

身从事生产经营的所得,暂免征收所得税”。同时规定,“高等学校和中小学享受优惠政策的校办企业,必须是学校出资自办的、由学校负责经营管理、经营收入归学校所有的企业”。高校出版社因此一直享受免缴企业所得税的待遇。这一优惠政策对于扶持高校出版社的发展起到了积极的作用。但2004年以来,部分省市税务部门以国家税务总局给吉林省国税局的复函(国税函[2001]541号)为依据开始对高校出版社征收企业所得税。该函在对财税字[1994]001号文的解释中指出:“高等学校和中小学校办工厂、农场是指从事工业农业产品的生产企业,不包括建筑施工企业、出版社等其他非从事工业农业产品生产的校办企业”。高校出版社税收政策的变化,使得一部分高校出版社难以适应,也必将导致高校出版社利益分配格局发生变化,同时将对高校出版社的发展产生深远的影响。笔者认为,高校出版社是否缴纳企业所得税问题,有进一步研讨的必要。

1、目前,财政部、国家税务总局对高校出版社是否缴纳企业所得税的问题尚未作出明确的规定,各地税务部门对此问题的政策也不一致,个别省市已经征收,而大部分省市尚未征收。国家税务总局给吉林省国税局的解释性复函是否适合于全国,也没有明确。由于企业所得税为中央和地方共享税,国家应该研究制定统一的税收政策,否则会形成全国高校出版社间不公平竞争的局面。

2、从高校出版社的性质、办社宗旨和国家教育部、新闻出版总署对其要求来看,高校出版社与一般企业不同,有其特殊性。教育部《高等学校出版社管理办法》规定,高校出版社是事业单位,实行企业化管理。其主要任务是为教学和科研服务,出版教学需要的教材、教学工具书、学术著作及其他图书。如果仅从经济效益的角度出发,出版一些适用面较窄的教材、学术专著注定是要赔钱的,但是作为高校出版社还必须出版。另外,高校出版社在选题上尚未完全放开,有较多限制。因此在高校出版社尚未完全进行企业化运作的情况下,对其与其他一般企业一样征收企业所得税的做法也有必要进一步研讨。

3、国家在税制改革时实行企业所得税,旨在规范国家与企业的利益分配关系,对国有企业而言,由过去上缴利润的方式改为只上缴所得税,高校出版社属国有事业单位,财务关系隶属教育系统,税务关系国家规定实行属地管理。目前大部分高校要求出版社将国家免征的所得税上缴学校,一般为年利润的30%-40%,用于弥补教学科研经费的不足。如果对高校出版社征收企业所得税,高校出版社将面临着既要向学校上缴利润又要向国家缴纳所得税的情况,利税负担肯定要大于一般出版社,也高于社会一般企业。应该说,高校出版社现在面临着以前国有企业的“利改税”难题。因为这涉及到国家、高校、高校出版社的利益分配格局,也是问题的核心所在。有关方面应加强协商,在兼顾各方利益前提下理清利益分配格局。

4、出版社是智力密集型行业,人力资源是最重要的资源,

也是出版社赖以生存的基础。工资支出在出版社成本中占有较大比重,而《企业所得税税前扣除办法》规定,工资费用只能按计税工资每人每月800元计入成本,但对于经批准实行“工资总额同经济效益挂钩”的企业事业单位,其支付给员工的工资薪金,可据实扣除。目前实行“工效挂钩”由各级劳动和财政部门审批,高校出版社由于与各级劳动和财政部门无隶属关系,要申请实行“工效挂钩”可能还不是很容易,在对高校出版社征收所得税前,有关各方对此也应予以明确。

5、出版社财产损失、图书报废损失的问题。长期以来,出版社积压图书的报废损失,一般经出版社领导审批或学校审批后,即可作账务处理。如果征收所得税,财产损失、图书报废损失处理时,要有税务部门核实审批,由于税务部门对财产损失审批权限规定严格,较大数额的报废损失则需要层层上报审批,将使图书损失不能及时得到处理。对此也应有所考虑。

(作者单位:陕西师范大学出版社)

责任编辑 张玉伟

## 创造正的净现值的策略 分析及相关问题的思考

□ 宋希亮

贴现现金流量分析方法隐含的前提是:项目的投资报酬率大于资本成本率。只有在这个前提下,投资项目才会带来正的净现值,这时实施该投资项目才可以增加公司价值。而在竞争的市场上寻求净现值大于零的项目,并非易事。本文拟从公司战略的角度寻求公司创造正的净现值策略,并对衡量公司价值的相关指标作一比较,从而提出基于价值管理的重要性。

### (一)创造正的净现值的策略分析

企业要获得正的净现值的项目,或者说为公司创造新增价值,笔者认为,可以通过以下两种途径以打破经济平衡法则:一是进入非完全竞争市场;二是制定能为公司带来独特竞争优势的战略。为此,企业应采取下列对策:

1、率先推出新产品,使新产品在某些关键特征上与众不同,因为产品差别化可以有效地限制参与竞争的产品数量;2、建立相对于竞争对手的成本优势(包括为获得这种优势所需的融资费用)。企业可以通过规模经济、技术革新、低成本的原材料、低成本的分销渠道、优秀的运作管理、专有知识、专门技术或是低的资本成本来实现;3、设置其他公司难以有

效竞争的进入壁垒；4、革新现有产品以满足市场中尚未满足的需求；5、变革组织结构，以利于上述策略有效实施。

以上策略的实施必须同公司的每一项业务或每一种产品相结合，找到每一个业务环节存在的优势和不足，明确哪些经营环节能创造较高的价值，哪些业务单位还有潜力可挖，针对不同的业务单位的优势和不足，采取相应的策略，从而帮助公司建立防止竞争对手进入市场的障碍，创造较高的价值并取得持久的竞争优势。

(二)净现值是公司价值创造的衡量标准

在理财实践中，管理者面临众多的价值衡量标准：有短期的，如每股收益、经济增加值等，也有长期的，如净现值、内部收益率；有会计标准，如净资产收益率、每股净利等，也有经济标准，如净现值、折现现金流量等。越来越多的管理者已经认识到会计标准的局限性。最主要的原因是，公司价值是由公司的现金流量决定的，而不是会计收益决定的，投资者是以收付实现制为基础确认现金流量和公司价值而不是以权责发生制为基础来评估公司价值；其次，净现值注重将来、长期的现金流量，而不是会计上历史的、短期的现金流量；净现值考虑了投资的机会成本和风险因素，而会计指标既不能提供风险的信息，也不能反映支持销售增长而占用的营运资金和长期资本的资本成本。总之，会计指标忽略了和企业价值紧密相关的几个因素，即现金流量、资本成本和时间因素。

公司理财目标是价值最大化，公司价值通常用公司的市值或股东总收益来表示。净现值是将未来现金流量的折现值与初始现金流出的差额。净现值的增加，即意味着公司价值的增加。净现值最终的驱动因素是公司创造长期现金流量的能力，而长期的现金流量又是由销售收入(或利润)增长、营运资本

和固定资产投资以及竞争优势的持续时间等因素决定的。净现值作为公司价值创造的衡量标准，可以将影响公司血液——现金流的全部因素纳入公司创值的战略框架内，同样也将公司的全部经营环节或经营活动纳入了该框架，因为基于折现的现金流量的内在价值可以用来评估整个公司或某个业务单位的投资机会或战略。从这个角度上来看，净现值标准有利于公司价值创造理念的形成。

(三)启示

价值创造作为衡量管理人员绩效的标准，必然要求管理者将重点放在长远现金流量收益上，而不是以每股收益的短期变化为核心，更为重要的是要求管理者在整个组织内开发和建立一套价值管理理念。以公司价值为核心而不是面对股东压力时或有潜在的兼并风险时才偶尔为之，而应该是持之以恒的追求。以价值管理为核心的做法，并不意味着价值创造要靠财务手段来实现，相反，要靠公司业务正确合理的战略和经营计划才能实现。只有通过公司的战略分析，才能找到公司价值的真正来源，从而看清哪些业务单位在创造价值，哪些在毁损价值。正如可口可乐公司在《价值管理实施指南(1997)》中所强调的那样：价值创造管理是新思路，是一些原则，这些原则使我们能够在公司所有层面上对价值进行科学的管理。创造价值不仅仅是我们公司的任务，它还是我们日常工作的指南，是我们做所有事情的既定方向。最后需要强调的是，价值管理的成功实施，公司高层管理人员的认可和支

(作者单位：山东经济学院研究生部)

责任编辑 刘黎静

·简讯·

财政部、民政部就认真贯彻实施《民间非营利组织会计制度》发出通知

为了做好《民间非营利组织会计制度》的贯彻实施工作，财政部、民政部以财会[2004]17号联合发文，就认真贯彻实施《民间非营利组织会计制度》发出通知，要求自2005年1月1日起在全国适用的民间非营利组织范围内实施。

《通知》要求各级财政、民政部门利用各种方式加大宣传和培训力度，为全面贯彻实施制度奠定基础。民间非营利组织的单位负责人要认真履行法定职责，保证会计信息真实、完整。目前执行《事业单位会计制度》或其他会计制度的民间非营利组织，应当抓紧做好新旧会计制度的衔接工作，以实现平稳过渡。同时要求各级财政、民政部门加强合作，采取有效措施，做好制度执行情况的监督、检查和指导工作。

(本刊通讯员)

·简讯·

财政部发布《村集体经济组织会计制度》

为适应农村税费改革的新情况，搞好村务公开和民主管理，加强村集体经济组织的会计工作，规范村集体经济组织的会计核算，根据《中华人民共和国会计法》及国家有关法律、法规，财政部发布了《财政部关于印发〈村集体经济组织会计制度〉的通知》(财会[2004]12号)，规定自2005年1月1日起在村集体经济组织执行《村集体经济组织会计制度》，1996年财政部发布的《村合作经济组织会计制度(试行)》同时废止。该制度适用于按村或村民小组设置的社区性集体经济组织。

《制度》规定，为适应双层经营的需要，村集体经济组织应实行统一核算和分散核算相结合的两级核算体制。凡是作为发包单位的村集体经济组织发生的收支、结算、分配等会计事项都必须按该制度的规定进行核算，并设置和使用相应的会计科目，登记会计账簿，编制会计报表。

(本刊通讯员)