

21世纪高职高专精品教材·会计系列

财务管理

CAIWU GUANLI

(第二版)

主 编 吴宗奎 宋建涛
副主编 李冠军 张会丽 胡玉玲

 中国人民大学出版社

21 世纪高职高专精品教材·会计系列

财务管理

(第二版)

主 编 吴宗奎 宋建涛
副主编 李冠军 张会丽
胡玉玲

中国人民大学出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

财务管理/吴宗奎, 宋建涛主编. —2 版. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 12
21 世纪高职高专精品教材. 会计系列
ISBN 978-7-300-16719-0

I. ①财… II. ①吴…②宋… III. ①财务管理-高等职业教育-教材 IV. ①F275

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 274432 号

21 世纪高职高专精品教材·会计系列

财务管理 (第二版)

主 编 吴宗奎 宋建涛

副主编 李冠军 张会丽 胡玉玲

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	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京密兴印刷有限公司	版 次	2009 年 9 月第 1 版
规 格	185 mm×260 mm 16 开本		2013 年 1 月第 2 版
印 张	15.75	印 次	2013 年 1 月第 1 次印刷
字 数	373 000	定 价	29.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



再版前言

“财务管理”是高等职业院校会计类专业的一门核心课程，它是专业能力结构中的主体部分。财务管理中涉及的财务分析是企业会计工作中最重要、最基本的内容，它为学生提供了从事会计职业的必备基本技能。

本教材是国家首批高职高专示范院校之一的黄河水利职业技术学院“财务管理”项目组在邀请行业专家对会计专业所涵盖的财务管理岗位群进行任务与职业能力分析的基础上，将工作和学习有机融合，从企业财务管理实务的基本流程出发，以项目为导向、以任务为驱动精心编写而成的。

本教材自2009年编写完成以来，经过近四年的使用，受到了众多院校师生的好评。为了更好地将企业财务管理工作、学生学习和资格证书考试有机融合在一起，我们在原有教材的基础上，对部分项目、习题、案例进行修订、完善和调整，并增添了“财务管理基本理论认知”的项目内容。

本教材重点体现了以下几个特点：

1. 突出高职人才培养目标的特点和要求。本教材基本理论以“必需、够用”为度，重点突出培养学生职业技能的基础。本教材包括财务管理基本理论认知、财务预测和财务预算、筹资管理、投资管理、流动资产管理、利润分配管理、财务成本控制、财务报表分析八个项目，每个项目分别设置多项任务，在任务下又安排不同的情境，最后再增加案例分析和项目实训练习，以体现教材的职业性和实用性。

2. 内容精练、繁简适中，注重教材的系统性、实用性。本教材在注重系统性和实用性的前提下，在财务管理实务中穿插部分财务管理理论，并对理论进行了精简，使学生具备财务管理计算分析技能。

3. 配备立体化的教学资源。为适应高等职业教育特点和促进学生学习，配备了多项教学资源：主教材、实训软件、学习指导与习题、教学课件和全课程录像等。

4. 丰富的教学案例。财务管理是一门以分析问题和解决问题为主要目的的学科，本教材在每一项目教学中专门添加案例分析部分，以提高学生的实际操作能力。

5. 反映最新的企业会计相关政策、法规，并融入新的财经知识。

本教材由黄河水利职业技术学院吴宗奎、宋建涛任主编，黄河水利职业技术学院李冠军、张会丽、胡玉玲任副主编。具体分工如下：项目一、项目七由吴宗奎编写；项目二、项目五由李冠军编写；项目三由张会丽编写；项目四、项目六由宋建涛编写；项目八由胡



财务管理（第二版）

玉玲编写。吴宗奎负责全书的最终定稿。

本教材在编写过程中参阅了相关资料，并得到了企业一线财务专家的大力支持，在此表示衷心的感谢！

由于时间紧迫，加之水平有限，再版中疏误和不足之处在所难免，恳请广大读者批评指正，以便我们进一步完善。

编者



目 录

项目一 财务管理基本理论认知	1
任务一 财务管理基本原理认知	1
情境1 财务管理的概念、内容和目标认知	1
情境2 财务管理遵循的原则、体制和工作环境认知	5
任务二 资金时间价值的计算	14
情境1 运用单利制计算资金时间价值	14
情境2 运用复利制计算资金时间价值	15
情境3 运用年金制计算资金时间价值	16
任务三 风险和收益的计算	21
情境1 资产收益和收益率的计算	21
情境2 资产风险的衡量	23
项目二 财务预测和财务预算	29
任务一 熟悉财务预测和财务预算的基础知识	29
情境 财务预测和财务预算	29
任务二 资金需要量预测	31
情境1 定性预测法	31
情境2 定量预测法	31
任务三 财务预算的编制	37
情境1 日常经营预算和专门决策预算	37
情境2 综合财务预算	43
项目三 筹资管理	50
任务一 熟悉筹资管理的基础知识	50
情境1 成本性态分析	50
情境2 筹资	54
任务二 成本分析	61
情境1 直接观察法	61
情境2 合同确认法	61
情境3 资料分析法	61



任务三 筹集负债资金	63
情境1 发行债券筹资	63
情境2 银行借款	67
情境3 其他筹资方式	72
任务四 权益资金的筹集	78
情境1 发行普通股票筹集资金	78
情境2 留存收益筹集资金	82
任务五 资金筹集分析	83
情境1 确定最佳资金筹集方案	83
情境2 确定最佳资本结构	87
情境3 企业风险分析与衡量	91
情境4 筹资必要性和可行性分析	95
项目四 投资管理	102
任务一 熟悉投资管理的基本知识	102
情境1 投资概述	102
情境2 资金时间价值的基础指标	104
情境3 项目投资的相关指标	105
任务二 现金流量计算	113
情境1 新建项目现金流量的计算	113
情境2 更新改造项目现金流量的计算	115
任务三 投资评价分析	118
情境1 独立方案投资项目	119
情境2 互斥方案投资项目	120
项目五 流动资产资产管理	127
任务一 熟悉流动资产资产管理的基础知识	127
情境1 现金	127
情境2 应收账款	128
情境3 存货	129
任务二 现金管理分析	131
情境1 最佳现金余额的确定	131
情境2 现金的日常控制	134
任务三 应收账款管理	138
情境1 信用政策	138
情境2 应收账款的成本	139
情境3 应收账款的日常管理	141
任务四 存货管理	143
情境1 确定经济订货量	143
情境2 订货提前期	146
情境3 存货陆续供应和使用	146

项目六 利润分配管理	152
任务一 熟悉利润分配管理的基本知识	152
情境1 利润的构成	152
情境2 利润的分配	154
情境3 利润分配政策	156
任务二 利润分配管理	157
情境1 剩余股利政策分析	158
情境2 固定股利支付率分析	159
情境3 股利支付形式分析	160
项目七 财务成本控制	164
任务一 熟悉财务成本控制的基本知识	164
情境1 财务控制	164
情境2 责任中心和责任划分	167
情境3 成本控制	170
任务二 责任中心财务控制	172
情境1 成本中心财务控制	173
情境2 利润中心财务控制	175
情境3 投资中心财务控制	176
任务三 标准成本控制	178
情境1 直接材料标准成本控制	179
情境2 直接人工标准成本控制	181
情境3 变动性制造费用标准成本控制	182
情境4 固定性制造费用标准成本控制	184
项目八 财务报表分析	190
任务一 熟悉财务报表的基础知识	190
情境1 资产负债表	190
情境2 利润表	192
情境3 现金流量表	193
任务二 单项财务指标分析	195
情境1 偿债能力分析	195
情境2 资产管理能力分析	202
情境3 盈利能力分析	206
情境4 发展能力分析	209
任务三 综合财务分析	211
情境1 综合财务分析方法	211
情境2 资产负债表综合分析	215
情境3 利润表综合分析	216
情境4 现金流量表综合分析	217
情境5 杜邦财务综合分析	218



任务四 财务分析报告撰写	221
情境1 财务分析报告概述	221
情境2 财务分析报告的撰写要求及步骤	222
情境3 财务分析报告的撰写结构	224
附表	232
附表一 复利终值系数表	232
附表二 复利现值系数表	234
附表三 年金终值系数表	236
附表四 年金现值系数表	238
参考文献	240

项目一 财务管理基本理论认知



项目综述

财务管理基本理论通过系统地阐述财务管理的概念、内容、目标、原则、环境，货币时间价值的计算，风险和报酬的计算，要求学生学会财务管理的基本知识，掌握财务管理的目标、内容、运行环境和原则，并掌握货币时间价值的计算、风险和报酬的计算等，为以后的学习奠定基础。

任务一 财务管理基本原理认知



情境1 财务管理的概念、内容和目标认知

一、财务管理的概念和内容

财务就是有关财产方面的事务，企业财务就是企业再生产过程中的资金运动，即有关资金的筹集、运用和分配等方面的活动，这些活动也被称为财务活动。企业在生产经营过程中，在解决所需资金应通过哪些渠道筹集、需要筹集多少、筹集资金的最佳时间、筹集到的资金应怎样使用、具体运用到哪些方面、运用多少、什么时间运用以及资金运用后获得的收益如何进行分配等问题时，必然会与有关方面发生一定的经济关系，这些经济关系被称为财务关系。因此，企业财务就是指企业在再生产过程中的资金运动及与有关方面发生的财务关系。企业财务是一种客观存在的社会经济现象，必然存在于企业的生产经营过程中。

在商品经济条件下，社会产品是使用价值和价值的统一体。再生产过程既是使用价值的生产和交换过程，又是价值的形成和实现过程。在这一过程中，一方面，劳动者运用劳动资料对劳动对象进行加工，生产出新的产品或使用价值，将产品出售后，其使用价值得以实现，这表现为实物产品的运动过程；另一方面，劳动者将生产中消耗掉的生产资料价值转移到产品中，并创造出新的价值，最后通过产品销售，使物化劳动的转移价值和新创造的价值得以实现。离开了再生产过程，既不存在价值转移，也不存在价值增值。资金是再生产过程中财产物资的货币表现。为了保证生产经营活动的正常进行，企业必须拥有一定数量的资金，作为组织生产经营活动的前提条件。

企业为了保证生产经营活动的顺利进行，还必须加强经营管理。企业的经营管理工作包括计划管理、生产管理、技术管理、劳动管理、设备管理、物资管理以及财务管理等内



容。在具体实施中，有的侧重于从使用价值和劳动组织方面进行管理，如对产品的品种、质量、产量、劳动生产率、物资供应、材料消耗等方面的管理，它们或者反映了为社会提供使用价值的情况，或者反映了增产和节约的综合成果；有的则侧重于从价值方面进行管理，如对资金、成本、利润等方面的管理，它们以货币形式反映了价值的形成、实现和分配过程。财务管理作为经营管理的重要组成部分，主要利用价值形式组织、监督和调节企业财务活动，处理企业与各方面的财务关系，它是现代企业管理的核心工作，在企业管理中占有重要地位。

综上所述，财务管理是企业管理的一个重要组成部分，是基于企业再生产过程中客观存在的资金运动和财务关系产生的，它利用价值形式对再生产过程进行管理，是组织资金运动、处理财务关系的一项综合性经济管理工作。企业财务管理的主要目的就是以最少的资金占用和消耗，获得最大的经济效用，并使企业保持良好的财务状况。

企业的财务活动是企业组织生产和经营的必要条件。在生产经营过程中，企业必须用各种方式，通过不同的渠道，以最低的代价，筹集一定数量的资金，用于各项必要的投资和生产经营活动，谋求最大限度的资金运用效果，并对现实的利润进行合理的分配，以保证资金积累和股东的合法权益。所以，投资活动、筹资活动和股利分配是企业财务活动的主要内容。

（一）投资活动

企业取得资金后，必须将资金投入使用，以谋求最大的经济效益，否则筹资活动就失去了意义。企业投资可以分为广义的投资和狭义的投资两种。广义的投资是指企业筹集的资金投入使用的过程，包括企业内部使用资金的过程（如购置流动资产、固定资产、无形资产等）和对外投放资金的过程（如投资购买其他企业的股票、债券或与其他企业联营等）。狭义的投资仅指对外投资。无论企业购买内部所需资产，还是购买各种证券，都需要支付资金。而当企业变卖其对内投资形成的各种资产或收回其对外投资时，则会产生资金的收入。这种因企业投资而产生的资金收付，便是由投资而引起的财务活动。

企业在投资过程中，必须考虑投资规模（即为确保获取最佳投资效益，企业应投入资金数额的多少）；同时，企业还必须通过投资方向和投资方式的选择，来确定合理的投资结构，以提高投资效益、降低投资风险。所有这些投资活动都是财务管理的重要内容。

（二）筹资活动

企业组织商品生产，必须以占有或能够支配一定数额的资金为前提。也就是说，企业从各种渠道以各种形式筹集资金，是资金运动的起点。所谓筹资，是指企业为了满足投资和用资的需要，筹措和集中所需资金的过程。在筹资过程中，企业一方面要确定筹资的总规模，以保证投资所需资金；另一方面，企业通过筹资渠道、筹资方式或工具的选择，可以合理确定筹资结构，以降低筹资成本和风险，提高企业价值。

企业可以从两方面筹资并形成两种不同性质的资金来源：一是企业权益资金，企业可以通过向投资者吸收直接投资、发行股票、用留存收益转增资本等方式取得，其投资者包括国家、法人、个人等；二是企业债务资金，企业可以通过向银行借款、发行债券、利用商业信用等方式取得。企业筹集资金，表现为企业资金的流入。企业偿还借款、支付利息和股利，以及付出各种筹资费用等，则表现为企业资金的流出。这种因为资金筹集而产生

的资金收支，便是由企业筹资而引起的财务活动，是企业财务管理的主要内容之一。

（三）股利分配

企业通过投资或资金运营活动可以取得相应的收入，并实现资金的增值。企业取得的各种收入在补偿成本、缴纳税金之后，还应依据现行法规及规章对剩余收益予以分配。广义的分配是指对企业各种收入进行分割和分派的过程，而狭义的分配则是指对企业净利润的分配。

企业通过生产经营活动取得的收入（如销售收入），首先要用以弥补生产经营耗费、缴纳流转税，剩余部分成为企业的营业利润；营业利润、投资净收益和营业外收支净额等构成企业的利润总额。利润总额首先要按国家的规定缴纳所得税，净利润要提取公积金和公益金，分别用于扩大积累、弥补亏损和改善职工集体福利设施，其余利润作为投资收益分配给投资者或暂时留存企业，或作为投资者的追加投资。

值得说明的是，企业筹集的资金归结为所有者权益和负债两个方面，在对这两种资金分配报酬时，前者是通过利润分配的形式进行的，属于税后分配；后者是通过将利息等计入成本费用的形式进行的，属于税前分配。

另外，随着分配过程的进行，资金或者退出企业或者留存企业，它必然会影响到企业的资金运动，这不仅表现在资金运动的规模上，而且表现在资金运动的结构上（如筹资结构）。因此，如何依据一定的原则，合理确定分配规模和分配方式，确保企业取得最大的长期利益，也是财务管理的主要内容之一。

上述财务活动的三个方面，不是相互割裂、互不相关的，而是相互联系、相互依存的。正是上述相互联系又有一定区别的三个方面，构成了完整的企业财务活动，这三个方面就是企业财务管理的基本内容。

二、财务管理的目标

财务管理的目标是在特定的理财环境中，通过组织财务活动、处理财务关系所要达到的目的。从根本上说，财务目标取决于企业目标，取决于特定的社会经济模式。企业财务目标具有体制性特征，整个社会经济体制、经济模式和企业所采用的组织制度，在很大程度上决定了企业财务目标的取向。根据现代企业财务管理理论和实践，最具有代表性的财务管理目标主要有下述三种。

（一）利润最大化

即假定在企业的投资预期收益确定的情况下，财务管理行为将朝着有利于企业利润最大化的方向发展。以追逐利润最大化作为财务管理的目标，其主要原因有三：一是人类从事生产经营活动的目的是创造更多的剩余产品，在商品经济条件下，剩余产品的多少可以用利润这个价值指标来衡量；二是在自由竞争的资本市场中，资本的使用权最终属于获利最多的企业；三是只有每个企业都最大限度地获得利润，整个社会的财富才可能实现最大化，从而带来社会的进步和发展。在社会主义市场经济条件下，企业作为自主经营的主体，所创利润是企业一定期间全部收入和全部费用的差额，是按照收入与费用配比的原则加以计算的，它不仅可以直接反映企业创造剩余产品的多少，而且也从一定程度上反映出企业经济效益的高低和对社会贡献的多少。同时，利润是企业补充资本、扩大经营规模



的源泉。因此,以利润最大化为理财目标是有一定道理的。

利润最大化目标在实践中存在一些难以解决的问题:

(1) 这里的利润是指企业一定时期实现的利润总额,它没有考虑资金的时间价值。

(2) 没有反映创造的利润与投入的资本之间的关系,因而不利于不同资本规模的企业或同一企业不同期间之间的比较。

(3) 没有考虑风险因素,高额利润往往要承担高风险。

(4) 片面追求利润最大化,可能导致企业的短期行为,如忽视产品开发、人才开发、生产安全、技术装备水平、生活福利设施、履行社会责任等。

(二) 资本利润率最大化或每股利润最大化

资本利润率是利润额与资本额的比率。每股利润是利润额与普通股股数的比值。这里所说的利润额是指税后净利润。所有者作为企业的投资者,其投资目标是取得资本收益,具体表现为税后净利润与出资额或股份数(普通股)的对比关系。这个目标的优点是把企业实现的利润同投入的资本或股本数进行对比,能够说明企业的盈利水平,可以在不同资本规模的企业或同一企业不同期间之间进行比较,揭示其盈利水平的差异。但该指标没有考虑资金的时间价值和风险因素,不能避免企业的短期行为。

(三) 企业价值最大化

投资者建立企业的重要目的,在于创造尽可能多的财富。这种财富首先表现为企业价值。企业价值通俗地说是指企业本身值多少钱。企业虽不是一般意义上的商品,但也可以被买卖。要买卖必然要对企业进行市场评价,通过市场评价来确定企业的市场价值或者企业价值。在对企业进行评价时,看重的不是企业已经获得的利润水平,而是企业潜在的获利能力。因此,企业价值不是账面资产的总价值,而是企业全部财产的市场价值,它反映了企业潜在或预期的获利能力。投资者在评价企业价值时,是以投资者预期投资时间为起点的,并将未来收入按预期投资时间的同一口径进行折现,未来收入的多少按可能实现的概率进行计算。可见,这种计算办法考虑了资金的时间价值和风险问题。企业所得的收益越多,实现收益的时间越近,应得的报酬越是确定,则企业的价值或股东财富越大。

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) 这一目标考虑了资金的时间价值和投资的风险价值,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) 这一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,企业市场价值就越大,追求股东财富最大化的结果可使企业资产保值或增值。

(3) 这一目标有利于克服管理上的片面性和短期行为。

(4) 这一目标有利于社会资源的合理配置,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。

以企业价值最大化作为财务管理的目标也存在一些问题:

(1) 对于股票上市企业,虽可通过股票价格的变动揭示企业价值,但股价是多种因素影响的结果,特别是即期市场上的股价不一定能够直接揭示企业的获利能力,只有长期趋势才能做到这一点。

(2) 为了控股或稳定购销关系,现代企业有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，其对股价最大化目标没有足够的兴趣。

(3) 对于非股票上市企业，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难度。

应当指出的是，企业作为市场主体，它不仅要为其所有者提供收益，而且还要承担相应的社会责任，如保护生态平衡、防治环境污染、支持社区文化教育和福利事业等。适当从事一些社会公益活动，有助于提高企业的知名度，进而提高股票市价。但是，过分地强调社会责任而使股东财富减少，可能导致整个社会资金运用的次优化。因此，企业管理者必须在各种法规约束下去追求每股利润最大化或企业价值最大化。

在我国，企业管理的基本目标是提高经济效益。所谓效益，是指投入与产出的关系，即以一定的资源消耗获得最大限度的收益。这是一个比利润更广义的概念，通常是三类量化指标的综合：一是价值量指标，如资金、成本、利润以及相应的相对数指标等；二是实物量指标，如产量、质量、市场份额等；三是效率指标，如劳动生产率、资产利用率、资产保值增值率等。如果说第一类指标反映的是企业现实的盈利水平，那么第二类和第三类指标反映的则是企业未来潜在的盈利水平，或企业未来的增值能力。因此，我们可以把效益看成是利润和预期利润的综合，也就是在利润中加入了时间因素。

企业价值最大化有利于体现企业管理的目标，更能揭示市场认可的企业价值，而且它还考虑了资金的时间价值和风险价值，所以，通常被认为是一个较为合理的财务管理目标。



情境2 财务管理遵循的原则、体制和工作环境认知

一、财务管理遵循的原则

财务管理遵循的原则，也称为理财原则，是指人们对财务活动共同的、理性的认识。它是联系理论与实务的纽带。财务管理理论是从科学角度对财务管理进行研究的成果，通常包括假设、概念、原理和原则等。财务管理实务是指人们在财务管理工作中使用的原则、程序和方法。理财原则是财务管理理论和实务的结合部分。

理财原则具有以下特征：

(1) 理财原则是财务假设、概念和原理的推论。它们是经过论证的、合乎逻辑的结论，具有理性认识的特征。

(2) 理财原则必须符合大量的观察和事实，被多数人所接受。财务理论有不同的流派和争论，甚至存在完全相反的理论，而原则不同，它们被现实反复证明并被多数人接受，具有共同认识的特征。

(3) 理财原则是财务交易和财务决策的基础。财务管理实务是应用性的，“应用”是理财原则的应用。各种财务管理的程序和方法，是根据理财原则建立的。

(4) 理财原则为解决新的问题提供指引。已经开发出来的、被广泛应用的程序和方法，只能解决常规问题，当问题不符合任何既定程序和方法时，原则为解决新问题提供预先的感性认识，指导人们寻找解决问题的方法。

(5) 理财原则不一定在任何情况下都绝对正确。原则的正确性与应用环境有关，在一



一般情况下它是正确的，而在特殊情况下则不一定正确。

对于如何概括理财原则，人们的认识不完全相同。美国著名财务学教授道格拉斯·R·爱默瑞和约翰·D·芬尼特的观点具有代表性，他们将理财原则概括为三类，共12条。

（一）有关竞争环境的原则

有关竞争环境的原则，是对资本市场中人的行为规律的基本认识。

1. 自利行为原则

自利行为原则是指人们在进行决策时按照自己的财务利益行事，在其他条件相同的情况下，人们会选择使自己经济利益最大的行为。

自利行为原则的依据是理性的经济人假设。该假设认为，人们对每一项交易都会衡量其代价和利益，并且会选择对自己最有利的方案来行动。自利行为原则假设企业决策人对企业目标具有合理的认识程度，并且对如何达到目标具有合理的理解。在这种假设情况下，企业会采取对自己最有利的行动。自利行为原则并不认为钱是所有人生活中最重要的东西，或者说钱可以代表一切。问题在于商业交易的目的是获利，在从事商业交易时人们总是为了自身的利益作出选择和决定，否则他们就不必从事商业交易。自利行为原则也并不认为钱以外的东西都是不重要的，而是说在其他条件都相同时，财务交易者都会选择使自己经济利益最大的行动。

自利行为原则的一个重要应用是委托—代理理论。根据该理论，应当把企业看成是各种自利的人的集合。如果企业只有业主一个人，他的行为将十分明确和统一。如果企业是一个大型的公司，情况就变得非常复杂，因为这些关系人之间存在利益冲突。一个公司的利益关系人包括普通股股东、优先股股东、债券持有者、银行、短期债权人、政府、社会公众、经理人员、员工、客户、供应商、社区等。这些人或集团，都是按自利行为原则行事的。企业和各种利益关系人之间的关系，大部分属于委托—代理关系。这种相互依赖又相互冲突的利益关系，需要通过“契约”来协调。因此，委托—代理理论是以自利行为原则为基础的。有人主张把“委托—代理关系”单独作为一条理财原则，可见其重要性。

自利行为原则的另一个应用是机会成本的概念。当一个人采取某个行动时，就等于取消其他可能的行动，因此他必然要将这个行动与其他的可能行动相比，看该行动是否对自己最有利。采用一个方案而放弃另一个方案时，被放弃方案的最大净收益是被采用方案的机会成本，也称择机代价。尽管人们对机会成本或择机代价的概念理解有分歧，它们的计算也经常会遇到困难，但是人们都不否认机会成本是一个在决策时不得不考虑的重要问题。

2. 双方交易原则

双方交易原则是指每一项交易都至少存在两方，在一方根据自己的经济利益决策时，另一方也会按照自己的经济利益决策，并且双方一样聪明、勤奋和富有创造力，因此一方决策时要正确预见对方的反应。

双方交易原则的建立依据是商业交易至少有两方，交易是“零和博弈”，以及各方都是自利的。每一项交易都有一个买方和一个卖方，这是不争的事实。无论是买方市场还是卖方市场，在已经成为事实的交易中，买进的资产和卖出的资产总是一样多。既然买入的总量和卖出的总量永远一样多，那么一个人的获利只能以另一个人的付出为基础。一个高

的价格使购买人受损而卖方受益，一个低的价格使购买人受益而卖方受损，一方得到的与另一方失去的一样多，从总体上看双方收益之和等于零，故称为“零和博弈”。在“零和博弈”中，双方都按自利行为原则行事，谁都想获利而不是吃亏。那么，为什么还会成交呢？这与事实上人们的信息不对称有关。买卖双方由于信息不对称，因而对金融证券产生不同的预期。不同的预期导致了证券买卖，高估股票价值的人买进，低估股票价值的人卖出，直到市场价格达到他们一致的预期时交易停止。如果对方不认为对自己有利，他就不会和你成交。因此，在决策时不仅要考虑自利行为原则，还要使对方有利，否则交易就无法实现。除非对方不自利或者很愚蠢，不知道自己的利益是什么，然而，这样估计商业对手本身就不明智。

双方交易原则要求在理解财务交易时不能“以我为中心”，在谋求自身利益的同时要注意对方的存在，以及对方也在遵循自利行为原则行事。这条原则要求我们不要总是“自以为是”，错误地认为自己优于对方。

双方交易原则还要求在理解财务交易时要注意税收的影响。税收的存在，主要是利息的税前扣除，使得一些交易表现为“非零和博弈”。政府是不请自来的第三者，凡是交易政府都要从中收取税金。减少政府的税收，交易双方都可以受益。避税就是寻求减少政府税收的合法交易形式。避税的结果使交易双方受益但其他纳税人会承担更大的税收份额，从更大范围来看并没有改变“零和博弈”的性质。有人主张，把“税收影响决策”单独作为一条理财原则，因为税收会影响所有的交易。

3. 信号传递原则

信号传递原则是指行动可以传递信息，并且比公司的声明更有说服力。

信号传递原则是自利行为原则的延伸。由于人们或公司遵循自利行为原则，所以一项资产的买进能暗示出该资产“物有所值”，买进的行为提供了有关决策者对未来的预期或计划的信息。

信号传递原则要求根据公司的行为判断它未来的收益状况。例如，一个经常用配股的办法找股东要钱的公司很可能自身产生现金的能力较差；一个大量购买国库券的公司，很可能减少净现值为正数的投资机会；内部持股人出售股份，常常是公司盈利能力恶化的重要信号。

信号传递原则还要求公司在决策时不仅要考虑行动方案本身，还要考虑该项行动可能给人们传达的信息。在资本市场上，每个人都在利用他人交易的信息，同时，自己交易的信息也会被别人所利用，因此应考虑交易的信息效应。

4. 引导原则

引导原则是指当所有办法都失败时，寻找一个可以信赖的榜样作为自己的引导。所谓“当所有办法都失败”，是指我们的理解力存在局限性，不知道如何做对自己更有利或者寻找最准确答案的成本过高，以致不值得把问题完全搞清楚。在这种情况下，不要继续坚持采用正式的决策分析程序，包括搜集信息、建立备选方案、采用模型评价方案等，而是直接模仿成功的榜样或者大多数人的做法。例如，你在一个自己从未到过的城市寻找一个就餐的饭馆，不值得或没时间调查每个饭馆的有关信息，你应该找一个顾客较多的饭馆去就餐。你不要去顾客较少的地方，那里不是价格较贵就是服务较差或菜品较差。

引导原则是信号传递原则的一种运用。很多人去某家饭馆就餐的事实，意味着很多人



对它的评价不错。承认行动传递信号,就必然承认引导原则。

不要把引导原则混同于“盲目模仿”。它只在两种情况下适用:一是理解存在局限性,认识能力有限,找不到最优的解决办法;二是寻找最优方案的成本过高。在这种情况下,跟随值得信任的人或者大多数人才是有利的,引导原则不会帮你找到最好的方案,却常常可以使你避免采取最差的行动。它是一个次优化准则,其最好的结果是得出近似最优的结论,最差的结果是模仿了别人发生错误。这一原则虽然有潜在的问题,但是我们经常会遇到理解力、成本或信息受到限制的情况,无法找到最优方案,需要采用引导原则解决问题。

引导原则的一个重要应用是“行业标准”概念。例如,资本结构的选择问题,理论上不能提供公司最优资本结构的实用化模型。观察本行业成功企业的资本结构,或者多数企业的资本结构,不要与它们的水平偏离太远,就成了资本结构决策的一种简便、有效的方法。

引导原则的另一个重要应用就是“自由跟庄”概念。一个“领头人”花费资源得出一个最佳的行动方案,其他“追随者”通过模仿节约了信息处理成本。有时领头人甚至成了“革命烈士”,而追随者却成了“成功人士”。《中华人民共和国专利法》和《中华人民共和国著作权法》是在知识产权领域中保护领头人的法律,强制追随者向领头人付费,以避免“自由跟庄”问题的影响。在财务领域中并不存在这种限制。许多小股民经常跟随“庄家”或机构投资者,以节约信息成本。当然,“庄家”也会利用“自由跟庄”现象,进行恶意炒作,损害小股民的利益。因此,各国的证券监管机构都禁止操纵股价的恶意炒作,以维持证券市场的公平性。

(二) 有关创造价值的原则

有关创造价值的原则,是人们对增加企业财富基本规律的认识。

1. 有价值的创意原则

有价值的创意原则是指新创意能获得额外报酬。竞争理论认为,企业的竞争优势可以分为经营奇异和成本领先两方面。经营奇异是指产品本身、销售方式、营销渠道等客户广泛重视的方面在产业内独树一帜。任何独树一帜都来源于新的创意。创造和保持经营奇异的企业,如果其产品溢价超过了该产品的独特性附加的成本,它就能获得高于平均水平的利润。正是许多新产品的发明,使得发明人和生产企业变得非常富有。

有价值的创意原则主要应用于直接投资项目。一个项目必须有创意才可以取得正的净现值。重复过去的投资项目或者别人的已有做法,最多只能取得平均的报酬率,维持而不是增加股东财富。新的创意迟早要被别人模仿,失去原有的优势,因此创新的优势都是暂时的。企业长期的竞争优势,只有通过一系列的短期优势才能维持。只有不断创新,才能维持经营的奇异性并不断增加股东财富。

2. 比较优势原则

比较优势原则是指专长能创造价值。在市场上要想赚钱,必须发挥专长,必须在某一方面比别人强,依靠强项来赚钱。没有比较优势的人,很难取得超出平均水平的收入;没有比较优势的企业,很难增加股东财富。

比较优势原则的一个应用是“人尽其才,物尽其用”。在有效的市场中,不必要求自己什么都能做得最好,但要知道谁能做得最好。对于某一件事情,如果有人比自己做得更