

Liansuodian
Shiyong Kuaiji Shouce



连锁店 实用会计手册

张燕 李旭 / 主编

本书内容简洁通俗，切合实际，是广大连锁店一线财会工作的必备参考！

Liansuodian
Shiyong Kuaiji Shouce

连锁店 实用会计手册

张燕 李旭/主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

连锁店会计实用手册/张燕, 李旭主编

北京: 中国经济出版社, 2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0570 - 0

I. ①连… II. ①张…②李… III. ①连锁商店—商业会计—基本知识 IV. ①F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 009300 号

责任编辑 聂无逸

责任审读 霍宏涛

责任印制 常毅

封面设计 清水工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 三河市佳星印装有限公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm × 1000mm 1/16

印张 11.75

字数 161 千字

版次 2012 年 1 月第 1 版

印次 2012 年 1 月第 1 次

书号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0570 - 0/F · 1514

定价 29.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

前 言

“人类走到哪里,我们的连锁店就要开到哪里。”这句话绝非商业巨子的梦想,而是正在发生的现实。它揭示了现代科技使广袤的空间和遥远的距离不再成为工商业发展不可克服的障碍,相反却成就了当代连锁经营模式梦幻般的发展。

自1859年美国诞生了世界上第一家连锁店,连锁经营至今已走过整整150年的历程。随着以网络技术为代表的现代高新技术革命浪潮的快速发展和生活空间与节奏的巨大变化,客观上促进了对连锁经营的需要,也为连锁经营的发展奠定了更为坚实的基础。目前,世界上最庞大的沃尔玛商业帝国就是举世闻名的连锁经营巨头。连锁经营在许多行业已经成为主流的流通模式。

在我国,伴随着对外开放的进程,连锁经营也逐渐兴起并迅速发展起来。在这个经济全球化的浪潮中,连锁经营已经成为重要的企业扩展方式,几乎出现在所有的领域之中。业态也较为多样化:超级市场、便利店、专卖店、折扣店、百货商店等连锁企业比比皆是,已经在市场中占据了不可替代的地位。

随着连锁经营的高速发展,新兴的连锁企业会计核算的独特性越来越受到人们的关注,连锁企业对于专门的会计人才的需求急剧增长。本书从连锁企业会计核算基础入手,以指导连锁企业会计工作的实用性为宗旨,力求深入浅出。希望能为中国连锁经营的发展作出微薄的贡献。

本书旨在使初学者轻松学习会计知识,掌握会计实务工作。在编

排上,本书完全从一名会计实务入门者的角度出发,紧密围绕连锁企业会计核算的业务流程,理论联系实际,在对各种基本知识进行清晰介绍的基础上,重点解释其在实务中的具体应用。

《连锁店会计实用手册》共分八章。第一章总论主要介绍连锁企业的特点以及会计处理的特殊性,使读者初步了解连锁企业与其他行业相比所具有的特性,进而更好地理解其会计处理的特殊性。从第二章到第四章分别介绍连锁企业的三种模式各自的特点及其会计处理的特殊性。第五章到第八章紧扣会计实际业务流程,结构清晰,涵盖会计工作的方方面面。

必须指出,这是一本介绍连锁企业财会工作的手册,目的在于向一线工作者介绍实用的操作技能和基本知识,而不在于学术探讨和研究,因此在编写过程中注意详略得当,并尤其注重简洁实用,编者在编写过程中参阅了大量报刊书籍和网络资料,借鉴了其中许多有益的营养,在此深深地表示由衷的谢意。为本书编写付出心力的还有常庆虎、孟庆岗、李强、宋前胜、阴富运、白银秋、白志斋、孟相关、王礼求、郑金生、梁守华、胡焕东、张福勤、张孟刚、白庆森、邓拥军、万长征、郭凡、张昊、王静。由于编者水平有限,书中难免有错漏之处,敬请广大读者批评指正。联系邮箱:(niewuyi88@sina.com.)

目 录

前 言

第一章 总 论

- 1.1 什么是连锁企业 (1)
 - 1.1.1 连锁企业经营的基本特征 (1)
 - 1.1.2 连锁经营的类型 (3)
- 1.2 连锁企业会计核算 (6)
 - 1.2.1 连锁企业会计核算的特点 (6)
 - 1.2.2 连锁企业会计核算的组织形式 (7)
 - 1.2.3 连锁企业往来制下的账户设置 (9)
- “7-11”便利店的特许扩张制度 (11)

第二章 直营连锁企业的会计核算

- 2.1 什么是直营连锁 (14)
 - 2.1.1 直营连锁经营的资本构成 (15)
 - 2.1.2 直营连锁企业的会计核算模式 (15)
- 2.2 商品调价的核算 (16)
 - 2.2.1 连锁企业的价格管理 (16)
 - 2.2.2 商品价格调整单 (18)
 - 2.2.3 直营门店商品调价的会计核算 (18)
- 2.3 门店业务的会计处理 (21)
 - 2.3.1 门店的收银管理 (21)
 - 2.3.2 门店营业收入的核算 (23)
 - 2.3.3 备用金及购物卡的核算 (31)
 - 2.3.4 总部签发的购物卡的核算 (33)

2.4 增值税的会计核算	(37)
2.4.1 连锁企业增值税会计概述	(37)
2.4.2 会计核算	(40)
“一致药店”的连锁效应	(44)
第三章 加盟连锁企业的会计核算	
3.1 什么是加盟连锁	(48)
3.1.1 加盟连锁经营的资本关系	(49)
3.1.2 加盟连锁企业的会计核算模式	(49)
3.2 加盟连锁企业中特许经营权	(49)
3.3 商品调价的核算	(52)
3.4 门店业务的会计处理	(57)
3.4.1 加盟店营业收入的核算	(57)
3.4.2 加盟店收货业务的核算	(59)
特许经营为“大联想”战略助力	(60)
第四章 自愿连锁企业的会计核算	
4.1 什么是自愿连锁	(63)
4.1.1 自愿连锁经营的资本关系	(64)
4.1.2 自愿连锁企业的会计核算模式	(64)
4.2 门店业务的会计处理	(64)
4.2.1 门店库存商品的盘点	(64)
4.2.2 内仓库存商品的管理	(67)
以自愿连锁方式抵抗外资超市的国内零售企业	(69)
第五章 连锁企业总部商品采购业务的核算	
5.1 连锁企业总部商品采购	(74)
5.1.1 商品采购管理的目标	(74)
5.1.2 连锁企业商品采购的方式	(75)
5.1.3 连锁企业商品采购业务的流程	(76)
5.1.4 连锁企业商品采购业务处理	(82)
5.2 连锁企业商品核算方法	(93)

目 录

5.2.1 售价金额核算法	(93)
5.2.2 数量售价金额核算法	(101)
5.2.3 数量进价金额核算法	(102)
5.2.4 进价金额核算法	(109)
家乐福的集中采购和外包配送	(112)
第六章 连锁企业配送中心的会计核算	
6.1 什么是连锁企业商品配送	(116)
6.2 连锁企业纵向商品配送的计价	(119)
6.3 连锁企业商品配送的业务环节	(121)
6.4 连锁企业商品配送的账务处理	(122)
6.4.1 商品收发的核算	(122)
6.4.2 商品配送的凭证及流转	(122)
6.4.3 商品配送的核算	(127)
6.4.4 门店退库商品的核算	(132)
某生鲜食品加工配送中心物流案例	(141)
第七章 连锁企业商品调拨	
7.1 商品调拨的原始凭证及其流转	(148)
7.2 直营店之间的调拨	(149)
7.3 直营店与加盟店之间的调拨	(152)
7.4 加盟店之间的调拨	(157)
第八章 连锁企业内部往来的核算	
8.1 什么是连锁企业内部往来	(160)
8.2 设置明细账	(162)
8.2.1 设置明细账的内部往来核算方法	(162)
8.2.2 直营店内部往来的核算	(165)
8.2.3 加盟店内部往来的核算	(166)
8.3 不设置明细账	(168)
从沃尔玛的成功看内控环境的重要性	(172)
主要参考文献	(178)

第一章 总论

1.1 什么是连锁企业

1.1.1 连锁企业经营的基本特征

连锁经营是现代市场经济的重要组织和运营模式，被当今世界上很多国家普遍采用，并且无论行业大小，连锁经营都有很强的适用性。而连锁店则是这种组织和运营模式的存在方式，连锁店指经营同类商品和服务的若干企业在核心企业（总部）的领导下采用规范化经营，实行共同的经营方针、一致的营销行动，实行集中采购和分散销售的有机结合，实现规模化效益的联合体。

1. 连锁经营的特点

一般来说，连锁经营的主要特征是总部负责采购、配送，店铺负责销售，并通过企业形象的标准化、经营活动的专业化、管理方式的规范化、管理手段的现代化，使复杂的商业活动通过职能分工进而集约经营，从而实现规模效益。要实现连锁经营，切实做到统一采购、统一配送，必须在建立多个店铺或分支机构分别担当销售职能的基础上，统一商店标识、统一经营策略、统一销售价格和统一核算等。从而实现店名、店貌、商品服务的标准化以及商品购销、信息处理、广告宣传、员工培训、管理规范一致化。

2. 连锁经营的产生及现状

近代连锁经营产生于美国，到现在已有 100 多年的历史。1859 年美国出现第一家连锁企业——大西洋与太平洋茶号，1866 年法国出现第一家连锁企业——兰斯经济企业联合会。此后不久，在工业发达国家，连锁经营取得了普遍成功，自 20 世纪 60 年代以来先进的工业国家和地区也先后引进了连锁经营，从而使商品流通领域产生了一场革命，推动了流通产业的发展和现代化，促进了经济的发展。

在 20 世纪 80 年代连锁店开始在我国沿海城市发展，1984 年百佳超市落户深圳蛇口，成为我国第一家中外合资连锁超市。而 1990 年年底，由广东东莞糖酒公司创办的美佳连锁超市，则是内地首家国有连锁超市。世人皆知的沃尔玛、家乐福、易初莲花、7-11 都是连锁经营的代表。国内知名品牌则有苏宁、国美、物美、好邻居、顺天府等。

从 1992 年下半年起，在北京、上海、天津、广州、大连、青岛和五个经济特区，开始小规模试点，允许外商进入。目前连锁经营已在全国全面开花，成为流通业近年来的主要发展趋势之一。

3. 连锁经营的优势

连锁经营解决了大批量销售与消费者分散需求之间的矛盾，是零售组织的重大变革，被称为零售业的第三次革命。它通过标准化、简单化、专业化原则提高经营效率，实现规模效益。因此，它与传统的商品流通组织相比具有巨大的竞争优势。具体表现在：

①有利于集聚资本，发掘市场利润区

连锁经营，特别是特许连锁方式，能够把广大单个资本快速集中起来。在激烈的市场竞争条件下，及时抓住稍纵即逝的市场机会，抢占先机、迅速发展。

②降低采购和运营成本

集中采购可以降低物流和采购成本，这已是业内共识。连锁经营总部统一采购，进货量庞大，而且往往不经过批发商，直接从供应商进货，能够获得较大程度的价格折扣和其他优惠条件。由于总部统一存货管理，采用物流中心配送，与单店存货相比可以节约仓

储费用。

③实现规模效益

连锁经营有利于资源集中调配,通过统一资金调运、经营战略,统一采购、计划、广告等业务,扩大企业影响力,创造规模优势。

④发挥品牌优势

连锁经营的巨大品牌优势可以轻松取得市场对连锁店及其产品和服务的认可,以客户美誉度为基础快速形成市场竞争中的不对称优势,从而赢得更大的市场占有率。

1.1.2 连锁经营的类型

发展连锁店的方法,各国不尽相同,但国际上最常用的有三种方法,这三种方法的类型也比较适合我国的连锁经营,即直营连锁、加盟连锁和自愿连锁。

1. 直营连锁

直营连锁作为世界上最早出现的连锁形式,也是连锁经营的基本形态,又称正规连锁,是指连锁店均由总部全资或控股开设,在总部的直接指导下统一经营、利益独享、风险独担的一种商业经营模式。产权一体化是直营企业区别于其他连锁方式的重大区别。如美国的沃尔玛、法国的家乐福、德国的麦德龙等。

2. 加盟连锁

又称特许连锁,是指以契约为基础的连锁方式,是指主导企业把自己开发的产商品、服务和经营系统(包括商标商号与企业象征的使用、独有经营技术、非专利技术、营业场所、区域)以契约的形式授予加盟店在规定区域内的经销权和营业权,加盟店必须缴纳一定的营业权使用费,并承担规定的义务。如麦当劳、肯德基等。

3. 自愿连锁

又称自由连锁或合作连锁,是指各店铺保留单个资本所有权的联合

经营。自愿连锁是企业之间为了共同利益而采取的合作关系，是现有的独立零售商、批发商或制造商之间的横向或纵向的经济联合。这种联合往往通过签订连锁经营合同加以确定，总部与具体独立法人资格的门店合作，各门店在总部的指导下集中采购、统一经销。根据自由原则，自由连锁体系中的各门店可以自由地加入连锁体系，也可以自由退出。自由连锁主要是适应中小零售企业为形成必要的规模效应、增强对大型企业的抗衡能力的需要而出现的，在欧美已有 70 多年历史。美国最大的自愿连锁企业 IGA，2010 年的销售额达到 210 亿美元，而欧洲最大的自愿连锁企业 SPAR，目前在世界 34 个国家拥有 1.5 万家门店，年销售额达 268 亿欧元。当前，我国中小零售企业量大面广，不少已具备成熟的经营模式和稳定的顾客群体，但面临着外资零售巨头和国内大型连锁企业的强大竞争压力。发展自愿连锁，对这些中小零售企业来说，不失为一种好的选择。

4. 连锁经营类型的比较

从上面的分析可以看出，直营连锁经营体系的核心是直营连锁总部与各直营连锁店的财产所有关系；特许连锁经营体系的核心是拥有知识产权的主导企业的特许加盟合同；而自愿连锁经营体系的核心既不是产权的约束，也不是知识产权的吸引，只是自愿联合的加盟合同。

直营连锁、特许连锁和自愿连锁各有利弊，针对不同情况可以灵活使用。每一种连锁都有其自身的特质，因此不能简单地断定高下。甚至同一连锁企业内部，可以同时采用直营连锁、特许连锁和自由连锁三种经营模式。关键是连锁企业在进行连锁模式的转换时，应先自我评估，有了充分的准备及阶段性的选择，才能逐渐转换。

(1) 所有权比较

在直营连锁企业中，同一连锁企业的所有门店没有独立的企业法人资格。各门店人事权由总部掌握；

在特许经营企业中，加盟门店仍然具有独立的企业法人资格；

自由连锁企业，是由具有独立法人资格的商业企业进行联合而形成的，无论是核心企业还是加盟企业的资产所有权都是独立的，在整个

连锁集团中，资产的所有权是多元化的。

(2) 经营管理模式比较

直营连锁控制最严格，一般都采用“总部—门店”的直接管理模式，即以总部为核心，在人事、资金、价格、运营、分配等方面对所属所有门店进行直接的、全面的管理。各门店只能执行总部的管理与决策，不能脱离总部的管理体系独立地进行商业经营活动。

特许经营相对宽松，通常是以经营管理权控制所有权的一种组织方式，在特许经营企业中，加盟者必须按特许经营合同的规定严格执行经营管理任务，加盟者投资特许加盟店并对门店拥有所有权，但该门店的最终管理权仍由加盟者掌握。

自愿连锁的经营管理模式最为松散灵活，无论是总部还是各门店，在加入自愿连锁组织之后，原来的独立法人资格并未消失，每个企业仍在资产所有权、财务权、人事权和一定范围的经营权等方面保持着自主性和独立性。

(3) 经济核算制度比较

直营连锁实行总部统一核算制度，各连锁门店只是一个分设的销售机构，销售利润全部由总部进行统一分配。

特许连锁具有资产独立性的特征，门店之间以及门店与总部之间的资产都是相互独立的。因此特许连锁实行总部与门店各自独立核算制度，加盟店只要在加盟时依照合同规定向总部一次性缴纳品牌授权金，并在经营过程中按销售额或毛利额的一定比例向总部上缴“定期权利金”。

相对于直营连锁在管理权限上的直接性来说，自愿连锁集团内各连锁门店之间的责、权、利关系通过民主协商，以合同的形式共同确定下来，并由合同制约和维系着自由连锁集团的经济关系。与特许连锁相同，所有自愿连锁门店在经营过程中实行独立核算，同时也向总部按合同规定缴纳管理费等。

以上都是业界专家对三种模式的一般性归纳，实际情况会有所不同，关键看该连锁集团的具体运营章程。以上的具体比较可如表 1-1 所示：

表 1-1 连锁经营形态比较

连锁形态	直营连锁	特许加盟	自愿连锁
适用对象	大型超市、标准超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材店等	专业店、专卖店、加油站、便利店、餐饮业	小型食品杂货店、便利店、折扣店
决策权	总部作出	以总部为主，加盟店为辅	参考总部旨意，分店有较大自主权
资金来源	总部出资	加盟店出资	成员店出资
总部与分店关系	完全一体	经营理念共同体	任意共同体
所有权	集中在总部	分散在总部和各加盟店	集中和分散并存，总部资产归成员店共同拥有，成员店资产各自所有
经营权	非独立	独立	独立
促销	总部统一实施	总部统一实施	自由加入
合同规定加盟时间	—	多为一年	多为五年以上
外观形象	完全一致	完全一致	基本一致
分店店长	总部任命	加盟店店主	成员店店主
商品来源	总部供应	总部供应	大部分由总部供应，少部分由成员店自己进货
价格管理	总部制定价格	原则上总部制定价格	成员店自行制定价格
利益分配	总部统一核算分配	加盟店享受进货价格优惠，按销售额向总部缴纳特许经营使用费	成员店享受进货价格优惠，向总部缴纳业务指导费，总部返还一部分利润给成员店

1.2 连锁企业会计核算

1.2.1 连锁企业会计核算的特点

企业的会计核算形式是与该企业的经营特点紧密相连的，连锁企业的经营特点决定了连锁企业的会计核算具有不同于一般商品流通企业的

特点。

1. 统一核算

连锁企业经营的核心即总部统一核算。区域性的连锁企业由总部实行统一核算；跨区域且规模较大的连锁企业建立区域性的分总部，负责对本区域内的门店进行核算，再由总部对分总部进行核算。连锁企业统一核算的主要内容有采购货款的支付结算、销售货款的结算、连锁企业内部资金筹集与调配等。总部有权在企业内部对各个门店的商品、资金和固定资产等进行调动，以达到盘活资产、加快商品和资金周转、获取最大经济效益的目的。

2. 集中采购和分散销售

在连锁企业中，商品采购都是集中在总部统一进行的，而商品销售又是通过下属众门店来实现的。为了实现总部采购和门店销售之间的连接，连锁企业一般会成立配送中心，专门负责商品采购、储存、分拣、发送等工作。这是连锁企业商品经营与传统商品流通企业最大的区别，这种经营方式为会计核算和财务管理提出了一系列问题，如总部采购所需资金的筹集；对分散销售形成的现金流的有效控制和管理；对营业费用的管理；总部对门店的合理控制等。因此，连锁企业的会计核算和会计监督形式及财务管理方式必须符合连锁经营的特殊性。

1.2.2 连锁企业会计核算的组织形式

1. 连锁企业总部会计核算的组织形式

连锁企业总部会计核算的具体组织形式有集中核算和分散核算两种，以下是它们各自的具体说明：

集中核算是指企业内全部业务由总部财务部门统一核算，比如商品与劳务销售、总部经费、基本建设等；

分散核算是指以总部财务部门为中心，根据需要分别设置采购商品会计组、基建工程会计组、机关经费会计组，月末由总部财务部门汇总

编制会计报表。

两种组织形式各有优缺点。集中核算将会计处理予以简单化，并使资金的使用能够集中起来；而分散核算则有利于资金分散管理，明晰各部门的权利和义务，使总部财务部门避免日常繁杂的会计事务，加强其对全企业财务会计工作的审核与监督。

2. 连锁企业门店会计核算的组织形式

作为连锁企业基层单位的主体，门店是直接向客户提供商品和服务的单位。连锁企业门店会计核算的主要内容是对商品销售情况进行记录和反映，主要有商品销售收入、销售成本，以及与此相关的营业费用等。由于连锁企业门店内部组织机构比较简单，经营业务也比较单一，因此，门店会计核算组织形式相对而言也较简单，规模较大的门店可以设置独立的财务组，专门负责门店相关经济业务的会计核算，规模较小的门店，应当有专门的财务人员或者核算员。

3. 连锁企业总部与门店之间业务往来的会计核算形式

(1) 往来制

在往来制下，基层单位所涉及的商品经营及营业费用等经济业务都由其自身进行会计核算。在销售管理上，核算基层门店全部销售收入和销售成本；在财务管理上，核算基层使用的固定资产；在物质管理上，核算商品、低值易耗品、包装物等物料用品的拨入及消耗，掌握物料用品的储备资金。在这一组织形式下，总部可以随时计算基层单位销售收入、销售成本、利润等指标，建立财产、物资的管理责任制。

(2) 报账制

在报账制下，基层单位没有完整的账户组织，没有完整的成本计算。除商品实行条条核算外，日常只是采取领取和转销工资款及备用金的形式，核算本单位发生的工资费用，对低值易耗品、包装物也是采取转销的形式。

限于篇幅，本书只能以往来制叙述连锁企业主要经营环节的会计核算方法。报账制的连锁企业会计核算相对更简单一些。

1.2.3 连锁企业往来制下的账户设置

1. “基层往来”的账户设置

通常在总部财务部门应设置“基层往来”账户，“基层往来”账户应按基层单位名称、门店名称或者编号设置明细账。连锁企业基层单位的类型很多，有门店、配送中心、加工厂、运输部门等，但是其主干部分应当是门店。

“基层往来”账户的借方记录和反映总部拨付给基层单位的资金和代付的各种费用，具体记载内容有：拨付给门店的商品；拨付给门店和其他基层单位的资金；拨付给门店和其他基层单位的固定资产和其他资产；代门店和其他基层单位支付的各种费用等。贷方记录和反映总部从基层单位收回的资金，具体记载内容有：由门店交来的销售营业款；门店退回总部的商品；从门店和其他基层单位调回的固定资产和其他资产等。其账户结构如表 1-2 所示。

表 1-2 “基层往来”账户

借方	贷方
(1) 总部拨付给所属基层单位的资金	总部从所属基层单位收回的资金
(2) 代门店和其他基层单位支付的各种费用	
借方余额表示总部对基层单位的债权	贷方余额表示总部对基层单位的债务

2. “总部往来”的账户设置

在基层单位设“总部往来”账户。该账户的借方记录和反映基层单位退还或者转给总部的资金以及总部拨给其他基层单位的各种资产，具体内容有：向总部退回商品或者其他门店商品；将营业款送交总部；总部从本单位调出的固定资产和其他资产；通过总部调拨给其他基层单位的商品、资金、固定资产或者其他资产等。该账户的贷方记录和反映总部拨付给基层单位的资金、通过总部从其他单位调入的各种资产等以及总部代基层单位支付的各种费用等，具体内容有：收到总部拨来的商品；收到总部拨来的资金；收到总部拨来的固定资产和其他资产；通过