

<<公司赚钱之道>>

图书基本信息

书名：<<公司赚钱之道>>

13位ISBN编号：9787542933034

10位ISBN编号：7542933035

出版时间：2012-3

出版时间：立信会计出版社

作者：汪一凡

页数：159

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;公司赚钱之道&gt;&gt;

## 前言

本书的读者对象，是“因公”或“因私”的原因，想了解公司真实财务状况，想了解公司赚钱之道的人士，只要学过会计原理，大致知道账是怎样记出来的，报表是怎样编出来的，“粗通会计”就可以了。

或者，请找到笔者撰写的《原来会计可以这么学》(立信会计出版社，2010年8月)，先用一天时间会计“速成”，再回过头来读本书就能看懂。

正如《序言》提到的，人们以为会计很难的原因，就是应计制长期以来“故弄玄虚”造成的，现金制会计就完全不同了，是靠人类常识就能理解的新天地。

而且，因为本书确有把过去被“颠覆”了的会计再“颠覆”回来的意思，非会计背景读者因为“专业造诣”不深，没有成见，说不定更容易理解掌握，所以请不要先存有畏难之心。

以现金流为主线而展开的财务分析，可称为“现金流诊断”。

血液是人体最重要的循环系统，其组成部分各有不同的功能，如红细胞反映供氧状况，白细胞反映免疫状况，血小板反映人体的应急机制和自我修复能力等，血液检验也就成为医学上最重要的诊断手段。

与此类似，现金流入/流出是企业最重要的循环系统，各种现金流类别及其构成，也能反映企业的总体状况和各个侧面。

从这儿入手，应当大有斩获，因为涉及的主要是常识，也容易让人看懂。

不想赚钱的公司不是好公司，这是读者需要的知识，也是与公司利益相关的广泛利益集团和分析者评价公司的简明工具。

全书共分为四篇：《百年古堡坍塌篇》 本篇从“现金制”的视角，尖锐评点作为公司主流业绩指标的“净利润”，并在推导出全新“现金流会计恒等式”的基础上，提出“殷实度金额”和“股东专属赚钱总额(粗略调节)”两个系列的现金流比率，可以简明清晰地考察公司的财务基本面。

为了便于读者“边学边玩”，及时掌握有关知识，笔者虚构了贯穿全书内容的“子虚公司案例”报表资料，便于读者对照着理解计算过程，验证取数来源，感兴趣的也可以自己动手操练一番。

此外，结合本篇内容，在书末还配有《上市公司诊断排行榜》光盘，提供沪深两市的上市公司(一般企业)的现金流诊断数据，随着本篇进程，读者可以根据提示查看有关部分，是颇有新意的个股评价。

《精密学科重构篇》 上一篇主要还拘泥于对应计制数据的调节和修订，所得结果尽管相当有用，感觉还是不够彻底。

受此启发，本篇通过思想实验，回到近百年前“现金制”失守的那个时点上，借鉴中国“以现金为主”的文化传统，走上与应计制“分道扬镳”的道路，从现金流诊断专用报表《现金来源变化表》的(理财版)和(会计版)两种格式，分别得到同一的“股东专属赚钱总额(精密推算)”指标，衔接起近百年前曾经断裂的历史。

似曾相识，王者归来，新的公司业绩核心指标展现了融财务会计、管理会计和公司理财为一体的前景，会计有望回归到科学的道路上来。

不过，由于推动公开财务报表的改革还需要时间，技术上的进展可以先应用到管理会计和公司理财领域，本篇在最后一讲先介绍公司理财方面的发展思路，管理会计方面将在下一篇涉及。

《赚钱效能提升篇》 根据传统的分工，管理会计是主要服务于内部管理当局的。

应计制反客为主后，管理会计从此得不到其所需要的现金流信息，一直是无源之水，无本之木。

不过，到目前为止的管理会计体系结构已趋于完善，积累了许多管理思想和智慧，在现金流诊断解决了取数问题，“久旱逢甘霖”之后，这些成果都是现成可用的，将进入“落地生根”的实质性发展阶段，成为常态性的管理系统，管理会计将是现金流诊断成果的最大受益者，在会计信息系统中占有举足轻重的地位，形成全新的格局。

在内部管理中，项目一旦投入运营，由谁来管，怎么按预算管理以确保赚钱，就提上了议事日程，“员工考核与激励体系”和“长期投资项目评价管理体系”互相配合，处于同等重要的地位，本篇围绕“现金收支分部报告”的可操作性，针对这两个方面作了重点介绍。

此外，初步探讨了在环境因素变动时的现金流测试，理念创新与赚钱之道，长期可持续赚钱等问题。

## <<公司赚钱之道>>

《社会环境互动篇》 时代在不断地变革。

经营环境在不断地变化，生存于其中的现代公司当然也不是孤立的，难免要受环境左右，但更要主动地适应环境，从中获取有利的资源，确立自己的核心竞争力。

公司的生存发展与外部环境是互动互利的关系，这是首先要注意的。

实业界是创造社会财富的中坚力量，因此，为公司创造便于运营的公平有效率的外部环境，有助于其赚出更多的钱来，这是全社会、也是政府责无旁贷要做的事。

现代市场已经是世界性的市场，除了注重培植自身的核心竞争力之外，各类公司还要和全社会一起，共同营造有利于中国公司走向世界的氛围，这才是更长远的致富之路。

本篇从现金流观出发，简明扼要地阐述公司与社会环境是如何互动互利的，社会环境和国际环境对公司运营会有怎样的影响。

在本书的行文过程中，为了提出一系列会计新理念，有时不可避免地要评述应计制会计的内容，作出专业分析和推导，没有此类推理论证，则本书无以令人信服并立足于世。

所以，这是接受会计同行读者的专业审视，并得到他们认同的必要过程，建议非会计背景的读者接触此类内容时，只要粗略地浏览即可跳过。

本书所作的分析是根据《企业会计准则2006》一般企业的财务报表展开的，所以主要适用范围也是一般企业。

由于财务报表格式设计上的差别，相关原理若要应用于其他行业时，可能需要结合该行业的报表格式和具体情况，作必要的改造和变通，这也是有必要提请注意的。

## <<公司赚钱之道>>

### 内容概要

现金为王，“赚钱”本应是公司的核心业绩指标，近现代却踪影全无，任由假冒指标“净利润”故弄玄虚，结果是公州业绩鱼龙混杂，泡沫泛滥现金流是最重要的循环系统，回到现金流上才是必由之路。

《公司赚钱之道：现金流诊断的原理与应用》作者作者：汪一凡堪称理财研究的“独行侠”，他以独立思考的精神和创新的勇气，对居于主流地位的理财思想和方法提出质疑，创建了新的评价公司财务状况的思路和方法，并以上市公司（一般企业）为样本设立排行榜。

《公司赚钱之道：现金流诊断的原理与应用》对于经营者、投资者以及理财人员具有重要启发意义和应用价值，是一本难得的坊间奇书。

## <<公司赚钱之道>>

### 书籍目录

#### 百年古堡坍塌篇

第1讲 走净利润的路让净利润无路可走

第2讲 会计恒等式新解

第3讲 内生性非货币资产

第4讲 会计准则：会计造假源头大揭秘

第5讲 误国误民的“未分配利润”

第6讲 “股实度金额”系列比率

第7讲 股东已变现权益

第8讲 如何评价公司管理层业绩

第9讲 股东专属赚钱总额（粗略调节）

第10讲 “股东专属赚钱总额”系列比率

#### 精密学科重构篇

第11讲 赚钱反应堆

第12讲 外源性非货币资产

第13讲 现金流会计的成本观

第14讲 股东专属赚钱总额（精密推算）

第15讲 现金来源变化表（理财版）及其用法

第16讲 现金来源变化表（会计版）及其用法

第17讲 似曾相识王者归来

第18讲 理财活动有了明确目标和信息

#### 赚钱效能提升篇

第19讲 分部概念与现金收支分部报告

第20讲 长期投资项目的净现金流评价

第21讲 现金收支分部（责任会计）考核体系

第22讲 现金流的环境因素变动测试

第23讲 理念创新与赚钱之道

第24讲 长期可持续赚钱：未变现权益表

#### 社会环境互动篇

第25讲 国家体系边界上的现金流动

第26讲 知识经济

第27讲 富国“吸金大法”分析

第28讲 科学技术研究

第29讲 人才与教育

附录一 子虚公司财务报表与记账凭证

附录二 《上市公司诊断排行榜》使用说明

## &lt;&lt;公司赚钱之道&gt;&gt;

## 章节摘录

正常情况下,有所失必然是为了有所得,而所花费出去的那部分资源当然要保证首先收回来。所以,成本第一性的作用是作为“补偿尺度”,“所得”只有不低于这一“所失”的标高,公司才能至少在原规模上继续运作,维持简单再生产;其次,历来有“将本求利”的说法,理论上,单位成本是最低可接受的销售价格,公司可以在其上加成,作为确定销售价格的依据;最后,成本当然是反映资源消耗的数据,有助于管理层了解情况,作出决策,努力降低资源消耗。

从全公司的角度,它的全部支出就是它为了提供全部产品或劳务而付出的“代价”,这肯定没错。所以,在1993年7月会计制度改革以前,中国会计采用的是“完全成本法”。

在完全成本法下,没有期间费用,当时用的“企业管理费”科目大致相当于现在“管理费用”、“销售费用”和“财务费用”三大费用的全部核算内容,当时用的“车间经费”科目大致相当于现在“制造费用”的核算内容,“企业管理费”与“车间经费”都要分摊结转到最后产成品上,构成产品成本的组成部分。

这是对成本覆盖范围最“完全”的一种理解,在做到大体上“以销定产”的前提下,只要单位产品售价大于或等于单位产品成本,就能够收回“代价”,就保本了,是最直观的“补偿尺度”;在“单位完全成本”的基础上,要测算确定“单位销售价格”也很简明,可以试探着在单位完全成本上加成,作为单位售价,一直提高到在市场上卖不动为止,然后选取这个上下限区间中的某个价位就行了。

1993年7月1日起推行的中国会计制度改革,改用西方通行的“制造成本法”,其特点是作了“期间费用”和“产品成本”的划分,原来的企业管理费(即“管理费用”、“销售费用”和“财务费用”三大费用)不再作为产品成本的组成部分,而是作为“期间费用”直接在当期的利润表上扣除,制造费用(车间经费)则还是分摊到“产品成本”上。

可见,在制造成本法下,产品成本的覆盖范围有所缩小,“产品成本”和“期间费用”两者共同构成企业所支付的全部“代价”。

但是,由此带来的问题是,“产品收入—产品成本”只能叫“毛利”,因为还要从“毛利”中再扣除三大期间费用,企业支付的全部代价才得到补偿,才是“净利润”。

所以,用“制造成本法”下的产品成本作为产品报价的依据,或补偿尺度,相对是不够“完全”的,产品单位售价必须绝对高于产品单位成本,并且只有当高出的这个幅度大到足以从总毛利中扣除三大费用时,企业才能保本。

而要高出多少“幅度”才算够?

既取决于实际产销量,也取决于三大费用的实际发生额,那么在对外报价时,单位产品售价的测算难度就会很大,因为两种实际发生数都是事先难以预测的。

可见,西方国家的成本核算方式要比我们自己原有的更为粗放。

回想起来,1993年之后,会计造假事件开始层出不穷,是否与此有某些“相关”,有待研究。

当然,笔者并不想过多评价当年未经论证便贸然引进“制造成本法”是否欠妥(在引进外资的大环境中,这是可以理解的),而是重在通过从“完全成本法”向“制造成本法”变化的例子,强调“产品成本”这一概念的覆盖范围不是绝对的,是可以根据各种理解而放大或缩小,甚至弃而不用的,没必要奉若神明。

在会计中,“成本”一词具有相当广泛的含义,是“交易价格”的同义语,把它用于所取得的产品、服务,甚至用于所承担的负债(历史成本计量)都是可以的,所以它常常与费用混用,也常常用于说明资产。

但是,西方教科书告诉我们,在制造成本法下,成本(cost)、费用(expense)和资产(asset)已经有了约定俗成的不同含义和归宿,是有必要指出的。

(1)成本(cost,):一般是和实物资产相联系的,也就是这些开支已经被“对象化”或“实物化”了,随同实物的售出,它在利润表上应当作为收入的直接抵减项,如库存商品转为营业成本。

(2)费用(expense):一般被认为与产品或生产技术过程不太相关,所以这些开支不和实物挂钩,而是和一定的期间相联系,在利润表上作为期间费用从毛利中抵减,如管理费用、销售费用和财务费用。

(3)资产(asset):在生产经营过程中,尚未达到“成本”或“费用”状态的那些要素,则称为资产,

## &lt;&lt;公司赚钱之道&gt;&gt;

它不进利润表，而是表现在资产负债表上，如还没有销售的库存商品，还处于生产过程中的在产品，固定资产账面净值，等等。

实际上，这种约定俗成的划分是相当粗略的。

它们又有“斩不断，理还乱”的内在联系，大致地说，成本是已经被耗用的资产；资产是尚未被耗用，等待抵减未来收入的成本；费用实际上也是成本，只不过没有被实物化或对象化，所以被用于直接去抵减当期收入而已。

由于从来就不能明晰地分清这三大概念，制造成本法的实务中，在可操作性方面一直存在各种难点，有太多任何人都回答不了的疑问，不断引起“公说公有理，婆说婆有理”式的无聊论争。

例如：(1)材料计价至少有具体辨认法、计划成本法、一次加权平均法、移动加权平均法、先进先出法、后进先出法等诸多方法，为什么要这样做？

(2)固定资产折旧计算至少有直线法、业务量法、年限总和法、双重余额递减法等诸多方法，为什么要这样做？

(3)固定资产的真正价值只有在二手货市场上才能知道，为它保留的“账面净值”有意义吗？

(4)为什么制造费用就要被实物化，三大期间费用却要被费用化？

(5)某项开支究竟该作为“资产”，还是该作为“费用”？

一向难以定论。

以办公室装修费用为例，以“长期待摊费用”的名目作为“资产”，就进了资产负债表；以“管理费用”名目作为“费用”，就进了利润表。

两种处理方式当然会使本期利润各不相同；(6)产品成本只包括原材料成本，其他的都作为期间费用，是不是好像更有道理，也更简明？

(7)我们是否真有能力预估固定资产的有效使用寿命？

以楼房为例，福建土楼早已计提完折旧，数百年后反而日益增值，上海的“楼脆脆”却未及使用便轰然倒塌；(8)我们通过每期计提折旧，真的能保证足够重置同样的固定资产吗？

例如，40年前能买一栋楼的钱，现在够买下一个房间吗？

反过来，5年前买1台低端电脑的钱，5年后却能买到3台最新配置的顶级电脑。

另外，这些固定资产的“重置资金”真的还在吗，真有现金摆在那儿，能说买就买吗？

(9)联产品是指经过同一生产过程而产出的多种产品，例如，石油经过裂解后，产出从重油到轻油的一系列油品，会计上需要知道其各自的成本，以便和各自的收入“配比”。

但实际上，只有“造物主”才知道他在每种联产品上各花了多少“成本”，这种本质上无解的难题，人类中的“会计人”居然也能分配联合成本，这也未免太夸张自负了吧！

为了得到虚幻的“净利润”，应计制建立了“收入—费用”的配比理念。

然而，在估计本期“费用”数据以便和本期“收入”配比的过程中，我们越是面临太多需要“职业判断”的业务，越是有太多的问题解决不了，制造成本法一直穷于应付“成本”、“费用”和“资产”之间的混乱关系，在实务上可谓吃力不讨好，人累心更累。

现在回顾起来，应计制核算就败在自作聪明地“避实就虚”上，避而不谈“现在赚了多少钱”，偏去大谈“永续经营”，想去预测福建土楼之类长期资产的有效使用寿命，反而掉进更深的陷阱，岂非本末倒置！

由于应计制近百年来“为所欲为”的历史原因，资产负债表也面目全非了，沦落成服务于净利润核算的“垃圾堆场”，尽管现金流诊断已可排除“内生性非货币资产”，在属于“外源性非货币资产”的部分中，仍存在一些变现价值可疑的“空心化”项目，如“无形资产”、“开发支出”、“商誉”和“长期待摊费用”等，这些“资产”项目经不起推敲，一看就感觉不靠谱，严重影响到“外源性非货币资产”的坚实度。

可见，这样的成本核算理念，完全算不上是“科学发展观”。

社会上曾经广泛质疑手机短信的收费依据，要求移动通信公司提供每发送一条短信的“成本”数据，以证明这么高的收费是有理由的。

而实际上，在巨额的固定成本投入后，发送每条短信的变动成本近乎为零，根本无从与收入“配比”。

<<公司赚钱之道>>

既然回应不了，移动公司们当然只能闷声不响，反正不妨碍在骂声中大发其财。

平心而论，这实在不能怪它们，这就是社会大众受了“配比”观念误导的例子。

面对以上如此之多的选择项和如此之多的困惑，结果当然是“同样的公司业务，请100位会计师完全独立地做账，会得到101套财务报表(多出来的一套是CPA调的)”，每个人都能说出为什么这样算的道理，都似乎站得住脚，唯一可以断定的只是，科学的“再现”原则已经荡然无存。

所以，想在净利润基础上调节出公认的、唯一的“股东专属赚钱总额”，就趁早别指望了，凑合着用吧！

P39-42



<<公司赚钱之道>>

媒体关注与评论

不进行研究的投资，等于通宵玩牌却从未看清手中的牌。

——彼得·林奇 在错误的道路上，奔跑也没用。

——巴菲特 必须独立思考，必须抛开羊群心理。

——罗杰斯

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>