


财会文库

# 价值链与 价值评估

尹美群 著

 中国人民大学出版社

财会文库

# 价值链与 价值评估

尹美群  
著

 中国人民大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

价值链与价值评估/尹美群著.  
北京:中国人民大学出版社,2008  
(财会文库)  
ISBN 978-7-300-09326-0

- I. 价…
- II. 尹…
- III. 价值-理论
- IV. F014.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 065309 号

北京市社会科学理论著作出版基金资助  
财会文库  
价值链与价值评估  
尹美群 著

---

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242(总编室)	010-62511398(质管部)	
	010-82501766(邮购部)	010-62514148(门市部)	
	010-62515195(发行公司)	010-62515275(盗版举报)	
网 址	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a> <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京东君印刷有限公司		
规 格	148 mm×210 mm 32 开本	版 次	2008 年 6 月第 1 版
印 张	8.5 插页 1	印 次	2008 年 6 月第 1 次印刷
字 数	238 000	定 价	22.00 元

---

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

## 总序

在当今社会中，会计工作作为一种重要的管理工作，已经和世人的经济生活完全融合在一起，达到了须臾不可分离的境界。在现实生活中，如果离开会计工作，人类社会就难以运转，更不用说持续发展了。在我国，会计工作的重要性已为越来越多的人所认识，一股不大不小的“会计热”传遍了神州大地。但是时至今日，仍

有人对会计或会计工作的认识很不到位，在理论上否认会计工作的管理属性，在实践中将会计工作排除在核心管理层之外，其结果既贻误当前的工作，也将严重阻碍会计的未来发展。

今年是我们进入 21 世纪的第二年，世界经济面临着动荡不定、变化多端、难以预计的复杂情况，正是在这样的背景下，这两年发生在中外资本市场上的许多重大事件不断地向世人展示了经济发展和会计工作之间密不可分的特殊关系。2001 年 8 月，中国《财经》杂志发表了一篇封面文章——《银广夏陷阱》，该文披露了银广夏的造假内幕（即利用虚假会计信息，诱使广大股民狂购其上市股票），从而打破了中国资本市场上的“银广夏神话”。银广夏股票价格的狂升及其创造的所谓巨额利润均来自虚假会计信息的支撑，与此事件有关的会计、审计机构和会计、审计人员是难辞其咎的。无独有偶，2001 年 12 月 2 日，曾被美国《财富》杂志列为世界 500 强第七位的安然公司，由于通过复杂的财务结构和会计处理虚构收入及利润以维持高增长的幻象的破灭，最终不得不向纽约法院申请破产保护。这一事件不仅涉及安然公司及其财务会计工作，而且也涉及了大名鼎鼎的世界五大会计公司之一安达信。从上述两个案例中可以看出，在当今这样一个高度信息化的社会，会计管理活动及其所生成的信息在资本市场和经济决策中起着举足轻重的作用，差之毫厘，谬之千里。反过来看，要防范资本市场中的金融风险，提高企业的经济效益，快速发展经济，就必须在宏观和微观两个层面上不断地强化会计工作。只有建立一套开放性的、满足现实需要，并与 IT 技术紧密结合的会计管理体系，企业才有可能稳步地发展，社会经济才有可能健康、有序地运行。

在人类会计管理实践的发展过程中，会计学术界的理论研究一直起着很重要的导向作用。而教材和专著则是理论研究成果的两种主要表现形式，其中，能够形成教材的大多是相对成熟的、自成体系的研究成果，而那些不尽成熟，但却极具开拓性和创造性的研究成果则需要借助于专著这种表现形式了。历史地看，理论的发展总是表现为一个不断积累和延续的过程，而一所大学的一个重点学科，既需要以优秀的教材来表现其积累之深厚，又需要以开拓性的

专著来展现其延续的繁荣。中国人民大学会计系自 1993 年推出了会计系列教材之后，社会反响很大，成为我国改革开放后销售总量最大的系列教材。但是，中国人民大学会计系的中青年学者们并没有满足于现状，他们在做好 ze 工作的同时，始终没有停止过对诸多会计前沿课题的思考和研究，并在各自的研究领域取得了丰硕的研究成果。这套《财会文库》就是对这些研究成果的一个系统的展现。

《财会文库》顺应了新形势下会计工作由核算型向核算管理型转变这样一个客观的现实，不仅关注一些新兴经济业务的会计核算，更注重建立在会计核算基础之上的会计管理。从即将出版的几本专著来看，其内容涵盖了衍生金融工具会计核算与管理、证券市场会计监管、会计决策和会计控制、网络时代的会计管理等多个专题。在这些专著中，作者们以积极务实的态度表现了他们对资本市场中诸多会计问题的关注，表现了他们对网络时代会计核算、会计控制、会计决策、会计分析和会计考评等问题的极大兴趣和认真思考。虽然有些观点还不尽成熟，但是其中所闪耀的思想火花必将引发人们更进一步的探索和研究。

《财会文库》的出版得到了中国人民大学出版社的大力支持。出版社的同志计划把文库办成一个开放的、活跃的理论阵地，他们既立足于中国人民大学，又放眼于全国；既着力于创新，又主张有争鸣。我衷心希望会计界的有识之士都能把自己最新的研究成果纳入到这套文库中来，同时也希望《财会文库》能不断地推出好作品、新作品，为繁荣我国的会计学术研究做出应有的贡献。

阎达五

2002 年 4 月

## 前言

# 价值链的故事 ——代前言

本书大部分内容基于我的博士论文研究成果。由于毕业之后先是出国做了访问学者，因此没有及时地将博士论文整理出书，待准备出版之时，已经是博士毕业两年以后的事情，因此对原论文中的许多数据做了更新处理。在进行数据更新的过程中，俨然

又重新做了一回博士，于是感慨光阴似箭，岁月如斯。就像我所喜欢的罗大佑的一首歌词中写的：

春天的花开，秋天的风以及冬天的落阳，忧郁的青春年少的我曾经无知地这么想，过去的誓言就像那课本里缤纷的书签，刻画着多少美丽的诗，可是终究是一阵烟。流水它带走光阴的故事，改变了两个人，就在那多愁善感而初次流泪的青春。

——罗大佑《光阴的故事》

今天，当我们进入中国期刊网，将价值链会计等类似词语作为关键词进行检索，立即可以蹦出成千上万的文章，足以形成“燎原”之势。然而，当年（2002年9月）我的导师阎达五先生第一次召集我们在校的博士生讨论进行价值链会计研究的可行性时，没有一篇类似的文章可供借鉴，国内没有，国外更没有，因此没有任何一个人心里有底。好在阎老师给了我们充分的空间让我们自由讨论，并组织大家和企业界的人士讨论，和学术界的专家讨论，因此研究的思路逐渐清晰，到2003年我们几个博士生在他的带领下成功地申请到了价值链会计相关问题的国家自然科学基金及教育部博士点基金的支持。

然而，就在我们战胜了2003年的那场“非典”，准备跟着阎老师大干一场的时候，他却不幸去世，那时候价值链会计相关问题的研究还像一个襁褓中的孩子。而我也到了该进行博士论文选题的时候，是接着进行价值链的研究，还是改做主流资本市场的研究，这一选择摆在了我的面前。后来还是决定不论前方是鲜花相伴还是布满荆棘，我都要探问价值链研究的“水”到底有多深。

于是这场研究变得异常寂寞。我的同门兄弟研究的都是别样问题，每次研讨会的主题都与我的研究毫不相关。我连同我的价值链就像是一块被遗忘的角落，除了我的导师以外，鲜有人问津。那种边缘化让我感觉就像一个孤独的行者，行走在辽阔但又荒无人烟的土地上。严格来说，我不喜欢这种没有同伴的行走，然而上天似乎要不断地试验我的承受能力。

我的价值链研究过程也是阴差阳错，充满了曲折，凡是我寄予厚望投出去的稿件大都石沉大海，杳无音信；凡是我投石问路一般



发出去的稿件，往往被录用。当然，我寄予厚望的都是“会计类”期刊，而我投石问路的都是经济管理类核心期刊。于是我的价值链文章在经济管理类期刊上遍地开花，却屡屡被拒于会计界门外，只有《会计师》的岳旭琴编辑以慷慨之心接收我的稿件。我的两个价值链研究方面的省部级课题也是在这种情况下得以申请成功的。一个课题是我刚从国外回来，正停留在北京，我的硕士导师罗晓光教授给我打来长途电话，说现在可以申请一个省社科基金，截止日期是××日。可是等我回到学校已经是××日后的第二天。我用了一天的时间整理平日的研究，然后跑到科研处递交申报材料，科研处见我的材料填写得中规中矩，便破例收留了，于是我的课题成为当年学校四个申报成功的省社科基金之一。而另一个教育部的课题申请也是在匆匆忙忙与犹犹豫豫中填写的，幸运地命中。正所谓“有心栽花花不开，无心插柳柳成荫”。

完成这个价值链论题的研究，就像是完成一篇命题作文，因此让我学会了“干一行爱一行”。曾经年少的我非常有个性，最不喜欢写命题作文。由于很小的时候我的作文就发表在当地的《小雪花报》上，因此便有了不写命题作文的资本，老师也奈何不得我。但是现在渐渐地上年纪，对命题作文越来越情有独钟。如同一场婚姻，自由恋爱和媒人介绍只是不同的形式，只要自我感觉良好就可以了，如果真的去做一个实证研究，还真说不清哪一种方式更让婚姻持久呢。这就像我，如果当年去研究资本市场问题研究，搞不好由于数据问题而得到最终不能及时毕业的下场。而最终我的博士论文幸运地成为当年中国人民大学会计学专业唯一的校级优秀博士论文，似乎可以作为上述结论的一个佐证。

“回首向来萧瑟处，既有风雨也有晴”，是我对我的价值链研究以及三年的博士学习生活的一个概括。由于目前工作单位位于北京城东，因此已经很少回到人大。2007年下半年有一天要去中关村那边办事，需要路过人大。当出租车从北三环向右拐过，便到了我熟悉得不能再熟悉的街道，当时我急急地向出租车司机说：“师傅慢点开”。司机奇怪地看了我一眼，慢下速来。人大的校门在一点点接近，我的心便开始狂跳不止，终于见到了我久违的学校，一切

还是原来的样子，那种温柔的东西紧紧地将我抓住，心里的柔软升腾起来。校门里出出入入的是说说笑笑的年轻面孔。而我却无比的伤感，好像丢失掉什么最心爱的东西。

我的价值链研究伴着我度过了匆匆的三年，就像讲述了一个价值链的故事。那么仿照罗大佑的那首“光阴”的歌词，我也为我的价值链研究写了几句话：

浩瀚的文献，隐逸的观点以及学者的猜想，忧郁的青春愚钝的我曾经无知地这么想，繁绕的理论就像那课本里缤纷的书签，刻画着多少企业的成长，可是终究是一阵烟。价值链它带走昨日的故事，改变了企业，就在那风起云涌而变幻莫测的流年。

尹美群

于北京第二外国语学院

2007年12月

# 目 录

第 1 章 导论	(1)
1.1 从经济全球化到企业价 值链	(2)
1.2 价值链理念下的公司理 财目标对价值评估的影 响	(11)
1.3 本书的研究内容与 框架	(14)
1.4 小结	(17)

<b>第 2 章 价值链与价值评估的基础理论</b> .....	(18)
2.1 价值论的价值观点 .....	(18)
2.2 价值链理论 .....	(23)
2.3 价值评估的理论与方法 .....	(42)
2.4 价值评估在不同领域的应用 .....	(61)
2.5 本书的基本概念与假设 .....	(64)
2.6 小结 .....	(67)
<b>第 3 章 价值链节点企业的价值影响因素</b> .....	(68)
3.1 价值影响因素概述 .....	(68)
3.2 自由现金流 ——传统价值影响因素的一个反映? .....	(73)
3.3 价值链价值创造体系的核心因素 ——顾客价值的分析 .....	(82)
3.4 价值链价值创造体系的相关因素之一 ——核心能力的分析 .....	(97)
3.5 价值链价值创造体系的相关因素之二 ——相互关系的分析 .....	(109)
3.6 小结 .....	(114)
<b>第 4 章 价值链节点企业自由现金流的预测</b> .....	(116)
4.1 自由现金流的参数计算 .....	(117)
4.2 神经网络技术在自由现金流预测中的应用 .....	(120)
4.3 案例研究 .....	(126)
4.4 小结 .....	(150)
<b>第 5 章 基于顾客价值对价值初始评估结果的纠偏</b> .....	(152)
5.1 初始评估结果 .....	(152)
5.2 基于顾客价值对价值初始评估结果进行纠偏 .....	(160)
5.3 案例研究 .....	(166)
5.4 小结 .....	(181)

<b>第 6 章 价值链价值分布研究的设想——价值库的构建</b> ·····	(183)
6.1 价值链价值分布的一个概念——价值库	····· (183)
6.2 价值库的构建	····· (188)
6.3 价值分布分析	····· (191)
6.4 小结	····· (195)
<b>第 7 章 结论与建议</b> ·····	(197)
7.1 研究结论	····· (197)
7.2 研究局限	····· (202)
7.3 研究建议	····· (203)
附录 1 资本成本的估算	····· (208)
附录 2 顾客价值的调查问卷	····· (228)
附录 3 顾客问卷打分等级的频数分布图	····· (231)
参考文献	····· (234)
后记	····· (248)

## 第1章

### 导 论

管理如果没能提供顾客愿意以一定价格支付的商品与服务，就失败了。如果没能提高，也没有至少是保持住用交付给他的经济资源创造价值的能能力，管理也是失败的。

——彼得·F·德鲁克<sup>①</sup>

<sup>①</sup> Peter F. Druker, *The Practice of Management*, New York: Harper & Row, 1954, p. 8.

## 1.1 从经济全球化到企业价值链

在经济全球化的今天，网络迅捷的传播速度使得企业间的联系越来越多，有些联系相对稳固并在某种意义上长久存在，形成企业间的价值链条，创造出单个企业用其自身经济资源难以创造出来的价值。价值链条中的企业关注顾客，彼此竞争并相互合作，共生共赢。

### 1.1.1 当今世界的基本特征：经济的全球化

进入 21 世纪以来，世界经济全球化的发展态势愈加明显，这可以从美国《财富》杂志推选出的 2003 年度 50 个全球最受尊敬的公司名单里<sup>①</sup>洞悉一二，其中已经难以见到非跨国经营的公司。事实上，任何企业仅仅依靠单纯的国内市场将难以长久维系。信息技术的发展和高容量的通讯系统为企业开辟了进行全球经营战略的通道，使得设计、生产、营销资源集中起来在全球进行分配的过程愈加简单。早在 1994 年，由美国工业和国防部尖端项目研究处出资，由位于得克萨斯州奥斯汀的微电子和计算机联合体（MCC）发起，企业集成网络（EINet）即开始投入运营。EINet 连接在因特网上，覆盖全球，并飞速渗透到全世界计算机使用者，能迅速提供成千上万有关企业能力以及有关参与合作所需条件的详细信息（戈德曼等，1994，中译本，1998）。经济全球化正将一个企业分散于世界各地的资源集中成真正紧密的全球生产资源。

作为世界科技革命的产物和市场经济发展的结果，经济全球化已成为一种客观的历史潮流，不以人的意志为转移。经济全球化的突出表现为，随着国际分工的深化和世界产业结构的调整，世界贸易和跨国投资快速发展。

(1) 国际贸易规模飞速发展。据世贸组织统计，2003 年从出

---

<sup>①</sup> *Fortune*, 2004-08-03, Vol. 149 Issue 4, p. 30.

口角度计算的世界贸易总额（包括货物贸易和服务贸易）达 9.5 万亿美元，相当于 1980 年的 3.9 倍。1980—2003 年，世界贸易年均增长超过 6%，始终快于世界生产总值的增长速度，前者的年均增长率要比后者高 50% 左右。

(2) 跨国外包业务快速增长。经济的全球化使得新一轮产业转移和生产要素重组速度加快，服务业外包成为当前的重要特点，高科技、高附加值的高端制造及研发环节转移所占比例大大提高。知识密集型服务外包也不断加快。据福里斯特研究公司调查，2007—2012 年仅美国金融服务公司就将向海外转移 50 多万个就业岗位。据联合国贸发会议预测，2010 年将超过 1.2 万亿美元。

(3) 全球要素资源加快流动。据国际清算银行统计，1990—2002 年，国际银行贷款总额、国际债券发行总额、国际股权发行总额分别增长了 1.2 倍、4.8 倍和 6 倍。据联合国统计，20 世纪 70 年代中期世界技术交易总额只有 110 亿美元，到 90 年代中期骤增到 4 000 亿美元。<sup>①</sup> 诸如“尤里卡计划”等跨国界联合研发也广泛存在。经济全球化遍及世界各地，几乎所有国家都不同程度地参与了全球要素资源的配置和重组。

(4) 市场与劳务竞争的全球化。经济的全球化必然意味着商品市场的全球化，因此各国企业都要面临加入对全球市场份额的争夺战中。与此同时，作为特殊商品的劳动力也形成了一个国际化的市场。不同国家的劳动力工资成为竞争的要素之一。

### 1.1.2 经济全球化带来的挑战

在经济全球化的背景下，越来越多的企业受到这一因素的挑战。

#### 1. 市场分工越来越细

各种市场的细分加速进行。种类繁多的产品与服务为不断增值的细分市场提供了选择机会。例如，个人电脑有各种型号的台式电

---

<sup>①</sup> 安民：《在经济全球化中实现共同发展》，2005 年 5 月 23 日第二届中国企业“走出去”国际论坛。



脑，也有笔记本电脑，以及便携式的工作站、掌上电脑等。企业面对这种变化，可以通过以下三种市场细分战略以满足产品和服务日益多样化的需要。

(1) 对顾客群进行细分，对相同产品或服务不同定价取决于交易环境。例如，相同的手机通信业务的定价因为客户的资历、通话记录等不同而有所不同。而同一架飞机因乘客的年龄、购票时间、停留时间、转机、政府或团体特价以及促销手段（如买一送一）等因素不同，使同一舱位的机票价格差别很大。

(2) 使产品专门化，将相对低价位商品转变为相对高价位的专用产品。专门化的产品体现了某种形象，售价则取决于顾客从购买中感受到的价值的满意程度。制造和信息技术使产品和服务能够实现多样化，所以基于顾客价值的定价战略将获得相当高的利润。然而，正是因为如此，对非常成功的产品和服务的模仿也在所难免，而且产品和服务的设计、生产和交货技术几乎都可以获得。模仿对价格和利润施加的巨大压力正是由于生产成本和销售价格之间存在着较大的差距。创新者付出了创新成本，而模仿者却有更多的余地使产品和服务降价后仍能获利。这样，由于模仿的存在，使产品专门化受到了一定的打击。因此也只有那些能够给现有产品和服务不断提供新的价值并不断创造新产品和服务的企业将会取得成功。

(3) 按照功能进行市场细分。从某种程度上，同类产品正通过其提供的不同功能而形成不同的细分市场。正如前面所提到的，个人电脑有不同的种类，工作站、台式电脑、笔记本电脑以及掌上电脑不仅采用相同的基础技术，而且采用非常相近的处理芯片。只是由于提供的功能不同，有不同的目标顾客群，形成不同的细分市场。

## 2. 任意批量的订单生产

信息产业的发展，使传统信息成本得以大幅降低，由此也带来了市场营销的革命。个性化生产不仅加剧了现有的竞争，而且通过与大批量生产产品相近的价格，为顾客提供个性化的产品和服务创造了竞争优势。同时，越来越多的企业发现可以按订单生产顾客定