

经科版 2013年全国会计专业技术资格考试辅导系列丛书

2013年高级会计资格

高级会计实务 应试指南

本书编写组 编



经济科学出版社
Economic Science Press

· 013043139

F230
463

经科版 2013 年全国会计专业技术资格考试

高级会计实务应试指南

本书编写组 编



经济科学出版社



北航

C1650098

F230
463

081130810

图书在版编目 (CIP) 数据

高级会计实务应试指南/本书编写组编. —北京:
经济科学出版社, 2013. 5
(经科版 2013 年全国会计专业技术资格考试辅导系列丛书)
ISBN 978 - 7 - 5141 - 3439 - 1

I. ①高… II. ①本… III. ①会计实务 - 资格考试 -
自学参考资料 IV. ①F233

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 103713 号

责任编辑: 黄双蓉
责任校对: 王凡娥
责任印制: 邱 天

高级会计实务应试指南

本书编写组 编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191537

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

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

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京万友印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 32.75 印张 710000 字

2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 3439 - 1 定价: 72.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

《高级会计实务》考情介绍

在《高级会计实务》复习前，考生应该对考试概况（包括考试方式、题型题量、合格标准）；考试内容、考试重点以及高效率的复习方法有所了解，才能有针对性复习，以便顺利通过考试。

一、《高级会计实务》考试概况

1. 考试方式

《高级会计实务》采用开卷、笔答考试方式。可以带考试大纲、考试教材、辅导资料等。

2. 考试题型、题量

(1) 题型：案例分析题

(2) 题量：总分 100 分（卷面 120 分，其中有 20 分选做题，九题做八题）。2012 年考试情况统计表如下。

2012 年考试情况统计表

题目		考核内容	分数
案例分析一		内部控制评价、审计	15 分
案例分析二		内部控制应用	15 分
案例分析三		财务战略	10 分
案例分析四		价值管理	10 分
案例分析五		事业单位国有资产管理和会计处理	10 分
案例分析六		股权激励	10 分
案例分析七		套期保值	10 分
任选一题	案例分析八	企业并购	20 分
	案例分析九	部门预算管理、行政事业单位国有资产管理、政府采购、事业单位会计处理	20 分
总 分			100 分

注：2013 年九选八的整体布局仍有参考意义，但考核内容将发生很大变化。

3. 合格标准

高级会计实务总分 100 分, 合格标准有全国线和省线之分。

(1) 全国线合格分数为 60 分。参加考试并达到国家合格标准的人员, 由全国会考办核发高级会计师资格考试成绩合格证, 该证在全国范围 3 年内有效。

(2) 部分省市保留了省级合格线, 不得低于 50 分。达到省定合格标准的, 由省会考办核发考试成绩合格证, 该证明只在本年度本地区评审工作中有效。

4. 考试时间

2013 年高级会计实务考试时间在 2013 年 10 月 27 日 (周日) 上午 8:30 ~ 12:00 进行。

二、2013 年考试大纲内容、新变化及复习重点

2013 年考试大纲共九章, 与 2012 年考试大纲相比, 发生了巨大变化, 增加了近一倍内容。2013 年考试大纲的内容、新变化和复习重点见下表。

表 2 2013 年考试大纲的内容、新变化和复习重点

考试内容	新变化	重要程度
第一章 企业战略与财务战略	新增加了“企业战略”	★★
第二章 企业投资、融资决策与集团资金管理	新增加的一章	★★★
第三章 企业预算管理与业绩评价	新增加了“企业预售管理”	★★
第四章 企业内部控制	改写	★★★
第五章 企业成本管理	新增加的一章	★★
第六章 企业并购	改写	★★
第七章 金融工具会计	将 2012 年的三章 (股权激励、金融资产转移、套期保值) 整合在一起, 同时增加了“金融资产和金融负债的确认和计量”	★★
第八章 企业合并与合并财务报表	增加了“合并财务报表”	★★
第九章 行政事业单位预算管理、会计处理与内部控制	增加了“内部控制”	★★★

三、高效率的复习方法

1. 参加考试辅导

参加辅导能快速明确重点, 理解难度, 掌握答题技巧, 学习效率比自学高得多。笔者在上海国家会计学院远程教育网有高级会计实务考试辅导, 感兴趣的学员可前往。

参加。

2. 研读考试教材

考试教材是出题的指南，试题一般不会超出教材，考生应研读两遍以上教材中的重点，就能够从容应试。

3. 保证复习时间

在6月1日至10月26日复习期间，周一到周五每天复习2小时；周六、日每天复习5小时。熟能生巧，基本功扎实就一定能过！

目 录

第一章 企业战略与财务战略	1
本章复习指引	1
本章知识点详解	1
本章历年试题点评	41
本章习题	45
第二章 企业投资、融资决策与集团资金管理	55
本章复习指引	55
本章知识点详解	55
本章历年试题点评	83
本章习题	86
第三章 企业预算管理 with 业绩评价	96
本章复习指引	96
本章知识点详解	96
本章历年试题点评	144
本章习题	148
第四章 企业内部控制	158
本章复习指引	158
本章知识点详解	158
本章历年试题点评	193
本章习题	210
第五章 企业成本管理	222
本章复习指引	222
本章知识点详解	222
本章历年试题点评	251

本章习题	251
第六章 企业并购	263
本章复习指引	263
本章知识点详解	263
本章历年试题点评	288
本章习题	294
第七章 金融工具会计	309
本章复习指引	309
本章知识点详解	309
本章历年试题点评	345
本章习题	355
第八章 企业合并与合并财务报表	363
本章复习指引	363
本章知识点详解	363
本章历年试题点评	412
本章习题	419
第九章 行政事业单位预算管理、会计处理与内部控制	425
本章复习指引	425
本章知识点详解	425
本章历年试题点评	469
本章习题	485
2013 年高级会计实务模拟试题	493

第一章 企业战略与财务战略

本章复习指引

一、本章内容概述

本章包括五节内容：战略管理概述、公司战略、经营战略、职能战略和财务战略。公司战略决定了企业各项业务在战略谋划期间的资源分配和发展方向。经营战略，也称竞争战略，是指在给定的一个业务或行业内，企业用于区分自己与竞争对手业务的方式，或者说是企业在特定市场环境中如何营造、获得竞争优势的途径或方法。财务战略主要考虑财务领域全局的长期发展方向问题。制定财务战略必须考虑企业所处的发展阶段，并根据企业确立的财务战略目标对企业未来发展作出谋划。本章在2012年第一章财务战略的基础上增加了企业战略的相关内容。本章涉及知识点较多，且跨度大，希望考生高度关注。

二、本章复习要求

本章在考试中处于较重要的地位，今年很可能出10分案例分析题，重点很可能考核投资战略、融资战略以及分配战略的制定。

本章知识点详解

第一节 战略管理概述

一、战略与企业战略管理的内涵

（一）战略的内涵

“战略”一词来源于军事，逐渐被引申至政治和经济领域，其含义演变为泛指统

领性、全局性、左右胜败的谋略、方案 and 对策。一般而言，战略具有以下特征：①全局性；②长远性；③纲领性；④客观性；⑤竞争性；⑥风险性。

（二）企业战略管理的内涵

企业战略是战略在企业的这一特定领域的具体应用。一般而言，企业战略管理具有以下特点：

特点	阐释
企业战略管理是关于企业整体的管理	战略管理涉及企业的全局和整体，管理者需要跨越职能领域解决问题，需要有与它们相互关联以及共同发挥作用的知识。
企业战略管理需要管理和改变企业与外部的关系	战略管理强调与外部的竞争与合作，以及满足利益相关者的期望。
企业战略管理具有很大的不确定性和模糊性	战略管理强调适应环境、长远发展和资源整合，影响因素复杂、多变，难以预见和量化，管理者决策时，不可能做到完全有把握。
企业战略管理涉及企业的变革	战略管理不是维持现有局面，而是不断改变现存状态，以适应不断变化的环境。战略管理可以说是对变革的管理。

（三）战略管理的要素、体系与过程

1. 战略管理的要素

要素	阐释
产品与市场	企业战略管理首先要确定企业的产品与市场领域，不仅要确定企业现在要做什么，而且要考虑企业将来应该做什么。
成长方向	在明确产品与市场领域的基础上，企业经营活动应向什么方向发展成为第二个战略管理要素。如是在现有产品市场进行扩张，还是开发新产品？是在新的市场开发现有产品，还是在新的市场开发新的产品？
竞争优势	明确企业在产品与市场领域成长发展中的优势与条件，既要正确认识企业的竞争优势，还要充分利用企业的竞争优势。
协同效应	企业应在从现有产品与市场领域向新的产品与市场领域拓展时取得 $1+1>2$ 或 $5-3>2$ 的效果。协同效应可表现在各个方面，如投资协同效应、管理协同效应、生产协同效应、技术协同效应，等等。

2. 战略管理体系

企业战略管理体系是由公司战略、事业部战略和职能战略三个层次构成的。

战略层次	战略的特点
公司战略 (如何定位)	公司战略处于最广泛的层面,又称为企业总体战略,一般由公司最高管理层制定。公司战略通常可分为成长型战略、稳定型战略和收缩型战略。 【提示】又称企业总体战略,是指为实现企业总体目标,对企业未来发展方向作出的长期性和总体性战略。它是统筹各项分战略的全局性指导纲领,是企业最高管理层指导和控制企业的一切行为的最高行动纲领。
事业部战略	经营战略,亦称业务单位战略、竞争战略、事业部战略,是指在公司战略指导下,各战略业务单位所制定的部门战略,包括对特定产品、市场、客户或地理区域做出战略决策。事业部战略通常包括成本领先战略、差异化战略和集中化战略等。
职能战略 (如何配置资源)	职能战略是指为实施和支持公司战略及事业部战略,企业根据特定管理职能制定的战略。如研究与开发战略、生产战略、人力资源战略、财务战略、市场营销战略等。

3. 战略管理过程

战略管理过程由战略分析、战略选择、战略实施与战略控制四个环节组成,如图 1-1 所示。

【提示】

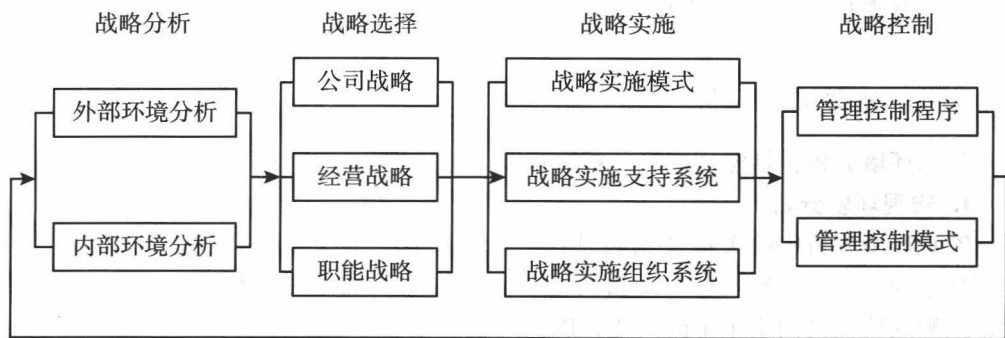


图 1-1 战略管理过程

(四) 企业愿景、使命与战略目标

要点	内容
愿景	企业愿景要解决一个问题即“我们要成为什么?”,从广义上讲,就是企业最终想实现什么。同时,愿景反映了企业的价值观和渴望。愿景的表述相对简短和明确,而且容易记忆。 【提示】麦当劳的企业愿景是成为世界上服务最快、最好的餐厅;福特汽车公司成立时的企业愿景是让每个美国人都能拥有汽车。

续表

要点	内容
使命	又称为宗旨、纲领等，使命表达了“我们要做什么，我们的事业（业务、任务）是什么”，它反映了一个组织之所以存在的理由或价值。企业使命是对企业“存在理由”的宣言，它要回答“我们的企业为什么要存在的问题”。 【提示】企业使命的五个要素 (1) 反映企业定位，包括企业盈利方式、社会责任及市场定位的企业价值； (2) 有导向作用，明确的企业使命能够指明企业未来的发展方向； (3) 说明业务范围，即生产什么产品、在哪个领域经营； (4) 有利于界定自身的企业形象，加深客户对企业的认知； (5) 企业使命取决于影响战略决策的利益相关者的相对能力。
战略目标	战略目标是企业制定战略的基本依据和出发点，是战略实施的指导方针和战略控制的评价标准。 【提示】在确定战略目标时，通常使用一套被称作 SMART 的基本原则： S (Specific) —具体——不含糊。 M (Measurable) —可计量——可以量化。 A (Attainable) —可行——可以达到。 R (Relevant) —相关——与使命一致。 T (Time-bounded) —定时——有完成期限。

二、战略分析 (★★)

(一) 外部环境分析

外部环境分析包括宏观环境分析、行业环境分析和经营环境分析。

1. 宏观环境分析

宏观环境分析中的关键要素包括：政治和法律因素、经济因素、社会和自然因素、技术因素。宏观环境分析的目的是要确定宏观环境中影响行业和企业的关键因素，预测这些关键因素未来的变化，以及这些变化对企业影响的程度和性质、机遇与威胁，具体如图 1-2 所示。

【提示】

【例 1-1】 甲公司为从事石油化工及投资的大型企业。甲公司下属子公司乙公司于 2007 年在香港成功发行股票并上市。2010 年 9 月乙公司购入总部位于英国的丙公司 4.2% 的股份。经过与丙公司的接触，乙公司认为，全面收购丙公司符合其长远发展目标。丙公司在尼日利亚的全资子公司是其营业收入和净利润的主要来源，经营石油开采、管道运输、加工、销售等石油化工相关的业务，拥有油气储量占尼日利亚已探明油气储量的 1/5。此外，丙公司于 2009 年年初在伊拉克以 15 亿英镑的价格购买了新的油田，目前正在进行深入勘探。对于丙公司购买的伊拉克油田，很多股东对该油田储量的预测并不乐观，导致丙公司的股票价格自 2009 年开始一直低于每股 15 英镑。

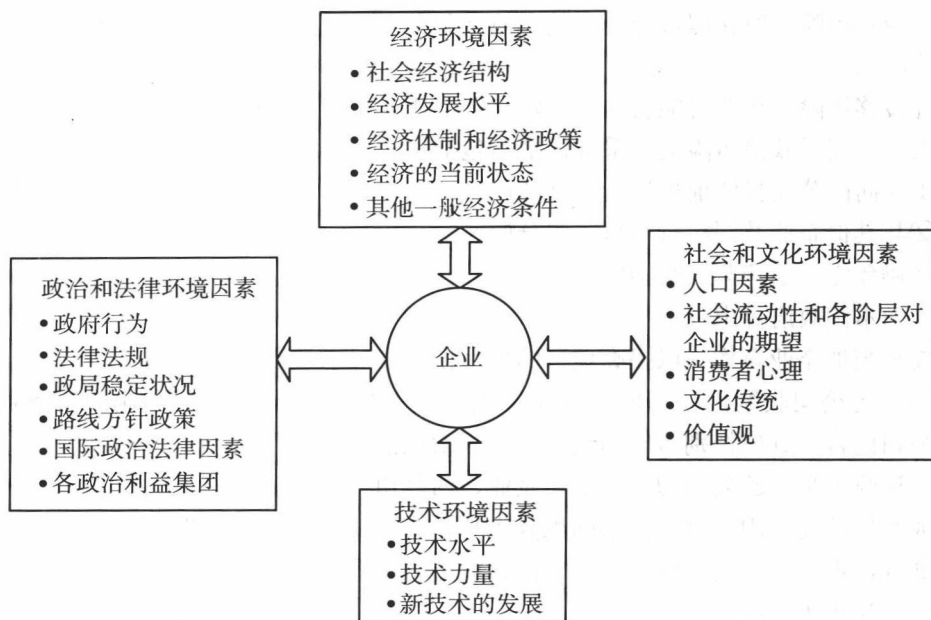


图 1-2 企业宏观环境因素

2011 年 4 月 7 日，乙公司认为收购丙公司的时机已经成熟。因而向丙公司的股东发出收购要约，拟以每股 18 英镑的价格收购丙公司其他股东持有的全部股份，该收购价格比报价前 20 个交易日丙公司股票的平均收盘价格高出 25%。在乙公司发布要约收购丙公司消息的当天，丙公司股票价格大幅上涨，报收于每股 19 英镑。并且，英国政府相关监管部门表示，将密切关注乙公司收购丙公司事宜。

要求：

- (1) 简要分析乙公司作出收购丙公司的决策时应当特别考虑的政治环境因素。
- (2) 简要分析乙公司收购丙公司可能存在的政治风险，并指出应对政治风险的主要可能措施。
- (3) 简要分析乙公司收购丙公司应当特别考虑的当前经济环境因素。

【分析与提示】

(1) 丙公司的重要资产在尼日利亚和伊拉克，乙公司需要考虑的政治环境因素包括：

- ① 英国、尼日利亚和伊拉克的政局稳定状况。
- ② 英国、尼日利亚和伊拉克的政府行为对企业的影响。
- ③ 英国、尼日利亚和伊拉克的执政党对外资企业的态度。
- ④ 英国、尼日利亚和伊拉克各政治利益集团对企业活动产生的影响。

(2) 乙公司收购丙公司可能存在的政治风险包括：

- ① 所有权风险。企业或资产可能被所在国家没收。

②经营风险。所在国可能要求其本地企业参与项目，以及规定本地投资必须拥有最低持股比例。

③转移风险。企业可能会受限于转移资金或返回利润的能力。

乙公司应对政治风险应当采取的措施包括：

①在向丙公司投资前先进行详细的风险评估。

②与其他企业共同执行项目，以分散风险。

③避免完全信赖某一个国家。

④向本国政府寻求政治支持。

⑤与当地企业合作，以提高项目的可承接性并寻求政治支持。

(3) 乙公司收购丙公司的过程中，由于当前经济状况会影响企业的财务业绩，对乙公司而言，其应特别考虑的经济环境因素包括：

①税收水平。乙公司为香港上市企业，丙公司为英国企业，丙公司下属公司在尼日利亚和伊拉克，因此这些国家的税收水平差异可能会对乙公司产生重大影响。

②外汇汇率。乙公司将涉及多个国家业务，需要多种货币兑换，汇率变动亦将对乙公司产生重大影响。

③通货膨胀率。2008年以来全球金融危机促使各国均采取宽松货币政策，而且丙公司的子公司处于非洲和中东地区，币值亦不稳定，通货膨胀将对乙公司产生重大影响。

2. 行业环境分析

(1) 行业竞争程度分析

因素	说明	影响因素及分析方法
现有企业间竞争程度分析	现有企业间的竞争程度影响着行业的盈利水平，通常竞争程度越高，价格越接近于边际成本，盈利水平也越低。	第一，行业增长速度分析； 第二，行业集中程度分析； 第三，差异程度与替代成本分析； 第四，规模经济分析； 第五，退出成本分析。
新加入企业竞争威胁分析	当行业平均利润率超过社会平均利润率，即行业取得超额利润时，行业必然面临新企业加入的威胁。	第一，规模经济因素； 第二，先进入优势因素； 第三，销售网与关系网因素； 第四，法律障碍因素。
替代产品或服务威胁分析	替代产品与替代服务对行业竞争程度有重要影响。	当行业存在许多替代产品或替代服务时，其竞争程度加剧；反之，替代产品或服务少，则竞争性较小。

(2) 市场议价能力分析

因素	影响因素及分析方法
企业与供应商的议价能力分析	第一，供应商的数量对议价能力的影响； 第二，供应商的重要程度对议价能力的影响； 第三，单个供应商的供应量。
企业与客户议价能力分析	第一，价格敏感程度的影响； 第二，相对议价能力的影响。

【提示】迈克尔·波特将上述分析框架概括为“五力模型”，这五力分别是：（1）行业新进入者的威胁；（2）供应商的议价能力；（3）购买商的议价能力；（4）替代产品的威胁；（5）同业竞争者的竞争强度（如图 1-3 所示）。

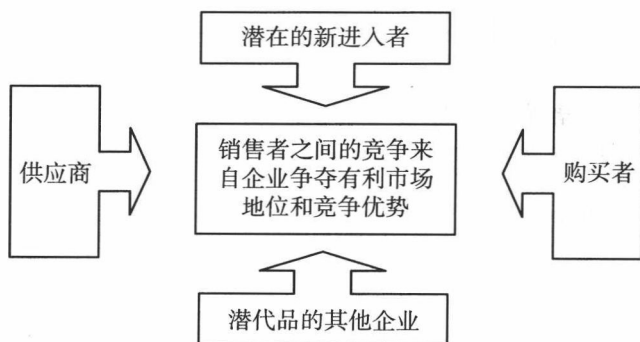


图 1-3 波特的“五力模型”

【例 1-2】甲公司是一个已经成立并正常运行 10 年的企业。有关甲公司的基本情况如下：所在行业的注册资本要求很低；甲公司很好地控制了所在地区的销售渠道；甲公司生产的产品所需的原材料 A 由于具有独特性，只能从供应商乙公司采购；甲公司从乙公司购入的原材料 A 占乙公司原材料 A 销售量的 90%；甲公司所生产的 B 产品由于具有独特性，市场上可替代产品不多；由于甲公司的 B 产品具有特殊性，因此该公司和很多客户签订有购买协议，如果客户要改变供应商需要支付较高的违约金；在市场上除甲公司外，生产 B 产品的企业很少；甲公司所在行业是一个增长迅速的产业。

要求：请根据波特的五力模型对甲公司进行行业环境分析，指出哪些因素会降低甲公司的竞争优势，哪些因素会提高甲公司的竞争优势？

【分析与提示】

（1）来自行业新进入者的威胁：甲公司所在行业要求注册资本低，会增加来自行业新进入者的威胁，从而降低甲公司的竞争优势；甲公司很好地控制了销售渠道，会减少来自行业新进入者的威胁，从而提高甲公司的竞争优势。

（2）供应商的议价能力：因为原材料 A 只能从供应商乙公司采购，因此会提高供应商的议价能力，从而降低甲公司的竞争优势；由于乙公司的产品 A 主要向甲公

司销售(90%),因此会降低供应商的议价能力,从而提高甲公司的竞争优势。

(3) 购买商的议价能力:甲公司的B产品具有独特性,市场上可替代产品不多,购买商主要靠甲公司供货,因此会降低购买商的议价能力,从而提高甲公司的竞争优势;由于有合同约定,所以购买商转换其他供应商的转换成本较高,因此会降低购买商的议价能力,从而提高甲公司的竞争优势。

(4) 替代产品的威胁:由于甲公司产品具有独特性,市场上替代产品很少,因此来自替代品的威胁很低,从而提高甲公司的竞争优势。

(5) 同业竞争者的竞争强度:由于市场上生产B产品的企业很少,竞争者数量少,所以同业竞争者的竞争强度低,从而提高甲公司的竞争优势;甲公司所在行业是一个增长迅速的行业,这一因素也会导致同业的竞争强度低,从而提高甲公司的竞争优势。

3. 经营环境分析

经营环境分析包括市场分析和竞争地位分析,消费者消费状况、融资者、劳动力市场状况等分析。

【提示】了解消费者是企业制定战略时应重点考虑的内容,为了解和满足消费者,可从三个战略问题来进行分析:消费细分、消费动机、消费者未满足的需求。

(二) 内部环境分析

要素	说明
企业资源分析	在企业资源分析中,企业应当全面分析和评估内部资源的构成、数量和特点,识别企业在资源禀赋方面的优势和劣势。 【提示】由于会计核算的原因,资产负债表中的无形资产并不能代表企业的全部无形资产,有相当一部分无形资产是游离在企业资产负债表之外的。
企业能力分析	企业能力主要由研发能力、生产管理能力、营销能力、财务能力和组织管理能力等组成。 【提示】生产管理能力主要涉及五个方面,即生产过程、生产能力、库存管理、人力管理和质量管理。
企业核心竞争力分析	核心竞争力是指能为企业带来竞争优势的资源 and 能力,是企业所特有的,能够经得起时间考验,具有延展性,并且是竞争对手难以模仿的技术或能力。 【提示】核心竞争力的三个要素是:对顾客有价值、与企业的竞争对手相比有优势、它很难被模仿或复制。

【例1-3】美国通用电气公司(简称GE公司)是美国、也是世界上最大的电器和电子设备制造公司,它的产值占美国电工行业全部产值的1/4左右。GE公司的总部位于美国康涅狄格州费尔菲尔德市。GE公司由多个多元化的基本业务集团组成,如果单独排名,有13个业务集团可名列《财富》杂志500强。

通用电气金融服务公司创立于1943年,原为GE公司的一个分部,主要为其消费品和工业产品的销售与批发提供融资服务。现在公司提供范围广泛的融资和外购服务,业务范围包括机动有轨车租赁、信用卡、再保险以及设备融资。

1997年,通用电气金融服务公司收益达393亿美元,资产总额达2554亿美元。这是通用电气集团总收益的44%,总资产额的84%。同年,通用电气金融服务公司的营业收入增长了9.2%,而通用电气集团的其他公司收益平均下降了3.6%。

要求:请结合案例简述企业核心竞争力的含义、能够建立企业核心竞争力的资源类型以及通用电气金融服务公司属于哪一类别的核心竞争力?

【分析与提示】

核心竞争力是指能为企业带来相对于竞争对手的竞争优势的资源和能力。

一般来说,能够建立企业核心竞争力的资源主要包括以下五种:(1)建立竞争优势的资源;(2)稀缺资源;(3)不可被模仿的资源;(4)不可替代的资源;(5)持久的资源。

当其他公司无法获取这种资源或能力,或是需要付出很高的成本才能得到时,该种资源或能力便是难以模仿的。通用电气金融服务公司属于通用电气不可被模仿的资源。通用电气以电气照明行业起家,历史悠久,是道琼斯工业指数1896年设立以来唯一仍在工业指数榜上的公司。但是,目前的通用电气早已不再是一家纯粹的工业公司。通用电气每年有1500多亿美金的收入,其中通用电气金融服务公司的收入占了近一半,而且利润和增长率也主要来自通用电气金融服务公司的收入。通用电气并非是离开产业孤立地发展金融,而是产业与金融结合得很好,比如它的租赁业务、消费信贷业务等,都是与产业相结合发展的。尽管许多公司模仿通用电气走产融结合的道路以图求得发展,但唯有通用电气的产融结合成就了其作为世界上最大的电器和电子设备制造公司的地位。

三、战略选择

(一) 战略选择的程序

因素	考虑因素及分析方法
1. 战略适宜性的分析	适宜性是指备选战略是否与组织的期望和能力相一致,以及战略是否对周围相关的事件及趋势做出适当反应。 (1) 战略适宜性分析应考核的因素有:该战略是否充分利用了企业的优点?该战略在多大程度上解决了分析中所识别的难题?所选择的战略是否与企业的目标一致? (2) 生命周期分析。 (3) 资源和能力考虑。 (4) 企业概况分析。 【提示】战略的适宜性的分析围绕着以下几个选择展开:(1)维持市场份额;(2)市场扩张;(3)市场紧缩;(4)内部发展,即企业在不收购其他企业的情况下来实现扩张;(5)兼并发展,即企业通过收购或合并来实现扩张;(6)联合发展和战略联盟,即企业与其他企业通过合作来实现扩张。