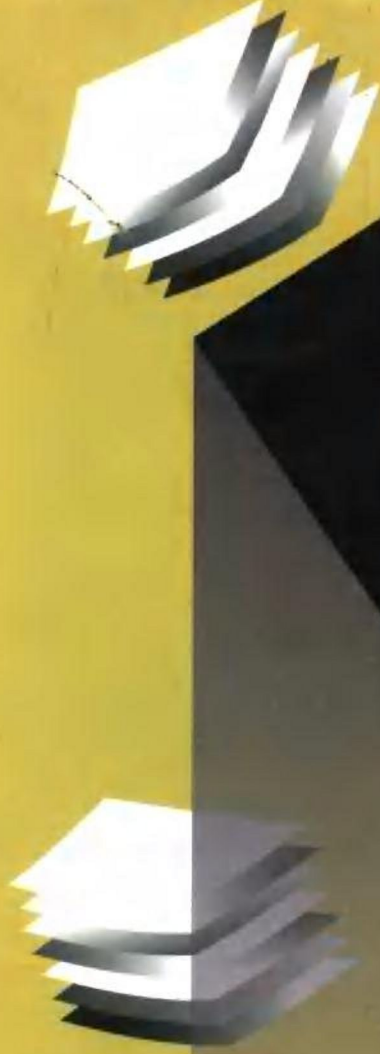




实用 成本管理

主编 全介

副主编 包成铭 赵柏枝 樊彩霞

中国人民大学出版社

实用成本管理

主 编 全 介

副主编 包成铭 赵柏枝 樊彩霞

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

475685

实用成本管理/全介主编.

北京: 中国人民大学出版社, 1999

ISBN 7-300-02786-5/F·857

I. 实…

II. 全…

III. 成本管理: 企业管理

IV. F275.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 39423 号

实用成本管理

主 编 全 介

副主编 包成铭 赵柏枝 樊彩霞

出版发行: 中国人民大学出版社

(北京海淀路 157 号 邮编 100080)

发行部: 62514146 门市部: 62511369

总编室: 62511242 出版部: 62511239

E-mail: rendafx@publi3.bta.net.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市丰台区印刷厂

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 12.25

1999 年 12 月第 1 版 1999 年 12 月第 1 次印刷

字数: 305 000 印数: 1—5 000

定价: 16.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)



《实用成本管理》编审委员会名单

主 任 张来亮

副主任 全 介

委 员 (按姓氏笔画排序)

包成铭 闫祖强 孙国成 赵柏枝

前 言

企业在进入市场以后，使原有的营利管理思想与管理模式受到了冲击，特别是在价格尚未完全理顺的情况下，许多企业对营利感到茫然失措，听任成本自由驰骋。为了生存，大多数企业采取了眼睛向外的策略，都力图从价格优势中营利，或者通过扩大销售量来增加利润。殊不知，争相抬高物价的结果，最终反而使市场价格下降。因为在市场经济中，每个企业都必须遵循客观的市场供需规律，价格无论如何波动，只能是围绕供需曲线上下波动，在众多的供应厂家和众多的需求者中最后终将达到平衡；而争相扩大销售量的结果，又造成同类产品滞销。何况企业增加产销量，既受外部市场容量的限制，又受内部生产能力的限制。最佳产销量取决于最佳效益界限，每个企业只有一个与其相对应的最佳产销量（最佳产销量是由边际效益所决定的）。因此，提高价格和扩大产销量其实都不是提高企业经济效益的灵丹妙药，只能作为短期策略得益于一时，惟有在一定产量规模下不断降低产品生产经营成本才是企业提高经济效益的根本措施，是企业生存和发展的长期战略方针。作为明智的生产经营决策者，必须是在成本管理上狠下工夫，才能真正收到实效。

成本指标是企业最具综合性的质量指标，成本指标也是企业不断提高盈利的永远可控指标。提高企业经济效益的关键在于建立科学的成本管理体系。本书正是为了企业尽快适应社会主义市场经济的需要，适应企业生存发展的长期战略需要而编写的。

本书共分4篇18章。第一篇系统地介绍了成本管理基本理

论；第二篇介绍了生产型企业成本管理；第三篇介绍了商贸型企业成本管理；第四篇介绍了科技型企事业的成本管理。

本书的特点是：

1. 全面、完整、系统地进行了成本的有关理论的阐述。

2. 本书将经济实体划分为三大类，分别进行了成本的实务讨论，涵盖面大，适合各种类型企事业单位使用，读者广泛，可读性强。

3. 本书是在有关成本科研成果的基础上编写的，可操作性强。

4. 对于各种类型的经济实体，不仅有特点地介绍成本核算，而且讨论了成本分析与考核以及纳税的核算，内容丰富，大大提高了成本会计信息的功能和信息质量。

5. 本书的内容不仅有助于财会人员提高本身业务素质，而且有助于管理决策者学习使用，很好地起到了会计核算与监督的参谋作用。

本书第一、二、三、六章由北京科技大学全介编写；第四章由包头钢铁学院赵柏枝、罗峰编写；第五、十四章由北京信息工程学院黄瑛编写；第七、八、九章由北京科技大学樊彩霞编写；第十、十一、十二、十三章由太原重机学院贾创雄编写；第十五、十六、十七、十八章由北京科技大学庞雪峰、鲍新中编写；北京科技大学包成铭参加了本书的组织、策划，以及有关章节的资料收集和编写等大量工作。全书由北京科技大学全介教授总纂、定稿。

为本书付出辛勤劳动的还有北京科技大学胡波、蒋秋平同志。

由于水平所限，书中难免存在疏漏之处，敬请读者批评指正。

编著者

1998.7

目 录

第一篇 成本管理理论基础

第一章 成本管理综述.....	2
第一节 成本的含义.....	2
第二节 成本的划分.....	5
第三节 成本的特性.....	7
第四节 成本管理的要求	11
第二章 成本的预测决策原理与方法	15
第一节 成本预测与决策的必要性	15
第二节 成本的盈亏分析方法	16
第三节 成本的决策方法	24
第三章 费用预算与成本计划原理	32
第一节 目标成本的确定	32
第二节 费用预算	37
第三节 成本费用计划	52
第四章 成本的计算方法	63
第一节 成本计算品种法	63
第二节 成本计算分批法	73
第三节 成本计算分步法	77
第四节 成本计算分类法	87
第五节 成本计算定额法	91
第六节 科研项目成本计算法	95
第七节 商贸型企业成本计算法.....	101

第五章 成本控制原理.....	107
第一节 成本控制的内涵及其分类.....	107
第二节 成本控制的原则和程序.....	109
第三节 成本控制的内容.....	117
第四节 成本控制的方法.....	129
第六章 成本分析原理.....	141
第一节 成本分析的任务.....	141
第二节 成本分析模型.....	142
第三节 成本计划执行分析.....	148
第四节 主要技术经济指标对成本的影响分析.....	163

第二篇 生产型企业的成本管理

第七章 生产型企业的成本核算.....	168
第一节 生产型企业成本核算概述.....	168
第二节 要素费用的核算.....	177
第三节 辅助生产车间的核算.....	185
第四节 基本生产车间制造费用的核算.....	194
第五节 废品损失和停工损失的核算.....	196
第六节 完工产品成本的核算.....	200
第八章 生产型企业税务.....	208
第一节 生产型企业纳税税种.....	208
第二节 生产型企业的课税要求.....	210
第三节 生产型企业纳税核算.....	227
第九章 生产型企业的成本分析与考核.....	237
第一节 生产型企业的成本考核指标体系与分析 方法.....	237
第二节 生产型企业产品成本分析.....	239
第三节 生产型企业主要产品单位成本分析.....	244

第四节	生产型企业制造费用的分析·····	248
第五节	生产型企业降低成本、提高经济效益的途径·····	249

第三篇 商贸型企业的成本管理

第十章	商贸型企业的成本概述·····	252
第一节	商贸型企业的特点·····	252
第二节	商贸型企业商品流转核算方法·····	254
第十一章	商贸型企业成本费用核算·····	258
第一节	商贸型企业成本费用结构·····	258
第二节	商贸型企业成本核算与管理·····	263
第三节	商贸型企业费用核算与管理·····	282
第十二章	商贸型企业税务·····	288
第一节	商贸型企业的纳税税种·····	288
第二节	商贸型企业纳税规定及税金核算·····	288
第十三章	商贸型企业成本费用的分析与考核·····	295
第一节	商贸型企业成本费用分析的意义、任务和原则·····	295
第二节	商贸型企业成本费用考核指标体系·····	297
第三节	商贸型企业成本费用分析·····	300
第四节	商贸型企业降低成本提高经济效益的途径·····	303
第十四章	餐饮服务企业成本管理·····	305
第一节	餐饮服务企业成本管理的特点和意义·····	305
第二节	餐饮服务企业成本核算的内容和方法·····	308
第三节	餐饮服务企业税务·····	318
第四节	餐饮服务企业成本控制与成本分析·····	325

第四篇 科技型企事业的成本管理

第十五章 科技型企事业成本管理概述..... 336

 第一节 科技型企事业的分类..... 336

 第二节 科技型企事业的特点..... 338

 第三节 科技型企事业的成本管理要求..... 340

第十六章 科技型企事业的成本核算..... 343

 第一节 科技型企事业成本费用核算概述..... 343

 第二节 科技型企事业成本费用核算的内容..... 347

 第三节 科技型企事业成本费用的归集、分配与
 结转..... 359

第十七章 科技型企事业税务..... 365

 第一节 科技型企事业的纳税税种、课税要求及
 纳税办法..... 365

 第二节 科技型企事业的税收优惠规定..... 371

第十八章 科技型企事业成本效益分析与考核..... 373

 第一节 科技型企事业成本费用考核指标体系..... 374

 第二节 科技型企事业成本效益分析..... 379

第一篇 成本管理理论基础

本篇主要介绍了成本的有关含义、成本形成的内涵、成本的划分、成本的特性、成本管理要求和管理范围等基本内容，讨论了成本的预测与决策、费用的预算与成本费用计划、成本核算、成本控制、成本分析等基本原理和方法。

第一章 成本管理综述

第一节 成本的含义

一、成本的含义

成本有广义和狭义之分。广义成本是泛指成本，已经有多种描述。现在分别讨论几种典型的广义成本概念。

(一) 成本是为达到特定目标，而预先对资源所作出的牺牲价值。一个实体要实现某种预期目标，必须预先付出相应的代价，这种代价的衡量是以货币作为单位。这里强调的是目标与其预付费用。

(二) 成本是一个经济实体为进行某项活动所发生的全部费用。一个实体若进行的是生产经营活动，生产有形产品，则所发生的费用为产品成本；一个实体若进行的是单纯经营活动，则所发生的费用为商品成本；一个实体若进行的是服务活动，则所发生的费用为劳务成本。

从事经济活动的内容不同，成本含义不同。

(三) 成本是取得资财的代价，或对象化的费用，或两者兼而有之。为取得固定资产所花费的投资，为固定资产成本；若对象是产品，为其所花费的费用，即为产品成本；若对象是科技服务，则所花费的费用为科技服务成本（劳务成本）。

西方国家也有这样定义成本的：

(四) 成本是为获得一定商品所作出的牺牲价值。这是从物质的角度来看成本。

(五) 成本是为获得一定经济效益而花费的全部支出。这是

从价值的角度来看成本。

以上各种广义成本定义，归纳起来最关键的有两点：一是成本的形成是以目标为对象。目标可以是有形的产品或无形的产品，如新技术、新工艺；也可以是某种服务，如教育、卫生系统的服务目标。二是成本是为一定目标而预先支出的耗费，没有目标的支出则为损失，不能叫做成本。

本书主要讨论狭义成本的概念，即产品成本。

二、产品成本的含义

产品成本是对象化的费用。产品成本也有多种表述。

（一）产品成本是以货币形式表现的、生产产品的全部耗费，或花费在产品上的全部生产费用。

（二）产品成本是为生产产品所耗费的资金总和。生产产品需要耗费占用在劳动对象上的资金，如原材料的耗费；需要耗费占用在劳动手段上的资金，如设备的折旧；需要耗费占用在劳动者上的资金，如生产工人的工资及福利费。为生产产品的所有这些资金耗费的总和即为产品成本。

（三）产品成本是企业一定时期为生产一定数量的合格产品所支出的生产费用。这个定义有时间条件约束和数量条件约束，比较严谨。不同时期发生的费用分属于不同时期的产品，只有在本期间为生产本产品而发生的费用才能构成该产品成本（即符合配比原则）；企业在一定期间内的生产耗费称为生产费用，生产费用不等于产品成本，只有具体发生在一定数量的产品上的生产费用，才能构成该产品的成本。

以上的产品成本定义是从不同角度论述的。不论哪种产品成本的定义，其经济内容都包括两大部分：一是所耗费的生产资料转移价值，如生产产品所耗费的材料的转移价值、生产产品所耗费的设备转移价值等，也就是所耗费的生产资料价值，在政治经济学中用 c 表示。二是劳动力耗费所创造的价值，包括劳动者的

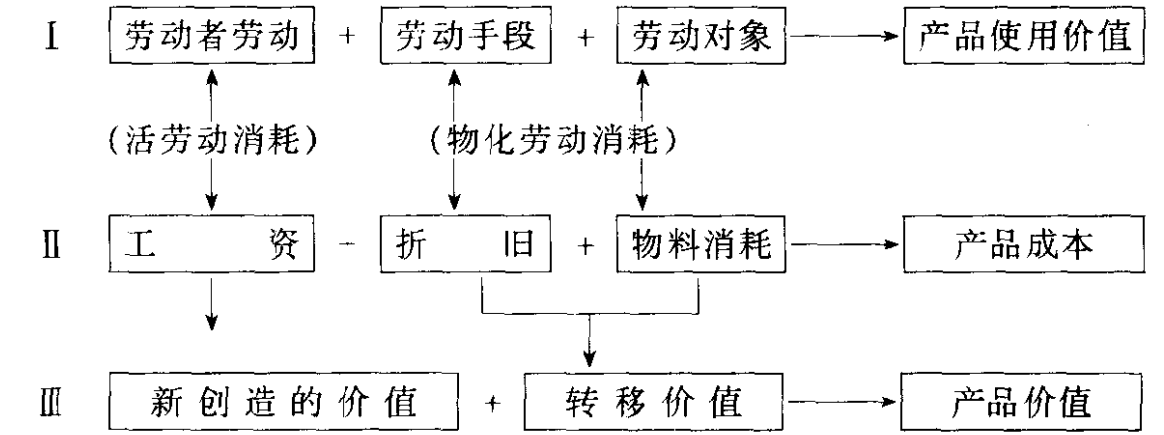
必要劳动耗费的补偿价值，如工人的工资及福利费。这部分是劳动力价格，用 v 表示。此外劳动者还要为社会创造价值，这部分用 m 表示。

所以产品的价值（ w ）包括三部分： $w = c + v + m$ ，其中 $c + v$ 构成产品成本。由此也可以看出：产品成本是生产产品所耗费的物化劳动和活劳动之和。

产品成本又分为广义产品成本和狭义产品成本。广义产品成本应该为生产和销售产品所支出的一切直接费用和间接费用，即理论成本；狭义产品成本是实际应用成本，是会计实务中的产品成本。从1993年7月1日开始执行的产品成本，即为狭义的产品成本，其间发生的管理费用、销售费用、财务费用等期间费用不计入产品成本，但计入并冲减当期损益。这样是为了便于分析、考核、监督和管理产品成本，使生产经营成果更加客观、真实，并能在一定程度上解决产品成本的不实和企业潜亏的问题。

三、成本形成的实质

成本的形成过程既是价值形成过程，也是使用价值形成过程。它们之间的逻辑关系如图 1—1 所示。



说明：I 为产品使用价值形成过程；II 为产品成本形成过程；III 为产品价值形成过程。

图 1—1 成本形成过程

成本的形成过程是生产要素的耗费过程，在物流运动中，最终实现了有形或无形产品的使用价值，用以满足用户的需要；成本的形成过程也是价值的转移过程和价值的创造过程，在资金流的运动中，最终形成了有形产品和无形产品的价值。价值的实现首先用以补偿生产经营活动中的耗费，其次在有关方面分配。使用价值和价值是通过各种具体指标反映出来的。

第二节 成本的划分

成本的研究要求和目的不同，其划分也不同。成本按其结构或内容的不同可有不同的分类。

一、按成本对象划分

按照成本对象划分，可以分为不同的对象成本，如材料成本、工程项目成本、新技术成本等。

二、按制造成本法划分

按照制造成本法划分，成本分为三大类。

（一）直接材料成本。为一定的目标而发生的物质资料的耗费，如为生产产品而消耗掉的原材料、燃料、辅助材料等。

（二）直接人工成本。为实现一定目标而花费的直接人工费用（工资及福利费）。

（三）间接制造成本。为实施组织管理工作所直接发生的各种费用。

按制造成本法划分，有助于进行成本的预测、决策与考核。

三、按费用与业务量的关系划分

按照所发生的费用与业务量的关系划分，成本分为三大类：

（一）比例变动成本。这是所发生的费用随业务量而比例变化的项目，如产品成本中的原材料成本。

（二）非比例变动成本。这是指所发生的费用随业务量而呈

同向趋势变化的项目，如产品成本中的许多辅助材料、燃料、动力等。

（三）固定成本。这是指所发生的费用不随业务量而变化的项目，如固定资产的折旧、第一线人员的基本工资等。

这种分类方法便于进行成本分析。

四、按产品费用计入成本的方法划分

按照产品所发生的费用计入成本的方法划分，成本可以分为两类。

（一）直接成本。可以直接计入成本对象中的费用，如上述第二种分类中的直接材料成本、直接人工成本即属于直接成本。

（二）间接成本。不能直接计入成本对象中的费用，如上述第二种分类中的间接制造成本。间接成本需要按一定方法在成本对象中进行分配。

五、按成本考核的方法划分

按照成本考核的方法划分，成本可以分为两类。

（一）可比成本。它是基期（过去年度）正常生产、经营、开发过的对象成本，如常规产品成本。如果原料加工方法有所改变，只要产品性能、结构不变，仍属于可比成本。

（二）不可比成本。它是基期（过去年度）未正式生产、经营、开发过的对象成本，如正在研究试制中的新产品成本。

六、其他划分方法

按照成本计算依据的不同，有以下一些成本的划分（并非成本构成项目）方法。

（一）目标成本。在目标利润已经确定的基础上所要求实现的期望成本。

（二）定额成本。成本项目按定额计算，再汇总出对象成本。例如，依据材料消耗定额确定材料成本、依据工时定额确定人工成本、依据费用标准确定制造成本，由此而得出定额成本。

(三) 设计成本。在设计过程中依据有关技术经济手册计算出的对象成本，或参照类似情况而确定的成本。

(四) 计划成本。计划期经过预测而预算出来，并要求执行的对象成本。计划成本是指令性成本。

(五) 实际成本。计算期依据实际费用支出而计算出来的对象成本。

第三节 成本的特性

一、对象化的总成本特性分析

总成本函数一般表达式为

$$TC = f(X) = TF + vX \quad (1-1)$$

式中：TC——总成本；

TF——固定成本；

v——单位变动成本；

X——业务量，如生产量、营销量、科研项目、劳务量等。

由公式(1-1)可以看出，总成本随业务量呈线性按比例增长。实际上，由于非比例变动成本和固定成本等多种因素的影响，总成本函数为一递增的曲线(图1-2)。一般地，当业务量较低时，由于固定成本(TF)比重较大，总成本受固定成本的影响也就比较大，业务量的增长对总成本影响不大，总成本曲线变化较陡(图中第1部分)；随着业务量的增加，固定成本的影响越来越弱，而比例变动成本的影响越来越强，这一阶段的总成本随业务量的增长而近乎比例增长(图中第2部分)；当业务量再继续不断增长时，原有的生产经营规模、技术装备条件等人力、物力都已不适应了，这就需要另外增加费用，以满足业务量的扩张，所以这一阶段总成本曲线又逐渐变陡(图中第3部分)。