

现代企业投资精要

之

3

投资实务

TOU ZI SHI WU

尹维劼 周 骏 主编



中 信 出 版 社

现代企业投资精要 之三

投 资 实 务

尹维劼 周 骏 主编

中 信 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

投资实务/尹维劼,周骏编著. - 北京: 中信出版社, 1997.10

(现代企业投资精要;三)

ISBN 7-80073-155-3

I. 投… II. ①尹… ②周… III. 企业-投资-基本知识 IV. F830.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 09003 号

现代企业投资精要 之三

投 资 实 务

主 编	尹维劼 周 骏	开本	850×1168mm 1/32
责任编辑	李宝琳	印张	6.5
责任监制	肖新明	字数	151 千字
出 版 者	中信出版社(北京朝阳区 新源南路 6 号京城大厦 邮编 100004)	版次	1997 年 8 月第 1 版
承 印 者	中国科学院印刷厂	印次	1997 年 8 月第 1 次印刷
发 行 者	中信出版社	书号	ISBN 7-80073-155-3 F·117
经 销 者	新华书店北京发行所	印数	0001—5000
		定价	13.00 元

版权所有·翻印必究

《投资实务》

参加本书编写人员有：

（按姓氏笔划排序）

王英兰 尹维劼

石 伟 李红梅

朱向东 杜福胜

张 彤 张晏生

周 骏 胡宗权

作者心语

企业追求的利润应当是无止境的，越多越好。任何安于现状，不求进取，死守原地的思想，都将被市场经济竞争的洪流淹没。只有不断创新，或扩大生产规模，或另择一些佳路，进行企业投资，这样的企业才有希望，才能在激烈的竞争中立于不败之地，并茁壮成长。企业投资成功与失败，是至关企业生存与发展的关键。

纵观国内外富豪，无一不是依靠其日益增长的投资来发展壮大自己的。许多人认为，投资首先必须自己有钱，有闲钱才能投资，这种观点是极其错误的。事实上，大多数企业的投资项目需要的资金来源的大部分来自于企业之外，或贷，或取之于社会广大股民等等。也就是说，自己没钱，想办法去借也要搞投资。只有投资，企业才有出路。但投资也并不意味着成功，投资不当也可能导致企业的衰退或破产。为此，我们在投资中必须讲究科学性，进行科学的决策、科学的管理，这样才能产生较高的投资效益。盲目不能出效益，杂乱无章的管理出不了效率。企业投资是一个很复杂的过程，并且对企业的影响巨大，因此，每一个明智的领导者要善于研究，摸透它的规律，以便轻车熟路地遵循它的行动程序，讲究方法，运用技巧，最终得到投资期缩短、效益上升的好处。

尹维劼

1997年元月于北京

《现代企业投资精要》

总 策 划 尹维劼 程国慧
执行总主编 鞠朝阳

1. 《投资误区》
2. 《投资谋略》
3. 《投资实务》

目 录

作者心语

一般投资方式篇

一、漫漫市场 求索目标	3
(一)分析市场 明确投资方向	3
(二)分析环境 明确投资地点	6
二、深入研究 确定项目	10
(一)进行市场调查 作出一个全面的市场评价	10
(二)进行财务测试 作出一个正确的经济评价	28
三、强化管理 堵塞漏洞	64
(一)前期管理	64
(二)期中管理	92
(三)后期管理	108

特殊投资方式篇

一、购并——企业成长又一途	125
(一)企业购并程序	128
(二)如何实现购并	133
(三)购并后操作	149
二、投资拓展——企业腾飞之路	169
(一)投资触角的选优	169
(二)投资扩张	177

三、满足多种需要——证券投资	184
(一)如何进行证券投资	185
(二)正确运用证券投资获取利润	189

一般投资方式篇

一般投资方式，即指实业投资，实业投资是企业发展之本，也是证券投资、其他投资之基础。实业投资有其固有的规律来遵循。

一、漫漫市场 求索目标

漫漫商海，产品、顾客需求扑朔迷离，究竟干什么好？对于若干年以后才能见效的投资来说，这一锤定音之举对企业太重要了。实践证明，选准投资方向与投资地点是企业实业投资的第一步，也是最重要的一步。我国非常讲究“开门红”，这是因为居于前列的东西对以后影响是很大的。俗话说：万事开头难。要做好第一步不是那么容易的事，实业投资过程也是这样。怎样才能做好呢？主要应把握以下二点：

（一）分析市场 明确投资方向

在市场经济条件下以销定产，以需定投，根据顾客急需的产品而安排投资项目是我们的正确方向。为此，我们首先要明白顾客现在正需要什么，以需定投，才能正确确定投资方向。市场细分是一种行之有效的方法。

李兆基是香港地产界的巨子，他的投资观念不同于其他的房地产大亨，他对市场进行仔细的分析后，采用市场细分方法把经营房地产的重点放在了中小型的住宅楼宇上，眼睛始终盯着百姓大众。在他的恒基地产与恒基发展两个公司开发的物业建筑中，中小型住宅楼占近 70% 的比例，而商业和工业楼只各占 15%。李兆基认为普通的老百姓大多数只能购买中小型住宅，香港年轻的一代喜欢组织小家庭，所以他比较看中中小型楼宇的行情，大

量兴建这种房产，事实证实了这一战略的成功，他的产品“货如轮转”，恒基兆业不停地生产，不停地出售，又不停地购入新土地，从未发生资金占用、周转不灵的情况，为他带来了丰厚的利润。

市场细分是随着新行销观念替代旧行销观念的基础上产生的，是由美国市场学家温德尔·史密斯于本世纪 50 年代中期提出来的。当时市场趋势已是买方市场占统治地位，满足顾客的需要已成为企业行销活动的出发点。顾客的需要随着商品经济的发展表现出多样性，为满足不同顾客的需要，要在激烈的竞争中获胜，就必须进行市场细分。这个概念提出后很快受到学术界的重视和企业界的广泛运用，目前它成为现代行销学的重要概念之一。对市场的划分，并非通过产品的分类来划分，而是通过对消费群体的分类来划分。这一方法也可广泛运用于投资学上，用以确定投资方向。

通过市场细分，企业可以对每个细分市场进行了解，掌握在不同市场中顾客的需要，从中发现各细分市场的购买者的满足程度，即那些顾客需要已获得满足，哪些需要未满足。同时，分析和比较在不同细分市场中竞争者的状况，着眼于未满足的需要而竞争对手又较弱的细分市场，寻找有利的市场投资时机，开拓新市场。

市场细分的基础是顾客需要的差异性。也就是说市场细分是根据顾客需要的差异性来划分的。由此可推知，造成顾客需要差异的主要原因，就是市场细分的标准。通常的划分有：

①按行业或产业划分的市场，如房地产业、建筑业、基础工业等等。

②按性别划分的市场。

③按年龄组划分的市场。

- ④按地区划分的市场。
- ⑤按收入划分的市场。
- ⑥按教育程度划分的市场。
- ⑦按家庭划分的市场。
- ⑧按种族划分的市场。
- ⑨按商品的使用频率划分的市场，如耐用品与非耐用品。
- ⑩按商品的购买方式划分的市场，如简便商品与选购商品。
- ⑪按顾客的购买态度划分的市场，如热门商品与冷门商品。

在投资中运用市场细分应注意以下问题：

①要从长远考虑。一般市场细分方法是针对现状而言的，但随着时间的推移，市场需求状况肯定会发生变化，为此，我们应做好充分的预测，以免决策失误。实业投资过程时间较长，现在需要的东西，等到项目建成投产后就不一定需要了，因此，对投资过程发生需求变化应作充分的考虑。

②要考虑潜在需求。有的需要现在不存在，我们在市场细分时往往会忽视，但这样的潜在需求在若干年后会成为热门商品，如早作考虑，早作打算，早进行投资，就能抢先占领市场，获得较好的投资回报。

③要深入研究顾客的需求与购买动机。我们在进行市场细分时，容易被表面的现象所迷惑，这样会导致决策失误。市场的潜力源于顾客客观需求与长期形成的购买动机，有的市场可能因为偶然的误导而暂时形成热闹非凡的虚假景象，但经过一定时间，人们深思熟虑过后，这种现象即会马上消失。我们在市场细分时，不要划分了市场而不作分析或不作细致分析，只有当我们作深入分析后，认为某一市场有长期需求，人们会有持久强烈的购买动机，我们才能下“赌注”。

(二) 分析环境 明确投资地点

世界万事万物，无不有其环境，无不与其环境息息相关，受其环境影响，譬如北方的马铃薯种到南方会变小退化，而南方的含羞树移居到北方，却长成娇小秀弱的含羞草，“桔渝淮而北为枳”更为大家熟知，投资环境对投资项目经济效益有着重要的影响。

企业投资项目最终要落于某地，该地环境情况如何，对企业市场推销、生产经营成本、原材料供应、人才引进等等有着至关重要的决定性作用，从某种程度上说，环境也决定了企业投资的效益。

俗话说：“让江河止流是无用的，最好的办法是学会顺流而行”。在复杂多变的环境中，企业虽然不能改变环境，但要善于分析环境，利用环境，选择环境，明确一个能带来较好效益的投资地点是企业领导需要深思熟虑的大事。

1. 地质情况

1986年某单位通过市场调查发现水产养殖业很有发展前途，于是决定建四座鱼塘，在没有进行地质情况分析的情况下，就开始鱼塘的挖掘工程，三个月过去了，四个鱼塘挖好了，单位领导高高兴兴地到现场看放水养鱼，谁知，整整放了三天三夜池塘仍不见有多少水，直到请了一位水利专业人员考察后，才真相大白，原来池塘两米以下全是鹅卵石，渗水性很强，根本无法作鱼塘，结果白投资金14万元，给企业带来难以弥补的损失。

工程地质条件是否符合投资项目的要求，是厂址选择的重要条件，对投资项目的生产建设具有长期的影响，因此，对工程地

质状况的分析是项目评价的重要内容。

(1) 分析所在地区的自然地理、地质现象、岩土物理性质，确定土壤耐压力满足规划建筑物的要求，严防将厂址选择在断层、流沙层、岩溶层等不利地层结构上。研究工程地质对建筑物的影响和建筑物对地质条件的要求，从而选择相应的地质环境，以保证投资项目所有建筑物的稳定性。所在地区是否有已被开采或具有开采价值的矿床，以保证建筑物的安全。分析投资项目的施工建设对工程地质条件的影响。

(2) 分析投资项目所在地区地下水的形成、分布、运动规律以及物理、化学性质。研究所在地区水位的高低、流向、流速、汛期、枯水期的时间分布，以及对项目建设和今后生产的影响。分析项目施工、生产、生活用水的保证程度和项目的施工建设给水文地质带来的影响。

2. 公共设施情况

对公用基础设施评价的主要内容有：项目所在地是否具有充足、可靠的水源，可供水量是否能满足拟建项目近期和远期发展的需要；耗电量大的项目，周围是否有库容大、电量充沛的水电站或火电站；项目所在地是否靠近交通干线，与路网、港站是否接近；是否有可靠而迅捷的电传和邮传系统等。如果项目建设所在地已具备较为完备的基础设施，可满足项目需要，则评价时只需在经营成本中计入使用这些设施的成本费用。如果基础结构设施短缺或紧张，则需增加项目投资，扩大配套工程的建设。

此外，还应对外部协作情况进行分析，如：产品、零部件、工艺等生产性协作问题，辅助生产协作问题，生活服务设施协作问题等等。

3. 原材料、燃料、动力供应情况

具有可靠的原材料、燃料和动力是决定项目生命力的关键因

素之一。如果这些条件尚未落实，项目就仓促上马，很可能造成建成后长期无法正式生产，设备低负荷运转，高成本和低效益的不利局面，给企业带来难以弥补的经济损失。

(1) 原材料供应。原材料供应条件的评价，就是对项目所需原材料在供应数量、质量、价格、供应来源、运输距离和仓储设施等方面的可靠性和合理性作出评价，分析其供应数量是否能保证项目生产能力的需要，质量水平是否能满足项目生产工艺和产品功能的要求，研究原材料供应对产品成本的影响，计算包括出厂价格、运输费用、仓储费用在内的全部原材料费用，对原材料产地或代用品进行多方案比较，保证项目对原材料的选择既能满足项目生产的需要和要求，又能使其得到经济合理的利用。

(2) 燃料供应和动力条件。着重分析评价燃料选择对项目生产过程、产品质量、产品成本和环境的影响，供应数量、质量能否保证项目的需要，出厂价格、运输及仓储费用是否经济节约，在此基础上落实燃料的供应方式、运输及储存问题。

电力条件，要估算最大需电量、高峰负荷、备用量、耗电量及其对产品成本的影响，计算变电站、输电线路及自备电厂的功率和投资；蒸汽和煤气，计算需求量，分析供应方式对产品成本的影响及自备设施投资、规模、设备选型、管网布置的合理性。

4. 人力资源情况

企业生产经营需要人来完成，劳动密集型企业，需要大量的劳动力，而知识密集型企业，主要需要高技能的知识型人才。我们需要对环境作一些了解，看是否在当地有我们需要各种人力资源，包括数量上的供应与质量上的保证，要研究人力资源成本。

5. 当地经济情况

所在地区经济形势，包括工业、农业、服务业、建筑业、房

地产经营管理业、文化、银行业、保险业等各行各业现状；其次，预测其发展的趋势；最后要分析经济形势及发展趋势对项目的影响，一般来说，经济形势及其发展趋势比较乐观，则投资环境比较宽松，投资机会较多，供给相应增加；反之亦然。

6. 当地政策及社会文化情况

政策环境分析主要是对一定时期内当地政府的有关方针政策及规章制度的分析，主要包括政府的有关经济政策，如工农业生产政策、工商政策、第三产业政策、外贸政策、市场管理政策、银行信贷与税收政策等，此外，一些非经济政策也可能对当地经济有所影响，我们也要加以分析。政府的这些政治方针政策对企业投资产业有广泛直接或间接的重大影响。尤其要注意的是当地政府对投资的态度及对投资项目的要求。如珠海非常重视城市建设，对工业卫生、环保等方面要求特别严格，一般不予审批重工业企业。

在企业投资所面临的诸方面环境中，社会文化环境是较为复杂的，它不像其它环境那样显而易见与易于理解，却又时时刻刻影响着企业的投资活动，企业在投资时不能忽略对社会文化环境的调查与分析。社会文化环境分析主要是对居民职业构成、居民受教育的比例与程度、文化修养、家庭组织规模、各民族特点和分布及宗教信仰、道德风俗、生活习惯、审美观念及社会时尚等的调查与分析。这些社会文化因素，企业投资时应予以一定的重视。