

## 第一章 公司收益管理概述

### 第一节 公司收益管理的意义

#### 一、公司收益的含义

市场经济中,公司是一个以盈利为目的的经济组织,它一旦依法设立,必然面临着市场竞争的威胁,公司的性质已决定它只有在市场竞争中以收抵支,并有所剩余,才能在满足社会需要的前提下维持公司的简单再生产,进而为公司扩大再生产做准备。离开这一点,任何公司都难以生存。因此,收益管理是现代公司理财的重要问题之一。

公司收益,简言之,是指公司在一定时期内为实现其经营目标而创造的最终经营成果,是反映和衡量公司经营绩效的主要标准之一。尽管每个公司在其生产经营活动中有多个目标需要,但是只有不断地获取收益才能说明管理者的绩效,才能给予所有者以高的回报,才能不断提高公司自身积累和自我增值、自我发展的能力。

#### 二、公司收益管理的意义

公司收益实现的多少以及其分配管理状况是每一个与公司相关联的组织或个人都非常关心的问题,涉及到公司的方方面面。因此,收益管理对各方来说,是至关重要的。

### （一）收益是衡量、评价公司生产经营管理水平的综合体现

市场经济条件下，公司从事生产经营活动的目的，不仅表现在为社会公众提供高质量的产品和满意的服务，而且要获取尽可能多的盈利，进而实现公司价值最大化。而公司收益的实现及其量的大小，集中反映了公司一定时期内生产经营管理活动水平的高低。一般来说，公司通过合法经营，获取的收益越多，说明公司经营有术，管理有方，劳动耗费少，生产经营成本低，同时，产品、商品能满足社会的需要，能对社会提供高质量的服务。由此可见，公司收益是衡量公司整体经营管理水平的综合体现。

### （二）有效的收益管理是公司生存与发展的前提和基础

众所周知，公司的基本特征之一是以盈利为直接目的。市场经济中，公司间的竞争日趋激烈，每个公司为了生存，都必须去开拓市场、发展市场，提高公司产品、商品的市场占有率，尽可能取得满意的收益；反过来公司只有不断地取得盈利，才有其生存的可能性，才有可能在生存的基础上有所发展。公司经营如“逆水行舟”，不进则退。在科学技术飞速发展的今天，一个公司如果不能正视自己，适应市场，不能向社会提供好的产品 and 满意的服务，不能扩大自己的市场份额，就会被其他公司挤出市场，甚至走向终止、破产。如果一个公司通过其经营活动，从中赚取盈利，除补偿生产经营过程中的各种耗费、维持简单再生产外，还可以将其剩余部分用于积累，并适时地投放于公司的扩大再生产，从而使公司进入“生存——获利——发展”这一良性循环系统中。

### （三）有效的收益管理是吸引所有者投资的动力和根源

现代市场经济中，任何所有者将资金投入公司，都期望能够通过经营者的活动，取得较高的盈利，给予所有者以高的回报。显然，一个公司实现的收益多少是所有者关注的焦点之一。作为公司，只有倾尽全力，将所有者投入资金有效加以运用，充分识别并防范风险，正确作出各项经营决策，合理安排、控制成本支出，提高资金使

用效率 合法经营 才有可能取得令所有者满意的报酬 才能令自己的地位更加稳固。最终促使所有者将更多的资金投入公司 使公司获取充足的资金来源。

## 第二节 公司收益管理的特点和内容

### 一、公司收益管理的特点

公司收益作为一定时期内生产经营活动的最终成果，其实现过程是复杂的。为此，要对收益实现有效的管理，必须正确认识公司收益的特点。

#### （一）公司收益的特点

##### 1. 综合性

公司收益实现的过程，是公司经营活动综合作用的结果。收入的扩大、成本的降低、损失的减少、税收的递延等等 都可以使公司收益发生变化。收益的这一特点恰好反映了公司生产经营活动的复杂性和收益实现的综合性。人们只有充分认识到这一点，才有可能对公司的收入进行客观的预测，对成本进行合理的控制，对损失的发生尽量防范，对税收进行合理规划，最终实现收益的扩大。

##### 2. 风险性

由于收益的实现是公司综合作用的结果，这也揭示人们必须认识收益在实现过程中的可变性和风险性。市场经济条件下，人们可以采用各种方法对收益进行管理，然而，影响公司收益的因素有许多 诸如销量、价格、成本、税收、市场等等 人们不可能对公司全部经济活动都置于其管理与控制范围之内，况且，经济活动本身的不确定性，更增加了收益的风险性，人们只有承认收益的风险性，才有可能在其实现过程中，尽量减少各种风险对收益所产生的负面影响，使公司的经济资源得到充分合理使用，实现公司价值最大

化。

### 3. 可控性

尽管公司经济活动本身的不确定性对其收益的实现带来较大影响，但是，毕竟人们可以运用各种科学而合理的方法对未来经济活动在一定程度上进行有效的规划和控制。例如，公司可以通过周密细致的市场调查，了解并掌握市场供求的变化趋势，分析消费者心理变化，掌握其消费构成及购买力投向，合理确定产品价格；公司可以对其成本及费用的发生进行合理预计，严格预算，科学调控；公司可以对其盈利进行合理分配，将筹资与投资有效地结合，以增强公司适应市场发展的能力，这一切均说明公司在一定程度上对其收益的实现是可以调节和控制的。

## （二）公司收益管理的特点

### 1. 全员性

收益管理涉及到公司生产经营的各个部门和个人，只有对收益实行全员性管理模式，才能全面提高公司管理水平和公司素质。收益管理的全员性主要体现于以下几点：

（1）实施收益管理责任制。参照公司实际情况，合理确定、划分收益管理责任单位，将公司目标适当分解、落实，使公司上、下、左、右，责任分明，利益明确，权力清晰，从而形成一个系统控制网络。

（2）实现目标跟踪管理。公司目标按责任单位落实后，管理部门可根据分工情况，对收益的实现实行动态跟踪管理，及时反馈信息，了解各责任单位完成收益的进度和质量，对偏离目标的现象给予调整。

（3）建立完善的奖惩制度。为了保证公司真正实施全员性管理，公司还必须建立、健全完善的奖励机制，将公司收益目标的实现与员工个人的切身利益挂钩，对收益管理取得明显效果的部门或个人给予适当奖励，对责任不清或未完成既定目标的甚至给公司造成损失的，应根据具体情况给予必要的惩罚。这样，才能使公

司收益管理达到其目的，才会真正取得实效。

## 2. 目标性

收益本身即为公司经营的目标之一，显然收益管理的特点必然要体现其目标性。

(1)合理制订收益目标。收益管理是否有效，首先取决于其收益标准定位是否合理。公司应根据经营内容、运行机制、生产技术、人力资源，结合市场环境，将收益实现的标准订得合理，公司通过努力可以实现，从而充分调动各方面的积极性，紧紧围绕收益目标而采取行动。

(2)积极对收益实现的影响因素进行预测，科学地预见收益的变动趋势，采取各种有效地防范措施，确保收益目标的实现。

(3)加强收益分配管理。公司收益成果实现固然重要，但是收益实现后的分配是否合理，又会对收益的实现起反作用。合理的收益分配，既会增加公司的资金来源，又会进一步调动管理者和投资者的积极性，使公司持续经营和扩大再生产保持较强的活力。

## 3. 全局性

收益管理贯穿于公司供应、生产、销售、管理等各个领域，人才物各个方面，这就是收益管理的全局性。只有对公司进行全方位式的管理，公司才可能实现收益最大。例如，对材料采购批量的合理确定与控制，可以节约采购成本；对产品的设计、开发、生产、合理规划，利用价值工程进行分析，才能降低生产成本；对销售领域的费用进行有效控制，才能减少不合理开支，等等。显而易见，上述各方面的工作做得好，收益管理的全局性才会得到充分体现。

## 4. 战略性

收益管理的着眼点不能仅仅盯在是否本期收益最大，而且应该关注公司收益的长远性和稳定性。近期利益与长远利益的关系处理不好，极有可能使公司顾此失彼，陷入“短期行为”的泥潭，使公司在获取短期利益的同时，失去未来创造更大价值的机会。为

此,公司要从战略上考虑,以发展的眼光制订规划,合理调整收益管理策略,既要注重当期收益的实现,又要树立时间价值和风险价值观念,为将来公司利益的获得提供条件。

## 二、公司收益管理的内容

### 1. 收入的管理

收入是公司收益实现多少的根本因素,收入的多少一定程度上表明公司生产经营规模的大小和经济实力的强弱。公司收入一般包括产品、商品、销售收入、服务性收入、营业外收入、其他业务收入等等。对公司收入实施管理,涉及市场预测、价格确定、品种开发、服务质量等多项管理内容。

### 2. 成本费用的管理

成本费用是公司生产经营管理中物质消耗的集中体现,在公司理财活动中,成本是一个内涵极其丰富、表现形式多样的概念,它不同于会计学、经济学上的概念。理财中的成本主要是从管理角度来认识的。正因如此,对公司成本费用的管理复杂而又非常重要,从而构成公司收益管理中的一个重要项目。

### 3. 税收规划管理

纳税是每个公司应尽的义务和必须履行的责任,随着我国税收体制改革的不断完善和公司纳税意识的不断加强,税收规划管理日显重要。1994年我国对税收体制的改革涉及流转税制、所得税制、地方税等多方面,统一税法,公平税负,简化税制,合理分权,理顺分配关系,规范分配形式等构成了市场经济的新特点。由此可见,税收体制的改变使公司收益管理的内容更加丰富,对公司收益实现的影响也是明显的。

### 4. 利润分配(股利分配)的管理

利润分配是公司收益管理的主要内容。对公司来说,利润的现固然重要,但是,如果在利润实现后对其分配时出现问题反过来

又会影响公司下期的利润实现，因此，公司应该从全局出发，既要考虑到投资人的利益，又要考虑到公司未来发展的需要，制定合理的利润分配政策（或股利政策），将公司经营发展调整到最佳状态，以期实现公司价值最大化。

### 第三节 公司收益管理的原则

#### 一、收支平衡性原则

收支平衡性原则是指公司一定时期内的收入实现与成本支出在时间上、空间上、数额上要达到动态的协调平衡，这是对收益管理的基本要求。在现代市场经济条件下，公司经营活动的复杂性和综合性的特点决定了收益管理必须遵守平衡性原则。要实现收支平衡，公司首先要科学地制订预算，做好事前规划，并在执行预算过程中合理控制收支；其次要开源节流，增收节支。增收是要增加那些能带来较高经济效益的收入，节支是要节约那些应该压缩、可以压缩的费用，既要量入为出，根据公司当期的财力合理安排各项开支，又要量出为入，对于关键性的生产经营性支出则要开辟财源，扩大收入。这样，才能使公司的收支尽可能趋于平衡。

#### 二、效益风险性原则

风险，是在既定条件下，那些可能在未来发生的实际结果与目前的预期结果之间的差异。在现代市场经济条件下，公司的收益管理活动面临许多不确定的因素，有宏观的，也有微观的；有主观的，也有客观的。因此，公司开展任何一项理财活动都面临着一个风险与效益的比较权衡问题。例如，公司为了扩大收入，占领市场，可能会不断开发新产品，推陈出新，而新产品的产销显然比老产品的风险要大得多。又如，公司在进行投资时，若预期收益率不变，人们必

然会追求风险较小的项目；反之，若风险相同，人们则会追求预期收益率高的项目。一般来说，风险总是伴随着收益而存在，高风险往往带来高收益，公司对此切不可忽视，一定要在风险与收益之间合理权衡，以不断提高公司收益。

### 三、配比性原则

配比性原则是指公司的收入与其相关的成本、费用应当相互配比，它要求公司在一个时期内的各项收入与其相关联的成本、费用，应当在同一时期内加以反映。凡是能够进行配比的收入和费用，在其经济业务上必须存有因果关系，即投入是由于一定费用而产生，在时间上应保持一致性。配比性原则是保证公司收益实现是否真实的重要条件，是保证收益计量准确和分配合理的基础。因此在收益管理中，公司必须严格遵守配比性原则的要求，合理、公正地反映收入的实现与成本费用的发生，从而做到收益实现的公允性和客观性，向管理当局提供可靠真实的信息。

### 四、利益协调性原则

前已述及，收益的特点之一是综合性，这一特点实质上反映了收益管理涉及到公司内外部各方面的利益关系。对公司收益实施有效管理，就要理顺好不同利益者之间的利益关系，合理分配收益。利益协调性的好坏，关系到公司所有者与生产经营者的积极性及其投资回报的满足程度，也进一步关系到公司理财目标的实现。公司理财目标是公司价值最大化（股东财富最大化），这就决定我们处理经济利益关系时，首先要处理好公司与所有者之间的关系。然而，保护所有者的利益并不能以损害其他利益的利益为前提；相反，要真正做到公司价值最大化，必须正确合理地处理好公司与各方面的经济利益关系，只有将公司各方面的利益关系协调好了，才使公司所有者的利益从根本上得到保证。例如，在处理公司与国家

的利益关系时 必须依法纳税 不允许出现偷税、漏税的行为 但又应在不违反税法的前提下尽可能维护公司的正当利益；在处理公司与员工的利益关系时，既要正确执行国家规定的工资和劳保福利制度，保障员工应得的利益，又不能任意改变工资支付或劳保福利费支付；在处理公司与股东的利益关系时，既要处理好新老股东之间的利益关系，又要处理好所有者当前利益与长远利益的关系；等等。

## 第二章 公司收入管理

### 第一节 公司收入概述

#### 一、公司收入的概念

公司收入，是公司在持续的生产经营活动中，因向客户交付商品、提供劳务或进行其他能够满足客户要求的活动而取得的收入。公司收入的实现，可能表现为某种资产的增加，如取得现金或现金等价物、增加应收帐款；可能表现为某项负债的减少，如抵偿应付帐款或转销预收帐款；甚至也会出现增加资产与减少负债兼而有之。需要说明的是，导致资产增加、负债的经济事项，并不一定会增加公司的收入。例如，股东对公司增加投资，可能是投入现金或其他资产，也可能是将其拥有的债权转为对公司的投资，结果是增加的所有者权益中的资金。公司举借新的债券，同样也可能导致资产的增加或其他负债的减少。显然，上述经济事项并未导致公司收入发生变化。

#### 二、公司收入的实现

##### （一）公司交易事项终结的条件

公司收入是公司经济活动的结果，只有在交易事项终结后才能取得或被予以确认取得，一般应该满足下列条件：

1. 在经济事项中，客户交付的资产已归本公司所有，或者原

有负债确已不必支付。

在交易过程中客户支付的无论是物品还是现金，公司均有充分的理由将其留滞。交易过程产生的如果是应收帐款，其中或许发现部分坏帐损失，但这部分坏帐损失在公司全部交易额中一般占较小比例，且数额可以合理预计，其余部分将来一定能够收回或抵销本公司的对外负债。交易中向客户交付的物品或劳务也可能是用于抵偿本公司对外负债的，抵偿后的负债本公司肯定不必归还。此种负债的消失在财务上和资产的实际增加上具有同等的意义。

2. 由交易行为而产生的资产增加或负债减少可以用一定的货币单位加以计量。

被交易商品的购买方式或被交易劳务的接受方支付的如果是现金，一般不存在金额的计算问题（支付外币的现金只需按一定比率折算为本位币现金）支付如果是物品、劳务 此等物品、劳务异于销售方提供的物品、劳务，可以按合同签订对双方确定的公允价值计算收入；然而如果用来交换的物品、劳务性质相同或相近，此种交易可不认为是产生收入的交易。交易的结果如果形成债权性资产或减少公司的负债，可以按合同规定的计算金额确认收入。

3. 由被交易物品、劳务带来的潜在风险或潜在收益机会已经转移，销售方按合同应承担的一切重大义务都已履行。

销售方既不负担被交易物品、劳务在合同以外发生的损失，也不再享有因拥有被交易物品、劳务而产生的任何收益，除质量保证、售后服务等应尽义务外，合同中规定的重大义务均已履行完毕。但是，如果交付的物品或提供的劳务不符合交易合同的规定并不能为客户所接受，即使公司对交易事项已经按取得收入的方法进行了处理，在使客户充分满意之前，此项交易是不能被计作公司收入的。

## （二）公司收入的确认

《企业会计准则》中明确规定：公司应当合理确认营业收入的

实现，并将已实现的收入按时入帐。公司应当在发出商品、提供劳务，同时收讫价款或者取得索取价款的凭据时，确认营业收入。长期工程（劳务）合同，一般应当根据完成进度法或完成合同法合理确认营业收入。

《国际会计准则》第 18 号对有关营业收入的确认规定是：

(1) 销货收入。应以所有重要手续均已办妥，货物的所有权已由卖方转移给买方，卖方不再凭借所有权对该项货物进行管理或控制，售价、成本和销售退回的条件等也已基本确定，此时可作为收入的实现。

(2) 劳务收入。应区别完成合同法和完成百分比两种情况，分别进行计算，但都应以所提供的劳务将获得的收入和发生的成本基本确定时，作为营业收入的实现。

根据上述有关收入确定的依据和原则，公司收入的确认分：

1. 在销售商品的交易中营业收入的确认

(1) 在交款提货销售的情况下，如货款已经收到，发票帐单和提货单已经交给买方，无论商品、产品是否发出，都作为收入的实现。

(2) 采用预收货款销售的商品（产品）在商品（产品）发出时作为收入的实现。

(3) 委托其他单位代销的商品，收到代销单位的代销清单后作为收入的实现。

(4) 采用托收承付或委托收款结算方式销售商品时，应当在商品已经发出，并已将发票帐单提交银行办妥托收手续后作为收入的实现。

(5) 采用分期收款结算方式销售商品，按合同约定的收款时间作为收入的实现。

(6) 出口销售的商品，陆运以取得承运货物收据或铁路运单，海运以取得出口装船提单，空运以取得空运运单，并向银行办理出

口交单后作为收入的实现。

(7)进口的商品，如果进口商与国内客户签订合同实行货到结算的，在货船到达我国港口取得外运公司的船舶到港通知向订货单位开出结算凭证时作为收入的实现；合同规定对国内实行单到结算的，凭国外帐单向订货单位开出结算凭证时作为收入的实现。

## 2. 在提供劳务交易中营业收入的确认

(1)短期劳务合同，在提供了劳务，开出发票帐单时作为收入的实现。

(2)长期劳务合同，应视具体情况分别予以确认收入实现。

## 三、营业收入的内容

### (一) 营业收入的内容

公司的营业收入按其在公司收入中的不同重要程度，可以分为主营业务收入和其他业务收入。

公司从事主要经营活取得的收入为主营业务收入。主营业务收入在公司收入中一般占较大比重，其收入多少对公司的生产经营有着举足轻重的影响。这是公司收入管理的重点。

公司在主要经营活动以外从事其他业务活动取得的收入为其他业务收入。其他业务收入在公司收入中占比重较低，其收入的多少对公司经济效益的影响较小。

区别主营业务收入和其他业务收入的主要目的是为了明确公司理财工作的重点，使公司能在繁杂的管理工作中对其不同的收入实施不同的管理政策，最终达到公司价值最大化。

主营业务收入与其他业务收入的划分有时候并不明显，且随着公司内外部条件的变化，主营业务收入与其他业务收入也会发生转化。例如，某石油开发公司在甲地采油作业时，其主产品是石油，副产品是天然气，那么，石油的销售收入可以列作主营业务收入，天然气的销售收入则可以列作其他业务收入；而在乙地作业

时，其主产品是天然气，副产品是石油，天然气的销售收入则为主营业务收入，而出售石油的销售收入可列为其他业务收入。一般而言，公司应当尽可能地扩大主营业务收入，一旦公司的主营业务收入和其他业务收入位置发生了转换，通常意味着公司经营方向的改变。

此外，公司在营业收入以外获取的偶然所得为营业外收入，它既不能列为主营业务收入，也不能列为其他业务收入。

## （二）营业收入的抵减项目

公司在其正常的经营业务活动中，处于主观或客观的需要，常常会发生销售退回、销售折扣、销售折让等业务，从而构成营业收入的抵减项目。

### 1. 销售退回

销售退回，是指公司在交易事项已经终结，营业收入已经实现后，由于客户对收到的货物质量或品种不符合规定要求，或因其他原因而将已购买的货物退还给公司的事项。其中属于销售方责任，客户要求重新调换同种物品的，重新调换同种商品不作营业收入调整处理；只有属于销售方责任，经协商由销售方退还货款给客户的，应作为营业收入抵减项目。

### 2. 销售折扣

销售折扣，是公司根据客户付款时间或订货数量的多少而给予的折扣以及给予老客户的价格优惠。销售折扣按其折扣方式可以分为现金折扣和商业折扣。

现金折扣，是指公司对客户在时日内付款而在商品价格上所给予的扣减。向客户提供现金折扣，主要目的在于吸引顾客为享受优惠而提前付款，缩短公司的平均收款期，它是公司信用政策制定的重要内容之一。此外，现金折扣也能招揽一些视折扣为减价出售的客户前来采购，借以扩大销售。

现金折扣一般表示为“2/10、1/20、n/30”。读作：“10天内付

款可享受 2% 的价格优惠 ;20 天内付款 可享受 1% 的价格优惠 ;若在 30 天内付款 ,不享受任何价格优惠 ,即全额支付款项 ”。公司采取什么样的现金折扣 ,应结合公司信用期间来考虑。

商业折扣 ,是指公司在公布的商品价目单以外而给予客户一定百分比的折扣。其目的是为了鼓励客户多购买商品而在价格上给予的优惠。因此,商业折扣也称为数量折扣。由于大部分情况下公司收到的货款是折扣后的数额,故商业折扣的金额在营业收入中不一定能明显反映出来。

### 3. 销售折让

销售折让,是指公司在向客户交付商品后,因客户对交付的商品品种或规格或质量等方面不满意,经公司同客户协商,客户接受商品,而要求公司在价格上给予一定比例的减让。显然,销售折让无疑会导致公司营业收入的减少,在财务上应作为营业收入的减项处理。

## 四、营业收入实现的意义

### (一) 营业收入是衡量公司经营绩效的重要标志

公司生存的目的之一乃是在向社会大众提供产品或服务的同时取得自身效益。该目的是否实现,在营业收入中会得到集中的体现。公司实现了营业收入,表明公司的产品或劳务能够为社会所接纳,获得了社会的承认;反之,若公司无法使社会接纳自己的产品或劳务,营业收入则无法实现。也就是说,营业收入是公司经营绩效的一种重要表现,一定程度上体现了社会公众对公司的认可和满意程度。

正因如此,无论是公司管理当局、债权人,还是公司的所有者或是社会公众,对公司营业收入状况均相当关心。营业收入实现的多少,常常被作为衡量公司规模大小的标准。将营业收入在同一公司的不同时期进行比较,可以揭示公司的发展速度与规模。

## （二）营业收入是公司现金流入量的主要组成部分

公司理财状况是否良好，其主要标志是公司能否保持适量的现金以备采购商品、支付费用、缴纳税金和偿付到期债务。显然上述支付必须要求公司有连续不断的现金流入。作为增加现金流入量的必要手段，举借债务的作用是毋庸置疑的，而且为扩大经营规模而举借债务，还能给公司带来更多的未来收入。但举债要以支付利息为代价，无形中增加了公司的风险。举债有时非但不能改善公司的财务状况，甚至可能使公司的财务状况更趋恶化。大多数情况下，社会资本市场的融资环境往往处于相对紧张状态，资本持有者的融资条件常常使意欲举债者望而却步。

追加自有资本投入虽然不会有利息负担，但公司管理当局需要处理好新老所有者（股东）的利益关系，使原所有者确信其自身既得利益非但不会受到影响，而是还会带来许多好处；说服潜在的投资者，使他们相信自己的投入是物有所值，投资报酬有保障。自有资本的筹集同样也会受到资本市场融资环境的影响，有时筹资难度可能大于负债。

而营业收入的取得却相对容易得多，只要公司的产品适销对路 质价相称 便可以及时销售 并获取现金流入。

## （三）营业收入是公司再生产顺利进行的条件

公司在生产经营活动中，任何一项收入的实现和取得，都会发生大量的人力、物力、财力的消耗。这些耗费均构成公司的营业成本或营业费用，而成本或费用的补偿只有通过取得营业收入才得以实现，没有收入或收入较低，对公司而言，其必要的成本费用是难以补偿的。所以，公司只有不断地取得营业收入，才能保证其再生产过程不致于萎缩、中断。

## （四）营业收入是实现公司利润的最主要来源

市场经济条件下，公司经营的直接目的就是获取利润，公司获取利润的方式和渠道众多，例如对外投资、偶然所得等等。然而对

于投资公司、控股公司以外的大部分公司来说，对外投资分得的利润在公司利润中只占很小比例。公司通过销售产品（商品）提供劳务所获取的营业收入，在全额补偿营业成本、营业费用等支出后，其差额部分是公司利润的最重要的组成部分。

## 第二节 营业收入实现之关键因素——价格

### 一、产品价格确定的重要性

市场经济条件下，无论公司的经营目标、政策如何确定，最终都必须依靠产品（商品）销售来实现。而公司营业收入的多少和利润水平的高低又直接受到产品（商品）价格的影响。当然，公司一定时期内的盈利水平取决于诸如计划、生产、技术、资金、营销等多方面，但是，如果公司其他方面的决策都有成效，而唯独产品（商品）价格决策出现失误，公司的营业收入则很难实现，利润也就无从谈起。特别是在竞争日趋激烈的今天，产品（商品）价格确定是否合理，是决定营业收入的关键性因素。

产品价格一般是根据市场供求关系等多种因素决定的。消费者和使用者掌握着最终决定产品价格的权力。因为在交易中，只要有一方不愿接受，产品价格就不可能实际形成，交易也就无法完成。可见，作为卖方的公司并不能够单方面决定其产品价格，即使对于那些占居垄断地位的公司来说也不例外。那么，是不是公司就可以不对其产品价格给予关心和考虑呢？回答是否定的。公司不仅要关心其产品价格的制订，而且还要对影响价格的有关因素进行分析，只有这样，公司才有可能实现预期的营业收入。

随着社会的发展，科学技术的进步，产品的质量、款式、功能等均会有不同程度的提高或改进，从而引起产品价格的变动，致使公司之间的产品竞争日趋激烈。产品价格的变动，在一定程度上会对