

会计学

(原书第5版)

[美] 卡尔 S. 沃伦 (Carl S. Warren) 著
佐治亚大学

张永冀 齐思琼 译



SURVEY OF ACCOUNTING

5TH EDITION



机械工业出版社
China Machine Press

21世纪会计与财务经典译丛

会计学

(原书第5版)

[美] 卡尔 S. 沃伦 (Carl S. Warren) 著
佐治亚大学

张永冀 齐思琼 译

7-23

2098

SURVEY OF
ACCOUNTING

5TH EDITION



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

会计学 (原书第 5 版) / (美) 沃伦 (Warren, C. S.) 著; 张永冀, 齐思琼译. —北京: 机械工业出版社, 2016.2

(21 世纪会计与财务经典译丛)

书名原文: Survey of Accounting

ISBN 978-7-111-53005-3

I. 会… II. ①沃… ②张… ③齐… III. 会计学—教材 IV. F230

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 031719 号

本书版权登记号: 图字: 01-2011-4796

Carl S. Warren. Survey of Accounting, 5th Edition.

Copyright © 2011 by South-Western, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. CMP Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书原版由圣智学习出版公司出版。本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权机械工业出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内 (不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区) 销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

本书封底贴有 Cengage Learning 防伪标签, 无标签者不得销售。

本书是为那些没有会计知识背景的读者学习会计学而编著的, 全书概括论述了财务会计和管理会计中的一些基础知识及基本理论问题。全书的重点在于强调经理人、投资者或其他的公司股东应该如何使用公司财务报告, 以便做出正确有效的经营决策。书中各章均安排了一些大公司的案例和“企业战略”模块, 作为论述的基础与起点, 以便读者融会贯通, 运用最新的会计理论来更好地指导丰富多彩的商务实践。

本书适用于非会计学专业学生、MBA 学生以及对会计感兴趣的普通读者入门学习。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 王金强

责任校对: 殷虹

印刷: 三河市宏图印务有限公司

版次: 2016 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm×260mm 1/16

印张: 25.75

书号: ISBN 978-7-111-53005-3

定价: 69.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

本书是为一学期的会计学入门基础课编写的。书中对基础的财务会计与管理会计概念进行了概览性的介绍。本书适用于没有会计学知识的学生学习，文中重点讲述了管理人员、投资者以及企业股东如何使用会计报告。

本书特点

本书第5版秉持了原有系列中强调的提供学生学习体验以及教师教学帮助的元素。这些具体特点包括：

- 整合的财务报表框架展示了交易如何影响财务报告最主要的三种使用者以及强化会计学本质上的完整性。
- 丰富的信息图示插图帮助学生将章节中重要的会计概念形象化。
- 详尽的范例习题，通过覆盖章节中重要概念的习题演练帮助学生学以致用。
- “商业诚信、客观和伦理”描述了现实世界中的两难问题，并帮助学生在道德的框架下，按照完整性和客观性来应用会计学概念。
- 引人入胜的设计和排版吸引学生的注意并以清晰的方式呈现资料。完整的财务报告框架得益于适合于教学的色彩，该框架中每个部分都标示了阴影以强调会计学属性的完整性。

一体化的财务报告系统方法

这个框架清晰地将商业活动展示在资产负债表、利润表和现金流量表中，并对这些财务报表之间的相互关系进行描述。IFS框架为学生由浅入深地介绍财务报告的形成以及原理。

第1章以著名巧克力制造商好时公司为例介绍了公司实际的财务相关信息。

第2章以一个一体化财务的例子开头，这也是本书其他章节的惯用模式。在本课程的早期，学生们将会更好地理解趋势和事件如何对公司的财务报告产生重要的影响，这一过程也会使学生对企业财务状况更具洞察力。

本版更新

- 专为当今的学生设计，第5版应用创新的风格简洁、清晰地突出重点。直接的叙述、

间接的段落、编号的列表，以及逐步演算都为学生提供了容易接受的结构，并没有在学习会计知识的过程中牺牲内容或活力。

- 所有现实生活中的公司数据都经过了更新，包括好时公司、家得宝公司、星巴克公司以及微软公司等案例。
- 每章最后练习和问题的数据及答案都经过了更新。
- 第1～3章按照新格式进行了修改。
- 第4章，为了更清晰的语义辨析，“运输”改为“货运”。例如，本书采用“货运成本”或直接用“货运”来代替“运输成本”。
- 第5章，银行业对账中的“储户”改为“公司”。此外，根据读者的反馈，本章在一些银行报表的举例中，增加了“支票号”来反映大多数银行并不会退回支票，而只是根据支票号在银行的报表中列出已经清算的支票。最后，本章还增加了一个如何逐步准备银行对账的例子。
- 第6章，为了加强对销售百分比法和账龄分析法两种坏账计提准备方法的理解，本章对案例进行了修订。此外，为了更好地比较销售百分比法和账龄分析法，本章还增加了新案例。
- 第7章，为了比较不同的折旧方法，增加了新案例。
- 第8章，修订了有关或有负债以及对应的案例。

致谢

在本书过去的几个版本中，我要感谢许多人为本书做出的贡献。Jose Hortensi 和 Jeff Rhinock 为本书章节末尾资料的整理及校对提供了很大的帮助。本书最近的版本也受益于以下几位评审的意见和建议：

Tim Alzheimer, 蒙大拿州立大学

Scott R. Berube, 新罕布什尔大学

Suzanne Lyn Cercone, 契斯通学院

H. Edward Gallatin, 印第安纳州立大学

Jose Lius Hortensi, 迈阿密达德学院

Craig Pence, 高地社区学院

Paricia G. Roshto, 路易斯安那大学

Geeta Shankar, 代顿大学

Alice Sineath, 弗斯科技社区大学

Hans Sprohge, 怀特州立大学

真心感谢你们在使用本书过程中提出的评论和建议。

卡尔 S. 沃伦

前 言

第1章 会计在商业中的作用 1

- 1.1 企业和会计的性质 1
- 1.2 企业活动 5
- 1.3 什么是会计及其在商业中的作用 7
- 1.4 财务报表 7
- 1.5 会计概念 11

本章小结\说明性问题\自测题\课堂讨论\课后练习\问题\活动
自测题答案

第2章 基本的会计概念 28

- 2.1 会计系统的要素 28
- 2.2 如何记录企业的第一个经营期 31
- 2.3 企业第一个经营期的财务报表 35
- 2.4 如何记录企业的第二个经营期 38
- 2.5 企业第二个经营期的财务报表 38

本章小结\说明性问题\自测题\课堂讨论\课后练习\问题\活动
自测题答案

第3章 权责发生制 50

- 3.1 基本的权责发生制概念, 包括配比原则 50
- 3.2 使用权责发生制概念处理家庭保健公司 11 月的交易 51
- 3.3 调整过程 57
- 3.4 财务报表 62
- 3.5 权责发生制和收付实现制 64

附录 3A \ 本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题

课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第4章 商业企业会计 81

- 4.1 商业活动 81
- 4.2 商业企业的财务报表 83
- 4.3 销售交易 90
- 4.4 购买交易 92
- 4.5 运费和销售税费 93
- 4.6 商业交易的双重性质 95
- 4.7 商品损耗 97

附录 4A \ 本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题

课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第5章 《萨班斯—奥克斯利法案》、内部控制和现金 110

- 5.1 2002 年的《萨班斯—奥克斯利法案》 110
- 5.2 内部控制 112
- 5.3 现金收支的控制 116
- 5.4 银行账户 118
- 5.5 银行存款余额调节表 121
- 5.6 特殊用途基金 124
- 5.7 财务报表中现金的列报 125

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第6章 应收款项和存货 138

- 6.1 应收款项的分类 138
- 6.2 坏账 140
- 6.3 直接转销法 141
- 6.4 备抵法 142
- 6.5 商业企业和制造企业的存货分类 146
- 6.6 存货成本流转假设 148
- 6.7 存货成本计价方法的比较 150
- 6.8 应收款项和存货的列报 151

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 活动 \ 自测题答案

第7章 固定资产和无形资产 158

- 7.1 固定资产的性质 159
- 7.2 折旧的会计处理 162
- 7.3 固定资产处置 165
- 7.4 自然资源 167
- 7.5 无形资产 168
- 7.6 固定资产和无形资产的列报 171

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第8章 负债和股东权益 180

- 8.1 筹集业务资金 181
- 8.2 负债 181
- 8.3 债券 186
- 8.4 股票 188
- 8.5 股利 190
- 8.6 股票分割 192
- 8.7 负债和股东权益的列报 192
- 8.8 每股收益 193

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第9章 财务报表分析 204

9.1 基本的分析方法 204

9.2 偿债能力分析 209

9.3 盈利能力分析 214

9.4 公司年报 221

附录 9A \ 本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题

课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第10章 制造型企业的财务系统 232

10.1 制造型企业的性质 232

10.2 生产成本术语 233

10.3 成本会计系统概述 236

10.4 制造型企业的分批成本法 236

10.5 分批成本法在决策中的使用 246

10.6 专业服务企业的分批成本法 248

10.7 JIT 生产方式 249

10.8 作业成本法 252

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第11章 成本性态和本一量一利分析 260

11.1 成本性态 260

11.2 本一量一利之间的关系 264

11.3 本一量一利分析的数学方法 267

11.4 本一量一利分析的图形方法 270

11.5 特殊的本一量一利关系 274

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第12章 差异分析和产品定价 282

12.1 差异分析 282

12.2 制定正常的产品销售价格 289

12.3 生产瓶颈、定价和利润 296

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第 13 章 预算和标准成本系统 302

- 13.1 预算的性质和目标 302
- 13.2 全面预算 307
- 13.3 标准 319
- 13.4 预算绩效评估 320
- 13.5 直接材料和直接人工成本差异 322
- 13.6 非财务绩效指标 326

附录 13A \ 本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题

课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第 14 章 分散经营下的绩效评估 338

- 14.1 集中经营和分散经营 338
- 14.2 成本中心的责任会计 340
- 14.3 利润中心的责任会计 342
- 14.4 投资中心的责任会计 344
- 14.5 转移价格 349

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

第 15 章 资本投资分析 357

- 15.1 资本投资分析的性质 357
- 15.2 静态指标 358
- 15.3 动态指标 360
- 15.4 使资本投资分析复杂化的因素 366
- 15.5 资本限额决策 369

本章小结 \ 说明性问题 \ 自测题 \ 课堂讨论 \ 课后练习 \ 问题 \ 活动 \ 自测题答案

附录A 复式记账法 375

附录B 分步成本法 384

术语表 392

会计在商业中的作用

学习目标

- 描述企业的类型和组织形式，企业如何盈利，以及企业利益相关者。
- 描述三类商业活动：筹资活动、投资活动和经营活动。
- 定义会计并描述会计在商业中的作用。
- 描述说明几种基本财务报表以及其内部联系。
- 描述财务报告的 8 条基本会计概念。

当两支球队进行足球比赛时，乐队表演、球迷欢呼、放烟花点亮球场都会让场面很嘈杂。显然，球迷都很忠实，也关心比赛结果。与球迷一样，企业所有者也希望自己的企业能赢过市场上的竞争对手。赢得球赛可以带来荣耀，然而，赢在市场不仅能带来荣耀，还可以产生实际效益。优胜企业可以更好地服务顾客，为员工提供好的工作，同时为企业所有者赚取更多的利润。

谷歌公司就是一个成功的例子，它是互联网界最具声誉的公司之一。许多人都是通过谷歌搜索来访问网站的。正如一位作者曾说：“谷歌是离网络终端机最近的东西。”而且，谷歌还是一款免费工具——当使用谷歌搜索引擎的时候不需要使用信用卡。那么，谷歌是一家成功的公司吗？公司盈利吗？如何得知？会计可以回答这些问题。从谷歌的会计信息我们可以得知谷歌是一家非常成功的公司，盈利丰厚，其盈利并不来自我们，而是来自广告商。

本章将描述说明像谷歌这样的一些企业的性质、类型以及经济活动。此外，还将描述说明会计在商业中的作用，包括财务报表、基本会计概念以及如何使用财务报表来评估公司业绩。

1.1 企业和会计的性质

企业（business）是一个整合并加工基础资源（如原材料、劳动力等）、向顾客提供商品或服务的组织。企业规模从本土咖啡屋到年销售额高达 90 亿美元的星巴克不等。

大多数企业的目标是获取利润。**利润（profit）**是指向顾客提供商品或服务所收到的金额与为提供这些商品或服务所投入的金额之差。本书将着重于营利性企业。然而，许多概念和原则同样适用于非营利组织，如医院、教堂和政府机构。

1.1.1 企业类型

营利性企业包括三种：服务性企业、商业型企业和生产制造性企业。下面描述了每种企业类型并分别举例。

- **服务型企业**（service business）：向顾客提供服务而非产品的企业。比如：达美航空公司（运输服务）；迪士尼总公司（娱乐服务）。
- **商业性企业**（merchandise business）：从其他企业购入产品然后销售给顾客的企业。比如，沃尔玛（日用品），亚马逊（书籍、音乐、音像）。
- **生产制造性企业**（manufacturing business）：把基本的投入转换成产品然后销售给顾客的企业。比如，通用汽车公司（汽车、卡车、货车），戴尔公司（个人计算机）。

1.1.2 企业组织形式

企业通常有以下四种组织形式：

- 独资企业
- 合伙企业
- 股份制公司
- 有限责任公司

独资企业（proprietorship）为一人所有。全美超过 70% 的企业都是独资企业。这是因为其易于组织且成本较低。独资企业最大的缺点是企业的财务资源局限于所有者个人的资源。此外，企业所有者对企业债务承担无限责任。

合伙企业（partnership）为两人或两人以上所有。美国约 10% 的企业是合伙企业形式。与独资企业一样，合伙企业的财务资源可能大于其所有者的个人财务资源。并且，合伙人对企业债务承担无限责任。

股份制公司（corporation）是依州法组织成立的独立法人主体。公司所有权分割成为股份。公司向个人或其他公司发行股票，这些人或公司即公司所有者或**股东**（stockholders）。美国约 20% 的企业是股份制公司形式。股份制公司的主要优势是可以**通过发行股票获取大量资金来源**。此外，股东仅以其出资额为限对企业债务承担**有限责任**。

有限责任公司（limited liability company, LLC）则结合了合伙企业和股份制公司的特点。其主要优势在于经营方式与合伙企业相同，但其所有者（或成员）仅以其出资额对企业债务承担**有限责任**。

在组建企业的时候，除了易于组织，还要考虑每种组织形式的**筹资能力**、**对企业债务的责任**以及其他因素（如**税收和法律年限**）。例如，股份制公司以独立法人主体进行纳税，而独资企业、合伙企业和有限责任公司的收益属于企业所有者，并以所有者个人的纳税申报表进行纳税。作为独立法人实体，股份制公司不受所有者个人生命年限影响永久存续。相反，独资企业、合伙企业和有限责任公司会随着其所有者个人死亡而解散。

下表是对这一部分所讨论的独资企业、合伙企业、股份制公司和有限责任公司的特点的总结。

组织形式	组建难易程度	法律责任	税收	主体是否有存在年限	资本获取渠道
独资企业	简单	无限责任	非纳税主体	是	有限
合伙企业	简单	无限责任	非纳税主体	是	平均
股份制公司	复杂	有限责任	纳税主体	否	广泛
有限责任公司	适中	有限责任	非纳税主体	是	平均

之前讨论过的三种企业类型——生产制造性企业、商业性企业和服务性企业可以是独资企业、合伙企业、股份制公司或者有限责任公司中的任何一种。然而，需要大量资金来源的公司（如许多生产制造性企业）为股份制公司。同样，多数大型零售商（如沃尔玛、西尔斯和杰西潘尼）也是股份制公司。

由于多数大型企业都是股份制公司，它们往往主导着美国的经济活动。正因为如此，本书着重于股份制公司的组织形式。然而，讨论到的许多概念和原则同样适用于独资企业、合伙企业和有限责任公司。

1.1.3 企业如何获利

企业目标是通过向顾客提供产品或服务来获取利润。企业在决定提供何种产品或服务的时候存在诸多影响因素。然而，最终还是取决于企业想要怎样获取竞争优势，以及进而使利润最大化。

企业想要通过在维持成本不变的情况下增加收入来提高利润，以达到利润最大化。然而，竞争对手也在做同样的努力，因此一家企业只能通过获取竞争优势使得利润最大化。

通常，企业通过以下策略来获取竞争优势：

- **低成本策略**（low-cost strategy）是指企业以低于竞争者的成本设计并提供产品或服务。这些企业通常销售基本的、标准化的产品和服务。
- **溢价策略**（premium-price strategy）是指企业为特定的市场需求设计并提供产品或服务以获取溢价。这些企业通常会对它们的产品和服务进行设计和营销，以使得顾客视其具有独特的品质、可靠性或形象。

例如，沃尔玛和美国西南航空公司就采取了低成本策略，而约翰·迪尔、汤米·希尔费格以及宝马汽车公司采取的是溢价策略。

商场竞争激烈，企业很难能长时间保持其竞争优势。例如，某企业采用低成本策略，其竞争对手可能会模仿其低成本策略或者发现新方法使成本更低。同样，溢价策略企业的竞争对手可能开发出令消费者更满意的产品。

采用低成本策略和溢价策略的公司有：

- 与顾客建立亲密关系的本地药店。这样做便可以获取溢价。相反，沃尔玛的药店采取的是低成本策略，竞争的是成本。
- 零售商店（如克罗格和西夫韦）则通过向顾客发行优先会员卡与顾客建立关系。这些会员卡使得商店可以得知顾客偏好以及购买习惯，进而运用到采购和广告中。
- 本田汽车公司通过推销其汽车的可靠性和质量等级获取溢价。同样，沃尔沃推销其汽车的安全性能。相反，现代和起亚则采取低成本策略。
- 哈雷强调其摩托车为美国制造并推销其叛逆的形象，并以此获取比竞争对手（如本田、雅马哈和铃木）更高的价格。

企业获取竞争优势通常都很艰难。例如，西尔斯和杰西潘尼就难以以低成本策略与沃尔玛、科尔百货、T. J. Maxx 以及塔吉特进行抗衡。同时，它们也难以获取比竞争对手（如盖普、Eddie Bauer 以及 Talbot's）更高的价格。同样，达美航空和联合航空很难与低成本航空公司（如西南航空和穿越航空）竞争。同时，它们也没有提供任何顾客愿意溢价购买的服务项目。

表 1-1 总结了低成本策略和溢价策略的特点。同时列出了采用每种策略的几种常见企业。

表 1-1 商业策略与行业

商业策略	行业					
	航空业	运输业	汽车业	零售业	金融服务业	旅馆业
低成本策略	西南航空	联合太平洋	土星汽车	山姆会员店	美国贸易	速 8 旅馆
溢价策略	维珍航空	联邦快递	宝马	泰伯服装店	摩根士丹利	丽思卡尔顿

1.1.4 企业利益相关者

企业利益相关者（business stakeholder）是指与企业的经济绩效和福利有利益相关的个人或组织。例如，所有者、供应商、顾客和员工都是企业利益相关者。

利益相关者可以分为表 1-2 中的四种类型。

表 1-2 企业利益相关者

企业利益相关者	利益所在	举例
资本市场利益相关者	向企业提供大量融资	银行、所有者、股东
产品或服务市场利益相关者	购买企业商品或服务，向企业供货	顾客、供应商
政府利益相关者	向企业以及其员工征税	联邦政府、州政府以及市政府
内部利益相关者	企业雇用的个人	员工和管理层

资本市场利益相关者提供企业开办和持续经营所需的资金。银行及其他长期债权人由于要收回贷款额和利息有经济利益关系。所有者则想要使其投资额的经济价值最大化。

产品或服务市场利益相关者购买企业产品或服务，或者向企业销售产品或服务。企业持续成功与顾客有经济利益关系。例如，提前购买达美航空公司机票的顾客就依赖于其是否持续经营。同样，供应商也依赖于他们的顾客是否持续成功。例如，一旦顾客经营失败或缩减采购，供应商业绩也将下滑。

政府利益相关者（如联邦政府、州政府、郡政府和市政府）向企业收税。企业经营越好，政府收税越多。此外，被企业解雇的工人可以申请失业补偿，这会给州政府和联邦政府造成财政负担。

企业内部利益相关者（如经营者和员工）要靠企业持续成功来保住工作。经营者管理不善通常会被企业所有者解聘。相应地，在经济低迷时期企业也会解雇员工。

商业诚信、客观和伦理 | 好的企业公民

许多人认为能够作为一个好的企业公民并对社会福利和其所在地的社区做贡献的公司就是好企业。好时公司在这方面历史悠久，它建立并经营了一所残疾儿童学校——米尔顿好时学校。好时捐赠了 50 亿股票资助建立了这所学校。此外，好时还向自愿为非营利慈善机构义务劳动 100 小时的员工发放 200 美元的现金

奖。好时还向宾夕法尼亚中南部的少数民族学生提供奖学金。

资料来源：Bill Sutton, “Donations to Aid Minority Students,” *The Patriot-News*, November 12, 2004, and “Hershey Throws Greenline a Kiss,” *The Commercial Appeal*, September 26, 2004.

图 1-1 表示了以上几种利益相关者。

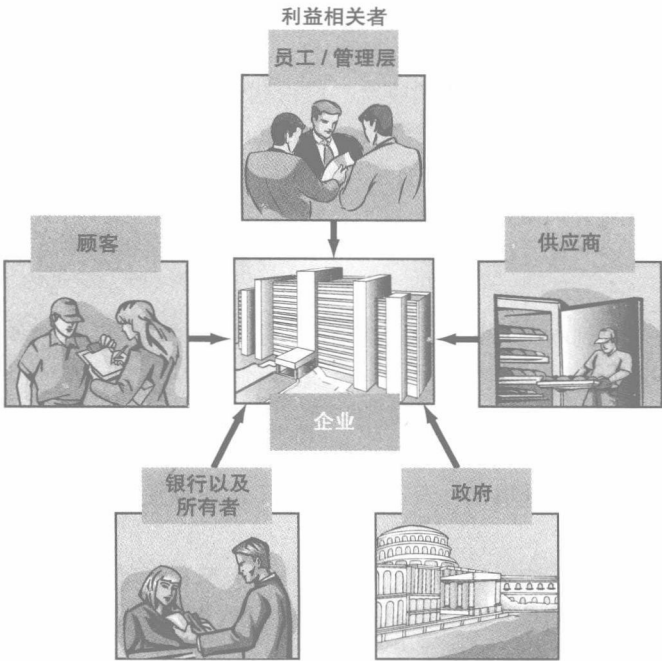


图 1-1 企业利益相关者

1.2 企业活动

所有企业都从事以下三种活动：

- 筹资活动（financial activities）：获取企业组建和经营所需的必要资金。
- 投资活动（investing activities）：获取企业组建和经营所需的资产（如建筑物和设备）。
- 经营活动（operating activities）：获取收入和利润。

图 1-2 表示了以上几种企业活动之间的关系。

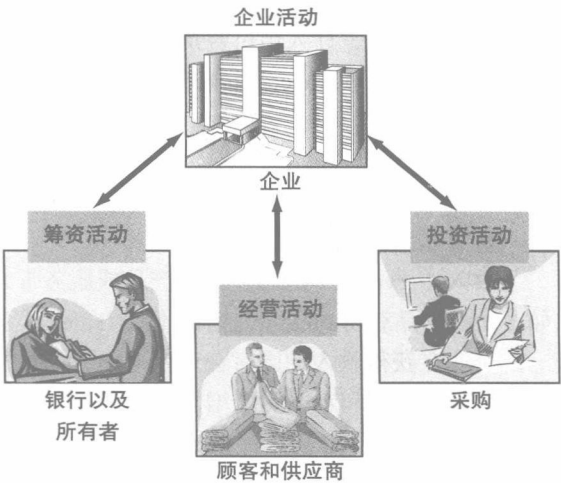


图 1-2 企业活动

1.2.1 筹资活动

筹资活动包括获取企业创办和经营所需资金。企业通过资本市场进行筹资主要通过：

- 借款
- 发行所有权份额

企业一旦借款就会产生负债。负债（liability）是指企业需归还合同约定的借款数额的法律义务。来自销售商或供应商的借款成为应付账款（account payable）。这时，企业根据销售商或供应商设定的条款进行支付。大多数销售商或供应商要求企业在较短时间内（如 30 天）支付完毕。

企业也可以通过发行债券获得借款。债券面向投资人发行，一般都附有利息。债券面值通常需要在未来几年后进行偿付。因此，债券属于长期筹资。然而，债券利息一般半年一付。债券债

务计为**应付债券** (bonds payable), 相关利息计为**应付利息** (interest payable)。

许多企业通过发行应付票据筹资。**应付票据** (note payable) 要求偿还本息。除了它可以长期发行也可以短期发行以外, 应付票据与债券类似。

企业可能通过发行所有权份额来筹措资金。股份制公司则是发行股份。股份制公司可能发行各种不同类型的股票, 但最基本的就是**普通股** (common stock)。**股本** (capital stock) 指公司发行的所有股票。^①购买公司股票的投资人即**股东** (stockholders)。

债权人和股东各自对公司资产的索求权是不同的。**资产** (assets) 指一个公司(企业)所拥有的资源。债权人对企业资产具有优先索求权。只有在债权人的索求得到满足后, 股东才可以对剩余资产进行索求。

债权人通常会及时收到本息。相反, 股东则没有定期支付。然而, 许多公司会向股东定期分配利润, 即**股利** (dividends)。

1.2.2 投资活动

投资活动指利用企业资产获取额外资产, 使企业得以生存发展。由于商业的性质, 企业必须获取多种资产。

多数企业需要机器、建筑物、计算机、办公设备、卡车和汽车等资产。这些资产都有物理特征, 即**有形资产** (tangible assets)。长期有形资产(如机器、建筑物和土地)通常分别计为不动产、厂房和设备。短期有形资产(如现金和存货)也分别记录。

企业也可能需要**无形资产** (intangible assets)。例如, 企业可能获得制造某产品的专利权。长期资产(如专利、商誉和版权)分别计入无形资产。企业也可能预付保险或租金。这些项目在消费之前属于资产, 计入**预付费用** (prepaid expenses)。此外, 因顾客赊购产品或服务产生的获得报酬权计入**应收账款** (accounts receivable)。

1.2.3 经营活动

经营活动指利用必要的资产获取收入和利润。企业管理层通过实施之前讨论的商业策略中的其一来实际操作。

收入 (revenue) 是通过销售产品或服务带来的资产增加额。收入通常按其来源进行确认。例如, 销售产品获得的收入为**销售收入** (sales)。提供服务获得的收入为**劳务收入** (fees earned)。

企业在获得收入的同时会产生成本, 如员工工资、管理层薪酬、租金费用、保险费用、广告费用、运输费用和水电费。增加收入而产生的成本称作**费用** (expenses), 费用可以以多种形式来确认计量。例如, 已售产品的成本有**商品成本** (cost of merchandise sold)、**销售成本** (cost of sales) 或**主营业务成本** (cost of goods sold)。其他费用通常分为销售费用或管理费用。**销售费用** (selling expenses) 包括与产品或服务的销售直接相关的成本。例如, 销售费用包括销售人员薪酬、销售佣金、运费和广告费用。**管理费用** (administrative expenses) 包括那些不与销售直接相关的成本, 如办公人员薪酬以及公司其他办公相关成本。

将本期收入与相关费用进行比较, 就可以得知企业是盈利还是亏损。当收入大于费用产生**净利润** (net income)。当费用大于收入产生**净亏损** (net loss)。

下面将讨论, 会计的主要作用就是向利益相关者提供关于企业筹资、投资和经营活动的信息。财务报表是这些信息的来源之一。

^① 第8章会讲述股票类型。

1.3 什么是会计及其在商业中的作用

会计的作用是向利益相关者提供关于企业筹资、投资和经营活动的信息。例如，会计向管理层提供企业经营所需的信息。此外，会计还向其他利益相关者（如债权人）提供评价企业经济绩效即企业状况所需的信息。

一般而言，会计（accounting）是为利益相关者提供经济活动和企业状况相关信息的信息系统。本书集中讲会计以及其在商业中的作用。然而，涉及的许多概念同样适用于个人、政府及非营利组织。例如，个人需要记录他们的工时、开出的支票以及支付的账单。个人利益相关者包括债权人、关联企业和政府。政府的主要利益在于确保个人合理纳税。

会计通常被称为“商业语言”，这是因为会计是把商业信息传达给利益相关者的主要方法。

会计的一个首要目标是为外部利益相关者（如银行和政府机构）总结企业财务业绩。对向外部使用者编制财务报告相关的这一会计分支称为**财务会计（financial accounting）**。会计还可以用来指导管理层做出筹资、投资以及经营决策。这一会计分支称为**管理会计（managerial accounting）**。财务会计和管理会计有重合的地方。例如，企业管理者通常使用为外部利益相关者提供的财务报告来评价其决策对企业的潜在影响。

本书着重于财务会计。财务会计的两大目标是：

- 反映企业某一特定日期的财务状况；
- 反映企业某一会计期间的财务状况的变化情况。

图 1-3 反映了两大目标之间的关系。

第一个目标可以视为企业某一特定时间点的财务（经济）状况的静态照片（快照）。第二个目标可以视为企业财务（经济）状况在一段时间内的活动影片。

可以通过记录影响企业状况的事件在财务报告，即**财务报表（financial statements）**中总结这些事件对企业产生的影响。

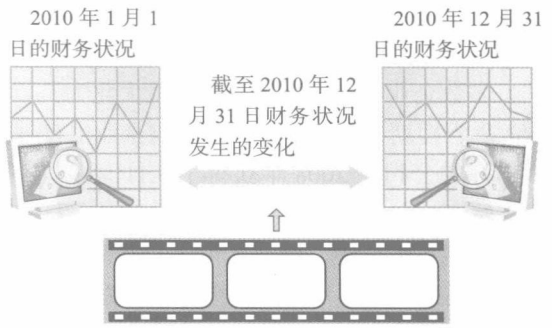


图 1-3 财务会计目标

1.4 财务报表

财务报表反映企业在某一特定时间点的财务状况以及其财务状况在某一期间的变化情况。下面列出了四种基本的财务报表以及它们与会计目标之间的关系。

财务报表	财务会计目标	财务报表	财务会计目标
利润表	反映财务状况的变化	资产负债表	反映财务状况
留存收益表	反映财务状况的变化	现金流量表	反映财务状况的变化

下面是财务报表的编制顺序和各报表的性质。

编制顺序	财务报表	报表描述
1	利润表	汇总特定期间内（如一年或一个月）的收入和费用
2	留存收益表	汇总特定期间内（如一年或一个月）的留存收益变化情况
3	资产负债表	列示特定日期的资产、负债和股东权益，通常在一个月或一年中的最后一天
4	现金流量表	汇总特定期间内（如一年或一个月）的现金收支情况