

新经济、新商业模式下 执行新收入准则的探讨

陈朝琳 蒋艳虹

摘要：随着新经济和新商业模式的出现和发展，相关企业因其独特的业务特点，在收入确认方面，可能面临困惑和挑战。本文依据新《企业会计准则第14号——收入》，结合新经济和新商业模式企业相关业务的具体特点，从客户合同的相关判断、单项履约义务的识别、交易价格的确定、交易价格的分摊、收入确认方式、合同成本的相关会计处理等方面提出需要关注的问题及相应分析判断的要点。

关键词：新经济；新商业模式；新收入准则

中图分类号：F275 **文献标志码：**A **文章编号：**1003-286X(2020)18-0037-04

对于新经济和新商业模式，目前还没有一个权威的、公认的定义，但大多认为：新经济本质上是一种知识经济，以智力、研发、创意、创新等无形资源为主要驱动因素，是一种依靠信息技术进步和商业模式创新推动经济全球化的智慧型经济形态；商业模式关注的核心问题是如何为客户和股东创造价值。无论是新经济还是新商业模式，都要求企业利用现有资源来创造价值，也都必须获得收入，在财务报表上通过收入的确认体现其在新环境下创造价值的能力和结果。新商业模式对于企业如何确认收入影响重大，在某些情况下，甚至直接决定企业何时确认、应当确认多少收入。随着新经济企业逐渐成长、在信息技术的蓬勃发展下不断壮大，它们成为创造和利用新商业模式的主力军，其获取收

入的特点经常有别于传统企业，在收入确认上的会计处理也值得深入研究。

我国财政部于2017年7月发布修订后的《企业会计准则第14号——收入》（以下简称新收入准则，并将修订前的准则称为原收入准则），要求企业遵循识别客户合同、识别履约义务、确定交易价格、分摊交易价格、确认收入等五个步骤（合称五步法）来分析相关业务并确认收入。根据规定，该准则分步实施，2020年是境内上市企业实施该准则的第一年。可以预见，不少企业将在执行新准则中遇到一些问题，特别是某些新经济企业和实行新商业模式的企业，由于其创新的业务特征，在某些业务的收入确认方面，很可能会面临更大的困惑。本文拟对此进行探讨，提出需要注意的问题点和解决办法，希望能够帮助它们

更顺利地执行准则，向利益相关方提供具有良好质量特征的财务信息。

需要说明的是，目前，新经济和新商业模式的概念仍未获得一致性的认可，其中，新经济涵盖的行业和企业及其特点，商业模式的分类及其特点，新商业模式与传统商业模式的主要区别等问题，还在探讨与争议之中，随着经济的发展，新经济和新商业模式的类别也无法穷尽。在此基础上，要想根据新经济的行业或特点，或是新商业模式的主要特点来归纳其在收入确认上的特点及其相关问题，实际很难办到。考虑到以上因素，本文以新收入准则中的五步法作为分析框架，尽量以当前业内相对比较认可的新经济行业（如电信运营、软件、网络游戏等行业）与新商业模式（免费、捆绑销售、电商平台

作者简介：陈朝琳，厦门国家会计学院副教授；
蒋艳虹，厦门国家会计学院讲师，博士。

等模式)为研究对象,希望能够理清相关问题。当然,下文描述的一些业务特点,在新经济新模式下的相关特点只是更为突出,或有其独特之处,在传统经济与商业模式下也可能会有所表现。另外,限于行文目的和篇幅,本文在探讨会计问题时,不特别描述和分析新经济新模式的相关特点。

一、客户合同的相关判断

在确认收入之前,企业可能需要判断自己与对手方签订的合同是否客户合同,考虑某些合同是否需要合并或分拆,如何处理合同变更等问题。

(一) 合同变更

一些新经济企业与客户签订了固定造价合同,合同开始履行之后,因其处于初创期,谈判地位比较弱,客户要求增加订单中履约义务的同时并没有增加对价。此时,企业需要判断原合同中已履约部分与未履约部分是否可以明确区分,由此决定如何看待这类合同的变更,并采用相应的会计处理来确认收入。如果二者不可明确区分,可能导致已履约部分在变更后的新合同中所占比例变小,企业因此需要调减当期收入。

(二) 合同合并

许多新经济企业(如电信运营商)会向市场提供不同的单位套餐,使单位成员之间可以按照折扣价格互相分享服务(如分享数据流量或通话时长)。这种情况下,企业在识别客户合同时,需要考虑是否合并相关合同。如果不合并而认定为多份合同,企业还需要进一步分析组合法核算与单独核算的结果有没有重大差异。在确定没有重大差异的前提下,企业应当将具有类似特征的组合组合起来进行会计处理。关于是否组合处理,哪些项目可以构成一个组合等问题,企业需要从不同商品或服务、时间跨度、地理位置及合同变更的影响等角度来评估。此外,企业还需要持续评估

组合法是否会使其与单独处理的会计结果出现重大差异,是否符合成本效益原则等。

二、单项履约义务的识别

新收入准则第九条规定,只有在企业履行某项可区分的单项履约义务时,才能确认相应收入。企业在创新企业商业模式的同时,也在收入确认上面临新问题,有必要鉴别客户合同中的某项义务是否为单项履约义务,考虑如何将其与其他履约义务区分。

(一) 额外购买或续约权

对于被评估为实质性权利的客户购买额外商品或服务的选择权,企业应当将其作为单项履约义务来处理。如果合同赋予客户以折扣价格续约的权利,仅当客户不签约就无法获得额外利益的情况下,该选择权才代表实质性权利。

不少软件企业为了维护老客户而给予其续约选择权优惠。企业如果认为因此向客户提供了重大权利(如续约折扣超过给予其他客户的正常折扣范围),应当将该选择权作为单项履约义务,估计其单独售价;在此情况下,如果企业在续约期间将按照原合同条款给老客户提供服务,则可简化处理,直接估计将提供的服务数量,并将预计在续约期间将收取的对价纳入原合同的交易价格。但如果企业认为并未因此提供重大权利,则作为一项销售要约,在实际续约时进行会计处理。

(二) 提前升级权

为了吸引客户,某些电信和软件企业经常会向客户提前提供升级服务的权利(提前升级权),客户在合同期内需要升级软件或其他服务时,无需支付其他客户当时需要支付的升级服务费,或只需支付更少的升级费。在做出判断之前,企业需要考虑自己是否向客户授予了一项关于升级的重大权利:如果是,进而要考虑这项升级服务是否可以

与合同中的其他商品或服务明确区分;如果认定其为单项履约义务,还要考虑如何分摊交易价格,并在客户行使这项升级权利时确认相应收入。另外,客户行使升级权时,有可能被认定为合同变更,原来未升级的服务变更为已升级的服务。此时,企业需要判断这是何种合同变更,并采取相应的会计处理。还有一种可能,具有提前升级权的客户比其他客户少支付的升级费只是企业为了激励其与自己签订新合同的经济诱因,此时,企业应当将其作为新合同的销售费用。

(三) 软件许可

通常情况下,软件许可合同一般包含多项商品和服务,如软件许可、特定或非特定的未来升级或优化、维护和其他专业服务等。对于此类合同包含几个单项履约义务及其如何分摊交易价格等问题,企业需要根据其业务特点来分析。

对于提供在线服务的软件产品(如炒股软件),软件企业由于前期研发投入较大,为加速现金回流,通常会要求客户在安装软件、配置账号时支付一笔较高的费用,而在未来享受在线服务时支付相对较低的费用。这种情况下,如果客户仅在同时使用许可服务时才能获益,例如客户需要通过授予许可才能访问相关内容,那么这类许可就应当被认定为不能与安装服务明确区分,由此不能将安装服务视为单项履约义务而在安装时确认收入。

(四) 总额法 vs 净额法

同样是电商企业,有的商业模式相对简单明确。比如:自营模式(即“进货——销售”模式)下,电商企业进货后,在自己的电子商城上销售,并提供统一的仓储、物流、整体品牌营销等服务,从而赚取商品的进销差价;电商平台模式(即“商铺——客户”模式)下,企业不直接销售商品,只是为买卖双方提供交易的平台,通过收取交易佣金、提供增值

服务、网络广告等获得收入。通常情况下,我们可以判定,电商在自营模式下是主要责任人(采用总额法),在电商平台模式下则是代理人(采用净额法)。当然,也要注意一些特殊情况,比如,在与终端客户的交易中,电商和供应商都承担了一部分商品销售责任和风险,此时,电商企业应当根据新收入准则第三十四条所提供的判定主要责任人的情形及相关事实情况,综合分析自己在向客户转让商品前是否已经拥有对商品的控制权,以判断自己是否为主要责任人。

电信企业通过向经销商返还设备补贴费用来促销手机和网络服务,也要考虑这类业务是否委托代销安排。这种情况下,关键是要确定商品和服务的控制权在转移给最终客户(电信服务用户)前是否转移给经销商(如果是,何时转移)。这需要电信企业分析具体的业务特点,结合手机的法律权属是否转移、经销商是否承担手机的实质性存货风险等情况,来判断电信企业为主要责任人还是代理人。

许多网络游戏都是在游戏开发商和运营商等多方合作下,向游戏玩家提供游戏服务的,游戏企业需要考虑道具出售方式、游戏维护责任方认定等合作协议中的条款,判断自己是代理人(采用净额法)还是委托人(采用总额法),并确认相应收入。

三、交易价格的确定

新经济下,特别是由于商业模式的创新,市场上涌现出各种新型的促销活动。企业对于交易价格的确定,需要考察具体业务对自身的影响,分析各种促销活动中涉及的可变对价。另外,某些企业还需要辨别沉淀收入的性质,以便计量应当确认的收入金额。

(一)各种促销活动涉及的可变对价

《2018年上市公司年报会计监管报告》指出,零售企业(包括零售电商)提

供的销售激励有很多种形式,包括现金奖励、折扣和销量返利、免费或打折商品或服务,以及客户奖励积分。在新收入准则下,折扣、返利、减免、价格优惠、绩效奖金或是类似的激励措施均作为可变对价核算,可能会改变部分零售企业的会计核算。具体来说,对于不同的促销活动,企业需要考虑其中具体的业务特点,判断其是否涉及可变对价,可能还需要估计合适的交易价格。

按照新收入准则第三十二条规定,附有销售退回条款的销售也存在可变对价,预期因销售退回将退还的金额不属于交易价格,不应确认为收入,而应确认为一项负债;从客户处收回退货的权利则应被确认为一项资产,该资产按照商品转让时的账面价值扣除收回这些商品预计发生的成本(包括退回商品的价值减损)之后的余额计量。很多电商企业广泛实行“七天无理由退货”等销售政策,希望以此吸引客户,有必要遵循这项规定进行会计处理。

(二)间接渠道销售中的补贴返还

有些电信企业通过经销商来销售手机和网络服务,约定经销商在满足一定条件时可以获得设备补贴返还。当客户通过经销商签订后续服务合同时,电信企业在确认收入时就要考虑这部分费用的会计处理。

如果补贴款与提供给最终客户的折扣直接关联,电信企业应当考虑是否含有应付客户的对价,还是作为该合同的可变对价,以确定交易价格;如果不与提供给最终客户的折扣直接关联,该款项很可能是付给经销商的佣金,应当作为取得合同的成本。

四、交易价格的分摊

在新经济和新模式下,不少企业通过搭售、“免费赠送”等方式向客户销售各种商品和服务,包括一些以往市场上从未有过的商品和服务(特别是

服务),由于它们没有可观察的单独售价,企业就必须采取恰当的方法,估计其单独售价,以此为基础进行交易价格的分摊。

对于单独售价的估计,新收入准则第二十一、二十二条规定有三种方法,其中特别强调,只有在商品或服务近期售价波动幅度巨大,或者因未定价且未曾单独销售而使售价无法可靠确定时,才可采用余值法估计其单独售价。另外,新收入准则第二十三条规定,除非有确凿证据表明合同折扣仅与合同中一(多)项履约义务相关,否则,企业应当将合同折扣在各单项履约义务之间按比例分摊。实务中,有些软件公司对于合同中所包含的、以搭售等方式销售的新软件,因为之前从来没有定价过,也没有单独销售过,就采用余值法来估计其单独售价,由此导致合同中的全部折扣被分配至先被交付的其他项目,而没有按比例分配折扣。如果没有足够证据表明这种折扣分配的合理性,这样的会计处理可能会被认定为不符合新收入准则。

五、收入确认方式

(一)授权许可和特许经营

新经济下,知识产权的授权许可(如授予第三方使用其商标、版权)在零售(包括零售电商)和消费品行业中越来越普遍。如果企业向客户授予的是获取知识产权的权利,应当采用时段法确认收入;如果企业授予客户的是使用知识产权的权利,则应当采用时点法确认收入(这是《国际财务报告准则第15号——源于客户合同的收入》<IFRS15>中的用语,分别采用“access”<获取>和“use”<使用>这两个术语,在我国新收入准则第三十六条中,将时段法确认知识产权许可收入需要同时满足的三项条件直接列出,没有采用这两个术语,但表达的意思一样)。时段法下,对于新收入准

则要求的第一项条件“合同要求或客户能够合理预期企业将从事对该项知识产权有重大影响的活动”，企业应关注活动是否显著改变知识产权的形式或功能。

因此，企业需要根据授予知识产权的业务特点来决定其应当如何确认收入。例如，电影制片企业就一部已完成的电影授予知识产权许可，并在后续开展多项营销活动，如果这些活动将对该电影知识产权许可的价值产生重大影响，但不影响知识产权许可的形式或功能，那么，通常要用时点法来确认这项知识产权许可的收入。同时还要注意，相关企业应当对每一份可明确区分的授权许可合同进行审核，以评估其业务特点，再分别决定其收入确认方式。

（二）游戏道具的收入确认

网络游戏是不少网络企业的主要收入来源，游戏收入确认问题相当复杂，一直存在不少争议。在原收入准则下，有些企业将出售游戏道具视为销售商品，在游戏玩家使用虚拟货币购买道具时一次确认收入。有些企业将其视为提供劳务，认为网络游戏企业提供道具服务，并使玩家从中获得游戏娱乐的享受，需要根据道具的使用性质来决定收入的确认方式：对于有限使用期间的道具，在玩家使用该道具的未来期间内按照直线法确认收入；对于有限使用次数的道具，按照该道具的使用次数占总次数的比例确认收入；对于永久性道具，在该道具的剩余服务期间内按照直线法确认收入。也有些企业将出售道具视为提供劳务，但认为自己是为玩家提供虚拟环境，以使玩家在购买道具后能从虚拟环境中获得游戏娱乐的享受，因此应在提供虚拟环境的期间分期确认收入。

根据新收入准则，在线游戏软件的免费下载一般不属于软件行业收入确认范围，游戏道具的出售是一项服务，而不是现实商品的销售，玩家付费是为了获得增值体验。如果企业在玩家取得道

具的某一时点就履行了全部义务，则在该时点确认收入。很多情况下，这种增值体验都被设定为玩家在一定期限内享有，因此，企业的履约义务是在特定期限内向玩家提供增值体验服务，即“客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益”，应当按照时段法确认收入。

至于时段内履约进度的确定，需要根据游戏的收费模式以及道具的使用规则来决定：有的要基于道具的寿命（从玩家购买道具起至其被消耗完为止，被称为“基于项目的收入模式”，IBRM），有的要基于玩家预期玩游戏的寿命（从玩家购买虚拟货币或道具起至该玩家被认为不活跃为止，被称为“基于用户的收入模式”，UBRM），有的要基于道具所归属的游戏寿命（从玩家购买道具起至该游戏结束为止，被称为“基于游戏的收入模式”，GBRM）。在根据道具特点及其他实际情况确定合适可行的收入确认方式后，企业还需要一定的资源和技术来跟踪收入确认所需的信息，以支持其会计处理。

（三）电商自营销售下收入确认时点
电商的网购平台包括自营和代理。如果是自营平台，企业从供应商那里取得商品所有权，并销售给终端客户。客户签收货物后，在平台上确认收货并办理确认付款，电商企业通常会向客户提供7天无理由退货权利。这种商业模式下，商品从企业运输到客户手之间有很多关键时点，包括企业发货、客户收货、客户在电商平台系统中确认收货、无条件退货期满等。实施新收入准则后，企业需要结合准则规定和业务特点，判断客户在哪个时点取得相关商品（或服务）的控制权，据此确认收入。

六、合同成本的相关会计处理

在新经济下，为了获得今后的网络效应和市场份额，不少企业在前期花费

大量精力和金钱来获取客户资源，为合同的取得和履行做准备，这些支出有可能与收入相关，有可能需要被认定为合同成本，并进行相应的会计处理。

（一）合同成本的资本化

初创的新经济企业经常为销售团队提供激励，以刺激其获得新的客户合同。在预计可收回成本的前提下，企业需要将取得该合同的增量成本（如销售佣金）和履行该合同的成本（如安装成本）予以资本化。因此，企业需要结合所实施业务的具体特点，判断相关成本是否增量成本；如果是，需要进一步判断其是因取得合同而发生，还是因履行履约义务而发生；如果确定应当资本化，还要考虑后续的摊销和减值问题。

（二）游戏平台应用费用

网络游戏企业在与其他企业合作向玩家提供游戏服务时，如果认定自己是主要责任人，需要根据新收入准则的有关规定，结合其业务特点，判断自己向代理人支付的游戏平台应用费用是哪一类合同成本、是否资本化等问题。如上文所述，游戏企业向玩家出售永久性道具和有限期限使用道具时，应当采用时段法确认收入，相应地，与此相关的渠道方费用在同时满足新收入准则第二十六条规定的三项条件时，应当确认为一项资产，即合同履约成本，并按照所出售道具的履约进度进行摊销，计入当期损益。

责任编辑 姜雪

主要参考文献

- [1] 陈朝琳, 叶丰滢, 黄静如. 互联网游戏虚拟货币的收入确认相关问题探讨[J]. 财务与会计, 2015, (2): 49-51.
- [2] 证监会. 2018年上市公司年报会计监管报告[Z].