

现代物流企业管理系列丛书



# 物流价值管理研究

陈炜煜◇编著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

现代物流企业管理系列丛书

# 物流价值管理研究

陈炜煜 编著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 内 容 简 介

随着经济社会的发展,市场竞争日益激烈,价值的创造与实现已经受到越来越多企业的重视,成为企业追求的目标。物流系统的管理涉及企业的各个方面。物流、信息流、价值流的三流合一是企业正常运转并实现价值的基础,物流作为价值流的实际载体更是不可轻视,起着极其重要的作用。将物流价值管理工作融入企业的发展战略、核心竞争力的构建中,是企业市场竞争中立于不败之地的关键。

本书适合经济管理、物流管理及相关专业的研究人员阅读,由于本书涉及对物流价值管理的研究,所以同样可以为企业管理人员所参考。

### 图书在版编目(CIP)数据

物流价值管理研究/陈炜煜编著. —北京:北京大学出版社, 2013.3

(现代物流企业管理系列丛书)

ISBN 978-7-301-21836-5

I. ①物… II. ①陈… III. ①物流—物资管理 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 311185 号

书 名: 物流价值管理研究

著作责任者: 陈炜煜 编著

策 划 编 辑: 李 虎

责 任 编 辑: 刘 丽

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-21836-5/F · 3454

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 信 箱: [pup\\_6@163.com](mailto:pup_6@163.com)

印 刷 者: 三河市博文印刷厂

经 销 者: 新华书店

720 毫米×1020 毫米 16 开本 24.25 印张 496 千字

2013 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: [fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)



# 前 言

---

价值管理已经成为现代企业管理的核心。在现代物流系统经济、技术分析的基础上，建立适应现代企业竞争系统的、以价值核算为中心的、以企业发展战略为目标的物流价值管理体系，是现代企业物流管理、价值管理、战略管理的客观要求。建立现代物流价值核算体系、现代物流价值分析体系、现代物流价值决策体系和现代物流战略体系，有助于企业的物流价值管理与决策，为企业的物流发展战略奠定坚实的价值基础。

现代物流管理系统应该包括两个方面的内容，即物流流程管理系统和物流价值管理系统。物流流程管理系统的研究基于企业流程的实物流转过程的管理、优化、控制系统，物流价值管理系统基于物流价值流过程的管理、分析、优化和控制系统。物流过程实物流转的理论与实践的研究的重要性已经被充分认识，其研究结果已经在实践中起到了积极的作用，在企业物流和物流企业的管理机制、管理流程、物流体系的建立等方面发挥了极大的作用，有力地促进了我国物流(业)的发展。但是，基于实物流转的物流管理过程的技术与经济分析系统的协调发展，以及如何在现代物流系统的基础上建立物流价值管理系统的研究尚未得到应有的重视。从物流业的发展及其理论与实践研究的要求来看，建立物流价值管理系统是促进物流系统进一步发展、应用的关键，是企业价值创造过程和价值管理过程的必然要求。通过建立基于现代物流流程管理系统的物流价值管理系统，能够进一步量化物流过程的价值；通过建立物流价值管理系统能够将企业的信息流、价值流、实物流有机地统一起来；通过建立价值核算、价值分析、价值决策等物流价值管理系统，能够使实物流程的价值创造过程得以显现，有利于物流管理过程中的组织、计划、决策、运行、监控等管理过程建立在更加科学的定量分析基础之上。

总之，现代物流价值管理系统的建立将促进现代物流管理系统的进一步完善和科学化。在实践中，无论是对企业物流还是对物流企业而言，能够运用价值驱

动实施其物流管理过程，都将会有效地提高其自身的经济效益和社会效益。物流价值管理系统的建立将为企业提供更加科学、有力的管理调控手段，并使其有效地融入到企业整体价值管理过程之中。

本书的出版得到了“北京市属高等学校人才强教计划资助项目”（Funding Project for Academic Human Resources Development in Institutions of Higher Learning Under the Jurisdiction of Beijing Municipality, PHR, IHLB）和北京物资学院物流成本与价值管理创新团队的资助。

同时，感谢北京大学出版社的领导和编辑，感谢北京物资学院领导的关心，感谢人事处刘耀京处长的支持。当然，研究过程中参考了许多在物流成本、物流价值及企业价值管理等方面颇有建树的学者的研究成果，在此一并表示真诚的感谢！还要感谢我的研究生王娟娟、侯育红、付俊俊、于惠、楚继友、贾楠、荆窈彬、句晓菲、周明霞、刘莹莹在收集和整理资料上所做的大量工作。最后，要感谢顾煜教授在全书结构和内容上所提出的宝贵意见和建议，以及精神上的支持和鼓励。

陈炜煜

2012年12月于北京锦园

# 目 录

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 第一章 物流与物流价值 .....               | 1  |
| 第一节 价值管理理论 .....                | 1  |
| 一、价值的基本理论 .....                 | 1  |
| 二、价值管理的定义 .....                 | 5  |
| 三、价值管理的支持理论 .....               | 5  |
| 四、价值管理的工具方法 .....               | 10 |
| 第二节 物流成本与物流价值 .....             | 13 |
| 一、物流价值 .....                    | 13 |
| 二、物流价值管理 .....                  | 17 |
| 三、物流成本管理与物流价值<br>管理的关系 .....    | 19 |
| 四、物流价值管理在企业物流<br>管理系统中的地位 ..... | 23 |
| 第三节 物流价值管理系统 .....              | 28 |
| 一、现代物流价值管理系统的基本<br>框架 .....     | 28 |
| 二、现代物流价值实施系统 .....              | 30 |
| 三、现代物流价值分析与<br>战略决策系统 .....     | 32 |
| 第二章 物流系统的技术经济<br>分析 .....       | 34 |
| 第一节 技术经济分析概述 .....              | 34 |
| 一、技术经济分析的知识<br>基础 .....         | 34 |
| 二、技术经济分析的基本<br>理论 .....         | 43 |
| 三、技术经济分析的基本方法 .....             | 50 |
| 第二节 技术经济分析的原则和<br>程序 .....      | 61 |
| 一、技术经济分析的基本原则 .....             | 62 |
| 二、技术经济分析的基本程序 .....             | 63 |
| 第三节 物流系统及技术经济分析 .....           | 65 |
| 一、物流系统的概念和意义 .....              | 65 |
| 二、物流系统的特征 .....                 | 68 |
| 三、物流系统的价值 .....                 | 69 |
| 四、物流系统技术经济分析 .....              | 70 |
| 第三章 物流价值管理的基本内容 .....           | 77 |
| 第一节 物流价值核算系统 .....              | 77 |
| 一、物流价值核算的主要<br>内容 .....         | 77 |
| 二、物流成本的确认与计量 .....              | 79 |
| 三、物流会计及账务处理 .....               | 80 |
| 第二节 物流价值分析系统 .....              | 83 |
| 一、物流价值链概述 .....                 | 83 |
| 二、物流创造加工价值 .....                | 84 |
| 三、价值工程在物流领域的<br>应用 .....        | 84 |
| 第三节 物流价值决策系统 .....              | 86 |
| 一、物流价值决策理论 .....                | 86 |
| 二、物流价值决策方法概论 .....              | 89 |
| 三、第三方物流与第四方<br>物流 .....         | 93 |
| 第四节 物流价值实施系统 .....              | 95 |

|                         |     |                          |     |
|-------------------------|-----|--------------------------|-----|
| 一、物流价值实施流程 .....        | 95  | 四、价值链思想 .....            | 151 |
| 二、物流价值实施系统架构 .....      | 97  | 五、价值链分析的特点 .....         | 151 |
| 三、精益物流价值思想 .....        | 99  | 六、价值链分析的内容 .....         | 152 |
| 第五节 物流价值战略系统 .....      | 101 | 七、价值链分析的方法 .....         | 153 |
| 一、战略定位理论 .....          | 101 | 八、价值分析的步骤 .....          | 154 |
| 二、物流价值战略目标 .....        | 102 | 第二节 物流价值活动 .....         | 155 |
| 三、物流价值战略类型 .....        | 103 | 一、物流价值活动简介 .....         | 155 |
| 四、物流价值战略规划与设计 .....     | 107 | 二、物流活动的要素 .....          | 157 |
| 第四章 物流价值核算系统 .....      | 110 | 三、物流价值过程的具体分析 .....      | 162 |
| 第一节 物流成本与物流价值 .....     | 110 | 第三节 物流价值工程 .....         | 168 |
| 一、物流成本 .....            | 110 | 一、价值工程的特点 .....          | 168 |
| 二、物流价值 .....            | 119 | 二、价值工程在物流领域的应用 .....     | 170 |
| 第二节 物流成本的账务处理 .....     | 122 | 第四节 物流价值及核算 .....        | 173 |
| 一、物流成本构成的界定 .....       | 122 | 一、物流价值的确定 .....          | 173 |
| 二、企业物流成本会计科目及账户设置 ..... | 124 | 二、物流价值的组成部分 .....        | 174 |
| 三、物流成本会计报表 .....        | 129 | 三、物流价值的核算 .....          | 178 |
| 第三节 物流成本会计账务处理 .....    | 132 | 四、海尔的物流价值 .....          | 180 |
| 一、物流成本的基本账务处理 .....     | 132 | 第六章 物流价值决策系统 .....       | 183 |
| 二、物流企业作业成本会计核算举例 .....  | 134 | 第一节 物流价值决策理论 .....       | 183 |
| 第四节 物流价值成本性态分析 .....    | 136 | 一、物流价值理论 .....           | 184 |
| 一、企业物流业务流程的价值链分析 .....  | 136 | 二、物流价值决策模型 .....         | 185 |
| 二、价值工程在物流成本控制中的应用 ..... | 139 | 第二节 物流价值决策方法 .....       | 195 |
| 三、物流价值成本管理 .....        | 143 | 一、物流价值分析的内容 .....        | 195 |
| 第五章 物流价值分析系统 .....      | 147 | 二、物流价值分析的流程 .....        | 199 |
| 第一节 物流价值链分析 .....       | 147 | 三、物流价值分析决策的方法 .....      | 200 |
| 一、价值链的内涵 .....          | 147 | 第三节 物流价值创造系数 .....       | 207 |
| 二、价值链的发展 .....          | 148 | 一、价值系数法概述 .....          | 207 |
| 三、物流价值链的构成 .....        | 149 | 二、价值系数法的方法步骤 .....       | 207 |
|                         |     | 三、价值系数法在物流价值决策中的应用 ..... | 209 |
|                         |     | 第四节 第三方物流 .....          | 211 |
|                         |     | 一、第三方物流概述 .....          | 211 |

|                                  |            |                                |            |
|----------------------------------|------------|--------------------------------|------------|
| 二、第三方物流的决策 .....                 | 213        | 二、物流价值提升 .....                 | 280        |
| 三、第三方物流价值分析 .....                | 215        | 三、物流创新与物流价值<br>提升服务的关系分析 ..... | 284        |
| 第五节 第四方物流 .....                  | 219        | 第二节 物流渠道与物流组织<br>结构 .....      | 286        |
| 一、第四方物流概述 .....                  | 219        | 一、物流渠道 .....                   | 286        |
| 二、第四方物流企业核心价值<br>评价指标体系的构建 ..... | 221        | 二、物流组织结构 .....                 | 291        |
| 三、基于模糊理论的第四方<br>物流价值评价 .....     | 224        | 第三节 物流观念变革 .....               | 296        |
| <b>第七章 物流价值实施系统 .....</b>        | <b>231</b> | 一、时间间隔的物理性<br>经济活动 .....       | 296        |
| 第一节 企业订单与顾客价值<br>系统 .....        | 231        | 二、库存调节 .....                   | 297        |
| 一、订单 .....                       | 231        | 三、价值链贯穿整个供应链<br>系统 .....       | 298        |
| 二、订单管理 .....                     | 232        | 四、合作伙伴关系创造双赢 .....             | 299        |
| 第二节 供应和保障价值系统 .....              | 234        | 五、信息技术和标准化 .....               | 300        |
| 一、企业生产物流 .....                   | 234        | 第四节 物流流程再造 .....               | 300        |
| 二、企业供应物流 .....                   | 237        | 一、流程再造 .....                   | 300        |
| 三、企业销售物流 .....                   | 237        | 二、物流流程再造概述 .....               | 304        |
| 四、回收物流 .....                     | 245        | <b>第九章 物流价值战略系统 .....</b>      | <b>310</b> |
| 五、废弃物物流 .....                    | 248        | 第一节 物流价值战略目标 .....             | 310        |
| 第三节 运输与网络价值系统 .....              | 249        | 一、战略目标的基本概念 .....              | 310        |
| 一、运输与网络的价值作用 .....               | 249        | 二、物流价值战略目标概述 .....             | 311        |
| 二、运输网络的合理构建与<br>优化 .....         | 252        | 第二节 物流价值战略规划 .....             | 312        |
| 第四节 库存与控制价值系统 .....              | 259        | 一、物流价值战略的原则 .....              | 312        |
| 一、库存与库存分析 .....                  | 259        | 二、物流价值战略规划的<br>内容 .....        | 313        |
| 二、库存管理与控制 .....                  | 261        | 三、物流价值战略规划环境<br>分析 .....       | 313        |
| 第五节 仓储与拣货价值系统 .....              | 263        | 第三节 物流价值战略设计 .....             | 317        |
| 一、仓储及仓储成本分析 .....                | 264        | 一、物流价值战略设计的<br>影响因素 .....      | 318        |
| 二、仓储成本管理 .....                   | 267        | 二、选择基准 .....                   | 318        |
| 三、拣货及拣货作业管理 .....                | 271        | 三、成本与服务质量的均衡 .....             | 319        |
| <b>第八章 物流价值战略管理 .....</b>        | <b>275</b> | 四、战略设计框架 .....                 | 320        |
| 第一节 物流创新与物流价值<br>提升 .....        | 275        | 第四节 物流价值战略实施 .....             | 321        |
| 一、物流创新 .....                     | 275        |                                |            |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 一、分工与专业化协作 .....             | 321 |
| 二、物流过程结构 .....               | 322 |
| 三、基于时间的竞争策略 .....            | 324 |
| 第五节 物流价值战略评价 .....           | 326 |
| 一、战略评价的内容与标准 .....           | 326 |
| 二、物流价值战略绩效评价 .....           | 327 |
| 第六节 物流价值战略控制 .....           | 328 |
| 一、物流价值战略控制的<br>步骤 .....      | 328 |
| 二、物流价值战略控制的<br>主要方法 .....    | 328 |
| 三、物流价值战略控制的<br>基本特征 .....    | 329 |
| 四、影响物流价值战略控制的<br>因素和趋势 ..... | 330 |

## 第十章 物流系统风险分析..... 333

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第一节 物流风险 .....                | 333 |
| 一、物流风险概述 .....                | 333 |
| 二、物流风险的特征 .....               | 335 |
| 三、物流风险的来源 .....               | 338 |
| 第二节 物流风险识别与控制 .....           | 341 |
| 一、物流风险的识别 .....               | 341 |
| 二、物流风险的控制 .....               | 344 |
| 第三节 物流风险预警 .....              | 346 |
| 一、物流风险预警指标体系<br>构建原则与方法 ..... | 346 |
| 二、物流风险预警体系的<br>基本功能与流程 .....  | 348 |
| 三、物流风险预警体系的<br>基本结构 .....     | 349 |
| 第四节 物流风险预控对策 .....            | 351 |
| 一、安全状态下的预控对策 .....            | 351 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 二、轻度风险状态下的预控<br>对策 ..... | 351 |
| 三、中度风险状态下的预控<br>对策 ..... | 353 |
| 四、高度风险状态下的预控<br>对策 ..... | 353 |

## 第十一章 物流系统竞争力评价..... 355

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第一节 物流系统概述 .....              | 355 |
| 一、物流系统的概念 .....               | 355 |
| 二、物流系统的特征 .....               | 356 |
| 三、物流系统的组成要素 .....             | 357 |
| 第二节 客户服务的竞争力分析 .....          | 357 |
| 一、客户服务的含义 .....               | 357 |
| 二、客户服务的因素 .....               | 358 |
| 第三节 运输的竞争力分析 .....            | 358 |
| 一、高效运输系统的重要性 .....            | 359 |
| 二、运输服务的种类及特点 .....            | 359 |
| 三、运输方式的选择 .....               | 360 |
| 四、运输成本 .....                  | 362 |
| 五、运输单据 .....                  | 367 |
| 第四节 库存管理的竞争力分析 .....          | 368 |
| 一、库存及其种类 .....                | 368 |
| 二、库存管理问题的分类 .....             | 370 |
| 三、库存管理模式 .....                | 371 |
| 四、虚拟库存 .....                  | 375 |
| 第五节 信息流动和订单处理的<br>竞争力分析 ..... | 376 |
| 一、选址问题的分类 .....               | 376 |
| 二、单设施选址 .....                 | 377 |
| 三、多设施选址 .....                 | 378 |

## 参考文献..... 380

# 第一章

## 物流与物流价值

### 第一节 价值管理理论

随着社会经济的发展，市场竞争日益激烈，价值的创造与实现已经受到越来越多的重视，成为企业追求的目标。众所周知，企业的一切活动都是围绕价值创造进行的，从企业战略到投资、技术和研发、生产、销售、财务活动，人力资源活动，企业文化等，一切都是为了使价值增值。凡是能使企业价值增值的领域，都应该是公司管理层应当关注的焦点。但价值的概念却很抽象，人人都希望自己的管理能创造价值而不是做无用功，可是价值到底是什么呢？从哪里来？如何去创造？又能以什么样的标准进行衡量？基于价值管理(value based management, VBM)正是在这样的环境下产生的。

#### 一、价值的基本理论

价值理论是经济理论的基石，经济学派系差异的根源就在于价值理论的分歧。在不同的价值理论基础之上，可以形成不同的分配理论乃至不同的经济学体系，而每个经济学体系都各自创立了自己独特的基本范畴，如资本、利润、利息、地租和工资等。正如维塞尔所说，一个人对经济学做怎样的判断归根结底必须看他对价值怎样的判断。价值是经济学所涉问题的精髓。价值定律之于政治经济学正像引力定律之于机械学一样。企业价值有关分析也是建立在一定的价值理论之上的。

##### (一) 供给决定：劳动价值论与要素价值论

价值的供给决定论认为，价值来自于生产过程，由生产所创造，生产决定供给。生产过程具有相对客观性，所以又被称为客观价值论，资本、劳动和土地等

要素共同在生产过程中起作用。按照对各要素重要性强调的不同,价值供给决定论分为两大派别,即劳动价值论和要素价值论。

劳动价值论认为,只有劳动才能创造价值,而资本和土地不参加价值的创造。基于对劳动本身的不同看法,又形成了不同的劳动价值论。劳动价值论的主要代表人物有威廉·配第、亚当·斯密、大卫·李嘉图和卡尔·马克思。

威廉·配第提出“土地为财富之母,劳动为财富之父和能动要素”的观点,第一个提出劳动创造价值学说。威廉·配第把价格区分为“自然价格”和“政治价格”两种,前者指商品的价值,后者指商品的价格。他认为,价格随着供求的变动不断变化,但波动的中心是“自然价格”,即价值。商品价值的实体为生产商品所耗费的劳动,其量为耗费的劳动时间。因此,威廉·配第认为,商品的价值量与生产商品的劳动生产率成反比。但他也认为,并非所有的劳动都创造价值,只有生产货币(白银)的劳动才创造价值,某种商品的价值量是由生产与这个商品相交换的白银所耗费的劳动时间决定的。

亚当·斯密将商品价格分为“自然价格”和“市场价格”,前者指价值,后者指价格,“市场价格”围绕“自然价格”波动。亚当·斯密认为:“任何一个物品的真实价格,即要取得这物品实际上所付出的代价,乃是获得它的辛苦和麻烦。”这里的辛苦和麻烦,就是指劳动。物品价值是生产这件物品所耗费的劳动,商品的交换比例取决于生产商品各自所需要的劳动量,“劳动是衡量一切商品交换的真实尺度。”但他又认为,商品价值是由能购买或能支配的劳动所决定的,并进而得出工资、利润、地租三项收入共同决定价值的结论,这样就产生了两种相互矛盾的价值决定观点。斯密将第一种情况看做劳动者与生产资料统一时的价值决定,而将第二种情况看做劳动者与生产资料分离时的价值决定。

大卫·李嘉图接受了亚当·斯密的使用价值与交换价值的区分,但批评了其第二种价值决定,认为商品的价值只能由生产商品所耗费的劳动决定,其价值量取决于生产商品所耗费的劳动时间。他还认为,价值由劳动时间决定适用于一切社会。另外,商品的价值由创造的价值和生产资料转移到商品中的价值共同构成。

卡尔·马克思于19世纪60年代在吸收古典学派价值理论成就的基础上,又吸取了黑格尔哲学的精华,在古典劳动价值论的基础上,完成了对价值的质和量的统一意义上的分析,形成了马克思主义的劳动价值论。马克思从作为价值形式的交换价值分析中,逻辑地证明了“商品的价值由生产商品所耗费的劳动决定”这一结论,提出了劳动二重性学说,并以自己的劳动价值论为基础,建立了商品货币理论、剩余价值理论、资本积累理论、社会再生产理论、生产价格理论、收入分配理论。商品价值由劳动创造,商品价值的大小由劳动时间决定,这是马克思劳动价值论的核心。

萨伊是要素价值论的代表人物。要素价值论认为,资本、劳动和土地共同创

造价值。萨伊认为,效用是价值的基础,物品的价值来自于物品的效用,生产就是创造效用。他认为三种收入决定价值,“所生产出来的价值,都归因于劳动、资本和自然力这三者的作用和协力”。劳动创造工资、资本创造利息、土地创造地租,这三种收入构成三种生产要素创造效用的生产费用,因此,商品的价值也由工资、利息、地租决定。对三个要素所付报酬成为生产者在生产过程中所付代价,共同构成商品的生产费用,决定商品的价值。

## (二) 需求决定: 效用价值论

效用价值论认为,商品的价值不是来自于生产过程,而是来自于消费者对于商品的主观评价,对消费者主观效用大的商品价值就大,否则就小。由于消费者本身就是需求者,商品的价值取决于消费者的主观评价,与价值供给决定论对应,这种价值决定被称为需求决定论。需求决定论的主要代表有门格尔、维塞尔、庞巴维克、杰文斯和瓦尔拉斯。

门格尔认为,满足人类主观愿望的效用是价值的源泉,价值取决于人们对商品效用的主观评价。他认为对一定的财货,只有当意识到支配它关系到欲望的满足时,才有意义。价值不仅本质是主观的,其衡量尺度也是主观的。随着人们享用财货数量的增加,其感觉到的效用却是递减的,即增加财货提供的效用小于以前消费财货提供的效用。他认为,决定财货价值的是新增财货增加的效用,即边际效用。

维塞尔强调各种生产要素的共同作用,认为“每一种生产资料、每一种工具、每一块土地或者每一份原料、每一种劳务,如果可以这样说的话,都代表事业中的一份。这样一份,由于对于这种事业的结果有所贡献,因而便使结果的一个份额归算于它,并且它的价值也就必须由这样结果的总数来决定”。但他还是将边际效用分析应用于成本和分配理论,认为资本、劳动和土地等生产要素的价值间接地来自于它所生产的消费品的价值,并由所生产的消费品的边际效用决定;每一生产要素根据自己在生产过程中的边际贡献获得生产总收益中属于自己的那部分价值。

庞巴维克区分了主观价值和客观价值,主观价值是人们对物品的主观评价,客观价值则是指物品本身具有的性能,是边际效用价值论中的著名代表。他认为,商品的价值来自于人们对其效用的主观评价,商品价值大小看其对满足欲望有多大作用。商品有价值,不仅要有用,而且还必须是稀缺的。前者是价值的基础,后者是价值的必要条件。衡量人们对商品价值主观评价的尺度是边际效用,它决定了商品的价值量,而边际效用的大小又由供给和需求的关系决定。关于生产资料的价值,庞巴维克同样认为是由生产资料所生产出来的消费品的边际效用决定的。消费品满足人们需要的程度越重要,评价越高,边际效用就越大,那么用于这种消费品生产的生产资料的价值就越大,否则就越小。

杰文斯的价值理论从主观心理出发,以效用为基础,以数理分析为工具,核心是最后效用程度决定价值。他认为效用源于快乐,并由幸福增加的程度来计算。他将这种效用称为价值,并认为效用随商品数量的增加而递减。增加的商品量与增加的商品所增加的效用之商为商品的最后效用程度,即边际效用,它决定商品的价值。在市场上交换物品的人总是比较两种商品的最后效用程度,从而决定愿意放弃多少自己的商品来换取对方的商品,以取得最大的效用。据此,他建立了自己的交换方程,“两件商品的交换率,是交换后各个商品量的最后效用程度的比率的倒数”。

瓦尔拉斯从人们对物品评价的主观效用递减和供给有限出发进行分析,得出最后欲望满足强度价值论。他认为价值源于商品的稀缺性,其量取决于最后效用被满足的程度,即边际效用,但只有在交换均衡时的最后欲望被满足的程度才决定价值。物品的稀缺程度代表满足最后欲望的强度。他运用数学方程式分析了商品交换的比例问题,并将分析从两种商品之间交换的比例扩大到全部商品,解释在最后欲望被满足程度的基础上,所有商品之间的交换比例是如何确定的,从而建立了“一般均衡理论”。该理论认为商品的价格是相互联系、相互影响的,一种商品供给和需求的变动不仅影响该商品价格的变化,而且还会影响其他商品价格的变化。当所有商品的价格使得所有商品的供给和需求相等时,市场就处于均衡状态,这时的价格就是均衡价格,即商品的价值。

### (三) 供求决定:新古典价值论

供求决定论认为,价值同时受供给和需求两个方面的影响,是二者作用均衡的结果。供求决定的均衡价值论首先由英国的经济学家马歇尔创立。

马歇尔综合了供给决定论和需求决定论,将边际效用论、生产费用论和供求论纳入一个理论体系,运用均衡分析和供求分析法创造了均衡价格论。他认为,价值是一物的交换价值,是一物在任何时间和任何地点可以换取的其他物品的数量。他根据边际效用递减规律引申出商品的需求价格,并认为需求价格同商品的需求量成反比;他又根据生产费用递增规律引申出商品的供给价格,并认为供给价格同商品的供给量成正比。然后,他便从供求关系来说明价值的形成,认为价值由供求双方达到的均衡决定,即商品的价格如果使购买者对它的需求量和生产者对它的售卖量相等,市场上的供求就处于均衡状态,这时的价格就是“均衡价格”,即商品的价值。

马歇尔强调时间因素的重要性,并把时间的影响引入供求均衡分析,将均衡价格划分为以下3类。

(1) 极短时间内暂时均衡决定的市场价格。供给不能对需求的变化做出反应,均衡状态完全由需求决定。

(2) 短期均衡决定的市场价格, 供给能适应需求的变化做出调整, 供给和需求在价格决定上起同等作用。

(3) 长期均衡决定的市场价格。在长期内, 生产者可以通过增加投资或转移资本到别的部门, 从而增加或减少供给来影响需求, 因此供给起着主导作用。

供求均衡价格论及供求均衡分析是西方微观经济学的理论基础。凯恩斯将供求均衡分析的方法应用于国民经济的总量分析, 创立了宏观经济学, 为政府干预经济运行提供了理论依据。

## 二、价值管理的定义

企业价值管理是指以价值为基础的管理, 是西方管理学界于 20 世纪 90 年代提出的一种全新的管理思想、管理理念、管理方法和管理手段, 目的是通过对价值的有效管理, 实现企业长期持续的有效经营, 其包含了以下两层意思。

### (一) 作为管理方法的价值管理

企业价值管理是一种管理手段, 它是一个控制系统, 在这个系统中, 不仅注重价值实现的结果, 更注重价值实现的过程, 要求能够尽可能多地创造净价值, 将企业的资源分配到最有价值的投资中去的方法。价值实现的过程, 必须要有相应的程序保障。而价值的结果, 可以通过一系列的指标, 如经济增加值(economic value added, EVA)、市场增加值(market value added, MVA)以及现金增加值(cash value added, CVA)等来进行衡量。

### (二) 作为管理理念的价值管理

企业价值管理的实施必须是全员范围(在企业内部, 从上至下, 从公司高层领导者到公司一线工作人员)的实施。价值管理的成功实施要求全体员工有“基于价值的管理”的理念, 使全体员工对 VBM 有清楚明确的认识, 使他们清楚地知道他们如何通过自己的决策及行动而为公司创造价值, 而这种行动又能为自身带来什么报酬, 从而在公司范围内由上至下树立全员的“公司价值观”。

## 三、价值管理的支持理论

近年来, 越来越多的有关企业价值的理论出现在财务及管理会计领域中。管理学与会计学的边缘研究融合, 正逐渐深刻地影响着西方现代管理的基本理念。越来越多的创新技术正出现并开始广泛应用于现代管理中。这些与企业价值有关的理论大多以三个字母的缩写词来表示, 其中比较常见的有: ABM(activity based

management, 作业成本管理)、SCM(strategic cost management, 战略成本管理)、BSC(balance score card, 平衡计分卡)等。这些理论的共同点就是都提倡对价值进行管理, 支持以价值作为计划、预测、决策等活动的出发点, 从价值链条上的每一点出发, 对能够创造价值或不能创造价值的活动区别对待, 最终实现企业的最终目标。例如, 2005 年清华大学出版社出版的《基于价值管理的管理会计——案例研究》一书中, 作者就列举了企业预算管理案例研究、作业成本管理、业绩评价、战略管理和平衡计分卡等的具体运用等相关方面的内容。

### (一) 作业成本管理

ABM 就是利用作业成本计算(activity based costing, ABC)所提供的信息, 将成本管理的起点和核心由“商品”转移到“作业”层次的一种管理方法。ABM 的基本思想是, 企业是一个为最终满足顾客需求、实现投资者报酬价值最大化而运行的一系列有密切联系的作业的集合体, 企业生产商品或提供劳务消耗作业、作业消耗资源, 而资源消耗的同时又是价值的积累过程, 即价值从一个作业转移到下一个作业, 最后全部累积到最终的商品或劳务上, 最终商品或劳务既是全部作业的集合, 也是全部价值的集合。因此, 作业链同时又表现为价值链。从购买商品或接受劳务的顾客那里收回的价值, 形成企业实现的收入, 收入补偿完成各有关作业所消耗资源价值总和后的差额, 即为企业利润。但实际上并不是所有企业都能增加转移给顾客的价值, 为企业带来利润, ABM 要求对成本的管理深入到每一项作业, 尽可能消除不能创造价值的作业, 防止资源的消费, 最大限度地提高从顾客那里回收的价值, 以实现预定的经营目标。

ABM 基本思想的实现必须借助于作业分析, 而进行作业分析的重点就是要对能否增加最终商品或劳务价值的作业进行区分。进行作业分析时, 成本分配不仅要考虑“商品”这一层次, 更应深入到每一作业。要降低成本, 首先要消除不必要的作业, 而不考虑提高该类作业的效率; 对于那些能为最终商品或劳务增加价值的作业, 要进一步分析该类作业是否有改进的可能, 能否节约其所消耗的资源。ABM 的核心在于确定了“成本动因”的概念, 主张以成本动因作为分配间接成本的基础, 利用成本动因来解释成本性态。这样, ABM 就将间接成本与隐藏其后的推动力相联系, 通过确定较为合适的成本动因, 合理地分配间接成本, 有效地提高成本的归属性、计算的准确性及定价决策的科学性和灵活性。

价值链分析是 ABM 的基本方法。价值链是最先由迈克尔·波特提出的一种企业战略分析工具。波特认为, 每个企业都是在设计、生产、销售、发送和辅助其产品的过程中进行种种活动的集合体。所有这些活动都可以用一个价值链来表明。企业的价值创造是由一系列活动构成的, 这些活动可分为基本活动和辅助活动两类, 基本活动包括内部后勤、生产作业、外部后勤、市场和销售、服务等; 而辅助活动则包括采购、技术开发、人力资源管理和企业基础设施等。这些互不

相同但又相互关联的生产经营活动，构成了一个创造价值的动态过程，即价值链。它们之间的关系如图 1.1 所示。

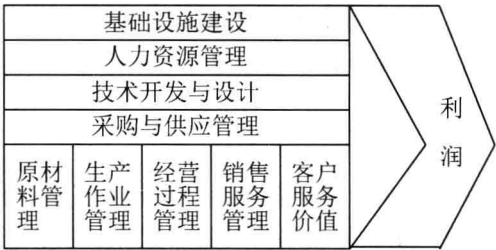


图 1.1 企业内部价值链

ABM 将成本看做“增值作业”和“不增值作业”的函数，并以“顾客价值”作为衡量增值与否的最高标准。这样，一方面，将顾客的需求与企业的作业发生、资源的消耗、成本的形成等联系起来；另一方面，通过顾客价值将企业的收入与顾客的需求联系起来，从而有利于从作业的角度权衡成本和顾客价值，保证企业经营决策与企业价值最大化目标一致。这实际上是价值链分析方法在经营管理中的实际应用。价值链分析作为 ABM 的基本方法，其主要作用在于：一是找出无效和低效的作业，为持续降低商品成本、提高企业竞争能力提供途径；二是协调组织企业内部的各种作业，使各种作业之间环环相扣，形成较为理想的“作业链”，以保证每项必要作业都以最高效率完成，保证企业的竞争优势，进而为扬长避短，改善成本构成和提高作业的质量及效率指明方向。

ABM 按作业分析、成本动因分析、业绩计算三个步骤循环进行。ABM 的设计与运行必须考虑作业分析、成本动因分析和业绩计算三方面的要求，并按次序组织衔接，循环进行。

1. 作业分析

作业分析的主要内容包括辨别并力求摆脱不必要或不增值的作业；对必要作业按成本高低进行排序，重点分析排列在前面的作业；将本企业的作业与同行先进水平的作业进行比较，以判断某项作业或企业整体作业链是否有效，寻求改善的机会。

2. 成本动因分析

成本动因即构成成本结构的决定性因素。成本动因通常分为资源动因和作业动因两种。资源动因是资源成本分配到作业中心的标准，其反映作业中心对资源的消耗情况；作业动因是将作业中心的成本分配到最终商品的纽带。成本动因分析的目的，就是通过对各类不增值作业根源的探索，力求摆脱无效或低效的成本动因。

### 3. 业绩计算

在作业分析和成本动因分析的基础上,建立相应的业绩计算体系,以便对 ABM 的执行效果进行考核和评价。然后通过这种 ABM 绩效信息反馈,重新进行下一循环的更高层的作业分析和成本动因分析。

#### (二) 战略成本管理

所谓战略成本管理就是在考虑企业长期竞争地位的同时进行成本管理。战略成本管理的主要内容是把 ABC 与战略管理结合起来,主要包括价值链分析、战略定位和成本动因分析几个方面。

价值链分析主要是从原材料供应商开始,一直到最终产品消费者为止,其间一系列相关作业的整合,从战略层面上分析如何控制成本。这种分析可有多重视角,如对企业自身价值链分析、对行业价值链分析、对竞争对手价值链分析等。所谓战略定位是帮助企业在市场上选择竞争武器以对抗竞争对手。企业要对自己所处的内外部环境进行详细周密的调查分析,在此基础上,进行行业、市场和产品方面的定位分析,再确定以怎样的竞争战略来保证企业在既定的产品、市场和行业中站稳脚跟、击败对手,以获得竞争优势。所谓成本动因,即导致成本发生的因素。从价值的角度看,每一项创造价值的活动都有一组独特的成本动因,它用来解释每一项创造价值活动的成本。战略成本动因分析就是把 ABC 理论的成本动因分为结构性成本动因、执行性成本动因和作业性成本动因,对企业的宏观和微观成本管理活动进行分析。

国际上先进的战略成本管理经验表明:企业为取得竞争优势,应从 ABC 和价值链的角度来建立战略成本管理体系。

首先,从战略管理内容来看,ABC 和价值链基础上的战略成本管理,把关注重点放在了经营成本和业绩产生的内在原因方面,通过揭示成本和业绩,不仅提高经营业绩或效果,更重要的是努力提高经营效率。效果和效率是两个不同的概念。效果指活动的结果,强调活动对组织外部的影响,而对资源消耗不关注;效率则指活动的原因,强调的是单位活动对资源的消耗率,而不强调活动给外界造成的影响。

ABC 根据价值链的特点将成本视野向前延伸到产品的市场需求,是“从顾客到厂商”的管理,尤其重视在产品投产前的设计阶段的成本控制,并且向后延伸到顾客的使用满意度、维修及处置等售后阶段,是深入各个经营环节内部的全程管理,结合了全面成本管理方法(total cost management, TCM)和产品生命周期管理方法,从市场、企业的每个环节上努力寻找成本发生、价值创造的原因,同时提高各个环节的“效率”和“效果”,使企业真正及时、有效、充分、深入地融入市场,更好地使“战略”适应“环境”。

其次,从成本控制的内容来看,ABC 强调在工艺设计和生产制造过程中,通