

> 了解企业现状最直观的工具
20 年财务分析经验无私奉献

公司财务报表

(升级版)

编制与分析
实务全书

《公司财务报表编制与分析实务全书》编委会◎编著

- ◆ 准确编制财务报表
- ◆ 深度解读财务指标
- ◆ 客观精准财务分析
- ◆ 及时预测财务风险



地震出版社
Seismological Press

公司财务报表编制与 分析实务全书

《公司财务报表编制与分析实务全书》编委会 编著



地震出版社

Seismological Press

图书在版编目 (CIP) 数据

公司财务报表编制与分析实务全书/《公司财务报表编制与分析实务全书》编委会编著. —北京:地震出版社, 2017. 8

ISBN 978 - 7 - 5028 - 4812 - 5

I. ①公… II. ①公… III. ①公司—会计报表—会计分析 IV. ①F276. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 154232 号

地震版 XM3974

公司财务报表编制与分析实务全书

《公司财务报表编制与分析实务全书》编委会 编著

责任编辑:薛广盈 吴桂洪

责任校对:王凡娥

出版发行:地震出版社

北京市海淀区民族大学南路9号

邮编:100081

发行部:68423031 68467993

传真:88421706

门市部:68467991

传真:68467991

总编室:68462709 68423029

传真:68455221

证券图书事业部:68426052 68470332

http: //www. dzpress. com. cn

E-mail: zqbj68426052@163. com

经销:全国各地新华书店

印刷:廊坊市华北石油华星印务有限公司

版(印)次:2017年8月第一版 2017年8月第一次印刷

开本:787×1092 1/16

字数:583千字

印张:29.75

书号:ISBN 978 - 7 - 5028 - 4812 - 5/F (5511)

定价:85.00元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题,本社负责调换)

编 委 会

编委会秘书

索晓辉 suoxh@139.com

编 委

姚 敏 (会计学硕士, 中国财政科学研究院)

刘淑凤 (会计学硕士, 中国财政科学研究院)

徐东方 (会计学硕士, 河北金融学院讲师)

张 琳 (会计学硕士, 中央财经大学)

向晶薪 (会计学硕士, 中央财经大学)

张时涵 (会计学硕士, 中央财经大学)

莫孝伟 (会计学硕士, 中央财经大学)

方文彬 (会计学硕士, 兰州商学院会计学院教授)

邢铭强 (会计学博士, 兰州商学院会计学院副教授)

汪华亮 (法学博士, 南京财经大学法学院副教授)

姚 宇 (会计学博士, 陕西师范大学经管学院副教授)

Preface

前言

财务报表作为上市公司进行现代会计信息披露的主要方式和手段，已经被人们普遍认可。财务报表是以会计准则为规范编制的，向所有者、债权人、政府及其他有关各方反映会计主体的资产状况、经营成果、现金流量及所有者权益状况，包括资产负债表、损益表、现金流量表和股东权益状况变动表。

上市公司作为财务报表的编制人，为利益相关者提供决策必需的财务状况、经营成果和现金流量等重要信息，在财务报表的真实性、完整性上负有重要责任，因此如何按照会计准则编制财务报表就成为上市公司一项重要的工作内容。

对于利益相关者而言，由于信息不对称等原因，一般只能通过财务报告中的财务报表对上市公司的财务状况、经营成果和现金流量等进行分析，以获得对决策有用的信息，因此如何正确、理性地分析财务报表就对利益相关者提出了要求。

为了帮助上市公司财务人员能够迅速和准确掌握财务报表的编制方法，帮助信息使用者正确分析上市公司的财务报表，这本《公司财务报表编制与分析实务全书》由此而生。

同常见的财务会计类书相比，这本书的特点主要体现在：

（一）以帮助读者建立三种能力为核心要务

要成为一名优秀的会计人员，必须具备三种能力，第一是专业能力，主要体现在正确及时地编制财务报表，恰当地反映企业的财务信息；第二是分析能力，通过对财务报表的分析，把财务报表的重要信息和异常信息传递给各职能单位和相关主管；第三是沟通能力，会计人员必须具备向不同财务知识水平的人传递财务概念、财务信息的沟通能力。

本书的作者团队既有扎实的理论功底，又具备丰富的实际工作经验。在整个编写过程中，始终以帮助读者建立这三种能力为核心要务。我们力求做到，所有的财务知识均体现出会计准则的专业性，同时又注重分析能力的培养，兼顾通俗易懂，所有的专业知识都变成了日常生活中的例子，便于不同接受能力的读者直观地理解财务专业知识。

（二）内容系统而全面

从基本的报表知识，到专业的财务指标分析，再到综合的财务体系分析，知识脉络清晰，条理清楚，便于理解。虽然这是一本针对财务知识初学者的书，却涵盖了财务专业人士要掌握的所有内容；知识内容虽庞大，却不庞杂。

（三）重在实务，以实例分析实务中的问题

财务报表的编制、合并与分析是一项实务操作性非常强的工作，本书以解决实际问题为第一要务，我们结合自身工作中的真实案例，分析解决实际工作中常见的各种问题。对于提升广大会计工作者的实际操作能力，会大有裨益。

（四）与时俱进，充分反映会计学科发展中出现的新思路、新观点、新方法

会计工作在近十几年中，经历了更新换代的巨大变化，在工具上，如会计电算化已普遍取代手工记账；规则上，我国会计法规已由“会计制度时代”过渡到了“会计准则时代”。本书在编写过程中，充分反映了会计学科发展中出现的新观点、新思路、新方法，以便于广大读者能够更好地接受新的变革。

本书共包括十五章，详尽介绍了财务报表所包含的四大报表及附注的相关内容。在每一章中都首先介绍了报表的编制方法，以便能够编制符合要求的财务报表；之后就该报表所表现出的上市公司财务信息进行财务分析，以便信息使用者能够明白上市公司是否正常运行。本书还介绍了财务报表的欺诈与反欺诈，以便使财务报表使用者能够分辨报表信息的正确性和真实性。财务报表的编制和使用具有较强的实务性与操作性，因此，以理论为基础、以案例的方式呈现如何对财务报表进行编制和分析是本书的一大特色。

本书的顺利编写离不开多位工作人员的辛勤劳动，在此一并表示衷心的感谢。本书引用了部分作者的观点和著作，同样也对他们表示深切的谢意。

本书篇幅宏大，涉及的内容也比较繁杂，限于作者学识有限，不足之处还望广大读者多提宝贵意见，作者邮箱 suoxh@139.com，希望与广大业内人士多多交流。

编 者

Contents

目 录

第一章	财务报告分析的准备	1
第一节	了解财务报告环境	1
第二节	财务报表概述	7
第三节	弄清不同财务报告使用者的关注点	12
第四节	财务报告分析前的准备工作	13
第五节	审计报告的利用	16
第二章	资产负债表分析	23
第一节	资产负债表概述	23
第二节	资产负债表的填列方法	27
第三节	资产负债表编制示例	35
第四节	资产负债表项目分析	40
第五节	资产状况分析	49
第六节	负债状况分析	64
第七节	所有者权益状况分析	66
第八节	资本结构分析	69
第九节	资产负债表整体分析	74
第十节	资产负债表的缺陷及改进探讨	99
第三章	利润表	102
第一节	利润表概述	102
第二节	利润表的列示说明	104
第三节	利润表的填列方法	108
第四节	收入、成本状况分析	113
第五节	利润状况分析	115
第六节	业绩分析	116
第七节	利润表的整体分析	120

第八节	利润表的缺陷及改进探讨	125
第四章	现金流量表	128
第一节	现金流量表概述	128
第二节	现金流量表的列示项目	131
第三节	现金流量表的填列方法	136
第四节	现金流量表的编制方法及程序	138
第五节	现金流量表编制示例	140
第六节	经营活动现金流量分析	146
第七节	现金流量表的缺陷及改进探讨	157
第五章	所有者权益变动表	159
第一节	所有者权益变动表概念	159
第二节	所有者权益变动表的列示项目	161
第三节	所有者权益变动表的填列方法	162
第四节	所有者权益变动表编制示例	163
第五节	所有者权益变动表的指标分析	166
第六节	所有者权益变动表的缺陷及改进措施	167
第六章	报表间的勾稽关系	170
第一节	报表间勾稽关系的分析意义	170
第二节	表间勾稽关系分析	171
第七章	财务报表附注	174
第一节	附注披露的基本要求	174
第二节	财务报表附注的特征信息	175
第三节	各具体准则中的附注披露要求	178
第四节	报表附注需要关注的内容	186
第五节	会计政策变更与估计变更	188
第六节	有关关联方及关联方交易的阅读与分析	197
第七节	有关或有事项的阅读与分析	198
第八节	财务报表附注存在的缺陷及改进措施	199
第八章	企业合并报表的编制	203
第一节	合并财务报表概述	203
第二节	企业合并范围的确定	204
第三节	合并财务报表编制原则、前期准备事项及程序	227

第四节	长期股权投资与所有者权益的合并处理（同一控制下企业合并）	235
第五节	长期股权投资与所有者权益的合并处理（非同一控制下企业合并）	259
第六节	内部商品交易的合并处理	288
第七节	内部债权债务的合并处理	304
第八节	内部固定资产交易的合并处理	314
第九节	内部无形资产交易的合并处理	331
第十节	所得税会计相关的合并处理	341
第十一节	合并现金流量表的编制	351
第九章	财务报表的欺诈与反欺诈	356
第一节	常见的操纵财报手法	356
第二节	财报被操纵的痕迹	362
第十章	特殊类型财务报告分析注意事项	368
第一节	中期财务报告分析	368
第二节	分部财务报告分析	372
第三节	合并财务报告分析	374
第十一章	企业综合绩效的财务报表分析指标	380
第一节	反映企业综合绩效的财务分析基本框架	380
第二节	评价盈利能力的财务分析指标	382
第三节	评价财务风险控制能力的财务分析指标	384
第四节	评价成长能力的财务报表分析指标	390
第十二章	专题项目的财务报表分析	391
第一节	有必要做专项财务分析的项目有哪些	391
第二节	内部投资项目的分析	391
第十三章	企业财务绩效综合评价方法	401
第一节	采用一个具备综合性的评价指标	401
第二节	采用多个评价指标进行综合评分	418
第三节	企业内部多个业务单元的绩效评价	423
第十四章	财务指标背后可能存在的假象	429
第一节	偿债能力指标的假象	429

第二节 盈利能力指标的假象	432
第三节 发展能力指标的假象	435
第四节 营运能力指标的假象	440
第五节 现金流量表的假象	443
第十五章 财务报告分析案例	454
参考文献	463

第一章

财务报告分析的准备

第一节 了解财务报告环境

财务报告是企业对外提供的反映企业某一特定日期的财务状况和某一会计期间的经营成果、现金流量、股东权益变动等会计信息的文件。从形式上说，财务报告包括财务报表（会计报表）和财务报表附注两大部分。由于财务报表是财务报告的主体，财务报告分析，被很多人称之为财务报表分析，或者会计报表分析，本书书名也采用了财务报表分析这一说法，以符合很多读者的习惯。

根据财务报告的定义，财务报告具有以下几层含义：一是财务报告应当主要是对外报告，其服务对象主要是投资者、债权人等外部使用者，专门为了内部管理需要的、特定目的的报告不属于财务报告的范畴；二是财务报告应当综合反映企业的生产经营状况，包括某一时点的财务状况和某一时期的经营成果与现金流量等信息，以勾画出企业财务的整体和全貌；三是财务报告必须形成一个系统的文件，不应是零星的或者不完整的信息。

财务会计的目的是为了通过向外部会计信息使用者提供有用的信息，帮助使用者作出相关决策。同时，财务报告也是企业外部信息使用者对企业的资产状况，经营成果，现金流量进行企业之间，行业之间对比评价的直接依据。所有这些工作，都离不开对财务报告环境的了解。

一、了解基本的宏观环境

要对财务报表进行分析，首先要了解基本的宏观经济环境，财务报表是根据企业会计准则的规定并且结合企业自身的具体情况编制出来的。多年来，尤其是改革开放以来，我国一直坚持与时俱进，顺应时势，积极推进会计改革和会计制度、准

则体系的建设。2006年,财政部在多年会计改革经验积累的基础上,发布了企业会计准则体系。这套企业会计准则体系包括《企业会计准则——基本准则》和具体准则以及有关应用指南,实现了与国际会计准则的趋同。中国现行会计准则体系由基本准则、具体准则、应用指南和解释组成。2014年,财政部相继对《企业会计准则——基本准则》《企业会计准则第2号——长期股权投资》《企业会计准则第9号——职工薪酬》《企业会计准则第30号——财务报表列报》《企业会计准则第33号——合并财务报表》和《企业会计准则第37号——金融工具列报》进行了修订,并发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》《企业会计准则第40号——合营安排》和《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》等三项具体准则。2016年,《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》和《企业会计准则第24号——套期保值》发布了征求意见稿,将进一步完善会计准则体系。

基于财务报告目标,基本准则明确了我国财务报告的目标是向财务报告使用者提供对决策有用的信息,并反映企业管理层受托责任的履行情况。会计基本假设分别为会计主体、持续经营、会计分期和货币计量。针对会计基础,基本准则要求企业在确认、计量和报告时应当以权责发生制为基础。同时基本准则把会计要素分为资产、负债、所有者权益、收入、费用、利润六大要素。基本准则不仅扮演着具体准则制定依据的角色,也为会计实务中出现的、具体准则尚未做出规范的新问题提供了会计处理的依据。

具体准则是在基本准则的指导下,对企业各类资产、负债、所有者权益、收入、费用、利润及相关交易的确认、计量和报告进行规范的会计准则。包括:①会计要素准则:存货、长期股权投资、投资性房地产、固定资产、无形资产等;②特殊业务类准则:非货币性资产交换、职工薪酬、股份支付、债务重组、借款费用和企业合并等;③金融工具准则:金融工具确认和计量、金融资产转移、套期保值等;④特殊行业类准则:原保险合同、再保险合同和石油天然气开采等;⑤财务报告类准则:财务报告列报、现金流量表、中期财务报表、合并财务报表;⑥计量类准则:公允价值计量等;⑦过渡性要求准则。

应用指南和解释是对具体准则相关条款的细化以及实务操作中出现的问题进行补充说明。

二、了解企业的行业环境

企业是在一定行业背景中进行生产经营活动的,研究企业外部环境必须掌握行

业特点。行业分析主要包括行业概貌分析和行业竞争结构分析等方面。

行业概貌分析主要掌握该行业所处的发展阶段、行业在社会经济中的地位、行业的产品和技术特征等。

行业竞争结构分析主要掌握该行业的竞争态势。任何企业在本行业中，都要面临以下五个方面的竞争压力：潜在进入者、替代品、购买者、供应者、行业内部现有竞争者，如图 1-1 所示。

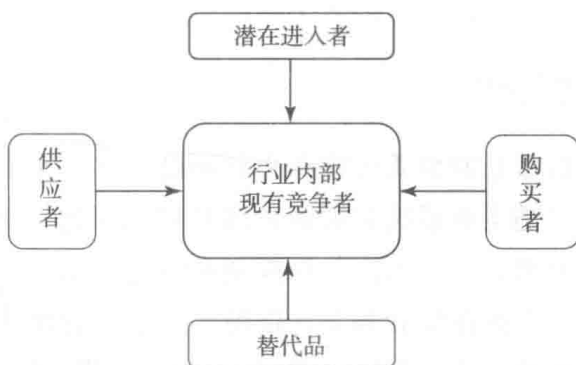


图 1-1 企业面临的五种压力

1. 潜在进入者的威胁。潜在竞争者进入后，将通过与现有企业瓜分原有市场、激发新一轮竞争，对现有企业形成巨大的威胁。这种进入威胁主要取决于行业的吸引力和进入障碍的大小。行业发展快、利润高，进入障碍小，潜在竞争的威胁就大。进入障碍包括：规模经济，即新进入者存在规模不经济则难以进入；产品差异优势，新进入者与原企业争夺用户，必须花费较大代价去树立企业形象和产品信誉，一旦失败，将丧失全部投资；现有企业对关键资源的控制，一般表现为对资金、专利技术、原材料供应、分销渠道等关键资源的积累与控制，对新进入者形成障碍；现有企业的反击程度等。

2. 替代品的威胁。替代品是指与本行业产品具有相同或相似功能的其他产品。如洗衣粉可以部分代替肥皂。替代品产生威胁的根本原因往往是它在某些方面具有超过原产品的优势，如价格低、质量高、性能好、功能新等。若替代品的盈利能力强，对现有产品的压力就大，会使本行业的企业在竞争中处于不利地位。

3. 购买者的压力。购买者对本行业的竞争压力表现为购买者要求提高，如要求低价、高质、优服务等；还表现为购买者利用现有企业之间的竞争对生产厂家施加压力。影响购买者议价的基本因素有：顾客的购买批量、对产品的依赖程度、改变厂家时的成本高低以及掌握信息的多少等。

4. 供应方的压力。企业从事生产经营所需各种资源一般都要从供应者处获得，供应者一般都要从价格、质量、服务等方面入手，以谋取更多的盈利，从而给企业

带来压力。

5. 行业内部现有企业之间的竞争。这是通常意义下的竞争，主要竞争方式为价格竞争、广告战、新产品引进等。这种竞争的激烈程度取决于多种因素，如竞争者的多少及其力量的对比，行业发展的快慢，利润率的高低，行业生产能力与需求的对比，行业进入或退出障碍的大小等。当行业发展缓慢、竞争者多、产品同质性高、生产能力过剩、行业进入障碍低而退出障碍高时，竞争就会比较激烈。

三、了解企业的微观环境

企业内部环境包括企业的物质环境和文化环境。它反映了企业所拥有的客观物质条件和工作状况，是企业系统运转的内部基础。因此，企业内部环境分析也可称为企业内部条件分析，其目的在于掌握企业实力现状，找出影响企业生产经营的关键因素，辨别企业的优势和劣势，以便寻找企业的外部发展机会，确定企业战略。如果说外部环境给企业提供了可以利用的机会的话，那么内部条件则是抓住和利用这种机会的关键。只有在内外环境都适宜的情况下，企业才能健康发展。

（一）企业资源分析

企业的任何活动都需要借助一定的资源来进行，企业资源的拥有和利用情况决定其活动的效率和规模。企业资源包括人、财、物、技术、信息等，可分为有形资源 and 无形资源两大类，如图 1-2 所示。



图 1-2 企业资源

1. 人力资源。包括人员的数量、素质和使用状况。人力资源分析的具体内容有各类人员（包括生产操作人员、技术人员、管理人员）的数量、技术水平、知识结构、能力结构、年龄结构、专业结构；各类人员的配备情况、合理使用情况；各类人员的学习能力及培训情况；企业员工管理制度分析等。

2. 物力资源。包括各种有形资产。物力资源分析就是要研究企业生产经营活动需要的物质条件的拥有情况以及利用程度。

3. 财力资源。财力资源是能够获取和改善企业其他资源的一种资源，对财力资

源的管理是企业管理最重要的内容之一。财力资源分析包括企业资金的拥有情况、构成情况、筹措渠道和利用情况，具体包括财务管理分析、财务比率分析、经济效益分析等。

4. 技术资源。主要分析企业的技术现状，包括设备和各种工艺装备的水平、测试及计量仪器的水平、技术人员和技术工人的水平及其职级结构等。

5. 信息资源。信息资源包括的内容很多，如各种情报资料、统计数据、规章制度、计划指令等。信息资源分析现有信息渠道是否合理、畅通，各种相关信息是否掌握充分，企业组织现状、企业组织及其管理存在的问题及原因等。

(二) 企业文化分析

企业文化分析主要是分析企业文化的现状、特点以及它对企业活动的影响。企业文化是企业战略制定与成功实施的重要保障，它与企业内部物质条件共同组成了企业的内部约束力量，是企业环境分析的重要内容。

1. 企业文化及其结构。企业文化是企业在运行过程中形成的，并为全体成员普遍接受和共同奉行的价值观、信念、行为准则及具有相应特色的行为方式、物质表现的总称。企业文化是客观存在的。在一个有较长历史的企业内，人们由于面临共同的环境，通过在共同的活动中相互影响，会逐步形成某些相似思想观念和行为模式，表现出独特的信仰、作风和行为规则。若把一个企业看作一个整体的“人”，那么企业文化就反映了这个“企业人”所具有的整体修养水平和处世行为特点。企业文化产生于企业管理的过程中，并随着管理过程的发展及企业内外环境的变化而变化，是物质文化和精神文化相结合的产物。

2. 企业文化功能。企业文化在企业管理中的作用主要体现在激励方面，具体有以下功能，如图 1-3 所示。



图 1-3 企业文化功能

(1) 导向功能。企业文化可以为企业生产经营决策提供正确的指导思想和健康的精神氛围，如通过价值观来引导职工，使得员工按照企业提倡的价值观念来摆正自己的位置和做出行为决策，为实现企业目标而自觉地努力工作。

(2) 凝聚功能。企业文化中共同的价值观、信念和行为准则，就如同企业的

“内部粘合剂”，可使企业职工产生强烈的集体意识，形成强大的凝聚力和向心力，使整个企业上下一心，同舟共济。

(3) 约束功能。企业文化中以规章制度、行为规范的形式体现出来的制度文化，对每个员工的行为无疑会有约束作用，更重要的是，整个企业文化会对企业全体成员的行为形成一种无形的群体压力（包括舆论压力、情感压力等），从而约束员工的行为。

(4) 辐射功能。企业文化不但在本企业中产生作用，还会通过各种渠道对社会产生作用。如员工与社会各方面的交往，产品的宣传、销售及服务，都会反映出企业的价值观念和文化特点，可以让社会了解企业，并对社会和其他企业产生影响。

（三）企业能力分析

企业能力是指企业有效地利用资源的能力。拥有资源不一定能有效运用，因而企业有效地利用资源的能力就成为企业内部条件分析的重要因素。

1. 企业能力分析的内容。企业能力可分为不同的类别，如按重要程度可分为一般能力和核心能力，按综合性可分为综合能力和专项能力，按内容可分为组织能力、社会能力、产品及营销能力、生产及技术能力、市场开拓能力和管理能力等。不同的能力有不同的分析重点，如产品及营销能力主要是分析产品的发展性、收益性和竞争性，市场营销的现状及潜力等，具体评价内容有产品质量、销售增长率、市场占有率、销售利润率、产品市场潜力等；生产及技术能力分析主要包括生产计划与组织、生产管理能力和生产技术装备水平、物资供应及工艺实施能力、技术开发能力等。

2. 企业核心能力。核心能力，是指企业独有的、能为顾客带来特殊效用、使企业在某一市场上长期具有竞争优势的内在能力。企业要形成和保持竞争优势，只拥有一般的资源和能力还不行，必须形成超出竞争对手的特殊技能和能力。它是企业在发展过程中逐渐积累起来的知识、技能及其他资源相结合而形成的一种体系（或者说是一组技能和技术的集合），是企业拥有的最主要的资源或资产。核心能力可以是技术，如索尼公司的微型化技术，英特尔公司的芯片制造技术，佳能公司的光学镜片成像技术和微处理技术；也可以是管理和业务流程，如全球规模最大、利润最高的零售商沃尔玛公司的“过站式”物流管理模式，联邦快递公司能保证及时运送的后勤管理，宝洁公司、百事可乐优秀的品牌管理与促销，丰田公司的精益生产能力等；还可以是技术、经营、管理等能力的结合，如海尔的技术开发能力、质量保证能力和营销能力所构成的核心能力。核心能力的储备状况决定了企业的经营范围，特别是企业多角化经营的广度和深度。

企业核心能力主要有以下几个特征，如图 1-4 所示。

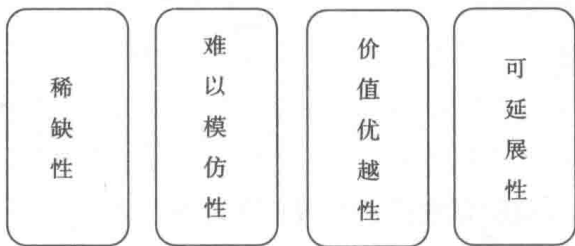


图 1-4 企业核心能力

(1) 稀缺性。核心能力必须是企业所特有的，它能为企业带来超过平均水平的利润。

(2) 难以模仿性。核心能力是竞争对手难以模仿的能力。它是企业中不同单位和个人相互作用的结果，是通过协调和组织企业生产技术方面的资源而获得的。这种能力在发展过程中，通过自身的学习和积累，可以不断得到强化，从而使竞争优势得到巩固和持续。所以核心能力很难被竞争对手模仿而丧失。

(3) 价值优越性。核心能力能很好地实现顾客所看重的价值，如能显著地降低成本、提高产品质量、提高服务效率、增加顾客效用等，从而使企业在创造价值和降低成本方面比竞争对手更优秀。

(4) 可延展性。核心能力能够同时应用于多个不同的任务，使企业在较大范围内满足顾客的需要。如夏普公司的液晶显示技术在笔记本电脑、袖珍计算器、大屏幕电视显像技术等领域得到运用；日本本田公司的核心能力的基础是发动机设计和制造，它支撑了小汽车、摩托车、割草机和赛车的制造。

从上述特征可以看出，企业核心能力就像一棵大树的树根，树的主干是企业的核心产品，树的枝叶就是企业的最终产品。若遇上突然的变故折断了树干，但只要核心能力这个树根还在，企业就有可能东山再起。因此，核心能力是企业长期竞争优势的源泉，企业必须不断地培育和发展自身的核心能力。

第二节 财务报表概述

财务报告，是指企业对外提供的反映企业某一特定日期的财务状况和某一会计期间的经营成果、现金流量等会计信息的文件。财务报告包括财务报表和其他应当在财务报告中披露的相关信息和资料。

一、财务报表的定义和构成

财务报表是对企业财务状况、经营成果和现金流量的结构性表述。财务报表至