

# 大型制造企业股权激励模式及财务管理研究

韦邦国(高级会计师)

(安徽粮油食品进出口(集团)公司 合肥 230001)

**【摘要】**当前,股权激励模式在我国上市公司中得到了广泛运用,但在非上市企业运用得较少。本文根据笔者的工作经验,对大型制造企业股权激励模式及财务管理进行一些探讨和研究。

**【关键词】**制造企业 股权激励 财务管理

自2006年我国正式引进股权激励机制以来,学术界对其进行了大量的理论探讨和实证研究,目前,在我国实施股权激励的上市公司中,制造业公司最多,其激励方式多以股票期权及限制性股票为主。但国内针对制造业非上市公司股权激励模式进行研究较少。笔者根据工作经验,对大型制造企业股权激励及财务管理进行一些探讨和研究。

## 一、股权激励的模式

非上市公司主要的股权激励模式如下:

1. 在激励对象的条件上,一般都有一些约束条件,比如与公司签订正式劳动合同、在股权激励授予日前12个月之内未受到公司级以上处分、在股权激励确定日年龄在60岁以下、股权激励确定日在岗且按公司要求续签劳动合同等。

2. 在每人确定的标准上,一般根据参加激励人员的级别、人数等因素进行测算,为了体现激励过去和激励未来的平衡,对进入公司不到一年的人员按同级别标准的7折取整确定激励标准,对兼职人员一般采用“从高原则”,且只能选择按一种职务享受股权激励标准。测算表如下:

类别	级别	股数 (万股/人)	人数	总股数 (万股)	比例	备注
内部董事/ 高级管理人员	董事长					
	总经理					
	副总经理					
	小计					
核心技术人员/ 技术骨干/ 中层管理人员/ 主要业务骨干	部门正职					
	部门副职					
	技术人员					
	小计					
合计						

3. 在授予价格上,一般按经审计后的每股净资产值

计算,确定每股价格。

4. 在股权的认购方面,一般规定激励对象股权认购款的来源必须为自己合法的资金,不得以认购股权向银行质押贷款,也不得向公司及其子公司、关联公司借款。

5. 在股权转让方面,一般规定激励对象持有股权须在为公司服务满五年以上且持股满三年方可转让,每年转让股份的比例不超过满足前款规定股份的25%、分年转让完毕,当年不转让的,可累积以后年度转让等。

6. 在股权争议的解决方面,一般均由公司工会委员会负责处理和解决。

## 二、股权激励的财务管理研究

1. 会计确认的问题。一般在授予日确认,如上所述,被授予人一般是已在公司工作一段时间的员工,股权激励主要是对被授予人以前为公司的工作一种肯定、一种奖励,应确认为费用。财政部2006年发布的《企业会计准则——基本准则》中对费用的定义是,“费用是指企业在日常活动中发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的总流出。”同时又指出,“费用只有在经济利益很可能流出从而导致企业资产减少或者负债增加且经济利益的流出额能够可靠计量时才能予以确认。”股权激励的授予日也规定了授予后转让的时间,不管时间多长,都是对未来工作的一种奖励,授予日至转让日的价值,应确认为一项资产,在授予日至转让日间分摊。至于授予日股权的价值,可按授予日的股权公允价值来计量。

2. 会计计量问题。财政部2006年发布的《企业会计准则——基本准则》中对会计计量的定义是,企业在将符合确认条件的会计要素登记入账并列报于会计报表及其附注时,应当按照规定的会计计量属性进行计量,确定其金额。会计计量的属性主要包括历史成本、重置成本、可变

# 平衡计分卡在连锁企业的应用

郑文蔚

(武汉麦当劳餐饮食品有限公司 武汉 430020)

**【摘要】**平衡计分卡作为非常有效的业绩评价和考核体系,已被越来越多的连锁企业应用。本文对连锁企业平衡计分卡指标设计了四个层面,具体分析各个层面指标的要点。

**【关键词】**连锁企业 平衡计分卡 顾客 内部业务过程 学习与成长 财务效益

平衡计分卡是采用多重指标,从多个维度或层面对企业或分部进行绩效评价的一种系统化的方面,平衡计分卡提供了一个综合的业绩评价框架,是将企业的战略目标转化为一套条理分明的业绩评价体系。一个完整的平衡计分卡将对企业的业绩评价分成四类指标:财务效益指标,内部经营管理指标,外部指标,技术创新和学习指标。

连锁经营在我国火爆起来,连锁经营已遍布整个第三产业的几乎所有行业,特别是被广泛地应用于服务业

领域。连锁经营正迅速成为中国最具获利能力的投资方式和创业途径。我国发展连锁经营的时机正在成熟,我国是世界上最大、最富有潜力的连锁经营市场。

连锁企业由公司本部直接经营投资管理各个零售点的经营形态,总部采取纵深式的管理方式,直接下令掌管所有的零售点,零售点必须完全接受总部的指挥。连锁企业主要任务在“渠道经营”,指透过经营渠道的拓展从消费者手中获取利润。因此直营连锁实际上是一种“管理产业”。连锁企业的特点如下:

现净值、现值、公允价值。由于非上市公司的股权激励,一般以公司审计后的净资产作为价格标准,所以股权激励的计量属性应该为公允价值。在计量日的确定上,一般以与公司签订认购协议并已交款的时间。

**3. 个人所得税问题。**由于非上市公司的股权激励是对员工以前或未来工作业绩的一种奖励,当转让变现时,其转让所得应并入个人工资薪金所得缴纳个人所得税。《企业会计准则第9号——职工薪酬》规定,“职工薪酬指企业为获得职工提供的服务而给予各种形式的报酬以及其他相关支出,职工薪酬包括职工工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、养老保险费、失业保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利、因解除与职工的劳动关系给予的补偿、其他与获得职工提供的服务相关的支出”。股权激励属于其他与获得职工提供的服务相关的支出,应并入职工薪酬缴纳个人所得税。

**4. 信息披露问题。**会计报告对股权激励应披露股权激励的范围,认购公司股权激励的人员基本情况,认购数量、价格、期限,会计确认及会计计量,《企业会计准则第30号——财务报表列报》对附注的定义是,“附注是对在资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表中

列示项目的文字描述或明细资料,以及对未能在这些报表中列示项目的说明等”。股权激励即是“未能在这些报表中列示项目的说明”。

**5. 会计处理问题。**股权激励对象一般需在公司服务一年以上,认购后需持有若干年后方可转让,所以在会计处理上有所不同。股权激励是一种对员工的奖励,在核算上应记入“应付职工薪酬——其他与获得职工提供的服务相关的支出”科目,在认购前后期间分别做期间费用及待摊费用处理,如认购的股权需在公司工作1年,认购后需10年方可转让,认购金额为100万元,那么在会计核算上,对认购前的1年做期间费用处理(即 $100 \times 1/11$ ),认购年度至可转让年度做待摊费用处理(即 $100 \times 10/11$ )。

**6. 股权激励程序合规问题。**股权激励是对公司员工的一种奖励,因涉及公司的股权数量,从财务管理的角度,应按公司章程及董事会议事细则,履行相关审批手续。股权激励作为一种新的奖励形式,在财务管理及会计核算上不能出现真空,应按照会计准则要求,保证会计信息的质量,便于财务报告使用者理解和使用。

## 主要参考文献

朱勇国,王智.国有控股上市公司实施股权激励的现状与问题研究.中国人才,2008;13