

附件6：

管理会计应用指引第600号——绩效管理

第一章 总 则

第一条 为提升企业绩效管理工作水平，激发和调动员工积极性，增强价值创造力，实现企业可持续发展，根据国家有关法律法规和《管理会计基本指引》等，制定本指引。

第二条 绩效管理，是指企业与员工之间就业绩目标及如何实现业绩目标达成共识，并帮助和激励员工取得优异业绩，从而实现企业管理过程。绩效管理的核心是业绩评价和激励管理。

业绩评价，是指企业运用系统的工具方法，对一定时期内企业营运效率与效果进行综合评判的管理活动。业绩评价是企业实施激励管理的重要依据。

激励管理，是指企业运用系统的工具方法，调动企业员工的积极性、主动性和创造性，激发企业员工工作动力的管理活动。激励管理是促进企业业绩提升的重要手段。

第三条 企业进行绩效管理时，应当遵循以下原则：

（一）价值导向原则。绩效管理应为企业实现战略规划服务，支持价值创造能力提升。

（二）客观公正原则。绩效管理应实事求是，评价过程应客观公正，激励实施应公平合理。

（三）规范统一原则。绩效管理的政策和制度应统一明确，应

严格执行规定的程序和流程。

(四) 科学有效原则。绩效管理应做到目标符合实际，方法科学有效，激励与约束并重，操作简便易行。

第四条 企业进行绩效管理时，应设立薪酬与考核委员会或类似机构，主要负责审核绩效管理的政策和制度、业绩计划与激励计划、业绩评价结果与激励实施方案、业绩评价与激励管理报告等，协调解决绩效管理工作中的重大问题。

薪酬与考核委员会或类似机构下设绩效管理工作机构，主要负责制定绩效管理的政策和制度、业绩计划与激励计划，组织业绩计划与激励计划的执行与实施，编制业绩评价与激励管理报告等，协调解决绩效管理工作中的日常问题。

第五条 企业应建立和完善绩效管理的相关政策与制度，明确绩效管理的工作目标、职责分工、工作程序、工具方法、信息报告等内容。

第六条 企业应建立有助于绩效管理实施的信息系统，为绩效管理工作提供信息支持。

第七条 绩效管理的主要工具方法有：关键业绩指标法、经济增加值法、平衡计分卡、360度绩效评价、股权激励等。企业可根据自身战略规划、业务特点和管理需要，结合不同工具方法的特征及适用范围，选择一种适合的绩效管理工具方法单独使用，也可选择两种或两种以上的工具方法综合运用。

第八条 绩效管理工具方法应用的一般程序，包括制定业绩计划与激励计划、执行业绩计划与激励计划、实施业绩评价与激励、编制

业绩评价与激励管理报告。

第二章 业绩计划与激励计划的制定

第九条 企业应根据战略规划，综合考虑业绩评价期间宏观经济政策、外部市场环境、内部管理需要等因素，结合业务计划与预算，按照上下结合、分级编制、逐级分解的程序，在沟通反馈的基础上，编制各层级的业绩计划与激励计划。

第十条 业绩计划是企业开展业绩评价工作的行动方案，包括构建指标体系、分配指标权重、确定业绩目标值、选择计分方法和评价周期、签订业绩合同等一系列管理活动。制定业绩计划通常从企业级开始，层层分解到下级单位（部门），最终落实到具体岗位和员工。

第十一条 企业可单独或综合运用关键业绩指标法、经济增加值法、平衡计分卡、360度绩效评价等工具方法构建指标体系。指标体系应反映企业战略规划实现的关键成功因素，具体指标应含义明确、可度量。

第十二条 指标权重的确定可选择运用主观赋权法和客观赋权法，也可综合运用这两种方法。主观赋权法是利用专家或个人的知识与经验来确定指标权重的方法，如德尔菲法、层次分析法等。客观赋权法是从指标的统计性质入手，由调查数据确定指标权重的方法，如主成分分析法、均方差法等。

第十三条 业绩目标值的确定可参考内部标准与外部标准。内部标准有预算标准、历史标准、经验标准等，外部标准有行业标准、竞

争对手标准、标杆标准等。

第十四条 业绩评价计分方法可分为定量法和定性法。定量法主要有功效系数法和综合指数法等，定性法主要有素质法和行为法等。

第十五条 业绩评价周期一般可分为月度、季度、半年度、年度、任期。月度、季度业绩评价一般适用于企业基层员工和管理人员，半年度业绩评价一般适用于企业中高层管理人员，年度业绩评价适用于企业所有被评价对象，任期业绩评价主要适用于企业负责人。

第十六条 业绩计划制定后，评价主体与被评价对象一般应签订业绩合同，明确各自的权利和义务，并作为业绩评价与激励管理的依据。业绩合同的主要内容包括业绩指标、目标值及权重、评价计分方法、特别约定事项、有效期限、签订日期等。业绩合同一般按年度或任期签订。

第十七条 激励计划是企业为激励被评价对象而采取的行动方案，包括激励对象、激励形式、激励条件、激励周期等内容。激励计划按激励形式可分为薪酬激励计划、能力开发激励计划、职业发展激励计划和其他激励计划。

薪酬激励计划按期限可分为短期薪酬激励计划和中长期薪酬激励计划。短期薪酬激励计划主要包括业绩工资、业绩奖金、业绩福利等。中长期薪酬激励计划主要包括股票期权、股票增值权、限制性股票以及虚拟股票等。

能力开发激励计划主要包括对员工知识、技能等方面的提升计划。

职业发展激励计划主要是对员工职业发展做出的规划。

其他激励计划包括良好的工作环境、晋升与降职、表扬与批评等。

第十八条 激励计划的编制应以业绩计划为基础，采用多元化的激励手段，兼顾内在激励与外在激励、短期激励与长期激励、现金激励与非现金激励、个人激励与团队激励、正向激励与负向激励，充分发挥各种激励形式的综合作用。

第十九条 业绩计划与激励计划编制完成后，应经薪酬与考核委员会或类似机构审核，报董事会或类似机构审批。经审批的业绩计划与激励计划应保持稳定，一般不予调整，若受国家政策、市场环境、不可抗力等客观因素影响，确需调整的，应严格履行规定的审批程序。

第三章 业绩计划与激励计划的执行

第二十条 审批后的业绩计划与激励计划，应以正式文件的形式下达执行，确保与计划相关的被评价对象能够了解计划的具体内容和要求。

第二十一条 业绩计划与激励计划下达后，各计划执行单位（部门）应认真组织实施，从横向和纵向两方面落实到各下级单位（部门）、各岗位员工，形成全方位的业绩计划与激励计划执行责任体系。

第二十二条 业绩计划与激励计划执行过程中，企业应建立配套的监督控制机制，及时记录执行情况，进行差异分析与纠偏，持续优化业务流程，确保业绩计划与激励计划的有效执行。

（一）监控与记录。企业可借助信息系统或其他信息支持手段，监控和记录指标完成情况、重大事项、员工的工作表现、激励措施执

行情况等内容。收集信息的方法主要有观察法、工作记录法、他人反馈法等。

（二）分析与纠偏。根据监控与记录的结果，重点分析指标完成值与目标值的偏差、激励效果与预期目标的偏差，提出相应整改建议并采取必要的改进措施。

（三）编制分析报告。分析报告主要反映业绩计划与激励计划的执行情况及分析结果，其频率可以是月度、季度、年度，也可根据需要编制。

第二十三条 业绩计划与激励计划执行过程中，绩效管理工作机构应通过会议、培训、网络、报纸、公告栏等形式，进行多渠道、多样化、持续不断地沟通与辅导，使业绩计划与激励计划得到充分理解和有效执行。

第四章 业绩评价与激励的实施

第二十四条 绩效管理工作机构应根据计划的执行情况定期实施业绩评价与激励，按照业绩计划与激励计划的约定，对被评价对象的业绩表现进行系统、全面、公正、客观地评价，并根据评价结果实施相应的激励。

第二十五条 评价主体应按照业绩计划收集相关信息，获取被评价对象的业绩指标实际值，对照目标值，应用选定的计分方法，计算评价分值，并进一步形成对被评价对象的综合评价结果。

第二十六条 业绩评价过程及结果应有完整的记录，结果应得到

评价主体和被评价对象的确认，并进行公开发布或保密发布。公开发布的主要方式有召开业绩发布会、企业网站业绩公示、面板业绩公告等；保密发布一般采用一对一书面、电子邮件函告或面谈告知等方式进行。

第二十七条 评价主体应及时向被评价对象进行业绩反馈，反馈内容包括评价结果、差距分析、改进建议及措施等，可采取反馈报告、反馈面谈、反馈报告会等形式进行。

第二十八条 业绩结果发布后，企业应依据业绩评价的结果，组织实施激励计划，综合运用业绩薪酬、股权、晋升与降职、培训与教育、表扬与批评等多种方式，逐级兑现激励承诺。

第五章 业绩评价与激励管理报告

第二十九条 绩效管理工作机构应定期或根据需要编制业绩评价与激励管理报告，对业绩评价和激励管理的结果进行反映。

第三十条 业绩评价与激励管理报告是企业管理会计报告的重要组成部分，应确保内容真实、数据可靠、分析客观、结论清楚，为报告使用者提供满足决策需要的信息。

第三十一条 业绩评价报告根据评价结果编制，反映被评价对象的业绩计划完成情况，通常由报告正文和附件构成。报告正文主要包括以下两部分：

（一）评价情况说明，包括评价对象、评价依据、评价过程、评价结果、需要说明的重大事项等；

(二) 管理建议。

报告附件包括评价计分表、问卷调查结果分析、专家咨询意见等报告正文的支持性文档。

第三十二条 激励管理报告根据激励计划的执行结果编制，反映被评价对象的激励计划实施情况。激励管理报告主要包括以下两部分：

(一) 激励情况说明，包括激励对象、激励依据、激励措施、激励执行结果、需要说明的重大事项等；

(二) 管理建议。

可以根据需要以附件形式提供支持性文档。

第三十三条 业绩评价与激励管理报告可分为定期报告、不定期报告。

定期报告主要反映一定期间被评价对象的业绩评价与激励管理情况。每个会计年度至少出具一份定期报告。

不定期报告根据需要编制，反映部分特殊事项或特定项目的业绩评价与激励管理情况。

第三十四条 业绩评价与激励管理报告应根据需要及时报送薪酬与考核委员会或类似机构审核，并提交董事会或类似机构审批。

第三十五条 企业应定期通过回顾和分析，检查和评估业绩评价与激励管理的实施效果，不断优化业绩计划和激励计划，改进未来绩效管理管理工作。

第六章 附 则

第三十六条 本指引由财政部负责解释。

管理会计应用指引第601号——关键业绩指标法

第一章 总 则

第一条 关键业绩指标法，是指基于企业战略规划，通过建立关键业绩指标（Key Performance Indicator，简称KPI）体系，将价值创造活动与战略规划目标有效联系，并据此进行绩效管理的方法。

关键业绩指标，是对企业业绩产生关键影响力的指标，是通过对企业战略规划、关键成果领域的业绩特征分析，识别和提炼出的最能有效驱动企业价值创造的指标。

第二条 关键业绩指标法可单独使用，也可与经济增加值法、平衡计分卡等其他方法结合使用。

第三条 关键业绩指标法普遍适用于不同性质、不同行业、不同规模的企业。

关键业绩指标法的应用对象可为企业、下级单位（部门）和员工。

第二章 应用环境

第四条 企业应用关键业绩指标法进行绩效管理时，应综合考虑业绩评价期间宏观经济政策、外部市场环境、内部管理需要等因素，构建指标体系。

第五条 企业应有明确的战略规划。战略规划是确定关键业绩指标体系的基础，关键业绩指标反映战略规划目标，对战略规划实施效

果进行衡量和监控。

第六条 企业应清晰识别价值创造模式，按照价值创造路径识别出关键驱动因素，科学地选择和设置关键业绩指标。

第三章 应用程序

第七条 关键业绩指标法应用的一般程序包括制定以关键业绩指标为核心的业绩计划、制定激励计划、执行业绩计划与激励计划、实施业绩评价与激励、编制业绩评价与激励管理报告。

第八条 业绩计划是企业开展业绩评价工作的行动方案，包括构建指标体系、分配指标权重、确定业绩目标值、选择计分方法和评价周期、签订业绩合同等一系列管理活动。制定业绩计划通常从企业级开始，层层分解到下级单位（部门），最终落实到具体岗位和员工。

第九条 构建关键业绩指标体系的一般流程如下：

（一）制定企业级关键业绩指标。企业应根据战略规划，结合价值创造模式，综合考虑内外部环境等因素，设定企业级关键业绩指标。

（二）制定下级单位（部门）级关键业绩指标。根据企业级关键业绩指标，结合下级单位（部门）关键业务流程，按照上下结合、分级编制、逐级分解的程序，在沟通反馈的基础上，设定下级单位（部门）级关键业绩指标。

（三）制定岗位（员工）级关键业绩指标。根据下级单位（部门）级关键业绩指标，结合员工岗位职责和关键工作价值贡献，设定岗位（员工）级关键业绩指标。

第十条 企业的关键业绩指标可分为结果类和动因类两类指标。结果类指标是反映企业业绩的价值指标，主要包括投资资本回报率、净资产收益率、经济增加值、息税前利润、自由现金流等综合指标；动因类指标是反映企业价值关键驱动因素的指标，主要包括资本性支出、单位生产成本、产量、销量、客户满意度、员工满意度等。

第十一条 关键业绩指标应含义明确、可度量、与战略规划高度相关。指标的数量不宜过多，每一层级的关键业绩指标一般不超过10个。

第十二条 关键业绩指标选取的方法主要有关键成果领域分析法、组织功能分解法和工作流程分解法。

关键成果领域分析法，是基于对企业价值创造模式的分析，确定企业的关键成果领域，并在此基础上进一步识别关键成功要素，确定关键业绩指标的方法。

组织功能分解法，是基于组织功能定位，按照各下级单位（部门）对企业总目标所承担的职责，逐级分解和确定关键业绩指标的方法。

工作流程分解法，是按照工作流程各环节对企业价值贡献程度，识别出关键业务流程，将企业总目标层层分解至关键业务流程相关下级单位（部门）或岗位（员工），确定关键业绩指标的方法。

第十三条 关键业绩指标的权重分配应以企业战略规划为导向，反映被评价对象对企业价值贡献或支持的程度，以及各指标之间的重要性水平。

单项关键业绩指标权重一般设定在 5%-30%之间，对特别重要的指标可适当提高权重。对特别关键、影响企业整体价值的指标可设立

“一票否决”制度，即如果某项关键业绩指标未完成，无论其他指标是否完成，均视为未完成业绩目标。

第十四条 关键业绩指标的目标值应具有挑战性和可实现性，可设定基本目标值、挑战目标值等类似目标层级，激发被评价对象的潜能，并得到被评价对象的普遍认同。

第十五条 确定关键业绩指标目标值，一般参考以下标准：

（一）依据国家有关部门或权威机构发布的行业标准或参考竞争对手标准确定。

（二）参照企业内部标准确定，包括企业战略规划目标、年度生产经营计划目标、年度预算目标、历年指标水平等。

（三）不能按前两项方法确定的，可根据经验确定。

第十六条 关键业绩指标的目标值确定后，应规定因内外部环境发生重大变化、自然灾害等不可抗力因素对业绩完成结果产生重大影响时，对目标值进行调整的办法和程序。一般情况下，由被评价对象或评价主体测算确定影响额度，向相应的绩效管理工作机构提出调整申请，报薪酬与考核委员会或类似机构审批。

第十七条 业绩评价计分方法和周期的选择、业绩合同的签订、激励计划的制定，业绩计划与激励计划的执行、实施及编制报告参照《管理会计应用指引第600号——绩效管理》。

第四章 应用评价

第十八条 关键业绩指标法将企业战略规划目标转化为被评价对

象的日常关键业绩指标和行动目标，确保各层级围绕实现战略规划的关键活动开展工作，有利于战略规划目标的实现。

第十九条 关键业绩指标法根据识别的价值创造模式，把握关键价值驱动因素，通过优化关键业务流程，更有效地实现企业价值增值目标。

第二十条 关键业绩指标法的评价指标数量相对较少，易于理解和使用，实施成本相对较低，有利于推广实施。

第二十一条 关键业绩指标法在应用过程中，存在指标设计风险。关键业绩指标的选取需要透彻理解企业价值创造模式和战略规划，有效识别核心业务流程和关键价值驱动因素，指标体系设计不当将导致错误的价值导向或管理缺失。

第五章 附 则

第二十二条 本指引由财政部负责解释。

管理会计应用指引第602号——经济增加值法

第一章 总 则

第一条 经济增加值法，是指以经济增加值（Economic Value Added，简称EVA）为核心，建立业绩指标体系，引导企业注重价值创造，并据此进行绩效管理的方法。

经济增加值，是指税后净营业利润扣除资本成本后的净值。经济增加值及其改善值是全面评价经营者有效使用资本和为企业创造价值的重要指标。经济增加值为正，表明经营者在为企业创造价值；经济增加值为负，表明经营者在损毁企业价值。

第二条 经济增加值法较少单独使用，一般与关键业绩指标法、平衡计分卡等其他方法结合使用。

第三条 经济增加值法的适用对象为成长期以上企业。初创期企业、人力资本和信息资本等无形资产占主导的企业，以及周期性、波动性较大的企业，应慎重选用经济增加值法。

绩效管理的对象可为企业及其下级单位（部门）（可单独计算经济增加值）和高级管理人员。

第二章 应用环境

第四条 经济增加值法需要企业树立价值管理理念，明确以价值创造为中心的战略经营目标，建立以经济增加值为核心的价值管理体

系，使价值管理成为企业的核心管理制度。

第五条 企业应综合考虑宏观环境、行业特点和企业的实际情况，通过价值创造模式的识别，确定关键价值驱动因素，构建以经济增加值为核心的指标体系。

第六条 企业应建立清晰的资本资产管理责任体系，确定不同被评价对象的资本资产管理责任。

第七条 企业应建立健全会计核算体系，确保财务数据完整、真实、有效，及时准确地获取与经济增加值计算相关的会计数据。

第八条 企业应加强融资管理，关注筹资来源与渠道，及时获取债务资本成本、股权资本成本等相关信息，合理确定资本成本率。

第九条 企业应加强投资管理，把能否增加价值作为新增投资项目决策的主要评判标准，以保持持续的价值创造能力。

第三章 应用程序

第十条 经济增加值法应用的一般程序包括制定以经济增加值指标为核心的业绩计划、制定激励计划、执行业绩计划与激励计划、实行业绩评价与激励、编制业绩评价与激励管理报告。

第十一条 业绩计划是企业开展业绩评价工作的行动方案，包括构建指标体系、分配指标权重、确定业绩目标值、选择计分方法和评价周期、签订业绩合同等一系列管理活动。制定业绩计划通常从企业级开始，层层分解到下级单位（部门）或高级管理人员。

第十二条 构建经济增加值指标体系的一般流程如下：

(一) 制定企业级经济增加值指标体系。首先应结合行业竞争优势、组织结构、业务特点、会计政策等情况，确定企业级经济增加值指标的计算公式、调整项目、资本成本率等，并围绕经济增加值的关键驱动因素，制定企业的经济增加值指标体系。

(二) 制定下级单位(部门)级经济增加值指标体系。根据企业级经济增加值指标体系，结合下级单位(部门)所处行业、业务特点、资产规模等因素，在充分沟通的基础上，设定下级单位(部门)级经济增加值指标的计算公式、调整项目、资本成本率等，并围绕下级单位(部门)经济增加值的关键驱动因素，细化制定下级单位(部门)的经济增加值指标体系。

(三) 制定高级管理人员的经济增加值指标体系。根据企业级、下级单位(部门)级经济增加值指标体系，结合高级管理人员的岗位职责，制定高级管理人员的经济增加值指标体系。

第十三条 经济增加值等于税后净营业利润减去资本成本后的净额，资本成本为加权平均资本成本率与调整后的平均资本占用的乘积。

经济增加值的计算公式为：

$$\begin{aligned} \text{经济增加值} &= \text{税后净营业利润} - \text{资本成本} \\ &= \text{税后净营业利润} - \text{平均资本占用} \times \text{加权平均资本成本率} \end{aligned}$$

其中：税后净营业利润衡量的是企业的经营盈利情况；平均资本占用反映的是企业持续投入的各种债务资本和股权资本；加权平均资本成本率反映的是企业各种资本的平均成本率。

第十四条 计算经济增加值时，需要进行相应的会计项目调整，以消除财务报表中不能准确反映企业价值创造的部分。会计调整项目的选择应遵循价值导向性、重要性、可控性、可操作性与行业可比性原则，数据来源于财务报表。

第十五条 税后净营业利润等于会计上的税后净利润加上利息支出等会计调整项目后得到的税后利润。

计算税后净营业利润的会计调整项目，应根据不同企业实际情况，以及企业不同时期的价值主张合理确定。常用的调整项目有：

（一）一次性支出但收益期较长的费用，予以资本化处理，如研究开发费、大型广告费等。

（二）反映付息债务成本的利息支出，不作为期间费用扣除，扣除所得税影响后予以加回。

（三）营业外收入、营业外支出具有偶发性，将当期发生的营业外收支从税后净利润中扣除，并与以前年度累计发生的营业外收支合并做资本化处理。

（四）将当期减值准备发生额扣除所得税影响后予以加回。

（五）递延税金不反映实际支付的税款情况，将递延所得税负债的增加额、递延所得税资产的减少额加回到税后净利润中。

（六）其他非经常性损益调整项目，如股权转让收益等。

第十六条 平均资本占用是所有投资者投入企业经营的全部资本，包括债务资本和股权资本。其中债务资本包括长短期借款、应付债券等有息负债，不包括应付账款、应付票据、其他应付款等不产生利息的无息流动负债。股权资本中包含少数股东权益。

计算平均资本占用时选择的会计调整项目，可根据企业实际情况确定，一般计算公式为：

$$\begin{aligned} \text{平均资本占用} = & \text{平均所有者权益} + \text{平均负债} - \text{平均无息流动负} \\ & \text{债} - \text{平均在建工程} + \text{平均减值准备} + \text{平均递延} \\ & \text{所得税负债贷方余额} - \text{平均递延所得税资产借} \\ & \text{方余额} + (\text{累计营业外支出} - \text{累计营业外收入}) \\ & \times (1 - \text{所得税税率}) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{平均无息流动负债} = & \text{平均流动负债} - \text{平均短期借款} - \text{平均一年内} \\ & \text{到期的长期负债} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{平均减值准备} = & \text{平均坏账准备} + \text{平均存货跌价准备} + \text{平均长期} \\ & \text{投资减值准备} + \text{平均短期投资减值准备} + \text{平均} \\ & \text{固定资产减值准备} + \text{平均无形资产减值准备} + \\ & \text{平均在建工程减值准备} + \text{平均商誉减值准备等减} \\ & \text{值准备} \end{aligned}$$

第十七条 加权平均资本成本率是债务资本和股权资本的加权平均资本成本率，反映了投资者对投入资本的最低回报要求。加权平均资本成本率的计算公式如下：

$$K_{WACC} = K_D \frac{DC}{TC} (1 - T) + K_S \frac{EC}{TC}$$

其中：TC 代表资本占用，EC 代表股权资本，DC 代表债务资本；T 代表所得税税率； K_{WACC} 代表加权平均资本成本率， K_D 代表债务资本成本率， K_S 代表股权资本成本率。

债务资本成本率是企业实际支付给债权人的税前利率，反映的是企业在资本市场中债务融资的边际成本。如果企业存在不同利率的融

资料来源，债务资本成本率应使用加权平均值。

股权资本成本率是在不同风险下，所有者对投资者要求的最低回报。通常根据资本资产定价模型确定，计算公式为：

$$K_s = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

其中： R_f 为无风险收益率， R_m 为市场预期回报率， $R_m - R_f$ 为市场风险溢价。 β 是企业股票相对于整个市场的风险指数。上市企业的 β 值，可采用最小二乘法、回归分析法等方法测算确定，也可以直接采用投资银行、证券机构等提供或发布的 β 值。非上市企业的 β 值，可采用类比法，参考同类上市企业的 β 值确定。

第十八条 企业级加权平均资本成本率确定后，应结合行业情况、不同下级单位（部门）的特点，通过计算（能单独计算的）或指定（不能单独计算的）的方式确定下级单位（部门）的资本成本率。

通常情况下，企业对下级单位（部门）所投入资本即股权资本的成本率是相同的，为简化资本成本率的计算，下级单位（部门）的加权平均资本成本率一般与企业保持一致。

第十九条 经济增加值法指标体系通常包括经济增加值、经济增加值改善值、经济增加值回报率、资本周转率、产量、销量、单位生产成本等。

第二十条 应用经济增加值法建立的业绩评价体系，应赋予经济增加值指标较高的权重。

第二十一条 经济增加值（EVA）目标值根据EVA基准值和期望的EVA改善值（ Δ EVA）确定。

$$\text{EVA 目标值} = \text{EVA 基准值} + \text{期望的 } \Delta \text{EVA}$$

企业在确定 EVA 基准值和期望的 EVA 值时，要充分考虑企业规模、发展阶段、行业特点等因素。其中，EVA 基准值可参照上年实际完成值、上年实际完成值与目标值的平均值、近几年（比如前 3 年）实际完成值的平均值等确定。期望的 EVA 值，根据企业战略目标、年度生产经营计划、年度预算安排、投资者期望等因素，结合价值创造能力改善等要求综合确定。

第二十二条 业绩评价计分方法和周期的选择、业绩合同的签订，参照《管理会计应用指引第 600 号——绩效管理》，业绩评价周期一般可分为季度、半年度、年度、任期。

第二十三条 经济增加值法的激励计划按激励形式可分为薪酬激励计划、能力开发激励计划、职业发展激励计划和其他激励计划。应用经济增加值法建立的激励体系，应以经济增加值的改善值为基础。

（一）薪酬激励计划主要包括目标奖金、奖金库和基于经济增加值的股票期权。

1. 目标奖金。目标奖金是达到经济增加值目标值所获得的奖金，只对经济增加值增量部分实施奖励。

2. 奖金库。奖金库是基于对企业经济增加值长期增长目标实施的奖励。企业设立专门的账号管理奖金，将以经济增加值为基准计算的奖金额存入专门账户中，以递延奖金形式发放。

3. 股票期权。根据经济增加值确定股票期权的行权价格和数量，行权价格每年以相当于企业资本成本的比例上升，授予数量由当年所获得的奖金确定。

（二）能力开发激励计划主要包括对员工知识、技能等方面的

提升计划。

（三）职业发展激励计划主要是对员工职业发展做出的规划。

（四）其他激励计划包括良好的工作环境、晋升与降职、表扬与批评等。

第二十四条 业绩计划和激励计划制定后，执行、实施及编制报告参照《管理会计应用指引第600号——绩效管理》。

第二十五条 经济增加值法在应用过程中，应循序渐进，在企业及部分下级单位试点的基础上，总结完善后稳步推开。

第四章 应用评价

第二十六条 经济增加值法的本质是经济利润，考虑了所有资本的成本，其核心是企业的盈利只有高于其资本成本时才会创造价值，更真实地反映了企业的价值创造能力。

第二十七条 以经济增加值改善值为基础的激励体系，实现了企业利益、经营者利益和员工利益的统一，激励经营者和所有员工为企业创造更多的价值。

第二十八条 应用经济增加值法，能有效遏制企业盲目扩张规模以追求利润总量和增长率的倾向，引导企业注重长期价值创造。

第二十九条 经济增加值是对企业当期或未来1-3年价值创造情况的衡量和预判，无法衡量企业长远发展战略的价值创造情况，与企业战略的关联度不高。

第三十条 经济增加值的计算主要基于财务指标，无法对企业的

运营效率与效果进行综合评价，需与其他非财务指标结合使用。

第三十一条 经济增加值及其改善值的计算，涉及大量会计调整项目，并且不同行业、不同规模的企业，其加权平均资本成本率各不相同，计算比较复杂。

第五章 附 则

第三十二条 本指引由财政部负责解释。

管理会计应用指引第603号——平衡计分卡

第一章 总 则

第一条 平衡计分卡，是指基于企业战略规划，从财务、客户、内部业务流程、学习与成长四个维度，将战略规划目标逐层分解转化为具体的、相互平衡的业绩指标体系，并据此进行绩效管理的方法。

第二条 平衡计分卡是企业进行绩效管理的重要方法之一。平衡计分卡具有战略规划与实施的功能，通常与战略地图等其他工具结合使用。

第三条 平衡计分卡适用于战略规划目标明确、管理制度比较完善、管理水平相对较高的企业。

平衡记分卡的应用对象可为企业、部门和员工。

第二章 应用环境

第四条 企业应用平衡计分卡进行绩效管理时，应有明确的愿景和战略规划。平衡计分卡应以战略规划为核心，全面描述、衡量和管理战略规划，将战略规划转化为可操作的行动。

第五条 平衡计分卡可能涉及到组织和流程变革，具有创新精神、变革精神的企业文化有助于成功实施平衡计分卡。

第六条 企业应对组织结构和职能进行梳理，消除不同组织职能间的壁垒，实现良好的组织协同，既包括企业内部各单位（部门）

之间的横向与纵向协同，也包括与投资者、客户、供应商等外部利益相关者之间的协同。

第七条 企业应注重员工学习与成长能力的提升，以更好地实现平衡计分卡的财务、客户、内部业务流程目标，使战略规划贯彻到每一名员工的日常工作中。

第八条 平衡计分卡的实施是一项复杂的系统工程，一般需要建立由战略管理、人力资源管理、财务管理和外部专家等组成的项目团队，推进实施工作的顺利完成。

第九条 企业应建立高效集成的信息系统，实现绩效管理、规划计划、财务管理、生产经营等系统的紧密结合，为平衡计分卡的实施提供信息支持。

第三章 应用程序

第十条 平衡计分卡应用的一般程序包括制定战略地图、制定以平衡计分卡为核心的业绩计划、制定激励计划、制定战略性行动方案、执行业绩计划与激励计划、实行业绩评价与激励、编制业绩评价与激励管理报告。

第十一条 企业首先应制定战略地图，即基于企业愿景与战略规划，将战略规划目标及其因果关系、价值创造路径以图示的形式直观、明确、清晰地呈现出来。战略地图的制定参照《管理会计应用指引第101号——战略地图》。

第十二条 战略地图基于战略主题构建，战略主题反映企业价值

创造的关键业务流程，每个战略主题包括相互关联的1-2个战略规划目标。

第十三条 战略地图制定后，应以平衡计分卡为核心编制业绩计划。业绩计划是企业开展业绩评价工作的行动方案，包括构建指标体系、分配指标权重、确定业绩目标值、选择计分方法和评价周期、签订业绩合同等一系列管理活动。制定业绩计划通常从企业级开始，层层分解到下级单位（部门），最终落实到具体岗位和员工。

第十四条 平衡计分卡指标体系的构建应围绕战略地图，针对财务、客户、内部业务流程和学习与成长四个维度的战略规划目标，确定相应的评价指标。

构建平衡计分卡指标体系的一般流程如下：

（一）制定企业级指标体系。根据企业层面的战略地图，为每个战略主题的战略规划目标设定指标，每个目标至少应有1个指标。

（二）制定下级单位（部门）级指标体系。依据企业级战略地图和指标体系，制定下级单位（部门）的战略地图，确定相应的指标体系，协同各下级单位（部门）的行动与企业战略规划目标保持一致。

（三）制定岗位（员工）级指标体系。根据企业、下级单位（部门）级指标体系，按照岗位职责逐级形成岗位（员工）级指标体系。

第十五条 平衡计分卡指标体系构建时，应注重短期目标与长期目标的平衡、财务指标与非财务指标的平衡、结果性指标与动因性指标之间的平衡、企业内部利益与外部利益的平衡。平衡计分卡每个维度的指标通常为4-7个，总数量一般不超过25个。

第十六条 平衡计分卡指标体系构建时，企业应以财务维度为核

心，其他维度的指标都与核心维度的一个或多个指标相联系。通过梳理核心维度目标的实现过程，确定每个维度的关键驱动因素，结合战略主题，选取关键业绩指标。

财务维度以财务术语描述了战略规划的可形成果。企业常用指标有投资资本回报率、净资产收益率、经济增加值、息税前利润、自由现金流、资本负债率、总资产周转率等。

客户维度界定了目标客户的价值主张。企业常用指标有市场份额、客户满意度、客户获得率、客户保持率、客户获利率、战略客户数量等。

内部业务流程维度确定了对战略规划产生影响的关键流程。企业常用指标有交货及时率、生产负荷率、产品合格率、存货周转率、单位生产成本等。

学习与成长维度确定了对战略最重要的无形资产。企业常用指标有员工保持率、员工生产率、培训计划完成率、员工满意度。

第十七条 企业可根据实际情况建立通用类指标库，不同层级单位和部门结合不同的战略规划定位、业务特点选择适合的指标体系。

第十八条 平衡计分卡指标的权重分配应以战略规划目标为导向，反映被评价对象对企业战略规划目标贡献或支持的程度，以及各指标之间的重要性水平。

企业业绩指标权重一般设定在 5%-30%之间，对特别重要的指标可适当提高权重。对特别关键、影响企业整体价值的指标可设立“一票否决”制度，即如果某项业绩指标未完成，无论其他指标是否完成，均视为未完成业绩目标。

第十九条 平衡计分卡业绩目标值应根据战略地图的因果关系分别设置。首先确定战略主题的目标值，其次确定主题内的战略规划目标值，然后基于平衡计分卡评价指标与战略规划目标的对应关系，为每个评价指标设定目标值，通常设计3-5年的目标值。

目标值应具有挑战性和可实现性，可设定基本目标值、挑战目标值等类似目标层级，激发评价对象潜能，并得到被评价对象的普遍认同。

第二十条 平衡计分卡业绩目标值确定后，应规定因内外部环境发生重大变化、自然灾害等不可抗力因素对业绩完成结果产生重大影响时，对目标值进行调整的办法和程序。一般情况下，由被评价对象或评价主体测算确定影响额度，向相应的绩效管理工作机构提出调整申请，报薪酬与考核委员会或类似机构审批。

第二十一条 业绩评价计分方法和周期的选择、业绩合同的签订、激励计划的制定，参照《管理会计应用指引第600号——绩效管理》。

第二十二条 业绩计划与激励计划制定后，企业应在战略主题的基础上，制定战略性行动方案，实现短期行动计划与长期战略规划的协同。战略性行动方案的制定主要包括以下内容：

（一）选择战略性行动方案。制定每个战略主题的多个行动方案，并从中区分、排序和选择最优的战略性行动方案。

（二）提供战略性资金。建立战略性支出的预算，为战略性行动方案提供资金支持。

（三）建立责任制。明确战略性行动方案的执行责任方，定期回顾战略性行动方案的执行进程和效果。

第二十三条 业绩计划与激励计划执行过程中，企业应按照纵向一致、横向协调的原则，持续地推进组织协同，将协同作为一个重要的流程进行管理，使企业和员工的目标、职责与行动保持一致，创造协同效应。

第二十四条 业绩计划与激励计划执行过程中，企业应持续深入地开展流程管理，及时识别存在问题的关键流程，根据需要对流程进行优化完善，必要时进行流程再造，将流程改进计划与战略规划目标相协同。

第二十五条 业绩计划与激励计划的执行、实施及编制报告参照《管理会计应用指引第600号——绩效管理》。

第二十六条 平衡计分卡的实施是一项长期的管理改善工作，在实践中通常采用先试点后推广的方式，循序渐进，分步实施。

第四章 应用评价

第二十七条 平衡计分卡将战略规划目标逐层分解，转化为被评价对象的业绩指标和行动方案，使整个组织协调一致，将战略规划目标层层落到实处。

第二十八条 平衡计分卡从财务、客户、内部业务流程、学习与成长四个维度确定业绩指标，平衡了短期目标与长期目标、财务指标与非财务指标、结果性指标与动因性指标、企业内部利益与外部利益，使业绩评价更为全面完整。

第二十九条 平衡计分卡将学习与成长作为一个维度，既注重员

工技能的提升，满足员工的发展愿望和发展要求，也注重组织资本、信息资本等无形资产的开发利用，有利于增强企业可持续发展的动力。

第三十条 平衡计分卡系统性强、涉及面广，需要专业人员的指导和企业全员的参与，需要长期持续地修正与完善，对信息系统、管理能力有较高的要求，实施门槛高。

第三十一条 应用平衡计分卡绘制战略地图、确定战略主题和业绩指标体系的专业技术要求高，工作量比较大，操作难度也较大，实施比较复杂。

第三十二条 平衡计分卡涉及大量指标数据的收集和计算，需要持续地沟通和反馈，需要投入大量的资源，从启动到全面实施通常需要一年或更长的时间，实施成本比较高。

第五章 附 则

第三十三条 本指引由财政部负责解释。

附录：

相关工具方法及指标计算说明

一、工具方法说明

(一) 指标权重确定方法

1. **德尔菲法**又称**专家调查法**，是邀请专家对各项指标进行权重设置，形成汇总平均后的结果，然后将结果反馈给专家，再次征询意见，经过多次反复，逐步取得比较一致结果的方法。

2. **层次分析法**，是指将业绩指标分解成多个层次，通过下层元素对于上层元素相对重要性的两两比较，构成两两比较的判断矩阵，求出判断矩阵最大特征值所对应的特征向量作为指标权重值的方法。

3. **主成分分析法**，是指将多个变量重新组合成一组新的相互无关的综合变量，根据实际需要从中挑选出尽可能多地反映原来变量信息的少数综合变量，进一步求出各变量的方差贡献率，以确定指标权重的方法。

4. **均方差法**，是指将各项指标定为随机变量，指标在不同方案下的数值为该随机变量的取值，首先求出这些随机变量（各指标）的均方差，然后根据不同随机变量的离散程度确定指标权重的方法。

(二) 业绩评价计分方法

1. **功效系数法**，是指根据多目标规划原理，将所要评价的各项指标分别对照各自的标准，并根据各项指标的权重，通过功效函数转化

为可以度量的评价分数，再对各项指标的单项评价分数进行加总，得出综合评价分数的一种方法。该方法的优点是从不同侧面对评价对象进行计算评分，满足了企业多目标、多层次、多因素的业绩评价要求，缺点是标准值确定难度较大，比较复杂。功效系数法的计算公式为：

业绩指标总得分= 单项指标得分

单项指标得分=本档基础分+调整分

本档基础分=指标权重 × 本档标准系数

调整分=功效系数 × (上档基础分-本档基础分)

上档基础分=指标权重 × 上档标准系数

功效系数 = $\frac{\text{实际值} - \text{本档标准值}}{\text{上档标准值} - \text{本档标准值}}$

对评价标准值的选用，应结合评价的目的、范围、企业所处行业、企业规模等具体情况，参考国家相关部门或研究机构发布的标准值确定。

2. **综合指数法**，是指根据指数分析的基本原理，计算各项业绩指标的单项评价指数和加权评价指数，据以进行综合评价的方法。该方法的优点是操作简单，容易理解，缺点，标值存在异常时影响结果的准确性。综合指数法的计算公式为：

业绩指标总得分= (单项指标评价指数 × 该项评价指标的权重)

3. **素质法**，是指评估员工个人或团队在多大程度上具有组织所要求的某种基本素质、关键技能和主要特质的方法。

4. **行为法**，是指专注于描述与业绩有关的行为状态，考核员工在多大程度上采取了管理者所期望或工作角色所要求的组织行为的方法。

(三) β 值确定方法

1. **最小二乘法**，是指通过最小化误差的平方和，找到一组数据的最佳函数匹配的方法。

2. **回归分析法**，是指在掌握大量观察数据的基础上，利用数理统计方法建立因变量与自变量之间的回归关系函数表达式的方法。

3. **类比法**又称**比较类推法**，是指由一类事物所具有的某种属性，推测与其类似的事物应具有这种属性的方法。

(四) 收集信息方法

1. **观察法**，是指通过直接观察员工在工作中的表现并予以记录的方法。

2. **工作记录法**，是指通过日常工作记录或财务管理、生产经营等业务系统产生的数据，予以收集信息的方法。

3. **他人反馈法**，是指收集其他人员对被评价对象的评价信息的方法。

二、评价指标计算说明

1. **投资资本回报率**，是指企业一定会计期间取得的息前税后利润占其所使用的全部投资资本的比例，反映企业在会计期间有效利用投资资本创造回报的能力。一般计算公式如下：

$$\text{投资资本回报率} = \frac{\text{税前利润} \times (1 - \text{所得税税率}) + \text{利息支出}}{\text{投资资本平均余额}} \times 100\%$$

$$\text{投资资本平均余额} = \frac{\text{期初投资资本} + \text{期末投资资本}}{2}$$

$$\text{投资资本} = \text{有息债务} + \text{所有者（股东）权益}$$

2. **净资产收益率**又称**权益净利率**，是指企业一定会计期间取得的净利润占其所使用的净资产平均数的比例，反映企业全部资产的获利能力。一般计算公式如下：

$$\text{净资产收益率} = \frac{\text{净利润}}{\text{平均净资产}} \times 100\%$$

3. **经济增加值回报率**，是指企业一定会计期间内经济增加值与平均资本占用的比值。一般计算公式如下：

$$\text{经济增加值回报率} = \frac{\text{经济增加值}}{\text{平均资本占用}} \times 100\%$$

4. **息税前利润**，是指企业当年实现税前利润与利息支出的合计数。一般计算公式如下：

$$\text{息税前利润} = \text{税前利润} + \text{利息支出}$$

5. **自由现金流**，是指企业一定会计期间经营活动产生的净现金流超过付现资本性支出的金额，反映企业可动用的现金。一般计算公式如下：

$$\text{自由现金流} = \text{经营活动净现金流} - \text{付现资本性支出}$$

6. **资本负债率**，是指企业某一会计期末有息债务占所有者（股东）权益与有息债务之和的比例。一般计算公式如下：

$$\text{资本负债率} = \frac{\text{有息债务}}{\text{有息债务} + \text{所有者（股东）权益}} \times 100\%$$

7. **总资产周转率**，是指营业收入与总资产平均余额的比值，反映总资产在一定会计期间内周转的次数。一般计算公式如下：

$$\text{总资产周转率} = \frac{\text{营业收入}}{\text{总资产平均余额}}$$

8. **存货周转率**，是指企业营业收入与存货平均余额的比值，反映

存货在一定会计期间内周转的次数。一般计算公式如下：

$$\text{存货周转次数} = \frac{\text{营业收入}}{\text{存货平均余额}}$$

9. **资本周转率**，是指企业在一定会计期间内营业收入与平均资本占用的比值。一般计算公式如下：

$$\text{资本周转率} = \frac{\text{营业收入}}{\text{平均资本占用}} \times 100\%$$

10. **资本性支出**，是指企业发生的、其效益涉及于两个或两个以上会计年度的各项支出。

11. **产量**，是指企业在一定时期内生产出来的产品的数量。

12. **销量**，是指企业在一定时期内销售商品的数量。

13. **单位生产成本**，是指生产单位产品而平均耗费的成本。

14. **客户满意度**，是指客户期望值与客户体验的匹配程度，即客户通过对某项产品或服务的实际感知与其期望值相比较后得出的指数。客户满意度收集渠道主要包括问卷调查、客户投诉、与客户的直接沟通、消费者组织的报告、各种媒体的报告和行业研究的结果等。

15. **员工满意度**，是指员工对企业的实际感知与其期望值相比较后得出的指数。主要通过问卷调查、访谈调查等方式，从工作环境、工作关系、工作内容、薪酬福利、职业发展等方面进行衡量。

16. **市场份额**，是指一个企业的销售量（或销售额）在市场同类产品中所占的比重。

17. **客户获得率**，是指企业在争取新客户时获得成功部分的比例。该指标可用客户数量增长率或客户交易额增长率来描述，一般计算公式如下：

$$\text{客户数量增长率} = \frac{\text{本期客户数量} - \text{上期客户数量}}{\text{上期客户数量}} \times 100\%$$

$$\text{客户交易额增长率} = \frac{\text{本期客户交易额} - \text{上期客户交易额}}{\text{上期客户交易额}} \times 100\%$$

18. **客户保持率** ,是指企业继续保持与老客户交易关系的比例。该指标可用老客户交易增长率来描述 , 一般计算公式如下 :

$$\text{老客户交易增长率} = \frac{\text{老客户本期交易额} - \text{老客户上期交易额}}{\text{老客户上期交易额}} \times 100\%$$

19. **客户获利率** ,是指企业从单一客户得到的净利润与付出的总成本的比率。一般计算公式如下 :

$$\text{单一客户获得率} = \frac{\text{单一客户净利润}}{\text{单一客户总成本}} \times 100\%$$

20. **战略客户数量** ,是指对企业战略规划实现有重要作用的客户的数量。

21. **交货及时率** ,是指企业在一定会计期间内及时交货的次数占其总交货次数比例。一般计算公式如下 :

$$\text{交货及时率} = \frac{\text{及时交货的订单个数}}{\text{总订单个数}} \times 100\%$$

22. **生产负荷率** ,是指投产项目在会计期间的产品产量与设计生产能力的比例。一般计算公式如下 :

$$\text{生产负荷率} = \frac{\text{实际产量}}{\text{设计生产能力}} \times 100\%$$

23. **产品合格率** ,是指合格产品数量占总产品数量的比例。一般计算公式为 :

$$\text{产品合格率} = \frac{\text{合格产品数量}}{\text{总产品数量}} \times 100\%$$

24. **员工流失率** ,是指企业一定会计期间内离职员工占员工平均人数的比例。一般计算公式如下 :

$$\text{员工流失率} = \frac{\text{本期离职员工人数}}{\text{员工平均人数}} \times 100\%$$

$$\text{员工保持率} = 1 - \text{员工流失率}$$

25. **员工生产率** ,是指员工在一定会计期间内创造的劳动成果与其相应员工数量的比值。该指标可用人均产品生产数量或人均营业收入进行衡量。一般计算公式如下 :

$$\text{人均产品生产数量} = \frac{\text{本期产品生产总量}}{\text{生产人数}} \times 100\%$$

$$\text{人均营业收入} = \frac{\text{本期营业收入}}{\text{员工人数}} \times 100\%$$

26. **培训计划完成率** ,是指培训计划实际执行的总时数占培训计划总时数的比例。一般计算公式如下 :

$$\text{培训计划完成率} = \frac{\text{培训计划实际执行的总时数}}{\text{培训计划总时数}} \times 100\%$$