C1) +MF

= Q2*(C2—C1) + (C1—C2) * Q1

=(Q1—Q2)*(C1—C2)

假设 R 是主营业务收入，则 F2—F1 = (R—F1) —(R—F2)

即：完全成本利润- 变动成本利润 = (Q1—Q2)*(C1—C2)

结论：

其他条件相同的情况，由于完全成本法下产品的单位成本（ C_1 ）> 变动成本法下的产品单位成本（ C_2 ），因而：

当 Q_1 （生产量）> Q_2 （销售量）时，则？

当 Q_1 （生产量）= Q_2 （销售量）时，则？

当 Q_1 （生产量）< Q_2 （销售量）时，则？

五、变动成本法举例（略）

六、变动成本法总结

（一）变动成本法的优点

1. 有利于短期决策和本量利分析

本量利分析，须将成本分为固定成本和变动成本，而变动成本法正是按该标准进行成本划分的。如在进行产品的短期决策时，可用某种产品能否提供创利额来判断。

2. 有利于进行成本控制和析

区分固定成本和变动成本，有利于分别找出各种成本的责任，并进行分析。

3. 促使企业注重销售，防止盲目生产

前面的分析可以看出，在变动成本法下，只有企业的销售量大时，其利润才能比较大。即：利润和销售量将会同方向变动。

4. 将固定制造费用作为期间成本，可以简化成本计算工作

（二）缺点

1. 不利于产品价格决策

原因：将固定制造费用从产品成本中扣除，使得产品的单位成本下降了。

2. 不适用于企业长期决策的需要

原因：从长期来看，企业的固定成本也是会发生变动的。如：机器设备、厂房成本，到一定程度以后也将发生变动

3. 不符合传统成本的概念

4. 实践中，企业变动成本与固定成本的划分比较困难

第二节 作业成本法

作业成本法（Activity-based costing, ABC 法），最早由美国会计学者科勒提出。到 20 世纪 80 年代以来，逐渐在企业界中得到推广应用。

一、什么是作业成本法

是以企业制造产品过程中的“作业”为对象，分配制造费用、计算产品生产成本的一种方法。其成本核算思路是：“产品消耗作业，作业消耗成本（资源）”。

而传统的成本计算方法，通常是以“生产车间”或部门为对象，归集和分配制造费用。

二、作业成本法的产生背景

20 世纪 70 年代以来，现代计算机技术的广泛应用，给企业的生产和成本结构带来了巨大的变化。70 年代以后，以制造费用为主要内容的间接成本，在产品总成本中占的比重越来越大：如美国平均约~35%，日本平均约~26%。

哈佛商学院的卡普兰教授在应用作业成本系统时，发现一些企业中，20%的产品竟然产生了225%的利润——这意味着一些产品侵蚀企业利润的情况被传统的计算方法所掩盖。

这主要是因为传统的制造费用归集分配中，是以车间为单位，然后按照单一的分配标准进行分配（如生产工时、机器工时等）。但是制造费用的内容非常丰富，简单采用一种标准分配，只是一种近似的做法。当制造费用在产品成本中比重很大时，传统方法将带来很大的信息失真。提高制造费用的分配精确性成为企业界的强烈要求。作业成本法由此应运而生。

三、作业成本法的原理

“成本是无法管理的，只能管理引起成本的作业”。其基本原理是：

产品（成本对象）消耗作业，作业消耗资源；

生产导致作业发生，作业导致成本发生。

1. 作业

指企业为生产产品或劳务所进行的某项生产经营活动或某道生产工序，“是企业生产产品或劳务所消耗的人力、技术、原材料和环境的集合体”。

2. 作业链和价值链

企业的生产经营过程，可以看作由一系列前后有序的作业所构成。这些有序的、相互联系的作业的集合称为作业链。

3. 成本动因

又称成本驱动因素，指驱动成本或费用产生的因素。分为资源动因和作业动因两类。

资源动因：反映“作业消耗资源”的情况。是将资源的成本分配到作业的标准；

作业动因：反映“产品消耗作业”的情况。是将作业成本分配到产品的标准。

四、作业成本法的基本核算程序

1. 首先须确定成本计算对象。如可以是品种、批次或步骤；

即：本方法须同基本方法集合起来使用。

2. 进行作业分析，确认作业、设立作业中心；

3. 以作业中心为成本库归集费用；

通过资源动因将各类资源的价值耗费分配到各作业成本库中。

4. 将各成本库归集的成本通过成本动因分配到产品成本中去。

5. 可见，作业成本法中，制造费用分配标准由单标准改为多标准，提高了制造费用分配的准确性。

五、作业成本法总结

1. 优缺点

优点：作业成本法，可以更真实、更精确地分配制造费用。实际运用中，可以不局限于制造费用，还可以扩充到其他间接计入费用的分配。它有利于加强成本控制和管理。

作业成本法也存在缺点：

（1）作业中心的划分有一定难度和主观性；

（2）一方面，实施成本较高，另一方面也增加了成本计算的工作量。

2. 适用范围

比较适合于制造费用项目复杂、在总成本中比重较大、管理上要求提高成本控制精度的企业。

第三节 标准成本法

一、特点

1. 标准成本法起源于西方，它是一种将制定标准成本、计算和分析成本差异，以及处理成本差异三个环节组成的成本管理和控制方法。

2. 标准成本法与产品成本计算的实际成本法不同。实际成本法计算出的产品成本是产品实际成本，标准成本法计算的不是产品的实际成本，而是产品的标准成本。

3. 标准成本法以标准成本为基础，把成本的实际发生额区分为标准成本与成本差异两部分。通过成本差异的计算分析，掌握形成差异的原因和责任；采取措施消除不利差异，对成本实现有效控制。

二、标准成本及其种类

标准成本在实际工作中有两种含义：

（1）单位产品的标准成本，是根据单位产品的标准消耗量和标准单价计算出来的，准确地说，是“成本标准”。

单位产品的标准成本 = 单位产品的标准消耗量 × 标准单价

（2）实际产量的标准成本，是根据产品的实际产量和单位产品标准成本计算出来的。

标准成本 = 实际产量 × 单位产品标准成本

三、标准成本法的计算程序

1. 制定单位产品的标准成本（按成本项目）
2. 计算实际产量的标准产品成本
3. 计算标准成本差异，将计算出的差异计入到各种专设的差异帐户中
4. 根据完工产品的实际产量和单位标准产品成本，计算并结转完工产品的标准成本
5. 计算并结转各种标准成本差异

四、单位产品标准成本的制定

标准成本的制定，与定额成本的制定非常相似：分成本项目制定。

在制定时，无论哪一个成本项目，都分别确定其用量标准和价格标准，两者相乘得出成本标准。用量标准，包括单位产品材料消耗量、单位产品直接人工工时等，主要由生产技术部门主持制定，吸收执行标准的部门和职工参加。

价格标准，包括原材料单价、小时工资率、小时制造费用分配率等。由会计部门和其他有关部门共同研究确定。

（一）直接材料的标准成本

指生产每一个单位产品应该耗用的材料成本，它包含两个方面，即材料的标准价格和标准数量。

单位产品的直接材料标准成本 = 直接材料的标准耗用数量 × 标准价格

标准价格：指采购材料时，每单位材料的最后购货成本，包括材料的价格、运输、装卸、折扣费等。

标准数量：指每一单位产品应耗用的材料数量，包括正常的损耗。

（二）直接人工标准成本

每一单位产品应投入的人工成本，包括两个方面：单位产品的标准工时和标准工资率。

单位产品的直接人工标准成本 = 单位产品的标准工时量 × 标准工资率

标准工资率，一般由劳动人事部门和技术部门共同确定。

（三）制造费用的标准成本

制造费用标准成本，分为变动制造费用标准成本和固定制造费用标准成本两个部分。对于固定制造费用来说：

单位产品固定制造费用标准成本 = 单位产品的标准工时量 × 固定制造费用分配率

其中，固定制造费用分配率 =
$$\frac{\text{预算固定制造费用总额}}{\text{预算人工总工时}}$$

变动制造费用标准成本，与固定制造费用标准成本类似

（四）按成本项目求得直接材料、直接人工、制造费用的标准成本以后，汇总，即可求得单位产品的总标准成本。

五、标准成本的差异分析

差异分析就是运用标准成本对一定产量的产品的实际成本进行分析，以确定我们为获得这一产量而耗用的材料、人工、制造费用是否合适。它帮助我们发现生产投入中的问题。

（一）直接材料的成本差异分析

造成直接材料成本差异的主要原因有两个：一是材料消耗量脱离标准；二是材料价格脱离标准。前者，形成直接材料数量差异，后者形成直接材料价格差异。

直接材料数量差异 = (实际数量 - 标准数量) × 标准价格

直接材料价格差异 = 实际数量 × (实际价格 - 标准价格)

通常来说，直接材料数量差异是在材料消耗过程中形成的，应由生产部门来负责的，直接材料价格差异，是在材料采购过程中形成的，应由采购部门负责。

（二）直接人工成本差异

直接人工成本差异是指直接人工实际成本与标准成本之间的差异。产生差异的主要原因有两个：一是人工工时脱离标准；二是人工工资率脱离标准。前者，形成直接人工效率差异，后者形成直接人工工资率差异。

直接人工效率差异 = (实际工时 - 标准工时) × 标准工资率

直接工资率差异 = 实际工时 × (实际工资率 - 标准工资率)

（三）变动制造费用差异分析

变动制造费用的成本差异与直接材料、直接人工成本差异的确定方式类似。也可以分为两部分：

变动制造费用效率差异 = (实际工时 - 标准工时) × 标准分配率

变动制造费用开支差异 = 实际工时 × (实际分配率 - 标准分配率)

（四）固定制造费用差异分析

固定制造费用差异分析与变动制造费用的分析不同，其分析方法有“二分法”和“三分法”两种。“二分法”是将差异分为耗费差异和能力差异；“三分法”将差异分为开支差异、效率差异和能力差异。

开支差异的计算与“二分法”相同，不同的是将二分法中的“能力差异”进一步分为两部分：一部分是实际工时未达到标准能力而形成的能力差异，另一部分是实际工时脱离标准工时而形成的效率差异。

六、标准成本法的帐务处理特点

（一）“在产品”、“产成品”等帐户只登记标准成本；同时设置各种成本差异帐户，核算各种成本差异。 帐户设置：

（二）会计期末对成本差异的处理

1. 将各种成本差异，在产成品、在产品 and 已销售产品之间分配。分配标准：标准成本。
2. 将本期各种成本差异全部计入当期损益（销货成本，即主营业务成本）。西方企业多采用该方法。

七、标准成本法与定额法比较

（一）相同之处

1. 都是融成本计算、成本控制和管理为一体的成本计算方法；
2. 都必须事先指定成本控制标准（定额成本、标准成本）
3. 都要核算脱离标准差异，并分析差异，同时采取相应的成本管理措施。

（二）不同之处

1. 定额法需要计算产品的实际成本，而标准成本法只需要计算产品的标准成本，而不需要计算实际成本。（本质区别）
2. 定额法，不需要为成本差异单独设置帐户，而标准成本法需要为各种成本差异单独设置帐户，核算各种成本差异。
3. 定额法需要将成本差异在各种产品、完工产品和在产品之间进行分配。标准成本法一般将各种成本差异全部计入当期损益。

本章复习与思考题

1. 什么是变动成本法？它有什么特点？
2. 变动成本法与完全成本法在计算损益时有什么不同？
3. 什么是作业成本法？请说明作业成本法的基本原理和一般程序。
4. 什么是标准成本？标准成本差异应如何进行计算？
5. 请说明标准成本法与定额成本法的异同。

拓展阅读书目

1. 罗飞：《成本会计学》第八、十三章，北京，高等教育出版社，2000
2. 于富生：《作业成本计算与控制》，上海，立信会计出版社，2000
3. 蔡淑娥：《管理会计》第四、五、六章，沈阳，辽宁人民出版社，1996

第十章 成本报表的编制与分析

学习要求：通过本章的学习，理解成本报表的概念和种类，理解成本报表的意义，掌握产品生产成本表、主要产品单位成本表和各种费用报表的结构、编制方法与分析。

学时分配：本章计划 1 学时

一、成本报表的概念和种类

（一）什么是成本报表

是根据企业的产品成本和期间费用等核算资料编制的，用以反映企业一定时期产品成本和期间费用水平和构成情况的报告文件。

（二）成本报表的种类

属于企业的内部报表，主要是为满足企业内部经营管理需要而编制的，不需要对外公开。因此，成本报表的编制方法、内容、格式、种类，国家没有作统一的规定，而由企业自行决定。

（三）成本报表的作用

成本报表的作用体现在两个方面：

及时为企业管理者、投资者、职工提供成本信息，作为经营决策（如价格制定）、加强成本控制和管理、利润预测的依据

通过对成本报表进行分析，可以把握成本变动的趋势和规律，找到节约费用、降低成本的正确路径。

（四）常见的成本报表种类

常见的成本报表主要有：全部产品生产成本表、主要产品单位成本表、制造费用明细表、期间费用明细表；此外，还可以根据需要编制其他成本报表。

二、成本报表的编制

（一）编制依据

报告期的成本帐簿资料；本期成本计划和费用预算资料；以前年度的会计报表资料；及其他有关资料。要真实、准确、及时、完整。

（二）全部产品生产成本表的编制

全部产品生产成本表可以采用两种编制标准：

一是按照产品的种类编制，二是按成本项目编制。

按产品种类编制的全部产品生产成本表，可以反映企业在报告期内生产的各种产品的总成本、及主要产品的单位成本情况。分为基本报表和补充资料两部分。

（1）基本报表：反映各种可比、不可比产品的本月及本年累计的实际产量、实际单位成本、实际总成本。

可比产品：过去曾经正式生产过，有完整资料可以比较的产品；

不可比产品：过去没有正式生产缺乏可比较资料的产品；

（2）补充资料：只填列本年累计实际数的一些指标，如：可比产品成本降低额、可比产品成本降低率、按现行价格计算的商品产值、产值成本率等。

（三）主要产品单位成本表的编制

主要产品单位成本表，是反映企业在一定时期内生产的各种主要产品的单位成本构成情况、以及各项主要经济指标情况的报表。

主要产品单位成本表一般应按产品成本项目,分别反映产品单位成本及各成本项目的历史先进水平、上年实际平均水平、本年计划、本年实际和本年累计实际平均水平情况。

成本表中的主要项目应与“全部产品生产成本表”中相对应的资料相符。

(四) 各种费用报表的编制

费用报表,通常包括:制造费用、营业费用、管理费用和财务费用报表。

费用报表通常应按费用项目,分别反映各项费用的本年计划、上年同期实际数、本月实际数、本年累计实际数。

三、成本报表的分析

成本分析,是企业成本管理工作的一部分,是成本核算工作的继续和延伸。成本分析属于事后分析。

(一) 比较分析法

通过实际数与基数的对比,找出差异,借以了解经营活动取得的成绩和存在的问题的方法。通常有几种比较形式:

实际数与计划数(定额数)比较、实际数与前期数(往年数)比较、实际数与其他企业数目(行业先进企业、一般企业)比较。

(二) 比率分析法

通过计算各项指标的比率,来考察企业经济业务水平。

一般有几种形式:

相关指标比率:性质不同,但又相关的指标比率(如产值成本率 = 成本/产值、成本利润率 = 利润/成本)等。

构成比率:计算某个经济指标的各组成部分占总体的比率(如直接材料费用比率 = 直接材料费用/产品成本)。

动态比率:将不同时期的同类指标进行对比,求出比率,用以分析该项指标的变动趋势。

(三) 连环替代法

将某一个综合指标分解为若干个相互联系的因素,然后,依顺序用各因素的实际数替换基准数,来计算和分析各个因素影响程度的一种方法。

连环替代法在计算某项因素变动的影响程度时,是以假定其他因素不变为前提条件的。所以,其计算结果还决定于各因素的排列和替换顺序,因而在分析同一问题时候,必须按相同顺序来进行,才有可比性。

采用连环替代时,替代顺序的一般原则是:先数量、后质量;先实物量、后价值量;先主要、后次要等。

(四) 差额计算法

差额计算法是根据各因素的实际数和基数的差额,来计算和分析各项因素影响程度的方法。它是连环替代法的一种简化形式。

本章复习与思考题

1. 编制成本报表的作用、特点和意义是什么?
2. 常见的成本报表有哪些?
3. 常见的成本分析方法有哪些?如何采用连环替代法进行成本分析?

拓展阅读书目

1. 贺南轩：《成本会计学》第十七章，北京，中国财政经济出版社，1999
2. 马英麟、王俊生、肖镜元：《企业经济活动分析》第一、四、五章，北京，中国人民大学出版社，1996

《中级财务会计学》（二）教学大纲

张美玲 编写

目 录

前 言.....	7
课程教学目的和基本要求.....	8
第十三章 或有事项.....	9
学习目的与要求.....	9
第一节 或有事项概述.....	9
一、或有事项的概念及其特征.....	9
二、或有事项形成或有负债和或有资产.....	9
第二节 预计负债的确认和计量.....	10
一、预计负债的确认条件.....	10
二、预计负债的计量.....	10
三、亏损合同与重组义务.....	10
四、对预计负债账面价值的复核.....	11
第三节 或有事项会计具体应用.....	11
第四节 或有事项的列报.....	11
复习思考题.....	11
拓展阅读书目.....	11
第十四章 非货币性资产交换.....	12
学习目的与要求.....	12
第一节 非货币性资产交换概述.....	12
一、非货币性资产交换的涵义.....	12
二、非货币性资产交换的特点.....	12
三、非货币性资产交换的认定.....	12
四、非货币性资产交换不涉及的交换和事项.....	12
第二节 非货币性资产交换的确认与计量.....	12
一、确认和计量原则.....	12
二、商业实质的判断.....	13
第三节 非货币性资产交换的会计处理.....	13
一、以公允价值计量的会计处理.....	13
二、以换出资产账面价值计量的处理.....	14
三、涉及多项非货币性资产交换的会计处理.....	14
复习思考题.....	15
拓展阅读书目.....	15
第十五章 债务重组.....	16
学习目的与要求.....	16
第一节 债务重组定义和重组方式.....	16

一、债务重组的定义.....	16
二、债务重组的方式.....	16
第二节 债务重组的会计处理.....	16
一、以资产清偿债务.....	16
二、债务转为资本.....	17
三、修改其他债务条件.....	17
四、以上三种方式的组合方式.....	18
第三节 债务重组披露.....	18
一、债务人应当在附注中披露与债务重组有关的下列信息：.....	18
二、债权人应当在附注中披露与债务重组有关的下列信息：.....	18
复习思考题.....	18
拓展阅读书目.....	19
第十六章 政府补助.....	20
学习目的与要求.....	20
第一节 政府补助概述.....	20
一、政府补助概念及特征.....	20
二、政府补助的形式.....	20
第二节 政府补助的会计处理.....	20
一、与收益相关的政府补助.....	20
二、与资产相关的政府补助.....	20
复习思考题：.....	21
拓展阅读书目.....	21
第十七章 借款费用.....	22
学习目的与要求.....	22
第一节 借款费用概述.....	22
第二节 借款费用的确认.....	22
一、借款费用开始资本化的时点.....	22
二、借款费用停止资本化的时点.....	23
第三节 借款费用的计量.....	23
一、借款利息资本化金额的确定.....	23
二、借款辅助费用资本化金额的确定.....	23
三、外币专门借款汇兑差额资本化金额的确定.....	23
复习思考题：.....	24
拓展阅读书目.....	24
第十八章 股份支付.....	25
学习目的和要求.....	25
第一节 股份支付概述.....	25
第二节 股份支付的确认和计量.....	25

一、股份支付的确认和计量原则.....	25
二、权益工具公允价值的确定.....	25
三、股份支付的处理.....	26
四、股份支付会计处理的应用举例.....	26
五、条款和条件的修改.....	27
复习思考题:	27
拓展阅读书目.....	27
第十九章 所得税.....	28
学习目的与要求.....	28
第一节 所得税会计概述.....	28
一、资产负债表债务法.....	28
二、所得税会计核算的一般程序.....	28
第二节 资产、负债的计税基础及暂时性差异.....	29
一、资产的计税基础.....	29
二、负债的计税基础.....	30
三、特殊交易或事项中产生资产、负债计税基础的确定.....	30
四、暂时性差异.....	30
第三节 递延所得税负债及递延所得税资产.....	31
一、递延所得税负债的确认和计量.....	31
二、递延所得税资产的确认和计量.....	31
三、特定交易或事项中涉及递延所得税的确认.....	31
四、适用税率变化对已确认递延所得税资产和递延所得税负债的影响.....	32
第四节 所得税费用的确认和计量.....	32
一、当期所得税.....	32
二、递延所得税.....	32
三、所得税费用.....	32
四、合并财务报表中因抵销未实现内部销售损益产生的递延所得税.....	32
五、所得税的列报.....	32
复习思考题:	32
拓展阅读书目.....	33
第二十章 会计政策、会计估计变更和差错更正.....	34
学习目的与要求.....	34
第一节 会计政策、会计估计和前期差错概述.....	34
一、会计政策.....	34
二、会计估计.....	34
三、会计政策变更与会计估计变更的划分.....	34
四、前期差错.....	35
第二节 会计政策变更.....	35

一、会计政策变更的概念.....	35
二、会计政策变更的会计处理.....	35
三、会计政策变更的披露.....	36
第三节 会计估计变更.....	37
一、会计估计变更.....	37
二、会计估计变更的会计处理.....	37
三、会计估计变更的披露.....	37
第四节 前期差错更正.....	37
一、前期差错重要性的判断.....	37
二、前期差错更正的会计处理.....	38
三、前期差错更正的披露.....	38
复习思考题：.....	38
拓展阅读书目.....	38
第二十一章 资产负债表日后事项.....	39
学习目的与要求.....	39
第一节 资产负债表日后事项概述.....	39
一、资产负债表日后事项的概念.....	39
二、资产负债表日后事项涵盖的期间.....	39
三、资产负债表日后事项的内容.....	39
第二节 资产负债表日后调整事项的会计处理.....	40
一、资产负债表日后调整事项的处理原则.....	40
二、资产负债表日后调整事项的具体会计处理.....	40
第三节 资产负债表日后非调整事项的会计处理.....	40
一、资产负债表日后非调整事项的处理原则.....	40
二、资产负债表日后非调整事项的具体会计处理.....	41
复习思考题：.....	41
拓展阅读书目.....	41
第二十二章 企业合并.....	42
学习目的与要求.....	42
第一节 企业合并概述.....	42
一、企业合并的界定.....	42
二、企业合并的方式.....	42
三、企业合并类型的划分.....	42
第二节 同一控制下企业合并的处理.....	43
一、同一控制下企业合并的处理原则.....	43
二、会计处理.....	43
第三节 非同一控制下企业合并的处理.....	43
一、非同一控制下企业合并的处理原则.....	43

二、会计处理.....	44
三、通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并.....	44
四、反向购买的处理.....	44
五、购买子公司少数股权的处理.....	44
六、不丧失控制权情况下处置部分对子公司投资的处理.....	44
七、被购买方的会计处理.....	44
复习思考题:	44
拓展阅读书目.....	44
第二十三章 合并财务报表.....	45
学习目的与要求.....	45
第一节 合并财务报表概述.....	45
一、合并范围的确定.....	45
二、合并财务报表的编制程序.....	46
第二节 合并资产负债表.....	47
一、对子公司的个别财务报表进行调整.....	47
二、按权益法调整对子公司的长期股权投资.....	47
三、编制合并资产负债表时应进行抵销处理的项目.....	47
四、报告期内增减子公司的处理.....	49
五、合并资产负债表编制.....	49
六、合并资产负债表的格式.....	49
第三节 合并利润表.....	49
一、编制合并利润表时应进行抵销处理的项目.....	49
二、报告期内增减子公司.....	50
三、合并利润表的编制.....	51
四、合并利润表基本格式.....	51
五、子公司发生超额亏损在合并利润表中的反映.....	51
第四节 合并现金流量表.....	51
第五节 合并所有者权益变动表.....	53
复习思考题:	53
拓展阅读书目.....	53
第二十四章 每股收益.....	54
学习目的与要求.....	54
第一节 每股收益概述.....	54
第二节 基本每股收益.....	54
一、分子的确 定.....	54
二、分母的确 定.....	54
第三节 稀释每股收益.....	54
一、计算稀释每股收益应当考虑的因素.....	55

二、可转换公司债券.....	55
三、认股权证、股份期权.....	55
四、企业承诺将回购其股份的合同.....	55
五、多项潜在普通股.....	56
第四节 每股收益的列报.....	56
一、重新计算.....	56
二、列报.....	56
复习思考题：	56
拓展阅读书目.....	57
教学总进程及课时安排.....	57

前 言

《中级财务会计》作为会计学专业的主干课程,是《会计学》的后续课程。

《中级财务会计》(一、二)教学大纲的编写,旨在规范教材和教学过程。奉行“教材内容与会计改革同步、会计理论与实务密切交融、案例设计与会计决策联动”的原则。通过中级财务会计的学习,能够深入了解会计信息的产生过程,以及产生过程中所采用的各种确认、计量、报告的方法;了解各种会计方法的性质、特点及适用适用性;了解会计的技术和方法是如何与生产经营和管理决策相结合的。通过本课程的学习,学生不仅可以了解会计的基本理论、基本方法和基本技能,而且也为学生更好地认识会计信息、运用会计信息分析、解决问题的能力打下扎实的基础。会计学是任何经济管理工作者必须掌握的知识,非会计专业的学生即使将来不从事会计信息的产生和加工的工作,但终身都可能是会计信息的使用者。因此学习并掌握会计学的知识显得尤为重要。

《中级财务会计》分一、二两部分,共二十四章。《中级财务会计》(一)包括十二章,主要涉及企业的一般交易或事项:第一章 财务会计概念框架与企业会计准则,主要从国际视野来看中国会计行为规范。第二章到第八章,主要讲授各资产项目的确认与计量,包括金融资产、存货、长期股权投资、固定资产、无形资产、投资性房地产及资产减值等内容。第九章负债,第十章所有者权益,第十一章收入、费用和利润,第十二章财务报告。《中级财务会计》(二)包括十二章,其中第十三章到第十九章主要涉及企业的特殊交易的会计处理,内容包括或有事项、非货币性资产交换、债务重组、政府补助、借款费用、股份支付、所得税;第二十章和第二十一章主要是会计调整,内容包括资产负债表的日后事项和会计政策变更、会计估计变更与前期差错更正;第二十二章和第二十三章是有关企业合并及合并会计报表的会计处理及报告报告;第二十四章是有关上市公司财务报告即每股收益内容。

《中级财务会计》(一)、(二)教学大纲由主讲教师张美玲编写。由于写作时间仓促,不免存在各种各样的问题,敬请批评指正!

编者

2010年12月

课程教学目的和基本要求

通过本课程的学习，要达到以下目的和要求：

一、在全面系统学习的基础上掌握基本理论、基本知识、基本方法。本课程内容涉及财务会计的基本理论，以及我国企业会计准则中的各种规定和国际上某些行之有效可供我国借鉴的经验和实务，知识范围十分广泛。各章存在着很大的联系。教师和学生应首先全面系统地分章讲解和学习，掌握基本概念、基本规定，深入理解基本理论、学会相应的会计处理方法；其次，要循序渐进，认识各章之间的内在联系，全面理解财务会计的理论和方法；再次，在全面系统学习的基础上掌握重点，有目的深入学习重点章节，切不可单纯为考试需要而孤立地去讲课或学习。

二、把学习财务会计理论与各种会计处理方法结合起来。本课程是一门技术性很强的课程，既有理论又有实务，首先要掌握财务会计的基本理论；其次，要学习各类业务的会计方法及主要规定；再掌握重要的会计处理方法。

三、重视理论联系实际，结合我国会计准则的实践进行学习。本课程阐明的内容来源于会计工作实践，与我国会计准则和会计工作密切相关。学生一方面要把课程内容同我国会计工作的实践结合起来，特别是对我国企业会计准则中最新的变动内容应格外注意；另一方面应结合公司法、税法等相关法律法规，深刻领会大纲内容，将知识转化为能力，提高自己在复杂经济业务中分析问题、解决问题的能力。

第十三章 或有事项

学习目的与要求

本章着重讲解了或有事项的概念、特征、预计负债的确认和计量等问题。通过本章学习了解或有事项的概念及特征，掌握或有事项的确认和计量，特别是或有负债的计量方法。

学时分配：3 学时

第一节 或有事项概述

一、或有事项的概念及其特征

或有事项是指过去的交易或者事项形成的，其结果须由某些未来事项的发生或不发生才能决定的不确定事项。或有事项具有以下特征：

- (一) 或有事项是由过去的交易或者事项形成的
- (二) 或有事项的结果具有不确定性
- (三) 或有事项的结果须由未来事项决定

二、或有事项形成或有负债和或有资产

或有事项的结果可能会产生预计负债、或有负债或者或有资产等，其中，预计负债属于负债的范畴，一般符合负债的确认条件而应予确认。随着某些未来事项的发生或者不发生，或有负债可能转化为企业的预计负债，或者消失；或有资产也有可能形成企业的资产或者消失。

(一) 或有负债

或有负债，是指过去的交易或者事项形成的潜在义务，其存在须通过未来不确定事项的发生或不发生予以证实；或过去的交易或者事项形成的现时义务，履行该义务不是很可能导致经济利益流出企业或该义务的金额不能可靠计量。

或有负债涉及两类义务：一类是潜在义务；另一类是现时义务。

1. 潜在义务。潜在义务是指结果取决于不确定未来事项的可能义务。
2. 现时义务。现时义务是指企业在现行条件下已承担的义务。

(二) 或有资产

或有资产，是指过去的交易或者事项形成的潜在资产，其存在须通过未来不确定事项的发生或不发生予以证实。

(三) 或有负债和或有资产转化为负债（预计负债）和资产

或有负债和或有资产不符合负债或资产的定义和确认条件，企业不应当确认或有负债和或有资产，而应当按照或有事项准则的规定进行相应的披露。

第二节 预计负债的确认和计量

或有事项的确认和计量通常是指预计负债的确认和计量。或有事项形成的或有资产只有在企业基本确定能够收到的情况下，才转变为真正的资产，从而应当予以确认。

一、预计负债的确认条件

与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：该义务是企业承担的现时义务；履行该义务很可能导致经济利益流出企业；该义务的金额能够可靠地计量。

- （一）该义务是企业承担的现时义务
- （二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业
- （三）该义务的金额能够可靠地计量

二、预计负债的计量

预计负债的计量主要涉及两个问题：一是最佳估计数的确定；二是预期可获得补偿的处理。

（一）最佳估计数的确定

预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。最佳估计数的确定应当分别以下两种情况处理：

1. 所需支出存在一个连续范围（或区间，下同），且该范围内各种结果发生的可能性相同，则最佳估计数应当按照该范围内的中间值，即上下限金额的平均数确定。

2. 所需支出不存在一个连续范围，或者虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同。在这种情况下；最佳估计数按照如下方法确定：

（1）或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。“涉及单个项目”指或有事项涉及的项目只有一个，如一项未决诉讼、一项未决仲裁或一项债务担保等。

（2）或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。“涉及多个项目”指或有事项涉及的项目不止一个，如在产品质量保证中，提出产品保修要求的可能有许多客户。相应地，企业对这些客户负有保修义务。

（二）预期可获得的补偿

（三）预计负债计量需要考虑的因素

企业在确定最佳估计数时，应当综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。

- 1. 风险和不确定性
- 2. 货币时间价值
- 3. 未来事项

三、亏损合同与重组义务

- （一）亏损合同
- （二）重组义务

四、对预计负债账面价值的复核

第三节 或有事项会计具体应用

一、未决诉讼或未决仲裁

二、债务担保

三、产品质量保证

四、亏损合同

五、重组义务

(一) 重组义务的确认

(二) 重组义务的计量

第四节 或有事项的列报

一、预计负债的列报

二、或有负债的披露

三、或有资产的披露

复习思考题

1. 什么是或有事项？有什么特征？或有负债和或有资产是如何形成的？
2. 预计负债确认条件包括哪些？如何计量预计负债？
3. 预计负债披露包括哪些内容？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 13 号-或有事项（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第十四章 非货币性资产交换

学习目的与要求

本章重点讲述非货币性资产交换确认和计量方法。通过本章学习，了解非货币性资产交换的基本涵义、特点，掌握非货币性资产交换的确认与计量原则，特别要把握以公允价值计量和以换出资产账面价值计量的会计处理区别

学时分配：3 学时

第一节 非货币性资产交换概述

一、非货币性资产交换的涵义

非货币性资产交换，是指交易双方主要以存货、固定资产、无形资产和长期股权投资等非货币性资产进行的交换。该交换不涉及或只涉及少量的货币性资产（即补价）。

货币性资产，是指企业持有的货币资金和将以固定或可确定的金额收取的资产，包括现金、银行存款、应收账款和应收票据以及准备持有至到期的债券投资等。

非货币性资产，是指货币性资产以外的资产。

二、非货币性资产交换的特点

非货币性资产交换的对象主要是非货币性资产；

非货币性资产交换有时也涉及少量的货币性资产。

三、非货币性资产交换的认定

认定涉及少量货币性资产的交换为非货币性资产交换，通常以补价占整个资产交换金额的比例低于 25%作为参考。

四、非货币性资产交换不涉及交换和事项

- （一）与所有者或所有者以外方面的非货币性资产非互惠转让
- （二）在企业合并、债务重组中和发行股票取得的非货币性资产

第二节 非货币性资产交换的确认与计量

一、确认和计量原则

（一）公允价值

非货币性资产交换同时满足下列条件的，应当以公允价值和应支付的相关税费作为换入资产的成本，公允价值与换出资产账面价值的差额计入当期损益：

1. 该项交换具有商业实质；

2. 换入资产或换出资产的公允价值能够可靠地计量。

(1) 换入资产或换出资产存在活跃市场

(2) 换入资产或换出资产不存在活跃市场, 但同类或类似资产存在活跃市场

(3) 换入资产或换出资产不存在活跃或类似资产可比市场交易, 采用估值技术确定的公允价值。该公允价值估计数的变动区间很小, 或者在公允价值估计数变动区间内, 各种用于确定公允价值估计数的概率能够合理确定的, 视为公允价值能够可靠计量。

(二) 账面价值

未同时满足两个确认条件的非货币性资产交换, 应当以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入资产的成本, 不确认损益。

二、商业实质的判断

(一) 判断条件

满足下列条件之一的非货币性资产交换具有商业实质:

1. 换入资产的未来现金流量在风险、时间和金额方面与换出资产显著不同。

(1) 未来现金流量的风险、金额相同, 时间不同

(2) 未来现金流量的时间、金额相同, 风险不同

(3) 未来现金流量的风险、时间相同、金额相同

2. 换入资产与换出资产的预计未来现金流量现值不同, 且其差额与换入资产和换出资产的公允价值相比是重大的。

(二) 交换涉及的资产类别与商业实质的关系

(三) 关联方之间交换资产与商业实质的关系

在确定非货币性资产交换是否具有商业实质时, 企业应当关注交易各方之间是否存在关联方关系。关联方关系的存在可能导致发生的非货币性资产交换不具有商业实质。

第三节 非货币性资产交换的会计处理

一、以公允价值计量的会计处理

非货币性资产交换准则规定, 非货币性资产交换具有商业实质且公允价值能够可靠计量的, 应当以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入资产成本, 除非有确凿证据表明换入资产的公允价值比换出资产公允价值更加可靠。

非货币性资产交换的会计处理, 视换出资产类别不同而有所区别:

1. 换出资产为存货的, 应视同销售处理

2. 换出资产为固定资产、无形资产的, 换出资产公允价值和换出资产账面价值的差额计入营业外收入或营业外支出

3. 换出资产为长期股权投资、可供出售金融资产的, 换出资产公允价值和换出资产账面价值的差额计入投资收益。

换入资产与换出资产涉及相关税费的, 如换出存货视同销售计算的销项税额, 换入资产作为存

货应当确认的可抵扣增值税进项税额，以及换出固定资产、无形资产视同转让应交纳营业税等，按照相关税收规定计算确定。

（一）不涉及补价的情况

（二）涉及补价的情况

企业在按照公允价值 and 应支付的相关税费作为换入资产成本的情况下，发生补价的，应当分别下列情况处理：

1. 支付补价的，应当以换出资产的公允价值加上支付的补价（或换入资产公允价值）和应支付的相关税费，作为换入资产的成本；换入资产成本与换出资产账面价值加支付的补价、应支付的相关税费之和的差额，应当计入当期损益。

2. 收到补价的，应当以换入资产公允价值（或换出资产的公允价值减去补价）和应支付的相关税费，作为换入资产的成本；换入资产成本加收到的补价之和与换出资产账面价值加应支付的相关税费之和的差额，应当计入当期损益。

二、以换出资产账面价值计量的处理

非货币性资产交换准则规定，非货币性资产交换不具有商业实质，或者虽然具有商业实质但换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的、应当以换出资产的账面价值为基础确定换入资产成本，无论是否支付补价，均不确认损益。

企业在按照换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入资产成本的情况下，发生补价的，应当分别下列情况处理：

1. 支付补价的，应当以换出资产的账面价值，加上支付的补价和应支付的相关税费，作为换入资产的成本，不确认损益。

2. 收到补价的，应当以换出资产的账面价值，减去收到的补价并加上应支付的相关税费，作为换入资产的成本，不确认损益。

三、涉及多项非货币性资产交换的会计处理

涉及多项非货币性资产交换的情况

企业以一项非货币性资产同时换入另一企业的多项非货币性资产

企业同时以多项非货币性资产换入另一企业的一项非货币性资产

企业以多项非货币性资产同时换入多项非货币性资产，也可能涉及补价

非货币性资产交换同时换入多项资产的，在确定各项换入资产的成本时，应当分别下列情况处理：

1. 资产交换具有商业实质，并且各项换出资产和各项换入资产的公允价值均能够可靠计量。在这种情况下，换入资产总成本应当按照换出资产的公允价值总额为基础确定，除非有确凿证据证明换入资产的公允价值总额更可靠。各项换入资产的成本，应当按照换入各项资产的公允价值占换入资产公允价值总额的比例，对换入资产的成本总额进行分配，确定各项换入资产的成本。

2. 资产交换具有商业实质，且换入资产的公允价值能够可靠计量，换出资产的公允价值不能够可靠计量。在这种情况下，换入资产总成本应当按照换入资产的公允价值总额为基础确定，各项换入资产的成本，应当按照各项换入资产的公允价值占换入资产公允价值总额的比例，对换入资产

的成本总额进行分配, 确定各项换入资产的成本。

3. 资产交换具有商业实质, 且换出资产的公允价值能够可靠计量, 但换入资产的公允价值不能够可靠计量。在这种情况下, 换入资产总成本应当按照换出资产的公允价值总额为基础确定, 各项换入资产的成本, 应当按照各项换入资产的原账面价值占换入资产原账面价值总额的比例, 对按照换出资产的公允价值总额为基础确定的换入资产总成本进行分配, 确定各项换入资产的成本。

4. 资产交换不具有商业实质, 或者换入资产和换出资产的公允价值均不能够可靠计量。

在这种情况下, 换入资产总成本应当按照换出资产的原账面价值总额为基础确定。各项换入资产的成本, 应当按照各项换入资产的原账面价值占换入资产原账面价值总额的比例, 对按照换出资产的原账面价值总额为基础确定的换入资产的总成本进行分配, 确定各项换入资产的成本。

(一) 以公允价值计量的情况

(二) 以账面价值计量的情况

复习思考题

1. 怎样理解非货币性资产交换? 有什么特征?
2. 非货币性资产交换如何确认与计量?
3. 以公允价值计量和以换出资产账面价值计量的会计处理有何区别

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 7 号-非货币性资产交换(2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南(2006).北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解(2008).北京:人民出版社,2008.12

第十五章 债务重组

学习目的与要求

本章重点讲授债务重组的会计处理。通过本章学习，把握债务重组的定义，了解重组方式，掌握债务重组的会计处理方法。

学时分配：3 个学时

第一节 债务重组定义和重组方式

一、债务重组的定义

债务重组，是指在债务人发生财务困难的情况下，债权人按照其与债务人达成的协议或者法院的裁定作出让步的事项。

债务人发生财务困难，是指因债务人出现资金周转困难、经营陷入困境或者其他原因，导致其无法或者没有能力按原定条件偿还债务。

债权人作出让步，是指债权人同意发生财务困难的债务人现在或者将来以低于重组债务账面价值的金额或者价值偿还债务。债权人作出让步的情形主要包括：债权人减免债务人部分债务本金或者利息，降低债务人应付债务的利率等。

债务人发生财务困难，是债务重组的前提条件，而债权人作出让步是债务重组的必要条件。

二、债务重组的方式

- （一）资产清偿债务；
- （二）将债务转为资本；
- （三）修改其他债务条件，如减少债务本金、减少债务利息等，不包括上述（一）和（二）两种方式；
- （四）以上三种方式的组合等。

第二节 债务重组的会计处理

一、以资产清偿债务

（一）以现金清偿债务

以现金清偿债务的，债务人应当将重组债务的账面价值与实际支付现金之间的差额确认为债务重组利得，作为营业外收入，计入当期损益。

债权人应当将重组债权的账面余额与收到的现金之间的差额确认为债务重组损失，作为营业外支出，计入当期损益，其中，相关重组债权应当在满足金融资产终止确认条件时予以终止确认。重组债权已提减值准备的，应当先将上述差额冲减已计提的减值准备，冲减后仍有损失的，计入营业外支出（债务重组损失）；冲减后减值准备仍有余额的，应予转回并抵减当期资产减值损失。

(二) 以非现金资产清偿某项债务

1. 以非现金资产清偿债务的, 债务人应当将重组债务的账面价值与转让的非现金资产公允价值之间的差额确认为债务重组利得, 作为营业外收入, 计入当期损益, 其中, 相关重组债务应当在满足金融负债终止确认条件时予以终止确认。转让的非现金资产公允价值与其账面价值之间的差额, 计入当期损益。

2. 以非现金资产清偿债务的, 债权人应当对受让的非现金资产按其公允价值入账, 重组债权的账面余额与受让的非现金资产的公允价值之间的差额, 确认为债务重组损失, 作为营业外支出, 计入当期损益, 其中, 相关重组债权应当在满足金融资产终止确认条件时予以终止确认。重组债权已提减值准备的, 应当先将上述差额冲减已计提的减值准备, 冲减后仍有损失的, 计入营业外支出(债务重组损失); 冲减后减值准备仍有余额的, 应予转回并抵减当期资产减值损失。

1. 以库存材料、商品产品抵偿债务
2. 以固定资产抵偿债务
3. 以股股票、债券等金融资产抵偿债务

二、债务转为资本

1. 将债务转为资本的, 债务人应当将债权人放弃债权而享有股份的面值总额确认为股本(或者实收资本), 股份的公允价值总额与股本(或者实收资本)之间的差额确认为资本公积。

重组债务的账面价值与股份的公允价值总额之间的差额确认为债务重组利得, 计入当期损益。

2. 将债务转为资本的, 即债权人将债权转为股权。债权人应将重组债权的账面余额与因放弃债权而享有的股权的公允价值之间的成差额, 先冲减已计提的减值准备, 减值准备不足冲减的部分, 或未提取减值准备的, 将该差额确认为债务重组损失。同时, 债权人应将因放弃债权而享的的股权按公允价值计量。发生的相关税费, 分别按长期股权投资或者金额工具确认和计量的规定进行处理。

三、修改其他债务条件

1. 不附或有条件的债务重组

修改其他债务条件的, 债务人应当将修改其他债务条件后债务的公允价值作为重组后债务的入账价值。重组债务的账面价值与重组后债务的入账价值之间的差额, 计入当期损益。

修改其他债务条件进行债务重组, 如修改后的债务条款不涉及或有应收金额, 则债权人应当将修改其他债务条件的债权的公允价值作为重组后债权的账面价值, 重组债权账面价值与重组后的债权的账面价值之间差额确认为债务重组损失, 计入当期损益。如果债权人已对该债权计提了减值准备应当首先冲减已计提了减值准备。

2. 附或有条件的债务重组

修改后的债务条款如涉及或有应付金额, 且该或有应付金额符合《企业会计准则第13号——或有事项》中有关预计负债确认条件的, 债务人应当将该或有应付金额确认为预计负债。重组债务的账面价值与重组后债务的入账价值和预计负债金额之和的差额作为债务重组利得, 计入营业外收入。

或有应付金额, 是指需要根据未来某种事项出现而发生的应付金额, 而且该未来事项的出现具有不确定性。

对债权人而言，以修改其他债务条件进行债务重组，修改后的债务条款如涉及或有应收金额的，不应当确认或有应收金额，不得将其计入重组后债权的账面价值。或有应收金额属于或有资产，或有资产不予确认。只有在或有应收金额实际发生时，才计入当期损益。

四、以上三种方式的组合方式

1. 以现金、非现金资产两种方式组合清偿某项债务
2. 以现金、债务转为资本两种方式的组合清偿某项债务
3. 以非现金资产、债务转为资本两种方式的组合清偿某项债务
4. 以现金、非现金资产、债务转为资本三种方式的组合清偿某项债务
5. 以资产、债务转为资本等方式清偿某项债务的一部分，并对该项债务的另一部分以修改其他债务条件进行债务重组

债务重组以现金清偿债务、非现金资产清偿债务、债务转为资本、修改其他债务条件等方式的组合进行的，债务人应当依次以支付的现金、转让的非现金资产公允价值、债权人享有股份的公允价值冲减重组债务的账面价值，再按照本准则第七条的规定处理。

债务重组采用以现金清偿债务、非现金资产清偿债务、债务转为资本、修改其他债务条件等方式的组合进行的，债权人应当依次以收到的现金、接受的非现金资产公允价值、债权人享有股份的公允价值冲减重组债权的账面余额，再按照本准则第十二条的规定处理。

第三节 债务重组披露

一、债务人应当在附注中披露与债务重组有关的下列信息：

- （一）债务重组方式。
- （二）确认的债务重组利得总额。
- （三）将债务转为资本所导致的股本（或者实收资本）增加额。
- （四）或有应付金额。
- （五）债务重组中转让的非现金资产的公允价值、由债务转成的股份的公允价值和修改其他债务条件后债务的公允价值的确定方法及依据。

二、债权人应当在附注中披露与债务重组有关的下列信息：

- （一）债务重组方式。
- （二）确认的债务重组损失总额。
- （三）债权转为股份所导致的投资增加额及该投资占债务人股份总额的比例。
- （四）或有应收金额。
- （五）债务重组中受让的非现金资产的公允价值、由债权转成的股份的公允价值和修改其他债务条件后债权的公允价值的确定方法及依据。

复习思考题

1. 什么是债务重组？它包括哪几种方式？

- 2.以资产清偿债务时，债务人和债权人分别如何进行账务处理？
- 3.债务转为资本时，债务人和债权人分别如何进行账务处理？
- 4.修改其他债务条件时，债务人和债权人分别如何进行账务处理？
- 5.以上三种方式的组合方式时，债务人和债权人分别如何进行账务处理？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 12 号-债务重组（2006）.北京:经济科学出版社.2006
- 2.中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
- 3.财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第十六章 政府补助

学习目的与要求

本章着重讲解了政府补助的界定和与资产相关的政府补助以及与收益的相关的政府补助的会计处理问题。通过本章学习，了解政府补助的主要形式及分类，掌握政府补助的会计处理。

学时分配：3 学时

第一节 政府补助概述

一、政府补助概念及特征

政府补助是指企业从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。

政府补助准则规范的政府补助主要有如下特征：

1. 无偿性。
2. 直接取得资产

二、政府补助的形式

政府补助的形式主要有财政拨款、财政贴息、税收返还和无偿划拨非货币性资产等。

第二节 政府补助的会计处理

政府补助有两种会计处理方法：收益法与资本法。所谓收益法是将政府补助计入当期收益或递延收益；所谓资本法是将政府补助计入所有者权益。收益法又有两种具体方法：总额法与净额法。

一、与收益相关的政府补助

企业按照固定的定额标准取得的政府补助，应当按照应收金额计量，确认为营业外收入，否则应当按照实际收到的金额计量。

企业对于综合性项目的政府补助，需要将其分解为与资产相关的部分和与收益相关的部分，分别进行会计处理；难以区分的，将政府补助整体归类为与收益相关的政府补助，视情况不同计入当期损益，或者在项目期内分期确认为当期收益。

二、与资产相关的政府补助

与资产相关的政府补助在实际工作中较为少见，如用于购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等，一般应当分步处理：

第一步，企业实际收到款项时，按照到账的实际金额计量，确认资产（银行存款）和递延收益。

第二步，企业将政府补助用于购建长期资产。该长期资产的购建与企业正常的资产购建或研发处理一致，通过“在建工程”、“研发支出”等科目归集，完成后转为固定资产或无形资产。

第三步,该长期资产交付使用。自长期资产可供使用时起,按照长期资产的预计使用期限,将递延收益平均分摊转入当期损益。(1)递延收益分配的起点是“相关资产可供使用时”,对于应计提折旧或摊销的长期资产,即为资产开始折旧或摊销的时点。(2)递延收益分配的终点是“资产使用寿命结束或资产被处置时(孰早)”。相关资产在使用寿命结束时或结束前被处置(出售、转让、报废等),尚未分摊的递延收益余额应当一次性转入资产处置当期的收益,不再予以递延。

复习思考题:

1. 什么是政府补助? 政府补助有什么特征?
2. 我国政府补助包括哪几种形式? 政府补助如何分类?
3. 与收益相关的政府补助和与资产有关的政府补助会计处理有何区别?

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 16 号-政府补助(2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南(2006).北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解(2008).北京:人民出版社,2008.12

第十七章 借款费用

学习目的与要求

本章着重讲解了借款费用的确认和计量，尤其是借款费用资本化的条件以及借款费用资本化金额的计量等问题。通过本章学习了解借款费用及借款的范围，把握符合资本化条件的资产；把握借款费用的确认时点、借款费用暂停资本化的时间和借款费用停止资本化的时点；掌握借款利息资本化金额的确定。

第一节 借款费用概述

借款费用是企业因借入资金所付出的代价，它包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

因借款而发生的利息包括企业向银行或者其他金融机构等借入资金发生的利息、发行公司债券发生的利息，以及为购建或者生产符合资本化条件的资产而发生的带息债务所承担的利息等。

因借款而发生的折价或者溢价主要是指发行债券等所发生的折价或者溢价，发行债券中的折价或者溢价，其实质是对债券票面利息的调整（即将债券票面利率调整为实际利率），属于借款费用的范畴。

因借款而发生的辅助费用，是指企业在借款过程中发生的诸如手续费、佣金等费用，由于这些费用是因安排借款而发生的，也属于借入资金所付出的代价，是借款费用的构成部分。

承租人根据租赁准则所确认的融资租赁发生的融资费用也属于借款费用，其是否应予资本化或费用化，应按借款费用准则处理。

第二节 借款费用的确认

借款费用确认的基本原则是：企业发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产购建或者生产的，应当予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

按照借款费用准则，借款包括专门借款和一般借款。

符合资本化条件的资产是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

一、借款费用开始资本化的时点

借款费用允许开始资本化必须同时满足三个条件，即资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。这三个条件中，只要有一个条件不满足，相关借款费用就不能资本化。

（一）资产支出已经发生

资产支出包括支付现金、转移非现金资产和承担带息债务形式所发生的支出。

1. 支付现金,是指用货币资金支付符合资本化条件的资产的购建或者生产支出。
2. 转移非现金资产,是指企业将自己的非现金资产直接用于符合资本化条件的资产的购建或者生产。
3. 承担带息债务,是指企业为了购建或者生产符合资本化条件的资产所需物资等而承担的带息应付款项(如带息应付票据)。

(二) 借款费用已经发生

(三) 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始二、借款费用暂停资本化的时间

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断且中断时间连续超过 3 个月的,应当暂停借款费用的资本化。

二、借款费用停止资本化的时点

第三节 借款费用的计量

一、借款利息资本化金额的确定

(一) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的,应当以专门借款当期实际发生的利息费用,减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额,确定专门借款应予资本化的利息金额。

(二) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的,企业应当根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率,计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率应当根据一般借款加权平均利率计算确定。

(三) 每一会计期间的利息资本化金额,不应当超过当期相关借款实际发生的利息金额。

企业在确定每期利息(包括折价或溢价的摊销)资本化金额时,应当首先判断符合资本化条件的资产在购建或者生产过程所占用的资金来源。

二、借款辅助费用资本化金额的确定

辅助费用是企业为了安排借款而发生的必要费用,包括借款手续费(如发行债券手续费)、佣金等。如果企业不发生这些费用,就无法取得借款,因此辅助费用是企业借入款项所付出的一种代价,是借款费用的有机组成部分。

三、外币专门借款汇兑差额资本化金额的确定

在借款费用资本化期间内,为购建固定资产而专门借入的外币借款所产生的汇兑差额,是购建固定资产的一项代价,应当予以资本化,计入固定资产成本。

出于简化核算的考虑,借款费用准则规定,在资本化期间内,外币专门借款本金及其利息的汇兑差额,应当予以资本化,计入符合资本化条件的资产的成本。而除外币专门借款之外的其他外币借款本金及其利息所产生的汇兑差额应当作为财务费用,计入当期损益。

复习思考题:

1. 什么是借款费用? 借款费用的范围?
2. 什么是符合资本化条件的资产?
3. 借款费用开始资本化的时点如何界定? 借款费用暂停资本化的时间? 借款费用停止资本化的时点如何判断?
4. 借款费用资本化金额如何确定?

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 17 号-借款费用(2006).北京:经济科学出版社.2006
- 2.中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南(2006).北京:中国财政经济出版社.2006
- 3.财政部会计司编写组.企业会计准则讲解(2008).北京:人民出版社,2008.12

第十八章 股份支付

学习目的和要求

本章着重讲解了企业对职工以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付的确认、计量等问题。通过本章学习,了解股份支付的主要环节和股份支付工具的主要类型,掌握股份支付的确认和计量。

第一节 股份支付概述

股份支付,是“以股份为基础支付”的简称,是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。

股份支付具有以下特征:

一是股份支付是企业与职工或其他方之间发生的交易。

二是股份支付是以获取职工或其他方服务为目的的交易。

三是股份支付交易的对价或其定价与企业自身权益工具未来的价值密切相关。

以薪酬性股票期权为例,典型的股份支付通常涉及四个主要环节:授予、可行权、行权和出售。

第二节 股份支付的确认和计量

一、股份支付的确认和计量原则

(一) 权益结算的股份支付

以权益结算的股份支付,是指企业为获取服务而以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。

1. 换取职工服务的权益结算的股份支付
2. 换取其他方服务的权益结算的股份支付
3. 权益工具公允价值无法可靠确定时的处理

(二) 现金结算的股份支付的确认和计量原则

以现金结算的股份支付,是指企业为获取服务而承担的以股份或其他权益工具为基础计算的交付现金或其他资产的义务的交易。

二、权益工具公允价值的确定

(一) 股份

对于授予职工的股份,其公允价值应按企业股份的市场价格计量,同时考虑授予股份所依据的条款和条件(不包括市场条件之外的可行权条件)进行调整。如果企业股份未公开交易,则应按估计的市场价格计量,并考虑授予股份所依据的条款和条件进行调整。

(二) 股票期权

对于授予职工的股票期权，因其通常受到一些不同于交易期权的条款和条件的限制，因而在许多情况下难以获得其市场价格。如果不存在条款和条件相似的交易期权，就应通过期权定价模型估计所授予的期权的公允价值。

估计授予职工的期权价格所应考虑的因素：

1. 期权定价模型的输入变量的估计
2. 预计提早行权
3. 预计波动率
4. 预计股利
5. 无风险利率
6. 资本结构的影响

三、股份支付的处理

股份支付的会计处理必须以完整、有效的股份支付协议为基础。

（一）授予日

除了立即可行权的股份支付外，无论权益结算的股份支付还是现金结算的股份支付，企业在授予日均不做会计处理。

（二）等待期内每个资产负债表日

1. 可行权条件
2. 会计处理

（三）可行权日之后

1. 对于权益结算的股份支付，在可行权日之后不再对已确认的成本费用和所有者权益总额进行调整。企业应在行权日根据行权情况，确认股本和股本溢价，同时结转等待期内确认的资本公积（其他资本公积）。

2. 对于现金结算的股份支付，企业在可行权日之后不再确认成本费用，负债（应付职工薪酬）公允价值的变动应当计入当期损益（公允价值变动损益）。

（四）回购股份进行职工期权激励

企业以回购股份形式奖励本企业职工的，属于权益结算的股份支付，应当进行以下处理：

1. 回购股份

企业回购股份时，应当按照回购股份的全部支出作为库存股处理，同时进行备查登记。

2. 确认成本费用

按照本准则对职工权益结算股份支付的规定，企业应当在等待期内每个资产负债表日按照权益工具在授予日的公允价值，将取得的职工服务计入成本费用，同时增加资本公积（其他资本公积）。

3. 职工行权

企业应于职工行权购买本企业股份收到价款时，转销交付职工的库存股成本和等待期内资本公积（其他资本公积）累计金额，同时，按照其差额调整资本公积（股本溢价）。

四、股份支付会计处理的应用举例

（一）附服务年限条件的权益结算股份支付

（二）附非市场业绩条件的权益结算股份支付

（三）现金结算的股份支付

五、条款和条件的修改

（一）条款和条件的有利修改

（二）条款和条件的不利修改

（三）取消或结算

复习思考题：

1. 什么是股份支付？政府补助包括几个环节？
2. 股份支付工具的主要类型有哪些？
3. 权益结算股份支付和现金结算的股份支付的确认与计量原则有什么不同？
4. 权益工具公允价值如何确定？
5. 股份支付会计处理分为几种情况？每种情况如何进行会计处理？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 11 号-股份支付（2006）.北京:经济科学出版社.2006
- 2.中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
- 3.财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第十九章 所得税

学习目的与要求

本章着重讲解了资产负债表债务法的原理，资产、负债的计税基础及暂时性差异的计算，递延所得税资产和递延所得税负债以及所得税费用的确认和计量等问题。通过本讲学习，掌握所得税会计核算的一般程序。

第一节 所得税会计概述

企业的会计核算和税收处理分别遵循不同的原则，服务于不同的目的。所得税会计的形成和发展是所得税法规和会计准则规定相互分离的必然结果，两者分离的程度和差异的种类、数量直接影响和决定了所得税会计处理方法的改进。

所得税准则是从资产负债表出发，通过比较资产负债表上列示的资产、负债按照会计准则规定的账面价值与按照税法规定确定的计税基础，对于两者之间的差异分别应纳税暂时性差异与可抵扣暂时性差异，确认相关的递延所得税负债与递延所得税资产，并在此基础上确定每一会计期间利润表中的所得税费用 GMZ。

一、资产负债表债务法

所得税准则采用资产负债表债务法核算所得税。

从资产负债表角度考虑，资产的账面价值代表的是企业在持续持有及最终处置某项资产的一定期间内，该项资产能够为企业带来的未来经济利益，而其计税基础代表的是在这一期间内，就该项资产按照税法规定可以税前扣除的金额。一项资产的账面价值小于其计税基础的，表明该项资产于未来期间产生的经济利益流入低于按照税法规定允许税前扣除的金额，产生可抵减未来期间应纳税所得额的因素，减少未来期间以应交所得税的方式流出企业的经济利益，应确认为资产。反之，一项资产的账面价值大于其计税基础的，两者之间的差额将会于未来期间产生应税金额，增加未来期间的应纳税所得额及应交所得税，对企业形成经济利益流出的义务，应确认为负债。

二、所得税会计核算的一般程序

采用资产负债表债务法核算所得税的情况下，企业一般应于每一资产负债表日进行所得税的核算。发生特殊交易或事项时，如企业合并，在确认因交易或事项取得的资产、负债时即应确认相关的所得税影响。企业进行所得税核算一般应遵循以下程序：

（一）按照相关会计准则规定确定资产负债表中除递延所得税资产和递延所得税负债以外的其他资产和负债项目的账面价值。其中资产、负债的账面价值，是指企业按照相关会计准则的规定进行核算后在资产负债表中列示的金额。

（二）按照准则中对于资产和负债计税基础的确定方法，以适用的税收法规为基础，确定资产负债表中有资产、负债项目的计税基础。

（三）比较资产、负债的账面价值与其计税基础，对于两者之间存在差异的，分析其性质，除

准则中规定的特殊情况外，分别应纳税暂时性差异与可抵扣暂时性差异并乘以适用的所得税税率，确定资产负债表日递延所得税负债和递延所得税资产的应有金额，并与期初递延所得税负债和递延所得税资产的余额相比，确定当期应予进一步确认的递延所得税资产和递延所得税负债金额或应予转销的金额，作为构成利润表中所得税费用的其中一个组成部分——递延所得税。

(四) 按照适用的税法规定计算确定当期应纳税所得额，将应纳税所得额与适用的所得税税率计算的结果确认为当期应交所得税，作为利润表中应予确认的所得税费用的另外一个组成部分——当期所得税。

(五) 确定利润表中的所得税费用。利润表中的所得税费用包括当期所得税和递延所得税两个组成部分，企业在计算确定了当期所得税和递延所得税后，两者之和（或之差），是利润表中的所得税费用。

第二节 资产、负债的计税基础及暂时性差异

所得税会计的关键在于确定资产、负债的计税基础。在确定资产、负债的计税基础时，应严格遵循税收法规中对于资产的税务处理以及可税前扣除的费用等的规定进行。

一、资产的计税基础

资产的计税基础，是指企业收回资产账面价值过程中，计算应纳税所得额时按照税法规定可以从应税经济利益中抵扣的金额，即某一项资产在未来期间计税时按照税法规定可以税前扣除的金额。

现对资产负债表中部分资产项目计税基础的确定介绍如下：

(一) 固定资产

以各种方式取得的固定资产，初始确认时按照会计准则规定确定的入账价值基本上是被税法认可的，即取得时其账面价值一般等于计税基础。

由于会计与税收处理规定的不同，固定资产的账面价值与计税基础的差异主要产生于折旧方法、折旧年限的不同以及固定资产减值准备的提取。

1. 折旧方法、折旧年限的差异。
2. 因计提固定资产减值准备产生的差异。。

(二) 无形资产

无形资产的账面价值与计税基础之间的差异主要产生于内部研究开发形成的无形资产以及使用寿命不确定的无形资产。

1. 对于内部研究开发形成的无形资产
2. 无形资产在后续计量时，会计与税收的差异主要产生于对无形资产是否需要摊销及无形资产减值准备的提取。

(三) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

(四) 长期股权投资

其账面价值与计税基础会产生差异，该差异主要源于以下三种情况：

1. 初始投资成本的调整

2. 投资损益的确认。
3. 应享有被投资单位其他权益的变化。

(五) 其他资产

二、负债的计税基础

负债的计税基础，是指负债的账面价值减去未来期间计算应纳税所得额时按照税法规定可予抵扣的金额。用公式表示即：

负债的计税基础=账面价值-未来期间按照税法规定可予税前扣除的金额

- (一) 企业因销售商品提供售后服务等原因确认的预计负债
- (二) 预收账款
- (三) 应付职工薪酬
- (四) 其他负债

三、特殊交易或事项中产生资产、负债计税基础的确定

四、暂时性差异

暂时性差异是指资产、负债的账面价值与其计税基础不同产生的差额。由于资产、负债的账面价值与其计税基础不同，产生了在未来收回资产或清偿负债的期间内，应纳税所得额增加或减少并导致未来期间应交所得税增加或减少的情况，形成企业的递延所得税资产和递延所得税负债。

根据暂时性差异对未来期间应纳税所得额的影响，分为应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异。

(一) 应纳税暂时性差异

应纳税暂时性差异，是指在确定未来收回资产或清偿负债期间的应纳税所得额时，将导致产生应税金额的暂时性差异，该差异在未来期间转回时，会增加转回期间的应纳税所得额，即在未来期间不考虑该事项影响的应纳税所得额的基础上，由于该暂时性差异的转回，会进一步增加转回期间的应纳税所得额和应交所得税金额。在应纳税暂时性差异产生当期，应当确认相关的递延所得税负债。

应纳税暂时性差异通常产生于以下情况：

1. 资产的账面价值大于其计税基础。
2. 负债的账面价值小于其计税基础。

(二) 可抵扣暂时性差异

可抵扣暂时性差异，是指在确定未来收回资产或清偿负债期间的应纳税所得额时，将导致产生可抵扣金额的暂时性差异。该差异在未来期间转回时会减少转回期间的应纳税所得额，减少未来期间的应交所得税。在可抵扣暂时性差异产生当期，符合确认条件的情况下，应当确认相关的递延所得税资产。

可抵扣暂时性差异一般产生于以下情况：

1. 资产的账面价值小于其计税基础，
2. 负债的账面价值大于其计税基础，负债产生的暂时性差异实质上是税法规定就该项负债可

以在未来期间税前扣除的金额。即：

$$\begin{aligned} \text{负债产生的暂时性差异} &= \text{账面价值} - \text{计税基础} \\ &= \text{账面价值} - (\text{账面价值} - \text{未来期间计税时按照税法规定可予税前扣除的金额}) \\ &= \text{未来期间计税时按照税法规定可予税前扣除的金额} \end{aligned}$$

(三) 特殊项目产生的暂时性差异

1. 未作为资产、负债确认的项目产生的暂时性差异。
2. 可抵扣亏损及税款抵减产生的暂时性差异。

第三节 递延所得税负债及递延所得税资产

一、递延所得税负债的确认和计量

(一) 递延所得税负债的确认

企业在确认因应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债时，应遵循以下原则：

1. 除所得税准则中明确规定可不确认递延所得税负债的情况以外，企业对于所有的应纳税暂时性差异均应确认相关的递延所得税负债。

2. 不确认递延所得税负债的特殊情况

(二) 递延所得税负债的计量

1. 所得税准则规定，资产负债表日，对于递延所得税负债，应当根据适用税法规定，按照预期清偿该负债期间的适用税率计量，即递延所得税负债应以相关应纳税暂时性差异转回期间按照税法规定适用的所得税税率计量。

2. 无论应纳税暂时性差异的转回期间如何，准则中规定递延所得税负债不要求折现。

二、递延所得税资产的确认和计量

(一) 递延所得税资产的确认

1. 确认的一般原则

资产、负债的账面价值与其计税基础不同产生可抵扣暂时性差异的，在估计未来期间能够取得足够的应纳税所得额用以利用该可抵扣暂时性差异时，应当以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认相关的递延所得税资产。

2. 不确认递延所得税资产的特殊情况

(二) 递延所得税资产的计量

1. 适用税率的确定。同递延所得税负债的计量原则相一致，确认递延所得税资产时，应当以预期收回该资产期间的适用所得税税率为基础计算确定。

另外，无论相关的可抵扣暂时性差异转回期间如何，递延所得税资产均不要求折现。

2. 递延所得税资产的减值。

三、特定交易或事项中涉及递延所得税的确认

(一) 与直接计入所有者权益的交易或事项相关的所得税

(二) 与企业合并相关的递延所得税

（三）与股份支付相关的当期及递延所得税

四、适用税率变化对已确认递延所得税资产和递延所得税负债的影响

因适用税收法规的变化，导致企业在某一会计期间适用的所得税税率发生变化的，企业应对已确认的递延所得税资产和递延所得税负债按照新的税率进行重新计量

第四节 所得税费用的确认和计量

一、当期所得税

当期所得税是指企业按照税法规定计算确定的针对当期发生的交易和事项，应缴纳给税务部门的所得税金额，即应交所得税，当期所得税应以适用的税收法规为基础计算确定。

应纳税所得额 = 会计利润 + 按照会计准则规定计入利润表但计税时不允许税前扣除的费用 ± 计入利润表的费用与按照税法规定可予税前抵扣的费用金额之间的差额 ± 计入利润表的收入与按照税法规定应计入应纳税所得额的收入之间的差额 - 税法规定的不征税收入 ± 其他需要调整的因素

当期所得税 = 当期应交所得税 = 应纳税所得额 × 适用的所得税税率

二、递延所得税

递延所得税是指按照所得税准则规定应予确认的递延所得税资产和递延所得税负债在期末应有的金额相对于原已确认金额之间的差额，即递延所得税资产及递延所得税负债当期发生额的综合结果。用公式表示即为：

递延所得税 = (期末递延所得税负债 - 期初递延所得税负债) - (期末递延所得税资产 - 期初递延所得税资产)

三、所得税费用

计算确定了当期所得税及递延所得税以后，利润表中应予确认的所得税费用为两者之和，即：
所得税费用 = 当期所得税 + 递延所得税

四、合并财务报表中因抵销未实现内部销售损益产生的递延所得税

五、所得税的列报

复习思考题：

1. 所得税会计核算包括哪几个程序？
2. 什么是账面价值？什么是计税基础？如何确定资产的账面价值与计税基础？负债的账面价值与计税基础又是怎样确定的？
3. 暂时性差异是如何形成的？怎样理解应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异？递延所得税资产和递延所得税负债对企业财务报告产生什么影响？
4. 所得税费用如何确认和计量？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 18 号-所得税 (2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南 (2006).北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解 (2008).北京:人民出版社,2008.12
4. 中华人民共和国主席令第 63 号.《中华人民共和国企业所得税法》.2007

第二十章 会计政策、会计估计变更和差错更正

学习目的与要求

本章主要讲述会计政策、会计估计变更和前期差错更正的会计处理问题。通过本章学习，把握会计政策、会计估计的特点、判断标准，并能对会计政策变更与会计估计变更做出划分；掌握会计政策和会计估计变更的会计处理；掌握前期差错更正的判断及会计处理方法。

第一节 会计政策、会计估计和前期差错概述

一、会计政策

会计政策，是指企业在会计确认、计量和报告中所采用的原则、基础和会计处理方法。

1. 原则，是指按照企业会计准则规定的、适合于企业会计要素确认过程中所采用的具体会计原则。
2. 基础，是指为了将会计原则应用于交易或者事项而采用的基础，主要是计量基础（即计量属性），包括历史成本、重置成本、可变现净值、现值和公允价值等。
3. 会计处理方法，是指企业按照法律、行政法规或者国家统一的会计制度等规定采用或者选择的、适合于本企业的具体会计处理方法。

（二）会计政策的判断

二、会计估计

（一）会计估计的概念

会计估计，是指企业对结果不确定的交易或者事项以最近可利用的信息为基础所作的判断。

（二）会计估计的特点

1. 会计估计的存在是由于经济活动中内在的不确定性因素的影响。
2. 进行会计估计时，往往以最近可利用的信息或资料为基础。
3. 进行会计估计并不会削弱会计确认和计量的可靠性。

（三）会计估计的判断

三、会计政策变更与会计估计变更的划分

企业应当正确划分会计政策变更与会计估计变更，并按照不同的方法进行相关会计处理。

（一）会计政策变更与会计估计变更的划分基础

企业应当以变更事项的会计确认、计量基础和列报项目是否发生变更作为判断该变更是会计政策变更，还是会计估计变更的划分基础。

1. 以会计确认是否发生变更作为判断基础。一般地，对会计确认的指定或选择是会计政策，其相应的变更是会计政策变更。会计确认的变更一般会引起列报项目的变更。
2. 以计量基础是否发生变更作为判断基础。一般地，对计量基础的指定或选择是会计政策，

其相应的变更是会计政策变更。

3. 以列报项目是否发生变更作为判断基础。一般地,对列报项目的指定或选择是会计政策,其相应的变更是会计政策变更。当然,在实务中,有时列报项目的变更往往伴随着会计确认的变更或者相反。

4. 根据会计确认、计量基础和列报项目所选择的、为取得与该项目有关的金额或数值所采用的处理方法,不是会计政策,而是会计估计,其相应的变更是会计估计变更。

(二) 划分会计政策变更和会计估计变更的方法

企业可以采用以下具体方法划分会计政策变更与会计估计变更:分析并判断该事项是否涉及会计确认、计量基础选择或列报项目的变更,当至少涉及其中一项划分基础变更的,该事项是会计政策变更;不涉及上述划分基础变更时,该事项可以判断为会计估计变更。

四、前期差错

前期差错,是指由于没有运用或错误运用下列两种信息,而对前期财务报表造成省略或错报:

(1) 编报前期财务报表时预期能够取得并加以考虑的可靠信息;(2) 前期财务报告批准报出时能够取得的可靠信息。前期差错通常包括计算错误、应用会计政策错误、疏忽或曲解事实以及舞弊产生的影响以及存货、固定资产盘盈等。

第二节 会计政策变更

一、会计政策变更的概念

会计政策变更,是指企业对相同的交易或者事项由原来采用的会计政策改用另一会计政策的行为。

一般情况下,企业采用的会计政策,在每一会计期间和前后各期应当保持一致,不得随意变更。否则,势必削弱会计信息的可比性。但是,满足下列(一)、(二)条件之一的,可以变更会计政策:

(一)法律、行政法规或者国家统一的会计制度等要求变更。

(二)会计政策变更能够提供更可靠、更相关的会计信息。

(三)不属于会计政策变更的情况。

1. 本期发生的交易或者事项与以前相比具有本质差别而采用新的会计政策。

2. 对初次发生的或不重要的交易或者事项采用新的会计政策。

二、会计政策变更的会计处理

(一) 会计政策变更的会计处理原则

会计政策变更根据具体情况,分别按照以下规定处理:

1. 法律、行政法规或者国家统一的会计制度等要求变更的情况下,企业应当分别按以下情况进行处理:

(1) 国家发布相关的会计处理办法,则按照国家发布的相关会计处理规定进行处理。

(2) 国家没有发布相关的会计处理办法,则采用追溯调整法进行会计处理。

2. 会计政策变更能够提供更可靠、更相关的会计信息的情况下,企业应当采用追溯调整法进

行会计处理，将会计政策变更累积影响数调整列报前期最早期初留存收益，其他相关项目的期初余额和列报前期披露的其他比较数据也应当一并调整。

3. 确定会计政策变更对列报前期影响数不切实可行的，应当从可追溯调整的最早期间期初开始应用变更后的会计政策。

4. 在当期期初确定会计政策变更对以前各期累积影响数不切实可行的，应当采用未来适用法处理，

（二）追溯调整法

追溯调整法，是指对某项交易或事项变更会计政策，视同该项交易或事项初次发生时，即采用变更后的会计政策，并以此对财务报表相关项目进行调整的方法。

追溯调整法的运用通常由以下几步构成：

第一步，计算会计政策变更的累积影响数；

第二步，编制相关项目的调整分录；

第三步，调整列报前期最早期初财务报表相关项目及其金额；

第四步，附注说明。

（三）会计政策变更累积影响数

会计政策变更累积影响数，是指按照变更后的会计政策对以前各期追溯计算的列报前期最早期初留存收益应有金额与现有金额之间的差额。

累积影响数通常可以通过以下各步计算获得：

第一步，根据新会计政策重新计算受影响的前期交易或事项；

第二步，计算两种会计政策下的差异；

第三步，计算差异的所得税影响金额；

第四步，确定前期中的每一期的税后差异；

第五步，计算会计政策变更的累积影响数。

（四）不切实可行的判断

不切实可行，是指企业在采取所有合理的方法后，仍然无法采用某项规定。

对于以下特定前期，对某项会计政策变更应用追溯调整法是不切实可行的：

1. 应用追溯调整法的累积影响数不能确定。

2. 应用追溯调整法要求对管理层在该期当时的意图做出假定。

3. 应用追溯调整法要求对有关金额进行重大估计，并且不可能将提供有关交易发生时存在状况的证据

（五）未来适用法

未来适用法，是指将变更后的会计政策应用于变更日及以后发生的交易或者事项，或者在会计估计变更当期和未来期间确认会计估计变更影响数的方法。

三、会计政策变更的披露

企业应当在附注中披露与会计政策变更有关的下列信息：

1. 会计政策变更的性质、内容和原因。

2. 当期和各个列报前期财务报表中受影响的项目名称和调整金额。

3. 无法进行追溯调整的, 说明该事实和原因以及开始应用变更后的会计政策的时点、具体应用情况。

第三节 会计估计变更

会计估计变更, 是指由于资产和负债的当前状况及预期经济利益和义务发生了变化, 从而对资产或负债的账面价值或者资产的定期消耗金额进行调整。

一、会计估计变更

会计估计变更的情形包括:

1. 赖以进行估计的基础发生了变化。企业进行会计估计, 总是依赖于一定的基础。如果其所依赖的基础发生了变化, 则会计估计也应相应发生变化。
2. 取得了新的信息、积累了更多的经验。企业进行会计估计是就现有资料对未来所做的判断, 随着时间的推移, 企业有可能取得新的信息、积累更多的经验, 在这种情况下, 企业可能不得不对会计估计进行修订, 即发生会计估计变更。

二、会计估计变更的会计处理

企业对会计估计变更应当采用未来适用法处理, 其处理方法为:

1. 会计估计变更仅影响变更当期的, 其影响数应当在变更当期予以确认。
2. 既影响变更当期又影响未来期间的, 其影响数应当在变更当期和未来期间予以确认。
3. 企业应当正确划分会计政策变更和会计估计变更, 并按不同的方法进行相关会计处理。企业通过判断会计政策变更和会计估计变更划分基础仍然难以对某项变更进行区分的, 应当将其作为会计估计变更处理。

三、会计估计变更的披露

企业应当在附注中披露与会计估计变更有关的下列信息:

1. 会计估计变更的内容和原因。包括变更的内容、变更日期以及会计估计变更的原因。
2. 会计估计变更对当期和未来期间的影响数。包括会计估计变更对当期和未来期间损益的影响金额, 以及对其他各项目的的影响金额。
3. 会计估计变更的影响数不能确定的, 披露这一事实和原因。

第四节 前期差错更正

一、前期差错重要性的判断

重要的前期差错, 是指足以影响财务报表使用者对企业财务状况、经营成果和现金流量做出正确判断的前期差错。不重要的前期差错, 是指不足以影响财务报表使用者对企业财务状况、经营成果和现金流量做出正确判断的前期差错。

二、前期差错更正的会计处理

企业应当采用追溯重述法更正重要的前期差错，但确定前期差错累积影响数不切实可行的除外。追溯重述法，是指在发现前期差错时，视同该项前期差错从未发生过，从而对财务报表相关项目进行更正的方法。

（一）不重要的前期差错的处理

（二）重要的前期差错的处理

三、前期差错更正的披露

企业应当在附注中披露与前期差错更正有关的下列信息：（1）前期差错的性质；（2）各个列报前期财务报表中受影响的项目名称和更正金额；（3）无法进行追溯重述的，说明该事实和原因以及对前期差错开始进行更正的时点、具体更正情况。在以后期间的财务报表中，不需要重复披露在以前期间的附注中已披露的前期差错更正的信息。

复习思考题：

1. 什么是会计政策、会计估计？如何判断？会计政策变更与会计估计变更如何划分？
2. 会计政策变更会计处理原则是什么？
3. 如何运用追溯调整法？
4. 为什么会计政策变更采用追溯调整法，而会计估计变更采用未来适用法？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更与差错更正(2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第二十一章 资产负债表日后事项

学习目的与要求

本章着重讲解了资产负债表日后调整事项和非调整事项的界定及其会计处理问题。通过本章学习了解资产负债表日后事项的涵义、涵盖的期间及其内容；掌握资产负债表日后调整事项的处理原则及具体处理方法。

第一节 资产负债表日后事项概述

一、资产负债表日后事项的概念

资产负债表日后事项是指资产负债表日至财务报告批准报出日之间发生的有利或不利事项。

（一）资产负债表日

资产负债表日是指会计年度末和会计中期期末。

（二）财务报告批准报出日

财务报告批准报出日是指董事会或类似机构批准财务报告报出的日期。通常是指对财务报告的内容负有法律责任的单位或个人批准财务报告对外公布的批准日期。

（三）有利或不利事项

资产负债表日后事项准则所称“有利或不利事项”，是指资产负债表日后对企业财务状况和经营成果具有一定影响（既包括有利影响也包括不利影响）的事项。

二、资产负债表日后事项涵盖的期间

资产负债表日后事项涵盖的期间是自资产负债表日次日起至财务报告批准报出日止的一段时间，具体是指报告期下一期间的第一天至董事会或类似机构批准财务报告对外公布的日期。财务报告批准报出以后、实际报出之前又发生与资产负债表日后事项有关的事项，并由此影响财务报告对外公布日期的，应以董事会或类似机构再次批准财务报告对外公布的日期为截止日期。

三、资产负债表日后事项的内容

资产负债表日后事项包括资产负债表日后调整事项（以下简称调整事项）和资产负债表日后非调整事项（以下简称非调整事项）两类。

（一）调整事项

资产负债表日后调整事项，是指对资产负债表日已经存在的情况提供了新的或进一步证据的事项

（二）非调整事项

资产负债表日后非调整事项，是指表明资产负债表日后发生的情况的事项。

（三）调整事项与非调整事项的区别

某一事项究竟是调整事项还是非调整事项，取决于该事项表明的情况在资产负债表日或资产负债表日以前是否已经存在。若该情况在资产负债表日或之前已经存在，则属于调整事项；反之，则

属于非调整事项。

第二节 资产负债表日后调整事项的会计处理

一、资产负债表日后调整事项的处理原则

企业发生资产负债表日后调整事项，应当调整资产负债表日已编制的财务报表。年度资产负债表日后发生的调整事项，应分别按以下情况进行处理：

1. 涉及损益的事项，通过“以前年度损益调整”科目核算。
2. 涉及利润分配调整的事项，直接在“利润分配——未分配利润”科目中核算。
3. 不涉及损益以及利润分配的事项，调整相关科目。

4. 通过上述账务处理后，还应同时调整财务报表相关项目的数字，包括：（1）资产负债表日编制的财务报表相关项目的期末数或本年发生数；（2）当期编制的财务报表相关项目的期初数或上年数；（3）经过上述调整后，如果涉及报表附注内容的，还应作出相应调整。

二、资产负债表日后调整事项的具体会计处理

（一）资产负债表日后诉讼案件结案，法院判决证实了企业在资产负债表日已经存在现时义务，需要调整原先确认的与该诉讼案件相关的预计负债，或确认一项新负债

（二）资产负债表日后取得确凿证据，表明某项资产在资产负债表日发生了减值或者需要调整该项资产原先确认的减值金额

（三）资产负债表日后进一步确定了资产负债表日前购入资产的成本或售出资产的收入

这类调整事项包括两方面的内容：（1）若资产负债表日前购入的资产已经按暂估金额等入账，资产负债表日后获得证据，可以进一步确定该资产的成本，则应该对已入账的资产成本进行调整。

（2）企业在资产负债表日已根据收入确认条件确认资产销售收入，但资产负债表日后获得关于资产收入的进一步证据，如发生销售退回等，此时也应调整财务报表相关项目的金额。

1. 涉及报告年度所属期间的销售退回发生于报告年度所得税汇算清缴之前，应调整报告年度利润表的收入、成本等，并相应调整报告年度的应纳税所得额以及报告年度应缴纳的所得税等。

2. 资产负债表日后事项中涉及报告年度所属期间的销售退回发生于报告年度所得税汇算清缴之后，应调整报告年度会计报表的收入、成本等，但按照税法规定在此期间的销售退回所涉及的应缴所得税，应作为本年度的纳税调整事项。

（四）资产负债表日后发现了财务报表舞弊或差错

这一事项是指资产负债表日后发现报告期或以前期间存在的财务报表舞弊或差错。企业发生这一事项后，应当将其作为资产负债表日后调整事项，调整报告期间财务报告相关项目的数字。

第三节 资产负债表日后非调整事项的会计处理

一、资产负债表日后非调整事项的处理原则

资产负债表日后发生的非调整事项，是表明资产负债表日后发生的情况的事项，与资产负债表

日存在状况无关，不应当调整资产负债表日的财务报表。但有的非调整事项对财务报告使用者具有重大影响，如不加以说明，将不利于财务报告使用者做出正确估计和决策，因此，资产负债表日后事项准则要求在附注中披露“重要的资产负债表日后非调整事项的性质、内容，及其对财务状况和经营成果的影响。”

二、资产负债表日后非调整事项的具体会计处理

（一）资产负债表日后发生重大诉讼、仲裁、承诺

资产负债表日后发生的重大诉讼等事项，对企业影响较大，为防止误导投资者及其他财务报告使用者，应当在报表附注中进行相关披露。

（二）资产负债表日后资产价格、税收政策、外汇汇率发生重大变化

（三）资产负债表日后因自然灾害导致资产发生重大损失

（四）资产负债表日后发行股票和债券以及其他巨额举债

（五）资产负债表日后资本公积转增资本

（六）资产负债表日后发生巨额亏损

（七）资产负债表日后发生企业合并或处置子公司

（八）资产负债表日后，企业利润分配方案中拟分配的以及经审议批准宣告发放的股利或利润

复习思考题：

1. 怎样理解资产负债表日后事项？资产负债表日后事项涵盖的期间又是指什么？
2. 资产负债表日后事项包括哪些内容？
3. 资产负债表日后调整事项的处理原则是什么？具体会计处理方法如何？
4. 资产负债表日后非调整事项具体处理办法包括哪些内容？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 29 号—资产负债表日后事项（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2008）.北京:人民出版社,2008.12

第二十二章 企业合并

学习目的与要求

本章主要讲述企业合并的会计处理问题。通过本章学习，了解企业合并定义、合并方式及合并类型；掌握同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并的会计处理。

第一节 企业合并概述

一、企业合并的界定

企业合并是将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报表主体的交易或事项。

企业合并的结果通常是一个企业取得了对一个或多个业务的控制权。构成企业合并至少包括两层含义：一是取得对另一上或多个企业（或业务）的控制权；二是所合并的企业必须构成业务。

业务是指企业内部某些生产经营活动或资产负债的组合，该组合具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入，但一般不构成一个企业、不具有法人资格。

是否形成合并，除要看取得的企业是否构成业务外，关键还要看有关交易或事项发生前后，是否引起报告主体的变化。

二、企业合并的方式

- （一）控股合并
- （二）吸收合并
- （三）新设合并

三、企业合并类型的划分

（一）同一控制下的企业合并

1. 能够对参与合并各方面在合并前后均实施最终控制的一方通常指企业集团的母公司。
2. 能够对参与合并的企业在合并前后均实施最终控制的相同多方，是指根据合同或协议的约定，拥有最终决定参与合并企业的财务和经营政策，并从中获取利益的投资者群体。
3. 实施控制的时间性要求，是指参与合并各方在合并前后较长时间内为最终控制方所控制。
4. 企业之间的合并是否属于同一控制下的企业合并，应综合构成企业合并交易的各方面的情况，按照实质重于形式的原则进行判断。

（二）非同一控制下的企业合并

非同一控制下的企业合并，是指参与合并各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的合并交易，即除判断属于同一控制下企业合并情况以外的其他合并。

第二节 同一控制下企业合并的处理

一、同一控制下企业合并的处理原则

(一) 合并方在合并中确认取得的被合并方的资产、负债仅限于被合并方账面上原已确认的资产和负债, 合并中不产生新的资产和负债。

(二) 合并方在合并中取得的被合并方各项资产、负债应维持其在被合并方的原账面价值不变。

(三) 合并方在合并中取得的净资产的入账价值相对于为进行企业合并支付的对账面价值之间的差额, 应当调整所有者权益相关项目, 不计入企业合并当期损益。

(四) 对于同一控制下的控股合并, 应视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始实施时一直是一体化存续下来的, 体现在其合并报表上, 即由合并后形成的母公司构成报告主体, 无论是其资产规模还是其经营成果都应维持计算。

二、会计处理

(一) 同一控制下控股合并

1. 长期股权投资的确认和计量

2. 合并日合并财务报表的编制

(1) 合并资产负债表

(2) 合并利润表

(3) 合并现金流量表

(4) 比较报表的编制

(二) 同一控制下的吸收合并

1. 合并中取得资产、负债入账价值的确定

2. 合并差额的处理

(三) 合并方为进行企业合并发生的有关费用的处理

1. 以发行债券方式进行的企业合并

2. 发行权益性证券作为合并对价的

第三节 非同一控制下企业合并的处理

一、非同一控制下企业合并的处理原则

非同一控制下企业合并, 主要涉及到购买方及购买日的确定、企业合并成本的确定、合并中取得各项可辨认资产、负债的确认和计量以及合并差额的处理等。

(一) 确定购买方

(二) 确定购买日

(三) 确定企业合并成本

(四) 企业合并成本在取得的可辨认资产和负债之间的分配

- (五) 企业合并成本与合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额的处理
- (六) 企业合并成本或有关可辨认资产、负债公允价值暂时确定的情况
- (七) 购买日合并财务报表的编制

二、会计处理

- (一) 非同一控制下的控股合并
- (二) 非同一控制下的吸收合并

三、通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并

四、反向购买的处理

五、购买子公司少数股权的处理

六、不丧失控制权情况下处置部分对子公司投资的处理

七、被购买方的会计处理

复习思考题:

1. 什么是企业合并? 合并可以采用几种方式? 合并类型是如何划分的?
2. 同一控制下企业合并, 合并方按照什么原则进行相关会计处理?
3. 如何理解购买法? 具体包括哪些内容?

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 2 号—长期股权投资(2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 8 号—资产减值(2006).北京:经济科学出版社.2006
3. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 20 号—企业合并(2006).北京:经济科学出版社.2006
4. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量(2006).北京:经济科学出版社.2006
5. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更和会计差错更正(2006).北京:经济科学出版社.2006
6. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 37 号—金融工具列报(2006).北京:经济科学出版社.2006
7. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南(2006).北京:中国财政经济出版社.2006
8. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解(2008).北京:人民出版社,2008.12

第二十三章 合并财务报表

学习目的与要求

本章着重讲解了合并财务报表合并范围的确定和合并财务报表的编制和列报等问题。通过本章学习,了解合并范围和合并财务报表的编制程序,掌握合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表的编制过程。

第一节 合并财务报表概述

合并财务报表,是指反映母公司和其全部子公司形成的企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量的财务报表。与个别财务报表相比,合并财务报表反映的对象是由母公司和其全部子公司组成的会计主体。合并财务报表的编制者或编制主体是母公司。合并财务报表以纳入合并范围的企业个别财务报表为基础,根据其他有关资料,抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易(以下简称内部交易)对合并财务报表的影响编制的。

一、合并范围的确定

合并财务报表的合并范围应当以控制为基础加以确定。

(一) 控制的定义

控制,是指一个企业能够决定另一个企业的财务和经营政策,并能据以从另一个企业的经营活动中获取利益的权力。控制通常具有如下特征:

1. 控制的主体是唯一的,不是两方或多方。
2. 控制的内容主要是被控制方的财务和经营政策,这些财务和经营政策的控制一般是通过表决权来决定的。
3. 控制的性质是一种权力或法定权力,也可以是通过公司章程或协议、投资者之间的协议授予的权力。
4. 控制的目的是为了获取经济利益,包括为了增加经济利益、维持经济利益、保护经济利益,或者降低所分担的损失等。

(二) 母公司与子公司

企业集团由母公司和其全部子公司构成。

1. 母公司

母公司是指有一个或一个以上子公司的企业(或主体,下同)。从母公司的定义可以看出,母公司要求同时具备两个条件:

一是必须有一个或一个以上的子公司,即必须满足控制的要求,能够决定另一个或多个企业的财务和经营政策,并有据以从另一个或多个企业的经营活动中获取利益的权力。母公司可以只控制一个子公司,也可以同时控制多个子公司。

二是母公司可以是企业,如《公司法》所规范的股份有限公司、有限责任公司等;也可以是主体,如非企业形式的、但形成会计主体的其他组织,如基金等。

2. 子公司

子公司是指被母公司控制的企业。从子公司的定义可以看出，子公司也要求同时具备两个条件：

一是作为子公司必须被母公司控制，并且只能由一个母公司控制，不可能也不允许被两个或多个母公司同时控制。被两个或多个公司共同控制的被投资单位是合营企业，而不是子公司。

二是子公司可以是企业，如《公司法》所规范的股份有限公司、有限责任公司等；也可以是主体，如非企业形式的、但形成会计主体的其他组织，如基金以及信托项目等特殊目的主体等。

（三）控制的具体应用

1. 母公司拥有其半数以上的表决权的被投资单位应当纳入合并财务报表的合并范围

母公司拥有被投资单位半数以上表决权，通常包括如下三种情况：

- （1） 母公司直接拥有被投资单位半数以上表决权。
- （2） 母公司间接拥有被投资单位半数以上表决权。
- （3） 母公司直接和间接方式合计拥有被投资单位半数以上表决权。

2. 母公司拥有其半数以下的表决权的被投资单位纳入合并财务报表的合并范围的条件

- （1） 通过与被投资单位其他投资者之间的协议，拥有被投资单位半数以上表决权。
- （2） 根据公司章程或协议，有权决定被投资单位的财务和经营政策。
- （3） 有权任免被投资单位的董事会或类似机构的多数成员。
- （4） 在被投资单位董事会或类似机构占多数表决权。

3. 在确定能否控制被投资单位时对潜在表决权的考虑

4. 判断母公司能否控制特殊目的主体应当考虑的因素

母公司在判断能否控制特殊目的主体时，应当综合考虑以下四个因素，如果母公司控制了特殊目的主体，该特殊目的主体视同子公司，应当将其纳入合并财务报表的合并范围。

（1） 母公司为融资、销售商品或提供劳务等特定经营业务的需要直接或间接设立特殊目的主体。

- （2） 母公司具有控制或获得控制特殊目的主体或其资产的决策权。
- （3） 母公司通过章程、合同、协议等具有获取特殊目的主体大部分利益的权力。
- （4） 母公司通过章程、合同、协议等承担了特殊目的主体的大部分风险。

（四）所有子公司都应纳入母公司的合并财务报表的合并范围

下列被投资单位不是母公司的子公司，不应当纳入母公司的合并财务报表的合并范围：

1. 已宣告被清理整顿的原子公司
2. 已宣告破产的原子公司
3. 母公司不能控制的其他被投资单位

二、合并财务报表的编制程序

合并财务报表编制有其特殊的程序，主要包括如下几个方面：

- （一） 统一会计政策和会计期间
- （二） 编制合并工作底稿
- （三） 编制调整分录和抵销分录
- （四） 计算合并财务报表各项目的合并金额

在母公司和子公司个别财务报表各项目加总金额的基础上,分别计算出合并财务报表中各资产项目、负债项目、所有者权益项目、收入项目和费用项目等的合并金额。其计算方法如下:

1. 资产类各项目,其合并金额根据该项目加总金额,加上该项目抵销分录有关的借方发生额,减去该项目抵销分录有关的贷方发生额计算确定。
2. 负债类各项目和所有者权益类项目,其合并金额根据该项目加总金额,减去该项目抵销分录有关的借方发生额,加上该项目抵销分录有关的贷方发生额计算确定。
3. 有关收入类各项目和有关所有者权益变动各项目,其合并金额根据该项目加总金额,减去该项目抵销分录的借方发生额,加上该项目抵销分录的贷方发生额计算确定。
4. 有关费用类项目,其合并金额根据该项目加总金额,加上该项目抵销分录的借方发生额,减去该项目抵销分录的贷方发生额计算确定。

(五) 填列合并财务报表

根据合并工作底稿中计算出的资产、负债、所有者权益、收入、费用类以及现金流量表中各项目的合并金额,填列生成正式的合并财务报表。

第二节 合并资产负债表

合并资产负债表是反映企业集团在某一特定日期财务状况的财务报表,由合并资产、负债和所有者权益各项目组成。

一、对子公司的个别财务报表进行调整

在编制合并财务报表时,首先应对各子公司进行分类,分为同一控制下企业合并中取得的子公司和非同一控制下企业合并中取得的子公司两类。

(一) 属于同一控制下企业合并中取得的子公司

对于属于同一控制下企业合并中取得的子公司的个别财务报表,如果不存在与母公司会计政策和会计期间不一致的情况,则不需要对该子公司的个别财务报表进行调整,即不需要将该子公司的个别财务报表调整为公允价值反映的财务报表,只需要抵销内部交易对合并财务报表的影响即可。

(二) 属于非同一控制下企业合并中取得的子公司

对于属于非同一控制下企业合并中取得的子公司,除了存在与母公司会计政策和会计期间不一致的情况,需要对该子公司的个别财务报表进行调整外,还应当根据母公司为该子公司设置的备查簿的记录,以记录的该子公司的各项可辨认资产、负债及或有负债等在购买日的公允价值为基础,通过编制调整分录,对该子公司的个别财务报表进行调整,以使子公司的个别财务报表反映为在购买日公允价值基础上确定的可辨认资产、负债及或有负债在本期资产负债表日的金额。

二、按权益法调整对子公司的长期股权投资

合并报表准则规定,合并财务报表应当以母公司和其子公司的财务报表为基础,根据其他有关资料,按照权益法调整对子公司的长期股权投资后,由母公司编制。

三、编制合并资产负债表时应进行抵销处理的项目

对于内部交易,从发生内部交易的企业来看,发生交易的各方都在其个别资产负债表中进行了

反映。在这种情况下，作为反映企业集团整体财务状况的合并资产负债表，必须将这些重复计算的因素予以扣除，对这些重复的因素进行抵销处理。这些需要扣除的重复因素，就是合并财务报表编制时需要进行抵销处理的项目。

编制合并资产负债表时需要进行抵销处理的，主要有如下项目：

（一）长期股权投资与子公司所有者权益的抵销处理

编制合并财务报表时，应当在母公司与子公司财务报表数据简单相加的基础上，将母公司对于公司长期股权投资项目与子公司所有者权益项目予以抵销。

（二）内部债权与债务的抵销处理

母公司与子公司、子公司相互之间的债权和债务项目，是指母公司与子公司、子公司相互之间因销售商品、提供劳务以及发生结算业务等原因产生的应收账款与应付账款、应收票据与应付票据、预付账款与预收账款、其他应收款与其他应付款、持有至到期投资与应付债券等项目。

1. 应收账款与应付账款的抵销处理

（1）初次编制合并财务报表时应收账款与应付账款的抵销处理

（2）连续编制合并财务报表时内部应收账款坏账准备的抵销处理

（三）存货价值中包含的未实现内部销售损益的抵销处理

存货价值中包含的未实现内部销售损益是由于企业集团内部商品购销、劳务提供活动所引起的。

1. 当期内部购进商品并形成存货情况下的抵销处理

在企业集团内部购进并且在会计期末形成存货的情况下，如前所述，一方面将销售企业实现的内部销售收入及其相对应的销售成本予以抵销，另一方面将内部购进形成的存货价值中包含的未实现内部销售损益予以抵销。

2. 连续编制合并财务报表时内部购进商品的抵销处理

在连续编制合并财务报表的情况下，首先必须将上期抵销的存货价值中包含的未实现内部销售损益对本期期初未分配利润的影响予以抵销，调整本期期初未分配利润的金额；然后再对本期内部购进存货进行抵销处理，其具体抵销处理程序和方法如下：

（1）将上期抵销的存货价值中包含的未实现内部销售损益对本期期初未分配利润的影响进行抵销。

（2）对于本期发生内部购销活动的，将内部销售收入、内部销售成本及内部购进存货中未实现内部销售损益予以抵销。

（3）将期末内部购进存货价值中包含的未实现内部销售损益予以抵销。

（四）内部固定资产交易的抵销处理

内部固定资产交易是指企业集团内部发生交易的一方与固定资产有关的购销业务。对于企业集团内部固定资产交易，根据销售企业销售的是产品还是固定资产，可以将其划分为两种类型：第一种类型是企业集团内部企业将自身生产的产品销售给企业集团内的其他企业作为固定资产使用；第二种类型是企业集团内部企业将自身的固定资产出售给企业集团内的其他企业作为固定资产使用。此外，还有另一类型的内部固定资产交易，即企业集团内部企业将自身使用的固定资产出售给企业集团内的其他企业作为普通商品销售。这种类型的固定资产交易，在企业集团内部发生得极少，一般情况下发生的金额也不大。

1. 内部交易形成的固定资产在购入当期的抵销处理
2. 内部交易形成的固定资产在以后会计期间的抵销处理
3. 内部交易形成的固定资产在清理期间的抵销处理

四、报告期内增减子公司的处理

(一) 增加子公司

在企业合并发生当期的期末和以后会计期间, 母公司应当根据合并财务报表准则的规定编制合并资产负债表, 并分别以下两种情况进行处理:

1. 同一控制下企业合并增加的子公司, 视同该子公司从设立起就被母公司控制, 编制合并资产负债表时, 应当调整合并资产负债表所有相关项目的期初数, 相应地, 合并资产负债表的留存收益项目应当反映母公司如果一直作为一个整体运行至合并日应实现的盈余公积和未分配利润的情况。

2. 非同一控制下企业合并增加的子公司, 应当从购买日开始编制合并财务报表, 不调整合并资产负债表的期初数。

(二) 处置子公司

在报告期内, 如果母公司失去了决定被投资单位的财务和经营政策的能力, 不再能够从其经营活动中获取利益, 表明母公司不再控制被投资单位, 被投资单位从处置日开始不再是母公司的子公司, 不应继续将其纳入合并财务报表的合并范围, 不调整合并资产负债表的期初数。

五、合并资产负债表编制

六、合并资产负债表的格式

第三节 合并利润表

一、编制合并利润表时应进行抵销处理的项目

合并利润表应当以母公司和子公司的利润表为基础, 在抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易对合并利润表的影响后, 由母公司合并编制。

编制合并利润表时需要进行抵销处理的, 主要有如下项目:

(一) 内部营业收入和内部营业成本的抵销处理

内部营业收入是指企业集团内部母公司与子公司、子公司相互之间发生的商品销售(或劳务提供, 下同)活动所产生的营业收入。内部营业成本是指企业集团内部母公司与子公司、子公司相互之间发生的销售商品的营业成本。

对内部销售收入和内部销售成本进行抵销时, 应分别不同的情况进行处理。

1. 母公司与子公司、子公司相互之间销售商品, 期末全部实现对外销售在这种情况下, 对于同一购销业务, 在销售企业和购买企业的个别利润表中都作了反映。但从整个企业集团来看, 这一购销业务只是实现了一次对外销售, 其销售收入只是购买企业向企业集团外部企业销售该产品的销售收入, 其销售成本只是销售企业向购买企业销售该商品的成本。销售企业向购买企业销售该商品

实现的收入属于内部销售收入，相应地，购买企业向企业集团外部企业销售该商品的销售成本则属于内部销售成本。因此在编制合并利润表时，就必须将重复反映的内部营业收入与内部营业成本予以抵销。

2. 母公司与子公司、子公司之间销售商品，期末未实现对外销售而形成存货的抵销处理

在内部购进的商品未实现对外销售的情况下，其抵销处理参见本章第二节有关“存货价值中包含的未实现内部销售损益的抵销”的内容。

3. 母公司与子公司、子公司之间销售商品，期末部分实现对外销售、部分形成期末存货的抵销处理

即内部购进的商品部分实现对外销售、部分形成期末存货的情况，可以将内部购买的商品分解为两部分来理解：一部分为当期购进并全部实现对外销售；另一部分为当期购进但未实现对外销售而形成期末存货。

（二）购买企业内部购进商品作为固定资产、无形资产等资产使用时的抵销处理

企业集团内母公司与子公司、子公司相互之间将自身的产品销售给其他企业作为固定资产（作为无形资产等的处理原则类似）使用的抵销处理，参见本章第二节有关“内部交易形成的固定资产在购入当期的抵销处理”的内容。

（三）内部应收款项计提的坏账准备等减值准备的抵销处理

编制合并资产负债表时，需要将内部应收账款与应付账款相互抵销，与此相适应需要将内部应收账款计提的坏账准备予以抵销。相关抵销处理参见本章第二节有关“应收账款与应付账款的抵销处理”的内容。

（四）内部投资收益（利息收入）和利息费用的抵销处理

企业集团内部母公司与子公司、子公司相互之间可能发生相互持有对方债券的内部交易。在编制合并财务报表时，应当在抵销内部发行的应付债券和持有至到期投资等内部债权债务的同时，将内部应付债券和持有至到期投资相关的利息费用与投资收益（利息收入）相互抵销，即将内部债券投资收益与内部发行债券的利息费用相互抵销。

（五）内部持有对方长期股权投资的投资收益的抵销处理

内部投资收益是指母公司对子公司或子公司对母公司、子公司相互之间的长期股权投资的收益，即母公司对子公司的长期股权投资在合并工作底稿中按权益法调整的投资收益，实际上就是子公司当期营业收入减去营业成本和期间费用、所得税费用等后的余额与其持股比例相乘的结果。

二、报告期内增减子公司

（一）增加子公司

母公司因追加投资等原因控制了另一个企业即实现了企业合并。母公司应当编制合并日的合并利润表。在企业合并发生当期的期末和以后会计期间，母公司应当根据合并财务报表准则的规定编制合并利润表，并分别以下两种情况进行处理：

1. 同一控制下企业合并增加的子公司，应视同合并后形成的报告主体自最终控制开始实施控制时一直是一体化存续下来的，经营成果应持续计算，因此，在编制合并利润表时，应当将该子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，而不是从合并日开始纳入合并利润表。

2. 非同一控制下企业合并增加的子公司, 在编制合并利润表时, 应当将该子公司购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。

(二) 处置子公司

母公司在报告期内处置子公司, 应当将该子公司期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表。

三、合并利润表的编制

四、合并利润表基本格式

五、子公司发生超额亏损在合并利润表中的反映

合并报表准则规定, 子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额, 其余额应当分别下列情况进行处理:

(一) 公司章程或协议规定少数股东有义务承担, 并且少数股东有能力予以弥补的, 该项余额应当冲减少数股东权益;

(二) 公司章程或协议未规定少数股东有义务承担的, 该项余额应当冲减母公司的所有者权益。该子公司以后期间实现的利润, 在弥补了由母公司所有者权益所承担的属于少数股东的损失之前, 应当全部归属于母公司的所有者权益。

第四节 合并现金流量表

合并现金流量表是综合反映母公司及其所有子公司组成的企业集团在一定会计期间现金和现金等价物流入和流出的报表。

现金流量表要求按照收付实现制反映企业经济业务所引起的现金流入和流出, 其有关经营活动产生的现金流量的编制方法有直接法和间接法两种。《企业会计准则第 31 号——现金流量表》明确规定企业应当采用直接法列示经营活动产生的现金流量。在采用直接法的情况下, 以合并利润表有关项目的数据为基础, 调整得出本期的现金流入和现金流出: 分别经营活动产生的现金流量、投资活动产生的现金流量、筹资活动产生的现金流量三大类, 反映企业集团在一定会计期间的现金流量情况。

需要说明的是, 某些现金流量在进行抵销处理后, 需站在企业集团的角度, 重新对其进行分类。合并现金流量表的编制原理、编制方法和编制程序与合并资产负债表、合并利润表的编制原理、编制方法和编制程序相同。

合并现金流量表补充资料, 既可以以母公司和所有子公司的个别现金流量表为基础, 在抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易对合并现金流量表的影响后进行编制, 也可以直接根据合并资产负债表和合并利润表进行编制。

一、编制合并现金流量表时应进行抵销处理的项目

编制合并现金流量表时需要进行抵销处理的项目, 主要有如下项目:

(一) 企业集团内部当期以现金投资或收购股权增加的投资所产生的现金流量的抵销处理
从企业集团整体来看, 母公司以现金对子公司进行的长期股权投资实际上相当于母公司将资本

拨付下属核算单位,并不引起整个企业集团的现金流量的增减变动。因此,编制合并现金流量表时,应当在母公司与子公司现金流量表数据简单相加的基础上,将母公司当期以现金对子公司长期股权投资所产生的现金流量予以抵销。

(二) 企业集团内部当期取得投资收益收到的现金与分配股利、利润或偿付利息支付的现金的抵销处理

从整个企业集团来看,这种投资收益的现金收支,并不引起整个企业集团的现金流量的增减变动。因此,编制合并现金流量表时,应当在母公司与子公司现金流量表数据简单相加的基础上,将母公司当期取得投资收益收到的现金与子公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金予以抵销。

(三) 企业集团内部以现金结算债权与债务所产生的现金流量的抵销处理

从整个企业集团来看,这种现金结算债权与债务,并不引起整个企业集团的现金流量的增减变动。因此,编制合并现金流量表时,应当在母公司与子公司现金流量表数据简单相加的基础上,将母公司当期以现金结算债权与债务所产生的现金流量予以抵销。

(四) 企业集团内部当期销售商品所产生的现金流量的抵销处理

从整个企业集团来看,这种内部商品购销现金收支,并不会引起整个企业集团的现金流量的增减变动。因此,编制合并现金流量表时,应当在母公司与子公司现金流量表数据简单相加的基础上,将母公司与子公司、子公司相互之间当期销售商品所产生的现金流量予以抵销。

(五) 企业集团内部处置固定资产等收回的现金净额与购建固定资产等支付的现金的抵销处理

从整个企业集团来看,这种固定资产处置与购置的现金收支,并不会引起整个企业集团的现金流量的增减变动。因此,编制合并现金流量表时,应当在母公司与子公司现金流量表数据简单相加的基础上,将母公司与子公司、子公司相互之间处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额与购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金相互抵销。

二、报告期内增减子公司

(一) 增加子公司

母公司因追加投资等原因控制了另一个企业即实现了企业合并。母公司应当编制合并日的合并现金流量表。在企业合并发生当期的期末和以后会计期间,母公司应当根据合并报表准则的规定编制合并现金流量表。合并报表准则规定,在编制合并现金流量表时,应当区分同一控制下的企业合并增加的子公司和非同一控制下的企业合并增加的子公司两种情况。

1. 同一控制下企业合并增加的子公司,在编制合并现金流量表时,应当将该子公司合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

2. 非同一控制下企业合并增加的子公司,在编制合并现金流量表时,应当将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

(二) 处置子公司

母公司在报告期内处置子公司,应将该子公司期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

三、合并现金流量表中有关少数股东权益项目的反映

子公司与少数股东之间发生的影响现金流入和现金流出的经济业务包括:少数股东对子公司增加权益性投资、少数股东依法从子公司中抽回权益性投资、子公司向其少数股东支付现金股利或利润等。

四、合并现金流量表的编制

五、合并现金流量表格式

第五节 合并所有者权益变动表

合并所有者权益变动表是反映构成企业集团所有者权益的各组成部分当期的增减变动情况的财务报表。

合并财务报表准则规定,合并所有者权益变动表应当以母公司和子公司的所有者权益变动表为基础,在抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易对合并所有者权益变动表的影响后,由母公司合并编制。合并所有者权益变动表也可以根据合并资产负债表和合并利润表进行编制。

编制合并所有者权益变动表时需要进行抵销处理的项目,主要有如下项目:

- (1) 母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额相互抵销。
- (2) 母公司对子公司、子公司相互之间持有对方长期股权投资的投资收益应当抵销等

一、合并所有者权益变动表的编制

二、合并所有者权益变动表格式

复习思考题:

1. 合并报表的合并范围如何确定? 怎样理解控制?
2. 合并财务报表如何编制?
3. 怎样编制合并资产负债表?
4. 如何理解编制合并利润表时应抵销处理的项目
5. 如何理解编制合并现金流量表时应抵销处理的项目

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 20 号—企业合并(2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 33 号—合并财务报表(2006).北京:经济科学出版社.2006
3. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南(2006).北京:中国财政经济出版社.2006
4. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解(2008).北京:人民出版社,2008.12

第二十四章 每股收益

学习目的与要求

本章着重讲解了基本每股收益和稀释每股收益的计算和列报问题。通过本章学习，了解每股收益界定及分类；能够计算基本每股收益和稀释每股收益，注意每股收益列报。

第一节 每股收益概述

每股收益是指普通股股东每持有一股所能享有的企业净利润或需承担的企业净亏损。每股收益通常被用来反映企业的经营成果，衡量普通股的获利水平及投资风险，是投资者等信息使用者据以评价企业盈利能力、预测企业成长潜力、进而做出相关经济决策的重要的财务指标之一。

每股收益包括基本每股收益和稀释每股收益两类。基本每股收益是按照归属于普通股股东的当期净利润除以发行在外普通股的加权平均数计算的每股收益。稀释每股收益是以基本每股收益为基础，假定企业所有发行在外的稀释性潜在普通股均已转换为普通股，从而分别调整归属于普通股股东的当期净利润以及发行在外普通股的加权平均数计算的每股收益。

第二节 基本每股收益

基本每股收益只考虑当期实际发行在外的普通股股份，按照归属于普通股股东的当期净利润除以当期实际发行在外普通股的加权平均数计算确定。

一、分子的确

计算基本每股收益时，分子为归属于普通股股东的当期净利润，即企业当期实现的可供普通股股东分配的净利润或应由普通股股东分担的净亏损金额。发生亏损的企业，每股收益以负数列示。

二、分母的确

计算基本每股收益时，分母为当期发行在外普通股的加权平均数，即期初发行在外普通股股数根据当期新发行或回购的普通股股数与相应时间权数的乘积进行调整后的股数。

企业合并中作为对价发行的普通股何时计入发行在外普通股的加权平均数，应当区分两种情况处理。

- (1) 非同一控制下的企业合并，购买方自购买日起取得对被购买方的实际控制权。
- (2) 同一控制下的企业合并，参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制。

第三节 稀释每股收益

存在稀释性潜在普通股的复杂股权结构的公司，除了应当按照上述第二节要求计算和列报基本每股收益，还应当同时根据稀释性潜在普通股的影响计算和列报稀释每股收益。

一、计算稀释每股收益应当考虑的因素

企业在计算稀释每股收益时应当考虑稀释性潜在普通股以及对分子和分母调整因素的影响。

(一) 稀释性潜在普通股

潜在普通股是指赋予其持有者在报告期或以后期间享有取得普通股权利的一种金融工具或其他合同。

稀释性潜在普通股,是指假设当期转换为普通股会减少每股收益的潜在普通股。

(二) 分子的调整

计算稀释每股收益时,应当根据下列事项对归属于普通股股东的当期净利润进行调整:(1)当期已确认为费用的稀释性潜在普通股的利息。

(2) 稀释性潜在普通股转换时将产生的收益或费用。

(三) 分母的调整

计算稀释每股收益时,当期发行在外普通股的加权平均数应当为计算基本每股收益时普通股的加权平均数与假定稀释性潜在普通股转换为已发行普通股而增加的普通股股数的加权平均数之和。

二、可转换公司债券

可转换公司债券是指发行公司依法发行、在一定期间内依据约定的条件可以转换成股份的公司债券。对于可转换公司债券,可以采用假设转换法判断其稀释性,并计算稀释每股收益。

三、认股权证、股份期权

认股权证是指公司发行的、约定持有人有权在履约期间内或特定到期日按约定价格向本公司购买新股的有价证券。股份期权是指公司授予持有人在未来一定期限内以预先确定的价格和条件购买本公司一定数量股份的权利,股份期权持有人对于其享有的股份期权,可以在规定的期间内以预先确定的价格和条件购买公司一定数量的股份,也可以放弃该种权利。

对于稀释性认股权证、股份期权,计算稀释每股收益时,一般无需调整分子净利润金额,只需要按照下列步骤对分母普通股加权平均数进行调整:

(一) 假设这些认股权证、股份期权在当期期初(或发行日)已经行权,计算按约定行权价格发行普通股将取得的股款金额。

(二) 假设按照当期普通股平均市场价格发行股票,计算需发行多少普通股能够带来上述相同的股款金额。

(三) 比较行使股份期权、认股权证将发行的普通股股数与按照平均市场价格发行的普通股股数,差额部分相当于无对价发行的普通股,作为发行在外普通股股数的净增加。

(四) 将净增加的普通股股数乘以其假设发行在外的时间权数,据此调整计算稀释每股收益的分母。

四、企业承诺将回购其股份的合同

企业承诺将回购其股份的合同规定的回购价格高于当期普通股平均市场价格时,应当考虑其稀释性。计算稀释每股收益时,与前面认股权证、股份期权的计算思路恰好相反,具体步骤为:

(一) 假设企业于期初按照当期普通股平均市场价格发行普通股,以募集足够的资金来履行回

购合同；合同日晚于期初的，则假设企业于合同日按照自合同日至期末的普通股平均市场价格发行足量的普通股。该假设前提下，由于是按照市价发行普通股，导致企业经济资源流入与普通股股数同比例增加，每股收益金额不变。

（二）假设回购合同已于当期期初（或合同日）履行，按照约定的行权价格回购本企业股票。

（三）比较假设发行的普通股股数与假设回购的普通股股数，差额部分作为净增加的发行在外普通股股数，再乘以相应的时间权数，据此调整计算稀释每股收益的分母。

五、多项潜在普通股

对外发行多项潜在普通股的企业应当按照下列步骤计算稀释每股收益：

（一）列出企业在外发行的各潜在普通股。

（二）假设各潜在普通股已于当期期初（或发行日）转换为普通股，确定其对归属于普通股股东当期净利润的影响金额。可转换公司债券的假设转换一般会增加当期净利润金额；股份期权和认股权证的假设行权一般不影响当期净利润。

（三）确定各潜在普通股假设转换后将增加的普通股股数。值得注意的是，稀释性股份期权和认股权证假设行权后，计算增加的普通股股数不是发行的全部普通股股数，而应当是其中无对价发行部分的普通股股数。

（四）计算各潜在普通股的增量每股收益，判断其稀释性。增量每股收益越小的潜在普通股稀释程度越大。

（五）按照潜在普通股稀释程度从大到小的顺序，将各稀释性潜在普通股分别计入稀释每股收益中。分步计算过程中，如果下一步得出的每股收益小于上一步得出的每股收益，表明新计入的潜在普通股具有稀释作用，应当计入稀释每股收益中；反之，则表明具有反稀释作用，不计入稀释每股收益中。

（六）最后得出的最小每股收益金额即为稀释每股收益。

第四节 每股收益的列报

一、重新计算

（一）派发股票股利、公积金转增资本、拆股和并股

（二）配股

二、列报

复习思考题：

1. 什么是每股收益？每股收益指标有何意义？
2. 基本每股收益如何确定？
3. 稀释每股收益基本计算原则是什么？
4. 计算稀释每股收益应考虑哪些因素？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 34 号—每股收益(2006).北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南(2006).北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解(2008).北京:人民出版社,2008.12

教学总进程及课时安排

章 次	教 学 内 容	讲授	课前后阅读练习
第十三章	或有事项	3	3×2
第十四章	非货币性资产交换	3	3×2
第十五章	债务重组	3	3×2
第十六章	政府补助	3	3×2
第十七章	借款费用	3	3×2
第十八章	股份支付	3	3×2
第十九章	所得税	6	6×2
第二十章	会计政策、会计估计变更和差错更正	6	6×2
第二十一章	资产负债表日后事项	3	3×2
第二十二章	企业合并	6	6×2
第二十三章	合并财务报表	12	12×2
第二十四章	每股收益	3	3×2
合 计		54	109

《管理会计》教学大纲

田明 编写

目 录

第一部分 大纲说明.....	2083
第二部分 教学内容与教学要求.....	2085
第一章 管理会计概论.....	2085
第一节 管理会计的定义.....	2085
一、国外会计学界对管理会计定义的论述.....	2085
二、国内学者对管理会计定义的论述.....	2085
三、管理会计的定义.....	2085
第二节 管理会计的形成与发展.....	2085
一、以成本控制为基本特征的管理会计阶段.....	2085
二、以预测、决策为基本特征的管理会计阶段.....	2085
三、以重视环境适应性为基本特征的战略管理会计阶段.....	2085
第三节 管理会计的基本理论.....	2086
一、管理会计的基本假设.....	2086
二、管理会计的对象.....	2086
三、管理会计的目标.....	2086
四、管理会计的职能.....	2086
五、实现职能应完成的管理会计工作.....	2086
六、管理会计的工作程序.....	2086
七、管理会计信息的质量特征.....	2087
第四节 管理会计与财务会计的区别与联系.....	2087
一、管理会计与财务会计的区别.....	2087
二、管理会计与财务会计的联系.....	2087
第五节 管理会计人员的职业道德和职业教育.....	2087
一、管理会计人员的职业道德.....	2087
二、管理会计的职业教育.....	2088
第二章 变动成本法.....	2089
第一节 成本分类.....	2089
一、成本按经济用途分类.....	2089
二、成本按性态分类.....	2089
三、成本按决策相关性分类.....	2091
第二节 混合成本的分解.....	2091
一、历史成本法.....	2091
二、账户分析法.....	2092
三、工程分析法.....	2092
第三节 变动成本法与完全成本法.....	2094
一、完全成本法和变动成本法的特点.....	2094
二、变动成本法与完全成本法的比较.....	2094
三、对变动成本法和完全成本法的评价.....	2094
第三章 本量利分析.....	2099

第一节 本量利分析的基本假设	2099
一、相关范围假设	2099
二、模型线性假设	2099
三、产销平衡假设	2099
四、品种结构不变假设	2099
第二节 本量利分析	2099
一、盈亏临界点分析	2099
二、实现目标利润分析	2099
三、本量利关系中的敏感性分析	2100
第三节 本量利分析的扩展	2100
一、不完全线性关系下的本量利分析	2100
二、非线性关系下的本量利分析	2100
三、不确定状况下的本量利分析	2100
第四章 经营预测	2103
第一节 销售预测	2103
一、定性销售预测	2103
二、定量销售预测	2103
第二节 成本预测	2103
一、可比产品成本预测	2103
二、不可比产品成本预测	2103
第三节 利润预测	2104
一、直接预测法	2104
第四节 资金需要量预测	2104
一、资金需要总量预测	2104
二、固定资金需要量预测	2104
三、流动资金需要量预测	2104
第五章 经营决策常用的成本概念及基本方法	2107
第一节 经营决策需要考虑的成本概念	2107
第二节 经营决策的基本方法	2107
第六章 经营决策	2108
第一节 产品功能成本决策	2108
一、选择分析对象	2108
二、围绕分析对象手机各种资料	2108
三、功能评价	2108
四、试验与提案	2108
第二节 品种决策	2108
一、生产何种新产品	2108
二、亏损产品的决策	2108
三、自制还是外购的决策	2108
四、半成品（或联产品）是否进一步加工	2108
第三节 产品组合优化决策	2109
第四节 生产组织决策	2109
一、最优生产批量决策	2109

二、生产工艺决策.....	2109
三、根据成本分配生产任务的决策.....	2109
四、赶工决策.....	2109
第五节 定价决策.....	2109
一、影响价格的基本因素.....	2109
二、企业价格制定的目标.....	2109
三、以成本为基础的定价决策.....	2110
四、以需求为基础的定价决策.....	2110
五、产品寿命周期与价格策略.....	2110
第七章 投资决策.....	2111
第一节 投资决策基础.....	2111
一、货币时间价值.....	2111
二、现金流量.....	2114
第二节 投资决策指标.....	2118
一、静态投资指标.....	2118
二、动态投资指标.....	2118
第三节 几种典型的长期投资决策.....	2120
第四节 投资决策的扩展.....	2121
一、投资决策的敏感性分析.....	2121
二、通货膨胀情况下的投资决策.....	2121
第八章 全面预算.....	2122
第一节 全面预算概述.....	2122
一、全面预算.....	2122
二、全面预算的作用.....	2122
三、全面预算的编制循环与编制原则.....	2122
四、全面预算的基本组成及编制要点.....	2122
第二节 预算编制方法.....	2123
第九章 标准成本法.....	2127
第一节 标准成本和成本差异.....	2127
一、标准成本的作用.....	2127
二、标准成本的种类.....	2127
三、成本差异的种类.....	2129
第二节 变动成本差异的计算、分析和控制.....	2129
第三节 固定制造费用成本差异的计算、分析和控制.....	2132
一、固定制造费用成本差异的计算.....	2132
二、固定制造费用成本差异的分析和控制.....	2132
第四节 成本差异的账务处理.....	2133
第十章 责任会计.....	2136
第一节 责任会计概述.....	2136
一、分权管理与责任会计.....	2136
二、责任会计的基本内容.....	2136
三、责任会计的基本原则.....	2136
第二节 责任中心.....	2136

一、成本（费用）中心	2136
二、利润中心	2136
三、投资中心	2137
第三节 内部结算价格	2139
一、内部结算价格的作用和制定原则	2139
二、内部结算价格的类型	2139
第四节 责任预算的编制与考核	2141
一、责任预算	2141
二、责任利润预算的编制	2141
三、责任成本预算的编制	2141
四、责任预算的考核	2141
第十一章 存货决策	2142
第一节 存货的成本	2142
第二节 经济订购批量	2142
第三节 存货决策基本数学模型的扩展	2144
一、一次订货，边进边出情况下的决策	2144
二、有数量折扣时的决策	2144
三、缺乏详细成本资料时的决策	2144
四、订单批量受限时的决策	2144
五、存储量受限制时的决策	2144
第四节 不确定情况下的存货决策	2144
一、安全库存量与库存耗竭成本	2144
二、安全库存量的确定方法	2144
三、再订购点的确定	2144
第五节 零存货管理	2144
一、适时制生产系统与传统生产系统对存货的不同看法	2144
二、适时制的实施	2144
三、零存货条件下可能存在的问题及适时制管理对策	2145
四、运用适时制加强存货管理应注意的问题	2145
第十二章 作业成本计算法	2146
第一节 作业成本计算法概述	2146
第二节 作业成本计算法的基本理论	2146
一、作业成本计算法的目标	2146
二、产品成本的经济实质	2146
三、产品成本的经济内容	2146
四、成本计算对象	2146
第三节 作业成本计算	2146
作业成本计算法下的成本计算程序	2146
二、作业成本计算举例	2150
第十三章 战略管理会计	2155
第一节 现代企业面临的挑战与传统管理会计的局限	2155
一、现代企业面临的挑战	2155
二、传统管理会计的局限	2155

第二节 战略管理会计概述	2155
一、战略管理的发展	2155
二、战略管理会计研究的主要问题	2155
第三节 战略管理会计对传统投资决策指标的修正	2155
一、竞争优势分析	2155
二、价值链分析	2156
三、成本动因分析	2156

第一部分 大纲说明

授课教师	田明	职称	副教授	开课单位	商学院
课程中文名称	管理会计	课程英文名称	Management Accounting	课程编号	406020423
授课学期	第 5 学期	考核方式	平时课堂分组 讨论考评结合 闭卷考试。	学分	3
授课对象	工商本科	专业班级		工商本科	
总学时数	54	课堂讲授	48	实践与讨论	6
课程简介	管理会计是为适应企业内部管理上预测、决策、规划、控制和考核的需要而产生的。它是把会计和管理有机地结合起来，为加强企业内部管理，提供经济效益服务。要真正掌握这门学科，不仅需要具备会计学的基础知识，还需要掌握相关的数学、统计学、管理学、经济学、心理学、组织行为学等多门管理知识。通过系统的学习管理会计知识，有助于拓展视野，更新知识结构和借鉴先进的管理经验。 管理会计课程主要讲授现代管理会计的基本理论、基本方法和基本技术。内容主要包括变动成本法、本量利分析、预测分析、短期经营决策分析及其应用、投资决策、全面预算、标准成本法以及责任会计、存货决策、作业成本法及战略管理会计等内容。 本课程教学的基本指导思想是：（1）作为管理类专业学生必修的主干课程，整门课程遵循循序渐进、由浅及深的原则，内容叙述上力争简明、清晰、概念定义上力求准确、扼要，并尽量通过大量的例解予以说明，同时注意各章之间的联系；使学生能“融会贯通”；（2）内容上注重理论与实际相结合并以实际为主。整门课程尽可能详细地说明管理会计的有关实际业务，并大量地引进和使用以实际工作问题为素材的案例，使课程能反映目前我国在这方面的实际情况，也有助于学生今后的“学以致用”；（3）在体系和内容的选取上尽可能结合我国的实际情况，对于国外管理会计资料的参考，本着“洋为中用”的原则，凡是符合我国国情的部分则尽可能予以介绍，对于目前尚不适用的部分，则一般不做介绍，个别经典性内容或在管理会计上有重大意义的理论，则作一般介绍，供学生选择学习。（4）近年来，国外管理会计无论是在理论上还是在方法上都产生了很大的变化，管理会计的手段更加多样，内容更加丰富，范围更加广泛，与其他学科的交叉性日益加强，出现了一系列的新思想，显现出新的知识格局。管理会计的重要性越来越显著，也日趋复杂化，管理会计教科书应该确实地反映其新变化。				
先修课程	会计学、财务会计、成本会计				
教学目的和基本要求	通过本课程的教学，使学生系统的掌握现代管理会计的基本理论和基本方法，掌握预测、决策、全面预算、成本控制、责任考核评价等技术方法及相关知识，并能将所学知识用于企业经营管理活动中，提高分析和解决企业经营管理问题的能力，为走上社会，加强企业管理、提高企业经济效益等方面发挥积极作用。				

课程主要内容及 学时分配	第一章 管理会计概论（2 学时） 第二章 变动成本法（6 学时） 第三章 本量利分析（4 学时） 第四章 经营预测（4 学时） 第五章 经营决策常用的成本概念及基本方法（2 学时） 第六章 经营决策（6 学时） 第七章 投资决策（6 学时） 第八章 全面预算（4 学时） 第九章 标准成本法（6 学时） 第十章 责任会计（4 学时） 第十一章 存货决策（2 学时） 第十二章 作业成本计算法（6 学时） 第十三章 战略管理会计（2 学时）			
对学生的学习方 法建议	1.熟练掌握财务会计和成本会计的原理和方法。管理会计是财务会计和成本会计的后续课程，与其他专业课相比，它更具有理论性和技术性，要掌握好管理会计的理论与方法，必须首先要掌握会计学原理、财务会计、成本会计等先修课程的内容。 2.阅读有关财经法规及与本课程有关的专业文章，以获取更丰富的管理会计学科方面的信息，扩展自己的知识面，培养自己的创新意识和研究素质。			
教材	名称	管理会计学	作者	孙茂竹、杨万贵
	出版社	中国人民大学出版社	出版时间	2006 年 3 月
指定 参 考 书	管理会计学	作者	余绪缨	
		出版社及出版时间	中国人民大学出版社（2005 年 7 月）	
	现代管理会计	作者	李天民	
		出版社及出版时间	立信会计出版社（1996 年 1 月）	
	高级管理会计	作者	卡普兰著 吕长江译	
		出版社及出版时间	东北财经大学出版社（2007 年 5 月）	
	管理会计应用 与发展的典型 案例研究	作者	课题	
		出版社及出版时间	经济科学出版社（2002 年 6 月）	
	管理会计	作者	谢琨	
		出版社及出版时间	清华大学出版社	

第二部分 教学内容与教学要求

第一章 管理会计概论

教学目的和基本要求：本章是管理会计的理论基础，主要为学习以后各章内容提供理论依据。本章旨在解决管理会计的基本理论问题，包括管理会计的定义、管理会计的形成和发展、管理会计的基本理论、管理会计与财务会计的区别与联系、管理会计人员的职业道德和职业教育等内容。各节的内容共同构成管理会计的基本理论框架，并对以后各章内容的展开有着重要的意义。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.管理会计的基本假设；
 - 2.管理会计与财务会计的区别与联系。
- 本章教学时间为 2 学时。

第一节 管理会计的定义

一、国外会计学界对管理会计定义的论述

- 1.狭义管理会计阶段
- 2.广义管理会计阶段

二、国内学者对管理会计定义的论述

三、管理会计的定义

第二节 管理会计的形成与发展

一、以成本控制为基本特征的管理会计阶段

- 1.社会经济发展的基本特征
- 2.经济理论的发展
- 3.管理会计的形成

二、以预测、决策为基本特征的管理会计阶段

- 1.社会经济发展的基本特征
- 2.经济理论的迅速发展
- 3.管理会计的发展

三、以重视环境适应性为基本特征的战略管理会计阶段

- 1.社会经济发展的基本特征
- 2.经济理论

3.战略管理会计的产生

第三节 管理会计的基本理论

一、管理会计的基本假设

- 1.会计实体假设
- 2.持续运作假设
- 3.会计分期假设
- 4.货币时间价值假设
- 5.成本性态可分假设
- 6.目标利润最大化假设
- 7.风险价值可计量假设

二、管理会计的对象

- 1.现金流动论
- 2.价值差量论
- 3.资金总运动论
- 4.以使用价值管理为基础的价值管理

三、管理会计的目标

- 1.为管理和决策提供信息
- 2.参与企业的经营管理

四、管理会计的职能

- 1.计划
- 2.评价
- 3.控制
- 4.确保资源的有效利用
- 5.报告

五、实现职能应完成的管理会计工作

- 1.报告
- 2.解释
- 3.资源管理
- 4.管理信息系统的开发
- 5.完善管理技术
- 6.鉴定
- 7.管理

六、管理会计的工作程序

- 1.确认
- 2.计量

- 3.归集
- 4.分析
- 5.编报与解释
- 6.传递

七、管理会计信息的质量特征

- 1.相关性
- 2.准确性
- 3.一贯性
- 4.客观性
- 5.灵活性
- 6.及时性
- 7.简明性
- 8.成本与效益的平衡性

第四节 管理会计与财务会计的区别与联系

一、管理会计与财务会计的区别

- 1.职能不同
- 2.服务对象不同
- 3.约束条件不同
- 4.报告期间不同
- 5.会计主体不同
- 6.计算方法不同
- 7.信息精确程度不同
- 8.计量尺度不同

二、管理会计与财务会计的联系

- 1.起源相同
- 2.目标相同
- 3.基本信息同源
- 4.服务对象交叉
- 5.某些概念相同

第五节 管理会计人员的职业道德和职业教育

一、管理会计人员的职业道德

- 1.技能
- 2.保密
- 3.廉正
- 4.客观性

二、管理会计的职业教育

- 1.管理会计学科课程体系
- 2.普通教育
- 3.商业教育
- 4.会计教育

第二章 变动成本法

教学目的和要求：本章将系统的讲述变动成本法的应用过程及其优缺点。首先从成本分类出发，讲述了成本按传统的经济用途、按成本决策的发展潮流对成本性态进行划分，说明了混合成本的三种分解方法，并在此基础上详细论述变动成本法和完全成本法之间的区别和各自的优缺点，最后阐述了变动成本法在当今会计准则中的具体运用。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.按成本性态划分企业全部成本可以分为几类及其各自的含义；
 - 2.混合成本的分解方法及其各自的区别和优缺点；
 - 3.变动成本法和完全成本法的内涵、区别、适用范围和对企业的影响。
- 本章教学时间为 6 学时。

第一节 成本分类

一、成本按经济用途分类

- 1.制造成本
- 2.非制造成本

二、成本按性态分类

- 1.固定成本
- 2.变动成本
- 3.混合成本

附：成本按性态分类

类别	细分类	含义	要点阐释
固定成本	约束性固定成本	约束性固定成本，即经营能力成本，是企业为维持一定的业务量所必须负担的最低成本，不能通过当前的管理决策加以改变。要想降低约束性固定成本，只能通过合理利用经营能力加以解决，如固定资产折旧费、长期租赁费等。	（1）固定成本的“固定”强调“相关范围内”，即一定产量范围和一定期间范围； （2）固定成本的“固定”强调特定范围内，成本总额不随产量的增减变化而变化，但单位产品的固定成本随产量的增减变化而反方向变化。

	酌量性固定成本	酌量性固定成本，即经营方针成本，是企业根据经营方针可以加以改变的固定成本。如广告费、研究与开发费、职工培训费等。	
变动成本	技术性变动成本	技术性变动成本，是利用生产能力所必须发生的变动成本。如直接材料成本、直接人工成本。	(1) 变动成本的“变动”强调“相关范围内”，即一定产量范围和一定期间范围； (2) 变动成本的“变动”强调特定范围内，成本总额随产量的增减变化而正比例变化，但单位产品的变动成本不随产量的增减变化而变化。
	酌量性变动成本	酌量性变动成本，是指通过管理决策行动加以改变的变动成本。如销售佣金、技术转让费等。	
混合成本	半变动成本	半变动成本，是指通常有一个初始量，类似于固定成本，在这个初始量的基础上随产量的增长而正比例增长，又类似于变动成本。如电话费等。	
	阶梯式成本	阶梯式成本，又称为半固定成本，这类成本随产量的变化而呈阶梯式增长，产量在一定限度内该类成本总额不变，当产量增长到一定限度后，这种成本就跳跃到一个新的水平，并在新的限度内保持不变。如质检员、化验员工资。	
	延期变动成本	延期变动成本，是指在一定产量范围内，成本总额保持不变，超过特定产量范围则随产量的变化而正比例变化。如固定工资加超产量工资。	

	曲线成本	曲线成本，是指成本总额随产量的增长而呈曲线增长的成本。	曲线成本分为： (1)变化率递减的曲线成本； (2)变化率递增的曲线成本。

【例题 1】固定成本是指在特定的产量范围内不受产量变动的影响，在一定期间内总额保持固定不变的成本。（ ）

【答案】×

【解析】固定成本是指在特定的产量范围内不受产量变动影响，一定期间的总额能保持相对稳定的成本，但这并不意味着指在特定的产量范围内固定成本的数额每月的实际发生额都完全一样，例如：照明用电在相关范围内不受产量变动的影响，但是每个月实际用电度数和支付的电费仍然会有或多或少的变化。所以，该题说法错误。

【例题 2】某保险公司的推销员每月固定工资 800 元，在此基础上，推销员还可按推销保险金额的 1%领取奖金，那么推销员的工资费用属于（ ）。

- A.半固定成本
- B.半变动成本
- C.变动成本
- D.固定成本

【答案】B

【解析】半变动成本，它通常有一个初始量，类似于固定成本，在这个初始量的基础上随业务量的增长而增长，又类似于变动成本。

【例题 3】设某企业有固定搬运工 10 名，工资总额 5000 元；当产量超过 3000 件时，就需雇佣临时工。临时工采用计件工资制，单位工资为每件 1 元，则该企业搬运工工资属于（ ）。

- A.阶梯式成本
- B.半变动成本
- C.延期变动成本
- D.曲线成本

【答案】C

【解析】延期变动成本的主要特点是：在某一产量以内表现为固定成本，超过这一产量即成为变动成本。

三、成本按决策相关性分类

第二节 混合成本的分解

一、历史成本法

- 1.高低点法
- 2.散布图法
- 3.回归直线法

二、账户分析法

三、工程分析法

附：混合成本估计

分解方法	细分类	含义	做法	特点
历史成本分析法	高低点法	高低点法,是根据历史资料中最高产量和最低产量及其成本,来推算单位变动成本和固定成本的方法。	$b = \frac{\text{最高产量期成本} - \text{最低产量期成本}}{\text{最高产量} - \text{最低产量}}$ $= \frac{\Delta y}{\Delta x}$ $a = \text{最高产量期成本} - b \times \text{最高产量}$ 或: $= \text{最低产量期成本} - b \times \text{最低产量}$	高低点法的主要优点是简便,其缺点是只考虑高点和低点两组数据,代表性差,比较粗糙。
	散布图法	散布图法,是指将产量、成本历史数据资料绘制成本点散布图,通过目测的方式进行分解的方法。		散布图法考虑了全部已经取得的历史成本资料,比高低点法有所改进。该方法比较直观并且容易掌握。
	直线回归法	直线回归法,是指根据一系列历史数据资料,用数学上的最小二乘法原理进行分解的方法。	$y = a + bx$ 即有: $y_1 = a + bx_1$ $y_2 = a + bx_2$ $y_n = a + bx_n$ 将 n 个方程相加,即有: $\sum y = na + b \sum x \quad ①$ 将①式两边同乘以 x, 则有: $\sum xy = a \sum x + b \sum x^2 \quad ②$ 将①、②解联立方程,即可求得: $a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$ $b = \frac{\sum x \sum y - n \sum xy}{(\sum x)^2 - n \sum x^2}$ 主要掌握以下两种情形: 情形一: 已知 b, 求 a: 根据①得: $a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$ 情形二: 已知 a, 求 b: 根据①得: $b = \frac{\sum y - na}{\sum x}$	由于直线回归法考虑了所有的历史数据,其分解结果从理论上讲最为精确。但计算比较复杂。

工业工程法	工业工程法,是指运用工业工程的研究方法,逐项研究决定成本高低的每个因素,在此基础上直接估算固定成本和单位变动成本的一种混合成本估计方法。	工业工程法适用于任何可以从客观立场进行观察的投入产出过程,如直接成本。也可用于非制造成本的测定。	工业工程法,可以在没有历史成本数据、历史成本数据不可靠,或者需要对历史成本分析结论进行验证的情况下使用。比历史成本分析法更加科学。
契约检查法	契约检查法,是指根据企业签定的契约和合同、既定的管理与核算制度,以及支付费用的规定等估算固定成本和单位变动成本的方法。	契约检查法适用于有明确计算办法的各项成本。	契约检查法不依赖于历史成本数据,而是依赖于有关的正式文件。
账户分析法	账户分析法,是根据各个账户的本期发生额,通过直接判断或比例分配,对混合成本进行分解的一种方法。	账户分析法具体分为: (1) 近似分类; (2) 比例分配。	账户分析法是一种比较粗略的分解方法。

【例题 1】工业工程法可能是各种混合成本估计的方法中最完备的方法,它可以用于研究各种成本性态,所以,它可以独立于其他混合成本估计方法而运用。 ()

【答案】×

【解析】工业工程法可能是各种混合成本估计的方法中最完备的方法,它可以用于研究各种成本性态,但它也不是完全独立的,在进入细节之后要使用其他混合成本估计方法作为工具。

【例题 2】某企业产量和总成本情况下表:

年度	产量(万件)	总成本(万元)
2004	58	50
2005	55	46
2006	50	48
2007	60	53
2008	65	54

则采用高低点法确定的单位变动成本为()元。

- A.0.40 B.0.53
C.0.42 D.0.55

【答案】A

【解析】单位变动成本=（54-48）/（65-50）=0.40。注意高低点的确定应以自变量为依据。

【例题3】某公司根据历史资料统计的产量与实际总成本的有关情况如下：

	2006 年	2007 年	2008 年
产量量（万件）	15	18	23
实际总成本（万元）	120	138	156

已知该公司 2009 年预计的产量为 29 万件。

要求：

- （1）采用高低点法预测该公司 2009 年的总成本；
- （2）假设固定成本为 54 万元，采用回归直线法预测该公司 2009 年的总成本；
- （3）假设单位变动成本为 5 元，采用回归直线法预测该公司 2009 年的总成本。

【答案】

（1）依据高低点法预测：

$$\text{单位变动成本 } b = \frac{156 - 120}{23 - 15} = 4.5 \text{（元/件）}$$

将 $b=4.5$ ，代入高点方程可求得固定成本 $a=156-23 \times 4.5=52.5$ （万元）

$$\text{则 } y=52.5+4.5x$$

将 $x=29$ 万件代入上式，求得 $y=183$ （万元）。

$$\text{（2）} a=54 \text{ 万元，则 } b = \frac{\sum y - na}{\sum x} = \frac{(120+138+156) - 3 \times 54}{15+18+23} = 4.5 \text{（元/件）}$$

$$y=54+4.5x$$

将 $x=29$ 万件代入上式，求得 $y=184.5$ （万元）。

$$\text{（3）} b=5 \text{ 元/件，则 } a = \frac{\sum y - b \sum x}{n} = \frac{(120+138+156) - 5 \times (15+18+23)}{3} = 44.67 \text{（万元）}$$

$$y=44.67+5x$$

将 $x=29$ 万件代入上式，求得 $y=189.67$ （万元）。

第三节 变动成本法与完全成本法

一、完全成本法和变动成本法的特点

- 1.完全成本法的特点
- 2.变动成本法的特点

二、变动成本法与完全成本法的比较

- 1.产品成本的构成内容不同
- 2.存货成本的构成内容不同
- 3.各期损益不同

三、对变动成本法和完全成本法的评价

- 1.变动成本法的优缺点

2.完全成本法的优缺点

3.变动成本法的应用

附：完全成本法和变动成本法的比较

	全部成本计算制度	变动成本计算制度
适用对象不同	全部成本计算制度适用于财务会计，主要对外提供财务信息。所以，它受企业会计准则的严格约束。	变动成本计算制度适用于管理会计，主要对内提供决策信息。所以，它一定程度上并不严格受企业会计准则的约束。
成本构成内容不同	全部成本计算制度下，生产成本的构成项目包括：直接材料、直接人工和全部制造费用。	变动成本计算制度下，生产成本的构成项目包括：直接材料、直接人工和变动性制造费用。
期间费用构成内容不同	全部成本计算制度下，期间费用的构成项目包括：管理费用和营业费用。	变动成本计算制度下，期间费用的构成项目包括：管理费用、营业费用和固定性制造费用。
损益计算程序不同	(1) 毛利=销售收入-销售成本 (2) 息税前经营利润=毛利-期间费用（包括全部销售及管理费用）	(1) 边际贡献=销售收入-变动成本（其中包括变动销售及管理费用） (2) 息税前经营利润=边际贡献-固定成本（包括固定销售及管理费用和固定制造费用）
区别的核心	两者的主要区别围绕固定性制造费用的处理上，即在全部成本计算制度下，固定性制造费用计入产品成本；变动成本计算制度下，固定性制造费用不计入产品成本，而作为期间费用直接计入当期损益。	

【例 1】G 企业仅有一个基本生产车间，只生产甲产品。该企业采用变动成本计算制度，月末对外提供财务报告时，对变动成本法下的成本计算系统中有关账户的本期累计发生额进行调整。有关情况和成本计算资料如下：

(1) 基本生产车间按约当产量法计算分配完工产品与在产品成本。8 月份甲产品完工入库 600 件；期末在产品 500 件，平均完工程度为 40%；直接材料在生产开始时一次投入。

(2) 8 月份有关成本计算账户的期初余额和本期发生额如下表：

项目	期初余额（元）	本期发生额（元）
生产成本科目	3350	
——直接材料	1500	3780
——直接人工	1000	2680
——变动制造费用	850	
变动制造费用科目	0	1790
固定制造费用科目	1220	1820
——在产品	700	1820
——产成品	520	

(3) 8 月份期初库存产成品数量 180 件，当月销售发出产成品 650 件。

(4) 8 月末，对有关账户的本期累计发生额进行调整时，固定制造费用在完工产品与在产品之间的分配采用“在产品成本按年初固定数计算”的方法；该企业库存产成品发出成本按加权平均法计算（提示：发出产成品应负担的固定制造费用转出也应按加权平均法计算）。

要求：

(1) 填写甲产品成本计算单（不要求写出计算过程，计算结果填列在答题卷给定的“成本计算单”内）。同时，编制结转完工产品成本的会计分录。

成本计算单

产品名称：甲产品		2007 年 8 月份		产成品数量：： 600 件
成本项目	直接材料	直接人工	变动制造费用	合计
月初在产品成本				
本月发生生产费用				
合计				
本月完工产品成本				
单位生产成本				
月末在产品成本				

(2) 月末，对有关账户的累计发生额进行调整。写出有关调整数额的计算过程和调整会计分录。

【答案】

(1)

成本计算单

产品名称：甲产品		2007 年 8 月份		产成品数量：： 600 件
成本项目	直接材料	直接人工	变动制造费用	合计
月初在产品成本	1500	1000	850	3350
本月发生生产费用	3780	2680	1790	8250
合计	5280	3680	2640	11600
本月完工产品成本	2880	2760	1980	7620
单位生产成本	4.80	4.60	3.30	12.70
月末在产品成本	2400	920	660	3980

【解析】

本月完工产品成本负担的直接材料成本 = $\frac{1500 + 3780}{600 + 500} \times 600 = 2880$ (元)

本月完工产品成本负担的直接人工成本 = $\frac{1000 + 2680}{600 + 500} \times 600 = 2760$ (元)

本月完工产品成本负担的变动制造费用 = $\frac{850 + 1790}{600 + 500} \times 600 = 1980$ (元)

结转完工产品成本：

借：产成品 7620

贷：生产成本—直接材料 2880
—直接人工 2760
—变动制造费用 1980

(2) 使变动成本法下的成本信息能够满足对外报告的需要，调整的主要科目是“固定制造费用”科目。

在产品负担的固定制造费用按年初固定数 700 元计算，因此本月完工产品负担的固定制造费用 = 固定制造费用本期发生额 = 1820 (元)

结转本期完工产品负担的固定制造费用：

借：固定制造费用—产成品 1820

贷：固定制造费用—在产品 1820

单位库存产成品负担的固定制造费用=（520+1820）/（180+600）=3（元/件）

本月已销产品负担的固定制造费用=650×3=1950（元）

结转本期已销产品成本负担的固定制造费用：

借：产品销售成本 1950

贷：固定制造费用—产成品 1950

【例 2】B 公司 2 月份生产甲产品 1000 件，销售 900 件，其成本资料详见下表。

单位：元

	项目	单位成本	总成本
生产成本	直接材料	10	10000
	直接人工	9	9000
	变动制造费用	5	5000
	固定制造费用		6000
	合计		30000
非生产成本	变动非生产成本	2	1800
	固定非生产成本		3000
	合计		4800

假设：为简化起见，假定这里的变动非生产成本均为变动销售费用，其总额随销售量变动而成正比例变动。

要求：

（1）分别采用完全成本法和变动成本法确定期间成本和单位产品的生产成本。

（2）假设期末没有在产品存货，期初没有产成品存货，采用两种成本计算方法计算期末产成品存货成本。

（3）假设该公司 1 月份生产甲产品 1000 件，同时也销售出 1000 件；2 月份生产甲产品 1000 件，只销售出 900 件；3 月份生产甲产品 1000 件，销售出 1100 件。甲产品每件销售单价为 50 元。其单位变动成本资料和固定成本资料不变，并假设 1 月初没有产成品存货，各月月初、月末均无在产品存货。分别采用完全成本法和变动成本法确定各月的损益。

【答案】

（1）在完全成本法和变动成本法下确定的期间成本和单位产品的生产成本分别见下表。

单位产品的生产成本

单位：元

项目	完全成本法	变动成本法
变动生产成本	24	24
固定制造费用	6	
单位生产成本	30	24

期间成本

单位：元

项目	完全成本法	变动成本法
固定制造费用		6000
非生产成本	4800	4800
期间成本合计	4800	10800

(2)

期末产成品存货成本

单位：元

项目	完全成本法	变动成本法
单位产品生产成本	30	24
期末产成品存货数量（件）	100	100
期末产成品存货成本	3000	2400

(3)

各月的损益计算表

单位：元

项目	1 月	2 月	3 月
完全成本法：			
销售收入：	50000	45000	55000
减：销售成本	30000	27000	33000
销售毛利	20000	18000	22000
减：非生产成本：			
变动非生产成本	2000	1800	2200
固定非生产成本	3000	3000	3000
营业利润	15000	13200	16800
变动成本法：			
销售收入：	50000	45000	55000
减：变动成本：			
变动生产成本	24000	21600	26400
变动非生产成本	2000	1800	2200
边际贡献	24000	21600	26400
减：固定成本：			
固定生产成本	6000	6000	6000
固定非生产成本	3000	3000	3000
营业利润	15000	12600	17400

第三章 本量利分析

教学目的和要求：本章是属于教材中非常重要的一章。本量利分析是对成本、产量（或销量）、利润之间相互关系进行分析的一种简称。本章先介绍了本量利分析的基本假设，然后阐述了本量利分析这种定量分析方法的主要内容。这一分析方法是在人们认识到成本可以、也应该按性态进行划分的基础上发展起来的，主要研究销量、价格、成本和利润之间的相互关系。本量利分析的基本原理和分析方法在企业的预测、决策、计划和控制等多方面具有广泛的用途，也是管理会计中的一项基础内容。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 本量利分析的基本假设；
 2. 贡献毛益、安全边际、盈亏临界点、贡献毛益率、安全边际率、盈亏临界点作业率的分析和计算；
 3. 敏感性分析和敏感系数的计算；
 4. 固定成本、变动成本、销售单价销售量的变化对利润变化有何影响。
- 本章教学时间为 4 学时。

第一节 本量利分析的基本假设

一、相关范围假设

1. 期间假设
2. 业务量假设

二、模型线性假设

1. 固定成本不变假设
2. 变动成本与业务量呈完全线性关系假设
3. 销售收入与销售数量呈完全线性关系假设

三、产销平衡假设

四、品种结构不变假设

第二节 本量利分析

一、盈亏临界点分析

1. 盈亏临界点的基本计算模型
2. 盈亏临界图
3. 相关因素变动对盈亏临界点的影响

二、实现目标利润分析

1. 实现税前目标利润的模型

- 2.实现税后目标利润的模型
- 3.相关因素变动对实现目标利润的影响

三、本量利关系中的敏感性分析

- 1.有关因素临界值的确定
- 2.有关因素变化对利润变化的影响程度

第三节 本量利分析的扩展

一、不完全线性关系下的本量利分析

- 1.生产能力利用率在 30%以下的区间
- 2.生产能力利用率在 30%——50%的区间
- 3.生产能力利用率在 50%——90%的区间
- 4.生产能力利用率在 90%——100%的区间
- 5.生产能力利用率在 100%以上的区间

二、非线性关系下的本量利分析

- 1.非线性回归分析
- 2.非线性关系下的本量利分析

三、不确定状况下的本量利分析

- 1.不确定状况下的盈亏临界点分析
- 2.不确定状况下的利润预测

附：本量利分析

边际贡献	边际贡献是指销售收入减去变动成本后的余额。分为： ①制造边际贡献=销售收入-产品变动生产成本 ②产品边际贡献=制造边际贡献-变动销售和管理费用 =销售收入-产品变动生产成本-变动销售和管理费用
	表示边际贡献的方法有三种： 一是用总额来表示，即边际贡献 二是用单位金额来表示，即单位边际贡献 三是用相对数表示，即边际贡献率
	①边际贡献=销售收入-变动成本总额 =（销售单价-单位变动成本）×销售数量 =单位边际贡献×销售数量 =固定成本总额+利润 ②单位边际贡献=销售单价-单位变动成本 ③边际贡献率=边际贡献总额÷销售收入总额×100% =单位边际贡献÷单价×100% 【注意】 边际贡献率+变动成本率=1

	当企业只产销一种产品时，才能用单位边际贡献和单位变动成本计算；当企业产销多种不同产品时，只能通过边际贡献总额和变动成本总额计算。
盈亏临界点	盈亏临界点是指企业处于不盈不亏、利润为零的状态。表示盈亏临界点的方法有三种： 一是用实物数量来表示，即盈亏临界点销售量 二是用货币金额来表示，即盈亏临界点销售额 三是用相对数表示，即盈亏临界点作业率
	盈亏临界点销售量=固定成本总额÷（单价-单位变动成本） =固定成本总额÷单位边际贡献
	盈亏临界点销售额=盈亏临界点销售量×单价 =固定成本总额÷（1-变动成本率） =固定成本总额÷边际贡献率
	盈亏临界点作业率=盈亏临界点销售量÷预计销售量 =盈亏临界点销售额÷预计销售额
安全边际	安全边际是指正常销售超过盈亏临界点销售的差，表示销售下降多少企业仍不致亏损。表示安全边际的方法有三种： 一是用实物数量来表示，即安全边际量 二是用货币金额来表示，即安全边际额 三是用相对数表示，即安全边际率
	①安全边际量=正常销售量-盈亏临界点销售量 ②安全边际额=正常销售额-盈亏临界点销售额 ③安全边际率=安全边际量÷正常销售量 =安全边际额÷正常销售额 【注意】 安全边际量+盈亏临界点销售量=预计销售量 安全边际额+盈亏临界点销售额=预计销售额 安全边际率+盈亏临界点作业率=1
息税前利润	息税前利润=单价×销售量-单位变动成本×销售量-固定成本
	①息税前利润=边际贡献-固定成本 =单位边际贡献×正常销售量-单位边际贡献×盈亏临界点销售量 =单位边际贡献×（正常销售量-盈亏临界点销售量） =单位边际贡献×安全边际量 ②息税前利润=边际贡献-固定成本 =边际贡献率×正常销售额-边际贡献率×盈亏临界点销售额 =边际贡献率×（正常销售额-盈亏临界点销售额） =边际贡献率×安全边际额 ③销售利润（息税前利润）率=息税前经营利润÷正常销售额 =边际贡献率×安全边际额÷正常销售额 =边际贡献率×安全边际率

【例题 1】下列关于安全边际和边际贡献的表述中，错误的是（ ）。
A. 边际贡献的大小，与固定成本支出的多少无关

- B.边际贡献率反映产品给企业做出贡献的能力
- C.提高安全边际或提高边际贡献率，可以提高利润
- D.降低安全边际率或提高边际贡献率，可以提高销售利润率

【答案】D

【解析】由于：边际贡献=销售收入-变动成本，即边际贡献的计算与固定成本无关，所以，选项 A 正确；边际贡献或边际贡献率反映产品的创利能力，所以，选项 B 正确；由于：利润=安全边际×边际贡献率，即安全边际或边际贡献率与利润同方向变动，所以，选项 C 正确；由于：销售利润率=安全边际率×边际贡献率，即安全边际率或边际贡献率与销售利润率同方向变动，所以，选项 D 错误。

【例题 2】该公司的产品生产和销售平衡，适用的所得税税率为 40%。

要求：（计算结果取整数）

- （1）若下一年度产品售价定为 22 元，计算损益平衡的产品销售量。
- （2）若下一年度销售 100000 件产品，计算使税后销售利润率为 12%的产品售价和安全边际率。

【答案】

（1）损益平衡的产品销售量=（400000+600000）/[22-（2+4+1+3）]=83333（件）

（2）设产品售价为 P：

$$\{100000 \times [P - (2+4+1+3)] - 400000 - 600000\} \times (1-40\%) / (100000 \times P) = 12\%$$

求得：P=25（元）

$$\text{盈亏临界点销售量} = (400000 + 600000) / [25 - (2+4+1+3)] = 66667 \text{（件）}$$

$$\text{安全边际率} = (100000 - 66667) / 100000 = 33\%。$$

第四章 经营预测

教学目的和要求：本章主要介绍销售预测在经营预测中的重要地位，讨论销售预测与成本预测、利润预测、资金需要量预测的关系，要求灵活掌握教材中介绍的各种具体预测方法和适用条件，理解和掌握晨报预测的具体步骤。由于不同预测对象的各自发展趋势有其自身的规律性，所以在进行企业经济活动的预测分析时，要针对不同的预测对象，选择适宜的预测方法。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.定性预测与定量预测的优缺点；
- 2.流动资金需要量预测的意义和方法；
- 3.成本预测的重要性和步骤；
- 4.利用因素分析法进行利润预测。

本章教学时间为 4 学时。

第一节 销售预测

一、定性销售预测

- 1.判断分析法
- 2.调查分析法

二、定量销售预测

- 1.趋势预测分析法
- 2.因果预测分析法
- 3.季节预测分析法
- 4.购买力指数法

第二节 成本预测

一、可比产品成本预测

- 1.确定初选目标成本
- 2.成本初步预测
- 3.提出各种成本降低方案
- 4.正式确定目标成本

二、不可比产品成本预测

- 1.技术测定法
- 2.产值成本法
- 3.目标成本法

第三节 利润预测

一、直接预测法

二、因素分析法

- 1.预测产品销售量变动对利润的影响
- 2.预测产品品种结构变动对利润的影响
- 3.预测产品成本降低对利润的影响
- 4.预测产品价格变动对利润的影响
- 5.预测产品销售税率变动对利润的影响

第四节 资金需要量预测

一、资金需要总量预测

- 1.资金增长趋势预测法
- 2.预计资产负债表法

二、固定资金需要量预测

- 1.生产设备需要量的预测
- 2.其他固定资产需要量的预测

三、流动资金需要量预测

- 1.资金占用比例法
- 2.周转期预测法
- 3.因素测算法
- 4.余额测算法

附：资金需要量预测的销售百分比法及其使用（增量模型）

销售百分比法的增量模型是指根据销售的增加额预计资产、负债和所有者权益的增加额，然后确定外部筹资需求。其步骤：

（1）确定销售百分比

销售额与资产负债表有关项目的百分比可以根据上年有关数据确定。在确定时要注意区分哪些资产、负债项目直接随销售额的变动而变动，哪些资产、负债项目不随销售额变动而变动，即注意区分经营与非经营项目。

（2）根据销售增加量确定筹资需求

筹资需求=资产增加—经营负债自然增加—留存收益增加

外部筹资需求=金融资产增加+（经营资产销售百分比×新增销售额）—（经营负债销售百分比×新增销售额）—[计划销售净利率×预计销售额×（1—股利支付率）]

【例题 1】某公司 2007 年销售收入为 20000 万元，销售净利润率为 12%，净利润的 60%分配给投资者。2007 年 12 月 31 日的资产负债表（简表）如下：

资产负债表（简表）

2007 年 12 月 31 日		单位：万元	
资产	期末余额	负债及所有者权益	期末余额
经营现金	1000	应付账款	1000
应收账款	3000	应付票据	2000
存货	6000	长期借款	9000
固定资产净值	7000	实收资本	4000
无形资产	1000	留存收益	2000
资产总计	18000	负债与所有者权益总计	18000

该公司 2008 年计划销售收入比上年增长 30%。据历年财务数据分析，公司经营流动资产与经营流动负债随销售额同比率增减。假定该公司 2008 年的销售净利率和利润分配政策与上年保持一致，适用的企业所得税税率为 33%。预测该公司 2008 年外部筹资需求量。

分析：

外部资金需要量 ΔF = 增加的经营资产 - 增加的经营负债 - 增加的留存收益

其中：

增加的经营资产 = 增量收入 $\times$ 基期经营资产占基期销售额的百分比

$$= \Delta S \times \frac{A}{S_0}$$

$$= (20000 \times 30\%) \times (1000 + 3000 + 6000) / 20000 = 3000 \text{ (万元)}$$

增加的经营负债 = 增量收入 $\times$ 基期经营负债占基期销售额的百分比

$$= \Delta S \times \frac{B}{S_0}$$

$$= (20000 \times 30\%) \times (1000 + 2000) / 20000 = 900 \text{ (万元)}$$

增加的留存收益 = 预计销售收入 $\times$ 计划销售净利率 $\times$ 收益留存率

$$= S_1 \times P \times E$$

$$= (\Delta S + S_0) \times P \times E$$

$$= 20000 \times (1 + 30\%) \times 12\% \times (1 - 60\%) = 1248 \text{ (万元)}$$

即：外部资金需要量 ΔF = (经营资产销售百分比 $\times$ 新增销售额) - (经营负债销售百分比 $\times$ 新增销售额) - [计划销售净利率 $\times$ 预计销售额 $\times$ (1 - 股利支付率)]

$$= \Delta S \times \frac{A}{S_0} - \Delta S \times \frac{B}{S_0} - (\Delta S + S_0) \times P \times E$$

$$= 3000 - 900 - 1248 = 852 \text{ (万元)}$$

或：

外部筹资需求量 ΔF = 基期经营资产 $\times$ 销售增长率 - 基期经营负债 $\times$ 销售增长率 - [计划销售净利率 $\times$ 预计销售额 $\times$ (1 - 股利支付率)]

$$= A \times \frac{\Delta S}{S_0} - B \times \frac{\Delta S}{S_0} - (\Delta S + S_0) \times P \times E$$

$$= (1000+3000+6000) \times 30\% - (1000+2000) \times 30\% - 20000 \times (1+30\%) \times 12\% \times (1-60\%)$$

$$= 3000 - 900 - 1248 = 852 \text{ (万元)}$$

【注意】掌握外部筹资需求的敏感分析：销售净利率越高，外部筹资越少；股利支付率越高，外部筹资越多。

【例题2】企业销售增长时需要补充资金。假设每元销售所需资金不变，以下关于外部筹资需求的说法中，正确的有（ ）。

- A. 股利支付率越高，外部筹资需求越大
- B. 销售净利率越高，外部筹资需求越小
- C. 如果外部筹资销售增长比为负数，说明企业有剩余资金，可用于增加股利或短期投资
- D. 当企业的实际增长率低于本年的内含增长率时，企业不需要从外部筹资

【答案】ABCD

【解析】外部筹资需求量=基期销售额×销售增长率×（经营资产销售百分比-经营负债销售百分比）-基期销售额×（1+销售增长率）×销售净利率×（1-股利支付率），由此可见，股利支付率越高，外部筹资需求越大；销售净利率越高，外部筹资需求越小；如果外部筹资销售增长比（外部筹资需求量与新增销售额的比值）为负数，说明外部筹资需求量为负数，表明企业有剩余资金，可用于增加股利或短期投资；内含增长率是指企业不从外部筹资的前提下，销售所能够达到的最大增长率，因此，如果企业的实际增长率低于本年的内含增长率，表明企业不需要从外部筹资。

第五章 经营决策常用的成本概念及基本方法

教学目的和要求：管理会计在不同决策中采用不同的概念（特别是成本概念）和方法，如在短期经营决策中除采用固定成本、变动成本外，还经常采用机会成本、沉没成本、付现成本、差量成本等成本概念，而在长期投资决策中则运用资本成本，平均年成本等成本概念。因此，本章学习的目的是从总体上掌握不同成本概念在经营决策中的不同作用、不同成本概念之间的相互联系、经营决策基本方法的原理及应用的条件等问题，并能融会贯通的掌握相关的内容，为以后的灵活运用打下基础。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 产品生产决策中需要考虑哪些成本；
2. 经营决策的基本方法。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 经营决策需要考虑的成本概念

- 一、机会成本
- 二、差量成本
- 三、边际成本
- 四、沉没成本
- 五、付现成本
- 六、专属成本和联合成本
- 七、可选择成本与约束性成本
- 八、相关成本与无关成本

第二节 经营决策的基本方法

- 一、贡献毛益分析法
- 二、差量分析法
- 三、成本无差别点分析法
- 四、概率分析法

第六章 经营决策

教学目的和要求：本章是第五章所授基本概念及基本方法的进一步展开，因此一方面应深入理解和掌握这些概念和方法的灵活应用；另一方面则应了解和掌握经营决策的其他内容和方法。

本章由产品功能成本决策、品种决策、产品组合优化决策、生产组织决策、定价决策五节组成，学习中应从更为广泛的角度去理解和掌握上述经营决策的概念本质、理论基础、程序应用、内容展开和方法原理，并能够融会贯通的去掌握经营决策的相关内容。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.提高产品价值的途径；
- 2.经济批量决策；
- 3.在进行定价决策时需要考虑的因素和决策的方法。

本章教学时间为 6 学时。

第一节 产品功能成本决策

一、选择分析对象

二、围绕分析对象手机各种资料

三、功能评价

- 1.评分法
- 2.强制确定法

四、试验与提案

第二节 品种决策

一、生产何种新产品

二、亏损产品的决策

三、自制还是外购的决策

- 1.外购不减少固定成本的决策
- 2.自制增加固定成本的决策
- 3.外购时有租金收入的决策
- 4.不分配订购费用、准备费用的决策

四、半成品（或联产品）是否进一步加工

- 1.半成品是否进一步加工
- 2.联产品是否进一步加工

第三节 产品组合优化决策

- 一、逐次测算法
- 二、图解法
- 三、单纯形法

第四节 生产组织决策

一、最优生产批量决策

- 1.一种零配件分批生产经济批量决策
- 2.几种零配件轮番分批生产经济批量决策

二、生产工艺决策

三、根据成本分配生产任务的决策

- 1.根据相对成本分配生产任务
- 2.根据单位变动成本分配增产任务

四、赶工决策

- 1.成本计划评审法原理
- 2.成本计划评审法的工作原则
- 3.成本计划评审法的应用
- 五、生产作业中的成本决策

第五节 定价决策

一、影响价格的基本因素

- 1.成本因素
- 2.需求因素
- 3.商品的市场生命周期因素
- 4.政策法规因素
- 5.竞争因素
- 6.科学技术因素
- 7.相关工业产品的销售量

二、企业价格制定的目标

- 1.以追求最大利润为定价目标
- 2.以一定的投资利润率为定价目标
- 3.以保持和提高市场占有率为定价目标
- 4.以稳定的价格为定价目标

- 5.以应付和防止竞争为定价目标

三、以成本为基础的定价决策

- 1.成本加成定价法
- 2.损益平衡法
- 3.边际成本定价法
- 4.非标准产品的定价
- 5.特别订货定价

四、以需求为基础的定价决策

- 1.弹性定价法
- 2.根据线性需求函数制定产品价格
- 3.反向定价法

五、产品生命周期与价格策略

- 1.产品生命周期及其测定方法
- 2.产品生命周期的阶段价格策略
- 3.其他价格策略

第七章 投资决策

教学目的和要求：相对于经营决策而言，投资决策面对的是关于长期资产的取得问题，涉及的资金支出数额通常较大甚至巨大，长期投资一般均具有投资大、风险大、周期长、不可逆转等特征，而且对保持和提高企业的长期获利能力具有决定性的影响。

影响投资决策准确性的关键是正确估计项目的现金流量，但本章重点讨论的问题却是如果运用现金流量对项目进行评价。本章的重点是围绕项目现金流量的相关计算与运用展开讨论，其中包括进行投资决策分析所必须掌握的基本知识和进行投资决策时所采用的各种评价标准。此外，对几种典型的长期投资决策方法和与投资决策相关的其他有关问题做进一步介绍，其目的主要是对正确掌握并灵活运用投资决策分析方法起到引导作用。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.终值、现值、年金的计算；
 - 2.个别资本成本、综合资本成本；
 - 3.获利指数、内部报酬率、净现值。
- 本章教学时间为 6 学时。

第一节 投资决策基础

一、货币时间价值

- 1.货币时间价值的概念
- 2.货币时间价值的计算

附：资金时间价值的计算公式

（一）基本计算公式

项目	公式	系数或符号表示	系数名称
(1) 单利终值	$F = P \times (1 + n \times i)$	$(1 + n \times i)$	单利终值系数
(2) 单利现值	$P = F \times \frac{1}{(1 + n \times i)}$	$\frac{1}{(1 + n \times i)}$	单利现值系数
(3) 复利终值	$F = P \times (1 + i)^n$	$(1 + i)^n = (F / p, i, n)$	复利终值系数
(4) 复利现值	$p = F \times (1 + i)^{-n}$	$(1 + i)^{-n} = (p / F, i, n)$	复利现值系数
(5) 普通年金终值	$F = A \times \frac{(1 + i)^n - 1}{i}$	$\frac{(1 + i)^n - 1}{i} = (F / A, i, n)$	普通年金终值系数
(6) 偿债基金	$A = F \times \frac{i}{(1 + i)^n - 1}$	$\frac{i}{(1 + i)^n - 1} = (A / F, i, n)$	偿债基金系数
(7) 普通年金现值	$P = A \times \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$	$\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i} = (P / A, i, n)$	普通年金现值系数

(8) 资本回收额	$A = P \times \frac{i}{1 - (1+i)^{-n}}$	$\frac{i}{1 - (1+i)^{-n}} = (A/P, i,$	资本回收系数

【例题 1】某公司从本年度起每年年末存入银行一笔固定金额的款项，若按复利制用最简便算法计算第 n 年末可以从银行取出的本利和，则应选用的时间价值系数是（ ）。

- A. 复利终值系数
- B. 复利现值系数
- C. 普通年金终值系数
- D. 普通年金现值系数

【答案】C

【解析】本题中每年年末存入银行一笔固定金额的款项，该款项属于普通年金的形式，计算第 n 年末可以从银行取出的本利和，实际上就是计算普通年金的终值，则应选用的时间价值系数是普通年金终值系数。

【例题 2】某公司拟于 5 年后一次还清所欠债务 100000 元，假定银行利息率为 10%，5 年 10% 的年金终值系数为 6.1051，5 年 10% 的年金现值系数为 3.7908，则应从现在起每年末等额存入银行的偿债基金为（ ）元。

- A. 16379.75
- B. 26379.66
- C. 379080
- D. 610510

【答案】A

【解析】计算偿债基金，即普通年金终值的逆运算。本题已知普通年金终值和普通年金终值系数，然后计算普通年金（即偿债基金）。偿债基金 = $100000 / 6.1051 = 16379.75$ （元）。

【例题 3】在有关资金时间价值指标的计算过程中，普通年金现值与普通年金终值是互为逆运算的关系。（ ）

【答案】×

【解析】本题的主要考核点是普通年金现值与普通年金终值之间的关系。普通年金现值和年资本回收额的计算是互为逆运算；普通年金终值和年偿债基金的计算是互为逆运算。

【例题 4】随着折现率的提高，未来某一项的现值将逐渐增加。（ ）

【答案】×

【解析】在期间不变的情况下，折现率越高，折现系数则越小，因此，未来某一项的现值与折现率呈反向变化。

（二）互为倒数关系的系数有四组：

- 1. 单利终值系数与单利现值系数；
- 2. 复利终值系数与复利现值系数；
- 3. 偿债基金系数与年金终值系数；
- 4. 资本回收系数与年金现值系数。

【例题 1】在下列各项资金时间价值系数中，与资本回收系数互为倒数关系的是（ ）。

- A. $(P/F, i, n)$
- B. $(P/A, i, n)$
- C. $(F/P, i, n)$
- D. $(F/A, i, n)$

【答案】B

【解析】年金现值系数与资本回收系数互为倒数关系。

【例题 2】偿债基金系数与普通年金现值系数互为倒数。（ ）

【答案】×

【解析】偿债基金系数与年金终值系数互为倒数。

(三) 预付年金与普通年金在计算现值或终值时的联系

预付年金现值=年金额×预付年金现值系数 $= (1+i) \times$ 普通年金的现值。

预付年金终值=年金额×预付年金终值系数 $= (1+i) \times$ 普通年金的终值。

相应地:

预付年金现值系数 $= (1+i) \times$ 普通年金的现值系数

预付年金终值系数 $= (1+i) \times$ 普通年金的终值系数

【例题】下列各项中, 其数值等于即付年金终值系数的有 ()。

A. $(P/A, i, n) (1+i)$

B. $\{ (P/A, i, n-1) +1 \}$

C. $(F/A, i, n) (1+i)$

D. $\{ (F/A, i, n+1) -1 \}$

【答案】CD

【解析】即付年金终值系数的表达方式有两种: 一是在普通年金终值系数的基础上, 期数加1, 系数减1; 二是等于普通年金终值系数再乘以 $(1+i)$ 。

(四) 递延年金现值与终值的计算

1. 递延年金现值 $= A (P/A, i, n-s) (P/F, i, s) = A [(P/A, i, n) - (P/A, i, s)]$

其中: s 表示递延期, n 表示总期数。

注意: 递延年金现值的计算如遇到期初问题一定要转化为期末, 如年金从第5期期初开始发生, 即意味着从第4期期末开始, 所以, 递延期为3期 (即前3期期末没有年金发生), $s=3$; 另假设截至第10期期初, 即第9期期末, 所以, 总期数为9期, $n=9$ 。则:

递延年金现值 $= A (P/A, i, 6) (P/F, i, 3) = A [(P/A, i, 9) - (P/A, i, 3)]$

2. 递延年金终值与普通年金终值的计算原理相同。

【例题1】递延年金现值的大小与递延期无关, 故计算方法和普通年金现值是一样的。()

【答案】×

【解析】递延年金现值的大小与递延期有关, 故计算方法和普通年金现值是不一样的。

【例题2】某公司拟购置一处房产, 房主提出两种付款方案:

(1) 从现在起, 每年年初支付15万元, 连续支付8年, 共120万元;

(2) 从第4年开始, 每年年初支付18万元, 连续支付8年, 共144万元。

假设该公司的资金成本率 (即最低报酬率) 为12%, 你认为该公司应选择哪个方案?

【答案】

(1) $P_0 = 15 \times [(P/A, 12\%, 7) + 1] = 15 \times (4.5638 + 1) = 15 \times 5.5638 = 83.457$ (万元)。

或: $P_0 = (1+12\%) \times$ 普通年金的现值 $= (1+12\%) \times 15 \times (P/A, 12\%, 8) = 83.457$ (万元)。

(2) $P_2 = 18 \times (P/A, 12\%, 8) = 18 \times 4.9676 = 89.4168$ (万元)

$P_0 = 89.4168 \times (P/F, 12\%, 2) = 89.4168 \times 0.7972 = 71.2831$ (万元)。

或: $P_0 = 18 \times [(P/A, 12\%, 10) - (P/A, 12\%, 2)] = 18 \times (5.6502 - 1.6901) = 71.2818$ (万元)。

由于第二种方案的现值较第一种方案的现值小, 所以该公司应选择第二种方案。

【解析】使用递延年金时, 需将期初问题转化成期末问题来考虑, 因为递延年金是在普通年金基础上发展起来的, 都是期末发生的。本题中递延期为2。

(五) 永续年金求现值

永续年金没有终值, 但有现值。永续年金现值 $= \frac{A}{i}$ 。

【例题1】在下列各项中, 无法计算出确切结果的是 ()。

A. 后付年金终值 B. 即付年金终值 C. 递延年金终值 D. 永续年金终值

【答案】D

【解析】本题的主要考核点是永续年金的含义及其特点。永续年金持续期无限，没有终止时间，因此没有终值。

【例题 2】在下列各项中，可以直接或间接利用普通年金终值系数计算出确切结果的项目有（ ）。

- A. 偿债基金
- B. 先付年金终值
- C. 永续年金现值
- D. 永续年金终值

【答案】AB

【解析】偿债基金=年金终值×偿债基金系数=年金终值/年金终值系数，所以选项 A 正确；先付年金终值=普通年金终值×（1+i）=年金×普通年金终值系数×（1+i），所以选项 B 正确。永续年金现值=年金/i，所以选项 C 的计算与普通年金终值系数无关，永续年金不存在终值。

二、现金流量

- 1. 现金流量的概念
- 2. 相关现金流量
- 3. 现金流量的计算

附：各类投资项目净现金流量的简化计算公式

类型	建设期净现金流量	运营期净现金流量
单纯 固定 资产 投资 项目	$NCF_t = -\text{固定资产投资额}$	$NCF_t = \text{息税前利润} \times (1 - \text{所得税税率}) + \text{折旧}$
完整 工业 投资 项目	$NCF_t = -\text{原始投资额}$ （原始投资额包括：固定资产、无形资产、开办费、流动资产）	$NCF_t = \text{息税前利润} \times (1 - \text{所得税税率}) + \text{折旧} + \text{摊销} - \text{该年维持营运投资} = \text{该年自由现金流量}$ 所谓运营期自由现金流量，是指投资者可以作为偿还借款利息、本金、分配利润、对外投资等财务活动资金来源的净现金流量。 如果不考虑维持运营投资，而且回收额为零，则运营期所得税后净现金流量又称为经营净现金流量。按照有关回收额均发生在终结点上的假设，运营期内回收额不为零时的所得税后净现金流量亦称为终结点所得税后净现金流量；显然终结点所得税后净现金流量等于终结点那一年的经营净现金流量与该期回收额之和减去维持运营投资。 回收额：包括收回的流动资金以及固定资产净残值收入。

更新改造投资项目	(1) 有建设期 ($S>0$): $\Delta NCF_0 = -(\text{新设备投资} - \text{旧设备变现净收入}), \text{即 } (= -\Delta I)$ $\Delta NCF_S = \text{旧设备报废净损失抵税额}$ $= (\text{账面净值} - \text{变现净收入}) \times \text{所得税税率}$	$\Delta NCF_{S+1-n} = \Delta \text{息税前利润} \times (1 - \text{所得税税率}) + \Delta \text{折旧} + \Delta \text{净残值}$ 其中: $\Delta \text{折旧} = (\Delta I - \Delta \text{净残值}) / \text{新设备使用年限}$
	(2) 无建设期 ($S=0$) $\Delta NCF_0 = -\Delta I$	$\Delta NCF_1 = \Delta \text{息税前利润} \times (1 - \text{所得税税率}) + \Delta \text{折旧} + (\text{旧设备账面净值} - \text{变现净收入}) \times \text{所得税税率}$ $\Delta NCF_{2-n} = \Delta \text{息税前利润} \times (1 - \text{所得税税率}) + \Delta \text{折旧} + \Delta \text{净残值}$
相关链接	(1) 经营成本是所有类型的项目投资在运营期都要发生的主要现金流出量, 它与融资方案无关。其估算公式如下: 某年经营成本 = 该年外购原材料、燃料和动力费 + 该年工资及福利费 + 该年修理费 + 该年其他费用 上式中, 其他费用是指从制造费用、管理费用和营业费用中扣除了折旧费、摊销费、修理费、工资及福利费以后的剩余部分。 或: $\text{经营成本} = \text{营业成本} - \text{非付现的营业成本费用}$ $= \text{营业成本} - (\text{折旧} + \text{摊销})$ $= \text{营业成本} - \text{折旧} - \text{摊销}$ (2) 如果为固定资产购建有专门借款利息, 则项目完工投产后 (即正常经营阶段) 的利息计入财务费用, 但该项利息属于筹资活动的现金流出, 不属于经营活动阶段的现金流量, 即属于无关现金流量, 既不作为流出, 也不考虑抵减所得税。此时的运营期净现金流量的计算公式为: $\begin{aligned} \text{现金净流量} &= \text{营业收入} - \text{付现成本} \times (\text{即经营成本}) - \text{营业税金及附加} - \text{所得税} \\ &= \text{营业收入} - (\text{营业成本} - \text{折旧} - \text{摊销}) - \text{营业税金及附加} - \text{所得税} \\ &= \text{营业收入} - \text{营业成本} - \text{营业税金及附加} + \text{折旧} + \text{摊销} - \text{所得税} \\ &= \text{息税前利润} + \text{折旧} + \text{摊销} + \text{息税前利润} \times \text{所得税税率} \\ &= \text{息税前利润} \times (1 - \text{所得税税率}) + \text{折旧} + \text{摊销} \end{aligned}$ (3) 营业税金及附加的估算: 在项目投资决策中, 应按在运营期内应缴纳的营业税、消费税、土地增值税、资源税、城市维护建设税和教育费附加等估算营业税金及附加。其中: $\text{城市维护建设税} = (\text{应交增值税} + \text{应交营业税} + \text{应交消费税}) \times \text{城建税税率}$ $\text{教育费附加} = (\text{应交增值税} + \text{应交营业税} + \text{应交消费税}) \times \text{教育费附加比率}。$ (4) 更新改造项目 ΔNCF 计算的关键是旧设备净损失抵税额应作为哪个时点上的流入: 有建设期, 应作为建设期期末的流入; 无建设期, 应作为运营期第一年末的流入。 (5) 更新改造项目旧设备的折旧额以变现价值为计提基础 (原因是本教材假设变现价值低于账面价值)。	

【例题 1】已知某完整工业投资项目的固定资产投资为 2000 万元, 无形资产为 200 万元, 开办费投资为 100 万元。预计投产后第 3 年的总营业成本费用为 1000 万元, 同年的折旧额为 200 万元、无形资产摊销额为 40 万元, 则投产后第 3 年用于计算净现金流量的经营成本为 () 万元。

A.1300 B.760 C.700 D.300

【答案】B

【解析】本题的主要考核点是计算营业净现金流量的经营成本的含义及其构成。经营成本，即付现的营业成本费用。

$$\begin{aligned}\text{付现的营业成本费用} &= \text{营业成本费用} - \text{非付现的营业成本费用} \\ &= \text{营业成本费用} - (\text{折旧} + \text{摊销}) \\ &= 1000 - 200 - 40 = 760 \text{ (万元)}\end{aligned}$$

注意：开办费投资 200 万元是在投产第 1 年全额计入管理费用（非付现的营业成本费用），所以，第 3 年经营成本的计算不再需要从营业成本费用中扣减开办费摊销。

【例题 2】在考虑所得税因素以后，项目经营净现金流量的公式有（ ）。

- A. 经营净现金流量 = 息税前营业利润 $\times$ (1 - 税率) + 折旧 + 摊销
- B. 经营净现金流量 = 营业收入 $\times$ (1 - 税率) - 付现成本 $\times$ (1 - 税率) + 折旧 $\times$ 税率 + 摊销 $\times$ 税率
- C. 经营净现金流量 = 净利润 + 折旧 + 摊销
- D. 经营净现金流量 = 营业收入 - 付现成本 - 息税前营业利润所得税

【答案】ABD

【解析】本题的主要考核点是项目经营现金净流量的计算公式。在考虑所得税因素后，经营净现金流量 = 息税前营业利润 $\times$ (1 - 税率) + 折旧 + 摊销

$$\begin{aligned}&= (\text{营业收入} - \text{付现成本} - \text{折旧} - \text{摊销}) \times (1 - \text{税率}) + \text{折旧} + \text{摊销} \\ &= \text{营业收入} \times (1 - \text{税率}) - \text{付现成本} \times (1 - \text{税率}) + \text{折旧} \times \text{税率} + \text{摊销} \times \text{税率}\end{aligned}$$

所以，上述选项 A、B、D 可作为经营现金净流量的计算公式。

【例题 3】在项目投资决策中，净现金流量是指运营期内每年现金流入量与同年现金流出量之间的差额所形成的序列指标。（ ）

【答案】×

【解析】本题的主要考核点是项目投资决策中净现金流量的含义。净现金流量是指在项目计算期内每年现金流入量与同年现金流出量之间的差额所形成的序列指标。

【例题 4】根据项目投资理论，完整工业项目运营期某年的所得税前净现金流量等于该年的自由现金流量。（ ）

【答案】×

【解析】运营期的自由现金流量，是指投资者可以作为偿还借款利息、本金、分配利润、对外投资等财务活动资金来源的净现金流量，即支付项目持续经营所必须的各种付现营运成本、交纳所得税和维持运营的追加投资后才可由投资者自由支配的净现金流量。根据项目投资理论，完整工业投资项目的运营期某年所得税后净现金流量 = 该年息税前利润 $\times$ (1 - 所得税税率) + 该年折旧 + 该年摊销 + 该年回收额 - 该年维持运营投资 = 该年自由现金流量。

【例题 5】甲企业打算在 2005 年末购置一套不需要安装的新设备，以替换一套尚可使用 5 年、折余价值为 91000 元、变价净收入为 80000 元的旧设备。取得新设备的投资额为 285000 元。到 2010 年末，新设备的预计净残值超过继续使用旧设备的预计净残值 5000 元。使用新设备可使企业在 5 年内每年增加营业利润 10000 元。新旧设备均采用直线法计提折旧。假设全部资金来源均为自有资金，适用的企业所得税税率为 33%，折旧方法和预计净残值的估计均与税法的规定相同。

要求：

- (1) 计算更新设备比继续使用旧设备增加的投资额。
- (2) 计算运营期因更新设备而每年增加的折旧。
- (3) 计算运营期每年因息税前营业利润增加而导致的所得税变动额。
- (4) 计算运营期每年因息税前营业利润增加而增加的息前税后利润。

- (5) 计算因旧设备提前报废发生的处理固定资产净损失。
- (6) 计算运营期第 1 年因旧设备提前报废发生净损失而抵减的所得税额。
- (7) 计算建设期起点的增量净现金流量 NCF_0 。
- (8) 计算运营期第 1 年的增量净现金流量 NCF_1 。
- (9) 计算运营期第 2—4 年每年的增量净现金流量 NCF_{2-4} 。
- (10) 计算运营期第 5 年的增量净现金流量 NCF_5 。

【答案】

- (1) 更新设备比继续使用旧设备增加的投资额 = $285000 - 80000 = 205000$ (万元)
- (2) 因更新设备而每年增加的折旧 = $(205000 - 5000) / 5 = 40000$ (元)
- (3) 运营期每年因息税前营业利润增加而导致的所得税变动额 = $10000 \times 33\% = 3300$ (元)
- (4) 运营期每年因息税前营业利润增加而增加的息税前税后利润 = $10000 \times (1 - 33\%) = 6700$ (元)
- (5) 因旧设备提前报废发生的处理固定资产净损失 = $91000 - 80000 = 11000$ (元)
- (6) 因旧设备提前报废发生净损失而抵减的所得税额 = $11000 \times 33\% = 3630$ (元)
- (7) $\Delta NCF_0 = -205000$ (元)
- (8) $\Delta NCF_1 = 6700 + 40000 + 3630 = 50330$ (元)
- (9) $\Delta NCF_{2-4} = 6700 + 40000 = 46700$ (元)
- (10) $\Delta NCF_5 = 46700 + 5000 = 51700$ (元)。

【解析】本题的主要考核点是更新改造决策的各年增量净现金流量的计算。

三、资本成本

1. 个别资本成本

2. 综合资本成本

附：个别资本成本和综合资本成本的计算

	债务资本成本	权益资本成本
计算公式	(1) 简单债务的税前成本 $P_0 = \sum_{i=1}^n \frac{I}{(1+K_d)^i} + \frac{P_n}{(1+K_d)^n}$ (2) 含有筹资费的税前债务成本 $P_0(1-F) = \sum_{i=1}^n \frac{I}{(1+K_d)^i} + \frac{P_n}{(1+K_d)^n}$ (3) 含有筹资费的税后债务成本 $P_0(1-F) = \sum_{i=1}^n \frac{I(1-T)}{(1+K_{dt})^i} + \frac{P_n}{(1+K_{dt})^n}$ (4) 折价或溢价发行债券的债务成本 计算公式同(3)。 在平价、无筹资费的前提下，税后债务资本成本 = 债券票面利率 (或借款利率) $(1 - \text{所得税税率})$。	(1) 股利增长模型法 计算公式为：$K_S = D_1/P_0 + G$ (2) 资本资产定价模型法 $K_S = R_S = R_F + \beta (R_m - R_F)$ (3) 风险溢价法 $K_S = K_b + RP_C$ 一般认为，当市场利率达到历史性高点时，风险溢价通常为 3%，这是因为市场利率达到历史性高点时，即意味着投资活跃，大家都愿意冒风险，风险溢价不大，风险溢价通常为 3%；反之，当市场利率达到历史性低点时，即意味着投资沉寂，大家都不愿意冒风险，风险溢价就大，风险溢价通常为 5%。
综合资本成本	$r_{wacc} = \frac{S}{S+B} \times k_s + \frac{B}{S+B} \times k_d$	

第二节 投资决策指标

一、静态投资指标

- 1.投资回收期
- 2.投资报酬率

二、动态投资指标

- 1.净现值
 - 2.获利指数
 - 3.内部报酬率
 - 4.对净现值和内部报酬率的比较
- 附：项目评价指标的比较

贴现评价指标的比较

评价指标	含义与计算	要点	适用范围	关注的问题
净现值	(1) 净现值,是指特定投资方案引起的未来各年现金净流量所折成的现值之和。 (2) $NPV = \sum_{k=0}^n \frac{CFAT_k}{(1+i)^k}$	净现值的具体应用又划分为实体现金流量法和股权现金流量法下的净现值计算。	适用于互斥方案决策。	(1) 它直接与企业价值最大化目标相联系; (2) 它考虑了所有可以衡量的相关财务信息; (3) 它的难点是在实务中未来现金流量很难准确预计; (4) 它的评价结论的合理与否在很大程度上取决于折现率的确定上。
现值指数	(1) 现值指数,是指特定投资方案引起的未来现金流入的现值与未来现金流出的现值之间的比值。		适用于独立方案决策。	同净现值法。
内含报酬率	(1) 内含报酬率,是指能够使未来现金流入现值等于未来现金流出量现值的贴现率,或者说是使投资方案净现值为零的贴现率。		适用于独立方案决策。	内含报酬率与企业价值最大化目标没有直接联系,原因是内含报酬率与净现值对于原始投资不同而且方案互斥的

	(2) “逐步测试法”，适合于各期现金流入量不相等的非年金形式。计算方法是：先估计一个贴现率，用它来计算方案的净现值；如果净现值为正数，说明方案本身的内含报酬率超过估计的贴现率，应提高贴现率后进一步测试；如果净现值为负数，说明方案本身的内含报酬率低于估计的贴现率；应降低贴现率后进一步测试。经过多次测试，寻找出使净现值接近于零的两个贴现率，然后根据内插法即可计算该方案的内含报酬率。	采取逐步测试法，内含报酬率的计算口诀是贴现率差之比等于净现值差之比。		项目可能得出不同的结论。 内含报酬率法的一个基本假设就是机会成本（折现率）等于内含报酬率，也就是说企业因此项目筹集的资本成本或放弃其他项目而损失的收益就是内含报酬率。现实中由于市场利率在项目的持续期内很有可能发生变动，因而项目采用的贴现率也需要发生相应变化才能使比较更为切实合理，此时内含报酬率就无法进行相应的调整，尤其是在某些年份的内含报酬率高于贴现率，而某些年份的内含报酬率又低于贴现率，遇到这种情况它就无法处理这种变化；当项目的持续期内现金流量变化无常时，内含报酬率无解或多解的情况就有可能出现，因此，它有时不能给出唯一的、清晰明确的决策依据。
	(3) “年金法”，适合于无筹建期，而且经营期各年现金净流量相等的情况，符合普通年金形式，可直接利用年金现值系数表查表来确定与该年金现值系数相邻的两个贴现率，然后根据内插法即可计算该方案的内含报酬率。此时的年金现值系数正好等于该方案的投资回收期。	采用年金现值系数公式，内含报酬率的计算口诀是贴现率差之比等于年金现值系数差之比。		
指标之间的关系	(1) 绝对数指标与相对数指标的区别：在多方案比较决策时要注意，现值指数和内含报酬率高的方案净现值不一定大，反之也一样。 (2) 内含报酬率与现值指数的区别：在计算内含报酬率时不必事先选择贴现率，根据内含报酬率就可以排定独立投资的优先次序，而现值指数是依据事先选择的贴现率把现金流量折现后进行决策的。			

【例题】投资项目评价的现值指数法和内含报酬率法都是根据相对比率来评价投资方案，因此

都可用于独立投资方案获利能力的比较，两种方法的评价结论也是相同的。（ ）

【答案】×

【解析】现值指数法和内含报酬率法都是根据相对比率来评价投资方案，因此都可用于独立投资方案获利能力的比较。内含报酬率是投资项目实际可望达到的投资回报率，它是一个投资项目内在固有的报酬率，它是客观存在的，它不受事先给定的贴现率高低的影响。而现值指数法受事先给定的贴现率高低的影响，因此两种方法对不同投资方案的评价结论也有可能是不同的。

非贴现评价指标的比较

评价指标	含义与计算	特点	关注的问题
投资回收期	投资回收期，是指收回全部原始投资所需的时间。 (1) 在原始投资一次支出，每年经营现金净流量相等时： $\text{回收期} = \frac{\text{原始投资额}}{\text{每年经营现金净流量}}$ (2) 如果经营现金净流量每年不等，或原始投资是分次投入的，则需要通过分析的方法判定投资回收期在 M 年和 M+1 年之间，然后通过下式来计算投资回收期： $\text{投资回收期} = M + \frac{\text{第}M\text{年尚未收回的投资额}}{\text{第}M+1\text{年的现金净流量}}$	它的缺点： (1) 没有考虑货币的时间价值； (2) 没有考虑回收期以后的现金流量； (3) 主要用来测定方案的流动性而不能用来测定项目的盈利性。	投资回收期并不直接与企业价值最大化目标相联系。
会计收益率	(1) 会计收益率，是指按会计报表收益数据计算的收益率。 (2) 会计收益率 = $\frac{\text{年平均净收益}}{\text{原始投资额}}$		(1) 会计收益率并不直接与企业价值最大化目标相联系，而与利润表上反映的利润率最大化联系更为紧密； (2) 会计收益率无法直接利用现金净流量信息计算。而其他评价指标都可以直接利用现金净流量信息计算。

第三节 几种典型的长期投资决策

- 一、生产设备最优最新期的决策
- 二、固定资产修理和更新的决策
- 三、固定资产租赁或购买的决策

第四节 投资决策的扩展

一、投资决策的敏感性分析

- 1.以净现值为基础的敏感性分析
- 2.以内部报酬率为基础的敏感性分析

二、通货膨胀情况下的投资决策

- 1.定率通货膨胀的影响
- 2.变率通货膨胀的影响

第八章 全面预算

教学目的和要求：本章主要包括全面预算的含义、内容以及预算编制的各种方法，重点是要理解全面预算的编制原理，并注意把握好经营预算、财务预算和资本支出预算间的勾稽关系。

由于全面预算是在预测的基础上进行的，因此学习中要充分理解第四章内容的基础上，融会贯通的学习。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.全面预算应遵循的原则；
- 2.固定预算、弹性预算、零基预算和概率预算的区别。

本章教学时间为 4 学时。

第一节 全面预算概述

一、全面预算

二、全面预算的作用

- 1.明确各部门的工作目标和任务
- 2.协调各部门的工作
- 3.控制各部门的经济活动
- 4.考核各部门的成绩

三、全面预算的编制循环与编制原则

- 1.全面预算的编制循环
- 2.全面预算的编制原则

四、全面预算的基本组成及编制要点

- 1.全面预算的基本组成
- 2.全面预算的编制要点

附 1：全面预算的内容

全面预算是根据企业目标所编制的经营、资本、财务等年度收支计划，即以货币及其他数量形式反映的有关企业未来一段期间内全部经营活动各项目标的行动计划与相应措施的数量说明。具体包括特种决策预算、日常业务预算与财务预算。

特种决策预算，是指企业不经常发生的、需要根据特定决策临时编制的一次性预算；特种决策预算包括经营决策预算和投资决策预算两种类型。

日常业务预算，是指与企业日常经营活动直接相关的经营业务的各种预算。主要包括：（1）销售预算；（2）生产预算；（3）直接材料耗用量及采购预算；（4）应交增值税、销售税金及附加预算；（5）直接人工预算；（6）制造费用预算；（7）产品成本预算；（8）期末存货预算；（9）销售费用预算；（10）管理费用预算等内容。

附 2：财务预算在全面预算体系中的地位与作用

财务预算作为全面预算体系中的最后环节，可以从价值方面总括地反映经营期决策预算与业务预算的结果，也称为总预算，其余预算则相应称为辅助预算或分预算。因此，它在全面预算体系中

占有举足轻重的地位。

财务预算包括现金预算、财务费用预算和预计会计报表。

财务预算的作用主要表现在以下四个方面：（1）明确工作目标；（2）协调部门关系；（3）控制日常活动；（4）考核业绩标准。

【例题 1】在下列各项中，不属于财务预算内容的是（ ）。

- A. 预计资产负债表
- B. 现金预算
- C. 预计利润表
- D. 销售预算

【答案】D

【解析】全面预算包括日常业务预算（经营预算）、特种决策预算和财务预算。财务预算包括现金预算、预计资产负债表和预计利润表。销售预算属于日常业务预算的范畴。

【例题 2】在下列各项预算中，属于财务预算内容的有（ ）。

- A. 销售预算
- B. 生产预算
- C. 现金预算
- D. 预计利润表

【答案】CD

【解析】本题的主要考核点是财务预算的构成内容。销售预算和生产预算属于日常业务预算的内容，财务预算包括现金预算、财务费用预算和预计会计报表。

【例题 3】在下列各项中，属于日常业务预算的有（ ）。

- A. 销售预算
- B. 现金预算
- C. 生产预算
- D. 销售费用预算

【答案】ACD

【解析】日常业务预算包括销售预算，生产预算，直接材料耗用量及采购预算，应交增值税、销售税金及附加预算，直接人工预算，制造费用预算，产品成本预算，期末存货预算，销售费用预算和管理费用预算等企业日常供、产、销活动引起的预算。现金预算属于财务预算的内容。

第二节 预算编制方法

一、固定预算

二、弹性预算

三、零基预算

四、概率预算

五、滚动预算

附：预算编制方法比较

分类依据	类型	含义	优缺点	编制方法	补充阐释
按其业务量基础的数量特征不同划分	固定预算	固定预算，又称静态预算，是指在编制预算时，只根据预算期内正常的、可实现的某一固定业务量（如生产量、销售量）水平作为惟一基础来编制预算的一种方法。	优点：编制简单。 缺点： （1）适应性差； （2）可比性差。		一般来说，固定预算方法只适用于业务量水平较为稳定的企业或非营利组织编制预算时使用。
	弹性预算	弹性预算，又称变动预算或滑动预算，是指为克服固定预算方法的缺点而设计的，以业务量、成本和利润之间的依存关系为依据，按照预算期可预见的各种业务量水平为基础，编制能够适应多种情况预算的一种方法。	优点： （1）预算范围宽； （2）可比性强。	（1）弹性成本费用预算的编制方法包括： ①公式法：公式法的优点是不受业务量波动影响；缺点是无法直接反映特定业务量基础上的预算额水平。 ②列表法：列表法可以克服公式法的缺点，预算结果较为精确，但工作量较大。 ③图示法。 （2）弹性利润预算的编制方法包括：①因素法。该法适用于单一品种经营或采用分算法处理固定成本的多品种经营的企业。 ②百分比法。该法试用于多品种经营的企业。	（1）弹性预算在实际工作中，主要用于编制弹性成本费用预算和弹性利润预算。 （2）编制弹性成本费用预算的前提是将全部成本费用按成本性态进行分类。 （3）一般来说，弹性预算的业务量范围可定在正常生产能力的 70%-120%之间，或以历史上最高业务量或最低业务量为其上下限。

按其出发点的特征不同划分	零基预算	零基预算，是指在编制成本费用预算时，不考虑以往会计期间所发生的费用项目或费用数额，而是将所有的预算支出均以零为出发点，一切从实际需要与可能出发，逐项审议预算期内各项费用的内容及开支标准是否合理，在综合平衡的基础上编制费用预算的一种方法。	优点： （1）不受现有费用开支水平限制； （2）能够调动各方面降低费用的积极性； （3）有助于企业未来发展。 缺点： （1）工作量大； （2）重点不突出； （3）编制时间较长。	编制零基预算时，要划分不可避免项目和可避免项目，划分不可避免项目和可延缓项目。	零基预算法特别适用于产出较难辨认的服务性部门费用预算的编制。
	增量预算	增量预算，又称调整预算方法，是指以基期成本费用水平为基础，结合预算期业务量水平及有关影响成本因素的未来变动情况，通过调整有关原有费用项目而编制预算的一种方法。	优点：编制简便。 缺点： （1）受原有费用项目限制，可能导致保护落后； （2）滋长预算中的“平均主义”和“简单化”； （3）不利于企业未来发展。		增量预算方法的假定前提有： （1）现有的业务活动是企业必需的； （2）原有的各项开支都是合理的； （3）增加费用预算是值得的。
按其预算期的时间特征不同划分	定期预算	定期预算，是指在编制预算时以不变的会计期间（如日历年度）作为预算期的一种预算编制的方法。	优点： 能够使预算期间与会计年度相配合，便于考核和评价预算的执行结果。 缺点： （1）盲目性（远期指导性差）； （2）滞后性（灵活性差）； （3）间断性（连续性差）。		

	滚动预算	滚动预算，又称连续预算或永续预算，是指在编制预算时，将预算期与会计年度脱离，随着预算的执行不断延伸补充预算，逐期向后滚动，使预算期永远保持为一个固定期间的一种预算编制方法。	优点： (1) 透明度高； (2) 及时性强； (3) 连续性好； (4) 完整性和稳定性突出。 缺点：预算工作量大。	滚动预算按其预算编制和滚动的时间单位不同可分为逐月滚动、逐季滚动和混合滚动三种方式。	

【例题 1】不受现有费用项目和开支水平限制，并能够克服增量预算方法缺点的预算方法是（ ）。

- A.弹性预算 B.固定预算
C.零基预算 D.滚动预算

【答案】C

【解析】本题的主要考核点是相对于增量预算而言，零基预算的特点。

【例题 2】在下列预算方法中，能够适应多种业务量水平并能克服固定预算方法缺点的是（ ）。

- A.弹性预算方法
B.增量预算方法
C.零基预算方法
D.流动预算方法

【答案】A

【解析】弹性预算又称变动预算或滑动预算，能够克服固定预算方法的缺点而提出的，以业务量、成本和利润之间的依存关系为依据，按照预算期可预见的各种业务量水平为基础，编制能够适应多种情况变化的一种预算方法。

【例题 3】在下列各项中，不属于滚动预算方法的滚动方式的是（ ）。

- A.逐年滚动方式
B.逐季滚动方式
C.逐月滚动方式
D.混合滚动方式

【答案】A

【解析】滚动预算，又称连续预算或永续预算，是指在编制预算时，将预算期与会计年度脱离，随着预算的执行不断延伸补充预算，逐期向后滚动，使预算期永远保持为一个固定期间的一种预算编制方法。滚动预算按其预算编制和滚动的时间单位不同可分为逐月滚动、逐季滚动和混合滚动三种方式。

第九章 标准成本法

教学目的和要求：标准成本法是一种成本计算与成本管理相结合的方法。本章的学习目的是理解标准成本法的基本原理、成本差异的计算以及成本差异在成本控制中的意义；掌握成本差异的账务处理，掌握变动成本差异、固定制造费用成本差异的计算。通过本章的学习，应该能够解释采用标准成本制度的原因，描述差异分析的基本概念并解释这些差异如果用于控制。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.在制定标准成本时，可采取的标准有哪几种；
- 2.变动成本差异、固定制造费用成本差异的特点；
- 3.预算与标准成本之间的区别；
- 4.直接处理法和递延法的特点。

本章教学时间为 6 学时。

第一节 标准成本和成本差异

一、标准成本的作用

二、标准成本的种类

- 1.理想标准成本
- 2.正常标准成本
- 3.现行标准成本
- 4.基本标准成本

附：标准成本的类型

类型	含义	制定依据	适用范围
理想标准成本	理想标准成本是指在最优的生产条件下，利用现有的规模和设备能够达到的最低成本。	制定理想标准成本的依据，是理论上的业绩标准、生产要素的理想价格和可能实现的最高生产经营能力利用水平。	它的主要用途是提供一个完美无缺的目标，揭示实际成本下降的潜力。因其提出的要求太高，不能作为考核的依据。
正常标准成本	正常标准成本是指在效率良好的条件下，根据下期一般应该发生的生产要素消耗量、预计价格和预计生产经营能力利用程度制定出来的标准成本。	制定正常标准成本时，把生产经营活动中一般难以避免的损耗和低效率等情况也包括在内，使之切实可行。它具有以下特点： (1)它是用科学方法根据客观实验和过去实践经充分研究后制定出来的，具有客观性和科学性；(2)它排除了各种偶然性和意外情况又保	

		留了目前条件下难以避免的损失，代表正常情况下的消耗水平，具有现实性； （3）它是应该发生的成本，可以作为评价业绩的尺度，成为督促职工去努力争取的目标，具有激励性； （4）它可以在工艺技术水平和管理有效性水平变化不大时持续使用，不需要经常修订，具有稳定性。	
现行标准成本	现行标准成本是指根据其适用期间应该发生的价格、效率和生产经营能力利用程度等预计的标准成本。		这种标准成本可以成为评价实际成本的依据，也可以用来对存货和销货成本计价。
基本标准成本	基本标准成本是指一经制定，只要生产的基本条件无重大变化，就不予变动的一种标准成本。	所谓生产的基本条件的重大变化是指产品的物理结构变化，重要原材料和劳动力价格的重要变化，生产技术和工艺的根本变化。只有这些条件发生变化，基本标准成本才需要修订。由于市场供求变化导致的售价变化和生产经营能力利用程度变化，由于工作方法改变而引起的效率变化等，不属于生产的基本条件变化，对此不需要修订基本标准成本。	由于基本标准成本不按各期实际修订，不宜用来直接评价工作效率和成本控制的有效性。

【例题】在下列标准成本中，可以作为评价实际成本依据的有（ ）。

- A.理想标准成本
- B.基本标准成本
- C.现行标准成本
- D.历史平均标准成本

【答案】C

【解析】由于理想标准成本脱离现实，提出的成本控制要求太高，不能作为考核评价实际成本的依据；由于基本标准成本不按各期实际修订，也不宜用来直接评价工作效率和成本控制的有效性；历史平均标准成本只能反映过去，不能动态地反映现在和未来，所以也不宜作为评价实际成本的依据。

三、成本差异的种类

第二节 变动成本差异的计算、分析和控制

一、直接材料成本差异

二、直接人工成本差异

三、变动制造费用成本差异

附：成本差异的计算与分析

直接材料、直接人工和变动制造费用都属于变动成本，其实际成本高低取决于实际用量和实际价格，标准成本的高低取决于实际产量下的标准用量和标准价格，所以其成本差异可归结为价格脱离标准造成的价格差异与用量脱离标准造成的数量差异两类。

成本总差异=实际数量实际成本-实际数量标准成本=价格差异+数量差异

差异类型		差异计算	差异的成因
直接材料成本差异	总差异	$\begin{aligned} & \text{实际产量下材料实际总成本}-\text{实际产量下的材料标准总成本} \\ &= (\text{实际产量下实际用量}-\text{实际产量下标准用量}) \times \text{标准价格} + (\text{实际价格}-\text{标准价格}) \times \text{实际产量下实际用量} \\ &= \text{直接材料用量差异} + \text{直接材料价格差异} \end{aligned}$	
	材料数量差异	$(\text{实际产量实际数量}-\text{实际产量标准数量}) \times \text{标准价格}$	材料数量差异是在材料耗用过程中形成的，它主要反映生产部门的成本控制业绩。
	材料价格差异	$\text{实际产量实际数量} \times (\text{实际价格}-\text{标准价格})$	材料价格差异是在采购过程中形成的，不应由耗用材料的生产部门负责，而应由采购部门对其作出说明。
直接人工成本差异	总差异	$\begin{aligned} & \text{实际产量下的人工实际成本}-\text{实际产量下的人工标准成本} \\ &= (\text{实际产量下实际人工工时}-\text{实际产量下标准人工工时}) \times \text{标准工资率} \\ &+ (\text{实际工资率}-\text{标准工资率}) \times \text{实际产量下实际人工工时} \\ &= \text{直接人工效率差异} + \text{直接人工工资率差异} \end{aligned}$	

	人工效率差异	$(\text{实际产量实际工时} - \text{实际产量标准工时}) \times \text{标准工资率}$	直接人工效率差异的形成原因是多方面的，工人技术状况、工作环境和设备条件的好坏等都会影响效率的高低，但其主要责任部门还是生产部门。
	工资率差异	$\text{实际产量实际工时} \times (\text{实际工资率} - \text{标准工资率})$	直接人工工资率差异的形成原因亦较复杂，工资制度的变动、工人的升降级、加班或临时工的增减等都将导致工资率差异，一般而言，这种差异的责任不在生产部门，劳动人事部门更应对其承担责任。
变动制造费用差异	总差异	$\text{实际产量下实际变动制造费用} - \text{实际产量下标准变动制造费用}$ $= (\text{实际产量下实际工时} - \text{实际产量下标准工时}) \times \text{标准分配率} + (\text{实际分配率} - \text{标准分配率}) \times \text{实际产量下实际工时}$ $= \text{变动制造费用效率差异} + \text{变动制造费用耗费差异}$	
	效率差异	$(\text{实际产量实际工时} - \text{实际产量标准工时}) \times \text{标准分配率}$	效率差异的形成原因与人工效率差异相同。
	耗费差异	$\text{实际产量实际工时} \times (\text{实际分配率} - \text{标准分配率})$	耗费差异是部门经理的责任，他们有责任将变动制造费用控制在弹性预算限额之内。

【例题 1】某产品的变动制造费用标准成本为：工时消耗 4 小时，变动制造费用小时分配率 6 元。本月生产产品 300 件，实际使用工时 1500 小时，实际发生变动制造费用 12000 元。则变动制造费用效率差异为（ ）元。

A.1800 B.1650 C.1440 D.1760

【答案】A

【解析】本题的主要考核点是变动制造费用效率差异的计算。变动制造费用效率差异= $(1500-300 \times 4) \times 6 = 1800$ （元）。

【例题 2】某企业生产 A 产品，有关资料如下：

（1）预计本月生产 A 产品 600 件，固定性制造费用预算数为 6300 元，该企业 A 产品的标准成本资料如下：

A 产品标准成本

成本项目	标准单价(标准分配率)	标准用量	标准成本
直接材料	0.8 元/千克	80 千克/件	64/件
直接人工	3 元/小时	9 小时/件	27/件
变动制造费用	5 元/小时	7 小时/件	35/件
变动成本合计			128/件
固定制造费用	1.5 元/小时	7 小时/件	10.5/件
单位产品标准成本			138.5/件

（2）本月实际投产 A 产品 550 件，已全部完工入库，无期初、期末在产品。

（3）本月实际购买材料价格每千克 0.85 元，全月实际耗用 45100 千克。

（4）本月实际耗用 5500 小时，每小时平均工资率 3.2 元。

（5）变动制造费用实际分配率为 5.3 元/小时，固定制造费用实际发生额为 8400 元。

要求：计算 A 产品的各项成本差异（固定制造费用成本差异按三差异法计算）。

【答案】本题的主要考核点是成本差异的计算。

（1）材料成本差异：

直接材料成本总差异= $45100 \times 0.85 - 550 \times 80 \times 0.8 = 3135$ （元）

材料价格差异： $(0.85 - 0.80) \times 45100 = 2255$ （元）

材料用量差异： $(45100 - 550 \times 80) \times 0.80 = 880$ （元）。

（2）直接人工成本差异：

直接人工成本总差异= $5500 \times 3.2 - 550 \times 9 \times 3 = 2750$ （元）

效率差异： $(5500 - 550 \times 9) \times 3 = 1650$ （元）

工资率差异： $5500 \times (3.2 - 3) = 1100$ （元）。

（3）变动制造费用差异：

变动制造费用总差异= $5500 \times 5.3 - 550 \times 7 \times 5 = 9900$ （元）

耗费差异： $5500 \times (5.3 - 5) = 1650$ （元）

效率差异： $5 \times (5500 - 550 \times 7) = 8250$ （元）。

（4）固定制造费用差异：

固定制造费用总差异= $8400 - 550 \times 7 \times 1.5 = 2625$ （元）

耗费差异： $8400 - 6300 = 2100$ （元）

能力差异： $6300 - 1.5 \times 5500 = -1950$ （元）

效率差异： $1.5 \times (5500 - 550 \times 7) = 2475$ （元）。

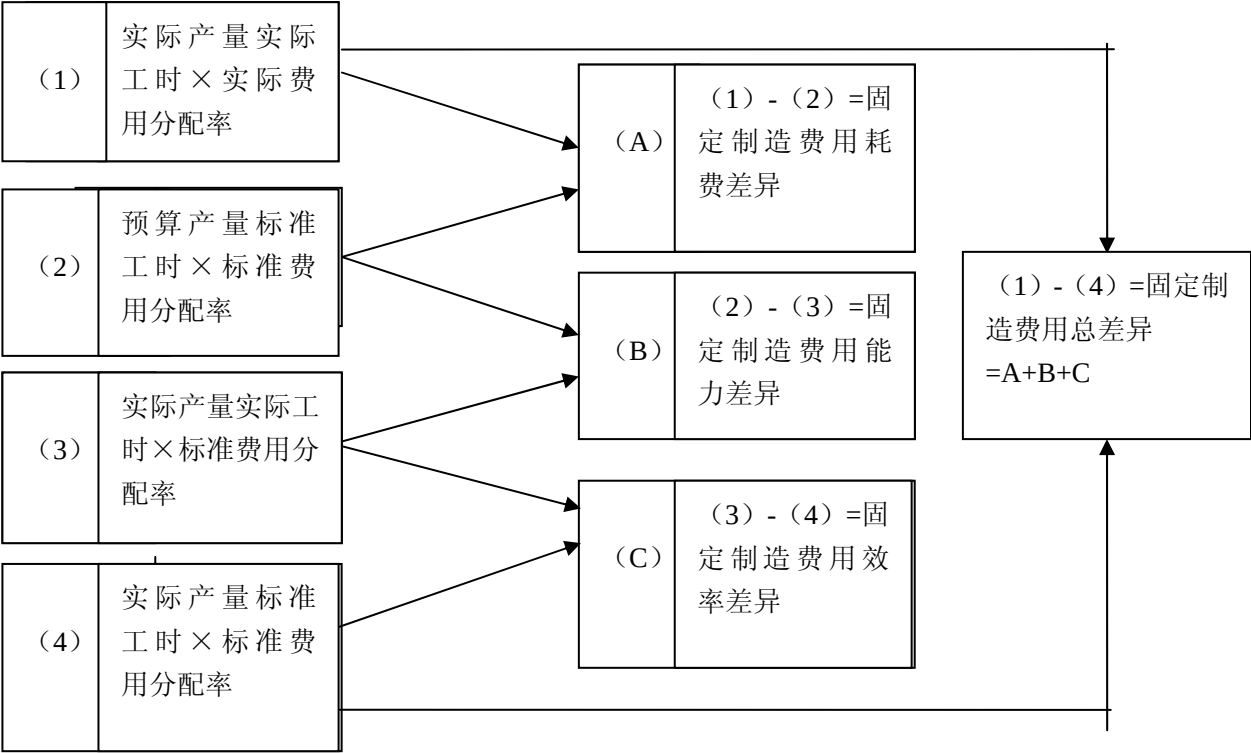
第三节 固定制造费用成本差异的计算、分析和控制

一、固定制造费用成本差异的计算

二、固定制造费用成本差异的分析和控制

固定制造费用属于固定成本的范畴，因此，固定制造费用差异与以上变动成本差异的计算有别。固定制造费用差异可以分为两差异法和三差异法。 总差异=实际产量下固定制造费用-实际产量下标准固定制造费用 =实际分配率×实际产量下的实际工时-标准分配率×实际产量下的标准工时 =耗费差异+能量差异 =耗费差异+能力差异+效率差异		
固定制造费用差异	两差异法	两差异法，是将固定制造费用差异分为耗费差异和能量差异。 耗费差异=实际产量下实际固定制造费用-预算产量下的标准固定制造费用 =实际固定制造费用-预算产量×工时标准×标准分配率 =实际固定制造费用-预算产量标准工时×标准分配率 能量差异 =预算产量下的标准固定制造费用-实际产量下的标准固定制造费用 =（预算产量下的标准工时-实际产量下的标准工时）×标准分配率
	三差异法	三差异法，是将固定制造费用成本差异分为耗费差异、效率差异和能力差异三部分。 耗费差异的计算与二差异法相同。不同的是要将二差异法中的“能量差异”进一步分为两部分：一部分是实际产量实际工时未达到预算产量标准工时而形成的能力差异；另一部分是实际产量实际工时脱离实际产量标准工时而形成的效率差异。其计算公式如下： 能力差异=（预算产量下的标准工时-实际产量下的实际工时）×标准分配率 效率差异=（实际产量下的实际工时-实际产量下的标准工时）×标准分配率

固定制造费用差异三因素分析法的计算公式图



【例题】某企业甲产品单位工时标准为 2 小时/件，标准变动制造费用分配率为 5 元/小时，标准固定制造费用分配率为 8 元/小时。本月预算产量为 10000 件，实际产量为 12000 件，实际工时为 21600 元，实际变动制造费用与固定制造费用分别为 110160 元和 250000 元。

要求计算下列指标：

- (1) 单位产品的变动制造费用标准成本。
- (2) 单位产品的固定制造费用标准成本。
- (3) 变动制造费用效率差异。
- (4) 变动制造费用耗费差异。
- (5) 两差异法下的固定制造费用耗费差异。
- (6) 两差异法下的固定制造费用能量差异。（2007 年计算分析题）

【答案】

- (1) 单位产品的变动制造费用标准成本=2×5=10（元）
- (2) 单位产品的固定制造费用标准成本=2×8=16（元）
- (3) 变动制造费用效率差异=（21600-12000×2）×5=-12000（元）
- (4) 变动制造费用耗费差异=（110160/21600-5）×21600=2160（元）
- (5) 固定制造费用耗费差异=250000-10000×2×8=90000（元）
- (6) 固定制造费用能量差异=（10000×2-12000×2）×8=-32000（元）。

第四节 成本差异的账务处理

- 一、成本差异核算账户
- 二、成本差异的归集
- 三、期末成本差异的账务处理

- 1.直接处理法（结转本期损益法）
2.递延法（调整销货成本与存货法）
附：标准成本的账务处理

方法	含义	依据	特点及适用范围
结转本期损益法	该方法是指在会计期末将所有差异转入“本年利润”账户，或者先将差异转入“主营业务成本”账户，再随同已销产品的标准成本一起转至“本年利润”账户。	采用该方法的依据是确信标准成本是真正的正常成本，成本差异是不正常的低效率和浪费造成的，应当直接体现在本期损益之中，使利润能体现本期工作成绩的好坏。	该方法的账务处理比较简便。但是，如果差异数额较大或者标准成本制定得不符合实际的正常水平，则不仅使存货成本严重脱离实际成本，而且会歪曲本期经营成果，因此，在成本差异数额不大时采用此种方法为宜。
调整销货成本与存货法	该方法是指在会计期末将成本差异按比例分配至已销产品成本和存货成本。	采用该方法的依据是税法 and 会计制度均要求以实际成本反映存货成本和销货成本。本期发生的成本差异，应由存货和销货成本共同负担。	采用该方法会增加一些计算分配的工作量。有些费用计入存货成本不一定合理，例如闲置能量差异是一种损失，并不能在未来换取收益，作为资产计入存货成本明显不合理，不如作为期间费用在当期参加损益汇总。
方法的选择	成本差异的处理方法选择要考虑许多因素，包括差异的类型（材料、人工或制造费用）、差异的大小、差异的原因、差异的时间（如季节性变动引起的非常性差异）等。因此，可以对各种成本差异采用不同的处理方法，如材料价格差异多采用调整销货成本与存货法，闲置能量差异多采用结转本期损益法，其他差异则可因企业具体情况而定。值得强调的是，差异处理的方法要保持历史的一致性，以便使成本数据保持可比性，并防止信息使用人发生误解。		

【例题 1】采用结转本期损益法处理成本差异，在会计期末应将所有差异转入的账户可能是（ ）。

- A.本年利润
B.材料成本差异
C.产成品
D.主营业务成本

【答案】AD

【解析】成本差异采用结转本期损益法处理，在会计期末应将所有差异转入“本年利润”账户，或者先将差异转入“主营业务成本”账户，再随同已销产品的标准成本一起转至“本年利润”账户。

【例题 2】以下有关标准成本账务处理的表述中，正确的是（ ）。

- A.对于同一期间发生的各项成本差异可以采用不同的处理方法
- B.材料价格差异多采用调整销货成本与存货成本法处理
- C.闲置能量差异多采用结转本期损益法处理
- D.标准成本可以纳入账簿体系，也可以不纳入

【答案】ABCD

【解析】本题的主要考核点是有关标准成本账务处理的各种表述。标准成本可以纳入账簿体系，也可以不纳入，视企业的具体情况而定；对于同一期间发生的各项成本差异可以采用不同的处理方法，如：材料价格差异多采用调整销货成本与存货成本法处理，闲置能量差异多采用结转本期损益法处理。

第十章 责任会计

教学目的和要求：本章主要对责任会计的原理及其在实践中的建立实施、操作原则及注意事项进行了较为充分的论述。责任会计是一种服务于企业内部管理的会计制度，责、权、利相结合是责任会计管理思想的核心。责任会计通过对企业内部单位应负责任的性态分析，将其分解为各个责任中心，赋予相应的权利并实行相应的奖惩机制。在责任会计的实践中，责任预算的编制与考核构成了责任会计工作的主体部分，所有的责任会计工作内容都是围绕预算这一形式展开的。除此之外，本章还就如何灵活运用责任会计进行企业内部管理提供了一些可行性建议。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 责任会计的原理、内在思想、基本内容及基本原则；
2. 成本中心、利润中心和投资中心的各自责任；
3. 责任会计与财务会计有何区别；
4. 完全成本分解法与变动成本分解法对企业决策的影响有何区别。

本章教学时间为 4 学时。

第一节 责任会计概述

一、分权管理与责任会计

二、责任会计的基本内容

1. 责任会计制度的建立
2. 实施责任会计

三、责任会计的基本原则

1. 责、权、利相结合原则
2. 总体优化原则
3. 公平性原则
4. 可控性原则
5. 反馈性原则
6. 重要性原则

第二节 责任中心

一、成本（费用）中心

1. 责任成本
2. 成本中心的分类

二、利润中心

1. 责任利润
2. 利润中心的分类

三、投资中心

附：责任中心的划分

	定义	类型	考核
成本中心	一个责任中心，如果不形成或者不考核其收入，而着重考核其所发生的成本和费用，这类中心称为成本中心。	成本中心的类型。成本中心有标准成本中心和费用中心两种类型： （1）标准成本中心：必须是所生产的产品稳定而明确；并且已经知道单位产品所需要的投入量的责任中心。 （2）费用中心：适用于那些产出物不能用财务指标来衡量，或者投入和产出之间没有密切关系的单位。	（1）标准成本中心的考核指标，是既定产品质量和数量条件下的标准成本。标准成本中心不对生产能力的利用程度负责，而只对既定产量的投入量承担责任。 （2）费用中心的考核，通常使用费用预算来评价其成本控制业绩，包括考察同行业类似职能的支出水平编制预算来考核和编制零基预算来考核。
利润中心	一个责任中心，如果能同时控制生产和销售，既要对成本负责又要对收入负责，但没有责任或没有权力决定该中心资产投资的水平，因而可以根据其利润的多少来评价该中心的业绩，那么，该中心称之为利润中心。	利润中心有两种类型，一种是自然的利润中心，另一种是人为的利润中心。	利润中心的考核：对于利润中心进行考核的指标，主要是利润。在评价利润中心业绩时，至少有四种选择，即边际贡献、可控边际贡献、部门边际贡献和税前部门利润，其计算公式为： （1）$\text{边际贡献} = \text{销售收入} - \text{变动成本总额}$ （2）$\text{可控边际贡献} = \text{边际贡献} - \text{可控固定成本}$ （3）$\text{部门边际贡献} = \text{可控边际贡献} - \text{不可控固定成本}$ （4）$\text{税前部门利润} = \text{部门边际贡献} - \text{公司管理费用}$ 以边际贡献作为利润中心的业绩评价依据不够全面；以可控边际贡献作为业绩评价依据可能是最好的；以部门边际贡献作为业绩评价依据，可能更适合评价该部门对企业利润和管理费用的贡献，而不适合于部门经理的评价；以税前利润作为业绩评价依据，通常是不合适的。 注意：此处的部门边际贡献相当

			于息税前经营利润。
投资中心	投资中心是指既对成本、收入和利润负责，又对投资效果负责的责任中心。		(1) 投资报酬率 投资报酬率是部门边际贡献除以该部门所拥有的资产额。 投资报酬率比较客观，可用于部门之间以及不同行业之间的比较。但该指标容易使部门的业绩获得较好评价，却伤害了企业整体的利益。 (2) 剩余收益 $\text{剩余收益} = \text{部门边际贡献} - \text{部门资产} \times \text{资本成本}$ 剩余收益指标的主要优点是可以使业绩评价与企业目标协调一致，克服了由于使用比率来衡量部门业绩带来的次优化问题。而且允许使用不同的风险调整资本成本。不足之处是，该指标是绝对数指标，不便于不同部门之间的比较。 注意：此处的部门边际贡献，即为息税前经营利润。
联系	投资中心是最高层次的责任中心，它拥有最大的决策权，也承担最大的责任。投资中心必然是利润中心，但利润中心并不都是投资中心。利润中心没有投资决策权，而且在考核利润时也不考虑所占用的资产。		

【例题 1】企业某部门本月销售收入 10000 元，已销商品的变动成本 6000 元，部门经理可控固定间接费用 500 元，部门经理不可控固定间接费用 800 元。最能反映该部门真实贡献的金额是（ ）元。

- A.2200
B.2700
C.3500
D.4000

【答案】 B

【解析】最能反映该部门真实贡献的是部门边际贡献。部门边际贡献=10000-6000-500-800=2700（元）。

【例题 2】费用中心的业绩，可以通过（ ）来考核。

- A.成本的降低额和降低率
B.考察同行业类似职能的支出水平编制预算
C.依据本企业历史经验来编制费用预算
D.编制零基预算

【答案】BD

【解析】本题的主要考核点是费用中心的业绩考核。费用中心的业绩，可以通过费用预算来考核，包括考察同行业类似职能的支出水平编制预算来考核和编制零基预算来考核。成本的降低额和

降低率主要用于考核标准成本中心的业绩；依据本企业历史经验来编制费用预算不能用于考核费用中心的业绩。

第三节 内部结算价格

一、内部结算价格的作用和制定原则

- 1.内部结算价格的作用
- 2.制定内部结算价格时应遵循的原则

内部结算价格，是指企业内部各责任中心之间进行内部结算和责任结转时所采用的价格标准。制定内部结算价格时，必须考虑全局性原则、公平性原则、自主性原则、重要性原则。

二、内部结算价格的类型

- 1.市场价格
 - 2.以市价为基础的协商价格
 - 3.变动成本加固定费转移价格
 - 4.成本转移价格
 - 5.双重内部结算价格
- 内部结算价格的种类和适用条件

	含义	适用条件
市场价格	在中间产品存在完全竞争市场的情况下，市场价格减去对外的销售费用，是理想的转移价格。	采用市场价格作为内部结算价格的前提条件是存在完全竞争市场，这意味着企业外部存在中间产品的公平市场，生产部门被允许向外界顾客销售任意数量的产品，购买部门也可以从外界供应商那里获得任意数量的产品。
以市价为基础的协商价格	如果中间产品存在非完全竞争的外部市场，可以采用协商的办法确定转移价格，即双方部门经理就转移中间产品的数量、质量、时间和价格进行协商并设法取得一致意见。	成功的协商转移价格依赖于下列条件： （1）要有一个某种形式的外部市场，两个部门经理可以自由地选择接受或是拒绝某一价格； （2）在谈判者之间共同分享所有的信息资源； （3）最高管理阶层的必要干预。
变动成本加固定费转移价格	该方法要求中间产品的转移用单位变动成本来定价，与此同时，还应向购买部门收取固定费，作为长期以低价获得中间产品的一种报偿。	在该方式下，如果最终产品的市场不稳定或市场需求很少，市场风险将全部由购买部门承担。而实际上，供应和购买部门都会受到最终产品市场的影响，即应当共同承担市场变化引起的市场

		波动。因此，拟采用这种方法确定转移价格的前提应当是最终产品市场稳定。
成本转移价格	成本价格就是以产品或劳务的成本为基础而制定的内部结算价格。	(1) 特点： 以产品或劳务的成本为基础而制定。 (2) 形式： 标准成本、标准成本加成、标准变动成本。其中：标准成本适用于成本中心产品或劳务的转移。
双重价格	双重价格就是针对责任中心各方分别采用不同的内部结算价格所制订的价格。	(1) 特点： 针对责任中心各方面分别采用不同的内部结算价格。 (2) 形式有两种： ①双重市场价格：供应方采用最高市价，使用方采用最低市价。 ②双重转移价格：供应方按市场价格或协议价作为基础，而使用方按供应方的单位变动成本作为计价的基础。
制定转移价格的目的	制定转移价格的目的有两个：一个是防止成本转移带来的部门间责任转嫁，使每个利润中心都能作为单独的组织单位进行业绩评价；另一个是作为一种价格引导下级部门采取明智的决策，生产部门据此确定提供产品的数量，购买部门据此确定所需要的产品数量。	

【例题 1】某企业的辅助生产车间为基本生产车间提供专用零件。对辅助生产车间进行业绩评价所采纳的内部结算价格应该是（ ）。

- A. 市场价格
B. 以市场为基础的协商价格
C. 变动成本加固定费转移价格
D. 全部成本转移价格

【答案】C

【解析】内部结算价格中的市场价格和以市场为基础的协商价格均要求中间产品有外部市场才能适用，而某企业的辅助生产车间为基本生产车间提供专用零件，可能专用零件没有外部市场，所以，不适合采用市场价格和以市场为基础的协商价格；而全部成本转移价格只有在无法采用其他形式转移价格时才考虑采用。因此，应选择 C。

【例题 2】假设中间产品存在非完全竞争的外部市场，公司内部各部门享有的与中间产品有关的信息资源基本相同，那么业绩评价应采用的内部结算价格是变动成本加固定费转移价格。（ ）

【答案】×

【解析】以市场为基础的协商价格适用于非完全竞争的外部市场，且条件之一是：谈判者之间共同分享所有的信息资源；变动成本加固定费转移价格通常适用于中间产品不存在外部市场，最终产品市场稳定的情形。

第四节 责任预算的编制与考核

一、责任预算

1. 分割法
2. 指标变形分解法

二、责任利润预算的编制

1. 利润构成内容的分解
2. 内部利润预算的确定
3. 内部利润预算的分解

三、责任成本预算的编制

1. 完全成本分解法
2. 变动成本分解法

四、责任预算的考核

1. 责任预算执行结果的分析
2. 责任中心工作成果的奖惩

第十一章 存货决策

教学目的和要求：存货是企业生产经营过程中为销售或耗用而储存的各种资产，存货决策的目的在于既满足需要，又能在不同情况下使相关总成本最低。

本章重点在于对影响存货决策的成本构成有一个基本的认识，把握不同决策对存货成本构成的不同影响，并在掌握存货决策基本模型的基础上，进一步掌握存货决策基本模型的扩展应用。此外，对零存货管理模式所体现的管理思想应有深入而透彻的理解。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.经济订购批量确认的基本原理；
- 2.在有数量折扣的决策中，如何进行最优化决策；
- 3.在存储量受限制的情况下，如何做出正确的决策；
- 4.零存货管理的思想。

为了避免和公司理财课程相关内容重复，本章略讲，本章教学时间为 2 学时。

第一节 存货的成本

- 一、采购成本
- 二、订货成本
- 三、储存成本
- 四、缺货成本

第二节 经济订购批量

附：存货决策的经济订货批量模型

模型	相关成本	相关公式	要点
基本模式	变动储存成本和变动订货成本	$(1) Q^* = \sqrt{2KD/K_C}$ $(2) TC(Q^*) = \sqrt{2KDK_C}$ $(3) N^* = D/Q^* = \sqrt{\frac{DK_C}{2K}}$ $(4) I^* = \frac{Q^*}{2} \cdot U$	购置成本、固定储存成本和固定订货成本均属于决策无关成本。
订货提前期模式	变动储存成本和变动订货成本	$(1) Q^* = \sqrt{2KD/K_C}$ $(2) TC(Q^*) = \sqrt{2KDK_C}$ $(3) N^* = D/Q^* = \sqrt{\frac{DK_C}{2K}}$ $(4) I^* = \frac{Q^*}{2} \cdot U$ $(5) R = L \times d$	订货间隔时间、订货批量、订货次数不变，故提前订货期对经济订货量并无影响。

存货陆续供应和使用模式	变动储存成本和变动订货成本	$(1) Q^* = \sqrt{\frac{2KD}{K_c} \cdot \left(\frac{P}{P-d}\right)}$ $TC(Q^*) = \sqrt{2KDK_c(1-\frac{d}{P})}$ (2) $(3) \text{最高存量} = (P-d) \times \frac{Q}{P}$ $(4) \text{平均存量} = \frac{1}{2} \times (P-d) \times \frac{Q}{P}$ $(5) I^* = \frac{1}{2} \times (P-d) \times \frac{Q}{P} \times U$	
保险储备量模式	变动储存成本和缺货成本	$(1) Q^* = \sqrt{2KD/K_c}$ $(2) TC(B) = K_U \times S \times N + B \times K_c$ $(3) R = L \times D + B$	教材举例说明了由于需求量变化引起的缺货问题。至于由于延迟交货引起的缺货,也可以通过建立保险储备量方法来解决。
存货陆续供应和使用模式与基本模式的关系	基本模型下的 $Q^* \xrightarrow{\div \sqrt{1-\frac{d}{P}}} \text{陆续供货下的 } Q^* \text{ (调高)}$ 基本模型下的相关总成本 $\xrightarrow{\times \sqrt{1-\frac{d}{P}}} \text{陆续供货下的相关总成本 (调低)}$		

【例题 1】根据存货陆续供应与使用模型,下列情形中能够导致经济批量降低的是 ()。

- A. 存货需求量增加 B. 一次订货成本增加
C. 单位储存变动成本增加 D. 每日消耗量增加

【答案】C

【解析】本题的主要考核点是导致经济批量降低的因素。存货陆续供应和使用的经济订货量公式为:

$$Q^* = \sqrt{\frac{2KD}{K_c} \cdot \frac{p}{p-d}} = \sqrt{\frac{2KD}{K_c} \cdot \frac{1}{1-\frac{d}{p}}}$$

公式中: D—年需要量;
K—一次订货的变动成本;
K_c—单位储存变动成本;
P—每日送货量;
D—每日耗用量。

由上式可知,经济批量与 K、D 和 d 呈同向变化,与 K_c 和 P 呈反向变化。

【例题 2】根据经济订货量占用资金的计算公式，存货单位变动储存成本的提高会引起经济订货量占用资金的上升。（ ）

【答案】×

【解析】经济订货量 $Q^* = \sqrt{2KD/K_c}$ ，经济订货量占用资金 $I^* = \frac{Q^*}{2} \cdot U$ ，其中的 K_c 指的是存货单位变动储存成本，由此式可以看出，存货单位变动储存成本与经济订货量占用资金呈反向变化。因此，存货单位变动储存成本的提高会引起经济订货量占用资金的下降。

第三节 存货决策基本数学模型的扩展

一、一次订货，边进边出情况下的决策

二、有数量折扣时的决策

三、缺乏详细成本资料时的决策

- 1.保持原来的订购批数，降低存货平均储存额
- 2.保持原来的存货平均储存额，减少订购批数

四、订单批量受限时决策

五、存储量受限制时的决策

第四节 不确定情况下的存货决策

一、安全库存量与库存耗竭成本

二、安全库存量的确定方法

- 1.经验法
- 2.不连续的概率法

三、再订购点的确定

第五节 零存货管理

一、适时制生产系统与传统生产系统对存货的不同看法

二、适时制的实施

- 1.采用拉动式生产系统
- 2.改变材料采购策略
- 3.建立无库存的生产制造单元
- 4.减少不增加价值成本，缩短生产周期

- 5.快速满足客户需求
- 6.保证生产顺利进行，实施全面质量管理

三、零存货条件下可能存在的问题及适时制管理对策

四、运用适时制加强存货管理应注意的问题

第十二章 作业成本计算法

教学目的和要求：作业成本计算法与各种传统成本计算方法（如品种法、分步法、分批法等）和成本管理方法（如标准成本法、责任成本法等）有十分密切的历史承续联系，因此本章主要学习作业成本计算方法的基本概念、基本理论和基本方法，并重点掌握作业计算方法的应用。学习中，要深入理解不同成本分类的作用（如成本按习性分类与成本按可控性分类的异同等）、不同成本概念之间的关系（如作业成本与可控成本的区别和联系）、各种成本核算方法与成本管理方法在不同环境中的结合应用，在此基础上进一步熟练掌握作业成本计算方法的应用。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.传统成本计算法与作业成本计算方法的理论差异；
- 2.作业成本计算方法的步骤；
- 3.传统的经营环节的缺陷。

本章教学时间为 6 学时。

第一节 作业成本计算法概述

- 一、竞争与作业成本计算法
- 二、决策有用性与作业成本计算法

第二节 作业成本计算法的基本理论

一、作业成本计算法的目标

二、产品成本的经济实质

三、产品成本的经济内容

四、成本计算对象

- 1.资源
- 2.作业
- 3.作业中心
- 4.制造中心

第三节 作业成本计算

作业成本计算法下的成本计算程序

- 1.确认作业中心，将资源耗费价值归集到各作业中心
- 2.确认作业，将作业中心汇集的各资源耗费价值予以分解并分配到各作业成本库中
- 3.将各作业成本库价值分配计入最终产品成本计算单，计算完工产品成本

附 1：作业成本计算法概述

项目	要点阐释
作业	(1) 含义：作业是指企业在经营活动中，所进行的一系列与产品生产有关的各项活动。 (2) 特点： ①一项作业对任何加工或服务对象，都必须是重复执行特定的或标准化的过程和方法； ②执行任何一项作业都是需要耗费一定资源的； ③一项作业可能是一项非常具体的活动，也可能泛指一类活动。
成本动因	(1) 含义：引起相关成本对象的总成本发生变动的因素。 (2) 分类：成本动因分为作业动因和资源动因。 (3) 应用：作业动因是引起产品成本变动的因素，资源动因是引起作业成本变动的因素。
作业成本法的特点	(1) 成本计算分为两个阶段： ①指导思想：产品消耗作业，作业消耗资源。 ②计算过程：产品消耗作业，作业消耗资源。 (2) 成本分配强调可追溯性： 将成本分配到成本对象有三种形式，即：直接追溯、动因追溯和分摊。在作业成本法下，对生产活动中发生的各项费用，强调以直接追溯或动因追溯的方式计入产品成本，而尽量避免分摊方式。在作业成本法下，对生产活动中发生的各项费用，使用直接追溯的方式计入产品成本，最能真实地反映产品成本，也最精确。 (3) 成本的追溯使用众多的不同层面的作业动因。
作业的分类	作业按其产出方式来分类，一般分为： (1) 单位水准作业：与单位产品产出相关的作业，通常随着产量变动而正比例变动，一般以机器工时或人工工时等来计量； (2) 批量水准作业：与产品的批次数量相关的作业，通常随着产品的批次数量变动而正比例变动，一般以产品批次数量等来计量； (3) 产品水准作业：与产品的品种相关的作业； (4) 设施水准作业：为维持企业的生产过程而产生的作业，如期间费用。
作业“同质组”	纳入同一个同质组的作业，必须同时具备以下两个条件： (1) 必须属于同一类作业（即必须是同一水准的作业）； (2) 对于不同产品来说，有着大致相同的消耗比率。
作业动因与作业成本相关程度	检查作业动因与作业成本相关程度时，可以选择可决系数和相关系数来进行。可决系数和相关系数越高，作业动因与作业成本相关程度就越高，作业成本分配就越准确。 (1) 可决系数是以自变量表示的因变量的百分比； (2) 可决系数是一个 0—1 之间的正数； (3) 可决系数为 1，作业动因与作业成本线性正相关； (4) 可决系数等于相关系数的平方。
作业动因	(1) 分类：

	①业务动因：通常以执行的次数作为作业动因； ②持续动因：通常以执行一项作业所需的时间作为作业动因； ③强度动因：通常以订单或工作单份数作为作业动因。 （2）比较：业务动因的精确度最差，但其执行成本最低；强度动因精确度最好，但其执行成本最高；持续动因的精确度和成本居中。
作业成本分配率	（1）实际作业成本分配率： $\text{①公式：实际作业成本分配率} = \frac{\text{当期实际发生的作业成本}}{\text{当期实际作业产出}}$ ②应用：多用于作业产出比较稳定的企业。 ③缺点：不能随时提供决策所需的成本信息；因作业成本变动和作业需求不足容易引起产品成本波动；不利于划清造成成本高低的责任归属。 （2）预算或正常作业成本分配率： $\text{①公式：预算或正常作业成本分配率} = \frac{\text{预计作业成本}}{\text{预计或正常作业产出}}$ ②优点：能随时提供决策所需的成本信息；可以避免因作业成本变动和作业需求不足容易引起产品成本波动；有利于分清造成成本高低的责任归属。 注意：用预算或正常作业成本分配率分配作业成本，当期投入的直接成本是实际成本，作业成本并非实际成本，而是按产品耗用实际作业量和预算（正常）作业成本分配率计算的。 ③作业成本差异的处理：期末调整的处理方法包括结转本期损益法和追加调整已分配成本法两种。

附 2：作业成本管理与传统成本管理的比较

比较项目	内容阐释
作业成本管理的优势	（1）能够提供更加准确的成本信息； （2）有助于企业更好地进行成本控制和进行经营决策； （3）能够发现作业及作业链中的浪费现象和产生浪费的原因； （4）有助于企业竞争力和盈利能力的不断提升。
两者区别	（1）传统的成本管理关注的重点是成本，作业成本管理关注的重点是作业； （2）传统的成本管理一般以部门或生产线作为责任中心，作业成本管理以作业或作业链作为责任单元； （3）传统的成本管理以企业现实可能达到的成本水平作为控制标准，作业成本管理以最优或理想成本作为控制标准； （4）传统的成本管理忽视非增值成本，而作业成本管理高度重视非增值成本。

【例题 1】非增值成本是由非增值作业和增值作业的低效率而发生的作业成本。（ ）

【答案】√

【解析】见教材相关内容。

【例题 2】传统成本管理的对象是产品，作业成本管理的对象是作业。（ ）

【答案】×

【解析】传统成本管理的对象是产品，而作业成本管理的对象不仅是产品，并把关注的重点放在作业上。

附 3：增值作业与非增值作业

项目	内容阐释
增值作业的衡量标准	(1) 该作业能够带来加工对象状态的改变； (2) 加工对象状态的改变，只能由该作业实现，而不能由价值链中的前一项作业实现； (3) 该作业使价值链中其他作业得以执行。 同时符合以上三条标准的作业为增值作业，否则，为非增值作业。
增值成本与非增值成本	(1) 增值成本： ①含义：增值成本是企业高效率执行增值作业时发生的成本，是企业唯一应该发生的成本。 ②特点：增值成本是在增值标准下单位产出的成本；增值成本不是实际发生的成本，而是一种目标成本。 ③计算：增值成本=实际作业产出×(标准单位变动成本+标准单位固定成本) (1) 非增值成本： ①含义：非增值成本是由非增值作业和增值作业的低效率而发生的作业成本。 ②计算：非增值成本=(增值标准-实际作业产出)×标准单位固定成本
成本降低的途径	从作业成本管理的角度看，降低成本的途径主要是改善作业，提高增值作业的效率 and 消除无增值作业。具体包括： (1) 作业消除； (2) 作业减少； (3) 作业分享； (4) 作业选择。

【例题 1】增值成本是企业高效率执行增值作业时发生的实际成本。（ ）

【答案】×

【解析】增值成本是企业高效率执行增值作业时发生的成本，是企业唯一应该发生的成本。增值成本不是实际发生的成本，而是一种目标成本。

【例题 2】执行增值作业时不会产生非增值成本，非增值成本是由执行非增值作业而发生的成本。（ ）

【答案】×

【解析】非增值成本是由非增值作业和增值作业的低效率而发生的作业成本。

二、作业成本计算举例

某企业本月生产甲、乙两种产品，本月有关资料见下表：

项目	甲产品	乙产品
本月完工产量（件）	20000	8000
直接材料成本（元）	90000	60000
间接成本总额（元）	888000	

假设经作业分析，该企业根据各项作业的成本动因性质设立了机器调整准备、质量检验、设备维修、生产订单、机器工作、生产协调等六个作业成本库；各作业成本库的可追溯成本、成本动因、作业量以及作业成本分配率等有关资料见下表：

作业成本库（作业中心）	可追溯成本（元）	成本动因	作业量		
			甲产品	乙产品	合计
机器调整准备	384000	准备次数	1600	800	2400
生产订单	27000	订单份数	600	300	900
机器工作	352000	机器工时	550	330	880
设备维修	45000	维修工时	360	90	450
质量检验	48000	检验次数	2000	1200	3200
生产协调	32000	协调次数	500	300	800
合计	888000				

假定各个作业成本库采用预算作业成本分配率分配作业成本。各个作业成本库预算作业成本分配率见下表。

预算作业成本分配率

作业名称	机器调整准备	生产订单	机器工作	设备维修	质量检验	生产协调
预算分配率	150 元/次	25 元/份数	420 元/小时	110 元/小时	20 元/次数	35 元/次数

甲、乙两种产品月初在产品成本资料如下表：

单位：元

产品	直接材料成本	作业成本	合计
甲产品	25000	75000	100000
乙产品	10000	25000	35000

甲、乙两种产品其生产费用在完工产品和月末在产品之间以在产品成本按定额成本法分配。

甲、乙两种产品在产品单位定额成本资料见下表。（单位：元/件）

项目	直接材料成本	作业成本	合计
甲产品在产品成本	5	15	20
乙产品在产品成本	10	25	35

已知月末甲、乙两种产品的在产品数量分别为 800 件和 600 件。

要求：

(1) 采用作业成本法计算甲、乙两种产品已分配的作业成本和作业成本差异。

(2) 将作业成本差异直接结转到当期的营业成本，完成甲、乙两种产品的成本计算单并作出相关的账务处理。

甲产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本			
本月生产成本			
合计			
完工产品成本			
单位生产成本			
月末在产品成本			

乙产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本			
本月生产成本			
合计			
完工产品成本			
单位生产成本			
月末在产品成本			

(3) 计算调整率并将调整额追加计入到各产品已分配作业成本中，完成甲、乙两种产品的成本计算单并作出相关的账务处理。

甲产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本			
本月生产成本			
合计			
完工产品成本			
单位生产成本			
月末在产品成本			

乙产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本			
本月生产成本			
合计			
完工产品成本			
单位生产成本			
月末在产品成本			

【答案】

(1) 采用作业成本法计算甲、乙两种产品已分配的作业成本和作业成本差异：

作业成本库（作业中心）	预算成本分配率	甲产品		乙产品		已分配作业成本合计
		作业量	已分配的作业成本	作业量	已分配的作业成本	
机器调整准备	150 元/次	1600	240000	800	120000	360000
生产订单	25 元/份数	600	15000	300	7500	22500
机器工作	420 元/小时	550	231000	330	138600	369600
设备维修	110 元/小时	360	39600	90	9900	49500
质量检验	20 元/次数	2000	40000	1200	24000	64000
生产协调	35 元/次数	500	17500	300	10500	28000
合计	-		583100		310500	893600

作业成本差异=888000-893600=-5600（元）

(2) 甲产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本	25000	75000	100000
本月生产成本	90000	583100	673100
合计	115000	658100	773100
完工产品成本	111000	646100	757100
单位生产成本	5.55	32.305	37.855
月末在产品成本	4000	12000	16000

月末在产品负担的直接材料成本=800×5=4000（元）

完工产品负担的直接材料成本=115000-4000=111000（元）

月末在产品负担的作业成本=800×15=12000（元）

完工产品负担的作业成本=658100-12000=646100（元）

乙产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本	10000	25000	35000
本月生产成本	60000	310500	370500
合计	70000	335500	405500
完工产品成本	64000	320500	384500
单位生产成本	8	40.0625	48.0625
月末在产品成本	6000	15000	21000

月末在产品负担的直接材料成本=600×10=6000（元）

完工产品负担的直接材料成本=70000-6000=64000（元）

月末在产品负担的作业成本=600×25=15000（元）

完工产品负担的作业成本=335500-15000=320500（元）

①借：作业成本 5600

贷：营业成本 5600

②借：生产成本—直接材料—甲产品 90000

一直接材料—乙产品 60000
 贷：原材料 150000
 ③借：生产成本—作业成本—甲产品 583100
 —作业成本—乙产品 310500
 贷：作业成本 893600
 ④借：产成品—甲产品 757100
 —乙产品 384500
 贷：生产成本—甲产品 757100
 —乙产品 384500

(3)

单位:元

项目	机器调整准备	生产订单	机器工作	设备维修	质量检验	生产协调	合计
实际发生作业成本	384000	27000	352000	45000	48000	32000	888000
预算分配率	150 元/次	25 元/份数	420 元/小时	110 元/小时	20 元/次数	35 元/次数	
甲产品耗用作业量	1600	600	550	360	2000	500	
乙产品耗用作业量	800	300	330	90	1200	300	
甲产品已分配作业成本	240000	15000	231000	39600	40000	17500	583100
乙产品已分配作业成本	120000	7500	138600	9900	24000	10500	310500
已分配作业成本合计	360000	22500	369600	49500	64000	28000	893600
作业成本差异	24000	4500	-17600	-4500	-16000	4000	-5600
调整率	6.67%	20.00%	-4.76%	-9.09%	-25.00%	14.29%	
甲产品作业成本调整额	16000	3000	-11000	-3600	-10000	2500	-3100
乙产品作业成本调整额	8000	1500	-6600	-900	-6000	1500	-2500

甲产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本	25000	75000	100000
本月生产成本	90000	580000	670000
合计	115000	655000	770000
完工产品成本	111000	643000	754000
单位生产成本	5.55	32.15	37.7
月末在产品成本	4000	12000	16000

月末在产品负担的直接材料成本=800×5=4000（元）

完工产品负担的直接材料成本=115000-4000=111000（元）

月末在产品负担的作业成本=800×15=12000（元）

完工产品负担的作业成本=655000-12000=643000（元）

乙产品成本计算单

单位：元

项目	直接材料成本	作业成本	合计
月初在产品成本	10000	25000	35000
本月生产成本	60000	308000	368000
合计	70000	333000	403000
完工产品成本	64000	318000	382000
单位生产成本	8	39.75	47.75
月末在产品成本	6000	15000	21000

月末在产品负担的直接材料成本=600×10=6000（元）

完工产品负担的直接材料成本=70000-6000=64000（元）

月末在产品负担的作业成本=600×25=15000（元）

完工产品负担的作业成本=333000-15000=318000（元）

②借：生产成本—直接材料—甲产品 90000
 —直接材料—乙产品 60000
 贷：原材料 150000

②借：生产成本—作业成本—甲产品 583100
 —作业成本—乙产品 310500
 贷：作业成本 893600

③借：作业成本 5600
 贷：生产成本—作业成本—甲产品 3100
 —作业成本—乙产品 2500

④借：产成品—甲产品 754000
 —乙产品 382000
 贷：生产成本—甲产品 754000
 —乙产品 382000

第十三章 战略管理会计

教学目的和要求：本章重点在于从总体上对战略管理会计有一个基本的理论认识并掌握其初步的应用，即从现代企业面临的挑战与传统管理会计的局限出发，掌握战略管理会计的基本内容、企业竞争对战略管理会计的影响、战略管理会计对传统管理会计的突破及应用的条件，在此基础上根据企业的实际情况制定适当的企业战略并进行正确的战略决策。

通过本章的学习，要求掌握：

- 1.传统管理会计的四大局限性；
- 2.战略管理会计研究的主要问题；
- 3.结合竞争优势分析、价值链分析、成本动因分析等定性分析进行正确决策。

本章教学时间为 2 学时。

第一节 现代企业面临的挑战与传统管理会计的局限

一、现代企业面临的挑战

- 1.市场全球化使企业面对更激烈的竞争
- 2.科学技术的迅猛发展给企业带来了新的机遇和挑战

二、传统管理会计的局限

- 1.成本计算
- 2.存货控制
- 3.投资决策
- 4.业绩评价

第二节 战略管理会计概述

一、战略管理的发展

二、战略管理会计研究的主要问题

- 1.成本管理
- 2.投资决策
- 3.业绩评价

第三节 战略管理会计对传统投资决策指标的修正

一、竞争优势分析

- 1.新进入者的威胁
- 2.顾客讨价还价的能力
- 3.供应商讨价还价的能力

- 4.替代产品的威胁
- 5.现存企业的竞争

二、价值链分析

三、成本动因分析

附 1：战略管理与运营管理的特点比较

	特点
战略管理	(1) 战略管理是关于企业整体的管理。战略管理体现了全局性和整体性； (2) 战略管理需要管理和改变企业与外部的关系； (3) 战略管理具有很大的不确定性和模糊性； (4) 战略管理是对企业变革的管理。
运营管理	(1) 运营管理是职能性管理。运营管理体现了局部性和个体性； (2) 运营管理主要管理企业内部的关系，相对比较单纯； (3) 运营管理主要处理比较确定的常规事务，比较容易预见和量化； (4) 运营管理主要是在现有状态下把事情做好，而不是改变状态。

【例题 1】战略管理复杂、多变，难以预见，运营管理主要处理确定的常规事务，易预见。()

【答案】√

【例题 2】战略管理是对变革的管理，运营管理主要是在现有状态下的管理。()

【答案】√

附 2：战略分析

含义	外部因素分析	内部因素分析
战略分析是战略管理的首要环节，是战略制定的基础。也可以称为“战略定位”。	外部因素分析的关键在于识别企业在市场环境中所面临的主要机会和威胁。分为： (1) 宏观环境分析： 宏观环境通常包括影响所有行业及企业的各种因素。 (2) 产业环境分析： 产业环境分析的重点是对产业内竞争程度的评估。按照波特的竞争理论，产业中存在五种基本的竞争力量：①潜在的进入者；②供应商的议价能力；③购买者的议价能力；④替代品；⑤现有竞争者之间的竞争。这五种竞争力量决定了	分析内部因素的目的就在于评价和识别企业所具有的独特资源和能力，确认企业在产业竞争中的关键优势与劣势。 (1) 内部资源分析： 企业的资源主要可以分为三种：有形资源、无形资源和组织资源。 (2) 企业能力分析： 企业能力主要由研发能力、生产管理能力和营销能力、财务能力和组织管理能力等组成。 (3) 核心竞争力分析： 核心竞争力是指能为企业带来相对于竞争对手的竞争优

	该产业的竞争强度和获利能力。 (3) 经营环境分析：经营环境又称为任务环境，主要是指影响企业获取必要资源或确保经营活动顺利开展的因素。	势的资源和能力。一般来说，能够建立企业核心竞争力的资源主要包括如下五种：①建立竞争优势的资源；②稀缺资源；③不可模仿的资源；④不可替代的资源；⑤持久的资源。
内部因素分析方法	企业内部因素的分析方法主要包括：职能法和价值链法。 (1) 职能法：职能法是指将企业内部因素按照职能进行分类分析的方法。对各种职能状况的比较和评价一般可以从三个方面进行：企业历史情况、主要竞争对手情况和产业平均水平。 (2) 价值链法。价值链是一系列价值创造活动的集合。企业价值链之间的差异是竞争优势差异的重要来源。	

【例题 1】决定进入壁垒高低的因素主要有（ ）。

- A. 规模经济
- B. 产品差异
- C. 资本需求
- D. 转换成本

【答案】ABCD

【解析】决定进入壁垒高低的因素主要包括以下方面：(1) 规模经济；(2) 产品差异；(3) 资本要求；(4) 转换成本；(5) 分销渠道；(6) 与规模无关的成本劣势；(7) 政府政策。

【例题 2】企业内部资源中的无形资源包括（ ）。

- A. 技术资源
- B. 组织资源
- C. 商誉
- D. 财务资源

【答案】ABC

【解析】无形资源则是企业长期积累的、没有实物形态的、甚至无法用货币精确计量的资源，通常包括品牌、商誉、技术、专利、商标、企业文化及组织经验等。财务资源属于企业内部资源中的有形资源。

【例题 3】企业内部资源分析主要包括（ ）。

- A. 企业能力分析
- B. 经营环境
- C. 产业环境
- D. 核心竞争力

【答案】AD

【解析】产业环境分析和经营环境分析属于外部因素分析。

附 3：战略制定

总分类	细分类	更细分类
总体战略	(一) 成长型战略： 以扩张经营范围或规模为导向的战略。	1.一体化战略：是指企业对具有优势和增长潜力的产品或业务，沿其经营链条的纵向或横向扩大业务的深度和广度，以扩大经营规模，实现企业成长。 (1) 纵向一体化战略：是指企业沿着产品或业务链向前或向后，延伸和扩展企业现有业务的战略。 ①前向一体化战略是指获得分销商或零售商的所有权或加强对他们的控制权的战略。 ②后向一体化战略是指获得供应商的所有权或加强对其的控制权。 (2) 横向一体化战略：是指企业收购、兼并或联合竞争企业的战略。
		2.多元化战略：是指企业现有产品或业务缺乏增长潜力或者为了避免业务单一风险而进入其他产业的战略。 (1) 同心多元化，也称为相关多元化，是指企业以现有业务为基础进入相关产业的战略。 (2) 离心多元化，也称为不相关多元化，是指企业进入与当前产业不相关的产业的战略。
		3.密集型成长战略：是指企业充分利用现有产品或服务的潜力，强化现有产品或服务竞争地位的战略。 (1) 市场渗透战略：是指企业通过更大的市场营销努力，提高现有产品或服务现有市场份额的战略。 (2) 市场开发战略：是指将现有产品或服务打入新市场的战略。 (3) 产品开发战略：是指通过改进或改变产品或服务以增加产品销售量的战略。
	(二) 稳定型战略： 以巩固现有经营范围和规模为导向的战略。	1.暂停战略：是指在一段时期内降低快速成长速度、巩固现有资源的临时战略。
		2.无变战略：是指不实行任何新举动的战略。
		3.维持利润战略：是指为了维持目前的利润水平而牺牲企业未来成长的战略。
	(三) 收缩型战略： 以缩小经营范围或规模为导向的战略。	1.扭转战略：是指企业采取缩小产销规模、削减成本费用、重组等方式来扭转销售和盈利下降趋势的战略。
		2.剥离战略：是指企业出售或停止经营其下属经营单位的战略。
		3.清算战略：是指将企业的全部资产出售，从而停止经营的战略。

业务单位战略	(一) 成本领先战略：是指企业针对大规模市场，以低成本获取竞争优势的战略。
	(二) 产品差异化战略：是指企业针对大规模市场，通过提供与竞争者存在差异的产品或服务以获取竞争优势的战略。
	(三) 集中化战略：是指企业针对某一特定购买群、产品细分市场或区域市场，采用成本领先或差异化以获取竞争优势的战略。
战略选择的标准	(1) 是否适宜企业环境；(2) 是否符合利益相关者预期；(3) 从企业的资源和能力看是否实际可行。

【例题 1】一家化肥生产企业兼并或收买另一家化肥生产企业的战略，属于()。

- A. 横向一体化 B. 纵向一体化 C. 混合一体化 D. 前向一体化

【答案】A

【解析】横向一体化战略是指企业收购、兼并或联合竞争企业的战略。企业采用横向一体化战略的主要目的是减少竞争压力、实现规模经济和增强自身实力以获取竞争优势。

【例题 2】实施成本领先战略的关键在于()。

- A. 产品独特化 B. 产品多样化 C. 产品标准化 D. 市场细分化

【答案】C

【解析】成本领先战略是指企业针对大规模市场，以低成本获取竞争优势的战略。成本领先战略强调以低单位产品价格为那些对价格较为敏感的用户生产标准化产品。

【例题 3】中小企业实力较弱，在经营中要求把有限的资源和力量，投入到一个确定的目标市场上。中小企业实施的这一战略，称为()。

- A. 集中化战略 B. 边缘化战略 C. 灵活性战略 D. 特色性战略

【答案】A

【解析】集中化战略是针对某一特定购买群、产品细分市场或区域市场，采用成本领先或差异化以获取竞争优势的战略。采用集中化战略的企业，由于受自身资源和能力的限制，无法在整个产业实现成本领先或者差异化，故而将资源和能力集中于目标细分市场，实现成本领先或差异化。集中化战略一般是中小企业采用的战略。

附 4：战略管理理论

种类	主要特点	代表人物及著作
经典战略管理理论	强调企业战略要适应外部环境。	钱德勒的《战略与结构》：战略的基础是适应环境，适应环境的目的是扩大市场占有率，获取理想的市场占有率，企业才能生存和发展。 (1) 设计学派的代表人物是安德鲁斯。 (2) 计划学派的代表人物是安索夫。
竞争战略理论	强调企业战略以产业结构分析为基础，核心问题是取得竞争优势。	波特的《竞争战略》：企业的盈利能力取决于选择的竞争战略；企业应当进入具有潜在盈利的产业，并在已选产业中建立自己的竞争优势；产业的吸引力取决于企业与卖方、买方、替代品、潜在进入者以及现有竞争对手等五种力量的竞争；赢得竞争优势的通用战略分为成本领先战略、产品差异化战略和目标集中化战略。

核心竞争力理论	以资源和知识为基础的竞争战略理论。	核心竞争力理论认为，企业竞争的关键是建立和发展核心竞争力。核心竞争力具有的特征是：可以创造价值；具有独特性；对手难以模仿；难以替代。核心竞争力“是资源、技能和专长的有机结合”，其形成需要经历资源、知识和技术的积淀和整合过程。
三种战略管理理论的联系	（1）竞争战略理论强调产业环境是不断变化的，应预测产业未来的演变，使战略具有预见性，从而弥补了经典战略管理理论被动适应环境的局限性。 （2）核心竞争力理论的出现，弥补了经典战略理论和竞争战略理论侧重外部环境分析，而对内部分析过于宽泛的局限性。核心竞争力理论解释了为什么缺乏吸引力的产业仍有盈利水平很高的企业，而吸引力很高的产业也有盈利很差的企业，使战略管理理论的解释能力明显改善。	

【例题 1】竞争战略理论的代表人物是安德鲁斯，该理论的主要观点是强调企业战略以产业结构分析为基础，核心问题是取得竞争优势。（ ）

【答案】×

【解析】波特是竞争战略理论的代表人物，其提出了五要素竞争分析模型。

【例题 2】最能够解释为什么缺乏吸引力的产业仍有盈利水平很高的企业，而吸引力很高的产业也有盈利很差的企业理论是经典战略管理理论。（ ）

【答案】×

【解析】核心竞争力理论解释了为什么缺乏吸引力的产业仍有盈利水平很高的企业，而吸引力很高的产业也有盈利很差的企业，使战略管理理论的解释能力明显改善。

附 5：SWOT 分析

含义	目的	类型
SWOT，即企业内部条件的优势）及劣势和外部环境带来的机会及威胁。	SWOT 分析的目的是找到内部资源和外部环境相匹配的战略。	（1）在第一象限：企业面临众多市场机会，并且也具备足够的内部资源优势以充分利用这些机会，因此，这种情况下企业应当采取积极进取的增长战略； （2）在第二象限：面临有利的市场机会，但是受制于企业内部资源的劣势而无法充分利用外部的有利环境，为此，企业应通过重组等手段缩小内部劣势，赢得市场机会。 （3）在第三象限：企业面临许多外部威胁，同时内部条件也较差，企业处于十分不利的竞争地位，因此应采取收缩战略或完全退出该产品市场，并转到别的机会更多且企业具备优势的其他产品上。 （4）在第四象限：企业内部资源具备一定的优势，但面临的外部环境较差。在这种情况下，企业应采取多元化战略，重新配置资源，以摆脱不利的外部环境，开拓机会更多的市场。

【例题】按照 SWOT 分析法，处于第三象限的企业应选择（ ）。

- A.增长战略
- B.转移战略
- C.防御战略
- D.多元化战略

【答案】C

【解析】处于第三象限的企业，企业面临许多外部威胁，同时内部条件也较差，企业处于十分不利的竞争地位，因此应采取收缩战略或完全退出该产品市场，并转到别的机会更多且企业具备优势的其他产品上。所以，应采用防御战略。

《高级财务会计》 教学大纲

张美玲 编写

目 录

前 言.....	6
第一篇 企业特殊交易的会计处理.....	7
第一章 租赁会计.....	7
教学目的与要求.....	7
第一节 租赁概述.....	7
一、租赁的定义及相关概念.....	7
二、租赁的分类.....	7
第二节 承租人的会计处理.....	8
一、承租人对融资租赁的会计处理.....	8
二、承租人对经营租赁的会计处理.....	9
第三节 出租人的会计处理.....	9
一、出租人对融资租赁的会计处理.....	9
二、出租人对经营租赁的会计处理.....	9
第四节 售后租回交易的会计处理.....	10
一、售后租回交易的定义和实质.....	10
二、售后租回交易的会计处理.....	10
复习思考题.....	10
拓展阅读书目.....	11
第二章 养老金会计.....	12
学习目的与要求.....	12
第一节 养老金的类型及性质.....	12
一、养老金的类型.....	12
二、养老金的性质.....	12
第二节 既定受益养老金的会计处理.....	12
一、养老金成本的确认基础.....	12
二、养老金会计的基本特征.....	13
三、精算假设.....	13
四、企业的养老金债务.....	13
五、养老基金资产.....	13
六、养老金成本.....	14
复习思考题.....	15
拓展阅读书目.....	15
第三章 公司清算与改组.....	16
学习目的与要求.....	16
第一节 公司清算及其会计处理.....	16

一、公司解散与清算.....	16
二、一般解散清算的基本程序及其会计处理.....	16
三、破产清算的基本程序及会计处理.....	17
第二节 公司改组及其会计处理.....	17
一、准改组及其会计处理.....	17
二、法律改组及其会计处理.....	17
复习思考题:	18
拓展阅读书目:	18
第二篇 物价变动会计.....	19
第四章 物价变动会计模式.....	19
学习目的与要求.....	19
第一节 物价变动会计概述.....	19
一、物价变动.....	19
二、物价变动对会计的影响.....	19
三、物价变动会计理论基础——资本保持理论.....	19
四、物价变动会计模式.....	20
第二节 不变币值会计.....	20
一、不变币值会计的基本原理.....	20
二、不变币值会计的基本程序.....	20
三、对不变币值会计的评价.....	20
第三节 现行成本会计.....	20
一、现行成本的定义.....	20
二、现行成本会计的基本原理.....	21
三、编制现行成本基础的财务报表的基本程序.....	21
四、现行成本会计综评.....	21
第四节 现行成本/不变币值会计.....	21
一、现行成本/不变币值会计的原理与例解.....	21
二、现行成本/不变币值会计评述.....	21
复习思考题:	22
拓展阅读书目:	22
第五章 国际领域内的物价变动会计类型.....	23
学习目的与要求.....	23
第一节 美国的物价变动会计类型.....	23
一、物价变动影响补充信息的计量和披露.....	23
二、以现行成本/不变购买力为基础, 对物价变动影响部分进行重新表述的程序.....	23
第二节 英国的物价变动会计类型.....	23
一、英国物价变动会计的历史演进.....	23
二、第 16 号标准会计惯例准则.....	23

三、美国和英国的物价变动会计的简要比较.....	24
第三节 巴西物价变动会计.....	24
第四节 国际会计准则委员会的物价变动会计类型.....	24
复习思考题:	25
拓展阅读书目:	26
第三篇 外币交易会计及外币报表折算.....	27
第六章 外币交易会计.....	27
学习目的与要求.....	27
第一节 外币交易会计的相关概念.....	27
一、功能货币和记账本位币.....	27
二、汇率.....	27
第二节 外币交易的会计处理（企业会计准则第 19 号）.....	28
一、折算汇率.....	29
二、交易日的会计处理.....	29
三、会计期末或结算日对外币交易余额的会计处理.....	29
四、分账制记账方法.....	30
第三节 外币交易会计处理例解.....	30
复习思考题:	31
拓展阅读书目:	31
第七章 外币报表的折算.....	32
学习目的与要求.....	32
第一节 外币报表折算方法的历史演进.....	32
一、流动与非流动项目法.....	32
二、货币性与非货币性项目法.....	32
三、时态法.....	32
四、现行汇率法.....	32
五、功能货币法.....	33
第二节 现行货币报表折算方法.....	33
一、功能货币与列报货币.....	33
二、外币报表折算——从非功能货币到功能货币.....	33
三、外币报表折算——从功能货币到列报货币.....	34
四、外币报表折算的一些特殊问题.....	34
五、对功能货币的评述.....	34
六、与外币报表折算有关的披露事项.....	34
第三节 合并境外经营外币报表.....	35
一、合并境外经营外币报表的一些特殊问题：境外经营的功能货币为当地货币.....	35
二、合并境外经营外币报表的一个例解：境外经营功能货币为当地货币.....	35
三、合并境外经营外币报表：境外经营的功能货币为母公司的功能货币.....	35

复习思考题：	35
拓展阅读书目：	35
第四篇 金融工具会计	36
第八章 金融工具的确认、计量	36
学习目的与要求	36
第一节 金融工具概述	36
一、基础金融工具	36
二、衍生工具	36
第二节 金融资产和金融负债的分类	37
一、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债	37
二、持有至到期投资	37
三、贷款和应收款项	38
四、可供出售金融资产	38
五、其他金融负债	38
六、金融资产和金融负债的重分类	38
第三节 金融资产和金融负债的确认	38
一、金融资产和金融负债确认条件	38
二、金融资产的终止确认	38
三、金融负债的终止确认	39
第四节 金融资产和金融负债的计量	39
一、金融资产和金融负债的初始计量	39
二、金融资产的后续计量	39
三、金融负债的后续计量	40
四、常规方式买卖金融资产的确认和计量	41
第五节 金融资产减值	41
一、金融资产减值损失的确认	41
二、金融资产减值损失的计量	41
复习思考题：	42
拓展阅读书目：	42
第九章 金融工具列报	43
学习目的与要求	43
第一节 权益工具的确认和计量	43
一、权益工具发行的处理	43
二、权益工具回购、注销等的处理	43
三、权益工具和金融负债的区分	44
四、混合工具的分拆	44
第二节 金融工具披露	45
一、金融资产和金融负债的相互抵销	45

二、金融工具一般信息披露要求.....	46
三、金融工具风险信息披露要求.....	49
复习思考题：	51
拓展阅读书目：	51
第十章 衍生工具及套期保值.....	52
学习目的与要求.....	52
第一节 衍生工具及会计处理.....	52
一、嵌入衍生工具概念及与主合同的关系.....	52
二、嵌入衍生工具会计的处理.....	52
第二节 套期保值会计.....	53
一、套期保值概述.....	53
二、套期工具和被套期项目.....	54
三、运用套期会计的条件.....	54
四、套期保值确认和计量.....	55
复习思考题.....	57
拓展阅读书目.....	57

前 言

《高级财务会计》是会计学专业必修课《中级财务会计》的后续课程。内容上是对有关财务会计领域中的新的、特殊的会计问题进行阐述，是对中级财务会计的突破和扩展。与《中级财务会计》形成一个前后紧密接而又不重复的内容体系。

《高级财务会计》教学大纲的编写，旨在规范教材和教学过程。奉行“教材内容与会计改革同步、会计理论与实务密切交融、案例设计与会计决策联动”的原则。通过高级财务会计的学习，使学生能够掌握高级会计学的基本理论和基本知识，掌握各种特殊会计业务的特点、处理原则及其方法，提高处理较复杂的专业问题的能力。

《高级财务会计》共分四个专门的领域进行讲解：

第一篇 “企业特殊交易的会计处理”，包括租赁会计、养老金会计和公司清算与改组共 3 章。

第二篇 “物价变动会计”，包括物价变动会计模式、国际领域内的物价变动会计类型，共 2 章。

第三篇 “外币交易会计及外币报表折算”，包括外币交易会计、外币报表的折算，共 2 章。

第四篇 “金融工具的确认、计量与披露”，包括金融工具的确认与计量、金融工具列报、衍生工具与套期保值，共 3 章。

《高级财务会计》教学大纲由张美玲编写。由于写作时间仓促，不免存在各种各样的问题，敬请批评指正！

编 者

2010 年 12 月

第一篇 企业特殊交易的会计处理

随着市场经济的发展，企业的业务类型不断地推陈出新。为了适用企业经济业务的变化，本篇将以“企业特殊交易的会计处理”为题，详细讲解包括“租赁会计”、“养老金会计”、“企业清算”在内的三个财务会计领域的具体会计处理。

第一章 租赁会计

教学目的与要求

本章主要介绍租赁会计处理方法。通过本章学习，了解租赁及相关概念，掌握经营租赁和融资租赁两种租赁的经济实质，掌握在融资租赁和经营租赁中承租人、出租人各方的会计处理方法及售后租回的会计处理方法。

学时分配：4 学时

第一节 租赁概述

一、租赁的定义及相关概念

- （一）租赁，是指在约定的期间内，出租人将资产使用权让与承租人，以获取租金的协议。
- （二）租赁期，是指租赁协议规定的不可撤销的租赁期间。
- （三）租赁开始日，是指租赁协议日与租赁各方就主要条款作出承诺日中的较早者。
- （四）租赁期开始日，是指承租人有权行使其使用租赁资产权利的日期，表明租赁行为的开始。
- （五）担保余值，就承租人而言，是指由承租人或与其有关的第三方担保的资产余值；就出租人而言，是指就承租人而言的担保余值加上与承租人和出租人均无关、但在财务上有能力担保的第三方担保的资产余值。
- （六）未担保余值，指租赁资产余值中扣除就出租人而言的担保余值以后的资产余值。
- （七）最低租赁付款额是指在租赁期内，承租人应支付或可能被要求支付的款项（不包括或有租金和履约成本），加上由承租人或与其有关的第三方担保的资产余值。
- （八）最低租赁收款额，是指最低租赁付款额加上独立于承租人和出租人的第三方对出租人担保的资产余值。

二、租赁的分类

承租人和出租人应当在租赁开始日将租赁分为融资租赁和经营租赁。满足下列条件之一的，即应认定为融资租赁；除融资租赁以外的租赁为经营租赁。

- （一）在租赁期届满时，资产的所有权转移给承租人
- （二）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购价预计远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可合理地确定承租人将会行使这种选择权

（三）租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。这里的“大部分”掌握在租赁期占租赁开始日租赁资产使用寿命的 75% 以上（含 75%，下同）

（四）就承租人而言，租赁开始日最低租赁付款额的现值几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值；就出租人而言，租赁开始日最低租赁收款额的现值几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。这里的“几乎相当于”掌握在 90%（含 90%）以上；

（五）租赁资产性质特殊，如果不作较大修整，只有承租人才能使用。

第二节 承租人的会计处理

一、承租人对融资租赁的会计处理

（一）租赁期开始日

在租赁期开始日，承租人应当将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。

承租人在计算最低租赁付款额的现值时，如果知悉出租人的租赁内含利率，应当采用出租人的租赁内含利率作为折现率；否则，应当采用租赁协议规定的利率作为折现率。如果出租人的租赁内含利率和租赁协议规定的利率均无法知悉，应当采用同期银行贷款利率作为折现率。其中，租赁内含利率，是指在租赁开始日，使最低租赁收款额的现值与未担保余值的现值之和等于租赁资产公允价值与出租人的初始直接费用之和的折现率。

（二）未确认融资费用的分摊

在分摊未确认融资费用时，承租人应当采用实际利率法。

未确认融资费用的分摊率的确定方法：

1. 以出租人的租赁内含利率为折现率
2. 以合同规定利率为折现率
3. 以银行同期贷款利率为折现率
4. 以租赁资产公允价值为入账价值的，应当重新计算分摊率

（三）租赁资产折旧的计提

1. 折旧政策
2. 折旧期间

（四）履约成本的处理

履约成本是指租赁期内为租赁资产支付的各种使用费用。承租人发生履约成本计入当期损益。

（五）或有租金的处理

或有租金是指金额不固定、以时间长短以外的其他因素（销售量、使用量、物价指数等）为依据计算的租金。承租人在或有租金实际发生时计入当期损益。

（六）租赁期届满时的处理

租赁期届满时，承租人对租赁资产的处理通常有三种情况：返还、优惠续租和留购。

二、承租人对经营租赁的会计处理

在经营租赁下，与租赁资产所有权有关的风险和报酬并没有实质上转移给承租人，承租人不承担租赁资产的主要风险，承租人不须将所取得的租入资产的使用权资本化，相应地也不必将所承担的付款义务列作负债。其主要问题是解决应支付的租金与计入当期费用的关系。

（一）租金的处理

承租人应当将经营租赁的租金在租赁期内各个期间按照年限平均法计入相关资产成本或当期损益；其他方法更为系统合理的，也可以采用其他方法。

（二）初始直接费用的处理

承租人在经营租赁中发生的初始直接费用，应计入当期损益。

（三）或有租金的处理

在经营租赁下，承租人对或有租金的处理与融资租赁下相同，即在实际发生时计入当期损益。

第三节 出租人的会计处理

一、出租人对融资租赁的会计处理

（一）租赁期开始日的处理

确认租赁债权。由于在融资租赁下，出租人将于租赁资产所有权有关的风险和报酬实质上转移给承租人，将租赁资产的使用权长期转让了承租人，并以此获取租金，因此，出租人的租赁资产在租赁开始日实际上就变成了收取租金的债权。出租人应在租赁期开始日，将租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，并同时记录未担保余值，将最低租赁收款额、初始直接费用与未担保余值之和与其现值之和的差额记录为未实现融资收益。

（二）未实现融资收益的分配

在分配未实现融资收益时，出租人应当采用实际利率法计算当期应确认的融资收入。

（三）初始直接费用的处理

在融资租赁下，出租人发生的初始直接费用应当资本化。出租人在租赁期内确认各期租赁收入与未实现融资收益的比例，对初始直接费用进行分摊，冲减租赁期内确认租赁收入。

（四）未担保余值发生变动时的处理

为了真实地反映企业的资产和经营业绩，根据谨慎性原则的要求，在未担保余值发生减少和已确认损失的未担保余值得以恢复的情况下，均应当重新计算租赁内含利率，以后各期根据修正后的租赁投资净额和重新计算的租赁内含利率确认租赁收入。在未担保余值增加时，不做任何调整。

（五）或有租金的处理

出租人在融资租赁下收到的或有租金应计入当期损益。

（六）租赁期届满时的处理

二、出租人对经营租赁的会计处理

（一）经营租赁资产在会计报表中的处理

在经营租赁下，与租赁资产所有权有关的风险和报酬并没有实质上转移给承租人，因此出租人

应当将出租资产作为自有资产在资产负债表中列示，出租资产属于固定资产，则列在固定资产项下，如果出租资产属于流动资产，则列在有关流动资产项下。

（二）租金的处理

在一般情况下，出租人应采用直线法将收到的租金在租赁期内确认为收益，但在某些特殊情况下，则应采用比直线法更系统合理的方法。

（三）初始直接费用的处理

出租人发生的初始直接费用，应当计入当期损益。

（四）租赁资产折旧的计提

如果经营租赁资产属于固定资产，应当采用出租人对类似应折旧资产通常所采用的折旧政策计提折旧；否则，应当采用合理的方法进行摊销。

（五）或有租金的处理

在经营租赁下，出租人对或有租金处理与融资租赁下相同，即在实际发生时计入当期损益。

第四节 售后租回交易的会计处理

一、售后租回交易的定义和实质

（一）售后租回交易是一种特殊形式的租赁业务，是指卖主（即承租人）将一项自制或外购的资产出售后，又将该项资产从买主（即出租人）租回，习惯上称之为“回租”。

（二）通过售后租回交易，资产的原所有者（即承租人）在保留对资产的占有权、使用权和控制权的前提下，将固定资本转化为货币资本，在出售时可取得全部价款的现金，而租金则是分期支付的，从而获得了所需的资金；而资产的新所有者（即出租人）通过售后租回交易，找到了一个风险小，回报有保障的投资机会。

二、售后租回交易的会计处理

对于售后租回交易，无论是承租人还是出租人，均应按照租赁的分类标准，将售后租回交易认定为融资租赁或经营租赁。

对于出租人来讲，售后租回交易（无论是融资租赁还是经营租赁的售后租回交易）同其他租赁业务的会计处理没有什么区别。

而对于承租人来讲，由于其既是资产的承租人同时又是资产的出售者，因此，售后租回交易同其他租赁业务的会计处理有所不同。

（一）售后租回交易形成融资租赁

（二）售后租回交易形成经营租赁

（三）售后租回交易的会计处理

复习思考题

1. 什么是租赁？与租赁相关的概念包括哪些？
2. 承租人对融资租赁和经营租赁如何进行会计处理？
3. 出租人对融资租赁和经营租赁如何进行会计处理？

4. 关于售后租回交易，承租人和出租人又是如何处理？

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2006）.北京:人民出版社,2007
4. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 21 号-租赁（2006）.北京:经济科学出版社.2006

第二章 养老金会计

学习目的与要求

本章主要阐述“养老金的类型及性质”和“既定受益养老金的会计处理”问题。通过本章学习，了解和掌握养老金成本的确认基础、养老金会计的基本特征、精算假设、企业的养老金债务、养老金资产、成本等内容。

学时分配：4 学时

第一节 养老金的类型及性质

一、养老金的类型

养老金是指企业在职工退休时或退休后向职工提供的退休福利。

（一）按养老金的筹措方式分类

1. 置存基金的养老金计划
2. 未置存基金的养老金计划

（二）按养老金利益的确定方式分类

1. 既定缴存金额养老金计划
2. 既定受益养老金计划

（三）按职工是否共同缴纳养老基金分类

1. 共同缴纳养老金计划
2. 非共同缴纳养老金计划

（四）按养老金支付方式分类

1. 一次支付养老金
2. 分期支付养老金

二、养老金的性质

养老金作为支付给退休职工用于保障日后生活的资金，人们对其性质的认识，前后曾经产生了两种主要观点——社会福利观和劳动报酬观。

社会福利观认为，养老金是对剩余价值的分配，是企业对职工的一种福利或恩惠。

劳动报酬观认为，养老金是劳动价值的组成部分，是职工在职服务期间提供劳务所赚取的劳动报酬的一部分。

第二节 既定受益养老金的会计处理

一、养老金成本的确认基础

养老金成本的确认基础是权责发生制而非收付实现制。

二、养老金会计的基本特征

1. 递延确认，即与养老金有关的某些事项递延至后期确认。
2. 净额反映，即企业每期确认的养老金成本包括五个项目：服务成本、利息成本、养老基金资产的预期报酬、未确认前期服务成本的摊销以及未确认养老金净损益的摊销。
3. 资产负债相互抵销，企业确认的养老金负债与提取的养老基金资产在财务报表上相互抵销，以其净额反映。

三、精算假设

精算假设是指为计算养老金成本，对影响养老金成本的未来事项发生情况进行估计。精算假设包括内容：

1. 人口统计假设
2. 财务假设

精算师根据企业的人事记录等资料，经过精算后，提出正式的报告，称为精算报告。

四、企业的养老金债务

企业养老金债务与精算有关。企业的养老金债务是职工在职期间提供服务，企业按照养老金计划的规定，应于职工退休时支付的一种酬劳债务。企业的养老金债务包括三种：

（一）预计养老金债务

预计养老金债务是指按照养老金受益公式计算的，至特定日期为止职工所提供服务赚得的全部养老金福利的精算现值，即：

期末养老金债务=期初预计养老金债务+当期服务成本+当期利息费用+当期增加的尚未确认的前期服务成本+当期发生的养老金损益－当期支付的养老金

（二）累计养老金负债

累计养老金负债是根据当前工资水平计算的，至某一特定日期为止职工由于提供的服务而赚得的养老金福利，折算为该特定日期的精算现值。

预计养老金负债=累计养老金负债+未来工资水平影响的估计数

（三）既得养老金负债

既得养老金负债是指在养老金计划中明确规定的即使职工不再继续为企业服务，也有权领取的那部分养老金。尚未支付的既得养老金在某一时刻的精算现值就是既得养老金负债。

五、养老基金资产

养老基金资产是指由企业按养老金计划的规定缴存给信托机构，并由信托机构进行运营管理，用以支付未来养老金义务的全部资产。

基金资产包括两部分：一是应用养老基金进行投资的部分，是以市场相关价值计量的。二是在养老基金营运中自用的资产部分，这部分资产因其价值不能用以支付养老金，所以是以成本减累计折旧后的账面价值计量的。两者之和称为基金资产的公允价值。

期末基金资产=期初基金资产+本期向基金缴存的金额+基金资产的实际报酬－本期支付的养老金

对基金资产投资部分的市场相关价值的计量,可采用两种方法:(1)直接采用基金资产即日的公平市价。(2)上期数调整法。计算公式:

期末基金资产的市场相关价值=期初基金资产的市场相关价值+预计报酬+本期资产损益摊销数+本期向基金缴存的金额-本期支付的养老金

其中:

预计报酬=期初市场相关价值×预计报酬率

六、养老金成本

按照权责发生制,养老金成本应在职工提供服务的当期确认。养老金成本包括五个组成部分:当期服务成本、利息费用、基金资产的预计报酬、前期服务成本的摊销额、养老金损益的摊销额。企业当期应确认的养老金成本的计算公式:

养老金成本=当期服务成本+利息费用-基金资产的预计报酬+前期服务成本的摊销额+养老金损益的摊销额

(一) 当期服务成本

当期服务成本也称正常成本,是指职工因在当期为企业提供服务而赚得的养老金福利折算到该期末的精算现值。

当期服务成本的计算主要取决于使用的精算估价方法。实务中有(1)成本法(2)利益法。

(二) 利息费用

利息费用是指期初预计养老金负债随时间推移所产生的利息。用公式表示:

当期利息费用=期初预计养老金负债×折现率

折现率是由精算师假定的,可以参考:(1)养老基金信托机构使用利率的长期平均数;(2)保险公司制定年金合约中使用的隐含利率;(3)安全性较高的资产投资报酬率。

(三) 基金资产的预计报酬

基金资产的预计报酬是指期初基金资产进行投资运营预期可获得的收益。可以按以下公式计算:

基金资产的预计报酬=期初基金资产的市场相关价值×基金资产预计报酬率

基金资产当期的实际报酬=期末基金资产-期初基金资产-当期向基金缴存的金额+当期信托机构实际支付的养老金

(四) 前期服务成本的摊销额

前期服务成本是指企业对实施养老金计划以前的年度追加养老金福利而产生的成本以及对养老金方案修订而增加的成本。

前期服务成本的摊销有两种方法:(1)服务年数总和法。(2)直线法。

(五) 养老金损益的摊销额

养老金损益是指因实际情况与精算假设不同或修正精算假设而产生的精算损益。养老金损益包括预计养老金负债损益与养老金资产损益。

由于养老金会计“递延确认”的基本特征,养老金损益对养老金成本的影响并没有在其发生当期直接确认,而是在以后的期间内进行系统摊销。摊销方法有两种:(1)直线法。本期摊销数=期初未确认的养老金损益÷平均剩余服务年限。(2)区间摊销法。

七、养老金会计处理

- (一) 养老金成本的确认
- (二) 最低养老金负债的确认
- (三) 调节表的编制
- (四) 养老金计划的披露

复习思考题

1. 按照养老金利益的确定方式分类, 养老金可分为哪两种类型? 既定受益养老金会计处理复杂性的根源是什么?
2. 有关养老金的性质, 存在哪两种主要观点? 现行养老金会计核算是建立在什么观点之上的?
3. 养老金会计的基本特征是什么? 试谈一谈你对这些特征的理解?
4. 养老金债务包括哪三种? 这三种养老金债务的区别是什么? 你认为哪一种养老金债务更能反映企业在未来的给付义务?
5. 什么是基金资产的市场相关价值? 如何计量市场相关价值?
6. 养老金成本包括哪几个组成部分? 结合养老金会计的基本特征, 谈一谈你对这些部分的理解?
7. 分摊服务成本的精算估计方法有哪两种? 现行养老金会计采用的是哪一种? 为什么?
8. 为什么养老金损益不在当期确认, 而是递延到后期进行摊销? 养老金损益的摊销方法在哪两种? 在区间摊销法下, 设置摊销区间的目的是什么?
9. 什么是最低养老金负债? 确定最低养老金负债的目的是什么?
10. 在养老金会计中需要编制调节表, 以验证企业报表上的金额是否一养老金计划的缴存情况相符, 调节表依据的公式是什么? 该公式如何推导?

拓展阅读书目

1. 国际会计准则委员会:《国际会计准则 2000》(中译本) 中国财政经济出版社, 2000 年版。
2. 美国财务会计准则委员会:《美国财务会计准则》(中译本), 经济科学出版社, 2002 年版。

第三章 公司清算与改组

学习目的与要求

本章主要讲授公司清算与改组及其会计处理。通过了解一般解散清算、破产清算的概念及其各有的特点，掌握一般解散清算和破产清算的基本程序；了解准则改组及法律改组性质，把握二者的主要区别；理解有关破产、改组与债务重组的关系。

学时分配：4 学时

第一节 公司清算及其会计处理

一、公司解散与清算

依照清算的原因不同，清算可以分为破产清算和一般解散清算。

破产清算是指公司不能清偿到期债务，被依法宣布破产而进行的清算。破产清算有以下特点：（1）债务人丧失偿债能力，无法清偿到期债务；（2）破产可以人为强制性破产和自动申请破产（“自破产”）；（3）破产的宗旨是为保护全体债权人合法权益，使破产公司的资产在清偿债权人权益时保持公平；（4）破产公司的债务清偿是以其现有全部资产作为偿债基础，一次性偿还债务；（5）破产是一种特定的法律程序。

一般解散清算是指破产以外的其他原因，如章程规定的营业期限届满、股东大会决议解散、公司合并和分离等所导致的公司解散清算。

二、一般解散清算的基本程序及共会计处理

（一）一般解散清算的基本程序

1. 成立清算组
2. 登记债权
3. 清理公司财务、制定清算方案
4. 执行清算方案
5. 办理公司解散的法律手续

（二）清算会计的主要特点

1. 会计上的“持续经营假设”不再适用，取而代之的是“清偿假设”
2. 清算的会计期间是指自清算机构接管公司开始，到公司依法清算完毕并向有关机构注销注册登记结束为止。
3. 由于“持续经营假设”不再适用，因此，建立在该假设基础上的递延费用已没有任何意义，需要在清算过程中全额冲销。
4. 因采用“清算假设”，因此对资产、负债等计价不再适用历史成本，而应采用可变现净值或公允价值。
5. 清算期间应编制相关报表。

6. 如果清算期间存在收益，仍然需要依法缴纳所得税。

（三）一般解散清算的会计处理

清算过程中应设置“清算损益”账户，该账户用以核算财务物资的变卖、债权收回、债务清偿所发生的利得或损失，以及支付清算组成员的酬劳、聘请注册会计师、律师的费用及其他一切清理费用。该账户借方余额表示清算损失，贷方余额为清算收益，该账户余额在清算结束后转入“留存收益”账户。

7. 分配剩余财产

三、破产清算的基本程序及会计处理

（一）破产清算的基本程序

与一般解散清算程序相比，破产清算需要更为严格的法律程序。总的来说需要经过以下几个程序：

1. 申请破产
2. 法院受理破产申请
3. 成立清算组
4. 召开债权人大会
5. 确认破产财务与破产债权并制定清算方案

（二）破产解散清算的会计处理

破产清算开始后，清算组应以公司财产的可变现净值为基础，编制“

财务状况估算表”，并设置“财产亏损”账户，以核算清算过程中发生的各种损失和收益。清算结束时，还应编制现金及银行存款收支表、清算损益表和债务清偿表等报表。

第二节 公司改组及其会计处理

公司改组包括公司在正常情况下的改组以及陷入财务困境下的改组，本节讨论的是企业陷入困境下的改组。由于我国尚无专门会计规范，因此将以美国的做法为例进行阐述。

一、准改组及其会计处理

准改组是指不必经过法院宣告解散而正式进行改组，仅由公司内部自己调整资产与资本的会计基础，公司对外的权利义务关系一概不受影响。

准改组的方式主要包括：变卖多余不合理财产，降低资产价值，减资补亏，使留存收益降至零等，这些方式的最终目的是使累计亏损消失。

对准改组的会计处理原则是：如果以原始成本为基础的资产账面价值出现严重不符合实际的高估现象，应先将其公允价值进行调整，调低的数额减少留存收益，但不得调高资产价值；对所有者权益进行重新计价，即将账面上为负数的留存收益调整为零。其调整顺序是：先用资本公积弥补，若仍不足时，用减少股本的方式弥补直至为零。

二、法律改组及其会计处理

（一）法律改组的基本程序和具体方式

法律改组是指公司通过一定的法律程序改变公司的资本结构，合理解决其所欠债权人的债务，以便使公司摆脱所面临的财务困境并继续经营。

法律改组的程序包括：

1. 申请公司改组
2. 组成债权人委员会
3. 改组企业受人的择定
4. 制定改组计划
5. 实施改组计划

公司改组的具体方式包括：

1. 让与非现金资产抵偿负债
2. 发行权益性证券抵偿负债
3. 修改债务条件

（二）改组、破产与债务重组

（三）法律改组的会计处理

以非现金资产抵偿负债的，应把非现金资产的公允价值与所抵偿债务账面净值的差额确认为公司重组收益，如果金额较大，则在公司的当期收益表中列作“非常项目”。

以发行权益性证券抵偿负债的，应以现行市价对权益性证券进行计价，权益性证券的现行市价与负债账面净值的差额记做重组收益。

以修改债务条件进行重组时，如果债务人在未来支付的现金总额大于重组时负债的账面净值，公司不对其负债的账面净值做任何会计处理，但要计算公司改组后负债的实际利率，并在嗣后期间内调整负债的账面价值；如果未来支付的现金总额低于负债的账面净值，则公司可在重组时确认收益。

复习思考题：

1. 什么是一般解散清算？什么是破产清算？二者各有什么特点？
2. 清算会计的基本特征是什么？
3. 请简述一般解散清算和破产清算的基本程序。
4. 什么是准则改组？什么是法律改组？二者的主要区别是什么？
5. 请谈一谈破产、改组与债务重组之间的关系。

拓展阅读书目：

1. 中华人民共和国主席令第四十二号，中华人民共和国公司法，2005年10月27日
2. 中华人民共和国主席令第五十四号，中华人民共和国破产法，2006年8月27日发布

第二篇 物价变动会计

现实经济中的物价变动严重挑战了财务会计的一个重要的基本假设——币值不变假设。于是物价变动会计（也称通货膨胀会计）成了 20 世纪 70 年代的热门课题。

物价变动会计是指利用物价变动的资料，或者通过改进计量单位，或者通过改进计量基础，或者兼而有之，对传统会计报表上的数据进行修正和调整，以期在财务报告中反映物价变动对企业经营成果和财务状况的影响的会计程序和方法。

第四章 物价变动会计模式

学习目的与要求

本章主要阐述物价变动会计的理论基础以及物价变动会计的基本模式。学习本章了解物价变动会计对传统的会计模式产生的影响及现金资本保持观念对会计处理的影响；了解不变币值会计、现行成本会计和现行成本/不变币值会计基本程序各包含哪些步骤；区分现行成本会计与不变币值会计；能够客观评价三种物价变动会计模式。

学时分配：4

第一节 物价变动会计概述

一、物价变动

物价是指商品或者服务在市场上进行交换的价格，物价变动就是商品或者服务在市场上的价格不同于从前的时日。

物价变动分为三种类型：

1. 一般物价水平变动
2. 个别物价变动
3. 相对物价变动

二、物价变动对会计的影响

传统的财务会计模式是以历史成本为计价基础的，因此，物价变动就导致了两个问题。首先，由于价格已经发生变化，财务报表上列示的历史成本数据就变得不具有相关性了；其次，不同时点的货币具有不同的购买力，然而，财务报表上的数据却是不同时点的、具有不同购买力的货币金额的加总额没有任何意义。

三、物价变动会计理论基础——资本保持理论

（一）资本保持概念

资本保持是指企业在分派资本回报和进行资本返还时，不可以超过其所定义的资本。对资本的定义的两种：财务资本和实物资本。财务资本为业主在投资时所投入资产的货币或者货币购买力；

实物资本为企业的生产能力，或称营运能力。

与资本定义相联系的是财务资本保持概念和实物资本保持概念。财务资本保持概念是指企业所力求保全的是财务资本。实务资本保持概念是指企业力求保全的是企业的生产能力。

（二）资本保持概念对会计处理的影响

实物资本保持概念要求采用现行成本计量基础，但对计量单位则没有要求；财务资本保持概念对业主投入的财务资本的保持，因此，对计价基础没有特别要求。

四、物价变动会计模式

不变币值会计模式主要着眼于改进会计计量单位，以不变币值代替名义货币单位，但不改变传统的历史成本计量基础。

现行成本会计模式关注的是改革会计计量基础，以现行成本代替历史成本作为会计计量基础，但计量单位则仍然采用名义货币。

现行成本/不变币值会计模式是对不变币值模式和现行成本模式的综合，对会计计量进行全面改革。

第二节 不变币值会计

一、不变币值会计的基本原理

不变币值会计的基本原则是会计计量仍然采用历史成本为主要的计价基础，但计量单位应由价值不稳定的货币单位转换为价值稳定的货币单位。

应用不变币值会计模式应解决两个问题：一是如何计算转换因子，二是应采用何时的购买力作为不变币值财务报表的不变币值货币。

二、不变币值会计的基本程序

实行不变币值会计主要有四个步骤：

- （一）划分货币性项目与非货币性项目
- （二）将历史货币单位换算为不变币值货币单位
- （三）计算货币性项目净额上的购买力损益
- （四）重编不变币值财务报表

三、对不变币值会计的评价

- （一）不变币值会计的优点
- （二）不变币值会计的缺点

第三节 现行成本会计

一、现行成本的定义

体现资产现行价值的计价基础可以是可实现净值、重置成本、使用价值等。因此，如何定义现行成本就存在分歧。

比较流行的现行成本定义有两种：重置成本和剥夺价值。

重置成本是在当前市场条件下，企业按现行市场价格重置与其现有资产相同或相似的资产所需要支付的现金或现金等价物。

剥夺价值是指一项资产的价值是当企业业主被剥夺了该资产时，他为了获得补偿而需要收到的现金总额。

二、现行成本会计的基本原理

现行成本会计的基本原则是以现行成本代替历史成本作为财务报表的计量基础，以传统的名义货币为计量单位。

实行现行成本会计主要应解决两个问题，一是合理估计各项资产、负债的现行成本，以便对报表项目进行重新计量，二是计算并报告现行成本变动额。

三、编制现行成本基础的财务报表的基本程序

按照现行成本编制财务报表的程序包括三个步骤：

（一）按现行成本调整财务报表数据

1. 将历史成本基础的资产负债表调整为按现行成本计价
2. 将历史成本基础的损益表和留存收益表项目调整为现行成本基础

（二）确定现行成本变动额（持有损益）

（三）编制现行成本财务报表

四、现行成本会计综评

（一）现行成本会计的优点

（二）现行成本会计的缺点

第四节 现行成本/不变币值会计

一、现行成本/不变币值会计的原理与例解

现行成本/不变币值会计的原理是在现行成本的基础上，按不变币值单位对现行财务报表进行重述。现行成本/不变币值财务报表对现行成本财务报表的改进。

编制现行成本/不变币值财务报表的程序主要包含五个步骤：

（一）编制现行成本/名义货币财务报表

（二）将现行成本/名义货币财务报表项目调整为按不变币值货币单位表述

（三）确定货币性项目净额上的购买力损益

（四）确定剔除了一般物价水平变动影响的现行成本变动额

（五）编制现行成本/不变币值财务报表

二、现行成本/不变币值会计评述

（一）现行成本/不变币值会计的优点

（二）现行成本/不变币值会计的缺点

复习思考题：

1. 物价变动会计对传统的会计模式产生什么影响？
2. 请说明现金资本保持观念对会计处理的影响？
3. 什么是不变币值会计？什么是购买力？
4. 请分别说明不变币值会计、现行成本会计和现行成本/不变币值会计基本程序各包含哪些步骤？
5. 什么是现行成本会计？它与不变币值会计有什么区别？
6. 在现行成本/不变币值模式下，现行成本经营收益和现行成本净收益给财务报表使用者提供了什么信息？
7. 评价三种物价变动会计模式。

拓展阅读书目：

1. 常勋：《高级财务会计》，辽宁人民出版社，2002 年版
2. 葛家澍，林志军：《现代西方会计理论》，厦门大学出版社，2001 年版

第五章 国际领域内的物价变动会计类型

学习目的与要求

本章主要阐述物价变动会计在一些国家的具体应用。学习本章要了解美国、英国、巴西、和国际会计准则委员会对提示物价变动影响的要求。

学时分配：4

第一节 美国的物价变动会计类型

一、物价变动影响补充信息的计量和披露

第 89 号准则要求披露的信息主要有两类：

- （一）最近 5 年应披露的财财务信息汇总
- （二）去年附加信息披露
- （三）对计量的几点说明

二、以现行成本/不变购买力为基础，对物价变动影响部分进行重新表述的程序

- （一）分析年初、年末存货和销售成本，确定成本的发生时间
- （二）将存货和销售成本折算为现行成本
- （三）分析不动产、厂房及设备，确定相关资产取得时间
- （四）将不动产、厂房及设备折旧、折耗和分摊费用折算为现行成本
- （五）确定期初、期末货币性项目的金额及变动额
- （六）计算货币性项目净额的一般购买力利得或损失
- （七）计算存货、不动产、厂房及设备现行成本的变动和一般物价水平上涨的相关影响

第二节 英国的物价变动会计类型

一、英国物价变动会计的历史演进

- （一）1971 年—1974 年期间
- （二）1975 年—1978 年期间
- （三）1979 年—1988 年期间
- （四）1988 年以后

二、第 16 号标准会计惯例准则

1980 年 3 月，英国会计准则委员会（ASC）颁布了第 16 号标准会计惯例准则——《现行成本会计》，主要规定如下：

- （一）适用对象

(二) 披露的形式

(三) 四项调整

三、美国和英国的物价变动会计的简要比较

美国和英国的物价变动会计是发展得比较完美的物价变动会计体系，比较美国的第 89 号财务会计准则和英国的第 16 号标准会计惯例，可以发现它们的部体思路是有很大的区别的，具体来说有以下几点：

(一) 美国的第 89 号财务会计准则将调整的重点放在损益表上，英国的第 16 号标准会计惯例则同时对损益表和资产负债表进行调整。

(二) 虽然两者都认为要同时确定非货币性资产的持有损益和货币性项目净额上的购买力损益，并且进入当期损益，才能全面反映物价变动对会计的影响，但是在具体怎么确认的问题上，两者的观点是不同的。

(三) 美国现行会计准则实质上采用的是现行成本/不变币值计量模式，但是它只是要求进行部分重新表述，作为补充资料予以披露，而英国则明显对现行成本会计十分推崇，在三种选择的披露形式中，都要求根据现行成本编制报表。

第三节 巴西物价变动会计

早在 1964 年，巴西就建立了一套全面的物价变动会计体系，以应对通货膨胀的恶劣影响。

之后，巴西的会计准则曾试图在企业的财务报表和纳税申报表中都计算考虑通货膨胀的影响。1976 年 12 月 15 日，巴西发布了新的《公司法》，从 1978 年 1 月 1 日起的财政年度开始生效执行。新的《公司法》要求所有的巴西公司采用巴西政府国库债券指数作为消除物价变动影响的指数，对永久性资产和业主权益项目按照一般物价水平变动进行调整，根据建议的物价变动会计格式编制其主要的财务报表。

巴西新的《公司法》中有关物价变动会计的主要内容：

(一) 物价变动会计的相关法规

(二) 物价变动会计的模式

(三) 物价变动会计的总体思路

(四) 会计处理的几点说明

(五) 资产负债表和收益表的举例

第四节 国际会计准则委员会的物价变动会计类型

国际会计准则委员会成立于 1973 年，它成立之初的目的是协调各国会计准则，因此它研究物价变动会计的时间比较晚。国际会计准则委员会对物价变动会计的最初反应是在 1977 年公布的第 6 号国际会计准则——《会计对物价变动的反应》，其中存在许多不确定性也比较简单，只是为了符合第 1 号国际会计准则——《会计政策的披露》的要求，而规定企业应当在财务报表中披露反映特定物价水平变动，一般物价水平变动或者两者变动对财务报表影响的信息。

1981 年 11 月颁布了一份比第 6 号更具权威性的物价变动会计准则，即第 15 号国际会计准则

——《反映物价变动影响的信息》，同时取消了第6号国际会计准则。它的定位仍然是协调各国准则，它对一般购买力会计和现行成本都分别进行了论述，唯独没有表明自己的立场。

第15号准则提到了确定收益的两种基本方法：（1）在保持企业股东权益的一般购买力前提下确定收益，即符合财务资本保持观；（2）在保持企业一定经营能力的前提下确定收益，即符合实体资本保持观。

根据15号国际会计准则的规定，那些在收入、利润、资产或职工人数方面工其所经营的环境中具有显著水平的公司，应当选用一般购买力会计或者现行成本会计，提供下列信息：

- （1）对不动产、厂房及设备等固定资产折旧的调整额或者是调整后的金额；
- （2）对销售成本的调整额或者是调整后的金额；
- （3）根据采用的会计方法确定企业收益时，应把关于货币性项目、借入款项的影响或对股东权益所作的调整计算在内；
- （4）由于（1）、（2）两项，如果可以的话，包括（3）项调整以及根据已经采用的会计方法报告的、反映物价变动影响的任何其他项目的调整对企业经营成果的全面影响；
- （5）当采用现行成本会计时，必须披露不动产、厂房及设备等固定资产和存货的现行成本以及所采用的方法；
- （6）企业应当说明计算上述（1）和（2）两项所包括的信息的方法，包括所采用指数的性质；
- （7）除非这些信息已经列示在主要财务报表中，上述这些信息应该在补充资料中提供。

从中可以看出，第15号国际会计准则要求企业至少应当披露物价变动对折旧费、销售成本、财务费用和收益的影响。

1989年，国际会计准则委员会发布了另一个与物价变动会计有关的准则，即第29号国际会计准则——《恶性通货膨胀经济中的财务报告》。基本内容与15号准则没有实质性变更。该准则要求而不是建议，对主要报表信息重新列报。特别是以恶性通货膨胀国家货币为计量单位编制的企业财务报表，都应该以资产负债表日的不变购买力为单位重新表述。现金流量表中的所有项目按照资产负债表日的计量单位表述。除此之外还应当披露以下信息：

- （1）由于计算单位一般购买力变动而重新编制的财务报告已经完成；
- （2）主要财务报表是以历史成本还是以现行成本编制；
- （3）资产负债表日物价指数的特征和水平，本期和前期物价指数的变动情况
- （4）当期净货币性项目利得用损失

复习思考题：

1. 物价变动会计的主要目的是保证公司能够保持它的经营能力。你对这句话怎么看？
2. 论述美国的物价变动会计的特点是什么？试分析这种发展路径背后的原因。
3. 英国的物价变动会计的特点是什么？谈谈它的处理思路。
4. 试对美国、英国、巴西以及国际会计准则委员会的物价变动会计作出比较，并分析存在差异的原因。
5. 你认为现在世界各国通货膨胀现状如何？你认为对物价变动会计研究有无必要？

拓展阅读书目：

1. 常勋著：《财务会计四大难题》，立信会计出版社，2002 年版
2. 常勋：《高级财务会计》，辽宁人民出版社，2002 年版
3. 葛家澍，林志军：《现代西方会计理论》，厦门大学出版社，2001 年版
4. 克里斯托弗·诺比斯、罗伯特·帕克著，潘琰主译：《比较国际会计》，东北财经大学出版社，2002 年版

第三篇 外币交易会计及外币报表折算

全球经济一体化和金融市场国际化带来了跨国经济行动的繁荣。对于从事跨国活动的企业来说，外汇风险管理政策的重要性日益突显。

如何对汇率风险进行恰当的会计反映是一个绝对不可忽略会计问题。

对汇率风险的会计反映主要是指外币折算。外币折算涉及两个领域：对外币交易及外币余额的折算和对外币报表的折算。

第六章 外币交易会计

学习目的与要求

本章着重讲解了记账本位币的确定、外币交易的会计处理和外币财务报表的折算问题。

学习本章要了解功能货币和记账本位币；了解外币交易及其类型；把握即期汇率、远期汇率、历史汇率和平均汇率的内涵；正确区分外币折算和外币兑换；了解外币交易折算应披露的信息。

学时分配：3 学时

第一节 外币交易会计的相关概念

一、功能货币和记账本位币

记账本位币是指企业经营所处的主要经济环境中的货币。通常这一货币是企业主要收、支现金的经济环境中的货币。

需要说明的是，我国会计上所称的记账本位币，与国际财务报告准则中的功能货币，虽然名称不同，但实质内容是一致的。

根据企业会计准则第 19 号第五条规定，对于一个单独存在的企业，在确定企业记账本位币时，应当考虑下列因素：

一是该货币主要影响商品和劳务销售价格，通常以该货币进行商品和劳务销售价格的计价和结算。

二是该货币主要影响商品和劳务所需人工、材料和其他费用，通常以该货币进行上述费用的计价和结算。

三是融资活动获得的资金以及保存从经营活动中收取款项时所使用的货币。

需要说明的是，在确定企业的记账本位币时，上述因素的重要程度因企业具体情况不同而不同，需要企业管理层根据实际情况进行判断，

二、汇率

汇率是将一国货币兑换为另一国货币的比率。

（一）浮动汇率制和固定汇率制

固定汇率制是指不同货币间的比值是固定的。

浮动汇率制是指各国的汇率波动由外汇市场中的外汇供求状况所决定，各国的中央银行不承担维持汇率波动上下限的义务。目前各国所实行的是“有管理的浮动汇率制”，国际货币基金组织根据汇率浮动程度，将各国的汇率浮动制度区分为：

1. 钉住型浮动汇率制
2. 有弹性型浮动汇率制
3. 高度弹性型浮动汇率制

（二）直接标价和间接标价

直接标价法用若干数量的本币表示一定单位的外币。

间接标价法是用若干数量的外币表示一定单位的本币

（三）买入汇率、卖出汇率、中间汇率

外汇的买卖使用的是外汇指定银行的挂牌汇率。外汇指定银行将汇率表述为买入汇率和卖出汇率。买入汇率和卖出汇率之间的差额代表外汇指定银行经营外汇买卖的利润。

（四）即期汇率和远期汇率

外汇汇率分为即期汇率和远期汇率。即期汇率是指在两个营业日内进行交割的货币兑换的汇率，远期汇率是指在未来时日进行外币兑换的汇率。

（五）外币折算汇率

企业选定的用于反映企业经营业绩和财务状况的货币即为记账本位币，记账本位币以外的货币称为外币，以外币计价或者结算的交易称为外币交易，以外币反映的财务报表称为外币财务报表，将外币交易或外币财务报表折算为记账本位币反映的过程即为外币折算。

外币折算面临两方面的汇率抉择：

- （1）就一个特定时日的汇率而言，应选择买入汇率、卖出汇率或中间汇率；
- （2）就外币金额的折算而言，应选择哪个时日的汇率。

第二节 外币交易的会计处理（企业会计准则第 19 号）

外币折算准则规范的外币交易包括：

- （1）外币兑换
- （2）买入或者卖出以外币计价的商品或者劳务；
- （3）借入或者借出外币资金；
- （4）其他以外币计价或者结算的交易。

买入或者卖出以外币计价的商品或者劳务，通常情况下指以外币买卖商品，或者以外币结算劳务合同。

借入或者借出外币资金，指企业向银行或非银行金融机构借入以记账本位币以外的货币表示的资金，或者银行或非银行金融机构向人民银行、其他银行或非银行金融机构借贷以记账本位币以外的货币表示的资金，以及发行以外币计价或结算的债券等。

其他以外币计价或者结算的交易，指以记账本位币以外的货币计价或结算的其他交易。例如，接受外币现金捐赠等。

外币交易折算的会计处理主要涉及两个环节，一是在交易日对外币交易进行初始确认，将外币金额折算为记账本位币金额；二是在资产负债表日对相关项目进行折算，因汇率变动产生的差额记入当期损益。

一、折算汇率

外币折算准则规定了两种折算汇率，即：即期汇率和即期汇率的近似汇率。

（一）即期汇率

汇率指两种货币相兑换的比率，是一种货币单位用另一种货币单位所表示的价格。根据表示方式的不同，汇率可以分为直接汇率和间接汇率。

无论买入价还是卖出价，均是立即交付的结算价格，也就是即期汇率，即期汇率是相对于远期汇率而言的，远期汇率是在未来某一日交付时的结算价格。即期汇率一般指当日中国人民银行公布的人民币汇率的中间价。

（二）即期汇率的近似汇率

当汇率变动不大时，为简化核算，企业在外币交易日或对外币报表的某些项目进行折算时也可以选择即期汇率的近似汇率折算。即期汇率的近似汇率是“按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率”，通常是指当期平均汇率或加权平均汇率等

二、交易日的会计处理

企业发生外币交易的，应当在初始确认时采用交易日的即期汇率或即期汇率的近似汇率将外币金额折算为记账本位币金额。

三、会计期末或结算日对外币交易余额的会计处理

资产负债表日，企业应当分别外币货币性项目和外币非货币性项目进行处理。

（一）货币性项目的处理

货币性项目是企业持有的货币和将以固定或可确定金额的货币收取的资产或者偿付的负债。

对于外币货币性项目，资产负债表日或结算日，因汇率波动而产生的汇兑差额作为财务费用处理，同时调增或调减外币货币性项目的记账本位币金额。汇兑差额指的是对同样数量的外币金额采用不同的汇率折算为记账本位币金额所产生的差额。

（二）非货币性项目的处理

非货币性项目是货币性项目以外的项目。

1. 对于以历史成本计量的外币非货币性项目，已在交易发生日按当日即期汇率折算，资产负债表日不应改变其原记账本位币金额，不产生汇兑差额。

但是，由于存货在资产负债表日采用成本与可变现净值孰低计量，因此，在以外币购入存货并且该存货在资产负债表日的可变现净值以外币反映的情况下，在计提存货跌价准备时应当考虑汇率变动的影响。

2. 对于以公允价值计量的股票、基金等非货币性项目，如果期末的公允价值以外币反映，则应当先将该外币按照公允价值确定当日的即期汇率折算为记账本位币金额，再与原记账本位币金额进行比较，其差额作为公允价值变动损益，计入当期损益。如属于可供出售外币非货币性项目的，

形成的汇兑差额，计入资本公积。

（三）货币兑换的折算

企业发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，应当以交易实际采用的汇率，即银行买入价或卖出价折算。由于汇率变动产生的折算差额计入当期损益。

四、分账制记账方法

分账制记账方法是一种外币交易的账务处理方法，我国的许多金融类企业均采用分账制记账方法。分账制记账方法下，为保持不同币种借贷方金额合计相等，需要设置“货币兑换”科目进行核算。实务中又可采取两种方法核算：

（一）所有外币交易均通过“货币兑换”科目处理

在这种方法下，会计处理包括以下内容：

1. 企业发生的外币交易同时涉及货币性项目和非货币性项目的，按相同外币金额同时记入货币性项目和“货币兑换（外币）”科目，同时，按以交易发生日即期汇率折算为记账本位币的金额，记入非货币性项目和“货币兑换（记账本位币）”科目。

2. 企业发生的交易仅涉及记账本位币外的一种货币反映的货币性项目的，按相同币种金额入账，不需要通过“货币兑换”科目核算；如果涉及两种以上货币，按相同币种金额记入相应货币性项目和“货币兑换（外币）”科目。

3. 期末，应将所有以记账本位币以外的货币反映的“货币兑换”科目余额按期末汇率折算为记账本位币金额，并与“货币兑换（记账本位币）”科目余额相比较，其差额转入“汇兑损益”科目：如为借方差额，借记“汇兑损益”科目，贷记“货币兑换（记账本位币）”科目；如为贷方差额，借记“货币兑换（记账本位币）”科目，贷记“汇兑损益”科目。

4. 结算外币货币性项目产生的汇兑差额计入“汇兑损益”。

（二）外币交易的日常核算不通过“货币兑换”科目，仅在资产负债表日结转汇兑损益时通过“货币兑换”科目处理

在外币交易发生时直接以发生的币种进行账务处理，期末，由于所有账户均需要折算为记账本位币列报，因此，所有以外币反映的账户余额均需要折算为记账本位币余额，其中，货币性项目以资产负债表日即期汇率折算，非货币性项目以交易日即期汇率折算。折算后，所有账户借方余额之和与所有账户贷方余额之和的差额即为当期汇兑差额，应当计入当期损益。

第三节 外币交易会计处理例解

一、外币兑换业务

二、外币进出口业务会计处理

三、外币借款业务的会计处理

四、接受外币资本投资的会计处理

五、外币交易会计的特殊问题

（一）按公允价值计价的非货币性项目的外币折算问题

（二）对外币计价的资产计提减值准备

(三) 折算汇率套算

(四) 汇率差额资本化

六、应披露的与外币交易有关的信息

关于外币交易折算，企业应当披露如下信息：

1. 对交易发生日的即期汇率的定义，如交易日中国人民银行公布的市场汇率中间价。如果彩与交易日即期汇率近似的汇率，应当披露确定近似汇率的方法。
2. 包括在当期净损益中的汇兑差额。
3. 直接计入所有者权益的汇兑差额。

复习思考题：

1. 什么是功能货币和记账本位币？
2. 什么是外币交易？外币交易有哪几种类型？
3. 请解释即期汇率、远期汇率、历史汇率和平均汇率？
4. 什么是外币折算？外币折算和外币兑换一样吗？
5. 关于外币交易折算应披露什么信息？

拓展阅读书目：

1. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则第 19 号——外币折算》，经济科学出版社
2. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则——应用指南 2006》，中国财政经济出版社
3. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则讲解 2008》，人民出版社，2008 年版

第七章 外币报表的折算

学习目的与要求

本章主要阐述外币报表折算的概念问题和具体的折算方法。通过本章学习，了解外币报表折算方法的演进过程，掌握现行的外币报表折算方法，了解与合并境外子公司外币报表有关的问题。

学时：3 小时

第一节 外币报表折算方法的历史演进

一、流动与非流动项目法

美国执业会计师协会的会计程序委员会在 1939 年发布的《第 4 号会计研究公报——境外经营活动与外汇》中推荐了这种方法。

对流动性与非流动性项目法主要批评是这种方法过于关注资产负债表的分类，而流动性项目和非流动性项目的分类度不能说明为什么所选择的折算汇率是合理的。

美国的第 4 号会计研究公报在 1953 年又作为第 43 号会计研究公报《对第 1 至 42 号会计研究公报的重述和修订》的第 12 章被重述，在重述时流动性与非流动性项目法的缺陷得到了一定的修正。

围绕流动性与非流动性项目法的另一个争论是关于折算损益的报告问题。

二、货币性与非货币性项目法

这种方法最早由美国的 S.R.赫普华斯教授提出，后由美国会计原则委员会在第 6 号 APB 意见书中正式推荐采用。

对货币性与非货币性项目法的批评是，在这种方法下，非货币性资产和负债都要按历史汇率折算，而不管该非货币性项目在外币报表里的计价基础。

三、时态法

时态法是对货币性与非货币性项目法反思的结果，它被称为是从会计计量概念推导出来的外币折算的全面原则。最早提出时态法的是美国会计学家 L·洛伦森，后来，美国的财务会计准则委员会在《财务会计准则第 8 号——外币交易会计和外币财务报表折算》里正式规定采用这种方法。

时态法是对货币性与非货币性项目法的进一步完善。

但是，1978 年美国财务会计准则委员会曾要求公众评论它的准则，结果收到超过 200 封的评论信，其中 90%是关于第 8 号准则的，除 2 封赞扬信外，其余的都是批评信。

四、现行汇率法

在美国流行时态法时，英国流行的现行汇率法。现行汇率法的前提假设将汇率风险敞口的范围从货币性项目净额扩大到整个净资产，正好迎合了时态法的反对者的观点。

五、功能货币法

功能货币法是从境外经营的经济实质的角度来思考外币折算问题。

功能货币法的基础理念是：外币报表折算方法应能够反映境外经营实质，因引，必须为企业确定一个能够反映其主要经营环境的功能货币，面后再根据其记账货币是否是功能货币来确定折算方法。功能货币法的程序，简单归纳起来：

1. 确定境外经营的功能货币
2. 如果境外经营的财务报表不是按其功能货币编制的，那么首先必须将境外经营的财务报表折算为其功能货币；
3. 如果境外经营的财务报表是按其功能货币编制的，但其功能货币与母公司或者投资公司的列报货币不同，就应当将境外经营的财务报表折算为母公司或者投资公司的列报货币。

第二节 现行货币报表折算方法

一、功能货币与列报货币

1. 功能货币

功能货币是指企业经营所外的主要经济环境中的货币，通常这种货币应该是该主体收支现金所主要采用的那种货币。

当一个主体要确定其功能货币时，应当考虑有关因素。

2. 列报货币

列报货币是第 21 号国际会计准则里提出的概念，指企业列报财务报表时所采用的货币。我国的《外币折算》准则第四条：“业务收支以人民币以外的货为主的企业，可以……选定其中一种货币作为记账本位币。但编报的财务报表应当折算为人民币。”

列报货币与功能货币是不同的概念。

二、外币报表折算——从非功能货币到功能货币

企业在两种情况下需要将非功能货币财务报表折算这功能货币财务报表：一是境外经营采用非功能货币进行会计记录、编制财务报表，导致企业在编制合并报表或采用权益法核算投资时，必须将其折算为境外经营的功能货币；二是独立的企业或者拥有境外经营的企业采用非功能货币进行会计记录、编制财务报表，最后又出于某种需要必须将其折算为功能货币。

在将非功能货币报表折算到功能货币财务报表时，所采用的折算方法为时态法。

时态法的折算程序如下：

- (1) 货币性资产和货币性负债应按资产负债表日的即期汇率折算
- (2) 非货币性资产按资产取得时日的历史汇率折算，如果该资产按公允价值计价的，则使用评估日的即期汇率折算。
- (3) 除了可以特别辨明购买日期的项目如销货成本和折旧费用等外，收入和费用项目应按加权平均汇率折算。
- (4) 折旧费用按资产购置日的历史汇率折算，销货成本通过如下公式计算：销售成本=期初存

货+当期购货-期末存货，计算公式里的各项目按适用汇率折算。

(5) 权益账户的折算方法如下：

①实收资本和资本公积的余额按历史汇率折算；

②盈余公积的折算额为以下两个金额的加总额：上期资产负债表的盈余公积期末余额折算额；本期提取额按平均汇率折算后的金额；

③未分配利润的期初余额为上期资产负债表的未分配利润期末余额折算额；

④未分配利润的期末余额根据“资产=负债+所有者权益”的平衡原理倒轧计算。

(6) 折算差额应与企业折算其外币交易所产生的汇兑差额作相似的处理，即确认为汇兑差额，计入当期损益。

三、外币报表折算——从功能货币到列报货币

企业在两种情况下需要将按功能货币计量的外币报表折算为到列报货币：一是境外经营的功能货币不同于母公司或者投资公司的列报货币，致使母公司在编制合并报表时，或者投资公司在采用权益法核算对境外经营投资时，必须将境外经营的功能货币报表折算为母公司或投资公司的列报货币报表；二是独立的公司或者拥有境外经营的母公司或者投资公司的列报货币不同于其功能货币，因此必须将自身的功能货币报表折算为列报货币。

在将功能货币报表折算为列报货币时，应采用现行汇率法。现行汇率法的具体折算程序如下：

(1) 所有的资产和负债，无论是货币性的还是非货币性的，都应以期末汇率进行折算

(2) 权益账户中的实收资本、资本公积都应按历史汇率折算：

(3) 盈余公积的折算额为以下两个金额的加总额：上期资产负债表的盈余公积期末余额折算额；本期提取额按平均汇率折算后的金额；

(4) 收益和费用项目应以交易发生日的汇率进行折算，为便于核算，也可以采用接近交易发生日即期汇率的近似汇率，如某期间的平均汇率；

(5) 未分配利润的折算额应分步确定：

①未分配利润的期初余额为上期资产负债表的未分配利润期末余额折算额；

②结转到未分配利润的当期损益的折算与上述第(4)项同，

③减少未分配利润的股利按股利宣布日的即期汇率折算、提取盈余公积按平均汇率折算。

(6) 折算差额应当计入权益，称为外币报表折算差额，直到净投资被处置时才转出。

四、外币报表折算的一些特殊问题

(一) 改变功能货币

(二) 功能货币为恶性通货膨胀经济里的货币的外币报表折算问题

(三) 处置境外经营

五、对功能货币的评述

六、与外币报表折算有关的披露事项

第三节 合并境外经营外币报表

一、合并境外经营外币报表的一些特殊问题：境外经营的功能货币为当地货币

- (一) 收购境外经营时确认的境外经营资产并减值和商誉的折算问题
- (二) 公司间交易
- (三) 实质上构成境外经营净投资的一部分的外币货币性项目的折算差额

二、合并境外经营外币报表的一个例解：境外经营功能货币为当地货币

- (一) 核算对境外子公司投资——在收购日
- (二) 核算对境外子公司投资——收购日后

三、合并境外经营外币报表：境外经营的功能货币为母公司的功能货币

复习思考题：

1. 关于外币报表折算，历史上存在过哪几种方法？这些方法各有什么特点？
2. 时态法和现行汇率法的概念依据是什么？
3. 什么是功能货币？如何确定一个境外经营的功能货币？
4. 什么是功能货币法？为什么它成为当前国际上较流行的外币折算方法？
5. 如果境外经营处于高通货膨胀经济，应如何折算境外经营的财务报表？
6. 企业在什么情况下可以改变功能货币？如果改变功能货币，应当采用什么方法折算原来的报表余额？

拓展阅读书目：

1. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则第 19 号——外币折算》，经济科学出版社
2. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则——应用指南 2006》，中国财政经济出版社
3. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则讲解 2008》，人民出版社，2008 年版

第四篇 金融工具会计

有关金融工具的确认、计量与披露是会计准则制定中最复杂的问题之一。财政部 2006 年发布一系列企业会计准则，其中与金融工具有关的是四个：《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。

本篇将以上述准则为依据，介绍金融工具的确认、计量和披露问题。

第八章 金融工具的确认、计量

学习目的与要求

本章着重讲解了金融工具的确认和计量，具体包括金融资产和金融负债的确认条件、分类、初始计量和后续计量，以及金融资产转移的会计处理等。

学时分配：4 学时

第一节 金融工具概述

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

金融工具可以分为基础金融工具和衍生工具。

一、基础金融工具

基础金融工具包括企业持有的现金、存放于金融机构的款项、普通股，以及代表在未来期间收取或支付金融资产的合同权利或义务等，如应收账款、应付账款、其他应收款、其他应付款、存出保证金、存入保证金、客户贷款、客户存款、债券投资、应付债券等。

二、衍生工具

衍生工具是指金融工具确认和计量准则涉及的、具有下列特征的金融工具或其他合同：

（一）其价值随着特定利率、金融工具价格、金融价格、商品价格、汇率、价格指数、费率指数、信用等级、信用指数或其他类似变量的变动而变动，变量为非金融变量的（比如特定区域的地震损失指数、特定城市的气温指数等），该变量与合同的任一方不存在特定关系。衍生工具的价值变动取决于标的变量的变化。

（二）不要求初始净投资，或与对市场情况变动有类似反应的其他类型合同相比，要求很少的初始净投资。

（三）在未来某一日期结算。

衍生工具在未来某一日期结算，表明衍生工具结算需要经历一段特定期限。远期合同是常见的衍生金融工具。

第二节 金融资产和金融负债的分类

金融资产和金融负债的分类是确认和计量的基础。企业应当结合自身业务特点和风险管理要求，将取得的金融资产或承担的金融负债在初始确认时分为以下几类：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；（2）持有至到期投资；（3）贷款和应收款项；（4）可供出售的金融资产；（5）其他金融负债。上述分类一经确定，不得随意变更。

一、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，可以进一步分为交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

（一）交易性金融资产或金融负债

满足以下条件之一的金融资产或金融负债，应当划分为交易性金融资产或金融负债：

1. 取得该金融资产或承担该金融负债的目的，主要是为了近期内出售、回购或赎回。
2. 属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式对该组合进行管理。
3. 属于衍生工具。衍生工具通常划分为交易性金融资产或金融负债。

（二）直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债

1. 根据金融工具确认和计量准则规定，对于包括一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，如果不是以下两种情况，那么企业可以将其直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债：（1）嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变；（2）类似混合工具所嵌入的衍生工具，明显不应当从相关混合工具中分拆，

2. 除混合工具以外的其他金融资产或金融负债，只有能够产生更相关的会计信息时才能将某项金融资产或金融负债直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

二、持有至到期投资

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且企业有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

（一）到期日固定、回收金额固定或可确定

“到期日固定、回收金额固定或可确定”是指相关合同明确了投资者在确定的期间内获得或应收取现金流量（例如，债券投资利息和本金等）的金额和时间。

（二）有明确意图持有至到期

“有明确意图持有至到期”是指投资者在取得投资时意图就是明确的，除非遇到一些企业所不能控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件，否则将持有至到期。

（三）有能力持有至到期

“有能力持有至到期”是指企业有足够的财务资源，并不受外部因素影响将投资持有至到期。存在下列情况之一的，表明企业没有能力将具有固定期限的金融资产投资持有至到期：

（四）持有至到期投资在到期前处置或重分类的影响

三、贷款和应收款项

贷款和应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。贷款和应收款项泛指一类金融资产，主要是金融企业发放的贷款和其他债权，但不限于金融企业发放的贷款和其他债权。

四、可供出售金融资产

对于公允价值能够可靠计量的金融资产，企业可以将其直接指定为可供出售金融资产。

企业持有上市公司限售股权且对上市公司不具有控制、共同控制或重大影响的，应当按照金融工具确认和计量准则规定，将该限售股权划分为可供出售金融资产，除非满足该准则规定条件划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

五、其他金融负债

其他金融负债是指没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。通常，企业购买商品形成的应付账款、长期借款、商业银行吸收的客户存款等，应划分为此类。

六、金融资产和金融负债的重分类

企业在金融资产和金融负债初始确认时对其进行分类后，不得随意变更。

（一）企业在初始确认时将某金融资产或某金融负债划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债后，不能重分类为其他类金融资产或金融负债；其他类金融资产或金融负债也不能重分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

（二）企业因持有意图或能力的改变，使某项投资不再适合划分为持有至到期投资的，应当将其重分类为可供出售金融资产。

（三）如出售或重分类金融资产的金额较大而受到的“两个完整会计年度”内不能将金融资产划分为持有至到期的限制已解除（即，已过了两个完整的会计年度），企业可以再将符合条件金融资产划分为持有至到期投资。

第三节 金融资产和金融负债的确认

金融资产的确认是指将符合金融资产定义和金融资产确认条件的项目记入和列入资产负债表的过程。金融负债的确认是指将符合金融负债定义和金融负债确认条件的项目记入和列入资产负债表的过程。

一、金融资产和金融负债确认条件

企业成为金融工具合同的一方时，应当确认一项金融资产或金融负债。根据此确认条件，企业应将金融工具确认和计量准则范围内的衍生工具合同形成的权利或义务，确认为金融资产或金融负债。但是，如果衍生工具涉及金融资产转移，且导致该金融资产转移不符合终止确认条件，则不应将其确认，否则会导致衍生工具形成的义务被重复确认。

二、金融资产的终止确认

金融资产终止确认，是指将金融资产从企业的账户和资产负债表内予以转销。

金融工具确认和计量准则规定，收取金融资产现金流量的合同权利终止，或金融资产已经转移，且符合《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》规定的金融资产终止确认条件的，应当终止确认该金融资产。

三、金融负债的终止确认

金融负债终止确认，是指将金融负债从企业的账户和资产负债表内予以转销。

金融工具确认和计量准则规定，金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。

金融负债现时义务的解除可能还会涉及到其他复杂情形，企业应当注重分析交易的法律形式和经济实质。

第四节 金融资产和金融负债的计量

一、金融资产和金融负债的初始计量

企业初始确认金融资产或金融负债时，应当按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，相关交易费用应当直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用应当计入初始确认金额，构成实际利息的组成部分。

交易费用，是指可直接归属于购买、发行或处置金融工具新增的外部费用。新增的外部费用，是指企业不购买、发行或处置金融工具就不会发生的费用，包括支付给代理机构、咨询公司、券商等的手续费和佣金及其他必要支出，不包括债券溢价、折价、融资费用、内部管理成本及其他与交易不直接相关的费用。

企业取得金融资产所支付的价款中包含的已宣告但尚未发放的债券利息或现金股利，应当单独确认为应收项目进行处理。

二、金融资产的后续计量

（一）金融资产后续计量原则

金融资产的后续计量与金融资产的分类密切相关。企业应当按照以下原则对金融资产进行后续计量：

1. 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，应当按照公允价值计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用；
2. 持有至到期投资，应当采用实际利率法，按摊余成本计量；
3. 贷款和应收款项，应当采用实际利率法，按摊余成本计量；
4. 可供出售金融资产，应当按公允价值计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用。

（二）以摊余成本计量的金融资产的会计处理

1. 实际利率法

实际利率法，是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或利息费用的方法。

(1) 实际利率，是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

(2) 企业在初始确认以摊余成本计量的金融资产或金融负债时，就应当计算确定实际利率，并在相关金融资产或金融负债预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

2. 摊余成本

金融资产或金融负债的摊余成本，是指该金融资产或金融负债的初始确认金额经下列调整后的结果：

(1) 扣除已偿还的本金；

(2) 加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额；

(3) 扣除已发生的减值损失（仅适用于金融资产）。

(三) 金融资产相关利得或损失的处理

1. 对于按照公允价值进行后续计量的金融资产，其公允价值变动形成利得或损失，除与套期保值有关外，应当按照下列规定处理：

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产公允价值变动形成的利得或损失，应当计入当期损益。

(2) 可供出售金融资产公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，应当直接计入所有者权益（资本公积），在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。

可供出售外币货币性金融资产形成的汇兑差额，应当计入当期损益。采用实际利率法计算的可供出售金融资产的利息，应当计入当期损益；可供出售权益工具投资的现金股利，应当在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。

2. 以摊余成本计量的金融资产，在发生减值、摊销或终止确认时产生的利得或损失，应当计入当期损益。但是，该金融资产被指定为被套期项目的，相关的利得或损失的处理，适用《企业会计准则第 24 号——套期保值》。

(四) 金融资产之间重分类的处理

根据金融工具确认和计量准则规定将持有至到期投资重分类为可供出售金融资产的，重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入所有者权益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。

三、金融负债的后续计量

(一) 金融负债后续计量原则

企业应当按照以下原则对金融负债后续计量：

1. 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，应当按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用。

2. 不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，应当在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：

(1) 按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额。

(2) 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累计摊销额后的余额。

3. 上述金融负债以外的金融负债，应当按摊余成本后续计量。

(二) 金融负债后续计量的会计处理

1. 对于按照公允价值进行后续计量的金融负债，其公允价值变动形成利得或损失，除与套期保值有关外，应当计入当期损益。

2. 以摊余成本或成本计量的金融负债，在摊销、终止确认时产生的利得或损失，应当计入当期损益。但是，该金融负债被指定为被套期项目的，相关的利得或损失的处理，适用《企业会计准则第 24 号——套期保值》。

四、常规方式买卖金融资产的确认和计量

企业采用常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法律或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。

以常规方式买卖金融资产，应当按交易日会计进行确认和终止确认，交易日是指企业承诺买入或卖出金融资产的日期。交易日会计的处理原则包括：(1) 在交易日确认将于结算日取得的资产及偿付的债务；(2) 在交易日终止确认将于结算日交付的金融资产并确认相关损益，同时确认将于结算日向买方收取的款项。上述交易所形成资产和负债相关的利息，通常应于结算日所有权转移后开始计提并确认。

第五节 金融资产减值

一、金融资产减值损失的确认

企业应当在资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产（含单项金融资产或一组金融资产，下同）的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，应当确认减值损失，计提减值准备。

表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

二、金融资产减值损失的计量

(一) 持有至到期投资、贷款和应收款项减值损失的计量

1. 持有至到期投资、贷款和应收款项以摊余成本后续计量，其发生减值时，应当将该金融资产的账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

以摊余成本计量的金融资产的预计未来现金流量现值，应当按照该金融资产的原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（取得和出售该担保物发生的费用应当予以扣除）。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，可不对其预计未来现金流量进行折现。

2. 对于存在大量性质类似且以摊余成本后续计量金融资产的企业，在考虑金融资产减值测试

时，应当先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试。如有客观证据表明其已发生减值，应当确认减值损失，计入当期损益。

3. 企业对金融资产采用组合方式进行减值测试时，应当注意以下方面：

（1）应当将具有类似信用风险特征的金融资产组合在一起，例如可按资产类型、行业分布、区域分布、担保物类型、逾期状态等进行组合。

（2）对于已包括在某金融资产组合中的某项特定资产，一旦有客观证据表明其发生了减值，则应当将其从该组合中分出来，单独确认减值损失。

（3）在对某金融资产组合的未来现金流量进行预计时，应当以与其具有类似风险特征组合的历史损失率为基础。

4. 在利率风险公允价值套期中被套期项目（如固定利率债券）的账面价值，可能因为利率变化引起的公允价值变动而发生调整。

5. 对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关（如债务人的信用评级已提高等），原确认的减值损失应当予以转回，计入当期损益。

6. 外币金融资产发生减值的，预计未来现金流量现值应先按外币确定，在计量减值时再按资产负债表日即期汇率折成为记账本位币反映的金额。

（二）可供出售金融资产减值损失的计量

1. 可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，原直接计入所有者权益中的因公允价值下降形成的累计损失，应当予以转出，计入当期损益。

2. 对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失应当予以转回，计入当期损益。

3. 可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时，应通过权益转回，不得通过损益转回。

复习思考题：

1. 说明金融资产、金融负债的定义。
2. 简要说明金融资产和金融负债的分类以及各类别的主要特征
3. 金融资产和金融负债的不同分类是否影响到它们的初始计量和后续计量？
4. 金融资产和金融负债在什么情况下可以重分类？在什么情况下不可以重分类？请简要说明重分类时的会计处理。

拓展阅读书目：

1. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则 2006》，经济科学出版社，2006 年版
2. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则——应用指南 2006》，中国财政经济出版社，2006 年版
3. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则讲解 2008》，人民出版社，2008 年 12

第九章 金融工具列报

学习目的与要求

本章着重讲解了权益工具的确认和计量、金融工具的披露等问题。通过学习本章，掌握权益工具的确认与计量原则，正确区分权益工具和金融负债，了解金融工具在附注中的披露方式。

学时分配：2 学时

金融工具列报是金融工具确认和计量结果的综合性描述，是金融工具会计处理的重要组成部分，主要涉及权益工具的确认和计量，以及金融工具在附注中的披露（即金融工具披露）。

第一节 权益工具的确认和计量

权益工具是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。例如，企业发行的普通股，企业发行的、使持有者有权以固定价格购入固定数量该企业普通股的认股权证等。

一、权益工具发行的处理

从权益工具的发行方来看，权益工具符合所有者权益的定义，构成所有者权益的重要组成部分。所有者权益是企业资产扣除负债后由所有者享有的剩余权益，包括股本（或实收资本）、资本公积（含股本溢价或资本溢价、其他资本公积）、盈余公积和未分配利润。商业银行、保险公司等金融机构在税后利润中提取的一般风险准备，也构成其所有者权益。其中，其他资本公积是指股本溢价（或资本溢价）以外的资本公积，主要包括以下内容：

- （一）企业根据以权益结算的股份支付授予职工或其他方的权益工具的公允价值；
- （二）可供出售金融资产的公允价值变动；
- （三）现金流量套期中，有效套期工具的公允价值变动；
- （四）企业长期股权投资采用权益法核算的，在持股比例不变的情况下，被投资方除净损益以外的其他所有者权益变动所引起的长期股权投资账面价值的变动。
- （五）自用房地产式存货转换为采用公允价值模式计量的投资性房地产时，转换日投资性房地产的公允价值大于账面价值的差额。

企业发行权益工具所收到的对价扣除交易费用后，应当确认为股本（或实收资本）、资本公积（股本溢价或资本溢价）、其他资本公积等。

企业自身的权益工具确认后，其公允价值变动不予确认。

二、权益工具回购、注销等的处理

企业回购自身权益工具支付的对价和交易费用，应当减少所有者权益。

企业（公司）发行、回购、出售或注销自身权益工具，均不应当确认任何利得或损失。

（一）公司回购的股份在注销或者转让之前，作为库存股管理，回购股份的全部支出转作库存股成本。

（二）库存股转让时，转让收入高于库存股成本的部分，增加资本公积（股本溢价）；低于库

存股成本的部分，依次冲减资本公积（股本溢价）、盈余公积、未分配利润。

（三）公司回购其普通股形成的库存股不得参与公司利润分配，股份有限公司应当将其作为在资产负债表中所有者权益的备抵项目列示。

三、权益工具和金融负债的区分

企业发行金融工具，应当按照该金融工具的实质，以及金融资产、金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分确认为金融资产、金融负债或权益工具。

企业在进行权益工具和金融负债区分时，还应注意以下方面：

（一）某项合同是一项权益工具并不仅仅是因为它可能导致获得或交付企业自身的权益工具。

（二）在一个合同中，如企业通过交付（或获取）固定数额的自身权益工具以获取固定数额的现金或其他金融资产，则该合同是一项权益工具。

（三）一项合同使企业承担以现金或其他金融资产回购自身权益工具的义务时，该合同形成企业的一项金融负债，其金额等于赎回所需支付的金额的现值（例如远期回购价格的现值、期权的执行价格的现值以及其他可赎回金额的现值等）。

（四）企业发行的优先股或具有类似特征的金融工具，应分别不同情况，注重其实质进行分类。

（五）金融工具列报准则规定，如果可认定合同中要求以现金、其他金融资产结算的或有结算条款相关的事项不会发生，发行方应当将相关金融工具合同确认为权益工具。

（六）在合并财务报表中对金融工具（或其组成部分）进行分类时，企业应考虑集团所属企业和金融工具的持有方之间达成的所有条款和条件，以确定集团作为一个整体是否由于该工具而承担了交付现金或其他金融资产的义务，或承担了以其他方式结算的义务，如是，则该结算方式将导致该工具归类为金融负债。权益工具和金融负债的区分可参见图 38—1 的流程图说明。

四、混合工具的分拆

（一）混合工具的分拆原则

金融工具列报准则从发行方角度，对既有负债成分又含有权益成分的非衍生工具的会计处理作了规定。企业（发行方）在进行分拆时，应当先确定负债成份的公允价值并以此作为其初始确认金额，再按照该金融工具整体的发行价格扣除负债成份初始确认金额后的金额确定权益成份的初始确认金额。负债成份的公允价值是合同规定的未来现金流量按一定利率折现的现值。其中，利率根据市场上具有可比信用等级并在相同条件下提供几乎相同现金流量，但不具有转换权的工具适用利率确定。

发行该非衍生金融工具发生的交易费用，应当在负债成份和权益成份之间按照各自的相对公允价值进行分摊。

企业（发行方）对可转换工具进行会计处理时，还应注意以下方面：

（一）在可转换工具到期转换时，应终止确认其负债部分并将其确认为权益。

（二）企业通过在到期日前赎回或回购而终止一项仍旧具有转换权的可转换工具时，应在交易日将赎回或回购所支付的价款以及发生的交易费用分配至该工具的权益部分和负债部分。

（三）企业可能修订可转换工具的条款以促使持有方提前转换。

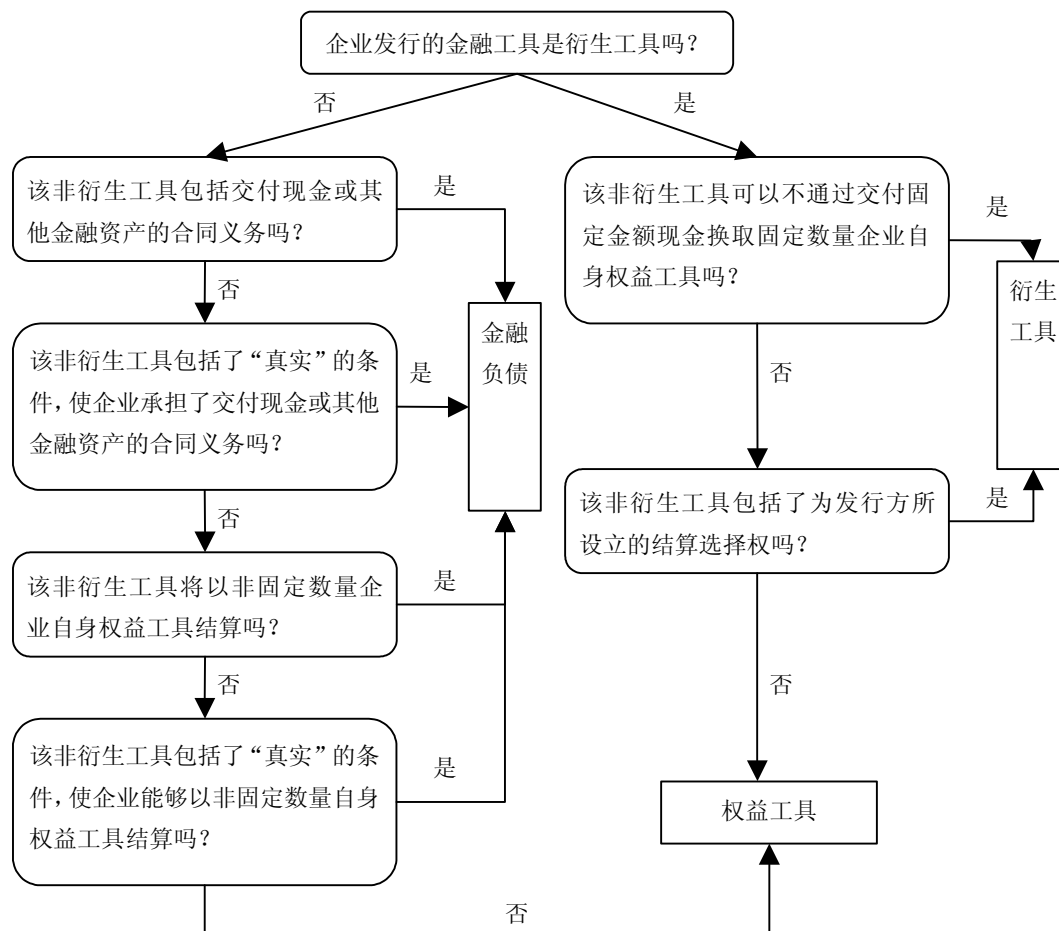


图 38—1 区分权益工具与金融负债的流程

第二节 金融工具披露

一、金融资产和金融负债的相互抵销

（一）金融资产和金融负债相互抵销的条件

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但是，同时满足下列条件的，应当以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

1. 企业具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利现在是可执行的；
2. 企业计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

（二）金融资产和金融负债不能相互抵销的情形

以下列举了金融资产和金融负债不能相互抵消的主要情形：

1. 将几项金融工具组合在一起模仿成某项金融资产或金融负债，例如将浮动利率长期债券与收取浮动利息、支付固定利息的互换组合在一起，模仿或“合成”为一项固定利率长期债券。这种组合内的各单项金融工具形成的金融资产或金融负债不能相互抵销。
2. 作为某金融负债担保物的金融资产，不能与被担保的金融负债抵销。

3. 企业与外部交易对手进行多项金融工具交易，同时签订“总抵销协议”。根据该协议，一旦某单项金融工具交易发生违约或解约，企业可以将所有金融工具交易以单一净额进行结算，以减少交易对手可能无法履约造成损失的风险。如果只是存在这种总抵销协议，而交易对手尚没有违约或解约，则不能说明企业已满足金融资产和金融负债相互抵销的条件。

4. 保险公司在保险合同下的应收分保保险责任准备金，不能与相关保险责任准备金抵销。

5. 金融工具所形成的金融资产和金融负债具有同样的基础风险（例如，远期合同或其他衍生工具组合中的资产和负债），但涉及不同的交易对手，不能相互抵消；

6. 债务人为解除某项负债将一定的金融资产进行托管，但债权人尚未接受以这些资产清偿债务，例如偿债基金安排，不能将相关金融资产和负债相互抵消；

7. 导致企业发生损失的事项而承担的义务，预期可根据保险合同向第三方索赔而得以补偿，不能相互抵消。

二、金融工具一般信息披露要求

企业在披露金融工具（包括已确认和未确认的金融工具）信息时，应当根据所披露金融工具的性质和特征将金融工具进行恰当分类，同时还应提供足够的信息使之与财务报表内的项目反映的信息有机地联系起来。

（一）企业应当披露编制财务报表时对金融工具所采用的重要会计政策、计量基础等信息，主要包括：

1. 对于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，应当披露下列信息：

（1）指定的依据；

（2）指定的金融资产或金融负债的性质；

（3）指定后如何消除或明显减少原来由于该金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况，以及是否符合企业正式书面文件载明的风险管理或投资策略的说明。

2. 指定金融资产为可供出售金融资产的条件。

3. 确定金融资产已发生减值的客观依据以及计算确定金融资产减值损失所使用的具体方法。

4. 金融资产和金融负债的利得和损失的计量基础。

5. 金融资产和金融负债终止确认条件。

6. 其他与金融工具相关的会计政策。

（二）企业应当披露下列金融资产或金融负债的账面价值：

1. 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

2. 持有至到期投资。

3. 贷款和应收款项。

4. 可供出售金融资产。

5. 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

6. 其他金融负债。

（三）企业将单项或一组贷款或应收款项指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融

资产的，应当披露下列信息：

1. 资产负债表日该贷款或应收款项使企业面临的最大信用风险敞口金额，以及相关信用衍生工具或类似工具分散该信用风险的金额。其中，信用风险是指金融工具的一方不能履行义务，造成另一方发生财务损失的风险。

2. 该贷款或应收款项本期因信用风险变化引起的公允价值变动额和累计变动额，相关信用衍生工具或类似工具本期公允价值变动额以及自该贷款或应收款项指定以来的累计变动额。

（四）企业将某项金融负债指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，应当披露下列信息：

1. 该金融负债本期因相关信用风险变化引起的公允价值变动额和累计变动额。

2. 该金融负债的账面价值与到期日按合同约定应支付金额之间的差额。

（五）企业将金融资产进行重分类，使该金融资产后续计量基础由成本或摊余成本改为公允价值，或由公允价值改为成本或摊余成本的，应当披露该金融资产重分类前后的公允价值或账面价值和重分类的原因。

（六）对于不满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》规定的金融资产终止确认条件的金融资产转移，企业应当披露下列信息：

1. 所转移金融资产的性质。

2. 仍保留的与所有权有关的风险和报酬的性质。

3. 继续确认所转移金融资产整体的，披露所转移金融资产的账面价值和相关负债的账面价值。

4. 继续涉入所转移金融资产的，披露所转移金融资产整体的账面价值、继续确认资产的账面价值以及相关负债的账面价值。

（七）企业应当披露与作为担保物的金融资产有关的下列信息：

1. 本期作为负债或或有负债的担保物的金融资产的账面价值。

2. 与担保物有关的期限和条件。

（八）企业收到的担保物（金融资产或非金融资产）在担保物所有人没有违约时就可以出售或再作为担保物的，应当披露下列信息：

1. 所持有担保物的公允价值。

2. 已将收到的担保物出售或再作为担保物的，披露该担保物的公允价值，以及企业是否承担了将担保物退回的义务。

3. 与担保物使用相关的期限和条件。

（九）企业应当披露每类金融资产减值损失的详细信息，包括前后两期可比的金融资产减值准备期初余额、本期计提数、本期转回数、期末余额之间的调节信息等。

（十）企业应当披露与违约借款有关的下列信息：

1. 违约（本期没有按合同如期还款的借款本金、利息等）性质及原因。

2. 资产负债表日违约借款的账面价值。

3. 在财务报告批准对外报出前，就违约事项已采取的补救措施、与债权人协商将借款展期等情况。

（十一）企业应当披露与每类套期保值有关的下列信息：

1. 套期关系的描述。

2. 套期工具的描述及其在资产负债表日的公允价值。

3. 被套期风险的性质。

(十二) 企业应当披露与现金流量套期有关的下列信息：

1. 现金流量预期发生及其影响损益的期间。

2. 以前运用套期会计方法处理但预期不会发生的预期交易的描述。

3. 本期在所有者权益中确认的金额。

4. 本期从所有者权益中转出、直接计入当期损益的金额。

5. 本期从所有者权益中转出、直接计入预期交易形成的非金融资产或非金融负债初始确认的金额。

6. 本期无效套期形成的利得或损失。

(十三) 对于公允价值套期，企业应当披露本期套期工具形成的利得或损失，以及被套期项目因被套期风险形成的利得或损失。

(十四) 对于境外经营净投资套期，企业应当披露本期无效套期形成的利得或损失。

(十五) 企业在披露金融资产或金融负债的公允价值信息时，除非这些金融资产或金融负债是账面价值与公允价值相差很小的短期金融资产或金融负债，或者是在活跃市场中没有报价的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具，否则应当按照每类金融资产和金融负债披露下列公允价值信息：

1. 确定公允价值所采用的方法，包括全部或部分直接参考活跃市场中的报价或采用估值技术等。采用估值技术的，按照各类金融资产或金融负债分别披露相关估值假设，包括提前还款率、预计信用损失率、利率或折现率等。

2. 公允价值是否全部或部分采用估值技术确定，而该估值技术没有以相同金融工具的当前公开交易价格和易于获得的市场数据作为估值假设。这种估值技术对估值假设具有重大敏感性的，披露这一事实及改变估值假设可能产生的影响，同时披露采用这种估值技术确定的公允价值的本期变动额计入当期损益的数额。

企业在判断估值技术对估值假设是否具有重大敏感性时，应当综合考虑净利润、资产总额、负债总额、所有者权益总额（适用于公允价值变动计入所有者权益的情形）等因素。

金融资产和金融负债的公允价值应当以总额为基础披露（在资产负债表中金融资产和金融负债按净额列示的除外），且披露方式应当有利于财务报告使用者比较金融资产和金融负债的公允价值和账面价值。

企业在作上述披露时，对于不存在活跃市场的金融资产或金融负债，其计量不是以实际交易价格为基础，而是采用更公允的相同金融工具的公开交易价格或估值结果计量的，应当按照金融资产或金融负债的类别披露下列信息：

1. 在损益中确认原实际交易价格与公允价值之间形成的差异所采用的会计政策。

2. 该项差异的期初和期末余额。

(十六) 企业应当披露在活跃市场中没有报价的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具有关的下列信息：

1. 因公允价值不能可靠计量而未作相关公允价值披露的事实。

2. 该金融工具的描述、账面价值以及公允价值不能可靠计量的原因。

3. 该金融工具相关市场的描述。
4. 企业是否有意处置该金融工具以及可能的处置方式。
5. 本期已终止确认该金融工具的，应当披露该金融工具终止确认时的账面价值以及终止确认形成的损益。

（十七）企业应当披露与金融工具有关的下列收入、费用、利得或损失：

1. 本期以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产、按摊余成本计量的金融负债的净利得或净损失。
2. 本期按实际利率法计算确认的金融资产或金融负债利息收入总额或利息费用总额。
3. 下列项目形成的、在确定实际利率时未包括的手续费收入或支出：
 - （1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债以外的金融资产或金融负债；
 - （2）企业为他人管理信托财产和其他托管行为。
4. 已发生减值的金融资产产生的利息收入。
5. 持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产本期发生的减值损失。

三、金融工具风险信息披露要求

（一）总体要求

企业既应披露金融工具风险的描述性信息，同时还应披露金融工具风险的数量信息。

1. 描述性信息

- （1）风险敞口及其形成原因。
- （2）风险管理目标、政策和过程以及计量风险的方法。

上述描述性信息在本期发生改变的，应当作相应说明。

2. 数量信息

（1）资产负债表日风险敞口总括数据。企业在提供该数据时，应当以内部提供给关键管理人员的相关信息为基础。企业运用多种方法管理风险的，应当说明哪种方法能提供最相关和可靠的信息。

（2）信用风险、流动性风险、市场风险等方面的数量信息。

（3）资产负债表日风险集中信息。风险集中信息应当包括管理层如何确定风险集中点的说明、确定各风险集中点的参考因素（包括交易对手、地理区域、货币种类、市场类型等）、各风险集中点相关的风险敞口金额。

上述数量信息不能代表企业本期风险敞口情况的，应当进一步提供相关信息。

（二）信用风险信息

1. 企业应当披露与每类金融工具信用风险有关的下列信息：

（1）在不考虑可利用的担保物或其他信用增级（如不符合相互抵销条件的净额结算协议等）的情况下，最能代表企业资产负债表日最大信用风险敞口的金额，以及可利用担保物或其他信用增级的信息。

（2）尚未逾期和发生减值的金融资产的信用质量信息。未逾期金融资产指本金和利息都没有逾期的金融资产。

(3) 原已逾期或发生减值但相关合同条款已重新商定过的金融资产的账面价值。假如这些金融资产在企业资产负债表日又出现逾期, 就作为已逾期金融资产披露。

2. 最能代表企业资产负债表日最大信用风险敞口的金融资产金额, 应当是金融资产的账面余额扣除下列两项金额后的余额:

- (1) 满足金融资产和金融负债相互抵销条件、已抵销的金额。
- (2) 已对该金融资产确认的减值损失。

3. 企业应当按照类别披露已逾期或发生减值的金融资产的下列信息:

- (1) 资产负债表日已逾期但未减值的金融资产的期限分析。
- (2) 资产负债表日单项确定为已发生减值的金融资产信息, 以及判断该金融资产发生减值所考虑的因素。

已逾期金融资产指本金或利息逾期 1 天或以上的金融资产。已发生减值的金融资产指单独进行减值测试后确定的已发生减值的金融资产。

(3) 企业持有的、与各类金融资产对应的担保物和其他信用增级对应的资产及其公允价值。相关公允价值确实难以估计的, 应当予以说明。

4. 企业本期因债务人违约而处置担保物或其他信用增级对应的资产所取得的金融资产或非金融资产满足资产确认条件的, 应当披露下列信息:

- (1) 所取得资产的性质和账面价值。
- (2) 这些资产不易转换为现金的, 应当披露处置这些资产或拟将其用于日常经营的计划等。
- (三) 流动性风险信息

1. 企业应当披露金融资产和金融负债按剩余到期日所作的到期期限分析, 以及管理这些金融资产和金融负债流动性风险的方法。

流动性风险, 是指企业在履行与金融负债有关的义务时遇到资金短缺的风险。

2. 企业在披露金融资产和金融负债到期期限分析时, 应当运用职业判断确定适当的时间段。列入各时间段内的金融资产和金融负债金额, 应当是未经折现的合同现金流量。

企业可以但不限于按下列时间段进行到期期限分析:

- (1) 一个月以内 (含本数, 下同);
- (2) 一个月至三个月以内;
- (3) 三个月至一年以内;
- (4) 一年至五年以内;
- (5) 五年以上。

3. 债权人可以选择收回债权时间的, 债务人应当将相应的金融负债列入债权人要求收回债权的最早时间段内。债务人应付债务金额不固定的, 应当根据资产负债表日的情况确定用于到期期限分析的金额。债务人承诺分期支付金融负债的, 债权人应当把每期将收取的款项列入相应的最早时间段内; 债务人应当把每期将支付的款项列入相应的最早时间段内。债权人吸收的活期存款以及其他具有活期性质的存款, 应当列入最早的时间段内。

(四) 市场风险信息

金融工具的市场风险, 是指金融工具的公允价值或未来现金流量因市场价格变动而发生波动的风险, 包括外汇风险、利率风险和其他价格风险。其中, 外汇风险, 是指金融工具的公允价值或未

来现金流量因外汇汇率变动而发生波动的风险；利率风险，是指金融工具的公允价值或未来现金流量因市场利率变动而发生波动的风险；其他价格风险；是指外汇风险和利率风险以外的市场风险。

1. 企业应当披露与敏感性分析有关的下列信息：

（1）资产负债表日所面临的各类市场风险的敏感性分析。该项披露应当反映资产负债表日相关风险变量发生合理、可能的变动时，将对企业当期损益或所有者权益产生的影响。

（2）本期敏感性分析所使用的方法和假设。该方法和假设与前期不同的，应当披露发生改变的原因。

2. 企业采用风险价值法或类似方法进行敏感性分析能够反映风险变量之间（如利率和汇率之间等）的关联性，且企业已采用该方法管理财务风险的，可不按照上述 1 的要求进行披露，但应当披露下列信息：

（1）用于该种敏感性分析的方法、选用的主要参数和假设。

（2）所使用方法的目的是，以及使用该种方法不能充分反映相关金融资产和金融负债公允价值的可能性。

3. 如果按上述 1 或 2 对敏感性分析的披露不能反映金融工具内在市场风险的，企业应当披露这一事实及其原因。

复习思考题：

1. 权益工具和金融负债如何区分？
2. 金融工具一般信息披露都有哪些具体要求？
3. 金融工具风险信息披露要求包括哪些内容？

拓展阅读书目：

1. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则 2006》，经济科学出版社，2006 年版
2. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则——应用指南 2006》，中国财政经济出版社，2006 年版
3. 中华人民共和国财政部：《企业会计准则讲解 2008》，人民出版社，2008 年 12

第十章 衍生工具及套期保值

学习目的与要求

本章主要讲述衍生工具和套期保值工具的确认与计量方法。通过本章学习，了解作为金融工具的衍生工具定义及特征，掌握各种形式衍生工具的会计核算；了解套期会计应用条件，掌握公允价值套期、现金流量套期和境外经营净投资的套期的会计核算方法。

学时分配：4 学时

第一节 衍生工具及会计处理

一、嵌入衍生工具概念及与主合同的关系

（一）嵌入衍生工具概念

嵌入衍生工具，是指嵌入到非衍生工具（即主合同）中，使混合工具的全部或部分现金流量随特定利率、金融工具价格、商品价格、汇率、价格指数、费率指数、信用等级、信用指数或其他类似变量的变动而变动的衍生工具。

1. 主合同通常包括租赁合同、保险合同、服务合同、特许权合同、债务工具合同、合营合同等。
2. 在混合工具中，嵌入衍生工具通常以具体合同条款体现。
3. 附在主合同上的衍生工具，如果可以与主合同分开，并能够单独转让，则不能作为嵌入衍生工具，而应作为一项独立存在的衍生工具处理。

（二）嵌入衍生工具与主合同的关系

企业对嵌入衍生工具进行会计处理时，应当合理地判断其与主合同的关系。通常情况下，应先明确主合同的经济特征和风险

其次，嵌入的非期权衍生工具（如嵌入的远期合同或互换合同），应基于标明或暗含的实质性条款将其从主合同中分离出来，其在初始确认时的公允价值为零。

再者，一项金融工具中的多项嵌入衍生工具通常应视同为一项混合嵌入衍生工具处理。但是，归类为权益的嵌入衍生工具应与归类为资产或负债的嵌入衍生工具分开核算。此外，如果某金融工具嵌入了多项嵌入衍生工具而这些衍生工具又与不同的风险敞口相关，且这些嵌入衍生工具易于分离并相互独立，则这些嵌入衍生工具应分别进行核算。

二、嵌入衍生工具会计的处理

嵌入衍生工具的会计处理，尽可能使嵌入衍生工具与单独存在的衍生工具采用一致的会计原则进行处理。如果混合工具没有整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，则应当考虑能否将其从混合工具中分拆出来。具体的会计处理流程见图 23—1。

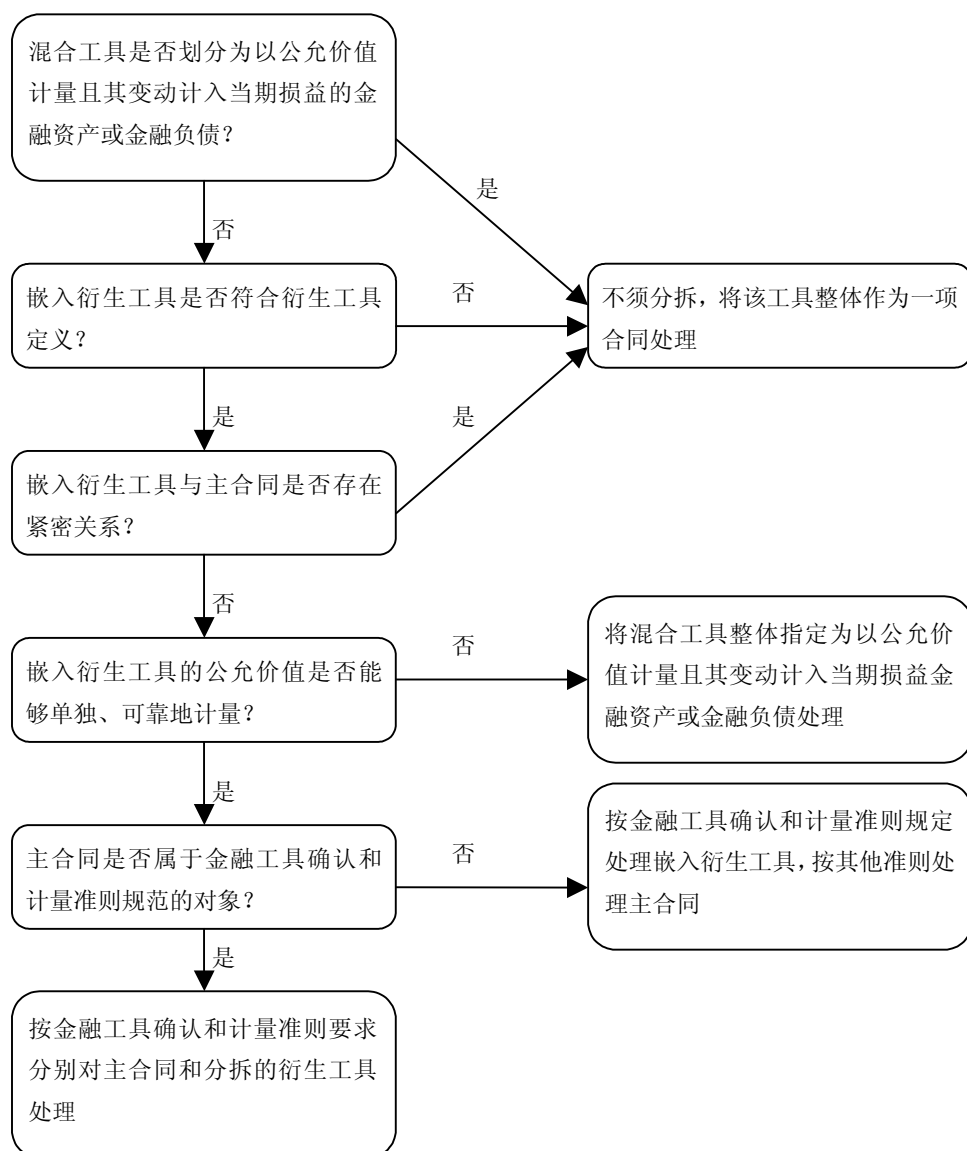


图 23—1

(一) 将混合工具指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债的条件

(二) 嵌入衍生工具的分拆条件

混合工具没有直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债的, 如果嵌入衍生工具符合以下两项条件, 应将其从混合工具中分拆, 作为单独存在的衍生工具处理: (1) 与主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系; (2) 与嵌入衍生工具条件相同、单独存在的工具符合衍生工具定义。其中, “紧密关系” 是指嵌入衍生工具与主合同之间在经济特征和风险方面存在相似性。

第二节 套期保值会计

一、套期保值概述

(一) 套期保值定义

《企业会计准则第 24 号—套期保值》第二条规定: 套期保值 (以下称套期), 是指企业为规避

外汇风险、利率风险、商品价格风险、股票价格风险、信用风险等，指定一项或一项以上套期工具，使套期工具的公允价值或现金流量变动，预期抵消被套期项目全部或部分公允价值或现金流量变动。

（二）套期保值的分类

准则第三条规定：套期分为公允价值套期、现金流量套期和境外经营净投资套期。

1. 公允价值套期，是指对已确认的资产或负债、尚未确认的确定承诺，或该资产或负债、尚未确认的确定承诺中可辨认部分的公允价值变动风险进行套期。该类价值变动源于某类特定风险，且将影响企业的损益。

2. 现金流量套期，是指对现金流量变动风险进行的套期。该类现金流量变动源于与已确认资产或负债、很可能发生的预期交易有关的某类特定风险，且将影响企业的损益。

3. 境外经营净投资套期，是指对境外经营净投资外汇风险进行的套期。境外经营净投资，是指企业在境外经营净资产的权益份额。

二、套期工具和被套期项目

（一）套期工具

1. 可以作为套期工具的金融工具

套期工具，是指企业为进行套期而指定的、其公允价值或现金流量变动预期可抵销被套期项目的公允价值或现金流量变动的衍生工具，对外汇风险进行套期还可以将非衍生金融资产或非衍生金融负债作为套期工具。

2. 对套期工具的指定

（二）被套期项目

1. 可以作为被套期项目的项目

被套期项目，是指使企业面临公允价值或现金流量变动风险，且被指定为被套期对象的下列项目：（1）单项已确认资产、负债、确定承诺、很可能发生的预期交易，或境外经营净投资；（2）一组具有类似风险特征的已确认资产、负债、确定承诺、很可能发生的预期交易，或境外经营净投资；（3）分担同一被套期利率风险的金融资产或金融负债组合的一部分（仅适用于利率风险公允价值组合套期）。其中，确定承诺，是指在未来特定日期或期间，以约定价格交易特定数量资源、具有法律约束力的协议。预期交易，是指尚未承诺但预期会发笈交易。

2. 对被套期项目的指定

三、运用套期会计的条件

公允价值套期、现金流量套期和境外经营净投资套期同时满足下列条件的，才能运用本准则规定的套期会计方法进行处理：

第一，在套期开始时，企业对套期关系（即套期工具和被套期项目之间的关系）有正式指定，并准备了关于套期关系、风险管理目标和套期策略的正式书面文件。该文件至少载明了套期工具、被套期项目、被套期风险的性质以及套期有效性评价方法等内容。套期必须与具体可辨认并被指定的风险有关，且最终影响企业的损益。

第二，该套期预期高度有效，且符合企业最初为该套期关系所确定的风险管理策略。

第三，对预期交易的现金流量套期，预期交易应当很可能发生，且必须使企业面临最终将影响损益的现金流量变动风险。

第四，套期有效性能够可靠地计量。

第五，企业应当持续地对套期有效性进行评价，并确保该套期在套期关系被指定的会计期间内高度有效。

（一）高度有效套期的认定

套期同时满足下列条件的，企业应当认定其为高度有效：

1. 在套期开始及以后期间，该套期预期会高度有效地抵销套期指定期间被套期风险引起的公允价值或现金流量变动；
2. 该套期的实际抵销结果在 80%至 125%的范围内。

（二）套期有效性的评价

企业至少应当在编制中期或年度财务报告时对套期有效性进行评价。

对利率风险进行套期的，企业可以通过编制金融资产和金融负债的到期时间表，标明每期的利率净风险，据此对套期有效性进行评价。

1. 主要条款比较法
2. 比率分析法
3. 回归分析法

四、套期保值确认和计量

（一）公允价值套期会计

1. 公允价值套期会计处理基本要求

公允价值套期满足运用套期会计方法条件的，应当按照下列规定处理：

（1）套期工具为衍生工具的，套期工具公允价值变动形成的利得或损失应当计入当期损益；套期工具为非衍生工具的，套期工具账面价值因汇率变动形成的利得或损失应当计入当期损益。

（2）被套期项目因被套期风险形成的利得或损失应当计入当期损益，同时调整被套期项目的账面价值。被套期项目为按成本与可变现净值孰低进行后续计量的存货、按摊余成本进行后续计量的金融资产或可供出售金融资产的，也应当按此规定处理。

2. 被套期项目利得或损失的具体处理要求

对于金融资产或金融负债组合一部分的利率风险公允价值套期，企业对被套期项目形成的利得或损失可按下列方法处理：

（1）被套期项目在重新定价期间内是资产的，在资产负债表中资产项下单列项目反映（列在金融资产后），待终止确认时转销；

（2）被套期项目在重新定价期间内是负债的，在资产负债表中负债项下单列项目反映（列在金融负债后），待终止确认时转销。

3. 终止运用公允价值套期会计方法的条件

套期满足下列条件之一的，企业应终止运用公允价值套期会计：

（1）套期工具已到期、被出售、合同终止或已行使。套期工具展期或被另一项套期工具替换时，展期或替换是企业正式书面文件所载明的套期策略组成部分的，不作为已到期或合同终止处理。

(2) 该套期不再满足本准则所规定的运用套期会计方法的条件。

(3) 企业撤销了对套期关系的指定。

4. 公允价值套期会计处理举例

(二) 现金流量套期

1. 现金流量套期会计处理基本要求

现金流量套期满足运用套期会计方法条件的，应当按照下列规定处理：

套期工具利得或损失中属于有效套期的部分，应当直接确认为所有者权益，并单列项目反映。该有效套期部分的金额，按照下列两项的绝对额中较低者确定：

(1) 套期工具自套期开始的累计利得或损失；

(2) 被套期项目自套期开始的预计未来现金流量现值的累计变动额。

对确定承诺的外汇风险进行的套期，企业可以作为现金流量套期或公允价值套期处理。

2. 套期工具利得或损失的后续处理要求

(1) 被套期项目为预期交易，且该预期交易使企业随后确认一项金融资产或一项金融负债的，原直接确认为所有者权益的相关利得或损失，应当在该金融资产或金融负债影响企业损益的相同期间转出，计入当期损益。

(2) 被套期项目为预期交易，且该预期交易使企业随后确认一项非金融资产或一项非金融负债的，企业可以选择下列方法处理：

1) 原直接所有者权益中确认的相关利得或损失，应当在该非金融资产或非金融负债影响企业损益的相同期间转出，计入当期损益。

2) 将原直接所有者权益中确认的相关利得或损失转出，计入该非金融资产或非金融负债的初始确认金额。

对于不属于以上(1)或(2)涉及的现金流量套期，原直接计入所有者权益中的套期工具利得或损失，应当在被套期预期交易影响损益的相同期间转出，计入当期损益。

3. 终止运用现金流量套期会计方法的条件

(1) 套期工具已到期、被出售、合同终止或已行使。

(2) 该套期不再满足运用本准则规定的套期会计方法的条件。

(3) 预期交易预计不会发生。在套期有效期间直接计入所有者权益中的套期工具利得或损失应当转出，计入当期损益。

(4) 企业撤销了对套期关系的指定。对于预期交易套期，在套期有效期间直接计入所有者权益中的套期工具利得或损失不应当转出，直至预期交易实际发生或预计不会发生。

4. 现金流量套期会计处理举例

(三) 对境外经营净投资的套期

1. 境外经营净投资套期会计处理原则

对境外经营净投资的套期，应当按照类似于现金流量套期会计的规定处理：

(1) 套期工具形成的利得或损失中属于有效套期的部分，应当直接确认为所有者权益，并单列项目反映。处置境外经营时，上述在所有者权益中单列项目反映的套期工具利得或损失应当转出，计入当期损益。

(2) 套期工具形成的利得或损失中属于无效套期的部分，应当计入当期损益。

2. 境外经营净投资套期会计处理举例

复习思考题

1. 怎样理解衍生工具？举例说明。
2. 各种形式衍生工具的会计处理有什么区别？
3. 套期会计应用条件是什么？
4. 公允价值套期、现金流量套期和境外经营净投资套期各自进行会计处？。

拓展阅读书目

1. 中华人民共和国财政部.企业会计准则（2006）.北京:经济科学出版社.2006
2. 中华人民共和国财政部.企业会计准则-应用指南（2006）.北京:中国财政经济出版社.2006
3. 财政部会计司编写组.企业会计准则讲解（2006）.北京:人民出版社,2007
4. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 22 号-金融工具确认与计量（2006）.北京:经济科学出版社.2006
5. 中华人民共和国财政部.企业会计准则第 24 号-套期保值（2006）.北京:经济科学出版社.2006

《国际会计》教学大纲

余宇莹 编写

目 录

前 言.....	3
一、课程说明.....	3
二、课程教学目的和基本要求.....	3
三、参考书目.....	4
第一章 国际会计的形成与发展.....	5
教学目标:	5
教学内容:	5
讨论题:	5
第二章 会计惯例和财务报表的国际比较.....	6
教学目标:	6
教学内容:	6
讨论题:	6
第三章 比较会计模式.....	7
教学目标:	7
教学内容:	7
讨论题:	7
第四章 国际会计协调化和趋同化活动.....	8
教学目标:	8
教学内容:	8
讨论题:	8
第五章 国际会计准则委员会及国际会计准则.....	9
教学目标:	9
教学内容:	9
讨论题:	9
第六章 物价变动会计的基本模式.....	10
教学目标:	10
教学内容:	10
讨论题:	10
第七章 物价变动会计的国际展望.....	11
教学目标:	11
教学内容:	11
讨论题:	11
第八章 企业合并与合营的会计处理.....	12
教学目标:	12
教学内容:	12
讨论题:	12
第九章 合并财务报表的编制.....	13
教学目标:	13
教学内容:	13
讨论题:	13
第十章 金融工具会计.....	14
教学目标:	14
教学内容:	14
讨论题:	15
第十一章 外币交易折算.....	16
教学目标:	16
教学内容:	16

讨论题：	16
第十二章 期汇交易的会计处理.....	17
教学目标：	17
教学内容：	17
讨论题：	17
第十三章 外币报表折算.....	18
教学目标：	18
教学内容：	18
讨论题：	18
第十四章 国际税务.....	19
教学目标：	19
教学内容：	19
讨论题：	19

前 言

一、课程说明

1. 课程的性质

在经济全球化的趋势下，伴随着我国会计的国际趋同，世界各国会计趋同的发展，企业国际化的发展，并购浪潮的风气云涌，企业投资活动的国际化，国际会计不仅成为从事会计工作者必备的知识，而且成为会计制定者和企业管理者关注的重心。国际会计被视为一门工商管理，特别是会计专业的核心课程之一。

2. 编写目的

为了更好地规划本课程的内容，并掌握其教学进度，特编写本教学大纲。

3. 编写人员

由中国政法大学商学院会计学研究所余宇莹负责。

二、课程教学目的和基本要求

1. 教学目的

伴随着经济的发展，会计也在不断的发展，作为其中的国际会计也不例外，本课程试图使学生熟悉国际会计的发展历史、现状和未来的发展趋势，把握各国会计之间的差异，及不同的会计处理的经济后果，在掌握理论的同时熟悉实务，为学生日后的工作奠定基础。

2. 教学要求

《国际会计》涉及面广，与财务会计相比相对复杂。为此，对学生做出如下相关要求：

第一，需要掌握财务会计的基本知识。

第二，课前预习，出席全部课程，积极参与讨论，掌握老师授课的内容。

第三，鼓励提出问题，相互切磋，教学相长。

第四，阅读指定教材，掌握基础知识。

3. 课程主要内容及学时分配

章 次	章 名	课时数
第一章	国际会计的形成与发展	2
第二章	会计惯例和财务报表的国际比较	2
第三章	比较会计模式	4
第四章	国际会计协调和趋同	2
第五章	国际会计准则委员会及国际会计准则	2
第六章	物价变动会计的基本模式	2
第七章	物价变动会计的国际展望	2
第八章	企业合并与合营的会计处理	3
第九章	合并财务报表的编制	3
第十章	金融工具会计	3
第十一章	外币交易折算	2
第十二章	期汇交易的会计处理	2
第十三章	外币报表折算	4

第十四章	国际税务	3
合 计		36

注意事项：在具体的教学工作中，将根据不同年级、不同专业、不同层次的需要，调整教学内容，选择其中若干部分进行讲授。

三、参考书目

教 材：《国际会计》（第八版），常勋、常亮著，厦门大学出版社

1. 参 考 书

- (1). 《比较国际会计》，诺比斯，帕克[英]著，薛清梅译，东北财经大学。
- (2). 《国际会计》，吴革著，对外经贸大学出版社。
- (3). 《国际会计前沿》，王松年，上海财经大学出版社。
- (4). 《国际会计学》（第5版），Choi, F. D. S. 著，方红星译，东北财经大学出版社

2. 参阅期刊

- (1). Journal of Accounting Research
- (2). The Accounting Review
- (3)International Journal of Accounting
- (4)Accounting Horizons
- (5). 会计研究

第一章 国际会计的形成与发展

教学目标：

1. 理解市场国际化对国际会计发展的影响
2. 理解跨国公司的蓬勃发展对会计国际化的影响
3. 理解国际会计不同发展阶段的定义
4. 了解会计职业界国际化进程

教学内容：

1. 会计的国际化
 - (1) 会计的世袭遗产的国际性
 - (2) 市场的国际化
 - (3) 跨国公司的兴起
 - (4) 特定会计方法的国际性质
2. 会计职业界的国际化
 - (1) 会计职业界提供国际性服务的三个层次
 - ①第一层次→国际性会计事务所
 - ②第二层次→联盟基础上的国际会计事务所
 - ③第三层次→国内会计事务所的临时国际协作
 - (2) 会计职业界的国际组织
 - (3) 会计职业国际化的阻力
3. 国际会计的内容和定义
 - (1) 国际会计的内容
 - (2) 国际会计的定义

讨论题：

经济的发展影响了国际会计的发展还是国际会计促进了经济的发展？

第二章 会计惯例和财务报表的国际比较

教学目标：

1. 区分会计惯例与会计准则
2. 熟悉会计惯例的国际差异
3. 熟悉财务报表的国际差异

教学内容：

1. 重要会计惯例的国际比较
 - (1) 会计惯例与会计准则
 - (2) 会计惯例整体上的国际比较
 - ①资产和负债的确认与计量
 - ②业主权益与分期收益的确认
 - (3) 会计惯例的分项国际比较与趋同

主要讨论存货计价、有价证券计价、计提坏账准备、固定资产折旧和重估价、流动资产和长期负债的划分、长期债券溢价和折价是否摊销、长期融资租赁是否资本化、研究与开发费用开支是否费用化、递延所得税的会计处理、是否提留法定公积和任意公积等这些方面存在的国际差异和趋同。

2. 财务报表的国际比较
 - (1) 财务报表的国际差异
 - ①报表种类
 - ②报表格式
 - ③改进后 IAS1 对财务报表列报的重大改进
 - (2) 对外国公司财务报表的披露要求和传统调整方法
 - ①各国的披露要求
 - ②报表的传统调整方法
 - (3) 国际资本市场对财务报表可比性的需求

讨论题：

企业是否需要披露社会责任？若需要，如何披露？

第三章 比较会计模式

教学目标：

1. 掌握美、英、法、德四国的会计模式
2. 熟悉不同的会计实务体系的异同

教学内容：

1. 会计模式的国际分类

- (1) 会计模式与会计实务
- (2) Muller 的会计模式分类
- (3) AAA 的会计模式分类
- (4) Nobes 的会计模式分类
- (5) Aron 的会计模式分类

2. 美国的会计模式

美国会计准则的制定、适用范围及其思想；税务会计与财务会计，及相关的重大变化。

3. 英国会计模式

英国会计模式的基本特征，包括会计准则制定的过程和指导思想，及其他重要的特征。

4. 法国会计模式

法国会计模式的基本特征，包括会计的基本思想，整体框架和改革，及其他重要的特征。

5. 德国会计模式

德国会计模式的基本特征，包括总体思想、发生的改革和其他重要特征。

6. 日本、荷兰、瑞典的会计实务体系

日本、荷兰、瑞典会计实务体系的基本特征、指导思想和会计准则的演变过程。

7 转型期会计实务体系的特征

以捷克为代表的东欧国家的会计实务体系的发展变革及其他重要特征。

8 发展中国家会计实务的一般特征

发展中国家会计实务的共同特征和存在的独特问题。

讨论题：

中国更适合哪种会计模式？

第四章 国际会计协调化和趋同化活动

教学目标：

1. 理解国际会计协调化的含义
2. 了解推动国际会计协调化的六个国际组织的活动和作用

教学内容：

本章主要讲述国际会计协调化的含义和作用，致力于国际会计协调化六个主要国际组织的活动，具体而言分为以下部分。

1. 概述
 - (1) 国际会计协调化的定义
 - (2) 经济全球化与国际会计协调化之间的关系
 - (3) 致力于国际协调化和趋同化的国际组织
2. 联合国的国际会计协调化和趋同活动
3. 欧盟的协调化和趋同化活动
4. OECD 协调化和趋同化活动
5. 证券委员会国际组织的协调化和趋同化活动
6. 国际会计联合会及国际审计准则
7. 其他职业界国际组织的协调化和趋同化活动

讨论题：

审计准则的国际趋同是否易于会计准则的国际趋同？

第五章 国际会计准则委员会及国际会计准则

教学目标：

1. 了解国际会计准则委员会的历史渊源
2. 了解国际会计准则委员会的组织结构和作用
3. 熟悉国际会计准则框架和主要内容
4. 明确国际会计准则委员会未来发展趋势

教学内容：

本章主要介绍 IASC 的历史和现状，展望其未来。具体包括

1. 国际会计准则委员会的现有成果
 - (1) 国际会计准则委员会的发展历史
 - (2) 重组前的国际会计准则委员会
 - (3) 重组后的国际会计准则委员会
2. IASC 的《编报财务报表的框架》
 - (1) 框架的目的
 - (2) 框架与准则之间的关系
 - (3) 框架的范围
 - (4) 财务报表的目标
 - (5) 财务信息特征
 - (6) 财务报表要素的定义、确认和计量
 - (7) 执行情况

3. 国际会计准则与核心准则体系

主要涉及国际会计准则和解释及 IASC 与 IOSOC 协作的核心准则体系，其中包括主要内容和变化发展的过程。

4. 国际会计准则委员会的未来

主要涉及 ISAC 为重塑自我所进行组织改革、准则完善活动和工作成果，以及国际财务报告准则的最新进展和 IFRS 在全球的认可情况。

讨论题：

IAS 能否最终成为全球统一的会计准则？

第六章 物价变动会计的基本模式

教学目标：

1. 熟悉物价变动会计产生的原因
2. 熟悉三种会计计量模式之间的异同
3. 掌握三种会计计量模式

教学内容：

1. 物价变动会计产生的渊源
 - (1) 促发物价变动会计出现的原因
 - (2) 什么是物价变动会计
 - (3) 会计计量结构的三种模式
2. 历史成本/不变购买力模式
 - (1) 基本构想
 - (2) 重编报表的程序

以举例的形式说明以历史成本为基础的财务报表如何编制成以不变购买力为基础的财务报表，两者之间的差异。

3. 现行成本/名义购买力模式
 - (1) 基本构想
 - (2) 重编报表的程序

以举例的形式说明以历史成本为基础的财务报表如何编制成以现行成本为基础的财务报表，两者之间的差异。

4. 对物价变动会计基本模式的评价
 - (1) 资本保全概念
 - (2) 不变购买力模式
 - ①主要优点
 - ②主要缺点
 - (3) 现有成本模式
 - ①主要优点
 - ②主要缺点
 - (4) 现行成本/不变购买力模式
 - ①主要优点
 - ②主要缺点

讨论题：

为何“通货膨胀会计”在上世纪 80 年代后期逐渐淡出？

第七章 物价变动会计的国际展望

教学目标：

1. 了解西方国家制定与物价变动相关的会计准则的历史
2. 掌握美国物价变动会计程序
3. 熟悉英国的现行成本模式
4. 理解巴西不变购买力模式

教学内容：

1. 物价变动会计的国际比较
 - (1) 不变购买力模式还是现行成本模式
 - (2) 是否以历史成本报表为基本报表
 - (3) 适用范围
 - (4) 物价变动会计实际运用的情况
2. 美国按不变购买力模式进行部分重述的程序
 - (1) 重述要求
 - (2) 重述程序
3. 英国的现行成本模式
 - (1) 总体构思
 - (2) 具体内容
 - (3) 报表重述
4. 巴西高通胀环境下的不变购买力模式
 - (1) 立法依据
 - (2) 总体构想
 - (3) 报表重述

讨论题：

巴西的不变购买力模式的别具匠心之处体现在哪里？

第八章 企业合并与合营的会计处理

教学目标：

1. 熟悉企业合并与合营导致的会计问题
2. 掌握不同合并方式的会计问题
3. 掌握购买法和权益法的差异

教学内容：

1. 企业合并与合营导致的会计问题
 - (1) 合并方式
 - (2) 不同合并下的会计问题
 - (3) 处理长期股权投资的传统国际惯例
 - (4) 企业合营及其会计问题
2. 取得控制权的购买法
 - (1) 控制合并的购买法与权益结合法
 - (2) 购买法下控制合并的会计处理
 - (3) IAS22 对购买法下控制合并的传统程序的变革
3. 取得控制权的权益结合法
 - (1) 美国公认会计准则的相关规定
 - (2) 国际会计准则对购买和权益结合的界定
 - (3) 权益结合法下取得控制权的会计处理
 - (4) 权益结合法的废止
4. 对合营企业的比例合并法
 - (1) 组建合营公司的会计记录
 - (2) 合营企业报表的合并程序——比例合并法

讨论题：

权益结合法为何被废止？

第九章 合并财务报表的编制

教学目标：

1. 掌握合并报表的编制程序
2. 熟悉合并报表编制程序的变革
3. 了解合并报表编制的诸问题

教学内容：

1. 企业集团合并财务报表的程序
 - (1) 母公司对子公司投资收益的会计处理
 - (2) 编制集团合并财务报表
 - (3) 编制合并财务报表的编制程序
 - (4) 编制程序的说明
2. 合并财务报表编制程序的变革
 - (1) IASB 对 IAS27 改进
 - (2) FASB 对控制政策和合并范围的重大变革
3. 编制合并财务报表的诸问题
 - (1) 提供集团合并财务报表的国际惯例
 - (2) 母公司观与主体观
 - (3) 主体观将取代母公司观
 - (4) 合并成本
 - (5) 涉及同一控制下主体的企业合并
 - (6) 联营和合营公司在合并财务报表中从成本计价调整为按权益计价的程序
 - (7) 权益法的缺陷
 - (8) 国外子公司财务报表的合并
 - (9) 合并现金流量表的编制
 - (10) 合并财务报表信息的适当分解

讨论题：

FASB 突破“合并不合并”的传统原则，进行控制政策的重大变革遇到很大阻力，原因是什么？你如何看待此事件。

第十章 金融工具会计

教学目标：

1. 理解金融工具创新及衍生工具的特点
2. 了解 FASB 和 IASC 在开发金融工具会计准则中不同方法
3. 理解金融工具计量模式相关问题

教学内容：

1. 衍生金融工具的确认和计量
 - (1) 衍生金融工具的分类
 - (2) 金融工具和衍生金融工具的定义
 - ①金融工具的定义
 - ②衍生金融工具的定义
 - (3) 衍生金融工具的确认
 - (4) 衍生金融工具的计量
2. 金融期货、期权、互换交易的会计处理
 - (1) 交易日会计和结算日会计
 - (2) 金融期货交易的会计处理
 - ①会计处理要领
 - ②会计处理程序
 - (3) 金融期权交易的会计处理
 - ①期权合同的基本特征
 - ②期权交易的会计处理程序
 - (4) 金融互换交易的会计处理
3. 套期活动会计
 - (1) 三类套期关系
 - (2) 三类套期的会计处理
4. 金融工具的披露
 - (1) 金融风险分类
 - ①市场风险
 - ②信用风险
 - ③流动性风险
 - (2) 对三类金融风险的披露要求
 - ①市场风险
 - ②信用风险
 - ③流动性风险
 - (3) 资产负债表的披露要求
 - (4) 收益表的披露要求
 - (5) 其他披露要求
 - (6) 我国金融工具会计的发展

讨论题：

为什么衍生金融工具交易长期作为表外业务处理？此种做法的后果是什么？

第十一章 外币交易折算

教学目标：

1. 掌握汇率的概念和表述方式；
2. 掌握外币购销交易会计的两种观点
3. 熟悉外币交易会计的国际惯例与准则

教学内容：

1. 外汇市场与汇率
 - (1) 外币兑换与外汇市场
 - (2) 汇率的买入价与卖出价
 - (3) 外币折算
 - (4) 汇率的表达方式
 - (5) 市场汇率与法定汇率
 - (6) 现行汇率、历史汇率和平均汇率
2. 外币交易会计的基本程序
 - (1) 外汇、外币交易与功能货币
 - (2) 外币购销交易会计的两种观点
 - ①单一交易观
 - ②两项交易观
3. 确认未实现的汇兑损益的争议
 - (1) 确认与递延未实现的汇兑损益的争论
 - (2) 长期外币债权、债务的未实现汇兑损益是否应递延摊销
4. 外币交易会计的国际惯例与准则
 - (1) 美国的会计准则
 - (2) 英国及其他国家的会计准则和惯例
 - (3) IAS21 号准则

讨论题：

为什么“两项交易观”会取代“单一交易观”？

第十二章 期汇交易的会计处理

教学目标：

1. 掌握各种期货交易会计处理的要领
2. 理解套期保值的实际效应
3. 熟悉期货市场的三种主要衍生金融工具

教学内容：

1. 期货市场与远期汇率
 - (1) 远期汇率与即期汇率
 - (2) 套期保值与投机牟利
 - (3) 期汇市场的主要衍生金融工具
2. 对外币交易套期保值
 - (1) 出口商的会计处理
 - (2) 进口商的会计处理
 - (3) 理解升水或贴水损益
 - (4) 外汇远期合同采用公允价值计量
3. 对外币承诺套期保值
 - (1) 会计处理
 - (2) 现金流量套期的会计效应
4. 外币投资净额套期保值
 - (1) 为外币投资的净资产额套期保值
 - (2) 为外币投资的净负债额套期保值
 - (3) 实际效应
5. 外汇期货合同用于投机牟利
 - (1) 期货交易会计处理要领
 - (2) 会计处理程序

讨论题：

套期活动会计为什么是一种特殊处理程序？现行的会计准则对运用套期活动会计的限制是否合理？

第十三章 外币报表折算

教学目标：

1. 掌握区分流动与非流动项目法
2. 掌握区分货币和非货币性项目法
3. 掌握时态法
4. 掌握现行汇率法
6. 理解目前待解决的问题

教学内容：

1. 区分流动与非流动项目法
 - (1) 折算程序
 - (2) 举例
 - (3) 递延折算利得的真相
 - (4) 缺陷
2. 区分货币和非货币性项目法
 - (1) 折算程序
 - (2) 举例
 - (3) 缺陷
3. 时态法
 - (1) 折算程序
 - (2) 举例
 - (3) 折算损益的验证程序
 - (4) 评价
4. 现行汇率法
 - (1) 折算程序
 - (2) 举例
 - (3) 折算损益的验证程序
 - (4) 评价
5. 时态法与现行汇率法剖析
 - (1) 美国第 52 号财务准则与“功能货币”
 - (2) 改进前的 IAS21 号与国外主体分类
 - (3) 外币报表折算程序图
 - (4) SIC19
 - (5) 改进后的 IAS21 号
 - (6) 待解决的难题

讨论题：

以现行成本计量模式取代历史成本计量模式是否能解决外币报表折算中的难题？

第十四章 国际税务

教学目标：

1. 掌握国际税务的基础知识
2. 理解国际税务的基本概念和基本原则
3. 掌握避免国际双重课税的基本方法和国际税务协定

教学内容：

1. 国际税务概论
 - (1) 国际税务的基本原则
 - (2) 国际税务的基本概念
2. 各国税制比较
 - (1) 税制的设置
 - (2) 收入与费用的确认
 - (3) 税收征管制度
 - (4) 决定税负的主要因素
3. 国际双重课税的避免
 - (1) 避免国际双重课税的基本方法
 - (2) 国际税务协定
4. 国际避税与反避税
 - (1) “避税港”与国际避税
 - (2) 国际避税法的一般方法
5. 国际税务计划
 - (1) 国际税务计划概述
 - (2) 国外经营方式的选择
 - (3) 国外经营地点的选择
6. 国际转让价格
 - (1) 基本概念
 - (2) 制约因素
 - (3) 基本方法

讨论题：

如果世界各国都采取“属地原则”，那是否存在国际双重课税问题？将带来什么影响？

《审计学》 教学大纲

余宇莹 编写

目 录

前 言.....	2216
第一章 绪 论.....	2218
第二章 注册会计师职业道德规范与执业准则.....	2220
第三章 注册会计师的法律责任.....	2224
第四章 审计目标.....	2226
第五章 审计证据与审计工作底稿.....	2227
第六章 计划审计工作.....	2229
第七章 风险评估.....	2231
第八章 风险应对.....	2234
第九章 财务报表审计中对舞弊的考虑.....	2236
第十章 审计抽样.....	2237
第十一章 销售与收款循环审计.....	2239
第十二章 采购与付款循环审计.....	2241
第十三章 存货与仓储循环审计.....	2243
第十四章 筹资与投资循环审计.....	2245
第十五章 货币资金审计.....	2248
第十六章 完成审计工作.....	2249
第十七章 审计报告.....	2251

课程编号：406020852

开课学期：6

总 学 时：36 学分：

课程名称：审计学

英文名称：Auditing

教学方式：课堂讲授，案例研究

前 言

（一）课程说明

1. 课程的性质

伴随着审计的法定地位，尤其是注册会计师成为热门的职业，审计学逐步发展成一门独立的学科，被视为一门工商管理，特别是会计学专业的核心课程之一。

2. 编写目的

为了更好地规划本课程的内容，并掌握其教学进度，特编写本教学大纲。

3. 编写人员

由中国政法大学商学院会计学研究所余宇莹负责。

（二）课程教学目的和基本要求

1. 教学目的

审计学即可以指导实际的审计工作，又是取得注册会计师资格证的必考且最难考的科目。因此，本课程试图使学生掌握审计理论、理解审计程序的原理、掌握审计程序的重点和难点、把握审计报告出具的依据，为学生日后的工作和通过注册会计师考试奠定基础。

2. 教学要求

《审计学》是一门相对抽象的课程。为此，对学生做出如下相关要求：

第一，需要掌握财务会计的基本知识。

第二，课前预习，出席全部课程，掌握老师授课的内容。

第三，鼓励提出问题，相互切磋，教学相长。

第四，阅读指定教材，掌握基础知识。

3. 课程主要内容及学时分配

章 次	章 名	课时数
第一章	绪论	2
第二章	注册会计师职业道德规范与执业准则	2
第三章	注册会计师的法律责任	2
第四章	审计目标	2
第五章	审计证据与审计工作底稿	2
第六章	计划审计工作	2
第七章	风险评估	2
第八章	风险应对	2
第九章	财务报表审计中对舞弊的考虑	2
第十章	审计抽样	2
第十一章	销售与收款循环审计	2
第十二章	采购与付款循环审计	2
第十三章	存货与仓储循环审计	2
第十四章	筹资与投资循环审计	2
第十五章	货币资金审计	2
第十六章	完成审计工作	3
第十七章	审计报告	3
合 计		36

注意事项：在具体的教学工作中，将根据不同年级、不同专业、不同层次的需要，调整教学内容，

选择其中若干部分进行讲授。

（三）参考书目

1. 参考法规

- (1).中国注册会计师职业道德规范指导意见
- (2).中国注册会计师执业准则
- (3).中国注册会计师执业准则指南
- (4).内部控制审核指导意见
- (5).财务报表审计工作底稿编制指南
- (6).中国注册会计师执业准则（英文本）
- (7).企业会计准则 2006
- (8).企业会计准则——应用指南 2006
- (9).企业会计准则解释第 1 号

2. 参考书目

教 材： 《审计》，中国注册会计师协会主编，经济科学出版社

参考书：

- (1).《审计学》，陈汉文主编，厦门大学出版社。
- (2).《高级审计理论与实务》，厦门大学出版社。
- (3).《审计学案例》张建军编，高等教育出版社。
- (4).《审计学》，余玉苗编，清华大学出版社。

第一章 绪 论

教学目标：

- 1.了解注册会计师审计的起源和发展
- 2.理解审计方法
- 3.了解审计监督体系
- 4.了解注册会计师审计与其他审计的关系

教学内容：

1.注册会计师审计的起源与发展

（1）西方注册会计师审计的起源与发展

- ①注册会计师审计的起源
- ②注册会计师审计的形成
- ③注册会计师审计的发展
- ④注册会计师审计发展历程的启示

（2）中国注册会计师审计的演进与发展

- ①中国注册会计师审计的演进
- ②中国注册会计师审计的发展

2.注册会计师审计的基本概念

（1）审计的概念

（2）审计的类别

- ①财务报表审计
- ②经营审计
- ③合规性审计

（3）审计方法

- ①账项基础审计
- ②制度基础审计
- ③风险导向审计

3.注册会计师审计与其他审计的关系

- （1）审计监督体系
- （2）注册会计师审计与政府审计的关系
- （3）注册会计师审计与内部审计的关系

4.注册会计师业务范围

（1）审计业务

- ①审查企业财务报表，出具审计报告
- ②验证企业资本，出具验资报告
- ③办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告。
- ④办理法律、行政法规规定的其他审计业务，出具相应的审计报告。

（2）审阅业务

（3）其他鉴证业务

（4）相关服务

- ①对财务信息执行商定程序

②代编财务信息

③税务服务

④管理咨询

⑤会计服务

5.会计师事务所的组织形式

(1) 独资会计师事务所

(2) 普通合伙会计师事务所

(3) 有限责任会计师事务所

(4) 有限合伙会计师事务所

第二章 注册会计师职业道德规范与执业准则

教学目标：

- 1.掌握职业道德基本准则
- 2.掌握职业道德规范指导意见
- 3.掌握鉴证业务基本准则
- 4.掌握业务质量控制准则

教学内容：

1.注册会计师职业道德规范概述

（1）职业道德规范的含义

（2）注册会计师职业道德规范

- ①国际会计师联合会职业道德规范
- ②美国注册会计师协会职业道德规范
- ③中国注册会计师职业道德规范

2.注册会计师职业道德基本原则

（1）独立、客观、公正

（2）专业胜任能力和应有的关注

（3）保密

（4）职业行为

（5）技术准则

3.独立性

（1）独立性的含义

（2）威胁独立性的情形

- ①经济利益
- ②自我评价
- ③关联关系
- ④外界压力

（3）防范措施

- ①职业、法律或规章产生的防范措施
- ②鉴证客户内部的防范措施
- ③会计师事务所防范措施

（4）业务期间

（5）特定情况下对独立性原则的运用

- ①经济利益
- ②贷款和担保
- ③与鉴证客户存在密切的经营关系
- ④家庭和个人关系
- ⑤与鉴证客户发生雇佣关系
- ⑥最近曾在鉴证客户中工作
- ⑦作为鉴证客户的经理或董事
- ⑧高级职员与鉴证客户之间的长期联系

- ⑨向鉴证客户提供非鉴证业务
- 4.专业胜任能力
 - (1) 专业胜任能力的两个阶段
 - (2) 利用其他专家的工作
- 5.保密
 - (1) 保密义务
 - (2) 保密义务的豁免
- 6.收费与佣金
 - (1) 规范收费与佣金的作用
 - (2) 收费
- ①收费考虑的因素
- ②或有收费
 - (3) 佣金
- 7.与执行鉴证业务不相容的工作
- 8.接任前任注册会计师的审计业务
 - (1) 前后任注册会计师的含义
 - (2) 客户更换会计师事务所的原因
 - (3) 接受委托前的沟通
 - (4) 接受委托后的沟通
- ①查阅前任注册会计师工作底稿的前提
- ②查阅相关工作底稿及其内容
- 9.广告、业务招揽和宣传
 - (1) 广告、业务招揽和宣传的含义
 - (2) 广告
 - (3) 业务招揽
 - (4) 宣传
- ①委托和奖励
- ②寻求业务合作
- ③名录
- ④书籍、文章、演讲、广播和电视
- ⑤培训课程、研讨会
- ⑥含有技术信息的手册和文件
- ⑦员工招聘
- ⑧手册和会计师事务所简介
- ⑨信纸和名片
- 10. 中国注册会计师鉴证业务基本准则
 - (1) 鉴证业务的定义、要素和目标
- ①鉴证业务的定义
- ②业务要素
- ③基于责任方认定的业务和直接报告业务
- ④鉴证业务的目标
 - (2) 业务承接

- ①承接鉴证业务的条件
 - ②标准不适当时的处理方式
 - ③已承接鉴证业务的变更
 - （3）鉴证业务的三方关系
 - ①三方关系概述
 - ②注册会计师
 - ③责任方
 - ④预期使用者
 - （4）鉴证对象
 - ①鉴证对象与鉴证对象信息的形式
 - ②鉴证对象特征
 - ③适当的鉴证对象应当具备的条件
 - （5）标准
 - ①标准的定义
 - ②标准的类型
 - ③适当的标准应当具备的特征
 - ④评价标准的适当性
 - ⑤预期使用者获取标准的方式
 - （6）证据
 - ①总体要求
 - ②职业怀疑态度
 - ③证据的充分性和适当性
 - ④重要性
 - ⑤鉴证业务风险
 - ⑥证据收集程序的性质、时间和范围
 - ⑦可获取证据的数量和质量
 - ⑧记录
 - （7）鉴证报告
 - ①出具鉴证报告的总体要求
 - ②鉴证结论的两种表述形式
 - ③提出鉴证结论的积极方式和消极方式
 - ④注册会计师不能出具无保留结论报告的情况
 - ⑤注册会计师姓名的使用
11. 会计师事务所业务质量控制准则
- （1）质量控制制度的目的和要素
 - ①质量控制制度的目的
 - ②质量控制制度的要素
 - （2）对业务质量承担的领导责任
 - ①对主任会计师的总体要求
 - ②行动示范和信息传达
 - ③树立质量至上的意识
 - ④委派质量控制制度运作人员

（3）职业道德规范

- ①遵守职业道德规范的总体要求
- ②遵守职业道德规范的具体措施
- ③满足独立性要求

（4）客户关系和具体业务的接受与保持

- ①接受与保持客户关系和具体业务的总体要求
- ②考虑客户的诚信情况
- ③考虑是否具备执行业务必要的素质、专业胜任能力、时间和资源
- ④考虑能否遵守职业道德规范
- ⑤考虑其他事项的影响

（5）人力资源

- ①人力资源管理的总体要求
- ②人力资源管理的要素
- ③招聘
- ④人员素质、专业胜任能力和职业发展
- ⑤业绩评价、薪酬和晋升
- ⑥项目组的委派

（6）业务执行

- ①指导、监督与复核
- ②咨询
- ③意见分歧
- ④项目质量控制复核

（7）业务工作底稿

- ①业务工作底稿的归档要求
- ②业务工作底稿的管理要求
- ③业务工作底稿的保密
- ④业务工作底稿的完整性、使用与检索
- ⑤业务工作底稿的保存期限
- ⑥业务工作底稿的所有权

（8）监控

- ①监控的总体要求
- ②监控人员
- ③监控内容
- ④实施检查
- ⑤监控结果的处理
- ⑥监控的记录
- ⑦投诉和指控的处理

（9）记录

- ①质量控制记录的总体要求
- ②质量控制记录的方式和内容
- ③质量控制记录的保存期限

第三章 注册会计师的法律责任

教学目标：

- 1.理解经营失败、审计失败和审计风险；
- 2.理解对注册会计师责任的认定；
- 3.理解相关司法解释。

教学内容：

- 1.注册会计师法律责任概述
 - (1) 注册会计师法律责任的表现形式
 - ①诉讼爆炸
 - ②保险危机
 - (2) 注册会计师法律责任的成因
 - (3) 经营失败、审计失败和审计风险
 - (4) 对注册会计师责任的认定
 - ①违约
 - ②过失
 - ③欺诈
 - ④没有过失、普通过失、重大过失和欺诈的界定
 - (5) 注册会计师承担法律责任的种类
- 2.国外注册会计师的法律责任
 - (1) 注册会计师对于委托单位的责任
 - (2) 习惯法下注册会计师对于第三者的责任
 - ①注册会计师对于受益第三者的责任
 - ②注册会计师对于其他第三者的责任
 - (3) 成文法下注册会计师对于第三者的责任
 - ①1933 年《证券法》
 - ②1934 年《证券交易法》
 - ③1995 年《非公开交易证券诉讼改革法案》
 - ④《贪污欺诈损害组织法案》
 - ⑤2002 年《公众公司会计改革和投资者保护法案》
- 3.中国注册会计师的法律责任
 - (1) 相关法律规定
 - ①民事责任
 - ②行政责任和刑事责任
 - (2) 相关司法解释
 - ①《司法解释》的特点
 - ②关于利害关系人、执业准则和不实报告的规定
 - ③关于诉讼当事人的列置的规定
 - ④关于归责原则和举证分配的规定
 - ⑤关于会计师事务所与被审计单位的连带责任的规定
 - ⑥关于过失责任和过失指引的规定

- ⑦关于抗辩事由的规定
- ⑧关于减责事由的规定
- ⑨关于无效的免责条款的规定
- ⑩关于赔偿顺位和最高限额的规定
- 11 关于会计师事务所与分所的连带责任的规定
- 12 关于禁止擅自追加被执行人的规定
- 4.注册会计师如何避免法律诉讼
 - (1) 注册会计师减少过失和防止欺诈的措施
 - ①增强执业独立性
 - ②保持职业谨慎
 - ③强化执业监督
 - (2) 注册会计师避免法律诉讼的具体措施
 - ①严格遵循职业道德和专业标准的要求
 - ②建立、健全会计师事务所质量控制制度
 - ③与委托人签订业务约定书
 - ④审慎选择被审计单位
 - ⑤深入了解被审计单位的业务
 - ⑥提取风险基金或购买责任保险
 - ⑦聘请熟悉注册会计师法律责任的律师

第四章 审计目标

教学目标：

- 1.理解财务报表审计责任的划分
- 2.掌握审计具体目标的确定

教学内容：

- 1.财务报表审计的总目标
 - (1) 审计总目标的演变
 - (2) 我国财务报表审计的总目标
- 2.财务报表审计的责任划分
 - (1) 被审计单位管理层和治理层的责任
 - (2) 注册会计师的责任
 - ①遵守职业道德规范
 - ②遵守质量控制准则
 - ③遵守审计准则
 - ④合理运用职业判断
 - ⑤保持职业怀疑态度
 - (3) 两种责任不能相互取代
- 3.财务报表循环
 - (1) 财务报表审计的循环法
 - (2) 循环的划分及其相互关系
- 4.确定具体审计目标
 - (1) 被审计单位管理层的认定
 - ①与各类交易和事项相关的认定
 - ②与期末账户余额相关的认定
 - ③与列报相关的认定
 - (2) 具体审计目标
 - ①与各类交易和事项相关的审计目标
 - ②与期末账户余额相关的审计目标
 - ③与列报相关的审计目标
- 5.审计过程与审计目标的实现
 - (1) 接受业务委托
 - (2) 计划审计工作
 - (3) 实施风险评估程序
 - (4) 实施控制测试和实质性程序
 - (5) 完成审计工作和编制审计报告

第五章 审计证据与审计工作底稿

教学目标：

- 1.掌握审计证据的特性；
- 2.掌握获取审计证据的审计程序；
- 3.掌握分析程序；
- 4.理解审计工作底稿的内容和总体要求；
- 5.掌握审计工作底稿的格式、要素和范围；
- 6.理解审计工作底稿的归档和变更。

教学内容：

1.审计证据

（1）审计证据的含义

（2）审计证据的充分性和适当性

①审计证据的充分性

②审计证据的适当性

（3）获取审计证据的审计程序

①检查记录或文件

②检查有形资产

③观察

④询问

⑤函证

⑥重新计算

⑦重新执行

⑧分析程序

（4）分析程序

①分析程序的目的

②用作风险评估程序

③用作实质性程序

④用于总体复核

2.审计工作底稿

（1）审计工作底稿的含义和编制目的

①审计工作底稿的含义

②编制审计工作底稿的目的

（2）审计工作底稿的内容

（3）编制审计工作底稿的总体要求

（4）审计工作底稿的格式、要素和范围

①确定审计工作底稿的格式、要素和范围时考虑的因素

②审计工作底稿的要素

③审计过程记录

④审计结论

⑤审计标识及其说明

⑥索引号及编号

⑦编制人员和复核人员及日期

（5）审计工作底稿的归档

①审计工作底稿归档工作的性质

②审计工作底稿归档的期限

③审计工作底稿归档后的变动

④审计工作底稿的保存期限

第六章 计划审计工作

教学目标：

- 1.理解审计业务约定书
- 2.理解审计计划
- 3.掌握审计重要性及其运用
- 4.掌握审计风险模型

教学内容：

1.初步业务活动

- (1) 审计业务约定书的定义和作用
- (2) 签订审计业务约定书之前应做的工作

- ①明确审计业务的性质和范围
- ②初步了解被审计单位的基本情况
- ③会计师事务所评价专业胜任能力
- ④商定审计收费
- ⑤明确被审计单位应协助的工作

- (3) 审计业务约定书的内容

- ①审计业务约定书的基本内容
- ②审计业务约定书的特殊考虑

2.总体审计策略和具体审计计划

- (1) 总体审计策略

- ①审计范围
- ②报告目标、时间安排及所需沟通
- ③审计方向

- (2) 具体审计计划

- ①总体审计策略和具体审计计划之间的关系
- ②具体审计计划包括的内容
- (3) 审计过程中对计划的更改
- (4) 指导、监督与复核
- (5) 对计划审计工作的记录

- ①记录的内容

- ②记录的形式和范围

- (6) 与管理层和治理层的沟通

3.审计重要性

- (1) 重要性的含义
- (2) 重要性与审计风险的关系
- (3) 计划审计工作时对重要性的评估

- ①确定计划的重要性水平时应考虑的因素

- ②从数量方面考虑重要性

- (4) 对计划阶段确定的重要性水平的调整
- (5) 评价错报的影响

- ①尚未更正错报的汇总数
- ②评价尚未更正错报的汇总数的影响
- ③从性质方面考虑重要性
- 4. 审计风险
 - (1) 重大错报风险
 - ①两个层次的重大错报风险
 - ②固有风险和控制风险
 - (2) 检查风险
 - (3) 检查风险与重大错报风险的反向关系

第七章 风险评估

教学目标：

- 1.掌握风险评估程序
- 2.掌握了解被审计单位以及环境的内容
- 3.理解被审计单位内部控制、掌握控制活动
- 4.掌握如何评估重大错报风险

教学内容：

1.风险评估概述

- (1) 出台审计风险准则的背景
- (2) 审计风险准则体现出的重大变化
- (3) 对风险评估的总体要求

2.风险评估程序、信息来源以及项目组内部的讨论

- (1) 风险评估程序和信息来源

①风险评估程序

②其他审计程序和信息来源

- (2) 项目组内部的讨论

①讨论的目标

②讨论的内容

③参与讨论的人员

④讨论的时间和方式

3.了解被审计单位及其环境

- (1) 总体要求

- (2) 行业状况、法律环境与监管环境以及其他外部因素

①行业状况

②法律环境及监管环境

③其他外部因素

④了解的重点和程度

- (3) 被审计单位的性质

①所有权结构

②治理结构

③组织结构

④经营活动

⑤投资活动

⑥筹资活动

- (4) 被审计单位对会计政策的选择和运用

①重要项目的会计政策和行业惯例

②重大和异常交易的会计处理方法

③在新领域和缺乏权威性标准或共识的领域，采用重要会计政策产生的影响

④会计政策的变更

⑤被审计单位何时采用以及如何采用新颁布的会计准则和相关会计制度

- （5）被审计单位的目标、战略以及相关经营风险
 - ①目标、战略与经营风险
 - ②经营风险对重大错报风险的影响
 - ③被审计单位的风险评估过程
 - ④对小型被审计单位的考虑
- （6）被审计单位财务业绩的衡量和评价
 - ①了解的主要方面
 - ②关注内部财务业绩衡量的结果
 - ③考虑财务业绩衡量指标的可靠性
 - ④对小型被审计单位的考虑
- 4. 了解被审计单位的内部控制
 - （1）内部控制的含义和要素
 - （2）与审计相关的控制
 - ①为实现财务报告可靠性目标设计和实施的控制
 - ②其他与审计相关的控制
 - （3）对内部控制了解的深度
 - ①评价控制的设计
 - ②获取控制设计和执行的审计证据
 - ③了解内部控制与测试控制运行有效性的关系
 - （4）内部控制的人工和自动化成分
 - ①考虑内部控制的人工和自动化特征及其影响
 - ②信息技术的优势及相关内部控制风险
 - ③人工控制的适用范围及相关内部控制风险
 - （5）内部控制的局限性
 - ①内部控制的固有局限性
 - ②对小型被审计单位的考虑
 - （6）控制环境
 - ①控制环境的含义
 - ②对诚信和道德价值观念的沟通与落实
 - ③对胜任能力的重视
 - ④治理层的参与程度
 - ⑤管理层的理念和经营风格
 - ⑥组织结构及职权与责任的分配
 - ⑦人力资源政策与实务
 - （7）被审计单位的风险评估过程
 - ①被审计单位的风险评估过程的含义
 - ②对风险评估过程的了解
 - ③对小型被审计单位的考虑
 - （8）信息系统与沟通
 - ①与财务报告相关的信息系统的含义
 - ②对与财务报告相关的信息系统的了解
 - ③与财务报告相关的沟通的含义

④对与财务报告相关的沟通的了解

⑤对小型被审计单位的考虑

(9) 控制活动

①相关的控制活动的含义

②对控制活动的了解

③对小型被审计单位的考虑

(10) 对控制的监督

①对控制的监督的含义

②了解对内部控制的监督

③对小型被审计单位的考虑

11) 在整体层面对内部控制了解和评估的总结

(12) 在业务流程层面了解内部控制

①确定重要业务流程和重要交易类别

②了解重要交易流程, 并进行记录

③确定可能发生错报的环节

④识别和了解相关控制

⑤执行穿行测试, 证实对交易流程和相关控制的了解

⑥初步评价和风险评估

⑦对财务报告流程的了解

5. 评估重大错报风险

(1) 识别和评估财务报表层次和认定层次的重大错报风险

①识别和评估重大错报风险的审计程序

②可能表明被审计单位存在重大错报风险的事项和情况

③识别两个层次的重大错报风险

④控制环境对评估财务报表层次重大错报风险的影响

⑤控制对评估认定层次重大错报风险的影响

⑥考虑财务报表的可审计性

(2) 需要特别考虑的重大错报风险

①特别风险的含义

②确定特别风险时应考虑的事项

③非常规交易和判断事项导致的特别风险

④考虑与特别风险相关的控制

(3) 仅通过实质性程序无法应对的重大错报风险

(4) 对风险评估的修正

6. 与治理层和管理层的沟通

(1) 就内部控制重大缺陷与治理层和管理层沟通

(2) 就重大错报风险的控制与治理层沟通

7. 审计工作记录

(1) 记录的内容

(2) 记录的方式

第八章 风险应对

教学目标：

- 1.理解总体应对
- 2.掌握控制测试的性质、时间、范围
- 3.理解实质性程序的性质、时间、范围

教学内容：

- 1.风险应对概述
- 2.针对财务报表层次重大错报风险的总体应对措施
 - (1) 财务报表层次重大错报风险与总体应对措施
 - (2) 增加审计程序不可预见性的方法
 - (3) 总体应对措施对拟实施进一步审计程序的总体方案的影响
- 3.针对认定层次重大错报风险的进一步审计程序
 - (1) 进一步审计程序的含义和要求
 - ①进一步审计程序的含义
 - ②设计进一步审计程序时考虑的因素
 - (2) 进一步审计程序的性质
 - ①进一步审计程序的性质的含义
 - ②进一步审计程序的性质的选择
 - (3) 进一步审计程序的时间
 - ①进一步审计程序的时间的含义
 - ②进一步审计程序的时间的选择
 - (4) 进一步审计程序的范围
 - ①进一步审计程序的范围的含义
 - ②确定进一步审计程序的范围时考虑的因素
- 4.控制测试
 - (1) 控制测试的含义和要求
 - ①控制测试的含义
 - ②控制测试的要求
 - (2) 控制测试的性质
 - ①控制测试的性质的含义
 - ②确定控制测试的性质时的要求
 - ③实施控制测试时对双重目的的实现
 - ④实施实质性程序的结果对控制测试结果的影响
 - (3) 控制测试的时间
 - ①控制测试的时间的含义
 - ②如何考虑期中审计证据
 - ③如何考虑以前审计获取的审计证据
 - (4) 控制测试的范围
 - ①确定控制测试范围的考虑因素
 - ②对自动化控制的测试范围的特别考虑

5.实质性程序

（1）实质性程序的含义和要求

- ①实质性程序的含义
- ②针对特别风险实施的实质性程序

（2）实质性程序的性质

- ①实质性程序的性质的含义
- ②细节测试和实质性分析程序的适用性
- ③细节测试的方向
- ④设计实质性分析程序时考虑的因素

（3）实质性程序的时间

- ①如何考虑是否在期中实施实质性程序
- ②如何考虑期中审计证据
- ③如何考虑以前审计获取的审计证据

（4）实质性程序的范围

6.进一步审计程序举例

（1）被审计单位背景资料简介

（2）注册会计师对销售业务流程的风险评估和进一步审计程序的方案

（3）控制测试

- ①设计和实施控制测试
- ②控制测试结果及其对实质性程序的影响

（4）评估针对特别风险的控制

（5）实质性程序

7.评价列报的适当性

8.评价审计证据的充分性和适当性

- （1）完成审计工作前对进一步审计程序所获取审计证据的评价
- （2）形成审计意见时对审计证据的综合评价

9.审计工作记录

第九章 财务报表审计中对舞弊的考虑

教学目标：

- 1.理解治理层、管理层和注册会计师的责任
- 2.理解舞弊风险因素
- 3.理解舞弊风险评估程序
- 4.掌握如何识别和评估舞弊导致的重大错报风险

教学内容：

- 1.舞弊的含义和种类
 - (1) 舞弊的含义
 - (2) 舞弊的种类
- 2.治理层、管理层的责任和注册会计师的责任
 - (1) 治理层、管理层的责任
 - (2) 注册会计师的责任
- 3.风险评估程序
 - (1) 询问
 - ①询问对象
 - ②询问内容
 - ③获取管理层声明
 - (2) 考虑舞弊风险因素
 - (3) 实施分析程序
 - (4) 考虑其他信息
 - (5) 组织项目组讨论
- 4.识别和评估舞弊导致的重大错报风险
- 5.应对舞弊导致的重大错报风险
 - (1) 总体应对措施
 - (2) 针对舞弊导致的认定层次重大错报风险实施的审计程序
 - (3) 针对管理层凌驾于控制之上的风险实施的程序
- 6.评价审计证据
 - (1) 发现舞弊时采取的措施
 - (2) 考虑对审计报告的影响
 - (3) 与管理层、治理层和监管机构的沟通
 - ①与管理层的沟通
 - ②与治理层的沟通
 - ③与监管机构的沟通

第十章 审计抽样

教学目标：

- 1.了解选取测试项目的方法
- 2.理解抽样风险
- 3.理解审计抽样的步骤
- 4.掌握审计抽样在控制测试中的应用
- 5.掌握审计抽样在实质性程序中的应用

教学内容：

- 1.选取测试项目的方法
 - (1) 选取全部项目
 - (2) 选取特定项目
 - (3) 审计抽样
- 2.审计抽样概述
 - (1) 抽样风险和非抽样风险
 - ①抽样风险
 - ②非抽样风险
 - (2) 统计抽样和非统计抽样
 - (3) 统计抽样的方法
 - ①属性抽样
 - ②变量抽样
 - (4) 审计抽样的步骤
 - ①样本设计
 - ②选取样本
 - ③评价样本结果
- 3.审计抽样在控制测试中的应用
 - (1) 样本设计阶段
 - ①确定测试目标
 - ②定义总体和抽样单元
 - ③定义偏差
 - ④定义测试期间
 - (2) 选取样本阶段
 - ①确定样本规模
 - ②选取样本
 - ③实施审计程序
 - (3) 评价样本结果阶段
 - ①计算总体偏差率
 - ②考虑抽样风险
 - ③分析偏差的性质和原因
 - (4) 记录抽样程序
- 4.审计抽样在实质性细节测试中的应用

（1）在细节测试中使用非统计抽样方法

- ①样本设计阶段
- ②选取样本阶段
- ③评价样本结果阶段
- ④记录抽样程序
- ⑤非统计抽样示例

（2）在细节测试中使用统计抽样方法

- ①变量抽样
- ②概率比例规模抽样法（PPS）

第十一章 销售与收款循环审计

教学目标：

- 1.熟悉各业务循环重要的单、证、账和业务活动；
- 2.掌握每个业务循环的内控测试，尤其关注一览表；
- 3.掌握重要账户重要的实质性程序

教学内容：

- 1.销售与收款循环的特性
 - (1)涉及的主要凭证与会计记录
 - (2)涉及的主要业务活动
- 2.控制测试和交易的实质性程序
 - (1)概述
 - (2)销售交易的内部控制和控制测试
 - (3)针对销售交易的实质性程序
 - (4)收款交易的内部控制、控制测试和实质性程序
- 3.营业收入审计
 - (1)营业收入的审计目标
 - (2)营业收入的实质性程序
 - ①主营业务收入的实质性程序
 - ②其他业务收入的实质性程序
- 4.应收账款和坏账准备审计
 - (1)应收账款的审计目标
 - (2)应收账款的实质性程序
 - (3)坏账准备的实质性程序
- 5.其他相关账户审计
 - (1)应收票据审计
 - ①应收票据的审计目标
 - ②应收票据的实质性程序
 - (2)长期应收款审计
 - ①长期应收款的审计目标
 - ②长期应收款——账面余额实质性程序
 - ③长期应收款——未实现融资收益实质性程序
 - (3)预收款项审计
 - ①预收款项审计目标
 - ②预收款项的实质性程序
 - (4)应交税费审计
 - ①应交税费审计目标
 - ②应交税费的实质性程序
 - (5)营业税金及附加审计
 - ①营业税金及附加审计目标
 - ②营业税金及附加的实质性程序

（6）销售费用审计

- ①销售费用审计目标
- ②销售费用的实质性程序

第十二章 采购与付款循环审计

教学目标：

- 1.理解采购与付款业务循环重要单、证、账和业务活动
- 2.掌握采购与付款业务循环的内控测试一览表
- 3.掌握应付账款重要的实质性程序
- 4.掌握固定资产重要的实质性程序
- 5.掌握固定资产----累计折旧重要的实质性程序
- 6.掌握固定资产----固定资产减值准备重要的实质性程序
- 7.掌握在建工程重要的实质性程序

教学内容：

- 1.采购与付款循环的特性
 - (1) 主要凭证与会计记录
 - (2) 涉及的主要业务活动
- 2.控制测试和交易的实质性程序
 - (1) 概述
 - (2) 采购交易的内部控制、控制测试和交易的实质性程序
 - ①适当的职责分离
 - ②内部核查程序
 - (3) 付款交易的内部控制、控制测试和交易的实质性程序
 - (4) 固定资产的内部控制和控制测试
- 3.应付账款审计
 - (1) 应付账款的审计目标
 - (2) 应付账款的实质性程序
- 4.固定资产审计
 - (1) 固定资产的审计目标
 - (2) 固定资产——账面余额的实质性程序
 - (3) 固定资产——累计折旧的实质性程序
 - (4) 固定资产——固定资产减值准备的实质性程序
- 5.其他相关账户审计
 - (1) 预付款项审计
 - ①预付款项的审计目标
 - ②预付款项——账面余额的实质性程序
 - ③预付款项——坏账准备的实质性程序
 - (2) 在建工程审计
 - ①在建工程的审计目标
 - ②在建工程——账面余额的实质性程序
 - ③在建工程——减值准备的实质性程序
 - (3) 工程物资审计
 - ①工程物资的审计目标
 - ②工程物资——账面余额的实质性程序

- ③工程物资——减值准备的实质性程序
 - (4) 固定资产清理审计
 - ①固定资产清理的审计目标
 - ②固定资产清理的实质性程序
 - (5) 无形资产审计
 - ①无形资产的审计目标
 - ②无形资产——账面余额的实质性程序
 - ③无形资产——累计摊销的实质性程序
 - ④无形资产——减值准备的实质性程序
 - (6) 开发支出审计
 - ①开发支出的审计目标
 - ②开发支出的实质性程序
 - (7) 商誉审计
 - ①商誉的审计目标
 - ②商誉——账面价值的实质性程序
 - ③商誉——商誉减值准备的实质性程序
 - (8) 长期待摊费用审计
 - ①长期待摊费用的审计目标
 - ②长期待摊费用的实质性程序
 - (9) 应付票据审计
 - ①应付票据的审计目标
 - ②应付票据的实质性程序
 - (10) 长期应付款审计
 - ①长期应付款的审计目标
 - ②长期应付款——账面余额的实质性程序
 - ③长期应付款——未确认融资费用的实质性程序
 - (11) 管理费用审计
 - ①管理费用的审计目标
 - ②管理费用的实质性程序

第十三章 存货与仓储循环审计

教学目标：

- 1.理解存货与仓储业务循环重要单、证、账和业务活动
- 2.理解存货与仓储业务循环的内控测试一览表
- 3.掌握存货监盘
- 4.掌握存货计价测试
- 5.理解应付职工薪酬重要的实质性程序
- 6.理解其他相关账户的审计

教学内容：

1.存货与仓储循环的特性

（1）涉及的主要凭证与会计记录

- ①生产指令
- ②领发料凭证
- ③产量和工时记录
- ④工薪汇总表及工薪费用分配表
- ⑤材料费用分配表
- ⑥制造费用分配汇总表
- ⑦成本计算单
- ⑧存货明细账

（2）涉及的主要业务活动

- ①计划和安排生产
- ②发出原材料
- ③生产产品
- ④核算产品成本
- ⑤储存产成品
- ⑥发出产成品

2.控制测试和交易的实质性程序

（1）概述

（2）控制测试

- ①成本会计制度的控制测试
- ②工薪的控制测试

（3）交易的实质性程序

3.存货审计

（1）存货审计概述

（2）存货监盘

- ①存货监盘的定义和作用
- ②存货监盘计划
- ③存货监盘程序
- ④特殊情况的处理

（3）存货计价测试

- ①存货计价测试的一般要求
- ②存货成本的计价测试
- 4.应付职工薪酬审计
 - (1) 审计目标
 - (2) 应付职工薪酬的实质性程序
- 5.营业成本审计
 - (1) 营业成本的审计目标
 - (2) 营业成本——主营业务成本的实质性审计程序
 - (3) 营业成本——其他业务成本的实质性程序
- 6.其他相关账户的审计
 - (1) 材料采购或在途物资的实质性程序
 - (2) 原材料的实质性程序
 - (3) 材料成本差异的实质性程序
 - (4) 库存商品的实质性程序
 - (5) 发出商品的实质性程序
 - (6) 商品进销差价的实质性程序
 - (7) 委托加工物资的实质性程序
 - (8) 周转材料的实质性程序
 - (9) 存货跌价准备的实质性程序

第十四章 筹资与投资循环审计

教学目标：

- 1.理解筹资与投资业务循环重要单、证、账和业务活动
- 2.掌握筹资与投资业务循环的内控测试一览表
- 3.掌握借款重要的实质性程序
- 4.理解所有者权益审计
- 5.掌握投资相关账户重要的实质性程序

教学内容：

- 1.筹资与投资循环的特性
 - (1) 凭证与会计记录
 - ①筹资活动的凭证和会计记录
 - ②投资活动的凭证和会计记录
 - (2) 筹资与投资循环所涉及的主要业务活动
 - ①筹资所涉及的主要业务活动
 - ②投资所涉及的主要业务活动
- 2.控制测试与交易的实质性程序
 - (1) 概述
 - (2) 内部控制和控制测试
 - ①筹资活动的内部控制和控制测试
 - ②投资活动的内部控制和控制测试
- 3.借款相关项目审计
 - (1) 短期借款审计
 - ①短期借款的审计目标
 - ②短期借款的实质性程序
 - (2) 长期借款审计
 - ①长期借款的审计目标
 - ②长期借款的实质性程序
 - (3) 应付债券的审计
 - ①应付债券的审计目标
 - ②应付债券的实质性程序
 - (4) 财务费用的审计
 - ①财务费用的审计目标
 - ②财务费用的实质性程序
- 4.所有者权益相关项目审计
 - (1) 实收资本(股本) 审计
 - ①实收资本(股本) 的审计目标
 - ②实收资本(股本) 的实质性程序
 - (2) 资本公积审计
 - ①资本公积的审计目标
 - ②资本公积的实质性程序

（3）盈余公积审计

- ①盈余公积的审计目标
- ②盈余公积的实质性程序

（4）未分配利润审计

- ①未分配利润的审计目标
- ②未分配利润的实质性程序

（5）应付股利审计

- ①应付股利的审计目标
- ②应付股利的实质性程序

5.投资相关项目审计

（1）交易性金融资产审计

- ①交易性金融资产的审计目标
- ②交易性金融资产的实质性程序

（2）可供出售金融资产审计

- ①可供出售金融资产的审计目标
- ②可供出售金融资产的实质性程序

（3）持有至到期投资审计

- ①持有至到期投资的审计目标
- ②持有至到期投资的实质性程序

（4）长期股权投资审计

- ①长期股权投资的审计目标
- ②长期股权投资的实质性程序

（5）投资性房地产审计

- ①投资性房地产的审计目标
- ②投资性房地产的实质性程序

（6）应收利息审计

- ①应收利息的审计目标
- ②应收利息的实质性程序

（7）投资收益审计

- ①投资收益的审计目标
- ②投资收益的实质性程序

（8）应收股利审计

- ①应收股利的审计目标
- ②应收股利的实质性程序

（9）交易性金融负债审计

- ①交易性金融负债的审计目标
- ②交易性金融负债的实质性程序

6.其他相关项目审计

（1）其他应收款审计

- ①其他应收款的审计目标
- ②其他应收款的实质性程序

（2）其他应付款审计

- ①其他应付款的审计目标
- ②其他应付款的实质性程序
- （3）长期应付款的审计
- ①长期应付款的审计目标
- ②长期应付款的实质性程序
- （4）预计负债审计
- ①预计负债的审计目标
- ②预计负债的实质性程序
- （5）所得税费用审计
- ①所得税费用的审计目标
- ②所得税费用的实质性程序
- （6）递延所得税资产审计
- ①递延所得税资产的审计目标
- ②递延所得税资产的实质性程序
- （7）递延所得税负债审计
- ①递延所得税负债的审计目标
- ②递延所得税负债的实质性程序
- （8）资产减值损失审计
- ①资产减值损失的审计目标
- ②资产减值损失的实质性程序
- （9）公允价值变动收益审计
- ①公允价值变动收益的审计目标
- ②公允价值变动收益的实质性程序
- （10）营业外收入审计
- ①营业外收入的审计目标
- ②营业外收入的实质性程序
- （11）营业外支出审计
- ①营业外支出的审计目标
- ②营业外支出的实质性程序

第十五章 货币资金审计

教学目标：

- 1.掌握货币资金内部控制及控制测试
- 2.理解现销收入交易一览表
- 3.掌握监盘库存现金
- 4.掌握银行存款重要的实质性程序

教学内容：

1.货币资金与交易循环

- (1) 货币资金与交易循环
- (2) 凭证和会计记录
- (3) 控制测试

①货币资金内部控制概述

②货币资金内部控制的测试

2.库存现金审计

- (1) 审计目标
- (2) 库存现金内部控制的测试

①库存现金内部控制概述

②库存现金内部控制的测试

- (3) 库存现金的实质性程序

3.银行存款审计

- (1) 审计目标
- (2) 银行存款内部控制的测试

①银行存款内部控制概述

②银行存款的控制测试

- (3) 银行存款的实质性程序

4.其他货币资金审计

- (1) 审计目标
- (2) 其他货币资金的控制测试
- (3) 其他货币资金的实质性程序

第十六章 完成审计工作

教学目标：

- 1.理解期初余额审计
- 2.掌握期后事项审计
- 3.掌握或有事项审计
- 4.掌握持续经营审计教学内容：

1.期初余额

(1) 期初余额的含义

(2) 期初余额的审计目标

- ①确定期初余额不存在对本期财务报表产生重大影响的错报。
- ②确定上期期末余额已正确结转至本期，或在适当的情况下已作出重新表述。
- ③确定被审计单位一贯运用恰当的会计政策或对会计政策的变更作出正确的会计处理和恰当的列报。

(3) 期初余额的审计程序

- ①考虑被审计单位运用会计政策的恰当性和一贯性
- ②上期财务报表由前任注册会计师审计情况下的审计程序
- ③上期财务报表未经审计或审计结论不满意时的审计程序
- ④考虑账户的性质和本期财务报表中的重大错报风险
- ⑤考虑期初余额对于本期财务报表的重要程度

(4) 期初余额审计对审计报告的影响

- ①审计后无法获取有关期初余额的充分、适当的审计证据
- ②期初余额存在重大错报对审计报告的影响
- ③会计政策变更对审计报告的影响
- ④前任注册会计师对上期财务报表出具了非标准审计报告

2.期后事项

(1) 期后事项的种类

- ①资产负债表日后调整事项
- ②资产负债表日后非调整事项

(2) 截至审计报告日发生的期后事项

- ①主动识别第一时段期后事项
- ②用以识别期后事项的审计程序
- ③知悉对财务报表有重大影响的期后事项时的考虑

(3) 截至财务报表报出日前发现的事实

- ①被动识别第二时段期后事项
- ②知悉第二时段期后事项时的考虑

(4) 财务报表报出日后发现的事实

- ①没有义务识别第三时段的期后事项
- ②知悉第三时段期后事项时的考虑

3.或有事项审计

(1) 或有事项的含义

- (2) 或有事项的审计
- (3) 获取律师声明书
- 4. 持续经营审计
 - (1) 管理层的责任和注册会计师的责任
 - ① 管理层的责任
 - ② 注册会计师的责任
 - (2) 计划审计工作与实施风险评估程序
 - ① 财务方面
 - ② 经营方面
 - ③ 其他方面
 - (3) 评价管理层对持续经营能力作出的评估
 - ① 管理层评估涵盖的期间
 - ② 管理层作出评估的过程、依据的假设以及应对计划
 - (4) 超出管理层评估期间的事项或情况
 - (5) 进一步审计程序
 - ① 复核管理层提出的应对计划
 - ② 实施相关审计程序
 - ③ 取得管理层声明
 - (6) 审计结论与报告
 - ① 被审计单位在编制财务报表时运用持续经营假设是适当的
 - ② 被审计单位将不能持续经营，但财务报表仍然按持续经营假设编制
 - ③ 被审计单位将不能持续经营，以其他基础编制财务报表
 - ④ 管理层拒绝对持续经营能力作出评估或评估期间未能涵盖自资产负债表日起的十二个月
- 5. 现金流量表审计
- 6. 获取管理层声明
 - (1) 管理层对财务报表责任的认可
 - (2) 将管理层声明作为审计证据
 - (3) 对管理层声明的记录
 - (4) 管理层拒绝提供声明时的措施
- 7. 终结审计与审计报告
 - (1) 编制审计差异调整表和试算平衡表
 - (2) 对财务报表总体合理性实施分析程序
 - (3) 评价审计结果
 - ① 对重要性和审计风险进行最终的评价
 - ② 对被审计单位已审计财务报表形成审计意见并草拟审计报告
 - (4) 与治理层沟通
 - ① 沟通目的
 - ② 沟通内容
 - (5) 完成质量控制复核
 - ① 项目组内部复核
 - ② 独立的项目质量控制复核

第十七章 审计报告

教学目标：

- 1.掌握审计报告要素
- 2.掌握非标准审计报告
- 3.理解比较数据
- 4.理解含有已审计财务报表的文件中的其他信息

教学内容：

1.审计报告概述

- (1) 审计报告的含义
- (2) 审计报告的作用

①鉴证作用

②保护作用

③证明作用

2.审计意见的形成和审计报告的类型

- (1) 审计意见的形成
- (2) 评价财务报表合法性应当考虑的内容
- (3) 评价财务报表公允性应当考虑的内容
- (4) 审计报告的类型

3.审计报告的基本内容

- (1) 审计报告的要素
- (2) 标题
- (3) 收件人
- (4) 引言段
- (5) 管理层对财务报表的责任段
- (6) 注册会计师的责任段
- (7) 审计意见段

①审计意见段的内容

②无保留意见的审计报告

③标准审计报告

- (8) 注册会计师的签名和盖章
- (9) 会计师事务所的名称、地址及盖章
- (10) 报告日期

4.非标准审计报告

- (1) 审计报告的强调事项段

①强调事项段的含义

②增加强调事项段的情形

- (2) 非无保留意见的审计报告

①影响发表非无保留意见的情形

②保留意见的审计报告

③否定意见的审计报告

④无法表示意见的审计报告

⑤审计报告的说明段

（3）对确定审计报告类型的进一步讨论

①错报金额与重要性水平的比较

②错报的性质

（4）非标准审计报告的格式

①带强调事项段的无保留意见的审计报告

②保留意见的审计报告

③否定意见的审计报告

④无法表示意见的审计报告

5.比较数据

（1）比较数据的含义

①比较数据是本期财务报表的组成部分

②比较数据包括上期对应数和相关披露

③比较数据应当与本期相关的金额和披露联系起来阅读

（2）注册会计师的责任

①比较数据的审计目标

②针对比较数据实施的审计程序的范围

③应当评价的事项

④首次接受委托时对比较数据的审计要求

⑤注意到比较数据存在重大错报时的审计要求

（3）报告

①报告的总体要求

②上期导致非无保留意见的事项仍未解决的处理

③上期导致非无保留意见的事项已经解决的处理

④注意到上期未提及的重大错报的处理

（4）对新任注册会计师的补充要求

①新任注册会计师的含义

②上期财务报表已经前任注册会计师审计时的报告要求

③上期财务报表未经审计时的报告要求

④识别出重大错报时的处理

6.含有已审计财务报表的文件中的其他信息

（1）其他信息

①其他信息的含义

②注册会计师对于其他信息的信息

（2）重大不一致

①重大不一致的含义

②发现重大不一致时的措施

（3）对事实的重大错报

①对事实的重大错报的含义

②注意到其他信息可能含有对事实的重大错报时的措施

③确定其他信息存在对事实的重大错报时的措施

（4）审计报告日后获取的其他信息

- ①尽早阅读所有其他信息
- ②发现重大不一致或注意到对事实的重大错报时的措施

《商品流通案例分析》 教学大纲

葛建华 编写

目 录

前 言.....	4
一、课程教学目的和基本要求.....	4
二、每章案例讨论：.....	4
三、参考书目.....	4
四、课程主要内容及学时分配.....	5
第一章 绪论（总 2 学时）.....	6
第一节 商品流通与经济循环.....	6
一、流通的复杂性.....	6
二、流通与市场.....	6
第二节 商业存在的基础.....	6
一、货币出现所遗留的问题.....	6
二、商业---市场机制的起动因素.....	7
三、商业竞争的意义.....	7
第二章 流通分析方法（总 3 学时）.....	8
第一节 流通功能分析.....	8
一、流通功能.....	8
第二节 流通机构分析.....	8
一、流通机构的类型.....	8
二、流通变化的源泉.....	9
第三节 商品类别分析.....	9
一、商品类型.....	9
二、主体和客体的一致.....	9
第四节 市场成果的评价.....	9
本章学习的要点：.....	10
第三章 商 流（总 6 学时）.....	11
第一节 市场交易与组织交易.....	11
一、交易费用经济学.....	11
二、持续交易关系的多样性.....	11
三、交易特殊性投资与“封闭的关系”.....	12
第二节 流通渠道的组织化.....	12
一、直接流通与间接流通.....	12
二、垂直流通系统.....	12
三、流通系列化的尺度.....	12
本章要点：.....	13
第四章 物 流 （总 6 学时）.....	14
第一节 概述.....	14
一、物流的概念：.....	14
二、物流的形成.....	14
三、对物流的评价的变化.....	14
第二节 主要活动.....	15
一、物流的服务水平.....	15
二、订货处理.....	15
三、物流的网点.....	15
四、库存管理.....	15
五、运输.....	15
第三节 构筑坚固的后勤系统.....	15
一、功能的紧密结合.....	15

二、ECR(efficient consumer response).....	16
本章要点:	16
第五章 信息流 (总 6 学时)	17
第一节 信息的传递与处理.....	17
一、信息传递的传统模式.....	17
二、“干扰”与“延迟”的弊端.....	17
三、流通信息的种类与特征.....	17
四、信息的处理与创造.....	18
第二节 流通信息系统的结构与功能.....	18
一、信息处理、传达系统的结构.....	18
二、双平行系统.....	18
三、店铺起点的信息技术.....	18
第三节 几种主要的信息系统.....	19
一、电子数据交换.....	19
二、电子订货系统.....	19
三、VAN (Value Added Network) 增值网络.....	19
本章要点:	19
第六章 流通发展与变化 (总 4 学时)	20
第一节 市场营销与商业.....	20
一、生产规模的扩大.....	20
二、寡占市场中的销售问题.....	20
三、市场营销的出现.....	20
四、寡占市场的市场营销.....	20
五、市场营销的吸引效果.....	21
六、商业对寡占市场中营销的影响.....	21
七、推式战略的必要性.....	21
第二节 流通的发展与变化.....	21
一、垂直分化与一体化.....	21
二、商业的萎缩与被排斥.....	21
第三节 延期—投机原理 (2 学时)	22
一、“预测”还是“实际需求”	22
二、定货生产——预测生产 (时间层次)	22
本章要点:	22
思考题.....	22
第七章 零售流通 (总 5 学时)	23
第一节 零售流通的本质.....	23
一、零售活动的目标——商品价值的实现.....	23
二、空间结构的阶层性.....	23
三、零售形态的多样化.....	23
第二节 零售形态的发展史.....	24
一、百货店与邮寄销售.....	24
二、连锁店.....	24
三、超级市场.....	24
四、购物中心与现代邮寄.....	24
五、廉价商店.....	24
六、便利店.....	25
第三节 零售业态发展的理论.....	25
一、零售之轮理论.....	25
二、真空地带理论.....	25
三、冲突理论.....	25

第四节 消费者行为与零售竞争.....	25
一、零售竞争的特征.....	25
二、购物清单与店铺选择.....	25
三、距离阻力与店铺魅力.....	25
四、商店印象与消费者的偏好.....	25
本章要点：.....	25
思考题：.....	25
第八章 批发流通（总 4 学时）.....	27
第一节 批发流通的功能.....	27
一、批发的含义.....	27
二、批发商的功能.....	27
三、功能的延伸.....	27
第二节 批发商业的内部分化.....	27
一、批发分化的背景.....	27
二、垂直分化.....	28
三、空间分化----批发商的商圈及其层次分化.....	28
第三节 批发一体化.....	28
一、商业一体化原理.....	28
二、批发一体化的形态.....	28
三、现代批发部门的特征.....	28
第四节 批发竞争的实质及发展动向.....	29
一、批发市场竞争的实质.....	29
二、批发商势力衰退的结构性原因.....	29
三、批发商业今后的动向.....	29
本章要点：.....	29
思考题：.....	29

前 言

课程性质：研讨课，专业选修课

编写目的：指导教学及学生学习

课程简介：本课程的主要特点是运用现代经济学、管理学的最新成果，通过案例分析介绍大量新的流通理论和方法，从而使学生会运用经济学、管理学的基本原理来分析市场经济中的商品流通问题，掌握商品流通的规律，准确理解市场经济体制下商品流通系统运转的机理，避免只停留在表面现象上就事论事。

课程以案例教学贯穿教学过程，以加深学生对现代流通变革中已有的、新的流通现象背后的流通原理的理解。

编写人员：葛建华

一、课程教学目的和基本要求

1、教学基本要求

要求学生结合案例分析，了解课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对商品流通有一个总体的认识。

要求学生通过本课程的学习，理解商品流通的基本概念、基本原理、基本知识，并学会用经济学、管理学、流通经济学的理论分析和解决实际问题的方法。

要求学生紧密联系实际，学会分析案例，解决问题，把学科理论的学习融入对现实经济活动实践的认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。

2、教学指导思想

(1)全面系统地介绍国内外商品流通研究领域的理论和技术，确保学生全面理解和认识市场经济条件下商品流通领域基本问题的方法。

(2)深入剖析中国商品流通发展与中国市场体系运行现状，依托案例达成教学的实用性、操作性目标。

3、课时安排

本课程是商学院的专业选修课。授课周期为一学期，3 学分，共 36 课时。

总课时：12 周 X3 学时/周=36 学时

二、每章案例讨论：

1-3 学时，与讲授穿插进行。

三、参考书目

- 1、吴小丁主编 《商品流通论》，科学出版社出版
- 2、菲利普·科特勒著《营销管理》，中国人民大学出版社
- 3、(日)石原武政，加藤司著《商品流通》中国人民大学出版社
- 4、徐从才 主编《流通经济学：过程、组织、政策》，中国政法大学出版社
- 5、(美)利维，韦茨 著《零售学精要》机械工业出版社
- 6、(英)伯曼，埃文斯 著《零售管理——战略方法》中国人民大学出版社

四、课程主要内容及学时分配

- 第一章 绪论—什么是商品流通 2 学时
- 第二章 流通分析方法 3 学时
- 第三章 商流 6 学时
- 第四章 物流 6 学时
- 第五章 信息流 6 学时
- 第六章 流通的发展与变化 4 学时
- 第七章 零售流通 5 学时
- 第八章 批发流通 4 学时

第一章 绪论（总 2 学时）

本章教学目的：

- 1、了解流通在社会经济系统中的位置
- 2、了解流通促使经济循环顺利进行的机制
- 3、认识市场经济体制下商品流通的作用和意义

考察与讨论：从生产到回收再利用：家电产品的完整流通系统

案例 1：北京二手商品市场

第一节 商品流通与经济循环

一、流通的复杂性

社会的经济生活是由生产、流通和消费构成的。

1、商品流通，就是商品从生产到消费的社会转移。也可以说是从生产阶段到消费或使用阶段的，与物品和劳务的社会性移动相关的诸种活动的总和。

2、回收与生产、流通和消费各环节相结合，构成了社会经济活动中再生产、再使用、再资源化的逆向流通系统。

3、循环经济系统的建立，离不开商品流通系统。

二、流通与市场

流通是商品从生产到消费的社会经济性转移。

流通过程非常复杂，生产者、商人、相关辅助商业者、消费者和使用者之间，具有相互依赖的经济关系。每个成员相对独立，流通的目的把他们联结起来，组成一个有效率的系统。

生产、流通、消费的界限并不十分明确，流通活动的“舞台”是市场，只要限定了市场，流通的复杂性就可以大大降低。

2、由于商人的介入，供需矛盾得到大大缓解。

第二节 商业存在的基础

商人是独立于生产者和消费者的经济主体。

一、货币出现所遗留的问题

（1）卖者仍然要搜寻买者，搜寻费用较高

（2）交换比率问题仍然存在

（3）市场问题：由于货币所有者具有等待交换的权力，结果销售比购买困难得多。

商业的出现解决了

（1）与货币有相同的集中交易作用

进一步缓和了货币交易中遗留的问题----社会化的集中性备货

商业把生产者与消费者间各种交易信息进行收集、整理，缓和了交易的困难性，大大减少了双方的搜寻费用

(2) 缓和了由货币带来的市场问题

缓和了卖者找不到买者的困难，可唤起需求

商业能使交换或交易顺利进行，这使商业有了存在的意义。

二、商业----市场机制的起动因素

1、商业促成各种关交易信息的集中处理，形成类似于完全竞争市场中的信息条件

2、商业的存在大大节约了交易费用，与物物交易或货币交易相比，更接近于完全竞争的买卖自由加入，无交易费用的情况

3、由于商业的介入形成了横断市场，使价格机制在类似于完全竞争市场的环境中发挥配置资源的作用

三、商业竞争的意义

要使市场机制灵活运转的必要条件是商业内部的竞争。

市场的空间性、地理性和商人的技术性限制，形成了商人之间的自由竞争。

商圈：一个商业者可辅射的地理范围，即一个商业者可吸引顾客所在的地理范围不同商圈中商业者复数存在。

通过相同商圈内商业者间的竞争，实现信息的正确处理，有利于市场机制正常运转

第二章 流通分析方法（总 3 学时）

本章学习目的

1、掌握流通分析方法

1、了解商品如何分类

2、了解流通成果的评价方法

3、了解流通的功能

4、了解流通机构的类型

考察与讨论：北京地区便利店的分布及特征

案例 2、好邻居便利店

案例 3、缺陷商品召回的消费者权益保护

第一节 流通功能分析

一、流通功能

流通功能是对流通中固有的且专业化的各种经济活动的总称。

（1） 流通功能的特征是流通活动中固有的，社会流通活动中流通活动中不可缺少的。

流通功能是根据达到流通目的的功效来分类的。常见的分类方法是根据流通在经济系统中的作用，即从消除生产与消费的经济间隔这一观点出发来进行的。

其代表性的分类有三种

（1） 所有权转移功能---购买、销售

社会分工所造成的生产者与消费者的分离，只有通过所有权的转移，消费者才能得到商品，使需求得到满足。

（2） 物品转移功能---运输、保管、流通、加工

是消除生产者与消费者的时空分离的活动，创造时间效用和空间效用，是使商品发生物理移动的技术性劳动，它包括运输、保管、包装、装卸等各种技术性活动。

（3） 辅助功能---促进商品社会移动但不直接相关的功能。如金融、风险承担、市场信息、标准化

第二节 流通机构分析

流通机构分为二类：

承担流通交易功能的中心机构。

承担市场调查、广告、运输、保管、金融、保险等功能的专业机构，它们的存在促进了流通运行。

一、流通机构的类型

零售业者、批发业者、代理、中介

批发业者与代理、中介的区别：是否具有所经营商品的所有权

二、流通变化的源泉

基本视角：竞争行为的变化与流通机构的变化。

谁、怎样承担流通功能、怎样组织流通活动，是流通结构和决定竞争的基本要素。

事例：不同时期美国流通机构的变化

19 世纪末，美国大企业体制确立之后，形成了大量生产、大量流通的体制，商品流通的数量增大、速度加快。具有代表性的是新佳缝纫机，在 20 世纪最初的 10 年间，营业所由 200 个增加到 1700 个，形成了营业所、地区事务所、地域事务所的三级科层销售组织。其核心是提供零售、修理、货款回收的末端营业所。

市场交易内部组织化，是当时革新流通机构的典型。零售商与大企业对市场的影响，与“看不见的手”相比，表现为“看得见的手”。

第三节 商品类别分析

一、商品类型

商品类别分析的意义在于设定市场这个流通活动的舞台。不同类别的商品流通系统结构是不一样的。

代表性的消费资料商品类型如下：方便品、选购品、特殊商品。

生产资料按用途分为以下三类：设备、消耗品、原材料

二、主体和客体的一致

不同的商品，其店铺选址、渠道、销售方式各不相同

- 1、方便品—开放式流通渠道。
- 2、选购品—有选择性的、较短的流通渠道。
- 3、特殊品—配货点数量比选购品少，且流通渠道简单

从便利店可以看到流通主体（店铺）与客体（商品）高度的一致性。

第四节 市场成果的评价

评价市场成果的判断标准并不是唯一的。

消费者、流通成员、生产企业、零售价格、生产者利润、劳动条件都可能成为评判对象。

当投入成本不变流通服务水平上升，或流通服务水平不变流通成本减少，都说明流通业的效率提高了。

消费者主权的实现条件：

- （1）完全竞争状态
- （2）确保消费者的选择权
- （3）信息条件

本章学习的要点：

1、掌握流通分析方法。即从流通功能，流通机构，商品，行为系统 4 个代表性分析视角来分析和评价流通

2、了解流通机构的类型

3、了解商品如何分类

4、了解流通成果的评价方法

第三章 商 流（总 6 学时）

本章教学目的：

- 1、理解促成商品所有权转移的交换生成机制
- 2、从经济学和经营学二个不同的视角，理解商流这一复杂的人或组织间交涉过程

考察与讨论：家电流通中的工商关系

案例 4：海尔集团的战略合作

第一节 市场交易与组织交易

一、交易费用经济学

威廉姆森的交易费用经济学指出，市场交易是需要费用的，内部组织交易可以节约交易费用，所以比然会取代市场交易。

二、持续交易关系的多样性

交易关系的形态，随着交易费用的发生，会从市场交易向组织交易变化

在市场交易和组织交易中间，存在着多种持续交易形态，它们对应于交易费用的发生，向纯粹的市场交易和组织交易两个方向转化。

1、市场交易

一次性的当场交换，对立关系。

2、反复交易

市场交易中买卖双方是纯粹经济关系，但反复交易，形成了人与人的社会关系，有助于降低交易费用。

3、长期交易

契约关系使交易更加稳定，买卖对立性在契约范围内缓和，目标和信息共有只限定在有限的范围内。

4、伙伴关系

相互依赖程度加深，目标明确。为了得到稳定的产品和附加服务，可以实现高质量低价格短交货期无断货的目标。

5、战略合作

从交易到合作，将伙伴关系赋予经营战略性就成了战略合作。

将伙伴关系赋予战略性就成了战略合作，主要由 4 个要素构成。

1、共同目标

2、经营资源的结合

3、平等互惠原则

4、战略性

三、交易特殊性投资与“封闭的关系”

1、交易特殊性投资与封闭关系的生成

- (1) 与多数交易者交易转向与少数交易者交易。
- (2) 持续关系使彼此了解，消除了信息不对称。交易关系的替代性逐渐消失。
- (3) 交易依存度提高，交易对象的限定更明显。
- (4) 环境复杂、信息明显不足或不对称的特殊情况下，交易关系便由“市场”向“组织”演变，交易商品和交易条件的复杂性决定了交易的复杂性。
- (5) 非标准化商品以不规范的交易条件买卖时，交易双方要作具体的约定，并且要为实现交易付出种种努力。
- (6) 从“开放的关系”转向“封闭的关系”。

2、持续交易关系的生成机制

- (1) 投资的特殊性
- (2) 回避沉没成本的危险
- (3) 特殊性投资带来的差别化对竞争有利
- (4) 关系一旦确立，双方便掉入封闭状态

第二节 流通渠道的组织化

流通渠道是生产到消费的渠道成员间交易的链条。

流通渠道的组织化就是为了解决在生产者、批发商、零售商这种垂直的多环节结构中相互之间的关系问题。

一、直接流通与间接流通

直接流通渠道：生产者和消费者直接进行商品买卖。

间接流通渠道：生产者和消费者之间有商人介入而进行交易。

二、垂直流通系统

组织交易（持续交易）关系在流通领域中总称为垂直流通系统，是从对渠道成员的控制和管理的角度出发而产生的概念。

垂直流通系统的成员被编成科层组织，成员间的调整由上层制定规则来进行控制。

垂直流通系统的类型：

- 1、企业型系统：生产和流通阶段由单一资本以组织交易形式进行统一经营。
- 2、契约型系统：渠道成员保持独立状态结成契约关系，并设定共同目标。分为特许连锁（FC）和自由连锁（VC）
- 3、管理型系统：根据高层制定的市场营销计划管理市场交易关系。

三、流通系列化的尺度

1、流通系列化的尺度

- (1) 限制商业者数：开放式流通限定式流通或排他式流通
- (2) 限制商业者的中立性：专属性流通
- (3) 对商业者间交易关系的制约：交易对象限定制

(4) 向复数产品扩张：全商品经营强制

2、完全系列化的条件

流通渠道存货>商品经营资本

3、渠道交涉悖论

厂家为避免自己交涉力的丧失，而倾向于与中小型流通业者建立交易关系。其结果失去了销售机会，导致厂商失去与销售能力强的流通业者的交易。

本章要点：

- 1、了解社会商品交换的链条是如何形成的。
- 2、理解市场机制是如何以商品流通为基础运转的。
- 3、用交易费用经济学的原理解释商品流通中的交易关系。

第四章 物 流 （总 6 学时）

本章教学目的：

- 1、了解商品流通中物流的作用和意义
- 2、掌握商业物流的概念和分析方法
- 3、加深对综合性物流管理系统的理解

考察与讨论：网上购物的商流与物流

案例 5：淘宝网购买咖啡器具---网上购物怎样与物流对接，相互之间有怎样的影响？

实验：上机体验 ECR 系统。

第一节 概述

一、物流的概念：

考察的是商品实体的物理运动。即物品从生产地点到消费或使用地点的移动，以及与其相关的经营活动。

物流概念包括企业物流，或者说微观物流；国民经济中的物流，即宏观物流。

二、物流的形成

随着交易的形成而产生。

1. 物流形成的条件：

- （1） 社会分工的发达
- （2） 商流与物流的分离

2. 物流费用是决定市场交易成立和交易范围的关键

三、对物流的评价的变化

1、过去：物流活动一直限定在运输、保管、包装、装卸等狭小的业务范围，且分散在不同的部门。比如，保管由物流部门担负，但库存管理却是由生产、销售、会计等各部门管理，包装等流通加工主要由生产部门担当，而订单处理由营业和信息系统部门负责。

2、现在：物流不仅仅是作为削减成本的对策，而是作为一种竞争策略。

对物流问题的认识，各产业领域大不相同。因为物流费用与产品的附加值、重量、体积大小等因素有关。

3、总系统成本的最优化

在物流活动中，也要权衡成本，企业的目标当然是运输费用和库存费用合计的总成本最小化。

其中，有二层含义：

- （1）成本权衡关系：运输费用和库存费用
- （2）买卖双方成本最小化的系统成本方才是社会所希望的

第二节 主要活动

一、物流的服务水平

它的目标是以最小成本提供顾客需要的物流服务。包括：

- 1、成交前的信息提供
- 2、交易附带的最低库存和交货时间确定
- 3、运输的安全性
- 4、成交后的索赔处理，安装等

二、订货处理

是指进行订货收集、传递、处理等一系列的信息处理。

一般的订货信息的传达手段：面谈、电话、传真、通信

三、物流的网点

物流网点包括工厂、仓库、营业所、配送中心等

物流网点的确定包括网点的数量、规模、选址等决策事项

四、库存管理

消除生产与消费的供求不均衡，依赖于库存。库存是保证生产阶段的稳定生产和规模利益的缓冲器。

库存管理的目标：把库存的可利用性保持在理想的状态，同时，尽可能的压缩库存

具体的库存管理方法有二种：

- (1) 订货点方式：库存减少到一定水平就发出一定量的进货订单。
- (2) 定期进货方式：确定进货时间，定期补充必要的库存量。

五、运输

提高运输系统效率的手段：

- 1、单位载荷系统：让运输手段间的流动处于无缝隙状态
- 2、配送系统化：position 配送、diagram 配送

配送成本与配送距离成正比，所以如果能采用 diagram 配送，可节约费用。Diagram 配送的效率取决于一定地域内需要配送的顾客密度。

第三节 构筑坚固的后勤系统

一、功能的紧密结合

供应链（supply chain）是高度一体化的后勤系统。高度一体化是指供应商、顾客、相关辅助机构共享必要的信息，通过调整生产、销售、配送、库存、信息处理等计划，以达到物流顺畅的物理管理系统。

高度后勤系统是在维持最低库存水平的同时又避免断货，以实现断交货周期的共给服务为目标

的高物流服务水平

二、ECR(efficient consumer response)

这是高效后勤系统的应用实例，直译为“有效的消费者反应”。

1、有效的消费者反应

买者和卖者在充分的满足消费者欲求的共同目标下，结成协作关系，调整整合下游到上游的需求数据和从上游到下游的库存两个流通量的后勤系统。

2、ECR 提高库存周转率

3、构成 ECR 的技术系统

EDI 、自动补充系统、种类管理、交叉对接。

本章要点：

- 1、了解商品流通中物理管理的具体内容
- 2、理解后勤系统的意义
- 3、简要描述 ECR

第五章 信息流（总 6 学时）

本章教学目的：

1、理解信息传递过程、信息处理系统和流通信息系统

2、了解流通过程中应用的信息技术

考察与讨论：大型超市的信息系统是如何运行的？缺货是怎样被及时发现的？

案例 6：沃尔玛的库存管理

案例 7：松下电器的 MTM 运动

通过此案例了解：在生产流通阶段，随着零售市场结构的变化和信息技术的革新，信息处理传递系统会发生怎样的变化，信息又将怎样存在于“库存”之中。

第一节 信息的传递与处理

一、信息传递的传统模式

在信息传递的传统模式中，发送者的信誉和接收者对发送者的归属意识，是决定传递有效性的两大要素。

发送者将收集到的各类信息，以各种媒体传递给接收者；接收者的关心和理解，关系着信息传递的成功与否。

信息的反馈是信息交流成败的关键，反馈是从接收者到发送者的信息还原过程。

二、“干扰”与“延迟”的弊端

1、干扰和延误

是阻碍和中断信息一贯传达的主要原因，使得信息被歪曲，信息传达的意义、有效性丧失，使得库存产生波动。

2、如何消除？

高度的后勤系统 —— 企业内和企业间市场信息传达和反馈 消除“干扰”与“延误”

三、流通信息的种类与特征

1、交易信息：

在买卖交易活动中生成的交易信息。

如收款机、POS 信息、交货发货信息、货款支付和进款信息

2、物流信息

物流活动中各环节生成的信息。

物流库存信息、装运到达信息、配送信息、物流费用信息

3、市场信息

广义的市场信息包括交易信息和物流信息。

狭义的市场信息包括通过调查收集的市场状况信息

（供求变动信息、消费者行为信息、竞争对手和竞争商品信息、市场管理信息）

四、信息的处理与创造

“信息就是给数据加上目的和意义” 即：信息必须根据目的而进行适当的处理

第二节 流通信息系统的结构与功能

一、信息处理、传达系统的结构

以消费品厂家的品牌商品为例，可分为 3 组。

1、关系组 A

厂家与消费者直接见面，交换信息。

信息种类： 消费者潜在的需求信息和媒体促销信息，更侧重商品，更多采取拉式战略。

2、关系组 B

零售业者和消费者进行对消费行为的信息交换

信息种类： 显在的需求信息，更侧重店铺、店堂的促销信息；零售商与消费者的交易信息。

从促销活动来看，A 组侧重产品，B 组则在店铺。

3、关系组 C

各成员所持信息性质不同，形成相互依赖、相互补充的关系。

传统厂家的市场营销中，把 3 个信息交易关系组作为一个整体，提出拉式战略和推式战略组合的方案。

在流通信息的处理传递结构中，关系组 A 和 B 因关系组 C 而结合。以组 A 为根据，以组 C 为基础对流通业者实施推式战略，最终实现组 B 的店铺促销信息的强化和交易信息的迅速反馈，以确立自己的竞争地位。

二、双平行系统

1、零售商自有品牌：大型零售企业与中小生产厂家开发 PB 产品，形成以大型零售企业为中心的信息系统。

2、制造商品牌 NB：厂家控制中小零售商，形成以 NB 厂商为轴心的信息系统垂直渠道系统。

三、店铺起点的信息技术

POS (point of Sales,销售时点信息管理系统)

EOS (Electronic Ordering System,电子订货系统)

EDI (Electronic Data Interchange,电子数据交换)

3、调整库存的手段

市场性的调整

组织性的调整

信息性的调整

第三节 几种主要的信息系统

一、电子数据交换

利用电子通信将标准格式的事业文件，在交易伙伴的计算机网络之间进行数据交换。美国是 EDI 的发源地。

EDI 的主要优点是快速及时，提高了商业文件的传递和处理速度，缩短了交易时间，加速了交易过程，降低了文件成本和文件处理成本；准确性高，避免了纸面文件处理中，大量相同数据的多次重复处理中造成的差错和由于数据出入而引起的商业纠纷。

二、电子订货系统

是利用计算机和通讯线路进行订货和补货的系统。它是随着连锁店订货系统发展而出现的。它最初是连锁店的内部系统，后来与制造商、批发商的计算机系统连接起来，形成了系列化的电子订货系统。

三、VAN（Value Added Network）增值网络

VAN 是将制造业、批发业、物流业、零售业等之间的信息，通过计算机服务网络来相互交换的信息系统。VAN 最大的特点是通过计算机服务网络，使不同企业、不同的网络系统可以相互连接，从而使不同形式的数据交换成为可能。由于 VAN 实现了不同系统的对接和不同格式的变换，为无数的使用者提供了交换数据的服务，创造了附加价值，因而被称作增值网络。

VAN 有几种类型：

大型企业 VAN；行业 VAN；地区 VAN；

VAN 在流通过程中的功能，主要表现在信息处理功能、信息供给功能、通讯功能等。

本章要点：

- 1、了解信息传递的过程和信息处理系统
- 2、熟悉市场信息系统的结构
- 3、了解流通中的主要信息技术

第六章 流通发展与变化（总 4 学时）

本章教学目的：

- 1、掌握流通发展过程及其理论依据
- 2、理解生产厂家对流通领域的介入，使传统商业性质发生的变化
- 3、理解流通的分化与一体化及现代流通格局的形成

考察与讨论：完全竞争的市场与垄断竞争的市场

案例 8：农贸市场---现代化大型养鸡场与农村个体户养鸡

案例 9：天翼手机的营销活动

案例 10：分析奇瑞汽车的销售渠道。

案例 11：丰田的订货等级系统

案例 12：贝尼顿和 Warabeya 日洋----从投机型向延迟型生产流通系统转换

第一节 市场营销与商业

一、生产规模的扩大

商业是卖者与买者的结合更为容易，从而缩短了流通时间，节约了流通费用。但这样的社会分工并不能使生产者完全从销售问题中解脱出来，它还需要了解最终需求的种类和数量等问题。其中，数量的决定，最重要的是生产成本的问题。生产费用的降低是实现大量销售的前提条件。

只要规模经济在运转，生产规模的差别就会体现为生产费用的差距，弱小的竞争者将被淘汰，从而形成大部分的同种商品都会由少数大规模生产者来生产的状态。这种竞争状态便是寡占。一个产业的生产总量和需求总量越是稳定，这种倾向就越强。

二、寡占市场中的销售问题

1、寡占市场中生产企业面临的问题：

需求的扩大无法满足包括竞争对手在内的全部生产能力的扩大，企业面临尖锐的销售问题：

- （1）在激烈的销售竞争中生产费用的差别无法确保稳定市场份额
- （2）在寡占市场中，生产规模越大，生产费用差别越小，市场销售问题就越尖锐。

三、市场营销的出现

商业者的社会性决定了商业者无法解决个别企业的销售问题。商业是很多卖者与买者的媒介，商业者经营很多生产者的产品，并不与任何生产者结成特殊关系，在这个意义上商业者对所有生产者都是独立的。

随着销售问题尖锐程度的增加，生产者便无法依靠商人来解决这一问题，而必须自己解决销售问题，这就出现了市场营销。

四、寡占市场的市场营销

非价格竞争：寡占企业有意回避价格竞争，希望通过广告宣传等价格以外的因素展开竞争
非价格竞争的结果：

破坏了企业间产品的同质性原则，使产品差别化、异质化，关于价格虽然仍要维持基本价格水平，但企业对价格可从价格水平、价格差别、折扣让步等三个层次上进行调整，结果使价格推动了透明性

五、市场营销的吸引效果

吸引效果的实现：市场营销、预售、指名购买、品牌忠诚或品牌意识

吸引效果对商业者行为的影响：制约了商业者的备货活动，从而限制了其社会性

六、商业对寡占市场中营销的影响

1、商业者对寡占企业的销售活动的影响：

制造业者的品牌确立打破了商业者在经营过程中贯彻的无名性原则，但商业者仍可独立选择经营的品种、自主决定货架的陈列方式，影响制造业者的销售活动

2、商业者社会性的表现

七、推式战略的必要性

推式战略：制造业者通过各种手段，让商业者放弃中立性，使自己的产品在商业的协助下进行销售战略

商业者仍有社会性（可以以专家的身份进行推销说明，加上各种经营手段的使用，都会对消费者的行为产生决定性影响）

第二节 流通的发展与变化

一、垂直分化与一体化

流通业在垂直关系中的发展与变化是随生产方式的变化而实现的

1、垂直分化：消费品流通的阶段分化为批发商和零售商业，批发业者又分化为收集、中转、分散等各种批发业者，是社会分工和专业化的发展所致。

2、垂直一体化（vertical integration）：

是以资本或人的手段，一个企业把工厂或工厂以上的生产、流通环节一体化成一体、合并等资本结合，正是资本一体化。

3、垂直一体化的利益

4、垂直一体化的费用

二、商业的萎缩与被排斥

1、商业的萎缩：因环境的结构性变化而使商业失去存在基础。

2、商业的排除：寡占企业有意识的行为而被否定了商业的存在，或改变了其存在的方式使商业资本丧失独立性的环境变化。

3、水平的分化与一体化

业种的角度

业态的角度

从业态角度出发决定来看流通的分化与一体化：

综合性商品构成的业态为一体化，专门性商品构成的业态为分化。

业态的分化与一体化，是为适应消费者行为的变化而发生的

4、功能的分化与一体化

功能是可以分割和转移的：

功能转移在流通机关间进行，对某机关来说功能分离即分化，对别的机关来说是功能的一体化。

社会必要的流通功能肯定会有人承担。

5、功能替换的方法：

第三节 延期—投机原理（2 学时）

一、“预测”还是“实际需求”

延期还是投机所问的是需求信息（订货）投入的时机，即投机还是延期就是投入的信息内容是“实际需求”还是“预测”的问题。

投机与延期的经济效果：

投机的效果：根据事前“预测”的投机性生产流通活动可使规模效益达到最大极限

延期的效果：生产流通活动可以根据最新的市场动向进行，降低了不确定性

延期—投机原理（Principle of postponement—soeculation）

在有效竞争的条件下，延期—投机的水平会向均衡状态收敛，形成理想的流通系统

二、定货生产——预测生产（时间层次）

生产阶段投机—延期根据订货信息投入时机：

订货生产：在订货信息投入后决定产品形态和数量，是延期系统

预测生产：在订货信息投入前决定产品形态和数量是投机系统

1、选择生产系统

2、订货生产令人瞩目的理由

3、短循环和长循环

流通系统中，选择短循环还是长循环，在开交货周期和流通费用的关系上

4、备货位置的投机和延期（空间层次）

备货位置的投机和延期概念

备货位置的变化

本章要点：

- 1、了解生产厂家为什么会介入流通领域？厂家介入如何改变了传统商业的性质。
- 2、理解流通为什么会分化和一体化？
- 3、理解流通过程中延期---投机原理的意义

思考题

- 1、寡占企业为什么不再依靠商业销售，而要采取市场营销手段自行销售？
- 2、生产厂家直接控制流通渠道的制约条件是什么？

第七章 零售流通（总 5 学时）

本章教学目的

- 1、理解零售流通的本质及零售竞争的特点
- 2、了解零售形态的发展及各主导业态的技术创新点
- 3、掌握零售业态发展理论
- 4、了解消费者行为与零售竞争

考察与讨论：30 年来，你所在的城市零售商店发生了哪些变化？这些变化反映了什么？

案例 13：北京奥特莱斯名品折扣店

案例 14：北京物美大卖场

案例 15：北京金源购物中心

案例 16：麦考林邮购

第一节 零售流通的本质

一、零售活动的目标——商品价值的实现

1、Davidson W.R. 的现代零售流通作用：

预见欲求，创造备货

提供适合需求的小量消费品

用好的方法进行价值交换

2、进货和销售的 5Rs：

The right time 适当的时间、The right place 适当的场所、The right price 适当的价格、The right quantity 适当的量、The right goods 适当的商品。随着环境条件的变化而变化。

二、空间结构的阶层性

即商圈，指零售商业的集合或零售商店吸引消费者的地理范围，或者说是消费者购物行动的范围。

三、零售形态的多样化

零售形态细分为店铺形态层次、企业层次、企业间关系层次三个层次。

1、店铺形态层次

店铺形态：按主营商品的业种（经营种类）和营业战略的业态（营业形态）划分

分为一般零售店、专门店、方便店、食品超市、综合超市、百货店、廉价商店、家具中心，以及无店铺销售（邮寄销售、网络销售、访问销售、自动销售等）。

2、零售业态的定义

是零售店铺的营业形态，是零售业的经营者，在店铺这一零售业经营的具体场所，采用实行的各种经营战略的总和。

主力业态：某一时期、某一社会中的零售形态会集中在几个代表性的形态上，这些形态就是主力业态。

3、我国零售业态国家标准

中国零售业态按零售商店的结构特点分类，根据其经营方式、商品结构、服务功能，以及选址、商圈、规模、店堂设施和目标顾客等结构特点，分为百货店、大型综合超市、超级市场、便利店、专业店、购物中心、家居中心、仓储商店等九种零售业态。

——国家质量技术监督局《零售业态国家标准》

4、企业层次

按企业层次分类有单独店、复数店、连锁店，或个人、法人、互助合作等形态

5、企业间关系层次

有正规连锁店、加盟连锁、自由连锁、商业街、购物中心、协同组合，以及按厂家系列组织分成的系列或非系列组织。

第二节 零售形态的发展史

一、百货店与邮寄销售

百货店的革新特征：明码标价、现金交易、自由退货、质量保证、部门管理、一站式购物
邮寄销售：满足农村分散需求、铁路和邮电事业的发达

二、连锁店

1、革新特征

2、与百货店的比较

三、超级市场

采取自选销售方式、以销售生鲜商品、食品和向顾客提供日常必需品为主要目的的零售业态。

1、基本特征

2、最大的革新

3、超级市场业态结构特点是

四、购物中心与现代邮寄

购物中心是以百货、超市为核心，周围配以大量专门店和饮食休闲设施，有大型停车场，可一次性购物和比较购买。

1、购物中心出现的前提

人口向郊外移动 用私人汽车购物

2、购物中心的类型

近邻型、地区型、广域型

3、现代邮购

五、廉价商店

形式：综合廉价商店、大型廉价专业店、批发俱乐部、处理品店、折扣店

六、便利店

特点：在住宅地、公路、车站、医院、办公楼、娱乐设施附近设址、营业面积 100 平方米左右、徒步 5—7 分钟的商圈、80% 顾客为有目的购买、多品种少量即时消费的商品构成、营业时间 10—24 小时、全年无休。

第三节 零售业态发展的理论

一、零售之轮理论

很好地解释了零售业特别是美国零售业的发展变化。但也有零售之论无法解释的现象。

二、真空地带理论

真空地带理论的缺陷：消费者接受新业态的理由不明确、忽视了原有业态的反应、对零售竞争环境考虑不足、进行低毛利、低价格革新的源泉不明确

三、冲突理论

为应对危机而产生新的零售形态，是这一理论的基本观点。

第四节 消费者行为与零售竞争

一、零售竞争的特征

二、购物清单与店铺选择

购物清单与业种的关系、清单中包含该业种以外的商品、购物的紧急性、交通的便利性

三、距离阻力与店铺魅力

距离阻力——消费者从购物起点到店铺所感觉的费用产生的阻力

店铺魅力——零售组合与自己口味的适合程度

四、商店印象与消费者的偏好

边界曲线与意向比率

本章要点：

- 1、了解主要零售业态的特征及技术创新特点。
- 2、理解消费者行为对零售竞争的影响。
- 3、掌握零售之论、真空地带理论、冲突理论

思考题：

- 1、哪些条件决定零售业态的特征？

2、网络购物是不是新的零售业态？它与传统零售业有什么关系？

第八章 批发流通（总 4 学时）

本章教学目的：

- 1、了解批发流通的功能
- 2、了解批发流通垂直竞争的性质

考察与讨论：商品批发市场的变化

案例 17：日本大型批发企业菱食的顾客适应战略

案例 18：回龙观城北大市场的批零兼营功能

第一节 批发流通的功能

一、批发的含义

批发是面向除最终消费者以外的所有交易对象，是把商品和服务销售给以转售为目的的商业机构或产业用户的流通活动。

与零售流通相比，批发流通具有多环节的特征。

二、批发商的功能

- 1、供求结合功能

霍尔第一原理(交易次数简化原理)

- 2、信息提炼功能

批发商担当市场信息的“蓄水池”

- 3、运输、配送功能

根据契约和文件，把实物送到消费者和用户手里或零售店里的功能

- 4、创造需求功能

创造需求是商业者的重要功能，批发商通过金融功能和风险负担功能体现

三、功能的延伸

功能延伸最明显的一个方向是向生产功能的接近，另一个向生产功能接近的是商品策划功能。

第二节 批发商业的内部分化

一、批发分化的背景

大背景：进入工业化生产阶段

环境：人口增加、市场范围扩大、制造业者增加、各国间贸易的发展

批发业内部分化----层次的分化、空间的分化、商品类别的分化、综合批发与专业批发等。

二、垂直分化

- 1、向集中、中转、分散各层次的分化
- 2、收集批发商和分散批发商
- 3、中转批发商
- 4、专业批发商

三、空间分化----批发商的商圈及其层次分化

第三节 批发一体化

一、商业一体化原理

所谓一体化，就是一个企业统筹完成原本属于其他企业的职能。一体化发生在不同的流通环节之间，叫做垂直一体化；在同一流通环节上，将原本其他不同公司执行的不同职能，由一家公司统筹完成，为水平一体化。

1、商业一体化的动因

大量生产，使交易量不再受生产量的制约

交通和通讯基础设施完善，人口向城市集中，形成大型消费市场

大量生产体制的确立，加强了商品适于交易的特性

2、商业一体化的先驱----现代企业

现代企业出现之前，主体流通机关的交易活动，最终受到高于各流通机关意志的流通渠道结构的制约

现代企业出现之后，流通机关的主体意识活动，改变了流通渠道的结构，创造出相反因果关系的销售系统，表现为批发一体化

二、批发一体化的形态

1、收缩型一体化

生产集中使得生产厂家减少并引起其地理位置向城市集中，大型生产商出现，开始设立自己的销售公司，来替代以前批发商的职能。

城市化引起了集中市场的出现、服务于城市集中市场的运输、通讯等基础设施完备等，减少了过去依赖批发商进行各地区市场信息处理的需求。

2、创建型一体化

改造不适应于现在批发体系的流通运行条件，代之以厂家独立创建的流通运行环境。从其发展的历史来看，它首先出现在生鲜食品领域。

三、现代批发部门的特征

批发商要与这些外部批发机构展开竞争，其相对地位取决于它与外部结构之间相互替代流通业务的关系

批发商与这些外部机构存在互补关系

第四节 批发竞争的实质及发展动向

一、批发市场竞争的实质

在多层次和多形态上展开。

二、批发商势力衰退的结构性原因

三、批发商业今后的动向

批发商本身想具有竞争优势，向备货综合化发展

生产者和零售商都想减少库存和降低库存风险，需要构建高效的物流系统

本章要点：

- 1、了解批发流通的功能
- 2、说明传统批发衰落的原因

思考题：

- 1、 信息革命和物流管理的创新对批发流通会产生什么影响？
- 2、 我国批发业发展的方向及特点。

《公司理财》教学大纲

田明 张书芬 编写

目 录

前 言.....	5
一、课程简介.....	5
二、教学目的和基本要求.....	5
三、课程主要内容及学时分配.....	5
四、教材和指定参考书.....	5
五、授课形式及考核方式.....	5
六、对学生的学习方法建议.....	5
第一章 财务管理总论.....	7
教学目的和基本要求.....	7
第一节 财务管理的目标.....	7
一、企业财务管理的目标.....	7
二、影响财务管理目标实现的因素.....	7
三、股东、经营者和债权人的冲突与协调.....	7
第二节 财务管理的内容.....	7
一、财务管理的对象.....	7
二、财务管理的内容.....	7
第三节 财务管理的原则.....	8
一、有关竞争环境的原则.....	8
二、有关创造价值的原则.....	8
三、有关财务交易的原则.....	8
第四节 财务管理的环境.....	8
一、法律环境.....	8
二、金融市场环境.....	8
三、经济环境.....	8
复习与思考题.....	9
一、概念.....	9
二、单项选择题.....	9
三、多项选择题.....	9
四、判断题.....	10
拓展阅读书目：.....	10
第二章 财务报表分析.....	11
教学目的和要求.....	11
第一节 财务报表分析概述.....	11
一、财务报表分析的方法.....	11
二、财务报表分析的局限性.....	11
第二节 基本的财务比率.....	11
一、变现能力比率.....	11
二、资产管理比率.....	11
三、负债比率.....	12
四、盈利能力比率.....	12
第三节 财务报表分析的应用.....	12
一、上市公司财务报告分析.....	12
二、现金流量分析.....	12
复习与思考题.....	12
一、概念.....	12
二、单项选择题.....	12
三、多项选择题.....	13

四、判断题.....	13
拓展阅读书目：.....	13
第三章 财务估价.....	14
教学目的和要求.....	14
第一节 货币的时间价值.....	14
一、货币的时间价值.....	14
二、时间价值的计算.....	14
第二节 债券估价.....	14
一、债券的价值.....	14
二、债券的收益率.....	14
第三节 股票估价.....	15
一、股票的价值.....	15
二、股票的收益率.....	15
第四节 风险和报酬.....	15
一、风险的分类.....	15
二、风险和报酬的计量.....	15
三、资本资产定价模型.....	15
复习与思考题.....	15
一、概念.....	15
二、单项选择题.....	15
三、多项选择题.....	16
四、判断题.....	16
五、计算题.....	16
拓展阅读书目：.....	17
第四章 投资管理.....	18
教学目的和要求.....	18
第一节 投资评价的基本方法.....	18
一、资本投资.....	18
二、投资项目评价的基本方法.....	18
第二节 投资项目现金流量的估计.....	18
一、项目现金流量.....	18
二、固定资产更新项目的现金流量.....	19
第三节 投资项目的风险处置.....	19
一、投资项目风险的处置方法.....	19
复习与思考题.....	19
一、概念.....	19
二、单项选择题.....	19
三、多项选择题.....	19
四、判断题.....	20
五、计算题.....	20
拓展阅读书目：.....	20
第五章 流动资金管理.....	21
教学目的和要求.....	21
第一节 现金和有价证券管理.....	21
一、现金管理概述.....	21
二、最佳现金持有量的确定方法.....	21
第二节 应收账款管理.....	21
一、应收账款信用政策的确定.....	21
二、信用政策的决策.....	21
第三节 存货管理.....	22

一、储备存货的有关成本.....	22
二、存货决策.....	22
复习与思考题.....	22
一、概念.....	22
二、单项选择题.....	22
三、多项选择题.....	22
四、判断题.....	23
五、计算题.....	23
拓展阅读书目：.....	24
第六章 筹资管理.....	25
教学目的和要求.....	25
第一节 普通股筹资.....	25
一、股票概述.....	25
二、普通股融资的特点.....	25
三、优先股筹资的特点.....	25
第二节 长期负债筹资.....	25
一、长期借款筹资.....	25
二、债券筹资.....	25
三、可转换证券筹资.....	26
四、租赁筹资.....	26
第三节 短期筹资与营运资金政策.....	26
一、短期负债筹资.....	26
二、营运资金政策.....	26
复习与思考题.....	26
一、概念.....	26
二、单项选择题.....	26
三、多项选择题.....	27
四、判断题.....	27
五、计算题.....	28
拓展阅读书目：.....	28
第七章 股利分配.....	29
教学目的和要求.....	29
第一节 利润分配的内容.....	29
一、利润分配的项目.....	29
二、利润分配的顺序.....	29
第二节 股利支付的程序和方式.....	29
一、股利支付的程序.....	29
二、股利支付的方式.....	29
第三节 股利分配政策和内部筹资.....	30
一、股利理论.....	30
二、股利分配政策.....	30
第四节 股票股利和股票分割.....	30
一、股票股利.....	30
二、股票分割.....	30
复习与思考题.....	30
一、概念.....	30
二、单项选择题.....	30
三、多项选择题.....	31
四、判断题.....	31
拓展阅读书目：.....	32

第八章 资本成本和资本结构	33
教学目的和要求	33
第一节 资本成本	33
一、资本成本概述	33
二、个别资本成本	33
三、加权平均资本成本	33
第二节 财务杠杆	33
一、经营风险和财务风险	33
二、经营杠杆系数	33
三、财务杠杆系数	34
四、总杠杆系数	34
第三节 资本结构	34
一、资本结构理论	34
二、资本结构的管理	34
复习与思考题	34
一、概念	34
二、单项选择题	34
三、多项选择题	35
四、判断题	35
五、计算题	36
拓展阅读书目：	36
第九章 本量利分析	37
教学目的和要求	37
第一节 成本性态分析	38
一、固定成本	38
二、变动成本	38
三、混合成本	38
四、成本性态分析的意义	38
第二节 混合成本的分解——高低点法	38
一、基本做法	38
二、例题	38
第三节 本量利关系式	38
一、贡献毛益方程式	38
二、本量利基本公式——损益方程式	38
三、本量利关系图——盈亏平衡图	38
第四节 盈亏平衡点分析	38
一、盈亏平衡点的计算	38
二、多种产品条件下的盈亏平衡点	38
三、相关因素变动对盈亏平衡点的影响	38
第五节 目标利润的影响因素分析	38
一、实现目标利润的计算公式	38
二、有关因素变动后对实现目标利润的影响	38
复习与思考题	39
一、概念	39
二、单项选择题	39
三、多项选择题	39
四、判断题	39
五、计算题	39

前 言

一、课程简介

公司理财是就公司经营过程中的资金运动进行预测、组织、协调、分析和控制的一种决策与管理活动。从决策角度来讲，公司理财的决策内容包括投资决策、筹资决策、股利决策和流动资金决策。

本课程教学的基本指导思想是：（1）内容叙述上力争简明、清晰；概念定义上力求准确、扼要，并尽量通过大量的例题予以说明，同时注意各章之间的联系，使学生能“融会贯通”。（2）内容上注重理论与实际相结合并以实际为主。在体系和内容的选取上尽可能结合我国的实际情况，对于西方公司理财资料的参考，本着“洋为中用”的原则。（3）将国内外财务管理的前沿研究介绍给学生。

二、教学目的和基本要求

通过讲授公司理财的基本理论和方法，并辅助以现实案例教学、课堂讨论、练习等教学方法，使学生熟悉和掌握公司理财的基本知识和技能，以适应各类企业开展公司理财活动的实际需要

三、课程主要内容及学时分配

- 第一章 财务管理总论（5 学时）
- 第二章 财务报表分析（6 学时）
- 第三章 财务估价（5 学时）
- 第四章 投资管理（4 学时）
- 第五章 流动资金管理（4 学时）
- 第六章 筹资管理（3 学时）
- 第七章 股利分配（3 学时）
- 第八章 资本成本和资本结构（4 学时）
- 第九章 量本利分析（2 学时）

四、教材和指定参考书

教材：《财务成本管理》，中国注册会计师协会编，经济科学出版社 2006 年 4 月

指定参考书：公司理财（原书第 6 版）[美]罗斯等著，吴世农等译，机械工业出版社 2003 年 9 月

五、授课形式及考核方式

授课形式：课堂讲授 34 学时，实践与讨论 2 学时

考核方式：平时成绩加期末成绩

六、对学生的学习方法建议

1. 掌握会计学原理、中级财务会计、高等数学等知识。公司理财是在公司会计的基础上，对公司的资金活动进行管理。公司理财与成本会计和管理会计相比，具有理论性和技术性特点。

2. 阅读有关财经法规及与本课程有关的专业文章，以获取更丰富的公司理财学科方面的信息，扩展自己的知识面，培养自己的创新意识和研究素质。

第一章 财务管理总论

教学目的和基本要求

本章是公司理财的理论基础，主要为学习以后各章内容提供理论依据，掌握本章内容可以帮助我们构建起公司财务管理的整体框架结构，树立理财理念，同时也为更好地学习和理解教材的其他相关章节内容奠定了良好的基础。本章教学时间为 5 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 企业财务管理目标
2. 股东与经营者、股东与债权人的冲突及其协调方法
3. 公司理财原则
4. 影响理财目标实现的金融市场环境

第一节 财务管理的目标

一、企业财务管理的目标

1. 利润最大化
2. 每股盈余最大化
3. 企业价值最大化

二、影响财务管理目标实现的因素

1. 报酬率
2. 风险

三、股东、经营者和债权人的冲突与协调

1. 激励
2. 监督

第二节 财务管理的内容

一、财务管理的对象

1. 现金的循环和周转
2. 现金流转不平衡的原因

二、财务管理的内容

1. 筹资
2. 投资

3. 股利分配

第三节 财务管理的原则

一、有关竞争环境的原则

1. 自利行为原则
2. 双方交易原则
3. 信号传递原则
4. 引导原则

二、有关创造价值的原则

1. 有价值的创意原则
2. 比较优势原则
3. 期权原则
4. 净增效益原则

三、有关财务交易的原则

1. 风险—报酬权衡原则
2. 投资分散化原则
3. 资本市场有效原则
4. 货币时间价值原则

第四节 财务管理的环境

一、法律环境

1. 企业组织法律规范
2. 税务法律规范
3. 财务法律规范

二、金融市场环境

1. 金融资产的特点
2. 金融市场的分类
3. 利率的构成

三、经济环境

1. 经济发展状况
2. 通货膨胀
3. 利息率波动

4. 政府的经济政策
5. 竞争

复习与思考题

一、概念

财务 财务管理 沉没成本

二、单项选择题

1. 相对于每股盈余最大化目标而言，企业价值最大化目标的不足之处是（ ）。
 - A. 没有考虑货币的时间价值
 - B. 没有考虑投资的风险价值
 - C. 不能反映企业潜在的获利能力
 - D. 不能直接反映企业当前的获利水平
2. 企业财务关系中最为重要的关系是（ ）。
 - A. 股东与经营者之间的关系
 - B. 股东与债权人之间的关系
 - C. 股东、经营者、债权人之间的关系
 - D. 企业与作为社会管理者的政府有关部门、社会公众之间的关系
3. 自利行为原则的依据是（ ）。
 - A. 理性的经济人假设
 - B. 商业交易至少有两方、交易是“零和博弈”，以及各方都是自利的
 - C. 分工理论
 - D. 投资组合理论
4. “沉没成本”概念的提出是基于（ ）。
 - A. 自利行为原则
 - B. 资本市场有效原则
 - C. 引导原则
 - D. 净增效益原则

三、多项选择题

1. 有关企业总价值与报酬率、风险的相互关系的正确表述是（ ）。
 - A. 企业总价值与预期的报酬成正比
 - B. 企业总价值与预期的风险成反向变化
 - C. 在风险不变时，报酬越高，企业总价值越大
 - D. 在报酬不变时，风险越高，企业总价值越大
2. 资本市场如果是有效的，那么（ ）。
 - A. 价格反映了内在价值
 - B. 价格反映了所有的可知信息，没有任何人能够获得超常收益
 - C. 公司股票的价格不会因为公司改变会计处理方法而变动

D. 在资本市场上，只获得与投资风险相称的报酬，也就是与资本成本相同的报酬，很难增加股东财富

3. 根据财务管理的信号传递原则，下列说法正确的是（ ）。

- A. 少发或不发股利的公司，很可能意味着自身产生现金的能力较差
- B. 决策必须考虑机会成本
- C. 过度依赖贷款可能意味着财务失败
- D. 理解财务交易时，要关注税收的影响

4. 下列属于净增效益原则应用领域的是（ ）。

- A. 委托—代理理论
- B. 机会成本和机会损失
- C. 差额分析法
- D. 沉没成本概念

四、判断题

1. 企业应正确权衡风险和投资报酬率之间的关系，努力实现两者的最佳组合，使得企业价值最大化。（ ）

2. 如果资本市场是有效的，购买或出售金融工具的交易净现值就为零。（ ）

3. 理财原则有不同的流派和争论，甚至存在完全相反的结论。（ ）

4. 有价值的创意原则既应用于项目投资，也应用于证券投资。（ ）

拓展阅读书目：

《经营者业绩评价：利益相关者模式》浙江人民出版社，2001年11月，李苹莉著。

第二章 财务报表分析

教学目的和要求

本章属于财务管理的核心，是对整个财务管理工作的总结和分析，同时也对相关章节内容的分析和决策提供了方法和手段。因此，掌握好财务指标的计算和分析方法对后面相关内容的学习是至关重要的。本章教学时间为6学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 几个重要的基本财务比率含义、计算、分析、注意的问题及相互关系。
2. 上市公司财务分析比率的含义、计算、分析、注意的问题及相互关系。
3. 现金流量分析指标（现金流动负债比、现金债务总额比、销售现金比率、每股营业现金净流量）的含义、计算。

第一节 财务报表分析概述

一、财务报表分析的方法

1. 比较分析法
2. 因素分析法

二、财务报表分析的局限性

1. 财务报表本身的局限性
2. 报表的真实性问题
3. 会计政策的不同选择影响可比性
4. 比较基础问题

第二节 基本的财务比率

一、变现能力比率

1. 流动比率
2. 速动比率

二、资产管理比率

1. 营业周期
2. 存货周转率
3. 应收账款周转率
4. 流动资产周转率
5. 总资产周转率

三、负债比率

1. 资产负债率
2. 产权比率
3. 已获利息倍数

四、盈利能力比率

1. 销售净利率
2. 销售毛利率
3. 资产净利率
4. 净资产收益率

第三节 财务报表分析的应用

一、上市公司财务报告分析

1. 每股收益
2. 市盈率
3. 每股净资产
4. 股票获利率
5. 市净率

二、现金流量分析

1. 流动性分析
2. 获取现金能力分析
3. 财务弹性分析

复习与思考题

一、概念

市盈率 市净率

二、单项选择题

1. 某公司 2003 年的资产总额为 1000 万元，权益乘数为 5，市净率为 1.2，则该公司市价总值为（ ）万元。
A. 960 B. 240 C. 1200 D. 220
2. 某企业本年销售收入为 20000 元，应收账款周转率为 4，假设没有应收票据，期初应收账款为 3500 元，则期末应收账款为（ ）元。
A. 5000 B. 6000 C. 6500 D. 4000
3. 影响速动比率可信性的最主要因素是（ ）。
A. 存货的变现能力 B. 短期证券的变现能力

- C. 产品的变现能力 D. 应收账款的变现能力
4. 下列关于市盈率的说法中, 不正确的是 ()。
- A. 债务比重大的公司市盈率较低
- B. 市盈率很高则投资风险大
- C. 市盈率很低则投资风险小
- D. 预期将发生通货膨胀时市盈率会普遍下降

三、多项选择题

1. 若流动比率大于 1, 则下列结论不一定成立的是 ()。
- A. 速动比率大于 1 B. 营运资金大于零
- C. 资产负债率大于 1 D. 短期偿债能力绝对有保障
2. 企业在进行盈利能力分析时, 分析的对象不应包括的内容有 ()。
- A. 正常营业的损益 B. 买卖证券的损益
- C. 会计准则和会计制度变更造成的累计损益 D. 重大事故造成的损益
3. 财务分析的局限性, 包括 ()。
- A. 财务报表本身的局限性 B. 报表的真实性问题
- C. 会计政策的不同选择影响可比性 D. 比较基础问题
4. 影响速动比率的因素有 ()。
- A. 应收账款 B. 存货 C. 短期借款 D. 应收票据

四、判断题

1. 市盈率是评价上市公司盈利能力的指标, 它反映投资者愿意对公司每股净利润支付的价格。()
2. 当企业息税前资金利润率高于借入资金利率时, 增加借入资金, 可以提高自有资金利润率。()
3. 尽管流动比率可以反映企业的短期偿债能力, 但有的企业流动比率较高, 却没有能力支付到期的应付账款。()

拓展阅读书目:

《财务报表分析与证券定价》, 中国财政经济出版社, 2005 年 9 月, (美) 佩因曼著, 刘力、陆正飞译

第三章 财务估价

教学目的和要求

货币时间价值因素和风险因素是始终贯穿财务管理决策的两条红线，本章属于重点章，是以后章节学习的基础。本章教学时间为 5 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 货币时间价值的计算。
2. 债券价值及其到期收益率的计算。
3. 固定成长股票、非固定成长股票价值的计算和股票收益率的计算。
4. 风险定义。

第一节 货币的时间价值

一、货币的时间价值

1. 含义
2. 应用

二、时间价值的计算

1. 复利现值与终值
2. 年金现值与终值

第二节 债券估价

一、债券的价值

1. 债券价值的含义
2. 债券价值的计算

二、债券的收益率

1. 债券到期收益率的含义
2. 债券到期收益率的计算

第三节 股票估价

一、股票的价值

1. 零成长股票价值的计算
2. 固定成长股票价值的计算
3. 非固定成长股票价值的计算

二、股票的收益率

1. 股票预期收益率的含义
2. 股票预期收益率的计算

第四节 风险和报酬

一、风险的分类

1. 系统性风险
2. 非系统性风险

二、风险和报酬的计量

1. 单项资产的风险和报酬
2. 投资组合的风险和报酬

三、资本资产定价模型

1. 模型的提出
2. 证券市场线

复习与思考题

一、概念

延期年金 风险 系统性风险 非系统性风险

二、单项选择题

1. 从投资人的角度看，下列观点中不能被认同的是（ ）。
A. 有些风险可以分散，有些风险则不能分散
B. 额外的风险要通过额外的收益来补偿
C. 投资分散化是好的事件与不好事件的相互抵销
D. 投资分散化降低了风险，也降低了预期收益
2. 有一笔国债，5 年期，溢价 20% 发行，票面利率 10%，单利计息，到期一次还本付清（复利，按年计息），其到期收益率是（ ）。

- A. 4. 23% B. 5. 23% C. 4. 57% D. 4. 69%

3. 企业发行债券，在名义利率相同的情况下，对其最有利的复利计息期是（ ）。

- A. 1 年 B. 半年 C. 1 季 D. 1 月

三、多项选择题

1. 某公司拟购置一处房产，付款条件是：从第 7 年开始，每年年初支付 10 万元，连续支付 10 次，共 100 万元，假设该公司的资本成本率为 10%，则相当于该公司现在一次付款的金额为（ ）万元。

- A. $10[(P/A, 10\%, 15) - (P/A, 10\%, 5)]$
B. $10(P/A, 10\%, 10)(P/S, 10\%, 5)$
C. $10[(P/A, 10\%, 16) - (P/A, 10\%, 6)]$
D. $10[(P/A, 10\%, 15) - (P/A, 10\%, 6)]$

2. 影响实际年利率的因素有（ ）。

- A. 本金 B. 名义年利率 C. 一年的复利次数 D. 年限

3. 关于投资者要求的投资报酬率，下列说法中正确的有（ ）。

- A. 风险程度越高，要求的报酬率越低
B. 无风险报酬率越高，要求的报酬率越高
C. 无风险报酬率越低，要求的报酬率越高
D. 风险程度、无风险报酬率越高，要求的报酬率越高
E. 它是一种机会成本

4. 下列各项中，能够影响债券内在价值的因素有（ ）。

- A. 债券的价格 B. 债券的计息方式（单利还是复利）
C. 当前的市场利率 D. 票面利率
E. 债券的付息方式（分期付息还是到期一次付息）

5. 在不考虑通货膨胀的前提下，风险与期望投资报酬率的关系可正确表示为（ ）。

- A. 期望投资报酬率=无风险报酬率+风险报酬率
B. 期望投资报酬率=无风险报酬率+风险程度
C. 期望投资报酬率=资金时间价值+通货膨胀补偿率+风险报酬率
D. 期望投资报酬率=资金时间价值+风险报酬率

四、判断题

1. 证券报酬率的相关系数越小，机会集曲线就越弯曲，风险分散化效应也就越强。（ ）

2. 如果大家都愿意冒险，证券市场线斜率就大，风险溢价就大；如果大家都愿意冒险，证券市场线斜率就小，风险附加率就较小。（ ）

五、计算题

1. A 公司股票的贝他系数为 2.5，无风险利率为 6%，市场上所有股票的平均报酬率为 10%，要求：

(1) 计算该公司股票的预期收益率

(2) 若该股票为固定成长股票，成长率为 6%，预计一年后的股利为 1.5 元，则该股票的价值为多少？

(3) 若股票未来三年股利为零成长，每年股利额为 1.5 元，预计从第 4 年起转为正常增长，

增长率为 6%，则该股票的价值为多少？

2. A 公司 2003 年 4 月 8 日发行公司债券，每张面值 1000 元，票面利率 10%，5 年期。（计算过程保留 4 位小数，结果保留 2 位小数）。

要求：

（1）假定每年 4 月 8 日付息一次，到期按面值偿还。B 公司 2006 年 4 月 8 日按每张 1120 元的价格购入该债券并持有到期，计算债券的到期收益率。

（2）假定到期一次还本付息，单利计息。B 公司 2006 年 4 月 8 日按每张 1380 元的价格购入该债券并持有到期，计算债券的到期收益率。

（3）假定每年 4 月 8 日付息一次，到期按面值偿还，必要报酬率为 12%。B 公司 2005 年 4 月 8 日打算购入该债券并持有到期，计算确定当债券价格低于什么水平时，B 公司才可以考虑购买。

（4）假定到期一次还本付息，单利计息，必要报酬率为 12%。B 公司 2005 年 4 月 8 日打算购入该债券并持有到期，计算确定当债券价格低于什么水平时，B 公司才可以考虑购买。

拓展阅读书目：

巴菲特致股东的信——股份公司教程 机械工业出版社 沃伦·巴菲特著 劳伦斯·A·坎宁安编
陈鑫译

第四章 投资管理

教学目的和要求

对于创造价值而言，投资决策是三项决策中最重要的决策。筹资的目的是投资，投资决定了筹资的规模和时间。投资决定了购置资产的类别，因此也决定了日常经营活动的特点和方式。投资决策决定着企业的前景，以至于提出投资方案和评价方案的工作已经不是财务人员能单独完成的，需要所有经理人员的共同努力。

本章的问题具有难度大、综合性强、灵活多变和会计处理以及实际项目投资业务的联系非常紧密的特点。这些特点就要求学生熟练掌握项目投资决策的基本程序和步骤，准确把握投资项目的相关现金流量的确定，熟悉净现值法和内含报酬率法的决策原理。本章教学时间为 4 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 资本投资评价的基本原理。
2. 投资项目评价的基本方法（净现值和内含报酬率）。
3. 项目相关现金流量的判定及处理。
4. 项目实体现现金流量的计算。

第一节 投资评价的基本方法

一、资本投资

1. 资本投资的概念
2. 资本投资评价的基本原理

二、投资项目评价的基本方法

1. 净现值
2. 内含报酬率
3. 现值指数法
4. 回收期法
5. 会计收益率

第二节 投资项目现金流量的估计

一、项目现金流量

1. 现金流量的概念
2. 现金流量的估计
3. 所得税和折旧对现金流量的影响

二、固定资产更新项目的现金流量

1. 平均年成本法
2. 总成本法

第三节 投资项目的风险处置

一、投资项目风险的处置方法

1. 调整现金流量法
2. 风险调整折现率法

复习与思考题

一、概念

付现成本 固定资产经济寿命 肯定当量系数

二、单项选择题

1. 下列各项中，不会对投资项目内含报酬率指标产生影响的因素是（ ）。
A. 原始投资 B. 现金流量 C. 项目计算期 D. 设定折现率
2. 当贴现率为 10% 时，某项目的净现值为 500 元，则说明该项目的内含报酬率（ ）。
A. 高于 10% B. 低于 10% C. 等于 10% D. 无法界定
3. 下列关于评价投资项目的回收期法的说法中，不正确的是（ ）。
A. 它忽略了货币时间价值
B. 它需要一个主观上确定的最长的可接受回收期作为评价依据
C. 它不能测度项目的盈利性
D. 它不能测度项目的流动性
4. 在进行是继续使用旧设备还是购置新设备决策时，如果这两个方案的未来使用年限不同，且只有现金流出，没有适当的现金流入。则合适的评价方法是（ ）。
A. 比较两个方案总成本的高低 B. 比较两个方案净现值的大小
C. 比较两个方案内含报酬率的大小 D. 比较两个方案平均年成本的高低

三、多项选择题

1. 对于风险调整折现率法，下列说法正确的有（ ）。
A. 它把时间价值和风险价值区别开来，据此对现金流量进行贴现
B. 它把时间价值和风险价值混在一起，并据此对现金流量进行贴现
C. 它是用调整净现值公式分子的办法来考虑风险的
D. 它意味着风险随时间的推移而加大
2. 下列几个因素中影响内含报酬率的有（ ）。
A. 银行存款利率 B. 银行贷款利率 C. 投资项目有效年限 D. 原始投资额
3. 评价投资方案的投资回收期指标的主要缺点是（ ）。

- A. 不可能衡量企业的投资风险
- B. 没有考虑货币时间价值
- C. 没有考虑回收期满后的现金流量
- D. 不能衡量投资方案投资报酬的高低

4. 下列说法正确的有。()

- A. 固定资产的平均年成本是指继续使用该项固定资产引起的现金流出与现金流入的差额的年平均
平均值
- B. 固定资产的平均年成本是指该继续使用该项固定资产引起的未来现金流出的年平均
值
- C. 平均年成本法是把继续使用旧设备和购置新设备看成是两个互斥的方案
- D. 平均年成本法的假设前提是将来设备更换时, 可以按原来的平均年成本找到可代替的设备

四、判断题

- 1. 投资回收期法的主要缺陷在于没有考虑股东财富最大化。()
- 2. 调整现金流量法克服了风险调整折现率法夸大远期风险的缺点, 可以根据各年不同的风险
程度, 分别采用不同的肯定当量系数。()
- 3. 某企业正在讨论更新现有的生产线, 有两个备选方案:A 方案的净现值为 400 万元, 内含
报酬率为 10%; B 方案的净现值为 300 万元, 内含报酬率为 15%。据此可以认为 A 方案较好。()
- 4. 投资决策中使用的现金流量, 实际上就是指各种货币资金。()

五、计算题

假设某企业有一个投资方案, 有关资料如下: 该企业投资 80000 元取得一项固定资产, 该资产
当年投资当年完工投产, 预计的使用年限为 8 年, 每年的现金净流量为 25000 元。假设折现率为 10%。
要求: (1) 计算该方案的净现值。(2) 在其他条件不变的前提下, 每年的经营现金净流量至少为多
少, 这个方案才是可行的? 经营现金净流量在什么幅度内变动, 才不会影响原方案的可行性? (3)
在其他条件不变的前提下, 该项固定资产的使用寿命至少为多长, 这个方案才是可行的? 使用寿命
在什么幅度内变动, 才不会影响原方案的可行性?

拓展阅读书目:

《公司财务与投资:决策与战略》(第四版), 中国人民大学出版社, 2006 年 7 月, 派克·尼尔
著, 孔宁宁译

第五章 流动资金管理

教学目的和要求

流动资金的主要项目是现金、应收账款和存货，它们占用了绝大部分的流动资金。本章主要介绍流动资产的管理，应收账款信用政策中的应收账款占用资金利息的计算，最佳现金持有量确定的存货模式。本章教学时间为 4 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 最佳现金持有量确定的存货模式和随机模式。
2. 应收账款信用政策决策的基本思路、有关的计算和应用。
3. 存货管理经济批量控制的基本模式、订货提前期。

第一节 现金和有价证券管理

一、现金管理概述

1. 现金管理的目标
2. 现金管理的有关规定
3. 现金收支管理

二、最佳现金持有量的确定方法

1. 成本分析模式
2. 存货模式
3. 随机模式

第二节 应收账款管理

一、应收账款信用政策的确定

1. 信用期间
2. 信用标准
3. 现金折扣政策

二、信用政策的决策

1. 应收账款管理的目标
2. 信用政策的决策的差量分析法

第三节 存货管理

一、储备存货的有关成本

1. 取得成本
2. 储存成本
3. 缺货成本

二、存货决策

1. 经济批量基本模型
管理成本
2. 订货提前期模型

复习与思考题

一、概念

现金浮游量 经济订货量

二、单项选择题

1. 某企业现金收支状况比较稳定，全年的现金需要量为 200000 元，每次转换有价证券的交易成本为 400 元，有价证券的年利率为 10%。达到最佳现金持有量的全年交易成本是（ ）元。
A. 1000 B. 2000 C. 3000 D. 4000
2. 假设某企业明年需要现金 8400 万元，已知有价证券的报酬率为 7%，将有价证券转换为现金的转换成本为 150 元，则最佳现金持有量和此时的相关最低总成本分别是（ ）。
A. 60 万元；4 万元 B. 60 万元；4.2 万元
C. 80 万元；4.5 万元 D. 80 万元；4.2 万元
3. 在确定最佳现金持有量时，成本分析模式和存货模式均需考虑的因素是（ ）。
A. 机会成本 B. 交易成本 C. 短缺成本 D. 管理成本
4. 某企业全年需用 A 材料 2400 吨，每次的订货成本为 400 元，每吨材料年储备成本 12 元，则每年最佳订货次数为（ ）次。
A. 12 B. 6 C. 3 D. 4
5. 最佳现金持有量的存货控制模式中，应考虑的相关成本主要有（ ）。
A. 机会成本和交易成本 B. 交易成本和短缺成本
C. 机会成本和短缺成本 D. 管理成本和短缺成本
6. 某企业预测的年度赊销收入净额为 600 万元，应收账款收账期为 30 天，变动成本率为 60%，资本成本率为 10%，则应收账款的机会成本为（ ）万元。
A. 10 B. 6 C. 3 D. 2

三、多项选择题

1. 关于最佳现金持有量确定的成本分析模式和存货模式的说法正确的有（ ）。
A. 管理成本均属于无关成本 B. 机会成本均属于相关成本

- C. 交易成本均属于相关成本 D. 短缺成本均属于相关成本
2. 关于最佳现金持有量确定的存货模式和随机模式的说法正确的有（ ）。
- A. 管理成本均属于无关成本 B. 机会成本均属于相关成本
- C. 交易成本均属于相关成本 D. 短缺成本均属于相关成本
3. 企业在制定或选择信用标准时应考虑以下因素（ ）。
- A. 同行业竞争对手的情况 B. 企业承担违约风险的能力
- C. 企业承担流动性风险的能力 D. 企业客户的资信程度
4. 对信用标准进行定量分析，旨在解决（ ）。
- A. 确定客户拒付账款的风险，即坏账损失率 B. 具体确定客户的信用等级
- C. 信用期间的确定 D. 现金折扣期和折扣率的确定
5. 下列有关信用期限的表述中，正确的有（ ）。
- A. 缩短信用期限可能增加当期现金流量 B. 延长信用期限会扩大销售
- C. 降低信用标准意味着将延长信用期限 D. 延长信用期限将增加应收账款的机会成本
6. 在确定经济订货量时，下列表述中正确的有（ ）。
- A. 随每次进货批量的变动，变动性订货成本和变动性储存成本呈反方向变化
- B. 变动性储存成本的高低与每次进货批量成正比
- C. 变动性订货成本的高低与每次进货批量成反比
- D. 年变动储存成本与年变动订货成本相等时的采购批量，即为经济订货量
7. 下列（ ）属于存货的储存变动成本。
- A. 存货占用资金的应计利息 B. 紧急额外购入成本
- C. 存货的破损变质损失 D. 存货的保险费用

四、判断题

1. 订货提前期对存货的每次订货数量、订货次数、订货间隔时间并无影响。（ ）
2. 企业现金持有量过多会降低企业的收益水平。（ ）
3. 企业拥有现金所发生的管理成本是一种固定成本，与现金持有量之间无明显的比例关系（ ）。
4. 企业往往需要根据顾客赖账可能性的评估来设定顾客的信用标准。（ ）
5. 预防性需要是指置存现金以防发生意外的支付，它与企业现金流量的确定性企业间的借款能力有关。（ ）
6. 企业在不影响自己信誉的前提下，尽可能地推迟应付款的支付期，是企业日常现金管理策略之一。（ ）
7. 在现金持有量的随机模式中，现金余额波动越大的企业，越需关注有价证券投资的流动性。（ ）。
8. 现金折扣是企业为了鼓励客户多买商品而给予的价格优惠，每次购买的数量越多，价格也就越便宜。（ ）

五、计算题

1. 已知 ABC 公司与库存有关的信息如下：
- (1) 年需求数量为 30000 单位（假设每年 360 天）；
- (2) 购买价每单位 100 元；
- (3) 库存储存成本是商品买价的 30%；

- (4) 订货成本每次 60 元；
- (5) 公司希望的安全储备量为 750 单位；
- (6) 订货数量只能按 100 的倍数（四舍五入）确定；
- (7) 订货至到货的时间为 15 天。

要求：

- (1) 计算最优经济订货量。
- (2) 计算确定存货水平为多少时应补充订货？
- (3) 计算存货平均占用资金。

2. A 公司是一个商业企业。由于目前的收账政策过于严厉，不利于扩大销售，且收账费用较高，该公司正在研究修改现行的收账政策。现有甲和乙两个放宽收账政策的备选方案，有关数据如下：

项 目	现行收账政策	甲方案	乙方案
年销售额（万元/年）	2400	2600	2700
收账费用（万元/年）	40	20	10
所有账户的平均收账期	2 个月	3 个月	4 个月
所有账户的坏账损失率	2%	2.5%	3%

已知 A 公司的销售毛利率为 20%，应收账款投资要求的最低报酬率为 15%。坏账损失率是指预计年度坏账损失和销售额的百分比。假设不考虑所得税的影响。

要求：通过计算分析，回答应否改变现行的收账政策？如果要改变，应选择甲方案还是乙方案？

拓展阅读书目：

《公司财务管理（上下册）》，中国人民大学出版社，2003 年 1 月，[美]道格拉斯·R·爱默瑞，[美]约翰·D·芬尼特 著

第六章 筹资管理

教学目的和要求

本章属于非重点章节,主要介绍了各种筹资方式的特点和比较,应理解为一般的筹资理论基础。

由于本章内容相对独立,和其他章节的联系不是很紧密,因此,学习中也就是围绕本章的主要知识点去理解和复习。本章教学时间为3学时。

通过本章的学习,要求掌握:

1. 发行股票时的筹资费包括的内容。
2. 短期借款的有关规定。
3. 可转换债券的有关内容。
4. 三种营运资金筹集政策的含义及特点。

第一节 普通股筹资

一、股票概述

1. 普通股的概念和种类
2. 股票发行
3. 股票上市

二、普通股融资的特点

1. 优点
2. 缺点

三、优先股筹资的特点

1. 优点
2. 缺点

第二节 长期负债筹资

一、长期借款筹资

1. 长期借款的保护性条款
2. 长期借款筹资的特点

二、债券筹资

1. 发行债券的资格和条件
2. 债券发行价格的确定

三、可转换证券筹资

1. 可转换债券的基本知识
2. 上市公司发行可转换债券的条件
3. 可转换债券筹资的优缺点

四、租赁筹资

1. 租赁的概念、特点和种类
2. 融资租赁租金的构成
3. 融资租赁租金的计算和支付方式
4. 融资租赁的决策

第三节 短期筹资与营运资金政策

一、短期负债筹资

1. 短期负债筹资
2. 商业信用筹资
3. 银行借款筹资

二、营运资金政策

1. 营运资金持有政策
2. 营运资金融资政策

复习与思考题

一、概念

加息法 信用敏感债券 银行借款的补偿性余额

二、单项选择题

1. 如果企业营运资金短缺成本较低，资本成本较高，则其持有政策宜采取（ ）。
A. 宽松的营运资金政策 B. 紧缩的营运资金政策
C. 适中的营运资金政策 D. 上述三种政策均可
2. 在稳健型融资政策下，下列结论成立的是（ ）。
A. 长期负债、自发负债和权益资本三者之和大于永久性资产
B. 长期负债、自发负债和权益资本三者之和小于永久性资产
C. 临时负债大于临时性流动资产
D. 临时负债等于临时性流动资产
3. 长期借款筹资与长期债券筹资相比，其特点是（ ）。
A. 利息能节税 B. 筹资弹性大

- C. 筹资费用大 D. 债务利息高
4. 相对于发行股票而言, 发行公司债券筹资的优点为 ()。
- A. 筹资风险小 B. 限制条款少 C. 筹资额度大 D. 资本成本低
5. 企业向银行借入长期借款, 若预测市场利率将下降, 企业应与银行签订 ()。
- A. 浮动利率合同 B. 固定利率合同 C. 抵押贷款 D. 无抵押贷款
6. 商业信用筹资的最大优越性在于 ()。
- A. 无实际成本 B. 期限较短 C. 容易取得 D. 属于一种长期资金筹资形式

三、多项选择题

1. 下列各项中, 属于经营租赁特点的有 ()。
- A. 租赁期较短
B. 租赁合同较为稳定
C. 出租人提供租赁资产的保养和维修等服务
D. 租赁期满后, 租赁资产常常无偿转让或低价出售给承租人
2. 在短期借款的利息计算和偿还方法中, 企业实际负担利率高于名义利率的有 ()。
- A. 利随本清法付息 B. 贴现法付息
C. 贷款期内定期等额偿还贷款 D. 到期一次偿还贷款
3. 股份公司申请股票上市, 将会使公司 ()。
- A. 资本大众化, 分散风险的同时也会分散公司的控制权
B. 便于筹措新资金
C. 便于确定公司价值
D. 负担较高的信息报道成本
4. 企业在持续经营过程中, 会自发地、直接地产生一些资金来源, 部分地满足企业的经营需要, 如 ()。
- A. 预收账款 B. 应付工资
C. 应付票据 D. 根据周转信贷协定取得的限额内借款
E. 应付债券
5. 相对权益资本的筹资方式而言, 长期借款筹资的缺点主要有 ()。
- A. 财务风险较大 B. 资本成本较高
C. 筹资数额有限 D. 筹资速度较慢
6. 发行可转换债券的缺点是 ()。
- A. 股价上扬风险 B. 财务风险 C. 丧失低息优势 D. 增加筹资中的利益冲突

四、判断题

1. 从承租人的角度来看, 杠杆租赁与售后租回或直接租赁并无区别。 ()
2. 由于抵押借款有抵押品作抵押, 因此抵押借款的资本成本低于非抵押借款。 ()
3. 对于发行公司来讲, 采用自销方式发行股票具有可及时筹足资本, 免于承担发行风险等特点。 ()
4. 某企业计划购入原材料, 供应商给出的条件为“1/20, N/50”, 若银行短期借款利率为 10%, 则企业应在折扣期限内支付货款。 ()
5. 如果在折扣期内将应付账款用于短期投资, 所得的投资收益率高于放弃现金折扣的成本, 则应放弃现金折扣, 直至到期再付款。 ()

6. 如果没有现金折扣, 或企业不放弃现金折扣, 则利用商业信用筹资没有实际成本 ()。

五、计算题

某公司需要筹措短期资金, 有下列四种方式, 具体资料如下:

- (1) 银行短期借款, 利息支付采用收款法, 利息率为 14%;
- (2) 银行短期借款, 利息支付采用贴现法, 利息率为 12%;
- (3) 银行短期借款, 采用补偿性余额, 利息率为 10%, 银行要求的补偿性余额比例为 20%;
- (4) 利用客户提供的商业信用, 信用条件是 “1/20, N/60”。

请问: 如果你是该公司财务经理, 你选择哪种短期筹资方式, 并说明理由。

拓展阅读书目:

《公司理财 (原书第 6 版)》, 机械工业出版社, 2003 年 9 月, [美]罗斯等 著, 吴世农等译

第七章 股利分配

教学目的和要求

本章主要阐述股利无关论的假定和股利相关论下影响股利分配的因素、四种股利分配政策的特点以及股票股利和股票分割的特点及财务影响。由于本章的剩余股利政策和固定股利支付率政策以及股票股利容易与其他章节内容联系起来，所以，应该很好地理解和把握剩余股利政策和固定股利支付率政策与第三章预计报表编制的结合以及股票股利对股东权益总额、每股净资产等的影响。本章教学时间为 3 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 股利无关论和股利相关论。
2. 剩余股利政策和固定股利支付率政策的内容及理由。
3. 股票股利对股东权益、每股市价、每股收益、流通股数、公司价值等的影响。

第一节 利润分配的内容

一、利润分配的项目

1. 公积金
2. 股利

二、利润分配的顺序

1. 弥补亏损
2. 提取公积金
3. 向股东支付股利

第二节 股利支付的程序和方式

一、股利支付的程序

1. 股利宣告日
2. 股权登记日
3. 除息除权日
4. 股利支付日

二、股利支付的方式

1. 现金股利
2. 股票股利

第三节 股利分配政策和内部筹资

一、股利理论

1. 相关论
2. 无关论

二、股利分配政策

1. 剩余股利政策
2. 固定或持续增长股利政策
3. 固定股利支付率政策
4. 低正常股利加额外股利政策

第四节 股票股利和股票分割

一、股票股利

1. 含义
2. 特点

二、股票分割

1. 含义
2. 特点

复习与思考题

一、概念

除息日 股权登记日

二、单项选择题

1. 造成股利波动较大，给投资者公司不稳定的感觉，对于稳定股票价格不利的股利分配政策是（ ）。

- A. 剩余股利政策 B. 固定或持续增长的股利政策
C. 固定股利支付率政策 D. 低正常股利加额外股利政策

2. 在以下股利政策中，有利于稳定股票价格，从而树立公司良好形象，但股利的支付与公司盈余相脱节的股利政策是（ ）。

- A. 剩余股利政策 B. 固定或持续增长的股利政策
C. 固定股利支付率政策 D. 低正常股利加额外股利政策

4. 我国上市公司不得用于支付股利的权益资本是（ ）。

- A. 资本公积 B. 任意盈余公积 C. 法定盈余公积 D. 上年未分配利润

3. 上市公司按照剩余股利政策发放股利的好处是（ ）。
 - A. 有利于公司合理安排资本结构
 - B. 有利于投资者安排收入与支出
 - C. 有利于公司稳定股票的市场价格
 - D. 有利于公司树立良好的形象
4. 关于股票股利，说法正确的有（ ）。
 - A. 股票股利会导致股东财富的增加
 - B. 股票股利会引起所有者权益各项目的结构发生变化
 - C. 股票股利会导致公司资产的流出
 - D. 股票股利会引起负债的增加

三、多项选择题

1. 发放股票股利，会产生下列影响（ ）。
 - A. 引起每股盈余下降
 - B. 使公司留存大量现金
 - C. 股东权益各项目的比例发生变化
 - D. 股东权益总额发生变化
 - E. 股票价格有可能下跌
2. 上市公司发放股票股利可能导致的结果有（ ）。
 - A. 公司股东权益内部结构发生变化
 - B. 公司股东权益总额发生变化
 - C. 公司每股盈余下降
 - D. 公司股份总额发生变化
3. 股利无关论成立的条件是（ ）。
 - A. 不存在税负
 - B. 股票筹资无发行费用
 - C. 投资者与管理者拥有的信息不对称
 - D. 股利支付比率不影响公司价值
4. 制定利润分配政策时，应该考虑的财务限制因素有（ ）。
 - A. 控制权的稀释
 - B. 举债能力的强弱
 - C. 盈余的稳定性
 - D. 潜在的投资机会
5. 上市公司发放现金股利主要出于以下原因（ ）。
 - A. 投资者偏好
 - B. 减少代理成本
 - C. 传递公司的未来信息
 - D. 降低财务杠杆
6. 股票分割的主要作用有（ ）。
 - A. 有利于促进股票流通和交易
 - B. 有助于公司并购政策的实施，增加对被并购方的吸引力
 - C. 可能增加股东的现金股利，使股东感到满意
 - D. 有利于增强投资者对公司的信心

四、判断题

1. 股利无关论认为，只要公司的经营与投资是盈利的，那么，这些盈利是否以股利的形式支付给股东并不重要。（ ）
2. 在公司的初创阶段最适宜采用的股利分配政策是剩余股利分配政策。（ ）
3. 在公司的稳定增长阶段最适宜采用的股利分配政策是固定股利支付率政策。（ ）
4. 股票分割后对股东权益总额、股东权益各项目的金额及相互间的比例没有影响，这与发放股票股利有相同之处。（ ）
5. 固定股利支付率政策的主要缺点，在于公司股利支付与其盈利能力相脱节，当盈利较低时仍要支付较高的股利，容易引起公司资金短缺、财务状况恶化。（ ）
6. 公司奉行剩余股利政策的目的是保持理想的资本结构；采用固定或持续增长的股利政策主要是为了维持股价；固定股利支付率政策将股利支付与公司当年经营业绩紧密相连，以缓解股利支付压力；而低正常股利加额外股利政策使公司在股利支付中较具灵活性。（ ）

7. 采用固定股利支付率政策分配利润时，股利不受经营状况的影响，有利于公司股票价格的稳定。（ ）

8. 发放股票股利会因普通股股数的增加而引起每股盈余的下降，进而可能引起每股市价下跌，但每位股东所持股票的市场价值总额不会因此减少。（ ）

拓展阅读书目：

《股利政策理论与实证研究》，管理科学文库，中国人民大学出版社，2001 年 8 月，李常青著。

第八章 资本成本和资本结构

教学目的和要求

本章主要阐述债务资本成本、普通股资本成本、留存收益资本成本和加权平均资本成本的计算，经营杠杆系数、财务杠杆系数和总杠杆系数的计算及分析以及每股盈余无差别点的计算及决策。本章与相关章节的结合点较多，是许多章节内容应用的基础。本章教学时间为4学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 个别资本成本、加权平均资本成本的计算及用途。
2. 经营杠杆、财务杠杆及总杠杆系数的计算、说明的问题及其控制手段。
3. 资本结构理论。
4. 每股收益无差别点的计算及作用。

第一节 资本成本

一、资本成本概述

1. 含义
2. 用途

二、个别资本成本

1. 债务资本成本
2. 权益资本成本

三、加权平均资本成本

1. 权数的确定
2. 加权平均资本成本的计算

第二节 财务杠杆

一、经营风险和财务风险

1. 经营风险
2. 财务风险

二、经营杠杆系数

1. 含义
2. 计算
3. 控制手段

三、财务杠杆系数

1. 含义
2. 计算
3. 控制手段

四、总杠杆系数

1. 含义
2. 计算
3. 控制手段

第三节 资本结构

一、资本结构理论

1. 净收益理论
2. 营业收益理论
3. 传统折衷理论
4. MM 理论
5. 现代资本结构理论

二、资本结构的管理

1. 每股盈余无差别点法的含义
2. 每股盈余无差别点法的应用

复习与思考题

一、概念

经营风险 财务风险

二、单项选择题

1. 下列筹资活动不会加大财务杠杆作用的是（ ）。
A. 增发普通股 B. 增发优先股 C. 增发公司债券 D. 增加银行借款
2. 某公司计划发行债券，面值 500 万元，年利息率为 10%，期限 5 年，每年付息一次，到期还本。预计发行价格为 600 万元，所得税税率为 33%，则该债券的税后资本成本为（ ）。
A. 3. 54% B. 4. 05% C. 2. 42% D. 3. 12%
3. 调整企业资本结构并不能（ ）。
A. 降低财务风险 B. 降低经营风险 C. 降低资本成本 D. 增强融资弹性
4. 在个别资本成本的计算中，不必考虑筹资费用影响因素的是（ ）。
A. 长期借款成本 B. 债券成本 C. 保留盈余成本 D. 普通股成本

5. 某种股票当前的市场价格为 40 元, 每股股利是 2 元, 预期的股利增长率是 5%, 则其市场决定的普通股资本成本为 ()。

A. 5% B. 5. 5% C. 10% D. 10. 25%

6. 某企业的产权比率为 0. 6, 债务平均税前成本为 15. 15% (债务为平价, 无筹资费), 权益资本成本是 20%, 所得税税率为 34%。则加权平均资本成本为 ()。

A. 16. 25% B. 16. 75% C. 18. 45% D. 18. 55%

三、多项选择题

1. 企业降低经营风险的途径一般有 ()。

A. 增加销售量 B. 增加自有资本 C. 降低变动成本 D. 增加固定成本比例
E. 提高产品售价

2. 融资决策中的总杠杆具有如下性质 ()。

A. 总杠杆能够起到财务杠杆和经营杠杆的综合作用
B. 总杠杆能够表达企业边际贡献与税前盈余的比率
C. 总杠杆能够估计出销售额变动对每股收益的影响
D. 总杠杆系数越大, 企业经营风险越大
E. 总杠杆系数越大, 企业财务风险越大

3. 在计算个别资本成本时, 需要考虑所得税抵减作用的筹资方式有 ()。

A. 银行借款 B. 长期债券 C. 优先股 D. 普通股

4. 下列关于资本成本的说法中, 正确的有 ()。

A. 资本成本的本质是企业为筹集和使用资金而实际付出的代价
B. 企业的加权平均资本成本由资本市场和企业经营者共同决定
C. 资本成本的计算主要以年度的相对比率为计量单位
D. 资本成本可以视为项目投资或使用资金的机会成本

5. 在边际贡献大于固定成本的情况下, 下列措施中有利于降低企业总风险的有 ()。

A. 增加产品销量 B. 提高产品单价 C. 提高资产负债率 D. 节约固定成本支出

6. 下列属于导致企业经营风险的因素包括 ()。

A. 市场销售带来的风险
B. 生产成本因素产生的风险
C. 原材料供应地的政治经济情况变动带来的风险
D. 生产组织不合理带来的风险

7. 下列有关杠杆的说法正确的有 ()。

A. 经营杠杆影响营业利润
B. 财务杠杆影响每股收益
C. 总杠杆影响每股收益
D. 只要总资本营业利润率高于举债成本, 财务杠杆正效应必定出现

四、判断题

1. 经营风险的大小取决于企业的投资业务领域; 财务风险的大小则取决于企业的资本构成。()。

2. MM 资本结构理论认为, 企业管理当局应该集中精力寻找好的投资机会, 而让股东们自己决定其财务结构。()

3. 一般认为,当企业的成本结构状况显示出固定成本在总成本中占有较大比重时,企业不应保持较高的债务资本比例。()

4. 每股盈余无差别点法只考虑了资本结构对每股盈余的影响,但没有考虑资本结构对风险的影响。()

5. 在各种资本来源中,凡是须支付固定性资本成本的资金都能产生财务杠杆作用。()

6. 留存收益是企业税后利润所形成的,所以,留存收益没有资本成本。()

7. 在其他因素不变的情况下,固定成本越小,经营杠杆系数也就越小,而经营风险则越大。()

五、计算题

1. 某企业计划筹集资金 100 万元,所得税税率 33%。有关资料如下:

(1) 向银行借款 10 万元,借款年利率 7%,期限为 3 年,每年支付一次利息,到期还本。

(2) 按溢价发行债券,债券面值 14 万元,发行价格为 15 万元,票面利率 9%,期限为 5 年,每年支付一次利息,到期还本。

(3) 发行普通股 40 万元,每股发行价格 10 元。预计第一年每股股利 1.2 元,以后每年按 8% 递增。

(4) 其余所需资金通过留存收益取得。

要求:

(1) 计算个别资本成本;

(2) 计算该企业加权平均资本成本。

拓展阅读书目:

《我国上市公司资本结构与融资偏好问题研究》,中国金融出版社,2006 年 1 月,丁忠明等著

第九章 本量利分析

教学目的和要求

本量利分析是在变动成本计算模式的基础上，以数学化的会计模型与图文来揭示固定成本、变动成本、销售量、单价、销售额、利润等变量之间的内在规律性的联系，为会计预测决策和规划提供必要的财务信息的一种定量分析方法。本量利分析它着重研究销售数量、价格、成本和利润之间的数量关系，它所提供的原理、方法在管理会计中有着广泛的用途，同时它又是企业进行决策、计划和控制的重要工具。确定盈亏临界点，是进行本量利分析的关键。本章教学时间为 2 学时。

通过本章的学习，要求掌握：

1. 盈亏平衡点的计算
2. 一种商品的本量利分析
3. 多种商品的分量力分析

第一节 成本性态分析

- 一、固定成本
- 二、变动成本
- 三、混合成本
- 四、成本性态分析的意义

第二节 混合成本的分解——高低点法

- 一、基本做法
- 二、例题

第三节 本量利关系式

- 一、贡献毛益方程式
- 二、本量利基本公式——损益方程式
- 三、本量利关系图——盈亏平衡图

第四节 盈亏平衡点分析

- 一、盈亏平衡点的计算
- 二、多种产品条件下的盈亏平衡点
- 三、相关因素变动对盈亏平衡点的影响

第五节 目标利润的影响因素分析

- 一、实现目标利润的计算公式
- 二、有关因素变动后对实现目标利润的影响

复习与思考题

一、概念

边际贡献 边际贡献率 盈亏临界点

二、单项选择题

1. 利润=（实际销售量-保本销售量）×（ ）
A. 边际贡献率 B. 单位利润 C. 单位售价 D. 单位边际贡献
2. 下属因素中导致保本销售量上升的是（ ）
A. 销售量上升 B. 产品单价下降 C. 固定成本下降 D. 产品单位变动成本下降
3. 已知产品销售单价 24 元，保本销售量为 150 件，销售额可达 4800 元，则安全边际率为（ ）
A. 33.33% B. 25% C. 50% D. 20%
4. 在下列指标中，可据以判断企业经营安全程度的指标是（ ）
A. 保本量 B. 边际贡献 C. 保本作业率 D. 保本额

三、多项选择题

1. 本量利分析的前提条件是
A. 成本形态分析假设
B. 相关范围及线性假设
C. 变动成本法假设
D. 产销平衡和品种结构不变假设
E. 目标利润假设
2. 本量利分析的基本内容有（ ）
A. 保本点分析 B. 安全性分析 C. 利润分析 D. 成本分析 E. 保利点分析
3. 安全边际率
A. $\text{安全边际量} \div \text{实际销售量}$ B. $\text{保本销售量} \div \text{实际销售量}$
C. $\text{安全边际额} \div \text{实际销售额}$ D. $\text{保本销售额} \div \text{实际销售额}$

四、判断题

1. 在不改变企业生产经营能力的前提下，采取降低固定成本总额的措施通常是指降低约束性固定成本。（ ）
2. 安全边际率为25%，表明很安全。
3. 高低点法，是根据历史成本资料中成本最高和成本最低期成本以及相应的产量，推算单位产品的增量成本，以此作为单位变动成本，然后根据总成本和单位变动成本来确定固定成本的一种成本估计方法。（ ）
4. 敏感系数的数值越大，说明利润对该参数的变化越敏感。（ ）

五、计算题

某企业只产销一种产品，2009 年销售量为 8000 件，单价 240 元，单位成本为 180 元，其中单位变动成本为 150 元，该企业计划 2010 年利润比 2009 年增加 10%。运用量本利方法试分析，从哪些方面采取措施，才能实现目标利润（假定采取某项措施时，其他条件不变）。

《马克思主义政治经济学》教学大纲

侯廷智 编写

目 录

前 言	9
一、课程的性质	9
二、设置的目的	9
三、教学总进程课时安排	9
第一章 导 论	10
第一节 政治经济学的产生与变革	10
一、政治经济学的思想渊源	10
二、马克思主义政治经济学的产生和发展	10
三、政治经济学的科学性与阶级性	10
第二节 政治经济学的研究对象和任务	10
一、物质资料的生产是人类社会存在和发展的基础	10
二、社会生产是生产力和生产关系的统一	11
三、社会生产关系是马克思主义政治经济学的研究对象	11
四、政治经济学的任务	11
第三节 政治经济学的研究方法和学习意义	11
一、政治经济学的研究方法	11
二、学习马克思主义政治经济学的意义	11
考核要求	12
一、治经济学的产生与变革	12
二、政治经济学的研究对象和任务	12
三、政治经济学的研究方法和学习意义	12
复习与思考题	12
参考文献目录	12
第二章 社会经济制度与经济运行的基本原理	13
第一节 社会经济制度的变革	13
一、会经济制度的实质及其功能	13
二、经济制度变革的决定因素	13
三、经济体制与经济制度的关系	14
第二节 社会经济的基本形态	14
一、人类社会经济形态的演变	14
二、商品经济与市场经济	15
三、市场机制及其特点和功能	15
考核要求	15
一、社会经济制度的变革	15
二、社会经济的基本形态	16
复习与思考题	16
参考文献目录	16
第三章 商品与货币	17
第一节 商 品	17

一、商品的二因素	17
二、体现在商品中的劳动二重性	17
三、商品的价值量	17
四、商品经济的基本矛盾	18
五、深化对劳动价值论的认识	18
第二节 货 币	18
一、货币的起源和本质	18
二、货币的职能和货币流通规律	18
三、商品拜物教	19
第三节 商品经济的基本规律	19
一、价值规律的基本内容和表现形式	19
二、价值规律的作用	19
考核要求	19
一、商品	19
二、货币	19
三、商品经济的基本规律	19
复习与思考题	20
参考文献目录	20
第四章 资本与剩余价值	21
第一节 货币转化为资本	21
一、资本总公式及其矛盾	21
二、劳动力成为商品	21
第二节 剩余价值的生产过程和资本的作用	21
一、剩余价值的生产过程	21
二、资本的涵义和资本的作用	22
三、不变资本和可变资本	22
四、剩余价值率	22
第三节 剩余价值的生产方法	22
一、绝对剩余价值生产	22
二、相对剩余价值生产	22
三、当代剩余价值生产的新特点	23
四、剩余价值规律	23
第四节 资本主义工资	23
一、工资是劳动力价值或价格的转化形式	23
二、资本主义工资的基本形式	23
三、资本主义工资的动态考察	23
四、资本主义工资的国际比较	23
考核要求	23
一、货币转化为资本	23
二、剩余价值的生产过程和资本的作用	23
三、剩余价值的生产方法	24
四、资本主义工资	24

复习与思考题	24
参考文献目录	24
第五章 资本积累	25
第一节 社会生产和再生产	25
一、资本主义的简单再生产	25
二、资本主义扩大再生产和资本积累	25
三、资本积累的动因及其影响因素	25
第二节 资本积累的一般规律	25
一、资本有机构成及其变化	25
二、个别资本的增长—资本积聚和资本集中	26
三、资本积累和相对过剩人口	26
四、资本主义积累的一般规律及其当代表现	26
第三节 资本积累的历史作用及其趋势	26
一、资本的原始积累	26
二、资本积累的历史作用及其趋势	26
考核要求	27
一、社会生产和再生产	27
二、资本积累的一般规律	27
三、资本积累的历史作用及其趋势	27
复习与思考题	27
参考文献目录	27
第六章 资本的流通过程	28
第一节 资本的循环和周转	28
一、产业资本的循环	28
二、产业资本的周转	28
第二节 社会资本的再生产和流通	29
一、个别资本运动和社会资本运动的联系与区别	29
二、社会资本简单再生产的实现条件	29
三、社会资本扩大再生产的实现条件	29
四、生产资料生产优先增长的原理	29
第三节 经济周期与经济危机	30
一、资本主义经济周期波动的实质和根源	30
二、资本主义再生产的周期性	30
三、二战后经济危机和再生产周期的特点	30
四、西方经济危机理论简介	30
五、社会主义经济的周期性研究	30
考核要求	30
一、资本的循环和周转	30
二、社会资本的再生产和流通	31
三、经济周期与经济危机	31
复习与思考题	31
参考文献目录	31

第七章 资本和剩余价值的具体存在形式	32
第一节 平均利润和生产价格	32
一、剩余价值转化为利润	32
二、利润转化为平均利润	32
三、价值转化为生产价格	33
第二节 商业资本和商业利润	33
一、商业资本的本质和职能	33
二、商业利润及其来源	33
三、商业流通费用及其补偿	33
第三节 借贷资本和利息	34
一、借贷资本	34
二、利息和利息率	34
三、银行资本和银行利润	34
四、股份公司	34
第四节 资本主义地租	35
一、资本主义地租的本质	35
二、级差地租	35
三、绝对地租	35
四、土地价格	36
考核要求	36
一、平均利润和生产价格	36
二、商业资本和商业利润	36
三、借贷资本和利息	36
四、资本主义地租	36
复习与思考题	36
参考文献目录	37
第八章 当代资本主义生产关系及其发展	38
第一节 垄断资本的形成和发展	38
一、垄断的形成	38
二、垄断组织形式的历史演变	38
三、金融资本和金融寡头的形成及统治	38
四、垄断利润和垄断价格	39
五、自由竞争与垄断竞争	39
第二节 国家垄断资本主义	39
一、国家垄断资本主义的产生与发展	39
二、资本主义国家对社会经济的调节	40
三、国家垄断资本主义的作用及其局限	40
第三节 资本主义发展的历史走向	41
一、资本主义发展的历史过程和必然趋势	41
二、社会主义取代资本主义的历史必然性	41
考核要求	41
一、垄断资本的形成和发展	41

二、国家垄断资本主义	41
三、资本主义发展的历史走向	41
复习与思考题	41
参考文献目录	42
第九章 经济全球化和国际经济关系	43
第一节 经济全球化发展的必然趋势	43
一、国际分工与世界市场的形成	43
二、生产和资本的国际化	43
三、经济全球化的客观趋势	44
第二节 经济全球化与资本主义经济关系	44
一、经济全球化对世界经济的影响	44
二、经济全球化对发达国家的影响	44
三、经济全球化对发展中国家的影响	44
第三节 经济全球化与中国经济的发展	44
一、经济全球化与中国经济	44
二、加入 WTO 是中国经济融入经济全球化的历史跨越	44
三、经济全球化趋势下中国的对外经济发展战略	45
四、经济全球化与国家经济安全	45
考核要求	45
一、经济全球化发展的必然趋势	45
二、经济全球化与资本主义经济关系	45
三、经济全球化与中国经济的发展	45
复习与思考题	45
参考文献目录	45
第十章 社会主义生产关系的实质和经济制度	46
第一节 社会主义生产关系的实质	46
一、社会主义生产关系的实质和特征	46
二、公有制是社会主义生产关系的体现	46
第二节 社会主义初级阶段的基本经济制度	46
一、以公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度	46
二、社会主义公有制及其实现形式	47
三、社会主义非公有制经济	48
第三节 社会主义初级阶段个人收入的分配制度	48
一、按劳分配是社会主义个人收入分配的基本原则	48
二、社会主义初级阶段个人收入的分配制度	48
考核要求	49
一、社会主义生产关系的实质	49
二、社会主义初级阶段的基本经济制度	49
三、社会主义初级阶段个人收入的分配制度	49
复习与思考题	49
参考文献目录	49
第十一章 社会主义市场经济体制和经济运行机制	51

第一节 社会主义市场经济体制	51
一、确立社会主义市场经济体制改革目标的必然性	51
二、市场经济的内涵和功能	51
三、社会主义市场经济体制的主要特征和基本框架	52
四、在市场经济基础上把计划和市场结合起来	52
五、我国实现了由传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制的根本转变	52
第二节 社会主义市场经济的运行基础	52
一、市场和市场功能	52
二、培育和发展社会主义市场体系	52
三、社会主义市场经济中的价格	53
四、规范市场秩序，健全社会信用体系	53
第三节 社会主义市场经济的宏观调控体系	53
一、建立宏观调控体系的必要性	53
二、宏观调控的目标	54
三、宏观调控的手段	54
四、宏观调控的政策	54
第四节 健全社会保障体系	55
一、社会保障的内涵和作用	55
二、改革和完善我国的社会保障制度	55
考核要求	55
一、社会主义市场经济体制	55
二、社会主义市场经济的运行基础	55
三、社会主义市场经济的宏观调控体系	56
四、健全社会保障体系	56
复习与思考题	56
参考文献目录	56
第十二章 社会主义市场经济的微观基础	57
第一节 国有企业改革是经济体制改革的中心环节	57
一、企业和企业组织形式	57
二、国有企业改革是经济体制改革的中心环节	57
第二节 建立现代企业制度	57
一、传统国有企业制度与市场经济的非兼容性	57
二、从放权让利到制度创新的国有企业改革	57
三、建立现代企业制度是国有企业改革的方向	58
四、现代企业的产权制度	58
五、现代企业的治理结构	58
六、国有企业改革是一个系统工程	58
第三节 完善国有资产管理体制	58
一、传统国有资产管理体制的弊端	58
二、改革和完善我国的国有资产管理体制	58
考核要求	59
一、国有企业改革是经济体制改革的中心环节	59

二、建立现代企业制度	59
三、完善国有资产管理体制	59
复习与思考题	59
参考文献目录	59

前 言

一、课程的性质

马克思主义政治经济学原理是教育部规定的全国各类高等院校各专业必修必考的公共课。它有双重的历史和社会作用：第一，在社会主义市场经济体制的建立和完善过程中，这是一门基础理论课程。可以培养学生运用马克思主义政治经济学基本理论知识观察、认识和分析我国深化改革的发展道路，从而正确认识社会经济发展的客观规律以及各种社会经济问题，认识马克思主义经济理论具有强大的生命力，是指导我国经济发展的基础理论；第二，以马克思主义理论为指导是我国必须坚持的四项基本原则之一，因而这门课也是思想政治教育的基本课程。可以培养学生运用马克思主义的思想方法和立场观点来观察、分析和解决问题，树立正确的世界观和人生价值观，深刻理解坚持马克思主义为指导是我国不可动摇的立国之本。

二、设置的目的

通过本课程的学习，使学生能比较全面系统地掌握马克思主义政经济学的基本理论和观点，深刻认识资本主义和社会主义生产关系的实质以及它们的本质区别，认清反映社会化大生产客观要求的经济运行规律及其在资本主义和社会主义所表现出的不同特点；同时也使学生在当代世界历史发展潮流中把握经济全球化发展的大趋势，认识在这一趋势下社会经济发展的新变化与我国经济发展中所面临的新问题，科学地理解马克思主义所揭示的资本主义灭亡和社会主义胜利是人类社会发展的两个必然历史进程，从而使学生坚定社会主义和共产主义的信念。

通过本课程的学习，还可以使学生认识到马克思主义与时俱进的理论品质，坚持理论与实际相结合，培养和增强捍卫、发展马克思主义理论的自觉性，更有效地为社会为人民工作，使我国社会主义建设事业的发展能后继有人，代代相传。

三、教学总进程课时安排

本课程分两类教学进程，一类是工商管理类专业必修课，总进程安排为 54 课时，共 3 学分；一类为经济学专业必修课，总进程安排为 72 课时，共 4 学分。

第一章 导 论

学习目的和要求：

通过本章学习，要了解政治经济学产生和发展的历史，深入理解政治经济学研究对象以及与其相联系的经济运行机制，认识人类社会生产方式历史演变的科学规律，了解马克思主义政治经济学科学研究的基本方法和历史任务，明确学习和研究马克思主义政治经济学的意义。

课程内容

第一节 政治经济学的产生与变革

一、政治经济学的思想渊源

经济思想的产生和发展：伴随人类经济活动的产生和发展，各种经济思想也就形成和发展。在中国古、近代史上，均有丰富的经济思想。“经济”一词来源于希腊文，原意是家庭管理的意思。在西方漫长的中世纪，经济思想较为贫乏。

政治经济学的形成和发展：作为一门独立的科学，是随资本主义生产方式的产生和发展逐步形成的。最早使用“政治经济学”一词的是法国重商主义者蒙克莱田。重农学派标志着资产阶级古典政治经济的诞生。斯密的《国民财富的性质和原因的研究》和李嘉图的《政治经济学及赋税原理》是古典政治经济学的最主要的代表作。

二、马克思主义政治经济学的产生和发展

19 世纪中叶，马克思从政治经济学的研究对象、研究方法开始，以劳动价值论、剩余价值论为基础，完成了政治经济学的科学革命。《资本论》是代表作和科学社会主义的奠基之作。

列宁对垄断资本主义阶段的社会经济制度做了科学分析，并对现实社会主义经济关系的实质和经济运行问题作了开创性的研究，发展了马克思主义政治经济学。

斯大林在领导前苏联的社会主义经济建设中，对许多问题作了新的探索。

以毛泽东、邓小平、江泽民为核心的中国共产党三代领导集体，对中国特色社会主义经济建设和改革做出了一系列理论创新和重大发展。马克思主义经济学是不断发展和创新的科学。

三、政治经济学的科学性与阶级性

政治经济学研究具有鲜明的阶级性。马克思主义政治经济学实现了阶级性和科学性的统一。这种统一体现在马克思主义政治经济学研究的制度性、社会性和历史性上。

第二节 政治经济学的研究对象和任务

一、物质资料的生产是人类社会存在和发展的基础

物质资料的生产永远是人类社会存在和发展的基础，也是政治经济学研究的出发点。

任何物质资料生产过程都具备三个简单要素：人的劳动、劳动对象和劳动资料。人的劳动起决定作用。劳动对象和劳动资料的区分是在劳动过程中的地位和作用确定的。

二、社会生产是生产力和生产关系的统一

任何社会生产一方面是人与自然的关系，反映的是生产力问题；另一方面是人们之间的关系，反映的是生产关系问题。生产力包括劳动者、劳动资料和劳动对象三个要素。科学技术是第一生产力。科学管理也是重要的生产力。

生产关系包括生产、分配、交换和消费四个环节的关系。生产资料所有制是最基本问题。劳动力所有制也是重要问题。由所有制关系和劳动力结合方式构成劳动的社会形式，是区分不同社会生产类型的主要标志。生产力和生产关系的统一构成生产方式。

三、社会生产关系是马克思主义政治经济学的研究对象

生产力和生产关系的矛盾运动是推动人类社会发展的基本动力。马克思主义政治经济学的研究对象是生产关系，包括经济制度和经济体制。研究目的在于建立何种形式的生产关系能更好地解放和发展生产力。

研究生产关系要在生产力和生产关系、经济基础和上层建筑的矛盾体系中揭示其发展的规律性。政治经济学在本质上是一门历史的科学。

政治经济学研究的生产关系，不仅考察和分析社会生产总过程中四个环节的关系及其表现形式，也考察和分析个人及其家庭、企业、国家和国际等各层面经济关系。

四、政治经济学的任务

政治经济学作为一门理论经济科学，揭示人类社会生产关系及其实现、发展和演变的运动规律，即经济规律是它的根本任务。

经济规律的内涵与特点。经济规律的划分。经济规律的客观性和人的主观能动性。

第三节 政治经济学的研究方法和学习意义

一、政治经济学的研究方法

辩证唯物主义和历史唯物主义的世界观是研究政治经济学的根本方法。一切从实际出发、理论联系实际是政治经济学研究的两个基本原则。

具体方法表现为：矛盾分析法、科学抽象法、历史与逻辑相统一的分析方法、定性与定量相结合的方法。运用综合法、归纳法、演绎法、规范法和实证法等手段。借鉴系统论、伦理学和心理学等现代科学的方法和范畴。

二、学习马克思主义政治经济学的意义

政治经济学是一门实践性、人文性很强的社会科学。马克思主义政治经济学是社会经济革命的指导思想；是社会主义经济建设的理论体系；是人类知识结构的基础学科；是掌握社会发展规律，树立科学社会主义信念的思想武器。

考核要求

一、治经济学的产生与变革

经济的含义。马克思主义政治经济学的诞生、发展及其理论品质。政治经济学的科学性与阶级性。

二、政治经济学的研究对象和任务

物质资料生产。劳动过程的简单要素。生产方式。生产力和生产关系。科学技术是第一生产力。社会再生产四个环节的关系。经济规律及其特点和分类。

三、政治经济学的研究方法和学习意义

政治经济学研究的方法论体系。学习马克思主义政治经济的意义。

复习与思考题

1. 政治经济学的研究对象是什么？
2. 政治经济学的科学任务是什么？
3. 怎样理解科学技术是第一生产力？
4. 社会再生产四个环节存在着怎样的相互关系？
5. 学习和研究政治经济学的意义何在？

参考文献目录

1. 马克思：《政治经济学批判》序言、导言部分。
2. 恩格斯：《反杜林论》第二篇，对象部分。
3. 列宁：《卡尔·马克思》。

第二章 社会经济制度与经济运行的基本原理

学习目的和要求：

通过本章的学习要了解什么是经济制度，影响经济制度变革的主要因素是什么，从而认识到人类社会经济形态的发展，是一个自然历史过程。了解迄今为止人类社会经历了自然经济和商品经济两种基本经济形态。认识商品经济与市场经济的关系，以及市场机制的内容和功能，掌握市场经济运行的基本原理。

课程内容

第一节 社会经济制度的变革

人类社会形态的运动是自然界的高级运动形式，它包括两个系统的内容：一是人与自然之间关系的物质交换运动，一是人与人之间关系的矛盾运动。前者表现为社会生产力的发展，后者表现为社会生产关系的演变过程，而社会生产关系是通过一定的社会经济制度表现出来的。在这两个系统中，通过社会生产力体现出的人与自然之间的物质交换关系是人类赖以生存、发展的前提和基础；通过社会生产关系所反映出来的人与人之间的关系则是人类社会经济形态发展的表现形式。因此，研究社会经济制度演变，从而揭示人类社会发展的规律，使人类走上自觉发展的“自由王国”之路，就成为政治经济学研究的重要内容。

一、社会经济制度的实质及其功能

1. 经济制度的含义：

经济制度的实质就是指人类为改造自然而建立起来的适应生产力发展需要的生产关系，是在财产、劳动、分配等关系基本方面的原则性规定，而生产资料占有关系，即财产关系决定经济制度的性质，它可分为社会经济制度和具体经济制度。社会经济制度亦称为基本经济制度，是指人类历史发展一定阶段上的生产关系的总和，即社会经济结构。

经济制度指人类为改造自然而建立的适应生产力发展需要的生产关系，是在财产、劳动、分配等关系基本方面的原则性规定，其中生产资料占有关系决定经济制度的性质，它可分为社会经济制度和具体经济制度。

2. 经济制度的功能：

经济制度的功能表现在以下几个方面：第一，对社会生产力的影响作用。第二，对经济效益起着重大作用。第三，为经济活动顺利进行提供保证。第四，为坚持可持续发展战略提供必要保证。

二、经济制度变革的决定因素

1. 生产力是经济制度变革的决定性因素。生产力和生产关系的矛盾是从社会经济运动系统上，揭示出人类社会经济制度发展变革的最根本推动力。当生产力发展到一定程度后，生产关系会随之相应发生变化，从而引起社会经济制度的变革，否则将制约生产力发展。社会就是在如此矛盾运动的过程中不断发展，这是马克思主义的经典理论。

2. 正确理解和认识生产力的决定作用。从五个方面来理解生产力的最终决定作用：第一，人是推动生产力发展的原动力。第二，人类对自身需要追求和满足是根本动力。第三，物质生产力的发展是最终根源。第四，生态平衡和人与自然的的关系是重要表现。第五，生产力发展水平为社会经济制度发展奠定基础。

总之，任何社会的经济制度都不具有永恒性，而经济制度的变迁就意味着社会经济形态的转变

和更替，社会生产力的发展就是推动社会经济形态变更的根本动力，起着决定性作用。马克思主义的这一理论已经被人类历史进程以及现代社会经济活动的现实所证实。

三、经济体制与经济制度的关系

1. 经济体制的含义及其与经济制度的关系：

经济体制是指在一定经济制度下管理经济的方法、方式和各种具体经济制度集合的总称，包括生产关系的具体化和国家执行经济管理职能的具体形式。经济体制和经济制度的关系，它们是既紧密联系又相互区别的两个不同范畴。

经济体制与经济制度的联系：第一，经济体制是经济制度的具体化，经济体制是一定经济制度下一系列制度设置的体系。第二，在一定范围内经济体制和经济制度可以相互转化。

经济体制与经济制度的区别表现在：第一，从两者的内容上分析，经济制度反映的是一定社会经济形态的本质规定，而经济体制反映的是一定经济制度下，社会经济采取的资源配置方式即建立何种经济运行机制。第二，从两者的特征上看，经济制度一旦确立，由它的内容决定具有相对稳定性和原则性特点，而经济体制由于它是一定经济制度的具体表现形式，则体现为可变性和可操作性特点。第三，从两者的关系上讲，经济制度是经济体制的基础，决定着经济体制的根本性质和主要特征，规定着经济体制的发展方向，制约和影响着经济体制的运行机制；而经济体制的建立和运行要有利于经济制度本质的体现及其优越性的发挥，并且为了符合经济制度的自身要求而不断改革和完善。

2. 经济体制的主要内容：

结合我国的实际可以从以下五个方面考察经济体制的主要内容：

第一、所有制结构及其经营方式是基础。所有制关系是社会经济关系中最基本的问题，建立何种所有制结构，直接决定着建立何种经济体制。第二，经济管理的组织结构是关键内容。不同的经济管理形式，形成不同的经济组织结构，它是形成不同经济体制及其经济运行机制的根本内容。第三，经济活动决策权的划分重要内容。经济活动的决策大体可分为三个层次：（1）宏观经济决策，这是国民经济全局性问题；（2）中观经济决策，这是属于企业生产经营问题；（3）微观经济决策，这里指的是家庭和个人的经济活动决策。第四，经济调节和控制机制是另一重要内容。建立经济调节和控制机制的体系是经济体制内容的必要组成部分。第五，经济利益和经济动力，以及分配方式是不可缺少的内容。社会主义社会在根本利益一致的条件下，应该处理好国家、集体、个人三者之间的利益关系，最大限度地调动起各个方面的积极性。

第二节 社会经济的基本形态

一、人类社会经济形态的演变

1. 社会经济形态发展是一种自然历史过程。人类社会发展的历史过程与自然界的自然历史过程具有相同的属性——是自然历史过程。所谓自然历史过程，是指不以人们的主观意志为转移的客观必然历史进程。如何理解和认识人类社会经济形态的发展是自然历史过程呢？第一，人是自然界的一部分，人和自然是统一的。第二，社会生产力的发展也是自然过程。第三，社会经济形式的发展同样是自然发展过程。

2. 社会经济发展的三种形态：从生产力发展程度划分，社会经济形态的演进可分为自然经济、商品经济和产品经济三种形态。这一划分揭示了人类社会发展的基本规律：生产力的发展水平是决定社会经济活动方式即社会经济形态的根本因素。人类社会经济形态的发展，决不能跨越生产力的发展阶段，也就是说商品经济的充分发展是不可跨越的必经历史阶段。自然经济和商品经济是

人类社会发发展至今的两种基本形态。

二、商品经济与市场经济

1. 商品经济和市场经济的产生：商品经济产生的条件，第一，社会生产力发展到有了剩余产品；第二，社会分工是一般历史条件；第三，私有制的出现是历史决定性条件。商品经济形式的发展可分为简单商品经济和复杂商品经济两个历史阶段，复杂商品经济即市场经济。市场经济是商品经济发达起来以后的一种成熟表现形式。

2. 市场经济的基本含义：市场经济是以商品生产和交换为网络结构的社会经济活动系统，是以市场作为社会基本的资源配置方式的一种经济体制和经济运行方式，它既是一种经济制度设置，也是一种经济运行机制。

3. 商品经济与市场经济的关系：共性是，第一，商品经济是市场经济存在和发展的前提和基础。第二，商品货币关系是两者经济运行的共同基础。第三，市场是两者存在和发展的共同要素。第四，价值规律是两者共同的基本经济规律。区别表现在：第一，商品经济侧重于表明人类社会的经济形态，市场经济侧重于表明经济运行机制问题。第二，商品经济表明的是—种经济关系，市场经济揭示的是—种资源配置方式。第三，商品经济表达的是一种社会经济类型，市场经济表明的是—种经济体制的本质特征。

三、市场机制及其特点和功能

市场经济的运行是依靠市场机制的作用来实现对资源配置的调节。了解市场机制的涵义、内容、特点及其功能，对认识市场经济活动的实际运行和具体操作是非常必要的。

1. 市场机制的涵义及其内容：

市场机制就是指构成市场的各种要素和它们之间相互制约、相互影响和互为因果的有机联系，使市场经济的运行实现系统平衡的功能。它是价值规律和其它商品经济规律的实现形式。市场要素包括价格、利润、利率、汇率、工资、供求、竞争等。市场机制包括价格机制、供求机制、竞争机制、工资机制、利率和汇率机制等等。

2. 市场机制的特点和功能：

市场机制是一个由各要素机制构成的系统。作为一个系统，市场机制的主要特点表现在以下四个方面：第一，客观性和历史性。第二，集合性和相关性。第三，动态性和时滞性。第四，自发性和利益制约性。

市场机制最基本的功能就是调节社会经济活动手段的职能，表现在以下三个方面：第一，调节配置资源的功能。第二，调节市场供求关系的功能。第三，激励经济主体提高效率的功能。市场机制也有不能克服的缺陷，需要运用宏观调控来弥补。

考核要求

一、社会经济制度的变革

经济制度的含义。经济制度的功能。经济制度变革的决定因素。经济体制的含义及其与经济制度的关系。经济体制的主要内容。

二、社会经济的基本形态

人类社会经济形态的演变。商品经济产生的历史条件。市场经济的基本含义。商品经济与市场经济的关系。市场机制及其特点和功能。

复习与思考题

1. 什么是经济制度？经济制度有那些功能？
2. 决定经济制度变革的因素主要有哪些？
3. 如何理解生产力的发展是决定经济制度变革的最终因素？
4. 什么是经济体制？经济体制有那些主要内容？
5. 经济体制与经济制度的关系如何？
6. 为什么说人类社会发展是自然历史过程？
7. 什么是市场经济？商品经济与市场经济是什么关系？
8. 什么是市场机制？它有哪些特点和功能？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第1卷，序言和跋部分。
2. 《马克思恩格斯全集》第46卷（上），第2章，第3节。

第三章 商品与货币

学习目的和要求：

通过本章学习，了解什么是商品，理解商品的二因素和劳动二重性及其相互关系，掌握价值的质和量的规定性，以及商品价值量的变化规律。理解商品经济的基本矛盾，掌握商品经济的一般规定性和运动规律。了解价值形式的历史演变及货币的产生和发展，掌握货币的职能和货币流通规律，以及价值规律作用及形式。

课程内容

第一节 商 品

一、商品的二因素

商品是用来交换的劳动产品，具有使用价值和价值两个因素。作为商品的使用价值具有二重属性：自然属性和社会交换属性。商品使用价值是为他人消费而生产的使用价值。

交换价值首先表现为是一种使用价值同另一种使用价值相交换的数量关系和比例。价值凝结在商品体中无差别的人类劳动。交换价值与价值的关系：价值是交换价值的内容和基础，而交换价值则是价值的表现形式。商品是使用价值和价值的矛盾统一体：作为商品必须既有价值又有使用价值；商品的使用价值和价值又是互相排斥、互相矛盾的。价值是商品的本质规定。价值的本质规定体现为交换劳动的关系。劳动价值论是马克思主义政治经济学的基石。

二、体现在商品中的劳动二重性

商品的二因素是由体现在商品生产中的劳动二重性决定的。这种生产不同使用价值的不同性质和不同具体形式的劳动叫做具体劳动。具体劳动创造商品的使用价值，它反映人和自然的关系。具体劳动的对象、操作方法及结果的差别，形成了社会分工。撇开劳动具体形式的无差别的人类一般劳动，叫抽象劳动。抽象劳动形成商品的价值，它反映人和人之间的关系。它是一个历史范畴，只存在于商品经济形态中。抽象劳动与一般劳动的关系。具体劳动和抽象劳动是同一劳动过程的两个方面。生产商品的具体劳动和抽象劳动是矛盾的统一性。

劳动二重性学说是马克思的重大贡献，是理解马克思主义政治经济学的枢纽。

三、商品的价值量

1. 商品的价值是质和量的统一。

商品的价值量由生产商品所耗费的社会必要劳动时间决定。社会必要劳动时间的概念包含三个因素：生产条件、劳动熟练程度和劳动强度。社会必要劳动时间与个别劳动时间的关系。商品的价值量与同类商品质量优劣有关。简单劳动和复杂劳动的含义及其之间的关系。社会必要劳动时间是以简单劳动为尺度的。

2. 价值量的变化规律：商品的价值量不是永远固定不变的，而是经常会发生变化的。劳动生产率是指劳动者生产某种使用价值的效率。决定和影响劳动生产率变化有多种因素，包括：劳动者的平均熟练程度；生产过程的社会组织是否合理；科学技术发展及其在生产工艺上的应用程度；技术装备的好坏；原材料质量的优劣；自然条件好坏等等。单位商品价值量与体现在商品中的社会必要劳动量成正比，与社会劳动率成反比。

四、商品经济的基本矛盾

私人劳动和社会劳动的概念。私人劳动和社会劳动形成的基础是社会分工和私有制。私人劳动和社会劳动的表现。二者的矛盾是商品经济的基本矛盾，不同的社会有不同的具体表现。私人劳动和社会劳动的矛盾，决定商品经济的其他矛盾。

五、深化对劳动价值论的认识

劳动价值论是马克思主义政治经济的基本观点。在新的历史条件下，坚持和深化对劳动价值论理论的认识。

第二节 货 币

一、货币的起源和本质

价值形式的含义。价值形式发展的经历的阶段：

1. 简单的或偶然的价值形式。相对价值形式。等价形式具有以下几个特点：第一，使用价值成为价值的表现。第二，具体劳动成为抽象劳动的表现形式。第三，人劳动成为直接社会劳动的表现方式。简单价值形式对价值作为无差别的一般人类劳动凝结物的性质，还没有充分地表现出来。

2. 总和的或扩大的价值形式。各种商品交换的比例由它们各自包含的劳动量来决定，也第一次明显地显露出来了。

3. 一般价值形式。在一般价值形式中，一切商品的价值都通过一种商品来表现，因此，它们的价值作为无差别的人类一般劳动凝结的性质，就更完全地、更充分地表现出来了。

4. 货币形式及其发展。当一种商品固定地起一般等价物作用时，这种商品就成了货币商品，这种价值形式就是货币形式。货币形式和一般价值形式并没有本质的区别，所不同的是，在货币形式上，一般等价物固定在贵金属上。货币是价值形式和商品交换发展的必然结果。

价值形式的发展过程，揭示了货币的本质从商品中分离出来固定地充当一般等价物的特殊商品，它体现着商品经济条件下人们之间的一定的社会经济关系。

二、货币的职能和货币流通规律

货币具有五种职能：①价值尺度。价格是价值的货币表现。在供求关系平衡的条件下，商品的价格主要取决于商品价值和货币价值这两个因素，价格是商品价值与贵金属货币人价值的比率。商品价格的变化同商品价值的变化成正比，而同单位货币价值的变化成反比。价格标准。②流通手段，是指货币在商品交换中充当媒介作用的职能。货币流通量规律表明，一定时期内商品流通中所需要的货币量，取决于三个因素：一是市场上待售的商品总量；二是商品价格水平；三是货币流通速度。铸币和纸币。纸币的发行限于它象征地代表的金（或银）的实际流通的数量。由于纸币的发行量超过流通中需要的金属货币量而引起的纸币贬值，物价上涨现象，叫做通货膨胀。③贮藏手段。货币作为贮藏手段在金属货币流通时期必须是现实的、足值的贵金属货币或贵金属条块。贮藏手段的作用。④支付手段。货币作为支付手段，一方面暂时解决了因缺乏现金而不能购买商品等矛盾，减少了流通中所需要的货币量，有利于商品经济的发展；另一方面，又扩大了商品经济的矛盾。货币流通规律的改变形式。⑤世界货币。执行世界货币职能的货币，一般贵金属。

以上货币的五种职能中，价值尺度和流通手段是最基本的两个职能。

三、商品拜物教

商品拜物教的涵义及其性质。商品拜物教或货币拜物教产生的原因：由于私人劳动或个别劳动的社会性质不能直接表现出来，只有通过商品交换才能间接表现出来，即通过相互交换他们所生产的商品才能表现出来，这样就使本来是商品生产者之间的劳动联系，现在却表现为物与物之间的交换关系。人与人的关系被物的外壳掩盖起来，物决定着人的命运。这样，人和物的关系颠倒，产生了商品拜物教。

第三节 商品经济的基本规律

一、价值规律的基本内容和表现形式

价值规律是商品经济的基本规律。价值规律的基本内容和客观要求是：商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定，商品交换必须按照价值量相等的原则来进行。商品的价格围绕着价值上下波动是价值规律的表现形式。这不仅不是对价值规律的否定，而且恰恰是价值规律起作用的表现形式。

二、价值规律的作用

价值规律的作用主要表现在三个方面：

1. 自发地调节生产资料和劳动力在各个部门之间按比例分配，即配置社会资源。价值规律对生产资料和劳动力分配的这种调节作用，是通过竞争和价格的波动以及与此相联系的供求关系的变动实现的。
2. 刺激商品生产者不断提高劳动生产率，提高劳动生产率，促进社会生产力发展。商品生产者为了追逐更多的经济利益，在竞争中处于有利地位，就必须采用先进技术，改进生产工艺，提高劳动熟练程度、提高劳动生产率，从而推动社会生产力的发展。
3. 引起和促进商品生产者的两极分化。各个商品生产者的生产条件和技术水平各不相同，就不可避免地引起商品生产者的贫富两极分化。

考核要求

一、商品

商品二因素及其之间的关系。交换价值和价值的概念与相互关系。劳动二重性理论。商品价值量的决定。社会必要劳动时间的涵义。劳动生产率及其与价值量的关系。简单商品经济的基本矛盾。

二、货币

价值形式发展的历史阶段。相对价值性和等价形式的涵义。一般等价物的涵义。货币及其本质规定。货币的职能。价格和价格标准。货币流通规律。纸币和通货膨胀。

三、商品经济的基本规律

价值规律的基本内容和表现形式。价值规律的作用。马克思科学劳动价值论的基本内容。

复习与思考题

1. 怎样理解商品价值和使用价值的对立统一关系？
2. 分析具体劳动和抽象劳动的辩证关系？
3. 商品二因素和生产商品劳动二重性是什么关系？
4. 商品的价值量是由什么决定的？劳动生产率的变化对价值量由什么影响？
5. 为什么说私人劳动和社会劳动的矛盾是简单商品经济的基本矛盾？
6. 货币是怎样产生的？他的本质和职能是什么？
7. 什么是价值规律？它在以私有制为基础的简单商品经济中有哪些作用？
8. 马克思科学劳动价值论包括哪些要点？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第1卷，第1篇。
2. 马克思：《工资、价格和利润》第6章。

第四章 资本与剩余价值

学习目的和要求：

本章在劳动价值理论的基础上，通过对资本形成过程和资本主义生产过程的分析，阐明马克思的资本理论和剩余价值理论，揭示剩余价值的源泉和剩余价值的基本生产方式，了解与剩余价值理论密切联系的资本主义工资理论。并力求说明在商品经济条件下，不同社会经济制度中的资本、剩余价值和劳动力商品既具有特殊属性，也具有一般属性。

课程内容

第一节 货币转化为资本

一、资本总公式及其矛盾

货币和资本的联系：资本最初表现为货币。

货币和资本具有根本不同的性质和内容：

第一，流通形式的顺序不同。货币流通公式，也就是商品流通公式： $W—G—W$ 。资本流通公式： $G—W—G'$ 。

第二，流通形式的起点和终点不同。

第三，流通形式的媒介不同。

第四，流通形式的内容和目的不同。两种流通形式在内容和目的上的不同，就决定了这两种形式的流通限度不同。

$G—W—G'$ 称为资本总公式。资本总公式的矛盾是指：资本总公式同价值规律的要求就产生了矛盾。矛盾的实质是：剩余价值是如何产生的。解决资本总公式矛盾的条件是：剩余价值的产生既不在流通领域，又不能离开流通领域。资本总公式矛盾解决的关键是劳动力成为商品。

二、劳动力成为商品

劳动力成为商品的社会条件：第一，劳动者必须有人身自由。第二，劳动者丧失一切生产资料和生活资料，除了自己的劳动力以外一无所有。

劳动力商品特点：劳动力商品的价值是由生产和再生产劳动力所必需的生活资料价值决定、包括历史和道德因素。劳动力商品的使用价值是价值的源泉。

第二节 剩余价值的生产过程和资本的作用

一、剩余价值的生产过程

1. 资本主义生产过程的两重性及特点：

资本主义生产过程的二重性是劳动过程和价值增殖过程的统一。

2. 价值形成过程和价值增殖过程：

价值形成过程是价值增殖过程的基础。

价值形成过程既是生产资料旧价值的转移过程，同时又是活劳动创造自身新价值的过程。这两重过程是以生产商品的劳动二重性为基础的。

价值增殖过程就是剩余价值的生产过程。价值增殖过程的实质是超过一定点而延长了的价值形

成过程。

工作日分为必要劳动时间和剩余劳动时间。

3. 剩余价值的本质

剩余价值生产的本质就是雇佣劳动者在剩余劳动时间创造的、超过劳动力自身价值的、被资本家无偿占有的那部分价值。它反映资本家与雇佣工人之间的剥削与被剥削的关系。

二、资本的涵义和资本的作用

1. 资本的本质。

资本的本质是能够带来剩余价值的价值；它是以物为媒介并在物的掩盖下体现资本家剥削工人的生产关系。资本是特定历史条件下的产物。

2. 资本一般和资本的共同规定。

资本一般的规定：第一，资本是可以自行增殖的价值。第二，资本是对剩余劳动的索取。第三，资本本质上是社会生产关系。

3. 资本的作用。

第一，极大地解放了社会生产力。第二，改变着人们的财富概念和生活方式。第三，使世界溶为一体，寻求人类共同发展成为可能。第四，也使资本的私人占有和社会化大生产的矛盾日益尖锐。

三、不变资本和可变资本

1. 不变资本和可变资本的涵义及其划分的依据。

依据在剩余价值生产中所起作用不同，把资本区分为不变资本和可变资本。不变资本（c）和可变资本（v）的涵义。

2. 区分不变资本和可变资本的重要意义：第一，揭示了剩余价值（m）的真正来源。第二，为说明资本主义剥削程度提供了科学依据。

四、剩余价值率

剩余价值率就是剩余价值与可变资本的比率。公式： $m' = m / v$ 。在资本主义社会剩余价值率准确地反映了剥削程度。

第三节 剩余价值的生产方法

一、绝对剩余价值生产

绝对剩余价值的概念。绝对剩余价值生产条件：必要劳动时间不变，工作日长度可变。工作日的最低界限是必要劳动时间。工作日的最高界限受两个因素限制：第一，生理界限；第二，社会道德界限。工作日长度的确定及其趋势。

二、相对剩余价值生产

相对剩余价值的概念。相对剩余价值生产条件：工作日长度不变，必要劳动时间可变。相对剩余价值的生产是以社会劳动生产率的提高为前提，通过各资本家直接追逐超额剩余价值为目的而实现。超额剩余价值和相对剩余价值之间的联系和区别。

绝对剩余价值和相对剩余价值的联系与区别：首先，两种方法都延长了劳动时间。其次，绝对剩余价值是相对剩余价值的一般基础和起点。再次，两种生产方法的物质技术基础不同。

三、当代剩余价值生产的新特点

1. 劳动力构成变化。
2. 劳动力再生产条件的变化。
3. 再生产劳动力价值的必要劳动时间不断缩短。剩余价值率不但没有降低反而会迅速提高。

四、剩余价值规律

剩余价值规律是资本主义基本经济规律。原因：首先，剩余价值规律决定资本主义生产的实质。其次，决定资本主义生产发展的一切主要方面和主要过程。再次，决定资本主义生产方式产生、发展和必然灭亡的全部过程。剩余价值理论在马克思经济理论中占有突出的地位。

第四节 资本主义工资

一、工资是劳动力价值或价格的转化形式

1. 资本主义工资的本质。
资本主义工资的本质是劳动力的价值或价格，而不是劳动的价值或价格。劳动不是商品。
2. 工资掩盖了资本主义的剥削的本质。

二、资本主义工资的基本形式

资本主义工资有两种基本形式：计时工资和计件工资。计件工资特点。血汗工资制。

三、资本主义工资的动态考察

名义工资和实际工资。名义工资和实际工资的变化趋势。名义工资和实际工资呈上升趋势的原因。不同历史时期会引起工资的提高或降低。

四、资本主义工资的国际比较

工资国民差异是指不同国家之间工资水平存在着差别。是劳动力国际流动的主要原因。存在原因：第一，各国家之间自然和历史条件不同，经济发展不平衡。第二，各国工作日长度和强度存在差异。第三，各国劳动生产率不同异。

考核要求

一、货币转化为资本

资本总公式及其矛盾的本质。解决资本总公式矛盾的条件。货币转化为资本的关键。劳动力商品理论。

二、剩余价值的生产过程和资本的作用

劳动过程和价值增殖过程。剩余价值生产的本质。资本的本质和作用。不变资本和可变资本。剩余价值率及其意义。

三、剩余价值的生产方法

绝对剩余价值和相对剩余价值的涵义及区别与联系。超额剩余价值。相对剩余价值的实现。剩余价值规律是资本主义基本经济规律。

四、资本主义工资

工资的本质。工作日。计时工资和计件工资。名义工资和实际工资。

复习与思考题

1. 为什么说劳动力成为商品是货币转化为资本的前提？
2. 试用马克思的劳动二重性原理分析剩余价值的生产过程。
3. 资本的本质是什么？把资本区分成不变资本和可变资本的依据和意义是什么？
4. 资本家榨取剩余价值的两种基本方法是什么？相对剩余价值是怎样实现的？
5. 资本主义工资的本质是什么？它怎样掩盖了资本主义的剥削关系？
6. 为什么说剩余价值规律是资本主义基本经济规律？
7. 怎样理解资本和剩余价值的一般属性？在商品经济条件下的不同经济制度中其特殊属性的区别如何？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第1卷第4. 5. 10. 17章。
2. 马克思：《工资、价格和理论》第7. 8. 9节。

第五章 资本积累

学习目的和要求：

通过主要任务是，通过对资本主义再生产过程的分析，阐明马克思主义的资本积累理论。了解物质资料再生产、资本价值再生产和经济关系的再生产三者的统一；认识扩大再生产的源泉，以及资本积累的客观必然性及其决定因素；掌握资本有机构成的内涵与相对过剩人口的成因；揭示资本主义积累的实质和资本积累的一般规律。

课程内容

第一节 社会生产和再生产

一、资本主义的简单再生产

社会再生产的涵义和内容。再生产分为简单再生产和扩大再生产。简单再生产是扩大再生产的基础和前提。外延扩大再生产和内涵扩大再生产。

社会生产内容包括两方面：物质资料再生产和生产关系再生产。

简单再生产是指再生产按原有规模简单重复。资本主义简单再生产的特征：第一，可变资本是工人自己创造的。第二，全部资本都是工人创造的。第三，工人的个人消费从属于资本的需要。

从简单再生产过程来看，工人不仅创造了使用价值，而且创造了剩余价值；不仅创造了剩余价值，而且创造了可变资本；不仅创造了可变资本，而且创造了全部资本，也创造了资本主义存在和发展的所有条件。

二、资本主义扩大再生产和资本积累

扩大再生产是指新生产出来的产品除了补偿生产中已经消耗的生产资料 and 消费资料以外还有剩余，从而再生产按扩大的规模持续进行。

剩余价值是资本积累的源泉，资本积累是扩大再生产的源泉。分析资本主义扩大再生产可以看出：第一，资本积累过程中所追加的资本源于剩余价值。资本积累的概念：把剩余价值转化为追加资本，或者说，把剩余价值资本化的行为，就叫做资本积累。第二，商品所有权规律转变为资本主义占有规律。资本主义资本积累的实质：资本家不断利用无偿占有的剩余价值扩大再生产，以无偿占有更多的剩余价值。

三、资本积累的动因及其影响因素

资本积累的动因：追求剩余价值是内在动因。竞争规律的强制力量是外在压力。

影响资本积累的主要因素：第一，剩余价值率的高低。第二，社会劳动生产率水平。第三，所用资本和所费资本的差额的大小。第四，预付资本量的大小。

第二节 资本积累的一般规律

一、资本有机构成及其变化

资本的构成包括技术构成和价值构成。资本的技术构成是指购买的生产资料和劳动力的数量之

比。资本的价值构成是指购买的生产资料和劳动力的价值之比。资本有机构成是指由资本技术构成决定并反映技术构成变化的资本价值构成，其公式是 $C:V$ 。资本有机构成的不断提高是一种必然趋势。

二、个别资本的增长—资本积聚和资本集中

资本有机构成的提高以个别资本的增大为前提。个别资本积累的两种途径：资本积聚和资本集中。资本积聚是资本积累的结果，是由资本积累而引起的生产资料和劳动力的增加。资本集中是指将原来分散的众多中小资本合并为少数的较大资本，从而增大个别资本的数额。

资本积聚和资本集中的区别是：第一，社会资本总量增加与否。第二，是否受到资本和社会财富增长的限制。第三，单个资本量增大的速度快慢。第四，反映的关系不同。联系：表现在它们互相渗透和促进。资本积聚加速资本集中；资本集中又会加快资本积聚。

通过资本积聚和资本集中，资本积累规模不断扩大，资本有机构成也不断提高。

三、资本积累和相对过剩人口

相对过剩人口的形成与资本有机构成不断提高密切相关：一方面，资本对劳动力的需求减少；另一方面，劳动力的供应增加。所谓相对过剩人口，是指劳动力的供给超过了资本价值增值对劳动力的需求。相对过剩人口是资本主义生产方式存在和发展的必要条件之一。

相对过剩人口存在的形式：（1）流动的过剩人口。（2）潜在的过剩人口。（3）停滞的过剩人口。相对过剩人口是资本主义生产方式所特有的人口规律。

四、资本主义积累的一般规律及其当代表现

资本主义积累的一般规律：一极是财富的积累，另一极是失业和贫困的积累。这一规律揭示了资本主义尖锐的阶级矛盾。无产阶级要从根本上改变自己的地位，必须推翻资本主义制度。

无产阶级的贫困：绝对贫困和相对贫困以及当代的表现。

马克思所阐明的资本积累的一般规律，揭示了资产阶级财富的积累与无产阶级的贫困积累之间的内在的、本质的联系及其发展变化的客观必然性。资本积累一般规律说明，在以追求剩余价值为目的资本主义社会，无产阶级与贫困有不解之缘。只要资本主义制度存在，这个规律是不会改变的，但是在不同的资本主义国家和不同的历史时期，它的表现形式是不相同的。

第三节 资本积累的历史作用及其趋势

一、资本的原始积累

资本主义生产方式建立的两个基本条件：第一，要有大量的具有人身自由但丧失生产资料的自由劳动者；第二，少数人手中集中了大量的为组织资本主义生产所需的货币财富。资本原始积累的涵义及其实质。资本原始积累的历史作用。

二、资本积累的历史作用及其趋势

资本积累的历史作用：为资本主义生产方式的建立奠定了强大的物质基础。促进了社会劳动生产力的提高和生产社会化的实现。促进了现代市场经济的快速发展。生产社会化的主要表现在：（1）生产资料的社会化。（2）生产过程的社会化。（3）产品的社会化。

资本积累的历史趋势：资本主义基本矛盾和社会矛盾日益尖锐，为其灭亡准备了物质条件。资本主义积累必然导致资本主义制度为社会主义制度所取代，但这是一个相当长的历史时期。

考核要求

一、社会生产和再生产

社会再生产的涵义、内容和种类。资本主义简单再生产过程的特征。资本主义扩大再生产的特征。资本积累的涵义。资本积累的动因。影响资本积累的主要因素。

二、资本积累的一般规律

资本的构成。资本有机构成及其发展趋势。个别资本积累的途径。资本积聚和资本集中。资本积累和相对过剩人口。相对过剩人口及其存在形式。资本积累的一般规律。

三、资本积累的历史作用及其趋势

资本原始积累。资本积累的历史作用。资本积累的历史趋势。

复习与思考题

1. 为什么说再生产是物质资料再生产和生产关系再生产的统一？
2. 马克思怎样从资本主义简单再生产过程的分析中揭露资本主义剥削关系？
3. 资本积累的原因、实质及其决定因素是什么？
4. 资本积累、资本积聚和资本集中的关系如何？
5. 相对过剩人口是资本积累的必然产物，又是资本主义生产方式存在和发展的必要条件？
6. 马克思关于资本主义必然被社会主义所取代是否是一种主观想象？请运用马克思的积累理论来进行解析。

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第1卷，第24章，第7节。
2. 列宁：《资本主义社会的贫困化》。

第六章 资本的流通过程

学习目的和要求：

通过本章的学习，进一步了解资本的本质和个别资本与社会资本的运动。掌握产业资本循环必须具备的条件、资本的周转速度对剩余价值生产的影响，以及社会资本运动顺利进行的实现条件。理解资本主义经济危机的实质和资本主义再生产的周期性。正确认识资本主义生产方式所固有的对抗性矛盾以及社会主义取代资本主义的历史必然性规律。

课程内容

第一节 资本的循环和周转

一、产业资本的循环

1. 产业资本循环的三个阶段和三种职能形式。

产业资本是指投放在工业、农业、建筑业等物质资料生产部门的资本。资本循环经历三个阶段：购买、生产、销售。相应采取三种职能形式：货币资本、生产资本和商品资本。资本循环的涵义。资本循环是流通过程和生产过程的统一。

2. 产业资本循环是三种职能形式循环的统一。

资本循环有三种形式：货币资本循环、生产资本循环和商品资本循环。三种循环形式各自的特点。资本循环是三种循环形式的统一。产业资本实现连续不断循环必备的两个条件：空间并存性和时间继起性。

二、产业资本的周转

1. 资本的周转时间和周转次数。

资本周转是指不断重复，周而复始的资本循环过程。资本周转与资本循环既有区别又有联系。资本周转时间包括生产时间和流通时间两部分。生产时间是指资本处在生产领域所需要的时间，由劳动时间和非劳动时间构成。劳动时间指劳动者运用劳动资料作用于劳动对象，生产出某种商品的时间。非劳动时间指生产资料已进入生产领域，但还没有与劳动者结合的时间，包括生产资料的储备、自然力发挥作用的和机器设备的维修等时间。流通时间指资本处在流通领域所需要的时间，包括购买和销售两部分时间。

资本周转次数是指在一定时间内资本价值的周转速度。资本周转次数的公式。资本周转速度与周转时间成反比，与周转次数成正比。

资本周转速度也取决于生产资本的构成。按资本不同部分价值的周转方式不同，可把生产资本划分为固定资本和流动资本两部分。固定资本和流动资本的涵义及其价值周转的特点。流动资本和流通资本是不同的。

2. 固定资本和流动资本的划分。

固定资本和流动资本的划分与不变资本和可变资本的划分既有联系又有区别。联系：它们的划分对象都是产业资本。区别：划分的根据不同、划分的目的和意义不同、划分的内容不同。

固定资本的磨损包括有形和无形磨损两部分。提高固定资本利用率以减少固定资本无形磨损带来的损失。固定资本折旧。固定资本折旧费。折旧费与固定资本原值的比率叫做折旧率。

3. 预付资本的总周转。

生产资本的构成对预付资本总周转速度的影响：第一，固定资本和流动资本自身的周转速度。第二，固定资本和流动资本在生产资本中所占的比重。预付资本总周转的涵义及其公式。

4. 资本周转速度对剩余价值生产的影响。

资本周转速度对剩余价值生产的影响：加快资本周转速度首先可以增加年剩余价值量。年剩余价值量涵义。其次可以提高年剩余价值率。剩余价值率涵义和公式。年剩余价值率和剩余价值率从不同方面表现资本主义生产关系。再次可以节约预付资本，尤其是流动资本。

第二节 社会资本的再生产和流通

一、个别资本运动和社会资本运动的联系与区别

独立发挥资本职能的资本就是个别资本，也称单个资本。相互联系、相互依存的所有个别资本的总和，就构成了社会资本，或称社会总资本。

社会资本运动和个别资本运动的共同点：运动的形式都采取货币资本、生产资本和商品资本三种形式；运动的过程都经过购买、生产、销售三个阶段；运动的内容都包含着剩余价值生产的消费；运动的目的都是为了价值的增值。两者区别：第一，运动的数量和规模上不同。第二，运动的内容不同。第三，考察的出发点不同。

考察社会资本运动的出发点是社会总产品，其核心问题是社会总产品的实现问题。社会总产品的实现包括实物补偿和价值补偿两部分。社会资本再生产顺利进行的两个理论前提：一是社会总产品在实物形态上分为生产资料 and 消费资料两大类，称为第一部类和第二部类。二是社会总产品在价值上分为不变资本 c 、可变资本 v 和剩余价值 m 三部分。

二、社会资本简单再生产的实现条件

社会资本简单再生产的实现主要通过社会总产品三个方面的交换而全部实现：首先，第一部类内部各部门和各企业之间的交换。其次，第二部类内部各部门和各企业之间的交换。最后，两大部类之间的交换。实现的基本条件是第一部类的可变资本和剩余价值之和等于第二部类的不变资本，公式为： $I(v + m) = IIc$ 。另外两个实现条件的公式为： $I(c + v + m) = Ic + IIC$ ， $II(c + v + m) = I(v + m) + IIC$ 。

三个公式表明，整个社会生产和社会消费之间必须保持适当的比例关系是经济规律。

三、社会资本扩大再生产的实现条件

扩大再生产顺利进行的前提：一是要有追加的生产资料，公式为： $I(v + m) > IIc$ ，一是要有追加的消费资料，公式为： $II(c + m - m/x) > I(v + m/x)$ 。

社会资本扩大再生产是通过三个方面的交换实现。社会资本扩大再生产的基本实现条件：第一部类原有的可变资本与追加的可变资本，再加上本部类用于个人消费的剩余价值之和等于第二部类原有的不变资本和追加的不变资本之和，公式为： $I(v + \Delta v + m/x) = II(c + \Delta c)$ 。另两个实现条件公式为： $I(c + v + m) = I(c + \Delta c) + IIC$ ， $II(c + v + m) = I(v + \Delta v + m/x) + IIC$ 。

三个实现条件表明在社会资本扩大再生产过程中，社会生产和社会消费之间必须保持相应的比例关系是经济规律。

四、生产资料生产优先增长的原理

生产资料生产优先增长的原理是由列宁首先发现并加以论证的，它构成了马克思再生产理论的一个重要组成部分。生产资料生产优先增长原理包括两方面内容：其一，第一部类的生产要快于第

二部类的生产。其二，第一部类内部为本部类的生产要快于为第二部类的生产。

生产资料生产优先增长是一条客观经济规律。生产资料生产的优先增长不意味着可以脱离消费资料生产而孤立地增长，也不意味着生产资料生产比消费资料生产增长得越快越好。

第三节 经济周期与经济危机

一、资本主义经济周期波动的实质和根源

资本主义经济危机的实质是生产相对过剩的危机。资本主义社会的基本矛盾是经济危机产生的根源。资本主义基本矛盾有两个具体表现：首先，表现为个别企业内部生产的有组织性和整个社会生产的无政府状态之间的矛盾。其次，表现为资本主义生产无限扩大趋势同劳动人民有支付能力需求相对缩小之间的矛盾。生产相对过剩的经济危机是资本主义特有的经济现象。

二、资本主义再生产的周期性

经济危机是一种周期性的经济现象。资本主义经济危机周期性爆发的原因在于基本矛盾运动的阶段性。经济危机的周期性一般包括危机、萧条、复苏和高涨四个阶段。资本主义经济危机周期性的基础是固定资本更新。

三、二战后经济危机和再生产周期的特点

第二次世界大战以后，由于新的科技革命推动生产社会化程度的不断提高，国家垄断资本主义的发展和国家对经济生活干预的加强，使战后资本主义经济危机和再生产周期性呈现出许多新的特点。主要表现如下：第一，周期性的四个阶段和每个阶段的特征不明显。第二，危机的作用后果不如战前严重。第三，经济危机发生的周期性缩短。第四，经济危机的同期性和非同期性交错出现。第五，出现了“滞胀”局面。

四、西方经济危机理论简介

西方经济危机理论主要有：供求均衡论。消费不足论。心理失衡论。太阳黑子论。比例失调论。投资过度论。有效需求不足论。货币危机论。创新论。

五、社会主义经济的周期性研究

社会主义经济增长也有周期性波动。我国经济周期是一种增长性的波动，表现为每隔几年上一个台阶。

促进我国经济稳定增长的三个方面：第一，保持适当的经济增长速度。第二，保持投资和消费的适度增长。第三，保持货币增长和价格水平增长的相对稳定。

考核要求

一、资本的循环和周转

产业资本的涵义。资本循环的三个阶段和三种形式。资本循环的涵义。三种资本循环形式统一的条件。

资本周转的涵义。资本周转的次数。资本周转的时间。影响资本周转的因素：生产时间和流通时间；固定资本和流动资本。固定资本和流动资本与不变资本和可变资本划分的依据。固定资本的

磨损、折旧、折旧费、折旧率等涵义。

预付资本总周转的涵义和公式。资本周转速度对剩余价值生产的影响。年剩余价值。年剩余价值率。年剩余价值率和剩余价值率的关系。

二、社会资本的再生产和流通

个别资本和社会资本的涵义。个别资本运动和社会资本运动的联系与区别。社会资本运动的核心问题。社会总产品及其构成。社会资本简单再生产的实现条件。社会资本扩大再生产的前提条件和实现条件。生产资料生产优先增长原理。

三、经济周期与经济危机

资本主义经济周期波动的实质和根源。资本主义再生产的周期性。战后经济危机和再生产周期的特点。

复习与思考题

1. 什么是产业资本循环？产业资本循环顺利进行的条件是什么？
2. 影响资本周转速度的因素有哪些？
3. 加快资本周转的速度对剩余价值生产有什么影响？
4. 固定资本与流动资本的划分与不变资本和可变资本的划分有什么区别？
5. 考察社会资本再生产的核心是什么，为什么？
6. 社会资本简单再生产顺利进行的条件有哪些？
7. 社会资本扩大再生产顺利进行的前提条件和实现条件是什么？
8. 在技术进步的扩大再生产条件下，为什么生产资料生产必须优先增长？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第2卷，第1、4、7章，第20章第1、2、3节，第21章第3、4节。
2. 马克思恩格斯：《共产党宣言》，第1部分。
3. 恩格斯：《反杜林论》第3编，第2章。
4. 列宁：《论所谓市场问题》，第3部分（《列宁全集》第1卷）。
5. 列宁：《俄国资本主义的发展》，第1、8章（《列宁选集》第1卷，1995年版）。
6. 列宁：《危机的教训》（《列宁全集》第5卷）。

第七章 资本和剩余价值的具体存在形式

学习目的和要求：

通过本章学习，了解资本主义生产的总过程，了解资本和剩余价值在运动过程中所采取的各种具体形式。理解资本主义生产总体过程中的各种现象形态，掌握资本主义社会的各个剥削阶级集团如何瓜分剩余价值，以及资本主义剥削关系的实质。

课程内容

第一节 平均利润和生产价格

一、剩余价值转化为利润

1. 成本价格。

商品价值包括不变资本(c)、可变资本(v)和剩余价值(m)三部分,公式为： $w=c+v+m$ 。成本价格用 k 表示，公式为： $k=c+v$ 。成本价格作用和意义：首先，衡量企业盈亏的界限。其次，是企业竞争胜败的关键。成本价格范畴掩盖了资本主义剥削关系。

2. 剩余价值转化为利润

剩余价值在观念上当作全部预付资本产物时转化为利润，用 p 表示。商品价值构成公式就由 $w=c+v+m$ 转化为 $w=k+m$ ，进一步转化为 $w=k+p$ 。利润和剩余价值在本质上是一个东西。利润掩盖了剩余价值的真正来源。

3. 剩余价值率转化为利润率。

把剩余价值看作全部预付资本带来时，剩余价值率就转化为利润率。利润率是指剩余价值与全部预付资本的比率，是剩余价值率的转化形式，反映资本的增值程度。公式为： $p'=m/c$ 。剩余价值率和利润率是同一个剩余价值量与不同资本量的对比关系，二者既有联系又有区别。

决定和影响利润率的主要因素：第一，剩余价值率的高低。第二，资本有机构成的高低。第三，资本的周转速度。第四，不变资本的节约。第五，原材料价格的变动也会影响利润率。

二、利润转化为平均利润

1. 平均利润率形成的原因。

平均利润率的形成：由于资本有机构成和资本周转速度不同，不同生产部门的利润率存在差别。通过部门间的竞争，使资本在各部门之间自由转移，利润率向平均利润率转化。平均利润的概念。平均利润率的涵义和公式。平均利润率一方面反映社会总资本的增值程度；另一方面反映各部门之间等量资本获得等量利润的分配原则。

2. 影响平均利润的因素。

影响平均利润率高低的因素：一是各个部门的利润率水平。二是社会总资本在资本有机构成高低不同部门中所占比重的大小。平均利润率不是各部门不同利润率的简单平均，而是同社会总资本在不同部门中所占比重大小有关。平均利润率趋于下降。

3. 平均利润及其实质。

平均利润的实质仍然是剩余价值的转化形式。它更加掩盖了资本主义的剥削关系。

三、价值转化为生产价格

1. 价值转化为生产价格。

随着利润转化为平均利润,商品的价值转化为生产价格。公式为: $\text{生产价格} = k + p$ 。生产价格和价值在质和量上存在差别。

生产价格形式后,价值规律作用形式发生了变化,主要表现:一是商品交换以生产价格为基础进行;二是价格围绕生产价格上下波动。这种变化并不否定价值规律。

2. 超额剩余价值与超额利润。

超额利润是个别资本家首先采用先进技术或改善经营管理,提高了企业的劳动生产率,使商品的个别生产价格低于社会生产价格,从而比其它资本家多得的那部分利润,它是超额剩余价值的转化形式,是同一部门内部不同企业的资本家之间竞争的结果。超额利润是超额剩余价值的转化形式。

3. 平均利润和生产价格理论的伟大意义

平均利润和生产价格的理论意义:解决了劳动价值论同等量资本获得等量利润在形式上矛盾的难题,使劳动价值论和剩余价值论得到进一步深化论证。革命意义:在资本主义,揭示了整个资产阶级剥削整个无产阶级的关系

第二节 商业资本和商业利润

一、商业资本的本质和职能

商业资本是商品资本独立化的形式。商业资本的职能就是商品资本的职能。

商业资本的重要作用:第一,有利于节省流通过程的资本,增加生产领域的资本量。第二,缩短流通时间,加速资本周转。第三,减少流通费用,提高平均利润率。商业资本对资本主义生产的负面影响也是客观存在的。

二、商业利润及其来源

商业利润的概念。商业利润的来源:现象上表现为购销价格的差额。本质上是商业资本家从产业资本家那里得到的一部分剩余价值。商业利润的实质。

商业资本参与平均化过程而获得平均利润。商业的利润率也是平均利润率。商业利润形成后, $\text{生产价格的构成} = \text{成本价格}(k) + \text{产业利润}(p) + \text{商业利润}(h)$ 。

三、商业流通费用及其补偿

1. 商业流通费用。

商业流通费用的概念。商业流通费用分为生产性流通费用和纯粹流通费用两种。

2. 商业流通费用补偿的途径。

商业流通费用即要收回,还要获得相应的平均利润。补偿的途径:生产性流通费用与生产过程有关,能够增加商品的价值。纯粹流通费用仅同商品的买卖有关,属于非生产性开支,不能增加商品的价值。纯粹流通费用的价值补偿,就是从剩余价值总额中扣除的。

商业职工的劳动是实现价值和剩余价值的劳动,其劳动也分为必要劳动和剩余劳动。

第三节 借贷资本和利息

一、借贷资本

1. 借贷资本的形成。

借贷资本是从产业资本运动中分离出来的特殊资本形式，是货币资本的独立化运动。借贷资本的形成。主要来源：第一，正在积累中的折旧基金。第二，暂时闲置的流动资本。第三，用于积累的剩余价值。第四，各种货币存款等也都构成借贷资本的来源。

2. 借贷资本的本质及其特点。

借贷资本的本质及其特点：第一，是一种商品资本。第二，是作为财产的资本。第三，是最具有拜物教性质的一种资本形态。

二、利息和利息率

1. 利息的本质和来源。

利息就是职能资本家使用借贷资本而让给借贷资本家的一部分剩余价值。利息的来源是剩余价值。平均利润分为两部分：一部分是利息，另一部分是企业利润。利息和企业利润进一步掩盖了剩余价值是真正来源。

2. 利息率的决定。

利息率是一定时期内的利息量与借贷资本总额的比率。利息率在平均利润率和零之间浮动，影响利息率的主要因素有：第一，平均利润率的高低。第二，借贷资本供求状况。第三，一个国家的习惯和法律传统、预期价格变动率、国家的财政货币政策、借贷资本风险的大小、借贷时间长短等等。

三、银行资本和银行利润

1. 银行与银行资本。

银行是经营货币资本的企业。基本职能是吸收存款和发放贷款。另有两种职能：充当结算中心和发行信用流通工具。银行资本分两部分：自有资本和借入资本。借入资本来源：第一，暂时闲置的货币资本；第二，食利阶层存入的货币资本；第三，社会各阶层居民的小额存款。

2. 银行利润及其来源。

银行利润的来源归根到底是产业工人创造的剩余价值。银行资本参与利润平均化过程而获得平均利润。银行雇员的劳动同样分为必要劳动和剩余劳动。

四、股份公司

1. 股份资本及其性质。

股份制就是通过发行股票，建立股份公司筹集资金，进行生产和经营的形式，即是指不同所有者通过认购股票共同出资创建企业的一种财产组织形式和企业组织形式。股份制和股份公司是在资本主义信用和竞争的基础上产生，但并不是资本主义特有的产物。

2. 股份公司的功能。

第一，有利于快速聚集资本和优化投资结构。第二，有利于所有权和经营权的分离，提高企业的运营效率。第三，有利于企业财产的完整和稳定。

股份公司的主要形式：股份有限公司、股份有限公司、有限责任公司。

3. 股票、股息和股票价格。

股票是向股份公司投资入股的凭证。主要特点是：不返还性、流动性、风险性。股票持有者凭股票获得的收入叫做股息。股票价格是股息收入的资本化。公式：股票价格 = 股息/利息率。股票价格的基础取决于两个因素：预期股息和银行利息率。影响股票价格变动的因素：经济和政治状况、企业经营状况、股票供求关系、物价水平、政府财政税收、金融货币政策，以及其他各种政治、心理等。

创业利润和虚拟资本。创业利润就是创办股份公司所发行的股票价格总额同实际投入这个企业的资本总额之间的差额。创业利润的源泉归根到底是工人创造的剩余价值。由股票收入资本化而虚拟出来的资本称为虚拟资本。它以有价证券的形式存在，并能给其持有者带来收入。虚拟资本和实际资本是不同的。

第四节 资本主义地租

一、资本主义地租的本质

1. 资本主义土地私有制的形成和特点。

资本主义土地私有制形成的途径：普鲁士式道路和美国式道路。本质特点是：第一，土地所有权与土地经营权相分离。第二，土地所有权不再有人身依附关系。

2. 地租的本质和特征。

资本主义地租的本质是农业工人创造的超过平均利润以上的那部分剩余价值。主要特征：第一，劳动者摆脱了人身依附关系。第二，剩余价值分为地租和平均利润。第三，体现了土地所有者、农业资本家和农业工人三个阶级之间对立的经济关系。

3. 地租和租金区别。

资本主义地租的基本形态有级差地租和绝对地租，它们是由不同的原因和条件所引起的。

二、级差地租

1. 级差地租产生的条件和原因。

同土地的等级差别相联系的地租是级差地租。产生的条件是土地存在着等级差别。级差地租产生的直接原因是土地有限性所引起的资本主义经营权的垄断，与土地私有制没有关系。

2. 级差地租的源泉。

级差地租的源泉：只能是农业工人创造的超额剩余价值或超额利润。是由农产品的个别生产价格和社会生产价格之间的差额构成的。农产品的社会生产价格由条件差的土地所生产的农产品价格决定。级差地租可分为级差地租Ⅰ和级差地租Ⅱ两种形态。

三、绝对地租

1. 绝对地租产生的条件和原因。

绝对地租是土地所有者凭借土地私有权垄断获取的地租，它是由农产品的社会生产价格低于价值的超额利润构成的。绝对地租产生的原因是土地所有权的垄断。农业资本有机构成低于工业或社会平均资本有机构成是条件。资本向农业部门转移受限制，使农产品按价值出售。

2. 绝对地租的源泉。

农产品价值与生产价格的余额构成绝对地租。绝对地租是剩余价值的一部分。

3. 当代资本主义条件下的绝对地租。

随着现代科学技术的迅速发展不断提高的，农业的资本有机构成已经接近工业资本有机构成，上面所说的绝对地租产生的条件就消失了，但绝对地租就不会消失，只不过产生绝对地租的条件发

生了变化而已。这时的绝对地租仍然是剩余价值的一部分。

四、土地价格

1. 土地价格的决定。

土地价格实质上就是地租收入的资本化。公式是：土地价格 = 地租/利息率。影响土地价格的因素：地租的高低、银行利息率的高低、土地的供求状况、地理位置、土地使用权的期限、土地投资者的理性预期和国家的经济政策。

2. 土地价格的变动趋势。

土地价格有不断提高的趋势。其原因，一方面是地租有上涨的趋势，另一方面，随着资本有机构成不断提高，平均利润率有下降的趋势，从而使得利息率下降，土地价格提高。这不利于经济的发展。

考核要求

一、平均利润和生产价格

成本价格的定义。成本价格作用和意义。利润的概念和本质。利润率的涵义。决定和影响利润率的主要因素。利润率与剩余价值率的区别。平均利润的形成。平均利润率的涵义。影响平均利润率高低的主要因素。生产价格的形式、涵义和构成。超额剩余价值与超额利润。生产价格形式后价值规律作用的形式。平均利润和生产价格学说的意义。

二、商业资本和商业利润

商业资本的本质、职能和作用。商业利润实质及其来源。商业流通费用的概念及其补偿。商业利润。商业利润率。

三、借贷资本和利息

借贷资本的本质、职能、形成和来源。利息的涵义。利息率的涵义。利息率的界限。影响利息率的因素。银行的性质。银行资本的本质和职能。银行利润及其来源。股份公司、股票、股息和股票价格。创业利润和虚拟资本。

四、资本主义地租

资本主义土地私有制的形成。资本主义地租的本质和特点。地租和租金区别。级差地租的涵义、形成的条件和原因。级差地租的源泉。级差地租 I 和级差地租 II。绝对地租的涵义、形成的条件和原因。绝对地租的源泉。当代资本主义条件下绝对地租的形成。土地价格的实质。影响土地价格的因素。

复习与思考题

1. 决定和影响利润率的主要因素是什么？
2. 利润率和剩余价值率的区别是什么？
3. 平均利润是怎样形成的？平均利润和生产价格学说的伟大意义是什么？
4. 为什么说生产价格的形成并没有否定价值规律？
5. 阐述商业利润、利息和资本主义地租的来源和本质。
6. 股票价格是如何决定的？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第3卷，第1、9、10、17、23、27、38、45章。
2. 马克思：《工资、价格和理论》，第11节。

第八章 当代资本主义生产关系及其发展

学习目的和要求：

通过本章学习，掌握自由竞争导致垄断的客观必然性和垄断时期自由竞争的特点，了解竞争与垄断之间的关系，把握国家垄断形成的原因。明确国家对经济宏观调控的必要性，以及调控体系的多元目标、具体形式、主要手段和政策体系。了解国家干预的作用和局限性，明确垄断资本主义的历史作用和地位，进一步认识社会经济形态的发展和更替是一个自然的历史过程。

课程内容

第一节 垄断资本的形成和发展

一、垄断的形成

1. 垄断形成的一般规律。

垄断形成的一般规律：自由竞争必然导致生产集中，生产集中发展到一定程度必然导致垄断。

2. 垄断形成的根本原因和历史过程。

垄断形成的根本原因：科学技术的巨大进步和社会生产力的迅速发展；经济危机加速了资本和生产的集中。垄断代替自由竞争是资本主义基本矛盾发展和调整的必然结果。

自由竞争转变为垄断经历了三个历史时期的过程。

二、垄断组织形式的历史演变

垄断组织形式在历史演变中的类型：卡特尔、辛迪加、托拉斯、康采恩和混合联合公司。各种垄断组织形式反映了垄断资本从企业外部到内部，从流通领域到生产领域，从单一部门到众多部门，从低级到高级的不同程度的联合和垄断。

混合联合公司产生的主要原因：第一，现代科学技术的发展导致产业结构发生了重大变化是根本原因。第二，生产集中的加强和垄断实力的膨胀是直接原因。第三，混合兼并加速了混合联合公司的普遍推行。第四，美国的“反托拉斯法”也促成了混合联合公司的兴起。

三、金融资本和金融寡头的形成及统治

1. 银行业的集中和垄断。

产业资本的垄断是一切垄断的基础。银行业的集中和垄断是以产业资本的集中和垄断为基础同时形成的。银行由普通中介人变成了万能主宰者。表现在：第一，银行控制和支配着整个工商企业。第二，银行促进和加速垄断组织的形成。第三，银行成为股票和债券买卖的场所，并代理工商企业发行有价证券。

二战后，银行作用的新特点：第一，银行业的集中和垄断达到新的规模。第二，巨型银行的产生。第三，出现了越来越多的银行持股公司或银行集团。第四，巨型银行在国内外形成了银行密网。第五，银行经营业务的多样化。第六，出现了许多非银行系统的金融机构，如保险公司、金融公司、投资公司等。

2. 金融资本的形成及其统治。

在生产集中和垄断的基础上，银行业垄断资本和工业垄断资本日益溶合或混合生长，形成一种新型垄断资本即金融资本。

3. 金融寡头的形成及统治。

金融寡头是金融资本的人格化，指极少数掌握大量金融资本的垄断资本家。金融寡头在经济领域的统治主要是通过“参与制”实现的。金融寡头在政治领域的统治主要是通过同政府进行所谓“个人联合”而实现的。金融寡头是垄断资本主义的万能的统治者。

四、垄断利润和垄断价格

1. 垄断价格。

垄断价格是垄断组织为了获得垄断利润，凭借其垄断地位操纵和控制的价格体系。它由垄断高价和垄断低价构成。垄断价格等于成本价格加垄断利润。

垄断价格并不否定价值规律在当代市场经济中的作用。垄断价格以价值或生产价格为基础，受市场竞争、商品供求及购买者有支付能力的需求等客观经济情况的制约。第一，垄断形成于商品经济时期的自由竞争，垄断形成以后不仅没有对商品市场形成否定，而且还要以商品市场作为垄断得以实施的空间。第二，垄断导致市场替代法则发生作用，使其它与之竞争的垄断企业 and 非垄断企业加紧了对相关同类商品的开发和研制。第三，商品价值仍然是垄断价格的基础，商品价值的变动迟早要引起垄断价格发生相应的变动。第四，垄断价格是垄断基础上价值规律存在和作用的特定社会历史形式。

2. 垄断利润及其来源。

在垄断资本主义阶段，剩余价值规律主要表现为垄断利润规律。垄断利润指垄断资本凭其在生产和流通中的垄断地位而获得的高于平均利润的利润。获取垄断利润的途径主要有：第一，对本企业劳动者所创造剩余价值的无偿占有。第二，通过垄断价格在流通领域转移并占有一部分剩余价值和价值。第三，通过政府进行有利于垄断资本集团的国民收入再分配。第四，通过对外输出资本和国际经贸中的不平等交换实行剥削和掠夺。

五、自由竞争与垄断竞争

1. 垄断与竞争的关系。

垄断并没有消除竞争，而是与竞争并存，这是垄断资本主义一切经济、政治现象的总根源，是支配垄断资本主义整个经济运动的规律。垄断与竞争并存的表现：垄断组织内部的竞争、垄断组织之间的竞争以及垄断组织与非垄断组织之间的竞争。

2. 垄断资本主义下竞争的特点。

垄断资本主义下竞争的特点：第一，竞争的激烈程度空前加剧。第二，竞争出现了更加错综复杂的局面。第三，综合地运用多种竞争手段。第四，竞争向国际化方向发展。

第二节 国家垄断资本主义

一、国家垄断资本主义的产生与发展

1. 国家垄断资本主义的形成。

国家垄断资本主义的形成是私人垄断资本与国家政权相结合而形成的垄断资本主义。国家垄断资本主义产生和发展的阶段性。当代国家垄断资本主义的新特点：第一，已经成长为当代资本主义经济生活中稳定的、经常的因素。第二，形式的多样化。第三，发展表现出不平衡性。垄断资本主义的发展使资本主义原有的经济特征发生了局部的、部分的质变。

2. 国家垄断资本主义形成的原因。

国家垄断资本主义形成的原因：第一，克服现代经济发展所需巨额资本与私人资本积累有限性

的矛盾。第二，克服私人垄断资本追求的自身利益与现代社会发展的矛盾。第三，克服生产无限扩大的趋势与有支付能力需求相对缩小的矛盾。第四，缓和生产力社会化同私人资本盲目竞争的矛盾。第五，克服私人资本通过市场进行利益分配的有限性。此外还有利润率下降趋势的压力、资本国际竞争的加剧、一些国家党派长期执政的问题。

3. 国家垄断资本主义形成途径和主要形式。

国家垄断资本主义形成途径：一是将私营企业国有化。二是由国家预算拨款直接建立国家垄断企业。三是通过股份制对私人垄断企业进行兼并、控制和改造，增加国家股比重。国家垄断资本主义有三种形式：第一，国家垄断资本和私人垄断资本在企业外部的结合。第二，国家垄断资本和私人垄断资本在企业内部的结合。第三，国家直接掌握的垄断资本。

二、资本主义国家对社会经济的调节

1. 30 年代大萧条与“凯恩斯革命”

20 世纪 30 年代的大危机是一个十分重要的历史事件，面对这次经济危机，西方经济理论出现了第一次危机。这次危机在西方经济学说发展史上是一个重大转折，传统的自由放任论由兴盛到衰落，从占统治地位变为少数派，与此同时凯恩斯主义应运而生。

2. 国家干预经济生活的主要方式。

国家对经济的调控方式：直接和间接调控两种。经济手段、法律手段和行政手段。宏观经济调控的目标：保持经济稳定和增长；保持币值和物价稳定；实现充分就业；保持国内国际收支平衡。经济政策体系中最主要的是财政政策、货币政策、收入政策和产业政策等四大政策。

三、国家垄断资本主义的作用及其局限

国家垄断资本主义的出现，一方面促进了社会生产的迅速发展；另一方面又对社会经济发展有某种阻碍作用。国家垄断资本主义对当代世界经济的发展也起了很大推动作用。具体表现在：（1）推动了世界贸易的增长。（2）加快了国际间的技术交流。（3）发达资本主义国家向外投资，有利于解决发展中国家经济建设资金不足的问题。（4）发达资本主义的国外投资，为发展中国家的劳动就业提供了一定的机会。此外，世界贸易的迅速发展，对各国交通、通讯、旅游等部门的发展也起到了一定的促进作用。

国家垄断资本主义对社会经济发展的某种阻碍作用，具体表现在：（1）随着国家垄断资本主义的发展，财政支出的增大，财政赤字日益严重，使生产和消费的矛盾更加突出。（2）国家垄断资本主义通过财政政策和货币政策，扩大政府开支来刺激经济发展，必然导致财政赤字和滥发货币，造成长期通货膨胀，出现“停滞膨胀”的局面。（3）国家借助于发行公债来增加财政收入，加剧财政金融危机。（4）国有垄断企业经营管理不善，效率低下，造成严重亏损，成为国家财政的沉重包袱。

国家垄断资本主义的产生没有改变垄断资本主义的实质。它存在不可能克服资本主义制度内在的固有矛盾和历史局限性，主要原因如下：第一，在生产方面，国家调节不可能克服社会生产的无政府状态，不能消除部门间的比例破坏和经济结构失调。第二，在分配方面，国家垄断资本主义无法从根本上改变资本主义社会中生产资料的占有关系以及贫富悬殊的状况。第三，在世界经济方面，国家垄断资本主义的局限性和消极作用主要表现在以下几方面：（1）发达资本主义国家通过资本输出，力图从政治上、经济上控制和剥削发展中国家。（2）在国际贸易中，发达国家利用自己的垄断地位，操纵世界市场价格，剥削发展中国家。（3）发达资本主义国家为了转嫁经济危机和通货膨胀，实行新贸易保护主义，造成发展中国家经济发展缓慢。（4）发达国家将污染严重、能源消耗大、需要改造的产业转移到发展中国家，所造成的必然结果是，污染了发展中国家的环境，破坏了生态平衡，妨碍了这些国家的经济发展，也损害了这些国家和人民的切身利益。

第三节 资本主义发展的历史走向

一、资本主义发展的历史过程和必然趋势

社会经济形态的发展和更替是一种不以人们的意志为转移的客观的自然历史过程。资本主义经济形态代替封建社会经济形态，是人类历史发展中的一个进步。而它为一种新的先进的社会经济形态所代替也将是历史发展的必然趋势。

在战后新科技革命的推动下，国家垄断资本主义得到迅速发展，生产社会化又达到了一个新的高度，这是资本主义生产关系内部的又一次较大的调整。区域经济联盟、经济一体化、经济全球化、知识经济等经济概念已经逐渐成为经济现实，资本主义生产关系还需要进一步继续进行自我调整。然而，资本主义自我调整的结果，表现出离社会主义的门槛越来越近，终将摆脱不了向新的社会形态过渡、从而被社会主义制度所取代的命运。这是一个自然的历史过程，使人类社会发展的必然趋势。

二、社会主义取代资本主义的历史必然性

社会主义最终取代资本主义是资本积累发展的客观趋势。社会主义取代资本主义是生产关系不断适应生产力发展的客观要求。资本社会化形式的发展，证明社会主义必然取代资本主义的历史趋势。

应该对当代资本主义的历史地位和文明做出较为准确、全面、客观的分析和判断。

考核要求

一、垄断资本的形成和发展

垄断的涵义。垄断形成的一般规律。垄断组织形式。银行业的垄断形成、职能和作用。金融资本和金融寡头。垄断利润和垄断价格。垄断价格与价值规律的关系。垄断与竞争的关系。垄断资本主义下竞争的特点。

二、国家垄断资本主义

国家垄断资本主义的涵义。国家垄断资本主义形成的原因、途径和特点。资本主义国家对经济宏观调控的方式和目标。经济政策体系中四大政策。国家垄断资本主义的作用及其局限。

三、资本主义发展的历史走向

资本主义发展的历史过程和必然趋势。社会主义取代资本主义的历史必然性。

复习与思考题

1. 试述垄断形成的一般规律和根本原因。
2. 垄断利润的来源是什么？
3. 为什么说垄断价格的形成没有否定价值规律？
4. 垄断和竞争的关系如何？当代资本主义竞争有那些新特点？
5. 国家垄断资本主义生产的一般规律是什么？
6. 如何理解国家垄断资本主义对经济发展的双重作用？

7. 发达资本主义国家的国家垄断经济是通过哪些途径建立起来的？国家垄断经济的主要形式有哪些？

8. 西方发达资本主义国家进行宏观经济调控的主要手段有哪些？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第1卷，第13章第1、3、4、5、6节。
2. 恩格斯：《反杜林论》第3编，第2节。
3. 列宁：《帝国主义是资本主义的最高阶段》第1—7章。

第九章 经济全球化和国际经济关系

学习目的和要求：

经济全球化已成为 21 世纪不可逆转的大趋势。本章从国际分工和资本国际化入手，对经济全球化的一系列问题进行了探讨。通过本章的学习，要求掌握经济全球化发展的客观必然性；跨国公司在经济全球化进程中的作用；经济全球化对世界经济、发达国家和发展中国家的影响；以及中国如何处理好经济全球化与中国经济发展之间的关系等问题。

课程内容

第一节 经济全球化发展的必然趋势

一、国际分工与世界市场的形成

国际分工是指世界各国之间的劳动分工，是生产的国际专业化，是商品经济发展到一定阶段必然产物。国际分工是在国内分工基础上发展而来，它们之间有着密切的联系和区别。区别主要表现在以下几个方面：第一，国内分工是一切社会形态共有，而国际分工是社会经济形态发展到高级阶段才出现的，即随着资本主义经济制度的产生而出现的。第二，国内分工是各国国民经济范围内的分工，而国际分工则是以各个国民经济为基础，超越国家界限在各国之间形成的社会分工。第三，国内分工只受本国国家权力和制度的制约，而国际分工则受到各国的政策、法律和其他上层建筑因素的制约。第四，国内分工的发展主要决定于各国本身的生产力发展技术进步和其他经济条件。而国际分工的发展则取决于世界范围内生产力的发展、科技的进步和经济国际化的发展。国际和国内分工的联系主要表现在：一国的国内分工越发达，国内分工越容易超越国界向外延伸，国际分工也就越发展；反之，国际分工的扩大，通过国际贸易也会促使各个国内分工的扩大，从而促进各国国民经济的发展。

影响国际分工的因素：第一，各国的自然条件是重要条件。第二，生产力和科学技术的发展是决定性因素。第三，各国社会经济制度决定国际分工的性质，制约国际分工的内容和形式。

国际分工主要有三种形式：一是垂直型分工。二是水平型分工。三是混合型分工。国际分工的发展引起世界市场的形成和发展。

二战以来世界市场发展新特征：首先，市场结构日趋复杂化。其次，商品市场的构成类型更加复杂多样。最后，世界市场的垄断日益加强，竞争更加激烈。

二、生产和资本的国际化

国际分工和世界市场的发展促进了生产和资本的国际化。生产和资本国际化是指生产过程和资本活动越出民族国家的界限，在国际范围内不断运动的过程。资本国际化进程的阶段性。资本国际化分为商业资本国际化、借贷资本国际化、产业资本国际化。商业资本的国际化是指流通领域的资本在国际市场上的活动与增殖，它采取的主要形式是国际贸易。借贷资本国际化是资本以货币形态在国际范围内发生的借贷运动与增殖，它主要表现为国际间接融资。产业资本国际化是指资本跨国界从事商品的生产和经营，是生产的国际化它是通过对外直接投资，在其他国家兴建生产性企业而实现的。当代国际垄断组织普遍和主要的形式是跨国公司。

跨国公司生产经营的特点。第一，跨国公司海外公司的货币资本中绝大多数资本来源于海外公司的保留利润、海外固定资本的折旧费，以及来源于国际银行贷款及国际还券市场的债券融资。第二，跨国公司使生产国际化由国际贸易的间接表现转为直接表现。第三，跨国公司的市场营销面向

全球市场，实施全球战略。第四，跨国公司在全球范围雇佣的多国籍工人及廉价劳动力成为跨国公司巨额利润的主要来源。

三、经济全球化的客观趋势

经济全球化指世界各国和地区的经济相互融合，逐渐形成全球经济一体化的过程，是生产要素在世界范围内流动和配置的过程。经济全球化包括贸易全球化、生产全球化与金融全球化。

经济全球化原因：第一，社会生产力发展是根本原因。第二，国际贸易深入发展是推动力。第三，国际资本流动大幅增加是原因之一。第四，经济行为主体追逐利润的动机是重要原因。

经济全球化本质上是资源配置的国际化，是经济国际化的必然结果和高级阶段。国际分工和跨国进行商品生产与流通是经济国际化的主要内容。

第二节 经济全球化与资本主义经济关系

一、经济全球化对世界经济的影响

经济全球化对世界经济的影响：1. 促进了世界贸易、就业和投资的增长。2. 增加了世界各国经济运行的风险。3. 使世界各国贫富差距拉大。4. 直接影响到国家经济主权问题。5. 使世界市场真正一体化。6. 使各国经济安全随时受到挑战和考验。

二、经济全球化对发达国家的影响

在经济全球化过程中，发达国家和发展中国家处于完全不平等地位。从生产力角度看，经济全球化对发达国家更有利。从生产关系的角度看，发达国家占主导地位 and 起支配作用，决定经济全球化的进程和性质。

三、经济全球化对发展中国家的影响

经济全球化是把“双刃剑”，在给发展中国家经济发展带来极大利益和好处的同时，也给发展中国家经济发展带来了极大的风险和威胁。

第三节 经济全球化与中国经济的发展

一、经济全球化与中国经济

经济全球化为中国提供了历史机遇：第一，有利于中国吸引外资。第二，有利于中国引进先进技术和管理经验。第三，有利于中国进一步开拓国际市场。第四，有利于中国跨国公司和对外投资的发展。第五，有助于推进中国经济体制改革，加速市场经济体系的建立。

二、加入 WTO 是中国经济融入经济全球化的历史跨越

加入 WTO 是中国经济融入经济全球化过程中的历史跨越。

第一，将使中国市场和世界市场更加紧密的联系在一起。第二，加速我国参与世界生产一体化和国际分工一体化的步伐。第三，意味着中国将接受 WTO 所制定的一系列国际经济关系的基本原则和规则。第四，有利于推进我国的经济体制改革，使我国经济在体制上与国际接轨。

三、经济全球化趋势下中国的对外经济发展战略

21 世纪中国的对外经济发展战略要根据经济全球化这一背景作相应的调整：

- 第一，顺应经济全球化的潮流，实现从进口替代与出口导向战略向全球化生产战略的转变。
- 第二，利用入世后带来的市场稳定性与扩展性，实现国内政策与出口发展战略的有效结合。
- 第三，走商品与服务贸易并重的外贸发展新路。
- 第四，顺应国际分工深化的趋势，及时进行有进有退的产业结构调整。
- 第五，全面提升企业的国际竞争力，加快推动我国企业走向世界。

四、经济全球化与国家经济安全

经济全球化对发展中国家的经济安全也构成威胁，表现为：第一，经济的跨国界行为和各国相互依赖导致经济主权弱化。第二，非国家行为主体等各专门国际组织对发展中国家经济主权的侵蚀。第三，跨过公司等非政府力量的壮大造成东道主国家经济主权的被动转移。

中国同样面临着国家经济安全受到威胁的问题。我国在积极参与经济全球化的过程中，必须以为维护国家经济安全为前提。

考核要求

一、经济全球化发展的必然趋势

国际分工及其形式。影响国际分工的因素。世界市场发展新的特征。资本国际化的种类及其特点。跨国公司生产经营的特点。经济全球化还以及其本质。经济全球化的原因。

二、经济全球化与资本主义经济关系

经济全球化对世界经济的影响。经济全球化对发达国家的影响。经济全球化对发展中国家的影响。

三、经济全球化与中国经济的发展

经济全球化对中国经济发展的影响。中国加入 WTO 的意义。经济全球化趋势下中国的对外经济发展战略。经济全球化与国家经济安全。

复习与思考题

1. 影响国际分工的主要因素有哪些？
2. 二战后产业资本国际化的客观必然性是什么？
3. 跨国公司及其生产经营有哪些特征？
4. 如何评价经济全球化的作用？经济全球化对世界经济的影响表现在哪些方面？
5. 如何评价区域经济集团化的趋势？它与国际经济一体化的关系是怎样的？
6. 中国在经济全球化进程中应该如何趋利避害？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第 1 卷，第 20 章；第 3 卷第 14 章第 5 节。
2. 列宁：《帝国主义是资本主义的最高阶段》第 8—10 章。
3. 列宁：《国家与革命》。
4. 《邓小平文选》第 3 卷。

第十章 社会主义生产关系的实质和经济制度

学习目的和要求：

本章通过对社会主义经济制度的分析，主要把握社会主义生产关系的基本特征，社会主义初级阶段基本经济制度的内容及其存在的客观必然性，掌握社会主义公有制主体地位的内涵和非公有制经济中的作用，了解两者之间的辩证关系。把握社会主义初级阶段分配制度的内涵及其在社会主义市场经济条件下存在的客观必然性。掌握按生产要素分配的内容和作用。

课程内容

第一节 社会主义生产关系的实质

一、社会主义生产关系的实质和特征

社会主义生产关系有两大基本特征：公有制和按劳分配。这是社会主义本质的集中体现，也是社会主义经济制度的基本特征。

邓小平对社会主义本质概括为：“社会主义的本质，是解放生产力，发展生产力，消灭剥削，消除两极分化，最终达到共同富裕。”其科学性表现在：第一，将“解放生产力，发展生产力”置于首要的基础地位，恢复了马克思主义的原貌。第二，把“消灭剥削，消除两极分化”作为社会主义本质，为坚持和完善公有制指明了方向。第三，把“最终达到共同富裕”列为本质规定，指出了社会主义发展的根本目标。第四，突破了把计划经济当作社会主义本质的传统观念。

二、公有制是社会主义生产关系的体现

社会主义必须实行公有制的原因：1. 公有制是社会主义经济制度的基础。2. 公有制能更快更好的发展生产力。3. 公有制是消灭剥削，最终达到共同富裕的必要前提和条件。4. 公有制能保证社会主义国家整体利益、社会利益和长远利益的实现，保证社会主义生产目的的实现。

第二节 社会主义初级阶段的基本经济制度

一、以公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度

生产资料所有制是指生产过程中人与人在生产资料占有方面的关系体系。生产资料所有制结构是指各种不同生产资料所有制形式在一定社会形态中所占的比重，以及它们之间的相互关系。生产关系的基础是所有制关系，生产关系一定要适合生产力发展集中体现在所有制关系一定要适应生产力发展。所有制关系是否适合生产力发展状况，要从生产资料的形式和生产资料所有制结构考察。

党的十一届三中全会以来，逐渐明确了“公有制为主体，多种所有制经济共同发展，是我国社会主义初级阶段的一项基本经济制度”。党的十六大提出坚持和完善这一基本经济制度：第一，必须毫不动摇地巩固和发展公有制经济；第二，毫不动摇地鼓励、支持和引导非公有制经济发展。第三，坚持公有制为主体，促进非公有制经济发展，统一于社会主义现代化建设的进程中，不能把这两者对立起来。

社会主义初级阶段基本经济制度是一个有机统一体，既包括公有制经济，又包括非公有制经济。在社会主义初级阶段多种经济成份并存的经济制度中，必须始终地坚持和完善公有制的主体地位，

这是因为近代和现代生产力在我国社会主义初级阶段生产力结构中居主体地位，这是我们社会主义公有制能够建立的物质基础，是我们坚持公有制主体地位最根本客观依据。

公有制为主体的原因：第一，是与社会化生产的本性相适应的。第二，是社会主义经济制度的基础和根本特征。第三，是社会主义现代化建设的主要支柱。第四，是实现劳动人民主人翁地位、实行按劳分配和最终实现共同富裕的物质保证。第五，是马克思主义不可动摇的根本原则。

在公有制为主体的前提下毫不动摇地鼓励、支持和引导非公有制经济发展。发展非公有制经济的原因：第一，我国现阶段生产力发展总水平不高最根本的依据。第二，是不断完善和发展社会主义市场经济的需要。第三，发展非公有制经济是劳动者就业和人民生活多种需要的客观要求。第四，是适应我国经济对外开放的需要。

二、社会主义公有制及其实现形式

1. 社会主义公有制的主体地位。

公有制经济的涵义。对公有制经济内容的深化认识。公有制为主体的含义：第一，公有资产在社会总资产中占优势。第二，公有资产的优势主要体现在质量上。第三，国有经济对经济发展起主导作用。

2. 社会主义公有制的实现形式

社会主义公有制实现形式多样化的客观必然性。公有制与公有制实现形式是两个既有联系又有区别的概念。所有制的核心和实质性问题所有权在经济利益上的实现。

党的十五大报告指出：在社会主义经济条件下，公有制实现形式应当多样化。社会主义公有制具体实现形式：

（1）国有经济：即社会主义全民所有制经济，是指生产资料属于全体社会成员共同所有，它是同社会化大生产相适应的一种公有制形式。国有经济是整个国民经济的领导力量。其主导作用从两方面理解：第一，主要体现在控制力上。第二，主导作用是就全国而言的。为了充分发挥国有经济的主导作用，必须从战略上调整国有经济的布局。

（2）集体经济是指部分劳动群众共同占有一定范围的生产资料和劳动产品的所有制形式。集体经济有利于调动劳动者的积极性，促进生产力的发展。集体经济是一种灵活性很大的经济形式。我国农村的集体经济。

（3）股份制企业是指以投资入股形式聚集生产要素，实行联合经营的一种经济组织形式。股份制是生产社会化、商品化、市场化发展的必然产物。股份制企业的性质关键看控股权掌握在谁手中。国有企业实行股份制有利于明晰企业的产权关系；有利于促进政企分开；有利于提高企业和资本的运作效率。

（4）股份合作制是兼股份制与合作制特点为一体的一种公有制形式。主要特征有：第一，是独立法人，独立核算，自主经营，自负盈亏。第二，全员入股，利益共享，风险共担。第三，劳动合作与资本合作相结合。第四，按劳分配和按股分红相结合。第五，实行民主决策和管理。

社会主义非公有制经济的主要形式：

个体经济是指在劳动者个人或家庭占有生产资料基础上，从事个体劳动和个体经营的私有制经济。其特点：以自己劳动为基础，劳动者同自己的生产资料直接结合，劳动产品归自己。

私营经济是指以生产资料私人占有为基础，以雇佣劳动为特征，以获取利润为目的的私有制经济。私营经济就其本质而言，是一种资本主义经济。社会主义初级阶段私营经济的发展既有积极作用又有消极作用。

外资经济包括中外合资企业、中外合作经营企业和外商独资企业。中外合资企业与合作经营企业的主要区别：第一，从法律性质看，合资经营属股权式经营；合作经营属契约经营。第二，从投资看，合资经营双方的投资计入股份；合作经营则不必折算股份。第三，合资经营在合营期内不得

收回投资；合作经营在经营期内可陆续收回投资。第四，合资经营企业按各方投资比例承担风险、亏损；合作经营以企业全部资产承担风险。外商独资企业是指外国投资者经我国批准在我国境内租赁土地，独自投资的企业。外资经济对我国建设社会主义是有利的。

三、社会主义非公有制经济

改革开放以来，我国的非公有制经济不断发展壮大，现有主要的形式有：个体经济、私营经济、外资经济。

1. 个体经济。是指在劳动者个人或家庭占有生产资料的基础上，从事个体劳动和个体经营的私有制经济。其特点在于：它是以自己劳动为基础，一般不剥削他人劳动，劳动者同自己的生产资料直接结合，劳动产品归自己所有的小私有经济。

2. 私营经济，是指以生产资料私人占有为基础，以雇佣劳动为特征，以获取利润为生产经营活动目的的私有制经济。私营企业主占有和支配相当数量的生产资料和雇佣劳动者，依靠雇佣劳动进行生产经营活动。

3. 外资经济包括中外合资企业、中外合作经营企业和外商独资企业。中外合资企业，是指我国合营者同外商依照中国法律规定，在我国境内设立的共同投资、共同经营、共负盈亏、共担风险的企业。中外合作经营企业是指由中国合作者与外国合作者依照中国法律规定，在中国境内共同举办的、按合作企业合同的约定分配收入或者产品、分担风险和亏损的企业。

第三节 社会主义初级阶段个人收入的分配制度

一、按劳分配是社会主义个人收入分配的基本原则

1. 社会主义条件下实行按劳分配的客观必然性。

按劳分配是指以劳动者向社会提供劳动的数量和质量为尺度分配个人收入。原则是等量劳动领取等量报酬，多劳多得，少劳少得，不劳不得。实行按劳分配的客观必然性：第一，资料公有制是实行按劳分配的前提。第二，旧的社会分工的存在和劳动还是谋生手段是直接原因。第三，生产力发展水平是物质条件。

按劳分配是人类历史上崭新的分配制度。它从根本上否定凭借占有生产资料而剥削他人劳动成果的权利，是对一切剥削分配制度的否定。按劳分配不仅有其历史必然性和历史进步性，同时也不可避免地存在一定历史局限性。

2. 社会主义市场经济条件下按劳分配的特点。

社会主义市场经济条件下按劳分配的特点：第一，存在多种分配方式。第二，个人消费品的分配不能由社会（或国家）直接进行。第三，企业是分配的主体，不同企业劳动者的同量劳动获得的报酬不同。第四，采用商品货币的形式来实现。

3. 按劳分配的实现形式。

按劳分配的基本形式是工资。此外，还有奖金、津贴等补充形式。

二、社会主义初级阶段个人收入的分配制度

1. 以按劳分配为主体多种分配方式并存的分配制度。

以按劳分配为主体，多种分配方式并存的原因：第一，多种所有制形式并存决定。第二，多种经营方式决定。第三，社会主义市场经济发展的要求。

非按劳分配方式：第一，按劳分配以外的劳动收入。第二，按劳动力价值分配。第三，按资本分配。第四，资产收益。第五，经营收入。

2. 深化分配制度改革。

党的十六大提出深化分配制度改革的原则和方向：

1. 确立按生产要素分配的原则。必然性：第一、社会主义初级阶段基本经济制度的内在要求。第二、社会主义市场经济的内在要求。第三、实现社会主义生产目的的需要。第四、扩大对外开放的要求。按劳分配和按要素分配体现了社会主义公有制和市场经济的内在结合。

2. 以人民的共同富裕为目标，扩大中等收入者比重，提高低收入者水平。共同富裕和一部分人先富起来不是对立的而是统一的。

3. 坚持效率与公平并举的方针。效率是指劳动中所消耗的劳动量与所获得的劳动成果的比率。公平作为一种价值判断，包含自由、平等、公正等诸多方面的内容，集中表现为机会平等和收入平等。

考核要求

一、社会主义生产关系的实质

社会主义生产关系的实质和特征。社会主义本质的内容。社会主义必须实行公有制的原因。

二、社会主义初级阶段的基本经济制度

社会主义初级阶段的基本经济制度。生产资料所有制。生产资料所有制结构。实行公有制为主体的原因。鼓励和支持非公有制经济发展的原因。社会主义公有制及其实现形式的多样化。国有经济及其主导作用。集体经济及其重要作用。非公有制经济的主要形式。个体经济和私营经济及其特点。中外合资企业与中外合作经营企业的区别。“三资”企业的概念及其重要作用。混合所有制经济。

三、社会主义初级阶段个人收入的分配制度

按劳分配的涵义、性质和作用。实行按劳分配的客观必然性。社会主义市场经济条件下按劳分配实现模式的特点。按劳分配的形式。社会主义工资和资本主义工资的区别。多种分配方式并存的原因。非按劳分配的主要形式。按生产要素分配的必然性。党的十六大提出深化分配制度改革的原则和方向。

复习与思考题

1. 社会主义生产关系的实质和基本特征是什么？
2. 社会主义基本经济制度的内涵是什么？为什么要坚持公有制为主体，多种所有制经济共同发展的基本经济制度？
3. 公有制主体地位的内涵是什么？为什么要毫不动摇地坚持公有制经济的主体地位？
4. 国非公有制经济包括哪些经济成分？为什么要毫不动摇地鼓励、支持和引导非公有制经济的发展？
5. 会主义为什么要坚持按劳分配的分配制度？
6. 会主义市场经济条件下的为什么要坚持以按劳分配为主体多种分配方式并存的分配制度？
7. 什么是按要素分配？为什么要坚持按要素分配？

参考文献目录

1. 马克思恩格斯：《共产党宣言》，第2章。

2. 马克思：《哥达纲领批判》，《马克思恩格斯选集》第3卷，1995年版。
3. 列宁：《论合作社》，《列宁选集》第4卷，1995年版。
4. 《中共中央关于经济体制改革的决定》。
5. 《建设有中国特色的社会主义》，《邓小平文选》第3卷，1993年版。

第十一章 社会主义市场经济体制和经济运行机制

学习目的和要求：

建立社会主义市场经济是我国经济体制改革的目标。通过本章学习，了解我国建立社会主义市场经济的原因，掌握市场经济及社会主义市场经济的内涵、特征、功能和框架等。认识社会主义市场经济运行的基础、特征和基本框架。理解社会主义宏观调控的必要性及其目的和手段。掌握社会主义社会保障体系的内涵与作用。

课程内容

第一节 社会主义市场经济体制

一、确立社会主义市场经济体制改革目标的必然性

经济体制是在社会经济发展一定阶段上特定生产关系的具体形式及其运动方式。

1. 我国传统的计划经济体制及其弊端

计划经济的科学涵义。传统计划经济体制在当时历史条件下，对我国社会主义经济发展起过重要作用。随着现代化的经济发展，必须对传统的计划经济体制进行改革。

2. 在实践发展和认识深化中对市场经济目标模式的选择。

党的十一届三中全会提出经济体制改革的任务，强调“应该坚决实行按经济规律办事，重视价值规律的作用”。十二大提出计划经济为主，市场调节为辅的原则。十二届三中全会提出公有制基础上有计划商品经济论断。十三大提出“社会主义有计划商品经济的体制，应该是计划和市场内在统一的体制。”十三届四中全会提出建立计划经济与市场调节相结合的经济体制。1992年邓小平南巡讲话指明了方向。党的十四大明确提出建立社会主义市场经济体制是改革的目标模式。

二、市场经济的内涵和功能

1. 市场经济的内涵

市场经济是指市场机制对资源配置起基础性作用的经济。所谓市场机制指各种市场要素如价格、竞争、供求、工资、利率、风险等相互联系和相互作用的制约关系及其调节功能。市场经济运行方式本身不具有社会基本制度的属性。

现代市场经济的特征：第一，资源配置市场化。第二，企业行为自主化。第三，交易关系平等化。第四，宏观调控间接化。第五，市场管理法制化。

2. 市场机制的功能及局限性

市场机制的功能本质上是价值规律作用的体现。市场机制的积极功能：第一、导向和调节功能。即在部门之间的竞争中，反映市场供求的变化，在价格、工资和利率的起落中，调节着物力、人力和财力等资源在不同经济部门之间的分配，实现社会生产按比例进行。第二，激励和约束功能。即在部门之间的竞争中，反映商品个别价值和社会价值的差异和转化。

市场机制绝非万能。市场机制功能的正常发挥和有效运作，必须具备两个必要的前提条件：第一，完全竞争假设。第二，价格灵敏性假设。在现实生活中，这两个条件均难以完全具备，因此，市场的作用会受到一定的限制。

市场机制的缺陷：第一，从宏观层次上，市场机制具有盲目性。第二，市场机制具有自发性。第三，市场机制具有局限性。第四，市场机制评判优劣的尺度带有短期性。第五、市场机制的自发

调节会导致垄断。

三、社会主义市场经济体制的主要特征和基本框架

社会主义市场经济是同社会主义基本制度相结合的市场经济。特征：第一，所有制结构上，以公有制为主体，多种所有制经济共同发展。第二，在分配制度上，以按劳分配为主体，多种分配方式并存。第三，在宏观调控上，发挥计划和市场两种调节的长处。

建立社会主义市场经济体制应抓好五个环节：第一，建立产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度。第二，建立全国统一开放的市场体系。第三，建立以间接手段为主的完善的宏观调控体系。第四，建立以按劳分配为主体，多种分配方式并存的收入分配制度。第五，建立多层次的社会保障制度和法律体系。

以上五个主要环节是相互联系和相互制约的有机整体，构成我国社会主义市场经济体制的基本框架。

四、在市场经济基础上把计划和市场结合起来

建立社会主义市场经济体制的核心是处理好计划和市场关系，这是全新的历史课题。应做好：第一，凡市场能实现优化资源配置的事，就放手让市场去调节。第二，在市场经济运行中，市场在微观层次上或者在基础层次上起主要调节作用，但凡市场解决不了，或解决不好的资源配置问题，就应该和必须让计划和政策去调节。第三，计划手段虽然仍然是资源配置的重要手段，但计划工作和相应的政策的制定与实施，必须建立在自觉利用市场交换和价值规律的基础之上。第四，各地区、各部门要注意因地制宜、因时制宜，要针对不同时期、不同领域和不同地域，灵活调整计划和市场这两种手段相结合的范围、程度和形式，切不可脱离实际。第五，应坚持“三个有利于”的最终标准。

五、我国实现了由传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制的根本转变

我国采取的是渐进式的改革道路。经过 20 多年的改革进程，我国已实现了由传统计划经济体制向社会主义市场经济体制的根本转变。

第二节 社会主义市场经济的运行基础

一、市场和市场功能

市场的涵义：第一，商品流通的场所或领域。第二，商品交换关系的总和。第三，一种经济调节方式和运行方式。

社会主义市场功能：第一，市场通过价格信号反映各类资源相对稀缺程度，调节和实现社会资源的合理分配。第二，市场通过公平竞争、优胜劣汰，推动技术进步，并优化资源配置。第三，市场信息是引导和调整企业生产发展方向的依据。第四，市场是联结各个企业保障社会再生产顺利进行的桥梁和纽带。第五，市场是国家实现宏观调控的对象和中介。

二、培育和发展社会主义市场体系

市场机制对资源配置起基础性作用，需要一个统一、开放、竞争、有序和完备的市场体系。

市场体系，又称市场构成体系，是指各类市场相互影响、相互作用而形成的有机整体。按商品属性分为一般商品市场即消费品市场和生产资料市场；生产要素市场，包括金融市场、劳动力市场、技术市场、信息市场以及房地产市场等。

发挥市场机制在资源配置中的基础性作用，必须培育和发展市场体系。

培育和发展社会主义市场体系：第一，进一步发展和完善一般商品市场。第二，建立和发展金融市场。第三，改革劳动制度，逐步形成劳动力市场。第四，建立和开拓房地产市场。第五，发展技术、信息市场，引入竞争机制，保护知识产权实行技术成果有偿转让，实现技术产品和信息商品化、产业化。

三、社会主义市场经济中的价格

1. 社会主义市场经济中价格的形成。价格是市场的核心要素。价值是价格形成的基础。影响价格的因素还有：市场供求状况、纸币的发行量、国家的经济政策、

2. 社会主义价格体系。是指相互联系和制约的各种商品价格的有机整体，主要是比价体系和差价体系。比价体系指各种不同商品之间的价格对比关系。差价体系指同一商品由于流通环节、购销地区、购销季节或质量不同形成的价格差额关系。

3. 建立新的价格调控体系。要做好以下工作：一是建立有效的物价总水平监控体系，实现价格总水平的相对稳定。二是对重要物资有储备保证，以调节市场供求。三是完善价格调节基金制度。四是建立新的价格秩序。五是加强以《价格法》为核心的法规体系建设。六是建立完善价格信息系统，引导生产者和消费者的经济活动。

四、规范市场秩序，健全社会信用体系

1. 建立和规范市场秩序

市场经济的运行是建立在一定的秩序及其规则基础上的。所谓市场秩序是指市场主体活动的制度框架，它具体地表现为有关的市场法律和各种约定俗成的传统。市场秩序及其规则是保证市场运行有序的最基本条件，是建立市场经济体制的“基础工程”。改善和加强对市场的管理和监督是我国当前培育和发展社会主义市场体系亟待解决的重要问题。

2. 健全社会信用体系

信用是与市场经济制度相适应的经济道德基石。我国信用体系的框架包括三方面内容：一是以市场交易人为主体的基础信用。二是以法律制度、国际惯例和商业习惯为主导的制度信用。三是以政府监管为主的监督信用。

我国建立和完善社会信用体系要做到：第一，强化市场主体的信用观念和信用意识。第二，加强信用管理法律制度的建立和执行。第三，促进信用中介的市场化发展。第四，建立和完善政府的信用监管体系。第五，强化企业内部的信用管理。

第三节 社会主义市场经济的宏观调控体系

一、建立宏观调控体系的必要性

宏观经济调控是指国家综合运用计划手段、经济手段、法律手段和必要的行政手段等，对市场经济的运行从总量与结构等方面进行调节与控制，以期达到一定的目的的一系列行为的总称。

宏观经济调控的客观必要性：第一、社会化大生产协调发展的需要。第二、弥补市场机制局限的需要。第三、调节宏观经济与微观经济矛盾的需要。

二、宏观调控的目标

宏观调控的目标就是宏观经济调控所要达到的目的，它是实施和评价宏观调控工作的主要依据，决定着宏观调控的内容和重点。宏观经济调控目标是由基本目标和具体目标组成的目标体系。基本目标也可称为一般目标，是高度概括的宏观经济调控的总目标；具体目标是基本目标的具体化，是某一方面的操作性较强的目标。

1. 基本目标：是保持经济总量基本平衡。经济总量平衡指社会总供给与总需求的基本平衡。社会总需求指一年中社会购买力总额，一般由投资需求、消费需求和出口需求构成。社会总供给指一年中社会提供的可供购买的商品和劳务总量，一般由国民生产总量和进口总量构成。

2. 具体目标：包括物价基本稳定、经济适度增长、劳动者充分就业、国际收支基本平衡等。

三、宏观调控的手段

1. 计划手段。

计划手段是指国家依据和运用经济规律，在发挥市场机制作用的基础上，运用指导性计划和必要的指令性计划，对社会经济活动进行指导、协调、控制和监督的手段。

2. 经济手段。

经济手段是国家或经济组织通过运用经济杠杆，调整不同经济主体的物质利益关系，引导和调节经济运行的一种手段。主要包括价格、税收、信贷、利息、工资、汇率等经济杠杆和价值工具。

3. 法律手段。

法律手段是指依靠立法和执法机构，通过各种法规、条例来管理经济的手段。运用法律手段管理经济主要有两方面的内容：第一、经济立法。第二、经济司法。

4. 行政手段。

行政手段是指政府凭借国家机关的权威，通过发布命令、指示、决定、政策、指令性计划等来直接管理和干预社会经济活动的手段。

四、宏观调控的政策

宏观调控的主要政策包括：

1. 财政政策。

财政政策是社会主义宏观调控的重要政策，它是由财政收入、财政支出、预算平衡、国家债务等方面的政策所构成的财政政策体系。

按照财政政策在调节总供给与总需求方面的功能，财政政策可具体分为平衡财政政策、紧缩财政政策、赤字财政政策三种类型。

2. 货币政策。

货币政策是指为实现宏观经济调控而由国家制定的关于货币供应和货币流通组织管理的政策，它是由信贷政策、利率政策和汇率政策构成的。

我国货币政策的基本目标是稳定货币与发展经济。货币政策的手段实际上是中央银行所运用的调节货币供应量的各种手段，它包括计划手段、再贷款手段、存款准备金手段、利率手段以及公开市场业务等。

3. 收入政策。

收入政策是指政府根据既定的目标而制定的个人收入总量和结构的变动方向，以及政府调节收入分配的基本方针和原则。

收入分配政策的具体内容主要是：第一、制定和实施工资增长的指导方针，使全部职工的工资增长速度不超过国民收入的增长速度，职工平均工资的增长速度低于劳动生产率的增长速度，避免

工资的过快增长或增长不足。第二、调节不同地区、不同企业和不同社会成员之间过大的收入差距。第三、防止收入分配方面的平均主义，保持合理的分配差距，使社会成员的收入与投入相适应。第四、收入分配应体现效率与公平相统一的原则，既要允许和鼓励一部分地区和一部分人通过诚实劳动和合法经营先富起来，又要保持分配的一定程度的公平性。

4. 产业政策。

产业政策是指国家规划、干预和诱导产业形成和发展的一种政策。制定和实施正确的产业政策，对于保持总供给和总需求的平衡，调节供需结构，合理配置和利用经济资源，提高经济效益和推动经济以较快的速度增长等方面都有着重要作用。

我国调整和优化产业结构的方向是高度重视农业，加快发展基础工业、基础设施和第三产业。

宏观经济调控政策除以上主要政策以外，还有投资政策、消费政策、对外经济政策等。它们共同构成宏观经济调控政策体系。健全宏观调控体制要不断深化财政、税收、金融和投融资体制的改革，进一步完善我国的宏观调控体系。

第四节 健全社会保障体系

一、社会保障的内涵和作用

社会保障是指国家通过立法对国民收入进行分配和再分配，对社会成员特别是有特殊困难的人们基本生活权利给予保障的社会安全制度。社会保障是一个体系，主要由社会救济、社会保险、社会福利、社会优抚和社会互助等方面组成。

社会保障是经济发展到一定阶段的产物。社会保障对经济发展有重要作用：第一、维护和提高劳动者的素质。第二、调节社会经济关系。第三、维护社会安定。第四、促进社会主义市场经济体制的完善。

二、改革和完善我国的社会保障制度

党的十一届三中全会以来，我国的社会保障体系改革取得了明显成效。初步形成了以养老保险、失业保险、医疗保险、城镇居民最低保障和国有企业下岗职工基本生活保障等为主要内容的社会保障体系。

健全我国社会保障体系需要从以下几个方面着手：第一、扩大社会保障的覆盖范围。第二、拓宽社会保障的筹资渠道。第三、加强社会保障基金管理。第四、建立社会保障法规体系。

考核要求

一、社会主义市场经济体制

经济体制的涵义。社会主义市场经济体制改革的必然性。市场经济的内涵和特征。市场机制的涵义。市场机制的功能及局限性。社会主义市场经济体制的主要特征和基本框架。建立社会主义市场经济体制的核心。

二、社会主义市场经济的运行基础

市场的涵义及其功能。市场体系的涵义和内容。培育和发展社会主义市场体系。影响价格的因素。社会主义价格体系。建立价格调控体系。建立和规范市场秩序。健全社会信用体系。

三、社会主义市场经济的宏观调控体系

宏观调控的涵义。宏观调控的客观必要性。宏观调控的目标构成及内容。宏观调控的手段。宏观调控的政策。

四、健全社会保障体系

社会保障的内涵和作用。改革和完善我国的社会保障制度。

复习与思考题

1. 我国为什么要建立社会主义市场经济体制？
2. 市场经济的一般特征是什么？如何理解市场经济的功能及其局限性？
3. 社会主义市场经济有哪些特征？
4. 试述社会主义市场经济体制的基本框架。
5. 如何培育和发展社会主义市场体系？
6. 社会信用体系的内容是什么？如何健全我国的信用体系？
7. 试阐述宏观调控的客观必然性。
8. 试阐述宏观调控的目标、手段和政策。
9. 试阐述社会保障制度的内涵和功能

参考文献目录

1. 马克思恩格斯：《共产党宣言》，第2章。
2. 列宁：《伟大的创举》，《列宁选集》第4卷，1995年版。
3. 列宁：《论统一的经济计划》，《列宁选集》第4卷，1995年版。
4. 斯大林：《苏联社会主义经济问题》。
5. 《中共中央关于经济体制改革的决定》。

第十二章 社会主义市场经济的微观基础

学习目的和要求：

国有企业的改革是我国经济体制改革的中心环节。通过本章的学习，可以了解企业的真正含义、我国国有企业改革的必要性和如何进行改革。本章在分析了现代企业制度的一般特点之后，详细地阐述了现代企业的产权制度和治理结构，本章最后分析了传统国有资产管理体制的弊病，对如何完善国有资产管理体制提出了一些看法。

课程内容

第一节 国有企业改革是经济体制改革的中心环节

一、企业和企业组织形式

1. 企业及企业的特点

企业是以协作劳动为基础，以盈利为目的从事经济活动，实行独立核算的基本经济单位。企业是社会分工和商品经济发展的产物。

企业具备的特点：第一、是独立的经济实体。第二、具有独立的资本运动形式。第三、是一定生产关系的体现者。

2. 企业是市场经济的主体

市场主体是指在市场上从事各种交易活动的组织和个人。企业是市场经济的基本主体。企业成为市场基本主体的条件：第一、要有明确的产权。第二、是法律和经济上独立自主的实体。第三、企业与其它交易者之间地位平等。第四、要有开放性。

二、国有企业改革是经济体制改革的中心环节

1. 只有深化国有企业改革，才能为社会主义市场经济体制提供微观基础。
2. 只有深化国有企业改革，才能为体制模式的转换创造必要的市场条件。
3. 只有深化国有企业改革，才能实现宏观控制方式的转轨。

第二节 建立现代企业制度

一、传统国有企业制度与市场经济的非兼容性

1. 传统国有企业的特点。
2. 传统国有企业制度与市场经济的矛盾。

二、从放权让利到制度创新的国有企业改革

我国国有企业改革经历的阶段：1978年开始的扩大企业自主权阶段。1981年开始试行经济责任制阶段。1983年开始的利改税阶段。1986年全面推行承包经营责任制阶段。1991年以转换经营机制为重点的深化改革阶段。

三、建立现代企业制度是国有企业改革的方向

建立现代企业制度是发展社会化大生产和市场经济的必然要求，是我国国有企业改革的方向。现代企业制度的特征是产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学。现代企业制度的基本形式是以有限责任公司和股份有限公司为代表的公司制企业。

四、现代企业的产权制度

1. 产权和产权制度

对产权涵义的不同认识。产权的基本意义是对物品或劳务根据一定目的加以利用或处置以获得一定收益的权利。其规定性：第一，依法占有财产的权利；第二，具有排它性；第三，是一束可分解的权利；第四，是在法律或契约规定范围内行使的权利；第五，使外部效应内部化。产权和所有权有不同含义。产权制度的内容。产权制度的功能。

2. 企业产权制度的演进

在市场经济的发展过程中，企业制度也在不断的演化：业主制企业、合伙制企业、法人产权制度和公司制企业。法人产权制度是建立在信用制度发展的基础上。

3. 法人产权制度的内涵

法人产权制度的内涵：第一、企业具有独立的法人资格。第二、出资人承担有限责任。第三、股票的可转让性是维护法人产权制度的重要条件。第四、界定经营者与公司的关系。第五、合理有效的所有权约束。第六、必要的外部约束条件。

五、现代企业的治理结构

企业组织结构的形式是由企业的产权制度所决定的。公司制企业治理结构的内涵：股东会、董事会、经理和监事会。

六、国有企业改革是一个系统工程

国有企业改革是一个系统工程，要在很多方面作出艰巨的努力：从战略上调整国有经济的总体布局。加快国有企业的改组和调整，提高资源配置效益。积极推进各方面配套改革。

第三节 完善国有资产管理体制

一、传统国有资产管理体制的弊端

二、改革和完善我国的国有资产管理体制

要解决好两个问题：1. 解决中央政府与地方政府管理国有资产的权责问题，通过构建国有资产管理体制明确国有资产出资人。2. 解决部门多头管理国有资产的问题，通过成立统一的国有资产管理机构，实现资产和人、事相结合的管理。

考核要求

一、国有企业改革是经济体制改革的中心环节

企业及企业的特点。市场主体的涵义。企业是市场的基本主体。经济体制改革的中心环节。

二、建立现代企业制度

我国国有企业改革经历的阶段性。现代企业制度的特征。产权的规定性。产权制度的特征。法人产权制度的内涵。企业产权制度的演进。现代企业的治理结构。国有企业改革是一个系统工程。

三、完善国有资产管理体制

改革和完善我国国有资产管理体制要解决的问题。

复习与思考题

1. 什么是企业，它的一般特点是什么？
2. 什么是现代企业制度，它有哪些基本特征？
3. 试阐述产权的内涵和功能。
4. 现代企业的产权制度的内涵是什么？
5. 现代企业应建立怎样的法人治理结构？
6. 我国传统国有资产管理体制的弊端是什么？应如何进行完善？

参考文献目录

1. 马克思：《资本论》第2卷。
2. 列宁：《苏维埃政权当前的任务》第4部分，《列宁选集》第3卷，1995年版。
3. 《企业改革和金融改革》，《邓小平文选》第3卷，1993年版。

《消费心理学》教学大纲

葛建华 编写

目 录

《消费心理学》教学大纲..... 1503

 一、课程的性质、地位和任务 1503

 二、课程教学的基本要求..... 1503

 三、本门课程的学时分配及进度表 1503

第一章 消费心理学概述..... 1504

第二章 消费者的心理活动过程..... 1505

第五章 商品因素与消费心理..... 1507

第六章 商品的价格与消费心理..... 1508

第七章 消费态势与消费心理..... 1509

第八章 消费者群体与消费心理..... 1510

第九章 购物环境与消费心理..... 1511

第十章 营销沟通与消费心理..... 1512

《消费心理学》教学大纲

一、课程的性质、地位和任务

消费心理学是普通心理学理论指导市场营销和商品销售实践的一门应用性理论学科,是以探讨消费者消费心理活动特点及其规律的科学。目的是为了更好地在现代市场经济条件下运用消费心理学所揭示的消费者心理活动特点和规律制定科学的营销策略,促进商品销售,为生产企业和商家创造更多利润。能够通过本课程的教学使工商管理专业的学生在解决问题能力和创新能力等方面得到提高。

二、课程教学的基本要求

本课全面系统、深入浅出地叙述了有关现代消费心理学的一般基本概念、理论、研究对象和方法。分析了影响现代消费心理的各种社会因素和自然因素,并探讨了商品生产、商品广告、商品营销与消费心理的相互关系,对于市场营销专业的学生建立以消费者为中心的新的营销观念和掌握消费者行为规律有很大的帮助。

三、本门课程的学时分配及进度表

教学内容与学时分配				
教学内容 \ 教学时数	讲课	实验	小计	备 注
第一章 消费心理学概述	4			
第二章 消费者的心理活动过程	4			
第三章 消费者的个性心理特征	4			
第四章 消费态度与消费心理	2			
第五章 商品因素与消费心理	4			
第六章 商品的价格与消费心理	4			
第七章 消费态势与消费心理	4			
第八章 消费者群体与消费心理	3			
第九章 购物环境与消费心理	3			
第十章 营销沟通与消费心理	4			
合计	36			

四、本课程的主要内容

第一章 消费心理学概述

学习目的与要求：本章重点阐述消费心理学的研究对象、学科形成和发展过程，以及对消费心理的研究方法等。通过对本章内容的学习，学员应该在明确消费心理学研究对象的基础上，对消费心理学课程的基本内容有初步认识，在学习中要注重把握消费心理学的理论性和实用性。

教学内容：

- 1、心理学是研究人的心理现象的科学
- 2、消费心理学是普通心理学在市场营销活动中的运用
- 3、消费心理学的研究对象
- 4、消费心理学的研究内容
- 5、消费心理研究时期
- 6、消费心理学的产生和应用时期
- 7、消费心理学的成熟、发展时期
- 8、我国的消费心理学研究
- 9、消费心理学研究的基本原则
- 10、消费心理学的研究方法

教学重点：

消费心理学的研究对象和研究内容。

教学难点：问卷法、访谈法、观察法

教学方法：讲授法

教学要求：要求学生掌握消费心理学地研究对象与内容；重点掌握消费心理学地研究方法

第二章 消费者的心理活动过程

学习目的与要求：通过对本章内容的学习，学员应该从分析消费者心理现象出发，了解消费者心理活动的认识过程、情感过程以及意志过程，掌握这些心理活动的特征及其与消费者行为的关系。

教学内容：

- 1、感觉过程的心理活动
- 2、消费者的知觉
- 3、想像与购物行为
- 4、思维与购物行为
- 5、情绪、情感的概念
- 6、情绪、情感的类型
- 7、情绪、情感的外部表现
- 8、意志与意志的特征
- 9、消费者意志过程的实现
- 10、消费者意志品质的基本特征

教学重点：

感觉、知觉、想象、思维、情绪、情感、意志的含义、特征及对购买行为的影响；消费者意志品质的基本特征。

教学难点：

知觉的特性、影响消费者情感的因素。

教学方法：讲授法、讨论法

教学要求：要求学生掌握消费者心理活动的认识过程、情感过程、意志过程，在销售的实践中能够应用心理学的知识，能够更加了解消费者的心理

第三章 消费者的个性心理特征

学习目的与要求：

通过对本章内容的学习，学员应该了解和掌握个性及个性心理对消费行为的影响，进一步了解消费者气质、性格、能力等个性心理特征，并分析这些心理特征与消费行为的关系。

教学内容：

- 1、个性的含义及其形成因素
- 2、个性的构成
- 3、消费者个性的基本特征
- 4、消费者的气质
- 5、购买活动中的消费者气质类型
- 6、消费者的性格类型
- 7、性格的含义及其形成
- 8、性格的特征
- 9、消费者的性格类型
- 10、性格理论对市场营销活动的意义
- 11、能力的含义及形成
- 12、能力的分类
- 13、消费者能力的类型

14、能力理论对营销活动的影响

15、兴趣概述

16、消费者的兴趣

教学重点：

个性的含义及特征；气质、性格、能力、兴趣的含义及特征；消费者的个性心理特征与营销人员心理素质的关系以及消费者购买心理的关系。

教学难点：不同能力、气质、性格的人营销人员应采取什么样的营销策略

教学方法：讲授法、测量法

教学要求：掌握消费者的个性心理特征针对每个消费的心理特征有针对性的进行销售。

第四章 消费态度与消费心理

学习目的与要求：通过对本章内容的学习，学员应该在明确普通心理学关于学习、记忆、注意与态度等基本概念和基本理论的基础上，进一步了解消费者有关心理表现的基本特征及其类型，进而探索如何更好地发挥消费者的学习、记忆、注意与态度在营销活动中的作用，更好地促进经营者的营销活动。

教学内容：

1、学习的含义

2、消费者学习的作用

3、学习的基本理论及其应用

4、学习对消费者行为的影响

5、记忆的含义与作用

6、消费者记忆的心理过程

7、消费者记忆的类型

8、消费者的记忆与遗忘

9、记忆对消费者行为的影响

10、注意的概念及特性

11、注意的功能及意义

12、消费者注意的分类

13、注意在营销活动中的作用

14、态度的概念及构成

15、消费者态度的本质特征

16、消费者态度的功能

17、态度形成过程与影响因素

18、消费者态度的类型

19、消费者态度的改变

教学重点：

学习、记忆、注意、态度的概念；学习、注意的作用；态度的特征和功能。

教学难点：消费态度的改变方法；消费态度的特征、消费态度的形成过程和影响因素

教学方法：讲授法、讨论法

教学要求：要求学生熟悉和掌握态度的本质特征、掌握态度形成和转变的过程和因素，作为营销人员应掌握改变消费态度的方法。

第五章 商品因素与消费心理

学习目的与要求：通过对本章内容的学习，学员应该了解创新产品、商品品名、商标、包装装潢、商品价格等与消费者心理的关系，在此基础上掌握新产品设计、商标设计和商品定价心理策略的实际应用技巧。

教学内容：

- 1、新产品类型与影响消费者购买的因素
- 2、新产品设计的心理策略
- 3、新产品推广的心理策略
- 4、商品名称与消费心理
- 5、商标与消费心理
- 6、商品包装的心理功能
- 7、包装设计的心理要求
- 8、包装设计的心理策略
- 9、包装装潢中的色彩与图案心理
- 10、商品价格的心理功能
- 11、消费者的价格心理特征
- 12、制定商品价格的心理策略

教学重点：

影响消费者购买新产品的主要因素；新产品设计的心理策略；商品命名的心理策略；包装设计的心理策略；商品价格的心理功能及消费者的价格心理特征；调价的心理策略。

教学难点：商品因素对消费者的影响

教学方法：讲授法、讨论法

教学要求：要求学生在了解商品命名的心理要求和消费者对品牌的心理作用过程，掌握商标和包装的心理功能，只有在营销活动中了解消费者对商品的命名才能更好的了解消费者的心理，有利于营销活动；掌握影响新产品购买行为的心理因素，熟悉商品命名的心理要求和消费者对品牌的心理作用过程，熟悉商标和包装的心理功能，掌握新产品设计商品的命名、商标及包装设计的心理策略。

第六章 商品的价格与消费心理

教学目的与要求：通过对本章内容的学习，学生应该了解商品价格与消费心理的关系，了解消费者心理在价格上的表现，在此基础上掌握产品定价的心理策略及实际应用技巧。

主要内容：

第一节、商品价格的心理功能

第二节、消费者价格心理

第三节、消费者心理中的价格阈限

第四节、商品价格的心理策略。

本章重点：掌握消费者的商品价格的心理功能；掌握消费者价格的心理表现，价格变动对消费者心理和行为的影响。掌握消费者心理的商品价格的阈限；掌握商品定价的心理策略及商品调价的心理策略。

本章难点：消费者心理的商品价格的阈限，商品定价及调价的心理策略。

教学方法：讲授法、案例分析

教学要求：要求学生能够掌握商品价格对消费者心理的影响，掌握这些心理策略能够应用到实践的营销活动中。

第七章 消费态势与消费心理

学习目的与要求：通过对本章内容的学习，学员应该了解消费态势的具体内容，在此基础上进一步明确作为群体心理模式的消费态势对消费者心理所造成的影响，并由此把握运用消费态势对消费心理进行引导的机理。

教学内容：

- 1、消费流行概述
- 2、消费流行规律及心理导向
- 3、消费习惯概述
- 4、消费习惯压力的应用
- 5、感性消费概述
- 6、感性消费压力的应用
- 7、畸形消费概述
- 8、畸形消费压力的应用

教学重点：

消费流行的概念、特征；消费流行规律及心理导向；消费习惯的特征；感性消费的含义及特征；感性消费市场的特征；畸形消费的表现及成因。

第八章 消费者群体与消费心理

学习目的与要求：通过对本章内容的学习，学员应该了解消费者群体对消费心理的一般影响，在此基础上掌握家庭和其他主要群体消费心理和消费行为的基本特征，了解消费群体规范、消费习俗对消费心理与行为的影响作用，掌握如何针对不同群体特征制定相应的营销策略。

教学内容：

- 1、消费者群体的概念与分类
- 2、消费者群体对消费心理的影响
- 3、决定消费者群体影响力的因素
- 4、家庭消费的基本特征
- 5、家庭生命周期与家庭消费心理
- 6、家庭决策方式与家庭消费心理
- 7、子女在家庭消费中的作用
- 8、少年儿童群体的消费心理与行为
- 9、青年群体的消费心理与行为
- 10、中车群体的消费心理与行为
- 11、老年群体的消费心理与行为
- 12、女性消费心理与行为
- 13、农民的消费心理与行为
- 14、文职人员的消费心理与行为持证
- 15、消费者群体规范与消费行为
- 16、消费者群体规范的形成
- 17、消费者群体规范与内部沟通
- 18、消费习俗的概念与特征
- 19、消费习俗的类型
- 20、消费习俗对消费者心理与行为的影响

教学重点：

决定消费者群体影响力的因素；家庭生命周期与家庭消费；少年儿童群体、青年群体、女性消费群体的心理与行为；消费者群体规范的形成；消费习俗的概念与特征以及对消费者心理与行为的影响。

本章重点：家庭决策与消费心理、不同消费群体的消费心理和消费行为、消费习俗对消费者心理与行为的影响、消费流行对消费者心理与行为的影响

本章难点：营销人员要掌握家庭决策对家庭消费的影响，掌握儿童、青年、中年、老年的不同的消费特点和消费行为，不同消费习俗对消费者的心理行为的影响

教学方法：讲授法、讨论法、案例分析

教学要求：了解群体心理的基本内容，掌握家庭对消费者消费心理影响分析和相关群体对消费者消费心理分析以及不同性别对消费者消费心理的影响分析，为科学地营销管理，提高销售效率，增加销售利润服务。

第九章 购物环境与消费心理

学习目的与要求：通过对本章内容的学习，学员应该认识企业内外部购物环境的变化对消费心理重要的影响作用，进一步掌握经营者如何运用购物环境的变化诱导消费心理转化，制定有效的营销策略。

教学内容：

- 1、店外环境设计的基本内容
- 2、外观设计的心里影响
- 3、店外整体形象营造和消费心理认同
- 4、店堂布局设计的基本内容
- 5、营业现场设计的心理效应
- 6、POP 广告作用
- 7、POP 广告组合的消费心理规律
- 8、POP 广告策略与消费心理适应

教学重点：

商店的选址；营造店外整体形象的原则；营业现场设计的心理效应；POP 广告组合的消费心理规律。

第十章 营销沟通与消费心理

学习目的与要求：通过对本章内容的学习，学员应该明确广告与营销手段都是影响消费心理的重要内容。应掌握增强广告效果的方法，掌握营销沟通的心理策略。

教学内容：

- 1、广告宣传的心理功能
- 2、广告媒体的心理特点
- 3、广告媒体选择中的心理因素
- 4、增强广告效应的心理策略
- 5、销售方式与消费心理
- 6、营销人员与消费者的相互作用
- 7、营销人员与消费者的冲突与转化
- 8、营销人员与消费者的沟通技巧
- 9、拒绝购买态度分析
- 10、拒绝购买态度转化

教学重点：

增强广告效果的心理策略；营销人员与消费者的冲突及转化；拒绝购买态度的转化。广告的心理功能，各种广告媒体的特点及心理效应。

本章难点：广告制作、设计的心理策略；营销设计和沟通

教学方法：讲授法、讨论法

教学要求：要求学生熟悉和掌握广告的心理功能及以各种广告媒体的特点及心理效应，掌握在广告制作和设计时应采取的心理策略

五、课程考核要求

课程综合成绩由平时成绩（含上课出勤考核、课堂提问考核）、期末考试成绩两部分综合而成，比例分别为 20%、80%。

六、主要教学参考书及材料

1. 消费心理学	李晓霞	清华大学出版社	2006 年
2. 消费心理学	崔建华	哈尔滨工业大学出版社	2000 年
3. 消费心理学	王官诚	电子工业出版社	2004 年

《国际商务谈判》 教学大纲

张淑静 编写

目 录

前 言.....	5
一、课程内容与特色.....	5
二、教学任务.....	5
三、学习方法.....	5
四、课程教学的基本要求.....	5
五、本课程与其他课程的联系与分工.....	6
六、主要参考资料.....	6
七、课程进度安排.....	6
第一章 谈判动机与关键词语.....	7
第一节 谈判概述.....	7
一、谈判是解决矛盾冲突的手段.....	7
二、谈判是一种普遍的生活现实.....	7
三、谈判为人们带来什么.....	7
第二节 什么是谈判.....	7
一、谈判释义.....	7
二、什么是商务谈判.....	8
第三节 冲突与谈判.....	8
一、什么是冲突.....	8
二、冲突的类型.....	8
三、冲突的利弊分析.....	8
第四节 利益差异与谈判.....	8
一、利益与利益差异.....	8
二、获取利益的谈判成败.....	9
本章思考题.....	9
案例研究.....	9
第二章 谈判程序与谈判结构.....	10
第一节 谈判程序.....	10
第二节 谈判的一般结构.....	10
一、确定利益与议题.....	10
二、设计和提出方案.....	10
三、引入评价方案的标准.....	10
四、设计各自得保留点和底线.....	10
五、寻求达成协议的替代方案.....	11
六、达成最终协议.....	11
第三节 贸易谈判结构.....	11
一、询盘.....	11
二、发盘.....	11
三、还盘.....	11
四、接受.....	11
本章案例.....	11
第三章 谈判的润滑剂.....	12
第一节 确定谈判目标.....	12
一、利益抉择.....	12
二、目标层次.....	12
第二节 进行信息调研.....	12
一、什么是信息.....	12
二、市场调研.....	13

第三节 配备谈判组成员.....	13
一、谈判组领导.....	13
二、专家和技术人员.....	13
三、翻译.....	13
四、对谈判队伍的其他要求.....	13
第四节 确定谈判地点.....	13
一、主场.....	13
二、客场.....	13
三、第三方场所.....	14
四、主客场轮流制.....	14
本章思考题.....	14
案例研究.....	14
模拟谈判：.....	14
第四章 双赢理念.....	15
第一节 传统理念.....	15
一、传统的输-赢模式遵循的步骤.....	15
第二节 赢-赢理念.....	15
一、双赢模式遵循的步骤：.....	15
本章思考题.....	15
第五章 对立统一与知己知彼、攻心为上.....	16
第一节 谈判中对立统一的哲学思想.....	16
一、对立统一论.....	16
二、分合往复轮.....	16
第二节 中国古代谈判思想中的军事战略思想.....	16
一、知己知彼.....	16
二、攻心为上.....	16
本章思考题.....	16
案例研究.....	17
第六章 合作原则谈判法.....	18
一、对待谈判对手---对事不对人.....	18
二、对待各方利益---着眼于利益而非立场.....	18
三、对待利益获取---制定双赢方案.....	18
四、对待评判标准---引入客观评判标准.....	19
本章思考题.....	19
案例研究.....	19
第七章 利益分配法则.....	20
第一节 国内谈判中三层利益的规则.....	20
一、个人利益与集体利益.....	20
二、个人利益与集体和国际利益.....	20
三、利益需求与谈判策略.....	20
第二节 国际谈判中双层利益的规则.....	20
一、双层利益及其相互作用.....	21
二、双层利益规则的实证分析.....	21
本章思考题.....	21
案例研究.....	21
第八章 谈判力及相关因素.....	22
第一节 谈判力概述.....	22
一、实力与谈判力.....	22
二、谈判力的来源.....	22
第二节 相对谈判力与其三个变量的关系.....	22

一、影响相对谈判力增减的变量.....	22
二、动机.....	22
三、依赖.....	22
四、替代.....	23
五、谈判力策略的应用.....	23
本章思考题.....	23
案例研究.....	23
第九章 信任法则.....	24
第一节 信任与信任的传递.....	24
一、信任的含义.....	24
二、信任的传递.....	24
第二节 信任的培养与形成.....	24
一、个人所接受的教育.....	24
二、与谈判双方有关的可变因素.....	24
第三节 信任行为的运动规律.....	25
一、信任周期.....	25
二、信任的培养和建立.....	25
本章思考题.....	25
案例研究.....	25
第十章 谈判者性格类型与谈判模式.....	26
第一节 谈判者的性格类型.....	26
一、了解自己与对手的性格类型.....	26
二、谈判者的性格类型与 AC 模型.....	26
三、决定谈判者强硬与合作程度的其他因素.....	26
第二节 个人性格类型与谈判模式.....	26
一、性格类型与谈判模式.....	26
二、相关的环境背景对性格类型及谈判模式的影响.....	27
案例分析.....	27
第十一章 两分法谈判与复杂谈判.....	28
第一节 两分法谈判.....	28
一、两分法谈判的特征.....	28
二、价格谈判与价格谈判区间.....	28
第二节 第三方参与的谈判.....	29
一、什么是复杂谈判.....	29
二、第三方的进入.....	29
三、第三方的作用和它们的分类.....	29
第三节 多方参与的谈判.....	29
一、多方参与的谈判和谈判联盟.....	29
二、确定加入联盟的目标人群.....	29
三、组建联盟.....	30
四、管理联盟.....	30
本章思考题.....	30
案例研究.....	30
模拟谈判.....	30
第十二章 文化模式与谈判模式.....	31
第一节 文化与文化交流.....	31
一、什么是文化.....	31
二、文化的组成部分.....	31
三、跨文化交流.....	31
四、信息交流的方式.....	31

第二节 文化模式与商务谈判.....	32
一、个人意识相对于集体意识.....	32
二、时间观念.....	32
三、人际关系与交往形式.....	32
四、举止和习俗.....	32
五、对女性谈判代表的态度.....	32
第三节 国际商务谈判实践.....	32
一、国际商务谈判的进程.....	32
二、谈判过程中的文化差异.....	32
三、国际谈判的策略.....	32
本章思考题.....	33
案例研究.....	33

前言

一、课程内容与特色

《国际商务谈判》是商学院的一门专业选修课，主要面向国际商务专业的学生。它系统地介绍了国际商务谈判的概念、原则、内容、实务及技巧等内容。本课程适用于国际商务、国际经贸、外语等专业的学生，先修课程为《国际贸易》和《国际贸易实务》。

本课程是一门综合性学科，融多学科、多方面的知识于一体，具有很强的实践性。随着我国加入世界贸易组织和融入世界经济带来的机遇和挑战，商务谈判的实践和理论逐渐受到瞩目，对谈判理论、实务、技巧的学习已成为许多专业尤其是国际经贸学院学生必修的课程。此课程旨在帮助学生理解国际商务谈判的性质特点，掌握国际商务谈判的基本原则，熟悉国际商务谈判各个阶段的谈判策略和技巧，并能够在今后的谈判实践中随机应变、灵活运用。从而为其走上社会，为他们将来从事国际商务实践工作提供有益的指导。

二、教学任务

本课程的教学方法是将理论知识的讲授与案例分析和模拟谈判密切结合，采取多媒体教学方式。旨在增加教师与学生之间、学生之间的讨论与交流机会，提高教学效果，增强学生的学习兴趣。

本课程的教学内容可分为三大类：

一、理论部分。融合国内外经典的谈判理论，主要涉及国际商务谈判的基本概念、国际商务谈判人员的组织与管理、谈判前的准备、谈判中的策略与技巧、各大洲文化差异对谈判的影响等内容，运用模型和实例分析对影响谈判全过程的主要因素进行了比较全面的分析。

二、案例研究。结合理论部分的讲解，进行相应的案例分析，除了使用经典的谈判案例，更加注重搜集并分析涉及当今热点问题的案例。

三、模拟谈判。模拟谈判的目的是使学生通过实际操练体会谈判理论的指导意义，获得比较接近实际的真实体验。通过亲身实践获得的经验教训对他们来说更为生动、具体。除模拟谈判外，每章结束后都会给出相应的思考与讨论题。

三、学习方法

本课程要求学生在学习本课程之前已经学习过《国际贸易》和《国际贸易实务》。如果因某些原因有的学生对本课程所涉及的一些基础理论和研究方法不十分了解，学生要做好自我预习。

本课程需要学生的积极配合。除了掌握相关理论知识，还要花更多时间分析案例，充分准备并积极参与模拟谈判。通过自我训练，提高独立思考问题、解决问题的能力。

根据教师提供的参考文献清单，加强课外学习，扩大视野。

四、课程教学的基本要求

本课程在教学中结合国内外先进的教学方法，重点从以下几个方面进行了尝试：

1. 在讲解理论的同时结合案例分析，并就案例中的问题再用理论进行分析，使学生通过课堂讨论真正理解所讲的知识。

2. 全学期组织约五次模拟谈判，让每个学生都积极参与到谈判中。在谈判前要求学生进行认真的准备，谈判后根据学生达成的协议再进行具体分析，总结成功的经验和失败的教训。

3. 我国学生由于受应试教育的影响，各自为战的能力较强而合作精神不足，这一点通过课

堂中的个人性格类型测试可得到证实，这在国际经济合作日益成为经济领域主旋律的国际社会中，是一个重要的缺陷。为加强学生的合作精神，课堂上的练习以及课后的案例分析作业都力求突出合作精神的培养，如通过分工合作的方式以小组为单位完成模拟谈判，共同完成案例分析作业，并在课堂上作集体报告等。

五、本课程与其他课程的联系与分工

本课程的先修课程：《国际贸易实务》、《国际结算》等。

本课程的后续课程：本门课程作为国际商务专业的一门专业课程，和其它专业课（如《国际贸易》、《国际经济合作》、《国际商务函电》、《国际市场营销》等）一起为国际商务专业的学生学习好专业知识、打好从事国际商务活动的理论基础起到应有的作用。

六、主要参考资料

- [1] 白远：《国际商务谈判》，中国人民大学出版社，2002 年版。
- [2] 刘园主编：《国际商务谈判》（第二版），对外经济贸易出版社，2006 年版。
- [3] Herminia Ibarra, Deborah M. Kolb, 《哈佛商学案例精选集——谈判》，中国人民大学出版社，2003 年版。
- [4] 樊建廷：《商务谈判》，东北财经大学出版社，2005 年版。
- [5] 方其主编：《商务谈判——理论、技巧、案例》，中国人民大学出版社，2004 年版。
- [6] [美] 尼尔伦伯格 (Nierenberg, G. I) 著, 曹景行、陆延泽译：《谈判的艺术》，上海翻译出版公司，1987 年版。
- [7] [美] 杰勒德著：《哈佛谈判学》，西南财经大学出版社，1998 年版。
- [8] 吕维霞等著：《现代商务礼仪》，对外经济贸易大学出版社，2003 年版。

七、课程进度安排

本课程作为商学院的选修课，每周 2 学时，每学期共 18 周、36 学时。32 学时为讲授新课时间，2 学时复习，2 学时随堂期末考试。期末考试成绩为 80 分，平日考勤、模拟谈判、作业等成绩为 20 分。

第一章 谈判动机与关键词语

教学目的与要求：通过本章的学习，主要了解：什么是谈判和为什么要谈判，谈判的三个基本要素、主要类型以及主要的国际商务谈判理论等谈判的基本知识。以便在此基础上进一步进行专门研究。

教学重点：谈判的三个基本要素：谈判、冲突、利益

教学难点：冲突

第一节 谈判概述

一、谈判是解决矛盾冲突的手段

在我们生活的世界里，存在着各种各样的矛盾冲突。引发这些矛盾冲突的原因有经济的、政治的、外交的、宗教的和文化的，等等，其中由经济原因引发的矛盾是最根本和最普遍的。人类在解决矛盾冲突时所使用的的方法基本上可归纳为两大类：军事手段与和平手段，而和平手段即是谈判。

1. 资源的稀缺性：资源的稀缺性指在我们生活的地球上，人类赖以生存的自然资源是有限的、不可再生的。资源的稀缺性还相对于人类对物质财富的无限占有欲望而言。

二、谈判是一种普遍的生活现实

事实上谈判已被人类应用于生活中大大小小的各种事务和场合中，谈判是一种生活现实。导致谈判发生的原因在于生活中存在着各种各样的不同观点和意见，也就是矛盾和冲突，而对于冲突这个社会现象人们历来褒贬不一。冲突不仅仅会带来负面影响，它也可以带来正面的影响，关键的问题在于如何管理和引导冲突，使其向着有利于人类社会进步与发展的方向转化。如果说冲突导致谈判发生，那么造成冲突发生的根本原因就在于人们利益的差异。有了利益的差异就有了不同的意见、矛盾和冲突，因而也就有了谈判的发生。

三、谈判为人们带来什么

谈判的过程是一个“给”与“取”并存的过程，也就是说谈判双方为了获取自己的利益必须付出一定的成本，包括时间、人力、物力以及机会成本，其中机会成本是指选择A方案放弃B方案所要付出的代价，或者选择甲而不选择乙为合作方所不得不付出的代价等。

第二节 什么是谈判

一、谈判释义

谈判是一个交流和沟通的过程。存在着利益差异的双方为了从对方那里获取利益而与对方进行沟通，目的是使双方达成一项协议以解决彼此的矛盾或为此作出某种安排。谈判的双方既有冲突利益又有共同利益，有冲突利益才使他们走到一起，而共同利益使他们有可能取得谈判的成功。

1. 谈判是“给”与“取”兼而有之的过程。

2. 谈判双方既有冲突又有合作。
3. 谈判双方地位和权利平等。

二、什么是商务谈判

1. 商务谈判的特征：
 - 1) 经济利益的得与失是谈判的焦点
 - 2) 谈判的内容具体明确，常用量化指标。
 - 3) 谈判对象具有广泛性和不确定性。
 - 4) 遵守契约是商务谈判的道德前提。

第三节 冲突与谈判

一、什么是冲突

冲突又被称作是对抗、争执或不同意见；冲突发生在两个或更多的既有不同利益又有共同利益的相互依赖的当事人之间：冲突可以削弱双方获取利益的能力。

1. 冲突的当事人是相互依赖的
2. 冲突的当事人之间既存在着不同利益，又存在着相同利益
3. 降低双方获利的能力，减少双方实际获取的利益

二、冲突的类型

1. 按照社会生活的主要方面分类
经济冲突、政治冲突、宗教冲突、文化冲突、军事冲突
2. 按照冲突性质进行分类
利益冲突、结构性冲突、价值冲突、关系冲突、数据冲突

三、冲突的利弊分析

冲突像其他事物一样具有两面性，即它既有有害的一面，又有有利的一面。我们以两分法的方式来考虑在谈判中冲突可能会带来的利与弊。

第四节 利益差异与谈判

一、利益与利益差异

利益得失指的是通过谈判可以获取的利益或者会失去的利益，以及可能引发或者避免的成本。评判利益的得失必须考虑谈判者所处的现状，并与可以选择的其他方案相比较才能确定。利益既指目前利益也指长远利益，或者是谈判者所表达的潜在愿望和具体事件。

二、获取利益的谈判成败

本章思考题

1. 你认为在生活中你常常扮演谈判者的角色吗？请举一两个你参与过的谈判事例。

案例研究

1. 中美“入世”谈判要点；松下电器公司

第二章 谈判程序与谈判结构

教学目的与要求：通过本章学习，了解商务谈判的基本知识，熟悉商务谈判的一般程序，能分析影响商务谈判模式的基本因素，掌握商务谈判的基本结构。这是进一步学习商务谈判理论、实务和艺术的基础。

教学重点：谈判一般程序及询盘、发盘、还盘、接受

教学难点：谈判一般程序

第一节 谈判程序

谈判是一种纷繁复杂的社会活动，它的广泛性和多样性常使人们认为谈判是一种无章可循的活动。其实不然。事实上在谈判的复杂表象下面存在着普遍性和规律性。谈判的程序和结构从谈判的外部 and 内部揭示了谈判发生的一般规律，特别是谈判结构总结了所有谈判发生过程的同一性，因而具有普遍的意义。

一、介绍谈判组成员

二、安排谈判日程

1. 谈判开始后立即进入关键议题

2. 从不重要的、容易达成协议的议题谈起

三、进入实质性谈判

四、谈判总结

总结是谈判全过程中的最后一个阶段。它的必要性和重要性在于通过回顾总结对各项议题所达成的一致意见和仍存在的不同意见，以确认对所达成的协议已确实不存在疑虑。

第二节 谈判的一般结构

一、确定利益与议题

在谈判开始后，尽快确定双方的利益特别是潜在的和隐藏的利益是取得谈判成功的第一步。

二、设计和提出方案

1. 谈判方案首先应当包括谈判所要达到的目的或目标

2. 确立了谈判目的或目标后就要确定谈判的条件

3. 谈判方案还应包括确定谈判议题的顺序

三、引入评价方案的标准

谈判开始后，谈判各方根据自己的谈判方案向对方提出自己的条件。之后，各自对对方的条件和要求进行评价，也就是说彼此如何看待对方的条件。

四、设计各自得保留点和底线

1. 谈判底线：谈判底线一般指参加谈判的各方为保证自己的最基本利益而确定的最起码的目

标，也可以理解为离开谈判桌前的最低要价。对于谈判一方来说，如果他的最低要求都无法满足的话，那就是他考虑退出谈判的时候。

五、寻求达成协议的替代方案

1. 最佳替代方案: 最佳替代方案指在谈判过程中，特别是当谈判陷入僵局时，某谈判方面临着是接受对方的要求还是另有其他的选择方案的抉择。从事谈判的各方应当在谈判前和谈判过程中准备其他的替代方案，并确定一个最好的方案。

六、达成最终协议

第三节 贸易谈判结构

贸易谈判作为商务谈判中最为普遍和重要的一种谈判类型，也遵循一般谈判结构发生的规律，但是，贸易谈判使用更为专业的词汇来表达其发生的过程即寻盘、发盘、还盘和接受。

一、询盘

又称为询价，是买卖双方中的一方欲出售或购买某种商品而邀请对方提出交易条件的行为。

二、发盘

或称报价，指的是买方或卖方向对方提出各项交易条件，它是谈判中的中心环节。

三、还盘

是受盘人不同意发盘的交易条件而提出的修改或增加条件的行为。受盘人对原发盘的条件进行的修改和提出新的条件即构成还盘。

四、接受

是买方或卖方无条件同意对方在发盘中提出的交易条件，并愿意按照该条件与对方达成交易、订立合同的一种肯定表示。

本章案例

中美知识产权谈判。阅读中美知识产权谈判的相关资料，并讨论：在中美知识产权谈判中，中方和美方各自的利益是什么？什么是双方的目前利益？什么是双方的长远利益？

第三章 谈判的润滑剂

教学目的与要求：通过本章的学习，理解商务谈判的准备工作对谈判进程和谈判结果的重要影响，掌握各项准备工作的原则、范围和方法。强调“谈判准备阶段”必须是一个发展的过程。随着事情的展开，谈判策略——有时甚至是目标，必须不断更新与修正。

教学重点：确定谈判目标；进行信息调研

教学难点：确定谈判的三个目标

谈判的成功与否与谈判前的准备工作做得是否充分有着直接的关系。谈判准备主要应包括如下四个方面的内容：

第一节 确定谈判目标

确定谈判的目标，这包括主要利益和次要利益之间的平衡和协调，以及谈判中自己的最高期望目标、一般目标和保底目标的确定。

一、利益抉择

一次谈判可能涉及谈判双方多方面的利益，谈判者希望通过谈判获得的利益往往也是多层次和多方面的。谈判所涉及的利益与问题有轻重缓急之分，还有相互平衡和制约的因素。因此谈判者就应全盘考虑自己的利益得失，确定哪些利益应当首先得到满足，在哪些问题上可以做出让步以实现丢卒保车的目的。

二、目标层次

谈判双方还应从谈判战略角度出发确定至少三个目标层次：

1. 希望达到的目标
2. 可能达到的目标
3. 保底目标

第二节 进行信息调研

搜集谈判所需要的信息，这包括谈判方所在地和国家的法律法规、合作方的财务信用状况及与市场相关的信息。搜索和收集信息时如果能获得第一手资料当然最好，但同时也存在着一个成本问题，也就是说不可能所有信息都通过亲身前往和实地考察获得，在当今信息传播工具十分发达的时代，可以通过方便的间接渠道获得所需的信息。

一、什么是信息

信息是一种商品，它的价值在于它能够降低事物发展的不确定性。我们对某件事物了解得越多，对事物预测的准确性就越高，因此所冒的风险就越小。信息在谈判中有两个重要的用途：解决问题和战略策划。

（一）信息的来源

1. 国际组织
2. 政府部门
3. 服务组织
4. 时事通讯和工业指南
5. 在线服务

（二）需重点了解的信息

1. 地方法律和法规
2. 财务信用状况

财务信用状况指谈判方的资信、偿债能力和财务状况。

合作伙伴的资信情况是由它以前的偿还贷款情况和它在金融机构和信用纪录组织的名声所决定的。偿债能力取决于其偿债资金的来源。财务状况可通过该公司的财务报表来了解。

二、市场调研

市场调研对于国际商务谈判来说永远是不可缺少的一部分。市场调研就是确定市场的需求和愿望，以便能根据调查的结果提供能够满足这些需求和愿望的产品。

第三节 配备谈判组成员

选择谈判组成员，包括谈判组领导的确定、专家和技术人员的选择以及在双边谈判中翻译的配备。在谈判中各部分人员都应各司其职，共同为谈判的成功而努力

一、谈判组领导

二、专家和技术人员

三、翻译

四、对谈判队伍的其他要求

第四节 确定谈判地点

确定谈判场地，包括主场、客场、第三方场所以及主客场轮流制四种方式。选择不同的场所都各有其利弊。谈判双方根据谈判的需要来选择在哪一场所举行谈判。总的说来，主场谈判占有天时、地利与人和的优，应当积极争取。

一、主场

主场谈判是指谈判一方在自己的工作所在的国家、城市、办公楼甚至是自己的家——总之是自己熟悉的生活工作环境中组织和主持谈判。

二、客场

谈判如果是在另一方的国家、城市、或办公楼等不属于自己所在地的地点进行都可视之为客场

谈判。

三、第三方场所

这里的第三方一般是与谈判双方有着直接或间接关系的一方。

四、主客场轮流制

是指谈判先后在主场和客场举行。

本章思考题

1. 你认为现在的工作不太理想，决定换一家公司。现在有一家外企——西门子（中国）公司约你去面谈。请制定一个谈判计划，主要包括你希望获得的利益和目标、西门子公司的情況、公司招聘的可能的目标群。

案例研究

1. 一项中美合资谈判中针对法律条款的谈判

模拟谈判：

1. 丝绸销售

第四章 双赢理念

教学目的与要求：通过本章的学习，掌握国际商务谈判的基本原则，了解传统理念与赢-赢理念的区别，并用于指导今后的谈判实践工作。

教学重点：双赢理念

教学难点：双赢理念遵循的步骤

第一节 传统理念

一、传统的输-赢模式遵循的步骤

1. 确定自己一方的利益和立场
2. 捍卫己方的利益和立场
3. 各方讨论做出让步的可能性
4. 达成妥协的方案
5. 宣布谈判失败

第二节 赢-赢理念

20 世纪后半叶，随着世界经济一体化进程的加快，传统的输-赢谈判理念已经不适应新形势的发展，这使双赢理念的提出成为必然。双赢理念为谈判界带来了一场革命。

一、双赢模式遵循的步骤：

1. 确定谈判己方的利益和要求
2. 寻找对方的利益和需求
3. 提出建设性的提议和解决方法
4. 宣布谈判成功
5. 宣布谈判失败或谈判陷入僵局

本章思考题

1. 你认为谈判取得双赢结果的机会多吗？什么样的谈判可能出现双赢的结果？什么样的谈判只能出现非赢即输的结果？

第五章 对立统一与知己知彼、攻心为上

教学目的与要求：通过本章的学习，了解中国古代谈判思想；了解中国古代哲学对中国古代谈判思想的贡献主要是“对立统一”的思想和在“对立统一”思想上发展起来的“分合往复”的理论；了解“知己知彼，百战不殆”和“攻心为上”的策略。

教学重点：对立统一、攻心为上

教学难点：对立统一、攻心为上

第一节 谈判中对立统一的哲学思想

中国古代哲学对中国古代谈判思想的贡献主要是“对立统一”的思想和在“对立统一”思想的基础上发展起来的“分合往复”理论。

一、对立统一论

对立统一思想强调的是在谈判过程中，谈判双方要善于发现和捕捉双方或多方的对立统一关系，在利益对立中寻求统一，在统一中达成协议，在对立中瓦解对方，以达到化敌为友的目的。

1.对立统一：对立统一的观点指宇宙的万事万物之间都存在着互相对立、斗争的一面，同时也有互相渗透、互相包含和互相转化的一面，即对立面中包含着统一，统一之中又包含着对立。

二、分合往复论

第二节 中国古代谈判思想中的军事战略思想

中国古代兵法对谈判思想的贡献主要是“知己知彼，百战不殆”和“攻心为上”。在这寥寥数字中，包含了深刻的、放之四海而皆准的道理。“知己知彼”通过强调既要了解自己，也要了解对手，说明了谈判前和谈判中获取信息的重要性。而“攻心为上”强调的则是注重对方的心理变化，采取恰当的谈判策略，消除心理冲突，在和谐的气氛中取得谈判的成功。

一、知己知彼

“知己知彼，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负；不知彼不知己，每战必败。”孙子对战争实践的精辟总结不仅被无数次战役证明了其正确性，而且在以后的谈判——无论是中国古代的军事和政治谈判还是现代的商务谈判都证明其道理的普遍性。

二、攻心为上

攻心为上，源自中国古代军事思想，它强调的是根据对方的心态、意愿、情趣、爱好、目的、价值观、兴奋点而采取适当的游说方式，通过把握对方的心态来缓和、消除彼此的心理冲突，达到进行心理沟通、创造和谐的谈判氛围的目的。

本章思考题

1. 讲述几个你所知道的中国古代谈判家的精彩故事，并分析他们成功的原因何在。

案例研究

亚当森的攻心术

第六章 合作原则谈判法

教学目的与要求：通过本章的学习，认识商务谈判策略及其分类的重要意义；了解在商务谈判过程中，根据进程、谈判对手的地位、作风和性格类型所采取的常用应对策略；根据对谈判具体情况的分析，能比较准确的选择和运用相应的谈判策略，为在实践中进一步提高打好基础。

教学重点：四个基本组成部分

教学难点：着眼于利益而非立场

以双赢理念为基础，费希尔和尤利等提出和完善了合作原则谈判法，使其成为最有影响的谈判理论之一。合作原则谈判法从如何对待谈判对手、政方利益、利益获取和评判标准等四个方面阐述了整个谈判过程中应遵循的基本原则，四个环节环环相扣，形成一个完整的体系。实践证明，合作原则谈判法具有普遍的适用性，是从事谈判的人们应常用的有效方法。

一、对待谈判对手---对事不对人

1. 发展移情法
 - 1) 从对方的立场看待问题
 - 2) 避免因自己的问题而责备对方
 - 3) 协助对方参与到解决问题中去
2. 正确看待情绪
 - 1) 允许对方发火
 - 2) 恰当看待情绪的爆发
3. 加强沟通
 - 1) 注意倾听并总结听到的情况
 - 2) 避免给对方打分并将对方当作辩论的对手
 - 3) 不严厉指责对方的错误

二、对待各方利益---着眼于利益而非立场

1. 明确利益
 - 1) 探讨妨碍我方的对方利益
 - 2) 从不同的角度审视对方的不同利益
 - 3) 透过对方的立场看到对方的人性需求
2. 讨论利益
 - 1) 总结并接受对方的利益
 - 2) 在提出解决方案前表达自己的见解或提出问题
 - 3) 在解决问题时尽量不追究过去的矛盾而应朝前看

三、对待利益获取---制定双赢方案

1. 诊断
 - 1) 放弃对方利益的满足一定是以我方的付出为代价的观念
 - 2) 鼓励各方共同解决问题
 - 3) 在对方未做好充分准备之前不预先锁定在一种方案上
2. 提出创建性方案

- 1) 将提出方案和评价方案分开
- 2) 在确定最终解决方案之前先提出几个可供选择的方案
- 3) 寻求各方的共同利益和互补利益
- 4) 寻求使对方容易接受的方案

四、对待评判标准---引入客观评判标准

1. 判断一个标准是否属于客观标准的因素
 - 1) 客观标准应当独立于所有各方的主观意志之外，因而它可以不受任何一方的感情影响
 - 2) 客观标准应当具有合法性并且切合实际
 - 3) 客观标准应当具有科学性和权威性

本章思考题

1. 各国之间由于领土主权发生的争端是谈判中的硬骨头，但是中国就香港和澳门的回归所进行的谈判是此类谈判中成功的范例。结合合作原则谈判法谈谈你的感受，并指出促成香港、澳门回归谈判成功的关键因素是什么？

案例研究

1. 谁是最大的赢家

第七章 利益分配法则

教学目的与要求：通过本章的学习，认识到利益对谈判结果发挥着各种直接和间接的作用。本章主要讨论各种利益群体的关系以及这些关系如何影响谈判的进程和结果。

教学重点：双层游戏规则

教学难点：各种利益群体的关系对谈判的进程和结果的影响。

在国内、国际谈判中，谈判双方的利益只是谈判所涉及的直接议题，事实上许多其他方面的利益的存在都会直接或间接地影响到谈判桌上的议题。

第一节 国内谈判中三层利益的规则

一般说来在国内谈判中存在着三个层次的利益，即谈判者个人利益、组织利益和国家利益。在谈判中这三个利益层次应当是一致的，但是也不能否认各个层次的利益都有使自己利益最大化的倾向，这使谈判变得复杂。根据尼尔伦伯格需求理论，如果在谈判中采用迎合人们基本生理需求的策略，将会大大提高谈判的成功率。

一、个人利益与集体利益

1. 马斯洛的需求层次理论

二、个人利益与集体和国际利益

三、利益需求与谈判策略

谈判的需要理论：由美国著名的谈判理论家尼尔伦伯格提出。他根据马斯洛的人类需求的七个层次理论归纳出六种类型的谈判策略和方法，并得出一个一般的规律——当谈判者以对方的基本生存问题为谈判内容，同时采用顺从对方需要的策略时最容易取得谈判的成功；随着人们需求层次的升高，以及采用的谈判策略由第一种向后几种移动，谈判成功的难度也逐步提高。可以说，人们的需要越基本，谈判成功的机会就越大。

1. 谈判者顺从对方的利益需求
2. 谈判者通过满足对方的需要来达到满足己方需要的目的
3. 谈判者同时服从对方和自己的利益需要
4. 谈判者违背自己的利益需要
5. 谈判者损害对方的利益需要
6. 谈判者同时损害对方和自己的利益需要

第二节 国际谈判中双层利益的规则

在国际谈判中，存在着两个层次的利益，即国际利益和国内利益。国际谈判的结果不是参与国际谈判的代表所能决定的，他受制于国内各种利益集团的制约。当国内各利益团体意见一致时会增加谈判代表的谈判力，否则将降低他的谈判力。

一、双层利益及其相互作用

二、双层利益规则的实证分析

本章思考题

1. “个人利益无论在任何情况下都应当让位于集体利益和国家利益”，你同意这样的观点吗？
2. 个人、集体和国家的利益在什么情况下可以达到最大的统一？如何使三者达到最大的统一？

案例研究

1. 美日半导体谈判

第八章 谈判力及相关因素

教学目的与要求：本章教学要求：通过本章的学习，了解什么是谈判力？谈判力在谈判中是如何发挥作用的？影响谈判力此消彼长的因素是什么？

教学重点：动机、依赖、替代

教学难点：影响谈判力各因素的关系

影响谈判过程和结果的一个重要因素是谈判双方的谈判力。谈判力的来源：要有三个，即环境条件、组织实力和个人素质。这三方面的因素构成了谈判力变化的外部因素，而影响谈判双方相对谈判力变化的内部和直接因素也有三个，即动机、依赖与替代。这三者的关系是：一方的动机和对对方的依赖性越强，则谈判力越弱，而一方的替代越多则谈判力越强。

第一节 谈判力概述

一、实力与谈判力

1. 谈判力：谈判力指的是谈判者在谈判中可以借用的、能控制和影响对方决策行为以期实现解决问题和赢得谈判的目的的能力。

二、谈判力的来源

1. 环境条件
2. 组织实力
3. 人员素质

第二节 相对谈判力与其三个变量的关系

一、影响相对谈判力增减的变量

二、动机

动机可以解释为获取利益的愿望和激励因素。谈判动机指的是谈判者希望通过谈判获取利益的愿望与期待。A方的动机与己方的谈判力之间形成反比关系，而与B方的谈判力形成正比关系。

1. 诱导谈判对手或对手的支持者
2. 向对方展示所提供条件的诱人之处
3. 获取第三方对所提供的诱人条件的支持
4. 限定获得所提供好处的时间

三、依赖

依赖指的是谈判一方为实现其利益和目的对另一方的需求。A方对B方的依赖与A方的谈判力成反比关系，而与B方的谈判力成正比关系。

1. 削弱、延迟或抑制对方希望获得的服务或资源
2. 削弱对方独立工作的能力

3. 说服对方的支持者阻止对方的行动
4. 使对方放弃继续坚持下去的希望

四、替代

替代指的是谈判一方所能寻求的其他选择方案，以及他为了降低对对方的依赖而采取的行动。

1. 谈判一方具有不需要依赖对方而独自维持下去的替代选择
2. 谈判一方有能力吸收不断升级的冲突成本
3. 谈判一方在对方向自己的支持者施加不利影响时仍然能够独自坚持下去
4. 谈判一方有能力使用各种支持

五、谈判力策略的应用

1. 设定最后期限
2. 显示强硬态度
3. 嘲笑对方立场
4. 突出己方方案
5. 威胁双方关系

本章思考题

1. 在下面的例子中，你认为如何做才能够激发潜在消费者的欲望？
 - (1) 你正在拟定 City Baby（长安奥托）的促销计划。
 - (2) 你和你的同学自己经营一个小书店，但是销售并不景气。

案例研究

1. 美日汽车及汽车零部件谈判

第九章 信任法则

教学目的与要求：通过本章的学习，了解在谈判中，谈判小组内的领导和组员之间是否相互信任，谈判一方和另一方之间是否相互信任是决定各方之间关系的一个重要因素，直接影响谈判结果。

教学重点：决定信任与不信任的因素

教学难点：影响信任的因素

第一节 信任与信任的传递

信任是决定人们关系的一个重要因素。在谈判中双方是否彼此信任决定了谈判是否能够顺利进展、达成的协议能否顺利实施。

一、信任的含义

1. 信任：信任意味着一个人将自己易受伤害之处暴露给其他不受自己控制的，该人如果利用他的易受伤害之处，就会给他带来伤害；该人如果保护他的易受伤害之处，他便可以享受信任所带来的快乐。

二、信任的传递

人们主要通过三种方式传递信任 (或不信任) 的表示，即向他人透露 (或者不透露) 与自己利益相关的信息、向他人征求 (或者不征求) 建议从而受到对方的影响以及放松 (或加强) 对他人的控制。

1. 信息
2. 影响
3. 控制

第二节 信任的培养与形成

决定人们的信任行为的因素有不变和可变两种，不变因素主要是人们儿时受到的教育和成人后接受的职业训练；可变因素主要包括以往的信任记录、完成一项使命的能力、对他人意图的估计、支持性反应和激励机制。

一、个人所接受的教育

1. 儿童教育
2. 职业训练或特殊训练

二、与谈判双方有关的可变因素

1. 以往的信任记录
2. 完成一项使命的能力
3. 对他人的意图的估计

4. 支持性反应
5. 激励机制

第三节 信任行为的运动规律

在一个组织内和谈判各方之间如果彼此传递的是信任的信号，则信任程度会进一步提高，达到更高的水平；如果彼此传递的是不信任的信号，则信任程度会进一步下降，处于一个更低的水平。

一、信任周期

信任是决定人们之间关系的一个重要因素。相互信任带来更高水平的信任，不信任则导致更高水平的不信任。

二、信任的培养和建立

由于不信任对人们的关系具有极大的破坏作用，因此人们应当为培养信任感做出努力，例如通过建立合作激励机制、对信任原因的分析、对信任行为的培训和建立一个诚信的社会等来达到我们的目的。

1. 建立合作激励机制
2. 分析不信任发生的原因
3. 信任行为的训练
4. 建立一个诚信社会

本章思考题

1. 你认为在市场经济体制下，信任是决定人们关系的一个基本因素吗？如果你同意这一观点，那么你认为应当怎样做才能增进人们的信任感？
2. 你是如何向他人表达你的信任的？

案例研究

1. 新产品的市场调研

第十章 谈判者性格类型与谈判模式

教学目的与要求：通过本章的学习，了解谈判者个人的性格类型是决定谈判进程和谈判结果的又一个十分关键的因素。了解 AC 谈判模型，博弈论在谈判中的应用。

教学重点：个性类型与谈判模式；AC 谈判模型

教学难点：博弈论在谈判中的应用

任何形式的谈判都是由人来完成的。而每个谈判者在谈判中的行为都受其性格的影响，因此谈判者的性格是决定谈判结果的一个重要因素。

第一节 谈判者的性格类型

一、了解自己与对手的性格类型

二、谈判者的性格类型与 AC 模型

三、决定谈判者强硬与合作程度的其他因素

1. 谈判者的态度强硬与否取决于利益得失和谈判力
2. 谈判者的合作程度依赖于双方利益的一致性和彼此的关系

第二节 个人性格类型与谈判模式

各国心理学家对人的性格都有不少的研究成果，而将谈判者心理和谈判行为结合起来研究的成果以汤姆斯和基尔曼为代表。他们依照谈判者在谈判中的顽强程度和合作程度将谈判者的性格类型分为五类。每一个人的行为中都包含了这五种性格类型，但是其中一种类型是他的代表性性格。

一、性格类型与谈判模式

1. 竞争类型

五种谈判者性格类型中的一种。谈判中的主要代表性行为是：高度的坚定性和低度的合作性；惯用高压政策来实现自己的目标，不多考虑对方的利益；言语直率，喜欢速战速决。

2. 合作类型

3. 折中类型

五种谈判者性格类型中的一种。谈判中的主要代表性行为是：既不十分坚持自己的观点与立场，也不积极与对方合作；是否向对方提供帮助和信息取决于对方向自己提供帮助的多少。

4. 回避类型

五种谈判者性格类型中的一种。回避类型的人既不坚持自己的观点和立场，也不积极与对方合作。典型的表现为避免与对方正面接触，将矛盾转移和拖延，采取迂回的方式。

5. 迎合类型

二、相关的环境背景对性格类型及谈判模式的影响

性格测试表明人的性格类型及惯用的谈判模式受到他的生长环境、文化习俗、宗教信仰等各方面的影响。

案例分析

1. 做完“性格测试题”之后，回答下列问题：

- (1) 你认为一个人的性格与所从事的工作之间有相互关系吗？
- (2) 该测试题对公司寻找合适的雇员是否有帮助作用？

第十一章 两分法谈判与复杂谈判

教学目的与要求：通过本章的学习，区分两分法谈判与复杂谈判，以及如何建立自己的支持联盟，了解建立联盟对谈判结果的重要性。

教学重点：复杂谈判

教学难点：谈判者如何建立自己的支持联盟

按照谈判参与各方数量的多少，可以将谈判分为两分法谈判和复杂谈判。

第一节 两分法谈判

一、两分法谈判的特征

两分法谈判指非输即赢的谈判，也被称为“零和游戏”，属于简单谈判。它的主要特征是谈判只涉及两方，彼此的关系简单；内容单一、具体，例如价格谈判；双方在谈判中采取各种手段尽可能使自己一方的利益最大化。

1. 激励机制
2. 双方关系简单化
3. 谈判内容具体
4. 对谈判后果较少设想
5. 谈判策略多
 - 1) 降低对方的抵抗力
 - 2) 降低对方对我方将要让步的预期
 - 3) 利用对方的信任和谈判技术低下、经验不足的弱点
 - 4) 充分利用信息的不对称

二、价格谈判与价格谈判区间

1. 确定报价起点
 2. 报价范围与谈判区域
 - 1) 价格区域：买方和卖方在谈判开始时的出价以及他们确定的底价之间的区域被称为价格区域。在谈判中，这个区域又被称为“谈判区域”，因为谈判将在这个范围内展开。
 3. 可能达成协议区域的价值分配
 - 1) 对“可能达成协议的区域”的确定
- 可能达成协议的区域的外围边界由买卖双方各自的底价构成，也就是说当双方的价格区域互有重叠时才有可能构成这个“可能达成协议的区域”。
- 2) 高起始要价
 - 3) 高压

第二节 第三方参与的谈判

复杂谈判包括三方或三方以上的谈判者。由于谈判方的增加和谈判内容的增加，谈判变得复杂起来。在第三方参与的谈判中，第三方的角色可分为牵线人、助谈人、协调人、仲裁人和行政长官等五种类型。

一、什么是复杂谈判

1. 多方参与
2. 多个议题
3. 多个利益
4. 不同的利益

二、第三方的进入

1. 希望引入第三方的情况
2. 第三方与原有谈判方的关系

三、第三方的作用和它们的分类

1. 牵线人
2. 助谈人
3. 协调人
4. 仲裁人
5. 行政长官

第三节 多方参与的谈判

谈判双方为了增加自己的谈判力还常常组织谈判联盟。组织和建立谈判联盟首先需要确定目标人群，分清谁是自己可能的盟友和合作者，谁是保持中立态度者，以及谁是反对者。为了使联盟真正发挥它的作用，组织者需要付出巨大的努力去建立联盟以及管理好联盟。

一、多方参与的谈判和谈判联盟

二、确定加入联盟的目标人群

1. 从争取同盟者的角度进行分类
 - 1) 肯定加入者
 - 2) 可能加入者
 - 3) 潜在加入者
2. 从对谈判一方的影响和作用来分类
 - 1) 同盟者
 - 2) 持不同意见者
 - 3) 合作者
 - 4) 中立者

5) 反对者

三、组建联盟

1. 了解目标人群的利益要求
2. 吸引目标人群
3. 提醒目标人群

四、管理联盟

1. 开发集体的立场和观点
2. 澄清不同的意见和观点
3. 排除内乱因素
4. 强调实际利益、去除不实际的要求和期待

本章思考题

1. 在参与谈判的五种类型的第三方中，人们对哪些类型的第三方需求量最大？为什么？

案例研究

1. 艾克卡拯救克莱斯勒公司

模拟谈判

1. 旅馆销售

第十二章 文化模式与谈判模式

教学目的与要求: 通过本章的学习,了解不同文化差异对不同国家或地区商人谈判风格的影响:学会分析文化的差异对商人谈判风格的影响,并会针对不同的谈判风格采取适当的应对策略。

教学重点: 同文化差异对不同国家或地区商人谈判风格的影响

教学难点: 针对不同的谈判风格采取适当的应对策略

来自世界各国的谈判者由于受各国文化的影响,必然在谈判中通过不同的思维方式和行为方式来影响谈判的进程与结果。与文化相关的因素包括:语言、宗教、价值取向、礼节和习俗、社会组织、教育和幽默等。

第一节 文化与文化交流

一、什么是文化

文化是一个习得的行为模式的综合体系,它体现了一个特定社会的成员的特性。文化包括一个人类群体中人们的一切行为,即他们的所思、所想、所为和所做,以及一切事物,包括风俗习惯、语言文字、物质产品和大家所共享的观念及情感体系。

二、文化的组成部分

1. 语言
2. 宗教
3. 文化价值取向
4. 礼节和习俗
5. 社会组织
6. 教育
7. 幽默

三、跨文化交流

四、信息交流的方式

1. 语言交流

1) 语义高关联度文化: 它是一种用语交流的文化行为。在用语言交流的过程中,说话人和听话人都依赖于对语境的理解来进行交流,而且常常未明确表达的部分所包含的意义甚至多于明确表达的部分。这样的交流方式对于信息接收者具有更大的挑战性。除非双方对于语言的交流背景都十分了解,否则信息就不可能准确地传递。

2) 语义低关联度文化: 在语义低关联度文化背景的国家,大多数信息通过语言明明白白地传达出来。双方的交流更多地依赖语言的直接表达,说话人对于信息的准确传递负有更多的责任。

1. 非语言交流的方式

- 1) 面部表情
- 2) 空间距离

- 3) 眼睛接触
- 4) 沉默
- 5) 姿势

第二节 文化模式与商务谈判

代表不同文化行为的谈判者在谈判行为上表现出一些鲜明的特色和模式，与谈判模式相关联的文化模式有：个人意识与集体意识、时间观念、人际关系与交往形式、举止和习俗、对女性谈判者的态度等。

一、个人意识相对于集体意识

- 1. 个人意识与集体意识的价值观与思维方式
- 2. 针对“自我意识”的调查所揭示的结果
- 3. 个人价值观与集体价值观对谈判的影响

二、时间观念

三、人际关系与交往形式

四、举止和习俗

五、对女性谈判代表的态度

第三节 国际商务谈判实践

在国际商务谈判实践中，文化的不同也体现在谈判的进展速度、讨价还价的方式、情况介绍、让步的方式等谈判过程中的具体做法上。

一、国际商务谈判的进程

二、谈判过程中的文化差异

- 1. 起始价与成交价的差别
- 2. 情况介绍
- 3. 对争执的处理
- 4. 妥协与让步

三、国际谈判的策略

虽然谈判活动受不同文化的影响表现出极强的个性差别，但是仍然可以总结出一些在世界各地都适应的谈判策略，这包括：做好谈判计划、采取赢—赢方法、多提问、建立积极的关系、保持正直的人品、保持耐心、具备丰富的跨国文化知识等。

1. 对谈判做出计划
2. 采取赢-赢方法
3. 多提问、认真听
4. 建立积极的关系
5. 保持正直的人品
6. 保持耐心
7. 了解和尊重各国文化和习俗

本章思考题

1. 对在谈判中的文化差异，你的态度是什么？
2. 你如何解释世界各地存在的不同的行为方式？
2. 如果你与一个美国人谈判，你将如何谈？如果与沙特阿拉伯人谈判，你应该注意什么？

案例研究

1. 阅读案例“香港迪斯尼乐园的门票风波”，回答下列问题：
 - (1) “香港迪斯尼乐园的门票风波”的深层次原因是什么？
 - (2) 对异国文化习俗的了解在跨国经营中具有重要作用。试从本案例中找出相应的例子证实这一点。
 - (3) 香港迪斯尼乐园在经营中的问题给我们的启示是什么？

《农业经济学》 教学大纲

齐勇 编写

目 录

前 言.....	4
一、课程简介：.....	4
二、任课教师教学科研简历：.....	4
三、教学目的与要求.....	4
四、教学重点与难点.....	5
五、教学方法与手段.....	5
六、教材：.....	5
七、参考书目：.....	5
第一章 概论——农业及其在国民经济中的地位.....	6
第一节 农业的内涵和外延及其发展.....	6
一、传统的认识.....	6
二、发展.....	6
第二节 农业生产的特点.....	6
一、经济再生产和自然再生产的统一.....	6
二、具体体现及其经济学意义.....	6
第三节 农业在国民经济中的地位.....	7
一、“基础论”.....	7
二、对农业基础地位的再认识.....	7
三、研究农业是国民经济基础的意义.....	7
参考文献.....	8
第二章 中国农业的土地制度和经营制度.....	9
第一节 我国农地制度的历史线索.....	9
一、中国封建社会农地制度的特点.....	9
二、近现代中国.....	9
三、新民主主义革命时期.....	9
四、新中国成立后的土地改革.....	9
第二节 农业中社会主义公有制的建立.....	10
一、依据.....	10
二、道路：合作社.....	10
三、我国农业合作化的实践.....	10
第三节 人民公社制度及其失败.....	10
一、人民公社的建立.....	10
二、人民公社的制度特征.....	10
三、人民公社弊端的初步显现.....	11
四、人民公社制度的弊端.....	11
第四节 家庭承包制及其创新.....	11
一、家庭承包制的变迁过程.....	11
二、家庭承包制的制度创新.....	12
三、家庭承包制的绩效.....	13
第五节 家庭承包制的发展完善.....	13
一、家庭承包制的缺陷.....	13
二、农地制度改革的目标模式：理论探讨.....	13
三、完善农地制度的实践探索.....	14
四、现行农地制度基本框架.....	15
第三章 农产品供给与农业结构调整.....	17
第一节 农产品供给.....	17
一、总量分析.....	17

二、结构分析.....	17
第二节 我国农业结构的战略性调整.....	18
一、农业结构调整的基本理论.....	18
二、为什么是“战略性结构调整”？.....	19
三、战略性结构调整的目标和任务.....	19
参考文献.....	21
第四章 农产品流通体制及其改革.....	22
第一节 农业产业化提出的背景和意义.....	22
第二节 农业产业化的内涵和本质.....	22
一、农业产业化定义：.....	22
二、农业产业化的实质.....	23
第三节 农业产业化的组织形式.....	23
一、公司+农户.....	23
二、合作社+农户.....	24
三、农民专业合作经济组织+农户.....	25
四、专业批发商+农户.....	26
第四节 农业产业化的要素培育.....	26
第五章 农业剩余劳动力转移，农业剩余劳动力转移与农村城市化.....	28
第一节 二元经济模型.....	28
一、假设.....	28
二、说明.....	28
三、工业化与城市化.....	29
第二节 我国农业剩余劳动力转移的实践.....	29
一、计划经济时期.....	29
二、改革以来：80—90 年代.....	29
三、近年农村剩余劳动力转移.....	30
第三节 新世纪新思路.....	31
一、中国农村剩余劳动力的数量估计.....	31
二、农业剩余劳动力转移的基本思路.....	32
三、具体政策措施.....	32
参阅：.....	32
第六章 农民收入、负担与农村税费制度改革.....	33
第一节 主要农民收入指标解释.....	33
一、农民收入构成.....	33
二、农民收入水平.....	33
第二节 我国农民收入增长的轨迹和特征.....	33
一、农民收入水平增长趋势.....	33
二、农民收入结构特征.....	34
三、农民收入差距扩大.....	34
第三节 农民负担.....	35
一、农民负担的内容.....	35
二、农民负担沉重的表现.....	36
三、农民负担沉重的制度原因.....	36
第四节 农村税费制度改革.....	37
一、初期：分散试点.....	37
二、2000 年改革扩大到省.....	37
三、2002 年改革扩大到 20 个省.....	38
四、2003 年全面推进农村税费改革.....	38
五、减免农业税.....	38
思考与讨论.....	38

参考书目:	39
第七章 世界贸易组织与中国农业保护	40
第一节 农业保护的基本理论和政策	40
一、农业保护的涵义和实质	40
二、农业保护的依据	40
三、农业保护的基本目标	41
四、农业保护政策的基本工具	41
第二节 世界贸易组织及其农业贸易规则	41
一、世界贸易组织简介	41
二、世界贸易组织的农产品贸易规则	42
第三节 加入 WTO 与中国农业	44
一、中国加入 WTO 的进程	44
二、中国加入 WTO 的农业承诺	44
三、加入 WTO 对中国农业的影响	45
四、加入 WTO 后中国农业保护政策的选择	46
五、入世四年对我国农业的实际影响	46
六、WTO 农业谈判的新进展	46
讨论选择	47
作业:	47
参考文献	47
第八章 农业现代化和农业可持续发展	48
一、基本理论	48
二、农业现代化	49
三、农业现代化的标准	50
四、基本实现农业现代化	50
五、广东的实践	51
参考文献:	51
第九章 建设社会主义新农村	53
一、建设社会主义新农村的认识论前进	53
二、建设社会主义新农村	54
三、建设社会主义新农村的主要任务	56
主要参考文献	57

前 言

开课单位 商学院
课程编号 406010102
中文名称 农业经济学
周 学 时 2
英文名称 Agriculture Economic
学 分 2
授课对象 经济学专业的本科生
先修课程 无
教师姓名 齐勇

一、课程简介:

农业经济学研究是是经济管理类专业的一门专业基础理论课,是研究农业生产力和生产关系发展运动规律及其应用的科学。它的主要内容包括:三农问题的产生和由来,农业生产问题,农村合作经济,农村劳动力就业问题,农村土地问题,农村居民消费与购买力问题,农村社会保障与农业保险,农村金融问题,乡镇企业,农村小城镇建设,农村社会问题,城郊农村的改革与发展,中国城乡经济与区域经济问题、中国农村经济与对外开放和WTO问题,农村地区可持续发展的问题等等。通过这门课的学习,希望培养面向二十一世纪,适应社会主义市场经济建设和农村社会经济发展的要求,熟悉农村社会经济生活,具备农村经济经营管理知识和技能的高级应用型人才,使学生掌握当代农业经济管理学科的基本理论、基本知识,具有运用经济理论和农业经济管理理论分析和解决实际问题的基本能力,熟悉我国有关经济和农业及农村经济发展的方针、政策,了解国内外经济学、农业经济科学的理论前沿和发展动态。

二、任课教师教学科研简历:

自1998年7月博士研究生毕业后分配到中共北京市委党校任教,先后在市委党校主体班、研究生班讲授《公司治理理论》、《资本论与当代》等专题课;在本科生班、专科生班讲授政治经济学、经济学原理、社会主义市场经济、世界经济等几门基础课和专业课。2003年3月因为工作调动到我校商学院任教,担任副教授和硕士生导师,从事本科生和研究生的政治经济学、《资本论》选读、西方经济学说史课程的教学和研究工作;从教以来,共发表专著、编著、论文等多部,累计50余万字。其中2001年至今,在《当代经济研究》、《经济学动态》、《经济论坛》等核心期刊上共发表学术论文数篇,参与北京市政府课题3项。曾作为与会代表参加2002年全国党校系统《资本论》与社会主义经济理论与实践研讨会第十次会议。

三、教学目的与要求

了解中国农业经济尤其是改革开放以来的发展与现状及其趋势,系统掌握我国 农业经济体制改革和国家农业政策的基本内容,了解我国农业经济发展与改革的重大问题和热点问题。

运用经济学的基本方法和工具,分析和研究我国的农业经济问题。

四、教学重点与难点

我国农业经济的发展及其趋势；我国农业经济体制改革的基本内容；我国农业经济发展和改革的主要问题

五、教学方法与手段

以课堂讲授为主，注意理论联系实际和启发式教育，多媒体教学，注重理论联系实际，综合开展阅读、作业、讨论和课程论文。

六、教材：

《农业经济学》 朱道华主编 中国农业出版社 1999年 “农业经济问题” 中国农业科学院农业经济研究所主编

七、参考书目：

1. 《资本论》，人民出版社1975年6月版。
2. 《现代政治经济学》，程恩富主编，上海财经大学出版社2000年10月版。
3. 卫兴华、顾学荣主编：政治经济学原理（全国自考经管类用），经济科学出版社 1993
4. 斯大林：《苏联社会主义经济问题》，人民出版社 1961
5. 《毛泽东选集》1-5卷，人民出版社1978
6. 《邓小平文选》1-3卷，人民出版社1993
7. 《陈云文稿选编》，人民出版社
8. [美]劳埃德·雷诺兹著：宏观经济学（分析与政策），商务印书馆1994
9. [美]劳埃德·雷诺兹著：微观经济学（分析与政策），商务印书馆1994
10. 《经济学研究》近年各期。
11. 谈世中：《发展中国家经济发展的理论和实践》
12. 《拉丁美洲史稿》马克思·韦博：《新教伦理和资本主义精神》
13. 中国青年出版社：《西欧封建社会》
14. 胡如雷：《中国封建社会形态研究》
15. 《当前中国农村热点问题透析》，改革出版社1996
16. 《中国农村发展研究报告》，社会科学文献出版社2000
17. 《中国农业演变之探索》，社会科学文献出版社2001
18. 《劳动力的流动与农村社会经济变迁》，中国社会科学出版社2001
19. 《现代农业经济学》雷海章 主编 中国农业出版社 2003年
20. 李秉龙、薛兴利主编：《农业经济学》（面向 21 世纪课程教材），中国农业大学出版社 2003 年出版
21. 中国农业经济学会、中国农业科学院农业经济研究所：《农业经济问题》（期刊）
22. 中国社会科学院农村发展研究所：《中国农村经济》、《中国农村观察》（期刊）

第一章 概论——农业及其在国民经济中的地位

学习目的：认识农业的内涵及其构成，农业的经济特征，农业在国民经济中的基础地位。

讲授内容：农业的内涵及其构成，农业的经济特征，农业在国民经济中的基础地位

重点和难点：农业在国民经济中的基础地位

时间安排：3 学时

第一节 农业的内涵和外延及其发展

一、传统的认识

内涵：农业是人类培育动物、植物和微生物，以取得产品的社会生产部门。

外延：种植业（狭义农业）、林业、牧业、副业、渔业（包含五个内容的广义农业）

二、发展

在不同国家、或同一国家的不同时期，农业的内容是变化的，主要取决于社会经济发展和人民生活水平的提高。

例如：农村传统副业独立成为农村二、三产业；白色农业（生物工程农业）；蓝色农业（海洋农业）；绿色农业；（陆地或露地农业）；旅游（观光）农业

传统的认识把农业仅限于农业直接生产部门（狭义生产），而现代农业则把为农业生产服务的产前、产中、产后部门也归为农业

第二节 农业生产的特点

一、经济再生产和自然再生产的统一

农业生产利用自然、并依靠动植物有机体的生长发育，来取得产品，因此，农业生产既是人类取得劳动产品的劳动过程，同时又是动植物自身的自然再生产过程。

相互关系：自然再生产是经济再生产的基础，人类不能代替或取消自然过程；但是，人类可以强化或调控自然再生产过程。

二、具体体现及其经济学意义

农业生产受自然的影响大，必须遵循自然规律

土地是农业生产不可替代的最基本生产要素，必须珍惜和保护土地（尤其是耕地）

农业生产具有分散性，必须因地制宜

农业生产时间与劳动时间不一致，必须充分利用农业劳动力的剩余时间

农业生产的季节性强，及时生产和销售具有特别重要的意义

第三节 农业在国民经济中的地位

一、“基础论”

1. 提出和形成:

吸取前苏联重工轻农的教训，1962年中共第八届十一中全会明确提出“以农业为基础，以工业为主导”发展国民经济的总方针

2. “基础论”的理论论证

(1) 从根本上说，农业是国民经济的基础，是由农业所生产产品的特殊使用价值决定的，即农产品是人类生存最基本、最必需的生活资料，农业是人类生存的基础（衣食之源）

(2) 农业劳动生产率是社会分工（其他物质和非物质生产部门）产生和发展的基础
农业是国民经济的基础（的上述两点）不以国家和地区为转移，是一个普遍规律

二、对农业基础地位的再认识

1. 发展经济学的“四大贡献”

产品贡献

市场贡献

要素贡献

外汇贡献

2. 农业的“新”贡献

生态贡献：随着社会经济发展和人民生活水平提高，良好的生态环境成为人类生存和发展的重要基础。农业是人类最大、最经济的生态产品生产部门

安全贡献：粮食安全对任何国家都是一个重要的战略武器

政治贡献：农民是一个国家重要的社会阶层和政治力量

文化贡献：与农业相伴的农耕文化、田园风光

3. 以现代农业观认识“基础论”

现代农业是一个包括农业生产产前、产中、产后部门的完整产业体系。

传统认识存在局限性：仅仅从主要农产品的角度来对待农业的基础地位，会把“农业是国民经济的基础”演变为“种植业、畜牧业是国民经济的基础”

4. 农业份额下降不等于农业重要性下降

(1) 农业份额下降的原因：农产品的收入弹性和需求弹性低；工业生产原料对农产品原料的替代

(2) 份额下降了农业依然能够满足经济和社会发展对数量更大、质量更优农产品的需求，说明“小”的农业承载“大”的国民经济，农业的地位不是变小，而是更重要了

(3) 农业基础地位的重要性不能用份额来衡量，例如农业生态贡献的份额无法计算

三、研究农业是国民经济基础的意义

理论意义：更好地理解农业为什么是国民经济的基础

实践意义：处理好农业与国民经济其他部门的关系，促进农业和国民经济的健康发展。

思考与讨论：

辩证认识农业基础地位的意义

作业：农业的经济特征。如何认识农业在国民经济中的基础地位。

参考文献

1. 李秉龙、薛兴利主编：《农业经济学》第一章，中国农业大学出版社 2003 年出版
2. 陈文科：农业是国民经济基础的再认识，《经济研究》1996 年第 7 期
3. 傅晨：辩证认识农业的基础地位，《经济学家》1998 年第 5 期
4. 黄守宏：论市场经济条件下农业的基础地位，《经济研究》1995 年第 1 期

第二章 中国农业的土地制度和经营制度

学习目的：土地是稀缺的生产要素，是农业最基本的生产要素，研究土地制度的根本目的是提高土地资源的配置效率。认识我国现行农村土地制度的基本特点。掌握现行家庭承包制为什么是一项需要长期坚持的基本制度？家庭承包制为什么需要发展完善，怎样发展完善？讲授内容：简要回顾中国封建社会农地制度发展的历史线索，说明耕者有其田是中国农民千百年的梦想，必须实行土地公有制度；分析人民公社制度的产生和弊端，说明家庭承包责任制改革的必要性以及坚持这一制度的根本原因；分析家庭承包责任制制度安排、创新和缺陷，说明这一制度完善的必要性和进展。

重点和难点：深化现行家庭承包责任制改革的目标模式和现实选择。

时间安排：3 学时

第一节 我国农地制度的历史线索

一、中国封建社会农地制度的特点

中国封建社会一直并存着地主大土地所有制和自耕农小土地所有制的二元制度，前者处于主导地位，后者处于次要地位。

土地问题是中国封建社会的核心问题。一方面，地主残酷兼并土地，占有绝大多数土地，残酷剥削佃农；另一方面，农民大众渴望“耕者有其田”，顽强抗争。

哪一个阶级、政党及其领袖，能够正确认识和解决土地问题，就将主宰中国。

二、近现代中国

19 世纪中期，太平天国《天朝田亩制度》第一次系统表达了农民要求平均地权的主张：废除地主土地所有制，土地归天朝公有，按人口平均分配给农民。但未能付诸实施。

1911 年，孙中山领导辛亥革命结束了封建王朝，提出了三步走的“平均地权”主张：限田；赎买国有；耕者有其田。但未能付诸实施。

蒋介石国民党政权代表大地主阶级的利益。

三、新民主主义革命时期

中国共产党把土地问题作为中国民主革命的首要问题，把农民作为自己的同盟军，制定了“耕者有其田”的政策，并在根据地和解放区实施，从而赢得了广大农民的支持，并最终夺取了国家政权

到 1949 年中华人民共和国成立时，全国解放区已有 1.5 亿人口（占全国总人口 1/3）进行了土改，获得了 3.7 亿亩土地。

四、新中国成立后的土地改革

1950 年 6 月《中华人民共和国土地改革法》颁布，没收地主的土地，无偿分给农民。

1950 年冬，除一些少数民族地区，全国范围的土改展开。

1952 年底土改完成，3 亿多农民获得了 7.5 亿亩土地，免除了每年 7 亿斤粮食的地租。

由此形成了土地的农民个人所有制。

第二节 农业中社会主义公有制的建立

一、依据

把私人农业转变为集体农业，是社会主义革命的重要步骤和内容。

小农经济的两极分化。土改后不久，贫苦农民出卖土地的现象有加剧的趋势。

工业化。社会主义工业化不可能建立在自给自足的小农经济基础上，需要有一个强大的农业。

二、道路：合作社

经典作家的合作化理论——

小农经济是一种落后的生产方式

小农对社会主义改造具有矛盾的心态

用合作社，并辅以示范和帮助，逐渐地把个体小农引上社会主义道路。

三、我国农业合作化的实践

第一阶段（1953-54）：农业生产互助组（临时互助组，常年互助组；土地等生产资料农民个人所有，相互帮助，生产合作，组织规模小。）

第二阶段（1955 上半年）：农业生产初级社（土地等生产资料农民个人所有，由合作社统一安排使用，收入不仅按个人投入的劳动进行分配，土地和大型农具也入股分红——“半社会主义”）。

第三阶段（1955 夏-1956）：农业生产高级社（土地等大型生产资料归集体公有，统一经营，按个人投入的劳动进行分配。）

对农业合作化的基本评价：

在一个落后的农业大国完成农业的社会主义改造，是前所未有的创举，方向是正确的。

合作化后期犯了“左”的错误：要求过急，工作过粗，形式过于简单划一、背离了自愿原则，留下了很多遗留问题。

公有制的选择是正确的，而公有制实现形式的选择（集体统一经营）则是错误的。

第三节 人民公社制度及其失败

一、人民公社的建立

人民公社是在炽热的政治氛围和很短的时间中，通过“小社并大社”进行和完成的。

1958. 8-11 月，三个月内全国 74 万个农业合作社合并为 2.4 万个人民公社，入社农户达 99%。

二、人民公社的制度特征

1. “一大”：生产的规模大（大呼隆）
2. “二公”：公有化的程度高（归大堆）
3. “三平”：分配的平均主义（大锅饭）
4. 政社合一（一套人马，两块牌子）

三、人民公社弊端的初步显现

公社成立初期农业生产的下降，人民公社制度的局部调整

1960年11月，党中央《关于农村人民公社当前政策问题的紧急指示信》（12条）开始纠正人民公社化过程中的偏差。

1962年9月《人民公社工作条例修正案》（60条）缩小人民公社的核算单位，规定人民公社实行“三级所有，队为基础”。

但是，人民公社的基本制度安排没有改变。

四、人民公社制度的弊端

1. 模糊的产权

人民公社是一种公共产权制度，公社的财产名为“集体”所有，但没有明确的产权主体——集体是谁？

“三级所有”及其可过渡性是一个模糊的产权界定。

实践中国家是比集体更大的“地主”。

结局：形成“人人所有，但人人不管”的无主局面。

2. 残缺的产权

人民公社的产权结构残缺：土地的种植权，农产品的定价权、销售权，农地的转让和处置权，完全由国家控制。

产权行使的困难：公社内各级组织和农民享有的产权被严重弱化。

2. 激励和监督机制的弊端

人民公社的计量和监督问题

农业劳动质量显现的滞后性使每一个生产环节上的劳动者均具有“偷懒”的激励。

农业生产的分散性使监督非常困难

“工分”不能准确反映劳动的质量和数量，必然导致“出工不出力”。

结局：人民公社的计量和监督困难，必然使“搭便车”的机会主义行为泛滥。

3. 退出约束机制的弊端

人民公社社员没有“退出权”，使“重复博弈”变成“一次性博弈”：在没有“退出权”的条件下，“偷懒”是一个理性的选择。

第四节 家庭承包制及其创新

一、家庭承包制的变迁过程

1. 包工到组、包产到组（农民生产小组按承包的工作或产量计酬）

2. 包产到户（农户个人按承包的产量计酬）

3. 包干到户（大包干：农户交够国家和集体的，剩下都是自己的）

“家庭联产承包责任制”名称的规范

实际上，到实行包干到户时，农业的生产责任制已经不再“联产”。

1998年十五届三中全会，“联产”和“责任”这两个词被取消，正式名称为“家庭承包制”。

二、家庭承包制的制度创新

1. 重塑农业微观组织制度

为什么农业中家庭经营是最优的？

较好解决了生产率和报酬的计量问题：家庭承包制实行“交够国家的、集体的，剩下的全是自己的”的分配方式对劳动和报酬的评价最简单；

建立在家庭血缘关系基础上的利益关系最密切，对劳动的监督成本最小。

国际比较：美国农场结构

注意：家庭经营不等于小规模经营

1979年美国各类农场平均规模

大农场处于美国中部大平原，地域辽阔，农业机械化程度高

答案补充

美国农业的生产方式和生产力水平都属世界最发达农业之列。美国农业之所以成功，有其得天独厚的农业资源的因素，但更是与经历百年的历史演化和市场竞争所形成的农业及相关产业的组织结构和经营机制构成的、有竞争力的生产方式密切相关

答案补充

美国的农业以家庭农场为主，约占各类农场总数的 87%，合伙农场占 10%，公司农场占 3%（1987 年）。由于许多合伙农场和公司农场也以家庭农场为依托，因此美国的农场几乎都是家庭农场，可以说美国的农业是在农户家庭经营基础上进行的。

答案补充

与此同时，由于农产品市场开拓、科技进步和大范围配置资源，促使农户分工分业，使生产要素向优势农户集中。专业化、集约化生产，加速了农户之间的兼并与重组。从农场数量和土地规模来看，1950 年农场总数为 565 万个，拥有土地 48645.71 万公顷（包括耕地、牧场和饲草用地，下同），平均每个农场拥有土地 86.20 公顷。到 1998 年农场总数下降为 219 万个，拥有土地 38598.87 万公顷，平均每个农场拥有土地 176.04 公顷。农场数量下降了 61%，平均规模扩大了一倍。但这一过程不是均衡的，农场数量减少的速度在逐步放慢，二十世纪 50 年代平均每年减少 16.85 万个，60 年代平均每年减少 10.13 万个，70 年代平均每年减少 5.10 万个，80 年代平均每年减少 2.94 万个。进入 90 年代，农场总数已趋于稳定。农场总数的下降增强了农户的产业竞争力。同时，使那些不适合现代农业经营的农户重新定位，转换职业，进入城市，自然而然地完成了农业劳动力向二、三产业、向城市的转移。现在美国农业人口占总人口的比例已由 1910 年的 32% 降到 1.8%。

“石油农业”是以美国为代表的高投入、高产出的农业现代化模式。这一模式之所以被称为“石油农业”，是因为它大量地使用以石油产品为动力的农业机械，大量使用以石油制品为原料的化肥、农药等农用化学品。机械化和化学化是这一农业现代化模式的共同特点。

2. 农户拥有独立产权

集体拥有土地的所有权，而农户拥有土地的承包经营权和使用权，成为独立的经营主体。

收益权：农户拥有对土地产品的剩余索取权，成为独立的财产主体。

处置权：农户拥有对承包土地的有限转让权：不得买卖土地，不得改变农地用途，但可以转包、转让、互换、出租、入股等

3. 形成“统分结合，双层经营”新体制

土地所有权与经营权分离，形成“以家庭承包经营为基础，统分结合的双层经营体制”。

集体“统一经营”的内容：

对承包土地的发包、调整、流转的管理；

保证国家合同订购任务的落实和完成；
在农业和非农业领域开展集体经营；
为农户提供社会化服务；
开展农村社区建设和福利事业。

三、家庭承包制的绩效

一个广为引用的计量研究

林毅夫：1979-1984 年中国农作物产值增长中，家庭承包制的贡献率为 46.89%。（P94）

第五节 家庭承包制的发展完善

一、家庭承包制的缺陷

1. 土地产权主体不清未根本解决

农村土地集体所有：“集体”指谁？

《宪法》：集体所有

《民法通则》：乡、村两级所有

《农业法》《土地管理法》：乡、村或村内集体经济组织所有

《农村土地承包法》：农民集体所有，村集体经济组织或村民委员会承担发包任务。？

农民：政府所有；共产党所有；干部所有？

产权主体不清的后果：

集体（村集体经济组织或村民委员会）以土地所有者的名义侵犯农民的土地权益。

各个“上级”（乡镇等各级政府）以土地所有者的名义侵犯农民的土地权益。

农民是弱势产权主体

2. 农民土地产权残缺

理论和实践中，关于农户土地产权的内容（有哪些权利），如何行使，如何保护，规定既不明确，又十分混乱。

3. 土地频繁调整和承包期过短及其弊病

家庭承包制在集体所有制的框架内必然按“成员权”均分土地，结果是——（1）由于人多地少，按人口平均承包土地必然导致农地经营规模细小和分散。（2）成员变动必然调整土地，土地频繁调整不仅使规模不经济愈加突出，而且、使农户对承包土地缺少稳定的预期。（3）均分土地导致土地资源与人力资本非优化配置。

4. “双层经营”名存实亡

集体经营层次的尴尬：“空壳村”。据农业部调查，1995 年全国 72 万个村中当年无集体经济收益的占 30.8%，集体收益 5 万元以下的占 42.9%，5—10 万元的占 13.5%，10 万元以上的仅占 12.8%。1998 年，对 10 个省的调查，乡平均债务 200 万元；村平均债务 20 万元。

“集体”做什么：要粮；要钱；要命。

二、农地制度改革的目标模式：理论探讨

1. 农地国有化

要点：

农地“集体所有”从来名不符实，不如“顺理成章”收归国有；

农户拥有永久使用权（永佃制），所有权被形式化，而使用权得到强化。

批评：

土地转归国家是收买还是剥夺？

所有权被形式化后，国家能否管好土地？

永佃制是否就是私有制？

2. 土地私有化

要点：

私人产权是有效率的产权形式。

反对以剥削为目的的私有制（地主模型），而不反对以自耕为目的的私有制（自耕农模型）。

在经济不发达的小农国家，无产阶级取得政权后不排除土地的私人占有和使用。

马克思说，社会主义是“人人所有的个人所有制”，而资本主义是“少数人所有的私有制”。

不改变所有制，改革必然陷入“制度瓶颈”。

批评：

旧中国土地呈高度分散，历史经验说明私有制不能解决土地集中。

日本是私有制国家，人多地少，也未能解决土地的集中。

中国农民欢迎土地私有制吗？（对安徽 238 个农户的调查，拥护私有化的占 41.56%——刘鹏凌等：《农民对农地制度改革的认知》，《中国农村经济》2005 年第 7 期）

质疑：社会主义是“人人所有的个人所有制”吗？

俄罗斯：农地私有化“有心栽花花不开”

是他山之石？是前车之鉴？

——俄罗斯农地制度私有化

任务：土地私有化和经营私有化。股份化是土地私有化的主要手段，经营私有化则是建立私人农场。

进展和绩效：不理想；^a；^a 国营农场集体农庄的改组大多是改头换面并无实质内容；农地等财产的股份私有化更多只具有书面形式；私人农场的组建和发展困难重重，大多经济实力单薄，没有体现出预想的效率；农业生产呈现副业化趋势；改革没有推动农业发展，整个 1990 年代农业陷于衰退之中。

参阅：傅 晨，2002，俄罗斯农业私有化转制述评，南方农村，5：54~57

3. 稳定所有权，搞活使用权

国有化和私有化的主张缺乏可操作性；

改革要走出“所有制万能”的误区：所有权不等于产权，稳定所有权，搞活使用权，同样可以提高激励。

稳定和完善家庭承包制，核心是赋予农民长期而有保障的土地权利，在坚持土地集体所有制的前提下，允许土地使用权按依法、自愿、有偿的原则流转。

三、完善农地制度的实践探索

1. 贵州湄潭：增减人口，不再调地

背景：人多地少的湄潭人地矛盾相当尖锐

做法：承包期内（20 年）增减人口不再调地

效果：改善了资源配置，而且计划生育也意外地得到改进。

2. 山东平度：两田制

两田：口粮田和责任田

承包方式：口粮田按人口承包，只完成农业税，实现公平的功能；责任田完成合同定购，实现效率功能（1）按人承包，（2）按劳承包，（3）招标承包。

两田制的推广面曾相当大，1994年全国1/3的村组、1/2的承包地实行了两田制。

变异：“集体”借改革收回农民的承包地，提高租金，进行出租。

1997年中央明令不搞两田制

3. 广东南海：土地股份合作制

背景：城市化进程中土地资源的非农开发收益分配。

做法：按人分配股份，集体收回土地统一配置，农户则按股分享土地非农开发的收益。

疑问：土地股份合作制不是农地制度创新，由于它改变了农地的用途，因而是谋求土地非农化收入的一种制度安排。

4. 反租倒包

集体向农户支付租金，收回土地，集中连片后由农户家庭承包，或出租，或集体统一经营。

变异：“集体”强行收回农民的承包地，提高租金，谋取租金收入。

2001年12月中央（18号文件）明令不搞反租倒包

5. 北京顺义：集体农场

背景：农业劳动力向二、三产业转移，土地大量撂荒。

做法：集体收回土地，由集体农场承包经营；集体向农户提供低价的口粮供应。

绩效：改善了规模效益，但集体农场经营的成果并不完全取决于农场，集体有大量的投入。

6. 湖南怀化：山地租赁

背景：家庭承包制的缺陷在山地上得到更明显的反映

做法：山地的租赁期长达60年以上，给租赁者更为稳定的预期

7. 山西吕梁：拍卖“四荒”

“四荒”：荒山，荒坡，荒沟，荒滩

做法：面向社会公开招标，保留所有权，但经营权的出让一般在50-100年，因而较之于耕地，经营者有更大的自主权利。

四、现行农地制度基本框架

为什么以家庭承包经营为基础、统分结合的双层经营体制是我国农村需要长期坚持的一项基本制度？

我国农村土地制度改革的目标模式探讨。

农地承包经营权流转的现状和主要问题

作业：我国现行农村土地制度的基本特征。现行家庭承包制为什么是一项需要长期坚持的基本制度。

阅读

勒相木，2003，对改革开放以来中国农村土地制度研究的述评，中国农村观察，2：14-25

钱忠好，2002，农地承包经营权产权残缺与市场流转困境：理论与政策分析，管理世界，6：

钱忠好，2003，农地承包经营权市场流转：理论与实证分析，经济研究，2：83-91；

姚 洋，2000，中国农地制度：一个分析框架，中国社会科学，2：

马晓河、崔红志，2002，建立土地流转制度，促进区域农业生产规模化经营，管理世界，11：

张红宇，2002，中国农地调整与使用权流转：几点评论，管理世界，5：

第三章 农产品供给与农业结构调整

学习目的：认识我国农业生产的发展情况和进入新阶段的基本任务

讲授重点和难点：：回顾新中国农业生产尤其改革后粮食生产发展的历史线索，说明目前我国农业的综合生产能力；分析我国农业生产结构，说明历史形成的温饱模式和当前面临的问题；说明当前农业结构战略性调整的任务、重点和进展。

为什么当前农业发展必须“跳出”农业？

时间安排：3 学时

第一节 农产品供给

一、总量分析

1. 粮食：1949-2005 年中国粮食产量

1949—2004：中国粮食产量。粮食增长 4 个亿吨台阶粮食增长四个阶段

第一个阶段：1949-1978 年缓慢增长（29 年增长 2 亿吨，年均递增 3.5%）

第二个阶段：1979-1984 年快速增长（6 年增长 1 亿吨，年均递增 4.9%）

第三个阶段：1985-1996 年停滞和恢复性增长（1989 年才恢复到 1984 年的水平，11 年增长 1 亿吨，年均递增 1.2%）

第四个阶段：1996-至今（1996 年达到 5.05 亿吨新纪录，1998、1999 年略有提高，进入 21 世纪，农业结构调整，粮食产量有所减少）

2. 主要农产品的人均产量

单位：除粮食为 10 公斤，其他均为公斤

二、结构分析

1. 改革以前

由于温饱的需要和片面强调“以粮为纲”，我国农业生产结构单一、呈现：

农业以种植业为主，

种植业以粮食生产为主，

粮食生产以高产作物为主的特点。

我国农业产值结构的变化（%）

2. 改革以来农业结构的变化

影响因素：

市场机制。改革以来，获得了经营自主权的农民在增产增收的利益驱动下，主动适应市场，调整生产结构，发展多种经营。

政府调控。政府提出“决不放松粮食，积极开展多种经营”，引导农民进行结构调整。

3. 我国农业结构不合理的矛盾日益突出

第一，种植业尤其是粮食生产的比重过高。1999 年我国种植业占农业总产值的比重仍达 57.5%，粮食播种面积占农作物播种总面积仍占 72.4%。

第二，农业区域结构不合理，“同构”问题突出。1999 年，全国除新疆粮食播种面积占主要农

作物播种面积 45.5%，上海、安徽、福建、江西、湖北、湖南、广东、广西、海南、贵州、青海等 11 个省（直辖市或自治区）粮食播种面积占主要农作物播种面积 60-70%，其余地区 19 个省（直辖市或自治区）粮食播种面积占主要农作物播种面积 70-87%。

第三，农产品质量和质量低

农产品质量和质量主要指农产品的营养成份、卫生安全、口感、纯净度、整齐度和外观等特性。

我国农产品质低：四多四少（大路产品多，低档产品多，普通产品多，原料产品多。优质产品少，高档产品少，专用产品少，深加工产品少）。

我国农产品的综合优质率仅 15%。稻谷等粮食产品的优质率只有 10%。优质专用产品少（目前我国优质小麦产量 184 万吨，占预期消费量 8.5%，缺口近 2000 万吨）。纯净度、整齐度和外观性差。农产品加工业的产值仅农业产值的 70%，而发达国家一般是 3-4 倍。

我国农产品主要质量问题

农药残留，化肥残留，兽药残留，饲料重金属残留。

环境污染。“水脏”：长期以来污水排放量大（80%以上未经处理直接排入江河湖库水域）以及治理不力，我国水质总体上呈恶化趋势。

动植物疫病。例如，口蹄疫使我国的主要畜产品猪、牛、羊出口困难。猪肉占我国肉类产量 70%，居世界产量第一，2000 年约占世界产量 45%，但出口量仅占世界 1.75%。黄龙病、小实蝇等使水果出口困难。

小结

世纪之交，我国农产品全面短缺的时代结束，粮食等主要农产品的供求格局从过去的长期短缺，转为总量基本平衡，丰年有余。

我国农产品供求结构矛盾正成为主要矛盾，农业发展不仅受资源约束，而且受市场需求约束。标志我国农业发展进入了一个新阶段。

第二节 我国农业结构的战略性调整

世纪之交，我国农业发展进入了一个新阶段。2000 年 1 月，党中央提出农业和农村工作的中心任务是进行农业结构的战略性调整，增加农民收入。

一、农业结构调整的基本理论

1. 农业结构的内涵（四个层次）

农业内部各生产部门的组成及其相互间的关系（种植业、牧业、林业和渔业）。

某一农业生产部门内部的各类农产品之间的关系（如种植业中粮食作物、经济作物、饲料作物、园艺作物等）。

某一农产品的品种和质量结构（如粮食生产要分为大米、小麦、玉米、大豆）。

区域之间农业生产的差异（地区分工）。

结论：农业结构是一个多层次的概念，农业结构调整要防止片面性。

2. 农业结构的决定因素

自然资源状况

农产品的需求

农业生产技术

社会经济条件（强调自给率还是相反）

结论：农业结构受多种因素影响。

3、农业结构合理的标准

- 1) 满足社会需要的程度
- 2) 对农业资源的开发及利用情况
- 3) 经济效益的高低
- 4) 农业各部门的协调发展
- 5) 保护和改善生态环境的状况

结论：农业结构是否合理是相对的，需要从多方面进行综合评价。过去合理的农业结构现在会变得不合理，因此，农业结构调整是一个动态过程。

二、为什么是“战略性结构调整”？

首先，农产品供求关系不同（主要农产品供求格局变化，从长期短缺转为总量基本平衡丰年有余，出现结构性过剩）。

其次，结构调整的目标不同（收入目标与产量目标难以兼得）。

第三，宏观经济背景不同（宏观经济膨胀与紧缩）

三、战略性结构调整的目标和任务

温家宝在 2002 年中央农村工作会议上指出，今后一个时期农业和农村经济结构调整的目标是：通过农业区域布局调整，优化资源配置，发挥各地的比较优势；

通过农产品结构的调整，全面提高农产品质量和安全水平，加快实现我国农产品的优质化和专用化；

通过农村产业结构调整，加快发展农产品加工业，大幅度提高农产品的附加值；

通过农村就业结构调整，加快转移农村劳动力，拓宽增收渠道。

战略性结构调整的主要任务

（1）调整农产品品种结构，发展具有比较优势的农产品，发展优质、专用、无公害农产品，全面提高农产品的质量。

（2）调整农业生产区域布局，发挥地区比较优势。

沿海经济发达地区和大城市郊区缺乏粮食生产比较优势，可以根据实际适当调减当地的粮食生产。

中部地区要发挥粮食主产区的优势，要在优化品种、提高品质的基础上，进一步提高粮食的综合生产能力。

西部地区要有步骤的退耕还林、还草，改善生态环境，发展特色农业。

（3）调整农村产业结构，健全农业产业体系，发展农产品的加工和流通。

农业作为一个完整的产业应当包括生产、加工和流通在内。

结构调整和增加农民收入不能完全靠狭义的农业生产，必须延伸农业产业链条，大力发展农产品加工业和流通。

我国农产品加工业的发展水平还不高。1997 年，我国农产品加工业的产值是农业产值的 78.7%，而发达国家一般是 3-4 倍。

（4）调整农村就业结构，转移农村剩余劳动力，拓宽增收渠道。

农业和农村承载人口过多，必须“跳出农业发展农业”，统筹城乡发展，优化资源配置。

例如，加快城市化步伐，发展二、三产业，拓展就业空间，转移农业剩余劳动力。

四、战略性结构调整不可忽视粮食生产

2000 年以来，我国粮食播种面积和产量连年下降。

2003 年全国粮食播种面积 14.6 亿亩，为近 50 年最低；粮食产量下降到 4315 亿公斤，为近 14 年最低；人均粮食占有量 333.5 公斤，为近 22 年最低。

2004 年扭转粮食连续 5 年减产的局面。全国粮食播种面积恢复到 15.24 亿亩，比上一年增加了 3300 万亩；粮食总产量 9389 亿斤，增产 775 亿斤，单产每亩提高了 38 斤。粮食总产的增量和单位面积产量创历史最高水平。

2004 年促进粮食增产和

农民增收的主要因素

第一，价格。2003 年下半年，我国粮食价格上扬，带动其他农产品和工业品价格不同程度上涨。2004 年出现轻微的价格全面上涨。2003 年早稻 0.3 元/公斤，2004 年 0.7 元/公斤；2003 年东北玉米 0.29 元/公斤，2004 年 0.6 元/公斤

粮食价格上扬，一方面，是农业结构调整的效果，是市场机制发生作用的表现，是对多年农产品价格偏低的矫正，是正常的。另一方面，粮食生产的“拐点”出现，是重新调整粮食生产的转机。

第二，补贴

种粮直接补贴。2004 年中央投入 100 亿元，向 13 个粮食主产省重点倾斜，对粮农进行直接补贴。其他省的直接补贴由本省财政和粮食风险基金承担。2004 年全国有 29 个省（缺青海、西藏、云南）进行直接补贴，资金总额 116 亿元，其中 13 个粮食主产省 101 亿元，占 88.6%。直补水平：全国亩均 10 元。

良种补贴。在小麦、大豆、玉米主产区实施良种补贴，中央和地方合计 28 亿元。

大型农机具购置补贴。全国 4.7 亿元。

改变了过去补流通环节、补城市消费、补企业的做法，使 6 亿多农民直接受益。

第三，减免农业税

2004 年 3 月，温家宝总理在政府工作报告中提出，取消农林特产税，五年内取消农业税。

2004 年，吉林、黑龙江省为国务院试点省，农业税免征；河北、内蒙古等 11 个粮食主产省及广东降低农业税 3 个百分点，其余省降低 1 个百分点。上海、北京、天津、浙江、福建自主决定免征农业税。2004 年减轻农民负担 294 亿元，农民人均增收 57 元。

2005 年，全国 31 个省中有 28 个省免征农业税，全国取消牧业税和除烟叶以外的农业特产税。

必须重视粮食安全

FAO 定义：保证任何人在任何时候都能得到为了生存与健康所需要的足够粮食

粮食安全不是一个简单的供求数量，其内涵要复杂得多：

（1）粮食生产能力。指一定经济技术条件下，由各种生产要素综合投入能够达到的期望产量。一般说来，生产要素投入指劳动力数量、耕地面积、有效灌溉面积、化肥施用量、农业机械、电气化水平等。

（2）粮食生产的经济性。粮食安全应当以合理的成本获得，尽可能提高资源的效率。

（3）粮食生产能力储备。粮食安全不仅着眼于当前，而且着眼于未来。

我国人多地少，不能忽视粮食生产。

我国占世界 7.4%的土地、9%的耕地，养活约占世界 20%的人口。

2004 年底，我国总人口 13 亿，农村人口 7.57 亿乡村人口，占 56.2%；城镇人口 5.42 亿，占 41.8%。

2004 年我国耕地面积 18.37 亿亩，草地面积 60 亿亩，林业用地面积 27.6 亿亩，荒地面积 16.2 亿亩。我国耕地 70% 多是中低产田，产量低很多。

2004 年全国人均耕地 1.41 亩，为世界平均水平的 45%。全国有 1/3 的省（自治区、直辖市）人均耕地不足 1 亩；有 666 个县低于联合国制定警戒线（0.8 亩）。

90 年代后期我国粮食过剩的特殊性（政策性因素、结构性、地区性和低水平过剩）。

粮食供求形势变化：2000 年开始，全国年总产量满足不了总消费量，每年大概有 400-600 亿斤缺口，粮食生产与消费处于“紧平衡”。

改变不顾粮食供求形势变化，单纯追求产量增长，而是切实保护并稳步提高我国粮食综合生产能力。

1999—2003 年粮食供求关系

思考与讨论

如何理解当前我国农业发展进入了一个新的阶段？

我国农业结构战略性调整的特点和任务。

为什么我国农业结构调整不能忽视粮食生产？

作业：进入新世纪，我国农业发展进入新阶段的基本特征。我国农业结构战略性调整的意义和内容。

参考文献

- 1, 傅晨：《论我国农业发展新阶段的特征和任务》，《经济学家》2002 年第 3 期，p77-82；
- 2, 傅晨：《聚焦：中国农村改革热点和重大问题研究》，山西经济出版社 2001 年出版，第 2.3.6 章
- 3, 吕新业：《我国农业政策实施效果评价》，《农业经济问题》2005 年第 1 期
- 4, 赵翠萍、唐华仓：《农业政策理论与实施研讨会综述》，《农业经济问题》2005 年第 1 期
- 5, 钱克明：《2004 年中央一号文件执行效果分析》，《农业经济问题》2005 年第 2 期

第四章 农产品流通体制及其改革

学习目的：认识我国以粮食为代表的农产品流通体制的演变及其改革

讲授重点和难点：计划经济时期我国农产品统购统销体制的形成和弊端；我国粮食流通体制改革的进展和现状。

难点：粮食流通体制改革举步维艰的原因和难点。

时间安排：3 学时

第一节 农业产业化提出的背景和意义

农业产业化的雏形：20 世纪 80 年代中期已经出现（产加销一体化、农工商一体化、贸工农一体化）。

农业产业化既是 80 年代发展的继续，更是为解决改革以来我国农业发展中积累性的矛盾而提出的一项根本举措。

这些积累性的矛盾主要是：

1，农业比较利益低下与农业增产增收的矛盾

以提高农产品价格为手段的措施难以为继：

工农产品轮番涨价，比价复归，农产品价格依然处在“锅底”，工农比较利益愈益悬殊；我国主要农产品的价格已经接近甚至超过国际市场价格，提价已无潜力。

2，农户分散经营与走向市场的矛盾

分散农户走向市场面临诸多困难：

经济实力弱，经不起市场风险；

缺乏市场信息，生产靠模仿，雷同化；

组织程度低，交易手段落后，受盘剥；

3，农业经营规模狭小与农业现代化的矛盾

小规模经营的农户无力开展农业现代化。

在不改变家庭承包制的前提下，怎样推进农业现代化？

第二节 农业产业化的内涵和本质

一、农业产业化定义：

众说纷纭（10 多种定义，见王化信（1997）。

归纳为三派（P98-103）：

经验派（对实践经验的总结，定义冗长繁杂）

窄派（牛若峰：农业产业一体化，农工商一体化的简称）

宽派（严瑞珍：农业产业化实质上是农业现代化）

告诫：不要陷入概念之争，而重在把握实质

农业产业化的一般定义

以国内外市场为导向，以提高效益为核心，以科技进步为手段，以各类企业、中介组织为龙头，以龙头带动农户的形式，把农产品的生产、加工、销售连成一体，形成有机结合、相互促进的组织形式和经营机制。

一个比较简练的定义

“农业产业系列化”，就是把一个农产品升格为一个系列，使农业成为包括加工、流通在内的完整的产业系列。

二、农业产业化的实质

认识农业产业化内涵和实质的一个角度：农业的传统产业角色定位及其改变。

农业的传统产业角色定位：

它只是提供初级产品（原料）；

它与其产前、产后部门的关系是对立的

农业产业化的实质

农业产业化要改变传统农业产前、产中与产后相互分割和对立的产业角色，把农业的产前、产中和产后环节整合为一个完整的产业链条，形成产前、产中和产后的一体化经营。

第三节 农业产业化的组织形式

提出问题：农业产业化经营的组织形式多种多样，为什么有如此众多的形式而不是单一的？

分析方法：首先，提出一个认识模式：市场+中介组织+农户；然后，根据中介组织的不同，划分和分析农业产业化经营的具体组织形式。

一、公司+农户

1. 内涵

指公司（农产品加工和流通企业）与农户之间建立了某种契约关系，公司与农户形成了产前、产中和产后的一体化经营。

公司向农户提供产前、产中和产后服务，收购农户的初级农产品，进行加工和销售，并以不同方式把加工和流通增值的一部分利润返还给农户。

农户按公司的技术要求进行生产，并把大部分产品交给公司，农户承担生产风险，分享公司经营的部分利润。

公司与农户之间的经济联系有紧密程度之分：

紧密型是公司、农户之间经济联系较为稳定和紧密。紧密型是“公司+农户”的高级水平

松散型是公司、农户之间的经济联系不固定，双方之间没有严格的契约约束。松散型是“公司+农户”的初级水平。

2. 案例：广东温氏集团

温氏集团简介：

前身是广东省新兴县的一个农民股份合作养鸡场。从1988年起，鸡场开始与农户挂靠，减少自养数量，办起了种鸡场、孵化场、饲料加工厂，饲养种鸡，孵化鸡苗，生产饲料。

温氏集团与农户一体化经营的内容

产前，向农户提供优良品种、先进生产技术、管理方法，市场信息和资金的帮助，而农户则承诺按公司要求进行生产和交售产品。

产中，挂靠农户从鸡场领取鸡苗进行饲养，鸡场向农户提供技术、饲料、防病治病、管理等指导和服务。

产后，公司以保护价（保证农户每只鸡可获得 1.5—2 元的利润）收购农户的成鸡，并进行加工和销售。

总结：农业产业化经营带来的变革

提高了农民的收益（不是提高农产品价格，而是提高科技含量，让农民分享加工和流通的增值）

降低了交易费用（克服了农户分散交易的风险，开拓市场的任务由企业去承担）

改善了农业生产的组织方式（生产专业化，布局区域化，服务社会化，经营一体化）

3. “公司+农户”的制度缺陷

公司与农户是对立的利益主体，公司不愿意向农户让利，或尽可能少向农户让利。

由于公司与分散农户之间力量对比悬殊，农户谈判地位低，往往处于从属的地位。

这使公司与农户之间难以形成真正的一体化经营，产业化的链条极其脆弱。

二、合作社+农户

1. 什么是合作社？

合作社是人们尤其是弱势群体自愿联合，合作社互助来达到自助的一种自治组织。

国际合作社联盟的经典定义：合作社是人们为了满足他们共同的经济、社会与文化需求和愿望，通过联合所有与民主控制的企业，自愿联合起来的一个自治的组织（《关于合作社特征的宣言》）。

2. 合作社的基本原则（The Rochdale Principle）

第一，自愿与开放的社员制。任何人只要能够利用合作社提供的服务并承担社员义务，均可入社，不受政治、宗教、种族和性别的歧视。

第二，民主的社员控制。在自然人自愿联合的基层合作社，社员有一人一票的平等投票权，其他层次的合作社也要以民主的方式组织。

第三，社员经济参与。

社员对合作社公平地出资，并民主控制其资本。该资本必须有一部分是合作社的共同财产。社员出资是取得社员资格的条件，但出资只获取有限的报偿。

合作社的盈余分配用于：建立公积金来发展合作社；按社员与合作社的交易额返还给社员；支持社员认可的其他项目。

第四，自治与独立。合作社是社员管理的、自治的、自助组织。如果合作社要同其他组织（包括政府）达成协议，或者要从外部筹资，必须以确保社员的民主管理和自治为条件。

第五，教育、培训与信息。合作社要为社员、社员选举产生的代表、经理和雇员提供教育和培训，使他们能够有效地做出贡献。合作社要把合作的性质和好处告诉公众，特别是年轻人和舆论带头人。

第六，合作社之间的合作。合作社要开展地方性的、区域性、全国性的、乃至国际性的合作，以便最有效地为社员服务和加强合作社

第七，关心社区。合作社通过社员同意的政策，为所在社区的可持续发展效力。

3. 合作社在农业产业化经营中的作用

第一，服务功能。发展农村社会化服务体系，向农户提供产前、产中和产后的服务。

第二，中介功能。代表分散农户与加工和流通企业对话，既转达企业对分散农户的意见，又捍卫农户的利益。它增强了农户的谈判力量，也节省了公司与农户之间分散交易的成本。

第三，实体功能。兴办经济实体，向产前和产后延伸，开展农产品的加工和营销。

国际经验：合作社是农业一体化经营的重要组织形式

欧美国家：85%以上的农场主参加了一个以上的各种类型的合作社，大约 1/3 的生产资料和农产品是通过合作社采购、加工和销售的。

日本农协：一个从中央到地方的合作社网络体系（中央、都道府和市町村三级农协），所有的农户都加入了农协。

4. 我国：农村社区性合作组织

指以乡村行政区域和土地集体所有制为基础建立的农村合作经济组织，它的前身是人民公社。农村社区合作组织是实施农业产业化重要组织资源。

但是，现阶段我国农村社区合作经济组织发挥上述功能不如人意。

原因：

从体制上看，我国农村社区合作经济组织是由人民公社“换牌”而来，传统计划经济体制下政社合一、以政代社、产权不清的制度遗迹还相当浓厚。

从经济实力看，目前大多数农村社区合作经济组织统一经营薄弱，无力开展社会化服务，更谈何兴办加工流通企业。

三、农民专业合作社经济组织+农户

1. 农民专业合作社经济组织定义

指在家庭承包经营的基础上，从事同类或相关农产品的生产经营者，依据加入自愿、退出自由、民主管理、盈余返还的原则，按照章程进行共同生产、经营、服务活动的互助性经济组织。

农民专业合作社经济组织是改革后涌现的，以农民为主体，按照自愿、民主、平等、互利的原则兴办，接近于真正的合作经济组织，被称为农村新型合作经济组织。

2. 发展数量

我国农民专业合作社经济组织的雏形产生于 20 世纪 80 年代，90 年代上期农民专业合作社经济组织经历了一个活跃发展的时期，90 年代中后期农民专业合作社经济组织的发展数量基本处于停滞，进入 21 世纪，由于国家层面的关注程度提高，全国各地农民专业合作社经济组织又有了较大的发展。

据农业部统计，到 1999 年底，全国农村专业合作组织有 140 万个，初步形成规模，运行规范的约有 14 万个，带动农户 4000 多万。

截止 2002 年农民专业合作社的发展数量为 28 万，会员 1596 万人。

据农业部统计，2004 年全国各类农民专业合作社经济组织发展的数量不断增加，规模不断扩大，运行较为规范各类农民专业合作社经济组织超过 15 万个，成员数量达到 2363 万人，占全国农户总数 9.8%。

3. 功能和作用

农民专业合作社经济组织分为技术服务型、采购型、销售型、加工型、综合型等五种基本类型。目前技术服务型是主要形式，向农户提供科学技术和科技信息。

一些农民专业合作社组织拓宽服务内容，开展农产品的加工和流通，演变成“公司+农户”产业化经营形式中的“龙头企业”；或者是成为综合服务型的合作社。

总体评价

农民专业合作社经济组织适应了农民群众的实际需要。在为广大会员农户提供技术交流、市场信息、农资供应、农产品销售等方面的服务发挥了很好的作用，有的还实行标准化生产统一品牌，开展“公司+合作社+农户”产业化经营。

农民专业合作社经济组织实力有限，在技术档次、服务内容、加工能力、经营规模等方面水平较低。

四、专业批发商+农户

农户根据农产品批发商提供的市场信息安排生产，并与批发商达成购销协议。

“农产品批发商+农户”这种经营组织的运行在很大程度上要取决于专业批发市场的发育水平。

小结

发展农业产业化的具体形式要“百花齐放”，切忌“一刀切”。在中国这个广阔的土地上，各地情况千差万别，需要因地制宜。每一种组织形式都很容易找到它的发展空间和位置。

要大力发展农民专业合作经济组织。它以农民为主体，按照自愿、民主、平等、互利的原则兴办，接近于真正的合作经济组织，具有组织制度和利益机制的优势。

第四节 农业产业化的要素培育

1. 培育主导产业

主导产业是农业产业化的基础。

主导产业指在一定区域范围内能充分利用当地资源优势或资源潜力，产品市场需求要旺盛或前景看好，在现有产业结构中处于带动作用的产业。

如何培育？

- (1) 立足对现有传统产业的改造和创新；
- (2) 积极发展新的主导产业；
- (3) 注重“名、优、特、新、稀”产品的开发。

2. 培育商品基地

商品基地是农业产业化的依托

如何培育：

(1) 龙头企业建立自己经营的农场。这种农场大多是从事典型工厂化的农产品的生产，如养禽工厂、养猪工厂。

(2) 建立龙头企业与农户的紧密型基地，即企业根据自己的加工需要与农户签订合同，建立生产基地。

(3) 建立企业带农户的松散型基地，即由企业向农户提供技术和信息服务，农民自行决定产销，价格随行就市。

3. 培育龙头企业

龙头企业是农业产业化的火车头

龙头企业的特征：

- (1) 以农产品加工和销售为主；
- (2) 带动农户进行专业化生产；
- (3) 让利于农民，与农户结成了不同形式的利益共同体关系。

4. 培育利益机制

利益机制是农业产业化的核心

利益机制的形式：

(1) 买断型。龙头企业在市场上收购农户产品，无契约，价格随行就市。买断型在一定程度上解决了农产品的“卖难”，但农民还只是价格的被动接受者，仍处于提供原料的地位。

(2) 保护型。龙头企业制定保护价格，当市场价低于保护价时，以保护价收购。不仅解决了农产品“卖难”问题，而且解决了市场竞争中农民利益的保护。

（3）服务型。龙头企业为农户提供产前、产后、产中服务，服务的项目、费用标准体现了企业对农户的扶持，改变了农民提供原料的地位。

（4）返利型。龙头企业确定农户提供农产品的数量、质量、价格，拿出一部分加工和流通环节的利润返还给农户。这种利益分配机制改变了农民单纯提供原料的地位，分享了加工流通环节的利润。

（5）合作型。农民以资金、土地、设备、技术等要素入股，在龙头企业中拥有股份，参与经营管理和监督。

作业：改革以来我国粮食流通体制的演变过程。

第五章 农业剩余劳动力转移，农业剩余劳动力转移与农村城市化

学习目的：中国农业人口过多，提高农业效率和农民收入的根本出路在于减少农民，这必须发展工业化和城市化的意义。

学习重点和难点：农业剩余劳动力转移的二元经济模式；我国农业剩余劳动力转移的实证分析和当前农业剩余劳动力转移的新思路和措施。

难点：刘易斯二元经济模型

时间安排：3 学时

第一节 二元经济模型

1954 年，美国经济学家刘易斯（William Lewis）发表《无限供给下的经济发展》的论文，开创了对不发达经济的二元结构分析。他因此而获得诺贝尔经济学奖。

一、假设

发展中国家存在“二元经济”（Dual Economy）：先进但弱小的现代工业部门与庞大但落后的传统农业部门。

经济发展依赖现代工业部门的扩张，而传统农业部门则为此提供丰富和廉价的“无限劳动供给”。

二、说明

“无限”的含义：“最低生存费用”决定了现代工业部门的工资水平是一种“不变制度工资”，在这个工资水平上，现代工业部门能够得到它所需要的任何数量的劳动力。

进一步的说明

发展中国家人口增长迅速，劳动力丰富，新增劳动力以“自然就业”的形式进入生产。

农村总是按总人口平均分配总产量，维持自己和家庭最低限度的生存消费——“最低生存费用”（图 5-1 射线 OF 上的斜率）。

传统的农业部门没有资本，土地有限，根据边际生产率递减原理，有一部分劳动力的边际生产率低至零，即“零值劳动力”（图 5-1L2L3），是多余的。

一部分农业劳动力的边际生产率虽然大于零，但小于最低生存费用，这部分劳动力也是多余的——“伪装的失业”（图 5-1L1L2）。

总产量曲线（TP）与边际产量曲线（MP）

MP 是 TP 上点的切线的斜率。

图 5-1

“零值劳动力”（L2L3）；“伪装的失业”（L1L2）

经济发展的过程

一方面，工业部门积累资本，吸收农业剩余劳动力，发展和壮大现代工业部门。

另一方面，农业部门剩余劳动力转移，自身提高效率。

经济发展的结果：“异质的”二元经济转变为“同质”的一元经济。

二元经济模型（图 5-2）

三、工业化与城市化

1. 工业化与城市化的基本含义

工业化和城市化是经济和社会发展的具体内容，也是现代化的过程。

工业化：指现代工业部门发展壮大，在经济结构中居于主导地位的过程。一般用工业产值占 GDP 的比重（工业化率）衡量。

城市化：在工业化过程中，人口和社会生产力向城市转移和集中的过程。一般用城市人口占总人口比重（城市化率）衡量。

2. 工业化与城市化的内在联系

工业化是城市化的“发动机”：

工业化引致人口和生产力向城市聚集。

城市化是工业化的“推动器”：

城市为工业提供规模和廉价的基础设施服务。

一个经典说明：工业化与城市化同步发展

——钱纳里和塞尔昆“多国发展模型”

3. 城市化滞后与超城市化

城市化滞后，是指城市化发展水平落后于工业化水平。表现在两个方面：

一是水平型滞后，表现为农业劳动力和人口转变为工业和城市人口滞后于工业发展，城市化水平与工业化水平不对称；

二是功能型滞后，表现为城市规模和结构不协调，不能为工业化的深入发展提供相应的服务。

超城市化，指城市膨胀超过了现代部门提供的就业和基础设施的承载能力（“城市病”）。

第二节 我国农业剩余劳动力转移的实践

一、计划经济时期

吸取农业剩余积累工业化资金，阻止农村人口流向城市，农业剩余劳动力转移极其微弱。

1952-1978 年，26 年间我国社会总产值中农业份额由 45.4% 下降到 20.4%，年平均下降 3%，而农业劳动力占社会总劳动力的份额由 83.5% 下降到 70.5%，年平均下降仅 0.5%。

1978 年我国第二产业占 GDP 48.2% 达到“半工业化国家”，但农业劳动力份额高达 70.5% 却是农业大国。

二、改革以来：80—90 年代

1. 转移数量

农民有了择业自由，农村经济结构多元化，工业化和城市化加快，推动农业剩余劳动力转移呈加速趋势。

改革 20 多年，农业剩余劳动力的转移量 1.5 亿左右，农业劳动力占全社会劳动力的份额由 1978 年的 70.5%，下降到 1999 年的 50.1%（至今差不多是这个水平）。

2003 年中国农村转移劳动力 1.7 亿，约占农村劳动力总量 32%，占全国二三产业从业人员 55.4%

2. 转移模式：“离土不离乡，进厂不进城” the pattern of both peasants and workers

农业剩余劳动力转移呈明显的封闭性：农村内部转移，80%以上是转移到农村非农产业。

农业剩余劳动力的转移在行业上高度集中，主要转入农村工业部门。

农业剩余劳动力转移具有浓厚的兼业色彩。

3. “离土不离乡”模式的历史意义

中国工业化和城市化道路不同于经典的刘易斯模式，着力点在农村，发展农村工业和农村城镇，被称为农村工业化和农村城市化。这是一个创举：开辟了第二条道路。

“离土不离乡”模式的历史合理性

首先，适应了城乡分割的社会经济体制

其次，就业“门槛”低，易于解决资金，并最大限度地以劳动代替资金。

最后，农民可以兼营农业。

4. “离土不离乡”模式的弊端

割裂了工业化与城市化的内在联系，城市化严重滞后于工业化。

具体：

农村工业分散发展，村村冒烟，家家办厂。

小城镇数量多，经济功能差，是放大的村落。

农村工业分散化发展

1992年，全国乡镇企业集聚在县城的仅占1%，在建制镇的占7%，在集镇的占12%，其余80%分散在自然村落。

90年代后期状况没有根本好转。

小城镇的落后

小城镇主要指县以下的建制镇和乡镇，以及少数非乡政府所在地的乡镇（集镇）。

数量多。1978年我国乡镇52534个，其中建制镇2176个，占4.1%。2002年乡镇总数39054个，其中建制镇19811个，占50.7%。

城区面积小。1996年全国平均每个镇区面积2.2平方公里。

聚集人口少。2000年全国建制镇平均非农业人口6871人，很多在2000人以下。

服务功能差。城镇规模太小，难以形成合理的基础设施和第三产业规模。

“农村病”

“马路经济”：街道就是穿镇而过的公路，以路为街，以街当市，日出而聚，日高而散，停留在赶集水平。

“空城计”：非农业人口少，工商业不旺，平时冷冷清清，农忙时甚至不见人影。

放大的村落：经济功能很差，远看像城市，近看是农村。

我国城市化滞后于工业化

比较：钱纳里和塞尔昆“多国发展模型”

城市化滞后的后果

首先，削弱对工业化支持。

其次，削弱了转移农业剩余劳动力的能力。2004年我国国内生产总值中农业份额13.1%，而农业劳动力占社会总劳动力的份额高达50%。

最后，延缓了现代化的进程

三、近年农村剩余劳动力转移

（一）转移特点

1. 转移量平稳增长

1992—1995 年年均转移 540 万人左右;1995—1997 年年均转移 360 万人左右;1998—2004 年年均转移 380 万人左右;预计今后几年年均转移 400—500 万人左右

2. 中西部地区是主要输出地

2004 年外出劳动力占全部农村劳动力%——江西 46. 0%, 福建 41. 5%, 安徽 34. 4%, 重庆 31. 3%, 河南 30. 0%, 湖北 29. 9%, 四川 29. 0%。

以上 9 省占全部外出劳动力 71. 3%

3. 转移劳动力的人力资本较高

以年轻人为主: 2002 年平均 33. 4 岁, 2004 年平均 30. 1 岁;

初中和高中学历为主: 2004 年分别占 63. 3%, 12. 1%

4. 女性劳动力比重不断提高

2002 年占 29. 9%; 2004 年占 34. 6%

5. 县域经济为主

2004 年, 转移到县占 65%, 地级以上城市占 35%。

在县域经济中, 转移到县级市占 12. 4%, 建制镇占 6. 6%, 乡镇地域占 81%。

在城级以上城市中, 转移到直辖市占 17%, 省会城市占 34%, 地级市 49%。

6. 跨省转移地主要是东南沿海经济发达地区

2003 年, 广东占 10. 1%, 北京占 4. 2%, 江苏占 4. 0%, 上海占 3. 2%, 浙江\福建占 3. 0%

7. 就业主要在第三产业

2004 年, 转移到第二产业占 40%, 第三产业占 60%

8. 转移的组织性有所增强

2004 年, 亲友熟人介绍占 56. 8%, 自己碰运气占 17. 5% (比上年下降); 市场中介组织组织占 14. 0%, 用人单位招聘占 11. 7% (比上年提高)

本节参阅: 课题组: 农村劳动力转移就业现状、问题用对策, 中国农村经济, 2005 (8)

(二) 主要问题

1. 城乡二元体制阻碍农村劳动力转移

转移劳动力成为游离于城乡之间的“两栖人口”: 一方面, 转移劳动力不能成为城市人; 另一方面, 农民割不断与土地的“脐带”。

主要体制障碍: 农村土地制度; 户籍制度; 就业制度; 社会福利和社会保障制度 (教育; 居住; 医疗; 失业; 养老)

2. 农民工权益得不到保障

太低的工资水平; 恶劣的工作条件; 过长的工作时间; 拖欠工资; 甚至缺乏基本的人身安全保障; 社会管理缺失。

3. 农民工自身素质有待提高

农民工文化素质低, 主要从事简单和繁重的体力劳动 (建筑、搬运、矿山、餐饮)。

第三节 新世纪新思路

一、中国农村剩余劳动力的数量估计

韩纪江: 《中国农村劳动力的剩余分析》, 《中国农村经济》2003 年第 5 期

二、农业剩余劳动力转移的基本思路

改变“离土不离乡”的转移模式，走城乡统筹发展的道路，加快改革城乡二元体制。

2004 年中央一号文件提出，农民工已经成为产业工人的重要组成部分（占二、三产业就业 46.5%，第二产业占 57.6%，建筑业占 80%）。要进一步清理和取消各种对农民工歧视性政策规定和不合理收费，简化农民跨地区流动。城市政府要把农民工的职业培训、子女教育、劳动保障及其他服务和管理经费纳入正常的财政预算。要健全有关法律法规，依法保障农民工权益。要制定更加积极的政策，鼓励农民流动。

三、具体政策措施

1. 取消对农民工进城就业各种准入限制，一视同仁，平等竞争。
2. 取消专门面向外出农民工的就业证明，简化手续。
3. 清理整顿对外来务工人员的乱收费。
4. 保障农民工子女受义务教育的权利。
5. 在公共卫生领域给农民工市民待遇。
6. 规范企业用工制度，保障劳动者合法权益。
7. 做好将农民工纳入工伤保险范围。
8. 将农民工的培训纳入各级公共财政的支持范围。
9. 进一步放宽农民进入大中城市就业和定居的条件。
10. 积极探索解决农民工的社会保障问题。

参阅：

1. 韩俊：棋子，边缘人，产业工人，农业经济问题，2004（8）
2. 《中国农业演变之探索》，社会科学文献出版社 2001
3. 《现代农业经济学》雷海章 主编 中国农业出版社 2003 年
4. 李秉龙、薛兴利主编：《农业经济学》（面向 21 世纪课程教材），中国农业大学出版社 2003 年出版

讨论课

议题

青年农民工问题

女性农民工问题

农业劳动力剩余与民工荒

方法：在小组讨论的基础上，每小组选 2 名发言人，分别发言 15 分钟。每小组选 1 个评论员，评论 10 分钟。

第六章 农民收入、负担与农村税费制度改革

学习目的：不断地增加农民的收入，是提高农民生活水平、保证农业稳定和健康发展的根本性条件，也是国家政治和社会稳定的一个重要方面。1980 年代中后期以来，农民收入增长不快，农民负担支出增多，中央屡禁不止，农民怨声载道。减轻农民负担，开展农村税费制度改革，成为中国社会的一个热点问题。了解我国农村税费改革的必要性和进展

讲授内容：（1）改革以来我国农民收入增长的轨迹和发展趋势；（2）我国农民负担的内容及沉重的表现和体制性原因；（3）评介我国农村税费制度改革方案和进展。

难点：减轻农民负担的意义和进展。

时间安排：3 学时

第一节 主要农民收入指标解释

一、农民收入构成

劳动者报酬收入：农民受雇于单位或个人，出卖劳动而得到的工资性收入。

家庭经营收入：农民家庭从事农业和二、三产业的生产性收入。

转移性收入：在外人口寄回和带回、农村以外亲友赠送的收入、调查补贴、保险赔款、救济金、救灾款、退休金、抚恤金、五保户的供给、奖励收入、土地选用补偿收入和其他转移性收入。

财产性收入：利息收入、股息收入、租金收入、出让特许权收入、集体财产收入、其他财产收入。

二、农民收入水平

纯收入：农民总收入中扣除从事生产和非生产经营费用支出、缴纳税款、上交承包集体任务金额、集体提留和摊派、生产性固定资产折旧以后剩余的，可直接用于生产性和非生产性建设投资、生活消费和储蓄的那一部分收入。

农民人均纯收入：上述收入的人均值。

第二节 我国农民收入增长的轨迹和特征

一、农民收入水平增长趋势

1. 绝对数和指数（不变价格）

1978 年全国农民人均纯收入 133.6 元

1988 年越过 500 元（544.9 元）

1994 年越过 1000 元（1223.6 元）

1997 年越过 2000 元（2090.1 元）

2005 年越过 3000 元（3255 元）。

1978-2005：我国农民收入增长

2. 农民收入实际增长率

改革以来农民收入增长经历了五个阶段：

- (1) 1978-1984 年：高速增长阶段。
- (2) 1985-1988 年：缓慢增长阶段。
- (3) 1989-1991 年：停滞徘徊阶段。
- (4) 1992-1996 年：恢复增长阶段。
- (5) 1997 年以来：缓慢增长阶段。

结论：农民收入增长趋缓、日益困难。2001 年，农民人均纯收入增长 4.2%，刹住了过去连续四年增幅下跌。2005 年，扣除物价因素，全国农民人均纯收入实际增长率 6.2%。

二、农民收入结构特征

农民收入结构多元化，农业收入比重下降，但依然是农民收入的重要来源，非农业收入工资性收入尤其是外出打工收入，成为农民收入增长的主导性因素。

农业收入比重：1978 年 85%，2000 年 51.2%，2003 年 45.6%。

工资性收入的比重不断提高：2004 年 33.8%。

2004 年中国农民收入构成收入增长的源泉

2004 年农民人均家庭经营收入 1737.7 元，增长 12.2%；工资性收入 991.4 元，增长 9.4%；转移性收入 145.1 元，增长 23.9%；财产性收入 63.1 元，增长 6.7%。

这一串数据表明，家庭经营收入是基础，占总收入的 59.2%；工资性收入是新增长点，潜力很大；转移性收入虽然只增加 28 元，但农民人均从国家得到的收入为 52.1 元，增长 64.9%，这说明惠农政策将成为今后农民增收的重要动力。

农民实物收入的比重下降，货币收入比重上升，市场对农民收入增长的影响越来越大。

农民人均纯收入中实物收入的比重：1978 年 58.1%，1990 年 31.7%，2000 年 27.2%，2003 年 15.6%。

三、农民收入差距扩大

1. 平均数掩盖的收入差距

全国农村约一半人口的收入水平在平均数以下。

2000 年农村低收入标准 865 元，低收入人口 6213 万人，占农村人口 6.7%。2004 年农村低收入标准 924 元，低收入人口 4977 万人，占农村人口 5.3%。

1978 我国农村贫困人口 2.5 亿，占农村人口 30.7%。2004 年农村居民贫困标准为人均纯收入 668 元，贫困人口 2610 万，占农村人口 2.8%。

如果按每人每天收入或消费不低于 1 美元的国际贫困标准测算，我国农村贫困人口接近 1 亿。

作业：查 2005 年《中国农村统计年鉴》“农民收入五等分分组”，分析其反映的农民内部收入差距

2. 农民收入基尼系数扩大。

按照市场经济国家一般标准，基尼系数在 0.2 以下为收入绝对均等，基尼系数在 0.2-0.3 为收入相对均等，基尼系数在 0.3-0.4 时收入差距相对合理，基尼系数在 0.4 以上收入差距过大。

1978 年我国农民收入分配基尼系数 0.2124, 1980 年 0.2407, 1990 年 0.3099, 2000 年 0.3536, 2003 年 0.3680。我国农民收入分配基尼系数呈增大之势, 但还在合理范围之内。

3, 农民收入的地区差异扩大

我国农村区域间农民人均纯收入的基尼系数: 1980 年 0.137, 2000 年 0.224。

分经济地带, 从 1980 到 1993 年, 东部地带基尼系数由 0.28 扩大为 0.33, 中部地带由 0.25 变化为 0.26, 西部地带由 0.24 扩大为 0.30

2002 年农民人均纯收入上海最高 6224 元, 贵州(西藏除外)最低 1490 元。

广东农民内部收入差距

2004 年全省平均农民人均纯收入 4368.87 元, 在全省平均水平以下的农户所占比重高达 60%, 全省有 4088 个贫困村, 人均年纯收入在 2000 元以下贫困人口达 410 万人。

广东农民收入基尼系数: 2002 年 0.327, 2003 年 0.337, 2004 年 0.44。

广东四个区域农民收入的差距: 2004 年全省平均农民人均纯收入 4368.87 元, 珠江三角洲地区农民人均纯收入 7126.8 元, 粤东为 3583 元, 粤西为 2866 元, 粤北为 3320 元。

四、城乡收入差距扩大。

以农民人均纯收入和城镇居民人均可支配收入计算, 1978 年城乡收入差距 2.57 倍, 1985 年缩小到 1.24 倍。

80 年代后期以来, 由于农民收入增长滞后于城镇居民, 城乡收入差距又有所扩大。

从 1995 年起, 城乡居民的收入差距超过了改革初期。2000 年达到 2.78 倍, 2001 年达到 2.9 倍, 2002 年达到 3.11 倍, 2003 年达到 3.23 倍。2005 年达到 3.22 倍。

如果考虑城镇居民的福利性收入, 估计城乡收入差距 5—6 倍。

广东城乡收入差距扩大

改革之初的 1978 年广东城镇居民人均可支配收入为 412.13 元, 到 2005 年增长到 14775.1 元, 同期, 农村居民人均纯收入从 193.25 元增长到 4690.5 元。

城乡居民收入的绝对差距由改革之初的 218.9 元扩大到 2005 年的 10084.6 元;

相对差距由改革之初的 2.13 倍, 扩大到 2005 年的 3.15 倍。

第三节 农民负担

农民负担是农民收入的净减少, 是 1980 年代中后期以来削弱农民收入的一个重要原因, 并成为影响农村稳定的一个严重的社会问题。

一、农民负担的内容

1. 农业税(公粮)

2. 村提留和乡统筹(三提五统)

村提留: 村提留是本村成员向村集体经济组织提供的一部分收入, 这部分收入由村集体经济组织掌握, 主要用于公积金、公益金和管理费三项。

乡统筹: 乡统筹是乡(镇)政府向所管辖范围内的农民收取的费用, 主要用于乡村两级办学、计划生育、优抚、民兵训练和乡村道路建设费等五项。

3. 劳动积累工和义务工。

每个农村劳动力每年承担 10-20 个劳动积累工, 5-10 个义务工。

4. 收费（收费，集资，摊派）
5. 剪刀差（农民低价出售农产品给国家而蒙受的损失）

二、农民负担沉重的表现

- “头税”轻（农业税）
- “二税”重（村提留和乡统筹）
- “收费”是个无底洞

1. 农业税较轻

《农业税条例》颁布于 1958 年，至今未做实质性调整，当时国家确定的农业税税率为 15.5%，计税耕地为 13.5 亿亩，计税产量为 2800 亿斤。由于实际的粮食产量不断提高，而且实际耕地面积接近 20 亿亩，因此农业税率实际上是逐年下降，实际为 3% 左右。

农林特产税和牲畜屠宰税（问题：生产和流通环节重复征收；猪头税成了人头税）

农业税知多少

2001 年，我国农、牧业税 285.8 亿元，耕地占用税、农业特产税和契税为 195.9 亿元，合计 481.7 亿元，占当年中央财政收入 5.6%。

在农民负担总额中，国家农业税占 1/3，其它 2/3 为各种收费。

2. 村提留和乡统筹

5% 来之不易！

1991 年国务院《农民承担费用和劳务管理条例》规定农民负担的村提留和乡统筹不超过以乡为单位上年农民人均纯收入 5%，1998 年又改为以村为单位。

主要问题

农民人均收入水平由基层按需要“确定”。

农民负担村提留和乡统筹不均：低收入农民的负担相对较重，以农业经营为主的农民负担相对较重，经济落后地区的农民负担相对较重。

3. 乱收费

政府、各行政部门和乡村的各种收费、集资和摊派（即“三乱”）游离于 5% 以外，是农民负担沉重的主要内容。

故事：几十个戴大盖帽的，围着一个戴草帽的。

以 1993 年 7 月中共中央办公厅、国务院办公厅联合发出《关于涉及农民负担项目审核处理意见的通知》为例说明“三乱”。

4. 农民负担现金支出压力大

农民现金收入在纯收入中所占的比重不到 70%，而以现金支付的三项负担占全部负担的比重接近 90%。农民负担的现金支出份额大，加重了农民负担的心理压力。

5. 农民“暗税”负担依然沉重

统计资料显示，1979-1994 年的 16 年间，政府通过工农产品剪刀差从农民那里占有了大约 15000 亿元收入。

三、农民负担沉重的制度原因

有人说，共产党很好，狗腿子很坏。

不能把农民负担沉重简单地归结为官员和干部个人腐败。要寻找深层的制度性原因。

1. 财政体制的弊端。

在中央与地方“分灶吃饭”的财政体制下，中央与地方事权划分不清，地方财权与事权不对等，

有事权而无财权，所谓“中央请客，地方买单”。

中央财政预算不足，便允许地方税外收费弥补。然而，一旦收费成了基层政府的重要收入来源，它的性质就会产生异化，会把创收变成目的，千方百计使它最大化。

2. 行政体制的弊端

干部政绩考核：政绩工程

人事制度：基层政府庸肿，机构林立，人浮于事，费用猛增。

腐败：陪吃饭的，陪唱歌的，陪跳舞的……

3. 国家宏观分配重城市轻农村。

为什么城市没有出现普遍的市民反映负担重？这说明存在城乡歧视的制度安排：

例如，城市公益事业锦上添花国家办，农村基本公益事业主要靠农民自己办。义务教育是国家承担的公共产品，而教育费用是乡镇支出的重要组成部分，占到 1/3 到 1/2。

农民的税收负担严重脱离他们的收入水平。城市居民从事工商业缴纳增值税的起征点是月销售额 600-2000 元，折合年销售额 7200-24000 元。而一般农户的人均年纯收入达不到这个起征点。

第四节 农村税费制度改革

一、初期：分散试点

1993 年以来，农村税费制度改革相继在安徽、河北、湖北、湖南、贵州、陕西等农业大省近 50 个县市进行试点。

改革的主要内容是费改税：取消乡统筹，取消村提留中的公益金、管理费，改征农业附加税。

二、2000 年改革扩大到省

2000 年，中央确定安徽以省为单位进行农村税费制度改革试点，其他省、直辖市、自治区则选择少数县市进行改革试点。

2000 年农村税费改革试点主要内容

取消乡统筹、农村教育集资等专门向农民征收的行政事业性收费和政府性基金、集资；取消屠宰税；取消统一规定的劳动积累工和义务工；

调整农业税和农业特产税。

改革村提留征集和使用办法。

参见：《中共中央、国务院关于进行农村税费改革试点工作的通知》中发[2000]7 号（中国改革农村版 2002 年第 7 期）

个案：

2000 年安徽农村税费制度改革的主要措施

三个取消：取消乡统筹，取消农村教育集资等专门向农民征收的行政事业性收费和政府性基金、集资，取消生猪屠宰税。

一个逐步取消：全省用 3 年时间，到 2003 年逐步取消统一规定的劳动积累工和义务工。

两个调整：调整农业税和农林特产税。

一项改革：改革村提留征收和使用办法。

关于两个调整：调整农业税和农林特产税

农业税以第二轮土地承包面积作为计税面积，以 1998 年前 5 年平均粮食单产作为计税单产，

以 7%为地区差别比例税率上限。

农林特产税只在生产环节比照农业税略高的税额征收一道税。

农业税和农业附加税一定几年不变。

征收办法是采取征收代金制，统一由财政机关负责征收，可以由粮食、林业、供销社在农民出售农副产品时代扣代缴。

关于一项改革：改革村提留征收和使用办法。

取消乡统筹和村提留，改为征收农业附加税，作为乡和村支配的资金。

农业附加税最高不超过改革后农业税的 20%。

村提留中的公积金被剔除出去，兴办集体生产和公共事业所需资金，实行“一事一议”，由村民大会或村民代表大会讨论决定。

三、2002 年改革扩大到 20 个省

2002 年，国务院确定河北、内蒙古、黑龙江、吉林、江西、山东、四川、河南、湖北、湖南、重庆、贵州、陕西、甘肃、青海、宁夏等 16 个省、直辖市、自治区为农村税费改革试点省。上海、广东、浙江自费进行改革试点。其他省、直辖市、自治区选择少数县市进行改革试点。

工作重点：坚持“减轻、规范、稳定”的原则，继续执行 2000 年中发[2000]7 号《中共中央、国务院关于进行农村税费改革试点工作的通知》，做到“三个确保”：确保农民负担明显减轻，不反弹；确保乡镇机构和村级组织正常运行；确保农村义务教育经费正常需要。

参见：《国务院办公厅关于做好农村税费改革试点工作的通知》国发[2002]25 号（中国改革农村版 2002 年第 7 期）

四、2003 年全面推进农村税费改革

2003 年农村税费改革的总体要求是：总结经验，完善政策；全面推进，分类指导；巩固改革成果，防止负担反弹。

具体内容：《国务院关于全面推进农村税费改革试点工作的意见》国发[2003]12 号（《人民日报》2003 年 5 月 18 日）

五、减免农业税

2004 年 3 月，温家宝总理在政府工作报告中提出，取消农林特产税，五年内取消农业税。

减免农业税：2004 年吉林、黑龙江省为国务院试点省，农业税全免；河北、内蒙古等 11 个粮食主产省及广东降低农业税 3 个百分点，其余省降低 1 个百分点；上海、北京、天津、浙江、福建自主决定免征农业税。

截止 2005 年 1 月，全国 31 个省中有 22 个省减免农业税。2004 年，全国减免农业税，取消除烟叶以外的农业特产税，减轻农民负担 294 亿元，农民人均增收 57 元。

2006 年，全国取消农业税。

当前农民负担的状况和隐患

乡镇机构臃肿和债务沉重（据统计全国乡镇债务愈 4000 亿元）

“三乱”并未完全杜绝（巧立名目的各种收费依然存在）

监督管理体系不完善（机构不健全，人员不落实，部门之间不协调）

思考与讨论

1，我国农民收入增长的特点和趋势

2, 农村税费制度改革的进展

参考书目:

1. 《中国农村发展研究报告》，社会科学文献出版社 2000
2. 《中国农业演变之探索》，社会科学文献出版社 2001
3. 《劳动力的流动与农村社会经济变迁》，中国社会科学出版社 2001
4. 《现代农业经济学》 雷海章 主编 中国农业出版社 2003 年

第七章 世界贸易组织与中国农业保护

学习目的：了解世界贸易组织的农业贸易规定和中国加入 WTO 对农业的影响

讲授内容：农业保护的基本理论和政策；世界贸易组织的农业贸易规定；中国加入 WTO 对农业的影响

难点：如何用好用足 WTO 关于农业保护的政策

时间安排：3 学时

第一节 农业保护的基本理论和政策

一、农业保护的涵义和实质

广义：

农业保护是一种行政管理行为，是旨在促使农业经济健康发展或增进农业部门福利而制定的一整套政策体系（《农业投入》总课题组，1996）。

狭义

经济学意义的农业保护根本特征在于通过政府的国内价格干预和边境控制手段，替代和扭曲市场机制，以达到刺激国内农产品的生产，向农业人口转移收入（卢锋，1998）。

二、农业保护的依据

1， 食品安全

农业是一个特殊的基础产业，大多数农产品都是满足基本生活需要，是一个国家经济、社会、政治稳定和发展的最基本条件。因此，农业具有一定公益性。

2， 农业是风险产业

农业集自然风险和市场风险于一身。

农业自然风险大，生产总量不确定性大。

农业生产周期长，短期供给调节困难

农产品供给和需求弹性低，完全由市场价格机制调节，容易引起供给与需求的失衡。

3， 经济发展达到一定阶段

农业保护是经济发展到一定阶段的现象。农业是经济产业系统中的本源产业（母亲产业），其他非农产业在的发展初期阶段都要依靠农业的提供原始资本积累。只有当国民收入发展到一定程度后，对农业的保护才可能提上议事日程。因此，农业保护是经济发展的结果，而不是经济发展的开始，是对农业过去为工业化发展提供资本积累贡献的回报（冯海发，1998）。

4， 农业利益团体压力

请神容易送神难：一个农业保护政策出台后，要废除甚至一些变动都很困难。

欧盟国家（农民用牲畜和拖拉机封锁高速公路的事时有发生）

日本（农协每年都要组织农民示威游行）

美国（农业政策的出台以及实施长达 60 多年，是农民利益压力团体作用的结果）

三、农业保护的基本目标

1. 供给目标。实现农产品的供求平衡，包括总量平衡和包括结构平衡。总量平衡是指一定时期内农产品的供给总量与该时期内对农产品的需求总量基本平衡。结构平衡是指农产品供给结构与需求结构之间的基本平衡。

2. 收入目标。保持农民收入不断增长，使城乡居民的收入差距保持在一个合理的范围内，使不同地区之间农民的收入差距也保持在一个合理的范围内。

3. 环境目标。改善农村生态环境，协调农业生产与环境、人类与环境之间的关系，达到农业生产与资源、环境的整体良性循环。

目标之间的关系

在经济发展的不同阶段，这三个目标的重要程度是不相同的，并非要同等实现这几个目标。

例如，供给目标是大多数发展中国家农业保护的首要目标，收入目标是大多数发达国家农业保护的首要目标。因此，农业保护的模

四、农业保护政策的基本工具

1. 国内保护

价格和收入政策：影响和干预农产品的市场价格，直接或间接向农业人口转移收入（补贴）。

发展政策：不是直接支付给农业生产者收入，而是改善农业生产的条件，降低农业生产的直接成本，提高农业生产效率，改善农村生态环境（绿箱政策）。主要有（1）农业技术、科研、教育、推广政策；（2）改善农业生产要素，如土地开发和改良、改善农业基础设施，农场结构调整与整合。

2. 边境保护

关税和非关税措施（tariff and no-tariff barriers）

关税

进口配额

卫生检疫、包装和商标条例等；

出口补贴

发达国家的农业保护政策：以美国为例

美国农业政策的基本内容

1, 价格和收入支持

2, 耕地休闲

3, 无追索权贷款（non-recourse loan）

4, 农产品储备

5, 农产品出口补贴

6, 扩大国内需求

7, 贸易壁垒（边境保护）

其他政策（农业保险、农业教育、科研和技术推广、资助农村社区发展等）

第二节 世界贸易组织及其农业贸易规则

一、世界贸易组织简介

1. 沿革：从关税及贸易总协定（GATT）到世界贸易组织（WTO）。

第二次世界大战结束后，在美国的倡导和推动下，筹划三个国际性组织：国际货币基金组织，世界银行和国际贸易组织。由于美国起草的《国际贸易组织宪章》未被有关国家通过，成立国际贸易组织的计划夭折。

1947年10月30日，美、英、法、中等23国达成关税减让的一般协定（1947年《关税及贸易总协定》），其内容大部分来自未被批准的《国际贸易组织宪章》，并于1948年1月1日生效，在这些国家实施。

关税及贸易总协定的工作是制定国际贸易规则，主持缔约方之间的关税减让谈判，解决贸易争端，促进贸易自由化。

关税及贸易总协定只是缔约方政府间的一个协议，而不是一个国际条约。但是，随着缔约方不断增多，它事实上起着国际贸易组织的作用。

到1994年底，GATT的缔约方有128个国家或单独关税区，贸易额占世界贸易的90%以上。但是，关税及贸易总协定的组织结构和协调职能越来越显示出“先天不足”，需要有一个真正的世界贸易组织。

“乌拉圭回合”是GATT的第8轮谈判，其成果之一是达成重建世界贸易组织的协议。

1995年1月1日协议生效，世界贸易组织与关税及贸易总协定并行一年。1996年1月1日，世界贸易组织正式取代关税及贸易总协定。

到2001年12月11日中国加入，世界贸易组织有143个成员国，其中发展中国家占80%以上，成员国之间的贸易量占全世界贸易量90%，成为真正的“经济联合国”。

2. WTO的宗旨：

反对贸易保护主义，推动贸易自由化，达到充分利用全球资源。

3. WTO的基本原则

（1）非歧视原则

最惠国待遇（most-favored-nation treatment）：给予某一成员国的优惠必须同时给予任何其他成员国（成员国之间不歧视）。

国民待遇（national treatment）：给予外国公民、企业、产品与本国公民、企业、产品同等的待遇（国内与国外之间不歧视）。

（2）开放市场原则

货物贸易只采用关税（tariff）这一种保护措施，并不断削减关税水平

（3）公平竞争原则。

不得使用倾销（dumping）和补贴（subsidy）等措施；

贸易政策透明（transparency）；

发展中国家灵活：给予发展中国家特殊的优惠待遇。

二、世界贸易组织的农产品贸易规则

由“乌拉圭回合”《农业协议》、《1994年GATT马喀什议定书》（关于关税减让表的规定），《关于改革计划对最不发达国家和粮食净进口发展中国家可能产生的负面影响的措施的决定》，《实施卫生和植物卫生措施协议》等文件构成。

基本内容可归纳为：市场准入承诺、国内支持减让承诺，出口竞争承诺。

1. 削减关税

以1986-1988年为基期，从1995年起，

发达国家在6年内（1995-2000）农产品进口关税简单平均水平削减36%，每项最低削减15%；

发展中国家在10年内（1995-2004）农产品进口关税简单平均水平削减24%，每项最低削减10%。

最不发达国家不承担此义务。

2. 非关税措施关税化

取消非关税措施，按规定的方法计算出拟取消的非关税措施的“关税等量”，加到固定关税上，构成混合关税。

关税等值的计算方法：

某农产品的关税等值=该产品的国内市场平均价格-该产品或相近产品的国际市场平均价格

3. 配额和最低进口量规定

关税配额 (tariff quotas)：由于非关税措施关税化使有些农产品的关税很高，为保证这些农产品的市场准入机会，规定进口量配额。配额不低于最近三年的平均进口量。配额内实行低关税，配额外的才实行非关税措施关税化后的高关税。

最低进口量规定：由于有的国家实行高保护而没有或者很少进口，必须承诺：以 1986-1988 年为基期，如果基期的进口量不足国内消费量 5%，则第 1 年最低进口量为国内消费量的 3%，减让期结束时达到 5%，并将其作为关税配额。

4. 削减国内支持总量

计算一国对农业的综合支持总量 (Aggregate Measurement of Support, AMS)。

根据对农业的支持是否直接转化为农民的收入，是否扭曲贸易，把一国的农业支持政策分为绿箱 (green box) 政策和黄箱 (Amber box) 政策。

鼓励使用绿箱政策，控制使用黄箱政策。

绿箱政策：不计入 AMS

绿箱政策指对农产品国际贸易不具有扭曲作用的政府支持和补贴，有 12 项。

如自然灾害救助，国内食物援助，食物安全储备，环境计划下的支付，地区援助计划支付，农业科研、培训、推广与咨询、环保、病虫害防治、基础设施服务等政府一般性服务。还包括对生产者的直接支付、与生产不挂钩的收入支持，政府参与的收入保险和收入安全网计划，结构性调整援助、环境规划计划等。

黄箱政策：削减和限制

黄箱政策是对农产品国际贸易具有扭曲作用的补贴，如政府的价格支持，生产资料投入补贴，营销贷款贴息，种植面积补贴等。黄箱政策计入 AMS。

发达国家在 6 年内削减 20%

发展中国家在 10 年中削减 13.33%

最不发达国家无须削减。

蓝箱政策 (Blue box)

指一些与限制生产计划相关的直接支付的黄箱政策，被称为蓝箱政策，可免除减让。

其条件是必须满足下列之一：按固定面积或产量提供的补贴；根据基期生产水平 85% 以下所提供的补贴；按牲畜的固定头数提供的补贴。

微量支持政策

在计算某一特定农产品或非特定农产品的综合支持量时，发达国家不超过基期农业生产总值的 5%，发展中国家不超过 10%，可不计入国内支持总量，无须削减。

微量支持构成黄箱政策支持水平的“上限”，即超过了的削减，未超过的不需要削减。

5. 削减出口补贴

以 1986-1990 年为基期，发达国家在 6 年内将有补贴的农产品出口数量减少 21%，出口补贴价值削减 36%。

发展中国家在 10 年内将有补贴的农产品出口数量减少 14%，出口补贴价值削减 24%。

最不发达国家不承担此义务。

对在基期没有出口补贴的农产品，禁止在今后对该产品进行补贴。

6. 合理的卫生检疫

各国有权使用，但不得用于贸易保护；

鼓励使用现有的国际标准；

允许各国采用不同的方法和标准，如果确实科学，鼓励相互认可。

各国修改或新制定检疫方法和标准，因提前通知对方，并建立一个全国性的咨询点。

第三节 加入 WTO 与中国农业

一、中国加入 WTO 的进程

1. 中国是 GATT 原始缔约国

中国是 GATT 23 个原始缔约国之一。新中国成立时，中国在 GATT 的席位由台湾占据。1950 年台湾宣布退出 GATT，中国从此失去了在 GATT 的席位

2. “复关”

1986 年 7 月 10 日，中国正式向 GATT 提出恢复 GATT 缔约方地位的申请。1987 年 3 月，GATT 成立了中国工作组，负责审议中国的“复关”。

3. 入世

1995 年 1 月 1 日，世界贸易组织与关税及贸易总协定并行一年。1996 年 1 月 1 日，世界贸易组织正式取代关税及贸易总协定。

1995 年 7 月中国成为 WTO 的观察员，1995 年 1 月应中国政府的要求，中国复关谈判工作组更名为中国“入世”工作组。

1999 年 4 月中美签订《中国农业合作协议》。

2000 年 4 月中美签署《中美关于中国加入 WTO 的协议》

2001 年 12 月 11 日中国正式加入 WTO，成为第 143 个成员国。

二、中国加入 WTO 的农业承诺

1. 市场准入

(1) 降低关税：中国整体平均税率从 2000 年的 21%，到 2004 年降至 17.5%，其中美国、欧盟特别关注的肉类、园艺和加工农产品等 86 种农产品的关税，从目前的 30.8%降至 14.5%。

我国一些农产品的关税减让承诺（%）

(2) 配额管理

除大宗农产品外，其他大部分农产品进口取消非关税措施，对粮食、棉花、食糖、羊毛等重要农产品实行关税配额管理，配额内进口实行 1-3%的低税，配额以外进口实行 25-65%不等的关税。

配额：到 2004 年，我国小麦配额为 963 万吨，玉米为 720 万吨，大米为 532 万吨，棉花 89 万吨，植物油 800 万吨，糖 194 万吨。

配额必须在国有和私有企业之间的分配，打破国有贸易单位的垄断。

2. 减少国内支持和不给予出口补贴

中国的 AMS（综合支持量）不超过基期农业产值的 8.5%。

中国加入 WTO 后对所有农产品均不给予出口补贴。

3. 逐步放开农产品贸易的国家垄断

逐步授予所有贸易实体贸易权，并增加这些贸易实体的数量。逐步批准外国企业参与进口的分销业务和服务。

4. 履行 WTO 动植物检疫标准（《中美农业协议》）

中国撤销对美国南部 4 个州（地中海实蝇发作区）柑桔的进口禁令

中国撤销对美国太平洋西北部 7 个州（矮腥黑穗病疫区）小麦的进口禁令

中国允许取得美国农业部检验证明的肉类和家禽出口中国，保留抽查的权利。

5. 反倾销标准和产品保障条款

美国在中国加入 WTO 的 15 年内，对中国产品仍然使用“非市场经济国家”倾销标准。

在中国加入 WTO 的 12 年内，可以针对中国出口引起或可能引起市场混乱的特定产品，实行保障措施。

欧盟从 1998 年 7 月起将中国和俄罗斯从“非市场经济国家”删除，列为“特殊市场经济国家”。2002 年 11 月，俄罗斯被列入“市场经济国家”。

参阅：何秀荣：对华反倾销与非市场经济地位，农业经济问题，2005（3）

三、加入 WTO 对中国农业的影响

总体说，加入 WTO 对中国农业发展既带来机遇，又带来挑战。

1. 对中国农业的积极影响

（1）主动参与国际分工，调整农业生产结构，发挥比较优势（中国土地密集型产品——粮食、油料、棉花缺乏竞争优势，劳动密集型产品——畜产品、水产品和园艺产品具有相对优势）。

（2）享受 WTO 成员国多边永久性最惠国待遇，扩大了农产品出口市场。

（3）参与制定规则和解决贸易争端，可以利用 WTO 规则保护自己，减少受歧视。

告诫：

中国加入 WTO 分享农业国际化的利益是潜在的，有的是长期的，必须通过国内体制系统和配套的改革和调整之后，才能成为现实。

例如，加快建立农业保护政策体系。国外对农业保护力度很大，而我国对农业长期是负保护。根据 WTO 对农业保护的精神和手段，新形势下中国如何保护农业？

再如，劳动密集产品的相对竞争优势是潜在的，必须通过提高品质，改善营销战略等，才能转化为现实。

2. 对中国农业的可能冲击

第一，关于市场准入。

大幅度削减关税，撤销非关税壁垒，取消某些产品的配额，让出一部分国内农产品市场，使目前的“卖难”问题更为严重。

突出的困难是我国在非关税措施关税化上处于不利地位。

第二，关于国内支持。

我国运用“黄箱政策”保护农业的空间窄小。按基期国内支持总量 10% 计算的我国今后可运用的“黄箱”保护总量为 57 亿美元（实际是 8.7%），是发展中国家中的最低水平。相比之下，美国减让 20% 后仍有 191 亿美元，欧盟 769 亿美元，日本 283 亿美元。

第三，关于削减出口补贴。

WTO 规定要削减出口补贴，但由于规定基期内各国补贴的基数不同，削减之后，一些发达国家仍然可以保留一定数额的出口补贴。美国有 6 亿美元。

我国出口补贴的零水平使我国农产品出口处于不利的地位。

四、加入 WTO 后中国农业保护政策的选择

第一，尽快结束对农业的负保护。

减免农林特产税，减免农业税，减免农民其他负担。

第二，增大“绿箱政策”力度。

大力支持农业科学研究和技术推广；农业基本建设；农村文化、职业和科技教育；农村扶贫；农村社会事业；农村产业结构调整；农业保险等。

第三，精心使用“黄箱政策”。

2004 年我国三项补贴约 120 亿元，按 WTO 口径，占我国农业总产值 0.5%，而根据入世承诺，可以达到 8.5%。量力而行，有所侧重，突出重点。把有限的资金用到支持敏感性大宗农产品的生产（粮、棉、油、糖）。改变支持数量，转为支持质量。

五、入世四年对我国农业的实际影响

1. 外国粮食等大宗农产品没有如预期那样大举涌入，我国农业没有受到严重冲击。

主要原因：

农业结构战略调整和国家支农政策，改善了农业的竞争力；

世界粮食主产国受灾，2002 年国际市场粮食价格上涨 25-30%，而 1997-2003 年我国粮食价格连续七年低迷。

2. 我国农产品进出口增长，但 2005 年首次出现逆差，今后逆差可能成为常态。

2002 年农产品进出口总额 305.8 亿美元，增长 9.6%，2003 年农产品进出口总额 403.5 亿美元，增长 32.0%，2004 年农产品进出口总额 514.2 亿美元，增长 27.4%。

2002 年农产品进出口顺差 57 亿美元，2003 年 25 亿美元，2005 年逆差 46.4 亿美元。

3. 分产品影响程度不一

我国粮食无竞争优势，蔬菜、畜产品的竞争力减弱，水果中的苹果、柑桔和水产品竞争力较强。

4. 非关税因素影响较大。

我国进入农产品贸易磨擦高发期，技术性贸易壁垒、反倾销、特殊保障条款等将成为今后我国农产品出口的主要贸易壁垒。

我国进入加入 WTO 的“后过渡时期”

从 2005 年起，我国农业加入 WTO 时规定的过渡期基本结束，进入加入 WTO 的“后过渡时期”，我国农业将进一步融入经济全球化进程。

1992 年乌拉圭谈判开始时，中国农产品的平均关税为 54%，2001 年加入 WTO 时为 23.2%，2005 年为 15.35%，2006 年进一步降至于 5.23%，仅世界农产品平均关税 62% 的 1/4。中国成为世界上农产品关税最低的国家之一。

但中国农业的对外依存度较小。2002 年我国农产品出口占国内增加值 9.3%，而美国 41.1%，俄罗斯 36%，欧盟 34%。中国农业增长主要依赖国内需求。

六、WTO 农业谈判的新进展

多哈农业谈判：2001 年 11 月，WTO 启动了新一轮多边贸易谈判，即多哈发展议程。2004 年 8 月 1 日，终于达成框架性协议，并转入实质性谈判——实质性地改善市场准入，削减以至取消所有形式的出口补贴，实质性地削减扭曲贸易的国内支持。

参考书目：

马有祥：新一轮 WTO 谈判的进展与我国采取的策略，农业经济问题，2005（11）26

程国强、崔卫杰：多哈回合农产品关税谈判对中国的影响评估，管理世界，2005（12）：35-45

余佶：多哈回合农业谈判新进展，农业经济问题，2005（3）

刘昌黎：WTO 农业谈判之路——艰难、较量与展望，国际贸易，2005（11）：38-43（人大 2006. 4. P143-148）

讨论选择

2005 年香港会议期间韩国农民抗议，为什么大多数发展中国家不喜欢 WTO？

新一轮 WTO 农产品贸易谈判的进展

近年我国农产品贸易遭遇高磨擦，举一个例子。说明什么？

作业：

世界贸易组织关于农业贸易的基本规定。中国加入 WTO 对农业的影响。

参考文献

何秀荣：2002 年中日农产品贸易战的政治经济学分析，《农业经济学》F 2002 年第 7 期第 1-15 页）

何秀荣：对华反倾销与非市场经济地位，农业经济问题，2005（3）

程国强：中国农业面对的国际环境及其趋势，中国农村经济，2005（1）；

柯炳生：入世三年来我国农业发展的分析与前景展望，农业经济问题，2005（5）；

何秀荣：对华反倾销与非市场经济地位，农业经济问题，2005（3）

程国强、崔卫杰：多哈回合农产品关税谈判对中国的影响评估，管理世界，2005（12）：35-45

余佶：多哈回合农业谈判新进展，农业经济问题，2005（3）

刘昌黎：WTO 农业谈判之路——艰难、较量与展望，国际贸易，2005（11）：38-43（人大 2006. 4. P143-148）

蒲文彬：WTO 框架下中国国内农业支持政策的调整与选择，财贸经济，2005（12）76-81（人大 2006. 4. P149-154）

第八章 农业现代化和农业可持续发展

学习目的：了解农业现代化的内涵和我国农业现代化建设的发展与现状，可持续发展在农业现代化中的意义

讲授重点和难点：农业现代化的内涵和标准；农业可持续发展的内容和要求；中国农业现代化建设和可持续发展战略

难点：中国农业现代化道路的特殊性

时间安排：3 学时

一、基本理论

1. 现代化：基本涵义和标准

现代化概念是西方学者提出来的，基本涵义是从农业社会向工业社会的转变。

西方学者把现代化理解为一种包括政治、经济、社会、文化等方面内容的全方位的社会变革。

美国社会学家英格尔斯提出的现代化标准

- (1) 人均国民生产总值 (GNP) 3000 美元以上；
- (2) 农业产值占国民生产总值的比重 12-15%以下；
- (3) 服务业产值占国民生产总值的比重 45%以上；
- (4) 非农劳动力占总劳动力的比重 70%以上；
- (5) 识字人口的比重 80%以上；
- (6) 适龄青年中大学生的比重 10-15%以上；
- (7) 每名医生服务的人数 1000 人以下；
- (8) 平均预期寿命 70 岁以上；
- (9) 婴儿自然死亡率 3%以下；
- (10) 城市人口占总人口的比重 50%以上；
- (11) 人口自然增长率 1%以下。

对研究农业现代化的启示

农业现代化不应当仅仅是农业生产部门甚至农村内部的事，它必然要反映到农村乃至国家经济、文化、社会生活的方方面面，甚至以这些方面的变化为条件。

2. 现代农业：农业发展的一个阶段

人类农业发展经历了三个阶段。现代农业是农业发展的一个阶段。

从总体上说，这种划分是以生产力水平，主要包括生产工具、劳动者的技能和生产力的组合方式等为标志的。

1. 原始农业

主要存在于原始社会的新石器时代，是农业发展的初期阶段。

主要特征：人类从单纯获取“天然食物”（如狩猎、采集），到有目的地种植、养殖以获得食物。原始农业的生产技术十分落后，称为“刀耕火种”，完全“靠天吃饭”。原始农业的产量很低，只能提供维持生存需要的食物。

2. 传统农业

大约从原始社会末期，经由奴隶社会、封建社会、资本主义社会…，迄今，大多数发展中国家仍然处于这一阶段。

基本特征：农民以世代相传的直接经验为技术基础，主要使用基本由自己生产的简陋的铁木农

具和人、畜力以及水力、风力，进行生产。

传统农业最基本的特征：农民以世代相传的直接经验为技术基础，因此，技术停滞是传统农业最基本的特征。

较之于原始农业，传统农业的生产力水平有很大的提高，在现有的技术条件下，要素配置已经达到了最优状态，但传统农业生产率低，处于一种低水平的均衡之中。因此，要改造传统农业，就必须引入现代的技术。

3. 现代农业

现代农业是在大机器生产的现代工业基础上发展起来的。发达国家大体上是从 18 世纪末 19 世纪初开始，到 20 世纪 60-70 年代基本完成。

现代农业的基本特征（7 个方面）

科学化（以现代自然科学为基础

机械化（现代农业机械体系

专业化（高度分工：生产环节分工；区域分工；作业工序分工）

市场化（农产品、农业生产要素成为商品；国内市场与国际市场）

一体化（农业产业组织创新）

高农业劳动生产率

城乡差别缩小（物质生活与精神生活）

二、农业现代化

农业现代化就是把传统农业转变为现代农业的过程。

在我国，对农业现代化内涵的认识逐步深化：

最初，农业现代化就被理解为农业的机械化、化学化、水利化和电气化“四化”。

80 年代，对农业现代化内涵的理解增加了现代经营管理的内容。

90 年代，对农业现代化内涵的认识深化，取得了一系列重要的成果。

90 年代关于农业现代化的认识成果

第一，从广义理解农业现代化。狭义的农业现代化指农业生产部门的现代化，广义的农业现代化不仅包括农业生产部门现代化，还包括支撑、制约农业部门发展的社会经济内容。

第二，农业现代化既是一种从传统农业向现代农业转变的过程，同时也是为加快这一转变过程所采取的种种政策措施的总和。从这个意义上讲，农业现代化是一种发展战略。

第三，可持续发展是农业现代化的重要特征。

可持续发展提出的背景

长期以来，人类发展经济的指导思想是“人类中心论”。人类以征服者的形象出现，掠夺式地对待自然。虽然极大地获得了利用和改造自然的能力，但导致了经济发展与环境、资源的尖锐矛盾。20 世纪 70-80 年代兴起的可持续发展思潮是这一矛盾的产物。

可持续发展的内涵与要求

两个基本要点：

经济发展要与环境保护协调起来。

人类在追求健康而富有生产成果的生活权利时，应当保持人类与自然的和谐，不能采取耗竭资源、破坏生态和污染环境的方式。

兼顾当代人利益与后代人利益。

当代人在创造和追求当前的发展和消费时，应当使自己与后代人的机会平等，而不是剥夺后代人应有的发展和消费权利

小结

农业现代化是一个综合性的概念，其基本内涵是，用现代科学技术和生产手段装备农业，以先进的科学方法组织和管理农业，提高农业生产者的文化和技术素质，把落后的传统农业逐步改造成既具有高度生产力水平，又能保持和提高环境质量，可持续发展的现代农业。

三、农业现代化的标准

农业现代化是传统农业转变为现代农业的过程，“化”到什么程度才算农业现代“化”？农业现代化应当怎样具体标识？

由于没有一套国际和国内公认的农业现代化标准，各地都在探索。

农业现代化的标准应当符合一般国际规范，不能五花八门，否则农业现代化的实践就会混乱不堪。

农业现代化标准要切实可行，各地农业现代化应当有自己的特色，而不仅仅是“复制”发达国家或地区的情形。

制定农业现代化指标体系的原则

第一，主要特征原则。突出重点，指标要少而精，不能不分轻重罗列。

第二，易操作性原则。指标要易获取，易测算，易确定。

第三，独立性原则。指标之间的相关性不能太强，不能相互涵盖，而是相互补充。

四、基本实现农业现代化

1992年，邓小平同志在视察南方时提出，我国的经济 development 总要力争隔几年上一个台阶，一部分地区有条件先发展起来。

同年，党的十四大提出加速广东、福建、海南、环渤海湾地区的开放和开发，力争经过20年的努力，使广东及其他有条件的地方成为我国基本实现现代化的地区。

1997年，党的十五大提出到21世纪中叶建国一百周年时，基本实现现代化，部分发达地区率先基本实现现代化。

党的十六大提出全面建设小康社会，再次确认了上述目标。

广东率先基本实现现代化：珠江三角洲地区2010年；全省2030年。

“基本实现农业现代化”的含义

(1) 在行政区域上，绝大多数地区实现了相应的标准，而不是所有地区；

(2) 在达标的数量上，主要指标达到了，而不是全部指标都达到；

(3) 在达标的程度上，不是达到了某个确定的值，而是在一定的区间或范围内

“基本实现农业现代化”指标体系

农业部农村经济研究中心（2000）提出一个指导全国的基本实现农业现代化指标体系。

广东省（1999）制定《珠江三角洲基本实现农业现代化指标体系》：11个一级指标、19个二级指标组成“五高六化”农业现代化指标体系（劳动生产率高、土地生产率高、投入产出率高、科技贡献率高、农民收入水平高；农田标准化、操作机械化、服务社会化、管理科学化、生态良性化、城乡一体化）。

傅晨（2005）在运用和评价的基础上建立《广东省基本实现农业现代化的评价指标体系》

理论研究的总结

农业现代化是现代化的重要组成部分。没有农业现代化就没有整个的现代化。

农业现代化不仅是农业生产部门内部的事，而且涉及农村经济、文化和社会生活的方方面面，以这些方面的变化为条件。

现代农业和农业现代化是经济社会发展到一定阶段的产物或成果，只有努力达到其物质内容，才是实现了农业现代化。

基本实现农业现代化是到达现代化的“临界点”，具备了现代农业的基本特征，但距离“百分之百的”农业现代化还有一定差距。

五、广东的实践

（一）制定和实施率先基本实现农业现代化的战略和规划。

90年代中期，制定了广东2010年赶上亚洲四小龙的经济和社会发展规划，形成了一系列纲领性文件，提出2010年基本实现现代化的主要目标。

1998年，制定《2010年珠江三角洲基本实现农业现代化的指标体系》，并在全省实施。

1999年4月，在珠江三角洲地区建设十大农业现代化示范区，分布于广州、深圳、珠海、中山、惠州、东莞、江门、肇庆、佛山等地15个县（市、区）27个镇，生产面积9300公顷。

（二）1999—2003年

广东农业现代化建设进展和特征

2，区域差异

1999—2003年广东省四个区域农业现代化建设都取得进展，珠江三角洲步伐明显快于其他地区，地区之间的差异有所扩大。

农业现代化综合得分：珠江三角洲从73.7%提高到79.7%，提高6分；粤东由64.3提高到68.5，提高4.2分；粤西由58.7提高到63.9，提高5.2分；粤北由60.6提高到63.4，提高2.8分。

以水平法计算，1999—2003年珠江三角洲的年均增长率为1.98%，粤东为1.59%，粤西为2.14%，粤北为1.14%。按这样的速度增长，珠江三角洲可以在2010年如期基本实现农业现代化，粤东要到2021年，粤西到2020年，粤北要到2034年。

3，达标结构特征

指标达标程度结构呈现保障性指标达标率高，核心指标落后的共同特征。

共同的薄弱环节是，农业劳动生产率总体水平不高，农产品经济价值不高，农业生产手段落后，农副产品加工率低，农民收入增长水平不快。

实践研究结论

广东率先基本实现农业现代化，必须对农业现代化建设的现状、薄弱环节和发展进程有清醒的认识。

1999—2003年广东建设现代农业取得了一定的进展。但是，薄弱环节的改观不明显，发展步伐不平衡，地区差距扩。

存在的问题与农业发展的一些深层矛盾相关，因此，改造传统农业，率先基本实现农业现代化，是一项艰巨的任务，决不可以掉以轻心。

作业：农业现代化内涵认识的发展过程。我国农业现代化的道路和发展战略。

参考文献：

傅晨：《基本实现农业现代化：涵义与标准的理论探讨》，《中国农村经济》2001年第12期

傅晨等：《广东省基本实现农业现代化评价指标体系研究》，《南方农村》2005年第1期

傅晨等：《广东农业现代化进程研究》，《南方农村》2005年第5期

傅晨：《广东农业生产现代化的水平评估》，《南方经济》2001年第8期

傅晨等：《1999—2001：广东基本实现农业现代化进程的评估》，《区域协调发展与制度创新论文

选——广东省经济学会 2002 年年会论文集》，香港汉典文化出版公司 2003 年出版

傅晨等：《广东离基本实现农业现代化还有多远？》，《南方经济》2003 年第 12 期

傅晨等：《1999—2002：广东建设现代农业的步伐》，杨雍哲、段应碧主编：《论城乡统筹发展与政策调整——2003 年中国农业经济学学会年会论文集》，中国农业出版社 2004 年出版，第 600-611 页

第九章 建设社会主义新农村

研究的意义

解决好“三农问题”事关全面建设小康社会和社会主义现代化建设的全局，是全党工作的重中之重。

近期，党和政府“三农”工作的一个重大战略举措是提出建设社会主义新农村。

十六届五中全会《中共中央关于制定“十一五”规划的建议》提出建设社会主义新农村是我国现代化进程中的重大历史任务。

2006年中央1号文件《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》以建设社会主义新农村为题。

议题

建设社会主义新农村与过去党的“三农”工作方针政策在认识论上有何区别或前进？

建设社会主义新农村的历史渊源和时代内涵

建设社会主义新农村的主要任务？

一、建设社会主义新农村的认识论前进

建设社会主义新农村与过去党的“三农”工作方针政策在认识论上有何区别或前进？

我们理解，就是用建设社会主义新农村统领“三农”工作，推动“三农问题”的全面解决。因为，建设社会主义新农村不是“三农”工作的某一方面，而是覆盖了“三农问题”的主要方面和相互联系。

“三农问题”的性质是城乡差距过大

什么是眼下的“三农问题”及其性质？我们认为，就是城乡产业、收入和社会发展的差距过大。

农业问题——农业不稳——实质是城乡产业生产方式的差距过大；

农民问题——农民太穷——实质是城乡居民之间收入的差距过大；

农村问题——农村太落后——实质是城乡之间经济社会发展的差距过大。

可见，“三农问题”表面上是“农字号”问题，实质是我国城乡发展严重失调，城乡发展差距扩大，城乡二元结构凝固。

有效解决“三农问题”

必须选准突破口和切入点

“三农问题”盘根错节，有效解决“三农问题”必须针对“三农问题”的特殊性质，选准突破口和切入点。解决“三农问题”的突破口和切入点，既是发展的重点和迫切需要解决的问题，又具有可行性和高效性。

解决农业问题，核心是建设现代农业，提高农业综合生产力。

解决农民问题，核心是实现充分就业，提高农民收入。

解决农村问题，核心是繁荣农村经济，推动农村社会事业发展。

建设社会主义新农村

是统领“三农”工作的“龙头”和主线

全面解决“三农问题”还必须提出纲领性的发展战略。由于社会主义新农村的内涵覆盖了“三农问题”的主要方面和相互联系，用建设社会主义新农村统领“三农”工作，可以把分散的突破口和切入点联接进来，可以做到纲举目张。

二、建设社会主义新农村

的历史渊源与时代内涵

（一）旧中国

我国的乡村建设运动兴起于 20 世纪 20—30 年代，一批富有爱国心的知识分子精英认为，乡村建设是解决中国社会问题的关键，提出“建设农村”、“复兴农村”的口号，主张从教育入手治理农民的“愚、贫、弱、私”，推行乡村综合改革。

最著名的：

梁漱溟（1893-1988）在山东省邹平县创建乡村建设研究院，办“乡学”、“村学”，对农民进行教育，使之成为有觉悟有组织的社会群体。

晏阳初（1893-1990）在河北定县开展的平民教育运动，组织博士下乡，对农民进行文化、生计、卫生、公民四大教育，治理农民的“愚、贫、弱、私”。

这一时期的乡村建设运动是中国知识分子精英对乡村建设的第一次学者式思考，但是，囿于历史和认识的局限性，收效甚微。

（二）新中国

1，计划经济时期

“社会主义新农村”这一概念在 20 世纪 50 年代就提出，此后，多次出现在党和政府的有关文件以及领导人讲话中。

1956 年第一届全国人大第三次会议通过的《高级农业生产合作社示范章程》第一次提出“建设社会主义新农村”这个用语。

1957 年中央制定《1957—1967 年全国农业发展纲要》，人民日报发表社论，称其为“建设社会主义新农村的伟大纲领”。

2，改革以来

改革初期：1982 年、1983 年、1983 年中央一号文件都提到建设社会主义新农村；也多次出现在党和政府的有关文件以及领导人讲话中。

20 世纪后期

20 世纪 80 年代中期，党和政府提出建设小康社会是有中国特色的社会主义现代化。1987 年，党的十三大正式把小康作为我国现代化建设“三步走”发展战略中的第二步。

理论界对小康社会尤其农村小康的质和量的标识进行研究，开始间接地注释社会主义新农村的内容。但是，这一时期的研究还缺乏对农村小康社会特征的全面概括性描述。

但是，在相当长一个时期，“社会主义新农村”这个概念并没有明确的内涵，它也不是党和政府农村工作的中心或主线，而更多地是一个一般性的工作口号，它的内涵或许仅仅是建设一个区别于过去（旧中国封建社会或改革前计划经济）的农村。

从深层次看，由于国家经济发展战略的指导思想是把力量集中于优先发展工业和城市，农村的发展和建设落空，必然导致城乡发展不平衡加剧，城乡二元结构凝固，农村经济和社会发展落后的历史格局不可能改观。

进入 21 世纪

进入 21 世纪，我国经济社会发展进入了一个崭新的发展阶段，建设社会主义新农村受到专家学者和政府人士的重新关注，并被赋予统筹城乡发展的崭新功能和时代内涵。

新时期，重提建设社会主义新农村“始作俑者”首推著名经济学家林毅夫。

林毅夫在《中国物资流通》1999 年第 10 期和《今日中国》2000 年第 3 期撰文指出，为了刺激国内消费需求，使我国早日从通货紧缩的陷阱中摆脱出来，我国政府应该在全国范围内发起一场以

实现农村自来水化、电气化、道路网化为核心的新农村运动，加快农村地区和生活消费有关的基础设施建设。

林毅夫的新农村运动一提出，就在学术界和决策界产生了很大的影响。但是，林毅夫的最初思想是有缺陷的。虽然林毅夫的“新农村运动”包含统筹城乡发展的思想，但是，他的直接出发点是释放农村需求潜力，扩大国内需求，以解决制造业的生产过剩，他的立足点勿宁说是城市和工业的。因此，他的主张也受到一些人的质疑和批评。

十六大以来

建设社会主义新农村是进入新世纪尤其是十六大以来党的“三农”工作和政策的延续和深化。认识发展的线索是这样的：

(1) 世纪之交，针对我国主要农产品供求关系由全面短缺转为总量基本平衡丰年有余，农业发展除了受资源约束，更严重地受市场需求的制约，党中央及时提出我国农业和农村经济发展进入了一个新阶段，中心任务是进行农业结构的战略性调整，增加农民收入，“跳出农业发展农业”成为一个新的发展用语和思维，统筹城乡发展的思想呼之欲出。

(2) 党的十六大提出在 21 世纪的头 20 年全面建设小康社会的奋斗目标，明确提出了统筹城乡经济社会发展的思想，指出建设现代农业，发展农村经济，增加农民收入，是全面建设小康社会的重大任务。

(3) 十六届三中全会提出统筹城乡发展、统筹区域发展、统筹经济社会发展、统筹人与自然和谐发展、统筹国内发展和对外开放的科学发展观，统筹城乡发展位于“五个统筹”之首。

(4) 十六届四中全会是党中央文件第一次使用“三农问题”这个用语，指出解决好“三农问题”事关全面建设小康社会和社会主义现代化建设的全局，是全党工作的重中之重，提出“两个趋向”的重要论断，明确中国现在总体上已经到了以工促农、以城带乡的发展阶段。

(5) 十六届五中全会《中共中央关于制定“十一五”规划的建议》提出建设社会主义新农村是我国现代化进程中的重大历史任务，为做好当前和今后一个时期的“三农”工作指明了方向。

(6) 2006 年中央 1 号文件《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》以建设社会主义新农村为题，对建设社会主义新农村的意义、内涵和任务做了更为全面和深刻的阐述。

至此，建设社会主义新农村就从建国初期一个缺少明确内涵的政治性口号，变成具有崭新和鲜明时代内涵的国家战略。

当前建设社会主义新农村的时代内涵

我国建设社会主义新农村的总体要求是：生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主。这 20 个字高度概括了社会主义新农村的特征。

生产发展，就是建设现代农业，发展二三产业，农村形成完整的产业体系。

生活宽裕，就是农民收入水平不断提高，生活条件大大改善。

乡风文明，就是农村精神面貌焕然一新，村民遵纪守法和睦诚信。

村容整洁，就是农村规划建设有序，卫生整洁。

管理民主，就是农村政治民主，人人都能表达自己的意愿，又能够统一集中。

当前建设社会主义新农村的时代特征

第一，新的发展背景。

国际经验表明，人均国内生产总值 1000 美元是工业反哺农业经济社会的重要标志。2005 年我国人均国内生产总值达到 1700 美元，进入中等收入国家行列。我国现在总体上已经进入“以工促农、以城带乡”的发展阶段，基本具备了工业反哺农业、城市支持农村的能力。

第二，新的发展理念。

从计划经济时期以来，农业、农民和农村在国家经济发展战略中长期扮演“纳贡”的角色，国家对农业的支持和保护极其不足，更多是在农业危险之时进行“抢救”。十六大以来，党中央指出“三农问题”事关全面建设小康社会和社会主义现代化建设的全局，是全党工作的重中之重，把农业、农民和农村放到空前的重要位置。

第三，新的发展思路。

党和政府并不是今天才面临和解决“三农问题”；然而，“三农问题”屡治无效愈演愈烈，从根本上说是长期奉行“重工轻农、城乡分治”的经济社会发展战略的累积性后果。党的十六大提出城乡统筹发展，抓住了“三农问题”的根源，找到了解决“三农问题”的根本途径。

第四，新的发展蓝图。

虽然建设社会主义新农村早在建国初期就提出，却一直缺少明确的内涵，只是一个一般性的工作口号。十六届五中全会和 2006 年中央 1 号文件描绘了新时期建设社会主义新农村的崭新蓝图，“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”20 个字高度概括了当前建设社会主义新农村的特征。

三、建设社会主义新农村的主要任务

2006 年中央 1 号文件提出建设社会主义新农村的主要任务，是要按照“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的要求，协调推进农村经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和党的建设。

具体提出了八点：

第一，统筹城乡经济社会发展，加快建立以工促农以城带乡的长效机制。

统筹城乡发展是建设社会主义新农村的基本指导思想。要高举邓小平理论和“三个代表”重要思想伟大旗帜，全面贯彻落实科学发展观，统筹城乡经济社会发展，实行工业反哺农业、城市支持农村和“多予少取放活”的方针，加大各级政府对农业和农村增加投入的力度，扩大公共财政覆盖农村的范围，强化政府对农村的公共服务，加快建立以工促农、以城带乡的长效机制。

第二，推进现代农业建设，强化社会主义新农村建设的产业支撑。

建设现代农业的具体任务：大力提高农业科技创新和转化能力；加强农村现代流通体系建设；稳定发展粮食生产；积极推进农业结构调整；发展农业产业化经营；加快发展循环农业。

第三，促进农民持续增收，夯实社会主义新农村建设的经济基础。

促进农民持续增收是建设社会主义新农村的出发点和归宿。

要拓宽农民增收渠道；保障务工农民的合法权益；稳定、完善、强化对农业和农民的直接补贴政策；加强扶贫开发工作。

第四，加强农村基础设施建设，改善社会主义新农村建设的物质条件。

具体任务：大力加强农田水利、耕地质量和生态建设；加快农村道路、饮水、沼气、电网、通讯等基础设施建设；加强村庄规划和人居环境治理。

根据世界银行归类，基础设施一般包括：

(1) 公共设施：电力、电信、自来水、卫生设施以及排污、固体废物的收集与处理、管道煤气等；

(2) 公共工程：道路、大坝和灌溉及排水用渠道工程；

(3) 交通设施：城市与城市间道路、城市公共交通、港口、航道和机场。

农村基础设施：生产服务设施、生活服务设施，生产生活服务设施。

第五，加快发展农村社会事业，培养推进社会主义新农村建设的新型农民。

加快发展农村义务教育；大规模开展农村劳动力技能培训；积极发展农村卫生事业；繁荣农村文化事业；逐步建立农村社会保障制度；倡导健康文明新风尚。

第六，全面深化农村改革，健全社会主义新农村建设的体制保障。

进一步深化以农村税费改革为主要内容的农村综合改革。

加快推进农村金融改革。

统筹推进农村其他改革。

统筹推进农村其他改革

稳定和完善以家庭承包经营为基础、统分结合的双层经营体制，健全在依法、自愿、有偿基础上的土地承包经营权流转机制，有条件的地方可发展多种形式的适度规模经营。

加快集体林权制度改革，促进林业健康发展。

完善粮食流通体制，深化国有粮食企业改革，建立产销区稳定的购销关系，加强国家对粮食市场的宏观调控。

加快征地制度改革步伐，按照缩小征地范围、完善补偿办法、拓展安置途径、规范征地程序的要求，进一步探索改革经验。

完善对被征地农民的合理补偿机制，加强对被征地农民的就业培训，拓宽就业安置渠道，健全对被征地农民的社会保障。

推进小型农田水利设施产权制度改革。

第七，加强农村民主政治建设，完善建设社会主义新农村的乡村治理机制。

不断增强农村基层党组织的战斗力、凝聚力和创造力；

切实维护农民的民主权利；

培育农村新型社会化服务组织。

第八，切实加强领导，动员全党全社会关心、支持和参与社会主义新农村建设。

加强对社会主义新农村建设工作的领导；

科学制定社会主义新农村建设规划；

动员全社会力量关心、支持和参与社会主义新农村建设。

主要参考文献

中共中央：《中共中央关于制定十一五规划的建议》

中共中央：《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》，《人民日报》2006年3月17日

中共广东省委：《中共广东省委关于制定全省国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》

中共广东省委省政府：《中共广东省委广东省人民政府关于加快社会主义新农村建设的决定》

第17次上课 课堂讨论

议题：社会主义新农村建设

方法：在小组讨论的基础上，每小组选2名发言人，分别发言15分钟。每小组选1个评论员，评论10分钟。

第18次上课

随堂考试。

《市场营销学》 教学大纲

马克态 编写

目 录

前 言.....	8
一、课程的性质.....	8
二、编写目的.....	8
三、课程简介.....	8
四、课程教学的目的.....	8
五、课程教学的基本要求.....	8
六、授课形式及考核方式.....	9
七、《市场营销学》的教学内容以及课时安排.....	9
八、课程编写人员.....	9
第一章 市场营销学导论大纲.....	10
第一节 市场与市场营销.....	10
一、市场.....	10
二、市场营销的含义.....	10
三、市场营销的相关概念.....	10
第二节 市场营销的重要性.....	11
一、市场营销职能在企业中的地位.....	11
二、管理创新的关键是加强营销.....	11
第三节 市场营销观念.....	11
一、生产观念.....	11
二、产品观念.....	11
三、推销观念.....	12
四、市场营销观念.....	12
五、社会市场营销观念.....	12
第四节 市场营销学的性质、研究对象、产生发展与其它学科的关系.....	12
一、市场营销学的性质与研究对象.....	12
二、市场营销学产生与发展.....	12
三、市场营销学与相关学科的关系.....	13
第五节 市场营销发展的新趋势.....	13
一、绿色营销.....	13
二、整合营销.....	13
三、关系营销.....	13
四、网络营销.....	13
五、营销道德.....	13
六、水平营销.....	13
七、口碑营销.....	13
复习与思考题:	13
拓展阅读书目:	14
第二章 企业战略规划与营销管理过程教学大纲.....	15
第一节 企业战略规划.....	15
一、企业战略的概念.....	15
二、企业战略的特点.....	15
三、企业战略规划.....	15
四、企业战略体系构成.....	15
第二节 企业战略规划过程.....	16
一、规定企业使命.....	16
二、确定企业目标.....	16
三、安排业务组合.....	16

四、制定新业务计划.....	16
第三节 市场营销管理.....	17
一、市场营销管理的实质.....	17
二、市场营销管理的任务.....	17
三、需求管理的启示.....	17
第四节 市场营销管理过程.....	17
一、分析市场机会.....	17
二、选择目标市场.....	18
三、设计市场营销组合.....	18
四、管理市场营销活动.....	18
复习与思考题：.....	18
拓展阅读书目：.....	18
第三章 市场营销环境分析教学大纲.....	20
第一节 市场营销环境的含义及特点.....	20
一、市场营销环境的概念及分类.....	20
二、市场营销环境的特点.....	20
三、市场营销活动与市场营销环境.....	20
第二节 市场营销微观环境.....	20
一、供应商.....	20
二、企业.....	21
三、竞争者.....	21
四、市场营销中介.....	21
五、市场.....	21
六、公众.....	21
第三节 市场营销宏观环境.....	22
一、人口环境.....	22
二、经济环境.....	22
三、自然环境.....	22
四、技术环境.....	22
五、政治法律环境.....	22
六、社会和文化环境.....	23
第四节 环境分析与营销对策.....	23
一、环境威胁与市场机会.....	23
二、SWOT 分析法.....	23
三、环境威胁与市场机会分析.....	24
四、企业营销对策.....	24
复习与思考题：.....	24
拓展阅读书目：.....	25
第四章 消费者市场与购买行为分析教学大纲.....	26
第一节 消费者需求的内容.....	26
一、消费者需求的概念.....	26
二、消费者需求的内容.....	26
三、消费者需求的特征.....	26
四、消费者市场的购买对象.....	26
第二节 影响消费者购买行为的因素.....	26
一、文化因素（Cultural Factor）.....	26
二、社会因素（Social Factor）.....	27
三、个人因素（Personal Factor）.....	27
四、心理因素（Psychological Factor）.....	27
第三节 消费者购买行为模式和行为类型.....	28

一、消费者购买行为模式.....	28
二、消费者购买行为类型.....	28
第四节 消费者购买决策过程.....	29
一、消费者购买决策的各类参与者.....	29
二、消费者购买决策过程.....	29
复习与思考题：.....	29
拓展阅读书目：.....	29
第五章 组织者市场与购买行为分析教学大纲.....	31
第一节 组织市场.....	31
一、组织市场的构成.....	31
二、组织市场的特点.....	31
第二节 产业市场购买行为.....	32
一、产业购买决策的参与者.....	32
二、产业购买者的行为类型.....	32
三、影响产业购买者决策的主要因素.....	32
四、产业购买者决策过程.....	32
第三节 中间商购买行为.....	33
一、中间商购买行为的主要类型.....	33
二、中间商的主要购买决策.....	33
第四节 政府采购.....	33
一、政府采购的基本概念与原则.....	33
二、政府采购的特点.....	33
三、政府采购方式.....	34
四、招标投标程序.....	34
复习与思考题：.....	34
拓展阅读书目：.....	34
第六章 市场营销调研与市场预测教学大纲.....	36
第一节 市场营销信息系统.....	36
一、市场信息的涵义和作用.....	36
二、营销信息系统的构成.....	36
第二节 营销调研过程.....	36
一、企业营销调研的内容.....	37
二、市场营销调研的步骤.....	37
三、市场营销调研资料搜集的主要方法.....	37
四、市场营销调研技术.....	37
第三节 市场预测.....	38
一、市场预测的概念.....	38
二、市场预测的作用.....	38
三、市场预测的类型.....	38
四、市场营销预测的程序.....	38
五、市场营销预测的方法.....	38
复习与思考题：.....	39
拓展阅读书目：.....	39
第七章 市场竞争战略大纲.....	41
第一节 市场竞争的基本特征及主要形式.....	41
一、市场竞争是市场经济的基本特征.....	41
二、市场竞争的主要形式.....	41
第二节 市场竞争者分析.....	41
一、识别企业竞争者.....	41
二、判别竞争者的战略.....	41

三、确认竞争者的目标.....	42
四、评价竞争者的优势和劣势.....	42
五、竞争者的市场反应行为模式.....	42
六、选择企业的竞争对策.....	42
七、竞争定位.....	42
第三节 市场竞争基本战略.....	43
一、成本领先战略.....	43
二、差异化战略.....	43
三、聚焦战略.....	43
第四节 市场竞争的基本策略.....	43
一、市场领先者的策略.....	43
二、市场挑战者的策略.....	43
三、市场追随者的策略.....	44
四、市场利基者或叫补缺者的战略.....	44
复习与思考题:	44
拓展阅读书目:	45
第八章 目标市场营销教学大纲.....	46
第一节 市场细分化.....	46
一、市场细分的概念及其作用.....	46
二、市场细分的标准.....	46
三、市场细分的原则.....	47
四、市场细分的方法.....	47
第二节 目标市场战略.....	47
一、目标市场的概念.....	47
二、目标市场的选择.....	47
三、目标市场战略.....	48
四、目标市场战略的选择.....	48
第三节 市场定位战略.....	48
一、市场定位的概念.....	48
二、市场定位的步骤.....	49
三、市场定位的方式.....	49
四、市场定位战略.....	49
复习与思考题:	50
拓展阅读书目:	50
第九章 产品策略教学大纲.....	52
第一节 产品组合策略.....	52
一、产品整体概念.....	52
二、产品分类.....	52
三、产品组合的宽度、长度、深度和关联性.....	52
四、产品组合的优化和调整.....	53
第二节 产品生命周期.....	53
一、产品生命周期的概念.....	53
二、产品生命周期各阶段的市场特征.....	53
三、产品生命周期战略.....	54
第三节 新产品开发.....	55
一、新产品的概念和类型.....	55
二、新产品的开发方式.....	55
三、新产品开发程序.....	55
四、新产品的市场扩散.....	56
复习与思考题:	56

拓展阅读书目:	56
第十章 品牌与包装策略教学大纲	58
第一节 品牌策略	58
一、品牌的含义	58
二、品牌的功能	58
三、品牌与商标的区别	58
四、品牌资产	59
五、品牌策略	59
第二节 包装策略	59
一、包装的含义与类型	59
二、包装的作用	59
三、产品包装的设计的原则	60
四、产品包装策略	60
复习与思考题:	60
拓展阅读书目:	60
第十一章 定价策略教学大纲	62
第一节 影响企业产品定价的主要因素	62
一、定价目标	62
二、企业的营销组合策略	62
三、成本费用	62
四、预计销售数量	62
五、资金周转	63
六、市场供求关系	63
七、同类产品之间的竞争状况	63
八、产品生命周期	63
第二节 企业定价的程序	63
一、选择定价目标	63
二、测定市场需求量	63
三、估计成本费用	63
四、分析竞争者的价格与特色	63
五、选择定价方法与技巧	63
六、确定最终价格	63
第三节 企业定价的方法	63
一、成本导向定价法	64
二、需求导向定价法	64
三、竞争导向定价法	64
第四节 企业定价的技巧	65
一、折扣定价	65
二、心理定价	65
三、地区定价	65
四、新产品定价	65
五、产品组合定价策略	65
六、单一价格与变动价格策略	66
第五节 企业调整价格策略	66
一、企业主动调整价格策略	66
二、顾客对价格调整的反应	66
三、竞争者对企业变价的反应	66
四、企业对竞争者变价的反应	67
复习与思考题:	67
拓展阅读书目:	67

第十二章 分销策略教学大纲.....	69
第一节 分销渠道的职能与种类.....	69
一、分销渠道的概念与职能.....	69
二、分销渠道的层次与宽度.....	69
三、分销渠道的流程.....	70
第二节 分销渠道策略.....	70
一、影响分销渠道设计的因素.....	70
二、分销渠道的设计.....	70
三、分销渠道的管理.....	71
四、串货现象及其整治.....	71
第三节 批发商与零售商.....	71
一、批发商的特点.....	71
二、批发商的类型.....	72
三、零售商的类型.....	72
第四节 物流管理.....	73
一、物流管理的概念与职能.....	73
二、物流管理的主要内容.....	74
三、配送管理.....	74
四、第三方物流的概念与作用.....	74
复习与思考题:	74
拓展阅读书目:	75
第十三章 促销策略教学大纲.....	77
第一节 促销组合的概念.....	77
一、促销的概念.....	77
二、促销组合的概念及其作用.....	77
三、促销策略.....	77
四、影响促销组合策略的因素.....	77
第二节 人员推销.....	78
一、人员推销的概念和特点.....	78
二、人员推销的工作任务.....	78
三、推销人员的素质.....	78
四、人员推销的形式、对象与策略.....	78
第三节 广告.....	79
一、广告的概念.....	79
二、广告的种类.....	79
三、广告媒体的特点.....	79
四、广告媒体的选择.....	80
五、广告预算.....	80
六、广告的设计原则.....	80
七、广告效果.....	81
第四节 公共关系.....	81
一、公共关系的概念.....	81
二、公共关系的作用.....	81
三、公共关系活动的主要内容.....	82
四、公共关系评估.....	82
第五节 营业推广.....	82
一、营业推广的概念.....	82
二、营业推广的种类.....	82
三、营业推广的方式.....	82
复习与思考题:	83

拓展阅读书目:	83
第十四章 市场营销组织、执行与控制教学大纲.....	85
第一节 市场营销计划.....	85
一、市场营销计划的内容.....	85
二、市场营销计划的实施.....	85
第二节 市场营销组织.....	85
一、市场营销组织的概念.....	85
二、市场营销组织设计的原则.....	85
三、市场营销组织的基本形式.....	86
四、影响市场营销组织结构的因素.....	86
五、市场营销组织的设计.....	86
第三节 市场营销控制.....	86
一、市场营销控制的概念.....	86
二、市场营销控制的步骤.....	86
三、市场营销控制的内容.....	87
四、市场营销审计.....	87
复习与思考题:	87
拓展阅读书目:	87

前言

一、课程的性质

《市场营销学》是经济学专业的专业选修课，课程号为：406020332。《市场营销学》是20世纪初发源于美国，现在流行于全世界。它主要研究顾客需求、市场营销活动及其规律的科学，是一门建立在经济科学、行为科学、数学、现代管理理论基础之上的应用科学，具有综合性、边缘性、应用性的特点，属于管理学范畴。

二、编写目的

为了使學生更好地学习和掌握《市场营销学》的内容，编写了《市场营销学教学大纲》。《市场营销学教学大纲》能使學生比较容易地比较系统地掌握市场营销学的基本概念、基本理论、基本知识和基本方法，了解分析市场营销环境，了解消費者购买行为，了解工业用户的需求，制定市场营销策略，组织和控制市场营销活动的基本要令和方法，培养和提高应用市场营销原理解释市场经济活动与购买行为，解决企业营销中存在的一些问题，培養學生的专业素质、专业技能，以便學生毕业后能较好地开展市场营销管理工作。

三、课程简介

市场营销学的研究对象是以满足消費者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性，其内容具有综合性、实践性、应用性的特点。课程的核心内容，就是在买方市场条件下，卖方如何从顧客的需要出发，制订企业发展战略，组织企业市场营销活动，从而使企业在激烈竞争的市场环境中，通过满足顧客的需要，获得生存和发展。

本课程内容主要包括：市场营销的核心概念及各种营销观念、营销战略规划、市场竞争战略、市场营销环境、消費者购买行为分析、市场调研与预测、市场细分、目标市场选择、市场定位、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销的计划组织与控制等。

四、课程教学的目的

在教学中要向学员完整介绍市场营销的知识体系与应用方法，更重要的是使學生牢固树立以顧客为中心的营销观念，在实践中能以市场为导向，进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动。

在全面系统教学的基础上注重帮助学生掌握市场营销基本理论、基本知识、基本方法。使學生牢固树立以顧客为中心的营销观念。突出學生应用能力的培养。重视理论联系实际，密切结合企业的营销实践。要求學生在学习过程中将课程的内容与现实企业的营销活动联系起来，学以致用，加强研究性学习和营销实战训练。让學生知道如何在实践中有效地组织企业的经营活动，使企业以市场为导向，进行产品开发、生产运作、定价、分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平，提高经济效益，从而真正让學生掌握市场营销学这门功课。

五、课程教学的基本要求

通过本课程的学习，使學生达到下列要求：

1. 重在培养学生的营销思维方式。让现代营销理念深入每一个学生的大脑。
2. 正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对市场营销学有

一个整体的认识。

3. 牢固树立以顾客需要为中心的市场营销观念，并以此观念为指导研究和解决市场营销的理论和实际问题。

4. 掌握学科的基本概念、基本原理和基本方法，包括国内外市场营销理论与实践的最新发展。

5. 培养学生的营销分析能力，能够面对企业的经营环境制定出恰当的营销策略。

6. 紧密联系实际，学会分析案例，解决实际问题，把学科理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。

7. 培养学生能够熟练掌握营销工具进行各种组合开展营销活动。

8. 让学生能够把所学习到的经济学、管理学知识，能够与本课程结合起来，融会贯通。

六、授课形式及考核方式

本课程的教学方法以课堂讲授教学为主，以实践和课堂讨论为辅。

最后考核成绩由平时成绩与期末考试构成。

综合成绩=平时成绩+期末成绩。

平时成绩包括课堂讨论的发言和平时作业完成情况等。

七、《市场营销学》的教学内容以及课时安排

内容	课时
第一章 市场营销学导论	3
第二章 企业战略计划与营销管理过程	2
第三章 市场营销环境分析	3
第四章 消费者市场与购买行为分析	2
第五章 组织市场与购买行为分析	2
第六章 市场营销调研与市场预测	2
第七章 市场竞争战略	2
第八章 目标市场营销	3
第九章 产品策略	3
第十章 品牌与包装策略	2
第十一章 定价策略	3
第十二章 分销策略	3
第十三章 促销策略	3
第十四章 市场营销计划、组织与控制	2
课程总结	1
合计	36

八、课程编写人员

《市场营销学教学大纲》由马克态编写完成。

第一章 市场营销学导论大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,理解市场与市场营销的含义,以及与市场营销有关的概念,了解市场营销管理思想的演变与发展,掌握研究市场营销学的研究方法,为学习好本门课程打好基础。

学时分配:理论 2 学时、实践 1 学时

第一节 市场与市场营销

一、市场

市场是商品经济中生产者与消费者之间实现产品(服务)价值,满足需求的交换关系、交换条件和交换过程。

1. 市场是建立在社会分工和商品生产基础上的交换关系;
2. 现实市场的形成要有若干基本条件。包括:①消费者(用户)需要或欲望的存在,并拥有其可支配的交换资源;②存在由生产者提供的、能够满足消费者(用户)需求的产品或服务;③要有促成交换双方达成交易的各种条件。
3. 市场的发展是一个由消费者(买方)决定,而由生产者(卖方)推动的动态过程。
4. 市场是商品交换的场所。
5. 市场是商品交换关系的总和。
6. 市场是某种商品的现实购买者和潜在购买者的需求总和。

市场=人口+购买力+购买欲望

二、市场营销的含义

市场营销是个人和群体通过创造并同他人交换产品 and 价值以满足需求和欲望的一种社会和管理过程。

1. 市场营销的最终目标是“满足需求和欲望”。
2. “交换”是市场营销的核心,交换过程是一个主动、积极寻找机会,满足双方需求和欲望的社会过程和管理过程。
3. 交换过程能否顺利进行,取决于营销者创造的产品和价值满足顾客需求的程度和交换过程管理的水平。

三、市场营销的相关概念

1. 需要、欲望、需求。
这三个概念是市场营销的最基本的和最主要的概念。三者既相互联系又相互区别。
 - (1) 需要:是指人类没有得到某些基本满足的感受状态。
 - (2) 欲望:就是人们对能满足某种需要的特定物品的渴求,是人们对基本需要的具体满足品的一种愿望。
 - (3) 需求:是一种有支付能力的需要,是人们有能力购买并愿意购买某个具体产品的欲望。
2. 产品。

产品是指能够满足人们需要和欲望的任何东西，包括有形产品和无形产品，除了货物和服务之外，产品还包括人员、地点、组织、活动和构思。

3. 价值和满足。

(1) 价值，就是一种产品或服务给人们带来的满足，这种满足的大小，取决于顾客在拥有和使用某种产品时所获得的利益与为取得该产品或服务所付出的成本之间的比较。

(2) 满足，感到已经足够了。

4. 交换、交易和关系。

(1) 交换，从他人处取得所需之物，而以其他某种东西作为回报的行为。

(2) 交易，是交换活动的基本单位，是交换双方的价值交换。

(3) 关系，是人或事物之间相互作用，相互影响的状态。

5. 市场营销者。

市场营销者，是从他人那里获得资产或有助的事物，并以某种有价值的事物进行交换的人。

第二节 市场营销的重要性

一、市场营销职能在企业中的地位

1. 市场营销在不同行业的扩散。

2. 推动企业重视市场营销的主要因素。

(1) 销售额下降。

(2) 增长缓慢。

(3) 购买行为的改变。

(4) 竞争的加剧。

(5) 营销成本的提高。

3. 市场营销职能在企业中地位的变迁。

二、管理创新的关键是加强营销

第三节 市场营销观念

市场营销观念就是指企业在市场营销活动中所遵循的基本指导思想和经营哲学。

一、生产观念。

生产观念认为，消费者喜欢那些可以随处买得到而且价格低廉的产品，企业应致力于提高生产效率和分销效率，扩大生产，降低成本以扩展市场。“企业生产什么，就卖什么”。

二、产品观念。

产品观念认为，消费者最喜欢高质量、多功能和具有某种特色的产品，企业应致力于生产高附加值产品，并不断加以改进。“只要产品好，不怕卖不了”。

三、推销观念。

这种观念认为，消费者通常表现出一种购买惰性或抗衡心理，企业必须积极推销和大力促销，以刺激消费者大量购买本企业产品。“我们卖什么，人们就买什么”。

四、市场营销观念

1. 市场营销观念。

市场营销观念则考虑如何通过制造、传送产品以及与最终消费产品有关的所有事物，来满足顾客的需要，就是“先抢占市场制高点，再要利润”。

2. 顾客让渡价值。

顾客让渡价值是指顾客总价值与顾客总成本之间的差额。顾客总价值是指顾客购买某一产品与服务所期望获得的一组利益，包括产品价值、服务价值、人员价值和形象价值等。顾客总成本是指顾客为购买某一产品所耗费的时间、精神、体力以及所支付的货币资金等成本。

3. 顾客满意。

所谓顾客满意，是指顾客对一件产品满足其需要的绩效与期望进行比较所形成的感觉状态。

4. 4P、4C 到 4R 的营销观念的碰撞与变革。

市场营销观念与传统的营销观念有本质的不同，主要表现在：起点不同，中心不同，手段不同和终点不同。

五、社会市场营销观念

社会营销观念认为，企业的任务在于确定目标市场的需要、欲望和利益，比竞争者更有效地使顾客满意，同时维护与增进消费者长远利益和社会福利最大化。

社会市场营销观念要求企业营销者在制定营销策略时，要兼顾消费者利益，企业利益和社会利益，实现三者的平衡。

第四节 市场营销学的性质、研究对象、产生发展与其它学科的关系

一、市场营销学的性质与研究对象

1. 市场营销学的性质。

市场营销学是一门以经济科学、行为科学、管理理论和现代科学技术为基础，研究以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动及其规律性的综合性应用科学。

2. 市场营销学的研究对象。

Marketing 既是经济活动，又是一门学科。市场营销学的研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律。

二、市场营销学产生与发展

市场营销学形成和发展的过程大致经历了：

1. 初创阶段。

市场营销学初创于 19 世纪末至 20 世纪 30 年代。

2. 形成阶段。

从 1931 年至第二次世界大战爆发，这个阶段是市场营销理论的形成时期。

3. 发展阶段。

市场营销学的发展阶段是在 20 世纪 60 年代末至 70 年代初期。

4. 完善阶段。

20 世纪 70 年代至今，是市场营销学发展的成熟阶段，又称完善阶段。

三、市场营销学与相关学科的关系

第五节 市场营销发展的新趋势

一、绿色营销

二、整合营销

三、关系营销

四、网络营销

五、营销道德

六、水平营销

七、口碑营销

复习与思考题：

1. 怎样理解市场营销的定义，试用营销的定义诠释你自己人生的发展与规划？
2. 如何计算顾客的让渡价值？
3. 举例说明市场营销管理过程。
4. 市场营销的传统观念与现代观念的主要区别是什么，又有什么联系？如何应用现代观念指导企业的营销工作。
5. 如何理解市场营销的新的发展趋势？
6. 如何理解顾客满意对企业的重要性？
7. 4P 的含义是什么？
8. 4C 的含义是什么？
9. 4R 的含义是什么？
10. 如何理解社会市场营销观念？如何理解企业的社会责任？
11. 如何理解关系营销？
12. 如何理解绿色营销？
13. 如何理解“金杯、银杯不如老百姓的口碑”这句话？
14. 如何理解与看待我国当前的网络营销？

拓展阅读书目：

1. 于颖, 巩少伟, 马林主编, 市场营销学, 科学出版社, 2008 年版, 第一章, 第 1 页至第 15 页。
2. 倪杰主编, 现代市场营销学, 清华大学出版社, 2009 年版, 第七章, 第 177 页至第 190 页。
3. 郭国庆主编, 杨学成副主编, 市场营销学概论, 高等教育出版社, 2008 年版, 第 1、2 章, 第 3 页至第 48 页。第 17、18 章, 第 357 页至第 408 页。
4. 郭国庆主编, 李军、任锡源副主编, 营销学原理, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第一章, 第 1 页至第 26 页。
5. 祖立厂、范应仁主编, 市场营销学, 科学出版社, 2007 年版, 第一、二章, 第 1 页至第 39 页。
6. 王志伟主编, 市场营销学, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第 1 章, 第 1 页至第 20 页。第 12 章, 第 319 页至第 339 页。
7. 冯丽云主编, 现代市场营销学, 经济管理出版社, 2008 年版, 第一、二章, 第 1 页至第 38 页。
8. 王军旗, 张蕾主编, 市场营销, 中国人民大学出版社, 2009 年版, 第 1 章, 第 1 页至第 21 页。
9. 吕一林, 岳俊芳主编, 市场营销学, 科学出版社, 2010 年, 第 1 章, 第 1 页至第 17 页。
10. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒, 卢泰宏著, 卢泰宏, 高辉译, 营销管理, 中国人民大学出版社, 2009 年, 第 1 章, 第 3 页至第 28 页。
11. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009 年, 第 1 章, 第 3 页至第 36 页。
12. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学(第三版), 高等教育出版社, 2008 年。第一章, 第 1 页到第 26 页。第二章, 第 27 页到第 56 页。第十八章, 第 492 页到第 5519 页。
13. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 1 章, 第 3 页到第 30 页。
14. (澳) 安德鲁·格里菲斯著, 高继明、曲沛译, 客户至上——101 种再提高服务水平的实用方法, 经济日报出版社, 2003 年 12 月。第 1 页到第 18 页。
15. 包政, 战略营销管理, 中国人民大学出版社, 1997 年。第 77 页到第 100 页。
16. (美) 道恩·亚科布齐著, 凯洛格论市场营销, 海南出版社, 2003 年。第 329 页到第 350 页。
17. 张文贤主编, 市场营销创新, 复旦大学出版社, 2002 年。
18. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002 年, 第一章, 第 1 页至第 60 页。
19. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年。第 1 章, 第 3 页到第 41 页。第 2 章, 第 43 页到第 78 页。
20. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006 年, 第一章, 第 1 页至第 35 页。
21. (美) 小查尔斯·兰姆, 小约瑟夫·海尔, 卡尔·麦克丹尼尔著, 时启亮、朱洪兴译, 市场营销学, 上海人民出版社, 2005 年, 第 1 章, 第 5 页至第 31 页。
22. 何永祺, 张传忠, 蔡新春编著, 市场营销学, 东北财经大学出版社, 2006 年, 第 1 章, 第 1 页至第 37 页。

第二章 企业战略规划与营销管理过程教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,了解和掌握企业战略的概念、特点,企业战略规划含义、内容,企业战略体系的构成,企业使命的界定,规划企业战略业务的组合,了解企业发展新业务的方法。明确市场营销管理的实质、任务与过程,市场营销组合的特点,对企业的营销战略有一个全局的认识和把握。

学时分配:理论 1.5 学时、实践 0.5 学时

第一节 企业战略规划

一、企业战略的概念

企业战略是泛指企业为了实现预定目标所作的全盘考虑和统筹安排,是企业为了实现自己的总任务和总目标所制定的全局性谋划方案。

二、企业战略的特点

1. 全局性。
2. 长期性。
3. 系统性。
4. 竞争性。
5. 适应性。
6. 风险性。
7. 观念性。

三、企业战略规划

企业战略规划是使企业的目标、资源与变化的市场环境相互协调的一种管理过程。其目的是使企业的经营结构、资源特长和经营目标,在可以接受的风险限度内,与市场环境所提供的各种机会取得平衡。

战略规划其实就是企业根据外部营销环境和内部资源条件而制定的涉及企业管理各方面(包括生产管理、营销管理、财务管理、人力资源管理等)的带有全局性的重大规划。

制定企业战略规划对于企业来说具有特别重要的意义:

1. 企业战略规划对一个企业的生存和发展,具有决定性指导作用。
2. 企业战略规划的制定价值,就在于打击竞争对手,保存对手。

四、企业战略体系构成

1. 公司层战略。
2. 业务层战略。
3. 职能层战略。

第二节 企业战略规划过程

战略规划过程，又称战略管理过程。它是指企业的最高管理层通过制定企业的任务、目标、业务组合计划和新业务计划，在企业的目标、资源、能力与迅速变化的经营环境之间发展和保持一种切实可行的战略适应的管理过程。

一、规定企业使命

1. 规定企业使命需考虑的因素。

- (1) 企业过去历史的突出特征。
- (2) 企业的业主和最高管理层的意图。
- (3) 企业周围环境的发展变化。
- (4) 企业的资源情况。
- (5) 企业的特有能力和能力。

2. 企业使命报告书应具备的条件。

- (1) 市场导向。
- (2) 切实可行。
- (3) 鼓动性和感召力。
- (4) 具体明确。

二、确定企业目标

企业任务确定后，还要将这些任务具体化为企业可实施的经营目标。把企业的任务进行目标分解，分解成一套完整的目标体系，使之成为企业各管理层的目标，使每个管理人员都有自己明确的目标，并负起实现这些目标的责任。如，贡献目标，市场目标，发展目标，利润目标等，经营目标一般表现为产品品种、产品数量、销售额、利润额、利润率、市场占有率、产品创新、口碑等一系列目标值。

企业目标的制定，应遵循以下原则：

1. 科学性与现实性相结合
2. 关键性和数量化
3. 层次化
4. 灵活性

三、安排业务组合

1. 战略业务单位的划分。
2. 战略业务单位的评价。

最著名的分类和评价方法是：

- (1) 波士顿矩阵法（BCG approach）。
“问题类”业务，“明星类”业务，“金牛类”业务，“瘦狗类”业务。
- (2) 通用电气矩阵法（GE approach）。

四、制定新业务计划

企业发展新业务的方法有三种。

1. 密集增长。

2. 一体化增长。
3. 多元化增长。

第三节 市场营销管理

一、市场营销管理的实质

市场营销管理是指为了实现企业目标，创造、建立和保持与目标市场之间的互利交换关系，而对设计方案进行的分析、计划、执行和控制。市场营销管理的任务，就是为促进企业目标的实现而调节需求的水平、时机和性质。市场营销管理的实质是需求管理。

二、市场营销管理的任务

根据需求水平、时间和性质的不同，可归纳出八种不同的需求状况。在不同的需求状况下，市场营销管理的任务有所不同。

1. 负需求。
2. 无需求。
3. 潜伏需求。
4. 下降需求。
5. 不规则需求。
6. 充分需求。
7. 过量需求。
8. 有害需求。

三、需求管理的启示

在市场营销实践中，企业不仅要适应消费者或客户的需求，而且可以创造需求，引导消费，即改变人们的价值观念和生活方式。

第四节 市场营销管理过程

所谓市场营销管理过程，就是企业为实现其任务和目标而发现、分析、选择和利用市场机会的管理过程。

一、分析市场机会

市场营销学认为，寻找和分析、评价市场机会，是市场营销管理人员的主要任务，也是市场营销管理过程的首要步骤。所谓市场机会就是市场上存在未被满足的需要。市场营销管理人员可采取以下方法来寻找、发现市场机会。

1. 收集市场信息。
2. 分析产品 / 市场矩阵。
3. 进行市场细分。

二、选择目标市场

市场营销管理人员在发现和评价市场机会之外，还要进行进一步的市场营销研究和信息收集工作，如市场测量和市场预测工作等，据以决定企业应当生产经营哪些新产品，决定企业应当以哪个或哪些市场作为目标市场。

三、设计市场营销组合

1. 市场营销组合的构成。

产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。

2. 市场营销组合的特点。

- (1) 市场营销组合因素对企业来说都是“可控因素”。
- (2) 市场营销组合是一个复合结构。
- (3) 市场营销组合又是一个动态组合。
- (4) 市场营销组合要受企业市场定位战略的制约。

四、管理市场营销活动

管理市场营销活动，即执行和控制市场营销计划。

复习与思考题：

1. 什么是企业战略？
2. 企业的最高管理层所规定的目标必须符合的要求是什么？
3. 怎样用波士顿矩阵法对企业的战略业务单位进行评价？
4. 企业市场营销组合的特点有哪些？
5. 企业的市场营销组合包括哪几面？
6. 如何理解市场营销管理的任务？
7. 什么叫密集增长？
8. 一体化增长的含义什么？
9. 如何理解多元化增长？
10. 企业战略有什么特点？
11. 市场营销管理的实质是什么？

拓展阅读书目：

1. 于颖，巩少伟，马林主编，市场营销学，科学出版社，2008年版，第二章，第21页至第37页。第一章，第16页至第20页。
2. 冯丽云主编，现代市场营销学，经济管理出版社，2008年版，第三章，第39页至第64页。
3. 倪杰主编，现代市场营销学，清华大学出版社，2009年版，第二章，第26页至第39页，第45页至第52页。
4. 郭国庆主编，李军、任锡源副主编，营销学原理，对外经济贸易大学出版社，2008年版，第六章，第105页至第117页。
5. 吕一林，岳俊芳主编，市场营销学，科学出版社，2010年，第2章，第18页至第43页。
6. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒著，营销管理，格致出版社，上海人民出版社，2009年，第2章，第37页至第74页。
7. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编，市场营销学（第三版），高等教育出版社，2008年。

第三章，第 57 页到第 80 页。

8. (美) 菲利普·科特勒，营销管理，梅如和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，2002 年。第 3 章，第 79 页到第 120 页。

9. 何永祺，张传忠，蔡新春编著，市场营销学，东北财经大学出版社，2006 年，第 2 章，第 38 页至第 80 页。

10. 郭国庆主编、刘彦平副主编，市场营销学通论，中国人民大学出版社，2003 年。第 2 章，第 31 页到第 55 页。

11. 罗伯特·J·多兰、戴维·格伦·米克、苏珊·多布查等编写，吕一林、王剑译，营销战略，中国人民大学出版社，2003 年。第 1 页到第 25 页。

12. 梁东，刘建堤主编；张安彬，谭学英副主编，市场营销学，清华大学出版社，2006 年，第二章，第 36 页至第 71 页。

13. (美) 小查尔斯·兰姆，小约瑟夫·海尔，卡尔·麦克丹尼尔著，时启亮、朱洪兴译，市场营销学，上海人民出版社，2005 年，第 2 章，第 32 页至第 65 页。

第三章 市场营销环境分析教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章学习，了解市场营销环境的含义、特点，了解微观环境和宏观环境的构成，能够在这些宏观微观市场环境变化的情况下，根据企业的实际，应用所学的知识，为企业提出相应的方案。

学时分配：理论 2 学时、实践 1 学时

第一节 市场营销环境的含义及特点

一、市场营销环境的概念及分类

市场营销环境是指影响企业生存和发展的各种内部条件和外在因素的总和。这些因素和力量影响着企业的营销活动和营销目标的实现。

菲利普·科特勒根据市场营销环境与企业营销活动的相互联系的密切程度，把市场营销环境分为微观营销环境和宏观营销环境两大类。目前，我国营销学界基本采用这种分类方法。

二、市场营销环境的特点

市场营销环境是一个由多因素组成且不断变化的综合体。具体而言，企业市场营销环境具有以下特点：

1. 客观性。
2. 差异性。
3. 多变性。
4. 相关性。
5. 不可控性。

三、市场营销活动与市场营销环境

市场营销环境通过其内容的不断扩大及其自身各因素的不断变化，对企业营销活动发生影响。

营销环境是企业营销活动的制约因素，营销活动依赖于这些环境才能得以正常进行。营销管理者必须注意营销决策，不得超越环境的限制；企业营销活动所需的各种资源，需要在环境许可的条件下取得；企业生产与经营的各种产品，也需要获得消费者或用户的认可与接纳。

第二节 市场营销微观环境

微观环境是指对企业构成直接影响的各种力量，包括企业本身及其市场营销渠道企业、市场、竞争者和各种公众，这些都会直接影响企业为其目标市场服务的能力。

一、供应商

供应商，即向企业及其竞争者供应原材料、机器设备、部件、能源、劳动力等资源的企业和组

织。

二、企业

企业本身包括市场营销管理部门、其他职能部门和企业最高管理层。

三、竞争者

企业要想成功，就必须在满足消费者需要和方面比竞争对手做得更好。竞争者包括：

1. 愿望竞争者，即消费者想要满足的各种目前愿望的提供者。
2. 一般竞争者，即能够以各种方法满足购买者某种愿望的产品供应者。
2. 产品形式竞争者，即能满足购买者某种愿望的各种产品型号。
4. 品牌竞争者，即能满足购买者某种愿望的同种产品的各种品牌。

四、市场营销中介

市场营销中介包括：

1. 商人中间商，即从事商品购销活动，并对所经营的商品拥有所有权的中间商，如批发商、零售商等。
2. 代理中间商，即协助买卖成交，推销产品，但对所经营的产品没有所有权的中间商，如经纪人、制造商代表等。
3. 辅助商，即辅助执行中间商的某些职能，为商品交换和物流提供便利，但不直接经营商品的企业或机构，如运输公司、仓储公司、银行、保险公司、信托公司、广告公司、市场营销研究公司、市场营销咨询公司等。

五、市场

市场营销学是根据购买者及其购买目的进行市场划分的。包括：

1. 消费者市场，即为了个人消费而购买的个人和家庭所构成的市场。
2. 生产者市场，即为了生产、取得利润而购买的个人和企业所构成的市场。
3. 中间商市场，即为了转卖、取得利润而购买的批发商和零售商所构成的市场。
4. 政府市场，即为了履行职责而购买的政府机构所构成的市场。
5. 国际市场，即由国外的消费者、生产者、中间商、政府机构等所构成的市场。

六、公众

公众是指对企业实现其市场营销目标构成实际或潜在影响的任何团体，包括：

1. 金融公众，即影响企业取得资金能力的任何集团，如银行、投资公司等。
2. 媒体公众，即报纸、杂志、广播、电视等具有广泛影响的大众传播媒体。
3. 政府公众，即负责管理企业业务经营活动的有关政府机构。
4. 社团公众或叫市民行动公众，即各种消费者权益保护组织、环境保护组织、少数民族组织等。
5. 社区公众，指企业所在地附近的居民和社区组织。
6. 一般公众，指上述各种关系公众之外的社会公众。
7. 企业内部公众，如董事会、经理、员工等。

第三节 市场营销宏观环境

宏观环境是指那些间接影响企业市场营销活动的自然及社会力量的总和，包括人口环境、经济环境、自然环境、技术环境、政治和法律环境以及社会和文化环境。这些主要社会力量大部分是企业不可控制的变量，它给企业创造一定的市场机会，同时也可能给企业造成一定的环境威胁。

一、人口环境

市场是由有购买欲望同时又有支付能力的人构成的，人口的多少直接影响市场的潜在容量。

1. 人口数量及其增长
2. 人口结构
3. 家庭规模及结构

二、经济环境

经济环境一般指影响企业市场营销方式与规模的经济因素，如消费者收入与支出状况、经济发展状况等。

1. 国民经济发展水平。
2. 消费者收入的发展与变化。
3. 消费者支出模式的发展与变化。
4. 消费者储蓄和信贷情况的发展与变化。

三、自然环境

主要指营销者所需要或受营销活动所影响的自然资源。营销活动要受自然环境的影响，反过来，营销活动也对自然环境的变化负有责任。

1. 某些自然资源日益短缺或即将短缺。
2. 环境污染严重。
3. 政府对环境保护的干预日益加强。
4. “绿色营销”势在必行。

四、技术环境

科技的发展对经济发展有非常大的影响，不仅直接影响企业内部的生产和经营，同时还与其他环境因素交织在一起，互相作用，给企业营销活动带来有利或不利的影

1. 新技术是促使企业开发新产品，满足顾客新的需要。
2. 新技术可以使企业降低成本，增强企业竞争力。
3. 新技术能为企业营销提供先进的物质基础。
4. 新技术革命有利于企业改善经营管理。
5. 新技术革命会影响零售商业结构和消费者购物习惯。
6. 知识经济带来的机会与挑战。
7. 新技术是一种“创造性的毁灭力量”。

五、政治法律环境

政治法律环境是指与市场营销有关的各种政策法规以及有关的政府机构和社会团体的活动。

1. 政治环境。

2. 法律环境。
2. 公众利益团体。

六、社会和文化环境

社会文化是指一个社会的价值观念、生活方式、风俗习惯、伦理道德、教育水平、语言文字、社会结构、民族特征等的总和。

1. 价值观念。
2. 风俗习惯。
3. 宗教信仰。
4. 审美观念。
5. 教育程度。
6. 语言文字。

第四节 环境分析与营销对策

一、环境威胁与市场机会

市场营销环境通过对企业构成威胁或提供机会而影响营销活动。环境威胁是指环境中不利于企业营销的因素的发展趋势，这些发展趋势对企业形成挑战，对企业的市场地位构成威胁。市场机会指对企业营销活动富有吸引力的领域，在这些领域，企业拥有竞争优势。

二、SWOT 分析法

S 代表企业优势 (Strengths)，W 代表企业劣势 (Weaknesses)，O 代表市场机会 (Opportunities)，T 代表环境威胁 (Threats)。SWOT 分析法即优势、劣势、机会、威胁分析法，是对企业内外环境进行综合分析的一种方法。

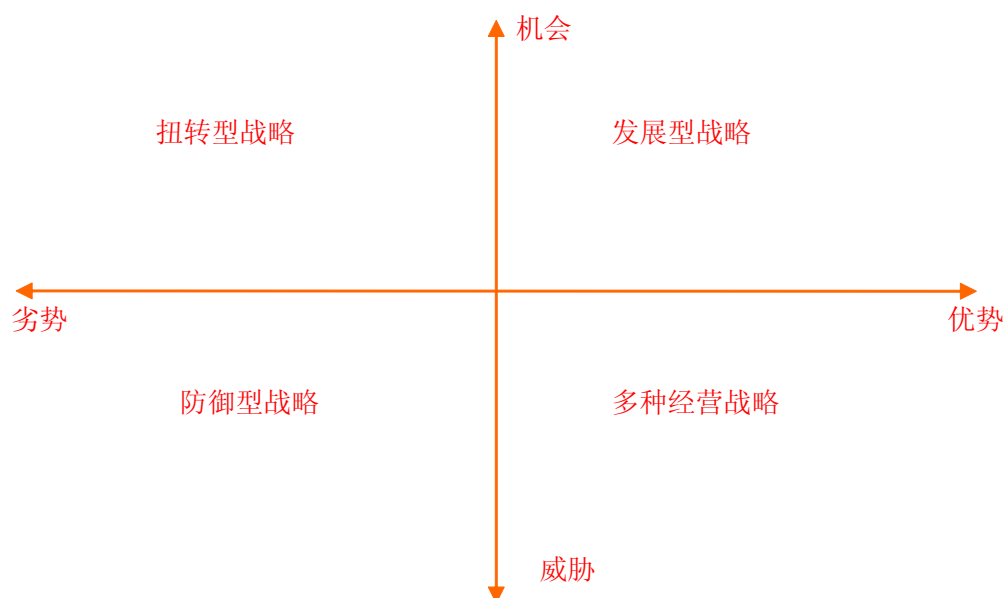


图 SWOT 分析法

三、环境威胁与市场机会分析

企业面对威胁程度不同和市场机会吸引力不同的营销环境，需要通过环境分析来评估环境机会与环境威胁。企业最高管理层可采用“威胁分析矩阵图”和“机会分析矩阵图”来分析、评价营销环境。

1. 环境威胁分析。

对环境威胁的分析，一般着眼于两个方面：一是分析威胁的潜在严重性，即影响程度；二是分析威胁出现的可能性，即出现概率。

2. 市场机会分析。

机会分析主要考虑其潜在的吸引力（赢利性）和成功的可能性（企业优势）大小。

对市场机会的分析，还必须深入分析机会的性质，环境市场机会与企业市场机会、行业市场机会与边缘市场机会、目前市场机会与未来市场机会等，以便企业寻找对自身发展最有利的市场机会。

四、企业营销对策

在环境分析与评价的基础上，企业对威胁与机会水平不等的各种营销业务，要分别采取不同的对策。

1. 企业应对市场机会的营销策略

- (1) 及时利用策略
- (2) 待机利用策略
- (3) 果断放弃策略

2. 企业应对环境威胁的营销策略

根据风险的性质不同，采取的对策主要有以下 3 种：

(1) 反抗策略

对于某些主观因素所造成的环境威胁，企业可采取一定的措施，限制或扭转不利因素的发展。

(2) 减轻策略

通过调整市场营销组合等来改善环境适应，以减轻环境威胁的严重性。

(3) 转移策略

对一些难以预料、人力又不可抗拒的风险，且又无法扭转和减轻时，企业可以采取转移风险的办法，将自己的风险转移或分散给他人承担。风险转移方式主要有两种：

- (1) 保险转移。
- (2) 非保险转移。

复习与思考题：

1. 如何看待企业市场营销环境与企业的关系？
2. 市场营销环境有哪些特征？
3. 简述微观市场营销环境的构成。
4. 简述宏观市场营销环境的构成。
5. 如何理解竞争者与企业的关系？对本企业的营销有什么影响？
6. 如何看待紧缩银根对企业营销的影响？
7. 如何看待电子技术革新对电子企业营销的影响？
8. 如何看待社会文化水平的提高对企业营销的影响？
9. 企业如何才能利用好市场机会？

10. 供应商对企业营销的影响?
11. 企业如何才能避免市场威胁?

拓展阅读书目:

1. 祖立厂、范应仁主编, 市场营销学, 科学出版社, 2007 年版, 第四章, 第 65 页至第 81 页。
2. 郭国庆主编, 李军、任锡源副主编, 营销学原理, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第三章, 第 47 页至第 62 页。
3. 于颖, 巩少伟, 马林主编, 市场营销学, 科学出版社, 2008 年版, 第三章, 第 38 页至第 61 页。
4. 倪杰主编, 现代市场营销学, 清华大学出版社, 2009 年版, 第三章, 第 59 页至第 79 页。
5. 王志伟主编, 市场营销学, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第 2 章, 第 25 页至第 52 页。
6. 冯丽云主编, 现代市场营销学, 经济管理出版社, 2008 年版, 第五章, 第 94 页至第 113 页。
7. 郭国庆主编, 杨学成副主编, 市场营销学概论, 高等教育出版社, 2008 年版, 第 3 章, 第 53 页至第 76 页。
8. 吕一林, 岳俊芳主编, 市场营销学, 科学出版社, 2010 年, 第 3 章, 第 44 页至第 63 页。
9. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009 年, 第 3 章, 第 77 页至第 102 页。
10. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学(第三版), 高等教育出版社, 2008 年, 第四章, 第 81 页到第 104 页。
11. 何永祺, 张传忠, 蔡新春编著, 市场营销学, 东北财经大学出版社, 2006 年, 第 3 章, 第 81 页至第 107 页。
12. 于建原主编, 营销总监, 西南财经大学出版社, 2006 年, 第四章, 第 81 页至第 107 页。
13. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年, 第 3 章, 第 59 页到第 81 页。
14. 包政, 战略营销管理, 中国人民大学出版社, 1997 年, 第 130 页到第 153 页。
15. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002 年, 第二章, 第 61 页至第 75 页。
16. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006 年, 第三章, 第 72 页至第 87 页。
17. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年, 第 5 章, 第 164 页到第 191 页。
18. (美) 小查尔斯·兰姆, 小约瑟夫·海尔, 卡尔·麦克丹尼尔著, 时启亮、朱洪兴译, 市场营销学, 上海人民出版社, 2005 年, 第 3 章, 第 66 页至第 104 页。

第四章 消费者市场与购买行为分析教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,了解消费者市场的概念、特征及影响消费者购买的主要因素,掌握消费者购买决策过程的一般规律,能够应用消费者购买行为理论理解分析我国消费者一般购买行为的特征与规律。

学时分配:理论 1.5 学时、实践 0.5 学时

第一节 消费者需求的内容

一、消费者需求的概念

所谓消费者需求指的是人们想要在市场上获得某种商品或服务的具有货币购买力的欲望,即具有购买能力的需要。包括对生产资料的需求和对消费资料的需求,此外还包括服务需求。

二、消费者需求的内容

消费者的需求是多种多样、千差万别的,但从企业要求不断开拓市场来说,主要将消费者的需求分为生理需求和心理需求(社会需求)。

三、消费者需求的特征

1. 需求的分散性。
2. 需求的多样性。
3. 需求的层次性。
4. 需求的发展性。
5. 需求的伸缩性。
6. 需求的可诱导性。
7. 非专业性。

四、消费者市场的购买对象

1. 便利品
2. 选购品
3. 特殊品

第二节 影响消费者购买行为的因素

一、文化因素(Cultural Factor)

文化因素对个人需求和购买行为的影响极其深广。其中,最主要的有文化、亚文化与社会阶层三方面。

1. 文化。

文化是人类欲求与行为最基本的决定因素，是指某个社会和某个国家在一定物质基础上的文化背景和传统文化，是人类从生活实践中建立起来的信仰、价值观念、道德、理想、习惯及其他有意义的象征的综合体。

2. 亚文化。

任何文化都包含着一些较小的群体或称之为亚文化。

(1) 民族亚文化群。

(2) 宗教亚文化群。

(3) 种族亚文化群。

(4) 地理区域亚文化群。

3. 社会阶层。

所谓社会阶层，是指具有相似社会经济地位、价值观念和生活方式的人们组成的群体。

二、社会因素 (Social Factor)

1. 相关群体。

所谓相关群体就是指能直接和间接影响个人的态度、行为和价值观的群体。

2. 家庭。

家庭是以婚姻、血缘为纽带组成的社会生活单位。家庭是社会的细胞，对人的行为影响最大。人们的价值观、审美观、爱好和习惯在很大程度上都是在家庭的影响下形成的。

3. 身份和地位。

一个人在不同的群体中往往担任不同的角色，即有着不同的身份和社会地位。

三、个人因素 (Personal Factor)

消费者购买决策也受其个人特性的影响，其中比较明显的有购买者的年龄与所处的家庭生命周期阶段、职业、经济状况、生活方式、个性和自我观念等因素。

1. 年龄与家庭生命周期阶段。

2. 职业。

3. 经济状况。

4. 生活方式。

5. 个性和自我观念。

四、心理因素 (Psychological Factor)

消费者心理是消费者在满足需要活动中的思想意识，它支配着消费者的购买行为。消费者的心理过程主要包括：需要、动机、感觉、学习、信念和态度。

1. 需要。

需要是指人们在个体和社会生活中感到某种欠缺而力求得到满足的心理状态。

马斯洛的“需要层次论”依需要强度的顺序，把人类需要分为五个层次：

(1) 生理需要。

(2) 安全需要。

(3) 社会需要。

(4) 尊重需要。

(5) 自我实现的需要。

2. 动机。

动机是一种被刺激的需求，它是以迫使人们采取相应的行动来获得满足。心理学认为，人的行为是由动机支配的，而动机是由需要引起的。

消费者的购买动机可分为以下三类：

- (1) 生理性购买动机
- (2) 心理性购买动机
- (3) 社会性购买动机

3. 知觉。

知觉就是人们通过感觉器官，对客观刺激物的反应。同一刺激物可能会产生不同的反应、不同的知觉。心理学认为，知觉过程是一个有选择性的心理过程，有三种知觉过程。

- (1) 选择性注意。
- (2) 选择性曲解。
- (3) 选择性记忆。

3. 学习。

学习就是指由于经验而引起的个人行为改变。

4. 信念和态度。

信念是指人们对某一事物的信任程度。态度是人们对事物的好恶，即是否喜欢某事物。

第三节 消费者购买行为模式和行为类型

一、消费者购买行为模式

一个完整的消费者购买行为模式，包括七项内容——购买主体、购买对象、购买目的、购买组织、购买时间、购买地点和购买方式，即“6W1H”。

1. 由谁购买（Who）。
2. 购买什么（What）。
3. 为何购买（Why）。
4. 谁参与购买（Who）。
5. 何时购买（When）。
6. 何处购买（Where）。
7. 如何购买（How）。

二、消费者购买行为类型

消费者购买行为的类型，有多种多样的划分，其中最实质或最具实际意义的是按消费者的购买动机和个性特点的分类。具体可区分为下列四类：

1. 理智型购买（复杂的购买行为）。
2. 感情型购买（多样性的购买行为）。
3. 习惯型购买（减少失调感的购买行为）。
4. 经济型购买。

第四节 消费者购买决策过程

一、消费者购买决策的各类参与者

人们在购买决策过程中可能扮演不同的角色，主要包括：

1. 发起者（Initiator），即第一个提出购买某种商品或服务的人。
2. 影响者（Influencer），即直接或间接影响最后决策的人。
3. 决策者（Decider），即对部分或整个购买行为（如是否购买、购买什么、如何购买、何处购买和何时购买等）做出最后决策的人。
4. 购买者（Buyer），即实际采购的人。
5. 使用者（User），即实际使用和消费该商品的人。

二、消费者购买决策过程

一个完整的购买行为过程一般包括五个阶段：

1. 确认需要。
2. 搜集信息。
3. 比较评价选择。
4. 购买决策。
5. 购后感受。

复习与思考题：

1. 如何理解消费者需求？消费者需求有什么特点？
2. 人的需要可分为哪些内容？怎样理解马斯洛的需求层次理论？
3. 什么叫动机？人的动机是怎样产生的？对消费行为会产生什么影响？
4. 参考群体消费者的购买决策有什么影响？
5. 影响消费者购买行为的主要因素有哪些？
6. 消费者购买商品的心理活动包括哪几个方面？
7. 针对习惯型购买的消费者，企业应采取什么样的营销策略？
8. 消费者的购后感受对企业营销有什么影响？
9. 消费者购买决策中一共有多少类参与者？
10. 一个完整的消费者购买过程一般要经过那些过程？

拓展阅读书目：

1. 倪杰主编，现代市场营销学，清华大学出版社，2009年版，第四章，第82页至第107页。
2. 冯丽云主编，现代市场营销学，经济管理出版社，2008年版，第六章，第114页至第141页。
3. 于颖，巩少伟，马林主编，市场营销学，科学出版社，2008年版，第四章，第62页至第64页，第66页至第79页。
4. 祖立厂、范应仁主编，市场营销学，科学出版社，2007年版，第五章，第82页至第95页。
5. 郭国庆主编，杨学成副主编，市场营销学概论，高等教育出版社，2008年版，第4章，第

77 页至第 103 页。

6. 吕一林, 岳俊芳主编, 市场营销学, 科学出版社, 2010 年, 第 4 章, 第 64 页至第 86 页。

7. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒, 卢泰宏著, 卢泰宏, 高辉译, 营销管理, 中国人民大学出版社, 2009 年, 第 5 章, 第 115 页至第 145 页。

8. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009 年, 第 6 章, 第 175 页至第 208 页。

9. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学 (第三版), 高等教育出版社, 2008 年, 第五章, 第 105 页到第 139 页。

10. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 4 章, 第 82 页到第 91 页。

11. (美) 道恩·亚科布齐著, 凯洛格论市场营销, 海南出版社, 2003 年。第 133 页到第 163 页。

12. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006 年, 第三章, 第 88 页至第 98 页。

13. (美) 小查尔斯·兰姆, 小约瑟夫·海尔, 卡尔·麦克丹尼尔著, 时启亮、朱洪兴译, 市场营销学, 上海人民出版社, 2005 年, 第 5 章, 第 165 页至第 218 页。

14. 何永祺, 张传忠, 蔡新春编著, 市场营销学, 东北财经大学出版社, 2006 年, 第 4 章, 第 108 页至第 131 页。

15. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年。第 6 章, 第 192 页到第 225 页。

第五章 组织者市场与购买行为分析教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章学习,了解生产者市场、中间商市场和政府市场的概念和基本特点,掌握生产者购买决策的参与者,影响生产者购买决策的主要因素和生产者购买决策过程各阶段的特征,应用生产者、中间商、非营利组织的购买行为类型及相关原理分析中国组织市场购买行为的特点及其特殊性。

学时分配:理论 1.5 学时、实践 0.5 学时

第一节 组织市场

一、组织市场的构成

组织市场指工商企业为从事生产、销售等业务活动以及政府部门和非营利组织为履行职责而采购产品和服务所组成的市场。

1. 生产者市场。

所谓生产者市场,又叫产业市场或业务市场。它是指一切购买产品和服务并将之用于生产其他产品或服务,以供销售、出租或供应给他人的个人和组织。

2. 中间商市场。

所谓中间商市场,又称转卖者市场,是指那些通过购买商品和服务并将之转售或出租给他人以获取利润为目的的个人和组织。

3. 政府市场。

所谓政府市场,是指那些为执行政府的主要职能而采购或租用商品的各级政府部门。

二、组织市场的特点

1. 营销人员接触的顾客比较少。
2. 顾客每次购买数量比较大。
3. 供需双方关系密切。
4. 购买者的地理位置相对集中。
5. 属于派生需求,也称为引申需求或衍生需求。
6. 需求弹性小。
7. 需求波动大。
8. 专业人员采购。
9. 用户直接向供货方采购。
10. 影响购买决策的人多。
11. 互惠购买,互为买方和卖方。
12. 采用租赁方式。
13. 销售访问多。
14. 多人决策。
15. 过程复杂。
16. 提供服务。

第二节 产业市场购买行为

一、产业购买决策的参与者

企业采购中心通常包括五种成员。

1. 使用者。
2. 影响者。
3. 采购者。
4. 决定者。
5. 信息控制者。

二、产业购买者的行为类型

1. 直接重购。

直接重购，指用户的采购部门按照过去的订货目录和基本要求继续向原先的供应商购买产品。

2. 修正重购。

修正重购，指用户改变原先所购产品的规格、价格或其他交易条件后再行购买。

3. 新购。

新购，指用户初次购买某种产品或服务。

三、影响产业购买者决策的主要因素

1. 环境因素。
2. 组织因素。
3. 人际因素。
4. 个人因素。

四、产业购买者决策过程

在新购这种最复杂的情况下，购买过程最为复杂，要经过以下八个阶段。

1. 提出需要。
2. 确定需要。
3. 说明需要。
4. 物色供应商。
5. 征求建议。
6. 选择供应商。
7. 正式订货。
8. 绩效评价。

第三节 中间商购买行为

一、中间商购买行为的主要类型

1. 新产品的采购。指中间商对是否购进以及向谁购进以前未经营过的某一新产品作出决策。即首先考虑“买”与“不买”，然后再考虑“向谁购买”。
2. 选择最佳供应商的采购。指中间商已经确定需要购进的产品，在寻找最合适的供应商。
3. 改善交易条件的采购。指中间商希望现有供应商在原交易条件上再作些让步，使自己得到更多的利益。
4. 直接重购。指中间商的采购部门按照过去的订货目录和交易条件继续向原先的供应商购买产品。

二、中间商的主要购买决策

中间商的配货战略主要有四种。

1. 独家配货。即中间商决定只经营某一家制造商的产品。
2. 专深配货。即中间商决定经营许多家制造商生产的同类各种型号规格的产品。
3. 广泛配货。即中间商决定经营种类繁多、范围广泛但尚未超出行业界限的产品。
4. 杂乱配货。即中间商决定经营范围广泛且没有关联的多种产品。

第四节 政府采购

一、政府采购的基本概念与原则

1. 政府采购的基本概念。

(1) 采购人，是指使用财政性资金采购物资或服务的国家机关、事业单位或者其他社会组织。集中采购的，政府采购机构是采购人。政府财政部门是政府采购的主管部门，负责管理和监督政府采购活动。

(2) 政府采购机构，是指政府设立的负责本级财政性资金的集中采购和招标组织工作的专门机构。

(3) 招标代理机构，是指依法取得招标代理资格，从事招标代理业务的社会中介组织。

(4) 供应人，是指与采购人可能或者已经签订采购合同的供应商或者承包商。

2. 政府采购的基本原则。政府采购应遵循如下基本原则：

- (1) 公开、公平、公正和效益原则。
- (2) 勤俭节约原则。
- (3) 计划原则。

二、政府采购的特点

1. 行政性
2. 社会性
3. 法制性
4. 广泛性

三、政府采购方式

政府采购可以采用招标、竞争性谈判、邀请报价、采购卡、单一来源采购或者其他方式。

1. 公开招标与邀请招标。
2. 招标例外情况。

四、招标投标程序

招标投标的主要程序如下：

1. 招标公告、招标邀请书及招标文件。
2. 开标、评标与现场竞投。
3. 签订采购合同与支付价款。
4. 监督检查。

复习与思考题：

1. 什么是组织市场？
2. 组织市场有哪些特点？
3. 影响生产者购买行为的主要因素有哪些？
4. 制造商购买行为的主要类型有哪些？
5. 政府采购的基本原则是什么？
6. 政府采购的程序有哪些？
7. 政府采购的特点是什么？
8. 产业购买决策的参与者主要有哪些？

拓展阅读书目：

1. 倪杰主编，现代市场营销学，清华大学出版社，2009年版，第五章，第108页至第126页。
2. 郭国庆主编，杨学成副主编，市场营销学概论，高等教育出版社，2008年版，第5章，第104页至第118页。
3. 于颖，巩少伟，马林主编，市场营销学，科学出版社，2008年版，第四章，第64页至第66页，第79页至第85页。
4. 郭国庆主编，李军、任锡源副主编，营销学原理，对外经济贸易大学出版社，2008年版，第四章，第73页至第80页。
5. 祖立厂、范应仁主编，市场营销学，科学出版社，2007年版，第五章，第96页至第108页。
6. 吕一林，岳俊芳主编，市场营销学，科学出版社，2010年，第5章，第87页至第106页。
7. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒，卢泰宏著，卢泰宏，高辉译，营销管理，中国人民大学出版社，2009年，第5章，第146页至第168页。
8. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒著，营销管理，格致出版社，上海人民出版社，2009年，第7章，第209页至第238页。
9. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编，市场营销学（第三版），高等教育出版社，2008年，第六章，第140页到第179页。
10. 梁东，刘建堤主编；张安彬，谭学英副主编，市场营销学，清华大学出版社，2006年，第三章，第99页至第114页。

11. (美)小查尔斯·兰姆,小约瑟夫·海尔,卡尔·麦克丹尼尔著,时启亮、朱洪兴译,市场营销学,上海人民出版社,2005年,第6章,第219页至第248页。

12. 何永祺,张传忠,蔡新春编著,市场营销学,东北财经大学出版社,2006年,第5章,第132页至第160页。

13. (美)菲利普·科特勒,营销管理,梅如和、梅清豪、周安柱译,中国人民大学出版社,2002年。第7章,第229页到第256页。

14. 郭国庆主编、刘彦平副主编,市场营销学通论,中国人民大学出版社,2003年。第5章,第92页到第104页。

第六章 市场营销调研与市场预测教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章学习,了解市场信息含义、市场营销信息系统的构成,了解市场营销调研的内容、程序和方法,了解市场预测的程序、种类、方法。能根据企业或消费者的要求实际进行市场调研活动,能对未来的市场变化趋势进行预测与分析,为社会服务。

学时分配:理论 1.5 学时、实践 0.5 学时

第一节 市场营销信息系统

一、市场信息的涵义和作用

1. 市场信息的涵义。

市场信息是指真实反映市场各种事物产生、发展与变化的实际情况、特征、相关关系等的各种消息、数据和情报资料的总和。它有以下几个特点:

- (1) 客观性
- (2) 时效性
- (3) 系统性
- (4) 双向性

2. 市场信息的作用。

- (1) 市场信息是营销活动的起点。
- (2) 市场信息是营销决策的前提。
- (3) 市场信息是企业管理的基础。
- (4) 市场信息是企业搞好内外协调的工具。

二、营销信息系统的构成

所谓市场营销信息系统是指由人、计算机和程序组成,为营销决策服务的信息系统。其任务是准确、及时地对与营销决策有关的重要信息进行搜集、分析、评估并传递有用适时、准确的信息,以便使市场营销的计划、执行和控制具有更高的科学性和准确性。它由以下四个部分组成:

1. 内部报告系统。
2. 市场营销情报系统。
3. 市场营销调研系统。
4. 营销分析系统。

第二节 营销调研过程

企业营销调研是指利用科学的方法与技术对企业的营销环境及其发展趋势(如购买力、购买对象、购买习惯、竞争状况及其发展趋势)从质和量的两个方面进行调查研究与预测,从而为企业营销决策提供可靠的依据。

一、企业营销调研的内容

1. 市场需求调查。
2. 消费者调查。
3. 产品调查。
4. 价格调查。
5. 销售渠道调查。
6. 广告及其他促销手段调查。
7. 竞争者调查。
8. 宏观环境调查。

二、市场营销调研的步骤

1. 确定问题及调研目标。
2. 拟定市场调研的方案与工作计划。
3. 市场调研资料的搜集。
4. 市场调研资料的整理与分析。
5. 写市场营销调研的报告。

三、市场营销调研资料搜集的主要方法

1. 文案调研法。
2. 询问调研法。
3. 观察调研法。
4. 实验调研法。

四、市场营销调研技术

1. 抽样调查。
 - (1) 随机抽样调查。
 - (2) 非随机抽样调查。
2. 调研问卷的设计。
 - (1) 调研问卷的结构
开头语、正文、结束语。
 - (2) 调研问卷中的问题设计
 - 1) 问题的类型。
 - 2) 问题设计的原则。
 - 3) 问题设计的顺序。
 - (3) 答案的设计。
 - 1) 答案要穷尽。
 - 2) 答案要互斥。

第三节 市场预测

一、市场预测的概念

所谓预测是指依据过去和现在的已有材料和知识对事物的未来进行的推测。所谓市场预测就是根据企业营销等部门所获悉的有关营销活动的各种信息和资料,运用一定的方法和预测模型,对未来一定时期内市场上某种产品的需求量及变化发展趋势进行推测、估计和判断,为企业的经营决策提供科学依据。

二、市场预测的作用

1. 市场预测是企业经营决策的基础。
2. 市场预测是提高企业竞争力的重要手段。
3. 市场预测是企业改善经营管理,提高经济效益的重要措施。

三、市场预测的类型

1. 按市场预测的范围分类。
宏观市场预测,微观市场预测。
2. 按市场预测的时间分类。
长期市场预测,中期市场预测,短期市场预测,近期市场预测。
3. 按市场预测的方法分类。
定性市场预测,定量市场预测。

四、市场营销预测的程序

一般来说,营销预测应遵循以下程序来进行。

1. 确定市场预测目标。
2. 搜集和分析资料。
3. 选择预测方法。
4. 建立预测模型。
5. 计算预测结果,并进行分析评价。
6. 编写预测报告。

五、市场营销预测的方法

1. 市场营销定性预测方法。
 - (1) 销售人员综合意见预测法。
 - (2) 经理人员综合意见预测法。
 - (3) 购买者意向调查预测法。
 - (4) 德尔斐法。
2. 市场营销定量预测方法。
 - (1) 时间序列预测法。
 - 1) 简单平均法。
 - 2) 移动平均法。
 - 3) 指数平滑法。

(2) 回归分析预测法。

复习与思考题：

1. 市场信息对企业的作用有哪些？
2. 营销信息系统是包括哪几个？
3. 市场营销调研一般有哪几个步骤？
4. 市场营销调研有哪几种方法？各方法有哪些好处与坏处？
5. 市场营销调查问卷由哪几部分组成？
6. 在市场调查问卷设计时，应注意哪些问题？
7. 市场营销预测的常用方法有哪些？它们分别适用于哪些范围？

拓展阅读书目：

1. 冯丽云主编，现代市场营销学，经济管理出版社，2008 年版，第四章，第 65 页至第 93 页。
2. 祖立厂、范应仁主编，市场营销学，科学出版社，2007 年版，第三章，第 40 页至第 64 页。
3. 郭国庆主编，李军、任锡源副主编，营销学原理，对外经济贸易大学出版社，2008 年版，第二章，第 27 页至第 46 页。
4. 于颖，巩少伟，马林主编，市场营销学，科学出版社，2008 年版，第五章，第 87 页至第 121 页。
5. 王志伟主编，市场营销学，对外经济贸易大学出版社，2008 年版，第 3 章，第 53 页至第 77 页。
6. 郭国庆主编，杨学成副主编，市场营销学概论，高等教育出版社，2008 年版，第 6 章，第 120 页至第 141 页。
7. 吕一林，岳俊芳主编，市场营销学，科学出版社，2010 年，第 7 章，第 128 页至第 154 页。
8. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒著，营销管理，格致出版社，上海人民出版社，2009 年，第 4 章，第 103 页至第 138 页。
9. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编，市场营销学（第三版），高等教育出版社，2008 年，第七章，第 170 页到第 193 页。
10. (美) 菲利普·科特勒，营销管理，梅如和、梅清豪、周安柱译，中国人民大学出版社，2002 年，第 4 章，第 123 页到第 161 页。
11. 郭国庆主编、刘彦平副主编，市场营销学通论，中国人民大学出版社，2003 年，第 6 章，第 105 页到第 116 页。第 7 章，第 120 页到第 131 页。
12. (美) 道恩·亚科布齐著，凯洛格论市场营销，海南出版社，2003 年，第 163 页到第 178 页。
13. (美) 科特勒原著，谢德高编译，科特勒营销战略全书，九州出版社，2002 年，第二章，第 76 页至第 110 页。
14. 梁东，刘建堤主编；张安彬，谭学英副主编，市场营销学，清华大学出版社，2006 年，第四章，第 116 页至第 142 页。
15. (美) 小查尔斯·兰姆，小约瑟夫·海尔，卡尔·麦克丹尼尔著，时启亮、朱洪兴译，市场营销学，上海人民出版社，2005 年，第 8 章，第 284 页至第 330 页。
16. 何永祺，张传忠，蔡新春编著，市场营销学，东北财经大学出版社，2006 年，第 6 章，第 161 页至第 191 页，第 7 章，第 192 页至第 224 页。

第七章 市场竞争战略大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章学习,了解企业市场竞争的主要形式,发现识别竞争者,掌握市场领先者、市场挑战者、市场跟随者、市场补缺者等各类竞争者的竞争战略,能够应用相关原理分析我国特定行业的竞争者情况及其他们的竞争战略。

学时分配:理论 1.5 学时、实践 0.5 学时

第一节 市场竞争的基本特征及主要形式

一、市场竞争是市场经济的基本特征

企业之间存在着激烈的市场竞争,是市场经济的一个重要的、基本的特征。

二、市场竞争的主要形式

随着市场经济的发展,由于竞争日趋激烈,竞争的手段、方式和方法将呈现出多样化的发展趋势,将会有越来越多的企业采取非价格竞争手段。

1. 价格竞争。

价格竞争是指生产经营同种商品的企业之间为获取高额利润或为了生存,以价格优惠作为其主要的竞争手段而进行的竞争。

2. 非价格竞争。

非价格竞争是指生产经营同种商品的企业之间,通过产品和服务的差异化所进行的一种竞争方式。

第二节 市场竞争者分析

一、识别企业竞争者

企业的竞争者主要有以下几种:

1. 愿望竞争者。
2. 一般竞争者。
3. 产品形式竞争者。
4. 品牌竞争者。

二、判别竞争者的战略

明确了谁是竞争者,就可以进一步分析每一个竞争者的竞争战略及其特点,并据以有针对性地制定本企业的竞争战略。

竞争者之间可能采取各不相同的战略,也可能采取类似的战略。相互竞争的企业采取的竞争战略越是相似,市场的竞争程度就会越是激烈。

三、确认竞争者的目标

每一个竞争者的侧重点不同，如获得能力、市场占有率、现金流量、技术领先、服务领先、质量领先、知名度高等，企业只有了解了竞争者的重点目标以后，才能正确做出相应的经营决策。

四、评价竞争者的优势和劣势

竞争者的优势与劣势通常体现在以下方面：

1. 产品。
2. 销售渠道。
3. 市场营销。
4. 生产与经营。
5. 研究与开发能力。
6. 资金实力。
7. 组织。
8. 管理。

五、竞争者的市场反应行为模式

由于受不同的经营理念和指导思想的支配，竞争者的策略、目标、优势和劣势不同，其对于市场上的降价、产品促销活动、新产品的推出等竞争行为可能做出不同的反应。

一般说来，竞争者的市场反应可以分为以下四种类型：

1. 迟钝型或从容型竞争者。
2. 选择型竞争者。
3. 强烈反应型或凶狠型竞争者。
4. 不规则型或随机型竞争者。

六、选择企业的竞争对策

企业在分析了竞争者的类型后，根据不同的竞争对手，要考虑以下一些因素，来选择适合自己的竞争对策。

1. 进攻目标的价值。
2. 竞争者的强弱。
3. 竞争者与本企业的相似程度。
4. 竞争者表现的好坏。
5. 竞争者的存在对企业的必要性与利益。

七、竞争定位

根据企业在市场上的竞争地位的不同，企业的市场竞争定位可以分为四种类型：市场领先者、市场挑战者、市场跟随者及市场补缺者。

第三节 市场竞争基本战略

一、成本领先战略

1. 成本领先战略的实现途径。
2. 成本领先战略的优势。
3. 成本领先战略的风险。
4. 实施成本领先战略的基本条件。

二、差异化战略

1. 差异化战略的实现途径。
2. 差异化战略的优势。
3. 差异化战略的风险。
4. 实施差异化战略的基本条件。

三、聚焦战略

1. 聚焦战略的实现途径。
2. 聚焦战略的优势。
3. 聚焦战略的风险。
4. 实施聚焦战略的基本条件。

第四节 市场竞争的基本策略

一、市场领先者的策略

处于领先地位的生产经营企业要想继续保持它的地位，必须从以下三个方面进行努力：

1. 扩大需求总量策略。
 - (1) 寻找新用户。
 - (2) 开发产品的新用途。
 - (3) 增加顾客使用量。
2. 保护市场现有占有率策略。
 - (1) 阵地防御。
 - (2) 侧翼防御。
 - (3) 先发防御。
 - (4) 反攻防御。
 - (5) 运动防御。
 - (6) 收缩防御。
3. 提高市场占有率，努力扩大市场份额。

二、市场挑战者的策略

大多数挑战者的战略目标是扩大他们的市场份额，从而获得较高的盈利率。

1. 确定策略目标和挑战对象。

策略目标与挑战对象密切相关。对不同的目标和策略，一般说来，挑战者可在下列三种情况中选择其中的一个。

- (1) 攻击市场领先者。
- (2) 攻击与本企业实力相当者。
- (3) 攻击地区性小企业。

2. 选择进攻策略。

一般来说，可供挑战者选择的进攻策略主要有五种：

- (1) 正面进攻。
- (2) 侧翼进攻。
- (3) 包围进攻。
- (4) 迂回进攻
- (5) 游击进攻

三、市场追随者的策略

可供市场追随者选择的追随策略有三种：

- (1) 紧密追随策略。
- (2) 距离追随策略。
- (3) 选择追随策略。

四、市场利基者或叫补缺者的战略

补缺者在市场、顾客、产品及营销组合上实行专业化，承担的主要风险是市场容量过小和容易受到攻击。

- (1) 最终用户专业化。
- (2) 垂直专业化。
- (3) 顾客规模专业化。
- (4) 特定顾客专业化。
- (5) 地理区域专业化。
- (6) 产品或产品线专业化。
- (7) 客户订单专业化。
- (8) 质量和价格专业化。
- (9) 服务专业化。
- (10) 分销渠道专业化。

复习与思考题：

- 1. 如何认识四种企业竞争者？
- 2. 如何判别竞争者的竞争战略？
- 3. 如何分析竞争者的优势与劣势？
- 4. 联系企业实际，举例说明企业的竞争战略？
- 5. 市场跟随者如何继续保持它的地位？
- 6. 市场利基者如何做好自己的竞争工作？

7. 竞争者的反应模式通常有哪些种类?
8. 迈克尔·波特的三种竞争战略是什么?

拓展阅读书目:

1. 郭国庆主编, 李军、任锡源副主编, 营销学原理, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第五章, 第 82 页至第 104 页。
2. 祖立厂、范应仁主编, 市场营销学, 科学出版社, 2007 年版, 第十一章, 第 244 页至第 271 页。
3. 于颖, 巩少伟, 马林主编, 市场营销学, 科学出版社, 2008 年版, 第十一章, 第 251 页至第 272 页。
4. 郭国庆主编, 杨学成副主编, 市场营销学概论, 高等教育出版社, 2008 年版, 第 8 章, 第 163 页至第 180 页。
5. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学 (第三版), 高等教育出版社, 2008 年。第九章, 第 219 页到第 245 页。
6. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002 年, 第六章, 第 270 页至第 291 页。
7. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006 年, 第六章, 第 175 页至第 209 页。
8. 何永祺, 张传忠, 蔡新春编著, 市场营销学, 东北财经大学出版社, 2006 年, 第 8 章, 第 225 页至第 249 页。
9. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年。第 8 章, 第 259 页到第 303 页。
10. 罗伯特·J·多兰, 戴维·格伦·米克, 苏珊·多布查等编写, 吕一林、王剑译, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 4 页到第 24 页。
11. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 8 章, 第 135 页到第 153 页。
12. 包政, 战略营销管理, 中国人民大学出版社, 1997 年。第 2 页到第 25 页。

第八章 目标市场营销教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,能够掌握市场细分的概念、市场细分的标准、方法、市场细分的原则;掌握目标市场的概念,了解目标市场评估的内容,掌握目标市场战略的三种类型;掌握市场定位的内涵,理解市场定位的分类、步骤、市场定位的战略。能够应用市场细分原理、目标市场选择和市场定位方法,解决我国企业目标市场营销中存在的各种现实问题。

学时分配:理论2学时、实践1学时

第一节 市场细分化

一、市场细分的概念及其作用

1. 市场细分的概念。

所谓市场细分,就是根据消费者的需求爱好、购买动机、购买行为、购买习惯等方面差异,把整个市场划分为若干个相类似的消费者群体,即把某一产品的市场,根据影响消费者需求特点的明显标志,细分为一个个小市场,然后对这些不同的细分市场,从产品策划、分销渠道、价格策略直到推销宣传,采取相应的一整套市场营销策略的活动。

2. 市场细分的理论依据。

市场细分这一原理的理论依据是:不论何种市场,顾客之间的需求和欲求都存在着广泛的差异,这种差异又是由顾客所处的不同地理环境及顾客千差万别的文化、社会、个人和心理特征所影响而形成的。这种需求偏好差异的存在是市场细分的客观依据。

3. 市场细分的作用。

- (1) 市场细分有利于企业巩固现有的市场份额。
- (2) 市场细分有利于企业发现新的市场机会。
- (3) 市场细分有利于提高企业竞争力,进而提高企业经济效益和社会效益。
- (4) 市场细分有利于满足不断变化的、千差万别的社会消费的需要。

二、市场细分的标准

1. 消费者市场细分的标准。

根据消费者市场的特点,影响消费者市场需求的主要因素,即市场细分的标准,大致可分为四大类,即地理标准、人口标准、心理标准和行为标准。

(1) 地理标准。

即按照消费者所处的地理位置、自然环境来细分市场。

(2) 人口标准。

即按照各种人口统计变量,包括年龄、职业、性别、收入等来细分市场。

(3) 心理标准。

即按照消费者心理特征来细分市场。

(4) 行为标准。

即按照消费者购买行为的类型来细分市场。

2. 产业市场细分的标准。

细分产业市场的变量，除了与消费者市场细分变量相同的变量（如地理标准、人口标准、心理标准和行为标准）外，还有最终用户、顾客规模等常用的变量。

- （1）顾客类型。
- （2）顾客规模。
- （3）产品用途。

三、市场细分的原则

企业进行市场细分必须遵循以下几条原则：

1. 细分标准的可衡量性。

可衡量性是指企业划分细分市场标准必须是可衡量的，或者说为了将购买者分门别类，划为不同的群体，企业必须能对购买者的特点和需求予以衡量。

2. 细分市场的可进入性。

可接近性是指企业对细分出来的市场能进行有效促销和分销的程度。

3. 市场需求的可盈利性。

足量性是指细分市场的大小和利润值得单独营销的程度，即划分出来的细分市场必须是值得采取单独营销方案的最小单位。

4. 市场需求的相对稳定性。

独特性是指细分出来的市场必须对市场营销计划有独特的反应，即用某种特定方法细分出来的各个细分市场，其成员对市场营销计划的反应必须是不同的。

四、市场细分的方法

1. 平行（单指标）细分法。
2. 交叉（双指标）细分法。
3. 立体（三指标）细分法。

第二节 目标市场战略

一、目标市场的概念

目标市场是在市场细分的基础上，企业选定的准备以相应的产品或劳务去满足其需要的那一个或几个细分市场。简单地说，目标市场就是企业准备实际进入的细分市场。

一般而言，一个细分市场能成为企业的目标市场，应具备以下条件：

1. 有一定的规模和发展潜力
2. 竞争者不多或不至于控制该市场
3. 企业有能力进入该市场

二、目标市场的选择

在选择目标市场时有五种可供考虑的市场覆盖模式：

1. 单一市场集中化。

目标集中化是指企业只选取一个细分市场进行集中营销。

2. 产品专业化。

产品专业化是指企业集中生产一种产品，并向各类顾客销售这种产品，即专营某一类产品，为各类顾客群服务。

3. 市场专业化。

市场专业化是指企业专门为满足某一个顾客群体的需要，经营这类顾客所需要的各种产品，即专门经营适合某一类顾客需求的各种产品。

4. 选择性专业化。

选择性专业化是指企业选取若干个细分市场作为目标市场，其中每个细分市场都具有良好的赢利潜力和吸引力，且符合企业的目标和资源。

5. 全面覆盖。

全面覆盖是指企业同时经营各类产品，进入所有细分市场，为各类顾客群服务，一般实力雄厚的大企业采取这一战略。

三、目标市场战略

企业有三种可供选择的目标市场战略：

1. 无差异市场战略。

企业把整体市场看作一个大的目标市场，不进行细分，仅用一种产品、一种经营销售组合对待整体市场，力图吸引所有的购买者或迎合购买群体中最大多数人。

2. 差异性市场战略。

企业将整体市场进行细分时，承认不同细分市场的差异性，并针对各细分市场的特点及企业营销实力选择不同数目的细分市场作为目标市场，并为不同的细分市场制定不同的营销组合策略，满足不同顾客的需求。

3. 密集性市场战略。

密集性营销战略就是企业根据自身的生产经营条件，选择一个或少数几个企业能发挥相对优势的细分市场作为目标市场，实行专业化生产和销售，集中使用销售力量，服务于该目标市场。

四、目标市场战略的选择

1. 企业的资源条件。

2. 产品的特性。

3. 消费需求的特点。

4. 产品的生命周期。

5. 竞争对手的市场策略。

第三节 市场定位战略

一、市场定位的概念

1. 市场定位的概念。

市场定位，也被称为产品定位或竞争性定位，是根据竞争者现有产品在细分市场上所处的地位和顾客对本企业产品某些属性的重视程度，塑造出本企业产品与众不同的鲜明个性或形象并传递给目标顾客，使该产品在细分市场上占有强有力的竞争位置。简单地讲，就是把本企业或本企业的产

品放在目标市场中一定的位置上。

2. 市场定位的依据。

主要有以下几方面：

- (1) 依据产品的利益定位。
- (2) 依据价格和质量定位。
- (3) 依据产品的用途定位。
- (4) 依据产品的特征定位。
- (5) 依据消费习惯和购买行为定位。

此外，产品的造型、包装装潢、购物环境、销售服务以及不同的营销因素组合等，都可以作为市场定位的依据。

二、市场定位的步骤

1. 识别可能的竞争优势。

正确的市场定位，必须建立在正确的市场营销调研的基础上，了解影响市场定位的各种因素。

- (1) 竞争者的定位状况。
- (2) 目标顾客对产品的需求及评价标准。

2. 准确地选择竞争优势。

3. 有效地、准确地向市场传播企业的市场定位观念。

三、市场定位的方式

市场定位作为一种竞争战略，显示了一种产品或一家企业同类似的产品或企业之间的竞争关系。定位方式不同，竞争态势也不同。主要定位方式有四种：

1. 避强定位，指避开强有力的竞争对手的定位方式。
2. 对抗性定位，指与最强的竞争对手“对着干”的定位方式。
3. 重新定位，指对销路少、市场反应差的产品进行二次定位。
4. 比附定位，攀附名牌，比拟名牌来给自己定位的策略。

四、市场定位战略

最基本的市场定位战略有四种。

1. 产品差别化战略。

产品差别化战略主要是从产品特征、质量、款式及其产品设计等方面实现差别化。

2. 服务差别化战略。

服务差别化战略的核心是如何把服务融入产品中。

3. 人员差别化战略。

人员差别化战略是指企业可以通过聘用和培训比竞争者更为优秀的人员，以获取人员差别竞争优势。

4. 形象差别化战略。

形象差别化战略是指使产品的核心部分与竞争者类同，但购买者依然可以根据产品的形象做出选择。

复习与思考题:

1. 什么叫市场细分? 试举一二个例子。
2. 市场细分的依据是什么?
3. 消费者市场细分的标准有哪些?
4. 市场细分主要有哪些方法?
5. 什么是差异性目标市场战略?
6. 选择目标市场战略应注意哪些问题?
7. 什么叫市场定位?
8. 常见的市场定位方式有哪些?
9. 如何选择目标市场?
10. 市场定位的步骤有哪些?

拓展阅读书目:

1. 郭国庆主编, 李军、任锡源副主编, 营销学原理, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第七章, 第 118 页至第 136 页。
2. 王志伟主编, 市场营销学, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第 5 章, 第 121 页至第 145 页。
3. 于颖, 巩少伟, 马林主编, 市场营销学, 科学出版社, 2008 年版, 第六章, 第 122 页至第 139 页。
4. 祖立厂、范应仁主编, 市场营销学, 科学出版社, 2007 年版, 第六章, 第 110 页至第 125 页。
5. 倪杰主编, 现代市场营销学, 清华大学出版社, 2009 年版, 第六章, 第 127 页至第 167 页。
6. 冯丽云主编, 现代市场营销学, 经济管理出版社, 2008 年版, 第八章, 第 154 页至第 175 页。
7. 郭国庆主编, 杨学成副主编, 市场营销学概论, 高等教育出版社, 2008 年版, 第 7 章, 第 142 页至第 162 页。
8. 吕一林, 岳俊芳主编, 市场营销学, 科学出版社, 2010 年, 第 6 章, 第 107 页至第 127 页。
9. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒, 卢泰宏著, 卢泰宏, 高辉译, 营销管理, 中国人民大学出版社, 2009 年, 第 7、8 章, 第 171 页至第 200 页。
10. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009 年, 第 8 章, 第 239 页至第 270 页。
11. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学(第三版), 高等教育出版社, 2008 年。第八章, 第 194 页到第 218 页。
12. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年。第 9 章, 第 10 章, 第 307 页到第 366 页。
13. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 9 章, 第 154 页到第 168 页。
14. (美) 道恩·亚科布齐著, 凯洛格论市场营销, 海南出版社, 2003 年, 第 3 页到第 27 页。
15. 罗伯特·J·多兰、戴维·格伦·米克、苏珊·多布查等编写, 吕一林、王剑译, 营销战略, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 53 页到第 65 页。
16. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002 年, 第三章, 第 111 页至第 142 页。

17. 于建原主编，营销总监，西南财经大学出版社，2006 年，第七章，第 161 页至第 182 页。
18. 梁东，刘建堤主编；张安彬，谭学英副主编，市场营销学，清华大学出版社，2006 年，第五章，第 143 页至第 174 页。
19. (美) 小查尔斯·兰姆，小约瑟夫·海尔，卡尔·麦克丹尼尔著，时启亮、朱洪兴译，市场营销学，上海人民出版社，2005 年，第 7 章，第 249 页至第 283 页。
20. 何永祺，张传忠，蔡新春编著，市场营销学，东北财经大学出版社，2006 年，第 9 章，第 250 页至第 280 页。

第九章 产品策略教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章学习,了解产品整体的涵义,掌握产品组合的有关概念,产品生命周期的阶段特征及其营销策略,了解新产品的涵义,新产品开发的过程,新产品采用与扩散过程。能够应用产品生命周期理论解决企业市场营销实践中存在的各种问题。

学时分配:理论 2 学时、实践 1 学时

第一节 产品组合策略

一、产品整体概念。

所谓产品整体 (Total Product),是指能够提供给市场,用于满足人们某种欲望和需要的任何事物,包括实物、服务、场所、组织、思想、主意等。包括物质实体和无形的服务。

过去,学术界曾用三个层次来表述产品整体概念,即核心产品、形式产品和延伸产品(附加产品)。

但近年来,学者们更倾向于使用五个层次来表述产品整体概念。这五个基本层次是:

核心产品 (Core Product),指向顾客提供的产品的基本效用或利益,给消费者带来的特定利益及满足感;

形式产品 (Tangible Product),指核心产品借以实现的形式或目标市场对某一需求的特定满足形式;

期望产品 (Expected Product),指购买者在购买该产品时期望得到的一整套属性和条件;

延伸产品 (Augmented Product),指顾客购买形式产品和期望产品时,附带获得的全部附加服务和利益的总和;

潜在产品 (Potential Product),指现有产品包括所有附加产品在内的,可能发展成为未来最终产品的潜在状态的产品,它表明现有产品可能的演变趋势和前景。

二、产品分类

1. 按照产品是否耐用和是否有形,可分为非耐用品、耐用品和服务。
2. 根据消费者的购物习惯分类,产品可分为便利品、选购品、特殊品和非渴求物品四类。
3. 产业用品按照产品参加生产过程的方式和产品价值,可分为:
 - (1) 原材料和零部件。
 - (2) 固定资产。
 - (3) 供应品。

三、产品组合的宽度、长度、深度和关联性

1. 产品组合

所谓产品组合 (Product Mix),是指某一企业所生产或销售的全部产品线、产品项目的组合。

2. 产品线

产品线(又称产品大类)(Product Line)是指产品类别中具有密切关系(或经由同种商业网点

销售，或同属于一个价格幅度）的一组产品。

3. 产品项目

产品项目（又称产品品种）（Product Item）是指某一品牌或产品线中由尺码、价格、外观及其他属性来区别的具体产品。

4. 产品组合的宽度、长度、深度和关联性。

所谓产品组合的宽度（Width），是指一个企业有多少产品大类。

所谓产品组合的长度（Length），是指一个企业的产品组合中所包含的产品项目的总数。

所谓产品组合的深度（Depth），是指产品大类中每种产品有多少花色、品种、规格。

所谓产品组合的关联性（Consistency），是指一个企业的各个产品线在最终使用、生产条件、分销渠道其他方面的相互关联的程度。

四、产品组合的优化和调整

1. 扩大产品组合策略。

2. 缩减产品组合策略。

3. 产品线延伸策略。

（1）向下延伸。

（2）向上延伸。

（3）双向延伸。

4. 产品线现代化策略。

第二节 产品生命周期

一、产品生命周期的概念

产品生命周期（Product Life Cycle, PLC），又称产品市场寿命周期，是指一种新产品研制成功后，从进入市场开始，到被市场淘汰退出市场为止所经历的全时间。从本质上说，产品生命周期是由需求与技术的生命周期决定的。

典型的产品生命周期包括四个阶段：介绍期（Introduction Stage）、成长期（Growth Stage）、成熟期（Maturity Stage）、衰退期（Decline Stage）。

二、产品生命周期各阶段的市场特征

1. 介绍期。

新产品进入市场的初级阶段。这一阶段的主要特征是：

（1）本阶段只有少数企业出售此种产品。

（2）生产成本低。

（3）促销费用大。

（4）销售量小。

（5）企业获利甚微，甚至亏损。

（6）产品技术、性能还不够完善。

（7）价格决策难以确立，高价可能限制了购买，低价可能难以收回成本。

（8）尚未建立理想的营销渠道和高效率的分配模式。

(9) 竞争者较少。

2. 成长期。

产品经过了严峻的市场考验，已被广大消费者和用户所接受。这个阶段的主要特征是：

- (1) 产品销售量迅速上升。
- (2) 生产、销售成本大幅度下降。
- (3) 市场竞争加剧。
- (4) 市场价格趋于下降。
- (5) 产品已定型，技术工艺比较成熟。
- (6) 建立了比较理想的营销渠道。
- (7) 企业利润迅速上升。
- (8) 竞争者涌入。

3. 成熟期。

产品在市场上已经普及并达到饱和程度。这个阶段的主要特征是：

- (1) “二大一长”。生产量和销售量都很大，这一阶段周期较长。
- (2) 企业利润逐步下降。
- (3) 市场竞争更为激烈。

4. 衰退期。

产品在市场上被逐渐淘汰的阶段。这个阶段的主要特征是：

- (1) 产品销售量急剧下降。
- (2) 价格已下降到最低水平。
- (3) 企业利润持续下降。
- (4) 竞争淡化。
- (5) 多数企业无利可图，被迫退出市场。

三、产品生命周期战略

鉴于上述各阶段的特点，企业应进行具体的分析，在不同阶段采用不同的营销策略开展营销活动。

1. 导入期的营销战略。

- (1) 快速撇脂战略。
- (2) 缓慢撇脂战略。
- (3) 快速渗透战略。
- (4) 缓慢渗透战略。

2. 成长期的营销战略。

- (1) 改善产品质量。
- (2) 开拓新的市场。
- (3) 树立产品形象，改变广告宣传的重点。
- (4) 在适当的时机，可以采取降价策略。

3. 成熟期的营销战略。

- (1) 市场改良。
- (2) 产品改良。
- (3) 营销组合改良。

4. 衰退期的营销战略。

- (1) 维持战略。
- (2) 集中战略。
- (3) 榨取战略。
- (4) 放弃战略。
- (5) 重新定位。

第三节 新产品开发

一、新产品的概念和类型

1. 新产品的概念。

新产品是指产品只要在功能或形态上得到创新或改进，与原产品产生差异，并能为顾客带来新的利益和满足的产品。

2. 新产品的类型。

- (1) 全新产品。
- (2) 换代新产品。
- (3) 改进新产品。
- (4) 仿制新产品。

3. 新产品开发的必要性。

- (1) 产品生命周期表明产品总要更新换代，要求企业不断开发新产品。
- (2) 消费者的需求变化在不断的发展变化，客观上要求企业不断开发新产品来满足消费者的这种新的需要。
- (3) 科学技术发展导致许多高科技产品的出现，推动了企业不断开发新产品。
- (4) 市场竞争加剧迫使企业不断创新，开发新产品来保持市场上的竞争优势。

二、新产品的开发方式

1. 独立研制。
2. 技术引进。
3. 独立研制与技术引进相结合。

三、新产品开发程序

1. 新产品构思。
2. 构思方案的筛选。
3. 新产品概念的形成与测试。
4. 制定营销策略。
5. 商业分析。
6. 新产品研制。
7. 市场试销。
8. 正式生产，商业化。

四、新产品的市场扩散

在这一过程中，顾客购买行为与市场扩散有着密切联系。

1. 消费者采用新产品过程的规律与市场扩散。

- (1) 知晓。
- (2) 兴趣。
- (3) 评价。
- (4) 试用。
- (5) 采用。

2. 消费者采用新产品类型的规律与市场扩散。

1. 创新采用者。

这一类顾客通常富有个性，勇于革新冒险；收入较高，对新产品敏感，信息灵通；生活中喜欢花样翻新，其中年轻人较多，约占顾客数的 2.5%。这类顾客是企业投放新产品时的极好目标。

2. 早期采用者。

这一类顾客喜欢比较，对新产品有观赏兴趣，以领先使用为荣，生活条件较好，约占顾客总数的 13.5%。这类顾客对广告及其他渠道传播的新产品信息很少有成见，促销媒体对他们有较大的影响。

3. 早期大众采用者。

这一类顾客对新产品持慎重态度，虽不率先使用，但经济条件优越，愿意并积极购买新产品，约占顾客总数的 34%。这类顾客经常是在征询了早期采用者的意见之后才采纳新产品。

4. 晚期大众采用者。

这类顾客和外界接触少，经济条件差，对新产品的使用持观望态度，待大多数人经消费实践证明新产品的效用后，才采取消费行动，约占顾客总数的 34%。

5. 落后采用者。

这类顾客属“保守型”性格，对新产品持怀疑或反对态度，习惯心理强烈，只待新产品被广泛使用后才购买使用，约占顾客总数的 16%。

复习与思考题：

1. 老百姓讲的产品概念与我们市场营销中讲的产品概念有什么相同点和不同点？
2. 什么是产品组合的宽度？
3. 什么是产品组合的长度？
4. 什么是新产品？
5. 新产品开发有哪几种方式？
6. 新产品在市场上扩散有什么规律？
7. 结合实际举例说明产品生命周期的理论在市场营销中的应用。
8. 开发新产品的程序是什么？

拓展阅读书目：

1. 郭国庆主编，杨学成副主编，市场营销学概论，高等教育出版社，2008 年版，第 9 章，第 181 页至第 195 页。
2. 冯丽云主编，现代市场营销学，经济管理出版社，2008 年版，第九章，第 185 页至第 203 页。

3. 祖立厂、范应仁主编, 市场营销学, 科学出版社, 2007 年版, 第七章, 第 126 页至第 141 页。
4. 于颖, 巩少伟, 马林主编, 市场营销学, 科学出版社, 2008 年版, 第七章, 第 141 页至第 163 页。
5. 王志伟主编, 市场营销学, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第 6 章, 第 149 页至第 177 页。
6. 吕一林, 岳俊芳主编, 市场营销学, 科学出版社, 2010 年, 第 8、9 章, 第 155 页至第 161 页, 第 180 页至第 202 页。
7. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009 年, 第 12、13 章, 第 365 页至第 430 页。
8. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学(第三版), 高等教育出版社, 2008 年, 第十章, 第 246 页到第 280 页。
9. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002 年, 第二章, 第 227 页至第 269 页。
10. 于建原主编, 营销总监, 西南财经大学出版社, 2006 年, 第八章, 第 183 页至第 208 页。
11. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006 年, 第七章, 第 210 页至第 253 页。
12. (美) 小查尔斯·兰姆, 小约瑟夫·海尔, 卡尔·麦克丹尼尔著, 时启亮、朱洪兴译, 市场营销学, 上海人民出版社, 2005 年, 第 9 章, 第 341 页至第 368 页, 第 10 章, 第 369 页至第 395 页。
13. 何永祺, 张传忠, 蔡新春编著, 市场营销学, 东北财经大学出版社, 2006 年, 第 10 章, 第 281 页至第 305 页, 第 11 章, 第 306 页至第 328 页。
14. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年, 第 10 章, 第 366 页到第 391 页。第 11 章, 第 396 页到第 435 页。第 13 章, 第 473 页到第 509 页。第 14 章, 第 512 页到第 542 页。
15. 包政, 战略营销管理, 中国人民大学出版社, 1997 年。第 297 页到第 307 页。
16. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 10 章, 第 172 页到第 214 页。第 13 章, 第 237 页到第 254 页。
17. (美) 道恩·亚科布齐著, 凯洛格论市场营销, 海南出版社, 2003 年, 第六章, 第 116 页到第 132 页。
18. 罗伯特·J·多兰、戴维·格伦·米克、苏珊·多布查等编写, 吕一林、王剑译, 营销战略, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 39 页到第 50 页。

第十章 品牌与包装策略教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章学习,了解品牌的概念,掌握品牌的含义及其作用,品牌与商标的区别,品牌策略,掌握包装的含义及其策略。能够应用品牌与包装理论解决企业市场营销实践中存在的各种问题。能够应用品牌理论说明社会现实中消费者对品牌的态度与行为。

学时分配:理论 1.5 学时、实践 0.5 学时

第一节 品牌策略

一、品牌的含义

品牌是用以识别某个销售者或某群销售者的产品或服务,并使之与竞争对手的产品或服务区别开来的商业名称及其标志,通常由文字、标记、符号、图案和颜色等要素或这些要素的组合构成。品牌是一个集合概念,它包括品牌名称(Brand Name)和品牌标志(Brand Mark)两部分。

二、品牌的功能

1. 品牌的辨识功能

品牌表明了产品的来源地或制造者,消费者可以通过品牌来认识和选购产品。

2. 品牌的保护功能

企业可以通过商标注册,专利,著作权等来实施保护。

3. 品牌的质量功能

品牌代表者一定的产品质量水平,消费者购买产品时就会减少购买的时间、精力,品牌对消费者的购买与使用具有特别重要的意义。

4. 品牌的资产功能

品牌代表着一定的资产,著名品牌代表着巨大的资产,这种资产能够为品牌的所有者或使用者带来巨大的利润。这种资产可以被买卖。

品牌对营销者来说,有助于促进产品销售,树立企业形象;有利于保护品牌所有者的合法权益;有利于约束企业的不良行为;有助于扩大产品组合。

品牌对消费者来说,易于辨认、识别所需商品,有助于消费者选购;有利于维护消费者利益;促进产品改良,满足消费需求。

品牌对社会来说,有利于市场监控、有利于维系市场运行秩序、有利于发展市场经济等方面。

三、品牌与商标的区别

品牌与商标都是用以识别不同生产经营者的不同种类、不同品质产品的商业名称及其标志,都是无形资产,都具有一定的专有性。

但品牌是市场概念,实质上是品牌使用者对顾客在产品特征、服务和利益等方面的承诺。而商标是法律概念,它是已获得专用权并受法律保护的品牌,是品牌的一部分。品牌比商标的内涵更为广泛。

四、品牌资产

品牌资产是附加在产品或服务上的价值，是一种超过商品或服务本身利益以外的价值。它通过为消费者和企业提供附加利益来体现其价值，并与某一特定的品牌紧密联系。品牌资产是与企业的心理价值和财务价值有关的重要无形资产。对消费者的购买行为，公司的市场份额、盈利能力有着重要影响。

品牌资产作为企业财产的重要组成部分，主要特征是：无形性；在利用中增值；难以准确计量；具有波动性；是衡量营销绩效的主要指标。

五、品牌策略

1. 品牌有无。

是否有品牌一般视品牌运营的投入产出测算而定。

2. 品牌设计。

要求简洁醒目，易读易记；构思巧妙，暗示属性；富蕴内含，情意浓重；避免雷同，超越时空。

3. 品牌组合。

品牌策略主要有品牌归属、品牌统分、复合品牌策略等。

4. 品牌更新。

也称再定位，是指全部或部分调整或改变品牌原有市场定位的做法。品牌重新定位要综合考虑再定位的成本与收入。

5. 品牌扩展。

也叫品牌延伸。品牌扩展可使品牌在利用中增值，如品牌扩展如果过当也会影响原有品牌信誉。

6. 品牌保护。

有效地保护品牌是品牌运营的重要保障。保护的方法主要有：①注册商标。②申请认定驰名商标。③注册互联网域名。④打假。

7. 品牌管理。

品牌管理的组织形式主要有职能管理制和品牌经理制两种。

第二节 包装策略

一、包装的含义与类型

1. 包装的含义。

包装是指对某一品牌商品设计并制作容器或包扎物的一系列活动。商标或品牌是包装中最主要的构成要素，在整体包装上应居突出的位置。

2. 包装的类型。

产品包装按其流通过程中作用的不同，可以分为运输包装和销售包装两种。

二、包装的作用

包装是商品生产的继续，作为商品的重要组成部分，其营销作用主要表现在：

1. 保护商品。

2. 便于识别。

3. 便于储运。

4. 便于使用。
5. 促进销售。
6. 增加利润。

三、产品包装的设计的原则

一般应遵循：安全，适于运输，美观大方，与商品价值和质量相匹配，尊重消费者信仰和习俗，符合法律规定等原则。

1. 包装的主要目的是为了保护产品。
2. 包装应使产品便于转移、陈列。
3. 包装的等级应与商品的价值或质量相适应。
4. 包装应能显示商品的特点或风格。
5. 包装应便于消费者的选购、使用或携带。
6. 包装的设计应给人以美感，并能入乡随俗。
7. 包装应符合法律规定，不能违反当地法律。

四、产品包装策略

1. 类似包装策略。
2. 差别包装策略。
3. 配套包装策略。
4. 复用包装策略或多用途包装策略。
5. 附赠品包装策略。
6. 更新包装策略。
7. 等级包装策略。
8. 不同容量包装策略。

复习与思考题：

1. 什么是品牌？
2. 品牌具有哪些功能？
3. 品牌策略有哪些？
4. 品牌对消费者来说有哪些作用？
5. 如何认识品牌策略对营销的影响？
6. 根据自己的生活经验，说明产品包装的重要性。
7. 什么是包装设计？
8. 包装策略有哪些？
9. 包装设计应注意哪些问题？

拓展阅读书目：

1. 李怀斌，周学仁编著，市场营销学，东北财经大学出版社，2008 年版，第 8 章，第 150 页至第 168 页。
2. 倪杰主编，现代市场营销学，清华大学出版社，2009 年版，第七章，第 177 页至第 190 页。
3. 王志伟主编，市场营销学，对外经济贸易大学出版社，2008 年版，第 10 章，第 277 页至

第 295 页。

4. 郭国庆主编，杨学成副主编，市场营销学概论，高等教育出版社，2008 年版，第 9 章，第 196 页至第 203 页。

5. 祖立厂、范应仁主编，市场营销学，科学出版社，2007 年版，第七章，第 142 页至第 156 页。

6. (美) 道恩·亚科布齐著，凯洛格论市场营销，海南出版社，2003 年，第二、三、四章，第 28 页到第 91 页。

7. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编，市场营销学（第三版），高等教育出版社，2008 年。第十一章，第 281 页到第 311 页。

8. 刘凤军，品牌运营论，经济科学出版社，2000 年。第 1 页到第 31 页。

9. (美) 戴维·阿克著，吕一林、王剑、韩笑译，创建强势品牌，中国劳动社会保障出版社，2005 年。第 1 页到第 27 页。

10. 张文贤主编，市场营销创新，复旦大学出版社，2002 年，第三章，第 52 页至第 74 页。

11. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒著，营销管理，格致出版社，上海人民出版社，2009 年，第 9、10 章，第 273 页至第 333 页。

12. 吕一林，岳俊芳主编，市场营销学，科学出版社，2010 年，第 8 章，第 162 页至第 171 页。

13. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒，卢泰宏著，卢泰宏，高辉译，营销管理，中国人民大学出版社，2009 年，第 9 章，第 227 页至第 260 页。

第十一章 定价策略教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章学习,了解产品定价目标及影响定价的主要因素,掌握成本导向定价、需求导向定价和竞争导向定价等一般定价方法和一些基本的定价策略技巧,应用价格变动反应及价格调整原理,分析我国现实中某些商品的价格形成原理。分析某些行业某些商品的价格大战,相互博弈的利弊得失及其最终结果。

学时分配:理论 2 学时、实践 1 学时

第一节 影响企业产品定价的主要因素

内部因素有定价目标、营销组合策略和产品成本等;外部因素有市场和需求的性质、竞争和其他营销环境等。

一、定价目标

1. 维持企业的生存为目标。
2. 以合理利润为目标。
3. 以利润最大化为目标。
4. 以提高市场占有率为目标。
5. 以应付竞争为目标。
6. 以产品质量最优化为目标。

二、企业的营销组合策略

1. 产品。

一般来说,具有独特性的产品,其价格往往可远远超过创造、生产这种属性所花的成本。

2. 销售渠道。

企业定价时,不仅要考虑最终消费者愿意支付的价格水平,还要考虑中间商经营这些商品所需的获利水平。

3. 促销。

由于加强促销工作,可以在消费者心目中增强对产品属性的认识,从而可获得更高的价格。

三、成本费用

一般地说,成本费用是构成价格的主体部分,是产品价格的最低限度,产品定价必须能补偿产品生产、销售和促销的所有费用,并补偿企业为产品承担风险所付出的代价。在成本因素中,有固定成本费用、变动成本费用、边际成本费用、平均固定成本费用,平均变化成本费用,平均成本费用等。

从长远看,任何产品的销售价格都必须高于成本费用,因此,企业制定价格时必须估算成本。

四、预计销售数量

企业盈利=商品销售数量×(单位商品价格-平均成本费用)

企业盈利状况取决于价格与销售数量之间的不同组合。

五、资金周转

维持高价，可以使眼前盈利处于高的水平，但却延缓了资金周转的速度。降价促销是加速资金周转的有效手段。

六、市场供求关系

在市场经济条件下，企业可根据完全竞争、不完全竞争、完全垄断等不同类型的市场自由度来制定价格。

需求弹性是指因价格变动而引起的需求量的变动率，它反映了需求量对价格变动的敏感程度。不同商品其需求弹性不同，必须进行具体分析，区别对待。

七、同类产品之间的竞争状况

产品的最高价格取决于该产品的市场需求，最低价格取决于该产品的成本费用。在这种最高价格和最低价格的幅度内，企业能把产品价格定多高，则取决于竞争者同种产品的价格水平。企业必须采取适当方式，了解竞争者所提供的产品质量和价格。

八、产品生命周期

产品处于产品生命周期的不同阶段时，企业应根据其阶段的特征，采取相应的价格策略。

第二节 企业定价的程序

一、选择定价目标

二、测定市场需求量

三、估计成本费用

四、分析竞争者的价格与特色

五、选择定价方法与技巧

六、确定最终价格

第三节 企业定价的方法

定价方法，是指企业为了在目标市场实现定价目标，给产品制定一个基本价格和浮动范围。

一、成本导向定价法

这是一种主要以成本为依据的定价方法，包括成本加成定价法和目标定价法，其特点是简便、易用。

1. 成本加成法。

成本加成法是以产品成本为基础，再加上一定比率的利润来确定产品价格的方法。其计算公式为：

$$\text{单位产品价格} = \text{单位产品成本} \times (1 + \text{成本利润率})$$

2. 目标利润定价法。

目标利润定价法是在一定产品产量或销售量条件下，以企业总成本与销售总收入保持平衡的基础上再加上一定的目标利润来制定价格的一种方法。其计算公式为：

$$\begin{aligned} \text{单位产品价格} &= \text{总成本} \div \text{预期销售量} + \text{目标利润} \div \text{预期销售量} \\ &= \text{单位变动成本} + (\text{固定成本} + \text{目标利润}) \div \text{预期销售量} \end{aligned}$$

3. 边际成本定价法。

边际成本定价法是以变动成本为基础，而不计算固定成本的一种定价方法。其计算公式为：

$$\text{单位产品价格} = \text{单位变动成本} + \text{边际贡献}$$

二、需求导向定价法

需求导向定价法是根据市场需求强度不同及消费者对价格心理反应不同来确定产品价格的一种定价方法。当市场需求量大时，可以适当提高价格；反之，则适当降低价格。

1. 理解价值定价法。

理解价值定价法是以消费者对产品价值的理解和感受程度来确定产品价格的一种方法。

2. 需求差异定价法。

需求差异定价法的要点是根据消费者对产品需求强度的不同制定不同的价格。

差别定价主要有四种形式：

①顾客差别定价。②产品形式差别定价。③地域差别定价。④销售时间差别定价。

3. 反向定价法。

指企业依据消费者能够接受的最终销售价格，计算自己从事经营的成本和利润后，逆向推算出产品的批发价和零售价。

4. 比较定价法。

根据商品需求弹性来决定价格的方法，看高价、低价哪一个给企业带来的利润多，就采用那一个价格。

三、竞争导向定价法

竞争导向定价法是以主要竞争对手的产品价格为基础定价。具体方法有以下几种。

1. 随行就市定价法。

随行就市定价法也称现行价格定价法。它是依据本行业平均的价格水平或同行业通行的价格水平来制定产品价格的方法。在以下情况下往往采取这种定价方法：①产品的成本难以估算。②企业打算与同行业和平共处。③如果另行定价，很难了解购买者和竞争者对本企业的价格会做出怎样的反应。

2. 投标定价法。

投标定价法是通过公开拍卖的方式，从两个以上相互竞争的买主中选出最有利的价格的一种定价方法。

3. 低于竞争者的商品价格定价法。
4. 高于竞争者的商品价格定价法。
5. 倾销定价法

企业在控制了国内市场的情况下，以低于国内市场的价格向国外抛售商品，甚至价格低于其成本，目换是为了打击竞争对手，占领目标市场。

第四节 企业定价的技巧

一、折扣定价

1. 现金折扣。
2. 数量折扣。
3. 功能折扣。
4. 季节折扣。
5. 让价策略。
 - (1) 推广让价。
 - (2) 运费让价。

二、心理定价

1. 尾数定价。
2. 整数定价。
3. 声望定价。
4. 招徕定价。
5. 习惯定价。
6. 组合定价。

主要用于那些彼此有相互关联的商品定价。

三、地区定价

1. 产地交货定价。
2. 统一交货定价。
3. 分区定价。
4. 基点定价。
5. 免收运费定价。

四、新产品定价

1. 取脂定价策略。
2. 渗透定价策略。
3. 满意定价策略。

五、产品组合定价策略。

1. 产品线定价。

2. 选择品定价。
3. 附带产品定价。
4. 副产品定价。

六、单一价格与变动价格策略

在单一价格策略下，卖方对购买相同数量的顾客，采用同一价格。在变动价格策略下，卖方对购买不同数量的顾客，采取不同的价格。

第五节 企业调整价格策略

一、企业主动调整价格策略

从企业主动调整价格的角度看，不外乎有两种策略。

1. 调低价格策略。

企业降价的原因主要有 3 个方面。

(1) 市场上商品供大于求，产品大量积压，生产能力过剩。

(2) 由于激烈的市场竞争，导致企业的市场占有率下降，为了打击对手，阻止市场份额继续丧失。

(3) 当企业的成本费用比竞争者低具有竞争优势时，企图通过降价来控制市场，提高市场占有率。

(4) 为了打击竞争对手，把竞争者挤出市场。

2. 调高价格策略。

涨价的原因有两个。

(1) 企业产品在市场上供不应求，不能满足所有顾客的全部需要。

(2) 由于出现通货膨胀，物价上涨，企业的成本费用因此增加，迫使企业提高产品价格，以实现收支平衡。

二、顾客对价格调整的反应

企业主动调整产品价格，不论是调高还是调低，都要密切关注购买者的反应，这种反应可通过需求的价格弹性表现出来。

一般说来，顾客对于企业降价可能会这样理解：①这种产品的式样老了，将逐渐会被新型产品所代替。②这种产品存在某些缺点，因而销售不畅。③企业财务出现困难，难以继续经营下去。④价格还要进一步下跌。⑤这种产品的质量不如以前了，下降了。

企业提价通常会影晌销售，但是购买者对企业的某种产品提价也可能会这样理解：①这种产品很畅销，不赶快买就买不到了。②这种产品很有价值。③卖主想尽量取得更多利润。

三、竞争者对企业变价的反应

企业在考虑改变价格时，不仅要考虑买者的反应，而且必须考虑竞争者的反应。了解竞争反应，主要通过内部资料和借助统计分析两种途径。如果企业面对着若干个竞争者，在变价时就必须估计每一个竞争者的可能反应。如果所有的竞争者反应大体相同，就可以集中力量分析典型的竞争者。

四、企业对竞争者变价的反应

1. 不同市场环境下的企业反应。

面对竞争者的变价，企业必须认真调查研究如下问题：①竞争者为什么变价。②竞争者打算暂时变价还是永久变价。③如果对竞争者变价置之不理，将对企业的市场占有率和利润有何影响。④其他企业是否会做出反应。⑤竞争者和其他企业对于本企业的每一个可能的反应又会有什么反应。

2. 市场主导者的反应。

在市场上，市场领导者往往遭到其他企业的进攻。这些企业的产品可与市场领导者的产品相媲美，它们往往通过进攻性的降价来争夺市场领导者的阵地。在这种情况下，市场领导者有以下几种策略可供选择：维持价格不变，降价和提价。

3. 企业应对变价需考虑的因素。

受到竞争对手进攻的企业必须考虑：①产品在其生命周期中所处的阶段及其在企业产品投资组合中的重要程度。②竞争者的意图和资源。③市场对价格和价值的敏感性。④成本费用随着销量和产量的变化而变化的情况。⑤价格战的效果。

复习与思考题：

1. 企业产品定价主要应依据哪些因素？
2. 企业定价目标与产品定价之间的关系？
3. 什么是边际成本定价法？
4. 什么是取脂定价与渗透定价，各自的特点是什么？
5. 某企业甲产品销售量为 4 000 件，其固定成本为 20 000 元，变动成本为 100 000 元，总边际贡献为 40 000 元，问其价格及利润为多少？
6. 企业采取降价时一般应考虑哪些因素？
7. 如何看待我国前几年电视机市场上出现的价格战？
8. 产品定价的一般程序是什么？
9. 企业采取提价时一般应考虑哪些因素？
10. 什么是理解价值定价法？

拓展阅读书目：

1. 郭国庆主编，杨学成副主编，市场营销学概论，高等教育出版社，2008 年版，第 10 章，第 207 页至第 228 页。
2. 倪杰主编，现代市场营销学，清华大学出版社，2009 年版，第八章，第 215 页至第 249 页。
3. 于颖，巩少伟，马林主编，市场营销学，科学出版社，2008 年版，第八章，第 179 页至第 199 页。
4. 王志伟主编，市场营销学，对外经济贸易大学出版社，2008 年版，第 7 章，第 177 页至第 213 页。
5. 冯丽云主编，现代市场营销学，经济管理出版社，2008 年版，第十章，第 215 页至第 236 页。
6. 吕一林，岳俊芳主编，市场营销学，科学出版社，2010 年，第 10 章，第 203 页至第 224 页。
7. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒，卢泰宏著，卢泰宏，高辉译，营销管理，中国人民大学出版社，2009 年，第 12 章，第 318 页至第 346 页。

8. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009年, 第14章, 第431页至第466页。

9. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学(第三版), 高等教育出版社, 2008年。第十二章, 第312页到第341页。

10. 何永祺, 张传忠, 蔡新春编著, 市场营销学, 东北财经大学出版社, 2006年, 第12章, 第329页至第356页。

11. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002年。第15章, 第547页到第586页。

12. (美) 小查尔斯·兰姆, 小约瑟夫·海尔, 卡尔·麦克丹尼尔著, 时启亮、朱洪兴译, 市场营销学, 上海人民出版社, 2005年, 第17章, 第669页至第704页, 第18章, 第705页至第738页。

13. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003年。第14章, 第255页到第282页。

14. (美) 道恩·亚科布齐著, 凯洛格论市场营销, 海南出版社, 2003年, 第231页到第256页。

15. 罗伯特·J·多兰、戴维·格伦·米克、苏珊·多布查等编写, 吕一林、王剑译, 营销战略, 中国人民大学出版社, 2003年。第107页到第152页。

16. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002年, 第三章, 第143页至第168页。

17. 于建原主编, 营销总监, 西南财经大学出版社, 2006年, 第九章, 第209页至第229页。

18. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006年, 第八章, 第254页至第290页。

第十二章 分销策略教学大纲

本章教学目的和基本要求：

通过本章的学习，了解分销渠道的概念、种类，明确影响分销渠道设计和选择的主要影响因素，掌握批发商、零售商的主要类型及特点，学会对分销渠道进行选择、管理，了解物流管理的基本内容。并能应用分销渠道理论分析我国某一类产品分销渠道存在的现实问题。

学时分配：理论 2 学时、实践 1 学时

第一节 分销渠道的职能与种类

一、分销渠道的概念与职能

1. 分销渠道与市场营销渠道。

所谓分销渠道，是指某种产品和服务在从生产者向消费者流通过程中，获得这种产品和服务的所有权或帮助所有权转移的所有企业和个人。

所谓市场营销渠道，是指配合或参与生产、分销和消费某一制造商的产品和服务的所有企业和个人。

2. 分销渠道的职能。

(1) 研究。

研究就是收集、制定、计划和进行交换所必需的信息。

(2) 促销。

促销就是进行关于所供应物品的说服性沟通。

(3) 接洽。

接洽就是寻找可能的购买者，并与之进行沟通。

(4) 配合。

配合就是使所供应的物品符合购买者需要，包括分类、分等、装配、包装等活动。

(5) 谈判。

谈判就是为了转移所供物品的所有权，而就其价格及有关交易条件达成最后协议的过程。

(6) 物流。

物流就是从事产品的运输、储存、配送。

(7) 融资。

融资就是为了补偿渠道工作所支出的成本费用，而对融通资金。

(8) 风险承担。

风险承担就是承担与渠道工作有关的自然风险与社会风险。

二、分销渠道的层次与宽度

1. 分销渠道的层次。

分销渠道可根据渠道层次的数目来分类。市场营销学以中间机构层次的数目确定渠道的长度。

零层渠道通常叫做直接分销渠道。通常有一层、二层、三层渠道。

2. 分销渠道的宽度。

分销渠道的宽度是指渠道的每个层次同种类型中间商数目有多少。

所谓密集分销，是指制造商尽可能地通过许多负责任的、适当的批发商、零售商来推销其产品。消费品中的便利品和产业用品中的供应品通常采取密集分销，使广大消费者和用户能随时随地买到这些日用品。

所谓选择分销，是指制造商在某一地区仅仅通过少数几个精心挑选的、最合适的中间商来推销其产品。选择分销适用于所有产品，但相对而言，消费品中的选购品和特殊品最适合于采取选择分销。

所谓独家分销，是指制造商在某一地区仅仅选择一家中间商来推销其产品。通常双方协商签订独家经销合同，规定经销商不得经营竞争者的产品，以便控制经销商的业务经营，调动其经营积极性，占领市场。

三、分销渠道的流程

1. 实体流程。
2. 所有权流程。
3. 付款流程。
4. 促销流程。
5. 信息流程。
6. 服务流程。

第二节 分销渠道策略

有效的渠道设计，应以确定企业所要达到的市场为起点。从原则上讲，目标市场的选择并不是渠道设计的问题。然而事实上市场选择与渠道选择是相互依存的。有利的市场加上有利的渠道，才可能使企业获得利润。

一、影响分销渠道设计的因素

渠道设计问题的中心环节，是确定到达目标市场的最佳途径。而影响渠道设计的主要因素有：

1. 目标市场。
2. 产品因素。
3. 中间商因素。
4. 竞争因素。
5. 企业因素。
6. 环境因素。

二、分销渠道的设计

生产企业者在设计其分销渠道时，需要考虑理想的分销渠道与现实的分销渠道。

1. 确定渠道目标与限制。

渠道设计问题的中心环节，是确定到达目标市场的最佳途径。所谓渠道目标，是指企业预期达到的顾客服务水平以及中间商应执行的职能等。

2. 明确各种渠道交替方案。

渠道的交替方案主要涉及以下四个基本因素：中间商的基本类型；每一分销层次所使用的中间

商数目；各中间商的特定市场营销任务；生产者与中间商的交易条件以及相互责任。

3. 评估各种可能的渠道交替方案。

每一渠道交替方案都是企业产品送达最后顾客的可能路线。生产者所要解决的问题，就是从那些看起来似乎很合理但又相互排斥的交替方案中选择最能满足企业长期目标的一种。因此，企业必须对各种可能的渠道方案进行评估。评估标准有三个，即经济性、控制性和适应性。

三、分销渠道的管理

企业管理人员进行渠道设计之后，还必须对具体的中间商进行选择、激励与定期评估。

1. 选择渠道成员。

一般来讲，生产者要评估中间商经营时间的长短及其成长记录、清偿能力、合作态度、声望等。当中间商是销售代理商时，生产者还须评估其经销的其他产品大类的数量与性质、推销人员的素质与数量。当中间商打算授予某家百货公司独家分销时，生产者尚须评估商店的位置、未来发展潜力以及经常光顾的顾客类型等。

2. 激励渠道成员。

生产者不仅要选择中间商，而且要经常激励中间商使之尽职。促使中间商进入渠道的因素和条件已经构成部分激励因素，但仍需生产者不断地监督、指导与鼓励之。

3. 评估渠道成员。

生产者除了选择和激励渠道成员外，还必须定期评估它们的绩效。如果某一渠道成员的绩效过分低于既定标准，则需找出主要原因，同时还应考虑可能的补救方法。当放弃或更换中间商将导致更坏的结果时，生产者只好容忍这种令人不满的局面；当不致出现更坏的结果时，生产者应要求工作成绩欠佳的中间商在一定时期内有所改进，否则，就要取消它的资格。

四、串货现象及其整治

1. 串货。

串货是指经销商置经销协议和制造商长期利益于不顾而进行的产品跨地区降价销售。

2. 串货的整治。

整治串货的主要方法有四个：

(1) 企业内部业务员与企业之间、客户与企业之间签订不串货协议，以法律方式来约束双方的行为。

(2) 外包装区域差异化。

(3) 发货车统一备案，统一签发控制运货单，同时利用现代信息技术监督货物流向。

(4) 建立科学的地区内部分区业务管理制度。

第三节 批发商与零售商

一、批发商的特点

批发是指一切将物品或服务销售给为了转卖或者其他商业用途而进行购买的个人或组织的活动。

1. 批发商与零售商的区别。

2. 批发商存在的必要性。

3. 批发商的职能。

- (1) 销售与促销职能。
- (2) 采购与搭配货色职能。
- (3) 整买零卖职能。
- (4) 仓储服务职能。
- (5) 运输职能。
- (6) 融资职能。
- (7) 风险承担职能。
- (8) 提供信息职能。
- (9) 管理咨询服务职能。

二、批发商的类型

批发商主要有三种类型：商人批发商、经纪人和代理商、制造商销售办事处。

1. 商人批发商。

商人批发商是指自己进货，取得产品所有权后再批发出售的商业企业，也就是人们通常所说的独立批发商。商人批发商是批发商的最主要类型。

商人批发商按职能和提供的服务是否完全来分类，可分为两种类型：

- (1) 完全服务批发商。
- (2) 有限服务批发商。

2. 经纪人和代理商。

经纪人和代理商是从事购买或销售或二者兼备的洽商工作，但不取得产品所有权的商业单位。

经纪人和代理商主要分为以下几种：

- (1) 产品经纪人。
- (2) 制造商代表。
- (3) 销售代理商。
- (4) 采购代理商。
- (5) 佣金商。

3. 制造商的销售分支机构。

批发的第三种形式是由买方或卖方自行经营批发业务，而不通过独立的批发商进行。这种批发业务可分为两种类型。

- (1) 销售分店和销售办事处。
- (2) 采购办事处。

三、零售商的类型

零售是指将商品或服务向最终消费者直接销售，用于个人非商业性用途的所有活动。零售商或者零售商店是指那些销售量主要来自零售的商业企业。

1. 按产品组合的长度和深度划分的主要零售店类型。

- (1) 专业商店。
- (2) 百货商店。
- (3) 超级市场。
- (4) 便利商店。
- (5) 超级商店、联合商店和特级商场。

- (6) 服务行业。
- 2. 按价格相对重要程度划分的主要零售店类型。

- (1) 折扣商店。
- (2) 仓储商店。
- (3) 产品陈列室推销店。

- 3. 按控制程度划分的主要零售店类型。

- (1) 连锁商业。
- (2) 自愿连锁和零售商合作社。
- (3) 消费者合作社。
- (4) 特许经营组织。
- (5) 商业集团。

- 4. 无门市零售。

- (1) 直复营销。

直复营销是一种为了在任何地方都可以产生可度量的反应和达成交易而使用一种或多种广告媒体的互相作用的市场营销系统。

- (2) 直接销售。

主要有挨门挨户推销、逐个办公室推销和举办家庭销售会等形式。

- (3) 自动售货。

- (4) 购物服务公司。

购物服务公司是不设店堂的零售商，专为某些特定顾客，通常是为学校、医院、工会和政府机关等大型组织的雇员提供服务。

- (5) 电视购物与网上商店。

第四节 物流管理

一、物流管理的概念与职能

- 1. 物流管理的概念。

物流管理分为广义的物流管理与狭义的物流管理。广义的物流管理是指自原料的产地选择到最终消费者市场的需求都包括在内的管理活动。狭义的物流管理是指对产品的仓储、管理和运输，以便按买方要求的时间、地点和数量将产品送交购买者的过程，即分销渠道内发生的产品实体的转移及其经营管理。狭义的物流管理又称为产品实体的分销。这里讲的物流管理就是指狭义的物流管理。

- 2. 物流管理的基本职能。

- (1) 仓储。

仓储是制造商把产品直接储存到仓库里。

- (2) 运输。

运输是指制造商将产品运送给购买者的过程。

- (3) 配送。

配送是指厂商或中间商按订货单要求的商品品种、数量、式样、规格、型号，把商品发送给中间商或顾客的管理过程，又称配送管理。

- (4) 讯息管理。

信息管理，是指厂商或中间商把产品生产、采购、库存、运输配送、产品销售等环节集成起来，将生产企业、配送中心（物流中心）、分销商（零售点）网络等经营过程的各个方面纳入一个紧密的供应链中，形成一个有序的管理链条。

二、物流管理的主要内容

1. 仓储决策。

仓储决策首先是仓库的地点位置和容量大小。

2. 存货决策。

进货批量涉及到进货费用和存货费用。

3. 运输决策。

运输决策主要有运输方式和运输线路。运输方式主要有铁路运输、公路运输、水路运输、航空运输和管道运输五种。

三、配送管理

1. 配送的概念。

配送是在经济合理区域范围内，根据顾客要求，对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业，并按时送达指定地点的物流活动。

2. 配送中心的概念和基本功能。

配送中心是指位于物流节点上，专门从事货物配送活动的经营组织。其实质是集货中心、分货中心和流通加工中心为一体的现代化的物流基地。

配送中心的基本功能如下：

- （1）进货与集货。
- （2）储存与保管。
- （3）分选与配货。
- （4）流通加工。
- （5）送货。
- （6）信息管理。

四、第三方物流的概念与作用

1. 第三方物流的概念。

物流活动是由制造商、客户以外的第三方提供的物流称之为第三方物流。

2. 第三方物流的作用。

- （1） 第三方物流可以降低成本。
- （2） 第三方物流可以提升企业形象。
- （3） 第三方物流可以降低风险。
- （4） 第三方物流可以促进企业核心业务的发展。

复习与思考题：

1. 试说明分销渠道的价值？可以举例说明。
2. 企业在设计安排自己的分销渠道时，应该考虑主要哪些因素？
3. 分销商的职能主要有哪些？

4. 如何理解串货行为?
5. 如何激励分销商?
6. 如果制造商、批发商和零售商的经营目标不一致, 如何协调它们之间的关系?
7. 如何设计一套渠道系统来组织纯净水的分销?
8. 如何看待连锁商店的发展?
9. 什么是物流管理?
10. 物流的基本职能是哪些?
11. 物流管理的主要内容有哪些?
12. 配送中心的基本功能有哪些?
13. 什么是第三方物流? 第三方物流的作用有哪些?

拓展阅读书目:

1. 祖立厂、范应仁主编, 市场营销学, 科学出版社, 2007 年版, 第九章, 第 181 页至第 211 页。
2. 郭国庆主编, 杨学成副主编, 市场营销学概论, 高等教育出版社, 2008 年版, 第 11 章, 第 232 页至第 252 页。
3. 倪杰主编, 现代市场营销学, 清华大学出版社, 2009 年版, 第九章, 第 250 页至第 289 页。
4. 冯丽云主编, 现代市场营销学, 经济管理出版社, 2008 年版, 第十一章, 第 237 页至第 276 页。
5. 王志伟主编, 市场营销学, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第 8 章, 第 214 页至第 236 页。
6. 吕一林、岳俊芳主编, 市场营销学, 科学出版社, 2010 年, 第 11、12 章, 第 225 页至第 273 页。
7. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒, 卢泰宏著, 卢泰宏, 高辉译, 营销管理, 中国人民大学出版社, 2009 年, 第 13、14 章, 第 349 页至第 400 页。
8. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009 年, 第 15、16 章, 第 469 页至第 532 页。
9. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学 (第三版), 高等教育出版社, 2008 年, 第十三章, 第 342 页到第 373 页。
10. 于建原主编, 营销总监, 西南财经大学出版社, 2006 年, 第十章, 第 230 页至第 260 页。
11. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006 年, 第九章, 第 291 页至第 329 页。
12. (美) 小查尔斯·兰姆, 小约瑟夫·海尔, 卡尔·麦克丹尼尔著, 时启亮、朱洪兴译, 市场营销学, 上海人民出版社, 2005 年, 第 12 章, 第 437 页至第 485 页, 第 13 章, 第 486 页至第 538 页。
13. 马克态主编, 成功的分销渠道管理, 中国国际广播出版社, 2003 年。
14. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年, 第 16 章, 第 591 页到第 622 页。第 17 章, 第 625 页到第 656 页。第 20 章, 第 741 页到第 772 页。第 21 章, 第 776 页到第 808 页。
15. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002 年, 第七章, 第 325 页至第 345 页。
16. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年, 第 15 章,

第 283 页到第 307 页。

17. 熊银解主编，销售管理，高等教育出版社，2001 年。第 1 页到第 25 页。

18. 吕一林，美国沃尔玛——世界零售第一，中国人民大学出版社，2002 年。第 1 页到第 160 页。

19. (美) 道恩·亚科布齐著，凯洛格论市场营销，海南出版社，2003 年，第 211 页到第 230 页。

20. 罗伯特·J·多兰、戴维·格伦·米克、苏珊·多布查等编写，吕一林、王剑译，营销战略，中国人民大学出版社，2003 年。第 67 页到第 83 页。

21. 何永祺，张传忠，蔡新春编著，市场营销学，东北财经大学出版社，2006 年，第 13 章，第 357 页至第 388 页，第 14 章，第 389 页至第 420 页。

第十三章 促销策略教学大纲

本章教学目的和基本要求:

要求学生在学完本章之后,了解促销的概念、作用与策略,促销组合的构成以及各种促销方式的特点,掌握广告和人员推销的基本策略,营业推广和公共关系的主要活动方式,能够应用促销的各种理论,解释分析我国企业当前促销实践中存在的各种问题。

学时分配:理论 2 学时、实践 1 学时

第一节 促销组合的概念

一、促销的概念

促销是促进销售的简称。从市场营销的角度看,促销是企业通过人员和非人员的方式,沟通企业与消费者之间的信息,引发、刺激消费者的消费欲望和兴趣,促使其产生购买行为的活动。

二、促销组合的概念及其作用

促销组合是指企业根据促销的需要,对广告、销售促进、推销与公共关系等各种促销方式进行的适当选择搭配,综合发挥作用。

1. 传递信息,提供情报。
2. 突出特点。
3. 指导消费。
4. 增加需求。
5. 稳定及扩大销售。

三、促销策略

1. 推式策略。
2. 拉式策略。

四、影响促销组合策略的因素

一般来讲,企业在各种促销工具上分配促销预算时或在确定何种促销组合时,应考虑如下因素。

1. 产品类型及特点。
2. 市场的竞争态势。
3. 促销目标。
4. 产品所处的生命周期阶段。
5. 企业的促销费用。
6. 时机因素。
7. 经济的发展前景。

第二节 人员推销

一、人员推销的概念和特点

人员推销是企业通过推销人员以交谈方式向顾客推销商品或服务的一种促销活动方式。人员推销有三个基本要素，即推销人员、推销对象和推销品。与非人员推销相比，人员推销既有优点又有缺点。其优点表现在以下 4 个方面。

1. 信息传递双向性。
2. 买卖双方容易建立个人关系。
3. 推销活动灵活多样。
4. 人员推销可以促成顾客及时购买。

人员推销的缺点主要表现在两个方面：一是人员支出较大，成本较高；二是推销人员多时，不易管理；三是对推销人员的要求较高，培养和选择理想的推销人员比较困难。

二、人员推销的工作任务

1. 了解顾客，开拓市场。
2. 传递信息。
3. 推销产品。
4. 提供服务。
5. 收集情报。
6. 协调平衡，调剂余缺。

三、推销人员的素质

1. 政治素质。
2. 业务素质。
 - (1) 企业知识。
 - (2) 产品知识。
 - (3) 用户知识。
 - (4) 市场知识。
3. 文化素质。
4. 法律素质。
5. 冒险精神。
6. 一定的语言艺术和整洁的仪表。

四、人员推销的形式、对象与策略

1. 人员推销的形式。

人员推销一般有以下三种形式：

- (1) 派员上门推销。
- (2) 柜台推销，又称门市推销。
- (3) 会展推销。

2. 人员推销的对象。

推销的对象是指推销人员要说服的购买本企业产品的人，主要有消费者、生产用户和中间商三

类。

3. 人员推销策略。

在掌握了解顾客心理反应的基础上，推销人员可选用以下推销策略。

（1）试探性策略。

试探性策略是推销人员在事先不了解顾客需要的情况下，应用各种刺激手段诱发顾客产生购买冲动的策略。

（2）针对性策略。

针对性策略是指推销员事先已大致掌握了顾客的某些要求，有针对性地进行介绍、宣传，以引起顾客的兴趣和好感，从而达成交易的目的。

（3）诱导性策略。

诱导性策略是推销人员通过与顾客交谈，诱导顾客产生需求，然后因势利导，说明推销的品如何能满足这种需要，促使其产生购买欲望，最终达到成交的目的。

第三节 广告

一、广告的概念

广告，顾名思义，广而告之，就是把某一件事情告诉顾客。市场营销学中的广告是广告主以促进销售为目的，付出一定的费用或代价，通过一定的媒体传播商品或服务等有关经济信息的一种大众信息传播活动。

二、广告的种类

根据不同的划分标准，广告有不同的种类：

1. 按广告的性质，可以分为经济性广告和非经济性广告。
2. 根据广告的内容和目的划分，有商品广告和企业广告。
3. 根据广告传播的区域划分，有全国性广告和地区性广告。
4. 按广告的形式划分，可分为文字广告和图画广告。
5. 按广告的媒体不同，可分为报纸广告、杂志广告、广播广告、电视广告和因特网广告等等。

三、广告媒体的特点

1. 报纸。

报纸的优点是弹性大、及时，对当地市场的覆盖率高，易被接受和被信任；其缺点是时效短，传阅读者少。

2. 杂志。

杂志的优点是可选择适当的地区和对象，可靠且有名气，时效长，传阅读者多；其缺点是广告购买前置时间长，有些发行量是无效的。

3. 广播。

广播的优点是大量使用，可选择适当的地区和对象，成本低；其缺点是仅有音响效果，不如电视吸引人，展露瞬间即逝。

4. 电视。

电视的优点是视、听、动作紧密结合且引人注目，送达率高；其缺点是绝对成本高，展露瞬间

即逝，对观众无选择性。

5. 邮寄。

直接邮寄的优点是沟通对象已经过选择，而且媒体形式灵活；其缺点是成本比较高，容易造成滥寄的现象。

6. 户外广告。

户外广告的优点是比较灵活，展露重复性强，成本低、竞争少；其缺点是不能选择对象，创造力受到局限等。

7. 互联网。

互联网的优点是多媒体，能互动，虚拟界面能模拟现实感觉，灵活可以逐层展开，其缺点是受众要支付网费，要有电脑或智能手机，要有一定文化知识才能上网，范围大多是年轻人。

四、广告媒体的选择。

企业媒体策划人员在选择广告媒体时，应考虑如下因素：

- (1) 目标受众的媒体习惯。
- (2) 产品的特性。
- (3) 竞争对手的广告媒体策略。
- (4) 媒体的传播范围、影响力。
- (5) 广告媒体的成本。
- (6) 市场环境。

五、广告预算

广告预算，即在一定时期内（通常为一年）投入广告活动应花费多少资金费用。

1. 影响广告预算的因素。

- (1) 产品生命周期。
- (2) 市场份额。
- (3) 竞争状况。
- (4) 行业特点。

2. 广告预算的方法。

一般来讲，企业确定广告预算的方法主要有以下四种：

- (1) 量力而行法。
- (2) 销售百分比法。
- (3) 竞争对等法。
- (4) 目标任务法。

六、广告的设计原则

广告效果，不仅决定于广告媒体的选择，还取决于广告设计的质量。高质量的广告必须遵循下列原则来设计：

1. 真实性。

广告的生命在于真实。虚伪、欺骗性的广告，必然会丧失企业的信誉。

2. 社会性。

广告是一种信息传递。在传播经济信息的同时，也传播了一定的思想意识，必然会潜移默化地影响社会文化、社会风气。从一定意义上说，广告不仅是一种促销形式，而且是一种具有鲜明思想

性的社会意识形态。

3. 针对性。

广告的内容和形式要富有针对性，即对不同的商品、不同的目标市场要有不同的内容，采取不同的表现手法。

4. 感召性。

广告的诉求点必须与产品的优势点和目标顾客的关注点一致，激发顾客的购买欲望。

5. 创造性。

广告要从内容到形式，从语言到图像、色彩等做到生动活泼，具有新颖性和刺激性。

6. 简明性。

品牌广告设计的客观要求是简短、清晰地点明品牌个性，以利于提高广告效果。

7. 效益性。

广告是一种经济活动，必须讲究经济效益。

8. 艺术性。

广告是一门科学，也是一门艺术。广告把真实性、思想性、针对性寓于艺术性之中。利用科学技术，吸收文学、戏剧、音乐、美术等各学科的艺术特点，把真实的、富有思想性、针对性的广告内容通过完善的艺术形式表现出来。

七、广告效果

广告效果有经济效果和社会效果之分，也有即效性效果与迟效性效果之分，还有广告销售效果和广告沟通效果之分。

广告销售效果，也称广告的直接经济效果，它反映广告费用与商品销售量（额）之间的比例关系。

广告沟通效果的测定，主要测定知名度、注意度、理解度、记忆度、视听率、购买动机等项目。测定方法，常用的有以下几种：价值序列法；配对法；评分法；访查法。

第四节 公共关系

一、公共关系的概念

公共关系是指某一组织为改善与社会公众的关系，促进公众对组织的认识、理解及支持，达到树立良好的组织形象、实现组织与公众的共同利益与目标的管理活动与职能。

企业在开展相关工作时，必须把握公共关系的两个基本原则：

1. 诚实信用原则。
2. 公众利益与企业利益相协调的原则。

二、公共关系的作用

公共关系的作用主要体现在以下几个方面：

1. 收集社会信息。
2. 树立企业形象。
3. 协调各种关系。
4. 处理突发事件。

三、公共关系活动的主要内容

1. 举办内部刊物。
2. 召开新闻发布会。
3. 发布新闻。
4. 策划各种公众活动。
5. 企业庆典活动。
6. 制造新闻事件。
7. 散发宣传材料。
8. 外联协调。
9. 其他日常活动。

四、公共关系评估

公共关系活动很难精确测量。概括地说，公关评价的指标包括以下几个方面：一是信息传播频率。二是受众反响。

第五节 营业推广

一、营业推广的概念

营业推广，又称销售促进，是指企业运用各种短期诱因，鼓励购买或销售企业产品或服务的促销活动。

二、营业推广的种类

1. 按营业推广实施的主体来划分。
 - (1) 生产商营业推广。
 - (2) 中间商营业推广。
 - (3) 生产商与中间商联合营业推广。
2. 按营业推广的对象来划分。
 - (1) 对消费者的营业推广。
 - (2) 对中间商的营业推广。
 - (3) 对销售人员的营业推广。
3. 按营业推广的形式来划分。
 - (1) 静态宣传。通过营业场所的装饰与布置，商品的陈列与展示来进行。
 - (2) 动态宣传。通过打折、降价、赠送、游戏等活动进行。

三、营业推广的方式

1. 对消费者的营业推广。
 - (1) 赠寄代价卷。
 - (2) 价格折扣。
 - (3) 购物积分。
 - (4) 奖品。

- (5) 附加赠送。
- (6) 赠送样品。
- (7) 竞赛抽奖活动。
- 2. 对经销商的营业推广。
 - (1) 广告技术合作。
 - (2) 业务会议和贸易展览。
 - (3) 现场演示。
 - (4) 批发回扣。
 - (5) 经销商竞赛。
 - (6) 推广津贴。
 - (7) 扶持零售商。
 - (8) 企业刊物的发行。
- 3. 对推销人员的营业推广。
 - (1) 销售员的培训。
 - (2) 销售员的奖励。

复习与思考题:

1. 什么叫促销组合, 由哪些部分组成?
2. 促销的本质是什么?
3. 什么是人员推销?
4. 什么是广告?
5. 什么是公共关系? 公共关系与广告有何区别?
6. 什么是营业推广?
7. 对消费者进行营业推广时, 有哪些常用的方式?
8. 广告设计应注意哪些方面?
9. 人员推销有哪些特点?
10. 什么是广告预算?

拓展阅读书目:

1. 倪杰主编, 现代市场营销学, 清华大学出版社, 2009 年版, 第十章, 第 290 页至第 324 页。
2. 于颖, 巩少伟, 马林主编, 市场营销学, 科学出版社, 2008 年版, 第十章, 第 222 页至第 250 页。
3. 郭国庆主编, 李军、任锡源副主编, 营销学原理, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第十一章, 第 217 页至第 240 页。
4. 祖立厂、范应仁主编, 市场营销学, 科学出版社, 2007 年版, 第十章, 第 214 页至第 243 页。
5. 王志伟主编, 市场营销学, 对外经济贸易大学出版社, 2008 年版, 第 9 章, 第 237 页至第 276 页。
6. 冯丽云主编, 现代市场营销学, 经济管理出版社, 2008 年版, 第十二章, 第 277 页至第 311 页。
7. 郭国庆主编, 杨学成副主编, 市场营销学概论, 高等教育出版社, 2008 年版, 第 13 章,

第 269 页至第 297 页。

8. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒著, 营销管理, 格致出版社, 上海人民出版社, 2009 年, 第 17、18 章, 第 537 页至第 607 页。

9. 吕一林, 岳俊芳主编, 市场营销学, 科学出版社, 2010 年, 第 13 章, 第 274 页至第 296 页。

10. 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒, 卢泰宏著, 卢泰宏, 高辉译, 营销管理, 中国人民大学出版社, 2009 年, 第 15、16 章, 第 403 页至第 457 页。

11. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编, 市场营销学(第三版), 高等教育出版社, 2008 年。第十四章, 第 374 页到第 402 页。

12. (美) 菲利普·科特勒, 营销管理, 梅如和、梅清豪、周安柱译, 中国人民大学出版社, 2002 年。第 18 章, 第 659 页到第 689 页。第 19 章, 第 693 页到第 736 页。

13. 郭国庆主编、刘彦平副主编, 市场营销学通论, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 16 章, 第 308 页到第 346 页。

14. (美) 道恩·亚科布齐著, 凯洛格论市场营销, 海南出版社, 2003 年, 第 179 页到第 210 页。

15. 罗伯特·J·多兰、戴维·格伦·米克、苏珊·多布查等编写, 吕一林、王剑译, 营销战略, 中国人民大学出版社, 2003 年。第 85 页到第 106 页。

16. (美) 科特勒原著, 谢德高编译, 科特勒营销战略全书, 九州出版社, 2002 年, 第八章, 第 356 页至第 414 页。

17. 于建原主编, 营销总监, 西南财经大学出版社, 2006 年, 第十一章, 第 261 页至第 295 页。

18. 梁东, 刘建堤主编; 张安彬, 谭学英副主编, 市场营销学, 清华大学出版社, 2006 年, 第十章, 第 330 页至第 364 页。

19. (美) 小查尔斯·兰姆, 小约瑟夫·海尔, 卡尔·麦克丹尼尔著, 时启亮、朱洪兴译, 市场营销学, 上海人民出版社, 2005 年, 第 14 章, 第 549 页至第 579 页, 第 15 章, 第 580 页至第 618 页, 第 16 章, 第 619 页至第 657 页。

20. 何永祺, 张传忠, 蔡新春编著, 市场营销学, 东北财经大学出版社, 2006 年, 第 15 章, 第 421 页至第 456 页。

第十四章 市场营销组织、执行与控制教学大纲

本章教学目的和基本要求:

通过本章的学习,了解市场营销组织的演变,熟悉市场营销组织的含义和形式,掌握决定市场营销组织的因素,了解市场营销执行中的问题与原因,熟悉市场营销执行和控制的含义,掌握年度计划控制、盈利能力控制、效率控制和市场营销审计。

学时分配:理论 1.5 学时、实践 0.5 学时

第一节 市场营销计划

一、市场营销计划的内容

1. 计划概要。
2. 营销现状分析。
3. SWOT 分析。
4. 营销目标。
5. 营销策略。
6. 行动方案。
7. 营销预算。
8. 营销控制。

二、市场营销计划的实施

1. 制定详细的行动方案。
2. 建立营销组织机构。
3. 设计决策和报酬制度。
4. 开发人力资源。
5. 建立企业文化。

第二节 市场营销组织

一、市场营销组织的概念

市场营销组织是指企业内部涉及营销活动的各个职位及其结构。

二、市场营销组织设计的原则

1. 目标任务原则。
2. 分工协作原则。
3. 精干高效原则。
4. 责权利相结合原则。

5. 灵活性原则。

三、市场营销组织的基本形式

1. 职能型组织。
2. 产品型组织。
3. 市场型组织。
4. 地区性组织。

四、影响市场营销组织结构的因素

1. 企业规模。
2. 企业的经营目标与战略。
3. 产品类型。
4. 市场状况。
5. 产品生命周期。
6. 销售方式。

五、市场营销组织的设计

1. 分析组织环境。
2. 确定组织内部活动。
3. 建立组织职位。
4. 设计组织结构。
5. 配备组织人员。
6. 评价与调整营销组织。

第三节 市场营销控制

一、市场营销控制的概念

市场营销控制就是营销管理者通过检查市场营销计划的执行情况，了解计划与实绩是否一致，如果不一致或者没有完成计划，就要找出原因，采取适当的措施加以纠正，以保证营销计划的顺利完成。

市场营销控制包括制定标准，绩效测量，因果分析，改正行动。

二、市场营销控制的步骤

1. 确定控制对象。
2. 设置控制目标。
3. 确立控制标准。
4. 选择检查方法。
5. 比较实绩与标准。
6. 分析偏差原因。
7. 采取改进措施。

三、市场营销控制的内容

1. 年度计划控制。
 - (1) 销售额分析。
 - (2) 市场占有率分析。
 - (3) 市场营销费用/销售额分析。
 - (4) 顾客态度跟踪。
2. 赢利能力控制。
 - (1) 市场营销成本。
 - (2) 赢利能力。
3. 效率控制。
 - (1) 人员推销效率。
 - (2) 广告效率。
 - (3) 促销效率。
 - (4) 分销效率。

四、市场营销审计。

1. 市场营销审计的特征。
2. 市场营销审计的内容。

复习与思考题：

1. 市场营销组织的含义是什么？
2. 决定市场营销组织的因素有哪些？
3. 市场营销组织的形式有哪些？
4. 市场营销执行中常见的问题与原因有哪些？
5. 市场营销执行过程的内容是什么？
6. 市场营销控制的内容有哪些？

拓展阅读书目：

1. 郭国庆主编，杨学成副主编，市场营销学概论，高等教育出版社，2008年版，第15章，第319页至第334页。第16章，第336页至第352页。
2. 于颖，巩少伟，马林主编，市场营销学，科学出版社，2008年版，第十二章，第273页至第295页。
3. 冯丽云主编，现代市场营销学，经济管理出版社，2008年版，第十三章，第312页至第324页。
4. 王军旗，张蕾主编，市场营销，中国人民大学出版社，2009年版，第10章，第255页至第281页。
5. 郭国庆主编，李军、任锡源副主编，营销学原理，对外经济贸易大学出版社，2008年版，第十二、十三章，第241页至第276页。
6. 吴健安主编、郭国庆、钟育赣副主编，市场营销学（第三版），高等教育出版社，2008年。第十五章，第403页到第433页。

《〈资本论〉导读》教学大纲

齐勇 编写

目 录

前 言.....	6
一、课程简介：.....	6
二、教材：.....	6
三、任课教师教学、科研简历：.....	6
四、主要教学内容和课时安排.....	7
参考书目：.....	9
绪 论.....	10
一、马克思的研究和写作过程.....	10
二、学习《资本论》的意义.....	10
三、《资本论》的不足.....	10
四、如何学习《资本论》？.....	10
五、课堂讨论、思考题.....	11
参考书目：.....	11
七篇序言和跋.....	12
一、介绍《资本论——政治经济学批判》.....	12
二、《资本论》第一卷是一个单独的体系.....	12
三、《资本论》第一卷的篇章结构.....	12
四、介绍威廉·沃尔弗.....	12
介绍《资本论》第一卷的第一版序言.....	13
一、关于《资本论》写作情况向读者作一个简单交待.....	13
二、《资本论》研究的方法.....	13
三、《资本论》研究的对象和目的.....	13
三、论述政治经济学的阶级性.....	14
介绍第二版跋.....	14
一、向读者作一个简单交待.....	14
二、论述政治经济学的阶级性.....	14
三、论政治经济学的研究方法.....	14
参考书目：.....	15
第一篇 商品和货币.....	16
第一节.....	16
一、第一篇 商品和货币的主要内容.....	16
二、第一篇研究的主要问题.....	16
三、第一章 商品的主要内容和内在逻辑关系.....	16
第二节 讲解第一章商品重点内容.....	17
一、第一章第 1 节商品的两个因素：使用价值和价值（价值实体，价值量）.....	17
二、讲解第一章第 2 节 体现在商品中的劳动二重性.....	18
三、讲解第一章第 3 节 价值形式或交换价值.....	18
第三节 讲解第一章第 4 节 商品拜物教性质及其秘密.....	19
一、商品的拜物教性质是从商品的形式本身发生的.....	19
二、商品的拜物教性质是商品生产关系的必然产物.....	19
三、商品的拜物教性质不存在于商品生产社会以外的社会形态中.....	19
四、资产阶级经济学家陷入商品拜物教的幻觉之中。.....	19
五、组织课堂讨论：.....	20
六、思考题和作业：.....	20
参考书目：.....	20
第二篇 第四章货币转化为资本.....	21
第一节.....	21

一、第二篇或者是第四章 货币转化为资本是研究简单商品经济向资本主义经济的过渡	21
二、本章的中心和研究的主要问题	21
三、第四章 货币转化为资本的主要内容及其逻辑关系	21
第二节	22
一、资本总公式	22
二、总公式的矛盾	22
第三节 劳动力的买和卖	22
一、结合中国、外国的经济史讲解劳动力成为商品的条件。	22
二、资本、雇佣劳动是历史的范畴	22
三、劳动力商品的价值决定	22
四、劳动力商品的使用价值	22
课堂讨论和作业：	22
参考书目：	23
第三篇 绝对剩余价值的生产	24
第一节	24
一、第三篇 绝对剩余价值的生产开始进入对资本主义经济的研究	24
二、第三篇 绝对剩余价值的生产的各章之间内在逻辑关系	24
三、讲解第五章	24
四、讲解第六章不变资本和可变资本，分别从不变资本和可变资本的角度分别介绍了它们在绝对剩余价值生产中的地位和作用，更有助于说明剩余价值的来源。	24
第二节 本节讲述重点：第七章 剩余价值率	24
一、劳动力的剥削程度	24
二、产品价值在产品相应部分上的表现	25
三、西尼耳的“最后一小时”	25
第三节 讲解第八章工作日	25
一、讲解 1. 工作日的界限	25
二、讲解 2. 对剩余劳动的贪欲。工厂主和领主。	25
三、讲解 3 和 4 两节	25
四、讲解 5 和 6 两节	25
五、讲解 7. 争取正常工作日的斗争。英国工厂立法对其他国家的影响	26
思考题和作业：	26
参考书目：	26
第四篇 相对剩余价值的生产	27
第一节	27
一、介绍绝对剩余价值的生产与相对剩余价值生产之间的关系	27
二、第四篇 相对剩余价值的生产的主要内容及其内在逻辑关系	27
三、讲解第十章 相对剩余价值的概念	27
第二节 讲解第十一章 协作	27
一、简单协作是资本主义生产的起点	27
二、从一般劳动过程看简单协作的一般优点	27
三、资本主义协作的特点	27
四、资本主义协作的是协作发展的一个特殊的历史形式	28
第三节 讲解第十二章 分工和工场手工业	28
一、工场手工业的二重起源	28
二、工场手工业的分工的特点	28
思考题：	29
参考书目：	29
第五篇 第十三章机器和大工业	30
第一节	30
一、机械业和大工业	30

二、本篇内容的逻辑关系.....	30
三、讲解 1. 机器的发展.....	30
四、讲解 2. 机器的价值向产品的转移.....	30
五、讲解 3. 机器生产对工人的直接影响.....	30
六、讲解 4. 工厂.....	31
第二节.....	31
一、讲解 5. 工人和机器之间的斗争.....	31
二、讲解 6. 关于被机器排挤的工人会得到补偿的理论.....	31
三、讲解 7. 工人随机器生产的发展而被排斥和吸引。.....	31
第三节.....	31
一、讲解 8. 大工业所引起的工场手工业、手工业和家庭劳动的革命.....	31
二、讲解 9. 工厂法（卫生条款和教育条款）。它在英国的普遍实行.....	32
三、讲解 10. 大工业与农业.....	32
第六篇 绝对剩余价值和相对剩余价值的生产.....	33
一、本篇主要内容.....	33
二、讲解第十四章绝对剩余价值和相对剩余价值的主要内容.....	33
三、马克思在《资本论》第一卷第四篇中有关企业理论的论述。.....	33
思考题和作业：.....	33
参考书目：.....	34
第七篇 资本的积累过程.....	35
第一节.....	35
第二节 第二十二章 剩余价值转化为资本.....	36
一、规模扩大的资本主义生产过程。商品生产的所有权规律转化为资本主义的占有规律.....	36
二、政治经济学关于规模扩大的再生产的错误见解.....	36
三、剩余价值分为资本和收入。节欲论。.....	36
四、几种同剩余价值分为资本和收入的比例无关但决定积累量的情况：.....	37
五、所谓劳动基金。.....	37
第三节 第二十三章 资本主义积累的一般规律.....	37
一、资本的有机构成及其变化.....	37
二、个别资本的增长——资本的积聚和集中.....	38
三、资本积累和相对人口过剩.....	38
四、简单介绍相对过剩人口的几种形式：.....	38
五、资本主义积累的一般规律及其效应.....	39
课堂讨论、思考题：.....	39
参考书目：.....	39
第七篇 资本的积累过程.....	40
第二十四章 所谓原始积累.....	40
第一节.....	40
第二节.....	42
一、分析小生产的基本特点、内在矛盾及其为资本主义所代替的必然性.....	42
二、资本主义基本矛盾的形成和发展，如何为剥夺剥夺者创造了条件.....	42
三、从哲学高度对两个剥夺进行了概括和对比，论证了社会发展的一般规律.....	43
第三节.....	44
一、揭露资产阶级经济学的资本、积累理论和殖民理论的矛盾，论证了资本不是一种物，而是一种以物为媒介的人和人之间的社会关系.....	44
二、威克菲尔德发现的自由殖民地与资本主义发展的矛盾.....	44
三、威克菲尔德的殖民方案及其实质.....	44
四、威克菲尔德系统殖民理论的破产.....	44
课堂讨论：.....	45

参考书目:	45
《资本论》第二卷选读纲要.....	46
一、《资本论》第二卷的对象和中心.....	46
二、《资本论》第二卷的结构和内容.....	46
三、《资本论》第二卷的地位和意义.....	47
四、《资本论》第二卷的方法和学习.....	47
五、重点学习的主要章节.....	47
思考题:	49
参考书目:	50
《资本论》第三卷.....	51
资本主义生产的总过程.....	51
第一节.....	51
一、介绍《资本论》第三卷.....	51
二、《资本论》第三卷研究对象.....	52
三、《资本论》第三卷中心.....	52
四、《资本论》第三卷结构.....	52
第二、三节 马克思的平均利润和生产价格理论.....	52
第 12 讲.....	56
第一节 《资本论》第三卷第一篇和第二篇的章节体系和重点问题.....	56
第二、三节.....	56
课堂讨论:	57
第 13 讲 关于第九章转型问题的争论.....	58
第一节.....	58
第二、三节.....	59
一、研究对象和研究次序.....	59
二、本章结构.....	60
三、重点讲解第二部分——部门内部竞争与市场价值形成.....	60
思考题:	60
参考书目:	61
第 14 讲.....	62
第三篇 利润率倾向下降的规律.....	62
第十三章 规律本身的意义.....	62
第一节 关于“利润率不断下降规律”.....	62
第二节.....	63
第十四章 作用相反的各种原因.....	63
第三节.....	64
第十五章 规律的各种内部矛盾的展开.....	64
课堂讨论:	65
思考题:	65
参考书目:	65
第四篇 商品资本和货币资本转化为商品经营.....	66
资本和货币经营资本（商人资本）.....	66
一、商业资本的本质和职能.....	66
二、商业利润及其来源.....	66
三、商业资本的流通费用及其补偿.....	67
第 15 讲.....	68
第五篇 利润分为利息和企业主收入。生息资本.....	68
第六篇 利润分为利息和企业主收入。生息资本（续）.....	68
第一节.....	68
一、借贷资本.....	68

二、利息和利息率.....	68
三、银行资本和银行利润.....	69
第二 第三节 马克思主义创始人对股份制的论述.....	69
课堂讨论：.....	71
思考题：.....	71
参考书目：.....	71
第 16 讲.....	72
超额利润转化为地租.....	72
第一节.....	72
一、资本主义地租的本质.....	72
第二节.....	73
一、级差地租.....	73
二、绝对地租.....	73
三、土地价格.....	73
第三节.....	74
课堂讨论：.....	74
思考题：.....	74
参考书目：.....	74
第 17 讲.....	75
第七篇 各种收入及其源泉.....	75
第一节.....	75
第四十八章 三位一体的公式.....	75
第二节.....	76
第四十九章 关于生产过程的分析.....	76
第五十章 竞争的假相.....	76
第三节.....	76
第五十一章 分配关系和生产关系.....	76
第五十二章 阶级.....	76
《资本论》第三卷增补.....	78
弗里德里希·恩格斯.....	78
I. 价值规律和利润率.....	78
II. 交易所.....	78
课堂讨论：.....	78
思考题：.....	78
参考书目：.....	78
第 18 讲.....	79

前 言

开课单位 商学院
课程编号 406010113
中文名称 《资本论》选读
英文名称 DAS CAPITAL
周 学 时 3
学 分 3
授课对象 经济学系的本科生
先修课程 无
教师姓名 齐勇

一、课程简介：

农一、课程简介：

《资本论》是马克思主义的重要著作，作为面向经济学系本科生开设的一门基础理论课，它的研究对象是以一定的社会生产力状况为基础的资本主义社会生产关系及其发展规律，以及与其相联系的经济运行机制。它的主要内容包括：通过对《资本论》的介绍，理解资本主义经济制度的实质和基本规律；懂得资本主义产生、发展和必然为社会主义代替的历史规律；了解资本主义在当代的新特点、新变化以及当代资本主义国际经济关系的主要方面和主要内容；了解资本主义经济中反映社会化大生产和市场经济规律的有关知识；把握马克思关于社会主义基本经济特征的一些天才设想。把马克思《资本论》作为革命的理论武器和经济建设的理论宝库两者结合起来，着力阐明了《资本论》所揭示的规律，旨在指导我国社会主义市场经济建设的伟大实践。另一方面又结合各章内容，专门介绍与评析了资产阶级经济理论，旨在将马克思主义部分经济理论与资产阶级理论作比较，使学习者能加深对政治经济学原理的理解，培养和提高学生分析各种经济问题和解释经济现象的能力。

二、教材：

马克思，《资本论》第一、二、三卷，人民出版社1972年版。

三、任课教师教学、科研简历：

自1998年7月博士研究生毕业后分配到中国北京市委党校任教，先后在市委党校主体班、研究生班讲授《公司治理理论》、《资本论与当代》等专题课；在本科生班、专科生班讲授政治经济学、

经济学原理、社会主义市场经济、世界经济等几门基础课和专业课。2003年3月因为工作调动到我校商学院任教，担任讲师，从事政治经济学、西方经济学说史两门课程的教学和研究工作；从教以来，共发表专著、编著、论文等多部，累计50余万字。其中2001年至今，在《当代经济研究》、《经济学动态》、《经济论坛》等核心期刊上共发表学术论文数篇，参与北京市政府课题3项。曾作为与会代表参加2002年全国党校系统《资本论》与社会主义经济理论与实践研讨会第十次会议。

四、主要教学内容和课时安排

计划第1—17周讲解，第18周复习

第一卷 资本的生产过程

七篇序言和跋，是重点，用一次课。讲解《资本论》的研究对象、方法和理论结构特点；

第一篇 商品和货币是重点，用1次课；

第二篇 货币转化为资本是重点，用1次课；

第三篇 绝对剩余价值的生产，是重点，用一次课。讲述剩余价值的生产方法；不变资本和可变资本的划分；工作日；

第四篇 相对剩余价值的生产，是重点，用二次课。资本主义生产的几个阶段即简单协作、分工和工场手工业机器大工业的特点及对资本主义生产的影响；

第六篇 工资，不是重点，可以不讲。工资的本质和工资的国民差异问题；

第七篇 资本的积累过程，是重点，用两次至三次课；讲述资本主义积累的一般规律；原始积累的本质等问题。

第二卷 资本的流通过程，其中

资本形态变化及其循环、第二篇 资本周转不讲。

第三篇 社会总资本的再生产和流通是重点，用二次课。

第三卷 资本主义生产的总过程

第一篇 剩余价值转化为利润和剩余价值率转化为利润率、第二篇 利润转化为平均利润、第三篇 利润率趋向下降的规律是重点，用两次课。

第四篇 商品资本和货币资本转化为商品经营资本和货币经营资本(商人资本)不讲。

第五篇 利润分为利息和企业主收入。生息资本。第五篇 利润分为利息和企业主收入生息资本(续)是重点，用两次课。

第六篇 超额利润转化为地租，是重点，用一次课。

第七篇 各种收入及其源泉，是重点，用一次课。

第18周复习

必读章节：

《资本论》第一卷

第一章 商品

第四章 货币转化为资本

第五章 劳动过程和价值增殖过程

第六章 不变资本和可变资本

第八章 工作日

第十章 相对剩余价值的概念

第十一章 协作

第十二章 分工和工场手工业

第十三章 机器和大工业

第十七章 劳动力的价值或价格转化为工资

第二十章 工资的国民差异

第二十一章 简单再生产

第二十二章 剩余价值转化为资本

第二十三章 资本主义积累的一般规律

第二十四章 所谓原始积累

第二卷 第三篇 社会总资本的再生产和流通

18、导言

19、前人对这个问题的阐述

20、简单再生产

21、积累和扩大再生产

第三卷 资本主义生产的总过程

第一篇 剩余价值转化为利润和剩余价值率转化为利润率

1、成本价格和利润

2、利润率

第二篇 利润转化为平均利润

8、不同生产部门的资本的不同构成和由此引起的利润率的差别

9、一般利润率(平均利润率)的形成和商品价值转化为生产价格

10、一般利润率通过竞争而平均化。市场价格和市场价值。超额利润

第三篇 利润率趋向下降的规律

13、规律本身

15、规律的内部矛盾的展开

第五篇 利润分为利息和企业主收入。生息资本

21、生息资本

22、利润的分割。利息率。“自然”利息率

- 23、利息和企业主收入
 - 25、信用和虚拟资本
 - 27、信用在资本主义生产中的作用
- 29、银行资本的组成部分
- 36、资本主义以前的状态
- 第六篇 超额利润转化为地租
- 37、导论
- 38、级差地租：概论
- 45、绝对地租
- 46、建筑地段的地租。矿山地租。土地价格
- 47、资本主义地租的产生
- 第七篇 各种收入及其源泉
- 48、三位一体的公式
- 51、分配关系和生产关系
- 52、阶级

参考书目：

1. 《资本论》第1、2、3卷，人民出版社1975年6月版。
2. 《剩余价值理论》，人民出版社1975年11月版。
3. 《欧洲近代经济史》，约瑟夫·库利舍尔著，北京大学出版社1990年9月版。
4. 《马克思主义经济理论的形成和发展》，吴易风等著，中国人民大学出版社1998年10月版。
5. 《政治经济学史》，卢森贝著，三联书店1959年1月版。
6. 《从古典经济学派到马克思》，陈岱孙著，北京大学出版社1996年10月第2版。
7. 《英国古典经济理论》，吴易风著，商务印书馆1996年8月版。
8. 《马克思恩格斯选集》第3卷，人民出版社1975年6月版。
9. 《帝国主义是资本主义的最高阶段》，《列宁选集》第2卷，人民出版社1972年10月第2版。
10. 恩格斯：《反杜林论》，人民出版社 1970

绪 论

教学目的和要求：通过本节课的学习，掌握马克思研究和写作《资本论》的过程，以及学习《资本论》的意义，用什么样的方法学习。

学时分配：2课时

一、马克思的研究和写作过程

- （一）第一阶段，1843年—1849年，马克思政治经济学初步形成时期
- （二）第二阶段，1850年—1859年，马克思经济学体系基本建立时期
- （三）第三阶段，1859年—1867年，马克思经济学体系最终确立时期
- （四）第四阶段，1867年9月—1895年8月5日，恩格斯的贡献
- （五）第五阶段，考茨基时期，《资本论》第四卷的出版

二、学习《资本论》的意义

- 1. 对分析当代资本主义的意义
- 2. 对指导社会主义经济建设的意义
- 3. 其他意义

三、《资本论》的不足

- 1. 对现代垄断资本主义的发展情况估计不足。
- 2. 《资本论》是在分析发达资本主义国家，对第三世界国家建设指导不够。
- 3. 《资本论》是在分析发达资本主义国家，对社会主义的前景还只是提出了一些天才的设想，对中国的经济建设指导还不够。
- 4. 一些具体的原理有些过时，如《资本论》的分析是建立在亚当·斯密的理论上的，认为市场万能；货币（黄金非货币化）、绝对地租等。

四、如何学习《资本论》？

- 1. 多读《资本论》原著
- 2. 学习辩证唯物主义和历史唯物主义，坚持正确的方法论。
- 3. 站稳立场
- 4. 学习马克思主义的其他经典著作以及中、西方经济思想史和中、西方经济发展史
- 5. 多接触实际，联系当前的现实。

五、课堂讨论、思考题

1. 马克思主义过时了吗？
2. 《资本论》适合现在的资本主义吗？
3. 马克思主义还适合今天的中国吗？

参考书目：

1. 《世界经济史》
2. 《中国经济史》
3. 《新左派思潮》
4. 梁晓声：《中国社会各阶层分析》
5. 畅征：《第三世界的政治和经济》
6. 《拉丁美洲史稿》

七篇序言和跋

教学目的和要求：掌握《资本论》第一卷的结构，以及七篇序言和跋中关于政治经济学的研究对象论述，以及马克思对政治经济学的阶级性以及研究方法的论述。

学时分配：3课时

一、介绍《资本论——政治经济学批判》

60年代初，他把《政治经济学批判》6册结构计划其中的第一册的“资本一般”部分扩展为独立的著作，并称其为《资本论》，而《政治经济学批判》只是其副标题。

二、《资本论》第一卷是一个单独的体系

1. 《资本论》第一卷研究资本主义生产过程，是第二卷资本的流通过程、第三卷资本生产的总过程的理论基础

2. 《资本论》第一卷的中心是揭示剩余价值生产的理论，揭示了剩余价值的起源、本质和秘密。没有剩余价值的生产，也就没有剩余价值的实现和分配。因此，第一卷剩余价值的生产构成《资本论》的核心和基础

3. 《资本论》第一卷揭示资本主义生产关系以及资本主义产生、发展、灭亡的规律，是认识整个资本主义制度的理论基础。

所以，《资本论》第一卷虽然只是四卷中的一个部分，但是，其地位重要，具有相对独立性。

三、《资本论》第一卷的篇章结构

第一卷共计7篇25章，可以有3分法、4分法、5分法等几种。

3分法第一篇、第二篇到第六篇、第七篇

4分法第一篇、第二篇、第三篇到第六篇、第七篇

5分法第一篇、第二篇、第三篇到第五篇、第六篇、第七篇

四、介绍威廉·沃尔弗

献给，我的不能忘记的朋友，勇敢的忠实的高尚的无产阶级先锋战士，威廉·沃尔弗，1809年6月21日生于塔尔瑙，1864年5月9日死于曼彻斯特流亡生活中。

威廉·沃尔弗是德国无产阶级革命家，是马克思和恩格斯最好和最可靠的战友。

介绍《资本论》第一卷的第一版序言

《资本论》第一卷的七篇序、跋：第一版序言；第二版跋；法文版序言；法文版跋；第三版序言；英文版序言；第四版序言。其中第一版序言；第二版跋最重要。

由于《资本论》被翻译成多国文字，所以马克思和恩格斯在世时为多部版本写序。根据不同时期的革命形势把内容加进去。

下面重点讲第一版序言和第二版跋。

第一版序言包括以下内容：

一、关于《资本论》写作情况向读者作一个简单交待

二、《资本论》研究的方法

《经济学》的研究方法——唯物辩证方法

三、《资本论》研究的对象和目的

（一）关于政治经济学的研究对象

我要在本书研究的，是资本主义生产方式以及和它相适应的生产关系和交换关系。到现在为止，这种生产方式的典型地点是英国。

1. 为什么说英国是典型的地点？因为：
2. 关于政治经济学的研究对象是什么？
3. 关键是关于生产方式学术界有不同的解释。

4. 关于政治经济学的研究对象，本人认为《资本论》的研究对象是资本主义的生产关系及其发展规律。它既不是专门研究生产力的学科，也不是专门研究上层建筑的学科。专门研究生产力的问题是自然科学、技术科学和生产力学经济学的任务，专门研究上层建筑的问题是政治学、法学、教育学和文学学科的任务。但是，政治经济学不能完全脱离生产力和上层建筑来孤立地研究生产关系，而是既联系生产力，又联系上层建筑研究资本主义的生产关系，是在生产力和生产关系、经济基础和上层建筑的相互作用和矛盾运动中来研究生产关系的。

（二）关于资本主义能不能跨越的问题？

本书的最终目的就是揭示现代社会的经济运动规律，——它还是既不能跳过也不能用法令取消自然的发展阶段。但是它能缩短和减轻分娩的痛苦。

1. 跨越“卡夫丁峡谷”：
2. 中国社会性质分析。

（1）有人认为1949年以前中国是半殖民地、半封建社会。没有经过资本主义的发展阶段。但

是，有人认为，1840年后中国进入半殖民地、半封建社会。辛亥革命后，中国进入资本主义社会。所以说中国没有经过资本主义社会的发展是不对的。

- (2) 蒋介石的官僚资本主义社会；
- (3) 建国后从新民主主义社会到社会主义社会；
- 3. 名词典故——美杜莎的头和柏修斯的隐身帽

三、论述政治经济学的阶级性

- 1. 马克思对政治经济学阶级性的论述
- 2. 资产阶级经济学家对经济学阶级性的论述

介绍第二版跋

包括以下内容：

一、向读者作一个简单交待

二、论述政治经济学的阶级性

各国分析由于阶级斗争的形势变化使经济学研究也发生了变化

1. 古典经济学成为科学的历史条件

只要政治经济学是资产阶级的政治经济学，就是说，只要它把资本主义制度不是看作历史上过渡的发展阶段，而是看作社会生产的绝对的最后的形式，那就只有在阶级斗争处于潜伏状态或只是在个别的现象上表现出来的时候，它还能够是科学。

2. 以英国为例

3. 德国的情况

三、论政治经济学的研究方法

（一）资产阶级学者对《资本论》中应用的方法理解

（二）马克思自己认为自己的实际方法是唯物主义辩证方法。

我的辩证方法，从根本上来说，不仅和黑格尔的辩证方法不同，而且和它截然相反。在黑格尔看来，思维过程，即他称为观念而甚至把它变成独立主体的思维过程，是现实事物的创造主，而现实事物只是思维过程的外部表现。我的看法则相反，观念的东西不外是移入人的头脑并在人的头脑中改造过的物质的东西而已。

课堂讨论和思考题：

如何认识政治经济学的阶级性？

参考书目：

1. 《剩余价值理论》，人民出版社1975年11月版。
2. 《欧洲近代经济史》，约瑟夫·库利舍尔著，北京大学出版社1990年9月版。
3. 《马克思主义经济理论的形成和发展》，吴易风等著，中国人民大学出版社1998年10月版。
4. 《政治经济学史》，卢森贝著，三联书店1959年1月版。
5. 《从古典经济学派到马克思》，陈岱孙著，北京大学出版社1996年10月第2版。

第一篇 商品和货币

教学目的和要求：劳动价值理论是剩余价值论的基础。劳动价值论着重研究的是商品价值质的规定性和量的规定性。本章通过对商品、货币、价值规律等理论的阐述，揭示劳动价值论的科学内容。通过本章的学习，掌握商品的二因素和生产商品的劳动二重性，理解商品价值量的决定，把握价值形式的发展和货币的本质和职能，深刻领会价值规律以及商品拜物教的内涵。

学时分配：3课时

第一节

一、第一篇 商品和货币的主要内容

第一章 商品

第二章 交换过程（主要从理论体系上给予简单说明）

第三章 货币或商品流通。马克思对货币职能理论进行说明。

二、第一篇研究的主要问题

（一）第一篇商品和货币研究的是简单商品经济，但又是随时发展到资本主义经济的简单商品经济。

为什么第一篇商品和货币研究的是简单商品经济呢？

第一，从简单价值形式到货币形式都是简单商品经济的范畴。

第二，没有出现资本、剩余价值、雇佣劳动等资本主义社会特有的范畴。

（二）第一章商品和第二章交换过程研究的一致，都是研究商品社会中人们的经济关系。

第一章 商品研究的是这种经济关系的物化。从商品——价值——价值形式——货币，好像是一种无主体的运动过程。

第二章 交换过程研究的是这种经济关系的人格化。

（三）第一章 商品从理论上研究货币的本质和起源；第二章 交换过程从现实历史的角度研究货币的起源；第三章 货币或商品流通研究货币的职能。

三、第一章 商品的主要内容和内在逻辑关系

1. 商品的两个因素：使用价值和价值，本节研究价值实体，包括价值的质和量，是从内在研究；

2. 体现在商品中的劳动的二重性，本节研究生产商品价值的二重劳动；

3. 价值形式或交换价值，本节研究价值形式，揭示货币本质和起源，是从外在角度研究价值；

4. 商品拜物教性质及其秘密，揭示商品体现了物物交换关系掩盖下的人与人之间的劳动交换关系。

（三）第一章 商品的重点与难点：

第4节 商品拜物教性质及其秘密，要重点讲解。

第二节 讲解第一章商品重点内容

一、第一章第1节商品的两个因素：使用价值和价值（价值实体，价值量）

本节在分析方法上，马克思采取了从现象到本质，由质的分析进入到量的分析，由分析到综合。先分析使用价值，再分析价值，然后再综合分析使用价值和价值。

（一）马克思从商品开始分析和研究资本主义生产关系的原因

（二）使用价值

不论财富的社会形式如何，使用价值总是构成财富的物质内容。在我们所要考察的社会形式中，使用价值同时又是交换价值的物质承担者。在此意义上马克思才研究使用价值。

论使用价值的双重属性。一是商品作为物的自然属性本身所具有的使用价值和效用。一是商品作为交换价值的物质承担者的使用价值和效用。

商品的二重意义上的使用价值，在货币身上表现的最为明显。

（三）价值

1. 价值实体

2. 价值量

在分析价值实体的基础上，进而分析价值量

（1）商品的价值由生产商品所耗费的社会必要劳动时间来决定

思考：

第一，如何认识决定社会必要劳动时间的主观条件和客观条件的作用？

第二，如何认识两种含义的社会必要劳动时间？

1956年南开大学谷书堂、魏坝(xun)提出两种含义的社会必要劳动时间。

关于价值决定和价值实现。

（2）商品的价值量即生产商品所需要的劳动时间随着劳动生产力的每一变动而变动。

如果生产商品所需要的劳动时间不变，商品的价值量也就不变。但是，生产商品所需要的劳动时间随着劳动生产力的每一变动而变动。

劳动生产力是由多种情况决定的，其中包括：工人的平均熟练程度，科学的发展水平和它在工艺上应用的程度，生产过程的社会结合（现在有人误把它当成生产关系了），生产资料的规模和效能，以及自然条件。

批判现在的“惟生产力论”，注重物质的生产力，忽视人即主体的生产力。以物质财富量和利润或者是效益指标为追求目的。如片面地追求GDP

3. 商品是使用价值和价值的对立统一物

二、讲解第一章第2节 体现在商品中的劳动二重性

（一）劳动的这种二重性是理解政治经济学的枢纽

商品中包含的劳动的这种二重性，是首先由我批判地证明了的。这一点是理解政治经济学的枢纽，因此，在这里要较详细地加以说明。

劳动二重性理论是理解马克思主义政治经济学的枢纽。首先，劳动二重性理论为劳动价值论奠定了坚实的理论基础。其次，劳动二重性理论为剩余价值理论、资本有机构成理论、资本积累理论和其他一系列理论奠定了理论基础。

（二）生产使用价值的具体劳动的特征

生产使用价值的具体劳动的特征可以归纳为以下三点：

1. 具体劳动是生产使用价值的特殊有用劳动。
2. 具体劳动在性质上的差别形成社会分工
3. 具体劳动是不以一切社会形式为转移的人类生存条件，但是并不是它所生产的使用价值即物质财富的唯一源泉。

（三）形成价值的抽象劳动的特征

1. 抽象劳动是撇开劳动具体形式的一般人类劳动
2. 抽象劳动是简单劳动
3. 抽象劳动是商品的价值实体

（四）生产商品的劳动是具体劳动和抽象劳动的对立统一

三、讲解第一章第3节 价值形式或交换价值

1. 在第1节第2节分析价值实体和价值量的基础上，本节通过分析外在的价值形式，这是此后阐明货币起源和本质的中介环节。

价值实体和价值量是内（在），是内容；价值形式是外（在），是形式。

2. 对价值形式的分析，是马克思劳动价值论的一个重要内容，也是其系统抽象法的具体表现。2000年以来，对价值形式进行系统分析的也就是马克思，这是其继承黑格尔辩证法的结果。一些人认为马克思对价值形式的分析是繁琐哲学，是纯粹思辨的逻辑，是玩把戏。不是的。

马克思对价值形式的分析要达到三个目的：

- 第一，展开前面第一节对价值和价值量的分析；
- 第二，为下一节揭露“商品拜物教”做论证前提；
- 第三，为此后阐明货币起源和本质的中介环节。

2. 价值对象性只能在商品同商品的社会关系中表现出来。
3. 我们实际上也是从商品的交换价值或交换关系出发，才探索到隐藏在其中的商品价值。现在我们必须回到价值的这种表现形式。
4. 从分析简单价值形式开始

第三节 讲解第一章第4节 商品拜物教性质及其秘密

本节通过对商品拜物教性质及其秘密的分析，揭示价值本质，即商品价值体现了物物交换关系掩盖下的人与人之间的劳动交换关系。分为四个部分：

一、商品的拜物教性质是从商品的形式本身发生的

- （一）商品的拜物教性质不是从商品的使用价值发生的，而是从它作为价值物而产生的。
- （二）商品的拜物教性质也不是来源于价值规定的内容。
- （三）商品的拜物教性质是从商品的形式本身发生的

二、商品的拜物教性质是商品生产关系的必然产物

马克思接着从三个方面，进一步说明了商品拜物教性质产生的必然性：

- （一）商品价值的物的外壳掩盖了价值实体、价值本质，造成了商品的神秘性。
- （二）价值规律的自发作用，支配着商品生产者的命运，加深了商品的神秘性。
- （三）货币形式进一步掩盖了价值的实际内容，从而进一步加深了商品的神秘性。

三、商品的拜物教性质不存在于商品生产社会以外的社会形态中

- （一）以孤岛上的鲁滨逊为例，说明孤独的个人生产的产品不是商品，也不会有商品拜物教性质。
- （二）在封建农奴制下，生产者的劳动也不表现为价值，也不会有商品拜物教性质。
- （三）在农村家长制生产中，产品不表现为商品，也不会有商品拜物教性质。
- （四）自由人联合体中，人们对劳动和劳动产品的社会关系也是极其清楚的，也不会有商品拜物教性质。

四、资产阶级经济学家陷入商品拜物教的幻觉之中。

- （一）资产阶级经济学家陷入商品拜物教的幻觉之中
- （二）资产阶级经济学家的拜物教观念表明，在社会科学的研究中，立场和世界观具有决定性的作用。

五、组织课堂讨论：

劳动价值论过时了吗？

西方经济学的价值观点：

庞巴维克：边际效用论；

萨伊：生产费用论：认为价值创造是要素投入造成的，资本和劳动共同创造价值；

马歇尔：均衡价值论：需求+供给；

效用论需求决定价值（价格）；

六、思考题和作业：

1. 评价西方资产阶级经济学家对马克思劳动价值量的批评。
2. 如何认识决定社会必要劳动时间的主观条件和客观条件的作用？
3. 商品拜物教是一种客观存在还是一种观念？是一种社会关系还是一种主观意识？

参考书目：

1. 《马克思主义经济理论的形成和发展》，吴易风等著，中国人民大学出版社1998年10月版。
2. 《国民财富的性质和原因的研究》，亚当·斯密著，商务印书馆1972年12月版
3. 《政治经济学史》，卢森贝著，三联书店1959年1月版。
4. 《从古典经济学派到马克思》，陈岱孙著，北京大学出版社1996年10月第2版。
5. 《英国古典经济理论》，吴易风著，商务印书馆1996年8月版。
6. 《资产阶级庸俗政治经济学选集》，季陶达主编，有关新历史学派部分。
8. 《政治经济学及赋税原理》，李嘉图著，商务印书馆1977年版。
9. 《经济学原理》上卷，马歇尔著，商务印书馆。
10. [苏] 卢森贝著：《〈资本论〉注释》（1-3册），三联书店出版1963
11. 斯威齐：《资本主义发展论》
12. 曼德尔：《论马克思主义经济学》

第二篇 第四章货币转化为资本

教学目的和要求：学习本章要掌握的重点是：资本总公式的矛盾、劳动力成为商品是货币转化为资本的前提。劳动力的价值和使用价值。

学时分配：3课时

第一节

一、第二篇或者是第四章 货币转化为资本是研究简单商品经济向资本主义经济的过渡

第四章货币转化为资本研究资本的实质和它的产生条件，研究由货币到资本的飞跃。

马克思《资本论》第一卷第二篇中研究的问题是什么？马克思《资本论》第一卷第二篇就是第四章，题目是《货币转化为资本》，实际上是研究简单商品经济是如何转化为资本主义经济的。

本章从逻辑、理论的角度研究资本原始积累；24、25章从历史、现实的角度研究资本原始积累。

二、本章的中心和研究的主要问题

第一，劳动力成为商品

第二，资本的本质和它产生的历史条件

提问：什么是原始资本积累？在封建社会后期，资本主义发展所需具备的两个基本条件是什么？

三、第四章 货币转化为资本的主要内容及其逻辑关系

（一）第四章 货币转化为资本的主要内容

《资本论》第一卷第二篇分为三节。

第一节，资本的总公式，对比商品流通公式与资本流通公式的共同点与区别，着重从资本的特殊运动形式中阐明资本的特殊本质；

第二节，总公式的矛盾，全面分析资本运动公式与商品生产的经济规律的矛盾，提出剩余价值来源这一核心问题；

第三节，劳动力的买和卖，分析矛盾转化的条件，指出劳动力成为商品是货币转化为资本的条件。

（二）第四章 货币转化为资本的主要内容之间的逻辑关系

第二节

一、资本总公式

简单介绍1、2节，重点介绍第3节，再讲历史上及当今中国的原始资本积累。

对比商品流通公式与资本流通公式的共同点与区别，着重从资本的特殊运动形式中阐明资本的特殊本质。

二、总公式的矛盾

全面分析资本运动公式与商品生产的经济规律的矛盾，提出剩余价值来源这一核心问题。

资本总公式的矛盾是什么？

第一，资本运动规律和商品经济规律的矛盾，或者说是剩余价值规律和价值规律的矛盾

第二，剩余价值不能从流通中产生但是又在流通中产生。

解释罗陀斯岛

第三，二者都是

第三节 劳动力的买和卖

一、结合中国、外国的经济史讲解劳动力成为商品的条件。

劳动者成为自由人，但是还必须进入资本主义生产过程之中。

有大量的货币积累并且还要将货币投入资本主义生产过程之中，反例如西班牙王室。

二、资本、雇佣劳动是历史的范畴

雇佣劳动、劳动力成为商品、劳动力的买和卖是货币转化为资本的历史条件，是资本主义产生的重要前提和重要标志。

三、劳动力商品的价值决定

按照马克思的理论，当前农民工劳动力是不是商品？在什么情况下成为商品？

四、劳动力商品的使用价值

课堂讨论和作业：

按照马克思的理论，当前农民工劳动力是不是商品？在什么情况下成为商品？当前农民工劳动力商品价值决定有什么新的特点？

参考书目：

1. 《剩余价值理论》，人民出版社1975年11月版。
2. 《马克思主义经济理论的形成和发展》，吴易风等著，中国人民大学出版社1998年10月版。
3. 蒋学模主编：《政治经济教材》（第七版），上海人民出版社1993. 5
4. 布罗代尔：《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》
5. 斯威齐：《资本主义发展论》
6. 曼德尔：《论马克思主义经济学》

第三篇 绝对剩余价值的生产

教学目的和要求：本章通过对资本主义生产过程的分析，阐明了马克思创立的剩余价值理论，揭示了资本主义制度下资本家剥削工人的实质及无产阶级和资产阶级对立的经济根源。通过本章的学习，深刻掌握马克思的剩余价值理论。掌握绝对剩余价值的生产过程、剩余价值规律是资本主义基本经济规律，工作日的长度的调节。

学时分配：3课时

第一节

一、第三篇 绝对剩余价值的生产开始进入对资本主义经济的研究

抽象掉生产力发展和技术进步的因素

二、第三篇 绝对剩余价值的生产的各章之间内在逻辑关系

5、6、7章研究剩余价值生产的基本原理和概念，从第八章开始研究绝对剩余价值。

三、讲解第五章

第五章劳动过程和价值增殖过程，先从一般的劳动过程进行研究，然后深入到特殊层次，研究资本主义生产作为商品生产，又是价值形成过程；最后进入到个别层次，资本主义劳动过程的特点，把资本主义生产当作价值增殖过程研究。

提问：为什么马克思在价值形成过程而不是价值增殖过程中批判资产阶级经济学家西尼尔的“节欲论”、萨伊的“服务论”和“劳动论”？

四、讲解第六章不变资本和可变资本，分别从不变资本和可变资本的角度分别介绍了它们在绝对剩余价值生产中的地位和作用，更有助于说明剩余价值的来源。

第二节 本节讲述重点：第七章 剩余价值率

一、劳动力的剥削程度

讲解：剩余价值率的两种表示方法：

剩余价值（m）/可变资本（v）；剩余劳动（时间）/必要劳动（时间）前者更科学。

提问：为什么生产资料在价值创造中不起作用？马克思为什么把生产资料的作用抽象掉？

二、产品价值在产品相应部分上的表现

三、西尼耳的“最后一小时”

第三节 讲解第八章工作日

工作日长度问题是绝对剩余价值生产的中心问题。5、6、7章研究剩余价值生产的基本原理和概念，从第八章开始研究绝对剩余价值。

从形式上看，工作日问题似乎很简单。资产阶级经济学家认为工作日各个部分是没有区别的。而马克思认为工作日的各个部分是可以分割的。工作日两个部分由不同的规律来调节。必要劳动时间决定于劳动力的价值，剩余劳动时间并不确定，它实际上决定于资产阶级和无产阶级两大阶级力量的对比。

由于第四章已经考察过劳动力价值的确定，所以第八章工作日的研究，可以归结为剩余时间如何确定的问题。

通过第八章的分析，马克思的研究的目的揭示了资本家对剩余价值狼一样的贪欲，论述了资产阶级的国家和法院如何为资本家生产剩余价值服务，批判了立法的资本精神。指出工人斗争必须从经济斗争转向政治斗争，工人运动应该从自发发展到自觉。

一、讲解 1. 工作日的界限

工作日的界限这是资产阶级和无产阶级斗争的根源，本节从理论上说明，必要劳动时间和剩余劳动时间的反方向变动关系。

在第二节到第七节采取了历史叙述法。

二、讲解 2. 对剩余劳动的贪欲。工厂主和领主。

从工厂主和领主的对比说明，对剩余劳动的无限贪欲，是资本的本性，对剩余劳动的有限贪欲，是领主的特点。

三、讲解 3 和 4 两节

3和4两节说明，没有法律限制的英国产业部门，突破工作日生理和道德的界线，实行日夜劳动和换班制度，残酷地压榨工人。

四、讲解 5 和 6 两节

5和6两节阐明经济基础和上层建筑之间的辩证关系，说明资产阶级议会关于工厂立法的两种相反的历史倾向，以及用法律限制工作日的理由。

五、讲解 7. 争取正常工作日的斗争。英国工厂立法对其他国家的影响

主要是法国、美国两国，最后得出结论，工人必须团结起来。

第九章 剩余价值率和剩余价值量

本章讲述决定剩余价值量的因素和规律。

一、决定剩余价值量的因素和三个规律

二、货币转化为资本的最低限额

三、资本家对雇佣工人的强制关系

四、课堂讨论：

1. 马克思在第三篇 绝对剩余价值的生产的写作遵循了哪些方法？有哪些值得自己参考的地方？
2. 如何认识不变资本和可变资本在剩余价值生产中的作用？结合西方经济学的观点进行分析？
3. 从马克思在第三篇 绝对剩余价值的生产的分析，如何看待当前中国的私营企业的用工行为？

思考题和作业：

从马克思在第三篇 绝对剩余价值的生产的分析，如何看待当前中国的私营企业的用工行为？

参考书目：

1. 《剩余价值理论》，人民出版社1975年11月版。
2. 《马克思主义经济理论的形成和发展》，吴易风等著，中国人民大学出版社1998年10月版。
3. 《政治经济学史》，卢森贝著，三联书店1959年1月版。
4. 《从古典经济学派到马克思》，陈岱孙著，北京大学出版社1996年10月第2版。
5. 《英国古典经济理论》，吴易风著，商务印书馆1996年8月版。
6. [苏] 卢森贝著：《〈资本论〉注释》（1-3册），三联书店出版1963
7. 《政治经济学方法论史》，刘永佶著，中共中央党校出版社1988年10月版
8. 斯威齐：《资本主义发展论》
9. 曼德尔：《论马克思主义经济学》

第四篇 相对剩余价值的生产

教学目的和要求：了解第四篇的结构；相对剩余价值、超额剩余价值的概念；管理的二重性理论；了解简单协作、有分工的工场手工业及机器大生产如何推动资本主义生产力的进步以及从生产关系上资本对劳动的控制的逐步深化；了解马克思的企业理论，对比马克思的企业理论和新制度学派的企业理论。

学时分配：3课时

第一节

本节课重点讲述第四篇的基本内容和章节之间的框架结构

一、介绍绝对剩余价值的生产与相对剩余价值生产之间的关系

二、第四篇 相对剩余价值的生产的主要内容及其内在逻辑关系

马克思遵循了逻辑与历史相统一的方法以及从抽象到具体的叙述方法。第十章先从理论角度考察了相对剩余价值的概念及其形成。是11、12、13章的逻辑起点和理论基础。接着进入到历史现实中来按照历史的发展阶段考察了相对剩余价值的生产和发展过程。第十一章 协作；第十二章 分工和工场手工业；第十三章 机器和大工业。

三、讲解第十章 相对剩余价值的概念

1. 相对剩余价值的概念
2. 个别资本家追求超额剩余价值的结果，引起相对剩余价值的产生
3. 资本主义条件下提高劳动生产率的对抗性质

第二节 讲解第十一章 协作

一、简单协作是资本主义生产的起点

二、从一般劳动过程看简单协作的一般优点

三、资本主义协作的特点

第一，资本主义协作产生的历史前提，需要有一定最低数额的单个资本。

第二，资本主义生产管理的二重性及其实质

第三，协作劳动的生产力表现为资本的生产力

四、资本主义协作的是协作发展的一个特殊的历史形式

第三节 讲解第十二章 分工和工场手工业

本章讲述以分工为基础的协作即工场手工业

一、工场手工业的二重起源

以分工为基础的协作，在工场手工业上取得了自己的典型形态。这种协作，作为资本主义生产过程的特殊形式，在真正的工场手工业时期占居统治地位。这个时期大约从十六世纪中叶到十八世纪末叶。

工场手工业是以两种方式产生的。一种方式是：不同种的独立手工业的工人在资本家的指挥下联合在一个工场里，产品必须经过这些工人之手才能最后制成。工场手工业也以相反的方式产生。许多从事同一个工作（例如造纸、铸字或制针）的手工业者，同时在为同一个资本所雇用。这是最简单形式的协作。

二、工场手工业的分工的特点

1. 局部工人及其工具

本节说明了工场手工业的基本要素即局部工人及其工具，说明两个基本要素的专门化对提高劳动生产率的显著作用。

一、工场手工业中局部工人的特点

第一，经常完成同一种操作，工作的灵巧性和速度大大提高。

二、工场手工业中的工具的特点

2. 工场手工业的两种基本形式

本节从总体上或者是全貌上考察工场手工业。内容分为三个部分：

一、工场手工业的两种基本形式

二、工场手工业的技术基础和工人等级制度的发展

3. 工场手工业内部的分工和社会内部的分工

一、工场手工业内部的分工和社会内部的分工的相似点

二、工场手工业内部的分工和社会内部的分工的区别

亚当斯密认为社会内部的分工和工场内部的分工的区别仅仅是主观的，只是对观察者才存在。但是马克思认为：“社会内部的分工和工场内部的分工，尽管有许多相似点和联系，但二者不仅有程度上的差别，而且有本质的区别。”

这些本质区别表现在六个方面：

三、工场手工业分工却完全是资本主义生产方式的独特创造

4. 工场手工业的资本主义性质

本节集中分析了工场手工业的资本主义对抗性。内容分为二个部分：

一、工场手工业的资本主义特征的种种表现

第一，单个资本家手中的资本最低限额越来越增大，或者说，社会的生活资料和生产资料越来越多地转化为资本，这是由工场手工业的技术性质产生的一个规律。

第二，工场手工业使劳动者更加隶属于资本

第三，工场手工业使体、脑劳动对立越来越加深。

第四，工场手工业的分工和劳动社会化的发展提高了劳动生产率，同时也成为生产相对剩余价值的特殊方法。

二、工场手工业的局限性和向机器生产发展的必然性

思考题：

相对剩余价值、超额剩余价值的概念；

管理的二重性理论。

参考书目：

1. 《剩余价值理论》，人民出版社1975年11月版。
2. 《欧洲近代经济史》，约瑟夫·库利舍尔著，北京大学出版社1990年9月版。
3. 《英国古典经济理论》，吴易风著，商务印书馆1996年8月版。
4. 迈克尔·佩罗曼著，《资本主义的诞生——对古典政治经济学的一种诠释》，广西师范大学出版社2001年9月版
5. 布罗代尔：《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》
6. 保尔·芒图：《18世纪英国产业革命》
7. 中国青年出版社：《西欧封建社会》
8. 中国青年出版社：《推动历史进程的工业革命》
9. 曼德尔：《论马克思主义经济学》
10. 王珏：《世界经济史》

第五篇 第十三章 机器和大工业

课时分配：3课时

第一节

本章把机器看成是生产剩余价值的手段来研究。机器大工业代替工场手工业说明工业革命完成了，资本课时分配：3课时

主义生产方式获得了与其相适应的物质基础。所以，本章已经是在资本主义生产本身的物质技术基础上来研究资本主义生产了。

一、机械业和大工业

本章马克思论述了资本主义制度下机器大工业发展过程，以及这一发展过程所引起的阶级对抗的发展和机器大工业在彻底摧毁旧的生产方式，使全部社会生产发生革命变革中的作用，并提出了对未来社会的设想：工农业的新结合、消灭三大差别，建立新的教育制度和家庭关系等。

二、本篇内容的逻辑关系

本章10节，分为三个部分：

1——4节，讲述机器的发展，机器是生产剩余价值的手段，将机器和机器的资本主义的使用分开；

5——7节，讲述了资产阶级和无产阶级的斗争；

8——10节，资本主义占领各个生产领域，使社会生产关系发生变化。

三、讲解 1. 机器的发展

机器的发展过程实质上就是资本主义大工业的发展过程。

一）机器资本主义使用的本质和目的

二）机器的发展过程

四、讲解 2. 机器的价值向产品的转移

一）机器使产品更加便宜

二）机器使用的资本主义界线

五、讲解 3. 机器生产对工人的直接影响

（a）资本对补充劳动力的占有。妇女劳动和儿童劳动

（b）工作日的延长

（c）劳动的强化

六、讲解 4. 工厂

现在我们转过来考察工厂的整体，而且考察的是它的最发达的形式。中心思想是：资本主义工厂中工人在生产中的地位，工人是机器的附属物。

（一）资本主义工厂制度的特征

（二）资本主义工厂的实质

马克思指出资本主义工厂制度的特征以后，开始进入到对资本主义工厂的实质的考察。

分为三个方面：

1. 劳动条件支配工人在工厂内取得了其完成形态
2. 资本主义工厂管理制度的本质
3. 资本主义工厂劳动的物质条件的恶化

第二节

一、讲解 5. 工人和机器之间的斗争

本节重点说明由于机器驱逐劳动，破坏劳动者的生活条件而引起工人反对机器的斗争。

分为三层意思：

- （一）工人和劳动资料之间的斗争是在资本主义使用机器以后开始的。
- （二）工人为什么起来反抗机器

二、讲解 6. 关于被机器排挤的工人会得到补偿的理论

“游离补偿”理论：这是资产阶级经济学者的庸俗的理论。资本主义生产由于采用新机器或者是扩大旧机器，一部分可变资本转变为不变资本，这是“束缚”资本并从而“游离”工人的活动，而一些资本主义的辩护士们却相反地把这种活动说成是为工人游离资本。“游离补偿”理论认为，被一个劳动部门排挤出去的工人会在另外一些部门找到工作。

三、讲解 7. 工人随机器生产的发展而被排斥和吸引。

本节通过批判资产阶级学者为资本主义使用机器所作的辩护，阐述了由于资本主义机器生产发展的周期性而使工人受到的排斥和吸引。并用英国棉纺织业发展的历史材料，证明资本主义机器生产使工人在就业上和生活上的无保障和极端贫困是工人阶级不可避免的命运。

第三节

一、讲解 8. 大工业所引起的工场手工业、手工业和家庭劳动的革命

本节论述了机器生产的普遍化过程。考察了大工业所引起的工场手工业、手工业和家庭劳动的

社会关系方面的革命影响，以及资本控制下的工场手工业和家庭劳动者的悲惨状况。

二、讲解 9. 工厂法（卫生条款和教育条款）。它在英国的普遍实行

主要研究作为大工业必然产物的工厂法的普遍实行，促进了资本主义矛盾的发展。

（一）工厂法中的卫生条款和教育条款

工厂法的制定，是社会对其生产过程的第一次有计划的反作用。它是大工业的必然产物。在谈到工厂法在英国普遍实行之前，先提一提英国工厂法中与工作日的小时数无关的某些条款。

1. 工厂法的卫生条款

撇开卫生条款中使资本家容易规避的措辞不说，它的内容也是非常贫乏的，实际上只是就粉刷墙壁和其它几项清洁措施，通风和危险机器的防护等做出一些规定。我们在第三卷里还会谈到，工厂主曾怎样进行疯狂的斗争。为了迫使资本主义生产方式建立最起码的卫生保健设施，也必须由国家颁布强制性的法律。还有什么比这一点更能清楚地说明资本主义生产方式的特点呢？资本主义生产方式按其本质来说，只要超过一定的限度就拒绝任何合理的改良。

2. 工厂法的教育条款

尽管工厂法的教育条款整个说来是不足道的，但还是把初等教育宣布为劳动的强制性条件。这一条款的成就第一次证明了智育和体育同体力劳动相结合的可能性。正如罗伯特·欧文那里看到的，从工厂制度中萌发出了未来教育的幼芽，未来教育对所有已满一定年龄的儿童来说，就是生产劳动同智育和体育相结合，它不仅是提高社会生产的一种方法，而且是造就全面发展的人的唯一方法。

课堂讨论：

教育与生产劳动相结合（以下简称教劳结合），作为党的教育方针，可推到1934年中央苏区所提出的文化教育总方针，当时叫教育与生产劳动相联系。

（二）大工业的本性及其资本主义利用之间的矛盾，使打破旧分工成为必要

（三）大工业在家庭关系引起的革命

（四）工厂法的普遍化促进了资本主义矛盾的发展

三、讲解 10. 大工业与农业

马克思对机器大工业的论述是以提示大工业在农业生产及农业生产关系上引起的某些革命的结果来结束的。

一、工业革命在农业社会关系上引起的变化

二、资本主义时期机器的使用在农业中引起的后果

三、资本主义农业的特征

第六篇 绝对剩余价值和相对剩余价值的生产

教学目的和要求：第六篇 绝对剩余价值和相对剩余价值的生产有三章内容，其中第十四章是重点，意在阐明绝对剩余价值和相对剩余价值的关系，这也是全篇的核心思想。第十五章和十六章可以不讲。

课时分配：3课时

一、本篇主要内容

第五篇 绝对剩余价值和相对剩余价值的生产有三章内容，其中第十四章是重点，意在阐明绝对剩余价值和相对剩余价值的关系，这也是全篇的核心思想。第十五章和十六章可以不讲。

二、讲解第十四章绝对剩余价值和相对剩余价值的主要内容

主要有四个问题：

（一）资本主义制度下的生产劳动

马克思认为，可以从生产力和生产关系两个角度看待资本主义的生产劳动。

其一，从生产力的角度来看，资本主义制度下的生产劳动外延是大大扩张了。

其二，但是，从生产关系的角度来看，资本主义制度下的生产劳动外延是缩小了。

（二）绝对剩余价值和相对剩余价值的关系

马克思从三个方面论述了绝对剩余价值和相对剩余价值的关系

1. 绝对剩余价值的生产构成资本主义体系的一般基础，并且是相对剩余价值生产的起点。
2. 生产相对剩余价值的方法同时也是生产绝对剩余价值的方法
3. 绝对剩余价值和相对剩余价值的同一性和区别

（三）关于剩余价值的自然基础问题

（四）对资产阶级经济学家的批判

主要是对英国资产阶级经济学家约翰穆勒把劳动产品持续的时间长于劳动本身持续的时间当作利润产生的原因的批判。

三、马克思在《资本论》第一卷第四篇中有关企业理论的论述。

思考题和作业：

如何理解马克思《资本论》第一卷第五篇中有关生产劳动和非生产劳动问题的论述？

参考书目：

1. 《马克思主义经济理论的形成和发展》，吴易风等著，中国人民大学出版社1998年10月版。
2. 《政治经济学史》，卢森贝著，三联书店1959年1月版。
3. 《英国古典经济理论》，吴易风著，商务印书馆1996年8月版。
4. 《资产阶级庸俗政治经济学选集》，季陶达主编，有关新历史学派部分。
6. 北大经济系：《〈资本论〉释义》（1-3册），北京出版社1982
7. 布罗代尔：《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》
8. 斯威齐：《资本主义发展论》
9. 保尔·芒图：《18世纪英国产业革命》
10. 中国青年出版社：《西欧封建社会》
11. 中国青年出版社：《推动历史进程的工业革命》
12. 曼德尔：《论马克思主义经济学》
13. 王珏：《世界经济史》

第七篇 资本的积累过程

教学目的和要求：社会再生产分为简单再生产和扩大再生产。社会再生产是物质资料的再生产和生产关系的再生产的统一。通过分析资本主义简单再生产的分析，可以得出三个结论：资本家付给工人的工资是工人自己创造的；全部资本归根到底是工人创造的；工人的个人消费是资本主义再生产的必要条件。简单介绍什么是资本主义的扩大再生产？什么是内涵式的扩大再生产和外延式的扩大再生产；什么叫做资本积累？通过对资本主义的扩大再生产的分析，重点介绍资本主义社会里商品生产的所有权规律是如何转化为资本主义的占有规律的？介绍资本积累的动因。为什么资本积累具有客观必然性？本章分析了资本有机构成变化时积累对工人阶级命运所产生的影响，论述了无产阶级的贫困化问题，指出资本积累的同时是无产阶级贫困化的积累。

课时分配：3课时

第一节

一、如果说前几篇是从孤立的、单个的资本运动过程角度来考察资本主义生产关系的话，本篇就从资本的连续不断运动过程考察资本主义生产关系。

二、第七篇 资本的积累过程的主要内容及其逻辑关系

第二十一章 简单再生产包括三节。本章首先撇开资本积累，把再生产当作简单再生产的简单重复，并由此揭示资本主义生产过程的某些新特点。

第二十二章 剩余价值转化为资本。本章分析积累并揭示资本如何从剩余价值产生。本章分析积累只是从量的角度考察，对积累过程中资本构成上的变化抛开了。

第二十三章 资本主义积累的一般规律包括五。本章分析了资本有机构成变化时积累对工人阶级命运所产生的影响，论述了无产阶级的贫困化问题，指出资本积累的同时是无产阶级贫困化的积累。

第二十四章 所谓原始积累。本章考察最初的资本关系是怎么建立起来的，最初的资本是从哪里来的。还分析了资本主义发生、发展和灭亡的历史规律。

第二十五章 现代殖民理论通过对威克菲尔德“现代殖民理论”的批判，揭露了资本关系的拜物教性质，指出资本不是物，而是以物为媒介建立起来的人与人之间的关系。

其中，第21、22、23章是一部分，讲的是资本主义的积累；第24、25章是一部分，讲的是资本主义的原始积累。

第二十一章 简单再生产内容

社会再生产分为简单再生产和扩大再生产。

社会再生产是物质资料的再生产和生产关系的再生产的统一：

(1) 首先是物质资料的再生产。因为每一次生产过程都要消耗掉一定的物质资料，包括生产资料和生活资料。但同时每一次生产过程，又会生产出一定的物质资料，为下一次生产过程提供条件。

(2) 其次再生产过程同时又是生产关系的再生产。因为每一次生产过程，都是人们在一定生产关系下进行的。随着生产的不断更新和重复，这种生产关系也会不断的得到维持和发展，离开一定的生产关系，任何生产和再生产都无法进行。

曼德尔论再生产过程同时又是生产关系的再生产。

曼德尔：《论马克思主义经济学》上卷335页

通过分析资本主义简单再生产的分析，可以得出三个结论：

(1) 资本家付给工人的工资是工人自己创造的。

讨论：

私营企业主与工人的关系是不是自愿的、等价交换关系？

(2) 全部资本归根到底是工人创造的；

(3) 工人的个人消费是资本主义再生产的必要条件。

课堂讨论：

是资本家养活工人还是工人养活自己、养活资本家？

第二节 第二十二章 剩余价值转化为资本

一、规模扩大的资本主义生产过程。商品生产的所有权规律转化为资本主义的占有规律

简单介绍什么是资本主义的扩大再生产？什么是内涵式的扩大再生产和外延式的扩大再生产；什么叫做资本积累？

通过对资本主义的扩大再生产的分析，重点介绍资本主义社会里商品生产的所有权规律是如何转化为资本主义的占有规律的？

分析资本主义扩大再生产发现：用于扩大再生产的追加资本全部是资本化了的剩余价值，用于扩大再生产的追加资本不仅是剥削工人的结果，而且是进一步扩大对工人剥削的手段，劳动力买卖的真实内容是，资本家用不等价交换来占有工人的劳动的一部分，以获取更大量的工人的活劳动。

二、政治经济学关于规模扩大的再生产的错误见解

批判古典经济学一个含混的观点，即积累资金全部用于可变资本。

三、剩余价值分为资本和收入。节欲论。

本节讨论资本积累的动因及其影响因素。

介绍资本积累的动因。为什么资本积累具有客观必然性？

(1) 资本主义生产目的决定资本家追求剩余价值的欲望没有止境。这是资本积累的内在动力。

(2) 资本主义的竞争规律作为一种强制力量，也迫使资本家必须不断进行资本积累。

资本积累的速度是由积累基金与消费基金分割比例确定的。在不同历史时期和不同的情况下，资本家的积累基金与消费基金分割比例是不确定的，资本家在不同历史时期、不同历史条件下的消费特征是不一样的。介绍资本家在不同历史时期、不同历史条件下的消费特征。

艾金医生在 1795 年发表的一部著作中说：“曼彻斯特的工业可分为四个时期。

马克思接着对纳骚·威·西尼耳的节欲论进行了批判。在纳骚·威·西尼耳于曼彻斯特发现资本的利润（包括利息）是无酬的“最后一小时”的产物恰恰一年以前，他曾向世界宣布了自己的另一个发现。他庄严地声称：“我用节欲一词来代替被看作生产工具的资本一词。”这真是庸俗经济学的“发现”的不可超越的标本！它用阿谀的词句来替换经济学的范畴。如此而已。

四、几种同剩余价值分为资本和收入的比例无关但决定积累量的情况：

劳动力的剥削程度；劳动生产力；所使用的资本和所消费的资本之间差额的扩大；预付资本的量。

五、所谓劳动基金。

这是资产阶级的庸俗经济学理论。这个理论把资本的一部分，即可变资本或者是可以转化为劳动力的资本，说成是一个固定的量。可变资本的物质存在，即它所代表的工人生活资料的量或者是所谓的劳动基金，虚构为社会财富中受自然锁链束缚的而且不能突破的特殊部分。这一教条根据的事实是：一方面，工人对社会财富分为非劳动者的消费品和生产资料这一点无权过问。另一方面，工人只有在幸运的例外情况下才有可能牺牲富人的“收入”来扩大所谓的“劳动基金”。资产阶级庸俗经济学家边沁、马尔萨斯、詹姆斯·穆勒、麦克库洛赫等人都曾利用这一教条来试图达到为资本主义制度辩护的目的。

第三节 第二十三章 资本主义积累的一般规律

本章包括五节，分析了资本有机构成变化时积累对工人阶级命运所产生的影响，论述了无产阶级的贫困化问题，指出资本积累的同时是无产阶级贫困化的积累。

一、资本的有机构成及其变化

简单介绍资本技术构成、资本价值构成、资本有机构成三个概念

在资本积累过程中，如果资本有机构成不变，可变资本就会随着总资本的增加而增加，对劳动力的需求也会增加，工人工资会提高。

但是积累引起的工资暂时提高并不会改变资本主义生产的基本性质。

首先，这种情况只不过反映了资本主义剥削向广度方向发展；

其次，这种情况不会改变雇佣劳动对资本的从属关系；

再次，资本积累规定了工资变动的界线。

吃穿好一些，待遇高一些，特有财产多一些，不会消除奴隶的从属关系和对他们的剥削，同样，也不会消除雇佣工人的从属关系和对他们的剥削。由于资本积累而提高的劳动价格，实际上不过表明，雇佣工人為自己铸造的金锁链已经够长够重，容许把它略微放松一点。

二、个别资本的增长——资本的积聚和集中

但是随着资本主义生产的发展，资本有机构成会不断提高。

1. 资本积聚与资本集中概念

资本积聚：单个资本依靠剩余价值资本化增大自己资本的总额。

资本集中：把原来分散的众多中小资本合并成少数大资本。

2. 资本积聚与资本集中的联系和区别。

资本积聚和资本集中的联系，二者都是资本增大的途径。资本积累与资本积聚，资本积聚是资本积累的直接结果，资本积累是资本积聚的手段和途径；资本积聚的增长必然加速资本集中的发展，资本集中的加快又会促进资本积聚的发展。

二者区别表现在：资本积聚会导致社会资本总额的增大，而资本集中则不会。资本积聚要受社会财富绝对增长的限制，因此增长较慢。资本集中则不存在这种限制，因此它会在短时间内集中大量资本。

三、资本积累和相对人口过剩

1. 相对人口过剩产生的原因。

相对过剩人口是资本积累的必然产物。相对过剩人口：相对于资本的需求来说，或者说是劳动力的供给超过了资本对它的需要。相对过剩的人口，是由资本主义制度造成的，是资本主义所特有的人口规律。从学校

2. 相对人口过剩是资本主义生产方式存在和发展的必要条件。

3. 批判资产阶级经济学家的“工资铁律”理论和“游离补偿”理论。

四、简单介绍相对过剩人口的几种形式：

流动的形式、潜在的形式、停滞的形式；

对马尔萨斯反动的“人口论”的批判。

马克思没有概括出什么无产阶级的绝对贫困化理论。这一理论是德国社会民主党某些理论家概括出来并强加于马克思的。但是无论是马克思的时代还是在当代无产阶级的绝对贫困化现象都存在。实际上马克思所说的无产阶级的绝对贫困化只是指相对过剩人口，这在现在也成立。

五、资本主义积累的一般规律及其效应

资本主义积累的一般规律：一极是财富的积累，一极是贫困的积累；介绍无产阶级的绝对贫困化和无产阶级的相对贫困化。

无产阶级的相对贫困化理论容易理解。无产阶级的绝对贫困化理论理解有争论。

实际上在马克思的著作里是没有无产阶级的绝对贫困化理论的。这是他的政敌德国社会民主党内修正主义不怀好意地强加给他并存心不良的加以维护的。实际上认为工人的实际工资下降，无产阶级的绝对贫困化是与马克思理论不相干的。这是马尔萨斯提出，主要为拉萨尔所引用的（拉萨尔的“工资铁律”理论）。马克思著作中讲的无产阶级的绝对贫困化，实际指的是流动的形式、潜在的形式、停滞的形式的相对过剩人口。这一点在现在的资本主义，比如美国都存在。（比利时，曼德尔，《论马克思主义经济学》，商务印书馆1964年11月第一版）

马克思曾经从资本积累对无产阶级命运的影响中揭示了资本积累的一般规律。这个规律尖锐的揭露了资本积累过程的对抗性矛盾。资本主义积累的历史趋势：生产不断社会化，生产资料日益集中到少数资本家手里。它的一极是资本家财富的积累，另一极是无产阶级的失业、贫困的积累。在业工人为了减少贫困，就要多受劳动折磨。失业工人不受劳动折磨，却要受到贫困增大的折磨。无产阶级和资产阶级这种对抗性矛盾根源在于资本主义生产方式，消除这种对抗的根本出路在于消灭资本主义制度。

课堂讨论、思考题：

1. 中国新时期的私营企业主的消费行为。
2. 无产阶级的绝对贫困化和无产阶级的相对贫困化。如何认识资本主义世界的普遍贫困？
3. 西方近现代失业理论简析。现代资本主义失业问题与产业调整的现状

参考书目：

1. 《马克思主义经济理论的形成和发展》，吴易风等著，中国人民大学出版社1998年10月版。
2. 《政治经济学史》，卢森贝著，三联书店1959年1月版。
3. 《从古典经济学派到马克思》，陈岱孙著，北京大学出版社1996年10月第2版。
4. 《马克思恩格斯选集》第3卷，人民出版社1975年6月版。
5. 马克思·韦博：《新教伦理和资本主义精神》
6. 布罗代尔：《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》
7. 斯威齐：《资本主义发展论》
8. 曼德尔：《论马克思主义经济学》

第七篇 资本的积累过程

第二十四章 所谓原始积累

教学目的和要求：掌握资本原始积累的过程，考察最初的资本关系是怎么建立起来的，最初的资本是从哪里来的；理解马克思关于重建个人所有制的论述；揭露了资本关系的拜物教性质，指出资本不是物，而是以物为媒介建立起来的人与人之间的关系。

课时分配：3课时

第4章从逻辑、理论的角度研究资本原始积累；24、25章从历史、现实的角度研究资本原始积累。

既然原始积累是资本主义生产方式的前提，那末，为什么不按照历史的顺序先研究原始资本积累，反而把它放在资本的积累过程的后面来说明呢？这是因为，按照逻辑分析的方法，经济范畴的安排，不应完全按照它们的历史发展的顺序，而应当按照它们在现存生产方式中的地位和作用。正如前面已经证明的，最初积累起来的资本，随着再生产的进行会逐渐变成一个趋近于零的量，它们在资本主义生产中的作用是微不足道的。同时，更重要的是，如果不首先揭示资本主义生产方式产生和发展的内在规律，就不可能正确说明原始积累的实质和作用。而原始积累，即用暴力剥夺直接生产者的办法，就可以加速劳动者与劳动条件的分离过程，为资本主义生产方式的建立创造条件。（《资本论》释义，第1卷，北京出版社，404—405页。）

第一节

第二十四章 所谓原始积累包括七节，考察最初的资本关系是怎么建立起来的，最初的资本是从哪里来的。还分析了资本主义发生、发展和灭亡的历史规律。

第二十五章 现代殖民理论通过对威克菲尔德“现代殖民理论”的批判，揭露了资本关系的拜物教性质，指出资本不是物，而是以物为媒介建立起来的人与人之间的关系。

第二十四章 所谓原始积累

1. 原始积累的秘密

大家知道，在真正的历史上，征服、奴役、劫掠、杀戮，总之，暴力起着巨大的作用。原始积累的方法决不是田园诗式的东西。

货币转化为资本只有在一定的情况下才能发生，这些情况归结起来就是：两种极不相同的商品所有者必须互相对立和发生接触；一方面是货币、生产资料和生活资料的所有者，他们要购买别人的劳动力来增殖自己所占有的价值总额；另一方面是自由劳动者，自己劳动力的出卖者，也就是劳

动的出卖者。因此，创造资本关系的过程，只能是劳动者和他的劳动条件的所有权分离的过程，这个过程一方面使社会的生活资料和生产资料转化为资本，另一方面使直接生产者转化为雇佣工人。因此，所谓原始积累只不过是生产者和生产资料分离的历史过程。这个过程所以表现为“原始的”，因为它形成资本及与之相适应的生产方式的前史。

2. 对农村居民土地的剥夺

掠夺教会地产，欺骗性地出让国有土地，盗窃公有地，用剥夺方法、用残暴的恐怖手段把封建财产和克兰财产变为现代私有财产——这就是原始积累的各种田园诗式的方法。这些方法为资本主义农业夺得了地盘，使土地与资本合并，为城市工业造成了不受法律保护的无产阶级的必要供给。

3. 十五世纪末以来惩治被剥夺者的血腥立法。压低工资的法律

由于封建家臣的解散和土地断断续续遭到暴力剥夺而被驱逐的人，这个不受法律保护的无产阶级，不可能象它诞生那样快地被新兴的工场手工业所吸收。另一方面，这些突然被抛出惯常生活轨道的人，也不可能一下子就适应新状态的纪律。他们大批地变成了乞丐、盗贼、流浪者，其中一部分人是由于习性，但大多数是为环境所迫。因此，十五世纪末和整个十六世纪，整个西欧都颁布了惩治流浪者的血腥法律。

这样，被暴力剥夺了土地、被驱逐出来而变成了流浪者的农村居民，由于这些古怪的恐怖的法律，通过鞭打、烙印、酷刑，被迫习惯于雇佣劳动制度所必需的纪律。

4. 资本主义租地农场主的产生

本节论述了资本主义租地农场主的产生以及哪些因素促进了资本主义租地农场主的产生和发展。

一、资本主义租地农场主的产生的四个阶段：

二、哪些因素促进了资本主义租地农场主的产生和发展

第一，在十五世纪，整个十六世纪（但最后几十年除外）继续进行的农业革命，以同一速度使农村居民破产，使租地农场主致富。

农业革命包括农业资本家雇佣工人，利用大农场的优势，改进耕作技术，用四圃轮作制代替休耕制，牛羊由放牧改为圈栏饲养，深耕细作，增施有机肥料等。

第二，对公有牧场等的掠夺，使租地农场主几乎不费代价就大大增加了自己的牲畜数量，这些牲畜又为他的土地的耕作提供了更丰富的肥料。

第三，在十六世纪，又加进了一个有决定意义的重要因素。当时，租约的期限很长，往往达99年。贵金属价值从而货币价值的不断下降，给租地农场主带来了黄金果。因此，在十六世纪末，英国有了个就当时情况来说已很富有的“资本主义租地农场主”阶级，是不足为奇的。

5. 农业革命对工业的反作用。工业资本的国内市场的形成

本节论述农业革命在农村中引起的生产关系的变革，及其对资本主义国内市场的形成所产生的影响。

第一，对农村居民断断续续的、一再重复的剥夺和驱逐，不断地为城市工业提供大批完全处于

行会关系之外的无产者。

第二，随着一部分农村居民的游离，他们以前的生活资料也被游离出来。这些生活资料现在变成可变资本的物质要素。被驱逐出来的农民必须从自己的新主人工业资本家那里，以工资的形式挣得这些生活资料的价值。国内农业提供的工业原料也同生活资料的情况一样。它变成了不变资本的一个要素。

第三，一部分农村居民的被剥夺和被驱逐，不仅为工业资本游离出工人及其生活资料和劳动材料，同时也建立了国内市场。

6. 工业资本家的产生

本节概述工业资本家是怎么产生的。由于工业资本家是新兴的资本主义生产方式的代表，所以，论述工业资本阶级的产生，在某种意义上实际上也是论述资本主义生产方式产生的过程。本节马克思论述了暴力在资本主义生产方式产生的历史作用。

一、概述工业资本家通过集中的、有组织的社会暴力而产生的过程

工业资本家不是象租地农场主那样逐渐地产生的。

美洲金银产地的发现，土著居民的被剿灭、被奴役和被埋葬于矿井，对东印度开始进行的征服和掠夺，非洲变成商业性地猎获黑人的场所：这一切标志着资本主义生产时代的曙光。这些田园诗式的过程是原始积累的主要因素。接踵而来的是欧洲各国以地球为战场而进行的商业战争。这场战争以尼德兰脱离西班牙开始，在英国的反雅各宾战争中具有巨大的规模，并且在对中国的鸦片战争中继续进行下去，等等。

二、系统地综合为殖民制度、国债制度、现代税收制度和保护关税制度如何促进资本主义生产方式的产生。暴力是每一个孕育着新社会的旧社会的助产婆。暴力本身就是一种经济力。资本来到世间，从头到脚，每个毛孔都滴着血和肮脏的东西。

第二节

7. 资本主义积累的历史趋势

本节讲述资本主义积累的历史作用与趋势。可以说是全篇甚至是全卷的总结。

一、分析小生产的基本特点、内在矛盾及其为资本主义所代替的必然性

资本的原始积累，即资本的历史起源，究竟是指什么呢？既然它不是奴隶和农奴直接转化为雇佣工人，因而不是单纯的形式变换，那末它就只是意味着直接生产者的被剥夺，即以自己劳动为基础的私有制的解体。

二、资本主义基本矛盾的形成和发展，如何为剥夺剥夺者创造了条件

一旦这一转化过程使旧社会在深度和广度上充分瓦解，一旦劳动者转化为无产者，他们的劳动条件转化为资本，一旦资本主义生产方式站稳脚跟，劳动的进一步社会化，土地和其它生产资料的进一

步转化为社会使用的即公共的生产资料，从而对私有者的进一步剥夺，就会采取新的形式。现在要剥夺的已经不再是独立经营的劳动者，而是剥削许多工人的资本家了。这个外壳就要炸毁了。资本主义私有制的丧钟就要响了。剥夺者就要被剥夺了。

资本主义积累的结果：资产阶级为自己灭亡准备了客观物质条件，资产阶级为自己灭亡造就了掘墓人。

三、从哲学高度对两个剥夺进行了概括和对比，论证了社会发展的一般规律

从资本主义生产方式产生的资本主义占有方式，从而资本主义的私有制，是对个人的、以自己劳动为基础的私有制的第一个否定。但资本主义生产由于自然过程的必然性，造成了对自身的否定。这是否定的否定。这种否定不是重新建立私有制，而是在资本主义时代的成就的基础上，也就是说，在协作和对土地及靠劳动本身生产的生产资料的共同占有的基础上，重新建立个人所有制。

以个人自己劳动为基础的分散的私有制转化为资本主义私有制，同事实上已经以社会生产为基础的资本主义所有制转化为公有制比较起来，自然是一个长久得多、艰苦得多、困难得多的过程。前者是少数掠夺者剥夺人民群众，后者是人民群众剥夺少数掠夺者。

如何理解马克思“重建个人所有制”的理论？

在我国，这两年来，除了出现赤裸裸的鼓吹私有化的主张外，还有一种较隐蔽的私有化主张，那就是，打出马克思的旗号，主张用“重建个人所有制”来取代社会主义全民所有制。

这种主张的理论依据是马克思在《资本论》里的这样一段话：“从资本主义生产方式产生的资本主义占有方式，从而资本主义的私有制，是对个人的、以自己劳动为基础的私有制的第一个否定。但资本主义生产由于自然过程的必然性，造成了对自身的否定。这是否定的否定。这种否定不是重新建立私有制，而是在资本主义时代的成熟的基础上，也就是说，在协作和对土地及靠劳动本身生产的生产资料的共同占有的基础上，重新建立个人所有制。”（马克思：《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷第832页）有些人把引文中的“个人所有制”说成是生产资料的劳动者个人所有制，认为，马克思这一段话的意义是：“社会主义所有制的建立应该通过对资本主义所有制的否定，使所有权的资本家极端个人所有形式转化为劳动者普遍个人所有形式，以达到所有权形式与占有权形式相适应，这就是马克思‘重建个人所有制’的真正含义。”（参见《产权改革与社会主义所有制的重建》《经济问题探索》1989年第4期）

马克思讲的很清楚，就生产资料来讲，取代资本主义私有制的是公有制。前文所说在“生产资料的共同占有的基础上，重新建立个人所有制”，这里的个人所有制，显然是指消费品而言的。如果认为这里的个人所有制是指生产资料而言，不仅马克思的那一段话自己前后矛盾，语句不通而且同马克思关于生产关系一定要适合生产力的全部理论都是相悖的。规模和社会化程度都比个体私有制大得多、高得多的资本主义所有制不能同社会化生产力相适应，反倒是个体所有制能适应社会化生产力，这岂非是天大的笑话？任何略微懂得一点马克思主义历史唯物论的人，能相信这样的逻辑吗？

恩格斯认为，“以现代生产资料的本性为基础的占有方式”应该是：“一方面由社会直接占有，作为维持和扩大生产的资料，另一方面由个人直接占有，作为生活和享乐的资料。”（恩格斯：《反杜林论》《马克思恩格斯选集》第3卷）大家知道，恩格斯在《反杜林论》三版序言中说得清清楚楚，他在那本书中“所阐述的世界观，绝大部分是由马克思所确立和阐发的，而只有极小的部分是属于我的。所以，我的这部著作如果没有他的同意就不会完成，这在我们相互之间是不言而喻的。在付印之前，我曾把全部原稿念给他听。”（同上）所以，生产资料社会公有制和生活资料个人所有制，就是对马克思在《资本论》第一卷第四十九章中有争议的那一段话的唯一正确的理解。因为恩格斯的这一阐述，是经马克思本人同意的。

课堂讨论：论资本主义发展的趋势？

第三节

第二十五章 现代殖民理论的主要内容

本节论述了资本不是一种物，而是一种以物为媒介的人和人之间的社会关系。

一、揭露资产阶级经济学的资本、积累理论和殖民理论的矛盾，论证了资本不是一种物，而是一种以物为媒介的人和人之间的社会关系

爱·吉·威克菲尔德的巨大功绩，并不是他关于殖民地有什么新发现，而是他在殖民地发现了关于宗主国的资本主义关系的真理。正如保护关税制度起初力图在宗主国制造出资本家一样，英国一度试图用立法手段来推行的威克菲尔德的殖民理论，力图在殖民地制造出雇佣工人。威克菲尔德把这称为系统的殖民。

二、威克菲尔德发现的自由殖民地与资本主义发展的矛盾

三、威克菲尔德的殖民方案及其实质

威克菲尔德认为要治疗殖民地的反资本主义的痼疾，必须有一举两得的妙计。他的系统殖民理论的方案是：一方面，政府应当对处女地规定出一种不以供求规律为转移的价格，即人为的价格，迫使移民在赚到足够的钱购买土地，成为独立农民以前，必须从事较长时期的雇佣劳动。另一方面，政府应当用那个因土地按雇佣工人较难支付的价格出售得来的基金，从欧洲把穷人输入到殖民地来，为资本家老爷充实雇佣劳动市场。这就是“系统的殖民”的最大秘密。威克菲尔德把这称为系统的殖民。英国一度试图用立法手段来推行的威克菲尔德的殖民理论，力图在殖民地制造出雇佣工人。

四、威克菲尔德系统殖民理论的破产

最能说明问题的是，威克菲尔德先生制定的这个专门用于殖民地的“原始积累”方法，英国政府采用了好些年。当然，它遭到了和皮尔银行法同样可耻的失败。结果只是使移民潮流从英国殖民

地转向美国。同时，欧洲资本主义生产的进步，以及随之而来的政府压迫的加重，使威克菲尔德的方案成为多余。

课堂讨论：

如何理解马克思“重建个人所有制”的理论？

思考题：

国有企业改革的方向是什么？

参考书目：

1. 《资本论》辞典，山东人民出版社1988.8
2. 恩格斯：《反杜林论》，人民出版社 1970
3. 马克思：《政治经济学批判》，人民出版社1957.2
4. 斯大林：《苏联社会主义经济问题》，人民出版社 1961
5. [英]亚历克.诺夫著：可行的社会主义，中国社会科学出版社1988

《资本论》第二卷选读纲要

教学目的和要求：了解《资本论》第二卷的对象和中心；“三大理论、两个再生产、一个实现”。了解社会总资本运动的出发点：社会总产品。研究社会总资本运动的核心问题：社会总产品的实现，也就是社会总产品的补偿问题。包括价值补偿和实物补偿。

课时分配：3课时

一、《资本论》第二卷的对象和中心

《资本论》第二卷的研究对象是资本的流通过程

(一)理解资本的流通过程必须注意的几个问题：

这一卷研究的是资本流通而不是商品流通；

这里的资本是产业资本而不是商业资本；

这里的流通是广义的流通而不是狭义的流通。马克思在两重意义上使用流通过程概念。一是指与生产过程相对立的流通阶段，即买和卖两个阶段。二是作为社会再生产形式的流通，即资本的整个运动过程， $G—W…P…W'—G'$ 。包括两个流通阶段和一个生产阶段，共同构成资本的运动。第二卷研究的是广义的流通而不是狭义的流通；其研究既包括个别资本的流通，又包括社会总资本的流通；既包括一般商品、货币的流通，又包括资本的流通。

(二)研究资本流通过程的内容和目的，是分析剩余价值的实现问题。

二、《资本论》第二卷的结构和内容

该卷共三篇，二十一章。其主要理论可以概述为“三大理论、两个再生产、一个实现”。

(一)三大理论

1. 资本循环理论。即在第一篇中，主要以货币资本为中心，分析了个别资本运动的形态变化和过程。

2. 资本周转理论。即在第二篇中，主要以生产资本为中心，分析了个别资本运动的速度和次数。

3. 社会总资本再生产理论。在第三篇中，主要以商品资本为中心，分析了社会总资本的运动和实现问题。

(二)两个再生产

1. 主要在第一、二篇中，论述了个别资本的再生产，这是属于微观经济的问题。

2. 主要是在第三篇中，论述了社会总资本的再生产，这是属于宏观经济的问题。

所以，第二卷也可称为马克思的再生产理论。

(三)一个实现

主要是剩余价值的实现问题。

三、《资本论》第二卷的地位和意义

(一) 恩格斯、列宁、斯大林对二卷的高度评价

恩格斯用十个字对二卷第三篇的高度评价：“内容很好，形式却难得可怕。”实际上这也是恩格斯对二卷评价。

四、《资本论》第二卷的方法和学习

(一) 动态分析法

(二) 从微观到宏观的分析方法

(三) 数量分析法

五、重点学习的主要章节

恩格斯关于《资本论》第二卷第一版的序言。

第一篇：第一、二、三、四、五、六章。

第二篇：第七、八、九、十二、十四、十六章。

第三篇：第十八、二十章；第二十一章第一、二、三节。

第二、三节 社会资本的再生产和流通

研究社会总资本运动的出发点：社会总产品。研究社会总资本运动的核心问题：社会总产品的实现，也就是社会总产品的补偿问题。包括价值补偿和实物补偿。

一、社会资本与单个资本

1. 社会资本和单个资本的联系和区别

联系：(1) 从运动内容看，都要实现价值增值的目的；(2) 从运动形式上看，都采取货币资本、生产资本、商品资本三种职能形式，并完成各自循环；(3) 从运动过程看，都要经过购买、生产、销售三个阶段，都是生产过程和流通过程的统一。

区别：单个资本运动只包括生产消费以及与此相对应的资本流通。社会资本运动不仅包括生产消费和资本流通，而且包括个人生活消费以及与此相对应的一般商品流通。

2. 社会资本再生产的核心问题

(1) 社会资本再生产的核心问题是社会总产品的实现问题，这里指的实现是社会总产品的价值补偿和实物补偿。

(2) 社会总产品的价值补偿是社会资本再生产正常进行的基础。只有社会总产品能卖出去，才能补偿预付资本的价值，才能重新购买生产资料和劳动力进行再生产。

(3) 社会总产品的实物更新是保证社会资本再生产正常进行的条件。只有社会生产过程中消耗掉的生产资料和消费资料能够得到补偿，再生产才能正常进行。

3. 马克思再生产理论的两个理论前提

(1) 从实物形态看, 社会总产品按照最终用途分为生产资料 and 消费资料两大类。从价值形态看, 社会总产品的价值分为不变资本、可变资本和剩余价值, 这是第一个理论前提。

(2) 与社会总产品的实物形态相对应, 社会生产分为两大部类, 一是生产生产资料的部类, 二是生产生活资料的部类。这是第二个理论前提。

(3) 把社会总产品的实物构成和价值构成, 以及把社会生产分成两大部类, 是研究社会总资本再生产的两个理论前提。

二、社会总资本简单再生产实现的条件

$$I (v+m) = II c \quad (\text{最基本的条件});$$

$$I (c+v+m) = I c + II c ;$$

$$II (c+v+m) = I (v+m) + II (v+m) 。$$

三、社会总资本扩大再生产的前提条件

$$I (v+m) > II c ;$$

$$II (c+v+m/x) > I (v+m/x) 。$$

社会总资本扩大再生产实现的条件:

$$I (v + \Delta v + m/x) = II (c + \Delta c) \quad (\text{最基本的实现条件});$$

$$I (c+v+m) = I (c + \Delta c) + II (c + \Delta c) ;$$

$$II (c+v+m) = I (v + \Delta v + m/x) + II (v + \Delta v + m/x) 。$$

四、生产资料生产优先增长规律

(1) 增长最快的是制造生产资料的生产资料的生产; (2) 其次是制造消费资料的生产资料的生产; (3) 最慢的是消费资料的生产

如何认识生产资料生产的优先增长规律?

(1) 生产资料生产优先增长规律: 生产技术进步和资本有机构成不断提高的条件下, 扩大再生产的进行, 要求生产资料的生长的增长快于消费资料生产的生长的趋势。

(2) 生产资料生产优先增长的原因: 生产技术进步带来的资本有机构成提高。在这个条件下进行扩大再生产, 原有的预付资本以及由剩余价值转化而来的追加资本中, 转化为不变资本的比重必然越来越大, 转化为可变资本的比重必然越来越小, 因而对生产资料的需求的增长, 必然快于对劳动力及对生活资料需求的增长。这样, 在其他条件不变的情况下, 就要求生产资料生长的增长快于消费资料生长的增长。

(3) 生产资料生长的增长对消费资料生长的增长具有依赖关系。一是生产资料生长的增长过程中, 追加劳动力所需要追加的消费资料, 要依赖消费资料生长的增长来提供。二是生产资料生长的增长所提供的生产资料, 都直接取决于消费资料生产生长的需要。三是生产资料生产部类给本部类生长的生产资料, 最终也要受消费资料生产发展需要的制约。

为了便于从本质上考察社会资本简单再生产的实现条件, 需要排除一些次要的非本质的因素。需要预先提出几点必要的假设: 1、假设考察的是纯粹资本主义经济, 整个社会只有资本家和工人

两大阶级；2、假设一个为期一年的生产周期中；3、假设C价值全部转移到了新产品中去；4、假设商品按照价值出售价格与价值一致；5、假设没有对外关系，全部社会总产品都在国内得到补偿和实现；6、假设M为100%；7、假设生产技术水平不变，没有技术进步，资本有机构成不变。

当然，为了全面研究扩大再生产和经济增长问题，可以把马克思便于从本质上考察社会资本简单再生产的实现条件，需要排除一些次要的非本质的因素。

马克思关于社会再生产的理论对我国社会主义建设有哪些重大的现实意义？

(1) 运用简单再生产是扩大再生产的基础和出发点的原理，正确处理当前再生产和基本建设的不关系。

(2) 运用社会再生产两大部类互为条件的原理，正确处理农、轻、重的比例关系。

(3) 运用社会再生产两大部类必须保持平衡的原理，搞好整个国民经济的综合平衡。

课堂讨论：

如何认识生产资料生产的优先增长规律？在社会主义条件下，如何运用社会再生产两大部类互为条件的原理，正确处理农、轻、重的比例关系。

思考题：

第一篇：资本循环论

1. 简述产业资本在循环中采取的三种形式、经历的三个阶段以及所采取的三种循环形式。
2. 为什么说产业资本的循环是三种循环形式的统一？
3. 简述流通时间和流通费用的涵义
4. 研究资本循环理论对社会主义建设有什么现实意义？

第二篇：资本周转论

1. 研究资本周转的目的是什么？简述资本周转速度的表示方法。
2. 简述固定资本和流动资本的区别，以及固定资本的磨损、更新和维修。
3. 如何计算预付资本的总周转速度？固定资本的周转周期对资本再生产有什么影响？
4. 劳动期间的长短对资本的预付时期和预付量有什么影响？马克思关于缩短劳动期间的论述对加速我国经济建设有什么启示？
5. 了解生产时间和劳动时间的差别，特别是在农业上的差别，有什么实践意义？
6. 影响流通时间的因素有哪些？从马克思在本章的论述看，怎样才能减少商品积压和资本积压？
7. 可变资本周转期间的长短对单个资本和整个社会生产有什么影响？
8. 学习马克思资本周转理论的现实意义有哪些？

第三篇：社会总资本再生产和流通理论

1. 简述社会总资本再生产的实现问题以及实现的关键
2. 简述简单再生产的基本交换关系和实现条件
3. 简述扩大再生产的前提条件和平衡条件，它们说明两大部类之间存在着什么样的关系？

4. 马克思关于社会再生产的理论对我国社会主义建设有哪些重大的现实意义?

参考书目:

1. 蒋学模主编:《政治经济教材》(第七版),上海人民出版社1993.5
2. 谈世中:《发展中国家经济发展的理论和实践》
3. 斯威齐:《资本主义发展论》
4. 保尔·芒图:《18世纪英国产业革命》
5. 中国青年出版社:《推动历史进程的工业革命》
6. 曼德尔:《论马克思主义经济学》
7. 王珏:《世界经济史》

《资本论》第三卷

资本主义生产的总过程

教学目的与要求：介绍成本价格概念，介绍利润概念及剩余价值转化为利润及剩余价值为什么会转化为利润？介绍剩余价值率转化为利润率以及影响利润率高低的五个主要因素。介绍部门内部的竞争和商品的社会价值的形成以及部门间的竞争和平均利润率的形成。介绍什么因素在影响平均利润率变动的趋势——影响平均利润率上升的因素以及阻碍平均利润率下降的因素。介绍生产价格如何形成，价值如何转化为生产价格，生产价格形成以后商品的价格围绕着生产价格上下波动并没有违背价值规律。介绍平均利润和生产价格理论的两个伟大意义——解释了资本家阶级内部斗争的根源以及资本家阶级及工人阶级整体利益的根本对抗性。

知识难点和重点：

介绍等价值交换规律与等量资本获得等量利润规律的规律以及在社会主义条件下等量劳动相交换规律的区别，借此深入揭示资本主义制度、社会主义制度与商品经济形式的关系。

课时分配：3课时

第一节

一、介绍《资本论》第三卷

恩格斯说：“现在我正在搞第三卷，这是圆满完成合着的结束部分，甚至使第一卷相形见绌。……这个第三卷是我所读过的著作中最惊人的著作……最困难的问题这样容易地得到阐明和解决，简直像是做儿童游戏似的，并且这个体系具有一种新的简明的形式。”“这是一般光彩夺目的著作，在学术上甚至超过第一卷。”“我钻研得越深，就越觉得《资本论》第三册伟大，……一个人有了这么巨大的发现，实行了这么完全和彻底的科学革命，竟会把它在自己身边搁置二十年之久，这几乎是不可想象的。”洪远朋P375

《资本论》第三卷是对资本主义生产方式理论分析的最后完成，从总的联系中对资本主义的生产进行了全面的考察；

《资本论》第三卷完成了剩余价值理论的论证。第一卷剩余价值的生产。第二卷剩余价值的实现。第三卷剩余价值的分配。

《资本论》第三卷对旧的政治经济学进行了彻底的变革。

二、《资本论》第三卷研究对象

至于这个第三卷的内容，它不能是对于这个统一的一般的考察。相反地，这一卷要揭示和说明资本运动过程作为整体考察时所产生的各种具体形式。资本在自己的现实运动中就是以这些具体形式互相对立的，对这些具体形式来说，资本在直接生产过程中采取的形态和在流通过程中采取的形态，只是表现为特殊的要素。因此，我们在本卷中将要阐明的资本的各种形式，同资本在社会表面上，在各种资本的互相作用中，在竞争中，以及在生产当事人自己的通常意识中所表现出来的形式，是一步一步地接近了。（P29—30）

《资本论》第三卷研究对象应该是资本主义生产的总过程：

1. 资本主义生产的总过程，是生产过程、流通过程和分配过程的统一；
2. 资本主义生产的总过程，是资本主义社会再生产的总过程；
3. 资本主义生产的总过程，不是个别资本的运动过程，也不是某一种资本运动的全过程，而是社会各种资本形式运动的总过程。
4. 资本主义生产的总过程是“揭示和说明资本运动过程作为整体考察时所产生的各种具体形式。”比如产业资本、商业资本、生息资本、高利贷资本、借贷资本、银行资本、虚拟资本等。包括剩余价值的各种具体形式：产业利润、商业利润、利息、企业主收入、地租。

三、《资本论》第三卷中心

《资本论》第三卷研究对象应该是资本主义生产的总过程

《资本论》第三卷中心是剩余价值的分配。“剩余价值的分配就像一根红线一样贯串着整个第三卷。”

四、《资本论》第三卷结构

分为三个部分：

第一篇到第三篇，分析利润问题；

第四篇到第六篇，分析资产阶级各个剥削集团如何瓜分剩余价值问题；

第七篇《各种收入及其源泉》，不仅是第三卷而且是《资本论》的总结。

第二、三节 马克思的平均利润和生产价格理论

（一）剩余价值转化为利润

1. 成本价格：生产单位商品所耗费的不变资本和可变资本之和。
2. 剩余价值转化为利润：当剩余价值被看作全部预付资本的产物时，剩余价值就取得了利润形态。利润的本质是剩余价值，利润是剩余价值的转化形式。

利润为什么会成为剩余价值的神秘化虚假形式？

（1）当剩余价值转化为利润后，它的来源变得模糊了神秘了。利润成了剩余价值的神秘化的

虚假形式，这不是根源于人们的错觉，而是由一定的客观经济条件决定的。（2）由于资本家预付的不变资本和可变资本采取了生产成本的形态，使可变资本作为剩余价值的唯一源泉被模糊了，剩余价值也就自然的被看作全部预付资本的产物。（3）由于劳动力价值采取工资形式，个人的全部劳动似乎都得到了报酬。这样剩余价值也就不再被认为是劳动创造的，而是被看作由资本产生的，是全部预付资本的产物。从而使得剩余价值的真正来源变得模糊不清了。（4）利润这个剩余价值的虚假神秘化形式源于资本主义生产关系本身，同时它又反过来掩盖了资本主义的剥削关系。

3. 剩余价值率转化为利润率：

剩余价值率与利润率的区别

（1）二者在量上有差别，剩余价值率是剩余价值同可变资本的比率，利润率是剩余价值同总资本的比率。（2）二者所表示的关系不同，剩余价值率表示资本家对个人的剥削程度，利润率表示预付总资本的增值程度。

4. 影响利润率的因素：（1） 剩余价值率的高低。利润率与剩余价值率成正比，因此，影响剩余价值率的因素都是影响利润率的因素。如提高劳动强度、延长工作日、压低工人工资等。（2）资本有机构成的高低利润率的高低要受到资本有机构成的影响。但是要注意两点，一是利润率有资本有机构成并不是以相同的幅度安反比关系变化的。二是资本有机构成高技术先进的企业可以获得超额利润。（3）资本的周转速度快慢影响利润率的高低。（4）不变资本的节约会影响利润率。（5）原材料价格的变动会影响利润率。

（二）利润转化为平均利润

1. 部门间的竞争和平均利润率的形成

部门内部各个企业的竞争，部门之间的竞争。

平均利润的形成。平均利润率的形成是部门竞争的结果。（1）不同的生产部门具有不同的资本有机构成和不同的资本周转速度，因而等量资本投资于不同的生产部门，会得到高低不同的利润率。

（2）由于资本的本质要求是等量资本获取等量利润，所以各部门的资本家为了追逐高利润必然展开竞争，竞争的方式是把资本从有机结构高而利润率低的部门转向有机结构低而利润率高的部门流动。资本的流动必然导致商品价格的变动，并由此进一步引起资本新的流动，资本的这种在部门之间流动直到不同部门的价格变动自发调整利润率趋于均衡、形成各部门相等的平均利润率时才会停止。（3）部门之间的竞争形成平均利润率，平均利润率等于剩余价值总额和预付资本总额的比率。平均利润率决不是各部门利润率的简单和绝对平均，而是一种利润平均化的总的发展趋势。

2. 平均利润及其实质

平均利润率：社会剩余价值总量与社会预付总资本的比率。

平均利润的高低取决于两个因素：各部门的利润水平；社会总资本在不同部门所占的比重大小。

为什么平均利润模糊了资本主义剥削关系的实质？（1） 剩余价值转化为利润，掩盖了剩余价值的真实来源，使利润表现为预付总资本的产物，而可变资本创造剩余价值的特殊作用看不见了。这种转化只是性质上的，整个部门的利润量同剩余价值量仍然是相等的。（2） 在平均利润形成，

利润转化为平均利润后，剩余价值与利润之间不仅在性质上而且在数量上也有了差别。各个部门的利润量都是与本部门的总资本量成正比，而不是与本部门的剩余价值量成比例。只是等量资本就可以获得等量利润。(3) 这样，利润无论在性质上还是在数量上，都表现为全部预付资本的产物。利润的本质和来源全部被掩盖起来。资本对雇佣劳动的剥削关系看不见了，利润只表现为资本自身的产物，这样，平均利润就模糊了资本主义经济关系的实质。

(三) 价值转化为生产价格

生产价格是生产成本与平均利润之和。价值是生产价格的基础，生产价格是价值额转化形式。

1. 价值转化为生产价格

这一转化过程中两个逐步深入的阶段：一是剩余价值转化为利润，二是利润转化为平均利润。

(1) 当资本家不再把剩余价值看成是可变资本的产物，而是全部预付资本的增加额时，剩余价值就转化为利润。利润和剩余价值本来是一个东西，但是二者又不是直接等同的，剩余价值是相对于可变资本而言的，利润是相对于全部预付资本而言的。剩余价值是利润的本质，利润是剩余价值的转化形式。剩余价值转化为利润，模糊了剩余价值的真正来源。

(2) 由于各生产部门的资本有机构成等因素影响，同量的资本投在不同的生产部门就有不同的利润率。而资本家要求同量资本获得等量利润，这就要求利润率趋于平均化，形成平均利润。平均利润的形成是部门之间竞争的结果。资本家为了获得更多的利润，就会把资本从利润低的部门转移到利润高的部门。这种资本的转移和投入，会引起各部门供求关系和商品价格的变化，并进一步引起利润率的变动。这种变动一直持续到各部门的利润率相等才会停止。平均利润率的形成过程，反映了各部门资本家重新瓜分剩余价值的过程。平均利润形成后，同量资本获得了等量利润，似乎利润量完全取决于资本量，这就歪曲了利润的本质和来源。

(3) 价值转化为生产价格。随着利润转化为平均利润，商品的价值也就转化为生产价格。因此，平均利润的形成过程也就是生产价格的形成过程。生产价格由商品的生产成本加平均利润构成，它的形成，实际上是商品价值中的剩余价值部分在不同部门之间进行平均分配的结果。

2. 生产价格形成后的价值规律

(1) 价值规律是商品经济的基本规律，只要有商品存在，它就发生作用。

(2) 生产价格的形成，使价值规律作用形式发生了变化。生产价格形成以前，价值规律作用的形式是围绕价值上下波动。生产价格形成以后，价值规律作用的形式是价格围绕生产价格上下波动。

(3) 生产价格成为市场价格变动的中心并没有否认价值规律。生产价格不过是价值的转化形式，它的形式和变化归根到底是由价值决定的。因为：第一，从个别部门来看，资本家所获得的平均利润可能与工人创造的剩余价值有量的差异，但从全社会来看，资本家阶级所占有的全部平均利润之和等于全部工人所创造的剩余价值总额。第二，从个别部门来看，价值与生产价格存在着差异，但从全社会来看，生产价格总额等于价值总量。第三，生产价格的变动，最终取决于生产商品的社会必要劳动时间的变化。生产商品的社会必要劳动时间减少，商品的价值量就会降低，生产价格也

就会下降。

3. 平均利润与超额利润

超额利润：个别生产价格与社会生产价格的差额。

（1）生产价格形成后，各部门之间的利润趋于平均化，但这并不排除各部门中各个企业之间利润率的差别。

（2）由于生产条件的不同，生产的产品的个别生产价格也不同。但是商品必须按照部门平均的生产条件所决定的社会生产价格出售。于是，生产力水平高于部门平均水平即个别生产价格低于社会生产价格的先进企业，就可以获得超过平均利润率的超额利润。

（3）超额利润反映的是同一部门内部各企业之间的关系，而平均利润反映的是部门之间的关系。平均利润和生产价格形成后，并不排斥部门内部的先进企业仍然可以获得超额利润，资本家之间为了获取超额利润不断的在部门内部进行着激烈竞争。

4. 生产价格和平均利润学说的意义：

（1）理论意义：发展了劳动价值论，解决了政治经济学理论上的一些重大理论问题，即价值规律同等量资本获得等量利润在形式上的矛盾；

（2）革命意义：一方面揭示了各个资本家集团在基本利益上的一致性和特殊利益上的矛盾性，另一方面揭示了整个资产阶级对整个无产阶级的，阐明了两个阶级之间整体上的利益对抗性。平均利润来源于剩余价值，是由产业部门的工人创造的。产业资本家、商业资本家、农业资本家、银行资本家获取的是平均利润，借贷资本家获取利息，地主获得超额利润。他们的关系是根本利益一致的剥削瓜分剩余价值。

第 12 讲

教学目的与要求：了解《资本论》第三卷第一篇和第二篇的章节体系和重点问题；利润转化为平均利润；

课时分配：3课时

第一节 《资本论》第三卷第一篇和第二篇的章节体系和重点问题

第一篇 剩余价值转化为利润和剩余价值率转化为利润率，研究P的本质。

第一章成本价格和利润，研究商品的价值如何、因为什么转化为成本价格和利润，以及这种转化形式如何掩盖了剩余价值的实质。

成本是资本主义特有的范畴还是商品价值的范畴？

第二章利润率，研究资本的整个运动过程怎样借助P'使剩余价值转化为P，以及P'的形成怎样掩盖了资本的价值增值过程的秘密，使资本主义生产关系神秘化。

第三章利润率和剩余价值率的关系

第四章周转对利润率的影响

第三章和第四章从数量上研究P'。

第五章不变资本使用上的节约，本章研究C，研究对C起决定性的劳动工具。

第六章价格变动的影响，本章研究C，研究对C有影响的原料价格。

第七章补充说明

第二、三节

第二篇 利润转化为平均利润

第二篇研究不同生产部门的不同P'形成一般的P'与平均利润的方法。第二篇中心是利润率的平均化和价值转化为生产价格。

第8章不同生产部门的资本的不同构成和由此引起的利润率的差别，第八章的目的是揭示这种差别与等量资本获得等量利润的矛盾。这实质上是价值规律与平均利润规律的矛盾。本章仅仅提出矛盾，留待以后几章解决。

第9章一般利润率(平均利润率)的形成和商品价值转化为生产价格，本章解决第八章提出的矛盾——价值规律与平均利润规律的矛盾。

本章提出转型问题的争论。

第10章一般利润率通过竞争而平均化。市场价格和市场价值。超额利润，研究平均利润与生产

价格通过什么途径形成。

第11章工资的一般变动对生产价格的影响,批判庸俗经济学的观点:工资的提高引起商品涨价,降低引起商品跌价。亚当斯密赞成这种观点,李嘉图反对。第11章在某种意义上是马克思与李嘉图关于价值和生产价格问题争论的概述。

第12章补充说明,是前几章的补充,三个片断好象是全篇的注释。

四、论商品经济和资本主义制度的矛盾

介绍等价值交换规律(等价交换规律)与等量资本获得等量利润规律的规律以及在社会主义条件下等量劳动相交换规律的区别,借此深入揭示资本主义制度、社会主义制度与商品经济形式的关系。

价值规律与等量资本获得等量利润规律的矛盾,这是商品经济和资本主义制度的矛盾。只有用资本主义制度对商品经济进行改造,才能使商品经济适应资本主义,解决这个矛盾。

课堂讨论:

社会主义能不能与市场经济兼容?

第 13 讲 关于第九章转型问题的争论

教学目的与要求：了解《资本论》第三卷第九章转型问题的争论；了解部门内部竞争与市场价值形成

课时分配：3课时

第一节

第9章 一般利润率(平均利润率)的形成和商品价值转化为生产价格

1894年《资本论》第三卷问世，以洛里亚为首的资产阶级学者认为三卷抛弃了第一卷的劳动价值论。洛里亚说：“什么时候见过这样十足的谬论，这样重大的理论上的破产？什么时候见过这样大吹大擂地、这样庄严地犯下的科学上的自杀行为？”（《新文选》1895年2月1日第477、478和479页）洛里亚开始了转型争论的序幕。

1896年奥地利学派的庞巴维克发表了《卡尔马克思及其体系下终结》，说“马克思的第三卷否定了第一卷。平均利润率和生产价格论是不可调和的。”“第一卷极端强调地说全部价值的基础是劳动，而且仅仅是劳动，即商品价值是同生产它们所必须的劳动成比例的。……可是，第三卷简单明了的说，按照第一卷的说法必须如此的东西，却并不如此，而且决不能如此，即每个商品并不依照它们所包含的劳动进行交换，同时，这种情况还不是暂时和偶然的，而是必然和长期的”。庞巴维克，《卡尔马克思及其体系下终结》，英译本1949年版，P29——30。庞巴维克的观点不是新的。其实这是马尔萨斯攻击李嘉图的借口，即价值规律和等量资本得到等量利润规律的矛盾。李嘉图学派解决不了这个矛盾，导致其体系的破产。

从庞巴维克以后，一些打着马克思主义旗号的人，以“修订”、“补充”的名义，对马克思的转型理论发起了挑战。柏林大学的鲍特基维茨1906、1908年发表两篇文章指责马克思的“转型”计算不完善。即产出按照价格计算，但是作为生产要素投入的C和V，却按照价值表示。马克思意识到了这个问题，但是没有做到。因此，“总生产价格等于总价值，总平均利润等于总剩余价值”两个命题不能同时成立。

1957年，英国牛津大学赛顿《价值转化理论》使持续多年的以数学方法为中心的争论告以终结。赛顿在考察了各种数学解法后认为，马克思的转化的分析已经充分证明是正确的。

以后，西方经济学家认识到，纠缠数学方法，只能给马克思的理论带来一些小麻烦，不能根本摧毁其体系。于是提出价值转化理论是否有必要的问题。

1960年，英国剑桥大学斯拉法《用商品生产商品》，本来斯拉法《用商品生产商品》是为了批判边际效用理论提供理论基础的。但是斯拉法《用商品生产商品》发表以后，一些资产阶级经济学

家发现斯拉法的体系可以用来代替马克思的生产价格理论。麻省理工学院萨缪尔森表现的最为突出，他在1970、1971年发表文章认为，“在这个里昂惕夫和斯拉法的时代”，完全可以用纯粹数理分析的逻辑方式来解释这个问题，马克思的价值理论体系就成为不必要的了。萨缪尔森《理解马克思的剥削概念》，载《现代国外经济学论文选》第三辑，商务印书馆1982年版，P105——106。

由于资本主义社会里生产要素通常是从市场上购买的，因此，成本中已经包含一个已经实现的利润，这样，全社会总价值和总生产价格能不能一致就是一个问题，产生了两种对立的观点。（中间产品都包含利润）

实际上这个问题是马克思首先提出的：“这个论点好象和下述事实相矛盾：在资本主义生产中，生产资本的要素通常要在市场上购买，因此，它们的价格包含一个已经实现的利润，这样，一个产业部门的生产价格，连同其中包含的利润一起，会加入另一个产业部门的成本价格，就是说，一个产业部门的利润会加入另一个产业部门的成本价格。” P179

实际上这个问题也是马克思首先解决的：“如果我们把全国商品的成本价格的总和放在一方，把全国的利润或剩余价值的总和放在另一方，那末很清楚，我们就会得到正确的计算。例如，我们拿商品A来说。A的成本价格可以包含B、C、D等等的利润，A的利润也可以再加入B、C、D等等的成本价格。如果我们进行计算，谁也不会把自己的利润算到自己的成本价格中。举例来说，如果有n个生产部门，每个部门的利润都等于p，所有部门合起来计算，成本价格就=K-np；从总的计算来看，只要一个生产部门的利润加入另一个生产部门的成本价格，这个利润就已经算在最终产品的总价格一方，而不能再算在利润一方。如果这个利润算在利润一方，那只是因为这个商品本身已经是最终产品，它的生产价格不加入另一种商品的成本价格。” P179——180

不过这一切总是这样解决的：加入某种商品的剩余价值多多少，加入另一种商品的剩余价值就少多少，因此，商品生产价格中包含的偏离价值的情况会互相抵销。总的说来，在整个资本主义生产中，一般规律作为一种占统治地位的趋势，始终只是以一种极其错综复杂和近似的方式，作为从不断波动中得出的、但永远不能确定的平均情况来发生作用。P181

必须记住，如果在一个特殊生产部门把商品的成本价格看作和生产该商品时所消费的生产资料的价值相等，那就总可能有误差。对我们现在的研究来说，这一点没有进一步考察的必要。P185

第二、三节

第10章一般利润率通过竞争而平均化。市场价格和市场价值。超额利润
研究平均利润与生产价格通过什么途径形成。

一、研究对象和研究次序

部门内部竞争形成市场价值

部门之间竞争形成生产价格

二、本章结构

分为四个部分

1. 价值理论在逻辑上和历史上都先于生产价格
2. 部门内部竞争与市场价值形成
3. 部门之间竞争与生产价格形成
4. 超额利润

三、重点讲解第二部分——部门内部竞争与市场价值形成

马克思在这一章研究两种竞争。但是分析的重点是第一种竞争，即部门内部竞争与市场价值形成。这是本章的中心。

（一）个别价值、市场价值、社会价值

个别价值、社会价值的概念在《资本论》第一卷中评述超额剩余价值时已经遇见过。马克思把社会价值与市场价值看作是同一个东西，所以市场价值不是什么崭新的范畴，市场价值是社会价值的进一步发展，是它的第二个名称。

（二）供求和市场价值

供求对市场价格有重要影响。供求对市场价值的影响是什么？

马克思在P716—717中提出了供求对市场价值的影响。中国1950年代南开大学魏坝概括为第二种含义的社会必要劳动时间问题。《资本论》第三卷，人民出版社1975版

“表面上，市场价值由于供过于求而降低了。但是实际上，供过于求，一方面，掩盖了现象的真正因果联系。另一方面，却间接地表现了这种联系。好的企业开始在市场上抛售更多的商品（即使是由于它们数目的增长，而不是由于它们的劳动生产率的提高）这一事实，不外意味着社会劳动生产力的增长；在多数企业中开始使用更有效能的劳动。这正是市场价值变化的原因，但这种原因是用供过于求、使在不利条件下工作的企业关闭的市场价格的降落的方式来间接表现的。而这时，用于实现劳动生产力对市场价值的影响的供过于求，却掩盖了这种影响。看起来仿佛是供与求之间的比例关系的变化本身引起了市场价值的变化。”（《资本论》注释》第三卷，卢森贝著，三联书店1975年1月第一版）

（三）供求和市场价格。批判均衡价格理论

市场价格是由供求决定的吗？市场价格是由供求均衡决定的吗？不是

市场价格是由市场价值决定的。但是供求对市场价格有重要影响。

在市场价格形成时起决定作用的？不是买者和卖者之间的斗争，而是供不应求时买者之间的斗争；以及供过于求时的卖者之间的竞争。

思考题：

供求对市场价值的影响是什么？

参考书目：

1. 《马克思主义经济理论的形成和发展》 吴易风(1998)
2. [苏] 卢森贝著：《〈资本论〉注释》（1-3册），三联书店出版1963
3. 王珏 吴振坤 左彤：《〈资本论〉介绍》（1-3册），中共中央党校出版社1982
4. 北大经济系：《〈资本论〉释义》（1-3册），北京出版社1982

第 14 讲

第三篇 利润率倾向下降的规律

第十三章 规律本身的含义

教学目的与要求：了解《资本论》第三卷马克思继承并用其创立的资本有机构成理论发展了利润率不断下降的规律。马克思在诠释这个规律时陷于生产目的双重矛盾中：一般利润率下降的规律是利润率随着社会资本有机构成的不断提高而趋于下降和利润量同时增加的二重性规律。不仅如此，这一理论还构成了马克思关于经济危机和经济周期理论的支柱。

课时分配：3课时

第一节 关于“利润率不断下降规律”

李家图提出的“利润率不断下降规律”。马克思继承并用其创立的资本有机构成理论发展了利润率不断下降的规律。马克思在诠释这个规律时陷于生产目的双重矛盾中：一般利润率下降的规律是利润率随着社会资本有机构成的不断提高而趋于下降和利润量同时增加的二重性规律。不仅如此，这一理论还构成了马克思关于经济危机和经济周期理论的支柱。

这个规律的现行解释无外乎是：厂商完全竞争，导致产品价格下降；而工人的完全竞争，导致劳动力成本下降，从而为产品价格下降创造了可能性。最终是产品价格持续下降，进入零利润时期，经济停滞。（实际上，利润率的最低限度是利息率）在马看来如果利润率逐步下降，则资本主义扩大再生产便不能维持，于是走向灭亡。

但是，事实上这个规律并不存在，据此导出的预言也没有实现。就马克思经济学而言，由其资本有机构成理论出发对于利润率问题的研究也是不能成立的，资本有机构成和利润率没有必然的联系。李家图式的利润率下降规律理论，始终没有摆脱利润率是商品生产的指挥棒的错误思维。而实际上，商品生产的目的是惟一的即追求利润。

（到底追求的是利润量还是追求的是利润率？马克思认为追求的是平均利润率。）

并且这种观点也完全不符合经济学理性人的假定。一般利润率下降规律包含了这样的假定，即产品本身即整个商品结构是不变的，没有新产品被不断地研发出来，而同时，工人的工资是不断地增加的。现实中，工人的工资如何变动和人口变化有关，而更重要的是，新产品的研发日新月异，层出不穷。需求者和厂商都是理性人，会不断追求新的需求对象和生产新的产品，这样一来，出于

对利润（不是利润率！）的追求的本能，厂商会不断根据人们的新的需求开发新的产品，不断用高利润率的朝阳产品替代低利润率的夕阳产品，总体上保持资本利润率的基本稳定。如果厂商不这样做，固守着不再为市场所需求的夕阳产品，会导致厂商破产倒闭。厂商作为理性人是趋利避害的，就是要趋向高利润率而躲避低利润率。在任何一个时代，都有时髦的产品不断问世，都有暴利行业存在。因此，理性的人的行为一定不会导致利润率不断下降这一有害的结局。

利润率倾向下降的规律指平均利润在资本积累过程中随着资本有机构成的提高和资本周转速度的减慢而趋于下降的客观必然性。亦称“一般利润率趋向下降的规律”。它是资本主义社会特有的经济规律，是社会生产力日益发展在资本主义生产方式下所特有的表现。

引起平均利润率趋向下降的因素 资本家为了追逐超额利润以及在竞争中取得优势，不断地竞相改进生产技术，在愈来愈多的生产环节中用机器来代替手工劳动，这就必然要引起各个生产部门资本有机构成不断提高，从而引起社会资本的有机机构成的提高，使平均利润率趋向下降。假定在资本主义生产发展的一定时期中，可变资本(v)的绝对量不变，剩余价值率(m)不变，资本的周转速度也不变，但不变资本(c)的绝对量却不断增加，从而资本总量也不断增加。在这种情况下，就会出现平均利润率(p)下降的倾向。

在平均利润率呈现下降的过程中，资本家阶级所得到的利润量不但没有减少，反而增加，这是资本积累规律作用的必然结果。资本的积累，一方面提高劳动生产力，使资本有机构成提高，从而利润率下降；另一方面使社会资本总量扩大，可变资本同不变资本相比虽然会相对减少，但是它的绝对量却会增加。社会资本所吸收的剩余劳动的绝对量，从而占有的剩余价值量或利润的绝对量也会不断增加。在资本积累的过程中，利润率的下降和利润量的增大，是同一过程的两个方面，所以马克思有时又把平均利润率趋向下降规律称为利润率下降和绝对利润量同时增加的“二重性的规律”。

问题是：

利润率趋向下降的规律是不是存在？有一个统计数字表明：100年来，利润率并未下降。有些年份高，有些年份低。

问题是 v 和 m 是不是可变的？随着有机构成的提高， v 会降低， m 会提高。

第二节

第十四章 作用相反的各种原因

平均利润率的下降，是一个缓慢的曲折的过程，因为有一系列因素阻碍、延缓并抵消利润率下降规律的作用。这些因素主要是：

资本家提高对劳动的剥削程度，包括延长工作日，提高劳动强度，压低工资等。

C的节省。不变资本各要素的价值由于劳动生产率的提高而降低。生产资料的价值的降低，减

弱了资本有机构成提高的速度，延缓了利润率的下降。

大量相对过剩人口的存在，形成了大量廉价劳动力，某些部门就采用手工劳动而不采用机器。一些新的生产部门，特别是生产奢侈品的部门，则大量利用相对过剩人口，把生产建立在活劳动的要素占优势的基础上。这些部门的资本有机构成都比较低，工资低于平均水平，剩余价值率较高，从而利润率也较高。

对外贸易的发展。经济发达国家可以通过对外贸易对经济落后国家采取以下手段获得巨额利润：输入廉价的原材料以降低不变资本价值，输入廉价的生活资料以降低劳动力价值，从而使利润率提高；按高于输出国商品价值的价格出售出口商品，取得较高的利润率；在国外进行直接投资，利用经济落后国家工资低、剥削程度较高等有利条件攫取高额利润。

股份资本的增加。股份资本只凭股票取得少于平均利润的股息，延缓了利润率的下降。

但是，以上这些因素只能延缓利润率的下降，却不能取消平均利润率趋向下降的规律。平均利润率下降规律是在一个长时期内表现其作用的趋势。马克思说，一般说来，“引起一般利润率下降的同一些原因，又会产生反作用，阻碍、延缓并且部分地抵消这种下降。……所以，这个规律只是作为一种趋势发生作用；它的作用只有在一定情况下，并且经过一个长的时期，才会清楚地显示出来”（《马克思恩格斯全集》第25卷，第266页）。

有助于提高利润率的因素有：（1）工会（2）旨在造福工人的国家运动。

有助于降低利润率的因素有：（1）雇主的组织（2）旨在造福资本的国家运动（3）资本输出（4）垄断的形成（5）投资于新兴的行业，转产生新的产品。

第三节

第十五章 规律的各种内部矛盾的展开

平均利润率趋向下降规律的作用 这个规律的内在矛盾是利润率下降与利润量增加的矛盾。即积累率随着利润率的下降同积累量反而会增加的矛盾。在利润率下降的情况下，资本家为抵补利润率下降的损失，必然加速资本积累，这又使得利润率进一步下降。在这个规律内在矛盾展开的过程中，暴露出许多资本主义矛盾：

生产与消费的矛盾，以及剩余价值的生产和实现的矛盾。

生产扩大和价值增殖的矛盾。

人口过剩与资本过剩的矛盾。

平均利润率趋向下降的规律是资本主义基本矛盾的表现。这个规律内部矛盾的展开所促进的上述许多资本主义矛盾的尖锐化，是爆发经济危机的原因。危机永远只是现有矛盾的暂时的暴力的解决”（同前，第25卷，第288、277页）。平均利润率趋向下降规律的作用，表明了资本主义生产方式

的局限性和历史暂时性。

课堂讨论：

资本主义社会存在利润率下降规律吗？利润率下降对资本主义的影响是什么？

思考题：

利润率下降对资本主义的影响是什么？

参考书目：

1. 斯威齐：《资本主义发展论》
2. 曼德尔：《论马克思主义经济学》
3. 王珏：《世界经济史》

第四篇 商品资本和货币资本转化为商品经营

资本和货币经营资本（商人资本）

（不讲）

第四篇结构：

第16章 商品经营资本

第17章 商业利润

第18章 商人资本的周转。价格

第19章 货币经营资本

第20章 关于商人资本的历史考察

一、商业资本的本质和职能

1. 商业资本的本质

商业资本的本质是从产业资本的商品资本职能中分离出来的独立化的职能资本形式。

独立化的可能性：（1）在产业资本的循环过程中，商品资本的职能本来就不同于生产资本和货币资本的职能；（2）在产业资本的循环过程中，经常有一部分资本作为商品资本的形态而存在，商品资本具有相对独立性。

独立化的两个条件：

- （1）商品资本最终转化为货币资本的过程，已经不再由产业资本家完成，而是由商人担任；
- （2）商人必须有自己独立的资本。

2. 商业资本的职能：销售商品和实现商品中的价值和剩余价值。

3. 商业资本的作用：

- （1）商业资本的存在有利于产业资本家提高经济效益；
- （2）有利于节省流通资本，增加用于生产过程的资本；
- （3）加速产业资本的周转；
- （4）加速商品流转，缩短流通时间。

二、商业利润及其来源

商业利润的真正来源：产业工人创造的剩余价值的一部分。它的数量相当于平均利润。商业利润是商业职工在剩余劳动时间内实现的使用价值。

三、商业资本的流通费用及其补偿

生产性流通费用，纯粹流通费用。（1）生产性流通费用是用于商品的保管、包装和运输方面的流通费用，可以增加商品价值，随着商品的销售和价值的实现得到补偿。（2）纯粹流通费用是指只同商品买卖有关的流通费用，纯粹流通费用通过从每年的剩余价值总额中扣除相应的部分得到补偿。

第 15 讲

第五篇 利润分为利息和企业主收入。生息资本

第六篇 利润分为利息和企业主收入。生息资本（续）

教学目的和要求：了解资本主义生息资本的特点；理解马克思对股份制的论述，为理解中国现在的国有企业的公司制改革提供理论基础。

课时分配：3课时

第一节

一、借贷资本

（一）借贷资本的形成

借贷资本的 3 个主要来源：（1）暂时闲置的固定资本折旧费；（2）暂时闲置的流动资本；（3）暂时闲置的用于资本积累的剩余价值。

（二）借贷资本的本质及其特点

1. 借贷资本的本质

借贷资本家为了取得利息而暂时贷给职能资本家的货币资本。借贷资本作为从职能资本运动中独立出来的特殊资本形式，也要参加剩余价值的瓜分，利息就是雇佣工人在生产过程中生产的剩余价值的一部分。一方面体现着资本家剥削雇佣工人的关系，另一方面体现着借贷资本家和职能资本家共同剥削工人的经济关系。

2. 借贷资本的特点：

借贷资本是一种商品资本；

借贷资本是作为财产的资本；

借贷资本是最具有拜物教性质的一种资本形态。

二、利息和利息率

（一）利息的本质和来源

利息：职能资本家让渡给借贷资本家的一部分剩余价值。是雇佣工人在生产过程中生产的剩余价值的一部分。它一方面体现着资本家剥削雇佣工人的关系，另一方面体现着借贷资本家和职能资

资本家共同剥削工人的经济关系。

利息的本质，它如何掩盖资本主义的本质

(1) 利息是职能资本家使用借贷资本而让给借贷资本家的一部分剩余价值，它既体现着借贷资本家和职能资本家共同剥削雇佣工人的经济关系，又体现着借贷资本家和职能资本家之间共同瓜分剩余价值的经济关系。

(2) 利息出现以后，平均利润被分割为利息和企业主收入，是资本主义的本质关系进一步掩盖。利息表现为资本所有权的收入，似乎是资本自身的产物。企业利润表现为职能资本家使用借贷资本从事生产经营获得的收入，似乎是监督或指挥劳动所获得的报酬。因此在利息和企业利润形式上，它们本是剩余价值的转化形式这个共同的规定性被掩盖了。

(二) 利息率的决定

利息率是如何确定的：利息率是一定期限内的利息量与借贷资本总额的比率。

一定时期的利息率主要受两个因素影响，一是平均利润率，二是借贷资本供求状况或平均利润分为利息和企业主收入的比例。

利息率变动的区间是零到平均利润率，零为最低界限，平均利润率为最高界限。由于利息率没有一个经济上的内在客观依据，无从准确的界定它的数量。所以在平均利润率水平一定和借贷资本供求平衡时利息率实际上只能由一个国家习惯和法律传统决定。在不同国家，利息率会由于习惯和法律传统的不同而存在差异。此外，影响利息率的因素还有预期价格变动率，国家的财政货币政策，借贷资本风险大小，借贷时间长短等。

利息率的决定虽然受多种因素的影响并经常变动，在一个国家的既定时期它又是确定的，每次借贷行为中，都预先确定利息率的高低。

三、银行资本和银行利润

银行的两种职能：吸收存款，发放贷款。银行资本的构成：自有资本即银行资本家自己投入的资本，借入资本即吸收的存款。

资本主义银行信用的特征：不受个别资本数量和周转的限制；银行信用的对象是货币资本；银行信用的当事人是职能资本家和银行资本家。

资本主义银行利润：贷款利息高于存款利息的差额。银行的信用业务：负债业务（吸收存款）和资产业务（发放贷款）。资本主义银行利润是贷款利息高于存款利息的差额。

第二 三节 马克思主义创始人对股份制的论述

近十年来，那些认为股份制即公有制的文章有一个明显的共同点，即都是从《资本论》第三卷第27章中找根据。他们断章取义或是望文生义地引用马克思有关股份制的论述，力图使人们相信，似乎马克思本人就提出过股份制即公有制的思想。为了正本清源，首先应该重新学习和全面理解马克思主义创始人对资本主义制度下的股份制的论述。我们的学习体会可以归纳为以下四个方面。

第一，股份制的出现是资本主义基本矛盾深入发展的结果。马克思、恩格斯是从生产力与生产关系的辩证统一来分析股份制的。在19世纪中叶，第一次科技革命已基本完成，它大大推进了科学技术在生产中的应用，提高了生产社会化的程度，生产社会化同资本主义私人占有之间的矛盾进一步深化了。资本主义基本经济制度的基础——资本对雇佣劳动的剥削——是不可能由占统治地位的资产阶级自身加以改变的。为了缓和生产关系与生产力之间的矛盾，股份制这种新的资本组织形式出现了。恩格斯说：“猛烈增长着的生产力对它的资本属性的这种反作用力，要求承认生产力的社会本性的这种日益增长的压力，迫使资本家阶级本身在资本关系内部可能的限度内，越来越把生产力当作社会生产力看待。无论是信用无限膨胀的工业高涨时期，还是由大资本主义企业的破产造成的崩溃本身，都使大量生产资料不得不采取像我们在各种股份公司中所遇见的那种社会化形式。”（《马克思恩格斯选集》第3卷，1995年版，第751页）

第二，股份制对资本主义国家生产力的迅速增长起了明显的促进作用。股份制虽然只是资本主义私有制在具体实现形式上的改变，但毕竟在一定程度上适应了生产社会化的要求，因此，是有利于生产力的发展的。

第三，股份制带来了企业组织形式和资本组织形式的新变化，但并没有改变资本主义私有制的本质。马克思对于这一变化的实质作过深刻的分析：“那种本身建立在社会生产方式的基础上并以生产资料和劳动力的社会集中为前提的资本，在这里直接取得了社会资本（即那些直接联合起来的个人的资本）的形式，而与私人资本相对立，并且它的企业也表现为社会企业，而与私人企业相对立。这是作为私人财产的资本在资本主义生产方式本身范围的扬弃。”（《资本论》第3卷，第493页）又说，股份企业“是在资本主义体系本身的基础上，对资本主义私人产业的扬弃；它越是扩大，越是侵入新的生产部门，它就越会消灭私人产业。”（《资本论》第3卷，第496页）还说：“在股份制度内，已经存在着社会生产资料借以表现为个人财产的旧形式的对立面；但是，这种向股份形式的转化本身，还是局限在资本主义界限之内；因此，这种转化并没有克服财富作为社会财富的性质和作为私人财富的性质之间的对立，而只是在新的形态上发展了这种对立。”（《资本论》第3卷，第497页）

第四，股份制为资本主义向社会主义转变准备了条件。马克思、恩格斯曾从多方面揭示资本主义的发展在客观上为社会主义的来临准备着条件，股份制是其中的一个方面。马克思说：“在股份公司内部，职能已经同资本所有权相分离，因而劳动也已经完全同生产资料的所有权和剩余劳动的所有权相分离。资本主义生产极度发展的这个结果，是资本再转化为生产者的财产所必需的过渡点。”（《资本论》第3卷，第494页）马克思还把资本主义制度下的工人合作工厂与股份制企业加以对比考察。他说：“工人自己的合作工厂，是在旧形式内对旧形式打开的第一个缺口，虽然它在自己的实际组织中，当然到处都再生产出并且必然会再生产出现存制度的一切缺点。但是，资本和劳动之间的对立在这种工厂内已经被扬弃。……资本主义的股份制企业，也和合作工厂一样，应当被看作是资本主义生产方式转化为联合的生产方式的过渡形式，只不过在前者那里，对立是消极地扬弃的，而在后者那里，对立是积极地扬弃的。”（《资本论》第3卷，第497—498页）

由上可见，马克思所说的，由于股份出现而带来的变化，都是指资本主义基本经济制度在实现形式这个层面上的变化；股份制在从资本主义向社会主义转变中的作用，无论是过渡点也好，过渡形式也好，扬弃也好，都属于转变中的量变，即量的积累过程，它们并未超出资本主义生产方式所容许的范围，马克思从未说过，由于实行了股份制，资本与雇佣劳动的对立就不存在了，私有制就变成公有制了。

在这里需要指出，本文引用的《资本论》第三卷第27章论述股份制的几段话，那些主张股份制即公有制的文章也部分地引用过。为什么对同样的话有截然相反的理解，关键在于准确地把握马克思所说的社会资本与私人资本相对立，社会企业与私人企业相对立，以及股份制越发展越会消灭私人产业这一类提法。有些人正是把这些提法曲解为股份制使公有取代私有。其实，马克思的本意他自己已经说得很清楚。马克思在讲到单个资本如何形成股份资本时说过：“恰恰是各资本作为单个资本而互相作用，才使它们作为一般资本而确立起来，并使各单个资本的表面独立性和独立存在被扬弃……这种扬弃的最高形式，同时也就是资本在它的最适当形式中的最终确立，就是股份资本。”（《马克思恩格斯全集》第46卷（下），第167页）

对于私人企业和社会企业，恩格斯给了我们更明确的启示。他说：“资本主义生产是一种社会形式，是一个经济阶段。而资本主义私人生产则是在这个阶段内这样或那样表现出来的现象。但是究竟什么是资本主义私人生产呢？那是由单个企业家所经营的生产；可是这种生产已经越来越成为一种例外了。由股份公司经营的资本主义生产，已不再是私人生产，而是为许多结合在一起的人谋利的生产。”（《马克思恩格斯全集》第22卷，第270页）可见，所谓私人资本就是指股份制出现前由单个资本家单独出资办企业的那种资本。社会资本马克思自己已界定为“即那些直接联合起来的个人的资本”。私人企业就是指股份制出现前单个资本家直接经营的企业，社会企业就是指在一定程度上与生产社会化相适应的、由许多个人资本联合组成的、资本主义的最适当的形式——股份制企业。总之，马克思、恩格斯在这里讲的都是资本主义基本经济制度在实现形式上的区分和变化，而并不是说股份制已经使资本主义私有制发生了质变。

课堂讨论：

股份制能不能搞好国有企业？

思考题：

股份制能不能搞好国有企业？

参考书目：

1. 恩格斯：《反杜林论》，人民出版社 1970
2. 《毛泽东选集》1-5卷，人民出版社1978
3. 《邓小平文选》1-3卷，人民出版社1993
4. 《政治经济学方法论史》，刘永佶著，中共中央党校出版社1988年10月版

5. 大卫科兹：《来自上层的革命——苏联体制的终结》

第 16 讲

超额利润转化为地租

教学目的和要求：了解资本主义土地私有制的形成道路和特点；理解资本主义地租本质；知道级差地租、绝对地租形成的条件、原因和源泉；掌握土地价格的计算；了解资本主义的土地的国有化和私有化问题。

课时分配：3课时

第一节

一、资本主义地租的本质

1. 资本主义土地私有制的形成和特点：除英国式道路外，资本主义土地所有制建立的类型有两种：普鲁士式，美国式。

2. 资本主义地租本质：是农业资本家租种地主的土地而向地主缴纳的地租，它是农业工人所创造的超过平均利润以上的那一部分剩余价值，即超额利润。

3. 资本主义地租特征：（1）资本主义地租是以资本主义土地私有制为前提，它建立在剥削具有人身自由的农业雇佣工人基础之上，劳动者摆脱了对地主的人身依附关系，表现为一种纯粹契约关系。（2）资本主义地租只能是农业工人所创造的超过平均利润以上的那一部分剩余价值，即由超额利润所形成。（3）资本主义地租体现了农业资本家和土地所有者共同瓜分由农业雇佣工人所创造的剩余价值的经济关系。

4. 资本主义地租与封建地租的区别

（1）封建地租以封建土地所有制为前提，在不同程度上存在人身依附关系和超经济的强制。资本主义地租是以资本主义土地私有制为前提，表现为一种纯粹契约关系。

（2）封建地租在数量上一般包括农民的全部剩余产品。资本主义地租则只是超过平均利润以上的超额使用价值部分。

（3）封建地租体现了两大阶级关系，地主阶级剥削农民的关系。资本主义地租体现了三大阶级关系，大土地所有者，农业资本家共同剥削农业雇佣工人的关系。

地租的形式：级差地租 绝对地租

第二节

一、级差地租

（一）级差地租产生的条件和原因

形成的条件：土地有肥沃程度、地理位置等方面的差别；同一块土地上，连续投资劳动生产率和产量收益也不相同。

形成的原因：对土地的资本主义经营垄断。因为土地的资本主义经营垄断，使得经营优等地和中等地的农业资本家都能获得超额利润；土地的资本主义经营垄断，使农业中获得超额利润可以长期稳定地存在。

（二）级差地租的源泉

级差地租的源泉：是农产品的个别生产价格低于社会生产价格的超额利润构成。（重点）

二、绝对地租

（一）绝对地租产生的条件和原因

形成的条件：农业的资本有机构成低于工业。绝对地租形成条件是农业的资本有机构成低于社会平均资本有机构成。它使得农产品的销售价格高于社会生产价格而又不高于其价值，从而产生了超额使用价值形成绝对地租。

形成的原因：绝对地租形成的原因是土地私有权垄断。土地私有权垄断是农产品的价值高于社会生产价格的超额利润，有可能留在农业部门形成绝对地租。土地私有权垄断使农产品的价值高于社会生产价格的超额利润，必须留在农业部门形成绝对地租。它使得农产品的价值高于社会生产价格的超额利润，只能而且必须留在农业部门形成绝对地租，不能转移到其他部门。

（二）绝对地租的源泉

农产品价值高于生产价格的差额，是农业工人创造的剩余价值的一部分。

（三）当代资本主义条件下的绝对地租

- （1）平均利润的一部分转化为绝对地租；
- （2）克扣农业工人的一部分工资作为绝对地租。

三、土地价格

土地价格=地租/利息率，土地价格是地租收入的资本化。

第三节

课堂讨论：

1. 如何解释当代资本主义农业有机构成提高情况下的绝对地租？

2. 土地私有化的后果是什么？

思考题：

1. 为什么说生产价格的形成并没有否定价值规律？
2. 如何理解平均利润率下降趋势的规律？
3. 试述平均利润和生产价格规律的作用以及对我国市场经济的发展有什么现实意义？
4. 现代股份制到底是姓“私”还是姓“公”？
5. 级差地租产生的原因、条件和源泉是什么？
6. 绝对地租产生的原因、条件和源泉是什么？
7. 为什么资本主义社会土地价格又上升趋势？

参考书目：

1. 迈克尔·佩罗曼著，《资本主义的诞生——对古典政治经济学的一种诠释》，广西师范大学出版社2001年9月版
2. [苏] 卢森贝著：《〈资本论〉注释》（1-3册），三联书店出版1963
3. 卫兴华、顾学荣主编：《政治经济学原理（全国自考经管类用）》，经济科学出版社 1993
4. 蒋学模主编：《政治经济教材》（第七版），上海人民出版社1993. 5
5. 谈世中：《发展中国家经济发展的理论和实践》

第 17 讲

第七篇 各种收入及其源泉

教学目的和要求：批判三位一体的公式和斯密教条；知道阶级和阶层的分部；了解资本主义的分配关系和生产关系以及资本主义生产的特征。

课时分配：3课时

本篇结束宏伟的经济研究，但是遗憾的是本篇没有完成。

第一节

第四十八章 三位一体的公式

I

【以下三个片断，分散在第6篇的手稿的不同地方。——弗恩】

资本-利润(企业主收入加上利息)，土地-地租，劳动-工资，这就是把社会生产过程的一切秘密都包括在内的三位一体的公式。

庸俗经济学所做的事情，实际上不过是对于局限在资产阶级生产关系中的生产当事人的观念，教条式地加以解释、系统化和辩护。因此，毫不奇怪，庸俗经济学对于各种经济关系的异化的表现形式感到很自在，——在这种形式下，各种经济关系乍一看来都是荒谬的，完全矛盾的；如果事物的表现形式和事物的本质会直接合而为一，一切科学就都成为多余的了。而且各种经济关系的内部联系越是隐蔽，这些关系对庸俗经济学来说就越显得是不言自明的(虽然对普通人来说，这些关系是很熟悉的)。

庸俗经济学丝毫没有想到，它作为出发点的这个三位一体：土地-地租，资本-利息，劳动-工资或劳动价格，是三个显然不可能综合在一起的部分。

首先，没有价值的使用价值土地和交换价值地租，让两个不能通约的量互相保持一定比例。

资本-利息。如果说一个价值是比它的所值更大的价值，显然是无稽之谈。正是由于这个缘故，庸俗经济学家宁愿用资本-利息这个公式，而不用资本-利润这个公式，因为前一个公式具有一种神秘性质，即一个价值和它自身并不相等；而后一个公式却和现实的资本关系较为接近。即一方是使用价值，是物，另一方是一定的社会生产关系，是剩余价值。对庸俗经济学家来说，只要他达到了这种不能通约的关系，一切就都清楚了，他就不感到还有进一步深思的必要了。因为，他正好达到了资产阶级观念上的“合理”了。

最后，劳动-工资，劳动的价格，象我们在第一卷中所证明过的那样，这种说法显然是和价值

的概念相矛盾的。

第二节

第四十九章 关于生产过程的分析

本章考察了总和的生产过程，并且批判了斯密教条。

马克思按照自己的再生产理论，揭示出总产品（ $C+V+M$ ），总收入（ $V+M$ ）和纯收入（ M ）的关系。

所有这些范畴都被庸俗经济学混淆在一起，斯密教条（商品价值完全分解为工资、利润和地租）被庸俗经济学表述为总产品由总收入即商品价值（工资、利润和地租）构成。

第五十章 竞争的假相

马克思批判了斯密教条。详细论证了斯密所发挥的论题的虚伪性：如果代表新被综合起来的劳动的商品价值分解为三个部分，这三个部分形成收入的三种形式，那么，这三种形式被认为价值的组成部分就似乎是正确的了。

第三节

第五十一章 分配关系和生产关系

分配关系本质上和生产关系是同一的，是生产关系的反面，所以二者都具有同样的历史的暂时的性质。

资本主义生产方式一开始就有两个特征：

第一，它生产的产品是商品。使它和其他生产方式相区别的，不在于生产商品，而在于，成为商品是它的产品的占统治地位的、决定的性质。这首先意味着，工人自己也只是表现为商品的出售者，因而表现为自由的雇佣工人，这样，劳动就表现为雇佣劳动。

资本主义生产方式的第二个特征是，剩余价值的生产是生产的直接目的和决定动机。资本本质上是生产资本的，但只有生产剩余价值，它才生产资本。

第五十二章 阶级

在英国，现代社会的经济结构无疑已经有了最高度的、最典型的发展。单纯劳动力的所有者、资本的所有者和土地的所有者，——他们各自的收入源泉是工资、利润和地租，——也就是说，雇佣工人、资本家和土地所有者，形成建立在资本主义生产方式基础上的现代社会的三大阶级。

马克思说：“首先要解答的一个问题是：什么事情形成阶级？这个问题自然会由另外一个问题的解答而得到解答：什么事情使雇佣工人、资本家、土地所有者成为社会三大阶级？”

{手稿到此中断。}

马克思说：“我的新贡献就是证明了下列几点：（1）阶级的存在仅仅同生产发展的一定历史阶段相联系；（2）阶级斗争必然要导致无产阶级专政；（3）这个专政不过是达到消灭一切阶级和进入无阶级社会的过渡。”《马克思致约·魏德迈》（一八五二年三月五日）

关于什么是阶级的问题，列宁曾经作过精辟的论述。“所谓阶级，就是这样一些大的集团，这些集团在历史上一定社会生产体系中所处的地位不同，对生产资料的关系（这种关系大部分是在法律上明文规定）的不同，在社会劳动组织中所起的作用不同，因而领得自己所支配的那份社会财富的方式和多寡也不同。”“所谓阶级，就是这样一些集团，由于它们在一定社会经济结构中所处的地位不同，其中一个集团能够占有另一个集团的劳动。”[列宁：《伟大的创举》，《列宁选举》第4卷，人民出版社1995年版，第10页。]列宁的这个定义全面地说明了阶级的实质。

阶层通常是指阶级内部的不同层次或组成部分，有时也特指阶级归属尚不明朗，或居于两个阶级中间具有暂时性和过渡性特点的社会集团。社会群体一般是指不具备特定的阶级或阶层属性，但具有某一经济的、社会的、政治或文化的以至自然或生理上的共同特征的人群，它可以主要存在于某一阶级、阶层之内，但更多的是跨阶级、阶层的；有时也指某个阶级或阶层的具体组成部分。

历史唯物主义认为，阶级和阶层作为一种社会现象，是与社会生产力发展的一定历史阶段相联系的。人们对生产资料占有关系的不同，是阶级产生的经济根源和阶级存在的经济基础，也是阶级划分和阶层区分的决定性依据和标准。马克思主义的阶级阶层分析与非马克思主义阶级阶层分析的本质区别在于，后者从根本上否认阶级社会中的生产关系（特别是所有制关系）是阶级和阶层差别存在的社会根源和决定性因素，马克思主义的阶级分析是用阶级和阶级斗争的观点研究阶级产生以来的社会历史发展、观察社会政治现象的基本理论和方法，阶层分析则是在阶级分析的基础上对各阶级内部和各阶级之间的阶层状况、阶层差异和阶层关系展开的进一步具体分析。

《资本论》第三卷增补

弗里德里希·恩格斯

I. 价值规律和利润率

《资本论》第三卷自从交给公众评判以来，已经遇到许多错误的解释。

一是关于《资本论》第一卷和第三卷之间有矛盾，第三卷放弃了第一卷的结论。

二是价值范畴不是作为资本主义现实的范畴，而是作为纯粹“逻辑的过程”、纯粹理论体系来阐述的。这个问题与《资本论》第一卷和第三卷之间、价值和生产价格之间的实际的相互联系有关。

恩格斯驳斥了这些错误，认为《资本论》第一卷和第三卷之间没有矛盾。

II. 交易所

恩格斯在晚年研究资本主义的时候，已经敏锐的洞察到资本主义经济中的一些新现象。比如股份公司、托拉斯的发展，交易所和银行在工业中，在资本输出中，在殖民地瓜分中日益增长的作用。

交易所在整个资本主义生产中的作用大大增加了。这种变化在其进一步的发展中还有一种趋势，要把包括工业生产和农业生产在内的全部生产，包括交通工具和交换职能在内的全部流通，都集中在交易所经纪人手里，这样，交易所就成为资本主义生产本身的最突出的代表。

课堂讨论：

资本主义生产方式的特征是什么？

什么是阶级？阶层？

思考题：

1. 资本主义生产的拜物教性质
2. 资本主义生产方式的两个特征是什么？

参考书目：

1. 《马克思致约·魏德迈》（一八五二年三月五日）
2. 列宁：《伟大的创举》，《列宁选集》第4卷，人民出版社1995年版。
3. 曼德尔：《论马克思主义经济学》
4. 大卫科兹：《来自上层的革命——苏联体制的终结》

第 18 讲

随堂考试