



电 子 商 务 系 列 教 材

A SERIES OF TEXTBOOKS
FOR E-COMMERCE

电子商务中的 财务与会计

FINANCE MANAGEMENT
AND ACCOUNTING UNDER
E-COMMERCE ENVIRONMENT

刘曼路 凌春华 著



浙江大學出版社

电 · 子 · 商 · 务 · 系 · 列 · 教 · 材

电子商务中的财务与会计

刘曼路 凌春华 著

浙江大學出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务中的财务与会计 / 刘曼路, 凌春华著. —杭州: 浙江大学出版社, 2001. 9

电子商务系列教材

ISBN 7-308-02488-1

I. 电... II. ①刘... ②凌... III. ①电子商务—财务管理—教材 ②电子商务—会计—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 058686 号

总 责 编 樊晓燕

封面设计 刘依群

责任编辑 邹小宁

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江上虞印刷厂

开 本 850mm×1168mm 1/32

印 张 13.5

字 数 339 千字

版 印 次 2001 年 9 月第 1 版 2001 年 9 月第 1 次印刷

印 数 0001—3000

书 号 ISBN 7-308-02488-1/F·354

定 价 20.00 元

内 容 提 要

本教材是面向 21 世纪课程的电子商务系列教材之一。作为高等院校的专业教材,本教材在介绍会计和财务管理的基础知识的同时,结合分析在电子商务环境中的会计与财务管理所发生的变化。在本教材的写作过程中,作者并没有对电子商务产生的影响断然地下结论,而是提出思路,共同探讨,引导读者结合电子商务的环境来学习会计与财务知识。本教材共十三章,第一章为绪论,第二章至第七章为会计的基本知识和电子商务对会计产生的影响的探讨,第八章至第十三章为财务管理的基本内容和电子商务对财务管理产生的影响的探讨。本教材内容结合实际,以大量的实例加以说明,注重应用性。本书还配有必要的思考题和练习题,以便帮助读者理解和巩固。

本书可作为高等院校管理学各专业的教科书,也可供其他专业选用和社会读者阅读。

《电子商务系列教材》编委会

主 编 潘云鹤

副主编 庄越挺 陈德人 吴晓波 张小蒂
姚恩瑜

委 员 孔伟成 卢向南 冯 雁 刘雪薇
李小东 杨小虎 张建国 施敏华
曾抗生 楼程富 樊晓燕

(以上各项均以姓氏笔画为序)

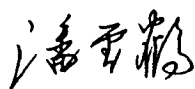
序

电子商务作为信息学、经济学、管理学、法学、计算机技术和理工类交叉的一个新兴学科,在当代信息化社会的经济与建设、金融与商业流通、生产与服务等各类社会活动中都有着广泛的应用和迫切的人才需求。浙江大学作为目前全国学科最为齐全的国家重点研究型大学,具有高水准的计算机科学、经济学、管理学等学科的教学与科研师资队伍,已在电子商务的基础理论、网络信息发布、系统集成、一体化产品的设计制造与营销、数据挖掘及分布式计算等相关应用研究和技术方面取得了多项成果,并通过与“蓝色巨人”IBM 公司共建电子商务体系合作开展在中国环境下的电子商务研究和高级应用人才的培养。

为支持电子商务的发展,并促进多学科交叉复合型人才的培育,浙江大学从1999年开始,在本科生中设立了电子商务第二专业。其目标是培养具备较扎实的电子商务知识,能够进行电子商务综合应用、开发与管理的交叉型高级管理与技术人才,以满足信息化社会电子商务的技术发展和应用的迫切需要。开课两年来,每次选课的学生都多达1500人以上,显示出强烈的兴趣。从2001年开始,经教育部批准,浙江大学又成为第一批开设电子商务专业、并在全日制和远程教育两方面招收电子商务专业学生的高校之一。

针对我国目前缺乏电子商务系列教材的现状,浙江大学出版

社及时组织有关专家,精心组织出版了这套电子商务系列教材,其中包括《电子商务概论》、《网络经济学概论》、《网络营销的理论与实务》、《电子商务应用开发技术》、《客户关系管理CRM》等共计十几册,将在近期陆续出版。望此举既能推动我国电子商务学科的建设,又能推动中国电子商务人才培养与经济的发展。

A stylized handwritten signature in black ink, reading '潘永强' (Pan Yongqiang).

2001 年5 月

前 言

电子商务——这一全新的概念正以难以估量的速度兴起,并进而改变着社会经济生活的各个方面。电子商务的发展对许多不同的学科都产生了影响,从而使得在电子商务环境中的各个不同学科的发展形成了一个全新的研究领域。

在电子商务环境中,一种新的市场概念和市场秩序正在建立,一些传统的会计和财务管理的概念和原理受到了挑战,本书着重探讨了在电子商务环境中对会计和财务管理的影响。

对于电子商务对会计和财务管理的影响这一领域,许多方面未有定论,电子商务带来了挑战和机会,同时也带来了许多不确定性。因此,作者在写作的过程中采取了提出思路以便探讨的方式,旨在引导读者把会计和财务管理放在这个信息时代进行学习和研究。

本书分为三个部分。第一部分为绪论。作者首先介绍了电子商务的发展给生产者和消费者带来的变化,然后再概括地介绍电子商务对会计和财务管理的影响。第二部分为会计的基础知识和电子商务对会计的影响。作者把重点放在利用会计的基本概念和规则去理解会计报表,运用会计所提供的信息作出判断和决策。从

作者几年的教学经历中发现,初学会计的人总是感到会计的枯燥难懂,其实这大多是从职业会计师的角度理解会计,本书是从会计报表的使用者和决策者的角度来介绍会计知识,而不追究过于细致的会计技术和方法。这部分内容中另一重点是电子商务对会计和财务管理的影响。第三部分为财务管理的基础知识和电子商务对财务管理的影响。作者主要从六个方面介绍财务管理的基本知识和应用技巧,包括货币时间价值与证券价值评估、风险与收益、长期投资决策、长期筹资决策、资本结构与股利政策以及短期财务决策。同时分别就这几个方面介绍了在电子商务环境中所产生的影响。全书由刘曼路审阅定稿。

作者在写作过程中参考了大量国内外教材及有关著作,在这里我们向这些文献的作者表示诚挚的谢意。卢向南老师和李小东老师在本书的写作过程中给予了极大地关心和鼓励,作者的家人为作者创造了一个良好的写作环境,促使本书得以顺利完成,在此,谨向他们表示诚挚的感谢!

浙江大学管理学院应届毕业生黄观带、李谦参与了本教材写作的前期工作中的资料收集和分析工作,在此致谢。

由于时间仓促,水平有限,书中难免存在一些错误和不足。我们真诚地期待着得到这本书的使用者的批评意见,以便我们不断改进自己的教学工作,并在今后修订教材时加以补充和完善。

作 者

2001年7月13日

目 录

第一章 绪论	1
第一节 电子商务简介	1
第二节 电子商务对会计和财务的影响	17
第二章 会计的基本内容	23
第一节 企业决策与信息内容	23
第二节 企业经营活动概述	34
第三节 会计的概念	38
第四节 会计信息的使用者	39
第五节 财务会计和管理会计	39
第六节 会计的基本假定	41
第七节 会计核算的一般原则	42
第八节 会计的要素	50
第九节 电子商务对会计信息的影响	59
第十节 电子商务环境中会计基本假设的创新	61
第十一节 电子商务对会计核算的一般原则的冲击	67
第十二节 电子商务对会计要素的影响	74
第三章 会计核算方法体系	78
第一节 账户	78

第二节 借贷记账法	83
第三节 会计循环	90
第四节 调整分录	96
第五节 会计电算化	102
第四章 资产和权益的核算	108
第一节 流动资产的核算	108
第二节 存货的核算	115
第三节 厂场资产的核算	122
第四节 长期投资的核算	130
第五节 负债的核算	137
第六节 所有者权益的核算	150
第七节 电子支付系统	156
第八节 案例——香港 Mondex 电子货币	160
第五章 损益的核算	177
第一节 营业收入的核算	177
第二节 成本费用的核算	181
第三节 利润及其分配	188
第四节 税收和电子商务	195
第六章 财务报表分析	199
第一节 财务报表概述	199
第二节 财务分析的目标	206
第三节 财务分析的形式	207
第四节 比较财务报表分析	209
第五节 比率分析	213
第六节 电子商务对财务分析的影响	238
第七章 电子商务环境中会计业面临的挑战和机会	245
第一节 会计职业新的业务机会	245

第二节 对会计职业的挑战·····	252
第三节 案例——最近的运行中断显示网上服务 失败的风险及剩余容量的益处·····	251
第八章 货币时间价值与证券价值评估·····	257
第一节 货币的时间价值·····	258
第二节 证券价值评估·····	269
第九章 风险与收益·····	284
第一节 风险与收益·····	285
第二节 资本成本·····	299
第十章 长期投资决策·····	308
第一节 长期投资决策的基本程序·····	308
第二节 长期投资项目的评估方法·····	312
第三节 项目现金流量的估计·····	325
第十一章 长期筹资决策·····	335
第一节 股票筹资决策·····	337
第二节 债务筹资决策·····	346
第十二章 资本结构与股利政策·····	360
第一节 杠杆分析·····	361
第二节 企业资本结构·····	367
第三节 股利政策·····	379
第十三章 短期财务决策·····	387
第一节 短期财务决策概述·····	387
第二节 现金管理·····	392
第三节 应收账款管理·····	400
第四节 存货管理·····	407
第五节 短期资金的筹集·····	412

第一章

绪 论

第一节 电子商务简介

一、电子商务的概念

随着电子商务的飞速发展,它的影响力在不断扩大,对于电子商务的定义也在不断变化之中,传统的定义强调了技术方面,新的定义将融入越来越多的经济因素。以下是对电子商务的几种典型的定义。

IBM 公司给电子商务赋予了他们自己的定义,并将电子商务的全套解决方案作为公司的主攻方向。他们在全世界范围内打出了“E. Business”的招牌。他们给电子商务下的定义是:电子商务是在 Internet 的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下,应运而生的一种在互联网上展开的相互关联的动态商务活动,电子商务有广义和狭义之分。狭义的电子商务称作电子交

易,主要是指利用 Web 提供的通信手段在网上进行的交易。而广义的电子商务是包括电子交易在内的,利用 Web 进行的全面商业活动,如市场调查分析、财务核算、生产计划安排、客户联系、物资调配等,所有这些活动涉及企业的内外。

联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义为:采用电子形式开展商务活动,它包括在供应商、客户、政府及其参与方之间通过任何电子工具,如 EDI、Web 技术、电子邮件等共享非结构化或结构化商务信息,并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。

到目前为止,对于电子商务,不同的人强调不同的侧面:

①从通信角度看,电子商务是在 Internet 上传递信息、产品/服务或进行支付。

②从服务的角度看,电子商务是一个工具,它能满足企业、消费者、管理者的愿望——在提高产品质量和加快产品/服务交付的速度同时降低服务的成本。

③从在线的角度看,电子商务提供了通过 Internet 销售信息、产品、服务。

④从企业经营的微观角度看,电子商务是通过 Internet 支持企业的交易活动,即产品或服务的买卖。

⑤从企业经营的宏观角度看,电子商务是基于 Internet,支持企业经营的产、供、销、人事、财务等全部活动的自动化。

总而言之,电子商务强调创造新的商机,以较少的投入获得较高的回报,创造商业价值。

二、电子商务的发展

在后工业革命时期,信息技术的飞速发展使得电子商务得以广泛运用。所谓后工业革命时期即指知识和智力成为衡量经济基础、商业运作和财富多寡的重要因素,工人付出的劳力不再是重要

的衡量因素。信息技术降低了商家的购买成本,改善了供应关系,改进了物流系统和商品目录管理,从而提高了消费者的效率。信息技术为消费者所带来的更多的商品选择、更大的便利以及个性化消费使得商家获得了 20 年前不可想像的普遍收益增长。

国际互联网已经成为新经济发展的主要动力,通过网络许多新的功能得以实现,如网上银行、证券交易、电子数据交换、智能监控等。虽然这些网络功能不像因特网那样常见,但是这些技术的运用已经成为全球收益和经济增长的重要组成部分。统计数据表明在后工业革命时期对知识的依赖程度是前所未有的。美国在 1996 年到 1997 年之间,IT 产业占实际国内生产总值的 28%,在其他发达国家 IT 产业也是同样有着举足轻重的位置。

信息技术最显著的作用体现在对通信技术的影响,特别是因特网的信息转换。在 1996 年全世界大约不到 4 000 万人“触网”,而到 1997 年底,全世界有超过 4 亿人使用因特网,同时因特网的域名的数量翻了两倍多,从 63 万个增长到 1500 万个。在此期间,通信量以每一百天加倍的速度激增。同时,通过运用国际互联网成功交易的例子也不再鲜见。到 1997 年底,Cisco 公司的网上销售达到了每年 3.2 万亿美元的业绩。在 1997 年,“网上书店”Amazon 网站销售了价值 1.48 亿美元的书。美国国内最大的图书零售商之一的 Barnes & Noble 为了保护自身利益抵抗 Amazon 的垄断,也于 1997 年开办了自己的在线书店。同年 1 月,Dell 公司每天在线销售量不到 100 万,而到了该年的圣诞节期间销售量已经达到每天 600 万。Auto-by-Tel(一个自动的拍卖网站)在 1996 年通过互联网进行了 34.5 万起买卖,交易额 of 18 亿美元。而到了 1997 年末,该网站每月的交易额为 5 亿美元(每年 60 亿),而且每个月交易量达到了 10 万起。诸如此类的电子商务成功的案例数不胜数,而且还在不断地涌现。

1996 年,全美国有 7 400 万的人从事 IT 产业以及相关产业的

工作,他们的平均年收入为 4.6 万美元,而在普通私营部门的平均收入只有 2.8 万美元。在十年期间,投入信息技术的主要五家公司(Microsoft, Intel, Compaq, Dell 和 Cisco)在股本的市值从 1987 年的不到 120 亿增长到 1997 年的 5 880 亿,在十年中增长了将近 50 倍。

从后工业革命的中期开始我们对于将来的发展道路就充满着迷惑。18 世纪工业革命(以 1712 年蒸汽机的发明和电的发现为标志)时期,将近半个世纪都没有对相关技术进行合理有效的运用。虽然商人们都认识到了蒸汽机和电的潜能,可是有大量的基础建设有待发展以使得他们发挥作用。

利用蒸汽发电意味着减少体力工作,而且工厂的设置地点也不再局限于有木材、风力、水资源的地区。然而运输系统是必须首先安排好以保证电力能够被传输到整个工厂。因为这需要一个保存和传输的网络,因此不得等上 50 年,到 1882 年第一座发电站建造完成之后才能使用电。又经过了 50 年全美国才有 80% 的工厂和家庭得到供电。这期间经过了大量的标准试验。

后工业时期,与蒸汽机和电力的使用相似,使电子商务成为可能的信息技术革命同样会受到低效的基础建设和对技术、标准的运用和潜能不完整的认识的限制。1946 年,世界上第一台编程计算机 ENIAC 诞生了。它高 10 英尺宽 150 英尺,耗资数百万美元,每秒能够进行 5 000 次运算,不过运算成本惊人。25 年后,也就是在 1971 年 Intel 推出了处理能力 12 倍于 ENIAC 的芯片,仅仅 12 毫米见方,标价 200 美元。在 20 世纪 90 年代后期出现的微型机却能够用仅仅几个原子厚度的部件完成每秒超过 10 亿次的指令。

到了 1980 年,通过铜质导线传导的电话每秒只能传送不到一张纸的信息,当时因特网也主要运用于简单文书的传送,因此并不需要大量的带宽(带宽是数据通畅地通过计算机和通信系统进行

传输的速度)。带宽的需求随着人们开始通过互联网传送图像、声音、软件、视频等而增加。20 世纪后期,光纤可以在一秒内传送比 9 万册百科全书还要多的信息,近地面的卫星也为世界的每一个角落带来了宽带通信。

国际互联网将个人、工厂、办公室使用的计算能力与高速的、强纠错能力的、含有通信包交换技术全球化的通信设施联结了起来。现在全世界已有超过 4 亿人运用互联网搜索产品和价格信息,给商家发送购买信息、预定商品等,而其中的大多数人在 8 年前还从未听说过互联网。互联网的运用使得先于它出现的所有技术都黯然失色。无线电广播在其发展的 38 年里有 5 000 万人收听;电视机通过 13 年达到了同样的普及程度。个人电脑问世的 16 年后就有 5 000 万人使用,而一旦互联网向大众开放,使用的人数将在 5 年内以更快的速度增长。

美国经济中信息产业的增长是不平衡的,并且是以几次技术突飞猛进为标志的。对信息产业的投资占国内生产总值的比例在 1985 年为 4.9%,到 1991 年底增长到了 6.1%,在此期间苹果公司 MAC 系列绘图界面的运用大幅增加,而使用英特尔芯片和 Windows 操作系统的微机开始进入家庭和办公室的使用。第二次的飞跃是随着 1993 年互联网的商品化浪潮而发生的。从 1993 年到 1998 年,信息技术产业占美国经济的份额从 6.4%增长到 8.2%。由于如此快的增长速度,信息产业占国内生产总值的比重几乎增长了一倍,将近 15%。20 世纪 60 年代,用于信息产业的设备投入只占总商业设备投入的 3%,而 1996 年增加到了 45%。

快速的技术发展更加速了飞跃的进程。计算能力在过去的 30 年里是每 18 个月增长一倍,而同时晶体管的平均价格也降了六个级别,没有其他产品的价格递减得如此之快。有人做过这样的估计,如果没有信息产业,美国 1997 年的通货膨胀率(2.0%)将达到 3.1%。因此,从真正意义上而言,信息产业的发展对总体经济的