

马来西亚华文独中教科书



高中适用

# 商业学

*Business Studies*

## 第一册



董教总华文独中工委会统一课程委员会编纂

# 高中适用

# 《商业学》第一册

行政编辑：黄宝玉

美术编辑：曹薇华

排 版：曹薇华

© 郑重声明，此书版权归出版单位所有，未经允许，书上所有内容不得通过任何形式进行复制、转发、储存于检索系统，或翻译成其它语言的活动。

© Dong Zong

Hak cipta terpelihara. Mana-mana bahan atau bahagian dalam buku ini tidak dibenarkan diterbitkan semula, disimpan dalam cara yang boleh dipergunakan lagi, atau ditukar kepada apa-apa bentuk atau apa-apa cara, baik dengan elektronik, mekanikal, fotokopi, rakaman, pengalihan bahasa dan sebagainya tanpa mendapat kebenaran secara menulis daripada pihak penerbit terlebih dahulu.

© Dong Zong

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, translated in any other languages, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

**编辑单位：**

董教总华文独中工委统一课程委员会  
Unified Curriculum Committee of  
Malaysian Independent Chinese Secondary School ( MICSS ) Working Committee

**出版发行：**

马来西亚华校董事联合会总会（董总）  
United Chinese School Committees' Association of Malaysia ( Dong Zong )  
Blok A, Lot 5, Seksyen 10, Jalan Bukit, 43000 Kajang,  
Selangor Darul Ehsan, Malaysia.  
Tel: 603-87362337  
Fax: 603-87362779  
Website: [www.dongzong.my](http://www.dongzong.my)  
Email: support@dongzong.my

**印刷：**

Percetakan Advanco Sdn. Bhd.

**版次：**

2023 年 6 月第 1 版

**印次：**

2023 年 6 月第 1 次印刷

## 编审团队

学科顾问 : 李嘉玲

林昌平 蔡兆源

编审委员 : 尤淑容

刘玉琳 刘兼閔 陈颖毅 陈金龙

陈钎盛

张志超 郑仔威 萧爱娜 谢颜嬪

编写人员 : 林昌平

陈颖毅 陈金龙 郑仔威 蔡兆源

责任编辑 : 郑惠蓉

(按姓氏笔画顺序排列)

## 鸣 谢

本书承蒙商界学者、大学讲师及独中商业学教师编写与审稿，谨此致谢忱。

董教总华文独中工委会统一课程委员会 启

2023年6月

# 编辑说明

- 1.** 本书主要根据董教总华文独中工委会统一课程委员会所公布的《商业学课程标准》，并参照我国教育部、英国剑桥 IGCSE、香港与台湾教育部的商业科课程纲要编写而成。
- 2.** 本书的宗旨是让学生在基本商业、商业管理与创业三个领域的学习过程中，探究商业社会的各种事实、现象、关系与变化，培养执行、管理与领导的素养（competencies），探索个人的志向兴趣及生涯发展，为未来成为有道德与能力的就业者或创业者奠定基础，也成为负责任的公民及终身学习者，为自己、家庭、社区和国家带来福祉。
- 3.** 本书的设计以学生为中心，包含独中“成就孩子”的三个理念：自主学习、沟通协作及社会参与。商业学课程目标呼应各理念的核心素养，注重学生适应现在生活及未来挑战所应具备的认知、技能及情意。全书共三册，供高中三学年使用。高一介绍基本商业，让学生从生活认识商业活动；高二介绍商业管理，让学生了解企业的经营管理；高三介绍创业，让学生认识创业者需要的基本能力。各册的专题研习（project-based learning），供学生体验多元的学习经历，在实践中应用知识，培养技能与情意。
- 4.** 内容的特色强调理论与实用相结合，以生活及情境脉络、趣味性、循序渐进、图文并茂，以及启发创意与创新的手法呈现内容。各章编写的体例如下：



学习目标

学习本章须掌握的商业素养（business literacy）。



思维导图

用本章的主题为中心，以辐射线排序知识点。



专家学者的至理名言。



热身活动

创设情境，导入新课。



学习活动

体验式学习，引导学生思考与解决问题。



延伸学习

学生自主选读，满足差异性学习。



温习室

摘要重点及概念图。



团队协作

依据课程的重要概念与学习目标编写专题研习。专题设计注重生活与真实情境，并融入联合国可持续发展目标与重要的跨领域议题，以评价及巩固学生的学习。



商业档案

摘录商业事例，激励与启迪学生。

- 5.** 配合《商业学》课本的出版，编写《商业学作业簿》供学生练习，以评量与巩固学生的学习，激发学习兴趣及提升解题能力。
- 6.** 课文内重要名词术语，均附注英文，以便查考；并于书后附录中英名词对照。
- 7.** 本书的教与学参考资源，请浏览董总E启学线上学习平台elearning.dongzong.my，点选“商业学”。
- 8.** 本书若有错误、遗漏或欠妥善之处，请不吝指教，可电邮至businessstudies@dongzong.my，以供再版修订参考。

董教总华文独中工委会统一课程委员会  
《商业学》编审团队  
2023年6月

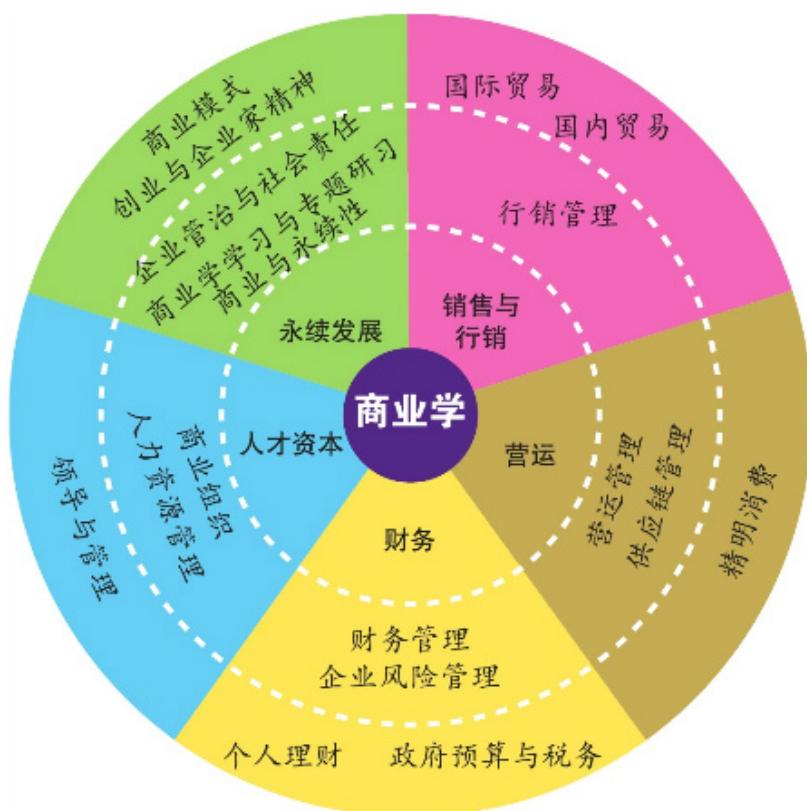
# 给学生的话

各章的简介以视频呈现，内容大致包含了三个方向：为什么要学习这章？如何运用？可以学到什么？

第一册学习领域为基本商业，各章之间的关系如下：



商业学全书共三册，其学科范畴包括了销售与营销、营运、财务、人才资本及永续发展。三年所学的主题分布在这五个知识结构，形成关系图。各主题的脉络与关联如下：





# 1

## 商业学学习及专题研习

1.1 商业学学习	3
1.2 专题研习的概念	6
1.3 专题研习的三个阶段	7
附录一：评分表	17
附录二：工作进度表	19
附录三：工作分配表	20
附录四：口头简报与书面报告	21

# 2

## 商业与永续性

2.1 商业相关的概念	25
2.2 商业交易的过程	33
2.3 商业的重要性	34
2.4 商业环境	36
2.5 商业循环	39
2.6 商业的发展趋势	40
附录一：马来西亚国家银行	44

# 3

## 国内贸易

3.1 分销途径	47
3.2 有店铺与无店铺零售	52
3.3 连锁经营	57
3.4 贸易文件	59
3.5 付款方式	66
专题研习	74
附录一：常见的国内贸易文件	81

# 4

## 国际贸易

4.1 国际贸易的类型	85
4.2 国际贸易的重要性	88
4.3 国际贸易的特征	90
4.4 国际商业术语	92
4.5 国际贸易文件	93
4.6 国际贸易付款方式	99
4.7 国际贸易的交易流程	102
4.8 国际贸易政策	105
附录一：FOB、CIF、CFR	110
附录二：远期汇票与即期汇票	111

# 5

## 商业组织

5.1 组织的概念	115
5.2 商业组织的类型	120
5.3 个人企业	121
5.4 合伙企业与有限责任合伙企业	123
5.5 有限公司	127
5.6 商团组织	133
5.7 公共机构	135
5.8 非营利组织	138
5.9 社会企业	139
附录一：合伙协议、1961年合伙法令、 有限责任合伙协议	145
附录二：公司宪章	146



# 6

## 个人理财

6.1 个人理财规划	149
6.2 个人财务预算	154
6.3 消费信贷	157
6.4 租用	160
6.5 风险与个人保险	160
6.6 金钱的时间值	165
6.7 投资、风险与回酬	169
附录一：常见的人寿保险与普通保险	176

# 7

## 精明消费

7.1 精明消费的概念	179
7.2 消费者权利	181
7.3 消费者责任	183
7.4 消费者的支援单位	185
7.5 商家对消费者的责 任	189
7.6 消费者投诉的步骤	190
专题研习	193
附录一：保护消费者的各项法令	197

## 中英名词对照

## 图片出处

200

206



# 第1章

# 商业学学习 及专题研习

Business Studies Learning and  
Project-based Learning



学习目标



学习本章，你应能：

- 说出商业素养的含义。
- 了解联想、提问、系统思考对学习的重要性。
- 了解专题研习对培养商业素养的重要性。
- 了解驱动性问题在专题研习中的作用。
- 掌握专题研习的三个阶段：规划、探究、汇报。
- 应用逻辑树状图、思维导图、时间管理、脑力激荡法、六何法（5W1H）、黄金圈法则、SWOT分析法。
- 区别第一手资料与第二手资料。
- 了解口头简报的基本要求。
- 了解书面报告的基本格式。



## 思维导图

① 商业素养

知识、技能、情意

逻辑树状图、思维导图、  
时间管理、脑力激荡法、  
5W1H、黄金圈法则、  
SWOT 分析法

④ 学习的工具与方法



商业学学习  
及专题研习

② 联想、提问、系统思考

③ 专题研习

规划阶段

探究阶段

驱动问题

汇报阶段



## 商业金句

“带着问题来学习。提问是保持学习兴趣、求知欲与好奇心的重要途径。”

——美国沃伦·贝格（Warren Berger），摘自《更美好的问题：探究力激发突破式观点》。



## 在学校举办一场活动

请按以下 10 项事件发生的先后顺序，列出举办社团活动的基本程序。

活动资料入档，场地清理，现场准备，有关单位批准，活动规划，场地借用，活动申请，成果报告，活动举办，检讨

举办活动有其程序，学习知识也有其方法。掌握相关的程序与方法，就能事半功倍，乐学爱学。

### 1.1 商业学学习

*(Business Studies Learning)*

独中商业学课程包含基本商业、商业管理及创业三个领域。通过课程与学习活动，让学生初步掌握执行者、管理者、创业者所需具备的知识、技能与情意，逐步培养学生成为一名具有**商业素养**（business literacy）的高中生。

在这三年里，所学的知识会不断地增加，如果只是死记硬背知识，这些个别或碎片化的知识，就犹如只见树不见林，只看到局部，而看不到整体。当学习内容逐渐增多时，就会记不住而感到学习是无趣的及沉重的负担。



图1 见树（个别性或碎片）



图2 见林（整体性或纵观全局）

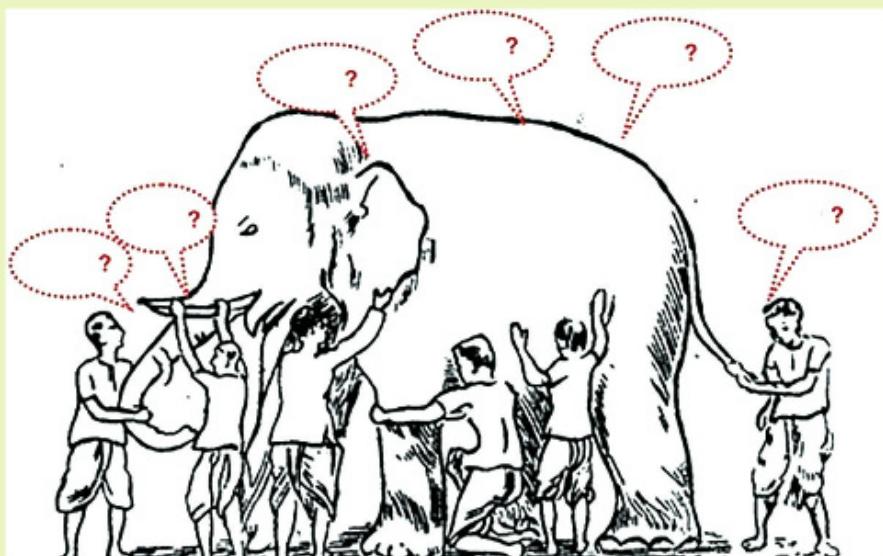
那么要如何让学习更生动有趣呢？在这里养成联想的习惯是关键。联想即是找到相互之间的关系。通过联想来连结（connect）所知的与所学的，进而了解各章或知识之间的关系，并形成一个完整的系统（system），这有助于掌握整体的概念。例如：本章的思维导图（mind map），就是让同学了解知识之间的关系，并掌握一个整体的概念。同样的，商业学关系图将同类型的主题结合成一个有组织的整体，这让同学了解各章之间的相互关联。上述两个例子就是应用了联想与系统思考的方式来进行连结的。



## 学习活动

一群学生被蒙着眼睛，并被带到一个巨大的模型前。

- (1) 限定每人只能摸一个部位，你觉得他们会认为自己摸到什么东西？
- (2) 要用什么方法才可以让这群学生推测到这是一只大象呢？



这个游戏带给你什么启发与感想？

有什么工具或方法可以协助学生把学习内容连结起来呢？常用的工具有：逻辑树状图（logic tree diagram）和思维导图或心智图（mind map）。这些工具能让学生更容易纵览全局。

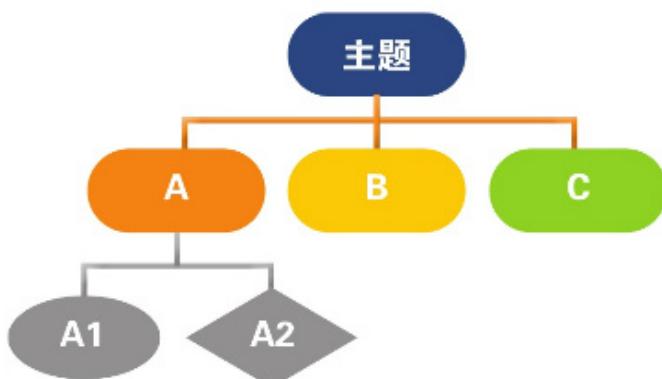


图3 逻辑树状图



### 学习活动

这是一张以“生日”主题来联想的思维导图。请继续完成“游戏机”的联想。



### 延伸学习

《第五项修炼》是影响世界最深远的管理书籍之一，作者是彼得·圣吉（Peter M. Senge）。这本书所说的五项修炼是：自我超越、改善心智模式、建立共同愿景、团队学习与系统思考。

作者认为少了第五项“系统思考”修炼，就无法探究出各项修炼之间是如何互动的，进而融合整体所能得到的最大效果。

## 1.2 专题研习的概念

(Concept of Project-based Learning)

专题研习或称项目学习，有助于发挥学生主动探究的精神，贯彻独中“成就孩子”的三个理念即自主学习、沟通协作及社会参与。

商业学各章的内容学习与专题研习的结合，有利于学生学以致用及整合学习内容。与此同时，专题研习也培养学生的阅读与分析资料、观察、探究、沟通、合作、创新、求证事实等21世纪的关键能力。



图4 探究与团队合作



图5 商业学专题研习的进行程序

## 1.3 专题研习的三个阶段

(Three Stages of Project-based Learning)

要如何进行专题研习？一般上，分三个阶段：**规划阶段**（planning stage）、**探究阶段**（exploring stage）与**汇报阶段**（presenting stage）。

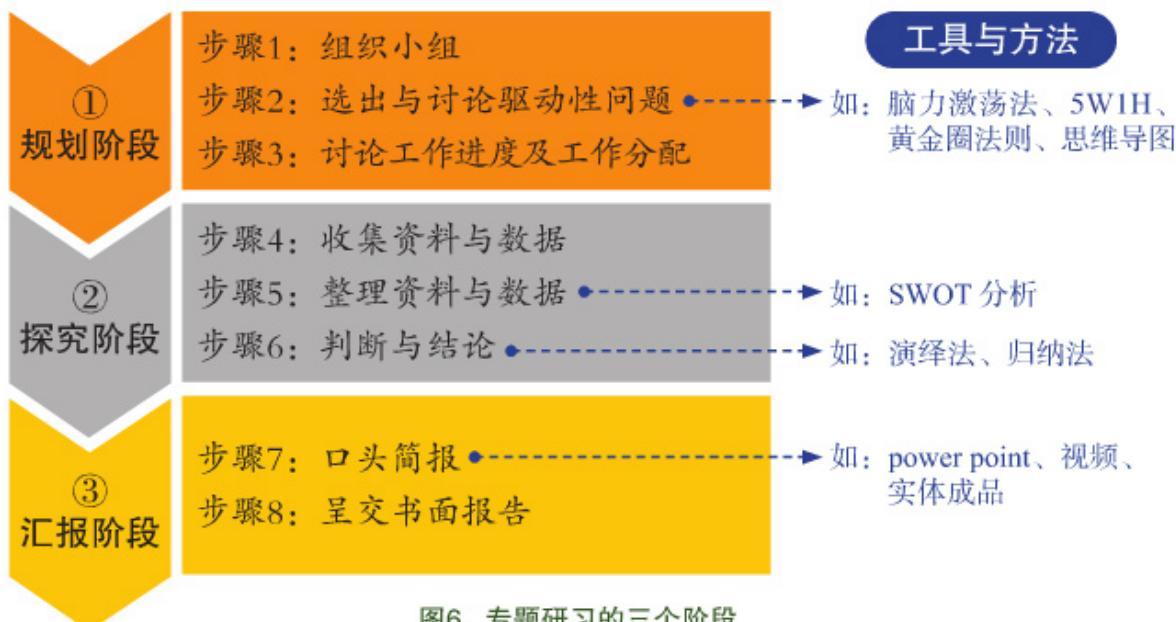


图6 专题研习的三个阶段

### 一、规划阶段 (Planning Stage)

规划阶段的主要任务有三项：组织小组、选出与讨论驱动性问题（driving question）、讨论工作进度与工作分配。

#### 1. 组织小组

建议人数至少三人，不超过五人。例如：一班 40 名同学就可分成 8 至 10 组。同学在小组中可以学习倾听、沟通、团队合作与时间管理等技能，以及自律、遵守指示与条例、乐于助人等态度。

#### 2. 选出与讨论驱动性问题

要如何开始专题研习？学生的**兴趣、好奇心和生活经验往往是探究或研习的一个起点**，探究的主题要结合课本的章节与学习目标。

同学要学会应用“联想”，也要懂得“提问”，这是十分重要的。那么有什么工具或方法，可以激发大家抛出想法、问题或议题呢？要如何提升个人的提问能力？常用的方法有：脑力激荡法（brainstorming）、5W1H、黄金圈法则（golden circle rules）和思维导图。

（1）**脑力激荡法**是一种为激发创造力、强化思考力的方法。同学可以通过联想随意将脑中的想法提出来，然后大家再分类整理想法，从而选出一个适合与有兴趣的驱动性问题，作为探究的题目或主题。



图7 通过脑力激荡法提出想探究的问题

（2）**5W1H**俗称六何法，即何事（what）、何人（who）、何时（when）、何地（where）、为何（why）及如何（how）。同学可以应用这六种问题句型，提出各种想探究与感兴趣的议题或问题。

（3）**黄金圈法则**是一种思维方式，它从里到外依次是：为何（why）、如何（how）、什么（what）。例如：为什么传统咖啡店会消失？如何让传统咖啡店永续经营？传统咖啡店需要做什么改变才可以永续经营？

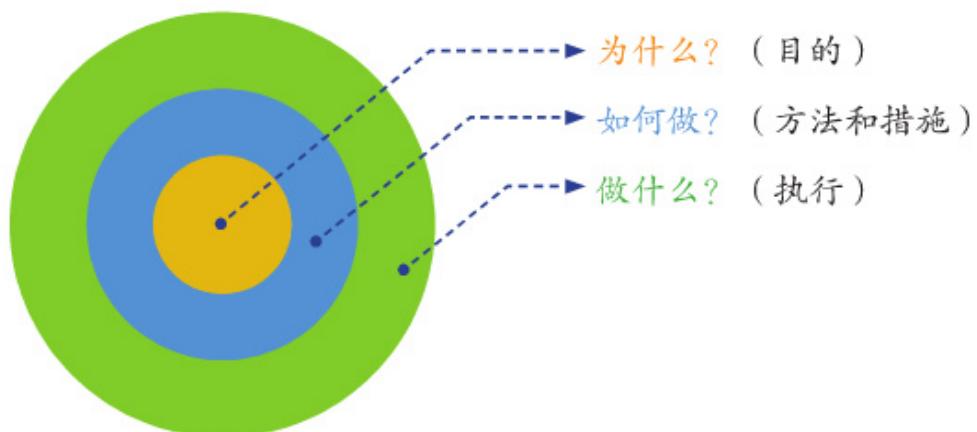


图8 黄金圈法则

### 黄金圈法则的例子：

职业生涯中的角色	提出想知道或感兴趣的问题或议题	选出的驱动性问题或探究题目
执行者	为什么执行部门的目标是重要的？（why） 如何执行部门的目标？（how） 部门的目标是什么？（what）	如何执行部门的目标？
管理者	为什么要制定部门的目标？（why） 如何管理部门的目标？（how） 制定部门的目标要注意什么？（what）	为什么要制定部门的目标？
创业者	为什么要设定公司的目标？（why） 如何落实公司的目标？（how） 落实公司的目标要注意什么？（what）	落实公司的目标要注意什么？

同学可以通过使用不同的工具或方法，列出想知或感兴趣的各种议题或问题后，接着就需要做归类及整合。最后，选取一个有兴趣及合适（如：符合学生的程度与能力、课程要求）的驱动性问题，作为探究的主题。

老师可以引导同学如何选出驱动性问题，并思考要如何培养学生所欠缺的能力，以便达到课程的目标。老师要如何评估学生的专题研习？（参阅附录一），学生要如何在专题研习中自我管理？（参阅附录二、三）



### 延伸学习

驱动性问题是指学生欲探究的议题或题目。一般上，分成四类：

1. 实情（questions of fact）：探索事实、找出实情（发生了什么事情了？）what happen
2. 释义（questions of definition）：说明定义（是什么？）what is
3. 因果（questions of causality）：寻找事件或现象的成因和所带来的后果（为什么？）why
4. 评价（questions of value）：评估事件的优劣、成效和表现（怎么了？）how

参考资料：独立专题探究。香港中文大学社会系。<http://www.cuhk.edu.hk/soc/lsonline/ies/>

### 3. 讨论工作进度与工作分配

时间管理对同学的职业生涯与终身学习都是十分重要的。通过专题研习在规定的时间内准时完成任务，能训练学生对“时间是关键”(time is the essence)的意识。

要准时完成任务，建议学生使用专题研习工作进度表（参阅附录二）及工作分配表（参阅附录三）。



图9 时间规划、按时完成任务

## 二、探究阶段 (Exploring Stage)

一般上，在探究过程中找出答案或解决方案，需要三个步骤：

### 1. 收集资料与数据

老师扮演督导的角色，依据不同的专题研习，指导学生使用各种方式来收集资料，以及收集资料的事前准备工作及要注意的事项。

#### 第一手资料：直接取得的原始资料与数据

- 如：访问、问卷调查、观察、实地考察、实验、个人亲身经历等。

#### 第二手资料：从他处收集得来的资料与数据

- 如：书籍、课本、漫画、报章、杂志、广告、网络文章、上市公司的财务报表、政府统计数据等。

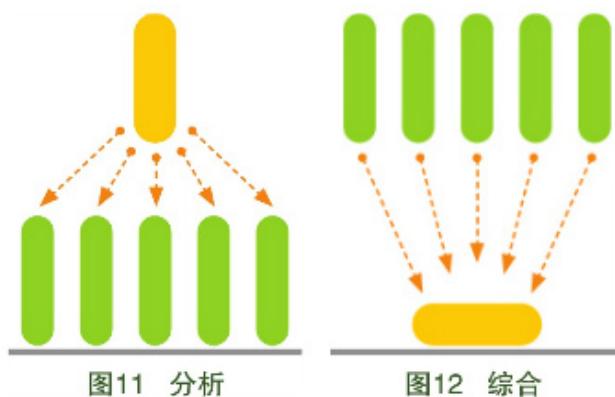
图10 收集资料的两种方式

### 2. 整理资料与数据

资料收集后，必须分类，然后对比资料。例如：把产品使用者分类为中年人、少年人、儿童；然后对甲地与乙地少年人的使用回馈意见进行比较。

**分析**是把资料或数据分解为各部分，例如：一颗树（统一的整体），而根、树干、树枝、叶子是构成的各个部分。相反的，**综合**是把不同资料的各部分概括为统一的整体。

无论是使用分析或综合，都需要**对资料加以研究，找出彼此间的连结，写出分析结果或综合结果。**

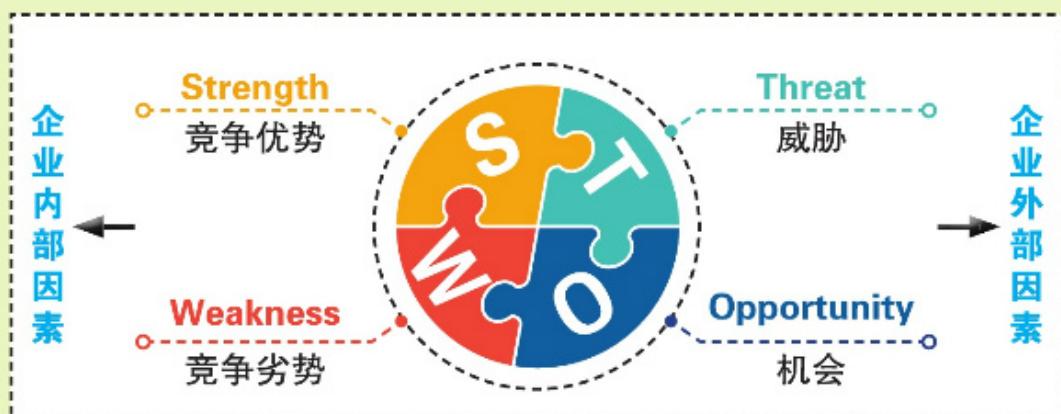


常用来进行分析的工具或方法，如：**SWOT 分析法**。



### 学习活动

同学上网查找如何使用 SWOT 分析法。



### 3. 判断与结论

简单的说，所得出的结论就是所选择的驱动性问题的答案或发现结果。一般上，同学需要判断要使用归纳（induce）或演绎（deduce）法来得出结论。

如果使用**归纳法**，那就是把分散的资料与数据概括在一起并使之有条理，从而看到某种规律。这个规律就是答案或结论。

如果使用**演绎法**，那么就要先确定课本的知识点或规律，然后讨论有关的资料与数据是否符合该知识点或规律。

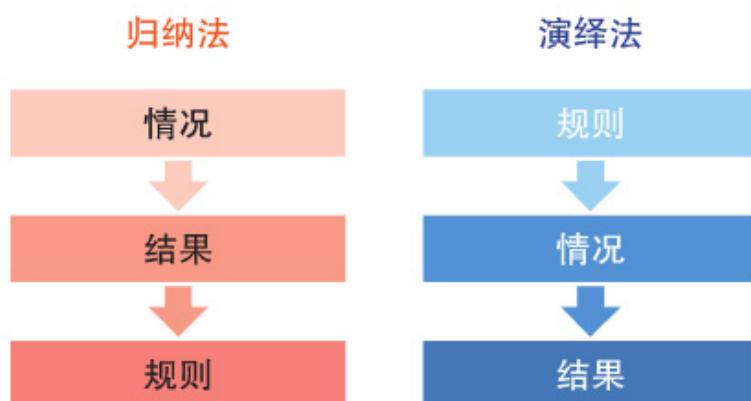


图13 归纳法与演绎法

## 三、汇报阶段 (*Presenting Stage*)

依据规定的时间，汇报专题研习的探究过程与结果。一般上，分为口头简报与书面报告。

### 1. 口头简报

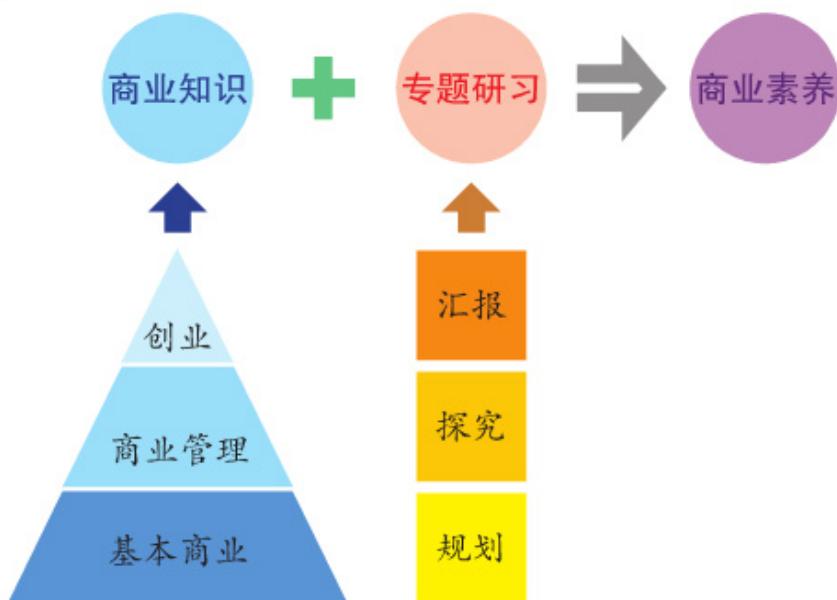
培养同学口头汇报重点及交流的能力，一般上每组 10 分钟。例如：用 PPT 简报驱动性问题、探究过程与结论，也可用实体成品来辅助呈现。记录同学给予的意见、肯定与鼓励。口头简报的基本要求（参阅附录四）。

### 2. 书面报告

培养同学书面表达能力，呈交专题研习书面报告给老师。书面报告的基本格式（参阅附录四）。



1. 独中商业学课程包含基本商业、商业管理及创业三个领域。通过课程与学习活动，学生初步掌握执行者、管理者、创业者所需具备的知识、技能与情意，逐步成为具有商业素养的高中生。
2. 联想即是找到相互之间的关系。通过联想来连结所知的与所学的，了解各章或知识之间的关系，并形成系统，有助于掌握整体的概念。
3. 专题研习或称项目学习，有助于发挥学生主动探究的精神，培养学生自主学习、沟通协作及社会参与。
4. 各章内容与专题研习的结合，有利于学生学以致用及融会贯通。
5. 兴趣、好奇心和生活经验往往是探究/研习的起点，探究的题目要结合课本的章节与学习目标。
6. 提升个人提问能力的方法如：脑力激荡法、5W1H、思维导图。
7. 列出感兴趣或想知道的议题或问题，选取一个作为探究的驱动性问题。
8. 一般上进行专题研习，分三个阶段：规划阶段、探究阶段、汇报阶段。
9. 规划阶段的主要任务：组织小组、选出与讨论驱动性问题、讨论工作进度与工作分配。
10. 探究阶段的主要任务：收集资料与数据、整理资料与数据、判断与结论。
11. 汇报阶段分为口头简报与书面报告。
12. 概念图





商业档案

## 马来西亚人发明的创意杰作

我们生活中的一些物品是马来西亚人创新发明的。这些物品被发明后，为发明者带来专利（patent）与商机，也造福人群。

### 1. 随身碟

老一辈的上班族会知道软盘（floppy disk）、光盘（compact discs）仅能储存有限的数据，携带不太方便，并且容易损坏。拿督潘健成（Pua Khein Seng）曾就读巴生滨华中学，中学毕业后到台湾升学。在台湾工作期间，他发明了全球第一支便携式数据存储容量大的随身碟（pendrive），使数据存储领域迈向新的里程碑。



### 2. 煮蛋器

想吃半熟蛋，又拿捏不准时间，总让爱吃半熟蛋之人很郁闷。拿督丘福仁（Hew Ah Kow）发明的煮蛋器（egg boiler），只要倒入沸水，待水自行漏干，就能吃恰好的半熟蛋。这个发明源自于丘福仁发现原来铁罐子也能煮出完美的半熟蛋，于是便突发奇想，经过包装后，发明了这个轻便实用的煮蛋器。



### 3. 彩虹织机

黄章竣（Ng Cheong Choon）在女儿们编织手环时，为了显露一手，却因橡皮筋小，手指太粗，事与愿违。他找来木板，钉了几排图钉来代替手指，橡皮圈绕来绕去，设计出更长更宽及不同图案的手环。女儿戴着富有创意且五颜六色的手环上学，深受同学们的喜爱。这启发了移民美国的大马华裔黄章竣改良原有的设计，发明了风靡美国中小学校的彩虹织机（rainbow loom）。



### 4. 尼希米墙

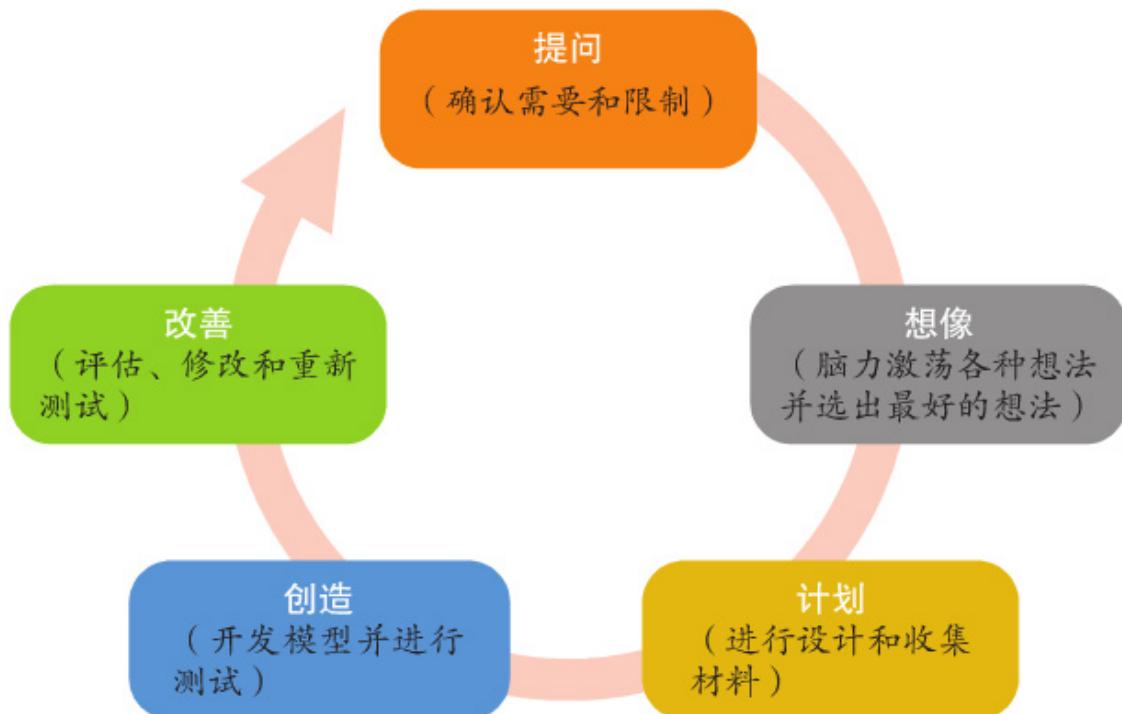
你知道天桥下由六边形组成的美丽石墙叫什么名字吗？尼希米墙（Nehemiah wall）取自发明者 Dr Nehemiah Lee 的名字。六边形石块的设计是为了巩固石块之间的支撑力，并形成坚实的石墙，而且还可以建造在不同的土壤上，防止厚重的土壤造成石墙断裂。他的发明不仅在马来西亚而且还在新加坡、澳洲和香港等地使用。



### 反思

设计发明物品前，离不开良好的提问，例如：确认需要是什么？要解决什么问题？它是给谁用的？有哪些限制吗？或者可以这样说，同理心是设计的核心（empathy is at the heart of design）。接下来便是利用技术（technology）去解决以上的提问。

下图展示了一项工程设计流程（engineering design process）：



与本章的专题研习（PBL）对比，每一项提问可视为一个专题／项目（project），通过规划阶段，以及探究阶段的来回修改设计与测试，最后呈现发现的结果或发明的物品。

要申请发明创造的专利，全新（new in the world）是必要的条件。因此在探究阶段就要搜索更多的资料，以确定结果或物品是第一次的创新发明。

参考资料：

- 综合报导（2017年3月13日）。〈创意杰作：这9大物品是马来西亚人发明的！〉。精彩大马。[www.cincainews.com](http://www.cincainews.com)
- Virginia Commonwealth University。[www.egr.vcu.edu/about/outreach/early-engineers/](http://www.egr.vcu.edu/about/outreach/early-engineers/)

对我的启发



## 附录一：评分表

“专题研习”评分表					
班级：		1.过程	2.书面报告	3.口头简报	总分（个人）
姓名：					
项目	内容	权重	分数	备注	
1 过 程	1.1 时间管理 1.2 团队合作	2% 2%	8分 8分	1.1 依据“工作进度表” 1.2 依据“工作分配表”	
	计分	4%	16分		
2 书 面 报 告	2.1 基本格式 2.2 前言 2.3 内文 2.4 结论	2% 2% 8% 3%	8分 8分 32分 12分	2.1 基本格式：封面、目录、前言、内文、结论、参考文献 2.2 前言：动机/驱动性问题、目的、方法 2.3 内文：内容切题、结构完整、句子通顺、用词丰富 2.4 结论：回答驱动性问题	
	计分	15%	60分		
3 口 头 简 报	3.1 演示 3.2 演示品 (PPT或其他) 3.3 问与答	2% 2% 2%	8分 8分 8分	3.1 咬字清晰、肢体语言 3.2 内容精简扼要、心得与启发 3.3 精准回答、互动得体	
	计分	6%	24分		
	总计分	25%	100分		

整组的书面报告评语：

老师签名：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

## 书面报告评分注意事项

若发现内容从互联网上直接抄袭，该部分将不予评分。

## 个人分数组合

学生的个人分数 = 书面报告分数 ± 个人分数（过程 + 口头简报）



评估应考虑的要素与原则

## 附录二：工作进度表

同学要有时间管理与团队合作意识，自律、积极主动、乐于助人及相互提醒，准时完成各项目。

班级：

组别：

组员：

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

序	项目	预定日期	完成日期	备注
1	分配工作（组长、组员）			
2	确定主题、草拟探究的大纲			
3	资料与数据 （收集、分类、分析、综合）			
4	拟写报告的目录			
5	撰写前言 （动机、驱动性问题、目的、方法）			
6	撰写内文、结论			
7	电脑打字、封面设计、内页设计与排版			
8	制作口头简报			
9	呈现口头简报			
10	缴交书面报告			

## 附录三：工作分配表

为了享受学习的乐趣及相互成长，同学须共同讨论并对所负责的工作项目要有担当。

在专题研习过程中，学习倾听、沟通、团队合作、积极主动、乐于助人、遵守团队制定的指示与规定。

完成团队所制定的目标，要持守求证事实、求同存异、果断及不屈不挠的精神。

班级：	组别：		
组员：			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
序	工作项目	负责人	备注
1	主持与带领讨论，呈交书面报告		
2	记录工作（如：讨论事项，探究的议题或问题，报告大纲），制作工作时间表、工作分配表		
3	资料与数据 (收集、分类、分析、综合)		
4	拟写报告的目录		
5	撰写前言 (动机／驱动性问题、目的、方法)		
6	撰写内文、结论		
7	电脑打字、封面设计、内页设计与排版		
8	制作口头简报		
9	呈现口头简报		
10	审校书面报告		
11	财政		

## 附录四：口头简报与书面报告

口头简报的基本要求如下：

1. 应用软件如：power point、PowToon、视频等呈现。
2. 内容的呈现应突显重点、穿插照片、图表等。
3. 设计精美、创新、具吸引力。
4. 好的口头简报需要组员间的相互配合，每人简报的时间要合理；不能直接朗读书面报告的内容。
5. 所呈现的结论，须回答探究的驱动性问题。
6. 心得与启发。

书面报告的基本格式如下：（纸型 A4 型）

1	<b>封面</b> ①书面报告标题 ②姓名、学号、班级 ③指导教师 ④学校名称
2	<b>目录</b> ①注明标题、小标题的页码
3	<b>前言</b> ①动机（探究原因 / 驱动性问题） ②目的（欲达到的目标） ③方法（如访谈、问卷调查、文献探讨等）
4	<b>内文</b> ①扣紧主题、动机与目的。 ②除了文字叙述，也可使用图表、照片等。 (注意：抄袭者，当作 0 分计算)
5	<b>结论</b> ①根据探究主题与目的写出成果、想法或建议。

6	<p><b>参考文献</b></p> <p>a. 书籍</p> <p>中文书：作者（出版年份）。《书名》。出版地点：出版社。 作者（出版年份）。《书名》。译者。出版地点：出版社。</p> <p>例子：戴国良（2011）。《图解行销学》。台北：五南图书出版股份有限公司。</p> <p>英文书：作者（出版年份）。书名。出版地点：出版社。</p> <p>例子：Trilling, B. &amp; Fadel, C. (2009). <i>21st century skills</i>. San Francisco: Jossey-Bass.</p> <p>b. 报章、杂志</p> <p>作者（出版年份）。〈文章标题〉。杂志报章名称。第X数，页码。</p> <p>例子：谢华均（2019）。〈跨国公司经营〉。南洋商报。7月，A4版。</p> <p>c. 网络资料</p> <p>作者（年月日）。〈资料标题〉。网站名称。网址</p> <p>d. 视频</p> <p>发布者（发布日期）。〈视频名字〉。下载自：网址</p>
7	<p><b>附录</b></p> <p>例子：工作进度表、工作分配表等等。</p>



## 第2章

# 商业与永续性

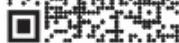
Business and Sustainability



学习目标



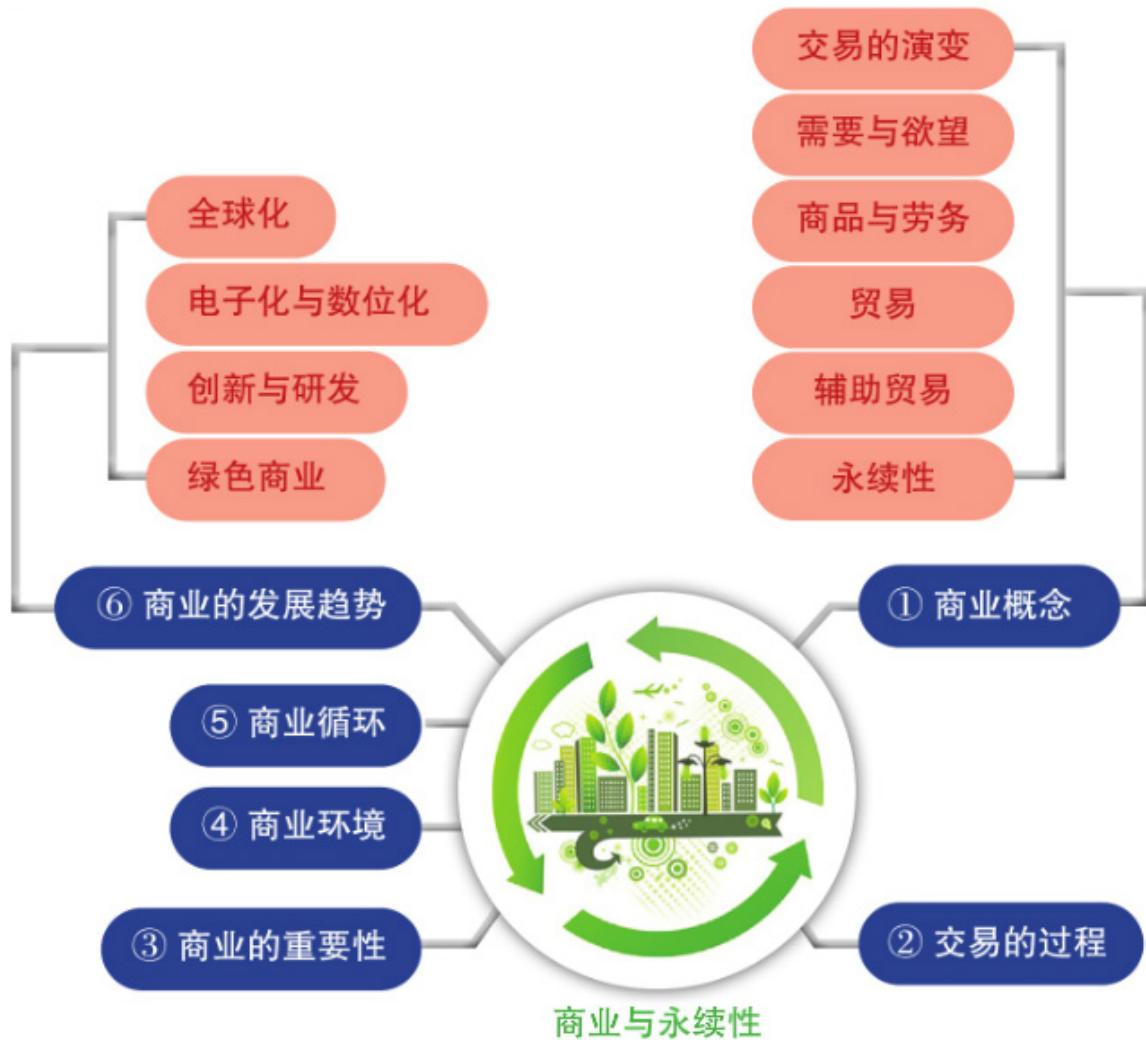
学习本章，你应能：



- 说明交易的演变。
- 写出商业、企业、利润、产品与永续性的定义。
- 了解永续性与利润之间的关系。
- 区别贸易与辅助贸易。
- 概述辅助贸易的分类（仓库、运输、通讯、广告、保险、银行与金融）。
- 解释商业交易的流程。
- 说明商业对人们、国家与世界经济的重要性。
- 分析商业环境与经营之间的关系。
- 解释商业循环的四个阶段。
- 归纳商业的发展趋势。



## 思维导图



正是由于我们互相的需要，我们对人类才有贡献；相互的需要乃是一切商业的基础，乃是人与人之间永恒的关系。  
——法国伏尔泰（Voltaire），摘自《哲学通信》



## 生活与商业活动息息相关

请试试填写：

生活事件	商品或劳务	买者 / 使用者	卖者 / 供应商
穿校服上学			
乘坐交通工具去上学			
在食堂用餐			
回家上董总E启学平台自学 <a href="http://elearning.dongzong.my">elearning.dongzong.my</a>			
用手机与同学聊天或讨论功课			

## 2.1 商业相关的概念

(Concepts Related to Business)

**商业** (business) 是指以谋求利润 / 盈利为目的，直接或间接以商品或劳务销售给他人的经济活动。

从事生产、买卖或劳务性活动的组织或机构，称为**企业** (enterprise)。例如：工厂、商家、公司等都是一种企业。经营企业的目的不外乎赚钱，**利润** (profit) 就是指企业经营生意所赚的钱。

利润是企业生存的必要条件，也是实现企业目标的要素。例如：波音公司一向追求成为航空业的先驱，以制造大型、快速、先进、性能更好的飞机，及开拓航空科技领域为目标。如果没有利润，波音公司将无法达成这些目标。

## 一、交易的演变 (*Evolution of Transactions*)

一般认为，商业交易源自原始社会的**物物交换** (barter)，意思是指直接用货物交换其他人的货物。这种方式让人们可以享用自己及他人生产的货物，使生活水平得以提升。但是，物物交换方式也存在着不少的问题，如下：

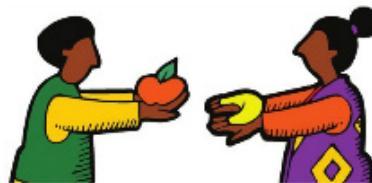


图1 物物交换

### 1. 彼此的欲望相合 (*double coincidence of wants*)

交易双方必须拥有对方所想要的货物，交换才能进行。例如：李先生有山竹，王先生有榴梿；他们各想吃对方的水果而交换。

### 2. 估价 (*valuation*)

交易双方必须拥有计算货物价值的共同单位，否则很难在交换比率上达成共识。例如：多少的山竹才能换取一粒榴梿。

### 3. 易变质的货物 (*perishable goods*)

易变质的货物若没有及时找到交换对象，它的价值便会下降。例如：鱼变质了就会失去其价值。

### 4. 不可分割的货物 (*indivisible goods*)

有些货物是不可分割成小部分或分割后会失去其价值，因此货物的不可分割性就会令交易告吹。例如：奶牛的经济价值是产奶，宰杀奶牛来换取其他物品会让牛奶失去它的原有价值。因此，奶牛的不可分割性，就不适合作为物物交换。

### 5. 不便携带的货物 (*not easily transported goods*)

交易双方需要携带货物到交易场地进行交换，若货物不便携带，交易就不易进行。例如：林大叔要用两只羊与王大叔交换一头牛，由于牲畜不易携带，交易就不易进行。

为了克服上述种种问题，物物交换逐渐被货币交易及信用交易方式所替代。

货币（money）是一种大众认同，能够代表一定价值，因此成为买卖双方交易的媒介。

随着资讯科技的发展，信用与数位交易的付款方式越来越多（如：信用卡、电子钱包），使买卖交易更简便。



图2 货币交易（左）、信用交易（右）

## 二、需要与欲望 (Needs and Wants)

商人为什么要进行买卖交易？因为人们有需要及无穷的欲望，以及商人本身想要赚钱。

那么需要与欲望有什么不同呢？



图3 人类的需要及欲望

需要是指满足人们的基本要求的东西。为了生存，人们产生对衣食住行等的基本需要。当人们的生活水平提高后，他们的需要往往会转为想得到某种东西的欲望。当有能力购买时，消费者就有了需求（demand），就会出现对产品品质的要求。



## 学习活动

- 以下四位人士搞不清楚需要与欲望。请在属于“需要”的图案上打勾(√)，并向同学分享你的想法。



- 上网查阅马斯洛需要层次(Maslow's Hierarchy of Needs)，了解马斯洛理论把人类的需要分为哪五个层次。

### 三、产品的分类 (*Types of Product*)

产品(product)可分为有形产品与无形产品两大类。随着资讯科技的发展，出现了数位化产品(digital product)，也就是一些原本是有形的产品(如：报纸、书籍)，以数位形式流通于网络中，并出售给消费人。

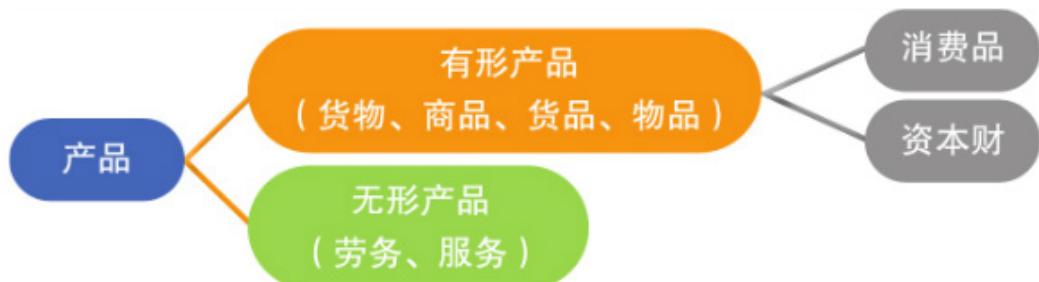


图4 产品的分类

## 1. 有形产品 (*tangible product*)

是指货物 (goods)，属于看得见，摸得着。

例如：衣服、日常用品、屋子、厂房、工具、原料等。

**消费品** (consumer goods) 是指直接满足人们的生活需要或作为消费 (consumption) 之用。例如：衣服和日常用品等。

**资本财** (capital goods) 或**生产财** (producer goods) 是指用来制造产品，以满足生产需要。例如：生产工具、原料、机械等。

有些产品是消费品，也是资本财。例如：电脑供家庭使用称之为消费品，但供企业生产使用则称之为资本财。



图5 有形产品——消费品

## 2. 无形产品 (*intangible product*)

是指劳务／服务 (service)，不是实物。例如：银行存款服务，航空服务，还有旅游、音乐都是无形产品。



图6 无形产品——银行服务、航空服务

产品来自生产，生产包括了初级生产 (primary production)、中级生产 (secondary production)、高级生产 (tertiary production)。生产货物及提供服务都是一种生产活动。

**高级生产 (或称服务业)** 的分支即商业服务 (commercial services) 与直接个人服务 (direct personal services)，它们提供劳务／服务，但不生产货物。

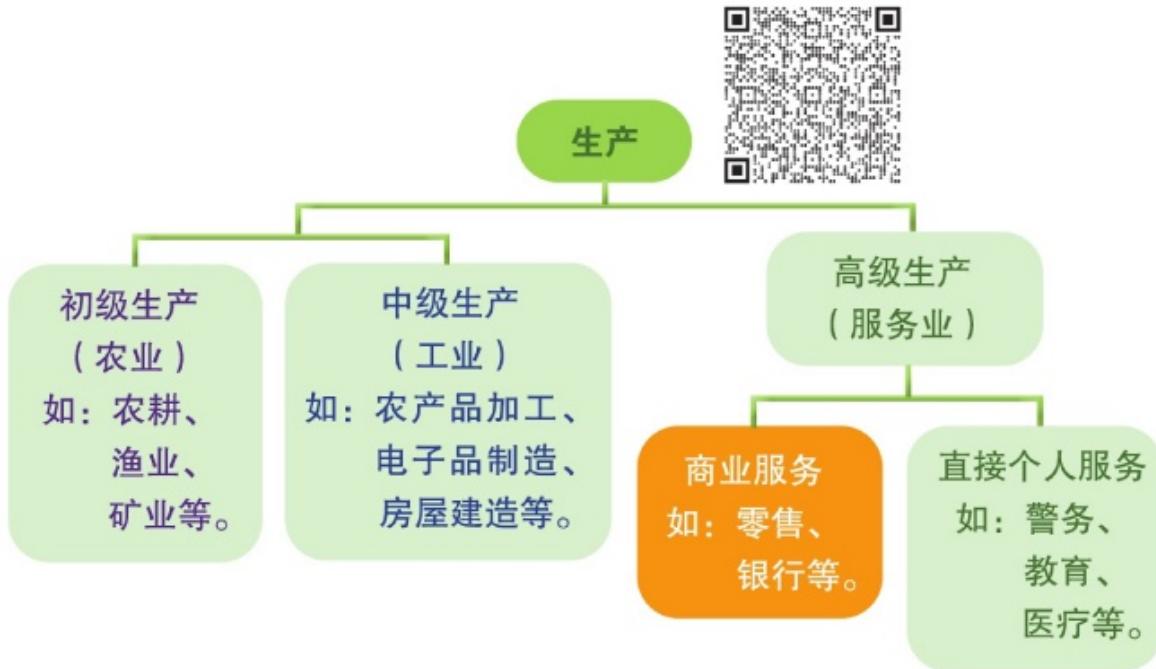


图7 生产的分类

#### 四、商业的分支 (*Types of Business*)

由于商业活动的种类非常多，似乎没有一个绝对的划分方式。传统上将商业服务（commercial services）划分为两大类，也就是贸易（trade）与辅助贸易（aids to trade）。

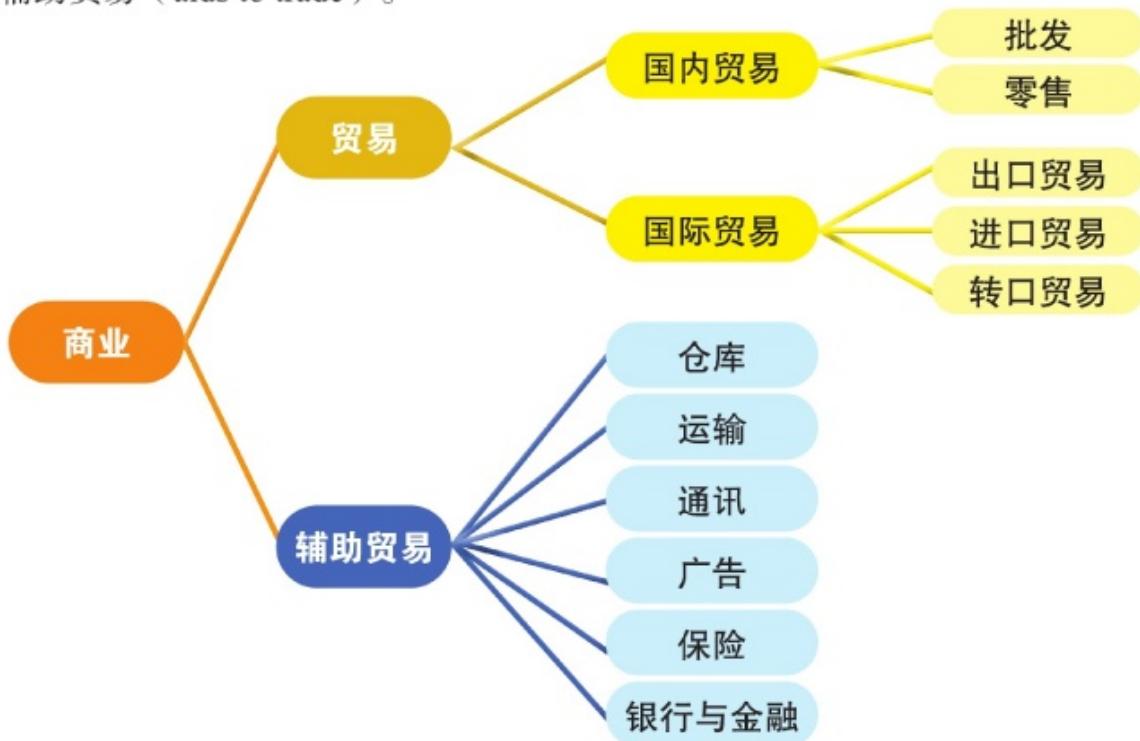


图8 商业的分支

## 1. 贸易 (trade)

贸易是指以利润为目的的买卖活动。例如：超级市场销售食品给顾客。依交易地域来分类，贸易可分为国内贸易（domestic trade）与国际贸易（international trade）。

**国内贸易**即在国内进行的交易活动，主要以本国货币来进行。例如：在我国进行零售与批发货物的行业。（第3章将进一步说明）

**国际贸易**即国与国之间的交易活动，主要以彼此认同的货币（如：美元）来进行。（第4章将进一步说明）



图9 国内贸易



图10 国际贸易

## 2. 辅助贸易 (aids to trade)

商家要适时、适地、适量、适质及适价地销售产品给顾客，辅助贸易提供的服务将是不可或缺的。辅助贸易是指提供劳务或服务，以协助贸易顺利进行的各种机制。

辅助贸易包括了仓库（warehouse）、运输（transport）、通讯（communication）、广告（advertising）、保险（insurance）、银行与金融（banking and finance）。

### 仓库

是指储藏原料或货物的场所。

### 运输

是指利用交通工具，把原料、货物或人从一个地方运送到另一个地方。

### 通讯

是指将信息从一个人或地点传递到另外的人或地点。

### 广告

是指通过各种媒体直接或间接地介绍产品、传递观念，以引起人们的购买欲等的宣传活动。

### 保险

是指投保人透过缴纳保费，转移风险给保险公司，若风险发生，保险公司将做出金钱赔偿。

### 银行与金融

是指提供贷款、存款与付款等金融服务的银行与金融机构。

## 五、永续性或可持续性的概念 (Concept of Sustainability)

依据联合国（United Nations）的永续发展（sustainable development）概念，**人类**（people）——社会，**地球**（planet）——环境，**利润**（profit）——经济，这三者是相互影响的系统。如果环境生态被破坏了，社会将不得安宁，经济活动自然就会停顿。因此，保护地球的生态环境，维护社会正义的人类生活，经济活动才可持续发展并获利。

企业应秉持永续发展的概念来赚取利润，不能为了赚取利润，牺牲地球的生态环境，影响人类的生活与健康。换言之，永续性的含义是企业在“君子爱财，取之有道”的商业道德基础上经商，既能满足人们的需要与欲望，又不会对下一代的生活构成危害或负面影响。例如：商家减少使用塑料袋销售商品。



图11 在爱地球与人类下经商

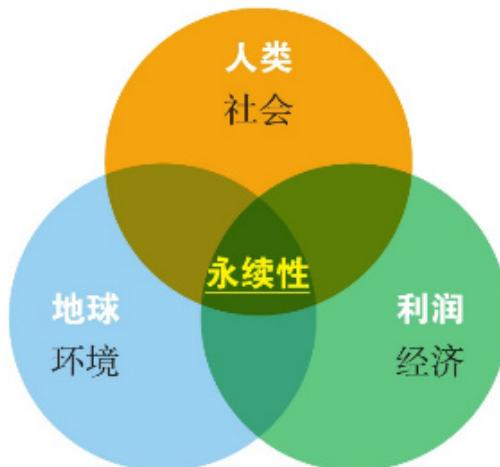


图12 联合国的永续发展概念



### 延伸学习

丰田（Toyota）汽车的创始人丰田·佐吉（Sakichi Toyoda）是历史上最有影响力的企业家之一。

丰田的经营理念如：减少浪费、改善与客户的关系、勇于面对问题以及保护资源等，逐渐被所有的现代企业所接纳。



## 2.2 商业交易的过程

(Process of Business Transaction)

任何的商业交易都具有四项基本要素，即以利润为目的，有买卖的行为，买卖双方自愿交易和符合法律规范。

商家将产品销售给顾客，买卖交易的过程如下：



图13 商业交易的过程

### 1. 交易前的沟通 (*communication*)

这主要牵涉到卖方如何宣传产品，而买方如何获得相关的产品信息。例如：卖方通过媒体（如报纸、电视、网络等）宣传产品，而买方也从媒体获得所需要的产品信息。

### 2. 磋商 (*negotiation*)

买卖双方的磋商经常通过口头协议来完成的。一般上必须确定的事项包括产品的名称、数量、品质、价格、交货条件及付款条件。

### 3. 买卖合约 / 商业合约 (*business contract*)

买卖双方满意磋商结果，就会准备符合法律规范的商业合约。合约上会注明对产品品质等的要求。

### 4. 执行 (*execution*)

卖方按商业合约的条件来准备产品，运送给买方。

### 5. 支付 (*payment*)

买方收货前或收货后付款。

## 2.3 商业的重要性 (Importance of Business)

依近代经济的发展，工业与商业是紧随着农业、矿业而出现的，它们加速了国家经济的成长。随着互联网推动了电子商务（e-commerce），促使商业的发展走向全球化（globalisation）及数位经济（digital economy）。

目前，我国仍属于发展中国家（developing country），希望通过发展工商业，来促进经济成长，成为发达国家（developed country）。

商业对满足人们的需求，促进国家繁荣与进步，以及世界经济发展的的重要性如下：



图14 数位经济

### 一、满足人们的需求

#### 1. 赚取收入

商业领域提供就业或创业机会，让人们赚取收入。

#### 2. 满足生活需求

商业让人们可以购买到国内外多样化的商品与服务，满足人们的生活需求。

#### 3. 满足求知欲

日新月异的商业活动，激发人们不断学习新的商业与管理知识，以便成为精明的消费者、聪敏的雇员，或者卓越的创业者。

## 二、促进国家繁荣与进步

### 1. 平衡物价

商业促使各地商品相互流通，避免商品供不应求及价格波动大，进而维持国家经济稳定发展。透过商业活动有效调节商品的供给与需求，平衡物价。



图15 供给与需求不平衡

### 2. 促进生产与销售分工

商家专注于销售商品，而生产者专注于生产，达成专业分工。

### 3. 提高国民所得，繁荣国家经济

商业提供人民就业机会，增加国民所得；人民的所得越多，购买力越强，整体生活水平将得以提升，国家也得以繁荣与进步。

## 三、促进世界经济发展

### 1. 促进国际分工与商品全球流通

商业活动促使各国资源充分利用，不同国家的人民能买到来自世界各地的商品。

## 2. 人才流通，发挥所能

全球商业活动使各国人才在不同国家工作，充分发挥他们的潜能，促进世界经济发展。



图16 人才全球流通

## 3. 促进科技研发与人类文明

全球商业活动促进各国技术的交流，推动科技落后国家的技术发展，以及加速科技先进国家的技术研究与开发，进而促进人类文明。

## 2.4 商业环境

(Business Environment)



### 学习活动

1. 东马与西马的商业环境有什么不同？
2. 吉隆坡、新山、槟城、古晋、亚庇是我国的商业中心。你认为这些城市会成为商业中心的三个原因。

良好的商业环境（营商环境/经商环境），有助于商品或服务的生产与销售，以满足人们的需要与欲望。基本上，**自由与便利的商业环境是工商企业界所企盼的**。不良的商业环境将削弱工商企业界的信心，降低经营效率，增加交易成本并减弱竞争力等。

怎样的商业环境适合商人施展所长？



图17 商家评估商业环境的七个方向

一般上商业环境是按以下七个方面来评估：

### 1. 经济环境 (*economic environment*)

一国或一地区的经济环境，主要受到该国或地区的经济发展水平、各行各业、劳动力、自然资源、基础设施（如水电、交通与通讯设施）、人民的所得水平与购买力所影响。一般上，经济景气、基础设施完善，以及人民的所得高，将有利于商业活动的开展。

### 2. 金融环境 (*financial environment*)

我国工商企业的发展，有赖于健全的银行机构与金融市场（参阅附录一），提供企业资金筹措及投资的便利。因此，商家注重评估资金取得的容易度、成本以及金融市场的稳定性。

### 3. 市场环境 (*market environment*)

企业在进入市场之前，通常会用 SWOT 分析法评估该市场的机会与威胁。同时，结合企业的优势与劣势，分析是否适合进入该市场经营生意。例如：外国商人评估进入我国市场的难易程度、市场大小、竞争对手的特点等。

#### 4. 科技环境 (*technology environment*)

企业关注科技的水平与安全性。例如：电脑技术、网络技术、通讯技术等。时间就是金钱，科技为商人节省时间成本，推动商业的创新。

#### 5. 人力资源环境 (*human resource environment*)

人力资源是商业活动的推动力。因此，企业有必要依据业务需求，选择符合教育水平、技能水平和薪金等要求的职员。

#### 6. 政治与法律环境 (*political and legal environment*)

稳定的政治与完善的法律制度，保障商家的投资及所有权／拥有权（ownership），并且对商业发展有促进作用。例如：有效率的政府行政、良好的治安环境，以及健全的工商法令与政策都是商人所关注的。

#### 7. 文化与语言环境 (*culture and language environment*)

商家需要了解与熟悉经营生意所在地的文化习俗与语言，以提高进入当地市场的容易度，并降低经营风险。例如：刊登的广告内容避免对当地的风俗文化有任何形式的歧视或排斥。



#### 延伸学习

扫描世界银行的《全球营商环境报告》，此旗舰报告旨在衡量监管法规是否有助于推动或是限制商业活动。



## 2.5 商业循环

(Business Cycle)

商业循环或称商业周期、经济周期。一般上商业循环包括繁荣 (prosperity)、衰退 (recession)、萧条 (depression) 与复苏 (recovery) 四个阶段。商业循环的兴衰状况反应出景气的好坏，景气从繁荣、衰退、萧条到复苏的过程，呈现出商业经济活动不同程度的变化。

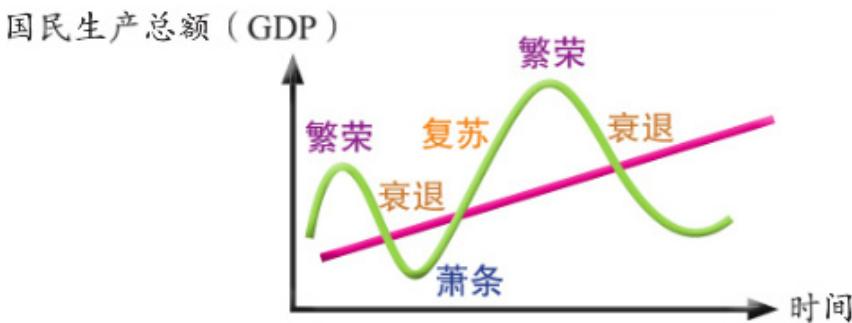


图18 商业循环

商家无法改变外部的商业循环，但可以通过掌握商业循环的波动，改善商家的内部条件，制订相应的对策，以便能在商业循环的波动中不失去商机。

简单来说，在繁荣与复苏阶段，商家通常会以“提高收入”为开源目标。这时，商家会发挥冒险精神，扩大市场。

在衰退与萧条阶段，商家通常以“降低成本”为节流目标。有些商家还需动用储备金来度过难关。这时，商家应加强行政管理，并通过技术、经营、产品等方面的创新来降低成本。



### 延伸学习

对于经济周期，凯恩斯 (Keynes) 认为经济衰退的主要原因是对商品总需求的减少。

当经济进入衰退与萧条时，这时期的商业活动出现放缓。因此，消费需求会急剧下降，企业就会减少投资，生产量也跟着下降。相反的，当经济进入复苏与繁荣，这时期的商业活动就会出现蓬勃发展。

## 2.6 商业的发展趋势

(Business Development Trends)

综观商业的变化，商业的发展趋势如下：

### 1. 全球化 (*globalisation*)

随着现今科技的进步、交通与通讯的便捷，以及互联网普及世界各地，让企业更方便迈向全球化经营（*globalised operations*），建立紧密的经贸网络，扩大经营版图，以掌握全球化商机。例如：我国的 Lewre、Bonia 品牌鞋子立足马来西亚放眼天下，不断地在世界各地拓展市场。



图19 经营全球化

### 2. 电子化与数位化 (*electronisation and digitisation*)

商家通过网络科技来进行交易，把商业交易的各个环节电子化、数位化，来加强企业的竞争力。例如：企业透过电子商务，让消费者可以在网络上直接订购商品及享用服务。同时，商家也能在网络平台上收集顾客的购物意见。

随着电脑数位化技术的发展，数位化产品（*digital product*）也越来越普遍。这些数位化产品（如：电脑软件、视听娱乐）不必通过实物形式提供，可在线通过电脑网络传送给消费者。



图20 电子商务

### 3. 创新与研发 (*innovation, research and development*)

商家通过掌握社会潮流变迁，借由创新与研发来生产新产品以满足人们的需求，为企业创造新商机。（参阅第1章商业档案）

### 4. 绿色商业 (*green business*)

商家在经营目标中落实保护环境、节约资源和能源等，倡导绿色销售、绿色消费、绿色生产。例如：注重环保，有效处置废料、废品及垃圾。



## 学习活动

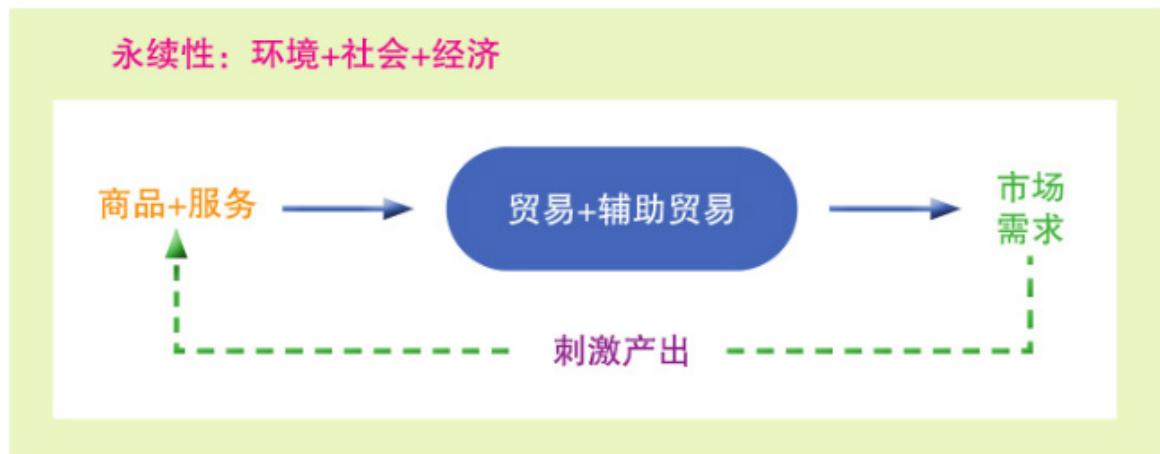
从以下图标，说说绿色商业要关注的事项有哪些？



## 温习室

1. 商业是指以谋求利润 / 盈利为目的，直接或间接以商品或劳务销售给他人的经济活动。
2. 从事生产、买卖或劳务性活动的组织或机构，称为企业。例如：工厂、商家、公司等都是一种企业。
3. 利润就是指企业经营生意所赚的钱。
4. 物物交换方式存在着不少的问题：彼此的欲望相合、估价、易变质的货物、不可分割的货物、不便携带的货物。为了克服上述问题，物物交换逐渐被货币交易、信用与数位交易的方式所替代。
5. 商家进行买卖交易，是因为人们有需要与无穷的欲望，以及商家本身想要赚钱。
6. 产品来自生产，产品可分为有形产品 / 货物，以及无形产品 / 劳务。生产包括了初级生产、中级生产、高级生产。
7. 消费品是指直接满足人们的生活需要或作为消费之用。
8. 资本财或生产财是指用来制造产品，以满足生产需要。
9. 传统上，商业的分支是贸易与辅助贸易。
10. 贸易是指以利润为目的的买卖活动。

11. 辅助贸易是指提供劳务或服务，以协助贸易顺利进行的各种机制。包括了仓库、运输、通讯、广告、保险、银行与金融。商家要适时、适地、适量、适质及适价地销售产品给顾客，辅助贸易提供的服务将是不可或缺的。
12. 依据联合国的永续发展概念，环境、社会与经济是相互影响的系统。因此，企业应秉持永续经营观念来赚取利润。
13. 商业交易都具有四项基本要素，即以利润为目的、有买卖的交易行为、买卖双方自愿交易、符合法律规范。
14. 商业交易的过程包括了交易前的沟通、磋商、商业合约、执行、支付。
15. 商业对满足人们的需求，促进国家繁荣与进步，以及世界经济发展都十分重要。
16. 商家依据经济、金融、市场、科技、人力资源、政治与法律、文化与语言的环境，去评估某国或某区域是否适宜经商。
17. 商业循环／商业周期／经济周期，包括了四阶段：繁荣、衰退、萧条与复苏。
18. 商业的发展趋势包括了全球化、电子化与数位化、创新与研发、绿色商业。
19. 概念图





## 商业档案

# 企业可持续发展

—— ( Sunway Hotels & Resorts )

作为一家酒店集团，双威酒店及度假村致力于融合联合国可持续发展目标（United Nations Sustainable Development Goals / UNSDGs），将其业务模式，运营策略和企业文化，与联合国可持续发展目标的可持续做法和解决方案保持一致。



可持续发展是双威酒店及度假村业务框架的组成部分。该集团已经将可持续发展融入了马来西亚、柬埔寨和越南现有酒店以及未来计划中的酒店。通过各种可持续性措施对社会、经济和环境产生了积极的影响，为当地社区做出贡献及为人们创造更美好的生活环境。



(请扫描二维码)

资料来源：<https://www.sunwayhotels.com/sunway-resort/sunway-for-good/shr-corporate-sustainability>  
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/zh/sustainable-development-goals>

对我的启发



## 附录一：马来西亚国家银行

我国的中央银行（Central Bank）或称马来西亚国家银行（Bank Negara Malaysia），其主要目的是监督与管制全国的金融机构，以确保国家金融体系稳定与完善操作。

一般上，中央银行的功能如：发行货币（硬币和钞票）及控制货币供给数量，监督金融体系稳定运作，作为政府的银行，作为银行的银行。



马来西亚国家银行的建筑物外观及标志

金融机构包括银行体系（banking system）和非银行金融机构（non-bank financial institution）。

银行体系包括商业银行（commercial bank）、投资银行（investment bank）等。非银行金融机构包括雇员公积金局（Employees Provident Fund）、保险公司（insurance company）等。



# 第3章

# 国内贸易

Domestic Trade



学习目标



学习本章，你应能：

- 叙述分销与分销途径的涵义。
- 区别零售商、批发商与代理商。
- 概述有店铺与无店铺零售商。
- 依据交易的对象，举出网上商店的类型。
- 说明直营连锁与特许加盟连锁。
- 归纳贸易文件对企业的重要性。
- 按交易的情况，应用各类贸易文件。
- 依付款要求，应用不同的付款方式。



## 思维导图



为顾客节省每一分钱。

——美国沃尔玛 (Walmart) 创始人山姆·沃尔顿 (Sam Walton)



## 逛街购物



同学分享平时逛街购物的经验与观察，例如：购物中心、超级市场和便利商店的产品种类、顾客服务、购物环境等。

### 3.1 分销途径

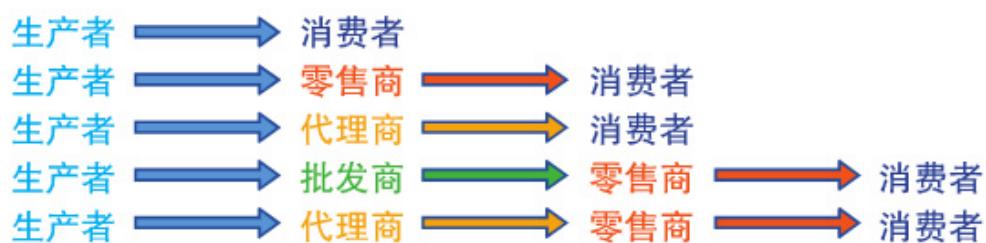
*(Distribution Channels)*

商业活动促使各地商品相互流通，让人们可以买到国内外多样化的商品，满足人们的生活需求。商品如何从生产者销售给消费者？这过程会涉及贸易与辅助贸易活动，以及不同的分销途径。

**分销** (distribution) 是指把货物 / 商品的拥有权从生产者 (producer) 转移到消费者 / 消费人 (consumer) 的过程。这过程中所经过的途径，称为 **分销途径 / 配销通路** (distribution channels)。

生产者是指从事生产活动者，例如：农人、制造商。消费者是指在市场中购买产品，以满足个人需求的最终使用者 (end-user)。换言之，每一个人都是消费人。

每一种分销途径都是始于生产者 / 生产人，终于消费者。生产者销售货物的分销途径，主要有以下几种：



分销是商业社会的重要活动之一，通过分销途径将货物销售到国内或世界各地的消费者手中。例如：消费者可以买到来自国内其他州属生产的农产品与制造品，也可买到产自其他国家的水果。

## 一、中间商 (*Middleman*)

**中间商 / 中间人**是指生产者向消费者出售产品时的中介商家。一般上，在国内较常见的中间商有批发商、零售商及代理商。

分销可分为直接式分销途径及间接式分销途径。**直接式分销途径**即生产者没有通过中间商直接销售货物给消费者。**间接式分销途径**即生产者通过中间商销售货物给消费者。

### 1. 零售商 (*retailer*)

零售商是指零星售货给个人或家庭作为最终消费的中间商。零售商的经营规模可大可小，设立在消费者方便购物的地点。**大规模零售商**如宜康省 (Econsave) 霸级市场，因财力雄厚与销量大，会选择向生产者直接大量采购货物，不经过批发商以减低购货成本。而**小规模零售商**一般会向批发商、代理商或大规模零售商采购货物，采购数量小、采购次数多。



图1 零售业

## 2. 批发商 (*wholesaler*)

批发商是指向生产者**大批采购**货物，小量分销给零售商的中间商。一般上批发商的经营规模较大，采购数量大、采购次数少。对采购的货物进行分级、分装、订价等，然后依零售商的采购量出售。

批发商与零售商都是买了货再卖出货的商人，若货物的销量差，就要承担亏损的风险。



图2 批发业

## 3. 代理商 (*agent*)

或称代理人是指取得生产者**授权**在某一国家或区域有资格销售货物的商家，以代卖货物赚取佣金为目的。代理商除了协助生产者销售及提供售后服务（*after-sale service*），也能与生产者一起推广产品的市场与品牌（*brand*），进而降低国外生产者对该国市场不熟悉的经营风险。

代理商通常仅是代卖货物，没有货物拥有权，故货物卖不出还可以退货。但是，有些代理商又买又卖货物，对货物有拥有权，不可退货，他们类似零售商、批发商等贸易商（trader），例如：日本的日产（Nissan）汽车在我国的总代理（sole agent）是陈唱汽车控股有限公司（Tan Chong Motor Holding Berhad）。



图3 陈唱汽车控股有限公司



### 延伸学习

我国政府设立的销售局，实际上是扮演批发的角色。例如：联邦农业销售局（Federal Agricultural Marketing Authority / FAMA）协助农民销售农产品；马来西亚渔业发展局（Fisheries Development Authority of Malaysia / LKIM）协助渔民销售海产。

[www.fama.gov.my](http://www.fama.gov.my), [www.lkim.gov.my](http://www.lkim.gov.my)

## 二、影响选择分销途径的因素

*(Factors Influencing the Choice of Distribution Channels)*

生产者在面对不同的客户时，会同时选择多种分销途径销售某种货物。该货物的分销途径会随时间和情况的不同而改变，其目的是降低分销成本 / 配销成本 / 通路成本（distribution cost），使货物的价格更具竞争力，以及满足顾客的需求，增加市场占有率。例如：农民销售榴莲的方式也逐渐多样化，除了通过批发商，也经由零售商，或者生产者直接销售给消费者。

生产者或制造商在决定分销途径时，通常会考虑以下因素：

## 1. 货品 (*goods*)

货品因素包括了货品性质及货品价格。

在货品性质方面，属于易变质（如蔬菜、水果、蛋糕）不能长时间储存，必须尽快销售，通常会选择直接销售，或委托附近的零售店销售；反之，可存放较久的货品（如日常用品），就比较适合通过较多的中间商销售。体积大、笨重、高技术的货品（如直升机、轮船、重型机械），因为考虑到售后服务及运输等问题，生产者通常会直接销售给顾客。

在货品价格方面，一般上高价格比低价格货品的分销途径较短。例如：一套上百万令吉的生产机器设备，很少通过中间商销售，通常由生产者直接销售给顾客。



图4 易变质的商品

## 2. 市场 (*market*)

货品市场大，顾客的分布广，所需要的中间商就越多。例如：日常用品（如：毛巾、牙刷、杯）、食油、饼干的需求普及全国，经由分布各地的中间商销售较合适，以便能接触到大量的消费者。

货品市场小，顾客的分布较集中，生产者通常自设零售店销售货品。例如：商人设立餐馆为附近的居民提供饮食便利。



图5 日常用品与食品需要较多中间商

## 3. 订购数量 (*purchase quantity*)

一般上生产者都不愿处理小规模零售商的小量订购，因为不符合成本效益（如：增加销售的文书处理、送货等工作）。生产者比较愿意将货物销售给有能力大量订购的批发商或大规模零售商。

## 4. 生产者的条件 (*producer's condition*)

一般上缺乏资金、人力资源或销售知识等资源的生产者，会选择由中间商负责货物的分销工作。若生产者具备上述各项资源，则比较有条件兼顾货物的生产与销售。

## 3.2 有店铺与无店铺零售

(Physical Retail Store and Non-store Retailing)

为了满足人们不同的购物需求，零售商的类型各式各样。依据零售经营形态，可分为**有店铺经营形态**（如便利商店、超级市场）及**无店铺经营形态**（如小贩、自动贩卖机、网上商店）。

常见的有店铺零售形态：



### 1. 便利商店 (convenience store)

便利商店销售便利品（如速食品、饮料、日常用品）及提供服务（如影印、代收），为顾客提供购物便利。比如，时间便利（如：7-Eleven 营业时间 24 小时），满足顾客及时需求，以及商店位于人潮聚集处（如：住宅区附近、购物中心内）。一般上商品售价较大规模零售店略高。

随着购物环境的改变，而出现了**迷你市场**（mini market），它为顾客提供的购物便利类似便利商店。



图6 不同便利商店的商标



图7 本国企业—迷你市场

## 2. 超级市场 (*supermarket*)

超级市场销售生鲜食品及日常用品，其商品价格及卖场的面积介于便利商店与霸级市场之间。



图8 超级市场售卖生鲜食品

## 3. 霸级市场 / 量贩店 (*hypermarket*)

霸级市场结合仓储与卖场，商品种类齐全，销售大量且多样的商品。通过大量进货压低进货成本。一般上，提供大型停车场方便顾客泊车。



图9 霸级市场

## 4. 百货公司 (*department store*)

百货公司由许多品牌专柜共同组成，分部门销售商品，部门经理依据中央管理的政策办事。百货公司的装潢华丽、营造高贵及悠闲氛围的购物环境，设立于人潮多的市中心或购物中心内。



图10 百货公司内不同品牌的专柜

## 5. 购物中心 (*shopping center / shopping mall*)

购物中心为一个集合购物、休闲娱乐、餐饮等功能的复合性商业空间，商品组合多样性，满足消费者一次性购足（one-stop shopping）及休闲与娱乐的需求。除了百货公司与超级市场作为核心商店，此外还有专卖店、餐饮店、

休闲中心、电影院及服务性商店（如美发美容店）等在购物中心内营业。



图11 购货中心

## 6. 专卖店 (specialty shop)

专卖店是指专门销售某种系列商品的零售商店，例如：Bata鞋子专卖店、Bodyshop 美妆个人护理专卖店等。同类型商品齐全，满足消费者特定的需求。

由于专卖店只销售某种系列商品，所以能提供比较专业的咨询服务及较齐全的商品选择，有利于建立顾客的忠诚度。



图12 专卖店



### 学习活动

世界通用的商品条码是由GS1 ( Global Standard One ) 组织所制定，使商品在全世界都能够被扫描和识读。商品条码由一组平行排列线条构成，即前缀码-企业代码-商品代码-校验码。

各国的校验码都是一个码；各国的前缀码不同，例如：955 代表马来西亚，885 代表泰国，888 代表新加坡，690 至 695 代表中国。

GS1 马来西亚分会网址 [www.gs1my.org](http://www.gs1my.org)

- 认识家里的商品条码。
- 商品条码对零售业带来哪些便利？



常见的无店铺零售形态：



### 1. 摊贩 (vendor)、流动小贩、市集小贩 (hawker)

一般上用推车、电单车或小型货车运载销售的商品，经营成本低，销售点如街旁、社区及方便行人或邻近居民购物的地方。

通过批发商或大规模零售商采购商品，或者销售自己手工制作或生产的东西。售卖低价格的衣服、食物及日常用品等商品为主。



图13 小贩

### 2. 自动贩卖机 (vending machine)

透过自动贩卖机取代销售员来售卖商品，商品特性如单价低、体积小、重量轻。例如：销售过滤水或罐装饮料。由于不必聘请售货员，可节省工资，降低营运费用。



图14 自动贩卖机

### 3. 直销公司 (direct selling company)

直销公司的货源来自本身的生产或向生产者采购，一般上绕过批发商或零售商。例如：美国的安利公司 (Amway)、优莎娜公司 (Usana)，我国的海鸥直销有限公司、CNI 长青有限公司。

**多层次传销**为直销方式的一种，直销公司透过一连串独立的直销商 / 传销商 (distributor) 来销售产品。直销商除了可赚取卖出商品的零售奖金之外，也可以透过自己所招募的直销商（俗称下线）来赚取下线业绩的佣金。国内常见的直销商品如：营养保健品、美容保养品、家庭用品、食品等。



## 延伸学习

### 传销与“老鼠会”

传销泛指所有合法直销。“老鼠会”即变质的多层次传销，俗称非法的金字塔销售计划，其特征是入会费高，推荐人的佣金来自新会员的入会费；新成员必须购买一批货品且不能退回（或较难退回），而推荐人从中赚取佣金。

### 4. 电视购物 (*TV homeshopping*)

零售商通过电视购物频道传送商品信息，电视观众通过拨打电话或登入网站订购商品。订购者一般可使用信用卡、转账卡、货到付款等方式付款，零售商以快递服务送货。



图15 国内电视购物

### 5. 网络商店 / 网上商店 (*online shop*)

互联网普及化，愈来愈多商家透过网上商店来销售商品。网上商店的经营方式包括独立网站、电子商务平台、社交媒体网店、直播带货等方式。

依据交易的对象分类，网上商店可分为三类：

(1) **企业对消费者 (business-to-consumer)**，例如：Shopee、Lazada、Amazon、淘宝电子商务平台上的网络商店直接销售商品给消费者。有些霸级市场与购物中心也提供消费者网购便利，例如：Lotus、Sunway Pyramid。

上述所提及的**电子商务平台 (e-commerce platform)**是指集合或连接不同的网络商店，借此赚取手续费或广告费，顾客直接从电子商务平台进入不同的网络商店，通过平台的产品归类及搜寻器，选购产品。

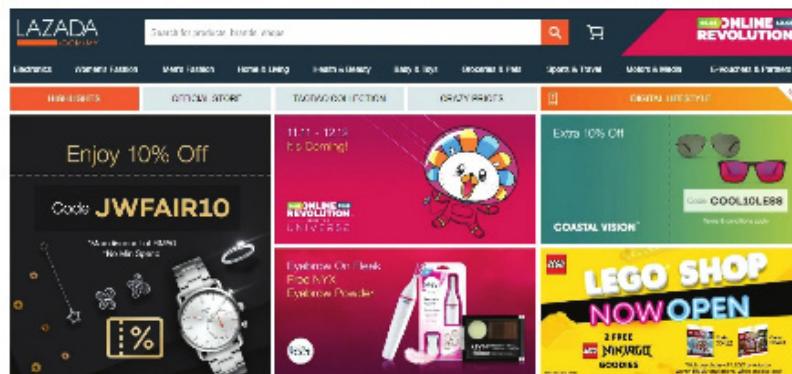


图16 电子商务平台上的各式网上商店

(2) **企业对企业 (business-to-business)** 是指商家通过互联网向客户(贸易商)批量销售商品。贸易商购买商品的目的是通过再销售赚取利润。例如: Alibaba。

(3) **消费者对消费者 (consumer-to-consumer)** , 例如: Lelong、Mudah、eBay 网站提供消费者对消费者进行网上交易。



**学习活动**

全班投票活动: 电子商务平台比一比

你们更喜欢哪一个电子商务平台?  
为什么?

付款方式  
易用性  
模板与设计  
顾客服务

相对有店铺的实体商店, 虚拟的网络商店的营运费用较低 (如节省店租、减少水电费与员工人数)。网络商店提供顾客随时随地上网购物的便利, 全天候营业及销售范围较不受区域限制, 通过快递服务运送商品给顾客。购物前, 顾客无法接触到实体商品, 较难确认商品品质。

### 3.3 连锁经营

*(Chain Store Operation)*

连锁经营是一种商业的经营模式, 是由同一商业集团所属, 使用**相同的**名称、商标与企业形象, 其营运作业标准化与专业分工, 在不同地域进行商品销售或服务提供。

连锁经营以各**连锁店**的共同经济利益为纽带, 将分布在不同地方的连锁店联合起来, 实施集



图17 统一的制服与作业程序

团化的商业经营活动。连锁经营通过**连锁总部**形象的标准化，经营活动的专业化，组织管理的规范化，管理手段的现代化，由总部负责采购、配送，各店铺负责销售等，主要目的是透过扩大经营规模来取得规模经济效益。例如：连锁快餐店、连锁饮料店、连锁健身中心等。

连锁经营常见的类型：直营连锁和特许加盟连锁。有些企业同时使用这两种连锁方式经营生意。

### 1. 直营连锁 (*regular chain*)

直营连锁是指由**总公司直接投资经营**，连锁分店的拥有权与决策管理权都归总公司 / 总部所有。总公司享有100%的营业利润，唯总公司也须承担各连锁店的盈亏。

直营连锁的优点是拥有权统一，故总部决策容易落实，因此运作效率较高；缺点是开设新连锁分店都由总公司出资开设，资本负担大，一般上开设连锁店的速度较慢。

### 2. 特许加盟连锁 (*franchise chain*)

特许加盟连锁的**授权连锁总公司 / 授权公司** (franchisor) 拥有一套完整的经营管理制度，将公司名称、公司形象、商标、产品、专利、内部设计与装潢等专有的经营技术或模式，提供给**特许加盟店** (franchisee) 使用。国际著名的特许加盟连锁公司如：美国的麦当劳、7-eleven。

特许加盟店必须支付加盟费 (joining fee) 给授权公司，以取得**特许权** (franchise)。特许加盟店必须完全按照特许加盟契约的规定营业，否则就会失去特许权，因此没有经营的自主权。一般上必须缴交**特许权使用费** (royalty fee) 给授权公司。



图18 连锁经营



图19 直营连锁



图20 特许加盟连锁店



## 延伸学习

### 1. 申请特许经营

根据马来西亚特许经营法令（Franchise Act 1998）和2012年修正法案的规定，只要任何商业模式控制店面招牌、经营模式、产品、价格与广告，就必须向国内贸易与消费人事务部申请特许连锁执照。

有关法令及申请相关事宜，浏览 <https://myfex.kpdnhep.gov.my>

### 2. 浏览马来西亚零售连锁协会（Malaysian Retailer Chains Association, MRCA）[www.mrca.org.my](http://www.mrca.org.my)，及马来西亚特许加盟协会（Malaysian Franchise Association, MFA）[www.mfa.org.my](http://www.mfa.org.my)，了解我国的连锁经营。

## 3.4 贸易文件

*(Trade Documents)*

国内贸易的交易过程涉及多种贸易文件，它们都具有法律效力，保障买卖双方。例如：顾客在超级市场付款，收银员发给顾客的收据，列明所售卖货品的资料和价格，这张收据就是贸易文件之一。

生产者销售货物给中间商，或中间商向生产者采购货物，或中间商之间进行交易，也会使用各种贸易文件。例如：询问信、商品目录、送货单、发票、收据等。换言之，**贸易文件**是指买卖双方进行交易所使用的信件和单据。为确保买卖交易顺利进行，买卖双方都必须遵循贸易文件的规格样式。

随着资讯科技的进步，贸易文件的制作和传输，从通过人工来进行处理和邮寄，已日趋转为应用电脑软件系统、电子数据交换系统（electronic data interchange）的方式取代人工作业。



图21 贸易文件电子化

通过将贸易文件电子化，买卖双方之间相互传输电子化的贸易文件如：订单、发票等。此举可减少人工的差错和延误，减少纸张的使用，及提高交易效率。电子贸易文件（electronic trade document）的用途及往来程序，与传统书面形式的贸易文件相同。

## 一、贸易文件的重要性 (*Importance of Trade Documents*)

商家进行交易需要使用贸易文件，以保障买卖双方的权益。根据证据法（Evidence Act 1950），贸易文件是一种书证，在法律上可作为证明案件事实的书面材料。另外，依据公司法令（Companies Act 2016），商家需要保存贸易文件7年。

### 1. 交易的记录

询问信、报价单、订单、买卖合约、送货单、发票、收据等文件是一种书证（documentary evidence），作为了解及检查买卖交易。

### 2. 记账的根据

文件内容如：日期、产品名称、单价、数量等作为记账依据的资料，以确保账目准确。

### 3. 保障买卖双方的权益

文件详细记载了买卖双方的交易内容与条款，例如：付款方式、交货日期、交货条件等。

### 4. 呈报税务的依据

商家需要保管发票、收据等贸易文件，作为报税之用，以及供内陆税局核查。



图22 纸质文件及电子文件存档

## 二、贸易文件的使用 (*Use of Trade Documents*)

国内贸易常用的文件，依交易的进度，分为以下三大类：



### 1. 报价单 (*quotation*)

买方发出询问信 (letter of inquiry) 给卖方，查询商品的价格、交货时间等。卖方就发出报价单，提供买方所需要的信息。（询问信，参阅附录一）

报价单是表示卖方愿意在某种付款条件及交货条件下，按某价格出售商品。商品目录 (catalogue) 或价格表 (price list) 可作为报价单的替代文件。

### 付款条件 (*terms of payment*)

卖方提供给买方的付款条件，包括货到付款 / 交货付现 (cash on delivery / COD)、商业折扣 (trade discount) 及现金折扣 (cash discount)。

**商业折扣**是指卖方按商品的价格表或商品目录的价格，在某订购量下给予买方若干百分比的折扣。订购量越多，商业折扣百分比越高。

**现金折扣**是指卖方为了鼓励买方立刻或在规定的期限内付款而给予的折扣。越早付款，现金折扣百分比越高。

### 交货条件 (*terms of delivery*)

交货条件是指卖方让买方知道是由谁负责运费。国内贸易常用的交货条件：**运费付讫** (carriage paid / Carr. Pd.) 是指由卖方支付运费，卖方通常

在顾客大量购买下才承担运费。运费未付 ( carriage forward / Carr. Fwd. ) 是指由买方支付运费。

**T. KEY SDN BHD (407754-W)**

No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur.

Tel: 03-24768954      Fax: 03-24768977

No. 3675

**QUOTATION**

4 July 2022

Purchasing Manager  
YCL Computer Sdn Bhd  
2, Jalan SS/2, 47100  
Petaling Jaya, Selangor.

<b>Code</b>	<b>Item / Description</b>	<b>Unit Price (RM)</b>
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	58.00
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	189.00
D2	Wireless Mini Mouse	35.00

20% trade discount for purchases of more than 50 units in total

Terms: 5% 7 days, 3% 30 days

Delivery: within 7 days; Carr. Fwd.

For acceptance within 14 days from issuing date of quotation

Albert Lim

Albert Lim

(Sales Manager)

表1 报价单

## 2. 订货单 / 订单 (*purchase order*)

是由买方发出，买方向卖方订购商品的书面通知。如果卖方接受订单，双方就达成有法律约束力的买卖协议。订单就正式成为一种书面契约。

如果双方是第一次交易，卖方通常会要求买方提供银行证明信（banker's reference）或（与）商业信誉参考（trade reference），作为核查买方财务状况以决定是否提供赊账之参考。

**YCL Computer Sdn Bhd (150873-T)**

2, Jalan SS/2, 47100

Petaling Jaya, Selangor

Tel: 03-7578321 Fax: 03-7578221

email:ycl@myjaring.net

No. 234

**PURCHASE ORDER**

7 July 2022

Sales Manager

T. KEY Sdn Bhd

No. 5, Jalan Siew, 56000,

Kuala Lumpur.

Your quotation No.3675

Please supply the following:

Code	Item / Description	Quantity	Unit Price (RM)
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12	58.00
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10	189.00
D2	Wireless Mini Mouse	31	35.00

Trade Discount: 20%

Terms: 5% 7 days, 3% 30 days

Delivery: 7 days, Carr. Fwd.

Thank You.

Yours faithfully

*Tan Guan Liang*

Tan Guan Liang  
(Purchasing Manager)

表2 订单



## 延伸学习

### 1. 银行证明信

是指银行应顾客（买方）的要求而提供的证明书，以便卖方了解买方的资金信誉情况。

### 2. 商业信誉参考

是指买方向卖方提供与本身有交易往来的公司名称，以便卖方查询其商业信誉。

### 3. 送货单 (*delivery order*)

卖方依据订单准备货品。送货单由卖方发出，卖方送货时，会要求买方在送货单上签名，作为送交货物的证据。送货前可能会发出货运通知书 (advice note)，让买方能及早安排接货。（货运通知书与送货单，参阅附录一）

### 4. 发票 (*invoice*)

是卖方要求买方支付货款的凭证。**在法律上，发票是买卖协议的凭证**。发票列明了交易内容，可供双方记账，税务查对之用。买方支付货款后，卖方就会发出收据作为收款证据。（收据，参阅附录一）

发票的“**保留更改错漏权**” (errors and omissions excepted / E.&O.E.) 字样，表示如果发票的资料有错漏，卖方有权修改，以保护卖方的利益。卖方的修改方式是发出借项凭单 (debit note) 或贷项凭单 (credit note)，而不是直接在发票上涂改。（借项凭单和贷项凭单，参阅附录一）

**形式发票** (pro-forma invoice) 除了名称之外，其样式与发票相似。但是，形式发票的使用情况与发票不同。

卖方在以下情况发出形式发票：

- (1) 要求买方先付款后取货，或者有礼貌的拒绝提供赊账给买方；
- (2) 允许买方在某一段时间内检查或测试货物，若买方决定买下货物，形式发票就作为正式的发票。否则就要退还货物给卖方。

**T. KEY SDN BHD (407754-W)**  
 No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur.  
 Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977

No. 3211

### INVOICE

14 July 2022

YCL Computer Sdn Bhd  
 2, Jalan SS/2, 47100  
 Petaling Jaya, Selangor.

Terms: 5% 7days;  
 3% 30 days  
 Our D.O.No.5000

Your order No.234

Code	Item / Description	Quantity	Unit Price (RM)	Amount (RM)
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12	58.00	696.00
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10	189.00	1,890.00
D2	Wireless Mini Mouse	31	35.00	1,085.00
E&O.E.			Total	3,671.00
Less 20% Trade discount				(734.20)
Amount payable			RM	<u>2,936.80</u>

Note:

1. Any discrepancy must be notified within 7 days, otherwise will be treated as correct.
2. Cheque make payable to T.Key SDN BHD. Bank: RHB Bank Berhad, current A/C No: 2-12303-11122233
3. Please adhere strictly to our credit terms and conditions, interest of 1% per month will be charged on all overdue accounts.
4. Goods sold are not returnable.

Albert Lim

Albert Lim  
 (Sales Manager)

表3 发票

### 5. 月结单 (statement of account)

卖方月底寄出，总结买方当月的所有交易。列出买方的欠款、付款、少收或多收的货款。作为提醒买方支付货款之用。

买方应用月结单核对账簿，若月结单有错误就通知卖方。

## 3.5 付款方式 (Modes of Payment)

商家之间的交易较少使用现金付款。人们的日常消费也日渐少用现金付款，改用非现金支付方式如：转账卡、信用卡、电子钱包、资金转账等。减少使用现金的原因如：携带麻烦、遗失或被盗的风险。

### 一、支票 (Cheque)

现金付款存在携带的麻烦与风险等不便，尤其巨额交易或商家相隔两地。因此国内商家会使用支票（cheque）来支付货款。随着科技的发达，支票付款方式也日渐被电子付款取代。

支票是指由出票人（drawer）签发，委托银行在收到支票后，付款给收款人（payee）或者持票人（bearer）的票据。因此，支票不是现金，而是一张付款的指示。



支票的当事人及支票的处理



图23 支票当事人（银行、出票人、收款人）

如何使用银行提供的支票付款便利？在银行开设一个来往户口（current account），个人或公司都可以使用支票付款。

### 出票人签发支票须注意的事项：

1. 清楚写上收款人的姓名或公司名称、日期，以及数字与文字款额一致。
2. 划掉“或持票人”（or bearer）字样，避免支票被人冒领。
3. 签署名字。
4. 确保来往户口有足够的款项付账。



支票的项目



图24 支票

### 银行拒绝支付支票款项的原因：

1. 出票人的来往户口存款不足，造成支票不能过账而遭银行退回给出票人的支票，称为空头支票（bounced cheque）。
2. 支票过期。支票的有效期是从支票日期算起 6 个月，如果超过 6 个月，受票银行将拒绝付款。
3. 支票未到期。如果支票的过账日期尚未到，这张支票称为远期支票（post-dated cheque）。银行不受理未到期的远期支票。假设陈先生在 2022 年 10 月 10 日签发支票，支票的填写日期是 2022 年 11 月 1 日，这属于一张远期支票，必须到期后方能过账。
4. 出票人已停止使用来往户口服务。
5. 出票人要求银行停止付款。

6. 出票人没有签署支票，或签署样式与开户时提供给银行的签名样式不一致。
7. 支票没有填写日期。
8. 支票的数字与文字款额不一致，或只写其中一项。
9. 支票破损或被涂改。
10. 支票上没有填写收款人姓名。

## 二、转账卡与信用卡 (*Debit Card and Credit Card*)

卡式付款日渐取代现金付款，成为交易或购物的主要付款方式。网上交易的普及化，提高了卡式付款的使用率。例如：顾客在网上商店购物，通过互联网以转账卡（debit card）或信用卡（credit card）付款。

在实体商店方面，商家必须安装与银行连线的电子系统，才能提供顾客使用转账卡与信用卡支付货款。商家需要支付银行提供此设备的费用或佣金。

转账卡和信用卡的特征如下：



图25 信用卡与转账卡

	转账卡／过账卡	信用卡
信用消费	持卡人的银行户口要有足够的款项供付款。若货款超过余额，就不能付账。因此不能信用消费。	银行提供持卡人某一定额度的借贷便利。因此是一种信用消费。
欠款	不存在欠款问题，因为货款是从本身银行户口的余额扣除，直接转入有关商家的户口。	一次付清或分次缴付欠款。若分次缴付，每月必须按银行规定的最低款额支付欠款。欠款的利息比银行贷款高，发行者（如：银行与金融机构）以复利方式计算拖欠的利息。

对商家而言	立刻收到货款。	不能立刻收到货款，但是提供赊账便利，有利于促进销售及增加顾客来源。
对持卡人而言	省却携带现金的不便与风险。	省却携带现金的不便与风险。持卡人因信用消费享有资金周转便利，但易导致无节制消费。需要支付年费与政府服务税。（有些银行提供有条件式的免付年费优惠）



图26 自动提款机提供银行服务便利



### 延伸学习

#### 1. 威士国际组织（Visa International Service Association）

1976 年开始发行威士卡（Visa card）。它是一个由全球 2 万多家金融机构会员所组成的国际银行卡组织。



#### 2. 万事达国际组织（MasterCard Worldwide）

1966 年成立，总部位于美国纽约。它是由超过 2 万多家金融机构会员组成的有限公司。万事达国际组织通过其会员发行万事达信用卡。



### 三、电子付款 (Electronic Payments)

电子付款是指通过电子通讯设施或互联网进行付款的方式，它不涉及实际现金的支付。例如：银行提供的网上银行服务（online banking services）。

电子付款的无纸作业方式，可提高效率、降低处理成本、快捷及全球通用，符合工商业者与消费者的利益，以及环保要求。然而，电子付款的安全性如：确保交易可靠及保密，尚待改善。

网上银行服务是银行利用网络技术，通过互联网向客户提供查询、对账、行内转账、跨行转账、信贷、投资理财等服务项目。

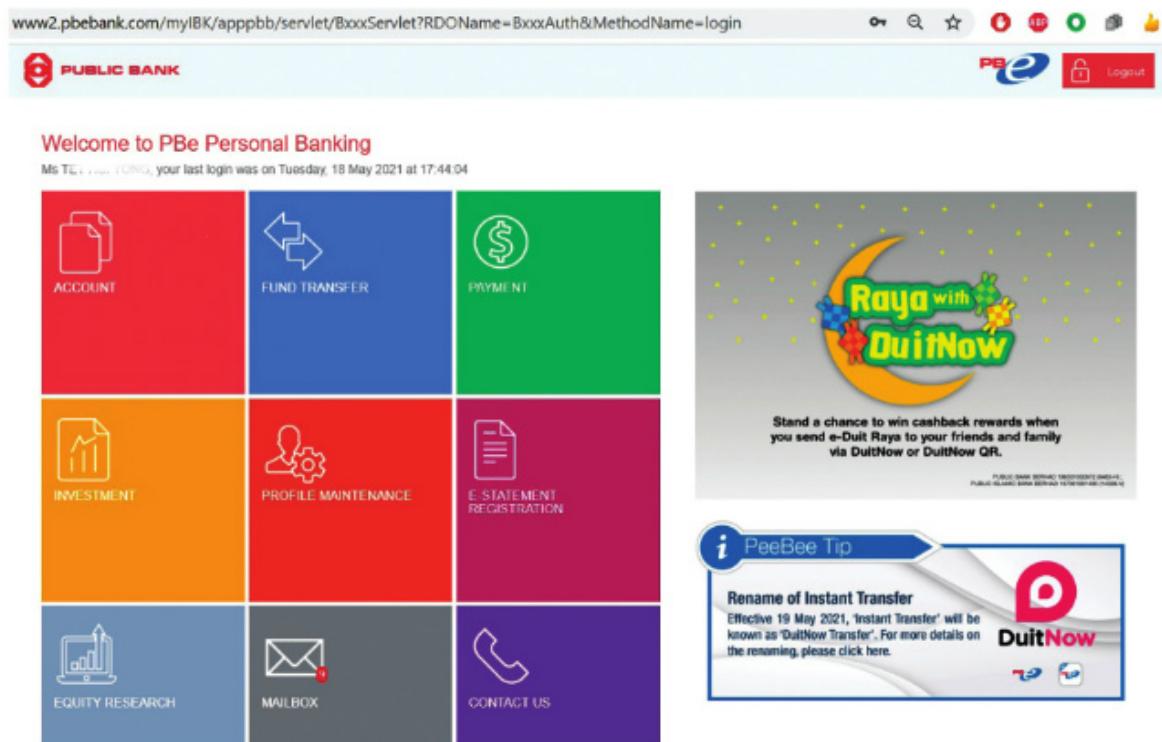


图27 银行在互联网提供银行服务便利

常见的电子付款方式如：

电子付款	说明
1. 行内转账 ( within bank transfer )	是指付款人指示银行从他的户口移转款项入同一间银行的收款人户口。
2. 跨行转账 ( interbank transfer )	是指付款人指示银行从他的户口移转款项入不同银行的收款人户口。
3. 定期支付指示 ( standing order / standing instruction )	是指付款人指示银行定期支付固定的款项（如：保险费、汽车贷款等）给指定收款人的户口。
4. 直接付款指示 ( direct debit instruction )	是指付款人通知银行他已授权（authorisation）收款人从他的银行户口转账；银行收到通知后，会按照指示直接从付款人的户口转账给收款人。此付款便利适用于支付不固定的款项（如：水费、电费等），可以是不定期或定期的支付。
5. 电子钱包 ( e-wallet )	是一种电子支付工具，通常与电子钱包持有人的银行账户或转账卡或信用卡连接在一起的。例如：Boost, GrabPay, Touch 'n Go。

不同的电子付款方式提供不同的便利，使用者依据付款要求使用不同的付款方式。

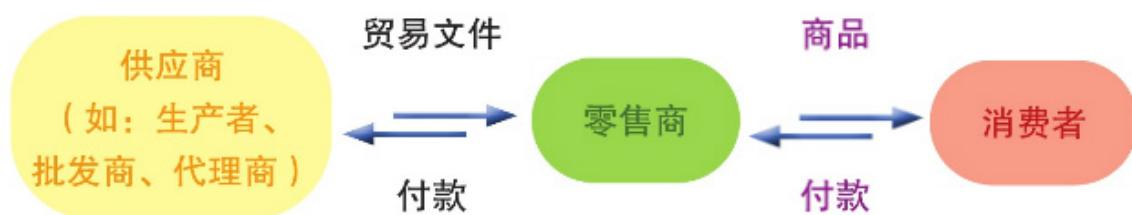
通常付款人为了避免忘记付款，可选用银行提供的定期支付指示与直接付款指示，银行将按指示替付款人自动转账／自动付款，两者之不同如上所述。



## 温习室

1. 分销是指把货物 / 商品的拥有权从生产者转移到消费者的过程。这过程中所经过的途径，称为分销途径 / 配销通路。分销可分为直接式分销途径及间接式分销途径。
2. 消费者是指在市场中购买产品，以满足个人需求的最终使用者。每一个人都都是消费人。
3. 每一种分销途径都是始于生产者 / 生产人，终于消费者。
4. 中间商是指生产者向消费者出售产品时的中介商家，例如：批发商、零售商及代理商。
5. 零售商是指零星售货给个人或家庭作为最终消费的中间商。
6. 批发商是指向生产者大批采购货物，小量分销给零售商的中间商。
7. 批发商与零售商都是买了货再卖出货物的商人，若货物的销量差，就要承担亏损的风险。
8. 代理商是指取得生产者授权在某一国家或区域有资格销售货物的商家，以代卖货物赚取佣金为目的。代理商通常仅是代卖货物，没有货物拥有权，故货物卖不出还可以退货。但是，有些代理商又买又卖货物，对货物有拥有权，不可退货，他们类似零售商与批发商等贸易商。
9. 生产者或制造商在决定分销途径时，通常会考虑的因素包括了货品、市场、订购数量、生产者的条件。
10. 零售经营形态可分为有店铺经营形态（如便利商店、超级市场）及无店铺经营形态（如小贩、自动贩卖机、网上商店）。
11. 连锁经营常见的类型：直营连锁、特许加盟连锁。
12. 直营连锁是指由总公司直接投资经营，店面拥有权与决策管理权都归总公司 / 总部所有。
13. 特许加盟连锁是指授权连锁总公司 / 授权公司拥有一套完整的经营管理制度，将公司名称、公司形象、商标、产品、专利、内部设计与装潢等专有的经营技术或模式，提供给特许加盟店使用。
14. 国内贸易文件是指买卖双方进行交易所使用的信件和单据。作为买卖双方的保障及法律效力。

15. 国内贸易常用的文件，依交易的进度分为三大类：交易前（如：询问信、报价单）、交易进行中（如：订单、送货单、发票）、交易后（如：收据、月结单）。
16. 国内贸易文件作为保障买卖双方的权益，其可作为交易的记录、记账的根据、保障买卖双方的权益、呈报税务的依据。
17. 报价单是由卖方发出，用来回复买方的询问信，提供买方所需要的商品信息。商品目录或价格表可作为报价单的替代文件。
18. 订货单 / 订单是由买方发出，买方向卖方订购商品的书面通知。如果卖方接受订单，双方就达成有法律约束力的买卖协议。订单就正式成为一种书面契约。
19. 送货单由卖方发出，买方收货签名，作为送交货物的证据。
20. 发票是卖方要求买方支付货款的凭证。在法律上，发票是买卖协议的凭证。发票与形式发票的使用情况不同。
21. 月结单由卖方发出，总结买方当月的所有交易，作为提醒买方支付货款之用。
22. 商家较少使用现金付款，改用非现金支付方式如：支票、转账卡、信用卡、电子钱包、资金转账。
23. 概念图





## 团队协作

## 专题研习

任务：探究有店铺或无店铺餐饮业的经营

### 目标：

商业经营结合联合国可持续发展目标12（右图）。

- 了解餐饮业生产与供应过程的原物料与食物的耗损，实现减少浪费，负责任的生产方式。
- 了解餐饮业者的生产方式与顾客的消费方式，知道生产与消费的相互关联性（如：供给与需求、绿色生产与绿色消费、减少废物的产生等）。



联合国可持续发展目标  
( 目标12 )

### 方式：

1. 每组5~7人，任选某种餐饮业（规模大小不拘）。
2. 从负责任消费和饮食供应／生产，提出多个想知道或有兴趣的问题，再从中选出一个驱动性问题，作为探究题目。
3. 运用第1章的专题研习三阶段（规划阶段、探究阶段、汇报阶段），以及有关的工具与方法。

#### ① 规划阶段

拟定工作进度表及工作分配表（参阅第1章附录二、三）。

#### ② 探究阶段

- 依据驱动性问题，收集经营资料。例如：商家销售的饮料与食品、营运环境、环保做法（如节能、低碳、回收与循环利用）、商人对环保或绿色商业的看法等。
- 收集顾客负责任的消费方式。例如：不丢弃食物、携带环保袋子购物、拒绝塑料吸管等。

- 收集方式包括了取得第一手资料（如：访问、实地考察等），或 / 及第二手资料（如：报章、刊物、网络文章等）。
- 整理资料与数据。
- 判断与结论，例如：针对驱动性问题发现的答案或结果，以及提出的建议或解决方案等等。
- 填写“有店铺或无店铺餐饮业简报表”，并完成书面报告（参阅第1章附录四）

### ③ 汇报阶段

- 口头简报包括了驱动性问题、发现的结果、建议或解决方案、思想、反思（如：自身的消费行为对环境的影响）等。
- 呈交简报表与书面报告给老师。

## 4. 老师总结与讲评。

## 有店铺或无店铺餐饮业简报表

商家名称：\_\_\_\_\_（有店铺／无店铺）

### 1.【提出多个想知道或有兴趣的问题】

### 2.【驱动性问题】

小组最想探究的题目是什么？	
为什么想选择这个探究题目？	

### 3.【造成这个问题或情况的可能原因】

可能原因	(1)	(2)	(3)
有什么线索让我们这样认为呢？			

商家最困扰的是：	面对这个困扰，商家希望可以：
----------	----------------

#### 4. 【问题解决】

如果这个问题解决了，最美好的情况是怎样的？

#### 5. 【达到最美好的情况的点子或方法】

举出三种不同类型的点子或方法：

(A) 最有创意的点子 (大胆的 / 疯狂的)	(B) 最快发挥效果的点子	(C) 维持效果最久的点子

小组思考和讨论，写出相互结合的点子。例如：A+B, B+C, A+C,  
A+B+C

#### 6. 【最终决定使用的点子（解决方案）】

### 7. 【执行解决方案】

行动项目	这个行动怎么帮助商家改善问题
(1)	
(2)	

### 8. 【商家回馈】(若有)

商家喜欢的部分:	商家的建议:
商家回馈后，小组产生的新想法:	

### 9. 【小组反思】

我们想赞美彼此:	我们希望自己哪里可以更好:
我们遇到什么困难? 怎样克服困难?	我们的学习和收获是什么?

## 10. 【汇报】

我们要向谁分享？大概多少人？	为什么要向他们分享？	如何向他们分享？
(1)		<input type="checkbox"/> 课堂 <input type="checkbox"/> 社交媒体 <input type="checkbox"/> 其他
(2)		<input type="checkbox"/> 课堂 <input type="checkbox"/> 社交媒体 <input type="checkbox"/> 其他



## 商业档案

# 99 Speedmart

——口号“又近又便宜”

99 Speedmart 创办人兼董事经理李良华自小因小儿麻痹症而不善于行，小学毕业后，就在家自修。1987 年在家人的支持下以微薄的本钱开始了杂货生意，两年后有感若继续经营杂货店，将来也无法有多大的突破。因此，他凭着独到眼光和绝佳信誉，成功从杂货店转型到迷你市场，一步一脚印地把生意越做越大。

99 Speedmart 的口号是“又近又便宜”价格贴近消费者，让消费者快速买到想要的货品，节省时间和金钱。李良华说：“年轻时候没有一技之长，觉得买卖对我是最容易做生意的方式，因为只有一种工作可做，只许成功，不许失败。”他认真透过买卖了解顾客需要什么货品，怎样的价格才吸引别人购买。在货品的选择上格外用心，卖的是大众需要且适合所有族群的货品。他把超市的货品浓缩在迷你市场里，例如：超市卖 10 个品牌的婴儿纸尿片，他就拿最畅销的三个品牌来卖。

李良华表示做生意随时随地都在面对竞争，所以要见招拆招，不断谋略应对方式。他坚持无论做生意的方式如何改变，都要以顾客为先。他笑说：“站在顾客的立场，百利而无一害，为顾客着想，是绝对不会错的。”他认为每一种销售形式都有其生存的方式，只要与时并进，对顾客将心比心，即能站稳脚步。

99 Speedmart 名字的由来，乃因李良华认为无论在做人或做事都可能达到 100 分，选择 99 除了发音容易之外，其实是要警惕自己在任何阶段都有再进步的空间。

资料来源：[www.99speedmart.com.my](http://www.99speedmart.com.my)



对我的启发



## 附录一：常见的国内贸易文件



文件	用途
询问信 ( letter of inquiry ) / 询价单 (request for quotation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>查询货品的价格、付款条件、交货条件等资料。</li> <li>说明欲订购的货品规格、数量、交货时间等。</li> <li>买方通常会向多个供应商询问价格，作为比较价格和付款条件等之参考。</li> </ul>
货运通知书 ( advice note )	卖方送货前发给买方，通知买方货品的种类、数量、交货日期和地点、运送方式等，让买方能及早安排接收货品工作。

送货单 ( delivery order / delivery note )	买方收货人点收货物并在送货单上签名及收取正本，而卖方送货人收取副本证明已递交货物。一般上，卖方若委托运输公司送货，运输公司会开出一式三联托运单 (consignment note)。卖方保留一份，其余二份由货车司机连同货物交给买方收货人签署，然后各保留一份表示收货和证明交货。
收据 ( receipt )	<ul style="list-style-type: none"> <li>作为收款的证据。</li> <li>若用支票付款，卖方可以不发出收据，因为支票过账被视为买方付款的证明。若是现金交易，买方一定要向卖方索取收据。</li> </ul>
贷项凭单 ( credit note )	<ul style="list-style-type: none"> <li>修正发票上多收的货款。</li> <li>买方退货，如产品破损、不符合规格等。</li> <li>买方退回在发票上已计费的空箱或空瓶。</li> </ul>
借项凭单 ( debit note )	<ul style="list-style-type: none"> <li>修正发票上少收的货款。</li> <li>修正发票上尚未计算的费用，如包装费、货箱费、运费、保险费等。</li> </ul>

# 第4章

# 国际贸易

International Trade

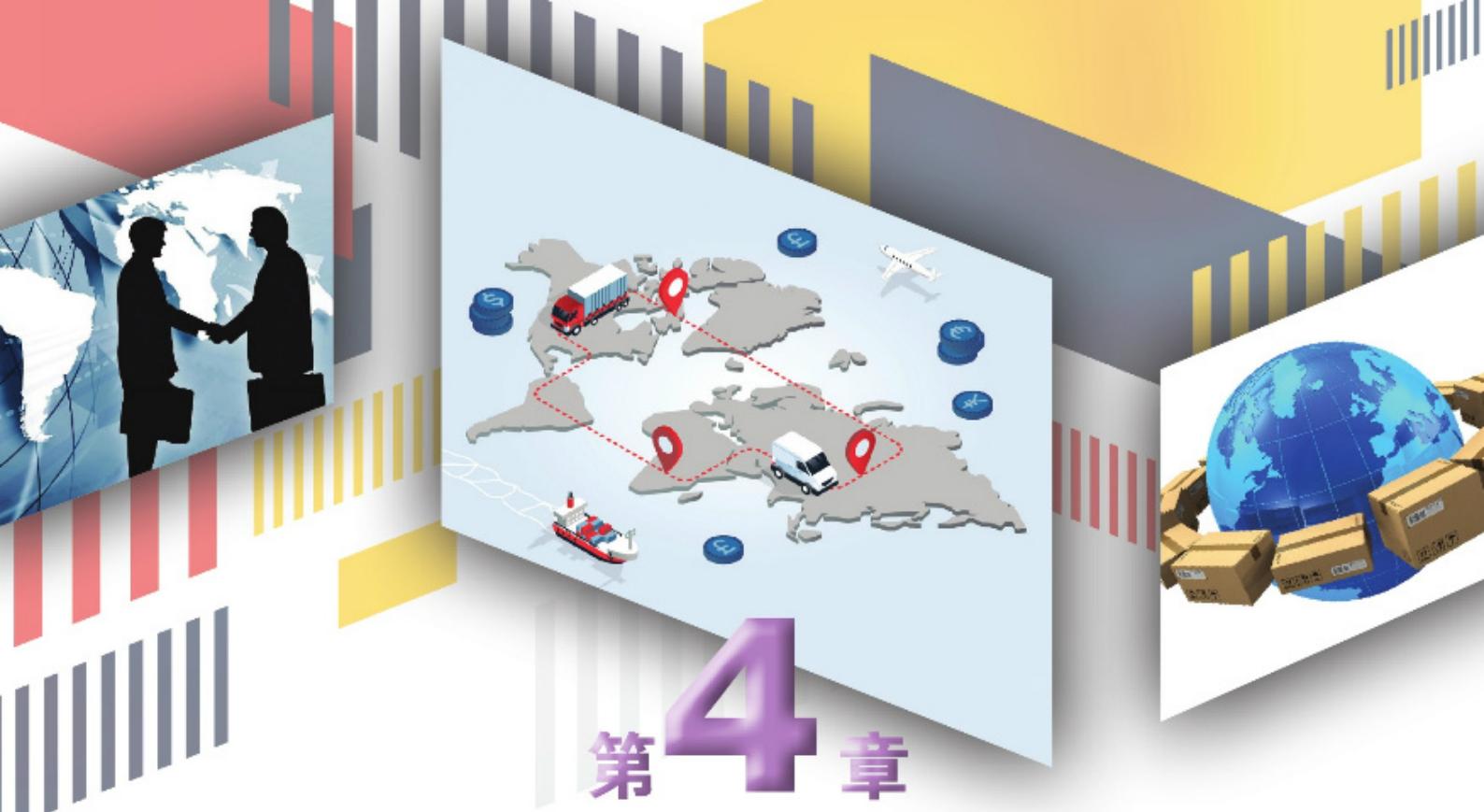


## 学习目标



学习本章，你应能：

- 辨别国际贸易的定义与类型。
- 论述国际贸易的重要性。
- 总结国际贸易的特征。
- 识别外汇与汇率。
- 辨认 FOB、CIF、CFR。
- 区分各类国际贸易文件的用途。
- 概述装运单据。
- 解释提单的用途。
- 叙述信用证、汇款与托收。
- 说明国际贸易的交易程序。
- 说明自由贸易政策和保护贸易政策对商人影响。





国际贸易在19世纪成为经济增长的一个动力，但它本来的作用并非如此。经济增长的动力应该是技术变化，国际贸易是润滑油而不是燃料。

——圣卢西亚 (Saint Lucia) 威廉·阿瑟·刘易斯 (Willian Arthur Lewis)，摘自《国际经济秩序的演变》



## 相互共存

- 你使用的日常用品中，哪些是从国外进口的？
- 我国出口哪些产品到国外？
- 举出两样产品是我国无法生产的，并说明原因。



## 4.1 国际贸易的类型

*(Types of International Trade)*

国际贸易是指国家与国家之间商品和服务的买卖交易活动。例如：我国的地理环境与气候，不适合种植奇异果及苹果。为了满足人们的需要和欲望，商人就会从国外购买 / **进口** (import)。另一方面，我国也把本地出产的棕油、橡胶、石油和天然气等售卖 / **出口** (export) 到没有生产这些原料的国家。

随着通讯及互联网的发展，人们可以随时随地联系和交易，加速了市场全球化。各国的自然资源、地理环境与气候、劳动力、生产技术，以及资本和社会文化水平等的差异，也构成各国产业发展各有特色。这些因素都促使国与国之间进行交易。

国际贸易被认为是各国之间分工而形成的，所以国际贸易反映了世界各国在经济上的相互共存。

比如，在制造业方面，我国的汽车制造商需要向外国生产商进口半制成品（intermediate goods）如：汽车零件、集成电路（integrated circuit），才能制造出汽车完成品（finished goods）。

在国际贸易里，交易可以分为两大类：

### 1. 商品交易或称有形贸易

*(tangible trade)*

商品是看得见，摸得着。例如：农产品、制成品。

### 2. 服务交易或称无形贸易

*(intangible trade)*

服务不是实物。例如：银行服务、旅游服务。

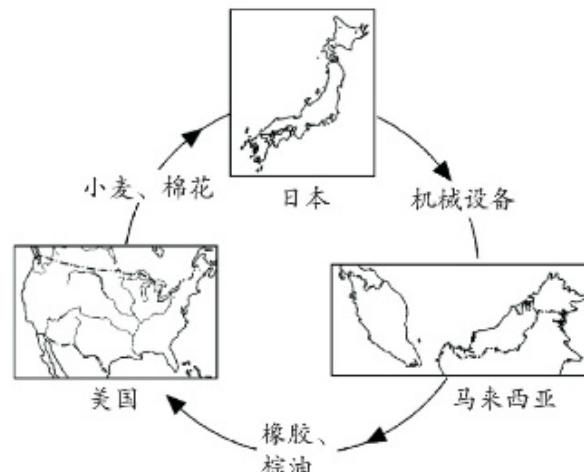


图1 我国与其他国家进行商业交易



图2 制成品



图3 马六甲河畔的历史古迹荷兰红屋（The Stadthuys）、沙巴仙本那（Semporna）的马布岛（Pulau Mabul）

国际贸易可分为三种类型：

### 出口贸易 export trade

- 产品由我国运销到国外。

例1：

我国出口棕油到中国和印度。

例2：

外国人来我国旅游。对我国而言是提供旅游服务交易。

### 进口贸易 import trade

- 产品从国外运销到我国。

例1：

我国从纽西兰进口乳制品。

例2：

我国人民到国外旅游。

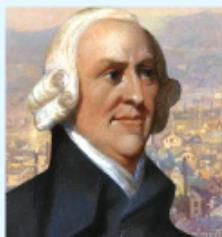
### 转口贸易 entrepot trade

- 产品的进出口生意，不是在生产国与消费国之间直接进行，而是通过第三国（或地区）转手或交易。

例如：东南亚国家将生产的产品经新加坡销往他国。对新加坡来说，是进行转口贸易。



### 延伸学习



经济学之父亚当斯密（Adam Smith）于1776年发表的《国富论》提出绝对优势原理（Theory of Absolute Advantage）。他认为在国际贸易里，同类产品在两个不同的国家有着不同的生产成本。因此在某一产品的生产上，一国所耗费的生产成本绝对低于另一国所生产，那么该国在该产品生产上占有优势。



为了补充亚当斯密绝对优势原理的不足，经济学家大卫·李嘉图（David Ricardo）于1817年提出比较优势原理（Principle of Comparative Advantage）。他认为在两国之间，劳动生产率的差距并不是在任何产品上都是相等的。因此，每个国家都应集中生产并出口具有比较优势的产品，进口具有比较劣势的产品（即“两优相权取其重，两劣相衡取其轻”），双方均可节省劳动力，获得专业化分工提高劳动生产率的好处。

## 4.2 国际贸易的重要性

(Importance of International Trade)

国际贸易推动国家的商业活动，使各国资源充分被利用，以及增加国家的收入（如：政府向进口商与出口商征收关税）。国际贸易的成长是一国繁荣的重要指标。

国际贸易满足人们的需求，在公平竞争之下，促使各国提高产品品质及降低价格，让人们购买到价廉物美的多样化产品，提升生活水平。

商家把生意从国内扩展到国外或从事国际贸易，其动机是为了开拓更大的市场、寻找更合适的资源，以赚取更多的利润。

从经商的角度，国际贸易的重要性如下：

### 1. 扩大市场

商家透过国际贸易来扩大市场范围，市场更大，产量和销售量就要增加。商家通过提高生产效率，来增加产量，进而享有规模经济效益（economies of scale），赚取更多的利润。例如：假设厂房租金保持不变，产品的单位成本（cost per unit）将随着产量的增加而降低。



图4 扩大国际市场

### 2. 向国外商家采购原物料及商品

商家通过国际贸易购买国内没有或无法生产的原物料，来制造产品。例如：我国的汽车制造商向日本进口汽车零件来生产汽车。此外，商家通过进口与出口商品，满足人们的需求，并赚取收益。

### 3. 促进研发与创新

国际贸易必然会造成商家在生意上的相互竞争。为了维持及提高竞争力，就需要持续创新与研发产品，来提高产品的品质，让顾客拥有更多的选择及享有价廉物美的产品。



图5 汽车生产技术转移

此外，商家透过商业合作，获取他国生产技术的移转，提升本身生产技术与研发能力，增加国际竞争力。

#### 4. 增加就业机会

商家进军海外市场，不仅为本国人民，也为外国人创造就业机会，从而减低失业率。此外，国际贸易促使劳动力从一国移动至另一国，让商家在聘请人员上有更多的选择。



图6 增加就业机会

各国政府都会鼓励本国商家开拓国际市场。例如：我国国际贸易与工业部（Ministry of International Trade and Industry / MITI）负责制定国际贸易政策，促进与维护我国商家在国际舞台上的利益，并推动国内经济成长，以达成富国利民的目标。

为了鼓励我国商家更积极地开拓海外市场，政府提供出口奖励给商家（如：税收减免、低利息融资、市场开发补助金等）。此外，政府设立马来西亚进出口银行（EXIM Bank Malaysia）提供融资便利及咨询服务给有潜能到海外发展的国内商家；设立马来西亚外贸发展机构（Malaysia External Trade Development Corporation / MATRADE）协助商家开拓国际市场，寻找买家，以加强我国对外贸易活动。



图7 马来西亚外贸发展机构标志



#### 学习活动

扫描及上网查阅以下三个单位，了解我国的国际贸易业务。

国际贸易与工业部 [www.miti.gov.my](http://www.miti.gov.my)

马来西亚外贸发展机构 [www.matrade.gov.my](http://www.matrade.gov.my)

马来西亚进出口银行 [www.exim.com.my](http://www.exim.com.my)



## 4.3 国际贸易的特征

(Characteristics of International Trade)

国际贸易比国内贸易更为复杂，因为涉及更大的市场和其他的国家。商家从事国际贸易时，必须注意以下事项：

### 1. 距离

国与国之间的距离使到货物运送的路程遥远，大多以海洋、货柜或航空运输为主。运输路程遥远提高了运输风险，商家通过投保货物保险，来减低风险导致的损失。



图8 海洋、货柜运输

### 2. 语言和文字

不同国家有不同的语言与文字，导致商家进行交易会面对语言或书信来往的沟通问题。因此，买卖双方必须使用共同语言，如：用英文来进行沟通。



图9 不同国家的“你好”

### 3. 商业习惯和社会文化

各国的商业习惯和社会文化不太相同，国与国之间的交易，应遵守和尊重他国的商业习惯和社会传统。例如：马来西亚是个多元种族的国家，商家必须尊重不同种族的商业礼仪。

#### 4. 货币单位

各国之间的交易，需要用到货币支付。由于各国的货币不同，因此就需要有货币的兑换。汇率（exchange rate）是指两国货币的兑换比率，例如：1美元可兑换马币4令吉，美元的汇率就是4令吉（代表外汇的价格）；外汇（foreign exchange）包括外国货币／外币及用外币支付的凭证（如：汇票）。例如：我国商人出口商品到美国，美国进口商用美元汇票付款，该张汇票就被视为外汇。

货币汇率的变动会影响商家的购货成本或销售收入。例如：美元对马币的汇率上涨，意味着马币贬值，商家采购货物时必须支付更多的马币，因而不利于进口。但是，有利于出口，因为以美元计算的销售收入可兑换取更多的马币。相反的，美元对马币的汇率下滑，意味着马币增值，这情况可刺激进口，但不利于出口。

#### 5. 规格标准

各国使用的规格标准（specification standard）不同，商家出口的产品必须符合进口国规格标准。例如：运往美国的电器，电压设定是110伏特，而运往欧洲的则是220伏特。

#### 6. 海关条规和报关程序

商家进行国际贸易必须遵照他国的海关条规。各国的海关条规和报关手续复杂，商家通常交由拥有进出口报关知识的运输与报关行（forwarding and clearing agent）办理。

#### 7. 进出口准证

一些产品（如：汽车的进出口），必须向政府相关单位或国际贸易与工业部申请进出口准证。



图10 不同国家的货币

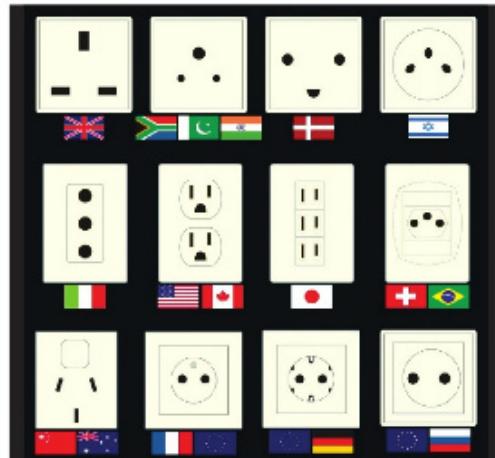


图11 不同国家的插座

## 4.4 国际商业术语 (International Commercial Terms)

在国际贸易的交易，术语 / 用语及文件是商家之间的沟通方式。为避免使用不同的商业术语，引起不必要的误解、争议和诉讼，**国际商会** (International Chamber of Commerce / ICC) 在1936年公布了一套解释商业术语 / 用语的国际规则，被称为国际商业术语或国际贸易术语、国际贸易条件 (英文缩写 Incoterms )。



国际贸易术语

国际贸易术语是指进口商与出口商在**交接产品上的责任、风险与费用三方面的划分**。例如：产品从起运地送到目的地的各项工(如：预定船位，投保等)由谁包办，产品在运输中的风险在何时何地转移给谁，各项费用由谁负担等等。

为了避免交易时的争议和纠纷，买卖合约 / 销售合约 ( sales contract ) 须注明国际贸易术语。一旦发生任何的争议和纠纷，双方就可依照相关的国际惯例处理。

常用的国际贸易术语 (参阅附录一) 如下：

**船上交货价**  
(Free on Board / FOB)

- 俗称**离岸价格**。
- 卖方按照买卖合约指定的装运港口，在指定时间将产品装上买方指定的船只，并办理出口手续，完成交货责任。**产品越过船舷之后**，任何风险、责任、费用都由买方负担。

**成本、保险加运费**  
(Cost, Insurance and Freight / CIF)

- 俗称**到岸价格**。
- 卖方负责找船，洽定船位，办理出口手续，及支付抵达目的地港口的运费和产品的海上保险费。**抵达卸货港口后**的风险、责任、费用则由买方承担。

### 成本加运费 (Cost and Freight / CFR)

- 卖方负责找船，洽定船位，办理出口手续，及支付到达目的地港口的运费。买方负担产品越过船舷以后除运费之外的一切风险、责任、费用。

## 4.5 国际贸易文件 (International Trade Documents)

国际贸易文件是指买卖双方在国际贸易过程中，所用到的各种单据或文件。例如：报价单、订货单、买卖合约、商业发票、装箱单等，这些单据 / 文件是由进口商或出口商发出。其他单位发出的单据 / 文件有提单、保险凭证、领事发票和产地证明书等。

**装运单据**或装运文件，也被称为货运单据（shipping documents）。它是用来证明产品已托运及产品所有权转移的文件。它主要包括：商业发票、装箱单、保险凭证、提单和产地证明书。

### 1. 商业发票 (*commercial invoice*)

商业发票是指索取货款的账单，在交易成交后，由卖方（出口商）签发给买方（进口商）。商业发票的用途如下：

- 说明成交货物的规格与价格；
- 作为出口商向进口商发货的凭证，是出口商履约的重要证明文件；
- 方便进口商核对已装运的货物是否符合买卖合约的规定；
- 作为出口商索取货款及进口商支付货款的凭证；
- 作为进出口双方记账的依据；
- 作为进出口商办理报关，纳税的计算依据；
- 作为海关收税的依据；
- 作为索取赔偿的重要凭证。

<p style="text-align: center;">ASEAN FURNITURE MART BERHAD 170, Bukit Bintang, Kuala Lumpur, Malaysia</p>					
<b>INVOICE</b>					
<b>Shipper</b> ASEANFURNITUREMARTBERHAD 170, Bukit Bintang Kuala Lumpur (Malaysia)		<b>Invoice No &amp; Date</b> 1624 25.2.2023		<b>Exporter's Reference</b> AFM-730/80 22.12.2022	
		<b>Buyer's Order No &amp; Date</b> HIC-431/80 10.1.2023		<b>Documentary Credit No.</b> 1/3454	
<b>Consignee</b> Hakita Itoh Co. Ltd. P. O. Box No. 720, Tokyo (Japan)		<b>BUYER</b> (if other than consignee)			
<b>Notify address</b>		<b>Country of origin of goods</b> Malaysia		<b>Country of Final Destination</b> Japan	
<b>re-carriage by</b> <b>Vehicle No.</b> SUKO Maru		<b>Terms of Delivery and Payment</b> CIF Tokyo: Sight Drafts against Letter of Credit			
<b>Vessel/Aircraft/</b> <b>Place/Port of loading</b> Port Klang		<b>Insured value</b> US\$21,758			
<b>Place/Port of discharge</b> Tokyo		<b>Place of delivery by</b> on carrier			
<b>Marks and Nos</b>		<b>Number and kind of packages</b> <b>Description of goods</b>		<b>Net Weight (kg)</b>	<b>Gross Weight (kg)</b>
HICTokyo Case No. folding 1-10		10 wooden cases containing 1,000 pieces of chairs: Type XY-225		4000	4700
				<b>Quantity (state unit)</b>	<b>Value (US Dollars)</b>
				<b>Per Unit</b>	<b>Amount</b>
				1,000 Nos	19.78
				<b>19,780</b>	
<b>F.O.B. Value</b>	<b>Freight Charges</b>	<b>Insurance Cost</b>	<b>Other Cost</b>	<b>Total</b>	<b>Discount (If Any)</b>
				<b>INVOICE TOTALS</b> US Dollars 19,780	
				<b>Amount (in words)</b> US Dollars Nineteen thousand seven hundred and eighty only	
				<b>Freight payable at</b> Kuala Lumpur	
				<b>Signatory's Company</b> ASEAN FURNITURE MART BERHAD	
It is hereby certified that this invoice shows the actual price of the goods described that no other invoice has been or will be issued, and that all particulars are true and correct. <i>(SPECIMEN)</i>				<b>Name of Authorised Signatory</b> Mohd Zain	
				<b>Place and Date of Issue</b> Kuala Lumpur 25.2.2023	
				<b>Signature</b>	

表1 发票(样本)

## 形式发票 (*pro-forma invoice*)

形式发票是指进口商在交易成交时，要求出口商预先签发的非正式发票。其用途是进口商可以预先了解产品规格与价格等。它也被称为未执行发票，可作为出口商的报价单。

### Pro-forma Invoice

<b>Export References:</b> ABC Inc. quote number Q111,purchase order number M3652		<b>Expiration Date:</b> 10 April 2023		
<b>Exporter Name and Address:</b> ABC Inc. 10 North Sixth Street Minneapolis, MN 55403,USA		<b>Ultimate Consignee Name and Address:</b> XYZ Bhd. 60, Klang,Selangor (Malaysia)	<b>Sold To Name and Address:</b> XYZ Bhd. 60, Klang,Selangor (Malaysia)	
<b>Intermediate Consignee/ Consigned to:</b>		<b>Notify Party Name and Address:</b> XYZ Bhd. 60, Klang,Selangor (Malaysia) Contact: Mary Tan	<b>Date of Shipment:</b> 3 - 4 Weeks from Order Currency: USD Letter of Credit Number:	
<b>Conditions of Sale and Terms of Payment:</b> <b>Freight (please mark):</b> Pre-paid <input checked="" type="checkbox"/> Collect <b>Title Transfer Occurs At:</b> Klang,Selangor <b>Payment Terms:</b> Payable by letter of credit		<b>Transportation method:</b> Via: Ocean From: Port of Houston	Total Number of Packages: 4 Total Net Weight (kgs): 1,820 Total Gross Weight (kgs): 2,000	
<b>Item Number, Product Description, Tariff Classification Number, Country of Origin</b>			<b>Quantity</b>	<b>Unit Price</b>
Model BT002043 Ultrasound imaging Machine USA origin Tariff Classification 9018.12 Export Packing Forwarding fees Ocean freight			4	80,000 800 240 6,060
Total				USD 327,100
<b>Please Note:</b> These commodities, Technology, or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Diversion contrary to U.S. law prohibited.				
Authorized Signature: <i>amelia Meppin</i>		Company: Medical Imaging Minnesota, Inc.		
Name: Ms. Amelia		Title: Export Manager		
Date: 6 JAN 2023	E-mail: amelia@mime.com	Telephone Number(s)	Voice: 987 654 3210 Facsimile : 987 654 3211	

This invoice is for export/import purpose only and not intended for payment purpose

表2 形式发票(样本)

## 2. 装箱单 / 包装单 (*packing list*)

由出口商发出，用以说明货物包装细节的清单。用途为补充发票的内容，详细记录包装数量、件数、规格、重量、包装材料和方式等信息，以方便进口国的海关对货物进行核准及进口商验货。包装单上记录的各项内容必须与商业发票及提单的内容一致。

ASEAN FURNITURE MART BERHAD 170, Bukit Bintang, Kuala Lumpur, Malaysia													
<b>PACKING LIST</b>													
<i>Hakita Itoh Co. Ltd. Tokyo</i> <i>Article: Folding Chairs</i> <i>Marks &amp; Numbers: HIC Tokyo,</i> <i>NO: I-10</i>													
<i>25th February, 2023</i> <i>Invoice No. 1624</i> <i>Steamer: SUKO MARU 'SK' Line</i> <i>Port of Destination: Tokyo Case</i>													
<table border="1" style="width: 100%;"><thead><tr><th rowspan="2">Packages Number</th><th rowspan="2">Contents</th><th colspan="2">Weight</th></tr><tr><th>Net</th><th>Gross</th></tr></thead><tbody><tr><td><b>FOLDING CHAIRS TYPE XY-225</b></td><td><i>10 c/s containing 100 pieces</i> <i>each case of folding chairs: Type XY-225 (Total: Ten Cases Only)</i></td><td><i>Each</i> <i>Case 400 kg</i></td><td><i>Each</i> <i>Case 470 kg</i></td></tr></tbody></table>				Packages Number	Contents	Weight		Net	Gross	<b>FOLDING CHAIRS TYPE XY-225</b>	<i>10 c/s containing 100 pieces</i> <i>each case of folding chairs: Type XY-225 (Total: Ten Cases Only)</i>	<i>Each</i> <i>Case 400 kg</i>	<i>Each</i> <i>Case 470 kg</i>
Packages Number	Contents	Weight											
		Net	Gross										
<b>FOLDING CHAIRS TYPE XY-225</b>	<i>10 c/s containing 100 pieces</i> <i>each case of folding chairs: Type XY-225 (Total: Ten Cases Only)</i>	<i>Each</i> <i>Case 400 kg</i>	<i>Each</i> <i>Case 470 kg</i>										
ASEAN FURNITURE MART BERHAD <i>Shipping Manager</i> JOHN TAN (SPECIMEN)													

表3 装箱单

## 3. 保险凭证 (*certificate of insurance*)

进口商或出口商投保货物保险（cargo insurance），保险公司发出保险凭证 / 保单，作为承保的证据。一旦货物在运输途中因意外事故造成损失，进口商或出口商可用此保单向保险公司索取赔偿。

## 4. 提单 (*bill of lading, B/L*)

也称提货单，一般上可分为海运提单（ocean bill of lading）及空运提单（airway bill）。它是一项运输合约（contract of carriage）证明。

运输公司收到出口商的货物时，将签发提单给出口商，承诺运送货物到达目的地。出口商拿到提单后，依据付款方式转交提单给进口商。例如：依据汇款来付款，出口商将会邮寄提单给进口商；如果使用信用证（letter of credit）来付款，出口商就通过银行转交提单给进口商。

提单也是一种货物拥有权证明 / 物权凭证 (document of title to the goods)。运输公司将凭提单交付货物。当货物被运到目的地，进口商必须向运输公司出示正本提单 (original bill of lading)，才能领取产品，成为货物的拥有人。

#### BILL OF LADING

<b>Shipper</b> ASEAN FURNITURE MART BERHAD 170, Bukit Bintang Kuala Lumpur (Malaysia)		<b>B/L No.</b> AS/23  <b>SK</b> <b>SHIPPING LINE</b> SHIPPED onboard in apparent good order and condition unless otherwise stated and to be discharged at the aforesaid port of discharge or so near thereto as the vessel may safely get and be always afloat. This Bill of Lading is a receipt only for the number of packages shown below. Weight, measurement, marks and numbers (except leading marks for which the Carrier is only responsible if stamped or otherwise shown clearly in letties at least two inches high), quality, contents and value shown below are furnished by the merchant and have not been checked and are to be considered unknown, unless expressly acknowledged and agreed to. The signing of this Bill of Lading is not to be considered as such an acknowledgement or agreement. The Tariff conditions of the relevant Conference are (except in so far as they may be inconsistent with the terms and conditions set out herein) deemed to be incorporated in this Bill of Lading. A copy of said conditions is obtainable from the Carrier. In accepting this Bill of Lading the Merchant expressly accepts and agrees to all its stipulations, exceptions and conditions, whether written, printed, stamped, or otherwise incorporated as fully as if they were all signed by the Merchant. One for the Bills of Lading must be surrendered duly endorsed in exchanged for the goods or delivery order. IN WITNESS whereof the Master of the said vessel has signed Two (2) original Bills of Lading. If not otherwise stated below, one of which being accomplished the other(s) to be void.	
<b>Consignee</b> To order			
<b>Notify address</b> Hakita Itoh Co.Ltd. P.O. Box No. 720 Tokyo (Japan)			
<b>Pre-carriage by</b>	<b>Place of receipt by pre-carrier</b>		
<b>Vessel</b> Suko Maru	<b>Port of loading</b> Port Klang	A copy of the Carrier's Standard Conditions of Carriage applicable herein may be inspected or will be supplied on request at the office of the Carrier or of the Carrier's Principal Agents.	
<b>Port of discharge</b> Tokyo	<b>Place of delivery by on-carrier*</b>		
<b>Marks and Nos.</b> HIC Tokyo Case No.1-10	<b>Number and kind of packages; description of goods</b> 10 wooden cases containing 1,000 pieces of folding chairs: Type XY-225	<b>Gross Weight (kg)</b> 4700	<b>Cube (m<sup>3</sup>)</b> 8.3
Particulars of goods are those declared by shipper			
<b>Freight details, charges, etc</b>		<b>Shipped on board in apparent good order .....</b>	
		<b>Freight prepaid</b> --	<b>Place and date of issue</b> Kuala Lumpur 28.2.2023
		<b>Number of original B/L</b> Two	<b>Signature</b> STKEE
*Applicable only when document used as a Through Bill of Lading		For and on behalf of S.K. Shipping Line	
(SPECIMEN)			

表4 提单

## 5. 产地证明书 (*certificate of origin*)

作为证明产品制造地或生产地的文件。出口商因进口商要求提供此文  
件，就向相关单位（如：商会、国际贸易与工业部）申请，证明产品是本地  
制造或生产。产地证明书也可作为进口国海关核定产品原产地的依据及海关  
征收关税的依据。

<b>Shipper</b> ASEAN FURNITURE MART BERHAD 170 Bukit Bintang Kuala Lumpur (Malaysia)		No.MA 730	
<b>Consignee</b> Hakita Itoh Co. Ltd. P.O. Box No.720 Tokyo (Japan)		XYZ CHAMBER OF COMMERCE	
<b>Pre-carriage by</b>	<b>Place of receipt by pre-carrier</b>		
<b>Vessel</b> Suko Maru	<b>Port of loading</b> Port Kelang		
<b>Port of discharge</b> Tokyo	<b>Place of delivery by on-carrier</b>		
<b>Marks and Nos.</b>  HIC Tokyo CASE No 1-10	<b>Number and kind of packages; description of goods</b>  10 Wooden Cases containing 1,000 pieces of folding chairs; Type XY-225	<b>Gross Weight (kg)</b>	<b>Cube (m<sup>3</sup>)</b>
		4700	8.3
<b>Certification</b> We hereby certify that this declaration, to the best of our knowledge and belief, to be correct and without prejudice.		<b>Declaration by Exporter</b> We hereby declare that the merchandise contained in this Statement is produced in Malaysia (name of country) and shipped vide Bill of Lading No. AS/23 dated February 28, 2023.	
		<b>Signatory's Company</b> ASEAN FURNITURE MART BERHAD	
		<b>Name of the Authorized Signature</b> Mohd Zain	
<b>Place and Date of Issue</b> Kuala Lumpur 2.3.2023		<b>Place &amp; Date of Issue</b> Kuala Lumpur 2.3.2023	
<b>Signature</b> Secretary		<b>Signature</b>	

表5 产地证明书

## 4.6 国际贸易付款方式

*(Modes of Payment for International Trade)*

国际贸易的付款方式比国内贸易复杂，其原因如下：

1. 需要兑换外币来付款，承担汇率波动所带来的损失；
2. 难以核查进口商的商誉，有呆账的风险存在；一旦进口商赖账，出口商难以追究；
3. 难以核查出口商的商誉，进口商担心付款后收不到货或货不对办。

国际贸易比较常见的付款方式为信用证。其他付款方式如：汇款、托收等，都可能发生付款后收不到货，交了货收不到款，或者货不对办的风险。

### 1. 信用证 (*letter of credit, L/C*)

是指由银行签发的有条件的承诺付款的书面文件。它是银行以本身信誉来签发。

信用证若附带装运单据，就称为跟单信用证（documentary letter of credit）。银行依照进口商（即开证申请人）的申请要求和指示，签发信用证。只要出口商（卖方）出示符合信用证条款的文件，银行就会付款。

一般上，买卖双方首次交易，互不了解对方的商业信誉；或者发达国家的商人与发展中国家的商人做生意，由于无法承担发展中国家的商业风险或国际国家风险（international country risk），通常在买卖合同中规定使用信用证付款。国际国家风险如：国内政经局势、社会治安、国际关系等。

<b>Name of Issuing Bank</b> The Mitsu Bank 3-2 Marumini-ku Tokyo (Japan)		<b>Documentary Credit</b>	Number 1/3454		
<b>Place and date of issue</b> Japan January 15, 2023		<b>Date and place of expiry</b> March 16, 2023 in Kuala Lumpur			
<b>Applicant</b> M/S Hakita Itoh co. Ltd. P. O. Box No: 720 Tokyo (Japan)		<b>Beneficiary</b> M/S ASEAN FURNITURE MART BHD. 170 Jalan Bukit Bintang Kuala Lumpur (Malaysia)			
<b>Advising Bank</b> The United Bank 4, Jalan Ampang, Kuala Lumpur (Malaysia)		<b>Amount</b> US Dollars Nineteen Thousand Seven Hundred Eighty Only : US\$19,780			
Partial shipments	Transhipment	<b>Credit available with any bank</b> <input type="checkbox"/> by sight payment <input type="checkbox"/> by acceptance <input checked="" type="checkbox"/> by negotiation			
<input type="checkbox"/> allowed	<input type="checkbox"/> allowed	<b>against the documents detailed herein</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> not allowed	<input checked="" type="checkbox"/> not allowed	<input checked="" type="checkbox"/> and beneficiary's draft at <b>SIGHT</b> on the applicant for 100% invoice value			
<b>Documents to be presented</b>					
<p>(a) Signed commercial invoices in triplicate covering shipment of 1000 pieces folding chairs Type XY-225 at US\$19.78 per piece CIF Tokyo.</p> <p>(b) set of clean on board ocean bill of lading made to order, blank endorsed and marked "freight prepaid", notify the applicant.</p> <p>(c) Insurance policy / certificate in duplicate for 110% of the invoice value covering Institute Cargo Clauses "A" and War and Strikes Risks.</p> <p>(d) Certificate of origin in duplicate.</p> <p>(e) Packing lists in duplicate.</p>					
<i>Documents to be presented within 16 days after the date of issuance of the transport document(s) but within the validity of the credit.</i>					
<i>We hereby issue the Documentary Credit in your favour. It is subject to the Uniform Customs and Practice for Documentary Credits (2006 Revision. International Chamber of Commerce, Paris, France, Publication No.600) and engages us in accordance with the terms thereof. The number and the date of the credit and the name of our bank must be quoted on all drafts required. If the credit is available by negotiation, each presentation must be noted on the reverse of this advice by the bank where the credit is available.</i>					
This document consists of one signed page(s)		Kurihara			
		For the Mitsu Bank			

表6 跟单信用证(正面)

## 2. 汇款 (*remittance*)

是指进口商将汇款交给银行，由银行根据汇款指示交给出口商。汇款方式如：电汇、银行汇票。一般上，进口商与出口商使用汇款付款前，会先考虑对方的商誉及过去的合作关系，以减低使用汇款支付可能会面对的风险。

汇票 (bill of exchange) 是指一种票据，由出票人 (drawer) 签发，要求受票人 (drawee) 在见票时或在指定的期限内，付款给指定的收款人 (payee)。如果汇票的出票人是出口商，此汇票被称为商业汇票 (trade bill)。若出票人是银行，则称为银行汇票 (bank draft)。

汇票（参阅附录二）可分为远期汇票 (time draft/time bill of exchange) 即汇票上注明特定日期付款的汇票，以及即期汇票 (sight draft / sight bill of exchange) 是指见票即付的汇票。

## 3. 托收 (*collection*)

是指出口商（卖方）委托银行凭汇票向进口商（买方）收取货款。银行通常使用跟单托收 (documentary collection) 方式通知买家付款。

跟单托收方式，是出口商签发以进口商为付款人的汇票，连同装运单据，一起交给所在地银行，委托银行通过在进口地的分行或其他来往银行，通知进口商付款。

### (1) 承兑交单 (*documents against acceptance, D/A*)

出口商签发远期汇票给进口商，进口商承诺到期付款，银行才会把装运单据交给进口商办理提货手续。

如果进口商到期不付款，出口商将面对收不到付款及货物的损失。因此，出口商只对非常有信用的进口商提供这种支付方式。

进口商在远期汇票到期才付款，因此享有资金周转的便利。

### (2) 付款交单 (*documents against payment, D/P*)

出口商签发即期汇票给进口商，进口商必须在见票时立即付款，银行才会把装运单据交给进口商办理提货手续。

出口商收到货款后，货物才被提取，对出口商比较有保障。对进口商而言，必须准备足够的资金或取得银行的融资便利。

## 4.7 国际贸易的交易流程

(Procedures of International Trade)

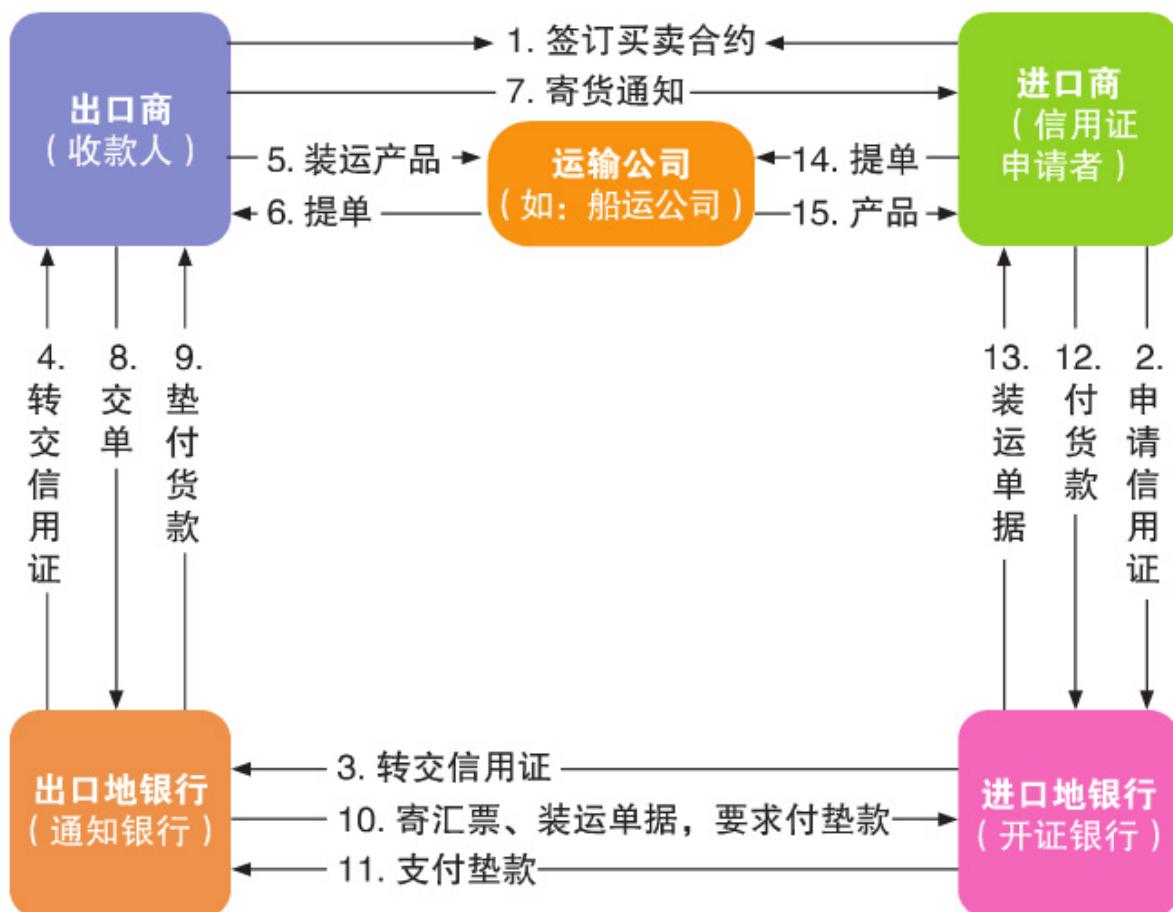


图12 使用跟单信用证的国际贸易交易流程 (简化)

### 1. 签订买卖合约

#### ①询价 (price inquiry)

进口商（买方）向国外出口商（卖方）发出询问信，以索取产品样本、查询产品价格、付款和交货条件等资料。

#### ②报价 (quotation)

出口商收到询问信后，将产品样本、产品目录或报价单寄给进口商。

**③订购 (purchase order)**

若进口商满意出口商的报价，就会向出口商发出订货单。有些产品需要向政府相关部门申请进口许可证。

**④签约 (contractual agreement)**

出口商收到订货单后，检查无误，就会与进口商签订买卖合约（sales contract），交易即告成立，双方都应履约。若其中一方不履约，另一方就有权取消合约或索取赔偿。

**2. 申请信用证**

如果双方同意以信用证的方式付款，进口商就依据买卖合约，向进口地的银行（issuing bank）申请信用证。

**3.及 4. 转交信用证**

银行开出信用证后，就委托出口地的银行（通知银行 advising bank）转交信用证给出口商。出口商须仔细核对收到的信用证，以确保信用证的条款，与买卖合约的规定一致。

**5. 装运产品****①预定船位**

出口商收到信用证后，立即向船运公司预定船位，以免进口商提出产品逾期运送的赔偿。

**②申请出口许可证**

有些产品需要向政府相关部门申请出口许可证。

**③装箱待运**

出口商将依据买卖合约所规定的方式装箱或包装产品，以方便运输。

**④投保**

产品装运前，须依据信用证的规定向保险公司投保。信用证若注明CIF（cost, insurance and freight），即表示由出口商投保；若注明FOB（free on board）、CFR（cost and freight），即表示由进口商投保。

## ⑤出口报关

一般上，出口商把报关手续及缴纳关税的事务，都交给专业的运输与报关行代办。除了少数原产品和矿产，一般的工业产品在我国都不需要缴交出口税。

## 6. 签发提单

船运公司收到出口商的产品后，签发提单给出口商。

## 7. 寄货通知

出口商以书信的方式通知进口商产品已装上船，并注明船名、开航日及汇票金额，同时也附上装运单据（如：提单、商业发票）的副本，以方便进口商有充裕的时间安排提货工作。

## 8. 交单

出口商根据信用证的规定交单，将汇票连同正本装运单据（如：提单、商业发票）交给出口地银行，并办理押汇（negotiation）。押汇就是将货物抵押给出口地银行，以领取货款，享有资金周转便利。

## 9.10.及11. 垫付及索回货款

出口地银行先付款给出口商，接着再把汇票和正本装运单据交给进口地银行，并取回所垫付的货款。

## 12.及13. 结清货款及领取装运单据

进口地银行通知进口商，来结清货款及领取正本装运单据（如：提单）。

## 14.及15. 提货

进口商在产品到岸后，委托报关行向海关办理进口报关（import declaration）即申报进口手续及按需要缴纳进口税，然后凭提单向船运公司提货。

## 4.8 国际贸易政策

### (International Trade Policy)

国际贸易政策是世界各国和各地区之间进行货物和服务交易时所采取的政策。基本上，它可以分为自由贸易政策和保护贸易政策。

#### 一、自由贸易政策 (Free Trade Policy)

在自由贸易政策下，政府不限制，也不干涉进出口交易。因此，进口的外国产品和出口的本国产品都不受关税（如：进口税、出口税）和非关税限制（如：进口限制、进口许可证）。

我国是东南亚国家联盟（简称东盟）的成员国之一，在东盟自由贸易区（ASEAN Free Trade Area / AFTA）享有零关税或削减关税的利益。

在国际方面，世界贸易组织简称世贸（World Trade Organisation / WTO）是一个独立于联合国的永久性国际组织。世贸推动贸易开放，是各国政府协商贸易协定解决贸易争端的平台，同时也负责贸易规则的实施。世贸的首要目标是尽可能地实现贸易自由化，确保商家和政府了解世界各地的贸易规则。这对经济发展和公众福祉十分重要。

政府实行自由贸易政策，对国内商家的影响如下：

##### 1. 提高企业的竞争力

自由贸易带来企业之间的良性竞争。良性竞争可推动商家重视研发与创新，提高生产技术与效率，提升产品质量，为顾客产出价廉物美的产品，以增加企业在国际上的竞争力。

##### 2. 扩大市场

自由贸易使产品的进口与出口，不受关税和非关税限制，促进各国产品自由流通。企业会选择生产与销售对本身具有比较利益或优势的产品，来开拓新市场。



图13 两国签署自由贸易协议



世界贸易组织、区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）

### 3. 吸引外资

国家在对外经济活动中实行投资优惠措施、零关税等自由贸易政策，创造低风险的投资市场，有助于吸引外国商家来本国投资，推动商业发展。此外，也可防止国内厂商垄断市场。

## 二、保护贸易政策 (*Protective Trade Policy*)

保护贸易政策是一种限制贸易政策，让政府能保护本国产品免受外国产品竞争的压迫。

政府实施保护贸易政策之措施如：保护关税（protective tariff），及非关税障碍 / 非关税壁垒（non-tariff barriers）（如：进口限额、补贴、奖掖）。一般来说，出口国会利用转口贸易，避开进口国设定的高额关税或贸易限制。

保护贸易政策对国内商家的影响如下：

1. 政府通过保护关税，对进口产品征收重税，以减少进口品的价格竞争力，保护竞争力弱但具有潜能的国内**幼稚产业**（infant industry），使本国工商农业在受保护之下逐渐成长。



幼稚产业及倾销

2. 政府利用非关税障碍 / 非关税壁垒，来保护国产货，免受外国产品的竞争。比如，政府通过进口限额（import quota），对某种产品的进口定下固定的限额，不准商家进口超过固定的限额数量。此外，政府也会采取非关税壁垒防止外国商家**倾销**（dumping）产品入境国内。

对于商家生产与公众利益有关的产品（如：农产品），政府会给予**补贴**（subsidy）或**奖掖**（incentive），以提高其生产量，降低生产成本，使产品售价在国内外市场更具有竞争力。此外，政府会保护生产重要的原料和农产品的企业，以维持本国一定程度的自给自足，以免过度依赖他国的产品，影响国家的生存与安全。



## 学习活动

**辩题：**国际贸易对我国是利大于弊

**辩论的范围：**国际贸易对我国经济的影响

**方式：**学生分成正方和反方

**辩护时间：**每位学生 3 分钟

**裁判：**科任老师

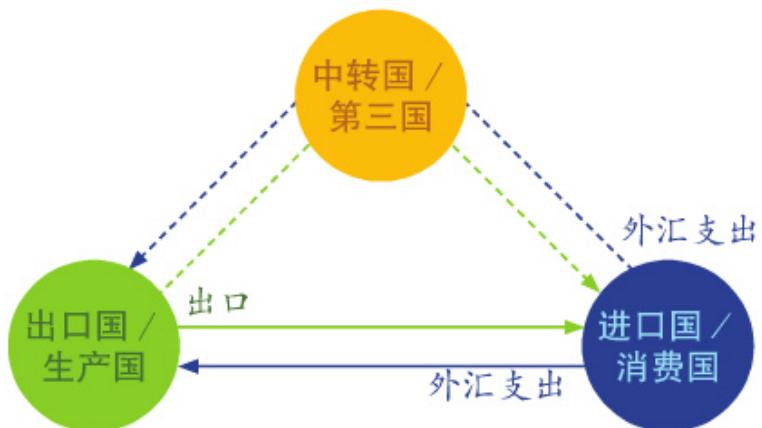
学生预先上网查阅资料，收集数据作为论据，让辩词更具说服力。



## 温习室

1. 国际贸易或对外贸易是国家与国家之间商品和服务的买卖交易活动。商品交易被称有形贸易，服务或劳务交易则被称无形贸易。
2. 国际贸易可分为：出口贸易、进口贸易、转口贸易。
3. 国际贸易对商家的重要性：扩大市场，向国外商家采购原物料及商品，促进研发与创新，增加就业机会。
4. 国际贸易术语是指进出口商在交接产品上的责任、风险与费用的划分。
5. 国际贸易文件是指买卖双方在国际贸易过程中所用到的单据或文件。
6. 装运单据是用来证明产品已托运及产品所有权移转的文件。它主要包括商业发票、装箱单、保险凭证、提单和产地证明书。
7. 提单 / 提货单是一项运输合约证明，也是一种货物拥有权证明 / 物权凭证。
8. 国际贸易比较常见的付款方式为信用证。其他付款方式如：汇款，托收等，都可能出现付款后收不到货，交了货收不到款，或货不对办的风险。
9. 信用证是由银行以本身的信用，签发有条件承诺付款的书面文件。银行依照进口商的申请要求发出信用证。

10. 汇票是指一种票据，由出票人签发，要求受票人在见票时或在指定的期限内，付款给指定的收款人。
11. 汇票可分为两大类：远期汇票（承诺到期时才付款）及即期汇票（见票时必须立即付款）。
12. 国际贸易的交易程序：买卖双方签订买卖合约 → 买方向银行申请信用证 → 银行转交信用证给卖方 → 卖方装运产品 → 运输公司签发提单给卖方 → 卖方发出寄货通知 → 卖方转交提单给出口地银行并办理押汇领款 → 进口地银行垫付货款给出口地银行及通知买方结清货款与领取装运单据 → 买方凭提单向运输公司提货。
13. 自由贸易政策是政府不限制，也不干涉进出口交易。进口的外国产品和出口的本国产品都不受关税和非关税限制。
14. 保护贸易政策的主要措施：保护关税（政府对进口产品征收重税），非关税障碍/非关税壁垒（政府利用进口限额、补贴或奖掖）。
15. 进口限额是政府对某种产品的进口定下固定的限额，不准商家进口超过固定的限额数量。
16. 概念图





**商业档案**

# 一块饼干如何走向世界？

——马来西亚茱蒂丝 (Julie's)

1981年我国饼干生产商茱蒂丝 (Julie's) 仅是一家小烘焙房，目前发展到远销全球80多个国家和地区的知名品牌。公司的名称是受“女人都爱烘焙，而Julie是一个各族人都容易读出的女性名字”的想法所启发。



中国是茱蒂丝的第一大出口目的地。茱蒂丝在全球各地拓展业务时都会寻找了解当地消费者的喜好和需求的代理商，对产品做出调整，实现产品本土化。例如：中国消费者偏爱花生酱三明治饼干及雷蒙德 (Le-mond) 系列的饼干。

从2010开始，茱蒂丝邀请全球的消费者参观位于马六甲的饼干厂的生产流程。消费者可以亲眼见证茱蒂丝如何健康安全地烘培食品。除了邀请消费者参观工厂，公司也不断完善质量管理体系，做好原物料把关验收、加工过程管控、产品出厂检验等关键环节的卫生安全控制。

在传统代理模式的基础上，茱蒂丝也和消费者进行互动，建立粉丝群及通过网上直播产品介绍至各国，进而扩大市场及增加收入。

资料来源: <https://kknews.cc/zh-cn/news/mpga8ap.html>

对我的**启发**



## 附录一：FOB、CIF、CFR

国际贸易 术语	国际 代码	交货 地点	风险 划分 界限	责任		费用			
				订船 位或 其他 运输 工具	办 理 保 险	运 费	保 费	出 口 税	进 口 税
离岸价格 / 船上交 货价 ( free on board )	FOB	出口国 装运港 口的指 定船只	越过 船舷	买 方	买 方	买 方	卖 方	卖 方	买 方
到岸价格 / 成本、 保险费加运费 ( cost, insurance and freight )	CIF	出口国 装运港 口的船 只	越过 船舷	卖 方	卖 方	卖 方	卖 方	卖 方	买 方
成本加运费 ( cost and freight )	CFR	出口国 装运港 口的船 只	越过 船舷	卖 方	买 方	卖 方	买 方	卖 方	买 方

## 附录二：远期汇票与即期汇票

### 1. 远期汇票

<i>Bill of Exchange No</i>	<u>LV003</u>	<i>Exchange for</i>	<u>US \$8,000</u>	Penang, Malaysia <b>5-May-2023</b>
<p><i>At 60 DAYS AFTER sight of this FIRST Bill of Exchange (Second being unpaid)</i>  <i>to the order of <u>HSBC Bank Malaysia Berhad</u> (company No.127776-v) → 收款人</i>  <i>the sum of United States Dollars Eight Thousand Only.</i></p>				
<p><i>Value received and charge the same to account of LIH WAN Industry, Taipei,</i>  <i>Taiwan R.O.C.</i></p>				
<i>To</i>	<i>付款人（进口商）</i>		<i>出票人（出口商）</i>	
	LIH WAN Industry No.5, BeiTun Roan, Taipei Taiwan R.O.C.		YOKO Co. Ltd. <i>James</i>	
	James Lee, Director			

---

<i>Bill of Exchange No</i>	<u>LV003</u>	<i>Exchange for</i>	<u>US \$8,000</u>	Penang, Malaysia <b>5-May-2023</b>
<p><i>At 60 DAYS AFTER sight of this SECOND Bill of Exchange (first being unpaid)</i>  <i>to the order of <u>HSBC Bank Malaysia Berhad</u> (company No.127776-v)</i>  <i>the sum of United States Dollars Eight Thousand Only.</i></p>				
<p><i>Value received and charge the same to account of LIH WAN Industry, Taipei,</i>  <i>Taiwan R.O.C.</i></p>				
<i>To</i>	<i>YOKO Co. Ltd.</i>			
	LIH WAN Industry No.5, BeiTun Roan, Taipei Taiwan R.O.C.			
	<i>James</i>			
	James Lee, Director			

## 2. 即期汇票

Bill of Exchange No 725  
Exchange for US \$19,780 Kuala Lumpur, Malaysia **5-Mar-2023**

At sight pay this FIRST Bill of Exchange (Second being unpaid)  
to the order of **XXX Bank Berhad, Kuala Lumpur, Malaysia**  
the sum of **US Dollars Nineteen Thousand Seven Hundred and Eighty Only.**  
Value received and charge the same to account of  
Drawn under **Mitsu Bank**  
L/C No. 1-3454 dated 15-January-2023

To

M/S Hakita Itoh Co. Ltd.  
P.O.Box No.720  
Tokyo, Japan

ASEAN FURNITURE MART BERHAD

*Mary*

Mary Ng, Director

Bill of Exchange No 725  
Exchange for US \$19,780 Kuala Lumpur, Malaysia **5-Mar-2023**

At sight pay this SECOND Bill of Exchange (First being unpaid)  
to the order of **XXX Bank Berhad, Kuala Lumpur, Malaysia**  
the sum of **US Dollars Nineteen Thousand Seven Hundred and Eighty Only.**  
Value received and charge the same to account of  
Drawn under **Mitsu Bank**  
L/C No. 1-3454 dated 15-January-2023

To

M/S Hakita Itoh Co. Ltd.  
P.O.Box No.720  
Tokyo, Japan

ASEAN FURNITURE MART BERHAD

*Mary*

Mary Ng, Director



# 第5章

# 商业组织

## Business Organisation



学习目标



学习本章，你应能：

- 解释组织及组织目标。
- 区别垂直型、扁平型及无边界型组织架构。
- 概述商业组织的类型。
- 概述私有企业的转型。
- 概述个人企业的成立、特征、优点与缺点。
- 区别合伙企业与有限责任合伙企业的成立、特征、优点与缺点。
- 概述有限公司的成立、特征、优点与缺点。
- 区别股东与董事。
- 区别跨国公司与控股公司的特征。
- 概述商会与同业公会的角色。
- 概述公共机构的特征、优点与缺点。
- 评估私营化公共机构的利弊。
- 区别私有企业、商团组织、公共机构。
- 解释非营利组织与社会企业。



## 思维导图



组织的目的在于使平凡的人做不平凡的事。

——美国彼得·杜拉克 ( Peter Drucker )



## 愿景与使命

- 为什么企业要有愿景与使命?
- 对以下企业的愿景与使命有什么感想?

	企业	愿景 (vision)	使命 (mission)
例子	李锦记 	有人的地方，就有李锦记	发扬中华优秀饮食文化
1	大众银行 		
2	(查找一家你想认识的企业)		

## 5.1 组织的概念 (The Concept of Organisation)

无论是国内贸易或国际贸易，在交易过程中，组织扮演着重要的角色。组织 (organisation) 是指一个机构，有规划的执行策略，调配人力与物力资源，来实现组织的愿景和使命。



图1 不同的组织

一家公司或企业就是一个组织。例如：消费人去某家超级市场购买日常用品，这家超级市场就是一个组织。此外，学校、医院、政府部门、商会、工会等机构，也都是组织。

**组织目标** (organisational objectives) 是指组织在特定期间，所朝向的营运方向，以及预测须达到的指标（如：生产量或销售量达到多少百分比；改善哪些服务的水平）。企业通过目标设定，来实现企业的愿景和使命。

众所周知，**私有企业以盈利为导向**，所以增加利润是企业的重要目标。企业在设定目标时，除了要满足与创造顾客的需求，也要履行社会责任。



### 学习活动

请教认识的小贩或商人，了解他们经营生意的目标。若你从事生意，会设立什么目标？



## 延伸学习

彼得·杜拉克认为目标不是有了工作才来设定，而是设定了目标才能确定各部门的工作。因此，组织的愿景和使命，都必须转化成组织的目标。

从组织的总目标到各部门的目标，最后是职员的目标，环环相扣，相互配合及协调，形成统一目标的体系。每个职员若能达到其目标，才能协助组织完成总目标。



## 一、组织架构 (*Organisational Structure*)

组织架构是指组织／机构的整体结构。本书将介绍三种常见的组织架构：

### 1. 垂直型组织架构 (*vertical organisational structure*)

或称直线式组织结构，其特征是管理层次较多及每一个人只对他的直接上司负责。这将会增加较多的管理者，以及必须处理更多的协调工作。

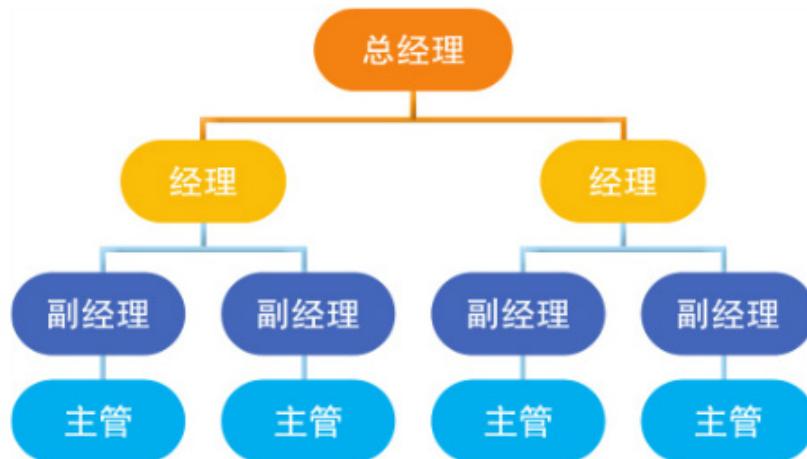


图2 垂直型组织架构

## 2. 扁平型组织架构 (*horizontal organisational structure*)

它的特征是管理层次少，以及趋向高效率和高度的分权管理，例如：总经理的管理幅度较大。

相比垂直型组织架构，扁平型组织架构让企业的管理架构较简化及营运较灵活。

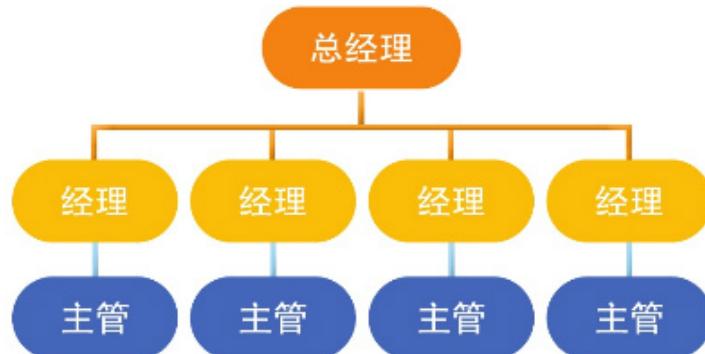


图3 扁平型组织架构

## 3. 无边界组织架构 (*boundaryless organisational structure*)

它的特征是打破垂直型组织架构及扁平型组织架构的部门及职能分明之界限。这种无边界、跨界的组织架构，让职员能发挥专业，以及职员之间的工作相互衔接与融合，从而提升工作的效率、弹性和多元化，有助于企业更快、更好地做决策和采取行动。

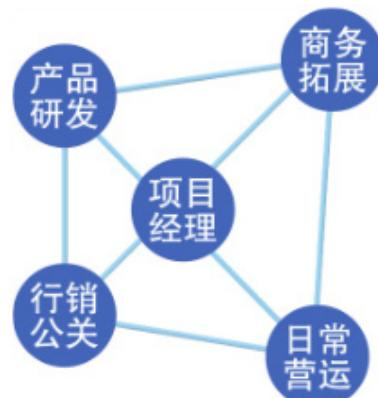


图4 无边界型组织架构

# 二、组织设计 (*Organisational Design*)

企业以组织架构为核心，进行组织设计时要考虑职员与部门两项要素，以提高企业的效能（effectiveness）与效率（efficiency）。

## 1. 职员 (*employees*)

预先了解职员的专业知识、技能、态度，按职员的专长与特质来分配

任务及职位。一些企业为了维持职员在专业分工下的工作热情，通过职位轮换等方式，纾解职员对重复性工作的厌倦。



### 延伸学习

职员提升个人竞争力的三个维度：知识、技能、态度。三者中，态度最为重要。好学的态度，让人可持续补足欠缺的知识与技能。

## 2. 部门 (department)

依据不同功能来设置部门（如：行销部门、财务部门），并按职员的专长和特质分配他们到不同的部门或小组。

职员在工作任务上的责任及权力，因职位而有所差异。因此，企业必须明确的让每位职员清楚本身的任务、责任和权力。

一般上管理层分为**高层**、**中层**及**基层**。高层管理者负责领导与决策性工作为主，因此所管理的人较少；中下层管理者需要承担更多的日常运作，以执行性工作为主。

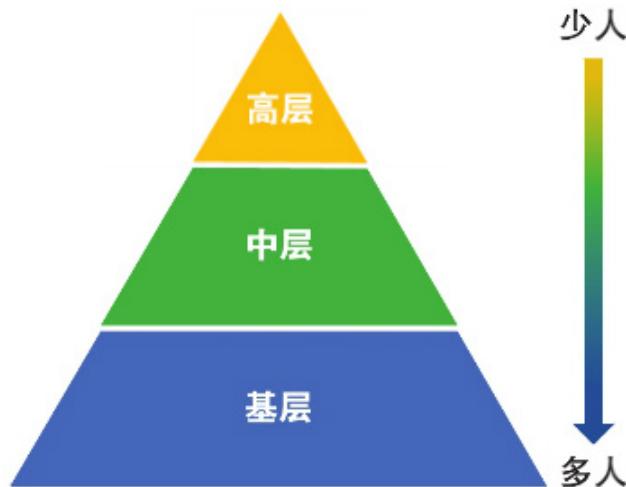


图5 管理幅度从少人到多人

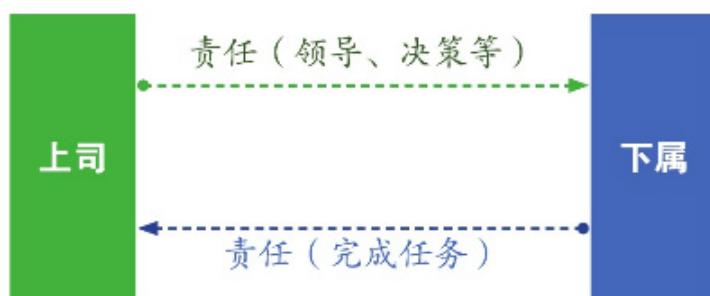


图6 上司和下属的责任关系

## 5.2 商业组织的类型

(Forms of Business Organisation)

按资产的**拥有权** (ownership) 划分，商业组织 (business organisation) 或企业组织 (enterprise organisation) 可分为私有企业 (private enterprise) 和国有企业 (government-owned enterprise)。

不同的商业组织有不同的营运目的。**私人界** (private sector) 的企业组织为私人或私人机构拥有，以盈利为目的；也有些私人界拥有的组织不是以盈利为目的。**公共界** (public sector) 的公共机构 (public corporation) 为政府拥有，以公众利益为目的。

私有企业以**谋求利润 / 盈利** (profit) 为经营目标，其可将所赚取的利润用在以下各方面：

1. 缴纳税务；
2. 提高员工的薪金与福利；
3. 分发报酬给企业的拥有人 (owner)；
4. 研究开发新产品、新市场或新投资方案；
5. 主办或赞助慈善救济、体育、学术、艺术、环保等社会公益活动。

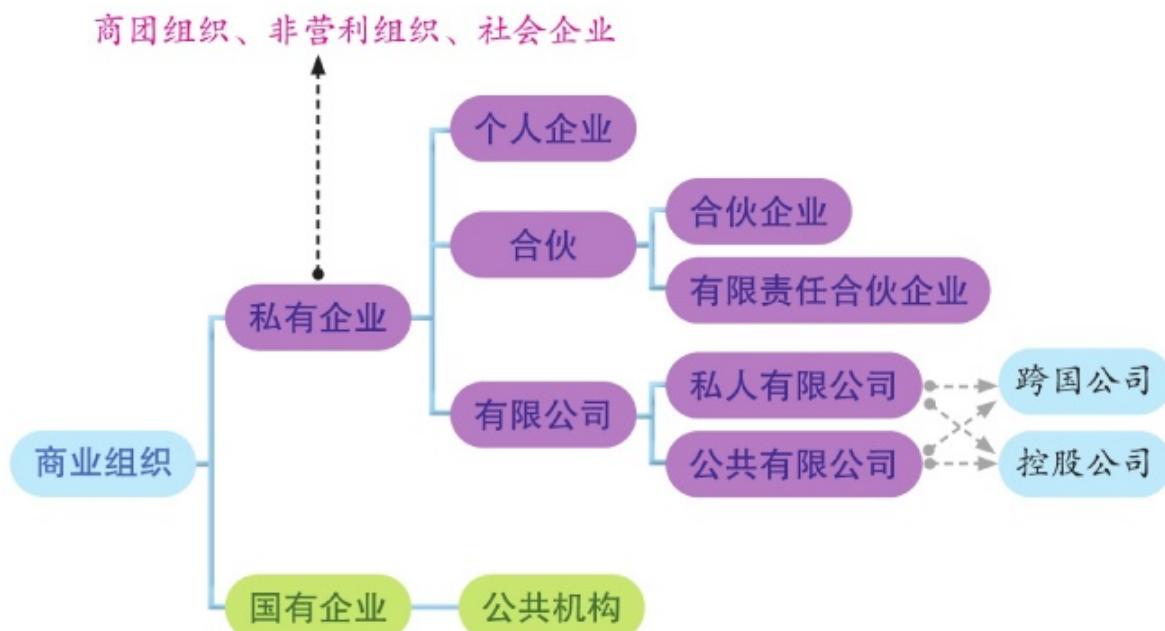


图7 商业组织的类型

## 5.3 个人企业 (Sole Proprietorship)

个人企业 / 独资企业是指由一个人拥有的企业，以盈利为目标，企业的资金主要来自拥有人 / 业主。业主全权负责企业的经营管理，而且业主通常会组织自己的经营团队。例如：朱莉美发店等。



图8 个人企业（店面、路摊）

个人企业必须根据 1956 年商业注册法令 (Registration of Businesses Act 1956) 向马来西亚公司委员会 (Companies' Commission of Malaysia) 申请注册，取得商业注册证 (business registration certificate)。

营业前，独资经营者 (sole trader / sole proprietor) 还须向市政局申请营业执照、招牌执照。这是最简单的经营方式，业主也不需要每年向马来西亚公司委员会呈报账目。

**法人** (legal entity) 是指在法律上具有独立的法律地位 (legal status)、权利和义务，可以用本身名义拥有资产、参与诉讼和签订契约的个体。个人企业不具有法人地位，因此个人企业与业主是一体的，业主需要承担无限债务责任 (unlimited liability)，即生意亏损，业主有责任偿还所有债务，包括变卖私人财产来还债；业主是按个人所得税率缴交税务。



图9 马来西亚公司委员会标志

### 个人企业的优点：

#### 1. 成立手续

向马来西亚公司委员会申请商业注册证，申请成立的程序简易。

#### 2. 灵活性

商店由业主全权负责经营，行事自由快捷。

### 3. 财务资料

不需要委任审计员（auditor）审核账目，因为不需要提呈财务报表给马来西亚公司委员会，因此便于财务资料的保密。



图10 业主凡事亲力亲为

### 4. 顾客关系

经营规模较小，业主亲自为顾客提供服务，较易与顾客建立良好关系。

个人企业的缺点：

#### 1. 资金筹措

较难取得银行融资，经营规模受个人财力的限制。

### 2. 经营管理

业主一人较难全面掌握企业的各项管理知识与技能，因此会影响企业的发展。

### 3. 债务责任

业主需要承担无限债务责任，即有责任偿还所有债务，而且私人财产会受到牵累。

### 4. 延续性

个人企业不具法人地位，其永续经营受业主个人因素的影响。例如：业主不幸逝世又无人继承生意，该企业将会停业。



#### 延伸学习

##### 马来西亚公司委员会（Suruhanjaya Syarikat Malaysia / SSM）

它是一个法定机构（statutory body），负责私有企业的注册，以及监督企业遵守相关的法令。[www.ssm.com.my](http://www.ssm.com.my)。

## 5.4 合伙企业与有限责任合伙企业

*(Partnership and Limited Liability Partnership)*

合伙方式分为两大类：合伙企业及有限责任合伙企业。它们都是以盈利为目标。

### 一、合伙企业 (*Partnership*)

合伙企业的合伙人至少 2 人，最多 20 人。例如：梁周牙科医务所、陈兄弟汽车维修企业等。合伙企业必须根据 1956 年商业注册法令向马来西亚公司委员会申请注册，并且受 1961 年合伙法令 (Partnership Act 1961) 约束。

一般上合伙人为免日后发生争执，都会在成立时订立一份合伙协议 (partnership agreement) 的法律文件，清楚界定各合伙人的权利和责任，内部的管理歧见应以少数服从多数的民主方式处理。如果合伙协议没有注明，就依照合伙法令行事（参阅附录一）。

合伙企业不具有法人地位。因此合伙生意亏损，合伙人需要承担无限债务责任。此外，合伙企业只需要呈报税务，但不需要用合伙企业的名义缴税，而是由合伙人以个人所得税率缴交税务。

#### 合伙企业的优点：

##### 1. 成立手续

合伙人签署合伙协议，并向马来西亚公司委员会申请商业注册证，申请成立的程序简易。

##### 2. 经营管理

合伙人共享各自的资金与才干，共同合作经营管理生意，取得分工合作的效果。

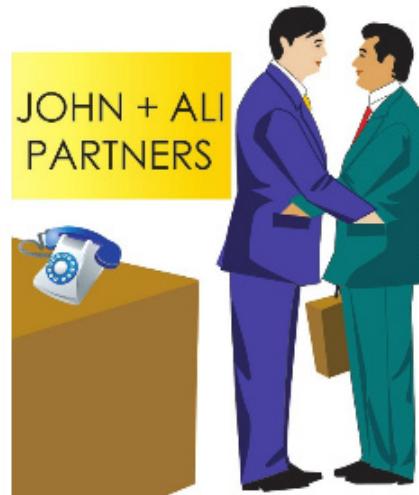


图11 合伙人至少 2 人，最多 20 人

### 3. 财务资料

不需要委任审计员审核账目，因为不需要提呈财务报表给马来西亚公司委员会，因此便于财务资料的保密。

### 4. 债务分担

合伙企业出现亏损，合伙人共同分担。

合伙企业的缺点：

#### 1. 资金筹措

资金主要来自合伙人，筹措有限。

### 2. 灵活性

如果合伙协议没有规定，就必须经过所有合伙人同意才能执行重要事务。因此，行事较不灵活。

### 3. 债务责任

各合伙人都要承担无限债务责任，即有责任清偿所有债务，而且私人财产会受到牵累。

### 4. 延续性

合伙企业不具法人地位，常因合伙人纠纷、死亡或破产而迫于解散，故持续性不长。

### 合伙企业解散 (dissolution)

合伙企业解散经营的可能原因如下：

- (1) 合伙人退出；
- (2) 合伙人因纠纷、破产或逝世，造成企业无法继续运作；
- (3) 合伙人违法经营生意，被法庭禁止营业；
- (4) 合伙协议到期。



图12 合伙人纠纷

合伙企业解散，资产变卖转成现金，将依下列程序处理：



- (1) 先偿还债权人；
- (2) 再偿还合伙人提供的贷款；
- (3) 如有盈利，按合伙协议或合伙法令的分配比例，让各合伙人分享；如有亏损，也按分配比例分担；
- (4) 退还合伙人的资本。



### 学习活动

向学校或住家附近的独资商店与合伙企业的老板，了解他们如何注册企业与开业。



注册与开业

## 二、有限责任合伙企业 (*Limited Liability Partnership*)

有限责任合伙企业属于合伙企业及私人有限公司的综合体，合伙人享有有限债务责任。有限责任合伙企业的合伙人至少 2 人，无最高人数限额。如果在经营过程中出现合伙人只剩 1 人，就必须在 6 个月内，或者向马来西亚公司委员会申请最多一年的期限找到新合伙人加入，否则就如合伙企业一样被解散。

有限责任合伙企业必须根据 2012 年有限责任合伙法令 ( Limited Liability



图13 至少2人，无最高人数限额

Partnership Act 2012 ) 向马来西亚公司委员会申请注册，并且委任至少一名合伙人为合规官 ( compliance officer ) 负责注册事宜及每年向马来西亚公司委员会提呈企业的偿付能力年度声明 ( annual declaration of solvency ) 等。

有限责任合伙企业的名称必须加上“PLT.”（马来文perkongsian liabiliti terhad）。例如：Seri Cahaya PLT.。一般上，合伙人为免日后发生争执，都会订立有限责任合伙协议 ( limited liability partnership agreement ) 的法律文件，清楚界定合伙人的权利与责任 ( 参阅附录一 )。如果没有订立协议，就依照 2012 年有限责任合伙法令行事。

有限责任合伙企业具有法人地位。在法律上，它与合伙人是分开的。换言之，商家是与有限责任合伙企业进行交易，而非合伙人。此外，有限责任合伙企业可以用企业的名称拥有产业，以及起诉他人或被他人起诉。如果被起诉，被起诉者是有限责任合伙企业，而非合伙人。

有限责任合伙企业按公司税率缴交税务，合伙人所分配到的盈利不会再被课税。

### 有限责任合伙企业的优点：

#### 1. 延续性

有限责任合伙企业具有法人地位，若出现合伙人只剩 1 人，就必须在 6 个月内或者一年内找到新合伙人加入，否则就会被解散，它比合伙企业更容易延续。

#### 2. 债务责任

有限责任合伙企业的合伙人负有限债务责任，只需要承担所投资的数额，不会牵累私人财产，减低了投资风险。

#### 3. 财务资料

不需要委任审计员审核账目，也不需要向大马公司委员会提交财务报表，所以财务资料获得保密。

### 有限责任合伙企业的缺点：

#### 1. 资金筹措

资金主要来自合伙人，不可以向公众人士集资。

## 2. 灵活性

如果有限责任合伙协议没有规定，就必须经过所有合伙人的同意才能执行重要事务。因此行事较不灵活。

## 3. 合规官的责任

被委任为合规官的合伙人，必须面对企业因疏忽或经营不慎而导致的法律诉讼。

# 5.5 有限公司

*(Limited Company)*

有限公司以盈利为主要目标。股东（shareholder）是公司的拥有人，但不一定参与公司的管理。“有限”是指股东承担的债务责任，只限于股东的投资额。

有限公司主要分为两大类：私人有限公司（private limited company）与公共有限公司（public limited company）。

唯有公共有限公司才有资格申请挂牌 / 上市（listing）。所谓挂牌公司 / 上市公司（listed company）是指公司的股票可以在股票交易所自由买卖。我国挂牌公司受证券监督委员会（Securities Commission）和马来西亚股票交易所（Bursa Malaysia）监管，以保护投资者的利益。

有限公司具有法人地位，因此有限公司与股东是分开的。有限公司可用本身名义，对外签署合约，可以起诉或被起诉。有限公司按公司税率缴交税务。

在债务方面，由有限公司本身负起偿还责任；股东承担有限债务，只需要承担所投资的资本额，不会牵累到股东的私人财产。例如：一位股东认购股票 RM10,000。若公司亏损，他只需承担投资额的风险。

有限公司的最高权力层是股东大会（shareholders' general meeting）。股东在股东大会选出独立与非独立董事（directors）组成董事会（board of directors），并将公司的领导权委托给董事会。董事会的责任主要是规划公司的政策、目标与策略；董事会内设置董事长、董事经理和董事之职位。管理层的责任主要是确定与落实工作流程，及如何达到目标。



有限公司的清盘

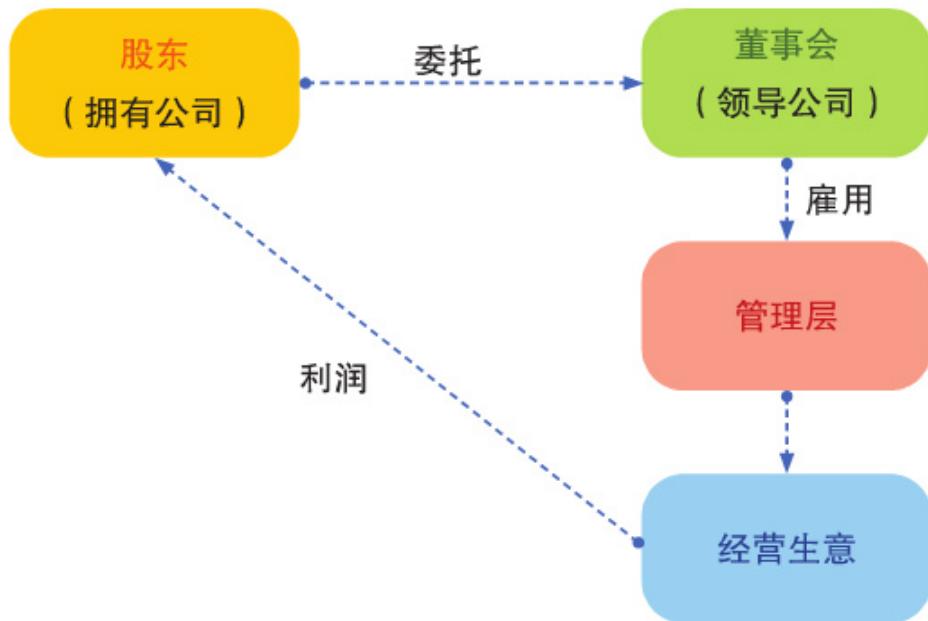


图14 股东与董事会的关系

有限公司的股东大会、董事会、董事经理和经理之间的权力与责任关系如下：

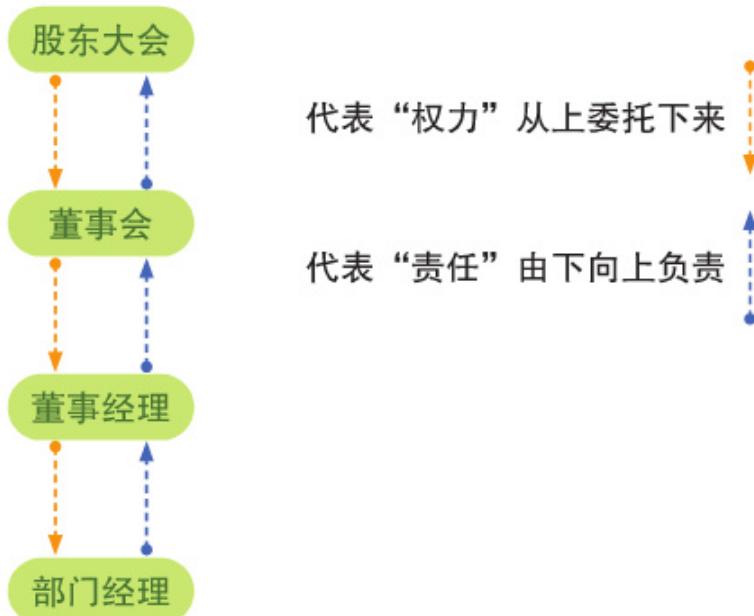


图15 权力与责任关系

## 一、私人有限公司 (*Private Limited Company*)

在我国，私人有限公司的名称必须加上“Sendirian Berhad”，即私人有限之意思（缩写为 Sdn. Bhd.）。例如：茱蒂丝私人有限公司 (Julie's Manufacturing Sdn. Bhd.)、Courts (M) Sdn. Bhd. 等。“私人”是指不可以向公众筹措资金，例如：不可出售股票与公司债券给公众。



图16 私人有限公司

私人有限公司必须根据 2016 年公司法令 (Companies Act 2016) 向马来西亚公司委员会申请成立 (incorporation)。股东人数至少 1 人，最多 50 人。私人有限公司不被强制必须有公司宪章 (company constitution) 及每年召开股东大会。

一旦申请符合要求，马来西亚公司委员会就会发出注册通知 (notice of registration)，有关公司就正式成立。公司营业前，还必须先向相关的政府单位申请执照或准证 (如：向市政局申请营业执照、招牌执照)。



图17 私人有限公司的成立至开业程序



## 延伸学习

2017年1月31日正式实施2016年公司法令(Companies Act 2016)，取代1965年公司法令。新的公司法令开启了创业的方便之门，例如：降低公司注册成本；此外在1965年公司法令下，私人有限公司需要每年召开股东大会。

当个人企业或合伙企业的经营上了轨道后，若选择改变，转为注册成私人有限公司，就可享有有限债务责任及延续性等利益。

### 私人有限公司的优点：

#### 1. 控制权

创立者通常拥有较多的股票，加上公众不能购买公司的股票，进而拥有控制权。

#### 2. 延续性

公司具有法人地位，其存在不受股东去留所影响。若私人有限公司只由1人成立，一旦这唯一的股东突然逝世，公司便将由其法定继承人继续经营下去。否则，马来西亚公司委员会有权力勒令该公司结束营业。

#### 3. 债务责任

股东承担有限债务责任，只限于认购的股票数额 / 投资额。

### 私人有限公司的缺点：

#### 1. 股票转让

限制股东转让股票的权利。在2016年公司法令下，董事有权力反对或拖延股票的转让。唯董事会必须通过该议程，以及在该议程里详细列明其反对或拖延股票转让的原因。

## 2. 资金筹措

仅能向最多 50 位股东集资，不可以向公众筹措资金。

## 3. 财务资料

私人有限公司需要委任审计员审核账目，提交财务报表给马来西亚公司委员会。公众可从该委员会获取相关资料，因此公司较难保密其财务资料。

# 二、公共有限公司 (*Public Limited Company*)

公共有限公司的股东人数至少 2 人，无最高人数限额。在我国，公共有限公司的名称必须加上“Berhad”。例如：杨忠礼机构（YTL Corporation Berhad）、大众银行（Public Bank Berhad）。

公共有限公司必须根据 2016 年公司法令向马来西亚公司委员会申请成立。公共有限公司必须每年召开一次股东大会，如果有特别的重大事故，也可以召开特别股东大会。

公共有限公司可以申请在大马交易所（Bursa Malaysia）上市 / 挂牌（listing）。若获得上市，就成为挂牌公司，能向公众集资。例如：明讯（Maxis Berhad）。



图18 国油贸易

### 公共有限公司的优点：

#### 1. 延续性

公司具有法人地位，其存在不受股东去留所影响。

#### 2. 资金筹措

向现有股东发行股票或公司债券集资，或者申请成为上市公司向公众集资，资金来源较广。



招股说明书

### 3. 股票转让

如果是上市公司，股东可以自由转让股票。

### 4. 债务责任

股东承担有限债务责任，因此承担的债务只限于其投资额。

公共有限公司的缺点：

#### 1. 成立手续

成立手续较多且繁杂，故比较困难且费用高，还要遵守较多的法令。

#### 2. 控制权

公司易受大股东操纵，一般上股东拥有25%至30%的股权，就可能控制公司。若是上市公司，其股票可在股票交易所自由买卖。所以，如果其他人或公司收购了足够股份，原有的股东便可能失去公司的控制权。

### 3. 财务资料

公共有限公司需要委任审计员审核账目，提交财务报表给马来西亚公司委员会。公众可从该委员会获取相关资料，因此公司较难保密其财务资料。



#### 延伸学习

##### 公司秘书 (Company Secretary)

公司秘书必须熟悉公司法令及商业注册法令等，并掌握相关政府单位的资讯，以便让公司知道最新消息，又或者向有关当局呈交相关资料。例如：定期向马来西亚公司委员会呈交常年申报表（annual returns）及相关表格，或股份转让、上市等事宜，扮演双向沟通的角色。

### 三、跨国公司 (*Multinational Company / MNC*)

私人有限公司或公共有限公司将生意扩展至其它国家，以本国为基地，在国外直接投资设立**子公司** (subsidiary company)，从事国际化生产与经营活动，**控制权属于总公司** (head office) / 母公司 (parent company)，这类型的公司称为跨国公司。例如：我国的 IOI 集团 (IOI Corporation Berhad)，以及瑞士的雀巢公司 (Nestlé) 等。



图19 雀巢公司 (Nestlé)

### 四、控股公司 (*Holding Company*)

一家公司（私人有限公司或公共有限公司）拥有其他公司 **50% 以上的普通股股权**，就成为控股公司或母公司，而被控制的公司则称为子公司。

子公司对外可继续使用原有名称营业，享有已建立的商誉 (goodwill)。控股公司如：马化国际 (Mulpha International Berhad)、成功集团 (Berjaya Corporation Berhad) 等。



图20 成功集团

## 5.6 商团组织

(*Commercial Association*)

### 一、商会 (*Chamber of Commerce*)

商会成立的宗旨是维护会员的利益，密切关注政府的立法，以避免会员的利益受到损害。商会一般依区域组成，比如地方性（例如：吉隆坡及雪

兰莪中华总商会、槟城中华总商会、沙巴中华商会联合会）、国家性（例如：马来西亚中华总商会）、国际性（例如：世界华商组织联盟）。



图21 商团组织

商会必须根据 1966 年社团法令（Societies Act 1966）向社团注册局申请注册成立。商会的最高权力层是常年会员大会，行政工作通常由以秘书长为首的秘书处负责。

#### 商会的任务包括：

1. 召集工商会议及为工商业提供咨询。
2. 改善与促进国家工商业发展。
3. 介绍与指导国内外贸易活动。
4. 调解会员之间的纠纷。
5. 收集工商业统计资料供会员参考。
6. 举办商展与工商业课程。
7. 组织贸易团出国考察。

## 二、同业公会 (*Trade Association*)

同业公会是指经营同种业务的商人所组成的团体。依业务性质组成的公会有：树胶公会、马来西亚橡胶手套厂商公会、马来西亚家具总会、马来西亚制造商联合会、马来西亚普通保险公会等。

同业公会必须根据 1966 年社团法令向社团注册局申请注册成



图22 马来西亚制造商联合会

立。同业公会的最高权力层是常年会员大会，行政工作通常由以秘书长为首的秘书处负责。

### 同业公会的任务包括：

1. 集合同业力量，增进与维护会员的共同利益。
2. 谋求该行业的发展。
3. 避免同业间的恶性竞争。
4. 作为同业申诉不满的平台。

## 5.7 公共机构 (Public Corporation)

公共机构**为政府所拥有**。政府依据国会法令（Act of Parliament）设立公共机构，其宗旨是为公众提供收费合理且廉宜的基础设施与服务，提高人民的生活水平，以照顾公众利益为目的。例如：政府医院提供人民免费或收费便宜的医疗服务。

公共机构建设的公路、电缆、水管、医院、学校等基础设施都需要大笔资金，所提供的服务（如电力、水供、医疗、教育）都与民生息息相关，并且可缩小贫富差距（例如：提供免费中小学教育）。这些生活上必要的服务若都由私有企业经营，一旦收费提高，将加重人民的生计负担。因此，公共机构的存在依然是十分重要的。

我国的公共机构，例如：公共工程局（Jabatan Kerja Raya / JKR）、马来西亚广播电视台（Radio Television Malaysia / RTM）、马来西亚旅游促进局（Malaysia Tourism Promotion Board）、政府医院等。



图23 公共机构

公共机构一般上由内阁相关部门管理，例如：政府医院由卫生部部长委任专业人士管理。每年，公共机构必须向政府相关单位呈报账目。

公共机构的资金来自政府，若有获利政府就用来再投资或降低收费；若亏损则由政府负责，政府需要负无限债务责任，并且需要支付举债的利息。公共机构不需要缴交所得税，因为它是由政府所拥有的。

### 公共机构的优点：

1. 资金来自政府，垄断公共事业。
2. 可通过政府筹措巨额资金建设大型工程。例如：建设机场，惠利于公众与工商企业。
3. 不需要缴交所得税。

### 公共机构的缺点：

1. 独家经营，由于没有竞争对手，经营管理效率可能较低。
2. 公共机构的政策必须经过许多程序才能定案，有失时效之嫌。
3. 公共机构的获利归全民共享，与职员的利害关系较小，加上缺乏奖励，容易导致职员办事效率低。
4. 公共机构发生亏损，政府需要动用公帑弥补损失，因而增加纳税人的负担。

## 一、私营化公共机构 (*Privatised Public Corporation*)

私营化 (privatisation) 是指政府将拥有的公共机构转为私有企业方式来运作。照顾人民的福利是政府的责任，政府私营化公共设施或服务，必须基于国家发展与国民利益。

我国政府于 1983 年推行私营化政策。由于私有企业以盈利为主要目标，因此不是任何公共机构都适宜私营化。政府私营化公共机构的方式有：脱售股权、脱售资产、租赁资产与签署管理合同等。

### 政府私营化公共机构的主要原因：

1. 减少政府建设基础设施等的财务开支与行政开支。
2. 让政府有更多时间专注在维持法纪上。

3. 希望通过竞争，改善公共事业的服务效率与生产力。
4. 希望通过私有企业的投资，促进经济成长。
5. 减少政府在经济领域的垄断。

若公共机构私营化，管理良好且获利，就会增加政府的税收。反之，私营化后运作不透明或不受管制，没有提升效率或只顾谋利，一旦经营不善，还要政府承担债务，反而加重国民负担，这就违反“人民利益至上”的原则。因此，政府必须设立管制机构以监督私营化公共机构的运作，使它们提高效率。

有些私营化的公共机构成为政府相关公司。凡是政府拥有大股权的公司，都被称为政府相关公司（government linked company / GLC）。顾名思义，政府相关公司是指与政府有关系的公司。政府可以通过拥有“政府相关公司”的股权，掌控公共设施、能源与交通等领域，以带动经济成长。

国库有限公司（Khazanah Nasional Berhad）是政府的投资臂膀，它拥有多家上市“政府相关公司”的大股权，例如：国家能源有限公司（Tenaga Nasional Berhad）、马来西亚电讯有限公司（Telekom Malaysia Berhad）与南北大道有限公司（PLUS Expressways Berhad）等。



图24 国家能源有限公司



### 延伸学习

1. 国库有限公司或称国库控股，1993年9月3日成立，归财政部管辖，股权全部属于政府。其成立目标是促进经济增长及国家建设。[www.khazanah.com.my](http://www.khazanah.com.my)
2. 马来西亚中央政府的myGovernment，是一个通往各个政府部门的网络系统，方便国民及外国人与政府进行事务往来。  
[www.gov.my](http://www.gov.my)

## 5.8 非营利组织 (Non-profit Organisation)

除了私有企业与国有企业，非营利组织是社会发展的第三支柱。其主要作用在于缓和或解决社会问题及完善社会架构。

非营利组织是指组织的成立不以盈利为目的，其运作并不是为了产生利益而存在。所以，普遍上非营利组织是为处理或支持大众关心的议题或事件而成立，涵盖领域非常广泛，包括艺术、教育、环保、慈善等等。

非营利组织的经费，通常是来自私有企业与社会大众的捐赠。例如：马来西亚自然协会。



图25 马来西亚自然协会



### 延伸学习

- 了解马来西亚自然协会 [www.mns.my](http://www.mns.my)
- Teach For Malaysia (TFM) 创立于 2010 年，是一个与大马教育部合作开创的非营利组织，旨在以支援教师计划，培训有领导能力的师资，以改善大马教育不平等的问题。[teachformalaysia.org](http://teachformalaysia.org)
- 马来西亚医疗援助协会 (Mercy Malaysia)  
非营利组织，主要为本地和国际危机和非危机情况下的弱势社区提供医疗救助。[www.mercy.org.my](http://www.mercy.org.my)

## 5.9 社会企业 (Social Enterprises)

社会企业是指具备改善社会或环境问题，同时又有获利能力的组织。因此，它必须要有一个能够赚取收入的经营方式，以便财务稳定。但不以追求自身利益和利润最大化为目标。此外，利润与资源主要用于对社会或环境有正面的影响方面。例如：为低收入家庭提供生活津贴，倡导改变消费习惯或经营方式来减少资源浪费与废弃物。

社会企业发展至今，关注范围已经从原本的扶助贫穷的微型贷款，扩展到更多的社会或环境议题，例如：教育机会、水资源、气候变迁等。

社会企业也运用商业策略来改善环境和人类的生存条件，透过公益性事业来增进大众福利，例如：Epic Homes通过为弱势社区建造房屋的行动来缩小乡村与城市之间的差距，目前该行动着重于马来西亚半岛的原住民（orang asli）。他们相信，当一个家庭真正有了自己的家，才能更勇敢的面对所有挑战，并在社区里相互帮忙。



图26 社会企业关注的范围



图27 epic homes 标志



我国规定社会企业 50% 以上的年收入，必须是来自销售商品或服务的收益，而不是来自捐款。而年度盈利的 51% 必须应用于改善社会或环境。

资料来源：<https://www.medac.gov.my>



## 延伸学习

社会企业的源起可追溯至1970年代中期、微型信贷（microfinance）模式的创立。当时孟加拉国是个贫穷至极的国家，该国的穆罕默德·尤努斯（Muhammad Yunus）为降低穷人借款度日的问题，而成立了格拉明银行（Grameen Bank）。

[www.grameen-info.org](http://www.grameen-info.org)



该银行放款的对象主要是贫乡妇女。

因为他发现为贫穷妇女提供不需要抵押品的小额贷款，让她们创造微型小企业（如：售卖自制的小东西），协助她们还清贷款及提高创业能力。这种微型贷款的创新模式为世界造成极大的影响力，成为社会企业概念的先驱，尤努斯于2006年得到诺贝尔和平奖。



## 温习室

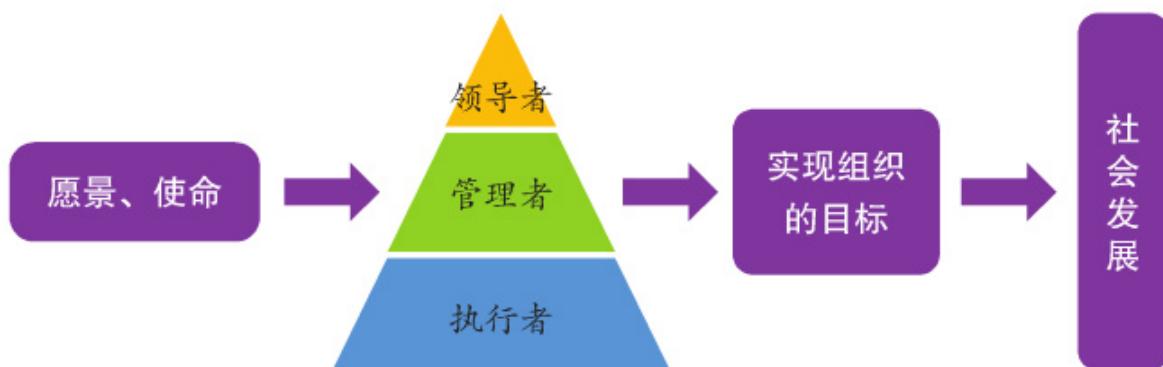
- 组织是指一个机构，有规划的执行策略，调配人力与物力资源，来实现组织的愿景和使命。
- 组织目标是指组织在特定期间，所朝向的营运方向，以及预测须达到的指标。组织通过目标设定，来实现组织的使命和愿景。
- 私有企业以盈利为导向，增加利润必然是重要的目标。企业在设定目标时，不仅是满足与创造顾客的需求，也要履行社会责任。
- 组织架构是指组织/机构的整体结构，例如：垂直型组织架构、扁平型组织架构、无边界型组织架构。企业以组织架构为核心，组织设计时要考虑职员与部门两项要素。

5. 按资产的拥有权划分，企业组织可分为私有企业和国有企业。私有企业为私人或私人机构拥有；国有企业为政府拥有。
6. 个人企业 / 独资企业是指由一个人拥有的企业，以盈利为目标，企业的资金主要来自拥有人 / 业主。
7. 法人是指在法律上具有独立的法律地位、权利和义务，可以用本身名义拥有资产、参与诉讼和签订契约的个体。
8. 合伙方式分为两大类：合伙企业及有限责任合伙企业。
9. 合伙企业解散营业的可能原因如：合伙人退出；合伙人因纠纷、破产或逝世，造成企业无法继续运作；合伙人违法经营生意，被法庭禁止营业；合伙协议到期。
10. 合伙企业解散营业，资产变卖转成现金，先偿还债权人；再偿还合伙人提供的贷款；如有盈利，按合伙协议或合伙法令的分配比例，让各合伙人分享；如有亏损，也按分配比例分担；最后才是退还合伙人的资本。
11. 有限责任合伙企业属于合伙企业及私人有限公司的综合体，合伙人享有有限债务责任。
12. 有限公司主要分为两大类：私人有限公司与公共有限公司。
13. 股东是公司的拥有人，但不一定参与公司的管理。股东大会是有限公司的最高权力层，股东在股东大会将公司的经营及管理权委托给董事会。
14. “有限”是指股东承担的债务责任，只限于股东的投资额（认购的股票数额）。不会牵累到股东的私人财产。
15. 唯有公共有限公司才有资格申请挂牌 / 上市。所谓挂牌公司 / 上市公司是指公司的股票可在股票交易所自由买卖。挂牌公司能向公众集资。
16. 私人有限公司的“私人”是指不可以向公众筹措资金。
17. 跨国公司是以本国为基地，在国外直接投资设立子公司，从事国际化生产与经营活动，控制权属于总公司/母公司。
18. 一家公司拥有其他公司 50% 以上的普通股股权，就成为控股公司或母公司，而被控制的公司则称为子公司。

19. 私有企业的特征：

	个人企业	合伙企业	有限责任 合伙企业	私人有限 公司	公共有限 公司
拥有人	业主一人	合伙人 2 至 20 人	合伙人至 少 2 人，没 有上限	股东 1 至 50 人	股东至少 2 人，没有 上限
资金主要 来源	业主		合伙人	股东	股东。 若上市就 可向公众 集资
法人地位		不具有法人地位		具有法人地位	
债务责任		无限		有限	
财务资料		账目不需审核，不必向大马公司委员 会提交财务报表。但有限责任合伙企 业每年需要提交偿付能力年度声明		账目必须审核，需要提 交财务报表给大马公司 委员会	
税务		业主或合伙人根据个人 所得税率缴税		根据公司税率	
内部管理 准则	业主个人 决定	依据合伙 协议。若 无此协议 则依合伙 法令	依据有限 责任合伙 协议。若 无此协 议，则依 有限责任 合伙法令	依据公司宪 章。若没有 宪章，就依 据 2016 年公 司法令的条款	
盈利享有	业主一人 享有盈利	合伙人按 合伙协议 的分配比 例分享盈 利。若无 合伙协 议，就依 合伙法令 分配	合伙人按 有限责任 合伙协议 的分配比 例分享盈 利。若无 此协议， 就依有限 责任合伙 法令分配	股东根据所持 有的股票 份额享 有股息	

20. 商会成立的宗旨是维护会员的利益，密切关注政府的立法，以避免会员的利益受到损害。
21. 同业公会是指经营同种业务的商人所组成的团体。
22. 公共机构是国有企业，为政府所拥有。宗旨是为公众人士提供收费合理且廉宜的基础设施与服务，提高人民的生活水平，以照顾公众利益为目的。
23. 公共机构的资金来自政府，若有获利政府就用来再投资或降低收费；若亏损则由政府负责，政府需负无限债务责任，且需支付举债的利息。
24. 私营化是指政府将拥有的公共机构转为私有企业方式来运作。
25. 凡是政府拥有大股权的公司，都被称为政府相关公司。
26. 非营利组织的成立不以盈利为目的，主要作用在于缓和或解决社会问题及完善社会架构。
27. 社会企业融合社会力量与企业目标，来改善社会或环境问题及增进大众福利，不是为了追求自身利益和利润最大化。
28. 概念图





## 商业档案

# 从相互竞争到跨界合作

移动互联网在市场迅速的渗透率，使得组织和顾客之间的沟通方式和平台出现了新的变化。每个组织都需要找到最短，最便捷的途径与顾客进行连接，这也间接打破了行业间的地位优势和行业的边界。所以，在现今的市场，没有企业组织能百分百确定自己真正的竞争对手。无边界竞争进一步带来无穷大的需求以及迅速扩张的市场。

从传统零售巨头沃尔玛（Walmart）在中国和京东的合作，来了解不同企业组织跨界协同所带来的机会和市场。

2016年，沃尔玛通过协同合作的方式，与达达-京东到家结成联盟。各自取长补短，沃尔玛将货品配送交给同城快递的达达-京东到家来负责。因为沃尔玛具备将营运成本降至最低的优势，但在配送货品到消费者上处于劣势，这却是达达-京东到家的优势。通过这项结合，沃尔玛每单位的配送成本下降过半及线上销售额增加，而达达-京东到家也增加了业务量。

资料来源：《共生：未来企业组织进化路径》。中信出版集团。第19-20页。



达达集团  
DADA GROUP

Walmart 沃尔玛

对我的启发



# 附录一：合伙协议、1961 年合伙法令、有限责任合伙协议

## 合伙协议

合伙协议的内容依合伙企业性质而有所不同，通常包含以下各点：

- 合伙企业、合伙人的名字与地址；
- 业务性质和范围；
- 合伙人的投资额；
- 合伙人的职务、权限的划分；
- 盈利与亏损的分配比例；
- 合伙人的薪金与津贴的规定；
- 合伙人提取（drawings）供自用的数额规定；
- 合伙人提取或贷款的应付利息；
- 纠纷处理的规定；
- 解散合伙企业的条规。

## 1961 年合伙法令

重要条规如：

- 所有合伙人都市合伙财产的共同拥有人；
- 不论出资多少，平分盈利与亏损；
- 各合伙人有管理权与代表权；
- 各合伙人不得领取任何薪金与津贴；
- 各合伙人对企业的债务负无限清偿责任。

## 有限责任合伙协议

主要内容：

- 有限责任合伙企业的名称与地址；
- 业务性质；
- 合伙人的名字和资料；
- 合规官的名字和资料；
- 每位合伙人投资的资本额；
- 每位合伙人享有的报酬。

## 附录二：公司宪章

### 条文 31

1. 一家公司（除了担保有限公司）可以选择是否要有宪章（constitution）。
2. 如果一家公司设定了宪章，每名董事与股东应具有 2016 年公司法令所规定的权利、权力、职责与义务，除非本法令允许修改这些权利、权力、职责与义务，以及已被公司宪章修改。
3. 如果一家公司没有宪章，每名董事与股东应具有 2016 公司法令所规定的权利、权力、职责与义务。

### 条文 35

#### 公司宪章的内容 (contents of a company's constitution)

1. 根据 2016 年公司法令的条文，公司宪章的内容包含：
  - (1) 公司营业的宗旨；
  - (2) 公司的能力 (capacity)、权利、权力或特权（即使本法的条文限制该公司的能力、权利、权力或特权，都将以此宪章为准）；
  - (3) 公司法令规定的事项；及
  - (4) 公司希望包含的任何事项。
2. 一旦公司在其宪章里设定了其营业的宗旨，
  - (1) 该公司就不能进行一切与其设定了的营业宗旨无关的生意或活动；及
  - (2) 该公司应赋予足够的能力及权力以达成所设定的营业宗旨，除非该宪章另有规定。

资料来源：2016公司法令，第31、35条文

# 第6章

# 个人理财

Personal Financial Management



## 学习目标



学习本章，你应能：

- 说明个人理财的概念、规划、原则与步骤。
- 编制个人财务预算表。
- 概述消费信贷。
- 区分租购、赊购与租用。
- 说明风险与购买个人保险的目的。
- 举例说明保险原则。
- 概述金钱的时间价值。
- 计算未来值与现值。
- 评估投资、风险与回酬之关系。



## 思维导图

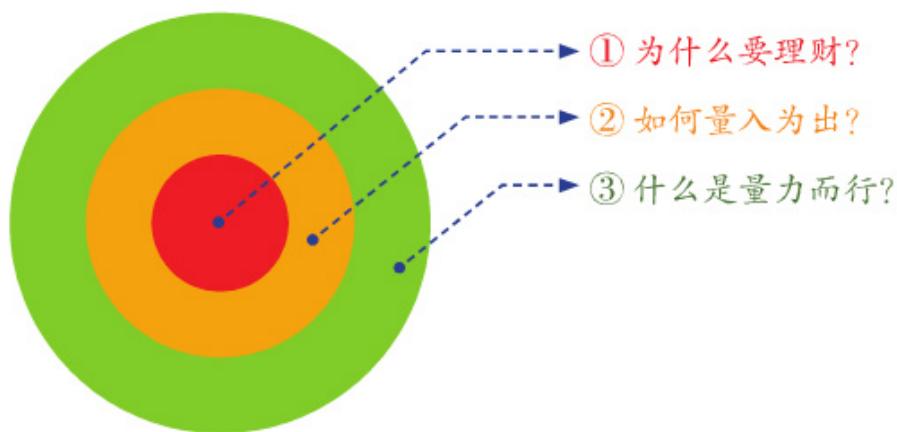


量入为出——《礼记·王制》；量力而行——《左传·昭公十五年》



## 钱去了哪里?

任何人都要懂得理财，包括学生、家庭主妇、业主或老板等等。  
请想一想：



## 6.1 个人理财规划 (Personal Financial Planning)

健全的个人理财应兼顾生活中的各方面，如身体健康、家庭关系、心灵成长、社交、进修、事业等，进而拥有平衡的人生。

**个人理财**是指规划个人的财务资源，以满足衣食住行的基本需要与欲望，以及进行风险规划来减少意外事件（如：突然死亡、残废、疾病、天灾）对个人的财务、生涯规划及家人带来的困扰，实现人生不同阶段的目标，最终达致财务自主。



图1 为个人财务进行规划

我们需要了解本身的财务资源及人生目标，然后制定适当的理财计划，以享有财务自主。财务自主 (financial freedom) 是指对钱财无忧，并且满意自己的生活品质，以及掌控个人的生涯规划。

一般上，个人现有或未来拥有的财务资源，包括：

- (1) 财富（如现金、银行存款、房子、土地、股票等）；
- (2) 创造财富的能力（或赚钱的能力）；
- (3) 人际关系（如：良好的人际关系能加强创造财富的能力与机会）；
- (4) 时间等等。



图2 平衡人生

## 一、个人理财的原则 (*Principles of Personal Financial Management*)

理性理财是指不随心所欲或冲动的消费，进而影响个人的理财计划。个人理财的基本原则如下：

### 1. 先储蓄后花费

要实现个人的理财目标/财务目标，可先计算要储蓄多少的个人收入或零用钱，余额才用于花费。例如：广怡通过节制花费，规定自己每周储蓄部分零用钱，一年后，她实现购买一台手机的目标。

理财的首要任务就是节流，即节制花费，能省则省。无节制的先花费后储蓄，会导致储蓄不成，可能还会入不敷出。例如：把所有收入用于吃喝享乐、逛街购物，成为所谓的“月光族”（花光月薪）。



图3 避免花钱如流水

## 2. 量入为出

依据个人的收入来决定支出，以免超支负债累累，甚至破产。例如：滥用个人贷款与信用卡便利，造成挥霍无度，陷入财务困境。



图4 量入为出，以免成为“卡奴”

## 3. 量力而为

了解自己的财务能力，不盲从消费或与同侪等他人做比较。例如：因同侪压力 (peer pressure) 购买超过能力负担的房子，陷入财务痛苦。



图5 对不同的理财目标进行取舍

## 4. 取舍

有限的财务资源无法完成所有的理财目标，就必须有所取舍 (trade-off)，以完成重要目标。例如：广怡有四个目标即买车、买屋、旅游、进修，因她的储蓄有限，而调整目标的优先顺序为：进修、旅行、买车、买屋。

## 5. 生涯规划

生涯规划也是理财规划的一部分，年轻人应该勇于为自己的理想投资，无论是进修或广结人脉，以提高竞争能力。例如：参与学校的社团活动，扩大交友圈及提升软技能。

## 6. 创造财富

创造财富是理财重要的一环。“君子爱财、取之有道”，透过正当的投资与储蓄管道来增加财富。例如：不能为了累积财富，做出伤天害理的事；利用人们的贪婪心理，以“快速致富计划”行骗。

财富蕴藏在知识中，知识能为我们创造财富。任何发明，其创造的价值越高，就能赚取更多财富。例如：比尔盖茨（Bill Gates）通过创造高价值的视窗软件而致富，他也是一位乐善好施的企业家。



### 延伸学习

金钱游戏（money game）或是快速致富金字塔计划是一项伪装成合法投资项目的商业骗局。其选择的投资项目如黄金、货币、养殖海藻、开咖啡馆、种树等等无奇不有。一般上，此类骗局会利用超高的回酬（如20%或以上）来吸引人上当，在投资初期将提供诱人的甜头，让人们信以为真，而加码投资。最后，将血本无归。

为避免上当，若对任何投资计划存疑，可向大马国家银行、证券监督委员会、大马公司委员会、国内贸易与消费人事务部查询投资项目的合法性。

## 二、个人理财规划的步骤 (Steps in Personal Financial Planning)

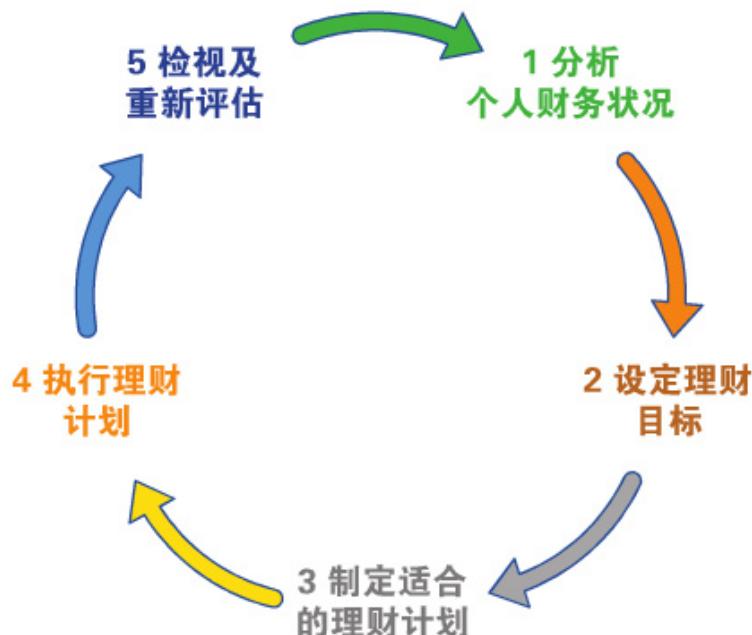


图6 个人理财规划的步骤

依据以下个人理财规划的步骤达成理财目标：

### 1. 分析个人财务状况

理财规划的起点是根据年龄、职业、家庭状况等因素，以确认个人目前的财务资源。这是设定理财目标的基础。

### 2. 设定理财目标

理财目标的设定必须明确、合理及能达成。不同的年龄阶段，理财目标可能会有所不同，因此需要排出目标的先后顺序。例如：社会新鲜人先计划储蓄、投保人寿保险；工作几年后计划买车、购屋等。



### 3. 制定适合的理财计划

根据个人的财务状况与理财目标，以及外在经济因素（如：利率、通胀率、国家经济状况等），制定可执行的理财计划。

#### 4. 执行理财计划

理财计划成败的关键在于执行力。因此，要制定时间表，善用有限的财务资源，严格的执行理财计划，以便如期达到理财目标。



图8 设定理财计划时间表

#### 5. 检视及重新评估

计划执行后，必须检视理财目标是否实现。若没有实现，问题出在哪个方面？原有的计划需要改进吗？若实现理财目标，也要检视及重新评估是否有改进之处。切记不要毫无目的的改变原有计划，这样可能导致整盘计划失败。



图9 检视与重新评估理财计划

## 6.2 个人财务预算 (Personal Financial Budget)

个人财务预算是指对个人的收入与支出做出预测。编制个人财务预算是制定理财计划的起点，以达成理财目标。其重要性如下：

### 1. 评估个人的收入与支出

编制个人的财务预算时，须计算个人的收入，包括两部分：工资收入、非工资收入（如：利息、租金、版权税收入，投资股票、债券、单位信托的回酬等）。同时，也要预算个人的开支。

通过预算，评估个人的现金支出是否会超过现金流人，是否会出现资金短缺。接着，规划如何分配财务资源于生活需要和理财目标上。



图10 岌岌可危的非理性支出

### 2. 找出消费上出现的问题

定期比较收入预算和支出预算，若支出大于收入，须找出原因。

### 3. 避免过度消费

为收入与支出作预算可避免过度消费，进而较易达成个人的理财目标。



#### 延伸学习

	个人理财范畴	要点
1	现金管理	控制现金的进出，以符合财务预算。
2	债务管理	控制债务在个人偿还能力内，以避免破产。
3	风险规划	减少疾病与意外所带来的损失与痛苦，例如：购买保险等。
4	投资规划	投资积蓄以达至理财目标。
5	教育规划	确保储蓄足够个人进修与子女教育费。
6	税务规划	合法减少税务。
7	退休规划	拥有理想的退休生活。
8	遗产规划	安排分配死后的财产。

编制个人财务预算的主要步骤：

步骤	行动
步骤一	决定预算的期间，如：一个月（细分为周）、一年（细分为月份），以便监督和评估。
步骤二	计算过去的实际收入（现金流人）和实际支出（现金流出）。记录在“过去的实际收支”栏。
步骤三	根据过去实际收入与支出，预算未来的收入和支出。记录在“预算”栏。
步骤四	计算实际的现金流人和现金流出。记录在“实际收支”栏。
步骤五	比较“预算”和“实际收支”两栏，算出差额。 记录在“差额”栏。 • 找出超额支出项目、低于预算金额的项目，并加以分析。 • 针对超支项目，寻找减少花费的方法，以符合预算。 • 根据“差额”，检讨预算金额，并做出相应的调整。

## 学习案例

大学毕业生广薇是一位药剂师，她选择每个月编制个人财务预算（步骤一）。当她编制四月份的个人财务预算，须先算出三月份的实际收入与支出，以此类推如下：

项目	步骤二	步骤三	步骤四	步骤五
	过去实际收支	预算	实际收支	差额
	3月	4月	4月	预算VS实际收支
<b>现金流人</b>				
薪金	4,000	4,000	4,000	
利息	100	100	220	120
总计	4,100	4,100	4,220	120
<b>现金流出</b>				
房租	500	500	500	
水电费	50	50	50	
通讯费	150	150	280	130*
伙食费	1,000	1,000	1,200	200**
车贷付款	700	700	700	
娱乐开销	300	300	250	50**
保险保费	500	500	500	
父母赡养费	400	400	400	
总计	3,600	3,600	3,880	280
净现金流人	500	500	340	( 160 )

备注：\*超支；\*\*低于预期支出。

广薇于5月1日比较“预算”和“实际收支”两栏，发现4月份的现金流人比预算多了RM120。在现金流出部分，超额支出项目有：通讯费RM130、伙食费RM200，而低于预算金额的项目是娱乐开销RM50。故实际开销比预期多了RM280。

广薇于4月的实际现金流人与现金流出之差额为RM340（净现金流人）。这比她预算的RM500，减少了RM160。这减少额占预算总额的32%

[ $(160 / 500) \times 100\%$ ]，这促使她欲对超支项目寻找减少花费的方法，以符合预算。同时检讨预算金额是否合时宜，是否需要做适度调整。

### 想一想：

1. 广薇可以怎样减少花费？
2. 如果这是你的预算案，你会如何增加“现金流人”及调整“现金流出”？



### 学习活动

编制下个月的个人财务预算。

## 6.3 消费信贷 (Consumer Credit)

消费者要购买商品或服务，但一时没有足够的现金支付，又想要即时享用它；或者消费者有足够现金，但基于个人现金的调度安排，选择延后付款。这都是用信贷（credit）来消费的方式，或称消费信贷。

商家、金融机构或银行提供消费信贷。

**消费信贷**是指消费者在消费或购物时，所使用的信用贷款方式。

**信贷**是一项财务协议，让借方（消费者）即时获得金钱、商品或服务，借方承诺日后如期偿还贷方（lender）。

一般上，消费信贷是无抵押的，以供个人购买商品与服务。消费信贷让没有足够现金的消费者，仍可购买价格高的商品或服务，如汽车、珠宝、欧洲旅游配套等。

消费信贷的方式如：租购和赊购，两者都让购买者享有延期支付的便利。



图11 消费信贷

## 一、租购 (Hire Purchase)

我国的租购交易受 1967 年租购法令 (Hire-Purchase Act 1967) 管制。租购包含了两个部分即**租用与购买**。首先，金融公司（或银行）先将消费者欲购买的资产（asset）（如汽车）买下，成为该资产的拥有人（owner），然后把资产租借给消费者；消费者交付订金（deposit）给金融公司，并签署**租购合约**（hire purchase agreement），就可使用该资产。在租购交易中，消费者是租借人（hirer），租借人只享有使用该资产的权利。例如：购车者通过租购方式享用汽车。

由于租借人的欠款加上利息，可分期（如每月等）摊还。因此，**俗称租购为分期付款**。当租借人不能付还欠款，金融公司可采取法律行动追讨欠款，有权收回借出的资产。租购方式适用于高价格的耐用品（durable goods）如：车辆、钢琴等。

金融公司准备租购合约，合约提供租借人对资产的认购权（option to purchase）；在租购合约下，当租借人付清最后一笔分期付款，或提前付清所有欠款，就成为该资产的拥有人。



图12 租购汽车

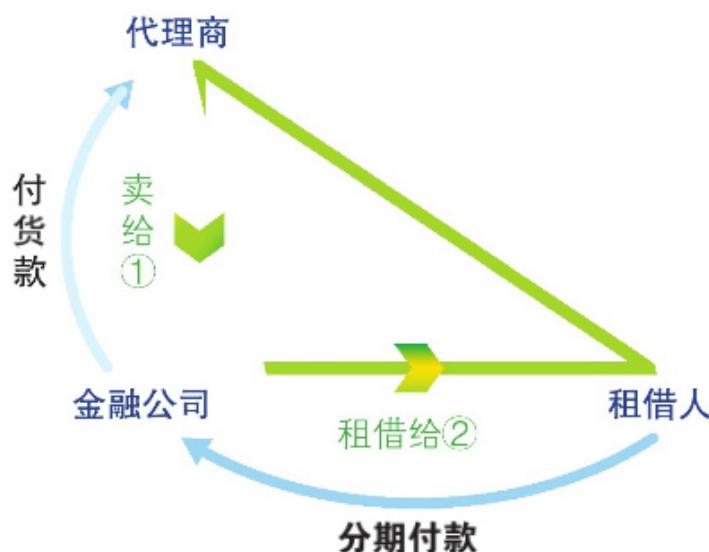


图13 租购关系（三方）

## 二、赊购 (Credit Purchase)

赊购是买方先拿货，延后付款的交易方式。站在卖方的立场来说，就是赊销（credit sale）。由于卖方已经完成销售，虽然买方仍未付款或未完全付清货款，货品已立刻成为买方的财产，即买方是货物的拥有人（owner）。

以个人消费的角度而言，卖方指的是商家，而买方指的是消费者。一般上，商家会通过以下的方式，为消费者安排分期支付（通常是每个月一次包括利息）。

### 1. 商家提供分期支付模式

商家售卖货品给消费者，在1999年消费者保护法令（Consumer Protection Act 1999）下为消费者提供分期延后付款，并与消费者签署**赊购合约**（credit purchase agreement）。虽然消费者是货品的拥有人，但当消费者不能付还欠款，商家有权收回该货品及采取法律行动追讨欠款。例如：Courts Malaysia 提供的分期支付便利。

### 2. 第三方金融公司提供分期支付模式

商家售卖货品给消费者，消费者是货品的拥有人；商家（如：Senheng 公司）安排第三方金融公司（如：银行、信用卡公司）为消费者（买方）提供分期支付便利。

第三方金融公司与消费者签署**分期支付计划合约**（instalment plan agreement）。若消费者不能付还欠款，第三方金融公司（如：AEON Credit Service Malaysia Bhd.）可以采取法律行动追讨欠款，但没有权力收回该货品。



#### 学习活动

Shopee、Hoolah、Layby、myIOU、PAYLATER，为消费者提供分期延后付款安排，也称先购后付。上网查一查，如何使用它们的分期延后付款便利，例如：

- ① 消费者何时成为货品的拥有人？
- ② 当消费者不能付还欠款，商家是否有权收回该货品或采取法律行动追讨欠款？

## 6.4 租用 (Rental)

随着人们消费思维模式的转变，拥有(own)货品与资产的产权已不再是每一个人所向往的。有些人更注重享用(use)而不是拥有，他们的消费习惯是更快享用最新款式或更多功能的货品，例如：汽车、高级水机与床垫等等。因此，有些消费者不购买货品，宁愿选择租用。

租用不是一种消费信贷，提供租用便利的商家会与消费者签署租用合约(rental agreement)。消费者不是货物的拥有人，他只是一名租用人。租用人须依据租用合约，每月支付租金。这种消费形态，让消费者同时享用多种货品。惟消费者还是须量入为出，量力而为，才不会过度消费，入不敷出。

租用合约有一段的期限(如36个月)，消费者毁约，就须赔偿。若消费者不能付还欠款，商家有权收回该货品及采取法律行动追讨欠款。

一般上，租用提供商(provider)会附带提供附加收费的服务。例如：Coway与Cuckoo提供租用水机服务，同时也提供清洗水机的服务等，以便赚取更多收入。



图14 租用合约



图15 租用水机

## 6.5 风险与个人保险 (Risk and Personal Insurance)

个人理财不能忽略风险因素。风险(risk)是指负面结果发生的可能性。每个人都可能遭遇风险如：火灾、水灾、车祸、疾病、逝世、投资亏损等。因此，风险可能造成个人蒙受生命或财物损失。

## 一、保险 (insurance)

保险可以减轻风险对个人造成的财物损失。保险 (insurance) 是投保人 (applicant) 通过缴付保费，把风险转移给承保人 (insurer) / 保险公司 (insurance company) 的方式，保险公司会对投保人因风险导致的损失做出金钱赔偿。保费 (premium) 是投保人按期缴付给保险公司的款项。

风险分担 (pooling of risk) 是指面对同种风险的投保人，通过缴付保费给保险公司集合成一笔基金，当投保人因风险而蒙受损失，保险公司便动用保险基金 (insurance fund) 赔偿给投保人，风险因而由所有投保人分担。这种补偿使遭受损失的个人避免受到“二次伤害” (second tragedy)，或者把损失减到最低。



保险理赔与案例



图16 保险公司对投保人因车祸导致的损失给予赔偿金

风险可分为可保风险及不可保风险。可保风险 (insurable risk) 是指可以计算发生机率及赔偿金的风险，例如：生病、车祸等。保险公司只接受可保风险的投保。不可保风险 (non-insurable risk) 是指发生机率不能预测的风险，如投资亏损、瘟疫、战争、地震、海啸、火山爆发等，保险公司不接受此类风险的投保。



### 延伸学习

所谓“二次伤害”，是指一个没有投保而死亡或罹患恶疾的人，不但本身蒙受痛苦，也导致家人子女蒙受精神和财务上的压力，犹如遭受第二次伤害。

## 二、保险规划 (Insurance Planning)

人生的旅程总不会一帆风顺，例如：房子失火、汽车被偷、意外受伤、或车祸死亡，都可能会造成经济负担，影响生活。而保险可以分担风险，给予保障，舒缓财务压力。

个人依据本身的需求及财务规划购买保险。在事故发生时，保险公司提供的保障或赔偿金，能减轻个人与家庭的财务负担，使人们早日恢复原有的生活水平。

人寿保险 (life insurance) 是以人的生命为保险对象；普通保险或称杂险 (general insurance) 一般上是以保障非生命范畴的财物风险为主。（参阅附录一）



图17 保险主要分人寿保险和普通保险

我国陆路交通局规定所有车主至少投保三号车险 (third party policy)。目的是保障车主本身在使用车辆时，导致第三者死亡或伤残，及造成对方车辆损坏时，保险公司对第三者做出赔偿，减轻车主的财务负担。一般上，车主会选择购买综合保单 (comprehensive policy)，俗称一号车险，因为它提供第三者与车主保障。

政府成立的社会保险机构 (Social Security Organisation / SOCSO)，为所有雇员提供工作受伤保险计划 (employment injury insurance scheme) 和伤残抚恤金计划 (invalidity pension scheme)。这对于没有能力购买个人意外保险者是一项良好的福利措施。



图18 SOCSO标志

### 三、保险原则 (*Principles of Insurance*)

个人购买保险时，必须遵守保险业制定的四项保险原则。如果不符合这些原则，**保单** (policy) 便无效。

#### 1. 至高真诚原则 (*principle of utmost good faith*)

投保人填写申请书时，必须呈报所知道及应知道的事实，而保险公司也有责任向投保人详细解释保单条款。在实务中，保险代理人、保险经纪、理财规划师代表保险公司解释保单条款；投保人被揭发违反至高真诚原则，疏忽或蓄意隐瞒真相，将导致他所购买的保单无效。

#### 2. 可保权益原则 (*principle of insurable interest*)

投保人对所投保的**生命或财物**，必须具有**经济利益和法定关系**，当有关生命或财物遭受事故时，会对投保人造成损失。例如：甲君的房屋失火使甲君蒙受损失，因此他可以投保自己的房屋火险。陈先生不能为他的女朋友林小姐投保，除非他们已注册成为配偶。

人们可以为自己、配偶、生意合伙人或公司关键人物的生命做出投保。如果没有可保权益原则，保险如同赌博，人们可以随意找出一些与本身没有任何经济利益和法定关系的人或财物来投保。例如：投保某位歌星意外受伤，若真发生就表示赌赢，否则就输。

#### 3. 赔偿原则 (*principle of indemnity*)

在保险合约生效期间，保险公司只对投保人的**实际损失**做出赔偿，尽量使投保人恢复原来的经济状况，而不是让投保人从中赚取利益。例如：纪小姐的房屋在火灾中局部烧毁，专业估价师/稽查员 (loss



图19 保险原则

adjuster / inspector) 经过调查与评估，建议应赔偿其损失 RM40,000，虽然她为房屋投保 RM100,000，也只能取得 RM40,000 赔偿金。

保险公司在人寿保险和个人意外保险方面，是按投保额做出赔偿，而不是实际损失（除了其实际支出的医药费），因为人的生命价值是难以估价的。例如：李先生投保人寿保险 RM100,000，保险公司很难估计他的逝世对其家人等方面所带来的实际损失，因此保险公司将依据李先生的投保额 RM100,000 做出理赔。



赔偿原则的  
两项附属原则

#### 4. 近因原则 (*principle of proximate cause*)

导致事故发生和造成损失的直接原因。保险公司只根据承保的近因做出赔偿，而不赔偿承保范围外所发生的损失。例如：黄先生为自己投保了个人意外保险，却在开车时因心脏病突发而死，保险公司将不会做出赔偿。

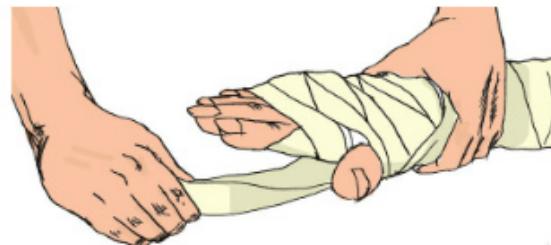


图20 在个人意外保险的投保范围内，  
保险公司才会赔偿



#### 延伸学习

##### 保单的关系人：

1. 承保人 / 保险人，指经营保险业务的保险公司 (insurance company)，必须获得保险总监 (director general of insurance) 发出准证才可成立与营业。
2. 投保人 / 要保人 (applicant)，指与保险公司签订合约，并承担缴付保费的个人或企业。
3. 被保人 (insured) / 受保人，指保险事故可能发生在其身上或财物的人。
4. 被提名人 (nominee)，指保险利益的合法索赔执行人，同时也是受益人。

## 6.6 金钱的时间值 (Time Value of Money)

金钱的时间值是财务决策的基础，被广泛应用在个人的理财规划和投资上。人们常说：时间就是金钱。一般上，人们会把一些钱存放在银行赚取利息，或者投资在债券、单位信托、股票等金融产品。若投资获利，过了一段时间后，从储蓄或投资可收回的金钱会有所增加。由此可见，**金钱会随着时间而增加，反映出金钱的时间价值**。例如：王先生把 RM100 存入银行，若年利率是 3%。一年后，RM100 增值至 RM103。

金钱的时间值的基本概念：单利与复利、未来值与现值。



图21 通过储蓄，金钱随着时间增加

### 一、单利与复利 (Simple Interest and Compound Interest)

#### (一) 单利

单利是指以原有的本金/投资额计算获利，有关获利（利息或利润）不再作投资。用单利计算投资回酬，**利息不计入本金**。

例如：王大海投资 RM1,000，年利率 10%，投资 5 年。若每年以单利计算，第五年他可收回多少利息？

$$\begin{aligned} I &= prt \\ \text{利息} &= RM1,000 \times 0.1 \times 5 \\ &= RM500 \end{aligned}$$

I :	利息
p :	本金 / 投资额
r :	年利率
t :	年数

王大海连本带利可收回 RM1,500。

## (二) 复利

复利俗称“利滚利”。单利的计算是不把利息计入本金，而复利恰恰相反。复利是把每一期的利息并入本金中重复计算利息。例如：人们把钱存入银行，所赚取的利息成为存款的一部分，一并赚取利息，这是复利的概念。

例如：王大海投资 RM1,000，年利率 10%，投资 5 年。若每年以复利计算，每年实际取得的“金额”会不断增加，如下：



图22 利息积少成多

	本金	利息	本利和
第1年	RM1,000	$RM1,000 \times 10\% = RM100$	RM1,100.00
第2年	RM1,100	$RM1,100 \times 10\% = RM110$	RM1,210.00
第3年	RM1,210	$RM1,210 \times 10\% = RM121$	RM1,331.00
第4年	RM1,331	$RM1,331 \times 10\% = RM133.10$	RM1,464.10
第5年	RM1,464.10	$RM1,464.10 \times 10\% = RM146.41$	RM1,610.51

这就是俗说的“利滚利”或“复利的魔力”。第五年他连本带利可收回 RM1,610.51。

复利计算公式：
$$A = P \times (1 + r)^n$$

A : 本利和

P : 本金

r : 年利率

n : 期数

若用公式计算，即 
$$\begin{aligned} A &= RM1,000 \times (1 + 0.1)^5 \\ &= RM1,610.51 \end{aligned}$$



复利频率

复利是以**期数**（如：一年为一期，半年为一期，三个月为一期，一天为一期等）计算。**复利的计算次数越多，利息的增长就越快**，那么最终的回酬就越高。例如：投资一年，投资额相同，投资回酬率都是 8%。投资 A 每半年以复利计算，而投资 B 每三个月以复利计算。那么，应选择投资 B，因为可获得较高的回酬。

从投资的角度来看，复利计算是利用**投资所得的回酬再作投资**，从而赚取更多的回酬。以复利计算的投资回酬是相当惊人的。人们通过复利方式可获得更多的回酬。同样的，若延迟偿还贷款或信用卡卡债，也会被征收更多的利息。因此，复利计算也普遍被应用于信用卡、房屋贷款。

## 二、未来值与现值 (*Future Value and Present Value*)

### (一) 未来值

**未来值** (future value / FV) 是指现在的一笔钱，在未来某个时间点的价值。在现实生活中，未来值常被用作估计未来收入或投资的未来价值。复利计算是计算未来值的方法。

未来值计算公式： $FV = PV \times (1 + r)^n$

$FV$  : 未来值

$PV$  : 现值 / 投资额

$r$  : 年利率 / 投资回酬率

$n$  : 期数

#### 例 (1) :

林小姐打算用 RM3,000 投资，年利率为 10%，存放 3 年。每年以复利计算，3 年后，她可收回多少钱？

$$\begin{aligned} \text{未来值 } FV &= \text{RM3,000} \times (1 + 0.1)^3 \\ &= \text{RM3,000} \times 1.331 \\ &= \text{RM3,993} \end{aligned}$$

3年后，林小姐可收回 RM3,993。

### 例 (2) :

小明考虑把 RM1,000 存入定期储蓄户口，为期 5 年，年利率为 4%，每年以复利计算利息一次。试计算五年后，小明的定期存款额。

$$\begin{aligned}\text{未来值 } FV &= 1,000 \times (1 + 0.04)^5 \\ &= 1,216.65\end{aligned}$$

第5年定期存款到期日，小明可取得 RM1,216.65。

### (二) 现值

有时，我们需要知道现在要投资多少，才能让款额在未来某特定时间点，增长至某个价值。现值 (present value / PV) 是指未来的一笔资金在现时的价值。与未来值相似，现值是一个简单且十分有用的概念，有助于我们做出投资决策。

现值计算公式：

$$PV = \frac{FV}{(1 + r)^n}$$

$PV$  : 现值 / 投资额

$FV$  : 未来值

$r$  : 年利率/投资回酬率

$n$  : 期数

### 例 (1) :

王先生计划在 5 年后购买一辆汽车 RM50,000。为了达成目标，他决定投资某项金融产品，为期 5 年，投资回酬率 10%，每年结算一次，以复利计算。王先生现在须拿出多少钱来投资？

$$\begin{aligned}\text{现值 } PV &= \frac{50,000}{(1 + 0.1)^5} \\ &= 50,000 \div 1.61051 \\ &= \text{RM}31,046.07\end{aligned}$$

王先生现在需要投资 RM31,046.07，才能在5年后取得 RM50,000。

### 例 (2) :

李平的父亲要给他奖励金，父亲给他两个选择：

选择一：现在收取 RM500；

选择二：一年后收 RM550。

假设把钱存入银行，年利率为3%。李平选择哪一个才是明智的？

李平选择前，可先计算两份礼物的现值：

选择一：现在收到 RM500

$$\text{选择二：现值 } PV = \frac{550}{(1 + 0.03)^1}$$

$$= \text{RM}534 \text{ (计算至整数)}$$

一年后，李平所获得的 RM550（选择二），其现值是 RM534。这比现在收到 RM500（选择一）较高，因此选择第二项在财务上较为明智，因为其现值较高。

## 6.7 投资、风险与回酬

*(Investment, Risk, and Return)*

一般上，个人理财规划都会涉及投资。要投资就要考虑到风险与回酬。**投资的回酬率 / 回报率 / 报酬率** (rate of return) 是投资的利润或亏损与最初投资额的比率。通常用于评估投资产品或项目的吸引力。当投资产品的回酬率是正数，表示赚取利润；相反，回酬率是负数，表示亏损。投资产品或项目如：上市公司股票、单位信托基金、公司债券、房地产、储蓄存款等。

风险与回酬**永远成正比**，所以没有低风险高回酬的投资。投资者要赚取较高回酬，就必须承担较高的风险。如果高风险的投资回酬，低于低风险的投资，就不会有人投资高风险产品。因此，高风险高回酬 (high risk high return) 是对投资者承担高风险的补偿，也是吸引投资者冒高风险的原因。

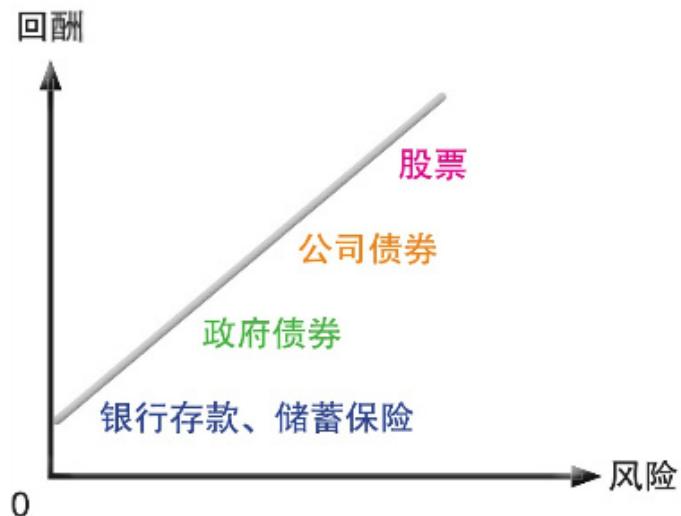


图23 投资工具的风险与回酬关系

投资者除了考虑风险与回酬的关系外，在选择投资项目时还应考虑自己的**风险承受能力** (risk tolerance level)。依据风险承受能力，可把投资者分三类：

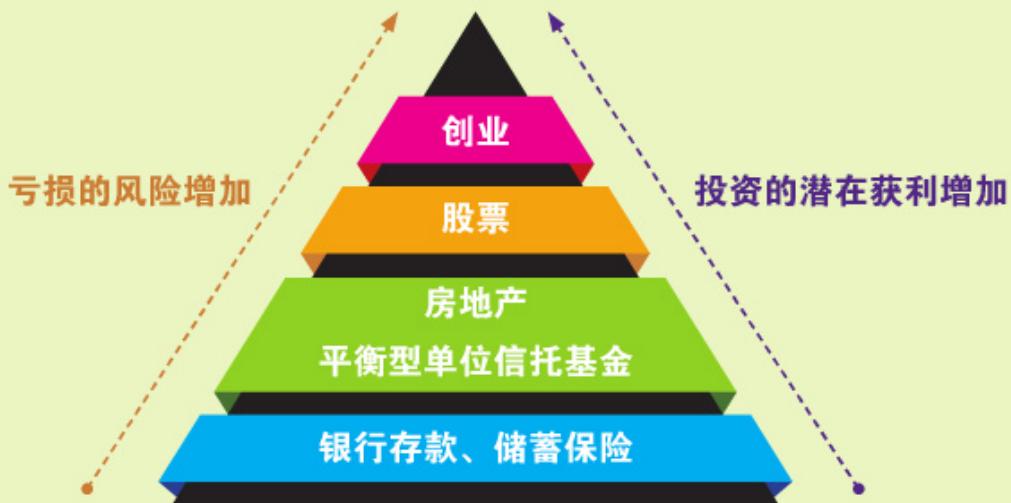
风险承受能力	说明	例子
低	投资有保证回酬的项目	储蓄存款、储蓄保险、定期存款、政府债券、收入型单位信托基金（主要投资于债券）
中等	投资中等风险的项目	公司债券、平衡型单位信托基金（主要投资于债券与股票）
高	投资高风险的项目	成长型单位信托基金（主要投资于股票）、股票、期货（futures）

不同的投资产品有不同的风险和回酬。投资者须适当地结合高风险和低风险的投资产品，以达致**风险分散**。这对长期投资者尤其重要。



## 学习活动

以下图片对你的理财规划带来什么启发？



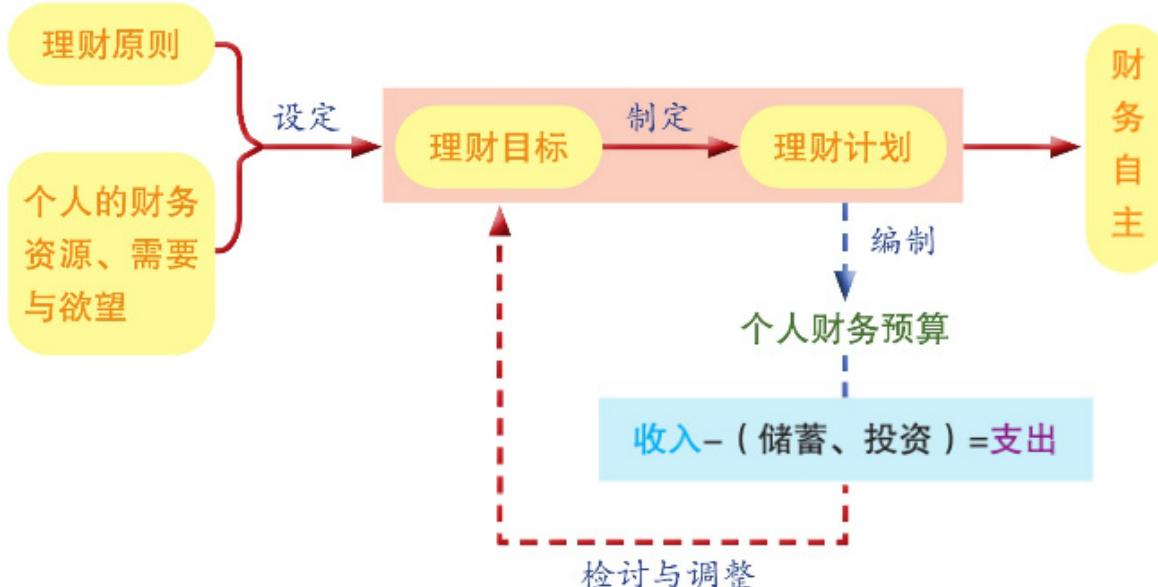
## 温习室

1. 个人理财是指规划个人的财务资源，以满足衣食住行的基本需要与欲望，以及进行风险规划来减少意外事件对个人的财务、生涯规划及家人带来的困扰，实现人生不同阶段的目标，最终达致财务自主。
2. 财务自主是指对钱财无忧，也满意自己的生活品质，以及掌控个人的生涯规划。
3. 个人理财的基本原则：先储蓄后花费、量入为出、量力而为、取舍、生涯规划、创造财富。
4. 个人理财规划的步骤：分析个人财务状况、设定理财目标、制定适合的理财计划、执行理财计划、检视及重新评估。

- 个人财务预算是指对个人的收入与支出做出预测。编制个人财务预算是制定理财计划的起点，以达成理财目标。其重要性包括：评估个人的收入与支出、找出消费上出现的问题、避免过度消费。
- 消费信贷是指消费者在消费或购物时，所使用的信用贷款方式。信贷是一项财务协议，让借方（消费者）即时获得金钱、物品或服务，借方承诺日后如期偿还贷方。

7.	租购	赊购
相同点		
1.	买方签署相关合约或缴付订金后，就可使用货物。	
2.	买方签署相关合约，就需要在指定年限内，按每期规定的款项支付。	
不同点		
1.	是一种出租货物给买方，买方有选择是否要买下该货物的权利。	是一种实际销售货物给买方的方式。
2.	买方支付第一期的款项时，仍不是货物的物主。唯有支付最后一期的款项后，才成为货物的物主。	买方支付第一期的款项时，就成为货物的物主。意思是货物一出售就是买方的财产，跟现金销售一样。
3.	——	<p>赊购有两种分期支付模式：</p> <p>①卖方提供分期支付模式 商家可收回该货物，及采取法律行动追讨欠款。</p> <hr/> <p>②第三方金融公司提供分期付款模式 金融公司不可收回该货物，只可采取法律行动追讨欠款。</p>
8. 租用不是一种消费信贷。商家与消费者签署租用合约，消费者是货物的租用人，须支付租金。		

9. 保险是投保人通过缴付保费，把风险转移给承保人 / 保险公司的方式，保险公司会对投保人因风险导致的损失做出金钱赔偿。
10. 风险分担是指面对同种风险的投保人，通过缴付保费给保险公司集合成一笔基金，当投保人因风险而蒙受损失，保险公司便动用保险基金赔偿给投保人，风险因而由所有投保人分担。这种补偿使遭受损失的个人避免受到“二次伤害”，或者把损失减到最低。
11. 可保风险是指可以计算发生机率及赔偿金的风险。保险公司只接受可保风险的投保。不可保风险是指发生机率不能预测的风险。
12. 保险原则：至高真诚原则、可保权益原则、赔偿原则、近因原则。如果不符这些原则，保单便无效。
13. 复利俗称“利滚利”。单利的计算是不把利息计入本金，而复利恰恰相反。复利是把每一期的利息并入本金中重复计算利息。
14. 未来值是指现在的一笔钱，在未来某个时间点的价值。
15. 现值是指未来的一笔资金在现时的价值。
16. 投资的回酬率是投资的利润或亏损与最初投资额的比率。通常用于评估投资产品或项目的吸引力。
17. 风险与回酬永远成正比，所以没有低风险高回酬的投资。投资者要赚取较高回酬，就必须承担较高的风险。
18. 投资者除了考虑风险与回酬的关系外，在选择投资项目时还应考虑自己的风险承受能力。
19. 概念图





# 破产

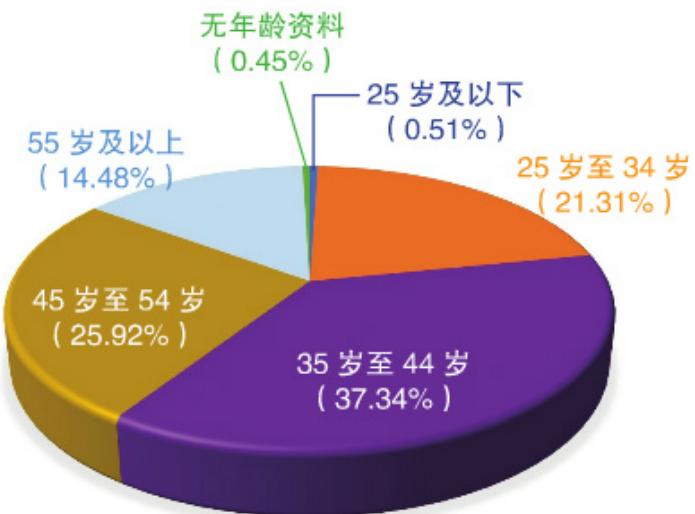
## 商业档案

根据我国 1967 年破产法令 (Bankruptcy Act 1967)，破产 (bankrupt) 是指任何人欠债超过 3 万令吉而被高庭判入穷籍。2020 年破产 (修正) 法令，将债务数额提高至 10 万令吉。

破产者的资产和债务将交由报穷局总监 (Director General of Insolvency / DGI) 接管，后者有权脱售该资产，偿还给债权人 (creditor)。（债权人须先向报穷局登记对方欠自己的款项）

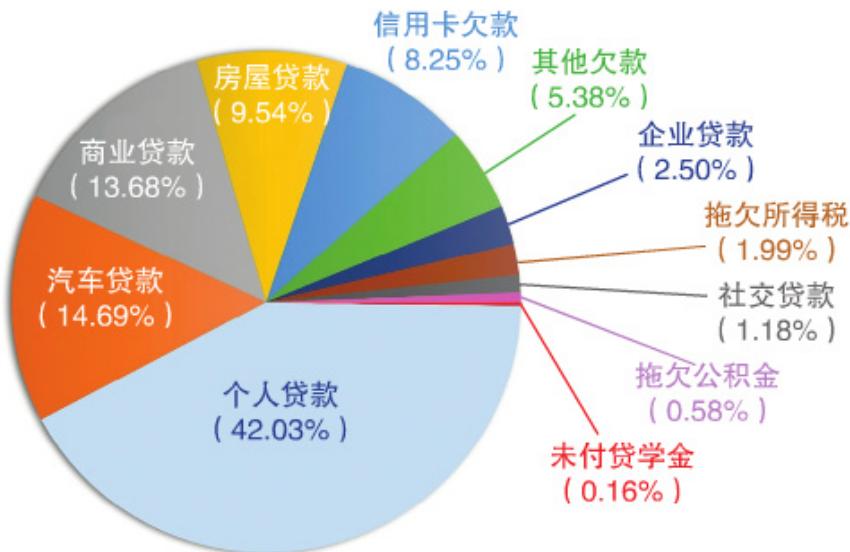


破产年龄 (2018 年至 2022 年 7 月)



依据大马报穷局 2018 年至 2022 年 7 月的数据显示，破产人数较多的前五个地区，即雪兰莪 (24.60%)、联邦直辖区 (10.90%)、新山 (9.20%)、霹雳 (6.10%)、槟城 (5.70%)。

## 破产因素 (2018 年至 2022 年 7 月)



### 破产者的责任与限制

破产者的责任，例如：收到破产通知书就须前往报穷局分局报到、遵守法庭和报穷局总监的所有指示、提供个人的资产和债务资料、每 6 个月的收入与支出表，以及收入、住处与资产变动等资料给报穷局总监。

破产者的生活会受到一些限制，如：不能出境、不能拥有自己的产业、不能开设银行户口（除非获得报穷局许可开设供存入薪金或收入之户口）、不可成为公司董事（director of company）、只被允许使用限额不超过 RM1,000 的信用卡、不可拥有超过 RM5,000 的基本生活用品等。

### 脱离穷籍

破产后在接下来的 3 年，每个月的收入必须交 10% 到报穷局来清还债务。3 年内，如果你能提早清还债务，你就可以提早脱身穷籍。

如果 3 年内都还没办法还完债务，在 3 年后也可以申请脱离穷籍。被判入穷籍者可以两个方式申请脱离穷籍：向高庭申请庭令；直接向报穷局总监提出申请（此方式的申请者，通常是破产者患病或已被判破产超过 3 年）。

资料来源：马来西亚报穷局 Malaysia Department of Insolvency。www.mdi.gov.my

对我的启发



## 附录一：常见的人寿保险和普通保险

	保险类别	说明
人寿保险	终身保险 ( whole life insurance )	投保人逝世或完全永久终身残废，保险公司支付赔偿金给被提名人 (nominee)。 例如：李先生是投保人，指定家人是被提名人；他逝世后，保险公司支付的赔偿金，可减轻家人在生活上的财务压力。
	医疗保险 ( medical insurance )	投保人患病、意外伤残，保险公司将支付医药费。
	教育与退休保险 ( education and retirement insurance )	为孩子的升学，或是个人退休生活所需要的资金做准备。
	储蓄保险 ( endowment insurance )	通过储蓄，让家人有所保障，并达成个人的中期或长期目标。 例如：林太太的中期目标是装修房屋、深造，长期目标是储蓄退休金。
普通保险	一号车险/综合保单 ( comprehensive policy )	保险公司根据投保人在车祸事件的实际损失做出赔偿。
	火险 ( fire insurance )	保险公司根据投保人在火灾事件的实际损失做出赔偿。
	个人意外保险 ( personal accident insurance )	保障个人因意外事故造成的死亡、终身残废或暂时失去工作能力的保险。虽然个人意外保险是以人的生命做出投保，但在保险业务的分类中属于普通保险的范畴。 例如：王先生在意外事故中逝世，保险公司将支付赔偿金给王先生的家人。前提是他的家人必须是受益人 (beneficiary) / 被提名人 (nominee)。

# 第7章

# 精明消费

Smart Consuming



学习目标



学习本章，你应能：

- 概述精明消费。
- 评价消费者的权利。
- 分析消费者对自己与社会的责任。
- 举例说明消费者协会的功能。
- 识别支援消费者的政府部门与机构。
- 概述商家对消费者的责。
- 应用消费者投诉的步骤。



## 思维导图

### ⑤ 消费者的投诉步骤

④ 商家对消费者的责

① 理性购买

③ 消费者的支援单位

② 消费者权利与责任



精明消费



“该花的钱，再多也得花；不该花的钱，再少也不能花。要让每一分钱发挥出最大的经济效益。”  
——美国比尔·盖茨 (Bill Gates)



## 做个精明消费者

1. 广薇在电子商务平台的网上商店购买了一件精致的装饰品。当她打开收到的邮包，发现其中一个角的尾部断了。她向供应商投诉，供应商要求广薇证明不是她把角弄断的。

请与同学讨论，广薇该怎么办？

2. 同学分组，谈谈个人对品牌、品味、品质的看法？

这三者与精明消费有关系吗？为什么？



## 7.1 精明消费的概念 (Concept of Smart Consumption)

我们每一个人都是消费者，从购买日常用品，享用三餐，使用水电、手机，上网、开车、观看电视等等，都在消费中度过每一天。

**精明消费**是指消费者在个人的财务能力范围内，理性购买物有所值的商品与服务，并且物尽其用。

消费者可以试问自己以下问题，以了解自己是否是一位精明的消费者。



图1 人人都是消费者

1. 我是否负担得起?
2. 我是否真的需要它?
3. 在想要购物的冷却期后(例如:10天),我还是需要它吗?是否有更廉宜的替代品?
4. 不买会有不利的后果吗?

精明消费的小贴士:

1. 准备购买清单,避免无谓开销。
2. 做好采购规划,避免多跑几趟。
3. 避免冲动购买,或最后一分钟抢购。
4. 购买前,必须货比三家。
5. 准备一本价格记录簿,记录常用商品与服务的价格。



图2 冲动购物



图3 有计划的购物



### 学习活动

1993年直销法令提供消费者10天冷却期的保障。一般上,一个人经过10天的考虑后,会降低购物冲动和欲望。

假设10天后你还是决定购买某物品,试与同学分享你选择购买的原因。

## 7.2 消费者权利

### (Consumer Rights)

作为消费者，享有什么消费者权利呢？根据联合国保护消费者指南（United Nations Guidelines for Consumer Protection），消费者权利共有八项。这也是我国消费者所拥有的基本权利。

#### 1. 满足基本需要的权利 (*the right to satisfaction of basic needs*)

消费者有权获得基本必要的商品和服务。例如：食物、衣服、住所、公共交通、教育、水、能源、药品和卫生设施。

#### 2. 享有安全的权利 (*the right to safety*)

消费者有权索取商品使用说明或服务指南，保护自身的健康和安全免遭危害。例如：注明食品的成份，因为有些过敏体质的人不适合食用含有腰果成份的食品。

#### 3. 被告知的权利 (*the right to be informed*)

消费者有权被告知正确资讯或事实，以便做出正确的选择，并且减少被广告和标签（label）误导。

#### 4. 选择的权利 (*the right to choose*)

消费者享有自由购买，选择价廉物美及质量保证的商品和服务。

#### 5. 表达意见的权利 (*the right to be heard*)

消费者对价格、品质、服务态度有所不满，有权表达意见。这些意见在制造商研发产品及政府制定消费者政策时，应得到考虑。



图4 消费者有权知道产品成分



图5 食品质量差，顾客有权投诉

## 6. 要求赔偿的权利 (*the right to redress*)

消费者发现所购买的产品已经损坏、变质，或者事后发现被欺骗，有权要求更换或赔偿（部分或全部退款）。例如：消费者因误导性的服务说明而购买某项服务，事后发现货不对办，有权获得公正的裁决。



图6 无良商人——斤两不足

## 7. 获得消费者教育的权利 (*the right to consumer education*)

消费者有权获取必要的消费知识和技能，以便他们能够从各种商品和服务中进行选择，并且行使消费者的权利和义务。

## 8. 在健康环境中生活的权利 (*the right to a healthy environment*)

消费者有权在清洁和健康，以及对后代无害的环境中生活。



### 学习活动

每年3月15日为世界消费者权利日（World Consumer Rights Day），以提高全球人民对消费者权利的醒觉。你会与朋友如何度过这一天？

请浏览国际消费者协会 [www.consumersinternational.org](http://www.consumersinternational.org)，了解今年的消费者权利日所关心的议题。



## 7.3 消费者责任

(*Consumer Responsibilities*)

消费者在购买商品或服务时，若能履行对自己与社会的责任，生活将更美好。

### 一、消费者对自己的责任

#### 1. 做出理性与明智的消费决定

在消费时，消费者须做出理性与明智决定。购买产品前，先详读产品信息（如：产品标签的内容），比较不同品牌的价钱与品质；依据对产品的迫切性来决定购买的优先顺序，避免受到广告影响。获得产品后，按使用说明正确使用产品。

#### 2. 制定个人消费预算

消费者须依据个人收入，制定消费预算，以免入不敷出及无谓的浪费。理性消费将有助于个人储蓄，保障未来。

#### 3. 维护消费者权利

消费者必须了解自己的权利，以确保得到公平交易，并积极参与任何维护消费者权利的活动。例如：参加政府或非政府组织举办的消费课题或维护消费者权利的活动。面对不公平的对待时，消费者也必须依据法规，勇于捍卫自身的权利。

#### 4. 勇于批判

面对侵蚀消费者权利事件，消费者须勇于提出投诉。例如：购买到低品质或不齐全的商品时，应向商家或生产者表达不满。



## 学习活动

大雄：嘿！开始倒数双 11 购物狂欢节，等着 00:01 秒冲。

小莉：你什么时候加入“大扫货”狂欢队。

大雄：大减价啊！比平常便宜很多。不买太对不起自己了！

小莉：便宜的东西，如果没有需要，再便宜，也不值得买。

大雄：先买了，再想吧！

综合精明消费的概念及消费者对自己的责任，同学们对于大雄与小莉的对话，有什么话想说？



## 二、消费者对社会的责任

### 1. 凝聚力量

个人力量有限，消费者须团结一致，凝聚力量，一同捍卫消费者权利。加入消费者组织，有利于解决消费者所面对的问题。

### 2. 对他人的责任

顾及到其他消费者的利益，在消费当儿，不能为他人造成问题。此外，消费者也须遵守法律与履行买卖合约，例如：维护他人的知识产权，不购买盗版品；准时付款，不损害卖方的权益。

### 3. 爱护环境

消费者在消费时，不能造成环境问题。例如：抵制象牙品、杯葛过度包装的产品、减少使用保丽龙与塑料袋、节省用电、不污染水源，为这一代及下一代保留美好的大自然。



图7 保护水源与大自然

## 7.4 消费者的支援单位 (Consumer Support Units)

一般上，消费者较难单凭一己之力向商家采取行动。因此，政府有责任立法保护消费者。面对消费问题，消费者可以向消费人协会，以及相关的政府部门与机构，寻求援助或做出投诉，以保护自己。

### 一、消费人协会 (Consumer Association)

消费人协会属于非政府组织 (non-government organisation / NGO)。它是由一群捍卫消费者权利意识较高的人士所组成，成员包括专业人员、教师、律师等。例如：大马消费人协会联合会 (Federation of Malaysian Consumers Associations / FOMCA)、槟城消费人协会 (Consumers' Association of Penang)。



图8 大马消费人协会联合会

消费人协会所扮演的角色如下：

#### 1. 提高消费意识

传授消费者知识与技能，改变消费者思维，使消费者有能力做出理性与明智的消费决定。例如：教导如何解读产品标签的内容、提供消费指南等服务，以教育消费者。

## 2. 调查与研究

对商品与服务进行调查、研究与实验，以确保其安全性，不会危害健康与环境；也评估其价格的合理性，并把调查结果发表出来，以引起消费者的注意。

## 3. 调查消费者投诉

接受消费者的投诉（如：仿冒品、劣质品、重量不足、过期等），然后展开调查工作。必要时，把有关的投诉传达给相关的政府部门。

## 4. 提供咨询与援助

为消费者提供消费咨询服务，及法律援助。例如：消费者投诉商品或服务，为他们提供法律咨询。

## 5. 监督政府

监督政府执行有关保护消费者的法令（参阅附录一）。必要时，建议新的立法。



### 学习活动

槟城消费人协会（Consumers' Association of Penang）成立于1969年，从其网站 <https://consumer.org.my/> 选一篇文章或一个视频，与朋友分享你阅读或观看后的感想。



## 二、政府部门与机构 (*Government Departments and Institutions*)

政府扮演保护消费者的重要角色，通过立法，执行法令及推行保护消费者的措施，来避免消费者遭受欺压。

政府部门与机构扮演保护消费者的角色如下：

## (一) 制定法令

政府制定法令来保护消费者，以避免消费者受到商家不公平的对待（参阅附录一）。其中最为重要的是1999年消费者保护法令（Consumer Protection Act 1999），其目的是用来保护消费者免受误导、欺骗，以及成立国家消费者咨询理事会（National Consumer Advisory Council）与消费人仲裁庭（Tribunal for Consumer Claims）。

## (二) 执行法令

1. 国内贸易及生活费部 (*Ministry of Domestic Trade and Cost of Living*) [www.kpdnhep.gov.my](http://www.kpdnhep.gov.my)

国内贸易及生活费部通过执法来保护消费者。该部的执法组展开突击检查行动，以维护公平有序的市场环境。例如：检举商品未标价或谋取暴利的商家、取缔盗版商品、反囤积，以稳定物价。该部门设立以下两个监督单位：



图9 国内贸易及生活费部标志

(1) 消费人投诉管理中心 (*Consumer Complaint Management Centre*)

消费者可以通过电话、电邮、书信或直接到该中心投诉。

(2) 消费人仲裁庭 (*Tribunal for Consumer Claims*)

消费者可以投诉索赔不超过五万令吉及不超过三年的个案。仲裁庭的成立可避免案件被带上法庭，这可减轻消费者支付诉讼费的负担，以及加速案件的审理。



### 延伸学习

国家消费人投诉中心（National Consumers Complaints Centre）是一个独立的机构，它协助消费者解决购物时所面对的问题与投诉。

[www.nccc.org.my](http://www.nccc.org.my)

## 2. 卫生部 (*Ministry of Health*) [www.moh.gov.my](http://www.moh.gov.my)

卫生部负责监督营运场所的环境卫生，例如：派卫生官员检查小贩中心、餐馆与食品生产场所，确保商家售卖或制造的食品符合卫生标准。

卫生部也负责监督国内的药物，以确保其安全性。该部劝告人民滥用药物可能带来的危险，确保人民正确使用药物。

## 3. 农业及粮食安全部 (*Ministry of Agriculture and Food Security*)

[www.mafif.gov.my](http://www.mafif.gov.my)

确保市场销售安全与符合卫生水平的蔬菜和肉类。例如：管制农人使用的杀虫剂种类与含量，及禁止家禽业者使用长肉剂。

## 4. 环境局 (*Department of Environment*) [www.doe.gov.my](http://www.doe.gov.my)

环境局负责监督国内的环境素质。该局通过避免、减少和控制污染来提升环境素质，确保国内生态环境的可持续发展。例如：保护水源，以及鼓吹全民节约用水；利用绿色环保科技工艺来预防与解决环境污染（如水源、空气、噪音）问题。

## 5. 马来西亚规格及工业研究院公司 (*Standards and Industrial Research Institute of Malaysia Berhad / SIRIM Berhad*) [www.sirim.my](http://www.sirim.my)

为了确保产品的品质与安全，SIRIM 负责鉴定在国内使用的产品是否符合规格，无论该产品是本地生产或者是进口的。

产品经过该机构核准，符合规格就取得认证，标志为“MS”“马来西亚规格”（Malaysia Standards）。若厂商没有遵守产品认证的要求，其证书就会被吊销。进口产品也可以在国外通过由大马认可的单位，取得规格认证。



图10 SIRIM公司标志



13A SIRIM approval UK plug top  
(Malaysia standard plug top)

图11 经SIRIM认证的MS标志

### (三) 协调保护消费者相关事宜

依据 1999 年消费者保护法令，政府成立了国家消费者咨询理事会，以协调与研究一切关于保护消费者的课题。例如：稳定价格、控制价格、控制供应、商家的生意手法等。

国家消费者咨询理事会由贸消部官员、消费人协会、厂商、供应商、非政府组织代表与学术人员所组成。该理事会的任务是针对以下课题向贸消部部长提供意见：

- (1) 与消费者相关的议题；
- (2) 提高消费意识；
- (3) 加强对消费者的保护；
- (4) 能更有效执行 1999 年消费者保护法令的建议。

## 7.5 商家对消费者的责任

*(Business Responsibilities Towards Consumers)*

### 1. 提供售价合理的商品与服务

商家须以合理的价格销售商品与服务，以免对消费者造成负担。商家务必遵守政府制定的条例，为商品与服务标价、统制品价格不能超过顶价、不能抬高价格以牟取暴利等等。例如：国内贸易与消费人事务部会在马来人开斋节前公布统制品的种类（如：鸡肉、红辣椒的价格）以及实施的期间。



图12 商品价格与品质要合理

### 2. 使用精准的度量衡

商家必须使用合格的秤重器与测量器，包括长度、容量或重量销售商品。为此，商家使用的度量衡器具也须由执法当局认证，以确保准确无误。

### 3. 重视商品与服务的品质

商家须确保商品与服务的品质合格，不用劣等原料、不销售过期商品等。这将使消费者对商品与服务更具有信心，为商家带来长远的利益。

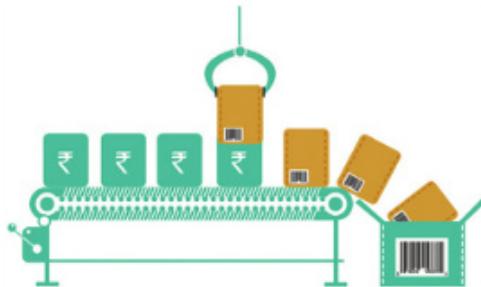


图13 取出品质不合格的商品

### 4. 提供安全的商品与服务

商家提供的商品与服务须符合安全规格，不危害生命或身体健康。商家必须销毁过期的商品，不可销售给消费者。

### 5. 提供完整与准确的商品与服务信息

商家须确保所提供的商品与服务信息是完整与准确的。此外，包装必须含有官方规定的信息，包括成分、使用方法、储藏方式、定价、有效日期等。

### 6. 不污染与破坏环境

商家在生产商品或提供服务的过程中，必须保持环境整洁，并且合法处理废料。商家应朝向保护地球环境与人类社会的永续经营目标而努力。

## 7.6 消费者投诉的步骤

*(Steps in Making Consumer Complaints)*

政府通过实施保护消费者权利，宣导消费意识及执行保护消费者的各项法令，将可杜绝商家制造假冒与伪劣商品，生产质量差的服务。从而使商业经营环境是诚信与遵守法治的，消费者也能够购买到称心如意的商品和服务。

如果消费者购买到假冒、伪劣或不合格的商品，或是质量差的服务，甚至被商家欺骗，消费者可以进行投诉。

消费者投诉的步骤如下：

1. 先确定问题的症结，例如：是否是商家存心欺骗或压迫、货不对办等。

2. 消费者针对确认的特定问题，评估可使用的权利与可采取的行动。
3. 消费者收集证据（如订单、买卖合约、收据），以佐证投诉。
4. 透过信件、电邮、电话，通知商家有关商品或服务的问题。
5. 商家采取行动，例如：更换新商品、修理商品、退款或赔偿等。
6. 如果商家没有回应投诉，消费者可寻求消费人协会或政府部门与机构的协助，及考虑采取法律行动。

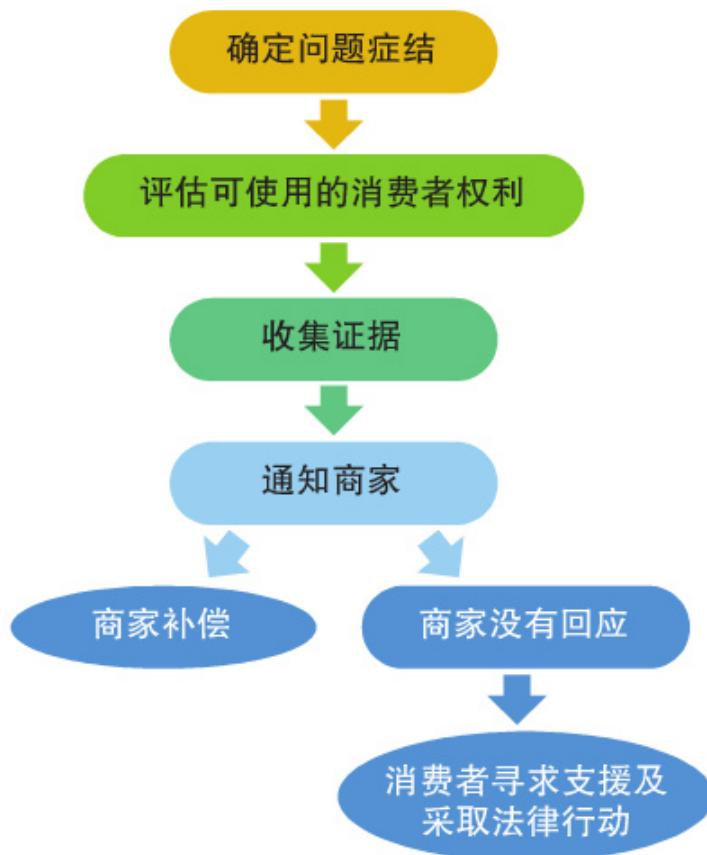


图14 消费者投诉的步骤



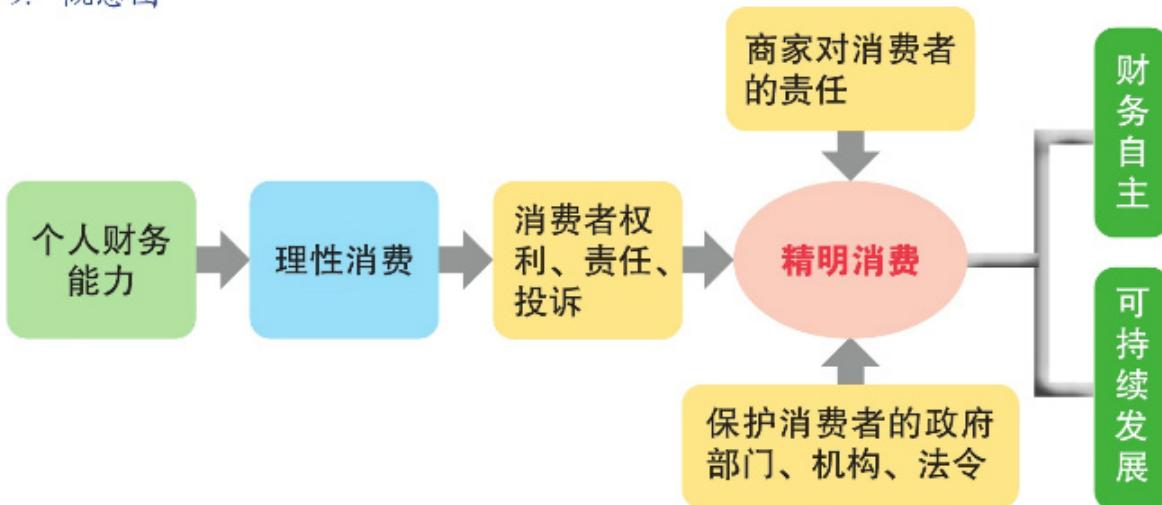
### 学习活动

1. 你曾经向商家投诉过吗？  
你以什么态度向商家投诉？结果如何？
2. 了解投诉途径：eAduan System 及 1-800-88-6800（免费电话）



## 温习室

1. 精明消费是指消费者在个人的财务能力范围内，理性购买物有所值的商品与服务，并且物尽其用。
2. 消费者权利：满足基本需要的权利、享有安全的权利、被告知的权利、选择的权利、表达意见的权利、要求赔偿的权利、获得消费者教育的权利、在健康环境中生活的权利。
3. 消费者对自己的责任：做出理性与明智的消费决定、制定个人消费预算、维护消费者权利、勇于批判。
4. 消费者对社会的责任：凝聚力量、对他人的责任、爱护环境。
5. 消费人协会属于非政府组织。它是由一群捍卫消费者权利意识较高的人士所组成，成员包括专业人员、教师、律师等。
6. 消费人协会所扮演的角色：提高消费意识、调查与研究、调查消费者投诉、提供咨询与援助、监督政府。
7. 商家对消费者的责：提供售价合理的商品与服务、使用精准的度量衡、重视商品与服务的品质、提供安全的商品与服务、提供完整与准确的商品与服务信息、不污染与破坏环境。
8. 消费者投诉的步骤：先确定问题的症结，评估可使用的消费者权利，收集证据，通知商家，商家可能做出补偿或者不回应，消费者评估是否要采取法律行动。
9. 概念图





## 专题研习

任务：社会议题与服务活动

目标：

- 通过社会参与的任务，融入联合国可持续发展目标的目标1、2、3（右图）：
  - 提升对于贫穷与饥饿问题的敏感度，了解贫穷与饥饿的原因和真实情况；
  - 了解贫穷、饥饿和营养不良对弱势群体的身心健康的影响；
  - 认识政府与私人组织对贫穷、饥饿及社会福利的应对措施；
  - 探讨减少贫穷与饥饿的方法，疾病预防及促进健康的策略；
  - 培养可持续的生活方式，减少浪费，反思个人在实践“无贫穷、零饥饿、良好健康与福祉”中的作用。
- 展现商业学学科素养之认知（如永续性与利润概念、非营利组织及社会企业、个人理财），技能（如倾听、沟通、时间管理、团队合作、解决问题、探究、创新），以及情意（积极主动、乐于助人）。
- 展现独中核心素养的共通能力：品德素质与人文关怀、善用知识与运用科技。

方式：

- 每组4~5人，任选一家政府或私人的非营利组织或者社会企业参访，例如：孤儿院、青少年感化院、老人院、食物银行、戒毒所、急难家庭救助、家庭关怀辅导中心、弱势儿童陪读中心等等。



联合国可持续发展目标（目标1、2、3）

2. 运用第 1 章的专题研习三阶段（规划阶段、探究阶段、汇报阶段）及工具与方法。

① 规划阶段

- 选择的组织必须符合上述可持续发展目标的任何一个或多个目标。
- 以黄金圈的方式（为何存在或成立？如何运作？提供什么服务项目？）初步收集欲参访组织或单位的资料。
- 提呈“社会服务计划书”给老师过目，内容包括：主题、参访日期、参访项目、工作进度与任务分配表（参考第1章的附录二、三）、一个驱动性问题、财务预算等等。

② 探究阶段

- 实地参访时，根据探究的驱动性问题进行访谈及收集资料。
- 探讨小组如何实践所拟写的“社会服务计划书”，展现社会关怀的行动（如：提供服务、捐零用钱、向商家筹募物资）。
- 完善“社会服务计划书”及拟写书面报告（参考第1章的附录四）。

③ 汇报阶段

- 各组呈现口头简报（参考第1章的附录四），相互交流。
- 呈交“社会服务计划书”及书面报告给老师。

3. 老师总结与讲评。



## 商业档案

# 你所获得的赔偿 是什么？

在提出投诉之前，先想你希望获得什么。问问自己是否只是要获得退款、替换、修理或赔偿。

你应理智地考虑一项献议。假如对方提出合理的献议，那你应认真考虑接受它（就算它未完全符合你的要求）。倘若认为本身在事件上也存着小过失或涉及的数额不太大，那么要争取更好的赔偿或许就得花费更多的时间、精力和一些费用。

在有问题产品方面，卖方可能答应给予退款、替换，或允许你在公司购买具同等价值的其他产品。也可能建议免费替你修理货品。

## 退款

假如货品是在使用一段时间后才产生问题，要获得退款或许会比较困难。

倘若是在货品运交时发现有问题，你不能立即取消购买，但应通知有关商家及给予一段合理的替换时间。

如果货品有制造商的保证，那你应在向商家取消订购之前给予一段合理的时间，让制造商有机会解决问题。



## 替换

这种作法通常都可被接受，除非你已不再需要有关货品，或者是已经对它完全失去信心（例如：厂商已经两次替换，但问题还是出现）。假如是这种情况，你有权要求退款或赔偿。



## 修理

产品使用一段时间后出现的小毛病，获得免费修理是可被接受的。但是，若才买了一周的电视机出现严重问题，而商家提出修理的建议，你应该坚持更换另一台电视机，而非进行修理。

但如果是触犯货物销售法令的有关条文，你就不必接受一项修理献以，而可以坚持要求退款或赔偿。

同样地，如果你接受修理的献议，修理工作应在一段合理时间内完成。假如对方无法修理货品或拖延极久，那你可以坚持要求退款。



## 赔偿

在 1957 年货物销售法令（1989 年修订）下，购物者有权对有问题的产品，所造成的任何损坏要求赔偿。例如：你刚买的洗衣机出现问题，造成你的衣服被损坏，你可要求商家赔偿洗衣机及损坏的衣服。

任何赔偿要求都需要证据（如：照片、医药报告）来证明破坏是由产品直接引起的。

资源来源：《投诉有门》。槟城消费人协会出版。第154–156页。

对我的启发



## 附录一：保护消费者的各项法令

政府制定法令来保护消费者，以避免消费者受到商家不公平的对待。简述如下：

### (1) 1951 年放贷法令 ( Money Lenders Act 1951 )

管制放贷生意以保障贷款人的权益。

### (2) 1971 医药法令 ( Medical Act 1971 )

管制医生的执业操守。

### (3) 1972 年重量与测量法令 ( Weights and Measures Act 1972 )

强制商家使用合格的称重器与测量器。

### (4) 1961 年供应管制法令 ( 1973 年修订 ) ( Control of Supplies Act 1961 )

( revised 1973 )

确保统制品如白米、白糖等，不管是平时或是佳节都供应充足，严惩囤积。

### (5) 1974 年农药法令 ( Pesticides Act 1974 )

禁止售卖或使用会危害人类、野生动植物和环境的农药。

### (6) 1974 年环境质量法令 ( Environmental Quality Act 1974 )

改善环境的质量与保护环境。

### (7) 1980 年标签法令 ( Label Act 1980 )

强制厂商提供完整的商品信息，包括了生产者的名字与地址、品牌、价格、有效日期、原料成份、使用法、警告。

### (8) 1972 年贸易说明法令 ( 1982 年修订 ) ( Trade Description Act 1972 )

( revised 1982 )

禁止商家宣传具有错误或误导性的商品与服务信息，来保护消费者的利益。

(9) 1956 年药品（广告及销售）法令（1983 年修订）

【Medicines (Advertisement & Sale) Act 1956】(revised 1983)

限制药物产品的包装及广告中提及某些功效如：治疗癌症、治疗糖尿病等。

(10) 1983 年食物法令 (Food Act 1983)

禁止在市场出售有毒物质或危害健康的食物，以确保食物的安全性。

(11) 1957 年货物销售法令 (1989 年修订) (Sale of Goods Act 1957)

(revised 1989)

保障在一项货物销售中，买方与卖方的利益。

(12) 1989 年银行与金融机构法令 (Banking and Financial Institutions Act 1989)

管制银行与金融机构。

(13) 1990 年电流法令 (Electricity Supply Act 1990)

确保家庭电器及电线装备的使用安全。

(14) 1997 年数码签名法令 (Digital Signature Act 1997)

承认数码签名以提高线上交易的安全性。

(15) 1998 年通讯与多媒体法令 (Communications and Multimedia Act 1998)

在保护消费者方面，包括处理通讯传播消费争议与投诉、业者自律规范。此外，也管制影响社会和谐的传播内容等。

(16) 1999 年消费者保护法令 (Consumer Protection Act 1999)

保护消费者免受误导和欺骗，成立国家消费者咨询理事会与消费人仲裁庭。

(17) 2006 年电子商务法令 (Electronic Commerce Act 2006)

承认电子讯息在电子交易的法律定位。

(18) 2009 年个人资料保护法令 (Personal Data Protection Act 2009)

管制在商业交易中如何处理个人资料以保障个人权益。

(19) 2010 年竞争法令 (Competition Act 2010)

禁止公司集团、商家、商业经营者操纵价格，垄断市场，以免侵犯到消费者的利益。

(20) 2011 年价格管制与反暴利法令 (Price Control and Anti-Profiteering Act 2011)

管制统制品价格的顶限，也检举抬高价格以谋取暴利的商家。例如：取缔趁着烟霾事件抬高面罩价格，以及不按政府规定的价格销售统制品的商家。

## 中英名词对照

(注：本名词对照按华文条目的汉语拼音字母的次序排列。)

### B

- 保险 31, 161  
insurance  
便利商店 52  
convenience store  
霸级市场 53  
hypermarket  
百货公司 53  
department store  
报价单 61  
quotation  
保险凭证 / 保单 96, 163  
certificate of insurance  
保护贸易政策 106  
protective trade policy  
补贴 106  
subsidy  
扁平型组织架构 118  
horizontal organisational structure  
保费 161  
premium

### C

- 产品 28  
product  
初级生产 30  
primary production  
超级市场 53  
supermarket  
出口贸易 87  
export trade

- 成本加运费 93  
cost and freight / CFR  
产地证明书 98  
certificate of origin  
承兑交单 101  
documents against acceptance  
垂直型组织架构 117  
vertical organisational structure  
财务自主 150  
financial freedom

### D

- 电子商务 34, 40  
e-commerce  
代理商 49  
agent  
电子商务平台 56  
e-commerce platform  
订货单 / 订单 62  
purchase order  
定期支付指示 71  
standing order / standing instruction  
电子钱包 71  
e-wallet  
到岸价格 92  
cost, insurance and freight / CIF  
董事会 127  
board of directors  
单利 165  
simple interest

## F

服务 / 劳务 29  
services  
辅助贸易 31  
aids to trade  
分销途径/配销通路 48  
distribution channels  
分销 48  
distribution  
发票 64  
invoice  
付款交单 101  
documents against payment  
法人 121  
legal entity  
非营利组织 138  
non-profit organisation  
风险分担 161  
pooling of risk  
复利 166  
compound interest

## G

高级生产 29, 30  
tertiary production  
国内贸易 31, 46  
domestic trade  
国际贸易 31, 85  
international trade  
广告 31  
advertising  
跟单信用证 99, 102  
documentary letter of credit

跟单托收 101  
documentary collection  
国有企业 120  
government-owned enterprise  
个人企业 / 独资企业 121  
sole proprietorship  
股东 127  
shareholder  
公共有限公司 127, 131  
public limited company  
股东大会 127  
shareholders' general meeting  
公司宪章 129, 146  
company constitution  
公共机构 135  
public corporation

## H

货币 27  
money  
货物 / 货品 / 商品 / 物品 28, 29  
goods  
汇率 91  
exchange rate  
汇票 101  
bill of exchange  
合伙企业 123  
partnership  
回报率 / 回报率 / 报酬率 169  
rate of return

## I

离岸价格 92  
free on board / FOB

## J

- 进口贸易 87  
import trade  
即期汇票 101  
sight draft / sight bill of exchange  
进口限额 106  
import quota  
近因原则 164  
principle of proximate cause  
精明消费 179  
smart consumption

## K

- 空头支票 67  
bounced cheque  
跨国公司 133  
multinational company  
控股公司 133  
holding company  
可保权益原则 163  
principle of insurable interest

## L

- 利润 25 , 116 , 120  
profit  
绿色商业 40  
green business  
零售商 48  
retailer

## M

- 贸易 31  
trade

- 买卖合约 33, 103  
sales contract  
马来西亚规格 188  
Malaysia Standards / MS

## P

- 批发商 49  
wholesaler  
普通保险 / 杂险 162  
general insurance  
赔偿原则 163  
principle of indemnity

## Q

- 驱动性问题 7, 9  
driving question  
企业 25  
enterprise  
全球化 40  
globalisation  
倾销 106  
dumping

## R

- 人寿保险 162  
life insurance

## S

- 商业素养 3  
business literacy  
商业 25  
business

数位产品 28, 40  
digital product  
生产财 29  
producer goods  
商业服务 29  
commercial services  
数位经济 34  
digital economy  
商业环境 36  
business environment  
商业循环 39  
business cycle  
市场 37, 51  
market  
商业信誉参考 63  
trade reference  
送货单 64  
delivery order  
商业发票 64, 93  
commercial invoice  
商业汇票 101  
trade bill  
私人有限公司 127, 129  
private limited company  
上市公司 / 挂牌公司 127, 131  
listed company  
商誉 133  
goodwill  
商会 133  
chamber of commerce  
私营化 136  
privatisation  
社会企业 139  
social enterprise

赊购 159  
credit purchase  
社会保险机构 162  
social security organisation / SOCSO

## T

特许加盟连锁 58  
franchise chain  
提单 96  
bill of lading  
托收 101  
collection  
同业公会 134  
trade association  
投资 169  
investment

## W

物物交换 26  
barter  
无形产品 29  
intangible product  
网络商店 / 网上商店 56  
online shop  
无形贸易 86  
intangible trade  
外汇 91  
foreign exchange  
无边界组织架构 118  
boundaryless organisational structure  
无限债务责任 121  
unlimited liability  
未来值 167  
future value

## X

- 需要 27  
needs  
需求 27  
demand  
消费品 29  
consumer goods  
形式发票 64  
pro-forma invoice  
信用卡 68  
credit card  
信用证 99  
letter of credit  
消费信贷 157  
consumer credit  
现值 168  
present value  
消费人协会 185  
consumer association  
消费人仲裁庭 187  
tribunal for consumer claims

## Y

- 欲望 27  
wants  
有形产品 29  
tangible product  
永续性 / 可持续性 32  
sustainability  
银行证明信 63  
banker's reference  
远期支票 67  
post-dated cheque

- 有形贸易 86  
tangible trade  
银行汇票 101  
bank draft  
远期汇票 101  
time draft / time bill of exchange  
押汇 104  
negotiation  
幼稚产业 106  
infant industry  
拥有权 120  
ownership  
有限责任合伙企业 125  
limited liability partnership  
有限公司 127  
limited company

## Z

- 专题研习 6  
project-based learning  
资本财 29  
capital goods  
中级生产 30  
secondary production  
直接个人服务 29, 30  
direct personal services  
中间商 48  
middleman  
专卖店 54  
specialty store  
直销公司 55  
direct selling company  
直营连锁 58  
regular chain

支票 66  
cheque

转账卡 68  
debit card

直接付款指示 71  
direct debit instruction

转口贸易 87  
entrepot trade

装运单据 / 装运文件 / 货运单据 93  
shipping documents

自由贸易政策 105  
free trade policy

组织架构 117  
organisational structure

组织设计 118  
organisational design

政府相关公司 137  
government linked company

租购 158  
hire purchase

租用 160  
rental

至高真诚原则 163  
principle of utmost good faith

## 图片出处

本教材使用了网站或作者注明可免费使用的图片与照片，谨致谢意。

页码	出处
31	Rawpixel.com, Global globalization world map environmental conservation concept, 1/12/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/global-globalization-world-map-environmental-conservation-concept_17106240.htm">https://www.freepik.com/free-vector/global-globalization-world-map-environmental-conservation-concept_17106240.htm</a>
34	Rawpixel.com, Illustration social media concept, 7/10/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/illustration-social-media-concept_2807771.htm">https://www.freepik.com/free-vector/illustration-social-media-concept_2807771.htm</a>
59	Rawpixel.com, Illustration of cloud storage, 2/12/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/illustration-of-cloud-storage_2825845.htm">https://www.freepik.com/free-vector/illustration-of-cloud-storage_2825845.htm</a>
60	VectorStock, Email client software on computer screen flat, 28/10/2022, <a href="https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/email-client-software-on-computer-screen-flat-vector-21668503">https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/email-client-software-on-computer-screen-flat-vector-21668503</a>
83	Freepik, Hand drawn international trade, 1/12/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-international-trade_20289229.htm">https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-international-trade_20289229.htm</a>
88	Freepik, Hand drawn flat design international trade, 1/12/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-flat-design-international-trade_19962385.htm">https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-flat-design-international-trade_19962385.htm</a>
148	Pch.vector, Young investors working for profit, dividend or revenue, 1/12/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/young-investors-working-for-profit-dividend-or-revenue_9173917.htm">https://www.freepik.com/free-vector/young-investors-working-for-profit-dividend-or-revenue_9173917.htm</a>
157	Hammertoon, Online money transfer with mobile, 1/12/2022, <a href="https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/online-money-transfer-with-mobile-vector-32474219">https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/online-money-transfer-with-mobile-vector-32474219</a>
177	Vectorjuice, Audit service assistance. Financial report, bookkeeping analysis, company finances management. Financier making corporate expenses assessment. Vector isolated concept metaphor illustration, 1/12/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/audit-service-assistance-financial-report-bookkeepinganalysis-company-finances-management-financier-making-corporate-expenses-assessmentvector-isolated-concept-metaphor-illustration_12083312.htm">https://www.freepik.com/free-vector/audit-service-assistance-financial-report-bookkeepinganalysis-company-finances-management-financier-making-corporate-expenses-assessmentvector-isolated-concept-metaphor-illustration_12083312.htm</a>
178	VectorStock, Landing page template digital marketing analyst, 1/12/2022, <a href="https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/landing-page-template-digital-marketing-analyst-vector-35035549">https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/landing-page-template-digital-marketing-analyst-vector-35035549</a>
180	Macrovector, Online shopping touchscreen concept, 1/12/2022, <a href="https://www.freepik.com/free-vector/online-shopping-touchscreen-concept_4385302.htm">https://www.freepik.com/free-vector/online-shopping-touchscreen-concept_4385302.htm</a>

本会已尽力追溯图片来源，但仍有部分图片未能查明出处，如有侵犯版权，谨此致歉，并欢迎告知。