

谨慎性原则在消费积分中的运用研究

2011-08-11 10:10:57

刘薇

(西南财经大学会计学院, 四川 成都 611130)

【摘要】目前消费积分在我国服务业已非常流行。随着经济活动的日益复杂,类似消费积分这种新事物的产生将使经济环境中的不确定因素增多,谨慎性原则的应用成为必然。本文通过比较对消费积分的两种不同的会计处理方法——增量成本法和递延收入法,探讨谨慎性原则在消费积分中的运用。

【关键词】谨慎性原则 消费积分 增量成本法 递延收入法

一、谨慎性原则概述及运用

谨慎性原则是针对经济活动中的不确定性因素要求人们在会计处理上保持谨慎小心的态度,要充分估计到未来可能发生的风险和损失,尽量少计或不计可能发生的收益,使会计报表使用者、企业决策者提高警惕,以应付纷繁复杂的外部经济环境的变化,把风险损失缩小或限制在极小的范围内。

体现谨慎性原则的典型会计处理有:(1)计提资产减值准备;(2)收入确认的标准;(3)允许企业自主选择折旧方法;(4)对或有事项的处理;(5)公允价值的适度运用。其中对收入标准的确认《准则》规定:“销售商品的收入,应在下列条件均能满足时予以确认:(1)企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方;(2)企业既没有保留通常与所有权相关联的继续管理权,也没有对已售出的商品实施控制;(3)收入的金额能够可靠地计量;(4)与交易相关的经济利益能够流入企业;(5)相关的收入和成本能够可靠的计量。”只有这些条件同时满足,才能确认为收入。此规定可以有效地防止虚增收入,体现了会计核算的谨慎性。对或有事项的处理《准则》规定:(1)该义务是企业承担的现时义务;(2)该义务的履行很可能导致经济利益流出企业;(3)该义务的金额能够可靠地计量。当同时满足上述条件时,企业应当将其确认为预计负债,在资产负债表中单列项目列示。并且企业应当在报表附注中披露或有负债形成原因。对或有事项的处理做这样的要求,确认或有负债而不披露可能的或有资产,遵循了谨慎性原则。消费积分中会计处理方法的选择,正是基于谨慎性原则下对收入和或有事项的确认。

二、消费积分简介

消费积分是指企业的客户以消费积分换取相应奖励服务的一种活动,它主要是作为回馈客户的一种营销方式。企业消费积分奖励计划实际上是给了客户一个到时低价购买或免费消费企业产品的承诺,且企业必须在客户消费或购买产品时兑现这个承诺。

消费积分诞生于1981年的“美利坚航空公司常客项目”,其形式是按乘客的飞行里程奖励里程分,并将里程分兑换为免费机票,以此作为培养顾客忠诚度的一种手段。20世纪末,随着计算机数据库技术的成熟,消费积分在我国服务行业已经非常流行。

但我国实施消费积分的企业中存在仅把顾客兑换积分引起的有关支出直接计入当期的销售费用的不规范的会计处理方法,显然这种处理不符合权责发生制原则、配比原则以及稳健性原则。从企业会计目标、会计原则的要求看,实施消费积分的企业必须真实并公允地反映企业的财务状况、经营成果与现金流量。因此,必须按照谨慎性的原则对消费积分进行会计处理。

三、谨慎性原则在消费积分中的运用

对于实施消费积分的实质,目前有两种不同的观点:第一种观点认为,消费积分计划实质上是一种促销行为,顾客所获得的免费奖励仅仅是伴随收入完成过程而产生的企业经济利益流出,这一经济利益的流出可以看做是与收入相配比的成本。第二种观点认为,在消费积分计划下,顾客的付款实质上是对商品本身和消费积分的购买。消费积分实质是企业收到顾客付款后分两次提供商品,企业所收到的顾客付款部分属于预收账款。

如果消费积分的实质仅仅是一项附属于收入产生过程的促销活动,则当顾客付费购买产品或服务时,就已经满足收入确认条件。此时应采用增量成本法,即把收到的顾客付款全数确认为收入,同时确认与之相关的成本。当顾客所累计的积分足以兑换奖励时,再根据估计的兑换百分比来估算出由于提供该奖励所引起的企业增量成本,并把该增量成本确认为预计负债。以后期间客户按消费积分奖励的规定进行消费时,再作冲销预计负债的账务处理。

如果消费积分计划的实质是企业预收账款的行为,那么根据《国际会计准则第18号——收入》第19条的规定,在某些情况下,为了反映交易的实质,有必要运用该标准确认单项交易中的可分割部分。递延收入法认为,当企业与顾客进行某项交易时,企业应把所收到的顾客付款看做是两部分组成的,一部分是由该项交易所引起的收入,另一部分是提供消费积分计划奖励所引起的收入,当这项交易完成时,

企业仅确认前一部分收入，而把另一部分收入予以递延，直到顾客兑换奖励时，企业才确认被递延的收入。

可以看出，两种方法最大的区别在于收入确认的时间不同。由于收入确认的时间不同，导致会计报表相关项目，如收入、负债等存在较大的差异，并影响企业的有关财务比率，如流动比率、资产周转率、毛利率、投资回报率等，最终影响利益相关者对企业财务状况的评价。因此，基于谨慎性原则，如何恰当地选择消费积分的会计处理方法是每个实施消费积分的企业所要面对的问题。

所以，在谨慎性原则下，企业在确认消费积分所引起的收入与费用之前，应着重分析本企业所实施的消费积分的实质是什么，然后再根据其本质选择合适的确认方法来反映交易的事项。

参考文献

- [1]张庶钦.论会计业务中的谨慎性原则[J].消费导刊,2007,(02)
- [2]张炳才,蒋友丽.消费积分奖励计划引起的或有事项的会计处理[J].财会月刊,2005,(11)
- [3]陈治敏.略谈或有事项的审计[J].审计月刊,2000,(12)
- [4]马武鑫.浅谈或有事项的概念和确认[J].上海会计,2001,(02)

作者简介:

刘薇(1990-),女,汉族,西南财经大学会计学院,财务管理,研究方向:资本市场财务与会计。

(备注:以出刊内容为准)

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于本站](#) | [版权声明](#) | [诚聘英才](#) | [联系方式](#) | [友情链接](#) | [我要统计](#)

主管:中国人民银行昆明中心支行 版权所有:《时代金融》杂志社

网络实名:时代金融、时代金融杂志、时代金融杂志社、《时代金融》编辑部

社址:昆明市正义路69号

电子邮箱:ynsdj r@126.com 电话:010-57107535 0871-3212464

版权所有 未经许可不得复制或建立镜像

电信与信息服务业务经营许可证:京ICP备案中 组织机构代码:79718261-3