

普通高等教育“十三五”会计与财务管理专业规划教材

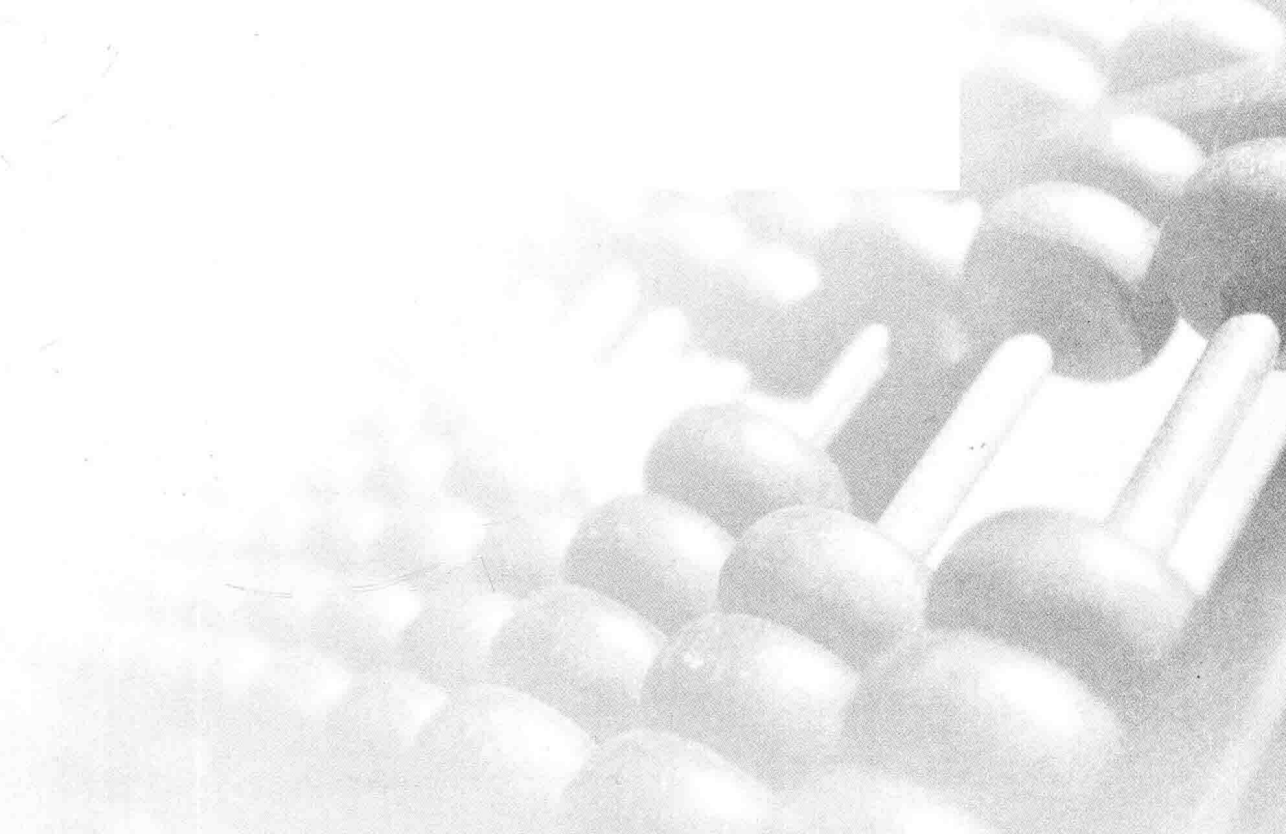
中级财务会计

主 编 袁 红 张 彤
副主编 程小琴 蒋玉娟

赠 送
电子课件



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS



普通高等教育“十三五”会计与财务管理专业规划教材

中级财务会计

主 编 袁 红 张 彤
副主编 程小琴 蒋玉娟



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中级财务会计/袁红,张彤主编. —西安:西安
交通大学出版社,2016.7
ISBN 978-7-5605-8704-2

I. ①中… II. ①袁…②张… III. ①财务会计-高
等学校-教材 IV. ①F234.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 154512 号

书 名 中级财务会计
主 编 袁 红 张 彤
责任编辑 史菲菲

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)
网 址 <http://www.xjtpress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315(总编办)
传 真 (029)82668280
印 刷 陕西元盛印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 26.375 字数 643 千字
版次印次 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5605-8704-2/F·613
定 价 54.80 元

读者购书、书店添货,如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。

订购热线:(029)82665248 (029)82665249

投稿热线:(029)82668133

读者信箱:xj_rwjg@126.com

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

本书在内容上与《新编会计学》和《中级财务会计学习指导书》有很好的衔接，全书共分为十六章，既有对财务会计基本理论的深化，又有对现行会计准则下会计信息处理方法的详细阐述。本书更加注重新会计准则在企业实际业务的具体应用，全面反映了相关法规（会计法、证券法、税法等）对会计实务处理和会计报表编制的具体要求，以培养和提高读者分析与解决实际问题的能力。

本书除满足会计学、财务管理本科专业教学的需要外，也可以作为经济类和管理类本科生学习财务会计的教材，还可以作为在职管理人员或经济管理类专业成人教育的培训教材。

前言

FOREWORD

中级财务会计是宁夏回族自治区精品课程。本教材是会计学重点本科建设以及“十三五”重点专业会计专业群项目建设中的一部实务操作性较强的教材,也是会计学专业核心课程的必备教材。

本书依据2006年、2014年财政部颁布及修订的《企业会计准则》,结合最新“营改增”等税制改革内容,体现了我国现行相关法规的最新要求,将当前我国会计学界最新的研究成果吸纳进来。在编写时,注重会计理论、现行会计准则与会计实务的有机结合;更注重在会计实践中运用会计准则对企业发生的实际业务进行处理的具体方法,以及会计报表的编制方法;力求将结构的合理性、体系的完整性和内容的丰富性相结合。

随着与会计信息密切相关的资本市场的快速发展,资本市场对会计信息的关注达到了前所未有的程度。为了培养读者分析、判断和解决实际问题的能力,增强读者对各章内容学习的兴趣和对相关会计实务的感性认识,对教材中核心的会计问题以案例的形式引导。每章均安排了与资本市场相关的引导案例。为了方便学生在学习后检验对各章知识的掌握程度,同时还编写了配套学习指导书。本书除满足会计学、财务管理等本科专业教学的需要外,也可以作为经济类和管理类本科生学习财务会计的教材,同时还可作为在职管理人员或经济管理类专业成人教育的培训教材。

本书由宁夏大学经济管理学院袁红、张彤教授担任主编,北方民族大学商学院程小琴、蒋玉娟教授担任副主编。袁红、张彤负责教材大纲编写、总撰和统稿工作。参加编写人员具体分工如下:第1、7、8、9、11、14、16章由袁红、李轩编写;第5、10、12、13、15章由张彤、龙卫红编写;第2、3、4、6章由程小琴、蒋玉娟和冯茜

编写。

在本书撰写过程中,参阅了不少国内外文献,在此对这些文献的作者致以谢意。

由于时间仓促及水平有限,书中难免有不足与错误,敬请读者批评指正,以便日后修改和完善。

编 者

2016 年 6 月

目录

CONTENTS

第1章 总论

1.1	信息不对称与财务会计本质	(002)
1.2	财务会计概念框架及其作用	(006)
1.3	财务报告目标	(012)
1.4	会计规范、会计职业道德	(016)
1.5	会计基本假设	(021)
1.6	会计信息的质量要求	(023)
1.7	会计要素及其确认	(026)
1.8	会计的计量	(034)
1.9	财务报告	(036)

第2章 货币资金

2.1	货币资金概述	(040)
2.2	货币资金的管理与内部控制	(040)
2.3	库存现金的核算	(044)
2.4	银行存款的核算	(046)
2.5	其他货币资金的核算	(048)

第3章 应收及预付款项

3.1	应收票据	(057)
3.2	应收账款	(062)
3.3	预付账款	(066)
3.4	其他应收款	(067)
3.5	应收款项减值	(070)

第4章 存货

4.1	存货的确认和初始计量	(075)
-----	------------------	-------

4.2	存货收入与发出的核算	(079)
4.3	存货的期末计量	(106)
4.4	存货的清查	(112)

第5章 固定资产

5.1	固定资产的确认和初始计量	(115)
5.2	固定资产的后续计量	(128)
5.3	固定资产的处置	(138)

第6章 无形资产

6.1	无形资产的确认和初始计量	(144)
6.2	内部研究开发费用的确认与计量	(151)
6.3	无形资产的后续计量	(154)
6.4	无形资产的处置	(159)

第7章 投资性房地产

7.1	投资性房地产概述	(162)
7.2	投资性房地产的会计处理	(165)
7.3	投资性房地产后续计量模式的变更	(176)

第8章 金融资产

8.1	以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	(178)
8.2	持有至到期投资	(182)
8.3	可供出售金融资产	(189)
8.4	金融资产减值	(192)

第9章 长期股权投资

9.1	长期股权投资概述	(199)
9.2	长期股权投资初始计量	(202)
9.3	长期股权投资后续计量	(206)
9.4	长期股权投资核算方法的转换与处置	(213)

第10章 非货币性资产交换

10.1	非货币性资产交换概述	(220)
10.2	非货币性资产交换的确认和计量	(221)

10.3	非货币性资产交换的会计处理	(225)
------	---------------------	-------

第11章 资产减值

11.1	资产减值概述	(237)
11.2	资产可收回金额的计量	(238)
11.3	资产减值损失的确认与计量	(245)
11.4	资产组的认定及减值处理	(246)

第12章 负债

12.1	流动负债	(255)
12.2	非流动负债	(282)

第13章 债务重组

13.1	债务重组的定义和重组方式	(290)
13.2	债务重组的会计处理	(291)

第14章 收入

14.1	销售商品收入	(305)
14.2	提供劳务收入	(324)
14.3	让渡资产使用权收入	(331)
14.4	建造合同收入	(333)
14.5	政府补助	(344)

第15章 借款费用

15.1	借款费用概述	(351)
15.2	借款费用的确认	(352)
15.3	借款费用的计量	(355)

第16章 财务报告

16.1	资产负债表	(362)
16.2	利润表	(372)
16.3	现金流量表	(382)
16.4	所有者权益变动表	(400)
16.5	附注	(404)

参考文献

第1章

总论



学习目的和要求

理解什么是企业,了解企业管理层与各利益相关者之间的信息不对称,理解财务会计的本质,了解财务会计概念框架及其作用;明确财务会计的目标,掌握会计核算的基本前提和会计信息的质量要求;掌握会计要素的概念、特点及其确认条件;掌握会计计量属性及其应用原则,熟悉财务报告的构成。



导入案例

星巴克(Starbucks)公司

会计是商业语言。会计是企业用来与雇员和公众交流财务信息的工具。对于许多决策而言,财务信息很重要。也许您曾经从星巴克遍布全球的 13 000 家咖啡店中的 1 家店里买过 1 份拿铁咖啡或者至少曾经路过这家咖啡店,您知道吗——您还可以买 1 股星巴克的股票让自己成为该公司的股东!如果要想买 1 份拿铁咖啡,需要知道它的味道如何;如果要买 1 股星巴克的股票,则需要了解该公司的财务状况和发展前景。只有认为星巴克公司将继续走向成功,您才想要拥有该公司的股份。为了了解这一点,您需要会计知识。学完这本书之后,您就可以轻松愉快地阅读星巴克以及其他公司的财务报告了,并能够运用那些报告对这些公司的财务健康情况进行评估。

星巴克是全球著名的咖啡连锁店,1971 年成立,总部位于美国华盛顿州西雅图市。星巴克旗下零售产品包括 30 多款全球顶级的咖啡豆、手工制作的浓缩咖啡和多款咖啡冷热饮料、新鲜美味的各式糕点食品以及丰富多样的咖啡机、咖啡杯等商品。目前,星巴克在全世界 39 个国家拥有超过 13 000 家门店,145 000 名伙伴(员工)。迄今已在包括香港、台湾和澳门在内的大中华区开设近 500 家门店,其中包括中国大陆 22 个城市的 230 多家门店。

星巴克于 1992 年首次向公众发行股票。如果当时您购买了该公司的股票,您当初 1 美元的投资现在则价值 20 美元。星巴克仍旧是一个好的投资项目吗?没有人能够肯定地预测星巴克的财务前景。

星巴克是一家年轻的成长迅速的公司,在较短时间里就誉满全球。被品牌渠道网站(Brandchannel.com)所作的读者民意调查提名为全球年度五大顶尖名牌之一;它还一直名列《财富》杂志的全球 100 家最佳就业企业之中;《职业道德》杂志也将其选入百家最佳企业公民。星巴克的前首席执行官霍华德·舒尔茨(Howard Schultz)被《商业周刊》选入全国 25 位最优秀的企业管理家。而且,《财富》称星巴克为食品服务领域排行榜中连续一年最优秀品牌、2004 年最令人羡慕公司的第八位。除了了解这些荣誉之外,知道有关星巴克财务前景的信息也是

很重要的。我们来看几个财务数据。随着本书的进程我们将了解到更多这方面的内容。

2003年,星巴克的销售总额为41亿美元,而1996年仅为7亿美元;实现的利润为4.36亿美元,高于1996年的4.2亿美元;总资产从1996年的不足9亿美元增加到2003年的27亿美元。可见,星巴克的营业额快速增长。然而,从星巴克财务报表的详细内容中,我们可以学到更多的东西。阅读本书,我们将学到收入、利润、资产及其他会计方面的知识。

当我们开始财务会计世界的旅行时,我们要探索像星巴克这样的公司是根据什么管理公司财务活动的?而投资者又是如何使用这些会计信息去更好地了解星巴克的?请记住:像1992年就支持了星巴克那样的小咖啡企业的财务会计概念框架,今天同样支持着大的企业,世界各地的企业,确实都依靠这套财务会计概念框架。

了解企业是怎样运行的是一件十分重要的事情。当您了解到星巴克的财务报告能帮助企业管理者制定生产和销售什么产品的决策、能帮助投资者评估星巴克的现状与前景时,您就会明白为什么说能够阅读和解释财务报告是非常重要的。无论是外部投资者还是内部管理者,都需要这些财务信息。

弄清楚企业交易如何产生会计信息、企业内部决策者(管理者)和外部决策者(投资人)在决定怎样买卖、何时买卖和买卖什么时如何利用这些信息。在这个过程中,您将逐渐了解某些世界著名公司。您可能很想知道:开张一间新的星巴克连锁店需要多少费用?巨额投资于这样的商店是否值得?每年有多少顾客光顾每家星巴克连锁店?星巴克能否持续留住所有这些顾客?是否有足够的客流量以使商店盈利?如果有投资者购买星巴克连锁店,他们在判断现行价格是否合适时必须掌握什么资料?我们不可能回答您所提出的每一个这样的问题,但是我们将探索企业经营中某些令人振奋的方面,并运用商业案例来解释会计信息的作用。

资料来源:查尔斯·T.霍恩格伦,等.财务会计(第九版)[M].2版.大连:东北财经大学出版社,2010.

以上案例中你需要了解何谓财务会计概念框架?有何作用?财务会计能够提供哪些信息?

1.1 信息不对称与财务会计本质

1.1.1 企业的理解

企业是什么?当今社会的任何人都会有自己的看法,比如烟囱林立的工厂,熙熙攘攘的百货大楼,人气很旺的餐厅,富丽堂皇的酒店,排队等候的银行等。尽管不同的人在企业的认识上有这样或那样的不同,但在企业是一个以营利为目的的组织这一点上都能达成共识。

在商品经济前提下,企业可以看成是按照一定的组织规律有机构成的经济实体,它通过提供产品或服务换取收入,在扣除成本和费用的基础上实现盈利。

在传统的微观经济学理论中,企业(厂商)的生产过程被看成一个“黑匣子”,即企业被抽象成一个由投入到产出的追求利润最大化的“黑匣子”——企业被抽象为一个个投入产出函数。然而企业并非像传统微观经济学所抽象的那么简单。一个企业通常由股东、管理层(或者是股东或者是职业经理人)、员工等构成。当企业向银行和他人借款时,债权人也便加入了企业。另外,政府因提供公共产品而向企业征收相关的税收。这些都使得企业既是一个合作的平台,又是一个存在利益冲突的经济组织。更为重要的是,按照古典经济学的专业化分工理论,既然

专业化分工能提高效率,那为什么还需要企业呢?美国经济学家科斯(Ronald H. Coase, 1937)发表的《企业的性质》一文对此进行了探讨。科斯认为,企业存在的主要原因是,在信息不对称、专业化分工前提下的市场交易需要花费很高的交易成本——包括寻找合适的供应商/采购商/消费者、签订合同及监督合同执行等方面的成本。这些交易成本有时可能高昂到使交易根本无法达成。为了节约上述交易成本,将特定的市场交易内部化为企业内部的契约是比较理性的选择。“当使用市场的成本大于使用直接权威的成本时,活动就会被纳入企业。”所以,企业不过是一种契约(企业内部契约)对另一种契约(市场交易契约)的替代,或者说是要素契约对纯粹市场交易契约的替代。当然,企业也不是越大越好,原因就在于,当使用直接权威的边际成本与使用市场的边际成本相等时,企业的规模是最佳规模,或者说,当上述两种边际成本相等时,企业的边界便确定了。

因此,如果将企业这个“黑匣子”打开,就发现,企业是“一组个人间契约关系的联结”。“在法律假设下企业与劳工、物质和资本投入品的所有者以及产出品的消费者之间,存在着一种多层次的复杂的关系(即契约)。”

企业是一系列契约的联结。但从企业成立、发展的过程来看,企业的契约形成大体上要经历如下基本过程:

首先,企业由相关人士或市场主体作为股东发起设立。股东之间通过合资合同或者公司章程确定股东及相关参与方的权利与义务。

其次,上述合资合同或公司章程经有关机关批准后注册登记,企业获得法律意义上的成立。

再次,企业开始经营管理活动。这时,就涉及企业是否聘请专门的经理人,还有员工招聘问题;在经营管理人才及员工到位后,企业开始从事研发、采购、生产、销售或提供服务等整个经营管理过程。这时,企业开始以独立的法人资格陆续与职业经理人、员工、供应商、采购商、消费者签订一系列契约。由于适当的财务杠杆能增加股东价值,企业在生产经营过程中可能向银行和其他债权人借入款项,在生产经营过程中,企业因享受了政府提供的公共产品,应向政府缴纳相关税收。这时,企业便与银行等债权人、政府税收等相关部门签订了相应的契约。有所不同的是,企业与银行等债权人签订的契约是一对一的明示契约,而企业与政府有关部门之间的契约则是通过相关法律法规等公共合约自动达成相应的隐含契约。在现代社会中,行业协会的角色不可忽视。企业成立之后,只要加入某个特定的行业协会,便享受该行业协会提供的相关权利保护,同时承担相应的义务,由此形成了企业与所在行业的行业协会之间的契约关系。

所以,“企业不是一个个体,它是一种法律假设,它可以作为一个复杂过程的聚焦点,在这个过程中个人互相抵触的诸多目标会被一个契约关系的框架带入均衡”(Jensen and Meckling, 1976)。根据科斯有关企业存在的理论,这种要素契约对市场交易契约的替代节约了交易费用。但问题是,当信息不对称是一种常态时,这种要素间的契约并不能消除要素提供者之间的交易费用。

► 1.1.2 信息不对称

柠檬市场效应产生的根本原因是信息不对称。何谓信息不对称?简单来说,行为人对信息占有的不同称为信息不对称。需要说明的是,信息不对称主要考察的是契约缔约方之

间的信息占有差异。换言之,只有涉及不同行为人之间发生的契约关系,才有信息不对称问题,否则就无所谓信息不对称。

从企业契约形成过程不难看出,企业管理层对企业各方面的信息比较熟悉。换言之,与其他利益相关者相比,企业管理层在对企业的了解上拥有相应的信息优势,即企业管理层与各利益相关者之间具有典型的信息不对称。

1. 企业管理层与股东的信息不对称

企业成立之后,股东存在如下几种选择:兼任股东和经理人;股东兼任员工;纯粹的外部股东。在股东兼任经理人的情况下,企业管理层与该股东的信息不对称处于最低水平,特别是当该股东是核心经理人和企业负责人时尤其如此;而在股东兼任员工的情况下,企业管理层与该股东的信息不对称程度有所提高;当股东属于纯粹的外部股东时,企业管理层与股东的信息不对称冲突最为突出。很显然,在这种情况下,必须依赖相应的信息机制尽可能缓解这种信息不对称。

2. 企业管理层与债权人的信息不对称

银行通常是企业最重要的债权人。除此之外,供应商、提供预付款的采购商都可能成为企业的债权人。在缺乏有效的信息渠道和信息载体的情况下,企业管理层与债权人之间往往存在信息不对称问题。换言之,企业管理层知道企业有没有按期履行偿还债务的能力,而债权人对此并不清楚。更为重要的是,在企业承担有限责任的情况下,企业管理层与债权人的信息不对称将更为突出:在企业经营不佳的情况下,企业管理层很可能向债权人借款,从事高风险的项目,如果获得了高回报,无疑提升了股东价值,反之,风险由债权人全部承担;或者在经营不佳的情况下,企业管理层给自己发放大额奖金及福利,最后使企业的偿债能力大幅度下降等。

3. 企业管理层与供应商的信息不对称

供应商通过向下游企业提供商品和服务获取收入,然而它不能像下游企业管理层那样了解该企业的财务状况——尤其是货款支付能力。供应商为了保障自己的货物安全及货款回笼,它必须在事前、事中和事后采取相应的措施尽量减少这种信息不对称所导致的不利。

4. 企业管理层与采购商/消费者(顾客)的信息不对称

相比较而言,采购商更在乎上游供应企业的相关信息。其原因在于,采购商很可能预付相应的货款,而形成实质上的债权人,它会特别担心其已支付货款的安全。在现代市场经济条件下,相关企业会通过预付卡打折优惠的方式吸引消费者。这时消费者也会担心其预付款的安全。除此之外,当顾客所购买的产品是耐用消费品,进而涉及产品的质量保证、售后维修等问题时,企业管理层与消费者之间的信息不对称更会引起消费者的注意。

5. 企业管理层与员工的信息不对称

员工通过提供劳务获得相应的报酬,员工是否能长期在企业工作并保证获得相应的报酬取决于企业的财务状况、经营业绩和现金流量状况,员工在这些信息上无疑处于劣势。正因为如此,企业管理层与员工之间也存在典型的信息不对称。

6. 企业管理层与行业协会的信息不对称

作为行业自律组织,行业协会具有行业自律、监管、规划、发展等众多功能。特定行业协会是否要奖惩特定的会员企业必须掌握相应的企业信息。如果没有相应的信息机制,企业管理

层同样拥有信息优势。企业管理层与行业协会之间的信息不对称也是一种常态。

7. 企业管理层与政府(税务)部门的信息不对称

国家税收是国家提供公共产品、确保国家安全的物质基础,而税款的征收直接依赖于企业的流转额和所得额。根据确定的税种和税率,企业管理层明了企业应该缴纳多少税金,税务部门则不如企业管理层那样清楚。众多偷税、漏税和逃税事件足以证明企业管理层与国家(税务)部门之间的信息不对称。

► 1.1.3 财务会计的本质

财务会计是什么?这一问题看起来比较简单,但要继续追问下去,就会发现这不是一个很容易回答的问题。在财务会计到底是什么这一问题上,不同时代的不同会计理论家给出了不同的答案。

1. 会计是一门科学

1912年,史密斯(Smith)在《销售证券审计中的弊端》中写道:“会计是,或者应该是一门科学,而不是一种道德标准的体系,它经得起确定的公理的检验,并且在正确的实务中能够产生明确和精确的结果。”该观点提出后,受到了不少人的反驳。美国《会计师》杂志在1912年5月的一篇社论中指出,“会计从来不是也不可能是一门精确的科学”。

2. 会计是一门艺术

20世纪三四十年代,会计记录主要依靠会计人员自己对经济事项的经验判断,而适用于一切企业会计记录活动的标准或规范不多。会计学家们据此认识到,虽然会计这门学科中有的内容可以用数学公式或逻辑法则重现,但是在对会计信息进行记录、组合、加工以及编报之类的活动中人为因素很多,在公认会计原则(GAAP)的允许范围内,最后获得的会计信息很大程度上取决于会计人员个人的偏好。20世纪40年代在美国会计界具有重要影响的会计师乔治·奥利弗·梅(George Oliver May)在其《财务会计》中明确写道:“会计是一门艺术(an art),而不是一门科学(science),是一门具有广泛的、多种用途的艺术”(1943)。受乔治·奥利弗·梅的影响,美国《会计名词公告》第一号《回顾与描述》(1953)中定义:“会计是一门艺术,对于具有或至少部分具有财务性质的交易或事项,以有意义的方式并按货币(金额)表示予以记录、分类和汇总并解释由此产生的结果。”

3. 会计的本质是一个数据处理过程

随着决策论和信息论的发展,20世纪60年代,美国会计界有人开始认为,会计是一种“鉴别、计量和传递经济信息,使信息使用者能有根据地作出可靠判断和决策的过程”。该观点认为,会计并不只是简单地记录、分类和汇总交易数据,而应将重点放在数据整理、分析、转化、分类这一系列工作之上。

4. 会计的本质是一个经济信息系统

随着信息论、系统论和控制论的相继提出,部分会计学家认为,会计是一个经济信息系统。1966年,美国会计学会发表的著名文件《会计基本理论说明书》(A Statement of Basic Accounting Theory, ASOBAT)提出:“实质地说,会计是一个信息系统。”1977年,悉尼·戴维森(Sydney Davidson)主编的《现代会计手册》第二版由主编和副主编罗曼·L. 韦尔(Roman L.

Weil)所合写的序中第一句话就指出:“会计是一个信息系统。它旨在向利害攸关的各个方面传输一家企业或其他个体的富有意义的经济信息。”我国不少会计学家都支持会计信息系统论观点(余绪缨,1980;潘序伦,王澹如,1983;葛家澍,1983)。葛家澍等(1999,2007)更是在此基础上提出,“财务会计是一个人造的信息系统”,同时指出了财务会计的科学内涵和人为选择。

5. 会计是一种商业语言

世界贸易的飞速发展和国际资本的快速流动将世界经济带入了全球化时代。各国的商贸规则都逐步趋向统一化、透明化。会计作为一种国际通用的商业语言,在经济生活中扮演着越来越重要的角色,也同样面临着国际化这种必然趋势。国际经济发展的需要,客观上要求各国在制定会计政策和处理会计事务中,逐步采用国际通行的会计惯例,以达到国际间会计行为的相互沟通、协调、规范和统一,亦即采用国际上公认的会计原则和方法来处理 and 报告本国的经济业务。

6. 会计是一种降低信息不对称的装置

斯科特(Scott,2003)则从信息不对称的角度出发,将财务会计报告看成“通过将内部信息可靠地转化成外部信息来控制逆向选择问题的一种装置”,因而是降低企业内外信息使用者信息不对称的一种装置(mechanism)。

1.2 财务会计概念框架及其作用

► 1.2.1 财务会计概念框架

财务会计概念框架不是从来就有的,它是人类对财务会计的认识发展到一定阶段的产物。财务会计概念框架之所以会进入到人们的视野,并得到良好的发展,主要原因在于:实践中发生的交易可能存在多种会计处理方式,各种处理方式都有一定的道理,但究竟哪种处理方式最能满足信息使用者的需要,缺乏相应的理论标准;有些交易则没有现存的准则予以规范,在没有准则的情况下,新业务如何进行处理,新的准则应怎样,都是需要解决的实际问题;更为重要的是,会计准则也可能受到各种因素包括政治游说的影响而偏离它应达到的目标。这些都呼唤理论界推出比会计准则更高层次的理论指南。这种比会计准则更高层次的理论指南就构成了下面探讨的财务会计概念框架。

1. FASB 概念框架

(1) 主要内容。

美国财务会计准则委员会(FASB)的财务会计概念框架(其发布的公告被称为财务会计概念公告,英文缩写为 SFAC,概念框架的英文缩写为 CF)一直是全球各个国家会计准则制定学习和效仿的对象。其核心内容可以概括为如图 1-1 所示的框架图。

从图 1-1 中可以看出,美国的财务会计概念框架由一系列财务会计概念公告(SFAC)组成,内容涉及财务报告的目标、会计信息的质量特征、财务报表的要素、会计要素的确认与计量、现值计量等多个方面。

(2) 主要特点。

由于美国财务会计概念框架是世界上最早发布的概念框架公告,它至今被奉为很多国家

概念框架学习和效仿的圭臬。它的内容体系全面,内在逻辑严谨。更值得一提的是,美国财务会计概念框架公告行文含有众多比喻、类比和符合人的认知规律的框架图等,便于人们阅读和理解。因此,美国 FASB 制定并颁布的财务会计概念框架是世界范围内出台最早、内容最完整、逻辑最严谨、表述最科学的概念框架。

另一方面,由于它切合美国的经济、政治、法律和社会环境,FASB 概念框架在评估并据以修订既有的会计准则、指导会计准则制定机构发展新的会计准则、在缺乏会计准则的领域内起到基本的规范作用等方面均有比较积极的效果。

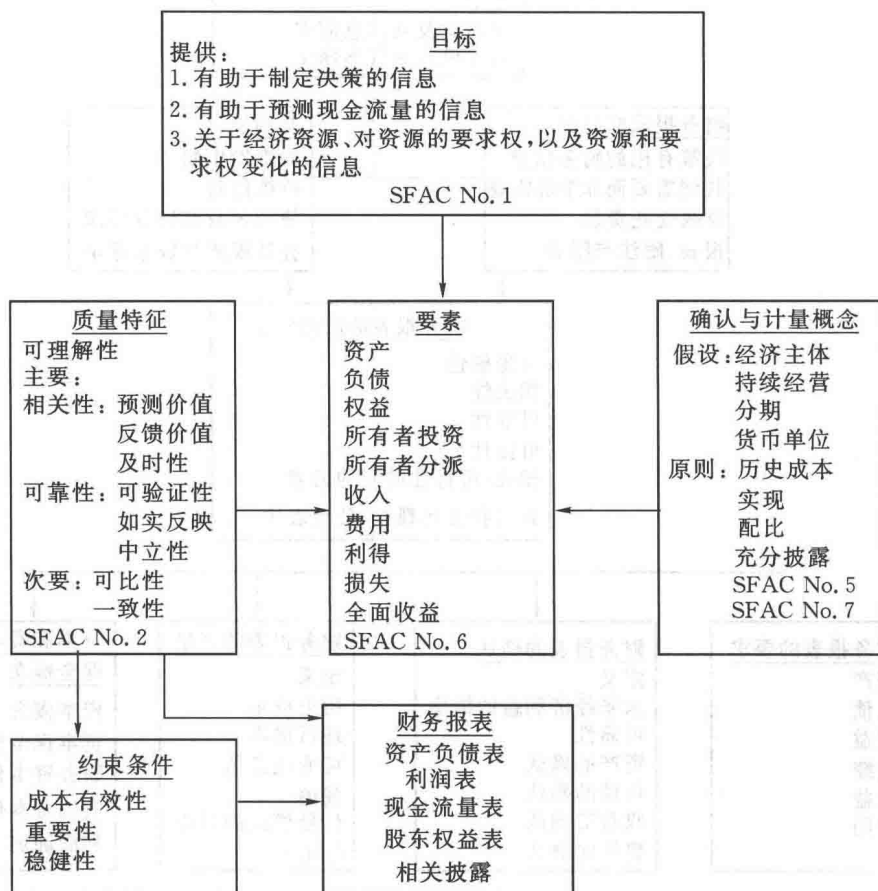


图 1-1 美国财务会计概念框架的主要内容

2. IASC 概念框架

(1) 主要内容。

国际会计准则委员会(IASC)的概念框架不限于《编报财务报表的框架》,但通常认为《编报财务报表的框架》是 IASC 最基本的概念框架。如图 1-2 所示。

(2) 主要特征。

IASC《编报财务报表的框架》具有以下几个主要特征:

- ①它反映了 IASC 所特有的国际协调角色;
- ②财务报表的目标坚持决策有用观和受托责任观的融合;

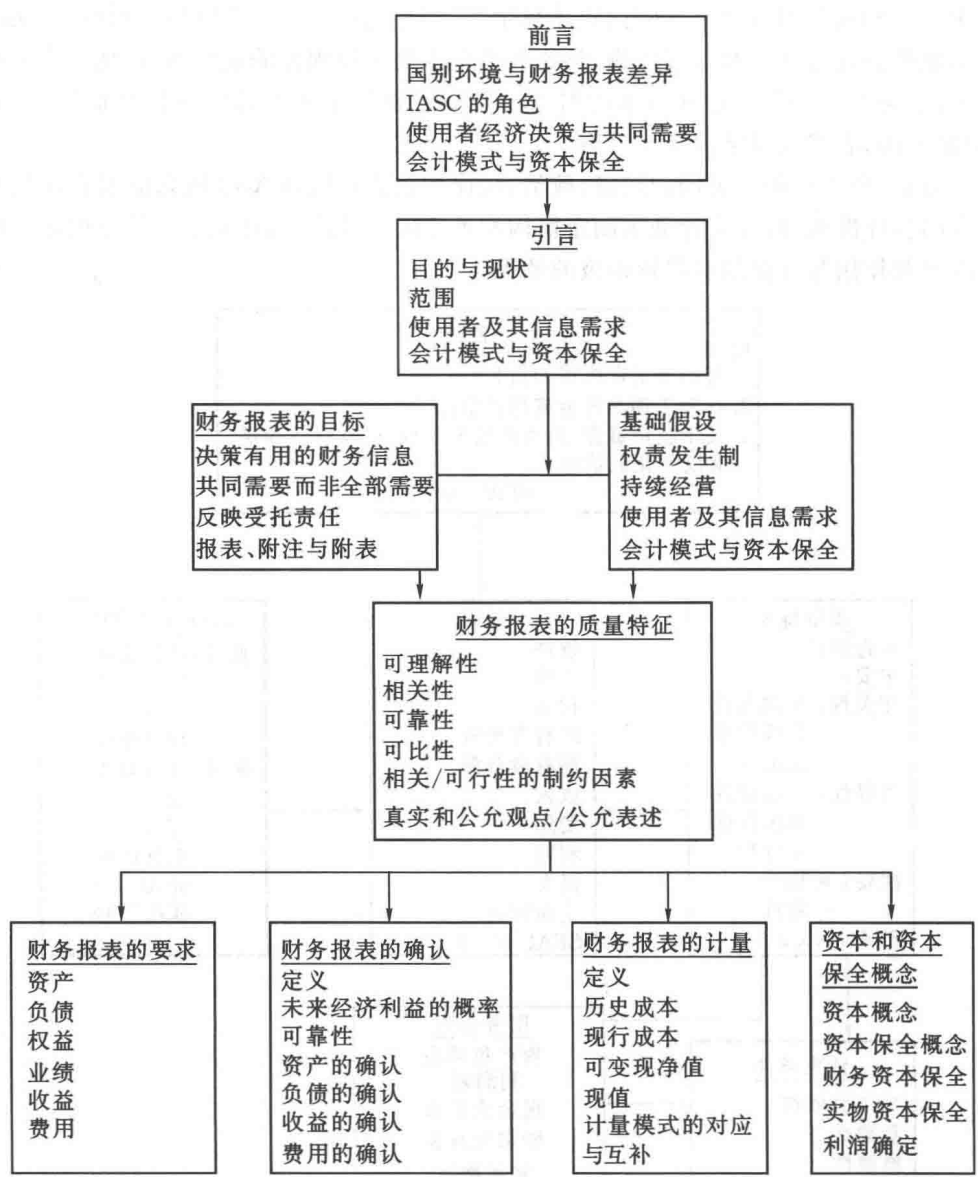


图 1-2 IASB《编报财务报表的框架》的内容结构

③将两个基础假设加入到了框架之中；

④财务会计信息的质量特征有自己的特点，特别是提升了可理解性的地位，增加了相关性和可靠性的制约因素，对各质量特征的构成成分也有自己的一些创见；

⑤引入了资本和资本保全概念，为利润确定抑或资本保全调整提供了重要基础。

上述特征无论对准则的制定，还是更好地理解财务会计实务均有相应的指导和参考价值。

3. 我国概念框架的主要内容

鉴于我国特有的国情，尤其是财务会计从业人员素质参差不齐，以及我国已有的会计法律传统，我国的财务会计概念框架采取了《企业会计准则——基本准则》这一部门规章形式。部