

现代企业财务管理讲座

第六讲 企业定价策略与盈利能力

李敬辉

在市场经济条件下,价格是由市场供求关系决定的,定价是企业竞争的手段,也是企业有效地占领市场、持续保持合理盈利水平的重要措施。本讲主要介绍企业定价及其相关的一些问题。

一、企业定价的含义

按照我国传统的做法,企业产品是国家统一定价,由物价部门根据企业成本高低加一定的盈利率来确定。企业产品价格一旦确定,未经物价部门同意,原则上不得进行调整。这种价格管理办法,既使企业无定价自主权,又使价格很难真实反映企业的生产经营状况和经营成果,对企业生产经营和长远发展产生了较大的副作用。

随着社会主义市场经济体制的建设,企业价格管理办法也相应进行了改革。价格由市场供求关系决定,企业可自行决定产品和劳务价格。所谓企业定价,是指企业根据生产经营和市场供求变化,合理确定价格水平和及时调整价格高低,确保企业竞争优势和市场占有率,使价格高低与企业盈利水平处于一种有效的组合状态。具体地说:

一是企业自主定价。自主定价是企业自主经营的一个很重要的方面,它能充分发挥企业自身的灵活性和提高企业的适应能力。这既是企业适应市场的一个重要方面,也是市场价格机制形成的一个重要环节。

二是企业定价是一个动态过程。从企业定价的期望值来看,价格等于成本加上正常的盈利水平,但实际价格形成不是单个企业所能决定的,而是由市场供求关系决定的。

三是企业定价是一种策略。无论是采取高价策略

还是低价策略,均是从提高企业产品的竞争能力或扩大市场占有率考虑的。

四是企业定价是一个广义的概念。从一般意义上理解,企业定价主要是指产品定价。从广义上理解,企业定价不局限于产品定价,还包括资本或资金利率的确定、证券定价、资产估价、资本或股权转让定价、计算企业商誉等。

二、企业营销策略

企业销售与企业定价是密切相关的,互为前提和条件。一般来讲,市场销售状况是定价的前提和基础,没有一定数量的销售,则定价多少纯粹是一个数字概念;反过来,企业产品定价高低对企业销售量有直接影响,除特殊促销手段外,企业产品定价高,则销售量下降,企业产品定价低,则企业销售量上升。销售量多少和定价高低的取舍,是以企业获得最佳盈利水平为标准的,也就是说企业销售量、产品定价和盈利三者之间是作为一个整体概念来考虑的,这是现代企业生产和经营的一个显著特点。企业营销策略主要是从以下几个方面考虑:

一是必须准确预测销售数量,提高市场占有率。一定的销售数量是定价的基础,准确预测销售数量能为企业确定竞争地位和提高市场占有率奠定基础。这必须与企业生产经营规模和生产批量水平一并考虑。

二是采取有效促销手段。包括广告宣传、用户试用产品、产品包装精良、高价促销或低价让利等。

三是及时调整销售方式和渠道。包括改代销为直销、分期付款销售、调整销售地区、以旧换新等,此外还包括调整产品品种和结构、改进包装、增加消费者所需

功能或提高对消费者的吸收力等。

四是研究国际市场和国内市场的发展趋势及动态。随着改革开放和我国参加国际贸易组织,每个企业面对的是国际市场,市场行情及动态对企业的营销及发展有着重大影响。

三、企业定价方法和价格弹性分析

企业定价方法主要有以下几种:

一是商品价目表定价。这是企业最常用的定价方法。这种方法就是利用商会或有关商业性的机构或组织提供的商品价格目录来确定企业产品的定价,也就是所谓的随行就市。利用商品价目表的优点是,使企业产品定价与市场同类商品的价格保持相同水准,对于缺乏经验的厂家或没有把握的决策者来讲,这是一种较为稳妥的选择。其缺点是不能更好地发挥企业自身产品的特性和企业竞争优势。

二是保本销售定价。这是企业定价的临界点或最低价格水准。是为了扩大销售量或充分利用生产能力,提高市场占有率而采取的一种定价方法。这种方法局限于一定的生产量或销售量,当生产量或销售量超过一定数量,企业需要扩大生产能力或市场已趋饱和时,就无法适应了。

三是让利销售定价。这主要是用于企业清库或存货急于实现而采取的一种定价方法。这种定价方法的最大优点是,能够及时收回资金,改善企业的财务状况,避免因存货滞销造成企业支付困难。

四是高价销售。这主要是针对某些消费品或某些消费族采取的定价方法。这种方法的特点是,能产生意想不到的效应,其缺陷是当消费者意识到是“高价”诱导消费时,则会对产品销售产生很大的冲击。所以,这种方法一般应慎重选用。

下面再介绍一下有关资产的定价方法。对于上市公司来讲,股市价格代表企业资产的市场价格。对于非上市公司来讲,资产的定价应遵循以下原则:(一)由资产评估机构或会计师事务所对资产进行评估,资产评估价格作为定价的基础,也叫底价。(二)资产成交价格是以底价为基础,并考虑企业的盈利水平和预期效益。一般来讲,盈利水平高或预期效益看好,可以按高于评估底价出售或成交;反之,则相反。(三)企业整体出售时,除对有形资产进行评估计价外,还应对无形资产进行评估计价,尤其是商誉的评估和计价不容忽视。

企业价格弹性分析,是指假定企业成本水平一定的条件下,提高产品价格而增加利润的一种内在关系分析。其弹性系数等于利润提高幅度与价格提高幅度

之比,一般来讲,价格弹性系数大于1,即价格提高一个百分点,则企业利润提高幅度高于一个百分点。价格弹性分析主要是用于生产经营决策时,在充分考虑挖掘企业生产潜力,扩大生产量和销售量的前提下,考虑提高价格来增加企业利润。对非竞争性的产品或行业,考虑提高价格来增加利润,不会因其关联因素对利润的影响而抵销提高价格而增加的利润,即价格弹性系数也就是企业增加利润的乘数;对于竞争性的产品或行业,提高产品价格的同时,可能相应减少企业的销售量,抵减一部分或全部因价格提高而增加的利润。所以,运用价格弹性分析预测企业利润水平时,应同时考虑其关联因素变化的影响。避免作出错误的判断。

四、企业不正当定价与税负转移

所谓企业不正当定价,是指通过定价方法转移利润或逃避税收的行为。在国际贸易交易行为中,还包括商品倾销行为。

(一)关联企业。这主要是通过高价进货、低价出货的办法,通过一高一低来达到转移利润的目的。这种现象目前我国“三资”企业比较常见,一些外商通过其关联企业,采取原材料高价进来,产品低价出去的办法,转移利润,损害中方利益。

(二)隐瞒报价或隐瞒收入。这主要是通过少报收入或低价转让给第三方、多提或多计折扣、虚报存货、各种形式的回扣等方式,从而达到减少利润、减少税收的目的。

(三)倾销。即为了推销其产品,不惜压价销售。这种销售行为在国际市场竞争中是经常出现的。对单个企业来讲,一般很难判断其是否存在倾销现象,主要得根据某一产品或局部市场来衡量和判断。

以上不正当定价行为,均涉及税负转移问题。税务机关有权根据具体情况进行处理,如关联企业之间定价不合理,税务机关可以根据同行业或同类产品的价格水平或盈利水平,调整企业的销售收入,然后再相应地按税法令其交纳各种税金。

除了不正当定价行为外,企业还有可能由于决策失误造成定价不当,这是属于决策意义上的企业不正当定价,给企业造成了不应有的损失,因此应引起企业决策者的重视。

五、企业利润管理方法

以往企业侧重于从提高产品产量、提高产品价格或降低产品成本等方面考虑增加企业利润,对如何从企业利润管理方式或体制入手来提高企业效率,从而

再论成本分块、收入分块、 利润分块理论

易庭源

[编者按] 成本分块、收入分块和利润分块理论是易庭源教授多年辛勤研究的重要成果之一,是其独具特色的《资金运动会计理论》的重要构成部分。该理论提出了许多独创性见解,不仅对会计理论的发展和会计方法的改进与完善有所贡献,对解决企业分配不公、鞭打“快牛”,深挖企业内部潜力,促进科技进步等也有积极意义,体现了新的理财思想。现根据作者在一些企业进行试点的基础上而对原作所作的修订,就其梗概介绍如下,以供参考。

我国企业分配制度自1978年以来,几经变革,但都是以笼统的利润作为分配对象,始终存在苦乐不均、鞭打“快牛”、投资过热、短期行为等问题。当今之计,笔者认为应实行“利润分块责任制”。即根据“生产决定分配,分配反作用于生产”原理,首先将利润分为简单再生产与外延扩大再生产的社会平均利润、内涵扩大再生产的内涵利润、客观盈亏三大块;然后将调整客观盈亏后的社会平均利润大部按资分配,内涵利润大部按职工业绩分红,以调动广大职工努力发展科学技术,提高生产力,从节约中求增产,创造更多财富、富国富民。

一、发展科技 从节约中求增产

增加企业利润考虑较少,其实这很重要。下面介绍一下从企业利润管理方式或体制来增加企业利润的方法,这包括企业内部分权管理体制、剩余收益分配体制和目标利润管理责任制。

(一)企业内部分权管理体制。这主要是通过发挥管理体制效能来提高企业效率,增加企业利润。日本企业在这方面的做法值得借鉴。日本企业界认为,建立科学民主的企业内部管理组织体制与中间管理层是日本企业经营的一个重要特色,也是日本企业充满活力和富有竞争力的重要原因之一。日本企业普遍采取的组织形式是事业部制,尤其大企业更是如此。对事业部制组织,日本通产省产业合理化审议会的定义是:事业部制组织“是指企业的各项经营活动作为各自拥有独立的市场及产品的利润管理单位(利润中心),也即独立核算的管理单位,同时将其统一一起来的分权性的经营

发展科学技术,包括创造新技术、新管理方法、提高职工素质三方面,从这三方面努力,就能“从节约中求增产”。例如创造一种降低人力物力单耗的新技术,就能将节约下来的人力物力生产更多的产品;有的新技术虽不降低单耗,但能提高产品质量,也等于增加了物质财富;有的新技术能变废为宝、变害为宝,从而使损失减少,财富增加。创造新的管理方法和提高职工素质,同样能“从节约中求增产”,例如“适时生产系统”(Just in time production system)要求企业在供、产、销各环节尽量实现“零存货”,就能用尽量少的钱完成尽量多的生产任务;而职工素质的提高,则为“从节

管理状态。”在这里有两个要点,第一它是一个分权管理单位,第二它是一个独立核算的利润中心。这同我国所推行的划小核算单位,使企业内部各单位成为相对独立的利润中心的含义是相近的。

(二)剩余收益分配办法。这是一种企业利润内部分配办法,即投资者或出资者按企业资产平均收益率(或内含报酬率)收取资产收益,超过平均收益水平的部分留归企业或内部独立核算单位支配使用。这样可从利益机制上刺激企业或内部独立核算单位提高效率 and 增加利润。

(三)目标利润管理责任制。就是将企业利润目标或某一独立核算单位的利润目标分解落实到责任部门或责任人,并作为内部考核和奖惩的依据。

(作者单位:财政部工业交通财务司)