

H
arvard
B
usiness
S
chool
M
aster of
B
usiness
A
dministration

哈佛商学院
MBA 教程系列
九项主修课程



财务管理

THE ESSENCE OF FINANCIAL MANAGEMENT

红旗出版社

哈佛商学院 MBA 教程系列

财务管理

主 编 罗锐韧 曾繁正

红旗出版社

图书在版编目(CIP)数据

哈佛商学院 MBA 教程系列/罗锐韧,曾繁正主编. —北京:红旗出版社,1997. 9

ISBN 7—5051—0175—7

I. 哈… II. ①罗… ②曾… III. 商业管理—教材 IV. F71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 21790 号

哈佛商学院 MBA 教程系列

主 编 罗锐韧 曾繁正
责任编辑 王农媛

封面设计
版式设计 曾繁正

红旗出版社出版发行
邮政编码 100727
(北京沙滩北街 2 号)

新华书店经销
郑州文华印刷厂印刷

880×1230 毫米 1/32 开
101 印张 3100 千字

1997 年 10 月北京第 1 版
1997 年 10 月第 1 次印刷

印数:1—26000 册 定价:158.40 元(全套八册,每册 19.80 元)

ISBN7—5051—0175—7/F·7

(版权所有 翻印必究·印装错误 负责调换)

前 言

哈佛商学院,神话中的圣殿,商界的梵蒂冈。

这里是培养年薪 10 万美元工商管理硕士(MBA)的成功摇篮,是造就总经理人才的精英工厂。30%的哈佛 MBA 毕业生 25 年后都成为公司总裁、董事长、合营企业或自办企业主;20%的 MBA 毕业生在美国 500 家最大的公司担任高层要职。另一项统计表明,美国 500 家大财团中三分之二的决策经理有哈佛商学院的学习背景。

在中国,哈佛商学院及其毕业生的轶事在商界广为流传,说哈佛、谈 MBA 亦成为一种时髦和时尚。哈佛为什么能成功,在大多数人心中却是谜一样的困惑。为此,一批真正的有识之士在一片浮躁的流行色中早已开始脚踏实地地学习和研究哈佛 MBA 最本质的东西:哈佛是怎样培养人才的? MBA 们在哈佛究竟学到什么?

《哈佛商学院 MBA 教程》系列主编者历经 5 年半时间,潜心研究哈佛商学院 MBA 教程,在与 MBA 教育领域的知名专家、学者和工商管理人士无数次的探讨后,在有关哈佛的书籍泛滥的情况下,感到有必要根据哈佛商学院的教程设置和教学方式,结合中国实际,为那些向往哈佛,向往 MBA 的学生和工商管理者编写了这套适合中国国情、真实反映哈佛教学内容的系列丛书。《哈佛商学院 MBA 教程》系列的读者定位主要是从事工商管理工作或准备从事工商管理工作的经理和准经理,所以丛书编写的指导思想是:在介绍哈佛商学院 MBA 的内核真义

时,注重深入浅出和简洁实用,避免和排斥任何繁琐的学究式的高深,使读者在其中能了解哈佛商学院 MBA 的学习内容,得到像哈佛商学院学生一样的综合全面的“总经理能力”,而不是专深的“学科专家能力”:从巧妙处理复杂情况和解决问题的能力到熟悉企业经营管理复杂多变环境的适应能力,直至根据企业经营管理理论最新进展,站在管理前沿的创新能力。

《哈佛商学院 MBA 教程》系列汲取哈佛商学院关于怎么教和学什么的精髓,融汇哈佛商学院 MBA 教育九项主修课程,并借鉴大量哈佛管理经典案例,详尽、真实地反映哈佛商学院的案例教学方法,为工商管理精英提供制定各种决策方案的工具和框架,培训和强化各级经理,尤其是高层经理的管理技能和技巧。

《哈佛商学院 MBA 教程》系列共分为八册,分别为一、《经营战略与方针》,二、《组织行为学》,三、《人力资源管理》,四、《财务管理》,五、《市场营销管理》,六、《生产与作业管理》,七、《管理沟通》,八、《管理控制与管理经济学》。

《哈佛商学院 MBA 教程》系列主编者虽历经数载,殚精竭虑,力求全面、科学,但由于学识水平和精力有限,疏漏及舛误在所难免。希望广大读者不吝提出宝贵意见,以便再版时改进。

祝每位工商管理者:

借此书能够成为一名优秀的管理者,出色的领导人!

借此书能够登上总经理宝座!

主 编

一九九七年九月

HARVARD BUSINESS SCHOOL
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

——哈佛商学院院长麦克阿瑟

哈佛商学院(Harvard Business School, 简称 HBS)设立于 1908 年,是世界最早授予学生 MBA 学位的研究生院,以培养工商界领袖为己任,在教学方法上以案例分析教学为特长,学生在两年的就学期间需学完 800 多个案例,以期获得解决实际管理问题的能力。

目 录

第一章 财务管理——理财的经济分析方法

- 一、企业经济分析概述 (3)
 - 企业经济分析的一般方法 / 比较分析法 / 比率分析法 / 因素分析法 / 其他技术分析法
- 二、企业盈利能力分析 (15)
 - 企业盈利能力分析的内容 / 销售成本费用利润率指标的分析 / 销售收入利润率的分析 / 总资产报酬率的分析 / 资本收益率的分析 / 股份制企业盈利能力分析
- 三、企业财务状况综合分析 (36)
 - 企业财务状况综合分析的内容 / 企业财务状况变动情况分析 / 企业经济效益综合分析

第二章 企业筹资(一)——一般理论与短期筹资决策

- 一、资金 (51)
 - 资金运动的特点 / 资金使用的价值 / 筹资与投资
- 二、资金筹措与资金投放 (54)
- 三、资金筹措内容与特点 (57)
- 四、商业信用 (61)
 - 商业信用类别 / 商业信用的特点 / 商业信用的运用
- 五、商业票据 (68)
 - 商业票据的性质 / 商业票据的特点
- 六、银行信用 (70)
 - 银行信用的种类 / 有关银行信用的几个问题

七、应收帐款	(73)
应收帐款的质押 / 应收帐款的转售	
八、存货	(74)
存货全部留置(Blanket Inventory Lien) / 信托清单 (Trust Receipts) / 现场仓库清单(Field Warehouse Receipts)	

第三章 企业筹资(二)中长期筹资决策

一、商业信用	(77)
二、银行信用	(78)
银行贷款的特点 / 银行贷款借贷契约的规定 / 利率的 确定 / 银行贷款的担保品 / 银行贷款的偿还 / 银行贷 款对公司的利益	
三、租赁	(87)
四、证券(1)普通股	(88)
普通股的特点 / 普通股的发行 / 普通股优先购股权在 公司筹资中的运用	
五、证券(2)优先股	(93)
优先股的种类 / 优先股的特点 / 优先股的杠杆作用	
六、证券(3)公司债	(97)
公司债的种类 / 公司债的特点 / 发行公司债的财务决 策	
七、证券(4)可转换证券	(105)
可转换证券的特点 / 可转换证券的运用	
八、证券(5)购股权证	(111)
购股权证的特点 / 购股权证的运用	
九、租赁	(114)
租赁的特点 / 租赁决策	

第四章 资本结构优化

- 一、资本成本率 (123)
 - 单项资本成本率 / 单项资本成本率占加权平均资本成本率的权重 / 加权平均资本成本率 / 调整风险后的资本成本率
- 二、资本结构 (144)
 - 杠杆利益 / 财务风险 / 资本结构
- 三、筹资决策 (167)
 - 财务判则

第五章 企业投资(一)长期投资评估

- 一、长期投资(一)预备知识 (177)
 - 资金时间价值的计算 / 资金风险价值的计算
- 二、长期投资(二)决策方法 (194)
 - 基本原理 / 净现值法 / 净现值指数法 / 内部收益率法 / 三种基本方法的比较

第六章 企业投资(二)短期投资管理

- 一、现金管理 (207)
 - 现金持有的动机 / 节省现金的方法
- 二、有价证券的管理 (209)
 - 公司持有短期有价证券的动机 / 有价证券的选择
- 三、应收帐款的管理 (210)
 - 应收帐款的影响因素 / 信用条件
- 四、存货的管理 (213)
 - 基本概念 / 管理模型

第七章 股息决策和债息决策

- 一、股息决策(一)基本理论 (227)
 - 股息支付率与股息的稳定性 / 股息理论(1):“一鸟在手”理论 / 股息理论(2):完整市场理论 / 股息理论(3):追随者理论
- 二、股息决策(二)具体政策 (234)
 - 股息的种类 / 股息的支付方式 / 影响公司股息政策的因素
- 三、债息决策 (242)
 - 利息种类 / 付息频率 / 票面利率水平

第八章 企业资产评估

- 一、企业资产评估概述 (247)
 - 企业资产评估的定义 / 企业资产评估的分类 / 企业资产评估的内容 / 企业资产评估的标准 / 企业资产评估的方法
- 二、固定资产评估 (254)
 - 机器设备的评估 / 特殊固定资产的评估
- 三、流动资产评估 (263)
 - 原材料的评估 / 在产品资产的评估 / 产成品资产的评估 / 低值易耗品的评估 / 包装物的评估 / 货币资金的评估 / 应收帐款的评估 / 应收票据的评估
- 四、无形资产评估 (275)
 - 无形资产重置成本评估 / 无形资产转让或投资的评估
- 五、企业整体评估 (286)
 - 企业整体评估概述 / 企业整体评估的基本要求

第一章

财务管理——理财 的经济分析方法

《财务管理》

哈佛商学院 MBA 教程系列

财务职能,这是企业的视觉器官,它能使人随时了解企业处于什么状况并向何处发展,可以对企业的经济形势提供真实、清楚而又准确的情况。

——亨利·法约尔

财务管理是对公司经营过程中的财务活动进行预测,组织、协调、分晰和控制的管理活动。公司经营过程中财务活动的核心是资金运动,表现为资金的筹集和运用。在财务管理领域,既有具体而微的理财事务,又有动辄数亿美元的筹资、投资大手笔。

正因为财务管理既需要理性判断,又时有一搏千金的自由空间,所以让无数人着迷追随。叱咤商界的豪富巨贾,大多是个中高手,而在哈佛商学院(HBS)的教学中,财务管理也成为最受学生欢迎的课程之一。

一、企业经济分析概述

□ 企业经济分析的一般方法

企业经济分析要以唯物辩证法作为指导,在实践的基础上,依据大量实际资料,进行分析、综合、判断、推理,对企业经济活动由感性认识上升到理性认识,实事求是地对企业经营成果作出评价,并从经营活动的发展过程中挖掘和利用企业内部潜力,促进企业不断提高经济效益。因此,经济活动的分析要运用对立统一的观点来揭露矛盾和分析矛盾;要通过对事物现象的分析,揭示问题的本质。在实际分析工作中,既要重视成功的经验,又要注意失败的教训;既要分析积极的有利的因素,又要分析消极的不利的因素;既要分析经济方面的因素,又要分析技术方面的因素。实践证明:分析企业复杂的经济活动,一定要分清客观因素与主观因素,分清主要因素与次要因素,分清宏观因素与微观因素,分清外部因素与内部因素。要在企业经济活动的各个部分、各个层次的相互联系中,由此及彼、由表及里地做好综合性的分析研究,在多种矛盾中找出主要矛盾,在复杂的因素中找出起决定作用的因素;要统筹兼顾、合理安排,集中力量解决主要矛盾,要提高对企业经济活动规律性的认识,要有预见性地解决处于萌芽状态的不平衡因素与薄弱环节;从而把辩证法的思想方法贯彻到经济活动分析的实践当中。

1. 经济分析方法的分类

经济分析的方法可分为一般方法和技术方法(或称数量分析方法)。经济分析的技术方法是指在分析程序的各个步骤中用来调查原因,明确责任,测算数据和权衡效益的具体方法。它是达到分析目的、完成分析工作任务所采用的手段和措施。

经济活动分析技术方法种类繁多,采用哪种方法,这要按分析的目的、分析对象的特点以及所掌握的经济信息的性质、内容来决定。

2. 经济分析的基本程序

经济分析的一般方法,从分析的全部过程(或程序)的观点来看,也称分析的基本程序。一般来说,分析程序应确定分析工作各个步骤的名称、顺序、内容和要求。虽然各种分析形式的内容和要求不尽一致,它们各自的程序也不尽相同,但就其共性而言,都可以归纳为以下五个步骤:

(1)明确分析目的,制定分析计划。进行经济分析,首先必须明确为什么要进行经济分析。只有明确了分析目的,才能正确地制定分析计划。制定分析计划是为了保证分析工作有步骤地进行,并且不致因遗漏任何重要问题而影响分析效果。分析计划中要确定分析的目的、要求、范围、分析的主要课题、分析工作的组织分工、进度安排、资料来源等。分析工作应按计划进行,但也应根据分析过程中的实际情况修改补充计划,以提高分析质量。

(2)贮存分析信息,全面掌握情况。分析信息是指同企业经济活动有关的内部条件和外部环境的历史、现况、前景等动态变化数据、情报和资料。从实际出发,掌握真实、系统、完整的信息资料,是做好分析工作的基础。为此,要按照分析计划的要求搜集、选择现有的资料和整理一些必要的补充资料。

① 企业外部信息收集。企业外部信息主要包括:国内外同行业同类产品的主要技术经济指标、主要技术措施、市场供需情况等信息。具体说来,外部信息收集与整理工作应抓好如下三项工作:第一,要利用各种条件寻找信息。如利用公开的资料,即国内外报纸、杂志、专业刊物上公开的资料;利用外国在中国举办的各种展销会的机会收集资料;通过交换资料的方式取得兄弟厂矿的资料。第二,选择对象,建立档案。专门把国内外先进企业作为收集信息的对象和追赶目标,对这些先进企业专门设立档案,积累资料,掌握这些企业的历史、现状和发展前景,弄清赶超的具体目标和赶超途径。第三,对资料进行加工整理。在掌握大量资料的基础上,要进行整理加工,取其精华,去其糟粕。国外资料有真有假,加以分析,选取真实资料加以利用。

②企业内部的信息收集。企业内部信息一般说来有以下3种:第一,各种核算资料和报表,它们是企业内部十分重要的经济信息,必须注意全面、准确、及时地收集整理。第二,技术标准和技术规程等生产技术方面的重要信息。第三,各项计划、预算、定额、标准等。它们反映了

企业在人财物的占用和利用方面所应达到的水平。

上述基础资料收集后,还要加工整理,使之成为经济分析必要的中间数据。资料的收集和整理两个环节都是不可缺少的,没有大量的资料收集,就无法整理出分析所需的数据,而没有去粗存精、去伪存真的整理,单纯的资料收集也是没有意义的。值得一提的是,分析的质量和效果在很大程度上决定于各项资料信息的正确性、真实性和合法性。故此,分析资料收集过程中一定要认真检查,详细核实,以确保分析资料的真实性、客观性。

(3)进行定量分析,建立分析模型。分析模型是用数学语言来描述和研究某一经济指标与各个影响因素之间的数量关系的公式。经济分析模型的建立是搞好经济定量分析的前提条件。所谓定量分析,就是从数量上来确定企业各项经济技术指标的差异大小及差异原因,以衡量企业生产经营活动和经济效益的优劣。

(4)搞好定性分析,抓住关键因素。我们在定量分析的基础上,还应进一步对企业经济效益作合法性、合理性和可行性论证。这一步骤就是对定量分析得出的数据,根据国家法律、财经制度及相关的经济原理,对企业生产经营活动及其成果,进行相互联系的研究并考虑非计量因素和非经济因素的影响,说明预测经营目标的可行性、决策方案的科学性、计划安排的合理性,以及经济成果的效益性和取得途径的合法性。

应当指出的是,经济分析不仅要搞好定量分析与定性分析相结合,还要注意搞好分析与综合相结合。分析与综合是密不可分的两个过程。其中分析是基础,综合是分析的概括和提高。如果只重分析、忽视综合,最后只能得出个别和部分的结论,不能对企业经营工作得出全面的分析结论。因此,只有把分析和综合正确地结合起来,才能在多种矛盾中找出主要矛盾,从复杂因素中找出关系因素,才能对企业生产经营活动及其成果由感性认识上升到理性认识,并从中探索进一步提高企业全面经济效益的可能性和规律。

(5)作出综合评价,提出改进建议。经济分析,通过上述步骤揭露矛盾、分析矛盾之后,要对企业经济活动作出评价和对企业未来经济发展状况进行估价。从政策高度,按讲究全面经济效益的要求,对企业生产经营方案或某一时期的生产经营成果,作出高效或低效、成绩或缺点、成功或失败等结论。在综合评价的基础上,要依靠群众,针对经济活动

中的关键问题和薄弱环节,提出措施,挖掘潜力,改进工作,提高经济效益。与此同时,还必须注意抓好措施的实现与检查,继续开展经济分析工作。只有不断地发现、分析、解决实践中出现的新矛盾和新问题,才能不断提高企业的经营管理水平。

综上所述,企业经济分析的基本程序可以表述为:首先,根据企业当期工作重点和中心任务,制定分析计划;继而按照分析计划的要求搜集、选择和整理分析资料;然后建立分析模型,进行定量分析,揭露矛盾;在此基础上,搞好定性分析,并进一步综合研究,抓住主要矛盾;最后,根据分析结果作出评价,提出解决矛盾的措施,以充分挖掘提高企业经济效益的潜力。

□ 比较分析法

指标对比分析法(或称指标比较法)是一种用得最多、最广的分析方法,它是对经济指标的实际数做各种各样的比较,从数量上确定差异的一种方法。比较分析法的作用在于揭露矛盾,评价业绩,揭示不足,挖掘潜力。

有比较才有鉴别,任何事物的好坏都是相比较而存在的,只有在事物的相互联系中进行比较,才能认识和研究事物的差别。所以比较法几乎是任何分析工作中都将用到的方法。

目前,指标的对比,主要有以下几种形式:

1. 考察达到预期目标程度的比较

对比的方式包括:本期实际与长远规划指标对比,与本期计划指标对比,与有关的理论数、设计数、定额数对比,与其他有关预期目标对比等等。目前,企业普遍推行目标管理制度,衡量企业生产经营工作好坏的一个重要标志,就是看企业各项同经营目标的实现情况。这就决定了分析企业经济活动,首先要将企业实际指标与有关预期目标进行对比,给进一步分析指明方向。但在分析比较时,必须检查计划目标本身的质量。如果目标缺乏合理性、先进性,就失去了可比的客观依据。

2. 考察发展变化情况的比较

对比的方式包括:本期实际指标与上期实际比,与上年同期实际比,与历史最好水平比,与有关典型意义的时期比等等。这种比较方法可以观察企业经济的发展和变化趋势,以及改善企业经营管理的情况

等。另外,有的经济指标未规定目标数,则可将其实际数与前期实际数进行对比,以便发现差距,从中吸取经验,有助于改进工作。

3. 考察现有水平和揭示差距的比较

其对比的方式主要有:本企业实际与国内同类企业先进水平比,与国内同类企业平均水平比,与当地同类企业先进水平比,与当地同类企业平均水平比,与国际同类企业先进水平比,与国际同类企业平均水平比。有时还可在企业内部开展与先进车间、班组和个人的指标相比较。这种对比方法可以扩大眼界,防止骄傲自满,在更大范围内发现先进与落后的差距,促使学人之长,补己之短,以增强企业的紧迫感、危机感,增强企业的适应能力和竞争能力,促进企业提高经营管理水平和提高经济效益。

必须指出,开展经济指标对比,要考虑指标内容、计价标准、时间长度和计算方法的可比性。在同类型企业进行经济指标对比时,还要考察客观条件的基本接近,技术上、经济上具有可比性。这是正确运用指标对比分析法的必要条件,否则就不能正确地说明问题,甚至得出错误的结论,但要防止将指标的可比性绝对化,要尽量扩大对比范围。否则就将陷入唯条件论,不利于充分发挥人的主观能动作用,不利于挖掘潜力,推行先进经验。

□ 比率分析法

1. 比率分析法的含义和种类

比率分析法,是利用两个指标的互相关系,通过计算它们的比率来考察、计量和评价经济活动业绩优劣的技术方法。

根据分析的不同内容和不同要求,比率分析法主要有以下 3 种。

(1)相关比率分析。它是以同一时期某个项目和其他有关但又不同的项目加以对比,求出比率,以便更深入地认识某方面的经济活动情况。如将利润项目同产值、产品销售成本、产品销售净收入和资产项目对比,求出产值利润率、成本利润率、销售利润率和资产利润率,从而可以从不同角度观察比较企业利润水平的高低。

(2)趋势比率分析。这是将几个时期同类指标的数字进行对比以求出趋势比率,分析该项指标增减速度和发展趋势,以判断企业某方面业务的趋势,并从其变化中发现企业在经营方面所取得的成果或不足。