

移动互联网时代财务与会计的 变革与创新

黄世忠



资源整合理念、商业模式创新和智能制造模式等移动互联网时代的新思维、新观念，对财务管理、财务会计和管理会计产生了深刻的影响。会计界必须树立跨界创新的精神，因应时代和营商环境的变迁，对财务与会计进行重大变革和创新，不断丰富会计学科的内涵，拓展会计学科的外延，以推动会计学科的繁荣与发展。

1991年万维网(world wide web)的诞生，开启了人类的互联网时代，2007年苹果公司推出以因特网为基础的智能手机(iPhone)，促使人类进入移动互联网时代。国家互联网信息中心的统计数据表明，截至2014年年底我国网民总数已达6.49亿，85.8%的网民通过手机上网。移动互联网不仅改变了我们的生活方式，而且颠覆了传统的商业模式。若不出意外，1999年创立的阿里巴巴今年的商品交易总额(GMV)将超过1962年成立的沃尔玛，这意味着世界上最大的虚拟店超越了世界上最大的实体店。此外，以小米、海尔为代表的智能制造，让我们看到了工业4.0在中国落地生根的曙光。移动互联网时代下的技术迭代快速，商业模式创新层出不穷。在营商环境发生天翻地覆变化的背景下，财务管理、财务会计和管理会计的理论和实务已经严重滞后于实践的发展，如果不与时俱进，就有被边缘化的危险。本文尝

试分析移动互联网时代的资源整合理念、商业模式创新、智能制造模式对财务管理、财务会计和管理会计的影响和启示，希望引起更多的关注和讨论，共同推动会计学科的繁荣与发展。

一、资源整合理念对财务管理的影响和启示

不论是国内的BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)，还是美国的AGM(苹果、谷歌、微软)，其成功的经验都表明：资源整合决定成败！利用互联网信息平台整合资源，既是企业发展的大趋势，也是财务管理转型的关键点。资源整合理念迭代快速，经历了从“链式整合”到“网式整合”的发展阶段。“链式整合”是指以迈克尔·波特(Michael Porter)1985年提出的价值链分析(VCA)理论为基础的纵向供应链整合和横向价值链整合。“网式整合”是阿里研究院2015年4月提出的新观点，即生产厂商、材料供应商、

技术开发商、产品代理商和品牌策划商，以消费者的需求和偏好为中心，进行分工协作和资源整合。依靠资源整合、竞争合作、协同共生，通过外包(outsourcing)、众包(crowdsourcing)和联盟(alliance)等战略，实现轻资产和OPM(利用别人的钱赚钱)运营，已然成为新经济、新业态企业为社会、为股东创造价值的新途径和新方法。

苹果公司的资源整合堪称典范。如果没有采用外包这种资源整合方式，苹果公司将不得不增加数百上十亿美元的存货和机器设备，这不仅将增加其资金占用和利息负担，而且会加大存货跌价和固定资产减值风险。同样地，如果没有采用众包、网上音乐商店(iTune)和网上应用程序商店(APP Store)所结成的联盟关系进行资源整合，苹果公司不仅要增加大量的研发和促销支出，而且不能分享代销音乐和应用程序分成的高额利润。根据笔者的测算，外包、众包以及

iTune和App Store贡献的利润占苹果公司过去五年利润总额的60%以上。

移动互联网时代已不再是“单打独斗闯天下”的年代，而是“资源整合定成败”的年代。在生态网络日益盛行、资源整合纵横交错的营商环境下，企业之间的边界日益模糊，“你中有我，我中有你”，“无边界组织理论”应运而生，企业管理和财务管理的范畴已超越企业边界。以单个企业或单个企业集团为边界的传统财务管理模式面临巨大的挑战，亟需变革，迫切需要拓展财务管理的边界。以生产厂商为例，即使其预算管理、成本控制、定价策略、运营资金、税务筹划、业绩评价、危机管理等财务管理工作做得再好，但与其协同配合的材料供应商、技术开发商、产品代理商、品牌策划商没有做好相应的财务管理工作，生产厂商的核心竞争力和盈利能力将大受影响。将财务管理的边界由单个企业或单个企业集团延伸到整个供应链、价值链、生态网络，是大势所趋、环境使然。如何以资源整合为契机，构建崭新的供应链财务、价值链财务和生态网络财务，是值得会计界认真探讨的重大课题。供应链管理、价值链分析、联盟、外包、众包和众筹(crowdfunding)等领域所积累的丰富经验，或许可以为财务管理的变革提供有益的启示和借鉴。

在产品经济时代，“渠道为王”是做大企业规模的主要途径，但在移动互联网时代，将大量资源用在物理世界布设营销渠道已经过时，“渠道为王”甚至可能演化为“渠道为亡”。相反地，通过网络世界搭建社交、交易、支付、游戏、广告等平台的方式，不仅是做大企业规模的捷径，最符合成本效益原则，也是整合各方资源的最有效手段。新经济、新业态的“野蛮增长”，主要得益于平台战略，其成功经验可概括为“流量为王，平台是金”。

“流量为王”是指海量的用户可以积聚人气，提升平台的关注度，增加访问量和交易量。“平台是金”是指平台可以汇集信息流、资金流和物流，对这些信息流、资金流、物流加以发掘和利用，就可衍生出无尽的商机。

以BAT和AGM为代表的平台型企业，其独特的资产负债结构也将使财务管理的重心发生位移。最新的年报显示，百度、阿里巴巴的存货均为零，腾讯的存货不到2亿元；现金性资产分别为575亿元、1391亿元和808亿元，占其资产总额的比例分别为58%、54%和47%。无独有偶，现金性资产也是AGM的最大资产项目。截至2015年6月，苹果、谷歌、微软的现金性资产分别为2028亿美元、742亿美元和1084亿美元，占其资产总额的比例分别为74%、53%和62%。现金性资产之所以成为BAT和AGM的最大资产项目，是因为它们都是平台型企业，交易、支付、游戏、广告、社交等平台，除了汇集海量的信息流和物流外，还可聚集庞大的资金流。如何对这些资金进行有效管理，使其效用最大化，自然成为平台型企业财务管理的核心，资金调度、资金增值、资金安全将成为这类企业财务管理的重点领域。推而广之，如何对平台汇集的信息流、资金流和物流进行开发利用，是移动互联网时代财务管理面临的新课题、新任务，值得会计界深入探索。

最后，通过商业模式创新和实施平台战略带来的用户和资源积聚效应如何进行估值，是移动互联网时代财务管理面临的新课题。产品经济时代的估值体系如重置成本法、现金流量折现法和市场法，在移动互联网时代已经不适合对TMT(电信、媒体和科技)企业的价值评估，亟需财务管理提出新的估值理论和方法。国内外的风险投资基金和投资银行界基于投资

和承销的需要，对TMT企业的估值作了不少尝试，取得了一些阶段性成果，如基于流量(用户)的梅特卡夫定律(Metcalfe's Law)，摩根斯坦利的折现权益估值分析法(Discounted Equity Valuation Analysis,简称DEVA法)，以基因、格局和执行力为基础的分析框架以及国泰君安估值模型($V = \text{变现因子}(K) \times \text{溢价系数}(P) \times [\text{用户流量}(N) \text{的平方} \div \text{网络节点距离}(R) \text{的平方}]$)，等等。尽管这些估值理论和方法尚不成熟，且富有争议，但值得财务管理在创新估值理论和方法时借鉴和完善。

二、商业模式创新对财务会计的影响和启示

Johnson等在《如何重塑商业模式》一文中指出，商业模式就是如何创造和传递客户价值和公司价值的系统。过去，我们比较重视技术创新，对商业模式创新重视不够。对此，管理大师彼得·德鲁克曾经告诫我们：现在企业之间的竞争，已经不是产品质量之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。在产品经济时代，我们对德鲁克的告诫领悟得还不太透彻，但在移动互联网时代，我们日益感受到商业模式的重要性，同样的产品、同样的质量、同样的品牌，采用不同的商业模式，可以产生截然不同的竞争力和盈利能力。

BAT的商业模式创新令人叹为观止。百度通过“免费搜索+有偿广告”的商业模式，在广告业异军突起，2013年取代了中央电视台成为我国最大的广告平台，2014年其广告收入比中央电视台多出200亿元。阿里巴巴则通过“交易撮合+服务收费”的商业模式，彻底颠覆了传统的商业零售和批发，成为我国最大的商品交易平台，2015会计年度(截止到3月31日)

阿里巴巴的商品交易总额(GMV)高达2.444万亿元。不可思议的是,尽管交易规模如此庞大,但阿里巴巴的存货为零,且没有工厂、仓库、商店和物流,这就是商业模式创新的威力。腾讯的商业模式更具传奇色彩,通过“免费社交服务+有偿网络游戏”的商业模式,迅速确立其在网络游戏行业的龙头地位,成为我国最大的网络游戏平台,2014年的网络游戏收入高达450亿元。

移动互联网时代日新月异的商业模式创新,对财务会计具有深远的影响和重要的启示。

首先,商业模式创新亟需拓展资产要素的定义、放宽会计确认的标准。用户数量、用户粘性、信息资源、交易平台、支付平台、商业模式、行业地位等要素,对于移动互联网企业维持核心竞争力和价值创造能力至关重要,但因其不符合现行的资产定义,且难以可靠计量,往往被排除在资产负债表之外。值得一提的是,国际会计准则委员会(IASB)2015年5月发布的财务报告概念框架征求意见稿(ED)将资产重新定义为:主体因过去事项而控制的当前经济资源,经济资源是有产生经济利益潜力的权利。与现行定义相比,新的资产定义不再强调资产预期能够带来未来经济利益,仅仅强调有产生经济利益的潜力。此外,ED对会计确认标准也有所放松,只要符合相关性、如实反映和成本效益原则,就应当确认资产。尽管IASB对概念框架的修订并非针对新经济新业态的特殊需要,但拟议中的资产定义和确认标准显然有助于移动互联网企业根据商业模式创新的需要,将用户、平台等要素确认为资产。

其次,商业模式创新亟需赋予企业更大的计量属性选择权。资产负债的分类、计量属性的选择将更多地依

据商业模式,相同的资产和负债,因商业模式的差异,可以产生不同的分类,采用不同的计量方法。事实上,第9号国际财务报告准则(IFRS 9)就是根据商业模式和现金流量特征这两个标准,对金融资产进行分类和计量加以规范的。移动互联网企业的商业模式创新方兴未艾,资产的效用大小取决于运用资产的方式方法,相同的资产采用不同的商业模式,其创造价值和现金流量的能力也将产生重大差异,“一刀切”的计量属性显然不适合新经济、新业态的营商环境,客观上要求准则制定机构赋予企业根据其特定的商业模式选择计量属性的权利。

再次,商业模式创新亟需完善财务报告特别是分部报告的披露。腾讯采用第三方付费的商业模式,通过免费提供微信和QQ等社交服务,吸引一部分用户从事网络游戏进而获取收入和利润。分部报告显示,腾讯有四大业务板块,分别是增值服务(绝大部分为网络游戏)、网络广告、电子商务和其他服务,其中,2014年增值服务的收入和毛利分别为633亿元和427亿元,占腾讯当年收入和毛利总额的80%和89%,增值服务的毛利率高达67%。增值服务的毛利率如此之高,显然与腾讯没有将让用户免费使用的微信和QQ等社交平台的维护成本分摊到网络游戏有关。在第三方付费的商业模式日益盛行的移动互联网时代,分部报告如何编制和披露,有偿服务的收入如何与免费服务的成本相配比,是值得会计界探索的问题。如果这些问题不解决,采用第三方付费商业模式的企业,其披露的分部报告将严重高估有偿服务的盈利能力,对报表使用者产生误导。

最后,商业模式创新亟需明确商业模式在财务报告中的角色。IASB在2013年5月发布的概念框架讨论稿

(DP),在第九部分专章讨论了商业模式在财务报告中的角色,引起不少争议。争议主要集中在三个方面:财务报告应否反映报告主体的商业模式;如何定义商业模式;在财务报告中导入商业模式将对概念框架产生什么影响。由于DP在征求意见过程中争议太大,IASB在ED中回避了商业模式,不仅篇幅大为缩小,而且语焉不详。这种回避态度与商业模式创新日新月异的气氛极不和谐。在这方面,国际整合报告理事会(IIRC)更加开明,其在2013年发布的整合报告(Integrated Reporting)中,旗帜鲜明地将商业模式作为核心要素,IIRC认为披露商业模式有助于使用者更加清晰地了解企业如何为社会、为股东创造价值。笔者认为,在商业模式不断创新的时代背景下,会计界应当直面商业模式这一问题,准则制定机构需要澄清商业模式在财务报告中的角色、地位和作用。

三、智能制造模式对管理会计的影响和启示

“互联网+”、工业4.0已经成为移动互联网时代的热门话题。“互联网+”与工业4.0既有联系,又有区别。“互联网+”泛指利用云计算、大数据和物联网等现代信息技术,实现信息技术与制造业、服务业和农业的融合发展,工业4.0尽管也强调利用信息技术,但主要聚焦在制造业。工业4.0由德国工程院院长Henning Kagermann博士2010年提出,2012年被德国政府采纳,并成为德国振兴其制造业的国家战略。工业4.0又称第四次工业革命,是相对于人类的前三次工业革命(蒸汽机、流水线、信息化)而言的,通过利用基于“网络-物体系统”(CPS)的物联网(Internet of Things),将生产中的订单、采购、制造和销售系统的信息与机器设备串联在一起,实现快速、

高效的智能制造。

工业4.0尽管还处于初步尝试阶段,但其智能化制造的先进理念已被小米、海尔等国内企业加以运用。小米2011年开始生产和销售手机,当年销售收入只有5亿元,2014年销售收入高达743亿元,预计今年可超过千亿元大关,估值超过450亿美元。不可思议的是,小米如此辉煌的成就是在没有一家工厂、没有一个仓库、没有一家物流公司、没有花费一分钱广告费的情况下取得的。除了其创始人雷军总结的“专注、极致、口碑、快”外,小米的成功经验在于其利用代工产能普遍过剩的局面,通过智能制造和商业模式创新,生产出低成本、高性能的智能手机。智能手机竞争空前激烈,小米的成果表明,智能制造模式和商业模式创新是企业在“红海市场”求生存的法宝。

工业4.0开启的智能制造模式,为我国制造业的转型升级指明了方向,也对管理会计的变革和创新提出新的

要求。首先,智能制造模式的一个显著特点是个性化小批量订制,成本核算的精细化势在必行,直接成本的归集和间接成本的分摊必须细化到每个订单,惟有如此,成本核算才能为每个订单的定价提供科学的决策依据;其次,智能制造模式的另一个特点是脱媒化营销,企业直接与客户打交道(B2C),不需要经过任何中间环节,这意味着管理会计必须在定价方面发挥更大作用。个性化订制与脱媒化营销这两个特点相互作用,每个客户和每笔订单都必须差别化定价,定价决策和成本核算将成为管理会计的核心功能;再次,智能制造模式的第三个特点是网络化协作,一件产品甚至一个零部件的生产,需要制造商与供应商、代理商、品牌商和技术开发商通力合作、协同配合,这就需要管理会计更多地关注协同效应分析,通过分工协作,优势互补,实现轻资产、去库存、低成本、快周转、高回报,将成为视野涵盖整个生态网络的新型管理会计

所追求的财务目标;最后,智能制造模式背后功能强大的物联网以及发展迅猛的信息共享中心,将为作业成本法(ABC)的普及和推广奠定坚实的基础,困扰会计界的制造成本分摊将不复存在,流程再造的代价将大幅降低。所有这些将进一步凸显管理会计的决策功能,从事管理会计的人才结构将因此发生变化,不仅需要精通会计的人才,更需要谙熟IT、工程、业务和营销等方面的人才。

以上分析表明,资源整合理念、商业模式创新和智能制造模式等移动互联网时代的新思维、新观念,对财务管理、财务会计和管理会计产生了深刻的影响。会计界必须树立跨界创新的精神,因应时代和营商环境的变迁,对财务与会计进行重大变革和创新,不断丰富会计学科的内涵,拓展会计学科的外延,以推动会计学科的繁荣与发展。

(作者单位:厦门国家会计学院)

责任编辑 张璐怡

封面读说



楼阁重重枕水涯

王 枰

登临,揽胜或怀古,都颇有诗意,甚至仪式感,到深秋更是如此。总有变幻的山、水、风、云,杂以古迹、古人、古事,任凭感喟。

几层楼阁,万仞山丘,均可做秋眺登临之用。白云在上,大江在下,漂衣动袂的风里,随手举起酒,忽然想到一两首诗,在一起的人们眉目清朗,可以谈春秋秦汉,也可以谈准则变迁。

水乡,近处是水,远处也是水,并无山岭,对辽阔江天,不妨起造楼阁,以对秋风。

不在深宅,不在宫阙,就于过客经行之处,起一座桥,桥上再起飞檐斗拱,水色天光里,谁把这栏杆拍遍,再慢慢地缓歌一曲?

行路劳乏了,可于此桥上楼中,唤取清茶一杯,虽无半日之闲,也可舒一口气,看看流水,见见江南。