

# “2014 年度中国线缆产业最具竞争力企业”

## 评选活动方案

### 一、评选活动的目标群体

此次评选的公司为截至 2013 年 12 月 31 日在中国境内和境外上市公司和非上市的所有线缆行业企业（所有参选的企业均要求主营业务在中国境内）。

根据目前线缆制造企业的业态、兼顾首次举行评选活动，评选类别组暂定如下：

- 线缆企业——本评选活动所称线缆企业主要特指在电力电缆、电气装备用电线电缆、架空导线以及通信光电缆等大类产品中具备综合性生产能力、且具有较大的生产规模和市场影响力参评对象；
- 绕组线企业——本评选活动所称绕组线企业主要特指专业生产各类漆包线、绕包线且具有较大的生产规模和市场影响力参评对象；
- 线缆专用设备/原材料企业——本评选活动所称线缆专用设备/原材料企业主要特指专业生产各类线缆专用设备、线缆用原材料且具有一定的生产规模和市场影响力参评对象。

注：上述评选类别组设置为暂行分类，根据评选工作的需要可进行调整。每年（或定期）开展的评选项目按照上述全部开展或选择部分开展。参评对象只在一个评选类别中进行评价，不跨类别进行重复评价。

2014 年评选工作根据参选公司的 2013 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 间内的各项参评指标进行初步分析，并从各类别组各筛选一定数量企业（如 100 家）入围；再从每个分类入围的企业中进一步评价分析，如分别评出《年度中国线缆最具竞争力企业 50 强》名单；《年度中国线缆最具竞争力企业 10 强》榜单。

### 二、评选流程：

- 评审组对线缆企业进行参观访谈，针对不可量化的因素进行调查并对搜集的资料和数据进行初步统计，并对访谈向公众公开报道；
- 线缆企业进行自报数据，针对可量化的基础数据（如企业财务数据）进行初步分析，同时进行全行业及业内特殊人群的问卷调查；
- 对线缆企业自报数据进行鉴别、调查，可量化的竞争力状况的统计，对调查问卷进行搜集、整理、初步统计；

- 项目评审小组对初步评选结果进行综合讨论、辨析和评价；
- 项目评审组共同撰写年度中国线缆行业分析报告和中国线缆企业竞争力报告；
- 公布年度中国线缆企业最后评选结果，举行颁奖典礼，同时召开新闻发布会，发布评选结果。

### 三、奖项设定：

年度中国线缆最具竞争力企业 50 强名单；  
年度中国线缆最具竞争力企业 10 强榜单；  
年度中国绕组线最具竞争力企业 10 强榜单；  
年度中国电线电缆专用设备/原材料最具竞争力企业 10 强榜单。

### 四、评选说明：

在激烈的市场竞争中，企业所具有的能够持续的比其他企业更有效地向市场提供产品或服务，并获得赢利和自身发展的综合素质和条件构成了企业竞争力。它是决定企业经营成败和命运的所有因果关系中最值得关注的因素。竞争力的本质就是效率。所以，我们进行线缆企业竞争力评估中，将对企业市场占有率和赢利率进行各种方式的基础数据采集和各样监测指标的设定。

此项评选活动的指标体系由两大类因素构成，即基础数据与问卷调查数据。基础数据占综合竞争力指数 0.7 的权重；调查问卷数据占综合竞争力指数 0.3 的权重。

基础数据主要是通过企业的财务或统计数据直接测量企业竞争力状况，把影响企业竞争力基础数据的因素分为规模子因素、增长子因素和效率子因素。但企业竞争力中的有些因素是难以用企业的财务指标来直接进行测量的，如“企业的品牌价值，企业的管理水平，企业文化”等。所以我们对那些不可直接量化的竞争力因素采取间接计量的方式进行测评，即通过大样本的业内调查和行业特殊人群的问卷调查进行统计分析。

### 五、指标体系

作为指标体系应该尽量做到体系完整，但考虑到具体评价指标的重要程度、获取指标具体支持数据的难易情况等因素，不必追求将所有指标的数据全部计算出来再进行评价，可以根据实际情况，对指标数量适当地进行整合、归纳，以方便理解、操作为基础，但是前提必须是整合、归纳后的指标体系也同样能够比较准确地反映出企业竞争力的全貌。因此我们根据上述 73 项分析性指标整合为直接计量数据和间接计量数据，然后根据直接计量数据归纳为规模、效率和增长子因素，整合后规模子因素包括

销售收入、净资产、净利润；效率子因素包括总资产利润率，净资产收益率，全员劳动贡献率，出口收入占销售收入比重；增长子因素包括近三年销售收入平均增长率，近三年净利润平均增长率；间接计量数据归纳为技术创新、客户满意度、品牌受欢迎度、企业家及管理水平和企业文化，如下表所示：

| 年度中国线缆企业竞争力评比体系构成的指标权重和其反映的意义及价值 |                      |           |                  |      |                         |                      |
|----------------------------------|----------------------|-----------|------------------|------|-------------------------|----------------------|
| 目标                               | 因素                   | 子因素       | 指标名称             | 权重   | 指标性质及主要意义               | 可反映的其他含义和影响          |
| 企业竞争力综合指标                        | 直接计量指标<br>权重为<br>70% | 规模子<br>因素 | 销售收入             | 18%  | 规模                      | 市场份额                 |
|                                  |                      |           | 净资产              | 13%  | 资本实力                    | 融资能力                 |
|                                  |                      |           | 净利润              | 13%  | 盈利水平                    | 盈利规模                 |
|                                  |                      | 效率子<br>因素 | 总资产利润率           | 8%   | 资金利用效率                  | 负债的影响，融资能力           |
|                                  |                      |           | 净资产收益率           | 8%   | 资本盈利和增值能力               | 负债的影响                |
|                                  |                      |           | 全员劳动贡献率          | 5%   | 员工劳动效率                  | 销售收入及冗员              |
|                                  |                      |           | 出口收入占<br>销售收入比重  | 6%   | 出口竞争力                   | 国际化                  |
|                                  |                      | 增长子<br>因素 | 近三年销售收入<br>平均增长率 | 14%  | 业务增长                    | 市场份额、成长性             |
|                                  |                      |           | 近三年净利润<br>平均增长率  | 15%  | 持续盈利能力                  | 成长性                  |
|                                  |                      | 子因素权重小计   |                  | 100% |                         |                      |
| 企业竞争力综合指标                        | 间接计量指标<br>权重为<br>30% | 技术创新      |                  | 34%  | 长期发展潜力和潜在的<br>技术竞争力     | 技术密集程度和技术优势          |
|                                  |                      | 客户满意度     |                  | 18%  | 反映客户忠诚度和市场<br>份额的变化     | 企业长期的盈利能力和员工<br>满意度  |
|                                  |                      | 品牌知名度     |                  | 12%  | 公司品牌形象                  | 吸引人才竞争中的优势           |
|                                  |                      | 企业家及管理水平  |                  | 11%  | 整合，分配企业资源的能<br>力        | 驾驭外部环境和获取外部资<br>源的能力 |
|                                  |                      | 企业文化      |                  | 25%  | 企业凝聚力和员工对组<br>织的认同感和忠诚度 | 企业持续发展的能力和组织<br>动员能力 |
|                                  |                      | 子因素权重小计   |                  | 100% |                         |                      |

为了做到相对客观、公正，此项年度线缆的评比指标体系方案的设计，从科学评价理论和实践可操作性的综合考虑确定选取指标；并遵循“理论分析，专家设计；问卷调查，多数选择；运用磨合，不断完善”的原则。对监测过程将要产生的操作问题(如采集数据的可靠性、企业规模和发展阶段的设定、线缆产业各行业的限定等等)进行了预测，假设并制定了相应解决方案。

在有关企业经营状况的分析指标中，采用了杜邦财务分析体系。它是企业进行财务综合性分析与评价的常用分析方法之一，它利用财务评价指标的内在联系，对企业综合效益进行分析和评价的一种方法。该体系是以净资产收益率为主，以总资产利润率为核心，重点揭示企业获利能力及其因果关系，所以也可以称之为资产报酬率分析体系。

杜邦财务分析法的分析对象是企业净资产收益率的实际值与当期的计划值或上期的实际值的差异，即资产收益率的增减额。我们针对中国线缆市场的特殊情况，在杜邦财务分析体系图的基础上作出适当的调整；利润总额代替净利润，销售收入代替销售收入净额。杜邦财务分析体系计算公式如下：

$$\begin{aligned}\text{净资产收益率} &= \text{利润总额}/\text{净资产} \times 100\% \\ &= (\text{利润总额}/\text{总资产}) \times \text{总资产}/(\text{总资产}-\text{负债}) \\ &= (\text{利润总额}/\text{销售收入}) \times (\text{销售收入}/\text{总资产}) \times \text{总资产}/(\text{总资产}-\text{负债}) \\ &= (\text{利润总额}/\text{销售收入}) \times (\text{销售收入}/\text{总资产}) \div (\text{总资产}-\text{负债})/\text{总资产} \\ &= \text{销售利润率} \times \text{总资产周转率} \div (1-\text{资产负债率})\end{aligned}$$

(注解：净资产收益率有不同的定义方式，为了避免因为上市公司与非上市企业所得税税率不同而造成的净利润不可比的问题，我们因此将公式中的分子定义为利润总额而非净利润。净资产=总资产-负债；资产负债率=负债/总资产；自有资金比率=净资产/总资产。)

通过杜邦财务分析法可知，净资产收益率是最具有综合性与代表性的指标，在整个财务分析指标体系中居于核心地位，其他各项指标都是围绕这一核心展开的。采用杜邦财务分析体系进行综合性的目的，就是根据各项指标间的依存与制约关系，以及各项指标完成情况和对净资产收益率指标实施结果的影响程度，揭示企业的获利能力及其前因后果。分析要利用杜邦财务分析体系自上而下地进行。这样不仅可以揭示企业各项指标间的结构关系，查明各项指标变动的影响因素，而且可以为决策者优化经营管理，提高企业经济效益提供思路。