



Series in Accounting of Beijing Technology & Business University
北京工商大学会计系列教材

成本会计学

第**3**版

陈 轲 / 主编

Cost
Accounting



经济科学出版社
Economic Science Press

北京工商大学会计学院教材

成本会计学

第3版

王世定 主编

Cost Accounting



北京工商大学
Beijing Institute of Business University



Series in Accounting of Beijing Technology & Business University
北京工商大学会计系列教材

成本会计学

第3版

陈 轲 / 主编

Cost
Accounting



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

成本会计学 / 陈轲主编. —北京: 经济科学出版社,
2007. 3

(北京工商大学会计系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6108 - 4

I. 成... II. 陈... 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 (2007) 第 016163 号

责任编辑: 杨 静

责任校对: 王肖楠

版式设计: 代小卫

技术编辑: 邱 天

成本会计学

(第 3 版)

陈 轲 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100036

总编室电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京欣舒印务有限公司印刷

河北三河海跃装订厂装订

787 × 1092 16 开 18.5 印张 380000 字

2007 年 3 月第三版 2007 年 3 月第一次印刷

印数: 0001—5000 册

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6108 - 4/F · 5369 定价: 31.20 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

总 序

历史在发展，社会在进步，北京工商大学会计系列教材也在不断完善。1998年是第一版，2002年是第二版，现在，呈现给读者的是第三版，以后会有第四版、第五版……

第二版教材的启用至今已有四年时间。四年，我们见证了中国经济与世界经济发展及融合的过程，目睹了中国会计与国际惯例接轨的历程；四年，我们的会计学院也在逐步发展、不断进步，取得了丰硕的教学与科研成果。

回顾过去的四年，我们深深地感到，教学内容与教学手段是互为一体、相得益彰的，而教材则是二者的连接纽带。教材建设是优化教学内容、完善教学手段的重要工作和途径。正是基于这种考虑，我们在第一版教材使用四年后出版了第二版，当第二版使用至第二年时，我们即着手第三版的修订工作。这期间我们了解到，国家对企业会计准则和独立审计准则将进行重大改革，这种改革对教材内容与结构的影响是至关重要的。所以，直到2006年我国企业会计准则和中国注册会计师审计准则体系出台后，第三版的修订工作才真正有了实质性进展。看似工作推延了，实为重质量与实效之举。

比较而言，第三版在不失第二版优点的基础上，更突出了以下特点：

一是应用性。会计是一门应用性与操作性很强的学科，专业培养目标的关键点之一就是注重学生的实际操作与应用能力的培养和锻炼。我们的第三版教材强调在分析与探讨有关概念和理论问题时紧密结合实践，在介绍和阐述有关程序与方法时注重通过例题演示其实际运用过程与结果。这版教材还新增了“相关案例”要素。这一要素旨在通过介绍

现实中经典案例的内容与过程，强化学生对有关方法与技能的熟悉、掌握和运用。

二是综合性。会计学科是一个完整的体系，其教材建设应考虑各部分之间的内在逻辑关系。对于第三版教材我们更加强调会计学原理的基础作用、中级财务会计与高级财务会计的层层递进关系以及成本会计与管理会计的相互衔接，对于企业财务管理、财务报表分析、审计学和会计信息系统等，则更注重其与其他内容的渗透。就单个教材而言，我们要求首先在开篇搭建其整体框架、梳理各章节知识与内容间的逻辑关系，各章节注意有关知识和内容的相互衔接。另外，新增了“综合案例分析与讨论”要素，在这一要素中，要求学生根据所给定的案例背景、过程与结果思考特定问题。这些案例及其所反映出的问题都具有综合性。

三是启发性。强调启发性在课堂教学中是至关重要的，但首先要有具备启发性的教材。第三版教材的启发性主要体现在：对于篇章结构和具体内容杜绝平铺直叙，注重层层引导、循循善诱；对于有关概念和理论知识，既介绍主流学派，也分析不同观点，并给学生以思考和讨论问题的空间；对于重点和难点问题多着笔墨，并勾勒出理解与掌握的思维路径。另外，新增了“小组讨论”要素，在这一要素中，从素材描述到问题设计、从讨论过程组织到讨论结果点评，都注意调动学生的参与意识，强调教师的引导作用。

四是时代性。对会计系列教材的不断修订，其主旨就是时代性的不懈追求。第三版教材是基于我国 2006 年企业会计准则和中国注册会计师审计准则体系而编写的，在实务上具有时代性；我们注重吸纳会计学科研究的新思路、新观点与新成果，在理论上具有时代性；我们注意教材形式与内容的协调统一，强调教材所应体现的教学规律，在方法上具有时代性。另外，新增了“国际视野”要素，在这一要素中，我们筛选出能反映本学科最前沿的知识、方法、规则与章程等，以拓展学生学习知识、认知理念、分析问题与解决矛盾的视角与视野。

追求自有乐趣，探索定有成果。我们作为会计教学与研究工作者，能赶上这个令人激动的“会计年代”，惟有不懈追求与探索，别无选择。这版教材是我们追求与探索的劳动结晶之一。正像我们在第二版总序中所言，我们将以此套教材的出版作为一个新的起点，一如既往地坚持我们对会计教学和研究的追求与探索！

前 言

本书是在北京工商大学会计学院会计系列教材《成本会计学》(第二版)的基础上,结合国家新的会计准则、近几年教学和科研的成果以及成本会计工作的实践经验,经编写组的反复讨论修改后编写而成的。与第二版成本会计学教材相比,本书的特点是:

第一,为了避免与管理会计教材的内容有交叉,本书主要阐述产品成本核算的基本理论、成本核算的主要方法、成本报表的编制和分析方法,删除了成本计划与控制等内容。

第二,注重体现国家新的会计准则对成本核算的要求,将新的企业会计准则《存货》、《职工薪酬》中有关成本确认与计量的相关内容及时编写进来,兼顾了成本核算的理论性与政策性,尽量做到内容新颖。

第三,以制造企业的成本核算方法为主,同时介绍了施工企业、房地产开发企业、商品流通企业等其他行业的成本核算方法,提高了本教材的通用性。

第四,考虑到成本核算提供的信息不仅要满足财务会计的需要,也要为管理会计服务,增加了变动成本核算方法,使本书的核算内容体系相对完整。

第五,为了顺应教材编写体例国际化的需要,在每章尽量安排相关案例、国际视野、小组讨论等内容,并在章后列出了关键词汇,以有助于学生更好地理解 and 掌握各章的要点和重点,深入学习和思考。

本书由陈轲副教授担任主编,负责组织拟定提纲和对全书进行总纂。参加本书编写的人员均为我校成本会计学课程的主讲教师。第1、9、10章由陈轲副教授编写;第2、6、8章由支春红讲师编写;第3、4章由王简副教授编写;第5章由王仲兵副教授编写;第7章由陈凌云讲师编写。

本书的编写还得到了杨有红教授、赵宝卿教授和欧阳爱平教授的指导、帮助和支持,在此深表谢意。同时,对于书中可能出现的疏忽与不妥之处,恳请读者予以批评指正。

作 者

2006年12月

目 录

1	第 1 章 总论
2	第一节 成本及其分类
7	第二节 成本会计的目标
11	第三节 成本会计的内容与工作组织
18	第四节 本书的逻辑结构与章节安排
23	第 2 章 产品成本核算的程序
24	第一节 产品成本核算的基本要求
27	第二节 生产经营费用要素与产品成本项目
30	第三节 产品成本核算的程序
34	第四节 生产特点和管理要求对成本核算的影响
39	第 3 章 生产费用的核算
40	第一节 直接材料的核算
46	第二节 直接人工的核算
62	第三节 辅助生产费用的核算
75	第四节 制造费用的核算
84	第五节 生产损失的核算
93	第 4 章 完工产品成本的核算
94	第一节 完工产品与在产品的划分
97	第二节 生产费用在完工产品与在产品之间的分配
104	第三节 完工产品成本的核算

111	第5章 产品成本核算的方法
112	第一节 产品成本核算的品种法
130	第二节 产品成本核算的分批法
141	第三节 产品成本核算的分步法
157	第6章 其他主要行业成本核算
158	第一节 施工企业成本核算
174	第二节 房地产开发企业成本核算
181	第三节 商品流通企业成本核算
191	第7章 定额成本与标准成本核算
192	第一节 定额成本核算
204	第二节 标准成本核算
221	第8章 变动成本核算
222	第一节 变动成本法与完全成本法的区别
231	第二节 变动成本法的优缺点及应用
237	第9章 作业成本核算方法
238	第一节 作业成本核算概述
244	第二节 作业成本核算的程序
251	第三节 作业成本核算方法与传统成本核算方法的比较
257	第10章 成本报表和分析
258	第一节 成本报表的种类和编制方法
266	第二节 成本报表分析的意义和方法
270	第三节 成本计划完成情况分析
273	第四节 主要产品单位成本变动情况分析
278	第五节 成本竞争优势分析

第 1 章

总 论

学习提要与目标

本章从成本的含义出发，主要阐述了成本、产品成本和成本会计的基本概念，指出了成本信息在企业管理中的重要作用，明确了成本会计的目标，讨论了成本会计与财务会计、管理会计之间的关系，并以此为基础，界定了成本会计工作的内容及其组织。

通过本章学习，应理解并掌握成本和产品成本的实质是什么，成本会计的目标是什么，成本会计的工作内容有哪些，成本会计人员应具备怎样的基本素质。



第一节 成本及其分类

一、成本的含义

成本是经济管理工作中的一个重要概念，也是会计人员应当掌握并能熟练运用的一个会计术语。在现实的企业管理工作中，成本问题是无所不在、无时不有的。对于刚刚接触成本概念的学生来说，要正确理解成本的含义，需要从以下三个方面去认识它。

(一) 日常生活中人们对成本概念的理解

在日常生活中，人们通常将成本理解为一种“花费”或“代价”，也就是利益的放弃或价值的牺牲。比如大家在购买各种生活必需品时，要花费掉一定量的货币，这种花费就是生活必需品的购买成本。再比如，一些企业的管理人员主动放弃休息时间，到知名大学或有关培训机构接受更高层次和水平的继续教育，提高自身的知识技能以适应日益激烈的人才竞争，他为此付出的各种代价也是成本。“有所得必有所失”是人们对成本的一种朴素理解，即人们为了实现一定的目的，就必然会出现利益的放弃或价值的牺牲。同时还可以看出，日常生活中人们使用的成本概念主要是指可以用货币量化的各种支出，但也包括一些不能用货币量化的代价。

(二) 经济学对成本的解释

1. 西方经济学中的成本概念

西方经济学站在生产企业的角度，指出生产成本是企业对所购买的生产要素的货币支出。但同时又说明仅仅从货币支出的层面来界定成本概念是不够的，为此西方经济学家提出了机会成本、明显成本和隐含成本三个成本概念。机会成本是指生产单位某种商品的同时，生产者所放弃的使用相同的生产要素在其他生产用途中所能得到的最高回报。明显成本是指生产者在生产要素市场上购买或租用所需要的生产要素的实际支出。隐含成本是指生产者自己所拥有的且被用于该企业生产过程的那些生产要素的总价格。如果从机会成本的角度看，明显成本所指这些支出的价格必须等于这些相同的生产要素使用在其他最好用途时所能得到的收入，否则生产者就购买不到；隐含成本也必须从机会成本的角度按照企业自有生产要素在其他最佳用途中所能得到的收入来支付，否则就会转出，去获得更高的报酬。可以看出，西方经济学是从经济资源的稀缺性这一前提来理解成本的，企业生产成本是明显成本和隐含成本之和。

2. 政治经济学中成本概念

在政治经济学中，成本属于价值范畴的一个概念。根据马克思的成本价格理论，商品价值(W) = 物化劳动价值(C) + 活劳动价值(V) + 剩余价值(M)，所以成本是一个在生产要素上耗费掉的资本价值 C + V 的等价物或补偿价值，其经济内容包括三个方面：首先是产品生产过程中消耗的劳动对象的转移价值，如材料耗费、燃料耗费、动力耗费等；其次是产品生产过程中劳动资料磨损转移的价值，如机器设备、厂房等固定资产的折旧费，工具、器具等低值易耗品的摊销费；最后是劳动者的社会必要劳动转移的价值，表现为工资及其他工资性支出。上述三个方面的内容也正是产品理论成本的构成。

(三) 会计学的成本观

20世纪80年代中期，我国会计学界根据会计学科管理会计与财务会计的划分，提出了管理成本和财务成本两个相对应的概念。财务成本主要应用于财务会计，而管理成本主要应用于管理会计。

在财务会计中，使用成本概念的目的有两个：一是资产计价，即成本是为取得资产或某种利益发生的资金耗费，如将各种资产的购置支出定义为资产的取得成本。二是将成本同费用区别开来，成本的实质是价值牺牲或利益放弃，主要表现为资金的耗费，目的是为了形成资产。费用是企业在销售商品、提供劳务等日常活动中所发生的经济利益的流出，是需要利润表中与收入进行配比的要素项目。费用也可以理解为是伴随资产的减少，由成本转化而来的。在财务会计中一般只考虑明显成本，这是满足货币计量假设与权责发生制和配比原则的要求。



相关 案例

这批材料的采购成本到底是多少？

大元制造公司外购一批材料，销售方开出的增值税发票表明该批材料的购买价格是100 000元，增值税是17 000元。根据购买合同的约定，大元制造公司负责将材料从购买地运输到本企业后办理款项结算。大元制造公司委托其下属非独立核算的运输中心完成了该批材料的运输工作，并办妥了入库手续，公司随后将购料款连同税金117 000元支付给了销售方。

大元制造公司的会计人员按照发票价格100 000元确定该批材料的采购成本并进行记账，增加存货价值100 000元。但该公司经理却认为会计记账错误，这批材料的采购成本应是买价100 000元与运费之和，需要调增存货价值。

大元制造公司的会计人员立即就此问题向公司的财务顾问进行咨询，财务顾问陷入了沉思……

在管理会计中，管理成本是用于企业内部经营管理的各种成本的总称。由于要借助成本信息进行各种经营决策，管理会计中的成本概念更接近于经济学的理解，既考虑明显成本，也考虑隐含成本。主要包括变动成本、固定成本、机会成本、边际成本、差别成本、沉没成本、责任成本、质量成本等。

在成本会计中，产品成本是它的核心概念，这是由成本会计产生的历史必然性所决定的。从成本的一般含义出发，我们可以将产品成本定义为，产品成本是指企业为了生产一定种类和数量的产品而发生的生产耗费。工业企业要生产产品，就要发生各种生产耗费，如材料消耗、劳动力消耗和设备、厂房的折旧等。工业企业在一定时期内发生的、能够用货币计量的生产耗费，称为生产费用。如果进一步将生产费用归集分配到一定种类和数量的产品中，就成为产品成本。伴随企业经营管理水平的提高，成本概念的内涵在不断地发展变化，出现日益拓展的趋势，成本管理人员更多地强调“不同目的，不同成本”的思维逻辑。例如，为了正确地计算利润和加强产品成本的管理，就需要真实地计算产品成本；为了加强企业内部的成本控制和考核，就需要计算定额成本、标准成本、可控成本和不可控成本；为了进行短期生产经营决策，就需要计算变动成本、固定成本、边际成本、机会成本和差别成本，等等。

通过以上分析，我们可以归纳出这样几个结论：

第一，成本是为达到特定目的所发生的利益放弃或价值牺牲，它能够或应该能够用货币来加以衡量；

第二，成本是一个资产计价概念，不同于费用；

第三，产品成本是成本会计的核心概念；

第四，为了满足经营管理的实际需要，管理者应使用不同的成本概念。

国际 视野

成本是一个既简单又复杂的概念，有关成本含义的争论由来已久，如源于对成本构成内容的不同认识所形成的成本耗费观和支出观，从成本计算对象方面考虑所形成的产品成本观和目的物成本观等。

美国会计学会在《成本概念与标准》报告中将成本定义为：成本是为了实现一定目的而付出（或可能付出）的用货币测定的价值牺牲。

美国注册会计师委员会在《成本费用与损失》公报中将成本理解为：为得到或将要得到的物资或劳务，而以货币计量其数额所支出的现金、转让的其他财产、发行的股票、可提供的劳务或发生的负债。

二、成本的分类

成本可以按照不同的标准进行分类，以满足企业成本管理的不同需要。

（一）成本按其经济用途的分类

成本按其经济用途划分，可以分为制造成本和非制造成本。

1. 制造成本

制造成本是指为制造产品或提供劳务而发生的生产耗费，也就是生产成本。

具体包括材料费、人工费和制造费用三大项目。

(1) 材料费。指在生产过程中直接用来构成产品主要部分的各种材料的成本。材料费的重要特征是, 这些材料直接用于产品的生产, 不管在理论上还是在实践上, 该项成本都能直接地归属于某一产品。需要说明的是, 直接材料包括用于生产产品的、范围广泛的实体物资, 而限于基本的天然原料。

(2) 人工费。指在生产过程中直接从事生产的人工成本, 包括生产工人的工资、奖金和各种津贴, 以及按规定比例提取的福利费。人工费的基本特征与材料相同, 即该项成本能直接归属到某一产品。

(3) 制造费用。指在生产过程中, 除材料费、人工费以外所发生的所有生产耗费。制造费用包括的内容复杂, 项目繁多, 可以进一步细分为:

① 间接材料费。指在生产中耗用, 但与某一特定产品无直接联系的材料成本, 如车间耗用的各种物料用品等。

② 间接人工费。指为生产服务而不直接进行产品生产的人工成本。如车间管理人员、清洁人员、维修人员工资等。

③ 其他制造费用。指不属于间接材料费和间接人工费以外的其他各类间接费用。如固定资产折旧费、维修费、保险费, 等等。

随着生产自动化水平的不断提高, 制造费用在产品生产成本总额中所占的比重将不断增大。

2. 非制造成本

非制造成本是指不能直接归属于某一产品成本的费用, 也就是期间成本, 包括销售费用、管理费用和财务费用。该项成本的发生是为生产产品提供必要的条件, 加强对生产经营过程的管理, 与产品生产本身并不直接相关。

(1) 销售费用。销售费用是指企业在销售商品过程中发生的各项费用以及为销售本企业商品而专设的销售机构的经营费用。销售费用可以具体细分为商品自销费用、商品促销费用、销售部门的费用、委托代销费用和商品流通企业的进货费用等。

(2) 管理费用。管理费用是指企业为组织和管理生产经营活动所发生的各种费用, 具体包括: 企业管理部门及职工方面的费用, 如公司经费、职工保险费; 用于企业直接管理之外的费用, 如咨询费、诉讼费、绿化费等; 研究开发和技术转让费等。

(3) 财务费用。财务费用是指企业为筹集生产经营所需资金等融资活动而发生的费用, 如利息支出、汇兑损失以及相关的手续费等。

上述成本的分类, 可以用图 1-1 说明。

(二) 成本按其产品的可归属属性分类

成本按其产品的可归属属性划分, 可以分为直接成本和间接成本两大类。

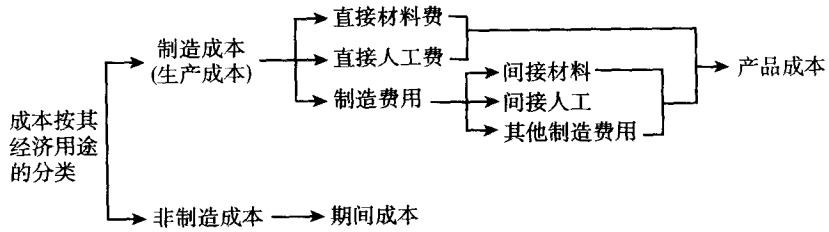


图 1-1 成本按经济用途分类

直接成本通常是指与某一特定产品的生产有直接联系，能够合理地确认成本发生与成本计算对象的明显联系，因而可将有关生产耗费直接计入该产品的成本，如产品的直接材料费、直接人工费等。该类成本又被称为“可追溯成本”。

间接成本则是指与某一特定产品的生产不具有明显的直接联系，不便于或不能合理确定其中有多少是由该种产品所发生的，因而必须先按其发生的地点或用途进行归集，然后再按适当的标准分配到各有关产品的成本，如制造费用的大部分内容。该类成本又被称为“共同成本”。

(三) 成本按可控性进行分类

成本按其可控性进行分类，可以分为可控成本与不可控成本。从理论上说，任何成本都是可以被人们在一定程度上加以控制的，但由于控制主体的责任范围有限，控制手段和控制方法还存在一定的局限，因此从实际工作出发，从特定主体和特定时期来看，成本有可控成本与不可控成本之分。可控成本是在一个会计期间内能合理地计量，而且为控制主体所能控制的，可以用来衡量负责该项成本的管理人员的业绩好坏的成本。与此相反的，就是不可控成本。这里的控制主体，通常就是指企业内部的一个成本“责任中心”。

(四) 成本按其习性分类

成本按其习性分类，就是根据成本总额与业务量（产量或销量）的关系，将成本划分为以下三类：

1. 固定成本

固定成本是指在相关范围内，成本总额与产量变动无关的成本，如厂房的折旧、管理员工资、保险费等。

2. 变动成本

变动成本是指在相关范围内，成本总额与产量变动成正比例关系的成本。如材料费、计件工资等。

3. 混合成本

混合成本是指虽会随着业务量的变动而变动，但不保持正比例关系的成本，

也就是说其兼有固定成本和变动成本两种性质，因此，混合成本又可分为半变动成本和半固定成本。

（五）成本的其他分类

成本除按上述标准进行分类外，还可按其他多种不同标志进行分类，以满足管理上各种的需要。

如按成本与决策的关系，可以将其分为相关成本与非相关成本。简言之，相关成本是与某一决策方案有关的成本；反之，与该决策方案无关的成本即为非相关成本。

如按成本的发生时间，可以将其分为历史成本和预计成本。历史成本是指已经实际发生的成本，是用于反映已发生的支出。预计成本属于未来发生的成本，是在特定条件下合理地预测将在未来某个时期或某几个时期发生的成本。

第二节 成本会计的目标

一、成本信息在企业管理中的作用

成本是企业生产经营过程中所发生的资财耗费，这种耗费在实际的成本会计工作中一般将其等同于资本性支出和收益性支出。成本会计系统通过向管理者及有关方面提供反映这种耗费的信息，来揭示资本性支出和收益性支出的发生数额，从而帮助管理者及有关利益方面更好地进行生产经营决策和管理业绩评价。成本信息在企业管理中的作用是多方面的，就制造业而言，成本信息的作用主要表现在：

（一）成本信息是生产耗费的补偿尺度

企业生产产品是为了销售，并以赢利为目的，因此产品成本必须通过销售收入的实现而得到补偿。生产耗费的直接体现是产品成本，当产品的市场价格一定时，生产耗费能否从销售收入中全部收回，则取决于产品成本这一价值补偿尺度的数额。所以产品成本信息就是衡量生产耗费的补偿尺度。产品成本核算的一般原理与产品成本的各种具体计算方法为成本信息的确认和计量提供了有效手段。当然，企业要想获取赢利，除了补偿产品成本外，还应补偿期间成本。

（二）成本信息是制定产品价格的一项重要因素

在商品经济社会中，产品价格是产品价值的货币表现，企业在制定产品价格时，必然受制于价值规律，体现价值规律的基本要求，但由于产品价值是一个抽象的社会概念，企业不能直接确认产品价值的多少，只能依靠成本计算，间接

地、相对地掌握产品的价值，并将产品成本近似地理解为产品价值，这时产品成本就成为制定产品价格需要考虑的重要因素。

当然，在企业的营销策略中，产品定价是一项复杂的工作，应关注的因素很多，如国家的产业政策、价格税收政策、产品生命周期、市场上的供求关系、竞争对手的价格等许多因素。因此，产品成本信息仅仅是影响企业制定产品价格的重要因素之一。

(三) 成本信息是企业竞争的手段

在商品经济日益发达的条件下，社会产品愈加丰富，可供消费者选择的商品越来越多，更多的消费者期望能够购买到物美价廉的商品。因此对于企业来说，谁能够满足消费者的这一要求，谁的产品就销售得快，从市场赚取的收入和利润也就越多。所以，现在越来越多的企业经营管理者认识到：当价格一定时，利润的多少，取决于成本的高低；价格是市场所决定的，只有成本才是企业决定的；离开市场和用户谈成本是没有任何意义的，而必须将其结合在一起。因此，企业应从市场和用户出发，科学地确定产品的目标价格、目标利润和目标成本，力争将企业成本降低到最低限度，实现成本领先，击败竞争对手，以增大自己的市场份额，赚取更多的利润。在现代市场经济的背景下，企业管理离不开成本信息，成本信息是企业竞争的手段。

(四) 成本信息是考核企业经营成果，评价企业经营管理水平的重要指标

企业能否以较低的成本赢得用户和市场，实现赢利，是企业经营管理的财务结果，也是经营管理水平高低的体现。因此利用成本信息考核企业经营成果的好坏，同时可以评价企业经营管理水平的高低。成本是一项综合性的经济指标，企业经营管理工作任何方面的业绩，都可以直接或间接地从成本上反映出来。如产品设计是否针对用户，生产流程的安排是否合理，固定资产利用程度的高低，材料消耗的节约与浪费，劳动生产率的高低，产品质量是否达到用户满意，以及供、产、销各环节的工作是否协调配合，都可以由成本信息直接或间接地得到反映。因此，企业最高管理层可以通过加强成本的计划、控制、分析和奖惩等来促使企业内部各单位注重成本核算，努力改善管理，降低成本，提高经济效益。

(五) 成本信息是企业进行经营决策的重要依据

在市场经济条件下，追求利润以求得生存和发展，是所有企业的共同目标。企业要想在竞争中居于领先地位，首先必须根据市场的变化，结合自身的生产经营情况，尤其是现有的资金实力和管理水平，进行正确的生产经营决策。而进行生产经营决策的过程，就是对各个备选方案进行成本效益的比较、分析和评价，最后确定最优方案的过程。在这一决策分析过程中，需要考虑的因素很多，但与决策方案相关的成本是其中不可缺少的重要信息。因为在决策方案的收益一定时，选择较低运行成本的方案，既节约资金的投入，也可以使企业在市场竞争中获得低成本优势。