新收入准则下的收入确认问题思考

——以小熊电器为例

1.背景

2017年7月，我国财政部公布了《企业会计准则14号——收入》（简称“新收入准则”）对“收入的确认”作出了新的规定：不再区分销售商品、提供劳务、让渡资产使用权和建造合同等业务类型，收入确认的判断标准由原来的“风险报酬转移”为判断依据改为以“控制权转移”为依据；同时对“履约义务”概念进行了补充和修改。2018年1月1日起，我国的各类企业陆续开始采用新收入准则。2021年1月1日起，财政部要求我国所有企业全面执行新收入准则。

2021年1月27日，财政部发布了《关于严格执行企业会计准则，切实加强企业2020年年报工作通知》，就加强会计审计监管工作、严厉打击财务造假、提高资本市场信息披露质量作出重要指示，对企业销售商品时“控制权转移”判定、履约义务类型识别、销售收入确认等方面均作出具体说明；强调企业不得通过随意调整收入确认方法提早、推迟确认收入或平滑业绩。

新收入准则为实务界各种创新销售业务的收入确认提供了指引，而收入确认方法的改变将直接影响企业利润，由此也将影响投资者对企业盈利能力和企业价值的判断。

2.小熊电器及其多种经销模式

2019年，李佳琦一句“OMG！买它买它”成功掀起了电商直播带货热潮，一时间，高品质、低价格、多功能成为消费者网购的新标准，“宅经济”成为潮流。2020年，新冠疫情席卷全球，居家隔离成为生活常态，人们“追求高质量生活和创意趣味生活”的“宅经济”目标给小熊电器带来爆发式增长。

2006年3月，小熊电器诞生于号称“小家电王国”的佛山，它从成立之初就扎进了细分市场，避开行业巨头，凭借“小而美”、“微创新”的发展目标，成功在差异化、特色化竞争中脱颖而出。13年后，小熊电器已经发展成拥有30多个品类、爆款不断的小家电头部品牌。2019年8月23日，小熊电器（002959.SZ）结束了长达一年多的IPO之路，正式在深交所的中小板挂牌上市，作为“创意小家电第一股”，小熊电器首日涨幅达44%，市值约59亿元人民币，成为创意小家电市场最亮眼的黑马。

小熊电器可以算是一家“互联网+”企业。在其招股说明书中，它这样介绍自己：“运用互联网大数据进行创意小家电研发、设计、生产和销售，并在产品销售渠道与互联网深度融合的‘创意小家电+互联网’企业”。小熊电器的突出特点是没有专门的实体店，其产品均借助互联网和各式各样的经销商平台进行销售。小熊电器的销售模式多样且复杂：多年来，公司已形成由线上渠道和线下渠道组成的多元化销售体系。它主要是一个以线上销售为主的企业，其线上渠道包括线上经销、电商平台入仓、线上直销；线下渠道的收入占比较低，主要模式是线下经销、出口销售。具体如下（以下节选自小熊电器的招股说明书）：

（1）线上B2C模式（线上直销）

线上B2C（线上直销）模式下，公司直接面向消费者，委托第三方物流向其提供配送及退换货等服务。公司主要通过在第三方B2C 平台（天猫商城、京东POP 店等）开设自营店铺直接销售。公司以“店铺入驻”的形式与上述平台开展合作，利用第三方平台运营成熟、流量资源丰富等优势与公司品牌优势和专业化营销优势互补，形成良好的营销生态环境。

同时，基于第三方B2C平台信息技术优势，公司可以通过对消费行为数据分析，了解用户需求和产品存在的不足，及时进行新产品开发或产品改进，为用户提供更优质的产品和服务。

（2）电商平台入仓模式

公司与京东、唯品会、苏宁易购等电商平台的合作主要属于电商平台入仓模式。在电商平台入仓模式下，公司与电商平台对接，不直接面对终端消费者。

电商平台入仓主要流程为：公司委托第三方物流公司将商品发往上述电商平台的仓库，由电商平台负责订单管理及后续的物流配送。消费者直接在上述电商平台下单并付款，平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货，或在货到付款等形式下先行发货。售后服务一般由电商平台负责，公司则按照与电商平台签署合同约定的义务为平台提供相关产品的售后服务。

（3）线上经销模式

线上经销模式指公司授权经销商在约定的电商平台开设店铺销售公司产品。线上经销主要分为两种：

①经销商发货模式（买断模式）：公司将产品销售给经销商，再由经销商通过网店销售给最终消费者，最后由经销商将产品快递至消费者，该方式为线上经销的主要方式。

②经销代发货模式：以天猫商城为例，消费者在线上经销商的天猫商城网店下单后，公司通过富润系统获取订单信息，并根据该订单信息由公司直接发货给最终消费者。

（4）线下经销模式

公司对经销商进行授权代理销售，由经销商以买断方式向公司采购产品，再由经销商直接对接大型企业团体或在商超、药店等经营场所对公司产品进行最终销售。

（5）出口模式

公司出口销售主要为ODM/OEM 模式。公司根据国外品牌运营商的产品规划和订单需求，按客户提供的设计方案进行生产，或自主进行产品前期设计和开发，形成产品设计开发方案并经客户认可后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造，公司负责提供符合方案要求的样品，通过客户确认后组织批量生产，并发货至客户指定地点。

除此之外，为了加强与经销商的合作，小熊电器对经销商采取了奖励政策，主要包括销售返利、售后补贴及奖励和市场推广补贴。

①销售返利

公司每年初与经销商签订年度经销协议，约定年度销售目标及销售返利比例。经销商完成公司当年下达的销售目标后，公司给予其一定比例的销售返利，返利在经销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现。公司会根据市场状况、渠道战略、渠道运营成本差异、产品周期策略调整年度销售目标和返利比例。

②售后补贴及奖励

经销商年度退货率在一定范围内，公司给予其一定的售后补贴及售后奖励。售后补贴和售后奖励按年度结算，于年度结束对账确认后以销售折扣方式给予兑现。

③经销商市场推广补贴

公司根据销售策略，对经销商部分市场推广活动给予补贴。经销商进行市场推广活动，须提前向公司申请；对审批通过的市场推广活动，公司在经销商后续进货中以销售折扣方式给予支持。线上渠道推广主要为淘宝直通车、淘宝钻石展位、淘宝客、京东京准通等；线下渠道推广费用主要为产品上架、导购支持、卖场进驻、线下广告牌等。对于公司主推产品，公司会适时加大推广补贴力度。

3.多种经销模式下的企业收入确认政策

多种经销模式下不同的销售结算方式、发出商品权属、收入确认时点和依据等问题成为小熊电器线上销售收入确认中的难题，该问题也成为监管层和审计师关注的重点。在上市审核阶段，小熊电器不同经销模式下所涉及的收入确认和信息质量问题成为发审委问询的重点；而在小熊电器的年报中，收入确认每年都成为审计报告中的“关键审计事项”。

根据小熊电器的年报，公司的收入确认根据经销模式不同而采取不同的会计政策（以下节选自小熊电器的2020年年报）：

（1）线上B2C模式

在线上B2C模式下，公司的直接客户是产品的最终消费者。公司通过网上电子商务平台实现对外销售，公司收到客户订单后发货，根据发货及交付客户的快递数据计算平均到货期为3天，考虑7天无理由退货，公司在发货后10天,消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。

（2）电商平台入仓模式

在电商平台入仓模式下，公司委托第三方物流公司将商品发往电商平台的仓库，由电商平台负责产品推广、订单管理及后续的物流配送。消费者直接向电商平台下单并付款，电商平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货（或在货到付款等形式下先行发货）。具体收入确认时点为：根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。

（3）线上经销模式

①公司将产品通过线下渠道销售给线上经销商，在货物已经发出并经线上经销商签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入；

②由线上经销商接受消费者订单，公司发货，根据发货及交付消费者的快递数据计算平均到货期为3天，考虑7天无理由退货，公司在发货后10天,消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。

不同的线上销售模式下，公司还规定了线上销售下的不同结算方式（表1），不同线上销售方式下发出商品的权属判断（表2）。公司同时披露了各线上销售方式下收入确认的时点和依据（表3）（表1-表3来自小熊电器的招股说明书）。

**表1 小熊电器多种线上销售模式下的不同结算方式**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **销售模式** | **涉及主要客户** | **结算方式** |
| 线上经销 | 广东哥登网络科技有限公司、广东易积网络股份有限公司等 | 款到发货，公司按本期应付经销商返利额度，审批经销商申请的临时信用额度 |
| 线上经销代发货 |
| 电商平台入仓模式 | 京东商城 | 京东商城；收到发票后7个工作日结算 |
| 唯品会 | 收到发票后5个工作日结算 |
| 苏宁易购 | 收到发票后30个工作日结算 |
| 1号店 | 收到发票后45个工作日结算 |
| 平安好医生 | 平安好医生；收到发票后30个工作日结算 |
| 线上直销 | 淘宝、天猫等平台的最终网络客户 | 消费者确认收货或系统默认收货后，系统及时回款。 |

**表2 不同线上销售方式下发出商品的权属**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **销售模式** | **发出商品余额产生原因** | **发出商品权属** |
| 线上经销 | 公司发货后客户尚未签收或在运输途中 | 公司 |
| 线上经销代发货 | 商品发出，消费者尚未确认收货 | 公司 |
| 电商平台入仓模式 | 公司发货后尚未到结算账期，未对账结算 | 公司 |
| 线上直销 | 商品发出，消费者尚未确认收货 | 公司 |

**表3 各线上销售方式下收入确认的时点和依据**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **销售模式** | **收入确认时点** | **收入确认依据** |
| 线上经销 | 货物已经发出并经线上经销商签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入。 | 客户签收单或委托物流公司签收单、增值税发票 |
| 线上经销（代发货） | 公司在发货后10天,消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。 | 消费者签收及付款记录、增值税发票 |
| 电商平台入仓模式 | 根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。 | 对账单、增值税发票 |
| 线上直销 | 公司在发货后10天,消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。 | 消费者签收及付款记录、增值税发票 |

（4）线下经销模式

公司在货物已经发出并经客户签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入。

（5）出口模式

公司主要采用FOB（离岸价格）销售方式，在货物已经发出并报关，在装运港口装运并取得已装船的提单或货运运单时确认收入。

4.企业的存货计量政策

利润的计算与收入的确认计量、存货的确认计量均息息相关。企业实践中，存货的计量及其结转时点是专业投资者关注的重点，也是外部审计的重点之一。小熊电器公司年报中披露的企业存货计量政策如下：

本公司存货主要包括原材料、委托加工物资、在产品、半成品、库存商品、发出商品等。

存货实行永续盘存制，存货在取得和发出时，按标准成本法进行日常核算，月末对实际成本和标准成本之间的差异进行分配，将标准成本调整为实际成本。低值易耗品和包装物领用时一次摊销法进行摊销。

期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。库存商品及大宗原材料的存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取；其他数量繁多、单价较低的原辅材料按类别提取存货跌价准备。

库存商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

5.思考与问题

收入的确认计量是财务会计的关键工作，直接影响了投资者对企业价值创造能力的评价。对于经销模式多样的小熊电器来说，请结合该企业的实际情况，查找更多资料，分析以下问题：

（1）对于多种经销模式，该企业的会计政策规定的收入确认时点各不相同，相应的存货结转成本时点也不同，请结合该企业关于收入、存货的会计政策，讨论收入确认时点的不同将对该企业利润表中的哪些数据有怎样的影响。

（2）从外部审计视角，基于新收入准则，企业可能在现有的收入确认方式、不同经销模式下实施哪些盈余管理举措，甚至舞弊？又可从哪些方面进行识别？

（3）从内部管理者视角，销售返利、市场推广补贴等经销商激励策略为经销商套利提供了契机。面对企业目前的多种经销方式，经销商可能存在哪些套利的手段，企业管理者应如何识别并规避？

（4）从外部投资者视角，收入确认方法的不同将直接影响盈利的数量、质量、对企业盈利能力的判断以及对企业的估值，那么新收入准则下，该企业的投资者应如何更准确的评价该企业的盈利能力，关注哪些会计信息，这些盈利信息对企业的估值又有何影响？

**参考资料：**

[1]小熊电器股份有限公司2020年年度报告，巨潮资讯网

[2]小熊电器股份有限公司2019年首次公开发行股票招股说明书，巨潮资讯网

[3]《企业会计准则第14号——收入》（财会[2017]22号），2017.7.5，中华人民共和国财政部，http://www.mof.gov.cn/gkml/

[4]《关于严格执行企业会计准则，切实加强企业2020年年报工作通知》，2021.1.27，中华人民共和国财政部，http://www.mof.gov.cn/gkml/