

# 马来西亚华文独中高中统一考试 **商业学** 考试纲要

## I 考试性质

高中统考《商业学》是评定考生学业水平的考试，考查高中生完成高中三年的《商业学》课程学习后，所具备的相关知识和能力水平。评价结果可作为学生选择升学方向或就业的参考。

## II 考试目标

### 1. 基础知识

- 1.1 识记商业术语、商业活动的事实、商业概念
- 1.2 举出体现商业概念、原理、程序的实例
- 1.3 将实例与相关商业概念、原理对应，并（或）说明理由
- 1.4 比较商业概念、原理的异同

### 2. 基本技能

- 2.1 根据商业情境进行相关计算
- 2.2 在商业情境中应用相关程序

### 3. 综合运用

- 3.1 运用商业概念、原理解释特定情境涵盖的意思
- 3.2 运用商业概念、原理说明商业现象产生的原因或造成的结果
- 3.3 运用商业概念、原理、程序辨别商业现象，并加以分析
- 3.4 运用商业概念、原理、程序提出解决有关商业实际问题的方法

## III 试卷结构

本科试卷共分两份：

试卷一：选择题（30%）..... 作答时间：40 分钟  
30 题全答。

试卷二：作答题（70%）..... 作答时间：2 小时

甲组：必答题（40%）

4 题全答。

乙组：选答题（15%）

2 题选答 1 题。

丙组：个案题（15%）

1 题必答。

## IV 考试内容

### 1. 生产与贸易活动

内容主题	知识内容
1.1 商业导论	1.1.1 直接生产、间接生产、有形产品、无形产品、商业、利润的定义 1.1.2 物物交换存在的问题 1.1.3 商业的分支 1.1.4 贸易与辅助贸易 1.1.5 商业对个人、国家与世界的重要性 1.1.6 评估商业环境的因素 1.1.7 商业的发展趋势
1.2 生产	1.2.1 生产的定义 1.2.2 效用的类别 1.2.3 生产的分类 1.2.4 生产要素 1.2.5 专业化与规模经济的关系 1.2.6 专业化的优点与缺点 1.2.7 专业化的类型
1.3 分销 —— 批发业	1.3.1 分销途径 1.3.2 直接销售及通过中间商销售的优点与缺点 1.3.3 不同中间商扮演的角色 1.3.4 影响选择分销途径的因素 1.3.5 批发业的经营特征 1.3.6 批发商的功能 1.3.7 批发业面临的挑战及其发展趋势
1.4 分销 —— 零售业	1.4.1 零售商的功能 1.4.2 各类零售商的经营特征 1.4.3 附加价值的定义 1.4.4 增加商品附加价值的方式及其效益 1.4.5 连锁经营的特征 1.4.6 直营连锁与特许加盟连锁 1.4.7 网上零售的优势与劣势
1.5 国内贸易文件	1.5.1 贸易文件的重要性 1.5.2 各种国内贸易文件及其用途 1.5.3 商业折扣与现金折扣的差异及其计算

内容主题	知识内容
1.6 国内付款方式	1.6.1 立即付款、预先付款与延期付款 1.6.2 赊购与租购 1.6.3 现金付款 1.6.4 支票的当事人 1.6.5 支票付款的优点与缺点 1.6.6 支票的使用及签发 1.6.7 银行拒付支票的原因 1.6.8 银行本票与银行汇票 1.6.9 卡式付款的类型与特征 1.6.10 资金转账的方式 1.6.11 电汇的特征 1.6.12 邮政汇票与邮政汇款单 1.6.13 各种付款方式的选择
1.7 国际贸易	1.7.1 国际贸易的类型 1.7.2 国际贸易的重要性 1.7.3 国际贸易的特征 1.7.4 自由贸易政策与保护贸易政策 1.7.5 国际贸易术语：离岸价格、到岸价格、成本加运费 1.7.6 国际贸易文件 1.7.7 国际贸易付款的方式 1.7.8 国际贸易的交易程序

## 2. 辅助贸易与金融市场

内容主题	知识内容
2.1 仓库	2.1.1 仓库对企业的功能 2.1.2 仓库的类型与特征 2.1.3 保税仓库与一般仓库 2.1.4 保税仓库对政府与企业的重要性 2.1.5 库存管理
2.2 运输	2.2.1 运输的重要性 2.2.2 各种运输方式的特征 2.2.3 快递服务的特征 2.2.4 货柜运输的特征 2.2.5 影响选择运输方式的因素

内容主题	知识内容
2.3 通讯	2.3.1 通讯的重要性 2.3.2 大众传播服务 2.3.3 各种邮政服务的特征 2.3.4 各种电讯服务的特征 2.3.5 影响选择通讯服务的因素
2.4 广告	2.4.1 广告的定义 2.4.2 广告对企业与消费者的重要性 2.4.3 广告的种类 2.4.4 广告媒体的种类与特征 2.4.5 影响选择广告媒体的因素
2.5 保险	2.5.1 风险、保险与风险分担 2.5.2 可保风险与不可保风险的意义 2.5.3 可保风险应具备的条件 2.5.4 保险的重要性 2.5.5 保险合约的关系人 2.5.6 保险原则 2.5.7 人寿保险与普通保险的种类 2.5.8 社会保险机构 2.5.9 保险理赔的基本程序
2.6 银行与金融	2.6.1 马来西亚的金融体系 2.6.2 中央银行的功能 2.6.3 传统式银行系统与回教式银行系统 2.6.4 储蓄户口、定期户口与来往户口的特征 2.6.5 透支、定期贷款与票据贴现的特征 2.6.6 贷款申请的审核项目 2.6.7 商业银行的功能 2.6.8 投资银行提供的服务 2.6.9 雇员公积金局 2.6.10 单位信托管理公司 2.6.11 投资单位信托的特征 2.6.12 银行服务的选择

内容主题	知识内容
2.7 金融市场	2.7.1 金融市场的定义与分类 2.7.2 外汇与汇率 2.7.3 股息、红股、附加股、蓝筹股 2.7.4 优先股与普通股 2.7.5 影响公司股票价格的基本因素 2.7.6 投资股票的优点与缺点 2.7.7 股票、公司债券与凭单 2.7.8 股票交易所的功能 2.7.9 股票经纪行 2.7.10 股市指数的定义与功能 2.7.11 牛市与熊市 2.7.12 期货的定义 2.7.13 期货交易与现货交易

### 3. 企业组织与规范

内容主题	知识内容
3.1 企业组织	3.1.1 企业组织对利润的使用 3.1.2 个人企业的特征、优点与缺点 3.1.3 合伙企业的特征、优点与缺点 3.1.4 合伙企业的解散原因及程序 3.1.5 有限责任合伙企业的特征、优点与缺点 3.1.6 有限公司的特征 3.1.7 私人有限公司的特征、优点与缺点 3.1.8 公共有限公司的特征、优点和缺点 3.1.9 跨国公司的特征、优点与缺点 3.1.10 控股公司的特征、优点与缺点 3.1.11 商会与同业公会对企业的支援 3.1.12 公共机构的特征、优点与缺点 3.1.13 政府私营化公共机构的原因及其利弊
3.2 中小企业	3.2.1 中小企业的定义 3.2.2 中小企业的经营特征 3.2.3 中小企业的重要性 3.2.4 中小企业的开创方式 3.2.5 中小企业的创业要素 3.2.6 中小企业面临的挑战 3.2.7 中小企业的经营趋势

内容主题	知识内容
3.3 税务	3.3.1 财政预算的资金来源与资金分配 3.3.2 盈余及赤字预算与国家经济发展的关系 3.3.3 直接税与间接税 3.3.4 个人所得税的计算 3.3.5 关税、国内税、销售与服务税
3.4 企业伦理	3.4.1 企业伦理的定义 3.4.2 企业社会责任的定义 3.4.3 企业对利益相关者的责任 3.4.4 消费者的权利与责任 3.4.5 消费者可寻求的支援单位：消费人协会、国内贸易与消费人事务部 3.4.6 企业对环境保护的责任

#### 4. 管理导论

内容主题	知识内容
4.1 人力资源管理	4.1.1 人力资源管理的定义与任务 4.1.2 人力资源规划 4.1.3 招聘与甄选 4.1.4 培训与发展 4.1.5 薪金与福利对企业的作用 4.1.6 薪金制度的设计原则 4.1.7 绩效评估与奖惩对企业与员工的作用 4.1.8 职业安全与健康对企业的作用 4.1.9 劳资关系
4.2 行销管理	4.2.1 行销与销售 4.2.2 行销管理对企业的重要性 4.2.3 影响消费者购买行为的因素 4.2.4 目标行销 4.2.5 行销组合 4.2.6 产品生命周期与行销活动的关系 4.2.7 品牌的定义 4.2.8 企业注重品牌与包装的原因 4.2.9 产品的定价策略 4.2.10 配销通路 4.2.11 产品的推广方式 4.2.12 网络行销

内容主题	知识内容
4.3 财务管理	4.3.1 企业财务管理的定义 4.3.2 财务规划与财务监控的定义 4.3.3 财务管理对企业的重要性 4.3.4 财务经理的职责 4.3.5 企业获利能力比率、变现能力比率、资本结构比率的计算（附公式） 4.3.6 运用财务报表与财务比率评估企业的财务与经营状况 4.3.7 损益平衡分析
4.4 个人理财	4.4.1 个人理财的基本原则 4.4.2 个人理财规划的步骤 4.4.3 编制个人财务预算的重要性 4.4.4 单利及复利与金钱时间值的关系 4.4.5 计算未来值与现值来做投资理财决策 4.4.6 风险与回酬的关系