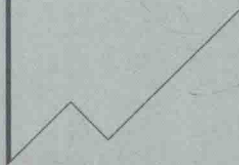




总监财务课堂

营销总监

12月
11月
10月
9月
8月
7月
6月
5月
4月

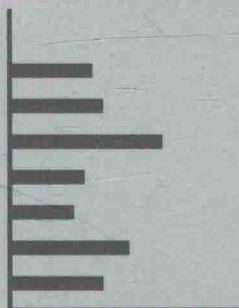


必知的财务精要

魏 巍◎编著

实用高效
一看就懂

2002
2001
2000
1998
1997
1996
1995



中华工商联合出版社

 总监财务课堂

营销总监

必知的财务精要

魏 巍◎编著

实用高效
一看就懂

12月
11月
10月
9月
8月
7月
6月
5月
4月



2002
2001
2000
1998
1997
1996
1995



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

营销总监必知的财务精要 / 魏巍编著. -- 北京 : 中华工商联合出版社, 2016.1
ISBN 978-7-5158-1503-9

I. ①营… II. ①魏… III. ①企业管理—销售管理—财务管理 IV. ①F274②F275

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第259794号

营销总监必知的财务精要

作 者: 魏 巍
策划编辑: 付德华
责任编辑: 关山美
封面设计: 任燕飞装帧设计工作室
责任审读: 李 征
责任印制: 迈致红
出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司
印 刷: 三河市宏盛印务有限公司
版 次: 2015年12月第1版
印 次: 2015年12月第1次印刷
开 本: 787mm × 1092mm 1/16
字 数: 235千字
印 张: 13.5
书 号: ISBN 978-7-5158-1503-9
定 价: 42.00元

服务热线: 010-58301130
销售热线: 010-58302813
地址邮编: 北京市西城区西环广场A座
19-20层, 100044

Http: //www.chgslcbs.cn
E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)
E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书
版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。
联系电话: 010-58302915

在市场经济快速发展的今天，财务已经渗透到企业的各个部门，它不仅是财务人员要掌握的知识，也是各个部门总监必修的一堂课。作为一名优秀的营销总监，在开展工作的过程中，必然会遇到支付、结算、预算等与财会相关的事物，所以具备一定的财会知识将有助于你更顺利地开展工作。财会是一门纷繁复杂的学科，初次接触肯定会让您感到迷茫，不知该从何处着手。

本书是总监实用财务本，针对营销总监的工作性质，重点阐述了与营销总监工作有关的财会知识。同时，本书也结合了销售本身的特点，对销售方面的财务知识进行了详尽的介绍。本书语言精练、通俗易懂、形式直观、实战实用并且内容全面。本书在形式上大量采用图表形式，更直观，更容易理解。不管您对财务知识了不了解，本书都能使您在短时间内真正掌握财会技能精要，为您的销售事业助一臂之力！

本书的特点如下所示。

◆全面详尽，条理清晰。本书全面详细地讲解了与营销总监工作相关的财会知识，讲解全面详细，相信读者在阅读完本书之后，一定会对营销总监所需的财会知识有更充分的了解和认识，并能熟练地用于具体的实战操作中。

◆图文并茂，实战性强。为了使读者能更容易地掌握与营销相关的财会工作的方法和技巧，本书配用了大量的图表，使读者能直观了解具体的情形。另外，本书的脉络清晰，条理清楚，相信读者能够轻松阅读。

◆难易适度，深入浅出。本书在讲解财会工作实务时，尽量采用通俗易懂的语言，由表及里，深入浅出，为投资者拨开了财务工作的层层面

纱，让读者能快速掌握工作的方法和技巧。

全书主要从财务基础知识、营销常用财务术语、营销主要财务指标、解读财务报告、企业预算管理、企业营销定价方法及策略、企业营销成本及费用、企业现金管理和企业应收账款管理及信用控制等方面对与营销相关的财务知识进行系统、全面地介绍，几乎可以满足营销总监对财务知识的所有需要。内容全面丰富、讲解详细、条理清晰、难易适度，可借鉴性非常强。

在编写过程中，我们借鉴了许许多多的知识和内容，参考了大量具有科学依据的文献资料，在此，向各位作者和编者表示感谢！同时，我们一如既往地欢迎各位读者给这本书提出宝贵的意见，并和广大读者一起继续为财务工作奉献自己的力量。

编者

2015年11月

CONTENTS 目录

上 篇

赢在起跑线上——营销总监必备的通用财务知识

第一章 万丈高楼平地起——财务基础知识..... 3

会计准则	3
会计要素	4
会计假设	8
会计等式	10
借贷记账法	12
会计账簿	13
财务分析方法	16

第二章 一点一滴勤积累——营销常用财务术语..... 20

成本与费用	20
盈亏平衡点	22
目标利润	25
市场占有率	28
毛利率	29
资本支出	31
相关成本	32

第三章 同心协力向前进——营销主要财务指标..... 33

偿债能力指标	33
资产负债管理能力指标	35
盈利能力指标	37
成长能力指标	38
现金流量指标	39

第四章 数字里面找真相——解读财务报告..... 41

分析财务报告	41
资产负债表	43
利润表	47
现金流量表	49
财务报表附注	51

下 篇

公司的“管家婆”——营销总监必懂的财务知识

第五章 一切尽在掌控中——企业的预算管理..... 57

制定企业销售目标	57
企业销售计划	59
确定销售目标值	64
销售收入预算	67
销售人员费用的预算	69
销售成本预算	71
营销费用预算	73
销售预算的编制步骤	75

销售费用的预算方法	76
预算调整策略	79
第六章 设计定价有妙招——企业营销定价方法及策略	84
需求导向定价法	84
成本导向定价法	87
竞争导向定价法	91
折扣定价策略	95
地区定价策略	97
心理定价策略	100
差别定价策略	103
新产品定价策略	105
产品组合定价策略	108
第七章 控制成本最关键——企业营销的成本及费用	111
产品成本的计算方法	111
研发成本的控制	114
生产成本的控制	115
渠道费用的控制	119
营销人员费用的控制	121
产品包装费用的控制	123
运输费用的控制	125
促销费用的控制	128
管理费用的控制	130
售后服务费用的控制	132
储存费用的控制	134
销售行为的税务筹划	135
销售人员薪酬的纳税筹划	139

第八章	物尽其用勤流转——企业现金管理	143
	现金的管理规定	143
	现金持有量的管理	145
	现金日常收支管理	148
	现金流的概念	151
	现金流的循环	153
	改善现金流的策略	156
	现金销售应注意的问题	159
	差旅费报销规范	161
	人民币的防伪与鉴别	162
第九章	见招拆招催回款——企业应收账款管理及信用控制	165
	应收账款的形成	165
	应收账款的管理制度	168
	销售人员收款规定	172
	常用的结算方式	174
	销售回款管理	178
	销售发票的管理	181
	定期核对往来账	183
	逾期账款的管理	185
	应收账款的催收	189
	问题账款的处理	191
	注销坏账与提取坏账准备	193
	其他应收款的管理	197
	信用政策的运用	199
	企业信用风险管理	203

上 篇

赢在起跑线上
——营销总监必备的通用财务知识

第一章 万丈高楼平地起 ——财务基础知识



会计准则

会计准则是会计核算工作的规范，主要是就经济业务的具体会计处理作出规定，以指导和规范企业的会计核算，保证会计信息质量。

《企业会计准则》由财政部制定，于2006年2月15日发布，自2007年1月1日起施行。会计准则对加强和规范企业会计行为，提高企业经营管理水平和会计规范处理，促进企业可持续发展起到指导作用。

我国企业会计准则体系包括基本准则与具体准则和应用指南。基本准则为主导，对企业财务会计的一般要求和主要方面做出原则性的规定，为制定具体准则和会计制度提供依据。

《企业会计准则》的基本准则是进行会计核算工作必须共同遵守的基本要求。包括会计核算基本前提、会计核算一般原则、会计对象要素计量确认和财务报告准则。这些准则是各行业、各所有制形式共同遵守的准则。

具体准则是在基本准则的指导下，处理会计具体业务标准的规范。其具体内容可分为一般业务准则、特殊行业和特殊业务准则、财务报告准则三大类。如表1-1所示。

表1-1 会计准则具体准则的分类

分类	具体说明
一般业务准则	规范普遍适用的一般经济业务的确认、计量要求，如存货、固定资产、无形资产、职工薪酬、所得税等
特殊行业和特殊业务准则	对特殊行业的特定业务的会计问题做出的处理规范；如生物资产、金融资产转移、套期保值、原保险合同、合并会计报表等
会计报告准则	规范各类企业通用的报告类准则；如财务报表列报、现金流量表、合并财务报表、中期财务报告、分部报告等

会计准则从会计报告编制者的角度看，是选择会计方法，从事会计工作的规范，是记账、算账、报账、确认、计量、报告的依据；从会计报告使用者的角度看，它有助于提高对会计工作与会计信息的理解程度和信赖程度；从会计报告的审核者即注册会计师的角度看，它的第一个作用即为判断会计工作与会计信息质量的依据。



会计要素

会计要素是构成会计报表的基本要素，也是企业会计核算内容的具体化，即把会计对象用会计特有的语意加以表达，使会计对象能够实际进入会计核算系统，构成会计信息的分类基础，以便于分类提供、分析和利用会计信息。会计要素是对会计对象用特定概念进行具体化分类的产物。同时，会计要素也是确定会计科目、设置账户的依据。

我国《企业会计准则——基本准则》将会计要素分为资产、负债、所有者权益（股东权益）、收入、费用（成本）和利润六个会计要素（如图1-1所示）。资产、负债和所有者权益即反映企业在一定日期的财务状况，是对企业资金运动的静态反映，属于静态要素，是资产负债表的构成要素。收入、费用和利润三项会计要素反映企业在一定时期的经营成果，是对企业资金运动的动态反映，属于动态要素，是利润表的构成要素。



图1-1 会计要素

一、资产

资产是指过去的交易、事项形成的，由企业拥有或者控制的，预期会给企业带来经济利益的资源。在资产的定义中非常强调“该资源预期会给企业带来经济利益”。资产计提减值准备，一方面是遵循谨慎性要求，另一方面也是与资产的定义有关。

资产的特征有以下几个方面，如图 1-2 所示。

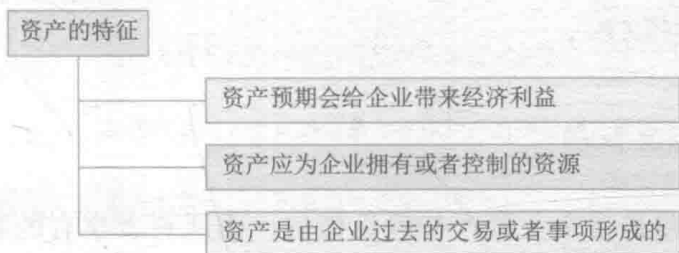


图1-2 资产的特征

根据经济周转特性的不同，可以分为流动资产、长期投资、固定资产、无形资产和递延资产等；根据存在的形态不同，可以分为金融资产与非金融资产，有形资产与无形资产。

资产的确认条件（同时满足），如图 1-3 所示。

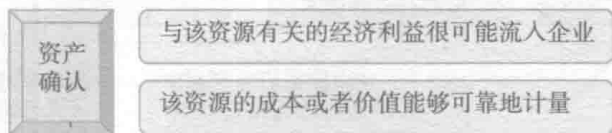


图1-3 资产的确认

在资产负债表中列报的前提是必须在账簿中进行确认、计量，如果不符合资产确认条件，则不得在资产负债表中列报。

二、负债

负债是指过去的交易或事项形成的，预期会导致经济利益流出企业的现时义务。负债一般按其偿还速度或偿还时间长短划分为流动负债和长期负债两类。流动负债主要包括短期借款、应付票据、应付账款、应付利息、预收账款、应付职工薪酬、应缴税费、应付股利、其他应付款等。长期负债包括长期借款、应付债券、长期应付款等。从定义看出负债的三个特征与确认条件，如表 1-2 所示。

表1-2 负债的特征与确认条件

负债的特征	确认条件
过去的交易或事项形成	与该义务有关的经济利益很可能流出企业
导致经济利益流出	未来流出的经济利益的金额能够可靠地计量
现时的义务	

三、所有者权益

所有者权益是指企业资产扣除负债后，由所有者享有的剩余权益。包括所有者投入的资本、直接计入所有者权益的利得和损失、留存收益等。留存收益包括两部分，一部分是直接从未分配利润中提取的盈余公积，一部分是历年利润的留存（未分配利润）。如图 1-4 所示。

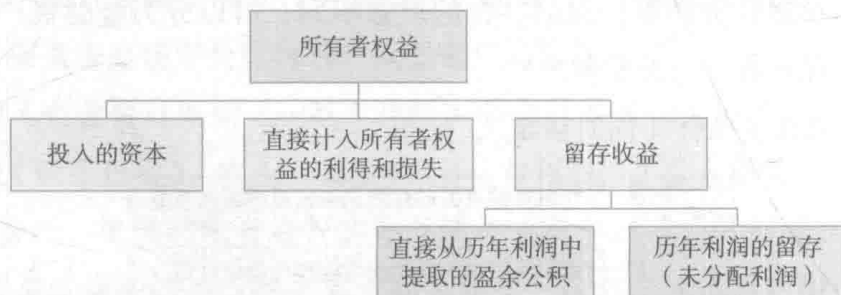


图1-4 所有者权益分类

四、收入

收入是指企业在日常活动中所形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。在收入的定义中，强调的是“日常活动”。收入的特征如图 1-5 所示。

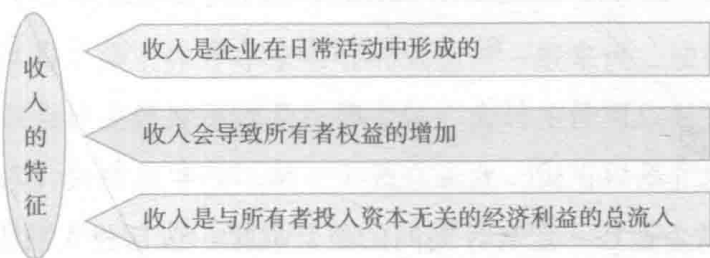


图1-5 收入的特征

收入的确认条件如图 1-6 所示。

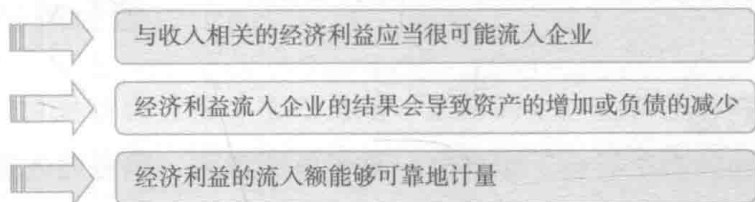


图1-6 收入的确认条件

五、费用

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。费用按功能分为从事经营业务发生的成本、管理费用、销售费用和财务费用。由定义看出费用的三个特征，如图 1-7 所示。

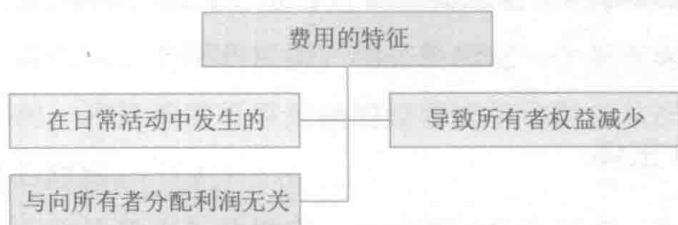


图1-7 费用的特征

费用的确认条件如图 1-8 所示。

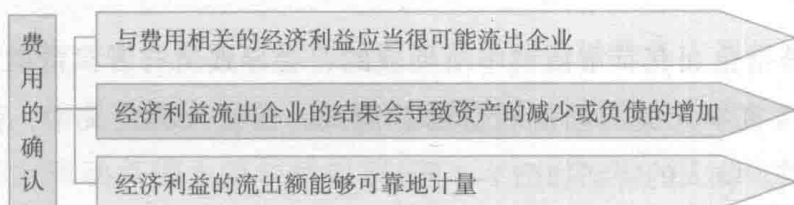


图1-8 费用的确认条件

六、利润

利润是指企业在一定会计期间的经营成果。包括收入减去费用后的净额、直接计入当期利润的利得和损失（营业外收入、营业外支出）等。企业的利得和损失分为两部分，一部分是直接计入所有者权益的利得和损失；一部分是直接计入当期利润的利得和损失。

会计假设

会计假设也称会计前提。会计假设是由会计的外在客观经济环境所决定的。一种会计核算方法在一定的条件下可以得出一种结论，而在另一种条件下就可能得出完全不同的结果。因此，会计核算工作必须在统一的前提条件下进行。按我国会计准则规定，会计假设包括四个方面内容：会计主体、持续经营、会计期间和货币计量。如图 1-9 所示。

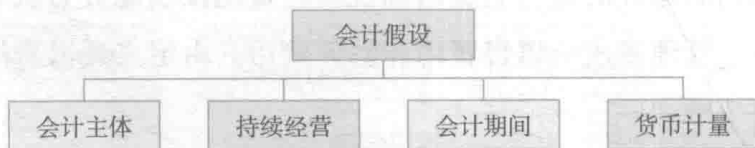


图1-9 会计假设的内容

一、会计主体

会计主体是指会计工作服务的特定单位，是企业会计确认、计量和报