公司高管必备管理工具箱

总经理不可不知的845个管理知识

GENERAL MANAGER
MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE

派得管理咨询机构◎汇编　谢玉清　张　进◎主编

只有不断掌握新的管理知识，不断追求成长的管理者，才不会被残酷的竞争挤出门外。

——杰克·韦尔奇

中国商业出版社

一个卓越的企业管理者
应当掌握这18类实用的管理知识

- ○ 企业设立类知识
- ● 组织战略类管理知识
- ○ 财务管理知识
- ● 营销管理知识
- ○ 人力资源管理知识
- ● 生产管理知识
- ○ 质量管理知识
- ● 物流管理知识
- ○ 税务法律知识
- ● 商标法律知识
- ○ 专利法律知识
- ● 消费者权益法律知识
- ○ 公平交易法律知识
- ● 保险知识
- ○ 证券知识
- ● 合同法律知识
- ○ 民事诉讼法律知识
- ● 刑事诉讼法律知识

ISBN 978-7-5044-6422-4

9 787504 464224

定价：68.00 元

公司高管必备管理工具箱

总经理不可不知的845个管理知识

GENERAL MANAGER
MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE

派得管理咨询机构◎汇编　谢玉清　张　进◎主编

图书在版编目(CIP)数据

总经理不可不知的845个管理知识/谢玉清,张进主编.
—北京:中国商业出版社,2009.5
ISBN 978-7-5044-6422-4

Ⅰ.总… Ⅱ.①谢…②张… Ⅲ.企业管理—组织管理学
Ⅳ.F272.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第044485号

责任编辑 常 勇

*

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所

三河市佳星印装有限公司

* * * * *

787×1092毫米 1/16 33.25印张 612千字

2009年5月第1版 2009年5月第1次印刷

定价:68.00元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

版权所有 翻印必究

目 ◎ 录

1 企业设立类知识

1. 企业登记注册主要分为哪几个步骤？/2
2. 什么是企业名称？登记注册时对企业名称有什么要求？应该注意哪些事项？/2
3. 什么是法人？什么是法定代表人？/3
4. 法定代表人与法人之间是什么关系？/3
5. 什么是企业法人？有哪些主要特征？企业法人有哪些？/3
6. 企业法定代表人应具备什么条件？哪些人员不能担任企业法定代表人？/4
7. 什么是企业法人的责任能力？/4
8. 企业法人在法律上独立资格的意义是什么？/5
9. 企业法人申请登记注册应具备哪些条件？/5
10. 企业法人申请登记注册应提交哪些文件？/5
11. 企业经登记注册后是否都具有民事主体资格？/6
12. 什么是独立承担民事责任？/6
13. 什么是企业法人住所、经营场所？为什么要把它们作为主要登记注册事项？/6
14. 企业在什么情况下应当办理变更登记？/7
15. 企业法人办理变更登记应提交哪些文件、证件？/7
16. 企业在什么情况下应当办理注销登记？/7
17. 企业在办理注销登记手续时应提交哪些文件？/8
18. 什么是企业年度检验制度？其意义是什么？/8
19. 企业年检的主要内容和基本程序有哪些？/8
20. 如何划分企业类型？/8
21. 什么是公司？公司的法律特征有哪些？公司有哪些类型？/9
22. 什么是现代企业制度？其基本特征有哪些？/10
23. 什么是有限责任公司？设立有限责任公司应具备哪些条件？/10
24. 申请设立股份有限公司应当向公司登记机关提交哪些文件？/11
25. 非公司企业法人设立登记应提交哪些文件？/11
26. 有限责任公司的组织机构及其作用是什么？/12
27. 股份有限公司的组织机构及其作用是什么？/12
28. 什么是股份有限公司？设立股份有限公司应具备哪些条件？/14

29. 有限责任公司和股份有限公司有哪些相同点？/15
30. 有限责任公司和股份有限公司有哪些不同点？/15
31. 什么是国有独资公司？/16
32. 如何设立国有独资公司？/16
33. 什么是外商投资企业？/16
34. 外商投资企业出资期限是如何规定的？/16
35. 设立外商投资企业需要哪些审批程序？/17
36. 私营企业设立登记的一般程序是什么？/17
37. 私营企业的组织形式有哪几种？/18
38. 什么是期货经纪公司？期货经纪公司应当具备哪些条件？设立期货经纪公司如何登记注册？/18
39. 什么是合伙企业？设立合伙企业应具备哪些条件？/19
40. 合伙人出资的形式有哪些？/19
41. 如何签订合伙协议？/19
42. 什么是公司章程？公司章程有什么作用？怎样制定公司章程？/20
43. 什么是注册资本？什么是注册资金？二者有什么区别？/20
44.《公司法》对有限责任公司的注册资本是如何规定的？/21
45.《公司法》对股份有限公司注册资本是如何规定的？/21
46. 国家对其他各类型企业的注册资本有什么要求？/21
47. 有限责任公司股东和股份有限公司发起人怎样缴纳出资？/22
48. 有限责任公司股东和股份有限公司发起人出资必须符合什么条件？/22
49. 什么是出资证明书？出资证明书具有哪些特征？/23
50. 出资证明书应包括哪些内容？/23
51. 什么是企业的经营范围？/24
52.《公司法》对企业的经营范围是如何规定的？/24
53. 违反公司法的法律责任是什么？/24
54. 什么是验资证明？/25
55. 企业如何办理验资手续及所需的材料是什么？/26

2 组织战略类管理知识

56. 什么是企业战略？/28
57. 企业战略具有哪些特征？/29
58. 企业战略管理的重要意义是什么？/29
59. 企业战略的构成要素有哪些？/29
60. 企业战略的层次如何划分？/30
61. 战略管理过程分为哪几个环节？/30
62. 企业战略管理分为哪几个阶段？/31

63. 现代企业战略策略的运用应该遵循什么原则？/31
64. 现代企业的经营使命必须具备哪些特点？/32
65. 现代企业的战略管理职责是如何划分的？/32
66. 现代企业制定战略的方式有哪些？/32
67. 现代企业为什么要进行环境分析？/33
68. 现代企业外部环境分析包括哪些要素？/33
69. 现代企业宏观环境分析包括哪些方面？/34
70. 现代企业内部环境分析包括哪些要素？/34
71. 企业微观环境分析包括哪些方面？/35
72. 企业内部要素分析的方法有哪些？/36
73. 什么是 SWOT 法？/36
74. 什么是企业战略目标，企业战略目标有哪些作用？/36
75. 企业战略目标应该具备哪些要求？/37
76. 什么是稳定型增长战略？稳定型增长战略有什么优(缺)点？/37
77. 什么是发展型发展战略？发展型发展战略的特征是什么？/37
78. 什么是紧缩型发展战略？紧缩型发展战略的特征是什么？紧缩型发展战略有哪几种基本形式？/38
79. 什么是外向型经营战略？外向型经营战略有哪些形式？/38
80. 企业实施 CS 战略应该注意哪些方面？/39
81. 战略选择需要考虑哪些要素？/39
82. 什么是企业的战略资源？/40
83. 什么是企业战略资源的分配？企业战略资源应如何分配？/41
84. 什么是战略控制？影响战略控制的因素有哪些？/41
85. 战略控制的目的和任务是什么？/41
86. 现代企业战略控制的特征是什么？/42
87. 现代企业战略控制的基本原则有哪些？/42
88. 战略控制的主要类型有哪些？/42
89. 什么是竞争战略？/43
90. 什么是市场营销战略？/43
91. 如何制定市场营销战略流程？/43

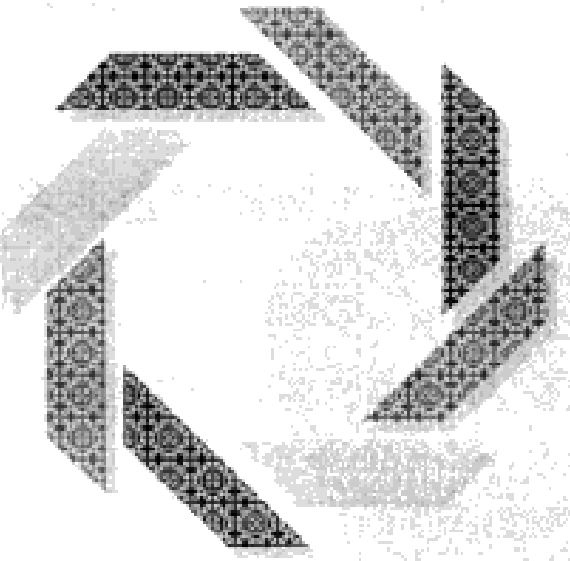
3 财务管理知识

92. 什么是企业财务管理？/46
93. 财务管理的基本内容包括哪些方面？/46
94. 财务管理的目标体现在哪些方面？/47
95. 财务管理有哪些环节？/47
96. 现代企业财务管理制度化有什么重要意义？/48
97. 会计的定义是什么？/48

98. 会计有哪些基本职能？/49
99. 会计是如何分类的？/49
100. 财务会计与管理会计有什么联系与区别？/50
101. 会计核算应该遵循哪些原则？/50
102. 什么是会计科目？规定会计科目对现代企业有什么重要意义？/51
103. 会计科目是如何分类的？/51
104. 规定会计核算程序和方法有什么重要意义？规定会计核算程序和方法主要包括哪些环节？/51
105. 什么是财务分析？/53
106. 财务分析的基础是什么？/53
107. 财务分析的基本方法有哪些？/53
108. 财务分析有哪些种类？/54
109. 财务分析有哪些方法？/54
110. 企业财务分析的意义是什么？/55
111. 财务分析与财务会计的关系如何？/55
112. 财务分析与财务管理的主要区别是什么？/55
113. 什么是财务分析报告？如何撰写财务分析报告？/56
114. 什么是审计报告？如何撰写审计报告？/59
115. 什么是资产负债表？/62
116. 资产负债表的作用是什么？/62
117. 资产负债表的结构是怎样的？/63
118. 什么是损益表？/65
119. 损益表的作用有哪些？/65
120. 损益表的基本格式是什么？/66
121. 什么是现金？什么是现金流量？/68
122. 现金流量表有什么作用？/68
123. 怎样读现金流量表？/69
124. 现金管理的目的是什么？有哪些内容？/70
125. 收入的含义及特征是什么？/70
126. 什么是企业的营业收入？/71
127. 什么是流动资产？其特点是什么？/71
128. 什么是投资？什么是企业投资策略？现代企业投资的重要意义是什么？/71
129. 企业投资评价的准则是什么？/72
130. 影响企业投资规模的主要因素有哪些？/73
131. 如何对企业投资进行分类？/74
132. 加强企业的财务管理应从哪些方面着手？/74
133. 财务管理环境的主要内容是什么？/75
134. 什么是财务困境？/75
135. 高科技企业的财务管理有哪些新特点？/76

1

企业设立类知识



1. 企业登记注册主要分为哪几个步骤?

现代企业登记注册主要包括两种具体程序:

其一,公司进行的申请登记注册程序。

其二,公司登记主管机关对公司进行的核准登记注册程序。

法律、行政法规对设立公司规定必须报经审批的,在公司登记前应依法办理审批手续;公司的经营范围中属于法律、行政法规限制的,应当依法经过批准。因此,公司登记注册程序有时包括第三种程序,即设立审批程序或审批程序。

公司申请登记程序是指公司向登记机关申请登记的程序。根据《公司登记管理条例》规定,公司申请登记分为设立登记、变更登记和注销登记三种,登记程序也相应地分为三种。

公司登记机关核准登记程序是指公司登记申请人向公司登记机关提交登记申请,公司登记机关受理申请、审核公司登记文件、直至核准或者驳回申请,核发、换发或者收缴营业执照的工作过程。

2. 什么是企业名称?登记注册时对企业名称有什么要求?应该注意哪些事项?

企业名称即企业的名字、字号,是企业区别于其他企业或其他社会组织、被社会识别的标志。

登记注册时对企业名称的要求是:

(1)企业名称应由以下部分组成:字号(商号)、所属行业(或者经营特点)、组织形式。企业名称前应冠以所在地行政区划名称,在冠用的行政区划范围内享有专用权,同行业企业的名称不得混同。

(2)企业只准使用一个名称,企业名称由登记主管机关核定,未经核准登记的名称不准使用;企业公章、银行账户所使用的名称应与核准登记的名称相符。

(3)企业不得使用下列名称:对国家社会或者公共利益有损害的名称;外国国家(地区)名称;国际组织名称;以外国文字或汉语拼音字母组成的名称;以数字组成的名称。

企业注册企业名称时应该注意,一般不得冠以党政机关、军队和社会团体的名称,不得使用其他法人已经注册的著名的商标名称。外商投资企业名称可不冠以行政区划名称,在全国范围内,同行业企业的名称不得混同。外商投资企业可有与中文名称相一致的

外文名称。

3. 什么是法人？什么是法定代表人？

法人是具有民事权利能力和民事行为能力，依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。法人的民事权利能力和民事行为能力，始于法人成立，终于法人终止。法人作为民事法律关系的主体，是与公民（自然人）相对应的，是依法成立的社会组织，是社会组织在法律上的人格化。

法人应当具备以下条件：(1)依法成立；(2)有一定的财产或经费；(3)有自己的名称、组织机构和场所；(4)能够独立承担民事责任。

根据我国法律、法规的有关规定，具备企业法人条件的企业，经国家授权的审批机关或主管部门审批和登记主管机关核准登记注册，其代表法人行使职权的主要负责人是企业法人的法定代表人。企业法人法定代表人的产生方式主要有任命、委派、选举、招聘及其他合法方式。非公司企业的法定代表人是依企业章程确立的厂长、经理、总经理、管理委员会主任等；公司企业的法定代表人为公司董事长。法定代表人应在国家法律、法规以及企业章程规定的职权范围内行使职权、履行义务，代表企业法人参加民事活动，对企业的生产经营和管理全面负责，并接受企业全体成员和有关机关的监督。法定代表人在企业法人权利和能力范围内的行为后果，直接由法人承担。企业法人有违法行为时，依照法律、法规的有关规定，除法人承担责任外，对法定代表人可以给予行政处分、罚款，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

法定代表人的签字应向登记主管机关备案。法定代表人签署的文件或加盖企业法人公章的文件均是代表企业法人的法律文书。企业法人的法定代表人一般不得同时兼任另一企业的法定代表人。因特殊需要兼任的，只能在隶属关系或投资关系的企业兼任，并由企业主管部门或登记机关从严审核。

4. 法定代表人与法人之间是什么关系？

法定代表人代表企业法人的利益，按照法人的意志行使法人权利。法定代表人在企业内部负责组织和领导生产经营活动；对外代表企业，全权处理一切民事活动。法定代表人的权力，是由法人赋予的，法人对法定代表人的正常活动承担民事责任。但是，法是代表人的行为超出法人授予的权利范围，法人就可能为其承担责任。

5. 什么是企业法人？有哪些主要特征？企业法人有哪些？

所谓企业法人，是指具有符合国家法律规定的资金数额、企业名称、组织章程、组织机构、住所等法定条件，并且能够独立承担民事责任，经主管机关核准登记取得法人资格的社会经济组织。

企业法人具有的特征主要表现在：具备企业法人的法定条件，经核准登记成立；是从事营利性生产经营活动的经济组织；独立承担民事责任。

我国的企业法人包括：全民所有制企业、集体所有制企业、内资有限责任公司、股份有限公司，以及在中华人民共和国领域内设立的中外合资经营企业、具有法人资格的中外合作经营企业和外资企业。

全民所有制企业法人以国家授予其经营管理的财产承担民事责任；集体所有制企业法人以及公司以企业所有的财产承担民事责任；中外合资经营企业法人、中外合作经营企业法人和外资企业法人以企业所有的财产承担民事责任。

6. 企业法定代表人应具备什么条件？哪些人员不能担任企业法定代表人？

一般来说，企业法定代表人须具备以下条件：

(1)有企业所在地正式户口或临时户口；

(2)具有完全民事行为能力；

(3)能够从事企业的生产经营活动；

(4)具有管理企业的能力和有关的专业知识；

(5)产生的程序符合国家法律和企业章程的规定；

(6)符合其他有关规定的条件。

凡有下列情形之一的人员(除国家另有规定外)，不得担任企业法人的法定代表人：

(1)因经营不善被依法撤销或宣告破产的企业的负有主要责任的法定代表人，自核准注销登记之日起未满3年的；

(2)刑满释放、假释或缓刑考验期满和解除劳教人员，自刑满释放、考验期满或解除劳教之日起未满3年的；

(3)因违法经营被吊销营业执照的企业原法定代表人，自决定吊销营业执照之日起未满3年的；

(4)因从事违法活动被司法机关立案调查、尚未结案的；

(5)各级机关(包括党的机关、国家权力机关、行政机关、审判机关、检察机关)在职干部和军队现役在职军人；

(6)国家法律、法规和政策规定不能担任企业领导职务的。

7. 什么是企业法人的责任能力？

企业法人责任能力是法人行为能力的一种特殊表现形式，主要指企业法人在自己的权利范围内，对自己违法行为承担民事责任的能力。法人承担民事责任，主要是由法人违反合同行为或侵权行为产生的。违反合同行为承担民事责任的主要形式是：继续履行，增添补救措施，偿付违约金，赔偿损失。侵权行为承担民事责任的主要形式是：返还被侵害

人的财产，赔偿被侵害人的医疗费和误工补贴，为被侵害人的姓名、肖像、名誉、荣誉权恢复名誉，消除影响、停止侵害，为被侵害的知识产权赔偿损失并消除影响、停止侵害等等。企业法人以偿债为目的处分自己的财产，必须与其对所属财产实际处分相适应。我国的法人制度确立了有限责任原则，即法人在承担财产责任时以其现有的独立财产为限，而不应涉及我国其他法人成员的财产。《企业破产法》的制定与实施，使企业法人在资不抵债时，有明确的财产责任承担范围。

8. 企业法人在法律上独立资格的意义是什么?

企业法人的独立资格，意义在于：其一是独立于自己的主管部门，企业和主管部门之间是两个完全平等的主体，不是隶属关系，双方只能按照等价、有偿、自愿、互利的原则形成民事法律关系；其二是独立于企业成员，即企业法人与组成企业法人的成员互相分离，各自以自己的名义独立参与民事活动，享受权利和承担义务；其三是独立的财产权利，从而使企业法人能独立的享有民事权利和承担民事义务；其四是独立的财产责任，即企业法人的民事责任以企业自有的财产独立承担，同组成企业法人的成员的财产无关。

9. 企业法人申请登记注册应具备哪些条件?

申请企业法人登记，应当具备下列条件(外商投资企业另列)：

(1)有符合规定的名称和章程；

(2)有国家授予的企业经营管理的财产或者企业所有的财产，并能够以其财产独立承担民事责任；

(3)有与生产经营规模相适应的经营管理机构、财务核算机构、劳动组织以及法律或者章程规定必须建立的其他机构；

(4)有必要的并与经营范围相适应的经营场所和设施；

(5)有与生产经营规模和业务相适应的从业人员，其中专职人员不得少于 8 人；

(6)有健全的财会制度，能够实行独立核算、自负盈亏，独立编制资金平衡表或者资产负债表；

(7)有符合规定数额并与商品经营范围相适应的注册资金；

(8)有符合国家法律、法规和政策规定的经营范围；

(9)法律、法规规定的其他条件。

10. 企业法人申请登记注册应提交哪些文件?

申请企业法人开业登记，应当提交下列文件、证件：

(1)组建负责人签署的登记申请书；

(2)主管部门或者审批机关的批准文件；

(3)组织章程;
(4)资金信用证明、验资证明或者资金担保;
(5)企业主要负责人的身份证明;
(6)住所和经营场所使用证明;
(7)其他有关文件、证件。

11. 企业经登记注册后是否都具有民事主体资格?

企业经登记注册取得企业法人资格或合法经营权后,并不都具有民事主体资格。

具体地说,企业法人登记是国家在法律上确认企业法人民事主体资格的必经法定程序,是国家赋予企业法人权利能力及行为能力的法律认可,企业法人登记注册后,才具有民事主体资格,依法从事经营活动,确立与其他经营主体的法律关系,其合法权益受法律保护,并接受登记主管机关的监督管理。有一些非法人企业虽经登记注册取得了营业执照,拥有了合法经营权,但它本身并不具有民事主体资格,其民事责任应由它的主管法人承担。

12. 什么是独立承担民事责任?

独立承担民事责任,即以企业法人自己所拥有的财产承担它在民事活动中的债务,以及法定代表人或企业的其他人员在法定代表人委托下所进行的民事活动中给他人造成损害的赔偿责任。"独立"的含义,即任何法人的债务只能由它自己承担,国家、投资者和法人组织内部的成员不对法人的债务负责,因而,企业法人必须拥有必要的财产作为保证。

13. 什么是企业法人住所、经营场所?为什么要把它们作为主要登记注册事项?

企业法人住所是企业主要办事机构所在地,是企业法定的注册地。企业法人只能拥有一个登记注册的住所。因为企业法人是具有民事权利能力和民事行为能力的"人",所以也必须有住所。经营场所是指企业法人主要业务活动、经营活动的处所。企业法人住所和经营场所的法律意义是不同的,但实际工作中,企业法人住所和经营场所往往是同一地点。

企业法人住所和经营场所是构成企业法人的基本条件,也是企业法人进行民事活动不可缺少的条件,没有住所和经营场所的企业是不允许存在的。企业只有有固定住所才能使经济往来、业务活动正常进行。企业法人住所是企业法人承担民事责任的前提条件。一旦发生经济和法律责任时,如无固定住所,就可能找不到企业在什么地方,企业也就无法承担经济责任和法律责任。这不但损害第三者的利益,而且给经济秩序和监督管理工

作造成混乱。企业住所也是确定登记主管机关和司法机关管辖的依据及企业开展诉讼的需要。经营场所是企业进行生产、经营、服务的基本条件，厂房、店堂的大小是确定企业经营规模的依据之一。所以必须把住所和经营场所作为企业法人的主要登记事项。

14. 企业在什么情况下应当办理变更登记?

《中华人民共和国企业法人登记管理条例》第十七条规定：企业法人改变名称、住所、经营场所、法定代表人、经济性质、经营范围、经营方式、注册资金、经营期限，以及增设或者撤销分支机构，应当申请办理变更登记。企业法人实有资金比原注册资金数额增加或者减少超过2%时，应持资金信用证明或者验资证明，向原登记主管机关申请变更登记。登记主管机关在核准企业法人减少注册资金的申请时，应重新审核经营范围和经营方式。企业法人在异地（跨原登记主管机关管辖地）增设或者撤销分支机构，应向原登记主管机关申请变更登记。经核准后，向分支机构所在地的登记主管机关申请开业登记或者注销登记。企业法人在国外开办企业或增设分支机构，应向原登记主管机关备案。因分立或者合并而保留的企业应当申请变更登记；因分立或者合并而新办的企业应当申请开业登记；因合并而终止的企业应当申请注销登记。企业法人迁移（跨原登记主管机关管辖地），应向原登记主管机关申请办理迁移手续。原登记主管机关根据新址所在地登记主管机关同意迁入的意见，收缴《企业法人营业执照》或者《中华人民共和国企业法人营业执照》，撤销注册号，开出迁移证明，并将企业档案迁移。

15. 企业法人办理变更登记应提交哪些文件、证件?

企业法人申请变更登记时，应提交下列文件、证件：

（1）法定代表人签署的变更登记申请书；

（2）原主管部门审查同意的文件；

（3）其他有关文件、证件。

外商投资企业改变登记注册事项，应当申请变更登记。申请变更登记时，应提交下列文件、证件：

（1）董事长签署的变更登记申请书；

（2）董事会的决议；

（3）原审批机关的批准文件（变更董事长、副董事长、总经理、副总经理除外）。

16. 企业在什么情况下应当办理注销登记?

《中华人民共和国企业法人登记管理条例》第二十条规定，企业法人歇业，被撤销、宣告破产或者因其他原因终止营业，应当向登记主管机关办理注销登记。

17. 企业在办理注销登记手续时应提交哪些文件?

企业申请注销登记时,应提交下列文件、证件:

(1)法定代表人签署的注销登记申请书;

(2)主管部门审查同意的文件;

(3)主管部门或者清算组织出具的负责清理债权债务的文件或者清理债务完结的证明。

外商投资企业撤销其分支机构和办事机构,应当申请注销登记,并提交下列文件、证件:

(1)隶属企业董事长签署的注销登记申请书;

(2)隶属企业董事会的决议。

18. 什么是企业年度检验制度?其意义是什么?

企业年度检验,是指工商行政管理机关依法按年度对企业进行检查,确认企业继续经营资格的法定制度。当年设立登记的企业,自下一年起参加年检。

企业年度检验制度的重要意义在于:加强对企业的监督管理,保护企业的合法权益,完善企业法人制度,规范各类市场主体的经营行为,促进市场经济的健康发展。

19. 企业年检的主要内容和基本程序有哪些?

企业年检的主要内容包括以下几点:

(1)企业登记事项执行和变动情况;

(2)股东或者出资人出资或提供合作条件的情况;

(3)企业对外投资情况;

(4)企业设立分支机构情况;

(5)企业生产经营情况。

企业年检的基本程序主要包括:

(1)企业申领、报送年检报告书和其他有关材料;

(2)登记主管机关受理审检年检材料;

(3)企业交纳年检费;

(4)登记主管机关加贴年检标识和加盖年检戳记;

(5)登记主管机关发还企业营业执照。

20. 如何划分企业类型?

企业类型是根据一定标准对企业进行划分的种类。根据划分标准的不同,企业类型

也不同。

目前我国企业主要有以下几种划分标准：

(1)按企业组织形式划分，分为公司企业和非公司企业。其中公司又分为有限责任公司和股份有限公司；有限责任公司中包含国有独资公司；股份有限公司分为上市公司和非上市公司。

(2)按企业所有制性质划分，分为全民所有制企业、集体所有制企业、外商投资企业和私营企业。

(3)按企业在社会再生产过程中的不同职能划分，可分为工业企业、交通运输企业、建筑企业、商业贸易企业、金融企业、科技咨询企业等。

(4)按企业隶属关系划分，分为中央所属企业，省属企业，市、县、乡属企业等。

(5)按企业规模划分，分为大型企业、中型企业和小型企业等。

目前，在公司登记注册过程中，企业类型的划分主要是按资本构成和责任形式、组织形式划分的；非公司企业登记过程中主要是按经济性质划分的。

21. 什么是公司？公司的法律特征有哪些？公司有哪些类型？

公司是指依法定程序设立的、以营利为目的的企业法人。

公司具有以下法律特征：首先，公司是企业；公司的本质属性是企业，即是从事生产、流通、服务等经济活动，以营利为目的的独立的经济组织。企业的法律形态可分为独资企业、合伙企业、公司企业等，公司是企业的一种组织形式。其次，公司是企业法人。我国的法人可分为企业法人、机关事业单位法人和社会团体法人三种。我国的公司必须符合我国法律所规定的企业法人条件。再次，公司是依公司法设立的企业法人。凡是公司，均应依公司法设立。这是它与其他企业法人的不同之处。

根据不同的标准，公司有以下五种不同的分类：

(1)根据股东对公司债务所负责任的不同，公司分为无限公司、有限公司、两合公司、股份公司和股份两合公司。无限公司是指全体股东对公司债务负连带无限责任的公司；有限公司又称有限责任公司，是指每个股东以其所认缴的出资额对公司承担有限责任的公司；两合公司是指同一公司中存在着两种不同的股东，一部分股东对公司债务负无限责任，另一部分股东对公司债务负有限责任，即由无限责任股东与有限责任股东共同出资设立的公司；股份公司又叫股份有限公司，是由一定人数的股东发起设立的，其全部资本分为等额股份，股东以其所持股份为限对公司承担责任的公司；股份两合公司是指由无限责任股东和有限责任股东共同出资设立的公司。

(2)根据公司信用基础的不同，公司分为人合公司、资合公司和人资兼合公司。人合公司是指公司开展生产经营活动，获得社会信任的基础不是该公司本身的财产及其他状况，而是股东个人的信誉；资合公司是指公司的经营活动着重于公司资本数额或规模，其信用基础是公司的资本，与股东个人的信誉无直接联系；人资兼合公司是兼有人合公司和资合公司性质的公司。其公司的信用基础既依赖于股东个人的信誉，又依赖于公司的资本或规模。

(3)根据--个公司对另一个公司的控制与依附关系,公司分为母公司和子公司。母公司是指拥有另一个公司一定比例以上的股份并直接掌握其经营的公司;子公司是指其资本受他公司控制的公司。子公司具有独立的法人资格。

(4)以组织系统为标准,公司分为总公司和分公司。①总公司又称本公司,是管辖全部公司组织的总机构,具有独立的企业法人资格,能够以自己的名义直接从事各种业务活动;②分公司是本公司所管辖的分支机构或相对独立的经营单位,须服从本公司的指挥和管理,没有独立的企业法人资格。

(5)根据公司国籍的不同,公司可分为:①本国公司是指依据本国法律,在本国批准登记设立的公司;②外国公司是指依据外国法律设立、登记的公司;③跨国公司又称多国公司,指在一国设有总公司,并在其他国家或地区设有分支机构、子公司或合资企业的公司。

22. 什么是现代企业制度?其基本特征有哪些?

现代企业制度是指适应社会主义市场经济要求,以规范、完善的企业法人制度为主体,以有限责任制度为核心的新型企业制度。

现代企业制度的基本特征是:

(1)产权明晰。企业中国有资产股权的所有权属于国家,企业享有包括国家在内的投资者投资形成的全部法人财产权,成为享有民事权利、承担民事责任的法人实体。

(2)权责明确。企业以其全部法人财产,依法自主经营,自负盈亏,照章纳税,对投资者承担资产保值增值的责任;投资者按投入企业的资本额享有所有者权益(资产受益、重大决策和选择管理者等权利),并以此承担企业亏损的有限责任。

(3)讲求效益,自主经营。企业按市场需求组织生产经营,以提高劳动生产率和经济效益为目的,政府不直接干预企业的生产经营活动。

(4)管理科学。企业建立科学的企业领导体制和组织管理制度,合理调整投资者、经营者和企业职工之间的关系,形成激励和约束相结合的经营机制。

现代企业制度是商品经济发展到一定阶段的产物,它符合社会化大生产的特点,适应现代市场经济的需要。

23. 什么是有限责任公司?设立有限责任公司应具备哪些条件?

有限责任公司是指股东以其出资额为限对公司承担责任,公司以其全部资产对公司的债务承担责任的法人企业。

通常来说,设立有限责任公司应当具备下列条件:

(1)股东必须符合法定人数,即由二个以上五十个以下股东共同出资设立;

(2)股东出资必须达到法定资本最低限额;

(3)股东共同制定公司章程;

(4)有公司名称,建立符合有限责任公司要求的组织机构;

(5)有固定的生产经营场所和必要的生产经营条件。

24. 申请设立股份有限公司应当向公司登记机关提交哪些文件?

申请设立股份有限公司应当向公司司法机关提交的文件有:

(1)公司董事长签署的设立登记申请书;

(2)国务院授权部门或者省、自治区、直辖市人民政府的批准文件,募集设立的股份有限公司还应当提交国务院证券管理部门的批准文件;

(3)创立大会的会议记录;

(4)公司章程;

(5)筹办公司的财务审计报告;

(6)具有法定资格的验资机构出具的验资证明;

(7)发起人的法人资格证明或者自然人身份证明;

(8)载明公司董事、监事、经理姓名、住所的文件以及有关委派、选举或者聘用的证明;

(9)公司法定代表人任职文件和身份证明;

(10)企业名称预先核准通知书;

(11)公司住所证明。

25. 非公司企业法人设立登记应提交哪些文件?

通常来说,非公司企业法人设立登记应提交下列文件:

(1)《企业法人申请开业登记注册书》。

(2)组建负责人签署的开业登记申请书。

(3)主管部门的设立审批文件和涉及审批的行业归口管理部门、国家授权部门的审批文件。

(4)资金信用证明、验资证明(资金信用证明是财政部门证明全民所有制企业资金数额的文件。验资证明是会计师事务所或者审计事务所及其他具有验资资格的机构出具的证明资金真实性的文件,即通常所讲的验资报告)。

(5)经主管部门审查同意的组织章程。

(6)企业主要负责人的身份证明。包括主要负责人的任职文件、身份证复印件和向登记主管机关领取的《企业法定代表人任职证明》、《企业法定代表人履历表》、《企业法定代表人签字表》。

(7)住所和经营场所使用证明。具体包括《房屋产权登记证》或产权证明文件及房屋租赁协议。房屋租赁的期限须在一年以上。

(8)其他有关文件、证件。

26. 有限责任公司的组织机构及其作用是什么?

(1)股东大会:股份有限公司的股东大会由股东组成。

股东大会是公司的权力机构,依法可行使下列职权:①决定公司的经营方针和投资计划;②选举和更换由股东代表出任的监事,决定有关监事的报酬事项;③选举和更换董事,决定有关董事的报酬事项;④审议批准董事会的报告;⑤审议批准监事会的报告;⑥审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案;⑦审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案;⑧对公司增加或减少注册资本作出决议;⑨对发行公司债券作出决议;⑩对公司合并、分立、解散和结算等事项作出决议;⑪修改公司章程。

如有下列情形之一的,企业应当在两个月内召开临时股东大会:①董事会人数不足法定人数或公司章程所定人数的2/3时;②公司未弥补的亏损达股本总额1/3时;③持有公司股份10%以上的股东请求时;④董事会认为必要时;⑤监事会提议召开时。

(2)董事会:董事会对股东大会负责。

董事会可行使以下职权:①负责召集股东召开股东大会,并向股东大会报告工作;②执行股东大会的决议;③决定公司的经营计划和投资方案;④制定公司的年度财务预算方案、决算方案;⑤制定公司的利润分配方案或者弥补亏损方案;⑥制定公司增加或者减少注册资本的方案以及发行公司债券的方案;⑦拟定公司合并、分立、解散的方案;⑧决定公司内部管理机构的设置;⑨聘任或者解聘公司经理,根据经理的提名,聘任或者解聘公司副经理、财务主管人员等高级管理人员,决定其报酬事项;⑩制定公司的基本规章制度。

董事会成员为5~19人。董事由股东大会选举产生。董事会设董事长1人,副董事长1~2人。董事长、副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

(3)经理:股份有限公司设经理。经理一般由董事会聘任或者解聘,对董事会负责。

经理行使下列职权:①主持公司的日常经营管理工作,组织实施董事会决议;②组织实施公司年度经营计划和投资方案;③拟定公司内部管理机构设置方案;④制定公司的规章制度;⑤提请任免公司副经理、财务负责人;⑥经理列席董事会会议;⑦董事会授予的其他职权。

(4)监事会:股份有限公司设立监事会。监事会由股东代表和适当比例的公司职工代表组成,具体比例由公司章程规定。监事会的成员不得少于3人。监事会应在其组成人员中推选1名召集人。董事、经理及财务主管人员等高级管理人员不得兼任监事。监事的任期每届为3年,任期届满连选可以连任。

27. 股份有限公司的组织机构及其作用是什么?

股份有限公司的组织机构主要包括股东大会、董事会、经理和股份有限公司的监事会。

(1)股东大会

①股东大会的性质和职权:股份有限公司由全体股东组成股东大会。股东大会是公司的权力机构。

②股东大会的议事规则:股东大会应当每年召开一次年会。有下列情形之一的,应当在2个月内召开临时股东大会:董事人数不足《公司法》规定的人数或者公司章程所定人数的2/3时;公司未弥补的亏损达股本总额1/3时;持有公司股份10%以上的股东请求时;董事会议认为必要时;监事会提议召开时。股东大会会议由董事会依照《公司法》规定负责召集,由董事长主持。董事长因特殊原因不能履行职务时,由董事长指定的副董事长或其他董事主持。召开股东大会,应当将会议审议的事项于会议召开30日前通知各股东。股东出席股东大会,所持每一股份有一表决权。股东大会作出决议,必须经出席会议的股东所持表决权的半数以上通过。股东大会对公司合并、分立或者解散公司作出决议,必须经出席会议的股东所持表决权的2/3以上通过。修改公司章程必须经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。股东大会、董事会的决议违反法律、行政法规、侵犯股东合法权益时,股东有权向人民法院提起要求停止该违法行为和侵害行为的诉讼。

(2)董事会、经理

①董事会的性质和组成:股份有限公司的董事会为股东大会的执行机构,其成员为5至19人。董事会设董事长1人,可以设副董事长1至2人。董事长和副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事长为公司的法定代表人。

②董事会、董事长的职权及董事的任期。董事会对股东大会负责,行使的职权有:负责召集股东大会,并向股东大会报告工作;执行股东大会的决议;决定公司的经营计划和投资方案;制定公司的年度财务预算方案、决算方案;制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案;制定公司增加或者减少注册资本的方案;拟订公司合并、分立、解散的方案;决定公司内部管理机构的设置;聘任或者解聘公司经理,根据公司经理的提名,聘任或者解聘公司副经理、财务负责人,决定其报酬事项;制定公司的基本管理制度。

董事长行使的职权有:主持股东大会和召集、主持董事会会议;检查董事会决议的实施情况;签署公司股票、公司债券。

董事任期由公司章程规定,但每届任期不得超过3年。董事任期届满,连选可以连任。董事在任期届满前,股东大会不得无故解除其职务。

③董事会议事规则。董事会每年度至少召开2次会议,每次会议应当于会议召开10日以前通知全体董事。董事会会议应由1/2以上的董事出席方可举行。董事会作出决议,必须经全体董事的过半数通过。董事会会议,应由董事本人出席。董事因故不能出席,可以书面委托其他董事代为出席董事会,委托书中应载明授权范围。董事应当对董事会的决议承担责任。董事会的决议违反法律、行政法规或者公司章程,致使公司遭受严重损失的,参与决议的董事对公司负赔偿责任。但经证明在表决时曾表明异议并记载于会议记录的,该董事可以免除责任。

④股份有限公司的经理。股份有限公司设经理,由董事会聘任或者解聘。公司董事会可以决定由董事会成员兼任经理。

经理对董事会负责,行使的职权有:主持公司的生产经营管理工作,组织实施董事会

决议;组织实施公司年度经营计划和投资方案;拟订公司内部管理机构设置方案;拟订公司的基本管理制度;制定公司的具体规章;提请聘任或解聘公司副经理、财务负责人;聘任或者解聘除应由董事会聘任或者解聘以外的负责管理人员;公司章程和董事会授予的其他职权。经理列席董事会会议。

(3)股份有限公司的监事会

股份有限公司设监事会,监事会为公司监督检查机构,其成员不得少于3人。监事会由股东代表和适当比例的公司职工代表组成,具体比例由公司章程规定。监事会中的职工代表由公司职工民主选举产生。董事、经理及财务负责人不得兼任监事。

监事会主要行使以下职权:①检查公司的财务;②对董事、经理执行公司职务时违反法律、法规或者公司章程的行为进行监督;③当董事和经理的行为损害公司的利益时,要求董事和经理予以纠正;④提议召开临时股东大会;⑤公司章程规定的其他职权。

监事列席董事会会议。监事应当依照法律、行政法规、公司章程,忠实履行监督职责。监事的任期每届3年。监事任期届满,连选可以连任。

28. 什么是股份有限公司?设立股份有限公司应具备哪些条件?

股份有限公司是指由一定人数以上的股东组成,公司全部资本分为等额股份,股东以其所持股份为限,对公司承担有限责任。公司以全部资产对公司的债务承担责任。

通常来说,设立股份有限公司应具备以下条件:

(1)发起人符合法定资格和法定人数:发起人就是进行公司设立活动的人。可以是自然人,也可以是法人。设立股份有限公司,应当有5个以上的发起人,其中必须有过半数的发起人在中国境内有住所。国有企业改建为股份有限公司的,发起人可以少于5人,但应采取募集设立方式。股份有限公司的发起人,必须依法认购其应认购的股份,并承担公司筹办事务。

(2)发起人认缴和社会公开募集的股本达到法定资本最低限额:股份有限公司以其公司登记机关登记的实际股本总额作为公司的注册资本。注册资本最低限额为人民币1000万元。股份有限公司注册资本额需要高于该限额的,由法律、行政法规另行规定。

(3)发起人制定公司章程,并经创立大会通过:公司章程是指由发起人全体同意,经股东大会通过,依法规定公司的宗旨、任务,指导规范公司组织及行动的基本原则,是公司投资者和经营者必须遵守的法律契约,也是政府及社会监督机构对公司进行监督管理的重要依据。

(4)有公司名称,建立符合股份有限公司要求的组织机构:设立股份有限公司必须在公司名称中标明"股份有限公司"字样。此外,由于股份有限公司规模大、股东多,发生问题会影响广大股票持有者的利益和社会安定,所以《公司法》规定必须依法建立健全组织机构,包括设立股东大会、董事会及监事会等。

(5)有固定的住所、生产经营场所和必要的生产经营条件。

29. 有限责任公司和股份有限公司有哪些相同点?

有限责任公司和股份有限公司的相同点主要表现在:

(1)有限责任公司和股份有限公司对外都是以公司的全部资产承担责任。也就是说,公司对外也是只承担有限的责任,"有限责任"的范围,就是公司的全部资产,除此之外,公司不再承担其他的财产责任。

(2)股东对公司承担有限责任。无论在有限责任公司中,还是在股份有限公司中,股东都对公司承担有限责任,"有限责任"的范围,都是以股东对公司的投资额为限。

(3)股东的财产与公司的财产是分离的,股东将财产投资公司后,该财产即构成公司的财产,股东不再直接控制和支配这部分财产。同时,公司的财产与股东没有投资到公司的其他财产是没有关系的,即使公司出现资不抵债的情况,股东也只以其对公司的投资额承担责任,不再承担其他的责任。

30. 有限责任公司和股份有限公司有哪些不同点?

有限责任公司和股份制公司的不同点在于:

(1)两种公司的股权证明形式不同:有限责任公司股东的股权证明是出资证明书,出资证明书不能转让、流通;股份有限公司股东的股权证明是股票,即股东所持有的股份是以股票的形式来体现,股票是公司签发的证明股东所持股份的凭证,股票可以转让、流通。

(2)两种公司的股份转让难易程度不同:有限责任公司股东转让自己的出资有严格的要求,受到的限制较多,比较困难;股份有限公司股东转让自己的股份比较自由,不像有限责任公司那样困难。

(3)两种公司在成立条件和募集资金方面有所不同:有限责任公司的成立条件相对比较宽松,股份有限公司的成立条件比较严格;有限责任公司只能由发起人集资,不能向社会公开募集资金,股份有限公司可以向社会公开募集资金;有限责任公司的股东人数,有最高和最低的要求,股份有限公司的股东人数,只有最低要求,没有最高要求。

(4)两种公司的财务状况的公开程度不同:有限责任公司由于公司的人数有限,财务会计报表可以不经过注册会计师的审计,也可以不公告,只要按照规定期限送交各股东就行了;股份有限公司由于股东人数众多很难分类,所以会计报表必须要经过注册会计师的审计并出具报告,还要存档以便股东查阅,其中以募集设立方式成立的股份有限公司,还必须要公告其财务会计报告。

(5)两种公司的股东会、董事会权限大小和两权分离程度不同:有限责任公司由于股东人数有上限,人数相对来说比较少,召开股东会等也比较方便;因此股东会的权限较大,董事经常是由股东自己兼任的,在所有权和经营权的分离上,程度较低;股份有限公司由于股东人数没有上限,人数较多且分散,召开股东会比较困难,股东会的议事程序也比较

复杂，所以股东会的权限有所限制，董事会的权限较大，在所有权和经营权的分离上，程度也比较高。

31. 什么是国有独资公司？

国有独资公司是指国家授权投资的机构或者国家授权的部门单独出资设立的有限责任公司。国有独资公司是有限责任公司，国有独资公司符合有限责任公司的一般特征：股东以其出资额为限对公司承担责任，公司以其全部法人财产对公司的债务承担责任。但同时国有独资公司是一种特殊的有限责任公司，其特殊表现为该有限责任公司的股东只有一个——国家。这是《公司法》为适应建立现代企业制度的需要，结合我国的实际情况而制定的。

32. 如何设立国有独资公司？

国有独资公司的设立，是根据国家工商局的规定，申请人应向公司登记机关提交国务院或者人民政府授权投资的机构或者部门的证明。省级以下人民政府授权投资的机构或部门应按国务院规定执行。在国务院未作规定前，可暂按省人民政府规定办理。

33. 什么是外商投资企业？

外国企业、外国经济组织、外国个人在中国投资举办能够独立承担民事责任，具有中国企业法人资格的经济实体，这种形式就是外商投资企业。

外商投资企业根据投资方式、分配方式、风险方式、回收投资方式、承担责任方式、清算方式的不同，又分为中外合资经营企业、中外合作经营企业、外资企业（也称外商独资经营企业）和外商投资企业的外商投资股份有限公司。

基本特征在于：依照中国的法律程序而设立的企业；其法律地位都是中国企业法人；都是能够独立承担民事责任的经济实体；开办企业的资金中都有外国资金。

34. 外商投资企业出资期限是如何规定的？

根据《中外合资经营企业各方出资的若干规定》，合营合同中规定一次性缴清出资的，合资各方应当在营业执照签发之日起6个月内缴清，合营合同中规定分期缴付出资的，合营各方第一期出资，不得低于各自认缴出资额的15%，并应当在营业执照签发之日3个月内缴清。对分期出资的企业，最终出资期限按照国家工商行政管理局和对外经济贸易部联合下发的[1994]工商企字305号文规定执行。

35. 设立外商投资企业需要哪些审批程序？

设立外商投资企业需要以下审批手续：

(1)投资者按照项目隶属关系向审批机关提交项目建议书(也称立项报告或项目申请书)。举办外商投资企业的项目建议书是由投资者向主管部门和经贸部门呈报的准备拟办外商投资企业的报告。项目建议书经审批机关批准后，也就是说"立项"了，便可以对利用外资项目进行可行性研究。

(2)中外投资者共同编制可行性研究报告，并呈报主管部门和经贸部门批准。可行性研究报告是对已经立项的外资项目从技术、经济、法律等方面是否可行的分析总结和实施方案。通过对项目的技术、经济各种方案进行论证和对该项目在已有的和可能改变的条件下可能取得的成功进行分析，得出该项目可行或不可行的决策。可行性研究报告是设立外商投资企业签订合同、章程的基础，一经审批机关批准，中外投资者即可进入合同、章程的谈判。

(3)订立举办外商投资企业的合同，制定外商投资企业的章程，并同时呈报其授权的审批机关批准，经批准后发给批准证书和批准文件。

36. 私营企业设立登记的一般程序是什么？

登记主管机关对企业设立登记申请要进行审核，一般分为受理、审查、核准、发照、公告 5 个步骤。

(1)受理：申请企业按照规定将应提交的文件、证件和申请登记注册书等送交登记主管机关后，由登记机关进行检查，对于文件、证件齐备的予以受理，否则不予以受理。

(2)审查：是登记审批程序的中心环节。审查过程既是登记主管机关履行职责，对企业申请设立登记注册书所填写的各事项和提交的各种文件、证件合法性、真实性、有效性和完整性予以审查、核实的过程，也是公司接受审查，明确权利与义务的过程。在审查时如发现申请登记公司在申请登记表上所填的内容有虚假之处，或者其中的申请经营项目违反了国家有关政策、法律、法规规定的，登记主管机关应当责令企业改正。对于情节严重的，要按登记条例的规定给予处罚。

(3)核准：经过一系列审查核实工作，登记主管机关具体经办人员应当提出审查意见，并经主管领导人签署。对于核准的，经办人员发出核准通知书；对不予核准的，经办人员也应及时通知申请单位。

(4)发照：企业经核准登记后，登记主管机关应当向企业颁发营业执照，核定注册号。营业执照是登记主管机关代表国家核发给企业的、确认企业资格和准许其从事生产经营活动的合法凭证。营业执照是衡量企业是否合法的一个基本标准，企业领取营业执照后，便产生以下法律效力：取得经营资格，可凭执照刻制公章；企业取得名称专用权，其名称受法律保护；企业取得合法生产经营权，按照核准的经营范围从事生产经营活动，可以对外

签订合同、注册商标、刊登广告、在银行开立账户。营业执照的签发日期，就是企业的成立日期。

(5)公告：这一程序属于企业法人(公司属于企业法人)成立所特有，个人独资企业和合伙企业无须公告。企业法人登记公告是登记机关代表政府发布的具有法律效力的正式公告，是企业取得法人资格必经的最后程序。

37. 私营企业的组织形式有哪几种？

私营企业的组织形式通常分为三种组成形式：即个人独资企业、合伙企业、公司。

个人独资企业是指在中国境内设立，由一个自然人投资，财产为投资人个人所有，投资人以其个人财产对债务承担无限责任的经营实体。

合伙企业是指在中国境内设立的由各合伙人订立合伙协议，共同出资、合伙经营、共享收益、共担风险，并对合伙企业债务承担无限连带责任的营利性组织。

公司是指以营利为目的依法设立的具有法人资格的商事组织。在我国，公司可分为有限责任公司和股份有限公司两种形式。有限责任公司是指股东以其出资额为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司的债务承担责任的法人企业。股份有限公司是指由一定人数以上的股东组成，公司全部资本分为等额股份，股东以其所持股份为限对公司承担责任，公司以全部资产对公司的债务承担责任的企业法人。

38. 什么是期货经纪公司？期货经纪公司应当具备哪些条件？设立期货经纪公司如何登记注册？

期货经纪公司，是指依照国家法律、法规、规章设立的接受客户委托，用自己名义进行期货买卖，以获取佣金为业的公司。

国家工商局11号令公布的《期货经纪公司登记管理暂行办法》规定，期货经纪公司应当具备以下基本条件：

(1)有符合规定的公司名称；

(2)有规范的公司章程；

(3)有固定的场所和合格的通讯设施；

(4)注册资金在1000万元人民币以上；

(5)有与经营业务相适应的从业人员，其中专职期货经纪人不得少于20人；

(6)法定代表人及其他高级管理人员符合国家有关规定；

(7)有完善的组织机构和健全的财会制度；

(8)法律、法规规定的其他条件。

期货经纪公司的登记主管机关为国家工商行政管理局。经国务院或者国务院授权部门批准的全国性期货经纪公司，应当直接向国家工商局申请登记注册；其他期货经纪公司应经所在地的省、自治区、直辖市工商局初审后，报国家工商局核准登记注册。

期货经纪公司的开业登记，应当由申请人提出申请并提交，企业法人开业登记应提交文件以外的下列文件、证件：

(1)由人事管理部门或其他有关部门出具的其法定代表人及其他高级管理人员符合国家有关规定的证明；

(2)期货经纪人名单及简历；

(3)通讯设施和专用设备的自有或租用证明；

(4)从事期货业务涉及国家专项规定的，应提交国家有关管理部门的批文；

(5)从事国际期货业务的，应提交与相应的国际期货交易所会员公司签订的有关期货经纪业务的协议意向书；

(6)用外籍人员作为公司高级管理人员的，应提交聘用证明和由所在国(地区)公证机构出具的符合规定条件的证明；

(7)实行股份制的，应依照《股份有限公司规范意见》的规定提交有关文件。

39. 什么是合伙企业？设立合伙企业应具备哪些条件？

合伙企业是指，依照《中华人民共和国合伙企业法》在中国境内设立的，由各合伙人订立合伙协议，共同出资、合伙经营、共享收益、共担风险，并对合伙企业债务承担无限连带责任的营利性组织。

设立合伙企业，应当具备下列条件：(1)有二人以上的合伙人，并且都是依法承担无限责任者；(2)有书面合伙协议；(3)有各合伙人实际缴付的出资；(4)有合伙企业的名称；(5)有经营场所和从事合伙经营的必要条件。

40. 合伙人出资的形式有哪些？

按照《合伙企业法》第十一条规定，合伙人可以用货币、实物、土地使用权、知识产权或者其他财产权利出资；上述出资应当是合伙人的合法财产及财产权利。对货币以外的出资需要评估作价的，可以由全体合伙人协商确定，也可以由全体合伙人委托法定评估机构进行评估。经全体合伙人协商一致，合伙人也可以用劳务出资，其评估办法由全体合伙人协商确定。

41. 如何签订合伙协议？

合伙人有合作意向后应及时签订合伙协议，以作为合伙人以后合作的法律依据。签订合伙协议，为合伙人相互履行各自的义务和行使自己的权力提供了法律依据。合伙协议书应包括以下内容：利润分配方式、合伙有效期限、现金提取限制、投票权、休假安排、合伙关系废除、抽走资本、退出合伙通知以及利益冲突等条款。

42. 什么是公司章程？公司章程有什么作用？怎样制定公司章程？

公司章程是关于公司组织和行为的基本规范。公司章程不仅是公司的自治法规，而且是国家管理公司的重要依据。

通常来说，公司章程具有以下主要作用：

(1)公司的设立程序以订立公司章程开始，以设立登记结束。《公司法》明确规定，订立公司章程是设立公司的条件之一。审批机关和登记机关要对公司章程进行审查，以决定是否给予批准或者给予登记。公司没有公司章程，不能获得批准；因此，公司章程是公司设立的最主要条件和最重要的文件。

(2)公司章程一经有关部门批准，并经公司登记机关核准即对外产生法律效力。公司依公司章程，享有各项权利，并承担各项义务，符合公司章程行为受国家法律的保护；违反章程的行为，有关机关有权对其进行干预和处罚。因此公司章程是确定公司权利、义务关系的基本法律文件。

(3)公司章程规定了公司的组织和活动原则及其细则，包括经营目的、财产状况、权利与义务关系等，这就为投资者、债权人和第三人与该公司进行经济交往提供了条件和资信依据。凡依公司章程而与公司经济进行交往的所有人，依法可以得到有效的保护。因此，公司章程是公司对外进行经营交往的基本法律依据。

公司的股东和发起人在制定公司章程时，必须考虑周全，各项条款应该详细明确，不能有歧义。公司登记机关必须严格把关，使公司章程做到规范化，从国家管理的角度，对公司的设立进行监督，保证公司设立以后能够进行正常的运行。

有限责任公司章程由股东共同制定，经全体股东一致同意，由股东在公司章程上签名盖章。修改公司章程，必须经代表三分之二以上表决权的股东通过。有限责任公司的章程，必须载明下列事项：公司名称和住所；公司经营范围；公司注册资本；股东的姓名和名称；股东的权利和义务；股东的出资方式和出资额；股东转让出资的条件；公司机构的产生办法、职权、议事规则；公司的法定代表人；公司的解散事由与清算办法；股东认为需要规定的其他事项。

股份有限公司章程由发起人制定，经出席创立大会的认股人所持表决权的半数以上通过；修改公司章程，必须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。股份有限公司章程中应载明下列主要事项：公司名称和住所；公司经营范围；公司设立方式；公司股份总数，每股金额和注册资本；发起人的姓名或者名称、认购的股份数；股东的权利和义务；董事会的组成、职权、任期和议事规则；公司的法定代表人；监事会的组成、职权、任期和议事规则；公司利润分配办法；公司的解散事由与清算办法；公司的通知和公告办法；股东大会认为需要规定的其他事项。

43. 什么是注册资本？什么是注册资金？二者有什么区别？

公司的注册资本是公司在登记机关登记注册的资本额，也叫法定资本。

注册资金是国家授予企业法人经营管理的财产或者企业法人自有财产的数额体现。

注册资本与注册资金的概念有很大差异。注册资金所反映的是企业的经营管理权；注册资本则反映的是公司法人财产权，所有的股东投入的资本一律不得抽回，由公司行使财产权。注册资金是企业实有资产的总和，注册资本是出资人实缴的出资额的总和。注册资金随实有资金的增减而增减，即当企业实有资金比注册资金增加或减少 20% 以上时，要进行变更登记。而注册资本非经法定程序，不得随意增减。

44.《公司法》对有限责任公司的注册资本是如何规定的?

《公司法》规定，有限责任公司注册资本不得少于下列最低限额。

(1)以生产经营为主的有限责任公司的注册资本不得低于人民币 50 万元。

(2)以商品批发为主的有限责任公司的注册资本不得低于人民币 50 万元。

(3)以商业零售为主的有限责任公司的注册资本不得低于人民币 30 万元。

(4)科技开发、咨询、服务性有限责任公司注册资本不得低于人民币 10 万元。

特定行业的有限责任公司注册资本最低限额需高于以上限额的，由法律、行政法规另行规定。

45.《公司法》对股份有限公司注册资本是如何规定的?

股份有限公司的注册资本指实收的股本总额。实收股本总额是指公司股票面值与股份总数的乘积，切勿理解为股票的发行价格总额。因为股票可以按面值发行，也可以超过面值溢价发行，但超过面值发行所得的溢价款不作为资本登记，即注册资本里不包括溢价部分，而是列入公司的资本公积金，所以股份有限公司的注册资本与其实有资产数额可能是不一致的。股份有限公司注册资本的最低限额为人民币 1000 万元，上市公司不少于 5000 万元。其最低限额需高于上述所定限额的，由法律、行政法规另行规定。

46. 国家对其他各类型企业的注册资本有什么要求?

具备企业法人条件的人与全民所有制企业、集体所有制企业、私营企业、联营企业，在中国境内设立的外商投资企业(包括中外合资经营企业、中外合作经营企业、外资企业)和其他企业，申请企业法人登记时，必须有符合规定数额并与经营范围相适应的注册资金，其中生产性公司的注册资金不得少于 30 万元(人民币，下同)，以商品批发业务为主的商业性公司的注册资金不得少于 50 万元，以零售业务为主的商业性公司的注册资金不得少于 30 万元，咨询服务性公司的注册资金不得少于 10 万元，其他企业法人的注册资金不得少于 3 万元，国家对企业注册资金数额有专项规定的按规定执行。

47. 有限责任公司股东和股份有限公司发起人怎样缴纳出资?

(1)货币:设立公司必然需要一定数量的货币,用以支付创建公司时的开支和生产经营费用,所以股东可以有货币进行出资。

(2)实物:指有形物,是既能看得见,又可摸得到的东西。实物出资一般是以机器设备、原材料、零部件、建筑物、厂房等作为出资。

(3)工业产权:这是一个内容非常广泛的概念,按照我国已经加入的《保护工业产权巴黎条约》的规定,工业产权的保护对象为:发明、实用新型、外观设计、商标服务标记、厂商名称(商号)、货源标记或原产地名称、制止不正当竞争等。抽象的说法是可用于工业(更确切的说是各种生产经营的行为)领域的,能够提高企业市场竞争力并能创造利润的智力创作成果,都属于工业产权。严格来说,只有那些经过法定程序被依法授予的,并在一定时间内和地域内所独占的、受法律保护的财产权利(也包括:基于该财产权利所产生的人身权利),才是我们这里所说的工业产权。在我国,工业产权主要是指专利权(包括发明、实用新型和外观设计三种专利权),注册商标专用权(包括商品商标和服务商标两种商标专用权)。这些工业产权,可分别依据《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国商标法》等法律和行政法规所取得。工业产权在法律上属于无形财产。

(4)非专利技术:确切地说应当是非专利成果,它是受《中华人民共和国技术合同法》保护的一种无形财产。在广义上,它可以被看做是一种特殊的工业产权,但在狭义上,由于未经法定程序授予,也无独占性和明确的时间、地域限制,故被排斥在工业产权之外。有时,人们习惯中又将其称作技术诀窍或专有技术。但技术诀窍或专有技术往往难以严格定义,而就非专利技术而言,具体包括三种情形:一是专利法明文规定不予保护的技术;二是虽然符合专利法保护的条件,但未申请专利的技术;三是经过申请未被授予专利权,但尚未被公众知晓的技术。

(5)土地使用权:土地使用权是一种财产权利,即依据法律规定的程序和方式合法取得的使用土地的权利。从财产的分类上讲,应当划作有形财产,但他又不同于土地本身。因为它涉及土地的使用,而不涉及对土地所拥有的其他权利。

在我国,土地所有权只能属于国家,除国家建设征用土地外,土地是不能被买卖的,只能被依法租用。即便是全民所有制的单位,也只能依法取得土地的使用权利,其所有权仍归国家。土地使用权的取得是有限期的,在该限期内,使用人有权将其依法使用的土地用作出资,但在使用期限届满时,土地便应重新回到其所有人国家或集体的手中。

48. 有限责任公司股东和股份有限公司发起人出资必须符合什么条件?

有限责任公司股东和股份有限公司发起人出资必须符合的条件有如下几点:

(1)股东以货币出资的,应当将货币出资一次足额存入准备设立的有限责任公司在银

行开设的临时账户

(2)股东以实物、工业产权、非专利技术、土地使用权出资的,必须进行评估作价,并依法办理转移财产或者使用权的手续,这里的手续是指过户手续,比如以房产出资的必须到房管部门办理转让所有权的手续。以工业产权、非专利技术作为出资的,金额不得超过公司注册资本的20%。但是,国家对于采用高新技术成果有特别规定的除外。

(3)股东应当足额缴纳公司章程中规定的各自所认缴的出资额。股东全部交纳出资后,必须经过法定验资机构验资并出具证明。

49. 什么是出资证明书?出资证明书具有哪些特征?

出资证明书是表现有限责任公司股东地位或者股东权益的一种要式证券。有限责任公司不同于股份有限公司,其全部资本并不分为股份,但是,有限责任公司的股东也有自己的出资额。在有限责任公司中记载股东出资的法律文书就是出资证明书,也叫"股单"。

一般来说,出资证明书应符合以下几点:

(1)出资证明书为非股权证券:即股东所享有的股东权并非由出资证明书所创设,股东所享有的股东权来源于股东的出资,出资证明书只是记载和反映股东出资的客观状况,因此,它与设定权利的股权证券不同。

(2)出资证明书为要式证券:即出资证明书的制作和记载事项必须按照法定的方式进行。

(3)出资证明书为有价证券:出资证明书是股东享有股东权的重要凭证。但是,出资证明书与股票不同,股票是可流通的有价证券,而出资证明书则为不流通的有价证券或者称为流通受到严格限制的有价证券。

(4)出资证明书为有限责任公司所特有:该特有是相对于股份有限公司来讲的,股份有限公司表现股东权益的凭证称为股票,而不称为出资证明书。

(5)出资证明书是有限责任公司成立后签发的证明股东权益的凭证:公司未成立之前不能向公司的股东签发。

50. 出资证明书应包括哪些内容?

出资证明书应包括以下几点:

(1)公司的名称:公司名称不仅仅是公司章程绝对必要记载的事项,而且也是公司出资证明书是何种公司的证明,一旦出现纠纷,就难以解决。所以,出资证明书必须记载公司的名称,有利于股东行使股东权,主张股东权益,有利于公司对股东的管理。

(2)公司登记日期:公司登记日期即公司领取营业执照的日期,从公司的登记日期起,公司的股东就可以对公司行使股东权,如果没有公司登记日期,就难以表明股东行使股东权的日期。会给股东行使股东权造成一定的困难。

(3)公司的注册资本:公司的注册资本为在公司登记机关登记的全体股东实缴的出资额。出资证明书载明公司注册资本,股东便可清楚其出资额所占公司注册资本比例,便于掌握其在公司权益分配中所应享有的份额,以便于行使自己的股东权。

(4)股东的姓名或者名称、缴纳的出资数额和出资日期:有限责任公司的出资证明书不同于股份有限公司的股票。股票可分为记名股票和无记名股票。记名股票须将股东的姓名记载于股票之上,而无记名股票则无须将股东的姓名记载于股票之上。而出资证明书则必须将股东的姓名记载于出资证明书之上。出资证明书的主要作用就在于表明股东权的大小,同时有限责任公司虽然是一种资合和人合相结合的公司,但是,更重于人的因素,如果一旦产生纠纷,出资证明书上没有股东的姓名或者名称,就可能引起诉讼的困难,不利于保护股东或者债权人的利益。因而股东的出资额和出资日期则为出资证明书的最主要的内容。

(5)出资证明书的编号和核发日期:出资证明书的核发日期是一个极为重要的法律事实,从出资证明书的核发之日起股东便可对公司行使股东权。

51. 什么是企业的经营范围?

企业的经营范围是指国家允许企业法人生产和经营的商品类别、品种及服务项目,反映企业法人业务活动的内容和生产经营方向,是企业法人业务活动范围的法律界限,体现企业法人民事权利能力和行为能力的核心内容。

52.《公司法》对企业的经营范围是如何规定的?

《公司法》对公司的经营范围有以下几个方面的要求:

(1)公司的经营范围由公司的章程规定,公司不能超越章程规定的经营范围申请登记注册;

(2)公司的经营范围必须进行依法登记,也就是说,公司的经营范围以登记注册机关核准的为准,公司应当在登记机关核准的经营范围内从事经营活动;

(3)公司的经营范围中属于法律、行政法规限制的项目,在进行登记之前,必须依法经过批准。

53. 违反公司法的法律责任是什么?

依据我国有关法律的规定,违反公司法的法律责任包括三个方面,即违反公司法的行政责任、违反公司法的民事责任和违反公司法的刑事责任。

(1)违反公司法的行政责任:有两种情况,一种是公司内部所作出的行政处分,另一种是国家行政机关的处罚。

①公司的行政处分:凡是董事、监事、经理利用职权收受贿赂、有其他非法收入、侵占

公司财产的,以公司资本为本公司的股东和其他个人债务提供担保的,自营或者为他人经营由其所任职公司同类营业的,由公司给予处分。

②国家行政机关的行政处分。

a.责令改正:凡是办理公司登记时虚报注册资本、提交虚假证明文件或者采取其他欺诈手段隐瞒重要事实取得公司登记的;制作虚假的招股说明书、认股书、公司债券募集办法发行股票或者公司债券等等的行为,由有关行政机关责令改正。

b.行政处分:凡是将国有资产低价折股、低价出售或者无偿分给个人的;以及对不符合规定条件的设立公司申请予以批准的,或者对不符合条件的股份发行的申请予以批准等等的行为,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予行政处分。

c.撤销资格:公司成立后无正当理由超过6个月未开业的,或者开业后自行停业连续6个月以上的,虚报注册资本、提交虚假证明文件或者采取其他欺诈手段隐瞒重要事实的公司,由公司登记机关吊销其公司营业执照;承担资产评估、验资或者验证的机构提供虚假证明文件的,可由有关主管部门依法责令该机构停业,吊销直接责任人员的资格证书。

d.没收非法收入:凡是董事、监事、经理利用职权收受贿赂,谋取其他非法收入或者侵占公司财产的,董事、经理挪用公司资金或者将公司资金借贷给他人的;清算组成员利用职权徇私舞弊、牟取非法收入或者侵占公司财产的;将公司资产以任何个人名义开立账户储蓄的,没收违法所得。

e.罚款:《公司法》对处以罚款的种种情形作了具体的规定,在此不一一叙述。

(2)违反公司法的民事责任有:

①返还财产:凡是挪用、侵占公司财产的,责令退还公司财产。

②赔偿损失:董事、经理违反规定,以公司资产为本公司的股东或者其他个人债务提供担保的,责令取消担保,并依法承担赔偿责任。

③违反公司法的刑事责任:严重违反公司法构成犯罪的,须承担刑事责任,其犯罪主体分为公司和公司成员两种。公司犯罪是法人犯罪的一种类型,一般实行双惩制,即对公司处以罚金,对直接责任人员处以相应的惩罚。

54. 什么是验资证明?

验资证明是会计师事务所或者审计师事务所及其他具有验资资格的机构出具的证明资金真实性的文件。依照《公司法》规定,公司的注册资本必须经法定的验资机构出具验资证明,验资机构出具的验资证明是表明公司注册资本数额的合法证明。依照国家有关法律、行政法规的规定,法定验资机构是会计师事务所和审计师事务所,具体由在会计师事务所工作的注册会计师或在审计师事务所工作的经依法认定为具有注册会计师资格的注册审计师担任。

55. 企业如何办理验资手续及所需的材料是什么?

企业委托验资机构验资,需按规定办理委托手续,填写委托书。并提交下列文件:

(1)公司章程。

(2)公司名称预先核准通知书。

(3)投资单位上月末资产负债表。

(4)投资人的合法身份证明。

(5)各类资金到位证明:

①以货币出资的应提交银行进账单。

②以非货币出资的,应提交经有法定评估资格的机构评估的报告书和财产转移手续。

2

组织战略类管理知识

56. 什么是企业战略?

关于企业战略,由于其含义丰富因而在西方战略管理文献中没有一个统一的定义,而不同的学者赋予企业战略的含义也不同。以下是西方有代表性的有关企业战略的定义。

(1)魁因的定义

美国达梯莱斯学院管理学教授魁因认为,战略是一种模式或计划,它将一个组织的主要目的、政治与活动按照一定的顺序结合成一个紧密的整体。企业制定完善的战略,有助于企业组织根据自身情况的不断变化,以及竞争对手可能采取的行动而合理地配置资源。

(2)安索夫的定义

美国著名战略学家安索夫认为,企业在制定战略时,首先需要准确定位自己的经营性质。企业无论怎样确定自己的经营性质,目前的产品与市场同未来的产品与市场之间存在着一种内在的联系,安索夫称这种现象为"共同的经营主线"。企业可以通过分析"共同的经营主线"准确把握企业的经营方向,同时企业可以正确运用这条主线指导企业的内部管理。

(3)安德鲁斯的定义

美国哈佛商学院教授安德鲁斯指出,企业总体战略是一种决策模式,它决定和揭示目的及目标,提出实现自己的重大方针与计划,确定企业应该从事的经营业务,明确企业的经济类型与人文组织类型,以及决定企业应对员工、顾客和社会做出的经济与非经济的贡献。安德鲁斯的战略定义其实质是要通过一种模式,把企业的目的、方针、政策和经营活动有机结合起来,使企业形成自己的特殊战略属性和竞争优势,将不确定的环境具体化,从而使问题简单化。

(4)明茨伯格的定义

加拿大麦吉尔大学管理学教授明茨伯格认为,在企业生产经营活动中,人们在不同的场合以不同的方式赋予企业战略不同的内涵,说明人们可以根据需要接受各种不同的战略定义。在这种观点的基础上,明茨伯格借鉴市场营销学中的四要素的提法,提出了企业战略是由五种规范的定义阐明的,即计划、计策、模式、定位和观念构成了企业战略的5P'S。即:战略是一种计划,战略是一种计策,战略是一种模式,战略是一种定位,战略是一种观念。

综上所述,我们对企业战略的定义是:企业战略管理是企业为实现战略目标、制定战略决策、实施战略方案、控制战略绩效的一个动态管理过程。

57. 企业战略具有哪些特征?

通常来说,企业战略具有以下特征:

(1)企业战略具有长远性:企业战略定位的是企业未来相当长一段时期内的总体发展问题,企业战略一般着眼于企业未来3年至5年乃至更长远的目标。因此,企业战略具有长远性。

(2)企业战略具有创新性:企业战略的创新性源于企业内外部环境的发展变化。因循守旧的企业根本无法适应时代发展的挑战。

(3)企业战略具有全局性:企业战略是企业发展的蓝图,制约着企业经营管理的一切活动,企业战略是对企业的未来经营方向和目标的纲领性的规划和设计,对企业经营管理的所有方面都具有普遍的、全面的、权威的指导意义。

(4)企业战略具有指导性:企业战略规定的是企业在一定时期内的基本发展目标,以及实现这一目标的具体途径,指导、协调和激励着企业全体职工。

(5)企业战略具有竞争性:企业战略是企业核心竞争力的一部分,是企业谋求市场和发展的重要内容之一。

(6)企业战略具有现实性:企业战略是建立在现有的主客观基础之上的,一切都是从企业的实际起点出发。

(7)企业战略具有相对稳定性:企业战略一旦制定后,需要在较长的时期内保持稳定,只有这样,才有利于企业各部门的贯彻执行。

58. 企业战略管理的重要意义是什么?

企业战略管理的重要意义表现在:首先,由于企业在战略中确定了企业在一定时期内的总体目标和企业资源的分配,从而使企业的成员充分了解了自己在规定的时间年内应完成的任务,因而可以激励他们充分发挥积极性、主动性和创造性,从而很好地完成工作任务;其次,战略管理使企业和各部门的战略性活动优先得到实施。企业战略的全局性使企业各个部门的人员都能充分考虑到与其他部门进行决策协调,从而有利于培养员工的整体观念和集体意识;再次,企业的高层管理部门能够根据企业战略的需要在各部门之间合理分配资源,并以战略目标的实现情况为依据对资源的使用效率进行监督和评估;最后,战略管理能使企业对竞争对手、顾客和技术等环境的变化及时作出反应,这在很大程度上增强了企业适应环境变化的能力。

59. 企业战略的构成要素有哪些?

从狭义战略的角度来讲,企业战略由经营范围、资源配置、竞争优势和协同作用四个要素组成。经营范围是指企业从事生产经营活动的领域,它主要反映的是企业与外部环

境相互作用的程度，同时也反映出企业计划与外部环境发生作用的要求。资源配置是指企业过去和目前的资源和技能配置的水平和模式。资源配置的效率直接影响企业实现自己目标的程度。竞争优势是指企业通过其资源配置模式与经营范围的决策，在市场上形成的不同于其竞争对手的竞争地位。协同作用是指企业从资源配置和经营范围的决策中所能获得的综合效果。

60. 企业战略的层次如何划分？

通常来说，企业战略可以划分为三个重要层次，即：企业总体战略、经营单位战略和职能部门战略。

总体战略也叫公司战略，是企业的战略总纲，也是企业最高管理层指导和控制企业的一切行为的最高行动纲领。总体战略的对象是企业整体。总体战略主要回答企业应该在哪些经营领域里进行生产经营活动的问题。因此，经营范围和资源配置是企业总体战略中主要的构成要素。

经营单位战略也叫事业部战略，是战略经营单位、事业部或子公司的战略。它是在企业总体战略的指导下，经营管理某一个战略经营单位的战略计划，是企业总体战略之下的子战略，为企业的整体目标服务。从战略构成要素的角度来看，资源配置与竞争优势通常是经营单位战略中最重要的组成部分。

职能部门战略又叫职能层战略，是为贯彻、实施和支持总体战略与经营单位战略而在企业特定的职能管理领域制定的战略。职能部门战略一般可分为营销战略、人力资源战略、财务战略、生产战略、研发战略、攻关战略等。从战略管理的角度来说，职能部门战略的侧重点在于如何贯彻企业的总体目标，以及职能目标的论证及其细分化，如规模与生产能力、主导产品与品种目标、质量目标、技术进步目标、市场目标等。企业的总体战略、经营单位战略和职能部门战略三者相互联系、相互作用，共同构成了企业的战略体系。

61. 战略管理过程分为哪几个环节？

通常来说，战略管理过程分为战略分析、战略制定和战略实施三个环节。战略管理过程的三个环节是相互联系、循环反复、不断完善的一个过程。

(1)战略分析。战略分析是指对影响企业现在和未来生存和发展的一些关键因素进行分析，这是战略管理的第一步。战略分析主要包括外部环境分析、内部环境分析和战略目标的设定三个方面。

(2)战略制定。战略分析为战略制定提供了坚实的基础。战略制定主要包括四部分内容：公司战略、竞争战略、职能战略以及战略方案的选择。

(3)战略实施。企业战略方案一经选定，管理者的工作重心就要转到战略实施上来。战略实施是贯彻执行既定战略规划所必需的各项活动的总称，也是战略管理过程的一个重要部分。显而易见，如果精心选择的战略而不付诸实施，或不认真地组织实施，则以前

的努力将付诸东流；反之，不但可以保证好的战略取得成功，而且还可以克服原定战略的某些不足，使之趋于完善，同样获得成功。战略实施主要包括战略实施以及战略控制两部分内容。

62. 企业战略管理分为哪几个阶段？

企业战略通常包括四个相互关联的主要阶段，即战略分析阶段、战略选择阶段、战略实施阶段和战略控制阶段。

战略分析阶段首先是确定企业的经营宗旨，包括对企业的经营目的、经营哲学、经营目标等的描述，和对企业有利益关系的人和组织对企业期望的估计；其次是评价企业内部条件，特别是对企业优势和劣势进行客观分析；再次是对企业的外部环境进行客观分析，特别是要正确评价企业所面临的机会和威胁。

战略选择阶段首先需要根据企业外部环境和企业内部能力以及企业经营宗旨，拟定可供选择的几种发展战略方案；其次是对已经拟定的战略方案进行客观的分析评价，最终选择一套供执行的战略；最后是为战略的实施制定相关政策和计划。

战略实施阶段首先需要在企业内各部门之间合理分配资源，在此基础上设计与战略相一致的组织结构，这个组织结构要能保证战略任务、责任和决策权限在企业中合理分配；其次，战略实施阶段要确保企业文化与企业战略的匹配；再次，要充分发挥领导作用；最后，要协调好各项矛盾和冲突。

战略控制阶段的主要工作包括制定效益标准、衡量实际效益、评价实际效益、制定纠正措施和权变计划。

63. 现代企业战略策略的运用应该遵循什么原则？

现代企业战略策略的运用应遵循以下原则：

(1)可行性原则：战略策略的运用必须是国家的政策法规允许的，并遵循社会主义社会道德规范的要求；同时，也必须符合企业的长期发展目标。

(2)配套性原则：现代企业的战略策略杂乱无章，参差不齐，必须集中力量，集中控制，使各种策略技巧相互配套，有机结合，以谋求最大效果。

(3)目的性原则：战略策略是为实现企业的经营战略目标服务的，企业战略的制定必须具有明确的目的性。

(4)创新性原则：对于现代企业来说，战略策略最重要的就是一个“新”字。战略策略要面对新情况、采取新措施、取得新突破、解决新问题，力求在竞争者意想不到的时间、意想不到的地点、以意想不到的方式，满足消费者的市场需求，给竞争者以最大的攻势和猛烈的打击。

(5)适度性原则：现代企业战略策略的运用必须恰到好处，不要因过分追求新奇、过分夸张而华而不实。要讲求实效，否则很容易犯形式化的错误。

(6)灵活性原则:企业战略系统面对的是发展迅速、变化多端的外部经济环境,因而,战略实施的时机把握十分重要。战略策略的应用也要讲究灵活熟练,要因时因事因地随机应变。

64. 现代企业的经营使命必须具备哪些特点?

现代企业的经营使命必须具备以下特点:

(1)长期性:现代企业的经营使命必须具有长期性,企业的使命必须很好地体现出企业的价值观和愿景。

(2)指导性:现代企业的经营使命必须具有良好的指导性,应强调企业引以为荣的重要政策,政策的内容应能明确指导职工如何对待顾客、供应商、竞争者以及政府和其他重要的群体,改革也要能约束个人自由决策的范围,使企业对于重要问题所采取的行动能获得战略的一致性。

(3)激励性:现代企业的经营使命要使全体职工感到自己工作的重要性,要有利于充分发挥全体员工的积极性、主动性和创造性。经营使命不应是"惟利是图",而应将利润视为完成经营使命的必然结果。

65. 现代企业的战略管理职责是如何划分的?

通常来说,现代企业的战略管理职责可以划分为企业综合战略、事业战略、次战略和战术四个层次。不同的企业可以根据本企业的实际情况对这四个层次进行分级管理。

(1)综合战略层:是企业最高战略层。综合战略层战略,必须由企业的最高领导层或最高领导者亲自负责,并把它作为企业的首要任务来抓。

(2)事业部战略层:是按战略事业单位制定的战略。由于各个企业的情况各不相同,该战略的制定会由不同的管理部门负责,但事业部战略必须由战略事业单位的主要负责人来抓,在大企业中,战略事业单位如由一个事业部组成,就由该事业部经理来负责。

(3)次战略层:次战略又可称实施事业层战略的战略。次战略是为实现事业战略的战略目标而制订的各职能部门的战略,这往往由战略事业单位下的一些职能部门来负责。

(4)战术层:是指实施次战略的短期行为,它包括具体执行步骤的制定,往往由职能部门及其下属管理人员负责。

66. 现代企业制定战略的方式有哪些?

现代企业战略制定最常见的方法有:

(1)领导层授意,自上而下逐级制定:采用这种方法一般是由组织高层管理者讨论并授意秘书或有关专业人员草拟整个组织战略,而后根据自己的实际情况以及上级的要求具体发展这一战略。采用这种方法的好处是领导层重视战略,有时间可以集中精力去思

考战略方向。

(2)领导层建立制订战略方案的业务单位:由设在企业的、具有一定业务权威的、赋予平衡各业务部门权力的"企业最高参谋部门"负责制订,或者由企业的规划部门负责制订。它的好处是有专门的业务班子,熟悉本企业情况,了解领导意图。

(3)以战略事业单位为核心制定战略:一般来说,采用这种方法时,高层管理对各战略事业单位先不给予任何指导,而要求各事业单位提交战略计划,高层领导只加以检查与平衡,然后给予确认。这种方法的优点是:各战略事业单位受到的束缚较小,可根据所在事业领域的特点制定出切合实际、利于竞争的战略计划。

(4)委托具有一定条件的单位制定:被委托的单位应是能负法律责任的、严守企业机密的、有权威性的企业外部咨询单位或规划部门。受委托单位应向企业领导人提供一个以上可供择优的战略方案。

(5)企业与咨询单位合作共同制定方案:采用这种做法有利于弥补上一种办法的不足,好处是可以取长补短,但合作双方能否组织好、协调好,往往事关这一方法的成败。

67. 现代企业为什么要进行环境分析?

环境作为管理行动的主要制约因素,它是实施战略管理过程的关键要素,因为企业的内外环境在很大程度上规定了经营者的可能选择。成功的企业战略大多是那些与企业的内外环境相适应的战略。因此,进行战略管理,首先要认清战略管理的内外环境。按照管理大师斯蒂芬·P·罗宾斯的观点,战略管理过程主要有确定企业的宗旨和目标、分析企业所处的内外环境、重新确定企业的宗旨和目标、制定战略、实施战略和评价战略几个步骤。

68. 现代企业外部环境分析包括哪些要素?

通常来说,企业的外部环境分析主要包括宏观环境分析、行业环境分析和竞争对手分析三个方面:

(1)宏观环境分析:企业要进行项目投资,必须摸清自己和该项目所处的宏观环境。如果没有良好的宏观环境,企业的投资将会陷入种种困境。宏观环境分析是企业制定发展战略的基础。一般来说,企业的宏观环境分析主要包括以下几个方面:

①政策环境:是企业外部环境分析的首要要素。法律是政府用来管理企业运营的一种手段,其作用是双重的:一方面,它们对企业的行为有着种种的限制;另一方面,它们也保护着企业的合理竞争与正当权益。因此,政策环境是企业投资时必须考虑的一个重要因素。此外,政府制定的各种法令、政策,以及其他一些旨在保护消费者、保护环境、调整产业结构、引导投资方向等的措施,也会对各行各业产生影响。

②经济环境:对于现代企业来说,经济环境的覆盖面非常广泛,它对企业运营的影响通常要比其他方面的环境因素更加有力。属于此项的因素主要有国民经济状况、利息率、通货膨胀率、汇率等。

③人文环境：随着高科技和信息技术的发展，现代企业越来越关注人文环境，很多企业把关注人文环境作为企业的重要目标之一。

④科技环境：对于现代企业来说，科技因素对其投资的影响是双重的：一方面，它可能给某些企业带来机遇。例如，计算机、遥控机装置、激光发射器、人造卫星通讯网络、纤维光学以及其他有关领域的技术进步，对于许多企业就是发展的良机。另一方面，科技因素会导致社会需求结构发生变化（如从自来水笔到圆珠笔、螺旋桨式飞机到喷气式飞机、电动打字机到电脑打字等），从而给某些企业甚至整个行业带来威胁。

（2）行业环境分析：现代企业只有对所要涉足的投资领域进行充分的行业分析，才能"知己知彼"，使企业立于不败之地。通常来说，行业竞争因素主要有行业当前的竞争状况、新进入者的威胁、来自替代品的压力和行业容量（或生产能力）等。

（3）竞争对手分析：一个完备的企业战略，必须建立在认真分析竞争对手的基础上。对竞争对手的分析是要全面的。当把竞争对手作为一个战略环境因素对待时，主要分析其对企业在市场份额、财务状况、管理水平、产品质量、员工素质、用户信誉等多方面构成的影响。其中，又以财务状况和产品质量等方面的影响为大，因为这两方面对企业竞争力产生的影响是相对较大的。如果最后评定的综合实力与主要对手接近，则宜寻找新的增长点，如开发新产品、开拓新市场等，否则难以发挥自身在竞争中的优势。

69. 现代企业宏观环境分析包括哪些方面？

企业宏观环境包括政治法律环境、经济环境、技术环境、社会文化环境和自然环境。

政治法律环境是指一个国家或地区的政治制度、体制、政治形势、方针政策、法律规范等方面。经济环境是指企业经营过程中所面临的各种经济条件、经济特征、经济联系等客观因素。技术环境是指一个国家和地区的技术水平、技术政策、信息产品开发能力，以及技术发展的动向等。社会文化环境是指一个国家和地区的民族特征、文化传统、价值观、宗教信仰、教育水平、社会结构、风俗习惯等情况。

70. 现代企业内部环境分析包括哪些要素？

现代企业内部环境是由企业组织结构、文化观念和人、财、物等资源要素组成的统一体。因此，企业战略管理的内部环境分析就是对这些要素进行的客观分析。内部环境分析主要包括如下一些要素：

（1）企业的资源环境分析：企业的资源包括企业的人力、物力、财务资源，以及与此相关的技术资源、管理资源等条件。事实上，企业战略管理的核心问题就是要在特定的社会宏观环境、行业环境下，在与对手的竞争中，寻找有效利用资源、发挥自身优势、克服自身弱点的市场位置。企业战略管理的过程是一个发现资源、配置资源的过程。

（2）企业文化环境分析：企业文化是企业在发展过程中形成的各种价值观、行为规范、管理理念等诸要素的总称。在企业战略管理中分析企业文化环境，就是要弄清企业文化

对战略管理的促进作用和制约作用。企业战略管理总是在特定的文化背景下完成的。企业管理人员和员工的行为会受到企业文化的极大影响。因此，对企业文化环境因素重视不够、处理不当，会对企业的战略管理产生重大不利影响。

(3)企业的组织结构环境分析：企业组织结构环境是指企业管理系统和操作系统的具体组合形式，它通常包括管理职能部门的设置及人员的配备、职能部门的权限分工与合作方式、操作层的责权利关系、正式组织与非正式组织的联结渠道等内容。

71. 企业微观环境分析包括哪些方面?

企业微观环境是指企业生存与发展的具体环境，是企业在日常经营中所要关心的外部客观因素与条件。企业微观环境分析主要是从行业性质、竞争状况、消费者、供应商、中间商及其他利益集团等方面进行。

企业所处的环境对其经营状况有重要影响。一个企业是否具有长期发展优势，与其所处的行业本身的性质有关。身处高速发展的行业，对任何企业来说，都是一笔宝贵的财富。一般来说，对行业性质进行分析的一个常用方法是行业生命周期分析法。该方法的目的是认识其处于生命周期的哪个阶段，主要标志是需求状况。行业生命周期与产品生命周期相类似，也分为投入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。

随着市场竞争的加剧，企业面临的挑战越来越严峻，这就需要企业对其竞争状况进行准确分析，要准确分析竞争来自何方、出于何种动机、哪个威胁最大、其变化趋势如何等。

企业是为满足消费者的需要而从事生产经营的，或者说企业依赖于消费者的存在而存在，所以企业必须认真研究消费者的需要、需要的特征、需要的差异，以及需要的变化趋势等。

供应商是向企业及其竞争对手提供所需的各种资源的组织机构或个人。企业必须明确哪些材料可以自制、哪些材料需要外购作出决策；一旦决定外购，则必须制定外购原材料、零部件的规格标准，并寻找供应商；而后要对供应商们进行评审，以选择那些能提供质量、交货期、信贷条件、采购成本等方面最佳组合的供应商。

中间商是协助企业推广、分配和销售产品给最终消费者的那些组织机构或个人。对企业来说，中间商承担着调研、促销、沟通、谈判、实体分配、财务及风险分担等作用。同时，中间商比企业更加直接而广泛地接触顾客，了解市场需求动态，企业利用中间商销售产品往往可得到广泛分销的好处，比其直接向最终顾客销售产品效率更高、效益更佳。因此，企业必须对各种可选择的渠道模式结构及其成员状况作好调研、分析，从而选择进入市场的最经济有效的方式与途径。

其他利益集团是指与企业发生相互作用和影响的、其成员面临共同问题、有共同利益和要求的社会群体。利益集团对企业实现其目标的能力与过程有着实际的或潜在的影响，而且对企业的命运产生巨大影响。

72. 企业内部要素分析的方法有哪些?

企业内部要素分析的方法主要有以下几种:

(1)竞争对手比较法:与目前或潜在的竞争对手进行比较是企业发现优势和劣势的重要方法。一般来说,同一产业中的不同企业在营销、资金来源、生产设施、专门技术、品牌形象以及管理能力等方面都存在差异,这些差异形成了企业之间的相对优(劣)势。因此,企业在制定战略时,有必要将本企业主要内部战略要素与竞争对手相比较,从而准确定位企业的优劣势。

(2)加乘评分法:加乘评分法是一种直观判断方法。评价者按照规定的标准用分数作为衡量的尺度进行判断。

(3)财务比率分析法:财务比率分析法是利用企业财务报表(资产负债表、利润表、现金流量表等三大表以及有关附表为特征的报表体系),通过对有关财务比率的计算,获得企业在某一时点的情况,以及企业在一段时期或相当于整个行业平均水平的情况。

(4)产业成功要素比较法:产业成功要素比较法是以产业分析来评价企业的关键战略要素,并协助制定战略,这种方法是企业战略管理中普遍采用的方法。

(5)战略要素评价矩阵法:战略要素评价矩阵法是企业内部战略条件分析的有效方法,它可以帮助企业经营战略决策者对企业内部各个职能领域的主要优劣势进行全面的综合评价。

73. 什么是SWOT法?

对于现代企业来说,制定战略的方法有很多,当前最流行的一种制定方法是SWOT分析法。S、W、O、T分别是强项、弱项、机会和威胁四个英文单词的首字母。所谓的SWOT分析法就是通过综合分析企业内部的强项和弱项以及企业外部环境的机遇和威胁,并以此为基础制定企业战略。SWOT分析法的核心就是:企业战略的制定必须使其内部能力(强项和弱项)与外部环境(机遇和威胁)相适应,以获得投资的成功。

74. 什么是企业战略目标,企业战略目标有哪些作用?

企业的战略目标可以分为狭义上的战略目标和广义上的战略目标。从狭义上看,企业战略目标不包含在企业战略构成之中,它既是企业战略选择的出发点和依据,又是企业战略实施要达到的结果。而战略则是为达到其战略目标而采取的行为。战略目标与战略的时间跨度通常为3~5年。从广义上看,企业战略目标是企业战略构成的基本内容,企业实现其使命过程中所追求的长期结果,是在一些最重要的领域对企业使命的进一步具体化。企业的战略目标反映了企业在一定时期内经营活动的方向和所要达到的水平,既可以是定性的,也可以是定量的。战略目标要有具体的数量特征和时间界限,一般为3~

5年或更长。

企业战略目标的作用表现在:企业战略目标是企业制定战略的基本依据和出发点,企业战略目标明确了努力的方向,体现了企业的具体愿望,表明了企业的行动纲领;企业战略目标是企业战略实施的指导方针。企业战略是为实现企业战略目标而采取的行动,因此在企业战略实施中,必须以企业战略目标为方针,对企业战略实施中各项资源、条件、环节进行优化配置,实现效益最优化;企业战略目标是企业战略控制的评价标准。战略实施由于主客观原因总是发生一些偏差,这些偏差的评价及其修正是以企业战略目标为准绳的。因此,企业战略目标必须具体并具有可衡量性。

75. 企业战略目标应该具备哪些要求?

企业的战略目标对企业经营战略的制定和实施有直接的指导作用。企业战略目标的制定必须满足可接受性、灵活性、可量度性;激励性、可实现性、适应性和易理解性等要求。

76. 什么是稳定型增长战略? 稳定型增长战略有什么优(缺)点?

稳定型增长战略是指企业投入少量或中等程度的资源,保持现有市场占有率和产销规模,稳定和巩固现在的地位。选用稳定型战略的企业往往是由于:首先企业实力较差,希望保持与过去相同的业绩;其次,企业实力已处于外部环境恶化、没有进一步发展机会的状况;再次,企业经营者对于新市场的产品没有足够的把握和认识,不愿冒很大风险。

通常来说,稳定型战略包括两种类型:其一是无增长战略。企业的经营活动按原定计划进行,使各项经营指标停在原有水平上。其二是微增长战略。指企业尽量减少各种生产要素的投入,致力于调整企业内部资源结构、产品结构和组织结构,挖掘企业内部潜力,使各项工作达到合理化水平。同时,优化生产工艺,提高技术水平,减少不必要的资源浪费,取得经济效益的最大化。

稳定型增长战略的优点在于:能使企业在企业内部现有结构、资源、技术、管理等方面精心安排、合理组织。实现增产节约、增收节支、降低成本、提高质量,它也能实现现代化的管理手段,提高生产力,加强对外部环境的应变能力。当外部环境恶化时,企业用这种战略可以休养生息、积蓄力量,等待时机来临,求得企业的稳定发展。

稳定型增长战略的缺点在于:企业若长期使用这种战略,它的发展将会趋于缓慢。并且,企业在这种战略的实施过程中往往只注意内部结构资源的调整,容易忽视外部环境的变化及提供的机遇,错失良机,将会得不偿失。

77. 什么是发展型发展战略? 发展型发展战略的特征是什么?

发展型发展战略强调企业要充分利用外界环境中的机会,避开强敌,发掘和利用自己的潜能和优势,以求企业顺利发展。

发展型发展战略的特征是：投入大量资源、扩大产销规模、提高竞争地位，提高产品的市场占有率或用新产品占领新市场。它主要包括产品的市场战略、联合战略、竞争战略及外向型战略。

78. 什么是紧缩型发展战略？紧缩型发展战略的特征是什么？紧缩型发展战略有哪几种基本形式？

紧缩型发展战略是企业遇到内外部环境都对自己非常不利的情况下采取的撤退措施。首先是为了保存企业，以便转移目标或者蓄积力量，以谋东山再起。

紧缩型发展战略的主要特征是：投入最低限度的资源，缩小生产经营规模，甚至完全从某种经营市场中退出来。比如说，企业实力比较弱小，而市场又对企业的产品需求下降；或国家实行了经济紧缩的方针，企业处境极为困难；或企业经营决策出现各种失误，财务也遇到了严重的困难。在这种情况下，企业应采取紧缩型发展战略。

紧缩型发展战略的三种基本形式：

第一种是紧缩战略。在企业已遇到很大困难，而经营者又认为能够坚持经营下去、有一定的信心时，企业采取节省开支，加强管理，精简人员，催收应收货款，推迟设备更新的办法，充分利用自己现有人力、物力、财力，集中力量，以求获取短期效益，维持生存。但这种方式对企业的现状有很大的振动，实施时一定要小心、谨慎并且果断。

第二种是转让被兼并战略。当企业经营者对企业所受的困难没有把握扭转，或者在采取了紧缩型战略失败时，就要采取转让归并战略。在目前，一个企业陷入困境时，往往转让或拍卖企业的一些主要部分，如部分厂房、某项技术，或某种生产线、某个经营单位等。其目的主要是为企业争取一笔资金，以便投入新的经营领域，为企业找到新出路。

第三种是清理战略。通过出售或转化企业全部资产，以偿还债务，停止其全部业务。这是企业所有经营战略全部失败之后采取的战略。与破产比较，企业还可以有计划地对企业各部分进行细致清理、从而把损失减少到最低限度，当企业清理后资不抵债时只有破产。

79. 什么是外向型经营战略？外向型经营战略有哪些形式？

企业的外向型经营战略也属于发展战略中的一部分，但也有其自己的特殊性。外向型经营战略，一般是指企业在国内生产、在国外销售产品，也指在国外生产且在国外销售，即把经营的各方面扩大到国际范围的经营战略。

外向型经营战略有六种基本形式：

第一种，加工出口。企业承接国外的某些来料加工、来样加工和零件装配等初级经营方式。它可以带动企业的技术改造，提高企业对国际市场的适应性，并且可以扩大就业，增收外汇，利用了外资，企业也省却了风险责任。但缺点是它使企业的经营主动权掌握在外商手中，生产不大稳定，因而，承接业务的范围会受到限制。

第二种，补偿贸易。外商直接以贷款方式向企业提供机器、技术、专利或资源等，待企

业投产后，企业以其产品或双方商定的其他产品还贷款。这种形式，可以让企业减少投资、节省外汇，扩大出口。但产品的返销较困难，其设备或技术也不一定是很先进的，产品的补偿需要很长的时间，容易受国际政治经济变化的影响。

第三种，租赁经营。企业向出租人交付对所需设备使用权的租金，企业也可以定期支付租金。这种方式，可以先生产后付款，等于企业拿到一笔较长期的贷款，投资少，见效快。还可使企业保持设备、技术等先进性，但缺点是成本较高。

第四种，合作经营。外国的公司通过签订合同或契约而形成的合作性企业。合作性企业可以是具有法人资格的企业，也可以不是具有法人资格的企业。这种合作方式能够吸收外资，但无需承担借款利息，有利于出口了解国际市场，可以学习国际先进管理方式，比合资经营简单易行。但解决内外销矛盾困难，受投资环境影响很大。另外，确定双方利润分成比例也较复杂。

第五种，合资经营。外国的经济组织、个人或公司在一定条件下，在我境内建立具有我方法人地位的联合经营企业。由双方共同投资，按投资份额分享利润、分担责任和风险。这样的方式可吸收较多的投资，我方可用土地、设施入股，节省投资。但是内外销矛盾也较多。

第六种，跨国经营。指企业在国外建立生产销售基地，进行生产经营活动。它有 5 种方式，即组装业务、合同业务、许可证贸易、海外合资合作、海外独资经营。

80. 企业实施 CS 战略应该注意哪些方面？

通常来说，企业实施 CS 战略应该做好以下几个方面的工作：

(1)从顾客的角度来设计和生产商品，在任何产品开发研制之前，要先考虑顾客的需要。

(2)建立客户管理系统，充分授权处理消费者的问题：应设专门的机构和人才来负责接受和处理消费者的不满意投诉。

(3)健全顾客服务系统。要有专门的产品送货、安装、调试、维修等队伍，要有迅捷的零部件供应和配送队伍，要做到及时、周到。如德国大众汽车公司始终保持某一型号的最后一辆车出厂后七年内的汽车零配件。

(4)收集顾客的建议和意见。顾客的建议是产品改进和产品开发的主要创意来源。美国进行的一项调查表明，成功的产品中有 60% ~ 80% 来自用户建议。美国著名企业宝洁公司开设了“顾客免费服务电话”，凡给公司提建议的电话，一律公司付费。

(5)留住老顾客。企业要想得到消费者永久的支持和回报，必须做好对消费者的初次接待服务工作，提高回头率的比率。美国汽车行业的一项调查表明，一个满意的顾客会引发 8 个潜在新顾客，其中至少有一个会成功。所以，必要时要给老顾客更大的好处。

81. 战略选择需要考虑哪些要素？

确定战略方案并对之进行评价，是进行战略选择的前提条件。战略选择是指作出选

择某一特定战略方案的决策。战略决策的制定者常常对未来进行再评估，随着事态的发展不断发现新的和谐行业，并及时对企业的资源进行调整，求得新的平衡，以适应发展变化了的客观条件。一般来说，战略决策的制定者常常会考虑如下几个因素：

(1)企业过去的战略影响。对于大多数企业来说，过去的战略常作为战略选择过程的起点。这样一来，进入考虑范围的战略方案的数量会受到基于企业过去的战略的限制。

(2)管理者对风险的态度。企业和管理者对风险的态度影响着战略选择的决策。风险承担者一般采取进攻型战略，以便在被迫对环境的变化作出反应之前主动地反应。风险回避者则更多的是采用一种防御战略，只有在环境变化迫使他们作出反应时才采取行动。

(3)企业环境。一般来说，企业总是存在于一个通常受到股东、竞争者、客户、政府、行业协会和社会影响的环境之中。企业对这些环境因素中的一个或多个的依赖程度也影响其战略的选择。如果企业对环境的依赖程度较高，企业战略选择的灵活性就会减弱。

(4)企业文化与权力关系。企业文化和权力关系对企业目标的设置过程有深刻的影响。

(5)中层管理者和职能部门人员对企业战略选择有重要影响。其影响的途径是通过准备提交的战略方案以及通过评价与各种方案相联系的风险来实现的。

(6)竞争行为和反应。影响企业战略选择的另一个因素是企业外部的竞争行为和反应。

82. 什么是企业的战略资源?

企业战略资源是指企业用于战略行动及其计划推行的人力、物力、财力等资源的综合。

具体来说，战略资源包括：

(1)财务实力：包括企业的获利能力与经济效益是否处于同行前列、企业利润的来源、分布及趋势是否合理、各项财务指标及成本状况是否正常、融资能力是否强大等；

(2)生产能力与产品实力：包括企业的生产规模是否合理、生产设备、工艺是否跟得上时代潮流、企业产品的质量、性能是否具有竞争力、产品结构是否合理等内容；

(3)市场与促销实力：指企业是否具备开发市场的强大实力，是否有一支精干的销售队伍，市场策略是否有效等；

(4)人力资源实力：包括企业的领导者、管理人员、技术人员等素质是否一流、其知识水准、经验技能是否有利于企业发展、其意识是否先进、企业内的凝聚力如何等；

(5)采购与供应实力：是指企业是否具备有利的供应地位、与自己的供应商关系是否协调、是否有足够的渠道保证、能够以合理的价格来获取所需要的原材料等内容；

(6)技术开发实力：如企业的产品开发和技术改造的力量是否具备、企业与科研单位、高校的合作是否广泛、企业的技术储备是否能在同业中处于领先地位等；

(7)经营管理实力：指企业是否拥有一个运行有效、适应广泛的管理体系、企业对新鲜事物的灵敏度如何、反应是否及时、正确、企业内是否有良好的文化氛围、在企业内是否形成了良好的分工与合作、能否进行有力的组织等；

(8)时间、信息等无形资源的把握能力：指企业是否能充分去获取、储备和应用各种信息以及时间管理是否合理等。

83. 什么是企业战略资源的分配？企业战略资源应如何分配？

企业战略资源的分配是指按战略资源配置的原则方案，对企业所属战略资源进行的具体分配。

企业战略资源的分配通常可分为两种。

(1)人力资源分配。主要表现在：首先是为各个战略岗位配备管理和技术人才，特别是对关键岗位的关键人物的选择；其次是为战略实施建立人才及技能储备，不断为战略实施输送有效的人才；再次是在战略实施过程中，注意整个队伍的综合能力搭配和平衡。

(2)资金分配。通常来说，企业采用预算的方法来分配各项资金资源。企业的预算方式主要表现为：

①零基预算：即一切从零开始的预算。它不是根据上年度的预算编制，而是将一切经营活动都从彻底的成本——效益分析开始，从而避免预算无效。

②规划预算：是按规划项目而非按职能来分配资源。规划预算的期限相对较长，常与项目规划同步。

③灵活预算：灵活预算允许费用随产出指标而变动，因而有较好的弹性。

④产品生命周期预算：在产品的不同生命周期中对资金有不同需求，而且各阶段的资金需求有不同的费用项目；这时产品生命周期预算就根据不同阶段的特征来编制各项资金支出计划与原则。

84. 什么是战略控制？影响战略控制的因素有哪些？

所谓战略控制是指监督战略实施进程、及时纠正偏差、确保各项战略措施的有效实施，使战略实施结果基本符合预期计划的必要手段。也就是说，企业必须根据战略决策的目标标准对战略实施的过程进行全面的控制。

通常来说，影响企业战略控制的主要因素是企业的资源和能力、需求和市场、组织和文化等几个方面。比如说，现代企业更加注重培养顾客忠诚度，更加重视质量、价值和顾客满意度，更加重视业务流程管理和正常业务功能，更加重视全球导向和区域规划，更加重视战略联盟和网络组织等。

85. 战略控制的目的和任务是什么？

一般来说，战略控制是指将预定的目标同反馈回来的实践结果进行比较分析，准确检测出偏差程度，评价其是否符合原定目标和要求，从而达到及时发现问题，及时解决问题的目的。也就是说，战略控制就是通过保持企业系统稳定地进行，借以实现企业战略目标的不断调节的过程。

对于现代企业来说，战略控制之所以必要，主要是因为在战略实施过程中，总是会出

现这样或那样的一些问题。因此，战略控制的目的主要有两个方面：一是为了保证战略方案的正确实施；二是为了检验、修订、优化原定战略方案。但要注意的是，战略控制不是具体地去进行计划执行情况的检查与控制，它所关心的是一些主要问题。

86. 现代企业战略控制的特征是什么？

企业战略控制是一个动态的过程，企业战略控制常常体现出系统性、交互性和渐进性等特点。

(1)企业战略控制具有很好的系统性：完善的企业战略一般是从一系列制定战略的子系统中产生的。所谓的子系统是指为了实现某一重要战略目标相互作用的一组活动或决策。企业战略的每一个系统都有自己的与其他系统不相关的时间和信息要求，但它又在某些重要方面依赖于其他系统。

(2)企业战略控制具有交互性：企业面临的环境控制因素的多样性和相互依赖性，决定了企业必须与外界信息来源进行高度适应性的互相交流以及去利用所获得信息的有力刺激。

(3)企业战略控制具有渐进性：企业的战略是逐步形成的，并且在很大程度上是凭直觉得到的。尽管人们可以在日常的点滴想法中得到一些比较重要的战略分析内容，但真正的战略是在公司内部的一系列决策和对外得到逐步发展，使最高管理班子中的主要成员们又对行动产生新的共同的看法之后，才逐渐形成的。

87. 现代企业战略控制的基本原则有哪些？

现代企业战略控制的基本原则主要表现在：

(1)领导与战略相适应：组织的主要领导人必须负责研究、执行战略；

(2)组织与战略相适应：战略要有合适的组织结构相配；

(3)执行计划与战略相适应：战略必须有起作用的行动计划支持；

(4)资源分配与战略相适应：资源分配必须支持战略目标的实现；

(5)企业文化与战略相适应：企业文化，特别是企业高层管理人员的心理必须与执行战略相适应；

(6)战略具有可行性；

(7)企业要有战略控制的预警系统；

(8)严格执行完整的奖惩制度：企业对成功的执行者必须给以奖励和报酬。

88. 战略控制的主要类型有哪些？

通常，现代企业战略控制的主要类型有以下几个方面：

(1)回避控制问题：具体的手段有高效自动化、管理集中化、风险共担以及转移或放弃

某些经营活动等；

(2)具体活动的控制：具体活动的控制是保证企业职工能够按照企业的预期进行活动的一种控制手段，其具体做法主要有行为限制、工作责任制和事前审查；

(3)绩效控制：是以企业的绩效为中心，通过绩效责任制来达到有效的控制；

(4)人员控制系统：人员控制系统是根据所涉人员对企业作出的贡献大小而实施的控制。

89. 什么是竞争战略?

竞争战略是指企业在特定的市场环境中如何营造，并最终获得竞争优势的途径或方法。竞争战略是企业在特定的市场环境中所采取的用来抵御市场竞争压力和加强自身市场地位的策略性行动。通常来说，如果企业在防御竞争对手和吸引顾客方面拥有优势，那么该企业就有竞争优势。企业获得竞争优势的方法很多，比如：企业开发出行业领先地位的新产品，为顾客提供更优质的服务，实现比竞争对手更低的成本，开发并拥有某种关键的技术，等等。

90. 什么是市场营销战略?

营销战略是企业为实现特定的营销目标而制定的行动纲领或方案，是企业战略的一个组成部分，属于业务层次、职能部门的战略。战略和计划没有本质区别，都是事先对未来行动的设计和安排。战略一般指周期较长的、重大的决策，计划则强调可操作性，是短期的部署。

91. 如何制定市场营销战略流程?

制定有效的市场营销战略是现代企业获得核心竞争力的重要手段。战略制定流程是企业营销工作的重要内容，是企业识别、分析、研究、选择和开拓市场营销机会，以实现企业任务和目标的管理过程，现代企业市场营销战略流程的制定通常包括以下几个方面：

(1)外部环境分析：营销人员不仅要观察影响营销活动的主要宏观环境因素(人口的、经济的、自然的、技术的、政治法律的环境因素)，同时还必须观察重要的微观环境因素(顾客、竞争者、供应商、分销渠道)。这些环境因素会影响企业在市场中的获利能力。企业建立营销信息系统，研究环境因素的发展趋势和规律，就能从趋势和规律中辨明市场机会和风险。

(2)内部环境分析：外部环境机遇对每一个企业都存在，但不是所有的企业都能抓住这个有利时机，这是因为不同企业的内部环境不同。只有充分发掘企业自身优势，把环境机会和企业优势结合起来，企业才能成功。企业必须定期检查内部环境因素，分析自身的优势及劣势，扬长避短，找出能充分发挥优势的市场机会。

(3)制定营销战略目标:对企业的优势、劣势、机会和威胁的整体分析称为“SWOT分析”,它是战略分析的基本模式。通过SWOT分析后,就进入制定营销目标阶段。营销目标是未来一定时期内营销活动的定性和定量的指南针。

(4)市场细分:从企业营销的角度看,某一产品的市场应该是该产品的全体消费者,任何企业都会面对成百上千个消费者。但是,不同的消费者受自身条件的影响,对产品的需求往往并不相同,甚至存在很大的差异。有些消费者可能购买相同的产品,但其购买行为背后的购买动机有很大区别。因此,对产品的要求也就不同。市场上的需求是五花八门的,企业仅靠有限的资源要满足所有的需求是不切实际的。最佳的选择是为某一特定市场服务,这部分市场需求有相似性,企业就可以提供有针对性、有特色的产品和服务以满足需求。将某一产品的市场按需求特点不同划分为不同的子市场的活动就是市场细分。

(5)选择目标市场:目标市场是企业决定进入并为之服务的市场。市场细分活动将市场划分为不同的需求但具有相似性的子市场,企业必须结合自身的优势、特点选择合适的子市场作为目标市场。企业的一切经营活动都是围绕着目标市场进行的。目标市场可以是市场细分后的某一个子市场也可以是多个子市场,还可以是所有的子市场。

(6)市场定位:对目标市场上的产品进行市场定位,就是根据竞争对手现有产品在市场上所处的位置,针对消费者对产品特征或属性的重视程度,大力塑造本企业产品与众不同的、形象鲜明的个性或特征,并把这种形象有效地传达给消费者。市场定位也就是明确企业产品在消费者心目中所处的位置。

(7)确定营销组合:在选定目标市场后,就要确定市场营销组合策略,综合运用企业可控的营销手段实现营销战略目标。

3

财务管理知识

92. 什么是企业财务管理?

企业财务管理是指企业在再生产过程中客观存在的资金运动及其所体现的经济利益的关系。企业财务管理是基于企业再生产过程中客观存在的财务活动和财务关系而存在的,是企业组织财务活动、处理各方面财务关系的一项经济管理工作。

93. 财务管理的基本内容包括哪些方面?

财务管理的基本内容一般包括以下四个方面:

(1)筹资活动:所谓筹资是指企业为了满足投资和用资的需要,筹措和集中所需资金的过程。企业通过筹资可以形成两种不同性质的资金来源:一是企业自有资金,企业可以通过向投资者吸收直接投资、发行股票、企业内部留存收益等方式取得,其投资者包括国家、法人、个人等;二是企业债务资金,企业可以通过从银行借款、发行债券、利用商业信用等方式取得。

(2)投资活动:现代企业投资可以分为广义的投资和狭义的投资两种形式。广义的投资是指企业将筹集的资金投入使用的过程,包括企业内部使用资金的过程(如购置流动资产、固定资产、无形资产等)和对外投放资金的过程(如投资购买其他企业的股票、债券或与其他企业联营等)。狭义的投资仅指对外投资。这种因企业投资而产生的资金的收付,便是由投资而引起的财务活动。

(3)资金营运活动:企业在日常生产经营过程中必然发生一系列的资金收付。首先,企业要采购材料或商品,以便从事生产和销售活动,同时,还要支付工资和其他营业费用;其次,当企业把产品或商品售出后,便可取得收入,收回资金;再次,如果企业现有资金不能满足企业经营的需要,还要采取短期借款方式来筹集所需资金。上述各方面都会产生企业资金的收付。这就是因企业经营而引起的财务活动,也称为资金营运活动。

(4)分配活动:从广义上说,分配是指对企业各种收入进行分割和分派的过程;而狭义的分配仅指对利润尤其是净利润的分配过程。企业通过投资取得的收入如销售收入,首先要用以弥补生产经营耗费,缴纳流转税,其余部分成为企业的营业利润;营业利润和投资净收益、营业外收支净额等构成企业的利润总额。

上述财务活动的四个方面相辅相成,构成了完整的企业财务活动,这四个方面也就是企业财务管理的基本内容。

94. 财务管理的目标体现在哪些方面?

财务管理的目标是在特定的理财环境中,通过组织财务活动,处理财务关系所要达到的目的。

从根本上说,财务目标取决于企业生存目的或企业目标,取决于特定的社会经济模式。企业财务目标具有体制性特征,整个社会经济体制、经济模式和企业所采用的组织制度,在很大程度上决定了企业财务目标的取向。根据现代企业财务管理理论和实践,最具有代表性的财务管理目标具体体现在哪些方面在业界尚无定论,但一般都涵盖以下几个方面:

(1)关于股东权益最大化:以美国为例。在美国,企业股东以个人股东居多,这些个人股东不直接控制企业财权,只是通过股票的买卖来间接影响企业的财务决策;职业经理的报酬也与股票价格直接相关,因此,股票市价成了财务决策所要考虑的最重要因素,而股东权益也是通过股票的市价得以充分体现。因此,股东权益最大化就理所当然地成为他们的财务管理目标。

(2)关于企业价值最大化:通俗地说,企业价值就是企业值多少钱。通常有两种解释:一是企业总资产价值,即已形成的价值;另一种是指企业的潜在获利能力。我们认为,后一种看法更为科学。在市场经济条件下,人们为一种商品所愿意支付的代价,不仅考虑该商品的成本是多少,而更看重该商品将能带来的报酬。在财务管理的概念中,企业资产的历史成本,属于沉落成本,在决策中,属于无关成本。我们更关心的是未来的现金流量。

95. 财务管理有哪些环节?

财务管理的环节是指财务管理的工作步骤与一般程序。

现代企业财务管理有如下几个环节:

(1)财务预测:是根据财务活动的历史资料,考虑现实的要求和条件,对企业未来的财务活动和财务成果作出科学的预计和测算。其主要任务在于:预计财务收支的发展变化情况,以确定经营目标;测定各项定额和标准,为编制计划、分解计划、分解计划指标服务。工作内容主要包括明确预测目标、收集相关资料、建立预测模型和确定财务预测结果等几个步骤。

(2)财务决策:指财务人员按照财务目标的总体要求,利用专门方法对各种备选方案进行比较分析,并从中选出最佳方案的过程。在市场经济条件下,财务管理的核心是财务决策,财务预测是为财务决策服务的,决策成功与否直接关系到企业的兴衰成败。财务决策环节的工作主要包括确定决策目标、提出备选方案和选择最优方案等几个方面。

(3)财务预算:指运用科学的技术手段和数量方法,对未来财务活动的内容及指标所进行的具体规划。财务预算是以财务决策确立的方案和财务预测提供的信息为基础编制的,是财务预测和财务决策的具体化,是控制财务活动的依据。财务预算的编制一般包括

分析财务环境，确定预算指标；协调财务能力，组织综合平衡；选择预算方法，编制财务预算等几个方面。

(4)财务控制：在财务管理的过程中，利用有关信息和特定手段，对企业财务活动所施加的影响或进行的调节。实行财务控制是落实预算任务、保证预算实现的有效措施。财务控制首先需要制定控制标准，并分解落实责任；其次需要实施追踪控制，并及时调整误差；再次需要分析执行情况，搞好考核和奖惩。

(5)财务分析：是根据核算资料，运用特定方法，对企业财务活动过程及其结果进行分析和评价的一项工作。通过财务分析，可以掌握各项财务计划的完成情况，评价财务状况，研究和掌握企业财务活动的规律性，改善财务预测、决策、预算和控制，改善企业管理水平，提高企业经济效益。财务分析主要包括占有资料，掌握信息；指标对比，揭露矛盾；分析原因，明确责任；以及提出措施，改进工作等几项措施。

96. 现代企业财务管理制度化有什么重要意义？

财务管理是现代企业管理的重要组成部分，财务管理制度化对现代企业有着非常重要的意义，主要表现在：

一是有利于增强企业核心竞争力和长期竞争优势。财务管理是现代企业管理的重要内容之一，企业财务管理水平的好坏直接影响着企业的生产经营。现代企业财务管理工作只有走科学化、规范化的道路，才有利于增强企业核心竞争力和长期竞争优势。

二是有利于纠正企业经营管理过程中存在的诸多问题：无论是大企业还是小企业，企业管理的隐患都是存在的。财务管理制度化对于预防及时发现并纠正隐患都会起到一定作用。虽然健全制度无法解决企业经营中的一切问题，但它却是企业经营的一件制胜法宝。

三是有利于组织的协调发展：财务管理制度并非条条框框，而是一套有机运作的系统。因此，企业的财务工作不能只流于形式。财务管理制度包括了制度的制定、执行、控制、监督、考核、信息反馈等几个过程。正是这几个过程的有机结合，才构成了完整的制度系统。有些环节说起来容易做起来难，比如执行、控制、监督，一些企业就在这方面吃了亏。纸上文章每个企业都会做，财务管理的关键是将这些制度运作起来，而重点就是执行、控制、反馈。

97. 会计的定义是什么？

会计是用货币来度量和记录财产物资的增减变化，并以变化的结果来评价企业生产经营情况或事业机关团体等单位的业务执行情况的一项管理工作。会计的基本职能是进行会计核算，实行会计监督。

会计的定义涉及到对会计性质、会计目标的描述，它一直是中外会计界争议不休的一个问题。随着社会经济环境的变化，会计方法、会计职能都发生了根本性变化，传统的服

务于对外报告的财务会计与服务于企业投资经营决策的管理会计就很难统一在同一个定义下。近年来社会责任会计的兴起，更将财务会计、管理会计的服务对象从企业与投资人扩大到整个社会。与此同时，人们对于主观判断在会计中所起的作用也有了不同的认识。这一切都意味着，从人们开始系统地建立会计的理论结构之日起，会计的定义就在不断变化。

会计信息论的定义也被我国一些高校的教科书所采用。但是，由于我国会计管理体制的特点，会计管理论的主张更贴近我国的现实。在这一思路下，会计是“以货币为计量单位，运用专门的方法，对企业和行政、事业等单位的经济活动进行核算和监督，旨在提高经济效益的一种管理活动”。

98. 会计有哪些基本职能？

会计的职能是指会计在经济管理中所有的功能。会计的基本职能包括核算职能和监督职能。

(1)核算职能：这是会计最基本的职能，它贯穿于企业经济活动的各个方面、各个过程，为企业提供了很大的帮助。核算一般可分为三个步骤：记账；算账；报账。

①记账：是对特定的某一经济活动采用一定的记账方法，在账簿中登记。

②算账：是指在记账的基础上，对企业某一时点(比如2007年12月31号)的资产、负债、所有者权益和一定时期内(比如2007年这一年)的收入、费用、利润进行计算。

③报账：是指在算账的基础上，对企业的财务状况、经营成果和现金的流入与流出情况，经过汇总统计，以会计报表的形式向会计信息使用者报告。

(2)监督职能：监督职能是会计的另外一个基本职能，它能为企业经营过程提供监督作用。会计监督职能是指会计按照一定的目的和要求，对企业单位的经济活动进行控制，以达到预期目标。

99. 会计是如何分类的？

按照不同的分类标准，会计可以划分为不同的类型。常用的分类方法有如下几种：

(1)按照会计服务的对象进行分类，可分为财务会计和管理会计。

①财务会计：传统的会计又称为财务会计，是指在会计法规、会计原则或者会计制度的指导下，以货币为主要计量形式，对企业的整个财务活动和经营状况进行记账、算账、报账，为企业管理者、企业外部与企业有利害关系的集团和个人定期提供企业财务信息的活动。

②管理会计：管理会计又称为对内报告会计，是20世纪50年代以后随着现代管理科学的发展而从传统的、单一的会计系统中分离出来的一个会计分支。它利用财务会计提供的会计信息及其他生产经营活动中的有关资料，运用数学、统计等技术方法，对财务会计信息进行整理、计算、对比、分析，向企业内部各级管理人员提供用于未来决策的信息。

(2)按照会计主体及管理对象的不同而进行的分类,可分为政府会计与企业会计,我国传统上又将其分为官厅会计与民间会计。

①政府会计:我国古代称为官厅会计,是指记录国家各级政府的财政收支和财物保管情况的会计活动。广义上看,政府会计还包括以预算资金为经费来源的非盈利性的事业单位、社会团体等主体中的会计活动。

②企业会计:是指记录、核算以盈利为目的的活动或者经营单位的会计。我国古代称之为民间会计,泛指适用于民间工商业、手工业、金融等行业的会计技术和方法。

100. 财务会计与管理会计有什么联系与区别?

财务会计与管理会计两者都是以对企业进行管理,提高经济效益为目标的,这是其一致性。两者的区别主要表现在:财务会计主要是向企业外部提供反映企业情况的报表,它要受权威机构颁布的会计制度等的制约;管理会计主要向企业内部提供分析报告,因此很少受到会计制度的约束。财务会计主要是控制企业资金的应用,而管理会计更多的是控制成本的发生。财务会计对数据准确性要求严格,各项数据之间存在着各项勾稽关系;而管理会计更多强调的是数据的决策有用性,对数据的正确性及勾稽关系要求不太严格。

101. 会计核算应该遵循哪些原则?

会计核算的一般原则是进行会计核算工作的规范,是从事账务处理、编制会计报表时所依据的一般规则和准绳。

会计核算的一般原则主要包括:

(1)真实性原则;

(2)有用性原则;

(3)一致性原则;

(4)可比性原则;

(5)及时性原则;

(6)清晰性原则;

(7)实质重于形式原则;

(8)权责发生制原则;

(9)实际成本原则;

(10)配比原则;

(11)划分收益性支出与资本性支出的原则;

(12)谨慎性原则;

(13)重要性原则。

102. 什么是会计科目？规定会计科目对现代企业有什么重要意义？

会计科目是会计制度的核心，是表明会计账户性质的名称。不同会计科目规定了会计账户的性质和核算内容，也规定了会计账户的结构、会计分录的编制方法和账户的对应关系，以及会计报表的编制方法。

规定会计科目有利于现代企业建立完善的账户体系，全面控制企业各种资产、负债、所有者权益、经营收入、成本、费用、利润增减变动数额及其实存数额；有助于企业控制财务收支与各项经济活动的实现；有助于改善和加强财务、经营管理，提高企业会计工作水平、效率和效果，充分反映企业财务状况和经营成果；有助于保护企业资产的安全与完整，防止错弊发生。

103. 会计科目是如何分类的？

按照会计对象要素，现代企业的会计科目可以分为如下几类：

(1)所有者权益类科目：所有者权益类科目具体分为资本公积、实收资本、盈余公积(包括公益金)、未分配利润等；

(2)收入类科目：收入类科目具体分为产品销售收入(或营业收入)、产品销售成本(或营业成本)、其他业务收入、其他业务支出、产品销售税金及附加(营业税)等；

(3)资产类科目：资产类科目具体分为现金、银行存款、其他货币资金、短期投资、其他应付款、应收账款、应收票据、预付账款、材料采购、原材料、包装物、低值易耗品、委托加工材料、材料成本差异、自制半成品、产成品(商业企业为库存商品)、分期收款发出商品、长期投资、固定资产清理、固定资产、无形资产、在建工程、递延资产、其他长期资产、待处理财产净损失、应收补贴款、应交税金增值税(借项)等；

(4)负债类科目：负债类科目具体可分为短期借款、应付票据、应付账款、预收账款、应付工资、其他应付款、应交税金、应付福利费、应付利润、其他应交款、预提费用、长期借款、应付债券、长期应付款、待处理财产溢余等；

(5)费用类科目：费用类科目可分为财务费用、销售费用、管理费用、生产成本、制造费用等；

(6)利润类科目：利润类科目除上述营业收入、成本、费用科目外，还可分为：投资收益、营业外收入、补贴收入、营业外支出、以前年度损益调整、所得税、本年利润等；

会计科目除上述各类科目外，还有资产调整科目，主要有：坏账准备、存货跌价准备、短期投资跌价准备、长期投资减值准备、累计折旧(折旧准备)等。

104. 规定会计核算程序和方法有什么重要意义？规定会计核算程序和方法主要包括哪些环节？

规定会计核算程序和方法是会计管理制度的重要组成部分，是实施会计内部控制的

基本方式。规定会计核算程序和方法有助于会计核算科学化和规范化，有助于会计人员提高工作效率，有利于制约会计人员的不规则行为，有利于保证会计核算资料的正确性、真实性和完整性。

规定会计核算程序和方法主要包括以下几个环节：

(1)审核原始凭证：必须查明凭证内容的完整性与真实性、数额的正确性、手续的完备性和凭证的合法性

(2)设置账簿与开设账户：企业必须根据规定的会计科目名称开设总分类账户。

(3)编制记账凭证：要求做到应用的会计科目正确，账户对应关系正确，会计分录正确，金额正确，摘要清晰简明，能正确反映发生的经济业务，凭证连续编号正确，附件张数正确。编制日期必须写明，并由复核人员审核签证，方能登记入账。

(4)登记账户：记账人员必须根据记账凭证顺序登记账户。做到账户登记正确，借贷方向正确，金额正确，凭证编号和登记日期正确。总分类账户和明细分类账户的借贷方向一致，金额相等，摘要清晰明了，并在登记后将凭证与账户记录进行核对，保证登记的资料正确、真实与完整，不发生错记和错计。

(5)清查财产：为了保证账实相符和资产的安全与完整，必须在规定时限内清查企业的财产，并与账存数进行核对，视其是否相符。如有不符的，应查明原因后分别处理，并调整账存数。

(6)成本计算：分为生产成本计算和销售成本计算两种。生产成本计算应遵守先汇集分配，后计算结转的程序，并按照规定方法分配制造费用。产品生产成本计算后，应编制成本计算单，据以结转入产成品账户。产品销售成本计算应根据各种产品销售数量乘以各种产品生产成本，计算出各种产品销售成本额，然后编制销售成本表，将各种产品销售成本列入表内予以汇总，计算出全部产品销售成本总额，并从产成品账户转入产品销售收入账户借方，据以登记入账。

(7)试算平衡：是检查记账正确与否的一种方式，也是为结账做好准备的一项措施。试算平衡除要求编制各总分类账户(科目)余额表外，还应将各种明细账户余额列表计算出总额后与各该总分类账户余额进行核对，视其是否相符，如有不符或不平衡的应查明原因，予以更正，然后据以结账，编制会计报表(主表与附表)。此项工作应在结账前认真做好，以便于结账。

(8)结账：是结算盈亏的决算工作。结账前，应将需要调整的属于本期收入、成本、费用、投资收益、营业外收支、销售税金等各种账项，按照制度规定进行调整，编制调整表，然后据以调整有关收入、费用、利润账户。调整后计算损益，将所有收入、成本、费用、营业外收支、销售税金等账户余额结转入本年利润账户，计算出本年利润和应交所得税，然后根据税后利润进行分配。

(9)编制会计报表：应根据结账的结果和资产、负债、所有者权益各总分类账户编制损益表与资产负债表。并根据资产负债表表列项目的明细账户，编制各个表列项目的明细表。编制报表必须按国家统一会计制度的规定进行。

105. 什么是财务分析?

财务分析,亦称财务报表分析,是运用财务报表的有关数据对企业过去的财务状况、经营成果及未来前景的一种评价。财务分析的主要内容是会计报表分析、财务比率分析和预算分析。

不论是静态的资产负债表,还是动态的损益表与现金流量表,他们所提供的有关财务状况和经营成果的信息都是历史性的描述。尽管过去的信息是进行决策的主要依据之一,但过去未必能代表现在和将来。因此,财务报表上所列示的各类项目的金额,如果孤立起来看,是没有多大意义的。必须与其他金额相关联或相比较才能成为有意义的信息,供决策者使用。而这些正是财务分析所要解决的问题。

106. 财务分析的基础是什么?

公司财务分析又称财务报表分析,是通过对公司报表的有关数据进行汇总、计算、对比,综合地分析和评价公司的财务状况(如资金的流动性、安全性,财务结构的稳定性、合理性)和经营成果(资金运用的效益性)。财务分析是公司经营者和与公司有利害关系的各个群体如投资人、债权人、政府有关部门等进行决策的重要依据。

财务报表中最为重要的有:资产负债表、损益表或利润及利润分配表、现金流量表。

107. 财务分析的基本方法有哪些?

财务分析的方法灵活多样。随着分析对象、企业实际情况和分析者的不同会采用不同的分析方法。这里仅介绍几种常用的分析方法:

(1)比较分析法:是财务分析普遍使用的重要的分析方法。它是通过对经济指标在数据上的比较,揭示经济指标之间数量关系和差异的一种分析方法。对经济指标的分析主要有以下几种形式:

①绝对数分析法:是将不同时期、相同项目的绝对金额进行比较,以观察其绝对额的变化趋势;

②定基分析法:是以分析某一期的报表数据作为基数,其他各期与之对比,计算百分比,以观察各期相对于基数的变化趋势;

③环比分析法:是以某一期的数据和上期的数据进行比较,计算趋势百分比,以观察每期的增减变化情况。

(2)比率分析法:是通过计算经济指标的比率来考察、计量和评价经济活动变动程度的一种分析方法。比率分析法主要有:

①结构分析法:是通过计算某项经济指标各个组成部分占总体的比重,探讨各个部分在结构上的变化规律。用于考核各部门在总体中所占的比重,或各费用在总体费用中所

占比重等。

②相关比率分析法：是根据经济活动客观存在的相互依存相互联系的关系，将两个性质不同但又相关的指标加以对比，求出比率，以便从经济活动的客观联系中认识企业生产经营状况。

108. 财务分析有哪些种类？

财务分析按照分析时间的不同，可以分为定期分析和不定期分析。按照分析的目的和要求不同，可以分为全面分析与局部分析，专题分析和典型分析。

(1)全面分析：也叫做综合分析，它是对事业单位资金运动的各方面情况，进行综合、全面、系统的分析。这种分析，既要把数据与实际调查研究资料结合起来，又要力求重点突出，避免一般化，通过分析，借以考核资金运动过程中所取得的主要经验和成绩以及存在的主要问题，以利于评价工作和改进工作，全面分析一般适用于对季度、年度报表的分析。

(2)局部分析：就是对一二个主要问题或几个主要会计指标进行扼要的剖析，与以往比较，或与预算比较，借以考核预算管理水平的提高程度，大体观察近期经济管理情况或某指标发展的基本趋势。局部分析一般适用于月度分析。

(3)专题分析：是对某些重大的预算管理措施或事业重大变化的分析。它的特点是分析范围单一，研究要透彻深入。

(4)典型分析：是对某些典型事例、典型单位所进行的分析。在实际工作中，上述几种分析形式往往是互相结合、互相补充的，采用哪一种分析，需要根据分析的要求具体决定。

109. 财务分析有哪些方法？

一般而言，财务分析的方法有对比分析法、结构分析法、比率分析法、因素分析法、图表分析法等。我们着重以下几点进行介绍：

(1)结构分析法：也称比重分析法。它是分析某一经济现象在总体中所占的比重，从比重构成的分析中，进一步掌握事物的特点，借以认识事物的本质和客观规律性的一种方法，其计算公式为：结构相对数 = 部分 ÷ 总体 × 100%，其特点就是把分析对象的总体作为100%，借以分析构成总体的各个部分所占的比重，以认识局部与总体的关系和影响。

(2)因素分析法：又称连环替代法，它是在多种因素共同作用于某项指标的情况下，分别确定各个因素的变动对该项指标变动的影响及其影响程度的分析方法。其一般计算程序是：

①列出各个因素的计划数(或预算数)和实际数。

②按照各个因素的排列程序，依次以每个因素的实际数替代计划数，有几个因素就替代几次，直到所有因素都从计划数变成实际数为止；每次替换后要计划出“替代指标”，然后将各次替换指标与替换前的指标进行比较，其差额就是某一因素对计划执行结果的影响程度。

③将各个因素的影响值相加，即是实际数与计划数的总差额。

(3)图表分析法：是把有关的数字指标，用各种统计图表的形式表现出来，然后据以进行分析的一种分析方法。画统计图是用点、线、面积或体积等几何图形来表示统计资料的特点，使人们对其内容、意义和特点极易产生深刻印象。

110. 企业财务分析的意义是什么?

财务报表是企业运行的晴雨表，是企业制定发展战略的重要参考指标，它揭示了企业经营活动的综合情况，反映出企业的财务状况水平，而必要的财务分析则可以动态地了解企业经营管理情况及服务状况的变化趋势，从而使经理人能根据目前存在的问题有针对性地采取一些措施予以防治。

财务报表只是一种历史性的静态文件，只能概括地反映一个公司的财务状况和经营成果。对特定的报表使用者来说，这种概括的反映远不足以作为决策的全部依据。报表中的各种数据，不与其他报表中的数据或同一报表中的其他数据相比较，意义并不大。因此，在作出决策时，必须对财务报表进行分析，把其中偶然的、非本质的东西舍弃掉，得出与决策相关的实质性信息。不同的使用者可根据他们的不同需要，运用各种方法，对公司经营活动的各个方面进行分析评价，从而得出正确的结论，并应定期搜集有关资料，更新分析结论，保证决策的及时性和正确性。从这个意义上讲，财务分析是对企业历史资料的动态分析，是在研究过去的基础上预测未来。

111. 财务分析与财务会计的关系如何?

财务分析是财务会计的逻辑扩展，是对财务会计所提供的信息进行深度加工与转换。虽然会计报表能够提供一些信息，但对信息使用者来说，仍不能有效地满足其要求。如银行不能直接从阅读会计报表中确认企业偿债能力的大小等相关资料。会计报表缺乏对企业财务状况的高度概括，财务分析则通过对报表中有关项目的审查、研究、计算，形成有关企业各种能力的指标，将会计信息转化为对决策有用的信息。财务分析主要是以财务会计核算的报表资料为依据的，没有财务会计资料的正确性就没有财务分析的准确性。由此可看出：

(1)财务会计的主要职能是核算，是为财务分析提供需要的信息，而财务分析则是建立在财务会计信息基础上的，二者相辅相成，缺一不可。

(2)它们都是决策支持系统，会计为财务管理决策提供粗加工原料，而财务分析则是为财务管理决策提供精加工信息。它们之间存在着层次递进的关系。

112. 财务分析与财务管理的主要区别是什么?

(1)职能与方法不同：财务分析的职能与方法的着眼点在于分析，属决策支持系统；财务管理的职能与方法着眼点在于管理，属决策系统。

(2)研究财务问题的侧重点不同:财务分析侧重于对财务活动状况和结果的研究,财务管理则侧重于对财务活动的全过程进行研究。

(3)结果的确定性不同:财务分析结果具有确定性,因为它主要以实际的财务报表等资料为基础进行分析;而财务管理结果有的是不确定的,是根据预测值及概率估算的。

(4)服务对象不同:财务分析服务对象包括企业内外信息使用者;而财务管理的服务对象则主要是内部经营者。由上看出,财务分析与财务管理在很多方面具有不同的特征,都是针对企业的财务活动而言,具有丰富的内涵和外延,二者密不可分的,但不是像水与油一样界面清晰;财务分析是财务管理的一个环节,贯穿财务管理过程的始终,财务管理的每一环节都应有相应的财务分析。按环节可分为:财务预测分析、财务决策分析、财务控制分析、财务评价分析等。按财务活动内容则分为筹资分析、投资分析、股利分配分析等,再辅之以专题分析。

113. 什么是财务分析报告?如何撰写财务分析报告?

财务分析报告是根据会计报表反应的财务数据为主要依据,对企业一定时期或一定时间点的资金运作结果及其形成的财务状况进行深入评价和剖析的书面报告。财务分析报告又称为财务状况说明书。

财务分析报告通常分为三种类型:即全面分析报告、简要分析报告和专题分析报告。财务分析报告通常由以下三部分组成:

(1)标题:一般包括单位名称、时间界限、分析内容三个要素。如《××公司200×年财务分析报告》。

(2)正文:由开头、主体、结尾三部分组成。

(3)落款:写上报告单位名称及写作日期。

以下是一份财务分析报告范例,仅供参考。

××市××公司××××年度财务分析报告

××××年,在上级的关怀下,在兄弟单位的大力支持和配合下,我公司通过企业整顿,建立健全了以经济责任制为中心的各项规章制度,把责、权、利有机地结合起来,从而超额×%完成年度利润计划,现将各项主要指标完成情况分析报告如下:

一、主要财务指标完成情况

(1)本年实现商品销售收入××万元,比去年同期××万元相比上升×%。

(2)年末商品资金总额××万元,比去年同期××万元下降×%,比前年同期××万元下降×%。

(3)本年商品流通费××万元,比去年同期××万元下降×%,费用水平为×%,比上年×%下降×%。

(4)本年上缴国家税费××万元,比去年同期××万元增加×万元。

(5)本年实现净利润×××万元,超额×%完成年度计划指标。

整个年度进货正常,销售达到预期效果,库存下降,费用降低,经济效益较为理想。

二、流动资金分析

年末全部流动资金为××万元,比去年同期××万元下降×%;流动资金年平均占用为××万元,比去年同期××万元下降×%,流动资金周转次数为×次,比去年同期×次加快了×次;期末银行贷款为××万元,比去年同期××万元下降×%。

(一)商品资金

年末商品资金为××万元,比去年同期××万元下降×%,达到了整顿企业时制定的库存压缩计划。

年末商品资金结构情况如下:

在途商品为××万元,比去年同期××万元上升×%,造成的主要原因,是年末五六天内承付托收的货款近××万元,商品未能验收入库;库存商品为××万元,比去年同期××万元下降×%;移库下放商品为××万元,比年初××万元下降×%;省内外十几个联营点年内共销售××万元,占我公司销售的×%;移库代销商品大部分是处理商品,削价损失已近××万元。对此我们经研究决定,在下年一季度根据不同情况采用相应的办法,把移库下放联营商品统统处理。

(二)结算资金占用

年末结算资金占用××万元,占全部流动资金的×%。其中:应收票据××万元,应收账款××万元,预付账款××万元,其他应收款××万元,银行存款××万元。

主要情况分析如下:

(1)预付账款主要是我单位向××单位支付××货款的定金。

(2)其他应收款中有一笔×万元是因××单位缺乏资金,经领导同意暂时借给的,其他则属于内部和外部业务正常往来的款项。

(3)应收账款我们组织了多次清理,已处理××笔,金额为×××万元,从而使应收账款压缩到××万元。

我们决心在下年度积极主动地清理各种结算资金的非正常占用,并且采取一些措施,防止坏账的增加,压缩不合理的资金占用,努力降低结算资金。

三、商品流通费分析

本年商品流通费总额为××万元,比去年××万元下降×%;本期费用水平为×%,比去年×%下降×%,其中:

(一)直接费用

本年直接费用为××万元,比去年××万元下降×%;其中:

(1)运杂费××万元,比去年同期××万元下降×%。本年进销总额比去年上升

×%，而运杂费减少××万元，同时不少大宗商品就厂发货，节约市内搬运费×万元，另外改变进货渠道，节约运费×万元。

(2)保管费××万元，比去年同期××万元下降×%。主要是：本年度平均库存××万元，比去年同期××万元下降×%，因此减少保管费×万元。

(3)利息为××万元，比去年同期××万元下降×%；本年度每天平均贷款余额为××万元，比去年同期××万元下降××万元，节约利息××万元。

(二)间接费用

本年间接费用为××万元，比去年××万元增加××万元，主要原因：工资增加×万元，折旧费增加×万元，由于人员增加，福利和其他费用有所上升，特别是差旅费有所增加。

总之，我们在间接费用开支方面，基本上按国家财政制度、财经纪律和会计制度办事。也注意防止一些不合理的费用开支，努力降低间接费用水平，为企业增加积累。

四、利润的分析

本年实现净利润××万元，超额×%完成全年计划指标。具体分析如下：

(一)进销差价

本年毛利额为×××万元，比去年同期×××万元增加×××万元；本年毛利率为×%，比去年同期×%上升×%。

具体情况如下：

(1)我公司全年处理有问题商品×××万元，其中低于进价损失××万元，为此影响毛利××万元。

(2)全年争取优惠价格和扩大批发销售，增加毛利××万元。

(二)商品流通费本年减少××万元。

(三)营业外收支净值为负×万元。

(四)本年上缴国家税费××万元。其中：增值税××万元，所得税××万元，其他税费×万元。

(五)本年利润净额为××万元，超额×%完成年度利润计划。如果在本期不处理有问题商品，就不存在低于进价损失××万元，那么全年净利润将是×万元。

五、今后的意见

通过分析，总的来看我公司本年度各项财务指标完成得较好。但在管理工作上也存在一些问题，如处理商品数额较大，货款回收不及时，差旅费开支增大等。在新的一年中，我们应进一步加强管理的基础工作，认真贯彻执行各项规章制度，以提高经济效益为目标，改善和加强企业经营管理，加强各方协作，争取在新的年度取得更大的成绩。

××公司财务科

××××年×月×日

114. 什么是审计报告？如何撰写审计报告？

审计报告是审计人员对系统内容和单位内审计事项实施审计后，就审计情况、审计结果及审计意见和建议等所写的书面报告。

审计报告通常由五部分组成：

(1)标题：一般由审计的对象、时间、范围、内容和文种构成，如《关于××公司××年财务决算的审计报告》。

(2)主送单位：即审计报告的受文单位，要写全称或规范简称。

(3)正文：包括导言、基本情况、存在问题、处理意见和建议。导言部分一般包括审计的依据、对象、时间、内容、范围以及审计方式等；被审单位的基本情况主要包括被审单位的性质、规模、经营范围，相关项目的财务经济情况及规定指标完成的情况等；审计中查明的问题部分要写明已经查证核实了哪些问题，这些问题的性质、造成的不良影响、经济损失程度及后果等。材料要充分，证据要确凿，引用的法规、制度等文件要准确；处理意见和建议部分要引证有关法律、法规、规章和具有普遍约束力的决定、命令的条款，同时根据其问题的性质，作出具体、明确的处理意见。

(4)附件：主要是将查证出问题的证明材料，如有关凭证、账表、证据的影印件等，作为审计报告文字说明部分的补充和佐证，附在正文之后，这也是审计报告结论的依据。

(5)落款：要写明审计机构的名称，审计人员的姓名以及审计报告的具体写作时间。

以下是审计报告范例，仅供参考。

无保留意见审计报告

××有限公司全体股东：

我们接受委托，审计了贵公司××××年12月31日的资产负债表及××年度损益表和财务状况变动表。这些会计报表由贵公司负责，我们的责任是对这些会计报表发表审计意见。我们的审计是依据《中国注册会计师独立审计准则》进行的。在审计过程中，我们结合贵公司实际情况，实施了包括抽查会计记录等我们认为必要的审计程序。

我们认为，上述会计报表符合《企业会计准则》和《××企业会计制度》的有关规定，在所有重大方面公允地反映了贵公司××××年12月31日的财务状况及××年度经营成果和资金变动情况，会计处理方法的选用遵循了一贯性原则。

××会计师事务所(盖章)

注册会计师：(签名、盖章)

中国·北京· ××××年×月×日

保留意见审计报告

××有限公司全体股东：

我们接受委托，审计了贵公司××××年12月31日的资产负债表及××年度损益表和财务状况变动表。这些会计报表由贵公司负责，我们的责任是对这些会计报表发表审计意见。我们的审计是依据《中国注册会计师独立审计准则》进行的。在审计过程中，我们结合贵公司实际情况，实施了包括抽查会计记录等我们认为必要的审计程序。

贵公司在国外据称有投资××万元，本年度投资收益为××万元，并已列入本会计年度的净收益中。但我们未能获得上述被投资公司业经审计的会计报表，受贵公司会计记录的限制，我们未能采用其他审计程序查明上述投资和投资收益是否属实。

我们认为，除上述情况有待确定之外，上述会计报表符合《企业会计准则》和《××企业会计制度》的有关规定，在所有重大方面公允地反映了贵公司××××年12月31日的财务状况及××年度的经营成果和资金变动情况，会计处理方法的选用遵循了一贯性原则。

××会计师事务所(盖章)

中国注册会计师：(签名、盖章)

中国·北京· ××××年×月×日

否定意见审计报告

××有限公司全体股东：

我们接受委托，审计了贵公司××××年12月31日的资产负债表及××年度损益表和财务状况变动表。这些会计报表由贵公司负责，我们的责任是对这些会计报表发表审计意见。我们的审计是依据《中国注册会计师独立审计准则》进行的。在审计过程中，我们结合贵公司实际情况，实施了包括抽查会计记录等我们认为必要的审计程序。

附注××所载的存货计价方法及附注××所载的固定资产计价方法，均未能遵循历史成本原则。这种对会计准则的背离，导致上述报表日的存货价值减少了××元，固定资产原值增加了××元，同时对损益计算的正确性产生了重大影响。

我们认为，由于上述问题造成的重大影响，上述会计报表不符合《企业会计准则》和《××企业会计制度》的有关规定，未能公允地反映贵公司××××年12月31日的财务状况及××年度的经营成果和资金变动情况。

××会计师事务所(盖章)

中国注册会计师：(签名、盖章)

中国·北京· ××××年×月×日

财务收支审计报告

××有限责任公司全体股东：

我们接受委托，于××××年×月×日到×日对贵公司××年度财务收支状况进行了审计。现将审计的情况和结果以及处理意见报告如下：

一、××年度公司基本情况

公司主要生产农业机械，现有固定资产×××万元，职工820人。××××年在企业经理层的领导下，经过全体职工的共同努力，各项经济指标都完成得比较好，产值、产量、销售额和利润均有较大的增长。

二、审计出的主要问题

(一)隐瞒销售收入

××企业定制的××机7台，××××年×月初交货，×日已收到货款，实现销售，共计销售额××万元，货款写在应付款账户，未作销售收入处理。

(二)成本费用核算不实

(1)××××年×月×日购进方钢×根，计××公斤，价值××元。×月×日金工车间以制造模具需要，向仓库全部领用，当月一次摊入生产成本。这次我们审计中发现仍堆放在车间，至今没有耗用。

(2)××××年×月×日该厂一台SPM手摇平面磨床已作价调拨给××厂，但该厂直到现在仍照原值××元，按综合折旧率××%每月提取折旧，仅去年7个月就虚列折旧费××元，增加生产成本，减少了利润。

(3)按国家会计准则的相关规定，每月大修理基金按月折旧额的30%提取，而××××年×月却按月折旧额×%提取大修理基金，多提×万元。

(4)××××年×月运货汽车大修理费×万元，按规定应由大修理基金列支，该厂却记入待摊费用账户，当年已摊入成本×万元。

(5)将应冲减生产成本的出售废料收入××元，技工代培费收入××元，均转入“其他应付款”账户，实际增加生产成本××万元。

(6)按财会制度规定，购置固定资产的运杂费、安装费应由专用基金—更新改造基金列支，但贵公司××××年×月×日购入牛刨、冲床各1台，共支付运杂费、安装费××元，却在企业管理费中开支。

三、初步结论和处理意见

通过对公司×年财务收支状况的审计，我们认为企业虽然当年各项主要经济指标(除资金周转天数上升外)完成较好，但企业财务管理不够健全，有的财会制度未能认真执行，违反了财经纪律。

我们对公司在财务收支中存在的问题提出如下处理意见：

（一）隐瞒销售收入×万元，应调整账面，增加当年销售收入，增加利润××元，补缴产品税、所得税、调节税。

（二）已领未用方钢、虚列折旧费、多提大修理基金以及汽车大修理费已摊入成本部分，都应从生产成本中转出，增加利润×万元，按财务会计制度规定，分别调整有关账户。

（三）出售废料收入和培训费收入，应从其他应付款转出，冲减生产成本，增加利润×万元。

（四）购置固定资产的运杂费、安装费应由更新改造基金开支，冲减企业管理费，增加利润××元。

以上各项共计增加利润×万元，应在××年度财务决算中按照上面的处理意见做好账户调整工作，正确结算当年利润，补交所得税×万元，调节税××元。隐瞒销售收入同时补缴产品税××元。

以上报告，请审批。

审计组长（或主审）×××

审计人员×××

××××年×月×日

115. 什么是资产负债表？

资产负债表是反映公司在某一特定日期（往往是年末或季末）的财务状况的静态报告，资产负债表反映的是公司的资产、负债（包括股东权益）之间的平衡关系。

资产负债表由资产和负债两部分组成，每部分各项目的排列一般以流动性的高低为序。资产部分表示公司所拥有的或所掌握的，以及其他公司所欠的各种资源或财产；负债部分包括负债和股东权益两项。负债表示公司所应支付的所有债务；股东权益表示公司的净值，即在清偿各种债务以后，公司股东所拥有的资产价值。资产、负债和股东权益的关系用公式表示如下：

资产 = 负债（广义）= 负债（狭义）+ 股东权益

公式中所列示的广义负债包括狭义负债和股东权益两部分。

116. 资产负债表的作用是什么？

资产负债表最初产生是为了满足国家的征税要求和其他管理方面的要求。当然，除了国家的征税或其他管理要求之外，商人们也开始用资产负债表来辅助管理商业经营活动。现代资产负债表主要是在公司、特别是股份公司兴起后逐步完善起来的。它不仅要服务于企业管理者、国家税务当局或者破产主管部门，更重要的是向企业的投资人、债权人报告企业占用、运用以及取得经济资源的信息。

资产负债表作为三大财务报表中历史最悠久的报表，可以提供以下几方面的信息：

(1)反映企业资产的规模和资产构成情况。企业经济实力的主要决定因素之一是企业拥有的资产数量，它构成了企业盈利能力的物质基础。

(2)反映企业的权益结构。企业的权益结构又称为财务结构，是指企业资金来源中借入资本与自有资本的比例关系。在不同的财务结构下，企业所承受的风险不同。自有资本比例高，说明企业财务基础比较稳固；借入资本比例高，反映出企业负债经营程度高，因此风险较大。

(3)通过资产构成与权益结构两方面信息的对比揭示，反映企业的短期偿债能力、支付能力；通过前后期资产负债表的对比，揭示企业财务状况的变化。

117. 资产负债表的结构是怎样的?

资产负债表是以"资产 - 负债 + 所有者权益"的会计等式为基础来编制的。按照资产、负债、所有者权益的排列方式不同，资产负债表的格式有两种：账户式和报告式。账户式资产负债表分成左右两边，左边反映资产项目，右边反映负债项目和所有者权益项目，与"资产 - 负债 + 所有者权益"这一会计等式相呼应。报告式资产负债表将资产、负债、所有者权益项目自上而下排列，首先报告资产项目，然后报告负债和所有者权益。

资产负债表应列示资产、负债、所有者权益的所有重要项目。项目的分类通常以流动性为基础进行。具体来说，资产项目按流动性排列，流动性大的(如现金、短期投资)在先，流动性小的(如固定资产、无形资产)在后；负债项目按到期日的远近排列，近者(如短期借款)在先，远者(如长期借款)在后；所有者权益项目按稳定性排列，不易变动者(如实收资本)在先，易变动者(如未分配利润)在后。这种排列方式也便于报表使用人迅速把握资产负债表中最重要的信息。

企业常见的资产负债表模式如下：

资产负债表

资产	年初数	期末数	负债和所有者权益 (或股东权益)	年初数	期末数
流动资产：			流动负债：		
货币资金			短期借款		
短期投资			应付票据		
应收票据			应付账款		
应收股利			预收账款		
应收利息			应付工资		
应收账款			应付福利费		
其他应收款			应付股利		
预付账款			应交税金		

续表

资产	年初数	期末数	负债和所有者权益（或股东权益）	年初数	期末数
应收补贴款			其他应交款		
存货			其他应付款		
待摊费用			预提费用		
1年内到期的长期债权投资			预计负债		
其他流动资产			1年内到期的长期负债		
流动资产合计			其他流动负债		
长期投资：					
长期股权投资			流动负债合计		
长期债权投资			长期负债		
长期投资合计			长期借款		
固定资产：			应付债券		
固定资产原价			长期应付款		
减：累计折旧			专项应付款		
固定资产净值			其他长期负债		
减：固定资产减值准备			长期负债合计		
固定资产净额			递延税项：		
工程物资			递延税款贷款		
在建工程			负债合计		
固定资产清理					
固定资产合计			所有者权益（或股东权益）：		
无形资产及其他资产：			实收资本（或股本）		
无形资产			减：已归还投资		
长期待摊费用			实收资本（或股本）净额		
其他长期资产			资本公积		
无形资产及其他资产合计			盈余公积		
			其中：法定公益金		
递延税项：			未分配利润		
递延税款借项			所有者权益（或股东权益）合计		
资产总计			负债和所有者权益（或股东权益）总计		

制表：_____　　制表日期：_____年____月____日

118. 什么是损益表?

损益表又称收益表和利润表,它是公司最主要的综合财务报表之一。损益表主要体现的是企业营运情况及损益情况的财务报表,它显示其在一定时间内营业的大小和成果的好坏。在收益表上列示着一定时间的各项收入和各项总额,两项之差,表示公司盈利或亏损。

由于收益表的内容主要为企业各项收入与支出,因此收益表的编制必须基于某一定的期间,才能了解该期间内收支情况,此乃收益表与资产负债表编制上的显著差异之处。一般称资产负债表为表示某一时点的静态报表,而损益表则为表示某一定时期的动态报表。每次公布的财务报表虽然包括资产负债表与损益表两大类,但是投资者对报表感兴趣,主要还是在于从收益表中了解公司的盈亏情况。这是各种类型投资者瞩目的焦点。

收益表通常多自年初为起始时间,然后按时间分为第一季收益表、上半年收益表、前三季收益表及全年度收益表。

不管是以多长时间为基准编制的收益表,在"表头"上必须载明该收益表所包含的起讫时间。

例如,年度1月1日到3月31日之收益表为第一季收益表;1月1日至6月30日收益表为上半年度收益表。参考价值最大并可作为计算全年年度每股纯利或股利依据的参考表,是包含整个年度的收益表。

从收益表可以了解股票发行公司在某一期间的经营成果,主要包括销售收入、销售成本、销售毛利、经营外收入及支出,税前及税后利润等科目及金额,还有反映税收盈利的分配情况以及公益金与未分配利润的增减变动原因,投资者应仔细阅读公司的收益表,对公司的经营实力、经营规模、盈利情况等有一个基本的了解,才能对其所发行的股票价值,作出初步的估计。

119. 损益表的作用有哪些?

企业经营的目的主要是为了盈利,因此计算经营活动的损益、并向企业内外的利害关系人报告损益情况,成为会计信息系统最重要的任务。在损益表产生之前,企业的损益是通过两个会计期间的净资产的差额来计算的。本年度净资产如果高于上一年度,说明企业本年度有盈利,反之,则说明企业本年度是亏损的。因此,资产负债表在反映企业财务状况的同时,发挥着计算损益的作用。但不同资产负债表之间的比较只能反映经营活动的最终结果,无法揭示经营过程中的具体信息,如取得收入的途径、费用支出的内容,因此,无法满足人们对管理层的经营思路和经营业绩的考察。这样,独立的损益表产生了。随着证券市场越来越成为企业融资的重要来源,大众投资人成为财务报表的主要读者,他们对企业盈利能力更加关注。资产负债表主要提供偿债能力方面的信息,而损益表能提

供企业盈利能力方面的信息。

一般来说,损益表可以揭示如下几个方面的信息:

(1)反映企业经营活动的成果。损益表中的"净利润"数据通常被认为是对企业经营活动成果最好的揭示。

(2)反映企业长期偿债的能力。企业实现净利润通常意味着企业中现金、应收账款等流动资产的增加,这些资产是企业支付能力的有力保证。财务分析人员一般认为以盈利能力作为企业偿债能力的标志更有意义。

(3)反映企业所得税的纳税基础。虽然企业应税所得的计算与会计上净利润的计算口径不完全一致,但是会计所得毕竟是计算应税所得的基础,纳税申报表中的许多项目,如营业收入、营业费用等,都可以在损益表中得到反映。

(4)通过前后各期损益表的对比,可以预测企业未来一定时期的盈利趋势,评估企业的经营管理水平。

总而言之,利用损益表揭示的信息,投资人可以分析投资的价值和报酬,管理层可以分析企业利润计划的完成情况,税务部门可以掌握企业的纳税义务的履行情况。

120. 损益表的基本格式是什么?

损益表是建立在"收入 - 费用 = 利润"这一会计等式上的。根据收入与费用项目的排列方式不同,损益表可分为单步式与多步式两种格式。

(1)单步式损益表:

净收益 = 所有的收入 - 所有的费用

损益表所描述的内容是收入、费用和利润之间的关系,即收入减费用等于利润。单步式损益表的第一大项列示企业的所有收入,可以是一个月的,可以是一个季度的,也可以是一个年度的;第二大项列示企业在这段期间,相对应的所有费用。要注意收入和费用的期间必须是一致的。用收入减费用即得出利润,如果计算出的结果是正数,则企业这段时间是盈利的;如果算出来的结果是负数,则企业这段时间是亏损的。由于一步到位算出利润,所以称这种损益表为单步式损益表。

(2)多步式损益表:实际上是运用会计规则中的配比规则,即把收入和为了取得收入所支出的费用,按照管理的要求进行搭配,而不是第一项列示所有的收入,第二项列示所有的费用。

由于利润是分步计算出来的,所以称这种损益表为多步式损益表。

我国会计制度规定,多步式损益表一般由四步组成:即从主营业务收入开始到计算主营业务利润、营业利润、利润总额、净利润等四个步骤计算出企业的利润。

企业常用损益表的模式如下:

损益表

损益项目	本月累计							
	实际		目标		实际		目标	
	金额	%	金额	%	金额	%	金额	%
营业收入净额								
销货收入								
减销货退回								
销货折让								
运输费								
保险费								
销货净额								
劳务收入								
其他营业收入								
营业成本								
销货成本								
加货物税								
减预计退税								
劳务成本								
其他营业成本								
营业毛利								
推销费用								
管理费用								
营业利益								
营业外收入								
财务收入								
其他收入								
营业外支出								
其他支出								
本期损益								
调整损益								
说　明								

制表：_____　制表日期：_____年____月____日

121. 什么是现金？什么是现金流量？

现金是流动性最强、灵活性最大、最具有支付能力的企业资产，用它可以购买企业所需的各种货物并转换成各种形式的资产，用它可以支付各种形式的企业债务。按我国会计准则规定，现金是指企业的库存现金以及随时可以支付的存款。现金主要包括库存现金、各种银行存款、即期或到期支票、银行汇票和银行支票等可以接受为银行存款的项目。

现金流量也称为现金流动量。在项目投资决策中，现金流量是指投资项目在其计算期内因资本循环而可能或应该发生的各项现金流入量与现金流出量的统称，它是计算项目投资决策评价指标的主要依据和重要信息之一。在现代企业经营中，现金流量被视为与企业成功最相关的因素。企业不仅运用现金支付其经营中的各项支出，如支付工资、房租、材料款、商品款，清偿到期债务，而且在期末时只有现金才能保证企业支付股利。

财务管理以资金流量作为项目投资的重要价值信息，主要出于以下考虑：

首先，现金流量信息所揭示的未来期间现实货币资金收支运动，可以随时动态地反映项目投资的流向与回收之间的投入产出关系，使决策者处于投资主体的立场上，便于更完整、准确、全面地评价具体投资项目的经济效益。

其次，利用现金流量指标代替利润指标作为反映项目效益的信息，可以摆脱在贯彻财务会计的权责发生制时必然面临的困境，即：由于不同的投资项目可能采取不同的固定资产折旧方法、存货估价方法或费用摊配方法，从而导致不同方案的利润信息相关性差、透明度不高和可比性差。

再次，利用现金流量信息，排除了非现金收付内部周转的资本运动形式，从而简化了有关投资决策评价指标的计算过程。

最后，由于现金流量信息与项目计算期的各个时点密切结合，有助于在计算投资决策评价指标时，应用资金时间价值的形式进行动态投资效果的综合评价。

122. 现金流量表有什么作用？

现金流量表是反映特定期间会计主体的现金及现金等价物流入、流出的状况的一种财务报表。它为会计报表使用者提供企业在一定会计期间内现金和现金等价物流入和流出的信息，这些信息可以帮助报表使用人进行如下方面的分析：

(1)了解和评价企业未来获取现金和现金等价物的能力，并据以预测企业未来现金流量；

(2)评价企业是否能够支付其到期债务，是否有足额资金支付股利，是否需要对外举债；

(3)对比按照权责发生制计算的净利润与现金收入与支出之间的差异；

(4)评价企业特定期间现金和非现金的投资或筹资活动对企业财务状况的影响。

企业现金流量分析表范例：

_____年至_____年　　金额单位:_____千元

项目			金额					
			年	年	年	年	年	年
营业	现金来源	净利						
		折旧						
		营业收入资金额						
		应付账款增加额(减少额)						
		应付票据增加额(减少额)						
		其他应付款项增加额(减少额)						
		小　　计						
	现金用途	应收账款增加额(减少额)						
		应收账款增加额(减少额)						
		其他应付款项增加额(减少额)						
		存货增加额(减少额)						
		小　　计						
	营业现金净额							
非营业	现金来源	现金增加						
		长期借款增加额						
		短期借款增加额						
		出售固定资产						
		小　　计						
	现金用途	资本支出						
		现金股息						
		长期借款增加额						
		短期借款增加额						
		对附属或关系企业投资或垫款						
	非营业现金净额							
现金及银行存款增加额(净减少额)								

制表:_____　制表日期:_____年____月____日

123. 怎样读现金流量表?

运用现金流量表的重要意义在于能够及时、准确地了解企业量化了的货币资金的流向。其重要性就像一个人身上流动的血液,要是一家企业的资产表面看上去规模很大,资产盈利能力也不低,但资产流动性与变现能力较差,随时也会因为现金周转不灵而破产。

现金流量表是根据公司的三项主要活动来区分现金的收入和支出的,这三项活动是:经营、投资和筹资,其中以经营活动产生的现金流量最为重要。经营活动产生的现金净流量,能够客观反映当期的经营实绩和获得现金的能力。用经营活动产生的现金净流量除以流通在外的普通股股数为每股现金流量,此比率越大,说明公司资产流动性与变现能力

就越强，除此之外，还可以用其他方法对公司进行相关分析：

一是可以了解上市公司所处的经营周期。用报告期的经营现金流入除以流出，得出的比值如果大于1，说明公司的经营周期处于良性循环中。因为一个企业在经营活动中，收进来的钱比付出去的多，这个企业一定处在经营周期的上升期。

二是可以了解上市公司的现金销售能力。用现金及现金等价物净增加额除以当期实现的净利润，得出的比值，可以了解报告期实现的净利润有多大比例是以现金形式存在及所销售商品的货款回笼率。

三是可以了解公司主业的强弱程度。用经营活动产生的现金净额，除以现金及现金等价物净增额，得出的比值，可以大致了解公司主营业务当前的兴衰程度，以及占本公司各种经营活动的比重。如一汽四环(600742)，报告期该项比值为2.57，反映了现金流入基本上来自主营业务活动，说明公司主营业务十分鲜明和突出。

124. 现金管理的目的是什么？有哪些内容？

现金收支是企业资金运动的主要形式。企业的现金支出意味着一次资金运动的开始，现金收入意味着一次资金运动的结束。因此，企业现金收支是企业资金循环的纽带。要使现金收支在数量上和时间上相适应和衔接，就必须对它进行全面的安排和调度。只有管好现金，才能保证企业资金运动的正常进行。

(1)现金管理的目的。主要是在保证企业生产经营所需现金的同时，节约使用资金，并从暂时闲置的现金中获得最多的利息收入。置存现金太少，可能会出现现金短缺，影响生产经营活动，置存现金过多，会降低企业的收益，这是因为企业的库存现金没有收益，银行存款的利息率也远远低于企业的资金利润率。所以，现金管理一方面力求做到保证企业生产经营对现金的需求，另一方面尽量缩减企业闲置现金数量，提高资金收益率。

(2)现金管理的内容。主要有：①编制现金收支计划，以便合理地估计未来的现金需求；②用特定的方法确定理想的现金余额，当企业预计的现金余额与理想的现金余额不一致时，采用短期融资策略或短期证券投资策略，从而达到理想状态；③对日常的现金收支进行控制，力求加速收款或延缓付款。

125. 收入的含义及特征是什么？

收入是企业持续经营的基本条件。企业要持续经营下去，必须从销售商品或者提供劳务等经营业务中取得收入，以便能够补偿经营活动中的耗费，重新购买原材料等存货、支付工资和费用，从而保证生产经营活动不间断地进行。

收入的特征大体表现在以下几个方面：

(1)收入是企业在持续不断的生产经营活动中，由于相应的付出而获得的经济利益。收入代表着企业经济利益的增加，它往往表现为现金或者现金等价物的流入，例如，收到的销售货款增加了银行账户中的现金，或者取得票据、债权凭证，增加了应收账款或者其他资产。

但是，收入也可以反映为负债的清偿。例如，企业对一个债权人销售了一批货物，用销售收入抵偿了对该债权人的债务。在这种情况下，债务的清偿也是企业收入的体现。

(2)收入代表着所有者权益的增长。会计上的收入账户可以看做是所有者权益账户的贷方，所有收入的款项，最终都为企业所有者享有。相反，那些虽然流入企业、但不增加所有者权益的款项，如第三方或客户代收的款项，就不属于企业的收入。

(3)收入是在一段时间的经营过程中取得的，它与一定的会计期间紧密联系。如果将资产、负债、所有者权益看成是一个时点上的概念，收入就是一个时期的概念，它揭示了一定时期内所有者权益增长的途径。

(4)会计上的"收入"需要符合一定的确认原则。传统财务会计按照收入实现原则确认收入。近年来，随着金融资产在社会资产总额中的比重逐步增大，金融机构所使用的市场定价原则也开始被一些国家的会计法规接受，而体现会计谨慎性传统的实现原则的应用范围有所减小。

126. 什么是企业的营业收入？

营业收入是指企业在生产经营中，由于销售产品、提供劳务等取得的收入。企业的营业收入可以是取得现金，也可以形成企业债权的增加，还可以形成某种负债减少，以及以上几种形式兼而有之。

127. 什么是流动资产？其特点是什么？

流动资产是指在一年或超过一年的一个经营周期内变现或耗用的资产。流动资产主要包括现金、应收账款和存货等内容。

流动资产与企业中的其他资产比较，具有以下特点：

(1)流动性大，周转期限短。流动资产的这一特点，一是说明流动资产具有较强的变现能力，这对财务上应付临时性资金需求具有重要意义。同时，由于流动资金周转一次所需时间较短，对企业的影响时间较短，根据这一特点，投资在流动资产上的资金可用商业信用、银行短期借款等短期筹资方式来解决。

(2)流动资产的占用形态经常变动。企业流动资产的占用形态是经常变化的，一般在现金、材料、在产品、产成品、应收账款、现金之间按顺序转化。

(3)流动资产占用的数量波动很大。流动资产占用的数量会随着企业内、外部条件的变化而变化，时高时低、起伏不定，波动很大。利用这一特点，有利于企业综合考虑流动资产的资金来源和供应方向，合理安排资金的工序平衡。

128. 什么是投资？什么是企业投资策略？现代企业投资的重要意义是什么？

投资是指企业投入财力，以期望在未来获取收益的一种行为。

企业投资策略是企业为实现投资全局性、根本性和长期性目标，在投资方面所制定的行动方针。现代企业的投资策略主要包括投资的评价要素、投资的时机、投资的规模和投资的组合等。企业投资策略是对有关投资方面的基本问题所确定的决策准则，是决定企业投资效益最重要的因素，是企业投资方法选择和运用的依据，也是制定企业筹资策略的依据。

现代企业投资的重要意义在于：一是获得利润的基本前提；二是维持企业简单再生产的必要手段；三是企业扩大再生产的必要前提；四是降低企业经营风险的重要方法。

129. 企业投资评价的准则是什么？

企业投资的评价要素是分析、评价企业投资方案的依据，是企业投资时应该考虑的基本问题。主要包括：

(1)投资增值程度。指经过一段时间后，原投资额增长的程度。具体表现在两方面：①原有资产的增值，即原有资产实物形态没有增大，但价值上涨，如由于短缺房地产价值上涨、股票价格变动引起的股票增值等；②投资的盈利，指由于对原有资产的运用而取得的收入，包括投资取得的股息、利息和待分配利润等。实现最大限度的投资增值是企业投资最重要的目标，是分析评价投资方案最重要的尺度。

(2)投资保本能力。又称投资保值能力，指投资保持其原有价值不下跌的能力。例如，当筹资者破产或亏损时能否回收购买证券的本金，通货膨胀会不会使资产贬值等。投资保本能力属投资风险性类，但鉴于其重要性而单独列为一项。

(3)投资风险性。又称投资安全性，指投资遭到损失的可能性及可能的损失程度。其中影响损失的可能性与影响可能的损失程度的因素并不完全相同，如市场购买力频繁的微小变动可能对损失的可能性影响很大，而对可能的损失程度却影响不大。投资风险一般只限于最初投资本金范围内，如购买股票、债券等；有的则可能超出了最初投资本金，如合资经营投资、合作经营投资等。产生投资风险的原因很多，较重要的有：①政治风险，如战争、国内政治动荡、市场政策变化等；②利率风险，如利率的涨落；③市场风险，如市场购买力变动、市场转移；④经营风险，如企业经营亏损、破产等；⑤购买力风险，如供求、物价相对变化；⑥投资决策风险，如决策的基础数据不准确，规模、时机选择不恰当等。

(4)避免通货膨胀的能力。避免通货膨胀的能力指避免因通货膨胀使资产贬值的能力。它可以归入保本能力、投资风险性，但鉴于其重要性也单独列为一项。

(5)投资流动性。又称投资的变现能力，指投资以合理的价格迅速转换为现金的能力。需要特别注意以下三点：①投资资产有销售市场；②资产销售价格公平合理；③销售费用在合理限度内。投资流动性与投资占用时间、投资风险性直接有关，也是分析评价投资方案时需着重考虑的因素。

(6)投资占用时间。指投资者预期的投资时间。如果投资流动性很大，则投资占用时间的灵活性也很大，但即使流动性很大的投资，长期投资占用与短期投资占用在投资方案选择上也有很大的不同。长期投资必须着重于长期收益，甚至有时可以牺牲当前投资收益，而短期投资则要更多地关注短期内市场行情的变化，注重投资增值。

(7)投资管理的难度。指管理投资需要的业务知识、管理技能及投入的时间和精力。如购买股票与固定资产投资需要直接管理的业务有很大的不同,对市场行情把握的侧重点也不同。各企业都有自己的优势,管理技术力量雄厚的企业与精通证券交易的企业在选择投资方案上应有所不同。

(8)纳税优惠条件。指投资在减免及推迟纳税方面的优惠。税收往往占投资收益的很大一部分,甚至有时通过投资还可以将其他方面的收入也转化为享受减免税的收入,所以在选择投资方案时应考虑到企业投资在税收方面的利益。

(9)对实际资产和经营控制的能力。指由于投资而取得的实际资产的所有权、支配权和使用权。这也是企业投资要考虑的一个重要方面。如购买企业短缺材料供应商的股票有利于保证企业材料来源;购买银行股票有利于取得信贷;租赁企业有利于以后的购买等。

(10)投资的预期成本。指从投资构思至投资资金全部收回全过程的费用。它包括:①投资的交易成本,如购买股票、租赁房屋的交易费;②实际投资额,即实际用于投资的资金,例如股票价格、固定资产投资额等;③资本成本,指由于投资而筹措资本的费用,如股息、利息等;④其他费用,主要指投资前一系列评估准备费和最后投资回收费用。

(11)企业筹资能力。指企业在一定时期内以合理的代价筹措投资资金的能力,它对企业投资起着制约作用,同企业的经营状况、规模、信誉等因素有密切的关系。

(12)投资的法律和社会约束。指宏观投资环境中政府的法律、法规、政策以及政治经济形态等因素。这是投资时应考虑的重要因素,因为它直接关系到投资收益、投资风险、筹资能力等许多问题,如房地产投资的法规、对股票交易的限制及政策的稳定性等。

130. 影响企业投资规模的主要因素有哪些?

企业投资规模是指一定时期企业的投资总额。影响企业投资规模的因素主要有:

(1)投资收益:具体可分为投资总收益和净收益两类。投资总收益指企业所有的投资收入,包括投资资产的增值、投资盈利(利息、股息、未分配利润)和回收的投资;投资净收益指扣除投资回收部分的投资收益。

在投资收益中应该考虑到通货膨胀、税收优惠因素的影响,以及投资给企业带来的其他效益(如企业获得资产所有权、控制权,企业声誉的提高等)。通货膨胀的影响可以利用通货膨胀指数进行调整,而非计量因素的影响则可利用权数来估算。

(2)投资成本:具体可分为实际成本与机会成本两类。实际成本指投资过程中发生的一切费用,机会成本指投资资金因用于这一方面而不能用于其他方面所失去的潜在利益。实际成本可以利用成本预算得出,机会成本则需对多种投资方案效益的比较分析来确定。

在投资成本中应考虑到投资的时间代价、管理代价、筹资费用及企业在社会法律方面的损失。在具体分析计算时,可分别给予上述因素以适当的权数或将其直接折合为一定的金额。

(3)投资风险:具体可分为系统风险和非系统风险。系统风险指投资内在的、固有的、不可避免的风险,这种风险既有可能取得超额投资收益,也有可能要承受较大的损失。非系统风险指可以通过合理的投资组合而避免的风险,这种风险一般被视为潜在的损失。系统投

资风险可以按一定权数或数值计入投资收益或成本，非系统风险一般计入投资成本。

(4)企业筹资能力：对企业投资规模有很大的制约作用。企业失去筹资能力不仅指企业完全借不到资金，更重要的是指企业失去了偿还能力。这里，偿还能力指在指定期限内，企业在按规定条件下偿还的能力。企业筹资能力同企业固定资产、流动资金、债权、债务、声誉等因素有关，并不是固定不变的。

131. 如何对企业投资进行分类？

为了加强对企业投资的管理，我们有必要对投资进行分类，以便提高投资效率。对投资进行分类，可有不同的标准：

(1)按投资期限可将投资分为长期投资和短期投资。短期投资又称流动资产投资，是指一年以内能收回的投资，主要指对货币资金、应收账款、存货、短期有价证券等的投资；长期投资则是指一年以上才能收回的投资，主要指对厂房、机器设备等固定资产的投资，也包括对无形资产和长期有价证券的投资。

(2)按投资的方向可将投资分为内部投资和外部投资。

内部投资又称为对内投资，是指把资金投在企业内部，购置各种生产经营用资产的投资，其目的是为保证企业生产经营过程的连续和生产经营规模的扩大；在企业的投资活动中，内部投资是其主要内容，它不仅数额大，投资面广，而且对企业的稳定与发展、未来盈利能力、长期偿债能力都有着重大影响。

外部投资又称对外投资，是指企业将所拥有的资产投放于其他企业或购买各种证券形成的投资。外部投资按其形式可分为股票投资、债券投资和其他投资三种。股票投资即企业用购买股票方式所进行的对外投资，债券投资是企业以购买债券方式进行的对外投资，企业进行债券投资的目的是获取较高的利息收入。作为债权人，企业所关心的是能否定期收回固定的利息以及债券到期时的本金。其他投资一般指股票和债券以外的各项投资，主要是指联营投资。企业在进行联营投资时，一般以实物、现金或工业产权等进行投资。

132. 加强企业的财务管理应从哪些方面着手？

加强财务管理首先要从资金管理、盈利管理、综合管理三个方面进行。在这几个方面里，又可以分别按阶段进行事前、事中、事后管理。

(1)资金管理。①货款坏账的管理：国内市场三角债很普遍，公司的兴衰更替也很频繁，呆坏账损失巨大，为了减少坏账损失，可以考虑以现金折扣方式来进行规避，应当让营销人员深刻认识到应收款项的潜在风险，充分考虑坏账损失，营销部门应当建立客户档案，在订立合同时，对客户信誉进行评价，并据此确定回款条件，缩短资金回收期限。营销部门领导人应当充分重视销售过程的现金流动，计算资金的时间价值，转变完成订货即完成任务的观念。②存货资金成本管理：物资零库存是企业追求的目标，在现有市场条件

下，实现真正的零库存困难很大，但采购部门应对主要材料的经济订货量进行测算，然后根据实际情况进行修正，逐渐制定符合市场情况的经济采购机制，降低资金占用，加快公司资金周转、节约资金成本。③固定资产更新或改造，应当坚持严格审核、快速实施的策略，尽快使资产达到生产状态、进入生产运行体系，一方面使资产功能更贴近市场需求，一方面避免资金长期占用带来的风险；只有尽快加入生产运行体系，才能发挥资产更新、改造的目的，早日实现盈利，收回投资，为下一轮的资产更新提供资金保障。

(2)盈利管理。扩大盈利不外乎两种途径，一是提高售价，一是降低成本费用。①售价管理：决定商品售价的因素很多，营销部门应当根据公司的具体情况，做出符合公司发展方向的决定；②成本费用管理：涉及到企业经营的全过程和每一个员工，企业的盈利是收入减去各项成本耗费的剩余。成本耗费包括材料成本、人工成本、能源成本、质量成本、借款利息、营销费用、日常管理费用等其他成本费用。

(3)综合管理。主要包括筹资管理、投资管理、新产品开发盈利预测、各项税收优惠政策的利用等。

133. 财务管理环境的主要内容是什么?

财务管理环境就是指企业治理契约或公司治理结构以外的其他影响财务主体财务机制运行的外部条件和因素，主要包括政治环境、法律环境、经济环境、社会文化环境、科技教育环境等等。其中，影响最大的是政治环境、法律环境、经济环境。

(1)政治环境。一个国家的政治环境会对企业的财务管理决策产生至关重要的影响，和平稳定的政治环境有利于企业的中、长期财务规划和资金安排；政治环境主要包括：社会安定程度、政府制定的各种经济政策的稳定性及政府机构的管理水平、办事效率等；

(2)法律环境。是指企业发生经济关系时所应遵守的各种法律、法规和规章。国家管理企业经济活动和经济关系的手段包括行政手段、经济手段和法律手段三种。随着经济体制改革不断深化，行政手段逐步减少，而经济手段，特别是法律手段日益增多，把越来越多的经济关系和经济活动的准则用法律的形式固定下来。与企业财务管理活动有关的法律规范主要有以下几个方面：①企业组织法规；②税收法规；③财务法规等，这些法规是影响财务主体的财务机制运行的重要约束条件。

(3)经济环境。是指企业在进行财务活动时所面临的宏观经济状况。主要包括以下几个方面：①经济发展状况；②政府的经济政策；③通货膨胀和通货紧缩；④金融市场；⑤产品市场；⑥经理和劳动力市场等。其中，金融市场的影响最为显著。

134. 什么是财务困境?

财务困境指的是一个企业处于经营性现金流量不足以补偿现有到期债务(例如商业信用或利息)而被迫采取改正行动的境况。财务困境可能导致企业违反和约的规定，也可能涉及到企业、债权人和股东之间的财务重组。通常，企业被迫要采取某些在企业有足够

现金流量时不可能采取的行动。

135. 高科技企业的财务管理有哪些新特点?

(1)关于筹资。高科技企业的高风险使它在创立之初很难以发行债券、股票来筹集资金,但它们通常采取以下方式获得自身创立、发展的原始资金。①知识融资:高科技企业在创立之初,资金短缺,然而它有较多的知识人才。他们可以以知识投入公司,取得股份,把个人的报酬与企业紧密联系起来,促使人才为企业的发展尽最大的努力;又可以以本企业的科技实力与大公司联合开发,从而获得雄厚的资金来源。②吸收风险投资:风险资本也称创业资本,是高科技企业创立之初的重要资金来源。其来源主要有:个人或家族投资者、各类风险投资基金会以及投资银行属下的风险投资部等;风险基金的出资人一般不直接参与公司的经营,这给高科技企业以较大的自由度,使大批高科技企业得以在风险资本的支持下发展壮大。

(2)关于投资。高科技企业的发展是建立在产品不断开发与创新的基础上的,因而企业的投资也有其新的特点:①加大研究开发经费的投入;②加大人力资本的投入。

(3)关于分配。企业在进行利润分配时要合理处理股东股利与留存收益之间的关系,一方面要使企业有足够的能力进行发展,另一方面,又要使投资者得到满足,使更多的投资者愿意投资,进而壮大企业;在分配方式上宜采用股票股利的形式,这样既可使企业的资金保留在企业内,又使股东有获得胜利的满足。

(4)关于风险。一般而言,收益与风险是成正比的,高科技企业的高收益率必然伴随着高风险性。其原因如下:①技术开发的不确定性,如前所述高科技企业的生存发展的基石是技术创新与开发,而技术创新与开发所需投入之巨、所用设施之昂贵、时间周期之长,都是空前的;②市场风险,研究开发出的商品,在市场上是否能被接受,具有较大的不确定性,一旦市场不接受这种新产品,那么企业将会受到严重的打击;③科学技术知识的时效性,高科技企业的高收益往往来源于企业商品所含科学技术知识的垄断性、排他性,特别是在知识经济时代,高科技发展日新月异,这种时效性也越来越短,一旦企业对该技术失去垄断优势,那么企业的高收益将降低或失去,从而增加了企业的风险。

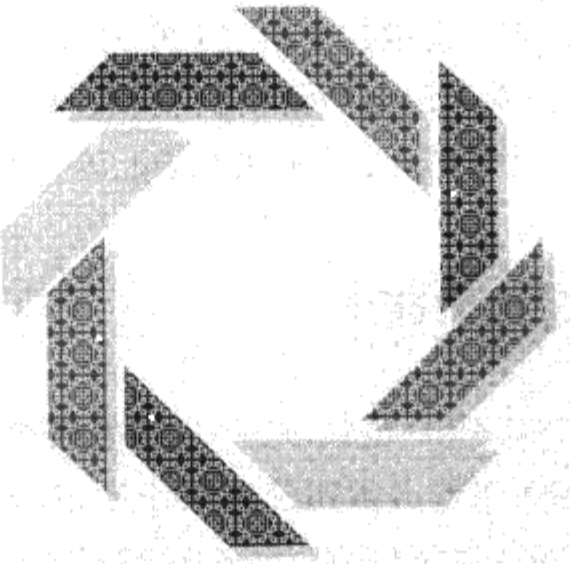
(5)关于风险规避。对于企业的这些高风险,企业应积极采取有效的方法加以规避,力争在同样的风险下获得更高的回报率,或在同样的回报率下尽量压低企业风险。方法是:①收集资料,实施可行性研究,加强预测能力。②提高企业管理者的个人素质。企业的管理者应具备以下素质:对企业经营及所处的行业、部门有全面深入的了解;在财务管理及业务管理方面有广泛的经历和体验;善于"跳出框框"思考,能摆脱传统管理模式的影响,对企业的经营决策提供独特的见解。③培养与吸收高科技人才,加强研究与开发,提高企业竞争力。

世界经济不断发展,时代也在进步,随着世界经济一体化和世界进入知识经济时代,高科技企业必将蓬勃发展。只有充分认识到企业所面临的风险,提高企业抗拒风险的能力,企业才能在激烈的竞争中前进。

◎

4.

营销管理知识



136. 什么是市场营销?

关于市场营销,人们对其理解经历了产生、发展到成熟的过程,这个过程大致可以分为三个阶段。

20世纪初,美国哈佛大学教授赫杰特编写了最早的一本市场营销学教科书,这本书的出版被视为市场营销学诞生的标志。1960年,美国市场营销协会对市场营销下的定义为:"引导货物和劳动力从生产流转到消费者用户所进行的一切企业活动。"后来,市场营销学家们又从不同的角度对市场影响进行了详细的界定,但他们的定义都有一定缺陷,并不足以准确涵盖市场营销的丰富内涵。

美国著名营销学者菲利浦·科特勒对市场营销有其独特的理解,他给市场营销下的定义为:"市场营销是个人或群体通过创造、提供并同他人交换有价值的产品,以满足各自的需求和欲望的一种社会活动和管理过程。"

尽管科特勒对市场营销的定义不是尽善尽美,但这个定义涵盖了市场营销的起源、途径及其目标,相对来说比较完善。它包含了这样几层意思:

首先,人类的需要、欲望和需求是市场营销的基础;其次,消费者对产品的价值判断,是市场营销影响需求的前提条件;再次,促成在市场上的交换是营销目标的最终实现。

137. 什么是市场营销调研?

市场营销调研是市场营销工作的起点,是企业营销战略的基础。它分为广义和狭义的两个方面:广义上的市场调研工作必须明确调研任务、调研的程序和方法以及调研技术这三个关键点。狭义上的市场调研是指对市场调研过程的构思、设计与实施。

138. 如何确定市场营销调研的目标?

市场营销调研是进行市场营销的前提,调研结果是营销策划方案的重要依据。市场营销调研要有组织、有目的、有重点的进行;企业在进行市场调研时,首先要找出企业需要解决的关键问题,要选定调研的专题,要明确调研的任务和目标。

在确定调研的目的时,调研的目标不能太宽泛、太空洞,必须具有可操作性,要坚决避免调研目标不明确的现象发生。一般来说,如果调研的目标太宽泛,调研人员就无所适从,在大量的市场信息面前就容易迷失方向,不能准确地发现真正需要的信息。当然,营

销调研的目标也不能太窄，这样不利于全面地调查，调查的结果也很难反映真实的市场情况。企业在具体进行调研时，要尽量量化调研的目标，提出相应的具体目标和数量，每一个步骤都要有利于审核和评估。比如说，如果把调研的目标确定为“我们的新产品是否适销对路?”这就会出现一个问题，究竟我们的新产品销售达到什么程度才算适销对路呢?这就没有一个具体的标准。如果我们把目标确定为上半年销售额1000万元为适销对路，那么这个目标就比较明确了。

139. 市场营销调研包括哪些方面？有哪些基本内容?

一般来说，企业市场营销调研主要从宏观经济环境和微观营销环境两个方面进行调研。

首先，宏观经济环境的调研。主要分为以下几个方面：

(1)国际国内的政治环境影响：主要调查国际国内的政治主张及国家相关的法律法规的制定和实施情况。

(2)国际国内宏观经济环境影响：主要对国际国内的宏观经济发展情况进行把握，要了解国家在一定时期内的经济政策及经济形势。

(3)社会影响：主要了解整个社会的风俗习惯、伦理道德、宗教信仰、价值观、审美观以及文化素质等。

(4)自然条件及技术和资源的影响：主要了解企业所处的地理位置、气候条件、自然资源、生态状况等；要了解企业可能涉及到的新技术、新工具、新材料、新能源等情况，要对企业的资源情况进行宏观的把握。

其次，微观营销环境调研。主要分为以下几个方面：

(1)市场需求调查：是指对市场消费群体的购买力及其投向的调查。通过市场需求调查，可以及时准确地掌握市场需求状况及其变化趋势，主要对市场需求总量、需求构成、需求构成的变化趋势、本企业产品或服务在市场上的占有率以及商品购买率等。

(2)消费者购买行为调查：主要是为了了解消费者的数量、规模、购买频率、收入水平以及影响购买的主要因素等。在具体调查时，要明确现有购买者和潜在购买者的数量，明确消费者的构成及分布情况，明确消费者如何购买、何时购买、何地购买，明确消费者对本企业产品的设计、性能、品质、包装、商标和服务的认识和评价等等。

(3)价格调查：主要包括价格变动对商品销售带来的影响，影响价格变动的因素都有哪些，商品价格的成本都由哪些部分构成，价格的大致变化趋势如何，商品价格的需求弹性，相关产品或代用品的价格，竞争者的价格及价格策略，企业的定价策略等等。

(4)竞争对手情况调查：通过对竞争对手各种情况的调查，可以帮助企业掌握市场先机，在市场竞争中处于有利地位。其主要内容有：竞争对手的数量、经营规模、经营实力、价格定位、营销渠道、主要客户、市场占有率、长期发展战略、经营宗旨、核心价值观、主要管理思想；竞争对手经营商品的数量、品种、价格、性能、质量、规格、包装、用途主要销售渠道等等。

(5)经销商情况调查：通过对经销商情况的调查，可以有效地掌握企业的产品是否适

销对路。其主要内容包括经销商品的品种、数量、价格、性能、质量、规格、包装、用途等等。

(6)企业发展战略研究:主要了解企业的长期发展战略、企业的经营宗旨、企业的核心价值观、企业主导管理思想等。

(7)企业营销现状调查:主要了解企业的产品、价格、性能、质量、规格、包装、用途、主要销售渠道、促销、品牌、知名度、指名度等等。

(8)促销调查:主要内容包括目标受众调查、广告预测、广告效果调查、直观信息调查、媒体对象分析、综合媒体研究、营销推广等等。

140. 市场营销调研的基本程序包括哪几个步骤?

市场营销调研一般分为如下几个步骤:

(1)明确调研目标和调查的范围:企业在确定调研目标之前,必须先明确问题的症结之所在,然后针对所存在的问题,具体制定调研目标和确定调研范围。

(2)确定需要解决的主要问题:主要将存在的问题细分,将需要调查的内容具体转化为所要调研的问题。

(3)设计调研方案:在调研目标和需要调研的基本问题确立以后,要利用规范科学的方法设计调研方案。

(4)实施调研:组织调研人员,按照调研计划实施调研方案。

(5)收集并整理数据:收集各种调研资料,并对调研资料和调研数据进行分析。调研资料的收集要确保其真实性和准确性;在对调研资料进行分析时,要采用多种手段进行分析,要尽量将调研资料转化为可量化的数据资料。

(6)撰写调研报告:凡是进行特定的调研,都必须撰写相应的调研报告。调研报告通常包括标题、前言、正文和结尾四个部分组成,市场调研报告的标题通常分为单行标题与双行标题两种形式,单行标题又分为公文式标题和文章式标题,双行标题是在正标题之前加副标题。市场调查报告的前言写法不尽一致,但一般前言部分要交代写作的目的或动机,介绍调研的背景、调研的基本情况等。常见的写法有新闻式报道、提问解答式报道、概括交代式报道和议论引用式报道。调研报告的正文是市场调研报告的主体部分,包括调研情况和调研者的观点;正文部分要具备以下内容:基本情况,包括历史情况和现实情况,重点要放在对现实情况的介绍上,要如实地反映调查对象的现实情况,前景预测。

141. 市场营销调研有哪些基本方法?分别有哪些具体内容?

根据调研的目的、调研的内容和调研的对象的不同,在具体调研过程中可以选择不同的调研方法。通常来说,市场营销调研有现场观察法、实验法、询问调研法、问卷调研法以及文献调研法等。

现场观察法是调研人员在市场活动现场对调研对象观察、记录,并取得相关信息的方

法。利用现场观察法进行调研时，调研人员不必与被调查对象直接接触，而是利用自身器官或某些设备，对调查对象的活动或现场事实做必要的考察记录，从而取得第一手资料的方法。现场观察法简单灵活，成本费用较低，受外界的干扰因素相对较小，被观察者又处于自然状态，因而取得的资料更具真实性。但是，在利用现场观察法进行调研时，观察的只能是表面现象，对其内在因素不能深入了解，如消费者的心理变化和市场变化的原因和动机等。一般来说，现场观察法具有以下几种：

(1)直接观察法：是调研人员到现场观察被调查者的行动来收集情报资料的一种方法。比如市场调研人员在商品展销会、订货会、博览会上，或是在工厂、商店等消费者集中的场所或其他场合，直接对市场活动进行观察，从而取得第一手资料。事实上，由于直接观察法简单易行、方便灵活，在市场调研中应用比较广泛。

(2)现场计数法：是指在市场活动现场，通过一定时间的观察计数，从而得到定量的信息。一般来说，采用现场计数法进行调研时，计数的工作量较大，工作内容也比较单调、枯燥，因此，在安排调研人员时，要尽量选择那些工作态度认真、责任心强的员工承担此项工作。

(3)痕迹观察法：并不是观察市场活动本身，而是通过观察市场上特定活动留下的痕迹来收集市场信息。有时被观察调查者活动的痕迹比观察活动本身更能取得准确的信息。如通过意见簿、回执单和优惠卡等，可以了解市场的反映，就可以收集到一些难以直接获取的可靠资料。除此之外，还可以运用观察法了解消费者的爱好、兴趣、价值观，了解城市人员流量、客流量，借此判断市场发展的趋势，这是预测市场潜力的重要依据。在采用这种方法进行观察时，最好在一个时期内只集中精力观察一种现象，避免干扰；在观察的同时，要对观察的结果进行及时的记录和整理，调研人员互相之间要核实检查，要尽量减少误差；另外，在调研时要尽量不影响被调研者的活动，要让其保持自然状态，只有这样，调研的信息才能更真实有效。

实验法。实验法起源于自然科学中的实验求证，它是在给定的条件下，对市场经济现象中某些变量之间的因果关系及其发展变化的过程加以观察分析，从中获得第一手资料的一种调研方法。实验法主要是通过小规模的实验来了解情况，取得相关信息。实验法主要用于新产品的试销和新方案实施前的调研，常用的实验有两种形式，一种是实验室实验，一种是市场试销。实验室实验是市场调研人员人为地模拟一个场景，选择一二组消费者进行购买或回答有关问题，然后导入变量，让他们再度购买或回答问题，根据收集到的资料数量确定实验处理结果；市场试销是指企业的产品进入某一特定市场进行实验销售，在市场试销时，产品只在有限的范围内和有代表性的测试单位内销售，并衡量销售结果。比如某新产品在大批量生产之前，先生产一小批，投入市场进行销售实验。其主要目的是：一是看该产品的质量、品种、花色、包装、价格、性能、规格、用途等是否受消费者欢迎，二是预测市场活动计划在应用于全部目标市场时的结果。

通常来说，采用实验法进行调研，其优点主要表现在：由于预先在小规模的市场环境中进行实际实验，可以提高工作的预见性，减少盲目性，同时也有利于企业内部进行管理；同时，通过小规模的实验所取得的数据一般地说比较客观，可靠性比较强、可信度较高，排除了主观推论的偏差，比较科学合理。

但是，在看到实验法优点的同时，也应该看到它的不足。实验法的优点是相对的，事实上，在实践中影响调研的因素很多，也可能由于某些非实验因素不可控制，导致最终实验结果受到一定影响。实验法的缺陷在于只适合于对当前市场变量的观察和分析，无法研究过去的情况，也无法收集到未来的市场变化信息，并且，采用这种方法费用较高。

询问调研法，是指通过询问的方式向被调查者了解市场情况的一种方法。主要是通过询问的形式了解市场情况。采用询问的方法进行调研时，询问的具体方式灵活多样，根据调研人员与被调研者接触方式的不同，大致可以分为以下几种：

(1)面谈询问调研：是调研人员与被调研人员直接面谈，当面向被调研人员了解，并收集相关信息的一个过程。调研人员应该在调研之前准备好询问内容，在交谈过程中要做好记录，事后要认真进行整理分析；面谈调研，一般在调研目标较多而且比较繁杂时采用。面谈调研具有直接性和灵活性的特点。当然，面谈调研的方法也有其缺陷性。面谈调研所需的费用较高，并且所需的调研时间相对较长。

(2)电话调查：是指通过电话向被调查者询问有关调研内容的一种调查方法。电话调查一般以电话簿为基础，进行随机抽样，然后进行调查，好处是收集信息的速度快、节省时间、效率高；由于支出成本较少，所需费用也相对较少；电话调查的调查面非常广泛，容易收集到不同类的信息。但是，在使用电话调查之前，必须对谈话的内容进行充分准备，谈话内容要简明扼要、简单易懂。电话调查的弊端在于，调查的时间非常有限，所获取的信息也相对有限，需要调查的内容不宜太多；另外，采用电话调查时，容易引起被调查者的反感。

(3)信函调查：也叫邮寄调查，是指用邮寄的方法将印制好的调查问卷寄给被选中的调查对象，由被调查对象认真填写后寄回。信函调查的优点在于，调查的空间范围广、不受地域限制，且被调查者的受干扰因素小，不会因调研者的情绪或偏好而受到影响；采用这种调研方法的费用相对较低，由于被调查者有充分的准备和思考时间，得到的信息也比较真实有效、全面可靠。但是，信函调查也有其不足之处，有些被调研者由于对调研内容不感兴趣或嫌麻烦，往往对其不闻不问，导致大量问卷无法回收；另外，由于采用的是信函的方式，大多数信函的回收时间很长，很有可能已经过了信息的有效期。

(4)留置调查：是将调查问卷或调查提纲当面交给被调查者，详细说明调查目的和填写要求，并留下问卷，由被调查者自行填写，再由调查人员约定日期收回问卷，然后进行汇总分析的一种市场调查方法。留置调查的优点在于回收率高，被调查者可以当面了解填写问卷的要求，澄清疑问，避免由于误解提问内容而产生误差；由于填写时间比较充裕，这样也有利于被调查者进行充分思考，能够使信息相对更有效。留置调查不足之处就在于调查的地域受到一定的限制，调查费用也相对较高，也不利于对调研人员的监督管理。

问卷调查法，是最常用的一种调查方法。采用问卷调查可以了解人们对产品的认识程度和喜好程度等。

采用问卷调查有许多有利之处，主要表现在：有利于扩大调查区域，增加调查对象的数量，而且不受调查地域的限制；由于被调查者有比较充裕的时间作答，因而所收集的信息质量相对较高；由于问卷是由被调查者自由填写，这样就可以避免面谈调查中受调研人员态度、情绪影响的弊端，信息更客观、更真实，并可以消除调研人员的错误记录和偏见；

调研费用相对较低。采用问卷调查的方法不仅可以节省大量的费用，而且还可以节省大量的人力。

采用问卷调查的不足之处表现在：问卷调查一般花费的时间较长，如果不能进行很好的控制，就很容易使资料失去时效性；问卷的回收率较低。由于被调查者对调查的内容缺乏兴趣，或是被调查者嫌麻烦，不愿意填写，这样，很多问卷往往不能按期回收；容易产生差错。如果问卷的问题设置不够合理，就很容易引起被调查者的误解，另外，由于个人素质等因素的影响，不同的被调查者对调查项目的理解并不一致，这样也容易产生误解。

文献调研法，又叫二手资料调研，它是指通过查询和阅读有关资料掌握相关信息的过程。采用文献法进行调研时，所获得的信息资料相对较多，资料的获取相对也比较容易，所花费的时间也较少，而且调研的费用也较低。但是，采用文献法调研有一定的局限性，主要表现在：二手资料原本为其他目的而收集的，因此在收集时要判断资料的有效性；二手资料大多都是不完整的，很多时候无法满足企业的实际需要。有些资料由于内容的缺失，已经丧失了资料的时效性和可信度；某些二手资料在印刷、翻印、转载、翻译的过程中，很容易出现谬误，在具体引用时需要进一步分析判断。

142. 市场营销定位的概念和意义是什么？

市场营销定位是现代市场学的一个十分重要的新概念。它是由阿尔·赖斯和杰克·特劳特于 1972 年提出的，它一出现就受到企业界的高度重视并得到广泛应用。

市场营销定位具有十分广泛的意义，概括起来有如下几点：

(1)有利于强化针对性。定位的前提是对市场进行细分，通过合理、严密的市场细分，企业可以对各细分市场中的消费需求和市场竞争状况加以对比，这样既可以根据对比结果了解和掌握各细分市场中消费者的需求满意度，同时也可以看出自身所具有的优势和劣势，这有利于企业采取正确的营销措施。

(2)有利于开拓新市场，寻找新的市场发展机会。真正的市场细分不是以瓜分为最终目的，而是以发现“处女市场”为最终目的；企业通过市场细分，可以掌握消费者的不同需求情况，从而发现未被满足或未被充分满足的需求市场；在这些未被满足或未被充分满足的细分市场之中，企业可以发现很好的市场机会。

(3)有利于改变营销方案。经过市场细分和营销定位，企业可以根据细分市场的具体情况，改变原有的营销方案；企业在没有进行市场细分之前，一般采取的都是“撒大网”式营销方案，这种方式投入大、产出少，并非市场营销的上策，而现实中许多企业出现的产品积压、资金周转不灵等问题，也主要是由此所导致的；在进行市场细分后，就应采取“重点突破”式营销方案，找准位置，集中有限力量，直接“攻击”目标顾客。这种以定位为特点的营销方式，可以保证企业用较小的投入产生较大的收益。

(4)有利于充分发挥市场潜力。经过市场营销定位，市场的范围更加清楚了，企业可以据此来开展集中有效的营销，并且能够充分发掘市场潜力；细分后的市场，范围大大缩小，企业可以充分合理地安排营销投入，这样，既避免了由于过度开发而造成的人力、财力、物力浪费，也避免了由于开发不足而丢失有效的市场。

143. 什么是差异性市场营销定位方法？有哪些优势和劣势？

所谓差异性市场营销定位方法，是指企业对两个以上的细分市场，分别采用不同的产品和营销方案来占领这些细分市场的定位策略。

差异性市场营销定位策略的优点在于：首先，采用差异性市场营销定位策略有利于增加销售总额。营销专家罗伯特认为："一般而言，经由多角化的渠道来销售多角化的产品，通常可以使总销售额增加。"企业生产经营多个产品，每个产品在各自的细分市场上占据着一定的份额，如果将这些份额汇总，就可以获得可观的销售业绩。基于这一认识，许多企业在站稳脚跟后，便开始实施多角化经营，以便于抢占更多的市场，扩大经营规模。其次，采用差异性市场营销定位策略有利于弱化经营风险。市场在不断地变化，风险无时不与企业相伴，在许多细分市场上运作，一旦某一细分市场坍塌，其他细分市场可以为之解危，企业绝不至于出现全军覆没的悲剧。

但是，采用差异性市场营销定位策略既有其优势，也有其劣势，其劣势主要表现在：首先，采用差异性市场营销定位策略必须分别面对不同的细分市场进行营销，各类生产经营成本必然会相应增加。从产品改进成本上看，为了使产品适应不同的细分市场，必须对产品进行相应的改进，由此所发生的费用必然使成本上升；从产品开发成本看，要抢占多个的细分市场，就必须开发多种不同的产品以适应市场需要，多种产品开发必然导致更多的试验生产费用，因而使成本增加；从营销费用来看，企业必须要根据各个有差异的细分市场，分别策划和推行有差异的营销方案，这需要额外的调研、策划、促销和渠道的管理费用等；最后，从存货成本上来看，大量不同产品的储存，需要增加登录、核查和保管费用，而且为了满足市场需求，应付突发情况，产品还必须有一定的安全库存。而多种产品的库存费，必然大于单一品种的库存费。其次，采用差异性市场营销定位策略增加了市场不稳定性。差异性市场营销定位策略使企业在市场占有的总量上增大，而在各细分市场中占有的面积小，很容易被挤出各细分市场。市场不稳定性还表现在市场开拓深度不够；如果企业全部的营销费用和营销活动都集中于一个市场，就可以牢牢占领该市场；但若将这些营销费用和营销活动分散到几个细分市场，影响面和影响深度就必然减弱，市场显然就不会那么牢固。

144. 什么是无差别市场营销定位方法？有什么优点？

所谓无差别市场营销定位方法，是不对市场进行细分，而把所有的消费者都当作目标市场来推进营销的一种定位策略。无差别市场营销定位策略的基础首先是产品必须适合于各类消费者，不适合于各类消费者是不能推行无差异性市场营销定位策略的。比如食盐，任何人都需要，食盐的市场相对而言没有细分市场。因此，食盐的营销定位可以选择无差异性市场营销策略。无差别市场营销定位策略的显著优点就是其经济性。大批量的生产和储运，必然会降低单位产品的成本；采用统一的广告宣传等促销活动可以节省促销

费用，并可以增强促销力度；不搞市场细分，也相应减少了市场调研、产品研制、制定多种营销组合方案等所要耗费的人力、财力与物力。因此，对于广泛需求的、能够大规模生产、大量销售，同时需要有共同性的产品而言，选择这种定位策略是合理的。

145. 什么是集中性市场营销定位方法？有什么优势和风险？

所谓集中性市场营销定位方法是针对某一特定的细分市场开发生产特定产品，策划制定特定营销方案的一种市场定位形式。集中性市场营销定位策略的优势主要表现在：首先，有利于减少竞争对手。当一个企业开辟了一个崭新的细分市场后，由于可观的利润，肯定会引来一批竞争者，但此时企业已先期占领市场，并从中获得了大量利润，有了强大的竞争力，面对后来的竞争者，可以凭借实力再开辟新的细分市场。其次，有利于节省资源。由于市场单一，所以产品种类少，不仅可以节省开发费、生产费，而且可以节省设备投入费。同时，因市场相对集中，避免了大面积营销有可能带来的营销资源浪费。当然，集中性市场营销定位策略也有其弊端，主要就是风险大。这种风险表现为市场开辟风险、市场维系风险和市场被瓜分风险。

146. 现代企业如何选择市场营销定位策略？

现代企业在进行市场营销定位时，应主要考虑以下因素：

(1)产品特性：这主要是指产品是否同质、能否改变形状。有些产品，特别是某些初级产品，诸如食盐、大米、煤炭等，尽管这些产品可能会有某些品质差异，但消费者一般对此并不太重视或不加区别，竞争主要集中在价格和服务方面，因而从事这类产品营销的企业适宜选择无差异性市场营销定位策略；而大量的加工制造产品，诸如汽车、家电、食品等等，本身可以带来品质、性能等方面的较大差别，消费者或用户对这些产品的需求也是多样化的，选择性很强，因此，生产经营这类产品的企业宜选择实施差异性市场营销定位策略或集中性市场营销定位策略。

(2)企业财力：如果企业实力雄厚、资源充足、管理水平较高，根据产品的不同特性可考虑选择差异性或无差异性市场营销定位策略；财力有限，无力顾及整体市场或多个细分市场的企业，则宜选择集中性市场营销定位策略。

(3)竞争者的策略：总经理在选择和实施市场营销定位策略时，必须认真考虑企业的竞争者使用的定位策略；企业要么采取与竞争者相同的模式，共争市场，要么去开辟一个特殊市场，避免与竞争者的全面冲突，但只要集中力量稳定这一市场，就可以与任何企业竞争。

(4)产品的生命周期：处于导入期和成长期前期的新产品，竞争者稀少，品种比较单一，宜选择无差异性市场营销定位策略；产品一旦进入成长后期或已处于成熟期，市场竞争加剧，就应选择差异性市场营销定位策略，以利于开拓新的市场，尽可能扩大销售；或者选择实施集中性市场营销定位策略，以设法保持原有市场，延长产品生命周期。

147. 什么是产品差异化？产品差异化主要表现在哪些方面？

产品差异化是指设计一系列有意义的差别优势，使企业的产品同竞争者的产品区别开来。产品差异化主要表现在以下几个方面：

(1)产品的性能质量：指产品的主要特点在使用中的水平。顾客在购买价值较高的产品时，都要对价格和性能进行分析。在产品价格没有超出顾客可接受的能力范围时，顾客总是愿意以较高的价格购买性能更优良的产品。

(2)产品的特征：指对产品的基本功能的增加。企业在产品具备一些标准的基本功能之外，根据顾客的不同需求层次，分别给产品增加不同的基本功能。

(3)产品的耐用性：指产品的预期使用寿命。使用寿命较长的产品，能够以较高的价格出售。但对于流行周期很短的产品(如时装等)及技术更新较快的产品(如电脑等)，强调耐用性是不恰当的，因为没有人愿意出高价来购买很快就过时的产品。

(4)产品的可靠性：指产品在一定时间内不出故障、能正常使用的可能性。顾客愿意花较高的价格来购买具有可靠性更高的产品，以减少由于产品出现故障而发生的维修费用支出和避免因此影响企业生产经营活动的正常进行而给企业带来的损失。

(5)产品的一致性：指产品在使用中达到设计标准的程度。如果企业的产品在使用中都能够达到各项设计要求，这种产品就被认为具有高度的一致性。而一致性较差甚至很差的产品，则表明产品是没有达到设计标准的；具有高度一致性的产品，会留给顾客完美的产品形象，人们也乐于购买。

(6)产品的易维修性：指产品出现故障后维修的难易程度。这包括维修所需的零部件的取得、具体修复工作的难易程度和提供维修服务的及时性等方面。如果产品由标准化的零部件组装而成或易损件是标准件就容易取得；如果具体的修复工作也比较简单，出现故障时顾客可以自己动手维修或通过电话指导就可以进行维修；如果企业能够在顾客使用的产品出现故障后及时提供维修服务，最大限度地减少顾客的损失，那么可维修性就高。

(7)产品的样式和格调：指产品带给顾客的视觉和感觉效果。

148. 现代企业目标市场定位应注意哪几个方面？

现代企业目标市场定位应注意以下几个方面：

(1)文化定位：不同地区、不同国家、不同民族有不同的文化，针对不同的文化进行研究，是现代企业市场营销定位的一个重要方面。

(2)性别定位：企业产品的受众对象究竟是男士还是女士，或者既有男士又有女士，必须很清楚。

(3)区域定位：在进行营销策划时，策划人员应当为产品确立前景市场区域，是进入国际市场、全国市场，还是在某市、某地等等。找准了自己的市场，销售就有可能获得成功，否则，只会费力不讨好。

(4)气候定位:产品适合于什么气候类型的地区销售,也是策划时应认真分析确定的问题。比如暖气设备,最好把市场定位在北方,而空调器,应先定位于素有"火炉"之称的城市,并逐步向外扩展。

(5)年龄定位:确定企业的产品卖给什么岁数的人就是年龄定位。不同年龄段的人,有自己不同的特点,只有充分考虑到这些特点,满足他们的要求,才能够得到他们的青睐。

(6)阶层定位:每个社会都有许多社会阶层,不同的阶层有不同的消费特点和消费需求,企业的产品究竟面向什么阶层,营销策划者当然也应该心中有数;按照不同的标准,可以对社会上的人进行不同的阶层划分,如按知识划分,就有高知阶层、中知阶层和低知阶层;按收入不同划分,就有高薪阶层、中薪阶层和低薪阶层;按职位不同划分,又可分为领导阶层和职员阶层。进行阶层定位,就是要牢牢把握住某一阶层的需求特点,从营销的各个层面上满足他们的需求。

(7)性格定位:是考虑把自己的产品如何销售给具有不同性格的对象。每个人都有自己的个性,产品要想满足不同个性的人的要求,几乎是不可能的,尤其是某些个人消费品,这时,选择一部分具有相同个性的人作为自己的定位目标,针对他们的爱好实施营销策略,可以取得最佳的营销效果。

149. 什么是目标市场细分?

所谓目标市场细分是指从顾客不同的购买欲望和需求的差异性出发,按一定的标准将一个整体市场划分为若干个子市场,从而确定企业目标市场的活动过程。市场是由无数消费者构成的,不同的消费者在一个或几个方面可能存在消费差异,他们可能在购买要求、购买态度或购买习惯等方面存在差异,这就为目标市场的细分提供了前提条件。

150. 目标市场细分的依据有哪些?

目标市场的细分主要依据地域特征、文化特征、人口特征、行为特征等进行划分,以下是目标市场细分的一些主要依据:

(1)人口特征。人口特征细分主要是根据消费者的年龄、性别、文化层次、收入、职业等因素将目标市场细分为若干群体。人口特征细分是划分顾客群体最基本、最常用的方法之一。这主要是因为,使用人口特征细分比其他因素更容易掌握,同时,消费者的需求、偏好及品牌意识往往与人口因素有密切关系。

(2)地域特征。地域特征细分是指将目标市场按照不同的地区、不同的国家、不同的省市、不同的区县等进行的划分。在现代企业市场营销中,企划者往往会根据某一地域人口的特征和偏好展开营销活动。例如,在我国北方,尤其是东北和西北,高度数的酒比较畅销,而在南方和一些沿海地带,低度数的酒比较畅销。

(3)行为特征。在行为特征细分中,可以根据消费者对产品的认知程度,将他们细分为不同的群体。

(4)心理特征。不同层次的消费者,其消费心理特征不同;不同个性的消费者,其消费心理特征也不同。企划者可以根据消费者的不同层次、不同个性、不同生活方式,将他们分为不同的群体。

151. 现代企业如何对目标市场进行细分?

现代企业如何对目标市场进行细分,这是管理界人士普遍关心的问题。美国学者伊·杰·麦肯斯提出了一套非常直观、逻辑性非常强的七步细分法,其具体操作步骤如下:

(1)确定企业的长期经营战略和经营方向。这是市场细分的前提和基础,只有总的方向明确了,企划者才能根据企业内外的实际情况对市场进行细分。

(2)根据消费者的实际需求状况,确定市场细分变量。消费者的需求状况对市场的细分有着直接的影响,只有准确地把握了消费者的实际需求状况,对市场的细分才更有把握。

(3)根据市场细分变量,进行初步细分。初步的细分一般是根据消费者的具体需求来划分,需要初步确定将消费者划分为哪些类型。

(4)加工筛选。一般来说,同一类的消费群体还存在某些差异,这就需要在具体细分时,能够抓住重点、求同存异,删除某些不必要的因素。

(5)对市场细分初步命名。对市场细分的名称既要简单,又要富有艺术性,最好能够体现其特点。

(6)进行检查分析。在市场细分后,要进一步确定细分市场是否科学、合理,必要的时候要做进一步调整。

(7)选定目标市场。

152. 现代企业如何选择目标市场?

现代企业目标市场的选择主要有以下几种方式:

(1)选择密集单一型市场。最简单的方式是营销策划者选择一个细分的目标市场进行集中营销。事实上,采用这种策略的企业大多都是一些中小型企业。这种策略的优势在于竞争对手少,有利于企业不断扩大市场份额,也有利于企业形成局部的竞争优势。

(2)选择细分的专门化市场。这种方法主要是指营销企划者选择若干个细分市场进行营销,这些细分市场之间并没有联系,但每个细分市场都具有很强的吸引力,能够为企业获利,并且符合企业的经营目标和资源状况,还可以分散企业的经营风险,即使企业失去其中一个或一些细分市场,但企业仍可以继续经营,在其他细分市场上获利。

(3)选择产品专门化市场。采用这种方法的大多是一些中小企业,企业通过用这种方法集中生产一种产品,并向各类消费者销售这种产品。比如说显微镜生产商向大学实验室、政府实验室和工商企业实验室销售显微镜。企业准备向不同的消费群体销售不同种类的显微镜,而不去生产实验室可能需要的其他仪器。企业通过这种策略,在某个产品方面树立起良好的声誉。但如果产品被其他新的产品(比如说新的显像技术)所代替,就会

产生一定的滑坡现象。

(4)选择市场专业化市场。市场专业化是指企业专门为满足某个消费者群体的各种需求服务。例如企业可为大学实验室提供一系列服务,包括显微镜、示波器、试管等等。企业专门为这些消费者群体服务,而获得良好的声誉,并成为这个消费群体所需要的各种新产品的销售代理商。如果这个消费群体突然发现经费预算已经削减,它们就会减少从这个市场专业化企业购买仪器的数量,这也会使企业产生滑坡的危险。

(5)选择完全市场覆盖市场。完全市场覆盖是指企业想用各种产品满足各种消费群体的需求。一般来说,只有大企业才能采用完全市场覆盖策略。例如国际商用机器公司(计算机市场)、通用汽车公司(汽车市场)和可口可乐公司(饮料市场)等。企业通常会采用两种方法来实现完全市场覆盖这一目标,即通过无差异市场营销或差异市场营销这两种方法。

153. 现代企业目标市场选择策略的变因有哪些?

现代企业在确定目标市场选择策略时,必须充分考虑企业内外各种因素的影响。这些因素主要表现在:

(1)企业资源:如果企业的人力、物力、财力等资源相对充足,实力雄厚,企业可以采用无差异营销或差异营销策略;如果企业的资源相对不足,实力相对薄弱,企业最好选择集中营销的方式。

(2)市场的差异性:如果市场上消费者的购买需求基本相同或相似,即在同一时期购买的数量相同、对市场营销刺激的反应也相同,这种市场一般可以认为是同质市场,可以采用无差异性营销;而对于需求差异性较大的异质市场,则应采用差异营销或集中营销。

(3)产品的差异性:某些产品如食盐、大米、钢材等差异性很小,可以认为是"同质"产品,可以采用无差异营销;如果是差异性较大的产品,如服装、轿车、房地产等则应采用差异营销或集中营销。

(4)产品所处生命周期的阶段:处于不同生命周期的产品,其营销策略也不同。一般来说,处于导入期或成长期的产品,企业主要是向消费者宣传自己的产品,培养消费者的品牌喜好,争夺更多的市场份额,而且在这时消费者的需求差异也没有充分地表现出来,因此企业不宜提供过多的品种,最好采用无差异营销;而处于成熟期的产品,市场趋于饱和或已经饱和,市场竞争激烈,消费者需求差异非常明显,企业这时最好采用差异营销;相应地在衰退期,产品的购买者主要是新产品接受相对困难者或是一些品牌的坚定忠诚者,企业这时最好采用集中营销。

(5)竞争对手所采取的目标市场营销策略:在选择目标市场营销策略时,必须对竞争对手的各种情况进行充分了解。如果企业实力比竞争对手雄厚时,可以完全自主地决定目标市场营销策略。但当企业与竞争对手的实力相当或处于劣势地位时,则应充分考虑竞争者的目标市场营销策略。一般来说,在这种情况下不宜采用相同的策略,因为这将导致激烈的竞争。当对手实行无差异营销时,企业可以实行差异营销或集中营销;而当对手实行差异营销时,企业可以实行集中营销。这样,有助于在确定的细分市场上保证企业的

相对竞争优势，也有利于企业增强核心竞争力和长期竞争优势。

154. 什么是产品？

产品是指能提供给市场，用于满足人们某种欲望和需要的任何事物，是指实物、服务、场所、组织、思想及主意等。可见现代营销的产品概念已经大大超越了传统的产品概念——一种具有特定的物质形状和用途的物体。物质产品仅仅满足顾客对使用价值的需要，而非物质形态的服务能给购买者带来利益和心理上的满足感和信任感，具有象征性价值。现代产品概念强调产品使用价值和象征性价值的统一。随着社会经济的发展，产品成为消费者表现自我的道具和手段，人们选择产品不仅是为了在功能上满足，也为了在地位心理上满足。产品象征价值通过产品质量、服务、商标和产品形象等来体现，价格构筑于产品使用价值和产品象征价值基础之上。

155. 现代营销理论中所指的产品整体概念是什么？

现代营销理论所指的产品整体概念，是揭示顾客对产品认识的各种规律，它把产品分为五个层次：核心产品、形式产品、期望产品、附加（延伸）产品和潜在产品。

（1）核心产品：是指消费者购买某种产品时所追求的使用价值和核心利益。如顾客购买彩色电视机，他真正需要购买的是“娱乐享受”、“艺术享受”或者是“知识享受”而不是荧光屏和一大堆的无线电元器件。企业应正确把握消费者追求的利益，并积极销售消费者所追求的利益。

（2）形式产品：是指向市场提供的实体和劳务的外观，产品外观指产品出现于市场时的面貌。它有五个主要标志，即质量、外观特色、式样、品牌和包装。它既能实现核心产品内容，又能唤起顾客的购买欲望，是顾客选择产品的重要依据，对产品销售具有决定性作用。

（3）期望产品：是指购买者在购买产品时期望能得到的东西，实际是指一系列属性和条件。例如：住宿的旅客期望得到清洁的床铺、肥皂、浴巾、电话、衣柜和相当程度的安静。

（4）附加产品：是顾客购买产品时所获得的全部附加利益和服务，是形式产品和实质产品的统一，它包括提供信贷、送货、保证、安装及维修等销售服务。现代企业竞争并不在于各家公司在其工厂中生产什么，而在于它们能为其产品增加什么内容；如果附加产品符合顾客的愿望，竞争对手纷纷仿效，会使附加产品很快变成期望产品，此时企业必须寻找新的附加产品。

（5）潜在产品：是指包括现有产品的所有延伸和演进部分，最终可能发展成为未来产品的潜在状态的产品，即现有产品的可能发展前景。如彩电可发展为计算机的终端等。

156. 产品是如何分类的？

产品的分类方法多种多样，按照不同的分类标准有不同的分类方法。一般情况下，通

常按用途进行分类:消费品和工业品两大类。消费品是指用于最终生活消费的产品,而工业品是指企业或组织购买后用于生产的其他产品。两者不仅购买的目的不同,而且购买的数量、方式也有很大的差别。

(1)消费品的分类:按照不同的分类标准,消费品可分为很多种类。但传统的和人们普遍接受的分类方法有四类:便利品、选购品、特殊品和非渴求品,这主要是根据购买者购买行为特点来划分的。

①便利品:是指消费者经常购买的、价格较为低廉的商品。在购买此类商品时,消费者通常会不作比较,即刻购买。根据消费者购买态度和所处环境,便利品可以进一步划分为3种:a.日用品是指价格低廉,消费者会经常购买并使用的商品。如肥皂、牙膏、洗衣粉、快餐食品等;对于此类商品,消费者希望随时需要随时可以买到,他们一般来说不会钟情于某一个品牌,而是有什么牌子就用什么牌子。b.冲动购买品是指消费者事先没有刺激而临时决定购买的商品,如糖果、点心、杂志、报纸、玩具等。c.急救品是指人们紧急需要时购买的商品。如突下暴雨时人们买的伞,突发胃痛去买的止痛药等。

②选购品:是消费者愿意花费一定的努力进行购买的商品。消费者要花费一定的时间对不同商店、不同品牌的商品价格、质量、产品特点、服务质量和质量保证等进行比较分析。家用电器、家庭装饰的家具、服装、自行车等都是选购品的例子。选购品又可分为同质选购品和异质选购品。同质选购品是指产品质量被认为完全相同,但价格上却存在一定差异的商品。对这类选购品,消费者主要比较其价格,比如几种品牌的29寸彩色电视机被认为是同质产品,消费者当然会选择价格最低的。异质选购品是指质量有一定差异的选购品。在选购这类商品时,对消费者来说,产品的质量和特色比价格更重要。例如,不同品牌的电脑,除了价格以外,它们质量的高低、处理速度、售后服务以及维护和保修等往往是消费者选购的标准。

③特殊品:是指有一些独特特征或特定品牌,且消费者愿意花费特别精力去购买的产品。消费者对特殊品的购买要做出实际计划,他们知道他们就要购买的确切商品,而且不愿意接受代用品;在搜寻特殊品时,消费者不会对各种备选品进行比较;他们只注意寻找能够提供他们事先选定的产品零售商店。

④非渴求品:是消费者还不知道或知道暂时还无兴趣购买的产品。如商店里卖的摄像机,很多人不知道或即使知道也不会马上有欲望去购买。比较典型的非渴求品有人寿保险和殡葬用品等;对于这类商品的销售,广告和人员推销是关键,因为要使顾客由无兴趣到有兴趣,引起消费者需求,推销人员的说服力是不可缺少的。公司在进行企划时必须努力使消费者意识到购买这种产品能够得到的利益。

(2)工业品的分类。工业品是指被用做再生产或满足再生产活动需要的货物或服务。也就是说工业品是为了日常经营或者生产其他产品而购买的产品。工业品的购买取决于企业的目标,通常和消费品相比,工业品的实际功能用途比提供心理满足还重要。工业品的种类和复杂程度都大大高于消费品,工业品的销售需要更多的专业知识,因此我们不能简单地按消费品划分的原则来划分工业品。我们根据工业品在进入再生产过程中的重要性程度以及相对成本,把它划分为四类,即材料和部件、资本项目、供应品及服务。

①材料和部件:是指最终要完全转化到生产者所生产的成品中去的中间产品。可分

为原材料、半成品和零部件。原材料是用于生产的最基本的材料，原材料是指从未经过加工的初级产品，包括天然产品(如原油、矿石、煤炭以及木材等)和农产品(如小麦、棉花、家畜、水果、蔬菜等)。半成品和零部件是需要进一步加工才能成为最终产品的物品，如铁、棉纱、水泥等。零部件通常是指已经过部分加工，可以不经过进一步加工而成为最终产品的那部分产品，如吸尘器所用的马达、汽车用的轮胎、电冰箱用的压缩机都属于半成品。零部件是最终产品的一部分，而且本身就是为装备而准备的制成品或者在装配前需要稍作加工处理的产品。虽然说零部件会成为大型产品的一部分，但要区别和认识零部件是很容易的。半成品和零部件大多以定单的形式由生产者直接供应给用户，价格和服务是影响购买的主要因素。

②资本项目：是指在长期生产过程中逐步转移到生产产品中的商品。它主要包括主要设施和附属设备两部分。主要设施由建筑物(厂房和办公室等)、土地使用权以及固定设施(如计算机、生产设备等)构成。一般来说，主要设施因价值大，使用时间长，售前需要长时间的谈判；主要设施的技术含量高，所以优质的技术支持和良好的售后服务对于产品销售来说是很重要的。附属设备是指经营者完成经营活动所需的各种辅助产品，如工具、模具及办公设备等。这类产品通常价值低、寿命短，大部分由中间商提供。质量、特色、价格和服务是购买的主要因素。

③供应品：是维持企业生产经营活动所必须的，但不会形成最终产品的那类产品。供应品一般可分为一般用品(如润滑油、燃料、纸、饮用水等)。由于供应品在各种场合都需要使用，因而各种组织都会购买。通常情况下，供应品是通过众多的销售店销售，而且对供应品的购买也是属于常规性购买。

④服务：服务与供应品相似，都是维持企业生产经营活动所必须的，但不会形成最终产品。服务主要包括维修服务(如修理复印机、清洗门窗等)和咨询服务(如法律咨询、管理咨询和广告企划等)，服务一般由专业人员提供，所以服务的技术水平、公司的声誉和合理的价格是人们选择服务的重要依据。

157. 什么是产品的生命周期?

产品生命周期是指某一产品从完成试制投放到市场开始，直到最后被淘汰出市场为止的全过程所经历的时间。产品生命周期理论认为：一切产品，从完成试制投放市场到最后被淘汰推出市场的过程中，大体上都经历一个类似的生命模式的周期性规律。通常来说，产品生命周期有5个不同的阶段：

(1)产品开发期：是指始于找到并开发新产品的构思。在产品开发期，销售量为零，企业投资逐渐增加。

(2)导入期：是指产品进入市场，销售量缓慢增长时期。

(3)增长期：是指市场快速接受和利润快速增长时期。

(4)成熟期：是指由于产品已被绝大多数潜在购买者接受，所以销售量增长速度缓慢。

(5)衰退期：销售急剧下降，利润跌落。

158. 什么是产品组合？什么是产品线？什么是产品组合深度？什么是产品的关联性？什么是产品项目？如何判断企业的产品组合程度？

产品组合，又称产品经营结构，是指企业生产经营的全部结构，也就是指企业所生产经营全部产品线及项目的组合。

产品线是指企业生产经营的一组密切相关、层次内容相同的产品。密切相关是指产品都能满足相同的某种需要并通过同一渠道进行销售。例如杭州西单大厦经营的产品线有食品类、家电类、服装类、化妆品类和儿童玩具类等。

产品组合深度是指一个企业每一产品项目的品种的多少。比如宝洁公司生产的佳洁士牙膏有 75 克、115 克和 150 克三种规格，清凉薄荷和香草型两种配方，那么佳洁士牙膏的深度就是 $2 \times 3 = 6$。产品组合深度，对于满足同一目标市场消费者多样需求和降低成本起着非常重要的作用。

产品的关联性，是指一个企业的各个产品大类在最终使用、生产条件及销售渠道等方面的密切相关程度。如宝洁公司的产品都是通过相同分销渠道出售的，那么产品线之间就具有关联度。关联度大的产品组合有利于企业的经营管理，反之则管理程度增大。例如，宝洁公司的产品线主要集中在日用消费品方面，这些产品的生产和销售都有一定的相似性，产品组合的关联度大，这样经营管理起来也相对容易。

产品项目是指产品线中所列的所有各种不同规格、品牌质量、价格的每一种产品。

如何表达--个企业的产品组合程度呢？通常都是用产品组合宽度、深度和关联度三个因素来表达。产品组合宽度是指一个企业生产经营的产品大类数。若大类数越多，则宽度越宽；大类数越少，宽度越窄。如，商业企业中，大型百货公司拥有较多的产品种类，其产品组合比较宽。

159. 现代企业的产品组合方式应遵循哪些原则？

现代企业的产品组合方式应遵循两个原则：即有利于促进销售和有利于增加企业的总利润。产品组合的三个因素和促进销售、增加利润都有密切关系。一般地说拓宽产品线有利于发挥企业的潜力，开拓新的市场；加深产品线可以适合更多的特殊需要；加强产品系列的关联性，可以增强企业的市场地位，发挥和提高企业有关部门在专业上的能力。

160. 如何进行产品组合策划？

通常来说，企业可以通过拓展产品系列宽度、加深深度或加强其关联性促进销售、增加利润，增强企业长期竞争优势。但是，企业的这种努力往往会受到多种因素的制约，比如说企业的资源状况、市场需求状况、竞争对手的状况等。因此，企业对其产品线宽度、深

度和关联性的决策就有多种选择，这样产品的组合策划就有多种类型。

(1)多系列全面型：着眼于向任何顾客提供其所需要的一切产品，采取这种策略的条件就是企业有能力照顾整个市场的需要。整个市场的含义可以是广义的，就是不同行业的产品市场的总体；也可以是狭义的，即某个行业的各个市场面的总体。广义的多系列全面型产品组合策略就是尽可能增加产品系列的宽度和深度，不受产品系列之间的关联的约束。狭义的多系列全面型产品组合策略，是指提供在一个行业内所必须有的全部产品，也就是产品系列之间具有密切关联性，如美国奇异电器公司，产品线数目很多，但都跟电气有关。

(2)市场专业型：市场专业型策略是向某个专业市场、某类顾客提供所需要的各种产品。例如以建筑为其产品市场的工程机械公司，其产品组合就应该由推土机、压路机、载重卡车等产品组成。

(3)产品系列专业型：企业专注于某一类产品的生产，并将其产品推销给各类客户。例如某汽车制造厂其产品都是汽车，但根据不同的市场需要，而设立小轿车、大客车和运货卡车等三种产品系列以适合家庭用户、团体用户及工业用户的需要。

(4)有限产品系列专业型：是指企业根据自己的专长，集中经营有限的，甚至是单一的产品系列以适应有限的或单一的市场需要。例如有的汽车制造厂专门生产作为个人交通工具的小汽车，不生产大客车、运输卡车以及其他用途的汽车。

(5)特殊产品专业型：是指企业根据自己的专长生产某些具有竞争优势的特殊产品项目，这种策略由于产品的特殊性，所能开拓的市场是非常有限的，但是竞争的威胁也小，经营风险小。

(6)特殊专业型：是指企业凭借它拥有的特殊生产条件提供能满足某些特殊需要的产品。例如提供特殊的工程设计、低成本的制造技术，或根据需要可灵活转换的操作条件等等。这种产品组合策略由于其产品具有突出的特殊性常能避免威胁。

161. 什么是优化产品组合策略？现代企业对产品组合进行优化的方法有哪些？

企业的产品组合策略总是不断发展变化的。随着市场环境和自身经营条件的变化，有些产品可能增长较快或利润较高，但也有部分产品会出现衰退或无利可图。这就要对产品的组合进行优化，以取得最大的利润。优化产品组合策略是指企业根据市场不断变化的环境和资源条件，适时开发新产品并淘汰已衰退的产品，以保持销售额和利润最优化的产品组合。现代企业对产品组合进行优化的方法主要有以下几种：

(1)环境分析法：是把企业的产品分为六个层次，然后分析研究每一种产品在未来的市场环境中，他们的销路潜力和发展前景，其具体步骤是：对市场环境进行充分分析，把握目前企业的主要产品是否能继续发展；企业未来的主要商品，一般是指新产品投入市场后能打开市场销路的产品；在目前的市场竞争中，能使企业获得较大的利润的产品；过去是主要产品，而现在销路已日趋萎缩的商品，企业应及时采取改进，做出缩小或淘汰的决策；对于尚未完全失去销路的产品，企业可以采取维持或保留的产品决策；对于完全失去销路

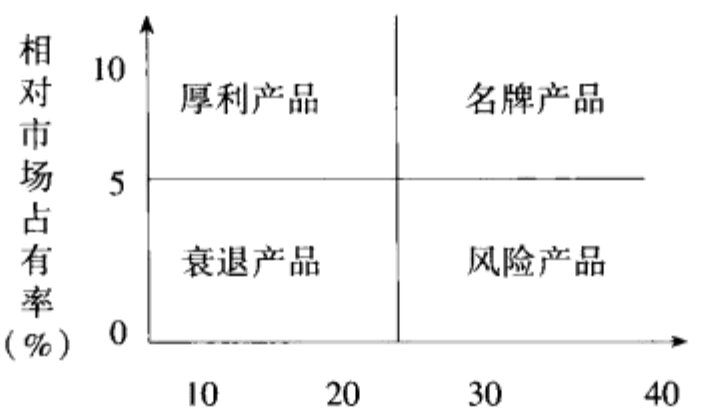
的产品，或者经营失败的新产品一般应进行淘汰或转产。

(2)产品系列平衡法：也有的叫 PPM 法，它是把企业的生产经营活动作为一个整体，围绕实现企业经营目标，从企业竞争实力和市场发展引力两方面，对企业的产品进行综合平衡，从而作出最佳的产品决策。

(3)波士顿矩阵法：这是一种根据产品市场占有率和销售增长率来对产品进行评价的方法，是由美国波士顿咨询公司提供的一种评价方法。

如下图所示，横坐标表示市场增长率，以 20% 为界，大于 20% 为高增长率，小于 20% 为低增长率。纵坐标表示相对市场占有率，以相对数尺度来表示。相对市场占有率是指本企业产品的市场占有率与该市场最大竞争者的市场占有率之比。假设 5 为分界线，大于 5 为市场占有率高，小于 5 为市场占有率低。假设某企业的某种产品的市场占有率为 5，这表明该产品的市场占有率为本行业最大竞争对手的 50%。如该产品的占有率为 10，则表示该产品的市场占有率为本行业最大竞争对手的 2 倍。

下图中的 4 类产品，其位置表示该产品市场增长率和相对市场占有率的高与低。



(1)风险产品：是指市场增长率高，但相对市场占有率低的产品。相对来说，大多数的新产品是从问题类开始的，因为只有市场高速增长的需求才能吸引企业进行大规模投资；也就是说，对于问题类产品，企业必须大量投资，扩大生产规模才能跟上迅速增长的市场需要。对于这类产品，企业应该集中力量消除问题，扩大优势，创立名牌。

(2)名牌产品：是指市场增长率高，相对市场占有率也高的产品大类。名牌产品很有发展前途，一般处于生命周期的成长期。对于这类产品，企业要从各个方面给予支持，要确保其现有地位及将来的发展；名牌产品需要企业投入大量的资金和人力来维持其增长并挤垮竞争对手。但随着增长率的减缓，名牌产品最有可能演变为厚利产品。

(3)厚利产品：是指市场增长率低，相对市场占有率高的产品。由于市场增长率低，所以一般不会有新的竞争对手介入，企业也不必在市场方面投入大量资金以保持其领导地位，因此收益较高。厚利产品是企业收入的主要来源，一般处在生命周期的成熟阶段，这是企业的厚利或拳头产品。

(4)衰退产品：是指市场增长率和相对市场占有率都很低的产品。这类产品通常是已临近产品衰退周期的产品，它是企业的衰退或失败产品，应果断地有计划地淘汰，并作战略上的调整。

162. 什么是产品差异化？现代企业如何实现产品差异化？

产品差异化是指企业以某种方式改变某些基本相同的产品，以便消费者相信这些产品存在差异而产生不同的偏好。企业在行使产品实体的要素或在提供产品的过程中，造成足以区别于其他同类产品以吸引购买者的特殊性，从而导致了消费者的偏好和忠诚。这样，产品差异化不仅迫使外部进入者耗费巨资去征服现有客户的忠诚性而由此造成某种障碍，而且又在同一市场上使本企业与其他企业区别开来，以产品差异为基础争夺市场竞争的有利地位。

产品差异化与市场细分化不同。产品差异化实质上是要求需求服从供应者的意志，多半是用改变式样或包装等外表的因素来吸引消费者；而市场细分则是从消费者的需求出发，强调供应者服从消费者需求。事实上，产品的差异化可以反映在整体产品的不同层次上，既可以是形式产品的差异化，也可以是附加产品的差异化，还可以是因形式产品和附加产品的差异化带来实质产品的差异化。当然，在完全市场条件下，产品的差异化还可以反映在市场营销组合的不同因素上，产品因素的变化称为产品因素差异化。定价、销售渠道及促销因素的变化，称为产品外在因素的差异化策略，但若一味地在技术、设计、品质及形态上下功夫，往往需要花费大量的资金，其结构即使在一定程度上对市场占有率有所提高，但利润不一定相应上升，往往会出现下降趋势。同时，企业要对每种产品实行产品因素差异化，也存在一定的困难。因此，在实行产品差异化策略时，尽可能在形式产品和附加产品上实施差异化；同时对产品销售影响较大的因素实施差异化，这样才能得到预期的效果。

现代企业可以通过以下手段来实现产品差异化：(1)可以通过对产品质量形象化实现产品差异化。质量形象化的做法有：高价显示优质、高级包装显示优质和通过著名商标树立产品形象等。(2)可以通过信息传递来实现产品差异化。也就是说，通过各种形式的媒介手段，将有产品特征的信息传达到目标市场，让顾客感到产品的差异，从而在顾客心目中树立此产品与众不同的形象。(3)可以通过优质服务来实现产品差异化。例如订货方便、免费送货、分期付款、客户咨询等，都可以在不同程度上形成整体产品的差异化。(4)可以通过分销渠道来实现产品差异化。销售环节最容易造成产品的差异化，不同规模和声望的零售企业，不仅会造成产品质量形象的差异，也会给消费者带来产品整体形象的差异。

163. 什么是品牌？

美国市场营销专家菲力普·科内特认为："品牌就是一种名称、术语、标记、符号或图案，或是它们的相互组合，用以识别某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品和服务相区别。"由此不难看出，品牌并不同于名称，名称只具有使人将事物辨别开来的功能，并不能体现事物的个性，而品牌则附有商品的个性及消费者的认同感。因此，品牌是体现商品个性和消费者认同感、象征生产经营者的信誉、被用来与其他商品区别开来的名称、标志、包装等符号的组合。通常来说，品牌主要包括品牌名称、品牌标志和商标。

164. 品牌有哪些功能和特征?

通常来说,品牌应具有以下功能:

(1)识别功能:品牌是一种无形的识别器,品牌可以减少消费者在选购商品时所花费的时间和精力,品牌具有识别功能主要是由于品牌是企业的代号和标志。

(2)促销功能:主要表现在:由于大多数消费者喜欢按照品牌选择产品,这就促使生产经营者非常注重产品的品牌声誉,不断开发新产品,不断强化管理,不断改良企业形象,使品牌经营走上了良性循环的轨道;另外,由于品牌是产品品质的标志,消费者往往按品牌选择产品,因此,品牌有利于引起消费者的注意,满足他们的欲望,实现扩大产品销售的目的。

(3)保护消费者权益的功能:由于品牌具有排他性的专用性特征,品牌中的商标通过注册以后受到法律保护,禁止他人使用。这样一来,如果产品有质量问题,消费者就可以追究品牌经营者的责任,依法向其索赔,从而保护自己的正当权益不受侵犯。

(4)增值功能:品牌是一种无形资产,它可以作为一种商品被买卖。在现代企业中,谁拥有了著名的品牌,谁就掌握了市场的先机,谁就拥有了大量的无形资产。

通常来说,品牌应具有以下特征:

(1)品牌本身没有物质实体:品牌本身是无形的,它不具有独立的物质实体,不占有空间,它必须通过某一直接或间接的物质载体表现其自身。一般来说,直接的载体大多是图形、标志等,间接载体是与该品牌有关的价格等。因此,品牌只是以一种间接的形式存在而已,它虽然没有物质实体,但它却能依附于一定的物质载体,并且它的价值与物质载体有一定的联系性。

(2)品牌具有明显的排他的专有性:这种排他的专有性,可以通过企业自身保密和反不正当竞争来维护,也可以通过适当公开其内容作为代价以取得广泛而普遍的法律保护,有时则又借助法律保护并以长期生产服务中的信誉取得社会的公认。

(3)品牌属于专有并且通过使用能为拥有者取得持续的经济效益:品牌是企业的无形资产,因此对企业的生产经营和服务能够持续地发挥其作用。

165. 现代企业有哪些品牌定位策略?

根据企业规模、产品特点、市场占有率以及市场竞争状况的不同,不同品牌产品的定位也不同。现代企业在进行品牌定位策略时可采用如下方式:

(1)品质定位策略:产品品质是赢得顾客忠诚的基本要素,品质定位是产品品牌定位的关键。品质定位的目的在于通过产品的独到之处吸引消费者的购买欲望,并在消费者心目中确立本企业产品的位置;当然,产品的品质定位也是多方面的,如突出原材料的品质、产品使用时的良好性能等。

(2)观念定位策略:不同的消费者,具有不同的消费观念。观念定位主要是突出商品新的意义,最大化地改变消费者的消费习惯和消费心理,树立使用和消费商品的新观念,

常用的方法有逆向定位和是非定位。

(3)文化定位策略:是指将某种文化内涵注入企业产品品牌之中,形成独特的文化品牌差异。文化定位不仅可以大大提高品牌的品味和品牌形象,而且容易引起消费者的共鸣,能够减少消费者的品牌认知的时间。

(4)功能定位策略:功能定位实际上就是强调产品独特的使用功能,用强大的使用功能吸引消费者的青睐。

(5)服务定位策略:现代企业产品的竞争,不仅仅是质量和性能等产品本身的竞争,更重要的是附加于产品之上的服务的竞争。以产品的延伸层服务进行定位,强调服务的完善和优势,依此来消除消费者疑惑,增强消费者的购买信息。例如联想的"全方位"服务策略很容易受到消费者的认可和支持。

(6)心理定位策略:它是指通过产品的某种特性,在消费者心理上形成某种价值定位,突出产品无形的精神功能,给消费者心理上以享受和满足,从而刺激消费者的心理需求。

(7)逆向定位和是非定位策略:所谓逆向定位就是借助强大的竞争对手的声誉,来引起广大消费者对自己的关注、同情和支持,以在激烈的市场竞争中占有一席之地。所谓是非定位就是从观念上人为地将商品市场加以分类,从而引起消费者的关注。

166. 品牌认知的作用是什么?

通常来说,品牌认知的作用主要表现在以下几个方面:

(1)品牌认知是品牌企划的前提。品牌认知是消费者进行购买的前提和基础,也是品牌企划的前提和基础。没有品牌识别,根本就不可能产生购买行为。

(2)品牌识别可为品牌提供一种熟悉感。通常来说,一旦消费者对某类品牌有了初步的认识,如果再次见到这个品牌时,消费者就会有一种熟悉的感觉,这种熟悉的感觉就会引导消费者进一步作出购买决策,从而可以缩短消费者在购买产品时的决策时间。尤其对单位价值比较低的产品更是如此。

(3)品牌记忆会使消费者考虑某种品牌,进而产生购买行为。消费者在准备购买某种产品时,首先会在脑海中出现许多此类产品的不同品牌,比如说消费者要购买一台笔记本,就很可能想到很多品牌,如东芝、IBM、联想、戴尔等;在具体的购买过程中,出现在消费者心目中的品牌数量是有限的,能进入全部组合中的品牌也基本上就是消费者最终选择的品牌;当对某品牌的认知达到了深入人心的程度时,消费者就会根据记忆与偏好,在购买之前已经决定了要选择的品牌。这是因为该品牌不仅给消费者留下了深刻的印象,而且也迎合了他们的兴趣偏好。

167. 什么是品牌忠诚?品牌忠诚有什么作用?现代企业的品牌忠诚是如何分类的?

品牌忠诚是指由于质量、价格、包装、服务等多种因素的综合影响,使消费者对某一品

牌产生感情，形成偏爱并长期重复购买该品牌产品的行为。品牌忠诚是消费者对某品牌产生的感情的度量，它反映了一个消费者的偏好由一个品牌转向另一个品牌的可能程度。

对品牌忠诚的顾客是企业最宝贵的财富。对企业经营者来讲，品牌忠诚的作用主要表现在：有利于吸引新的消费者。如果企业拥有一大批对本品牌有忠诚感的消费者，这就是对企业经营和企业产品信得过的最好证明。具有忠诚度的顾客，一方面以他们的实际消费行动为企业带来了利润，同时，他们会将有关本品牌产品或服务的有关信息以赞赏的语气传输给所熟悉的人，与广告相比，这种方式更有吸引力和说服力；有利于降低营销成本，增加企业利润。如果消费者对某品牌的产品有好感，并逐渐形成品牌忠诚，消费者就会重复购买这种产品，企业就可以节省广告费用，增加经营利润。因为一旦消费者有了一定的品牌忠诚度，品牌认知的过程就大大缩短，企业就可以减少相应的促销活动，降低促销成本；有利于营造核心竞争优势。消费者对品牌的强烈忠诚，有利于企业营造核心竞争优势，主要表现在：拥有较强品牌忠诚，就意味着消费者重复购买的可能性大。消费者的重复购买能为企业带来丰厚的利润；在品牌竞争中，品牌忠诚可以减轻企业的竞争压力。如果竞争对手推出一个新产品，消费者的忠诚会使企业有足够的时间来制定相应的对策，从而增强产品竞争力；当企业采取品牌延伸策略时，品牌忠诚能使变化了的新规格、新种类迅速得到市场的认可，这可以大大减轻企业新产品开发的压力，从而营造核心竞争优势。

在现代企业中，根据品牌忠诚度的大小，把品牌忠诚分为如下几类：

(1)无品牌忠诚度：即品牌忠诚度为零，也就是说消费者对品牌没有任何忠诚感。他们一方面对品牌不了解，另一方面是对品牌不关心。无论他们购买什么产品，品牌对他们的购买决策不起作用，他们的购买原则是，只要方便，他们就优先购买。

(2)品牌忠诚度在零到0.5之间：这类消费者对某类品牌既不偏好也不反感，他们的任何购买行为都是习惯力量的驱使。这类消费者一般都会受竞争品牌的吸引，他们没有充裕的时间对各种品牌进行比较。

(3)品牌忠诚度大于0.5小于1：这类消费者对某类品牌已经产生了一定的好感，他们对品牌的好感是建立在品牌的标识物、品牌体现出来的高质量以及使用经历等基础之上的。他们会重复购买某一品牌产品，他们对该品牌产品已经有一定的依赖心理，这类消费者会将自己对该品牌的好感推荐给亲戚朋友或家人，对企业来说，这对扩大品牌的市场占有率来说非常有益。

(4)品牌忠诚等于1：这类消费者对某品牌有强烈的偏好，甚至可以说是一种偏执，他们不但自己喜欢用该品牌，还会强力给家人、朋友进行推荐。

168. 什么是产品性能定位？现代企业产品性能定位有哪些策略？

所谓性能定位是指通过对自己产品各种性能的展示、强调，给消费者提供比竞争对手更多的利益和满足，借此使消费者对产品留下印象，实现产品某类性能的定位。现代企业的产品性能定位策略主要有以下几种：

(1)多性能定位策略：指通过提供多种功用，期望消费者买一件产品获得多种用途、达到多方面的满足，从而使消费者对产品产生好感，树立起“功能齐全”的市场形象。

(2)主要性能定位策略:尽管产品的性能很多,但只将产品关键的、最重要的性能作为市场需求,使消费者在产品的主要性能方面获得最大的满足,形成产品独特的形象。

(3)单一性能定位策略:将产品的某一种性能设计得特别突出,使一件产品能够完全满足一种性能的需要从而突出产品差异。如柯达的傻瓜相机。单一性能的产品,往往也是高质中价或中质低价的产品,因而有其独特的吸引力。

169. 影响企业定价决策的内部因素有哪些?

影响企业定价决策的内部因素很多,最主要的有以下几个方面:

(1)企业的营销战略目标:企业在定价之前,必须对产品总战略作出决策;如果企业已经审慎地选择好目标市场,并进行了准确的市场定位,那么确定营销组合战略就相对容易。如果市场对企业的能力要求很高,竞争很激烈,消费者的欲望又不断地变化,此时企业往往把生存作为自己的主要目标。为了使工厂运转,企业可以制定较低的价格,以便增加需求。

(2)营销组合战略的方式:价格只是企业用来实现营销目标的营销组合工具中的一种;价格决策必须和产品设计、销售和促销决策相配合,才能形成一个连续有效的营销方案;对其他营销组合变量所做的决策会影响定价决策;比如说,企业经常先制定定价决策,然后再依据制定的价格来决策其他营销组合;许多企业采用目标成本设定的有效战略武器来支持这一价格定位战略。

(3)产品成本:是企业能够为其产品设定的底价。企业想设定一种价格,既能够补偿所有生产、分销和直销产品的成本,又能够带来可观的努力和风险收益率;许多企业努力奋斗,为的是成为本行业中的低成本生产商;低成本的企业能设定较低的价格,从而取得较高的销售量和利润额。

(4)组织考虑:管理部门必须决定由组织中的哪个部门来设定价格。企业处理定价问题可有许多种方法:在小企业中,价格经常由高层管理部门而不是营销或销售部门制定;在大企业中,价格一般由部门或产品系列经理制定;在工业市场中,允许销售人员在一定的价格范围内与顾客进行谈判。即使这样,高层管理部门也会制定定价目标和方针,并且经常会批准由下级管理部门或销售人员建议的价格;在定价是一个关键因素的行业中(航空、铁路、石油公司),企业经常会有一个定价部门来制定最好的价格或帮助其他部门来制定价格。定价部门向营销部门或高层管理部门做报告;其他会影响定价的人员包括销售经理、生产经理、财务经理和会计师。

170. 什么是成本导向定价法?

所谓成本导向定价法,是指企业的产品定价主要依据产品成本为基础,侧重于成本因素而相对不注重需求和竞争因素的一类定价方法。由于企业所采用的成本项目和所需求利润的指标不同,成本导向定价法又可分为成本加成定价法、目标收益定价法、损益平衡

定价法和边际贡献定价法四种。

(1)成本加成定价法:是一种较常用的以成本为中心的定价方法,其特点是在成本上加一个标准加价百分比,也就是所说的加成。例如,某电器零售商向制造商购买烤面包电炉,每台购价是20美元,而在商店中的零售价为30美元,在成本上加上了一个50%的加成。该零售商的毛利就是10美元。如果该商店每出售一台烤面包电炉的经营成本为8美元,则该零售商的净利为2美元。

(2)目标收益定价法:是根据企业的总成本及计划的总销售量,并在此基础上把价格定在能补偿所需的成本费用并完成一定的成本利润率的价格水平上。这种方法的实质是将利润看做成本的一部分来定价,具体方法为:企业先确定预期的销售量,然后推算出在这个预期销售量下的总成本,接下来再根据企业的营销目标和市场条件制定企业的目标收益率,最后计算出产品的价格。

(3)损益平衡定价法:也叫保本定价法,是运用盈亏平衡的原理确定价格的一种方法。即在假定企业生产的产品全部可销的条件下,确保企业既不亏损也不盈利的最低产品价格。

(4)边际贡献定价法:又叫边际成本定价法或变动成本定价法。它是指企业仅计算其变动成本,不计算固定成本,而以预期的边际贡献补偿固定成本,获得收益的定价方法。所谓边际贡献是指价格中超过变动成本的部分,也就是企业增加一个产品的销售所获得的收入减去边际成本的数值;当企业不景气时,企业按原价格已无法出售它的产品,只能采用降价策略,但这时的价格必须包含一部分边际贡献,以便企业在全部补偿了变动成本后还剩下一定的余额,用来补偿一部分固定成本,减少亏损。

171. 什么是需求导向定价法?

需求导向定价法是指企业主要根据市场上对产品的需求强度和消费者对产品价值的理解程度为基础的定价的一类定价方法,比较注重需求因素而相对不注重成本和竞争因素对定价的影响,通常分为理解价值定价法和区分需求定价法。

理解价值定价法,又叫觉察价值定价法,是根据消费者所理解的某种商品的价值,或者说是消费者对产品价值的认识程度来确定产品价格的一种定价方法。

所谓区分需求定价法是同一产品面对不同的顾客需求采用不同价格的一种定价方法。在这里,同一产品的价格差异并不是因为产品成本的不同而引起的,而主要是由于消费者需求的差异所决定的。事实上,这种价格差异的基础是:顾客需求、顾客的购买心理、产品样式、地区差别以及时间差别等。采用这种方法定价,一般是以该产品的历史定价为基础,根据市场需求变化的具体情况,在一定幅度内变动价格。

172. 什么是竞争导向定价法?

所谓竞争导向定价法,主要是以竞争对手的价格为定价依据,相对来说并不注重成本

和需求因素的一种定价方法。按照不同的标准，又可分为竞争参照定价、流行水平定价法和密封投标定价法。

竞争参照定价法：是指企业在制定价格时，参照竞争对手的价格，并以其为基础，来考虑本企业产品价格的一种定价方法。

流行水平定价法：又叫随行就市定价法，这是最常用也是最简单的一种定价方法。具体是指企业以本行业的平均价格水平作为企业的定价标准的一种定价方法；事实上，这种方法是按竞争产品的现行价或类似价来定价的。相对来说，这种方法比较适合于那些近似完全竞争型的商品。

密封投标定价法是一种比较典型的竞争定价方法，主要是在工程进行招投标时采用的一种定价方法。

173. 什么是投入期定价策略？企业在投入期应该采取怎样的定价策略？

投入期定价策略，也叫新产品的定价策略。相对来说，这个阶段的产品在技术和经营上有一定的优势，但产量相对较少而成本相对较高、市场认可度不高。因此，在投入期企业应该采取如下定价策略：

(1)撇脂定价策略：指企业对效能较大、质量高的新产品制定较高的价格的定价策略。目的是要在竞争者进入市场之前，在最短的时间内把钱大量赚回。好处是企业可以在短期内回收对新产品的投资，并成为市场领先者。当产品逐渐为消费者广泛接受，大量竞争者涌入时，根据市场情况的变动，及时改变策略实行降价也比较容易，不会给企业造成大损失。弊端在于高价位带来了高风险，一旦产品的品质不能为消费者所认可，产品无法在市场上推广，因价格高、利润率高，往往刺激大量竞争者加入，加剧了竞争程度，也缩短了产品的生命周期。

(2)渗透价格策略：是新产品上市时以微利、无利甚至亏损向市场推出，其目的在于以低价位战略迅速吸引大批买方并赢得较大的市场份额，而后再逐步将价格提高到一定水平，从而赢得利润和市场的一种策略。好处是便于迅速和深入地进入市场，从而快速吸引大量的购买者并赢得较大的市场份额；而较高的销售额能够降低成本，从而使企业能够进一步减价。不足是风险性大。如果销售量达不到预期水平，企业就会出现严重亏损的局面。另外还意味着企业收回投资的时间比较长，需要企业有足够的资金储备。一般来说，渗透定价策略比较适合需求价格弹性大、生命周期长的产品，从某种意义上说，只有实力较强的企业才有能力和财力操作这一策略。

(3)满意价格策略：是介于撇脂价格策略和渗透价格策略之间的价格策略，所以又叫中间策略；是指企业将新产品价格定在高价与低价之间，兼顾生产者、经营者和消费者利益，使三者均能满意的价格策略。其目的在于从长期稳定的销售增长中获得平均利润；也有利于维护消费者的利益；不足之处是将产品消极地推向市场，而不是使产品积极地参与市场竞争，属安逸性价格策略，因此，它往往不能使企业灵活地适应瞬息万变的市场环境。

(4)先发制人的定价策略:就是把竞争者排除在市场之外的策略。具体做法是,首先把新产品的初始价格定得很低,甚至低于原始成本,迅速抢占市场,在市场上建立有利地位,一旦市场地位基本巩固时,迅速提高产品价格,而此时竞争对手由于缺少足够的市场而不能轻易采取跟进策略;主要问题是,提高产品价格时,往往会失去一部分市场,有时要遇到意想不到的阻力。

174. 什么是心理定价策略?心理定价策略主要包括哪几个方面?

心理定价策略主要是鼓励人们做出感情购买而不是理性购买的一种策略,主要是零售商针对消费者的心理而采取的价格策略,主要包括尾数定价策略、整数定价策略、奇数定价策略和声望定价策略等。

(1)尾数定价策略:又称非整数定价。对于日用品,消费者习惯上乐于接受和喜欢尾数价格,而不喜欢整数价格;同样一件商品以 99.9 元出售,其效果要好于以 100 元出售。虽然两者只是相差 0.1 元,但在消费者的心理上则产生不同的效应。

(2)整数定价策略:是有意将商品的价格定为整数,以显示商品的高品质和高质量。这是一种针对消费者求名和自尊心理所采取的定价策略,这种定价策略往往用在礼品类商品的定价上。

(3)奇数定价策略:又称非偶数定价。很多现象表明,对于日用品,奇数价格比偶数价格更对消费者有吸引力。偶数价格常常给消费者一种不平衡的印象,使他们认为产品质量高,价格昂贵。

(4)声望定价策略:是指将产品定价人为地定在一个高价位上,以此提高声望和质量形象。声望定价的购买者,不在乎价格的多少,而在于商品是否能显示其身份和地位,商品的品牌和价格能够达到其炫耀的目的。

175. 什么是促销定价策略?

促销定价策略是指企业暂时地将其产品价格定得低于目录价格,有时甚至低于成本的一种定价策略。促销定价有多种形式,超级市场和百货商店往往会用某类或某几种商品作为牺牲品来招徕顾客,希望他们购买其他有正常加成的产品,销售者在某些特殊季节还可以用特殊事件定价来吸引更多的顾客。对于在规定期限内从经销商那儿购买产品的顾客,制造商有时会为他们提供现金回扣,制造商直接把回扣交给顾客。这种方法尤其在汽车制造商、小器具生产商中间十分流行。

176. 什么是营销渠道?营销渠道对企业的营销活动有什么作用?

营销渠道是指产品或劳务从生产者向最终用户转移时获得这种产品或劳务所有权的,或帮助其所有权转移的所有企业或个人的集合。

营销渠道对现代企业营销活动的作用主要表现在以下几方面：

(1)完善的营销渠道有助于连接生产者与消费者。分销渠道是连接生产者与消费者的桥梁和纽带，完善的营销渠道有助于协调消费者与生产者在数量上的不一致。比如说，单个消费者在一定时期内对产品的需求量都比较小，而这种小量的消费很难适应生产者的需求，生产者需要大量地销售产品。分销渠道作为生产者和消费者的桥梁和纽带，它可以从生产者那里大批量进货，然后分批给零售商或最终用户，既可以起到集中的作用，又可以起到化整为零的作用；另外，有利于满足消费者的选择需求，无论消费者需要购买什么产品，他总是希望有更大的选择余地。对于生产者来说，即便是大型企业，也不可能生产出如此之多的不同产品和品种规格；而生产者总希望每个需求者都大批量购货。对于零售企业来说，由于经营的品种和规格非常多，如果全都从厂家进货，就会费很大的时间与精力，并且不利于资金运转；这样零售商就可以从中间商那里进货，一方面进货的量不是非常大，同时进货的种类相对来说更齐全，同时还大大减少了进货成本。这样，中间商就起到了一种化整为零的作用和汇总的功能。因此，营销渠道对协调消费者与生产者之间的关系是非常重要的。

(2)完善的营销渠道有助于提高市场交换的效率。生产者把一部分或全部的分销工作交给中间商完成，有助于提高市场交换的效率。尽管生产者这样做必然要放弃一部分或全部对产品分销的有效控制，但是，只要生产能够从分销渠道中得到更多的支持，这样做仍然是值得的，这有助于生产者提高综合竞争能力；如果生产者自行组织销售，那么就要由自己来承担每一笔交易，这对生产企业来说是不现实的；只有更多地利用分销商，生产者的销售渠道才会更加畅通。生产者把产品分销部分或全部交给中间商，是为了利用中间商的经验、资金、各种关系、专业知识、销售网络及规模化经营等有形资产和无形技能；如果生产者自行建立销售机构或营销渠道，那么生产者往往很难承受巨大的资金压力，往往会顾此失彼，而最终导致失败。

(3)完善的营销渠道有助于形式效用的实现。企业生产者在完成产品的生产后，实际上已经创造了形式效用，但形式效用不会自动得以实现，这就要求企业能够创造地点效用、时间效用和所有权转移效用；也就是说企业必须解决生成地与消费地的距离矛盾；解决生产时间与消费时间不一致的矛盾；解决生产者生产和拥有产品但不消费产品，而消费者愿意消费产品但不拥有产品所有权的矛盾。营销渠道能够创造出地点效用、时间效用和所有权转移效用，在生产者与消费者之间架起桥梁。

177. 现代企业进行营销渠道设计，应着重考虑哪些因素？

企业进行营销渠道设计时，要充分调动中间商的积极性和主动性，只有这样，企业的各个营销渠道才能真正发挥其作用。现代企业在进行渠道设计时，应着重考虑如下几个方面的因素：

(1)要有明确的营销渠道目标。营销渠道的目标是以对目标市场的服务水平来描述的。在市场竞争条件下，评价企业营销渠道是否有效的标准是看这条营销渠道在实现预定功能与服务的情况下，是否坚持了费用最小化原则；不同的细分市场对渠道的要求不

同,因此,理想的渠道设计是根据每一个细分市场的具体情况选择分销通道;当然,企业选择营销渠道的受限因素较多,这就要求企业必须对各种因素综合考虑,设计出最佳的营销渠道。

(2)要对中间商的数量进行有效控制、质量进行严格把关。生产厂家营销渠道的每一层选择使用多少中间商决定了营销渠道的宽度。

(3)要对中间商的类型进行确定。营销企划者应该对企业产品和企业的各种实际情况进行全面分析,只有在知己的基础上,才能找到符合企业实际需要的中间商。

(4)渠道功能和服务水平设计。生产商应该结合产品功能及用途,充分了解消费者的购买需求,消费者希望购买什么、在什么地方、什么时间、如何购买等,也就是说生产者要根据消费者的消费需求对营销渠道进行控制和设计。

178. 现代企业选择营销渠道时应遵循什么原则?

现代企业进行营销渠道选择时应遵循以下原则:

(1)弹性原则:企业营销渠道的选择应具有弹性。生产商一旦与中间商签订了有关销售代理的协议后,相互之间就会受到一定的制约,从而影响企业在情况发生一定变化时调整营销渠道策略。因此,生产商在确定分销渠道策略时,应尽量留有余地,这样可以在必要的时候对其进行调整。

(2)目标差异化原则:生产商在利用营销渠道进行销售时,必然会遇到与中间商目标不一致的问题,比如:中间商不能有效地配合生产商的整体营销战略。因此,生产商有必要对这种客观存在的差异进行评价,要准确把握这种分歧是否会影响到企业的长远利益;如果中间商是在积极合作的前提下追求自身利益的最大化,这是可以接受的,如果与生产商的目标相差悬殊,甚至抵触,就需要及时进行调整。

(3)利益性原则:就是从成本与收益的角度对不同的分销渠道进行整体评价。首先需要推算营销渠道的成本水平,例如,针对是采用本公司的销售人员还是采用销售代理商的问题,企业的选择是:销售量达到某一企业确定的标准时,可以采用销售代理商,因为销售代理商已建立了健全的网络,容易与客户接触,单位产品均摊的分销费用低。如果销售量无法达到企业规定的某一标准时,就要考虑是否组建自己的销售队伍。因为,大规模的销售足以为企业带来良好的利润回报。

179. 现代企业如何调节营销渠道中各成员之间的矛盾?

营销渠道成员是代表不同利益的独立主体,因此,无论企业的营销渠道设计多么完美,渠道成员之间总会产生这样或那样的矛盾,而渠道成员之间一旦有冲突,必然造成企业的内耗。比如:制造商是希望以低价获得高速增长,而零售商却不会同意低价造成自身利润的减少,这种冲突经常产生而又无可避免;有时冲突来自于目标、经销区划分不明确,使不同渠道成员的经营行为发生重合而产生矛盾冲突;有时冲突来自于对外界形势的不

同预测，各渠道成员希望采取截然相反的措施。这些原因都是很普遍、很常见的，因而渠道成员之间的冲突无处不在。在现代企业中，根据渠道成员间冲突双方的不同，大致可分为垂直冲突、水平冲突与多渠道冲突。

(1)垂直渠道冲突：指在同一分销体系内，分处于不同层次的成员间所发生的冲突，比如，制造商已计划停止生产某种产品，而其经销商却已与客户签订合同，如果制造商停产则会导致经销商违反合同，于是冲突便产生了。

(2)水平渠道冲突：指在同一流通层次上的成员之间所发生的利益冲突。比如，不同地区间的经销商彼此竞相压低价格，互相抢夺对方客户，从而爆发水平冲突。因此，渠道管理者必须提前制定明确而有力的预防性措施，并在营销流通渠道运转中不断强化；同时，渠道管理者应该制定客观公正的渠道评价标准，并制定有效的奖惩措施。

(3)多渠道冲突：相对来说比较复杂。比如，一个制造商建立了两个或两个以上渠道向同一个目标市场出售产品时而造成的不同渠道之间的矛盾冲突。再比如，生产者在同一市场中既用经销商又设立自营零售店；而制造商通过大型综合商店出售其产品，同样会招致独立专业店的不满；当其中一条渠道的成员利润较大时，多渠道冲突会更加严重；对于多渠道冲突这种结构性冲突，其避免方式主要是事先的正确设计与事中的及时调整，冲突可随着结构调整而迅速得以缓和解除。然而，更多冲突往往是功能性的，问题就在于如何进行管理而不是如何消除冲突。

(4)对渠道冲突的管理：对于功能失调造成的冲突，最重要的解决方式就是确立共同的销售目标。当渠道成员意识到它们有共同的目标时，如维护生存、尊严或对抗威胁等，他们就会自觉地放弃对抗，消除冲突，一致对外；因此，渠道管理者应该注意不断使渠道成员了解到外来的威胁，如新的竞争渠道的出现、市场需求的改变等等；这往往能使渠道成员认识到紧密合作、共同发展的价值与重要性。

180. 什么是促销？什么是促销观念？

促进销售简称促销，是指企业向消费者或用户传递和沟通产品或服务的有关部门信息，帮助消费者认识产品或服务给购买者带来的利益，促进和影响人们的购买行为和消费方式。

促销观念是指促销者所持的观念。它是指促销者对促销活动的意义、价值判断、促销的目的、促销对消费者的影响、促销的道德观念等问题的看法，也包括了对促销在营销管理中的地位作用的认识，以及促销与其他营销职能的整合问题的看法；促销观念是随着促销的发展而变化的；最初意义上的促销是直接的、简单的、自发的，随着环境的变化和企业营销的复杂化，促销逐步变成了一种自觉的、复杂的企业营销行为。

181. 促销有什么价值和作用？

在现代企业中，促销的价值和作用主要表现在以下几个方面：

(1)促销有利于增加需求。生产者通过促销向中间商和消费者介绍商品,不仅可以起到诱导消费欲望和刺激消费兴趣的作用,同时可以在一定范围内增加需求。当企业产品的销售量逐步下降时,企业可以通过适当的促销活动,促使需求得到某种程度的恢复。

(2)促销有利于企业内部销售人员的成长。促销是个系统工程,不仅需要重视促销的对象,而且要重视促销的主题,也就是说要重视对企业内部销售人员的培养;企业可以通过促销,确立相应的激励机制,调动销售人员的积极性、主动性和创造性。

(3)促销有利于推动产品销售。一般来说,促销都具有很强的针对性,都需要对促销的策略、媒介的选择等进行精心策划,通过利益或其他因素诱导消费者的消费欲望,刺激消费者的消费兴趣,从而推动销售量迅速增长。

(4)促销有利于为消费者提供产品信息。一种商品进入市场以后,甚至在尚未进入市场的时候,为了使更多的消费者了解这种商品,这就需要生产者及时为消费者提供各种产品信息,向消费者介绍产品,引起他们的注意和兴趣;与此同时,大量的中间商也希望通过促销来进一步了解产品信息,准确掌握各种情报,从而采购适销对路的产品;另外,中间商也需要向零售商和最终消费者介绍产品,以便沟通信息。

(5)促销有利于营造产品竞争优势。随着高科技和信息技术的发展,商品的同质量化趋势更加明显,很多同类产品之间的差别很小,甚至很多商品之间无差别,消费者在选择商品时往往难以判断商品的差异;如果企业采取适当的促销活动,这样就很容易塑造自己产品的特点和优势,使消费者充分认识到该产品的优势,这样就有利于营造该产品的竞争优势。

(6)促销对销售的促进作用,是保持市场份额和市场地位的有利手段。

(7)促销对经销商也有很好的促进作用。

182. 现代企业常用的促销策略有哪些?

促销策略是促销决策与促销管理的核心内容之一,现代企业的促销策略分为以下几种:

(1)免费类促销策略:指消费者免费获得赠给的某种特定的物品或享受某种利益的促销活动。一般来说,免费促销活动刺激强度大、吸引力高,是消费者普遍乐于接受的一种促销形式。免费促销的目的是创造高试用率及有效的品牌转换率,促使试用者成为现实的购买者,扩大和建立既有品牌和新品牌的销售区域,提高促销业绩,树立产品品牌形象和企业形象。免费促销的形式多种多样,其特点也不尽相同,常见的有免费样品、免费优待券、加量不加价促销等几种形式。

(2)有奖促销策略:是利用特定的物质作为诱因,刺激消费者采取购买行为的一种促销策略。有奖促销是以生活消费者为促销对象,主要目的是通过物质奖励,使消费者在一定程度上熟悉产品品牌和产品名称,增加消费者的产品忠诚度和重复购买率。现代企业常用的有奖促销策略有抽奖销售、答卷奖励、有奖征集、附赠销售等几种形式。

(3)竞赛类促销:指销售竞赛类促销,是指企业推销员之间、推销小组之间、经销商之间,按照一定的规则进行的有关销售的比赛。销售竞赛是企业常用来激励销售人员的工

具,通常都是生产企业首先制定一个表彰的基本销售点,多超额完成任务者给予一定的奖励,少超少奖,多超多奖,其目的在于充分调动广大销售人员、经销商、批发商、零售商的销售积极性、主动性,从而在尽可能短的时间内提升公司业绩,提高产品市场占有率,增强企业竞争实力和长期竞争优势;根据企业性质、规模及企业所处环境的不同,竞赛类促销的销售目的也不完全相同,有些企业是为了鼓励推销员的积极性和销售热情,有些企业是为了推销滞销产品,有些企业是为了扩大市场份额。总之,销售竞赛的力量在于它能唤起销售人员的竞赛精神和满足他们对成功及得到社会认可的需要。现代企业常用的竞赛类促销主要有推销员之间的竞赛、团队之间的销售竞赛、中间商之间的竞赛等几种形式。

(4)折价促销:是现代企业最常用、最有效的促销策略之一,指企业在特定的市场条件下,为了鼓励和引导消费者消费,在一定时期内降低产品的基本价格,诱导消费者进行消费的一种促销策略;在市场营销中,常用的折价类促销策略主要有现金折扣、数量折扣、季节折扣、组合折扣、职能折扣等几种形式。总之,折价类促销具有明显的时效性和激励性的特点,企业在具体实施时必须具体情况具体分析,采用灵活的折价方法取得良好的经济效益。

(5)联合类促销策略:是指两个或两个以上的企业,为了相互的利益,联合起来开展某种促销活动,以达到预期目标的一种促销策略。如联合展销、联合订货等。联合促销是建立在双方互惠互利基础之上的,否则就不会有联合促销的诚意,一般都有很好的效果。联合促销主要有联合展销、联合广告、联合配销、联合渠道等多种形式。

(6)会员制促销策略:是企业与消费者建立了一种长期信任的关系后,利用会员卡向会员提供各种优惠和特别服务的一种促销策略。会员制有利于提高消费者的忠诚度和增强企业的综合竞争力,也有利于企业掌握目标消费者的现状、变化及消费特征,从而及时制定应对策略为其服务。会员制为会员提供了长期消费的地价保障,会员一般都享有预约服务、信息服务、指定进货权和促销活动的事先告知权,会员享有特殊商品、稀缺产品、新产品、特殊服务的优先购买权和消费权;实行会员制时,会员身份的确立,即会员卡的取得有一次性消费额卡、累计消费额卡、缴纳入会费赠卡和特定时期消费赠卡四种形式。

(7)节庆促销策略:是借助假期、喜庆的节日开展各种有针对性的促销活动,扩大企业产品销售,提高企业形象的一种促销策略。节日促销的方式是多种多样的,可以根据不同节日特点,灵活制定各种促销策略。一般来说,节庆促销首先要根据节日的特别需求,适时开发出相应的新产品;其次要搞好文化促销,各商家要结合自身产品的特点,推出具有节日特色的文化活动,并在活动中尽量体现出文化品味;再次,促销活动要以情动人、让利于民;最后,有实力的生产者应在节日期间为顾客提供消费设计服务,通过开办讲座、消费者咨询等活动培养消费者的理性消费心理和成熟消费理念。

(8)事件类促销策略:是企业利用一定的事件,通过加强媒体的报道和宣传,使之成为消费受众关注的热点,吸引消费者从而达到提升企业形象和扩大销售业绩的一种促销策略。按照目的和形式的不同,主要有公益事业参与型、节日庆典造势型、突发事件应变型、营销组合改变型等几种形式。

(9)特卖促销策略:是生产商、批发商、零售商在特定时期、特定地点,将特定数量的产品以特定价格出卖给消费者的一种促销策略。通常来说,进行特卖的目的不尽相同,有些

企业是为了店庆纪念，从而让利特卖，回报社会；有些企业是利用特卖活动，营造轰动效应，招徕大批顾客，刺激购买，促进产品销售；有些企业是为了加强新产品宣传，唤起消费者对新产品的购买欲望，促使顾客接受新产品，加快新产品上市的周期；有些企业是为了处理问题产品，加速资金周转，提高资金利用率。特卖促销的形式多种多样、特点各异，企业应根据自身的实际情况灵活选择。

183. 现代企业的组合促销策略包括哪些方面？

现代企业的组合促销策略一般包括以下几个方面：

(1)人员推销：指通过掌握推销技能的销售人员有计划、有组织地沟通产销、开发市场、扩大销售和提供服务的综合性促销方式。一般来说，采用人员推销的方法具有针对性强、说服力强、灵活等特点。

(2)广告：指由确定的广告主以付费方式对观念、商品或服务进行的非人员的展示和促销活动，主要特点是沟通快速全面、大众传播、表现力强，便于企业树立品牌和企业形象。

(3)公共关系：指组织与其内外各种公众之间的关系，目标一般是为了赢得公众好感和树立企业形象。现代企业的公共关系建设有利于企业与新闻媒介的联系，有利于企业进行产品宣传和协作交流；也有利于企业推出新产品，吸引消费者对新产品的购买兴趣和欲望，影响特定的目标群体，辅助成熟产品再定位，通过美化产品营造良好的企业形象和企业综合竞争力。

(4)宣传报道：指在大众媒体上刊登有关企业产品、经营特色、人事变动、用户意见、关心公益事业和慈善活动等新闻消息，是媒体与企业协商后组织出版或播出的，企业不需为此占用媒体空间与时间而支付报酬；因此，宣传报道虽然与广告相同，都是通过大众媒体进行沟通的，但是广告是企业购买来的，而宣传报道是企业与媒体协商争取来的。

(5)销售促进：指在一个特定时期内采用特殊方法和手段刺激目标顾客、企业采购人员或中间商产生所期望的反应，如购买或购买兴趣的产生。不仅能支持后者促销作用的充分发挥，而且还能起到后者所不能起到的促销作用，不少企业把销售促进作为主要的促销手段，给予特别的重视。

(6)直接营销：从促销的角度来看，主要是采用人员与非人员沟通相结合的方式，运用大众媒体如电视、电话、邮政及计算机信息网络等向目标对象传递信息，进行沟通的一种新颖方式。随着信息技术的发展，这种促销方式在产品的销售中起着越来越大、越来越重重要的作用。

184. 影响企业促销组合策略的因素有哪些？

企业促销组合的主要目的是通过协调各种促销手段，使各种促销手段相互配合，从而获得最佳的促销效果。在实践中，影响促销组合策略的因素很多，主要包括以下几个

方面：

首先，消费者因素：主要包括消费者特征和消费者购买特点两个方面。

(1)消费者特征：通常来说，对于消费者比较集中，消费者数量比较有限的消费群体，可以采用针对性的邮寄、直销和人员推销的方式。对于消费群体比较分散，消费者数量比较大的消费群，最好采用人员推销的方式进行促销；对于不同的细分市场，应根据目标市场的具体特点，选择相应的媒体和促销手段。如果以中老年人为主要消费群体的产品促销，就应该选择中老年人经常接触的媒体进行宣传；如果是以青年人为主要消费群体的产品促销，就应选用青年人经常接触的媒体，如电视的体育频道、报纸的体育版等；如果采用销售人员直接进行促销，有些用户容易被说服，有些则对推销人员怀有戒备心理，因此对此类消费者要有耐心采取可信度较高的促销手段。

(2)消费者的购买特点：不同的消费者具有不同的消费特点，企业应根据消费者的具体消费特点，灵活选择促销方式。有些产品消费者的忠诚度不高，经常会选择不同的品牌试用，如食品和一些日常用品；对此，企业可以强化对品牌的引导，采取大量的广告投入，引导消费者进行消费；有些产品，消费者只有在充分了解之后才可能购买，对此类消费者，可以采用人员促销的策略，通过讲解帮助消费者了解产品特点及使用方法等，消除疑虑，从而尽可能缩短消费者购买前的学习了解时间，引导消费者做出购买决策。

其次，产品因素：主要包括产品的生命周期、产品价格、产品的技术与复杂程度等因素。

(1)产品周期的不同阶段：在产品周期的不同阶段，企业应采取的促销手段也不同。在产品的引入阶段，促销的主要目标是提供信息，以建立产品的知晓性，并引起消费者的购买兴趣；在产品的快速增长期，随着企业产品市场份额的扩大，竞争对手不断出现，同类产品不断进入市场，这一阶段的促销目标应向显示品牌方面转移，促销手段应能突出产品的差异性，并且要加强培养自己品牌的忠诚者；在产品销售的成熟期，市场竞争更加激烈，进一步扩大市场份额的可能性已经很小，这一阶段重在保持市场份额，促销费用也处在最高点，促销则应转向提醒性、优惠性和劝说性方面，企业应着力于新产品的开发和新市场的占领；在衰退期，将逐步减少促销投入，加强新产品的推出，鼓励老用户购买新产品，这一阶段应减少广告投入量，可适当停止对中间商的促销。

(2)产品价格：产品单价较低的日常必备品，消费者相对来说比较分散，应该选择覆盖面比较广的促销手段；对于比较昂贵的消费品或工业品，消费者通常都需要较多的产品信息，采用人员推销比较合理。

(3)产品的技术与复杂程度：如果产品技术单一，消费者不需要花费许多时间或具备较高的智力能力就能理解产品的功能与效用，或者企业促销的目的是为了扩大产品的知名度，那么广告是首选的；如果产品信息相对比较复杂，需要消费者比较深入的了解，那么在促销时就需要更多的解释、示范和安装指导，以采用人员推销的方式为宜。

再次，企业自身的某些因素。企业的定价策略、促销策略、品牌策略以及促销预算等都对企业的促销组合策略有很大的影响。

(1)定价策略：企业的定价策略对企业的促销组合策略有着决定性的影响。如果企业采用高价位策略，而且企业产品的价格相对来说比较昂贵，采用人员推销的策略相对比较

有效;如果企业的产品价格相对较低,即便企业采用高价位策略,也不宜选用人员推销的策略,用广告策略相对更合理。

(2)促销策略:通常企业可以选择两种比较典型的促销策略,即推式销售推进和拉式销售促进。推式销售推进又叫推动型策略,是指生产者针对中间商进行产品的促销,而中间商则向最终用户促销的一种促销方式;拉式销售促进又叫拉动型策略,是指生产者针对销售终端开展的促销活动。生产者的意图是通过有效的销售促进推动消费者购买本企业的产品,拉动销售,进而产生零售商向批发商求购商品,批发商向生产者要货的良性循环。

(3)品牌策略:企业的品牌策略对企业的产品促销有着直接的影响。如果企业采用统一的品牌策略,相应的各种促销费用就可以分摊到各种产品中,平均促销费用就可以降低;如果企业采用个别品牌促销,尤其是当企业推出新品牌时,需要的广告费用就相对较多。

(4)促销预算:促销人员应该在有限的促销预算中有效地选择不同的手段,从而发挥最大的促销效果。促销人员应对产品的特点、目标受众的消费习惯、各种媒体的功效等进行非常细致的了解,只有这样,才能对症下药,少花钱、多办事。

最后,各种促销手段的功效因素。不同的促销手段有着不同的功效;相同的促销手段因切入点不同,其功效也不同;促销人员应对各种促销手段的功能熟练掌握,这样才能在具体应用时游刃有余。

185. 现代企业的营销策略组合经历了怎样的历史沿革?

最早提出营销策略组合概念的是尼尔·鲍顿,他认为企业营销组合涉及到对产品、定价、品牌、渠道、人员销售、广告、营业推广、包装、售点展示、售后服务、物流、调研分析等十二个因素的组合。后来又有一些营销学者对营销策略提出过不同的组合方式,如佛利的二元组合:一为供应物因素,即同购买者关系较为密切的因素,如产品、包装、品牌、价格、服务等;二为方法与工具,即同企业关系较为密切的因素,如分销渠道、人员推销、广告、营业推广和公共关系等。拉扎和柯利的三元组合:一为产品和服务的组合;二为分销渠道的组合;三为信息和促销手段的组合等等。

1960 年,美国市场营销学家杰罗姆·麦卡锡将各种因素归结为四个主要方面的组合。即产品、价格、地点和促销,从而使企业的营销策略围绕这四方面形成了四种不同类型的策略组合。

产品策略,主要是指企业以向目标市场提供各种适合消费者需求的有形和无形产品的方式来实现其营销目标,其中包括对同产品有关的品种、规格、式样、质量、包装、特色、商标、品牌以及各种服务措施等可控因素的组合和运用。

定价策略,主要是指企业按照市场规律制定价格和变动价格等方式来实现其营销目标,其中包括对同定价有关的基本价格、折扣价格、津贴、付款期限、商业信用以及各种定价方法和定价技巧等可控因素的组合和运用。

分销策略,主要是指企业以合理地选择分销渠道和组织商品实体流通的方式来实现其营销目标;其中包括对同分销有关的渠道覆盖面、商品流转环节、中间商、网点设置以及

储存运输等可控因素的组合和运用。

促销策略，主要是指企业以利用各种信息传播手段刺激消费者购买欲望，促进产品销售的方式来实现其营销目标；其中包括对同促销有关的广告、人员推销、营业推广、公共关系等可控因素的组合和运用。

这四种营销策略的组合，因其英语的第一个字母都为“P”，所以通常也称之为“4P”。麦卡锡的“4P”组合由于抽象适度，简明易记，很快得到广泛的认同，成为全世界各种营销教科书的基本模式。

20世纪90年代以后，随着新经济的发展，消费者在营销中的主体地位日益确立，又有人提出了以顾客满意为导向的营销组合理论，如美国著名学者舒尔茨提出了“4C”理论，即顾客、成本、便利、沟通。其中“顾客”是指顾客的需要与期望；“成本”是指顾客获得满足的代价；“便利”是指顾客时间与精力的节省；“沟通”是指顾客与企业之间的信息与情感的交流。有人甚至认为在新时期的营销活动中，应当用“4C”来取代“4P”。但许多学者仍然认为，“4C”的提出只是进一步明确了企业营销策略的基本前提和指导思想，但从操作层面上讲，仍然必须通过以“4P”为代表的营销活动来具体运作。所以“4C”，只是深化了“4P”，而不是取代“4P”。

186. 现代企业如何确定促销预算？

不同的企业、不同的行业，在确定促销预算时所采取的方法不同，但任何企业在确定促销预算时都必须坚持经济性原则。现代企业在确定促销预算时可采用以下方法：

(1)销售百分比法：指根据企业上一年的销售或对下一年销售的预测量，按一定百分比提取消费费用的一种预算方法。采用这种方法确定预算时，要防止预算的高估与低估，也可能导致是根据可用资金而不是市场机会来安排预算。

(2)目标任务法：指首先确定企业促销目标，然后根据目标的达成来决定促销任务，最后预算每一项促销活动所需要的开支。

(3)量入为出法：任何企业的促销费用都是有限的，因此企业往往不得不采用量入为出的方法在本企业所能承受的范围内安排促销费用，一般不会把促销看做企业的一种投资，因此，促销费用往往是利用企业的流动资金，而不是借钱搞促销。

(4)竞争对比法：是根据市场竞争状况，结合企业的具体促销目标来确定促销费用的多少，因而有较强的针对性和挑战性。采用这种方法并没有把促销与促销目标结合起来，也不强调不同企业的促销效果上的差异性所导致的促销费用上的差别。

187. 什么是新产品？

新产品的概念从不同的角度可以有不同的理解，从技术角度上看，新产品是在结构、性能、原材料、工艺方法和技术特征等方面比老产品有显著改进或明显提高的产品。而从营销角度去理解，只要是产品整体概念中的任何一部分的变革或创新，都可被认为是新产

品;如在款式、外观、表面装饰、包装及产品重新定位等方面改进提高的产品。新产品是一个相对的概念,它与老产品之间没有绝对的分界线;许多新产品就是在原有产品的基础上,不断改进、创新、发展而来的。

188. 新产品开发可分为哪些阶段?

通常来说,现代企业的新产品开发大致要经历如下几个阶段:

(1)创意形成:新产品开发始于创意形成,即系统化地搜寻新产品创意。为了找到几个好主意,企业一般都要进行许多创意;对新产品创意的搜寻必须系统进行而不能偶然任意化;否则,尽管企业会发现许多创意,但绝大多数与企业所在的行业不对口;新产品创意的主要来源包括内部来源、顾客、竞争对手、销售商和供应商及其他。

(2)创意筛选:创意形成的目的是创造大量的新产品开发创意。接下来几个阶段的目的是减少创意的数量;第一个创意减少阶段是创意筛选;筛选的目的是尽可能快地找到好创意放弃坏创意;在后面几个阶段,产品开发成本飞涨,所以企业必须采用能转变成盈利性产品的创意。

(3)概念的形成和测试:一个有吸引力的构思必须发展成为一个产品概念。区分产品创意、产品概念和产品形象是一件很重要的事情;产品创意是指企业可以考虑向市场提供的一种可能产品的主意;产品概念是指用有意义的消费者术语对构思的详尽描述;产品形象是指消费者观察实际产品或潜在产品的方式。

(4)市场营销战略的制定。

(5)业务分析:指考察新产品的预计销售、成本利润,以便查明它们是否满足企业的目标,如果满足,产品就能进入产品开发阶段了。

(6)产品开发:如果产品概念通过了商业测验,就可以进入产品开发阶段。在此,市场研究与开发或者工程部门可以把市场概念发展成实体产品,但是,产品开发步骤现在要求加大投资,这一步骤将揭示产品构思能否被转变成实际有效的产品,样品必须有要求的性能特色,还必须传达想要表现的心理特征。

(7)市场试销:如果产品通过了性能和消费者测试,接下来便是市场试销了,在这一阶段,产品及销售方案被放入到更加逼真的市场环境中去,市场试销使营销商在进行大笔投资、全面推广产品之前通过营销产品获得经验,它允许企业测试产品和整个营销方案——市场定位战略、广告、销售、定价、品牌和包装、预算标准。市场试销所需数量根据每种新产品的不同而不同,其成本可能会很大,而且花费时间,这会使竞争对手获取优势;当开发和推出产品的成本很低时,或当管理部门对一种新产品很有信心时,企业可能很少或根本不进行市场试销,企业也不试销简单的产品系列扩展或竞争对手成功产品的复制品。

(8)正式上市:市场试销为管理部门提供所需信息以做出最终决策——是否要推出新产品?如果企业进一步让产品正式上市,即把新产品推向市场,则企业将面临很高的成本,企业将不得不建造或租用生产设施;而且,以一个新的消费者包装产品为例,企业在第一年将不得不为之花费高额的广告和促销费用。设立新产品的企业首先必须决定推出时机。如果新产品会影响其他产品的销售量,则新产品的推出时间将会延迟。如果新产品

还可进一步改进，或者经济衰退，那么企业会等到下一年再推出。接下来，企业必须决定在哪儿推出新产品、是在单一的地点，还是在一个地区，全国市场或者国际市场；很少企业有信心、资本和能力将产品推向全国或国际性销售渠道。企业一般都进行有计划的市场扩展，特别是小企业会选择有吸引力的城市或地区，一次只进入一个，而大一些的企业会迅速地把新产品推向几个地区或全国市场。

(9)加速新产品开发：许多企业把它们的新产品开发程序组织成有序的几个步骤，从创意形成开始到正式上市结束。根据这一有序的产品开发方法，一个企业部门单独工作完成它的程序步骤，然后把新产品传递给下一个部门和阶段；这一有顺序的、循序渐进的程序能帮助控制复杂和危险的产品项目，但是，这样做也可能相当慢，这很危险；在飞速变化和激烈竞争的市场中，如此之慢但又具有确定性的产品开发程序会使企业把一些潜在的销售和利润丢失给更聪明的竞争对手。

现在，为了使新产品更快地进入市场，许多企业正放弃有序的产品开发方法，而倾向于一种更快捷、更灵活的方法：同时产品开发方法。根据这一新方法，各个企业部门紧密合作，交叉产品开发程序中的各个步骤，以便节约时间和提高效率。

189. 新产品开发的趋势是什么？

现代企业的新产品的开发呈现出了以下趋势：

(1)节约化：任何资源都是有限的，节约已经成为现代企业新产品开发的一个重要趋势。由于能源的紧张，节电、节煤、节油、节水、节气的节约性产品是产品开发的重要方向。

(2)节能化：随着人们生活节奏的加快，人们对产品的要求越来越注重其方便性、快捷性。如数码照相机、手机、模糊洗衣机等等的发展充分说明了这一趋势。

(3)高性能化：采用高科技开发有时代超前特征的新产品，实现产品的高性能化，引导消费新潮是现代产品开发的一大趋势，如2000年美国通用汽车公司推出一种“网络汽车”，就是一种高性能化的超前产品。

(4)多功能化：随着高科技的发展，消费者对产品的要求不再只是单纯的质量问题了。功能越强大、质量越好的产品，就越容易得到消费者的认可，如很多厂家的电视机已经改进为收、录、看、唱的多功能电视机。

(5)人性化：现代企业在开发新产品时，都非常重视产品的人性化特征。比如宝洁公司在中国市场推出的洗发香波的很多品牌都被赋予了鲜明的个性：飘柔——使头发光滑柔顺；潘婷——为头发提供营养保健；海飞丝——头屑去无踪，秀发更出众等等，这些品牌都包含了一个东方女性的共性——自信。

(6)知识化：一般来说，产品都包含两部分价值，一部分是由人的体力劳动创造的原材料价值和产品的加工费，另一部分是由人的脑力劳动创造的包含在产品中的技术、样式和格调的价格，这后一部分价值就是“知识与智慧的价值”。比如，在实践中很多传统技术采用高新技术后，使成本提高了10%～25%，售价却提高了70%～150%。

190. 服务产品的概念与特征是什么?

什么是服务?人们对此有着多种不同的理解。著名营销学家菲利普·科特勒给服务下了这样的定义:"服务是一方能够向另一方提供的以无形性和不导致任何所有权转移为基本特征的行动或表现。它的生产既可能与某种有形产品相关联,也可能与之毫无关系。"美国营销学会则作了这样的定义:服务是"可被区分界定,主要为不可感知,却可使欲望获得满足的活动,而这种活动并不需要与其他的产品或服务的出售联系在一起。生产服务时可能会或不会需要利用实物,而且即使需要借助某些实物协助生产服务,这些实物的所有权将不涉及转移的问题"。《服务营销》一书中提出,用最简单的术语来表述,服务就是指某种能够使他人得到满足的"行为"、"过程"或"表现"。这种行为、过程或表现不仅存在于服务企业的活动之中,而且也是许多制造商向市场提供的组合的一部分;也有些学者认为,服务产品包括了所有的产出并非仅为有形产品,通常在生产的同时被消费、能够为特定对象提供一定的附加价值,如方便、娱乐、时间节约、舒适、健康等的所有经济活动。

多年来,经过大量的论证探讨,营销学界对服务的下述基本特点取得了共识。

(1)无形性:服务是指能够满足人们某种需要的行为或表现。人们不能像感受有形产品那样看、感觉或触摸服务。很多时候,服务产品的消费是在消费者既未看到,也未感觉到的情况下完成的。不能像若干物品那样有感觉和触摸的特性,即服务产品的无形性特征;当然,说服务产品是无形的,并不是说服务提供过程中不存在任何有形的物体或要素;事实上,就很多服务的提供来说,有形物体是不可缺少的要素或条件;在绝大多数情况下,企业向市场提供的是有形物品和无形服务的结合;萧斯塔克认为,一个组织向市场提供的既可能是纯粹的有形物品,也可能是纯粹的无形服务,还可能是有形物品与无形服务的结合体。

(2)不可分离性:有形产品的生产、销售及消费往往在不同的时间和空间进行。而服务产品则不同,在很多情况下,服务产品的生产过程与消费过程往往是同一的,两者难以相互割裂开来;在服务产品的供应商提供服务的同时,消费者也就享受了该种服务;某些情况下,顾客不仅在服务生产现场,而且在相当程度上参与服务生产过程;当然,企业提供服务产品的种类不同,顾客参与生产过程的程度也不同;在有些服务产品的提供过程中,顾客的全过程参与是生产的必要条件,如理发服务、外科手术服务等就是如此;在有些情况下,顾客则不一定要参与到服务提供的全过程之中,如管理咨询服务等。

(3)异质性:服务是一种行为或表现,其提供者是服务人员,享用者则是各种各样的顾客。不同服务人员的服务经验不同,同一服务人员在为不同对象服务及在不同时间为同一对象服务时的心理状态等也可能有很大差异,而不同顾客享用某种服务的经验及对服务的期望也不同,从而服务的提供过程、顾客对服务的评价等都可能会因为时间、空间等因素的变化而发生很大差异,因此要保持服务的标准化是十分困难的。

(4)不可储存性:是指服务产品具有无法保留、转售及退还的特性。有形产品可以储存至另一时间销售,在顾客对所获得的产品不满时,可以退换;而像提供法律服务的律师

在某段时间内不从事法律服务，则不可能将这段时间的服务能力储存起来；在广告客户对广告公司不满的情况下，也很难将其所购买的不满意的服务退还给广告公司；企业在形成提供服务产品的能力后，如果没有顾客购买服务产品，则服务能力就是一种浪费。因此，如何妥善处理供求矛盾，是服务营销过程中所面临的一个重要问题。

191. 什么是网络营销？什么是电子商务？

网络营销是借助联机服务网络、电脑通信和数字交互式多媒体的威力来实现营销目标。网络营销的实质是以计算机互联网技术为基础，通过与顾客在网上直接接触的方式，以向顾客提供更好的产品和服务的营销活动。

所谓电子商务，是指买卖双方利用现代化的信息技术和手段进行数据交换的过程，如海关的电子报关、网上谈判、电子结算、通过互联网预定和确认各类服务、电子商品编码、电子目录等都属于电子商务形式，电子商务在金融结算、银行转账时使用电子货币形式进行。由此可见，电子商务与网络营销是两个不同的概念，电子商务充其量只是网络营销采用的交易方式而已，它不是一个完整的营销活动，是企业经过营销努力后，买卖双方通过计算机网络来实现交易的方法。

192. 什么是绿色营销？

绿色营销的含义包括两个层次：一是基于企业自身的利益进行的绿色营销；二是基于社会道义而进行的绿色营销。前者是指企业实施绿色营销以满足消费者的绿色消费需求，有利于降低成本，有利于在竞争中获取差别优势，从而获取更多的市场机会，占有更大的市场份额，相应获得更多的利益；后者是在营销的过程中与社会对环境保护的要求相适应，与社会可持续发展战略相一致，尽量减少对环境的污染，维护全社会的公共利益，从而进行的营销活动。因此，我们可以将绿色营销定义为：在生产经营活动的各个阶段减少或避免环境污染，在市场营销过程中注重生态环境保护，企业发展自己的竞争优势，利用各种营销方式赢得社会的认可，制造和发现市场机遇，通过长期满足现有和潜在顾客的需求来实现自己的目标。

193. 什么是关系营销？关系营销具有哪些基本特征？

所谓关系营销，是以系统论和大市场营销理论为基本思想，将企业置身于社会经济大系统中来考察企业的市场营销活动，认为企业营销是一个与消费者、竞争者、供应商、分销商、政府机构和社会组织发生互动作用的过程，企业营销的核心是正确处理与这些个人和组织的关系，将建立与发展同相关个人和组织的良好关系作为企业市场营销成功与否的关键因素。关系营销具有4个基本特征，即双向交流、协同合作、互惠互利和反馈机制。

194. 现代企业在进行关系营销时，应怎样设立关系管理机构？

现代企业在进行关系营销时，设立关系管理机构应遵循以下几个原则：

(1)正规性原则：即关系管理机构是企业组织中的一个正式机构，如同计划、财务、生产、销售等部门那样，这样便于关系营销活动的开展。

(2)针对性原则：即关系管理部门的设置应考虑自身状况、规模、所处环境、企业性质等因素。规模小的企业可以不设该机构；规模大的企业，可以设立该机构；服务性企业，可设置顾客关系部；生产性企业，可考虑设置供销关系部。

(3)效益原则：即关系管理部门在实际关系营销目标方面有较高的效率，在处理企业内外部关系方面，也要有效益。

(4)整体性原则：即要求关系管理部门的设置与企业内部各职能部门相协调，不能相冲突，要在各部门建立一条稳定的信息输出和反馈的通道。

195. 什么是服务营销？服务营销有什么特点？

服务营销是服务的生产者向服务的享有者提供的、基本上是无形的任何一项活动或利益，并且不涉及任何事物的所有权，其生产可能与实际产品相关，也可能无关。

服务与有形产品相比，有自己的特点，这些特点对营销方案的设计影响很大，主要表现在：服务无形性、服务不可分性、服务可变性和服务易消失性。

营销的思想起源于实体产品的销售，将营销引入“服务产品”的销售后，由于服务产品自身不同于实体产品的特性，使得服务营销也不同于一般的产品营销。具体来说，在传统市场营销的 4P 策略上还须加上 3P，即人员、环境、程序三个因素；此外，服务营销除了需要传统的 4P 外部营销外，还要加上两个营销要素，即内部市场营销和交互作用的市场营销。

外部营销是指企业为顾客准备的服务，考虑定价、分销、促销等营销组合要素，这一点与实体产品营销没有差别；内部营销指服务企业必须对直接接待顾客的人员以及相关辅助人员进行激励和培训，使其认识到应该对顾客提供满意的服务；交互作用营销是指服务企业的人员在与顾客接触时，应具有娴熟的接待和服务技能。顾客以自己对所消费的服务的满意度来评价服务质量。因此，根据不同服务对象的情况，提供相应的服务，是很重要的。

196. 什么是整合营销？

整合营销是一种通过对各种营销工具和手段的系统化结合，根据环境进行即时性的动态修正，以使交换双方在交换中实现价值增值的营销理论与营销方法。整合营销以市场为调节方式，以价值为联系方式，以互动为行为方式，是现代企业面对动态复杂环境的

有效选择，是一种系统化的营销方法，具有自身的指导理念、分析方法、思维模式和运作方式，是对抽象的、共性的营销的具体化、个性化，是挑战营销环境的工具，因此，整合营销是对营销整合的升华和理性化，使之更成体系。

不同的企业其整合营销实施过程有所不同，但通常都要涉及到资源、人员、组织和管理等几个方面的问题。

(1)进行资源的最优配置和再生。资源包括企业运用于整合营销活动的人力、物力、财力等资源的总和，这其中也包含信息和时间。在整合营销过程中实现资源的最佳配置，一方面要利用内部资源运用主体的竞争，实现资源使用的最佳效益；另一方面要利用最高管理层和各职能部门，形成对稀缺资源的规划，组织资源共享，在最大程度上避免资源浪费；随着营销活动的展开，资源在被耗用的同时又得到更新、积蓄，而新的储备和现有资源交织在一起，又会形成将来资源的储备，以便进一步实现将来的营销目标。

(2)实施人员的选择与激励。整合营销执行需要企业大量人员参与和推动，人是实现整合营销目标的最能动的因素。首先，人员选择：整合营销常以非长期的团队小组来执行其分目标，在这种团队工作，需要有较高的合作能力和综合素质，其原则有：确认核心原则、能力相配原则、协作原则和动态优化原则；其次，人员激励：激励可以强化人员信心，发挥其主观能动性，促使创新性变革的产生。

(3)构建学习型组织。企业整合营销团队既具有自身独特的营销目标，又要服务于统一的企业营销目标，两者之间存在一定冲突和矛盾。整合营销团队具有动态性特点，而组织角度又要求其具有稳定性；要解决这两对矛盾，达到局部目标和整体目标的统一、内部稳定性和外部流动性的统一，必须运用学习型组织的理论。首先需要建立共同愿景，共同愿景是组织中人们所共同持有的意象或景象，它为组织的学习提供了焦点与能量。其次是建设学习型团队，学习型团队是建立在共同愿景之上的修炼，是在团队层次上实现超越自我的努力；这个学习过程虽然涉及个人学习能力，但更是集体的修炼，在整合营销组织这样流动性很强的团队模式里，更需要加强团队学习，甚至形成团队学习程序。再次是突破思维定式，形成开放思维；突破思维定式是自我超越的一部分。整合营销组织中，组织成员所属的团队，所从事的任务处于一种动态变化之中，组织必须鼓励和帮助员工依照环境、任务、团队的不同采用相应的思维方式，形成开放思维习惯，以利于整合营销动态组织的功能实现。最后是形成监督管理机制。企业整合营销实施同样离不开监督管理，与别的组织实施监督管理不同的是，整合营销监督管理划分管理层次，注重监督管理内在化；企业营销的最高管理层注重的是如何使各种监管目标内在化，比如，通过共同愿景培养，使各成员、团队自觉积极地服务于企业目标；通过激励、培养塑造企业文化；通过团队中的人员、职能设置强化团队自我监管功能；企业整合营销团队拥有相对独立的行动和自我监管权力，但是仍然由最高层实行终端控制；这样一来，在整合营销团队行动严重脱离企业目标的情况下，最高层仍可实行有力的间接调整。由此可见，整合营销是一项系统工程，只有坚持动态整合的理念才能顺利、成功地实施。

5

人力资源管理知识

197. 现代企业人力资源管理主要包括哪些内容?

关于人力资源管理的内容应该包括哪些方面,不同的国家有不同的看法,从企业管理的角度来考虑,目前我国主要把它分为以下几个方面:

(1)组织设计和职务分析:是指对企业内的组织结构进行设计,具体的说是把组织内的责任和任务、权利以及利益等进行有效组合和协调的活动。组织设计是人力资源管理的重要职能;组织是实现组织目标的载体,只有通过把人、财、物等资源要素通过组织这一形式有效地结合起来,企业才能创造财富和实现经济效益。职务分析是人力资源管理最基本的环节,职务分析又称工作分析,是指对某一特定的职务作出的明确规定,并确定完成这一职务需要有什么样的行为过程。任何人要想做好人力资源管理工作,就必须了解各种职务的特点以及能够胜任各种职务的人员的特点,否则管理工作就无从下手。

(2)制定人力资源战略规划:人力资源战略规划是指企业随着市场环境的发展变化,为确保达到自己的经营目标,根据企业内现有的人力资源状况,对企业未来的人力资源需求和供给进行预测,制定出相应的人力资源战略规划,确保企业未来人力资源需求的一系列活动;良好的人力资源战略规划可以帮助企业减少不必要的损失,可以降低企业经营风险,保障企业有平稳有效的经营环境。

(3)员工的招聘、甄选和录用:是企业人力资源管理的基本环节,也是一个非常重要的环节。人员的招聘就是寻找并吸引合适的、有巨大发展潜力的工作候选人来从事企业内的工作;员工的甄选就是通过一定的测试手段,对工作候选人的综合能力进行测试,根据岗位需求确定候选人。

(4)员工的教育培训:员工的教育主要是通过企业内部培训和社会培训等方式,提高员工思想、技能、文化素质等的过程。对现代企业来说,员工的教育培训和再发展是企业发展中一个不可忽略的环节,员工的教育培训也是企业营造核心竞争力的关键因素。

(5)绩效考评:是绩效管理的必要环节,又称之为绩效评估或绩效评价,通常包含两个方面的意义:一方面是指企业对员工在某一时期内的工作成绩、效果进行一定数量和质量的分析,并做出评价,又称"考绩";其中工作绩效是指那些经过考评的工作表现、成绩及效果,而考核是指定量或定性的评定、磋商和估算;另一方面是指绩效管理,管理者不仅要让员工明确绩效考评的目标及其衡量指标,而且需要设立合理完善的绩效监控点和绩效信息收集、反馈渠道,并对照考核目标与结果,不断找出差距,明确员工下一个阶段的绩效目标和改进目标。

(6)员工激励:员工激励是人力资源管理的一个重要职责。员工激励能够激发员工的工作动机,调动员工的工作积极性、主动性和创造性,激励能使员工的心理始终保持兴奋

状态，维持高昂的工作热情，通常来说，激励的水平越高，员工工作越努力，取得的成绩也就越突出。

(7)员工福利：福利是指向人们提供的免费或减费的生活消费或服务，使人们的物质文化生活在原有的基础上，在不增加个人成本的前提下得以提高。福利有广义和狭义之分，广义上的福利是指所有能改善人们物质与文化生活的公益性事业以及采取的相应措施，狭义的福利是指社会保障体系中除社会保险、社会救济、社会优扶之外的改善人民物质与文化生活的公益性事业以及采取的相应措施，即社会福利。

(8)劳动保护及劳动保险：企业要加强人力资源管理，就必须不断建立和健全劳动保障制度，就必须对员工进行必要的安全生产和安全技术教育，要切实地保障员工的安全和健康。

(9)员工档案管理：人力资源管理部门应对企业员工的个人资料以及员工的工作业绩、工作表现、工作报酬、工作主动性、职务升降、奖惩、参加教育和培训等方面的资料妥善保管。

(10)人力资源会计工作：人力资源部门应与会计部门合作，建立人力资源会计体系，开展人力资源投入与产出效益核算工作。人力资源会计工作不仅可以改进人力资源管理工作本身，更重要的是为决策部门提供了确切的量化依据。

198. 现代企业人力资源管理有哪些基本职能？

人力资源管理是现代企业管理的重要内容之一，现代企业的人力资源必须具备以下基本职能：

(1)获取：是人力资源管理工作中的重中之重，人力资源管理工作的第一步便是要获取人力资源。获取主要包括人力资源的规划、人员的招聘、甄选和录用，企业获取人力资源的途径通常是人力资源管理部门根据企业的实际工作任务和实际工作环境制定相应的人力资源战略，然后对组织内的工作进行分析，并最终制定出与组织目标相适应的人力资源需求与供给计划，然后开展招聘、甄选、录用等一系列的工作。

(2)维持：主要是指建立并维持良好的工作关系。维持工作通常来说主要包括：共同愿景的建立；员工之间、个人与组织之间以及组织与组织之间关系的协调；劳资关系协调与改善以及员工的健康与安全；组织内外工作环境的改善以及组织内硬件的改善；确保组织信息的畅通无阻等。

(3)开发：人力资源的开发是人力资源管理工作最根本的职能，通常是指对员工基本知识、基本技能等素质的培养与提高。其目的是通过不断的培训和学习，使员工的工作能力不断得到增强，使员工的潜能得到最大化的发挥，并最终实现员工个人和组织的双赢。人力资源的开发主要包括组织与个人开发计划的制定、新员工的工作指导与培训、员工职业生涯的规划以及员工教育和再教育的有效使用等。

(4)报酬：是人力资源管理工作的核心和基础，是对员工的一种认可和肯定。它主要包括制定公平合理的工资方案、提供完善的福利措施和安全卫生保障措施等。

(5)调控：是一个动态的管理过程，它主要包括对员工进行合理的绩效考评和素质考

评;以考评结果为依据对员工进行的晋升、调动、解雇等活动。对现代企业的人力资源管理来说,调控是一个不可忽视的关键步骤,调控措施的成败往往导致企业的成败。

199. 现代企业人力资源管理的基本原理有哪些?

现代企业的人力资源管理的基本原理主要包括以下几个方面:

(1)奖惩原理:是指通过奖惩,使员工逐步形成良好的个人奋斗目标,使员工养成自动自发意识和勇于承担责任的意识。组织对员工实施有效的奖惩措施,才能确保组织内各项规章制度的贯彻实施,才能使组织内每个员工自觉遵守纪律、严守岗位、各司其职、各尽所能,达到鼓励先进、鞭策落后、带动中间的目的。

(2)优化互补原理:指充分发挥每个员工的特长,采用协调与优化的方法,扬长避短,尽可能发挥集体的优势。相对来说,一个个体不可能十全十美,但作为群体,则可以通过相互结合、相互补充的方法来取长补短,从而组合出最佳的结构,更好地为组织的快速发展贡献力量;当然,在贯彻优化互补原理的时候,要注意相互之间的协调和优化;协调就是要保证群体结构与工作目标的协调、与企业经营目标的协调、与企业资本实力的协调、与组织任务的协调、与组织技术装备的协调以及劳动条件和内外环境的协调;优化就是要通过长期的比较分析,确定最优的结合方案。在现代企业中,互补的主要形式有:个性互补、集体互补、年龄互补、知识技能互补、组织才干互补等。

(3)能位匹配原理:指人力资源管理人员根据员工的才能,把员工安排到相应的岗位上,从而保证岗位的需求和员工的能力相匹配。"能"指实际工作中员工的能力,"位"指实际的工作岗位;通常,只有人尽其才、物尽其用,才能提高工作效果和效率;能位适合度是人员的真实能力与其所在职位的适合程度,能位适合度越高,说明能位匹配越适当,这样不仅能带来工作的高效率,而且对促进员工能力的提高和发展方面也很有好处。

(4)同素异构原理:指构成事物的相同成分,由于时间和空间上的变化而引起事物结果的不同,从而发生的变化。相对于人力资源管理来说,在群体成员的组合上,同样数量和素质的一些人,由于排列组合方式的不同,产生的效果也截然不同。例如在营销过程中,由于人员之间排列组合方式的不同,其劳动结果必然不同,人力资源管理工作的一个重要方面就是要找出最佳的排列组合方式。

(5)动态化原理:指在动态中用人、管人,充分开发人的潜能和聪明才智的一种原理原则。万事万物都处在不断的发展变化当中,作为企业的员工也不例外,企业要根据员工的实际情况,对员工进行升职、降职以及辞退等调整,企业只有不断对人员进行调整,才能确保企业的活力,才能充分发挥每一个员工的潜能、优势和长处,从而实现企业和员工的双赢。

(6)竞争原理:没有比较就没有鉴别,组织只有充分利用竞争原理,最大化的调动员工的积极性、主动性和创造性,才能确保组织内各项任务的顺利完成。无论任何组织,都应当提倡员工相互比赛、相互竞争,从而使人力资源得到最大化的开发和利用。

(7)分类原理:分类是现代管理的前提和基础。人力资源管理的分类可按照不同的标准,如:按管理主体来分,有企事业单位人力资源管理,政府人力资源管理以及其他社会组

织的人力资源管理;按照管理客体来分,可分为国家公务人员的管理,企事业单位工作人员的管理以及社会各类人员的管理等;按照分类需要和分类对象本身的特点逐一来分,企业可把员工分为管理人员和非管理人员两类,管理人员又可分为高级管理人员、中级管理人员以及基层管理人员三类,一线工人又可按照工种进行细分。

(8)文化凝聚原理:在现代企业管理中,组织文化处于整个组织架构的最上端,起着高屋建瓴、统率全局的作用。组织文化是一个组织在长期发展过程中,把组织内部全体成员结合在一起的行为方式、价值观念和道德规范,对组织成员有着巨大的凝聚作用,良好的组织文化能够使组织成员紧密团结在组织内,从而形成一种对外的强大力量。组织文化的建立要有一个前提条件,就是组织必须强调个人的自由全面发展,要实行自主化管理,能够自我诊断并自我完善,要不断调动组织成员的积极性、主动性和创造性;通常来说,组织的凝聚力和激励力虽然与组织成员的物质预期有关,但归根到底还是取决于组织内在的共同价值观念;只要组织有良好的群体价值观,组织的管理必然起到事半功倍的效果。

200. 现代企业人力资源管理有哪些基本的管理手段?

现代企业人力资源管理的基本手段包括:

(1)经济手段:也就是我们通常所说的物质利益手段,是通过把个人行为与物质利益联系起来,用物质利益的增减来调节人的行为的一种管理手段。经济手段主要是通过工资、福利、奖金、罚款等经济杠杆来调节人的行为的,而不同于其他手段具有强制性;现实中,很多企业采用良好的福利制度以及激励制度来调动员工的积极性、主动性和创造性,这是一种比较完善的经济手段。

(2)法律手段:对现代企业来说,要实现人力资源管理的法制化,就必须用法纪手段来规范开发、配置、使用和管理的全过程,使人力资源管理有法可依、有章可循。近年来,我国已经初步形成了与社会主义市场经济相适应的人事法规体系,我国已经相继颁布了《企业法》、《劳动法》、《义务教育法》、《职业教育法》、《未成年人保护法》以及劳动关系调整、社会保险、劳动保护、劳动争议、劳动监督等方面的法律法规,这就为调整人力资源管理主体和劳动者之间的权利义务关系、规范人力资源市场等打好了基础。

(3)行政手段:具体是指政府对组织内人力资源进行宏观调控的基本手段。从广义上来说,行政手段也指企事业单位和其他社会组织依靠组织和领导者的权威,运用强制性命令和措施,通过组织自上而下的行政层次的贯彻执行,直接对下属及下属员工进行管理的一种手段。例如组织对员工实施奖惩和工资报酬的确定等都属于行政手段,行政手段表现在人力资源管理领域内往往具有权威性、强制性和垂直性等特点。

(4)目标管理手段:指组织的管理者应该与下属一起协商制定目标并付诸实施,从而提高员工的积极性、主动性和创造性的一种管理方法。要注意关键性与全面性相结合的原则。目标管理是一种系统整体的管理方法,它是通过发动组织成员自下而上和自上而下地制定目标,建立起一个纵横交错、相互联系的目标体系,并层层分解,最终把目标固定下来;目标管理又是一种相对民主的管理,它在目标的制定和实施过程中都让全体成员参加,从某种意义上来说,真正实现民主化管理。

(5)宣传教育手段:宣传教育手段是指通过对政策、法律、法规的宣传以及理想、道德和情操的教育,逐步提高员工的认识水平和思想水平,使员工能够自觉地为实现组织目标而努力。企业在进行宣传教育的时候,必须理论联系实际,要坚决避免那种空洞的说教和形而上学的生搬硬套;企业的宣传必须坚持民主平等的原则,要坚决避免那种为管理者唱高调的做法;企业宣传必须坚持言传身教的做法,管理者应该以身作则,首先从自己做起,起到表率的作用;组织的宣传教育必须坚持表扬与批评相结合的方式,表扬和批评二者相辅相成,不可偏废,任何注重一面的做法最终只能以失败告终。

201. 什么是人力资源战略?现代企业如何制定人力资源战略?

人力资源战略即人力资源管理战略,是企业的一种职能管理战略,在基本内涵上等同于战略性人力资源管理。如何理解人力资源管理战略的含义呢?赖特和麦克曼汉,曾定义人力资源战略为:企业为实现目标所进行的一系列有计划的人力资源部署和管理行为。从这个定义,我们可以理解其中的主要思想:人力资源是实现企业目标的主要资源;人力资源需要系统地部署;人力资源管理要以企业目标为中介与企业战略相匹配。

现代企业制定人力资源战略主要包括以下几个步骤:

(1)确定人力资源开发与管理的战略目标。人力资源战略目标是指对未来组织内人力资源的数量与质量、人力资源政策、员工士气、企业文化、开发管理成本提出的奋斗目的与要求;总体的人力资源战略目标制定出来以后,就要层层分解到子公司、部门、个人。

(2)根据人力资源战略目标制定具体的战略实施计划,以保障战略目标的实现。人力资源战略实施计划包括具体的行动计划与保障计划,行动计划主要是对人力资源战略目标实现的步骤及任务分工做出规定,其中人力资源规划是人力资源战略实施计划的一部分;保障计划是从人力资源战略实施条件的需求出发,对政策、资源、组织、时间、技术等方面提出必要的保障要求。

(3)应将人力资源战略与组织总体战略及其他经营战略进行协调平衡,将组织内的资源进行合理配置。这需要高层管理者站在全局的高度,将人力资源战略、生产战略、财务战略、营销战略等企业经营战略进行综合平衡,以期更好地服务于组织总体战略;战略平衡这一工作环节是必不可少的,因为各个分战略来自不同的部门,往往带有较多的部门色彩;分战略与总体战略或分战略间往往隐藏着矛盾,需要综合平衡。

202. 现代企业人力资源制定与评估的方法有哪些?

人力资源管理战略的制定通常有两种方法,即目标分解法和目标汇总法。目标分解法是指在对组织内外环境进行客观分析后,根据组织发展战略和组织经营目标提出人力资源管理战略的总体目标,然后对此目标进行分析,把责任与义务落实到部门和个人。目标分解法的优点是整体性、系统性强,对重大事件与目标把握准确、全面,对未来的预测性较好,责任与目标明确;目标分析法的不足是制定的战略目标容易与实际的内容脱节,员

工的期望容易被忽略，整个过程的管理需要有系统性和权威性；目标汇总法是从部分到整体的汇总方法，它是目标分解法的逆向过程。目标汇总法首先要求确定员工的个人工作目标，然后形成部门目标，最后汇总成组织人力资源管理部门的战略目标。相对来说，目标汇总法有很强的可操作性，因为在目标汇总的同时，管理者必须与员工进行很好的交流，并最终达成一致意见，员工的期望得到了充分的考虑。但这种方法带有主观性，对宏观的把握不足，缺乏对未来的整体预测。

现代企业人力资源战略评估有两种方法，即审察法和分析法。审察法是通过调查，搜集一些关键性的指标，同时对企业成员的满意度进行衡量，来评估各种人力资源管理职能领域所产生的结果；衡量的领域包括人员招募与配置、报酬、培训、劳工关系等多方面的人力资源管理内容，评估的对象包括普通员工与高层直线管理人员两部分，员工是评价人力资源管理职能有效性的重要对象，因为他们的活动与人力资源管理各项职能密切相关，当然，以员工为对象评价人力资源职能有其局限性，因为他们通常站在自身角度，一味强调对薪酬待遇的不满。因此，完全有必要把高层直线管理人员作为调查的另一重要对象，因为他们是站在企业的高度来审视人力资源战略，而且可以借此明确人力资源管理人员与高层直线管理人员对战略有效性的看法是否一致；分析法通常借助会计等方法对人力资源实践结果进行定量分析。

考察的重点主要有两个：一是某特定的人力资源管理规划和实践是否达到了预期效果；二是估计某项人力资源管理实践所产生的经济成本与收益。以企业的培训项目为例，首先就是对该培训计划的整体有效性进行分析，考察该计划实施前后带来的变化，然后就是对该项目进行成本收益的货币价值评估；评估可以借助人力资源会计方法，为人力资源定价，就像为生产资源、无形资产定价一样，然后预测员工各种行为所产生的经济影响；与审计法相比，分析法的要求较高，因为它需要较为详细的统计数据，同时需要支付一定的经费。

203. 什么是现代企业的人力资源规划？

现代企业的人力资源规划是指企业为实现自己的经营目标，根据现有的人力资源状况对企业未来的人力资源需求和供给进行预测，制定出与之相适应的人力资源规划，确保企业未来人力资源需求的一系列活动。也就是说，企业人力资源状况的规划就是根据“我们拥有什么”、“将来我们需要什么”来设计企业未来的人力资源活动。

实施上，人力资源规划包括这样几层含义：首先，组织所处的内外环境是不断变化的，是一个动态的过程，这就必然影响到组织人力资源需求和供给的变化，人力资源规划就是要对这些变化进行科学的预测和分析，从而保证企业在近期、中期和远期都能获得必要的人力资源补充。其次，组织必须及时制定相应的人力资源政策和措施，以保证组织对人力资源的需求。例如组织内部人员的调动、升职、降职以及外部招聘和培训等都要切实可行，否则根本就无法保证组织在一定时期内的人力资源需求；最后，在确保组织目标时，要综合考虑员工个人的利益，要为员工的自我发展创造良好的条件，组织应充分发挥每个员工的积极性、主动性和创造性，要不断提高员工的工作效率，从而最终实现组织的经营目

标;在考虑组织经营目标的同时,组织还应关心每一个员工的利益和发展要求,引导他们在实现组织目标的同时实现个人的自我价值。只有这样,组织才能获得所需要的人力资源。

204. 影响现代企业人力资源规划的因素有哪些?

影响现代企业人力资源规划的因素可以从外部环境因素和内部环境因素两个方面着手。外部环境因素主要包括经济环境、政治法律因素、科技环境、人口环境以及社会文化因素等;内部环境因素有企业的行业特性、企业的发展战略、企业文化以及企业自身的人力资源及人力资源管理系统等。

经济环境:经济环境方面的各种变化,在宏观上改变着企业员工队伍的数量和质量以及结构。经济环境的影响主要体现在经济形势和劳动力市场的供求关系两个方面。宏观经济形势对企业的影响巨大,主要表现在:当经济处于萧条期时,人力资源的获得成本和人工成本较低,但是企业受经济形势的影响,对人力资源的需求减少;当经济处于繁荣期时,劳动力成本较高,但是企业处于扩张时期,对人力资源的需求量会增加。企业在进行人力资源规划时,必须考虑所处经济社会的宏观经济形势,在整体趋势上保证人力资源规划战略的正确性;劳动力市场的供求关系也对企业的人力资源规划有很大的影响;劳动力市场上各种人才供求关系对于企业获得各种人才的成本、难易程度都有较大的影响。

政治法律因素:影响人力资源活动的政治因素包括:政治体制、经济管理体制、政企关系等。对一般的中小企业来说,这些因素影响相对较小;但是对于大企业尤其是跨国公司,在制定人力资源规划时,就必须考虑到这一点,考虑政治体制因素是企业所有规划工作的基础。

科技环境:科学技术对企业人力资源规划的影响是全方位的。如计算机网络技术的飞速发展,使得网络招聘等成为现实。同时,新技术的引进与新机器设备的应用,使得企业对低技能的员工的需要量减少,对高技能的员工的需求量增加。这将使企业对人力资源的需要和供给处于结构性的变化状态,或处于动态的不平衡状态,企业在人力资源规划上要高度重视这一点。

人口环境:尤其是企业所在地区的人口环境对企业获取人力资源有着重要的影响,主要包括:社会或本地区的人口规模、劳动力队伍的质量和素质结构等特征。在制定人力资源规划时,还要考虑劳动力年龄因素对人力资源规划的影响,因为不同年龄段的员工有着不同的追求,在收入、生理需要、价值观念、生活方式、社会活动等方面存在着一定的差异性。

社会文化因素:社会文化反映着社会民众的基本信念、价值观,对人力资源管理也有着一定的影响,不过,这种影响并不是直接的,而是间接的。比如,不同的文化对待劳动关系的观点就有所不同。我国东部沿海地区受西方文化的影响较大一些,人们在选择工作、与企业确定劳动关系时,可能很痛快地与企业签订契约关系;而我国西部广大地区,人们可能比较喜欢传统的、较为稳定的终身雇用制度。企业在制定人力资源规划时,要考虑当地的社会与文化环境因素。

企业的行业特征：企业所处的行业特征在很大程度上决定着企业管理的模式，也会影响人力资源管理工作。企业的行业属性不同，企业的产品组合结构、生产的自动化程度、产品的销售方式等内容也不同，则企业对所需的人力资源数量和质量的要求也不同。对于传统的生产性企业而言，生产技术和手段都比较规范和程序化，人员招聘来源大都以掌握熟练技术的工人为主；而对于现代的高科技企业来说，则需要技术创新型的高技术开发人员。

企业的发展战略：企业在确定发展战略目标时，就要制定相应的措施来保证企业发展目标的实现。如企业生产规模扩大、产品结构调整或升级、采用新生产工艺等，会造成企业人力资源结构的调整，因此在制定企业人力资源规划时要着重考虑企业的发展战略，以保证人力资源符合企业战略目标的要求。

企业文化：对企业的发展有着重要的影响，这已经成为不争的事实。好的、适合的企业文化，使得企业的凝聚力加强，员工的进取精神加强，企业员工队伍就会比较稳定，企业面临的人力资源方面的不确定性因素就会少一些，有利于人力资源规划的制定。

企业自身的人力资源及人力资源管理系统：企业拥有的人力资源的数量、质量和结构等特征，人力资源战略、培训制度、薪酬激励制度、员工职业生涯规划等都对人力资源规划有着重要的影响。

205. 现代企业的人力资源规划有什么作用和意义？

现代企业人力资源规划的作用和意义主要表现在：

(1)有利于企业战略规划的制定：组织管理者在制定战略目标和发展规划时总会考虑企业自身的各种条件，尤其是人力资源状况更是重中之重；如果组织缺乏规范的人力资源规划，组织管理者就很难在第一时间内进行决策；人力资源规划要以企业的战略目标、发展规划和整体布局为依据，反言之，人力资源规划又有利于组织战略目标的发展和规划的制定，并能够促进战略目标和发展规划的顺利实施。

(2)有利于确保企业生存与发展中所需要的人力资源需求：任何企业都处于一定的内外环境之中，而影响环境的因素又具有不确定性，这就会对人力资源的供求产生很大的影响。比如一项新技术的使用往往会使生产率提高，企业在节省劳动力的同时，也要对在岗员工进行培训以适应新技术的要求；如果企业对此情况不能及时掌握，没有对在岗员工进行培训或引进相应的技术性员工，企业就不可避免地会出现人才短缺现象，进而就会影响到企业的正常生产活动；对于处于稳定状态下的企业来讲，一般不需要进行人力资源规划，只需要对在岗人员进行简单的培训就可以了。在企业的发展过程中，人力资源部门必须具体分析企业人力资源的需求和供给之间的差距，要及时制定出相应的规划来满足企业对人力资源的需求。

(3)有助于控制人工成本：人工成本控制是成本控制中的一个重要环节，人工成本中最大的支出项目是工资，而企业工资总额在很大程度上取决于企业的人员分布状况，即人员在不同职务和不同级别上的数量状况；人力资源规划就是要对组织内的人员结构、职务分布等进行合理的调整，从而在一定范围内很好地控制人工成本。

(4)有利于人力资源管理的秩序化:人力资源规划是企业人力资源管理的基础,由总体规划和各种分类规划构成,也是一个管理的过程,如确定人员的需求量、调整职务和任务、为培训等提供有效的信息和依据等;如果没有人力资源规划,组织往往很难确定什么时候需要补充什么样的人员,如何避免各部门人员提升的机会不均等,以及如何组织培训等,这样组织内就会非常混乱。

(5)有利于调动员工的积极性、主动性和创造性:人力资源管理的目标不仅仅是为了实现组织目标,同时也要满足员工个人的愿望并实现其个人价值;只有在人力资源规划的条件下,员工对自己需要满足的东西和需要满足的水平才是可知的;当组织为其提供的各种条件满足员工的个人需求时,员工的积极性、主动性和创造性才能充分地发挥出来;否则,员工的工作积极性就很难被调动起来,甚至会出现离开组织的现象。因此,只有对人力资源进行了很好的规划,才能避免此类事情的发生,也才能顺利实现组织的目标。

206. 现代企业人力资源需求预测的方法有哪些?

现代企业的人力资源需求预测的方法主要有:

(1)德尔菲预测法:也称集体预测法。德尔菲预测技术是1940年由兰德公司发展起来的,德尔菲预测方法是在企业内外部广泛选择各个方面的专家(特指对于所研究的问题有十分深入了解的人士),他们都拥有有关人力资源预测的知识、专长;预测项目主持者向专家提供充足的信息,并说明该预测项目的重要性,以取得专家的理解和支持;根据企业战略,说明关键的预测方向、解释变量、难题或难点,列举出专家小组必须回答的关于人力资源需求预测的一系列具体问题(要简练、明确);按照预先设计的预测系统,要求专家们用匿名方式填写问卷表,以保证专家能够畅所欲言地表达自己的见解(不要求精确,但要肯定);人力资源管理部门对专家意见进行归纳,并将综合结果反馈给专家;再依次重复上述过程,给予专家不断修正自己的预测意见的机会,直到专家们的意见趋于一致。在运用德尔菲法进行预测时,必须做到:为专家提供充分的有关企业生产经营状况的信息,以便使他们能够作出判断;所提问题应该是能够回答且与预测有关的问题;不要求回答得精确,但要说明理由;整个过程要尽可能简化,不问与预测无关的问题;要保证所有专家能从同一角度理解有关人力资源管理的术语和概念。

(2)比率分析法:是通过以往的经验,把企业未来的业务活动水平转化为人员需求预测的方法。具体做法是:人力资源部门根据过去的业务水平,计算出每一业务活动增量所需的人员相应增量,再把对实现未来目标的业务活动增量按计算出的比例关系,折算成总的人员需求量,然后把总的人员需求量按比例折算成各类人员的需求量。如化肥厂根据过去的经验,每增加1000吨化肥量,需增加10人,预计一年后化肥厂将增加产量10000吨,那么折算成人员需求量为100人,如果管理人员、生产人员、服务人员的比例是1:3:1,那么新增管理人员为20人,新增生产人员为60人,新增服务人员为20人。但是,这种方法使用的前提条件是劳动生产率不变。如果劳动生产率发生了变化,那么这种预测就达不到实际效果。所以,这种方法主要适用于短期和中期的预测。

(3)回归分析法:指的是根据数学中的回归原理对人力资源需求进行预测。最简单的

回归是趋势分析，即只根据整个企业或企业中的各个部门在过去员工数量的变动趋势来对未来的人力资源需求做出预测。比较复杂的回归方法是计量模型分析法，它的基本思想是确定与组织中劳动力的数量和构成关系最大的一种因素，一般是产量或服务的业务量；然后研究在过去组织中的员工人数随着这种因素变化而变化的规律，得到业务规模的变化趋势和劳动生产率的变化趋势；再根据这种趋势对未来的人力需求进行预测；最后，预测的需求数量减去供给的预测数量的差额就是组织对人力资源净需求的预测量；如果这一差额是正值，就说明组织面临人力的短缺；如果这一差额是负值，就说明组织面临人力资源的过剩。

现在，企业在进行人力资源需求预测时常用的回归方法包括一元回归法和多元回归法。一元回归分析方法的过程是：首先选择一个有效地预测人力资源需求的因素，如用销售量或产品增加值作为预测指标；然后探测这个因素与各种相关人员需求量之间的关系（可以通过历史数据得到），比如可以用这一因素与员工人数对比得出某种劳动生产率；根据过去几年（比如5年）的生产率，计算出人力资源需求之间的关系，据此推算出组织下一年度人力资源需求量。一元回归分析只是用一个变量因素如销售额来预测员工需求，而多因素预测是同时利用多个变量因素。企业人力资源需求受多种因素的影响，如企业的销售额、市场的占有率等，用多元回归预测员工的需求，结果比简单回归需求更精确。

（4）直觉预测法：就是由单个的管理者决定他们需要多少人和需要哪些类型的人。这种过程可以从上到下，由企业的最高层决定目标和预测框架，然后逐层传达下去；也可以从下到上，先是由每个部门独立预测，然后汇总到一个较高层次，最终形成一个综合的人力资源计划；当然，也可以把二者结合起来，同时采用从上而下和从下而上的过程。但是，最后的预测结果必须经过计划部门调节。在进行判断时，管理者要考虑退休、辞职、提升、解职、解雇、调动、销售预测、生产率的提高、组织结构的变化以及其他影响人力资源利用的因素，也就是说，管理者在最终进行判断时，要从宏观上进行考虑。

207. 现代企业人力资源供给预测的方法有哪些？

现代企业人力资源供给预测的方法主要有：

（1）管理经验判断法：其原理与人力资源需求的管理经验预测法相同，只是预测对象不同。根据本企业各部门的管理人员对本单位以往有关工作岗位流入和流出以及在本单位内工作变动情况的了解，人力资源计划人员就可以预测出企业内部未来某一时期内可供给的各种人员数量。这种方法适用于相对稳定的环境或短期的预测。

（2）技术清单预测法：即员工信息记录卡，主要追踪、记录、反映员工的工作经验、受教育程度、特殊技能、竞争能力等与工作有关的信息，以帮助人力资源计划人员估计现有员工调换工作岗位的可能性大小和决定哪些员工可以补充当前空缺的职位；一般要填写技术调查记录表（见下页），一般用于晋升人员的选定、管理者继任计划、特殊项目的工作分配、工作调动、培训、工资奖励计划、职业生涯规划、组织结构分析、评价不同种类员工的供应状况等。

（3）马尔可夫分析法：这一方法在理论上很复杂，但其应用方法却比较简单。这种方

法的基本思想是找出过去人事变动的规律，以此来推测未来的人事变动趋势。下面以一个文化公司的人事变动为例来说明(见下表)。

技术调查记录表

<table>
<tr><td colspan="3">姓名：</td><td>部门：</td><td>工作地点：</td><td>岗位号码：</td><td rowspan="6">照　片</td></tr>
<tr><td colspan="3">出生年月：</td><td>婚姻状况：</td><td>技术职称：</td><td>工作职务：</td></tr>
<tr><td colspan="3">到职日期：</td><td>外语：</td><td>爱好：</td><td>学术团体：</td></tr>
<tr><td rowspan="5">教育背景</td><td>类别</td><td>学位</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>高中</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>大专</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>本科</td><td>学位</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>研究生</td><td>硕士</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>博士</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="4">工作经验</td><td colspan="3">工作时间</td><td>历任职务</td><td colspan="2">任职地点</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="4">培训背景</td><td colspan="3">培训主题</td><td>培训机构</td><td colspan="2">培训时间</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="4">专业技能</td><td colspan="4">种　类</td><td colspan="3">证　书</td></tr>
<tr><td colspan="4"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="4">工作志向</td><td colspan="5">是否愿意担任其他类型的工作？</td><td>是</td><td>否</td></tr>
<tr><td colspan="5">是否愿意到其他部门去工作？</td><td>是</td><td>否</td></tr>
<tr><td colspan="5">是否愿意接受工作轮换？</td><td>是</td><td>否</td></tr>
<tr><td colspan="5">如果可能，最愿意承担哪种工作？</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="4">培训需求</td><td colspan="3">培训内容</td><td>培训机构</td><td colspan="3">培训时间</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">自鉴</td><td colspan="5">是否胜任现在的职务/工作</td><td>是</td><td>否</td></tr>
<tr><td colspan="5">现在就可以接受什么样的职务/工作</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">员工签名：</td><td colspan="2">直属上司签名：</td><td colspan="3">人力资源部签名：</td></tr>
<tr><td colspan="4">备注：</td><td colspan="4">填表时间：</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

分析的第一步是作一个人员变动矩阵表，表中的每一个元素表示一个时期到另一个时期在两个工作之间调动的员工数量的历年平均百分比(以小数表示)，一般以 5～10 年为周期来估计年平均百分比；周期越长，根据过去人员变动所推测的未来人员变动就越准确。

如下表 A 表明，在任何一年里，平均 80% 的高层领导人仍留在公司内，而有 20% 退出；在任何一年里，大约 65% 的编辑人员仍留在原工作岗位，15% 被提升为高级编辑，另有 20% 离职。用这些历年数据来代表每一种工作中人员变动的概率，就可以推测出未来的人员变动(供给量)情况。将规划初期每一种工作的人员数量与每一种工作的人员变动概率相乘，然后纵向相加，即得到组织内部未来劳动力的净供给量(见下表 B)。

某文化公司人力资源供给情况马尔可夫分析

A

	人员调动的概率				
	E	M	S	Y	离职
高层领导(E)	0.80				0.20
中层领导(M)	0.10	0.70			0.20
高级编辑(S)		0.05	0.80	0.05	0.10
编辑(Y)			0.15	0.65	0.20

B

	初期人员数量	E	M	S	Y	离职
高层领导(E)	40	32				8
中层领导(M)	80	8	56			16
高级编辑(S)	120		6	96	6	12
编辑(Y)	160			24	104	32
预计的人员供给量		40	62	120	110	68

我们再看上表 B，如果下一年与上一年相同，可以预计下一年将有同样数量的高层领导(40 人)，以及同样数目的高级编辑(120 人)，但中层领导人将减少 18 人，编辑将减少 50 人。这些人员变动的数据，与正常的人员扩大、缩减或维持不变的规划相结合，就可以用来决策怎样使预计的劳动力供给与需求相匹配。

(4)随机网络模式法：随机网络模式法是用于测算企业内部人力资源流动情况的一种数学模式，具体操作如下表(见下页)所示。

从表中我们可以看出，在时间 T～t 期间，有 70% 的高级工程师留在原来的工作岗位上，有 30% 离开了企业；工程师中，有 20% 晋升为高级工程师，70% 保留在原工作岗位，10% 的工程师选择了离开；助理工程师中有 3% 晋升为高级工程师，有 20% 晋升为工程师，有 55% 保留在原工作岗位上，22% 的助理工程师选择了离开；技术员中有 25% 被提升为助理工程师，有 40% 保留在原工作岗位，有 35% 的人选择了离开。

组织工程技术人员流动网络表

工程技术人员		时间 T～t				调出数	总数
		A	B	C	D		
高级工程师	A	70				30	100
工程师	B	20	70			10	100
助理工程师	C	3	20	55		22	100
技术员	D			25	40	35	100

由此可见，运用这种方法可以进行多方面的分析。如可以分析调入、调出或退休等多种人力资源的人员流动比率，在制定人力资源计划时，就可以利用这种方法对组织未来各种人力资源供给的状况进行预测。

208. 现代企业如何解决人力资源中供大于求的问题？

通常来说，人力资源供给与需求之间可能有四种较为典型的情况存在：人力资源供不应求；人力资源供大于求；人力资源供给与需求之间的结构关系失调；人力资源供给和需求基本保持平衡。因此，企业可以根据自身的具体情况，制定相应的措施，以实现企业人力资源供求的平衡。

在现代企业中，一般都不会出现单纯的供大于求或供小于求的现象，往往可能出现的是某些部门或某些项目供大于求，而某些项目或某些部门供小于求。所以，人力资源规划部门要具体情况具体分析，要客观地制定相应的人力资源规划，使企业各部门的人力资源在数量、质量、结构、层次等方面基本达到一致。解决人力资源供大于求的方法有：及时辞退某些劳动态度差、技术水平低、劳动纪律观念淡薄的员工；对接近退休年龄的员工，给予一些优惠的生活待遇，实行企业内部退养办法，等他们到了退休年龄补办退休手续，享受养老金待遇；及时合并或撤消某些臃肿的机构，对不必要的人员进行精简；不断提高员工的整体素质，如制定全员轮训计划，使员工始终有一部分能够接受培训，为企业扩大再生产准备必要的人力资本；加强培训工作，使企业员工掌握多种技能，增强他们的竞争力，并鼓励部分员工能够自谋职业，同时通过各种渠道开办第三产业；减少员工的工作时间，并与之相适应地降低工资水平，这是在经济不景气时减少资本投入的一种方法；采用多个员工分担以前一个或多个员工就能够完成的工作或任务，企业按照工作任务量对其计算工资。

209. 现代企业如何解决人力资源中供不应求的问题？

当企业人力资源管理部门预测到企业未来可能发生人才短缺时，要及时根据企业的具体情况采取相应措施，力争避免短缺现象的发生。企业的人力资源供不应求时常用的方法有：将符合条件而又处于相对富裕状态的人员调往组织内相对空缺的位置；如果组织内的高新技术人才发现短缺，人力资源管理部门应及时拟定培训和晋升计划，在企业内部

的人员无法满足要求时，应及时出台外部招聘计划；如果组织内人才短缺现象不严重，且组织内的员工愿意延长工作时间，这样就可以根据《劳动法》等有关法律法规的规定延长工作时间，但必须相应地增加劳动报酬。这种方式只是一种短期行为，如果组织内的人员短缺是长期的，就要采用其他措施；要提高企业的资本技术有机构成，提高工人的劳动生产率，要逐渐形成设备替代人力资源的局面；人力资源部门应该制定相应的全日制临时工计划，如返聘已退休者，或聘用小时工等；制定聘用全日制临时工计划；制定招聘政策，向企业外进行招聘。

以上所说的是企业解决人力资源短缺的基本途径，但最有效的方法是制定科学、规范、合理的组织激励计划，不断调动组织员工的积极性、主动性和创造性；培养他们不断地提高生产技术水平和道德水平，培养他们的自动自发意识，鼓励他们进行技术创新，让他们自己想办法提高组织的生产效率，从而减少人力资源的总需求。

210. 什么是组织设计？现代企业组织设计应坚持哪些原则？

组织设计主要是指组织结构的设计，是把组织内的任务、权力和责任进行有效组合协调的活动。组织设计的基本功能是协调组织中人员与任务之间的关系，使组织保持灵活性和适应性，从而有效地实现组织目标。现代企业的组织设计应坚持以下一些原则：

(1)责权利对应的原则：为建立正常的管理工作秩序，应该明确一定岗位、职务应当承担的责任，同时还应该规定其在相应的范围内应具有的指挥和执行权力。这种责任和权力要对应，防止有责无权或权力太小、有权无责或权力太大两种偏差；前一种偏差将影响积极性、主动性，使责任制形同虚设；后一种偏差将助长滥用职权和瞎指挥；责任制的贯彻，还必须同相应的经济利益结合，以调动管理人员尽责用权的积极性；否则，责任制缺乏必要的动力，将无法持久贯彻。

(2)权力制衡的原则：是指权力的运用必须受到一定的监督。对于现代企业来说，权利制衡原则是指必须在组织高层中形成一定的权力制衡机制，并设立专门的监督机构，如公司中的股东大会、监事会，国有企业中的职工代表大会等，对行政领导进行监督。同时，组织中的监督机构，如质量监督、财务监督等部门，应与生产执行部门分开设立，并在监督的同时搞好被监督部门的服务工作。

(3)目标明确化原则：企业组织机构的设置，最终是为企业战略任务和经营目标服务，因此其出发点和归宿点只能是企业的任务和目标。这就要求企业从自身实际出发，按目标设机构、按任务设岗位、按岗位配干部，而不能因人设事、因职找事。衡量企业组织机构是否合理的最终标准只能是：机构是否促进了企业任务目标的实现，而不能取其他评判标准。

(4)统一领导原则：无规矩不成方圆。任何组织的任何工作都要有一个统一的领导。统一领导是指无论哪一项工作，一个下属只能接受一个上级主管的命令。也就是说，在确定管理层次时，要让最高层与最低层之间形成一条连续的等级链；任何一级只能有一个人负责，正职领导副职，下级组织只接受一个上级组织的命令和指挥；下级只能向直接上级请示工作，不能越级请示工作；上级也不能越级指挥下级，应维护下级组织的领导权威；职能管理部门也只能作为同级直线指挥系统的参谋，但不能对下属直线领导进行直接指挥。

(5)专业分工和协作的原则:分工和协作是现代化大生产的客观要求。现代企业的生产经营,由于专业性强、工作量大,应分别设置不同的专业部门,以提高质量和效率。同时,由于各项专业活动之间有紧密的联系,有分工还需要协作配合好,因而要在坚持专业分工的基础上采取正确措施,创造协作环境,加强横向协调,以发挥整体的最佳效益。

(6)精简原则:要求组织机构、人员和管理层次在保证功能有效的前提下,尽量减少办事程序及层次,努力使每个成员都能满负荷、高质量地工作,从而最大化地提高组织整体工作效率。

(7)稳定性与适应性相结合的原则:任何组织都要求有一定的稳定性,只有这样,才能保证组织内的正常运转。通常来说,管理机构是组织实现经营目标的工具,随着组织内外环境的不断变化,组织的经营目标肯定要做适当的调整,只有这样,才能保持对内外环境的适应性。作为现代企业的管理者,就是要把组织的稳定性和适应性很好地结合起来,只有这样,才能确保组织目标的顺利实现。

211. 影响现代企业组织设计的因素有哪些?

组织设计是企业管理的灵魂。影响现代企业组织设计的因素主要有以下几点:

(1)组织战略:组织是实现组织战略的重要工具,不同的战略要求有不同的组织结构与之相适应。

(2)组织内外部环境因素:主要包括行业的特点、人力资源条件、市场特点、政府相关法律法规、经济形势等。一般来说,在比较稳定的环境条件下,行业或部门的组织设计可以采用比较稳定的机械结构;在组织内外环境相对波动的情况下,行业或部门的组织设计应采用较有适应性和较有弹性的有机结构。

(3)技术条件:不仅指组织的硬件设备条件,同时也包括组织员工的技术知识和技能。这种知识和技能不仅只是生产方面的知识和技能,更重要的是管理业务方面的知识和技能;技术条件对组织设计有着非常广泛的影响。

(4)人员素质:组织通常都会因事设职,而不是因人设事。但是,任何组织都应该从组织的实际情况出发,要考虑到组织近期招收的人员的实际情况以及员工的实际培训情况。员工的素质主要包括员工的思想观念、价值观、自动自发意识、管理技能、业务知识、工作作风、工作经验等,人员素质会对组织设计中的分工形式、人员编定等方面产生影响。

(5)组织规模:通常,规模较大的企业,员工人数较多,内部分工也较细,专业化水平也较高,组织设立的相应的管理层次也就越多,组织设计的难度就越大。

(6)组织文化:是组织在长期的共同工作和生活中形成的共同的价值观和行为规范,组织文化具有激励人和凝聚人的作用。良好的组织文化能够为组织的快速发展提供巨大的动力,但良好的组织文化的形成也要有组织结构的配合。

212. 什么是职务分析?

目前国际上的理论习惯是把职务分析与工作分析等同起来。关于职务分析,不同的

学者有不同的见解。

日本学者村中兼松认为，所谓职务分析包括两个方面，一是分析者对确定的目标职务进行仔细观察；二是为适应录用、配备、工资、晋升、教育、培训等需要，基于观察对于该职务的性质等进行全面分析，并建立信息库。

E·J·麦克考密克认为，职务分析或称为职务与任务分析是研究人的工作，涉及与职务有关的信息收集、评估与记录。

加里·德斯勒认为，工作分析是组织确定某一工作的任务、性质，以及什么样的人员可以胜任这一工作，并提供与工作本身要求有关的信息的一道程序。

亚瑟·W·小舍曼等认为，工作分析是遵循一系列事先确定的步骤、进行一系列的工作调查来收集工作岗位信息，以确定工作的责任、任务或活动的过程。

雷蒙德·A·诺伊等认为，工作分析是指获取与工作有关的详细信息的工程。R·韦恩·蒙迪等认为，工作分析是确定完成各项工作所需技能、责任和知识的系统过程。罗伯特·L·马希斯认为，工作分析又叫职务分析，它是一种系统地收集、分析和职务有关的各种信息的方法。

所谓的职务分析，是指研究职务调查、职务分析、职务评价和职务分级等活动的总称。即职务分析是以组织各类员工的工作之职务为研究对象，采用科学的方法，通过系统职务调查和职务分析，编制工作说明书等人事文件，以及对职务的相对价值进行全面的测量和评价，为组织人员的招聘、考评晋升和调配等人力资源管理活动提供客观依据的过程。

213. 现代企业的职务分析包含哪些基本概念？

现代企业职务分析的基本概念有：

(1)职位：职位是组织体系中的一个元素，是职务平台上的一个岗位，是一定时期内，组织要求个体一项或多项相互联系的职责的总称。比如编辑部主任，同时担负编辑部的人事调配、选题把关、审稿、日常行政事务处理等多项职责。一般来说，职位与个体是一一对应的，有多少职位就有多少人，两者数量相等。

(2)职责：即职务与责任的统一，职责是员工根据劳动分工的要求，在职责范围内应尽的义务从时间上、空间上所做出的限定。例如某一编辑部主任有多项工作职责，其职责之一是定期对编辑部员工进行培训。这一职责则由若干任务组成：设计培训内容，编写培训资料，选择培训方法，具体培训，培训结果总结等。

(3)职务：又称为工作、职位等。它是组织体系中的一个基本因素，是任职者得以完成工作任务的一个平台，是任职者为实现组织的经营目标所必须完成的若干具体活动事项或若干相似职责、任务、责任的组合。在具体实践过程中，职务、职位、工作是相互区别的，工作应该是员工在其本职工作岗位上为实现组织经营目标所要完成的各种具体任务和进行的全部具体活动。

(4)职业：是在不同组织、不同时间从事相似活动的系列工作的总称。例如，工程师、经理人员、教师、医生等。工作和职业的主要区别是范围不同，工作的概念范围较窄，一般限于组织内；而职业的概念就比较宽泛，往往指跨组织的。

(5)职业生涯:是一个人在其人生的工作生活中所经历的一系列职位、工作、职业等。

(6)职称:是区分学术水平能力和工作成就的标志,具备条件的员工就应当授予相应的职称。职称是一种资格,在通常情况下,资格是由资历和能力所组成的;资历通常与员工参加工作的时间有关,因此以资历为基础的晋升制度会导致组织缺乏发展活力或招致一些员工的不满;现代企业的人力资源管理所涉及的一些人事决策往往根据资历和能力两个方面来共同考核。

(7)职级:指同一职系中职责繁简难易程度和所需要的任职资历充分相似的职位的集合。例如,中教一级的语文教师和小教高级的语文教师属于同一职级。

(8)职系:又称职种,职系是指工作性质充分相似,但具体职责和所需任职资历不同的所有职位的集合。例如,社会行政、人事行政、财税行政、保险行政等均属于不同职系。每个职系是一个职位升迁的系统。

(9)职组:又叫职群,是工作分类中的一个辅助划分,是指工作性质基本相近的若干职系的集合。例如,人事行政可以并入普通行政职组;财税行政与保险行政可以并入专业行政职组。

(10)职门:指工作性质大体相近的若干职组的集合。例如人事行政、财税行政、保险行政和社会行政都可并入一个行政职门之中。

(11)职等:指不同职系之间,职责繁简难易程度和所需要的任职资历充分相似的职位的集合。例如,不同职系的讲师、工程师、会计师等等。职级的划分在于同一性质工作程度差异的区分,形成职级系列;而职等的划分则是在于寻求不同性质工作之间的差异比较或共同点比较。

(12)职权:指就任务特定职务、在特定的职位上的任职者做决定、指挥他人工作以及发布命令的权利。

(13)工作:有三种基本的含义:泛指体力和脑力劳动活动;专指职业;特指若干项专门任务。在岗位研究中,工作是由一组相近或相似的任务所组成的集合。

(14)工作岗位:指在特定的生产技术组织中,在一定时间内,由一名员工承担完成若干项工作任务,并具有一定的职务和责任、权限,就构成了一个工作岗位。

(15)工作族:指两个或两个以上工作要求相同的员工特质,或执行由工作分析所决定的相互平等的任务而组成的工作集团。如编辑工作和销售工作是两个不同的工作族。

214. 什么是职务调查?现代企业如何进行职务调查?

职务调查是以工作岗位为对象,采用科学规范的调查方法搜集各种与职务有关的信息和资料的过程。其目的是搜集各种有关的数据、信息和资料,以便系统、深入、全面地对组织内的职务进行描述,为组织制定各种人力资源管理文件进行职务分析提供资料,并为改进职务设计提供必要的信息。

现代企业进行职务调查的方法有3种:(1)面谈法,就是调查人员深入基层,与员工面对面了解其岗位的有关情况的一种调查方法;(2)实地观察法是调查者亲自到工作现场进行实地观察和测定的一种调查方法;(3)调查就是利用调查表进行调查的方法(调查表

如下所示)。

职务分析调查表

<table>
<tr><td colspan="2">姓　名</td><td></td><td>性　别</td><td></td><td rowspan="6">照　片</td></tr>
<tr><td colspan="2">出生年月</td><td></td><td>民　族</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">籍　贯</td><td></td><td>婚姻状况</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">参加工作时间</td><td></td><td>工作地点</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">岗位编号</td><td></td><td>工作职务</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">技术职称</td><td></td><td>学术团体</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="6">教育背景</td><td>类　别</td><td>学　位</td><td>毕业时间</td><td colspan="2">主修专业</td></tr>
<tr><td>高中</td><td></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>大专</td><td></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>本科</td><td></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>硕士</td><td></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>博士</td><td></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="6">工作目标</td><td colspan="3">主要工作目标</td><td colspan="2">其他工作目标</td></tr>
<tr><td colspan="3">(1)</td><td colspan="2">(1)</td></tr>
<tr><td colspan="3">(2)</td><td colspan="2">(2)</td></tr>
<tr><td colspan="3">(3)</td><td colspan="2">(3)</td></tr>
<tr><td colspan="3">(4)</td><td colspan="2">(4)</td></tr>
<tr><td colspan="3">(5)</td><td colspan="2">(5)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">工作基本情况</td><td colspan="5">(简单概述你所从事的工作)</td></tr>
<tr><td>备注</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td rowspan="6">工作活动程序</td><td colspan="2">活动名称</td><td>活动程序</td><td colspan="2">活动依据</td></tr>
<tr><td colspan="2">(1)</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">(2)</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">(3)</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">(4)</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">(5)</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="13">工作时间安排</td><td colspan="5">(1)正常工作时间为每日　　时开始至　　时结束。</td></tr>
<tr><td colspan="5">(2)每周加班时间大约为　　小时。</td></tr>
<tr><td colspan="5">(3)每日午休时间大约为　　小时，　　%的情况下可以保证。</td></tr>
<tr><td colspan="5">(4)每周外出时间大约为　　小时,占正常工作时间的　　%。</td></tr>
<tr><td colspan="5">(5)每月出差大约为　　次,每次出差大约为　　天。</td></tr>
<tr><td colspan="5">(6)你所从事的工作是否比较繁忙?(是/否)</td></tr>
<tr><td colspan="5">(7)你在哪个工作时间段比较繁忙?</td></tr>
<tr><td colspan="5">(8)对你出差时使用的交通工具按照使用频率排序为:</td></tr>
<tr><td colspan="5">(9)你是否在业余时间看书?(是/否)</td></tr>
<tr><td colspan="5">(10)你通常都看些什么书?</td></tr>
<tr><td colspan="5">(11)你用在学习上的时间每周大约为　　小时。</td></tr>
<tr><td colspan="5">(12)其他需要补充说明的问题:</td></tr>
<tr><td>备注</td><td colspan="4"></td></tr>
</table>

续表

工作活动内容	名　称	结　果	占全部工作时间百分比(%)	权　限		
				承办	需报审	全权负责

工作基本特征	工作责任心	(1)对自己的工作结果基本不负责任。	
		(2)只对自己的工作结果负责。	
		(3)对整个部门的工作结果负责。	
		(4)对自己的部门和相关部门负责。	
		(5)对整个公司负责。	
	权限	(1)在工作中时常做些小的决定,一般不会影响其他人。	
		(2)在工作中时常做一些决定,对部分人员有影响。	
		(3)在工作中时常做一些决定,对整个部门有影响,但不影响其他部门。	
		(4)在工作中时常做一些比较重大的决定,对自己的部门和相关部门都产生影响。	
		(5)在工作中时常做重大的决定,对整个公司都有重大影响。	
	自由度	(1)有关工作的程序和方法均由上级部门详细规定,遇到问题时需要随时请示上级解决,工作结果需要上报上级审核。	
		(2)分配工作时上级仅仅是指示要点,工作中上级并不随时指导,但遇到困难时可以直接或间接请示上级,工作结果要报上级审核。	
		(3)分配任务时上级只说明要达成的任务或目标,工作的具体方法和程序均由自己决定,工作结果仅接受上级原则审核。	
	工作难易度	(1)完成本职工作的方法和步骤完全相同。	
		(2)完成本职工作的方法和步骤基本相同。	
		(3)完成本职工作的方法和步骤有一半相同。	
		(4)完成本职工作的方法和步骤大部分相同。	
		(5)完成本职工作的方法和步骤完全不同。	
	工作信息	(1)在工作中所接触到的信息为原始的、未经加工处理的信息。	
		(2)在工作中所接触到的信息为经过初步加工的信息。	
		(3)在工作中所接触到的信息为经过高度综合的信息。	
		备注	如出现多种情况,可以简单进行说明。
	工作资料	(1)在工作中经常用事实资料进行判断。	
		(2)在工作中经常用事实资料和背景资料进行判断。	
		(3)在工作中经常用事实资料、背景资料和模糊的相关资料进行判断。	
		(4)在工作中经常用事实资料、背景资料、模糊的相关资料和难以确定是否的相关资料进行判断	
		备注	如出现多种情况,可以简单进行说明。
	工作计划	(1)在工作中没有计划。	
		(2)在工作中需要做一定的计划。	
		(3)在工作中需要做部门计划。	
		(4)在工作中需要做公司整体计划。	
		备注	如出现多种情况,可以简单进行说明。

续表

工作基本特征	个人计划和规划	(1)日计划。	
		(2)周计划。	
		(3)月计划。	
		(4)季度计划。	
		(5)年度计划。	
		(6)长期计划。	
		(7)个人短期规划。	
		(8)个人长期规划。	
	资料机密程度	(1)在工作中所接触的资料属于公开性资料。	
		(2)在工作中所接触的资料属于不可公开性资料。	
		(3)在工作中所接触的资料属于机密资料,仅对中层以上领导公开。	
		(4)在工作中所接触的资料属于公司高度机密,仅对少数高层领导公开。	
		备注	如出现多种情况,可以简单进行说明。
工作失误	经济损失	(1)	
		(2)	
		(3)	
		(4)	
	形象损失	(1)	
		(2)	
		(3)	
		(4)	
	管理损失	(1)	
		(2)	
		(3)	
		(4)	
	其他损失	(1)	
		(2)	
		(3)	
		(4)	
		备注	对损失按照轻、较轻、一般、较重和重具体标明。
	损失影响程度	(1)损失不影响其他人的正常工作。	
		(2)损失只影响本部门内少数人。	
		(3)损失影响整个部门。	
		(4)损失影响到其他部门。	
		(5)损失影响整个公司。	
		备注	

续表

<table>
<tr><td rowspan="11">工作压力</td><td colspan="4">(1)工作中你是否要经常迅速做出决定?
没有　很少　一般　较多　非常多</td></tr>
<tr><td colspan="4">(2)你手头的工作是否经常被打断?
从来没有　很少　偶尔　经常</td></tr>
<tr><td colspan="4">(3)你的工作是否经常需要注意细节?
没有　很少　偶尔　经常</td></tr>
<tr><td colspan="4">(4)你所处理的各项业务彼此是否相关?
完全不相关　很少　一般　较多　完全相关</td></tr>
<tr><td colspan="4">(5)你的工作是否需要精力高度集中,如果是,约占你工作总时间的　%。</td></tr>
<tr><td colspan="4">(6)你的工作是否需要专业知识?
不需要　很少　有一些　很多　非常多</td></tr>
<tr><td colspan="4">(7)你在工作中是否存在不舒服的感觉?
没有　很少　偶尔　经常</td></tr>
<tr><td colspan="4">(8)你的工作是否具有创造性?
没有　很少　有一些　很多　非常多</td></tr>
<tr><td colspan="4">(9)你的工作是否有压力?
没有　很少　有一些　压力很大</td></tr>
<tr><td>备注</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="20">任职资格</td><td rowspan="11">需要准备的文字资料</td><td>名　称</td><td>等　级</td><td>频　率</td></tr>
<tr><td>(1)通知、便条</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(2)简报</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(3)信函</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(4)工作报告</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(5)总结</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(6)公司文件</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(7)研究报告</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(8)合同文书</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(9)法律法规文件</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>(10)其他</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="6">学历要求</td><td colspan="2">(1)初中</td><td rowspan="6">备注:</td></tr>
<tr><td colspan="2">(2)高中或中专</td></tr>
<tr><td colspan="2">(3)职专或大专</td></tr>
<tr><td colspan="2">(4)本科</td></tr>
<tr><td colspan="2">(5)硕士</td></tr>
<tr><td colspan="2">(6)博士</td></tr>
<tr><td rowspan="4">相关培训</td><td>培训科目</td><td>培训内容</td><td>培训时间</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

续表

<table>
<tr><td rowspan="18">任职资格</td><td rowspan="5">工作经历</td><td colspan="2">所在单位</td><td colspan="2">时　间</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="5">工作中遇到的困难</td><td colspan="2"></td><td rowspan="5">解决困难的方式</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="14">其他能力要求</td><td>名　称</td><td>等　级</td><td colspan="2">需求程度</td></tr>
<tr><td>(1)领导能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(2)指挥能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(3)协调能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(4)沟通能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(5)创新能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(6)授权能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(7)计划能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(8)管理能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(9)组织能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(10)激励能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(11)表达能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(12)公关能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(13)宣传能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(14)写作能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(15)判断能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(16)谈判能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(17)信息管理能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(18)实施能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(19)资源分配能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(20)说服能力</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>(21)其他</td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>备注</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td rowspan="6">任职资格要求</td><td colspan="2">知识内容</td><td>等　级</td><td>需求程度</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td></td></tr>
</table>

续表

考核建议	考核的角度	考核的标准
	你认为你从事的工作哪些不合理,哪些需要改进,应如何改进?	
备注	你还有哪些问题需要进一步说明?	
	直接上级确认符合事实后签字: 签章:	
	如不符合事实,请说明。	

215. 什么是工作描述?

工作描述,又叫职务描述或工作说明,即描述职务工作的内容是什么,包括其物质特点、环境特点、行动特点等。具体包括职务名称、职衔、义务、责任、组织位置(职位、岗位);工作任务名称、活动、程序;工作条件与环境;聘用条件等。

以下是一份工作描述范例,仅供参考。

工作名称:公司贷款助理	部　　门:公司贷款部
工作代号:	科　　室:信贷一科
在 职 者:	工作地点:公司总部
	时间:1998年12月
工作关系	
上级:公司会计主管A先生、B女士;	下属:无;
内部联系:公司信贷部的C、D、E、F等其他员工;	外部联系:主要银行客户
工作主要职责	
帮助公司进行商务账单管理,保持与本公司有利益关系的公司的合作关系	
工作内容	
A.信用分析(每周):在信贷主管的指导下,分析客户公司的历史、在行业中的地位、现在的状况、会计程序、贷款需求;考察信用报告;为潜在的贷款者推荐贷款方案;考察或总结现有贷款者的绩效;准备且跟踪信用往来与报表以及合法的贷款协议清单。 B.业务(每周):帮助客户处理贷款问题与需求;出具客户有效需求的信用信息;根据公司资产负债情况分析账面利润;给各个客户贷款;指导公司贷款票据部门的基金收支、贷款签订过程;纠正内部偏差。 C.贷款文件(每周):起草所需的贷款文件;帮助客户完成贷款文件;在贷款工作结束后立即对照贷款文件检查贷款的完成情况。	

续表

D.报告/信息系统(每周):准备信用报表;描述和分析与客户的关系和信贷协议的条款;为信息输入信息系统做准备;检查信用报表的准确性。

E.客户/内部关系(每周):熟悉客户的产品、生产能力与行业,与客户建立深层次的关系;与客户及其他银行经常保持联系,以求获得与贷款相关的信息;解答客户的问题;准备关于客户及未来与之沟通和合作的报告;对影响客户及未来的重大事件编写备忘录。

F.辅助主管(每月):帮助特定的主管进行信用信息支持,密切客户关系;监督账目,检查和保管信用文件;在贷款过程中协调票据在各部门中的流动;在主管不在时处理客户问题与需求。

G.辅助科室(每月):总结银行在行业中的经济活动;跟踪行业与地区的发展;帮助科室经理规划科室近期和未来的经营活动;面试贷款助理的求职者;在主管不在时,代理主管行使职权。

工作条件与环境

75%以上的时间在室内工作,不受气候影响;工作场地温度与湿度适中,无噪声,无有害气体,无危及生命及其他伤害危险;一般无外出要求,只有在信贷调查时才外出;因工作需要配备一台计算机、一部电话及其他办公用具,个人无独立的办公室。

聘用条件

每周工作 35 小时,每天 7 小时。因工作需要而加班,一天加班时数一般不超过 2 小时,每周不超过 4 小时,非节假日加班其加班工资按加班时数 × 平均小时工资数 × 2 计算,节假日加班其加班工资按加班时数 × 平均小时工资数 × 4 计算。法定节日放假,每年有带薪休假(详见《员工手册》)。每月月薪 4500 美元。该工作的试用期为 3 个月,试用期间,若因个人业绩达不到规定标准或严重违反公司纪律等因素,公司有权在不提前通知的情况下予以解雇,个人也可以直接向公司提出辞职。试用合格即可与公司签订正式录用合同。员工在被正式录用后,公司因经营不善,或因员工个人因素需解雇员工时,公司必须提前一个月向个人宣布解雇决定,且公司需向个人补贴生活费用,补贴金额为:员工在公司工作的周年数 × 该员工解雇决定宣布当月的工资总额,员工工作不满一年者补贴该员工解雇决定宣布当月的工资总额的 2 倍。员工被正式录用后,个人向公司提出辞职时,需提前一个月(重要岗位需 2 个月)向公司提出辞职申请,获得公司批准后,方可离开公司,此时员工可获得补贴金额为:员工在公司工作的周年数 × 该员工解雇决定宣布当月的工资总额,员工工作不满一年者补贴为该员工解雇决定宣布当月的工资总额的 2 倍;若不提前向公司提出申请,或未获得公司批准而离开公司,则公司只按员工在公司工作的周年数 × 该员工解雇决定宣布当月的工资总额的 1/2 的标准支付补贴费用,员工工作不满一年者无补贴。员工在公司工作期间,每年按业绩实行奖励,按《员工手册》的规定享受公司一切福利(如各种保险、旅游、住房补贴等)。

晋升与培训机会

本职位为公司最低职位,可能晋升到贷款主管或会计主管;在公司内可获得信贷和会计等知识与技能培训。

216. 什么是职务说明书?

职务说明书是通过职务分析而编制的一项关于工作任务与职责的信息文件。主要是用来说明从事/胜任该职务的人员必须具备的素质条件及行为规范。

以下是一份职务说明书范例,仅供参考。

职务说明书与职务规范

职　称:人力资源助理 部　门:人力资源 呈报人:人力资源经理 起草人:Meann Mandel	职务编号: 公平就业机会委员会所定职务分类:办公室职员 按公平劳动标准所处地位:非免付加班费者

概　要

协助人力资源经理管理和促进员工福利、公司安全计划、政府规定的政策及健康和保健计划;协助经理招聘员工、帮助新员工熟悉工作环境及工作情况、保存员工档案

基本工作职能

(1)协助人力资源方面的各种工作活动,包括准备工作安排、发布招聘广告、进行招聘和面试。安排对公司的现场参观、核实推荐资料、使新员工和实习生熟悉情况(25%)

(2)根据人力资源经理的要求撰写内部和外部往来信函,包括备忘录、员工通知和书信(20%)

(3)从事使全面安全管理计划和职业安全与健康管理局的规定相符合的协调工作,包括主持常规的安全委员会会议,对日常遵守规定情况进行现场监督、组织全组织内员工安全培训(20%)

(4)管理员工福利,包括储备、退休、因公伤残补偿、健康,回答员工的问题和调查索赔问题(20%)

(5)准备解雇员工所需文字工作,包括退休金结算、储备退发,统一综合财务调节法案规定的福利,最后工时计算以及仍欠假期福利费(6%)

(6)通过重新调整员工档案中的资料,使员工的休假病假等假期与实际相一致(5%)

(7)协调指定员工的就业前药物检查和被指定员工的随时性药物检查(4%)

(8)履行管理层分派的其他有关工作

知识、技能和能力

(1)关于公司政策、程序、产品和服务方面的知识

(2)关于人力资源实践工作活动和办事惯例方面的知识

(3)关于就业法律法规方面的知识,如家庭和病假法、职业安全和健康法及其他法律

(4)关于因公伤残补偿索赔管理方面的知识

(5)关于健康保险索赔方面的知识

续表

(6)与该职务相关的基本要求方面的知识 (7)分析思考能力和解决问题方面的技能 (8)解决冲突的手段与措施方面的技能 (9)书面与口头交流的能力 (10)以谦恭有礼和专业的举止与同事和各种与工作有关的人进行交往的能力
教育程度与工作经历要求 管理专业和相关领域大专毕业或同等学历,两年以上人力资源管理工作实践或同等经历
体格要求 0%~24% 24%~49% 50%~74% 75%~100% 视力:(必须能够看清计算机屏幕、数据报告和其他文件) × 听力:(必须能够足以与同事、员工和顾客交流,参与各种会议和准备信息) × 站立和行走: × 攀登、俯身、蹲跪: × 举、拉、推: × 用指拨弄、抓弄、触觉:(必须能够写、打字和使用电话) ×
工作条件 正常工作条件,不存在令人讨厌的状态
备注:此处的说明意在描述雇员将要从事工作的一般性质和层面,而不应该理解为是对这类人员的责任、职责和技能的要求之全部。此外,这些说明并非一份就业合同,这些说明的内容是否会有变动,将由雇佣方斟酌决定。

217. 什么是职务设计?现代企业的职务设计主要包括哪些内容?

所谓职务设计是指用来规定某个职位的任务、责任、权力以及在组织中与其他职位之间关系的过程。职务设计与职务分析不同,职务分析是对现有职务的客观描述,而职务设计是对现有职务的改进或对新职务的一种规定。

现代企业职务设计的主要内容包括以下几个方面:

(1)工作内容的设计。组织内员工工作内容的设计是职务设计最重要的因素,它包括:工作程序的自动自发性,即下级或个人具有对工作程序的自主权;工作对象的整体性,即让员工感受到是在完成一项有意义的工作;工作技能的多样性,组织应进行多种不同的活动并充分发挥员工的各种技能,使其潜力得到最大化发挥;工作地位的重要性,组织的

工作要对员工具有很大的吸引力；工作效果的反馈性，工作具有本身反馈和周围人的反馈。工作内容的设计是一个有机联系的整体，要充分考虑各个因素之间的联系性，无论哪个要素受到影响，都会给整个工作内容的设计带来影响。因此，在工作内容设计时要综合考虑，尽量做到全面完整。

(2)工作职能设计。组织的工作职能设计通常包括：工作责任要求，主要指工作任务的分配，工作职责范围以及与其他工作责任之间的关系等；工作权限要求，包括工作本身所具有的权力及其权力的强弱程度等；工作方法，主要指组织内工作系统的控制及领导的工作方法、下级及个人的工作方法等；信息沟通方式，主要有垂直沟通、平行沟通和斜向沟通等多种方式。

(3)工作关系的设计。主要包括两个方面：首先是部门与部门之间关系的设计，具体是指部门间在工作中的地位关系和协作关系两个方面。部门之间的关系主要有隶属关系、平行关系、斜向的职能管理关系等形式；其次是人与人之间的关系，主要包括个人在工作中与他人相互关系和交往的范围，以及能够提供给员工之间建立友谊的机会。

218. 什么是职务评价？现代企业职务评价的指标有哪些？现代企业如何进行职务评价？

职务评价是在职务分析的基础上，按照一定的客观衡量标准，对职务的工作任务、繁简难易程度、责任大小，以及所需要的资格条件等方面进行的系统评价和比较。

职务评价的指标是根据职务评价的要求，对影响职务的多种要素指标化。所谓指标是指标名称和指标数量的统一，指标名称通常概括了事物的性质，指标数量通常反映了事物的数量特征。职务评价只有通过对职务的具体分析，将其主要影响因素分解成若干个指标，使职务能够抽象化、定量化，具有一定的可比性，只有这样，才能确保职务评价的准确性与全面性。影响职务评价的指标主要有劳动责任、劳动技能、劳动强度、劳动环境以及社会和心理因素几个方面。

劳动责任是一定职务在生产过程中的责任大小，主要反映职务劳动者智力的付出和心理状态，主要包括质量责任、、产量责任、看管责任、安全责任、消耗责任和管理责任。

劳动技能是指职务在生产过程中对劳动者技术素质方面的要求，劳动技能主要包括技术知识要求、操作的复杂程度、看管和维护设备的复杂程度、质量和品种的难易程度以及处理预防事故的复杂程度。

劳动强度主要包括体力劳动强度、工时利用率、劳动姿势、劳动紧张程度和工作班制。

劳动环境是指本职务的劳动卫生状况，主要是本职务中的有害因素对劳动者健康的影响程度。劳动环境主要包括高温危害程度、辐射危害程度、粉尘危害程度、噪音危害程度以及其他有害因素的危害程度。

社会、心理因素是指劳动者在社会中所处的地位和人与人之间的关系对劳动者在心理上的影响程度。

现代企业的职务评价是一个系统的过程，其中的每一个因素、每一个步骤都有其特定的作用，不能随意省略。现代企业的职务评价一般需要按照以下步骤进行：

(1)按工作的性质,结合组织的经营目标,将整个组织的全部职务划分为若干大类。

(2)收集相关职务方面的信息。信息的收集要求全面,既要有过去的,也要有现在的;既要有文字材料,也要有其他方面的资料。

(3)设立专门的组织并培训相关人员,让专门人员系统掌握职务评价的基本理论和具体实施办法。

(4)制定具体的工作计划,并进一步确定实施方案。

(5)在充分收集资料的基础上,找出与岗位有直接联系、密切相关的各种重要因素。

(6)规定统一的衡量标准,并设计相应的问卷。

(7)要对重点职务进行试点工作,以确保能够总结经验,及时发现并解决问题。

(8)全面实施,包括职务测定、资料整理、汇总和数据处理等。

(9)撰写相应的职务评价报告。

(10)对职务评价工作进行全面总结。

219. 现代企业员工招聘应该坚持哪些原则?

现代企业员工招聘应该坚持以下原则:

(1)双向选择原则:是目前劳动力市场上人员招聘的通行原则。即用人单位根据自身发展和岗位的要求自主地挑选员工,劳动者根据自身能力和意愿,结合劳动力市场供求状况自主选择职业,即企业自主选人,劳动者自主择业。招聘中的双向选择原则,一方面能使企业不断提高效益、改善自身形象、增强自身吸引力;另一方面,还能使劳动者为了获得理想的职业,努力提高自身的知识水平和专业素质,在招聘竞争中取胜。

(2)效率优先原则:效率优先是市场经济条件下一切经济活动的内在准则。效率高的一方能在激烈的市场竞争中赢得主动权,人员招聘工作也不例外。效率优先在招聘中的体现就是根据不同的招聘要求,灵活选用适当的招聘形式和方法,在保证招聘质量的基础上,尽可能降低招聘成本。不管企业采用何种方法招聘员工都是要支付费用的,这就是雇用成本,主要包括招聘广告的费用,对应聘者进行审查、评价和考核的费用等;一个好的招聘系统,能够保证企业用最少的雇用成本获得适合职位要求的最佳人选;或者说,以尽可能低的招聘成本录用到同样素质的人员,即体现效率优先原则。

(3)发展潜力原则:即组织所招聘的员工,不仅要看其综合素质与现时职位的符合程度,更重要的是要重视其具备的可持续发展、可开发的潜力。

(4)确保质量原则:一般来说,选聘人员时应尽量选择素质高、质量好的人才,但也不能一味地强调高水平,而应当是人尽其才、用其所长,并保证整个企业人力资源结构的合理化;企业招聘到最优的人才并不是最终的目的,而只是手段,最终的目的是每个岗位上的人员都是最合适的,达到企业整体效益的最优化。在选聘人员时,要做到确保用人的质量,必须根据企业人力资源规划的用人需求以及工作分析得出的任职资格要求,运用科学的招聘方法和程序开展招聘工作,并坚持能位相配和群体相容的原则。简单地说,就是要根据企业中各个岗位职务的性质选聘相关的人员,而且要求员工队伍内部保持最高的相容度,使群体成员之间心理素质差异得以互补,形成群体优势。

(5)按需招聘的原则:指招聘一定要根据组织工作的实际需要和组织未来的实际需要制定招聘政策。

(6)重点招聘原则:在组织人员的招聘过程中,要坚决贯彻20/80法则,要尽量招聘属于20%的重点人才。

(7)公平公正原则:人员招聘必须遵循国家的法律、法规和政策,面向全社会公开招聘条件;必须对应聘者进行全面考核,公开考核结果;应该根据考核结果择优录用。这种公平公正的原则是保证企业招聘到高素质人员和实现招聘活动高效率的基础,是招聘的一项基本原则。在招聘过程中,不公正的情况是很容易出现的,比如,不能对应聘者一视同仁,甚至对不合格人员给予照顾,而歧视某类人员等。这种违反公平公正原则的做法,有的是以公开的歧视表现出来的,如男性35岁以下人员可以应聘;有的则以隐蔽的形式加以表现,如不公开拒聘女性,但实际上使女性成为男性的"陪考"。

总之,在人员招聘过程中,要努力做到公正,不仅要清除偏见,掌握所需的完整、真实的信息,还必须知法守法,避免一切与国家有关法规相抵触的活动。比如我国《劳动法》明确规定,劳动者就业不能因民族、种族、性别、宗教信仰不同而受到歧视,如果企业对此法规熟视无睹,不仅会影响招聘人员的素质和工作绩效,而且还会严重损害企业的形象,最终给企业带来不可避免的损失。

220. 内部招聘有什么意义?现代企业如何进行内部招聘?

很多企业在招聘时往往只会把眼光放在外部招聘上,而很少从企业内部挖掘潜力。而事实上,企业内部本身也是很重要的候选人来源。内部资源主要包括企业现在的员工、员工的朋友、以前的员工和以前的应聘者。企业充分利用内部招聘的好处在于:首先,内部招聘降低了招聘成本。从内部招聘节约了外部招聘所需的大量广告费、招聘人员的餐旅费以及招聘机构代理费等直接开支,还节约了新员工的上岗培训费和其熟悉企业的花费等间接开支。其次,内部招聘的员工更加可靠,由于内部员工熟悉组织文化,了解组织目标,他们更容易适应新职位、热爱新职位,从而降低了外部招聘出现的新员工离职的风险。另外,由于管理者对内部员工比较了解,更容易提高他们的管理效能,满足员工需要、稳定内部人才。再次,内部招聘为组织节省了时间,外部招聘的新成员无法像内部员工那样熟悉组织,所以必须花时间对之进行岗前培训和专业技能培训等,还要给他们一定时间了解和适应新环境。内部招聘可以节省这些时间成本。最后,内部招聘有利于激励员工。内部员工能在招聘中获得新的发展机会,使他们坚信忠诚和出色的工作会得到晋升的激励,加强了他们的工作积极性和对企业的忠诚。这样还可以避免因新员工和内部员工有冲突而导致内部员工产生抵触情绪等现象,有利于内部员工的职业发展和组织的协调运作。

对现代企业来说,内部招聘也不失为一个好的招聘途径。现代企业的内部招聘可以通过以下方法来实现。

内部公开招聘是组织内通过广播、公告栏或口头传达等方式让全体员工了解现有的职务空缺、需要人数及申请人资格限制等信息,鼓励员工积极应聘,争取更好的工作机会的方法。这种方法激发了员工的主动性和自我发掘的能力,有利于组织内劳动力的有效

利用，是内部招聘的主要方法。因此，企业必须注意在信息的公布、选拔程序的制定、申请人资格的限定以及选拔人员的挑选上要遵循公平、公正原则，保证内部招聘渠道的畅通。

内部员工推荐是指员工在了解了组织的人力资源需求后，向组织推荐其熟悉的内部或外部人员，供用人部门进行筛选的方法。由于员工对工作需求和职位资格限制有充分的了解，所以其推荐的人员实际已通过了初步筛选，提高了组织招聘收益。另外，由于受到内部员工的压力，这类被推荐者不会轻易离职，他们的个人经历、背景信息也更加可靠。

另一个内部招聘的方法是利用人事档案中与技术有关的信息。企业要建立一个正规的技能数据库以集合人力资源方面的所有信息。组织内员工的任何能测量的数据都应放进技能数据库。这个数据库详细而系统地记录了每个员工的个人资料，包括历史资料和个人技能等等，它将组织人力资源信息作了最大限度的量化处理，保证每一个具备资格的员工都能得到充分考虑；而且，出现突发性的人员短缺时，企业通过技能数据库能快速地在内部员工中挑选可能的任职者来填补空缺，节约了时间，提高了人力资源管理效率。但是这个系统的建立、维护和使用都要花费大量的时间和费用，成本较高。目前，只有少数大企业拥有这样的数据库，规模小、人员少的小企业通常没有必要建立这样复杂的技能数据库。

221. 现代企业进行内部招聘必须坚持哪些原则？

现代企业进行内部招聘必须坚持以下原则：

(1)高层决策的原则：内部招聘政策一般要由管理高层来决定，一般是董事会决定招聘高级经理人员，总经理决定招聘其下属管理人员。

(2)管理者优先原则：内部招聘必须坚持管理者优先原则。一般来说，进行内部招聘一般适用于招聘管理者；相对来说，对于普通员工的招聘，基本不采用内部招聘的方法。

(3)合理竞争原则：企业的内部招聘，其实质是一种企业内部的合理竞争。企业应该为各类人才的公平竞争创造必要的平台，只有这样，才能真正加强组织内部的活力，提高工作效率。

(4)适用原则：一般来说，通过内部招聘的人员由于在本企业工作多年，对组织的经营目标、经营策略、长远发展规划都比较了解，因此他们更容易安心本职工作。

(5)坚持标准的原则。进行内部招聘时，一定要严格把关，也就是说一定要按照原则办事，要在公平公正的基础上选择德才兼备的人才。

222. 现代企业外部招聘应坚持哪些原则？

(1)要坚决按市场原则办事：人员的招聘要坚决按照人力资源规划的标准去执行，不能随意提高或降低标准，要完全按照企业的实际需要进行招聘。

(2)招聘工作要重点突出：通常来说，企业通过外部招聘的一般都是企业急需的专业性人才、高科技人才、具有很大发展潜力的青年员工、急需填补的关键职位的人才以及适

应时代发展的战略性人才等。

(3)要强调企业的战略性需要——形成以人为本的核心竞争力团体:这主要是指招聘合适的高级管理人才,满足企业不断创新的需要;招聘高级的技术人才,以满足不断开发新产品的需要;招聘市场营销的高级人才,满足不断拓展市场的需要;招聘特殊技能的人才,满足组织巩固实力的需要。

(4)新颖独特的招聘方案:招聘政策要有利于吸引各类优秀的人才,并要保证费用控制在招聘费用预算之内。招聘方案的制定要科学、规范,既要能够为企业吸引到优秀的人才,也要为企业的成本预算考虑。

223. 现代企业如何选择招聘渠道并发布招聘信息?

现代企业进行招聘时招聘的主要渠道有员工推荐、人才交流会、校园招聘、内部招聘、电子网络招聘、广告招聘等。在具体选择时,企业可以根据所需求的人才的数量和质量,灵活多样地选择招聘渠道;但一般来说,从校园中招聘的大多是专业技术人员和管理人员,在就业服务机构或职业介绍所招聘的大多是办事员或操作工人;通过广告招聘的大多是综合性人才。

企业一旦决定招聘后,就应该迅速发布招聘信息。对于广告媒体的选择,企业必须根据自身情况灵活选择。一般可采用的广告媒体主要有报纸、杂志、电视广播、网站、印刷品等等。在选择这些媒体时,企业必须如实考虑如下因素:

(1)企业注重的是广告能吸引到哪些人,而不是多少人。企业要对潜在的应聘者群体有清醒的认识。选择的媒体要能将招聘信息有效地传播给目标群体。盲目地扩大应聘者范围,会给企业进行人员筛选带来很大的压力。例如,一份《会计之友》杂志可能比《经济日报》的读者要少很多,但对于想要招聘会计人员的企业来讲,《会计之友》能为企业吸引到更符合要求的潜在应聘者。

(2)注意所要选择的媒体上类似的招聘广告数量和内容。求职者总希望在同一个媒体上找到比较多的适合自己的职位,便于选择比较。如果这个媒体根本没有或只有很少招聘广告,那就要慎重考虑是否选择它。同样,如果某份刊物上的招聘广告中大多面对一些初级职位,那对于想要寻觅高级经理的企业来说,这一刊物就显得不合适了。

(3)要充分发挥广告涉及面广泛的优点。在资金允许的情况下,企业可以考虑同时利用多种媒体进行招聘,以便全面地传播招聘信息。例如,目前新一代的人才与网络日渐密切,却越来越忽视传统的书报。鉴于这一现象,企业可以"双管齐下",同时刊登报纸和网络广告,以此形成互补之势,捕捉漏网的人才。

(4)网站广告的魅力不可忽视。作为一个新兴的媒体,网络已经成为我们生活不可缺少的一部分,其受众远比传统的报纸、广播广告的受众层次要高。大量的在校学生和新一代知识人才都青睐网络带来的庞大信息。对于希望招聘高素质人才,尤其是专业IT人才的企业来说,网站广告的这一方式将带来无限的惊喜。随着科技的进步,这一方式将会逐步完善。

下表几种广告媒体的优缺点比较,仅供参考。

几种广告媒体的优缺点比较

媒体	优　　点	缺　　点	何时使用合适
报纸	标题短小精炼，大小可灵活掌握，发行集中于某一特定的地域，各种栏目编排，便于积极的求职者查找	容易被未来可能的求职者所忽视，集中的招聘广告容易导致招聘竞争的出现，发行对象无特定性，企业不得不为大量无用的读者付费，印刷质量一般较差	当你想将招聘限定于某一地区时，当可能的求职者大量集中于某地，并翻看报纸，希望被雇佣时
杂志	利于到达特定职业群体手中，大小富有灵活性，印刷质量比较好，编辑声誉较高，求职者便于保存	发行地域太广，因此，在希望将招聘限定在某一特定区域时通常不能使用，预约性较长	当招聘的人员较为专业时；当时间、地点限制不太重要时；当与其他正在进行的招聘计划有关联时
广播电视	不容易被观众忽视，比报纸和杂志更让那些不很积极的求职者了解招聘信息，可将求职者来源限定在某一地域，极富灵活性，更有效地渲染雇佣气氛，较少引发招聘竞争	只能传递简短的、不复杂的信息，缺少持久性，求职者不能回头再了解，需要重复播放才可给人留下印象；商业设计和制作耗费时间多，且成本高，缺乏特定的兴趣选择，为无用的广告接受者付费	当处于竞争情况下，没有足够的求职者看印刷广告时；当职位空缺有许多种，求职者又集中于某一特定地区时；当需要迅速扩大影响时；当在短期内足以对某一地区展开“闪电式轰炸”时；用于引起求职者对印刷广告注意时
招聘现场宣传	在求职者可能采取某种立即行动的时候，引起他们对企业雇佣的兴趣，极富灵活性	作用有限，要使此种措施见效，首先必须保证求职者能到现场来	在一些特殊场合，如为劳动者就业服务的交流会、招聘会或会场布置的海报、标语、旗帜、视听设备等；当求职者访问某一工作时，向其散发招聘宣传资料

224. 现代企业人才选拔应该坚持哪些原则？

人才选拔是企业管理的重中之重，现代企业的人才选拔必须坚持以下原则：

(1)竞争原则：即把人才招聘与选拔和创造竞争优势联系起来。招聘与选拔活动要做到：制定正确的招聘与选拔战略，如纽约“零钱储蓄银行”专门建立电话系统，以利求职者通过电话了解职位空缺情况；可以降低成本、保持或提高工作效率；吸引、选拔和造就有高度竞争能力的人才，坚持在选人用人的各个环节采取较长时间、多方面、多方法优胜劣汰的竞争机制，而且坚持公开、公正、公平的竞争原则和末尾淘汰与首位晋升相结合的原则(如中银国际控股有限公司就实行年均5%的末尾淘汰与首位晋升制度)；确保选拔、留住、晋升优秀人才。

(2)严爱相济原则：试用者在使用期间，管理者必须为其制定工作标准与绩效目标，进行必要的考核。考核可以多角度进行：能力的提高、工作成绩、行为模式及行为模式的改

进等。对于试用员工应给予更多的帮助，尽可能帮助他们解决工作、生活中的问题，使他们能够真实地发挥自身的水平。

(3)市场原则：所谓市场原则是指企业的人才选拔要充分注意人才的市场价值、市场行情、竞争态势、流动方向等，把人才放在大市场中去衡量、比较。对于进入人才市场的人才，要注意其竞争性——人才各自具有其素质、能力、成绩、整体价值等一方面或几方面明显的竞争优势；平等性——人才在市场上，其市场地位、竞争机会是平等的；层次性——市场上的人才具有不同的(素质、年龄、资格等)层次；自主性——人才在市场上具有独立自主地选择单位、岗位、待遇、工作的权力，自己定位，自担风险；有序性——人才和用人单位都要遵守有关的法律与法律程序、聘用程序、市场秩序、管理制度等；开放性——人才市场的人才可以不受岗位、部门、地区、行业限制、自由流动；多样性——人才类型、人才来源、人才期望、聘用方式等是多种多样的；风险性——由于信息不对称，市场上的人才包含着一定的风险。因此，用人企业要有高度的人才争夺意识，对于有可能进入企业的一流人才要采取特殊选拔原则，力争赢得最合适的人才。

(4)分类选拔原则：就是按照不同职位、不同层次对试用人员进行选拔。如选拔有发展潜力的高级经理，他们应该有能力在5年内晋升到最高管理层；有潜力的年轻经理能够在3~5年内有能力担负更大的责任；新毕业的大学生通过培训、实践锻炼能够在3年内实现回报达到或超过其招聘与开发投资成本的50%。

(5)激励原则：即着重考察人才已经或正在取得的成就及其获得成就的经历。如此，一可定量比较；二带有综合性，不至于偏重某一方面；三是有说服力，如日本尤其重视近10年的工作成果和潜力，对实绩，也不仅看营业额和利润，而且提出“经济增值”(EVA：把运营利润扣除税收和投入资本成本的值)新观念。美林投资公司选拔总裁时就要求两大优势条件：在本公司各部门都任过职的广泛阅历；在零售经纪人部门当过领导人的经历。

(6)适需原则：主要是指按本企业的实际需要(现实的、未来的)和可能创造的适合人才成长的环境条件选聘、选拔人才(防止人才进入即被窒息)。经过认真的面试、测量、实验、试用，使其能适其任、德适其位，既不大材小用，也不小材大用；不使用非人才，特别要防止任用会扼杀其他优秀人才的人；防止引进不适合本企业的人才，以免诱杀人才；防止把人才提拔到本人不能发挥作用的岗位。一方面，根据实际需要与职位空缺(分实缺与在职不上班或不能整工作日上班的虚缺两种情况)，编制人才结构，调整劳动生产率、超额工作时间、同业人才竞争、新技术与新工作方式等等。另一方面，适需原则不追求全面优秀。如德国公司一般都避免采用28岁以下不具备实际工作年资的经济学家(或经济学本科生、研究生)直接参加工作。其毕业论文题目或实际活动内容符合公司要求，是录用的决定因素，而毕业成绩对录用决定不产生显著影响；但掌握相邻专业，会外语，外国高校毕业，善于用电子计算机系统进行数字处理的人可增加被录用的机会。即重视创造才能、组织能力、坚定性、热爱劳动等；选拔制度规定，选拔程序、过程、方法，要适合企业自己的特点、需要和应聘者的偏好，要有个性化或量身打造。

(7)双向原则：是指企业有选择员工的权力，员工也有选择组织的自由，员工可以对组织的部门、岗位等进行选择。在双向选择的前提条件下，企业要想在竞争激烈的人才市场上能够占有一席之地，就应该积极创造能够吸引人力资源的条件，只有这样，才可能有更

大的选择机会。一般来说,企业能够吸引人才的条件主要包括工作机会的数量与吸引力大小;工资、奖金、福利、提升机会、地理位置、工作条件等吸引力;工作性质、日程、领导者、同事、监督方等方面的吸引力;招聘活动所传达的吸引力等。世界著名的人力资源专家卡尔·纳斯曾说过,所谓人才必须具备9项资本(见下表)。

人才必须具备的9项资本

具体表现	过去表现	现在表现	潜　力	综合评估	备　注
天赋与本领					
智力					
动力					
朋友					
教育					
家庭					
经历					
相貌					
健康					

225. 什么是情景模拟?情景模拟主要包括哪些内容?

情景模拟是指根据被测试者可能走上的工作岗位,编制相应的测试项目,将被测试者安排在逼真的模拟环境中,要求被测试者处理可能出现的各种问题,用多种方法来测验其心理素质和潜在能力的一系列方法。由于情景模拟设计复杂、准备工作时间长、费用比较高,正确度比较高,因此往往在招聘高级主管人员或特殊人才时运用。情景模拟可以是只针对一个被测试者进行,也可以是两个或三个被测试者同时进行。

现代企业最常用的情景模拟就是系统仿真。这是在纸上或在计算机上进行经营管理的操作,被试者可以及时得到反馈信息,以便了解自己的经营效果,最后以企业的经济效益来反映被试者的心理素质和潜在能力的一种方法,也就是把情景模拟的许多可以数量化的内容搬到计算机上来操作;通过系统仿真可以在较短的时间内了解被试者在三到五年中的实际管理业绩;为了发挥系统仿真的长处,避免它的短处,必须精心编制好反馈系统,否则系统仿真的效果就不理想;尽可能计算机化,否则时间太长、工作量太大;事先向被试者提供有关的背景材料,否则被试者无从入手;规定操作时间,根据难度可以安排在1~3小时之内完成;详细编制指导语,使每个被试者都知道系统仿真的基本规则和操作方法。

情景模拟是现代企业普遍采用的一种测试方法,也是比较有效的一种测试方法。情景模拟的主要内容包括:

(1)公文处理:这是情景模拟的一种主要形式,公文一般由文件、备忘录、电话记录、上级指示、调查报告、请示报告等组成。

(2)直接交流:主要包括电话谈话、接待来访者和拜访有关人士三方面。与人谈话可以和公文处理在同一时间内交叉进行,这样更增添了工作情景的真实性。来访者可以有

各种各样的，有来谈生意的，有来推销产品的，也有的可能是来叙旧的，或者是来纠缠的，这些来访者都由主试者扮演。

(3)无领导小组讨论：是指一组被试者开会讨论一个实际经营中存在的问题，讨论前并不指定谁主持会议，在讨论中观察每一个被试者的发言，以便了解被试者心理素质和潜在能力的一种测评方法。在一般情况下，每个小组会有一名被试者以组长的身份出来负责解决这些问题、主持会议，这样这个人的领导能力相对较强。根据每一个被试者在讨论中的表现，可以从以下几个方面进行评价：领导欲望、主动性、说服能力、口头表达能力、自信程度、抵抗压力的能力、经历、人际交往能力等；也可以要求被试者讨论完以后，写一份讨论记录，从中分析被试者的归纳能力、决策能力、分析能力、综合能力、民主意识等。

(4)角色扮演：是要求被试者扮演一个特定的管理角色来处理日常的管理事务，以此来观察被试者的多种表现，以便了解其心理素质和潜在能力。例如，要求被试者扮演一名高级管理人员，由他来向主试者扮演的下级进行指示或者下命令；或者要求被试者扮演一名销售人员，实际地去向零售单位销售产品；或者要求被试者扮演一名车间主任，请他在车间里直接指挥生产。在测评中要强调了解被试者的心理素质，而不要根据他临时的工作意见做出评价，因为临时工作的随机因素很多，不足以反映一个人的真才实学。有时可以由主试者主动给被试者施加压力，如工作时不合作或故意破坏，以了解该被试者的各种心理活动以及反映出来的个性特点。

(5)即席发言：指主试者给被试者出一个题目，让被试者稍作准备后按题目要求进行发言，以便了解其有关的心理素质和潜在能力。即席发言主要了解被试者快速思维反应能力、理解能力、思维的发散性、语言的表达能力、言谈举止、风度气质等方面的心理素质。

226. 什么是心理测试？如何对应聘者进行心理测试？

心理测试是指应用心理学的相关理论与方法，测试应聘者的智力水平、个性特征的一种测试方法。心理测试必须坚持一定的原则，测试者要对被测试者的隐私进行保密，测试内容要严格保密，只能让被测试者同意知道自己情况的人了解；同时，心理测试之前测试者及助手应接受严格的心理训练，要认真设计测试方案、程序，选择合适的测试内容、方法和工具；测试要记分，各个步骤都要有严格的程序，保证对每一个被测试者提供同样的条件。

心理测试主要有笔试、心理试验法和仪器测量法。

笔试是要求被试者根据项目的内容把答案写在纸上，以便了解被试者心理活动的一种方法。笔试在员工招聘中有相当大的作用，它适用面广，费用少，尤其是在大规模的员工招聘中，可以一下把员工的基本活动了解清楚，然后划分出一个基本符合需要的界限；但是，它的结果分析需要较多的人力，有时被试者会投其所好，尤其是在个性测试中显得更加明显。

心理实验法是指通过有目的的严格控制，或者创造一定条件来引起个体某种心理活动的产生，然后进行测量的一种方法。实验法可以分为两种：一种叫实验室实验法，另外一种叫情景实验法。它的优点是比较客观，目的性强，想了解什么心理活动就可以针对性地进行设计，但是它设计困难，费用相对较高。

实验法的做法是:在其他若干变量被妥善控制的情况下,主试者有系统地操纵某一自变量 X,然后观察变量 X 的改变对另一变量 Y 的影响。这里变量 X 通常称为实验变量,而其他被控制的变量称为控制变量,Y 称为因变量。用实验法来测量个体的心理活动,通常应该只有一个实验变量,也就是说只针对某一种心理状态。

仪器测量法是指通过科学的仪器对被试者进行测试,以了解被试者心理活动的一种方法。例如,脑电波仪、皮肤测量仪、动作稳定仪、测谎仪等,都是心理测量的仪器。计算机和其他各种测验结合起来运用,可以使测验更加科学、准确和迅速,但是必须有计算机和相应的测评软件。

227. 什么是个性测试? 如何进行个性测试?

所谓个性是指一个人自身所具有的独特的、稳定的对现实的态度和行为方式。一般来说,个性具有整体性、独特性和稳定性的特点。我们通常意义上所说的个性有两个方面的意义:即外在的自我和内心的自我。事实上,在人的一生中,这两种自我都影响人们的日常工作和生活。外在的自我主要是扮演了一个人的社会角色,内在的自我则往往是人们由于某些原因不能或不愿表现出来的自我。但无论是内在的自我还是外在的自我,都能够通过具体生活情节衬托出来。

测试所说的个性是指一个人比较稳定的心理活动的总和,主要包括:性格、兴趣、人际关系、情感、需要、动机、爱好、气质和价值观等。个性测试只能选择特定的方法测试其个性的某个方面,然后才能考虑其他方面的测试结果。诺伊归纳为 5 个维度(如下表所示)。对于个性测试通常用的方法主要有投射式量表法、自陈式量表法。

个性测试 5 维度

维　度	内　　容
(1)外向型	友善的、好社交的、健谈的、表情丰富的
(2)调整性	情绪稳定的、不沮丧的、安全的、满足的
(3)愉悦性	谦恭的、信任他人的、和善的、宽容的、合作的、仁慈的
(4)责任心	可靠的、有组织的、坚持不懈的、细心周到的、成就导向的
(5)好问性	好奇的、富有想像力的、有艺术敏感性的、宽宏大量的、活泼有趣的

第一,自陈式量表法。操作步骤是:假设只有被测试者自己最了解自己,因此其资料来源主要依靠被测试者提供的关于自己个性的报告。这种方法的优点是操作起来比较简便,而且也容易被测试者所接受,但这种方法容易受个人主观意识所影响,其测试结果往往与事实不相符。

第二,投射式量表法。具体操作步骤是:首先假设人们对外界刺激的反应都是有原因的,并非偶然的,而且这些反应主要取决于人们各自的个性特征。这种方法在具体操作时,主要是利用某种刺激物对被测试者进行刺激,要求被测试者根据刺激物做出联想,以此来判断他们的心理状态、心理动机以及心态等个性特征。

228. 什么是能力测试？如何进行能力测试？

所谓能力测试是一种内在的心理品质，是完成某项活动、解决某个问题所必须具备的条件。一般来说，能力测试主要包括实际的能力和潜在的能力两方面。实际的能力是指现在状态下实际能做的事情、已经具备的知识，如英语水平、计算机水平等；潜在的能力则是指如果有机会参加学习和培训时可能达到的水平，它主要指一种能力的倾向。人才选拔测试主要包括智力测试、能力倾向测试以及操作和运动技能测试等。

(1)智力测试：也就是我们通常所说的智商测试。智商通常分为比率智商和离散智商。比率智商的计算方法是用智力年龄(MA)和实际年龄(CA)之比乘以100，即智商(IQ)=(MA/CA)×100。这种方法主要适用于儿童。在人才选拔中，我们通常采用离散智商法。离散智商法是首先假设在人类总体范围内，人的智力测试分数是按正态分布的。计算时设定平均分为100分，标准差为15。那么一个人的智商就是：IQ = 100 + 15Z；其中Z是指被测试者分数标准化后的分数。Z的计算公式为：Z = (X + Y)/S；其中X指被测试者的分数；Y是指被测试者所在团队的平均得分；S是指被测试者团队得分的标准差。比如说某人得分80分，其所在年龄段平均得分是75分，标准差是5，则此人的标准分数为：Z=(80 - 75)/5 = 1。所以该被测试者的离散智商IQ = 100 + 15 × 1 = 115。根据正态分布表，1个标准差以内的百分比为84%，那就说明此人智商很高，因为只有16%的人比他分数高。下表是韦克斯勒智力量表，这种表是一种比较典型的智力测试方法，在全球范围内都比较流行。其测试步骤是，根据不同的年龄，韦克斯勒设计出了分别适合于成年人、儿童和幼儿几种类型的智力量表，人才测量通常用成人智力量表，下表是韦克斯勒成人智力量表的内容。

韦克斯勒成人智力量表

分测验名称		所预测的内容
言语量表	常识	知识的广度、一般学习能力及对日常事物的认识能力
	背数	注意力和短时记忆能力
	词汇	言语理解能力
	算术	数学推理能力、计算和解决问题的能力
	理解	判断能力和理解能力
	类同	逻辑思维和抽象概括能力
操作量表	填图	视觉记忆、辨认能力、有视觉理解能力
	图片排列	知觉组织能力和对社会情境的理解能力
	积木图	分析综合能力、知觉组织及视动协调能力
	图形拼凑	概括思维能力与知觉组织能力
	数字符号	知觉辨别速度与灵活性

上表中每一项都可以单独计分，其测试的准确度很高。这种测试不仅能够测试出应聘者的综合智力得分，还能够具体展示应聘者各个部分的能力状况，这种测试能够全面了解被测试者的智力状况，对企业人才的选拔非常有利。

(2)能力倾向测试:是测定被测试者从事某种特定工作所具备的潜力及能力的一种心理测试。人才选拔中常见的能力倾向测试主要包括语言理解能力、数字敏感度、逻辑思维能力、空间想像力和综合分析能力等。下表显示了不同的能力组合及与之相匹配的职业类型。

能力与职业的匹配

职　业	体力测试因子
机器操纵者	车床、钻床和工具技巧
机械师	带子和滑轮的安排,传动箱维修,电动机安装和排列,链轮齿咬合
矿工	双手的配合
飞行员	方向舵的控制,方向控制,复杂的指导
行政助理	特别设备上的文字处理,口述,填写
接线生	扮演电话沟通的角色

(3)操作和运动机能测试:主要考察被测试者的爆发力、耐力、灵活性和协调性等,包括手工艺操作的灵活性、反应时间、手指和手臂的运动速度、动态力量、静态力量和身体协调性等。通过测试,就能了解到被测试者的身体状况,从而就可以判断出他们是否具有培训潜质。

229. 如何设置面试提纲?

通常来说,主考官在面试之前都会很好地设计面试提纲,从而确保面试的有效进行。由于个人喜好以及专业知识的不同,不同的主考官设置的面试提纲并不同。一般来说,面试提纲不要求太细太深,但要基本做到面面俱到。下表是一份面试提纲,仅供参考。

面 试 提 纲

姓名　　申请职位
时间控制
工作兴趣 (1)你为什么应聘这份工作? (2)你为什么认为你能胜任这方面工作? (3)你对这方面工作都了解些什么? (4)你是怎样了解我们公司的? (5)你对待遇有什么要求? (6)你为什么希望加入我们这个团队?
目前工作状况 (1)你现在有工作吗? (2)(如果没有工作)你失业多久了? (3)在你失业后,你都做些什么? (4)你对自己当前的状况有何评价? (5)(如果有工作)你为什么想换工作? (6)你对这份工作的兴趣点在哪? (7)如果可能,你可以什么时候来上班?

续表

生活和身体状况 (1)如果上班,你乘坐哪种交通工具到公司,需要多长时间? (2)你在集体生活中有什么特殊要求? (3)你有没有不良嗜好?如果有,会不会影响到他人? (4)你的身体状况怎样?
工作经历 (1)你目前在什么单位工作? (2)主要从事哪些工作? (3)你在目前的单位担任什么职务? (4)你觉得自己的工作业绩情况怎样? (5)你在工作中都有哪些比较深的感受或认识? (6)你在该公司一直从事同一种工作吗? (7)(如果不是)你从事了哪些不同的工作,主要都做了些什么? (8)你最初的工资是多少? (9)你现在的工资是多少? (10)你是怎样评价你的主管或领导的? (11)你为什么考虑离职? (12)为什么选择现在离职?
教育背景 (1)你认为你所接受的教育对你即将从事的工作有什么帮助? (2)简单叙述你受教育的经历? (3)你有没有继续学习的打算? (4)(如果有)你打算什么时候开始? (5)你是不是一直坚持学习?
兴趣及爱好 (1)工作之外你都做些什么? (2)你有没有第二职业? (3)你喜欢什么体育项目? (4)你是不是也参加一些体育项目? (5)你有什么特殊的爱好或兴趣? (6)你有什么特长? (7)(如果有)现在达到了什么程度?
个人问题 (1)你愿意被重新安置工作吗? (2)你愿意出差吗? (3)你出差的时间大致可以确定为多少? (4)你能加夜班吗? (5)你周末能加班吗? (6)你是如何看待加班的?
自我评估 (1)你认为自己最大的优点是什么? (2)你认为你还有哪些不足? (3)你认为你会在本岗位有什么大的贡献? (4)你对组织有什么好的建议或意见?

续表

面谈者印象					
个人特征		差	一般	较好	优
	仪表仪容				
	姿态				
	举止礼貌				
	谈吐				
	与面谈者的协作				
与工作有关部门的特征	与本岗位相关的工作经验				
	与本岗位相关的个人经历				
	与本岗位相关的人际关系				
	与本岗位相关的爱好和特长				
	与本岗位相关的领导经验				
备注					
总体评价		综合得分 面谈者_____ 日期			

230. 面试中常见的错误及克服措施有哪些?

面试中常见的错误及克服措施见下表。

面试过程中常见错误及其克服措施

面试程序	常见错误	克服措施
(1)面试者根据职务要求和求职者信息,形成初步印象	面试主管不知道职务/工作要求和任职员工应具备的资格,即未获得或缺乏求职者信息	面试主管要清楚了解职务说明书和职务的员工类型与资格等完整性、系统性信息
	面试者对于求职者心存偏见、带有光环效应等心理障碍进行面试	面试时要克服偏见;正确理解求职申请表中的有用信息,并注意在面试中证实;要保持一种开放的心态
(2)面对面地向求职者提问题	提出一些与工作无关的问题,如违法的、歧视性的问题	面试主管预先预备一套与聘任职务有关的问题,并确保每一个问题在面试中能够问到
	凡是面试者重复同一个问题,而忽视其他重要问题,或随意地面试	面试者事先要有分工、分别提不同的问题;要减少随意性
(3)求职者回答问题	提问题的方式有利于求职者回答,不利的信息揭示不足	不要在面试之前和面试中把有关正确答案的信息、职务/工作信息、对求职者要求的信息等传递给求职者;提一些求职者难以回答的问题
	面试主管只处于支配、控制地位,忽视双向交流	面试主管要学会当听众,重要问题让求职者表述清楚

续表

面试程序	常见错误	克服措施
(4)面试者处理和解释所获的求职者信息	对于求职者的信息急于得出判断性结论,如求职者说与原来的主管合不来,就认为该人不服从领导	加强探查力度,即可以对求职者的回答深入了解其背景与原因、或多问几个为什么;注意求职者回答过程中的不一致性之处,并进一步了解清楚
	不能全面、综合、整体性地分析,片面强调某一个选择因素	科学设计综合性选择测试标准与指标系统
(5)面试主管对求职者形成面试后的总印象	对于求职者工作资格、素质、能力方面的判断失误;选拔决策受外部因素影响	避免仓促决策和有偏见地搜集信息;要预先设计好评价程序、标准与指标等,并严格按照标准执行
	求职者面试的次序。一般对第一个、最后一个印象深刻,导致偏爱	要面试一个人,评价一个人,避免遗忘;做好面试笔录;要有多位面试者参与决策;最后进行综合比较
(6)面试过程中的其他问题	面试者传递一些不当的非语言信号 主要面试程序、内容对于不同的求职者不同 主管不能区分求职者的差异 背景对比性失误,如当面试的前几个人较差时,会把紧接着面试的一个中等水平者误认为最好 赞成条件最好成绩的求职者填补职务空缺 面试者接受有关培训不足 求职者在面试其间的行为许多不是自然型的、典型的等	面试者应该从求职者立场出发、处理好非语言信号 保持面试程序、内容的公正性 提高面试主管的素质和面试技巧 面试主管注意克服各种心理障碍 认为条件最好的不一定是最合适的任职者 充分培训面试者 学会探查求职者潜在的能力、行为特征

231. 现代企业的人员培训应该坚持哪些原则?

(1)理论联系实际,学用一致的原则。无论任何形式的培训,都必须具有明确的针对性,都需要从实际工作出发,与职位特点密切结合,与培训对象的年龄、知识结构、能力结构、思想状况紧密结合,这样才能收到实效,推动工作水平的提高。为使培训与使用一致,应注意:要全面规划,培训工作是一项长期的、经常性的工作,所以培训工作切忌盲目性和随意性,应根据人员的实际情况,制定短期、中期、长期的培训计划,使人员培训规划与各行业、各部门、各单位的工作妥善地"接轨";要学用一致,培训内容切忌概念化,要从实际出发,根据各类人员的工作性质和素质现状,有针对性地设置培训内容。培训的方法也应学用一致,多采用"案例教学"、"演示教学"等,也可以根据培训内容来选择对口的人员进行培训。

(2)必须坚持因材施教的原则。公司从普通员工到最高决策者,所从事的工作不同,创造的绩效不同,能力和应当达到的工作标准也不相同。所以,员工培训工作应充分考虑

他们各自的特点，做到因材施教。也就是说，要针对员工的不同文化水平、不同的职务、不同要求以及其他差异，区别对待。企业员工在生产经营活动中所应具备的能力应是各有侧重的。在多种能力构成的结构中，不同的人构成的能力要求应各有不同。比如，对一线人员来说，技术能力应该是其能力结构中最主要的组成部分，公司最高领导层是决定公司命运的关键人物，要具有较强的管理、商业、财务、会计等方面的能力，培训应该从提高其决策能力和战略眼光入手，通过各种有效的培训方式，了解本行业生产技术的最新进展、市场动向，以及最新的经营管理知识，并且增加信息、扩大视野、巧于经营、善于管理，从而使公司在竞争中立于不败之地；对公司中层管理人员的培训，应该立足于提高其经营管理能力，提高其在本职工作领域中的专业知识和技能，要求通过培训，增强组织协调能力、实际工作能力和开拓进取精神；对工程技术人员的培训，重点应放在专业技能的提高，及时掌握新工艺、新技术及其他信息，加速知识更新，从而跟上科学技术飞速发展的步伐。

(3)全员培训和重点提高的原则。指有计划、有步骤地对在职的各类人员都进行培训，这是提高企业综合实力的最佳途径。但全面并不等于平均使用力量，仍然要有重点，即重点培训技术骨干和管理骨干，特别是培训中上层管理人员。对于年纪轻、素质好、有培养前途的第二、三梯队干部，应该有针对性地进行培训；对于国家机关工作人员，在全员培训的基础上，对担任司、局级以上职务的高级公务员，应给予更多的重视，对他们除了更新、补充业务知识外，还应该学习现代管理科学，特别是接受专门提高决策、协调、指挥能力方面的训练。

(4)专业知识技能培训与组织文化培训兼顾的原则。人员培训的内容还应该与干部标准、员工标准相衔接。企业对人才的要求是德才兼备，而不仅仅是业务标准，那么培训内容也必须兼顾专业知识技能与政治思想品德两方面。也就是说，企业培训除了安排文化知识、专业知识、技能的培训内容外，还应该相应地安排理想、信念、价值观、道德观等方面的培训内容，而后者又常常与企业目标、企业哲学、企业精神、企业道德、企业风气、企业制度、企业传统(国家机关、事业单位也有相应内容)密切结合起来进行教育，使之切合本单位实际。

(5)严格考核和择优奖励原则。是现代企业不可缺少的管理环节。严格考核是保证培训质量的有效措施之一，也是检验培训质量的重要手段，只有培训考核合格，才能择优录用或提拔。鉴于很多培训只是为了提高素质，并不涉及录用、提拔或安排工作问题，因此对受训人员择优奖励就成为调动其积极性的有力杠杆。要根据考核成绩，设不同的奖励等级，还可记入档案，与今后的奖励、晋级挂起钩来。

232. 什么是培训需求分析？培训需求分析有什么作用？

培训需求分析是指在规划与设计每项培训活动之前，由培训部门采取各种方法和技术，对组织及其成员的目标、知识、技能等方面进行系统鉴别与分析，从而确定培训必要性及培训内容的过程。培训需求分析的作用在于：

(1)有助于了解受训员工现有的全面信息。在开发任何一项培训之前，都应尽可能多地了解将要受到培训的员工的情况。掌握可能参加培训的人数，他们的年龄范围，工作、

生活的地点，职业、兴趣等信息。在为一个岗前培训做完了需求评估之后，应能简要描述新员工的情况，他们会有多少人，将在哪些部门工作以及有关的背景资料，也应该了解他们对将要进行的培训可能产生的反应以及对各种培训方法的态度。例如，可能会了解到岗前培训的参训者更喜欢能增进相互了解的活动。

(2)有助于了解员工的知识、技能等需求。通过需求分析，要确定员工的知识和技能需求，以及组织希望他们知道什么或是能做什么。例如，岗前培训的需求评估应确定组织需要新员工知道的，他们应做哪些调整，面临哪些困难。这些问题有些可以通过培训解决，另一些则需要通过其他方式解决，例如，加强对新员工的管理或调整公司的一些工作程序等。通过需求分析，管理者可以确定哪些问题可以通过培训解决，哪些不能。

(3)有助于了解员工对培训的态度。如果人们不认为他们需要改变，那么想让他们改变将是一件很困难的事。即使是粗略的需求评估也会为管理者提供有关人们对培训内容和过程的态度的信息，特别是它能使管理者对培训中可能产生的问题有所准备。在岗前培训需求评估的过程中，可能会发现管理者对此并不很重视，他们没有意识到这种培训的作用。在评估过程中，可以通过会谈，向他们强调培训的重要性，并请他们在培训中指导学员，这样可以提高培训效果。

(4)可以获取管理者的支持。在进行需求分析的过程中，与管理者频繁接触是必要的，如果认真听取他们的意见和建议，他们就会对培训更感兴趣，愿意为培训做更多的工作。同样，通过需求调查，参训者感到培训是以他们的需要为中心的，他们在学习中会有更大的动力。因此，增加各方参与程度对培训结果的影响要比在培训过程中的一些小改进大得多。

(5)有助于估算培训成本。在计算培训成本之前，需要了解对培训的要求。需求分析可以明确下列问题：这次培训有多重要？都有哪些人员参加培训？此次培训需要多长时间？培训需要哪方面教材与设备？培训的准备工作何时完成？何时可以开始实施培训？等等。根据这些情况，可以估计能够满足培训要求的成本并向有关管理人员汇报。

(6)有利于避免浪费。如果培训不能满足需要，实际上是对时间和金钱的浪费。有些时候可能会发现，培训并不是最好的或不是惟一解决问题的办法。例如，对岗前培训进行需求评估可能会发现，有些问题可以通过其他更简单、更经济的方法解决，如通过提供各岗位的工作程序和帮助等，这样可能比集中培训更有效。

(7)有助于使培训做到合理化。培训是一种服务，它提供一系列产品——培训课程、培训资料和咨询服务，和其他很多提供产品的服务一样，培训也要使自己的服务和产品满足客户的要求和兴趣。例如，应该使岗前培训满足新员工的特殊需要，因此，应定期调整你的岗前培训内容，以适应公司工作和员工需求的变化。

(8)能够提供测量培训效果的依据。通过需求分析，要定出要求和目标。特别是它能为测量培训作用效果提供有用的资料；如果需求评估做得不好，就会导致在培训中提供大量无关的材料，使参训者感到不满和厌倦，且眉毛胡子一把抓，该掌握的知识没学到，却学来一堆用不上的东西。例如，岗前培训经常包括每个部门认为人们应知道的内容，培训者没有根据新员工的需要对这些资料进行剪裁，学员只能自己从得到的所有资料中挑出有用的东西。

233. 现代企业如何进行培训需求分析?

通常来说,现代企业的培训需求分析主要包括组织层分析、任务层分析和工作个体层分析三个方面。

(1)组织层分析:主要是通过对组织的目标、资源、特质、环境等因素的分析,准确地找出组织存在的问题与问题产生的根源,以确定组织进行培训是否是解决问题的最佳办法;组织层分析主要包括组织目标分析、组织资源分析以及组织特质与环境分析三个方面。

①组织目标分析:是组织分析的关键。明确、清晰的组织目标既对组织的发展起决定性作用,同时也对培训规划的设计与执行起决定性的作用,组织目标决定培训目标。比如说组织的目标是提高劳动生产率,那么培训活动的中心就应该是以提高劳动生产率为目标;如果组织的目标相对模糊,那么培训计划的设计就非常困难,甚至无法制定培训计划,同时,也可以通过实际绩效与预期目标的相互比较知道组织哪些地方存在绩效差距,然后就可以对症下药,发现相应的培训需求。当然,这里所说的目标不仅是组织的长期战略目标,还包括近期目标、组织内各部门的目标,甚至员工个人的目标。但是,我们也应该注意一点,培训工作并不是万能的,绩效方面的有些差距是无法用培训来解决的。比如,工作本身枯燥乏味、低效的流程设计、恶劣的工作环境等造成的差距就不能通过培训来解决。

②组织资源分析:组织所有的分析都是建立在对资源的分析之上的。如果在具体分析时没有确定组织的人力、物力和财力等资源,就很难确定培训目标。组织资源的分析对象主要有人力、时间、财力等资源的描述,通过对组织人力资源的分析,就可以了解到组织的人力资源状况,组织的人力资源状况是决定是否培训的关键因素。组织的人力资源状况包括工作人员的数量、质量、年龄、对工作与组织的态度、技能水平和知识结构等多方面的因素;对组织财力的分析,就是要了解组织所能提供的培训经费,培训经费的多少将直接影响培训的深度和广度;进行组织时间的分析,对组织而言,培训时间的确定也是一个很重要的因素,培训时间的确定必须协调各部门之间的时间分配,如果时间紧迫或时间安排不合理,对培训结果会有很大的影响。

③组织特质与环境分析:组织特质与环境对培训的成功与否起着非常重要的作用。因为,当培训规划和组织的价值不一致时,培训的效果就无法保证,组织特质与环境分析主要是对组织的系统结构、文化等方面情况的分析。文化特质是指组织的软硬件设施、规章制度、组织经营运作的方式、组织成员待人处事的风格,使管理者能够深入细致地了解组织,而不只是停留在表面层次;系统特质是指组织的输入、输出系统互动以及与外界环境之间的交流特质,使管理者能够系统地面对组织,避免组织分析中的缺失;咨询传播特质指组织部门和成员收集、分析和传递信息的分工与运作,可以促使管理者更多的了解组织信息传递和沟通的特性。

(2)任务层分析:目的在于了解与绩效有关部门的工作的详细内容、标准和达成工作所应具备的基本知识和基本技能。任务分析的结果是将来设计和编制相关培训课程的重要资料来源;一般来说,任务分析需要组织的管理层和有经验的员工一起分析,只有富有经验的员工才能提供完整的工作信息与资料。

任务分析按照分析的目的不同可以分为一般性的工作分析和特殊的工作分析两种。一般工作分析的主要目的是使组织内所有的员工都能尽快地了解一项工作的性质、范围以及内容，并作为进一步分析的前提基础。分析的内容为工作简介和工作清单。相对来说，特殊工作分析是以工作清单中的每一工作单元为基础，针对各单元的内容详细探讨并记录其中的工作细节、标准和具体的知识与技能。所谓工作简介，主要是用来说明一项工作的性质与范围，使阅读者能在第一时间内形成印象，其主要内容有工作名称、工作地点、工作单位和具体时间等。所谓工作清单是指将工作内容以工作单元为主体，并以条列方式组合而成，使读者能对其一目了然。而每项工作单元又可以加注各工作的性质、工作频率、工作的重要性等补充资料，这对员工执行工作、管理层进行工作考核和进行特殊工作分析都有很大的好处。

事实上，任务分析是培训需求分析中最重要的一部分。一般来说，任务分析可以分为工作描述、任务确认和KSA确认三个步骤。工作描述本质上就是对某一个人的工作的概述，包括完成这项工作所处的工作环境和工作条件。人力资源部门一般都会对工作描述进行存档，但这些资料对培训课程的准备还是不够全面的，因此，培训人员必须经常性地对员工现有的绩效进行观察，并对从事的工作进行分析，从而形成第一手的资料。通过工作描述，我们能够对工作的细节有基本的了解，但这还不够，因此下一个步骤我们就必须引入任务确认，下表是任务确认的几种常用的方法。

常用的任务确认方法

(1)线性序列法。所谓的线性序列法主要用于将培训内容具体化，它适合于那些希望了解某项工作的基本步骤并将之成功传授给其他员工的培训者。这就要求对任务的描述必须尽可能的详尽，即使是对整个流程一无所知的员工阅读后也要能立即进行操作。

(2)时间样本法。时间样本法是培训观察者直接对工作活动进行仔细观察。这种方法确保了培训者在相对较短的时间内通过直接的观察精确地知道员工所做的工作及其发生的频率。

(3)“刺激—反应—反馈”法。“刺激—反应—反馈”法是由米勒在1962年提出的。米勒认为每一项任务活动都由以下几个因素构成。如任何物体都可能是提供作出反应的暗示的指示器，比如说一件工艺制品、气压表，甚至是一封信。这个指示器暗示了反应可能在一瞬间发生，又或者是需要一段时间后借助人力才会发生。在环境的现状与理想现状之间会有一个差距。受控制的对象指的是员工用以纠正这种差距的手段，可能是一个零件，也可能是别人的帮助等。员工对于这些受控制的对象的实际运用激活了它们的潜能，员工所接收到的关于他们行为充足性的反馈就是对反应充足性的体现。也就是说，这种方法需要根据“刺激—反应—反馈”模型来对每项工作进行分析。

(4)工作目录法。工作目录法是一份结构化问卷，主要包括工作所涉及的所有任务清单。问卷建立起来后就交给执行该项工作的员工，因为他们对这项工作熟悉，有时也会让主管来对这项工作进行描述。

(5)重要事件技术法。重要事件技术法要求培训者对工作的目标与目的要有明确的认识，同时要经常性地接触到该项工作。培训者可以对过去一年内所观察到的某项工作中高效或低效行为进行描述分析。

(6)以未来工作为导向的工作分析法。这种方法是从动态角度考虑住址环境变化。它将管理接班过程、个人的学习与组织业务的战略相联系。因此，应该在任务分析时充分考虑到组织未来的使命与目标，并不断地对之进行更新。

以上方法都是用于进行任务确认的，一旦完成工作所设计的任务被确认以后，培训专家就必须确定完成这些任务所应具备的知识、技能、能力。K 指的是员工所需要学习的硬件（如市场战略、公司超时工作规定与流程、存货政策等，S 属于一些具有传递性、明显性的做法（比如授权、应付客户等），A 指的是新员工所应该具备的一些基本素质，或者是可以通过培训发展的，比如合作性、选择性等。对 KSA 的确认可以通过座谈小组来完成，一般来说，座谈小组里应该包括该项工作的承担者与其上司。

（3）员工个人层分析：主要是从任职者的角度来考察培训需求，分析员工个体状况与应有状况之间的差距，在此基础上确定谁需要接受培训以及培训什么，也就是说需要将员工目前实际的工作绩效与组织的员工绩效标准进行比较，或者是将员工现有的知识和技能水平与组织对员工知识和技能的要求进行比较，在此基础上进一步找出存在差距的原因，比如说是具体缺乏知识、缺乏技能，还是工作态度的问题。员工个人层次分析的信息来源，主要是员工业绩考核记录和员工技能测试成绩及员工个人填写的培训需求问卷等资料。

培训需求分析要求多方面人员的共同参与。首先是要求该职位员工本人参与分析；让员工评估自己的培训需求，主要目的是充分引导他们的培训积极性，因为一旦员工对培训目的不明确，对培训内容不理解，就很容易产生不满情绪甚至抵触情绪，从而影响整个培训的实施；但是，通常来说自我分析存在一定的缺陷性，即员工可能会过度考虑自己的利益而忽略了组织的利益；其次是要求主管部门人员参与分析，确定谁需要培训以及谁应该得到培训机会，主管人员要制定本部门的培训计划表，以保证本部门工作绩效的提高。三是要求培训部门主管人员和工作人员相互配合，并多方协调，要取得一致性意见；做需求分析时，培训部门最好有针对性，给每一位员工制定详细的培训目录，以记录每一位员工的培训经历，并提出未来培训的可能性；特别是当委托培训项目广泛、员工的发展同工资和晋升联系在一起、组织强调员工的增长和发展的重要性这几种情况出现时，培训目录就显得非常重要。

234. 如何拟定培训计划？

企业进行培训时，拟定培训计划需要以下几个步骤：

（1）要掌握学习的规律及学习的特殊性。在拟定学习计划之前，要对组织内外的环境情况进行认真分析，在制定计划时要注意：一要对学习资料严格把关：现在市场上的学习资料很多，种类也比较齐全，但真正的好资料并不多，因此在选择学习资料的时候，一定要根据组织的具体情况选择高质量、有意义的学习资料；二要尽量安排行为示范：在培训的过程中，只有通过行为的模仿和错位行为的纠正，才能使员工理解得更深刻、掌握得更准确；三要尽量给员工提供实践的机会：实践是学习的最好老师，只有通过实践，有些理论的东西才会记得更深刻；四要重视员工的个体差异：事实上，不同的员工有不同的需求，尽管无法做到每个员工都区别对待，但在培训时要尽量做到有针对性，对管理高层的培训更是如此。

（2）拟定培训计划。就是根据既定目标，确定培训的形式、学制、课程设计、资料选用、教师选择、考核方式等，拟定计划时要综合考虑组织内外各种环境因素，如国家法律法规、政府政策、组织经营战略、行业类型、企业规模、技术发展水平、人力资源状况等。

(3)确定培训师。培训师既要有广博的知识,又要有丰富的实践经验;既要有扎实的培训技能,又要有高尚的人格,因此,培训师水平的高低对培训效果有着直接的影响。一般来说,一个好的培训师要在知识经验、培训技能以及人格特征方面都有较高的水平。

(4)选择受训者。在选择受训者时,必须考虑员工掌握培训内容的能力以及他们的运用能力。如果受训者所接触到的不是他希望学到的东西,这样他就很难真正学好,也很难把学到的东西运用到实际工作中来;在选择培训对象时,除了要对候选人的学习能力进行测试外,还要从他们的学习动力方面对他们进行考察。

(5)确定培训教材和大纲。培训的教材和大纲一般由培训师参与确定,培训教材的选用要与培训目标相一致,要选用质量好的教材。教学大纲是根据培训计划具体规定课程的性质、任务和基本要求,规定知识与技能的范围、深度、结构、教学进度,提出教学和考试的方法,要求贯彻理论联系实际的原则,对实践性教学环节要做出具体规定,要能够量化。

(6)选定好培训时间、地点。培训地点的视觉效果、听觉效果、温度控制、教室大小和形状、座位安排、交通条件和生活条件等,都会对培训效果产生影响,培训时间的合理分配要依据培训内容的难易程度和培训所需总时间而定。

235. 现代企业常用的培训方法有哪些?

现代企业的培训方法多种多样,企业必须根据自身的特点及实际需要灵活选择培训方法,常用的培训方法主要有以下几种。

(1)案例法:就是借助于一定的视听媒介,如文字、录音、录像等设备,描述客观存在的真实情景,然后就其中存在的问题进行讨论、分析,从而提高人们观察问题和分析解决问题的能力的方法。其优点是它为组织提供了一个系统的思考模式,受训者在案例研究的学习过程中,可以通过实践学习教材中所不具备的管理知识,案例法也有利于受训者对企业的一些现实问题进行尝试性解决,增强他们解决问题的能力,但在搜集有针对性的案例时难度较大。在运用案例法时要注意:要让受训者一起研读案例,要求他们对案例的事实进行分类,然后以组为单位进行分析,在讨论结束后,重新集合受训者,比较各组的决策和建议;培训者要对讨论的结果进行总结,并提出自己的观点。

(2)演示法:是指将受训者作为信息的被动接受者的一种培训方法,其中的信息主要包括事实、过程及解决问题的方法。一般来说,演示法又分为视听法和讲座法。

视听法:视听教学包括投影胶片、幻灯片和录像。视听教学有许多优点,主要表现在:培训者可以反复播放,直到受训者完全理解为止,培训者可以灵活地调整培训内容;通过视听设备可以让受训者接触到不易解释说明的设备、难题和事件,如设备故障、顾客抱怨或其他紧急情况;受训者可以得到连续性的指导,使整个项目的内容不会受到培训者兴趣和目标的影响;通过现场摄像,可以让受训者自己了解自己的业绩。但是,采用视听法进行培训的时候,有时候录像中涉及了过多的学习内容,或者是演员对话效果不好,又或者是过多的使用背景音乐或笑话等,使内容过于复杂,这些都可能导致受训者无法把握培训的重点,导致最终培训效果的稀释。

讲座法:是指培训者用语言表达把其思想传授给受训者的一种培训方法。讲座法相

对来说成本低，比较节省时间，并能够按一定的组织形式有效地传递大量信息。讲座法之所以使用非常广泛，一方面是因为其可以向大批受训者提供培训，同时，讲座法还可以作为其他培训方法的辅助手段。但是，讲座法缺少受训者的参与、反馈，很难与实际工作环境紧密联系起来，这样一来就很容易阻碍学习和培训成果的转化。讲座法也不太会吸引受训者注意，因为它强调的是信息聆听，这样一来，就很难准确把握受训者的学习理解程度。

(3)角色扮演法：是设定一个最接近真实状况的培训环境，指定参加者扮演的角色，借助于角色的演练来理解角色的内容，从而提高主动地面对现实和解决问题的能力。其优点在于它能给受训者提供模拟的试验机会，受训者有机会亲身体会别人的处境、难处及思维方式，从而能够提高他们观察问题和解决问题的能力；也有利于训练受训者的基本动作和技能。

(4)学徒制：是一种既有在职培训又有课堂培训并且兼顾工作与学习的方法。一般来说，师傅是组织中年长的、比较有经验的员工，他将组织中的某一个或某一些年轻员工当作学徒，为他们传授经验和技巧，通过这种师徒关系来帮助他们快速成长。通常来说，大多学徒制的培训方式用于技能行业，如管道维修业、木工行业、电工行业等，有利于徒弟在工作实践中掌握经验和技巧，而且这种学徒关系有利于加强团队建设，但是这种方法无法保证接受培训后还能有职务空缺；另外，学徒计划只是对受训者就某一方面的技能进行培训，这样受训者的技术就比较单一，不利于个人发展。

(5)自我指导学习：是由员工自己全权负责的学习，什么时候学习和学些什么都由员工自己来决定，受训者不需要任何指导者，只需要按照自己的学习进度进行自我培训，培训者只作为一个辅助者而已，也就是说他们只负责评估员工的学习情况并回答其提出的问题。自我学习的好处是受训者自己能够制定学习的进度并接受有关部门学习绩效的反馈；对组织而言，自我指导学习只需要少量培训人员，减少了相关的成本，而且使得在多个地点进行培训成为可能，它还提供了连贯性的培训内容，这些培训内容一般都是来自专家的知识，而且自我指导学习还能使员工轮流接触到培训材料。

(6)讨论法：是通过受训者之间的讨论来解决疑难问题，加强知识面的过程。其优点是能够使受训者主动提出问题，表达个人感受，有利于开发他们的学习积极性和主动性；讨论法也鼓励受训者积极思考，在讨论中互相学习，取长补短有利于他们的能力开发。但是，采用讨论法进行培训时，讨论课题的选择相对来说比较困难，讨论课题选择的正确与否将直接影响培训的效果，受训者自身的水平也会影响培训的效果，采用讨论法不利于系统地掌握知识。

(7)情景模拟法：是一种代表真实生活情况的培训方法，受训者的决策结果能反映出如果他在哪个工作岗位工作会发生的真实情况。模拟是指可以让受训者在一个人造的、没有风险的环境下看清他们所作的决策，这种方法常被用来传授生产和加工技能及管理和人际关系技能。

(8)冒险性学习法：一般来说，冒险性学习法比较注重组织的户外活动，通过户外活动培养组织的团队协作精神和领导技能。冒险性学习又叫做野外培训或户外培训，适合于开发与团队效率有关部门的技能，如自我保护意识、自我表现生存意识、问题解决、冲突管理和风险承担等，还包括一些富有挑战性的体育活动，这对那些将自己融入一个有凝聚力的

团队的员工来说非常关键；冒险性学习可以让受训者共享一段颇具感情色彩的经历，这种感情经历能帮助受训者打破原有的行为方式，使他们愿意改变自己的行为，但由于冒险性学习时身体素质的要求较高，受训者在练习时必然彼此发生接触，这就带来了一定的风险性。

如上所述，企业的培训方法多种多样，在具体选择时必须结合实际灵活选择（可参照下表）。

培训方法选择表

培训方法	演示法		互动法								团队建设法	
	讲座	录像	自我指导学习	学徒	情景模拟	案例研究	商业游戏	角色扮演	行为模仿	冒险性学习	团队培训	行动学习
目标明确性	中	低	高	高	高	中	高	中	高	中	高	高
实践机会	低	低	高	高	高	中	中	中	高	中	高	中
培训内容的意义	中	中	中	高	高	中	中	中	中	低	高	高
反馈	低	低	中	高	高	中	高	中	高	中	中	高
对别人的观察与交流	低	中	中	高	高	高	高	高	高	高	高	高
开发成本	中	中	高	高	高	中	高	中	中	中	中	低
管理成本	低	低	中	高	低	低	中	中	中	中	中	中
效果	中	中	中	高	高	中	中	中	高	低	中	高

培训手段及其应用程度比较表

1999年资料		2002年资料	
培训方法	使用该方法的比率（占%）	培训方法	使用该方法的比率（占%）
录像带	92	课堂教学	94
演讲	90	录像	74
一对一教学	79	视听	56
角色扮演	62	角色扮演	52
游戏/模拟	54	案例研究	38
录音带	51	使用光驱的计算机培训	36
幻灯片	46	商业游戏	28
电影	43	使用企业内部网的计算机培训	21
案例研究	41	冒险性学习	11
自我评价	41	使用互联网计算机培训	10
非计算机自学	27	虚拟现实	3
多媒体	17		
远程电话会议	11		
远程可视会议	10		
计算机联网会议	3		

培训方法有效性比较表

培训方法	方法有效性指标					
	获得知识	改变态度	解决难题	沟通技巧	参与许可	知识保持
案例研究	2	4	1	4	2	2
讨论会	3	3	4	3	1	5
讲　课	9	8	9	8	8	8
商业游戏	6	5	2	5	3	6
电　影	4	6	7	6	5	7
程序化教学	1	7	6	7	7	1
角色扮演	7	2	3	2	4	4
敏感性训练	8	1	5	1	6	3
电视教学	5	9	8	9	9	9

236. 如何评估企业培训效果?

为了对企业的培训效果进行准确评估,企业首先需要确立明确的评价标准。传统的培训评价主要依据柯克波特里克的四个层次框架体系(见下表)来进行的。

培训评估层次与方法表

层次	评估内容	评估方法	评估时间	评估单位
反应评估	衡量学员对具体培训课程、讲师与培训组织的满意度	问卷调查、面谈观察、综合座谈	课程结束时	培训单位
学习评估	衡量学员对培训内容、培训技巧、概念的吸收与掌握程度	提问法、笔试法、口试法、模拟练习与演示、角色扮演、演讲、心得报告、文章发表	课程进行时 课程结束时	培训单位
行为评估	衡量学员培训后的行为改变是否因培训所致	问卷调查、行为观察、访谈法、绩效评估、管理能力评估、任务项目法、360 度评估	3 个月或半年以后	学员的直接主管上级
结果评估	衡量培训给公司业绩带来的影响	个人与组织绩效指标、生产效率、缺勤率、离职率、成本效益分析、组织气候等资料分析、客户与市场调查、360 满意度调查	半年、1 年后公司绩效评估	学员的单位主管
投资回报率	培训支出和收益是否平衡	直接收益评估法 间接收益评估法	绩效评估 利润分析	培训部门

(1)反应评估:是评估的第一个层次,即在课程结束时,了解学员对培训项目的主观感觉或满意程度。第一层评估目标往往包括对培训项目的肯定式意见反馈和既定计划的完

成情况。反应层的评估是最基本、最普通的评估方式，反应层需要评估的内容有讲师、方法、材料、设备、场地、报名程度等，对这个层次进行评估时要尽量避免主观因素带来的损失。

(2)学习评估：是第二层级的评估，主要是对学习的度量，即评估学员在知识、技能、态度或行为方式方面的收获。评估的方法很具体，无论是测试、模拟、技能训练还是教师的评价，都是为了评估学习的情况；学习层面主要的评价方法有考试、演示、演讲、讨论等方式。学习层的评估对培训学员有压力，能够促使他们认真地去学习；对培训讲师也有压力，使他们要更负责、更精心地准备课程讲课。

(3)行为评估：是第三层级上的评估，即评估学员在工作中的行为方式有多大程度的改变。行为层面的评估有观察、主观评价、客户评价、同事评价等方式，行为评估的优点是培训的目的就是改变学员的行为，因此这个层面的评估可以直接反映课程的效果；可以使高层领导和直接主管看到培训的效果。

(4)结果评估：是第四层级评估，其目标着眼于由培训项目引起业务结果的变化情况，目标可以包括每个项目的度量方法。通过诸如质量、数量、成本、利润等组织或学员的上司最关注的并且可量化的指标来考察、判断培训成果的转化，与培训前进行对照，看最终产生什么结果；结果评估的好处比较明显，因为组织及组织的管理者在培训上投资的根本目的，就是为了提高这些指标；如果在这个层级上有足够的数据资料，不但可以让管理者放心，而且可以指导课程计划，把有限的培训费用到能够为企业创造经济效益的课程上来。

237. 什么是职业发展规划？制定职业发展规划有什么意义？

职业发展规划又称职业计划或职业管理，它主要包含两层意思：一是对员工个人而言，为了在工作中得到进步和发展，他们需要不断地追求理想的职业，更好地完成自己的职业目标计划；二是从人力资源部门的角度来看，人力资源管理部门应该积极对员工个人规划给予重视和鼓励，并结合组织的实际需要，给员工以多方面的咨询和指导，不断为员工实现个人职业目标创造条件。

员工积极开展个人职业发展规划，具有非常重要的作用，主要表现在：

(1)有利于促进员工的成长和发展以及增加他们的满足感。随着社会经济和科技的高速发展，现代企业组织中的员工越来越强烈地要求改善和提高工作、生活质量。其含义不仅仅只是要求得到一个工作，也不仅仅指提高工作福利待遇，更重要的是能够实现员工的自我价值。

(2)职业规划是现代企业有效地使用人才的迫切需要。现代科学技术的迅猛发展和竞争日趋激烈的市场经济，一方面使组织面临着严峻的挑战，另一方面又给组织的发展和变革提供了宝贵的机会；如果一个组织不善于抓住机会培养和调动本组织的员工去迎接新的挑战，去从事发展和变革所带来的新工作，就必然会失掉组织发展的良机，被自己的竞争对手打倒；同时，如果一个组织不了解自己的员工兴趣以及他们对自己成长与发展的方向和要求，也就不能准确地培养和引导员工去适应发展和变革的需要。

(3)良好的个人规划能够促使组织在目前和将来对人力资源的需要能得到及时的补充和满足。

(4)如果企业充分关心员工的职业规划,会使员工感到自己是企业整体计划中的一部分,从而影响员工的工作态度,鼓舞员工的工作士气,提高劳动生产率,使企业变得更加有效。

238. 什么是内职业?什么是外职业?二者的关系如何?

所谓内职业是指从业者个人追求一种职业所经历的过程,是个人主观上追求的职业道路。在内职业中,从业者力图使职业同个人的需要取得协调。

所谓外职业是针对组织而言的,在组织中组织为其雇员确立的有所依循、可感知、可行的职业发展道路,它是客观存在的。

内职业是客观存在的外职业的主观面,而外职业则是内职业的客观面。职业发展观就是要使内职业与外职业相互作用、相互融合、达成一致,内职业是从业者个人的主观想法和行为,不同的人有不同的职业意向,即使在同一职位上工作的两个人也极可能具有不同的工作追求。但是内职业一旦脱离外职业则显得不实际;另一方面,雇员的工作总得由企业来提供,内职业必须与外职业匹配,不然就没有实现的可能,而外职业完全忽视内职业的存在,也是不行的;因为,雇员是企业运作的主体,他们工作积极性的高低,直接影响着企业的经营效果,让员工从事他们不愿意做的工作或是工作环境使他们不满意,都将大大打击他们的积极性,因此,员工要依靠组织,同样,组织也要依靠员工;要实现两者的统一,就要运用集成观、互动观来研究组织实行的外职业系统如何与雇员的内职业追求相作用,也就是要运用现代的职业发展观来聚集个人与组织在一段时期中的相互作用,统一组织与个人的需求。

内职业与外职业的匹配不是一个静态的过程,它们之间在不断地互动着,两者相互作用,以达到平衡;平衡后,在经济、技术等因素变动下,企业方面会产生新的外职业需求,而员工方面的内职业需求也会发生变化,使平衡遭到破坏,此时,如果固守原来的均衡不变,将造成内、外职业真实情况下的不均衡。因此,必须对内外职业的结合进行新的安排、调整,以达到新的均衡状况。内职业与外职业之间就是这样不断地相互作用,进行着不平衡——平衡——不平衡的循环,保持这种动态的匹配过程,可以促进企业和员工的职业发展,推动企业和员工的不断进步。

239. 什么是职业锚?职业锚的基本功能、类型等职业锚理论的主要内容有哪些?

所谓"职业锚",是美国斯隆管理研究院的 E·H·施恩教授总结出来的。职业锚指人才个人对自己职业进行选择、定位的"系留点",即如何把自己的职业航船锚定在特定领域/位置,也可以把职业锚看做是人们在选择职业时不肯放弃的东西或价值观,是人们通过

早期工作实践逐步形成的正确认识自我、正确确立职业的清晰而全面的职业自我观；是有助于指导、制约、稳定、整合个人的职业，自省的才干、动机与价值观的模式；是人们选择和发展自己的职业时所围绕的中心。“职业锚”理论的主要内容是：

(1)职业锚的职业自我观及其“三个部件”。职业锚理论指出，一个新员工通过在组织中的早期工作实践，在使组织了解自己的同时，自己也获得了对自我的清晰而准确的认识，即自知之明，进而发展为一种全面的职业自我观，这种“自我观”包括“三个部件”，即：

①自省的才干与能力：以在组织的各种作业环境中的实际工作经验和成功为基础，来认知自我的能力；

②自省的动机与需要：以实际情况中实际工作经验带来的演变、发展、发现进行自我测试和自我诊断，并高度重视这种自我测试的机会和他人反馈，以自省和认知自我；

③自省的态度与组织观：以自我、组织、工作的社会环境准则、价值观等的各自特点及其之间的联系与关系为基础，并强调自我观中的能力、动机、价值观的相互作用和逐步整合，实现自省、自知，其表现是：人们会逐步需要和重视自己所擅长的东西，并在这些方面改善自己的能力。

(2)职业锚的三项基本功能：

①驱动/制约功能：对人们选择、确定职业等一系列职业决策发挥动力驱动和制约作用。如一个人发现自己流向了一个有可能失败或不能满足个人需要，或不符合自己的价值观(职业)的环境，该人就会掉转方向，进入另一个更好的环境。

②后发功能：职业锚都是在早期职业的若干年后才能发现的。当个人经过早期工作实践，了解了自我和自我能力、动机、价值观的相互作用，就可以更有效地选择职业。如一个人喜欢又自信有能力从事一项高度竞争性的职业，但其流动性却与自己追求生活、工作稳定的需要不符，或找到一项十分适宜的工作又发现自己与老板的价值观不一致等，都会另选职业。

③识别功能：职业锚在一个人的工作生命中，可以编排经验，识别个人内在的稳定的成长区和长期的贡献区，对一个人要发挥作用的工作情境的性质提出标准，识别其抱负模式和个人衡量自己成功的标准。

(3)职业锚的类型：

①技术/职能型：具有该类型职业锚的人们是致力于专业技术的专门人才，他们选择职业的主要注意力是自己正在从事的实际工作中的实际技术内容或专业职能内容，如工程技术、财务分析、市场营销、系统分析、公司计划等，其自我意识与其所处的特定领域的能力感、成功感、成就感、自信心、兴趣、偏好密切相关。他们认为：只有在此区域内，自己的职业才能持续地成长、进步，不在此区域外谋求提升，不希望从某一专业技术或职能管理领域进入“全面管理”或其他专业领域；企业管理者不能盲目地把这类人提升为全面管理性的主管，否则，会成为未来彼得原则牺牲品的替补者。

②管理型：具有该类型职业锚的人们属于管理人才或领导人才，他们具有升任总经理/总裁位置的强烈动机和相关技能及价值观，视管理本身为其最终目标，而把专业技术或职能管理工作看做是通向更高、更全面管理层的阶梯。他们认为：自己的能力就是把以下三种能力加以整合的能力。一是分析能力：在信息不足、不对称和存在不确定因素的情况

下,能够识别、分析、解决问题的能力。二是人际能力:能够影响、监督、率领、操纵、控制组织的各级和各类人员,更有效地实现组织目标的能力;不仅自己具有这种能力,而且有能力发现具有这种能力的人才。三是情感能力:善于处理感情危机、人际关系危机,并在这个过程中勇于使用权力和承担责任、充满成功信心、坚忍不拔、临危不惧、处乱不惊,能够有力地自我控制,抵制诱惑而不情感脆弱的能力。这是高层管理角色成功的最重要素质,即情商(EQ)高,能够"以事业为重"而不感情用事,并善于对他人实行情感控制。对于处理各种矛盾满怀兴趣,有"与人斗,其乐无穷"的感觉,能够承受各种心理与情感压力,能在风险和不确定性条件下坚定地决策。这三种才干、技能、能力的组合概念是真正理解管理角色的关键。

③安全/稳定型:具有该类职业锚的人,重在追求职业的稳定与安全,即他们倾向于根据"老板"的要求行事,以维持由工作安全、体面的收入、有效的退休方案、可观的津贴等形式体现的一种稳定的职业前途。其具体表现有:更容易接受组织对其职业(工作任务)的定义;仰赖组织和主管能够识别自己的能力、才干、抱负,秉公办事,给予合理的安排;注意融入(社会化)组织的价值观、准则和文化体系;高度关注工作安全、职业(职位)安全、收入稳定、家庭安全、居住稳定、情感安全等;一般很少显露出他们的宏大抱负等。总体上看,安全/稳定型职业锚有两个取向:组织安全——以成为和具有一个特定组织的稳定成员资格作为安全/稳定源;居地稳定——以稳定地融入一个特定的社区(社团)、安居乐业作为安全稳定源。

④创造/创新型:具有该类职业锚的人是企业特别需要的创新人才。其主要特点是:要求拥有更多的自主权和管理权力以及保护创新的良好环境;有施展自己创造性才干的强烈欲望,即有强烈的创造欲、成功欲、权力欲,期望创造出一种属于自己的杰作,一项可以展现个人价值、理想、成功的成果/成就;勇于冒险,不满足现状,在所从事的各项工作上都力争创新。这种类型的职业锚与其他几种有较多的交叉重叠。

⑤自主/独立型:具有这种职业锚的人,往往是自由职业者,如大学教授、职业作家、咨询专家、零售业主。其主要特点是:追求最大限度地摆脱组织的约束,寻找可以自由地施展自己的职业能力、技术/职能能力的工作环境;倾心于寻找更具独立性和高度自主权的职业和生活方式、工作方式;把工作成果的享受与个人努力直接联结,能够自由地发挥自己的想像力、创造力等。

⑥其他类型的职业锚。

上述五种职业锚主要适于各种人才,而一般员工往往还有另外一些职业锚。如:a.认同型职业锚:即处于较低层面的员工,会以个人头衔、制服、职务标志、单位名称、职务属性、地区优势等的职业认同作为自己的职业锚,多数属于"组织地域型"职业锚。如一个司机可以说为某省长开车,一个初级公务员可以说在市政府工作,一个门卫可以说在科院或清华大学工作等,一个工人可以说我在北京、上海工作等。b.劳务型职业锚,即在从事某种劳务活动中,以能表达自己的基本需要、愿望、才干或价值观为职业锚。如一位医生以救死扶伤为荣,一位小学教师以天天与孩子为伍为乐趣,一个交通警察以可以站在大街上指挥行人、车辆而自豪等。c.权力型职业锚,即以在本职工作中能够有控制、制约、操纵其他人的一定权力为职业锚,往往以能够左右他人为职业兴奋点,如一个司机可以以方向盘

作为权力源，一个门卫可以以控制人员出入为权力源，一位秘书可以与首长接近为权力源等。

240. 什么是绩效考核？现代企业的绩效考核具有哪些功能？

绩效考核，又称绩效考评、人事考评、员工考核，是指主管或相关人员对员工的工作进行系统评价的过程。绩效考核是人力资源管理的重要工具，组织内员工的调任、升迁、加薪等重大决定都有赖于绩效考核的结果。组织内只有对绩效考核进行公正的鉴定和评估，赏罚分明，才能充分发挥组织内员工的积极性、主动性和创造性。

现代企业的绩效考核具有以下主要功能：

(1)激励功能：有效的绩效考核措施能对员工起到激励、督促和导向的作用，通过考核，不仅能督促后进，还能鼓舞全体员工，使他们能够自动自发，不断创造出良好的业绩来。

(2)导向功能：绩效考核的另一个重要功能是它可以不断改善组织氛围，促进员工与企业共同发展，以提高组织的整体效率和经济效益。要达到和实现这一基本目标，各级主管在组织绩效考核管理的过程中，应当充分发挥绩效管理的导向功能，通过积极、主动的绩效沟通和面谈，采用科学的方法从不同需求出发，激励、诱导下属朝着一个共同的目标不断努力。

(3)开发功能：通过绩效考核，组织可以了解到员工的不足之处，而这正是员工培训的关键点所在，管理者可以根据考核的结果有针对性地制定培训计划，达到提高员工素质的目标。

(4)诊断功能：绩效管理可以对组织进行诊断分析，为组织变革和组织发展提供重要依据。绩效考核作为绩效管理的重要组成部分，在绩效目标明确的前提下，不但要对组织中的每个成员的活动进行跟踪分析，而且还要及时发现组织中存在的问题，并进行及时会诊。

(5)控制功能：组织可以通过绩效考核为各项人事管理提供一个客观而公平的标准，并依据这个考核的标准决定晋升、奖惩、调动等。这样一来，组织内就会形成按标准办事的良好风气，组织内的各项管理工作就能够按计划进行。

241. 现代企业常用的绩效考核的方法有哪些？

我国目前常用的考核方法有：自我评价与小组鉴定相结合、组织考察法、实践考验法、考试法和领导判断法。这些方法虽然简便可行，但一般来讲，静态考核多，动态考核少；主观印象多，客观衡量少；定性多，定量少。总的看缺乏科学性和民主性，所以，这里主要介绍一些常用的考核方法。

(1)民意测验法：就是把考核的内容分为若干项，制成考核表，每项后面空出5格：优、良、中、及格、差，然后将考核表发至相当范围。考核前，也可先请被考核者汇报工作，作出

自我评价，然后由参加评议的人填好考核表，最后算出每个被考核者的得分平均值，借以确定被考核者工作的档次；民意测验的参加范围，一般是被考核者的同事和直属下级，以及与其发生工作联系的其他人员。这种方法的优点是群众性和民主性较好；缺点是主要从下而上的考察干部，缺乏由上而下的考察，由于群众素质的局限，会在掌握考核标准上带来偏差或非科学因素；一般将此法用作辅助的、参考的手段。

(2)混合标准评等法：混合标准评等法综合了关键事件法和行为评等法的长处，避免了它们的缺陷，更具优越性。混合标准评等法使用混合标准量表，在设计的系统性方面与行为评等法很相似，但不同于行为评等法对每一行为表现的精确量化，它是就某项工作的几个特定方面分别按高、中、低三档进行行为描述，而没有明确的分值。其优点是能使评估者的注意力不过分地集中在分值上，更突出了被评估者的行为模式；因为，对某一特定工作来说，并非总分越高的员工越能胜任，而应是在某一特定方面有专长或有特定行为模式的员工最胜任；此外，它还克服了关键事件法在搜集和分析员工行为表现时的随意性缺点，在评估表格设计时就体现了高度的系统性。

(3)立体考核法：一般用于选拔业务干部，大体上分为5个步骤：

①在民主推荐(含自我推荐)的基础上，由组织人事部门对被推荐人进行初审；

②对初审合格者的素质和绩效进行综合考核，与其上级、同事、下级、本人“见面”，对其中重点人物和有争议人物，还要开展内查外调，进行深入考察，集体评议，审慎筛选，确定候选人；

③运用要素评定法对候选人进行定性定量考核；

④笔试分为知识面、专业知识、模拟考试和撰写专题论文四类；

⑤面试由考核小组对候选人中通过上述考核者进行类似论文答辩式面试，最后提出使用意见和建议。

(4)行为评等法：是关键事件法的深化和突破，它主要是通过行为事实方面的依据来评估员工。这些行为事实，就是平时记录下来的关键事件。行为评等法作为一种员工评估方法，比关键事件法更系统、更完善。行为评等法首先要进行工作分析，搜集描述是否胜任该工作岗位的行为事实，主要是关键事件，把这些行为事实细分为多个方面(如管理能力、人际关系等)，在每个方面都设立具体的标准，并对每个方面的重要性进行量化，分配权数；根据这些基于行为事实的等级标准和权重，可以形成一张含义明晰、衡量公正、易于使用的表格。主管可以利用这张表格进行员工评估。

行为评等法有以下优点：对工作绩效计量更为精确，工作绩效评价标准更为明确，具有良好的反馈功能，各种工作绩效评价要素之间有着较强的独立性，具有好的连贯性。但也有一定的局限性：比使用其他工作绩效评价法要花费更多时间，大多数表格只能包含有限的几种行为方式和标准，而员工的工作行为多种多样，很难全部包括在内，行为并不等于业绩，若单用行为评等法评估可能得出片面的结论。

(5)量表法：是现代企业应用最为广泛的绩效考评方法之一。它通常做维度分解，并沿各维度划分等级，通过设置量表来实现量化考评，量表的形式多种多样，在具体进行考评的时候需要灵活选择。量表法在实际使用时都有相应配套的图表(如下表)。

技能考评表

考评结构	考评要素	考评要点	评价等级	单项分	平均分
工作态度	服务态度	·对顾客礼貌热情、耐心细致 ·设身处地地为顾客利益着想，受到顾客好评 ·从不与顾客争吵，处事注意分寸	A B C D	8	
	责任心	·工作认真负责、正确可靠 ·工作努力踏实、兢兢业业 ·尽心尽力履行职责，不需监督	A B C D	8	
工作态度	纪律性	·遵守营业规章制度，按规定程序办事 ·忠于职守，不擅离岗位 ·工作准时，极少迟到、缺勤与早退	A B C D	6	
	团结协作性	·具有集体荣誉感，与上级、同事有良好的合作态度 ·当工作紧张时，能主动帮助他人工作 ·与同事和睦相处	A B C D	6	
工作能力	工作速度	·办事干净利落，反应敏捷 ·对突发事件能沉着应战，能迅速采取解决办法 ·工作不积压，及时处理工作中出现的问题	A B C D	10	
	工作技能	·熟悉业务，对市场、客户有深入与广泛的了解 ·对营业工作的内容、操作程序与关键点一清二楚 ·营业票证、记录、账目等规范准确	A B C D	10	
	身心健康	·能够持续紧张地工作 ·工作时精力充沛，行为举止得体 ·很少请病假，出勤率高	A B C D	10	
工作绩效	工作质量	·工作有条理，忙而不乱 ·注意对关键处核对与检查 ·工作细致，很少出错	A B C D	10	
总体评价		A B C D	总体得分		
工作期望		加强纪律性，尊重领导，协调同事			
已经同被考评者本人讨论过考评表的资料与结果。直接主管签名： 我已经知道并同我的主管讨论过考评表的内容与结果。被考评者签名： 上级主管审核意见：　　上级主管签名：					

(6)责任中心法：是为了避免在目标管理法中设置目标遇到问题而设立的。一般来说，利用责任中心进行考核具有很强的针对性，考核时需要建立利润、成本和税收中心并使之成为评价标准，考核人员就是根据这些标准进行考核的。为了更好的发挥责任中心的作用，有些组织还设立了各自独立的分支机构；事实上，这些分支机构具体运作时并不是真正独立的，比如，假设一个组织里有生产部、销售部和财务部，似乎这三个部门的考核标准容易建立：对生产部按照完成生产的任务和产品质量进行考核，销售部按照销售量进

行考核，而财务部就可以从其相关的项目进行考核。但事实上，这三个部门的工作并非是各自独立的，例如，生产部可以通过多出产品和提高产品质量，但销售部认为产品质量是一切的保证，要求生产部严把质量关，这样一来，两者就产生了矛盾。同样，销售部可以通过加强营销增加销售量，这样一来对生产部的产量就有了明显的要求。这也就是说，只考核其中一个部门，就很容易破坏另一个部门的正常工作秩序。组织在进行考核的时候，考核系统在评价个人与团队时都不应该鼓励那些导致组织的整体性受到破坏的行为态度。

242. 什么是激励？什么是员工激励？员工激励具有哪些功能？

激励即激发动机，就是激发、推动、加强人的动机，以促使个体有效完成目标的心理过程。所谓员工激励，就是说在人力资源管理过程中，采用激励的理论和方法，对员工的各种需要予以不同程度的满足或限制，以此引起他们心理状况的变化，达到激发动机，使人具有某种内在的动力，朝着组织所期望的目标做出持久努力，通过正反两方面的强化，对行为加以控制和调节。

企业员工激励，对于调动员工潜在的积极性，出色地实现既定目标，形成良好的集体观念和社会影响，不断提高员工素质和工作绩效等有着十分重要的作用，主要表现在：

(1)激励能充分调动员工的积极性、主动性和创造性，使员工的潜在能力得到最大限度的发挥。美国哈佛大学的心理学家威廉·詹姆士在对员工的激励研究中发现，在缺乏激励的一般岗位上，员工仅能发挥其实际工作能力的 20% ~ 50%，因为只要做到这一点，就足以使自己保住饭碗；但是受到充分激励的员工，其潜力可以发挥到 80% ~ 90%。这就是说，存在着大约 40% ~ 60% 的差距。可见，人员激励能起到重要作用。

(2)激励能提高组织的团队凝聚力，吸引并留住企业需要的人才。企业的竞争说到底就是人才的竞争，谁赢得了人才谁就取得了主动权，而激励便是取得人才的有效手段。从世界范围看，各国都很重视这一点。例如，美国国际商用机器公司(IBM)就采用了许多有效的激励手段，提供养老金、集体人寿保险和优厚的医疗待遇，减免那些愿意重返学校提高知识和技能的员工的学费等，借此吸引大量人才，使该公司的整体素质、服务水平大大提高。

(3)激励有助于提高员工的综合素质。提高员工的素质，不仅可以通过培训来进行，而且员工激励也是一种很好的途径。通过运用不同的激励手段，在激励方向上对员工加强引导，有助于开阔他们的思想和眼界，提高个人的道德素养。对坚持不懈努力学习科学文化知识的工作人员，给予大力表彰；对安于现状、不思进取的员工，给予适当批评，这样有助于形成良好的学习风气，提高工作人员的知识素养。根据一定的客观标准，对忠于职守、业务熟练、工作中有突出表现的员工给予奖励，形成一种人人争贡献，你追我赶的生动局面，从而可以使员工的业务素质得到提高。

(4)激励有利于个人目标和组织目标的结合。个人目标和组织目标并不是完全一致的，激励就是协调两者的催化剂。有了共同目标，人们才会有奔头，才能产生动力。例如，某工程师通过自学获得了博士学位，经理亲自登门表示祝贺，并给他加薪，赞赏他勤奋学习的精神和认真工作的态度。这样，更加激发他的工作热情，尽心为公司服务，个人目标

与组织目标就达到和谐统一。

(5)激励能激发员工的创造性,从而大大提高工作绩效。随着科学技术的不断进步和生产过程的日益复杂,单靠机器设备并不能增加生产,对员工的科学技术素质要求越来越高,因而进一步激发员工的创造性和革新精神越来越重要。例如,日本的丰田汽车公司采取合理化建议奖(包括物质和荣誉奖)的办法鼓励员工提建议,不管建议是否被采纳,都会受到奖励和尊重,如果建议被采纳,并取得经济效益,那么得到的奖励会更多更重。结果该公司员工仅一年内就提出165条合理化建议,平均每人提了31条,它所带来的经济利润为900亿日元,相当于公司全年利润的18%。

243. 现代企业如何进行员工激励?

现代企业的员工激励是一件看似简单,但具体操作时非常复杂的工作。员工激励不同于物力和财力资源的管理,无法用精确的计算来预测、计划与控制,而且在现实生活中,人的需要各不相同,有的人认为最重要的是报酬,丰厚的薪酬是他的首选;而有的人认为工作中的人际关系是他所看重的,与同事愉快地相处是他的目标;还有的人则需要得到同事的肯定、上级的赞赏,等等。由于人的需要的多样性,激励也应因人而异,因时而动。

(1)激励要因人而异。每个人的思想、觉悟、价值观、需求等都有所不同,因此,企业的激励手段应因人而异。企业应定期进行员工的需要调查,分析不同年龄、性别、职务、地位、受教育程度的员工最迫切的需要,实行所谓弹性报酬制度;如对有重要贡献及突出表现的员工分别奖励休假、公司股票、提薪、低价住房、优惠商品等,可在企业的奖励费用保持不变的前提下,获得更好的激励效果。一般来说,体力劳动者比较重视安全感、独立自主、上级关系及才能、报酬等因素的满足,脑力劳动者则注重发挥才能,有成就感、道德、价值观的追求及为社会服务等。在激励工作中,要做具体分析,采取灵活的方针,使激励更具针对性。

(2)激励要因时而动。所谓的因时而动,是指激励要掌握好时机,在不同的时期,激励的效果也不同;超前的激励可能导致人们对激励的漠视心理,影响激励的功效,迟到的激励则可能会让人们感到多此一举,使激励失去意义。一般来说,好人好事应及时表扬;下属做了错事,要防止扩大损失,因而应及时制止,但批评不一定马上进行,以防矛盾激化;对于反复出现的积极行为,不能反复表扬,而应当出其不意,使人们有所期待和有所争取。

(3)激励要讲究适度的原则。奖励、惩罚、表扬、批评都必须有一个最高限度和一个最低限度,既不能过轻,也不能过重,过轻起不到应有的效果、过重容易引起负面效应,带来不良后果。

(4)系统设计激励策略体系。激励策略要优化组合,在空间上相辅相成,在时间上相互衔接,形成综合治理的激励格局及积极性的良性循环。

人的积极性运动机制的复杂性、影响因素的众多和交叉性,决定了激励必须采取综合治理的方式。所谓综合治理就是根据积极性的各个影响因素、相互联系、相互制约的特点及系统理论,使若干项激励措施同步配套地实行,一方面它可防止顾此失彼,保证激励措施奏效,因为各种因素同时在对员工积极性起作用,不是受控制的,就是自发的,既有积极

的，也有消极的，如果只抓一面而不顾及其他，很可能相互抵消。另一方面，可以利用几项措施的综合效果，即系统的组织效应。

根据员工积极性的运动轨迹，即需要——认识——动机——目标形成——采取行动乃至产生社会效果及其反馈的规律，可相应采取：积极性的考察分析——教育培训——目标管理——组织引导——考评奖励等五个步骤。这五个步骤紧密结合，构成一个完整的管理激励体系，坚持反复，必能实现积极性的良性循环，达到调动、提高和巩固员工积极性的目的。

244. 影响现代企业绩效考核的因素有哪些?

影响现代企业绩效考核的因素很多，通常来说应着重考虑如下几个问题：

(1)被考核者的参与度：被考核者的参与程度对绩效考核影响很大，事实上，在绩效考核的过程中，有些被考核者往往不知道自己该怎样做、该做到什么程度才能取得好成绩；管理人员在制定绩效考核的标准与目标之后，不注意与员工保持良好的沟通，因而不能及时解决员工在工作过程中遇到的问题。

(2)绩效考核对真正有价值的创意无法评价：比如一家图书销售公司的销售经理，通过增加新员工，并对本部门员工进行培训和人员调配，同时加强广告宣传，公司的销售业绩明显提高，但是，销售业绩的提高无法准确地说是来源于销售经理还是来源于对员工的培训。

(3)所制定的绩效考核标准缺乏操作的可能性，绩效考核无量化标准。

(4)考核者主观因素造成的影响：在实际操作的过程中，考核者对被考核者的第一印象，会影响他对被考核者的绩效评价；同时，考核者个人的嗜好、习惯等也会对考核带来一定影响。

(5)绩效考核标准随意性、主观性太强，缺乏明确的工作绩效评价标准。

(6)容易忽略被考核者的不可抗因素：在公司经营的过程中，往往会出现一些不可抗拒因素，比如洪水灾害等，这就容易对销售部门的汇款形成压力，从而影响整个考核过程。

(7)很难考核工作团队中的个人价值：如果在一个团队中几个人需要协同完成一项任务，其中谁的贡献最大这就不容易判断，如果处理不好很容易造成彼此之间的伤害。

(8)考核者对被考核者的绩效辅导和培训不够。

245. 什么是薪酬? 薪酬主要包括哪些组成部分?

薪酬是对员工给组织提供劳务和所做贡献的回报。员工的贡献主要包括实现的绩效和付出的努力、时间、精力、贡献的学识和才能等；回报的主要形式有工资、奖金、福利、津贴等外在形式的回报，同时还有个人的成长机会、良好的培训指导、较高的社会地位等内在形式的回报。在我国，薪酬主要包括以下组成部分：

工资：又叫基本工资，主要以员工所在部门、岗位、职务以及员工个体间的劳动差异为

基准，根据劳动定额完成情况计算而得。工资主要由基本工资、岗位工资、技能工资、工龄工资及若干种国家政策津贴构成。

奖金：奖金主要以员工超额有效劳动为依据计算而得，是员工在完成定额任务的基础上，进一步付出超额劳动的报酬。奖金主要包括超产或优质的经常性工作奖、年终综合奖、一次性的特殊贡献奖、红利和利润分享等。奖金可以与员工个人绩效挂钩，也可以与群体乃至整个企业效益结合，奖励的依据仍是贡献率。

福利：福利是通过举办集体活动设施、提供劳务和建立补贴制度等方式，解决员工在物质与精神生活上的普遍需求和特殊困难而建立的公益事业。从支付对象上看，福利可分为全员性福利、特殊福利及特困补助等。全民福利是所有员工都能享受的待遇，其分配基础是平均率；特种福利是针对企业中具有突出贡献、具备专门技能的特殊人才而设立的，依据的是贡献率；特困补助是为有特殊困难的员工提供的，如残疾、工伤、重病等，这种福利的基础是需要率。

津贴：津贴是对员工在特殊劳动条件下工作时所付出的额外劳动消耗、额外生活费用以及对员工生理或心理带来的损害进行的物质补偿。津贴主要有苦、脏、累、险、差和技术要求特别等特殊岗位津贴；老、少、边、穷、特等特殊地区津贴；中班、夜班等特殊劳动时间津贴。

保险：保险是在员工部分或全部、暂时或永久丧失劳动能力后给予员工生活的物质保障。保险通常包括养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险等内容，保险资金一般是由国家、企业和员工共同筹集的。

246. 现代企业如何进行薪酬制度设计？

一般来说，现代企业的薪酬制度设计需要7个步骤，具体如下：

(1)付酬原则的确定：付酬原则是企业文化的重要组成部分，对整个薪酬设计都有十分重要的意义，主要包括对员工总体价值的评价和企业核心价值观等。在这个过程中，要真正形成按劳分配的共识，并在它的指导下制定工资分配的政策与策略。

(2)职务分析与设计：是制定薪酬制度的基础。(职务分析与设计在前面已经介绍过，不再重复。)

(3)职务评价：反映了企业对各职务任职者的要求，但必须注意这些表示职务相对价值的金额，并不完全是各个任职者的真正工资额。

(4)薪酬结构设计：经过职务评价之后，就可以得到每一职务对本企业相对价值的顺序、等级，使企业内所有职务的薪酬都可以按统一的贡献率原则定薪，保证企业薪酬的公平性。事实上，这只是理论上的价值，必须转换成实际的薪酬值，这就涉及到薪酬结构的设计。所谓薪酬结构，是指一个企业组织结构中各项执委会的相对价值与其对应的实付薪酬间的一种关系。这种关系以某种原则为依据，形成一定的规律。

(5)外部薪酬状况调查及分析：外部薪酬的调查主要是对本地区、本行业的薪酬水平调查，尤其是对竞争对手的薪酬调查，一方面是要保证本企业的薪酬水平要具有竞争性，同时要考虑经济性原则，使企业的人力成本尽可能优化。

(6)工资分级和定薪:在职务评价之后,企业根据其确定的工资曲线,将职务工资组合成若干等级,形成一个薪酬等级系列,就可以确定企业内每一职务具体的工资范围,保证员工个人的公平性。

(7)工资制度的执行、控制和调整:企业薪酬制度建立以后,企业应该根据自身实际情况,有效地对薪酬制度的执行进行监控和调整。

247. 什么是奖金?奖金主要包括哪些类型?

奖金是对超额劳动所支付的报酬,是企业薪酬体系的重要组成部分。奖金是根据按劳分配原则对员工工资的补充,是员工报酬收入的重要组成部分。

现代企业的奖金主要分为以下几类:

(1)绩效奖:是指员工达到某一绩效时,企业为了激励员工而支付的奖金。企业在制定绩效奖时,绩效标准既要明确,又要合理;达到同一绩效标准后的奖金要一致,在方式上可以按完成业绩的程度以递增方法设立奖金,从而鼓励员工不断提高绩效。

(2)特殊贡献奖:是企业为了鼓励员工做出特殊贡献而支付的奖金。在制定特殊贡献奖时要注意,所谓的特殊贡献要能够量化,要有可操作性。

(3)建议奖:是企业为了鼓励员工多提合理化建议而支付的奖金。

(4)节约奖:是企业为鼓励员工降低成本而支付的奖金。节约奖一般以第一线的操作员工为奖励的主要对象;在制定节约奖时,要奖励真节约,也就是说要在保证产品质量的前提下节约。

奖金除以上4类外,还有质量奖、进度奖等多种形式,这里就不再一一赘述。

248. 什么是福利?现代企业的福利实施必须坚持哪些原则?

福利是组织整体报酬体系中的重要组成部分,是企业通过福利设置和建立各种补贴,为员工生活提供方便,减轻员工经济负担的一种直接支付;对个人而言,它是一项额外收益。福利有广义和狭义之分,广义的福利是指所有能改善人民群众物质与文化生活的公益性事业和采取的措施;狭义的福利是指社会保障体系中除社会保险、社会救济、社会优抚之外的改善人们物质与文化生活的事业与措施,也叫社会福利。

现代企业的福利的实施必须坚持一定的原则,我国福利的实施大致要坚持以下原则:

(1)公正性原则:企业的福利反映了企业的目标、战略和文化,提高福利管理的有效性对企业发展至关重要。一般来说,企业的福利管理主要涉及福利目标、成本核算、沟通和调查实施。

(2)一致性原则:首先,员工福利的实施应与国家经济发展水平相一致。国家宏观经济影响着企业的生产经营,从而影响着企业实施员工福利的能力;同时,不论何种福利项目的实施都会对市场有一定的冲击力,尤其在通货膨胀时,会对宏观经济产生破坏作用;其次,员工福利的水平要与企业的经济承受能力相一致。事实上,员工福利的经费都是源

于企业的经营利润，如企业的经济实力薄弱，或企业的经营业绩不佳，过高的福利水平往往不利于企业发展；同时，员工的福利属于企业的人力资本投资，属于企业的成本，如果企业的福利水平过高，不利于企业成本的控制，也不利于企业提高整体竞争力。

(3)社会性原则：企业的福利不同于社会福利，企业的福利设施应随着社会福利事业的逐步发展而缩小范围。企业福利必须坚持社会性的原则，要避免福利设施的重复建设；企业的福利应考虑企业与社会之间的关系，把本企业的福利设施向当地居民和其他企业员工开放，这也是企业应对社会承担的一部分责任。

(4)计划性原则：福利的实施是长期性的工作，往往需要大量资金，因此，企业在制定福利计划时要综合考虑各种情况，要树立长远发展的观点，有计划地对福利进行实施和管理。

(5)正确处理好员工工资与福利的关系的原则：在我国，与福利相比，工资仍然在国民收入中占主体地位，仍然是员工收入的主要来源。对员工而言，福利属于隐形收入，现有的税收政策很难对其进行追踪检查，而国家在企业员工福利方面的优惠政策使得企业有意将部分工资向福利转化，致使国家大量的税源流失，因此，企业必须保证员工福利只能是工资的补充，而不能改变其根本作用。

249. 什么是经济性福利？经济性福利主要有哪些？

经济性福利是指以金钱或实物为形式的员工福利。经济性福利主要有：

(1)医疗保健福利：公费医疗免费定期体检及防疫注射、药费或滋补营养品报销或补贴、职业病免费防护、免费或优惠疗养等。

(2)离退休福利：包括退休金、公积金(按月一定比例的抽取员工基薪，企业同时提供一定补贴，积累至退休时一次发还；若提前离职，企业发还其已供款额，还可能按规定对不同服务年限发给不同部分企业补贴额)及长期服务奖金(工龄达规定年限时发给)等。

(3)意外补偿金：意外工伤补偿费、伤残生活补助、死亡抚恤金等。

(4)有薪节假：除每周末及法定假日和病假、产假外，每月及每年有若干带薪事假或休假日，其长短通常按年资工龄的不同而做区别性规定。

(5)饮食性福利：免费或低价工作餐、工间免费饮料、公关应酬饮食报销、食品免费发放、集体折扣代购等。

(6)教育培训性福利：企业内在职或短期脱产培训，企业外公费进修(业余、部分脱产或脱产)，报刊订阅补贴、专业书刊购买补贴、为本企业员工向大学捐助专用奖学金、免费提供计算机或其他学习设施服务等。

(7)超时酬金：超时加班费、节假日值班费或加班优待的饮料、膳食之类。

(8)额外金钱性收入：如年终或中秋、端午、国庆等特殊节日的加薪、分红、物价津贴、商业与服务业单位的小费等。

(9)住房福利：免费单身宿舍、夜班宿舍，廉价公房出租或出售给本企业员工，提供购房低息或无息贷款，发放购房补贴等。

(10)交通性福利：企业免费接送员工上、下班或提供厂车服务，市内公共交通费补贴

或报销，个人交通工具（自行车、摩托车或汽车）购买低息贷款或津贴，保养费或燃料费补助等。铁路、航空及某些行业都有对本部门员工提供折价的车票、机票或其他本部门产品服务的福利政策。

（11）文体旅游性福利：有组织的集体文体活动（晚会、舞会、郊游、野餐、体育竞赛等），企业自建文体设施（运动场、游泳池、健身房、阅览室，书法、棋、牌、台球等活动室），无费或折扣价电影、戏曲、表演、球赛票券，旅游津贴，优惠车、船、机票，无费订票服务等。

（12）金融性福利：信用储金、存款户头特惠利率、低息贷款、预支薪金、额外困难补助金等。

（13）其他生活性福利：洗澡理发津贴，降温、取暖津贴，优惠价提供本企业产品或服务等。

250. 什么是非经济性福利？非经济性福利主要有哪些？

非经济性福利是广义上的福利，目的却与经济性福利一样，为了全面改善员工的“工作生活质量”。这类福利多取服务或环境改善形式，不涉及金钱与实物，故称非金钱性的。非经济性福利主要有：

（1）咨询性服务：如员工个人发展设计的免费咨询服务（给予分析、指导和建议，提供参考资料与情况等），员工心理健康咨询（过分的工作负荷与压力导致的高度焦虑或精神崩溃等心理症状的诊治）及免费或优惠价的法律咨询等。

（2）保护性服务：包括平等就业权利保护（反种族、性别、年龄等歧视）、投诉检举的反报复保护、性骚扰保护、隐私保护等都属新的关注焦点。

（3）工作环境保障：如人机工程原理用于工作环境设计，工作扩大化、工作丰富化、弹性工作时间、缩短工作时间、扩大工作反馈渠道等工作再设计项目，企业内部提升政策（即有高层职位出现空缺时，只从内部已有员工中选拔替补，不到外界去寻觅的规定），员工参与的民主化管理等。

另外，还有中国特殊国情确定的某些福利：例如“职工本人及其家属的户口迁入企业所在城市”的特殊条件。户口制是我国为控制城市人口无节制地恶性膨涨而在历史上久已实行的政策，它在历史上曾对既定目标的实现起过积极作用，但它对人才流动的无区别的限制在当前形势的消极影响日益明显；为了促进经济，尤其是高科技行业的发展，为在人才竞争中创造优势，已有许多城市放松了对急需人才的限制；与此相应，企业帮助员工办理暂住证或入户手续也是具有特殊激励性的奖酬；提供有挑战性的工作机会（项目与工作条件）也具有内在激励性；还有许多企业为员工办理春节探亲的车船票，都是十分受欢迎的福利服务。

251. 什么是工伤保险？工伤保险主要包括哪些内容？

工伤保险是指劳动者因工作原因受伤、患病、致残或死亡，暂时或永久丧失劳动能力

时，从社会保险基金获得法定的医疗生活保障以及必要的经济补偿的制度。工伤保险中的“伤”是指因工负伤，即劳动者在生产工作中发生意外事故，以及职业病致使身体某些部位或生理功能受损、引起的暂时性的、部分的丧失劳动能力；“残”是指因工负伤或患职业病，经治疗休养后仍不能痊愈，以致身体或智力功能永久性丧失。工伤保险必须坚持无责任补偿原则、个人不缴费原则、待遇标准从优原则和经济损失补偿与事故预防及职业健康相结合的原则。工伤保险主要包括以下内容：

（1）覆盖对象：工伤保险的强制性最强、实施范围最广，它适用于一切从事社会化生产的劳动者。

（2）工伤保险基金的筹集办法：工伤保险基金由政府立法规定企业必须参加工伤保险，按时、足额向社会保险管理机构缴纳工伤保险统筹费用，并由工伤保险机构负责进行工伤待遇的给付，统筹费用由企业全部负担。

（3）工伤保险的资格条件：工伤保险的资格条件主要有两方面：一是因工伤残和职业病的法定范围；二是劳动能力丧失程度的鉴定。

1996年10月起试行的《企业职工工伤保险试行办法》中对工伤范围及其认定做了明确规定。2002年5月1日开始实施的《职业病防治办法》中的职业病是指企事业单位和个体经济组织中的劳动者在职业活动中，因接触粉尘、放射性物质和其他有毒、有害物质等因素而引起的疾病；职业病危害是指对从事职业活动的劳动者可能导致职业病的各种危害。职业病危害因素主要有：职业活动中存在的各种有害的化学、物理、生物因素以及在作业过程中产生的其他职业有害因素。各国对职业病的确定都有明确规定，凡符合条件者，均可享受工伤保险待遇，《职业病防治法》涉及的职业病共有10大类115种。

伤残评定标准的确定。伤残评定标准是确定劳动者因工负伤致残时，劳动能力丧失程度的法定依据，同时它也是确定因工伤残保险待遇和对伤残者进行妥善安置的基础性工作。所谓劳动能力丧失，根据国际劳动组织的权威解释，应指“个人因身体或精神受到损害而导致本人工作能力减弱的状况”。1996年颁布的《职工工伤与职业病致残程度鉴定标准》将因工负伤丧失劳动能力程度划分为10个等级，等级划分的主要依据是器官损伤、功能障碍以及对医疗与护理的依赖程度等。

工伤保险待遇给付。工伤保险待遇给付的种类有：医疗服务、现金补贴和工伤康复。给付的具体项目有医疗工资、生活补贴、医疗费、护理费、因工负伤退休金、丧葬费、抚恤金、辞退补助费、就业安置费、残疾辅助器具费、工伤预防费、工伤康复和残疾员工管理服务费等。

252. 什么是失业保险？如何申请失业保险金？

失业是劳动者与生产资料相分离的一种状态。劳动者失去运用生产资料进行生产活动的机会，从而失去获得劳动报酬的机会，这种社会现象就是失业。失业保险是对因失业而失去收入来源的劳动者提供的物质帮助，以保证其在一定时期内维持基本生活的经济措施。失业保险对失业者提供一定程度的经济补偿，以减轻失业者因失业而遭受的痛苦，并达到协调劳动关系、稳定社会秩序的目的。

失业人员申领失业保险金应填写《失业保险金申领表》,并出示下列证明材料:(1)本人身份证明;(2)所在单位出具的终止或者解除劳动合同的证明;(3)失业登记及求职证明;(4)劳动保障行政部门规定的其他材料。

失业人员在领取失业保险金期间死亡的,家属可持其死亡证明、领取人身份证明、与失业人员的关系证明,按规定向经办机构领取一次性丧葬补助金和其供养配偶、直系亲属的抚恤金。失业人员当月尚未领取的失业保险金可由其家属一并领取,失业人员在领取失业保险金期间,应积极求职,可享受优惠政策;失业人员在领取失业保险金期间或期满后,符合享受当地城市居民最低生活保障条件的,可按规定申请享受本市居民最低生活保障待遇。

253. 什么是劳动争议?劳动争议有哪些特征?

劳动争议也叫人事纠纷,是劳动关系当事人之间因劳动问题而产生的纠纷。劳动争议实质上是劳动关系当事人之间利益矛盾、利益冲突的表现。

一般来说,劳动争议与其他社会关系纠纷相比具有以下特征:

(1)劳动争议当事人是特定的:劳动争议的当事人必须是劳动力的所有者与劳动力的使用者。

(2)劳动争议的内容是特定的:劳动争议的内容必须涉及劳动管理过程中的有关问题,如劳动合同、劳动报酬、劳动保护、社会保险等。在劳动过程中,劳动者与劳动力的使用者之间就上述问题会在权利的享受与义务的履行方面产生矛盾,这些矛盾尖锐化、公开化就形成了劳动争议。

(3)劳动争议的表现形式是特定的:一般的社会关系纠纷表现为争议主体之间的利益冲突,其影响范围通常局限在争议主体之间,而重大的集体劳动争议、团体劳动争议除可表现为一般劳动关系纠纷的形式,有时还会以罢工、请愿等形式出现,影响范围非常大。

254. 劳动争议形成的原因有哪些?劳动争议的解决必须坚持哪些原则?

劳动争议的产生有社会外部原因也有企业内部原因,常见的因素有:劳动制度不适应劳动关系的变化和发展,劳动关系协调机制的建立不够及时、完善,都会导致劳动争议的出现;市场经济物质利益原则的作用,使得劳动关系当事人之间既有共同的利益和合作的基础,又有利益的差别和冲突。由于许多劳动者观念尚停留在计划经济时代的"国家职工"上,不能适应市场经济下劳动用工制度的变化,从而容易导致劳动争议。市场经济下,利益成为核心,企业与员工在利益方面认识不一致,往往容易形成劳动争议;部分企业的领导者素质不高,领导方法欠妥,不认真遵守法规,使劳动关系双方产生纠纷。

通常来说,解决劳动争议必须坚持如下原则:

(1)着重调解、及时处理原则:劳动争议处理的原则是劳动争议处理机构在处理劳动

争议时必须遵循的原则。从劳动争议起因来看，大多数劳动争议是因当事人对国家的劳动政策、法律不了解或者权利义务的执行不一造成的，而且争议的问题常常是非不清，双方各有对错。因此，在解决劳动争议时力争使当事人双方互相谅解，才能使争议得到圆满解决。

(2)严格按照事实依法办事：在调解劳动争议时，调解人员应对双方争议的事项进行充分的调查，然后根据事实依法进行处理。

(3)要坚持法律面前人人平等的原则。

255. 什么是劳动争议的调解？什么是劳动争议的仲裁？劳动争议仲裁有哪几个程序？

通常来说，企业可以设立劳动争议调解委员会，劳动争议调解委员会负责本企业的劳动争议。国务院1993年6月11日颁布的《中华人民共和国企业劳动争议处理条理》有如下规定：

(1)企业劳动争议调解委员会依法调解企业与员工之间发生的下列劳动争议：①因履行劳动合同发生的争议；②因开除、除名、辞退员工和员工辞职、自动离职发生的争议；③因执行国家有关工资、社会保险、福利、培训的规定发生的劳动争议；④法律规定的其他劳动争议。

(2)劳动争议调解委员会的人员组成：①员工代表：由代表大会选举产生；②企业代表：由企业行政领导指定；③企业工会代表：由企业工会指定。

(3)企业劳动争议的处理应按规定的程序进行：劳动争议仲裁是指以第三者身份出现的劳动争议仲裁委员会，根据劳动争议当事人的申请，依法对劳动争议进行裁决，从而解决劳动争议的一种制度。根据劳动部《劳动争议仲裁委员会组织规划》第2条规定："仲裁委员会是国家授权、依法独立处理劳动争议案件的专门机构。"《劳动法》第81条规定："劳动争议仲裁委员会由劳动行政部门代表、同级工会代表、用人单位方面的代表组成。劳动争议仲裁委员会主任由劳动行政部门代表担任。"

劳动争议仲裁程序主要分为四个阶段：①有劳动争议当事人向劳动争议仲裁机关提出申请，要求依法裁决，保护自己的权益；②劳动争议仲裁机关在受到当事人申请仲裁的书面材料后，必须进行认真的审查，符合条件的劳动争议案件，仲裁机关在收到申诉书后7日内，应做出决定立案审理；③仲裁委员会立案受理劳动争议后，应按《劳动法》及有关部门规定，组成仲裁庭，仲裁庭由3名仲裁员组成；④在调查取证的基础上，开庭审理。

6.

生产管理知识

256. 什么是生产？什么是生产管理？

生产也叫社会生产，是指人们结成一定的生产关系、利用生产工具、改变劳动对象以适合人们需要的过程，也就是说，生产实际上是一种加工转换过程。在加工转换的过程中，生产系统需要投入一定的生产要素（主要包括人、财、物、技术、信息），然后按照不同的生产目的、生产出能够满足人们不同需要的产品。

所谓生产管理，就是对企业生产活动的计划、组织和有效控制。生产管理又有广义和狭义之分。广义上的生产管理是指对企业生产活动的全过程进行系统、规范、科学的管理，主要是以企业生产系统作为管理对象；因此，其内容非常广泛，包括生产过程的组织管理、定额管理、生产计划和生产作业计划的编制、生产控制、质量管理、物资管理、安全生产、环境保护等等。而狭义的生产管理只是指以产品的生产过程为对象的管理活动，即对企业的生产技术准备、原材料投入、工艺加工直至产品完工的具体活动过程的管理。由以上概念我们不难看出，狭义的生产管理的内容是广义生产管理内容的一部分，二者之间有一定的联系。

257. 现代企业的生产管理在企业管理中有什么地位和作用？

现代企业的生产管理在企业管理中占有重要的地位和作用，主要表现在：

（1）良好的生产管理有助于增强企业执行力。企业经营决策确定了企业在一定时期内的经营方针、经营目标和经营策略等。生产管理作为企业管理的重要组成部分，通过组织生产活动，尽可能保证企业经营目标的实现，因此，生产管理为经营决策提供物质条件，起着重要的保证作用，处于执行地位。

（2）良好的生产管理有助于提高企业技术开发的能力。技术开发是企业在经营决策目标的指导下，进行的产品开发、工艺技术和原材料开发，它是生产管理的前提条件，是组织生产、实现经营目标的重要技术保证，而生产管理也为技术开发的顺利进行提供实验条件和反馈信息。

（3）良好的生产管理有助于提高企业销售管理水平。生产管理是销售管理的先决条件，它为销售部门及时地提供用户满意的、适销对路的产品或劳务。搞好生产管理，对开展销售管理工作、提高产品的市场占有率有着十分重要的意义。因而，生产管理应主动适应销售管理工作的要求，销售部门也必须及时向生产管理部门提供可靠的信息，以改进产品、提高质量，并力求使市场需要和生产条件结合起来，达到最优配合，这二者是相辅相成

的关系。

258. 现代企业的生产管理主要包括哪些内容?

现代企业的生产管理主要包括以下内容:

(1)按生产管理所需作的决策类型划分,生产管理的内容可归纳为生产系统设计的长期决策及实施、生产系统的运行和控制的短期决策及实施两个方面。前者主要包括生产系统的地址选择(又称厂址选择)、工厂平面布置、产品的选择和设计、设备的选择、加工对象的生产设计;后者主要包括质量控制、成本控制、进度控制和设备维修。

(2)按生产管理职能划分,生产管理的内容可归纳为生产计划工作、生产准备和组织工作、生产控制工作三个方面。

①生产计划工作:主要是指对产品生产的计划和计划任务的分配工作。对应的生产计划主要包括产品的生产计划和生产作业计划等,产品生产计划主要规定企业在一定时期(一般为一年)内各个生产阶段所需生产的产品品种、产量、质量、产值等计划,以及为保证实现生产计划的技术组织措施计划;生产作业计划是生产计划的具体执行计划,它是根据企业的生产计划与市场形势的变化,按较短的时间(月、旬、周、日等)为企业的各个生产环节(车间、工段、班组、工作地)规定具体的生产任务和实现的方法,并保证生产过程各阶段、各环节、各工序之间在时间上和数量上的协调与衔接。

②生产准备和组织工作:生产准备主要包括工艺、技术及设备方面的准备;人力的准备以及物料、能源的准备三个方面。工艺、技术及设备方面的准备,主要包括编制工艺文件、进行工艺方案的选优、设备选择的经济评价以及设计和补充工艺装备等;人力的准备主要包括对工种、人员进行选择、配备和调整,充分发挥和挖掘人力资源的潜力;物料、能源的准备主要包括原材料、辅料、燃料、动力、外购外协件的准备。

③生产控制工作:是指企业围绕完成生产计划任务所进行的各种检查、监督、调整等工作。具体来说,生产控制工作主要包括投产前的控制、生产过程控制(包括生产调度工作、在制品管理等)、库存和资金占用的控制、产品质量控制、物料消耗及生产费用等方面的控制。

259. 现代企业生产管理必须坚持哪些原则?

现代企业提高生产管理能力最有效的途径就是按原则办事,现代企业的生产管理必须遵循以下原则:

(1)效益化原则:就是用最少的劳动消耗和资金占用,生产出尽可能多的适销对路的产品。现代企业在生产管理中贯彻效益化原则,也就是说企业要在实现生产管理的目标上,做到数量最多、质量最好、交货及时准确、成本最低等;要达到这一要求,企业就必须在满足各自不同要求的前提下,力争达到综合经济效益的最优化,而不能追求某一方面的高水平。

(2)科学管理的原则:指企业在生产过程中必须运用符合现代工业生产要求的管理制度和管理方法进行科学生产。对于现代企业来说,实行科学管理必须建立统一的生产指挥系统,进行组织、计划、控制,保证生产过程正常进行;必须建立和贯彻各项规章制度、建立和实行各种标准、加强信息管理等等;必须加强职工培训,不断增加他们的科学技术知识和科学管理知识,同时要教育他们树立适应大生产和科学管理要求的工作作风。

(3)以销定产的原则:指企业必须根据销售的要求来安排生产。随着信息化技术的高速发展及产品同质化趋势的日趋明显,这条原则对现代企业显得尤为重要,如果企业不坚持此原则,就很可能有被淘汰的危险。因此,现代企业必须加强对生产管理人员的教育,使之树立正确的经营观念,掌握先进的生产技能,从而确保企业生产经营的顺利进行。

(4)组织均衡生产:均衡生产是指出产产品或完成某些工作,在相等时间内,在数量上基本相等或稳定递增,是有节奏、按比例的生产。组织均衡生产是科学管理的要求,因为均衡生产有利于保证设备和人力的均衡负荷,提高设备利用率和工时利用率,有利于建立正常的生产秩序和管理秩序,保证产品产量和安全生产;有利于节约物资消耗,减少在制品占用、加速资金周转、降低产品成本。总之,组织均衡生产能够取得比较好的经济效益。

260. 现代企业生产管理的要素有哪些?

企业的生产要素主要包括内在因素和外在因素。

(1)内在因素

①企业内部管理系统:优良的管理系统是具备周到的计划、认真的执行及有效的控制,使组织经营目标顺利实现;不良的管理系统会造成企业经营计划的失败,执行偏差以及控制失调。

②企业的经营理念、使命和价值观:企业的经营理念、使命和价值观只有随着时代不断更新和发展,才能真正营造企业的核心竞争力和长期竞争优势;一成不变的经营惰性会造成决策的老化,导致经营危机。

③技术创新的能力:技术创新是拓展企业利润空间、延长产品生命周期、降低企业生产成本最直接有效的方法。现代企业如果缺乏技术创新能力,就很难在市场上赢得主导地位。

④市场扩张的能力:企业的利润来自销售,生产多少依销售情况来确定,高超的行销能力是现代企业提高市场占有率的有效途径。

(2)外在因素

①市场竞争情况:就现在的市场形势而言,内销市场有限,外销竞争激烈,很多厂家为争取订单,不惜降价竞争,造成市场秩序混乱。

②消费者因素:由于以往人们的生活水平不高,人们对产品更多强调的是廉价实用,对产品的外观造型很少关注。但随着人们生活水平的日益提高,消费者的消费意识逐步增强,消费者对产品质量和售后服务的要求越来越高,这就要求企业必须不断创新,不断提高产品质量,不断提高服务水平,从而真正满足消费者的需求。

③人事费用的不断增长:随着人们生活水平的日益提高,廉价工资政策很难继续维

持，所以人事费用对企业的竞争有着很大的影响。

④企业之间存在着恶性竞争：企业对于人才的训练须投注大量的资本，但由于企业之间存在着人才的恶性竞争现象，事实上，很多企业很难收回其投资；挖来的人才，虽然有助于经营，但若人才都是空降姿态，则内部难和，因此企业应有相应的人才策略。

261. 什么是生产类型？现代企业的生产类型是如何划分的？

所谓生产类型是指企业的各个生产环节按照它在较长的一个时期内生产的品种的多少及同种产品数量的多少而划分的一种生产类别。

各行各业的生产过程千差万别，按不同的标志可划分成不同的类型，主要有：

(1)按接受生产任务的方式可划分成：订货生产方式、存货生产方式。

(2)按生产方法可划分成：合成型、分解型、调制型、提取型。

(3)按生产的连续程度可划分成：连续生产、间断生产。

(4)按生产任务的重复程度和工作地的专业化程度可划分成：大批大量生产、成批生产、单件小批生产。

262. 改变企业生产类型的途径有哪些？

生产管理的任务之一就是要通过一切可能的措施来改变生产类型，以获得好的经济效益。通常来说，改变企业的生产类型的途径有：

(1)在生产组织方面，加强订货管理，在保证订货的前提下，合理搭配品种，以减少同期生产的产品品种；改善劳动组织，提高工作地的专业化水平。

(2)进行产品结构分析，改进产品设计，加强产品系列化、零部件标准化、通用化工作。

(3)在全面规划、统筹安排的原则下，积极发展工业生产的专业化和协作，包括产品专业化、零部件专业化、工艺专业化和辅助生产专业化，以及相应的各种形式的生产协作，为减少重复生产、增加同类产品产量、简化企业的生产结构和提高企业的专业化水平创造条件。

(4)在工艺设计方面，积极开展工艺过程典型化工作，使同类零件或结构相似的零件能具有相同或大致相同的工艺加工过程，减少工序数目，提高工作地的专业化水平，增加工序的加工批量，为采用成组加工工艺或先进的生产组织形式创造条件。

263. 什么是生产运作战略？现代企业在制定生产运作战略时应着重考虑哪些因素？

生产运作战略是企业为实现其总体战略而对生产运作系统的建立和发展所作的长远的、全局性的谋划，它规定了生产运作系统的长远目标、发展方向、方针原则和基本步骤。

现代企业在制定生产运作战略时应着重考虑的因素有质量、成本、服务、柔性和时间等。

(1)质量:是现代企业营造核心竞争力和长期竞争优势的有力保证,质量也是赢得顾客的最重要的因素之一。因此,现代企业既要考虑向顾客提供的最终产品与服务的质量,又要考虑质量形成过程如设计、生产、售后服务的质量;质量的核心是满足顾客的需求,包括显在的和潜在的需求;产品质量取决于对顾客需求的适用性,服务质量则是顾客在接受服务前的期望与服务过程中的经历或服务结束后的感知间差异的函数;很多知名企业之所以能取得辉煌的业绩,这与他们产品的高质量是分不开的。

(2)成本:是企业生产首要考虑的因素,低成本才能以低价格取得竞争优势,或在行业平均价格下获得更多利润。成本主要是在生产运作过程中形成的,降低成本的主要途径是排除浪费,增加资本投入,扩大生产规模,但后者存在生产能力过剩的风险;在制定生产运作战略时,要充分权衡各种降低成本方案的利弊得失,作出最适合本企业的优选决策。

(3)服务:作为战略要素,既包括制造产品的延伸,如产品的售前、售中、售后服务,又包括服务业的服务项目与特色。随着科学技术的进步与产品技术含量的增加,顾客需要更多有关产品选择、使用的咨询与指导和及时的功能修复与升级换代的服务;优良服务可以赢得更多的市场份额,但也增加了制造与服务企业的支出;许多企业在加强服务中获益,也有一些企业以尽可能减少服务的方式降低价格、提高顾客的参与情趣,取得了意想不到的成功。

(4)柔性:市场需求多样化、消费个性化的趋势,使柔性的重要性与日俱增。柔性表现为企业能根据市场的需求迅速调整产量,为顾客提供多种产品和服务,迅速从一种产品生产转换到另一种产品;柔性优势常常带来时间优势,但提高生产运作的柔性需要付出相应的代价,如建设昂贵的柔性制造系统,由于频繁变换产品与服务项目而损失制造与服务能力,增加生产运作管理的难度,增加对职工进行适应性技能的培训等,对柔性度同样需要进行适度的选择。

(5)时间:减少生产运作过程中各项活动所需时间对企业的竞争愈来愈重要,这是因为缩短时间通常不仅可以降低成本、提高生产率,而且可以迅速响应用户需求的变化以支持用户,并从"零库存"中获益。对于一些特殊行业如火警、匪警,时间更是决定性的因素,企业在时间上的竞争,主要表现为快速、准时交货,加快新产品开发,快速处理用户的抱怨与投诉等。

以上5个战略要素既相辅相成,又相互制约,企业在具体制定时,必须分清主次,重点突出,力争使各种要素得到协调,从而获得综合优势。

264. 如何进行生产战略分析?

现代企业生产运作战略的制定是建立在科学的战略分析基础上的。通常来说,战略分析必须考虑如下几个方面:

(1)企业的总体战略。识别、分析企业总体战略对生产运作的具体要求,弄清生产运作部门为实现总体战略必须达到的目标与战略取向。

(2)环境因素分析。环境因素指企业外部环境对生产运作系统可能带来机会或威胁的事件或趋势,一般包括政治、经济、技术、社会因素及市场需求与竞争对手的状况。在企

业总体战略制定过程中已对环境因素做过分析，但那些分析着眼于影响企业总体发展的重大因素。在制定生产运作战略时，必须从生产运作的角度做更具体、细致的分析。以技术因素为例，技术变迁会直接影响到生产运作系统中的产品（如高清晰度电视、数码相机的发展）、服务（如缩短交货期）、生产过程（如柔性制造、机器人）等各个方面，必须具体分析用户技术发展方向和潜在需求，产品创新趋势及其对本企业产品的影响，供应商技术动向及其所提供的原材料、半成品等物资质量和供应方式的变化，制造工艺技术发展态势、方向及对企业现有设备、工艺的冲击，高新技术发展对现有生产运作系统带来的机遇与挑战等。

（3）生产运作系统能力。生产运作系统能力的分析主要包括生产运作系统现有人力资源及其潜力、装备和能力平衡、产品和服务、物资供应与产品经销链接、工艺和技术、研究开发与设计能力、能源与动力供应、物流与运输、消耗与成本、资金来源与运作、组织与管理水平等等；企业应与行业标杆或同类企业进行比较，认清自身优势与弱点所在。

（4）其他部门的职能战略。主要指生产运作战略与其他职能战略间的衔接。虽然各职能战略都是根据企业总体战略制定的，但各自考虑的重点不同，可能引发冲突。例如，生产部门为提高效率、降低成本希望加大生产批量，与营销部门多品种、小批量供货有矛盾；财务部门要求压缩库存、加速资金周转，生产运作部门希望保留一定库存作为生产组织的缓冲。各职能战略应以整体优化为原则，相互协调。

265. 什么是工厂布置？

工厂布置，也叫生产系统的总体布置，是指以科学、规范的方法和手段为企业选择合适的建厂地点，并对组成工厂的各个部分、各种生产设施与设备，以及厂内运输线路等物质要素在平面和空间上进行合理配置，使之形成有机的系统，从而以经济实惠的方式满足生产经营的要求。工厂布置对企业的生产经营有着很大的影响，如果工厂布置不合理，就无法保证生产系统的良好运行，也就难以确保企业生产经营目标的实现。

266. 现代企业厂址选择应考虑哪些因素？

所谓厂址选择，是指确定企业坐落的具体位置。企业厂址的选择，不仅影响建设投资和建设速度，而且还影响工厂布置和企业建成后的生产经营费用、产品质量成本等；如果企业的厂址选择不当，会给企业布置带来难以克服的困难，从而严重影响企业的经济效益。不同企业、不同产品对厂址的选择有着不同的要求，企业必须根据自身实际情况，进行可行性研究，综合考虑各种因素的影响作用，力求支出最低的建设投资费用和生产经营费用。通常来说，企业厂址的选择需要考虑如下要素：

（1）资源条件。企业选择厂址应尽量接近原材料产地，这样有利于取得足够数量的原材料供应，同时也节省成本。

（2）交通运输条件。企业所在地的交通运输条件对企业的发展有着很大的影响，尤其

是年运输量大的企业更应该注重厂址选择的交通运输因素。一般来说,年运输量大的企业应选择在靠近铁路、河流和有管道运输的地方建厂。

(3)人力资源状况。人力资源状况一方面是指人才的供给状况,另一方面是指厂址所在地的薪资水平。人才是现代企业最核心的竞争力,企业只有获得充足的人才,才有利于企业的高速发展;薪资水平是现代企业厂址选择需要着重考虑的因素之一。

(4)地理条件。首先,厂区的面积与外形应适合企业总平面布置的要求;其次,尽可能选择地势平坦之处。

(5)开展科研、教育和生产协作的条件。

(6)水源与排水条件。通常来说,企业应选择建在水源充足,水质良好,排水方便的地方。

(7)能源供应状况。厂址所在地的能源状况对企业的经济效益有着直接的影响,企业应尽量在接近产煤、产油或供电方便的地点建厂。

(8)环境保护。环境保护因素是现代企业选择厂址需要重点考虑的因素,应充分考虑本企业和厂址附近其他企业对环境造成的危害,便于三废处理。

(9)产品销售状况。企业厂址的选择应尽量接近消费地区,这样既便于节省成本,同时也有利于地方保护,塑造名牌产品。

(10)职工的生活条件,包括住房、生活设施、服务网点、交通条件和美化环境。

(11)气候条件。气候条件决定是否需要增设空调设备。

(12)建厂投资费用。建厂投资费用是指全部建厂的投资费用,包括占地、移民、现有建筑物的拆迁、赔偿等所需的费用。

随着经济和科技的迅猛发展,现代企业在厂址选择上出现了一些新的趋势:首先,一些国家和地区为了吸引外来资金发展本地经济,设立工业园区或科技园区,并提供优越的共同设施和优惠的经济待遇,使一些企业在选址中向工业园区集中;其次,随着准时制的推广,供应商与制造商一体化的趋势日益增强,这样就在很大程度上缩短了从订货到交货的时间,减少了库存;最后,随着全球经济一体化趋势的增强,企业越来越倾向于在全球范围内建立分厂或子公司采购物资,进行零部件生产,比如,美国波音公司生产的飞机,由6个国家26万家大小企业协作生产所需部件。逃避关税或其他贸易壁垒是全球选址的重要动因,随着世贸组织的发展,这一因素的影响越来越小。全球选址主要考虑的是有效利用全球资源,尽可能接近市场。

267. 现代企业厂址选择的方法有哪些?

由于企业选址考虑的因素众多,因此很难找到一个十全十美的方法。在实际工作中,企业往往是通过寻找相对合理的方案,经过综合评估,最终确定最优方案。通常来说,企业选址的方法主要有以下几种。

(1)量本利分析:主要是从经济收益上比较各方案的优劣,其具体步骤是:首先确定每个备选地址方案的固定成本和可变成本;其次是计算各备选方案的总成本,并在同一张图纸上绘制总成本线;再次是比较各备选方案在预期生产规模下总成本的高低,在售价相同

的情况下，总成本最低的方案意味着利润最高，因而是最优方案。

例：假设有 3 个备选方案，地址分别为 A、B、C，其固定成本与可变成本如下表：

各备选地址的固定成本与可变成本

地址	年固定成本(元)	单位可变成本(元)
A	125000	11
B	7500	25
C	15000	8

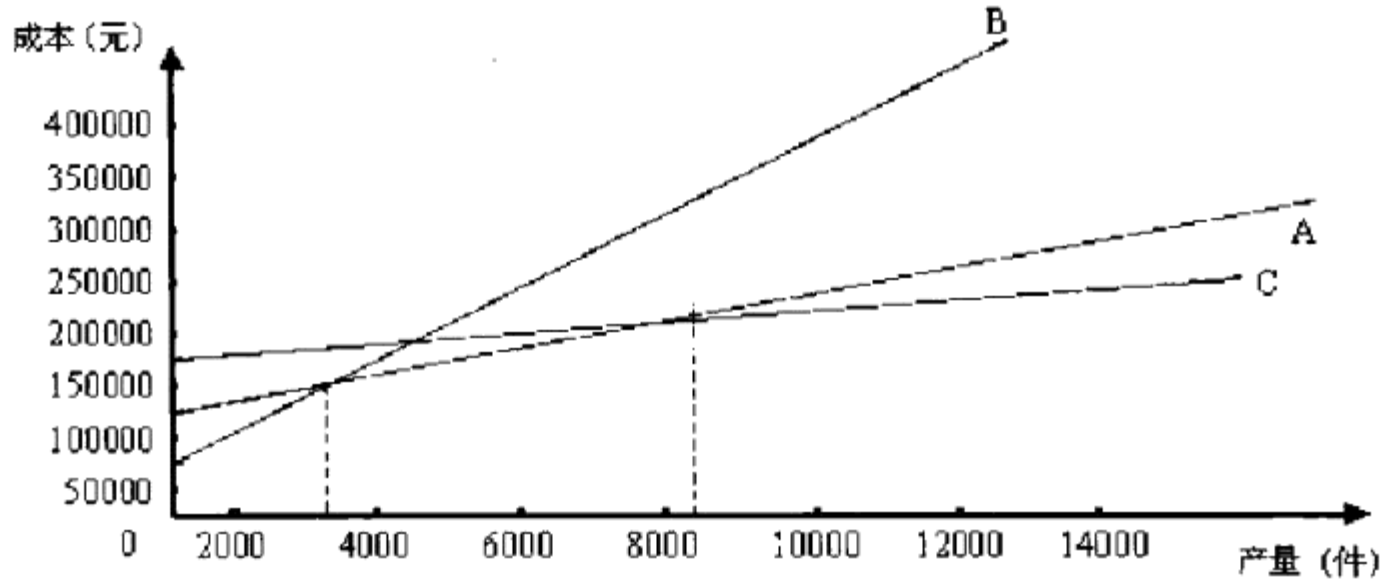
设预期产量为 10000 件，则总成本为：

A 址：TC = 125000 + 11(10000) = 235000 元

B 址：TC = 7500 + 25(10000) = 257500 元

C 址：TC = 15000 + 8(10000) = 95000 元

得盈亏平衡图如下：



综合分析可知，预期产量在 3571 件以下，B 址最佳；预期产量在 3571 ~ 8333 件之间，A 址最佳；8333 件以上则 C 址最佳。

(2)分等加权法：采用加权法进行厂址分析时，首先要列出影响厂址选择的所有因素，并按照其重要程度确定相应的权数。比如说“能源供应条件”这个影响因素比较重要，确定其权数为 8，然后依次将其他要素与之相比较，分别确定其权数，如：“料场”的权数为 1，“资源条件”的权数为 7，投资费用的权数为 6，交通运输的权数为 6，生活条件的权数为 6，人力资源的权数为 6，水源的权数为 5，排水的权数为 5，协作条件的权数为 4，环境保护的权数为 4，气候条件的权数为 3，安全条件的权数为 3，产品销售的权数为 3，扩展余地的权数为 2，等等。权数一般来说应该由有经验的专业管理人员、工程技术人员、相关专家和领导干部共同研究决定。其次要列出可供选择的厂址。如有 A、B、C、D 四个地址，究竟应该选择哪一个地址，需要权衡各种影响因素的利弊得失后才能确定。每一个因素对各

个地址的影响，可能有好有差，可按其影响的不同程度划分几个等级，如最好、较好、一般、较差，并相应地规定各等级系数为4、3、2、1。如“地理条件”这一因素，对C厂址最佳，则其系数为4，B厂址次之，则系数为3，A厂址又次之，则系数为2，D厂址最差，则系数为1。确定了权数和等级系数后，将两者相乘就可以计算出该因素下各个厂址的得分数，将每一个厂址在各因素下所有得分加起来，其中得分最多的就是所要选择的最佳厂址。分等加权法的计算实例如下表，表中的数字是假设的，仅供参考。

分等加权法选择厂址的计算表(实例)

影响因素	权数	可供选择的厂址							
		A		B		C		D	
		等级	得分	等级	得分	等级	得分	等级	得分
能源供应	8	2	16	3	24	4	32	2	16
地理条件	7	2	14	3	21	4	28	1	7
资源条件	7	1	7	2	14	4	28	3	21
交通运输	6	2	12	1	6	3	18	2	12
生活条件	6	2	12	3	18	4	24	1	6
投资费用	6	2	12	3	18	4	24	1	6
水　源	5	2	10	2	10	4	20	3	15
排　水	5	2	10	3	15	4	20	1	5
人力资源	5	1	5	2	10	3	15	2	10
环境保护	4	1	4	2	8	3	12	4	16
协作条件	4	2	8	3	12	4	16	1	6
气候条件	3	3	9	2	6	3	9	1	3
安　全	3	3	9	3	9	4	12	4	12
产品销售	3	3	9	3	9	4	12	1	3
扩展余地	2	1	2	3	6	2	4	4	8
料　场	1	3	3	4	4	3	3	4	4
总　计		142		190		277		148	

268. 工厂布置应该坚持哪些原则?

工厂布置就是根据已选定的厂址地形，对组成工厂的各个部分，包括基本生产车间、辅助生产车间、仓库、服务部门、公用设施、绿化设施等进行合理布置，确定其具体位置，并相应地确定物流流程、运输方式和运输路线。工厂布置必须从系统、科学、规范的角度出发，统筹兼顾、全面规划、合理部署，讲求整体最优。一般来说，工厂布置应该坚持以下原则：

(1)安全原则。工厂布置应有利于保证安全和增进职工的身心健康，为职工创造良好的工作环境，并与周围社区环境相协调；应该符合国家相关安全生产的法律制度，符合劳

动保护、环境保护的法令制度，符合文明生产的各项要求。

(2)立体的原则。在技术上可行和资金允许的前提下，应尽量采用多层的立体布置，以利于有效利用空间和各种场地，节约使用生产面积和缩短厂内运输距离，提高经济效益。

(3)最短距离和单一流向原则。在符合工艺要求的前提下，使原材料、半成品和成品的运输路线尽可能最短，这样可以缩短生产周期，减少生产费用，加强和保持生产环节之间的联系；另外，使生产流程尽量避免迂回和往返运输现象，使产品能顺流而下。

(4)弹性原则。社会在进步、科技在发展，企业的生产也不可能长期停留在同一个水平上。因此，工厂布置应留有余地，要考虑企业长期发展的需要，使得日后可能发生调整时，基本生产流程相对稳定，技术改造和扩充实施不影响或少影响原有布置的生产活动，因调整工厂布置而发生的费用应最低。

269. 如何进行厂区布置?

厂区布置的方法很多，下面介绍几种常用的方法。

(1)物料流向图法：是根据原材料、在制品及其他物资在生产过程中的流动方向，绘制物料流向图来布置各个车间、仓库和其他设施，根据流向大体一致、路线最短的顺序，安排生产单位的位置。

(2)物料运量图法：是按照生产过程中原材料、在制品、成品等物料总的流动方向及生产单位之间搬运量来布置企业的车间及各种设施的相对位置，特别适用于物料运量很大的企业。应用这种方法首先要有一个初步的布置方案，根据初步的布置方案和生产工艺的顺序，绘制物料流向图，并计算各组成部分的搬运量；通过对不同运输方案的计算、比较，确定一个最优方案，并根据它反过来修正原先的布置方案，使总平面布置更趋合理；最优化的运输方案就是要使搬运总量很小，特别使相邻的单位之间的搬运量要最小。

(3)模型法：利用比例制作的模拟生产设施的三维或二维模型在选定的厂址区域模型上排列出布置方案。通过多方案的分析比较，选择较满意的方案。这种方法简明、直观、灵活，是比较好的定性布局方法。

(4)相关图法：理查德·穆瑟提出的相关图法，通过将各生产单位的活动关系和接近程度汇集到一张相关图上，根据关系越密切越应靠近布置的原则安排布局。这种方法借助于图解，将生产单位之间联系的密切程度这样一个定性问题转化为定量分析，最终计算出生产单位之间密切程度的评分值，为平面布置提供依据。其具体步骤是：首先根据关系密切程度的原因和级别制作相关图，并将相关图中的关系表达在相同规格的卡片上，卡片上要标明部门名称、代码；其次是根据关系密切程度和靠近的必要性重新排列卡片；再次是按一定比例制作反映各单位面积大小的卡片，并适当调整这些卡片；最后根据厂区范围和道路规划等因素设计成工厂总平面布置形式。

(5)综合法：是将物料流向图法、物料运量图法和生产活动相关图法相结合，来布置各部门的一种方法。当物料量不大时，以生产活动相关图法为主，适当考虑物料的流向和运量。当物料量大时，则以运量图法为主，适当考虑物料流向和工厂各单位的关系密切程度。

270. 如何进行车间布置?

车间是进行产品生产或其他业务活动的主要场所,车间布置情况直接影响企业的生产经营。合理的车间布置有利于企业实现文明生产,提高生产效率和经济效益。通常来说,车间布置分为车间总体布置和车间设备布置两部分。

(1)车间总体布置:具体是指如何确定车间各组成部分的准确位置,其要求、程序和方法与企业总平面布置基本相似。企业在进行车间布置时,首先需要安排车间的总体布置;一般来说,大型车间由六大部分组成:基本生产部分,如机械加工车间的各种机加工设备的布置,要符合生产工艺流程的要求,尽量缩短物流的流程;辅助生产部分,如机修组、电工组、磨刀组等的布置,要便于向基本生产部分提供最好的服务,如机械加工车间的工具室应设在工人领取工具方便的位置,并与磨刀间相靠近;仓库部分,如中间库、工具室等;过道部分,如主要过道、次要过道等。车间过道的设置要考虑物料运输与安全的需要,主要过道旁应有明显标志,最好能与进出车间的大门相连接;车间管理部分,如办公室、资料室等;生活设施部分,如休息室、盥洗室等。更衣室、厕所等生活服务部分的面积应根据车间男、女职工的人数计算确定,以便于职工使用。

(2)车间设备布置:在车间的各个组成部分中,基本生产部分决定着车间面貌,占用车间面积也最多。车间布置的重点应放在这一部分的设备布置上,设备布置是否合理,将影响产品的生产周期和生产成本,影响劳动生产率的提高。通常来说,车间布置应坚持的原则有:确保安全,各设备之间、设备与墙壁、柱子之间应有一定的距离;设备的出动部分要有必要的防护布置;设备和工地的布置应尽可能符合生产过程的流向和工艺顺序,使加工路线最短,便于物料运输,避免物流上的迂回、曲折或倒流;充分利用车间的生产面积。在一个车间内,可因地制宜地将设备排列成纵向、横向或斜角,不要剩下不好利用的面积;便于工作人员作业,留有足够的面积供工人走动、造作、放置工具物品,物流运输与人行通道分开,工作环境符合采光、照明、卫生、防污染等要求;便于运输,加工大型产品的设备应布置在有桥式吊车的车间里,加工长形棒料的设备尽可能布置在车间的入口处。

车间布置主要有四种形式:一是产品原则布置;二是工艺原则布置;三是综合布置;四是定位布置。

①产品原则布置:按产品原则布置车间适用于大批量标准化产品的生产,其特点是按照产品加工的技术顺序来布置设备和工作地。常用的布置方式是直线式的,这种生产线有简洁、高效的优点;但如果生产线过长,不利于工人和车辆的往返移动,对场地要求也高,不如U形布置更加紧凑;U形布置由于工人彼此接近,有利于交流协作,工作分配的弹性也比较大,如果物料入口与产品出口在同一侧还有利于控制生产节奏;其他还有直角形、山字形、S形、环形等布置形式。按产品原则布置车间的重点,是把生产过程分解成一系列作业,并将它们按先后顺序分配到各设备和工作地,使各设备和工作地按相同的节拍生产,以保证物流顺畅,设备和工时利用充分。

②按工艺原则布置:是指按照生产工艺性质的不同来设置车间,在按工艺原则布置的生产部门里,集中着同种类的工艺设备,对企业的各种产品进行相同的工艺加工。按照工

艺原则进行工厂布置，就是在工厂内部设置一系列具有各种特定功能的工艺中心；这种布置的生产部门，其名称如：铸造分厂（或车间、工段），机械加工分厂（或车间、工段），热处理分厂（或车间、工段）等；工艺原则布置的特点是同一生产部门内部的所有机器设备，均是功能相同或相近的机器设备，所配备的人员也是相应的同工种或相近工种的工人；机器设备按相同型号集中，呈“机群式”排列；每一生产部门只担负各种产品的一种特定工艺性质的生产任务，除担负最后工序的生产部门外，其他所有生产部门均不能出产成品；各生产部门之间的生产联系频繁。

采用工艺原则布置的优点在于：适应性强。当市场需求的产品品种发生变化时，如果需要的新品种仍属本厂既定的产品专业方向内，则有很强的适应能力；如果需求的新品种已经超出了本厂既定的产品专业方向，但只要生产工艺相近，则仍具有较强的适应能力；有利于实行专业化的工艺及设备管理；由于每个生产部门内部各个生产环节的工艺性质相同，集中了同专业同工种的工程技术人员和生产工人，长期重复地进行同工艺性质的生产活动，可以有效地实行专业化的工艺管理，便于提高人员和设备的工艺技术水平。

工艺原则布置的不足在于：经济效果差。因为每一种产品的生产过程，均需先后通过本厂全部或大部工艺专业化的生产部门，有时还出现交叉迂回和反复的运输，因而运输路线长，交接次数多，运输、保管、装卸的费用高，生产过程占用的在制品和半成品数量多，且多使用通用机床，生产效率低，因而导致生产周期长、生产成本高，总的经济效果较差，管理工作比较复杂，主要表现在两个方面：一是协作关系复杂，协调任务重；二是贯彻执行各种责任制度的难度较大。

③综合布置：由于工艺专业化和对象专业化的优缺点恰好是互补的，即前者的优点是后者的缺点，而后者的优点又是前者的缺点，因此，在实际生产过程的组织中，一般综合运用以上两个原则，以取两者的优点。在一个企业内部，有些车间可按对象原则建立，而另一些则可按工艺原则建立；在一个车间内部，有些工段和班组可按对象专业化布置，而另一些则可按工艺专业化布置。具体应用形式有两种：一是在对象专业化原则的基础上采用工艺原则，如锅炉厂的铸造车间、锻造车间；二是在工艺专业化原则的基础上采用对象原则，如铸造厂的箱体造型工段、床身造型工段等。一般来说，工艺原则常适于单件小批或批量型生产企业，对象原则适于成批生产、大量生产企业，综合布置适于成批生产企业。

④定位布置：特点是加工对象保持不动，而工人、设备和物料却围绕着加工对象移动完成生产过程，适用于特大、笨重或受其他一些因素影响不能或不便移动的产品，如飞机制造、造船或大楼、大坝等大型建设项目，要求工人、设备、物料随生产过程的需要到达待加工的产品处，所以设计要重点考虑它们的运送路线、方式与时间的控制，不能堵塞工地。

事实上，采取何种车间布置方式取决于多种因素：预期的总产量、生产标准化程度、产品的物理特性、可采用的各种工艺技术，以及足够数量可以利用的各种长、短期财政资源。企业究竟按哪一种形式来进行车间的布置，必须从企业的所属行业特点和生产实际着眼，全面分析不同设置形式的技术经济效果，并且考虑企业长远战略决策和目前生产经营的需要；在实际中，纯粹只用一种厂内布置方式是不存在的，而必须综合运用，最常见的是把对象专业化和工艺专业化布置两种方法结合在一起运用。

271. 什么是生产计划?

生产计划是企业生产管理的依据,它对企业的生产任务做统筹安排,规定着企业在计划期内生产的产品品种、质量、数量和期限等指标。企业生产计划是根据企业的产品销售计划制定的,它是企业经营计划的重要组成部分,同时又是编制企业其他计划的主要依据。通常来说,现代企业的生产计划是由一系列指标构成的,这些指标各含有不同的经济内容,从不同的角度反映计划期内企业生产活动的要求,主要有质量指标、产量指标、产值指标、品种指标和出产期等。

(1)质量指标:产品质量指标是指企业在计划期内各种产品应该达到的质量标准。它反映着产品的内在质量(如机械性能、工作精度、使用寿命、使用经济性等)和外观质量(如产品的外形、颜色、包装等)。产品质量是衡量产品使用价值的重要标志。保证和提高产品质量,是企业实现生产任务、满足市场需要的一个十分重要的方面;企业的产品质量,也综合地反映了企业的技术水平和管理水平;质量是企业生命力的源泉,也是企业营造核心竞争力的保证,企业只有在质量指标上严格把关,才能求得生存和发展。

(2)产量指标:是企业在计划期内应当生产的可供销售的工业产品的实物数量和工业性劳务的数量。产品产量指标通常采用实物单位或假定实物单位来计量,产量指标涉及"生产多少"的决策,关系到企业能获得多少利润,通常采用实物单位或假定实物单位来计量,例如,钢铁用"吨"表示,机床用"台"表示,电动机用"台/千瓦"表示;对于品种、规格很多的系列产品,也可用主要技术参数计量,如拖拉机用马力、电动机用千瓦、煤炭用7000大卡热量的标准燃料表示等。产量指标是表示企业生产能力和规模的一个重要指标,是企业进行产供销平衡和编制生产作业计划、组织日常生产的重要依据。

(3)产值指标:是用货币表示的产量指标,但又不同于产量指标,因为它还受质量因素的影响,它是企业生产成果的综合反映。根据具体内容与作用的不同,企业产值指标分为工业总产值、工业增加值与工业销售产值三种形式。工业总产值是用货币表现的工业企业在报告期内生产的工业最终产品或提供工业性劳务活动的总价值量;工业增加值是指工业企业在报告期内以货币形式表现的工业生产活动的最终成果,是企业生产过程中新增加的价值,它全面反映了工业生产发展的规模、速度、效益和结构;工业销售产值是以货币表现的工业企业在报告期内销售的工业产品总量,包括已销售的成品、半成品价值、对外提供的劳务价值、对本单位基本建设部门、生产福利部门等提供的产品和劳务费及自制设备的价值;其中已销售的成品、半成品是指所有权发生转移,对方已支付货款或已取得向对方索取货款权利的产品。

(4)品种指标:是企业在计划期内出产的产品品名、型号、规格和种类数,它涉及"生产什么"的决策。确定品种指标是编制生产计划的首要问题,关系到企业的生存和发展,品种一般按用途、型号和规格来划分,例如机床制造企业中不同型号的机床等等。品种指标表明企业在品种方面满足社会需要的程度,反映企业的专业化协作水平、技术水平和管理水平。

(5)出产期:是为了保证按期交货确定的产品出产期限。

272. 如何编制生产计划?

生产计划是现代企业生产管理的重要内容,在现代生产企业中,各项生产活动分工很细,没有科学、规范的生产计划,整个生产活动很难协调进行。通常来说,编制生产计划应通过以下几个步骤:

(1)市场调研与分析研究阶段:编制生产计划的过程,实质上就是一个信息处理的过程。编制生产计划所需的信息包括:反映社会需求方面的信息,如计划期产品销售量,上期合同执行情况及成品库存量,上期生产计划的完成情况,国家有关建议和指示等;本企业的经营目标和经营方针,如企业的经营目标、战略规划等;相关法律法规方面的信息;反映社会可能提供的生产资源方面的信息;产品开发进度和生产技术准备能力状况;反映企业实际生产水平的有关信息。通过市场调研与分析,企业可以收集到第一手资料,这是企业编制生产计划的基本信息和资料。

(2)经过广泛的市场调研分析,初步提出生产计划指标,应着眼于更好地满足社会需要和提高生产的经济效益,对全年的生产任务作出统筹安排。其中包括:产量指标的选优和确定;产品出产进度的合理安排;各个产品品种的合理搭配生产;将企业的生产指标分解为各个分厂、车间的生产指标等工作,这些工作相互联系,实际上是同时进行的。

(3)通过综合平衡,确定生产计划指标:把需要同可能结合起来,将初步提出的生产计划指标同各方面的条件进行平衡,使生产任务得到落实。综合平衡的内容主要包括:生产任务与生产能力之间的平衡,测算企业设备、生产面积对生产任务的保证程度;生产任务与劳动力之间的平衡,测算劳动力的工种、数量,以检查劳动生产率水平与生产任务是否适应;生产任务与物资供应之间的平衡,验算主要原材料、动力、工具、外协件对生产任务的保证程度及生产任务同材料消耗水平的适应程度;生产任务与生产技术准备的平衡,测算产品试制、工艺准备、设备维修、技术措施等与生产任务的适应和衔接程度;生产任务与资金占用的平衡,测算流动资金对生产任务的保证程度和合理性等等。

(4)最后确定生产指标:企业的生产计划,经过反复核算和平衡,最后编制出工业产品产量计划和工业产值计划表。企业编制和检查生产计划的主管单位,一般为企业的计划部门或生产管理部门:在编制生产计划的过程中,需要得到其他各个职能部门的协助和配合。

生产计划是根据企业生产需要和生产能力,对产生作业的各个环节进行考虑和安排,它对于企业生产非常重要,尤其对于制造企业和加工装配企业来说,编制生产计划的内容更多,要求也更高。

273. 如何编制车间生产计划?

企业的生产计划编制完成以后,需要将企业的生产任务具体分配到各个车间,这就需要编制车间生产计划。

编制车间生产计划首先需要明确车间生产计划的编制过程。把企业的生产任务分配到车间，首先是把企业的生产任务分解到车间，编制分车间的作业计划；然后，进一步把车间任务分解到工段以至小组，编制分工段或分小组作业计划；相对于对象专业化的车间来说，每个车间分别独立完成一定产品的全部或部分生产过程，各个车间之间平行地完成相同或不相同的生产任务；在这种情况下，厂部编制车间作业计划的方法比较简单，基本上是按照各个车间既定的产品专业分工来分配生产任务；同时，也要考虑到各车间的生产能力负荷等状况，适当加以调整；相对于工艺专业化的车间来说，各个车间是依次加工半成品的关系。在这种情况下，编制车间作业计划的方法比较复杂。分配各车间任务，既要能够保证企业的成品出产任务按期、按量地完成，又要确保各个车间之间在生产的数量和期限上衔接平衡。

由于企业之间的性质和规模等都有所不同，因此企业在选择具体的编制方法时要具有灵活性，要实事求是地根据企业的实际情况选择最佳的编制方法。通常来说，编制车间生产计划有以下一些方法：

(1)生产周期法：利用生产周期法规定车间生产任务，首先要为每一批订货编制产品生产周期进度表，这个进度表是单件小批生产企业主要的期量标准。有了它，就可以用来规定各车间的生产任务；其次，根据合同规定的交货期限以及该产品的生产周期进度表，为每一项订货编制一份订货生产说明书，其中规定该产品(或产品各成套部件)在各车间投入与出产的时间；最后，根据订货生产说明书，编制月度作业计划。在编制计划时，将计划月份应该投入和出产的部分摘出来按车间归类，并将各批订货的任务汇总起来，这就是计划月份各车间的投入、出产任务；由于单件小批生产企业的生产不稳定，在发交车间计划任务表中，其进度要求往往比较概略，例如按旬或按周来要求；而且各类设备和工种的符合经常变化，所以摘出汇总的生产任务，必须进行设备能力的符合核算，经过平衡才能下达车间。

(2)在制品定额法：用在制品定额与实际在制品结存量进行比较，就可以发现各生产环节之间有没有可能发生脱节或过多地占用在制品的情况。按照在制品数量经常保持在定额水平上的要求来计划各生产环节的投入和出产任务，就可以保证生产过程协调地进行。编制车间作业计划，不仅要规定车间全月的总生产任务，而且要规定车间在计划期内的生产进度(用出产量表示)；大量流水生产企业一般可以规定每日的生产进度，每日出产量可以是相等的，也可以是递增的，根据具体需要和可能的情况来决定。

采用在制品定额法，是按照产品的反工艺顺序，从成品出产的最后一个车间开始，逐个往前推算的。最后工序车间的出产量即企业的成品出产量，它与车间的半成品外售量是根据生产计划任务来规定的；计划初期的库存半成品和车间在制品的结存量，一般采用编制计划时账面结存量加上预计将要发生的变化量来确定，到计划期开始时，再根据实际盘点数加以修正。

(3)提前期法：又称累计编号法，就是根据预先制定的提前期，转化为提前量；然后计算同一时间产品在各生产环节的提前量，来保证各车间之间在生产数量上的衔接。采用提前期法编制车间生产计划时，生产的产品必须实行累计编号，所以又称累计编号法；所谓累计编号，是指从年初或从开始生产这种产品起，依成品出产的先后顺序，为每一件产

品编上一个累计号码；由于成品出产号是按反工艺顺序排列编码的，因此，在同一时间上，某种产品的累计编号，越接近完成阶段，其累计编号越小；越是处于生产开始的阶段，其累计编号越大；在同一时间上，产品在某一生产环节上的累计号数，同成品出产累计号数相比，相差的号数叫提前量，提前量的大小同产品的提前期成正比。它们之间的关系可以用以下公式来表示：

提前量 = 提前期 × 平均日产量

具体计算过程是先计算产品在各车间计划期末应达到的累计出产和投入的号数，其计算公式是：

某车间出产累计号数 = 成品出产累计号数 + 该车间出产提前期定额 × 成品的平均日产量

某车间投入累计号数 = 成品出产累计号数 + 该车间投入提前期定额 × 成品的平均日产量

进一步计算各车间在计划内应完成的出产量和投入量。

其计算公式为：

计划期车间出产(或投入)量 = 计划期末出产(或投入)的累计号数 - 计划期初已出产(或投入)的累计号数

最后，如果是严格地按照批量进行生产的话，则计算出的车间出产量和投入量，还应按各种零件的批量进行修正，使车间出产(或投入)的数量和批量相等或是批量的倍数。

274. 什么是生产作业计划？有哪些主要内容？具体任务和显著特点是什么？

生产作业计划是生产计划的具体执行计划，是生产计划的继续和补充，即把企业年度、季度生产计划中规定的月度生产任务及临时性的生产任务具体地分配到各个车间、工段、班组以至每个工作地和个人，规定他们在月、旬、周、日、轮班以至每个小时的生产任务，并按日历顺序安排进度，从而保证按数量、品种、质量、期限、成本完成企业的生产任务。企业生产作业计划工作的主要内容包括：生产作业计划的编制和组织实现计划两个方面，按照不同标准划分，可分为不同的类型；根据企业生产类型、生产组织形式的不同可以分为：大批量生产作业计划、成批生产作业计划、单件小批生产作业计划三类；根据作业计划的编制范围可分为：厂级生产作业计划和车间生产作业计划。

在企业的生产管理中，生产作业计划是一项非常重要的工作，它对于提高企业的管理水平和经济效益有很重要的作用。具体任务包括：保证生产计划及订货合同规定的产品品种、数量和交货期等产品出产任务的完成；合理组织生产过程。企业的生产作业计划有其显著的特点，主要表现在：计划期相对较短，一般是指月度和月度以内旬、日、小时的计划；计划内容具体，把生产任务细分到各个生产环节，甚至落实到作业地、人头；计划形式直观、简单，一般都采用进度表的形式，用比较形象、易于理解的方式来表示。

275. 编制生产作业计划应遵循哪些原则？有哪些依据和方法？

生产作业计划具有很强的操作性，在编制与执行中的任何疏漏与脱节，都会直接导致

生产运作全局的被动。因此,在编制生产运作作业计划时必须遵循以下原则:

(1)科学性:计划的编制要有科学依据,实事求是,符合生产规律和企业实际的条件,指标安排既要先进又要可靠,切忌主观随意和盲目从事。

(2)预见性:通过细致的综合平衡工作,预见生产中可能出现的矛盾,事先提出解决的办法和措施,并反映到作业计划中。

(3)全局性:从企业的整体出发安排各生产运作环节的任务,使生产运作系统各要素能协调运行,妥善安排生产运作与设施检修、主体与辅助、数量与品种质量等关系,谋求系统长远的整体的效率优化。

(4)均衡性:组织企业有节奏、均衡地从事生产运作活动,防止时松时紧和拼设备等不良行为,充分发挥企业的生产运作能力,全面完成销售合同,最大限度地满足用户需求。

编制生产作业计划需要以下资料作为依据:企业年度的生产运作计划及现有生产运作能力;企业销售的订货合同及市场需求预测;生产设备与支持设施检修计划;原材料、零部件、在制品、工具、动力、运输、辅助物品的供应、库存与平衡条件;上期生产作业计划完成情况;企业挖潜、革新、改造等组织技术措施,新产品试制、职工培训及其他可能影响生产运作能力与进度的情况;各种计划值和其他技术经济指标。

生产作业计划的编制程序,通常是按生产流程的逆方向进行的。完成订货合同是生产作业计划的重要目标,因而从成品环节开始,按合同规定的数量、品种、质量、交货期逐次推算前面工序的生产任务及进度,这种方法叫做倒排法。有时也用正排法,即从原材料可能投入的时间起,按生产顺序往后推算各生产环节的生产进度。一般先编制基本生产的作业计划,再编制辅助生产及其他生产单位的作业计划;在时间上先编制季、月作业计划,再随时间推移逐步细化为旬(周)、日(班)的作业计划。

276. 什么是途程计划?

所谓途程计划是依据产品设计图及施工说明而制定的加工作业顺序。一般来说,由于产品的设计图仅仅只标示产品的最终尺寸、公差、形状及使用材料等信息,并没有说明加工的具体方法、详细步骤;另外,即便是对同一产品设计图,不同的操作人员可能有不同的理解,表现在具体工作中就是其加工方法不同,因此,企业必须事先订出最科学规范的加工方法和顺序,以供所有操作人员遵循。途程计划是规划自原料开始至加工及至产品完成期间,经过最经济有效的加工途径,使成本最低(消耗材料及加工成本)、效率最高、质量最适当的一项计划,对一项新产品,制程规划人员或技术人员必须规划出此产品的途程计划,此计划可作为生产排程的依据。

277. 影响途程计划的因素有哪些?

通常来说,影响途程计划设计的因素主要有以下几个方面:

(1)员工的安排。途程计划中若有需求高技术的操作,则应安排有经验的人员来担

任,而较容易操作的工作则可分派初级训练的人员来担任;途程计划中还需考虑某一操作所需的作业人数。

(2)机器设备的负荷与产能。机器的负荷若达到饱和或经常发生故障,则途程计划中就不应再考虑使用此机器。

(3)机器设备的性能。若一种产品可由两种以上的机器来加工,则一般是选择功能相同而制造费用较少的机器来加工;若有两台机器,一台可加工的产品种类较多(即较有弹性),另一台则较少,则应先选择加工能力较小者来加工,而将能力大者留作加工其他产品之用。

(4)生产形态。在连续性生产中,工厂布置一般是产品制造程序的布置,故操作程序是沿生产线由前向后推进的方式前进,因此,其生产途程较固定;在多种少量生产中,工厂布置以制程布置或群组别布置为主,每一产品必须由专家规划出一种最经济的途程计划。

(5)标准化作业的建立:应有标准化操作方法、标准作业时间、质量标准、用料标准及工具夹具类别等资料,以利于途程计划中设计操作时间及准备工具等作业。

278. 如何进行途程计划设计?

通常来说,途程计划的设计需要经过如下的程序:

(1)决定生产的程序:对于装配性的产品,可由产品装配图或操作程序而设定其生产的程序:对于加工性的产品,则需由有经验的制程技术人员,依产品使用的原材料形状,依加工的步骤与方法,例如车削、铣槽、搪孔、磨光等方法,逐一地列出由原材料变成最终产品的步骤,而形成该产品的生产程序;由于每一位技术人员有其不同的经验,故同一产品的生产程序可能依不同操作人员而有所不同,此时公司须依最佳的程序或最经济的程序而决定一个标准的生产程序。由于电脑及自动化的发展,许多计算机辅助制程规划系统(简称 CAPP)已被开发,用来协助人们设定途程计划。

(2)决定每一制程所用的机器及工具:若每一产品均选择使用某一最佳能力的机器,则该机器很可能形成瓶颈机器,而其他机器则会有闲置现象,故应考虑机器的产能、加工能力与负荷以决定所使用的机器;选择机器时,除考虑经济性及最低成本之外,应同时考虑各机器负荷的平衡,使生产时能有最佳的效率。

(3)决定所需材料形态及数量:材料的材质于设计阶段应已指定,但材料的尺寸及型式(如圆柱形或方块)则须配合加工方式及机器设备来决定,所需材料数量则由产品所展开的物料清单决定。

(4)决定操作人力及时间:由标准操作方法、机器的能力(如每分钟的转速)、再配合工作研究与时间研究,可决定每一项作业所需的人员数目及作业时间,而决定的人数及作业时间形成加工此产品的标准作业的内容,由作业的困难度或需求的技术程度可选择所需的操作人员。

(5)决定检验点:即决定生产程序中何时于何作业做何种检验的项目,以确保所生产的产品符合规格要求。

经由以上的设计程序,可制作出途程单及作业单。途程单中有说明操作的顺序、使用

的机器、工具夹具等规范，而作业单中则有更详细内容的说明，包括：使用的机器、工具夹具、操作人员应具有的技术能力、标准工时、加工部位与尺寸、加工细节与操作顺序等。

279. 什么是生产作业控制？包括哪些要素？

所谓生产作业控制，就是企业按照生产计划的要求，组织实施生产作业计划，全面掌握企业的生产情况，了解计划与实际之间产生的差异及其原因，及时调整生产进度，调配劳动力，合理利用生产设备、生产面积，控制物料供应和储存，以及厂内外物料的运输工作，并统一组织力量，做好生产服务工作。生产作业控制是实现生产作业计划的重要保证，生产作业计划是生产作业控制的基础。

一般来说，生产作业控制主要包括三个方面的要素：即标准、信息和措施。标准是指生产作业计划及根据其制定的各种标准，是衡量生产过程是否产生偏差的根本依据，是生产作业控制的基础，没有标准，就无法对生产过程进行了解和评价。信息是指实际执行结果与制定的标准之间将要产生和已经产生的偏差，据此可以了解、评价生产作业计划执行情况及其发展趋势。信息是生产作业控制的依据，没有事先测定和事后检查与标准发生偏差的信息，就无法制定纠正偏差的措施。措施是指对将要产生和已经产生的偏差作出的解决方法，是根据标准和利用信息控制生产过程的结果；措施是生产作业控制的落脚点，没有纠正措施，生产作业控制就成为无意义的活动。生产作业控制程序是与构成生产作业控制的三个要素分不开的，也就是说，生产作业控制三个要素之间的关系，决定了生产作业控制的程序：首先制定生产作业控制的标准，其次检测执行结果与标准进行比较，最后采取纠正偏差措施。

280. 生产运作控制的方式有哪些？

生产运作控制的方式主要分为事前控制、事中控制和事后控制。事前控制采用的是前馈控制原理，事中控制和事后控制采用的是反馈控制原理。

(1)事前控制：主要目的在于防患于未然，是在生产运作开始前即周密地预测可能出现的扰动因素，从而及时采取各种预防措施，将生产运作控制在期望的轨道上；事前控制的效果比事后、事中控制都好，但对控制人员的要求相对更高。

(2)事中控制：把控制的目标提前到当期生产运作活动，即在生产运作过程中及时采集各种状态变量的信息，与标准和目标进行比较分析，发现问题即时解决，将偏差消除在萌芽阶段，以免造成被动与损失。事中控制要求有高效的信息处理系统与果断迅速的决策系统，费用也比较高。

(3)事后控制：是最早的一种控制方式，也是使用最多的方式，也是效果相对较差的一种控制方式。事后控制将当期生产运作活动的成果与计划目标比较分析后，提出控制措施，指导下一轮生产活动；对当期来说，虽然已是既成事实而无法挽救，但生产运作是一个连续的、循环的过程，对改进下一期工作仍有指导意义；由于事后控制实施简单、费用低，

仍是一种有效的控制方式。

281. 如何进行生产运作控制?

生产运作控制的基本程序是制定标准,测量比较,纠正偏差。

(1)制定标准:具体是指对各种生产运作要素、状态变量和控制变量确定共同遵守的目标和规范,如各种计划值和技术经济定额、技术标准与工艺规程等。标准的制定要有充分的科学依据、具有先进合理的水平、吸收生产运作的作业人员参与,符合生产运作的实际条件,使之真正成为判断生产运作是否正常进行的标准。

(2)测量比较:是通过对数据的采集与处理,将生产运作过程的实绩与标准进行比较、发现偏差、分析偏差产生的原因。这一步的关键在于数据的采集要准确、及时、有代表性,数据的处理要科学、正确、快速,分析要实事求是、抓住关键、洞察本质,定性与定量相结合。

(3)纠正偏差:指针对生产运作过程产生偏差或失控的原因,采取控制措施纠正偏差。纠正偏差的措施既可以是调节过程的输入,也可以在必要时修订计划;要充分估计到所采取措施的正面与负面反应,恰当地掌握控制力度;要落实措施的执行、监视控制进程、了解控制效果,对过程进行动态调解。

282. 什么是生产调度? 有什么作用? 必须坚持哪些原则?

生产调度工作是根据生产作业计划对企业日常生产活动进行控制和调节的活动过程。它通过对信息的测量、比较,使目标差异减少,而逐步接近目标,是组织实现生产作业计划的重要手段。生产调度一方面是用来协调、控制生产过程的各环节,保证均衡生产并全面完成生产计划任务;同时,生产调度也有利于对生产活动的整个过程进行有效的监督和控制,从而克服生产的不平衡、不均衡现象,通过各种信息,预防和消除生产过程中可能出现的问题。

生产调度必须坚持群众性、及时性、统一性、预见性和计划性的原则。群众性原则要求生产调度工作要深入群众、发扬民主,倾听群众的意见,做到集思广益。在生产计划的具体执行过程中,必然会出现各种新情况新问题,为了预防和制止生产的间断,要求生产调度部门迅速掌握这些信息,并采取有力的措施及时解决。企业的整个生产经营活动必须具有统一性,应根据集中领导、分级管理的原则,在生产副厂长的领导下,建立一个强有力的生产调度系统,调度的主要权力应集中于厂部。各级调度人员是同级生产领导的助手,在主管生产厂长的统一领导下行使调度职权和发布调度命令,应做到步调一致,各级领导应维护调度职权,以共同维护计划的同一性。预见性是指企业的生产调度工作不能单纯依靠事后补救,要做到预防为主,防患于未然。计划性是生产调度工作的基本原则,任何工作都必须以此为基础,调度的灵活性应服从于计划的原则性。

283. 生产调度工作内容主要包括哪些？如何做好生产调度工作安排？

生产调度工作是生产作业管理中的重要内容，生产调度关系到整个生产作业活动能够有效、快速地运作。在不同的行业，生产调度工作的内容是不完全相同的，一般说来现代企业生产调度工作的内容主要包括：按照生产作业计划规定的产品品种、数量、质量、期限和成本等要求，组织企业的日常生产活动并检查计划的执行情况，特别是关键产品和零件，必须按照各工艺阶段规定的出产和进度要求按期完成生产任务；生产调度部门应检查、督促、协调各有关部门及时做好各项生产准备工作，保证生产作业计划得以顺利实施；对轮班、昼夜、周、旬及月计划完成情况做好作业统计和分析工作；合理调配各生产环节的劳动力；控制生产过程的原材料、标准件、工具、半成品等物资供应和厂内运输工作，检查生产设备的利用情况；发现异常情况应采取纠正措施，以实现生产作业计划；协调厂部与车间、车间之间、工段之间的关系，保证均衡生产。

通常来说，生产调度工作必须做好以下安排：生产调度人员必须提前到班（一般为10～20分钟），做好工作准备，听取上一班的工作汇报，尤其是重大的生产隐患和正在解决或需要本班解决的问题，办好交接班手续；接班后，认真查看上一班的调度记录，熟悉情况，并根据本班任务及时与基层或主要生产环节联系，了解人员、工艺和设备状况，交待任务和了解、落实基层需要解决的问题；对出现的问题，要派人到现场了解情况，根据进程或按上一班的安排继续进行，或根据当班情况重新组织力量解决，或请示上级主管如何处理，以尽快恢复正常生产，无论问题处理得如何，都要努力稳定其他环节的生产，班中按规定定时（特殊情况下随时）调阅基层生产作业计划进度情况、工艺和主要设备的运转参数，并按项进行记录；对班中出现的较大工艺波动及各种事故，生产调度人员要分析原因并及时深入现场进行协调、指导和处理，并将情况记录在案，对外部环境的变化，要随时进行调整，使内外条件处于平衡状态，稳定生产；调度和协调最高管理者及上级有关的生产指令，并随时通报执行情况；对影响全局的重大问题，必须及时向上级主管汇报，根据上级主管决策进行处理，同时做好详细的记录；班末听取基层汇报，调度各种原材料、在制品和产成品的库存情况，汇总投入、产出及外运等有关数据或单据，统计核查任务完成情况和需向下一班移交的问题；按规定填绘各种有关图表；填写好调度日志，资料归整，器械调整，打扫环境卫生，准备交班；一个工作日结束，当班调度应对当班情况进行汇总，做出生产、安全、经营情况的简单分析，编写好调度日报，作为生产管理信息，以书面或牌板形式上报有关主管或向全厂员工公布；旬末、月末，根据调度制度规定，由调度长或指定某调度员编写出旬、月简报和生产活动分析报告，报送有关主管；月末将调度记录、统计台账、文件、简报及有关资料整理归档，妥善保管。

284. 如何做好生产调度工作？

生产调度工作是一项非常复杂和细致的工作，要做好生产调度工作必须建立健全完

善的调度工作制度和生产调度机构，必须配备好生产调度的技术设备。

(1)建立健全生产调度工作制度：主要包括建立完善的值班制度、调度报告制度、调度会议制度、现场调度制度以及班前班后的会议制度。

①建立完善的值班制度：为了经常检查生产作业计划的执行情况，连续而系统地掌握生产信息，随时处理生产中发生的各种问题，厂部和车间都应建立调度值班制度。

②建立完善的调度报告制度：各班组、各车间都应该将执行计划任务的情况准确及时地报告给上级部门，总调度室应根据班组、车间的调度报告进行汇总后向生产副厂长汇报，企业各级调度机构都应建立一套完整的调度报告制度，只有这样，才能防患于未然。

③建立完善的调度会议制度：通常来说，通过调度会议一方面可以广泛听取各方面的意见，了解生产中存在的各种问题，另一方面也可以发扬民主、统一思想、协调工作。调度会一般分为厂部和车间两级，厂部调度会由生产副厂长主持，车间调度会由车间主任主持。

④建立完善的现场调度制度：现场调度就是到生产现场去讨论和解决问题的调度方法。采用这种方法，一般由生产领导亲自到现场，与调度员、技术员以及员工一起共同讨论、研究急需解决的关键问题。

⑤建立完善的班前班后会议制度：通过班前会议，布置本班应当完成的生产任务和注意事项；通过班后会议，检查计划的完成情况并总结本班生产的经验和教训。

(2)建立健全完善的生产调度机构：建立健全统一的、强有力的生产调度系统，做好调度工作是社会化大生产的需要。调度机构的设置因企业的生产规模、生产类型和具体的生产特点而各有不同；一般情况下，企业设有厂部、车间和工段三级调度组织。

(3)配备良好的生产调度的技术设备：为了使调度工作人员能够及时了解和掌握生产过程中的情况，及时采取有效措施，提高调度工作的效率，各级调度部门应当配备和充分利用各种先进的调度技术设备。一般可以配备和使用下列技术设备：通信设备、远距离文件传送设备、工业电视、企管通信系统和收发报机、电子自动记录系统等。

285. 如何实施均衡生产?

所谓的均衡生产是指企业的各个环节(车间、工段、小组、工作地)在相等的时间(月、旬、轮班、小时)内，按照生产作业计划的要求，完成相等或递增的工作量，按期按量按品种按质量有节奏地、均匀地生产产品。

现代企业要实现均衡生产，必须做好以下工作：

(1)制定完善的生产作业计划。需要将生产任务与生产能力、劳动能力、原材料供应等进行综合平衡，确定期量标准，要合理地确定劳动对象(零件、部件、制件)在生产过程中移动的时间和数量的标准，并把其落实到每个生产环节。落实计划管理的各项基础工作：生产的准备工作应与生产作业计划紧密地衔接起来，把影响生产作业计划落实的关键问题解决在正式投产之前；做好计划检查、考核的基础工作：建立健全各类原始记录、作业统计、劳动定额和物资消耗定额等。

(2)加强毛坯、半成品和在制品的管理工作。首先要建立健全各项管理规章制度，做

到有章可循；其次是要不断加强信息反馈工作，加强生产过程中毛坯、半成品和在制品的动态管理，做到心中有数；再次是合理确定生产各环节中毛坯、半成品和在制品的占用量，并使之规范化、标准化。

(3)加强产品质量管理。做好生产技术准备，加强设备的维修保养工作，推广典型工艺和成组工艺，采用先进的生产组织形式，扩大生产批量，以提高均衡生产的水平。

(4)加强生产调度工作，建立强有力的生产组织形式。强有力的生产调度工作是贯彻执行生产作业计划，实现均衡生产的重要环节。

(5)衡量均衡生产的方法。

①对比指标法：是考核生产均衡程度的一种简便方法。一般是用旬或季度的产量与同月或年的产量进行对比，求出实际产量占计划产量的比重，来考察企业生产是否均衡。例如，某企业确定季度均衡为2、2、3、3，即每季度完成年计划的20%、20%、30%、30%。采用对比指标法的优点在于使用起来简便、清晰，容易计算和考核，可以对全年生产完成情况做到心中有数，避免出现年初松、年底紧、岁末突击干的现象。采用这种方法的不足是考核不够全面，不能解决任意一段时间内的生产量是否均衡的问题。由于这种方法偏重于对企业成品的均衡生产的考察，而对企业生产过程中半成品、在制品的积压底数不清楚，容易造成在制品的积压。

②计算均衡率法：是以某时间段内实际生产完成情况与生产计划要求之比来表示实现均衡生产的程度。计算公式如下：均衡率 = 每段时间产量计划完成百分数(超计划数按100%计算)之和/时间段数 × 100%，式中每段时间的长短可以根据生产的类型来规定。一般情况下大量大批生产可按日、轮班、小时计算；单件小批量生产可按旬计算；每段时间产量超过计算产量时，计划完成按100%计算，以防止因某段时间超额完成的部分弥补了另一时间段未完成计划的部分，而掩盖了生产不均衡的现象；时间段数则是指每段时间之和。

企业的生产一般是多品种、多批量的。对多品种生产的均衡性进行计算，则需要把品种和时间等诸因素综合起来考虑，按各品种每段时间完成计划的百分数总和来计算。其计算公式如下：均衡率 = 几种产品(部件、零件)日计划完成百分数(超计划数按100%计算)总和/几种产品(部件、零件)月计划规定工作日总数 × 100%

上式还可表示为：均衡率 = Σ各种产品(部件、零件)每日完成计划产量的百分比/Σ各种产品(部件、零件)生产日数

式中每日完成计划产量的百分数，如果超过计划产量的仍按100%计算，未完成计划产量的按实际完成百分数计算。

凡制定有日历进度计划的零件、部件、产品，也可按照日历进度计划完成次数计算其均衡率，其计算公式如下：均衡率 = Σ所有零件(部件、产品)按计划完成次数/Σ所有零件(部件、产品)计划次数 × 100%

③计算成套率：成套率是反映企业生产过程中各个生产环节产品成套性的指标。一般情况下，成套率对于产品品种繁多的整机厂的均衡生产影响很大，因此也作为考核均衡生产的指标之一。这种方法要求首先确定成套的期限和应成套的品种数，然后计算其成套率。

总之，均衡生产贯穿于企业生产的全过程，基本生产过程的各个环节要实现均衡生产，生产的技术准备过程、辅助生产过程和生产的服务过程也需按照均衡生产的要求相互配套，才能有效地保证企业生产活动协调均衡地进行，保证企业有节奏地生产产品。实现均衡生产是社会化和现代化大生产的客观要求。

286. 什么是生产作业统计？

生产作业统计就是对生产过程中的工件移动、劳动成果、产品出产所作出的统计，是按照企业生产作业计划规定的期量、质量、品种、成本、均衡性等要求来记录、检查、核算、分析规定要求的完成情况，以便更好地实现生产作业计划。

生产作业统计要求对材料收入、工件移动、劳动成果、产品出产等情况进行记录核算，分析的数据要准确、及时、全面。

287. 现代企业如何对在制品进行管理？

在企业生产过程中，加工产品的零部件相对来说数目繁多，且各有其特定的工艺流程，为了保证在制品在各个工艺阶段能顺利、及时地传递，必须按生产要求对在制品流转的数量和质量进行严格的管理和控制。

对在制品进行有效管理必须做好以下工作：首先是严格控制好在制品变化情况。产品在各个工艺阶段加工过程中，不可避免地要发生报废、回用、返修等现象，这样必然引起在制品数量的增加或减少，因此，必须及时采取有效措施以保证生产顺利进行；在大批量生产条件下，在制品数量稳定，在生产过程中的移动是沿一定的路线有节奏地进行，通常采用轮班任务表和统计台账来控制在制品的流转。在单件小批生产和成批生产条件下，由于产品品种以及投入和生产批量比较复杂，通常采用加工路线单、工作票等凭证以及统计台账来控制在制品的流转；其次是对在制品的占用量和储备量进行严格控制；为保证生产连续、均衡地进行，必须根据企业的生产类型、生产组织形式以及原材料、生产批量等因素制定在制品定额；在此基础上，车间和仓库应建立毛坯、零件成套率的检查制度和对储备量的检查制度，掌握在制品的变化情况，及时进行调节，使在制品经常保持在定额水平。

288. 生产现场管理有什么作用？

所谓现场管理是指在生产第一线的综合管理，就是要把生产活动中的五个要素，即人、设备工装、加工方法、材料物资和信息有机地、协调地组织起来，以保证优质、高效、低耗、均衡、安全地进行生产。在生产现场，每天每时都要进行有效的协调，以消除生产活动中的障碍，发挥生产能力，完成生产任务。现场管理是通过现场的生产管理者来进行的，他们包括车间主任、工段长、班组长、车间调度员、车间工艺员、经济核算员等。他们的日常工作是保证生产活动的有效性和经济性。生产现场管理的作用主要表现在：

(1)有利于开展全面质量管理,提高产品质量。产品的质量是制造出来的,要保证和提高产品质量,就要加强制造过程各个环节的质量管理,包括人的技能、设备、工具检具的精度、毛坯的尺寸、加工的方法和环境条件等方面的质量管理。

(2)有利于实现安全文明生产。安全文明生产是现代企业管理的重中之重,任何不安全因素都会给个人、企业和国家带来损失。因此,必须改善通风照明条件,设置防尘、防毒、消除噪声和防火设施,安装设备的防护装置,消除疲劳作业,以保证安全生产;同时,还要教育操作者严格按照规程作业,保证工作地道路的畅通,零件、毛坯等摆放整齐,保持现场整洁。

(3)有利于营造团结互助的现场气氛,有利于调动员工的积极性、主动性和创造性。生产活动的根本因素是人,其中主要是制造产品、创造价值的生产工人。因此,必须依靠、组织、培养、提高生产工人的政治思想觉悟、文化技术水平,发挥生产工人的积极性、主动性、创造性和团结互助精神,把生产现场建成一个战斗集体,使每一个工人都懂得爱国、爱厂、爱岗,做到五会,即会操作、会调整设备、会维护设备工具、会检查质量和会多机床多工种操作。

(4)有利于逐步降低生产成本,提高经济效益。生产过程是创造使用价值的过程,在生产过程中要消耗一定的人力、物力和财力。要提高企业或车间的经济效益,就要在生产制造过程的每一个环节上都精打细算,控制各种消耗,消除浪费,做到人尽其才、物尽其用。

(5)有利于建立正常的生产秩序,实现均衡生产。

289. 现代企业的现场管理有哪些特点和基本要求?

现代企业的现场管理具有基础性、综合性和系统性的特点,现场管理必须实现以下的基本要求:

(1)工作环境干净整洁。主要是指厂区和车间地面整洁、道路畅通、标记明显,生产环境达到作业要求、环保符合国家规定,消除现场"脏、乱、差"的状况,保持文明整洁的生产环境,达到文明生产的要求。

(2)做到安全文明生产。安全生产是生产管理的基本原则,任何企业都必须把安全生产放在第一位;文明生产是现代社会对企业生产的基本要求,只有实现了文明生产,企业才能与时俱进,求生存,谋发展。

(3)均衡生产。是生产管理的指导原则之一。均衡生产要求企业的工艺布局、劳动组织合理,岗位责任明确,生产技术准备充分,按工艺流程、期量标准有节奏地进行生产,生产设施的负荷波动达到最低限度。

(4)生产纪律严明,操作规范。企业的工艺规程、操作规程和安全规程齐全、合理,并得到严格执行;关键生产岗位、特殊工种实行持证上岗,劳动保护用品按规定配备齐全,使用得当;职工必须坚守岗位,严格遵守劳动纪律。

(5)物流有序。生产现场流动物必须实行定量化管理,按规定及时转序或入库,减少或消除各种不合理的放置和流动;各种物品摆放整齐,标志明显,账、卡、物相符;各种设

备、物品实行定置管理。

(6)信息传达准确及时。信息是资源,是生产现场管理的主要依据之一,生产现场的各种原始记录、台账、报表必须规范化,原始数据记录要工整、准确,信息传递要及时。

290. 现代企业如何优化现场管理?

(1)制定、执行现场作业标准,做到现场平面布置标准化。所谓作业标准是指工人进入生产的技术规范和作业依据,主要包括技术标准和生产的期量标准;技术标准是对技术活动统一规定的准则。所谓现场平面布置标准化是指根据全厂的统一规定,将车间的厂房面积按照生产的具体需要,对作业面积、辅助面积、通道面积做明确的划分,并绘出平面布置图。通常来说,现场布置应达到以下要求:①各种标志标牌(如安全标志、物流图、生产显示屏等)都有标准的形式,标牌的大小、悬挂部位、标牌内容、颜色都有统一规定;②现场平面布置要划清部位,责任明确,落实到人;在制品的摆放要成行成线,便于清点;③工具箱、休息室、办公室、地下室、平台玻璃窗、通道、仓库的库容库貌、工装存放地、设备维护及保养都要做统一的规定。④班组管理园地要有小组自然状况、考勤、产量、质量、安全、核算等必要的图表和制度;⑤各种标准都应通过领导干部、科技人员、管理人员和工人四结合的方法制定,并反映整个企业总的指导思想和发展方向。

(2)建立以生产工人为主体的生产劳动组织。在生产现场,要以第一线生产工人为主体建立生产劳动组织,其他有关人员(如机电修理、工具、检查、物料供应等人员)都应围绕着工人的现场生产提供优质服务,以保证工人生产正常不间断地进行,有效地创造新的价值。

(3)实现均衡的同步化生产。组织均衡的、有节奏的同步生产的关键是要做好作业计划的编制、计划的综合平衡和生产准备工作,组织好外购件、材料、毛坯等保质保量、准时供应,组织好各加工工序、检验工序、运输工序的均衡协调,使各种物料运输都按要求准时运行。

(4)彻底消除无效劳动。所谓无效劳动,是指付出的劳动收不到有益的成果,造成生产现场管理不好、生产效率低的根本原因是现场存在着大量无效劳动和浪费,现场管理的基本指导思想,就是为了提高劳动生产率,提高产品质量,彻底消除无效劳动和浪费。

(5)严格遵守生产岗位交接班制度。

(6)实行准时化生产。所谓准时化生产是指生产、运输、检查等工作都必须准时地按工艺要求、物流要求、按质、按量、准点进行。

(7)实行文明生产。在现代企业中,文明生产的要求是:用科学的方法组织生产活动,使生产秩序井然,劳动纪律、工艺纪律严明,环境清洁、整齐、卫生,工作地布置合理,设备工装保养使用完好,工位器具齐全适用,通风照明良好,无尘毒污染,现场整洁、明快、安全,以取得优质、高效、低耗、安全、均衡生产的效果。

(8)实行目视管理。所谓目视管理又叫"看得见"管理。它是通过各种标志和显示工具,及时反馈生产现场作业动态、产品质量、设备状态等信息,让每个生产工人和现场管理者做到一目了然,以便及时发现问题,及时解决问题。

291. 如何实施看板管理？实施看板管理有什么好处？

看板管理是日本丰田汽车公司创立的一种生产管理方法，其管理核心是以流水线作业为基础，以看板为工具，使原材料、半成品等都按照既定的衡量标准在整个生产作业过程中流转。现代企业实施看板管理时应了解以下几个方面的内容：

首先，要明确看板传递过程。看板管理是通过看板的运动或传递实现的，看板在生产流水线上的传递过程，是以总装配线为起点，在上下两道工序之间往返运动。

其次，要明确看板的分类。按照看板的功能差异和应用对象不同，可分类如下：

(1)工序看板：在一个工厂内各工序之间使用的看板统称工序看板。工序看板又分为：取货看板：操作者按看板上所列数目到前道工序领取零部件，没有取货看板，不得领取零部件；送货看板，由后道工序填写零部件取货需要量，当前道工序送货时，将收发清单带回，作为下次送货的依据；加工看板，指示某工序加工制造规定数量的看板，一般根据机械加工、装配、运输、发货、外部订货的需要情况分别编制；信号看板，在固定的生产线上作为生产指令的看板，一般是信号灯或不同颜色的小球等；材料看板，进行批量生产时用于材料准备工作的看板；特殊看板，当生产按订货顺序进行时，按每一项订货编制，交货后即收回；临时看板，生产中出现次品、临时任务或临时加班时用的看板，只用一次，用毕即行收回。

(2)外协件看板：工厂向外部订货时，用以表示外部应交零部件数量、时间等的一种领取看板，仅适用于固定的协作厂之间。

再次，要准确及时地编制看板。通常来说，在编制看板时一般要做到以下几点。

①内容齐全：产品名称、型号、件号、件名、每台件数、生产的工序或机台、运送时间、运送地点、运送数量、放置位置、最低标准数等都要写清楚；

②识别标记醒目：看板上所记载的各项内容应用不同的颜色标记清楚，背面号码容易看出；

③便于制作：生产流水线上用的看板数量很大，因此，设计看板时，必须考虑到便于制作；

④便于保管、处理；

⑤看板内容与实物相符：看板一般随实物传递，应注意采用便于与实物相适应的形式。

最后，要合理使用看板，主要包括以下几个方面。

(1)看板是实现准时生产的工具：准时生产要求只在必要的时候，按必要的数量，生产必要的零件、部件、产品。

(2)在使用中要坚持下一道工序向上一道工序提取零部件，各道工序尽可能做到在必要的时候只生产一件、只传递一件、只储备一件，用最后装配工序来调节平衡全部生产的原则；必要时发现问题宁可中断生产，采取措施，解决问题，也决不积压储备。

(3)要做到看板同实物一道运动：下一道工序带着看板到上一道工序领货，上道工序只根据看板的种类和数量要求进行生产，没有看板不运送、不制造；不合格的零件、毛坯不

准挂看板。

实施看板管理可以使企业中的各个生产部门、工作岗位，协调地运行起来，实现整个生产过程的准时化，保证企业积存最少的在制品、占用最少的流动资金、获取较好的经济效益。

292. 什么是精益生产？

精益生产方式起源于日本丰田汽车公司。尽管精益生产的某些内容早在上世纪30年代就被日本企业所采用，但只有到了70年代，当丰田汽车公司的大野耐一通过应用精益生产方式，把丰田汽车公司的交货期和产品质量提高到世界领先地位时，精益生产才得到完全准确的描述。

精益生产是欧美学术界、企业界在学习和总结日本汽车公司首创的准时制生产方式的基础上提出的管理思想。它的基本思想可用现在已广为流传的一句话来概括，中文为“只在需要的时候，按需要的量，生产所需的产品”。因此，有些管理专家也称此生产方式为JIT生产方式、准时制生产方式、适时生产方式或看板生产方式（因早期此方式中“看板”大量使用而得名）。

精益生产的实质是一种生产管理技术，它能够大幅度减少闲置时间、作业切换时间、库存、低劣质量、不合格的供应商、产品开发设计周期以及不及格的绩效，它是继大批量生产方式之后，对人类社会和人们的生活方式影响巨大的一种生产方式。

实际上精益生产是集生产小作坊的精干灵活与大生产的规模效益于一体的一种生产方式，它的基本思想是：①减少管理层次，缩短决策路径，将责任和权力下放到生产第一线；②杜绝一切浪费，制止盲目生产和无效劳动；③持续改进，追求卓越；④注重用户导向，与协作厂商建立命运共同体。

293. 如何实现精益生产？

现代企业实现精益生产有以下一些具体手法：

（1）生产同步化。为了实现适时适量生产，首先需要致力于生产的同步化。即工序间、部门间不设置仓库，前一工序的加工结束后，立即转到下一工序去，组装线与机械加工几乎平行进行，产品被一件一件连续地生产出来；在铸造、锻造、冲压等必须成批生产的工序，则通过尽量缩短作业切换时间来缩小生产批量。生产的同步化是通过“后工序领取”（也称为拉动式）的方式来实现的，即后工序只在需要的时候到前工序领取所需的加工品；前工序只按照被领取走的数量和品种进行生产；这样，生产工序的最后一道，即总组装线成为生产的出发点，生产计划只下达给总组装线，以总组装为起点，在需要的时候，向前工序领取必要的加工品，而前工序提供该加工品后，为了补充生产中被领取走的量，必然会向更前一道工序去领取所需的零部件；这样一层一层向前工序领取，直至原材料部门，这样可以把各个工序都连接起来，实现同步化生产。

(2)生产均衡化。是实现适时适量生产的前提条件,指总组装线在向前工序领取零部件时,应均衡地使用各种零部件,混合生产各种产品。为此,在制定生产计划时就必须加以考虑,然后将其体现于产品投产顺序计划中;在流水线式的生产形式中,均衡化是通过混合生产(同时生产多个品种)来实现的;在设备的使用上,均衡化是通过专用设备通用化和制定标准作业来实现的;所谓专用设备通用化,是指通过在专用设备上增加一些工具夹的方法使之能够加工多种不同的产品;标准作业是指将作业节拍内一个作业人员所应担当的一系列作业内容标准化。

(3)生产柔性化。是通过设置细胞生产线、固定变动生产线以及简易拆装生产线等方式来实现的。当生产量发生变动,可以十分便利地弹性地增减各生产线的作业人数,缩短生产周期,快速地应对市场的需求变化。

294. 什么是定置管理?

所谓定置管理是指以生产现场为管理对象,研究生产要素中人、物、场所三者在生产活动中的相互关系的科学管理方法。定置管理以加强生产管理运行机制、提高生产效率、保证产品质量为目的,对生产现场进行整理、整顿,科学利用现场空间,将企业的生产现场管理提高到科学化、规范化、标准化、量值化的新水平。所谓"定置",就是根据生产活动的规律和目的,考虑到生产活动的安全、质量、效率等制约条件和物品自身的特点,划分适当的放置场所,确定物品在场所中的位置状态,明确人与场所、物品联系的信息媒介,从而有利于人、物结合,有效进行生产活动。

295. 如何实施定置管理?必须注意哪些问题?

现代企业实施定置管理,必须明确以下几个步骤:

(1)做好现场调查工作。企业应组织有经验的管理人员和现场有关人员对生产进行调查。调查的主要内容应包括:设备和各工序的联系情况,工人操作情况,原材料和在制品、半成品的管理情况;加工对象物的流动、停放和搬运情况;物流过程中的质量保证手段和安全措施。在调查的基础上,将查出的问题加以逐条分析、归纳整理,形成第一手资料。

(2)在调查研究的基础上进行分析论证,并提出改善方案。通常来说,分析论证应包括:工艺路线和加工方法分析,主要是分析现有工艺在技术上的先进性和经济上的合理性,分析是否需要和有无可能对现行工艺手段、加工方法进行改造和更新;定置应当在先进的工艺方法和工艺路线的基础上来确定;人、物结合状态分析;物流、信息流分析;在推行定置管理中,需要定置的物品无论是毛坯、半成品、成品,还是工装、工具等,都随着生产的进行而按照一定规律流动着,它们所处的状态也在不断变化;这种有规律的流动和状态变化称为物流。同样,在生产现场,起着引导和确认作用的信息也随着对象物流动,这就是信息流。

(3)进行准确的定置管理的设计。定置管理的设计包括以下两点:首先是定置设计,

如各种场地(厂区、车间、仓库等)及各物品(机台、货架、箱柜、管道等)的定置设计。一般应有工厂、车间、区域定置图以及机台、工具箱定置图,实质是工厂布置的细化过程,所以场所及物品的定置设计要符合全厂布置的基本要求,即:单一的流向和看得见的搬运路线;最大程度地利用空间;最大的操作方便和最小的不愉快;最短的运输距离和最少的装卸次数;切实的安全防护措施;最小的改进费用和统一标准;最大的灵活性及协调性。其次是信息的标准化设计,如各种区域、通道的位置信息符号的设计;各种物品的结构和编号的标准设计;位置台账、物品确认卡片的标准设计;物品收发、进出的定置管理办法的设计等等。

(4)定置实施。按照定置设计的具体内容进行定置管理。将生产现场的所有物品进行定位,做到有物必有区,有区必有牌,按区存放,按图定置,图物相符;通过科学的整理、整顿,使人、物、场所三者结合状态达到最佳程度。

(5)定置考核。为了巩固已取得的成果,发现存在的问题,不断完善定置管理,必须坚持定期检查考核。

在实施定置管理的过程中,必须注意的问题有:必须领导重视,才能使这项工作发挥作用;定置管理要从班组抓起,班组是管理的基本单位,没有班组的积极性,就没有过硬的现场管理;推行定置管理,应从本企业的实际情况出发,不宜生搬硬套、使用统一模式,目的是使生产中的人、物、场实现科学合理的结合;推行定置管理要力求节俭,实行定置管理需要一定的资金条件,要量力而行;推行定置管理贵在坚持,它在技术上和管理上并不是难度很大,但要长期坚持使职工养成习惯、成为自觉行动是比较难的。抓好这项工作不可能是一劳永逸的,必须领导下决心常抓不懈。

296. 什么是敏捷制造?

敏捷制造是美国为了重振其在制造业中的领导地位而提出的一种生产模式。1991年美国亚科卡研究所受美国国防部委托主持一项研究,其间邀请了国防部、工业界和学术界代表参加,在1994年提出报告《21世纪制造企业战略》,提出了敏捷制造的概念。敏捷制造的目标,是将柔性生产技术,有技术、有知识的劳动者与能够促进企业内部和企业之间合作的灵活管理集成在一起,通过所建立的共同基础结构,对迅速改变的市场需求和市场机会作出快速响应。敏捷制造思想是充分利用当代信息技术发展的成果,应对世界范围内激烈的市场竞争的策略。构成敏捷制造的三要素是生产技术、人力资源和灵活管理。

(1)生产技术方面的要求。主要包括:首先,制造企业与用户和商界建立长期关系,不断了解用户的需求与产品的状况,把握市场机会。其次,缩短新产品开发与生产周期,为此采用柔性化、模块化的产品设计方法;利用计算机设计产品、模拟产品特性和制造过程;应用并行工程,加快开发速度;吸收整个产品生命周期有关的代表,特别是用户参加产品设计,尽快开发出用户满意的产品。再次,配备具有高度柔性的生产设备:由可变结构的模块化制造单元组成可编程的柔性机床组;采用智能化控制装置、传感器、分析仪与智能诊断软件,对制造过程进行闭环监视和控制。

(2)人力资源方面的要求。首先,在动态竞争环境中,人是生产系统最关键的因素。

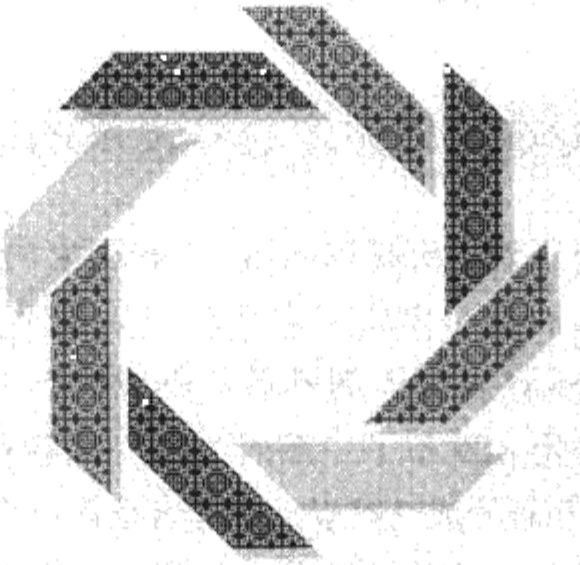
在一般企业中，生产设施是一种专用工具，系统能力受制于设备，技术是解决制造和销售问题的关键；在敏捷制造企业中，系统能力只受人员的想像力、创造力和技能的限制，而不受设备的限制，运用最佳方式使用技术的人才是解决问题的关键。其次，强调用分散决策代替集中控制，用协商机制代替递阶控制机制，权力下放到项目组，要求项目组树立全局观念，明确工作目标和任务，进行目标管理，至于中间过程则由项目组自主决定。最后，加大智力投资，支持员工的合理化建议和创新行为，为他们提供必要的物质资源和组织资源。

(3)灵活管理方面的要求。首先，敏捷制造企业应具有组织上的柔性，不能用传统的纵向集成方式关起门来什么都自己做，必须动用分布在世界各地的资源(含人才)完成产品的设计、制造、分配与服务。其次，未来衡量竞争优势的准则是企业对市场反应的速度和满足用户的能力，为此必须以最快的速度把企业内部的优势和企业外部其他公司的优势结合在一起，组成一个灵活的经营实体，这就是虚拟公司。再次，虚拟公司是一种利用信息技术打破企业间时空分隔的新型组织形式，它一般是某个企业为完成一定任务项目而与供应商、销售商、设计单位甚至用户一起组成的企业联合体；选择这些合作伙伴的依据是他们的专长、竞争力与商誉；把合作伙伴的精华集中在一起进行优势互补，具有单个公司无法比拟的能力去快速响应市场；当一项任务完成后，虚拟公司解散；出现新的市场机会时，再根据需要组建新的虚拟公司。

敏捷制造提高了制造业的柔性，减少了生产成本依赖于批量的关系，可以完全按订单组织生产，以便充分把握市场的每一次获利机会，使企业获取长期的经济效益。

7

质量管理知识



297. 什么是国际标准组织ISO?

ISO,即国际标准组织(International Organization for Standardization)。ISO是世界上最大的国际标准化组织。它1947年2月23日在伦敦成立,总部设在瑞士的日内瓦,由120个国家的国家标准机构组成,每个国家只能有一个代表机构,如美国的代表机构是美国国家标准协会(ANSI),代表英国的是英国标准协会(BSI)。ISO的最高权力机构是每年一次的"全体大会",其日常办事机构是中央秘书处,其宗旨是"在世界上促进标准化及其相关活动的发展,以便于商品和服务的国际交换,在智力、科学、技术和经济领域开展合作。"ISO的前身是1928年成立的"国际标准化协会国际联合会"(简称ISA)。ISO与IEC一样,也是比较大的国际组织。IEC(International Electrotechnical Commission)即"国际电工委员会",1906年在英国伦敦成立,是世界上最早的国际标准化组织。IEC主要负责电工、电子领域的标准化活动。而ISO负责除电工、电子领域之外的所有其他领域的标准化活动(即产业、工业、银行、化工、塑胶等各项工业)。

298. ISO9000族标准是如何产生和发展的?

二战期间,世界军事工业得到了迅猛的发展,一些国家的政府在采购军品时,不但对产品的特性提出了严格要求,而且对供应厂商提出了质量保证的要求。20世纪50年代末,美国发布了MIL-Q-9858A《质量大纲要求》,成为世界上最早的有关质量保证方面的标准。而后,美国国防部制定和发布了一系列对生产武器和承包商评定的质量保证标准。有了军用质量保证标准方面的成功经验,美国标准化协会(ANSI)和美国机械工程师协会(ASME)分别发布了一系列有关原子能发电和压力容器生产方面的质量保证标准。

美国军品生产方面的质量保证活动的成功经验在世界范围内产生了巨大的影响,很多工业发达国家,如英国、美国、法国和加拿大等国在20世纪70年代末先后制定和发布了用于民品生产的质量管理和质量保证标准。但是,各国制定和实施的标准并不一致,这给国际贸易带来了极大的障碍,因此质量管理和质量保证的国际化成为当时世界各国的迫切需要。

国际化标准组织(ISO)于1979年成立了质量管理和质量保证技术委员会(TC176),负责制定质量管理和质量保证标准。1986年,ISO发布了ISO8402《质量——术语》标准,1987年发布了ISO9000《质量管理和质量保证标准——选择和使用指南》、ISO9001《质量体系——设计开发、生产、安装和服务的质量保证模式》、ISO9002《质量体系——生产和安

装的质量保证模式》、ISO9003《质量体系——最终检验和试验的质量保证模式》、ISO9004《质量管理和质量体系要素——指南》等6项标准，通称为ISO9000系列标准。

ISO9000系列标准的颁布，使各国的质量管理和质量保证活动统一在ISO9000族标准的基础之上。ISO9000系列标准很好地总结了工业发达国家先进企业的质量管理实践经验，统一了质量管理和质量保证的术语和概念，并对推动组织的质量管理，实现组织的质量目标，消除贸易壁垒，提高产品质量和顾客的满意度等产生了积极的影响，得到了世界各国的普遍关注。

1990年，为使1987版的ISO9000系列标准更加协调和完善，ISO/TC176质量管理和质量保证技术委员会决定对标准进行修订，提出了《90年代国际质量标准的实施策略》（国际通称为《2000年展望》），其目标是："要让全世界都接受和使用ISO9000族标准；为了提高组织的运作能力，提供有效的方法；增进国际贸易、促进全球大繁荣和发展；使任何机构和个人可以有信心从世界各地得到任何期望的产品以及将自己的产品顺利销售到世界各地。"

按照《2000年展望》提出的目标，ISO9000族标准分两个阶段修改。第一阶段修改称之为"有限修改"，即1994版的ISO9000族标准；第二阶段修改是在总体结构和技术内容上做大幅度的修改，即2000版ISO9000族标准，其主要任务是"识别并理解质量保证即质量管理领域中顾客的需求，制定有效反应顾客期望的标准；支持这些标准的实施，并促进对实施效果的评价。"

对标准第一阶段的修改主要是对质量保真要求（ISO9001，ISO9002，ISO9003）和质量管理指南（ISO9004）的技术内容做局部修改，总体结构和思路不变。通过ISO9000－1与8402两项标准，引入了一些新的概念和定义，为第二阶段修改提供了理论基础。ISO/TC176于1994年完成了对标准第一阶段的修订工作，发布了1994版的ISO8492，ISO9000－1，ISO9001，ISO9002，ISO9003和ISO9004－1等6项国际标准，到1999年底已陆续发布了22项标准和2项技术报告。为了进一步促进组织内部工作的持续改进，并使标准适合于各种规模和类型（包括服务业和软件）组织的需要，以适应科学技术和社会经济的发展，ISO/TC对ISO9000族标准的修订工作进行了测算，成立了战略规划咨询组（SPAG），负责收集和分析对标准修订的战略性观点，并对《2000年展望》进行了补充和完善，从而提出了《关于ISO9000族标准的设想和战略规划》供ISO/TC176决策。1996年，在广泛征求世界各国标准使用者意见、了解顾客对标准修订的要求并比较修订方案后，ISO/TC176相继提出了《2000版ISO9001标准结构和内容的设计规范》和《ISO9001修订草案》，作为对1994版标准的修订依据。

2000年12月15日，ISO/TC176正式发布了新版本的ISO9000族标准，统称为2000版ISO9000族标准。

299. ISO9000系列标准的主要内容包括哪些方面？

ISO9000系列标准的主要内容包括以下几个方面：

（1）ISO8402《质量——术语》标准。

(2)ISO9000《质量管理和质量保证标准——选择和使用指南》。该标准阐明基本质量概念之间的差别及其相互关系,并为质量体系系列标准的选择和使用提供指导。

(3)ISO9001《质量体系——设计、生产、安装和服务的质量保证模式》规定了对质量体系的要求,用于双方所订合同中需方要求供方证实其从设计到提供产品全过程的保证能力。该标准阐述从产品设计/开发开始,直至售后服务的全过程的质量保证要求,以保证在包括设计/开发、生产、安装和服务各个阶段符合规定要求,防止从设计到服务的所有阶段出现不合格现象。ISO9001特别强调对设计质量的控制,因为产品的质量水平和成本有60%~70%是在设计阶段形成的。

(4)ISO9002《质量体系——生产和安装的质量保证模式》阐述了从采购开始,直到产品交付使用的生产过程的质量保证要求,以保证在生产、安装阶段符合规定的要求,防止以及发现生产和安装过程中的任何不合格,并采取措施以避免不合格重复出现。它是用于外部质量保证的三个涉及质量体系要求的标准中要求程度居中的一个标准,适用于需方要求供方企业根据质量体系具有对生产过程进行严格控制的能力的足够证据的情况。

(5)ISO9003《质量体系——最终检验和试验的质量保证模式》是用于外部质量保证的三个系列标准中要求最低的一个标准。它阐述了从产品最终检验至成品交付的成品检验和试验的质量保证要求,以保证在最终检验和试验阶段符合规定的要求,查出和控制产品不合格项目并加以处理。它适用于用户要求供方企业提供质量体系具有对产品最终检验和试验进行严格控制能力的足够证据的情况。

(6)ISO9004《质量管理和质量体系要素——指南》这个标准是指导企业建立质量管理体系的基础性标准。它就质量体系的组织结构、程序、过程和资源等方面的内容,对产品质量形成各阶段影响质量的技术、管理个人等因素的控制提供了全面的指导。标准指出,为了满足用户的需求和期望,企业应建立一个有效的质量体系,而完善的质量体系是在考虑风险、成本和利益的基础上使质量最佳化及对质量加以控制的重要管理手段。

该标准从企业质量管理的需要出发,阐述了质量体系的原理和建立质量体系的原则,提出了企业建立质量体系一般应包括的基本要素。标准对各基本要素的含义、目标、要素间的接口,以及各项活动的内容、要求、方法、人员和所要求的文件、记录等,都做了明确规定。

300. ISO9000族的基本指导思想是什么?

产品质量是企业生存的关键,影响产品质量的因素很多,单纯依靠检验只不过是从生产的产品中挑出合格的产品,这就不可能以最佳成本持续稳定地生产合格品。一个组织所建立和实施的质量体系,应能满足组织规定的质量目标,确保影响产品质量的技术、管理和人的因素处于受控状态。无论是硬件、软件、流程性材料还是服务,所有的控制应针对减少、消除不合格,尤其是预防不合格。这是ISO9000族的基本指导思想,具体地体现在以下方面:

(1)控制所有过程的质量。ISO9000族标准是建立在"所有工作都是通过过程来完成的"这样一种认识基础上的。一个组织的质量管理就是通过对组织内各种过程进行管理来实现的,这是ISO9000族关于质量管理的理论基础;当一个组织为了实施质量体系而进

行质量体系策划时，首要的是结合本组织的具体情况确定应有哪些过程，然后分析每一个过程需要开展的质量活动，确定应采取的有效的控制措施和方法。

(2)控制过程的出发点是预防不合格。在产品寿命周期的所有阶段，从最初的识别市场需求到最终满足要求的所有过程的控制都体现了预防为主的思想。如：①控制市场调研和营销的质量。在准确地确定市场需求的基础上，开发新产品，防止盲目开发造成不适合市场需要而滞销，浪费人力、物力。②控制设计过程的质量。通过开展设计评审、设计验证、设计确认等活动，确保设计输出满足输入要求，确保产品符合使用者的需求。防止因设计质量问题，造成产品质量先天性的不合格和缺陷，或者给以后的过程造成损失。③控制采购的质量。选择合格的供货单位并控制其供货质量，确保生产产品所需的原材料、外购件、协作件等符合规定的质量要求，防止使用不合格外购产品而影响成品质量。④控制生产过程的质量。确定并执行适宜的生产方法，使用适宜的设备，保持设备正常工作能力和所需的工作环境，控制影响质量的参数和人员技能，确保制造符合设计规定的质量要求，防止不合格品的生产。⑤控制检验和试验。按质量计划和形成文件的程序进行进货检验、过程检验和成品检验，确保产品质量符合要求，防止不合格的外购产品投入生产，防止将不合格的工序产品转入下道工序，防止将不合格的成品交付给顾客。⑥控制搬运、贮存、包装、防护和交付。在所有这些环节采取有效措施保护产品，防止损坏和变质。⑦质量控制。检验、测量和实验设备的质量，确保使用合格的检测手段进行检验和试验，确保检验和试验结果的有效性，防止因检测手段不合格造成对产品质量不正确的判定。⑧控制文件和资料，确保所有的场所、使用的文件和资料都是现行有效的，防止使用过时或作废的文件，造成产品或质量体系要素的不合格。

纠正和预防措施：当发生不合格(包括产品的或质量体系的)或顾客投诉时，即应查明原因，针对原因采取纠正措施以防止问题的再发生；还应通过各种质量信息的分析，主动地发现潜在的问题，防止问题的出现，从而改进产品的质量；全员培训：对所有从事对质量有影响的工作人员都进行培训，确保他们能胜任本岗位的工作，防止因知识或技能的不足，造成产品或质量体系的不合格。

(3)质量管理的中心任务是建立并实施文件化的质量体系。质量管理是在整个质量体系中运作的，所以实施质量管理必须建立质量体系。ISO9000 族认为，质量体系是有影响的系统，具有很强的操作性和检查性，要求一个组织所建立的质量体系应形成文件并加以保持。典型质量体系文件的构成分为三个层次，即质量手册、质量体系程序和其他质量文件。质量手册是按组织规定的质量方针和适用的 ISO9000 族标准描述质量体系的文件，可以包括质量体系程序，也可以指出质量体系程序在何处进行规定。质量体系程序是为了控制每个过程质量，对如何进行各项质量活动规定有效的措施和方法，是有关职能部门使用的文件，其他质量文件包括作业指导书、报告、表格等，是工作者使用的更加详细的作业文件。对质量体系文件内容的基本要求是：该做的要写到，写到的要做到，做的结果要有记录，即写所需、做所写、记所做的九字真言。

(4)持续的质量改进。质量改进是一个重要的质量体系要素，GB/T 19004.1 标准规定，当实施质量体系时，组织的管理者应确保其质量体系能够推动和促进持续的质量改进。质量改进包括产品质量改进和工作质量改进，争取使顾客满意和实现持续的质量改

进应是组织各级管理者追求的永恒目标,没有质量改进的质量体系只能维持质量,质量改进旨在提高质量,通过改进过程来实现,以追求更高的过程效益和效率为目标。

(5)一个有效的质量体系应满足顾客和组织内部双方的需要和利益。即对顾客而言,需要组织能具备交付期望的质量,并能持续保持该质量的能力;对组织而言,在经营上以适宜的成本,达到并保持所期望的质量,既满足顾客的需要和期望,又保护组织的利益。

(6)定期评价质量体系。其目的是确保各项质量活动的实施及其结果符合计划安排,确保质量体系持续的适宜性和有效性。评价时,必须对每一个被评价的过程提出如下三个基本问题:①过程是否被确定?过程程序是否恰当地形成文件?②过程是否被充分展开并按文件要求贯彻实施?③在提供预期结果方面,过程是否有效?

301. 现代企业推行ISO9000系列标准有什么重要意义?

现代企业推行ISO9000系列标准的重要意义在于:

(1)有利于企业强化品质管理,提高企业效益;同时也有利于增强客户信心,扩大市场份额。负责ISO9000品质体系认证的认证机构都是经过国家认可机构认可的权威机构,对企业的品质体系的审核是非常严格的。这样,对于企业内部来说,可按照经过严格审核的国际标准化的品质体系进行品质管理,真正达到法治化、科学化的要求,极大地提高工作效率和产品合格率,迅速提高企业的经济效益和社会效益;对于企业外部来说,当顾客得知供方按照国际标准实行管理,拿到了ISO9000品质体系认证证书,并且有认证机构的严格审核和定期监督,就可以确信该企业是能够稳定地生产合格产品乃至优秀产品的信得过的企业,从而放心地与企业订立供销合同,扩大了企业的市场占有率。

(2)便于企业获得国际贸易"通行证",消除国际贸易壁垒。许多国家为了保护自身的利益设置了种种贸易壁垒,其中最重要的是关税壁垒和非关税壁垒。其中非关税壁垒主要是技术壁垒,技术壁垒中又主要是产品品质认证和ISO9000品质体系认证的壁垒,特别是在世界贸易组织内,各成员国之间相互排除了关税壁垒,只能设置技术壁垒,所以,获得认证是消除贸易壁垒的主要途径。在我国"入世"以后,失去了区分国内贸易和国际贸易的严格界限,所有贸易都有可能遭遇上述技术壁垒,企业界应引起高度重视,及早防范。

(3)有利于节省第二方审核的精力和费用。在现代贸易实践中,第二方审核早就成为惯例,然而这种方式却存在很大的弊端:一个供方通常要为许多需方供货,第二方审核无疑会给供方带来沉重的负担;另一方面,需方也需支付相当的费用,同时还要考虑派出或雇佣人员的经验和水平问题,否则,花了费用也达不到预期的目的。惟有ISO9000认证可以排除这样的弊端。因为作为第一方的生产企业申请了第三方的ISO9000认证并获得了认证证书以后,众多第二方就不必要再对第一方进行审核,这样,不管是对第一方还是对第二方都可以节省很多精力或费用。还有,如果企业在获得了ISO9000认证之后,再申请UL、CE等产品品质认证,还可以免除认证机构对企业的品质保证体系进行重复认证的开支。

(4)有利于企业在产品品质竞争中永远立于不败之地。国际贸易竞争的手段主要是价格竞争和品质竞争。由于低价销售的方法不仅使利润锐减,如果构成倾销,还会受到贸

易制裁，所以，价格竞争的手段越来越不可取。20 世纪 70 年代以来，品质竞争已成为国际贸易竞争的主要手段，不少国家把提高进口商品的品质要求作为限入奖出的贸易保护主义的重要措施。实行 ISO9000 国际标准化的品质管理，可以稳定地提高产品品质，使企业在产品品质竞争中永远立于不败之地。

(5)有利于企业有效地避免产品责任。各国在执行产品品质法的实践中，由于对产品品质的投诉越来越频繁，事故原因越来越复杂，追究责任也就越来越严格，尤其是近几年，发达国家都在把原有的“过失责任”转变为“严格责任”法理，对制造商的安全要求提高很多。例如，工人在操作一台机床时受到伤害，按“严格责任”法理，法院不仅要看该机床机件故障之类的品质问题，还要看其有没有安全装置，有没有向操作者发出警告的装置等，法院可以根据上述任何一个问题判定该机床存在缺陷，厂方便要对其后果负责赔偿。但是，按照各国产品责任法，如果厂方能够提供 ISO9000 品质体系认证证书，便可免赔，否则，要败诉且要受到重罚。随着我国法治的完善，企业界应高度重视“产品责任法”，尽早防范。

(6)有利于国际间的经济合作和技术交流。按照国际间经济合作和技术交流的惯例，合作双方必须在产品(包括服务)品质方面有共同的语言、统一的认识和共守的规范，方能进行合作与交流。ISO9000 品质体系认证正好提供了这样的信任，有利于双方迅速达成协议。

302. ISO9000 族核心标准有哪些?

ISO9000 族核心标准主要表现在以下几个方面：

(1)ISO9000:2000《质量质量管理体系基础和术语》。此标准准确表述了 ISO9000 族标准中质量管理体系的基础知识，并确定了相关的术语，取代了 ISO8402:1994 和 ISO9000-1:1994 的一部分，标准首先明确了质量管理的八项原则是组织改进其业绩的框架，能帮助组织获得持续成功，也是 ISO9000 族质量管理体系标准的基础，标准还表述了建立和运行质量管理体系应遵循的 12 个方面的质量管理体系基础知识。

(2)ISO9001:2000《质量管理体系要求》。标准规定了对质量管理体系的要求，供组织需要证实其具有稳定地提供顾客要求和适用法律法规要求产品的能力时应用。组织可通过体系的有效应用，包括持续改进体系的过程及确保符合顾客与适用法规的要求，增强顾客满意。此标准取代了 1994 版 ISO9001、ISO9002 和 ISO9003 三个质量保证模式标准，成为用于审核和第三方论证的惟一标准，它可用于内部和外部(第二方或第三方)评价组织提供满足组织自身和顾客要求、法律法规要求的产品的能力。由于组织及其产品的特点对此标准的某些条款不适用，可以考虑对标准中的要求进行删减，但是删减仅限于该标准的第七章“产品实现”中那些不影响组织提供满足顾客和适用性法律法规要求的产品的能力或责任的要求，否则不能声称符合此标准。标准应用了以过程为基础的质量管理体系模式的结构，鼓励组织在建立、实施和改进质量管理体系及提高其有效性时，采用过程方法，通过满足顾客要求增强顾客满意度。过程方法的优点是对质量管理体系中诸多单个过程之间的联系及过程的组合和相互作用进行连续的控制，以达到质量管理体系的持续

改进。

(3)ISO9004:2000《质量管理体系业绩改进指南》。此标准以八项质量管理原则为基础,帮助组织用有效和高效的方式识别并满足顾客和其他相关方的需求和期望,实现、保持和改进组织的整体业绩,从而使组织获得成功。该标准提供了超出ISO9001要求的指南和建议,不用于认证或合同的目的,也不是ISO9001的实施指南。该标准强调一个组织质量管理体系的设计和实施受各种需求、具体目标、所提供的产品、所采用的过程及组织的规模和结构的影响,无意统一质量管理体系的结构或文件;标准也应用了以过程为基础的质量管理体系模式的结构,鼓励组织在建立、实施和改进质量管理体系及提高其有效性和效率时,采用过程方法,以便通过满足相关方要求来提高对相关方的满意程度。

(4)ISO19011:2000(质量和(或)环境管理体系审核指南)。标准合并了1994版ISO10011-1(质量体系审核指南第一部分:审核)、ISO10011-2《质量管理体系审核指南第二部分:质量体系审核员的评定准则》、ISO10011-3《质量体系审核指南第三部分:审核工作管理》三个分标准,并取代了1996版的ISO14010《环境审核指南 通用原则》、ISO14011《环境审核指南——审核程序环境管理体系审核》和ISO14012《环境审核指南——环境审核员资格要求》。遵循"不同管理体系可以有共同管理和审核要求"的原则,该标准对于质量管理体系和环境管理体系审核的基本原则、审核方案的管理、环境和质量管理体系审核的实施以及对环境和质量管理体系审核员的资格要求提供了指南。它适用于所有运行质量和环境管理体系的组织,指导其内审和外审的管理工作。该标准在术语和内容方面,兼容了质量管理体系和环境管理体系的特点,在对审核员的基本能力及审核方案的管理中,均增加了了解及确定法律和法规的要求。

303. 2000版ISO9000族标准有什么特点?

从结构和内容上看,2000版质量管理体系标准具有如下特点:

(1)标准的结构与内容更好地适用于所有产品类别,不同规模和各种类型的组织。

(2)强调质量管理体系的有效性与效率,引导组织关注顾客和其他相关方、产品与过程,而不仅仅是程序文件与记录。

(3)对标准要求的适用性进行了更加科学与明确的规定,在满足标准要求的途径与方法方面,提倡组织在确保有效性的前提下,可以根据自身经营管理的特点做出不同的选择,给予组织更多的灵活度。

(4)质量管理八项原则在标准中得到充分的体现,便于从理念和思路上理解标准的要求。

(5)采用"过程方法"的结构,同时体现了组织管理的一般原理,有助于组织结合自身的生产和经营活动采用标准来建立质量管理体系,并重视有效性的改进与效率的提高。

(6)更加强调最高管理者的作用,包括对建立和持续改进质量管理体系的承诺,确保顾客的需求和期望得到满足,制定质量方针和质量目标并确保得到落实,确保所需的资源,指定管理者代表和主持管理评审等。

(7)将顾客和其他相关方满意或不满意信息的监视作为评价质量管理体系业绩的一

种重要手段。

(8)突出了“持续改进”是提高质量管理体系有效性和效率的重要手段。

(9)概念明确,语言通俗,易于理解、翻译和使用,术语用概念图形式表达术语间的逻辑关系。

(10)对文件化的要求更加灵活,强调文件应能够为过程带来增值,记录只是证据的一种形式。

(11)强调了 ISO9001 作为要求性的标准和 ISO9004 作为指南性的标准的协调一致性,有利于组织业绩的持续改进。

304. ISO14000 是什么?

ISO14000 环境管理体系标准是由 ISO/TC207(国际环境管理技术委员会)负责制定的一个国际通行的环境管理体系标准,它包括环境管理体系、环境审核、环境标志、生命周期分析等国际环境管理领域内的许多焦点问题。其目的是指导各类组织(企业、公司)取得正确的环境行为,但不包括制定污染物试验方法标准、污染物及污水极限值标准及产品标准等。该标准不仅适用于制造业和加工业,而且适用于建筑、运输、废弃物管理、维修及咨询等服务业,该标准共预留 100 个标准号,共分 7 个系列,其编号为 ISO14000 - 14100。

305. ISO14000 的特点和目标是什么?

ISO14000 系列标准是为促进全球环境质量的改善而制定的。它是通过一套环境管理的框架文件来加强组织(公司、企业)的环境意识、管理能力和保障措施,从而达到改善环境质量的目的。它目前是组织(公司、企业)自愿采用的标准,是组织(公司、企业)的自觉行为。在我国是采取第三方独立认证来验证组织(公司、企业)所生产的产品是否符合要求。

ISO14000 的目标是通过建立符合各国的环境保护法律、法规要求的国际标准,在全球范围内推广 ISO14000 系列标准,达到改善全球环境质量,促进世界贸易,消除贸易壁垒的最终目标。

306. ISO9000 标准:2000 的结构和特点是什么?

与 1994 版 ISO9000 标准相比,2000 版 ISO9000 标准在总体上发生了很大的变化,作为职业经理人,对其变化及 2000 版 ISO9000 标准的结构和特点有一定的了解将有助于体系的推行。

(1)2000 版 ISO9000 标准结构变化。2000 版 ISO9001 标准以 5 个板块取代了 1994 版标准的 20 个要素,适宜对象也不是针对某种产品类别,对硬件、软件、流程性材料和服务四种类别都具有普遍适用性。1994 版标准仅适用于供方对外提供质量保证,2000 版适用

于组织的质量管理和对外提供质量保证,应用范围已经得到扩展。

(2)2000版ISO9001标准更适应组织文件体系一体化管理的需要。组织为了实现自己的目标,除了实施质量管理体系之外,还需实施其他管理体系,例如:环境管理、职业健康与安全管理等,2000版ISO9001标准的结构考虑了与其他管理标准的一致性,便于组织形成一套文件,进行一体化管理。

(3)2000版ISO9001标准明确了持续改进的概念。2000版ISO9001标准在质量方针条款中明确提出了持续改进的要求,在8.5.1条中又专门列出持续改进的条款,而在1994版中关于持续改进的概念始终没有明确。

(4)2000版ISO9001标准强调最高管理者的作用。2000版ISO9001标准在多个条款中提及最高管理者,充分表明了最高管理者在建立和保持质量管理体系过程中的领导作用。1994版ISO9001标准只对"负有执行职责的供方管理者"的职责提出了要求。

(5)2000版ISO9001标准更着重考虑了法律法规要求。2000版ISO9001标准在条款中多次提及法律法规要求,1994版ISO9001标准只是在"设计输入"一款中提及法律法规要求。

总之,认识2000版ISO9000标准的结构和特点是职业经理人推行筹备ISO9000质量管理体系必修的功课,只有做好这一步,以后的工作才能顺利开展。

307. 如何理解质量的概念?

质量是质量管理的对象,正确、全面地理解质量的概念,对开展质量管理工作是十分重要的。在生产发展的不同历史时期,人们对质量的理解随着科学技术的发展和社会经济的变化而有所变化。

那么,到底什么是质量?国际标准ISO8402-1986对质量作了如下定义:质量(品质)是反映产品或服务满足明确或隐含需要能力的特征和特性的总和。现代质量管理认为,必须以用户的观点对质量下定义,这方面最著名的也是最流行的,是美国著名的质量管理权威朱兰给质量下的定义:"质量就是适用性"。

所谓适用性,就是产品和服务满足顾客要求的程度。企业的产品是否使顾客十分满意?是否达到了顾客的期望?如果没有,就说明存在质量问题。不管是产品本身的缺陷还是没有了解清楚顾客到底需要的是什么,都是企业的责任。但是适用性和满足顾客要求是比较抽象的概念。为了使之对质量管理工作起到指导作用,还需将其具体化。

在这方面,美国质量管理专家戴维教授将适用性的概念具体为8个方面的含义,即:

(1)性能:产品主要功能达到的技术水平和等级,如立体声音响的信噪比、灵敏度等。

(2)附加功能:为使顾客更加方便、舒适等所增加的产品功能,如电视机的遥控器、照相机的自动卷片功能。

(3)可靠性:产品和服务完全规定功能的准确性和概率。比如燃气灶、打火机每次一打就着火的概率;快递信件在规定时间内送达顾客手中的概率等。

(4)一致性:产品和服务符合产品说明书和服务规定的程度,如汽车的百公里油耗是否超过说明书规定的公升数、饮料中的天然固形物的含量是否达到所规定的百分比等。

(5)耐久性:产品和服务达到规定的使用寿命的概率,比如电视机是否达到了规定的服务故障使用小时、烫发发型是否保持规定的日数等。

(6)维护性:产品是否容易修理和维护。

(7)美学性:产品外观是否具有吸引力和艺术性。

(8)感觉性:产品和服务是否使人产生美好联想甚至妙不可言,如服装面料的手感、广告用语给人的感觉和使人产生的联想等。

以上这 8 个方面是适用性概念的具体化,从而也就更容易从这 8 个方面明确顾客对产品和服务的要求,并将这种要求化为产品和服务的各种标准。

308. 什么是质量管理?

根据 ISO8402 - 1994 给出的定义,质量管理(Quality Management)是指"确定质量方针、目标和职责,并通过质量体系中的质量策划、质量控制、质量保证和质量改进来使其实现的所有管理职能的全部活动"。这个定义指出了质量管理是一个组织管理职能的重要组成部分,必须由一个组织的最高管理者来推动,质量管理是各级管理者的职责,并且和组织内的全体成员都有关系,他们的工作都直接或间接地影响着产品或服务的质量。因此,质量管理的涉及面很广。从横向来说,包括战略计划、资源分配和其他系统活动,如质量计划、质量保证、质量控制等活动;从纵向来说,质量管理包括质量方针、质量目标以及质量体系。

309. 什么是质量保证?有哪些种类?

所谓质量保证是指"为使人们确信某实体能满足质量要求,在质量体系内所开展的并按需要进行证实的有计划和有系统的全部活动"(国际标准 ISO8402 - 1994)。质量保证的基本思想是强调对用户负责,其核心问题在于使人们确信某一组织有能力满足规定的质量要求,给用户、第三方(政府主管部门、质量监督部门、消费者协会等)和本企业最高管理者提供信任感。为了有把握地使用户、第三方、本企业最高管理者相信具有质量保证能力,使他们树立足够信心,必须提供充分必要的证据和记录,证明有足够能力满足他们对质量的要求;为了使质量保证系统行之有效,还必须时常接受评价,例如,用户、第三方和企业最高管理者组织实施的质量审核、质量监督、质量认证、质量评价(评审)等。质量保证是一种有计划、有系统的活动,是实现质量保证所必需的工作保证;通过有计划地开展质量保证活动,应当形成一个有效的质量保证体系(质量保证模式)。

质量保证还分为内部质量保证和外部质量保证。内部质量保证是质量管理职能的一个组成部分,这是为了使企业各层管理者确信本企业具备满足质量要求的能力所进行的活动,外部质量保证是为了使用户和第三者确信供方具备满足质量要求的能力所进行的活动。

310. 什么是质量控制?

所谓质量控制是指“为满足质量要求所采取的作业技术和活动”(国际标准ISO8402-1994)。定义中所表述的“作业技术与活动”是贯穿于质量形成全过程的各个环节,目的是为了保持质量形成全过程或其某一环节受控。因此,“作业技术和活动”的主要内容是确定控制计划与标准、实施控制计划与标准,并在实施过程中进行连续监视和验证、纠正不符合计划与程序现象、排除质量形成过程中的不良因素与偏离规范现象,恢复其正常状态。

在实际运用质量控制概念时,应该明确控制对象。对具体的质量控制活动,应冠以限定词,如工序质量控制、外协件质量控制、公司范围质量控制等。

311. 现代企业如何建立质量管理体系文件?

现代企业建立质量管理体系文件应做好以下几点:

(1)要准确了解质量管理体系文件化的概念。实现质量管理体系文件化,就是从系统的观点出发,基于企业实际,建立描述企业质量管理全过程、各层次的文件结构,保证各类文件的层次性及相互的协调性。同时,对文件本身要实行严格的管理和控制,保证需用文件的场所使用的都是现行有效文件。

(2)要准确了解质量管理体系文件的层次结构。质量管理体系文件分为五个层次:第一层,质量方针和质量目标;第二层,质量手册,纲领性文件;第三层,程序文件,质量手册的支持性文件;第四层,工作文件,包括作业指导书、岗位责任书、检验指导书等,都是针对操作者或岗位编制的;第五层,质量记录,是质量管理体系运行状况的证明,也是产品追溯及质量改进的依据。各类文件的性质、使用,针对不同对象其作用也是不同的。

(3)要准确把握质量管理体系文件编写基本程序。

①要进行充分的资料调研及组织实际情况调查:到已经实施了ISO9000且效果好的组织中去调查研究,也可以去咨询单位咨询,获取其他单位的经验材料及质量文件实例,可以少走弯路;另外就是对本组织实际情况进行调查;

②要不断培训学习,理解标准:培训方式可以在组织内进行,也可派人参加有关培训班,培训学习过程中要组织讨论,相互交流学习体会,力争真正吃透标准精神;

③要认真拟订计划,分工编写:对需要编写的文件类别、数量、时间要求以及基本格式、编写办法等做出统一部署和规定,然后分给各个编写者分头编写;

④统一汇总,完成草案:由质量管理部门将各个编写者完成的草稿,统一归口汇总,并由全体编写人员共同研究讨论,形成草案;

⑤审核草案,试点运行:由质量管理体系文件编写领导小组对草案进行审核,无异议后,由领导批准下达试点运行指令;

⑥跟踪运行结果,形成正式文件:试运行期间,编写小组人员要跟踪文件运行状况,及时发现运行中出现的问题,组织修改文件,形成质量管理体系的最终稿;

⑦领导批准，正式运行：领导小组对质量管理体系文件正式稿进行审核，无异议后，由领导批准正式实施。

312. 现代企业如何做好质量管理体系的基础工作?

现代企业要依据 ISO9000 族标准建立和实施组织的质量管理体系，就必须做好质量管理体系的基础工作。

(1)要做好质量意识培训工作。态度决定一切，要做好质量工作首先要解决观念问题，如果没有顾客满意这种质量观，就不可能真正意义上依据 ISO9000 族标准建立质量管理体系。

(2)领导要创造一个良好的质量管理体系的运行环境，在这个环境中，质量管理体系得到有效的运行，全体员工可以充分参与，发挥他们的主动性、积极性和创造性。

(3)要运用科学的方法：系统论、控制论、信息理论的不断发展为我们的质量管理提供了先进科学的方法论和技术保障，我们应该运用科学有效的方法不断完善和改进自己的质量管理体系，使其有效和高效地运行。

(4)建立一套完善的文件化的质量管理体系：文件化的质量管理体系是我们评价和改进质量管理体系的基础和依据。

(5)建立一个完善的持续改进的机制。

313. 什么是全面质量?

近半个世纪以来，全世界对质量(Quality)概念的认识经历了三个阶段：最初是“狭义质量”的概念，当时的质量是指产品质量、工程质量、运输质量、服务质量，其核心要求是质量的符合性；后来提出了“广义质量”，即“产品质量 + 工作质量”，其核心要求是质量的适用性；20 世纪 90 年代后，桑德霍姆、费根堡姆、克劳斯比等一批著名专家不约而同地先后提出并被人们逐渐认同的新概念是“全面质量”，即围绕顾客满意需求的质量。这三种质量的概念最本质的区别就在于，“狭义质量”和所谓的“广义质量”都是从企业的角度加以定义的，而“全面质量”完全是从市场的角度来定义，也就是“全面质量”是以满足顾客满意需求为目标，其中包括顾客对商品的质量、价格、服务等全方位、多层面的要求。

现在人们感受到，市场是千变万化的，顾客需求是无穷无尽的，因此，“全面质量”新概念对企业来说，需要以顾客满意为目标，涵盖调查市场和顾客满意需求，制定企业质量经营战略和目标计划、产品的研究与开发、经营过程控制等所有过程及所有部门和人员，实现产品质量、成本、效率、资源全面优化的绩效。

“全面质量”新概念更集中地反映了现代经济生活中人们所追求的价值观。顾客对企业提供的产品是否满意体现了顾客的价值观；企业是否能提供顾客满意的产品则体现了企业的价值观，二者尽可能完美地统一起来便形成了费根堡姆提出的“质量价值链”。这种“质量价值链”将受益的相关方(即顾客、业主、员工、供方和社会)的利益连结在一起，这

也是“全面质量”新概念的实质与核心所在。

314. 什么是全面质量管理？全面质量管理的特点是什么？

全面质量管理是企业管理的中心环节，是现代质量管理的有效方法，它和企业的经营目标相一致，它要求将企业的生产经营管理与质量管理有机地结合起来。

全面质量管理的特点就在“全面”上，主要表现在以下几个方面：

(1)TQC是全面质量的管理。所谓全面质量就是指产品质量、过程质量和工作质量。全面质量管理不同于以前质量管理的一个特征，就是其工作对象是全面质量，而不仅仅局限于产品质量；全面质量管理认为应从抓好产品质量的保证入手，用优质的工作质量来保证产品质量，这样能有效地改善影响产品质量的因素，达到事半功倍的效果。

(2)TQC是全过程质量的管理。所谓的全过程是相对制造过程而言的，就是要求把质量管理活动贯穿于产品质量产生、形成和实现的全过程，全面落实预防为主的方针，逐步形成一个包括市场调研、开发设计直至销售服务全过程所有环节的质量保证体系，把不合格品消灭在质量形成过程之中，做到防患于未然。

(3)TQC是全员参加的质量管理。产品质量的优劣，取决于企业全体人员的工作质量水平，提高产品质量必须依靠企业全体人员的努力；企业中任何人的工作都会在一定范围和一定程度上影响产品的质量；显然，过去那种依靠少数人进行质量管理是很不得力的，因此，全面质量管理要求不论是哪个部门的人员，也不论是厂长还是普通职工，都要具备质量意识，都要承担具体的质量职能，积极关心产品质量。

(4)TQC是全社会推动的质量管理。它指的是要使全面质量管理深入持久地开展下去，并取得好的效果，就不能把工作局限于企业内部，而需要全社会的重视，需要质量立法、认证、监督等工作，进行宏观上的控制引导，即需要全社会的推动。这一点之所以必要，一方面是因为一个完整的产品，往往是由许多企业共同协作来完成的，如机器产品的制造，企业要从其他企业获得原材料、各种专业化工厂生产的零部件等。因此，仅靠企业内部的质量管理无法完全保证产品质量；另一方面，来自于全社会宏观质量活动所创造的社会环境可以激发企业提高产品质量的积极性和认识到它的必要性。例如，通过优质优价等质量政策的制定和贯彻，以及实行质量认证、质量立法、质量监督等活动以取缔低劣产品的生产，使企业认识到，生产优质产品无论对社会和对企业都有利，而质量不过关则企业无法生存发展，从而认真对待产品质量和质量管理问题，使全面质量管理得以深入持久地开展下去。

315. 现代企业全面质量管理的基本指导思想是什么？

现代企业全面质量管理的基本指导思想主要表现在以下几个方面：

(1)顾客至上。就是要树立以顾客为中心，为顾客服务的思想。要使产品质量与服务质量尽可能满足顾客的要求。产品质量的好坏最终应以顾客的满意程度为标准。

(2)质量第一、以质量求生存、以质量图发展。任何产品都必须达到所要求的质量水

平，否则就会给消费者、社会带来损失，因此，企业的产品质量必须是第一位的；企业要想真正贯彻“质量第一”的原则，就必须要求全体员工，尤其是领导层，要有强烈的质量意识。组织在确定经营目标时，首先应根据用户或市场的要求，科学地确定质量目标，并安排人力、物力、财力予以保证；当质量与数量、社会效益与组织效益、长远利益与眼前利益发生矛盾时，应把质量、社会效益和长远利益放在首位。

(3)要学会用数据说话。在全面的质量管理工作中，领导者应具有科学的工作作风，在研究问题时不能满足于一知半解的表面现象；质量好坏的重要依据是数据。因此，一切要凭数据说话。

(4)质量体现于生产的全过程。产品质量是经过市场调查、策划设计把质量规定下来，再经过制造、装配把规定的质量兑现出来；因此，产品质量需要通过设计去体现，但更需要通过原材料、装备、工艺和加工去实现，还需要通过各种服务来保证，即产品质量与它的生命周期的全部阶段有关。

(5)质量具有波动的规律。质量在设计、制造、检验和使用过程中具有波动的规律，而其正常波动符合数理统计学上的正态分布规律，因而其不合格品的产生也有一定的规律。因此，管理者可以在生产实践中逐渐认识规律，掌握规律并运用规律，采取相应的措施，把不合格产品的发生控制在适当的范围之内。

316. 现代企业全面质量管理的工作原则有哪些?

现代企业全面质量管理的工作原则主要表现在以下几个方面：

(1)经济原则：全面质量管理强调质量，但无论质量保证的水平或预防不合格的深度都是没有止境的，这就要求管理者在具体操作时必须考虑经济性，建立合理的经济界限。因此，组织在产品设计制定质量标准时，在生产过程进行质量控制时，在选择质量检验方式为抽样检验或全数检验时及其他种种场合，都必须考虑经济性原则。

(2)预防原则：企业的质量管理工作必须防患于未然，要尽量把不合格产品消灭在发生之前，尤其在产品的检验阶段，不论是对最终产品还是过程产品，都要把质量信息及时反馈并认真处理。

(3)协作原则：广泛协作是社会化大生产的必然要求，一个具体单位的质量问题往往涉及到许多部门，如果企业缺乏良好的团结协作精神，质量问题是很难解决的。

(4)按照 PDCA 循环组织活动：全面质量管理的基本工作思路是一切按 PDCA 循环办事，PDCA 是由美国质量管理专家戴明首先提出来的，所以又叫“戴明循环法”。它反映了质量管理活动应遵循的科学程序。

317. 现代企业全面质量管理的基础工作包括哪些?

现代企业全面质量管理的基础工作包括以下几个方面：

(1)标准化工作：所谓标准，是指人们为了更好地满足各方面的共同要求和取得良好

的社会效益，在先进的科学、技术、管理和实践经验的基础上，对具有多次重复性的事和物，在一定范围内所制定的、并经过一定程序批准以特定形式颁发、实施的统一规定。所谓标准化，是指人们制定标准并有效地实施标准的一种有组织的活动过程，它的本质是为了寻求各方面的良好效益而采取的统一的方法、手段和原则。标准化的任务，就是要根据实际情况的变化，不断地促进这种循环过程的进行，从而使标准不断地提高到新的水平。要取得标准化的成果，最重要的是要制定标准。但是标准化的效果只有在实施标准的过程中才能取得，所以贯彻实施标准是标准化工作的关键。标准化工作与质量管理有着极其密切的关系，标准化是质量管理的基础，质量管理是贯彻执行标准的保证。

(2)计量工作：大多数质量特征都可以量化。因此，计量工作就成为全面质量管理的重要基础工作之一，其基本要求是：确保测量手段的量值的统一、准确和一致；保证测量仪器和工具质量可靠稳定以及配套；定期对计量器具进行检定和维护，禁止不合格量具投入使用，完善测量技术、测量手段的技术改造和技术培训工作，逐步实现计量工作的科学化与现代化。

(3)质量信息工作：及时、准确的质量信息是制定质量方针、目标和措施的依据。质量信息的及时处理和传递是生产过程质量控制的必要条件，企业的质量信息工作要和企业的生产统计分析工作结合起来，要完善指标体系，使质量信息工作规范化、制度化。

(4)质量教育工作：随着高科技和信息技术的发展，产品的同质化趋势更加明显，这就对当前的质量管理提出了更高的要求，企业只有不断加强教育，使全体员工牢固树立“质量第一”的思想和强烈的质量意识，对全面质量管理的重要性有了充分的认识，具备了一定的质量管理知识和技能，并能熟练地掌握先进技术，这才是保证和提高产品质量、搞好全面质量管理最可靠的基础。

(5)建立质量管理小组：质量管理小组是全面质量管理的群众基础，是由同一个工作场所的人(一般为6人左右)为了更好的解决问题、提高工作绩效，自发组成的工作小组。通过质量管理小组的活动，不仅可以改进工作质量，解决部门存在的问题，更重要的是可以对员工进行质量管理方法的教导，使质量改进成为员工的自觉行动，从而增强整个团队的团结协作精神。

318. 什么是八项质量管理原则？八项质量管理原则的具体内容是什么？

为了更有效地指导组织实施质量管理，ISO/TC176/SC2从1995年开始专门成立了一个工作组(WG15)，承担征集世界上最受尊敬的一批质量管理专家的意见，总结和吸取了世界各国质量管理理论的精华，用了近两年的时间，整理并编撰了八项质量管理原则，即以顾客为关注焦点的原则，领导作用的原则，全员参与的原则，过程方法的原则，管理的系统方法的原则，持续改进的原则，基于事实的决策方法的原则，与供方互利关系的原则。八项质量管理原则不单纯是组织质量管理的普遍原则，八项管理原则更多地体现了现代管理科学的原则和思想。因此，使用这八项原则还可以对组织的其他管理活动，如环境管理、职业安全与卫生管理、成本管理等提供帮助和借鉴。

(1)以顾客为关注焦点的原则。以顾客为关注焦点的目的是理解并满足当前顾客的需要,争取超越顾客的期望。顾客是每个组织存在的基础,组织应当把顾客的要求放在第一位,对企业而言,首先要明确谁是自己的顾客,要准确掌握顾客的实际需求是什么,要仔细研究如何才能满足顾客的需求。事实上,顾客并不是只单纯指组织外部的消费者、购物者、最终使用者、受益者和采购方,也指组织内部的生产、服务和活动中接受前一个过程输出部门、岗位和个人,同时还有潜在顾客。市场总是在不断的发展变化,而顾客的需求和期望也是不断发展的。因此,组织要及时调整自己的经营策略并采取相应的措施,以适应市场变化,满足顾客不断发展的需求和期望,测量顾客的满意程度并根据结果采取相应的活动或措施,使自己的产品或服务处于领先地位。

(2)领导作用的原则。组织管理者要想指挥和控制好一个组织,必须做好确定方向、策划未来、激励员工、协调活动和营造一个良好的内部环境等工作。组织管理者的领导作用、承诺和积极参与,对建立并保持一个有效的和高效的质量管理体系,并使所有相关方获得利益是必不可少的。此外,在领导方式上,最高管理者还要做到透明、务实和以身作则。

(3)全员参与的原则。全体员工是每个组织的基础,只有他们的充分参与,才能使他们的才干为组织带来收益。全员充分参与使组织良好运行的条件,当每个人的能力、才干得到充分发挥时,将会为组织带来最大的收益。因此,组织要积极地对员工进行质量意识、职业道德、以顾客为关注焦点的意识和敬业精神教育,要激发他们的积极性、主动性、创造性以及责任感。

(4)过程方法的原则。在现代企业中,任何利用资源并通过管理,将输入转化为输出的活动,均可视为过程。系统地识别和管理组织所应用的过程,特别是这些过程之间的相互作用,就是“过程方法”。过程方法的目的是获得持续改进的动态循环,并使组织的总体业绩得到显著的提高;过程方法通过识别组织内的关键过程,随后加以实施和管理并不断进行持续改进来达到顾客满意的效果;过程方法鼓励组织要对其所有的过程有一个明确的理解。过程包含一个或多个将输入转化为输出的活动,通常一个过程的输出直接成为一个过程的输入,但有时多个过程之间形成比较复杂的过程网络。这些过程的输入和输出与内部和外部的顾客相连。在应用过程方法时,必须对每个过程,特别是关键过程的要素进行识别和管理。

(5)管理的系统方法的原则。将相关的过程作为系统加以识别、理解,有助于组织提高实现目标的有效性和效率。所谓系统,就是相互关联或相互作用的一组要素,系统的特点之一就是通过各分系统协同作用,相互促进,使总体的作用大于各分系统作用之和。所谓系统方法,实际上可包括系统分析、系统工程和系统管理三大环节。它以系统地分析有关的数据、资料或客观事实开始,确定要达到的优化目标,然后通过系统工程,设计或策划为达到目标而应采取的各项措施和步骤,以及应配置的资源,形成一个完整的方案;最后在实施中通过系统管理而取得有效性和高效率。在质量管理中采用系统方法,就是要把质量管理体系作为一个大系统,对组成质量管理体系的各个过程加以识别、理解和管理,以达到实现质量方针和质量目标的目的。

(6)持续改进的原则。持续改进整体业绩是现代企业的一个永恒目标。所谓持续改进就是增强满足要求的能力的循环活动,为了改进组织的整体业绩,组织应当积极改进其

产品质量，提高质量管理体系及过程的有效性和效率，从而满足顾客和其他相关方面日益增长和不断变化的需求与期望；只有坚持持续改进，组织才能不断进步；组织决策者应客观准确地对持续改进作出承诺，全体员工也要积极参与持续改进的活动。持续改进是永无终点的，因此持续改进应成为每个组织永恒的追求、永恒的目标、永恒的活动。

(7)基于事实的决策方法的原则。有效决策是建立在数据和信息分析基础之上的，正确的决策需要决策者用科学的态度，以客观事实或正确的信息为基础，通过合乎逻辑的分析，作出正确的决断。

(8)与供方互利关系的原则。供方向组织提供的产品将对组织向顾客提供的产品产生重要的影响，因此，处理好与供方的关系，影响到组织能否持续稳定地提供顾客满意的产品。同时，与供方的关系还影响到组织对市场的快速反应能力。因此，对供方不能只讲控制，尤其是对关键供方，要建立互惠互利的关系。

319. 现代企业改进质量有哪些方法？

质量是企业核心竞争力和长期竞争优势的保证，现代企业改进质量可以从以下几个方面入手：

(1)质量小组法。企业可通过成立质量小组引导员工就改进质量工作发表他们的看法。质量小组应该由一定数量的工人组成。这些人定期聚在一起讨论改进产品和工序质量的方法。其实质量小组的成立不仅仅对企业产品质量的提高有意义，如果工作做得出色的话，还可以因为充分尊重工人意见在企业管理当中的作用而激发工人的工作热情；和负责改进质量工作的正式组织相比，质量小组通常组织不甚严密，也不是很正式，往往权力有限，只能实施一些小的改革，而质量改进正式组织的权限则大得很，如果质量小组的成员在取得一致意见后能够据此采取相应的行动，那么将会极大地调动他们的积极性，收到良好的效果。

(2)专家法。从专家的献计献策中可以产生一些好的建议。采用这种方法，专家组成员在一个自由思考的环境里，独立地发表他们对问题的见解和看法，这样做可以使小组成员就确定的问题充分加以阐述，寻找到问题产生的原因，提供解决问题的方案和方式。这里面最重要的就是要避免相互批评，使大家在民主的气氛当中平等相待、畅所欲言，从而产生理想的效果。

(3)访谈法。公司用于确定问题或就某一问题收集信息的另一种方法就是进行访谈。对企业内部的问题可访问企业员工，对企业外部的问题，则要访问企业外部的用户，改进质量的好的建议和想法可能来自研究和开发过程、用户以及竞争对手和职员，用户满意是改进质量的最终目的，产品的使用价值是其最重要的属性；用户在对产品和服务质量提意见方面可以说最有发言权，他们的局限性则是对具体的生产过程不了解，难以对此提出什么建议，也就是“我知道想要什么，但不管你怎么去做”。

(4)树立榜样。树立榜样是一种改进企业质量工作的有效方法，就是与同行业或其他行业先进企业进行对比，评价自身在满足用户需求方面的所作所为，其目的就是设立一个可判断自身行为的标准和质量改进的模式；参照所树立的榜样，就可了解其他企业在质量

管理方面所采取的办法和措施，这样就可以制定赶超的目标，相应地加强质量管理工作以完成赶超的任务。

320. 质量检验活动主要包括哪几个方面?

在 GB/T 19000 – 2000 中对检验的定义是:“通过观察和判断，适时结合测量、试验所进行的符合性评价”。由此我们可以看出，质量检验活动主要包括以下几个方面。

(1)明确并掌握对检验对象的质量要求:即明确并掌握产品的技术标准，明确检验的项目和指标要求;明确抽样方案、检验方法及检验程序;明确产品合格判定原则等。

(2)测试:用规定的手段按规定的方法在规定的环境条件下，测试产品的质量特性值。

(3)比较:即将测试所得的结果与质量要求相比较，确定其是否符合质量要求。

(4)评价:根据比较的结果，对产品质量的合格与否作出评价。

(5)处理:出具检验报告，反馈质量信息，对产品进行处理。具体讲就是:

①对合格的产品或产品批作出合格标记，填写检验报告，签发合格证，放行产品;

②对不合格的产品或产品批填写检验报告与有关单据，说明质量问题，提出处理意见，并在产品上作出不合格标记，根据不合格品管理规定予以隔离;

③将质量检验信息及时汇总分析，并反馈到有关部门，促使其改进质量。

321. 质量检验有哪些职能?

通常来说，质量检验的职能主要有以下几个方面:

(1)把关:把关的职能是质量检验最基本的职能，也可以称其为质量保证的职能;

(2)预防:现代质量检验和传统的质量检验相比，一个重要的区别就在于:传统的质量检验是一种单纯的事后把关，而现代质量检验在严格把关的同时，还具有预防作用;

(3)监督验证:一般来说，质量监督包括自我监督、国家监督、用户监督和社会监督，以上的质量监督工作都是以公正的、实事求是的检验结果为依据的;

(4)报告:为了有利于企业领导和有关职能部门及时而准确地掌握生产过程中的质量状态，评价和分析质量管理的绩效，了解质量变化的情况，必须把在检验工作中搜集的质量信息做好记录，从中分析质量问题、质量动态、质量趋势等，并将分析和评价的结果及时向领导和有关部门反馈，以作为提高产品质量的决策依据。

322. 质量检验的目的是什么?

现代企业质量检验的主要目的在于:

(1)通过质量检验，对质量问题进行良好的预防。比如:通过质量检验，确保不合格的原材料、外购件、外协件不投入生产、装配、出厂，以防止由于不合格品投入使用而给用户、企业、社会造成损失;在生产过程中，通过质量检验，收集数据，进行统计分析，以保证生产

过程处于受控状态，避免大批不合格事件的发生。

(2)通过质量检验，确保质量信息的及时反馈。通过质检，把产品存在的质量问题反馈给相关部门，及时查明发生质量问题的原因，为质量改进和质量管理活动的开展提供依据。

(3)通过质量检验，对产品质量进行准确判断。按照规定的质量要求和判断规则，通过检验来判定产品质量是否合格；确定产品质量等级或缺陷的严重性程度，为质量改进提供依据。

(4)仲裁质量纠纷。当供需双方因产品质量问题发生纠纷时，通过仲裁检验来确定质量责任。

323. 现代企业应如何开展5S活动?

现代企业开展5S活动主要有以下几个步骤：

(1)积极组建5S推行委员会。由组织高层管理人员负责5S推行委员会，这个委员会由他直接领导，对他负责，同时，该高层管理人员需要对上能直接与最高管理者随时沟通，对下需要有足够的权威性。

(2)规划。组建制定各项5S规范，制定激励措施，企业只有制定相应的规范和措施，才能更好的激励和约束员工，员工才知道哪些该做，哪些不该做。

(3)执行。由公司最高管理者或5S推行委员会主任总动员，全公司上下正式全面执行5S各项规范，各办公室、各车间、各仓库、各检验室等场所均对照适用本场所的5S规范严格执行，各级人员都透彻了解5S规范，并按照规范严格要求自身行为，该阶段是推行5S的实质阶段；每个人的不良习惯能够得到改变，能否建立一个良好的5S工作风气，在这个阶段会得以体现。

(4)监督。在推行5S的过程中，形形色色的阻力是不可避免的，比如，要使规范得以彻底的执行并逐渐形成良好的习惯，就必须不断地组织检查，这种检查必须不流于形式，检查的频率可以先密后疏，直至5S的规范在每个员工身上都充分体现出来。

324. 企业的质量管理系统与企业管理信息系统的关系如何?

(1)企业质量管理信息系统是企业管理信息系统的重要组成部分。这是因为企业质量管理是企业生产经营管理的一部分，质量管理体系是企业管理体系的一部分，企业的质量管理目标是企业经营管理目标的一部分，企业的其他管理体系，如财务管理体系、环境管理体系，与质量管理体系共同组成了企业的管理体系。

(2)企业的质量管理信息系统里部分包含了企业的财务管理信息系统和环境管理信息系统，在ISO9000标准中，涉及到质量上的财务成本和工作环境问题。

(3)建立企业的管理信息系统可以以ISO9000族质量管理信息系统为基础，向财务管理信息系统与环境管理信息系统扩展，从而构建企业完整的管理信息系统。

8

物流管理知识

325. 物流的定义是什么?

关于物流的概念,国际国内专家众说纷纭,但基本都包括以下内容:物流是克服时间间隔和空间间隔的经济性活动;物流包括物资流通和信息流通。

美国物流管理协会1963年的定义为:"物流管理是为了计划、执行和控制原材料,在制品库存及制成品从起源到消费地的有效率的流动而进行的两种或多种活动的集成。这些活动可能包括但不仅限于:顾客服务、需求预测、交通、库存控制、物料搬运、订货处理、零件及服务支持、工厂及仓库选址、采购、包装、退货处理、废弃物回收、运输、仓储管理。

美国后勤管理协会1980年对物流作出的定义是:"物流是有计划地对原材料、半成品和成品由其生产地到消费地的高效流通活动。这种流通活动的内容,包括为用户服务、需求预测、情报信息联络、物料搬运、订单处理、选址、采购、包装、运输、装卸、废料处理及仓库管理等。"美国物流学家查尔斯·塔夫将物流定义为:"物流是对到达的以及离开生产线的原料、在制品和产成品的运动、存储和保护活动的管理。它包括运输、物料搬运、包装、仓储、库存控制定货销售、选址分析和有效管理所必需的通讯网络等。"

欧洲物流协会的定义为:"物流是在一个系统内对人员和商品的运输、安排及与此相关的支持活动进行计划、执行和控制,以达到特定的目的。"

德国物流学者R·尤尼曼对物流学的定义:"物流学是研究对系统(企业、地区、国家、国际)的物流及有关的信息物流进行规划与管理的科学理论。"

日本原早稻田大学教授阿保容司在《新版物流基础》中指出:"物流是克服时间和空间,连接供应主体和需求主体,创造部分形质效用的包括废气和还原在内的一切有形无形资材的物理性移动的经济活动,具体地说有运输、保管、包装、搬运、流通加工等物资流通活动及与之有关的信息活动。"日本日通综合研究所1981年对物流下的定义为:"物流是物质资料从供给者向需要者的物理性移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴来看,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动。如果不经过这些活动,物就不能移动。"

原东京大学教授林周二在《现代"物"的流通》中对物流下的定义为:"物流是指克服时间和空间间隔,连结供给主体和需求主体包括废气和还原在内的一切资材的物理性移动的经济活动,具体地说有运输、保管、搬运等物资流通活动及与之相关的信息活动。"

日本后勤系统协会专务理事稻束原树1997年在《这就是后勤》一文中对"后勤"下的定义是:"后勤"是一种对于原材料、半成品和成品的有效率的流动进行规划、实施和管理的思路,它同时协调供应、生产和销售等部门利益,最终达到满足顾客的需求。也就是说,"后勤"意味着:按要求的数量,以最低的成本送达要求的地点,以满足顾客的需要作为基

本目标。

我国著名物流专家王之泰对物流下的定义为:“物流是物质资料从供给到需求下的物理性运动,主要是创造时间价值和场所价值,有时也创造一定加工价值的活动。”

2001 年 8 月 1 日起正式实施的由国家质量技术监督局发布的《中华人民共和国国家质量标准物流术语》中规定:“物流是物品从供应地向接受地的实体流动过程。根据实际需要,将运输、存储、装卸、搬运、包装、加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。”

326. 物流具有哪些功能?

物流是若干领域经济活动系统的、集成的、一体化的现代概念。从总体上来看,物流是物的物理性流动,最终为用户服务;从具体内容上看,构成物流总体的种种活动,实际上是物流具有的具体功能。通常来说,物流具有如下功能:

(1)物流的总体功能:包括组织“实物”进行物理性的流动和实现对用户的服务两个方面。虽然物流在某些领域存在“利润中心”、“成本中心”等作用,但是所有的物流活动都具有“服务”这个共同的功能特性,所以,实现对用户服务是物流的一个总体功能。

(2)物流的具体功能:包括运输、仓储、包装、搬运、配送、流通加工、信息等。

①运输:运输是物流系统中最为重要的功能之一,是通过运输手段使货物在不同地域范围间以改变“物”的空间位置为目的的活动,创造场所效用。

②仓储:仓储具有以调整供需为目的的调整时间和价格的双重功能。

③包装:包装是包装物及包装操作的总称,是物品在运输、保管、交易、使用时,为保持物品的价值、形状而使用适当的材料容器进行保管的技术和被保护的状态,具有保护性、单位集中性和便利性三大特性。

④搬运:搬运是指在物流过程中,对货物进行装卸、搬运、堆垛、取货、理货分类,或与之相关的作业。

⑤配送:配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式。配送集包装、保管、运输、搬运、流通加工等于一身,是物流的一个缩影或在某个小范围中物流全部活动的体现。

⑥流通加工:流通加工是流通中的一种特殊形式。具体是指在物品从生产领域向消费领域流动的过程中,为促进销售、维护产品质量和提高物流效率,而对物品进行加工,使物品发生物理、化学或形状变化的活动。

⑦信息:物流信息主要是指物流数量、物流地区、物流费用等信息。

327. 物流的分类方法有哪些?

按照不同的标准划分,物流有不同的分类,以下是一些常用的分类方法。

(1)按照作用划分:物流可分为生产物流、销售物流、供应物流以及回收和废弃物流。

①生产物流:是制造企业所特有的,它是指从工厂的原材料购进入库起,直到工厂成品库的发送为止,这一全过程的物流活动称为生产物流。

②销售物流：生产企业、流通企业售出产品或商品的物流过程称为销售物流，它是指物资的生产者或持有者到用户或消费者之间的物流。

③供应物流：生产企业、流通企业或用户购入原材料、零部件或商品的物流过程称为供应物流，也就是物资生产者、持有者到使用者之间的物流。

(2)按照物流活动的空间范围分类：可分为地区物流、国内物流和国际物流。

(3)按照物流系统性质分类：可分为社会物流、行业物流和企业物流。

①社会物流：是指流通领域发生的物流，是全社会物流的整体，所以有的叫大物流或宏观物流。

②行业物流：同一行业中的企业虽然在市场上是竞争对手，但是在物流领域中却常常可以互相协作，共同促进行业物流系统的合理化，行业物流系统化的结果是使参与的所有企业都得到相应的利益。

③企业物流：企业是一种从事商务活动，即为满足顾客需要而提供产品或服务，以营利为目的的经济组织。根据物流活动发生的先后顺序，可以将企业物流划分为：供应物流，包括原材料等一切生产资料的采购、进货、运输、仓储、库存管理和用料管理；生产物流，包括生产计划与控制、厂内运输、在制品仓储与管理等活动；销售流程，包括产成品的库存管理、仓储发货运输、订货处理与顾客服务等活动；回收和废弃物流程，包括旧物资、边角余料等的回收利用以及各种废弃物的处理。

328. 物流企业可以划分为哪些基本类型？

通常来说，确定物流企业类型可以按企业物流服务的范围大小和物流功能的整合程度这两个标准。物流服务的范围主要是指业务服务区域的广度、运送方式的多样性、保管和流通加工等附加服务的广度；物流功能的整合性是指企业自身所拥有的提供物流服务所必需的物流功能的多少，必要的物流功能是指包括基本的运输功能在内的经营管理、集配、流通加工、信息、企划战略等功能，不同类型的企业在市场竞争中采取的经营策略有很大区别。按照上述两个标准，可以将物流企业分为如下几种类型。

(1)综合型物流企业：相对来说功能整合程度高、物流服务范围广、综合服务能力强，如美国的UPS。这种企业的业务范围往往是全国或世界规模，因此也被称为超大型物流业者，能应对货主企业的全球化经营即从事国际物流。

(2)功能整合型物流企业：是功能整合度高、物流服务狭窄、专业领域服务能力强的企业。它能对专业性较强的经济领域提供全面的系统化物流服务，选择目标市场，实行专业化经营策略，如日本的NYK运输公司。

(3)运送代理型物流企业：是物流服务范围广、功能整合度较低、为供需双方提供服务的企业，它在货主和承运人之间起桥梁作用，可以满足客户的需要，充分发挥多种运输方式的优势，有物流伙伴之称。实行个性化的服务策略，因而能够灵活应对市场环境的变化。

(4)缝隙型物流企业：是功能整合度低，物流服务范围窄的企业，它提供差别化、低成本物流服务，采取拾遗补缺的细分市场策略，如搬家公司等。

329. 什么是物流战略？物流战略包括哪些内容？

物流战略是指为寻求物流的可持续发展，就物流发展目标以及达到目标的途径与手段而制定的长远性、全局性的规划与保证。

物流战略的基本内容包括物流系统的使命、物流战略目标、物流战略向导、物流战略优势、物流战略类型、物流战略态势以及物流战略措施等内容。

330. 什么是物流战略管理？物流战略管理包括哪些内容？

物流战略管理是物流经营者在物流系统过程中，通过物流战略设计、战略实施、战略评价与控制等环节，调节物流资源、组织结构等最终实现物流系统宗旨和战略目标等一系列动态过程的总和。

物流战略管理的实质是运用战略进行社会或区域供应链物流管理。物流战略的形成是物流战略管理的首要环节，指导并决定了整个物流战略系统的运行；而物流战略的核心内容是物流系统的宗旨和战略目标，其中物流系统宗旨的确定，直接影响到企业参与物流系统设计与运营的任务、目的和目标；在拟定物流战略时，要结合企业资源情况、获取资源的途径与能力等特点综合分析，并按战略协同、寻求优势、有限合理的基本原则指导物流战略管理系统的运行。

通常，物流战略管理主要包括以下内容：

(1)物流系统的宗旨：是指物流在社会经济发展中所承担的责任或主要目的。物流系统的战略目标是由物流系统宗旨引导、表现为物流系统目的并可在一定时期内实现的量化成果或期望值。

(2)物流系统的战略目标：是物流战略规划中的各种专项策略制定的基本依据，对物流战略基本要素的设计与选择有重要的指导作用。在物流战略管理过程中，企业制定的物流系统战略目标主要包括：物流费用目标、服务水平目标、社会责任目标和经济效益目标等内容。

(3)物流战略要素：物流战略系统基本方面的设计与选择，重点内容是要将传统概念上的两点(城市、货运站、运输枢纽等)之间的货物位移与两端点上的延伸服务(如订货、取货、分拣、包装、仓储、装卸、配送、咨询及信息服务等)紧密结合为一体，使货物(物品)从最初供应者到最终客户间的各个物流环节成为完整的供应链物流管理。

(4)物流战略优势：是指物流系统能够在战略上形成的有利形势和地位。构成物流系统战略优势的主要方面有：产业优势、资源优势、地理优势、技术优势、组织优势和管理优势。企业研究物流战略优势，关键是要在物流系统成功的关键因素上形成差异优势或相对优势，这是取得物流战略优势经济有效的方式，当然也要注意发掘潜在优势，关注未来优势的建立。

(5)物流战略创新：物流战略形成的关键就是要突出创新在战略设计中的地位和作

用。物流战略创新指的是战略实施主体以质量优于现有状态的新行为作用于物流过程，以期收到预定目标效益的创造性活动，主要包括物流服务创新、物流市场创新、物流技术创新、物流组织创新和物流管理创新等内容。其中，物流技术创新是最核心的内容。

331. 物流战略规划对现代企业有什么重要意义？

物流战略规划对现代企业的重要意义在于：

(1)完善的物流战略规划有利于现代企业适应市场环境的变化。随着产品多样化、价值观多元化和市场营销全球化、本地化、即时化的迅猛发展，以及追求在必要的时间、必要的数量、必要的品种的多频度少量运输等高水准物流服务的逐渐普及，物流需求逐渐向高度化、小型化、高附加值发展。物流需求的这些变化要求企业必须在提高服务水平的同时，不断降低成本，确保企业的核心竞争力和长期竞争优势；另外，随着高科技的迅猛发展和全球化趋势的日益增强，物流竞争越来越超越国界限制，成为一种国际间的企业竞争，没有统一、合理的经营战略，企业将无法在竞争中取胜，积极制定、实施高水平的物流战略成为物流发展的必然趋势。

(2)完善的物流战略规划是经济可持续发展的需要。现代物流具有高度的集成性，它涉及许多领域，提供综合性的服务，需要合理整合和配置资源，这必然要求得到战略规划的指导。因此，在战略上合理安排、有效管理物流活动，不仅关系到现代企业自身效率的高低，同时对整个社会的持续发展有着非常重要的意义。

(3)完善的物流战略规划是企业缔造核心竞争力和长期竞争优势的保证。企业的竞争优势来源于组织的差异化竞争能力和以低成本获得高利润的经营能力，即来源于成本优势或价值优势，或者两者的共同作用；任何产业中竞争优势最强的经营者总是那些能够有效降低成本或能够提供最大差异化价值的生产者；对企业物流进行有效的战略规划就能够显著提高物流效率，从而提高生产率，使企业大规模地降低成本，增强企业竞争优势。

332. 现代企业物流市场的经营战略有哪些？

现代企业物流市场经营战略主要分为以下几种类型：

(1)综合型物流企业——先驱型企业战略。综合型物流企业的优点是能实现踊站式托运。随着货主企业活动的不断扩大，发货、入货范围逐渐延伸到全国或海外市场，如果综合型物流企业能实现物流服务供给中经营资源的共有化，就能达到效益的乘数效应。

(2)功能整合型物流企业——系统化物流战略。功能整合型物流企业经营战略的特点是以对象货物为核心，导入系统化的物流，通过改进货物分拣、货物跟踪系统，提供高效、迅速的运输服务，同时从集货到配送等物流活动全部由企业自己承担，实现高度的功能整合，但是，由于这种由特定货物为对象构建的系统一般货物运输无法适应，因此，服务范围受到限制，其经营战略主要服务于特定目标市场顾客群，如日本的NYK公司。

(3)运送代理型物流企业——柔软性物流战略。运送代理型物流企业以综合运用铁路、航空、船舶运输等各种手段,开展货物运载代理业务。代理型企业的最大优点是企业经营具有柔软性,物流企业可以根据货主企业的需求结构提供最合适的物流服务。

(4)缝隙型物流企业——差别化、低成本的物流战略。在经营资源数量和质量方面都受限制的中小企业,必须发挥在特定功能或特定服务方面的优势,在战略上实现物流服务的差别化和低成本化。例如,搬家综合服务、代收商品服务、仓储租赁服务以及摩托车急送服务等。近年来在我国许多城市出现的小型保险柜租赁业务就是这种物流服务的具体表现之一。

333. 现代企业物流战略宏观环境分析包括哪些因素?

企业的宏观外部环境间接地或潜在地对企业发生作用和影响,现代企业宏观环境分析需要考虑以下几个方面:

(1)经济因素:是影响企业物流战略最重要的因素。经济因素中首先要对企业所在国家或地区的宏观经济状况进行分析;反映宏观经济总体状况的关键指标是国民生产总值(GNP)增长率,也与政府赤字水平及中央银行货币供应量有关。企业还应考虑中央银行或各专业银行的利率水平、劳动力的供给(失业率)、消费者收入水平、价格指数的变化(通货膨胀率)等。跨国经营的企业还必须考虑关税种类及水平、国际贸易的支付方式、东道国政府对利润的控制、税收制度等。

(2)政治、法律因素:是指对企业经营具有现实的或潜在的、当前的或长期的作用与影响的政治力量,包括对企业经营进行限制或鼓励的法律法规、企业所在地区的政局是否稳定、执政党推行何种政策以及这些政策是否连续和稳定等;政府行为也对企业经营产生着复杂的影响,有些行为制约了企业经营,但有些又对企业有着指导作用和积极影响。

(3)技术因素:不仅要考虑整个行业的技术发展情况,还要考虑与企业发展有关的新技术、新工艺、新材料的出现及其发展趋势和应用前景。技术革新创造了企业发展的机遇,也可能会使社会对企业产品和服务的需求发生重大变化,从而使企业面临新的挑战。

(4)社会因素:主要包括社会的文化、习俗、道德观念、公众的价值观等。社会文化是人们的价值观、思想、态度、社会行为等的综合体,影响着人们的购买决策和企业的经营行为。公众的价值观同人们的工作态度一起对企业的工作安排、作业组织、管理行为以及报酬制度等产生很大的影响;人口统计特征包括人口数量、密度、结构分布、地区分布、收入水平、教育程度等,影响着劳动力的供给以及市场的需求。因此,物流战略的规划必须考虑这些因素。

334. 现代企业物流战略微观环境分析包括哪些因素?

所谓的微观环境分析又叫产业竞争性分析,主要是针对本行业中的企业竞争格局以及本行业和其他行业的关系进行分析。微观环境分析主要包括以下一些要素。

(1)现有竞争者之间的竞争程度。与特定行业经营的特点密切相关。通常来说,现有企业之间会进行激烈的竞争,如有众多势均力敌的竞争者;行业产品差别较小或行业转换成本低;行业增长缓慢;行业具有非常高的固定成本或库存成本;行业中的总体生产规模和能力大幅度提高;这样,现有竞争者之间多采用价格战、广告战、改进产品以及增加服务等手段开展竞争。

(2)新加入者的威胁。新进入者的加入会导致行业生产能力的扩大,在需求不变的情况下必然引起与现有企业的激烈竞争,使产品价格下跌;新加入者要获得生产所需的资源必然导致对有限资源的竞争,从而使行业生产成本升高,这些都在很大程度上影响了企业的赢利能力。新加入者威胁的强度取决于进入障碍和原有企业的反击程度,如果进入障碍大,原有企业反击有力,潜在的加入者就难以进入该行业,加入者的威胁就小。

(3)替代产品的威胁。替代产品是指那些与本行业的产品有同样功能的其他产品。较低的替代产品价格会使本行业的收益受到限制,替代产品的价格越有吸引力,这种限制作用就越大,对本行业构成的压力也就越大。因此,本行业与替代产品生产行业的竞争,常常需要本行业所有企业采取共同措施和集体行动。

(4)购买商讨价还价的能力。购买商可能要求较低的购买价格、高质量的产品和更多的优质服务,结果使得行业的竞争者们互相残杀,导致行业利润下降。

(5)供应商讨价还价的能力。供应商可以用提高供应价格或降低供应产品及服务的质量对下游行业进行威胁,从而使下游行业利润下降。

335. 现代企业如何进行物流服务战略分析?

物流服务战略是企业经营战略的重要组成部分,对企业的物流服务战略分析需要考虑如下几个要素:

(1)是否能够满足激烈竞争的需求。经营环境对企业战略的影响不仅仅是需求方面的,同时也对供给方有很大的作用,具体表现在参与物流服务竞争的企业越来越多,而且竞争的范围越来越广;同时,先进的物流技术和手段的广泛使用使物流服务竞争的程度越来越深;因此,企业的物流服务战略必须综合竞争对手的情况全面考虑。

(2)能否满足可持续发展的要求。企业物流战略的合理安排,不仅关系到企业自身的效益问题,同时也关系到整个社会的可持续发展问题,企业是社会的一分子,企业对社会的发展是有责任的;如何选择运输工具、如何运用共同配送以减少物流活动对环境、交通等方面的负面影响等问题,都是物流战略所必须重点考虑的问题。

(3)是否满足高层次物流需求。物流需求不断向高层次方向发展是整个物流服务环境变化中最为重要的因素,现代物流服务必须真正达到5R的标准才有可能满足个性化、准时制(JIT)和高附加值的需求,原来那种大量生产、大量销售体制下产生的大量运输会越来越少,从而对物流企业原有的利益格局产生冲击,这就需要企业对物流战略重新审订。

336. 现代企业如何制定物流服务战略?

物流服务战略的制定是企业经营管理活动中的一项重要职能,它将通过影响物流绩效对客户满意度产生重大影响,制定科学、规范、合理的物流服务战略对现代企业有着重要意义。制定物流服务战略主要有以下几个步骤:

(1)确定物流服务的要素。通常来说,明确备货、接受订货的截止时间、进货期、订货单位等要素,是物流服务战略策划的第一步;只有准确把握这些物流服务的要素,才有利于各项决策的顺利开展。

(2)全面收集有关物流的服务信息。制定物流服务战略需要收集的信息主要包括客户对物流服务重要性的认识、客户的满意度以及与竞争企业的物流服务相比是否具有竞争优势等;一般来说,这种信息资源的收集可以通过问卷调查、座谈、访问以及委托专业调查公司来进行。

(3)对相关物流信息进行加工整理。对相关物流信息的加工整理,目的在于:企业现有的物流服务水平与客户需求之间有什么差距,并据此明确企业需要改善和提高的物流服务;企业现有的物流服务水平与竞争对手和其他卓越企业的服务水平有什么差距,并要找出企业物流服务的不足。

(4)准确划分客户群。由于客户需求受到客户思维方式、行动模式以及地区差异等多种因素的影响,因此以什么样的特性为基础来区分客户群成为制定物流服务战略的重要问题;同时,在划分客户群的过程中,应当充分考虑不同客户对企业的贡献和客户的潜在能力。

(5)制定物流服务组合。在对客户进行准确划分以后,需要针对不同的客户群制定相应的物流服务基本方针,确保将企业资源优先配置给重点客户群,然后,在对物流服务水平预算分析和对主要竞争对手的物流服务水平分析的基础上,为不同的客户群制定相应的物流服务组合。

337. 什么是仓储? 现代企业的仓储管理必须遵循哪些原则?

仓储是指在货物入库到货物发放过程中,以尽量少的代价来保管好在库货物,为企业经营活动的正常运转提供可靠的货物供应,保证不短缺、不积压、不破损、不变质。

仓储管理的对象具体而零散,千差万别,因而其管理模式和方法不可能整齐划一,但为了管理有效,保证所储货物安全,能及时满足需要,现代企业的仓储管理必须遵循以下原则:

(1)仓储活动的保管过程必须符合操作规范。在保管业务中,按一定的规范对货物进行保管,可以提高作业绩效、方便保管运作、实现合理库存、改善保管环境。

仓储保管的主要操作规范如下:

①标记明确:对保管货物的品种、数量、期限及保管位置作明确详细的标记,以便于提

高货物存放、拣出的物流作业效率；

②分层堆放：选用货架等保管设备对货物进行分层堆放保管，尽量向高处码放，以有效利用库内容积，提高仓库利用效率，防止破损，保证安全；

③先进先出：根据货物入库时间决定发货送出次序，这不但符合会计上的谨慎原则，而且也可防止货物因保管时间过长而发生变质损耗现象，加快周转；

④同类归一：相同或相类似的货物存放在相同或相近的位置，以便于分拣，提高物流效率；

⑤面向通道：将货物面向通道进行保管，以便于货物在仓库内移动和存放；

⑥周转频率对应：依据货物进发货的不同频率来确定货物的存放位置，流动性较强的货物放置在靠近仓库进出口的位置，流动性较差的物品放在距离出入口稍远的地方，季节性物品则依其季节特性来选定放置的场所；

⑦重量对应：根据货物的重量确定存放的位置和保管的方法，较重的货物放置在地上或货架的底层，反之则放在货架的上层，需要人工搬运的大型物品则以腰部的高度为基准，以方便搬运，提高效率，保证安全；

⑧五五堆放：以五或五的倍数在固定区域内堆放，使货物“五五成行、五五成方、五五成包、五五成堆、五五成层”堆放，横竖对齐、上下垂直、过目知数，流动后零头尾数要及时分开，以方便货物的数量控制、清点盘存；

⑨形状对应：根据货物的形状确定货物存放的位置和保管方法，包装标准化的货物放在货架上保管，非标准化的货物对应于形状进行保管。

(2)要确保存储货物的安全。确保存储货物的安全是仓储管理的基本要求，一般来说，威胁货物安全的主要因素有治安威胁、火灾威胁和货物污染威胁等。

(3)成本最低化原则。仓储过程中的费用是整个物流费用中的重要组成部分，努力降低仓储成本是降低物流成本的重要途径。

(4)为企业各方面的管理提供信息服务。企业库存管理的信息是企业经营管理中的一个重要的信息组成部分，是企业组织生产经营计划，安排生产，实施经济核算的重要依据。货物的库存情况为管理部门进行综合管理发挥了信息服务的作用。

338. 现代企业仓库设计的一般原则有哪些？

仓库是物流的中心，是连接原材料和成品的中心环节，仓库设置的好坏对企业的经营业绩有着直接的影响。通常来说，现代企业的仓库设置应坚持如下原则：

(1)规模性原则。一般来说，采用大规模处理货物的手段可以明显降低物流成本，但在仓库设计时，一般不能仅仅根据规模经济性来选择仓库，而必须根据物流量、环境条件、运输条件等来确定其规模。

(2)经济性原则。在总规模明确的前提下，确定仓库的数量要考虑几个因素。

①服务成本：一般来说，服务点越少，服务水平越低；服务点越多，服务水平越高；

②设计标准化：运输车辆、作业车辆、建筑模数等已形成标准化系列的装备和机械等，应成为设计的基础，仓库设计须考虑与系统协调的因素；

③单个据点规模：单个据点规模越大，单位投资可降低，如果采用大规模处理货物的设备，物流成本也可以降低；

④物流成本：据点数量多，建设成本高，但仓库之外的配送成本将因距离较近而可望降低；

⑤先进技术的采用：采用何种先进技术，是否建立立体仓库、自动分拣等物流管理流程，要在经济、技术等方面进行论证。

339. 影响现代企业仓库选址的因素有哪些？现代企业进行仓库的选址有哪些策略？

仓库的选址对商品流转速度和流通费用有着直接的影响，对顾客的服务水平和服务质量也有一定的影响，而这些都会影响企业的最终利润。因此，仓库的选择对现代企业来说非常关键。在仓库的实际选址中，企业应该综合考虑下列因素：①政策法规的因素：企业仓库的选址是否符合当地法律规定，是否符合当地的税收制度等。②自然地理条件：该地区是否可能设置物流中心，有无特殊的阻碍其建设的地质、气候等自然条件。③运输条件：现有的交通设施如何，交通工具是否便捷，对各种运输方式是否许可等等。④客户条件：首先要考虑客户的地理分布状况，如果顾客集中于某个地方或分布于其周围地区，在那里设立仓库就能够达到理想的效果；其次要考虑客户的需要及客户未来的发展等。⑤用地条件：地价或地租是否昂贵，理想地区内是否有可以利用的旧厂家。

很显然，企业只有选择顾客密集分布、交通与装运条件方便、地价低廉等主要条件得到满足的地方，才是合适的仓库选址。

现代企业的仓库选址有如下一些策略：

(1)以市场为主导的仓库定位策略。这种策略通常用来向客户提供库存补充，这种类型的仓库所服务的市场区域的地理面积大小，取决于被要求送货的速度、平均订货量以及单位运输成本。以市场为主导的仓库一般由制造商、批发商与零售商共同运作，他们共同向客户提供库存补充，从物流服务能力或物流活动的支持费用最低的角度评价都是较合理的。

(2)以制造为主导的仓库定位策略。这种策略定位的仓库通常邻近生产工厂，作为装配与集运被生产的物件的地点，这些仓库存在的基本原因是便于向客户运输各类产品，物品从生产它们的专业工厂转移至仓库，再从仓库运往客户；以制造定位的仓库的优点在于它能跨越一个类别的产品而提供卓越的服务。

340. 什么是配送？现代企业的物流配送包括哪些要素？

配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式，是商流和物流的紧密结合。

关于配送的定义，不同的学者有不同的见解。美国《物流管理供应链过程的一体化》一书对配送下的定义是："实物配送这一领域涉及将制成品交给顾客的运输……实物配送

过程,可以使顾客服务的时间和空间的需求成为营销的一个整体组成部分……”日本1991年版的《物流手册》对配送下的定义是:“生产厂到配送中心之间的物品空间移动。”我国出版的《现代物流学》的表述是:“配送是以现代送货形式实现资源最终配置的经济活动;按用户订货要求,在配送中心或其他物流结点进行货物配备并以最合理方式送交用户。”

通过对以上定义的分析不难看出:配送就是按照客户的订货要求和时间计划,在物流结点(仓库、商店、货运站、物流中心等)进行分拣、加工和配货等作业后,将配好的货物送交收货人的过程。

现代企业的物流配送主要包括集货、分拣、配货、配装、配送运输、送达服务以及配送加工等。

(1)集货:指将各个用户所需要的各种物品,按需要的品种、规格、数量,从仓库的各个货位拣选集中起来,以便进行装车配送的作业。

(2)分拣:指将集货形成的集中物品按运输车辆分开来,分别堆放到指定的装卸点的作业。

(3)配货:指将各个配送车辆所要配送的各个客户所需要的各种货品,按用户需要的品种规格、按车辆的装载容量组配起来,以便装载和配送运输。

(4)配装:指将所配送的客户所需的各种货品,按其配送车辆的装载容量进行装载组配,当单个客户配送数量不能达到车辆的有效运载负荷时,就要将附近不同客户所需的货物进行搭配装载以充分利用运能、运力。

(5)配送运输:指较短距离、局部区域内多客户、多品种的联合送货运输形式,一般使用汽车做运输工具。

(6)送达服务:指将货物送到客户手中,正式移交,还包括安装、使用以及信息咨询等方面的服务活动。

(7)配送加工:指按照配送客户的品种要求所进行的流通加工活动。

341. 现代企业物流配送业务的基本形式有哪些?

根据不同的组织方式、对象特性和内容等,可以把配送作业划分为多种基本形式。

(1)按配送时间和数量分类:可分为定时配送、定量配送、定时定量配送、定时定量定点配送、定时定线配送和即时配送。

①定时配送:指按规定的间隔时间进行配送,可分为小时配、日配、准时配送和快递配送等。a.小时配即接到配送订货要求之后,在1小时之内将货物送达,这种方式适用于一般消费者突发的个性化需求所产生的配送要求,也经常用做配送系统中应急的配送方式。b.日配即接到订货要求之后,在24小时之内将货物送达,是定时配送中实行得较为广泛的方式。一般而言,日配的时间要求大体上是,上午的配送订货,下午可送达;下午的配送订货,第二天早上送达。c.准时配送方式即按照双方协议时间,准时将货物配送到用户的一种方式。这种方式和小时配、日配的主要区别在于:小时配、日配是向社会普遍承诺的配送服务方式,针对社会上不确定的、随机性的需求;准时配送方式则是根据用户的生产

节奏，按指定的时间将货送达，这种方式比日配方式更为精密，可实现零库存。d.快递方式是一种快速配送方式，快递服务一般而言覆盖地区较为广泛，所以，服务承诺期限按不同地域会有所变化，这种快递方式，综合利用“小时配”、“日配”等在较短时间内实现送达的方式，但不明确送达的具体时间，所以一般用做向社会广泛服务的方式，而很少用做生产企业“零库存”的配送方式。

②定量配送：指每次按固定的数量（包括商品的品种）在指定的时间范围内进行配送。定量的计划性强，每次配送的品种、数量固定，备货工作简单，可以按托盘、集装箱及车辆的装载能力规定配送的定量，能有效利用托盘、集装箱等集装方式，配送效率较高，成本较低，由于时间不严格限定，可以将不同客户所需商品凑整车后配送，提高车辆的利用率，客户每次接货都处理同等数量的货物，有利于人力、物力的准备。一般来说，定量配送适合在下述领域采用：用户对于库存的控制不十分严格，有一定的仓储能力，不施行“零库存”；从配送中心到用户的配送路线保证程度较低，难以实现准时的要求，难以对多个用户实行共同配送，只有达到一定配送批量才能使配送成本降低到供需双方能接受的水平。

③定时定量配送：即按照规定的配送时间和配送数量进行配送。定时定量配送兼有定时、定量两种方式优点，是一种精密的配送服务方式。这种方式计划难度较大，由于适合采用的对象不多，很难实行共同配送等配送方式，因而成本较高，主要在大量而且稳定生产的汽车、家用电器、机电产品的供应物流中取得了成功。

④定时定量定点配送：这种配送方法是按照确定的周期、确定的商品品种和数量、确定的客户进行配送。这种配送形式一般事先由配送中心与客户签订协议，双方严格按协议执行，它有利于保证重点需要和降低企业库存，主要适用于重点企业和重点项目。

⑤定时定线配送：即在规定的运行路线上，制定配送车辆到达的时间表，按运行时间表进行配送，用户可以按照配送企业规定的路线及规定的时间选择这种配送服务，并到指定位置及指定时间接货。采用这种方式有利于配送企业依次对多个用户实行共同配送，无需每次决定货物配装、配送路线、配车计划等问题，因而易于管理，配送成本较低，对用户而言，可以在确定的路线、确定的时间表上进行选择，又可以有计划地安排接货力量。虽然配送路线可能与用户还有一段距离，但由于成本较低，用户也乐于接受这种服务方式，这种方式特别适合对小商业集中区的商业企业的配送。

⑥即时配送：即完全按用户突然提出的配送要求随即进行配送的方式。这是对各种配送服务进行补充和完善的一种配送方式，这种配送方式主要针对用户由于事故、灾害、生产计划的突然变化等因素所产生的突发性需求，但配送服务实际成本很高，难以用做经常性的服务方式。

（2）按配送商品的种类和数量分类：一般可分为以下三类。

①少品种或单品种、大批量配送。当客户所需的商品品种较少，或对某个品种的商品需要量较大、较稳定时，可实行此种配送形式。

②多品种、少批量、多批次配送：是按客户要求，将所需的各种商品配备齐全，凑整装车后由配送结点送达客户。这种配送作业水平要求高、使用设备较复杂、计划难度大，需要有高水平的组织工作保证和配合；这种配送方式是一种高水平、高技术的方式，符合现代“消费多样化”、“需求多样化”的新观念。

③设备成套、配套配送：是为满足企业的生产需要，按其生产进度，将装配的各种零配件、部件、成套设备定时送达生产线进行组装的一种配送形式。

(3)按配送组织者分类：可分为商店配送、配送中心配送、仓库配送和生产企业配送四种形式。

①商店配送：指配送组织者是商业零售网点的配送，可分为兼营配送形式和专营配送形式两种。

②配送中心配送：指配送组织者是专职从事配送的配送中心，专业性强，和客户有固定的配送关系，一般实行计划配送。

③仓库配送：是以一般仓库为结点进行配送的形式。

④生产企业配送：指配送的组织者是生产企业，尤其是进行多品种生产的生产企业。

(4)按经营方式分类：可分为供应配送、销售配送、销售—供应一体化配送和代存代供配送四种形式。

①销售配送：是指配送企业是销售性企业，或销售企业进行的促销型配送。对象往往不固定，客户也往往是不固定的，配送的经营状况也取决于市场状况，配送随机性较强而计划性较差。

②供应配送：是指企业为了自己的供应需要，由企业或企业集团组建配送结点，集中组织大批量进货，然后向本企业配送或向本企业集团若干企业配送。

③销售—供应一体化配送：是指销售企业在自己销售产品的同时，对于基本固定的客户和基本确定的配送产品对客户执行有计划的供应。采用这种配送方式，销售者能获得稳定的客户和销售渠道，也有利于企业本身的稳定持续发展。

④代存代供配送：是指客户将属于自己的货物委托配送企业代存、代供，有时还委托代订，然后组织对本身的配送。

(5)按配送专业化程度分类：可分为综合配送和专业配送。

①综合配送：是指配送商品种类较多，不同专业领域的产品在同一个配送结点中组织对客户的配送。

(2)专业配送：是指按产品性状不同适当划分专业领域的配送方式。

342. 什么是共同配送？现代企业如何建立共同配送体系？

共同配送是配送服务合理化的一个重要手段，通过共同配送体系的建立，现代企业可以达到减少配送网点设施、减少配送车辆行驶里程、降低配送成本的目的。

现代企业建立共同配送体系可按照以下步骤进行：

(1)首先进行共同配送的可行性研究。共同配送可以提高企业的物流效率，但也有可能给企业带来风险。因此，企业在建立共同配送体系前，必须进行可行性研究，确定建立共同配送体系的类型。企业的配送体系有多种形式，企业必须根据自身情况灵活选择。通常，企业配送体系按主导企业的性质可划分为生产制造性企业主导型、批发企业主导型、大型零售企业主导型和物流服务行业主导型等；企业在确定了可以建立的配送体系类型后，就应该开始挑选可能的合作伙伴，而且同时，必须确定理想的合作伙伴。

(2)确立相应的组织形式和规章制度。在确定了合作伙伴之后,企业需要与合作伙伴进行充分沟通,明确需要建立的共同配送体系的组织形式和各项规章制度,实现各参与企业的思想统一和决策统一,从根本上保证共同配送体系的正常运营。

(3)体系方案设计。就是要通过对体系的运作进行规划,从而保证企业构建共同配送体系的目的能够实现。一般来说,体系方案设计的内容包括共同配送的信息系统设计、集配方式的确定、共同配送的作业流程设计、人员及岗位配置以及系统运行的保障措施等。

(4)方案实施与评估。共同配送设计方案确定以后,就可以筹措资金,成立相应的组织,进行共同配送体系的方案实施工作。在实施过程中,应当定期对系统运行状况作出评价,评价内容重要的有企业的服务水平是否达到要求、企业的配送成本是否逐步降低,以及企业的商业机密是否被泄漏这三项内容。

343. 什么是协同配送?协同配送有何意义?协同配送有哪些模式?

协同配送是指在城市里,为使物流合理化,在几个有定期运货需求的货主合作下,由一个卡车运输业者,使用一个运输系统进行配送。协同就是把过去按不同货主、不同商品分别进行的配送,改为不区分货主和商品集中送货的"货物及配送的集约化",具体说就是把货物都装在同一条线路运行的车上,用同一辆卡车为更多的顾客服务。协同配送的目的在于降低物流成本,提高物流效率和服务水平。

协同配送的意义在于:一是有利于实现宏观物流的效率化。宏观物流业称社会物流,即企业间的物流活动。协同配送可以优化装卸、搬运仓储、加工、包装等环节,使物流活动能快速、高效地运作,有助于打破地区分割的流通格局,形成与社会化大生产相适应的社会化大流通格局,使物流体系趋于科学化;可以协同共用地区(集团)所有的物流设备与设施,使其物尽其用,减少城市交通堵塞和环境污染等社会问题。二是有利于降低运输成本,提高服务质量。协同配送使用共用车辆和路线,对运输活动实施统一管理,这样有助于运输资源的充分利用和优化配置,从而提高车辆的使用效率,同时行车人员专业化,可以长期维持服务品质,充分体现协同配送在运输管理方面的优势。三是有利于更好地满足顾客需求。企业服务的关键是留住客户,而关键客户的需求往往各不相同,而协同配送则是解决问题的有效途径。协同配送采用横向联合方式,由同一卡车运输业者,使用一个运输系统完成多个用户的配送,节省货物的储存成本,很好地满足客户需要。四是有利于增加物流企业的经营效率,能有效降低物流成本,提高物流效率,使企业获得多方面的好处。

344. 什么是库存?什么是库存控制?库存主要分为哪些类别?

所谓库存,就是库存物资。凡是处于储存状态的物资,都可以称作库存物资,简称库存。库存按性质划分,可以分为两大类,即储备库存和周转库存。储备库存是为备战备荒、防备意外事故而储备的物资,这种库存要保质保量、长期足额储存,平时不动用,到发

生灾害、战争或意外事故时才动用;周转库存是为了生产或流通的进行、在生产或流通的各个环节上暂存待用的临时性储备,它们不断地投入生产和销售,又不断地补充进来,这种库存是保证生产和流通顺利进行的条件。

345. 什么是库存管理?库存管理的宗旨是什么?

所谓库存管理,主要是指针对库存物资的管理,有别于仓储管理,而仓储管理主要是针对仓库和仓储作业的管理;但二者又是紧密联系的,仓储管理和库存管理的具体内容都落实到库存物资上,都是结合库存物资而进行的。

库存管理的宗旨是既要保障供应,又要降低成本。

346. 什么是安全库存?现代企业如何实现零库存?

安全库存又称保险库存,是为防止由于不确定因素,如订货期间需求率增长、到货期延误等而引起的缺货而设置一定数量的库存。

库存物资不但占用大量的资金,而且容易引发其他相关问题,诸如仓库建设成本、管理费用、仓库作业费用等等,因此,零库存是很多企业追求的梦想。从社会角度来说,零库存是不可能也不应该实现的;企业的零库存是在充分的社会保障的前提下的一种特殊形式。现代企业可以通过以下途径实现:

(1)推行协作分包的经营方式。协作分包是处于供应链主导地位的大型生产制造企业实现零库存的方式,一般来说,由一家规模较大的主导企业和众多的小型分包企业组成牢固的协作体系,通过若干小型分包企业的柔性生产和准时供应,保证主导企业获得稳定、及时的原材料供应,使其减少库存量,甚至实现零库存。

(2)采取货物的委托保管方式。现代企业可以通过委托营业仓库代存代管货物的方式实现零库存,这时,企业可以不再有库存,由受托方提供专业的高水平的库存服务管理,企业则按照一定的标准向受托方支付一定的费用,而货物的所有权并没有转移,仍然属于企业。

(3)实行准时制(JIT)。如果企业可以获得准时供货并组织准时生产,这样就可以实现零库存,比如日本丰田公司的"看板生产"和索尼公司的"水龙头方式"是这种方式的典范。

(4)运用现代配送方式。配送中心具有集货的功能,它的库存可以被视为是众多客户的集中库存,通过自身高水平的库存管理和"少批量,多批次"、"即时配送"等现代的配送方式,能够按照客户的需求实现即时供应,使客户的库存降低甚至实现零库存。

347. 什么是储存合理化?储存合理化包括哪些具体内容?

储存合理化是指建立合适的储存条件,对合适的储存品种进行合适的库存管理的综

合性系统工程。通常来说，储存合理化具体包括储存条件合理化、储存品种结构合理化、储存数量合理化和储存时间合理化四个方面。

(1)储存条件合理化：主要是指必须建立完善合理的保管场所和保管条件，比如仓库的地质地理条件，温度、湿度、通风、光照能源条件、防火防盗安全条件以及仓储规划布局、保管规章制度等全面合理化。

(2)储存品种结构合理化：就是要有一个合理的库存品种结构。

(3)储存数量合理化：就是要有一个合适的库存数量。

(4)储存时间合理化：具体是指储存时间不能太长，超过规定的储存期，产品就失去了原有的使用价值而成为废品或次品。储存时间合理化一定要认真执行“先进先出”原则，保证各个产品都能够正常流转，加快流转速度，提高库存周转率和库容利用率。

348. 什么是联合运输？联合运输必须具备哪些条件？

联合运输又称多式联运，也叫综合一贯运输。它是指采用一张多式联运合同，由一个总承运人负责全程的运输并对货主负责，同时组织两种以上的不同运输方式进行运输。一般都由两种或两种以上运输方式和运输工具参与运输和衔接，有时我们也将同一运输方式多国或多家经营，多种运输方式联合经营，以及产供销运储之间的运输衔接包含在内。

通常来说，联合运输必须具备以下条件：

(1)必须具有一个多式联运合同；

(2)货物在运输过程中使用一份全程的多式联运单据；

(3)采用不少于两种的运输方式；

(4)运输全程用单一费率计费；

(5)专门的经营人对多式联运负责。

349. 运输合理化主要包括哪些要素？

一般来说，合理运输主要考虑的因素有运输费用、运输距离、运输工具、运输时间、运输环节等因素。

(1)运输费用：是判断运输是否合理化的最重要的指标。因为所有的判断依据最终都将折算成货币指标，运费占整个物流费用的很大比重，所以在很大程度上决定着运输过程，当然，运费的高低也直接影响着物流企业的竞争能力。

(2)运输距离：企业在进行运输整体规划时，运输时间、运输费用、运输工具周转以及货物损耗等经济指标都与运输距离有一定的比例关系，因此，运输距离长短与否是判断运输是否合理的一个基本因素。

(3)运输工具：因为不同的运输工具具有不同的效用，采用不同的运输工具其最终效益也不同，因此，运输工具的选择是合理化运输所要考虑的重要因素之一。

(4)运输时间:在物流运输过程中,运输时间是一个比较重要的评价指标。由于不同的商品对运输的时间要求并不相同,因此,在进行运输整体规划时,应根据具体情况,与运费及其他指标相互参照综合考虑。

(5)运输环节:指运输过程中装卸、包装等活动的数量,每增加一个环节,都会引起相关费用的增加,相反货物完好率等技术指标相应下降,因此,尽可能减少运输环节是合理运输必须考虑的问题。

350. 物流企业如何实现运输合理化?

合理化运输是物流管理的关键,企业要想实现合理化运输,就必须采取合理化运输的有效措施。

(1)积极发展社会化的运输体系:社会化运输是指为实现运输的综合优势,而将各种运力综合起来,将各个生产单位的运输任务尽量交给专业物流企业来做,以充分利用运输手段的优势,尽量做到综合考虑,能够统一安排运输工具,从而避免对流、倒流、空驶等不合理运输的出现,从而提高整体运输的绩效水平。

(2)逐步提高运输的实载率:提高运输的实载率是指在现有运输的条件下,尽可能达到合理运输的运输规模,其意义在于,充分利用运输工具的额定运输能力,减少车船和不满载行驶的概率,从而减少浪费,提高效益。所谓运输实载率,一方面是指单车实际载重与运输距离乘积和标定载重量与行驶里程乘积的比率;另一方面是指车船实际完成的货物周转量占车船载重量与行驶公里乘积的比率。

(3)在运输过程中,尽量实行"公铁分流",在较短距离运输中实行"以公代铁"政策。

351. 什么是供应链?

供应链管理是基于供应链所实施的管理。

对于供应链,不同的学者有不同的定义。美国学者史迪文斯认为:供应链是通过增值过程和分销渠道控制从供应商的供应商到用户的用户的物流,它开始于供应的源点、结束于消费的终点。这个定义是从组织结构的角度来定义供应链的。伊文斯认为:供应链是指前馈的信息流和反馈的物料流和信息流在供应商、制造商、分销商、零售商、最终用户之间的流动过程。这个定义是从供应链的内容角度来定义供应链的。

从供应链的功能角度出发,哈里森认为:供应链是执行采购原材料、将它们转化为中间产品和成品,并且将成品销售到用户的功能网链。马士华认为:供应链是围绕核心企业,通过信息流、物流、资金流的控制,从采购原材料开始,制成中间产品以及最终产品,最后由销售网络把产品送到消费者手中的将供应商、制造商、分销商、零售商直到最终用户连成一个整体的功能网链结构模式。

综合上述观点不难看出,所谓的供应链,是指通过前馈的信息流和反馈的物料流和信息流执行原材料采购、中间产品及成品生产、成品销售进而供应商、制造商、分销商、零售

商、最终用户连成一体的功能网链结构模式。

352. 什么是“牛鞭效应”？引起牛鞭效应的因素有哪些？现代企业如何减少牛鞭效应？

现代企业在面临库存短缺或库存积压时，更多的则是担心前者的出现。正是由于这种思想作祟，往往会出现供应链上的需求放大效应，这种效应被美国著名供应链管理学家Haul. Lee 教授称为“需求变异加速放大原理”，而被现代管理学者称为“牛鞭效应”，即向供应商订货量的波动程度会大于向其顾客销售量的波动程度，并且这种波动会沿着供应链由下游企业向上游企业一级一级不断放大；这种放大效应或“牛鞭效应”，会导致采购量与需求量的差异，进而导致产品库存积压严重、服务水平不高、产品成本过高及质量低劣等问题，最终会使整个供应链瘫痪。“牛鞭效应”的存在表明企业在实施供应链库存控制过程中存在着很多不确定因素，包括生产不确定性、供应者不确定性、分销商不确定性以及用户不确定性等等。而实施上，不确定性会使企业供应链面临高库存的风险，因此企业要通过增强供应链的透明度、实施有效的库存管理来减少不确定性因素。

引起牛鞭效应的原因有多种，这些原因往往与供应链的构造方式以及各节点之间的信息沟通方式有关，主要表现在如下几个方面：

(1)价格波动引起需求波动。一般来说，很多企业往往通过产品促销的手段为顾客提供特价优惠，尽管这一方式能够暂时扩大企业的销售量，但从长远来看，这一策略并非明智之举。其原因在于：首先，在企业为顾客提供特价优惠的时候，只要库存成本低于这一价格差异值，很多分销配送商和零售商都会借机大量增加采购量，将以较低价格购进的产品储备起来用于以后的销售，同时很多顾客自然也要购买多于实际需求量的产品储备起来供家庭或个人日后消费之用；这就使得供应链下游企业不得不增加库存量，这显然不利于整条供应链的优化。其次，这一价格波动还带来了更为严重的间接后果，低价优惠促销策略使得经销商和消费者提前购买他们当时并不需要的产品，这使得企业经销商和顾客的购买行为与其消费行为并不吻合，而企业也无法准确区分增加的购买量中有多少是顾客因低价而当时增加的消费，多少是顾客储备起来以供日后消费所需；这最终导致消费者的购买波动远远大于其实际消费量的波动，使得企业在较长时间内面临着较大的需求波动。

(2)逐级报告需求预测。大部分流通配送系统的结构是多级的。供应链上的每个企业为了安排生产日程、采购计划、运输计划，都要进行需求预测，而预测的基础则是其下游直接客户的订货数据。传统做法是供应链流通配送环节的每一节点将其自身需求的预测结果经过整理以订单的形式向上一级报告；上一级将其下游所有直接节点的订单进行汇总和整理，然后再向其上一级发出订单；对产品需求的预测信息就以订单的形式逐级地向供应链上游流动。然而，由于各个节点出于自身利益考虑，会根据自己既定的库存补充方针、顾客服务水平等对其下游企业需求预测数据进行人为的整理和“修改”，再形成自己向上一级的订单，导致对产品需求信息的波动被逐步放大，从而导致了供应链中牛鞭效应的发生。

(3)进行批量定货。供应链中每个企业都依照一定的控制规则来进行库存管理并补充订货。虽然随着销售,产品库存量每天都会减少,但企业不会马上就向其上游供应商订货,而是等库存的减少积累到一定数量后,才会向供应链的上一级提出订货要求。例如,一个按照定量控制系统进行库存管理的分销配送商只有在某种产品的库存量低于再订货点时才会向其供应链上游企业订货;供应链上每一节点采取批量订货的主要原因是为了节省订货成本和利用批量带来的价格折扣,但是,无疑这种做法会"扭曲"需求的真正信息,使供应链上游企业所获得的需求信息同市场真正的需求信息产生出入;同时,企业每次的订货量也会随市场需求情况的变化而变化;由于订货批量的影响,企业订货量波动幅度要远远大于该企业自己所面对的市场需求的波动幅度。此外,供应链上的每一企业都几乎会同时面对下一级的多个分销配送商或零售商;如果下一级这些企业中的大部分有着相同的订货周期,例如都集中在月初或月末,则对上一级企业来说;所接到的订单就会出现显著的周期性峰值,则牛鞭效应有可能会被再次加剧。

(4)按比例供给战略。当市场上出现产品供不应求的情况时,供应链上游的企业往往会按下游的分销配送商或零售商的订货量占总订货量的比例来分配供给他们的产品数量。但这样一来,供应链下游的订货方就有可能故意加大订货数量,即使供应商只给他们一部分,他们也仍然得到了实际所需数量。这种做法对于上游供应商准确预测市场对其产品的真正需求显然是不利的。

无论是由于什么原因产生的牛鞭效应,最终都会给企业的生产带来一定的影响,企业只有积极做好预防工作,防患于未然,才能减小甚至避免因其带来的不必要的损失。通常,现代企业应该采取如下措施预防牛鞭效应的产生。

(1)不断提高信息的精度和准度。牛鞭效应产生的根本原因是需求信息在沿供应链的传递过程中的失真和波动放大。因此,不言而喻,提高信息精度是最主要的一项措施,一个方法是分享POS数据,POS数据是指产品的直接销售量。引起供应链上牛鞭效应的一个基本原因是供应链上各级企业都用下游的订单数据来预测需求,这种多级需求预测的方法导致信息每经过一个环节,波动就被放大一些,但实际上,整个供应链中真正需要满足的只是最终顾客的需求,这种需求通常可由零售商的POS数据反映出来,如果直接与顾客打交道的零售商能够与供应链上的其他环节分享POS数据,各个环节就可以在同一基础上进行需求预测,从而减少牛鞭效应。

(2)统一补充供货。如果在整个供应链上由单一节点控制补充供货,也就是统一补充供货,也有助于减少牛鞭效应。因为如上所述,引起牛鞭效应的一个关键原因是供应链上的每一节点使用来自直接下游节点的订货数据作为需求数据,每一节点都自己向直接上游节点订货,这样就导致各个节点的要求供货量不一致,从而增大整个供应链上的库存;如果采用单一节点控制整个供应链的补充供货,就可以消除各个节点之间的这种不一致,达到整个供应链的协调。

(3)采取灵活多变的价格策略。可采用的价格策略之一是将传统的批量价格优惠改为数量价格优惠。如果企业采用以批量为基础的价格优惠,则零售商倾向于增大批量,以利用这种优惠;而以数量为基础的价格优惠是指以一定时期内(例如一年)购买的数量总和为基础的价格优惠,这样就可以避免单一订单的大批量,实现小批量多订单,从而减少

供应链上订单的波动。

(4)按比例供货与信息共享。在产品短缺情况下,传统的做法是根据每个零售商(订货方)的订货要求,按一定比例供给他们。但正如前面所提到的,这样一来,订货方就会加大订货数量,即使供应商只给他们一部分,他们也仍然得到了实际所需的数量,订货方的这种夸大了的订货数量使得牛鞭效应更严重。因此,现在的一种新方法是,不是按照订货方的要货数量,而是按照过去的销售业绩,将可供的产品按比例供货,这样就促使订货方在需求低谷时销售更多的产品。

(5)减小订货批量。订货批量的减小可以减少供应链上任意两个节点之间可能积累起来的需求波动,但批量的减小会带来订货次数的增加和小批量运输成本的增加等问题。因此,要想减小批量,必须采取措施减小与订货、运输以及收货等相关的固定成本;批量减小带来的成本之一是由于订货次数增加,所需的下订单、收货等相关业务量的增加,从而带来交易成本的增加;要想减小批量,还必须克服批量减小带来运输成本上升的问题,一种既减小批量又不至于带来运输成本提高的方法是"交叉配送",即把多种小批量商品汇集在一起,拼成整车运输批量。批量减小所遇到的另一个问题是:如果订货和送货批量减小,则收货作业的频率和成本会上升。因此还需要采取措施,如利用某种技术使收货作业简化,从而降低收货成本;利用电子手段确认装运内容、数量、到货时间,从而减小卸货时间,增加交叉装运的效率;装货托盘上的条形码也有助于货物接收作业效率的提高。

(6)建立合作伙伴关系。以上所讨论的减少牛鞭效应的很多方法都需要供应链上的各个企业协力合作和相互信任才能做到。因为,首先,只有合作才有可能共享供应链上各节点的信息,从而更好地使供应链上的供需吻合;其次,相互之间更好的关系也可以节省交易成本。一般来说,在相互信任和友好关系的基础上,供应链上各节点的很多重复性工作都可以省却,伴随精确信息共享而来的交易成本的降低也可以帮助缓解牛鞭效应。从这个意义上来说,建立供应链上的信任和合作关系是减小牛鞭效应、改进整个供应链管理绩效的前提。

353. 什么是 VMI 管理系统? 实施 VMI 管理需要哪些前提条件?

供应商掌握库存 VMI,是供应链管理理论出现以后提出来的一种新的库存管理方式。它是供应商掌握核心企业库存的一种库存管理模式,是对传统的由核心企业自己从供应商购进物资、自己管理、自己消耗、自负盈亏的模式的一种革命性变动。库存状态透明性(对供应商)是实施 VMI 管理的关键,供应商能够随时跟踪和检查到销售商的库存状态,从而快速地响应市场的需求变化,对企业的生产(供应)状态做出相应的调整。精心设计与开发的 VMI 系统,不仅可以降低供应链的库存水平,降低成本而且还可以使用户得到高质量的服务,改善资金流,使供应商共享需求变化的透明性和获得更高的用户忠诚度。

实施 VMI 管理需要以下几个前提条件:

(1)供应商要详细掌握核心企业的销售信息和库存消耗信息,也就是核心企业的销售信息和库存消耗信息要对供应商透明。具体说来,供应商应掌握核心企业的销售时点信息或库存消耗时点信息(POS),因为只有掌握这样的时点信息,供应商才能够掌握库存消

耗的规律，才能够根据这个规律来调整生产计划和采购计划，供应商掌握库存才有意义。否则，又要供应商掌握库存，而市场销售变化规律又对它保密，使它两眼一抹黑，不能够根据市场变化规律及时调整生产计划和采购计划，就会彻底地坑害了供应商，VMI也就不可能实现。

(2)为了使供应商能够及时详细地掌握核心企业的销售信息和库存消耗信息，就要建立起通畅的信息传输网络、建立供应链系统的管理信息系统，实现信息的及时传输和处理。

(3)建立起供应链系统的协商机制和互惠互利的机制，要加强沟通，及时协商处理出现的各种问题，要本着责任共担、利益共享的精神，建立起企业之间的友好协作关系；可以建立起某种组织的或规章制度的保证系统，订立合作框架协议。

354. 什么是联合库存管理？

供应链物流管理一个最重要的方面，就是联合库存管理。所谓联合库存管理就是建立起整个供应链以核心企业为核心库存系统，具体来说，一是要建立起一个合理分布的库存点体系，二是要建立起一个联合库存控制系统。实施上，联合库存管理是一种风险共担的库存管理模式，即将库存在供应商、生产商、分销商之间进行分担，但它却有别于传统的库存管理模式，而是通过供需双方共同制定库存计划，使供应链过程中的每个库存管理者(供应商、制造商、分销商)都从相互之间的协调性考虑，保持供应链相邻的两个节点之间的库存管理者对需求的预期保持一致，从而消除需求变异放大现象。任何相邻节点需求的确定都是双方协调的，库存管理不再是各自为政的独立运作过程，而是供需连接的纽带和协调中心。基于这种思想，出现了分销中心、第三方物流等专门从事产品运输、库存管理的组织，更加便利供应链企业将精力集中于自己的核心业务，提高业务水平和运作效率。

355. 什么是多级库存优化和控制策略？

所谓多级库存优化和控制策略是指对供应链全局性进行优化与控制，它根据不同的配置方式有串行系统、并行系统、纯组织系统、树形系统、无回路系统和一般系统。具体方法有两种：分散式策略和集中式策略，前者在管理上比较简单，但如果信息共享度低，并无法实现整体的供应链优化，因此分布式策略需要更多信息共享；对于后者，所有库存点的控制参数是同时决定的，要考虑各个库存点的相互关系，通过协调的方法获得库存优化。

356. 什么是第三方物流？

第三方物流兴起于20世纪80年代末90年代初，由于外包成为工商企业的重要发展方向，企业越来越重视集中于自己的主要资源和业务，而把其他资源和业务外部化，第三方物流由于其在专业技术和综合管理方面的显著优势得到了迅速的发展。第三方物流，

是由物流业务的供方和需方之外的第三方去承担的物流，因为它常常以物流外包合同的形式进行操作，因此有时又被称作合同物流、物流外包；又因为第三方物流公司一般是比较专业化的物流公司，能够承担全部的物流服务，所以有时又被称之为全方位物流公司、物流联盟。第三方物流是第三方物流服务提供者在特定的时间段内按照特定的价格向使用者提供的个性化的系列物流服务。这种物流服务是建立在现代电子信息技术基础上的，企业之间是联盟关系。

357. 什么是物流信息管理？物流信息是如何分类的？

物流信息管理是指运用计划、组织、指挥、协调、控制等基本职能对物流信息进行搜集、检索、研究、报道、交流和提供服务的过程，并有效地运用人力、物力和财力等基本要素，以期达到物流管理的总体目标的活动。

对物流信息的分类是对物流信息进行有效管理的基础，通常可以按以下方法进行分类：

(1)按信息领域分类：可分为物流系统内信息和物流信息系统外信息。物流系统内信息是伴随着物流活动而发生的信息，包括物料流转信息、物料作业层信息、物流控制层信息和物流管理层信息四个部分；物流系统外信息是在物流活动以外发生，但提供给物流活动使用的信息，包括供货人信息、顾客信息、订货合同信息、交通运输信息、市场信息、政策信息，还有来自企业内生产、财务等部门的与物流相关的信息。

(2)按信息的作用不同分类：可分为计划信息、控制及作业信息、统计信息和支持信息。①计划信息是指尚未实现的但已当作目标确认的一类信息，如物流量计划、仓库吞吐量计划、车皮计划等；②控制及作业信息是物流活动过程中发生的信息，带有很强的动态性，是掌握物流现实活动状况不可缺少的信息，如库存种类、库存量、在运量、运输工具状况、物价、运费、投资在建情况、港口发到情况等；③统计信息是物流活动结束后，对整个物流活动一种终结性、归纳性的信息，如以前年度发生的物流量、物流种类、运输方式、运输工具等信息都是这类信息；④支持信息是指能对物流计划、业务、操作有影响或有关的文化、科技、产品、法律、教育、民俗等方面的信息，例如物流技术革新、物流人才需求等。

(3)按信息的加工程度不同分类：可分为原始信息和加工信息。原始信息是指未加工的信息，是信息工作的基础，也是最有权威性的凭证性的信息，它是加工信息的来源和保障；加工信息是指对原始信息进行各种方式、各个层次处理之后的信息，它是原始信息的提炼、简化和综合，可大大缩小信息量，并将信息梳理成规律性的东西，便于使用。

(4)按应用领域分类：可分为运输信息、仓储信息、装卸信息等，这些信息对物流各个领域活动起具体指导作用，是物流管理细化所不可缺少的信息。

358. 什么是物流信息系统？物流信息系统有哪些基本功能？

物流信息系统是一个以个人为主导，利用计算机硬件、软件、网络通信设备以及其他

办公设备，进行物流信息的收集、传输、加工、储存、更新和维护，以物流企业提高效益和效率为目的，支持物流企业高层决策、中层控制、基层运作的集成化的人机系统。它的基本功能可以归纳为以下几个方面：

（1）数据的收集和录入：物流数据的收集首先是将数据通过收集子系统从系统内部或者外部收集到预处理系统中，并整理成为系统要求的格式和形式，然后再通过输入子系统输入到物流信息系统中，这一基本功能是其他功能发挥作用的前提和基础。

（2）信息的存储：物流数据进入到系统中之后，经过整理和加工，成为支持物流系统运行的物流信息，这些信息需要暂时存储和永久保存以供使用，物流信息系统的存储功能就是保证已得到的后勤信息能够不丢失、不走样、不外泄、整理得当、随时可用。无论哪一种物流信息系统，在涉及信息的存储问题时，都要考虑存储量、信息格式、存储方式、使用方式、存储时间、安全保密等问题；数据的存储必须要考虑数据的组织，目的是为了数据的处理和检索。

（3）信息的传输：物流数据和信息在物流系统中，必须及时、准确传输到各个职能环节，才能发挥其功效，这就需要物流信息系统具有克服空间障碍的功能。物流信息系统必须要充分考虑所要传递的信息种类、数量、频率、可靠性要求等因素。

（4）信息的处理：物流信息系统最基本的目标，就是将输入数据加工处理成物流信息。信息处理可以是简单的查询、排序，也可以是复杂的模型求解和预测，信息处理能力是衡量物流信息系统能力的一个极其重要的方面，所谓物流数据是指不能直接满足物流作业系统某一环节的需要，但又与之密切相关，只要通过一系列的信息处理就可以满足需要的物流情报。而那些能够直接或者经过信息处理后能在某一作业环节上发挥功能的物流情报，就称为物流信息。

（5）信息的输出：物流信息系统的目的是为各级物流人员提供信息。为了便于人员理解，系统输出的形式应力求易读易懂、直观醒目，这是评价物流信息系统的主要标准之一。

359. 现代企业如何开发物流信息系统？

通常来说，物流信息系统的开发要求系统必须具备完整性、可靠性、便捷性和简易性。也就是说，物流信息系统设计要求系统功能齐全、信息处理准确快捷、装备优良、操作简单，能够充分利用计算机资源，有效地节约时间，实现低消耗、高收益。

不同的企业对信息系统的开发要求也不同，但一般来说可分为系统规划、系统分析、系统设计、系统实施和系统运行筹划等几个阶段。

（1）系统规划阶段：企业在这一阶段，首先要做好企业内外部环境的调查，主要内容包括行业的整体发展情况、竞争对手的发展情况、国家相关的政策法规等几个方面。其次，企业应努力做好需求调查与分析工作，明确企业对物流信息系统的管理职能和管理方法需求、对信息处理的需求、对系统集成的需求等。对物流系统的信息量、信息种类、信息处理流程、技术标准以及现行系统的运行效果、企业建立信息系统的投入能力和适应能力、外部环境对企业的影响程度等进行分析。再次，确定信息系统的规划方案。确定信息系统的目标、主要功能、结构、运行模式、系统间接口、运行环境要求、系统网络结构以及管理

体制、组织结构和人员调整的设想等。最后，进行总体方案的可行性分析并确定系统开发者。

(2)系统分析阶段：主要是进行现行物流系统组织结构及业务功能分析、进行业务流程及数据流程分析、确定编码体系、确定系统逻辑模型。

(3)系统设计阶段：需要进行总体结构设计、代码设计、模块设计、数据库及数据文件设计、处理过程设计、系统通讯及网络的设计。

(4)系统实施阶段：主要进行系统程序的编制、设备的安装调试、相关人员的培训以及系统的调试和转换。

(5)系统运行阶段：在完成系统实施阶段工作并试运行成功后，新开发的物流信息系统就可以投入使用了。

360. 什么是 JIT?

准时生产(Just in Time，简称 JIT)，又称为无库存生产、零库存。所谓准时生产，就是在合适的时间，将合适的原材料和零部件，以合适的数量，送往合适的地点。JIT 的出发点是不断消除浪费，进行永无止境的改进；JIT 的实质就是通过不断消除生产系统中的一切浪费，使生产系统能够准时的满足需求。

361. 现代企业如何推行准时生产?

准时生产不仅是一种生产技术，更重要的是它是一种全新的管理模式，是一个完整的系统。因此，实施 JIT 生产，必然需要企业从各个方面都进行改进。一般来说，企业推行 JIT 生产需要注意以下几个环节的改善。

(1)尽可能降低在制品库存：生产中在制品的形成很大程度上是因为作业更换时间太长，作业更换时间是一种生产能力的损失，因此，通常用加大批量的方法来弥补和分摊这种损失的成本，这样就产生了大量的周转在制品。一般认为，缩短作业更换时间是一个技术问题，其实不尽然；JIT 的实践表明，至少 50%的作业更换时间的节省，是采用管理方法而不是技术方法实现的。

(2)尽可能使生产过程同步化：即使减小了批量，缩短了作业更换时间，仍可能产生在制品库存过高的问题，原因在于工作中心的能力不平衡，生产过程缺乏同步化。所谓生产同步化，就是生产过程中各个工作中心的生产能力与负荷是基本平衡的，能够按照产品生产的速度进行成比例的、同步调的加工。

(3)建立 JIT 制造单元：实施 JIT 的第一步是“把库房搬到厂房里”，大大小小的入口存放处和出口存放处，就像大大小小的库房。“把库房搬到厂房里”的目的在于使问题明显化。工人看到他们加工的零件还没有为下道工序所使用时，就不会盲目生产；也只有看到某种零件即将使用完时，才会自觉地生产。第二步是不断减少工序间的在制品库存，“使库房逐渐消失在厂房中”，实现准时生产。

(4)实施全面质量管理,从根源上保证JIT的顺利实施。质量是实行JIT的保证,如果无法从根本上保证质量,就不可能成功地实施JIT。

(5)尊重员工,推行"以人为本"的管理。对JIT来说,最困难的问题是如何管理人,即如何充分调动员工的积极性、主动性和创造性,并使之具有高度的责任感。

(6)与供应商合作,建立良好的合作伙伴关系。

362. 什么是物流业务重组?物流业务重组有什么作用?

物流业务重组就是通过对物流资源的重新配置和组织机构及管理形式的重组,来达到降低物流服务的成本,提高物流服务质量的一系列活动。物流业务的重组主要体现在服务的高水平和成本的最低化两个方面。

物流业务重组的作用主要表现在:

(1)物流业务重组有利于整体绩效最大化。通过重新设计物流业务的组合,取消因分工而产生的对顾客毫无附加值的工作,改善物流组织结构,提高工作效率,来增加企业收益。但往往由于经济的不断发展,市场的千变万化,顾客需求的易变性,使得原来物流业务的分工以及物流资源的利用和流程组织形式远远不适应这种快节奏的变化状况。因此,现代企业必须对物流业务进行重组,利用变化的市场需求,寻找新的物流业务分工方法和组织形式,即通过物流业务的重组来整合分离传统的物流产业,达到物流产业整体效益最大化。

(2)物流业务重组可以形成更为适应大生产方式的规模效应。大生产方式需要大规模的物流产业的支持。因此,现代企业必须对物流过程中各个业务和领域进行重新组合和配置,使物流在一体化的基础上达到更高层次上的成本和效益的一致性。这种整体意义上的规模效应并不等于个别业务规模效益的叠加,而是通过各业务之间的优势互补和优势集成,创造出业务流程的整体效益最大化和成本最低化。这种规模效应实际上就是在流程一体化基础上的规模经济。

(3)物流业务重组有利于提高企业的核心竞争力和长期竞争优势。物流企业的核心竞争力就在于高效优质服务。客户是企业竞争的关键,因此,企业必须努力挖掘潜在的优势和相关资源,包括人力、物质、信息和技术资源,创新企业物流管理的组织形式和管理方法,使物流企业通过业务的重组和再造拥有独一无二的服务品牌优势和核心竞争力,这也正是物流业务重组的根本目的;物流业务重组有利于创造企业的最大价值,通过较好的物流重组能够快速、顺利地实现产品向用户的转移,这种独特的物流重组方案适应每一个关键顾客以质量为动力的愿望。这种转变很大程度上提升了物流企业的品牌形象,创造了企业前所未有的最佳价值。

9

税务法律知识

363. 什么是税收？税收有哪些基本特征？

税收是国家财政收入最主要的来源，也是国家用以加强宏观调控的重要经济杠杆。税法在保障国家财政收入，促进税收调控经济运行方面发挥着重要作用。税收是国家为了实现其职能，按照法律规定的原则、范围和标准，强制地、无偿地取得财政收入的一种手段，是国家凭借政治权力参与国民收入分配和再分配、取得财政收入的一种形式。

税收与其他财政收入形式相比较，具有强制性、无偿性、固定性三个基本特征。

(1)税收具有强制性：是指税收是依靠国家强制力，按照国家税法强制征收的，纳税人必须按时、足额纳税，没有其他选择余地。其他财政收入形式，有的不具有强制性，如债务收入、规费收入；有的虽有强制性，但以交款人有违法行为的存在为前提，如罚没收入。

(2)税收具有无偿性：是指国家征税以后，税款就成了国家的财政收入，不再直接偿还给原来的纳税人，也不支付任何报酬。其他财政收入形式，有的具有有偿性，如规费收入要提供服务，债务收入要支付利息；有的以交款人有过错为前提，如罚没收入。

(3)税收具有固定性：是指在征税前，国家便以法律形式预先规定了征税对象和征税数额之间的比例，税收征收机关或纳税人只要照章收税或纳税即可。其他财政收入形式，虽然不同程度地也具有某种固定性，但是不及税收的固定性明显。

364. 税收是如何分类的？

按照不同的标准，税收可以分为不同的类型。目前我国常用的分类标准一般有以下几种：

(1)以征税对象为标准的税收分类，税收可以分为流转税类、所得税类、资源税类、财产税类和行为税类等。

①流转税：一般是指对商品的流转额和非商品的营业额征收的那一类税收，是我国现行的最大的一类税收，增值税、消费税、营业税、关税等都属于这一类。

②所得税：一般是指对纳税人的各种所得征收的那一类税收，我国现行的企业所得税、个人所得税、农业税等都属于这一类。

③资源税：一般是指以各种自然资源及其级差收入为征税对象的那一类税收，我国现行的资源税、耕地占用税、土地使用税等都属于这一类。

④财产税：一般是指对属于纳税人所有的财产或归其支配的财产的数量或价值额征收的那一类税收，我国现行的房产税、契税、车船使用税等都属于这一类。

⑤行为税：一般是指以某些特定行为为征税对象征收的那一类税收，我国现行的印花税、城市维护建设税、屠宰税等都属于这一类。

(2)以计税依据为标准的税收分类，税收可以分为从价税和从量税两大类。

①从价税：一般是指以征税对象及其计税依据的价格或金额为标准，按一定税率征收的那一类税收，我国现行的增值税、营业税、关税等都属于这一类。

②从量税：一般是指以征税对象的重量、数量、容积、面积等为标准，采用定税额计征的那一类税收，我国现行的资源税、车船使用税等都属于这一类。

(3)以税收负担是否转嫁为标准的税收分类，税收可以分为直接税和间接税两大类。

①直接税：一般是指税负无法转嫁，而由纳税人直接负担的那一类税收，我国现行的各种所得税、土地使用税、房产税等都属于这一类。

②间接税：一般是指纳税人能够将税负转嫁给他人负担的那一类税收，我国现行的消费税、营业税、关税等都属于这一类。

(4)以管理权限为标准的税收分类，税务可分为中央税和地方税以及中央地方共享税。

①中央税：一般是指由中央政府管理并支配其收入的那一类税收。

②地方税：一般是指由地方政府管理并支配其收入的那一类税收，中央地方共享税一般是指由中央政府与地方政府共同管理并按一定比例分别支配收入的那一类税收。

(5)以税收与价格的关系为标准的税收分类，税收可以分为价内税和价外税。

①价内税：一般是指税金作为商品价格的组成部分的那一类税收。

②价外税：一般是指税金作为商品价格之外的附加额的那一类税收。

(6)其他几种分类标准：以税收交纳形式为标准，税收可以分为实物税和货币税，实物税一般是指以实物形式交纳的那一类税收，货币税是以货币形式交纳的那一类税收。以税收用途为标准，税收可以分为一般税(普通税)和目的税(特别税)，一般税一般是指用于国家一般经费开支，没有专门用途的那一类税收，目的税一般是指具有专门用途的那一类税收。以税款的确定方法为标准，税收可以分为定率税和配赋税，定率税一般是指国家事先在税法中按照征税对象规定税率计征的那一类税收，配赋税一般是指国家采取分摊税款办法征收的那一类税收。

365. 什么是税法?

税法是国家制定的、用以调整国家与纳税人之间在征纳税方面的权利与义务关系的法律规范的总称。它是国家及纳税人依法征税、依法纳税的行为准则，其目的是保障国家利益和纳税人的合法权益，维护正常的税收秩序，保证国家的财政收入。

366. 税法是如何分类的?

由于税法体系是由各个单行法及其税收法规所构成的，因此，根据不同的要求和标准，可以将税法分为不同的种类。税法最为常见的分类是：

(1)根据税法在税法体系中的法律地位不同,可将税法分为税收基本法与单行税法。

①税收基本法是指规定国家所有税法共同适用的原理和规则的法律,是税收领域内的根本性大法,因而又可称之为税收母法。税收基本法在税法体系中具有最高法律地位和最高法律效力。税收基本法应当由国家最高权力机关根据国家在一个较长的历史时期内的政治、经济状况和税收工作的实际需要,按照严格的立法程序制定出来。

②单行税法是指就具体税种或者为解决某一方面的税收问题所制定的税法。单行税法的制定,一般应当根据税收基本法的原则,对税收基本法规定的事项分别立法,进行有关税收征管各方面事宜的税收法律;单行税法受税收基本法的约束和指导,是相对于税收基本法而言的,就是说税收基本法以外的税法都属于单行税法。

(2)按税法的功能作用及其规定的内容分类,可将税法分为实体税法与程序税法,实体税法和程序税法都属于单行税法。

①实体税法也称税收实体法,是指从事实上规定国家和纳税人在税收负担各方面的权利和义务的法律规范,是税法体系中的主要组成内容。税法中有关纳税人、征税对象、计税依据、税目税率、减税免税等问题的规定就属于实体税法的内容,这些内容都是国家向纳税人行使征税权和纳税人负担纳税义务的要件。

②程序税法也称税收程序法,与税收实体法相对称。它是指以国家税收活动中所发生的程序关系为调整对象的税法,是规定国家征税权行使程序和纳税人纳税义务履行程序的法律规范的总称。税收程序法的对象不是权利和义务,而是为保证权利和义务得以实现和履行的手段,或者为保证税法主体在遭到侵害时能够得到补偿的制度;税收程序法是指如何具体实施税法的规定,是税法体系的基本组成部分,主要内容包括税收确定程序、税收征收程序、税收检查程序和税务争议的解决程序等。

(3)按税法效力的不同分类,可以将税法分为税收法律、税收行政法规、税收部门规章、税收行政解释、国际税收协定、税收地方性法规、税收地方规章等多个级次。分别是:

①税收法律:是指享有国家立法权的国家最高权力机关,依照法律程序制定的规范性文件。我国的税收法律是由全国人民代表大会及其常务委员会制定的,其法律地位和法律效力仅次于宪法。

②税收行政法规:是指国务院根据其职权或国家最高权力机关的授权,依据宪法和税收法律,通过一定法律程序制定的规范性文件。

③税收部门规章:是指国务院税收主管部门根据其职权和国家最高行政机关的授权,依据有关法律、法规制定的规范性文件。

④税收行政解释:是指由国务院税收主管部门为解释税法条文的疑义、补充税法规定的不足所作出的具体解释。

⑤国际税收协定:是指国家与国家之间为避免重复征税,保护投资所签订的税收协定或外交换文,具有优先于本国国内税法之规定而适用的效力。

⑥税收地方性法规:是指有权制定税收地方性法规的地方人民代表大会及其常委会,根据法律并结合本地实际情况制定的税收法规。

⑦税收地方性规章:是指省、自治区、直辖市人民政府、省会或自治区首府所在城市人民政府以及国务院批准的较大的市的人民政府,结合本地区实际情况依法制定的税收部

门规章。

(4)按税收管辖范围的不同分类,可将税法分为国内税法与国际税法。

①国内税法:是指一国在其税收管辖权范围内调整税收分配过程中形成的权利义务关系的法律规范的总称,其法律效力范围在地域上和对人上均以国家税收管辖权所能达到的管辖范围为准。我们通常所说的税法一般是指国内税法。

②国际税法:是指调整国家与国家之间税收权益分配的法律规范的总称,应包括国家政府间的双边或多边税收协定、关税互惠公约、"经合范本"、"联合范本"以及国际税收惯例等。

367. 什么是税法的构成要素?税法有哪些构成要素?

税法的构成要素也叫课税要素,是指各种单行税法具有的共同的基本要素的总称。

税法一般都由若干要素组成,了解这些要素的构成,有助于全面掌握和执行税法规定。税法的构成要素一般包括:总则、纳税义务人、征税对象、税目、税率、纳税环节、纳税期限、纳税地点、减税免税、罚则、附则等项目。

(1)总则,主要包括立法依据、立法目的、适用原则等。

(2)纳税义务人:在税收法律上也称纳税主体,是指税法规定的直接负有纳税义务的自然人、法人及其他组织。

(3)征税对象:在法学上称为纳税客体,主要是指税收法律关系中征纳双方权利义务所指向的物或行为。这是区分不同税种的主要标志,我国现行税收法律、法规都有自己特定的征税对象;比如,企业所得税的征税对象就是应税所得,增值税的征税对象就是商品或劳务在生产和流通过程中的增值额。

(4)税目:是各个税种所规定的具体征税项目,它是征税对象的具体化。比如,消费税具体规定了烟、酒等 11 个税目。

(5)税率:是指征税对象的征收比例或征收额度,是计算税额的尺度,也是衡量税负轻重与否的重要标志。我国现行的税率主要有:①比例税率,即对同一征税对象,不分数额大小,规定相同的征收比例,我国的增值税、营业税、资源税、企业所得税等采用的是比例税率;②超额累进税率,即把征税对象按数额的大小分成若干等级,每一等级规定一个税率,税率依次提高,但每一纳税人的征税对象则依所属等级同时适用几个税率分别计算,将计算结果相加后得出应纳税款的税率,目前采用这种税率的有个人所得税;③定额税率,即按征税对象确定的计算单位,直接规定一个固定的税额,目前采用定额税率的有资源税、车船使用税等;④超率累进税率,即以征税对象数额的相对率划分若干级距,分别规定相应的差别税率,相对率每超过一个级距的,对超过的部分就按高一级的税率计算征税,目前采用这种税率的是土地增值税。

(6)纳税环节:是指税法规定的征税对象在从生产到消费的流转过程中应当缴纳税款的环节,如流转税在生产和流通环节纳税,所得税在分配环节纳税等。

(7)纳税期限:是指纳税人按照税法规定缴纳税款的期限,比如,企业所得税在月份或者季度终了后 15 日内预缴,年度终了后 4 个月内汇算清缴,多退少补;营业税的纳税期

限,分别为5日、10日、15日或者一个月。纳税人的具体纳税期限,由主管税务机关根据纳税人应纳税额的大小分别核定,不能按照固定期限纳税的,可以按次纳税。

(8)纳税地点:主要是指根据各个税种纳税对象的纳税环节和有利于对税款的源泉控制而规定的纳税人(包括代征、代扣、代缴义务人)的具体纳税地点。

(9)减税免税:主要是对某些纳税人和征税对象采取减少征税或免予征税的特殊规定。

(10)罚则:主要是指对纳税人违反税法的行为采取的处罚措施。

(11)附则:一般都规定与该法紧密相关的内容,如该法的解释权、生效的时间等。

368. 什么是税率?税率有哪些基本形式和特殊形式?

税率是指应纳税额与征税对象数量之间的比例,是计算应纳税额的尺度,也反映了征税的程度。在征税对象既定的情况下,税率的高低直接影响到国家的财政收入的多少和纳税人税收负担的轻重。税率是税法的核心要素,是衡量国家税收负担是否适当的标志。

税率是一个总的概念,在实际应用中可分为两种形式:一种是按绝对量形式规定的固定征收额度,即定额税率,主要适用于从量计征的税种;另一种是按相对量形式规定的征收比例,这又可分为比例税率和累进税率,它适用于从价计征的税种。从这个角度来说,累进税率、比例税率、定额税率便构成了税率的基本形式。

(1)累进税率:是指征收比例随着征税对象数额的增大而提高的一种税率,也就是说,它是将征税对象数额按大小划分为若干等级,对每一等级由低到高规定相应的税率,征税对象数额越大,适用税率就越高,反之就越小。累进税率因计算方法和累进依据不同又可分为:①全额累进税率,是指按征税对象的绝对数额划分征税级距,纳税人的征税对象的全部数额都按与相适应的级距计征的一种累进税率。②超额累进税率,是指按征税对象的绝对数额划分征税级距,纳税人的征税对象的全部数额中符合不同级距部分的数额,分别按与之相适应的各级距率计征的一种累进税率。它对每个等级部分分别规定相应的税率,分别计算税额,各级税额之和则为应纳税额,即一定数量的征税对象可以同时按几个等级的税率计征,当征税对象数额超过某一等级时,仅就超过部分按高一级税率计算税额。③超倍累进税率和超率累进税率的累进原理与超额累进税率相同,只是累进的依据不同。因此,对这两种累进税率不再详述。

(2)比例税率:是指对同一征税对象或同一税目,不论数额大小只规定一个征税百分比的税率。它是一种应用最广、最常见的税率,一般适用于对商品的流转额的征税。

(3)定额税率:也称固定税额,它是税率的一种特殊形式,是指按征税对象的一定计算单位直接规定固定的征税数额。课税对象的计量单位可以是重量、数量、面积、体积等自然单位,也可以是专门规定的复合单位。按定额税率征税,税额的多少只同课税对象的数量有关,与价格无关。

除前述税率的基本形式外,作为反映征税程度和税收负担状况的还有几种税率的基本形式,主要有附加与加成、零税率、负税率和综合征收率等几种形式。附加与加成是通过税率的延伸增加纳税人负担的特殊形式,附加是在正税之外附征一部分税款,加成是在依率计征税额的基础上,再征收一定成数的税款;零税率是以零表示的税率,是免税的一

种方式。表明课税对象的持有人负有纳税义务，但不需缴纳税款；负税率，是政府利用税收形式对所得额低于某一特定标准的家庭或个人予以补贴的比例，负税率主要用于负所得税的计算；综合征收率是为了征收管理上的需要，把几种税的税收负担折合成一种计税依据的比例综合征收，它适用于税源少、征收难度大的税种。

369. 什么是税法原则？

税法原则是指立法机关、税务机关和司法机关在税收立法、执行和司法活动中所必须遵循的一系列基本准则，它是确定国家与纳税人之间税收法律关系的根本出发点，其实质是现代法制注意公平观念在税收领域中的充分运用，税法原则可以分为税法基本原则和适用原则两个层次。

370. 什么是税收法律主义原则？

税收法律主义原则是指一切税收的征收和缴纳均须以国家立法机关制定颁布的法律为依据；它是确定国家征税权利及义务、纳税人纳税义务及权利的基本准则。

税收法律主义原则主要包含以下几个方面的内容：

(1)任何税收的征税要件均须由法律加以规定；

(2)任何税收的课征均应由法律确定，无法律规定的税，政府无权向纳税人征收；

(3)任何税收的征收程序均须由法律加以确定；

(4)征税机关在组织和实施税款征收的过程中，必须依法确实有效地履行其职责；如果没有法律规定，不得放弃或减免税收，也不得与纳税人就税收问题达成任何和解或者协议；

(5)法律应确定解决税务争议的制度，并且该项制度的核心应是司法诉讼制度，而不是行政复议制度；

(6)征税机关和司法机关在具体征收税款或解决税务诉讼而解释和适用税法时，应严格按照法律的字面规定进行，不得任意扩大解释或类推适用。

371. 什么是征税主体？征税主体有哪些权利与义务？

所谓的征税主体，是指享有国家税收征管权力和履行国家税收征管职能，依法对纳税主体进行税收征收管理的当事人。一般来说，征税主体必须具备权利能力，即税法所赋予其参加税收法律关系的资格。

征税主体的权利主要有：①税收征收权：是指税务机关根据法律、法规的规定，基于国家的授权，依法从纳税人手中强制地、无条件地、无偿地取得税收收入的权利；②税法解释权：主要是指有关税务机关按照税法的规定，在一定范围内对某些税法作出相应解释的权利；③估税权：是指在某些特定情况下，纳税人的税基难以准确核定，税务机关有权按照一定的方法估算其税基或直接估算其应纳税额的权利；④委托代征权：是税务机关根据税法

的授权，委托没有税收管理权的机关或单位代征某些税款的权利；⑤税收保全权：是指税务机关依法在规定的纳税期之前采取限制纳税人转移或处理商品、货物或其他财产的权利；⑥强制执行权：是指税务机关对不履行纳税义务的单位和个人，依法采取强制性措施收缴税款的权利；⑦行政处罚权：是指税务机关对纳税人的违法行为依照法定标准予以制裁的权利；⑧税收检查权：是税务机关对纳税人履行纳税义务的情况进行监督检查的权利；⑨税款追征权：是指对纳税人未缴或少缴的税款，税务机关在法定期限内予以追回的权利。

征税主体的义务主要有——依法行使税务管理权，维护国家税收利益的义务；依法办理税务登记、开具完税凭证的义务；保密义务：税务机关进行征税和税务检查时，有为纳税人保守秘密的义务，对检举违反税收法律、行政法规行为的检举人，税务机关应为其保密；多征税款立即返还的义务：纳税人超过应纳税额缴纳的税款，税务机关发现后经核实无误有义务立即返还；实施税收保全过程中的义务；依法解决税务争议过程中应履行的义务：纳税人对税务机关的征税、行政处罚、税收保全措施和强制执行措施等具体行政行为不服，申请税务机关复议，凡符合法定复议受理条件的，税务机关都有义务受理，并在规定的期限内作出复议决定。

372. 什么是纳税主体？纳税主体有哪些权利和义务？

所谓的纳税主体，是指在税收法律关系中负有纳税义务的一方当事人。在一般情况下，纳税主体就是纳税人，即税法规定负有纳税义务的单位和个人；此外，纳税担保人也是纳税主体的组成部分。根据我国现行税法的不同规定，对纳税主体有许多不同的划分方法。

纳税主体的权利主要有：①信息公告和资料知悉权：依法规定纳税人依法履行纳税义务的前提条件，是使纳税人完整、准确、具体、清楚地了解与其纳税有关的法律、法规、规章、条例、办法、通知等各种规范性和非规范性文件，只有这样，纳税人才能真切地了解自己的纳税权利与纳税责任，更好地履行纳税义务；②税收减免申请权：纳税人有权根据自己的情况，结合税法减免税的具体规定，而向税务机关提出申请要求适当减免自己应缴税款的权利；③延期纳税权：是纳税人因有特殊困难，不能按期缴纳税款的，经县以上税务局（分局）批准，可以延期缴纳税款，但最长不得超过3个月；④多缴税款申请退还权：是纳税人自结算缴纳税款之日起三年内发现多缴税款的，有权向税务机关要求退还；⑤委托税务代理权：是纳税人有权依法将纳税事宜委托有资格的税务代理人专门行使，而不必由纳税人自己亲自所为；⑥要求税务机关承担赔偿责任权：是纳税人有权要求税务机关赔偿因在税收保全、强制执行等税务行政中执法措施不当而给其造成的损失；⑦税收保密权：是纳税人有权要求税务机关及其工作人员为其保守秘密；⑧申请行政复议和提起诉讼权：是纳税人有权依法对税务机关的税务行政执法行为申请行政复议，要求上一级税务机关重新审定下一级税务机关的具体行为，以切实保护纳税人的合法权益。

纳税主体的义务主要有：①依法办理税务登记的义务；②依法设置账簿、正确使用凭证的义务；③按期办理纳税申报的义务：纳税人有义务依法在规定的期限内办理纳税申报，报送纳税申报表、财务会计报表及税务机关规定的有关纳税资料；④扣缴义务人也有

义务在规定的申报期限内报送代扣代缴、代收代缴税款报告表以及税务机关根据实际需要要求其报送的其他有关资料，按期缴纳或解缴税款的义务；⑤执行税务机关行政处罚决定的义务：纳税人违反了税法规定，当税务机关根据其情节轻重和实际情况，依法对其作出行政处罚决定时，纳税人有义务执行，并接受相应的处罚；⑥接受税务检查的义务：税务机关代表国家行使税收征管权，纳税人有义务接受检查，主动配合税务机关依法组织的税务检查；⑦纳税人有义务揭发其他纳税人违反税法的行为和税务人员的违法行为。

373. 什么是增值税？

增值税是指以产品新增加的价值，即增值额为征税对象的一种税。增值额是指货物的销售收入额扣除购入原材料等支出额以后的余额。我国于 1984 年 9 月由国务院发布了《增值税条例(草案)》，开始试行增值税制度；1993 年 12 月国务院又颁布了《中华人民共和国增值税暂行条例》，自 1994 年 1 月 1 日起生效，开始全面推行增值税制度。

通常来说，增值税因其对固定资产的不同处理分为三种：①消费型增值税是在征收增值税时，允许将购置的用于生产的固定资产的价值或已纳税款一次性全部扣除，也就是说，企业用于生产的全部外购生产资料都不在课税之列；②收入型增值税就是在征收增值税时，只允许扣除固定资产的当期折扣部分的价值或已纳税款，这样，从全社会来看，课税的依据相当于国民收入，故称为收入型增值税；③生产型增值税就是在征收增值税时，不允许扣除固定资产的价值或已纳税款。

374. 增值税的纳税主体包括哪些？

增值税的纳税主体是在我国境内销售货物或者提供加工、修理修配劳务以及进口货物的单位和个人。这里所谓的中华人民共和国境内销售货物，是指销售货物起运地或所在地在我国境内；所谓的境内提供劳务，是指所提供的应税劳务发生在我国境内；所谓的单位，是指国有企业、集体企业、私有企业、股份制企业、外商投资企业、外国企业、其他企业和行政单位、事业单位、军事单位、社会团体和其他单位；所谓的个人是指个体经营者及其他个人。企业租赁或承包给他人经营的承租人或承包人为纳税人。

根据税法规定，小规模纳税人的认定标准是：从事货物生产或提供应税劳务的纳税人，以及以从事货物生产或提供应税劳务为主，并兼营货物批发或零售的纳税人，年应税销售额在 100 万元以下的；从事货物批发或零售的纳税人，年应税销售额在 180 万元以下的；从事货物零售业务的小规模企业；年应税销售额超过小规模纳税人标准的个人、非企业性单位、不经常发生应税行为的企业，均视同小规模纳税人征税。年应纳税销售额超过上述标准的纳税人为一般纳税人。

375. 增值税的税率是如何划分的？

我国现行增值税税率设计了基本税率、低税率和零税率三档，之外还有按简易办法计

税的4%和6%的征收率。

(1)基本税率:增值税的基本税率为17%。适用范围:纳税人销售或进口货物,除另有规定者外,均适用基本税率;纳税人提供加工、修理修配劳务等应税劳务适用基本税率。

(2)低税率:增值税的低税率为13%。纳税人销售或者进口下列货物适用低税率征税:农业产品、食用植物油;自来水、暖气、冷气、热水、煤气、石油、液化气、天然气、沼气、居民用煤炭制品;图书、报纸、杂志;饲料、化肥、农药、农机、农膜;金属矿采选产品、非金属矿采选产品以及国务院规定的其他货物。

(3)零税率:零税率制是国家鼓励出口的一项优惠措施,纳税人出口的货物,国家另有规定的除外,税率为零,如果该货物在生产流通环节已经缴纳了增值税,则应全部退还。采取这种优惠措施的目的在于使出口货物以较低的成本进入国际市场,以增强其在国际市场上的竞争能力。

(4)6%征收率的适用范围:一般纳税人生产下列货物,可按简易办法依照6%征收率计算缴纳增值税,并可由其自己开具专用发票:县以下小型水力发电单位生产的电力;建筑用和建筑材料所用的砂、土、石料;以自己采掘的砂、土、石料或其他矿物连续生产的砖、瓦、石灰;原料中掺有煤矸石、石煤、粉煤灰、烧煤锅炉的炉底渣,及(除高炉水渣外的)其他废渣生产的墙体材料,即:废渣砖、石煤和粉煤灰砌块、煤岩石砌块、炉底渣及其他废渣砌块;用微生物、微生物代谢产物、动物毒素、人或动物的血液或组织制成的生物制品;销售自来水。生产上列货物的一般纳税人,也可不按简易办法而按有关对一般纳税人的规定计算缴纳增值税;一般纳税人生产上列货物所选择的计算缴纳增值税的办法至少三年内不得变更。另外,商业企业以外的其他企业属于小规模纳税人的,依6%的征收率计税。

(5)4%征收率的适用范围:对下列一些特定货物的销售行为,无论其从事者是一般纳税人还是小规模纳税人,一律按简易办法,依4%的征收率计税:寄售商店代销寄售物品;典当业销售死当物品;销售旧货;经有关机关批准的免税商店零售免税货物;单位和个体经营者销售自己使用过的游艇、摩托车和应征消费税的汽车;销售自己使用过的不符合免税条件的固定资产。另外,商业企业属于小规模纳税人的,依4%的征收率计税。

376. 如何确定特殊销售方式下的销售额?

特殊销售方式下的销售额确定方法如下:

(1)以旧换新方式销售货物。纳税人采取以旧换新方式销售货物的,应按新货物的同期销售价格确定销售额。

(2)以折扣方式销售货物。纳税人采取折扣方式销售货物,如果销售额和折扣额同在一张发票上分别注明的,可以按折扣后的销售额征收增值税;如果将折扣额另开发票,不论其在财务上如何处理,均不得从销售额中减除折扣额。

(3)采取以物易物方式销售货物。以物易物双方都应作购销处理,以各自发出的货物核算销售额并计算销项税额,以各自收到的货物核算购货额并计算进项税额。

(4)还本销售方式销售货物。纳税人采取还本销售货物的,不得从销售额中减除还本支出。

(5)销售自己使用过的固定资产的征免规定。单位和个体经营者销售自己使用过的游艇、摩托车和应征消费税的汽车,无论销售者是否属于一般纳税人,一律按简易办法依照4%的征收率计算缴纳增值税,不得开具专用发票;销售自己使用过的其他属于货物的固定资产,暂免征收增值税。这里要说明的是"使用过的其他属于货物的固定资产"应同时具备的条件是:属于企业固定资产目录所列货物,企业按固定资产管理,并确已使用过的货物;销售价格不超过其原值的货物。对不同时具备上述条件的,无论会计制度规定如何核算,均应按4%的征收率征收增值税。

377. 增值税的免征项目和享受优惠的项目分别有哪些?

下列项目可以免征增值税:

(1)农业(包括种植业、养殖业、林业、牧业、水产业)生产单位和个人销售的自产初级农业产品;

(2)来料加工复出口的货物;

(3)国家鼓励、支持发展的外商投资项目和国内投资项目在投资总额内,进口规定的自用设备和按照合同随同设备进口的技术及配套件、备件;

(4)企业为生产《国家高新技术产品目录》中所列的产品而进口规定的自用设备和按照合同随同设备进口的技术及配套件、备件;

(5)企业为引进《国家高新技术产品目录》中所列的先进技术而向境外支付的软件费;

(6)利用外国政府和国际金融组织贷款项目进口的设备;

(7)避孕药品和用具;

(8)向社会收购的古旧图书;

(9)国家规定的科学研究机构和学校,在合理的数量范围以内,进口国内不能生产的科研和教学用品,直接用于科研或者教学的;

(10)外国政府、国际组织无偿援助的进口物资和设备;

(11)符合国家规定的进口的供残疾人专用的物品;

(12)个人(不包括个体经营者)销售的自己使用过的物品,但不包括摩托车和应当征收消费税的汽车等(应按6%的征收率计算缴纳增值税);

(13)企业生产的黄金;

(14)国有粮食购销企业销售的粮食;

(15)军事工业企业、军队的公安、司法等部门所属企业和一般企业生产的规定的军、警用品。

(16)专供残疾人使用的假肢、轮椅、矫形器;

(17)个体残疾劳动者提供的加工和修理、修配劳务;

(18)符合国家规定的利用废渣生产的建材产品。

享受优惠的项目如下:种子、种苗、饲料、农用塑料薄膜、农业机械、化肥、农药等农业生产资料,国有、集体商业企业批发销售的肉、禽、蛋、水产品、蔬菜,国家规定的若干类宣传、文化出版物(如人大、政协、党、政、军等部门的机关报刊,学生课本,科技书刊,县以下

新华书店销售的出版物等),电影制片厂销售的电影拷贝,企业自行开发生产的计算机软件产品,校办企业,民政福利生产企业,废旧物资回收经营企业,国家定点企业生产和经销单位经销的边销茶等,在增值税方面也可以享受一定的优惠(如定期减税、免税或者先征后退、即征即退、先征后返等)。

个人纳税人销售额没有达到财政部规定的起征点的,可以免征增值税。现行规定是:销售货物的,起征点为月销售额600元至2000元;销售应税劳务的,起征点为月销售额200元至800元;按照每次取得的销售收入纳税的,起征点为每次(日)营业收入50元至80元。各地的起征点由各省、自治区、直辖市国家税务局根据本地的实际情况在上述规定的幅度之内确定,例如,北京市国家税务局规定,销售货物的,起征点为月销售额1000元;销售应税劳务的,起征点为月销售额500元;按每次销售收入纳税的,起征点为每次(日)营业收入50元。增值税的其他免税、减税项目由国务院规定。如果纳税人兼营免征、减征增值税的项目,应当单独核算免税、减税项目的销售额。如果纳税人不单独核算其免税、减税项目的销售额,税务机关将不予办理免税、减税。

378. 什么是消费税?开征消费税有什么重要意义?

消费税是对特定的消费品和消费行为征收的一种税。消费税只选择一部分消费品和消费行为征税,而且只在消费品生产、流通或消费的某一环节征收,税率、税额也根据不同消费品的种类、档次、结构、功能以及供求、价格等情况而有差别。但是消费税最终都要转嫁到消费者身上,由消费者负担。

开征消费税具有重要意义在于:有利于资源优化配置,体现产业政策;有利于抑制超前消费,调整消费结构;有利于调解支付能力,缓解分配不公;有利于稳定税收来源,保证国家财政收入。国务院于1993年12月13日颁布了《中华人民共和国消费税暂行条例》,自1994年1月1日起施行,1993年12月25日财政部颁布了《中华人民共和国消费税暂行条例实施细则》。

379. 如何确定应税消费品的销售行为?

消费税应纳税额的计算直接关系到纳税人的负担和国家的财政收入,因此要正确核定消费税的应纳税额,首先应正确确定应税消费品的销售行为。

根据消费税暂行条例及实施细则的有关规定,下列情况均应作销售或视同销售确定销售额,并按规定缴纳消费税。具体包括:

(1)纳税人自产自用的应税消费品用于其他方面的:即纳税人用于生产非应税消费品和在建工程、管理部门、非生产机构、提供劳务以及用于馈赠、赞助、广告、样品、职工福利奖励等,均视同对外销售。

(2)有偿转让应税消费品所有权的行为:即以从受让方取得货币、货物、劳务或其他经济利益为条件转让应税消费品所有权的行为,具体包括:纳税人用应税消费品换取生产资

料和消费资料;用应税消费品支付代扣手续费或销售回扣;在销售数量之外另付给购货方或中间人作为奖励和报酬的应税消费品。

(3)委托加工的应税消费品:委托加工是指由委托方提供原料和主要材料,受托方只收取加工费和代垫部分辅助材料加工的应税消费品。对于由受托方提供原材料生产的应税消费品,或者受托方先将原材料卖给委托方,然后再接受加工的应税消费品,以及由受托方以委托方名义购进原材料生产的应税消费品,不论纳税人在财务上是否作销售处理,都不得作为委托加工应税消费品,而应按照受托方销售自制应税消费品对待。

但是,委托加工的应税消费品直接出售的,可不计算销售额,不再征收消费税,消费税是采用从价定率计征和从量定额征收两种方法计算的。

380. 什么是营业税?营业税有什么特点?

营业税是指对在我国境内提供应税劳务、转让无形资产或者销售不动产的单位和个人,就其营业收入额征收的一种税。1984 年 9 月国务院颁布《营业税条例(草案)》,开始征收营业税,1993 年 12 月 13 日国务院颁布《中华人民共和国营业税暂行条例》,自 1994 年 1 月 1 日起施行。

营业税的特点主要表现在:①营业税按行业设计税目税率:营业税实行普遍征收,其征税范围为增值税征税范围之外的所有经营业务,因而税率设计的总体水平一般较低,但由于不同行业的营利水平不同,因此,在税负设计中,一般实行同一行业同一税率,不同行业不同税率;②营业税征税范围广泛:营业税的征收对象是应税劳务、不动产销售以及无形资产转让,涉及到国民经济中第三产业这一广泛领域,因而具有征税的广泛性和普遍性;③营业税简单易行,容易计征:由于营业税对其征税范围设计的税目界限清楚,税率档次少,征税对象和计税依据易于掌握和确定,因此实施起来简便易行。

381. 营业税的征税范围有哪些特殊规定?

营业税征税范围的特殊规定有:

(1)兼营行为。营业税的兼营业务是指以下三种情况:一是指既经营应纳营业税的应税劳务项目,又经营缴纳增值税的应税劳务项目或货物;二是指既经营适用高税率应税劳务项目,又经营低税率的应税劳务项目;三是指既经营应全额缴纳营业税的应税劳务项目,又经营适用减免营业税的应税劳务项目。

兼营业务的税务处理要求兼营的不同项目分别核算。纳税人兼营应税劳务与非应税劳务或货物的,应分别核算应税劳务的营业额和非应税劳务或货物的销售额,不分别核算或不能准确核算的,其应税劳务与货物或非应税劳务一并征收增值税,不征营业税;纳税人兼营不同税率应税劳务项目的,应分别核算不同税目的营业额,不分别核算或者不能准确核算的,其适用不同税率的应税劳务项目一并按高税率征税;纳税人兼营应税劳务项目与减免税项目的,应单独核算减免税项目的营业额,未单独核算或不能准确核算的,不得

减税、免税。

(2)混合销售行为。一项销售行为如果既涉及营业税的应税劳务又涉及增值税的货物,为混合销售行为,其征税范围的界定与增值税相同。即从事货物的生产、批发或零售的企业、企业性单位及个体经营者的混合销售行为,视为销售货物,不征收营业税;其他单位和个人的混合销售行为,视为提供营业税应税劳务,应当征收营业税。纳税人的销售行为是否属于混合销售行为,由国家税务总局所属征收机关确定。

(3)立法机关、司法机关、行政机关的收费。同时具备下列条件的,不征收营业税:一是国务院、省级人民政府或所属财政、物价部门以正式文件允许收费,而且收费标准符合文件规定的;二是所收费用由立法机关、司法机关、行政机关自己直接收取的。

(4)视同提供应税劳务和视同销售不动产。单位或个人自建建筑物后销售,其自建行为视同提供应税劳务,应该征收建筑业的营业税;转让不动产有限产权或永久使用权,以及单位将不动产无偿赠与他人,视同销售不动产,应该征收销售不动产的营业税。

382. 我国现行营业税的税率是如何划分的?

我国现行的营业税,按照不同的行业和经营业务,并依据这些行业在国民经济中的地位和作用,设计了四档税率,分别是:

(1)交通运输业、建筑业、邮电通信业和文化体育业适用较低的3%的税率;

(2)服务业、转让无形资产和销售不动产适用较高的5%的税率;

(3)金融保险业适用8%的税率;

(4)纳税人兼有不同税目应税行为的,应当分别核算不同税目的营业额,未分别核算营业额的,从高适用税率。以下是我国现行营业税税目税率表。

营业税税目税率表

项　目	征收范围	税率
交通运输业	陆路运输、水路运输、航空运输、装卸搬运	3%
建筑业	建筑、安装、修缮、装修及其他工程作业	3%
金融保险业		8%
邮电通信业		3%
文化体育		3%
娱乐业	歌厅、舞厅、卡拉OK歌舞厅、音乐茶座、台球室、高尔夫球场、保龄球馆、游艺厅	5%~20%
服务业	代理业、旅店业、饮食业、旅游业、仓储业、租赁业、广告业及其他服务业	5%
转让无形资产	转让土地使用权、专利权、非专利技术、商标权、著作权、商誉	5%
销售不动产	销售建筑物及其他土地附着物	5%

注:(1)对夜总会、歌厅、舞厅、射击场、狩猎场、跑马场、游戏厅、高尔夫球场、保龄球馆、台球室等,营业税不再实行幅度税率,统一按20%的税率征收。

(2)经国务院批准,从2000年起,金融保险业营业税税率分三年从8%降到5%,每年下调一个百分点。

383. 什么是关税？关税的纳税主体和征收对象是哪些？实行何种税率？哪些货物和货品可以减免关税？

关税是一种特殊的税种，是主权国家对进出国境（或关境）的货物和物品所征收的一种税，是维护国家主权和经济利益、执行国家对外经济政策的重要手段，一般由设在边境、沿海口岸或国家指定的其他水、陆、空国际交往通道的海关来征收。关税分为进口关税和出口关税。我国关于关税方面的法律主要是全国人大常委会于1987年1月通过、2000年7月8日第九届全国人民代表大会常务委员会第十六次会议修改过的《中华人民共和国海关法》和国务院发布的《进出口关税条例》及《海关进出口税则》；《进出口关税条例》由国务院于1985年3月发布，1987年9月修订发布，1992年3月第二次修订发布。

关税的纳税主体是准许进口货物的收货人、准许出口货物的发货人和准许进出境物品的所有人，关税的征税对象是海关依照关税条例审定的完税价格，关税的税率为比例税率，进出口货物的税率分为进口税率和出口税率，进口税率又分为普通税率和优惠税率。优惠税率适用于与我国签订关税互惠协议的国家或者地区的进口货物，普通税率适用于未签订关税互惠协议的国家或者地区的进口货物。任何国家或者地区对其进口的原产于中华人民共和国的货物征收歧视性关税或者给予其他歧视性待遇的，海关对原产于该国家或者地区的进口货物，可以征收特别关税。

下列进出口货物、进出境物品减征或者免征关税：

（1）无商业价值的广告品和货样；

（2）外国政府、国际组织无偿赠送的物资；

（3）在海关放行前遭受损坏或者损失的货物；

（4）规定数额以内的物品；

（5）法律规定减征、免征关税的其他货物、物品；

（6）中华人民共和国缔结或者参加的国际条约规定减征、免征关税的货物、物品。

另外，特定地区、特定企业或者有特定用途的进出口货物，可以减征或者免征关税。特定减税或者免税的范围和办法由国务院规定。

384. 什么是企业所得税？征收企业所得税有何意义？企业所得税的纳税人包括哪些？

企业所得税是对我国境内除外商投资企业和外国企业以外的各类企业，就其取得的生产经营所得和其他所得所征收的一种税。征收企业所得税有利于保证国家财政收入的稳定增长，有利于促进企业提高经济效益，有利于推动市场经济的发展。

企业所得税条例明确规定，凡在我国境内从事生产经营活动，取得生产经营所得和其他所得的企业（不包括外商投资企业和外国企业）以及其他经济组织是企业所得税的纳税人，具体包括：国有企业，集体企业，私营企业，联营企业，股份制企业，有生产、经营所得和

其他所得的其他组织。

385. 企业所得税的法定减免税优惠主要包括哪些内容?

企业所得税的法定减免税优惠主要包括以下内容:

(1)鼓励发展高新技术产业的优惠。国务院批准的高新技术产业开发区内企业,经有关部门认定为高新技术企业的,可以按15%的税率征收所得税;区内新办的高新技术企业,自投产年度起免征所得税两年。

(2)支持发展第一产业的优惠。对农村为农业生产的产前、产中、产后服务的行业,即农村的农技推广站、植保站、林业站、水产站、种子站、农机站、气象站,以及农民专业技术协会、专业合作社,对其提供的技术服务或劳务所取得的收入,以及城镇其他各类事业单位开展上述技术服务或劳务所取得的收入暂免征所得税。这些企业和单位兼营农业生产资料的,则应分别核算,按规定征收所得税;对科研单位和大专院校服务于各行业的技术成果转让、技术培训、技术咨询、技术服务、技术承包所取得的技术性服务收入暂免征收所得税;对新办的独立核算的从事咨询业(包括科技、法律、会计、审计、税务咨询业)、信息业(主要包括统计、科技、经济信息的收集、传播和处理服务,广告业,计算机应用服务)、技术服务业的企业或经营单位,自开业之日起,第一年至第二年免征所得税;对新办的独立核算的从事交通运输、邮电通讯业的企业或经营单位,自开业之日起,第一年免征所得税,第二年减半征收所得税;对新办的独立核算的从事公用事业、商业、物资业、对外贸易业、旅游业、仓储业、居民服务业、饮食业、教育文化事业、卫生事业的企业或经营单位,自开业之日起经主管税务机关批准,可减征或免征所得税一年。

(3)鼓励资源综合利用,保护环境的优惠。企业在原设计规定的产品以外,综合利用本企业生产过程中产生的在《资源综合利用目录》内的废水、废气、废渣等资源作主要原料生产的产品的所得,以及利用本企业外的大宗煤矸石、炉渣、粉煤灰作主要原料,生产建材产品的所得,自生产经营之日起,免征所得税五年。

(4)扶持贫困地区经济发展的优惠。在国家确定的革命老根据地、少数民族地区、边远地区、贫困地区新办的企业,经主管税务机关批准,可减征或免征所得税三年。

(5)鼓励技术转让的优惠。企业事业单位进行技术转让,以及在技术转让过程中发生的与技术转让有关的技术咨询、技术服务、技术培训的所得,年收入在30万元以下的暂免征所得税;超过30万元的部分,依法纳税。

(6)救助企业灾害的优惠。企业遇有风、火、水、震等严重自然灾害,经主管税务机关批准,可减征或免征所得税一年。

(7)鼓励安置待业人员的优惠。新办的城镇劳动就业服务企业,当年安置待业人员超过企业从业人员总数的60%,经主管税务机关审查批准,可免征所得税三年。

(8)鼓励发展教育事业的优惠。高等学校和中小学校办工厂、农场自身从事生产经营的所得,举办各类进修班的所得,暂免征所得税。

(9)支持发展社会福利事业的优惠。民政部门举办的福利工厂和街道办的非中途转办的社会福利生产单位,凡安置"四残"人员(包括盲、聋、哑和肢体残疾)占生产人员总数

35%以上，暂免征收所得税；凡安置“四残”人员占生产人员总数的比例超过10%未达到35%的，减半征收所得税。

(10)鼓励发展乡镇企业的优惠。乡镇企业可按应缴税款减征10%，用于补助社会性开支的费用，不再执行税前提取10%的办法。

(11)对农口企业的优惠。对国有农口企事业单位从事种植业、养殖业和农林产品初级加工业取得的所得；对边境贫困的国有农场、林场取得的生产经营所得和其他所得，暂免征税。

386. 如何计算应纳税所得额?

应纳税所得额，是指纳税人每一纳税年度的收入总额减去准予扣除项目金额后的余额。其计算公式为：

应纳税所得额 = 收入总额 - 准予扣除项目金额

或：应纳税所得额 = 利润总额 + (或 -)应调整项目金额

所谓应调整项目金额是指纳税人的财务、会计处理与税收法规不一致而予以调整的金额。如果财务、会计规定允许扣除的项目，而税收法规不允许扣除，计算应纳税所得额时应加上该项目的金额；如果财务、会计规定不允许扣除的项目，而税收法允许扣除，计算应纳税所得额时应减去该项目的金额。

387. 如何计算企业所得税应纳税额?

企业所得税实行按年计算，按月或按季预缴，年终汇算清缴，多退少补的征收方法。应纳税额的基本计算公式为：

企业所得税应纳税额 = 应纳税所得额 × 税率

(1)按月(季)预缴所得税的计算。纳税人预缴所得税时，应当按纳税期限内所得额的1/12或1/4预缴，或者经当地税务机关认可的其他方法分期预缴所得税。其计算公式为：

应纳所得税额 = 月(季)应纳所得税 × 税率

或 = 上年应纳所得额 × 1/12 × 税率

(2)年终汇算清缴所得税的计算。

全年应纳所得税 = 全年应纳税所得额 × 税率

全年汇算清缴应补(退)所得税额 = 全年应纳税所得额 × 税率 - 本年累计预缴所得税税额

388. 什么是外商投资企业和外国企业所得税? 其纳税主体是哪些?

外商投资企业和外国企业所得税是指对在中国境内的外商投资企业生产、经营所得和其他所得，以及对在中国境内的外国企业生产、经营所得和其他所得征收的一种税。其

所得税，根据1991年4月9日第七届全国人民代表大会第四次会议通过并于同年7月1日施行的《外商投资企业和外国企业所得税法》征收。

外商投资企业和外国企业所得税的纳税主体包括：中外合资经营企业；中外合作经营企业；外资企业；在中国境内设立机构、场所，从事生产、经营的外国公司、企业和其他经济组织；在中国境内没有设立机构、场所而有来源于我国的股息、利息、租金、特许权使用费等项所得的外国公司、企业和其他经济组织。

389. 什么是个人所得税？

个人所得税是国家对本国公民、居住在本国的境内个人所得和境外个人来源于本国的各种应税所得征收的一种税，是调整征税机关与自然人（居民、非居民）之间在个人所得税的征纳与管理过程中所发生的社会关系的法律规范的总称。在中国境内有住所或无住所而在境内居住满1年的个人，从中国境内和境外取得的所得；在中国境内无住所又不居住或无住所而在境内居住不满1年的个人，从中国境内取得的所得，均应依法缴纳个人所得税。

1980年9月10日，第五届全国人民代表大会第2次会议通过了《中华人民共和国个人所得税法》，至今，《个人所得税法》已进行了4次修改，个税免征额也相应作了多次调整。2005年10月27日，第十届全国人大常委会第十八次会议通过了《关于修改〈中华人民共和国个人所得税法〉的决定》，同时公布了修改后的《个人所得税法》；2007年12月29日第十届全国人大常委会第三十一次会议《关于修改〈中华人民共和国个人所得税法〉的决定》，同时决定我国个税免征额从1600元/月，调整至2000元/月，并于2008年3月1日起施行。

390. 个人所得税的征税对象包括哪些？

所谓个人所得税的征税对象，是指个人取得的各种应税所得。我国现行个人所得税法规定的应税所得包括以下11类个人所得。

（1）工资、薪金所得：是指个人因任职或受雇取得的工资、薪金、奖金、年终加薪、劳动分红、津贴、补贴以及与任职或受雇有关的其他所得。

（2）个体工商户的生产、经营所得：包括个体工商户从事工业、手工业、建筑业、交通运输业、商业、饮食业、服务业、修理业以及其他行业生产、经营取得的所得；个人经政府有关部门批准，取得执照，从事办学、医疗、咨询以及其他有偿服务活动取得的所得；其他个人从事个体工商业生产、经营取得的所得；上述个体工商户和个人取得的与生产、经营有关的各项应税所得。

（3）对企事业单位的承包、承租经营所得：是指个人承包经营或承租经营以及转包、转租所取得的所得，包括个人按月或者按次取得的工资、薪金性质的所得。

（4）劳务报酬所得：是指个人独立从事各种非雇佣的劳务所取得的所得，包括个人从

事设计、装潢、安装、制图、化验、测试、医疗、法律、会计、咨询、讲学、新闻、广播、翻译、审稿、书画、雕刻、影视、录音、演出、表演、广告、展览、技术服务、介绍服务、经纪服务、代办服务以及其他劳务取得的所得。

(5)稿酬所得:是指个人因其作品以图书、报刊形式出版、发行而取得的所得。将稿酬所得独立划分一个征税项目,而不将其与翻译、审稿、书画所得归为一类,主要是考虑了出版、发表作品的特殊性,它是一种依靠较高智力创作的精神产品,它具有普遍性,与社会主义精神文明和物质文明建设密切相关,它的报酬相对偏低,因此,稿酬所得应当与一般劳务报酬相区别,并给予适当的税收优惠。

(6)特许权使用费所得:是指个人提供专利权、商标权、著作权、非专利技术以及其他特许权的使用权取得的所得,不包括稿酬所得,但对于作者将自己的文字作品手稿原件或复印件公开拍卖(竞价)取得的所得,应按特许权使用费所得项目征收个人所得税。

(7)利息、股息、红利所得:是指个人拥有债权、股权而取得的利息、股息、红利所得;利息是指个人拥有债权的利息,包括存款利息、贷款利息和各种债券的利息;股息、红利指个人拥有股权取得的股息、红利。

(8)财产租赁所得:是指个人出租建筑物、土地使用权、机器设备、车船以及其他财产取得的所得。

(9)财产转让所得:是指个人转让有价证券、股权、建筑物、土地使用权、机器设备、车船以及其他财产所取得的所得。目前,除对转让股票所得暂不征收个人所得税外,转让其他财产的所得,均应当依法缴纳个人所得税。

(10)偶然所得:是指个人得奖、中奖、中彩以及其他偶然性质的所得。得奖是指参加各种有奖竞赛活动,取得名次得到的奖金;中奖、中彩是指参加各种有奖活动,如有奖销售、有奖储蓄或者购买彩票,经过规定程序,抽中、摇中号码而取得的奖金。

(11)经国务院财政部门确定征税的其他所得。

391. 我国现行个人所得税的税率如何划分?

我国现行个人所得税法根据不同的征税项目,分别规定了不同的税率,除适用5级超额累进税率和比例税率外,对工资、薪金所得适用9级超额累进税率,按月应纳税所得额计算征税,该税按个人月工资薪金应税所得再划分,税率为5%~45%(详见下表)。

我国现行个人所得税税率表

级数	全月应纳税所得额	税率(%)	速算扣除数(元)
1	不超过500元的	5	0
2	超过500~2000元的部分	10	25
3	超过2000~5000元的部分	15	125
4	超过5000~20000元的部分	20	375
5	超过20000~40000元的部分	25	1375
6	超过40000~60000元的部分	30	3375

续表

级数	全月应纳税所得额	税率(%)	速算扣除数(元)
7	超过60000～80000元的部分	35	6375
8	超过80000～100000元的部分	40	10375
9	超过100000元的部分	45	15375

注:本表所称全月应纳税所得额,是依照税法第六条的规定,以每月收入额减除费用个税免征税(2008年3月1日后为2000元)后的余额或者再减除附加减除费用后的余额。

我国现行所得税法规定对个体户的生产、经营所得与对企事业单位的承包、承租经营所得,适用五级超额累进税率,税率为5%～35%(详见下表)。

我国现行个人所得税税率表

级数	全年应纳税所得额	税率(%)	速算扣除数(元)
1	不超过5000元的	5	0
2	超过5000～10000元的部分	10	250
3	超过10000～30000元的部分	20	1250
4	超过30000～50000元的部分	30	4250
5	超过50000元的部分	35	6750

注:本表称全年应纳税所得额,对个体工商户的生产、经营所得来说,是指以每一纳税年度的收入总额,减除成本、费用以及损失后的余额;对企事业单位的承包经营、承租经营所得来说,是指以每一纳税年度的收入总额,减除成本、必要费用及损失的余额。

392. 哪些收入要缴纳个人所得税?

属于工资性收入的都需要缴纳个人所得税。根据《关于工资总额组成的规定》(1989年9月30日国务院批准1990年1月1日国家统计局令第1号发布)的规定,工资总额由下列六个部分组成:

(1)计时工资:是指按计时工资标准(包括地区生活费补贴)和工作时间支付给个人的劳动报酬。包括对已做工作按计时工资标准支付的工资;实行结构工资制的单位支付给职工的基础工资和职务(岗位)工资;新参加工作的职工的见习工资(学徒的生活费);运动员体育津贴。

(2)计件工资:是指对已做工作按计件单价支付的劳动报酬。包括:实行超额累进计件、直接无限计件、限额计件、超定额计件等工资制,按劳动部门或主管部门批准的定额和计件单价支付给个人的工资;按工会任务包干方法支付给个人的工资;按营业额提成或利润提成办法支付给个人的工资。

(3)奖金:是指支付给职工的超额劳动报酬和增收节支的劳动报酬。包括:生产奖;节约奖;劳动竞赛奖;机关、事业单位的奖励工资;其他奖金。

(4)津贴和补贴:是指为了补偿职工特殊或额外的劳动消耗和因其他特殊原因支付给职工的津贴,以及为了保证职工工资水平不受物价影响支付给职工的物价补贴。津贴包

括：补偿职工特殊或额外劳动消耗的津贴，保健性津贴，技术性津贴，及其他津贴。物价补贴包括：为保证职工工资水平不受物价上涨或变动影响而支付的各种津贴。

(5)加班加点工资：是指按规定支付的加班工资和加点工资。

(6)特殊情况下支付的工资：包括根据国家法律、法规和政策规定，因病、工伤、产假、计划生育、婚丧假、事假、探亲假、定期休假、停工学习、执行国家或社会义务等原因按计时工资标准或计时工资标准的一定比例支付的工资；附加工资、保留工资。

凡不属于上述范围内的，如国务院发布的发明奖、国家星火奖、自然科学奖等；有关劳动保险和职工福利方面的费用；有关离休、退休、退职人员的各项支出；劳动保护的各种支出；计划生育独生子女补贴等，按现行统计制度未明确规定不统计的都应作为工资统计。

不属于工资范围的收入(不须缴纳个人所得税)：

劳动部《关于贯彻执行〈中华人民共和国劳动法〉若干问题的意见》中指出："劳动法中的'工资'是指用人单位依据国家有关规定或劳动合同的约定，以货币形式直接支付给本单位劳动者的劳动报酬，一般包括计时工资、计件工资、奖金、津贴和补贴、延长工作时间的工资报酬以及特殊情况下支付的工资等。'工资'是劳动者收入的主要组成部分。

劳动者的以下劳动收入不属于工资范围：(1)单位支付给劳动者个人的社会保险福利费用，如丧葬抚恤救济费、生活困难补助费、计划生育补贴等；(2)劳动保护方面的费用，如用人单位支付给劳动者的工作服、解毒剂、清凉饮料费用等；(3)按规定未列入工资总额的各种劳动报酬及其他劳动收入，如根据国家规定发放的创造发明奖、国家星火奖、自然科学奖、科学进步奖、合理化建议和技术改进奖、中华技能大奖等，以及稿费、讲课费、翻译费。"

393. 现行个人所得税的减免税优惠主要包括哪些内容?

现行个人所得税的减免税优惠主要包括的内容有：

(1)免纳个人所得税的情形有：省级人民政府、国务院部委和中国人民解放军军以上单位，以及外国组织颁发的科学、教育、技术、文化、体育、环境保护等方面的奖金；国债和国家发行的金融债券利息；按照国家统一规定发给的补贴、津贴。具体是指按照国务院规定发给的政府特殊津贴和国务院规定免纳个人所得税的补贴、津贴，福利费、抚恤金、救济金，保险赔款，军人的转业费和复员费，按照国家统一规定发给干部、职工的安家费、退职费、退休工资、离休工资、离休生活补助费；依照我国有关法律规定应予免税的各国驻华使馆、领事馆的外交代表、领事官员和其他人员的所得；中国政府参加的国际公约及签订的协议中规定免税的所得；发给见义勇为者的奖金；企业和个人按照省级以上人民政府规定的比例提取并缴付的住房公积金、医疗保险金、基本养老保险金、失业保险金、不计入个人当期的工资、薪金收入免税，超过规定的比例缴付的部分计征个人所得税；对个人取得的教育储蓄存款利息所得以及国务院财政部门确定的其他专项储蓄存款或储蓄性专项基金存款的利息所得；经国务院财政部门批准的免税所得。

(2)经批准可以减征个人所得税的情形有：残疾、孤老人员和烈属的所得；因严重自然灾害造成重大损失的；其他经国务院财政部门批准免税的所得。

(3)暂免征个人所得税的情形有:外籍个人以非现金形式或实报实销形式取得的住房补贴、伙食补贴、搬迁费、洗衣费;外籍个人按合理标准取得的境内、外出差补贴;外籍个人取得的课时费、语言训练费、子女教育费等,经当地税务机关审核批准为合理的部分;个人举报、协查各种违法、犯罪行为而获得的奖金;个人办理代扣代缴税款手续,按规定取得的扣缴手续费;个人转让自用达5年以上,家庭的惟一生活用房取得的所得;对按《国务院关于高级专家离休退休若干问题的暂行规定》和《国务院办公厅关于杰出高级专家暂缓离休审批问题的通知》精神,达到离、退休年龄但确因工作需要适当延长离、退休年龄的高级专家(指享受国家发放的政府特殊津贴的专家、学者),其在延长离休退休期间的工资、薪金所得,视同退、离休工资免税;外籍个人从外商投资企业取得的股息、红利所得。

另外,凡符合下列条件之一的外籍专家取得的工资、薪金所得可免税:根据世界银行专项贷款协议由世界银行直接派往我国工作的外国专家;联合国组织直接派往我国工作的专家;为联合国援助项目来华工作的专家;援助国派往我国专为该国无偿援助项目工作的专家;根据两国政府签订文化交流项目来华工作2年以内的文教专家,其工资、薪金所得由该国负担的;根据我国大专院校交流项目来华工作2年以内的文教专家,其工资、薪金所得由该国负担的;通过民间科研协定来华工作的专家,其工资、薪金所得由该国政府机构负担的。

394. 个人所得税应纳税所得额应如何计算?

根据我国税法规定,工资、薪金所得以纳税人每月的工资、薪金收入减去税法规定的个人免征额后的余额为应纳税所得额。工资、薪金所得应纳税额计算的基本公式是:

应纳税额 = 应纳税所得额 × 适用税率 - 速算扣除数

= (每月收入额 - 1000 或 4000) × 适用税率 - 速算扣除数

例如:某纳税人月薪2400元,该纳税人不适用附加减除费用的规定,那么:

其应纳税所得额 = 2400 - 1000 = 1400(元)

其应纳税额 = 1100 × 10% - 25 = 115(元)

如下几种情形之一的纳税人,在按月减除2000元的基础上,可以再减除3200元的附加减除费用:应聘在中国境内的企业、事业单位、社会团体、国家机关工作取得工资、薪金所得的外籍专家;在中国境内有住所而在中国境外任职或受雇取得工资、薪金所得的个人;在中国境内的外商投资企业和外国企业中工作取得工资、薪金所得的外籍人员;财政部确定的取得工资、薪金所得的其他人员。

395. 什么是房产税?其特点主要有哪些?

房产税是以房屋为征税对象,按房屋的计税余值或租金收入为计税依据,向产权所有人征收的一种财产税。现行的房产税法是1986年9月15日国务院发布的《中华人民共和国房产税暂行条例》,从当年10月1日开始实施。

我国房产税的特点主要表现在:房产税属于财产税中的个别财产税,其征税对象只是房屋;征收范围限于城镇的经营性房屋;区别房屋的经营使用方式规定征税办法,对于自用的按房产计税余值征收,对于出租、出典的房屋按租金收入征税。

396. 城市房地产税的减免有哪些优惠规定?

城市房地产税实行按年征收,分期缴纳,具体缴纳期限由当地税务机关确定。城市房地产税制中对某些特殊情况给予减税或免除税负的优待规定主要表现在:

(1)新建房屋自落成月份起,免纳三年房地产税。

(2)翻建房屋超过新建期50%的,自竣工月份起,免纳房地产税二年;以上两项免税规定不适用于外商投资企业,外商投资企业城市房地产税的减免由各级人民政府决定。

(3)华侨侨眷用侨汇购置或建造的房屋从发给房屋产权证之日起,五年免征房产税。

(4)其他有特殊情况的房地产,经省(市)以及人民政府核准者,可以减纳或免纳房地产税。

397. 什么是契税?征税对象和计税依据有哪些?

契税是一种向产权承受人征收的财产税,是对在我国境内转移土地、房屋权属,由承受的单位和个人缴纳的一种税。我国契税方面现行有效的规范性文件是国务院颁布的《中华人民共和国契税暂行条例》和财政部颁布的《中华人民共和国契税暂行条例细则》,都自1997年10月1日起施行。

契税是反映对契约征收的税,属于财产转移税。因此,契税的征税对象是我国境内所转移、变动的土地和房屋等不动产权属。所称转移土地、房屋权属是指下列行为:国有土地使用权出让或转让;土地使用权转让,包括出售、赠与和交换;房屋买卖;房屋赠与;房屋交换。契税税率为3%~5%,2008年,国家做了调整,以后还有可能进行调整,纳税、缴契应以当时实行的国家有关规定的标准为准;契税的适用税率由各省、自治区、直辖市人民政府在规定的幅度内按照本地区的实际情况确定,并报财政部和国家税务总局备案。

契税的计税依据有:国有土地使用权出让、土地使用权出售、房屋买卖,按成交价格计算;土地使用权赠与、房屋赠与,由征收机关参照土地使用权出售、房屋买卖的市场价格核定;土地使用权交换、房屋交换,依据土地、房屋的交换价差计算。如果前述成交价格明显低于市场价格并且无正当理由的,或者所交换土地使用权、房屋的价格的差额明显不合理并且无正当理由的,由征收机关参照市场价格核定。还有规定就是按土地收益定价,包括过去国家划拨的土地,后来使用者转让土地使用权所得收益,要补交契税。

398. 契税有哪些税收优惠?

国家规定有下列情形之一的,减征或者免征契税:国家机关、事业单位、社会团体、军

事单位承受土地、房屋用于办公、教学、医疗、科研和军事设施的，免征；城镇职工按规定第一次购买公有住房的，免征；因不可抗力灭失住房而重新购买住房的，酌情准予减免；土地、房屋被县以上人民政府征用、占用后，重新承受土地、房屋权属的，由省、自治区、直辖市人民政府确定是否减免税；纳税人承受荒山、荒沟、荒丘、荒滩土地使用权，用于农、林、牧、渔业生产的，免征契税；经外交部确认，依照我国有关法律规定以及我国缔结或参加的双边和多边条约或协定的规定，应当予以免税的外国驻华使馆、领事馆、联合国驻华机构及其外交代表、领事官员和其他外交人员承受土地、房屋权属的，可以免契税；国家有新的减免征契税规定的。

10

商标法律知识

399. 什么是商标?

商标是将某商品或服务标明是某具体个人或企业所生产或提供的商品或服务的显著标志。商标的起源可追溯到古代,当时工匠们将其签字或"标记"印制在其艺术品或实用产品上,随着时光迁流,这些标识演变成为今天的商标注册和保护制度。这一制度帮助消费者识别和购买某产品或服务,因为由产品或服务上特有的商标所标示的该产品或服务的质和质量符合他们的需求。

400. 商标的作用是什么?

商标通过确保商标注册人享有用以标明商品或服务,或者许可他人使用以获取报酬的专用权,而使商标注册人受到保护,保护期限长短不一,但期满之后,只要另外缴付费用,即可对商标予以续展,次数不限;商标保护是由法院来实施的,在大多数制度中,法院有权制止商标侵权行为。从广义上讲,商标通过对商标注册人加以奖励,使其获得承认和经济效益,而对全世界的积极和进取精神起到促进作用;商标保护还可阻止诸如假冒者之类的不正当竞争者用相似的区别性标记来推销低劣或不同产品或服务的行为。这一制度能使有技能、有进取心的人们在尽可能公平的条件下进行商品和服务的生产与销售,从而促进国际贸易的发展。

401. 商标具有哪些特征?

商标作为商品或服务的标识,一般拥有以下特征:

(1)商标是用于商品或服务上的标记,与商品或服务不能分离,并依附于商品或服务。

(2)商标是区别于他人商品或服务的标志,具有特别显著性的区别功能,从而便于消费者识别,商标的构成是一种艺术创造。

(3)商标是由文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合的可视性标志。

(4)商标具有独占性:使用商标的目的就是为了区别于他人的商品或服务,便于消费者识别,所以,注册商标所有人对其商标具有专用权、受到法律的保护,未经商标权所有人的许可,任何人不得擅自使用与该注册商标相同或相类似的商标,否则,即构成侵犯注册商标权所有人的商标专用权,将承担相应的法律责任。

(5)商标是一种无形资产,具有价值。商标代表着商标所有人生产或经营的质量信誉和企业信誉、形象,商标所有人通过商标的创意、设计、申请注册、广告宣传及使用,使商标具有了价值,也增加了商品的附加值,商标的价值可以通过评估确定。商标可以有偿转让,经商标所有权人同意,许可他人使用。

(6)商标是商品信息的载体,是参与市场竞争的工具。生产经营者的竞争就是商品或服务质量与信誉的竞争,其表现形式就是商标知名度的竞争,商标知名度越高,其商品或服务的竞争力就越强。

402. 什么是商标的构成要素?

根据我国新《商标法》第八条的规定:"任何能够将自然人、法人或者其他组织的商标与他人的商品区别开的可视性标志,包括文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合,均可以作为商标申请注册。"显然,商标的法定构成要素就是:可凭视觉分辨的"文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合。"

此外,商品的气味、音响等,目前在我国尚不能被作为商标使用。

上述六类商标要素可以单独作为商标注册,也可以是上述这些要素中两个或两个以上要素的、相同或不相同的任意组合,但必须符合《商标法》第八条、第九条的有关规定。

作为构成商标的文字、图形、字母、数字、三维标志或其组合的颜色,在申请注册商标时若未明确提出指定颜色要求,均按黑白颜色注册,也按黑白颜色保护;明确提出指定颜色或颜色组合的,则按所指定的颜色或颜色组合注册,也按指定颜色或颜色组合保护。

403. 什么是文字商标?

所谓文字商标就是指纯粹使用文字,包括:汉字,汉语拼音,少数民族文字和外国文字或字母、数字所构成的商标,通常也就是指根据《商标法》第八条中有关商标六要素组合规定中仅用:文字、字母、数字及其组合所构成的商标。

作为构成商标的文字,可以是汉字(简体或繁体汉字、异体汉字不能使用),汉语拼音、少数民族文字、英文及其他国家的文字或字母、数字,不同文字之间可以组合使用。

404. 什么是图形商标?

图形商标是指纯粹使用图形或记号所构成的商标。

图形商标所能使用的图形涵盖的范围非常广泛,有着无限的变化空间和易于表达的视觉外观,它不受语言文字的限制,无论是在使用什么语言文字的国度和地区,人们只要认识图形就很容易识别。

405. 什么是组合商标?

组合商标是指用"文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合"六要素中任何两种或两种以上的要素组合而成的商标。组合商标注册后应作为一个完整的整体对待,不可以更动其组合或排列,不可以擅自改动某一部分。

组合商标综合了文字商标、图形商标,三维商标或颜色组合商标之间的不同特点,各具文图色型,形象生动,引人注意,易于识别,便于呼叫名称等特点,所以得到了普遍而广泛的使用。

406. 什么是颜色组合商标?

颜色组合可以单独作为商标要素注册为商标,是新《商标法》中新增加的内容。

独特新颖的颜色组合,不仅可以给人以美感,而且具有显著性,能起到表示产品或者来源的作用,也能起到区别生产者、经营者或服务者的作用。

407. 什么是三维商标?

三维商标又称立体商标,它与我们通常所见的表现在一个平面上的商标图案不同,而是以一个具有长、宽、高三种度量的立体物质形态出现,这种形态可能出现在商品的外形上,也可以表现在商品的容器或其他地方。

并不是所有的三维标志都可以作为商标注册。《商标法》第十二条规定:"以三维标志申请注册商标的,仅由商品自身的性质产生的形状、为获得技术效果而须有的商品形状或者使商品具有实质性价值的形状,不得作为商标注册。"由此可得出,以下三种三维标志的形状不能作为商标注册:

(1)仅由商品自身的性质产生的形状,如书本形状、通用的灯泡形状等;

(2)为获得技术效果而须有的商品形状或者使商品具有实质性价值的形状,如剃须刀的形状、切菜刀的形状等;

(3)使商品具有实质性价值的形状,如轮胎的形状等。

408. 什么是音响商标?

以音符编成的一组音乐或以某种特殊声音作为商品或服务的商标即是音响商标。如美国一家唱片公司使用11个音符编成一组乐曲,把它灌制在他们所出售的录音带的开头,作为识别其商品的标志。这个公司为了保护其音响的专用权,防止他人使用、仿制而申请了注册。音响商标目前只在美国等少数国家得到承认,在我国尚不能注册为商标。

409. 什么是气味商标?

气味商标就是以某种特殊气味作为区别不同商品和不同服务项目的商标。目前,这种商标只在个别国家被承认它是商标,在我国尚不能注册为商标。

410. 什么是商品商标? 具体分为哪两种?

商品商标就是商品的标记,它是商标的最基本表现形式,通常所称的商标主要是指商品商标;商品商标又可分为商品生产者的产业商标和商品销售者的商业商标。

(1)产业商标:又称为制造商标、工业商标、生产商标。指明确表示商品生产者的商标,是企业主要的使用形式。这种商标与"厂商名号"的意义相同,使得商品生产者所生产的商品有生产者的标记,从而与其他的生产者区别开来,并向消费者传达某种商品生产者所含的信息和来源,制造商标在中国是最常见的。

(2)商业商标:又称销售商标、推销商标。是指销售者(经营者)为了销售商品而使用的商标。这种商标的重点是宣传商品销售者的标记,而不是商品生产者。使用这种商标的往往是一些有较高声誉和实力的商业企业,他们通过定牌生产含自己商标的商品,从而对消费者做出某种信誉的保障。

411. 什么是服务商标?

服务商标又称服务标记或劳务标志,是指提供服务的经营者,为将自己提供的服务与他人提供的服务相区别而使用的标志;服务商标同样是文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合。

在经济活动中,有些企业的"产品"不是作为有形的商品提供给消费者,而是作为某种商业性质的服务项目用以满足消费者的需求,如旅游服务、修理服务、保险服务、娱乐服务、交通服务、邮电服务等等;不同企业提供的这类不同"产品",也需要有不同标记将它们区分开,例如中国"民航"、英国"英航"、德国的"汉莎航空公司"等,它们都提供同一服务,但各自有不同的服务标记。

服务商标与商品商标的性质一样,只是商品商标向消费者提供的是商品,而服务商标向消费者提供的是服务,这里所指的服务是指第三产业为消费者所提供的具有劳务因素的服务。同商品商标一样,服务商标一旦被服务企业所注册,该企业也就拥有了对该服务商标的独占专有使用权,并受法律的保护。

412. 什么是集体商标?

集体商标是指以团体、协会或者其他组织名义注册,供该组织成员在商事活动中使

用，以表明使用者在该组织中的成员资格的标志。

413. 什么是证明商标？

证明商标是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制，而由该组织以外的单位或者个人使用于其商品或者服务，用以证明该商品或者服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志，如：绿色食品标志，真皮标志，纯羊毛标志，电工标志等。

414. 什么是等级商标？

等级是指在商品质量、规格、等级不同的一种商品上使用的同一商标或者不同的商标。这种商标有的虽然名称相同，但图形或文字字体不同，有的虽然图形相同，但为便于区别不同商品质量，而是以不同颜色、不同纸张、不同印刷技术或者其他标志作区别，也有的是用不同商标名称或者图形作区别。如：沈阳啤酒厂就是以不同的商标来区分等级的，故称等级商标。

415. 什么是亲族商标？

亲族商标是以一定的商标为基础，再把它与各种文字或图形结合起来，使用于同一企业的各类商品上的商标，也称“派生商标”。如美国柯达公司以“KODAK”商标为基础，创造派生出“KODACHROME”、“KODACOLOR”等商标，就是亲族商标。

416. 什么是联合商标？

联合商标是指同一商标所有人在相同或类似商品上注册的几个相同或者近似的商标，有的是文字近似，有的是图形近似，这样的商标称为联合商标。这种相互近似商标注册后，不一定都使用，其目的是为了防止他人仿冒或注册，从而更有效地保护自己的商标。联合商标以其中的一个商标为主，称为主商标，亦称之为正商标。因联合商标作用和功能的特殊性，其中的某个商标闲置不用，不致被国家商标主管机关撤销；由于联合商标相互近似的整体作用，因此，联合商标不得跨类分割使用或转让。

417. 什么是备用商标？

备用商标也称贮藏商标，是指同时或分别在相同商品或类似商品上注册几个商标，注册后不一定马上使用，而是先贮存起来，一旦需要时再使用。注册备用商标，从商标战略角度出发，主要有三种考虑：一是某商品虽然没投产，但一旦投产时，即可及时使用，而不会影响产品销售；二是为了保证名牌商标信誉，一旦由于某种原因，商品质量达不到要求

时，可使用备用的商标（所谓副标）暂时代替；三是万一砸了牌子，可以及时换上备用商标。

418. 什么是驰名商标？

驰名商标是指在较大地域范围的市场上享有较高声誉，为相关公众所普遍熟知，有良好质量信誉，并享有特别法律保护的商标。

419. 什么是有含义商标？

有含义商标是指商标的文字、图形或其组合表达、暗示了某种意义或事物，称之为有含义商标。其文字具有一定含义的，又可称为寓意商标；其图形具有表述性的，又可称之为指事商标。

420. 什么是无含义商标？

无含义商标是指构成商标的文字、图形或其组合不直接表达任何实质内容的标记。文字包括中文、外文、我国少数民族文字、汉语拼音字母等；图形，则指不表述任何客观事物的图案或几何图形等抽象图案。

421. 什么是防御商标？

防御商标是指驰名商标所有者为了防止他人在不同类别的商品上使用其商标，而在非类似商品上将其商标分别注册，该种商标称之为防御商标。我国现行的《商标法》对此种商标尚无明确规定。按照国际惯例，此种商标一般难以注册；但一经注册，则不因其闲置不用而被国家商标主管机关撤销。

422. 如何进行商标注册？

首先，必须向适当的国家或地区商标局提交商标注册申请书，该申请书中必须有一份申请注册的标志的清晰图样，包括任何颜色、形状或立体特征。该申请书中还必须列出使用该标志的商品或服务的清单；该标志必须符合若干条件，才能作为商标或其他类型的标记受到保护；该标志须有显著性特征，使消费者能将其作为识别某具体产品的标志加以区别，并与识别其他产品的其他商标区分开来；该标志不得误导或欺骗消费者，也不得违反公共秩序或公共道德。

最后，所申请的商标权不得与已经授予另一商标注册人的商标权相同或相似。这一点可以通过国家局的检索和审查，或通过提出相似或相同权利主张的第三方所提出的异议予以确定。

423. 商标保护的范围有多宽?

世界上几乎所有国家均对商标进行注册并加以保护。每一个国家或地区均有商标注册簿,其中载有关于所有注册和续展的全部申请资料,为审查、检索和可能由第三方提出异议提供便利,但商标注册的效力仅限于所涉的一个国家(或属于地区注册的几个国家)。

为了避免非要在每一个国家或地区分别注册不可的情形,世界知识产权组织实行一种商标国际注册制度,其依据是两部条约,即《商标国际注册马德里协定》和《马德里议定书》。与该一部或两部条约的成员国有某种联系(通过国籍、住所或营业所)的任何人,根据在该国商标局进行的注册或提出的申请,可以取得在马德里联盟部分或全部其他国家有效的国际注册。目前,有 60 多个国家参加了该一部或两部协定。

424. 商标法的概念是什么?

商标法是指调整因商标的构成、注册、使用、管理和保护等过程中所发生的社会关系的法律规范的总称。商标法所包括的法律规范是指以商标法为主的所有调整商标法律关系的法律、法规、条例、细则和办法等的总和。

商标法的核心内容是保护商标专用权,围绕着商标权,规定了商标的构成、商标的申请注册、商标权的取得及利用、商标权的转让和使用许可、注册商标争议的裁定、商标使用的管理等内容。

425. 我国商标法的基本原则是什么?

我国商标法的基本原则是指在商标立法、执法、司法以及商标管理和使用中应遵循的基本准则。主要包括以下几点:

(1)商标注册的审查原则——根据世界通用规则,商标的注册申请能否予以核准分为两种情况:①审查原则是指在商标主管机关核准前,对申请注册的商标进行形式和内容的审查,符合条件的,予以注册;②不审查原则是指对申请注册的商标不进行实质审查,只对申请的文件等进行审查。我国采用审查原则。

(2)保护商标专用权和保护消费者权益相结合的原则——我国商标法的核心是要保护商标的专用权,但与此同时,为了市场经济的健康发展,我们也必须保护消费者的权益,以便保证商品质量,维护商标信誉。

(3)商标的申请在先原则——关于商标专用权的归属问题,世界各国的通用做法有两种:申请在先原则和使用在先原则,我国《商标法》采用申请在先为主、使用在先为辅的原则。

(4)注册取得商标专用权的原则——对商标专用权的确认,一般采用两种不同的制度:注册原则和使用原则,但在实践中,判断一个商标谁先使用不太容易,所以,我国商标法采用注册原则,《商标法》第三条规定,"经商标局注册的商标为注册商标,商标注册人享

有商标专用权，受法律保护。”

(5)统一注册和分级管理原则——统一注册是指国家授权某一部门专门负责对商标的注册工作，分级管理是指各级工商管理机关对本地区的商标使用、商标印刷和商标侵权等行为依法进行管理和监督。

(6)自愿注册原则——与自愿注册相对应的是强制性注册原则，我国《商标法》采用自愿注册原则与强制性注册原则相结合的原则，对国家规定必须申请商标注册的，未经注册不得在市场上销售。

426. 什么是商标注册?

商标注册是指商标申请人为了取得商标使用权，将其使用和准备使用的商标，依照法定的要求、原则和程序，向商标局提出注册申请，经商标局审查核准，予以注册的法律制度。商标注册是确定商标专用权的法律依据，也是整个商标管理工作的基础。通过严格审查，规范商标关系，以保护商标权人和消费者的合法权益。

427. 什么是商标权?

商标权是指商标所有人在法律规定的有效期内，对其经商标主管机关核准注册的商标享有的独占的、排他的使用和处分的权利。只有经商标局核准注册的商标，才享有商标权并依法予以保护；商标权的取得，我国实行统一注册原则和申请在先原则。

428. 商标权的内容是什么? 具体包括哪些方面?

商标权的内容是指商标权人对其注册的商标依法享有的一系列权利，具体包括：商标的专有使用权、续展权、禁止权、转让权、使用权、出质权和继承权等。

专有使用权是指商标权人对其注册商标享有完全独占使用的权利；商标续展权是指商标权人在注册商标有效期届满前，向商标注册机关申请并经批准，延续其注册商标期限的一种权利；商标禁止权是指商标权人有权制止他人未经许可使用其注册商标的权利；商标转让权是指商标权人将其注册商标的所有权转让给他人的一种权利；注册商标的转让权是指商标权人通过签订合同，许可他人使用其注册商标的一种权利；出质权是指将注册商标作为质押，来换取其他经济利益的行为；商标的继承权是指商标作为一种无形财产权可以继承，继承人向商标局提出申请，经核准后，予以公告。

429. 什么是商标权的转让? 其具体形式有哪些?

商标权的转让是指商标权人依照法律程序，将其注册商标转让给他人的行为。商标权转让的实质是商标权主体的变更，也是一种双方的法律行为；商标权的转让是商标权的

一项重要内容，它是商标所有人行使处分权的具体体现。

商标权的转让有两种形式：合同转让和继承转让。合同转让是指主体之间通过签订合同所进行的商标权的转让，多为有偿转让；继承权转让是指自然人通过继承、遗赠方式取得商标权的转让。

430. 什么是商标权的评估？

商标权评估是指由法定的商标评估机构依据一定的准则对商标的价值进行评价和估算的一种法律行为。商标权作为一种无形资产，其内在价值正在越来越为人们所重视，商标价值的货币化正在成为一种趋势。进行商标权的评估有利于企业的发展、有利于企业投资入股、有利于企业维护其合法权益和企业申请质押贷款。对企业的发展有着至关重要的作用。

431. 什么是商标权的保护？保护商标权的重要意义有哪些？

商标权的保护是指国家运用法律手段制止、制裁商标侵权行为和商标犯罪行为，以保护注册人对其注册商标所享有的专用权，维护国家商标管理秩序的制度。保护商标专用权是我国商标法的立法宗旨，也是商标管理机关和司法机关的重要任务；保护商标专用权既有利于保护商标所有人的合法权益和拓展我国的对外贸易，更有利于维护市场的竞争秩序。

432. 什么是注册不当商标？

注册不当商标是指已经核准注册的商标违反商标法规定的禁用条款或者是以欺骗手段或其他不正当手段取得注册的商标；对注册不当的商标，应予以撤销。

433. 注册不当商标的表现形式有哪些？

根据我国《商标法》第 41 条第 1 款及其实施条例的有关规定，注册不当商标的表现形式有：

(1)使用了不得作为商标的禁用标志。《商标法》第 10 条明确规定了不得作为商标使用的禁用标志，如果违反商标法规定，使用了禁用性标志作为商标，应当依法裁定予以撤销。不得作为商标使用的禁用性标志包括：

①同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、军旗、勋章相同或者近似的，以及同中央国家机关所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的；

②同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗相同或者近似的，但该国政府同意的除外；

③同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记相同或者近似的，但经该组织同意或者不易

误导公众的除外；

④与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的，但经授权的除外；

⑤同“红十字”、“红新月”的名称、标志相同或者近似的；

⑥带有民族歧视性的；

⑦夸大宣传并带有欺骗性的；

⑧有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。

县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标。但地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外；已经注册的使用地名的商标继续有效。

(2)使用了不得作为商标注册的禁用标志。《商标法》第 11 条规定了不得作为商标注册的禁用标志。如果违反商标法规定，使用了不得作为商标注册的禁用标志进行注册，就应当依法予以撤销。不得作为商标注册的禁用标志具体包括：

①仅有本商品的通用名称、图形、型号的；

②仅仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的；

③缺乏显著特征的。

(3)使用了申请立体商标注册禁用的标志。《商标法》第 12 条规定，以三维标志申请注册商标的，仅由商品自身的性质产生的形状、为获得技术效果而需要的商品形状或者使商品具有实质性价值的形状，不得注册。

(4)以欺骗手段或其他不正当手段取得注册的。如虚构隐瞒事实真相或者伪造申请书及有关文件，以欺骗手段进行注册的，应当依法予以撤销。

434. 什么是注册商标争议？

注册商标的争议是指商标注册人之间因注册商标相同或近似而发生的商标权的争执。简而言之，就是先注册的商标权人，对在后注册的与其在同一种或者类似商品上注册的商标相同或者近似的商标提出的争议。

435. 注册商标争议裁定的程序分为哪几个步骤？

商标注册人对他人已注册的商标提出争议的，其程序如下：

(1)申请人提出申请。申请人要在争议的商标核准注册之日起 5 年内提出，并向商标评审委员会提交《注册商标争议裁定申请书》一式两份，说明争议理由，同时付送有关材料和证据及评审费用。

(2)商标评审委员会进行初步审查。审查内容包括以下几个方面：①注册商标争议人是否为商标注册人；②注册商标争议人申请裁定是否在法定期限内；③注册商标争议人是否在该商标核准注册前已提出过异议，并经商标局裁定，又以相同的事实和理由申请裁定；④注册商标争议人是否缴纳了评审费用，是否按照规定格式填写了《商标争议裁定申请书》。

(3)被争议人答辩。商标评审委员会将《注册商标争议裁定书》副本交给被争议人,并限期做出书面答辩。逾期不答辩或拒绝答辩的,不影响评审工作。

(4)商标评审委员会进行实质审查。商标评审委员会对注册商标争议的内容进行实质审查,做出裁定后应书面通知有关当事人。

(5)对裁定不服的起诉。当事人对商标评审委员会的裁定不服的,可以自收到通知之日起 30 日内向人民法院起诉,人民法院应当通知商标裁定程序的对方当事人作为第三人参加诉讼。

436. 什么是商标管理?其意义是什么?

商标管理,是指商标主管机关依法对商标的注册、使用、转让、印制等行为所进行的监督、检查等活动的总称。商标管理有广义和狭义之分,广义的商标管理不仅包括国家对商标的行政管理,而且包括企业对商标的内部管理;狭义的商标管理仅指国家对商标的行政管理。

实施商标管理的重要意义在于:有利于规范商标权人正确使用商标、有利于监督商标使用人使用商标的商品或者服务的质量,有利于增强企业和商标使用人的法制观念,有利于完善商标法律制度。

437. 什么是商标使用的管理?

商标的使用管理包括两方面内容:注册商标的使用管理和未注册商标的使用管理。

(1)注册商标的使用管理:是指商标管理机关对注册商标使用人是否依法在核定使用的商品上正确使用其核准注册的商标进行监督,同时对注册商标的商品质量进行监督的行政管理行为。

根据我国《商标法》及其实施细则的有关规定,商标管理机关对注册商标的使用管理主要包括以下几个方面:①注册商标所有人是否正确使用和标注注册商标;②注册商标所有人使用商标的行为是否合法;③对使用注册商标的商品质量的管理;④对已被撤销或者注销的注册商标的管理;⑤对人用药品和烟草的管理;⑥对商标注册证的管理。

(2)未注册商标的使用管理:未注册商标是指未经国家商标局核准注册而直接投放市场使用的商标。未注册商标不受法律保护,没有商标专用权,我国《商标法》采取自愿注册的原则,允许使用人根据自己的需要来决定是否申请商标注册。

根据《商标法》第 48 条的规定,对未注册商标的使用进行管理,主要包括以下几个方面:①未注册商标不得冒充注册商标,冒充注册商标是指将未经注册的商标当作注册商标加以使用的行为以及商标注册人将自己的注册商标使用在未核定使用的商品上,并标明注册标志或字样的行为;②使用未注册商标的企业应保证其商品或服务的质量;③未注册商标的构成不得违反商标法禁止性条款的规定;④使用未注册商标必须标明企业名称和地址。

11

专利法律知识

438. 什么是专利?

依据世界知识产权组织的界定,专利是属于知识产权一部分的工业产权中的一种权利。作为知识产权的一种,专利是人的智力创造成果,权利人对这种成果享有排他权。

从字面来说,专利一词,可以说有两种意义。首先,专利是政府主管部门根据申请而颁发、主要用来保护发明的一种文件,这个文件在中文中就被称为专利或专利证书。其次,专利是指专利证书所授予的保护,即指专利权;除了这两种意义外,专利一词有时也用来指专利证书所保护的客体,即发明。

439. 什么是专利法?

《专利法》是用以调整由发明创造活动而产生的智力成果所引起的各种社会关系的法律规范的总称。专利法调整下列社会关系:

(1)因确认发明创造的所有权而产生的社会关系。发明创造是一种智力劳动成果,属于无形财产。专利法中规定了发明创造所有权的归属原则,即什么人或者单位能够成为发明创造专利权的所有者,成为专利权的主体。

(2)因授予专利权而产生的社会关系。专利法的立法宗旨是保护发明创造专利权,专利权不是自然而然产生的,必须经过申请—审查—授权的程序;围绕着如何申请专利权,如何授予专利权,如何获得专利权,必然会产生各种各样的社会关系,这是专利法调整对象中最重要的内容。

(3)因使用专利权,或者说因使用专利技术而产生的社会关系。法律保护专利权的目的是为了传播和推广发明创造,促进科学技术的发展,一项发明创造也只有应用于社会生产实践,才能显示出其使用价值和价值,使专利权人和社会公众都能从发明创造的推广和使用中获得利益。如何保证专利技术的尽快实施,为社会公众谋利,是专利法的一项重要任务。

440. 什么是专利法律关系?

法律关系是指人们在从事生产经营活动和在日常生活中所结成的社会关系。专利法律关系的构成同其他法律关系一样,包括法律关系的主体、客体和内容三大要素。

专利法律关系的主体是指专利法律关系的实际参加者,也就是在具体的法律关系中

享有权利和承担义务的人或者组织(单位)。在中国,任何个人和单位都有资格成为专利法律关系的主体,就自己的发明创造向国务院专利行政部门申请专利。

专利法律关系的内容是指权利主体依法享有的权利和承担的义务。我国专利法规定了发明人、设计人、专利申请人和专利权人应当享有的权利,同时也规定了他们对国家和社会应尽的义务。《专利法》的这些规定,不仅为了保护权利人的利益,也是为了保护全社会的利益。

专利法律关系的客体是指专利法律关系的主体的权利义务所指向的对象,也就是专利法所保护的发明创造、发明、实用新型和外观设计。

441. 专利权包括哪些内容?

专利权是指国务院专利行政部门依据《专利法》的规定,授予发明创造人或者合法申请人对其发明创造在法定期限内所享有的专有权。“专有”二字表明,一项发明创造被授予专利权以后,《专利法》保护该专利权不受非法侵犯,未经专利权人许可,他人不得使用该项专利技术,否则,就构成专利侵权,侵权者要承担一定的法律责任。

专利权人所享有的专利权,其主要内容有制造权、使用权、许诺销售权、销售权、进口权、转让权和许可使用权,专利权还包括禁止权、放弃权、标记权等。

442. 什么是职务发明创造?

依据《专利法》第六条规定:执行本单位的任务或者主要是利用本单位的物质技术条件所完成的发明创造为职务发明创造。职务发明创造申请专利的权利属于该单位;申请被批准后,该单位为专利权人。

根据我国《专利法实施细则》的规定,职务发明创造是指“执行本单位的任务”和“主要利用本单位的物质技术条件”所完成的发明创造。此处所说的“本单位”,采用广义的理解,包括临时工作单位。“执行本单位的任务所完成的发明创造”可以分为三种情况:

(1)在本职工作中做出的发明创造;

(2)履行本单位交付的本职工作以外的任务所作出的发明创造;

(3)退职、退休或者调动工作后一年内作出的,与其在原单位承担的本职工作或者原单位分配的任务有关的发明创造。

《专利法实施细则》第十一条规定,单位包括临时工作单位。“主要是利用本单位的物质技术条件”是指利用本单位的资金、设备、零部件、原材料或者不对外公开的技术资料等。其中不对外公开的技术资料包括技术档案、设计图纸、新技术信息等。对上述物质技术条件的利用,应当是完成发明创造所不可缺少的。少量的利用或者对发明创造的完成没有实质帮助的利用,不应当认为是主要利用了单位的物质技术条件。对于职务发明,单位有权决定是否申请专利。

443. 什么是非职务发明创造?

非职务发明创造是指发明人或者设计人在本职工作以外,完全是利用自己的时间、资金、工具、设备等物质技术条件所做出的发明创造。我国《专利法》第六条规定:“非职务发明创造,申请专利的权利属于发明人或者设计人;申请被批准后,该发明人或者设计人为专利权人。”

444. 什么是发明专利?

发明是我国《专利法》保护的对象之一。根据《专利法》的规定,所谓发明是指对产品、方法或者其改进所提出的新的技术方案。我们从发明的概念可以看出,它必须是一种能够解决工业生产中实际问题的技术方案。而对于客观存在的自然定律的发现、抽象的智力活动规则的归纳和提炼等都不能算是发明,比如科学家发现的天体运行的定律、新制定的体育比赛规则或者新的智力游戏规则等等都不能申请专利,因为它们不是技术方案。从发明的概念我们还可以看出,发明专利包括产品专利和方法专利,或者说,可以把发明分为两大类:产品发明和方法发明。

445. 什么是实用新型专利?

实用新型是指对产品的形状、构造或者其结合所提出的适于实用的新的技术方案,实质上也是技术发明,是发明的一部分。按照这个定义的要求,申请实用新型专利的,只要是有关产品的形状或者构造的构思就行,不过在实践中,由于实用新型是创造性较低的小发明,很多是已经达到应用阶段的技术。

446. 什么是外观设计专利?

外观设计是指对产品的形状、图案或者其结合、色彩与形状以及图案的结合所作出的富有美感并适于工业应用的新设计,是使用物品的装饰性或者艺术性的外表,使人看了有赏心悦目之感。使用外观设计的物品一般是用工业方法生产的,所以外观设计也称为工业品外观设计;外观设计与发明、实用新型不同,它涉及美学思想,而与技术思想无关。发明和实用新型都是利用自然规律来达到技术的效果,而外观设计则利用人们的审美心理来达到美感的效果。外观设计与发明、实用新型很不相同,但为了实际使用的方便,把外观设计的保护与发明或者与发明、实用新型的保护规定在一个法律中的国家也不在少数。

447. 专利权的效力可以分为哪几个方面?

专利权是阻止他人实施专利发明的权利。

专利权的效力可以分为两个方面:第一个方面,除法律另有规定外,专利权人有权阻止其他任何人实施其取得专利的发明创造。发明人或者其所属单位想要得到专利权,主要目的就是要取得这样一种法律地位,以便能够阻止其他任何人未经其许可而实施其发明创造;第二个方面,专利权人可以在不影响其利益的前提下,许可其他的人进行实施其发明创造的某些行为,以获得经济利益。专利权人有时由于自己是一个科研机构或者高等学校,有时由于自己缺乏资金,或者有时由于自己是外国人等种种原因,而不能自己实施发明创造的,专利权人可以许可其他人或企业来实施其发明创造。他可以在给予许可的同时,对被许可人施加种种限制,例如,限于一定的生产规模,限于一定的销售地区或者限于一定的年限,等等。总之,专利权人有给予许可或者不给予许可的权利,两个方面的效力是相辅相成的,都是从权利人对其发明创造所享有的排他性的法律地位派生出来的。

448. 什么是专利权的主体?

专利权的主体是指依法可以享有专利权的人。我国《专利法》规定,自然人、法人或其他组织,可以依据法律规定或合同约定就发明创造向国务院专利行政部门申请专利并获得专利权。

(1)自然人(公民)主体。自然人是指有生命的人,或者说是基于自然状态而出生的人,包括本国国民、外国公民和无国籍人。从生命科学上讲,自然人具有能够思维的大脑,有从事发明创造的能力;严格地说,任何发明创造都只能由自然人来完成,这一自然人就称为发明人。发明人对其发明创造有权申请专利并获得专利权,但是,如果发明人的创造性活动是在为某个法人单位或者其他组织履行职务完成的,那么该发明人就不具备专利申请人的资格;自然人作为发明创造的专利申请人,是有条件限制的,只有非职务(或者非雇员)发明创造的发明人才能作为申请人。

①发明人与设计人。《专利法》对完成发明创造的人做了不同的规定,对于发明专利,其完成人称为"发明人";对于实用新型专利和外观设计专利,其完成人称为"设计人"。发明人和设计人必须是对发明创造的实质性特点做出创造性贡献的人;在发明创造的完成过程中,只负责组织管理工作、提供物质条件上的方便、从事辅助工作的人,比如管理人员、实验员、描图员等,都不应当被认为是发明人或者设计人。

②共同发明人或者共同设计人:如果一项发明创造是由两人或者两人以上共同完成的,那么这些共同完成人是共同完成人或者共同设计人。为了避免他人浑水摸鱼、沽名钓誉,应当确定共同发明人或者共同设计人的范围。判断共同发明人或者共同设计人的标准是:看他是否对发明创造的实质性特点做出了创造性贡献。作为发明创造的共同完成人,获得发明创造专利权以后,共同发明人或者共同设计人的权利和义务是完全相同的,

在专利申请文件上署名的排名先后没有本质上的区别。

③外国人:在中国有经常居所的外国人向国务院专利行政部门申请专利时,依照其所属国同中国签订的协议或者共同参加的国际条约,或者依照互惠原则,根据中国的《专利法》办理。但是,无国籍人不能在我国提出专利申请,因为我国法律既不承认无国籍也不承认双重国籍。

(2)单位主体:职务发明创造的专利申请人是发明人、设计人所在的单位。在我国境内的国有企业事业单位、集体企业、独资企业、合伙组织以及中外合资经营企业、外商独资企业等单位,其工作人员(包括临时工作人员)完成的发明创造,该单位有权申请专利,发明创造的完成人有权作为发明人或者设计人,在专利申请文件上署名。

449. 被授予专利权的条件有哪些?

发明创造必须符合专利法规定的条件,才能被授予专利权。这些条件可以分为两个方面:一方面是形式上的条件,这是关于申请的写法和格式的;另一方面是实质上的条件,这是关于发明创造本身的状况的。广义的授予专利权的条件可分为四个方面,分述如下:

(1)授予专利权的发明创造,必须是专利法上所说的那种意义的发明、实用新型或者外观设计;

(2)授予专利权的发明、实用新型或者外观设计,必须是属于可以授予专利的范围;

(3)授予专利权的发明、实用新型或者外观设计,必须是不违反国家法律、社会公德或者不妨害公共利益的;

(4)授予专利权的发明和实用新型,应当具备新颖性、创造性和实用性;授予专利权的外观设计应当具有新颖性。这是狭义的,也就是人们通常所说的授予专利权的条件。

450. 什么是《专利法》中所指的"新颖性"?

《专利法》对发明专利和实用新型专利的新颖性的要求是相同的。

所谓"新颖性",是指在申请日以前没有同样的发明或者实用新型,在国内外出版物上公开发表过、在国内公开使用过或者以其他方式为公众所知,也没有同样的发明或者实用新型由他人向国务院专利行政部门提出过申请并记载在申请日以后公布的专利申请文件中。换句话说,一项发明创造在申请日以前没有向社会公开过,发明创造的内容不构成公众能够得知的现有技术的组成部分。

根据我国《专利法》规定,新颖性的时间标准以"申请日"来划定,凡是在申请日以前已经有相同的发明创造由他人完成并公开或发明人自己公开,比如在新闻发布会、科研鉴定会、展览会、博览会上披露了发明创造的实质性内容,都会导致新颖性的丧失,不能再申请专利。

451. 什么是《专利法》中所指的创造性?

《专利法》第 22 条对发明和实用新型的创造性分别做了规定。同申请日以前的现有技术相比,发明应当具有突出的实质性特点和显著的进步,实用新型应当具有实质性特点和进步。

“突出的实质性特点”是指发明与现有技术相比,具有明显的本质区别,对于发明所属技术领域的普通技术人员来说,不是显而易见的,普通技术人员不能直接从现有技术中得出该发明的全部必要的技术特征,也不能通过逻辑分析、推理或者试验而得到;“显著的进步”是指从发明的技术效果上看,与现有技术相比具有长足的进步,这种进步表现在发明解决了人们一直渴望解决但始终没有获得成功的技术难题,或者该发明克服了技术偏见,提出了一种崭新的研究路线,或者该发明取得了意想不到的技术效果,或者代表着某种新技术的发展趋势。

452. 什么是《专利法》中所指的实用性?

《专利法》第 22 条第四款规定:“实用性是指该发明或者实用新型能够制造或者使用,并且能够产生积极效果。”

所谓制造和发明或者使用,是指发明或实用新型能够在产业上制造或使用,即符合自然规律、具有技术特征的任何可以实施的技术方案;能够产生积极效果是指发明或者实用新型制造使用后,与现有技术相比所具有的有益效果。

453. 什么是产品发明?产品发明与产品专利有什么联系?

产品发明是指用发明人所提供的解决特定问题的技术方案直接生产的产品,如电灯、电话、机器、设备、仪器仪表、新的合金物质等发明。没有经过人力的加工、属于自然状态的物质不是产品发明,如天然宝石、矿物质等;产品发明取得专利权后,称为“产品专利”,产品专利只保护产品本身,不保护该产品的制造方法。

454. 什么是《专利法》中所指的方法发明?

方法发明是指为制造产品或者解决某个技术问题而创造的操作方法和技术过程。此处的“方法”,可以是化学方法、机械方法、通讯方法以及工艺规定的顺序所描述的方法,比如造纸方法、炼钢方法、印刷方法、通讯方法等;方法发明取得专利权后,称为“方法专利”。

455. 现代企业申请专利应提交哪些文件?

我国《专利法》规定,申请发明或者实用新型专利的,应当提交请求书、说明书、权利要求书和摘要等文件;申请外观设计专利的,应当提交请求书以及外观设计的图片或者照片等文件。分述如下。

(1)申请发明、实用新型专利应提交的文件

①请求书:请求书的内容主要说明两种情况:一是关于发明创造的,二是关于与发明有关系的人,即发明人、申请人和申请人的代表(专利代理人)的请求书中要求写明它的名称;应当写明他们的姓名和地址。如果申请人是法人,应当写明法人的全部正式名称和它的代表的姓名,请求书应当写明申请人的国籍和住所地国家或营业所在地国家,这和申请人是否有权根据国际条约申请专利是有关系的。请求书最后由申请人或者专利代理人签字或盖章,如果由专利代理人签字或盖章,应当有申请人出具的代理人委托书,该委托书应由申请人签字或盖章。

②说明书:说明书及其附图主要用于清楚、完整地公开发明或者实用新型,使所属技术领域的技术人员能够理解和实施该发明或者实用新型专利。

一份完整的说明书应当包含下列内容:

a.技术领域:写明要求保护的技术方案所属的技术领域,这是指发明或者实用新型技术方案所属或者直接应用的具体技术领域,而不是指上位的或者相邻的技术领域。

b.背景技术:写明对发明或者实用新型的理解、检索、审查有用的背景技术;有可能的,并引证反映这些背景技术的文件。

c.发明内容:写明发明或者实用新型所要解决的技术问题以及解决其技术问题所采用的技术方案,并对照技术写明发明或者实用新型的有益效果;申请人必须清楚、完整地公开他的技术解决方案,记载全部必要的技术特征;没有公开全部必要技术特征的技术方案,不是完整的技术方案。

d.附图说明:说明书有附图的,对各幅附图作简略说明。

e.具体实施方式:详细写明申请人认为实现发明或者实用新型的优选方式;必要时,举例说明;有附图的应当对照附图。

③权利要求书:权利要求书一般是在说明书的基础上,以简明的语言复述发明或者使用新型技术的特征,说明请求保护的范围。权利要求书是确定发明或者实用新型专利保护范围的依据,也是判定他人是否侵权的依据,有直接的法律效力。权利要求可分为两种情况:一是产品权利要求,包括物品、设备、机器以及物质和组合物等;一是方法权利要求,包括制造方法、使用方法、通讯方法以及将产品用于特定用途的方法。

④摘要:摘要是发明或者实用新型专利申请全部公开内容的概述,是说明书、权利要求书和附图的摘要,并非仅仅是说明书的摘要。这是作传播技术信息用的,不具有法律效力。即:它的内容不是原始公开的内容,不能据以修改申请文件,也不能据以解释专利权的保护范围。

(2)申请外观设计专利应提交的文件:因外观设计是指对产品的形状、图案或者其结

合、色彩与形状以及图案的结合所作出的设计，不能用文字说明或者写成权利要求书，只有通过图片或者照片才能正确地体现出来，因此应缴的文件与申请发明、实用新型专利不同。按照我国专利法规定，应当提交下列文件。

①请求书：申请外观设计专利的请求书，其性质与申请发明或者实用新型专利的请求书相同。在填写请求书的内容方面，因许多外观设计很难命名，所以请求书中没有外观设计名称一栏，应当填写使用外观设计的产品的名称。

②图片或照片：为了清楚地显示请求保护的对象，申请人可以就每件外观设计提交不同角度、不同侧面或者不同状态的图片或者照片。

456. 什么是专利申请的分案申请？

专利申请的分案申请通常是指在专利申请中包含有两项以上的发明、实用新型或者外观设计时，申请人将其中一部分发明、实用新型或者外观设计分割出来，另外提出申请。实际上，这是对专利申请的一种特别修改，申请的主题不符合单一性要求的，申请人必须分案申请，即使符合单一性的要求，申请人如欲将包括两项以上发明、实用新型或者外观设计的一件申请分案，也是可以的。

申请人主动提出的分案申请必须在收到专利局发出授予专利权的通知之日起两个月期限届满以前提出，愈早提出愈好；但是专利申请已经被驳回、撤回或者视为撤回的，不能提出分案申请。

457. 怎样提交专利申请文件？

专利申请人向国家专利申请机构递交专利申请文件有两种方式：一是面交，即申请人将申请文件面交国家知识产权局专利局受理处或者就近面交到国家知识产权局专利局设在沈阳、武汉、长沙、南京等城市的代办处，面交日就是申请日；二是通过邮寄的方式申请，通过邮寄的方式将申请书递交到国家知识产权局专利局，申请文件的寄出日即为专利申请的申请日，以邮件上的邮戳为准。

458. 共同申请人申请专利时应当注意哪些问题？

共同申请人是指两个或者两个以上的申请人，根据法律的规定或者双方签订的协议，对一项发明创造共同拥有专利权。申请专利的发明创造被授予专利权后，专利权归共同申请人共有；共同申请人之间对于专利申请权或者专利权的分享应当遵循他们之间事先签订的书面协议，如果当事人事先没有签订书面协议，也可以事后补签，对专利申请权或者专利权的分享作出约定，或者按照《中华人民共和国民法通则》规定的共有原则共同享有专利申请权或者专利权。所以，共同申请人或者专利权的共有人，在提出专利申请、撤回专利申请、转让专利权、放弃专利权等涉及专利申请权或者专利权的问题时，都应当共

同友好协商，采取一致行动。

459. 如何向外国申请专利？

我国《专利法》规定，我国单位或者个人将其在国内完成的发明创造向外国申请专利的，应当先向国务院专利行政部门申请专利，我国单位在向国务院专利行政部门提出专利申请后，如果决定向外国申请专利，应当向国务院有关主管部门提出向外国申请专利的请求，经审查同意后，才能向外国申请专利；我国的个人在向国务院专利行政部门就其非职务发明创造提出专利申请后，如果决定向外国申请专利，应当向国务院专利行政部门提出请求，经审查同意后，再向外国申请专利。中国的单位或者个人可以根据我国参加的有关国际条约提出专利申请。国务院专利行政部门依照我国参加的有关国际条约、中国专利法和国务院的有关规定处理国际专利申请；向外国申请专利，应当委托国务院指定的涉外专利代理机构办理。

460. 专利申请书中应包括哪些事项？

依据我国《专利法实施细则》，专利申请书应包含以下一些事项：

(1)申请人的国籍；

(2)申请人是企业或者其他组织的，其总部所在地的国家；

(3)申请人委托专利代理机构的，应当注明的有关事项；申请人未委托专利代理机构的，其联系人的姓名、地址、邮政编码及联系电话；

(4)要求优先权的，应当注明的有关事项；

(5)申请人或者专利代理机构的签字或者盖章；

(6)申请文件清单；

(7)附加文件清单；

(8)其他需要注明的有关事项。

461. 专利申请说明书应包括哪些内容？

依据我国《专利法实施细则》第十八条的规定，发明或者实用新型专利申请的说明书应当包括下列内容：

(1)技术领域。写明要求保护的技术方案所属的技术领域。

(2)背景技术。写明对发明或者实用新型的理解、检索、审查有用的背景技术；有可能的，并引证反映这些背景技术的文件。

(3)发明内容。写明发明或者实用新型所要解决的技术问题以及解决其技术问题采用的技术方案，并对照现有技术写明发明或者实用新型的有益效果。

(4)附图说明。说明书有附图的，对各幅附图作简略说明。

(5)具体实施方式。详细写明申请人认为实现发明或者实用新型的优选方式;必要时,举例说明;有附图的,对照附图。

发明或者实用新型专利申请人应当按照前款规定的方式和顺序撰写说明书,并在说明书每一部分前面写明标题,除非其发明或者实用新型的性质用其他方式或者顺序撰写能节约说明书的篇幅并使他人能够准确理解其发明或者实用新型;发明或者实用新型说明书应当用词规范、语句清楚,并不得使用"如权利要求……所述的……"一类的引用语,也不得使用商业性宣传用语;发明专利申请包含一个或者多个核苷酸或者氨基酸序列的,说明书应当包括符合国务院专利行政部门规定的序列表,申请人应当将该序列表作为说明书的一个单独部分提交,并按照国务院专利行政部门的规定提交该序列表的计算机可读形式的副本。

462. 在申请专利时应缴纳哪些费用?如何缴纳?

依据我国《专利法》及《专利法实施细则》的有关规定,专利申请人在向国务院专利行政部门申请专利和办理其他手续时,应当缴纳下列费用:

(1)申请费、申请附加费、公布印刷费;

(2)发明专利申请实质审查费、复审费;

(3)专利登记费、公告印刷费、申请维持费、年费;

(4)著录事项变更费、优先权要求费、恢复权利请求费、延长期限请求费、实用新型专利检索报告费;

(5)无效宣告请求费、中止程序请求费、强制许可请求费、强制许可使用费的裁决请求费。

专利申请人在缴费时可以到国务院专利行政部门缴纳,也可以通过邮局或者银行汇付,或者以国务院专利行政部门规定的其他方式缴纳。通过邮局或者银行汇付的,应当在送交国务院专利行政部门的汇单上写明正确的申请号或者专利号以及缴纳的费用名称。不符合本款规定的,视为未办理缴费手续;直接向国务院专利行政部门缴纳费用的,以缴纳当日为缴费日;以邮局汇付方式缴纳费用的;以邮局汇出的邮戳日为缴费日;以银行汇付方式缴纳费用的,以银行实际汇出日为缴费日。但是,自汇出日至国务院专利行政部门收到日超过 15 日的,除邮局或者银行出具证明外,以国务院专利行政部门收到日为缴费日;多缴、重缴、错缴专利费的,当事人可以自缴费日起 1 年内,向国务院专利行政部门提出退款请求。

463. 什么是专利权的终止?

我国《专利法》第四十四条规定:有下列情形之一的,专利权在期限届满前终止。

(1)没有按照规定缴纳年费的;

(2)专利权人以书面声明放弃其专利权的;

专利权在期限届满前终止的，由国务院专利行政部门登记和公告。

464. 什么是专利行政复议？

专利行政复议是指国务院专利行政部门及其工作人员在行使职权时，与专利申请人、专利权人以及其他利害关系人对国务院专利行政部门作出的具体行政行为发生争议，根据专利申请人、专利权人以及其他利害关系人的请求，由国务院专利行政部门对引起争议的具体行政行为进行复查并作出裁决的行为。

专利行政复议只能因专利申请人、专利权人以及其他利害关系人的请求而启动，只要专利申请人、专利权人以及其他利害关系人认为国务院专利行政部门作出的具体行政行为侵犯了自己的合法权益，就可以请求行政复议，但他们必须是在知道或者应当知道国务院专利行政部门作出具体行政行为之日起 15 日内向国务院专利行政部门提出行政复议的申请。

465. 怎样判断专利侵权行为？

依据我国《专利法》规定，专利侵权行为是指未经专利权人的许可而实施其专利的行为。“实施”是指制造、使用、许诺销售、销售和进口专利产品或者使用专利方法，以及使用、许诺销售、销售和进口依照该专利方法直接获得的产品。

专利权的保护范围以权利要求书中记载的权利要求为准，说明书可以解释权利要求。判断专利侵权，主要是分析和分解权利要求书中记载的各项权利要求，将其中的主要技术特征与被指控侵权的事实进行对比、研究。

下列行为构成对专利权的侵犯：

(1)侵权产品与专利产品或者由专利方法生产的产品相同，而侵权产品仅仅改变了产品的外形；

(2)在专利方法中，仅仅改变了个别步骤的顺序，但结果相同；

(3)产生的结果相同，只是将其结构做了简单的变换或者重新排列组合；

(4)产生的结果相同，只是将受保护的权利要求的特征中增加一个或者几个并不重要的组成部分。

12

消费者权益法律知识

466. 什么是消费者?

消费者是指为满足生活需要而购买、使用商品和接受服务的社会成员。

作为消费者,必须同时具备以下四个条件:

(1)消费者的消费特指生活消费。消费包括生活消费和生产消费,生活消费是指人们为了满足生活需要而消费物质产品或者耗费劳动服务的行为,生产资料除外。

(2)消费者的消费客体是商品和服务。所谓商品,是指市场上买卖的为人们日常的物质生活和文化生活所需要的物品,包括成品。所谓服务,是指为方便人们日常的物质生活和文化生活而有偿做出的工作或者劳动,包括文化娱乐服务、邮政电讯服务、交通运输服务、医疗卫生服务、饮食旅游服务等。

(3)消费者的消费方式包括购买、使用(商品)和接受(服务)。购买、使用是对于商品而言的,购买是人们直接地有偿地获得商品,取得其财产所有权的合法手段,使用是人们按照商品的性能和用途加以合理的利用并将其实际消耗于生活过程之中的行为,接受是对于服务而言的,是人们直接地有偿地获得服务、享用服务并将其实际耗费于生活过程之中的行为。

(4)消费者的主体范围是人。这里的人包括个人(自然人)和单位,这里所说的单位是指购买生活消费品供个人使用的单位;单位消费虽然大多是生产消费,但也有一部分是生活消费。

467. 什么是消费者权益保护法?

消费者权益保护法,是指国家制定的有关保护消费者权益内容的法律、法规的总称。对消费者权益保护法可作狭义和广义两种解释:狭义的消费者权益保护法仅指 1993 年 10 月 31 日通过、1994 年 1 月 1 日施行的《中华人民共和国消费者权益保护法》,该法是我国保护消费者权益的根本法;广义的消费者权益保护法则包括所有有关保护消费者权益的法律、法规,如《产品质量法》、《反不正当竞争法》、《商标法》、《广告法》、《食品卫生法》、《药品管理法》等法律法规中有关保护消费者权益的内容。

468. 什么是消费者权益中的自愿原则?

所谓自愿原则,就是指消费者在购买、使用商品和接受服务等交易活动的过程中,

充分自主地表达自己的真实意愿。在受强迫、胁迫、欺诈的情况下所进行的交易活动无效。

469. 什么是消费者权益中的平等原则?

所谓平等原则,是指消费者和经营者享有独立的法律人格,在具体的交易活动中互不隶属、地位平等、各自能独立地表达自己的意志。消费者与经营者地位平等原则的具体内容包括:

(1)消费者和经营者在从事交易活动中,适用同一法律,具有平等的法律地位。在我国,消费者和经营者一旦进入商品交换领域,参与经营活动,都遵守《民法通则》、《产品质量法》、《反不正当竞争法》及《消费者权益保护法》等有关法律、法规的规定,在法律地位上完全平等;消费者的合法权益受法律保护,经营者依法从事经营活动,任何消费者和经营者在从事交易活动中不得超越于法律之上,或违背法律实施不公平竞争和不平等交换行为,或利用公共权力搞非法垄断和从事以权谋私的行为,或利用经济实力巧取豪夺、强迫他人服从不平等条件。

(2)消费者和经营者在交易活动中,必须平等协商,消费者和经营者都不得强买、强卖。

470. 什么是消费者权益中的公平原则?

公平原则要求经营者和消费者应本着公平的观念实施民事行为,司法机关应根据公平的观念处理经营者和消费者因交易活动所产生的纠纷。

公平原则主要包括以下几个方面的内容:

(1)经营者与消费者进行交易,在享有权利和承担义务上不能显失公平,更不能一方只享受权利,而另一方只承担义务;

(2)消费者有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易的条件;

(3)消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害时,有权获得赔偿。

471. 什么是消费者的人身安全权?

所谓人身安全权是指消费者的生命、健康以及人格尊严等不受威胁、不受侵害的安全权,主要包括生命安全权和健康安全权。人身安全权是消费者最重要的权利,对于所有的消费者来说,在进行消费活动时,首先考虑的便是商品和服务的卫生、安全因素,如果这方面存在问题,轻则使消费者产生某种疾病,或者身体某一部位受到伤害;重则造成生命危险,导致死亡。因此,商品和服务是否符合人体健康和人身安全的要求,是消费者最为关心的问题。

472. 什么是消费者的财产安全权?

所谓财产安全权,是指消费者的财产不受侵害的权利。财产安全权受到威胁、损害时,财产损失大多表现为财物在外观上发生损毁,有时则表现为价值的减少,消费者一定的财产是其生活的物质基础,如果消费者的财产安全受到损害,消费者的生活就要受到一定程度的影响;这里所称的财产安全并不仅仅是指消费者购买、使用的商品或接受服务的安全,更重要的,它是指除了购买、使用的商品或接受的服务以外的其他财产的安全,只要是在购买、使用商品或接受服务的过程中发生的,消费者就有权利要求赔偿。

473. 什么是消费者的知情权?

所谓消费者的知情权,是指消费者在购买、使用商品或者接受服务时所享有的、知悉商品的真实情况和服务的真实状况的权利。在这里,"知悉"包含两层含义:一是消费者在不明了的情况下有权主动询问,了解其所购买、使用商品的真实情况;二是向消费者提供的商品或者服务应当真实地记载或说明该商品或者服务的情况,不经消费者询问即使消费者一目了然。而"真实"也同样包含两层含义:一是全面、正确地说明有关某商品或者服务的情况,既不避实就虚也不编造谎言;二是诚实可信不带有任何欺诈的情节。

474. 什么是消费者的公平交易权?

消费者的公平交易权是消费者在与经营者之间进行的消费交易中所享有的获得公平的交易条件的权利。公平的交易条件关系到消费者的经济利益,消费者为满足生活需求而购买商品或接受服务,当某种消费品不能得到时,其需求就不能满足,出于对消费品的强烈需求,他们往往不得不接受不公平的交易条件。同时,在市场经济条件下,由于信息的不合理分布,消费者要依赖经营者提供的信息正确地判断商品服务的价值,因而,更容易为经营者所欺骗而进行不公平的交易。所以,通过法律对经营者的行为进行规范,并赋予消费者以公平交易权就尤为必要。

475. 什么是消费者的求偿权?包括哪几个方面?

消费者的求偿权是消费者对其在购买、使用商品或接受服务过程中受到人身或财产损害时,所享有的依法获得赔偿的权利。

消费者的求偿范围包括人身损害和财产损害两个方面:一是公民的人身权利受法律保护,当公民的人身权利受到不法侵害而造成损失时,有权请求赔偿。在消费领域,消费者因购买、使用商品或接受服务而致人身损害时,可依法向经营者求偿;二是公民的合法财产受法律保护,对此,我国《宪法》和《民法通则》已有明确规定。在消费领域,消费者因

购买、使用商品或者接受服务而致财产损害时，可依法向经营者求偿。

476. 什么是消费者的受教育权？

消费者的受教育权是指消费者享有获得消费和消费者权益保护方面的知识的权利。与其他消费者权利不同的是，消费者的获得教育权既是消费者的权利，同时又是消费者的义务。我国《消费者权益保护法》第13条规定："消费者享有获得有关消费和消费者权益保护方面的知识的权利。消费者应当努力掌握所需商品或者服务的知识和使用技能，正确使用商品，提高自我保护意识。"这一法律表述表明，消费者的获得教育权兼具权利与义务的双重属性。

消费者教育的内容主要包括两个方面：一是消费知识教育。消费知识一般指有关商品、服务、市场以及消费心理等方面的知识，如关于选购商品的方法、应当注意的问题、商品的一般价格构成、某种商品的正常功能效用、使用某种商品应当注意的问题、在发生突发事故时应如何处置等等，内容极为广泛。获取相应的消费知识，有助于消费者做出正确的消费选择。二是有关消费者保护方面的知识。一般是指我国法律、法规规定的对消费者权益施以保护的知识，如消费者在其权益受侵害时应如何维护，消费者在行使权力过程中应注意哪些问题等。我国法律无论是从实体上还是从程序上，都对消费者权益保护问题做了大量的规定，消费者如果具备了这方面的知识，就能自觉地运用法律武器维护自己的权益，与不法经营者进行斗争。

477. 什么是消费者的人格尊严权？

我国《宪法》第38条规定："中华人民共和国公民的人格尊严不受侵犯。禁止用任何方法对公民进行侮辱、诽谤和诬告陷害。"同时，我国《民法通则》第101条也规定："公民、法人享有名誉权，公民的人格尊严受法律保护，禁止用侮辱、诽谤等方式损害公民、法人的名誉。"可见，公民的人格尊严不受侵犯，是由我国宪法和法律予以确认和保护的。

《消费者权益保护法》第14条规定："消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有人格尊严受到尊重的权利。"消费者的人格尊严权是指消费者在消费活动中所享有的名誉权及尊严权不受侵犯的一种民事权利。消费者的名誉权是指消费者所享有的、有关自己个人的道德品质、修养能力及其他品质的一般评价不受他人侵犯的一种权利。消费者的尊严权，是指消费者作为人而存在，其人格及信仰、消费风俗等不受他人非法侵犯的权利。

478. 什么是消费者的民族风俗习惯受尊重权？

消费者的民族风俗习惯受尊重权，是指少数民族消费者在购买、使用商品或接受服务时，所享有的其民族风俗习惯不受歧视、不受侵犯的权利。《消费者权益保护法》第14条规定："消费者在购买、使用商品或接受服务时，享有民族风俗习惯得到尊重的权利。"民族

风俗习惯是指各民族在一定的自然环境和社会环境中相沿积久而形成的并经常重复出现的行为方式，这种行为方式表现为各民族在其生产、居住、饮食、服饰、婚姻、丧葬、节庆、娱乐、礼仪等一切物质生活和精神生活里广泛流行的喜好、崇尚和禁忌；同人格尊严一样，消费者的民族风俗习惯也应受到尊重。

479. 什么是消费者的监督权？

消费者的监督权是指消费者对于商品和服务以及消费者保护工作进行监察和督导的权利，也是公民的监督权在消费领域的具体体现。我国《消费者权益保护法》第15条规定："消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。消费者有权检举、控告侵害消费者权益的行为和国家机关及其工作人员在保护消费者权益工作中的违法失职行为，有权对保护消费者权益工作提出批评、建议。"

480. 什么是消费者的结社权？

我国《宪法》第35条规定："公民有言论、出版、集会、结社、游行、示威的自由。"根据这一规定，我国公民享有广泛的结社权，公民在法律允许的范围内，享有为实现某一宗旨而依照法定条件和程序组织社会团体的权利。

消费者的结社权是指消费者为维护自己的利益，组织消费者团体的权利，它是宪法规定的结社权在消费领域的具体体现。消费者社会团体在我国目前主要是中国消费者协会和地方各级消费者协会，但消费者社会团体不仅仅指消费者协会，它可以指消费者为了维护自己的合法权益而依法成立的各种类型的群众性社会组织。

481. 什么是经营者？

经营者是指为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务的所有经营者，从经营形态上看，包括生产者、销售者和服务者；从组织形态上看，既包括依有关法律、法规登记注册的从事经营活动的单位和个人，以及持他人营业执照从事生产经营活动的单位和个人，也包括未经登记注册、违法从事经营活动的单位和个人。

482. 什么是消费者组织？

根据我国《消费者权益保护法》第31条的规定，消费者组织是指依法成立的、对商品和服务进行社会监督的，保护消费者合法权益的社会团体。

消费者组织的形式主要有消费者协会和其他的消费者组织两大类。其他的消费者组织是指消费者协会系统之外，由消费者依法成立的旨在维护自身合法权益的社会团体，如消费者保护基金会、消费者组织联合会、消费者事务研究会、消费者保护法学研究会等等。

483. 消费者协会有什么职能?

根据《消费者权益保护法》第32条规定,消费者协会在消费者保护工作中履行以下职能:

(1)向消费者提供信息和咨询服务;

(2)参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查;

(3)就消费者合法权益问题向行政部门反映、查询、提出建议;

(4)受理消费者投诉,并对投诉事项进行调查、调解;

(5)对投诉事项中涉及的商品和服务质量问题提请鉴定部门鉴定;

(6)就损害消费者合法权益的行为,支持受害消费者提起诉讼;

(7)对损害消费者合法权益的行为,通过大众传播媒介予以揭露、批评。

484. 什么是仲裁?

仲裁是指双方当事人在争议发生之前或者争议发生之后达成协议,自愿将争议交由第三方做出裁决,以解决争议的活动。根据我国《仲裁法》的规定,平等主体的公民、法人和其他组织之间发生的合同纠纷和其他财产权益纠纷,可适用仲裁;由于消费者权益纠纷往往直接涉及争议双方的财产权益,故此种纠纷的解决可适用仲裁程序。仲裁与其他处理消费纠纷的方式相比,有公正、权威、快速经济、保密性强的优点。

485. 什么是消费者权益争议?

消费者权益争议是指在消费领域中,消费者与经营者之间因权利义务关系产生的矛盾纠纷。

消费者权益争议具有民事纠纷的性质,经营者与消费者之间发生的实体法律关系一般只能是民事性质的法律关系,因为,争议双方的法律地位平等,彼此不存在隶属关系,因而不可能发生行政争议。有时,消费者在实施消费行为时,有可能受到国家行政机关的处理,因而与国家行政机关发生纠纷,但这种纠纷不属于消费者争议。国家以民事主体身份为消费者提供服务时,亦可能在国家机关与消费者之间发生争议(如不合理收费引起的争议),在这种情况下,国家机关与经营者地位相当,其与消费者之间的争议具有民事争议的性质,属于消费者争议的范围。

486. 工商行政管理部门保护消费者合法权益的职责是什么?

工商行政管理部门是国家对市场主体及市场活动进行综合管理的行政机构。

工商行政管理部门在保护消费者权益方面的职责主要是以下几个方面:

(1)制止垄断和不正当竞争行为,维护公平交易。

(2)对企业进行登记、监督、管理。

(3)进行市场监督管理。内容涉及商品或劳务的价格、计量、质量、卫生、经济合同、商标、广告、交易场所等。

(4)进行广告监督管理。

(5)进行商标管理。

(6)查处打击投机倒把行为,维护市场秩序。

13

公平交易法律知识

487. 什么是交易?

交易是指商品所有者或占有者之间,以一定方式就一方获得商品使用价值,另一方获得商品价值而进行的买卖活动或买卖行为过程。在现代市场条件下,交易往往侧重于现实的具体的商品买卖活动过程,多用于具有使用价值与价值的有形商品的买卖,但也不排除无形商品或劳务活动的买卖,如劳务交易、政权交易、技术交易等。

488. 交易的特点是什么?

从市场经济的角度出发,买卖双方的交易行为应具有以下主要特点:

首先,交易是一种买卖行为,是买与卖两种行为的统一与对立。

其次,任何交易本身都表现为交易主体之间一定交换物的相互让渡,一切交易行为本质上都是交易主体让渡意志的外在表现。

再次,在现代市场条件下,交易形式具有复杂性与多样性的特点,其中意思表示是表达交换意志的最基本的行为方式。

最后,交易的规范化即交易过程的法律制度化。交易必须在法律认可的规则和规范下才能进行。

489. 什么是公平交易?

公平交易是指交易双方在符合市场交易规则及商业交易习惯及商业交易习惯基础上所进行的自愿、平等、公正、合理的交易活动或行为。简而言之,就是买卖过程及其结果的公平、公正和合理。

490. 公平交易的特点是什么?

一般来说,公平交易的特点有以下五点:

(1)真实性:公平交易是与交易双方真实意思的表达相一致的买卖活动过程,真实性是一切公平交易所具有的基本特征。

(2)公认性:公认性指的是长期形成的被交易者广泛公认的交易习惯、规则和标准,体现公平交易所具有的社会公认性。

(3)合法性:在现代市场交易中,为了保护交易的公平与公正,不仅要求交易行为趋向法律化、规范化与合同化,而且对交易方式、交易对象、交易内容与交易程序也都要求逐步实现法律化、制度化与规范化。

(4)合理性:公平交易的核心就是交易过程和交易结果的公平与合理,但公平交易的合理性是相对的,即交易双方不仅享有权利,而且承担义务,权利、义务具有相对性和等价互利性。

(5)竞争性:公平交易不是自然实现的,而是在公平竞争条件下进行并得以实现的,公平交易本身就具有竞争性,它是公平竞争的结果,而公平竞争是公平交易的前提与内在要求。

491. 什么是不正当竞争行为?

不正当竞争行为是指经营者采用欺诈、胁迫、利诱、诋毁以及其他违背诚实信用的公平交易原则和商业道德的手段,在从事市场交易活动中,损害竞争对手和消费者利益、扰乱和破坏公平竞争秩序的行为。

492. 什么是商业混淆性不正当竞争行为?

商业混淆性不正当竞争行为又称商业混同行为,这类行为是指经营者采取欺诈手段,对他人的经营标志或商品(服务)标志擅自做相同的使用,使自己的商品或服务与他人的商品或服务发生混淆,造成或足以造成购买者误认、误购的不正当竞争行为。

493. 商业混淆性不正当竞争行为的特征有哪些?

商业混淆性不正当竞争行为的特征主要包含以下五个方面:

(1)混淆性不正当竞争行为涉及到三方当事人——混淆行为人、被混淆人以及购买者,被混淆的客体是他人商品的营业标志、商业标识或商业信誉。

(2)混淆行为表现为模仿和冒充两种形式,仿冒是近似使用,冒充是完全抄袭,在手段上都有明显的欺骗性。

(3)混淆行为的后果是产生市场混淆,足以造成对商品的误认,从而借助他人的市场优势,推销自己的商品,争取非法利益。

(4)商业混淆的目的是为了与他人的企业、企业活动或者企业的商品发生混淆,造成和足以造成消费者的误认。

494. 什么是质量标志?

质量标志是指依一定程序办法给企业以确认其产品质量达到一定水平的证明或标

识。产品质量认证标志和名优标志是两种常用的质量标志。

产品质量认证标志是指由产品质量认证机构设计，按照法定程序批准、发布的一种专用标志，用以证明某项产品符合规定标准或技术规范，经认证机构允许，可以在获准认证的产品上使用。目前，经国家技术监督局批准的产品质量认证标志有：

(1)长城认证标志，用于获准认证的电工商品；

(2)PRC认证标志，用于获准认证的电子元器件产品；

(3)方圆合格认证标志，用于获准合格认证的产品上；

(4)方圆安全认证标志，用于获准安全认证的产品上。

名优标志是经国际或国内有关机构或社会组织评定为名优产品而发给经营者的一种质量荣誉。名优标志有荣誉标志和“优”字样标志两类，其中，荣誉标志包括金质奖章和银质奖章，用以表明产品结构优良、性能先进，批量生产质量有保证；“优”字样的标志，表示产品优于现行的行业技术标准，接近国际同类产品的先进水平，或具有独特风格或优美的传统特色。

495. 什么是伪造或冒用商品质量标志的行为？

伪造或冒用商品质量标志的行为是指经营者在其生产的商品上冒用认证标志、名优标志等质量标志，伪造产品的产地，有意使用户和消费者产生对商品质量和品位的误信的行为，属于虚假的商品标示行为。我国《反不正当竞争法》将该行为列在该法第五条中予以禁止。

496. 什么是虚假宣传？

所谓虚假宣传，是指经营者通过广告宣传或其他方法，对商品或服务作引人误解的虚假表示。广告中的“虚假表示”，指的是宣传的内容与客观事实不符，“引人误解”是指就一般消费大众的合理判断而言，宣传的内容会使消费者产生错误的联想、认识，从而作出错误的选择。在认定广告宣传是否构成不正当竞争时，不能简单地从内容与客观事实是否相符来认定，有些从表面上看是真实的宣传，却很容易造成公众的错误理解和错误行动，引人误解是该行为的本质特征。

497. 什么是有奖销售？

所谓有奖销售，是指经营者通过商品的购买者在购买其商品后将依一定方式得到奖励的手段来推销自己商品的行为。在形式上主要有两种：一是奖励所有购买者的附赠式有奖销售，即是指随销售的每件商品都附送赠品的方式；二是奖励部分购买者的抽奖式有奖销售，是指以抽签、摇号等带有偶然性的方法决定购买者是否中奖的方式。

经营者在其销售过程中为购买者提供适当的优惠和奖励、进行适度的让利销售是应

予允许的，这是企业重要的促销手段，但这些以奖励、让利为特征的促销手段的实施，不得有碍于公平而自由的竞争，其内容和方式都应当是健康的、正当的；否则，即构成为不正当竞争行为的有奖销售。

498. 什么是欺骗性的有奖销售行为？

欺骗性有奖销售就是经营者在有奖销售的名义下使用虚假手段诱使购买者信以为真而做出错误的购买决策的行为。

欺骗性有奖销售的表现形式主要有以下几种：

(1)谎称有奖销售或者对所设奖的种类、中奖概率、最高奖金额、总金额、奖品种类、数量、质量、提供方法等作虚假不实的表示。

(2)采用不正当的手段故意让内定人员中奖。

(3)故意将设有中奖标志的商品、奖券不投放市场或者不与商品、奖券同时投放市场；故意将带有不同奖金金额或者奖品标志的商品、奖券按不同时间投放市场。

(4)以有奖销售之名，行推销质次、价高的商品之实，使中奖者得到的奖品没有使用价值，或不具备应有的使用价值。

欺骗性有奖销售行为对于购买者是一种欺诈，对同业竞争者则是争夺了竞争对手的顾客，其危害性显而易见。为了有效防止欺骗性有奖销售行为的发生，国家工商行政管理局《关于禁止有奖销售中不正当竞争行为的若干规定》中要求：经营者举办有奖销售，应当向购买者明示其所设奖的种类、中奖概率、奖金金额或者奖品种类、兑奖时间、方式等事项。属于非现场即时开奖的，抽奖方式的有奖销售告知事项还应当包括开奖的时间、地点、方式和通知中奖者的时间、方式。

499. 什么是欺骗性价格竞争？

欺骗性价格竞争是指经营者利用虚假的或使人误解的价格手段，诱骗或误导购买者陷于错误并做出错误的意思表示，从而实现向其推销商品目的的行为。欺骗性价格竞争是以欺骗性价格表示来进行的，严重违反公平、合法和诚实信用原则。

欺骗性价格竞争的常见形式，主要有以下几种：

(1)虚假降价：指谎称降低而实际上并没有降价的行为；

(2)模糊标价：指故意用模糊语言、文字、计量单位等表示价格的行为；

(3)两套价格：指经营者对同种商品或服务恶意使用两种价目表，以低价招徕、高价清算的行为；

(4)价外加价：指在标明的商品或服务价格之外，另收取不合理费用的行为。

在市场经济条件下，价格是获得竞争优势的重要途径之一，而欺骗性价格竞争扰乱了正常的市场秩序，扭曲了价格机制的作用，影响了市场机制的有效运作，所以必须加以制止。

500. 什么是商业贿赂行为?

商业贿赂是指经营者为销售或者购买商品而采用财物或者其他手段贿赂对方单位或者个人的行为。所谓财物,是指现金和实物,包括经营者为销售或者购买商品,假借促销费、宣传费、赞助费、科研费、劳务费、咨询费、佣金等名义,或者以报销各种费用等方式,给付对方单位或者个人的财物,所谓其他手段,是指提供国内外各种名义的旅游、考察等给付财物以外的其他利益的手段。

商业贿赂包括商业行贿与商业受贿两个方面。商业行贿是指经营者为了销售、购买商品或取得其他交易机会而向交易对象或有关个人给付财物或者其他利益的不正当行为;商业受贿是指经营者或内部工作人员、代理人以及有关国家工作人员,索取或收受他人财物或者其他利益,为他人谋取经济利益的行为。商业行贿与商业受贿是一个事物的两个方面,商业行贿固然需要加以禁止,而商业受贿同时也是对市场秩序具有破坏性作用的,也必须对商业受贿行为加以禁止和防范。

501. 商业贿赂行为的特征是什么?

商业贿赂行为应具有如下法律特征:

(1)在主观上是故意的,以争夺市场为目的。其在主观上具有行贿的故意,接受贿赂的一方在主观上具有受贿的故意;如果经营者出于无奈或被勒索而违反本意进行了给付财物或其他利益的行为,则不构成商业贿赂行为。

(2)商业贿赂行为采取隐蔽的形式进行。无论行贿者还是受贿者,都是通过秘密的方式,往往通过账外暗中的方式进行。

(3)商业贿赂行为的对象,既包括单位,也包括个人,但不包括促成交易的中间人。《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》第2条第2款对商业贿赂所作的定义就明确了商业贿赂行为的对象,可以包括单位和个人,个人主要指对方单位的法定代表人,进行特定商业活动的代理人,组织商业经营的经理,进行大宗交易的采购人员等具有决定性影响力的个人,有时也包括与该商业经营活动的审批及运作相关的政府工作人员。

(4)采取的不正当竞争手段包括以财物行贿和以其他手段行贿两种方式。商业贿赂的手段是多种多样的,但归纳起来主要有以财物行贿和以其他手段行贿两种,财物手段主要包括金钱贿赂、回扣、大额的让利。

(5)商业贿赂行为具有违法性。一方面违反了国家的财务、会计方面的法律、法规,进行账外资金流转,造成国家的税收流失,国家、集体财产被大量私吞,给国家、集体带来巨大的损失;另一方面违反不正当竞争法,严重破坏了市场正常的交易秩序,干扰了经营者的公平竞争,影响了社会的生产和技术进步,妨碍了社会经济的健康发展。

502. 什么是回扣?

回扣是指经营者销售商品时在账外暗中以现金、实物或者其他方式付给对方单位或个人的一定比例的商品价款。

回扣是商业贿赂的典型形态,应当明确的是,除回扣之外,商业贿赂的表现形态是多种多样的,回扣只不过是其中较为典型的一种,也是我国现阶段经常出现的一种不正当竞争行为,而在反不正当竞争法中对其做出特别的规定,谈回扣不等于商业贿赂本身,除回扣外,商业贿赂还有其他许多表现形态。

503. 什么是商业秘密? 其特征是什么?

我国《反不正当竞争法》对商业秘密界定为:"商业秘密是指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益、具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。"据此,我国工商行政管理局 1995 年 11 月 23 日发布的《关于禁止侵犯商业秘密行为的若干规定》中将商业秘密确定为技术信息和经营信息。由此可见,我国法律也是将商业秘密界定为特定信息。

商业秘密是技术信息和经营信息,但不是所有的技术信息和经营信息都可当作商业秘密。要成为商业秘密,必须具备以下三个特征:

(1)具有秘密性。即要求技术信息和经营信息不为公众所知晓。这里的秘密性包含两个方面的内容:一是该秘密性是一种客观存在,不以当事人的主观意志为转移,如果某项技术信息已为公众所熟知,则其不构成商业秘密;另一方面,该秘密性是相对的,商业秘密不具备排他性。

(2)具有实用性。能为权利人带来实际的或潜在的经济利益或竞争优势,这是商业秘密价值性的最本质体现。如果某项技术信息不能为提高劳动生产率作出贡献,即使为人所熟知,由于不具备经济价值,也不构成商业秘密。

(3)具有管理性。所有权人会采取适当的保密措施,这与其秘密性是互为因果的。

504. 什么是商业信誉和商品声誉?

商业信誉和商品声誉可以统称为商誉。

商业信誉是社会对经营者的评价,它常常包含社会对经营者的能力、品德、商品声誉等多方面内容的积极反映,如经营者守法经营、讲究职业道德、服务周到、商品品质精良、风格独特、价格合理、经济实力雄厚、技术水平先进、严格履行合同、对消费者负责任等。

商品声誉是社会对商品的品质、特点的积极评价。商品是由一定的经营者生产或经营的,商品声誉中往往也体现着经营者的商业信誉,但商品声誉最终应归属于经营者的商业信誉。由于经营者与用户和消费者之间的直接联系纽带是商品,人们往往直接根据商

品声誉选择商品，使商品声誉有了相对的独立性和特殊性；在商业信誉中，商品声誉是核心的内容，某些损害商业信誉的行为一般也是直接指向商品声誉的。

商誉还具有财产价值。声誉是一种极为特殊的财产，即使某一营业单位变换了主人，但业已习惯与该营业单位打交道的顾客还可以继续与其交往，这样商誉就表现出其财产价值。商誉是一种可交换的客体，必须将商誉作为财产对待。

505. 什么是商业诋毁行为？

商业诋毁行为是指从事生产、经营活动的市场主体为了占领市场，针对同类竞争对手，故意捏造和散布有损其商业信誉和商品声誉的虚假信息，以削弱其市场竞争能力，使其无法正常参与市场交易活动，从而使自己在市场竞争中取得优势地位的行为。

506. 商业诋毁行为的主要表现形式有哪些？

在市场经济条件下，企业的商业诋毁行为多种多样，主要有以下几种：

(1)利用散发公开信、召开新闻发布会、刊登对比性广告、声明性公告等形式，制造、散布虚伪事实；

(2)在业务活动中向客户及消费者散布其捏造的虚伪事实；

(3)在所出售商品的包装说明上，对竞争对手的同类产品进行诋毁；

(4)组织人员，以顾客或消费者的名义，向有关经济监督部门或新闻媒介作关于某竞争对手的产品质量低、服务差、损害消费者权益等情况的虚假投诉，以增加竞争对手的社会投诉量，达到损害该经营者商业信誉的目的；

(5)在公众中散布有关竞争对手的商品有质量问题等传言，使公众对该商品失去信赖，以便自己的同类产品取而代之。

商业诋毁行为必然使经营者、消费者的权益受到消极影响，甚至遭受严重损害；对经营者来说，可能因此失去交易伙伴和消费者，造成资金和原材料供应的困难或产品的滞销，丧失市场竞争优势，甚至破产或被逼转产；对消费者来说，由于受捏造、散布的虚伪事实的错误影响，可能不能买到自己最需要的价廉物美的商品；对社会来说，会破坏市场公平竞争的秩序，阻碍社会经济的发展。因此，我国《反不正当竞争法》明确予以制止。

507. 什么是限制竞争行为？

限制竞争行为是指经营者滥用经济优势或两个以上经营者通过协议等联合方式损害竞争对手利益的行为。一般认为，广义的不正当竞争包括了垄断行为、限制竞争行为，狭义的不正当竞争行为是和垄断、限制竞争相并列的。尽管垄断、限制竞争和不正当竞争同属于现代竞争法所规范的行为，但狭义的不正当竞争和垄断、限制竞争有很大的区别。不正当竞争是采用不正当、不合法的手段从事竞争、造成对竞争规则和秩序的破坏。而垄断

和限制竞争则是从根本上排斥限制、限制竞争、不要竞争，对竞争机制直接产生破坏作用。限制竞争行为又称为限制性商业行为，一般是指企业之间以协议或者联合行动的方式达到限制竞争的目的的行为。

508. 限制竞争行为的主要表现形式有哪些？

根据现代竞争法的理论与实践，各国竞争法中禁止的限制竞争行为主要有以下几种。

(1)限制转售价格：是指制造商在向批发商或零售商提供商品时，要求其必须按照自己所限定的价格销售商品。这种行为剥夺了批发商或零售商本应享有的自由定价权，使其无法根据市场竞争状况以及经营成本等条件来制定商品的销售价格，减弱了同一商品在不同经销商之间的价格竞争。

(2)差别待遇：是指经营者没有正当理由，对条件相同的交易对象，就所提供的商品或服务的价格或其他交易条件，给予明显有利或不利的区别对待。价格歧视是差别待遇中最常见的形式，即经营者就同一种商品，对条件相同的若干交易对象实行不同的售价；价格歧视对竞争的限制作用表现为，它使条件相同的若干交易对象处于不公正的地位，妨碍了它们之间的正当竞争。

(3)附条件交易：是指经营者利用其经济优势，违背交易相对人的意愿，在提供商品或服务时，附加不合理条件进行交易的行为。搭售是附条件交易的常见形式，即经营者利用其经济优势，在提供商品或服务时，作为交易条件搭配销售其他商品或服务。此外，还有就商品的销售地区及销售对象进行不合理限制的行为等。附条件交易对消费者合法权益的损害，及其对竞争的限制后果是明显的和严重的。

(4)掠夺性定价：是指经营者为了挤垮竞争对手，而在一定的市场和时期内，以低于成本的价格销售商品的行为。掠夺性定价往往是具有一定经济优势的经营者以挤垮竞争对手为目的而采取的临时性亏本经营，因而具有阶段性；当其达到挤垮竞争对手的目的后，便会大大地提高商品的价格，并用垄断性高价销售其商品。因此，掠夺性定价既损害竞争对手的利益，造成对竞争的限制，从长远来看，也必然损害消费者的利益。

(5)强制性交易：是指经营者凭借经济优势采取胁迫或其他不正当的方法，促使其他经营者从事限制他人竞争的交易行为，主要包括：使他人与自己进行交易，使他人不与自己的竞争对手进行交易，安排他人之间进行交易，阻碍他人之间建立正常的交易关系，使竞争对手回避或放弃与自己进行竞争等等。

(6)协议竞争：是指两个或两个以上的经营者，以合同、协议等方式，共同决定商品或服务的价格，或就商品的产销数量、生产技术标准，以及销售地区、销售对象等进行限制，以损害竞争对手的行为。协议竞争是一种以排挤竞争对手为目的而采取的联合行为，一般可以分为横向联合、纵向联合及混合联合三种形式。

509. 什么是行政性垄断？

行政垄断是指地方政府、政府经济主管部门或其他政府职能部门，凭借行政权力排

斥、限制或妨碍市场竞争的行为。

行政垄断和经济垄断不同，经济性垄断是市场运行规律的反映，是市场经济发展到一定阶段的产物。我国的经济性垄断在现阶段表现得还不充分，也不够典型，而行政性垄断则有滋生和蔓延的社会经济土壤。因此，我国的经济体制改革和政治体制改革的核心内容是实现政企分开和转变政府职能。

510. 什么是搭售？其危害有哪些？

搭售，是指经营者在出售商品或提供服务时，违背交易对方的意愿，强行搭配其他商品或附加其他不合理条件的行为，也称为附条件交易行为。

搭售是存在于商品交换中的一种不正常现象。无论是商品买卖还是技术贸易，本是一种合同行为，双方的交易关系应建立在平等自愿、等价有偿的原则基础上。但是，搭售却是卖方（供方）违背买方（需方）意愿，凭借经济优势地位强行搭配商品或附加其他不合理条件的行为，它违背了商品交易应遵守的基本准则；破坏了合同自由的原则，是对自由贸易的一种限制。在市场经济条件下，自由贸易和自由竞争是十分重要的，由于搭售行为限制了贸易的自由，妨碍了市场公平，故被认为具有明显的反竞争性质，是一种本身违法的行为。搭售可能获得的非法利益有：借机推销滞销产品；比分别销售减少成本；使搭售品的价格高于竞争价格，搭售使用户和消费者付出额外的代价购买自己所需要的产品，或者使其付出额外的代价接受不需要的产品。

511. 什么是强迫性交易行为？其特点和形式有哪些？

强迫性交易行为是指经营者采用胁迫或其他强制手段，从事或安排他人从事或阻碍他人从事市场交易的行为。

（1）强迫性交易行为具有如下特点：

①它是经营者的行为，而不是非经营者（如国家机关、行业组织）的行为，因此，它与超经济强制行为有所不同；

②经营者采用的是胁迫或其他强制手段（有时甚至采取暴力手段），而不是采用利诱、贿赂手段或一般的滥用经济优势，因此，它与商业贿赂行为和滥用经济优势行为也有所不同；

③经营者有时自己直接从事市场交易，有时则安排他人从事或阻碍他人从事市场交易。

（2）强迫性交易行为主要有以下几种表现形式：

①强迫他人与自己进行交易；

②强迫他人不与自己的竞争对手进行交易；

③安排他人之间进行交易；

④阻碍他人之间建立正常的交易关系；

⑤迫使竞争对手回避或者放弃与自己进行竞争。

512. 什么是招标、投标?

招标、投标是为实现某种特殊商品交易或为完成某项工程而确定交易相对人的方式。招标投标为各国建筑业所广泛采用,也为国际工程承包和成套设备的采购所采用。

招标是指招标者依法定方式吸引投标的行为,其法律特点是不具有要约的性质,这是因为招标行为一般不指向特定人(指定招标除外),不以对方承诺为目的,其行为仅为具有要约诱因性质的订立合同的邀请行为。

投标是指投标者根据招标者的要求报送标书,以供招标者备选,其法律特点是具有要约的性质。这是因为投标者一般要接受招标的各种条件,提出自己的报价,从而使投标含有签订合同必备的所有条款,投标者必须接受投标的约束,一旦投标完全被接受,投标者就有义务同招标者签订合同,双方就要承担合同义务。

513. 什么是串通招标、投标行为?有什么特征?

串通招标、投标行为是指在招投标活动中,两个以上行为人以协议形式或共同行动限制竞争的共谋行为。招标、投标是一种竞争性极强的签订合同的方式,目的是引起投标者之间的竞争,从而减低成本、保证履约质量、提高经济效益。如果在招标、投标活动中当事人串通一气,采取一致行动,无异于排斥了该活动中的竞争机制,使招标、投标应有的经济意义丧失殆尽。

串通招标、投标行为属于协议或联合行为,也是民法上的恶意串通行为。该行为具有以下几点特征:

(1)该行为发生在两个以上当事人之间,具有明显的共谋,这使该行为区别于任何单个主体实施的行为。

(2)行为人具有排斥竞争的主观故意,行为人协议或联合的内容是抵消招投标过程中的相互竞争、优胜劣汰,使招投标应有的激励竞争的作用无法施展,而这些正是行为人私下串通所追求的目的。

(3)行为的结果可能造成不公平结局,由于投标人之间或者投标人和招标人之间的恶意串通,损害了招标活动中的竞争机制发挥作用,最终被确定的中标者往往不是最优的投标方案,而是串通得逞的人。

514. 什么是垄断?

垄断是指经济力高度集中的一种状态。一般表现为少数企业通过自身经济增长或通过合并、兼并等方式扩大经济规模,形成对国内某一市场或某一行业(部门)的独占、寡占或控制,以其经济实力支配市场、获取垄断利润、排斥市场有效竞争的行为或状态。

这一概念有以下几层含义：

(1)垄断行为的主体是少数具有经济优势的经营者或经济组织，他们已经在一个部门或行业或相关市场取得优势地位的控制力量。

(2)垄断行为的方式一般表现为利用优势通过自身经济增长或通过与其他企业的合并、兼并等方式扩大经济规模。

(3)垄断行为的目的是以其经济实力支配市场、控制市场，达到排斥、消除市场有效竞争并获取垄断利润的目的。

(4)垄断行为的后果是对某一市场或行业形成了垄断状态，造成市场竞争失效，使市场竞争机制无法发挥作用，因此带来的是消极的经济后果，不仅严重影响市场经济的健康发展，而且也损害了他人和社会利益。

515. 垄断行为的表现形式有哪些?

根据现代竞争法的理论与实践，各国禁止的垄断行为主要有以下几种形式。

(1)独占：是指一家或几家比较大的公司或企业，在特定的市场上处于无竞争的状态，或取得了压倒性地位或排除竞争的能力。这种行为主要是根据公司或企业的市场占有率或营业额超过了国家法律规定的比例和标准来进行判断的。多数经济学家认为，当一个部门中最大的四家企业的集中率达到 40%左右时，便极可能出现垄断行为；市场集中率越高，则垄断势力越大。

独占企业的主要危害有两个：第一，形成独占的企业因为没有竞争的压力，就可能降低其产品的产量或质量，并提高价格，从而损害消费者利益和社会公共利益；第二，独占企业往往滥用经济优势，限制和排除竞争，损害其他竞争者的利益。

(2)兼并：是指两个或两个以上的经济主体组成以长期经营为目的的一个新经济主体。兼并的形式是多种多样的，如两个企业全部资产的合一；取得另一企业一定数额的股份或出资额；受让或承租其他企业一定的资产或业务；控制其他企业的业务经营或人事任免等等。兼并可以分为三类：横向兼并，即生产经营同类产品或提供同类服务相互竞争经济主体之间的兼并；纵向兼并，即同一产业中处于不同生产阶段具有买卖关系经济主体之间的兼并；混合兼并，即不同行业、生产经营不同产品或提供不同服务的经济主体之间的兼并。

(3)股份保有：是指某个企业占有其他企业的股票或资本份额。其主要形式是一个企业占有另一个企业的股票或资本份额，以及两个企业彼此占有对方的股票或资本份额。股份保有的作用具有两重性：第一，股份保有对于合理使用社会资本具有一定积极作用，它既为保有企业增加了投资渠道，提高了资本的使用效率，也为被保有企业补充了筹资途径，有利于企业的生产经营和发展；第二，股份保有可能造成对于竞争的限制，这是因为出于共同的经济利益，相关企业往往采取统一的行动，排除彼此间的竞争。

(4)董事兼任：是指一个公司的董事同时担任其他公司的董事。被禁止的董事兼任主要有三种：第一，限制竞争的董事兼任，在一定的市场领域内，只要是能够造成几家公司统一行动、对竞争产生实质性限制的董事兼任，就属被禁的范畴；第二，不公正的董事兼任，

具有经济优势或市场支配力的公司通过不公正的交易，胁迫有竞争关系的公司“同意”自己的董事兼任该公司的董事，这也是违法的；第三，超过标准的董事兼任，任何一家公司的资产、盈余或未分配利润超过了国家规定的标准，任何人不得同时兼任包括该公司在内的两家或多家公司的董事。

(5)独家交易：是指生产某种特定产品或系列产品的厂商只允许它的经销商经销其一家的产品，而不允许经销其他同类竞争者的产品。这就意味着，独家交易使得竞争受到了限制，并会逐渐导致垄断，因此，现代竞争法严格禁止独家交易，违法者就要受到法律的制裁。

516. 什么是传销与变相传销？

传销是指经营者或个人利用传销机制，采取销售商品或提供服务等形式，以高额回报为诱饵，引诱群众或各界人士参与多层网络购买和销售活动，从而达到推销假冒伪劣商品或走私商品、偷逃税收并骗取钱财的一种违法经营行为。

所谓变相传销行为是指经营者或个人假称或冠以“消费者联盟”、“专卖”、“代理”、“加盟连锁”、“滚动促销”、“动力营销”、“框架销售”、“特许加盟”、“复合式营销”等名目，暗中从事传销违法经营的行为。

变相传销行为与一般传销违法行为相比，更具有隐蔽性、封闭性、欺骗性和经济利益联系的紧密性特征，但究其实质或揭开其本来面目，都能发现其运作机理也不外乎是网络经营模式和几何倍增发展效应的具体体现。

517. 传销与变相传销违法行为的特点有哪些？

传销与变相传销违法行为都是借用或套用传销这种直销形式的某些特点及结构，采用隐蔽性的商业欺诈手法，遂演变成非法的金字塔式销售术，并以敛财为目的，诱使广大群众参与其中，不仅使参加者在财物上遭受重大损失，而且带来诸多严重的社会问题。因此，这类违法行为不同于其他经销违法行为，主要具有下列特点。

(1)以高额回报、快速致富为诱饵，许诺在一定时期内可以给予参与者高于其支付金额数倍甚至几十倍的高额回报，同时以谎言开路，以亲情、友情作迷惑人的工具，采用欺骗手段发展人员，抓住一些人急于发财致富的弱点，传销组织者在短时间内吸引大量人员加入，并组织网络急速聚敛巨额不法之财，牟取暴利。

(2)传销组织内部体系构成网络化，以参加者加入的先后顺序进行排序、排级，形成多层次网络；整个传销活动十分隐蔽、控制严密，其组织者进行幕后指挥、策划，每一个参加者只能和自己的上、下级保持单线联系。

(3)传销与变相传销违法行为的本身，是不以销售产品为目的的，也不是真正的商品交易，而是一种“发财”的“游戏”。人们参加的目的，是为了在“游戏”过程中赚钱；非法传销活动的操纵者并不是真正靠销售产品获得利益，而是通过瓜分加盟者的“入门(会)费”

获得高额收入。

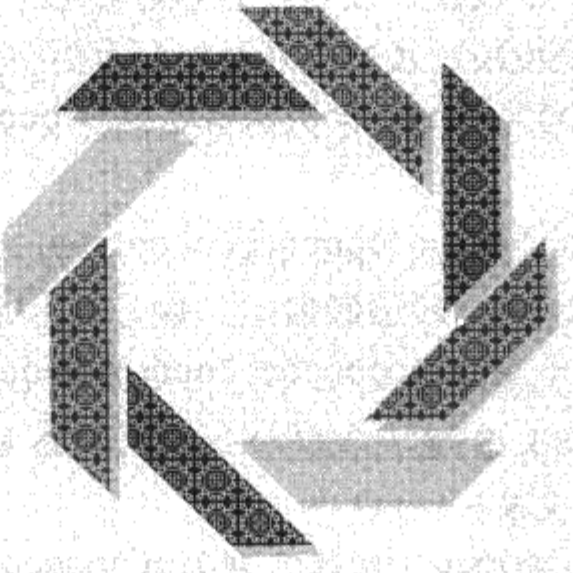
(4)参与传销活动的人员,其购买传销商品的消费行为已演变成具有极大风险的投资行为。由于高额回报的诱使,快速致富或"暴利"的驱动,参加者往往是多份额重金投入,并且参加人员的数量在短时间内即呈几何级数迅速或爆炸式的增长;同时,尽管其操纵者可以在短时间内急速地敛财,但参加者(特别是后来的参加者)的利益越来越得不到保障,他们所投入的资金随时都可因销售链条的断裂而颗粒无收,一旦这些梦想发财的投入者发现自己血本无归,其结果往往是导致更加严重的社会问题或刑事犯罪等。

(5)参加人员结构复杂多样,违法活动变换频繁,流动性强。就参加传销的人员身份构成而言,目前比较复杂,即从过去较多的是农民、外来工、学生等,现在发展到退伍军人、医生、教师以至一些在职的公务员等。

(6)传销与变相传销违法行为的领域有不断扩大的趋势,即从商品领域扩展到服务领域,手段呈现多元化,非法传销的产品五花八门,无奇不有,从化妆品、保健食品、日用百货到金银珠宝首饰、磁疗床垫、健身器材,还有高尔夫球练习卡、计算机软件等特殊商品也都成了传销的对象。

14

保险知识



518. 保险的定义是什么?

依据《中华人民共和国保险法》第二条规定:“保险是指投保人根据合同约定,向保险人支付保险费,保险人对于合同约定的可能发生的事故因其发生所造成的财产损失承担赔偿责任,或者当被保险人死亡、伤残、疾病或者达到合同约定的年龄、期限时承担给付保险金责任的商业保险行为。”这种约定行为的法律形式就是保险合同,其当事双方,一方是投保人,另一方为保险人。

519. 保险的要素有哪些?

保险的要素又称“保险的要件”,是保险得以成立的基本条件。保险的要素有三,即前提要素、基础要素和功能要素。

(1)危险存在是保险成立的前提。人类社会可能遇到的危险大体可以分为三类:人身危险、财产安全和法律责任的危险。盖因危险发生的时间、地点和原因都无法预测,因而古人云:天有不测风云,人有旦夕祸福;正因为危险的这种不确定性,为保险业的存在提供了土壤。

(2)众人协力是保险成立的基础。保险是建立在“我为人人,人人为我”这一社会互助基础之上的,其基本原理是集合危险、分散损失。众人协力即经济上的互助关系,其组织形式有两种:一是直接关系,二是间接关系,相互保险组织中的众人协力所体现的互助关系,就是一种直接的互助共济关系;通过保险公司组织的众人协力,所体现的互助共济关系则是一种间接的互助共济关系。

(3)损失赔付是保险成立的功能。应该注意的是,在损失赔付上,人身保险与财产保险并不完全一致,原因是财产保险和人身保险的标的不同,财产保险的标的是财产或与财产有关的利益,是能用货币准确衡量其价值的;人身保险的标的是人的身体、健康和生命,而人的身体、健康和生命是无法用货币来衡量的,当发生保险事故时,究竟给被保险人造成多大损失,难于用货币来准确衡量。

520. 保险的分类有哪些?

随着社会的进一步发展,保险的领域不断扩展,险种不断增多,保险的分类还没有一个固定的原则和统一的标准。一般而言,最常见的保险分类,有以下几种:

(1)按实施形式的不同可以分为强制保险和自愿保险

强制保险又称法定保险,它是通过法律规定强制实行的保险。强制保险的实施形式有两种:一是由中央或地方政府通过立法程序公布强制保险条例来实施,并授权保险公司为执行机构;二是由政府某些行政机关发布有关法规或规定,规定在一定范围内的人或物都必须投保,否则就不允许从事法律所许可的业务或活动,这种保险对被保险人具有一定的约束力,然而对保险人来说,保险关系的产生仍需双方签订保险合同。自愿保险是通过自愿的方式,即投保人和保险人双方在平等互利、协商一致的基础上,签订保险合同来实现的一种保险;自愿保险是一种比较普遍的形式。目前,绝大多数保险业务都采取自愿形式。

(2)按损失保险标的的不同可以分为财产、人身保险和无形利益保险三类

由于各种无形权利及责任无不与财产、人身具有直接或间接的联系,所以,根据此种分类标准,一般仅分为损失保险和人身保险两大类,其中的损失保险是以各种物质财产及其有关的利益或责任、信用为保险标的的一种保险,习惯称之为"财产保险",又有广义和狭义之分。狭义损失保险的标的仅为有形的、处于静态之中的财产,广义损失保险的标的除有形的、处于静态中的财产外,还包括无形的权利与责任,处于运动中的财产。人身保险是指以人的生命或健康作为保险标的的一种保险。

(3)根据承担责任次序的不同进行分类可分为原保险与再保险两大类

原保险与再保险是相互对应的,原保险也称为"第一次保险",是指保险人对被保险人因保险事故所致损害承担直接原始的赔偿责任的保险,我们平时所说的保险,多指这种保险。再保险也称"分保",是指将原始(即第一次)的保险责任再予以承保的保险的保险,指保险企业承担的保险业务;再保险以原保险即第一次保险的存在为前提,所以也叫第二次保险。

(4)根据保障范围的不同可分为财产保险、责任保险、保证保险和人身保险

责任保险,是指以被保险人的民事赔偿责任作为保险对象的一种保险;保证保险,是一种担保业务,这种保险由保险人或被保险人向权利人提供担保,如果被保险人受到经济损失时,保险人负有赔偿责任,这种保险,主要包括忠实保证保险、契约保证保险和信用保险等。

521. 保险法的概念是什么?

保险法是调整商业保险法律规范的总称。具体说来,就是调整保险活动中保险人和投保人、被保险人与收益人之间法律关系的重要的民商事法律,也是国家对保险企业、保险市场实施监督管理的法律。

522. 商业保险与社会保险的区别有哪些?

商业保险和社会保险是两个性质完全不同的范畴,商业保险是保险人和投保人通过

订立保险合同而进行的一种自愿保险行为，是一种民事（合同）行为，投保与不投保、投保哪个险种以及向哪家保险公司投保等均由当事人双方协商，不允许强迫；保险人的经营活动以营利为目的，其保险费完全由投保人缴纳，并采用商业性经营规则。而社会保险则是一种社会保障制度，它是根据法律规定，通过对劳动者的生、老、病、死等强制保险而给劳动者及其家属提供基本生活保障的行为，其保险费一般由政府、单位和个人共同负担，需由政府指定的专门机构办理。因此，社会保险是一种政府行为，它通过国家立法强制实施，经办社会保险的机构具有行政权力，有权强制执行，在经营过程中不以营利为目的。

523. 保险法的主要内容有哪些？

保险法的主要内容包括保险合同法、保险特别法和保险业法中规定的基本内容。

（1）保险合同法：又称为保险契约法，是构成保险法的核心内容，所以，一般提及保险法仅指保险合同法。其内容包括三个方面：一是关于保险合同的一般规定，包括保险合同的定义及其基本分类、保险合同的主体和客体、保险合同的基本原则，保险合同的订立、履行及解释、保险合同的变更、解除和终止；二是关于财产保险合同的规定；三是关于人身保险合同的规定。

（2）保险业法：又称“保险事业法”或“保险事业监督法”，是国家对保险企业进行监督和管理的一种行政法规。各国政府在制定保险合同法的同时，大多制定了管理保险业的保险业法，以资监督。在社会主义国家中，保险虽然多由国家经营，但同样存在一个监督和管理的问题。所以，也必须立有专门的法规，对保险业进行监督和管理。

（3）保险特别法：是相对于形式意义的保险法典而言的，具体是指除保险法典以外存在的有关保险关系的条文，如《保险公司管理规定》就为保险业法之特别法。

524. 保险合同的定义是什么？

保险合同是投保人与保险人之间设立、变更或终止保险法律关系的民事法律行为。依照保险合同，投保人承担向保险人交付约定的保险费的义务；保险人则负有在财产保险合同规定的保险事故发生时，向投保人赔偿损失的义务，或负有在人身保险合同规定的事件发生（或保险期限届满）时，向投保人或受益人给付保险金的义务。

作为一种民事法律行为，保险合同必须是双方真实意思的表达；作为一种债务关系，保险合同确定了双方当事人所享有的权利和所应承担的义务，保险合同不是一种附条件的法律行为，即保险事故的发生是保险人履行义务的条件，但不是保险合同本身效力的发生或消灭的条件。

525. 保险合同的法律特征有哪些？

保险合同属债权法上契约的一种，所以，民法上有关债的一般规定应适用于合同。结

合民法,保险合同具有以下法律特征。

(1)保险合同的双务有偿性:合同依各当事人是否均向对方承担义务,可分为双务合同和单务合同。

(2)保险合同的诺成性:依合同的成立是否须交付标的物或完成其他给付为标准,可分为诺成性合同与实践性合同。诺成性合同是指当事人各方的意思表示一致即成立的合同;实践合同,又称要物合同,指除当事人的意思表示一致外,尚须交付标的物或完成其他给付才能成立的合同。

(3)保险合同的非要式性:保险合同依其是否以法定方式为标准,分为要式合同和非要式合同。要式合同要求是以法定程序才能成立的合同;非要式合同只要双方当事人意思表示一致即可,无需具备一定的方式。保险合同是非要式合同。依据《中华人民共和国合同法》第 13 条规定:"当事人订立合同,采取要约、承诺方式。"第 25 条规定:"承诺生效时合同成立。"《保险法》第 12 条规定:"投保人提出保险要求,经保险人同意承保,并就合同的条款达成协议,保险合同成立。保险人应当及时向投保人签发保险单或者其他保险凭证,并在保险单或者其他保险凭证中载明当事人双方约定的合同内容。"出具保险单是法律规定的保险人的义务,仅是保险合同的证据,保险合同的有效成立仍应以一般债权合同的原则确定,当事人一方发出要约,另一方承诺,保险合同即有效成立;更何况,保险合同的内容在合同订立前,已由保险人拟定并固定下来,当事人一方很难改变。因此,保险合同的要式性无存在的必要。

(4)保险合同的射幸性:保险契约为有偿契约。对于有偿契约,根据民法上的理论可分为实定契约和射幸契约。射幸性是指在合同成立时,当事人应为的给付,取决于合同成立后偶然事情的发生;保险合同的目的是使保险人在特定的不可预料或不可抗力事故发生时,对被保险人履行赔偿或给付的义务。因此,保险合同属射幸合同。保险合同的这种射幸性,是由保险事故的不确定性所决定的,单保险合同不具有赌博性质,是分散危险、消化损失,是保障社会经济稳定的一种合法手段。

(5)保险合同的附和性:根据订立合同中双方地位来划分,可分为附和合同和议商合同。附和合同是指一方受到严格的限制,而另一方不受限制或受限制较少的合同;议商合同是指双方在订立合同时双方平等协商而建立的合同。作为一种附和合同,保险合同的订立缺乏双方的协商过程,为保护投保人的利益,法律要求保险合同条款的确定,应符合"平等、公平"的基本原则并经有关部门核定。

526. 保险合同的分类方式有哪些?

按照不同的分类方式,可以对保险合同进行如下的分类:

(1)以保险价值在保险合同中是否预先确定,保险合同可分为定值保险合同和不定值保险合同。定值保险合同是指当事人双方事先确定保险标的价值并载明于保单中的一种保险合同。定值保险合同成立后,在有效期限内如果发生保险事故并造成财产全部损失时,无论保险标的的实际价值是多少,保险人都应当以合同中约定的保险价值作为计算赔偿金额依据,即事先约定的保险价值是多少,就应赔偿多少,而不必也不应该对保险标的

重新估价;如果是部分损失,则需要确定损失程度的比例,按损失程度比例进行赔偿。不定值保险合同即被保险财产之价值不先确定,合同中载明须至危险事故发生后,再行估计其价值而确定其损失。这种保险合同,仅记载保险金额,而将保险标的实际价值留待危险发生需要确定保险赔偿的限度时才去估算。由于保险标的在这种保险合同中所载的实际价值可能变动,因此,据此理赔价值也是不固定的,这就是"不定值保险合同"名称的由来。

(2)以设立保险合同的不同目的,可以将之分为补偿性的保险合同与给付性的保险合同。

补偿性的保险合同又称为"评价保险合同",其设立目的在于补偿被保险人因保险事故所遭受的经济损失,财产保险合同一般都属于补偿性保险合同;给付性的保险合同属于非补偿性保险合同,绝大多数人身保险合同为给付性保险合同,因为作为人身保险合同标的的人的生命和健康等是无法用经济价值加以衡量的;由于人身保险合同中保险人应支付的金额是固定的,所以,人身保险合同又称为"定额保险合同"。

(3)以保险标的的不同性质,可以将保险合同分为财产保险合同与人身保险合同,这是合同保险最基本的分类之一。

(4)以保险责任之次序的不同,可分为原保险和再保险。

原保险又称之为"第一次保险",即保险人直接与投保人订立保险契约的保险。其名称系对称再保险而言,如无再保险契约之订立,亦就无所谓原保险之必要;再保险,又称之为"第二次保险"或"分保",即保险人将其承保危险之一部或全部,转向他保险人再为保险之意。

(5)以承担的危险的不同范围,可以将保险合同分为特定危险保险合同与一切危险保险合同两类。

特定危险保险合同是指保险人仅承担特定的一种或数种危险的保险合同,在特定危险保险合同中,保险人承保的危险一般在保险条款中予以列举规定。一切危险保险合同又称为"综合合同",指保险人承保的危险为合同列举规定的不保危险之外的一切危险。因而,一切危险保险合同并非意味着保险人承保的危险仍有范围限制,只不过这种限制采用的是"除外"的方法;在保险合同中,保险人并不列举规定其承保的具体危险,而是以除外责任条款确定其不承保的危险。

527. 什么是保险利益原则?

保险利益,也就是可保利益,是指投保人对保险标的具有的法律上承认的利益,即在保险事故发生时,可能遭受的损失或失去的利益。我国《保险法》第11条规定:"投保人对保险标的应当具有保险利益。投保人对保险标的不具有保险利益的,保险合同无效……"

把保险利益作为保险合同生效的重要条件,主要是出于两方面的考虑:一是对保险标的有保险利益的人才具有投保人的资格;一是保险利益是保险合同生效的依据。

528. 损失补偿原则有哪些？目的是什么？

损失补偿是指当保险事故发生使投保人或被保险人遭受损失时，保险人必须在责任范围内对投保人或被保险人所受的实际损失进行赔偿。其目的在于，通过弥补当事人的损失，使其尽快恢复生产和安定生活。

529. 什么是最大诚信原则？

保险法上的最大诚信原则是指保险合同当事人双方在签订和履行保险合同时，必须以最大的诚意，履行自己应尽的义务，互不欺骗和隐瞒，恪守合同的承诺和义务，否则保险合同无效。

最大诚实信用原则运用于保险活动中，可追溯至海上保险的起初时代。在立法上具体体现为以下制度：在投保人一方体现为投保人的告知、保证义务；在保险人一方体现在说明、弃权、禁止反言等方面。

530. 什么是保险合同中的弃权制度？有何目的和要件？

所谓弃权，是指保险合同一方当事人放弃其在保险合同中可以主张的权利，包括合同解除权和抗辩权等。尽管从概念上看，弃权主体既可以是保险人，也可以是被保险人，但在通常情况下是针对保险人而言的。该原则的目的主要是来约束保险人的。

构成弃权，必须具备下列要件：(1)保险人有弃权的意思表示；(2)保险人必须知道或应当知道有权利存在；(3)保险人弃权的意思表示必须是向该保险合同的对方当事人作出并且到达该当事人。

531. 什么是保险合同中的禁反言制度？

禁反言又称不准反言、禁止抗辩，是指合同一方既然已放弃他在合同中的某种权利或作出某种陈述，则其以后便不得再向他方主张这种权利或必须维持、履行该陈述。禁止反言原则起源于英美衡平法，该原则适用于保险活动中，是指如果保险人或其代理人诱使被保险人相信，他可以做保单禁止他做的某种事情，或是可以不做保单要他做的某种事情，则保险人日后便不得以被保险人的此种作为或不作为为理由，而主张合同无效。由于保险合同系以双方当事人的善意为基础，因此在保险活动中适用该原则的目的在于使善意信赖保险人的行为或意思表示而投保的人，于保险事故发生后不丧失其依据保险合同所享有的权利。

532. 什么是保险合同的当事人?

保险合同的当事人是指参加保险合同法律关系,享受权利,承担义务的人,包括投保人和保险人。投保人和保险人通过订立保险合同,依法设立了双方的权利义务关系,从而形成了保险合同的主体。

(1)投保人:又称"要保人",是指与保险人订立保险合同、承担交付保险费义务的公民或法人组织。投保人可以用自己或他人的财产、生命、身体向保险公司投保,但是,并非任何公民或法人在任何情况下都能够成为投保人。在一项具体的保险合同中,投保人必须具备下列条件:一是具有相应的民事行为能力;二是对保险标的具有保险利益。

(2)保险人:又称"承保人",是指与投保人订立保险合同,收取保险费,在发生保险事故或保险期限届满时,依合同规定向被保险人承担赔偿责任或给付保险金的人。

533. 什么是保险合同的关系人?

所谓保险合同的关系人,就是指保险合同当事人之外的、对于保险合同规定的利益享有独立请求权的人,具体包括被保险人和受益人两种。

(1)被保险人:又称"保户",指保险事故发生时遭受损害或保险合同期限届满时享有保险金请求权的人。不同的保险合同中,被保险人有所不同,但一般而言,被保险人具有以下共同特点:①被保险人是保险事故发生时遭受损害的人;②被保险人是根据保险合同享有权利的人。被保险人享有的权利主要有:保险给付请求权和同意权两项。被保险人对保险赔偿金或保险金享有独立的请求权,同意权是指在被保险人与投保人不是同一人的情形下,某些保险合同的订立必须经被保险人同意方为有效。

(2)受益人:是指保险合同中由被保险人指定的享有保险金请求权的人。

保险法上,受益人的概念主要是用于人身保险合同。这是因为,在一般的财产保险合同中,受领保险给付的人通常就是被保险人自己,如甲以自己的财产投保,当保险事故发生时,作为被保险人的甲即可自行行使索赔权利,所以,受益人的概念在财产保险中不具有特别重要的意义。当然,在某些情况下,当事人在财产保险合同中也有可能专门规定第三人(一般为被保险人的债权人)享有优先受领保险给付的权利,但这毕竟是一种特殊情况。

534. 什么是保险合同的辅助人?

所谓保险合同的辅助人,是指在当事人订立或履行保险合同的过程中对之提供某些协助或服务的人,其中主要包括保险代理人、保险经纪人以及保险公证人等。

(1)保险代理人:代理人的代理权可以根据法律规定或有关机关的指定而产生,称为法定代理及指定代理,也可根据被代理人的委托授权而产生(称为委托代理)。在订立保

险合同时，被保险人当然可以委托他人代理其与保险公司订立保险合同，但这种代理人并非此处所说的保险代理人，即保险代理人不同于一般的委托代理人，它是专指保险人的代理人而不包括被保险人的代理人。

(2)保险经纪人：经纪人是指交易双方的中间人。在不同的国家，“经纪人”一词具有不完全相同的含义。在英美法系国家，经纪人又称居间人，一般指为买卖双方提供交易机会以获得报酬的人。与代理人不同，居间人并不参加合同的订立，也无须为独立的意思表示。

(3)保险公证人：是指接受保险合同当事人的委托，为其办理保险标的的勘查、鉴定、估损等并出具证明的人。保险公证活动与一般的公证不同，一般的公证是由国家公证机关依法定程序进行。而保险公证则是由具备法定条件、领取营业执照的保险公证人组织进行的。保险公证人有权依委托合同的规定向委托人请求支付报酬，但因其过错而造成委托人损害的，应承担赔偿责任。

535. 什么是保险合同的订立程序？

保险合同是投保人与保险人约定保险权利义务关系的协议，是投保人和保险人之间的一种合意行为。因此，保险合同的设立，必须要有投保人要求保险的意思表示和保险人同意承保的意思表示，前者在法律上称之为“要约”，后者称之为“承诺”。保险合同只有经过投保人的要约和保险人的承诺才能成立。也就是说，保险合同的订立必须经过要约和承诺两个程序。

(1)要约：是投保人向保险人提出的要求保险的意思表示，投保人的要约是订立保险合同的必经程序和首要程序，一般应当采用书面形式，即采用要保书(亦称投保单)形式。要保书通常由保险人事先印就，内容除投保人(或被保险人)的基本情况如投保人、被保险人的名称(或姓名)、住址、保险标的(对象)及坐落地点以外，还包括了投保人要求保险人保障的范围等内容。投保人要求保险时，首先应当填写要保书。

(2)承诺：保险人同意要保人提出的保险要约的意思表示，亦即保险人接受投保人在要保书中提出的全部条件，同意在发生保险事故或者在约定的保险事件到来时承担保险责任。保险人同意承保的承诺，既可以由保险人自己，也可以由保险人的代理人作出，保险人或其代理人作出同意承保的意思表示必须是无条件的；如果保险人或其代理人在对投保人的投保要求作出同意承保的意思表示的同时又附有其他条件的，则这种同意承保的意思表示不能作为承诺，而只能作为一种新的要约，这种新的要约，须经过投保人同意后，保险合同才能成立。

536. 什么是保险的索赔与理赔？

索赔是指投保人或被保险人在保险标的因保险事故而遭受损失后，依照保险合同有关条款的规定，请求保险人给予经济补偿或给予保险金的行为。

索赔是被保险人或收益人根据合同共同享有的一项基本权利，索赔权利原则上归被保险人或受益人行使，即在发生保险事故或出现保险事件时，财产保险合同的被保险人和人身保险合同的受益人有权向保险人请求保险给付。如果被保险人或受益人为无行为能力人或限制行为能力人时，其索赔权利由监护人或其他法定代理人代为行使。

理赔是指保险人应索赔权利人的请求，根据保险合同的规定，审核保险责任并处理保险赔偿的行为，是保险人履行保险合同义务的表现。对这一义务的履行，保险人应坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，即保险人应深入保险事故发生现场，积极开展理赔工作，并按法律规定的时间及时赔付，不拖不欠；在赔偿金额的确定上应力求准确，合情合理；同时，在确定赔偿责任时，保险人应坚持“保险利益原则”，即对不具有保险利益的当事人，一律不予赔偿，以保证保险制度的根本宗旨能够得以实现；此外，对于赔偿金额的确定，还应当坚持“实际现金价值的原则”，即仅以保险标的损失时的市价为限，负责赔偿。

537. 什么是保险合同的变更？

保险合同的变更是指在保险合同有效期间，当事人依法对合同条款作出的修改或补充。保险合同一经成立，当事人不得擅自变更。但是，由于客观情况的变化，当事人可依照法定条件和程序对原保险合同进行变更。合同的变更有狭义和广义之分，前者是指当事人双方权利、义务的变更；后者不仅包括权利、义务的变更，而且包括主体和客体的变更。《保险法》第 20 条之规定：“保险人在合同有效期内，投保和保险经协商同意，可以变更保险合同的有关内容。”该规定指的广义上的保险合同变更，即包括主体、客体和权利义务的变更。

(1)保险合同的主体变更：是指保险合同的当事人或关系人的变更，即保险合同的转让。通常是投保人、被保险人或者受益人的变更。

(2)保险合同的客体变更：保险合同的客体即保险利益。保险合同客体的变更源于投保人或被保险人对保险标的所具有的保险利益的变化。《保险法》明确规定，投保人对保险标的应当具有保险利益。否则，保险合同无效，因此，保险合同的变更对当事人双方都是至关重要的。保险合同客体变更的原因主要是保险标的价值的增减变化，从而引起保险利益发生变化；保险合同客体的变更通常是投保人或被保险人提出，经保险人同意，加批注后生效，由于保险合同客体的变更，直接影响保险人承担的保险责任。所以，保险人往往根据变更后的保险合同调整保险费率，从而导致保险合同权利义务的变更。

(3)保险合同的内容变更：是指保险合同主体的权利和义务的变更，不包括保险合同主体，即保险人、投保人、被保险人或受益人的变更，即在保险合同当事人及关系人不变的情形下，变更合同条款，保险合同内容的变更一般由投保人提出。

538. 什么是保险合同的解除？

保险合同的解除是指保险合同成立后，没有履行或没有完全履行前，保险合同当事人

依法或依约行使解除权，提前终止保险合同效力的法律行为。保险合同依法成立即具有法律约束力，当事人应当按照法律规定和合同约定切实履行合同义务，不得任意解除合同，然而保险合同的期限大多较一般合同要长，在较长的期限内，由于主客观情况的变化，致使保险合同不能继续履行或不宜继续履行时，法律应允许当事人行使解除权，提前终止双方的权利义务关系。我国《保险法》既体现了上述精神，又根据保险合同当事人地位的不同而有所区别，《保险法》第 14 条规定："除本法另有规定或者保险合同另有约定外，保险合同成立后，投保人可以解除合同。"第 15 条规定："除本法另有规定或者合同另有约定外，保险合同成立后，保险人不得解除合同。"

539. 保险合同的终止及其原因有哪些？

保险合同的终止是指因某种法定事由的出现，保险合同不复存在，当事人双方原有的权利义务关系确定地归于消亡。引起保险合同终止的主要原因还有以下几种：

(1)保险合同因期限届满而终止。任何保险合同均规定有有效期限，这是保险标的获得保险保障的时间界限，也是保险人承担保险责任的时间界限，只是在有效期限内发生保险事故，保险人才有必要履行赔偿义务；如果在保险合同有效期限内没有发生保险事故，一旦有效期限届满，保险人的责任即行解除，保险合同即归于消灭；由于意外灾害事故的发生具有个别性和偶然性，大多数保险合同订立之后，保险人并无实际履行保险赔偿义务的必要。所以，保险合同有效期限届满，是保险合同终止最普遍的原因。

(2)保险合同因履行而终止。在保险合同有效期间如发生保险事故，保险人即应履行保险给付义务。如果保险人履行了保险合同规定的全部义务(如终身人寿保险合同中，被保险人死亡，保险人向受益人给付了全部保险金；又如火灾保险合同中，保险财产因火灾全损，保险人向被保险人赔偿了全部损失，等等)，保险人所承担的责任即告终止，保险合同的期限虽然尚未届满，但其效力应归于消灭。生存保险合同因保险人在合同期限届满时向被保险人支付保险金而终止，也属于因当事人履行义务而终止。

(3)保险标的灭失及被保险人死亡。财产保险合同中，如果保险标的因保险事故之外的原因而全部毁损灭失，投保人即不再具有保险利益，保险合同即应终止；人身保险合同中，如果被保险人非因保险人责任范围内的原因而死亡，保险合同也应归于消灭；上述情形，保险人应返还自合同终止之日起至合同约定期限届满日止已收取的保险费，但保险标的灭失或被保险人死亡系因投保人的故意行为所造成者不在此列。

540. 财产保险合同的概念和特点是什么？

我国《保险法》第 32 条第 1 款规定，财产保险合同是以财产及其有关利益为保险标的的保险合同。具体来说，是指投保人与保险人订立的，投保人向保险人交付保险费，以各种财产和与财产相关的经济利益为保险标的，保险人承保上述各类保险标的因遭受自然灾害或意外事故所造成经济损失的赔偿责任的保险合同。

财产保险作为保险中的一大类别，它除具有一般保险合同的共同特征外，还具有自己的一些特点，具体表现为：

(1)财产保险合同的标的是财产及其有关利益。正是因为标的的特征，才使财产保险合同与人身保险合同相互区别，这里，“财产”指一切有形的动产与不动产，“有关利益”指的是基于权利而产生的现有利益，基于权益或现有利益而产生的期待利益，以及基于责任而产生的消极利益。

(2)财产保险合同是典型的补偿性保险合同。它以赔偿保险标的之损失为直接目的，严格贯彻损害填补原则，无损失即无保险；保险并不是保证不发生危险，而是对危险所造成的损失给予经济补偿，补偿方法主要是通过支付货币。因此，危险事故所导致的损失，必须在经济上能够计算价值，否则，保险的补偿无法实现，这与人寿保险合同是不同的。

(3)财产保险合同的保险金额不得超过保险价值。在财产保险合同中保险人和投保人约定的保险金额不得超过被保险标的的实际价值，超过保险标的实际价值的，超过的无效。保险标的的实际价值即保险价值，在有形财产保险中可事先确定，以作为双方约定保险金额的基础，在此种情形下，投保人与保险人约定的保险金额不得超过保险价值。在无形财产保险中，由于保险标的是无形的利益，保险价值无法事先约定，而在保险事故发生后由双方估定，此时，若保险金额超过保险价值的，超过的部分无效。

(4)保险人的最高赔偿责任以保险合同所约定的保险金额为限，被保险人所遭受的超过保险金额范围的损失，保险人不负赔偿责任。保险金额是保险人承担赔偿责任的最高限额，也是投保人对保险标的实际投保的金额。在财产保险中，超过保险金额范围的损失，投保人无权请求保险人赔偿，保险人相应地没有承担责任的义务。

541. 什么是财产保险合同中的代位求偿？

代位求偿是指保险人在向被保险人进行保险赔偿之后，取得了该被保险人所享有的依法向负有民事赔偿责任的第三人追偿的权利，并依据此权利予以追偿的制度。代位求偿是财产保险合同的补偿性的具体表现，是保险人履行了保险赔偿责任后的必然结果。因为，财产保险合同的目的是为了补偿被保险人因保险事故造成的财产损失，而不是被保险人获取额外利益的手段；所以，被保险人对于因第三者的法律责任造成保险财产的损失，或者向负有法律责任的第三者追偿，或者从保险人那里得到保险赔偿，不能两者兼得；如果被保险人获取了保险赔偿，就应当将其享有的向第三者追偿的权利转让给保险人。由此可见，代位求偿是财产保险合同特有的法律制度。

542. 人身保险合同的概念和特征是什么？

人身保险合同是指投保人与保险人之间约定，投保人向保险人交付一定数额的保险费，换取保险人于被保险人的生命、身体利益在特定事故发生，具体表现为死亡、伤残、意外、伤害、疾病或合同期限届满时，向受益人给付保险金的对价的一种保险合同。

与财产保险合同相比，人身保险合同具有以下特殊性：

(1)保险标的的不可估价性。人身保险合同的保险标的，即人的生命和身体，不是商品，不能用货币来计量、评价、表现其价值。从经济学的意义上看，人作为劳动力是有价值的，但从社会学的意义上看，人不具有商品价值，所以在人身保险合同中不存在保险价值的范畴。

(2)保险金额的定额性。人身保险合同的保险金额，不是以保险标的的价值为依据的，而是由保险人事先综合各种因素进行科学计算所规定的固定金额，由投保人选择适用，或者由保险人与投保人协商确定一个数额，保险人依此固定数额履行保险责任。所以，人身保险合同不会产生超额保险的问题。这不同于财产保险合同，因为，财产保险合同的投保人只能在保险标的的保险价值范围内赔偿保险标的的实际损失。

(3)保险金义务履行的给付性。人身保险合同的保险保障职能，是通过保险人给付保险金来实现的。因此，根据人身保险合同的约定，只要是保险事故发生使被保险人死亡、疾病或伤残的，或者合同约定的期限届满时，保险人按照约定的金额向被保险人或受益人给付保险金，而不以被保险人的实际损失为前提，也不论被保险人或者受益人是否已从其他途径得到补偿。这区别于财产保险合同的补偿性质，因为财产保险合同是以补偿为目的的。保险人履行保险责任的前提是保险标的因保险事故发生致其损失，而且保险人的赔偿数额是在保险金额范围内，以保险标的的实际损失为依据；同时，基于财产保险合同的补偿性，被保险人只能获取一笔补偿，而不能获取额外收益。

(4)保险期限的长期性。大多数人身保险合同，例如人寿保险合同的有效期限都是长期性的，它可以是几年或几十年甚至终身。原因在于，被保险人的年龄越大，其寻求保险保障的需要越大，而其缴费的能力却在下降，所以，人身保险合同采取长期保险形式，有利于降低保险费用，增强对被保险人的保障作用。

(5)保险责任准备金的储蓄性。由于人身保险合同主要是以投保人多次缴纳的保险费集中起来，构成人身保险责任准备金，而最终由保险人以保险金的形式返还给被保险人或受益人，因此，人身保险合同具有储蓄性质；投保人每次缴纳的保险费，待保险期限届满时所获得的保险金实际上相当于保险费的总和加上一定比例的利息。

543. 人寿保险合同的概念和特征是什么?

人寿保险合同是指投保人与保险人约定被保险人于约定期限内生存或死亡为保险事故，在事故发生时，由保险人给付保险金的一种人身保险合同。

其基本特征主要有以下几点：

(1)保险合同对象是人的寿命；

(2)合同长期有效；

(3)保险合同中最典型的商业化合同。

544. 责任保险的概念是什么?

责任保险又称第三者责任保险,即被保险人依法对第三者负损害赔偿责任时,由保险人负补偿责任的保险。我国《保险法》第49条第二款规定:"责任保险是指以被保险人对第三者依法应负的赔偿责任为保险标的的保险。"责任保险在性质上通常被划归广义的财产保险范畴。财产保险分为三类:

(1)对于特定标的物的灭失损毁之保险,即有形财产保险;

(2)对于将来可取之利益的丧失之保险,即无形财产保险;

(3)对于发生事故而须由其财产中支出之保险。责任保险即属于第三类型的财产保险。

我国《保险法》也是将责任保险作为财产保险一类加以规定的。

545. 什么是意外伤害保险合同?

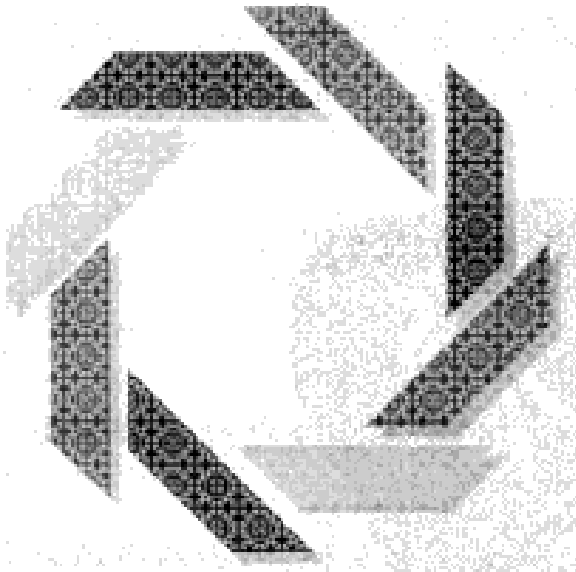
意外伤害保险合同是指被保险人于意外原因造成身体伤害,或导致残废或死亡时,保险人负给付保险金义务的一种人身保险合同。该合同具有人身保险合同的很多共性,诸如:都是以人的生命或身体利益为标的,被保险人皆为自然人;合同的订立应由保险人的法定代表人批准签字,原则上属于一种定值保险,而且禁止权利代位。这种合同是见诸法例的明确命名的合同,与普通人寿保险合同的区别在于,伤害保险合同针对的是意外事故造成的伤害或因伤害引起之死亡或残废。

546. 什么是健康保险合同?

健康保险合同又称"疾病保险合同",是指根据双方商议,被保险人于保险期限内,出现疾病(身体健康受破坏)、分娩(身体状况变化)、由疾病或分娩致残废及死亡事故发生时,保险人负给付保险金之责的人身保险合同。健康保险合同是以人们的身体健康为标的,对于由疾病引发的各种损害身体或生命的结果,侧重于疾病的治疗,在承保危险方面不同于人寿保险和意外伤害保险,是一种特殊的商业保险类型。由于受到各种客观原因的影响,人们对抗疾病侵害的能力逐渐提高,遂使健康保险成为有利可图的险种,但也面临复杂的盾和情况,使商业保险公司在经营上很谨慎。

15

证券知识



547. 什么是股票？股票的基本特征是什么？

股票是股份公司发给投资者用以证明其在公司的股东权利和投资人股份额，并据以获得股利收入的有价证券。股票的持有人就是股东，在法律上拥有股份公司的一部分所有权，享有一定的经营管理上的权利与义务，同时承担公司的经营风险。

股票的基本特征包括以下几个方面：

(1)时间性。购买股票是一项无确定期限的投资，不允许投资者中途退股。

(2)价格波动性。股票价格受社会诸多因素影响，股价经常处于波动起伏的状态，正是这种波动使投资者有可能实现短期获利的希望。

(3)投资风险性。股票一经买进就不能退还本金，股价的波动就意味着持有者的盈亏变化。上市公司的经营状况直接影响投资者获取收益的多少。一旦公司破产清算，首先受到补偿的不是投资者，而是债权人。

(4)流动性。股票虽不可退回本金，但流通股却可以随意转让出售或作为抵押品。

(5)有限清偿责任。投资者承担的责任仅仅限于购买股票的资金，即便是公司破产，投资者不负清偿债务的责任，不会因此而倾家荡产，最大损失也就是股票形同废纸。

548. 股票的构成要素有哪些？

股票的构成要素包括以下几个方面：

(1)面值。股票以股份公司的资本总额划分成若干股，每一股代表的资本额就是面值。

(2)市值。股票上市后在市场上的价格，有发行价格和交易买卖价格之分。

(3)股权。股票拥有者按股额比例行使的权力和义务。

(4)股息。股份公司按股额的比例支付给股东的收入。

(5)红利。股份公司经营获利后，每年按股额分给股东的经济利益。

549. 股票可分为哪几类？

股票根据不同的划分标准可有以下几类：

按股票持有者可分为国家股、法人股、个人股三种，三者在权利和义务上基本相同，不同点是国家股投资资金来自国家，不可转让；法人股投资资金来自企事业单位，必须经中

国人民银行批准后才可以转让;个人股投资资金来自个人,可以自由上市流通。按股东的权利可分为普通股、优先股及两者的混合等多种,普通股的收益完全依赖公司盈利的多少,因此风险较大,但享有优先认股、盈余分配、参与经营表决、股票自由转让等权利,优先股享有优先领取股息和优先得到清偿等优先权利,但股息是事先确定好的,不因公司盈利多少而变化,一般没有投票及表决权,而且公司有权在必要的时间收回,优先股还分为参与优先和非参与优先、积累与非积累、可转换与不可转换、可回收与不可回收等几大类。

股票按票面形式可分为有面额、无面额及有记名、无记名四种,有面额股票在票面上标注出票面价值,一经上市,其面额往往没有多少实际意义;无面额股票仅标明其占资金总额的比例。我国上市的都是有面额股票。记名股将股东姓名记入专门设置的股东名簿,转让时须办理过户手续;无记名股的名字不记入名簿,买卖后无需过户。

按享受投票权益可分为单权、多权及无权三种,每张股票仅有一份表决权的股票称单权股票,每张股票享有多份表决权的股票称多权股票;没有表决权的股票称无权股票。

按发行范围可分为 A 股、B 股、H 股和 F 股四种,A 股是在我国国内发行,供国内居民和单位用人民币购买的普通股票,B 股是专供境外投资者在境内以外币买卖的特种股票;H 股是我国境内注册的公司在香港发行并在香港联合交易所上市的普通股票;F 股是我国股份公司在海外发行上市流通的普通股票(详见第 353 页, 554 问)。

550. 什么是股票价格指数?

股票价格指数是用以表示多种股票平均价格水平及其变动并衡量股市行情的指标。用股票价格平均数指标来衡量整个股票市场总的价格变化,能够比较正确地反映股票行情的变化和发展趋势,股票价格指数一般是由一些有影响的金融机构或金融研究组织编制的,并且定期及时公布。

551. 股票价格指数是如何计算的?

计算股票价格指数的方法有三种:

第一,简单股票价格算术平均指数:该方法是先选定具有代表性的样本股票,然后以某年某月某日为基期,基期的股票价格平均数定为 100,最后计算某一日样本股票的价格平均数,将该平均数与基期平均价格相比,即得出该日的股票价格平均指数,计算过程如下:

$$P\text{平均} = \frac{\text{样本股票每股价格之和}}{\text{样本股票数}} \qquad \text{简单算术平均价格指数} = \frac{P\text{平均}}{P\text{基期}}$$

第二,修正的简单股票价格算术平均数。股票市场上企业常常有增资和拆股行为,使股票股数迅速增加。股票价格也会相应降低,因此,有必要对简单算术平均数指数进行修正。对其修正,主要是对分母行处理,具体做法是:用增资或拆股后的各种股票价格的总和除以增资或拆股前一天的平均价格作为新分母,即新分母 = 增资或拆股后各种股票的价格总和/增资或拆股前一天的价格平均数。

第三，加权股票价格平均指数。股票市场上不同的股票地位也不同，对股票市场的影响也有大小，简单算术平均法忽略了不同股票的不同影响，有时难以更加准确地反映股票市场的变动情况。加权平均法按样本股票在市场上的不同地位赋予其不同的权数，地位重要的权数大，地位次要的权数小。将各种样本股票的价格与其权数相乘后求和，再被权数扣除，得到的就是加权平均后的股票价格指数。

552. 什么是股票的送股、分红、配股？

送股是指上市公司将利润（或资本金转增）以红股的方式分配给投资者使投资者所持股份增加而获得投资收益。

分红是指上市公司以现金方式发放股利，这种分配方式需交纳所得税，在进行分配时，目前送股和红利所得已可自动进入股东账户。

配股是上市公司按一定比例给予投资者再次投资股份的机会，这并不是一种利润分配方式。在上市公司宣布配股后，需要股东卖出相应的配股权证，如明天科技（600091）每 10 股配 3 股，投资者如原有 100 股需在除权后的缴款期卖出 30 股明天科技配股权证（700091），并有足够的配股保证金，即可获配成功，配股部分需待配股上市公告后才可交易。

553. 什么是股票市场？股票市场有哪些种类？

股票市场是股票发行和交易的场所。根据市场的功能划分，股票市场可分为发行市场和流通市场。

发行市场是通过发行股票进行投资活动的市场，为资本的需求者提供筹集资金的渠道，也为资本的供应者提供投资场所，是实现资本职能转化的场所，通过发行股票，把社会闲散资金转化为生产资本。由于发行活动是股市一切活动的源头和起始点，故又称发行市场为“一级市场”。

流通市场是已发行股票进行转让的市场，又称“二级市场”，一方面为股票持有者提供随时变现的机会，又为新的投资者提供投资机会；与发行市场的一次性行为不同，股票可以不断地进行交易。

发行市场是流通市场的基础和前提，流通市场又是发行市场得以存在和发展的条件；发行市场的规模决定了流通市场的规模，影响着流通市场的交易价格，没有发行市场，流通市场就成为无源之水、无本之木，在一定时期内，发行市场规模过小，容易使流通市场供需脱节，造成过度投机，股价飙升；发行节奏过快，股票供过于求，对流通市场形成压力，股价低落，市场低迷，反过来影响发行市场的筹资。所以，发行市场和流通市场是相互依存、互为补充的整体。

根据市场的组织形式划分，股票市场可分为场内交易市场和场外交易市场。股票场内交易市场是股票集中交易的场所，即股票交易所；今天的股票交易所有严密的组织、严

格的管理，并有进行集中交易的固定场所。在许多国家，交易所是股票交易的惟一合法场所，在我国，有上海证券交易所、深圳证券交易所。股票场外交易市场是在股票交易所以外的各证券交易机构柜台上进行的股票交易市场，所以也叫做柜台交易市场。随着通讯技术的发展，一些国家出现了有组织的、并通过现代化通信与电脑网络进行交易的场外交易市场，如美国的全美证券商协会自动报价系统。

根据投资者范围不同，我国股票市场还可分为境内投资者参与的A股市场和专供境外投资者参与的B股市场。

554. 什么是A股、B股、H股、N股、F股、S股?

我国上市公司的股票有A股、B股、H股、N股等的区分。这一区分主要依据股票的上市地点和所面对的投资者而定。

A股的正式名称是人民币普通股票，它是由我国境内的公司发行，供境内机构、组织或个人(不含台、港、澳投资者)以人民币认购和交易的普通股股票。

B股的正式名称是人民币特种股票，它是以人民币标明面值，以外币认购和买卖，在境内(上海、深圳)证券交易所上市交易的。它原先的投资人限于外国的自然人、法人和其他组织，香港、澳门、台湾地区的自然人、法人和其他组织，定居在国外的中国公民及中国证监会规定的其他投资人，但自2000年2月19日起，中国证监会作出重大决定，允许国内个人投资者买卖B股。B股公司的注册地和上市地都在境内。

H股，是在我国境内注册的公司在香港发行并在香港联合交易所上市的普通股票，即注册地在内地、上市地在香港的外资股。香港的英文是Hong Kong，取其字首，在港上市外资股就叫做H股。依此类推，纽约的第一个英文字母是N，新加坡的第一个英文字母是S，在纽约和新加坡上市的股票就分别叫做N股和S股，F股则是国内在外国上市股票的统称，取外国Foreign的首字母。

555. 什么是ST和PT股票?

ST股票：沪深交易所于1998年4月22日宣布，将对财务状况或其他状况出现异常的上市公司股票交易进行特别处理(英文名称为Special Treatment)。由于“特别处理”取每个单词的第一个字母组成“ST”，因此这类股票称为ST股票。

PT股票：PT是英文Particular Transfer(特别转让)的缩写。依据《公司法》和《证券法》规定，上市公司出现连续3年亏损等情况，其股票将暂停上市。沪深交易所从1999年7月9日起对这类暂停上市的股票实施特别转让服务，并在其简称前冠以PT，称之为PT股票。

556. 什么是债券投资基金?

债券基金是指专门投资于债券的基金。在国内，债券基金的投资对象主要是国债、金

融债和企业债。通常，债券为投资人提供固定的回报和到期还本，风险低于股票，所以相比较股票基金，债券基金具有收益稳定、风险较低的特点。

在国内，债券基金的发展刚刚处于起步阶段。目前已经设立并公布净值的债券基金仅有几家，例如华夏债券基金、招商债券基金、嘉实理财债券基金、华宝宝康债券基金、大成债券基金等。影响债券基金业绩表现的两大因素，一是利率风险，即所投资的债券对利率变动的敏感程度（又称久期）；二是信用风险。在选择债券基金的时候，一定要了解其利率敏感程度和信用素质。在此基础上，才能了解基金的风险有多高，是否符合你的投资需求。

（1）利率敏感程度。债券价格的涨跌与利率的升降成反向关系，利率上升的时候，债券价格便下滑。要知道债券价格变化，从而知道债券基金的资产净值对于利率变动的敏感程度如何，可以用久期作为指标来衡量。久期取决于债券的三大因素：到期期限、本金和利息支出的现金流、到期收益率、久期以年计算，但与债券的到期期限是不同的概念，借助这项指标，你可以了解到所考察的基金由于利率的变动而获益或损失多少。

（2）信用素质。债券基金的信用素质取决于其所投资债券的信用等级。以美国为例，美国政府发行的优质债券信用等级为 AAA，信用不稳定的公司发行的高息垃圾债券评级为 BB 或者更低。债券的信用等级可参考评级机构对发行人偿债能力的评价。穆迪和标准普尔等评级机构在仔细审阅发行人的财务资料后，会判定其债券究竟是“良币”还是“劣币”。AAA 代表最高的信用等级，而 D 代表最差的信用等级；评级为 AAA、AA、A 和 BBB 的债券都属于投资级债券，发行人被认为具有还本付息能力；评级 BB、B、CCC、CC 和 C 的债券属于非投资级债券，也是高利息债券，评级机构认为其发行人可能不会履行偿还债务的承诺；事实上，已经不履行偿债承诺的发行人才会获得最低的评级 D。

557. 什么是债券？有什么特征？

债券是政府、金融机构、工商企业等机构直接向社会借债筹措资金时，向投资者发行，并且承诺按一定利率支付利息并按约定条件偿还本金的债权债务凭证。债券的本质是债的证明书，具有法律效力。债券购买者与发行者之间是一种债权债务关系，债券发行人即债务人，投资者（或债券持有人）即债权人。

债券作为一种重要的融资手段和金融工具具有如下特征：

（1）偿还性。债券一般都规定有偿还期限，发行人必须按约定条件偿还本金并支付利息。

（2）流通性。债券一般都可以在流通市场上自由转让。

（3）安全性。与股票相比，债券通常规定有固定的利率，与企业绩效没有直接联系，收益比较稳定，风险较小；此外，在企业破产时，债券持有者享有优先于股票持有者对企业剩余资产的索取权。

（4）收益性。债券的收益性主要表现在两个方面：一是投资债券可以给投资者定期或不定期地带来利息收入；二是投资者可以利用债券价格的变动，买卖债券赚取差额。

558. 什么是债券市场？有哪些种类？

债券市场是发行和买卖债券的场所，是金融市场的一个重要组成部分。根据不同的分类标准，债券市场可分为不同的类别。最常见的分类有以下几种：

(1)根据债券的运行过程和市场的基本功能，可将债券市场分为发行市场和流通市场。

债券发行市场又称一级市场，是发行单位初次出售新债券的市场，其作用是将政府、金融机构以及工商企业等为筹集资金向社会发行的债券，分散发行到投资者手中；债券流通市场又称二级市场，指已发行债券买卖转让的市场。债券发行市场和流通市场相辅相成，是互相依存的整体，发行市场是整个债券市场的源头，是债券流通市场的前提和基础；发达的流通市场是发行市场的重要支撑，流通市场的发达是发行市场扩大的必要条件。

(2)根据市场组织形式，债券流通市场又可进一步分为场内交易市场和场外交易市场。

证券交易所是专门进行证券买卖的场所，如我国的上海证券交易所和深圳证券交易所。在证券交易所内买卖债券所形成的市场，就是场内交易市场，这种市场组织形式是债券流通市场的较为规范的形式；交易所作为债券交易的组织者，本身不参加债券的买卖和价格的决定，只是为债券买卖双方创造条件，提供服务，并进行监管。

场外交易市场是在证券交易所以外进行证券交易的市场，柜台市场为场外交易市场的主体。许多证券经营机构都设有专门的证券柜台，通过柜台进行债券买卖，在柜台交易市场中，证券经营机构既是交易的组织者，又是交易的参与者；此外，场外交易市场还包括银行间交易市场，以及一些机构投资者通过电话、电脑等通讯手段形成的市场等。目前，我国债券流通市场由三部分组成，即沪深证券交易所市场、银行间交易市场和证券经营机构柜台交易市场。

(3)根据债券发行地点的不同，债券市场可以划分为国内债券市场和国际债券市场。国内债券市场的发行者和发行地点同属一个国家，而国际债券市场的发行者和发行地点不属于同一个国家。

559. 什么是公司债券？公司债券有哪些种类和特点？

企业债券通常又称为公司债券，是企业依照法定程序发行，约定在一定期限内还本付息的债券。企业债券代表着发债企业和投资者之间的一种债权债务关系。债券持有人是企业的债权人，不是所有者，无权参与或干涉企业的经营管理，但债券持有人有权按期收回本息。企业债券与股票一样，同属有价证券，可以自由转让。

企业债券按不同标准可以分为很多种类。最常见的分类有以下几种：

(1)按照期限划分，企业债券有短期企业债券、中期企业债券和长期企业债券。根据我国企业债券的期限划分，短期企业债券期限在1年以内，中期企业债券期限在1年以上

5年以内，长期企业债券期限在5年以上。

(2)按是否记名划分，企业债券可分为记名企业债券和不记名企业债券。

(3)按债券有无担保划分，企业债券可分为：①信用债券，是指仅凭筹资人的信用发行的、没有担保的债券，只适用于信用等级高的债券发行人；②担保债券，是指以抵押、质押、保证等方式发行的债券，其中，抵押债券是指以不动产作为担保品所发行的债券，质押债券是指以其有价证券作为担保品所发行的债券，保证债券是指由第三者担保偿还本息的债券。

(4)按债券可否提前赎回划分，企业债券可分为可提前赎回债券和不可提前赎回债券。

(5)按债券票面利率是否变动，企业债券可分为固定利率债券、浮动利率债券和累进利率债券。

(6)按发行人是否给予投资者选择权分类，企业债券又可分为附有选择权的企业债券和不附有选择权的企业债券。附有选择权的企业债券指债券发行人给予债券持有人一定的选择权，如可转换公司债券、有认股权证的企业债券、可退还企业债券等。可转换公司债券的持有者，能够在一定时间内按照规定的价格将债券转换成企业发行的股票；有认股权证的债券持有者，可凭认股权证购买所约定的公司的股票；可退还的企业债券，在规定的期限内可以退还。反之，债券持有人没有上述选择权的债券，即是不附有选择权的企业债券。

(7)按发行方式分类，企业债券可分为公募债券和私募债券。

560. 什么是牛市、熊市？其市场特征是什么？

所谓“牛市”，也称多头市场，指市场行情普遍看涨，延续时间较长的大升市。所谓“熊市”，也称空头市场，指行情普遍看淡，延续时间相对较长的大跌市。

根据牛市和熊市的不同市场特征，它们彼此可以分为三个阶段：

牛市第一期。与熊市第三期的一部分重合，大部分投资者对市场心灰意冷，很多人开始不计成本地抛出所有的股票。有远见的投资者则通过对各类经济指标和形势的分析，预期市场情况即将发生变化，开始逐步选择优质股买入，市场成交逐渐出现微量回升，经过一段时间后，许多股票已从盲目抛售者手中流到理性投资者手中，市场在回升过程中偶有回落，但整个市场交投开始活跃。

牛市第二期。这时股市市场状况虽然明显好转，但熊市的惨跌使投资者心有余悸。市场出现一种非升非跌的僵持局面，但总的来说大市基调良好，股价力图上升。这段时间可维持数月甚至超过一年，主要视上次熊市造成的心理打击的严重程度而定。

牛市第三期。股市成交量不断增加，越来越多的投资人进入市场。大市的每次回落不但不会使投资人退出市场，反而吸引更多的投资人加入。在这一阶段的末期，市场投机气氛极浓，即使出现坏消息也会被作为投机热点炒作，变为利好消息。垃圾股、冷门股股价均大幅度上涨，而一些稳健的优质股则反而被漠视。

熊市第一期。其初段就是牛市第三期的末段，这时市场绝对乐观，投资者对后市变化

完全没有戒心。正当绝大多数投资者疯狂沉迷于股市升势时，少数明智的投资者和个别投资大户已开始将资金逐步撤离或处于观望。这是股市大跌的开始。

熊市第二期。这一阶段，股票市场一有风吹草动，就会触发“恐慌性抛售”。一方面市场上热点太多，想要买进的人反因难以选择而退缩不前，处于观望；另一方面更多的人开始急于抛出，加剧股价急速下跌，于是股价越跌越急，一发不可收拾。

熊市第二期。经过一段时间的中期性反弹以后，经济形势和上市公司的前景趋于恶化，公司业绩下降，财务困难。各种真假难辨的利空消息又接踵而至，对投资者信心造成进一步打击；这时整个股票市场弥漫着悲观气氛，股价继反弹后较大幅度下挫。

在熊市第三期中，股价持续下跌，而这时由于市场信心崩溃，下跌的股票集中在业绩一向良好的蓝筹股和优质股上。这一阶段正好与牛市第一阶段的初段吻合，有远见和理智的投资者会认为这是最佳的吸纳机会，这时购入低价优质股，待大市回升后可获得丰厚回报。

561. 什么是K线图？阳线指什么？阴线指什么？

所谓K线图，就是将各种股票每日、每周、每月的开盘价、收盘价、最高价、最低价等涨跌变化状况，用图形的方式表现出来。K线又称阴阳线、棒线、红黑线或蜡烛线，它起源于日本德川幕府时代(1603—1867年)的米市交易，用来计算米价每天的涨跌，后来人们把它引入股票市场价格走势的分析中，目前已成为股票技术分析中的一种重要方法。

K线最上方的一条细线称为上影线，中间的一条粗线为实体，下面的一条细线为下影线。当收盘价高于开盘价，也就是股价走势呈上升趋势时，我们称这种情况下的K线为阳线，中部的实体以空白或红色表示。这时，上影线的长度表示最高价和收盘价之间的价差，实体的长短代表收盘价与开盘价之间的价差，下影线的长度则代表开盘价和最低价之间的差距。当收盘价低于开盘价，也就是股价走势呈下降趋势时，我们称这种情况下的K线为阴线，中部的实体为黑色。此时，上影线的长度表示最高价和开盘价之间的价差，实体的长短代表开盘价比收盘价高出的幅度，下影线的长度则由收盘价和最低价之间的价差大小所决定。

562. 什么是国债、凭证式国债、无记名(实物)国债、计账式国债？

国债是中央政府为筹集财政资金而发行的一种政府债券，是中央政府向投资者出具的、承诺在一定时期支付利息和到期偿还本金的债权债务凭证，是国家信用的主要形式。中央政府发行国债的目的往往是弥补国家财政赤字，或者为一些耗资巨大的建设项目、某些特殊经济政策乃至为战争筹措资金。由于国债以中央政府的税收作为还本付息的保证，因此风险小、流动性强，利率也较其他债券低。

从债券形式来看，我国发行的国债可分为凭证式国债、无记名(实物)国债和记账式国债三种。

(1)凭证式国债是一种国家储蓄债,可记名、挂失,以"凭证式国债收款凭证"记录债权,不能上市流通,从购买之日起计息。在持有期内,持券人如遇特殊情况需要提取现金,可以到购买网点提前兑取;提前兑取时,除偿还本金外,利息按实际持有天数及相应的利率档次计算,经办机构按兑付本金的 2‰收取手续费。

(2)无记名(实物)国债是一种实物债券,以实物券的形式记录债权,面值不等,不记名,不挂失,可上市流通。发行期内,投资者可直接在销售国债机构的柜台购买;在证券交易所设立账户的投资者,可委托证券公司通过交易系统申购;发行期结束后,实物券持有者可在柜台卖出,也可将实物券交证券交易所托管,再通过交易系统卖出。

(3)计账式国债以计账形式记录债权,通过证券交易所的交易系统发行和交易,可以记名、挂失。投资者进行计账式证券买卖,必须在证券交易所设立账户;由于计账式国债的发行和交易均无纸化,所以效率高、成本低,交易安全。

563. 什么是长期债券、中期债券、短期债券?

根据偿还期限的不同,债券可分为长期债券、短期债券和中期债券。一般说来,偿还期限在 10 年以上的为长期债券;偿还期限在 1 年以下的为短期债券;期限在 1 年或 1 年以上、10 年以下(包括 10 年)的为中期债券。

我国国债的期限划分与上述标准相同,但我国企业债券的期限划分与上述标准有所不同。我国短期企业债券的偿还期限在 1 年以内,偿还期限在 1 年以上 5 年以下的为中期企业债券,偿还期限在 5 年以上的为长期企业债券。

短期债券的发行者主要是工商企业和政府,金融机构中的银行因为以吸收存款作为自己的主要资金来源,并且很大一部分存款的期限是 1 年以下,所以较少发行短期债券。政府发行短期债券多是为了平衡预算开支,美国政府发行的短期债券分为 3 个月、6 个月、9 个月和 12 个月四种,我国政府发行的短期债券较少。

中长期债券的发行者主要是政府、金融机构和企业。

564. 什么是金融债券? 金融债券有哪些种类?

金融债券是由银行和非银行金融机构发行的债券。在英、美等欧美国家,金融机构发行的债券归类于公司债券;在我国及日本等国家,金融机构发行的债券称为金融债券。

金融债券能够较有效地解决银行等金融机构的资金来源不足和期限不匹配的矛盾。一般来说,银行等金融机构的资金有三个来源,即吸收存款、向其他机构借款和发行债券。存款资金的特点之一,是在经济发生动荡的时候,易发生储户争相提款的现象,从而造成资金来源不稳定;向其他商业银行或中央银行借款所得的资金主要是短期资金,而金融机构往往需要进行一些期限较长的投融资,这样就出现了资金来源和资金运用在期限上的矛盾,发行金融债券比较有效地解决了这个矛盾。债券在到期之前一般不能提前兑换,只能在市场上转让,从而保证了所筹集资金的稳定性。

按不同标准，金融债券可以划分为很多种类。最常见的分类有以下两种：

(1)根据利息的支付方式，金融债券可分为附息金融债券和贴现金融债券。如果金融债券上附有多期息票，发行人定期支付利息，则称为附息金融债券；如果金融债券是以低于面值的价格贴现发行，到期按面值还本付息，利息为发行价与面值的差额，则称为贴现债券。

(2)根据发行条件，金融债券可分为普通金融债券和累进利息金融债券。普通金融债券按面值发行，到期一次还本付息，期限一般是1年、2年和3年，累进利息金融债券的利率不固定，在不同的时间段有不同的利率，并且一年比一年高。

此外，金融债券也可以像企业债券一样，根据期限的长短划分为短期债券、中期债券和长期债券；根据是否记名划分为记名债券和不记名债券；根据担保情况划分为信用债券和担保债券；根据可否提前赎回划分为可提前赎回债券和不可提前赎回债券；根据债券票面利率是否变动划分为固定利率债券、浮动利率债券和累进利率债券；根据发行人是否给予投资者选择权划分为附有选择权的债券和不附有选择权的债券等。

565. 什么是开市价、收市价、最高价、最低价?

开市价又称开盘价，是指某种证券在证券交易所每个交易日开市后的第一笔买卖成交价格。世界上大多数证券交易所都采用成交量最大原则来确定开盘价，如果开市后一段时间内(通常为半小时)某种证券没有买卖或没有成交，则取前一日的收盘价作为当日证券的开盘价；如果某证券连续数日未成交，则由证券交易所的场内中介经纪人根据客户对该证券买卖委托的价格走势提出指导价，促使成交后作为该证券的开盘价。

收市价又称收盘价，通常指某种证券在证券交易所每个交易日里的最后一笔买卖成交价格。如果某种证券当日没有成交，则采用最近一次成交价作为收盘价，初次上市的证券，以其上市前公开销售的平均价格作为收盘价；如果证券交易所每日开前、后两市，则会出现前市收盘价和后市收盘价。

最高价指某种证券在每个交易日从开市到收市的交易过程中所产生的最高价格。如果当日该种证券成交价格没有发生变化，最高价就是即时价；若当日该种证券停牌，则最高价就是前收市价；如果证券市场实施了涨停板制度或涨幅限制制度，则最高价不得超过前市收盘价 ×(1 + 最大允许涨幅比率)。

最低价指某种证券在每个交易日从开市到收市的交易过程中所产生的最低价格。如果当日该种证券成交价格没有发生变化，最低价就是即时价；若当日该种证券停牌，则最低价就是前收市价。如果证券市场实施了跌停板制度或跌幅限制制度，则最低价不得超过前市收盘价 ×(1 - 最大允许跌幅比率)。

566. 什么是道·琼斯指数、日经指数、伦敦金融时报指数?

道·琼斯指数即道·琼斯股票价格平均指数，是世界上最有影响、使用最广的股价指

数。它以在纽约证券交易所挂牌上市的一部分有代表性的公司股票作为编制对象，由四种股价平均指数构成，分别是：①以30家著名的工业公司股票为编制对象的道·琼斯工业股价平均指数；②以20家著名的交通运输业公司股票为编制对象的道·琼斯运输业股价平均指数；③以15家著名的公用事业公司股票为编制对象的道·琼斯公用事业股价平均指数；④以上述三种股价平均指数所涉及的65家公司股票为编制对象的道·琼斯股价综合平均指数。在四种道·琼斯股价指数中，以道·琼斯工业股价平均指数最为著名，它被大众传媒广泛地报道，并作为道·琼斯指数的代表加以引用。道·琼斯指数由美国报业集团道·琼斯公司负责编制并发布，登载在其属下的《华尔街日报》上。历史上第一次公布道·琼斯指数是在1884年7月3日，当时的指数样本包括11种股票，由道·琼斯公司的创始人之一、《华尔街日报》首任编辑查尔斯·亨利·道编制。1928年10月1日起其样本股增加到30种并保持至今，但作为样本股的公司已经历过多次调整。道·琼斯指数是算术平均股价指数。

日经指数原称为“日本经济新闻社道·琼斯股票平均价格指数”，是由日本经济新闻社编制并公布的反映日本东京证券交易所股票价格变动的股票价格平均指数。该指数的前身为1950年9月开始编制的“东证修正平均股价”，1975年5月1日，日本经济新闻社向美国道·琼斯公司买进商标，采用修正的美国道·琼斯公司股票价格平均数的计算方法计算，并将其所编制的股票价格指数定为“日本经济新闻社道·琼斯股票平均价格指数”，1985年5月1日在合同满十年时，经两家协商，将名称改为“日经平均股价指数”（简称日经指数）。日经指数按其计算对象的采样数目不同，现分为两种：一是日经225种平均股价指数，它是从1950年9月开始编制的；二是日经500种平均股价指数，它是从1982年1月开始编制的。前一种指数因延续时间较长，具有很好的可比性，成为考察日本股票市场股价长期演变及最新变动最常用和最可靠的指标，传媒日常引用的日经指数就是指这个指数。

伦敦金融时报指数是“伦敦《金融时报》工商业普通股票平均价格指数”的简称。由英国最著名的报纸——《金融时报》编制和公布，用以反映英国伦敦证券交易所的行情变动。该指数分三种：一是由30种股票组成的价格指数，二是由100种股票组成的价格指数，三是由500种股票组成的价格指数。通常所讲的英国金融时报指数指的是第一种，即由30种有代表性的工商业股票组成并采用加权算术平均法计算出来的价格指数，该指数以1935年7月1日为基期日，以该日股价指数为100点，以后各期股价与其比较，所得数值即为各期指数，该指数也是国际上公认的重要股价指数之一。

567. 什么是恒生指数、国企指数、红筹股指数？

恒生指数、国企指数以及红筹股指数是香港股票市场中三个不同的指数。

恒生指数由香港恒生银行全资附属的恒生指数服务有限公司编制，是以香港股票市场中的33家上市股票为成分股样本，以其发行量为权数的加权平均股价指数，是反映香港股市价格趋势最有影响的一种股价指数。该指数于1969年11月24日首次公开发布，基期为1964年7月31日，基期指数定为1000；恒生指数的成分股具有广泛的市场代表

性,其总市值占香港联合交易所市场资本额总和的70%左右。为了进一步反映市场上各类股票的价格走势,恒生指数于1985年开始公布四个分类指数,把33种成分股分别纳入工商业、金融、地产和公共事业四个分类指数中。

国企指数又称H股指数,全称是恒生中国企业指数,也是由香港恒生指数服务有限公司编制和发布的。该指数以所有在联交所上市的中国H股公司股票为成分股计算得出加权平均股价指数,设立恒生中国企业指数的目的,是要为投资者提供一个反映在香港上市的中国H股企业的股价表现的指标。该指数的计算公式与恒生指数相同;国企指数于1994年8月8日首次公布,以上市H股公司数目达到10家的日期,即1994年7月8日为基数日,当日收市指数定为1000点,指数追溯计算至1993年7月15日,亦即首家中国企业在联交所上市的日期。

红筹股指数指香港恒生指数服务有限公司编制和发布的恒生红筹股指数。该指数于1997年6月16日正式推出,样本股包括32只符合其选取条件的红筹股,而非所有红筹股。指数以1993年1月4日为基日,基日指数定为1000点。红筹股指数成分股选取标准是:

(1)内地国有机构、省市单位直接或间接持有该红筹股不少于三成半权益;

(2)在联交所上市满12个月;

(3)被内地国有机构、省市单位或有关机构收购满12个月;

(4)在过去一年内,除非公司停牌交易,否则不可超过20个交易日无成交;

(5)不是国企H股。

568. 什么是买空、卖空?这种交易主要有几种?

买空、卖空是信用交易的两种形式。买空是指投资者用借入的资金买入证券,卖空是指投资者自己没有证券而向他人借入证券后卖出。目前我国法律明确禁止买空、卖空行为。在发达国家的证券市场中信用交易是一个普遍现象,但对信用交易都有严格的法律规定并进行严密监管。

在买空交易中,如果投资者认定某一证券价格将上升,想多买一些该证券但手头资金不足时,可以通过交纳保证金向证券商借入资金买进证券,等待价格涨到一定程度时再卖出以获取价差;由于这一交易方式投资人以借入资金买进证券,而且要作为抵押物放在经纪人手中,投资人手里既无足够的资金,也不持有证券,所以称为买空交易。

在卖空交易中,当投资人认定某种证券价格将下跌时,可以通过缴纳一部分保证金向证券商借入证券卖出,等价格跌到一定程度后再买回同样证券交还借出者,以牟取价差。由于这一交易方式投资人手里没有真正的证券,交易过程是先卖出后买回,因此称为卖空。

买空、卖空这种以融资或融券方式进行的交易,主要有以下几种:

(1)纯粹的投机性交易:这类交易纯粹是为了获得价差利益而进行的,如交易者本身不拥有证券,而是从别人或证券商处借入证券供交割时使用。

(2)保值性交易:即以保值为主要目的的交易。客户如对某种证券的买进多于卖出,

但这种证券的价格又趋于下跌，于是他就可从事其他种类证券的空头交易，从中获取利润来抵补前种证券可能带来的损失。

(3)技术性交易：指出于某种技术方面的原因而进行的交易。客户虽然持有某种证券，但因已经质押出去或其他方面原因无法流通，为了抓住交易机会，暂时从其他方面借入该种证券卖空。

(4)套买性交易：指交易者利用各地证券市场的价差，从较低的市场借入，然后在价格较高的市场卖出，等待价格下跌后再购回的交易。

569. 什么是基金?

作为一种投资工具，证券投资基金把众多投资人的资金汇集起来，由基金托管人(例如银行)托管，由专业的基金管理公司管理和运用，通过投资于股票和债券等证券，实现收益的目的。专家理财是基金投资的重要特色，基金管理公司配备的投资专家，一般都具有深厚的投资分析理论功底和丰富的实践经验，以科学的方法研究股票、债券等金融产品，组合投资，规避风险。

570. 基金有几种类型?

按照组织形式，有公司型基金和契约型基金两类，目前国内基金均为契约型。

按照基金规模是否固定，可分为封闭式基金和开放式基金；按照投资对象的不同，可分为股票基金、债券基金、混合基金、货币市场基金、期货基金、期权基金等；按照投资运作的特点，可分为成长型、收入型、平衡型基金。

571. 什么是契约型基金?

契约型证券投资基金是指以信托法为基础的基金，故又称为信托型基金，即根据当事人各方间订立的信托契约、由基金发起人发起设立的基金，基金发起人向投资者发行基金单位筹集资金。

572. 什么是公司型基金?

公司型基金是指以公司法为基础设立、通过发行基金单位筹集资金并投资于各类证券的基金。公司型基金的认购人和持有人是基金的股东，股东选举产生的董事会代表股东负责基金运作的有关事宜；公司型基金被称为基金公司，基金公司一般没有自己的管理人员，而是由董事会选择合适的投资管理公司负责基金的证券组合管理。

573. 什么是开放式基金和封闭式基金?

开放式基金是指基金股份总额是可以变动的基金,它既可以向销售者销售任意多的基金单位,也可以随时应投资者的要求赎回已发行的基金单位;封闭式基金是指基金的基金单位数目在基金设立时就已确定,在基金存续期内基金单位的数目一般不会变化,但出现基金扩募的情况例外。

574. 什么是在岸基金和离岸基金?

按照证券投资基金募集和投资地域的国际特点,证券投资基金又可分为在岸基金和离岸基金:在岸基金是反映在本国募集资金并投资于本国证券市场的证券投资基金,我国目前在境内设立的基金都属于在岸基金;离岸基金是指一国的基金发起人在他国设立基金,发行面向第三国投资者的基金单位,并将募集资金投资于本国或第三国的证券投资基金。

575. 什么是股票的价值和价格? 它们是如何决定的?

股票代表一定价值量,简称"股票价值"。股票价值的确立形式主要有四种:一是票面价值,亦称面值,是在股票正面所载明的股票的价值,是确立股东所持有的股份占公司所有权的大小、核算股票溢价发行、登记股东账户的依据;面值为公司确立了最低资本额。二是账面价值,公司资产总额减去负债(公司净资产)即为公司股票的账面价值,再减去优先股价值,为普通股份值。三是市场价值,即股票在股票市场上买卖的价格,又称"股票行市",有时也简称"股价",对于投资者来说,股价是"生命线",它可以使投资者破产,也可以使投资者发财;股价表示为开盘价、收盘价、最高价、最低价和市场价等形式,其中收盘价最重要,它是人们分析行情和制作股市行情表时采用的基本数据。四是清算价值,指公司终止时其资产的实际价值和其账面价值会发生偏离,有时是有很大的偏离,清算价值的计算公式为:

$$V = T/N$$

其中,V 表示股票的清算价值,T 表示公司全部资产拍卖后净收入,N 表示股票股数。

576. 什么是二板市场? 其主要服务对象、特点及与主板市场的最大区别是什么?

二板市场是与主板市场相对应存在的概念,是世界上众多资本市场为了促进中小型创新企业发展而专门设立的针对中小型企业尤其是创新型企业的股票市场。

二板市场主要服务对象:是新兴产业尤其是高新技术产业,在促进高新技术产业的发展和进步方面起到了至关重要的作用。美国的 Nasdaq 是二板市场的典型,素有"高科技

企业摇篮"之称,培育了美国的一大批高科技巨人,如微软、英特尔、苹果、思科、戴尔等等,对美国以电脑信息为代表的高科技产业的发展以及美国近年来经济的持续增长起到了十分重要的作用;在Nasdaq巨大的示范作用下,世界各大资本市场也开始设立自己的二板市场。1995年6月,伦敦交易所设立了二板市场简称AIM;1996年2月14日,法国设立了新市场Le Nouveau March;1999年11月,香港创业板正式成立。

二板市场与主板市场的最大区别在于其极强的针对性,主要发行人为高科技领域内运作良好、成长性强的高科技企业,而对企业规模和过去的经营业绩要求较低。

各国二板市场还有如下特点:

(1)风险较高。与主板上市公司相比,二板市场的上市规模小,业务处于初期阶段,而行业竞争又较激烈,未来发展的不确定性较大,因而使投资者面临更大的投资风险。

(2)监管严格。由于风险较高,监管当局对发行人实行更严格的监管标准,在信息披露方面要求更高,以保证市场透明度和维护投资者的利益。

(3)主要针对熟悉投资的个人投资者和机构投资者。

(4)具有明显的高新技术导向。

577. 证券组合的含义和原因是什么?

(1)证券组合的含义。通常是指个人或机构投资者同时所持有的各种有价证券的总称,如股票、债券、存款单等。投资组合不是证券品种的简单随意组合,它体现了投资者的意愿和投资者所受到的约束,即受到投资者对投资收益的权衡、投资比例的分配、投资风险的偏好等的限制。

(2)构建证券组合的原因。组合理论是建立在对理性投资者行为特征的研究基础之上的,理性投资者具有厌恶风险和追求收益最大化的基本行为特征。对证券投资进行组合管理,可以在降低资产组合风险的同时,实现收益最大化。

①降低风险。人们常常用"不要把鸡蛋放在同一个篮子"的例子来形象地说明这个问题:如果我们把鸡蛋放在同一个篮子里,万一这个篮子不小心掉在地上,所有的鸡蛋就都可能摔碎;而如果我们把鸡蛋分放在不同的篮子里,一个篮子掉了,不会影响到其他篮子里的鸡蛋。资产组合理论证明,资产组合的风险随着组合所包含的证券数量的增加而降低,资产间相关度极低的多元化资产组合可以有效地降低非系统性风险。

②实现收益最大化。理性投资者都厌恶风险,同时又追求收益最大化。就单个资产而言,风险与收益是成正比的,高收益总是伴随着高风险,但是,各种资产不同比例的组合,却可以使证券组合整体的收益——风险特征达到在同等风险水平上收益最高和在同等收益水平上风险最小的理想状态。

578. 证券组合的类型有哪些?

证券组合的分类通常以组合的投资目标为标准,可以分为避税型、收入型、增长型、收

入和增长混合型、货币市场型、国际型及指数化型等。

(1)避税型证券组合:以避税为首要目的,主要服务于处于高税率档次的富人,通常投资于政府债券,政府债券投资所得在大多数国家都是免税的。

(2)收入型证券组合:追求的是低风险和基本收益(即利息、股息收益)的稳定,能够带来基本收益的证券有附息债券、优先股及一些避税债券等,这种组合的主要功能是为投资者实现基本收益的最大化,定期从组合获得的收入可能要用于满足投资者的部分或全部日常开支的需要。

(3)增长型证券组合:以资本升值(即未来价格上升带来的价差收益)为目标,投资者往往愿意通过延迟获得基本收益来求得未来收益的增长,这类投资者很少会购买分红的普通股,投资风险较大。

(4)收入和增长混合型证券组合:是试图在基本收入与资本增长之间、收益与风险之间达到某种均衡,因此也称为均衡组合。

(5)货币市场型证券组合:是由各种货币市场工具构成,如国库券、高信用等级的商业票据等,货币市场交易具有规模大、价差波动小的特点,不适宜小额投资,通过这种组合使中小投资者得以参与货币市场投资。

(6)国际型证券组合:该种证券组合投资于海外不同国家,是组合管理的时代潮流,是经济、金融全球化和国际资本流动的必然结果。实证研究结果表明,这种证券组合的业绩总体上强于只在本土投资的组合,因为它可以减弱国家或地区的风险,在世界范围内追求收益最大化。

(7)指数化型证券组合:该种证券组合模拟某种市场指数,信奉有效益市场理论的机构投资者通常会倾向于这种组合,以求获得市场平均的收益水平,因此也常被称为追踪基金或被动基金。根据模拟指数的不同,指数化证券组合可以分为两类:一类模拟内涵广大的市场指数,这属于常说的被动投资管理;另一类模拟某种专业化的指数,如道·琼斯公共事业指数,这种组合可不属于被动管理之列,因为它对指数是有选择的。

579. 证券法的概念是什么?

证券法是个比较复杂的概念,它有广义与狭义的分别。广义的证券法是指一切与证券有关的法律规范的总称,无论是在公法方面还是在私法方面的法律规范,都包括无遗。诸如公法中,行政法中有关证券违规行为的规定;刑法中有关一切证券犯罪的规定;私法中,民法、商法有关证券的规定。狭义的证券法是指专门调整证券关系的法律,即调整证券的发行、交易及对证券市场进行监督管理的法律规范的总称。平时我们所说的证券法,一般是指狭义的证券法。

580. 股东的概念是什么?

股东即股份有限公司的股份持有人。所谓股份持有又称股份所有,指对股份的实际

占有和控制，包括原始股份持有和继受股份持有。前者，如发起人认购公司股份发起人以外的人认购公司所发行的股份；后者，如通过股份的转让、赠与和继承而对公司股份持有。不论是原始股份持有，还是继受股份持有，均可使持有人成为公司股东。

581. 股东权利可以分为哪几类？

依照不同标准股东权利，可作不同的分类。

(1)自益权和公益权：这是依行使权力目的为标准进行的分类。所谓自益权，是指股东为自己的利益而行使的权力；所谓公益权，是指股东以个人利益为目的但可兼有为公司利益而行使的权力。

(2)固有权和非固有权：这是依股东权利的性质为标准进行的分类。所谓自有权，是指依照公司法规定而股东固有的权利。由于这种权利是由公司法直接规定的，不得以章程或股东会决议的方式予以剥夺或者限制，故称之为固有权。相反，凡是可以根据章程或决议剥夺或者限制的权利，就是非固有权。

(3)单独股东权和少数股东权：这是依权利行使的方式为标准进行的分类。所谓单独股东权，是指股东一人可单独行使的权力；所谓少数股东权，是指代表股东总数的一定比例的股东相互结合行使的权力。

582. 什么是证券交易制度？

所谓证券交易制度，是指证券的交易方式、证券交易程序及规则等一系列规范的总和。由于交易程序与交易规则的相互结合，交易制度便以证券的交易方式为中心。因此，平时人们说的证券交易制度基本上是指证券的交易方式，也可以说，针对证券交易方式而言，是对证券交易制度的狭义理解。

早期证券交易的主要形式是采取现货交易方式，但随着商品经济和资本市场的发展，证券交易的方式开始出现复杂的交易方式，逐渐形成了现货交易、期货交易、期权交易和信用交易等方式。

583. 什么是证券交易程序？证券交易程序可以分为哪几个阶段？

所谓证券交易程序，是指证券交易市场买进或者卖出证券的具体步骤。即指投资者在二级市场买进或卖出已上市证券的过程。这一过程一般包括开户、委托、成交、清算与交割、过户五大阶段。

(1)开户。在证券交易所当中，证券交易账户的开立，简称“开户”。具体地讲，开户是指自然人或者持有有效身份证件及指定银行账号，到证券登记机构填写证券账户申请表，经审核后领取证券账户卡，建立证券账户的过程，俗称办代码卡。这是证券投资者在从事证券买卖前，在规定的代理机构开设证券账户与资金账户的行为。

根据我国现行的证券交易制度，证券投资者开立的账户，分为证券账户与资金账户。

①证券账户是存储、管理投资者所持证券的特别账户。对持券待售的投资者来说，其待出售的证券应存入该账户；而对持币待购的投资者来说，其购入证券也将存入该账户。只不过，不同类型的证券投资者在开立证券账户时，要遵守相应的法律限制。

②资金账户是指投资者在开立证券账户后，可选择某一证券经纪公司并申请开立资金账户。根据现行的“指定交易制度”，投资者只能选择一家证券公司开立资金账户，并在该资金账户存入一定数量的资金，以备买卖证券之用。

(2)委托。所谓委托，是委托买卖的简称，是投资者向证券经纪商发出并表明以某种价格买进或卖出一定数量的某种证券的表示。证券商接受委托，则双方建立证券买卖合同关系；在这份委托合同当中，委托人一方只能是开设了证券交易账户的投资者或者代理人，受托人一方只能是依法设立、经交易所批准可在交易所市场经营经纪业务的证券商，双方当事人应在委托买卖前达成建立代理关系的合同。

(3)成交。所谓成交，是指证券商相互之间通过竞价，就买卖股票的价格、数量达成一致，成立证券买卖合同的行为。

(4)清算与交割。所谓清算，是指各证券商通过证券交易所的清算机构，对股票买卖数量、金额进行清算和抵消的行为。清算所执行的是“中央结算，净额交收”原则，根据目前采用的规则，证券公司在代理投资者进行证券交易的当日，应于收市后首先与证券交易所办理清算业务；由各证券公司依差价交收规则，对买卖证券的金额差价予以清偿，然后每个证券公司对其代理的投资者买卖证券的价款金额进行清抵。

(5)过户。所谓过户，是指买卖双方通过证券公司在交易所进行的证券买卖成交后，再通过登记结算机构进行证券权利的转移与过户的过程。根据目前实际的登记过户制度，投资者在证券买卖成交后的下一个营业日，证券登记公司办理完毕过户登记手续，并应提供交割单，如恰逢法定假日，则过户应顺延至节假日后的第一个营业日。

584. 证券交易服务机构的概念是什么？

证券交易服务机构是指为证券发行、投资交易提供服务的机构。证券交易服务机构在整个证券市场中的作用是不可低估的，在证券的发行市场上，它们能为投资者提供准确的投资信息，帮助投资者作出正确的投资决策，使证券的发行工作得以顺利进行。在证券的交易市场中，它们能够协助上市公司及时而准确地披露经营、财务和资产状况，为政府的监督管理提供依据，从而使投资者的权益得到切实的维护。证券交易服务机构主要有证券投资咨询机构和证券资信评估机构，此外，还有律师事务所和会计师事务所。

585. 证券资信评估机构的概念是什么？

证券资信评估机构是依法设立的对证券质量进行评价从而确定证券投资价值的、以营利为目的的服务机构，一般为独立的非官方机构。

证券评估机构对证券的评估只是专业人员对证券的盈利能力、发展前景等有关情况作出的职业评价与预测，并不是对证券在未来市场的表现作出的保证；证券评估机构的评估结果仅供投资者在买卖证券、发行证券时参考，证券投资风险应由投资者自行承担。

586. 证券投资咨询机构的概念是什么？

证券投资咨询机构又称证券投资顾问机构，是指向投资者或者客户提供证券投资分析、预测或者建议等咨询服务，直接或间接收取一定费用的机构。申请证券投资咨询从业资格的机构是指依照《中华人民共和国公司法》设立的从事证券投资咨询业务的有限责任公司或者股份有限公司，包括：证券投资咨询公司、从事证券投资咨询业务的证券经营机构、信息服务公司、信息网络公司、财务顾问公司、资产管理公司、投资公司以及中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）认定的其他从事证券投资咨询业务的公司。

587. 什么是证券监管？证券监管的目的有哪些？

证券监管是指国家证券管理机关及其授权机构依法通过行政手段、经济手段和法律手段，对证券市场及证券业机构进行规制所形成的一系列活动的总称。

我国证券市场监管的目的主要有以下几点：

（1）保护投资者。由于我国证券市场发展的时间还很短，存在着种种不规范的现象，因此，中国证监会通过不断颁布新法规和完善旧法规，其根本目的是打造投资者公平参与的市场环境。

（2）保证市场公正、有效和透明。这和保护投资者利益是手段和目的的关系，主要是通过明确市场准则，规范上市公司、中介机构、基金和机构的市场行为来实现。

（3）减少系统性风险。我国证券市场已经被看做是宏观经济的"晴雨表"，能够提前反映宏观经济的重大变化。因此，一方面我国证券市场要加速发展，另一方面也要特别注意证券市场的平稳性。这也是中国证监会监管证券市场的重要目标。

16

合同法律知识

588. 什么是合同？我国合同法所调整的合同关系具有哪些特征？

合同有广义和狭义之分：广义上的合同泛指一切确立权力义务关系的协议，狭义上的合同是指设立、变更、终止民事权利义务关系的协议。《中华人民共和国合同法》(以下简称合同法)第2条规定：合同是平等主体的自然人、法人、其他组织之间设立、变更、终止民事权利义务关系的协议。

我国合同法所调整的合同关系具有如下特征：

(1)平等主体之间的法律关系。即调整自然人、法人、其他组织之间的民事法律关系。而非平等主体之间，如一方为政府管理机关，另一方为自然人、法人或其他组织订立的合同(或称特许协议或政府采购合同或国家契约)，以及国家机关、企业、公司内部的人事、业务管理关系等均不适用合同法。

(2)平等主体之间设立、变更、终止民事权利义务关系的协议。民事权利义务的含义广泛，但根据我国《合同法》的规定，该法只适用于确定债权、债务关系的债权合同，不适用物权合同以及某些知识产权的转让和实施许可合同以及身份关系的合同。

(3)双方当事人之间事实上达成的合意。这种合意可以根据当事人之间签订的书面文件，也可以根据当事人使用的语言或行为来加以证实。

589. 合同应当遵守哪些基本原则？

根据《合同法》第3条至第8条规定，在合同活动中应当遵守以下原则：

(1)平等原则。《合同法》第3条规定："合同当事人的法律地位平等，一方不得将自己的意志强加给另一方。"这就是平等原则，平等是指当事人双方在合同的订立、履行和承担违约责任等方面都处于平等的法律地位，彼此的权利义务对等；不论是自然人还是法人、其他组织，不论其所有制性质和经济实力，不论其有无上下级关系，他们在合同关系中相互之间的法律地位是平等的，都是独立的、平等的当事人；如果当事人的法律地位都不平等，就会出现一方将自己的意志强加给另一方的"霸王合同"，这是违反平等原则的。

(2)自愿原则。《合同法》第4条规定："当事人依法享有自愿订立合同的权利，任何单位和个人不得非法干预。"这就是自愿原则，自愿原则是《合同法》的重要基本原则，合同当事人通过协商，自愿决定和调整相互权利义务关系。自愿原则体现了民事活动的基本特征，是区别于行政法律关系、刑事法律关系的特有原则；民事活动除法律、行政法规的强制性规定外，由当事人自愿约定；自愿原则也是社会主义市场经济的要求。

自愿原则主要体现在:个人有是否缔结合同的选择自由,即自主决定是否订立合同以及在何时、何地、与何人订立合同的自由;除非受必要的公共利益限制,一个人可以自主缔结自己想要缔结的合同并有接受自己认为是最有利的条款的自由,即自由决定合同的内容,自由选择合同适用的法律,自由决定将合同争议提交仲裁或司法解决;既然合同之债是双方自由意志的结果,债的内容只能由双方自由意志决定,因此,"任何单位和个人不得非法干预"。在当事人未作表述或表述不清楚的地方,法院不能加以补充。

(3)公平原则。《合同法》第5条规定:"当事人应当遵循公平原则确立各方的权利和义务。"这就是公平原则。在订立合同时,当事人应当遵循公平原则确立双方的权利和义务,不得欺诈,不得假借订立合同恶意进行磋商;在确立违约责任时,也要根据公平原则确立,不能在违约责任中出现有利于一方而不利于另一方的条款。《合同法》规定公平原则,可以防止当事人滥用权利,有利于保护当事人的合法权益,维护和平衡当事人之间的利益,有的问题合同没有约定或约定不明确时,可以根据公平原则进行解释,法院、仲裁机构在审理、仲裁案件时,要根据公平原则进行审理和仲裁。

(4)诚信原则。我国《民法通则》第4条规定:民事活动应当遵循自愿、公平、等价、有偿、诚实信用的原则。《合同法》第6条规定:"当事人行使权利、履行义务应当遵循诚实信用原则。"也就是说,在民商事活动中,当事人都应当遵循诚实信用原则;诚实信用原则要求当事人在订立合同、履行合同、合同终止后的全过程中,都要心怀善意,要诚实、讲信用,相互协作,不得滥用权利。当事人在履行合同义务时,应当遵循诚实信用原则,根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务;诚实信用是社会公德的体现,符合商业道德的要求;贯彻诚实信用原则,有利于合同的履行,保护当事人的合法权益。

(5)遵守法律和公共秩序原则。《合同法》第7条规定:"当事人订立、履行合同,应当遵守法律、行政法规,尊重社会公德,不得扰乱社会经济秩序,损害社会公共利益。"遵守法律,不得损害社会公共利益,是《合同法》的重要基本原则。遵守法律不但指作为合同的(中外)当事人必须遵守我国法律规定,服从工商行政管理部门的规定,履行必要的法定手续,交纳必要的税、费,而且指合同的订立、履行、解除或终止,从形式到内容均应符合法律要求,符合法定程序。违反合同者,要承担违约责任,违反法律者,要依法承担刑事、民事或行政责任。

590. 什么是合同关系?

合同关系是由合同法所规范的财产关系,即由《合同法》所确认和保护的财产关系,是民事法律关系的组成部分。作为一种民事法律关系,合同关系也具有民事法律关系的一般特征。

(1)任意性。民事主体相互之间既然是平等的,则民事主体之间设立、变更或终止民事法律关系,就只能取决于当事人的意愿,只要其不违反法律的规定和公共秩序,这也正是合同自由原则确立的根据。

(2)平等性。体现在合同法上,即合同当事人的法律地位是平等的,其权利亦受法律同等的保护。

(3)等价有偿性。民事法律关系的这一特征主要体现在合同法律关系中,是商品交换法则的反映。

合同关系作为民事法律关系之一,又具有自己的特点,主要体现为合同关系的相对性。合同关系的相对性是指合同关系和合同的约束力主要发生在特定的合同当事人之间,原则上只有合同当事人一方能基于合同对另一方提出请求或提起诉讼,合同当事人不能向与其无合同关系的第三人提出合同上的请求,也不能擅自为第三人设定合同上的义务。

591. 合同的主体包括哪些?

合同的主体是指在合同法律关系中享有权利和承担义务的当事人。根据合同法的规定,自然人、法人、其他组织可以成为合同的主体。

(1)自然人。既包括本国的公民,也包括外国人和无国籍人。

(2)法人。是指具有民事权利能力和民事行为能力,并依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。包括:企业法人、机关、事业单位法人,社会团体法人。

(3)其他组织。是指除了自然人和法人以外的单位或者机构,其他组织主要有以下几种:合伙企业、企业分支机构、不具备法人资格的企业;不具备法人资格的社会团体;其他不具备法人资格的组织。

592. 什么是合同的形式?合同的形式有哪些?

合同形式是指合同当事人所达成的协议的表现方式,或者说是合同内容的载体形式。一定的内容需要一定的形式,一定的形式也反映一定的内容。订立合同的意思表示一致只有用一定的形式表现出来,才能被人们把握和认识。

合同法第10条规定:合同的形式主要有书面形式、口头形式和其他形式。

(1)书面形式:是指以文字写成书面文件的方式达成的协议。这种形式明确肯定,有据可查,对于防止纠纷和解决争议,具有重要作用;传统的书面形式有合同书、书信、电报、电传、传真等;还有电子数据交换、电子邮件等高科技的形式。

(2)口头形式:是指当事人面对面地谈话或者以电话交谈等方式达成的协议。口头订立合同的特点是直接、简便、快速,数额较小或者现款交易通常采用口头形式;口头合同是老百姓日常生活中广泛采用的合同形式;口头合同最大的缺陷就是发生纠纷后举证难。

(3)其他形式:是指根据当事人的行为或者特定情形推定成立的合同,也称之为默示合同。此类合同是指当事人未用语言明确表示成立,而是根据当事人的行为推定合同成立。如房屋租赁合同,租赁期满后,出租人未提出让承租人退房,承租人也未表示退房而是继续交房屋租金,出租人仍然接受租金;尽管当事人没有重新签订合同,但是可以依当事人的行为推定合同仍然有效,继续履行。

593. 合同的内容一般包括哪些条款?

根据《合同法》第12条的规定,合同一般包括以下条款:

(1)当事人的名称或者姓名和住所。这是每一个合同必须具备的条款,当事人是合同的主体,没有当事人就没有合同。因此,合同应明确当事人的名称或者姓名;当事人的住所也是应在合同中明确的内容之一,当事人住所的记载有利于合同的履行以及合同纠纷的解决。

(2)标的:合同标的是合同当事人双方的权利和义务共同指向的对象。没有标的,权利义务就失去目标,当事人之间就不可能建立起权利义务关系。标的是任何合同都不可缺少的重要内容,不同性质的合同,其标的也不同,如买卖合同的标的是货物,借款合同的标的是货币,运输合同的标的是承运人所提供的劳务等。

(3)数量:数量是合同标的的具体化,是标的量的规定,是确定标的特征最重要的条件。标的的数量直接确定了当事人双方权利与义务的大小和程度,任何一个合同都应明确标的的数量。标的的数量是通过计量单位和计量方法来衡量的,必须使用国家法定计量单位和统一的计算方法。

(4)质量:质量是标的的质的规定性,是指合同标的的内在素质和外观形态的综合指标。标的属于物的,一定要具体、详细地写清标的的全称、品种、规格和型号,对标的规格与质量要标准化、统一化。根据我国《合同法》的规定,当事人就质量没有约定或者约定不明确的,可以协议补充;不能达成补充协议的,按照合同有关条款或者交易习惯确定;仍不能确定的,按照国家标准、行业标准履行;没有国家标准、行业标准的,按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。

(5)价款或者报酬:价款是取得标的物一方当事人向对方用货币支付的价金,是有偿合同的主要条款。价款是商品价值的货币表现形式,因此也是商品等价交换的结果;报酬是合同一方当事人对提供劳务或者劳动成果的另一方当事人给付的酬金。价款或报酬约定不明确,不影响合同的成立和效力。根据《合同法》的规定,价款或者报酬没有约定或者约定不明确的,可以协议补充;不能达成补充协议的,按照合同有关条款或者交易习惯确定;据此仍不能确定的,按照订立合同时履行地的市场价格履行,依法应当执行政府定价或者政府指导价的,按履行规定履行。

(6)履行的期限、地点和方式。合同履行期限是对合同履行的时间要求,是权利主体行使请求权的时间界限,是确认合同是否按期履行或迟延履行的客观标准。根据我国《合同法》的规定,当事人就履行期限没有约定或者约定不明确的,可以协议补充;不能达成补充协议的,按照合同有关条款或者交易习惯确定;仍不能确定的,债务人可以随时履行,债权人也可以随时履行,但应当给对方必要的准备时间。

履行地点是指合同当事人一方履行义务和另一方当事人接受履行义务的地方,它关系相关费用的负担、风险的承担、标的物所有权的转移等,也关系到合同当事人责任的承担,是合同是否已经得到适当履行的重要依据。根据《合同法》的规定,当事人就履行地点没有约定或者约定不明确的,可以协议补充;不能达成补充协议的,按照合同有关条款或

者交易习惯确定;仍不能确定的,给付货币的,在接受给付一方的所在地履行;交付不动产的,在不动产所在地履行;其他标的,在履行义务一方的所在地履行。

履行方式是指当事人采用什么样的方式和手段来履行合同规定的义务,履行的方式往往根据合同的内容不同而不同。根据我国《合同法》的规定,当事人就履行方式没有约定或者约定不明确的,可以协议补充;不能达成补充协议的,按照合同有关条款或者交易习惯确定;仍不能确定的,按照有利于实现合同目的的方式履行。

(7)违约责任:违约责任是当事人不履行或不适当履行合同规定的义务所应承担的法律责任。违约责任是促使当事人履行合同义务,使对方免受或少受损失的法律措施,也是合同的主要条款;在合同中明确规定违约责任,有利于促使当事人自觉履行合同,解决合同争议,保护当事人的合法权益。

(8)争议解决的方法:合同中对争议解决方法的约定有利于合同争议的解决。可供当事人选择的解决争议的方式主要有:一是双方通过协商和解,二是由第三人进行调解,三是通过仲裁解决,四是通过诉讼解决。当事人可以约定解决方法,根据《合同法》的规定,如果选择仲裁解决争议,即排除法院对其争议的管辖,当事人选择和解、调解方式解决争议,都不能排除法院的管理,当事人可以提起诉讼。

594. 合同的主体资格和条件有哪些?

我国《合同法》第2条第1款规定:"本法所称合同是平等主体的自然人、法人、其他组织之间设立、变更、终止民事权利义务关系的协议。"第9条第1款规定:"当事人订立合同,应当具有相应的民事权利能力和民事行为能力。"根据上述规定,合同主体应当满足以下几个方面的要求。

(1)合同主体应当是自然人、法人或其他组织

①自然人:是指作为民事主体的公民。自然人在社会中以独立人格的形式存在,具有独立的法律地位,可以参与民事法律关系、享有权利和承担义务。作为合同主体的自然人,既可以是中国人,也可以是外国人和无国籍人;既可以是个体工商户、农村承包经营户等个体经营者,也可以是其他公民个人。

②法人:是指依法成立,有必要的财产或者经费,有自己的名称、组织机构和场所,能够独立承担民事责任的组织。法人作为一种由自然人组成并区别于自然人的社会组织,在法律地位上具有完全的独立性,是民事主体的又一种重要形式。作为合同主体的法人,既包括以营利为目的的并从事生产经营活动的企业法人,也包括不以营利为目的的非企业法人(国家机关、事业单位、社会团体法人);既包括在中国依法成立的中国法人,也包括在外国注册登记的外国法人。法人内部的组织机构(如企业里的车间、分厂、组,政府机关里的处、室等),由于其作为法人自身的组成部分,无法独立于法人而存在,不能以自己的名义对外享有民事权利和承担民事义务,因而不具备合同主体的资格,不能成为合同的当事人。

③所谓其他组织:是指依法成立的从事生产经营活动或者其他专门活动的非法人组织,如个人独资企业、合伙组织、企业法人的分支经营机构等。它们虽然不具有法人资格,

但也是具有相对独立性的社会组织，可以在一定的范围内从事有关的活动，并对其行为的后果自己承担或者与他人共同承担民事责任。因此，其他组织也被法律赋予了合同主体的资格，使其与法人、自然人一起共同组成了合同主体的具体表现形式。

(2)合同主体应当具有相应的民事权利能力和民事行为能力

①民事权利能力：是指民事主体依法享有民事权利和承担民事义务的法律资格。就自然人(公民)而言，其权利能力一律平等，并贯穿于从其出生到死亡的整个一生中；在本质上，它是民事主体参加民事法律关系，取得民事权利和承担民事义务的一种可能性或前提，反映着民事主体在民法上的地位；民事主体取得具体的民事权利和承担具体的民事义务则是实现民事权利能力的体现。

自然人的民事权利能力始于出生，在我国，自然人出生的时间以户籍证明为准；没有户籍证明的，以医院出具的出生证明为准；没有医院证明的，参照其他有关证明认定。自然人的民事权利能力因死亡而终止。

法人的民事权利能力，是指法人作为民事主体，参加民事法律关系，享受民事权利和承担民事义务的资格。法人的民事权利能力从法人成立时产生，企业法人从核准登记手续办理完毕，并依法领取营业执照之日起享有民事权利能力。事业单位和社会团体法人不需要办理法人登记的，从成立之日起具有民事权利能力；依法需要办理法人登记的，从核准登记手续办理完毕之日起取得民事权利能力，法人的民事权利能力从法人终止时消灭。

②民事行为能力：是指民事主体能够通过自己的行为享有民事权利和承担民事义务的资格。自然人(公民)的民事行为能力分为完全民事行为能力、限制民事行为能力和无民事行为能力三种情况。

a.完全民事行为能力：是指法律赋予达到一定年龄和智力状态正常的自然人通过自己的独立行为进行民事活动的能力，亦即完全民事行为能力人有能力充分地实现其权利的能力。根据我国《民法通则》的规定，18 周岁以上的自然人是成年人，具有完全民事行为能力，可以独立进行民事活动，是完全民事行为能力人。16 周岁以上不满 18 周岁的自然人，以自己的劳动收入为主要生活来源的，视为完全民事行为能力人。

b.限制民事行为能力：是指法律赋予那些已经达到一定年龄但尚未成年和虽已成年但精神不健全，不能完全辨认自己行为后果的自然人所享有的可以从事与自己的年龄、智力和精神健康状况相适应的民事活动的能力。根据我国《民法通则》的规定，10 周岁以上的未成年人及不能完全辨认自己行为的精神病人是限制民事行为能力人。前者可以进行与其年龄、智力相适应的民事活动；后者可以进行与其精神状况相适应的民事活动，其他民事活动由其法定代理人代理，或者征得其法定代理人的同意。

c.无民事行为能力：是指完全不具备以自己的行为从事民事活动以取得民事权利和承担民事义务的资格。根据我国《民法通则》的规定，不满 10 周岁的未成年人及不能辨认自己行为的精神病人是无民事行为能力人，由其法定代理人代理民事活动。

595. 什么是要约？要约的成立应当符合哪些条件？

所谓要约，是指当事人一方向他方发出的希望与其订立合同的意思表示。提出要约的一方称为要约人，接受要约的一方称为受要约人或者相对人。

通常来说，要约的成立应当符合以下条件：

(1)要约必须是向相对人作出的意思表示。要约人发出要约，只有得到受要约人的承诺，才能确立合同权利义务关系，因此，要约必须向要约人希望与之缔结合同的受要约人发出，这样才能符合要约人的意愿和实现要约人的目的。

(2)要约必须是特定人的意思表示。提出订立合同建议的要约人应当符合合同主体的要求，即为自然人、法人或者其他组织，并具有相应的民事行为能力，只有这样，要约人才能在受要约人同意要约致使合同成立时，成为合同主体并实际享有合同权利承担合同义务。因此，要约人应当具有订立该合同并承担其法律后果的行为能力，这样才能使要约人发出的要约产生效力。

(3)要约的内容必须具体、确定。由于要约一经受要约人承诺，合同即为成立，所以要约必须是能够决定合同主要内容的意思表示。要约的内容首先应当明确，不能含混不清；其次还应当完整和具体，应包含合同的主要条款；如果要约不能反映合同的条款，或者其内容不具体和不确定，受要约人就无法表示承诺，即使作出同意的所谓承诺，也会因要约欠缺而无法成立合同。

(4)要约必须是经受要约人承诺约束的意思表示。要约的目的是成立合同，因此，要约人发出的要约应当表明，该要约经受要约人承诺，要约人即受该意思表示的约束；也就是说，要约人在要约有效期间要受自己要约的约束，并负有与作出承诺的受要约人签订合同的义务。要约由要约人发出，并经受要约人承诺，合同即告成立。

(5)要约必须以缔结合同为目的，凡不是以缔结合同为目的的行为，例如邀请参加典礼的请柬，尽管表达了当事人的真实意愿，也不是要约。是否以缔结合同为目的，是要约与要约邀请的主要区别。要约邀请又称要约引诱，依《合同法》第15条第1款前段的规定，要约邀请是希望他人向自己发出要约的意思表示，其目的不是订立合同，而是邀请对方当事人向其发出要约的意思表示；所以，要约邀请只是当事人订立合同的预备行为，其本身并不发生法律效果。《合同法》明文规定，寄送的价目表、拍卖公告、招标公告、招股说明书、商业广告等为要约邀请(第15条第1款后段)，但其中的商业广告在内容清楚、确定，足以使相对人知其对待义务时，可构成要约。

596. 什么是要约邀请？要约和要约邀请有什么区别？如何区分要约和要约邀请？

要约邀请，是希望他人向自己发出要约的意思表示。寄送的价目表、拍卖公告、招标公告、招股说明书、商业广告等为要约邀请，如果商业广告在内容清楚、确定，足以使相对

人知其对待义务时，视为要约。

要约和要约邀请的区别在于——首先，要约与要约邀请的性质不同：要约生效后应受到法律约束，要约邀请不具有约束力；要约一经发出，要约人在一定时期内就要受到一定的约束，不得随意撤回和撤销；如果要约人违反了有效要约，就要承担法律责任。要约邀请只是当事人准备订立合同所采取的事实行为，这种行为只是邀请他人向自己发出要约，即使他们作出承诺，也不能因此使合同成立；要约邀请人撤回邀请，一般也不承担法律责任。其次，要约与要约邀请的内容不同：要约是要约人发出的希望订立合同的意思表示，它包括了合同的主要条款，而要约邀请仅仅是希望他人向自己发出要约，它并不包括合同的主要条款。再次，当事人的主观愿望不同：要约人发出要约的主观愿望是希望和受要约人订立合同，而要约邀请的当事人主观上只是希望别人向自己提出订立合同的邀请，订立合同的愿望并不十分明确。事实上，要约和要约邀请在实践中很难区分，根据我国的司法实践和理论，可以从以下几个方面加以区分。

(1)根据交易的习惯即当事人历来的交易做法来区分：比如，当事人之间因多次从事某种物品的买卖，始终未改变其买卖货物的品种和价格，那么根据双方的交易习惯，一方仅向对方提出买卖的数量，也可以成为要约。

(2)根据当事人的意愿来区分：即根据当事人已经表达出来的意思来确定其行为是要约还是要约邀请。比如：时装店在其橱窗内展示的衣服上标明“正在出售”或标示为“样品”，并且标示了价格，则“正在出售”的标示视为要约，而“样品”的标示可认为是要约邀请。

(3)根据订约提议的内容是否包含了合同的主要条款来区分：要约的内容中应当包含合同的主要条款，这样才能因承诺人的承诺而成立合同，而要约邀请只是希望对方当事人提出要约，因此，它不必包含合同的主要条款。我国司法实践中，常常以是否包含合同主要条款作为判断一项广告是要约还是要约邀请的主要标准，也就是，如果广告中包含了合同的主要条款，如提出了名称、价款、型号、性能等内容，可认为是一种要约；如果没有具备合同主要条款，则认为只是要约邀请。

(4)依法律的明文规定区分：就是说，法律如果明确规定了何种行为是要约，何种行为是要约邀请，即应依其规定。我国《合同法》规定，“寄送的价目表、拍卖公告、招标公告、招股说明书、商业广告等为要约邀请。商业广告的内容符合要约规定的，视为要约”。

597. 什么是要约的拘束力？要约的拘束力包括哪些内容？

要约的拘束力，又叫要约的法律效力，是指要约的生效及对要约人、受要约人的拘束力。要约的拘束力通常包括以下内容：

(1)要约对要约人的拘束力：是指要约一经生效，要约人即受到要约的拘束，不得随意撤销或对要约加以限制、变更和扩张。这主要是为了保护受约人的合法权益，维护交易安全。

(2)要约对受约人的约束力：指受约人在要约生效时即取得承诺的权利，或者说取得依其承诺而成立合同的法律地位。

(3)要约生效的时间:合同法第 16 条规定,要约到达受要约人时生效,采用数据电文形式订立合同,收件人指定特定系统接收数据电文的,该数据电文进入该系统的时间,视为到达时间;未指定特定系统的,该数据电文进入收件人的任何系统的首次时间,视为到达时间;在一般情况下,要约"到达受要约人时"并不是指一定实际送达到受要约人或者其代理人手中,要约只要送达到受要约人通常的地址、住所或者能够控制的地方即为送达。

(4)要约的存续期间:指要约发生法律效力的期间,也就是指受要约人得以承诺的期间,简称承诺期间。主要分为:定有存续期间,是指要约人在要约中定有存续期间,受约人须在此期间内承诺,才对要约人有拘束力;未定有存续期间,是指要约未定有存续期间,要约以对话方式作出的,应当即时作出承诺,但当事人另有约定除外;要约以非对话方式作出的,承诺应当在合理期限内到达。所谓的合理期间,是指要约到达受约人所必须的时间、受约人考虑是否承诺所必须的时间、承诺发出到达要约人所必须的时间。只有在合理期间承诺,才对要约人有拘束力。

598. 什么是合同的成立?如何确立合同成立的时间与地点?

(1)合同的成立:是指当事人之间客观上产生了合同关系,也即就合同的必要条款达成了协议,或者说,合同成立是指合同是否已经产生或者存在,是回答有没有合同的问题的;合同的有效则是业已成立的合同因符合有效要件而具有法律约束力,是回答合同内容和形式是否符合法律规定,从而是否受法律保护的问题的。

(2)合同成立的时间:一般与合同生效的时间是一致的,即合同成立的时间也是合同生效的时间。

①合同以要约、承诺的方式订立的,承诺生效的时间就是合同成立的时间。一般分为两种表现方式:一是承诺通知到达要约人时合同成立;二是根据交易习惯或者要约的要求作出承诺行为时合同成立。

②采用合同书形式订立合同的,自双方当事人签字或者盖章时合同成立。

③当事人采用信件、数据、电文等形式订立合同的,可以在合同成立之前要求签订确认书。在这种情况下,签订确认书时合同成立。

④采用书面形式订立合同,在签字盖章之前当事人一方已经履行主要义务,对方接受的,该合同成立,对方接受的时间就是合同成立的时间。

⑤法律、行政法规规定或者当事人约定采用书面形式订立合同,当事人未采用书面形式,但一方已经履行主要义务,对方接受的,该合同成立,对方接受的时间就是合同成立的时间。

(3)合同成立的地点:因具体情况不同而有所区别,主要有以下几种形式。

①合同以要约承诺的方式订立的,承诺生效的地点为合同成立的地点。

②当事人采用书面形式订立合同的,双方当事人签字或盖章的地点为合同成立的地点。双方当事人不在同一地点签字或者盖章的,最后签字盖章的地点为合同成立的地点。

③当事人采用数据电文形式订立合同的,收件人的主营业地为合同的成立地点;没有

主营业地的，其经常居住地为合同成立的地点。

④当事人另有约定的，当事人约定的地点为合同成立的地点。

599. 合同的成立和合同的有效有什么联系和区别？

合同成立是指合同是否已经产生或存在；合同的有效则是业已成立的合同因符合有效要件而具有法律约束力，是回答合同内容和形式是否符合法律规定、是否受法律保护的问题。

合同的成立与有效的联系是：合同成立是合同有效的前提，合同有效则是依法成立的结果。其区别是，合同的成立属于事实判断问题，着眼于合同关系事实上是否存在，只要当事人之间就合同的内容达成合意了，就产生了事实上的合同关系，就有了存在合同的事实，至于法律会对该合同作出什么样的评价，与事实上是否存在合同是没有关系的。合同的有效属于法律的价值判断问题，是对业已成立的合同是否具有法律拘束力的一种法律价值衡量，着眼于当事人订立的合同是否符合法律的要求，法律是肯定还是否定合同的效力。

600. 什么是格式条款？格式条款具有哪些特点？

格式条款又称格式合同条款或标准条款，是指合同当事人为了重复使用而预先拟定，并在订立合同时未与对方协商的条款。它有两种表现形式：一是合同的部分条款未格式条款，二是合同的全部条款未格式条款，即该合同为格式合同。

格式条款的特点是——首先，格式条款具有重复使用性：格式条款并非只用于一次交易，而是要经常重复使用，这就使得格式条款在较为持久的某个阶段内保持不变。其次，作为要约，其对象具有广泛性；要约向公众散发，任何人只要同意要约的规定就可以签订合同。再次，格式条款具有单方决定性；格式条款的采用以及它的提出，并不是合同当事人双方协商决定的结果，而是由某一方当事人单方面决定，另一方当事人不参与格式条款的制定。

格式条款的适用，简化了当事人订立合同的过程，有利于提高交易效率和降低交易成本，适应了社会化大生产的需要，但其弊端是提供商品或者服务的一方往往利用其优势地位，制定有利于自己而不利于对方的条款。为了维护公平、保护弱者，《合同法》对格式条款从三个方面予以限制：其一，提供格式条款的一方有提示、说明的义务，应当提请对方注意，并按照对方的要求予以说明；其二，免除提供格式条款一方当事人主要义务，排除对方当事人主要权力的格式条款无效；其三，对格式条款的理解发生争议时，应当作不利于提供格式条款一方的解释。

601. 无效格式条款有哪些？

我国《合同法》第40条规定："格式条款具有本法第五十二条和第五十三条规定的情

形的，或者提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款无效”。按照这一规定，格式条款中含有下列内容的条款无效：

（1）具有《合同法》第52条规定情形的。《合同法》第52条规定，有下列情形之一的，合同无效：一方以欺诈、胁迫的手段订立合同，损害国家利益；恶意串通，损害国家、集体或者第三人利益；以合法形式掩盖非法目的；损害社会公共利益；违反法律、行政法规的强制性规定。

（2）具有《合同法》第53条规定情形的。《合同法》第53条规定，合同中的下列免责条款无效：造成对方人身伤害的；因故意或者重大过失造成对方财产损失的。

（3）具有法定的免责无效事由的格式条款。采用格式条款的合同，如果在其格式条款中规定具有下列情形之一而免予承担责任的，则该免责条款无效；造成对方人身伤害的；因故意或者重大过失造成对方财产损失的。

（4）加重对方责任、排除对方主要权利的格式条款。如果提供格式条款的一方当事人通过格式条款免除自己的责任，加重对方的责任或者排除对方的主要权利，则其提供的格式条款不论对方是否接受，都不发生法律效力。

（5）格式条款提供者排除对方当事人主要权利的。所谓排除主要权利，是指格式条款中含有排除对方当事人按照通常情形应当享有的主要权利。例如，某电器生产厂家在电器销售合同中规定，本厂生产的电器一经售出，不得退换，则应当认定其构成了排除对方当事人主要权利；因为在电器销售中，厂家必须对电器的质量承担责任，如果发生质量问题，买受人有权要求退换，如果不允许退换，等于是排除了买受人的一项主要权利。

602. 什么是先合同义务？先合同义务与合同义务相比具有哪些特点？

所谓先合同义务，是自缔约人双方为签订合同而互相接触磋商开始逐渐产生的注意义务，而非合同有效成立而产生的给付义务，包括互相协助、互相照顾、互相保护、互相通知、诚实信用等义务。合同关系是一种基于信赖而发生的法律上的特别结合关系，在缔约之际，因一方当事人的过失而使合同不成立、无效或被撤销，给对方当事人造成损害时，由于在当事人之间不存在合法有效的合同关系，受害人就不得依违反合同请求损害赔偿。但当事人为订立合同而进行接触磋商之时，已由一般关系转变为特殊联系关系，在当事人之间发生了一种特殊的信赖关系。这种关系虽不以给付义务为内容，但依诚实信用原则，当事人此时即负有相互协助、通知、说明、照顾、保护等附随义务。

先合同义务与合同义务相比，具有如下特点：首先，先合同义务发生在合同订立阶段，是在合同成立之前确定的，合同义务只能产生于合同依法成立后，并存续于合同有效期间。其次，先合同义务的内容是充分注意的义务，具体包括通知、协助、保密等义务，而合同义务的内容是实际给付的义务，具体包括多种形式。再次，先合同义务是一项法定义务，维护的是诚实信用原则，该义务的确定不以合同当事人的意志为转移；而合同义务属于约定义务，维护的是自愿、平等原则，该义务的内容由当事人双方共同确定。最后，当事人不论违反先合同义务还是合同义务，都应当承担法律责任。但违反合同义务，承担的是违约责任；而违反先合同义务，承担的是缔约过失责任。

603. 什么是缔约过失责任？构成缔约过失责任的条件有哪些？

缔约过失是指当事人于缔约之际具有过失，从而导致合同不能成立、无效或者被撤销，使他方当事人受到损害或者因当事人违反对他人的照顾和保护义务，使他方当事人受到人身或者财产损害的情形。缔约过失责任是指在订立合同过程中，有的合同虽然还没有成立，但因一方当事人的过错也会给对方当事人造成损失，有过错的一方当事人应当承担赔偿责任，该责任在法学上称之为“缔约过失责任”。

构成缔约过失责任的条件主要包括：首先是缔约人一方违反了先合同义务；其次是违反先合同义务的一方有过错；再次是对方当事人受到一定的损失；最后是违反先合同义务与损失之间存在因果关系。如果同时符合上述几条，负有缔约过失责任的当事人就要依法向对方当事人承担赔偿责任。

604. 在什么情况下承担缔约过失责任？

《合同法》第42条规定：“当事人在订立合同过程中有下列情形之一，给对方造成损失的，应当承担损害赔偿责任：①假借订立合同，恶意进行磋商；②故意隐瞒与订立合同有关的重要事实或者提供虚假情况；③有其他违背诚实信用原则的行为。”

《合同法》第43条规定：“当事人在订立合同过程中知悉的商业秘密，无论合同是否成立，不得泄露或者不正当地使用。泄露或者不正当地使用该商业秘密给对方造成损失的，应当承担损害赔偿责任。”

根据上述规定，当事人违反先合同义务并应承担缔约过失责任的情形有以下四种：

(1)假借订立合同，以损害对方利益为目的，恶意进行磋商。所谓假借，就是根本没有与对方订立合同的目的，与对方谈判只是个借口，目的是损害他人利益，恶意地与对方进行合同谈判。

(2)在订立合同中隐瞒重要事实或者提供虚假情况。在订立合同的过程中，一方当事人已知悉了与合同有关的重要情况，但是不告知对方，继续与对方进行谈判，给对方造成损失，应当予以赔偿。

(3)泄漏或者不正当地使用对方的商业秘密，如将在谈判中获悉的对方的技术信息擅自披露给他人。

(4)其他违背诚实信用原则的行为。当事人按照诚实信用的原则进行谈判，有谈成的，也有谈不成的，都不足为奇，中途停止谈判也是正常的。但是，如果当事人违背诚实信用的原则终止谈判，就是不正常的，如果因此损害对方当事人的利益，则要承担缔约过失责任，赔偿损失。

605. 什么是合同的效力？主要体现在哪些方面？

合同的效力又称合同的法律效力，是指法律赋予依法成立的合同具有约束当事人各

方乃至第三人的强制力。《合同法》第 8 条规定:“依法成立的合同,对当事人具有法律约束力。当事人应当按照约定履行自己的义务,不得擅自变更或者解除合同。依法成立的合同,受法律保护。”

合同的效力主要体现在——首先,合同对双方当事人的拘束力:合同对当事人的拘束力又表现在权利与义务两方面,即合同当事人依据法律与合同的规定所产生的权利依法受到法律的保护,合同的当事人有请求和接受债务人履行债务的权利,这些权利也包括合同履行当中的抗辩权、代位权和撤销权等,同时,当事人还有在另一方当事人不履行合同规定的义务时获得补救的权利等。另一方面,依据合同所产生的义务具有法律上的强制性,当事人必须履行,拒绝履行或者不适当履行、或擅自变更和解除合同都属于违法行为,当事人如果违反合同义务就应当承担违约责任。其次,合同对第三人的法律效力:合同是当事人之间的合意,因此也只能在当事人之间具有法律效力。合同当事人只能向对方当事人行使权利和承担义务,不能请求第三人承担合同上的义务,第三人也不能依据合同向合同当事人主张权利和承担义务。再次,合同生效后的法律效力,还表现在当事人违反合同规定,依法将承担法律责任,必要时人民法院也可以采取强制措施,使当事人依合同的规定承担责任、履行义务,对另一方当事人进行补救。

606. 合同的生效应当满足哪些条件?

合同的效力仅存在于已经成立并且具备法定要件的合同。只有满足一定的要求,合同的效力才能够实现。根据我国《民法通则》和《合同法》的规定,合同的一般生效要件是:

(1)合同当事人在订立合同时有相应的订立合同的民事行为能力。《合同法》第 9 条规定:“当事人订立合同,应当具有相应的民事权利能力和民事行为能力。”《民法通则》第 12 条、第 13 条规定:不满 10 周岁的未成年人和不能完全辨认自己行为的精神病人,属于限制民事行为能力人;前者只能实施某些与其年龄、智力相适应的民事活动,后者只能实施某些与其精神健康状态相适应的民事活动,因此,这类限制民事行为能力人作为合同的主体资格是受到严格限制的。一般而言,他们只能订立一些与其本人生活相关,本人的智力水平或精神状态能够理解该行为并能预见行为后果、行为标的数额不大的合同;他们如要订立其他合同,则必须由其法定代理人代理,或征得法定代理人同意后才能进行。不满 10 周岁的未成年人及不能辨认自己行为的精神病人,是无民事行为能力人;无民事行为能力人不能成为合同主体,他们在理论上不能订立任何合同。

(2)当事人的意思表示真实。意思表示真实指表意人即意思表示的行为人的表意行为应当真实反映其内心的效果意思,表示行为是表示人将其效果意思表达于外部的行为,效果意思则是表示人内心所欲发生一定效果的意思。意思表示不真实的合同,违背了当事人的真实意愿,将会导致无效或者被撤销的结果。《合同法》第 54 条规定:“下列合同,当事人一方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销:①因重大误解订立的;②在订立合同时显失公平的。一方以欺诈、胁迫的手段或者乘人之危,使对方在违背真实意思的情况下订立的合同,受损害方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销。当事人请求变更的,人民法院或者仲裁机构不得撤销。”

(3)合同标的须确定、可能。当事人订立合同的目的在于追求某种合同利益的实现,因此合同的标的必须确定、可能,合同才能发生效力。合同标的在合同成立时,必须确定或相对确定;合同的标的只有确定,或虽不确定但可能确定的,才能使合同利益的实现有所保障。

(4)合同不得违反法律或者社会公共利益。《合同法》第7条规定:"当事人订立、履行合同,应当遵守法律、行政法规,尊重社会公德,不得扰乱社会经济秩序,损害社会公共利益。"合同的内容以及订立合同的目的,应当符合国家法律的要求,不得违反法律的强制性规定,也不得规避法律,订立以合法形式掩盖非法目的的合同;同时,合同的内容和目的不得损害国家利益,不得违反社会秩序和善良风俗。只有满足这些要求的合同,才是符合国家法律的。

(5)合同必须具备法律所要求的形式。我国《合同法》第10条规定:"当事人订立合同,有书面形式、口头形式和其他形式。法律、行政法规规定采用书面形式的,应当采用书面形式。当事人约定采用书面形式的,应当采用书面形式"。依此规定,法律、法规规定用特定形式的合同,应当依照法律、法规的规定;法律对合同形式的规定,有些是对合同成立要件的规定,有些是对生效要件的规定,有些则既是对成立要件又是对生效要件的规定;因此,法律、法规对合同形式的规定,是否是合同生效要件,应当根据合同的性质以及法律、法规规定的内涵来具体确定。

607. 什么是无效合同?无效合同有哪些类型?

无效合同是指当事人虽然取得合意,但因违反法律规定而不具有任何法律约束力的合同。当事人订立合同,只有符合法律、法规的要求,才能受到国家法律的保护;如果合同不是依法成立,不仅当事人预期的目的实现不了,而且还要承担由此产生的法律责任,甚至受到法律的制裁。

根据合同无效的程度和范围,可以将无效合同分为全部无效合同和部分无效合同。

(1)全部无效合同:是指合同的整体无效,即无效的范围不是合同的部分内容,而是合同的全部内容,主要表现为合同构成要件违法。如企业未经登记并领取营业执照就以自己的名义签订的合同,是无照经营,为主体不合格;又如签订购销淫秽录像录音制品的合同为合同内容违法。合同部分无效,主要表现在合同中某个条款违法,如某合同中仅价格条款违反国家规定,其他条款合法,可确认价格条款无效。根据《合同法》的规定:合同部分无效的,如果不影响其余部分的效力,其余部分仍然有效。

《合同法》第52条规定:"有下列情形之一的,合同无效:

①一方以欺诈、胁迫的手段订立合同,损害国家利益;

②恶意串通,损害国家、集体或者第三人利益;

③以合法形式掩盖非法目的;

④损害社会公共利益;

⑤违反法律、行政法规的强制性规定。"

(2)部分无效合同:是指合同中的部分内容违反法律规定,但不影响其他部分内容的

效力的合同。合同的内容是由合同的全部条款组成，并且这些条款涉及许多方面的问题，如果其中某些条款因不符合法律规定而不能生效，其他条款并不一定也因此不生效。

《合同法》第 53 条规定："合同中的下列免责条款无效：

①造成对方人身伤害的；

②因故意或者重大过失造成对方财产损失的。"

608. 导致合同无效的事由有哪些?

根据《合同法》第 52 条，导致合同无效的事由有以下几方面：

(1)以欺诈、胁迫的手段订立的损害国家利益的合同。欺诈是指当事人一方故意制造假相、隐瞒真相，致使对方当事人产生错误的认识而同意与其签订合同；胁迫是指一方当事人用可能实现的使对方当事人遭受经济损失或其他损失相要挟，迫使对方同意与其签订合同。在一方当事人欺诈或者胁迫的情况下，另一方当事人是难以表示自己的真实意思的，这是违反平等、自愿、公平、诚实信用原则的；一方采用欺诈、胁迫手段订立合同，损害国家利益的是无效合同。

(2)恶意串通，损害国家、集体或者第三人利益的合同。恶意串通的合同就是合同的双方当事人非法勾结，为牟取私利，而共同订立损害国家、集体或者第三人利益的合同，这种合同无效。

(3)以合法的形式掩盖非法目的的合同。当事人为谋取私利或者出于其他自身利益考虑，实施以合法的形式掩盖其非法目的以规避法律的行为，也是一种违法行为，如当事人通过虚假的买卖行为达到隐匿财产、逃避债务的目的就是一种以合法形式掩盖非法目的的合同。

(4)损害社会公共利益的合同。社会公共利益是人民群众的根本利益，当事人签订合同必须遵守这一原则。凡是扰乱社会经济秩序或损害人民健康、毒害人民心灵的合同，都是损害社会公共利益的合同。

(5)违反法律、行政法规的强制性规定的合同。法律、行政法规的规定，有强制性规范和任意性规范之分，强制性规范是当事人必须遵守和执行的，如不遵守和执行，法律就要对当事人予以追究，而任意性规范则只具有指导性意义，当事人可以选择执行。因此，如果当事人订立合同违反了法律、行政法规的强制性规定，则该合同为无效合同；如果违反的不是强制性规定，则并不会导致合同无效的结果。

(6)规定违法的免责条款的合同。免责条款是当事人在合同中约定的对某些损害后果免予承担责任的具体条款，当事人可以在合同中规定免责条款，但不得借此逃避自己应尽的义务和责任，例如采用格式条款订立的合同，就不得规定免除提供格式条款一方当事人主要义务、排除对方当事人主要权利的内容，如果规定，则该条款无效。因此，从全面维护当事人合法权益的原则出发，合同中如果规定当事人一方免予承担其造成对方人身伤害或因其故意或重大过失造成对方财产损失所应承担的责任，那么这样的免责条款就是无效的。

609. 什么是可撤销合同？导致合同撤销的事由有哪些？

可撤销合同是指当事人因意思表示不真实，通过有撤销权的当事人行使撤销权，使已经生效的意思表示归于无效。可撤销合同的特征是：可撤销合同是意思表示不真实的合同；可撤销合同的撤销要由有撤销权人通过行使撤销权来实现；可撤销合同在未被撤销前，是有效合同。

《合同法》第54条规定："下列合同，当事人一方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销：①因重大误解订立的；②在订立合同时显失公平的。一方以欺诈、胁迫的手段或乘人之危，使对方在违背真实意思的情况下订立的合同，受损害方有权请求人民法院或仲裁机构变更或撤销；当事人请求变更的，人民法院或者仲裁机构不得撤销。"

根据《合同法》第54条的规定，有下列情形之一的，当事人一方有权请求人民法院或仲裁机构撤销合同。

(1)因重大误解而订立的合同。所谓重大误解，是指误解者作出意思表示时，对涉及合同法律效果的重要事项存在着认识上的明显缺陷，其后果是使误解者的利益受到较大的损失，或者达不到误解者订立合同的目的。重大误解具有以下特征：必须是表意人因误解作出了意思表示；必须对合同的内容等发生了重大误解；误解是由误解方自己的过错造成的，而不是因为受到他人的欺骗或不正当影响造成的；误解是误解方的非故意的行为。

(2)显失公平的合同。所谓显失公平就是一方当事人在紧迫或者缺乏经验的情况下订立的，使当事人之间享有的权利和承担的义务严重不对等的合同，如标的物的价格或价款过于悬殊，责任、风险承担显然不合理的合同，都可称为显失公平的合同。显失公平的合同有三个特征：一是合同对双方当事人明显是不公平的；二是一方获得的利益超过了法律所允许的限度；三是受害的一方是在缺乏经验或紧迫的情况下实施的民事行为。

(3)一方以欺诈、胁迫的手段或乘人之危，使对方在违背真实意思的情况下订立的合同。所谓的乘人之危，是指当事人一方利用对方的危难处境或紧迫需要，迫使对方违背其真实意志，而接受对其明显不利的条件的情形。当事人一方以欺诈、胁迫手段或乘人之危，使对方在违背真实意思的情况下订立的合同，损害了对方当事人的合法权益和切身利益，对此受损害方有权申请撤销。

610. 什么是效力待定合同？有哪些类别？与无效合同和可撤销合同的区别在哪里？

效力待定合同是指合同虽然已经成立，但不完全符合法律规定的有效合同要件，因而其效力处于未定状态。效力待定合同基本具备合同有效要件，但又不完全符合法律规定的生效要件，不能成为有效合同。效力待定合同不存在当事人故意违反法律的禁止性规定，不损害社会公共利益，也不具有当事人意思表示不真实的原因，可以采取补救措施，经权利人认可而成为有效合同，有条件的尽量促成其成为有效合同，以利于财产的流转。

效力待定的合同首先应是已成立的合同，其次是其效力状况不确定，不确定的原因在于该合同不符合有关合同生效要件的规定，因此，其效力处于悬而未决状态，既可能转变为有效合同，也可能转变为无效合同。而决定效力未定的合同归于有效，抑或无效，则取决于第三人的行为，该第三人称为承认权人，如果承认权人承认该合同，合同即为有效；而若拒绝承认，合同则归于无效。

效力待定的合同与无效合同和可撤销的合同是有区别的：对于无效合同而言，其不发生效力，自始已经确定，并不因其他行为而使之再生效力；而效力待定合同，是否发生效力尚未确定，而要待承认权人的行为使之确定。对可撤销合同而言，在其未被撤销以前，应被认定为有效，只是由于撤销权人行使撤销权以撤销该合同而使之归于无效；而效力待定合同，其效力发生与否，尚处于悬而未决状态，须待承认权人的意思表示来确定其是否产生效力。

《合同法》将效力待定合同规定为三类：一是限制民事行为能力人订立的合同；二是无权代理人以本人名义订立的合同；三是无处分权人处分他人财产而订立的合同。此三类合同分别是由于有关当事人缺乏缔约能力、缺乏代订合同的资格或缺乏处分能力造成的，如果给有关权利人赋予承认权，使之能够以其利益判断作出承认而使合同有效，或者拒绝而使合同无效，往往是有利于权利人的利益，有利于促进交易的。因此，将这类合同规定为效力待定的合同，而不是简单地宣告为无效合同，是符合权利人的意志和利益的。

611. 什么是合同的履行？合同履行应坚持哪些原则？

合同的履行：是指合同生效以后，合同当事人依照合同的约定实施属于合同标的的行为，如交付货物、完成工作、提供劳务、支付价款等等，从而使合同目的得以实现。在特殊情况下，当事人不实施某项行为，亦可作为合同的履行。合同履行实际上就是当事人在实施合同过程中全面、适当地完成合同义务的行为，也就是说，合同的履行主要是当事人实施给付义务的过程，履行义务是实现权利的前提。

合同履行的原则是当事人在履行合同债务时所应遵循的基本准则。在这些基本准则中，有的是基本原则，例如，诚实信用原则、公平原则、平等原则等；有的是专属于合同履行的原则，例如适当履行原则、协作履行原则、经济合理原则、情事变更原则等。

(1)全面、适当履行原则：又称正确履行原则或全面履行原则，是指当事人按照合同规定的标的及其质量、数量，由适当的主体在适当的履行期限、履行地点，以适当的履行方式，全面完成合同义务的履行原则。我国《合同法》第 60 条第 1 款规定："当事人应当按照约定全面履行自己的义务。"

全面、适当履行与实际履行既有区别又有联系：实际履行强调债务人按照合同约定交付标的物或者提供服务，至于交付的标的物或提供的服务是否适当，则无力顾及。适当履行既要求债务人实际履行，交付标的物或提供服务，也要求这些交付标的物、提供服务符合法律和合同的规定；可见，适当履行必然是实际履行，而实际履行未必是适当履行。适当履行场合不会存在违约责任，实际履行不适当时则产生违约责任。

(2)遵循诚实信用的原则：在订立合同时，当事人要诚实信用，即要把真实情况告诉对

方，不能提供虚假情况，使对方产生误解。在履行合同义务时，更需诚实信用，要按照合同约定全面、适当地履行义务，诚实信用就是要求当事人要守信用，讲实话办实事，都要有善意，双方当事人才能在合同履行中相互配合与协作，以利合同更好地履行。《合同法》规定：当事人应当根据合同的性质、目的和交易习惯履行义务，这就要求当事人根据不同合同的不同情况，按照诚实信用原则履行自己的义务。如有的合同需要提供必要的条件和说明；有的合同需要协作；有的合同需要及时通知对方，以便做好准备；有的合同需要保密等。

(3)协作履行原则：是指当事人不仅应当适当履行自己的合同债务，而且应基于诚实信用原则的要求，在必要的限度内，协助对方当事人履行债务的履行原则。《合同法》第60条第2款规定："当事人应当遵循诚实信用原则，根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。"这体现了协作履行原则。

合同的履行只有债务人的给付行为，没有债权人的受领给付，合同的内容仍难实现；不仅如此，在建设工程合同、技术开发合同、技术转让合同、提供服务合同等场合，债务人实施给付行为也需要债权人的积极配合，否则，合同的内容也难以实现。因此，履行合同不仅是债务人的事，也是债权人的事，协助履行往往是债权人的义务，只不过该义务有时表现为给付义务，有时表现为不真正义务。只有双方当事人在合同履行过程中相互配合、相互协作，合同才会得到适当履行。

(4)经济合理原则：要求履行合同时，讲求经济效益，付出最小的成本，取得最佳的合同利益。在履行合同中贯彻经济合理原则，表现在许多方面：

①债务人选择最经济合理的运输方式；

②选择履行期体现经济合理原则；

③履行合同债务体现经济合理原则；

④选用设备体现经济合理原则；

⑤变更合同体现经济合理原则，我国法律允许变更到货地点、收货人，就是很好的证明；

⑥对违约进行补救体现经济合理原则。例如《民法通则》第114条规定："当事人一方因另一方违反合同受到损失的，应当及时采取措施防止损失的扩大；没有及时采取措施致使损失扩大的，无权就扩大的损失要求赔偿。"

(5)情事变更原则：所谓的情事变更原则是指合同依法成立后，因不可归责于双方当事人的原因发生了不可预见的情事变更，致使合同的基础丧失或动摇，若继续维持合同原有效力则显失公平，允许变更或解除合同的原则。

对于情事变更原则的适用，一般应具备以下要件：

①订立合同时所依赖的客观情况发生变化，这种客观情况变化使得合同不能履行，或者继续按原合同履行将有悖于合同目的，如订立合同后所发生的自然灾害、战争、物价暴涨、政府禁令等情况，均属于情事变更；

②这种变化发生在合同成立之后，并且为当事人所不能预见；

③情事变更不能归责于双方当事人，属于当事人所不能控制的原因，但如果因当事人一方延迟履行而发生的情事变更则不属于此列；

④情事变更应达到一定的程度，如继续履行原合同会显失公平。

612. 合同的全面履行应达到什么要求？全面履行合同有哪些具体要求？

合同的全面履行是指当事人应按照合同的规定不折不扣地履行合同义务，具体地说，就是适当的主体在适当的时间和地点以适当的方式履行适当的标的。全面履行在我国的合同法理论上，被许多人作为合同的履行原则来对待。全面履行规则的内容，具体反映在对合同履行要素的要求上，主要包括：

(1)履行主体必须正确：合同主体和合同履行主体是两个不同的概念，合同的主体是合同关系的当事人，而合同履行的主体，首先为债务人，包括单独债务人、连带债务人、不可分债务人、保证债务人。债务人履行时是否必须有行为能力，依履行行为的性质决定。履行行为系事实行为时，不要求债务人有行为能力；是法律行为时，需要债务人有行为能力。此外，如果债务人通过移转财产权利来履行时，需要他有对财产的处分权。除法律规定、当事人约定、性质上必须由债务人本人履行的债务以外，履行可由债务人的代理人进行，但代理规则只有在履行行为是法律行为时方可适用。

(2)履行标的正确：履行标的是指债务人应为履行的内容。合同履行的标的可以是物，也可以是完成工作，或者是提供劳务。履行标的的正确就是要求当事人在执行合同义务时，要按照合同约定的标的来履行，而不得以其他标的来代替。

(3)履行时间正确：就是要求当事人在执行合同义务时，应按照合同约定的时间进行，而不得提前履行或迟延履行。

(4)履行的地点正确：是要求当事人按照合同约定的地点履行合同义务。当事人在合同中明确约定履行地点时，依其约定，该约定既可以在合同订立当时为之，也可在合同成立后履行债务前进行。合同对履行地点没有约定或约定不明确的，可以协议补充；不能达成补充协议的，按照合同有关条款或者交易习惯确定。

(5)履行的方式正确：履行方式是完成合同义务的方法，如标的物的交付方法，工作成果的完成方法、运输方法、价款或酬金的支付方法等，履行方式与当事人的权益有密切关系，履行方式不符合要求，有可能造成标的物缺陷、费用增加、迟延履行等后果。

613. 什么是向第三人履行的合同？有哪些特征？向第三人履行的合同应注意哪些问题？

向第三人履行的合同，又称利他合同，是指双方当事人约定，由债务人向第三人履行债务，第三人直接取得请求权的合同。合同的第三人亦称受益人，向第三人履行的合同在现实生活中是常见的，例如投保人与保险人订立保险合同，可以约定保险人向作为第三人的被保险人、受益人履行，被保险人、受益人享有保险金请求权。向第三人履行的合同其特征在于：债务由债务人向第三人履行，而不是向债权人履行；第三人直接取得要求债务人履行的权利；合同的成立不以第三人的同意为前提。

向第三人履行的合同应注意以下几个问题：

(1)债务人按照合同向第三人履行时，应当通知第三人。第三人受领，应当做出接受的意思表示。第三人拒绝受领，债务人应当将不受领的情况通知债权人，并协商解决办法，因此造成的损失由债权人承担；第三人受领迟延的，应当承担迟延受领责任。

(2)债务人不向第三人履行合同，债权人有权请求其向第三人履行，或者向第三人赔偿损失；第三人也有权请求债务人履行，或者赔偿损失；债务人瑕疵履行的，债权人有权请求其向第三人承担瑕疵履行责任，第三人也有权请求债务人承担瑕疵履行责任。

(3)债务人对债权人的抗辩权，可用以对抗第三人。

(4)债权人与债务人订立向第三人履行的合同后，在第三人未表示受领前，利益尚未确定，故债权人与债务人可以变更或者解除合同；第三人表示受领后，利益已经确定，不容剥夺，债权人与债务人不得变更第三人的约款或者解除合同。

(5)在向第三人履行中，第三人对债务人虽取得债权人的地位，可以行使一般债权，但由于其不是合同当事人，合同本身的权利，如解除权、撤销权，第三人不得行使。

614. 什么是由第三人履行的合同？有何特征？

由第三人履行的合同又称第三人负担的合同，是指当事人约定由第三人向债权人履行债务的合同，第三人不履行债务或者履行债务不符合约定，债务人应当向债权人承担违约责任。规定第三人可以直接向债权人履行债务，一般是由于债务人和第三人之间也存在一个合同关系，因此，第三人直接向债权人履行债务，可以减少履行环节和费用，有利于保护当事人的合法权益。由第三人履行的合同有以下特征：

(1)必须征得第三人的同意：第三人负担的合同以第三人的履行行为为标的，故双方签订由第三人履行的合同，债务人事先应当征得第三人的同意；债务人未征询第三人的意见而签订合同，事后征得第三人同意的，第三人也应向债权人履行。

(2)第三人不承担合同责任：由第三人履行的合同以债权人、债务人为合同双方当事人，第三人不是合同的当事人。第三人只负担向债权人履行，不承担合同责任；第三人同意履行后又反悔的，或者债务人事后征询第三人意见，第三人不同意向债权人履行的，或者第三人向债权人瑕疵履行的，违约责任均由债务人承担；第三人不履行的，债务人可以代第三人履行；债务人不代为履行，应当赔偿损失。

615. 什么是合同的补缺和推定？

根据合同法的规定，解决合同条款缺陷主要有两种方式：

一是协议补缺，也称合同的补充，是指对那些虽欠缺主要条款或条款约定不明但并不影响效力的合同，各方当事人可以依照合同订立的原则继续协商，达成补充协议。例如，甲、乙双方订立合同，甲向乙购买1000千克乌龙茶，价款10万元，合同对乌龙茶的质量约定不明确，在履行时发生纠纷。按照法律规定，双方当事人可以协议补充，补缺的适用条

件有两个:(1)合同的补充是以有效存在为前提的。如果合同已被确认为无效,也就没有必要补充了。(2)合同补充仅适用于当事人对与合同履行有关的事项,没有约定或者约定不明确,主要是质量、价款或者报酬、履行地点、履行方式等;但并非所有的条款没有约定或约定不明确的,都可以适用合同补充。如合同欠缺标的条款,合同自始就不成立,也就谈不上补充了。

二是法律推定,也称规则补缺,或补缺性法律规定,是指对那些虽欠缺主要条款或条款约定不明但并不影响效力的合同,基于公平原则,由法律直接作出的用以弥补当事人所欠缺或不明确的意思表示,使合同内容合理、确定并便于履行的规定。推定的适用条件有三个,前两个与补缺相同,第三是推定只有在经合同补充仍达不到目的时才能适用。也就是说,合同补缺是先于合同推定而适用的。

616. 什么是双务合同履行中的抗辩权?

双务合同履行的抗辩权是指当事人一方在对方提出实现其合同权利的要求时,以法律规定和必要的事实条件以妨碍对方权利实现的对抗权。双务合同与单务合同不同,由一个合同产生两项方向相反的债务,且两项债务互为对价,如果其中一项债务不成立或无效时,另一项债务因此也不成立或无效。这种双向债务成立的关联性,决定了双务合同履行中的关联性,即要求双方当事人必须保证履行自己的合同义务,一方不履行时,另一方原则上也可以不履行。这就构成了双务合同履行中当事人行使抗辩权的前提。

617. 什么是同时履行抗辩权? 同时履行抗辩权应具备哪些条件?

同时履行抗辩权是指在双务合同中,应当同时履行的一方当事人有证据证明,另一方当事人在同时履行的时间,不能履行或者不适当履行,到履行期时其享有不履行或者部分履行的权利属于延期的抗辩权。双务合同中当事人互负债务,如果合同没有规定先后履行顺序,双方当事人应当同时履行;一方当事人必须在自己已经履行的情况下,才能要求对方当事人履行。一方当事人在对方未履行前,有权拒绝其履行请求。

我国《合同法》第 66 条规定:"当事人互负债务,没有先后履行顺序的,应当同时履行。一方在对方履行之前有权拒绝其履行要求。一方在对方履行债务不符合约定时,有权拒绝其相应的履行要求。"法律上设立此项权利的目的,在于保护双方当事人之间在利益关系上的公平,一方不履行自己所负义务而要求对方履行义务,在法律上看来是有悖于公平观念的。同时抗辩权的适用应符合以下几个条件:

(1)订立的合同必须是双务合同。即当事人双方都相互负有一定的对价给付义务。合同中双方当事人权利义务是对等的,双方互为义务。这是当事人行使同时履行抗辩权的最基本的条件,否则,如无偿委托合同、无偿保管合同、赠与合同等,其性质上为单务合同而非双务合同,当事人无权行使同时履行抗辩权;同时,合同中的两项债务必须是对价给付的,如果出于同一合同事实的债务不是对价给付的,也不能产生同时履行抗辩权,如

违约金之债为双务合同之从债务，与主债务之间并不存在对价关系，是一方违约后而必须给付对方一定的货币，因而不可能产生同时履行抗辩权。关于赔偿损失的债务，虽然也是合同的从债务，因违约损失而造成，但因其与原合同的债务有连续性，是对原合同债务未履行或未适当履行造成损失的弥补，因而与对方债务存在对价关系，则当事人承担损害赔偿之债可以产生同时履行抗辩权，此外，因合同无效、撤销或解除而产生的相互返还义务，依公平、对等原则，也可类推适用同时履行抗辩权。

(2)双方当事人同时履行必须是已到履行期限的，否则不能行使同时履行抗辩权。这里有两个问题要注意：一是同时履行的“同时”如何把握，怎样才算是同时履行，是几分钟、几小时，还是同一天，法律对此没有作出具体规定，应根据不同情况具体对待。但是，这里讲的同时，应当是很短的时间；二是必须已经到了同时履行的期限，否则，不得行使同时履行抗辩权。

(3)当事人所负债务没有先后履行顺序。即一方对于他方没有先行给付的义务。如果法律或双方当事人在合同中明确规定一方履行义务在先，他方履行义务在后，就不能要求同时履行。在此种场合下，当事人拒绝给付，也不是本来意义上的同时履行抗辩权。

(4)对方未履行合同或者没有提出履行合同，另一方才能行使同时履行抗辩权。在双务合同中，一方当事人在自己没有履行或者没有提出履行与对方有对价关系的债务时请求对方履行合同的，对方当事人可因此主张同时履行抗辩权而拒绝履行合同。如果一方当事人已履行合同或者已提出履行合同，对方当事人则不得主张同时履行抗辩权；如果一方当事人履行合同不全面或者不适当，如履行标的有瑕疵，标的数量不符合约定时，对方当事人对其履行不全面或不适当部分仍享有同时履行抗辩权。

(5)如果对方所承担的对价给付债务已不可能履行，如标的物灭失，那么当事人再向对方提出同时履行抗辩权已无实际意义，因为抗辩的最终结果仍是对方履行不能，则只能解除合同。如果处于履行不能的当事人一方，因其不能履行的原因不归于自己造成，而请求相对一方履行合同义务时，相对一方可提出否认其请求权的异议，但不能行使不履行抗辩权。

618. 什么是先履行抗辩权？先履行抗辩权应具备哪些条件？

先履行抗辩权又称顺序履行抗辩权或先后履行抗辩权，是指合同中约定了债务履行的先后顺序，在按约定应先履行的一方当事人未履行之前，后履行一方有权拒绝其履行请求，先履行一方履行债务不符合约定的，后履行一方有权拒绝其相应的履行请求。先履行抗辩权不同于同时履行抗辩权，同时履行抗辩权建立在当事人应当同时履行义务的基础上，因此它不能解决法律规定或者合同约定具有履行顺序时，对一方不履行或违约抗辩问题。

《合同法》第67条规定：“当事人互负债务，有先后履行顺序，先履行一方未履行的，后履行一方有权拒绝其履行要求。先履行一方履行债务不符合约定的，后履行一方有权拒绝其相应的履行要求。”构成先履行抗辩权必须符合以下条件：

(1)须双方当事人互负债务。关于互负债务是否指二个债务处于互为对待给付的地

位，有肯定说与否定说之争。

(2)须双方互负的债务有先后顺序，且后履行一方的债务已届清偿期。有先后顺序是指履行义务有先后的时间顺序，这种顺序一般由当事人在合同中约定，如国际货物买卖合同双方约定用信用证付款，买方(先履行方)先向开证行申请开证，通知行通知卖方(后履行方)，卖方发货后可持单据到议付行议付，买方到银行付款赎单，最后拿提单去提货。

(3)先履行一方未履行或其履行不符合债的本旨。先履行一方未履行，既包括先履行一方在履行期限届至或届满前未予履行的状态(未构成违约)，又包含先履行一方于履行期限届满时尚未履行的现象(已经构成违约)。先履行一方的履行不符合债的本旨，是指先履行一方虽然履行了债务，但其履行不符合当事人约定或法定的标准要求，应予补救；履行债务不符合债的本旨，在这里指迟延履行、不完全履行(包括加害给付)和部分履行等形态。

619. 什么是不安抗辩权？行使不安抗辩权应具备哪些条件？

不安抗辩权亦称保证履行抗辩权，是指先履行义务的一方在有充分证据证明后履行方的经营状况严重恶化，或转移财产、抽逃资金以逃避债务，或谎称有履行能力的欺诈行为，以及其他丧失或者可能丧失履行债务能力的情况时，可中止自己的履行；后履行方接到中止履行的通知后，在合理的期限内提供了适当担保的，先履行方应当履行其债务；在合理的期限内未恢复履行能力或者未提供适当担保的，先履行方可以解除合同。《合同法》第68条规定："应当先履行债务的当事人，有确切证据证明对方有下列情形之一的，可以中止履行：(1)经营状况严重恶化；(2)转移财产、抽逃资金，以逃避债务；(3)丧失商业信誉；(4)有丧失或者可能丧失履行债务能力的其他情形。当事人没有确切证据中止履行的，应当承担违约责任。"《合同法》第69条规定："当事人依照本法第六十八条的规定中止履行的，应当及时通知对方。对方提供适当担保时，应当恢复履行。中止履行后，对方在合理期限内未恢复履行能力并且未提供适当担保的，中止履行的一方可以解除合同。"

行使不安抗辩权应具备以下条件：(1)必须是在同一双务合同，互负债务，具有关联性，形成对价关系；在单务合同中，不存在不安抗辩权的问题，不是同一双务合同，也不存在不安抗辩权的问题，虽是同一合同，但没有对价关系，同样也产生不了不安抗辩权。(2)对方丧失或者可能丧失履行债务的能力；设立不安抗辩权的目的是为了保障先履行一方当事人的合法权益，因此行使不安抗辩权必须以后履行的一方丧失或者可能丧失履行债务的能力为前提，没有确切证据证明后履行的一方丧失或者可能丧失履行债务的能力，就不能行使不安抗辩权。

620. 什么是合同的保全？

合同的保全是指法律为防止因债务人的财产不当减少而给债权人的债权带来危害，允许债权人代债务人之位向第三人行使债务人的权利，或者请求法院撤销债务人与第三

人的法律行为的法律制度。合同保全的基本方法有两种，即确认债权人享有代位权与撤销权，两者在保全债权的功能上有所不同，代位权的行使是为了防止债务人的财产不当减少，或称为保持债务的财产，而撤销权的行使是为了恢复债务人的财产。

621. 什么是代位权？有何特征？如何行使代位权？

代位权是指因债务人怠于行使到期债权，对债权人造成伤害的，债权人可以请求人民法院以自己的名义代位行使债务人之职。比如说，A 欠 B10 万元，C 欠 A10 万元，两债务都已到期。B 多次向 A 催要欠款，A 无力偿还，但 A 表示 C 欠其 10 万元，待 C 偿还时，立即向 B 还款。后 B 发现 A 并未采取措施向 C 催要欠款，以致无力清偿对 B 的债务。B 遂向人民法院请求以自己的名义向 C 行使职权。这实际上等于 B 取代 A 作为债权人的地位而向 C 行使债权，所以称代位权。

代位权具有以下特征：

(1)债务人享有对第三人的到期债权。债务人对于第三人的到期债权是债权人代位权的标的，该债权如果专属于债务人自身，例如署名权等，由于其人身专属性，则不得成为代位权标的。

(2)债务人怠于行使权力。如果债务人已经行使相应权利，如已经请求第三人履行，代位权也不能成立。

(3)债务人怠于行使自己的债权，已害及债权人的债权。如果债务人现有的财产不足以清偿其债务，这时由于债务人怠于行使债权，必然损害债权人的利益。只有在这种情况下，债权人才能行使代位权。

代位权的行使必须注意：①代位权行使的途径。《合同法》第 73 条规定："因债务人怠于行使其到期债权，对债权人造成损害的，债权人可以向人民法院请求以自己的名义代位行使债务人的债权，但该债权专属于债务人自身的除外。代位权的行使范围以债权人的债权为限。债权人行使代位权的必要费用，由债务人负担。"②代位权的行使范围。有两个限制：一是以债权人的债权为限，债权人行使代位权请求清偿的财产额，不得超过债权人与债务人之间的债权；二是应以债务人与第三人之间的债权为限，如果债权人与债务人的债权大于债务人与第三人之间的债权，那么，在行使代位权时，不得超过债务人与第三人之间的债权；③行使代位权费用的承担：在行使代位权的过程中会产生一些必要的费用。如债权人向人民法院请求行使代位权时需支付诉讼费、代理费等，在执行的过程中还可能会产生保管费及处理财产的必要费用，这些费用应由债务人来承担，因债务人怠于行使债权，才导致代位权，责任在债务人，所以，由债务人来承担由此而发生的一切费用是应该的。

622. 什么是债权人的撤销权？有哪些特征？

《合同法》第 74 条规定："因债务人放弃其到期债权或者无偿转让财产，对债权人造成损害的，债权人可以请求人民法院撤销债务人的行为。债务人以明显不合理的低价转让

财产，对债权人造成损害，并且受让人知道该情形的，债权人也可以请求人民法院撤销债务人的行为。撤销权的行使范围以债权人的债权为限。债权人行使撤销权的必要费用，由债务人负担。”

债权人的撤销权是指债权人对债务人滥用其财产处分权而损害债权人的债权行为，请求法院予以撤销的权力。根据《合同法》第74条规定，撤销权是指债务人放弃其到期债权、无偿转让财产或者以明显不合理的低价转让财产，对债权人造成损害的，债权人可以请求人民法院撤销债务人的行为的权力。撤销权具有以下几个特征：

(1)债务人有故意实施侵害债权的行为：债务人明知要处分的财产是实现债权的责任财产，而故意与第三人协商放弃债权，无偿或以明显不合理的价格转让财产；如果债务人是有偿的并以合理的价格处置财产的，则不成立撤销权。

(2)债务人处置财产的行为直接损害债权人的利益。如果债务人处置财产的行为没有损害债权人的利益，当事人则不得行使撤销权。

(3)债务人处分财产的行为已生效。撤销权必须是债务人处分责任财产的行为已发生并生效才能成立，如果只是债务人准备处置财产，并未实际发生，那么撤销权也不成立。

623. 什么是合同的担保？合同担保的特点和种类有哪些？

所谓合同的担保，广义上有一般担保和特殊担保之分。一般担保是指债务人直接以其自身的不特定的全部财产来作为履行债务或承担责任的担保方法，而特殊担保是指债务人以其自身或第三人的特定财产来作为履行债务或承担责任的担保方法。合同担保的特点是：合同的担保是从属于合同的。由于担保是保证合同的履行，它与所担保的合同形成主从关系，担保是从合同，被担保的合同是主合同；担保是对主合同的补充和加强，它的效力是受主合同的效力制约的；合同的担保可以随着合同的变更而变更，随着合同的解除而解除；合同的担保是双方当事人自愿设立的一种保障措施。当事人在订立合同时，可以约定设立担保，也可以约定不设立担保，由当事人自愿选择，但是，当事人一经选择担保，即具有法律约束力，任何一方不得擅自解除。

担保合同主要分为人的担保、物的担保和金钱担保三类：

(1)人的担保：主要是指合同当事人以外的第三人应债务人的请求以其所有的不特定财产进行的担保。人的担保专指保证，保证主要包括一般保证和连带责任保证。

(2)物的担保：是指债务人或其委托的第三人以其特定物进行的担保。物的担保主要包括抵押、质押、留置等。

(3)金钱担保：专指定金担保。

624. 什么是反担保？

所谓反担保，是指在商品贸易、工程承包和资金借贷等经济往来中，有时为了换取担保人提供保证、抵押或质押等担保方式，由债务人或第三人向该担保人新设担保，以担保

该担保人承担的担保责任的制度，该新设担保相对于原担保而言被称为反担保。《中华人民共和国担保法》(以下简称为《担保法》)第4条第1款规定："第三人为债务人向债权人提供担保时，可以要求债务人提供反担保。"

625. 合同担保具有哪些属性？

(1)合同担保具有从属性：是指合同担保从属于主债，以主债的存在或将来的存在为前提，随着主债的消灭而消灭，一般也随着主债的变更而变更。

(2)合同担保具有补充性：是指合同担保一经有效成立，就在主债关系的基础上补充了某种权力义务关系，如保证法律关系、抵押法律关系、质押法律关系、定金法律关系等。

(3)合同担保具有保障债权实现性：这是从合同担保的功能来看合同担保的法律性质，是从合同担保和民事责任的区别上考察合同担保的法律特性。

626. 什么是合同变更？应注意哪些问题？合同的变更应满足哪些条件？

合同变更有狭义与广义之分，狭义的合同变更是指合同签订生效之后，合同当事人依法对合同内容所进行的部分修改、变动、增加或删除；广义的合同变更不仅包括上述内涵，还包括合同主体的变更，即合同主体的增加、减少或转换；一般所称合同变更，均指其狭义而言，合同主体的变更则在合同转让中予以规定。

根据合同法的规定，合同变更要注意以下几个问题：变更合同必须是当事人协商一致，任何当事人不能单方变更合同，否则就构成违约；合同条款的任何变更都构成合同内容的变更。合同中的标的、数量、质量、价款或者报酬，履行的期限、地点和方式等条款的变更都属于合同变更。有的合同变更还需履行批准、登记手续，如《中外合作经营企业法》第7条规定，中外合作者在合作经营期限内协商同意对合作经营企业合同作重大变更的，应当报审批机关批准。合同变更的内容必须明确，否则推定为未变更，仍按原合同履行。合同当事人达成变更合同的协议后，按变更后的内容履行。

合同的变更应满足以下条件：首先，合同变更应当具备的要件：原已存在着合同关系。合同变更是在原合同关系的基础上由当事人对其非实质性内容加以改变，无原合同关系便无合同变更的对象，也就不存在合同的变更问题。因此，如果原来没有既存的合同关系或者合同因清偿行为而致消灭，均不发生合同的变更。无效的合同自成立时就不具有法律效力；撤销后的合同，其法律效力溯及成立时消灭；追认权人拒绝追认的效力未定的合同，也不具有法律效力。在这些情况下与当事人之间发生双方返还财产的问题，以使财产关系恢复到合同成立以前的状态，自无适用合同变更的余地。但值得注意的是，如果合同具有可撤销因素，依我国《合同法》规定，享有撤销权的一方可以要求撤销或变更合同，如果仅提出了变更合同，则在法院或仲裁机构裁决予以变更或双方同意变更合同后，享有撤销权的一方当事人不得再提出撤销合同，撤销权因合同变更而消灭。其次，须有合同内容

的变更。合同内容的变更应包括合同标的物的变更，包括标的物种类的更换、数量的增减、品质的改变、规格的更改等；合同履行条件的变更包括履行期限、履行地点、履行方式以及结算方式的改变等；合同价金的变更，即合同价款或者酬金的增减，以及利息的变化等；合同性质的变更，如租赁合同变为买卖合同，选择之债变为简单之债，原合同债务转变为损害赔偿债务等；合同所附条件或期限的变更，如所附条件的除去或增加，所附期限的延长或提前等；合同担保的变更，如基于当事人的意思表示或者法律的规定，使合同担保消灭或新设等；其他内容的变更，例如违约金的变更，选择裁判机构协议的变更，等等。再次，合同变更须依据法律的规定或当事人的约定。依法成立的合同对当事人具有法律约束力，当事人应当按照合同约定履行自己的义务，非依法律规定或当事人约定，不得擅自变更合同。合同的变更可以依据法律的规定产生，其产生的程序有二：一是基于法律的直接规定而变更，二是根据法院或仲裁机关的裁决而变更，我国《民法通则》第 108 条规定：暂时无力偿还债务的，可以由法院裁决分期偿还。

627. 什么是合同转让？合同转让应满足哪些条件？

合同转让，准确地说是合同权利、义务的转让，指在不改变合同关系内容的前提下，合同关系的一方当事人依法将其合同的权利、义务全部或部分地转让给第三人的现象。

合同的转让实质是一种特殊的合同变更，即合同主体变更而内容不变。当合同中的权利与义务全部移转给第三人时，合同发生主体的更替，即由新的合同当事人代替原来的合同当事人，但合同的内容并没有发生变化；当合同中的权利与义务部分移转给第三人时，合同发生主体的增加，即新的合同当事人参加到原来的合同中来，原来的合同当事人不退出合同，合同的内容也不发生本质的变化，只是分属不同的当事人享有权利或承担义务。无论是合同主体的更替，还是合同主体的增加，均是合同主体发生变更，而合同内容不发生变化，所以合同转让是合同变更的一种特殊形式，即广义的合同变更中主体的变更。

《合同法》第 79 条规定："债权人可以将合同的权利全部或者部分转让给第三人，但有下列情形之一的除外：①根据合同性质不得转让；②按照当事人约定不得转让；③依照法律规定不得转让。"因此，合同权力转让若要在债权人、受让人、债务人之间均发生效力，应满足以下条件：

(1)须有有效存在的合同债权且债权转让不改变债权的内容。合同债权的有效存在是合同权利转让的基本前提，以不存在或无效的债权转让他人或者以已经消灭的债权转让他人，不能发生合同权利转让的效力，但下列三种债权仍可作为合同权利转让的标的。一是诉讼时效已完成的债权：这种债权还有债务人履行债务的可能性，且债务人履行债务后不得以不当得利请求返还，故此类债权可以转让；二是因可撤销行为所发生的债权：这种债权在撤销权行使以前并不当然无效，此时让与人转让债权，该债权应确定为有效存在，故也可作为转让的标的；三是将来的债权：指现在尚未存在但将来可能发生的债权。对于将来的债权，虽然债权发生的法律事实尚未存在，但能引起此项法律事实发生的客观事实业已存在。由于合同权利转让关系到债务人的利益，因而让与人转让债权时不得改

变债权的内容，即不得增加债务人的负担；如该项权利的转让将极大地改变另一方的义务状况或极大地增加债务人的承担责任，则债务人可对此提出抗辩。债权人在转让债权时，既可转让全部权利，也可转让部分权利。

(2)转让的债权具有可转让性：从鼓励交易、增加社会财富的角度出发，应当允许绝大多数合同债权能够被转让，无论是单务合同中的权利，还是双务合同中的权利，只要不违反法律和社会公共道德，均应允许其转让；但是法律从保护社会公共利益、维护交易秩序、兼顾转让双方的利益出发，对合同权利的转让范围也应当作出一定限制。

628. 什么是合同义务的转移？合同义务转移应满足哪些条件？

合同义务的转移是指债务人经债权人同意，将合同义务全部或者部分地转让给第三人。合同义务转移分为合同义务的全部转移和合同义务的部分转移。合同义务的全部转移是指新的债务人完全取代了旧的债务人，新的债务人负责全面的履行合同义务；合同义务的部分转移，是指新的债务人加入到原债务中，和原债务人一起向债权人履行义务。

合同义务转移应满足的条件有：

(1)应取得债权人同意。合同义务的转移不同于合同权利的转让，合同权利的转让不涉及债务能否履行的问题，而合同义务的转移则涉及到债务人能否履行债务的问题；合同关系是建立在相互了解和信任的基础上，如果债务人将债务转移给不具备履约能力的当事人，且无需征得债权人同意，那么，债权人的债权将无法得到保障，其利益将受到损害。所以，合同法规定，债务人将合同义务转移给第三人，应当经债权人同意；否则，转移无效。

(2)有的合同义务转移需要依法办理批准、登记手续。根据法律、行政法规的规定，转移义务应当办理批准、登记手续的，当事人还应依法办理有关手续。但是，如果已批准或者登记的合同中明确规定，合同权利转让或者义务转移不需要去原批准机关办理相应的批准和登记等手续，当事人就不必再去办理。也就是说，合同成立时需要办理批准、登记手续的，并不意味着权利转让或者义务转移时必然也要办理相应的手续。

629. 什么是合同权力义务的概括转移？

所谓合同义务的概括转移，是指原合同当事人一方将其合同权利义务一并转移给第三人，由第三人概括地继受这些权利义务的法律现象。

合同权利和义务的概括转移，可以是基于当事人之间的法律行为而产生的，称之为意定概括转移。《合同法》第 88 条对此作了规定："当事人一方经对方同意，可以将自己在合同中的权利和义务一并转让给第三人。"也可以是基于法律的规定而产生的，被称之为法定概括转移，体现在我国《合同法》第 90 条的规定中："当事人订立合同后合并的，由合并后的法人或者其他组织行使合同权利，履行合同义务。当事人订立合同后分立的，除债权人和债务人另有约定的以外，由分立的法人或者其他组织对合同的权利和义务享有连带债权，承担连带债务。"

合同权利和义务的概括移转，可以是合同权利和义务全部由出让人移转至承受人，即全部移转，全部转移将使承受人取代出让人的法律地位，成为合同关系新的当事人；也可以是合同权利和义务的一部分由出让人转移至承受人，即一部转移。一部转移时出让人和承受人应确定各自享有的债权和承担的债务的份额和性质，如果没有约定或者约定不明确，则应视为连带之债。

630. 什么是合同承受？

合同承受又称合同承担，是指合同关系一方当事人将其合同上的权利和义务全部地转给第三人，由其在转移范围内承受自己在合同上的地位，享受合同权利并负担合同义务。合同承受应符合以下法律规定：

(1)合同承受只能在双务合同中产生。因为合同承受是当事人权利义务的概括转移，只有双务合同当事人之间才会互负权利与义务，单务合同只能成立单纯的债权转让或债务转让。当然，发生合同承受的双务合同还必须是有效的合同，这是权利义务转让的基本前提。

(2)依《合同法》第 88 条规定："当事人一方经对方同意，可以将自己在合同中的权利和义务一并转让给第三人。"因此，合同承受不仅让与方和受让方要达成合意，还必须经原合同相对方当事人的同意，因为债务转移必须经债权人同意，而合同承受不仅包括了权利的转让，还包括了义务的移转。

(3)《合同法》第 89 条规定："权利和义务一并转让的，适用本法第 79 条、第 81 条至第 83 条、第 85 条至第 87 条的规定。"其内容包括：合同承受中有关权利转让的范围应适用单纯债权转让的限制性规定，即因合同性质、当事人约定以及法律规定等情形下债权不得转让的规定；合同转让的效力，凡单纯债权转让和债务转让所具有的法律效力均适用于合同债权与债务的概括移转，如有关从债权、从债务的依附转移、抗辩权的承继、抵消权的主张等；法律、行政法规规定转让权利或者转移义务应当办理批准、登记手续的，依照其规定办理。

631. 什么是合同权利义务的终止？

合同权利义务的终止是指由于一定的法律事实发生，使合同设定的权利义务归于消灭的法律现象。

合同为有期限的民事法律关系，它不能永久存续。因而，合同关系为一动态关系，是存在于时间过程上的一种程序，有着从发生到消灭的历程。"债权系法律世界中之动态因素，含有死亡之基因，目的已达，即归消灭。"

合同权利义务的终止与合同的变更不同，后者是合同关系中的内容要素的变化，广义的合同变更还包括合同主体的变化，但无论何者，合同关系依然存在。而合同权利义务的终止则是消灭既存的合同权利义务关系；合同权利义务的终止与合同效力的停止也不同，

合同效力的停止，是指债务人基于抗辩权的行使，拒绝债权人的履行请求，以停止债权的行使。抗辩权的作用之一在于阻止债权人请求权的行使，因而它以请求权的存在为前提，也就是说，此时的合同关系并未消灭，只不过效力暂时停止而已，这显然与合同权利义务的终止有别。

《合同法》第91条规定："有下列情形之一的，合同的权利义务终止：(1)债务已经按照约定履行；(2)合同解除；(3)债务相互抵消；(4)债务人依法将标的物提存；(5)债权人免除债务；(6)债权债务同归于一人；(7)法律规定或者当事人约定终止的其他情形。"

632. 什么是合同后义务？

合同后义务是合同终止后当事人应当履行的义务，这种义务可以是作为方式，如通知、协助；也可以是不作为方式，如不泄露他人的商业秘密等。合同后义务是基于诚实信用原则和交易习惯而产生的法定义务，对合同后义务，当事人也可以在合同中特殊约定；法律规定及当事人约定合同后义务，是为了维护履行效果或者妥善处理合同终止事宜。《合同法》第92条规定："合同权利义务终止后，当事人应当遵循诚实信用原则，根据交易惯例履行通知、协助、保密等义务。"后合同义务具有以下特征：

第一，后合同义务是合同终止后产生的义务，合同成立前，当事人承担的是先合同义务；合同未终止，当事人履行的是合同义务。

第二，后合同义务主要是法律规定的义务。如果当事人在合同中约定履行某项义务，该义务为合同义务，不履行该义务，承担违反合同的责任。后合同义务主要是法定义务，违反后合同义务承担损害赔偿责任。

第三，后合同义务是诚实信用原则派生的义务。诚实信用原则是合同法确立的一项基本原则，它要求当事人在订立、履行合同以及合同终止后的全过程中，都要心怀善意，要诚实，讲信用，相互协作，不得滥用权利；诚实信用原则的确立，旨在确保合同当事人利益的实现，并确保稳定、和谐的社会秩序的发展。因此，在合同的权利义务终止以后，当事人也应当遵循诚实信用原则，根据诚实信用原则的要求，承担某些必要的附随义务。

第四，后合同义务的内容根据交易习惯确定。交易习惯是指人们在长期的交易活动中逐渐形成的、在较长的时间内不容易被改变、且在人们的交易活动中被普遍采用的做法或者规则。由于交易习惯是在人们长期反复实践的基础上形成的，具有一定的合理性，所以，交易习惯不仅为众多进行交易活动的当事人所认知、接受和遵从，而且被证明为科学、合理的交易习惯还往往被规定在法律之中，成为由国家强制力保证实施的法律规范。因此，当事人根据交易习惯行为，不仅符合当事人的利益和愿望，而且也符合社会主义法律的要求。

633. 什么是合同解除？合同解除应满足哪些条件？

合同解除是指在合同有效成立之后，没有履行或没有依约履行之前，当事人双方通过

协议或者一方行使约定或法定解除权的方式，使当事人设定的权利义务关系终止的行为。双方当事人以协议方式解除合同或者一方行使约定解除权而解除合同称为合意解除；一方行使法定解除权而解除合同称为单方解除。

《合同法》规定的一般法定解除的条件有三大类型：一是协议解除的条件，二是不可抗力致使不能实现合同目的，三是违约行为。

(1)协议解除的条件：是当事人双方协商一致，是将原合同加以解除的协商一致，也就是双方之间重新成立了一个合同，其内容主要是把原来的合同废弃，使基于原合同发生的债权债务归于消灭。

(2)不可抗力致使不能实现合同目的：该合同应该消灭，我国《合同法》允许当事人通过行使解除权的方式将合同解除。

(3)延迟履行：又叫债务人迟延，是指债务人能够履行，但在履行期限届满时却未履行债务的现象。它作为合同解除的条件，因合同的性质不同而有所不同：根据合同的性质和当事人的意识表示，履行期限在合同的内容上不特别重要时，即使债务人在履行期限届满后履行，也不至于使合同落空；在这种情况下，原则上不允许债权人立即解除合同，而由债权人发出履行催告，给其规定一个期限，债务人在规定的期限内仍未履行，债权人有权解除合同；根据合同的性质和当事人的意识表示，履行期限在合同的内容上特别重要，债务人不于此期限内履行，就达不到合同目的；在这种情况下，债务人无法在履行期限内履行，债权人可以不经催告而解除合同。

(4)拒绝履行：又叫毁约，是指债务人能够履行却不法地对债权人表示不履行。拒绝履行一般表现未债务人明确表示不履行其债务，也有时以其行为表示不履行债务的意思。它作为合同解除的条件，一是要求债务人有过错，二是拒绝履行为违法。

(5)不完全履行：是指债务人虽然以适当履行的意思进行了履行，但不符合法律的规定或合同的约定。不完全履行可分为量的不完全履行和质的不完全履行，债务人以适当履行的方法提供标的物，而标的物的数量有短缺，属于量的不完全履行，它可以由债务人补充履行，使之符合合同目的；如果债务人不进行补充履行，或者补充履行也不能达到合同目的，债权人就有权解除合同。债务人以适当履行的方式提供标的物，但标的物在品种、规格以及质量方面不符合法律的规定或者合同的约定；或者标的物有隐蔽缺陷；或者提供的劳务达不到合同规定的水平，都属于质的不完全履行。在这种情况下，多由债权人或法律给债务人一定限期，使之消除缺陷或另行付给，达到合同目的。

(6)债务人过错造成合同不能履行：《合同法》第94条第4项中有“其他违约行为致使不能实现合同目的”为解除条件的规定可以解释为，包含债务人的过错造成合同不能履行为解除条件这一类型。

634. 合同解除与合同变更有哪些区别?

合同解除与变更的相似之处在于，通过协商的方法，既可以变更合同，也可以解除合同。两者的主要区别在于：合同变更没有消灭原合同关系，也不产生溯及既往的问题，变更的效力一般只涉及合同未履行的部分，当事人需按变更后的内容履行，已履行的部分不

再变动;合同解除有的溯及以往,产生恢复原状的义务。

635. 什么是法定解除?

法定解除又称单方解除,是指在符合法定条件时,当事人一方有权通知另一方解除合同。法定解除权是一种单方解除权,但不是指一方独享解除权,而是指在符合法定条件时一方当事人将解除合同的意思表示通知对方,即可产生解除效果。法定解除权可以是一方所独享的,比如,一方根本性违约或重大违约,被违约方享有解除权;法定解除权也可能双方都享有,比如因不可抗力导致合同目的不能实现,此时法定解除权双方都可能享有。法定解除权是根据法律规定产生的解除权,又可分未法定事由解除和法定任意解除。所谓法定事由解除必须有法定的事由出现,一方或双方才能享有单方解除权;所谓单方任意解除是指对于特定的合同,无须法定事由,一方或双方都有解除权。《合同法》规定:"有下列情形之一的,当事人可以解除合同:(1)因不可抗力致使不能实现合同目的;(2)在履行期限届满之前,当事人一方明确表示或者以自己的行为表明不履行主要债务;(3)当事人一方迟延履行主要债务,经催告后在合理期限内仍未履行;(4)当事人一方迟延履行债务或者有其他违约行为致使不能实现合同目的;(5)法律规定的其他情形。

636. 什么是合同的约定解除?

根据合同自愿原则,当事人在法律规定范围内享有自愿解除合同的权利。合同法第93条规定:"当事人协商一致,可以解除合同。当事人可以约定一方解除合同的条件。解除合同的条件成熟时,解除权人可以解除合同。"根据这一规定,可以把约定解除分为协商解除和约定合同解除权。

协商解除是指合同生效后,未履行或者未完全履行之前,当事人以解除合同为目的,经协商一致,订立一个解除原来合同的协议。协商解除合同是双方的法律行为,应当遵循合同订立的程序,即双方当事人应当对解除合同意思表示一致,协议未达成之前,原合同仍然有效。如果协商解除违反了法律规定的合同有效成立的条件,如损害国家利益和社会公共利益,解除合同的协议不能发生法律效力,原有的合同仍然要履行。

约定合同解除权是指当事人在合同中约定,合同履行过程中出现某种情况,当事人一方或者双方都有解除合同的权利。解除权可在订立合同时约定,也可以在履行合同的过程中约定。解除权的约定也是一种合同,行使约定的解除权应当以该合同为基础。

637. 什么是抵消?什么是法定抵消?法定抵消应满足哪些条件?

抵消是指二人互负债务时,各以其债权充当债务之清偿,而使其债务与对方的债务在对等额内相互消灭。主张抵消的债权称为自动债权或主动债权,被抵消的债权叫被动债权或受动债权。

法定抵消是指合同当事人双方互负到期债权，且该债务标的物种类、品质相同时，任何一方作出的以其债权充当债务的清偿使相互间相当数额的债务同归消灭的意思表示。

通常来说，法定抵消应满足以下条件：

(1)当事人互负到期债权、到期债务。抵消系以在对等额内使双方债权消灭为目的，因此以双方债权的存在为必要前提。抵消权的产生，在于当事人对对方既负有债务，同时又享有债权，只有债务而无债权或者只有债权而无债务，均不发生抵消问题。当事人双方存在的两个债权债务，必须合法有效，任何一个债权债务不能有效存在，当然就不能抵消。

(2)双方互负债务，标的物的种类、品质必须相同。依此要件，抵消适用于货币及同种类之债；如果债的标的物种类、品质不相同，说明履行的要求、目的不同，同时依一方的意思无法确定可供抵消的债务数额，因此不能采用法定抵消的方式，如需抵消，只能双方协商一致才能达到抵消的效果。

(3)必须是自动债权已届清偿期。因债权人通常仅在清偿期届至时，才可以现实地请求清偿，若未届清偿期，也允许抵消的话，就等于在清偿期前强制债务人清偿。牺牲其期限利益，显属不合理，所以，自动债权已届清偿期才允许抵消。不过，自动债权未定清偿期的，只要债权人给债务人以宽限期，宽限期满即可抵消。虽然《合同法》第99条第1款规定双方债权均届履行期，但因债务人有权抛弃期限利益，在无相反的规定或约定时，债务人可以在清偿期前清偿。所以，受动债权即使未届清偿期也应允许抵消。应该指出，在破产程序中，破产债权人对其享有的债权，无论是否已届清偿期，无论是否附有期限或解除条件，均可抵消。

(4)抵消权人将抵消的意思表示通知对方。抵消不能自动发生，须由抵消权人将抵消的意思表示通知对方；法定抵消权属于形成权，抵消权人只要将抵消的意思表示通知对方，抵消即可生效，不须借助对方的意思表示。因抵消在性质上为形成权，故抵消不得附条件或者附期限；附条件或附期限，使抵消的效力处于不确定的状态，并不能达到抵消的效果，与抵消的本义相悖，附条件、附期限的抵消无效。

638. 什么是提存？

提存是指由于合同权利人的原因，义务人无法向其交付合同标的物时，义务人将标的物提交给提存机关而使合同终止的一种法律制度。合同到期后，如果合同一方当事人无正当理由拒不接受另一方当事人的履行，或者一方当事人下落不明，另一方无法履行，在这种情况下，有能力履行也愿意履行的一方由于对方当事人的原因无法履行，使其一直处于合同的约束之下，该当事人不仅要对标的物负保管责任，承担意外损失的风险，还要随时做好履行的准备，这对当事人来说是一个沉重的负担，为解决这一问题，法律创设了提存制度。

639. 在什么情况下，当事人可以将标的物提存？

《合同法》第101条规定："有下列情形之一，难以履行债务的，债务人可以将标的物提

存:①债权人无正当理由拒绝受领;②债权人下落不明;③债权人死亡未确定继承人或丧失民事行为能力未确定监护人;(4)法律规定的其他情形。标的物不适于提存或提存费用过高的,债务人依法可以拍卖或变卖标的物,提存所得的价款。”

(1)债权人迟延受领:是指债权人无正当理由未按清偿期受领或拒绝受领。对此,《合同法》第101条第1款第1项使用的术语即是“债权人无正当理由拒绝受领”。构成该提存原因,必须是债务人现实地提出了给付,个别情况下是以言词提出给付;如果债务人未现实地提出给付(包括允许以言词提出给付),则不构成提存原因。债权人迟延受领,使债务人无法履行,为保护其合法权益,尽早摆脱不合理的约束,《合同法》允许债务人提存。

(2)债权人下落不明:是指债权人处于“失踪”状态,此时债务人欲履行而不能或难以履行,因而可将标的物提存。债权人下落不明可以指债权人作为自然人下落不明,也可以指债权人作为法人下落不明。如按照《合同法》第70条的规定,债权人分立、合并或者变更住所没有通知债务人,致使履行债务发生困难的,债务人可以将标的物提存;这里的分立、合并就是指法人的分立、合并。

(3)债权人死亡或者丧失行为能力,又未确定继承人或者监护人。在这种情况下,债务人失去给付受领人,或者即使履行也达不到合同目的,为使债务人从这一困境中解脱出来,《合同法》规定允许提存。

(4)法律规定的其他情形:当出现法律规定的债务人难以履行债务的其他情形时,其可以将标的物提存。

640. 标的物提存会产生哪些法律后果?

标的物提存后,为了便于债权人领取提存物,债务人应将提存的事实及时通知债权人或者债权人的继承人、监护人,这是债务人的法定义务,只有无法通知时,债务人才可以免除通知的义务。标的物提存后会产生以下法律后果:

(1)标的物提存后的风险由债权人承担。因为标的物提存后,其所有权自提存之日起转移到债权人,所以,标的物提存后因不可抗力、标的物的自然变化以及第三人的原因而引起的毁损、灭失的风险由债权人承担或者负责处理。

(2)标的物提存后的收益归债权人所有,提存的费用也由债权人承担。标的物提存之日至债权人领取提存物期间,会产生一定的利息,包括法定利息和自然利息,如贷款的利息,这些利息归债权人所有。提存费用如公告费、保管费、保险费等,也由债权人承担。

(3)领取提存物的权利和期限。在双务合同中,标的物提存后,债务人就算履行了债务,债权人可以随时领取标的物,但在债权人尚未履行对债务人的到期债务的情况下,为避免先履行所带来的风险,保证债务人的债权能够实现,合同法规定,债务人可以对提存部门交付标的物的行为附条件,即只有在债权人履行了对债务人的对等债务后或者提供相应的担保后,提存部门才能将标的物交付债权人。另外,为了防止提存物长期处于一种不稳定的状态以及提存物价值的减少和提存费用增加,合同法对债权人领取提存物的期限作了规定,即“债权人领取提存物的权利,自提存之日起5年内不行使而消灭”,也就是自提存之日起5年内债权人不领取提存物;其对提存物的所有权就消灭,提存物扣除提存

费用后归国家所有，债权人不能再对提存物主张权利。

641. 什么是债务的免除？免除成立应满足的条件有哪些？免除的方法是什么？

免除是指债权人抛弃债权，从而全部或部分终止合同关系的单方行为。

免除是一种民事法律行为，须债权人有抛弃债权的意思表示。免除成立应满足的条件有：首先，免除须有债权人抛弃债权的意思表示。免除的意思表示应当告知债务人或者告知其代理人，如果向第三人为免除的意思表示，则合同关系并不消灭；其次，免除是处分债权的行为，故债权人须有相应的行为能力。无民事行为能力人免除他人债务须有法定代理人的同意，限制行为能力人免除他人债务是否须法定代理人的同意应当视具体情况而定，无处分权者不得免除他人债务，例如债权人被他人申请宣告破产时，不得免除其债务人的债务；再次，免除本身是无偿行为。免除债务人的债务无须债务人为此支付对价。

免除的方法有：免除应由债权人向债务人以意思表示为之。向第三人为免除的意思表示，不发生免除的法律效力；免除的意思表示构成法律行为。因此，《民法通则》关于民事法律行为的规定适用于免除。免除得由债权人的代理人为之；关于免除是否可以附条件或期限，存在争议；免除为单独行为，自向债务人或其代理人表示后，即产生债务消灭的效果。因而，一旦债权人作出免除的意思表示，即不得撤回。

642. 什么是债务的混同？

混同是指债权人和债务人同归一人，原则上致使合同关系消灭的事实。

债权、债务的混同，由债权或债务的承受而产生。承受包括概括承受和特定承受两种，概括承受是发生混同的主要原因，如两个企业法人之间发生合并，债权债务因同归于一个企业而消灭。特定承受是债权人承受债务人的债务或债务人承受债权人的债权，此时债权、债务也因混同而消灭。混同是债的消灭的独立原因，导致合同权利义务的终止，合同之债绝对消灭，主债及从债均不复存在。当债权债务同归于一人，又涉及第三人利益时，对第三人的合法利益自应给予保护。比如，债权人将债权质押给第三人时，混同不影响第三人质权的效力。

643. 什么是违约责任？违约责任有哪些特点？

违约责任指合同当事人不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定产生的民事责任。违约责任具有以下特点：

(1)违约责任的确定，具有一定的任意性。违约责任，虽然是以国家强制力为后盾的，但它仍具有一定程度的任意性，即当事人可以在法律规定的范围内，对一方的违约责任作出事先的约定，如可对违约金的数额、损害赔偿的计算方法、免责条款等进行事先的约定。

(2)违约责任具有相对性。违约责任是违反合同义务产生的责任,违约责任的相对性,表现在:①违约责任只在合同关系当事人之间产生,违约当事人应当对自己违反合同义务造成的后果承担违约责任;②合同以外的第三人不负违约责任,因第三人造成合同不能履行,仍应由债务人而不是由第三人向债权人承担违约责任,债务人承担违约责任后,有权向第三人追偿;③合同当事人也不对合同以外的第三人承担违约责任,债务人因违约造成第三人损害,应当承担其他民事责任。

(3)违约责任具有补偿性:是指违约责任所具有的填补受害人损失的性质。在受害人的损失为财产损失时,违约责任的补偿性通过支付违约金、赔偿金和其他方式而获实现,从可能性变为现实性;在受害人的损害为非财产损害时,违约责任的补偿性通过非财产损害赔偿而获实现。应该指出,违约责任的补偿性基本上是就其质的规定性而言的,并无关于量的严格要求。违约责任承担之后,使受害人的实际损失得到全部补偿,固然说明违约责任具有补偿性;使受害人的实际损失得到部分填补,也表明违约责任具有补偿性;甚至于支付的违约金超过了受害人的实际损失,也不能否定违约责任的补偿性。

(4)违约责任是违反合同义务产生的责任。合同义务是当事人为实现合同目的,经协商一致确定的应当履行的特定的法律行为,违反合同义务是指当事人违反自己的允诺,不履行合同义务或履行合同义务不符合约定。不履行合同义务产生违约责任。违约责任不完全等同于因合同产生的民事责任。因合同产生的民事责任,不仅包括违约责任,还包括缔约过失责任、变更和解除合同的民事责任、无效合同的民事责任、合同担保的民事责任、合同代理的民事责任、非违约方未尽到防止或减轻损害的义务应负的责任等。违约责任的产生以合同义务的存在为前提,以不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定为条件;如果当事人违反的不是合同义务而是法律规定的其他义务,不应承担违约责任,而应承担其他法律责任。

(5)违约责任具有惩罚性。关于违约责任的惩罚性问题,存有不同的认识。一类见解从金钱数额及赔偿范围角度理解,认为赔偿数额或违约金的数额高于受害人的实际损失时,即谓违约责任具有惩罚性;否则,则不具有惩罚性;第二类见解受道义责任论及规范责任论的启发,认为法律责任以及民事责任的惩罚性,就是道德和法律谴责与否定行为人的过错及其行为的属性。具体到违约责任的惩罚性,就是道德和法律谴责与否定违约方过错违约的属性。比较而言,上述两类见解,以后者为当。不过,在采用无过失责任原则下,重点系强调违约责任的补偿性,如果坚持认为违约责任具有惩罚性的话,那么,这种惩罚性也只能理解为是法律对违约行为的否定性评价,因为此时法律已不再从违约人是否具有主观过错的角度看待问题,而只是从行为人的客观行为角度加以把握。

(6)违约责任是一种纯财产责任。违约责任的直接目的在于弥补债权人因对方违约所造成的经济损失。随着人类文明和法律文明的进步,现代民商法普遍认为,违约责任主要是财产责任,摒弃了古代债权法对违约当事人实行监禁、收为奴隶、甚至杀戮等残酷的人身责任制。此外,赔礼道歉、恢复名誉等非财产责任,一般也不适用于违约责任的承担。

644. 什么是归责原则?

归责原则是指认定民事责任必须依据的归责和适用的一般法则。归责原则是确定行为人民事责任的根据和标准。

(1)过错责任原则:是指以行为人主观上存在过错为承担违约的民事责任的基本条件,违约责任的归责,主要实行过错责任原则。过错是一种心理状态,指当事人违约时主观上有错误,包括故意和过失两种形态。当事人明知自己的行为会发生违约的结果,且希望或者放任这种结果的发生,这种心理状态称为故意;当事人应当预见到自己的行为可能发生违约的结果,由于疏忽大意而没有预见或者已经预见但轻信能够避免,这种心理状态称为过失,过失又可分为重大过失和轻过失。在违约责任中,实行"谁主张,谁举证"的原则,由于过错是主观上的心理状态,故受损害方有时很难证实违约方是故意还是过失,因此过错责任在实践中往往采取过错推定主义,有违约行为,就推定违约方有过错,除非违约方能证明自己没有过错,否则就要承担违约责任。

(2)无过错原则:当事人违约,但没有过错,法律规定承担责任的,其也要承担违约责任,这就是无过错责任原则。因意外事件或者不可抗力造成违约的,违约方没有过错,因此通常是责任分担或免责,但法律规定因意外事件或不可抗力造成的违约也要承担责任的,违约方也要承担无过错的违约责任。因第三人的过错造成债务人违约,即使债务人无过错,倘若法律规定应当承担责任的,债务人也要承担违约责任。

645. 违约行为主要有哪几种形式?

《合同法》第 107 条规定:"当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的,应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。"由此可见,我国《合同法》对违约责任的认定采取了严格责任的原则,即只要存在违约事实,即应承担违约责任,而无论其是否有过错。当事人不履行合同义务或履行合同义务不符合约定的义务有以下几种情况:

(1)履行不能:是指债务人由于某种原因,在客观上不可能再履行债务。履行使合同的目的在客观上无法实现,因而使合同归于消灭。

(2)拒绝履行:是指债务人能够履行债务而拒不履行。拒绝履行通常具备下列条件:①合法的债务的存在,基于无效合同存在的"义务",债务人有权拒绝履行;②债务人有拒绝履行的表示,这种表示可以是解除合同的通知,或者明确表示不再履行合同;③债务人有故意或重大过失;④拒绝履行为违法,若债权人在合同规定的清偿期未届至时要求债务人履行而债务人拒绝,是正当的。

(3)迟延履行:又称债务人迟延或给付迟延,指债务人对已届清偿期的债务,能履行而未履行的情形。通常来说,迟延履行必须考察以下几个方面:①合法债务的存在;②履行合同是可能的;③债务已届清偿期;④须因可归责于债务的事由而未按期履行,债务人若

有正当理由而不按期履行，不构成迟延履行。

(4)不当履行：又称不完全履行，是指债务人虽然履行，但其履行有瑕疵或给债务人造成损害的情形。

(5)预期违约：我国《合同法》第108条规定："当事人一方明确表示或者以自己的行为表明不履行合同义务的，对方可以在履行期届满之前要求其承担违约责任"。

在上述五种情形，债务人均有违约行为，这是其承担违约责任的客观条件。

646. 如何确定赔偿损失的范围？应遵循哪几个原则？

赔偿损失的范围可由法律直接规定，或由双方当事人约定。在法律没有特别规定和当事人没有另行约定的情况下，应按完全赔偿原则，赔偿全部损失。《合同法》第107条规定："当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。"《合同法》第112条规定："当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，在履行义务或者采取补救措施后，对方还有其他损失的，应当赔偿损失。"根据《合同法》的相关规定，确定损失赔偿的范围应遵循以下几个原则：

(1)完全赔偿原则：《合同法》第113条规定："当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，给对方造成损失的，损失赔偿额应当相当于因违约所造成的损失，包括合同履行后可以获得的利益，但不得超过违反合同一方订立合同时预见到或者应当预见到的因违反合同可能造成的损失。经营者对消费者提供商品或者服务有欺诈行为的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定承担损害赔偿责任。"完全赔偿原则是指因违约方的违约使受害人遭受的全部损失都应由违约方负赔偿责任。全部损失指的是因违约所造成的实际损失和所失利益。

(2)赔偿数额的可预见性原则：是指违约方承担损害赔偿责任的最高数额不得超过其在订立合同时已经预见或应当预见到的因违约造成的损失。

(3)无权就扩大损失要求赔偿原则：《合同法》第119条规定："当事人一方违约后，对方应当采取适当措施防止损失的扩大；没有采取适当措施致使损失扩大的，不得就扩大的损失要求赔偿。当事人因防止损失扩大而支出的合理费用，由违约方承担。"因此，这一原则是对完全赔偿原则的又一限制性规定。

647. 什么是因第三人原因造成的违约和因当事人原因造成的违约？

按照违约的原因，可分为因第三人原因造成的违约和因当事人原因造成的违约。违约是由第三人造成的，为因第三人原因造成的违约；违约是合同当事人造成的，为因当事人原因造成的违约。《合同法》第121条规定："当事人一方因第三人的原因造成违约的，应当向对方承担违约责任。当事人一方和第三人之间的纠纷，依照法律规定或者按照约定解决。"因第三人原因造成一方当事人违约的，如第三人迟延交货造成一方当事人迟延

履行的，该当事人应当承担违约责任，担责后应当向第三人追偿；第三人原因构成意外事故致使一方当事人违约，且第三人无力赔偿的，损失由双方当事人分担。法律规定因第三人原因造成违约第三人直接承担责任的，第三人应当直接承担责任。例如，依照《消费者权益保护法》，消费者因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向出售商品的销售者请求赔偿，也可以向制造商品的生产者请求赔偿，受损害的消费者直接请求生产者赔偿的，生产者应当赔偿。

648. 什么是违约金？违约金的作用主要有哪些？

违约金是指按照当事人的约定或者法律规定，一方当事人违约，应向另一方支付的金钱。违约金的标的物是金钱，但当事人也可以约定违约金的标的物为金钱以外的其他财产。违约金有法定违约金和约定违约金之分，由法律直接规定的违约金为法定违约金。

违约金是由当事人约定的，为约定违约金。约定违约金是一种合同关系，称违约金合同。这种合同属从合同，主合同无效，违约金合同无效。违约金合同是诺成合同，与定金合同不同，可以预先给付为成立要件。约定违约金又是一种附条件合同，通常，违约行为发生，违约合同生效；违约行为不发生，违约金合同不生效。

违约的种类繁多，违约金合同则有概括性和具体性之分。概括性违约金合同指当事人对违约行为不做具体区分，凡违约即支付违约金；具体性违约金合同指当事人针对不同的违约行为所约定的违约金，约定根本违约金、债务不履行违约金、债务部分不履行违约金、债务迟延履行违约金。

违约金的作用主要表现在：违约金有利于规避“合理预见标准”。由于赔偿损失受合理预见标准的制约，因此，双方事先约定违约金的金额，表明双方就损失已有所预见，因此，可以避免违约方提出对损失金额无法预见的抗辩；违约金有利于缓解非违约方证明违约损失的难题。违约金条款在某些损失难以计算时更为实际。双方可以在合同中大致约定一个标准，在出现违约时，违约方就直接支付违约金，非违约方不必证明损失的具体程度与金额；违约金有转移举证作用。责任违约金条款订立后，法院会尊重这种条款，并将之视为违约赔偿。如果一方否定违约金条款的效力，其必须证明实际损失过分高于或低于违约金，法院才愿意予以适当调整。仅仅因为实际损失与违约有一些差距本身并不能影响违约金条款的效力。

649. 什么是强制履行？强制履行应满足哪些条件？

强制履行也叫继续履行，是指在违约方不履行合同时，由法院强制违约方继续履行合同债务的违约责任方式。

根据《合同法》规定，强制履行应满足以下条件：

(1)存在违约行为。如果没有违约行为发生，那么此时仅为债务履行问题，债权人有履行请求权，债务人有履行债务的义务，尚属第一次义务阶段，谈不上作为第二次义务的

强制履行问题。就违约形态而言，通常是迟延履行、不完全履行以及拒绝履行。如果将债权人迟延作为一种债务不履行看待，尚包括债权人迟延；而履行不能场合，则不会发生强制履行责任。

(2)须有守约方请求违约方继续履行合同债务的行为。如果守约方不请求违约方继续履行，而是将合同解除，便不可能成立强制履行责任。另外，强制履行责任要求须守约方选择，取决于其意思，而法院不能以职权代当事人作出此种选择。

(3)须违约方能够继续履行合同。如果合同已经不能履行，则无论是事实上的不能，还是法律上的不能，都不应再有强制履行责任的发生。否则，无异于强债务人所难，于理于法，均有不合。

650. 什么是赔偿损失？赔偿损失的方法有哪些？

所谓赔偿损失又叫损害赔偿，是指债务人不履行合同债务时依法赔偿债权人所受损失的责任。通常来说，损害赔偿的方法有回复原状主义和金钱赔偿主义两种形式。

(1)回复原状主义，是指使赔偿责任人对于受害人回复到损害发生前的原状。另外，此所谓回复原状，并非将以前的状态照样再现，而只是使回复到与以前有同一价值的状态。例如，夺取物件，应予返还；毁损物件，则应修补或给付同种同质的物品。采用这种方法的好处在于比较符合损害赔偿的目的，其不足在于有不少的情形不能回复原状或者回复困难。

(2)金钱赔偿主义，是指按损害程度，估计金钱，使赔偿义务人对于受害人给付金钱，以填补其损害。其优点在于，对于各种损害均能以金钱赔偿，简洁易行；缺点在于，计算损害恐不正确，且仅为间接填补，并非直接排除，与损害赔偿的目的有所出入。

我国合同法上的赔偿损失是指金钱赔偿，即使包括实物赔偿，也限于以合同标的物以外的物品予以赔偿。

651. 合同中如何规定不可抗力条款？

由于不可抗力本身的弹性较大，在理解上容易产生歧义，因此法律很难具体规定或列举不可抗力的内容和种类。因而允许当事人在合同中订立不可抗力条款，根据交易的情况约定不可抗力的内容和种类。这种由当事人约定的不可抗力条款可以弥补法律规定抽象原则的不足，合理分配商业风险，减轻举证责任，其意义是积极的。当事人在约定不可抗力条款时，可以参考以下研究：

(1)是否约定不可抗力条款不影响直接援用法律规定。应当明确的是，不可抗力是一种法定的免责事由，合同中的免责条款只具有补充法律规定的作用，即使当事人没有约定，仍然可以直接援用法律规定寻求免责。

(2)约定的不可抗力条款与法律规定不一致。如何认定其效力，无非有两种情况，一是约定的不可抗力范围大于法定的不可抗力范围，即将不属于不可抗力的事件列入不可

抗力范围；二是约定的不可抗力范围小于法定的不可抗力范围，即符合法定的不可抗力条件的一些事由被排除在外。从《民法通则》第 107 条和《合同法》第 117 条的规定来看，不可抗力条款是一种强制性的免责条款，只有法律才可以有除外规定，因此约定的不可抗力范围小于法定的不可抗力范围的，当事人仍然可以援用法律规定主张免责；而在约定的不可抗力范围大于法定的不可抗力范围时，超出的部分不必要认定无效，而视为另外成立了免责条款。

(3)当事人是否可以约定将不可抗力排除在免责事由之外。当事人约定即使发生不可抗力也不免责的，其效力如何？在不可抗力的免责规定不是强制性规定的国家，当事人可以通过约定排除不可抗力作为免责事由。例如，在法国，不可抗力不是强制性规定，当事人可以在合同中约定担保条款的方式规定不可抗力所造成的损害由债务人承担，也可以相反约定债务人对不可抗力以外的其他原因造成的损害不承担责任，还可以在约定中扩张不可抗力的范围，将法院不认为属于不可抗力范围的事件规定为不可抗力，所有这些都属于当事人的自由。但是，由于我国不可抗力免责的规定属于强制性规定，不允许当事人通过约定去除不可抗力的免责事由，因此，如果当事人作出了此类约定，其约定是无效的。

652. 什么是合同解释？合同解释应该坚持哪些原则？

合同解释是指按照一定的原则与规则，对合同条款的内容所作的阐释和说明。我国《合同法》确定的合同解释的原则与规则，主要包括以下几项：

(1)按照合同所使用的词句解释。是指按照合同条款用语的文字意义以及通常的使用方式来阐释合同条款的意义和内容。如果当事人对合同的某些词句赋予了特别含义，其解释也可以根据当事人在订立合同时所采用的含义。

(2)按照合同的有关条款进行解释。所谓“合同的有关条款”是指合同争议以外的、和争议有关联的其他合同条款，按照合同的有关条款进行解释，就是指把合同的全部条款作为一个整体，以每个条款与整个合同的关系以及该条款在合同中的地位进行解释。应综合合同的全部有关条款，根据前后文来整体地解释，而不应拘泥于个别文句。

(3)按照合同目的进行解释。合同目的是指当事人希望通过合同达到的目标、结果。按照合同目的进行解释，是指根据当事人订立合同的缔约目的，即通过订立合同和履行合同所要达到的目标与结果来进行解释，合同目的是整个合同的立足点与出发点，当事人在合同中约定的条款，无不围绕着合同的目的。所以，当对合同条款的理解有歧义时，符合合同目的的理解，无疑应当能够表达当事人的真实意思。

(4)按照交易习惯进行解释。是指当事人对合同的词句或者条款理解不一致时，应考虑订立合同时所遵循的交易习惯或者一般的商业惯例。交易习惯是指在交易的产生与发展过程中，长期以来逐渐形成的，为大多数交易者所承认的通常做法。

(5)按照诚实信用原则进行解释。诚实信用原则是民法的基本原则，指民事主体在进行民事活动时应对他人以诚相待，恪守诺言。合同解释依诚信原则进行是指在对合同条款进行解释的全部过程中都不得违背民法的这一基本原则，合同解释的结果也应符合诚

信原则，以达到当事人之间的利益平衡，不得显失公平。

653. 合同争议有哪些解决办法？

《合同法》第128条规定："当事人可以通过和解或者调解解决合同争议。当事人不愿和解、调解或者和解、调解不成的，可以根据仲裁协议向仲裁机构申请仲裁。涉外合同的当事人可以根据仲裁协议向中国仲裁机构或者其他仲裁机构申请仲裁。当事人没有订立仲裁协议或者仲裁协议无效的，可以向人民法院起诉。当事人应当履行发生法律效力的判决、仲裁裁决、调解书；拒不履行的，对方可以请求人民法院执行。"由此看出，和解、调解、仲裁和诉讼是四种解决合同争议的办法，和解是指当事人自行协商解决因合同发生的争议，调解是指在第三人的主持下协调双方当事人的利益，使双方当事人在自愿的原则下解决争议的方式　和解、调解可以在诉讼外进行，也可以在诉讼中某个阶段进行；用和解和调解的方式能够便捷地解决争议，省时、省力，又不伤和气，因此提倡解决合同争议首先利用和解和调解的方式。和解和调解是在当事人自愿的原则下进行的，一方当事人不能强迫对方当事人接受自己的意志，第三人不能强迫调解；当事人不愿和解、调解或者和解、调解不成功的，可以根据达成的仲裁协议申请仲裁。仲裁机构是依法成立的专门裁决合同争议的机构。仲裁机构作出的裁决具有法律约束力，当事人发生合同纠纷，可以根据事先或者事后达成的仲裁协议向仲裁机构申请仲裁。涉外合同的当事人不仅可以约定向中国仲裁机构申请仲裁，也可以约定向国外的仲裁机构申请仲裁，申请仲裁需要合同双方当事人订立仲裁协议，没有订立仲裁协议，一方当事人不能申请仲裁。当事人没有订立仲裁协议或者订立仲裁协议无效，可以向人民法院起诉，通过诉讼解决合同争议。

人民法院的判决、裁定、调解书和仲裁机构的裁决书是发生法律效力的法律文书，当事人应当自动履行；拒不履行的，对方当事人可以申请人民法院强制执行。

654. 什么是仲裁？仲裁与调解、诉讼有什么区别？

仲裁也叫"公断"。仲裁是指合同双方当事人在争议发生前或争议发生后达成协议，自愿将争议交给第三者裁决、双方负有义务自动履行的一种解决争议的方式。仲裁与调解均有第三者参与和主持，但它们之间的根本区别在于仲裁裁决具有法律效力，当事人必须履行，而调解则不具有法律效力。仲裁与诉讼相比，其优越性在于：仲裁具有中立的特征，易于为双方当事人所接受；仲裁可以由当事人自由选择仲裁地点、仲裁机构、仲裁员、仲裁程序以及解决争议所适用的实体法，仲裁当事人具有自由选择权；仲裁是一审终局裁决，比诉讼更节省时间与费用；仲裁裁决更容易得到承认与执行。

655. 什么是诉讼？以诉讼方式解决合同争议的条件是什么？

诉讼是指发生合同争议的当事人直接向法院起诉，将合同争议提交司法机关的法律

依据。当事人以诉讼方式解决合同争议的条件是：合同当事人没有订立仲裁协议；合同当事人虽然已达成仲裁协议，但该协议无效；仲裁机构的裁决书被人民法院依法裁定撤销或者不予执行，合同当事人没有重新达成仲裁协议。

656. 什么是仲裁裁决？

仲裁裁决是仲裁庭或者独任仲裁员对合同争议进行审理后作出的处理决定。这种处理决定的书面形式是仲裁裁决书。仲裁合同争议应开庭进行，当事人协议不开庭的，仲裁庭可以根据书面材料作出裁决。经仲裁庭书面通知，申请人无正当理由不到庭或者未经仲裁庭许可中途退庭的，可以视为撤回仲裁申请；被申请人无正当理由不到庭或者未经仲裁庭许可中途退庭的，可以缺席裁决。在开庭时，当事人有权表述自己的意见，有权举证与质证，有权进行辩论，辩论终结时，首席仲裁员或者独任仲裁员应当征询当事人的最后意见。调解不成的，应及时作出裁决。裁决应按照多数仲裁员的意见作出，仲裁庭不能形成多数意见时，裁决应当按照首席仲裁员的意见作出。仲裁裁决为终局裁决，任何一方当事人均不得向人民法院起诉或者向其他机构提出变更仲裁裁决的请求。

仲裁裁决书应当写明仲裁请求、争议事实、裁决理由、裁决结果、仲裁费用的负担和裁决日期。当事人协议不愿写明争议事实和裁决理由的，可以不写。裁决书由仲裁员签名，加盖仲裁委员会印章，裁决书自作出之日起发生法律效力。

657. 什么是仲裁协议？仲裁协议有哪些主要形式？

仲裁协议是同双方当事人自愿把他们之间所发生的争议交付第三者进行评议和裁断的共同意思表示，是仲裁机构受理特定合同争议的法律依据，对协议双方当事人都有法律约束力。当事人之间的仲裁协议不仅使仲裁庭取得了对合同争议案件的管辖权，还同时排除了法院对该案件的管辖。

仲裁协议必须是书面的，其形式主要有三种：(1)仲裁条款，这是双方在订立合同时事先达成的处理合同争议的条款，属于合同的组成部分；(2)仲裁协议书，这是在争议发生后，双方当事人表示同意将争议交付仲裁的书面协议；(3)能证明双方将争议交付仲裁之共同意思表示的其他书面文件，如双方往来的信函、电报、电传等。实践中，采用仲裁条款的形式较多。

658. 什么是买卖合同？买卖合同是如何分类的？

根据《合同法》第 130 的规定，买卖合同是指出卖人转移标的物的所有权于买受人，由买受人支付价款的合同。买卖合同是现代经济生活中最普遍、最适用的一种合同。

买卖合同按照不同的标准可以进行不同的分类。按照标的物的交付时间不同，可分为即时买卖合同和非即时买卖合同，二者都是现货买卖合同；按标的物的属性不同，可分

为特定买卖合同和种类物买卖合同;按付款时间的不同,可分为现金买卖合同、赊购买卖合同、预约买卖合同及分期付款买卖合同等;按成交时间的不同,可分为自由买卖合同和竞争买卖合同。

659. 买卖合同有哪些基本特征?

(1)买卖合同是转移标的物所有权的合同。所谓转移标的物的所有权,是指出卖人在收取一定价款后失去对标的物的占有、使用、处分的权利,而买受人在支付一定的价款后取得对标的物的占有、使用、处分的权利,它有别于租赁合同和借用合同。

(2)在买卖合同中,出卖人转移财产所有权,要以买受人支付价款为对价。买受人要取得财产的所有权,必须向出卖人支付约定的价款,它有别于赠与合同和租赁合同。

(3)买卖合同是双务、有偿合同。所谓双务、有偿是指出卖人和买受人均享有均等的权利和义务,卖方必须向买方转移财产所有权,买方必须向卖方支付价款,买方不能无偿取得财产所有权。

(4)买卖合同的主体具广泛性。

(5)买卖合同标的物的广泛性。买卖合同的标的物只要是法律、法规没有禁止流通的物品,均可作为买卖合同的标的物。

(6)买卖合同是诺成合同。除法律有特别规定外,当事人双方意思表示一致,买卖合同即可成立,并不以实物的交付为成立条件。

(7)买卖合同既可用文字表示,也可用口头表示。买卖双方可将协商一致的承诺用文字形式固定,并经双方签字后生效,也可经公证后生效;买卖双方对达成一致意见的标的物的物权转移,也可以用口头的形式约定;这种方式简单、省时,但必须符合"钱货两清",这种形式适用于标的小、现货交易等买卖。

660. 什么是买卖合同中的标的物?哪些物品不能成为买卖合同中的标的物?

买卖合同中的标的物是指国家允许自由流通的属于出卖人所有的物品,是买卖合同当事人双方权利和义务的客体,没有这一客体,当事人的权利和义务就失去了其存在的价值,也就无法履行。《合同法》第132条规定:"出卖的标的物,应当属于出卖人所有或者出卖人有权处分。法律、行政法规禁止或者限制转让的标的物,依照其规定。"依照《合同法》规定,下列性质的物品,不能成为买卖合同中的标的物:

(1)出卖人没有产权的物品。如没有产权的不动产、只有使用权的宅基地等,或出卖人没有处分权的物品,如享有共有产权的物品,出卖人未征得其他共有人的同意,该物品不能成为买卖合同中的标的物。

(2)国家法律、行政法规禁止自由流通买卖的物品。如属国家所有的土地、矿产、河流、森林、草原等自然资源,属国家法律、行政法规禁止自由流通的枪支、弹药、毒品,属国

家法律、行政法规禁止自由流通的文物、珍稀动植物等均不能成为买卖合同中的标的物。

(3)违反国家部门标准、行业标准等标准的物品。如违反国家产品质量法规定的假冒伪劣产品,没有合格证、产品质量说明的产品,违反国家卫生等行政法规或被明令淘汰的产品,如超过保质期的食品等均不能成为买卖合同中的标的物。

(4)违反国家《商标法》、《环保条例》、《计量法》、《专利法》、《知识产权保护法》等法律、行政法规的物品,均不能成为买卖合同中的标的物。

661. 买卖合同应具备哪些条款?

买卖合同应具备的主要条款包括:

(1)标的物的名称。名称应署全名,并注明牌号、商标、厂家、型号、规格、花色品种、等级等内容。

(2)数量和计量。数量条款是买卖合同中最基本、最核心的条款。标的物数量是衡量合同当事人双方权利和义务大小,以数字和计量单位来表示的一种尺度;买卖合同中的标的物的数量主要表现为一定的长度、体积或者重量;数量条款还应包括计量方法、计量单位、正负允差、自然增减量等。计量条款应按照国务院 1984 年颁布的《中华人民共和国法定计量单位》统一规定的计量方法和标准执行,国家或相关主管部门没有规定的,按供需双方商定的计量方法执行。对机电设备,必要时应当在合同中明确规定随主机的辅机、附件、配套的产品、易损耗备品、配件和安装修理工具等;对成套供应的设备,应当明确成套供应的范围,并提出成套供应的设备清单。

(3)技术标准及质量要求条款。产品的技术标准是签订合同时对产品的质量的具体要求。为明确在发生纠纷时的责任归属,签订买卖合同时必须对产品的技术标准做具体的规定。有国家标准的按国家标准执行,无国家标准而有部颁标准的,根据具体情况按部门制定的标准执行;无国家和部颁标准的,按企业标准执行。

在签订买卖合同时,合同中要明确规定卖方对产品质量负责的条件和期限。对成套产品,在合同中应明确规定附件的质量要求;对某些必须安装运转后才能发现内在质量缺陷的产品,除主管部门另有规定者外,合同中应具体规定提出质量异议的条件和时间;实行抽样检验质量的产品,合同中应注明采用的抽样标准或抽检方法和比例;需要在商定技术条件后封存样品的产品,应由双方当事人分别封存保管,作为检验依据。

(4)包装条款。《工矿产品购销合同条例》第 7 条、第 18 条明确规定,为保证货物运输安全,产品的包装按国家标准或专业(部)标准执行,没有国家标准或专业(部)标准的,可按双方商定的标准并在合同中具体写明;产品的包装标准要按照有关部门对产品包装的类型、规格、容量、印刷标志以及产品的盛放、衬垫、封袋方法等统一规定的技术标准。

(5)包装物的供应与回收条款。我国《工矿产品购销合同条例》明确规定,产品的包装物,除国家规定由需方供应的以外,应由供方供应;可多次使用的包装物,应按有关主管部门制定的包装物回收办法执行;有关主管部门无规定的,由双方商定包装物的回收办法并在合同中写明。产品的包装费用,除国家另有规定者外,没有规定的,应在合同中明确责任方;如果买方有特殊要求,应当在合同中具体规定。

(6)价格条款。标的物的价格,又叫价金或价款,是指买受人为取得标的物所有权而向出卖人支付一定金额的货币。通常来说,标的物的价格属于国家定价范围内的,应严格按照国家定价标准执行;不属于国家定价范围或因产品有特殊技术要求,需要提高或降低价格的,按甲乙双方的商定价格执行。产品交货或提货时价格变化处理方法:执行国家定价的,在合同规定的交(提)货期内,遇国家调整价格时,按交货时的价格执行。逾期交货的,遇价格上涨时,按原价执行;遇价格下降时,按新价执行。逾期提货或逾期付款的,遇价格上涨时,按新价格执行;遇价格下降时,按原价执行。由于逾期付款而发生调整价格的差价,由甲乙双方另行结算,不在原托收结算金额中冲抵;执行协商定价的,按合同规定的价格执行。对于货款的结算,合同中要明确规定结算的方式和结算期限。

(7)货款的结算办法。产品的货款及实际支付的运杂费和其他费用的结算方式,应当在合同中确定或按照中国人民银行结算办法的规定办理。结算方式主要有托收承付、银行汇票和商业汇票三种。用托收承付方式结算的,合同中应当注明验单付款或验货付款。验货付款的承付期一般为 10 天,从运输部门向收货(付款)单位发出提货通知的次日起算;凡收、付双方在合同中商定缩短或延长验货期限内,应当在托收凭证上写明,银行从其规定,合同中也要明确规定;产品货款的结算地点如开户银行、账户名称和账号也要在合同中明确规定。

(8)产品的运输及交(提)货期限。产品的运输通常由供方代为办理发运,运费由需方承担。供需双方通过协商合理选用运输方式、运输路线和运输工具。总的要求是总运费低、运输快、货物安全到达。如因供方的送货原因给需方造成的损失,由供方负责赔偿。需方如有特殊要求,应在合同中明确规定。实行送货制的产品按国家主管部门规定的办法执行;没有规定送货办法的,按双方的协议执行。需方如要求变更地点或接货人,应按照规定提前通知供方;必须由需方派人押送的,应在合同中明确规定;供需双方对产品的运输和装卸,应按有关规定与运输部门办理交换手续,作出记录,双方签字,明确买卖双方和运输部门的责任。产品送货或代运的产品规定的交货日期,以甲方发运产品时承运部门签发的戳记日期为准,当事人有约定的,以约定日期为准;合同规定甲方自提产品的交货日期,以乙方通知的提货日期为准;乙方的提货通知中,应给予甲方必要的途中时间,实际交货或提货日期早于或迟于合同规定的日期,应视为提前或逾期交货或提货。

662. 买卖合同中产品的验收和对产品提出异议的时间和办法是如何规定的?

为了保证合同标的物的质量达到规定标准,必须对产品进行验收。验收方法有三种:凭封印验收、凭现状验收和凭样品验收。验收的时间和地点要求在合同中明确约定,如无约定,可以按照以下三种方法执行:在装运的时间、地点验收;在目的地时间、地点验收;在装运地和目的地双重验收。关于验收的费用的负担通常是:如产品合格,验收费用由买方负担;如产品不合格,造成拒收或退货,则验收费用由卖方支付。无论是验收的方法、时间、地点还是验收费用的负担,都要在合同中明确约定。

需方在验收中如发现产品质量不符合合同规定,应妥善保管,并向供方提出书面异

议。需方按以下规定办理书面异议：

(1)品种、型号、规格、花色和质量不合规定的，需方应在货到后10天内(另有规定或当事人另行商定期限者除外)提出书面异议，需方未按规定期限提出书面异议的，视为所交产品符合合同规定。

(2)有些必须安装运转后才能发现内在质量缺陷的产品，一般从运转之日起6个月内提出异议，除主管部门另有规定或当事人另行商定、提出异议的期限外，需方未按规定期限提出书面异议的，视为所交产品符合合同规定。

(3)如因需方使用、保管、保养不善等造成产品质量下降的，不得提出异议。

(4)供方在接到需方书面异议后，应在10天内(另有规定或当事人另行商定期限者除外)负责处理，否则，即视为默认。

(5)在书面异议中，应说明合同号、运单号、车或船只、发货和到货日期，说明不符合规定产品的名称、型号、规格、商标等，以及检验方法、检验情况和检验证明；对不符合规定的产品提出具体处理意见并对当事人双方需要商定的事项进行详尽说明。

663. 买卖合同中卖方有哪些义务?

买卖合同中卖方的义务主要包括以下几个方面：

(1)向买方交付标的物并转移标的物的所有权。交付有多种方式，如：交际交付、指示交付、简易交付等。交付与所有权转移的关系，应根据具体情况而定，并不完全一致。卖方履行交付义务，必须在约定的地点、期限，按照约定的数量和品质标准交付。

(2)卖方对标的物的瑕疵有担保义务。瑕疵担保通常包括两个方面：

①卖方对物的瑕疵担保。是指卖方应保证他所交付的标的物不存在可能使其价值或使用价值降低的缺陷或其他不符合合同规定的品质问题。对物的瑕疵，除买方明知而仍接受的外，卖方要负法律责任。因标的物的瑕疵导致他人人身或财产损害的，卖方要以产品责任承担损害赔偿责任。

②卖方对标的物的权利瑕疵担保义务。是指卖方就保证他所出卖的标的物不侵犯任何第三方的合法权益，任何第三方都不能对标的物提出权利要求；如果卖方对标的物无权处分或标的物上没有抵押、质押等担保物权，而使买方不能完全享有标的物的所有权时，卖方必须承担违反权利瑕疵担保义务的责任，支付违约金或赔偿受害方的损失等。

664. 买卖合同订立时应注意哪些问题?

(1)代理人超越代理权限，以被代理人名义签订买卖合同。在买卖合同的签订过程中，经常有代理人以被代理人名义签订合同的情况，在被代理人授权范围内，代理人所签订合同的权利义务应由被代理人承受；但代理人超越代理权或代理权授权期限已届满后所订立的合同，未经被代理人追认，由行为人承担。根据《民法通则》有关规定有可能会给合同另一方当事人造成损失，当事人应在签订合同前，对代理人的代理权限明确掌握。

(2)标的物为法律禁止或限制流通物。在买卖活动中当事人不了解买卖物品在法律上有无限制、禁止买卖的规定,盲目签订合同却因标的物为法律禁止流通物或限制流通物,而导致合同的无效,最终带来不必要的损失。

(3)主体没有订立合同的资格,没有实际履行能力。在现实经济生活中,经常出现的合同欺诈行为就是订立合同的主体没有订立合同的资格,根本没有履行能力。这种情况在以法人与其他组织为一方当事人之间订立的合同中常见,主要表现为:

①利用合同主体资格进行欺诈法。这种情况主要表现在合同的当事人一方为无注册资本、经营场所、组织机构等,利用虚假的主体进行欺骗。但其利用营业执照、伪造的身份证明等骗取相对人的信任。违法分子采取给当事人高额回扣,甚至利用女色等手段诱使其签订合同,从而实现骗取货款或货物的目的。

②"借鸡下蛋"欺诈法。这类陷阱的表现形式是履约能力较差或根本无履约能力的主体通过挂靠一家名气较大的公司或企业从事经营活动,或者采取合营形式以取得使用大企业"名声"的便利进行欺骗。

③冒名欺诈法。这是买卖合同一方当事人假借他人名义与另一方签订合同的合同陷阱形式,主要表现为利用各种手段取得被冒名企业的有关文书甚至印鉴,或者采取伪造、变造他人印鉴的方式,以他人名义实施诈骗活动。

(4)虚假的质量欺诈行为。通常来说,这类欺诈行为一般是在合同中明确规定了标的物的质量条款,但履行时却以次品或残品代替;部分骗子甚至伪造质量标识,使对方当事人充分信任其产品质量,而与之订立合同。另外,部分行骗者利用对方当事人信任名牌产品或名优企业产品的心理,冒充名牌使对方与之签订合同,从而达到欺骗目的。常用的欺诈方法有:

①质量欺诈法。行骗人员在合同中故意玩弄文字游戏,对标的物品质表述含糊不清,甚至在产品样品上做手脚,故意封存有隐蔽瑕疵的样品,使相对人陷入其设置的合同圈套。

②假冒"名优"欺诈法。行骗人员谎称其标的物是"专利"或"名优特产",或利用不正当手段获取产品"名优"证书,骗取对方当事人的信任,从而签订合同。

③伪造虚假证明的欺诈法。为了骗取货款,引诱对方当事人签订合同,行骗人员伪造产品的质量鉴定证明或标志,使对方看过之后信以为真而订立合同,在对方做出履行之后,卖方则不再做出履行,溜之大吉。

(5)虚开支票,套取货物。虚开支票是近年来增长较快的一种欺诈行为,主要形式是开具不实面额的支票即空头支票,这样当收票人将支票交给自己的开户行转账时会被出票人的开户行拒付而使支付额不可兑现;另一种形式是故意制造障碍使开出的支票不能兑现,这种形式更具有隐蔽性,例如,支票上的印鉴与出票人在银行预留的印鉴不同;支票的大小写不同,日期有误,连笔致使支票不能清晰辨认,有涂改等都会导致支票被拒付,虚开支票方利用收票人需用一段时间才能弄清支票真伪,而套取了货物,使对方处于十分不利的局面。

(6)买卖合同的内容中出现漏洞导致权利得不到保护。买卖合同中经常出现因为对业务不熟悉或者谈判经验不足而在合同内容中出现漏洞。常见漏洞有:质量约定不明确,

履行地点不明确，付款期限不明确，违约责任不明确，付款方式不明确，履行方式不明确，计量方法不明确以及检验标准不明确等，以上漏洞多出现在合同主文内容缺少或者约定不明，使用有歧义等情况时。

(7)虚构索赔欺诈行为。这类欺诈行为通常是在无法履行合同上做手脚，以对方的责任来达到索赔的目的，常用的欺诈方法有：

①利用违约责任欺诈法。其具体形式因买方或卖方而有差异。买方的手段主要是在标的物品质、履行时间、方式等上面做手脚，诱使相对人订立其根本无法依约履行的买卖合同，然后以卖方违约为由而主张其赔偿违约损失。卖方的手段则主要是订立各种不利于买方主张违约责任的合同条款，如对违约请求的时间限制、品质检验条款等，从而使买方无法及时提出质量异议或在合同约定的索赔期内提出请求而遭受损失。

②利用违约金、定金欺诈法。与前一种方式相似，当事人一方故意诱使另一方订立其根本无法履行的合同，从而利用违约金或定金条款获取利益。

(8)在买卖合同中的恶意履行。合同的内容齐备、详尽完善并不代表没有任何风险，在实际履行中有可能出现恶意履行的情况，一般有：借口产品质量差而拒付货款；产品有质量问题而故意不告知；在发生多交货时不予通知；在对方履行不符合约定时，不及时采取措施避免或减少损失的发生。

买卖合同中的欺诈行为很多，除以上欺诈行为外，买卖合同还有畅销商品引诱欺诈法、广告宣传欺诈法、传真机欺诈法等多种形式，当事人应提高防范意识并不断加强业务素质，才能切实保护自身利益。

665. 买卖合同履行时应注意哪些问题？

买卖合同在履行阶段很容易出现的漏洞及欺诈行为，当事人在订立合同时应谨慎小心，尽量从以下几个方面加强防范措施：

(1)掌握当事人的相关信息。一般来说，在签订合同前必须对相关当事人的法律地位、经营范围、资讯状况以及近期经营业绩、商业信誉、远景规划等进行必要的考察，如当事人了解有困难，可以向对方当事人所在地的工商部门进行咨询，并且可以通过对方同行业或相关企业进行了解。

(2)对代理人签订合同应对其代理权进行了解。对于对方业务员或经营管理人员代表其单位订立的合同，应完全了解对方对其授权的情况，包括授权范围、授权期限以及所开立介绍信的真实性，对非法定代表人的高级管理人员，如副总经理、副董事长等，应了解其是否具有代表权。

(3)签订合同要使用规范的合同范本。因为非书面形式的合同在发生纠纷时不好确定责任，并容易被人利用和欺诈，因此在签订合同时一定要采用书面形式，并要使用规范的合同范本。通常来说，以我国工商行政管理机关颁布的合同范本进行参照；若条件许可，可以由工商行政管理机关对合同进行签证，既可以对内容进行把关，也可以增强合同的严肃性和可信度。

(4)对恶意履行的防范。在现代经济生活中，对合同进行恶意履行的情况非常广泛，

也非常复杂，但在订立合同时进行合理的事前防范可以减少风险；在合同履行中出现问题，应积极主张自己的权利，并保留相关证据；积极行使诉讼权，通过人民法院保护自己的权利，以免因超过诉讼时效而蒙受损失。

(5)用支票进行支付，应按规定程序检查以免被套走标的物。防止虚开支票的欺诈有两个方法较有效：一种是款到交货，根据支票转账所需时间，要求买方款到卖方账面后才交货，但这种方法一般很难使买方接受，除非货物较为紧俏；另一种方法是直接到出票人开户银行去持票入账，马上就能知道支票能否兑现，如能兑现可以即行转账，如被拒付可以立即停止发货，从而避免损失。

666. 买卖合同解除有哪些特殊规定？

买卖合同的解除除应遵守合同解除的一般规定外，还应遵守下列规定：

(1)主物和从物合同的解除。因标的物的主物不符合约定而解除合同的，解除合同的效力及于从物；因标的物的从物不符合约定被解除的，解除的效力不及于从物。

(2)数物合同的解除。标的物为数物，其中一物不符合约定的，买受人可以就该物解除，但该物与他物分离使标的物的价值显受损害的，当事人可以就数物解除合同。

(3)连续供货合同的解除。

①出卖人分批交付标的物的，出卖人对其中一批标的物的不交付或者交付不符合约定，致使该批标的物不能实现合同目的，买受人可以就该批标的物解除；

②出卖人不交付其中一批标的物或者交付不符合约定，致使今后其他各批标的物的交付不能实现合同目的的，买受人可以就该批及今后其他各批标的物解除；

③买受人如果就其中一批标的物解除，该批标的物与其他各批标的物相互依存的，可以就已经交付和未交付的各批标的物解除。

(4)分期付款合同的解除。分期付款的买受人未支付到期价款的金额达到全部价款的1/5的，出卖人可以要求买受人支付全部价款或者解除合同。

667. 什么是分期付款买卖？分期付款买卖有什么特征？

分期付款买卖是指买受人应按照一定期限分批向出卖人支付价款的买卖，一种特殊的买卖，其根本特征在于买受人在接收标的物后不是一次性支付价款，而是将价款分成若干份，分不同日期支付；在某种意义上讲，分期付款买卖属于一种赊购。分期付款买卖中，当事人双方可以自由约定付款的期限和次数，也可以约定买受人在接受标的物前先支付或先分期支付若干价款，但在出卖人交付标的物后买受人至少应当再分两次向出卖人支付价款，否则就不属于分期付款买卖。分期付款买卖一般适用标的物价款较高、买受人一次支付较困难的情况，买受人通过分期付款，可以分解沉重的支付负担，促进商品房、汽车等大件商品的销售。

668. 什么是供用电、水、气、热力合同?

供用电、水、气、热力合同是指供电人、供水人、供气人或供热人按照合同的约定,向用电人、用水人、用气人或者用热人供电、供水、供气或者供热,由用电人、用水人、用气人或者用热人支付价款的合同。供用电、水、气、热力合同属于持续性或连续性供应合同,是一类特殊的买卖合同。

669. 什么是供电合同? 供电合同有哪些种类和特征?

根据《合同法》第176条规定,供电合同是指供电人向用电人供电,用电人支付电费的合同。供电合同按电压区分,可分为高压供电合同和低压供电合同;按供电用途区分,可分为工业用电合同、农业用电合同和生活用电合同。供电合同的特征有:供电合同的供电人具有特定性;供电合同的标的具有特殊性;供电合同具有很强的计划性;供电合同的电费具有确定性。随着我国市场经济的不断完善和用电管理体制的改革,供电合同的供电人开始呈现多元化的趋势,部分经国家许可和允许的个人和集体也可以成为供电合同的供电人。

670. 供电合同有哪些基本条款?

供电合同有如下基本条款:

(1)供电的方式、质量、时间:供电的方式是供电人向用电人提供电力的形式,供电的质量是指供电的电压质量、频率质量和供电的可靠率。

(2)用电容量、地址、性质:用电容量是指确定用电人耗用电力的数量指标,是用电人在一定时期内,根据供电部门的计划供应所允许消耗的电能,用电地址是指用电人使用电力的地点。用电性质是指用电人根据其自身的特性和用电需求同供电人协商的供电力的种类。

(3)计量方式:是指供电合同双方当事人就供、用电量所确定的计算、测量方法。

(4)电价、电费的结算方式:电价是用电人按照用电数量和国家规定的标准向供电人支付的电费。

(5)供电设施的维护责任:供电需借助一定的设施才能实现合同供应的数量和质量,因此,双方当事人应对各种设施的安装、检修和维护作出规定。

671. 供电合同中的违约责任有哪些?

通常来说,供用电合同当事人双方的违约责任分为:

(1)供电方违约责任,包括供电数量不足责任,电压、频率不合规定的责任,无理限电造成损失的责任,因责任事故造成用户停电的责任,施工错误造成损失的责任,因责任事故造成用户停电的责任,施工错误导致用户用电设备烧毁的责任,不合理收费的责任。

(2)用电方违约责任,包括私装电价高的用电设备的责任,私自增加用电容量的责任,窃电行为的责任,无理超负荷用电的责任,逾期不交电费的责任。

672. 供电合同中供电人应注意哪些问题?

(1)《合同法》第180条规定,供电人因供电设施计划检修、依法限电或用电人违法用电等原因需要中断供电时,应事先通知用电人,未事先通知用电人而中断供电所造成的损失,要承担赔偿责任。

(2)因自然灾害等原因断电,供电人应当按照国家有关规定及时抢修;未及时抢修造成用电人损失的,要承担赔偿责任。

(3)供电部门要保证供给用户的供电质量符合国家标准,对公用供电设施引起的供电质量问题,要及时处理。

(4)供电部门在供电系统正常的情况下,应连续向用户供电,不得中断;需要中断供电时,应根据国家有关规定向用户事先通知。

(5)电力部门或用户违反供电合同给对方造成损失的,要承担赔偿责任。

(6)用户受电端的供电质量应当符合国家标准或电力行业标准。

673. 供用电合同的订立应注意哪些问题?

根据《电力法》的规定,供用电合同需经特殊的程序方可订立。

(1)供用电合同一般采用书面形式:通常包括标准格式和非标准格式两类,前者主要适用于普通用户,后者主要适用于用电方式特殊的用户。

(2)关于供电方式,供用电合同应以国家有关规定并结合用电人的需要,在合同中具体约定。

(3)用电容量:是供电方在一定时间内供用电方使用消耗电能的总量,而用电性质是指供用电合同中对用电系属居民用电、工业用电或其他用途的用电所作出的具体规定。

(4)要明确规定用电方新装、增容与变更用电的内容。要具体规定办理用电的申请手续;供电方为新装、增加用电确定的供电方案,供电的期限;用电方投资建设的输电、变电、配电设施建成后的产权归属;用电方减少用电容量时供电方保留原电容量的期限及按变压器容量计算基本电费暂停用电时电费的缴纳;用电方变更用电性质、变更户名、减少用电容量、暂停或停止用电,移动表位及迁址等问题。

674. 供用电合同履行时应注意哪些问题?

(1)供电方不得随意断电。供电人在发电、供电系统正常的情况下,应当连续向用户供电,不得无故中断;如果供电方无故中断供电,应当承担赔偿责任。

(2)用电人不得恶意拖欠甚至拒交电费。用电人使用电力,应当交付电费,这是用电人

的合同义务。如果用电人超过国家有关规定和当事人约定的交付电费时间，视为逾期；用电人逾期不交付电费的，是一种违约行为，因而除了应当补交欠付的电费外，还应当按照当事人之间的约定支付违约金。

675. 什么是赠与合同？赠与合同有哪些法律特征？

赠与合同是赠与人一方自愿把自己的财物无偿地给予受赠人一方所有的协议。在赠与合同中，将自己的财产无偿地转让给他人所有的一方称为赠与人，受领财产所有权的一方称为受赠人。赠与合同有以下法律特征：

(1)赠与合同是无偿转移财产所有权的合同。赠与行为是一种合同关系，赠与合同的实质在于转移财产所有权。

(2)赠与合同是单务合同。是指赠与人承担义务，受赠人享受权利，受赠人不用向对方支付价款。

(3)赠与合同是诺成合同。赠与合同双方当事人达成约定，合同即告成立。

(4)最高人民法院关于贯彻执行《中华人民共和国民法通则》若干问题的意见(试行)中指出"公民之间的赠与关系的成立，以赠与物交付为准，赠与房屋，如根据书面赠与合同办理了过户手续的，应认定赠与关系成立；未办理过户手续，但赠与人根据书面赠与合同将产权证书交付受赠人，受赠人根据受赠合同已占有、使用该房屋的，可认定赠与有效，但应令其补办过户手续。"根据该规定，赠与合同具有其实践性。

676. 赠与合同应满足哪些条件？

赠与合同应满足以下条件：

(1)所赠财物必须是属于赠与人自己所有的合法财物。赠与人赠与的财物属国家、集体、他人或是非法所得的财物，赠与合同无效。赠与如果是为逃避履行法定义务，将自己的合法财产赠与他人，利害关系人主张权利，该赠与合同无效。

(2)必须是赠与人自身意志的真实表示。

(3)受赠人愿意接受赠与的真实意思表示：如果受赠人不愿意接受赠与，或者受赠与人愿意接受赠与，而赠人没有赠与的意思，则赠与合同不成立。

677. 赠与合同的撤销分几种？

赠与合同是赠与人单方承担义务的合同，因此赠与合同可以撤销。赠与合同的撤销可分为任意撤销和法定撤销两种。通常来说，可以任意撤销的赠与合同可分为：没有经过公证的赠与合同可以依赠与人的意思任意撤销，如果赠与合同经公证机关公证后，赠与合同则不可撤销；赠与合同中确定的标的物未经交付，赠与财物的所有权人仍是赠与人，如果标的物交于受赠人，赠与合同已实际履行，或者赠与标的物已经登记机关登记，则赠与合同不可撤

销;赠与合同中确定的标的物是为了救灾或者具有公益目的,或者是为了扶贫和履行公共道德的,赠与合同不可撤销。

根据《合同法》第192条规定,在合同履行中,受赠人有下列情形之一的,赠与人可以撤销赠与:受赠人应履行对赠与人的扶养义务而故意不履行该法定义务;受赠人严重侵犯赠与人或者其近亲属的行为。受赠人严重侵害的行为是指受赠人本人或唆使他人故意侵害的行为,且该行为已达到严重程度,赠与合同可依法撤销,不履行合同约定的义务。

赠与人的继承人或法定监护人撤销赠与合同应具备以下要件:因受赠人的违法行为致赠与人死亡或者丧失民事行为能力;因受赠人的不法行为妨碍赠与人进行赠与的撤销。

678. 什么是附义务赠与? 附义务的赠与合同有哪些特征?

附义务赠与又称附负担赠与,是指以受赠人对于赠与人或第三人承担一定义务为附加条款的赠与。赠与合同一般是赠与人单方履行将自己的合法财产送给受赠人的义务,受赠人不承担义务而只享有获得受赠财物的权利。但在附有义务的赠与合同中,赠与人将自己合法所有的财产赠与受赠人,是附有条件的,受赠人在接受赠与人赠与的财产后,必须依法履行赠与合同中约定的义务。

《合同法》第190条第一项规定,赠与可以附义务。第二项规定,赠与附义务的,受赠人应当按照约定履行义务。这是因为财产的赠与是在受赠接受赠与合同中所附加的义务,赠与合同才成立,而这部分附加的义务成为赠与合同中的必备条款。附义务的赠与,受赠人必须承担义务,如果赠与人所附的不是受赠与人承担的义务,而是为达到某一结果或目的的赠与,则不是附义务的赠与。附义务的赠与合同具有下列特征:

(1)义务是赠与的附加条件:赠与所附的条件不是赠与财产的对价,赠与人不能在合同生效后,以显失公平为由撤消合同。

(2)受赠人应当按照合同约定履行义务。在附义务的赠与合同中,受赠人有履行其义务的责任。

(3)赠与人有一定的瑕疵担保义务。在附义务的赠与合同中,受赠人需要履行一定的义务,根据公平的原则,赠与人应当在受赠人负义务的限度内对赠与财产承担瑕疵责任,以保证受赠人的义务不会无故付出。

679. 赠与合同有哪些效力?

赠与合同有以下效力:

(1)赠与合同成立,赠与人已将赠与财物交付受赠人,物权发生转移,应视为受赠人合法享有受赠财物的占有、使用、处分权,赠与人不得撤销赠与合同。

(2)赠与合同成立,赠与人有交付受赠人财物的义务。是指赠与人按照赠与合同约定的地点、期限、交付的方法等将财产交付给受赠人,并由此而发生物权的转移,但是,法律规定必须经过登记才发生转移的财物,如不动产,应在登记后才发生转移。

(3)赠与合同成立,但赠与人未将合同约定的财物交付受赠人,受赠人可以不履行赠与义务,可以撤销赠与合同,但赠与是具有救灾、扶贫等社会公益、道德义务的赠与合同或者是经过公证的赠与合同,赠与人不得撤销赠与合同。对不履行这类赠与合同的赠与人、受赠人享有要求赠与人交付的权利。

(4)赠与合同是赠与人的无偿赠送,不承担赠与物的瑕疵责任,但是附义务的赠与,赠与人应在附义务的范围内承担赠与物的瑕疵责任;赠与人明知赠与物有瑕疵,故意隐瞒或者作赠与物无瑕疵的虚假保证,造成受赠人损失的,应当承担损害赔偿责任。因此,附义务的赠与和赠与人主观上的过错,赠与人应负赔偿责任。

680. 赠与合同中应注意哪些问题?

赠与合同是赠与人一方自愿把自己的财物无偿地给予受赠人一方所有的协议,是无偿转移财产所有权的合同。因此,在赠与合同的订立中,少有恶意的陷阱。但当事人在签订赠与合同时还是要注意到以下方面:

(1)赠与物须为赠与人所有,并且赠与人享有完全处分权。未经共同共有人同意,擅自将共有物赠与他人,不生赠与的效力。

(2)赠与人须具有完全行为能力。

(3)赠与的意思表示必须真实。在赠与合同中,不得强制、胁迫他人实施赠与行为。

(4)赠与合同最好采用书面形式。重大的赠与合同,最好经过公证,因为经过公证的赠与合同,效力最为完满,具有强制执行力。

(5)具有救灾、扶贫等社会公益、道德义务的赠与合同或者经过公证的赠与合同的,赠与人应积极自觉地交付赠与物。否则,受赠人有权要求交付。

(6)赠与合同生效后,赠与人应尽足够的注意,谨慎地保管好赠与物,如果因自身故意或重大过失致使赠与物毁损、灭失的,应负损害赔偿责任。

(7)赠与人原则上不承担瑕疵担保责任,但赠与人故意不告知瑕疵或保证无瑕疵的除外。

(8)要注意奖励与赠与的关系。

681. 什么是借款合同?

《合同法》第 196 条规定:"借款合同是借款人向贷款人借款,到期还款并支付利息的合同"。借款合同是要式合同,《合同法》第 197 条规定:"借款合同采用书面形式,但自然人之间另有约定的除外"。借款合同的主要内容依《合同法》规定主要包括借款的种类、币种、用途、数额、利率、期限和还款方式。其中,提供款项的一方为贷款人,得到款项的一方为借款人。借款合同具有以下法律特征:

(1)借款合同是一方或多方的法律行为:是由借款人、贷款人双方或借款人、贷款人以及担保人三方共同完成的民事法律行为。

(2)借款合同是双务合同:即是指当事人双方相互享有权利,同时又相互有义务的合同。

(3)借款合同是有偿合同:借款人到期必须还本还息,但借款合同的利率不得超过法定利率的上下线。

(4)借款合同是附合合同:是指当事人一方对对方事先已经确定的合同条款只能表示同意或不同意,接受或不接受的合同。附合合同又称定式合同、格式合同、标准合同、附议合同,是议商合同的对称。

(5)借款合同是要式合同:其要式性主要表现在必须采用法律规定的书面形式。

(6)借款合同是诚信合同:借款合同与保险合同一样,对当事人诚信程度的要求比一般民事合同、经济合同当事人的要求要高。我国《民法通则》第4规定:"民事活动,应当遵循自愿公平、等价有偿、诚实信用的原则。"我国《商业银行法》、《贷款通则》重申了贷款活动必须遵守诚实守信的原则,诚实信用原则是银行运营过程中当事人双方都应遵循的基本原则。

(7)借款合同的标的只能是货币:这是借款合同区别于一般借贷合同的根本区别。

(8)借款合同的利率是法定的。

682. 借贷款合同应包括哪些主要条款?

通常,借款合同主要包括以下条款:

(1)借款方、贷款方、保证人的名称、住址、法人代表的姓名、住址等。

(2)借款种类。借款种类是根据借款人的行业属性,借款用途以及资金的来源和运用方式等内容而划分的,是借款合同中不可缺少的重要条款,借款种类必须明确清晰。根据借款人的行业属性,借款种类分为固定资产借款、流动资金借款或者生产性借款、消费性借款等。根据资金的来源和运用方式,借款种类分为自营借款、委托贷款、特定贷款等。

(3)借款的期限。借款的期限双方应在合同中约定,它是指借款人还款的时间,借款人应当按照规定按期履行,超过期限要承担民事责任。借款的期限通常包括有效期限和履行期限,有效期限是指借款人从贷款人取得第一笔贷款到还清贷款所占用的时间;履行期限是指当事人一方履行合同义务,另一方接受履行,合同当事人双方实现权利和履行义务的时间界限。

(4)贷款的用途。国家政策规定,贷款不准用于弥补亏损、垫交被挪用的税收、利润,不准用于行政开支和职工福利,不准用于基本建设(建行的基建贷款除外),只能用于提高经济效益,扩大再生产。

(5)借款币种、金额及借款利率。借款币种是指人民币借款还是外币借款;借款金额是指借款货币数量的多少;借款利率是指借款人在一定时期内应收利息的数额与所贷资金的比率,是借贷当事人双方计算利息的主要依据,因此,借款利率是借款合同的必备条款。我国现行的借款利率从结构上可划分为基准利率、法定利率、优惠利率、差别利率、加息、贴息借款利率等几种主要形式。

(6)还款方式和还款的资金来源。还款的资金来源是指借款方可以用于归还贷款的

资金取得渠道，签订借款合同时应按照有关信贷管理办法对不同种类的借款写明还款的资金来源。还款方式是指借款方采用什么结算方式将借款归还给贷款方，还款人是一次还是分次还清借款，是采用电汇还是信汇或者其他方式还清借款，必须在合同中写明，并且应写明每次履行的具体时间，如果有法律规定的还款方式，应依法定方式还款。

(7)担保方式。是借款合同保障贷款人实现债权的重要约定。根据《担保法》的规定，担保主要有：保证、抵押、质押、留置和定金，借款合同多采用前三种方式，特别是保证和抵押；借款合同的担保，可以由借、贷、担保三方当事人共同协商担保的形式，也可由担保人在借款合同中签字，并同时向贷款方出具还款保证书的形式解决。

683. 借款合同成立应满足哪些条件？

通常来说，借款合同应满足以下条件：

(1)主体资格。借款合同的主体有借款人、贷款人和担保人。主体资格是指行为人相应的民事行为能力。

(2)借款合同当事人意思表示真实一致。是指合同当事人在正常、自愿的基础上，做出符合其内在意志的表示行为。意思表示真实且一致，借款合同才成立生效，否则无效。通常来说，意思表示不一致可分为基于主观上的不真实和基于客观原因的不真实。

(3)内容合法。不违背法律或社会公共利益，表现在：借款人对所签订合同的贷款用途和还款来源必须真实，贷款人所发放的资金来源必须是合法的。借款合同当事人签订的借款合同在目的或效果上不能有损社会经济秩序、政治安定、道德风尚，不得有损国家主权和民族尊严，不得有损国家、集体和公民的合法财产及人身权益。

(4)借款合同的生效。是指借款合同的借款人、担保人和贷款人开始产生法律效力、受国家法律的约束并可以据此向人民法院申请强制执行。

684. 借款合同中贷款人享有哪些权利，应履行哪些义务？

借款合同中贷款人享有的权利有：依《合同法》第205条借款人应当按照约定的期限支付利息和第206条借款人应当按照约定的期限返还借款的规定，贷款人享有按期收回合同中约定的借款和到期的利息的权利；检查权——贷款人按照合同的约定，享有《合同法》赋予的对借款人使用借款的检查、监督权；停止贷款权——借款人未按合同约定使用借款，贷款人享有停止发放未发放的借款和提前收回借款的权利；向借款人提出纠正借款使用建议书的权利。

借款合同中贷款人应履行的义务有：按照合同约定的期限、数额提供给借款人借款，逾期交付借款，应承担违约责任；通知借款人按期还款的义务，借款合同期限届满十日前，应书面通知借款人按期还款，未作书面通知的，造成借款人逾期归还借款的，借款人不承担逾期还款责任。

685. 借款合同中借款人享有哪些权利，应履行哪些义务？

《合同法》规定，借款合同中借款人享有以下权利：请求贷款人按照借款合同约定的期限、数额、交付贷款，并获得该笔款项的所有权；依合同约定的借款用途使用借款；有权拒绝借款合同以外的附加条件；除双方当事人另有约定以外，借款人可以提前归还借款。

借款合同中借款人应履行的义务有：需要提供保证的，借款人应提供符合法定条件的保证人，并如实提供贷款人需要的资料；接受贷款人对其使用信贷资金状况和有关生产经营、财务状况的监督；依合同确定的用途使用借款；依合同约定的期限支付利息。《合同法》第205条规定，对支付利息的期限没有约定或者约定不明确的，依照《合同法》第61条仍不能确定，借款期限不满一年的，应当在返还借款时一并支付；借款期限在一年以上的，应当在每届满一年时支付，剩余期间不满一年的，应当在返还借款时一并支付；借款人应当按约定的期限返还借款，《合同法》第206条规定，对借款期限没有约定或者约定不明确的，依照《合同法》第61条仍不能确定的，借款人可以随时返还，贷款人也可以催告借款人在合理期限内返还；将债务全部或部分转让给第三人时，必须取得贷款人的同意。

686. 借款合同中的违约责任有哪些？

按照《合同法》和《借款合同条例》的规定，借款合同依法成立便具有法律约束力，违反合同者应当承担一定的法律责任。

借款合同有如下违约责任条款：

(1)当事人不按合同规定的贷款用途使用借款的，贷款人有权收回部分或者全部借款；如果当事人使用贷款违反规定，可以按银行规定的利率加收罚息，情节严重的，在一定时期内，银行可停止发放新借款。

(2)借款人不按期偿还借款，贷款人有权限期追回借款，并按银行规定的利息加收罚息。

(3)由于贷款人的责任未按期提供借款的，应按违约数额和违约天数付给借款人违约金，违约金数额的计算与罚息的计算相同，《借款合同条例》所规定的罚息属于法定违约金；此外，还有约定违约金，即法律、法规未作规定，而是由当事人在合同中约定的违约金。无论是法定违约金还是约定违约金，只要当事人一方在客观上有不履行或者不完全履行的违约事实，就必须向对方支付违约金。

687. 借款合同贷前调查应注意哪些问题？

贷前调查是防范信贷风险的首要环节，做好贷前调查工作，需要信贷人员精通信贷管理知识，熟悉掌握相关的金融法律知识，并要透彻了解国家相关法律法规。贷前调查应注意下面几个问题：

(1)借款人借款资格的审查。现行的有关法律法规对借款人申请贷款的条件作出了明确的规定,除对必须具备的产品良好的市场前景、良好的生产经营效益、诚实守信等基本的条件外,还对企业具体情况的调查做了详尽的规定。

①借款人必须是经国家工商行政管理部门核准登记、依法注册并持有法人营业执照的企、事业单位法人、持有营业执照的非法人经济组织、个人合伙组织、个体工商户和具有完全民事的中国公民。

②有按期还付利息的能力。

③作为法人和非法人经济组织的借款人必须已经在金融机构开立基本账户。

④除国家特殊规定外,有限责任公司和股份有限公司对每个股东权益性投资累计额未超过其净资产总额的50%。

⑤借款人资产负债率符合贷款人的要求。

⑥申请短期贷款的企业法人的新增流动资产一般不小于新增流动负债。

(2)对借款人财务状况的审核。对借款人财务状况的审核必须判断准确,借款人为贷款人提供的各种财务报表,是借款人经营状况的重要依据。

(3)对贷款项目的审查。要详尽全面,一般来说,流动资金的贷款应当着重审查下列内容:按照各商业银行流动资金贷款办法的规定,审查其是否具备贷款条件;借款用途是否符合现行法律法规的有关规定;查清借款人贷款的主观原因;检查借款人提供的有关申请书及附件资料是否真实;查阅企业资金占有状况及比例结构;检查资产的有效程度及物资保证情况;查阅企业财产报表和产、供销计划及有关账目,合理预计企业发展前景;查阅企业应收货款和销售等有关账目,了解贷款的回笼情况;查阅企业近期的资金平衡及有关账目,测算企业资产负债能力;审查担保单位的担保资格、经济实力及抵押物的合法性和易售性。

(4)对担保单位和担保物的审查。贷款担保单位资信状况的好坏,直接关系到所发贷款能否收回,因此,贷款人应当参照对借款人审查方式和步骤认真仔细地、详尽地审查担保单位的资信状况和担保物。

688. 借款合同签订时应注意哪些问题?

借款合同签订时应注意以下问题:

(1)严格依照现行法律法规中有关金融的法律、法规的规定约定借款期限。

(2)在签订借款合同时,合同条款要全面、完整,防止遗漏主要条款,合同生效后发现有遗漏的,当事人双方应尽快协议补充。如对借款期限没有约定或约定不明确的,可以协议补充,不能达成补充协议的,借款人可以随时返还,贷款人可以催告借款人在合理期限内返还。其他条款遗漏达不成补充协议的,应按银行习惯确定。

(3)对代理人的资格要进行认真审查,以防发生无权代理和滥用代理权的情况。

(4)明确约定双方履行义务的期限。

(5)明确约定债务的履行期限。

(6)就借款合同的违约金而言,要正确区分违约金与赔偿金的区别。违约金是一种以

惩罚为主兼有补偿性的制裁方式，补偿金只有补偿性的一面。

689. 借款合同中的借款用途应满足哪些条件？

我国《合同法》第199条规定，贷款人有权利要求借款人提供与借款有关的业务活动和财务状况的真实情况。借款人必须严格按照借款合同的约定使用所借款项。

(1)借款不得用于非法目的：《合同法》规定，借款人的贷款用途不得损害国家、集体和公民个人利益，必须符合国家相关法律法规。

(2)借款要按照约定用途使用：借款未按约定用途使用或非法使用也是酿造陷阱和风险的重要因素，借款人违约使用借款，很容易造成还贷困难，所以贷款人应在合同中写明违约责任，并采取必要措施监督借款使用情况。《合同法》第203条规定，如发现违约行为即时采取以下措施：停止发放借款，提前收回借款，解除借款合同。

贷款人采取的上述三种救济措施是法律直接规定的，即使当事人签订的借款合同中没有约定上述措施，贷款人也有权直接依据法律的规定采取这些方法来保护自己的权利，避免不必要的损失或损失的进一步扩大。

690. 签订借款合同时应注意哪些欺诈陷阱？

通常来说，签订借款合同时应注意以下欺诈陷阱：

(1)借款担保中的欺诈陷阱。《中华人民共和国担保法》第24条规定，借款合同的保证人只对经他同意、签字(盖章)的保证内容承担担保责任。如果借款合同双方当事人未经保证人同意而变更借款合同，如延期还款、增加贷款等应征得保证人的书面同意，否则应视为保证合同解除，保证人不再承担变更后的借款合同的担保责任。不核实担保人，盲目增加担保或担保无效，变更借款合同未重新签订担保合同，这是借款合同担保中最常见的问题。《合同法》第198条规定，订立借款合同，贷款人可以要求借款人提供担保，尤其是商业银行贷款，借款人必须提供担保。担保方式包括保证、抵押和质押；商业银行应对保证人的偿还能力、抵押物、质押物的权属和价值以及实现抵押权、质押权的可行性进行严格的审查；经商业银行审查、评估、确认借款人资信良好，确能偿还贷款的，可以不提供担保。

(2)法定形式欠缺的欺诈陷阱。这种欺诈主要表现在借款人不写全称或故意漏写、错写一个字，使借款人与实际用款人不一致；代为签字盖章的，缺乏合法有效的授权委托手续；口头合同却又无法举证的。因此，在签字时一定要核定借款人，要求其写全称，且每个字都要与营业执照和公章以及身份证等有关证件核对清楚，代为签字盖章的要核查是否有授权委托手续以及是否合法有效。金融机构的贷款合同应在签订后按约及时划款，避免不必要的延迟给借款人造成经济损失，自然人之间的合同也尽量不要采用口头形式，避免不必要的举证困难。

691. 借款合同履行时应注意哪些问题?

借款合同履行时应注意以下问题:

(1)借款合同签订后,如发现借款合同欠缺一些法定的形式,如未加盖公章,未经法定代表人同意而加盖私章等,一般情况下应确认合同无效,但不能一概而论,如果借款合同经当事人对合同内容进行了充分协商,达成了一致意见,当事人双方均已切实履行了合同,合同也不宜认为无效,而应认定为有效。

(2)当事人以不存在书面借款合同为由拒绝履行义务。合同法规定,借款合同应采取书面形式,但借款合同不一定是单一的书面文件,因而要完备借款合同的其他材料,如借款合同书、借款凭证、协议书等都是借款合同的组成部分,只要存在足够的书面借款证据,当事人仅以不存在书面借款合同为由而拒绝履行义务是不能成立的。

(3)抵押贷款的借款方应具有相应的财产和适销适用的物资作为贷款的保证。借款方无力偿还贷款时,贷款方有权要求依照法律程序处理借款方作为贷款担保的物资和财产。抵押贷款需要注意的是:抵押权必须以主债权的存在为前提,如果主债权不存在,抵押权亦不存在。

(4)在借款合同中,履行的主体可以是借款合同的保证人。保证人代为履行借款人的义务有两个前提条件:一是存在合法有效的保证合同,如果不存在保证合同,或保证合同欠缺法定形式要件,或保证合同是因他人盗用保证人的名义签订的,则保证人根本就没有担保义务,不负连带责任。二是仅在借款人不履行或不能履行义务时,保证人才代为履行;在贷款人未向借款人请求归还贷款之前,保证人有权拒绝承担连带清偿责任。银行工作人员在工作中一定要对担保合同进行认真的审查,看其内容和形式是否符合法定的要求。

(5)借款合同应明确约定履行的标的是何种货币,如果履行的是人民币,应在合同中标明。

(6)在借款合同的履行中常常会出现合同变更的情况,如延期(展期)还款、增加贷款等等。借款合同变更即表示贷款人与借款人之间达成了新的协议,也就是合同的内容发生了变化,而借款合同的保证人只对经他同意、签字(盖章)的保证内容承担担保责任,这就是说保证人不再承担变更后的借款合同的担保责任。借款合同的保证人应高度重视,防止被借款合同双方当事人擅自加重担保责任,承担本不应该承担的责任;贷款人应提高警惕,一旦借款合同发生了变更,合同的保证人便不再承担担保责任,如果不签订新的担保协议,就会担当很大的贷款风险,增加收回贷款的难度,造成不必要的损失。

(7)借款合同的变更与解除,必须经双方当事人协商一致,如果合同一方当事人是在对方胁迫、欺诈等情况下,违背自己真实意图而作出变更或解除借款合同的行为,依法应认定无效。另外,为了减少和避免发生纠纷,变更与解除借款合同,必须采用书面形式。

(8)在借款合同订立后,当借款合同在履行中出现纠纷的时候,担保人为逃避自己的责任,常常向借款人提出撤销担保的请求,有时会得到借款人的默示和口头答应,保证人便以此认为解除了担保责任,这是不正确的。法律规定解除合同应是要式行为,应有要约和承诺过程,消极沉默行为不具有使合同解除的效力,保证人逃避责任的另一借口是诉讼

时效问题。当然，如果客观上确实超过了诉讼时效，保证人也就不再承担担保责任。

692. 什么是租赁合同？租赁合同包括哪些主要条款？

根据《合同法》第20条规定，租赁合同是出租人将租赁物交给承租人使用、收益，承租人支付租金的合同。租赁合同包括以下主要条款：

(1)租赁双方必须符合租赁主体资格：提供租赁物和承租租赁物的双方当事人都符合法律规定的主体资格，也只有双方当事人符合法律规定的主体资格，才能履行租赁合同中确定的权利义务，合同才能依法成立。

(2)租赁物的名称即租赁合同的标的物：指合同双方当事人权利义务指向的对象。在签订合同时，标的物的名称必须写全称，不可简化其称呼，以免发生歧义，产生纠纷，因此，对租赁标的物的名称应规范、具体、详细，有的标的物还应写清商标、规格、型号、编号、返还时的标准。

(3)租赁物的用途：在合同中必须明确租赁物的用途及使用方法，确保提供租赁物的当事人的财产不受损失。

(4)租赁物的数量：租赁合同中确定的租赁物的数量和质量，是划分当事人双方责任的依据。因此，租赁物的名称要使用全称，并要规范、详细、具体，避免双方发生误解，产生歧义；租赁物的数量应填写准确，不能含糊不清，有的租赁物还要注明牌号、商标、品种、规格、型号及等级等，计量单位按照《中华人民共和国计量法》的规定执行。

(5)租赁物的质量：要求列明，最好规定合理的磨损或消耗标准。作为出租人交付或接受租赁物及承租方接受和返还租赁物的标准和依据，同时也作为区分责任的依据。

(6)租赁期限：指提供租赁物当事人的义务的终止和承租人权利的终止，到期承租人应归还租赁物给出租人。如果双方当事人没有确定租赁期限的，依《合同法》的规定，出租人可以随时通知承租人解除合同，但双方当事人可以依明示或默示的方式将租赁的期限延长，也就是“续租”，续租期限内双方当事人的权利义务不变。所谓明示方式即明示更新，是指当事人于租赁合同期限届满后另订一个合同，约定延长租赁期限。如果没有明确约定，根据《合同法》第232条的规定：“当事人对租赁期限没有约定或者约定不明确，依照本法第61条的规定仍不能确定的，视为不定期租赁。当事人可以随时解除合同，但出租人解除合同应当在合理期限之前通知承租人。”如果租赁期届满，承租人继续使用租赁物，出租人没有提出异议的，原租赁合同继续有效。

(7)租金及租金支付的方式、期限：租金支付期限是指承租人履行支付租金义务的时间约定。在支付期限内未支付或少支付租金的，承租人应承担违约责任。合同中还应明确规定租金是定期支付还是不定期支付，是一次性支付还是分期分批支付，并且总金额及每次分别支付的金额及期限都规定清楚；如果需要预付租金，也应在合同中注明。在我国，租金通常以人民币支付，但当事人也可以在合同中约定以其他物代替货币支付。以货币支付的，还应对租金的结算方式及结算银行、银行账号等做出规定；租金是承租人使用租赁物支付给出租人的报酬，出租人按出租的期限收取承租人支付的租金，是双方权利义务的体现。租赁合同中应明确租赁物的租金额，租金支付的方式、期限，如果承租人没有

按规定的方式、时间支付租金，出租人应通知其按期支付，并可解除合同，要求承租人承担违约责任。

(8)租赁物的押金：实践中有些租赁合同有押金条款，如租用照相机、自行车时，出租人一般要收取押金。押金是出租人要求承租人预付的担保出租财产的安全以及租金的支付的抵押财产；如果承租人到期不返还出租物或支付租金，出租人就从租金中扣除。出租人对某些灭失可能性较大的财产要求收取押金是合理的，但押金不能乱用；在大额标的物出租时，法律不允许收取押金；在私房租赁中，法律也禁止出租人收取押金。

(9)租赁物的维修：在签订租赁合同时，必须对租赁物出租后应由出租人或是承租人承担维修、保养的责任及其费用的承担做出明确的规定，使租赁物始终处于完好和正常使用的状态。《合同法》规定，双方当事人也可以约定租赁物的维修责任与费用承担，如果双方当事人没有约定或约定不明确的，应由出租人承担维修义务。

(10)违约责任：是指在合同履行过程中一方不履行或不完全履行或怠于履行义务应承担的民事责任。在违约责任条款中应明确规定违约金额的计算方法，赔偿要公平、合理。

693. 租赁合同承租人有哪些权利和义务？

租赁合同承租人的权利有：要求出租人按时提供合同约定的出租物，并占有、使用出租物；要求出租人按合同约定的要求提供出租物，并按合同约定的要求进行检验，对不符合规定的出租物退还出租人，并要求更换和承担违约责任；按照合同约定的方式使用承租物造成承租物的损失，不承担修复责任；按照合同约定的时间，要求出租人对出租物进行维修；在征得出租人同意的情况下，可以对出租物做适当的添增。

租赁合同承租人的义务有：承租人应按合同约定的时间、地点、方式支付约定的租金，保证出租人的权利不受侵害(双方当事人在合同中没有明确支付期限的，按《合同法》第61条规定仍不能确定的，承租人应按下列时间支付租金：租赁期不满一年的，在租赁期届满时支付；租赁期在一年以上的，应当在每届满一年时支付，剩余期间不满一年的，应当在租赁期届满时支付；协商订立补充协议)；承租人应严格按照合同约定的方式、用途使用租赁物，如果合同约定不明确，可以按《合同法》第61条规定执行，按《合同法》第61条仍不能确定的，应当按租赁物的性质使用确定，或者双方协议签订补充条款；承租人必须管理好租赁物，承租人支付租金，取得了租赁物的使用权和租赁期内的占有权，但该租赁物权仍归出租人所有，妥善管理好租赁物，不致其损坏；承租人应按期归还租赁物，合同期满，承租人失去了租赁物的使用权和合同期内的占有权，应当按合同约定的条件，按期归还租赁物，如果承租人认为还需继续租用承租物，应在合同届满前与出租人签订继续租用合同。

694. 租赁合同出租人的权利和义务有哪些？

租赁合同出租人享有的权利有：按合同约定的时间、地点和方式收取承租人支付的租金，如果承租人在无正当理由的情况下延迟支付或不支付租金，出租人可以依合同法的规

定，要求出租人在合理的期限内支付并承担由此而产生的损失；要求承租人按合同约定的方式使用出租物，并对承租人使用租赁物进行监督和检查，如果因承租人的原因致租赁物损失、毁灭，应及时通知承租人承担赔偿责任；合同终止时及时收回租赁物：在合同约定的租赁期限届满时，对出租物按合同约定的内容检查验收，按时收回租赁物。解除合同：出租人在监督检查承租人使用出租物时发现承租人违反合同约定使用出租物，造成出租人损失的，出租人可以依合同法的规定解除合同，并要求承租人赔偿因此而造成的损失。要求恢复原状：承租人未征得出租人同意，擅自改善或者增设他物，出租人可以请求承租人恢复出租物原状。

租赁合同出租人应履行的义务有：按合同约定的时间、地点、方式向承租人提供合同约定的出租物；保证租赁物符合合同确定的要求，达到合同确定的性能与用途；按期对出租物进行维修，合同约定由承租人维修的除外；合同中约定的其他义务，如修理或者更换租赁物，法律、合同另有规定的除外。

695. 租赁合同当事人主体资格应满足哪些条件？

(1)租赁合同的当事人应具备法定的主体资格：如公民个人、个体工商户、农村承包经营户、法人以及其他经济组织。

(2)租赁合同当事人有法定的经营范围：只有那些依法按照企业法人登记管理条例，经有关机关核准登记确定租赁业务范围的企业才有权从事租赁业务。

(3)租赁合同当事人有相应的履行合同的能力。

696. 租赁合同中常出现的漏洞有哪些？

租赁合同中常出现的漏洞有：

(1)对标的物约定不明确，尤其是对租赁物的数量和质量约定不明确导致纠纷。

(2)对标的物的使用约定不明确，承租人对标的物进行超负荷、掠夺性使用，致使租期届满后租赁物已无法继续使用。

(3)租赁物的维修和保养约定不明确，根据《合同法》有关规定，一般应由出租人负责维修和保养，但当事人另有约定的除外。

(4)对合同主体资格未进行认真审查，对方无履约能力。

(5)代理人超越代理权限，以被代理人名义签订租赁合同。在租赁合同的签订中，经常有代理人以被代理人名义签订合同的情况，在被代理人授权范围内，代理人所签订合同的权利义务应由被代理人承受。但代理人超越代理权或代理权授权期限已届满后所订立的合同，未经被代理人追认，由行为人承担。

(6)出租人利用租赁物套取押金。在租赁合同欺诈中经常出现出租人利用租赁合同，要求承租人交纳与租赁物价值相当的押金，而当租赁期届满时，承租人却找不到出租人，出租人实际已经席卷大笔押金潜逃。承租人实际可能花费了较高金额“购买”了并不想购

买的物品。

697. 租赁合同履行中常见的欺诈陷阱有哪些?

租赁合同履行中常见的欺诈陷阱有:

(1)标的物所有权方面的欺诈陷阱。通常来说,出租人的租赁物应当是出租人拥有的财产,或者非所有人但依法或依照合同有权出租的财产。如果出租人不具有这样的主体资格,将他人的财产,包括非法占有的财产作为出租物,则租赁合同无效。通常情况下,出租人具有主观上的恶意,即明知无权出租而有意为之。

(2)租赁物质量方面的欺诈陷阱。在租赁合同中,出租人交付的租赁物应符合租赁合同约定的使用收益状态,在合同没有约定时也应使租赁物具有符合其自身性质的使用收益状态,而且,在租赁合同的持续期间,出租人也应保持租赁物合于约定的使用收益状态。

出租人交付有瑕疵的租赁物就是租赁物的品质、数量或其他性质不符合约定的标准或不符合租赁物使用状态,却给承租人使用而使承租人不能正常使用收益的;在租赁物有瑕疵,承租人也不知道该租赁物有瑕疵的情况下,出租人出租有瑕疵的租赁物以获取承租支付的租金。

(3)承租人未经出租人同意擅自改变租赁财产的用途,按照自身需要擅自进行加工、改装或者擅自将承租的财产转租给第三人,从中谋取利益。在财产租赁关系中,承租人未经出租人同意瞒着出租人实施这一类行为的,在现实中是经常出现的,也是引发租赁合同纠纷的常见原因。

(4)其他欺诈陷阱。在租赁合同的订立、履行阶段以及变更解除的过程中,还可能产生很多的陷阱与风险,合同当事人在签订租赁合同的全过程中应认真分析并加以防范。

698. 租赁合同履行时应注意哪些问题?

租赁合同履行时应注意以下问题:

(1)对出租人不按期交付租赁物致使承租人无法实现合同预期的目的,承租人可以要求解除合同、支付违约金或赔偿损失。

(2)对技术要求较高的出租物,出租人应交付有关使用说明、装配图纸、操作规程等,这些在制定租赁合同时就应加以明确约定。

(3)租赁物上存在权利瑕疵,第三人对租赁物主张权利致使承租人不能使用收益的,承租人可以要求减少租金或免交租金。

(4)承租人无正当理由不支付或迟延支付租金的,出租人可以要求承租人在合理期限内交付,逾期不交付的出租人可以解除合同。

(5)承租人擅自改变租赁物现状,出租人可以要求承租人恢复原状或赔偿损失。如征得出租人同意并因此增加了租赁物的价值,返还租赁物时承租人可以要求出租人支付一定开支。

(6)承租人未经出租人同意将租赁物转租他人的,出租人有权解除合同。

699. 什么是融资租赁合同?融资租赁合同有哪些特点?

融资租赁合同是指出租人根据承租人对出卖人、租赁物的选择、向出卖人购买租赁物,提供给承租人使用、承租人支付租金的合同。融资租赁的特点有:

(1)融资租赁的承租人是以融通资金为目的,为达到此目的,融资租赁的出租人就负有融通资金的责任,这种活动是一种金融投资活动,资金困难的承租人通过出租人的金融投资,解决了资金困难,达到了融通资金的目的,因此,融资租赁是金融因素占主导地位的金融投资活动。

(2)融资租赁活动中,承租人享有并承担选择供货商及选择设备的权利和责任。

(3)承租期内出租人负有对设备的维修、保养义务,合同中另有约定的除外,享有租赁物的所有权。

(4)一般融资租赁的租赁期都比较长,租赁期多以设备的使用期为限。

(5)融资租赁的承租人大多是企业法人或其他盈利性经济组织、公民,其表现为商业性而非消费性,对象则多以动产为出租物。

(6)租赁期届满,对租赁物的处置一般以"留购、续租、退还"三种方式处置出租物,而大多是承租人以一定名义支付较小数额的费用取得出租物的所有权,作为固定资产投资。

700. 融资租赁合同有哪些主要条款?

融资租赁合同的主要条款有:

(1)融资租赁合同的抬头。包括合同名称及当事人的基本情况。合同名称即合同标题体现出的合同的性质,融资租赁交易中合同书中名称应标明为融资租赁合同,并要注明融资租赁当事人双方的名称、地址、法定代表人以及合同的签订日期和地点。

(2)租赁物的名称、数量、规格及其他指标。融资租赁合同中的租赁物是承租人自行选定并要求出租人出资购买的技术设备,它同时是一份买卖合同的标的物。出租人购买租赁物的目的,不是为了满足自己的需要,而是为了满足承租人对租赁物的需要。因此,当事人应在租赁合同中将租赁物的名称、规格、型号、数量、设备技术性能等作出明确规定。

(3)租赁期限。是自承租人接受租赁物至租赁合同到期为止,签订合同时必须明确租赁期限。

(4)检验方法。融资租赁合同双方当事人只有在合同中明确约定租赁物的检验方法,才能使出租人按照约定的标准订立买卖合同,同时承租人可以就约定的检验方法对标的物行使检验权。

(5)租赁物的保管、保养和维修。在融资租赁中,因租赁物是根据承租人的特殊要求而购买的,并由承租人占有、使用、收益,因此,租赁物的妥善保管、保养和维修必须在合同

中做出明确规定。

(6)租赁物的交付、验收、交货地点和用途。租赁物交付条款是指在融资租赁合同中应写明租赁物的交付地点、交付方式。从国外购买租赁物件应遵循国际贸易惯例,同时,在合同条款中应明确租赁物的用途,以便出租人监督承租人使用租赁物。

(7)租金的币种、金额、利率及支付日期。融资租赁合同的租金,除当事人另有约定的以外,应当根据购买租赁物的大部分或者全部成本以及出租人的合理利润确定。此外,要明确手续费、保险费、运费等是否包括在租金中。

(8)租赁物件的保险。为尽量避免给当事人双方带来不必要的损失,租赁物件的保险要明确、具体,通常来说投保的范围包括财产保险、盗窃综合险、机损险、安装险、对第三者损害事故责任险等,具体投保范围由出租人和承租人视租赁物的情况而商定。

(9)租赁物件瑕疵处理。我国所有的融资租赁合同规定:关于租赁物件的质量品质、技术性能、适用与否,出租人对承租人不承担任何责任。

(10)租赁期限及届满租赁物的归属。在融资租赁合同中当事人应当明确融资租赁合同的期限。需要注意的是:《合同法》对融资租赁合同的期限没有规定上限,而是由合同双方自行约定,这与租赁合同不同。

701. 融资租赁合同有哪些形式?

按其业务方式,融资租赁合同可分为以下几种形式。

(1)直接租赁的融资租赁合同:这种租赁形式是承租人与供货人商定设备规格、质量、价格等条件,承租人向供货人购买选定的设备,供货人将承租人选定的设备出租给承租人使用,收取租金,融资租赁合同期间届满,处置出租物的融资租赁方式。

(2)回租:回租又叫返租赁或售后租回,是承租人在租赁合同签订前,将自己的设备卖给租赁公司,然后再作为承租人将设备租回使用的融资租赁方式;这种租赁方式对承租人有利,不仅可以获得一笔出让设备的资金,又以支付租金的方式租回该设备,使流动资金增加,充分满足业务正常运转的资金需求。

(3)转租赁:一般用于引进国外先进的技术设备,是指出租人先后从其他出租人手中租得承租人所需设备后,转租给承租人。

(4)代理租赁:是指出租人受企业或其他出租人的委托,代为出租其设备的租赁方式,这种方式的出租物的所有权为委托人,使用权归承租人,而代理人只是其代理业务行为人,只收取委托费,租金由承租人直接与委托人结算(也可委托代理人办理)。

(5)衡平租赁:这种租赁形式是出租人向银行贷款购买承租人所需设备为抵押,然后将该设定抵押的设备租给承租人,收取租金,冲还贷款,或承租人直接向银行支付租金冲还贷款,这种融资租赁适用于大型设备如船舶、飞机等。

702. 融资租赁合同中承租人的权利和义务有哪些?

融资租赁合同中承租人的权利有:(1)在合同约定的租赁期内,享有对租赁物的独占

使用权。承租人的独占使用权来自于承租人按合同约定支付租金和完全履行其共同约定的义务，同时还体现在合同约定的租赁期内，由于使用租赁物而获取的收益的支配权。(2)自由选择供货人和租赁物。承租人可以完全按照自己的需要和供货人的信誉、能力自由选定最佳供货人和最适用的租赁物，在现有的租赁物中挑选不到最理想的租赁物，可以要求供货人按要求制作。(3)承租人享有因供货人的原因迟延交货或交货的质量有瑕疵，不符合合同约定的标准而直接向供货人索取赔偿。在租赁期届满时，如果合同约定对租赁物采取特殊处理，承租人可以以公平的市价甚至名义价优先购买租赁物。(4)合同约定租赁期届满，租赁物归承租人所有，但承租人已无力支付剩余租金，出租人因此而解除合同，出租人有权索回租赁物剩余价款，剩余价款超过承租人部分，承租人可以要求返还，无力支付租金，出租人应予同意。

融资租赁合同中承租人应履行的义务有：依合同约定按期支付约定的租金。支付租金是承租人的基本和首要的义务，融资租赁合同的履行与否，主要取决于承租人是否按期支付约定的租金，支付租金不以承租人是否实际使用租赁或者租赁物是否取得收益，而只取决于其实际占有，即向供货人开立收据，就应依合同支付租金，否则构成对出租人的侵权，出租人有解除合同、索取赔偿的权利；在合同约定的租赁期限内，承租人对租赁物承担妥善保管、使用租赁物的义务，使租赁物始终保持良好的使用状态；承租人应完全履行不得使租赁物遭受损伤的义务，致出租人利益受到损失，如出让、转租、抵押、出借、担保等行为；租赁期届满，按照合同定的方式处置租赁物，并承担由此而发生的费用。

703. 融资租赁合同中出租人的权利和义务有哪些?

融资租赁合同中出租人的权利有：(1)享有出租物的所有权。出租物是出租人依承租人选定的设备向供货人支付价款，取得出租物的物权，而后将出租物租赁给承租人使用，由承租人向出租人支付租金，在租赁期间，承租人应向出租人保证出租物的完好性和完整性，其所有权体现在出租人对出租物的处分和收益，如果承租人破产，租赁物不属于破产财产，出租人可以依法收回。(2)出租人享有按合同约定的时间、数额、方式收取租金的权利。承租人违反合同约定不交、少交、迟交租金，出租人可以解除合同，要求承租人承担违约责任，补交未交的租金；出租人享有保证在租赁期间内承租人对出租物的占有和处分；出租人享有因供货人的原因产生的索赔权利，出租人可以转让给承租人的权利；如果合同约定租赁期满的租赁物处置的方式是“退租”，出租人享有收回出租物，并有要求承租人保证出租物完整的权利；因承租人的原因造成第三人的损害责任，出租人享有不承担义务的权利。

融资租赁合同中出租人应履行的义务有：按照合同约定，在收到承租人开立的出租物的收据后，向供货人支付价款，确保供货合同的履行是保证租赁合同顺利实施的前提；保证按承租人选定的设备提供供货，未经承租人同意变更，不得变更其合同规定的内容；确立承租人在租赁期间对租赁物的占有和使用权，因出租人的原因导致承租人在租赁期间对租赁物的占有和使用权，由出租人承担赔偿责任。

704. 融资租赁合同变更应满足哪些条件?

融资租赁合同变更应满足的条件有:

(1)在承租人没有出现违约的情况下,出租人与供货人之间的供货协议,非经承租人同意不得变更。

(2)融资合同经出租人和承租人签字生效后,对出租人与供货人签订的供货协议中确定的数量、规格等,未征得供货人的同意,不得变更。

(3)合同法之所以作出上述规定,是因为融资租赁合同的成立涉及到第三人,任何一方变更合同约定的标的物,必将引起与第三人的利益冲突,所以任何方需要变更合同标的物,除要征得另一方当事人的同意外,还必须征得第三方的同意。

(4)融资合同可以转让,转让租赁合同会引起融资合同的主体变更,如出租人将租赁物转让、抵押,失去租赁物的所有权,在发生这种变更时,出租人应及时通知承租人,因合同的转让而引起的合同主体的变更,双方应以书面形式进行。

(5)融资合同在履行过程中,由于双方主客观情况的变更,可能会发生涉及合同部分内容的变更,如对原条文的增、删或叙述形式的变更及履行的方式、时间、地点等,经承租人和出租人双方协商即可变更,在签字后生效,但对标的物的变更,一般是不进行的,如确需变更,必须按前述的要求进行。

(6)融资合同的变更,一般都要以书面的形式进行才具有法律效力,如果原合同是经公证后生效履行的,变更后内容仍需经公证才能生效。

705. 融资租赁合同的解除应满足哪些条件?

在融资租赁合同履行过程中,一方发生违约,一般情况下融资租赁合同并不自动解除,解除合同应由受害方作出选择,但在发生下列情形之一时,允许解除租赁合同。

(1)出租人和承租人经协商同意解除,但不能损害供货人的利益。

(2)出租人或者承租人发生解散、撤销、破产等情况。

(3)出租人、承租人、供货人之一严重违反合同约定,致合同实际已无法履行。

(4)合同履行过程中发生不可抗力。

(5)出现合同中约定解除的情况。

(6)法律、法规规定的允许解除的情形。

在融资合同履行过程中,出现因承租人的原因而致出租人受到损害,出现这种情况时,出租人一般不采取解除合同的手段,而是在客观上有可能继续履行的情况下,要求承租人支付全部租金,继续履行合同。

706. 融资租赁合同的终止应满足哪些条件?

融资租赁合同出现下列情形之一,可以终止。

(1)合同在当事人的共同努力下履行完毕。这种情形是指合同双方当事人依合同约定完全履行了合同约定的义务,承租人支付了租金并在合同约定的期限归还了租赁物或按合同约定的方式处置了租赁物,合同失去法律效力,自然终止的情形。

(2)合同在履行过程中出现了客观情况的改变,双方经协商约定终止合同的继续履行的情形。这种因出租人和承租人协商解除的合同,不影响出租人和供货人之间签订的供货协议的继续履行,即不得因终止履行融资租赁合同而损害供货人的利益。

(3)在合同履行过程中,出租人和承租人发生争议,经选定的仲裁机构或诉请人民法院判决而导致合同终止履行的情形。

(4)合同约定的终止履行的条件出现而自动终止。

(5)合同履行过程中发生不可抗力而致合同无法履行。

707. 融资租赁合同如何进行质量索赔?

根据合同法规定,供货人与出租人签订供货协议后,供货人直接向承租人供货,货物的检验由承租人负责并向供货人出具收据,供货人凭承租人开立的收据向出租人要求支付货款。因此,出租人不承担供货的质量、数量瑕疵的责任,一旦出现这种情况,责任应由供货人承担。融资租赁合同履行过程中租赁物出现包装、品质、数量、规格、技术指标、技术性能、使用要求、附件等不符合合同约定要求的,承租人不应向出租人索赔而是直接向供货人索赔。

在融资合同中,出租人是按照承租人的要求与供货人签订供货协议的,供货人实际上是按照承租人的要求供货,在供货协议中已明确了供货要求,并将索赔权部分或全部转让给承租人,承租人享有向供货人索赔的权利,如果合同中没有约定索赔权转让,应由出租人索赔,但承租人应积极协助出租人,向出租人提供必要的资料。

提出索赔要求必须在合理的期限内提出,超过规定的期限,失去索赔权。失去索赔权是由承租人的原因造成的,损失由承租人自行承担;失去索赔权是出租人的原因造成的,损失应由出租人承担。

708. 融资租赁合同交付租赁物时应注意哪些问题?

融资租赁合同交付租赁物时应注意以下问题:

(1)交付租赁物地点的选择:在合同中应明确由卖方直接运交承租人指定的交货地点,由承租人验收或订明卸货港。

(2)装运条件的选择:通常,对于一些较大的租赁引进项目,卖方愿按 FOB 条件成交,但应根据我方外运部门的实际情况确定,这一点必须在合同中明确规定。

(3)支付方式的选择:通常情况下可以采用国际贸易的使用方式,如汇款方式、托收方式和信用证结算方式。

(4)设备的安装试车:为了引进设备的及时验收和投产,合同中应明确规定由国外供

货方在设备运抵目的地后规定的期限内派出技术人员协助对设备进行安装和调试，同时，合同中应明确规定卖方派出人员的各种条件及费用。

(5)对租赁物的验收：为确保租赁项目购进设备的质量，合同中应明确由承租人验收并出具验收证交给出租人，合同中必须有明确的验收期限。

709. 融资租赁合同订立时应注意哪些问题？

融资租赁合同订立时应注意以下问题：

(1)当事人在订立合同时的疏漏大意造成的漏洞。当事人在订立合同时不能疏忽大意，必须对租赁财产的具体要求或项目填写明确，如租赁财产的名称、数量、规格、技术性能、质量标准等；如果约定不清或者疏忽遗漏，就很可能导致租赁人最终获得的租赁标的物不能满足承租人使用收益的需要，或者合同对租赁财产的交货地点和方式、使用地点和方式以及验收方式未作约定或者约定不明，或者当事人不按照合同交付或使用租赁的标的物，随意改装标的名称，或擅自抵押、转租标的物。

(2)当事人主体资格的防范。这类欺诈现象主要表现在融资租赁合同中的出租方不具备融资租赁的主体资格，融资租赁合同中的出租人应当具有进行融资租赁的权利能力与行为能力，不具备融资租赁主体资格的出租人签订的融资租赁合同无效。不具备主体资格的出租人可能会盗用或冒用其他名称签订合同，在合同三方当事人中进行欺诈。

(3)对代理人代理资格的确认。由于融资租赁的标的物多为特定的先进的技术设备，有时需要专业技术人员介入这种租赁合同关系，因此合同当事人有可能聘请合同代理人；在这种情况下，如果当事人对代理人资格疏于审查，则可能产生无权代理、滥用代理权或者甚至同一代理人代理双方事务的现象。

(4)出租人与供货人恶意串通进行欺诈。出租人利用不合格产品或者有严重瑕疵的产品，尤其在承租人对租赁财产交付时对质量失查的情形下，这类欺诈易于产生。

710. 融资租赁合同履行时应注意哪些问题？

融资租赁合同履行时应注意的问题有：

(1)在合同订立前，应认真审查核实出租方的主体资格。例如，出租方的经营业务范围，有无经营融资租赁的权利能力，出租方的真实身份等。填写合同一定要填写双方的全称，充分掌握对方的经营状况及商业信誉。

(2)在合同履行阶段常出现的问题有：承租人不按合同规定支付租金；承租人不按时、按约定地点和方式接受出卖人交付的标的物；承租人侵害租赁物的所有权；承租人在租期届满时不按约定退还租赁物；出租人不按约定购买租赁物；租赁物存在质量数量问题时，出租人不向出卖人索赔或不按约定协助承租人向出卖人索赔；出租人不能保证租赁期间承租人对租赁物的使用权；出卖人不能按约定履行交付租赁物的义务。

711. 融资租赁合同的租金支付应注意哪些问题?

融资租赁合同的租金支付应该注意以下问题:

(1)租赁费率的确定:对出租人来说,租赁费率决定着租赁利润的多少;对承租人来说,它决定着租赁资产的成本,因此,租赁费率的高低对双方都有非常重要的作用。租赁费率分为固定租赁费率和浮动租赁费率,固定费率是指在全部租赁期间租赁费率固定不变;浮动租赁费率是每隔一定时期租赁费率会根据市场利率和贷款利率作相应的调整。

(2)租金额:金融租赁合同应明确载明承租人应给付的租金额。租金额通常包括出租人为承租人购进租赁设备所支出的贷款及必要费用、融资利息、银行成本及一定经营风险成本等。

(3)租赁期间:是租赁起始之日到租赁结束之日的整个期间。合同中应明确租赁期间的起始日期。通常来说,当事人双方可以根据货物抵达目的港、出租人支付价金之日、租赁物安装完毕,承租人正式使用之日、承租人交付验收证或接收证之日或双方约定的其他日期确定起始日期。

712. 什么是承揽合同?

《合同法》第 251 条第 1 款规定,承揽合同是承揽人按照定作人的要求完成工作,交付工作成果,定作人给付报酬的合同。承揽合同应具备以下主要条款:

(1)双方的姓名或名称、住址、法人代表的姓名。

(2)委托的标的物。应在合同中标明定作物的名称及规格、型号、数量等,也应明确约定加工时应执行的标准(国家标准、行业标准、企业标准)的种类、编号和名称。

(3)标的物的数量、质量、包装、加工方法。应在合同中对标的物的数量、质量、包装、加工方法及名称、规格、型号、数量等作出明确规定。

(4)标的物制作的原材料的质量、规格、数量及检验方法、计量单位。原材料可以由定作人提供,也可以由承揽人提供;如合同可以约定原材料由承揽人提供,定作人有权予以检验。有些承揽合同标的物有特殊要求,对原材料的使用也有严格的限制,双方可以约定原材料由定作方提供,在合同中必须注明定作方带料条款,其中对定作方提供的材料名称、型号、计量单位、数量、质量、提供日期、消耗定额、单价总金额等一一列明。

(5)制作的价款、酬金及计算的依据、方法。定作人支付给承揽人的报酬或价款一般是货币,合同应约定定作人支付报酬或价款的期限,如当事人未约定该期限,根据公平原则,应认为定作人接受交付定作物的期限,也就是他支付价款或报酬的期限;根据双方实际需要,双方在签订合同时可以约定定金条款或预付款条款。

(6)合同履行的地点、期限、方式。双方应约定承揽人完成工作,交付定作物的期限、地点和方式。承揽人完成工作后,可采用的定作物的交付方式有三种:定作人自提;承揽人送货;委托运输部门或邮政部门代为运送。双方在合同中要明确规定采用何种方式交

付,交付地点和日期也应确切写明。

(7)工作成果质量、性能、技术要求、指标及检验方法。双方当事人应在合同中约定定作人对承揽人交付的定作物的验收标准和验收方法。关于验收费用,双方也可以在合同中约定,如合同中没有约定,则由定作人承担;对于短期检验难以发现瑕疵的定作物,定作人可以先行占有、使用,并与承揽人约定质量保证期限。

(8)报酬的支付及支付的方式:双方当事人应在合同中约定报酬的支付及支付的方式,以免发生不必要的纠纷。

(9)争议解决的方式(协商、调解、仲裁、诉讼)。

(10)其他条款(双方当事人确定的有关事项)。

713. 承揽合同有哪些种类?

承揽合同主要分为以下几类:

(1)加工合同:是承揽人依制作人的要求,用制作人的材料为制作人生产特定产品的合同。

(2)修理合同:是承揽人为定作人修复损坏或发生故障的设备、工具等的合同。

(3)修缮合同:通常是指承揽人为定作人修缮房屋的合同。

(4)定作合同:是承揽人依制作人的要求,用承揽人提供的材料为制作人制作特定产品的合同。

(5)设计合同:是承揽人按照设计委托人的要求完成委托的设计工作的合同。

(6)广告合同:是广告经营者按广告发布人的要求完成广告的设计、发布的合同。

(7)改造合同:是承揽人按照制作人的要求把制作人提供的产品、设备、工具等改造或者改制成另一种新产品、新设备、新工具的合同。

(8)复制合同:是承揽人按照制作人提供的样品制作和原样品同样的产品合同。

(9)测绘合同:是承揽人按照测绘人委托的要求,以自己特有的设备和技术为测绘委托人完成约定的测绘工作的合同。

(10)印刷合同:是承揽人为定作人完成书籍、报刊的合同。

(11)检验鉴定合同:是承揽人接受委托人的委托完成对指定物品的检验鉴定工作的合同。

714. 承揽合同中承揽人的义务有哪些?

在履行承揽合同过程中,承揽人应履行下列义务。

(1)承揽人应按合同的约定完成定作成果,主要体现在:按照定作人的要求完成定作成果;按照合同约定的时间按时交付工作成果;完成的工作成果达到合同约定的技术标准;在制作过程中接受定作人的监督和接受定作人的合理建议;在制作过程中发现图纸或技术有不合理的地方及时向定作人提出;妥善保管工作成果、配件、图纸;保守定作成果的

技术秘密。

(2)按合同约定的要求提供原材料或者接受、检验、保管、使用定作方提供的原材料，主要体现在：合同约定原材料由承揽人提供，承揽人应按合同约定的质量标准提供原材料；合同约定原材料由定作人提供，承揽人对定作人提供的原材料应按合同约定的标准和检验方法进行检验、验收、保管和合理使用；定作人提供的原材料保证专物专用，未经定作人同意不得更换、挪作他用；发现原材料不合标准，有通知定作人更换的义务，并承担不通知或怠于通知造成的损失。

(3)按合同约定要求交付工作成果，主要体现在以下几个方面：交付工作成果时必须按合同约定的时间，提前和延迟要征得定作人同意；交付工作成果时应同时交付附件、图纸、技术数据、使用说明等资料；交付的工作成果应按合同约定的包装材料、要求进行包装(有包装要求的)；保守工作成果的技术秘密，承担规定的保修义务；辅助工作交第三人完成的，承揽人为定作人承担质量责任。

715. 承揽合同中定作人的义务有哪些?

在履行承揽合同过程中，定作人应积极履行的义务有：

(1)定作人应协助承揽人完成工作任务。《合同法》第259条规定："承揽人工作需要定作人协助的，定作人有协助的义务。"如果定作人不履行协助义务的，承揽人可以顺延履行期限，超过顺延期的，承揽人可以解除合同。

(2)根据《合同法》第256条及其他相关条款规定，定作人应向承揽人提供材料、技术资料，协助承揽人做好前期完成工作任务的准备工作。

(3)按期支付报酬的义务：定作人应按合同约定的时间支付工作报酬，如果定作人不按合同约定时间支付工作报酬，承揽人可以滞留工作成果，并要求支付延迟交付的保管费和承担由此产生的毁损、灭失的风险；定作人与承揽人在合同中没有约定报酬支付的时间或者约定不明确，应补充协议，不能达成协议的，按合同有关条款或者交易习惯确定。

(4)定作人应按合同约定的时间交付工作成果、技术资料。

716. 承揽合同中当事人双方违约的责任有哪些?

在承揽合同中，当事人双方应该在合同中对违约责任进行明确的规定。通常有以下几种违约责任：

(1)定作人的违约责任

①赔偿责任：定作人可以在承揽合同履行完毕之前的任何时候解除合同，但必须赔偿承担人因此而遭受的损失；

②逾期付款的责任：在承揽合同中，定作人未向承揽人支付报酬或材料费等价款的，承揽人对完成工作成果享有留置权；如果定作人没有在合理期限内支付报酬或价款，承揽人可以变卖该工作成果，用所得价款扣除其应得的报酬或价款；定作人还应当比照中国人

民银行有关延期付款的规定，向承揽方偿付违约金；违约金的计算，每逾期一天，按酬金额的1%偿付违约金；

③中途变更合同的责任：定作人中途变更承揽工作的要求，造成承揽人损失的，应当赔偿损失；

④未按合同约定提供材料的责任：合同约定由定作人提供材料的，如果定作人提供的材料不符合合同约定的，定作人应当负责更换、补齐或者采取补救措施，并赔偿因此给承揽人造成的损失；

⑤定作人未按合同约定的时间接受成果应承担相应的责任：按照《合同法》规定，定作人应按照中国人民银行有关延期付款规定偿付违约金，同时，还应承担承揽人对该工作成果实际的保管费、保养费；其次，如果该项工作成果是由运输部门代运的，定作人应当赔偿承揽人由此产生的损失和运输部门的罚款。最后，定作人受领迟延的，应当承担该工作成果毁损、灭亡的风险责任。

(2)承揽人的违约责任

①不能完成工作或不能交付的责任：承揽人不能按照定作人的要求在约定时间内完成工作或不能在约定时间内交付该工作成果的，应当偿付不能完成工作或不能交付工作成果的价额总值10%～30%或报酬总额20%～60%的违约金。

②延迟交付的责任：承揽人迟延交付工作成果，应向定作人偿付违约金。

③交付的工作成果不符合质量要求的，定作人接受该工作成果的，应当按质论价，减少报酬；定作人不同意接受该工作成果的，承揽人就应修理、重作，并承担逾期交付的责任，赔偿给定作人造成的损失。

④擅自更换定作人提供的材料或修理物的零部件，就应按定作人的要求重做或重新修理，并承担逾期交付的责任。

⑤如果承揽人对定作人提供的材料保管不善，致使材料毁损、灭失的，应赔偿定作人因此遭受的损失，并承担逾期交付的责任。

⑥对第三人完成的工作成果负责：承揽人未经定作人同意把自己承揽的主要工作交由第三人完成，定作人可以解除合同；定作人不解除合同，承揽人应当就该第三人完成的工作成果向定作人负责。

⑦违反保密要求的责任：如果承揽人违反合同保密规定，留存复制品或技术资料，或向第三人泄露秘密，应当赔偿因此给定作人造成的损失。

⑧承担连带责任：承揽人不只一个，是两个或两个以上的，应当就工作成果共同向定作人承担责任及其他相关责任。

717. 承揽合同主体资格方面应注意哪些问题？

在签订合同前，当事人双方应该就对方是否有合同的主体资格进行深入的调查。在现代经济生活中，经常出现的合同欺诈行为就是订立合同的主体没有订立合同的资格，根本没有履行能力，这种情况主要出现在以法人及其他组织为一方当事人之间订立的合同中间。其主要表现形式为：

(1)订立合同的一方根本没有提供法人资格证明;

(2)合同一方虽提供了《企业法人营业执照》,但为副本或复印件,其实为伪造的证明;

(3)合同一方提供了正式的《企业法人营业执照》,但其实际虚报注册资本,无实有资金,没有实际履行能力;

(4)合同一方在订立合同时虽提供了正式的《企业法人营业执照》,但因未参加工商局年检,已被吊销营业执照。

718. 承揽合同中的欺诈陷阱有哪些?

(1)虚假的价格欺诈陷阱。当事人利用虚假的或令人误解的价金条件,谎称自己收取的价金大大低于同行,而在合同中模糊规定价格条款,待完成工作任务之后,索要高昂的加工费、修理费或修缮费等,以达到骗取对方钱财的目的。

(2)利用质量进行欺诈。定作方提出的定作要求在实际上是不可能实现的,或实现的成本明显高于承揽方所能达到的效益。根据承揽合同本身的要求,承揽人一定要按照定作人的要求来进行加工,并同样以此为标准进行验收,在承揽合同欺诈中定作人经常采用的借口就是承揽人加工的产品不符合质量标准,而事实上,定作人所给的标准实际是不可能实现的;在合同中定作人往往对定作物的质量标准定的非常简单,或者模棱两可,使承揽人不可能按标准完成,还有的是定作物按标准完成的成本过高,使承揽人最后不得不放弃履行。承揽人往往由于急于签订合同,对合同没有进行认真审查,从而落入对方的陷阱。

(3)在承揽合同中设立所谓"质保金"、"承诺金"进行欺诈:所谓"质保金"、"承诺金",一般都是承揽合同中定作人要求承揽人预先支付的对质量或完成时间的保证金,但在合同中定作人一般制定的质量标准是承揽人无法达到的,有的合同中对质量约定不明确或质量很难把握,这样定作人可以借口质量不合标准而解除合同,从而达到骗取"质保金"或"承诺金"的目的。

(4)利用承揽合同中"押料款"进行欺诈。在承揽合同中经常有来料加工的情况,定作方提供原材料,承揽方进行加工,承揽方必须事前支付原材料款给定作方作为抵押,欺诈行为人往往利用这点进行欺诈。例如,利用承揽合同,收取押料款后借口质量问题,解除合同,并且不退押料款,从而达到变相销售积压货物的目的。

(5)利用所谓的"提供散件,组装回收"对承揽方进行欺诈。一般是定作方将产品散装元器件交给承揽方进行加工组装,然后由定作方将成品进行回收,并向承揽方支付一定的费用。欺诈行为人一般采用骗取承揽人交付散装元器件押金的形式进行欺诈,承揽人完成合同后,定作人以质量、时间等种种借口解除合同,并拒付押金。

(6)代理人超越代理权限,以被代理人名义签订承揽合同。在承揽合同的签订中,经常有代理人以被代理人名义签订合同的情况,在被代理人授权范围内,代理人所签订合同的权利义务应由被代理人承受,但代理人超越代理权或代理权授权期限已届满后所订立的合同,未经被代理人追认,由行为人承担,根据《民法通则》有关规定有可能会给合同另一方当事人造成损失。

719. 什么是建设工程合同？建设工程合同有什么特征？

《合同法》第269条规定："建设工程合同是承包人进行工程建设，发包人支付价款的合同。"建设工程合同又叫基本建设合同、基本建设工程承揽合同、基本建设工程承揽合同，是指基本建设工程的建设人、分保人为完成工程建设任务，与建设工程的承建人即承包人订立由承包人进行工程建设、分包人接受该建设工程并支付价款的合同。建设工程合同具有如下特征：主体只能是法人，合同的标的仅限于基本建设工程，具有计划性和程序性，合同签订和履行过程中必须接受国家的监督管理。

720. 建设工程合同包括哪些基本条款？

建设工程合同的基本条款有：

(1)建设工程名称、规模、投资额及建设地点。建设工程名称要具体明确，名称应该能反映建设项目的主要内容。

(2)勘察人的勘察范围、进度及质量。合同中应注明勘察工作的进度，并对勘察成果的质量提出比较具体的要求。

(3)相应的资料内容、技术要求及期限。工程建设单位在勘察工作开始之前，为勘察方的勘察工作提供所需的有关基本资料，资料包括：工程项目批准文件(复印件)以及施工或勘察许可文件；工程项目的坐标与标高资料；技术委托书及已有的技术资料和图件，并约定提供的日期、文件资料份数，并对提供的时间、进度与资料的可靠性负责；在勘察人员进入现场作业时，应提供必要的工作和生活条件；维护承包方的勘察成果，不得擅自修改，不得转让给第三方重复使用；按照国家有关规定付给勘察费。

(4)勘察工作量的计算、勘察费取费标准及支付办法。勘察工作量的计算办法可参照国家建委制定的勘察统一工作量计算办法。勘察费用的取费应按国家建委制定的有关标准(取费率)，以实际完成工作量为依据进行计算。

(5)双方责任及违约条款。合同双方必须明确约定双方的责任，也就是双方的义务，也应同时约定违约责任及赔偿额的计算办法。

(6)合同双方解决争议的方法、鉴定事项及其他事项。

721. 建设工程合同中有哪些基本法律术语？

(1)建设工程合同：是指承包人进行工程建设，发包人支付价款的合同。

(2)设计合同：是指设计人对建设工程进行工程的建设规格、主要设备配置、施工组织等进行设计，由发包人支付报酬的合同。

(3)施工合同：是指施工人按照发包人的要求，依据勘察、设计的有关资料要求，进行设计安装，由发包人支付报酬的合同。

(4)勘察合同:是指发包人与勘察人就完成建设工程地理、地质状况的调查研究工作而达成的协议。

(5)发包人:是指在建设工程中委托承包人进行工程勘察、设计、施工的建设单位。

(6)承包人:是指在建设工程合同中负责工程勘察、设计、施工等任务的法人。

(7)工程招标:是指建设工程的发包人采用招标通知或招标广告的形式,向不特定的勘察人、设计人、施工人或工程承包人发出的,以吸引或邀请对方进行投标为目的的意思表示。

(8)公开招标:是指招标时由招标人通过新闻媒介或其他方式发布招标公告进行的工程招标。

(9)议标:是指发包人就建设工程的总造价及有关要求,通过概预算确定的最高限额以及最低要求的标准。

(10)工程投标:是指投标人按照发包人在招标通知或招标公告中的要求,在规定的期间内发出的以订立建设工程合同为目的的,包括全部合同条款的意思表示。

(11)工程开标:是指发包人在通过招投标方式订立建设工程合同时,根据招标文件中规定的时间和地点,对投标人的投标书进行公开拆封的行为。

(12)投标书:是指投标人向招标人发出的订立合同的要约的书面形式。

722. 建设工程承包人有哪些责任?

建设工程承包人在合同履行过程中,应承担以下主要责任:

(1)按照合同约定的日期准时进入施工现场,按期开工。承包人按照合同约定的日期准时进入施工现场,按期开工是确保按时竣工的第一步,承包人应在进入施工现场前做好开工的一切前期工作,如施工方案、原材料、设备的采购、管理、使用、场地的平整、施工必备的水、电、道路的畅通等。

(2)接受发包人的监督。《合同法》第 277 条规定:“发包人在不妨碍承包人正常作业的情况下,可以随时对作业进度、质量进行检查。”

(3)确保建设工程质量达到合同约定的标准。《合同法》第 281 条规定:“因施工人的原因致使建设工程质量不符合约定的,发包人有权要求施工人在合理期限内无偿修理或者返工、改建。经过修理或者返工、改建后,造成逾期交付的,施工人应承担违约责任。”《合同法》第 282 条规定:“因承包人的原因致使建设工程在合理使用期内造成人身和财产损害的,承包人应当承担损害赔偿责任。”

(4)发包人经检验验收未按期付款,承包人可以催告,经催告仍不付款的,凡可折价、拍卖的工程,承包人可以诉请人民法院解决,确保自身利益不受损失。

723. 建设工程合同发包人有哪些责任?

依据《合同法》规定,建设工程合同发包人应承担以下主要责任:

(1)做好施工前的一切准备工作,确保建设承包单位准时进入施工现场。《合同法》第283条规定:"发包人未按约定的时间和要求提供原材料、设备、场地、资金、技术资料的,承包人可以顺延工程日期,并要求停工、窝工损失赔偿。

(2)向承包人提供符合质量的材料、设备,因提供的材料质量存在瑕疵和提供的设备不符合要求而延误工期,造成质量责任的,应承担责任(《合同法》第283条)。

(3)对工程质量、进度进行检查。《合同法》第277条规定,发包人在不妨碍承包人正常作业的情况下,可以随时对作业进行进度、质量检查。

(4)组织验收。建设工程竣工后,发包人应及时组织验收。《合同法》第279条规定:"建设工程竣工后,发包人应当根据施工图纸说明书、国家颁发的施工验收规范和质量检验标准进行验收。"

(5)支付价款,接收工程。《合同法》第279条第10项指出:"验收合格的,发包人应当按照约定支付价款并接收建设工程。"

(6)交付使用。发包方对承包方完成的建设工程项目,经验收合格,支付价款后应及时交付使用,发挥建设工程效益。《合同法》第279条第3项指出:"建设工程竣工验收合格后,方可交付使用;未经验收或者验收不合格者,不得交付使用。"

724. 确定建设工程合同主体资格时应注意哪些问题?

通常来说,建设工程发包人订立建设合同时应具备的条件有:已经办理了建设工程用地的相关手续,已经取得相关规划许可证,已经取得建设主管部门的批准书,有相应的技术和管理人员,具有编制招标文件和组织开标、评标的能力。签订施工合同应具备:初步设计及概算已经批准,工程项目已经列入年度建设计划,有相关的技术资料、相应的资金和设备,建设用地征用已经完成。

建设工程承包人订立建设合同时应该具备的条件有:具备法人资格并经工商行政管理机关登记。法人具备的条件是:依法成立,有必要的财产和设备,有自己的名称、组织机构和场所,能够独立承担责任,具有相应的资质等级。

725. 建设工程招标、投标时应注意哪些问题?

建设工程在招标、投标过程中,必须注意以下法律问题:

(1)选择正确的合同方式。一般工程承包合同可按承包者的多寡分为总包合同和分包合同,按价格确定方式分为固定总价合同和成本加酬金合同。不同的合同形式中当事人的权利、义务和风险承担不一样,直接影响到了当事人是否能如愿履行合同及当事人的经济利益。因为当事人对合同形式的选择是自愿的行为,一旦选定即因其有法律效力而受到约束,即使一方当事人明显损失,也属正常的商业损失,法律不予救济。

(2)注意有关招标和投标的一些程序规定,作为投标的承包人,尤其要注意投标书的撤回问题。这是当事人在通过招标方式订立建设承包合同时应重视的问题之一,投标本

质上是一种要约行为，关于其撤回，应适用有关要约撤回的一般规定。

726. 建设工程质量方面应注意哪些问题？

在建设工程合同中，因建筑工程质量而引起的纠纷很常见，主要表现为：

(1)承包方引起的纠纷：承包方在施工过程中管理水平低下、组织措施不力，或技术水平较差等，都是造成工程质量不符合要求的原因。因承包人的原因致使建设工程质量不符合约定的，发包人有权请求承包人在合理期限内无偿修理或者返工、改建；经过修理或者返工、改建后，造成逾期交付的，承包人应当承担违约责任；因承包人的原因致使建设工程质量不符合约定，造成人身和财产损害的，承包人应当承担损害赔偿责任。

(2)发包方引起的纠纷：发包人未按约定的要求提供原材料、设备，或技术资料，因而造成工程质量不符合约定的，承包人应承担责任；如果发包人擅自使用未经验收的建设工程，发现质量问题的，由发包人承担责任。

(3)承包方和发包方共同引起的纠纷：一旦发生这种情况，双方可以在公证部门主持下达成协议，顺延工程竣工日期。针对有关工程质量容易产生的纠纷，承包人应当精心设计，精心施工，力求工程质量达到合同要求，在发包方提供设计资料时，应仔细审核，发现错误和缺陷及时指出；发包人在不妨碍承包人正常作业的情况下，可以随时对作业进度、质量进行检查，及时指出施工质量中存在的问题。这样能有效地堵住工程质量管理上的漏洞，消除隐患，避免纠纷和损失。

727. 建设工程合同履行时应注意哪些问题？

(1)暗箱操作：就是没有通过公开招标投标，而是在私下里依关系取得建设工程的承包权。以公开招标、投标的方式签订建筑安装工程承包合同是我国较多采用的一种竞争交易方式，然而，由于个别官员的腐败渎职和相应制度的不完善，一些建设工程合同没有招标投标，却使用暗箱操作。所谓招标，是指招标人就拟建项目的内容、要求和预选投标人的资格等提出条件，邀请承包商对其拟建项目所要求的价格、施工方案等进行报价，择日开标，从中择优选定工程承包人的交易过程。

(2)不可抗力上的陷阱：《合同法》有以无过错责任作为合同归责的一般性规定，因此，在不少条文中就体现了情势变更的内容。例如，第 283 条规定："发包人未按约定的时间和要求提供原材料、设备、场地、资金、技术资料的，承包人可以顺延日期，并有权要求赔偿停工窝工等损失。"对于发包人未按约履行义务，如是不可抗力导致，则发包人可因此而免责，即可不赔偿损失。但是对承包人而言，其仍应有权利要求顺延工期，这是因为不可抗力的发生，致使原履行合同的情形已发生变更，如仍按原计划约定工期，对承包人而言，则是有失公平的。

728. 什么是运输合同?

《合同法》第 288 条规定:“运输合同是承运人将旅客或货物从起运地点运输到约定地点,旅客、托运人或者收货人支付票款或者运费的合同。”一般来说,运输合同包括的基本条款有:

(1)托运人、收货人的名称、地址、邮政编码、联系电话;

(2)承运人的名称、地址、邮政编码、电话、发站(港)、到站(港)名称;

(3)拖运货物的品名、数量、重量、件数等;

(4)托运货物的包装要求;

(5)运输方式、运到期限及验货期限;

(6)货物装运时间、目的地及收货人;

(7)承运人、托运人、收货人的权利与义务;

(8)违约责任;

(9)双方约定的其他事项。

729. 运输合同中承运人有哪些权利和义务?

在运输合同中,承运人依法享有的权利有:

(1)收取合理运费的权利。《合同法》第 292 条规定:“旅客、托运人或者收货人应当支付票款或者运输费用。”支付运费,是托运人的义务,承运人收取费用、承担货物运输责任,是承运人的权利,但承运人只能收取经物价部门确定的费用。

(2)享有留置运输的货物的权利。这种权利的享有是有特定条件的。《合同法》第 315 条规定:“托运人或者收货人不支付运费、保管费以及其他运输费用的,承运人对相应的运输货物享有留置权,但当事人另有约定的除外。”也就是说,只有在托运人或收货人不支付运费、保管费的情形下才能行使留置权。

(3)享有提存货物的权利。承运人提存货物,是在收货人不明或者收货人无正当理由拒绝领受货物的情形下,提存的数额应与应收取的费用等值。《合同法》第 101 条规定:“有下列情形之一,难以履行债务的,债务人可以将标的物提存。”①债权人无正当理由拒绝受领;②债权人下落不明;③债权人死亡未确定继承人或者丧失民事行为能力未确定监护人;④法律规定的其他情形。另外,《合同法》第 316 条也规定:“承运人可以提存货物。”

(4)处置无人认领的货物。承运人在经告知和公告后,仍无人认领的货物,在履行法定程序后,可以处置该无人认领的货物,处置后扣除运费和其他与货物运输必须的费用,剩余的上缴国库。

在运输合同中,承运人必须履行以下义务:

①接受托运人运送货物的要求。《合同法》第 289 条规定:“从事公共运输的承运人不得拒绝旅客、托运人通常、合理的运输要求。”这里所指的“通常、合理的运输要求”是指承

运人业务范围以内的、符合法律、法规规定的运输要求。

②承运人应当将托运的货物安全送达目的地。由于承运人的原因，造成货物毁损灭失的，承运人应负责赔偿损失。《合同法》第 290 条规定："承运人应当在约定期间或者合理期间内将旅客、货物安全运输到约定的地点。"该条规定的"约定的地点"，是指承运人不能把托运的货物运送到合同约定以外的地点，错运要承担赔偿损失的责任。

③承运人应当按约定将货物交付给收货人。《合同法》第 309 条规定："货物运输到达后，承运人知道收货人的，应当及时通知收货人，收货人应当及时提货。在收货人不明的情况下，承运人有义务及时通知托运人，要求托运人在适当的时间内作出处置货物的决定，托运人没有在适当的时间内作出货物处置决定时，承运人可以提存托运物。"

730. 运输合同中托运人有哪些权利和义务？

在运输合同中，托运人享有以下权利：货物发运之前，除规定不得变更的情况外，托运人有权解除或变更合同，取回托运的全部或部分货物。但由此给承运人造成的损失，应由托运人承担；有权请求承运人按照合同约定的时间和地点将要运送的货物运至目的地，并交付给收货人；在货物发运之后，托运人按照规定有权变更到站、变更收货人，但由此所支出的费用由托运人承担。

在货物运输合同中，托运人应履行的义务有：托运人应按承运人的要求如实申报有关货物运输的必要情况。《合同法》第 304 条规定："托运人办理货物运输，应当向承运人准确表明收货人的名称或者真实姓名，货物的名称、性质、重量、数量、收货地点等有关货物运输的必要情况。"因托运人的过错遗漏了重要情况，由托运人承担损失的赔偿责任；需要办理审批手续后才能办理货物托运的，托运人应向承运人提交经审批、检验等手续的，托运人应当将办理完有关手续的文件提交承运人；托运的物品是易燃、易爆、有毒、有腐蚀性等危险物品，应按约定的包装方式包装，并标明名称、性质、有明白的书面防范说明书。《合同法》307 条规定："托运人托运易燃、易爆、有毒、有腐蚀性、有放射性等危险物品，应当按照国家有关危险物品运输的规定对危险物品进行妥善包装，作出危险物品标志和标签，并将有关危险物品的名称、性质和防范措施的书面材料提交承运人。" 对于一般需要包装的物品，托运人应按合同的约定进行包装，对于包装没有约定或约定不明确的，按《合同法》第 156 条和第 61 条的规定办理；按照合同约定支付运费。《合同法》第 292 条规定："旅客、托运人或者收货人应当支付票款或者运输费。"托运人有权拒绝支付承运人未按约定路线或者通常路线增加的运费。

731. 运输合同中收货人应履行哪些义务？

在运输合同中，收货人应当履行下列义务：

(1)按合同法约定的计算方式支付应当支付的运输费用。《合同法》292 条规定："旅客、托运人或者收货人应当支付票款或者运输费用。"收货人收到承运人运送的货物，表明

承运人按合同约定已将委托人交付的货物运到目的地，收货人依合同约定收取了货物，支付运费是应履行的义务。

(2)按合同的约定提取货物。《合同法》第309条规定："货物运到后，承运人知道收货人的，应及时通知收货人，收货人应及时提货。收货人逾期提货的，应当向承运人支付保管费等费用。"当承运人将货物运到并尽了通知义务，收货人应当在规定的合理期间提取货物，不及时提货，应承担承运人对货物的保管费等其他与货物相关的费用，并承担因此而发生货物毁损、灭失的风险。

(3)按合同约定的期限检验货物。《合同法》第310条规定："收货人提货时应当按照约定的期限检验货物。"如果合同中对检验货物的时间没有约定或者约定不明确，可以协议补充，不能达成补充协议的，按照合同相关条款或者交易习惯确定；按前述方法仍不能确定的，收货人应当在合理的期限内验收。合同法作出限期检验货物，是为了确定在承运过程中货物数量及毁损的赔偿额度，收货人未提出货物的毁损、灭失异议的，承运人免去赔偿责任。

732. 运输合同中托运人变更或解除运输合同应满足哪些条件？

运输合同中托运人变更或解除运输合同应满足以下条件：

(1)必须是在客观上可以变更或解除的运输合同。如货物已经开始运输的，托运人不能随意解除合同，只能要求承运人中止运输或返还货物或变更到达地，将货物交给其他收货人。

(2)变更、解除运输合同的主体仅限于托运人。收货人和承运人一般情况下不享有变更解除权，除非托运人有严重违约情况或发生不可抗力。

(3)托运人变更、解除合同只能在货物交付收货人之前。托运货物已经交付收货人以后，承运人的义务已经履行完毕，不存在变更、解除的问题；如果收货人拒绝收货或者承运人无法与收货人联系的，视为未交付，托运人仍享有变更、解除权。

(4)合同变更的内容仅限于中止运输、返还货物、变更到达地或将货物交给其他收货人，对于运输合同的其他内容，托运人无法单独变更。

733. 运输合同中收货人收取货物时应注意哪些问题？

运输合同中收货人应注意以下问题：

(1)收货人收取货物时应满足的条件。主要有：①货物已经由承运人运达目的地。货物没有运达目的地，收货人就无法收取货物，只有货物已到达目的地，收货人才有权向承运人收取货物。②出示货运凭证。货运凭证有货运单、提单、提货凭证等多种形式，提单可分为可转让凭单和不可转让凭单。

(2)收货人必须在规定的时间内收取货物。如果收货人没有按规定时间提取货物，承运人将货物提存、变卖或拍卖的，收货人就无法收取货物。

(3)按规定支付相关费用。如果在运输合同中规定了收货人有支付相关费用的义务，收货人只有在支付了相关费用后才能要求承运人交付货物。

(4)检验方式。收货人在收取货物时应按照合同规定对货物进行检验，通常分为普通检验和专门检验两种方式。

(5)检验期限。收货人对货物应在一定时期内进行检验。通常有以下几种情况：当事人有约定的，按照约定期限进行检验；当事人没有约定或约定不明的，可以通过补充协议的方式解决；以上原则都不能确定的，收货人应在合理的期限内进行检验。

(6)异议期限。收货人在对货物进行验收后，认为承运人交付的货物与运输单记载的不相符时，应当在一定的期限内提出异议。

734. 运输合同中对承运人应注意哪些问题?

在运输合同中，承运人的欺诈方式很多，通常来说，主要表现在以下几个方面：

(1)承运人故意隐瞒真实情况，对托运人进行欺诈。这种情况主要表现在承运人明知不能按时送货或提供运送工具，仍旧与托运人签订货物运输合同。

(2)承运人滥用免责条款。免责条款是指当事人以协议排除或限制其未来责任的合同条款，它是当事人双方协商的结果，对当事人双方都具有约定性，但当货物运输合同作为一种定式合同时，其合同条款一般由承运人事先拟定，对方当事人只能被动接受或不接受，货物运输合同也可以由当事人双方共同协商拟定，此时，经托运人协商和选择的余地相对而言较小，这就为承运人滥用免责条款开了方便之门。因此，在签订合同时应对这方面特别重视。

(3)承运人利用托运人的失误进行欺诈。这种欺诈主要是托运人利用承运人的疏忽大意进行欺诈，例如托运人在填写货物托运单时弄错了货物的名称或数量、规格等内容，承运人明知道发生错误或事后在运输过程中发现错误，并不及时通知托运人，而是乘机欺诈；民法明确规定，在债务上的履行义务和享有权利同时，都必须依诚实信用原则进行，不得欺诈、胁迫、乘人之危，而谋取非法利益。所以，承运人在装货时或运输途中点货时，发现货物有不符合合同规定的，应当及时通知托运人，双方协商解决，而不得以欺诈的方式谋取非法利益。

735. 运输合同中对托运人应注意哪些问题?

在货物运输合同中，托运方的欺诈主要表现在：

(1)托运人蓄意违反运输规定。这是指托运人托运时在货物中夹带、匿报危险物品或其他违反运输规定的行为。托运人明知其行为会带来严重的后果，却匿而不报，使承运人误以为其托运货物为普通物品，并与之签订货物运输合同。根据《合同法》规定，由于托运人在普通货物中夹带、匿报危险货物而产生爆炸、腐蚀等事故时，托运方应承担赔偿责任。《公路货物运输合同实施细则》和《水路货物运输合同实施细则》对此都有更详细的要求和

规定:通常来说,危险物品是指具有化学危险性质的物品,如化工原料、农药、化肥、化学制剂等,当它们受到较强烈的震动、撞击、摩擦或接触火源或热源时,就会引起爆炸、燃烧、中毒、污染、腐蚀等危险事故,危及人们的生命财产安全。

(2)托运人在普通货物中夹带、匿报违禁物品或限运物品。对于违禁物品或限运物品,我国有关法律进行了严格的规定,禁止流通和非法运输,例如,伪钞、黄金、毒品等物品;非法运输假钞,依照我国刑法,即构成犯罪;其他类似物品的运输也属非法的,运输部门除特殊情况外,不得接受此类物品的运输。

(3)托运人虚报货物重量。拖运人为了少交费用,往往采用虚报(主要是少报)货物重量的方法,欺骗承运方,以致发生引起运输工具损坏、吊机倾翻、货件损坏、人员伤亡等事故,因此,托运人在托运货物时,不得虚报货物重量,对于托运超限货物时,应事先向承运方提供货物说明书。

(4)出具虚假证明或伪造有关证明文件,骗取承运方的信任并签订运输合同。为达到诈骗目的,托运人常常利用虚假的伪造证明或者利用空白介绍信等方式,骗取承运方的信任并签订运输合同。

736. 什么是保险合同?主要条款有哪些?

《保险法》第9条规定:"保险合同是投保人与保险人约定权利义务关系的协议。"保险合同的主要条款有:被保证的主债权种类、数额;债务人履行债务的期限;保证的方式和范围;当事人双方的权利义务以及当事人双方约定的其他条款等。

737. 什么是保险标的?

保险标的是指保险合同所要保障的对象,通常来说,保险的标的决定着保险关系的产生和保险责任的承担,保险标的是指保险合同所指向的保险对象。从投保人角度讲,保险标的是其提供给保险人、寻求保险保障的对象,而对于保险人而言,保险标的则表现其提供保险保障的对象,具体包括作为保险对象的财产及其有关利益或者人的寿命和身体。保险标的条款是保险合同不可缺少的组成部分,在合同中制定该条款时,保险标的的内容和范围要具体准确,同时,还应当把握你愿投保的保险标的与所选择的保险合同规定的承保的保险标的范围相吻合,使其符合保险合同的承保条件,实现订立保险合同的目的。

738. 什么是保险责任?什么是责任免除?

保险责任是指保险人按照保险合同的规定所承担的保险赔偿金或人身保险金的给付责任,是保险人在保险合同中所承担的基本义务,也是保险合同宗旨的直接体现。但必须注意清楚,保险合同中的保险责任是基于长期保险业的传统而沿用"责任"一词,实际是保险人应承担的合同义务,有别于民法上的民事责任。

责任免除是与保险责任相对应的概念，即保险人不承担保险责任的范围。事实上，保险人并非对于一切危险事故的发生承担保险责任，而是在具体的保险合同中预先约定了相应的责任免除。其具体方式主要是规定除外责任条款，也有的保险合同中规定了免赔额条款。前者就是以列举式方法规定了不承担保险责任的危险事故，而后者则表现为在合同约定数额内的损失免除保险人的保险责任。

739. 什么是保险合同的变更？保险合同的变更具体包括哪几个方面？

保险合同的变更是指投保人或保险人在保险合同存续期间，就合同的主题内容等方面经双方协商所作出的变动。《合同法》明确规定，保险合同的变更需要满足：保险人和投保人协商同意。未经当事人双方的同意，任何一方不得擅自变更；保险合同的变更必须采用书面形式；投保变更受益人必须经保险人同意。保险合同变更时的书面形式可分为两种形式：第一，投保人和保险人订立合同变更的书面协议；第二，保险人在原保险单或其他保险凭证上批注或者附贴批单。

保险合同的变更具体包括以下几个方面：

(1)保险合同形式的变更：这种变更是指投保人可以依法将本合同转换为对方当事人认可的其他合同形式，转换后的新的合同于转换日开始生效。

(2)受益人变更：被保险人或投保人变更受益人的，要以书面形式通知保险公司，经保险公司批准后生效；投保人变更受益人的，要经被保险人书面同意，然后依相应程序处理。

(3)合同内容变更：投保人可以通过填写变更申请书变更保险合同的有关内容。通常来说，保险公司对保险合同内容变更申请审核同意的形式有在原保险单上批注、出具批单和与投保人订立书面变更协议三种形式。

(4)住所和地址变更：投保人住所或通讯地址变更时，要以书面形式通知保险公司。

740. 什么是技术合同？技术合同具有哪些特征？

《合同法》第 332 条规定，技术合同是当事人就技术开发、转让、咨询或者服务订立的确立相互之间权利和义务的合同。技术合同具有如下特征：

(1)技术合同的标的是知识形态的特殊商品。技术合同的标的不是有形的物，而是凝聚了智力性劳动的技术成果。

(2)技术合同的标的为提供技术的行为。合同法中没有对技术一词作出定义。一般来说，技术是指根据生产实践经验和科学原理而形成的，作用于自然界一切物质设备的操作方法和技能。

(3)技术合同是发生在技术活动领域、为某种技术目的而签订的合同。技术合同是当事人双方在技术活动领域中为了某项技术的开发和转让等签订的协议，并非为了直接的经济目的或生产活动。

(4)技术合同的标的所有权及其交换方式主要遵循工业生产权的特殊准则。技术商品的流通,是技术知识的扩散与传递的过程,是技术成果和知识的传授和使用的许可。

(5)履行技术合同常常派生出其他的权益。在履行技术合同时,常常能派生出发明权、申请专利权和转让权等权益。

(6)价格计算和支付方式也具有特殊性。技术商品的价格计算十分复杂,通常要综合耗费的劳动量、技术状态、市场供求、风险等多种因素。

(7)技术合同的履行具有特殊性。

741. 订立技术转让合同应坚持哪些原则?

《合同法》第343条规定:"技术转让合同可以约定让与人和受让人实施专利或者使用技术秘密的范围,但不得限制技术竞争和技术发展。"因此,技术转让合同的订立,应遵循不得阻碍技术进步、发展、推广和应用的前提;保守技术秘密是有利于技术的竞争、发展、应用、推广的技术进步原则。

《合同法》规定,订立技术合同时,不得有下列条款或内容:限制一方在合同技术标的上进行新的技术研究或要进行新的技术研究必须征得另一方的同意,这种规定是阻碍技术进步的技术垄断行为,是不利于社会进步的约定;阻碍一方根据市场需求,按合理的方式实施技术。合同双方当事人可以就技术实施的期限、地域、方式进行约定,但不得限制当事人一方运用合同标的的技术,按市场的需求在约定的期限、地域,按约定的方式,限制其生产规模、产量、价格、销售渠道等方式限制当事人一方根据市场需求按合同约定的方式实施技术;不允许合同当事人一方从其他渠道取得技术,如在合同中不得约定当事人一方在接受了另一方的技术并得到指导后,一方不得从其他渠道取得技术的限制性规定;不得有阻止国家指定推广、使用的技术约定。国家指定推广、应用的技术是国家依据产业政策的规定和国民经济发展的需要决定的,合同当事人在合同中约定只能使用转让的技术,不能使用国家决定推广、应用的技术,是明显的不合法条款,是不利于社会进步,不利于国民经济发展的需要的。

742. 技术开发合同中委托人有哪些义务?

(1)按照委托合同的约定按期或按实支付研究开发经费和报酬。如果合同中已约定开发经费,而在实际开发中的合理超出部分,委托人应予以补足;如果合同约定按期支付的,委托人应按合同约定的期限按时支付;如果合同约定开发研究经费包干使用,委托人则在严把技术质量关的前提下,按合同约定不收回剩余费用。

(2)按合同约定提供技术资料、原始数据并完成协作事项。这是委托人为研究人员提供良好的开发条件,促使研究人员顺利开发研究项目,是确保开发研究项目在时间、进度、质量上的保证,也是委托人尽可能在合理的情况下协助开发研究人完成开发项目的义务。

(3)检验、鉴定技术开发项目成果,按受研究开发成果。当研究开发人员完成开发项

目后，委托人应按合同约定对委托开发的项目进行技术、性能等诸方面的检验、鉴定后验收，是履行合同规定的义务，也是确保自己权利不受损害的要求。

743. 什么是技术开发的风险？主要表现在哪几方面？如何处理技术风险？

技术开发的风险是指在新技术成果研究开发过程中，因出现无法克服的技术困难而致技术开发工作停顿、中止、失败或部分失败所造成的技术开发损失。通常，技术开发过程中的风险主要表现在：首先，研究开发的技术不能满足现有科技的发展水平；其次，在研究开发过程中可能因违反客观事实而失败；再次，研究人员在现有技术和人力条件下仍无法完成的技术难题。《合同法》第 338 条规定，技术风险通常按照以下方法处理。

(1)在技术开发合同履行过程中，因出现无法克服的技术困难，致使研究工作失败或部分失败的，该风险责任由当事人约定的方式承担；

(2)合同中没有约定或者约定不明确的，可以协议补充，不能达成协议的，按照合同有关条款或者交易习惯确定风险责任由当事人合理分担；

(3)当事人一方发现的可能致使研究开发失败或者部分失败的情形时，应当及时通知另一方并采取适当措施补救以减少损失，没有及时通知并采取补救措施减少损失致损失扩大的，应承担扩大损失部分的责任。

744. 专利权转让应具备哪些条件？

专利权是国家依法授予的一种排他性权利，未经专利权人许可，任何单位和个人均无权使用其专利。但专利权可以转让，专利权转让，让与人与受让人应签订书面的转让合同。专利权转让合同除应具备《合同法》第 324 条规定的内容外，还应具备以下内容：项目名称，专利实施和实施许可的情况，与专利有关的技术资料的详细清单，转让价款和支付价款的地点、方式、时间，违约责任、损失赔偿数额的计算方式以及争议解决的办法等。

依据《合同法》第 324 条第二款的内容，还可以把与专利有关的技术背景资料、可行性论证、技术评价、技术标准、技术规范及其他相关文档列入合同附件，作为合同的一个组成部分。

745. 什么是保管合同？保管合同中寄存人有哪些权利？

保管合同是指保管人保管寄存人交付的保管物，并返还该保管物的合同。

保管合同中寄存人有以下权利：

(1)保管期届满，领取保管物。《合同法》第 377 条规定："保管期届满或者寄存人提前领取保管物，保管人应当将原物及其利息返还寄存人。"

(2)无保管期限的保管物，寄存人(委托人)可以随时领取保管物。《合同法》第 376 条

规定:“寄存人可以随时领取保管物。”该条还规定:“当事人对保管期间没有约定或约定不明确的,保管人可以随时要求寄存人领取保管物。”

(3)索赔权:寄存人(委托人)有权按照《合同法》第371、374、375条的规定,要求在保管期间因保管人的责任造成物品或第三人损害时承担赔偿责任。

746. 保管合同中保管人有哪些赔偿责任?

保管合同成立,保管人应当按照合同的约定认真履行保管义务,因保管人没有认真履行保管义务而导致被保管物毁损、灭失的,应当承担赔偿责任。《合同法》规定,保管人未履行或未完全履行保管义务的下列情形,应承担赔偿责任。

(1)转移保管责任,改变保管地点所造成的保管物的损失,应承担赔偿责任。《合同法》第369条规定:“除紧急情况或者为保护寄存人利益的以外,不得擅自改变保管场所或者方法。”该法372条规定:“保管人违反前款规定的,将保管物转交第三人保管,对保管物造成损失的,应当承担赔偿责任。”

(2)因保管不善造成保管物毁损、灭失的。《合同法》第374条规定:“保管期间,因保管人保管不善造成保管物毁损、灭失的,保管人应当承担损害赔偿责任,但保管是无偿的,保管人证明自己没有重大过失的,不承担损害赔偿责任。”

(3)贵重物品未向保管人声明,承担一般物品的赔偿责任。《合同法》第375条规定:“寄存人寄存货币、有价证券或者其他贵重物品的,应当向保管人声明,由保管人验收或者封存,寄存人未声明的,该物品毁损、灭失后,保管人可以按照一般物品予以赔偿。”

747. 什么是仓储合同?仓储合同中有哪些常见的欺诈手段?

《合同法》第381条规定:“仓储合同是保管人储存存货人交付的仓储物,存货人支付仓储费的合同。”

仓储合同中常见的欺诈手段有:

(1)空手套白狼。通常来说,这种诈骗是犯罪分子利用伪造或盗取的法人营业执照、空白介绍信、合同专用章,诓骗存储方与之签订合同,在货物交由“保管人”占有时,即携货逃之夭夭。这种欺诈一般是团伙性的,分工较为精细;还有专门伪造或盗取营业执照、介绍信、空白合同书的,也有专门与储存方签订合同的,有专门联系仓库、货栈的等等。当事人在存储时,一定要谨慎小心,不要让犯罪分子有机可乘。

(2)巧用关系网。这类诈骗方法是存储方利用与保管方内部员工的友好关系、保管方的疏忽或其他种种手段,避免保管方检验保管物,从而将各种违禁物品、非法物品存入保管方的存储场所这一“安全岛”。

(3)偷梁换柱。保管方为达到用保管物清偿债务或利用保管物的目的,常主动以多种优惠的方式引诱存储方与之签约;在签约后,即动用所保管的存储方之物,向第三人声称系自己所有而用于抵债或直接将保管物出售以获得金钱。

(4)恶意串通。储存方与合同以外的第三人互相勾结,通过仿制、伪造、变造提货单、仓单或发货单,由第三人借用存储方的名义,在保管方处提走保管货物;事后,储存方持仓单前来提取货物不得,便要求保管方支付违约金和赔偿损失;这种仓储保管合同的标的物往往数额较大,合同中约定的违约金也较高,因而其图谋一旦得逞,给保管方造成的经济损失是灾难性的。

748. 什么是委托合同?委托合同应具备哪些条款?

《合同法》第396条规定:"委托合同是委托人和受托人约定,由受托人处理委托人事务的合同。"委托人委托受托人处理委托人委托的事务,可以是一项或者是数项事务,也可以概括委托受委托人处理一切事务。委托他人处理事务的一方称为委托人,接受委托并处理事务的一方称受托人。委托合同是委托人委托受托人依照委托人的意志处置事务的合同,应具备以下主要条款:

(1)当事人基本条款。受委托人一旦对委托人作出承诺,就必须按委托人的要求处置好委托人委托的事项,反映出其严格的人身隶属关系,因此,在签订委托合同时,应具体、准确地在委托合同的前置部分写明委托人和受托人的姓名(或名称)、国籍、住址或营业所在地。如果是多个委托人或受托人的,应该分别写明,并由各个当事人分别签名或盖章;如果有关当事人是法人,应由其法定代表人或其授权的代理人签字,并加盖公章,未经授权的代理人不得代为签字。同时,也应写明合同签订的时间、地点。此条款有助于解决合同生效日期、终止日期、争议时法院的管辖权等问题。

(2)报酬。委托人在受委托人完成委托事项后,应当支付约定的报酬,报酬支付的方法也可以在合同中约定。

(3)当事人双方的权利、义务。合同中应明确双方当事人的权利、义务,以利于受委托人在权利范围内完全履行义务,顺利完成委托事项;如果在合同履行期间内发生争议,双方当事人也有清楚的尺度衡量自己的行为得失,便于争议的解决。

(4)委托处置的事务。委托事务即受托人办理委托事务的行为,是委托合同的标的。委托合同是委托人委托受委托人完成某一事项的处置,因此,委托的事项必须具体,处置的程度要清晰、明确,不可含糊不清。

(5)完成委托事项的期限。委托人委托受托人完成的事项的时间规定,委托人应按时间约定要求受委托人保质保量完成委托事项,受委托人也应在约定的时间内达到委托人的要求,如不能按时完成则构成违约,不仅不能如数获得约定的报酬,还要承担违约责任。

(6)质量要求,即受托人处置委托事项应达到的委托人的要求,制定该条款是衡量和计算报酬的依据。

(7)违约责任。违约责任条款是发生纠纷时认定赔偿的依据,双方当事人必须在违约责任条款中要约定违约金,并对赔偿金的数额及其计算方法进行明确的规定。

(8)争议解决的方式。当事人双方应在合同中约定发生争议时的解决方式,可选择的解决方式有双方协商、第三者调解、仲裁机关仲裁和法院审理,解决争议的方式应在合同中明确规定。

749. 委托人的主要损害赔偿责任有哪些?

委托人的主要赔偿责任有:

(1)因委托人指示不当致使受托人损失,委托人在受托人之外另行委托第三人处理委托事务并由此给受托人造成损失的,委托人应承担损害赔偿责任。

(2)委托事务未完成或合同未到期、委托人单方面要求提前解除合同关系并给受托人造成损失的,委托人负损害赔偿责任。

(3)委托人自身没有过错,受托人所受损害是由第三人的加害行为造成的,若加害的第三人不明,或无资力、或无过失而不能或不应负赔偿责任时,受托人只能请求委托人予以赔偿。

(4)在委托合同中的委托人为二人以上时,如合同中无特别约定,各个委托人应对受托人承担连带责任。

750. 订立委托合同应注意哪些问题?

委托合同的订立是当事人双方的意思表示一致的结果,当事人的这种内在意思需要以一定方式表达于外部,以便对方当事人能够了解其涵义,并相应作出是否予以接受的意思表示,从而才有可能达成意思表示一致的结果。当事人的内心意思表达一致有两种表达方式:口头委托合同和书面委托合同。当事人在订立合同时应注意以下几个问题:

(1)调查了解受托人的身份,防止被诈骗:委托合同虽然以当事人的相互信任为基础,但在实践中,委托人往往被受托人的花言巧语所欺骗,在预付了报酬和费用后,才发现上当受骗。

(2)内容合法,防止违法犯罪:我国《合同法》明确规定,只有依法订立的合同才受法律的保护,因此当事人在订立合同时,必须注意合同内容的合法性问题。

(3)委托权限明确:委托授权明确与否,是确定受托人是否履行义务以及是否正确履行义务的关键,也是确定事务处理的后果是否应由委托人承受的关键,因此当事人在订立合同时应注意要授权明确。

(4)受托人的免责条款:受托人承受适当的合同义务,是受托人认真履行事务处理义务的重要条件,合同中不适当免责条款对委托人来说不公平。

751. 什么是行纪合同?行纪合同有何特征?

《合同法》第 414 条规定,行纪合同是行纪人以自己的名义为委托人从事贸易活动,委托人支付报酬的合同。行纪合同又称信托合同,其中,接受委托办理事务的一方称为行纪人,委托行纪人为自己利益进行行纪行为的人称为委托人。行纪合同通常具有下列特征:

(1)行纪人为委托人的利益办理事务。行纪人虽然与第三人发生法律关系,但与第三

人的权利义务是最终归属委托人。

(2)行纪人以自己的名义办理受托事务。行纪人不是以委托人的名义办理委托事务，而是以自己的名义来为委托人办理各种委托事务，并对自己的行为直接负责。

(3)行纪合同为有偿合同。委托人应按照合同要求对行纪人的贸易活动支付一定的费用。

752. 签订行纪合同应注意哪些问题?

签订行纪合同应注意以下问题：

(1)根据我国《民法通则》的规定，民事法律行为的承诺方式可以以明示和默示的方式进行。因此，如果委托人擅自将委托物寄放于行纪人的仓库，行纪人未作明确表示拒绝，这种沉默的态度依照交易习惯，也应当视为行纪人的一种承诺形式，行纪人承担由此产生的委托物的风险。

(2)行纪合同订立阶段要注意以下几点。首先，行纪合同的形式要尽量采用书面形式。由于是口头合同，一旦发生纠纷，致使有关当事人之间的权利和义务的证明较为困难，从而可能使一方当事人，因对方当事人无故违约且不承认有关口头约定而遭受损失；其次，行纪合同的内容，尤其是主要条款(包括数量、质量、规格、价款等)，要明确约定。纵观行纪合同引起的纠纷，其中一部分就是由于当事人之间就合同的上述主要条款未能明确约定而引发的。

(3)行纪合同履行阶段应注意：在行纪合同履行过程中，各方当事人应贯彻全面履行原则，任何一方都不得无故不完全履行合同，否则应承担相应的违约责任。因为行纪合同不经过履行，委托人和行纪人的合同权无从谈起，合同的目的难以实现。

(4)行纪合同变更、解除和终止阶段应注意：行纪合同依法成立，即具有法律约束力，任何一方都不得擅自变更或解除之，此为行纪合同法律效力的体现和要求。但相应地，不断发展变化的情势，往往导致行纪合同的履行成为不可能或不必要，在这样情况下为取得更好的经济效益或者避免不必要的损失，法律允许当事人依法变更或解除行纪合同。此外，依据法律规定，当事人为维护自己的合法权益，避免遭受更大的经济损失，可终止合同。此处法律规定主要是指：行纪人无法完成委托事务；委托人撤销委托或行纪人辞去委托；行纪合同约定终止合同的条件出现或双方协商同意终止合同等情况。

753. 什么是居间合同? 居间合同有哪些特征?

根据《合同法》第 424 条规定，居间合同是居间人向委托人报告订立合同的机会或者提供订立合同的媒介服务，委托人支付报酬的合同。居间合同具有以下特征：

(1)居间合同为诺成合同，又叫不要式合同。其合同的成立，只要居间人和委托人达成真实意思的表示，合同成立，自合同成立时起，居间人就负有依委托人的指示进行居间的义务，一旦通过居间人的居间法律行为促成委托人与相对人签订合同，委托人即应支付

居间人报酬，故称之为诺成合同。因为居间合同的成立不需要特定的形式，故而也称为不要式合同。

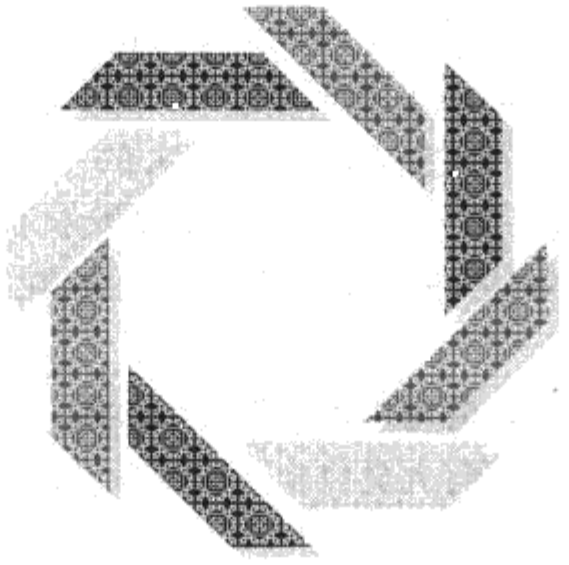
(2)居间合同是有偿的服务合同。居间人完成委托人交付的提供签订合同的机会或者提供签订合同的媒介服务后，应当收取委托人支付的报酬，但是，并不承担委托人和合同相对人所签订的合同的权利和义务。

(3)所谓居间人，是游弋于委托人与合同相对人之间的人，其目的是接受委托人的委托，向委托人提供订立合同的机会或者提供订立合同的媒介服务，凡具备从事居间人的知识、能力、从业条件的法人、公民均可以成居间人，居间人的法律活动，必须依法进行。

(4)委托人支付居间人的报酬具有不确定性。居间合同是有偿合同，但是委托人一方给付报酬的义务却是具有不确定性的，只有因居间人的法律活动达到了委托人的目的，委托人才履行支付报酬的义务，居间人的法律活动包含着不可能达到目的的因素，而委托人与合同相对人的合同谈判或者交易能否成功，也具有不确定性，所以委托人支付居间人的报酬的义务也就成了不确定性的了。

17

民事诉讼法律知识



754. 什么是民事诉讼?

在我国,人民法院审理民事案件,当事人进行民事诉讼活动时,人民法院、诉讼当事人及其他诉讼参与人为解决民事纠纷、保护合法权益而依法进行的全部活动,以及由此产生的各种关系的总和,是民事诉讼。具体而言,民事诉讼包括三层含义:第一,民事诉讼发生的条件,一是基于当事人的民事权益与他人发生争议或者受到侵害,需要解决;二是基于争议主体向人民法院提出了解决民事纠纷、保护其合法权益的请求。第二,民事诉讼的发动基于一方当事人的请求而开始,如果当事人不提出诉讼请求,人民法院不能依职权主动开始民事诉讼。第三,民事诉讼以当事人、其他诉讼参与人和人民法院进行的诉讼活动以及由这些活动所引起的诉讼法律关系为内容。

755. 什么是民事诉讼法?

民事诉讼法指国家制定或认可的、用以调整人民法院和一切诉讼参与人的民事诉讼活动,以及由此产生的诉讼关系的法律规范的总和。民事诉讼法调整的对象是民事诉讼,具体包括两方面的内容:一是人民法院和诉讼参与人的一切诉讼活动和诉讼行为;二是诉讼过程中发生的特定的社会关系。民事诉讼法不仅规定了人民法院审理民事案件的具体程序,而且,还规定了诉讼参与人的诉讼权利和诉讼义务,以及行使权力、履行义务的具体程序。

因此,民事诉讼法既是人民法院审理民事案件的准则,又是诉讼参与人实施诉讼行为的依据。人民法院的审判人员、执行人员以及一切民事诉讼参与人,都必须严格遵守民事诉讼法。

756. 民事诉讼法的任务是什么?

《民事诉讼法》第2条明确规定,我国民事诉讼法的任务是"保护当事人行使诉讼权利,保证人民法院查明事实,分清是非,正确使用法律,及时审理民事案件,确认民事权利义务关系,制裁民事违法行为,保护当事人的合法权益,教育公民自觉遵守法律,维护社会秩序、经济秩序,保障社会主义建设事业顺利进行。"

757. 什么是民事诉讼的基本原则？确立民事诉讼应主要考虑哪些因素？

民事诉讼的基本原则是贯彻于民事诉讼法的制定和实施过程，对民事诉讼活动起根本指导作用的基本准则。基本原则包括三层含义：其一，基本原则是民事诉讼法指导思想和内在原理的体现，它反映民事诉讼的本质和目的，承载民事诉讼的价值；其二，基本原则是构建民事诉讼法具体规范体系的前提和基础；其三，基本原则贯彻于民事诉讼法的制定和实施过程。在我国，确立民事诉讼的基本原则主要考虑的因素有：必须以宪法为依据并体现宪法精神和民事诉讼总体目的的要求，体现社会主义民主与法制精神，反映民事诉讼的基本价值取向，有利于树立公正、公平和诉讼的观念；从我国实际出发，以我国的经济制度、政治制度发展的需要为基础；必须体现诉讼制度的共同原理和民事诉讼的特殊原理，使之能为实现民事诉讼目的服务，而不至于流于形式。

758. 什么是诉讼权利平等原则？诉讼权利平等原则的基本内容有哪些？

《民事诉讼法》第 8 条规定："民事诉讼当事人有平等的诉讼权利。人民法院审理民事案件，应当保障和便利当事人行使诉讼权利。"这表明：当事人在民事诉讼中享有平等的诉讼权利；人民法院应当依法保障和便利当事人平等地行使诉讼权利。二者缺一不可。

当事人诉讼权利平等原则的基本内容包括：民事诉讼当事人诉讼地位平等。民事诉讼当事人不分民族、种族、职业、政治面貌、社会地位、受教育程度、经济状况、宗教信仰和居住地点，在民事诉讼中的地位都是平等的；双方当事人诉讼地位平等决定了他们有平等的诉讼权利；具体表现为双方的诉讼权利的同一性和对等性，同一性是指双方当事人享有内容相同的诉讼权利，对等性是指诉讼权利的具体内容虽有所不同，但双方享有的诉讼权利是对应的；双方当事人承担同等的诉讼义务，双方当事人的诉讼义务也具有同一性和对等性，人民法院应当为当事人平等行使诉讼权利提供便利的保障，人民法院在民事诉讼中起着组织指挥作用，保障和便利当事人能够平等地行使诉讼权利，是人民法院的职责。

759. 什么是同等原则？

同等原则是指作为诉讼主体的外国人、无国籍人、外国企业和组织，在我国进行民事诉讼，同我国当事人有同等的诉讼权利和义务。这实际上是给予外国公民、企业和组织以"国民待遇"，依法维护他们的诉讼权利和民事权利。《民事诉讼法》第 5 条规定："外国人、无国籍人、外国企业和组织在人民法院起诉、应诉，同中华人民共和国公民、法人和其他组织有同等的诉讼权利义务。外国法院对中华人民共和国公民、法人和其他组织的民事诉讼权利加以限制的，中华人民共和国人民法院对该国公民、企业和组织的民事诉讼权利，

实行对等原则。”

760. 什么是对等原则?

对等原则是指外国法院对我国公民、法人和其他组织的诉讼权利加以限制的,我国人民法院则“以限制反限制”,对该国公民、企业和组织的诉讼权利采取对等的措施。我国《民事诉讼法》第 5 条第 2 款规定的对等原则,是国与国之间平等互惠原则在司法上的体现。从积极方面讲,两国之间可能相互给对方当事人以诉讼上的方便;从消极方面讲,如果一国司法机关限制他国当事人的诉讼权利,他国司法机关也同样限制该国当事人的诉讼权利,以达到互相尊重、平等互利的目的。

761. 什么是法院调解原则? 法院调解的内容主要有哪些?

法院调解原则是指在民事诉讼中,双方当事人在法院主持下,就相互间的争议进行协商,在互谅互让的基础上达成协议,解决纠纷。法院调解既是一种诉讼活动,又是法院处理民事案件的一种工作方法和通过调解协议的结案方式。《民事诉讼法》第 9 条规定:“人民法院审理民事案件,应当根据自愿和合法的原则进行调解;调解不成的应当及时判决。”

法院调解的内容主要有:①法院调解以双方当事人自愿为前提和基础。所谓自愿,一是指当事人双方表示愿意在人民法院主持下进行调解协商活动,二是指调解协议的内容完全出自双方当事人的意愿,不得强迫。②法院调解须合法进行:一是指调解应尊重当事人意愿,在自愿的基础上进行调解,二是进行调解必须符合法律规定的程序制度,三是协议内容不得违反有关法律的规定,不得损害国家、集体和他人的合法权益;调解贯穿于审判程序的各个阶段,但不是必经程序,调解不成,应当及时判决。

762. 什么是民事诉讼的主管? 我国法院主管的民事案件主要有哪几种?

所谓民事诉讼的主管,也叫法院主管,是指法院与其他国家机关、社会团体之间解决民事纠纷的分工和权限。明确法院主管,不仅对审判权的落实及法院各项具体职权的行使有着重要意义,而且对保证正确、及时、合法地解决民事纠纷,维护当事人的合法权益也有着积极作用。我国法院主管的民事案件主要有以下几种:

(1)商法调整的商事关系发生纠纷的案件:如票据案件、股东权益案件、保险纠纷案件、海商案件等。

(2)民法调整的财产关系和人身关系发生纠纷的案件:如财产所有权、担保物权、债权、商标权、专利权、著作权、人格权、身份权等纠纷所发生的案件。

(3)经济法调整的部分经济关系发生纠纷的案件:如因不正当竞争行为引起的损害赔偿案件、产品质量纠纷案件等。

(4)婚姻法调整的婚姻家庭关系发生纠纷的案件:如离婚、收养、赡养、抚养等案件。

(5)劳动法调整的部分劳动关系发生纠纷的案件:如因企业开除、辞退职工发生的案件,因履行劳动合同发生的案件等。

(6)法律规定由法院适用民事诉讼法解决的其他案件。

763. 什么是管辖?主管和管辖有什么联系?

民事诉讼的管辖是指确定各级人民法院和同级人民法院之间,受理第一审民事案件的分工和权限。我国有四级法院,民事纠纷应由哪一级或同级法院中的哪一个地区的法院受理,这就是管辖所要解决的问题。

主管和管辖的联系表现在:主管是确定管辖的前提,管辖是主管的具体化。主管解决的是法院与其他国家机关、社会团体受理民事纠纷的分工,而管辖是在主管确定的基础上进一步明确各个法院受理民事纠纷的职权范围。正是由于主管和管辖的有机结合,才使得一旦发生民事纠纷,能迅速判明其是否属于法院管辖的范围,进而更加具体地确定是由哪一级法院和同级中的哪一个法院受理本案。

764. 管辖的原则主要有哪些?

(1)便于当事人进行诉讼:方便当事人进行诉讼,是我国民事诉讼法的出发点。根据这一原则,确定诉讼管辖,应充分考虑当事人起诉、应诉及进行其他诉讼活动的方便,我国民事诉讼法规定大多数民事纠纷都由基层人民法院管辖正是便民原则的体现,只有这样,才能节省诉讼成本、追求诉讼效益,更好地保护当事人的合法权益。

(2)便于法院行使审判权:法院在诉讼中需要实施一系列诉讼行为,如送达诉讼文书、实行财产保全、调查取证、执行等,为使诉讼富有效率地进行,必须考虑法院实施诉讼行为的便利,因此,便于法院审理和执行也是划分管辖必须遵循的原则之一。

(3)保证案件的公正审判:公正是民事诉讼的首要价值,公正审判是当事人和人民法院所共同追求的目标。确定民事诉讼管辖的原则时,应根据各级人民法院的职权范围和案件的具体情况来确定具体的管辖法院,只有这样,才能防止地方保护主义的干扰,排除行政机关及其他社会团体的干预,更好地保护当事人的合法权益。

(4)兼顾各级法院的职能和工作负担的均衡:首先是各级法院之间,职能不同,能力有别,任务各异。基层法院的任务较单纯,但案件较多,仅负责审理一审案件;中级以上法院负责审理上诉案件,案件量相对较少,但需要较高的审判水平,并要负责指导、监督下级法院的审判工作。法院级别越高,案件量越少,但指导、监督工作量也越大;在划分管辖时,必须考虑上述因素,在各级法院的工作负担上尽可能做到均衡。

(5)确定性与灵活性相结合:为便于当事人诉讼,便于法院行使审判权,对案件管辖应作明确具体的规定,但客观现实是不断发展和变化的,而法律是相对稳定的,为解决两者的矛盾,有必要赋予管辖适当的变通性和灵活性,以适应发展变化的审判实践的需要。

(6)有利于维护国家主权:在涉外民事诉讼中,管辖问题与国家主权有密切联系,在规定涉外民事案件的管辖时,应充分考虑到保证我国法院对民事案件的管辖权,以维护国家主权和我国公民的利益。

765. 什么是级别管辖?

级别管辖是指人民法院系统内部上下级人民法院在管辖上的分工,即确定各级人民法院之间受理第一审民事案件的范围和权限。级别管辖是在法院系统内部对各级法院的分工和权限所作的纵向划分,从而确定哪些一审案件应由哪一级法院管辖。根据人民法院组织法的规定,我国人民法院分为四级:即基层人民法院、中级人民法院、高级人民法院和最高人民法院。此外还有专门人民法院,即军事法院、铁路法院和海事法院。

766. 什么是地域管辖?级别管辖与地域管辖有什么联系与区别?

地域管辖是指确定同级人民法院之间在各自辖区内受理第一审民事案件的分工和权限,地域管辖离不开一定的区域范围,所以又称为区域管辖或土地管辖。我国民事诉讼法的地域管辖,是按照人民法院所在的行政区域,划分同级人民法院之间受理第一审民事案件的分工和权限。

级别管辖与地域管辖既有区别,又有联系。级别管辖只是确定了民事案件由哪一级法院管辖,而地域管辖则是在级别管辖的基础上,再具体确定案件由哪一个地区的人民法院管辖。所以,只有根据地域管辖的规定,才能最终确定案件的管辖。级别管辖是审判权的纵向划分,而地域管辖是审判权的横向划分。级别管辖是确定地域管辖的前提,地域管辖是级别管辖的进一步落实。

767. 什么是特殊地域管辖?民事诉讼法对特殊地域管辖是如何规定的?

特殊地域管辖又称特别管辖或特殊管辖,是指以诉讼所在地或民事法律事实发生地为标准,同时考虑被告住所地所确定的管辖。特殊地域管辖是相对于一般地域管辖而言的,它是根据不同民事案件的特殊情况来确定具体的管辖法院的,属于明确具体的法定管辖。根据《民事诉讼法》第24条至第33条的规定,特殊地域管辖包括如下情形:

(1)因合同纠纷提起的诉讼,由被告住所地或者合同履行地人民法院管辖。合同的履行地是指按照合同规定履行义务的地点。

(2)因保险合同纠纷提起的诉讼,由被告住所地或保险标的物所在地人民法院管辖。

(3)因票据纠纷提起的诉讼,由票据支付地或被告所在地人民法院管辖。票据纠纷是指因票据的签发、使用、转让、承兑等引起的纠纷。

(4)因铁路、公路、水上、航空运输和联合运输合同纠纷提起的诉讼,由运输始发地、目

的地或者被告住所地人民法院管辖。所谓的运输合同纠纷，是指托运人和承运人之间在运输法律关系中发生的权利义务争议。

(5)因侵权行为提起的诉讼，由侵权行为地或被告住所地人民法院管辖，侵权行为地包括侵权行为实施地和侵权结果发生地；当侵权行为地与发生地不一致时，两地法院都有管辖权。

(6)因铁路、公路、水上和航空事故请求损害赔偿提起的诉讼，由事故发生地或车辆、船舶最先达到地、航空器最先降落地或者被告住所所在人民法院管辖。

(7)因船舶碰撞或者其他海损事故请求损害赔偿提起的诉讼，由碰撞发生地、碰撞船舶最先到达地、加害船舶被扣留地或者被告所在地人民法院管辖。所谓的海损事故是指船舶在运行过程中发生的损害事故，包括船舶碰撞、触礁、搁浅、失火、沉没、损害港口设施等。

(8)因海难救助费用提起的诉讼，由救助地或者被救助船舶最先到达地人民法院管辖。

(9)因共同海损提起的诉讼，由船舶最先到达地、共同海损理算地或者航程终止地的人民法院管辖。

768. 什么是协议管辖？什么是制定管辖？

协议管辖又称合意管辖或约定管辖，是指双方当事人依照法定条件，在纠纷发生前或发生后，以书面方式自主约定管辖法院。

制定管辖是指上级法院依法以裁定方式，制定其辖区内的下级法院对某一案件行使管辖权；制定管辖的实质是法律赋予上级法院在特殊情况下有权变更和确定案件管理法院，以适应审判实践的需要，保证及时正确地审判案件。

769. 什么是民事诉讼的当事人？民事诉讼当事人有什么特征？

民事诉讼的当事人是指以自己的名义，就特定的民事争议要求法院行使民事裁判权的人及相对人。当事人有广义和狭义之分。广义的当事人包括原告和被告、共同诉讼人、第三人；狭义的当事人仅指原告和被告。在不同程序中，当事人有不同称谓，如在第一审程序中称为原告和被告；在第二审程序中称为上诉人和被上诉人；在审判监督程序中，适用第一审程序再审的，仍称为原告和被告，适用第二审程序再审的，仍称为上诉人和被上诉人；在特别程序中一般称为申请人，但选民资格案件中称为起诉人；在督促程序和企业法人破产还债程序中称为申请人和被申请人，在公示催告程序中称为申请人和利害关系人；在执行程序中称为申请执行人和被执行人。当事人的不同称谓，表明他处于不同的诉讼程序中，以及因诉讼程序不同而具有的不同诉讼地位和诉讼权利义务。当事人的特征表现在：以自己的名义进行诉讼；因民事权利义务争议而进行诉讼；当事人的行为能够引起民事诉讼程序发生、变更或消灭。

770. 当事人有哪些诉讼权利和义务?

当事人的诉讼权利主要表现在以下几个方面:

(1)提起诉讼的权利与反驳诉讼的权利;

(2)委托代理人的权利。当事人有权寻求代理人的帮助,委托诉讼代理人代为进行诉讼;

(3)申请回避的权利;

(4)收集和提供证据的权利;

(5)进行陈述、质证和辩论的权利;

(6)选择调解的权利;

(7)自行和解的权利;

(8)申请财产保全和先予执行的权利;

(9)提起上诉的权利;

(10)申请再审的权利;

(11)申请执行的权利;

(12)查阅、复制本案有关材料的权利。

当事人的诉讼义务主要表现在以下几个方面:

(1)依法行使诉讼权利;

(2)遵守诉讼秩序;

(3)履行生效的法律文书。

771. 什么是共同诉讼? 共同诉讼有哪几种?

共同诉讼是与单独诉讼相对应的概念,单独诉讼是指各方当事人均为一人的诉讼,所谓共同诉讼是指当事人一方或者双方为二人以上的诉讼。我国《民事诉讼法》第53条规定,当事人一方或者双方为二人以上,其诉讼标的是共同的,或者诉讼标的是同一种类,人民法院认为可以合并审理并经当事人同意的,为共同诉讼。原告一方有二人或二人以上共同参与诉讼,称为积极的共同诉讼,如果被告一方有二人或二人以上共同参与诉讼,则被称为消极的共同诉讼;如果原告和被告两方都有二人或二人以上共同参与诉讼,则称为混合的共同诉讼。在共同诉讼中,共同起诉和应诉的人,称为共同诉讼人。

772. 什么是民事诉讼中的第三人? 第三人具有哪些特征?

第三人是指在民事诉讼中,对他人之间的诉讼标的有独立的请求权,或者虽然没有独立请求权,但同案件处理结果有法律上的利害关系,而参加他人之间正在进行的诉讼的人。第三人可以分为两种:有独立请求权的第三人和无独立请求权的第三人,前者对他人

之间的诉讼标的提出全部或部分实体权利主张，后者仅与他人之间的诉讼结果有法律上的利害关系。第三人具有如下特征：

(1)必须在他人之间的诉讼开始以后，人民法院作出判决之前参加诉讼；如果他人之间的诉讼尚未开始或已经终结，都不存在第三人参加诉讼的问题。

(2)对他人之间的诉讼标的，具有全部或部分独立请求权，或者虽无独立请求权，但与案件的处理结果有法律上的利害关系。这是第三人参加诉讼的法律基础，舍此，第三人参加诉讼就失去了任何意义。

(3)第三人参加诉讼的目的，是为了维护自己的民事权益，并且以自己的名义参加诉讼；如果不是为了维护自己的民事权益，并以自己的名义参加诉讼，就不是第三人，而是诉讼代理人。

773. 什么是民事诉讼代理人？什么是法定诉讼代理人？

民事诉讼代理人是指以民事诉讼当事人的名义，在一定权限内替代或协助当事人进行民事诉讼活动的人。民事诉讼代理人的特征有：以被代理人的名义进行诉讼活动。诉讼代理人代理进行诉讼活动，目的是为了协助被代理人进行诉讼以实现诉讼权利和履行诉讼义务，从而维护被代理人的合法权益。这就决定了诉讼代理人不能以自己的名义进行诉讼，而只能以被代理人的名义进行诉讼；诉讼代理的法律后果由被代理人承担；诉讼代理人应当在代理权限范围内实施诉讼行为；诉讼代理人必须具有诉讼行为能力；诉讼代理人不能同时在同一案件中为双方代理诉讼活动，只能代理一方当事人进行诉讼。民事诉讼中的双方当事人往往有利益冲突，双方的利益要求是相对立的，诉讼代理人不可能同时在同一案件中维护双方当事人的利益。因此，在同一案件中，诉讼代理人只能代理一方当事人进行诉讼

法定诉讼代理人就是依照法律的直接规定代理无诉讼行为能力的当事人进行民事诉讼的人，这是为无诉讼行为能力人所设立的一种诉讼代理制度，因此基本上适用于两种情形：其一是代理未成年人进行诉讼；其二是代理缺乏辨认能力的精神病人进行诉讼。

774. 什么是委托诉讼代理？

委托诉讼代理人是指接受当事人、法定代表人、法定代理人的委托，代为进行诉讼的人，在委托诉讼代理中，由于代理人的选任和代理权限都以委托人的意志为转移，并且代理人与被代理人之间必须达成合意。因此，委托诉讼代理又称“意定代理”或“约定代理”，委托诉讼代理人也称为授权代理人或意定代理人。委托诉讼代理与法定诉讼代理相比，其特点表现在：诉讼代理权基于委托人的授权而发生。也就是说，诉讼代理权不是根据法律的直接规定而发生的，而是建立在委托人授权的基础上，委托人出具的授权委托书便是诉讼代理人取得代理权的依据；诉讼代理的权限范围和代理事项，除法律有特别规定外，一般由委托人自己决定；代理人和被代理人均须具有诉讼行为能力。

775. 委托诉讼代理人的范围有哪些?

我国《民事诉讼法》第58条第2款规定,下列人员可以充当委托诉讼代理人:

(1)律师:根据我国律师法规定,律师执业应当有律师资格和执业证书。

(2)当事人的近亲属:包括当事人的配偶、父母、成年子女和同胞兄弟姐妹。

(3)社会团体推荐的人:主要指与当事人有关的存在某种保护职责的社会团体,如与女当事人有关的妇联组织,与某青年当事人有关的青联组织或共青团组织所推荐的人。

(4)当事人所在单位推荐的人:指当事人工作单位举荐并能胜任代理之职的人。

(5)经人民法院许可的其他公民:除上述几种情况外,其他公民经法院许可,也可担任诉讼代理人。但一般认为,有下列情形之一的公民不能担任诉讼代理人:无民事行为能力或限制民事行为能力人,被剥夺政治权利的人在剥夺政治权利期间的,被判处刑罚正在服刑期间的,承办本案的审判人员的近亲属,可能损害被代理人利益的,法院认为不能做诉讼代理人的其他情况。

776. 什么是代表人诉讼制度?

代表人诉讼制度是指当事人一方或双方人数众多,因而由成员中的一人或数人代表众多当事人起诉、应诉,法院所作裁决对全体成员均有拘束力的一项诉讼制度。也就是说,确定代表人诉讼的原因是由于当事人人数众多,以至于不便或不可能让所有成员都出庭参加诉讼。例如,在环境公害诉讼中,由几个受害人代表全体受害人提起诉讼,以保护全体受害人的利益和社会公共利益。这种诉讼制度既可以充分发挥民事诉讼的作用,又可以减轻法院审理的负担,并能充分地保护相同或同类情况下,当事人的合法利益。

777. 什么是民事诉讼证据?

民事诉讼证据是指能够依法定规则证明案件真实情况的一切客观事实。这些客观事实绝大部分是由当事人收集、提供,并经法院查证认可的;另一部分则是由法院根据案件的具体情况自行收集、调取的。在诉讼中当事人使用证据的目的是为了证明其主张,法院使用证据的目的是查清案件事实,以便对争议作出判断;作为一种诉讼证据,民事诉讼证据与一般意义上的证据是有区别的,一般意义上的证据是指用以证明问题的根据,即由之可推知未知事实的已知事实。这种已知事实必须具有客观性和相关性,也就是这种已知事实必须是客观真实的,且与需证明的未知事实存在某种关联性。民事诉讼证据除具有一般意义上的证据所具有的两种特征外,还具有法律上的特征——合法性。

778. 民事诉讼证据的作用是什么?

民事诉讼证据的重要作用表现在如下几个方面:

(1)民事诉讼证据是法院确认争议事实的惟一手段和可靠依据。任何引起争议的民事关系产生、变更或消灭的事实,即民事案件争议事实都发生在过去,而要确认过去发生的事实,必须依靠证据,有了充分的证据,才能正确认定案件争议事实。

(2)民事诉讼证据是法院作出正确裁决的基础。

(3)民事诉讼证据是当事人维护自身合法权益的重要武器。我国《民事诉讼法》第64条第1款规定:"当事人对自己提出的主张,有责任提供证据。"

(4)民事诉讼证据也是说服教育当事人认真履行裁决书中所记载的义务的有效工具。以证据说话、以理服人,是保证法院判决得到有效执行,民事纠纷得到最终解决的最有效方式。

779. 我国民事诉讼立法上将证据分为哪几种?

(1)书证:是指以文字、图形、符号所记载或表示的内容、含义来证明案件事实的证据。记载或表示思想内容的文字可以是任意一种在一定区域内尚在普遍使用的文字,图形、符号应当是一定范围内通用的或行业习惯上使用的图形、符号,记载内容的载体可以是纸、竹、石、皮、布帛等可记载文字、图形、符号的物质;书证的制作方式可以是笔写、印刷、雕刻等等。

(2)物证:是指以存在的形态、重量、规格、品质等物质属性和外部特征来证明案件事实的一切物品或痕迹,如因产品质量不合格而产生的纠纷中,不合格产品即是物证;侵权损害赔偿纠纷中,被侵权行为损坏的财物即为物证。

(3)视听资料:是指利用录音、录像以及电子计算机储存的资料来证明待证事实的证据。

(4)证人证言:是指证人就其所了解的案件事实向法院所作的陈述。证人证言一般以言词形式表现出来,为言词证据,但若证人不能出庭作证而以书面形式提供证言,仍为证人证言,而非书证。我国《民事诉讼法》第70条规定,凡是知道案件事实的单位和个人都有义务作证,不能正确表达意志的人不能作证。

(5)当事人陈述:是指民事诉讼当事人就案件事实向法院所作的陈述。

(6)鉴定结论:是指鉴定人运用专门的知识或技术,根据所提供的案件材料,对案件中的专门问题进行研究分析后作出的结论。

(7)勘验笔录:是指司法人员为查明案件实施,对物证和现场进行勘查检验所作的记录。

780. 什么是证明对象?确定证明对象需要具备哪些条件?

所谓证明对象,是指必须以证据证明其真实性的事项或事实。证明对象回答的是有关诉讼中的哪些事实需以证据加以证明,而哪些证据无需证明的问题。

一般而言,某个事项要成为证明对象,必须具备三个条件:其一,该事项对正确处理案

件具有法律上的意义，一是具有实体法上的意义，指该事项的存在与否能证明或有利于证明当事人之间的民事实体法律关系的产生、变更或消灭；二是具有程序上的意义，指该事项的存在与否可能产生诉讼上的法律后果，如证明侵权事实发生于某地说明某一法院对该案有管辖权。其二，双方当事人存在争议的事实：法院一般不会将双方不存在争议的事实作为待查事实，而是将其直接认定为无需证明的基础事实。其三，该事实不属于法律规定免证的事实，如自认的事实等。

781. 免予证明的事实包括哪些？

无需证明或免予证明的事实主要包括以下几个方面：

(1)法院已知事实：法院已知的事实包括众所周知的事实和法院在职务上已知的事实。

①众所周知的事实：是指一定时空范围内，社会大众都知悉的事实，或根据经验法则众所周知的事实，如“1949 年中华人民共和国成立”，如“冬冷夏热”、“饥食渴饮”等。

②职务上已知的事实：法官在职务范围内已知的事实，如法例、条令、政府权力组织和措施等，应属于免证的事实。

(2)诉讼上承认的事实：诉讼上承认是指当事人对对方当事人提出的不利于己的事实，明确认可其真实性，或虽未明确认可，但也不否认其真实性。

(3)推定的事实：最高法院的《意见》第 75 条第 3 款规定：根据法律规定或已知事实，能推定出的另一事实，无需证明即可视为成立。

(4)预决的事实：《意见》第 75 条第 4 款明确规定，生效裁判所确定的事实具有免予证明的效力，即预决的事实可以免予证明。

(5)公证证明的事实：《民事诉讼法》第 67 条及《意见》第 75 条第 5 款规定，经法定公证程序公证的法律事实可无需证明即作为认定事实的依据。

782. 民事证据与刑事证据有什么区别？

民事证据与刑事证据的区别主要表现在以下几个方面：

(1)证明的范围不同。刑事证据的证明范围一般比民事证据的证明范围要宽。

(2)民事诉讼和刑事诉讼对证据的要求程度不同。刑事诉讼对证据的要求非常严格。如果证据是通过非法手段获得，如刑讯逼供或秘密录音等，则此证据绝无证据力，而民事诉讼对证据的要求要低一些。

(3)判断证据确凿程度的标准不同。在英美法系国家，衡量证据的确凿程度的标准有两个：一是不存在任何合理的疑点；二是一方当事人所提供的证据可能比另一方更可信。一般说来，前者适用于刑事案件，后者适用于民事诉讼。

(4)沉默在民事诉讼和刑事诉讼中具有不同的证据价值。一般而言，在刑事诉讼中，沉默是不能作为证据的。即使从被告人的沉默所能引出的最怀敌意的推论也不能等于有

罪的证据，仅仅可以作为参考。在民事诉讼中，沉默则作为一项相反的普通原则。

783. 什么是诉讼期间？

所谓期间又叫诉讼期间，是指人民法院、当事人和其他诉讼参与人进行或完成某种诉讼行为的期限和日期。《民事诉讼法》第112条规定："人民法院收到起诉状或者口头起诉，经审查，认为符合起诉条件的，应当在7日内立案，并通知当事人"；第147条规定："当事人不服地方人民法院第一审判决的，有权在判决书送达之日起7日内向上一级人民法院提起上诉。"这里的7日是人民法院审查当事人起诉和当事人提起上诉的期间。

期间有助于及时保护当事人和其他诉讼参与人的合法权益，也有助于提高民事诉讼效率、节约诉讼资源和减少当事人的讼累，还有助于维护诉讼活动的严肃性和法律的权威性。

784. 民事诉讼期间有哪几种类型？

《民事诉讼法》第75条规定，民事诉讼期间包括法定期间和人民法院的制定期间两种。

法定期间是民事诉讼法明确规定的诉讼期间，即民事诉讼法明文规定人民法院、当事人及其他诉讼参与人尽心完成某项诉讼行为所遵守的时间。

制定期间是指人民法院根据审理案件的具体情况，依职权决定当事人以及其他诉讼参与人实施某种诉讼行为的期间。

785. 什么是民事诉讼中的送达？

所谓民事诉讼中的送达，是指人民法院依照法定的程序和方式，将诉讼文书送交给当事人和其他诉讼参与人的行为。送达是人民法院进行的一项重要的诉讼行为，送达的特点主要表现在：送达是法院向当事人和其他诉讼参与人实施的诉讼行为；送达必须按照法律规定的程序和方式进行；送达的对象是各类诉讼文书，包括起诉状副本、答辩状副本、上诉状副本、传票、通知书、判决书、裁定书、调解书、决定书、支付令等。

786. 什么是诉讼调解？诉讼调解的主要作用有哪些？

所谓诉讼调解，是指在人民法院审判人员主持下，由双方当事人就发生争议的民事权利义务关系自愿进行协商、达成协议，由此解决纠纷，终结诉讼程序的一项法律制度。

调解和判决作为法院处理民事诉讼的两种主要方式，各有其作用。诉讼调解的作用主要表现在：首先，它能够迅速、彻底地解决当事人之间的民事纠纷，有利于提高审判效益。当事人自愿达成了调解协议，既能及时终结诉讼，使自己减少用于诉讼的时间、精力

和费用，尽快从诉讼中解脱出来，同时也使国家降低了司法成本、节约了司法资源，对国家和当事人自己都是有利的。其次，它有利于解决双方当事人之间的矛盾，保持双方的团结与合作，产生良好的社会效益。

787. 诉讼调解必须坚持哪些原则？

法院用调解方式处理民事纠纷时，应当遵循的原则有：首先必须遵循自愿原则。所谓自愿原则是指法院调解活动的进行和调解协议的达成，都必须以双方当事人自愿为前提，都应当建立在当事人自愿的基础之上。包括两个方面的含义：一是法院进行调解活动要以取得双方当事人的自愿同意为前提，二是调解协议的内容应当由双方当事人自愿达成，反映双方当事人的真实意愿。其次，必须坚持合法原则。《民事诉讼法》第 88 条规定："调解达成协议，必须双方自愿，不得强迫。调解协议的内容不得违反法律规定。"再次，必须坚持查清事实与分清是非原则。这是指人民法院必须在查明案件事实、分清是非的基础上进行调解。法院调解属广义的审理活动，调解处理纠纷与判决解决纠纷一样，都必须以事实为根据，因此，人民法院进行调解时要以事实清楚、是非明确为前提，如果在调解时事实不清，是非也就不能分明，是非不能分明，就无法明确当事人各自的责任，也就不能疏导、说服和教育当事人，促成当事人达成调解协议；另一方面，如果事实清楚，但调解时是非不分，也是不能达到调解目的的。只有既查清事实，又分清是非，才能有效地进行调解活动，促使调解协议的达成。

788. 什么是妨害民事诉讼的强制措施？其特征主要有哪些？

所谓的妨害民事诉讼的强制措施是指人民法院在民事诉讼中，为了制止和排除诉讼参与人或案外人对民事诉讼的妨害，维护正常的诉讼秩序，保证诉讼和执行活动的顺利进行，而依法对妨害人所采取的各种强制手段的总称。

妨害民事诉讼的强制措施，不是民事诉讼程序，而是保障民事诉讼程序顺利进行的手段，是民事诉讼法律规范中不可缺少的重要组成部分，其特征主要表现在：首先，妨害民事诉讼的强制措施是人民法院针对实施了妨害民事诉讼的行为人，依职权主动采取的强制措施，它不需要任何人的申请；其次，妨害民事诉讼的强制措施的适用对象十分广泛，既包括当事人及其他诉讼参与人，也包括妨害民事诉讼的案外人；再次，妨害民事诉讼的强制措施适用于民事诉讼的全过程，既可以在审判阶段适用，也可以在执行阶段适用；最后，实施强制措施的目的在于排除妨害民事诉讼与执行中的障碍，惩戒妨害行为人，保证诉讼和执行活动顺利进行。

789. 妨害民事诉讼行为有哪些种类？

妨害民事诉讼行为的具体种类有：

(1)必须到庭的被告,经两次传票传唤,无正当理由拒不到庭。依据最高人民法院关于适用《民事诉讼法》意见第112条第1款的规定,所谓必须到庭的被告,是指负有赡养、抚育、抚养义务和不到庭就无法查清案情的被告。所谓无正当理由,通常是指客观上并不存在不可抗力、意外事件等使前述被告无法到庭的特殊情况。

(2)违反法庭规则,扰乱法庭秩序的行为。

(3)伪造、毁灭重要证据,妨碍人民法院审理案件。伪造证据,指行为人为掩盖事实本来面目而故意以弄虚作假的方式制造根本就不存在的证据;毁灭重要证据,是指行为人将现有的能够证明案件事实的证据销毁。

(4)以暴力、威胁、贿买方法阻止证人作证,或者指使贿买、胁迫他人作证。这里包括两方面的行为:其一是以武力、殴打、拘禁、恐吓、金钱引诱方式阻止本案证人向法庭提供证言;其二是以强迫、逼使、金钱引诱、要挟方式使不是本案的证人作证,或让本案证人作虚假证明。

(5)隐藏、转移、变卖、毁损已被查封、扣押的财产,或者已被清点并责令其保管的财产,转移已被冻结的财产。

(6)对司法工作人员、诉讼参加人、证人、翻译人员、鉴定人、勘验人、协助执行人进行侮辱、诽谤、诬陷、殴打或者打击报复。

(7)以暴力、威胁或者其他方法妨碍司法工作人员执行职务。

(8)拒不履行人民法院已经发生法律效力的判决、裁定行为。

(9)有义务协助调查、执行的单位和个人拒不履行协助义务。

(10)采取非法拘禁他人或者非法私自扣押他人财产追索债务。

(11)执行工作中的妨害行为。

790. 民事诉讼法中妨害执行的行为有哪些?

民事诉讼法中妨害执行的行为主要有:

(1)隐藏、转移、变卖、毁损向人民法院提供执行担保的财产的。

(2)案外人与被执行人恶意串通转移被执行人的财产的。

(3)故意撕毁人民法院执行公告、封条的。

(4)伪造、隐藏、毁灭有关被执行人履行能力的重要证据,妨碍人民法院查明被执行人财产状况的。

(5)指使、贿买、胁迫他人对被执行人的财产状况和履行能力问题作伪证的。

(6)妨碍人民法院依法搜查的。

(7)以暴力、胁迫或其他方法妨碍或抗拒执行的。

(8)哄闹、冲击执行现场的。

(9)对人民法院工作人员或协助执行人员进行侮辱、诽谤、诬陷、围攻、威胁、殴打或者打击报复的。

(10)毁损、抢夺执行案件材料、执行公务车辆、其他执行器械、执行人员服装和执行公务证件的。

791. 对妨害民事诉讼的行为应采取哪些强制措施?

妨害民事诉讼的行为是指诉讼参与人或案外人在民事诉讼过程中,故意干扰、破坏诉讼秩序、阻碍诉讼活动正常进行的行为。根据《民事诉讼法》的规定,对妨害民事诉讼的下列行为应采取的强制措施是:

(1)对依法必须到庭的被告,经人民法院两次传唤,而无正当理由拒不到庭的,可以对其拘传。

(2)对违反法庭规则的人,人民法院可以对其训诫,责令退出法庭或者予以罚款、拘留;而对哄闹、冲击法庭,侮辱、诽谤、威胁、殴打审判人员,严重扰乱法庭秩序的人,依法可以追究刑事责任,情节较轻的,予以罚款、拘留。

(3)对妨害诉讼证据的收集、调查,干扰诉讼的下列行为:伪造、毁灭重要证据,妨碍人民法院审理案件的;以暴力、威胁、贿买方法阻止证人作证或者指使、贿买、胁迫他人作伪证的;隐藏、转移、变卖、毁损已被查封、扣押的财产,或者已被清点并责令其保管的财产,转移已被冻结的财产的;对司法工作人员、诉讼参加人、证人、翻译人员、鉴定人、勘验人、协助执行的人,进行侮辱、诽谤、诬陷、殴打或者打击报复的;以暴力、威胁或者其他方法阻碍司法工作人员执行职务的;拒不履行人民法院已经发生法律效力的判决、裁定的等,人民法院可以根据情节轻重予以罚款、拘留;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

(4)对有义务协助调查、执行的单位有下列行为之一的:有关单位拒绝或者妨碍人民法院调查取证的;银行、信用社和其他有储蓄业务的单位接到人民法院协助执行通知书后,拒不协助查询、冻结或者划拨存款的;有关单位接到人民法院协助执行通知书后,拒不协助扣留被执行人的收入,办理有关财产权证照转移手续,转交有关票证、证照或者其他财产的等,人民法院除责令其履行协助义务外,并可以予以罚款。

对个人的罚款金额为人民币1000元以下;对单位的罚款金额为人民币1000元以上3万元以下,拘留的期限为15日以下,被拘留的人交由公安机关看管。

792. 什么是诉讼费用?

所谓诉讼费用是指当事人在人民法院进行民事诉讼及相关活动,依法应当缴纳和支付的费用。《民事诉讼法》第107条规定:"当事人进行民事诉讼,应当按照规定缴纳案件受理费,财产案件除缴纳案件受理费用之外,并应按照规定缴纳其他诉讼费用。"

793. 诉讼费用的案件受理费包括哪些?

诉讼费用的案件受理费有如下几类:

(1)非财产案件受理费:非财产案件是指因人身关系或人身非财产关系发生争议而提起诉讼的案件。非财产案件受理费的征收,适用按件征收原则,涉及财产的部分依不同情

况分别处理。根据《人民法院诉讼收费办法》及收费办法的补充规定：

①离婚案件，每件收 10 元至 50 元；涉及财产分割的，总额不超过 1 万元的，不另收费；超过 1 万元的，超过部分按 1%收取。

②侵害姓名权、名称权、肖像权、名誉权、荣誉权的案件，每件收取 50 元至 100 元。

③知识产权纠纷案件，每件收取 50 元至 100 元；有争议金额的，按财产案件的收费标准交纳。

④劳动争议案件，每件交纳 30 元至 50 元。

⑤其他非财产案件，每件交纳 10 元至 50 元。

(2)财产案件受理费：财产案件是指当事人因财产权益发生争议而提起诉讼的案件。财产案件受理费通常依率计征，我国《诉讼收费办法》第 5 条规定：财产案件受理费采用递减办法依率征收。具体而言，财产案件的受理费按当事人争议财产的价额或金额，采取以下办法计征：

①不满 1000 元的，每件交 50 元。

②超过 1000 元至 5 万元的部分，按 4%交纳。

③超过 5 万元至 10 万元的部分，按 3%交纳。

④超过 10 万元至 20 万元的部分，按 2%交纳。

⑤超过 20 万元至 50 万元的部分，按 1.5%交纳。

⑥超过 50 万元至 100 万元的部分，按 1%交纳。

⑦超过 100 万元的部分，按 0.5%交纳。

另外，破产案件按破产企业财产总值，依照财产案件收费标准交纳案件受理费。《补充规定》第 8 条对此又作了补充，即“破产案件，按照破产企业财产总值依照财产案件收费标准计算，减半交纳，但最高不超过 10 万元。”

(3)程序申请费：是指当事人申请人民法院为一定的程序行为或开始非讼程序所交纳的费用。该项费用原则上按计件方式收取，但执行程序申请费则按依率递减的方法收取。其具体的收费标准是：

①申请财产保全的，保全财产的金额或价额不满 1 千元的，每件收取申请费 30 元；超过 1 千元至 10 万元的部分，按 1%收取申请费；超过 10 万元的部分，按 0.5%收取。

②海事海商案件，申请扣押船舶的，每件交纳 1 千元至 5 千元申请费；申请债权登记的，每件交纳 500 元；申请留置货物、燃料的，每件交纳 500 元；申请船东责任限制的，按申请限制数额的 0.1%收取，但最低不少于 500 元。

③申请支付令的，每件收取 100 元申请费。

④申请公示催告的，每件收取 100 元申请费。

⑤申请破产还债的，按破产企业财产总值，依照财产案件收费标准计算，减半交纳，但最高不超过 10 万元。

⑥申请执行案件，执行金额或价额在 1 万元以下的，每件收取 50 元申请费；超过 1 万元至 50 万元的部分，按 0.5%收取；超过 50 万元的部分，按 0.1%收取。

794. 什么是财产保全？财产保全适用的条件和范围是什么？

财产保全，是指法院在案件受理前或诉讼过程中，根据利害关系人或当事人提出的申请，或者依职权对当事人的财产或争议标的物作出的强制性保护措施，以保证将来作出的判决能够得到有效的执行。财产保全是民事诉讼中的重要制度之一，它的设置不仅能保证人民法院将来的生效判决得到顺利执行，维护法院生效判决的权威性和严肃性，而且还能切实维护胜诉一方当事人的合法权益，具有重要的意义和作用。

根据民事诉讼法的规定，财产保全有两种，一是诉前财产保全；二是诉讼财产保全。

(1)诉前财产保全：是指起诉前，人民法院根据利害关系人的申请，对被申请人的财产采取的强制性措施。采取诉前财产保全应具备下列条件：情况紧急，不立即采取措施，将会使申请人的合法权益受到难以弥补的损害；必须有利害关系人提出保全财产的申请；申请人必须提供担保。

(2)诉讼财产保全：人民法院在受理案件后、诉讼终结前，为了保证将来发生法律效力的裁判能得到全部执行，而对当事人的财产采取的强制性措施。对诉讼财产进行保全应具备下列条件：必须是因当事人一方的行为或者其他原因，有可能使法院将来作出的判决不能执行或者难以执行；一般应根据当事人的申请，必要时法院也可以依职权作出裁定；案件具有给付内容。

财产保全的范围仅限于请求的范围，或者与本案有关的财物。所谓"限于请求的范围"，在诉前保全中，不得超过申请人的权利请求范围；在诉讼中的保全，不得超过当事人的诉讼请求范围。对与本案无关的财物，则不可采取保全措施。财产保全采取查封、扣押、冻结或者法律规定的其他方法。

795. 什么是先予执行？先予执行应满足哪些条件？

先予执行是指人民法院在审理民事案件过程中，为解决原告生活或生产经营上的迫切需要，在终审判决之前，裁定被告预先给付原告一定的钱物，或者实施或停止实施某种行为，并立即执行的制度。它是民事诉讼中一种特殊的执行制度。

根据《民事诉讼法》第98条第1款的规定，人民法院裁定先予执行，必须依据以下条件：

(1)申请人确有困难。申请人的困难是指申请人依靠被申请人(被告)履行义务而维持正常生活，如丧失劳动能力又无经济来源的母亲靠子女给付赡养费维持生活，在人民法院作出生效判决前，如果不裁定先予执行，则原告就无法维持正常的生活；原告的生产经营活动，必须依靠被告提供一定条件或履行一定义务才能够进行，在人民法院判决前，如果人民法院不裁定先予执行，将严重影响原告的生产经营活动。

(2)当事人之间权利义务关系明确。在诉讼的双方当事人之间必须存在民事法律关系，并且在这一民事法律关系中，原告必须是享有权利的一方，被告应当是履行义务的一

方。如果当事人之间的权利义务关系不明确,存在争议,则不宜采取先予执行的措施。

(3)当事人提出申请。不先予执行究竟会对当事人的生活或生产经营造成何种程度的影响,当事人本人最清楚。因此,应当由当事人来决定是否申请先予执行;法院只有在当事人提出申请的情况下,才能裁定先予执行,而不能依职权主动裁定先予执行。

(4)被申请人有履行能力。先予执行的目的是为了解决原告的燃眉之急,及时解决其实际困难,如果被告没有能力先行给付,自己也存在一定困难,就没有先予执行的条件,即使人民法院作出先予执行裁定,也是一纸空文,没有实际意义。

796. 什么是起诉?起诉必须符合哪些条件?

所谓起诉是指当事人因民事权利义务纠纷,以自己的名义要求人民法院适用诉讼程序并作出裁判的诉讼行为。

当事人起诉应符合法定条件,否则达不到预期的法律效果。根据《民事诉讼法》第108条的规定,起诉应同时符合下列要求:

(1)原告是与本案有直接利害关系的公民、法人和其他组织。根据我国《民事诉讼法》第49条第1款的规定,公民、法人和其他组织可以作为民事诉讼的当事人,以自己的名义起诉或者应诉,成为原告或者被告。公民和法人既是从事民事活动的主体,也是进行民事诉讼活动的主体;其他组织是指不具备法人资格,但是具有相对独立的财产或者具备某些特殊民事权利,能够以自己的名义起诉、应诉的各类组织。凡是具有民事诉讼权利能力的公民、法人和其他组织,都可以成为民事诉讼中的当事人,但要成为某一具体案件的原告,除了具有诉讼权利能力外,还必须与本案有直接的利害关系。

(2)有明确的被告。所谓"有明确的被告",是指原告必须指明谁实施了侵害权利的行为,或者与何人发生了争议。被告不明确,诉讼缺少了相对方,等于无的放矢,人民法院的裁判也无法确定承担责任的主体,从而难以使用司法权保护当事人的合法权益。

(3)有具体的诉讼请求和事实、理由。具体的诉讼请求是指原告起诉,要有明确的诉讼目的,请求通过法院的审判解决什么问题,对被告有什么要求。因此,原告起诉时,必须明确指出要求人民法院保护其合法权益的内容,要求法院判令被告履行什么义务,或解除、变更某种民事诉讼法律关系,或者确认某种法律关系是否存在。诉讼请求必须明确、具体。

(4)属于人民法院主管和受诉人民法院管辖。根据我国《民事诉讼法》第3条规定:"人民法院受理公民之间、法人之间、其他组织之间以及他们相互之间因财产关系和人身关系提起的民事诉讼。"它具体包括民事纠纷、经济纠纷、海事、海商纠纷和依法适用民事诉讼法审理的其他案件。

797. 什么是反诉?

所谓反诉,是指在已经开始的民事诉讼中,被告以本诉的原告为被告,向人民法院提

出的与本诉有牵连的保护自己合法权益的请求。就其实质而言，是被告向原告提出一种新的诉讼。反诉制度之所以建立，就在于在诉讼实践中存在着这样的情况：即同一证据事实或同一法律关系中包含着双方当事人对立的民事权利（如甲诉乙返还走失的牲畜，而乙反诉甲支付看管饲养费），在这种法律关系中，被告享有独立的但与原告相反的民事权利，因此其就有独立的诉权。反诉正是被告独立行使诉权的结果，而不是基于本诉的诉讼理由所提出的简单的反驳，因此从本质上讲，反诉是一种独立的诉讼，而不是反驳或答辩。

798. 什么是开庭审理？有什么重要意义？

开庭审理，是指人民法院在当事人和所有诉讼参与人的参加下，全面审查证据、认定案件事实，并依法调解或作出裁判的活动。《审判方式改革》第 7 条规定，按普通程序审理的案件，开庭审理应当在答辩期届满并做好必要的准备工作之后进行。当事人明确表示不提交答辩状，或在答辩期届满前已经答辩，或者同意在答辩期间开庭的，也可以在答辩期限届满前开庭。

开庭审理是人民法院审理案件、解决民事纠纷的中心环节，是我国民事诉讼中最基本、最主要和最关键的阶段。搞好开庭审理，有着重要意义：能够有效地保障当事人充分地行使诉讼权利；有利于对案件事实和证据进行全面审查、核实；有利于进行法制宣传教育、扩大办案效果；能够促使审判人员严格依法办案，保证办案质量。

799. 什么是撤诉？

撤诉是指人民法院受理案件后至宣判前，原告撤回自己的诉讼请求的诉讼行为。原告向人民法院提起诉讼，或当事人不服原审判决而向上一级人民法院提起上诉，都是行使法律赋予的诉讼权利。起诉或上诉后又表示撤回，是当事人对自己诉讼权利的一种处分行为。人民法院应当尊重和保障当事人这一权利的实现，对于符合法律规定的撤诉申请，人民法院应予批准。根据处分原则的要求，撤诉这项诉讼权利的行使，必须在法律规定的范围内进行，必须以不损害国家、社会、集体或他人的合法权益为衡量标准。

800. 什么是诉讼中止？什么情况下应当实行诉讼中止？

诉讼中止是指在整个诉讼程序当中，因出现某种法定原因，诉讼程序中途停止。《民事诉讼法》第 136 条规定，出现以下几种情形时应当实行诉讼中止：

（1）一方当事人死亡，需要等待继承人表明是否参加诉讼的；

（2）一方当事人丧失诉讼行为能力，尚未确定法定代理人的；

（3）作为一方当事人的法人或者其他组织终止，尚未确定权利义务承受人的；

（4）一方当事人因不可抗拒的事由，不能参加诉讼；

（5）本案必须以另一案的审理结果为依据，而另一案尚未审结的；

(6)其他应当中止的情形。

801. 什么是简易程序？其意义何在？哪几类案件适用简易程序？

简易程序是指人民法院审理简单的民事案件所适用的一种简便易行的诉讼程序。简易程序是第一审程序中的一种独立的诉讼程序，是普通程序的简化。简易程序具有两方面的意义：便利群众诉讼，减少讼累，有利于及时解决纠纷，防止矛盾激化，有利于社会安定团结和经济发展的顺利进行；便利人民法院办案，减少不必要的繁琐程序，可以及时解决简单的案件，集中力量办理重大复杂的案件，提高办案质量和办案效率。

一般来说，下列几类案件可以适用简易程序：

(1)结婚时间短、财产争议不大的离婚案件，或者当事人婚前患有法律规定的不准结婚的疾病案件；

(2)权利义务关系明确，只是给付时间或金额上有争议的赡养费、扶养费和抚育费案件；

(3)确认或变更收养、扶养关系，双方争议不大的案件；

(4)借贷关系明确，证据充分和金额不大的债务案件；

(5)遗产和继承人范围明确，讼争遗产数额不大的继承案件；

(6)事实清楚、责任明确，赔偿金额不大的损害赔偿案件；

(7)事实清楚、情节简单、是非分明，争议焦点明确，讼争金额不大的其他案件。

802. 什么是涉外民事诉讼？具体表现在哪些方面？

所谓涉外民事诉讼，是指含有涉外因素的民事诉讼。涉外因素是指民事诉讼的主体、客体或内容三项中的某一项或多项与外国有牵连关系，具体表现在：

(1)民事诉讼的当事人一方或双方为外国人、无国籍人、外国企业或组织，如外国公民与我国公民之间发生的侵权纠纷案件；外国某公司与我国某公司之间因合同履行而发生的纠纷案件，这些都是诉讼主体具有涉外因素的民事诉讼。

(2)民事诉讼的当事人之间民事法律关系的产生、变更、终止的法律事实发生在外国，如合同是在外国履行的或者侵权行为是在外国发生的，但在人民法院进行民事诉讼的双方当事人都是中国的公民个人或企业法人，这些都是在诉讼内容方面含有涉外因素的民事诉讼。

(3)民事诉讼的当事人之间争议的标的物位于外国，如继承人之间为争执被继承人的遗产，诉至人民法院，而被继承人的部分遗产在美国境内。这类民事案件就属于在诉讼客体方面含有涉外因素的民事诉讼。

只要具备以上三项涉外因素中的一项或多项的民事诉讼，就构成为涉外民事诉讼，在审判实践中，这种具备涉外因素的民事诉讼诉诸法院后就构成为涉外民事案件。

803. 涉外民事诉讼必须坚持哪些基本原则?

在涉外民事诉讼程序中,人民法院、当事人以及诉讼参加人除遵守民事诉讼法的一般原则外,还必须遵循有关涉外民事诉讼的特殊原则。

(1)适用我国民事诉讼法的原则。根据民事诉讼法规定,我国人民法院审理涉外民事案件,只适用我国民事诉讼法,具体表现为:外国人、无国籍人、外国企业和组织在我国起诉、应诉,适用我国民事诉讼法;凡属我国人民法院管辖的案件,我国人民法院享有司法管辖权;外国法院的裁判需经我国法院审查并承认后,才在我国发生法律效力。这些规定表明,人民法院处理涉外民事案件,是作为国家的代表来行使司法主权的。

(2)适用我国缔结或者参加的国际条约的原则。国际条约是一个国家对所参加的条约承担义务的协议,旨在调整和发展国家间的各种关系,保护本国公民在国外的合法权益,以建立某种具体的国籍经济、文化或者其他方面的交往的正常秩序。凡是在自愿平等原则基础上参加条约的地区和国家,都有义务信守和执行条约规定的义务。

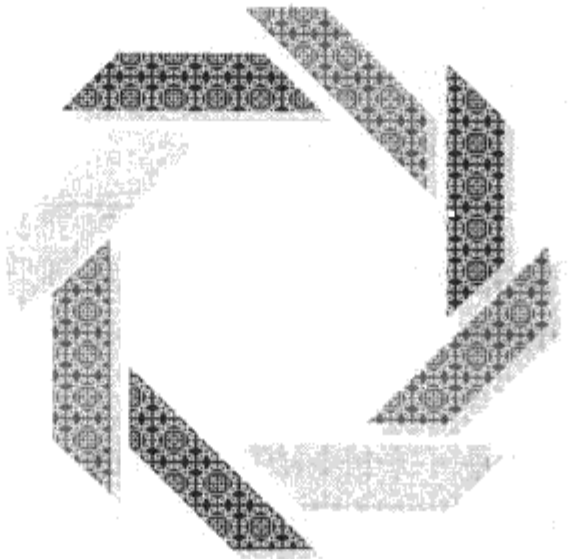
(3)司法豁免原则。司法豁免权是指一个国家根据本国法律或者参加、缔结的国际条约,对居住在本国的外国代表和组织赋予的免受司法管辖的权利。司法豁免权是外交特权的一种。司法豁免权建立在国家之间对等的基础之上,只有相互给予,而无单方给予。司法豁免权包括刑事司法豁免权和民事司法豁免权。

(4)使用我国通用的语言、文字原则。根据《民事诉讼法》第240条的规定,人民法院审理涉外民事案件时,应当使用我国通用的语言、文字。

(5)委托中国律师代理诉讼的原则。外国人、无国籍人、外国企业和组织在我国人民法院起诉、应诉,需要委托律师代理诉讼,必须委托中国的律师。

18

刑事诉讼法律知识



804. 什么是刑事诉讼？什么是刑事诉讼法？

我国的刑事诉讼是指公检法机关在当事人和其他诉讼参与人的参加下，进行侦查、起诉、审判等项诉讼活动并确保无罪的人不受刑事处罚的活动过程。

我国的刑事诉讼法是指国家制定的公安机关、人民检察院、人民法院在当事人和其他诉讼参与人参加下进行刑事诉讼必须遵守的刑事程序法律规范的总和。

刑事诉讼法属于程序法，是相对于刑事实体法即刑法而言的，因此刑事诉讼法是刑事程序法律规范。根据刑事程序法的特征，要求刑事诉讼法的内容必须具有可操作性、应用性、实用性的特点。就其实质而言，刑事诉讼法“以确定刑罚权之有无及其范围为目的，即实行刑法之法。

805. 刑事诉讼法的宗旨是什么？包含哪几个方面？

刑事诉讼法的宗旨，也就是制定刑事诉讼法的目的，是指国家制定刑事诉讼法以规范刑事诉讼活动所要达到的预期目标或结果。根据《刑事诉讼法》第1条的规定，我国刑事诉讼法的宗旨包含以下相互联系的几个方面：

(1)要确保刑法的正确实施。刑法是刑事实体法，规定犯罪和刑罚，为定罪量刑提供依据和标准；刑事诉讼法是程序法，规定如何追究和惩罚犯罪，规范立案、侦查、起诉、审判、执行的程序。因此，刑法和刑事诉讼法对于刑事诉讼而言，两者是相辅相成、互相依存、缺一不可的。

(2)惩罚犯罪，保护人民。这是一个问题的两个层面，从现象上看，刑法的正确实施表现为对犯罪者的惩罚；刑事诉讼是行使国家刑罚权追究犯罪、惩罚犯罪的活动，通过侦查、起诉、审判等一系列活动，在准确及时地查明案件事实的基础上，适用刑法给犯罪分子以应有的刑事制裁；从实质上看，惩罚犯罪的目的是为了有效地保护广大人民群众的人身权利、财产权利、民主权利和其他合法权利不受犯罪行为的侵犯。

(3)保障国家安全和社会公共安全，维护社会主义社会秩序。安全和秩序是我国刑事诉讼的基本目的，正确实施刑法以惩罚犯罪，基本目的是保障国家安全和社会公共安全，维护社会主义社会秩序，从根本上实现保护人民的宗旨。

806. 我国刑事诉讼的特有原则有哪些？

特有原则，是指只适用于刑事诉讼而不适用于民事诉讼和行政诉讼的一些原则。主

要有：

（1）国家专门机关依法行使职权原则。我国《刑事诉讼法》第3条规定："对刑事案件的侦查、拘留、执行逮捕、预审，由公安机关负责。检察、批准逮捕、检察机关直接受理的案件的侦查、提起公诉，由人民检察院负责，审判由人民法院负责；除法律特别规定的以外，其他任何机关、团体和个人都无权行使这些权力。人民法院、人民检察院和公安机关进行刑事诉讼，必须严格遵守本法和其他法律的有关规定。"我国《刑事诉讼法》第4条规定："国家安全机关依照法律规定，办理危害国家安全的刑事案件，行使与公安机关相同的职权。"

（2）专门工作与依靠群众相结合原则。我国《刑事诉讼法》第6条规定："人民法院、人民检察院和公安机关进行刑事诉讼，必须依靠群众。"这一原则称为"专门工作与依靠群众相结合"的原则；它强调了国家专门机关在办理刑事案件时，应当贯彻群众路线，而不能关门办案，不能搞神秘主义。

（3）分工负责、互相配合、互相制约原则。我国《刑事诉讼法》第7条规定："人民法院、人民检察院和公安机关进行刑事诉讼，应当分工负责，互相配合，互相制约，以保证准确有效地执行法律。"分工负责、互相配合、互相制约原则是解决刑事诉讼中专门机关之间相互关系的基本准则，反映了公、检、法三机关在刑事诉讼中相互关系的特点。其基本含义包括：

①分工负责是指公、检、法三机关根据法律赋予的职权，按照不同的分工进行刑事诉讼，各司其职，各负其责，不能互相代替和超越职责权限。

②互相配合是指公、检、法机关在刑事诉讼中，在分工负责的基础上，通力合作，互相支持，协调一致，共同完成刑事诉讼法的任务。

③互相制约是指公、检、法机关在分工负责的基础上，互相配合的过程中，坚持真理，互相牵制和约束，防止可能发生的错误和偏差，使已经发生的错误得到及时纠正。

分工负责，互相配合，互相制约之间不是彼此孤立的，而是相辅相成、辩证统一的关系。分工负责是互相配合、互相制约的前提条件；没有分工负责，就根本不存在互相配合、互相制约的问题。互相配合是在分工负责的基础上完成刑事诉讼法任务的基本要求和必要条件；对绝大多数案件而言，侦查、起诉、审判都只是刑事诉讼活动中的一个环节、"一道工序"，都不可能独立完成刑事诉讼法的任务，互相配合就势在必然；互相制约是分工负责的目的，如果不是为了互相制约，分工负责就毫无价值；同时，互相制约也只有在互相配合中得以实现，在互相配合中互相制约，在互相制约中更好地互相配合。总而言之，没有分工，就谈不上配合和制约；只强调配合而无视分工，必然分工不明，造成混乱；只强调配合而忽视制约，就会照顾关系而放弃原则，其结果是容易放纵罪犯或伤害无辜；只强调制约而忽视配合，就可能使三机关对立起来，互相抵消力量，从而妨碍刑事诉讼的正常进行。

（4）保障辩护权原则。我国《刑事诉讼法》第11条规定："被告人有权获得辩护，人民法院有义务保证被告人获得辩护。"这条规定可以概括为"保障辩护权原则"，这是刑事诉讼中最重要的原则之一。

（5）罪从判定原则。我国《刑事诉讼法》第12条规定："未经人民法院依法判决，对任何人都不得确定有罪。"这一规定是吸收了国际上通行的无罪推定原则的合理部分而新规

定的一项刑事诉讼原则，它是刑事诉讼立法的一个重大突破，是我国刑事诉讼朝着民主化、科学化迈出的关键一步，是1996年修改刑事诉讼法的一个重要成果。这条规定概括来讲，可以称之为“罪从判定”原则，其主要意义在于进一步确立定罪权应由人民法院统一行使。

(6)保障诉讼权利原则。我国《刑事诉讼法》第14条规定：“人民法院、人民检察院和公安机关应当保障诉讼参与人依法享有的诉讼权利。对于不满十八岁的未成年人犯罪的案件，在讯问和审判时，可以通知犯罪嫌疑人、被告人的法定代理人到场。诉讼参与人对于审判人员、检察人员和侦查人员侵犯公民诉讼权利和人身侮辱的行为，有权提出控告。”这一规定，可以概括为保障诉讼权利原则。

(7)依照法定情况不予追诉原则。我国《刑事诉讼法》第15条规定：“有下列情形之一的，不追究刑事责任，已经追究的，应当撤销案件，或者不起诉，或者终止审理，或者宣告无罪：①情节显著轻微、危害不大，不认为是犯罪的；②犯罪已过追诉时效期限的；③经特赦令免除刑罚的；④依照刑法告诉才处理的犯罪，没有告诉或者撤回告诉的；⑤犯罪嫌疑人、被告人死亡的；⑥其他法律规定免予追究刑事责任的。”

807. 什么是两审终审制度？

我国《刑事诉讼法》第10条规定：“人民法院审判案件，实行两审终审制。”

两审终审是人民法院审判案件的一种审级制度，审级制度是指法律所规定的关于审判机关在组织体系中分几级、案件需要几级法院审理即告终结的制度；我国的审级制度实行四级两审终审制，简称两审终审制。

两审终审制度是指一个案件最多经过两级人民法院的审理即告终结，其判决或裁定即发生法律效力的审级制度。这并不是说每一个案件都必须经过两级人民法院的审理才告终结、其判决或裁定才发生法律效力，而是说经过地方各级人民法院一审作出的判决或裁定，允许在法定期限内上诉或抗诉以引起第二审程序，第二审程序作出的判决或裁定一经送达立即生效；地方各级人民法院一审作出判决或裁定后在法定期限内没有上诉或抗诉的，法定期限届满后，一审判决或裁定生效。

808. 什么是审判公开制度？

《刑事诉讼法》第11条规定：“人民法院审判案件，除本法另有规定的以外，一律公开进行。”

所谓审判公开制度是指人民法院审理刑事案件和宣告刑事裁判，除依法不公开的以外，应当公开进行，允许公民旁听，允许新闻记者采访、报道的法律制度。审判公开不能理解为只向诉讼参与人公开，而应理解为是向广大群众和社会公开，因此，《刑事诉讼法》第151条规定，公开审判的案件，在开庭三日以前先期公布案由、被告人姓名、开庭时间和地点，以便于广大群众到庭旁听。

审判公开是我国人民司法工作的优良传统，是社会主义民主在诉讼中的重要体现，坚持审判公开制度具有十分重要的意义。审判公开制度是审判民主化的基本保障，不仅可以使其他诉讼原则和制度得到贯彻实施，还可以把法院的审判活动置于社会和群众的监督之下，从而有利于增强司法人员的工作责任感，促使其正确行使职权，公正地处理案件；审判公开制度又是对广大公民进行法制宣传教育的有效形式，可以提高广大公民的法制意识，教育公民积极同犯罪行为作斗争，以减少和预防犯罪。

809. 什么是人民陪审制度？

我国《刑事诉讼法》第13条规定："人民法院审判案件，依照本法实行人民陪审员陪审的制度。"

所谓人民陪审制度是指人民法院依法吸收人民群众进入合议庭，直接参加刑事案件审判的一种审判制度。《刑事诉讼法》第147条规定："基层人民法院、中级人民法院审判第一审案件，应当由审判员三人或者由审判员和人民陪审员共三人组成合议庭进行，但是基层人民法院适用简易程序的案件可以由审判员一人独任审判。高级人民法院、最高人民法院审判第一审案件，应当由审判员三人至七人或者由审判员和人民陪审员共三至七人组成合议庭进行。人民陪审员在人民法院执行职务，同审判员有同等的权利。"可见，各级人民法院审判第一审案件时，都可以吸收人民陪审员参加合议庭；人民陪审员在执行审判职务时，同审判员有同等的权利。但是，各级人民法院审判第一审案件时，也可以不吸收人民陪审员参加合议庭；同时，人民陪审制度只适用于第一审程序，在第二审程序、死刑复核程序中不能吸收人民陪审员参加合议庭。

人民陪审制度是吸收人民群众参加管理国家事务的一项民主制度，是贯彻社会主义司法民主的重要组成部分。人民群众选派自己的代表直接参加法院的审判活动，能增强人民群众的主人翁责任感，更加支持人民法院的工作。

810. 什么是刑事诉讼中的当事人？

刑事诉讼中的"当事人"是指与案件事实有直接利害关系并且有权独立行使特定诉讼职能的诉讼参与人。当事人通常可分为原告方和被告方。他们之所以被称为"当事人"，首先是因为他们与案件事实及诉讼结果有直接的利害关系；其次是因为他们承担着某些诉讼职能，有权独立地行使其诉讼权利。当事人是本案中独立的诉讼主体。我国《刑事诉讼法》第82条第2项规定："'当事人'是指被害人、自诉人、犯罪嫌疑人、被告人、附带民事诉讼的原告人和被告人。"

811. 什么是自诉人？自诉人有哪些权利和义务？

自诉人是指有权独立地向人民法院直接提起刑事诉讼的原告人。对于严重的刑事案

件，被害人一般不能直接向人民法院提起诉讼，通常需要由人民检察院代表国家对被告人提起公诉；只有刑事诉讼法授权由人民法院直接受理的案件，才能由被害人直接向人民法院起诉。这种自诉案件的原告人称为自诉人。

自诉人的诉讼权利主要有：

(1)有权向人民法院提起自诉和撤回自诉；

(2)有权提起附带民事诉讼；

(3)有权委托律师或其他诉讼代理人参加诉讼；

(4)有权申请回避；

(5)有权参加法庭调查和辩论；

(6)有权使用本民族语言文字进行诉讼；

(7)对于侵犯其诉讼权利和人身侮辱的行为，有权提出控告。

自诉人的诉讼义务主要有：在法庭审理时到庭参加诉讼，如实提供证据和陈述案情，遵守法庭纪律。

812. 什么是刑事诉讼中的管辖？有哪两种分工？

我国刑事诉讼中的管辖是指公检法机关在刑事案件受理范围上的权限分工以及人民法院系统内部在审判第一审刑事案件上的权限分工。刑事诉讼中的管辖就是刑事诉讼法规定的两种分工：一是公安机关、人民检察院、人民法院三机关之间直接受理刑事案件上的分工，这种分工被称为立案管辖或部门管辖或职能管辖；二是人民法院内部各级人民法院之间、同级人民法院之间、普通人民法院与专门人民法院之间以及专门人民法院之间在审判第一审刑事案件上的分工，这种分工被称为审判管辖。审判管辖又分为级别管辖、地区管辖、指定管辖、专门管辖。

813. 如何确定刑事诉讼中管辖的原则？

要建立科学、完备的管辖制度，必须遵循刑事诉讼的规律。我国确定刑事案件管辖的原则是：

(1)合理分工，便于均衡公安司法机关工作量的原则。为了有效地同刑事犯罪做斗争，国家设置了公检法三个专门机关，这三个机关各自承担不同的任务，其诉讼职能也各不相同。因此，应当根据各机关的性质、任务和装备等具体情况，确定各自对刑事案件的管辖范围；各机关管辖案件的数量和难度，应与其力量配备相适应；管辖必须明确、具体，不能模棱两可，以避免互相扯皮。

(2)保证质量，便于正确处理案件的原则。刑事诉讼的基本任务是保证准确、及时地查明犯罪事实和正确使用法律惩罚犯罪分子，并保证无辜的人不受刑事处罚；管辖制度的确立必须有利于完成这一任务。因此，要根据案件的不同性质、作案手段的差异、犯罪主体的区别以及危害程度的不同，分别划归不同的机关管辖，这样才能充分发挥公检法三机

关及其工作人员的积极性和主动性，以保证使每个案件都能迅速查明、正确处理。

(3)便于诉讼，便于公安司法机关及诉讼参与人进行诉讼的原则。管辖的确定，既要有利于公检法机关对案件的调查和审理，保证案件质量，又要考虑方便诉讼参与人参加诉讼。因此，案件发生后，首先要按照属地管辖的原则，由当地公安机关开展侦查并送交基层法院审判。这样便于就地侦查、调查和审理案件，有利于及时、准确地收集证据，也便于依靠群众进行各个阶段的诉讼活动，保证案件得到及时的处理。但是，有一些重大、复杂的案件，又需要由具有更雄厚力量的上级公安机关组织侦查，并交付较高级别的人民法院审判，这样更能确保办案质量和发挥更大的社会效益。

(4)灵活变通，原则性与灵活性相结合。刑事案件往往错综复杂，案件在审理过程中又会遇到许多难以预料的情况，因此，管辖分工既要明确、具体，又要保持一定的灵活性，允许在某些特殊情况下可以进行必要的调整。例如，在确定以属地管辖为主的同时，又规定了必要时还可以由被告人居住地管辖；在审判阶段，遇到某些特殊情况时，还可以移送管辖或由上级法院指定管辖。总的考虑是，既要使每个案件都有人管，又要保证能管得好，取得良好的诉讼效益。

814. 什么是刑事诉讼中的立案管辖?

刑事诉讼中的立案管辖又称部门管辖或职能管辖，是指公安机关、人民检察院、人民法院之间在直接受理刑事案件范围上的分工。立案管辖的实质是解决当一个刑事案件发生时应当由公检法机关中的哪一个机关立案的问题。确定立案管辖的主要依据是：公检法三机关在刑事诉讼中的地位、职权；刑事案件本身的性质、严重程度、复杂程度；及时、准确地查明案件事实。

815. 什么是刑事诉讼中的职能管辖?

职能管辖是指公安机关、人民检察院和人民法院之间，在直接受理刑事案件范围上的权限划分。由于它解决的是部门之间立案范围的划分，所以又称为部门管辖或者立案管辖。职能管辖是专门机关依法行使职权原则和公检法三机关分工负责、互相配合、互相制约原则在受理刑事案件问题上的具体体现。因此，在划分职能管辖时，主要应考虑两个因素：一是公检法机关的性质与职能；二是案件的性质、危害大小以及查处的难易程度。基于以上两点考虑，《刑事诉讼法》对职能管辖做了具体规定。

816. 什么是刑事诉讼中的审判管辖?

审判管辖是指各级人民法院之间、普通人民法院与专门人民法院之间，以及同级人民法院之间，在审判第一审刑事案件上的权限分工。审判管辖是确定人民法院组织系统内部对审判第一审刑事案件的分工，它所要解决的问题是刑事案件应由哪类、哪级和哪个人

民法院进行第一审审判。

在审判管辖中，通常只对第一审管辖加以规定，依法进行第二审的法院只能是第一审人民法院的上一级法院，而且人民检察院提起公诉和抗诉时都应当依照法律对审判管辖的有关规定。所以，只要明确了第一审法院的管辖权，也就确定了第二审管辖。

根据《刑事诉讼法》第 19 条至第 27 条的规定，我国刑事审判管辖可以分为普通管辖和专门管辖，普通管辖又分为三种：一是级别管辖，指各级人民法院之间在审判第一审刑事案件范围上的分工。我国人民法院分为基层人民法院、中级人民法院、高级人民法院、最高人民法院四级，级别管辖要解决的问题是确定哪些刑事案件应由哪一级人民法院受理。我国《刑事诉讼法》在确定级别管辖时，主要考虑了案件的性质、罪行的严重程度和涉及面大小，以及各级人民法院之间工作量的分担等因素。二是地区管辖，指同级人民法院之间对第一审刑事案件审判权的分工。三是指定管辖，指上级人民法院依照法律规定，指定其管辖区内的下级人民法院审判管辖不明的案件或者将案件移送其他人民法院审判的行为。《刑事诉讼法》第 26 条规定："上级人民法院可以指定下级人民法院审判管辖不明的案件，也可以指定下级人民法院将案件移送其他人民法院审判。"

817. 什么是刑事诉讼中的回避？

刑事诉讼中的回避是指承办案件的侦查、检察、审判人员以及其他相关人员，如果与案件或案件当事人有利害关系或者其他特殊关系可能影响案件公正处理的，不得参与该案审理的一项诉讼制度。所谓"不得参与该案的审理"，包括两层意思：一是不得参与本案的立案、侦查、批捕、预审、审查起诉、提起公诉、出庭支持公诉、审判等项执法活动；二是不得在上述诉讼活动中从事记录、翻译和鉴定等辅助性工作。

818. 什么是刑事诉讼中的辩护？

所谓辩护，是指犯罪嫌疑人、被告人及其辩护人根据事实和法律，提出证明犯罪嫌疑人、被告人无罪、罪轻或者减轻、免除其刑事责任的材料和意见，维护犯罪嫌疑人、被告人合法权益的诉讼行为。辩护以控诉为前提条件，没有控诉，就没有辩护。

辩护是基于法定的辩护权而产生的，辩护权是指法律赋予犯罪嫌疑人、被告人针对指控进行辩解，以维护自己合法权益的一种诉讼权利。

犯罪嫌疑人、被告人有权获得辩护，是宪法与刑事诉讼法确立的一项基本原则，任何人都不得限制和剥夺犯罪嫌疑人、被告人的辩护权。为了保障辩护权的充分行使，我国设立了法律援助制度，《刑事诉讼法》还明确规定："人民法院有义务保证被告人获得辩护。"

819. 刑事诉讼中的辩护可以分为哪些种类？

刑事诉讼中辩护的种类是从不同的角度对辩护所作的类别划分。犯罪嫌疑人、被告

人在刑事诉讼过程中行使辩护权的方式有自行辩护、委托辩护和指定辩护。

(1)自行辩护:是指刑事诉讼过程中,犯罪嫌疑人、被告人为自己进行反驳、申辩和辩解的行为。这种辩护不受诉讼阶段的限制,在整个刑事诉讼过程中,犯罪嫌疑人、被告人随时可以自行辩护。

(2)委托辩护:是指犯罪嫌疑人或者被告人为维护自己的合法权益,依法聘请律师或者其他公民协助其行使辩护权的辩护方式。委托辩护分三种情形:其一,在自诉案件中,被告人自知道有人向人民法院起诉自己之日起,有权随时委托辩护人为自己辩护。其二,在公诉案件中,犯罪嫌疑人自案件移送到人民检察院审查起诉之日起,有权委托辩护人。其三,根据《刑事诉讼法》第 151 条第(2)项的规定,人民法院在开庭 10 日以前将人民检察院的起诉书副本送达被告人,对于被告人未委托辩护人的,应告知被告人可以委托辩护人,被告人有权委托辩护人。

(3)指定辩护:是指在具备法定条件的情况下,人民法院为没有委托辩护人的被告人指定律师为其进行辩护。指定辩护有两种情形:其一,任意指定辩护,即人民法院可以自行决定是否给被告人指定辩护律师。这主要是指有公诉人出庭的案件,被告人因经济困难或者其他原因没有委托辩护人的,人民法院可以为其指定辩护人。所谓"可以",就是由法院酌情处理,不是必须指定辩护。其二,强制指定辩护,即人民法院在下列情况下,必须为被告人指定辩护律师:被告人是盲、聋、哑人而没有委托辩护人的;被告人是未成年人而没有委托辩护人的;被告人可能被判处死刑而没有委托辩护人的。

820. 什么是刑事代理?刑事代理有哪些特征?

刑事代理即刑事诉讼中的代理,是指在刑事诉讼或刑事附带民事诉讼中,代理人在法律规定或被代理人授权范围内以被代理人的名义进行刑事诉讼或刑事附带民事诉讼活动,其法律后果由被代理人承担的诉讼行为。它是代理制度的组成部分,也是刑事诉讼制度的组成部分。

刑事诉讼代理有如下特征:

(1)被代理人有限定性。根据《刑事诉讼法》第 82 条的规定,被代理人只能是公诉案件的被害人、自诉案件的自诉人、附带民事诉讼的当事人。

(2)诉讼代理人必须以被代理人的名义进行诉讼活动。刑事诉讼中的代理人,既不是当事人,也不是被害人的近亲属,他不能以自己的名义参加诉讼,只能以被代理人的名义进行诉讼。

(3)诉讼代理人进行代理活动而产生的法律后果,由被代理人承担。即代理权限内的代理行为视为本人行为,应由代理人承担法律后果。

(4)诉讼代理人只能在代理权限内从事活动。被代理人的授权范围,就是代理人从事活动的范围。代理人在代理权限内的诉讼行为,与委托人自己的诉讼行为具有同等效力,其法律后果由被代理人承担。如果代理人超越代理权限,或者在代理终止后进行的行为又没有得到被代理人追认的,被代理人对该行为的法律后果不承担责任。

821. 什么是刑事诉讼中的强制措施？刑事强制措施的主要特点有哪些？

刑事诉讼中的强制措施，是指公安机关、国家安全机关、人民检察院和人民法院在刑事诉讼活动中，为保证诉讼活动的顺利进行，依法对犯罪嫌疑人、被告人采取限制或者剥夺人身自由的各种强制方法。刑事强制措施具有以下主要特点：

(1)强制目的的特定性。实施强制措施的目的是为了保证侦查、起诉和审判活动的顺利进行，防止犯罪嫌疑人、被告人、现行犯或重大嫌疑分子逃跑、自杀、隐匿罪证、继续犯罪或者进行其他破坏活动。

(2)强制程序的法定性。刑事诉讼法对每种强制措施的适用都规定了严格的条件和程序，因此，采用每种强制措施都必须严格依照法律规定的条件和程序进行，否则应当承担相应的法律责任。

(3)强制主体的特定性。只有公安机关、人民检察院和人民法院才有权采用刑事强制措施，其他任何机关、团体或者个人均无权采用。

(4)强制性质的非处罚性。强制措施虽然要限制甚至剥夺犯罪嫌疑人、被告人、现行犯或重大嫌疑分子的人身自由，但它不是刑罚方法，本身不带有处罚性；若经查证被采用强制措施的人是无罪的，就不能因为其被采用过强制措施而认为其受过刑事处分。

(5)强制对象的特定性。强制措施的适用对象只能是犯罪嫌疑人、被告人、现行犯或重大嫌疑分子，对其他公民则不能适用强制措施。

822. 强制措施应坚持哪些原则？

刑事诉讼中的强制措施应该遵循以下几项原则：

(1)适度原则。是指采取强制措施的强制性程度应与犯罪嫌疑人、被告人可能判处的刑罚轻重成正比。

(2)必要性原则。是指强制措施并非每案必用，只有出现非用不可的情况时才可以采用强制措施，能不用就不用，能少用则少用。

(3)合法性原则。是指使用强制措施必须严格按照法律规定的有关规定进行，不能随意使用，更不允许滥用。

(4)及时变更、解除原则。是指一旦出现需要变更或者解除强制措施的情况，有关机关应当及时变更或解除强制措施。

823. 什么是拘传？拘传应具备哪些条件？

拘传是指人民法院、人民检察院和公安机关强制未被羁押的犯罪嫌疑人、被告人到案接受讯问的一种强制方法。拘传是最轻微的强制措施，公、检、法三个机关都有权独立采用。

一般来说,适用拘传应具备两个条件:一是未被逮捕、拘留的犯罪嫌疑人、被告人经公、检、法机关传票传唤;二是被公、检、法机关传票传唤的犯罪嫌疑人、被告人无正当理由拒不到案。所谓正当理由是指被传唤人患有重病或遭遇不可抗拒的理由等。但是,由于案件侦查、起诉和审判的需要,公、检、法机关也可以不经传唤而直接拘传犯罪嫌疑人、被告人。

824. 什么是取保候审?取保候审应具备哪些条件?

取保候审是指人民法院、人民检察院和公安机关责令犯罪嫌疑人、被告人提供保证人或缴纳保证金,以保证其不逃避或不妨碍侦查、起诉和审判,并随传随到的一种强制方法。

根据《刑事诉讼法》第 51 条、第 52 条、第 60 条第 2 款、第 74 条的规定,对于符合下列条件之一的犯罪嫌疑人、被告人,人民法院、人民检察院和公安机关可以决定取保候审。可能判处管制、拘役或独立适用附加刑的;可能判处有期徒刑以上刑罚,采取取保候审或监视居住不致发生社会危险性的;应当逮捕的犯罪嫌疑人、被告人,患有严重疾病的,或者是正在怀孕、哺乳自己婴儿的妇女;犯罪嫌疑人、被告人被羁押的案件,不能在刑事诉讼法规定的侦查羁押、审查起诉、一审、二审期限内办结,需要继续查证、审理的,对犯罪嫌疑人、被告人可以取保候审或监视居住;被羁押的犯罪嫌疑人、被告人及其法定代理人、近亲属有权申请取保候审。

825. 什么是刑事拘留?现行刑事诉讼法规定的拘留条件有哪些?

刑事诉讼法规定的刑事拘留,简称为拘留,是指公安机关、人民检察院对于现行犯或者重大嫌疑分子,在遇有法定的紧急情况时,依法采取的暂时剥夺其人身自由的一种强制措施。拘留是在紧急情况下,暂时将犯罪嫌疑人羁押的一种比较严厉的强制措施。由于拘留未经法律监督机关正式批准,可以称之为"非正式羁押"。

我国《刑事诉讼法》规定的拘留条件有:《刑事诉讼法》第 61 条规定:"公安机关对于现行犯或者重大嫌疑分子,如果有下列情形之一的,可以先行拘留:

(1)正在预备犯罪、实行犯罪或者在犯罪后即时被发觉的;

(2)被害人或者在场亲眼看见的人指认他犯罪的;

(3)在身边或者住处发现有犯罪证据的;

(4)犯罪后企图自杀、逃跑或者在逃的;

(5)有毁灭、伪造证据或者串供可能的;

(6)不讲真实姓名、住址,身份不明的;

(7)有流窜作案、多次作案、结伙作案重大嫌疑的。"

826. 刑事诉讼法对公安机关采取拘留措施有何规定?

公安机关拘留人的时候必须出示拘留证,拘留后,除有碍侦查或者无法通知的情形以

外，应当把拘留的原因和羁押的处所，在24小时以内，通知被拘留人的家属或他所在的单位。公安机关对于被拘留的人，应当在拘留后的24小时内进行讯问；在发现不应当拘留的时候，必须立即释放，发给释放证明；对需要逮捕而证据还不充足的，可以取保候审或监视居住。公安机关对被拘留的人，认为需要逮捕的，应当在拘留后的3日以内，提请人民检察院批准；在特殊情况下，提请审查批准的时间可以延长1日至4日；对于流窜作案、多次作案、结伙作案的重大嫌疑分子，提请审查批准的时间可延长至30日。

827. 什么是逮捕？逮捕应满足哪些条件？

逮捕是指公安机关、人民检察院和人民法院在刑事诉讼中依照法定程序，在一定期限内剥夺犯罪嫌疑人、被告人的人身自由，以保证侦查、起诉、审判活动顺利进行的强制措施。

逮捕是刑事诉讼中最严厉的强制措施，刑事诉讼法对逮捕的条件做了明确而具体的规定。《刑事诉讼法》第60条规定，对有证据证明有犯罪事实，可能被判处徒刑以上刑罚的犯罪嫌疑人、被告人，采取取保候审、监视居住等方法，尚不足以防止发生社会危险性而有逮捕必要的，应立即依法逮捕。逮捕应具备以下几个条件：

(1)有证据证明犯罪事实的发生。具体包括：①有证据证明发生了犯罪事实，是否有犯罪事实，只能以证据作根据。因此，公检法三机关在提请逮捕、批准逮捕或决定逮捕时，必须有证据证明发生了犯罪事实。这里所说的“犯罪事实”，既可以是单一犯罪行为的事实，也可以是犯罪嫌疑人实施的数个犯罪行为中的一个。②有证据证明该犯罪行为是犯罪嫌疑人实施的。由于逮捕必须落实到具体的人，因此，必须有证据能够排除其他人的犯罪嫌疑而足以证明该犯罪行为是犯罪嫌疑人实施的，以确保不会抓错人。③证明犯罪嫌疑人实施犯罪行为的证据已查证属实的。逮捕所依据的证据不能仅仅是被害人的报案或群众的举报等尚未经过核实的材料，而必须查证属实。但是，在逮捕时并不是要求对全部证据都经过查证属实，只要有一部分证据已经查证属实，就满足了对逮捕条件的要求。

(2)可能判处徒刑以上刑罚。是指根据有证据证明的犯罪事实，依照刑法的有关规定，可能对行为人适用有期徒刑以上的刑罚，而不是肯定判处徒刑以上刑罚。

(3)有逮捕必要的。即采取取保候审、监视居住等方法尚不足以防止发生社会危险性，而有逮捕必要的。根据依法适用逮捕措施有关问题的规定，具有下列情形之一的，即《刑事诉讼法》第61条规定的“有逮捕必要”：可能继续实施犯罪行为，危害社会的；可能毁灭、伪造证据、干扰证人作证或者串供的；可能自杀或逃跑的；可能实施打击报复行为的；可能有碍其他案件侦查的；其他可能发生社会危险性的情形。

828. 什么是附带民事诉讼？附带民事诉讼的成立必须具备哪些条件？

所谓附带民事诉讼，是刑事附带民事诉讼的简称，是指公安司法机关在刑事诉讼过程

中在解决被告人刑事责任的同时，根据因犯罪行为而遭受物质损失的人或人民检察院提出的诉讼请求，附带解决被告人的犯罪行为造成的物质损失的赔偿问题的诉讼活动。

附带民事诉讼是一种特殊的民事诉讼，从实体上来说，它是一种由犯罪行为引起的物质损害赔偿的民事诉讼；从程序上来说，它又是在刑事诉讼中提起的，并利用刑事诉讼程序解决的民事诉讼，即在刑事诉讼中同时解决被告人刑事责任以及有关损害赔偿的民事责任问题的，由此而构成了“刑事附带民事诉讼”。

根据《刑事诉讼法》的规定，附带民事诉讼的成立必须具备以下条件：

(1)附带民事诉讼的提起，必须以刑事诉讼的存在为前提。附带民事诉讼是在刑事诉讼中提起的，并与刑事诉讼合并解决的特殊民事诉讼，只有刑事诉讼已经进行，才有可能进行附带民事诉讼；如果刑事案件不存在，也就无所谓附带民事诉讼问题。但是，解决民事赔偿问题，却不以是否对被告人判处刑罚为转移，在某些案件中，对于构成犯罪的被告人依法不需要判处刑罚或者免除刑罚的，司法机关仍然可以在作出免于刑事处分决定的同时，解决由犯罪行为所引起的损害赔偿问题。

(2)被害人遭受的损失必须是物质损失。《刑事诉讼法》第 77 条第 1 款规定的是“被害人由于被告人的犯罪行为而遭受物质损失的”，第 2 款规定的是“如果是国家财产、集体财产遭受损失的”。可见，附带民事诉讼所解决的仅限于物质损失赔偿问题而不解决精神损害赔偿问题。

(3)附带民事诉讼必须在刑事诉讼过程中提起。被害人只能在刑事诉讼过程中，即立案以后至法庭宣判之前提起附带民事诉讼，如果刑事案件尚未立案，或者刑事案件已经审结，被害人就不能提起附带民事诉讼；被害人可以在刑事案件立案之后，一审审结之前的任何诉讼阶段提起附带民事诉讼。

829. 什么是刑事诉讼期间？

刑事诉讼期间是指公安机关、人民检察院、人民法院进行刑事诉讼以及诉讼参与人参加刑事诉讼必须遵守的期限和期日。期间分为期限和期日。期限是指公安司法机关以及诉讼参与人各自单独进行某项诉讼活动所必须遵守的有起止的连续不断的一段时间限制，期日是指公安司法机关与诉讼参与人共同进行某项诉讼活动的特定时日。我国《刑事诉讼法》对期限有明确规定，对期日未作具体规定，公安司法机关根据案件的具体情况和法律关于期间一般规定来指定期日。

830. 期间和期日有什么区别与联系？

期间和期日都是诉讼中规范时间的重要概念，二者关系密切，但是仍然存在以下区别：

(1)期日是一个特定的单位时间，即某年某月某日；期限指始于某年某月某日又止于某年某月某日的一段时间。

(2)期日是公安司法机关和诉讼参与人共同进行某项刑事诉讼活动的时间,如开庭日、宣判日等;期限是公安司法机关或诉讼参与人各自单独进行某项诉讼活动的时间限制,如上诉期限、羁押期限等。

(3)期日由公安司法机关指定,是指定期间;期限一般由法律加以规定,是法定期间,只有在少数情况下,公安司法机关可以指定某诉讼行为的期限。

(4)期间有始期和终期,法律规定的起、止时间即为始期和终期;而期日只规定开始的时间,不规定终止的时间,以诉讼行为的实际完毕为结束。

831. 期间的恢复应当具备哪些条件?

通常来说,期间的恢复应当具备以下条件:

(1)当事人的申请,应当在妨碍其遵守法定期间的原因消除后5日内,向审判本案的人民法院提出。

(2)当事人未能在法定期间完成特定的诉讼行为是由于不能抗拒的原因或者其他正当理由。例如,遭受自然灾害,患有严重疾病,未收到诉讼文书等。

(3)只有当事人才有权提出恢复诉讼期间的申请,其他诉讼参与人无权提出这种申请,期间恢复制度不适用于公安司法机关的办案期限。

(4)是否恢复期间由人民法院裁定。人民法院在接到当事人的申请后,经过审查,认为当事人申请中陈述的情况真实,确实是由于不能抗拒的原因或者有其他正当理由而耽误期限的,应当裁定允许其继续进行在原期间内未完成的诉讼活动;反之,则应裁定驳回其申请。

832. 什么是刑事诉讼中的送达?

送达是指连接公安机关、人民检察院、人民法院与当事人和其他诉讼参与人关系的重要纽带,是刑事诉讼程序的一个组成部分。送达对于保证刑事诉讼及时、有效的进行具有重要意义:有利于保证刑事诉讼活动的顺利进行。公安机关、人民检察院和人民法院依照法律规定的程序和方式,将有关诉讼文书送达给收件人,收件人得以了解诉讼文书的内容,知道诉讼的进程,做好参加诉讼活动的准备,从而使刑事诉讼活动得以顺利进行;有利于保障司法机关和诉讼参与人履行职责或行使诉讼权利。依法送达诉讼文书,可以使司法机关和诉讼参与人依法参加诉讼活动,履行职责或行使诉讼权利,承担相应的诉讼义务。

833. 什么是刑事诉讼中止?刑事诉讼中止有什么基本特点?

刑事诉讼中止是指在刑事诉讼过程中,由于发生某种影响诉讼活动正常进行的情况,而将诉讼活动暂时停止,待导致中止的情况消失后,再恢复诉讼活动的制度。刑事诉讼中

止制度的基本特点是:不撤销案件也不终止诉讼,只是将诉讼活动不定期地停止,待引起诉讼中止的情况消失后,再进行诉讼,中止前所进行的诉讼活动仍然有效,公安司法机关和诉讼参与人继续进行中止前未完成的诉讼活动而不是重新开始新的诉讼活动;诉讼中止期间所占用的时间既不计入公安司法机关的诉讼期间,也不影响当事人行使诉讼权利。

834. 什么是延期审理?什么情况下可以延期审理?

延期审理是指在审判程序中遇有影响审判继续进行的情况,人民法院决定延展审理日期,待影响审判的原因消除后,再行开庭审理。延期审理的实质是暂时停止法庭审理或者推迟开庭日期,其他诉讼活动仍然继续进行。《刑事诉讼法》第165条规定:"在法庭审判过程中,遇有下列情形之一,可以延期审理:(1)需要通知新的证人到庭,调取新的物证,重新鉴定或者勘验的;(2)检察人员发现提起公诉的案件需要补充侦查,提出建议的;(3)由于当事人申请回避不能进行审判的。"

835. 什么是刑事诉讼终止?

刑事诉讼终止是指在立案后至判决生效以前,因发生某种情况使得诉讼不应当或者不需要继续进行而中途结束诉讼的制度。该制度的基本特点是:在判决生效以前终结案件,处于连续状态的各种诉讼活动都停止进行而且不再恢复。《刑事诉讼法》第15条规定刑事诉讼终止适合以下情形:情节显著轻微、危害不大,不认为是犯罪的;犯罪已过追诉时效期限的;经特赦令免除刑罚的;依照刑法告诉才处理的犯罪,没有告诉或者撤回告诉的;犯罪嫌疑人、被告人死亡的;其他法律规定免予追究刑事责任的。除此以外,在自诉案件中自诉人死亡或者双方在判决前依法自行和解的,也应当终止诉讼。

836. 什么是刑事证据?

所谓刑事证据,是指在刑事诉讼过程中,由公安、司法机关依法收集的,或者由辩护律师、自诉人等依法提出的,用以证明犯罪事实是否发生,犯罪嫌疑人、被告人是否有罪以及有关案件真实情况的一切事实。刑事证据必须是客观存在的事实;刑事证据必须依法收集和依法提出;刑事证据应当是事实内容与表现形式的统一。

837. 什么是刑事诉讼中的证明对象?刑事诉讼中的证明对象具有哪些特点?

所谓刑事诉讼中的证明对象,又称为"待证事实",是指在诉讼中需要由司法人员和当事人使用证据加以证明的事实。刑事诉讼中的证明对象的特点表现在:刑事诉讼中的证明对象必须是与定罪量刑有关的事实。反之,与本案无关的事实则对处理案件没有任何

意义，不应浪费时间和精力去进行查证；刑事诉讼中的证明对象必须是依法需要运用证据加以证明的事实。对于某些众所周知的事实或者司法人员在业务上熟知的事实，就不必将其列为刑事诉讼中的证明对象。

838. 什么是审查判断证据？

所谓审查判断证据，是指公安司法人员对收集到的证据进行分析研究，鉴别其真伪，确定其与案件事实之间有无联系，有何联系，并根据全案证据对案件事实作出结论的活动。审查判断证据包括三项内容：审查证据是否属实；判断证据与案件事实的联系；根据全案证据，对案件事实作出结论。审查判断证据可分为单个证据的审查判断和综合全案证据的审查判断。

839. 什么是收集证据？

收集证据是指公安司法人员、诉讼参与人为了查明案件事实真相或者为了支持其诉讼主张，依照法定程序调查、发现、取得和保全与案件有关的情况和材料的诉讼活动。公安司法人员有权收集证据，法律赋予他们勘验、检查、搜查、扣押、询问、讯问等收集证据的职权，他们有权向有关的国家机关、企事业单位、人民团体和公民收集、调查证据，有关单位和个人应当如实提供证据。当事人和辩护人（特别是辩护律师）也有权收集证据。《刑事诉讼法》第37条规定："辩护律师经证人或者其他有关单位和个人同意，可以向他们收集与本案有关的材料。"

840. 刑事诉讼中无须证明的事项有哪些？

根据司法实践经验，下列事项无须证明：

（1）众所周知的事实以及自然规律和科学定理。

（2）司法人员职务上熟知的事实："法官理应知法"，因此对于法律的规定一般不需要证明，但是，对于外国法律、国际条约、地方性法规和各地的风俗习惯等并非司法人员熟知的事项，就不能作为无须证明的事实。

（3）预决的事实：是指由人民法院生效判决所确定的事实。例如，犯罪前科对于认定累犯就具有预决的效力，而不能对原先的定罪量刑再产生争议。同样，在附带民事诉讼中，刑事判决部分对于其后处理民事赔偿问题，就产生预决的效力，而不必再对被告人的行为是否侵权、责任大小之类的事项加以证明。

（4）推定的事实：是指根据法律规定或已知事实便能推断出另一事实，在这种情况下，后一事实便无须再加以证明。例如，"父母子女和同胞兄弟姐妹是近亲属"，"父亲的年龄大于儿子"，"在夫妻关系存续期间所取得财产为夫妻共有财产"，这些就属于推定的事实，都无须再加以证明，但有相反的证据足以推翻的除外。例如，夫妻二人对财产另有约定

的，即可推翻“共有财产”的推定。

841. 什么是刑事诉讼中的控诉证据？

控诉证据是指那些能够证明犯罪嫌疑人、被告人有罪或者具有从重处罚情节的证据。由于这类证据趋向于认定犯罪事实或者趋向于加重其刑事责任，对犯罪嫌疑人、被告人不利，故称之为“控诉证据”，又称为“攻击证据”。

842. 什么是辩护证据？

辩护证据是指那些能够证明犯罪嫌疑人、被告人无罪、罪轻或者应当对其从轻、减轻或免除处罚的证据。由于这类证据趋向于否定被指控的罪行，或者趋向于减轻、免除被告人的刑事责任，总的来说对犯罪嫌疑人、被告人有利，故称之为“辩护证据”，又可称之为“防御证据”。

843. 什么是刑事诉讼中的立案？

所谓刑事诉讼中的立案，是指公安司法机关对于报案、控告、举报、自首等材料，依照管辖范围进行审查，以判明是否有犯罪事实存在和需要追究刑事责任，并依法决定是否作为刑事案件进行侦查或审判的一种诉讼活动。立案除了是一种诉讼活动外，还是诉讼程序的一个阶段和一个决定，立案阶段的任务就是决定是否开始刑事诉讼程序。为了完成立案阶段的任务，立案作为诉讼活动包括三方面活动：对报案、控告、举报和自首材料的接受；对报案、控告、举报和自首材料的审查；作为立案或者不立案的处理决定。

844. 刑事诉讼中的立案必须具备哪些条件？

《刑事诉讼法》第86条规定：“人民法院、人民检察院或者公安机关对报案、控告、举报和自首的材料，应当按照管辖范围，迅速进行审查，认为有犯罪事实需要追究刑事责任的时候，应当立案；认为没有犯罪事实，或者犯罪事实显著轻微，不需要追究刑事责任的时候，不予立案。”根据这一规定，立案必须同时具备两个条件：

（1）有相应的犯罪事实。是指客观上已经发生了为刑法所禁止的犯罪行为。有犯罪事实是立案的事实条件，由于立案只是刑事诉讼的开始阶段，因此，立案条件中的有犯罪事实仅仅是指客观上已经发生了为刑法所禁止的犯罪行为，并不是指包括犯罪嫌疑人为何人以及犯罪的目的、动机、手段、方法等在内的全部犯罪事实。客观上已经发生了为刑法所禁止的犯罪行为，必须有一定的证据证明，绝非出于公安司法人员的想像或猜测，更不是道听途说、捕风捉影或凭空捏造。

（2）需要追究刑事责任。是指实施为刑法所禁止的犯罪行为的人，依照刑事法律的有

关规定应受刑事处罚。立案是以追究行为人的刑事责任为前提的，但是并非对所有的犯罪行为人都需要追究刑事责任，因此，对于法律规定不需要追究刑事责任的行为，公安司法机关就不应当立案。法律规定不需要追究刑事责任的情形，就是《刑事诉讼法》第15条规定的六种情形，具体是指：情节显著轻微、危害不大，不认为是犯罪的；犯罪已过追诉时效期限的；经特赦令免除刑罚的；依照刑法告诉才处理的犯罪，没有告诉或者撤回告诉的；犯罪嫌疑人、被告人死亡的；其他法律规定免予追究刑事责任的。具有上述六种情形之一的，公安司法机关就不能立案。

法律规定的立案的上述两个条件必须同时具备，缺一不可。

845. 什么是刑事诉讼中的起诉？刑事诉讼中的不起诉应该满足哪些条件？

所谓刑事诉讼中的起诉，是指享有起诉权的国家机关或公民依法向法院提起诉讼，要求法院对其指控的被告人进行审判，以确定被告人的刑事责任并予以刑事处罚的诉讼活动。按照行使起诉权的主体不同，刑事起诉分为公诉和自诉两种方式，公诉由依法享有刑事起诉权的国家专门机关代表国家向法院提起，自诉由刑事被害人及其法定代理人、近亲属等以个人名义向法院提起。

《刑事诉讼法》第142条规定："犯罪嫌疑人有本法第15条规定的情形之一的，人民检察院应当作出不起诉决定。对于犯罪情节轻微，依照刑法规定不需要判处刑罚或者免除刑罚的，人民检察院可以作出不起诉决定。"第140条规定："对于补充侦查的案件，人民检察院仍然认为证据不足，不符合起诉条件的，可以作出不起诉的决定。"根据上述规定，不起诉决定有以下几种情形：

(1)法定不起诉，也称绝对不起诉。具有条件是《刑事诉讼法》第7条规定的情形之一，在这种情形下，人民检察院没有自由裁量权，否则即为违法。法定不起诉的条件就其本质而言，是犯罪嫌疑人的行为不构成犯罪或者不能作为犯罪处理的情形。

(2)酌定不起诉，也称相对不起诉。酌定不起诉必须同时具备两个条件：第一是犯罪情节轻微；第二是依照刑法规定不需要判处刑罚或者可以免除刑罚。酌定不起诉的条件就其本质而言，是犯罪嫌疑人的行为已经构成犯罪的情形，因此，酌定不起诉是人民检察院行使起诉裁量权的表现；对于符合酌定不起诉条件的情形，人民检察院可以根据具体案情和犯罪嫌疑人的悔罪表现，或者决定提起公诉以追究犯罪嫌疑人的刑事责任，或者决定不起诉即把犯罪嫌疑人作无罪处理而终结诉讼。

(3)证据不足不起诉也称存疑不起诉。存疑不起诉的条件是：第一，案件已经经过了补充侦查；第二，证据不足，不符合起诉条件。

具有下列情形之一，不能确定犯罪嫌疑人构成犯罪和需要追究刑事责任的，属于证据不足，不符合起诉条件：据以定罪的证据存在疑问，无法查证属实的；作为犯罪构成要件的事实缺乏必要的证据予以证明的；据以定罪的证据之间的矛盾不能合理排除的；根据证据得出的结论具有其他可能性的。

[General Information]
书名=总经理不可不知的845个管理知识
作者=谢玉清，张进主编
页数=502
出版社=北京市：中国商业出版社
出版日期=2009.05
SS号=12309117
DX号=000006741409
URL=http://book.szdnet.org.cn/bookDetail.jsp?dxNumber=000006741409&d=4907A5F80F38B763053 6DC62BF8488C6

封面
书名
版权
目录
企业设立类知识
. 企业登记注册主要分为哪几个步骤？ 2
. 什么是企业名称？登记注册时对企业名称有什么要求？应该注意哪些事项？ 2
. 什么是法人？什么是法定代表人？ 3
. 法定代表人与法人之间是什么关系？ 3
. 什么是企业法人？有哪些主要特征？企业法人有哪些？ 3
. 企业法定代表人应具备什么条件？哪些人员不能担任企业法定代表人？ 4
. 什么是企业法人的责任能力？ 4
. 企业法人在法律上独立资格的意义是什么？ 5
. 企业法人申请登记注册应具备哪些条件？ 5
. 企业法人申请登记注册应提交哪些文件？ 5
. 企业经登记注册后是否都具有民事主体资格？ 6
. 什么是独立承担民事责任？ 6
. 什么是企业法人住所、经营场所？为什么要把它们作为主要登记注册事项？ 6
. 企业在什么情况下应当办理变更登记？ 7
. 企业法人办理变更登记应提交哪些文件、证件？ 7
. 企业在什么情况下应当办理注销登记？ 7
. 企业在办理注销登记手续时应提交哪些文件？ 8
. 什么是企业年度检验制度？其意义是什么？ 8
. 企业年检的主要内容和基本程序有哪些？ 8
. 如何划分企业类型？ 8
. 什么是公司？公司的法律特征有哪些？公司有哪些类型？ 9
. 什么是现代企业制度？其基本特征有哪些？ １０
. 什么是有限责任公司？设立有限责任公司应具备哪些条件？ １０
. 申请设立股份有限公司应当向公司登记机关提交哪些文件？ １１
. 非公司企业法人设立登记应提交哪些文件？ １１
. 有限责任公司的组织机构及其作用是什么？ １２
. 股份有限公司的组织机构及其作用是什么？ １２
. 什么是股份有限公司？设立股份有限公司应具备哪些条件？ １４
. 有限责任公司和股份有限公司有哪些相同点？ １５
. 有限责任公司和股份有限公司有哪些不同点？ １５
. 什么是国有独资公司？ １６
. 如何设立国有独资公司？ １６
. 什么是外商投资企业？ １６
. 外商投资企业出资期限是如何规定的？ １６
. 设立外商投资企业需要哪些审批程序？ １７
. 私营企业设立登记的一般程序是什么？ １７
. 私营企业的组织形式有哪几种？ １８
. 什么是期货经纪公司？期货经纪公司应当具备哪些条件？设立期货经纪公司如何登记注册？ １８
. 什么是合伙企业？设立合伙企业应具备哪些条件？ １９
. 合伙人出资的形式有哪些？ １９
. 如何签订合伙协议？ １９
. 什么是公司章程？公司章程有什么作用？怎样制定公司章程？ ２０
. 什么是注册资本？什么是注册资金？二者有什么区别？ ２０
. 《公司法》对有限责任公司的注册资本是如何规定的？ ２１
. 《公司法》对股份有限公司注册资本是如何规定的？ ２１
. 国家对其他各类型企业的注册资本有什么要求？ ２１
. 有限责任公司股东和股份有限公司发起人怎样缴纳出资？ ２２
. 有限责任公司股东和股份有限公司发起人出资必须符合什么条件？ ２２
. 什么是出资证明书？出资证明书具有哪些特征？ ２３

. 出资证明书应包括哪些内容？ ２３
. 什么是企业的经营范围？ ２４
. 《公司法》对企业的经营范围是如何规定的？ ２４
. 违反公司法的法律责任是什么？ ２４
. 什么是验资证明？ ２５
. 企业如何办理验资手续及所需的材料是什么？ ２６
组织战略类管理知识
. 什么是企业战略？ ２８
. 企业战略具有哪些特征？ ２９
. 企业战略管理的重要意义是什么？ ２９
. 企业战略的构成要素有哪些？ ２９
. 企业战略的层次如何划分？ ３０
. 战略管理过程分为哪几个环节？ ３０
. 企业战略管理分为哪几个阶段？ ３１
. 现代企业战略策略的运用应该遵循什么原则？ ３１
. 现代企业的经营使命必须具备哪些特点？ ３２
. 现代企业的战略管理职责是如何划分的？ ３２
. 现代企业制定战略的方式有哪些？ ３２
. 现代企业为什么要进行环境分析？ ３３
. 现代企业外部环境分析包括哪些要素？ ３３
. 现代企业宏观环境分析包括哪些方面？ ３４
. 现代企业内部环境分析包括哪些要素？ ３４
. 企业微观环境分析包括哪些方面？ ３５
. 企业内部要素分析的方法有哪些？ ３６
. 什么是ＳＷＯＴ法？ ３６
. 什么是企业战略目标，企业战略目标有哪些作用？ ３６
. 企业战略目标应该具备哪些要求？ ３７
. 什么是稳定型增长战略？稳定型增长战略有什么优（缺）点？ ３７
. 什么是发展型发展战略？发展型发展战略的特征是什么？ ３７
. 什么是紧缩型发展战略？紧缩型发展战略的特征是什么？紧缩型发展战略有哪几种基本形式？ ３８
. 什么是外向型经营战略？外向型经营战略有哪些形式？ ３８
. 企业实施ＣＳ战略应该注意哪些方面？ ３９
. 战略选择需要考虑哪些要素？ ３９
. 什么是企业的战略资源？ ４０
. 什么是企业战略资源的分配？企业战略资源应如何分配？ ４１
. 什么是战略控制？影响战略控制的因素有哪些？ ４１
. 战略控制的目的和任务是什么？ ４１
. 现代企业战略控制的特征是什么？ ４２
. 现代企业战略控制的基本原则有哪些？ ４２
. 战略控制的主要类型有哪些？ ４２
. 什么是竞争战略？ ４３
. 什么是市场营销战略？ ４３
. 如何制定市场营销战略流程？ ４３
财务管理知识
. 什么是企业财务管理？ ４６
. 财务管理的基本内容包括哪些方面？ ４６
. 财务管理的目标体现在哪些方面？ ４７
. 财务管理有哪些环节？ ４７
. 现代企业财务管理制度化有什么重要意义？ ４８
. 会计的定义是什么？ ４８
. 会计有哪些基本职能？ ４９
. 会计是如何分类的？ ４９
. 财务会计与管理会计有什么联系与区别？ ５０
. 会计核算应该遵循哪些原则？ ５０

. 什么是会计科目？规定会计科目对现代企业有什么重要意义？ ５１
. 会计科目是如何分类的？ ５１
. 规定会计核算程序和方法有什么重要意义？规定会计核算程序和方法主要包括哪些环节？ ５１
. 什么是财务分析？ ５３
. 财务分析的基础是什么？ ５３
. 财务分析的基本方法有哪些？ ５３
. 财务分析有哪些种类？ ５４
. 财务分析有哪些方法？ ５４
. 企业财务分析的意义是什么？ ５５
. 财务分析与财务会计的关系如何？ ５５
. 财务分析与财务管理的主要区别是什么？ ５５
. 什么是财务分析报告？如何撰写财务分析报告？ ５６
. 什么是审计报告？如何撰写审计报告？ ５９
. 什么是资产负债表？ ６２
. 资产负债表的作用是什么？ ６２
. 资产负债表的结构是怎样的？ ６３
. 什么是损益表？ ６５
. 损益表的作用有哪些？ ６５
. 损益表的基本格式是什么？ ６６
. 什么是现金？什么是现金流量？ ６８
. 现金流量表有什么作用？ ６８
. 怎样读现金流量表？ ６９
. 现金管理的目的是什么？有哪些内容？ ７０
. 收入的含义及特征是什么？ ７０
. 什么是企业的营业收入？ ７１
. 什么是流动资产？其特点是什么？ ７１
. 什么是投资？什么是企业投资策略？现代企业投资的重要意义是什么？ ７１
. 企业投资评价的准则是什么？ ７２
. 影响企业投资规模的主要因素有哪些？ ７３
. 如何对企业投资进行分类？ ７４
. 加强企业的财务管理应从哪些方面着手？ ７４
. 财务管理环境的主要内容是什么？ ７５
. 什么是财务困境？ ７５
. 高科技企业的财务管理有哪些新特点？ ７６
营销管理知识
. 什么是市场营销？ ７８
. 什么是市场营销调研？ ７８
. 如何确定市场营销调研的目标？ ７８
. 市场营销调研包括哪些方面？有哪些基本内容？ ７９
. 市场营销调研的基本程序包括哪几个步骤？ ８０
. 市场营销调研有哪些基本方法？分别有哪些具体内容？ ８０
. 市场营销定位的概念和意义是什么？ ８３
. 什么是差异性市场营销定位方法？有哪些优势和劣势？ ８４
. 什么是无差别市场营销定位方法？有什么优点？ ８４
. 什么是集中性市场营销定位方法？有什么优势和风险？ ８５
. 现代企业如何选择市场营销定位策略？ ８５
. 什么是产品差异化？产品差异化主要表现在哪些方面？ ８６
. 现代企业目标市场定位应注意哪几个方面？ ８６
. 什么是目标市场细分？ ８７
. 目标市场细分的依据有哪些？ ８７
. 现代企业如何对目标市场进行细分？ ８８
. 现代企业如何选择目标市场？ ８８
. 现代企业目标市场选择策略的变因有哪些？ ８９
. 什么是产品？ ９０
. 现代营销理论中所指的产品整体概念是什么？ ９０

. 产品是如何分类的？　９０
. 什么是产品的生命周期？　９２
. 什么是产品组合？什么是产品线？什么是产品组合深度？什么是产品的关联性？什么是产品项目？如何判断企业的产品组合程度？　９３
. 现代企业的产品组合方式应遵循哪些原则？　９３
. 如何进行产品组合策划？　９３
. 什么是优化产品组合策略？现代企业对产品组合进行优化的方法有哪些？　９４
. 什么是产品差异化？现代企业如何实现产品差异化？　９６
. 什么是品牌？　９６
. 品牌有哪些功能和特征？　９７
. 现代企业有哪些品牌定位策略？　９７
. 品牌认知的作用是什么？　９８
. 什么是品牌忠诚？品牌忠诚有什么作用？现代企业的品牌忠诚是如何分类的？　９８
. 什么是产品性能定位？现代企业产品性能定位有哪些策略？　９９
. 影响企业定价决策的内部因素有哪些？　１００
. 什么是成本导向定价法？　１００
. 什么是需求导向定价法？　１０１
. 什么是竞争导向定价法？　１０１
. 什么是投入期定价策略？企业在投入期应该采取怎样的定价策略？　１０２
. 什么是心理定价策略？心理定价策略主要包括哪几个方面？　１０３
. 什么是促销定价策略？　１０３
. 什么是营销渠道？营销渠道对企业的营销活动有什么作用？　１０３
. 现代企业进行营销渠道设计，应着重考虑哪些因素？　１０４
. 现代企业选择营销渠道时应遵循什么原则？　１０５
. 现代企业如何调节营销渠道中各成员之间的矛盾？　１０５
. 什么是促销？什么是促销观念？　１０６
. 促销有什么价值和作用？　１０６
. 现代企业常用的促销策略有哪些？　１０７
. 现代企业的组合促销策略包括哪些方面？　１０９
. 影响企业促销组合策略的因素有哪些？　１０９
. 现代企业的营销策略组合经历了怎样的历史沿革？　１１１
. 现代企业如何确定促销预算？　１１２
. 什么是新产品？　１１２
. 新产品开发可分为哪些阶段？　１１３
. 新产品开发的趋势是什么？　１１４
. 服务产品的概念与特征是什么？　１１５
. 什么是网络营销？什么是电子商务？　１１６
. 什么是绿色营销？　１１６
. 什么是关系营销？关系营销具有哪些基本特征？　１１６
. 现代企业在进行关系营销时，应怎样设立关系管理机构？　１１７
. 什么是服务营销？服务营销有什么特点？　１１７
. 什么是整合营销？　１１７

人力资源管理知识

. 现代企业人力资源管理主要包括哪些内容？　１２０
. 现代企业人力资源管理有哪些基本职能？　１２１
. 现代企业人力资源管理的基本原理有哪些？　１２２
. 现代企业人力资源管理有哪些基本的管理手段？　１２３
. 什么是人力资源战略？现代企业如何制定人力资源战略？　１２４
. 现代企业人力资源制定与评估的方法有哪些？　１２４
. 什么是现代企业的人力资源规划？　１２５
. 影响现代企业人力资源规划的因素有哪些？　１２６
. 现代企业的人力资源规划有什么作用和意义？　１２７
. 现代企业人力资源需求预测的方法有哪些？　１２８
. 现代企业人力资源供给预测的方法有哪些？　１２９
. 现代企业如何解决人力资源中供大于求的问题？　１３２

. 现代企业如何解决人力资源中供不应求的问题？ １３２
. 什么是组织设计？现代企业组织设计应坚持哪些原则？ １３３
. 影响现代企业组织设计的因素有哪些？ １３４
. 什么是职务分析？ １３４
. 现代企业的职务分析包含哪些基本概念？ １３５
. 什么是职务调查？现代企业如何进行职务调查？ １３６
. 什么是工作描述？ １４２
. 什么是职务说明书？ １４４
. 什么是职务设计？现代企业的职务设计主要包括哪些内容？ １４５
. 什么是职务评价？现代企业职务评价的指标有哪些？现代企业如何进行职务评价？ １４６
. 现代企业员工招聘应该坚持哪些原则？ １４７
. 内部招聘有什么意义？现代企业如何进行内部招聘？ １４８
. 现代企业进行内部招聘必须坚持哪些原则？ １４９
. 现代企业外部招聘应该坚持哪些原则？ １４９
. 现代企业如何选择招聘渠道并发布招聘信息？ １５０
. 现代企业人才选拔应该坚持哪些原则？ １５１
. 什么是情景模拟？情景模拟主要包括哪些内容？ １５３
. 什么是心理测试？如何对应聘者进行心理测试？ １５４
. 什么是个性测试？如何进行个性测试？ １５５
. 什么是能力测试？如何进行能力测试？ １５６
. 如何设置面试提纲？ １５７
. 面试中常见的错误及克服措施有哪些？ １５９
. 现代企业的人员培训应该坚持哪些原则？ １６０
. 什么是培训需求分析？培训需求分析有什么作用？ １６１
. 现代企业如何进行培训需求分析？ １６３
. 如何拟定培训计划？ １６５
. 现代企业常用的培训方法有哪些？ １６６
. 如何评估企业培训效果？ １６９
. 什么是职业发展规划？制定职业发展规划有什么意义？ １７０
. 什么是内职业？什么是外职业？二者的关系如何？ １７１
. 什么是职业锚？职业锚的基本功能、类型等职业锚理论的主要内容有哪些？ １７１
. 什么是绩效考核？现代企业的绩效考核具有哪些功能？ １７４
. 现代企业常用的绩效考核的方法有哪些？ １７４
. 什么是激励？什么是员工激励？员工激励具有哪些功能？ １７７
. 现代企业如何进行员工激励？ １７８
. 影响现代企业绩效考核的因素有哪些？ １７９
. 什么是薪酬？薪酬主要包括哪些组成部分？ １７９
. 现代企业如何进行薪酬制度设计？ １８０
. 什么是奖金？奖金主要包括哪些类型？ １８１
. 什么是福利？现代企业的福利实施必须坚持哪些原则？ １８１
. 什么是经济性福利？经济性福利主要有哪些？ １８２
. 什么是非经济性福利？非经济性福利主要有哪些？ １８３
. 什么是工伤保险？工伤保险主要包括哪些内容？ １８３
. 什么是失业保险？如何申请失业保险金？ １８４
. 什么是劳动争议？劳动争议有哪些特征？ １８５
. 劳动争议形成的原因有哪些？劳动争议的解决必须坚持哪些原则？ １８５
. 什么是劳动争议的调解？什么是劳动争议的仲裁？劳动争议仲裁有哪几个程序？ １８６
生产管理知识
. 什么是生产？什么是生产管理？ １８８
. 现代企业的生产管理在企业管理中有什么地位和作用？ １８８
. 现代企业的生产管理主要包括哪些内容？ １８９
. 现代企业生产管理必须坚持哪些原则？ １８９
. 现代企业生产管理的要素有哪些？ １９０
. 什么是生产类型？现代企业的生产类型是如何划分的？ １９１
. 改变企业生产类型的途径有哪些？ １９１

. 什么是生产运作战略？现代企业在制定生产运作战略时应着重考虑哪些因素？　１９１
. 如何进行生产战略分析？　１９２
. 什么是工厂布置？　１９３
. 现代企业厂址选择应考虑哪些因素？　１９３
. 现代企业厂址选择的方法有哪些？　１９４
. 工厂布置应该坚持哪些原则？　１９６
. 如何进行厂区布置？　１９７
. 如何进行车间布置？　１９８
. 什么是生产计划？　２００
. 如何编制生产计划？　２０１
. 如何编制车间生产计划？　２０１
. 什么是生产作业计划？有哪些主要内容？具体任务和显著特点是什么？　２０３
. 编制生产作业计划应遵循哪些原则？有哪些依据和方法？　２０３
. 什么是途程计划？　２０４
. 影响途程计划的因素有哪些？　２０４
. 如何进行途程计划设计？　２０５
. 什么是生产作业控制？包括哪些要素？　２０６
. 生产运作控制的方式有哪些？　２０６
. 如何进行生产运作控制？　２０７
. 什么是生产调度？有什么作用？必须坚持哪些原则？　２０７
. 生产调度的工作内容主要包括哪些？如何做好生产调度工作安排？　２０８
. 如何做好生产调度工作？　２０８
. 如何实施均衡生产？　２０９
. 什么是生产作业统计？　２１１
. 现代企业如何对在制品进行管理？　２１１
. 生产现场管理有什么作用？　２１１
. 现代企业的现场管理有哪些特点和基本要求？　２１２
. 现代企业如何优化现场管理？　２１３
. 如何实施看板管理？实施看板管理有什么好处？　２１４
. 什么是精益生产？　２１５
. 如何实现精益生产？　２１５
. 什么是定置管理？　２１６
. 如何实施定置管理？必须注意哪些问题？　２１６
. 什么是敏捷制造？　２１７
质量管理知识
. 什么是国际标准组织ＩＳＯ？　２２０
. ＩＳＯ９０００族标准是如何产生和发展的？　２２０
. ＩＳＯ９０００系列标准的主要内容包括哪些方面？　２２１
. ＩＳＯ９０００族的基本指导思想是什么？　２２２
. 现代企业推行ＩＳＯ９０００系列标准有什么重要意义？　２２４
. ＩＳＯ９０００族核心标准有哪些？　２２５
. ２０００版ＩＳＯ９０００族标准有什么特点？　２２６
. ＩＳＯ１４０００是什么？　２２７
. ＩＳＯ１４０００的特点和目标是什么？　２２７
. ＩＳＯ９０００标准：２０００的结构和特点是什么？　２２７
. 如何理解质量的概念？　２２８
. 什么是质量管理？　２２９
. 什么是质量保证？有哪些种类？　２２９
. 什么是质量控制？　２３０
. 现代企业如何建立质量管理体系文件？　２３０
. 现代企业如何做好质量管理体系的基础工作？　２３１
. 什么是全面质量？　２３１
. 什么是全面质量管理？全面质量管理的特点是什么？　２３２
. 现代企业全面质量管理的基本指导思想是什么？　２３２
. 现代企业全面质量管理的工作原则有哪些？　２３３

. 现代企业全面质量管理的基础工作包括哪些？　２３３
. 什么是八项质量管理原则？八项质量管理原则的具体内容是什么？　２３４
. 现代企业改进质量有哪些方法？　２３６
. 质量检验活动主要包括哪几个方面？　２３７
. 质量检验有哪些职能？　２３７
. 质量检验的目的是什么？　２３７
. 现代企业应如何开展５Ｓ活动？　２３８
. 企业的质量管理系统与企业管理信息系统的关系如何？　２３８
物流管理知识
. 物流的定义是什么？　２４０
. 物流具有哪些功能？　２４１
. 物流的分类方法有哪些？　２４１
. 物流企业可以划分为哪些基本类型？　２４２
. 什么是物流战略？物流战略包括哪些内容？　２４３
. 什么是物流战略管理？物流战略管理包括哪些内容？　２４３
. 物流战略规划对现代企业有什么重要意义？　２４４
. 现代企业物流市场的经营战略有哪些？　２４４
. 现代企业物流战略宏观环境分析包括哪些因素？　２４５
. 现代企业物流战略微观环境分析包括哪些因素？　２４５
. 现代企业如何进行物流服务战略分析？　２４６
. 现代企业如何制定物流服务战略？　２４７
. 什么是仓储？现代企业的仓储管理必须遵循哪些原则？　２４７
. 现代企业仓库设计的一般原则有哪些？　２４８
. 影响现代企业仓库选址的因素有哪些？现代企业进行仓库的选址有哪些策略？　２４９
. 什么是配送？现代企业的物流配送包括哪些要素？　２４９
. 现代企业物流配送业务的基本形式有哪些？　２５０
. 什么是共同配送？现代企业如何建立共同配送体系？　２５２
. 什么是协同配送？协同配送有何意义？协同配送有哪些模式？　２５３
. 什么是库存？什么是库存控制？库存主要分为哪些类别？　２５３
. 什么是库存管理？库存管理的宗旨是什么？　２５４
. 什么是安全库存？现代企业如何实现零库存？　２５４
. 什么是储存合理化？储存合理化包括哪些具体内容？　２５４
. 什么是联合运输？联合运输必须具备哪些条件？　２５５
. 运输合理化主要包括哪些要素？　２５５
. 物流企业如何实现运输合理化？　２５６
. 什么是供应链？　２５６
. 什么是“牛鞭效应”？引起牛鞭效应的因素有哪些？现代企业如何减少牛鞭效应？　２５７
. 什么是ＶＭＩ管理系统？实施ＶＭＩ管理需要哪些前提条件？　２５９
. 什么是联合库存管理？　２６０
. 什么是多级库存优化和控制策略？　２６０
. 什么是第三方物流？　２６０
. 什么是物流信息管理？物流信息是如何分类的？　２６１
. 什么是物流信息系统？物流信息系统有哪些基本功能？　２６１
. 现代企业如何开发物流信息系统？　２６２
. 什么是ＪＩＴ？　２６３
. 现代企业如何推行准时生产？　２６３
. 什么是物流业务重组？物流业务重组有什么作用？　２６４
税务法律知识
. 什么是税收？税收有哪些基本特征？　２６６
. 税收是如何分类的？　２６６
. 什么是税法？　２６７
. 税法是如何分类的？　２６７
. 什么是税法的构成要素？税法有哪些构成要素？　２６９
. 什么是税率？税率有哪些基本形式和特殊形式？　２７０
. 什么是税法原则？　２７１

. 什么是税收法律主义原则？　２７１
. 什么是征税主体？征税主体有哪些权利与义务？　２７１
. 什么是纳税主体？纳税主体有哪些权利和义务？　２７２
. 什么是增值税？　２７３
. 增值税的纳税主体包括哪些？　２７３
. 增值税的税率是如何划分的？　２７３
. 如何确定特殊销售方式下的销售额？　２７４
. 增值税的免征项目和享受优惠的项目分别有哪些？　２７５
. 什么是消费税？开征消费税有什么重要意义？　２７６
. 如何确定应税消费品的销售行为？　２７６
. 什么是营业税？营业税有什么特点？　２７７
. 营业税的征税范围有哪些特殊规定？　２７
. 我国现行营业税的税率是如何划分的？　２７８
. 什么是关税？关税的纳税主体和征收对象是哪些？实行何种税率？哪些货物和货品可以减免关税？　２７９
. 什么是企业所得税？征收企业所得税有何意义？企业所得税的纳税人包括哪些？　２７９
. 企业所得税的法定减免税优惠主要包括哪些内容？　２８０
. 如何计算应纳税所得额？　２８１
. 如何计算企业所得税应纳税额？　２８１
. 什么是外商投资企业和外国企业所得税？其纳税主体是哪些？　２８１
. 什么是个人所得税？　２８２
. 个人所得税的征税对象包括哪些？　２８２
. 我国现行个人所得税的税率如何划分？　２８３
. 哪些收入要缴纳个人所得税？　２８４
. 现行个人所得税的减免税优惠主要包括哪些内容？　２８５
. 个人所得税应纳税额所得额应如何计算？　２８６
. 什么是房产税？其特点主要有哪些？　２８６
. 城市房地产税的减免有哪些优惠规定？　２８７
. 什么是契税？征税对象和计税依据有哪些？　２８７
. 契税有哪些税收优惠？　２８７
商标法律知识
. 什么是商标？　２９０
. 商标的作用是什么？　２９０
. 商标具有哪些特征？　２９０
. 什么是商标的构成要素？　２９１
. 什么是文字商标？　２９１
. 什么是图形商标？　２９１
. 什么是组合商标？　２９２
. 什么是颜色组合商标？　２９２
. 什么是三维商标？　２９２
. 什么是音响商标？　２９２
. 什么是气味商标？　２９３
. 什么是商品商标？具体分为哪两种？　２９３
. 什么是服务商标？　２９３
. 什么是集体商标？　２９３
. 什么是证明商标？　２９４
. 什么是等级商标？　２９４
. 什么是亲族商标？　２９４
. 什么是联合商标？　２９４
. 什么是备用商标？　２９４
. 什么是驰名商标？　２９５
. 什么是有含义商标？　２９５
. 什么是无含义商标？　２９５
. 什么是防御商标？　２９５
. 如何进行商标注册？　２９５

. 商标保护的范围有多宽？　２９６
. 商标法的概念是什么？　２９６
. 我国商标法的基本原则是什么？　２９６
. 什么是商标注册？　２９７
. 什么是商标权？　２９７
. 商标权的内容是什么？具体包括哪些方面？　２９７
. 什么是商标权的转让？其具体形式有哪些？　２９７
. 什么是商标权的评估？　２９８
. 什么是商标权的保护？保护商标权的重要意义有哪些？　２９８
. 什么是注册不当商标？　２９８
. 注册不当商标的表现形式有哪些？　２９８
. 什么是注册商标争议？　２９９
. 注册商标争议裁定的程序分为哪几个步骤？　２９９
. 什么是商标管理？其意义是什么？　３００
. 什么是商标使用的管理？　３００
专利法律知识
. 什么是专利？　３０２
. 什么是专利法？　３０２
. 什么是专利法律关系？　３０２
. 专利权包括哪些内容？　３０３
. 什么是职务发明创造？　３０３
. 什么是非职务发明创造？　３０４
. 什么是发明专利？　３０４
. 什么是实用新型专利？　３０４
. 什么是外观设计专利？　３０４
. 专利权的效力可以分为哪几个方面？　３０５
. 什么是专利权的主体？　３０５
. 被授予专利权的条件有哪些？　３０６
. 什么是《专利法》中所指的“新颖性”？　３０６
. 什么是《专利法》中所指的创造性？　３０７
. 什么是《专利法》中所指的实用性？　３０７
. 什么是产品发明？产品发明与产品专利有什么联系？　３０７
. 什么是《专利法》中所指的方法发明？　３０７
. 现代企业申请专利应提交哪些文件？　３０８
. 什么是专利申请的分案申请？　３０９
. 怎样提交专利申请文件？　３０９
. 共同申请人申请专利时应当注意哪些问题？　３０９
. 如何向外国申请专利？　３１０
. 专利申请书中应包括哪些事项？　３１０
. 专利申请说明书应包括哪些内容？　３１０
. 在申请专利时应缴纳哪些费用？如何缴纳？　３１１
. 什么是专利权的终止？　３１１
. 什么是专利行政复议？　３１２
. 怎样判断专利侵权行为？　３１２
消费者权益法律知识
. 什么是消费者？　３１４
. 什么是消费者权益保护法？　３１４
. 什么是消费者权益中的自愿原则？　３１４
. 什么是消费者权益中的平等原则？　３１５
. 什么是消费者权益中的公平原则？　３１５
. 什么是消费者的人身安全权？　３１５
. 什么是消费者的财产安全权？　３１６
. 什么是消费者的知情权？　３１６
. 什么是消费者的公平交易权？　３１６
. 什么是消费者的求偿权？包括哪几个方面？　３１６

. 什么是消费者的受教育权？　３１７
. 什么是消费者的人格尊严权？　３１７
. 什么是消费者的民族风俗习惯受尊重权？　３１７
. 什么是消费者的监督权？　３１８
. 什么是消费者的结社权？　３１８
. 什么是经营者？　３１８
. 什么是消费者组织？　３１８
. 消费者协会有什么职能？　３１９
. 什么是仲裁？　３１９
. 什么是消费者权益争议？　３１９
. 工商行政管理部门保护消费者合法权益的职责是什么？　３１９
公平交易法律知识
. 什么是交易？　３２２
. 交易的特点是什么？　３２２
. 什么是公平交易？　３２２
. 公平交易的特点是什么？　３２２
. 什么是不正当竞争行为？　３２３
. 什么是商业混淆性不正当竞争行为？　３２３
. 商业混淆性不正当竞争行为的特征有哪些？　３２３
. 什么是质量标志？　３２３
. 什么是伪造或冒用商品质量标志的行为？　３２４
. 什么是虚假宣传？　３２４
. 什么是有奖销售？　３２４
. 什么是欺骗性的有奖销售行为？　３２５
. 什么是欺骗性价格竞争？　３２５
. 什么是商业贿赂行为？　３２６
. 商业贿赂行为的特征是什么？　３２６
. 什么是回扣？　３２７
. 什么是商业秘密？其特征是什么？　３２７
. 什么是商业信誉和商品声誉？　３２７
. 什么是商业诋毁行为？　３２８
. 商业诋毁行为的主要表现形式有哪些？　３２８
. 什么是限制竞争行为？　３２８
. 限制竞争行为的主要表现形式有哪些？　３２９
. 什么是行政性垄断？　３２９
. 什么是搭售？其危害有哪些？　３３０
. 什么是强迫性交易行为？其特点和形式有哪些？　３３０
. 什么是招标、投标？　３３１
. 什么是串通招标、投标行为？有什么特征？　３３１
. 什么是垄断？　３３１
. 垄断行为的表现形式有哪些？　３３２
. 什么是传销与变相传销？　３３３
. 传销与变相传销违法行为的特点都有哪些？　３３３
保险知识
. 保险的定义是什么？　３３６
. 保险的要素有哪些？　３３６
. 保险的分类有哪些？　３３６
. 保险法的概念是什么？　３３７
. 商业保险与社会保险的区别有哪些？　３３７
. 保险法的主要内容有哪些？　３３８
. 保险合同的定义是什么？　３３８
. 保险合同的法律特征有哪些？　３３８
. 保险合同的分类方式有哪些？　３３９
. 什么是保险利益原则？　３４０
. 损失补偿原则有哪些？目的是什么？　３４１

. 什么是最大诚信原则？　３４１
. 什么是保险合同中的弃权制度？有何目的和要件？　３４１
. 什么是保险合同中的禁反言制度？　３４１
. 什么是保险合同的当事人？　３４２
. 什么是保险合同的关系人？　３４２
. 什么是保险合同的辅助人？　３４２
. 什么是保险合同的订立程序？　３４３
. 什么是保险的索赔与理赔？　３４３
. 什么是保险合同的变更？　３４４
. 什么是保险合同的解除？　３４４
. 保险合同的终止及其原因有哪些？　３４５
. 财产保险合同的概念和特点是什么？　３４５
. 什么是财产保险合同中的代位求偿？　３４６
. 人身保险合同的概念和特征是什么？　３２６
. 人寿保险合同的概念和特征是什么？　３４７
. 责任保险的概念是什么？　３４８
. 什么是意外伤害保险合同？　３４８
. 什么是健康保险合同？　３４８
证券知识
. 什么是股票？股票的基本特征是什么？　３５０
. 股票的构成要素有哪些？　３５０
. 股票可分为哪几类？　３５０
. 什么是股票价格指数？　３５１
. 股票价格指数是如何计算的？　３５１
. 什么是股票的送股、分红、配股？　３５２
. 什么是股票市场？股票市场有哪些种类？　３５２
. 什么是A股、B股、H股、N股、F股、S股？　３５３
. 什么是ＳＴ和ＰＴ股票？　３５３
. 什么是债券投资基金？　３５３
. 什么是债券？有什么特征？　３５４
. 什么是债券市场？有哪些种类？　３５５
. 什么是公司债券？公司债券有哪些种类和特点？　３５５
. 什么是牛市、熊市？其市场特征是什么？　３５６
. 什么是K线图？阳线指什么？阴线指什么？　３５７
. 什么是国债、凭证式国债、无记名（实物）国债、计账式国债？　３５７
. 什么是长期债券、中期债券、短期债券？　３５８
. 什么是金融债券？金融债券有哪些种类？　３５８
. 什么是开市价、收市价、最高价、最低价？　３５９
. 什么是道·琼斯指数、日经指数、伦敦金融时报指数？　３５９
. 什么是恒生指数、国企指数、红筹股指数？　３６０
. 什么是买空、卖空？这种交易主要有几种？　３６１
. 什么是基金？　３６２
. 基金有几种类型？　３６２
. 什么是契约型基金？　３６２
. 什么是公司型基金？　３６２
. 什么是开放式基金和封闭式基金？　３６３
. 什么是在岸基金和离岸基金？　３６３
. 什么是股票的价值和价格？它们是如何决定的？　３６３
. 什么是二板市场？其主要服务对象、特点与主板市场的最大区别是什么？　３６３
. 证券组合的含义和原因是什么？　３６４
. 证券组合的类型有哪些？　３６４
. 证券法的概念是什么？　３６５
. 股东的概念是什么？　３６５
. 股东权利可以分为哪几类？　３６６
. 什么是证券交易制度？　３６６

. 什么是证券交易程序？证券交易程序可以分为哪几个阶段？　３６６
. 证券交易服务机构的概念是什么？　３６７
. 证券资信评估机构的概念是什么？　３６７
. 证券投资咨询机构的概念是什么？　３６８
. 什么是证券监管？证券监管的目的有哪些？　３６８
合同法律知识
. 什么是合同？我国合同法所调整的合同关系具有哪些特征？　３７０
. 合同应当遵守哪些基本原则？　３７０
. 什么是合同关系？　３７１
. 合同的主体包括哪些？　３７２
. 什么是合同的形式？合同的形式有哪些？　３７２
. 合同的内容一般包括哪些条款？　３７３
. 合同的主体资格和条件有哪些？　３７４
. 什么是要约？要约的成立应当符合哪些条件？　３７６
. 什么是要约邀请？要约和要约邀请有什么区别？如何区分要约和要约邀请？　３７６
. 什么是要约的拘束力？要约的拘束力包括哪些内容？　３７７
. 什么是合同的成立？如何确立合同成立的时间与地点？　３７８
. 合同的成立和合同的有效有什么联系和区别？　３７９
. 什么是格式条款？格式条款具有哪些特点？　３７９
. 无效格式条款有哪些？　３７９
. 什么是先合同义务？先合同义务与合同义务相比具有哪些特点？　３８０
. 什么是缔约过失责任？构成缔约过失责任的条件有哪些？　３８１
. 在什么情况下承担缔约过失责任？　３８１
. 什么是合同的效力？主要体现在哪些方面？　３８１
. 合同的生效应当满足哪些条件？　３８２
. 什么是无效合同？无效合同有哪些类型？　３８３
. 导致合同无效的事由有哪些？　３８４
. 什么是可撤销合同？导致合同撤销的事由有哪些？　３８５
. 什么是效力待定合同？有哪些类别？与无效合同和可撤销合同的区别在哪里？　３８５
. 什么是合同的履行？合同履行应坚持哪些原则？　３８６
. 合同的全面履行应达到什么要求？全面履行合同有哪些具体要求？　３８８
. 什么是向第三人履行的合同？有哪些特征？向第三人履行的合同应注意哪些问题？　３８８
. 什么是由第三人履行的合同？有何特征？　３８９
. 什么是合同的补缺和推定？　３８９
. 什么是双务合同履行中的抗辩权？　３９０
. 什么是同时履行抗辩权？同时履行抗辨权应具备哪些条件？　３９０
. 什么是先履行抗辩权？先履行抗辩权应具备哪些条件？　３９１
. 什么是不安抗辩权？行驶不安抗辩权应具备哪些条件？　３９２
. 什么是合同的保全？　３９２
. 什么是代位权？有何特征？如何行使代位权？　３９３
. 什么是债权人的撤销权？有哪些特征？　３９３
. 什么是合同的担保？合同担保的特点和种类有哪些？　３９４
. 什么是反担保？　３９４
. 合同担保具有哪些属性？　３９５
. 什么是合同变更？应注意哪些问题？合同的变更应满足哪些条件？　３９５
. 什么是合同转让？合同转让应满足哪些条件？　３９６
. 什么是合同义务的转移？合同义务转移应满足哪些条件？　３９７
. 什么是合同权力义务的概括转移？　３９７
. 什么是合同承受？　３９８
. 什么是合同权利义务的终止？　３９８
. 什么是合同后义务？　３９９
. 什么是合同解除？合同解除应满足哪些条件？　３９９
. 合同解除与合同变更有哪些区别？　４００
. 什么是法定解除？　４０１
. 什么是合同的约定解除？　４０１

. 什么是抵消？什么是法定抵消？法定抵消应满足哪些条件？　４０１
. 什么是提存？　４０２
. 在什么情况下，当事人可以将标的物提存？　４０２
. 标的物提存会产生哪些法律后果？　４０３
. 什么是债务的免除？免除成立应满足的条件的哪些？免除的方法是什么？　４０４
. 什么是债务的混同？　４０４
. 什么是违约责任？违约责任有哪些特点？　４０４
. 什么是归责原则？　４０６
. 违约行为主要有哪几种形式？　４０６
. 如何确定赔偿损失的范围？应遵循哪几个原则？　４０７
. 什么是因第三人原因造成的违约和因当事人原因造成的违约？　４０７
. 什么是违约金？违约金的作用主要有哪些？　４０８
. 什么是强制履行？强制履行应满足哪些条件？　４０８
. 什么是赔偿损失？赔偿损失的方法有哪些？　４０９
. 合同中如何规定不可抗力条款？　４０９
. 什么是合同解释？合同解释应该坚持哪些原则？　４１０
. 合同争议有哪些解决办法？　４１１
. 什么是仲裁？仲裁与调解、诉讼有什么区别？　４１１
. 什么是诉讼？以诉讼方式解决合同争议的条件是什么？　４１１
. 什么是仲裁裁决？　４１２
. 什么是仲裁协议？仲裁协议有哪些主要形式？　４１２
. 什么是买卖合同？买卖合同是如何分类的？　４１２
. 买卖合同有哪些基本特征？　４１３
. 什么是买卖合同中的标的物？哪些物品不能成为买卖合同中的标的物？　４１３
. 买卖合同应具备哪些条款？　４１４
. 买卖合同中产品的验收和对产品提出异议的时间和办法是如何规定的？　４１５
. 买卖合同中卖方有哪些义务？　４１６
. 买卖合同订立时应注意哪些问题？　４１６
. 买卖合同履行时应注意哪些问题？　４１８
. 买卖合同解除有哪些特殊规定？　４１９
. 什么是分期付款买卖？分期付款买卖有什么特征？　４１９
. 什么是供用电、水、气、热力合同？　４２０
. 什么是供电合同？供电合同有哪些种类和特征？　４２０
. 供电合同有哪些基本条款？　４２０
. 供电合同中的违约责任有哪些？　４２０
. 供电合同中供电人应注意哪些问题？　４２１
. 供用电合同的订立应注意哪些问题？　４２１
. 供用电合同履行时应注意哪些问题？　４２１
. 什么是赠与合同？赠与合同有哪些法律特征？　４２２
. 赠与合同应满足哪些条件？　４２２
. 赠与合同的撤销分几种？　４２２
. 什么是附义务赠与？附义务的赠与合同有哪些特征？　４２３
. 赠与合同有哪些效力？　４２３
. 赠与合同中应注意哪些问题？　４２４
. 什么是借款合同？　４２４
. 借贷款合同应包括哪些主要条款？　４２５
. 借款合同成立应满足哪些条件？　４２６
. 借款合同中贷款人享有哪些权利，应履行哪些义务？　４２６
. 借款合同中借款人享有哪些权利，应履行哪些义务？　４２７
. 借款合同中的违约责任有哪些？　４２７
. 借款合同贷前调查应注意哪些问题？　４２７
. 借款合同签订时应注意哪些问题？　４２８
. 借款合同中的借款用途应满足哪些条件？　４２９
. 签订借款合同时应注意哪些欺诈陷阱？　４２９
. 借款合同履行时应注意哪些问题？　４３０

. 什么是租赁合同？租赁合同包括哪些主要条款？ 431
. 租赁合同承租人有哪些权利和义务？ 432
. 租赁合同出租人的权利和义务有哪些？ 432
. 租赁合同当事人主体资格应满足哪些条件？ 433
. 租赁合同中常出现的漏洞有哪些？ 433
. 租赁合同履行中常见的欺诈陷阱有哪些？ 434
. 租赁合同履行时应注意哪些问题？ 434
. 什么是融资租赁合同？融资租赁合同有哪些特点？ 435
. 融资租赁合同有哪些主要条款？ 435
. 融资租赁合同有哪些形式？ 436
. 融资租赁合同中承租人的权利和义务有哪些？ 436
. 融资租赁合同中出租人的权利和义务有哪些？ 437
. 融资租赁合同变更应满足哪些条件？ 438
. 融资租赁合同的解除应满足哪些条件？ 438
. 融资租赁合同的终止应满足哪些条件？ 438
. 融资租赁合同如何进行质量索赔？ 439
. 融资租赁合同交付租赁物时应注意哪些问题？ 439
. 融资租赁合同订立时应注意哪些问题？ 440
. 融资租赁合同履行时应注意哪些问题？ 440
. 融资租赁合同的租金支付应注意哪些问题？ 441
. 什么是承揽合同？ 441
. 承揽合同有哪些种类？ 442
. 承揽合同中承揽人的义务有哪些？ 442
. 承揽合同中定作人的义务有哪些？ 443
. 承揽合同中当事人双方违约的责任有哪些？ 443
. 承揽合同主体资格方面应注意哪些问题？ 444
. 承揽合同中的欺诈陷阱有哪些？ 445
. 什么是建设工程合同？建设工程合同有什么特征？ 446
. 建设工程合同包括哪些基本条款？ 446
. 建设工程合同中有哪些基本法律术语？ 446
. 建设工程承包人有哪些责任？ 447
. 建设工程合同发包人有哪些责任？ 447
. 确定建设工程合同主体资格时应注意哪些问题？ 448
. 建设工程招标、投标时应注意哪些问题？ 448
. 建设工程质量方面应注意哪些问题？ 449
. 建设工程合同履行时应注意哪些问题？ 449
. 什么是运输合同？ 450
. 运输合同中承运人有哪些权利和义务？ 450
. 运输合同中托运人有哪些权利和义务？ 451
. 运输合同中收货人应履行哪些义务？ 451
. 运输合同中托运人变更或解除运输合同应满足哪些条件？ 452
. 运输合同中收货人收取货物时应注意哪些问题？ 452
. 运输合同中对承运人应注意哪些问题？ 453
. 运输合同中对托运人应注意哪些问题？ 453
. 什么是保险合同？主要条款有哪些？ 454
. 什么是保险标的？ 454
. 什么是保险责任？什么是责任免除？ 454
. 什么是保险合同的变更？保险合同的变更具体包括哪几个方面？ 455
. 什么是技术合同？技术合同具有哪些特征？ 455
. 订立技术转让合同应坚持哪些原则？ 456
. 技术开发合同中委托人有哪些义务？ 456
. 什么是技术开发的风险？主要表现在哪几个方面？如何处理技术风险？ 457
. 专利权转让应具备哪些条件？ 457
. 什么是保管合同？保管合同中寄存人有哪些权利？ 457
. 保管合同中保管人有哪些赔偿责任？ 458

. 什么是仓储合同？仓储合同中有哪些常见的欺诈手段？ ４５８
. 什么是委托合同？委托合同应具备哪些条款？ ４５９
. 委托人的主要损害赔偿责任有哪些？ ４６０
. 订立委托合同应注意哪些问题？ ４６０
. 什么是行纪合同？行纪合同有何特征？ ４６０
. 签订行纪合同应注意哪些问题？ ４６１
. 什么是居间合同？居间合同有哪些特征？ ４６１
民事诉讼法律知识
. 什么是民事诉讼？ ４６４
. 什么是民事诉讼法？ ４６４
. 民事诉讼法的任务是什么？ ４６４
. 什么是民事诉讼的基本原则？确立民事诉讼应主要考虑哪些因素？ ４６５
. 什么是诉讼权利平等原则？诉讼权利平等原则的基本内容有哪些？ ４６５
. 什么是同等原则？ ４６５
. 什么是对等原则？ ４６６
. 什么是法院调解原则？法院调解的内容主要有哪些？ ４６６
. 什么是民事诉讼的主管？我国法院主管的民事案件主要有哪几种？ ４６６
. 什么是管辖？主管和管辖有什么联系？ ４６７
. 管辖的原则主要有哪些？ ４６７
. 什么是级别管辖？ ４６８
. 什么是地域管辖？级别管辖与地域管辖有什么联系与区别？ ４６８
. 什么是特殊地域管辖？民事诉讼法对特殊地域管辖是如何规定的？ ４６８
. 什么是协议管辖？什么是制定管辖？ ４６９
. 什么是民事诉讼的当事人？民事诉讼当事人有什么特征？ ４６９
. 当事人有哪些诉讼权利和义务？ ４７０
. 什么是共同诉讼？共同诉讼有哪几种？ ４７０
. 什么是民事诉讼中的第三人？第三人具有哪些特征？ ４７０
. 什么是民事诉讼代理人？什么是法定诉讼代理人？ ４７１
. 什么是委托诉讼代理？ ４７１
. 委托诉讼代理人的范围有哪些？ ４７２
. 什么是代表人诉讼制度？ ４７２
. 什么是民事诉讼证据？ ４７２
. 民事诉讼证据的作用是什么？ ４７２
. 我国民事诉讼立法上将证据分为哪几种？ ４７３
. 什么是证明对象？确定证明对象需要具备哪些条件？ ４７３
. 免予证明的事实包括哪些？ ４７４
. 民事证据与刑事证据有什么区别？ ４７４
. 什么是诉讼期间？ ４７５
. 民事讼诉期间有哪几种类型？ ４７５
. 什么是民事诉讼中的送达？ ４７５
. 什么是诉讼调解？诉讼调解的主要作用有哪些？ ４７５
. 诉讼调解必须坚持哪些原则？ ４７６
. 什么是妨害民事诉讼的强制措施？其特征主要有哪些？ ４７６
. 妨害民事诉讼行为有哪些种类？ ４７６
. 民事诉讼法中妨害执行的行为有哪些？ ４７７
. 对妨害民事诉讼的行为应采取哪些强制措施？ ４７８
. 什么是诉讼费用？ ４７８
. 诉讼费用的案件受理费包括哪些？ ４７８
. 什么是财产保全？财产保全适用的条件和范围是什么？ ４８０
. 什么是先予执行？先予执行应满足哪些条件？ ４８０
. 什么是起诉？起诉必须符合哪些条件？ ４８１
. 什么是反诉？ ４８１
. 什么是开庭审理？有什么重要意义？ ４８２
. 什么是撤诉？ ４８２
. 什么是诉讼中止？什么情况下应当实行诉讼中止？ ４８２

. 什么是简易程序？其意义何在？哪几类案件适用简易程序？　４８３
. 什么是涉外民事诉讼？具体表现在哪些方面？　４８３
. 涉外民事诉讼必须坚持哪些基本原则？　４８４
刑事诉讼法律知识
. 什么是刑事诉讼？什么是刑事诉讼法？　４８６
. 刑事诉讼法的宗旨是什么？包含哪几个方面？　４８６
. 我国刑事诉讼的特有原则有哪些？　４８６
. 什么是两审终审制度？　４８８
. 什么是审判公开制度？　４８８
. 什么是人民陪审制度？　４８９
. 什么是刑事诉讼中的当事人？　４８９
. 什么是自诉人？自诉人有哪些权利和义务？　４８９
. 什么是刑事诉讼中的管辖？有哪两种分工？　４９０
. 如何确定刑事诉讼中管辖的原则？　４９０
. 什么是刑事诉讼中的立案管辖？　４９１
. 什么是刑事诉讼中的职能管辖？　４９１
. 什么是刑事诉讼中的审判管辖？　４９１
. 什么是刑事诉讼中的回避？　４９２
. 什么是刑事诉讼中的辩护？　４９２
. 刑事诉讼中的辩护可以分为哪些种类？　４９２
. 什么是刑事代理？刑事代理有哪些特征？　４９３
. 什么是刑事诉讼中的强制措施？刑事强制措施的主要特点有哪些？　４９４
. 强制措施应坚持哪些原则？　４９４
. 什么是拘传？拘传应具备哪些条件？　４９４
. 什么是取保候审？取保候审应具备哪些条件？　４９５
. 什么是刑事拘留？现行刑事诉讼法规定的拘留条件有哪些？　４９５
. 刑事诉讼法对公安机关采取拘留措施有何规定？　４９５
. 什么是逮捕？逮捕应满足哪些条件？　４９６
. 什么是附带民事诉讼？附带民事诉讼的成立必须具备哪些条件？　４９６
. 什么是刑事诉讼期间？　４９７
. 期间和期日有什么区别与联系？　４９７
. 期间的恢复应当具备哪些条件？　４９８
. 什么是刑事诉讼中的送达？　４９８
. 什么是刑事诉讼中止？刑事诉讼中止有什么基本特点？　４９９
. 什么是延期审理？什么情况下可以延期审理？　４９９
. 什么是刑事诉讼终止？　４９９
. 什么是刑事证据？　４９９
. 什么是刑事诉讼中的证明对象？刑事诉讼中的证明对象具有哪些特点？　４９９
. 什么是审查判断证据？　５００
. 什么是收集证据？　５００
. 刑事诉讼中无须证明的事项有哪些？　５００
. 什么是刑事诉讼中的控诉证据？　５０１
. 什么是辩护证据？　５０１
. 什么是刑事诉讼中的立案？　５０１
. 刑事诉讼中的立案必须具备哪些条件？　５０１
. 什么是刑事诉讼中的起诉？刑事诉讼中的不起诉应该满足哪些条件？　５０２