

企业价值运动过程“心电图”分析

Cardiogram Analysis for Enterprise Value

张文贤/ZHANG Wen-xian¹, 傅 颀/FU Xin^{1,2}

1. 复旦大学管理学院, 上海 200433

2. 浙江财经学院, 杭州 310012

1. School of Management, Fudan University, Shanghai 200433, China

2. Zhejiang University of Finance & Economics, Hangzhou 310012, China

[摘要] 从价值创造的角度入手,将企业价值运动过程比拟为心脏动态的波动过程,构造“企业价值运动过程心电图”的管理模型,初步形成企业价值创造系统分析框架。以价值链理论为主线,介绍了以传统的自由现金流为基础的价值链和以平衡计分卡为基础的价值链,运用鱼刺图工具将价值运动过程的驱动因素逐步分解,探究人力资本在价值创造过程中的贡献作用。

[关键词] 价值运动;心电图;驱动因素

[中图分类号] F014.31, F270.7

[文献标识码] A

[文章编号] 1000-7857(2006)03-0075-06

Abstract: The author compares the capital returns change process as heart-throb, puts forward the management model “cardiogram of the capital returns production process” and constructs the system of firm’s value creation. Based on the value chain theory, This paper introduces the traditional FCFF value chain and Score-Balance Card value chain, decomposes the value drivers by making use of fish bone photograph, and discusses the significance of intellectual capital’s contribution to capital gains.

Key Words: value change; cardiogram; value driver

CLC Numbers: F014.31, F270.7

Document Code: A

Article ID: 1000-7857(2006)03-0075-06

价值观念从人类社会有史以来就已存在,并伴随历史进程不断变化发展。Kluckhohn 早在 1951 年就曾定义:“价值是一种外显的或内隐的有关什么是‘值得的’看法,它是个人或群体的特征,它影响人们对行为方式、手段和目的的选择。”^[1]经济学家对价值的探讨从经济学创始时就已开始,从早期的重商主义,到近期和现代的经济学,仍旧方兴未艾。论文从价值创造的角度入手,将企业价值运动过程比拟为心脏动态的波动过程,构造“企业价值运动过程心电图”的管理模型。以价值链理论为主线,介绍了以传统的自由现金流为基础的价值链和以平衡计分卡为基础的价值链,运用鱼刺图工具将价值运动过程的驱动因素逐步分解,探究人力资本在价值创造过程中的贡献作用。

1 价值创造问题

1.1 马克思关于价值创造的观点

马克思认为,创造价值的源泉是活劳动,而提供活劳动的是劳动者。活劳动的耗费既决定了商品新价值的质,又决定了商品新价值的量。活劳动具有二重性:一方面作为有用的具体劳动形成了商品的使用价值;另一方面作为一般的抽象劳动创造了商品的新价值。

活劳动作为劳动者的劳动能力,就是指人的身体内存在的一种能力,包括体力与智力。马克思对此做了精辟的表述:“我们把劳动力或劳动能力,理解为人的身体即活的人体中存在的、每当人生产某种使用价值时就运用的体力和智力的总和。”^[2]然而,人的劳动能力并不等同于人力资本,劳动力只有转化为一种能带来

收稿日期: 2005-12-10

作者简介: 张文贤,男,上海邯郸路 220 号复旦大学管理学院,教授,主要从事会计理论、人力资源和市场营销方面的研究;

E-mail: search.me@263.net

参考文献 (References)

- [1] SUN MICROSYSTEMS, Inc., J2EE 1.4 Specification-Final Release [OL]. <http://www.java.sun.com>, 2003-11-24.
- [2] OSCAR ADINOLFI, MARTIN KEEN. WebSphere Business Integration Server Foundation V5.1 Handbook [OL], 2004-11. <http://www.redbooks.ibm.com>.
- [3] MARTIN KEEN, Patterns: Implementing an SOA Using an Enterprise Service Bus [OL]. 2004-07. <http://www.redbooks.ibm.com>
- [4] APACHE SOFTWARE FOUNDATION. Bean Scripting Framework

[OL]. <http://akarta.apache.org/bsf>.

- [5] TONY ANDREWS, FRANCISCO CURBERA. Business Process Execution Language for Web Services [OL]. 2003-05. <http://ifr.sap.com/bpel4ws>.
- [6] 孙延鹏,等. 基于 WS-Security 的 Web Service 模型的安全性实现 [J]. 计算机应用与软件, 2005, 5: 30-32.
- [7] 徐萍,等. 软件产业新族群扫描 [J]. 计算机世界报, 2004, 34: 14-16.

(责任编辑 李慧政)

价值增值的资本形态,而不仅仅是原始的体力和基本脑力的组合,才能实现向人力资本的转化。

活劳动既是物化劳动转移价值的前提条件,又是新价值形成的决定性条件。众所周知,商品价值是由生产资料的价值(C)和劳动者新创造的价值(V+M)两部分组成的。生产资料的价值只是商品价值的组成部分之一。生产资料作为物的要素,它在商品价值的形成过程中并不具有主动性,它不能主动保存、转移和增值其价值,它的价值只有通过活劳动才能转移到新产品中去。可见,没有活劳动,旧价值就无法转移和保存。新价值中的V是用来补偿劳动力价值的,而劳动力价值的补偿从表面上看是为了收回资本家垫付给工人的工资,但实际上是由工人劳动创造出来的,这是马克思通过对资本再生产过程的分析而得出的科学结论。工人创造的V部分是以工人实际支付一定的活劳动为前提的,工人不支付自己的劳动就不可能获得工资。为此,在实际的生产过程中,资本家常常采用提高工资、奖金的办法来激励工人支付更多的活劳动,以提高生产效率。另外,新价值中的M部分,也是由工人的劳动所创造出来的。

因此,在商品的价值中,其大于生产资料价值的增值部分不可能由生产资料带来,这个增值的价值只能是由活劳动带来,是由活劳动新创造出来并凝结到新产品中去的。对此,马克思指出:“活劳动追加一个新的劳动量。但是它保存已经物化的劳动量,并不是由于这种量的追加,而是由于它作为活劳动的质,或者说,由于它作为劳动同那些包含过去劳动的使用价值发生关系。”^[3]

1.2 知识经济条件下劳动形式的变化对价值创造的影响

如前所述,马克思生活的时代,尚处在以蒸汽机为标志的第一次技术革命的时期,资本主义尚处在自由竞争阶段;加之当时的科技水平和社会分工远远无法与当今相比,因此,马克思把创造价值的劳动主要局限于生产性的简单劳动。然而,在人类跨入21世纪的今天,科技革命的浪潮席卷全球,知识创新正以前所未有的速度和广度改变着人们的生产和生活方式,科技、管理等新的劳动形式在生产过程中发挥着越来越重要的作用。生产性劳动的形式已经发生了深刻变化,劳动已不仅仅是体力的支出,而主要是脑力的支出。无数事实已经证明科技创新劳动和经营管理劳动不仅能创造价值,而且能够比一般体力劳动创造更多的价值。生产劳动不仅应当包括原有意义上的简单劳动,而且应当包括科技创新劳动、管理劳动,以及服务劳动,等等。

1.2.1 科技创新劳动在价值创造中的作用

科技创新劳动,不管各自的劳动具体形式如何,从其劳动内容来看,都在价值创造过程中发挥了重要作用。现代意义上的生产力是一个涵义比较广泛的概念,它除了包括劳动者、劳动工具、劳动对象等物质要素以外,还包括科学技术、现代教育、信息,等等。

首先,科技创新劳动通过降低个别劳动耗费可以创造更多的价值。马克思说:“生产力特别高的劳动起了自乘劳动的作用,或者说,在同样的时间内,它能创造的价值比同种社会平均劳动要多。”^[4]按照马克思的观点,个别企业为了追求超额利润,便会率先改进技术,提高劳动生产率,使该企业在同样时间内创造的价值,大于采用一般技术的企业所生产的价值。而要获取这一效果,必须以科技创新劳动的存在为前提。

其次,科技创新劳动通过技术的转让实现自身的价值。当代科学技术作为物化的知识,已成为独立的商品,其价值是人类脑力劳动创造出来的,并进一步受到法律的保护成为知识产权。这种知识产权作为创造性劳动成果凝结的产物,虽不直接创造价值,但在现代生产力中的作用却不能低估。而知识产权的转让不可能是无偿的,通过这种知识产权的有偿转让,科技创新劳动的价值便得以实现。

1.2.2 经营管理在价值创造中的作用

管理是企业为实现预定目标,对企业的生产和经营所进行的计划、组织、指挥、调节和控制等各项活动。马克思在分析资本主义企业的管理活动时指出:“一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动,都或多或少地需要指挥,以协调别人的活动,并执行生产总体的运动……不同于这一总体的独立器官的运动……所产生的各种一般职能。一个单独的提琴手是自己指挥自己,一个乐队就需要一个乐队指挥。”^[5]这时管理者的劳动就成为总体劳动的一部分,并且具有二重性,即一方面是劳动过程,一方面是价值增值过程。管理是劳动过程和价值增值过程的统一,是价值的创造过程。

管理活动符合价值形成的条件,因此它创造价值。①管理过程是经营者的劳动过程。与普通工人的简单劳动相比,它表现为复杂劳动。企业规模越大,管理活动越复杂,投入的管理劳动越多。特别是在激烈竞争和瞬息万变的市场经济条件下,一个企业要能够不断地扩大市场份额,获得更多的盈利,就必须有其经营发展战略,而制定并贯彻执行经营发展战略是比一般劳动复杂得多的复杂劳动。复杂劳动是倍加的或自乘的简单劳动,它创造的价值要远远高于简单劳动。②管理劳动是具体劳动和抽象劳动的统一。一方面,经营管理劳动因其形式和目的不同,作为具体劳动而存在;另一方面,管理劳动也是一般的无差别人类劳动,即体力和脑力的支出是作为抽象劳动而存在的。③管理活动的结果也凝结在商品中,只不过不是具体地直接凝结在特定的单个商品中,而是通过管理本身作用于经营管理的对象,为企业的正常生产和和经营提供一个良好的秩序,提高了被管理者的劳动效率,使产品更符合市场需求,使企业的整个生产经营活动符合整个企业的经营发展战略,其劳动的结果可以说凝结在每一个物质产品或服务中。

2 “心电图”的产生机理

我们可以将企业价值的运动过程比拟为心脏搏动的动态过程。心脏搏动的快慢和规律反映在心电图上就可以形成波峰和波谷,这可以比拟为企业资本收益运动的状态,有上升也有下降阶段。众所周知,心脏搏动时会产生生物电流,用心电图机从身体特定部位记录下来的电位变化图就是我们通常熟悉的心电图。

正常心电图一般有5个波,分别为P、Q、R、S、T波。P波代表心房去极化,QRS复合波代表心室去极化,T波代表心室复极化,P~Q间期(自P波起点到QRS复合波的起点)代表房室之间的兴奋传导时间。心电图能反映出兴奋在心脏内传播的过程及心脏的机能状态。如果心脏的传导系统发生障碍或某部分心肌发生病变,则心电图的波形将发生变化。图1是正常人的心电图波形。

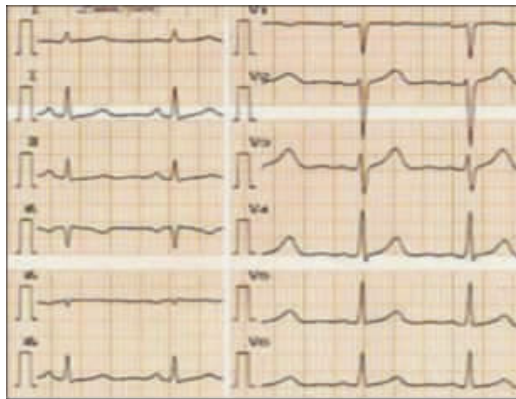


图1 正常人的心电图波形

Fig. 1 Cardiogram of man

心脏之所以跳动,是由于窦房结发出的电脉冲以渐进波的方式传导至左、右心房,造成左、右心房的收缩。电脉冲传达房室结后停滞约 0.1 秒钟,让血液充分流至心室,接着电脉冲便通过传导纤维传达至左、右心室,造成左、右心室收缩,在一连串的电活动之后,心脏暂时静止,心室等待复极化以恢复带负极状态,这样就完成了一次心动周期。

反观企业的价值运动过程也是如此,企业的价值链就仿佛是心动周期,驱动企业价值运动的各个因素推动着企业价值上下波动。因此,为了进一步了解企业价值创造过程,我们有必要分析驱动价值产生波动的因素。

3 价值驱动因素分析

每一个企业的发展,都是内外两方面因素共同作用的结果,它们是左右企业的基本要素。任何负面的驱动因素,都是束缚企业自由发挥能力的绊脚石,如果我们忽略或错误理解了本企业的驱动因素,企业的生存发展将会受到很大的影响。图 2 显示了各种驱动因素在企业的价值创造方面所发挥的交互作用。

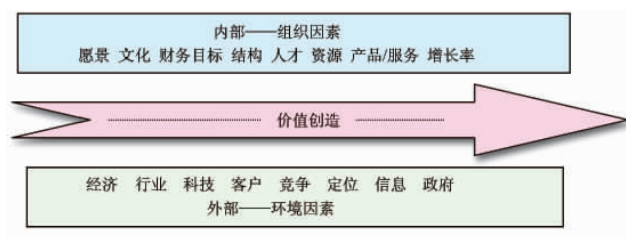


图 2 价值创造驱动因素
Fig. 2 Value drivers of value creation

在经典的 M&M 模型中,企业价值表现为未来预期自由现金流量的现值。在过去的半个世纪里,以企业自由现金流量(Free Cash Flow to Firm,FCFF)为基础的评估模式一直为理论界所推

崇。它描述的是一个客观存在、动态变化的价值,主要取决于资产负债表外的价值驱动因素。

“价值驱动因素”(Value Driver)是一个变量,影响到生产率、客户满意度等业务结果^[6]。要确定好价值驱动因素,有 3 个原则至关重要:① 价值驱动因素应与整个组织的股东价值创造直接联系起来;② 价值驱动因素的确定和衡量应使用财务和经营两方面的主要绩效指标;③ 价值驱动因素除了包括经营绩效外,还应涵盖长期增长^[7]。

尽管在 20 世纪 80 年代后期,出现了一些新的价值评估模型,如基于价值管理(Value Based Management)的经济附加值(EVA)、市场附加值(MVA)、股东价值分析(SVA)等。这些模型表现形式各异,但本质上都是从财务学的角度分析企业价值。直到 1989 年,美国罗伯特·S·卡普兰(Robert S Kaplan)与戴维·P·诺顿(David P Norton)在研究企业经营绩效评价标准体系——平衡计分卡时,以全新的视角提出了企业价值的驱动因素,其基本模式为:企业价值=产品/服务+形象/声誉+客户关系。

这两个模式从不同的角度诠释了企业价值的构成要素,反映了不同的战略思想。FCFF 价值链主要从财务战略的角度出发,强调股东价值和资本市场的作用;而卡普兰的价值链则从经营战略的角度出发,强调企业核心价值和产品市场的作用。如果把 FCFF 价值链看作一种结果的度量标准,那么,卡普兰的价值链就是动因的度量标准,因此,卡普兰的价值链又是 FCFF 价值链的进一步发展和延伸^[8]。

3.1 FCFF(企业自由现金流量)价值链

从以上企业财富创造全景图来看,企业价值增加值的驱动因素按照因果关系和协同关系构成一个完整的企业价值创造链^[9]。(见图 3)从作业角度看,企业价值创造过程也是一条“供应—生产—销售”环环相扣的作业链。我们可以用财务指标和非财务指标来表征与衡量这些价值驱动因素(见图 4)对企业财富增加值的贡献。

财务上通常将销售增长率、经营利润、税率、投资支出、资本成本作为价值的驱动因素加以分析。无疑,上述因素都对企业的

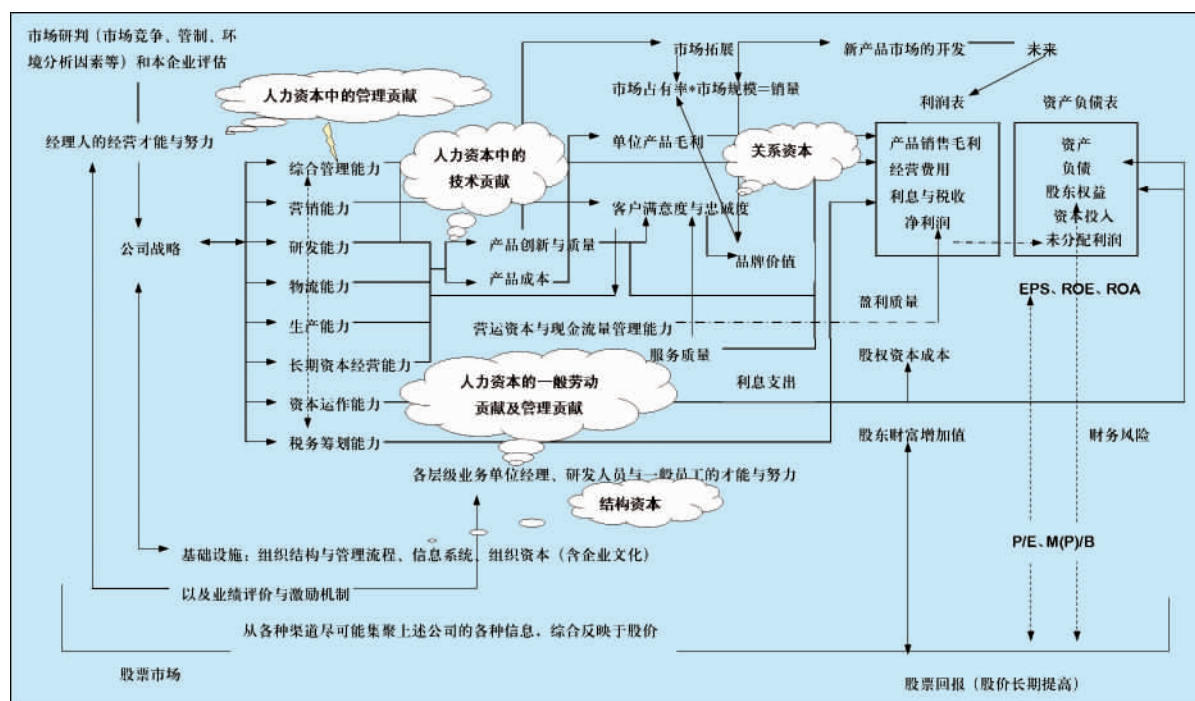


图 3 企业价值创造链
Fig. 3 Value creation chain of enterprise

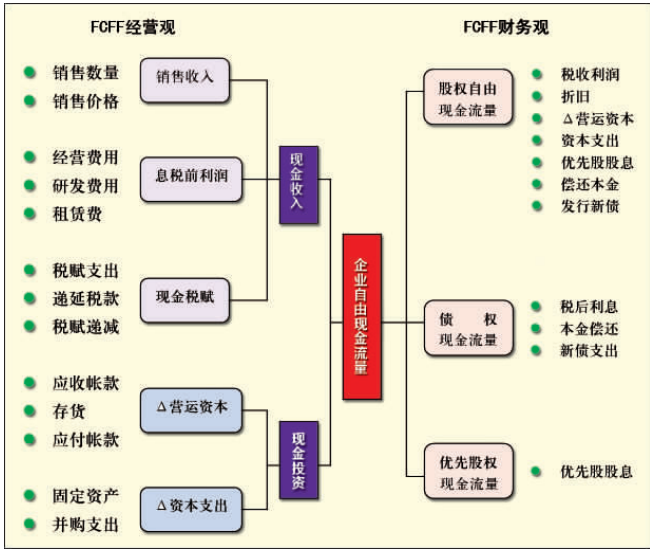


图 4 FCFF 的驱动因素^[10]
Fig. 4 Drivers of FCFF

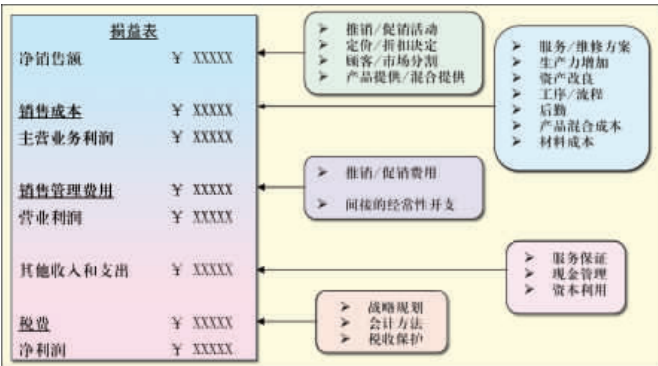


图 5 损益表中的价值驱动因素^[12]
Fig. 5 Value drivers of income statement

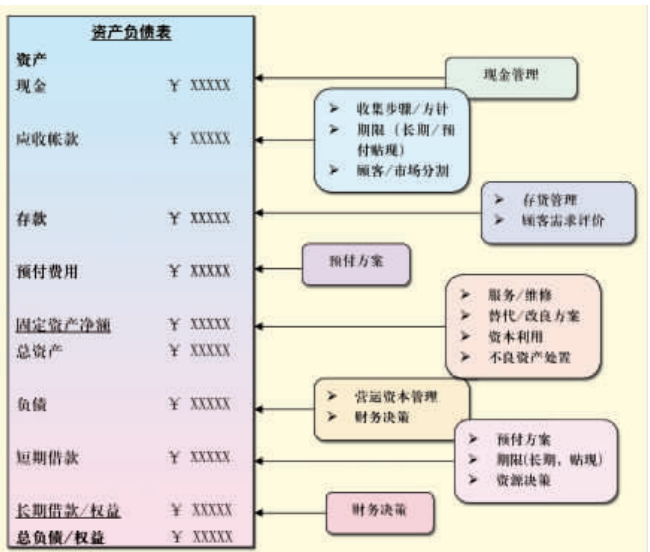


图 6 资产负债表中的价值驱动因素^[13]
Fig. 6 Value drivers of balance sheet

经济增加值有直接影响，但它们是驱动因素还是驱动的结果呢？价值驱动因素可以定义为企业价值创造的决策变量。需要结合企业的具体实际来定义企业关键的价值驱动因素，据此来确定主要的价值创造活动。

Knight(1998)^[11]指出，价值驱动因素 (Value Drivers) 是对经营活动和财务运行效果有重大影响的运行因子。价值驱动因素有助于我们制定出的决策能真正保持在有意义并且具有可行性的特有水平之上。在经营活动中，价值驱动因素还向组织中的有关人员详细阐述公司的决策，并最终导致他们在行动上有所改变。这些因素不仅包括财务因素，而且还包括非财务因素，并从损益表 (见图 5) 及资产负债表 (见图 6) 中列出企业在价值创造过程中的驱动因素。价值驱动因素在公司的各个领域都是存在的，其中包括产品开发、生产、营销、销售和员工安置等职能部门。

3.2 平衡计分卡与鱼刺图企业价值分解法

平衡计分卡 (BSC) 是被非常广泛应用的一个战略管理工具，它被《哈佛商业周刊》誉为“75 年来最具影响的战略管理工具”。平衡计分卡超越了传统的仅从财务角度来衡量企业价值的评测方法，创新地通过对企业在财务、客户、内部运营和学习与成长 4 个维度的共同绩效评测，将抽象的战略有效地转化为具体的行动计划，从而大大提高战略的执行能力和绩效表现。

鱼刺图分解法本来是在企业绩效管理方案设计过程中应用鱼刺图工具进行企业战略目标分解的一种方法，我们可以将这种层层分解的方法借鉴到企业价值链的分析上来。鱼刺图价值分解法是针对价值目标寻找关键驱动因素，继而确定公司级关键绩效指标 (KPI)，再由公司级 KPI 分解到部门级 KPI、每个岗位的 KPI，使 KPI 形成一个因果关系网络，共同支持战略目标的实现。

表 1 价值驱动因素分解示意图 Tbl. 1 Decomposition of value drivers				
指标维度	战略目标重点	主关键驱动因素	次关键驱动因素	关键绩效指标
财务			盈利性	营业收入、收入趋势、投资回报率、经济增加值等
			流动性	流动比率、利息保障倍数、资产周转率、存货周转率、应收帐款周转率、平均收帐期等
			扩大销售规模	主要产品销售水平、销售趋势、新产品的销售比率、销售预测的准确度等
			市场价值	股票价格、市盈率、市净率
客户因素			客户满意度	客户退货与抱怨频率、客户调查
			中间商和分销商	中间商的覆盖范围及实力和分销商的渠道关系
			营销和销售	销售业绩趋势、培训、市场研究
			送货时间	准时送货、从订货到收货的时间
内部流程			服务质量	保证金费用、服务速度及效率
			产品质量	次品数量、退货数量、废料数量、返工数量、实地服务报告、担保索赔、供货商质量缺陷
			生产率	循环时间 (从原材料到产成品)、劳动效率、机器效率
			设备准备	停工时间、操作工经验、机器产能、维护
学习与成长			安全性	事故影响
			产品创新	设计变化的数量、新的专利与版权数量、研发人员技能
			新产品时间	提前或滞后送货的天数
			技能发展	培训时间、技能改进
竞争力			员工士气	员工流动率、抱怨数量、员工调查
			竞争力	周转率、培训、经验、适应性、财务与经营业绩指标

当主要的价值形式从物质产品所提供的使用价值转变到服务价值、信息和知识价值上时,价值驱动因素也会发生相应的变化。一般说来,以下几个方面常被视为驱动因素:知识的积累和认知能力、核心能力、独特资源、业务流程、行业定位、业务模式、顾客忠诚度等。它们之间的相互作用会起到增强或减弱价值创造能力的作用。人力资本中包含的智力资本是价值创造最根本的因素,也是最具活力的因素。

4 智力资本的价值创造活动

从智力资本的内涵来看,构成智力资本内涵的知识与技能,作为生产要素在生产过程中发挥作用,它们与一般的生产要素有很大的区别,具有可复制性和“无损耗性”的特征。一般生产要素在生产过程中耗费其使用价值,转移其价值,当其耗费殆尽之际,其价值也完全消失。但知识不同,如果不是被新知识所取代的话,其本身“永不消失”,而是以完整的使用价值参与下一轮的生产过程并“复制”其价值。这样,知识在被替代之前,其价值就可永恒复制,从而无休止地凝结在新产品之中,并且其边际效率具有递增的特征。

智力劳动的价值创造具有乘数效应。① 生命科学的进步表明,智力劳动者生理支出大大超过了普通劳动,这意味着智力劳动在同样的时间内具有更多的活劳动支出。② 智力劳动、科技创新劳动具有开拓性和非重复性,决定了其高附加值创造能力。其它条件不变时,知识密集型产品和体力密集型产品比较,在原材料价值基础上的附加价值可以明确地显示出智力劳动的价值创造能力。同一原材料可以用来生产不同的产品,但通过与不同层级的劳动力相结合,会导致产品附加值产生巨大差异。③ 科技创新等知识性劳动从制造业中的分离以及它们在 GDP 中的比重,都表明了智力劳动在价值创造过程中的贡献率。

智力资本可以通过多种形式增加企业价值。智力资本产生的增值活动按其与企业未来现金流量之间的关系可以分为直接增值活动和间接增值活动(见表 3)。对应地为企业带来两种类型的基本价值:直接价值和间接价值。直接增值活动对企业未来现金流量产生直接影响,其直接价值就是现金流。作为公司现金流的最根本驱动因素,公司的智力资本能够创造出可以转化为经营收入和其它类型价值的创新成果。例如:能够推动企业不断创新,并把创新成果转换成收入或利润的人力资本的增值活动;能够帮助企业建立良好的客户关系从而扩大企业销售收入的关系资本的增值活动。

表 3 智力资本增值活动类型 ^[15]		
Tbl. 3 Classification of intellectual capital value-added activities		
活动类型	直接价值	间接价值
进攻性	营业收入或销售额 得到他人的技术	实施法律权力
防御性		得到法律保护 避免诉讼 设计自由
进攻性和防御性	降低成本的活动(制造、 分配、销售、市场营销)	声誉/形象 实现垄断竞争 形成进入壁垒 客户忠诚成为参与者

此外,公司的智力资本决定了公司应该如何通过节省成本的方式开展业务,因为公司的智力资本为公司带来了收入并且能够管理公司的成本流动,因此,智力资本是公司利润的主要制造者。间接增值活动只能对企业未来现金流量产生间接的影响,其间接价值有很多。它们不能直接与公司的远景目标、战略、营业收入或者成本相关联,并且不容易测评,但其创造的价值非常直观而且

明显。

智力资本产生的增值活动,按其在企业竞争战略中的作用还可以分为防御性增值活动和进攻性增值活动。防御性增值活动通过增强企业抵御来自外部侵犯或威胁的能力增加企业价值,如树立市场进入壁垒、保护知识产权或应付法律诉讼的能力。进攻性增值活动通过增强企业制定战略和有效实施战略的能力增加企业价值,它使企业能够更准确地预测市场的动态变化,把握主要竞争对手的战略意图,快速做出战略调整。

5 结论

通过上述分析,我们不难看出,经济的长期增长和企业价值的增加,不仅取决于物质资本要素的投入,还越来越依赖于人力资本的作用。企业价值创造从本质上来讲首先是一种管理模式,它可以指导管理者不断作出合理的经营决策,以明确的发展方向和科学的运作方式最大限度地创造价值。其次,价值创造也是一个动态的运动过程,它使我们能够发现企业的哪些活动在创造价值,哪些活动在耗散价值,从而优化价值链。因此,作为一个管理系统,价值创造不仅应用于企业决策领域,而且在日常生产经营过程中发挥着重要作用。

参考文献 (References)

[1] 李少白,刘永清. 资产、价值与评估[J]. 华南理工大学学报,1999(5): 121-125.

[2] 马克思. 资本论,第 1 卷[M]. 北京:人民出版社,1975:190.

[3] 马克思,恩格斯·马克思恩格斯全集,第 1 版,第 46 卷[M]:北京:人民出版社,1975:334.

[4] 马克思.资本论,第 1 卷[M]. 北京:人民出版社,1975:54.

[5] 马克思.资本论,第 1 卷[M]. 北京:人民出版社,1975:332.

[6] 汤姆·科普兰,蒂姆·科勒,杰克·默林. 价值评估:企业价值的衡量与管理[M]. 郝绍伦,谢关平译. 北京:电子工业出版社,2002.

[7] 罗钊明. 公司战略管理中的股东价值创造研究[D]. 上海:同济大学博士学位论文,2005:35-36.

[8] 刘淑莲. 企业价值评估与价值创造战略研究——两种价值模式与六大驱动因素[J]. 会计研究,2004(9):68.

[9] 谢德仁. 经理人激励的潜在业绩基础:基于股东价值创造链的分析[J]. 会计研究,2003(12):29.

[10] 刘淑莲. 企业价值评估与价值创造战略研究——两种价值模式与六大驱动因素[J]. 会计研究,2004(9):68

[11] KNIGHT, JAMES A. Value Based Management: Developing a Systematic Approach to Creating Shareholders Value [M]. New York: McGraw-Hill, 1998:168-172.

[12] KNIGHT, JAMES A. Value Based Management: Developing a Systematic Approach to Creating Shareholders Value [M]. New York: McGraw-Hill, 1998:169.

[13] KNIGHT, JAMES A. Value Based Management: Developing a Systematic Approach to Creating Shareholders Value [M]. New York: McGraw-Hill, 1998:170.

[14] DIPIAZZA Jr S A, Eccles R G. Building Public Trust: The Future of Corporate Reporting [M]. New York: John Wiley & Sons, Inc, 2002.

[15] 帕特里克·沙利文. 价值驱动的智力资本 [M]. 北京: 华夏出版社, 2002.

(责任编辑 肖庆山)