

企业价值提升-2 财务功能及其风险管理角色

来源：傅子刚咨询
2012年4月11日

我们在上个简讯里简要列出了由三部分构成的工作议程，用以建立一个有助于风险管理的财务功能。本文就议程的前两个课题提出一些看法。

企业价值基准化

管理风险就是管理变化和不确定性。处于不确定的环境，首要是明确自己的现状，将其作为初始的参照点。因此我们议程上的第一步就是将企业现值基准化，未来的变化和状况便可以对照这个基准进行测量和跟进监督。

我们上一篇短讯指出，如果我们知道一个企业的增长模式和风险状况，就可以测量其价值。企业增长是指一段时间内现金流的变化模式。风险状况可以用 WACC 加权平均资本成本代表，WACC 取决于企业的资本结构，以及其投资和贷款人根据该企业所面临的特殊和市场风险，预期的投资与贷款回报水平。

通过识别一些可比企业，可以找出相对客观的衡量标准，但仍需要调整以改善可比性，而且在查找与调整的过程中，主观评估在所难免。然而，我们认为，对企业的初始现值的衡量，没必要“完美”，因为这项工作的目的，是为决定公司价值的相关变量，建立一套基准。一旦基准建立起来，管理层在考虑支配变化的因素时，就可以把注意力放在这些基准上。财务功能就可以为获取合适的数据设计相应的工具，提供相关的信息，以支持对变量的管理。

保护企业的公信力

企业的公信力至关重要，这不仅仅因为它是个道德问题，也因为只有不断维护信誉，企业才能获得较低的加权平均资本成本，从而降低风险，提升企业价值。正如前面提到的，加权平均资本成本取决于资本结构、预期的股本回报和债务成本的组合。因此我们可以想到：相比信誉一贯良好的企业，一个企业如果没有知名度，或名声有污点，融资和借贷时，需要承诺更高的回报或利息，以吸引投资者和贷款人。

另外，如我们上个短讯里图解说明的，相比对增长，企业价值对风险更为敏感。因此，比如，为提高股票价值而虚增销售或利润的话，结果会适得其反，严重损害公司价值，因为过分夸张的增长预测没能达到，致使投资者失望。建立信誉是对耐性的考验；一旦企业的公信力受损，想挽回很难，即使能挽回的话，也可能需要很漫长的岁月。

因而，我们建议的工作议程上最紧要的是保护企业的公信力，它是提升企业价值最宝贵的资产和工具。这就需要企业的领导，从上而下地为企业确立一种正确的氛围，和设置行之有效的公司治理结构，以保护这项最宝贵的资产。财务部门可以通过提供有意义的相关信息，警示管理层目前和新业务中存在的潜在风险，在这方面发挥重要作用。

前面解释了我们对于议程前两项工作的观点，和财务部门在这个新角色下对风险管理和价值提升可以有什么样的作为：提供优质的、有意义的相关信息。我们下期短讯将阐释工作议程的第三个方面：打造一个具备这种能力的当代财务功能。