

全国首批国家级特色专业
市场营销专业本科系列教材



财务管理

CAIWU GUANLI

■ 主编 魏 锋



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

全国首批国家级特色专业
市场营销专业本科系列教材



财务管理

CAIWU GUANLI

■ 主编 魏 锋

重庆大学出版社

内 容 提 要

本书全面系统地讲授了企业财务管理的基本理论、原理与方法,以企业价值最大化为主线,详细介绍了财务管理的基础知识以及企业筹资、投资与分配等主要财务活动,并将特定案例应用于企业财务管理的课堂讲授中,帮助读者在学习相关理论知识基础上,体验财务管理案例分析中提出问题、设计分析思路、提供支撑依据和提炼分析结论的过程。

本书适用于高等院校市场营销、财务管理、经济学等专业的本科生,也可作为会计与财务专业人员和公司管理人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

财务管理/魏锋主编. —重庆:重庆大学出版社,
2010.12

全国首批国家级特色专业——市场营销专业本科系列
教材

ISBN 978-7-5624-5811-1

I. ①财… II. ①魏… III. ①财务管理—高等学校—
教材 IV. ①F275

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 228967 号

全国首批国家级特色专业——市场营销专业本科系列教材

财务管理

主 编 魏 锋

责任编辑:李竹君 版式设计:李竹君
责任校对:邹 忌 责任印制:赵 晟

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

自贡新华印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:15.5 字数:295 千 插页:8 开 4 页

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

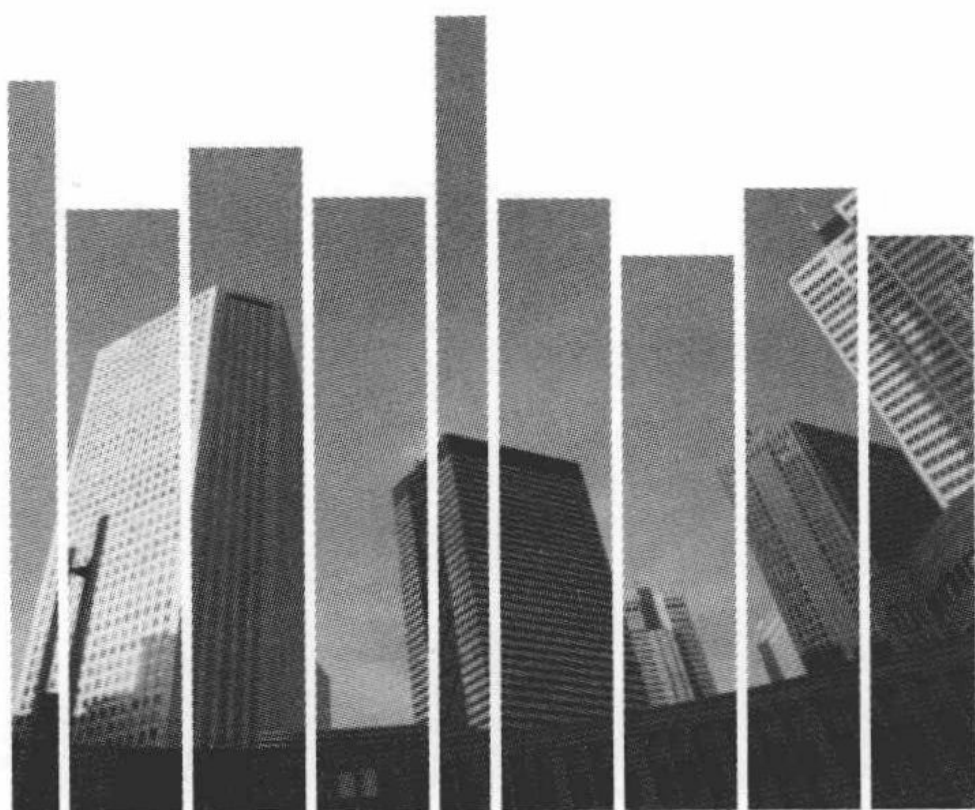
印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-5811-1 定价:27.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

全国首批国家级特色专业

市场营销专业本科系列教材



编委会

主任

马智利

委员 (按姓氏笔画为序)

万丽娟 尹希果 王春秀 刘燕 陆远权

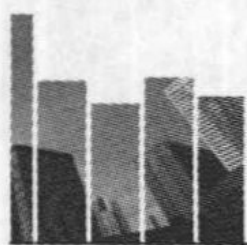
张煜 吴颖 吴永球 陈碧琼 周菁华

赵红 康庄 魏锋

总序

21 世纪是中国的世纪,蓬勃发展的经济是中国腾飞和走向世界舞台的重要力量。改革开放已经经历了 30 年的风雨,这 30 年来中国经济的飞速发展,取得了举世瞩目的成就。为了适应经济全球化的发展需求,我国以加入世贸组织为标志,对外开放进入了一个全新的发展时期。面对全面开放的市场经济,要想继续维持经济的高速发展,就必须以相应的经济和管理理论作为指导。本套丛书作为全国首批国家级特色专业——市场营销专业的建设成果,分别从广告学、消费心理学、渠道建设与管理、西方经济学、计量经济学等相关学科角度,详细阐述了各个不同领域中,经济管理的相关理论,并加入了具体的案例进行分析和论证,以期读者可以从中借鉴和吸收合理的、有益的成分,以此来发展具有中国特色的经济理论体系和管理学实践,从而为加速我国的现代化建设,改善企业的实际运行状况,提高整体的经济运行水平提供借鉴和参考。

广告学、消费心理学、计量经济学、渠道建设和管理等学科都是近几十年才开始引入我国的,由于我国本土的相关理论发展不甚丰富,因此引入国外研究成果,就成了我们编写本套教材的重要内容。同时,由于我国经济发展环境和过程的特殊性,许多成型的理论在我国应用的过程中出现了“水土不服”的现象,这就要求笔者必须在了解现有理论的基础上,根据中国的实际情况,对理论进行调整和修改。他山之石,可以攻玉。列宁说过:“睁开眼睛来看资产阶级科学,注意它,利用它,批判地待它。不放弃自己完整的和确定的世界观。”因此,在我国相关理论发展都尚未完全和从业人员技术水平有限的情况下,我们的经济理论界、管理人员、经营实践者都非常需要全面系统地了解当代经济运行中的广告学、西方经济学、消费心理学、计量经济学、渠道建设和管理等相关学科,以便取其精华,去其糟粕,使我们加快发展,少走弯路。我们编纂本教材的目



的,就是为适应这种形势的需要。

本套教材有以下特色:

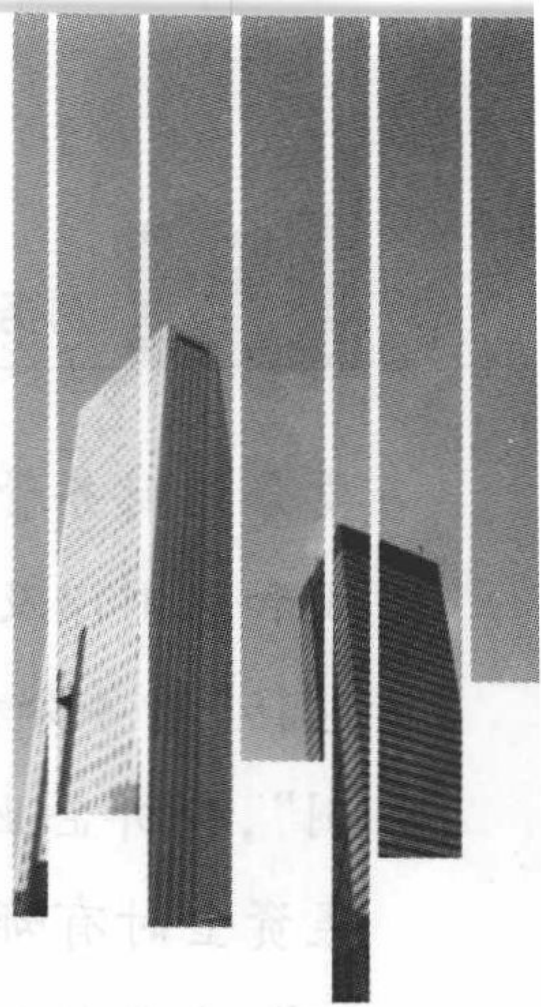
- 一流的作者阵容。本套教材的作者都是各自领域著名的专家,长期从事国内外相关领域的教学和研究,并有相当长的实际操作经验,历经几年终结硕果。
- 实用和操作并举。本套教材各分册中,在相关理论后,都有强化案例分析,可以使读者在阅读过程中,注重能力的培养。
- 古为今用,洋为中用。本书在阐述相关理论的同时,不是照抄照搬国外的先进理论与经验,同时结合我国经济发展的具体现状,创造性地与我国实际加以联系,在做到理论借鉴的同时,增强了理论的实用性。
- 理论体系完整严谨。每个分册中,都有严谨的理论框架和丰富详实的内容作为支撑,有效改变了现有多数教材理论框架缺失严重的现状,有助于读者可以更好地理解相关内容。
- 创新特点鲜明突出。各分册有自己的创新点,如广告学教程中,对于广告的市场调查,小众媒体的广告制作,广告效果评估部分进行了创新性的阐述。计量经济学教程中,有大量的扩展知识,可以供学有余力的同学自行深入学习。

最后,由于经济学研究范围广阔,且学科交叉渗透程度不断提高,其理论和在实践中的应用也必然需要不断的发展和完善,再加上我们受知识和实践的限制,本套教材仍然有许多缺失和疏漏之处,在此,我们真诚地希望专家和广大读者不吝给予指正,以便我们不断修订和完善。

编委会

2009年7月

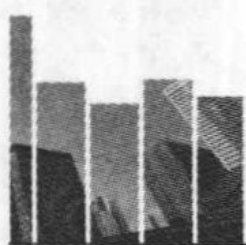
前言



本书是为全国首批国家级特色专业——市场营销专业本科生的财务管理课程设计编写的。本书在全面系统阐述企业财务管理的基本理论、基本原理与方法的基础上,本着市场营销专业的特点,在编写过程中,力求用精辟的语言将财务管理的经典基础理论阐述清楚,用与市场销售决策相关的案例解释财务基础理论,使读者在不断探索和学习中增长知识,在理论和实践中总结财务管理规律。为实现上述编写目的,本书在编写体例上有如下特色:

- 全书以财务管理目标为内容主线,即企业价值最大化为串连主线,首先从财务管理的基础知识入手,随后引入财务管理的筹资、投资和分配等财务活动,最后以价值管理作为结束章,有利于学生梳理与提炼会计报表与财务管理基本理论和方法之间的内在逻辑关系。
- 每章之前安排导读,说明本章要学习的主要内容和学习要点。在具体安排学习内容前,先引入一个现实案例,用案例让读者思考一些与本章相关的问题,提高读者的学习兴趣。
- 在每章具体内容阐述时,力求用企业财务管理中可能出现的问题解释财务理论,在理论的推导中,力求用简明的语言说明基本结论的形成,以保证读者能够把握重点、有效掌握课程的主要内容。
- 在每章结束后有“本章小结”,而且以图形的形式展开,对本章内容的知识点进行归纳总结;每章附有“自测题”,主要启发读者思考所学的内容,“计算题”主要是供读者进一步利用所学知识解决财务管理实务中可能遇到的问题,“案例分析题”主要是通过一些特定并且与市场销售决策相关的案例锻炼读者理论联系实际和创造性解决问题的能力。

根据教材的读者对象特点,本书共分十章。第一章是“财务管理概述”,主



要介绍财务管理的内容和所考虑的环境、财务管理要达到的目标、财务管理假设和原则以及财务管理的环节;第二章至第四章是财务管理的基础知识,主要包括“财务分析”、“货币时间价值”和“风险与收益”等内容;第五章是“财务预测”,分析企业筹资时需要的资金量;第六章是“筹资管理”,主要分析企业在筹集资金时有哪些方式以及面临这些方式时如何决策;第七章是“营运资金管理”,主要是管理会计报表中流动资产和流动负债部分的内容;第八章是“投资管理”,主要分析企业面临投资项目时如何分析其未来现金流、分析方法以及决策准则;第九章是“股利分配政策”,主要介绍利润分配的程序和原则、股利支付的方式和程序、股利政策的基本理论及其股利分配以股价等的影响;第十章是通过前面的财务管理活动,进行“价值评估”,介绍评估的原则和方法、债券价值评估和股票价值评估进行企业价值的评估。

本书由魏锋博士主编,负责全书的总体框架设计、提纲细目的确定和组织拟定撰写,并负责全书的总纂定稿工作。感谢王庆慧、薛飞、石淦和刘城宏等研究生为本书的编写、案例的搜集付出的辛勤劳动;同时,感谢为本书提供指导和宝贵修改意见的同行,以及参阅过的国内外文献作者!

由于我国的财务管理理论和实践处于不断的发展变化中,新的理财理念和问题不断涌现,加之编者水平有限,书中偏颇、疏漏在所难免,敬请广大师生及其他读者朋友提出宝贵意见,以便进一步修订完善。

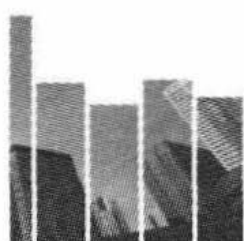
编 者

2010年6月

目录



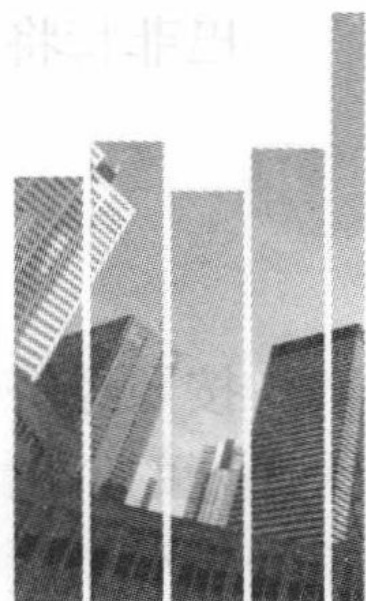
第1章 财务管理概述	1
1.1 财务管理的内容	2
1.2 财务管理的环境	3
1.3 财务管理的目标	6
1.4 财务管理的假设和原则	11
1.5 财务管理的环节	14
本章小结	16
自测题	17
案例分析	17
第2章 财务分析	18
2.1 财务分析概述	19
2.2 财务报表及其分析	21
2.3 财务比率分析	28
2.4 量本利及其分析	38
2.5 折旧方法及其分析	41
本章小结	44
自测题	45
案例分析	47
第3章 货币的时间价值	50
3.1 时间价值的概念	51
3.2 单利的现值和终值计算	53
3.3 复利的现值和终值计算	54
3.4 系列现金流量的现值和终值计算	58
3.5 复利计息频数	68



本章小结	72
自测题	72
案例分析	73
第4章 风险与收益	75
4.1 风险与收益的权衡	76
4.2 单项资产的风险和收益	78
4.3 组合资产的风险和收益	80
4.4 风险和收益的计量模型	85
本章小结	90
自测题	91
案例分析	92
第5章 财务预测	95
5.1 财务预测	95
5.2 增长率与资金需求	103
本章小结	111
自测题	112
案例分析	114
第6章 筹资管理	118
6.1 筹资方式分析	120
6.2 筹资成本分析	125
6.3 筹资风险分析	130
6.4 筹资决策分析	138
本章小结	146
自测题	147
案例分析	147
第7章 营运资金管理	149
7.1 营运资金	151
7.2 现金和有价值证券管理	155
7.3 应收账款管理	159
7.4 存货管理	163

7.5 短期融资管理	167
本章小结	170
自测题	171
案例分析	172
第8章 投资管理	174
8.1 项目投资的基本概念	174
8.2 投资项目评价的基本方法	179
8.3 项目投资分析的应用	185
本章小结	194
自测题	195
案例分析	196
第9章 股利分配政策	202
9.1 利润分配	203
9.2 股利理论	204
9.3 股利支付的程序和方式	206
9.4 股利分配政策	207
9.5 影响股利政策的因素	209
9.6 股票股利和股票分割	212
本章小结	214
自测题	215
案例分析	217
第10章 价值评估	218
10.1 价值评估概述	218
10.2 债券价值评估	220
10.3 普通股价值评估	223
10.4 企业价值评估	225
本章小结	232
自测题	233
案例分析	234
参考文献.....	236

附录



[本章导读]

财务管理是企业经营管理的重要内容和职能,关系到企业的生存和发展。美国著名经济学家刘易斯·加潘斯基谈及财务管理时曾这样说过:“良好的财务管理对一个工商企业、一个国家乃至整个世界经济状况都至关重要。财务管理是一件复杂多变的事情,因此颇具刺激性,使人为之着迷和兴奋,同时也给人以挑战,令人困惑。”本章概括性地描述了财务管理的各个部分,包括:财务管理的内容、财务管理的环境、财务管理的目标、财务管理的假设和原则、财务管理的环节。

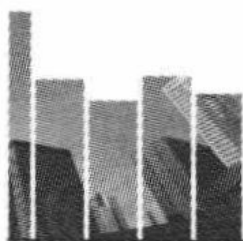
引例

新浪财经讯,北京时间2007年1月19日晚间消息,据国外媒体今日报道,亿万富翁投资者、“股神”沃伦·巴菲特(Warren Buffett)正在加快其减持伯克希尔哈撒韦公司(Berkshire Hathaway Inc)股份的步伐,此前他曾承诺将把所持该公司的多数股份捐献给慈善机构。

据监管文件显示,为了支持260亿美元收购全美第二大铁路运营商伯灵顿北方圣太菲铁路运输公司(Burlington Northern Santa Fe Corp,以下简称“BNSF”)的交易,伯克希尔哈撒韦将会通过增发新股的方式来筹募资金,而增发新股活动将使巴菲特所持该公司的股份下降至24%左右,低于1996年的40%和2006年的32%。从2006年开始,巴菲特开始向慈善机构捐献其所持伯克希尔哈撒韦的股份。

伯克希尔哈撒韦的股东将在周三就与收购BNSF有关的一项股票分割计划进行投票,BNSF股东则将被要求在2月11日批准这项交易。目前,巴菲特正计划增发大约100亿美元的伯克希尔哈撒韦股票以融资这项交易,同时还将向富国银行(Wells Fargo & Co)和摩根大通申请总额80亿美元的贷款,其余的80亿美元则将来自于伯克希尔哈撒韦自身的现金储备。

资料来源:新浪网财经频道



思考：
巴菲特将所持伯克希尔股份降至 25% 以下的行动是否属于财务管理活动？

1.1 财务管理的内容

按照经济学的基本思路,企业追求经济效益,必然追求用最少的投入去获得最大限度的产出。财务管理作为企业管理行为之一,它同样要求以最低的成本去获得经济活动所需要的各种资本,并且将获得的资本用于提高企业价值。因此,财务管理可定义为包括获得与使用企业资本的活动,其中,财务管理中所指的企业资本主要体现为资金。

概括地说,财务管理体现为筹资与投资两种活动。筹资不只表示资金的收入,而是通过收入支出两种形式保证经营活动所需资金的存在,企业通过发行股票等方式筹集资金,表现为企业资金的收入,企业偿还借款等则表现为企业资金的支出。投资是指企业围绕提高企业价值的目的,将筹集到的资金用于生产与经营活动,比如生产部分有购置固定资产、购买其他企业的股票等对内对外投资,经营活动有采购材料、支付工资等内容。从本质上说,财务管理研究的核心问题是资产定价和资源配置效率。

企业财务的基本内容可以用资产负债表较直观地表示,图 1.1 是资产负债表的一般表达式。资产负债表将财务分为长期投资管理、长期筹资管理和营运资本管理三部分。长期投资管理主要侧重于企业资本的投向、规模、构成及使用效果管理,体现在资产负债表的左下方;长期筹资管理主要侧重于资本的来源渠道、筹措方式、资本成本及资本结构管理,体现在资产负债表右下方;营运资本管理主要侧重于流动资产管理和为维持流动资产而进行的筹资管理,体现在资产表上方。三部分共同作用,最终实现以最小成本取得最大的收益。

此外,关于股利政策存在两种可能,如果企业将股利分配给股东,股东财富会

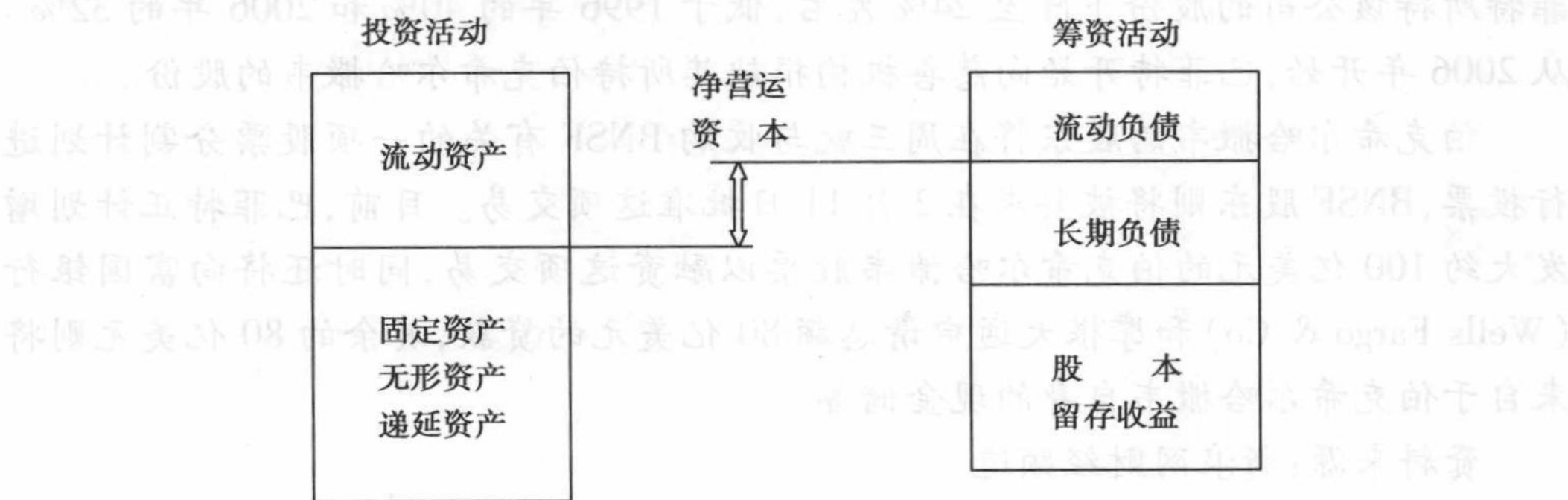


图 1.1 资产负债表模式

增加,但不会影响到企业资本的存量;如果企业不将利润作为股利分配给股东,这部分利润就会成为企业的一项资本来源,将其进行再投资可为股东创造更多财富。因此,在投资不变时,股利政策可以看作是筹资活动的一个组成部分。

1.2 财务管理的环境

财务管理的环境是指对企业财务活动和财务管理产生影响作用的企业内外各种条件的统称。环境构成了企业财务活动的客观条件,这些条件既为企业财务活动提供机会,也对企业产生一定的制约和限制。企业财务活动是在一定的环境下进行的,必然受到环境的影响。企业资金的取得、运用和收益分配会受到环境的影响,资金的配置和利用效率会受到环境的影响。金融市场是企业财务管理最直接的外部环境,此外,经济环境和法律环境等也对企业财务管理存在影响。

1.2.1 金融市场

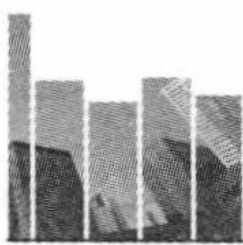
筹资与投资两大任务,决定了财务管理与外部环境的不可分割性,财务管理的操作对象——企业资本,更与金融市场密切相关。金融市场是引导资本流向,连接资本由盈余部门向短缺部门转移的市场,如证券发行和交易的场所,货币借贷的场所,外汇买卖的场所。金融市场对于企业财务管理的作用主要表现在资本的筹措与投放、转售市场及金融资产定价三个主要方面。

①资本的筹措与投放。在金融市场,企业通过发售不同性质的金融资产或金融工具,筹集经营活动所需的资金。当企业资金盈余时,也可以在金融市场上进行投资,以获得额外收益。

②转售市场。转售市场对企业的意义可以分为两方面,拥有资本使用权的企业在需要时可以将未到期的金融资产转售给其他投资者,为企业筹集资本提供条件;另一方面,金融市场允许股票持有人在股票未到期时将证券转售给他人来收回货币资金。

③金融资产定价。企业通过有价证券筹集资本,又通过购买证券进行投资,体现了金融市场买方与卖方的博弈,也确定了金融资产的价格或者说金融资产要求的收益率。证券本身的面值不足以代表其实际价值,需要金融市场依据证券的供需确定成交价格。

此外,大量为企业融通资金提供中介服务的金融机构,也对企业的财务活动产生了客观上分散风险和降低交易成本的作用。对同一部分金融资产,资本使用权的出售者与资本使用权的购买者先后承担了该资产的风险,在整个金融市场范围来看,风险承担者数量大大增加,减少了人均风险。金融机构可以为交易双方创造



条件,沟通信息,其专业性也降低了企业的交易成本和信息成本。

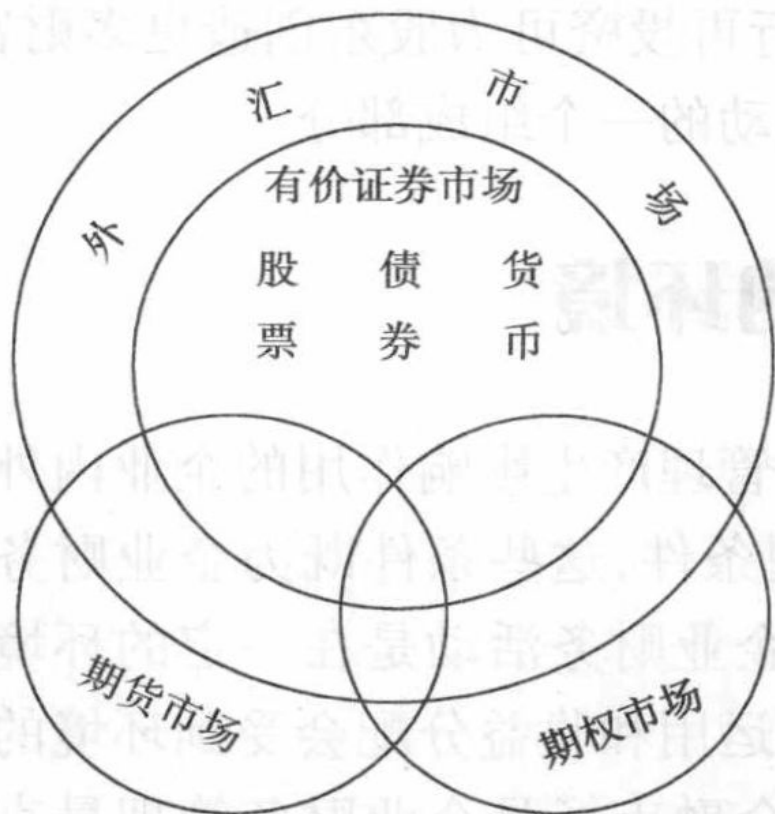


图 1.2 金融市场关系

金融市场通常分为 6 个市场:股票市场、债券市场、货币市场、外汇市场、期货市场、期权市场。6 个市场由于其功能与交易规模的区别分别处于金融市场的不同位置,可以从图 1.2 看出。我们将股票市场、债券市场、货币市场合称为有价证券市场,它们主要发挥筹措资本、投放资本的功能,规模很大,构成了金融市场的核心部分。外汇市场、期货市场、期权市场则具有辅助性质,外汇市场具有买卖外国通货和保值投机的双重功能,而期货市场和期权市场则主要是为了避免因市场价格和市场利率波动造成的损失而存在。

金融市场帮助人们建立了一种对未来某项资产的预期,而市场预期决定了金融资产价格。理性预期理论认为人们对未来的预期不仅依赖于过去的经验,也与现阶段可收集到的信息有关,理性预期理论在金融学中体现为有效市场假说,如果金融市场是有效的,那么,市场预期就是基于所有可能信息的最优预测。在完全竞争的市场里,信息收集程度与判断准确度成正比,由于投资中介机构的竞争,市场的均衡价格就可以达到最优预测价格。如果有效市场假说成立,市场形成的均衡价格本身就已经包含了所有可能的信息,那么依据在市场上可以公开得到的信息来预测价格的走势和运动方向,就不能产生高于市场平均水平的投资业绩。

1.2.2 经济环境

经济环境是指企业进行财务活动的宏观经济状况。经济环境,如经济发展状况,通货膨胀状况、经济体制等对企业有重大影响。随着经济的快速增长,企业需要大规模地筹集资金,需要财务人员根据经济的发展状况,筹措并分配足够的资金,用以调整生产经营。影响财务管理活动的经济环境主要包括以下几个方面:

1) 经济发展状况

经济发展的速度,对企业财务管理有重大影响。经济增长的速度与企业自身的生产经营活动息息相关,可以导致生产经营活动的收缩或扩张,作为服务于企业生产经营活动的财务管理活动也必须相应地调整步伐,为实现企业的总体目标筹资或投资,并把握好节奏。同样,经济发展时而繁荣时而衰退,也通过企业的销售状况影响到企业的财务管理活动,产品的积压或存货枯竭也会对企业流动资金减少造成压力,必须适时地筹资保证生产经营的延续。

2) 政府的经济政策

经济政策主要由国民经济发展规划、国家产业政策、经济体制改革的措施、政府的行政法规等因素构成,经济政策代表国家宏观经济调控的意愿,也是企业生产经营活动的指南针,企业生产经营活动应该顺势而为。企业的财务管理活动只有在准确把握政府经济政策基础上,有所为有所不为,有预见性地开展筹资和投资活动,才能为企业的正常生产经营保驾护航。

3) 通货膨胀和通货紧缩

通货膨胀对企业财务管理的影响主要表现为成本的上升和利润的减少。对通货膨胀的幅度预测往往没有准确的答案,越接近真实的预测也越能够制订出有效的财务管理应对方案,企业财务人员应该尽可能收集相关信息,形成对形势更成熟的判断,通过加强收入和成本管理以及套期保值等手段减少通货膨胀的损失。

4) 利率波动

银行贷款利率的波动既是企业的机会也是挑战。在为过剩资金选择投资方案时,利用这种机会可以获得营业以外的额外收益。例如,在购入长期债券后,由于市场利率下降,按固定利率计息的债券价格上涨,企业可以出售债券获得较预期更多的现金流入。

5) 竞争

企业与企业之间的竞争,财务管理活动也是重要角色,如何在竞争中发挥自身的作用、提高效率是财务管理无法回避的问题。放眼整个市场,筹资和投资就不仅仅是企业生产经营的附属物,而是手段,大规模的投资一旦成功就意味着企业盈利的增加。高效率的财务管理体系也是企业竞争力的构成之一。

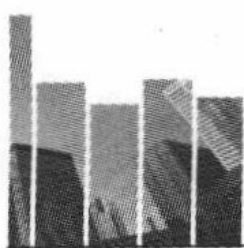
1.2.3 法律环境

财务管理的法律环境是指国家制定的企业所应遵守的各种法律、规定和制度。国家的法制化是现代化的重要标志,企业在其经营活动中,要和国家、其他企业或社会组织、企业职工或其他公民,及国外的经济组织或个人发生经济关系,随着市场经济体制的逐步完善,越来越多的经济关系和经济活动的准则用法律的形式固定下来,企业的理财活动也应当遵守有关的法律规范。

与企业财务管理相关的法规可以分为三类:

①经济组织法规,指涉及经济组织方面的法规,包括全民所有制企业法规、集体所有制企业法规、私营企业法规、公司法、涉外企业法规,等等。

②经济管理法规,指国家在组织管理和协调经济活动中形成的法规,包括计划法规、基本建设法规、税收法规、金融法规、会计和审计法规、产品质量责任法规、价



格法规、自然资源法规、市场管理法规、知识产权法规,等等。

③经济合同法规,指企业在经济流通和交换过程中形成的法规,包括经济合同法规、技术合同法规,等等。

例如,《公司法》对企业生产经营的主要方面做出了规定,包括股票的发行和交易、债券的发行和转让、利润的分配等。公司一旦成立,其主要的活动,包括财务管理活动,都要按照《公司法》的规定来进行。因此,《公司法》是公司企业财务管理最重要的强制性规范,公司的理财活动不能违反该法律,公司的自主权不能超出该法律的限制。再比如,很多的税收优惠政策都对企业的财务核算有比较严格的要求。《税收减免管理办法》规定:纳税人同时从事减免项目与非减免项目的,应分别核算,独立计算减免项目的计税依据以及减免税额度。不能分别核算的,不能享受减免税;核算不清的,由税务机关按合理方法核定。企业应该深刻理解税法,规范财务管理,充分利用税法赋予的权利,实现节税目标。

1.2.4 其他因素

企业财务活动除与金融市场、经济、法律环境联系紧密外,也与其他条件密切相关。例如,社会舆论监督对企业价值也会产生影响,主要体现在企业对社会的贡献方面,如满足就业、增加职工福利、保护环境、节约资源、创新意识等。财务管理所处的微观环境也有一定的影响,如企业类型、市场状况、生产情况、材料采购情况等。例如,不同的企业组织形式对企业理财有重要影响。如果是独资企业,理财比较简单,主要利用的是业主自己的资金和供应商提供的商业信用。合伙企业的财务管理比独资企业复杂得多。公司引起的财务问题最多,企业不仅要争取获得最大利润,而且要争取使企业价值增加。

目前,我国企业财务管理环境存在政企不分、企业财权没有真正回归企业、企业面对的金融环境更加复杂与金融工具增多以及企业可持续发展能力不足等现象。与计划经济相比,市场经济条件下的财务管理具有很大的不确定性,企业承担巨大的财务风险。应该加快推进现代企业制度改革并建立和完善公司治理结构,更加重视生产力要素中最积极、最活跃的因素——人对企业价值的贡献,更加重视经营的“外部效应”,考虑公众对企业经济效益和社会效益的评价。

1.3 财务管理的目标

企业财务管理目标是企业经营目标在财务上的集中和概括,是企业一切理财活动的出发点和归宿。财务管理目标是财务管理的一个基本理论问题,也是评价企业理财活动是否合理有效的标准。目前,我国企业理财的目标有多种,其中以产