

来学网 2019 年全国中级经济师职称考试精华资料

2019 年中级经济师《商业经济》精华考点

运营管理：是指社会组织在将生产要素投入转化为有形产品和无形产品，通过创造效用而增加附加值的流通性服务过程中，对其制造产品或提供服务的过程所进行的组织、计划、实施和控制

社会组织——是指具有特定目标和功能的、社会化的生产要素的集合体

流通性服务：服务可分为：流通性服务、生产性服务、消费者服务、公共性服务

商品流通的三个作用：制约生产、实现分配、实现消费

商品流通功能包括：实现、中介和调节，注意与商品流通作用的区分

商品流通的三大功能：实现功能、中介功能、调节功能

零售生命周期假说：导入期、成长期、成熟期、衰退期

零售商圈的层次：核心商圈（0.8、5、55%—70%）、次级商圈（1.5、8、15%—25%）、边际商圈

雷利的零售引力法则：

$$D_{ab} = d / (1 + \sqrt{\frac{P_b}{P_a}})$$

零售饱和理论：某地区零售饱和指数=（某地区某类商品的潜在顾客数×某地区每一顾客平均购买额）/某地区经营同类商品的店铺营业面积

购买力指数公式： $BPI = 0.2 \times \text{某商圈购买人口占区域人口的比重} + 0.3 \times \text{某商圈零售额占区域零售额的比重} + 0.5 \times \text{某商圈的有效收入占区域有效收入的比重}$

市场质量指标(QI)： $BPI / \text{本区人口占全国人口比重}$ ， $QI < 1$ 该区域商业活动规模低于全国平均水平，流通业落后； $QI = 1$ 该区域商业活动处于全国平均水平； $QI > 1$ 该区域商业活动规模高于全国平均水平，流通业发达； BPI 高该区域市场潜力大，对商品流通企业市场容量大，造成同行业损害的可能性低。 BPI 低该区域市场潜力小，对商品流通企业市场容量优先，容易发生商业同业损害。 $BPI = 0.2 \times \text{商圈人口占区域人口比重} + 0.3 \times \text{商圈零售额占区域零售额比重} + 0.5 \times \text{商圈有效收入(购买力)占区域有效收入比重}$

决定进入障碍大小的主要因素：1、规模经济、2、商品差别化优势、3、资金需求、4、转换成本、5、与规模经济无关的成本优势

流通网络构建：以经济区域为依托、以大中城市为中心、以批发零售企业为骨架、以流通信息网络为纽带

商品流通：是指以货币为媒介的商品交换过程

流通技术的应用：商流技术、物流技术、货币流技术、信息流技术

量预测方法：上期销售量法、算术平均法、一次移动平均数法、一次指数平滑法、回归分析法
保本销售量=固定成本/（单价-单位产品变动成本）

保本销售额=固定成本/（1-变动费率）

保利销售量=（固定成本+目标盈利额）/（单价-单位商品变动成本）

保利销售额=（固定成本+目标盈利额）/（1-变动费率）

经营安全率=（预计销售量-保本销售量）/预计销售量

商流与物流的联系：（1）商流和物流是商品流通必要组成部分，是商品流通两种不同的运动形式。（2）都是从供应者向需求者的运动，方向、起点和终点相同。（3）功能上互相补充，既分工又合作，共同完成流通的功能。

非确定型决策包括：悲观准则、乐观准则、折中准则、等概率准则、后悔值准则

各类采购物品：价值高、数量少是战略；价值高、数量多是杠杆；价值低、数量少是瓶颈；价值低、数量多是一般

供应商细分（二八法则）：重点供应商、普通供应商

供应商细分（供应商分类模块法）：重点商业型供应商、伙伴型供应商、商业型供应商、

优先型供应商
供应商细分（供应商关系谱法）：自我发展（优化合作）、共担风险（强化合作）、运作相互关系（公开、信赖）、需持续接触（竞争游戏）、已认可的、触手可及（现货买进关系）
供应商细分（经营规模、品种）：专家级（大、少）、行业领袖（大、多）、低量无规模、量小品种多
供应商绩效评价指标体系：质量指标——来料批次合格率、来料抽检缺陷率、来料在线报废率、供应商免检率；供应指标——准时交货率、交货周期、订单变化接受率；经济指标——价格水平、报价情况、降低成本的态度及行动、分享降价成果、付款；支持、配合与服务指标——反映表现、沟通手段、合作态度、共同改进、售后服务、参与开发、其他支持

商流与物流的区别：1. **商流：**（1）**定义：**商品社会实体的流转，克服供需间的社会距离；

（2）**创造的效用：**所有权效用；（3）**体现：**商品所有权转移；2. **物流：**（1）**定义：**商品物质实体的流转，克服供需间的空间和时间距离；（2）**创造的效用：**空间效用、时间效用；

（3）**体现：**空间位置的变化

商品流通企业战略的特点：全局性、长远性、抗争性、纲领性、动态性

本资料中心的资料均是免费分享(👉<https://www.laixue.com/ziliao.html>)

商品流通企业的战略层次：公司战略、经营（事业部）战略、职能战略

商圈人口占区域人口比重：商圈人口/区域总人口

商品流通企业的战略目标：市场目标、创新目标、盈利目标、社会目标

国际化战略的类型：本国中心战略、多国中心战略、全球中心战略

商品流通企业战略管理过程：确定企业使命→战略分析→战略选择→战略实施及控制

集权的特点：政策的统一性；行动一致；迅速地贯彻执行已作出的决策；压抑企业员工的工作热情和创造性；损害其积极性、主动性；降低企业的活力

商圈有效收入(购买力)占区域有效收入比重：商圈有效收入/区域总有效收入

分权的特点：减轻高层主管的决策负担；培养更多综合型管理人才；破坏统一性；基层管理人员素质和能力限制前馈控制——是指在战略实施之前；同期控制——是指发生在战略实施进行之中；反馈控制——控制作用发生在行动之后

单因素生产率测量： $\text{生产率} = \text{产出数量} / \text{投入数量}$

多因素生产率测量： $\text{多因素生产率} = \text{产出数量} / (\text{劳动力} + \text{物资} + \text{能源} + \text{资本} + \text{其他})$

一个商品流通企业的战略可划分为三个层次：公司战略、经营战略和职能战略。公司战略：一般都是企业总体的、最高层次的战略，而且一般都是公司的最高层做出的战略，从企业全局出发，考虑企业要做什么，业务是什么？根据案例所述，成立 MK 物流公司主要是公司最高层决定要做什么业务。

选址的一般步骤：选择某一个国家→选择适当的地区→选择适当的地点

盈亏平衡分析法： $\text{总利润} = \text{产量} \times (\text{单价} - \text{单位可变成本}) - \text{固定成本}$ （总成本最低、总利润最高的地点）

商品流通运行要素：商流、物流、信息流

物流的功能：①通过商品运输实现商品的空间效用。②通过商品储存实现商品的时间效用

购买力指数由影响销售潜力的三因素组成：人口数量、有效购买收入(购买力)、商品零售额

物流的 7 大基本职能包括：包装、运输、储存、装卸与搬运、流通加工、配送、信息处理

微观物流过程：供应物流、生产物流、销售物流、回收物流、废弃物流

三者权重国际标准：人口数量因素 20%、商品零售额 30%、有效收入 50%

宏观物流过程：初级产品物流、中间产品物流、最终产品物流

分红数额的计算公式： $\text{分红数额} = \text{本年净利润} - (\text{下一年投资额} \times \text{自有资本比率})$

需要高质量的收费 vip 资料请联系来学网 [Laixue.com](https://www.laixue.com) 招生老师报名！

全面预算体系包括三大组成部分：业务预算、财务预算、专门决策预算

现金预算的内容：现金收入、现金支出、现金收支差额、资金的筹集与运用

商品流通行业协会的性质：自由的民间组织、自律性组织、服务性组织

行业协会的职能：(服务)代表职能、服务职能、沟通职能、研究职能、(管理)监督职能、协调职能

商流的概念：商流：指商品从供给方向需求方转移时以货币为媒介的商品所有权的变更和转移运动过程。(注意与物流的区别)，(1)商流体现的是“商品价值”流通，在现实经济活动中具体表现为商品与货币相互交换的购买、销售等买卖行为。(2)通过商流活动，可以把商品的所有权由生产者转移给消费者，为最终实现商品的价值和使用价值创造条件

商品流通宏观调控手段：经济手段、法律手段、行政手段

信息流的特征：时效性、依附性、可加工性、共享性商流和物流是商品流通必要组成部分，二者都从供应者向需求者的运动，方向、起点和终点相同，在功能上互相补充

零售之轮假说三个阶段：导入阶段、成熟阶段、脆弱阶段

商流的功能：(1)实现商品价值的功能；(2)生产先导的功能；(3)促进资源优化配置的功能

因素评分法：选择“加权总分最高”的地区

市场预测的分类——范围不同：宏观预测(从国民经济全局出发)、微观预测(从企业角度出发)；**期限不同：**短期预测(1年或以内)、中期预测(1-5年)、长期预测(5年以上)；**性质不同：**定性预测~靠人们的主观判断、定量预测~靠数学模型；**预测对象不同：**单项商品预测、同类商品预测、商品总量预测**市场预测方法——定性预测方法：**专家会议法、德尔菲法、类推法、用户调查法、马尔可夫分析法；**定**

信息流的特征：(1)信息流具有时效性、(2)信息流具有依附性、(3)信息流具有可加工性、(4)信息流具有共享性；

五种运输方式技术特点：铁路快大低、公路快小低、水路慢大低、航空快小高、管道运量大

自营型运输组织：提升服务、降低成本、空车回程、技术要求、资金占用、风险较高

外包型运输组织：减少投资、降低风险、控制能力较弱、经营风险

处于再生产过程不同领域的库存：制造库存、流通库存、国家储备

企业中不同用途的库存：原材料库存、在制品库存、维护库存、低值易耗品库存、产成品库存

本资料中心的资料均是免费分享(👉<https://www.laixue.com/ziliao.html>)

形成原因不同的库存：周期库存、在途库存、安全或缓冲库存、战略库存、呆滞库存

需求相关性不同的库存：独立需求库存、相关需求库存

服务水平：服务水平=1-(每年该商品缺货量的期望值/该商品的年需求总量)

库存平方根定律：未来仓库中的总库存量=现有仓库中的总库存量×

$$\sqrt{\frac{\text{未来仓库的数量}}{\text{现有仓库的数量}}}$$

高级拉动式库存管理：需求量变化，提前期固定的安全库存量=安全系数×需求量标准差×

$$\sqrt{\text{提前期时间}}$$

需求量固定，提前期变化的安全库存量=安全系数×日需求量×提前期标准差

常见的消费品分销渠道模式：厂家直供模式、多家代理（经销）模式、独家经销（代理）模式、平台式销售模式（分装厂建立经营部）

渠道权力的来源：奖励权、强迫权、法定权、认同权、专长权、信息权

渠道权力相关战略类型：许诺战略、威胁战略、法律战略、请求战略、信息交换战略、建议战略
网络分销渠道的特征：虚拟性、经济性、便利性

虚拟商业街收入来源：其包含的商业站点的租金

渠道扁平化的形式：绝对（生产商——顾客）有一层中间商（生产商——中间商——消费者）
有两层中间商（生产商——经销商（代理商）——零售商——消费者）

渠道战略联盟分类：股权式联盟、契约式联盟；生产型战略联盟、市场型战略联盟、知识型战略联盟

国际合资企业特点：共同投资、共同经营、共担风险、共享利润

国际合作企业特点：合作各方的权利、义务均由各方经磋商在合同中约定，是典型的契约式合营企业

国际独资企业特点：外国投资者独自投资，独立承担风险，单独经营、管理，独享经营利润

国际直接投资的动机：市场导向、降低成本、技术与管理、分散投资风险、优惠政策

产品生命周期理论（三个阶段）：产品创始阶段、产品成熟阶段、产品标准化阶段

国际化经营的市场进入模式：出口（直接出口、间接出口）；合同；投资（建立合资或独资企业）

班轮运输——又称“定期船运输”（四固定、一负责）；租船运输（定程租船、定期租船）

海上保险保障的损失分为：全部损失（实际全损、推定全损）、部分损失（共同海损、单独

需要高质量的收费 vip 资料请联系来学网 Laixue.com 招生老师报名！

海损)

海洋运输货物保险条款：基本险：平安险、水渍险、一切险，基本险责任范围由小到大依次为：平安险<水渍险<一切险；附加险：一般附加险、特别附加险、特殊附加险

买卖合同分类：一般买卖合同、特种买卖合同；竞争买卖合同、非竞争买卖合同；即时买卖合同、非即时买卖合同；现货买卖合同、期货买卖合同

薪酬：1. 直接薪酬：(1) 基本薪酬：基本工资、年功工资、职位工资、技能工资；(2) 辅助薪酬：①效率薪酬：奖金、分红、②补偿薪酬：津贴、补贴；2. 间接薪酬/福利。

个人绩效奖励的类型：计件工资、绩效加薪、绩效奖金

团队激励计划的分类：节约成本（斯坎伦计划、拉克计划）分享利润（现金现付制、递延式滚存制）

法定福利：养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险、住房公积金、带薪休假及医疗期

劳动争议处理的程序：调解、仲裁、审判

净现值= t 年营业现金净流量现值的总和+报废时回收额的现值-建设期 t 年的投资额的现值

现值指数=净现值÷初始投资（在现值指数大于1的多个方案中，现值指数最大的方案为最优方案）

内含报酬率：是使得投资方案的净现值等于零的贴现率，是方案本身的投资报酬率。

每年现金净流入量相等的投资回收期=初始投资÷每年现金净流量；

会计收益率=(年平均净收益÷初始投资)×100%

个别债务资本成本=[用资费用（抵税后）/实际筹得资金]×100%

普通股资本成本=(下年股利/每股实际筹得资金)+股利年增长率

利润分配的顺序：提取法定公积金→提取任意公积金→向投资者分配利润或股利

法律手段的特点：规范性、强制性、责任性、稳定性、被动性

商品流通企业的管理信息系统是一个人机系统，体现在：系统离不开人的参与控制

宏观环境分析：政治法律环境、经济环境、技术环境、社会环境

迈克尔·波特五种竞争力模型：行业内现有企业间的竞争、潜在进入者的威胁、替代品的威胁、供应商讨价还价的能力、买方讨价还价的能力

“树型”理论：根系——核心竞争力；树干和主枝——核心商品；树枝——结合产品和服务

本资料中心的资料均是免费分享(👉<https://www.laixue.com/ziliao.html>)

的战略业务单位；叶子——最终服务；果实——企业的最终商品

核心竞争力的特征：用户价值、独特性、延展性、动态性、不易模仿性

商圈零售额占区域零售额比重：商圈零售额/区域零售总额

公司层战略包括：扩张型战略、收缩型战略、稳定型战略、组合型战略

经营（事业部）层战略包括：成本领先战略、差别化战略、聚焦战略

电子商务的服务功能：（1）网上广告宣传服务；（2）网上咨询和交易洽谈服务；（3）网上货币

支付服务；（4）电子账户管理服务；（5）网上商品传递及查询服务；（6）用户意见征询服务；

（7）交易活动管理服务

全套资料：核心考点+章节练习+历年真题+冲刺资料（高频考点/精华考点/预测卷/仿真模拟卷/冲刺卷）

添加页面老师微信，备注科目领取资料！！！！

需要高质量的收费 vip 资料请联系来学网 Laixue.com 招生老师报名！