

# 五金产品的滞销风险定价模型构建

谢羽婷 刘阳

(暨南大学管理学院 广州 510632)

**【摘要】**目前成本加成定价法是五金制造企业采用的产品定价的主要方法,但是该方法并没有考虑五金产品的滞销风险因素。本文纳入滞销风险因素,对原有的成本加成定价法进行修正,构建了适合五金产品定价的滞销风险定价模型。

**【关键词】**五金产品 滞销风险定价模型 成本加成定价法

五金是指铁、钢、铝等金属经过锻造、压延、切割等物理加工制造而成的各种金属器件。五金行业的发展对我国经济的发展有着重要的影响。对于五金制造企业这种典型的工业企业而言,价格是产品营销最重要的影响要素,价格杠杆对促进五金产品的销售、获得良好经济效益起着十分有利的推动作用。五金制造企业的产品价格是否合理、生产技术水平的高低都对企业经营的成败有着决定性的影响。在很多情况下,很多企业的产品质量较好、生产技术水平较高,但由于价格制定得不够合理,结果出现灾难性的后果。因此,如何科学制定产品的销售价格非常重要,对于五金制造企业而言更是如此。当五金制造企业面临滞销危险的时候,更要合理地对产品进行定价,以尽快销售产品从而避免出现资金周转不灵、破产等危机。

## 一、影响五金产品价格的主要因素

1. 成本补偿是五金产品定价的基本要求。产品的价格由成本和利润两部分构成,这就是成本引导定价的基本内容。任何产品的价格,首先必须弥补成本,然后才谈得上进一步盈利。企业只有控制好成本,才能在价格竞争中具有更大的回旋余地,就能在市场状况好的时候取得更好的效益。在五金产品的制造过程中,原材料、工艺技术、生产设备等方面的成本是成本的核心内容。高质量的原材料、一流的工艺技术和先进的生产设备是高质量产品的坚强后盾,因此成本控制也应从这三方面着手。

首先,原材料的质量决定产品质量,原材料的价格在很大程度上决定着产品的价格。在原材料价格上涨时,只要做到与客户充分沟通,客户大多能接受产品价格适度上调。

其次,掌握着一流的工艺技术的人才才是企业最大的无形财富,这对于五金制造企业而言更为重要。由于从事五金工艺设计工作必须从基层做起,直到对全套工序充分了解才算入门,因此行业内经验丰富的工艺人才相对缺乏,那么招揽人才发生的成本也成为企业的成本负担之一。

最后,生产设备的先进程度制约着五金制造企业的发展。我国五金行业内企业的发展水平参差不齐,生产设备的先进程度更是相差甚远。一些设备齐全的企业早已拥有一整套的

设备生产线和先进的检测设备;相反,一大部分企业由于发展水平、规模等原因致使生产设备配备不齐。行业内的手工作坊比比皆是。由于生产设备的差异造成的产品质量的差异直接影响产品的价格,因此成本在五金产品的定价中有着举足轻重的地位。

2. 市场需求是五金产品价格的关键影响因素。企业在定价时既应重视成本的重要地位,又不能忽视需求的关键作用。以中小企业为主的五金行业,产品价格的制定主要取决于市场需求。随着五金行业的不断发展,不管是国内还是国外,均呈现出向大企业、大品牌倾斜的发展势头,我国五金行业已步入优质优价、优胜劣汰的良性循环时期。在这种状况下,行业正在进行新一轮的洗牌。企业必须充分认识到具有独特的价值效应的产品才有市场,掌握正确的定价方法才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。企业必须充分了解产品的市场需求,在产品的市场需求不大时调低价格以击败竞争对手,抓住机会抢占市场;在产品的市场需求较大时提高价格,增加企业销售收入从而增加企业利润。

## 二、滞销风险定价模型的建立

目前成本加成定价法是五金制造企业确定产品价格时主要采用的方法,但是该方法并没有考虑到五金产品的滞销风险,不能体现五金市场供给与需求之间的关系。所以当五金产品滞销时,该方法就会使前期产品的成本较低而后期产品的成本较高,因而导致前期产品价格较低而后期产品价格较高。针对成本加成定价法的缺点,本文构建了滞销风险定价模型。

我们从五金行业固定制造费用较高(基础投入大)的特点入手展开研究。对固定制造费用的处理方式一直受到人们的关注,因为产品成本管理会影响资产负债表的资产情况以及利润表的当期利润情况,并且会对管理者的决策产生重要影响。目前对固定制造费用的核算主要存在两种方法,即制造成本法和变动成本法。我国的会计准则要求使用制造成本法。制造成本法下编制的财务报表主要是对外报送,是外部报表使用者了解企业财务状况的主要依据。滞销风险定价模型是在制造成本法的基础上引入滞销风险因素,通过对滞销风险的量化、核算、分配以科学分配固定制造费用,达到为管理者进

行本量利分析、做出定价决策等提供理论依据的目的。滞销风险定价模型更好地体现了五金产品市场的供求波动,使企业能够合理定价,规避了滞销风险。

将滞销风险纳入核算具有以下前提假设:一是严格的会计分期。会计分期是会计四大基本假设之一,在这里重申这一假设主要是因为只有在这一假设条件下,我们才能以两种成本看待同一产品。二是假设期间费用全部为固定费用。按成本性态,期间费用也可以分为固定费用、变动费用和混合费用。实际上,我们很难将管理费用、财务费用、营业费用按成本性态区分开,况且固定费用与变动费用只是相对的,在一定条件下才成立,另外混合费用的分解难度也很大。假设期间费用全部为固定费用是为了方便研究,并且在业务量波动不是很大的情况下具有一定的合理性。在该假设条件下,滞销存货的专有销售费用可以不予考虑,这方便了分析和决策。

在上述假设条件下,滞销风险实际上是一部分固定制造费用,也可称之为降价风险。下面我们将当期生产当期销售的产品应承担的滞销风险予以量化:

假设某企业生产M产品,本期产量为Q,本期销售量为Q<sub>0</sub>,发生的固定制造费用为a,单位产品承担的滞销风险为y,单位变动成本为b。本期生产本期销售的产品承担的总固定制造费用为A,单位固定制造费用为a<sub>1</sub>;本期生产本期销售的产品承担的总滞销风险为Y,单位成本为C<sub>1</sub>。滞销存货的单位固定制造费用为a<sub>2</sub>,单位成本为C<sub>2</sub>。固定费用为C<sub>3</sub>。

我们可建立以下数学模型:

$$\text{单位产品承担的滞销风险 } y = a(Q - Q_0) / Q^2$$

$$\text{本期生产本期销售的产品承担的总滞销风险 } Y = aQ_0(Q - Q_0) / Q^2$$

$$\text{本期生产本期销售的产品承担的总固定制造费用 } A = a_1 \times Q_0 = (a/Q + y) \times Q_0 = [a/Q + a \times (Q - Q_0) / Q \times 1/Q] \times Q_0 - Q_0 = a/Q \times [1 + (Q - Q_0) / Q] \times Q_0 = aQ_0(2Q - Q_0) / Q^2$$

$$\text{本期生产本期销售的产品承担的单位成本 } C_1 = a_1 + b = a/Q + y + b = a/Q + a(Q - Q_0) / Q^2 + b = a(2Q - Q_0) / Q^2 + b$$

$$\text{滞销存货的单位成本 } C_2 = a_2 + b = y + b = a(Q - Q_0) / Q^2 + b$$

滞销风险定价模型为:

$$\text{属于当期制造的五金产品单价} = C_1 + C_3 / Q + \text{利润加成}$$

$$\text{属于上期滞销的五金产品单价} = C_2 + C_3 / Q + \text{利润加成}$$

### 三、案例分析

1. 公司介绍。A五金制造公司(原A五金制造厂)始建于1988年,1989年建成投产,该公司从早期开始就在送料、生产、检验、包装、运输等方面积极推行ISO9001质量体系认证标准,并在2003年顺利通过了ISO9001质量体系认证。2002年,公司完成了从工厂制向公司制的转变,成为一个产权明晰、自主经营,具有科学的经营体制和管理制度的中型现代企业。经过多年的建设发展,A五金制造公司现已成为集汽车弹簧、自行车弹簧等五金制品的研制、生产、加工、销售等综合能力于一体的外向型、综合型的弹簧制造企业。

由于弹簧行业的竞争日益激烈,该公司的产品在淡季会严重滞销,在旺季则会供不应求。在如此复杂多变的环境中,

传统的定价方法已经完全不能适应产品营销的要求。另外,传统的定价方法在准确性与及时性上都不能达到企业管理的要求,甚至出现报价过高或过低、乱报价等混乱情况,大大影响了经营的效率和质量。要在竞争中取胜,就需要建立一个报价体系。就此,A公司领导要求制定一套切合实际的产品报价方案,以改善产品报价的混乱状况,摆脱企业的困局。

2. 滞销风险定价模型的应用。A公司每年的销售量、销售单价、单位变动成本和固定费用都相等,具体情况见表1:

表1

项 目	2000年	2001年	2002年
生产量(个)Q	2 000	3 000	1 000
销售量(个)Q <sub>0</sub>	2 000	2 000	2 000
单位变动成本(元)b	6	6	6
固定制造费用(元)a	12 000	12 000	12 000
固定费用(元)C <sub>3</sub>	2 000	2 000	2 000

我们可以看到,2001年的生产量为3 000个,然而只售出2 000个,滞销量达33%之多。2002年企业做出只生产1 000个的决策,减产67%,加上上期滞销的1 000个,恰好与销售量持平。A公司要求利润加成为8元/个。考虑滞销风险因素时五金产品的定价情况见表2:

表2

单位:元

	2000年		2001年(下期存在滞销的可能性)		2002年(当期出现供不应求的情况)				
	旧报价	新报价	旧报价	新报价	旧报价		新报价		
弹簧价格	21	21	18.67	销售部分	滞销部分	上期部分	本期部分	上期部分	本期部分
				20	16	18.67	28	16	28

从表2可以看出,考虑了滞销风险后,能在一定程度上减小原来成本加成定价法对价格的扭曲作用,从而使价格更合理,鼓励了正确定价决策。

例如,2001年大量生产使得2002年可能会出现滞销,所以2001年当期生产的产品的销售价格为20元/个,比原来的18.67元/个的价格要高,而滞销部分的价格16元/个比原来的18.67元/个的价格要低。这样做可以谨慎地弥补下期出现的滞销带来的损失。A公司使用新定价方法几个月后,果然没有出现淡季价格过高而无人问津、旺季订单接踵而来却利润不大的尴尬。新报价的计算有根有据且符合客观规律,在遇到订单量少时,适当、准确地调低单价既能避免对企业造成损失,又提高了企业的行业竞争力;在订单数量大时,适当地提高价格又可以实现企业盈利的目标。

### 四、结论

本文加入滞销风险因素以对原有的成本加成定价法进行修正,构建了适合五金产品定价的滞销风险定价模型,这具有重大的现实意义。滞销风险定价模型更好地体现了五金产品市场的供求变动,使企业合理定价,规避了滞销风险。这符合五金产品市场受原材料价格 and 市场需求的影响较大、供给与

# 谈怎样成为卓越的首席审计执行官

剧杰 施建军(教授) 殷丽丽

(南京大学管理学院 南京 210093 对外经济贸易大学 北京 100029 南京审计学院 南京 210029)

**【摘要】** 本文依据国际经验,从《萨班斯—奥克斯利法案》(简称“萨班斯法案”)颁布以来内部审计环境发生的变化入手,探讨在后萨班斯法案时代,首席审计执行官的任职资格、应具备的特质及成功秘诀。

**【关键词】** 首席审计执行官 内部审计 萨班斯法案

处于后萨班斯法案时代的首席审计执行官应具备什么样的管理者特质?什么样的首席审计执行官才能成为卓越的内部审计组织的领导人?这无疑是每一位现任首席审计执行官或即将成为首席审计执行官的人要思考的问题,也是企业高管及董事会在物色及培养首席审计执行官时要考虑的问题。

## 一、首席审计执行官的任职资格

首席审计执行官,是指在内部审计组织内组织内部审计活动开展的最高负责人。在由外部人负责开展内部审计活动的情况下,首席审计执行官指负责监督服务合同及活动的整体质量、向高管和董事会报告内部审计活动的有关情况、对业务进行后续跟踪的人。首席审计执行官有时也被称为内部审计经理、总审计师、首席内部审计师等。首席审计执行官在内部审计组织内拥有充分权力,能够保持审计独立性并保证广泛的审计范围,能依据审计意见采取适当行动。首席审计执行官的职责主要是组织开展内部审计活动,例如制定审计计划、进行资源管理、适当进行沟通、坚持进行审计质量评价、实施改进程序等。

对于内部审计组织来说,正确选择首席审计执行官是至关重要的。依据国际内部审计师协会规定的首席审计执行官的职责及国内外一些大公司的招聘公告,我们认为首席审计执行官的任职资格主要包括以下内容:

### 1. 专业要求。

(1)具有在会计师事务所工作或与招聘公司规模相当的公司从事多年管理工作的经历,有的甚至要求工作年限在

需求经常发生变化的特点。

另外,滞销风险定价模型主要适用于采用先进先出法核算售出存货成本的企业,对于采用移动加权平均法、全月一次加权平均法及计划成本法核算售出存货成本的企业,尚不能完全适用,存在一定的局限性。笔者希望今后能继续对这方面进行研究。

## 主要参考文献

1. 樊淑侠. 变动成本法计算与完全成本法计算的结合——“一账两用”简捷编制完全成本法的利润表.上海会计,

10年以上。

(2)具有CPA或CIA等专业资格。

(3)具备扎实的会计、审计专业技能。

(4)具有内部审计执业经验。

(5)熟悉国内、国际相关法律法规及监管要求。

## 2. 职业素养。

(1)对行业及相关企业的风险有很深刻的认识。

(2)具有较强的领导能力和支持决策执行的能力。

## 二、首席审计执行官的特质

具备了以上任职资格的首席审计执行官,在企业里可以成为一个专业能手或审计专家。但在后萨班斯法案时代,人们却对首席审计执行官提出了更高的要求,如要求其对于复杂多变的企业环境有更深的认识、具有战略眼光、能熟练运用信息技术、对管理方面的重要变化有深刻的认识。同时,首席审计执行官也要花更多的时间与审计委员会沟通,要具有战略思维和更强的领导能力,要带领内部审计团队有效发挥改善公司治理状况、进行风险管理和控制的作用。总的来说,首席审计执行官应当具备以下特质:

1. 得到审计委员会与高管尊重的能力。首席审计执行官应当成为审计委员会和高管信赖的专业顾问。由于内部控制的作用已不仅限于为财务报告的可靠性提供合理保证,因此内部审计部门应成为评价风险和进行公司治理的主导者。那么,首席审计执行官除了要有按照内部审计章程履行职责的能力,还必须有进行积极有效沟通的能力,以及向董事会争取

2003;11

2. 胡玉明.高级管理会计(第二版).厦门:厦门大学出版社,2005

3. 华承泽.五金制品厂产品定价程序方法与成本核算、品牌定位及政府监督管理违法处罚实务全书.北京:物价管理出版社,2007

4. 谢羽婷,王华.滞销风险模型在产品成本管理的应用.科技管理研究,2006;7

5. 余绪缨.管理会计学.北京:中国人民大学出版社,1999