

<<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>

<<公司赚钱之道>>

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

<<公司赚钱之道>>

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,

<<公司赚钱之道>>

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>