

商业银行培训系列教材  
SHANGYE YINHANG PEIXUN XILIE JIAOCAI

总主编 朱耀明 宋良荣

# 财务报告真假识别技巧

宋良荣 编著



立信会计出版社

LIXIN KUIJI CHUBANSHE

商业银行培训系列教材  
SHANGYE YINHANG PEIXUN XILIE JIAOCAI

总主编 朱耀明 宋良荣

# 财务报告真假识别技巧

宋良荣 编著



立信会计出版社  
LIXIN KUIJI CHUBANSHE

## 图书在版编目(CIP)数据

财务报告真假识别技巧/宋良荣编著. —上海:立信  
会计出版社, 2006. 4

(商业银行培训系列教材)

ISBN 7-5429-1633-5

I. 财… II. 宋… III. 会计报表-会计分析-技术培训  
-教材 IV. F231. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 029253 号

---

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64388409 (021)64391885(传真) (021)64695050
网上书店	<a href="http://www.Lixinbook.com">www.Lixinbook.com</a> (021)64388132
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
网 址	<a href="http://www.lixinaiph.com">www.lixinaiph.com</a>
E-mail	<a href="mailto:lxaiph@sh163.net">lxaiph@sh163.net</a>
E-mail	<a href="mailto:lxzbs@sh163.net">lxzbs@sh163.net</a> (总编室)

---

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787×1092 毫米 1/16
印 张	15.25
插 页	2
字 数	161 千字
版 次	2006 年 4 月第 1 版
印 次	2006 年 4 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1633-5/F·1468
定 价	25.00 元

---

如有印订差错 请与本社联系



# 总 序

进入 21 世纪以来,中国银行业的改革与发展,正在快速地向  
前推进,同时也面临着严峻的挑战和大好的机遇。其中一个突出  
的问题是需要人才的支持,特别需要懂经营、会管理,又熟悉银行  
业务及市场经济规则的高素质人才。造就一大批职业经理人和  
银行家,是当前中国银行业面临的一项紧迫任务。而人才的培  
养,需要教育与培训,因此,银行对人才的培训应有大的进展,使  
各家商业银行成为真正的“学习型组织”。

但是,银行人才的教育培训,要求甚高,专业性较强,要做好  
并不容易。结合这几年培训的实践,我们体会到,要做好银行人  
才培训,必须要解决好三个问题:一是课程设计;二是教师选聘;  
三是教材编写。

—

银行人才培养,除通常的那种资格认证及考试的培训外,更  
多的是一种应用型和发展型的培训。委托做人才培养的银行及  
参加培训的员工,十分注重课程内容的实用性、知识的新颖性,以  
及能否达到提升银行竞争力和个人能力的目的。一句话,培训的  
目的全在于应用。为此,培训课程的设计应努力做到:

1. 培训项目要多元化,即要设计并推出能满足各种各样需求  
的培训项目和培训课程。银行人才培养,既有不同的层次,即高、  
中、低各级管理人员的培训,又有各业务条线的专业培训,如人力  
资源管理、风险管理、信贷业务、会计业务、稽核业务等培训;既有





服务于银行业务发展的专业培训,又有适应员工“充电”和职业发展需要的培训。一个培训机构,如果只有为数不多的几个培训项目,就无法满足这多种多样的需求。培训项目多元化,必然要求培训课程及培训内容紧跟市场需求,灵活多变,应有尽有,市场需要什么,就有什么,以较好地适应和满足各单位提出的培训需求。

2. 培训内容要体现个性化要求,即各培训项目的课程及内容,既要有层次高低、内容繁简的区分,更要突出专业和岗位的特殊要求。比如,银行行长(信用社主任)培训班,不同于一般的业务操作培训,过于具体的业务知识和操作技能,一般并不需要。对他们来说,课程内容要宏观一点,并更具哲理性,特别需要传授现代商业银行经营管理的理念和知识,需要国内外同行先进经验的介绍和交流。又如信贷业务培训,课程设计要强调其专业性,要尽可能多地讲授客户信用分析、会计信息(含财务报表)真假识别、授信业务尽职调查和问责制、贷款风险控制及防范、贷款决策与审批、问题贷款成因、识别、监测和不良资产清收等内容。显然,唯有专业性,才体现出差别化和个性化;唯有专业性,才有培训的针对性和实用性。

3. 培训课程要有较强的实用性,即课程设计要坚持面向银行改革和发展中一些重大而迫切的问题。如这几年,各银行实行流程再造,推行客户经理制,故我们推出的市场营销和客户经理的培训课程,就较受欢迎。对单独办班的单位,根据其提出的需求,课程设计“量身定做”,由于针对性较强,因而更受到委托银行的欢迎。

4. 培训内容要有一定的前瞻性,即培训课程内容要考虑银行发展前沿的需要,有一点“提前量”。如眼下各银行普遍实行扁平化管理,原来的办事处、分理处和储蓄所,纷纷升格为二级支行和路支行。于是,对二级支行和路支行行长或网点负责人的培训,





显得尤为必要。适时地推出“二级支行(网点)行长研修班”培训课程,正好适应了这种需求。

## 二

培训业,属于知识密集型的服务业。而银行培训,更因其培训对象是高素质、高智商的银行员工,并具有较强的专业性,故一般属于高端培训。这就意味着对培训师资的选聘,要设置较高的“门槛”。这里包括:教师的层次、素质、知识结构等方面较高的要求。高端培训和高层次师资,两者相匹配,方可以满足银行高层次的需求,培训质量也更有保证。同样地,培训课程设计的一些要求,也要靠一支高素质的师资团队去实施,否则再好的设计,只能是“纸上谈兵”。

应付考试或认证的培训,可以靠“卖证书”赚钱。而应用型和发展型的银行培训,“卖”的是真才实学,“卖”的是有实用价值的培训产品。而所有这些全要靠教师的创造性活动来实现。可以这样说,一个培训机构存在的价值,就在于它有一支水准较高的师资队伍;一个培训项目的成功与否,就看它师资的选聘和配备;一家培训机构的培训质量,也主要看它的教师水平及教师结构,教师聪明才智的发挥。否则,课程设计得再好,广告做得天花乱坠,到头来,只会使人大失所望。

那么,高素质的师资队伍,是否就意味着对培训的师资必须有高学历(如硕士、博士等)和高职称(如副教授、正教授)的要求。我们的回答,既是,又不完全是。银行培训,需要高学历和高职称者加盟,这是必须要肯定的。因为,银行业是靠“精英”打拼的行业,社会的佼佼者云集于银行。面对“双高”(高学历、高职称)的员工队伍,培训师资团队的结构和层次是否应该更高一些呢?有人说,“什么博士、硕士,没干过实事,什么也不是”,还有人一概排

斥所谓“学院派”(高校教授、副教授)入主培训机构。这些说法和做法,都有点偏颇。应当承认,硕士、博士有较扎实的理论功底,对国外银行的新东西,尤其是一些新的理念、方法、工具较为熟悉,无论是现在还是将来,他们都是师资团队中最活跃的一支力量。高校教授的讲课,内容较为深入、丰富,且有教学经验,系统性、逻辑性较强,为大家所公认。在银行培训的师资团队中,受到欢迎的教授,为数不少,就是明证。

但我们的经验也证明,单由高校教师组成的师资团队,而没有具有银行实际工作经验的行长、老总们加盟,这样的培训往往压不住阵脚,也缺乏说服力和吸引力。如果一个教师,从来没有干过银行,缺乏银行工作的实际知识和实际经验,就无法胜任应用型的培训课程。而这类课程,对来自于银行的老领导、老同志来说,则轻车熟路,他们的讲课自然、亲切,便于同行之间的交流,效果一般都比较较好。对此,有一个现象可以佐证:讲课间隙或结束后,学员团团围住主讲教师,问这问那,不肯散去,还争相交换名片,那位教师很可能就是某银行的行长或老总。当然,问题的另一面是,作为银行行长或老总,做得好又讲得好的不是很多。尤其是在职的行长、老总,因工作过于紧张,能抽出时间来讲课的则更少。好在上海银行机构集中,人才济济,只要用心去“挖掘”,总能找到做得好、讲得好,又愿意接受授课任务的行长和老总。这可能正是地处上海的银行培训机构所具有的条件和优势。

好的教师,要千方百计地去“挖”,真心诚意地去请。但这还不够,重要的是对讲课教师,要不断地进行筛选,即把优秀的教师留下来,次优的列入B角(预备队),不适合的果断地割爱或舍弃,如此等等。一位优秀的教师,有可能打造出精品的课程,但这要有个过程。作为培训机构来说,一则对教师要有信心,给予他们足够的时间;二则要加以扶持,对同一个讲题,有意识地安排教



师,反反复复地去讲,不断地打磨和不断地提高。

这里,还有个需要提高认识并着力解决的问题是:如何调动和提高教师的积极性,让他们下工夫研究所讲授的课题,准备好讲课的内容,上好每一堂课。目前社会上对精神产品包括培训讲课在内,估价普遍偏低。但委托单位,仍对培训费用压了又压;而培训机构,为了吸引、保留优秀教师,都支付较高的薪酬,希望进一步提高培训收费标准,这可能是一个两难的问题。培训收费标准要逐步提高,教师授课薪酬也要随之不断增加,这种趋势恐怕是难以逆转的。

### 三

好的培训项目,除了好的课程设计和配备优秀师资外,还要有适用的培训教材。培训教材,无论是作为教师讲课的“脚本”,还是作为供学员自学的材料,都是不可缺少的。没有培训教材,或培训教材不适用,培训效果会大打折扣。因此,根据培训的要求,编写专门的银行培训教材还是很有必要的。

对好的培训教材,有这样几项要求:(1)适用性好。现成的金融专著、译作和大专院校教材,不能代替培训教材。原因是:有的学术性较强,过于艰深;有的内容过于宽泛,同培训要求相去甚远。出路只有一条,根据培训的内容和要求,选择好的作者,去编写与此相配套的教材。(2)可读性强。培训教材不同于一般金融论著,也不同于高等院校金融专业用的教材,其最大的特点是,深入浅出,言简意赅,并有较多案例和实际材料。实际上,培训教材作为一种普及性读物,但又不失其专业性和学术性。这方面的要求可能是比较高的,并不是所有作者都能做到的。(3)篇幅要小。因为培训时间有限,学员工作又忙,根本没有时间和精力去“啃”那些鸿篇巨著。俗话说,少则得,多则惑。我们相信,少而精、普



及型的培训教材,只要内容充实、写得好,很可能成为“热门书”和“畅销书”。

教材编写,关键是要物色水平较高又热心于写作的作者。教材的作者队伍,除高校教师外,还要注意物色在银行从事实际工作的同志参加,调动他们的著书立说的积极性。另外,培训教材要尽可能多搞小册子,不要片面追求系统性、学术性,搞大部头著作。在选题时,“手册”、“指南”一类实用性强、读者面广的工具类书,似可多选一点。

编写和出版《商业银行培训系列教材》,是我们在银行培训教材建设方面的一种尝试。计划每年出版十种左右,并坚持3~5年。届时,可能有四五十种教材面世,自成一体,蔚为大观。

诚然,我们深知自己的水平不高,力量也有限,仅是想为银行培训教材建设做一点基础性工作而已。期待得到银行界领导的鞭策与支持,期待得到读者的批评与指正。

(<http://www.msbank.org.cn> msbank@msbank.org.cn)

上海理工大学中小银行研究中心

主任 朱耀明教授

副主任 宋良荣博士、教授

2006年3月





## 前 言

“窃珠者，贼；窃国者，侯！”生逢乱世的古人，对于占据高位的当权者的胡作非为只能发出这样无力的愤慨。不曾想到，到了21世纪的今天，在理应最制度化的信贷市场上，商业银行却发现它们自己也经常陷于类似的无奈之中。客户企业严重拖欠甚至逃废银行债务令人触目惊心，这些失信行为的盛行已经成为我国经济生活中的最大公害之一，严重妨碍了国民经济的正常运行。本来，商业银行基于拥有的信息进行放贷，自己承担放贷判断的风险。然而，现实中还存在另一种风险：客户企业通过财务报告提供的信息未必真实，甚至还可能存在欺诈行为。

其实，这些欺诈向来有之，正如美联储前主席格林斯潘所言，人类的贪婪在20世纪90年代并没有增加，增加的只是可以满足那些贪婪的机会。从经济学的角度来说，这一切或许来自于信息的不对称：拥有更多信息的一方可以利用有利位置，牺牲另一方利益，为自己牟利。在信贷市场上，客户企业的信息优势是显而易见的，商业银行与客户企业之间信息的严重不对称，大大增加了商业银行识别客户的成本和信贷风险。因此，尽快改变这种状况，运用有效的识别方法过滤客户企业的财务报告，使其提供的信息真实、完整，并与信贷决策相关，不仅是商业银行加强信用管理，降低信贷风险，提高贷款质量和商业银行竞争力的内在要求，也是整顿和规范信贷市场秩序的治本之策。

有鉴于此，本书全面、系统、深入地介绍了识别客户企业财务报告真假的技巧。首先，分析了财务信息公信力的质量特征，并





从经济学、会计学和系统论角度解释了财务信息公信力不足的原因。然后,深入浅出地依次阐述了财务报告的信息含量、常见的造假手段、造假对资信评价的敏感性、识别造假的基本方法和财务报告主要项目的真假识别技巧等内容。希望能起到抛砖引玉的作用,为商业银行的客户经理、信贷人员和相关的经营管理者提供一个识别客户财务报告的工具。而这也正是此书出版的真正目的与意义所在。

限于篇幅,本书不能对当前客户企业财务报告的所有造假问题作一一详述,只是对主要的信息虚假现象展开讨论,遗漏之处在所难免。由于时间仓促,可能还存在不妥之处,希望广大读者能批评指正,并请方便时把意见发往电子邮箱:[liangrong532@sohu.com](mailto:liangrong532@sohu.com),本作者一定会虚心接受。同时,本书在编辑过程中,参考了部分作者的资料,特此说明并表示真诚的感谢!

让我们携起手来:防范假账,共筑信用长城,打造诚信市场。

宋良荣

2006年4月于上海





<h1>目 录</h1>	
<b>第 1 章 导论</b> .....	1
1.1 商业语言的公信力与透明度正面临挑战 .....	2
1.2 财务信息公信力的质量特征 .....	3
1.3 财务信息公信力不足的基本理论分析 .....	10
本章小结 .....	21
案例 会计信息严重失真,“经济警察”面临诚信考验 .....	22
<b>第 2 章 财务报告的信息含量分析</b> .....	25
2.1 财务报告的内容 .....	26
2.2 客户企业管理当局对财务报告的认定 .....	43
本章小结 .....	48
案例 客户企业的真实谎言,商业银行必须谨慎 .....	49
<b>第 3 章 财务报告的常见造假手段</b> .....	51
3.1 会计报表常见的造假手段 .....	52
3.2 财务报告经常被遗漏的重要事件 .....	90
本章小结 .....	104
案例 银行的无奈 .....	106
<b>第 4 章 财务报告造假的资信敏感性分析</b> .....	113
4.1 客户企业财务分析指标的计算 .....	114




4.2	财务综合分析 .....	135
4.3	客户资信评价对财务信息的依赖 .....	139
4.4	财务操纵粉饰资信状况的案例分析 .....	146
	本章小结 .....	150
	案例 银行:惹不起,躲得起 .....	150
<b>第5章</b>	<b>财务报告造假识别的基本方法 .....</b>	<b>155</b>
5.1	利用财务报表之间的内在逻辑关系识别真假 .....	156
5.2	利用财务报表的外在表现识别真假 .....	170
	本章小结 .....	183
	案例 财务报表游戏 .....	184
<b>第6章</b>	<b>财务报告主要项目的真假识别技巧 .....</b>	<b>191</b>
6.1	货币资金循环的识别 .....	192
6.2	销售与收款循环的识别 .....	194
6.3	购货与付款循环的识别 .....	204
6.4	生产与存货循环的识别 .....	210
6.5	筹资与投资循环的识别 .....	218
	本章小结 .....	223
	案例 网易停牌风波 .....	224
	<b>参考文献 .....</b>	<b>228</b>

# 第 1 章

---

## 导 论



诚信危机是目前我国面临的严重社会问题,在会计领域则表现为财务信息严重失真,已直接或间接地给资本市场的投资者、债权人等利益相关者造成了损失,同时也给会计行业招致灾难。本章首先全面地、系统地介绍了财务信息公信力的质量特征,包括内容质量、表述质量和质量修正,然后从经济学、会计学、系统论角度分析了财务信息公信力不足的原因。

## 1.1 商业语言的公信力与透明度正面临挑战

世界贸易的飞速发展和全球资本市场的流动及其令人瞩目的交易量和影响力,将世界上任何国家都有意无意地纳入到了世界经济的一体化进程中。欧洲统一市场、北美自由贸易区、东南亚经济联盟等的建设,更让人们看到了人类已经在区域层面上向经济一体化迈出了坚实的一步。财务信息作为国际通用的商业语言,在经济全球化过程中自然扮演着越来越重要的角色,已成为各市场主体达成市场交易的重要媒体。相应地,市场各参与者对财务信息也提出了越来越高的要求,特别是其公信力和透明度的高低直接影响着市场交易的质量,影响着全球资源的有效配置。

然而,近些年来,财务信息造假行为已蔓延到各类企业,财务信息的公信力和透明度遭受到了前所未有的挑战,已成为广泛影响市场主体行为的普遍现象。在我国,粉饰财务报表现象一直相当普遍,中农信倒闭、株洲有色巨亏、海南发展银行被接管,广东国际信托投资公司被关闭等事件,从一个侧面暴露出粉饰财务报表的严重后果;而琼民源、红光实业、郑百文、ST黎明、银广夏等上市公司的财务信息舞弊案,严重影响了我国资本市场的健康发展。在国外,近几年颇具代表性的安然、世界通信、施乐等公司的财务信息舞弊案,使国际资本市场遭遇了严重的诚信危机,致使美国股市大幅下挫,主要股指跌至“9·11”恐怖袭击以来的最低水平,并同时导致了欧洲、日本等发达国家股市及韩国、中国香港等许多新兴市场股市的急剧下跌。

财务信息虚假极具危害性,它不仅误导投资者和债权

人,使他们根据失实的财务信息作出错误的判断和决策,而且导致政府等监管部门不能及时发现、防范和化解企业和金融机构的财务风险。在资本市场上,财务信息虚假会使投资者失去投资信心,导致市场失灵,资源配置效率低下,资源流向欺诈者和劣绩企业,其后果十分严重,是市场经济发展和经济全球化的一大障碍。因此,研究如何提高财务信息的公信力与透明度,充分发挥财务信息在资源配置中的有效作用,具有重大的现实意义。对商业银行来说,客户企业提供的财务报告是判断其资信状况的主要依据,识别客户企业财务报告的真假,对选择优质客户,提高信贷资产质量,降低信贷风险具有重要的意义。

## 1.2 财务信息公信力的质量特征

什么样的财务信息才具有公信力?这是财务信息的品质问题。早在1980年5月,美国财务会计准则委员会(FASB)就公布了第2号财务会计概念公告——《会计信息的质量特征》,全面地列示了财务会计信息为满足用户(投资者或债权人)需要的质量特征框架。然而,评价财务信息公信力的质量标准应取决于这些质量所应满足的需要,即提供财务信息的目标。FASB第2号概念公告认为,财务报告应该提供对现在的、潜在的投资者和债权人以及其他使用者作出合理的投资、信贷及类似决策有用的信息,并从“决策有用性”目标出发,把相关性与可靠性作为主要的财务信息质量特征。而美国证券交易委员会(SEC)前主席Levitt在《高质量会计准则的重要性》的演讲中则以保护投资者的利益为目





标,提出诚信、透明、公允、可比和充分披露等为财务信息的主要质量特征。不难发现,FASB第2号概念公告着重于财务信息的内容质量,而SEC前主席Levitt的演讲则着重于财务信息的表述质量。我们认为,评价财务信息的公信力需要同时兼顾这两个方面的质量特征。

### 1.2.1 财务信息的内容质量

财务信息的内容及其各组成部分的质量,对财务信息的公信力起着决定性作用。FASB第2号概念公告认为,财务信息的内容质量均应服从于决策有用性,并提出了两项主要质量:相关性和可靠性。如果能同时增进这两个特性最为理想,但有时提高可靠性会降低相关性;反之亦然。两者如何权衡,当视用户对两者的重要性的评价而定。但若其中之一完全缺乏,则财务信息就失去了价值。

#### 1. 相关性

相关性(relevance)是指与决策有关,具有改变决策的能力。相关财务信息是指财务信息的内容与正在处理中的经济事项具有某种关联,可以减少经济决策的不确定性。FASB认为,一项信息是否具有相关性,主要由三个因素决定:预测价值(predictive value)、反馈价值(feedback value)和及时性(timeliness)。

(1) 预测价值,即财务信息能帮助用户根据过去和现在的情况,预测将来事项的结局。它的功能在于提供提高决策水平所需要的那种发现“差别”、分析和解释“差别”,从而能在“差别”中减少不确定性,力求决策最优的信息。财务信息的预测价值表现在两个方面:① 评估企业的盈利潜力;