

11749 商务管理综合应用
课程讲义

目录

考试中常用的高频分析理论与知识点的汇总.....	1
一、经济学相关概念.....	1
二、行业经济周期、国际贸易.....	3
三、企业目标及利益相关者.....	7
四、选址问题.....	11
五、经营战略分析.....	14
六、财务报表相关指标分析.....	17
七、商务沟通技巧.....	20
八、企业组织结构.....	24
九、管理学及相关概念.....	27
十、市场营销调研、细分市场、营销组合.....	35

考试中常用的高频分析理论与知识点的汇总

一、经济学相关概念

序号	知识点名称	重要程度
1	经济学	★ ★
2	产业类型	★ ★
3	经济体系	★ ★

知识点 1 经济学

1. 经济学的定义：一门研究在相互竞争的社会需要中，配置可得的稀缺资源，以最大可能满足这些社会需要的科学。

2. 经济学的一个基本问题，人们对产品或服务的欲望是无限的，但是资源数量是有限的。

可利用的资源称为**生产要素**。生产要素：是指使产品和服务的生产得以进行的那些资源，最基本的四要素是土地、劳动力、资本和企业家。

3. 经济学主要三点考虑：

- (1) 资源的稀缺性是经济学分析的前提。
- (2) 选择行为是经济学分析的对象。
- (3) 资源的有效配置是经济学分析的中心目标。

知识点 2 产业类型

1. 第一产业是主要是指采集业，是指从土地这类要素中提取产品，包括采矿业、采石业、捕鱼业、林业以及农牧业等，第一产业的产品是第二产业的基本原材料。

2. 第二产业是指制造业和建筑业，例如化学品、纺织服装等加工制造业以及房子、公路、桥梁的建造等，该产业将原材料转化为制成品。

3. 第三产业不生产产品而是提供服务，例如公交、物流、银行、汽车维修、理发、学校等，第三产业的活动可分为商业服务和个人服务。

(1) 商业服务

是指第三产业中那些关注贸易活动而不直接向消费者销售的产业，包括商品运输、批发（向零售商而非向普通大众销售）以及商业保险等。

(2) 个人服务

指的是直接向公众提供的服务，包括国家提供的健康（如医疗业）、警察和消防服务，也包括企业提供的个人保险、电影院、食品和服装零售这样的服务。

知识点 3 经济体系

经济体系指一群经济个体之间具有相互联系关系，个体间的通货可以互相兑换，任一个体的变动都会对总体造成影响。

1. 个人
2. 企业组织
3. 国家

二、行业经济周期、国际贸易

序号	知识点名称	重要程度
4	经济周期	★ ★
5	开展国际贸易的原因	★ ★
6	专业化生产	★ ★
7	国外市场营销的原因	★ ★
8	自由贸易区	★
9	国际市场定价的影响因素	★ ★
10	国际市场营销的定价方法	★ ★

知识点 4 经济周期

经济周期是指一国在一段时期内经济活动水平的变化。其特征表现为：

- (1)繁荣期：经济活动水平很高，并且伴有就业率高，大量生产经济增长以及人民普遍感觉经济繁荣等特点。
- (2)衰退期：经济活动水平下降，就业率下降，生产水平下降，经济增长缓慢，经济繁荣水平下降。
- (3)萧条期：经济活动水平很低，并且伴有高失业率，低生产水平经济增长速度很慢，人民普遍感觉相对贫困。
- (4)复苏期：就业率在这一阶段开始上升，生产水平开始上升，经济增长速度加快，并且人们对经济增长充满希望。

知识点 5 开展国际贸易的原因

1. 气候

由于气候差异，有的国家无法生产某些产品，国际贸易有助于某些国家获得自身无法生产的商品和服务。

2. 资源稀缺

资源（生产要素）：土地、劳动力、资本、企业

3. 比较优势理论：大卫·李嘉图提出的理论。

当一个生产商（国家）在生产某特定商品时比另一个生产商（国家）效率相对更

高。一国应集中生产并出口那些比较优势最大或相对劣势最小的产品；而进口比较优势最小或相对劣势最大的产品。

概述：

首先判断一国在生产哪种商品或提供哪种服务方面效率最高；

其次，该国应该集中生产该种产品或提供该项服务，并使其产量最大化；

最后，每个国家应该按照一个公平的汇率自由贸易。

4. 政治因素

有时，国家之间彼此结成联盟，当然这些联盟没有必要一定是正式的。全世界都接受这样的简单观念：联盟国成员之间建立了亲密的关系。有些国家却永远不能成为同盟。或许它们采取的内政或外交政策不一致。因此，它们不可能建立亲密关系。

5. 技术差异

知识点 6 专业化生产

1. 专业化：是使人们能够提供其最擅长的产品和服务的一种生产方式。在工人之间划分工作和生产流程，也称为劳动分工。

2. 专业化生产的主要优点：

- (1) 雇佣的每个员工能够做他们最擅长的工作。
- (2) 在不断地重复一项任务中掌握熟练技术。
- (3) 减少对工具的需求成本，可以购买专业的机器设备。
- (4) 无需转换流程，节约时间。
- (5) 与学习全部流程相比，工人只需学习部分流程，花费更少的时间来掌握专门的技能。
- (6) 雇主能更准确地估计生产成本和产量。

知识点 7 国外市场营销的原因

(1) 规模经济：包括内部规模经济和外部规模经济。

(2) 市场拓展：本国市场营销将会受到一些因素的限制，如：人口规模的限制、人口增长率的限制、人口分布、收入水平、收入分配的限制，同时如果一个企业决定出口自己的商品，则意味着可以利用其他国家的市场活力的机会大大增加。

(3) 新市场的机遇：获取大量关于潜在市场的信息，有助于做出是否要进军该市场的决策。

(4) 竞争：国内市场的竞争激烈的时候，可以考虑选择国外市场营销。新产品短缺时。企业声誉良好或者因为原产地等使得该企业的产品在新市场上获得

顾客的高度重视。

(5) 经济条件：利用不同国家在贸易周期中的不同阶段的信息，选择在经济条件好的国家拓展贸易，在经济条件衰退的国家收缩贸易。

(6) 技术因素：工业化进程在不同国家的进程有所不同，利用不同国家的技术差异进行贸易战略的转移。

(7) 风险分散：单一产品的风险；如果企业可以提供多种产品，遭受销售量严重下滑的可能性就降低了；考虑产品生命周期，在不同国家产品的生命周期阶段不同，在新市场上销售在国内市场已经成熟的产品可以延长产品的生命周期；产品组合，企业在市场上拥有多种产品，且市场上的各种产品处在产品生命周期的不同阶段，这被称为产品组合；企业可在产品取得良好声誉的国家拓展其产品系列。

知识点 8 自由贸易区

自由贸易区：成员国之间同意在其内部商品自由流动。这意味着国家都不会强制征税或者利用配额限制来自其他成员国的商品。

知识点 9 国际市场定价的影响因素

1. 市场因素：消费者是否愿意接受该价格。
2. 产品因素：是定价的基础，目标获得可接受的利润。
3. 地方性因素：产品会因为出口增加税收而使成本增加。
4. 成本：国际产品要考虑运输成本和税收成本。

知识点 10 国际市场营销的定价方法

1. 成本加成定价法。此方法依赖于精确地计算单位产品的成本。销售价格是在单位成品成本的基础上加上固定比例的利润。缺点是实际价格可能偏低，从而影响利润，从而导致销售低于预期。
2. 依据产品在国际市场上销售所发生的额外费用确定价格方法。
3. 渗透定价。利用较低的价格提高市场份额。用于在市场中退出具有增长潜力、生命周期较长的新产品。
4. 撇脂定价。指利用高价格获取高额利润。运用这种定价方法通常意味着企业推出了一款革新性的时尚产品，且市场对这种产品的需求量很大。在没有面对大量竞争之前，企业制定的产品价格可以很高。一旦市场上产品供应量增加，价格就会下降。
5. 竞争定价，在定价的决策中考量的一个重要因素是竞争。一个企业希望将其产

品价格确定在市场上普遍的价格水平上。

6. 倾销。倾销用来描述在国外市场上以低于生产商所在国的本地市场价格出售商品。如果倾销的对象是经济发达国家，通常会被指控为破坏了本国产业。

7. 母国中心定价。母国中心定价方法是指在国际市场上简单按照国内产品定价方式确定产品价格。特点：操作容易；但忽视了当地的特点，价格可能高于或低于当地商品价格。

8. 多中心定价。多中心定价方法允许为了满足每个国外市场的特殊需求而定制价格。特点：这是一种更为复杂、昂贵的定价方法。

9. 全球中心定价。全球中心定价涉及调查分析全世界范围内消费者的需求，并以此来为所有市场制定一个标准的价格。

三、企业目标及利益相关者

序号	知识点名称	重要程度
11	企业目标	★ ★
12	企业的主要经营目标	★ ★
13	企业利益相关者	★ ★ ★
14	企业经营计划书	★ ★
15	企业组织形式	★ ★
16	有限公司与个体企业和合伙企业的 不同之处	★ ★
17	有限责任公司的优点和缺点	★ ★ ★
18	股份有限公司的优点和缺点	★ ★ ★

知识点 11 企业目标

1. 企业使命

企业使命是企业存在的目的或理由。是企业首先要作出的关键决策。

好处：可以引导企业朝着正确的方向发展；有利于协调不同利益相关者之间的关系；具有号召和激励的功能。

2. 企业目标

目标是指组织打算实现的某个目的。

制定者：高层管理者，部门目标由部门经理制定。

企业设定目标时需要注意的问题

- (1) 企业需要实现的目标是什么。（what）
- (2) 企业该如何实现目标。（how）
- (3) 目标要在什么时候实现。（when）
- (4) 如何判定企业经营的成功或失败。（how）

3. 企业的战略目标

应具有长远型、整体性、可测量性、可实现性，企业需要对其所设定的目标定期考察和审核，保证目标的恰当性和现实性。

知识点 12 企业的主要经营目标

- (1) 利润最大化(高利润)。

11749 商务管理综合应用

- (2) 市场领导者(高市场份额)。
- (3) 销售收入最大化(高收入)。
- (4) 企业成长(高成长率)。
- (5) 在不同市场上开展经营活动(降低单一市场经营风险)。
- (6) 自我满意(自己喜欢的经营方式)。

知识点 13 企业利益相关者

- (1) 股东：期望能获得红利，追求企业未来利润的可持续性。
- (2) 员工：提高薪水，接受培训以发展全部潜力，追求良好而公平的待遇。
- (3) 管理者：实现企业的目标，完成股东委派的事情，获得报酬和升迁等。
- (4) 供应商：及时付款、获得更多的订单，以及来自采购方对技术、人员等方面的指导，能满足彼此需要。
- (5) 顾客：得到尊重，获得性价比高的有保证的产品，遇到问题能及时解决。
- (6) 当地社区：希望企业对社区的人和事情关心，成为社区中负责任的一员，送货、取货安排在适当的时间，不扰乱当地居民的正常生活，不污染当地环境，能提高当地的就业、税收等问题。
- (7) 政府：通过立法、征税、获得贷款的难易程度等，来对企业造成影响。
- (8) 环境：企业经营对全球污染和气候变暖等问题造成的影响，如企业制定节能减排政策。

知识点 14 企业经营计划书

1. 企业制定经营计划的目的

经营计划，指根据经营战略决策方案有关目标的要求，对方案实施所需的各种资源从时间和空间上做出的统筹安排。

- (1) 明确企业的经营思想和目标。
- (2) 为申请融资提供支持。
- (3) 根据计划内容评估企业进展情况，对企业实行监督。
- (4) 为企业设定销售和利润目标。
- (5) 明确企业所需资源及涉及的成本。

2. 企业经营计划书的内容

(1) 五要素

①目标。②销售和市场营销。③生产。④资源要求。⑤财务支持数据。

(2) 以申请贷款为目的的经营计划书应包含以下信息：

①对企业经营思想的解释。②对企业所能满足的潜在市场的描述。③对竞争对手

的优劣势分析，并说明采取的应对措施。④对产品市场营销计划以及所涉及成本的解释。⑤关于营业场地以及所需的资产设备的详细情况。⑥企业人员的详细介绍，背景、学历、工作经历等。⑦个人投资水平。⑧说明企业需要多少资金支持以及企业会如何偿还。⑨为贷款提供的担保。⑩详细的财务预算，包括月现金流量以及第一年的盈利。

知识点 15 企业组织形式

(1) 个体企业：是由个人独立经营的企业，他们也可能雇佣他人，支付给他人工资，所有利润归业主所有。

(2) 合伙制企业：是指各合伙人共同出资、共享收益，对企业债务负责，包括由其他合伙人产生的债务，即各合伙人共同承担无限连带责任。一旦合伙企业出现债务问题，各合伙人共同承担债务，出现资不抵债时，要以个人财产抵偿。

(3) 无限责任：企业所有者对发生的债务承担的责任不以投入企业的资金为限，必要时会以其个人资产抵偿。

(4) 有限责任公司：通常规模很小，企业名称后面注有“Limited”或“LTD”字样，该公司的股票不能向公众出售。

(5) 股份有限公司：通常比有限责任公司的规模要大，企业名称后面有“PLC”字样，该公司的股票可以在证券交易所自由交易。

(6) 特许经营：是指某家现有的非常知名的公司授予某人(或公司)在某个特定地区生产、服务或销售其产品的特权，特许人提供培训、经营建议、设备以及所需材料以帮助被特许人设立并运营企业，特许人向被特许人收取服务费用，并且分享被特许人的一部分利润。

知识点 16 有限公司与个体企业和合伙企业的不同之处

(1) 股本：为了筹集资金，有限公司通常会发行股票，并将其出售。这些资本满足了企业扩张的需要。而个体企业和合伙企业不可以发行股票。

(2) 有限责任公司承担有限责任。企业所有者或股东以其出资额为限对企业承担责任，如果企业经营失败，股东损失的是最初的投资额，而不会涉及到自己的个人财产。

(3) 有限公司在法律上是独立的法人主体，其所有权与经营权相分离，即使所有者发生变更，企业也会继续存在。股东并不管理企业，他们可以委托他人为自己的利益代为管理，有限公司的设立使得没有管理能力的人以及不想参与管理活动的那部分人也可以投入资金、分享利润。

(4)法律控制。有许多法律条例管理有限公司的经营活动。

知识点 17 有限责任公司的优点和缺点

优点	缺点
(1) 股东承担有限责任。 (2) 有限责任公司有存在的延续性。 (3) 股东数量最少可能有两个。 (4) 相对个体企业以及合伙制企业，有更多的筹集资本的机会。 (5) 随着有限责任公司规模的扩大，可能会享有规模扩大所带来的优势	(1) 由于股票不能向社会公众出售，企业成长仍受到资金限制。 (2) 股票的转让可能不被其他股东允许，使得人们不愿意购买有限责任公司的股票。

知识点 18 股份有限公司的优点和缺点

优点	缺点
(1) 股东只承担有限责任。 (2) 股份有限公司有存在的延续性。 (3) 股东数目没有限定。 (4) 股票可以在证券交易所自由交易。 (5) 很容易筹集大量资本并扩张。 (6) 随着股份有限公司规模的扩大，它会享有更多的规模扩大带来的益处。	(1) 股份有限公司的设立需要更多的法律文件，设立成本很高。 (2) 股份有限公司有可能规模很大，而且不人性化。 (3) 大企业可能很难管理，效率低下。 (4) 有被竞争者收购的风险。

四、选址问题

序号	知识点名称	重要程度
19	影响产业选址的因素	★★★
20	规模经济	★★
21	内部规模经济的 6 种类型	★★★
22	规模不经济的类型	★★

知识点 19 影响产业选址的因素

(1)能源供应。如河流、煤炭、电力。大多企业来说主要依靠电力，现在电力已基本普及，不作为重要考虑因素。

(2)原材料供应。如铁矿石、港口。对于那些依赖进口原材料的产业，选择靠近港口的厂址很重要。

(3)产品属性。生产过程可能会改变成品的重量或形状，从而改变运输成本。如某些产品在制造的过程中会失重，企业应将厂址安排在靠近原材料的地方；某些产品在制造过程中会增重，最好将产业安排在接近市场的地方。一些产品在制造过程中会增加体积，企业的厂址应离市场越近越好。

(4)交通便利性。如靠近港口、陆路、铁路、海洋、航空。

(5)自然地理因素及气候。如农业，煤矿，旅游都跟当地自然资源有关。

(6)劳动力供给。例如初级加工制造业需要有大量的低成本熟练的工人。许多新兴产业都将厂址选在失业率较高的地方，相对工资水平较低。

(7)产品市场。

①服务业，如银行。事实上，许多第三产业的企业如果在远离市场的地方设址便无法生存。

②生产易于变质的食物，如柠檬水厂。

③零售场所以及生产大体积产品的企业。

④供出口的产品通常在接近海港或航空港的地方制造。

(8)集聚经济。又被称为外部规模经济，是指产业在某个地区集聚，使得处于该区的企业能够享受很多由此带来的利益。如降低企业的成本、获得受过专业培训的劳动力、很方便的得到附属产业的支持、吸引富有创新能力的企业，获得地区声誉。

集聚经济的优点：

11749 商务管理综合应用

- ①劳动力拥有技能。
 - ②得到附属产业的服务。
 - ③得到支持性服务。
 - ④给有创业能力的企业机会
 - ⑤产品声誉好，销量佳。
- (9)产业惰性。是指即使最初选址时的有利因素现在已经不存在了，但产业还在原来的经营地的现象。
- (10)自由产业。以网络企业、研发企业选址要素并不重要。
- (11)政府态度。政府会通过企业的规划许可、税收优惠、政策扶持等对企业施加影响。

知识点 20 规模经济

- (1)规模经济：是指随着企业大规模生产，使得单位成本和平均生产成本都会下降。
- (2)外部规模经济：是由集中在某一个地区内的某个产业内所有企业公共拥有的间接利益。
- (3)内部规模经济：是指企业自身的经营活动直接形成的成本节约。
- (4)恶意收购：指一个公司购买另外一个公司，但这种购买行为受到被收购人的反对。
- (5)规模不经济：指企业规模扩大所带来的不利影响。

知识点 21 内部规模经济的 6 种类型

- (1)技术规模经济：是指企业可以使用更大、更有效率的机器，并且还可以在生中利用劳动分工，这是小企业不可能做到的。
- (2)财务规模经济：是指大企业拥有很多融资渠道，比小企业能够获得更低的利率，还可通过增发新股获得所需的资金，却并不需要花费实际成本。
- (3)管理规模经济：是指企业可以雇佣更多的专业工作人员，而且尽管企业的员工数量增加了，但监督者和管理者的数量却不需要同等比例增加。
- (4)采购规模经济：是指对于大企业的大批量订货，供应商通常会给予很低的价格。
- (5)风险分担的规模经济：是指大企业对市场了解，可以比小企业更容易避免风险。
- (6)研发规模经济：指只有大企业才能支付高昂的研发费用，可以设计出新产品、更具有竞争力的产品或是新的产品制造工艺，所有这些都可以促进企业销量并减

少成本。

知识点 22 规模不经济的类型

规模不经济包括内部规模不经济和外部规模不经济：

(1) 内部规模不经济：指由于企业规模过大而导致管理层和员工的距离加大，使得员工感到自己不被重用，员工士气降低，没有工作动力。顾客会感到他们是在与一个庞大的没有人情味的企业做交易，这些问题使得企业运营成本增加，妨碍了企业的顺利运作。

(2) 外部规模不经济：指由于产业在某地区过于集中，可能造成本地区过于拥挤、劳动力短缺、高房价、交通阻塞以及环境污染，所有这些都增加企业的成本。

五、经营战略分析

序号	知识点名称	重要程度
23	SWOT 分析	★★★
24	PEST 分析	★★★
25	波特五力分析	★★★

知识点 23 SWOT 分析

SWOT 分析是一种分析技术，用来分析与竞争对手相比企业所具有的优势、劣势以及来自企业外部的机会与威胁。该方法要求管理层密切关注企业运营活动的各个方面，并对这些内容进行分析，同时还要制定出相应的战略以实现目标。

优势	劣势
(1) 员工有工作动力。 (2) 产品有知名度。 (3) 良好的企业声誉。 (4) 现代生产技术等。	(1) 士气低落、动力不足。 (2) 装备落后。 (3) 缺乏质量控制，导致较多浪费以及消费者对不合格产品的投管理信息系统不完善。 (4) 研究和开发力度不够限制了产品创新。
机会	威胁
(1) 出现了企业现有资源就可以满足的新市场。 (2) 由于新的立法出台或某种趋势的出现，给企业生产新产品或服务带来了机会。 (3) 科技的发展为改进生产技术和管理体系提供了机会。	(1) 竞争更加激烈。 (2) 不断变化的技术。 (3) 经济因素。 (4) 新的立法。 (5) 劳动力老龄化，管理层的自满情绪，缺乏决策及控制所需的财务或其他管理信息。

知识点 24 PEST 分析

1. 环境分析：指为及时应对组织环境变化，组织需要收集环境信息、分析这些信息并进行沟通。

2. PEST 分析：是进行环境分析的方法之一。他可以是企业发现对其活动产生影

响的外部因素。PEST 分析包括四个要素：政治因素、经济因素、社会因素、技术因素。

<p>政治因素：指企业需要考虑国家政治制度对其经营活动的影响，因为每个国家的经济状况都是由政治制度决定的。</p> <p>主要政治因素有：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 一国的政治稳定性水平。 (2) 政治制度。 (3) 政府的经济政策。 (4) 政府经济计划。 (5) 立法。 	<p>经济因素：企业需要考虑国内经济政策是如何影响环境的，它又是如何影响到企业的。</p> <p>主要经济因素有：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 失业率。 (2) 经济增长。 (3) 通货膨胀。 (4) 税收。 (5) 利率。 (6) 汇率等。
<p>社会因素：企业应重视人口变化这一因素，还要关注价值观的变化、家庭规模等社会趋势的改变。</p> <p>主要的社会因素包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 生活方式以及闲暇时间。 (2) 文化。 (3) 人口因素。 (4) 时尚。 (5) 教育。 (6) 社会团体。 (7) 环境问题。 	<p>技术因素：企业需考虑技术变化是如何影响到产品、生产工艺以及企业绩效的。</p> <p>主要的技术因素包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 新产品和服务。 (2) 通讯技术。 (3) 信息技术。 (4) 新的制造工艺。 (5) 新材料。 (6) 消费者预期。 (7) 技术变革。

PEST 分析的扩展变形形式，SLEPT 分析

法律因素	内容
合同安排	如何订立协议以及该如何执行
协商和辩护	法庭和仲裁系统如何利用法律规范公司治理，促使企业承担社会责任
劳动法	保证雇员健康与福利、就业条件以及反对歧视的现行法律法规，这方面未来的立法趋向
消费者权益保护法	保护消费者免受不合格产品甚至危险产品的伤害的现行法律法规，这方面未来的立法趋向

商业法	确保企业满足国家规定的最低治理标准的现行法律法规，未来进一步的立法趋向
公司法	确保企业遵守国家运营标准的现行法律法规，未来进一步的立法趋向
国际法	企业在必要的时候必须要遵守国际标准

知识点 25 波特五力分析

波特五力模型是迈克尔·波特（Michael Porter）于 20 世纪 80 年代初提出。他认为行业中存在着决定竞争规模和程度的五种力量，这五种力量综合起来影响着产业的吸引力以及现有企业的竞争战略决策。

五种力量分别为同行业内现有竞争者的竞争能力、潜在竞争者进入的能力、替代品的替代能力、供应商的讨价还价能力与购买者的议价能力。

1. 潜在进入者的威胁

新进入者的威胁取决于市场现有的阻碍和现存竞争者对新进入者的反应。

六种进入市场的阻碍：规模经济、产品的差异化、进入市场的资本要求、成本优势、分销渠道开拓和立法干涉。

2. 替代品的威胁

替代品的威胁可以改变企业的竞争环境。一种新流程或新产品可能使现有产品变得一无是处。企业可以通过产品差异化或利用成本优势最大程度地降低替代品带来的风险。

3. 供应商的议价能力

供应商可以提高供应产品的价格或降低质量。如果市场上的供应商很少，或者缺少供应商的替代品，或者企业不是供应商的重要客户，或者供应商的产品是购买者的重要原材料，那么供应商的力量就很强大。

4. 顾客的议价能力

顾客的议价能力越强，它们压低行业利润的能力就越大。议价能力包括：购买者的规模和集中度，成本对购买者的重要性，供应商的转换成本与产品标准化程度。

5. 现有企业之间的竞争

企业之间的竞争程度在一定程度上会影响竞争环境。竞争会受到上述力量的影响，但也取决于市场上企业集中程度及其相对的市场份额、行业增长速度、产品的差异化程度以及企业撤出行业的容易程度。

六、财务报表相关指标分析

序号	知识点名称	重要程度
26	偿债能力分析	★ ★ ★
27	获利能力分析	★ ★ ★
28	资本利用效率分析	★ ★ ★

知识点 26 偿债能力分析

1. 偿债能力是指企业获得现金的能力，或是能迅速将资产转换成现金的能力。偿还能力指标包括：

- (1) 流动（运营资金）比率。
- (2) 速动比率。
- (3) 存货周转天数。
- (4) 应收账款周转天数。
- (5) 应付账款周转天数。

2. 流动比率

流动比率（营运资金）=流动资产÷流动负债。

这个指标决定企业能否清偿短期负债，保持偿付能力。流动比率为 1 是最理想的，但把存货转化为现金有时需要时间，所以多数会计师倾向于流动比率为 1.5。如果比率超过 2，说明企业有太多的资金积压在存货上，或者应收账款收款时间过长。

3. 速动比率

速动比率（酸性测试）=（流动资产－存货）÷流动负债。

这个指标通过从流动资产中剔除存货的方式解决了存货变现存在的偿债能力较弱的问题。酸性测试比率为 1 是最理想的，表明企业偿还短期负债时无需变卖存货。在实务中，该比率小于 1 也是可以的，因为不可能所有的应付账款都需要在同一时间内支付。

4. 存货周转天数

存货周转天数=平均存货额÷销售成本×365。

这个指标反映了企业出售其存货需要花费多少时间。平均存货额=（期初存货+期末存货）÷2。如果无法获得期初存货，可以直接用期末存货计算存货周转天数。如果存货和以前期间相比，能够在更短的时间内出售，说明企业偿还短期负

债的能力提高了。

5. 应收账款周转天数

应收账款周转天数=平均应收账款÷赊销净额×365。

这个指标反映应收账款的平均收款时间。如果应收账款周转时间比以前年度缩短了，说明企业的偿债能力提高。除了这个指标，企业往往保留应收账款账龄记录，通过记录发现具体的应收账款的收款时间是否比指标反映的平均收款时间要长。

6. 应付账款周转天数

应付账款周转天数=平均应付账款÷赊购成本×365。

这个指标反映企业支付应付账款的时间。虽然企业希望尽可能长时间地持有资金，但是长时间延期付款会在将来与供应商发生矛盾。正常情况下超过 30 天且无理由延迟付款会影响企业的声誉。

知识点 27 获利能力分析

1. 获利能力分析

(1) 股东权益报酬率。

股东权益报酬率=息税前净利润÷股东权益×100%

股东权益=发行的普通股和优先股股本+公积金

这个指标说明了净利润占投入资本的百分比，反映了股东权益回报率。

(2) 资产报酬率。

全部资产报酬率=息税前净利润÷全部资产×100%

全部资产=股东权益+长期负债

这个指标考虑了企业经营所需的借款，企业管理层对此更感兴趣。

(3) 毛利率。

毛利率=毛利润÷营业额或销售收入×100%

这个指标忽略了销售和发货时发生的费用，反映了生产过程创造的利润。

(4) 销售净利润率。

销售净利润率=息税前净利润÷营业额或销售收入×100%

净利润=毛利润-费用

这个指标从毛利润中扣除了费用，能更好地反映企业的业绩。

知识点 28 资本利用效率分析

1. 利用资本的效率

有很多指标可以用来分析企业利用资本的效率。股东对其中多数指标感兴趣，所以有时把这些指标称为股东指标。这类指标主要包括：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/186225151125010202>