

最新行业财务管理实务系列



服务企业

贺志东 / 主编

智董网专家委员会◎编著

财务管理

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务企业财务管理 / 贺志东主编. —广州: 广东经济出版社,
2011. 1

(最新行业财务管理实务系列)

ISBN 978—7—5454—0594—1

I. ①服… II. ①贺… III. ①服务业—企业管理: 财务管理
IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 174180 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	广东省出版集团图书发行有限公司
印刷	广东新华印刷有限公司 (广东省佛山市南海区盐步河东中心路)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	29
字数	579 000 字
版次	2011 年 1 月第 1 版
印次	2011 年 1 月第 1 次
印数	1~4 000 册
书号	ISBN 978—7—5454—0594—1
定价	58.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

图书发行有限公司网址 [http //www. gdpgfx. com](http://www.gdpgfx.com)

邮购电话: (020) 89667808 销售: (020) 89667808

地址 广东省广州市海珠区宝岗大道 1377 号 A35—A37 档 邮编: 510260

本社营销网址 [http //www. gebook. com](http://www.gebook.com)

本社市场部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话 (020) 38306055 邮政编码: 510075

广东经济出版社常年法律顾问 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

前言

财务决定企业成败。

——贺志东

服务企业财务管理是按照国家法律法规和政策以及服务企业经营要求，遵循资本营运规律，对服务企业财务活动进行组织、预测、决策、计划、控制、分析和监督等一系列管理工作的总称。

在市场经济条件下，企业财务管理水平决定着企业生产经营规模和市场竞争能力，财务管理应当成为企业管理的核心。因此，加强企业财务管理，对改善企业的生存条件，提高企业的经济实力，推动企业的发展，起着重大的作用。

近年来，我国企业财务通则、会计准则、审计准则、内控规范、税务法规等发生了几乎“脱胎换骨”式的大变化。为了加强企业财务管理，规范企业财务行为，保护企业及相关方的合法权益，推进现代企业制度，我国财政部近年对原《企业财务通则》进行了修订，修订发布了《企业财务通则》（财政部令第41号）、《金融企业财务规则》（财政部令第42号）。它对我国实行了十多年的企业财务制度进行了全面改革和创新，主要包括功能创新、观念创新、体制创新、体系创新、机制创新、内容创新等六个方面。

“选择了财会，就选择了终身学习”。财会财税人员必须终身学习、不断更新知识，否则就可能被淘汰或不能胜任工作。尤其是对于新的财会实务，如果不读书、不学习，仅仅浏览一下新闻或通则条文就自以为掌握了新政策的精髓，对个人职业竞争力和公司财会核心竞争力都有损失，甚至要付出直接代价、承担法律后果。

为了帮助广大服务企业改变过去“重会计、轻财务”，“重核算、轻管理”的倾向，做好《企业财务通则》的贯彻实施工作，加强对广大服务企业管理人员、财会专业人士等相关人员的培训，帮助学习、理解、掌握、消化新《企业财务通则》和《金融企业财务规则》，实现知识更新，切实提升企业财务管理水平，由全国杰出财税实务专家贺志东教授担任主编，中华第一财税网（又名“智董网”，www.tax.org.cn）专家委员会编写了“最新行业财务通盘专业管理实务”丛书。

本丛书由全国著名财税实务专家贺志东同志主持编写、中华第一财税网专家委员会编著，共11册，包括：《房地产公司财务管理》、《商品流通企业财务管理》、《餐饮企业财务管理》、《物流企业财务管理》、《建筑施工企业财务管理》、《工业企业财务管理》、《服务企业财务管理》、《交通运输企业财务管理》、《外贸企业财务管理》、《旅游企业财务管理》、《连锁企业财务管理》等。

推出行业财会实务丛书的缘起，是因为我们在十多年的财会财税实际执业过程中对广大客户需求的了解。许多从事财会实务工作的人员（尤其是基层的同志）普遍反映，现有的一些关于财务、会计、成本管理等之类图书，与市场需求脱节，多为只述皮毛、侧重概念和理论的“小册子”，且内容老化、过时，基本讲的是工业企业的（或稍涉及商业企业），试图用一本小册子书搞“大杂烩”，已经难以并无法满足各行各业读者具体需求。如今，读者的胃口已经不是满足于“有东西填饱肚子”。能符合其个性需求的、讲实际的、管用的、可操作的行业财会实务书，才是他们想买的。

本书为《服务企业财务管理》，内容共8章，包括：服务企业综合知识、服务企业收益分配、服务企业成本费用、服务企业资产营运、服务企业资金筹集、服务企业财务信息、服务企业财务分析、服务企业财务预算等。

本书特色：

（一）高度的行业性、针对性、个性化。结合服务企业特点编写，为企业财会人士“量身定做”，符合读者刚性需求，更管用，更适合读者。

（二）高度的实务操作性。实实在在、“立竿见影”、拿来即用。完全不同于“象牙塔”式、泛泛而谈一些空洞、概念性东西的教科书。

（三）新颖性和创造性。无论内容和形式均有创新，不同于过时的书，更不同于“老黄历”式的教科书。本书内容和涉及的法规政策均为最新版本。

（四）注重细节，篇幅充足，不泛泛而谈，内容系统和深入。不同于那些不系统、不深入、不具有操作性，条条框框、“蜻蜓点水”、只述“皮毛”的书籍。

本书适用对象：

全国每家服务企业的财会、内审等人员，每家服务企业的管理层人士，所有持会计证的人员，注册会计师行业从业人员和持CPA资格证人员，服务业、财会、经营管理、经济管理等专业的学生，等等。无论是“新手”还是进行知识更新、职业后续教育的“老手”，都非常有必要系统、深入地学习最新行业财务操作实务知识和技能。也适合广大相关专业学生“回炉再造”学习之用。

囿于科研经费、学识等方面原因，书中不足之处在所难免，请读者不吝批评指正，以便今后再版时修订（E-mail: jjanyi@tax.org.cn）。

中华第一财税网（又名智董网）

目 录

第一章 服务企业综合知识 / 1

第一节 服务行业综合知识 / 1

第二节 服务企业财务管理综述 / 6

第二章 服务企业收益分配 / 49

第一节 服务企业收入的管理 / 49

第二节 服务企业出售股权投资及其收益的管理 / 51

第三节 服务企业年度经营亏损的弥补 / 56

第四节 服务企业利润分配政策 / 58

第五节 服务企业年度利润分配 / 69

第三章 服务企业成本费用 / 78

第一节 服务企业成本费用控制综述 / 78

第二节 服务企业成本费用控制方法 / 96

第四章 服务企业资产营运 / 105

第一节 服务企业资产营运综述 / 105

第二节 服务企业流动资产管理 / 125

第三节 服务企业固定资产管理 / 173

第四节 服务企业投资管理 / 181

第五章 服务企业资金筹集 / 202

第一节 服务企业筹资管理概述 / 202

第二节 服务企业资本结构 / 208

第三节 服务企业资本成本 / 218

第四节 服务企业权益资金筹集管理 / 229

第五节 服务企业债务资金筹集管理 / 235

第六章 服务企业财务信息 / 262

第一节 服务企业财务信息管理概述 / 262

第二节 服务企业信息化财务管理 / 263

第三节 服务企业财务会计报告 / 271

第四节 服务企业资源计划系统 / 311

第五节 服务企业财务评价体系 / 315

第七章 服务企业财务分析 / 330

第一节 服务企业财务分析概述 / 330

第二节 服务企业财务指标分析 / 334

第三节 服务企业财务分析体系 / 366

第八章 服务企业财务预算 / 376

第一节 服务企业财务预测 / 376

第二节 服务企业财务预算 / 389

第一章 服务企业综合知识

第一节 服务行业综合知识

一、服务业的概念

服务业是国民经济中第三产业的重要组成部分，它一般是指利用一定的场所、设备和工具提供服务劳动的行业。它的经营方式多样，服务项目繁多，而且所提供的往往是带有一定技艺的服务性劳动。



小资料

现代服务业的概念

现代服务业，也称生产性服务业、知识服务业、新兴服务业等。现代服务业的提法最早在1997年9月党的“十五大”报告中，2000年10月党的十五届五中全会关于“十五”计划建议中，提出，“要发展现代服务业，改组和改造传统服务”。作为一个新兴产业，对其发展规律的研究起步较晚，尚有许多重大理论问题需要深入探索，迄今为止，理论界关于现代服务业的含义还没有一个得到普遍认可的完整的描述，在学术界和产业界中也还没有统一的定义。但有一些共识，那就是：现代服务业是在工业化比较发达的阶段产生的，主要依托信息技术和现代化管理理念发展起来的，信息和知识相对密集的服务业，与传统服务相比，具有智力要素密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染少等特点。

目前对现代服务业的认识主要有以下三种：

(1) 认为现代服务业等同于服务业。例如，在学习党的“十六大”文件的很多理论文章中，当人们解释党的“十六大”报告中指出的“要加快发展现代服务业，提高第三产业在国民经济中的比重”的提法时，不少人都是就如何发展“第三产业”这一主题去讨论的，很少有对“现代”的内涵是什么进行讨论。许多报刊在“党的‘十六大’报告名词解释”中对现代服务业的解释是：“现代服务业是指那些不生产商品和货物的产业，主要包括信息、金融、会计、咨询、法律服务等行业，大体相当于现代第三产业。”一些文章中在解释现代服务业的内涵时，仍然是包括了商贸业、金融业、运输业、餐旅业等服务业的传统行业，也许他们认为，所谓现代服务业只是一种宣传中的提法而已，实际上同“服务业”并没有任何区别。

(2) 认为现代服务业主要是指知识含量和科技含量比较高的服务业。在一些地方政府的文件及地方官员的讲话中,常常把“现代服务业”同“现代制造业”、“现代农业”等相提并论,认为现代服务业是随着科学技术的发展,特别是信息技术的发展而产生的以高新科技为支撑的服务行业。如上海市中心的一些区就提出要发展所谓“高增值、强辐射”的现代服务业。国内其他省市的一些领导也曾在有关讲话中指出,要大力发展“技术含量高”的现代服务业。在他们的理解中,现代服务业中“现代”的含义主要是知识含量和技术含量比较高,劳动的附加值比较高,而不同于主要是以“低成本的劳务支出”为特征的传统服务业。

(3) 认为现代服务业主要是随着经济和社会发展的需要而产生出来的一些新兴服务业。中山大学的李江帆教授认为,现代服务业是相对于商贸、餐饮、交通、运输等传统服务业而言的,主要包括金融保险、不动产业、市场研究、咨询、规划设计、中介、科技、法律、税收、管理、广告等新兴的工商服务业。他指出,随着工业化程度的提高,第三产业必然会产生内部结构的升级,新兴服务业的产生是这种“内部结构升级”的重要标志。浙江省委党校陈自芳教授在《经济增长与第三产业瓶颈》一文中指出,我国第三产业发展出现结构性滞后,交通运输、仓储、邮电、批发零售贸易及餐饮占第三产业增加值的44.3%,而金融保险、信息业、咨询业、科技研发与服务等直接促进产业发展的新兴的第三产业不到30%。国务院发展研究中心社会发展部副部长林家彬博士在北京2003年CBD产业发展市场论坛上的发言中指出,现代服务业的内涵是以金融、保险、房地产和商务服务为主,商务服务业的内涵包括营销、广告与公关服务,建筑、科学与工程服务,法律服务,会计服务,计算机软件与信息处理服务,以及研发与技术服务。

所以说,现代服务业的“现代”实际上是一种相对的含义。它主要是指随着某种经济或社会活动中某项局部功能的需求不断扩大,以致专业化运作成本优势和规模效应得以体现时,该功能就会从营运主体分离出来,形成专业的服务机构,为需要该功能的营运主体提供服务。所谓“现代”,主要是指作为营运主体的经济或社会活动部门的营运行为出现了新的变化,导致某局部功能的作用也随之出现新的变化,从而使其独立为前所未有的专业服务机构而言。在农业时代,商业的分离在当时就是现代服务业;在大工业时期,金融业的出现也是现代服务业。而今天,真正意义上的现代服务业应当主要是营运机构(企业与其他社会组织)内部管理职能的分离,这应当是继为企业的生产直接服务的“第一代服务业”(商贸业、仓储业、运输业)和为企业的生产间接服务的“第二代服务业”(金融业、保险业、广告业、租赁业等)之后的“第三代服务业”(理财业、物流业、咨询业、信息业、会展业、秘书业、保安业、物业管理业等)。第三代服务业的服务对象已不仅是第一产业和第二产业的生产部门了,也包括第三产业中的许多企业的单位。

综上所述,我们认为,“现代服务业是在工业化比较发达的阶段产生的,主要依托信息技术和现代化管理理念发展起来的,信息和知识相对密集的新兴服务业,也包括应用新技术、新业态和新服务方式改造提升的传统服务业。”与传统服务业相比,现代服务业属于劳动和知识技术密集型产业,具有智力要素密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染少等特性。

因此,现代服务业不仅包括现代经济催生出来的新兴服务业,如信息服务、科技服务、现代物流等;也包括现阶段高增长势头以及占有较大比重从而具有“现代”意义的服务业,如金融服务、商务服务、文体休闲服务;同时还应包括被信息技术改造从而具有新的核心竞争力的传统服务业,如现代商务、房地产和会展旅游服务等。

针对现代服务业发展现状与趋势,本书重点讨论会展服务业管理、咨询服务业管理、金融服务业管理、经纪服务业管理、租赁服务业管理、传媒服务业管理和休闲服务业管理。这些服务业的经济活动主要是由企业完成的,因此,书中讨论的现代服务业管理一定程度上是现代服务业企业的管理。

二、服务企业生产经营的特点

服务企业的特点如下:

(一) 经营活动中一般不形成新的有形产品

作为第三产业,服务企业在经营活动中提供的“产品”就是服务,经营活动最终结果一般不形成新的实物形态的产品。而第一、第二产业是物质生产部门,创造新的物质产品,如工业企业对原材料进行生产加工,生产出有形的产品。

(二) “生产、销售、消费”三个环节同时进行

因为服务企业的“产品”不是以实物形态独立存在的,从而决定了不能像制造企业那样可以先行生产,然后储存,再进行销售,而是在生产过程中即被消费,不存在与生产过程相分离的产品销售过程与消费过程。

服务过程就是消费过程。例如,美容、理发、沐浴使人们得以达到修饰整洁的目的,服务结束,消费也就终止了。有些服务业,如照相、洗染、修理等行业,除了具有服务的职能外,还有加工生产的职能,但它又不同于一般的生产加工企业,它是边生产边销售,其生产过程短,且直接与消费者见面,因此,服务经营业务同时具有生产、服务、销售三项职能。



小资料

现代服务业的特征

现代服务业既具有与传统服务业相同的基本特性,如服务产品的无形性、生产与

消费的同时性、不可储存性、异质性等,同时它也有不同于传统服务业的特殊属性。现代服务业具有新技术、新业态、新方式和高人力资本、高信息含量、高技术含量及低能耗、低物耗、低污染的“三新”、“三高”和“三低”的特征,主要体现在以下几个方面:

1) 知识和技术密集型。

现代服务业显著依赖于专门领域的专业性知识和技术,向社会和用户提供以知识为基础的中间产品或服务。现代服务业中有以新知识、新技术为基础的知识密集型服务业(如软件业、科学研究和技术服务业等),也有集中使用新技术的传统服务业的升级(如金融服务业、新闻出版业等)。技术进步造就了现代服务业的高效发展,信息技术革命使信息技术投资不断增长,现代服务业日益成为密集使用信息技术成果的行业,使这些领域的劳动生产率显著高于制造业。根据美国经济分析局(BEA)和英国国家统计局(ONS)的统计和调查研究,自从20世纪80年代以来的20多年间,英美两国的服务产业对信息技术的投资占整个信息技术投资的80%以上。1995年以后,统计数据显示,美国服务业劳动生产率领先于制造业部门的劳动生产率增长。

2) 附加值高和间接增值性。

现代服务业处于产业链中的利润高端,是提高经济效益的重要途径。在整个价值链中咨询、创意、研发、设计、销售、物流、售后服务等服务活动的价值含量日益增高。在欧美发达国家,汽车、计算机行业80%的利润来自服务过程,而制造过程只能获得20%的利润。所以,虽然最大的销售额来自产品,但是最高的利润却来自相关服务。

服务产品也具有价值,这已是近几年学术研讨中被广泛认同的观点。且不说餐饮、理发、淋浴等生活服务业由于直接满足于消费者的某种需求而创造了价值,即使是商贸业、运输业也因其克服了商品交换的时空间隔,提供了商品的时间效用和空间效用,而使商品得以增值。而同这些传统服务业相比,现代服务业中的大多数行业对于企业及其产品的价值增值却是间接的。其价值的创造途径通常有三方面:一是经营成本的降低。由于现代服务业大多数表现为企业内部经营成本的大幅度下降。如第三方物流公司的物流代理,能使企业不必在物流的硬件设施上花费大量投资,物流成本可大幅下降。现代服务业所降低的经营成本,也就是其创造的价值。二是经营效益提升。现代服务业(如理财业、咨询业等)通过对企业经营活动的策划,使其花费同样的成本,所产生的经营效益却有大幅度的提高,从而为企业带来了实际意义上的价值增值。三是无形资产的增值。一些现代服务业(如广告业、会展业)通过其功能的发挥使品牌社会的声誉和社会形象大大改善,品牌价值也就随之上升,而这些价值增值的途径都不是因为商品的直接生产活动和流通活动而产生的。所以说“现代服务业”不仅同传统服务活动一样可创造价值,而且其创造价值的途径和作用往往是间接的。

3) 专业依赖性。

现代服务业的另一个重要特性就是在专业方面的依赖性。企业的一部分内部职能之所以会进行外包,除了前面所说的为了降低经营成本之外,另一个重要原因就是因为这些职能需要高水平的专业技术支撑。例如,律师事务所不仅对各种法律条款研究得十分精深,而且还因其有大量的诉讼实践经验,所以在处理企业法律事务方面的能力是企业自身所不可及的;咨询公司拥有大量的行业和市场背景资料,并拥有思想活跃的创新型人才,往往能打破企业传统的思维方式,提出令人耳目一新的策划方案;信息技术服务部门在系统软件设计、安装和维护方面的能力也不是一般企业所能够具有的。随着现代科学技术的不断发展,经营与管理科学化程度的不断提高,企业(及社会组织)对各种专业知识和专业技术的需求也在不断增加。但企业(或社会组织)不可能也没有必要同时拥有各种专门人才,所以其必然会对拥有专门人才和专业技术的现代服务机构具有较强的依赖性。因此,作为现代服务业的机构和部门,能否在市场上独立生存,关键就在于其对企业所必需的而企业自身无法满足的某些功能是否能给予满足,是否能利用本机构或部门的某种专业知识或专业技术,嵌入到企业(或社会组织)的“功能链”中去,使企业(或社会组织)对其产生一定的专业依赖性。这也是现代服务业之所以能在产业分工中独立出来的重要前提。

4) 运营灵活性。

现代服务业与传统服务业的另一个重要区别就是其在运营方面的随机灵活、不拘一格。现代服务业之所以有这样一种特性,主要同现代服务业的大多数行业部门(如理财、律师、广告、咨询、信息管理等)的行业性质有关。这些部门和机构为企业(或社会组织)所解决的大多数并非是经营管理中的一般矛盾(因为经营管理中的常规问题,企业或社会组织自身都能解决,无须委托其他部门机构进行帮助),而是企业(或社会组织)所面临的一些特殊矛盾,如投资决策、法律纠纷、广告策划、营销策划、信息系统设计等。这就要求现代服务业的相关部门和机构的运营活动必须具有个性化,必须有很强的针对性。所以许多现代服务业的部门和机构都是以项目或个案的形式来接受委托和开展运营的,其随机性和灵活性自然就不言而喻了。另外,正是由于不少现代服务业的部门和机构面临各种特殊矛盾,大多需要具有创新性的运作策划,才能达到较好的运作效果,所以就要求现代服务业的相关部门和机构必须不拘一格,必须善于创新。如进行理财服务,就必须善于根据市场各种变化,设计出最为合理的投资组合方案;进行营销策划,就必须根据资源、市场和竞争的现状与发展趋势,做出能出奇制胜的营销方案;进行法律服务,也必须在熟悉各种法律条款的前提下,根据个案的特征、委托人的利益目标以及法庭控辩的临场状况,制定出灵活机动的程序和策略。现代服务业的这种灵活性特征,也使现代服务业的工作表现出一种强烈的艺术感。

5) 价格模糊性。

现代服务业不少行业部门和机构的服务价格往往差别很大,很难把握统一的定价标准或依据,这实际上也反映了现代服务业中一些主要行业的特定性质。一方面,不少现代服务业由于其专业依赖性很强,从而使其在某种程度上表现出一定的垄断效应。这是因为诸如理财、律师、策划、软件设计之类的现代服务业,其主要是依靠高素质的专业人才来进行的,服务的质量主要取决于专业人才素质的高低,而高素质的专业人才服务部门或机构具有一定的垄断性,其服务价格也就有可能定得很高。另一方面,也是由于现代服务业随机性和灵活性的特征,使得所提供的服务产品往往是相当个性化的,相互之间难以进行明确的比照,所以也就难以把握统计的定价依据和定价标准。目前,现代服务业中凡是属于提供智力型服务的机构,其定价往往主要是依据这样三个方面:一是委托项目的标的价值,服务价格是依据标的价值的一定比例来确定的。二是工作量,即根据完成工作量实际需要花费的工作时间,如有时律师与其委托人谈话就是按时收费的。三是服务机构的资质和声誉,不同资质和声誉的服务机构的服务价格会有很大的差异。

6) 对契约和声誉的依赖性。

在提供服务的专业服务机构和接受服务一方之间主要以契约或签订服务协议的形式来确定所提供服务的有关事项,从而在双方之间形成一种委托代理关系。因此,现代服务业是以契约为纽带提供服务,对契约和法律的依赖程度很强。

服务产品的生产和消费在时间和空间上的不可分性,使接受服务的消费者事先无法观察到服务产品的质量,消费者主要根据专业服务机构的声誉来确定自己对服务产品的支付意愿。因此声誉机制和反映服务声誉和服务质量的资质证明在决定服务产品的价格方面起主要作用,不同声誉和资质的服务机构的价格差异很大。

7) 高度的空间集中和集聚特性。

在空间分布上,现代服务业主要向大型城市集中。现代服务业发展所需要的生产要素主要是先进科技和专业人才,这些生产要素会流向城市,并通过城市集散。大型城市良好的制度环境也为现代服务业发展创造了有利条件。另外,服务业的生产和消费在时间和空间上是不可分的,服务业的规模对当地的市场容量依赖性很强,人口规模和密度是决定城市服务业比重的重要因素,因此大型城市成为现代服务业发展的集中地。正是充分认识了这一点,所以许多城市都把发展生产者服务作为调整城市功能、提升城市对周边地区辐射的重要手段,比如上海将生产者服务作为调整城市功能的战略部门。

第二节 服务企业财务管理综述

服务企业财务管理是服务企业组织财务活动、处理财务关系的一项综合性的管理

工作。

一、服务企业财务管理的目标

股东财富最大化或企业价值最大化是服务企业财务管理的目标。

股东创办服务企业的目的是扩大财富，他们是服务企业的所有者，企业价值最大化就是股东财富最大化。服务企业的价值，在于它能给所有者带来未来报酬，包括获得股利和出售其股权换取现金。如同商品的价值一样，服务企业的价值只有投入市场才能通过价格表现出来。投资者建立服务企业的重要目的，在于创造尽可能多的财富。这种财富首先表现为服务企业的价值。服务企业价值就是服务企业的市场价值，是服务企业所能创造的预计未来现金流量的现值，反映了服务企业潜在的或预期的获利能力和成长能力。未来现金流量的现值这一概念，包含了资金的时间价值和风险价值两个方面的因素。

1. 以企业价值最大化作为财务管理的目标，其优点主要表现在

1) 该目标考虑了资金的时间价值和风险价值，有利于统筹安排长短期规划、合理选择投资方案、有效筹措资金、合理制定股利政策等；

2) 该目标反映了对企业资产保值增值的要求，从某种意义上说，股东财富越多，服务企业市场价值就越大，追求股东财富最大化的结果可促使服务企业资产保值或增值；

3) 该目标有利于克服管理上的片面性和短期行为；

4) 该目标有利于社会资源合理配置。社会资金通常流向企业价值最大化或股东财富最大化的企业或行业，有利于实现社会效益最大化。

2. 以企业价值最大化作为财务管理的目标，其缺点主要表现在

1) 尽管对于股票上市公司，股票价格的变动在一定程度上揭示了企业价值的变化，但是股价是受多种因素影响的结果，特别是在资本市场效率低下的情况下，股票价格很难反映服务企业所有者权益的价值；

2) 为了控股或稳定购销关系，现代企业不少采用环形持股的方式，相互持股。法人股东对股票市价的敏感程度远不及个人股东，对股票价值的增加没有足够的兴趣。

3) 对于非股票上市公司，只有对企业进行专门的评估才能真正确定其价值。而在评估企业的资产时，由于受评估标准和评估方式的影响，这种估价不易做到客观和准确，这也导致企业价值确定的困难。

二、服务企业财务管理的主体

(一) 服务企业利益相关者

服务企业的本质是利益相关者的契约集合体。在现代市场经济条件下，服务企业

利益相关者的定义已多达几十种，究其实质，不外乎是对企业的经营活动产生影响或者会被服务企业的经营活动所影响的人或者组织，包括投资者、经营者、职工、债权人、供应商、消费者、竞争者、社会弱势群体、社区乃至国家和整个社会，其对企业享有一定权利，也承担一定责任或者风险。

目前，我国服务企业的利益相关者一般可以划分为直接利益相关者和间接利益相关者两大类：

1. 直接利益相关者

包括投资者、债权人、经营者和职工等，其共同特征是与服务企业有着正式的契约关系，对企业的资产和经营成果享有不同的要求权，并受到《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）、企业法、《中华人民共和国劳动法》以及其他相关法律的保护。

2. 间接利益相关者

包括政府、社区、消费者、商业伙伴、竞争者等，其共同特征是自身利益会因服务企业的活动受益或受损，但是由于与服务企业的契约关系是非正式或者是隐性的，他们不能直接对企业的资产和经营成果行使索取权，而只能依据法律法规间接地主张其权益。例如，服务企业实施主辅分离或者分离办社会职能，对医务室、幼儿园、社区管理等福利性机构，履行一定手续后，可以无偿移交所在社区管理。

服务企业各利益相关者的利益均衡最终体现在公司内部治理结构上，其中投资者、经营者处于主导地位。不同利益相关者的影响力和重要性，对不同性质、不同规模、处于不同发展阶段的服务企业来说，一般都会有所不同。在一些服务企业，投资者对企业财务活动管理过多、过细，束缚了经营者施展经营管理才能的手脚。也有一些服务企业，经营者往往实际控制着服务企业的经营方向、发展战略、资产处置、资本营运和收益分配等重大事务，形成“内部人控制”的弊端。从维护投资者的合法权益，发挥经营者的经营管理作用出发，对投资者、经营者的财务职权和责任，应当给予合理的界定。政府作为社会管理者，通过制定统一的“游戏规则”，规范、指导和监督公司内部治理结构的建设，将服务企业的内外利益关系纳入公司内部治理结构，使其管理内生性，从而防止服务企业部分利益相关者利用自身的控制权、信息等优势，损害其他利益相关者合法权益，同时避免对企业经营和财务活动的直接干预。因此，在服务企业的利益相关者中，构成服务企业财务管理主体的利益相关者，包括主管财政机关、投资者和经营者。

（二）服务企业投资者

投资者通过向服务企业出资建立了正式的投资与被投资关系，他们对企业的净资产享有所有权，对企业经营成果享有分配权。服务企业投资者是服务企业权益性资本的持有者，在企业法人治理结构中处于决定性地位，其财务管理围绕资本投入、运营、

收益来进行，核心要求是资本安全与投资回报。

通常，投资者可以是自然人，也可以是法人，或者其他组织。对于国有及国有控股公司而言，投资者可以是各级人民政府及其部门、机构，还可以是国有企业、事业单位。投资者对企业财务进行管理时，应当根据服务企业组织形式的不同，依照《公司法》等市场主体法律、行政法规，通过股东（大）会或者董事会或者其他形式的企业内部机构（如尚未设立董事会的国有企业的经理办公会、中外合作企业的管委会等）进行，否则将影响企业法人治理结构的运作，引起服务企业财务管理秩序混乱。

根据《公司法》的规定，股东（大）会是服务企业的权力机构，它由全体股东组成，行使投资者的职权。董事会成员由股东（大）会选举，但职工董事由服务企业职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生，股份有限公司还应当聘请独立董事。因此，董事会是介于投资者与经营者之间的决策机构，对于没有设立股东（大）会的服务企业，除了国有独资公司以外，投资者一般可以通过董事会行使财务管理职权。国有独资公司根据《公司法》的规定不设股东会，由国有资产监督管理机构代表国家履行出资人职责，行使股东会职权。

服务企业经理办公会是经营层面的执行机构，理由董事会决定聘任，对董事会负责，董事会成员可以兼任经理。但是，许多服务企业没有设立股东大会，也没有设立董事会，其经营班子成员由上级主管部门任命、选派，因而具有投资者与经营者的双重身份。在这种情况下，一般由服务企业经理办公会履行修订的《企业财务通则》规定的投资者财务管理职权，重大财务事项应当报经主管部门批准，并接受主管财政机关监督，除非法律、行政法规以及国家其他规章另有规定。

服务企业以资本为纽带组建企业集团之后，由集团公司（母公司）根据《企业国有资本与财务管理暂行办法》（财企〔2001〕325号）以及国家其他有关规定，对所属企业或者子公司履行修订的《企业财务通则》规定的投资者财务管理职责。

（三）服务企业经营者

经营者通过向服务企业提供人力资本与服务企业建立正式的劳动合同关系或者人事管理关系，他们对企业享有一定的控制权以及从经营成果中获得薪酬的权利。在企业法人治理结构中，经营者把投资者的意图转化为服务企业的经营活动，发挥着承上启下的中坚作用。经营者对企业实施财务管理，主要围绕服务企业经营过程中的资金运动来进行，其目的是实现服务企业持续发展和资本增值。

经营者包括服务企业经理或者实际负责经营管理的其他领导成员。经营者组织服务企业财务活动、处理服务企业财务关系时，一是要遵守《公司法》、企业法等市场主体法律对经营者职权和行为的规定；二是要执行国家有关法律、行政法规对企业经营活动管理的规定；三是要贯彻《企业财务通则》的规定；四是要依照公司章程履行对企业和投资者的承诺。

三、服务企业财务管理的对象

服务企业财务管理主要是资金管理，其对象是服务企业资金及其流转。资金流转的起点和终点是现金，其他资产都是现金在流转中的转化形式，因此，财务管理的对象也可说是现金及其流转。财务管理也会涉及成本、收入和利润问题。从财务的观点来看，成本和费用是现金的耗费，收入和利润是现金的来源。财务管理主要在这种意义上研究成本和收入，而不同于一般意义上的成本管理和营销管理，也不同于计量收入、成本和利润的会计工作。

（一）现金流转的概念

在建立一个新企业时，必须先要解决两个问题：一是制定规划，明确经营的项目和规模；二是筹集必需的现金，作为最初的资本。没有现金，服务企业的规模无法实施，不能开始运营。服务企业建立后，现金变为经营用的各种资产，在运营中又陆续变为现金。

在经营中，现金变为非现金资产，非现金资产又变为现金，这种流转过程称为现金流转。这种流转无始无终，不断循环，称为现金循环或资金循环。

现金循环有多种途径。例如，有的现金用于购买原材料，原材料经过加工成为产成品，产成品出售后又变为现金；有的现金用于购买固定资产，如机器等，在使用中逐渐磨损，价值计入产品成本，通过产品销售变为现金。各种流转途径完成一次循环即从现金开始又回到现金所需的时间不同。购买商品的现金可能几天就可流回，购买机器的现金可能要许多年才能全部返回现金状态。

现金转变为非现金资产，然后又回复到现金，所需时间不超过一年的流转，称为现金的短期循环。短期循环中的资产是短期资产，包括现金本身和服务企业正常经营周期内可以完全转变为现金的存货、应收账款、交易性金融资产等。

现金转变为非现金资产，然后又回复到现金，所需时间在一年以上的流转，称为现金的长期循环。长期循环中的非现金资产是长期资产，包括固定资产、长期投资、无形资产、长期待摊费用等。

（二）服务企业现金流转不平衡

如果服务企业的现金流出量与流入量相等，财务管理工作将大大简化。实际上这种情况极少出现，不是收大于支，就是支大于收，服务企业在一年中会多次遇到现金流出与现金流入不平衡的情况。

现金流转不平衡既有企业内部的原因，如盈利、亏损或扩充等；也有企业外部的原因，如市场变化、经济兴衰、企业间竞争等。

1. 影响服务企业现金流转的内部原因

我们用表 1-1 来概述影响服务企业现金流转的内部原因：

表 1-1

影响服务企业现金流转的内部原因	盈利服务企业的现金流转	盈利服务企业,如不打算扩充规模,其现金流转一般比较顺畅。它的短期循环中的现金收支大体平衡,税后净利使服务企业现金多余出来,长期循环中的折旧、摊销等也会积存现金。 盈利服务企业也可能由于抽出过多现金而发生临时流转困难。例如,付出股利、偿还借款、更新设备等。此外,存货变质、财产失窃、坏账损失、出售固定资产损失等,会使服务企业失去现金,并引起流转的不平衡。
	亏损服务企业的现金流转	从长期的观点看,亏损服务企业的现金流转是不可能维持的。从短期来看,又分为两类:一类是亏损额小于折旧额的服务企业,在固定资产重置以前可以维持下去;另一类是亏损额大于折旧额的服务企业,不从外部补充现金将很快破产。 亏损额小于折旧额的服务企业,虽然收入小于全部成本费用,但大于付现的成本费用,因为折旧和摊销费用不需要支付现金。因此,它们支付日常的开支通常并不困难,甚至还可能把部分补偿折旧费用的现金抽出来移作他用。然而,当计提折旧的固定资产需要重置的时候,灾难就来临了。积蓄起来的现金,不足以重置固定资产,因为亏损时服务企业的收入是不能足额补偿全部资产价值的。 此时,财务主管的唯一出路是设法筹款,以购买设备使生产经营继续下去。这种办法只能解决一时的问题,它增加了以后年度的现金支出,会进一步增加服务企业的亏损。除非服务企业扭亏为盈,否则就会变为“亏损额大于折旧额”的服务企业,并很快破产。这类服务企业如不能在短期内扭亏为盈,还有一条出路,就是找一家对减低税负有兴趣的盈利服务企业,被其兼并,因为合并一个账面有亏损的服务企业,可以减少盈利服务企业的税负。 亏损额大于折旧额的服务企业,是濒临破产的服务企业。这类服务企业谈不上补偿非现金费用。这类服务企业的财务主管,必须不断向短期周转中补充现金,其数额等于现金亏空数。如果要重置固定资产,所需现金只能从外部筹措。一般来说,他们从外部寻找资金来源是很困难的。贷款人看不到偿还贷款的保障,是不会提供贷款的;所有者也不愿冒险投入更多的资金。因此,这类服务企业如不能在短期内扭亏为盈,不如尽早宣告倒闭。这类服务企业往往连被其他公司兼并,以减低兼并企业税负的价值也没有。兼并企业的目的是节税,以减少现金流出,如果被兼并的服务企业每年都需要注入现金,则有悖于兼并企业的初衷。
	扩充服务企业的现金流转	任何要迅速扩大经营规模的服务企业,都会遇到相当严重的现金短缺情况。固定资产扩充、存货增加、应收账款增加、营业费用增加等,都会使现金流出扩大。 财务主管的任务不仅是维持当前经营的现金收支平衡,而且要设法满足服务企业扩大的现金需要,并且力求使服务企业扩充的现金需求不超过扩充后新的现金流入。 首先,应从企业内部寻找扩充项目所需现金,如出售短期证券、减少股利分配、加速收回应收账款等。其次,内部筹集的现金不能满足扩充需要时,可以从外部筹集。从外部筹集的现金,要承担资本成本,将来要还本付息、支付股利等,引起未来的现金流出。服务企业在借款时就要注意到,将来的还本付息的现金流出不要超过将来的现金流入。如果不是这样,就要借新债还旧债,利息负担会耗费掉扩建形成的现金流入,使项目在经济上失败。 除了服务企业本身盈亏和扩充等,外部环境的变化也会影响服务企业的现金流转。