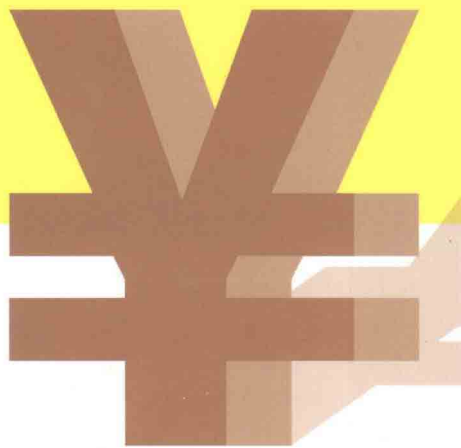


Cost Management
in Non-Manufacturing
Companies



非制造企业的成本管理

冯正权 / 主编

非制造企业的成本管理

冯正权 主编

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

非制造企业的成本管理/冯正权主编. —上海:上海财经大学出版社,
2008.10

ISBN 978-7-5642-0227-9/F·0227

I. 非… II. 冯… III. 企业管理:成本管理-案例 IV. F275.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 057076 号

□ 责任编辑 张 健

□ 封面设计 张克瑶

FEIZHIZAO QIYE DE CHENGBEN GUANLI

非制造企业的成本管理

冯正权 主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海第二教育学院印刷厂印刷

上海宝山区周巷印刷厂装订

2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

710mm×960mm 1/16 44.25 印张 818 千字

印数:0 001—2 500 定价:67.00 元

前言

一、会计和成本计算

“会计”是一个有着几千年历史渊源的词汇。在有正式文字前的结绳记事年代,人们为了了解工作和生活中的产出及结余,就有了“会”和“计”的行为,产生了原始的会计。随着生产的发展、社会的进步,会计也随之进化,从一般的管理中分离和独立出来,成为一个专门的工作。但是,在漫长的农业和畜牧业社会中,由于生产力低下,社会的生产量和消费量规模很小,生产和消费的过程也很简单,即便是社会分工又产生了商业后,上述情况也没有发生根本性变化,用作对生产和消费管理的“会计”也仍然保持着较原始的形态。

工业革命使生产力有了飞速的提升,社会和个体所能拥有、支配和消费的实物量大幅增加,这些实物的形态和种类也在不断变化,经营管理的主体也日益多样化,出现了各种各样的企业。原始的会计显然不能适应这些变化,这样就诞生了以四大假设为核心、复式记账为工具的现代会计。

但是,即便采用了“会计分期”假设,商业经营的主体在每个会计期末为了知道该期间的经营成果(利润),他们将当期的营业(销售)收入与营业(销售)的耗费配比,前者是用销售价格计价,后者是用买入价格计价。当然,计算营业(销售)耗费的实物数量是个分配过程,即将期初存货量加上本期购入量,得出本期可销售量;再将本期可销售量分解为期末存货量和本期营业(销售)量。尽管现在通常对这一过程的描述中也使用了“成本”一词,即将“本期营业(销售)量”称为“销售成本”,但是这里没有涉及“成本计算”。

“成本计算”和现代意义的“成本”是随着工业革命和制造业的发达兴旺而出现的。制造业的发展使社会分工更加深入细化,现代制造业门类繁多,而且随着科学技术进步,新技术、新工艺和新方法的大量应用,还在不断诞生新的制造业类别。现代制造业涉及大量、大批生产制造,所耗费的各种资源种类之多、数量之大都是前所未有的。每个会计期间的营业(销售)耗费的确定显然不是简单的分配过程,而需要系统的安排和分析,从而产生了真正意义上的“成本计算”概念。

二、成本和费用

“成本”是当今经济和社会生活中使用很广泛的一个词汇,凡涉及耗费和代

价时,人们首先使用的词就是“成本”。“费用”是经济管理中另一个常用的词汇,与“成本”又是经常相关和相通的。所以,在本书开始时,我们有必要对这两个词汇定义,清晰地界定它们的内涵和外延,明确两者的异同之处,这样才能有条理地展开本书的讨论。

在1999年版的《辞海》中,“成本”的定义是:成本亦称“生产成本”,是产品价值一部分的货币表现。在资本主义制度下,成本即资本主义生产费用。在社会主义制度下,它包括生产过程中所消耗生产资料的价值、付给劳动者的劳动报酬和管理费等。企业在计划和核算工作中所计算的成本,是指企业制造和销售产品所发生的费用,有车间成本、工厂成本和全部成本。成本是衡量企业工作质量的一个重要标志。降低成本的主要途径有提高劳动生产率、节约原材料和企业管理费用。降低成本可以提高经济效益,促进生产发展和人民生活的改善。

上述成本的定义中只涉及了“生产”的成本,而且认为成本在一定的社会制度如资本主义制度下就是“生产费用”,在社会主义制度下则包括了“制造和销售产品所发生的费用”。应该说,这种成本的定义是较狭义的。

上述成本概念从微观角度来看,其实是发生在企业中的成本。显然,企业成本是商品生产的产物。它是企业商品生产中物化劳动与必要劳动耗费的倾向表现,是商品生产者为了了一定的目的而有意放弃的,用货币表现的价值牺牲及其补偿价值。

企业成本是企业中的一种实际应用成本。它是指企业进行生产活动而发生的各种费用支出的总和,包括生产对象所耗费的原材料、燃料、动力、折旧费、工资及应计福利费和其他费用支出。

企业成本概念随着商品生产的产生而形成,并随着商品生产的发展而不断完善。

在市场经济条件下,成本与现代管理相结合,大大丰富了企业成本概念的内容,形成在不同目的、不同条件下为满足现代管理需要的多种成本概念。例如,预测中的固定成本、变动成本和半变动成本;决策中的相关成本和无关成本、边际成本和酌量成本、沉没成本和付现成本、机会成本;控制考核中的可控成本、不可控成本和责任成本;计划成本、定额成本和目标成本等等。

三、战略成本概念

由于经济、技术和社会的变革带来了企业经营环境的变化,经营环境的变化推动了管理科学的发展,从而产生了战略管理。战略管理强调外部环境对企业的影响,重视内外协调和面向未来,核心是寻求企业长久的竞争优势。竞争

优势是一切战略的核心,它来源于企业能够为客户创造的价值,而这一价值应该超过企业所发生的成本。竞争优势有两种基本形式,即成本领先和标新立异。

成本是战略的关键,战略管理促使战略成本的产生。在竞争优势的战略选择和决策中涉及大量的成本问题,这时有领先战略中的成本优势,标新立异战略的新异成本,细分市场中的成本行为分析,规模经济、整合战略中的整合成本研究,替代经济中的转换成本比较,分析竞争对手的相对成本与比较信息以及战略决策分析的成本考虑等。

竞争优势最终来源于:在同等成本下为客户提供更多的价值(成本领先),或是在较低成本下为客户提供同等价值(标新立异),即为客户创造超过成本的价值是任何基本战略的目标。因此,在特定的战略框架下,有效的成本管理需要从企业内部拓展到企业外部更广泛的成本管理空间。企业的价值链和它组成的各个作业反映了它的历史、战略、推行战略的途径及这些作业本身的成本与收益。价值作业和价值链分析是决定客户价值能否提升或成本能否降低的核心,是认识企业现有和潜在的成本行为和经营差异性的源泉,是从战略相关角度对企业成本空间的合理分解与有机连接。

企业的价值链不是简单的各个价值增值的累加,而是更广阔的外在于企业的价值系统。任何企业都不可能超越它所在产业的产业价值链,企业只是产业整个价值创造作业全部链节的一部分,是一个小小的链节。所以,战略成本管理不仅取决于对企业自身参与和控制的企业价值链的理解,还取决于对企业的供应商和采购商,甚至供应商的供应商、采购商的采购商对价值链的理解、区分和协调。

在对产业价值链、企业价值链和竞争对手价值链的分析中,都需要将经营过程分解,分为各个相互联结而又区分的战略作业,每个作业都对企业(产业和对手)的相对成本地位有所贡献,是企业(产业和对手)为客户创造价值的“基本元素”,因此分析的重点应是识别与分解企业(产业和对手)的价值链,将成本与资产分配给创造价值的作业。

价值链中每一个作业都耗费资源,导致成本和产生收益。企业(产业和对手)在分解价值链后,必须把营业成本和资产分摊归属到对应的价值作业中,从而反映出资源在作业中的配置规模和利用效率。

在战略成本管理中还有一个重要的方面是战略成本动因分析。战略成本动因与生产经营成本动因不同,它是从企业整体的、长远的宏观战略高度出发所考虑的成本动因。从战略的角度看,影响企业成本态势的主要来自企业经济结构和企业执行作业程序,从而又可分为“结构性成本动因”和“执行性成本动因”。

四、宏观成本概念

将会计理论与方法同宏观经济管理结合起来,拓宽会计的研究领域和应用范围的思想由来已久。马克思曾经指出,过程越是按社会的规模进行越是失去纯粹个人的性质,作为对过程的控制和观念总结的簿记就越是必要。因此,簿记对资本主义生产,比对手工业和农民的分散生产更为必要;对公有生产,比对资本主义生产更为必要。但是,簿记的费用随着生产的积聚而减少,簿记越是转化为社会的簿记,这种费用就越少。

A. C. 庇古在 1920 年出版的《福利经济学》一书中提出的“外部效应”,是指某一生产者或消费者的行为直接影响到另一生产者或消费者的成本(费用)。从而,庇古提倡要“最适度”配置社会资源,使企业的生产成本和社会成本之和达到最小,而不应是企业生产成本的最小化。

西斯蒙弟在他的《政治经济学原理》一书中提出了“社会成本”概念,认为社会成本就是企业应该负担由于工人失业、废物排放等所造成的对别人或社会的一种损害。企业不仅要考虑自身的生产成本,还应当负担它给社会带来的成本。

美国会计学会在 20 世纪 70 年代成立了社会成本委员会和社会成本计量委员会,专门发表了对社会成本及其计量的研究报告。提出了社会成本计量的标准和原则,将社会成本的计量分为四个计量层次。并且还指出经济学中的社会成本概念是经济成本和机会成本,而会计学的社会成本概念是指由于企业“不经济行为”引起的、由其他实体支付或承担的成本。

上述社会成本虽然是一种宏观意义上的成本,但通常可表述为“企业社会责任成本”,与此相对则还有另一种意义的宏观成本,这就是宏观经济运行中的资源耗费,即从宏观经济角度——经常是以国家为主体从国民经济多角度出发,考虑分析和判断整个社会资源总体配置的效率,是否发生社会资源的浪费和损失,是一个多层次的概念。显然,企业社会责任成本仅是宏观成本总体下的一个部分。

企业社会责任成本和更广义的宏观成本是企业微观成本向宏观领域拓展的结果,并且随着市场经济的建立和完善而发展。在市场经济的运行过程中,企业经济利益和社会利益之间有互相一致的一面也有相互矛盾的一面。企业是社会的一个组成单元,应该承担起一定的社会责任,对社会做相应的贡献。而且,企业的成本控制也受到宏观环境的影响,所谓“城门失火,殃及池鱼”,宏观因素的影响可能比企业内部微观因素的影响更大、更严重,从而造成企业的成本失控。尽管宏观成本管理十分重要,但这部分已经超出了本书讨论的范畴,本书仅介绍了相关的概念。

五、其他经济学相关的成本概念

在目前流行的经济学教科书《经济学原理》中，作者曼昆在第一章中就归纳了经济学中反复出现的一些重要思想，他称之为“经济学十大原理”。其中前三大原理就直接涉及到成本问题，这就是原理一：人们面临交替关系即必须对不同决策方案的成本收益进行比较；原理二：某种东西的成本是为了得到它而放弃的东西，即机会成本问题；原理三：更改人考虑边际量，即边际收益与边际成本的比较问题。

阿罗在《信息经济学》一书中认为，因为大多数经济决策都是在具有相当的不确定性条件下作出的，一旦不确定性可以从形式上分析，信息的经济价值就显得十分重要。由于不确定性的客观存在，人们就要花费人力和财力来改变经济领域和社会领域等方面所面临的不确定性。不确定性具有经济成本，而不确定性的减少就是一项收益。当存在不确定性时，通常都存在通过获得信息减少不确定性，而获得信息是要付出代价的，这种代价就是获得信息的成本。信息作为一种资源是稀缺的，而人们接受信息的能力又是有限的。在稀缺资源利用上，信息的成本包括个体本身的投入和大量不可逆的资本设备投入。在各个方面的信息成本不同，而信息的收益就是使用它带来不断增加的报酬。

由于信息不是免费商品，因此不确定性不是一个既定的事实，而是被看成某种“无知的程度”，这种程度能够通过获取信息来缩小。市场的各个主体获取信息的数量如同生产或消费其他商品数量一样，取决于成本收益的比较和计算。在不完全竞争下，任何一项经济决策和每一次经济交易中都需要信息。决策者必须拥有一定的知识和信息。

康芒斯在《制度经济学》一书中提出了“交易”范畴。他认为“一次交易是制度经济学中最小的单位”，交易是所有权的转移，并把交易分为三类，即买卖的、管理的和配额的。他把社会生活中的人与人间的关系看作是交易，提出了经济学分析研究的逻辑起点和分析单元，而且还把交易概念进行泛化。由于交易是要付出代价的，交易之所以没有迅速扩大，重要原因是交易是有条件的。交易如果无成本，可以不付出任何体力、精力和时间等代价，那么交易会无休止地持续下去，因此交易代价是影响交易的重要原因。

而罗纳德·科斯在1937年发表的论文“企业的性质”中指出，市场并不是万能的，它的运行也是有成本的。在市场机制是有成本时，市场才可有替代物——组织，最典型的形式是企业。交易成本包括发现价格、组织谈判和签约等的费用。通过市场机制——价格机制来组织生产，最明显的成本就是发现相对价格的工作，它包括获取市场信息的费用，分析处理市场信息的成本，寻找交易对象、

了解市场价格等的费用。当然,每一笔交易的谈判和签约也要支出费用。企业内部组织交易也是有成本的,而且随着企业规模扩大,企业内部的交易成本可能上升。企业的诞生是为了节约交易成本,而对企业规模的抑制也是为了节约交易成本,采用企业还是市场价格机制这两种不同的协调机制或者说经济组织形式完全取决于交易成本的比较。然而,企业的出现也会带来一些负的外部效应,这样交易成本也就和社会成本关联起来了。运用交易成本概念可以深入地分析社会成本的发生和总和构成,从而重新认识了权利的界定和权利的安排在经济交易中的重要性。

在传统的经济分析中,企业是作为把投入转换为产出过程中的“黑匣子”,实际上企业的所有制形式和管理层次等是相当复杂和多变的。代理理论为这种分析提供了框架。代理成本是代理理论的基本范畴,也是理解代理理论的核心。代理成本是企业所有权结构的决定因素,它是指制定管理和实施合同的全部费用。代理关系是随着社会化大生产的发展而产生的。广泛的社会分工和企业内部分工,使经济主体之间产生了广泛的代理关系。这里的代理关系是指,由一人或数人(委托人)与另一代表委托人工作的人(代理人)订立隐性的或显性的合同。这种合同包括了授予代理人某些决策权。追求分工效益和规模效益并不是没有代价的。首先,因为代理人也是一个独立的经济人,有其自己的目标函数,他的行为目标是借助于委托人所给的条件,最大限度地满足自己的利益。其次,委托人与代理人之间存在严重的信息不对称,委托人无法准确观察代理人的行动,从而产生代理成本。再次,因为代理关系确定时所订立的合同往往是不完全的,在这样的合同下对经济行为负责任的代理人可能会承担全部的损失(或利益),因此就有风险的存在,即从事经济活动的人在最大限度地增加自身利益时作出不利于他人的行动。

目 录

前言	(1)
第一章 公开信息在管理会计研究中的应用	冯正权 夏立军(1)
第二章 民航企业的成本控制	代永波(12)
第三章 民用机场成本控制	冯健明(45)
第四章 远洋运输企业的成本管理	王 波(77)
第五章 都城航道管理公司的目标成本管理	樊 君(116)
第六章 铁路运输企业成本比较与控制	杨浩颖(146)
第七章 汽车道路货物运输企业成本研究	于珊珊(190)
第八章 物流配送的成本管理	付方兴(220)
第九章 作业成本法在医疗服务业中的应用	彭文秀(261)
第十章 医药流通成本研究	胡 斌(289)
第十一章 电信成本与定价	吴軼卓(324)
第十二章 商业银行的资金定价	周红霞(358)
第十三章 金融服务外包策略	蒋晶晶(391)
第十四章 出版社的作业成本管理	刘锦泉(434)
第十五章 出版公司的成本管理	赵国伟(480)
第十六章 经济型连锁酒店业成本管理	胡涌涛(528)
第十七章 旅行社的全面成本管理	李 画(560)
第十八章 食品连锁经营公司的成本管理	王 莉(599)
第十九章 房地产企业的成本管理	许家梁(627)
第二十章 水产养殖企业的成本管理	姚兰兰(660)
后记	(696)

第一章 公开信息在管理会计研究中的应用

□ 冯正权 夏立军

一、引言

Watts and Zimmerman(1999)在总结现代财务会计研究时指出,资本市场的发展、计算机数据库的应用以及现代经济学理论的发展是财务会计研究得以快速发展的三大动因。然而,在财务会计研究快速发展的同时,管理会计研究的路却越走越窄(Srinidhi,2003)。究其原因,主要在于管理会计理论与实践的脱节,理论落后于管理会计的实践。为了改变这种状况,西方学者开始倡导管理会计的实证研究,其中最为突出的就是实证研究方法的大量采用(王光远、贺颖奇,1997;孟焰,1999;刘运国,2000)。

我国学者敏锐地把握了这种研究趋势,近年来不仅对实证研究方法在国内的应用进行了探讨,还有不少研究者深入到企业现场开展管理会计的实地研究,对我国企业管理会计实践的典型案例进行了总结(刘运国,2002;刘海民,2001)。但是,和国外的情况类似,相对于财务会计研究,我国管理会计研究发展缓慢(杨雄胜,1999;孟焰,1999)。除了研究队伍薄弱以外,数据和资料的缺乏无疑是一大原因。在财务会计研究中,研究者可以大量使用资本市场的公开数据和资料,对有关的理论和假设进行实证检验。而在管理会计研究中,研究者的数据和资料来源渠道非常狭窄。

财务会计研究和管理会计研究的现状表明,我国管理会计研究要获得快速发展,除了大力开展实地研究以外,还必须像财务会计研究一样,从公开数据和资料中发掘有用信息以卓有成效地开展实证研究。虽然公司管理会计的数据和资料通常不对外披露,管理会计研究者不可能像财务会计研究者那样方便地获得大量数据和资料,但是资本市场监管以及投资者保护的加强使得公司信息披露越来越具体和充分,这就为我们从公开信息中发掘管理会计研究的资料提供了可能。在上市公司公开披露的信息中,我们已经可以观察到管理会计研究有

关的数据和资料。如果我们能够充分地利用这些公开信息,可以设想,管理会计研究或许将不再是“无源之水”。鉴于此,笔者尝试利用上市公司的公开信息进行管理会计研究,旨在抛砖引玉。

二、上市公司信息披露与管理会计研究

我国现行的上市公司信息披露有首次披露、定期报告、临时报告和其他披露四种类型。首次披露的内容包括招股说明书和上市公告书,定期报告的披露内容主要包括年度报告和中期报告,临时报告主要披露公司的重大事件或并购信息,其他披露包括股东大会、董事会决议的公告。在首次披露和定期报告中,通常都会披露公司的财务报告和其他重要信息。根据中国证监会的有关信息披露规则,上市公司应保证重大信息的及时披露,并保证信息披露内容真实、准确、完整。

由于上市公司年度报告信息相对较为全面和连续,我们以年度报告为例进行说明。在现行的上市公司信息披露体系下,年度报告的目录如表1所示。其中,与管理会计研究有关的信息主要包括以下几个部分:

(1)分部报告信息。按照信息披露规则的要求,公司在财务报告中通常会披露按行业和产品线以及按地区分类的主营业务收入和主营业务成本信息。利用多个年度的这类信息,研究者可以通过一定的计量技术来估计公司的固定成本和单位变动成本,并进一步考察公司“本—量—利”决策的有效性。

(2)成本费用和存货信息。在公司的财务报告中通常可以查到公司成本费用方面的信息,包括公司的主营业务成本以及营业费用、管理费用和财务费用。结合公司资产负债表附注中的存货明细项目如原材料、在产品和产成品信息,并考察连续多年的数据,研究者可以在一定程度上对公司的库存管理、成本费用管理进行研究。

(3)公司治理与管理层激励信息。公司业绩衡量核对公司管理层的绩效考核是管理会计研究的一个重要领域。20世纪80年代以来,代理理论、合约理论以及信息经济学在管理会计研究中得到广泛应用,而管理会计研究领域也开始向公司治理和管理层激励的领域拓展(Bin, 2003)。通过考察上市公司董事会报告中披露的公司治理以及管理层激励方面的信息,管理会计研究者或许也可以在此方面有所作为。

(4)公司战略信息。战略管理会计是管理会计的一个重要分支,但是关于战略管理会计的实证研究在国内还很缺乏。在上市公司的董事会报告以及招股说明书、上市公告书等信息披露内容中,我们已经可以见到越来越多的关于公司战略方面的信息。利用这些信息,研究者可以针对上市公司做一些战略管理会计

方面的研究。

需要说明的是,上市公司披露的信息实际上非常广泛。上述四个方面的信息只是其中和管理会计研究较为相关的部分,其他的和管理会计研究相关的信息还包括公司投资决策、盈利预测等方面的信息。对于研究者来说,不仅需要敏锐把握和利用上市公司的公开资料,更需要对这些资料进行细致的整理和分析。

表 1 上市公司年度报告目录

第一节	重要提示及目录	第七节	股东大会情况简介
第二节	公司基本情况	第八节	董事会报告
第三节	会计数据及业务数据摘要	第九节	监事会报告
第四节	股本变动及股东情况	第十节	重要事项
第五节	董事、监事、高级管理人员和员工情况	第十一节	财务报告
第六节	公司治理结构	第十二节	备查文件目录

三、电信成本比较研究:利用公开信息

接下来我们以电信成本比较研究为例,来说明公开信息在管理会计研究中的应用。之所以选择电信成本比较研究为例,主要是因为:电信业在一国国民经济中具有重要地位,电信业厂商的运行效率不仅关系到厂商效益,还关系到一国的国民福利;电信业带有垄断性,各国电信业的资费政策都受到一定程度的管制,因此在考察电信业厂商的运行效率时,很大程度上应该考察其成本费用管理的有效性。基于此,我们选择中国电信为考察基准,通过将中国电信的成本结构与境内外其他电信企业的成本结构进行比较,我们试图了解中国电信的成本结构并在此基础上指出其成本结构优化的方向。

中国电信是一家以固定电话为主,兼营数据通讯和网络服务的电信公司。其前身是邮电部所管辖的所有企业和事业单位。在国家实行经济体制改革的过程中,邮电部所辖的这些企事业单位逐渐演变为“中国电信公司”和“中国网通公司”经管。2002年,中国电信公司将上海、江苏、浙江和广东四家分公司的主体,合并成立“中国电信股份有限公司”,并于同年在美国纽约证券交易所上市。本文所指的“中国电信”即“中国电信股份有限公司”。

(一)样本选择与数据来源

为了从一个广阔的视野对中国电信的成本结构进行评价,我们选择了全球14家上市电信企业作为与中国电信比较的对象。这样,我们可以利用这些上市的电信企业公开披露的信息来进行比较。在这14家样本企业中,3家选自美

国,2家选自欧洲,1家选自日本,1家选自澳大利亚,2家选自韩国,1家选自新加坡,另4家则来自中国大陆2家、中国香港地区1家、中国台湾地区1家。从样本的分布来看,这14家公司既有选自成熟市场经济国家的电信企业,也有选自转轨经济国家的电信企业。因此,样本的分布在一定程度上代表了电信运营作为一个管制行业在全球不同经济体中的情况。

我们注意到,由于各国(或地区)电信企业的管制环境不同,而管制环境的不同会影响到电信企业的业务范围、资费政策、会计政策等方面。因此,各国电信企业之间不一定具有可比性。基于此,本文的比较仅仅是相对意义上对中国电信成本结构的评价。我们的比较主要涉及盈利能力和成本结构,而其中最主要的是比较中国电信和其他电信企业的成本结构的差异。为了比较方便并使比较具有更好的时效性,我们所使用的数据全部来自于样本企业公开披露的2002年度财务报告。通过登录这些电信企业的股票所在交易所的网站,我们搜集到这些年度报告。表2列示了这14家电信企业以及中国电信的基本情况。

表2 样本分布表

公司名称	所属国家/地区	上市地	主营业务范围
AT&T	美国	美国	声讯和数据业务、国际国内长途区间通信业务、网络通信业务
SBC	美国	美国	固定电话、移动电话、国际电信服务、数据业务、网络接入
VERIZON	美国	美国	国内电信业务、国内无线业务、信息服务业务、国际业务
DEUTSCHE	德国	德国、美国	移动通信、互联网络、固定电信网络以及有关系统解决方案
BT	英国	英国	语音业务、数据业务、网络业务及多媒体服务,相关的解决方案
NTT	日本	日本	有线服务、无线服务、数据通讯服务及其他服务
TELSTRA	澳大利亚	澳大利亚、新西兰和美国	有线通信、ADSL、HFC、卫星、CDMA和GSM数字移动网络
KT	韩国	韩国、美国	有线电话、互联网、数据、PCS等
SK Telecom	韩国	韩国	移动通信及相关服务
新加坡电信	新加坡	新加坡	有线电话、公用数据、移动电话等
中华电信	中国台湾	中国台湾、美国(存托)	移动电话、市话网络、国内长途网络及国际网络

公司名称	所属国家/地区	上市地	主营业务范围
电讯盈科	中国香港	中国香港、美国(存托)	本地及国际电讯服务、互联网及互动多媒体服务,基建物业
中国移动	中国大陆	中国香港、美国	移动通信及相关服务
中国联通	中国大陆	上海	国(境)内外电信行业的投资
中国电信	中国大陆	中国香港、美国(存托)	固定电话、数据、互联网及网元出租业务

(二) 中国电信与其他电信企业的比较

1. 盈利能力比较

表3 是各公司 2002 年度盈利能力的有关指标。从表中可以看出,中国电信的 EBITDA 率高于有数据的所有境外样本。在境外样本中,新加坡电信、韩国 SK Telecom、澳大利亚 TELSTRA 公司盈利能力较高。从营业收入净利润率指标来看,中华电信最高,中国电信列第二。美国的三家公司营业收入净利润率指标都在 10% 左右,而德国电信、日本 NTT 以及香港电讯盈科则亏损严重。

和国内的电信企业中国移动相比,中国电信的盈利能力与中国移动相当,EBITDA 率都达到 60% 左右,营业收入净利润率达到 20% 以上,显示了较高的盈利能力。和中国联通相比,中国电信的盈利能力较高。这可能是因为联通公司成立不久,正处于发展过程之中的缘故,同时也和联通公司固定电话、移动电话以外业务如 CDMA、寻呼业务的低盈利能力有关。考察联通长途业务的数据,可以看出中国电信的盈利能力和联通长途相当。

表 3 说明,中国电信的盈利能力高于大部分境外企业。但是,由于电信企业的盈利能力与企业所处市场环境的竞争和管制状况密切相关,因此,中国电信的高盈利能力可能是因为中国还处于转轨经济过程中。和境外电信行业比较,国内电信资费政策可能存在一定的垄断性。随着国内电信行业进一步引入竞争,中国电信的盈利能力将会面临更多下降的压力。从这个角度看,采取有效措施降低成本费用,从而提升竞争能力,将会是中国电信面临的重要任务。

2. 成本费用结构比较

从表 4 中可以看出,中国电信的折旧摊销费用比例高于中国移动和联通长途,但是低于中国联通。结合图 1 还可以看出,境内电信公司的折旧摊销费用比重普遍高于大部分境外电信公司。

表 3

盈利能力指标表(2002 年度)

单位:亿美元

公司名称	营业收入	EBITDA	净利润	EBITDA/ 营业收入 (%)	净利润/ 营业收入 (%)
AT&T	328.27	—	43.61	—	13.28
SBC	431.38	—	56.53	—	13.10
VERIZON	676.25	—	40.79	—	6.03
DEUTSCHE	563.66	—	-255.15	—	-45.27
BT	331.33	88.67	16.04	26.76	4.84
NTT	867.34	—	-62.76	23.10	-7.24
TELSTRA	208.02	94.83	36.50	45.59	17.55
KT	68.11	—	8.13	—	11.94
SK Telecom	72.82	35.41	12.74	48.62	17.50
新加坡电信	42.26	20.93	9.39	49.54	22.23
中华电信	50.84	—	12.47	—	24.54
电讯盈科	25.78	10.41	-9.95	40.38	-38.60
中国移动	1 285.61	773.09	327.42	60.13	25.47
联通长途	35.51	—	9.27	—	21.37
中国联通	394.78	186.30	19.48	47.19	4.93
中国电信	91.21	51.99	20.37	57.00	22.34

注:联通长途为中国联通的长途业务,列于表中以增加和中国电信的可比性。联通长途净利润数据为未扣除所得税数据,净利润/营业收入的计算中为已经扣除 5%营业收入所得税率后的数据。

从人工成本来看,上文的分析已经表明,中国电信的人工成本比重低于大部分境外电信公司。但是,中国电信的人工成本比重大大高于中国移动、中国联通和联通长途,这说明中国电信相对于境外电信公司来说人工成本比重较低。但和中国移动、中国联通、联通长途相比,中国电信在人工成本方面可能存在浪费和低效率情况。

另外,相对中国移动和中国联通来说,中国电信的网间结算成本比重较低,这可能是由于中国电信自有网络较为完备。

表 4

各公司成本费用结构比较(2002 年度)

公司名称	折旧摊销 比重 (%)	网间结算 比重 (%)	人工成本 比重 (%)	修理维护 比重 (%)	线网租赁 比重 (%)	其他费用 比重 (%)	合计 (%)
AT&T	14.61		32.24			53.15	100
SBC	24.85					75.15	100
VERIZON	24.24					75.76	100
DEUTSCHE	46.75	7.44	17.09	1.63	2.20	24.89	100
BT	14.48	20.04	17.00			48.48	100
NTT	21.22		20.67	9.04		49.07	100
TELSTRA	22.40		22.21			55.39	100
KT	26.86	8.72	23.79	2.72	1.16	36.75	100
SK Telecom	23.77	12.4	4.49			59.34*	100
新加坡电信	23.74		17.15	3.19		55.92	100
中华电信	33.76		25.94			40.30	100
电讯盈科	19.01		25.65	2.98		52.36	100
中国移动	34.31	16.37	8.26		6.58	34.48	100
中国联通	51.02	15.33	8.84	3.70	7.51	13.60	100
中国电信	38.76	4.82	16.66	0.69	13.04	26.03	100

注:同一行虚框内数字为虚框所含的几列数据之和。计算公式:各比重=[各成本费用内容/(主营业务成本+营业费用+管理费用)] $\times$ 100%。*其中,佣金 33.51%,广告 7.39%,租赁费 4.48%,其他 13.94%。由于各公司其他费用的分类方法不同,因此其他费用比重中包含内容不一。

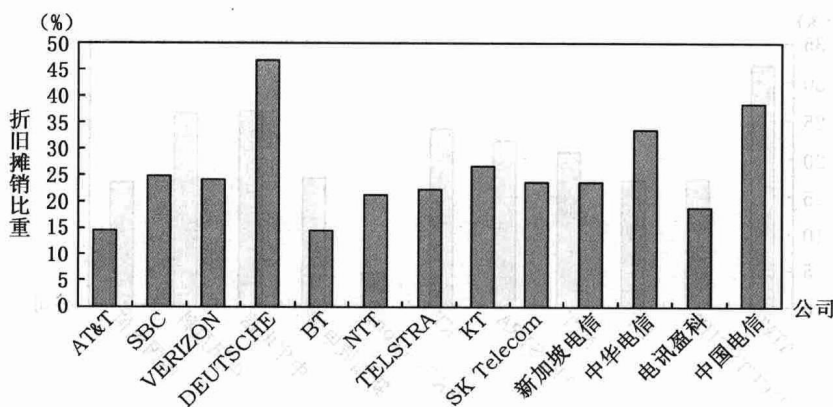


图 1 折旧摊销比重图(2002 年度)