



高等学校**应用型特色**规划教材

经管系列

成本会计 理论与实务

Cost Accounting

主 编 冯 浩

赠 送
电子课件

清华大学出版社





高等学校应用型特色规划教材 经管系列

成本会计理论与实务

Cost Accounting

主 编 冯 浩

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是依据教育部关于加速培养高素质应用型人才的精神,针对应用型本科院校和高职高专院校的经济类、管理类专业的教学要求及特点而编写的成本会计方面的教材。本书既重视对基本理论的分析与概括,又注重对成本会计实务的应用操作,能同时满足课堂教学和自学的需要。

本书主要包括:成本核算的基本要求、基本原理、基本程序和基本方法,成本核算的其他方法,作业成本核算方法,成本控制与成本考核,成本报表与成本分析。

本书适用于应用型高等院校的经济类、管理类专业的学生;同时也可作为财经管理工作人员的学习和培训用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

成本会计理论与实务/冯浩主编. —北京:清华大学出版社, 2007.1
(高等学校应用型特色规划教材 经管系列)
ISBN 978-7-302-14237-9

I. 成… II. 冯… III. 成本会计—高等学校—教材 IV. F234.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 145027 号

责任编辑:温 洁 闫光龙

封面设计:陈刘源

版式设计:北京东方人华科技有限公司

责任校对:马素伟 周剑云 李玉萍

责任印制:杜 波

出版发行:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社 总 机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印 装 者:清华大学印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:21 字 数:455 千字

版 次:2007 年 1 月第 1 版 印 次:2007 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:29.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:022722-01



读者回执卡

欢迎您立即填写回函

您好！感谢您购买本书，请您抽出宝贵的时间填写这份回执卡，并将此页剪下寄回我公司读者服务部。我们会在以后的工作中充分考虑您的意见和建议，并将您的信息加入公司的客户档案中，以便向您提供全程的一体化服务。您享有的权益：

- ★ 免费获得我公司的新书资料；
- ★ 免费参加我公司组织的技术交流会及讲座；
- ★ 寻求解答阅读中遇到的问题；
- ★ 可参加不定期的促销活动，免费获取赠品；

读者基本资料

姓 名 _____ 性 别 ☐男 ☐女 年 龄 _____
 电 话 _____ 职 业 _____ 文化程度 _____
 E-mail _____ 邮 编 _____
 通讯地址 _____

请在您认可处打√ (6至10题可多选)

- 您购买的图书名称是什么：_____
- 您在何处购买的此书：_____
- 您对电脑的掌握程度：

☐ 不懂	☐ 基本掌握	☐ 熟练应用	☐ 精通某一领域
-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------	---------------------------------
- 您学习此书的主要目的是：

☐ 工作需要	☐ 个人爱好	☐ 获得证书	
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	--
- 您希望通过学习达到何种程度：

☐ 基本掌握	☐ 熟练应用	☐ 专业水平	
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	--
- 您想学习的其他电脑知识有：

☐ 电脑入门	☐ 操作系统	☐ 办公软件	☐ 多媒体设计
☐ 编程知识	☐ 图像设计	☐ 网页设计	☐ 互联网知识
- 影响您购买图书的因素：

☐ 书名	☐ 作者	☐ 出版机构	☐ 印刷、装帧质量
☐ 内容简介	☐ 网络宣传	☐ 图书定价	☐ 书店宣传
☐ 封面、插图及版式	☐ 知名作家（学者）的推荐或书评	☐ 其他	
- 您比较喜欢哪些形式的学习方式：

☐ 看图书	☐ 上网学习	☐ 用教学光盘	☐ 参加培训班
------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------
- 您可以接受的图书的价格是：

☐ 20元以内	☐ 30元以内	☐ 50元以内	☐ 100元以内
--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------
- 您从何处获知本公司产品信息：

☐ 报纸、杂志	☐ 广播、电视	☐ 同事或朋友推荐	☐ 网站
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------------	-----------------------------
- 您对本书的满意度：

☐ 很满意	☐ 较满意	☐ 一般	☐ 不满意
------------------------------	------------------------------	-----------------------------	------------------------------
- 您对我们的建议：_____

请剪下本页填写清楚，放入信封寄回，谢谢！

1 0 0 0 8 4

北京100084—157信箱

读者服务部

收

贴 邮
票 处

邮政编码：□□□□□□

出版说明

应用型人才是指能够将专业知识和技能应用于所从事的专业岗位的一种专门人才。应用型人才的本质特征是具有专业基本知识和基本技能,即具有明确的职业性、实用性、实践性和高层次性。加强应用型人才的培养,是“十一五”时期我国教育发展与改革的重要目标,也是协调高等教育规模速度与市场人才需求关系的重要途径。

教育部要求今后需要有相当数量的高校应致力于培养应用型人才,以满足市场对应用型人才需求量的不断增加。为了培养高素质应用型人才,必须建立完善的教学计划和高水平的课程体系。在教育部有关精神的指导下,我们组织全国高校的专家教授,努力探求更为合理有效的应用型人才培养方案,并结合我国当前的实际情况,编写了这套《清华版高等院校应用型特色规划教材》丛书。

为使教材的编写真正切合应用型人才的培养目标,我社的策划编辑在全国范围内走访了大量高等学校,拜访了众多院校主管教学的领导,以及教学一线的系主任和教师,掌握了各地区各学校所设专业的培养目标和办学特色,并广泛、深入地与用人单位进行交流,明确了用人单位的真正需求。这些工作为本套丛书的准确定位、合理选材、突出特色奠定了坚实的基础。

◆ 教材定位

- 以就业为导向。在应用型人才培养过程中,应充分考虑市场需求,因此本套丛书充分体现“就业导向”的基本思路。
- 符合本学科的课程设置要求。以高等教育的培养目标为依据,注重教材的科学性、实用性和通用性。
- 定位明确。准确定位教材在人才培养过程中的地位和作用,正确处理教材的读者层次关系,面向就业,突出应用。
- 合理选材、编排得当。妥善处理传统内容与现代内容的关系,大力补充新知识、新技术、新工艺和新成果。根据本学科的教学基本要求和教学大纲的要求,制定编写大纲(编写原则、编写特色、编写内容、编写体例等),突出重点、难点。
- 建设“立体化”的精品教材体系。提倡教材与电子教案、学习指导、习题解答、课程设计、毕业设计等辅助教学资料配套出版。

◆ 丛书特色

- 围绕应用讲理论，突出实践教学环节及特点，包含丰富的案例，并对案例作详细解析，强调实用性和可操作性。
- 涉猎最新的理论成果和实务案例，充分反映岗位要求，真正体现以就业为导向的培养目标。
- 国际化与中国特色相结合，符合高等教育日趋国际化的发展趋势，部分教材采用双语形式。
- 教材在结构的布局、内容重点的选取、案例习题的设计等方面符合教改目标和教学大纲的要求，把教师的备课、授课、辅导答疑等教学环节有机地结合起来。

◆ 读者定位

本系列教材主要面向普通高等院校和高等职业技术学院，适合应用型人才培养的本科和高职高专的教学需要。

◆ 关于作者

丛书编委特聘请执教多年且有较高学术造诣和实践经验的教授参与各册的编写，其中相当一部分课程的主要执笔者是精品课程的负责人，本丛书凝聚了他们多年的教学经验和心血。

◆ 互动交流

本丛书的编写及出版过程，贯穿了清华大学出版社一贯严谨、务实、科学的作风。伴随我国教育的不断深入，要编写出满足新形势下教学需求的教材，还需要我们不断地努力、探索和实践。我们真诚希望使用本丛书的教师、学生和读者朋友提出宝贵的意见或建议，使之更臻成熟。联系信箱：E-mail: yyxts2006@163.com。

清华大学出版社

前 言

本书是根据清华版《高等学校应用型特色规划教材 经管系列》的编写要求,由湖北大学组织编写的,作为普通高等学校财经类专业教材。

成本会计是以成本为对象的一种专业会计,是一门应用性的微观经济管理课程。它阐述了成本会计的基本理论和基本方法。任何一个企业的成功,小到社区的便利商店,大到跨国公司,都离不开成本会计。成本会计不仅能够提供产品、服务和客户等方面的成本信息,而且能够为管理者计划、控制和决策提供信息。在市场竞争日益加剧的情况下,成本会计不再局限于确定存货成本,企业需要更加精确、更加相关的成本信息以整合产品的开发、生产、营销和售后服务,成本会计正扮演新的角色。

本书根据2006年2月15日我国颁布的39项企业会计准则和48项注册会计师审计准则,按照实用性、通用性、国际化、前瞻性的原则,从理论与实践的结合上,总结和反映我国成本会计工作的经验与普通高等学校成本会计教育教学改革的实践经验,以工业企业为例来阐述企业成本核算与成本控制的基本理论和基本方法,具有较强的理论性、实践性和可操作性,本书在有关章节中安排了精选的案例分析,以突出实用性和可操作性。本书在内容上既有效地避免了与有关课程内容的重复和脱节问题,又注意保持了本教材体系的合理性和完整性,并有机地将学历教育和社会实践技能融为一体。

另外,本书配有电子课件,以适应多媒体教学的需要。下载地址:

www.tup.com.cn。

本书由湖北大学冯浩教授担任主编,负责拟定全书提纲并对全书进行了修改和总纂。全书编写人员如下:冯浩(第一、二、三、五章)、张娇(第四章)、王红玲(第六章)、储杰(第七章)、玄立平(第八章)。

本书适用于高等院校的经济类、财务管理类专业的师生;同时也可作为财经管理工作人员的学习和培训用书。

在本书的编写过程中,编者查阅、借鉴了大量文献资料,并得到有关部门和专家、学

者的大力支持，在此一并表示诚挚的谢意。同时还要感谢清华大学出版社的温洁等有关编辑对本书出版给予的帮助。

限于我们的水平及教材的时效性，书中难免有不妥、疏漏或有待完善之处，敬请各位读者包涵谅解、不吝赐教。

编 者

目 录

第一章 总论	1
第一节 成本的意义.....	1
一、成本的概念.....	1
二、生产费用的分类.....	3
三、成本的作用.....	6
第二节 成本会计的涵义和内容.....	8
一、成本会计的涵义.....	8
二、成本会计的具体内容.....	9
第三节 成本会计工作的组织.....	11
一、成本会计机构.....	11
二、成本会计的工作制度.....	12
三、成本会计的基础工作.....	14
案例分析.....	15
复习思考题.....	15
第二章 成本核算的基本要求 和基本程序	19
第一节 成本核算的基本要求.....	19
一、正确划分生产经营费用和 非生产经营费用的界限.....	19
二、正确划分产品生产费用与 期间费用的界限.....	20
三、正确划分本月(期)费用与非 本月(期)费用的界限.....	20
四、正确划分各种产品的 费用界限.....	21
五、正确划分完工产品与月(期)末 在产品的费用界限.....	21
第二节 成本核算的基本程序.....	22
一、确定成本核算对象.....	22
二、按成本项目汇集生产费用, 并在各成本核算对象之间 进行横向分配.....	25
三、生产费用在完工产品和期末 在产品之间进行纵向分配.....	26
第三节 产品成本核算方法的确定.....	26
一、成本核算对象与成本 核算方法.....	26
二、产品成本核算的三种 基本方法.....	27
三、产品成本核算的其他方法.....	28
四、产品成本核算方法的应用.....	28
案例分析.....	30
复习思考题.....	32
第三章 成本核算的基本原理	35
第一节 生产费用的总分类核算.....	35
一、生产费用核算的账户设置.....	35
二、生产费用总分类核算的程序.....	39
第二节 直接材料费用的汇集和分配.....	41
一、直接材料费用的汇集.....	41
二、直接材料费用的分配.....	43

案例分析	50	案例分析	152
第三节 直接人工费用的汇集		第三节 成本核算的分步法	158
和分配	51	一、成本核算的分步法概述	158
一、直接人工费用的汇集	51	二、逐步结转分步法举例	163
二、直接人工费用的分配	55	三、平行结转分步法举例	182
案例分析	57	案例分析	187
第四节 辅助生产费用的汇集和分配	58	复习思考题	189
一、辅助生产费用的汇集	58	第五章 成本核算的其他方法	203
二、辅助生产费用分配(成本结转)		第一节 成本核算的分类法	203
的特点	60	一、分类法的涵义和适用范围	203
三、辅助生产费用分配的方法	62	二、分类法的特点	204
案例分析	70	三、分类法成本计算程序	205
第五节 制造费用的汇集和分配	74	四、分类法成本核算举例	205
一、制造费用的汇集	74	案例分析	208
二、制造费用的分配	79	第二节 成本核算的定额法	212
案例分析	86	一、定额法的涵义	212
第六节 损失性费用的汇集和分配	88	二、定额法的特点	213
一、废品损失的汇集和分配	88	三、定额法的计算程序	214
二、停工损失的汇集和分配	93	四、定额成本及差异的计算	214
第七节 生产费用在完工产品和		五、定额法应用举例	220
期末在产品之间的分配	96	案例分析	223
一、在产品数量的核算	96	第三节 联产品、副产品、等级品	
二、在产品成本的计算方法	99	的成本核算	224
复习思考题	111	一、联产品的成本核算	224
第四章 成本核算的基本方法	129	二、副产品成本计算	227
第一节 成本核算的品种法	129	三、等级产品的成本计算	229
一、成本核算的品种法概述	129	案例分析	230
二、品种法举例	131	复习思考题	232
案例分析	141	第六章 作业成本核算方法	238
第二节 成本核算的分批法	143	第一节 作业成本核算概述	238
一、成本核算的分批法概述	143	一、作业成本核算方法的产生	238
二、分批法举例	144		



二、作业成本核算方法的	
基本概念	241
三、作业成本核算方法的二维	
成本计算观	244
四、作业成本计算与传统成本	
计算的区别	245
第二节 作业成本核算方法的程序	246
一、确认和计量各种资源耗费，	
将资源耗费价值汇集到	
各资源库	247
二、确认企业的主要作业	247
三、确认各项作业的成本动因	249
四、建立作业中心，形成作业	
成本库	250
五、计算作业成本分配率	251
六、根据产品对作业的消耗，	
汇集计算产品成本	252
第三节 作业成本核算方法与传统成本	
核算方法的比较	253
一、产品成本计算过程的比较	253
二、产品成本计算结果的比较	
与分析	255
三、对作业成本核算方法	
的评价	256
案例分析	257
复习思考题	261

第七章 成本控制与成本考核	263
第一节 成本控制	263
一、成本控制的内涵	263
二、成本控制的原则和程序	264
三、标准成本控制	265
第二节 成本考核	272
一、成本考核的意义	272
二、责任成本	272
三、责任中心与责任成本的计算	273
四、责任报告与业绩考核	279
案例分析	280
复习思考题	285
第八章 成本报表与成本分析	293
第一节 成本报表	293
一、成本报表及其特点	294
二、设置和编制成本报表的要求	294
三、成本报表的种类	295
四、成本报表的编制方法	296
第二节 成本分析	297
一、成本分析的一般方法	297
二、商品产品成本的分析	302
三、主要产品单位成本的分析	307
四、制造费用的分析	312
案例分析	313
复习思考题	317
参考文献	324



第一章

总 论

学习目标:

本章要求理解和掌握成本的概念,掌握费用的分类,了解成本的作用;掌握成本会计的涵义和内容,了解成本会计工作的组织,了解成本会计法规和基础工作制度。本章重点是成本的概念、生产费用的分类和成本会计的内容;难点是生产费用的分类。

关键概念:

费用 理论成本 实际成本 期间费用 制造费用 直接成本 间接成本 变动成本 固定成本

第一节 成本的意义

一、成本的概念

成本是商品生产发展到一定阶段的产物。它是商品生产过程中所耗费或支出的部分活劳动和物化劳动的货币表现。成本这种耗费或支出是相对于“主体”而言的,它必须明确是属于谁的耗费或支出,因此,成本是对象化了的费用或取得资源的代价。

在资本主义之前,小商品生产者为了维持再生产,也要考虑物化劳动消耗的补偿,但对于活劳动的消耗并不十分注意,他们经常把个人消耗压到身体最低限度的需要来维持简单再生产,所以缺乏明确的、完整的成本概念。商品生产发展到一定阶段后,成本概念才逐步完整起来。

马克思科学地分析了资本主义商品生产后指出:商品成本是由物化劳动和活劳动中必要劳动的价值组成的。他说:“按照资本主义方式生产的每一个商品 W 的价值,用公式表示是 $W=C+V+m$ 。如果我们从这个产品价值中减去剩余价值 m ,那么,在商品中剩下的,只是一个在生产要素上耗费的资本价值 $C+V$ 的等价物或补偿价值。商品价值的这个部分,即补偿所消耗的生产资料价格和所使用的劳动力价格的部分,只是补偿商品使资本家自身

耗费的东西，所以对资本家来说，这就是商品的成本价格。”^①马克思的这段话包括两层含义：第一，从耗费角度指明了成本的经济内容是 $C+V$ ，并且进一步指出由于 $C+V$ 的价值无法计量，因此人们能够计量和把握的成本，实际上是成本的价格；第二，从补偿角度，指明了成本是补偿商品使资本家自身耗费的东西，实际上是说明了成本对于再生产的作用。成本是企业维持简单再生产的补偿尺度，如果成本不能全部得到补偿，则企业简单再生产就无法进行。马克思对于成本的考察，既看到耗费，又重视补偿，这是对成本概念完整的理解。在资本主义商品生产条件下，耗费和补偿是对立统一的，任何耗费都是个别生产者的事，而补偿则是社会的过程。生产中耗费要求补偿和流通中能否补偿是两码事。这就迫使资本家不得不重视成本，努力加强管理，力求以较少的耗费来寻求补偿，并获取尽可能多的利润。

在任何社会制度下，生产商品都要耗费一定数量的劳动，生产某种商品所需要耗费的社会劳动，就叫社会生产费用，它构成这种商品的价值。社会生产费用在各种社会制度下都客观存在，但社会主义社会的社会生产费用同其他社会形态的社会生产费用在作用上是不同的，因为只有社会主义社会才会存在以整个社会为主体的这样一种生产关系，社会生产费用才成为研究商品生产成本的根本出发点。社会主义国有企业在研究成本问题时，首先不能忘记社会利益。但同时，它又是自主经营、自负盈亏的商品生产者和经营者，因此，它不可能不考虑本企业成本的耗费和补偿，企业要在不违背社会整体利益的前提下，努力降低成本，提高经济效益，使国有资产得以持续增值。

在社会主义市场经济条件下，商品的价值、价格和成本的关系如图 1-1 所示。

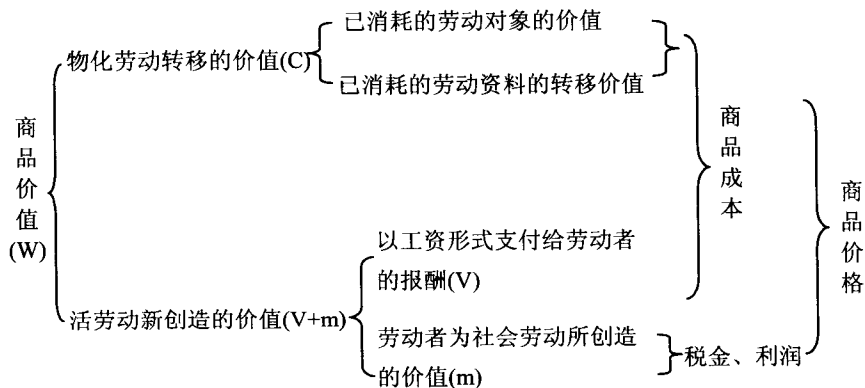


图 1-1 商品价值、价格、成本关系图

① 马克思《资本论》第三卷，第 30 页，人民出版社，1976 年 6 月版

图 1-1 中,应注意以下几点。

(1) 商品价值决定于生产该种商品耗费的社会必要劳动量,而商品成本则决定于生产该种商品的个别劳动耗费。如果个别企业产品耗费的劳动时间,小于社会必要劳动时间,那么,企业利润就会增加。反之,则企业的利润就会减少。

(2) 已消耗的劳动对象价值、已消耗的劳动资料的转移价值和以工资形式支付给劳动者的报酬都是按照一定的价值标准计算的,它们只是相对地反映了劳动对象耗费的价值、劳动资料转移的价值和必要劳动所创造的价值。

(3) 劳动者为社会劳动所创造的价值在难以直接计量的条件下,它是根据商品价格与商品成本的差额来确定的。

在实际工作中,为了促使企业厉行节约,减少生产损失,加强企业的经济责任,对于一些并不形成商品价值的损失性支出(如工业企业的废品损失、停工损失等),也列入商品成本之内。此外,企业为销售产品而发生的销售费用,为组织和管理生产经营活动而发生的管理费用,以及为筹集生产经营资金而发生的财务费用,由于大多数情况下是按时期发生,难以按产品汇集,为了简化成本核算工作,都作为期间费用处理。因此,实际工作中的商品成本,是指商品的生产成本,也称制造成本,而不是指商品所耗费的全部成本。这说明,商品成本的实际内容,一方面要反映成本的客观经济内容,另一方面又要体现国家方针政策和企业成本管理的要求。也就是说理论成本和实际成本并不完全一致。

为了统一成本所包含的内容,使各企业列入成本的各种支出项目和内容保持一致,便于进行成本评比、分析,限制企业的成本开支权限,挖掘降低成本的潜力,防止乱挤乱摊成本,避免分散资金,保证国家能够集中必要的资金,正确计算利润和交纳税金,国家统一会计制度具体规定了企业的成本开支范围,并作为成本管理的依据。当然,根据不同时期经济管理要求的不同,国家规定的成本开支范围也会适当地调整。

总之,社会主义市场经济体制下成本的内涵和外延都在发展之中。它为开展成本研究,提高经济效益,开辟了崭新的途径。

二、生产费用的分类

为了正确计算产品成本,客观地考核和分析生产费用的发生情况,生产费用可以按以下标准分类。

(一)按费用要素(费用的经济内容)分类

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。费用要素是指生产费用的构成要素,也就是生产经营费用按其

经济内容进行的分类。工业生产的生产经营费用按其经济内容可以分为 10 个费用要素,如图 1-2 所示。

生 产 经 营 费 用	外购材料	指企业为进行生产经营活动而耗费的一切由外部购入的原料及主要材料、半成品、辅助材料、包装物、修理用备件和低值易耗品等
	外购燃料	指企业为进行生产经营活动而耗用的一切由外部购入的各种燃料
	外购动力	指企业为进行生产经营活动而耗用的一切由外部购入的各种动力
	应付职工薪酬	指企业为进行生产经营活动而发生的职工工资和根据规定按工资总额一定比例计提的应付职工福利费
	折旧费	指企业按照规定方法计提的固定资产折旧费用
	修理费	指企业为修理固定资产而发生的修理费用
	利息支出	指企业为借入生产经营资金而发生的利息支出(扣除利息收入)
	税金	指企业发生的应交房产税、车船使用税、土地使用税和印花税等
	其他支出	指不属于以上各要素的费用支出,如邮电费、差旅费、租赁费、外部加工费、保险费等

图 1-2 按费用要素分类图

各种生产经营费用,按照经济内容的要素加以反映,便于考察生产经营费用中物化劳动消耗和活劳动消耗情况,揭示企业发生了哪些费用开支,从而为企业计算工业增加值指标提供依据。但却不能反映生产经营费用的用途和发生地点,不能确定费用支出和各种产品之间的关系,不便于分析成本升降的原因以及费用支出是否节约、是否合理。因此,还必须按其用途加以归类。

(二) 按费用用途分类

费用按其经济用途分类,首先应分为生产经营管理费用和非生产经营管理费用。生产经营管理费用还应分为计入产品成本的生产费用和不计入产品成本的经营管理费用。

计入产品成本的生产费用在生产过程中的用途也各不相同,有的直接用于产品生产,有的间接用于产品生产。为了具体地反映计入产品成本的生产费用的各种用途,还应进一步划分为若干个项目,即产品生产成本项目,简称成本项目(见图 1-3)。

上述按生产经营费用的用途加以归类反映,可以划清产品制造成本和期间费用的界限;企业按照其生产的特点和成本管理的要求设置成本项目,可以反映成本结构,考核各项消耗定额、费用标准、费用预算、成本计划的执行情况,分析费用支出是否节约合理,便于企业采取有效措施,挖掘降低成本的潜力。

成本的经济内容,按用途加以归类反映,是会计核算配比原则的要求。按配比原则要求,与销售收入相配比的生产经营费用,区分为产品制造成本和期间费用。列入当期损益

的产品制造成本，只能是当期实现销售收入即销售了的产品制造成本；列入当期损益的期间费用，只能是当期发生的全部期间费用。前者，符合直接配比原则；后者，符合期间(或间接)配比原则。

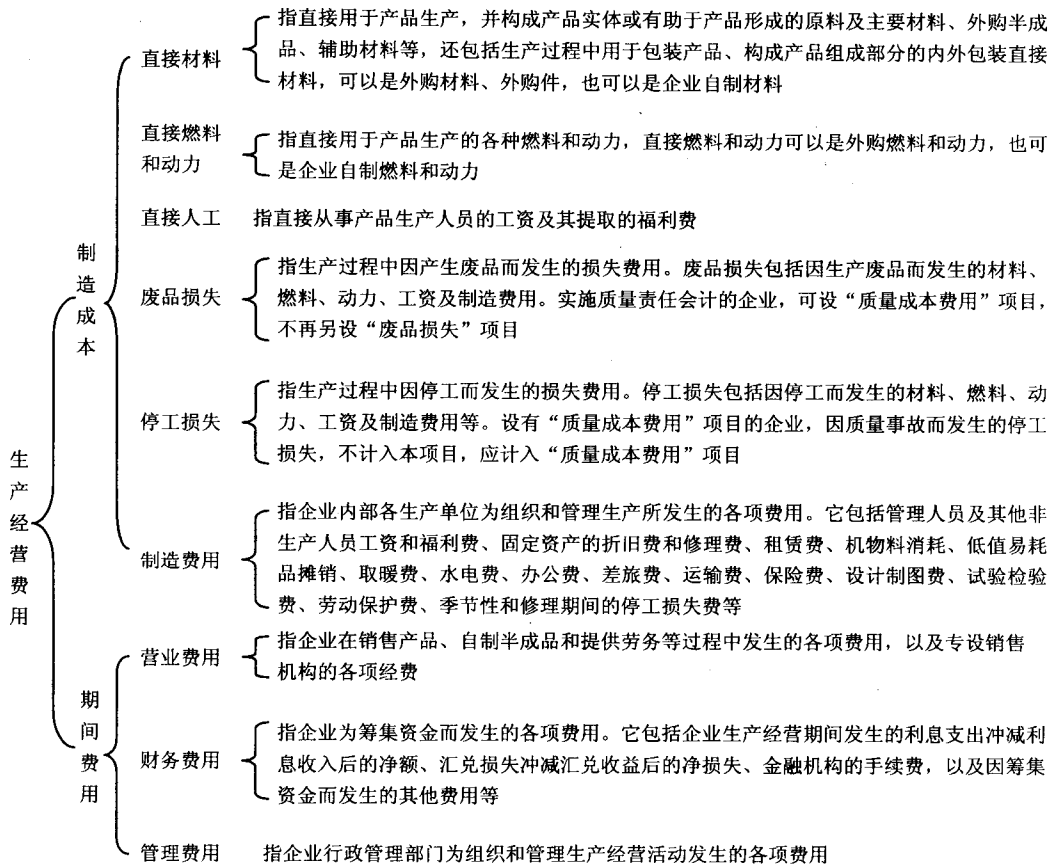


图 1-3 按费用用途分类图

(三) 费用的其他分类方法

1. 生产经营费用按照计入产品成本的方法分类

按照计入产品成本的方法划分，生产经营费用可以分为直接计入费用和间接计入费用。

直接计入费用是指为生产某种产品而发生的费用，在计算产品成本时，可根据费用发生的原始凭证直接计入该种产品成本，如直接用于某种产品生产的原材料、生产工人的计

件工资等,就可以根据领料单和有关工资凭证直接计入该种产品成本。间接计入费用是指几种产品共同发生的费用,这种费用无法根据费用发生的原始凭证直接计入各种产品成本,需要采用适当的方法在几种产品之间进行分配。

将生产经营费用划分为直接计入费用和间接计入费用,对于正确计算产品成本有重要作用。凡是直接计入费用必须根据费用的原始凭证直接计入产品成本,间接计入费用要选择合理的分配方法分配计入产品成本。分配方法选择是否妥当,直接影响成本核算的正确性,这是成本核算中的一个重要问题。

2. 生产经营费用按照与产品产量的关系分类

生产经营费用按照与产品产量的关系可分为变动费用和固定费用两种。

变动费用是指费用总额随着产品产量(或业务量)的变动而成正比例变动的费用。若就单位产品成本而言,则是固定的,无论产量(或业务量)如何变动,每一单位产品应包含的这类费用不变。如原材料及主要材料费用、生产工人计件工资等。

固定费用是指在一定产量(或业务量)范围内,费用总额不随产品产量(或业务量)的变动而变动的相对固定的费用。若就单位产品成本而言,这一类费用则是变动的,随着产量(或业务量)的增加,每一单位产品应负担的费用数额将随之减少。

区分固定费用与变动费用,是为了研究费用与产量的依存关系,寻找降低成本的途径。

3. 按费用与生产工艺的关系分类

按费用与生产工艺的关系,生产经营费用可以分为基本费用与一般费用。

基本费用是指由于生产工艺本身引起的各种费用,如工艺技术过程用原材料、辅助材料、燃料和动力、生产工人工资及提取的福利等。

一般费用是企业内部各生产单位为组织和管理生产所发生的各项费用。

划分基本费用与一般费用,有助于考察和分析企业的管理水平。管理水平越高,产品成本中一般费用比重越低。

三、成本的作用

(一) 成本是企业补偿生产耗费的尺度

成本是以货币形式对生产耗费进行计量,并为企业的简单再生产提出资金补偿的标准。企业只有按照这个标准补偿了生产中的资金耗费,企业的简单再生产才能顺利进行,否则,企业就无法保持原有的生产规模。同时补偿份额的大小对企业以及整个社会都有重要的现实意义。在价格不变的情况下,成本越低,企业的纯收入就越多,企业为自身发展及