



HARVARD BUSINESS SCHOOL
CASES

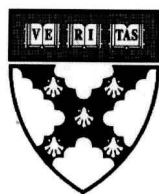
哈佛商学院案例（第二辑）

财务报告与控制

Financial Reporting and Control

荆新等译

中国人民大学商学院组织审校



HARVARD BUSINESS SCHOOL
CASES

哈佛商学院案例（第二辑）

财务报告与控制

Financial Reporting and Control

荆新等译

中国人民大学商学院组织审校

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

财务报告与控制/荆新等译.

北京: 中国人民大学出版社, 2009

(哈佛商学院案例. 第二辑)

ISBN 978-7-300-11241-1

I. 财...

II. 荆...

III. ①会计报表-会计分析-案例②财务管理-案例

IV. F231.5 F275

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 166046 号

Copyright 2007 President and Fellows of Harvard College. All rights reserved.

哈佛商学院案例 (第二辑)

财务报告与控制

Financial Reporting and Control

荆 新 等 译

中国人民大学商学院组织审校

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京华联印刷有限公司

规 格 210 mm×285 mm 16 开本

印 张 8.5 插页 1

字 数 213 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2009 年 9 月第 1 版

印 次 2009 年 9 月第 1 次印刷

定 价 39.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



出版说明

随着 MBA 教育逐渐走向成熟，人们对于案例教学已不再陌生，很多院校，特别是首批 MBA 试点院校已经比较普遍地采用案例教学这种模式。案例教学、案例编写也成为全国 MBA 教学指导委员会十分重视并大力推广的重要工作。为满足教学需要，中国人民大学出版社与哈佛商学院出版公司达成了引进出版哈佛商学院案例的协议，围绕 MBA 教学选择了十门课程，包括：战略管理，人力资源管理，营销管理，公司财务管理，领导学，组织行为学，供应链管理，技术与运营管理，财务报告与控制，企业、政府与国际经济。

多年来，中国人民大学出版社一直在不懈地打造经管类图书的品牌，特别是，作为高等教育教材出版的市场领先者，我们一直希望能为中国的管理教学和实践提供更多、更好的产品。随着中国 MBA 市场规模的扩大，学生人数的增加、素质的提高，教师队伍的成熟，我们发现，案例教学教材的数量不足及质量不高成了一个比较大的问题，基于大量的市场调研，哈佛商学院的案例便成了我们针对 MBA 教学引进案例的首选。毕竟，哈佛大学是最早开始 MBA 教育的，其 MBA 学位计划有近百年的历史。哈佛案例每年能销 600 万份，其案例教学法也在逐渐为世界上各大学校所熟悉和借鉴。作为一家以为高等教育服务为己任的大学出版社，我们深感哈佛案例的引进对于我国工商管理教育理论和实践的提升具有十分重要的意义，事实上，我们在 2002 年曾引进出版了一套哈佛商学案例，分商务基础系列和实务系列，共 21 种，在当时引起了很大的反响，只是囿于条件，案例没能根据课程设置选取，不便于教师在教学中使用，基于此，便有了我们这套针对 MBA 核心课程的案例。

在运作这套案例的过程中，我们广泛听取了老师们的意见和建议，我们发现，单是引进一些案例并出版不能满足教学的实际需要，对于很多老师来说，如何讲授哈佛案例才是一个难点。同时，我们在前期调研和筹备工作中也深感案例的推广不再局限于传统意义上的图书推广工作，它已超出了传统单纯出版图书的概念，变成了一种教学理念和教学方法的推广，它需要我们提供更多、更长期的后续服务，并改变传统的出版模式。

就在我们推出这套案例书之际，哈佛商学院酝酿已久的 PCMPCL (Program on Case Method and Participant-Centered Learning) 培训计划也已正式启动。为配合 PCMPCL 项目，哈佛商学院出版公司邀请包括中国大陆、香港、台湾和新加坡等国家和地区的商学院选派教授到哈佛商学院参加哈佛案例教学的培训。在案例出版后，我们还将提供教学支持，以帮助中国教师更好、更便利地使用案例。

运作案例出版的过程是艰苦的，但结果是美好的、令人难忘的。在和哈佛商学院出版公司的合作中，我们一次又一次地听到他们虔诚地谈及他们的使命：改善管理实践。在案例出版的过程中，很多人做了辛苦的工作，我们感谢哈佛商学院高级副院长、贝克基金教授史蒂文·C·惠尔赖特先生 (Steven C. Wheelwright)，他为我们的案例书出版写了序，他在这套案例书 10 门课的选择中起了决定性的作用，没有他的努力，这套书的出版是不可能的。感谢 John Quelch, Michael Tushman, Debora Spar, Pankaj Ghemawat, David Hawkins 以及 David Upton 等教授，他们在我们初选案例的过程中给予了建议和指导；感谢哈佛商学院和哈佛商学院出版公司的下列人员，他们为案例的挑选做了许多工作：Paul Andrews, Tim Cannon, Tad Dearden, Mike Derocco, Pat Hathaway, Amy Iakovou 和 Carol Sweet；感谢哈佛商学院出版公司国际部总经理陈欣章先生，他促成了案例最终出版协议的签订和执行，并完成了整个过程中的协调工作。最后，也要感谢所有参加案例中文版翻译的教授，他们都有自己繁重的教学任务，在出版时间紧迫的情况下，各位教授都高质量地按时完成了翻译工作。

我们希望这套案例书的出版以及后续的培训工作需要影响几百、几千乃至上万个 MBA；我们希望他们能用一种新的视角，适应国际化的大趋势，理解现代企业的管理方法，理性地接受信用经商的理念，推动中国经济的更大发展；我们希望能通过我们的出版物来引导中国的管理实践。如能实现这些目标，那么其间的各种辛苦努力也就值得了。

感谢您选用或关注我们的这套案例书，对您的任何反馈我们都十分珍视。我们的联系电话：010-62514162 或 62515743；E-mail: rdcbsjg@crup.com.cn；网址：<http://www.rdjg.com.cn>。

中国人民大学出版社



总 序

“培养世界上有影响力的领导人”是哈佛商学院的使命。1908年，哈佛商学院正式成立。为实现这一使命，哈佛商学院通过实施各种项目，影响众多不同的人。哈佛商学院最出名的可能是其MBA项目，但同时我们也通过开展高级管理人员培训项目（Executive Education Program）（包括AMP项目以及其他逾100个为职业经理人开设的各种培训项目）和通过哈佛商学院出版公司的出版物追求我们的使命。我们的出版物包括《哈佛商业评论》、哈佛商学院图书、网络课程，以及哈佛商学院案例研究。

为杰出院校提供建议也是我们使命的一个重要方面。在过去的60年里，哈佛商学院不仅为世界上许多院校提供了教学案例，还通过各种项目帮助他们及其教师提升了自己的案例教学能力。包括：国际教师项目（ITP）、以参与者为中心的教学法培训项目（CPCL）、案例教学与以参与者为中心的教学法培训项目（PCMPCL）。其中，PCMPCL项目发起于2005年8月，其目的在于帮助中国大陆、香港、台湾和新加坡等国家和地区的主要商学院提升其在MBA项目、高级管理人员培训项目以及以管理实践为导向的研究中，熟练运用案例教学和启发式教学的能力。

通过多年的实践，哈佛商学院发现案例教学的应用通常需要经历三个阶段。第一阶段，案例在管理学课堂上是作为概念或原理的例子、说明来使用的；第二阶段，将案例研究作为主要的学习方法，依靠案例讨论；第三阶段，教授开始把他们在案例研究和课程发展上取得的成果大量应用于教学，以便更好地理解 and 传授如何做决定。

为实践我们的使命，哈佛商学院和哈佛商学院出版公司很高兴与中国人民大学出版社携手帮助中国商学院及其教授实现从第二阶段向第三阶段的跨越。我们的努力包括：为来自中国大陆、香港、台湾和新加坡等国家和地区的教授提供为期10天的PCMPCL培训；出版一套根据MBA核心课编辑的案例书（分中文版和英文版）；组织一系列后续服务的案例教学和案例写作的培训班；建立一个服务于中国教师的案例服务中心。

我们这样做的目的有两个，并且这两个方面都与哈佛商学院的使命紧密相连。一个目的是通过帮助全球教育机构——正如我们在中国发现的那些机构一样——发展它

们自身的、着眼于管理实践的案例教学能力，从而促进全球管理教育水平的提高。另一个目的是帮助这些机构培养一些能够在他们的学校中起到带头作用的教师，使他们能够写出新的、能够与世界分享的案例研究和教学资料。这种既符合国际标准，又与中国具体管理实践相关的案例研究正是中国管理教育机构所急需的。

我们很高兴中国人民大学出版社和中国许多优秀的商学院加入我们的队伍。我们希望哈佛案例书在中国的出版能对中国的教育机构、教师及其培养的未来职业经理人有所帮助，帮助他们实现在全球经济中扮演重要角色的梦想。

史蒂文·C·惠尔赖特

哈佛商学院高级副院长，贝克基金教授



序 言

自 20 世纪 90 年代初开始引入 MBA 学位教育以来, 以培养应用型高层次管理人才为目标的中国管理教育经过了十几年的发展, 从最初的 9 所院校年招生不足百人发展到 2006 年的 96 所院校 2 万多人的招生规模, 累计招生超过 10 万人。这期间, 中国经济也经历了持续高速增长, GDP 总量从 1990 年的世界第 11 位上升到 2006 年的第 4 位, 进出口总额从第 15 位上升到第 3 位。应该说, 以 MBA 学位教育为代表的管理教育的超常规发展反映了经济高速发展对管理人才的迫切需要。

在短短的十几年间, 在各相关院校的努力下, 中国的管理教育经过引进和消化吸收, 为满足经济发展对管理人才的迫切需求作出了应有的贡献。但是, 随着社会对高水平管理人才需求的进一步增加, 如何提升管理教育的水平成为中国高校的商学院、管理学院所面临的共同问题。

管理是一门源于实践又用于实践的学问, 因此, 以培养应用型管理人才为目标的工商管理教育是否贴近管理实践, 培养出来的学生是否具有应对快速变化的环境解决实际问题的能力, 应当是衡量管理教育水平高低的主要标准。自 1900 年美国达特茅斯大学授予商学硕士学位和 1908 年哈佛大学设立工商管理硕士 (MBA) 项目以来, 西方的现代管理教育已经历了上百年的发展。在美国管理教育上百年的发展历程中, 对管理教育的内容、方法和方向的争论从未停止过。近年来, 对管理教育过分学术化的批评越来越多。历史不长的中国工商管理教育应该认真学习和借鉴国外管理教育发展过程中的经验和教训。说到我国的情况, 我认为目前有三个方面的问题亟待解决:

(1) 教育内容和教学方法的问题。在过去的几十年中, 随着学术市场的不断发展, 西方国家管理学科的划分越来越细, 管理教育中的职能化倾向越来越突出。这样的趋势自然在中国的 MBA 教育中被承袭下来。体现在课程的设置上, 即学科分割的职能化的课程占据了 MBA 学位教育的主导地位。亨利·明茨伯格说: “管理不等于市场加财务加会计再加上诸如此类的东西。”如何开发出一些跨 (多) 学科的综合的管理课程, 使学生了解管理实践的复杂性, 是课程设计的一个难题。另外, 在教学方法上, 以教师为中心的知识传授型的教学仍是主要的教学方式。

(2) 教师的问题。管理教育规模的快速扩大导致师资的严重不足，同时，师资的质量也成为制约管理教育水平提高的最主要因素。师资质量不能满足管理教育的要求是出于两个原因：第一，商学院的教师是在学科划分越来越细的学术环境中训练出来的，大多缺乏管理的实践经验；第二，在现有的评价和晋升机制下，大多数教师将主要精力放在学术研究上，对教学的投入很少，而划分越来越细的学术市场更鼓励越来越量化的纯学术研究而非实践导向的研究。

(3) 学院的问题和管理教育评价体系的问题。学院的资源投入和政策导向影响管理教育的水平。现有的教育评价体系促使商学院出现趋同的趋势，商学院更愿意支持显性的学术研究，不愿意在教学上进行更大的投入，因为高水平的学术论文和著作被认为是衡量学院水平的最重要标志。

应中国人民大学出版社的要求为哈佛商学院案例（第二辑）的中文版写序，却对管理学教育发了大篇的议论，好像跑题了。其实，案例教学不单纯是教学方法问题，它背后隐含的是与教育理念和评价机制相关的一系列问题，包括如何使管理教育的内容与管理实践有更紧密的联系，如何鼓励教师在教学内容和教学方法的改进上有更多的投入，如何将以教师为中心的知识传授型的教学方式转变为以参与者为中心的学习方式等等。哈佛式的案例教学要求教师在教学上有更多的投入，要求学院对教学给予更多的重视，要求管理教育评价把学生的培养质量放在更重要的位置。哈佛商学院在上百年的发展中，始终坚持自己的办学特色，这是值得称道的。中国的商学院也应当根据自己的历史和优势，形成不同的办学特色和风格。尽管对案例教学存在各种批评，但由于更接近管理实践、更能启发思考、促进学生更积极地学习，案例教学在培养大批管理人才方面的作用是其他教学方式所无法替代的。德鲁克说过：在所有的组织当中，90%的管理问题是共同的，只有10%的问题是不同，这是由这个组织的使命、文化以及不同的语言而形成的差异。从这个角度说，哈佛案例所反映的管理实践具有相当的普遍性，其主要内容对中国学生也是适用的。

不断提高管理教育的水平以满足社会经济发展对合格管理人才的需要是所有商学院和从事管理教育的教师的历史责任。中国人民大学商学院历来重视和倡导理论与实践结合，鼓励教师深入企业实际发现研究课题，近年来尤其加大了对实践导向的研究的支持，鼓励教师投入更多精力改进教学内容和教学方法。此次与中国人民大学出版社合作，组织学院各学科的优秀教师集中翻译这套哈佛案例集，目的是进一步推动案例教学，并以此促进管理教育水平的提高。我们希望得到国内同行的支持和指导，也希望与大家一起努力，为中国管理教育的发展作出贡献。

伊志宏

中国人民大学商学院院长



译者序

哈佛大学商学院案例闻名遐迩，已成为哈佛大学教学的突出特色和鲜明品牌。在现代工商管理教育中，案例教学是集讨论、启发、互动于一体的教学方式，对于培养学生的认知悟性、分析能力、决策素质和创新意识至关重要。

《财务报告与控制》(*Financial Reporting & Control*)一书，汇集十几个案例，是由几十位学者、教授经调研和开发编写而成的。该书所编入案例的主要特点有：

第一，案例所涉猎的行业领域广泛。该书所选取的案例涉及制造业、化工业、航空业、餐饮业和咨询业等诸多行业。如此安排案例的选取，有利于案例教学中研讨不同行业的实际情况，提升人才培养的行业适应性。

第二，案例所涉及的企业类型多样。编入该书的案例企业，既有股份有限公司，也有合伙企业；既有国内公司也有国外公司；既有一国公司，也有跨国和多国公司；既有声名显赫的大公司，也有名不见经传的小公司。该书如此安排，有助于案例教学中鉴别不同企业的实际情况，适应人才培养的不同需要。

第三，案例所选取的素材内容丰富。该书所选取的案例素材，涵盖工商管理类的会计学、财务管理和企业管理学等多个专业，主要分为管理决策、管理控制、财务会计、管理会计、筹资管理等专业方向，具体包括管理体制、产品研发、财务报告、收入确认、折旧政策、股东权益、表外融资、财务结构、现金流量、预算管理、管理报告、成本控制等方面，适应相关专业及方向的案例教学需要。

第四，案例所涉及知识与业务衔接。考虑到学生的不同专业背景及案例教学的内在要求，该书采用简要或补充介绍专业性较强的背景知识的方式，试图将专业知识与业务实际进行必要衔接和有机融合，以便提高案例教学的整体效果。

本书由中国人民大学商学院组织翻译，是为适应工商管理类案例教学的需要而出版的，适合 MBA、MAPcc、EMAB 和 EDP 等的案例教学需要，也适合工商管理类会计学、财务管理、企业管理等专业的普通硕士研究生以及三、四年级本科生的案例教学需要。

本书由中国人民大学商学院的部分教师、博士和硕士研究生翻译，荆新、何剑

波、刘丹、刘婷、肖令君、范洪淑、刘欢、刘冰、邱雪、袁泉等进行初译并交叉初校，荆新、宋建波、廖冠民、唐巍等进行二校，荆新审校定稿。由于案例翻译难度较大，加之译者的水平和时间有限，本书的翻译可能存有疏漏甚至谬误之处，恳请读者批评指正。

荆 新

目 录



化学光源公司	(1)
财务报告的概念体系	(3)
波士顿自动化系统公司	(10)
蒙特雷制造公司	(22)
达美航空公司与新加坡航空公司：折旧政策比较 (A)	(27)
达美航空公司与新加坡航空公司：折旧政策比较 (B)	(34)
餐饮业的表外租赁	(37)
现金流量表三例	(47)
股东权益简介	(55)
行业财务结构的动因	(64)
Harnischfeger 公司	(67)
卓越制造公司	(87)
威尔克森公司	(94)
Musimundo 公司	(98)
自动化咨询服务公司	(117)

化学光源公司



9-177-078

修订时间:2006年1月5日

2002年年末,顾问化学工程师贝内特·亚历山大(Bennett Alexander)为其多项发明之一化学光源申请并获得一项专利。该项发明是,将装有一种化学品的玻璃瓶置入装满另一种化学品并密封的半透明塑料筒中,把塑料筒折弯使内置的玻璃瓶破碎,两种化学品混合时,发出明亮的黄绿色荧光。

亚历山大预期这种化学光源有巨大的市场。当发生紧急状况时,它是有效的求救方式,但目前尚无这种装置。他估计,军队和发光装置以及安全设备制造厂商会对此有相当大的需求。

2003年1月2日,亚历山大和部分亲友一起创办了化学光源公司(Chemalite, Inc.),发行股票500 000股。其中,亚历山大以其专利获得125 000股,其余股份以每股\$1售给其他投资者。2003年1月2日至2003年6月30日期间,化学光源公司发生下列支出:

- 1月15日:支付与申办公司注册有关的律师费、营业执照费和印刷费共\$7 500。
- 6月15日:支出\$62 500建造机器设备,用于制作首批化学光源样品。
- 6月24日:采购价值\$7 500的塑料和化学品,用于将多种化学光源商品化。

到6月末,在化学光源公司管理中扮演着积极角色的亚历山大,与其他股东商议呈报公司报告并研究化学光源的未来营销战略。当时他希望公司能在8月底之前制造化学光源产品。亚历山大的朋友苏珊·彼特森(Susan Peterson)在公司投入大量资本,她在会上指出,曾向一位汽车零部件销售商函询有关化学光源产品的可用性及期望价格。该销售商渴望大批购买这种照明灯具,用于改善高速公路安全状况,并且探寻个性化产品的可能性。

Visiting Professor David A. Wilson prepared this case and it was revised by Professor Charles Christensen. HBS cases are developed solely as the basis for class discussion. Cases are not intended to serve as endorsements, sources of primary data, or illustrations of effective or ineffective management.

Copyright © 1976 President and Fellows of Harvard College. To order copies or request permission to reproduce materials, call 1-800-545-7685, write Harvard Business School Publishing, Boston, MA 02163, or go to <http://www.hbsp.harvard.edu>. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, used in a spreadsheet, or transmitted in any form or by any means—electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise—without the permission of Harvard Business School.



股东之一的拉尔森 (Larson) 先生, 几乎没有经商经验, 也不太理解财务报表。他在会上提出: “我们讨论的都是关于如何做好的问题。然而, 我所看到是 6 个月前我们拥有 \$375 000, 现在只有 \$230 000。据估算, 公司在 6 个月之内已损失 \$145 000, 而且尚无充分的原因分析。”

部分股东认同拉尔森的说法。的确, 1 月 2 日至 6 月 30 日, 公司的银行存款余额由 \$375 000 减至 \$230 000。股东德克鲁兹女士 (D'Cruz) 认为, 由于公司经营不太成功, 前期营运支出应当考虑认定为营业投资而不是损失。经过全体股东的充分讨论, 决定 2004 年 1 月初再次开会研究公司状况。大家的基本共识是, 公司在年底之前将全面营业, 前期所发生的问题到年底将得以解决。

2003 年下半年, 化学光源公司确实进入全面营业。公司新聘会计师比尔·默里 (Bill Murray) 处理了下列数据, 为 2004 年 1 月初召开股东大会做准备:

1. 2003 年 7 月初, 顾问工程师提交他所开发的化学光源样品, 为此公司向其支付 \$23 750。

2. 在 2003 年 7—12 月的 6 个月中, 公司销售产品 \$754 500。最大客户即彼特森女士曾咨询的汽车零配件销售商尚欠公司货款 \$69 500。截至年底其他客户全部付款。

3. 追加采购化学和塑料品共 \$175 000, 全部货款已用现金支付。

4. 公司花费 \$22 500 在电视和商业报刊上做广告介绍化学光源产品。

5. 在 2003 年 12 月 31 日之前的 6 个月中, 公司在直接人工、制造费用 (租金、机器设备、生产管理人员) 上耗费 \$350 000, 另外在公司管理人员工资及其他管理费用上耗费 \$80 000。

6. 7 月初, 追加制造产品所需设备的支出 \$150 000。

7. 2003 年下半年, 公司短期借款 \$50 000, 已于年末归还, 支付借款利息 \$750。

在准备公司报告时, 亚历山大焦虑地获知, 公司的银行存款余额由 6 月的 \$230 000 又减少 \$117 000, 仅剩 \$113 000。这使他迷惑不解, 因为他确信公司经营得很好, 但无法理解银行存款为何不能反映如此良好的状况。在查询公司全年发生的现金流出之后, 亚历山大列出如下要点:

1. 12 月 31 日仓库仍有塑料和化学品存货价值 \$55 000, 年末没有化学光源产成品和半成品存货。

2. 尽管公司向亚历山大所购专利法定期限为 20 年, 但他预期竞争对手开发出同类产品从而无须使用该专有技术大约需 5 年。

3. 用于制造化学光源产品的设备属于通用设备, 并不限于制造化学光源产品。该设备合理预期可使用 10 年, 现已使用 6 个月。

4. 亚历山大对化学光源样品感到困惑。这些样品是公司目前所售产品开发的结果, 因此其价值在 2003 年的后 6 个月或许实际已经增值。

5. 2004 年雅典奥运会组委会已按每件 \$1.5 的价格向公司订购化学光源产品 60 000 件。它们打算向参加奥运会开幕式的每个人提供一件化学光源产品, 让运动员及其粉丝举起象征奥林匹克圣火的荧光灯。

亚历山大是发明家而不是企业家。如何向股东报告这一年的事项, 对此他处于困惑之中。他感到经营正在好转, 但不知怎样向股东传递这样的信息。

(译者: 荆新)

财务报告的概念体系



9-101-118

修订时间:2005年8月17日

财务会计准则委员会 (FASB) 组建之初的首要任务之一是构建一套财务会计及报告的概念体系。该概念体系是财务会计及报告的目标和原则密切联系的系统, 并与财务会计及报告的本质、功能和限制相一致。它是财务会计准则委员会制定会计准则的指导宪章。^①从此, 财务会计准则委员会发布一批《财务会计概念公告》。^②这些公告为 FASB 处理会计议题提供了明确的概念性标准。下面列述 FASB 现行概念体系的要点。

财务报表的目标^③

财务报表的主要目标是向企业的利益相关者提供对其经营和经济决策有用的信息。企业的利益相关者包括所有者、潜在投资者和债权人、供货商、客户、员工、工会、管理者、董事、财务分析师和顾问、税收和监管机关、立法机关、师生和社会公众。财务报表的使用者应当具有必备的企业知识, 并且愿意花时间理性地研读财务报表。

财务报告应提供企业在某一会计期间财务业绩的相关信息, 关注于按应计制会计计算的盈余及其构成信息。财务报表应当提供企业资产、负债、所有者权益以及影响未来资产和负债情况的相关信息。财务报表应当向债权人和投资者提供

① Pelham Gore, The FASB Conceptual Framework Project 1973—1985—An Analysis, Manchester University Press, 1992.

② Financial Accounting Standards Board, FASB Statements of Concepts, www.fasb.org.

③ FASB Statement of Financial Accounting Concept No. 1—Objectives of Financial Reporting by Business Enterprises, November 1978

Professor David F. Hawkins and Teaching Fellow Jacob Cohen J. D. prepared this note as the basis for class discussion rather than to illustrate either effective or ineffective handling of an administrative situation.

Copyright © 2001 by the President and Fellows of Harvard College. To order copies or request permission to reproduce materials, call 1-800-545-7685, write Harvard Business School Publishing, Boston, MA 02163, or go to <http://www.hbsp.harvard.edu>. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, used in a spreadsheet, or transmitted in any form or by any means—electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise—without the permission of Harvard Business School.



评价未来现金流量的数量、时效性和不确定性所需的信息。财务会计虽然不是用于直接衡量企业价值的，但其提供的信息有助于评估企业价值。

财务报告的假设^①

财务报告有几项基本假设。这些基本假设反映财务会计的范围，并对财务报告加以限定。现将基本假设阐释如下。

独立主体假设 公司是与其所有者相互独立的法律主体。财务报告呈报公司的财务状况和业绩，它是与其所有者明确区分开来的。这种区分对于保护股东的有限责任起着重要作用。所谓“有限责任”，是指债权人不得因公司的错误作为而起诉股东，因为公司与其股东是相互独立的法律主体。股东的责任仅限于其对公司的投资。

持续经营假设 除非有相反的证据，否则会计师假定公司在可预见的未来将持续经营下去，而不会进入清算。此项假设依据历史成本原则，因而以收入减去为创造收入所耗费资源的历史成本来计算净收益。譬如，波音 747 客机的成本在飞机的寿命期间分摊，记做折旧费用。诚然，就持续经营假设而言，按照这种方式分摊成本并不成问题。但是，当某企业在可预见的未来不能持续经营时，就会采用以可变现价值为特点的清算会计而非历史成本会计。

会计分期假设 这项假设要求基于周期性和及时性提供财务会计信息，以保证信息对决策过程有用。会计计量特定时期的业务。证券交易委员会（SEC）规定上市公司在披露年度报告（10-K 表）之外，应披露季度报告（10-Q 表）。通常，公司按日历年度编报财务报表；当然，为避免在业务高峰期结账，公司亦可选择按财务年度而不是日历年度编报财务报表。譬如，许多零售业公司通常在 1 月 31 日财务年度截止时结账，以包含假期的所有销售收入。

计量单位假设^② 经济业务的计量与报告需要使用货币单位。公司以记账本位币换算编报财务报表，并假设其购买力保持不变。对于美国的公司而言，全部资产和净收益的构成部分反映美元的不同购买力，因此有时导致总额大打折扣。在严重通货膨胀或通货紧缩时期，这种缺陷尤为明显。为了在某种程度上解决这个问题，高通胀率的国家规定公司编报通胀调整财务报表。

财务会计信息的质量特征^③

财务会计信息的质量特征有四项。其中，相关性和可靠性属于首要的质量特

① FASB Statement of Financial Accounting Concept No. 6—Elements of Financial Statements, a replacement of FASB Concept Statement No. 3, December 1985.

② FASB Statement of Financial Accounting Concept No. 5—Recognition and Measurement in Financial Statements of Business Enterprises, December 1984.

③ FASB Statement of Financial Accounting Concept No. 2—Qualitative Characteristics of Accounting Information, May 1980.

征；可比性和一贯性属于次要的质量特征。下面分别予以阐释。

相关性 相关的会计信息是指能对财务报表使用者的决策过程产生影响的信息。有助于预测未来事项结果和反馈以前预期的信息属于相关性信息。事实上，由于掌握过去行为结果一般将提升决策者对未来类似行为结果的预测能力，因此信息既有反馈价值又有预测价值。信息相关性的从属要素是及时性。及时性要求在信息丧失影响决策的效力之前提供。

可靠性 会计信息的首要特征是其对使用财务报表的利益相关者可靠。可靠性要求信息真实、可信。可靠性信息应具备可验证性。可验证性能够通过使采用相同计量方法的各种独立计量结果保持高度一致得到证明。此外，为保证可靠性，信息必须是中立和不偏不倚的。中立性是指对制定和执行准则的基本关注是信息的相关性和可靠性，而非对特定主体的影响。

可比性 信息的特性保证同一企业不同时期的数据，以及不同企业的数据能够相互比较。使用者不是孤立地使用信息，而是跨期和跨企业地比较信息。为实现可比性，企业在年度报告中通常列报两年资产负债表及三年损益表和现金流量表信息。这些报表称为“比较财务报表”。譬如，2001 年度报告中应包括：2001 和 2002 年度的资产负债表，2001、2000、1999 年度的损益表和现金流量表。除此之外，财务报表附注通常披露 5~10 年的主要财务数据摘要。这种披露对于分析公司业绩的趋势至关重要。可比信息要比仅限于当年的信息更有价值。提供收入、净收益、资产总额等的逐年变化数据有助于对未来进行预测。

一贯性 一贯性要求不同时期采用相同的会计计量与确认原则。没有一贯性，可比性势必弱化，趋势分析也会失去意义。譬如，假定某企业每年采用不同的折旧方法，那么信息使用者怎能分析其各年净收益的变化呢？因此，企业在各期采用一贯的会计政策至关重要。当然，如果具有充分、真实的理由变更会计政策，或者会计政策的变更可以更有效地反映经济实质，则企业可以变更会计政策并在附注中披露变更的理由以及对财务报表的影响。

反映真实性 会计要反映经济资源和义务的状况，以及交易和事项导致经济资源和义务的变化。反映真实性是对会计的总体要求，亦即会计的计量或反映必须与所要反映的经济实质相符或一致。会计反映应依循实质重于形式的原则，反映真实性是对会计反映的全面要求。

会计确认与报告的基本原则^①

财务报表是对外部使用者报告财务信息的基本方式。确认是指将一个项目正式记做一个企业的资产或负债、收入、费用等，并列入财务报表的过程。确认与报告的基本原则有如下四项。

^① FASB Statement of Financial Accounting Concept No. 5—Recognition and Measurement in Financial Statements of Business Enterprises, December 1984.