

消费品以旧换新业务会计处理的探讨

张清玉

摘要：消费品以旧换新政策促进了以旧换新业务大规模开展，对以旧换新业务会计处理也提出了新要求。本文结合案例分析不同以旧换新方案下消费品以旧换新业务的会计处理，并就以旧换新实践中消费者关注的回收旧商品估值问题进行探讨，以促进以旧换新政策的顺畅实施。

关键词：消费品；以旧换新；会计处理；补贴；公允价值

中图分类号：F233 **文献标志码：**A **文章编号：**1003-286X(2025)06-0054-05

自国务院2024年3月发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》以来，相关部门陆续发布《推动消费品以旧换新行动方案》《汽车以旧换新补贴实施细则》《推动电动自行车以旧换新实施方案》等系列政策文件，持续大力推进新一轮消费品以旧换新，这也对以旧换新会计处理提出了新要求。消费品以旧换新业务涉及销售方、购买方、回收拆解企业、政府等多个主体，涉及消费品种类繁多、数量巨大，需要规范消费品以旧换新会计处理，增强不同主体会计信息可比性，提高会计信息质量，为国家宏观经济政策调控提供基础信息支持。

一、消费品以旧换新业务会计处理的原则与示例

消费品以旧换新业务的购买方主要是个人消费者，不需要进行会计处理，因此，本文主要探讨销售方的会计处理。对于销售方而言，以旧换新业务实质是一种特殊的商品销售方式，是在销售新商品的同时回购旧商品，以旧商品折价冲抵部分新商品价款。

对于以旧换新业务的会计处理，现行会计准则体系仅在《企业会计准则第14号——收入》应用指南中予以规范：销售商品采用以旧换新方式的，销售的商品应当按照销售商品收入确认条件确认收入，回收的商品作为购进商品处

理，收购旧商品支付的价款不得冲减收入。

在实务中，回收旧商品的处理方式不同，存在进行直接拆解或修复再利用、转让给专业回收企业、直接报废处理以及作为企业研发使用等不同处理方式。而无论采取何种处理方式，销售企业一般在取得旧商品后都暂时将其作为存货管理，然后再根据不同情况分别转入“原材料”“库存商品”“销售费用”“研发支出”等科目。

另外，不同消费品在以旧换新实践中也存在不同的财政补贴形式。如根据商务部、财政部等7部门印发的《汽车以旧换新补贴实施细则》，申请汽车以旧换新补贴资金的消费者登录汽车以旧换新平台提交补贴申请，经审核后补贴资金直接拨付申请人提供的银行账户。因此，汽车销售企业不需要对补贴资金进行账务处理。而据商务部等5部门发布的《关于做好2025年度电动自行车以旧换新工作的通知》，电动自行车以旧换新补贴鼓励采取支付立减等方式直达消费者，具备以旧换新资格的电动自行车销售企业需要先行垫付补贴资金，然后按照规定流程来申请财政补贴。因此，企业从事电动自行车以旧换新业务需要对补贴资金进行账务处理。

对于会计处理中涉及到的增值税，除了金银首饰以旧换新业务外，企业应当将销售新商品与回购旧商品作为两

基金项目：河南省软科学研究计划项目“基于宏观资产负债表的河南省金融风险研究”(232400412075)

作者简介：张清玉，河南牧业经济学院金融与会计学院教授。

个不同类型的业务活动,按照新商品的销售价格确定销售额计算增值税,不得扣减旧商品的收购价格。对于企业购入的旧商品,如果取得可抵扣的增值税专用发票,也可作进项税抵扣处理。以下分别以汽车、电动自行车以旧换新业务为例介绍其会计处理。

例1:A汽车销售企业为增值税一般纳税人,采用以旧换新方式销售汽车。销售新车价格(不含税)1 200 000元,增值税销项税额156 000元,新车成本为1 080 000元;已开出增值税专用发票,收到全部款项存入银行。回收客户旧汽车一台,按评估价支付客户55 000元,未取得增值税专用发票。回收旧汽车经修复后可以作为二手车出售,暂时作为企业存货入库管理。假定不考虑其他税费。

分析:由于汽车以旧换新补贴资金由个人消费者自行申请领取,汽车销售企业不需要对以旧换新补贴资金进行会计处理。本例依据以旧换新业务的会计处理原则,按照销售商品收入确认条件确认新汽车销售收入,回收的旧汽车作为购进存货处理,收购旧汽车价款不得冲减新汽车销售收入。A汽车销售企业以旧换新业务的会计处理如下(单位:元,下同):

确认销售收入:

借:银行存款	1 301 000
原材料——二手车	55 000
贷:主营业务收入——新车	1 200 000
应交税费——应交增值税(销项税额)	156 000

结转销售新汽车成本:

借:主营业务成本——新车	1 080 000
贷:库存商品——新车	1 080 000

如果A汽车销售企业在对回收的旧汽车进行修复处理时发生材料费用6 000元、人工费用2 000元,销售二手车价格为75 375元(含税),款项已收。假定企业销售其收购的二手车符合减按0.5%征收率征收增值税,则不含税销售额为75 000元[75 375/(1+0.5%)],应纳增值税为375元(75 000×0.5%)。会计处理如下:

归集修复旧汽车的成本:

借:生产成本——二手车	8 000
贷:原材料	6 000
应付职工薪酬	2 000
借:库存商品——二手车	63 000
贷:生产成本——二手车	8 000
原材料——二手车	55 000

确认二手车销售收入与成本:

借:银行存款	75 375
贷:主营业务收入——二手车	75 000
应交税费——应交增值税(销项税额)	375
借:主营业务成本——二手车	63 000
贷:库存商品——二手车	63 000

例2:某市B企业为具备以旧换新资格的电动自行车销售企业,为增值税一般纳税人。某月份以旧换新销售某品牌电动自行车30台,每台售价(不含税)2 500元,增值税销项税额9 750元,款项已收存银行,该批电动自行车成本66 000元。向消费者回收旧电动自行车30台,按评估价合计支付4 500元,未取得增值税专用发票,回收的废旧电动自行车及电池按规定交给具有资质的回收企业处置。按照当地电动自行车以旧换新补贴标准共给予消费者15 000元补贴,该补贴采取支付立减方式,在消费者支付新电动自行车价款时直接扣减。

分析:由于电动自行车以旧换新补贴采取消费者在支付新电动自行车价款时直接扣减方式,电动自行车销售企业需要先垫付以旧换新补贴资金,再按流程申领,因此,企业从事电动自行车以旧换新业务需要对先行垫付的补贴资金进行会计处理。B企业电动自行车以旧换新业务的会计处理如下:

确认销售收入:

借:银行存款	65 250
库存商品——旧电动自行车	4 500
其他应收款——应收以旧换新补贴款	15 000
贷:主营业务收入——新电动自行车	75 000
应交税费——应交增值税(销项税额)	9 750

结转销售成本:

借:主营业务成本——新电动自行车	66 000
贷:库存商品——新电动自行车	66 000

收到垫付补贴资金:

借:银行存款	15 000
贷:其他应收款——应收以旧换新补贴款	15 000

在消费品以旧换新业务中,消费者购买新商品后退货的,如果退货发生在补贴资金向商家拨付前,销售企业应通过原支付渠道退还消费者实际支付金额(不包含补贴资金),并冲销已确认的销售收入与成本;如果退货发生在财政补贴资金向商家拨付后,销售企业在退还消费者实际支付金额时,还应及时将与退货相关的补贴资金退还财政。

二、消费品以旧换新业务中回收旧商品的估值探讨

在以旧换新业务中,如果回收旧商品支付的价款为其公允价值,应当确认为成本费用,直接记入“原材料”“库存商品”等科目,不得冲减新商品销售收入;而如果回购旧商品的价格不公允,则回收的旧商品仍应按照其公允价值入账,依据借贷记账规则,回购旧商品实际支付的价款与旧商品公允价值之间的差额应作为新商品交易价格的调整,即抵减或增加销售新商品确认的收入,举例说明如下。

例3:C企业为增值税一般纳税人,采用以旧换新方式销售商品。销售新商品100件,单价400元,价款(不含税)40000元,增值税销项税额5200元,新商品的成本为30000元;已开具增值税专用发票,收到款项存入银行。回收旧商品20件,共支付价款2000元(公允价值),未取得增值税专用发票,旧商品拆解后作为公司生产用原材料入库。C企业以旧换新业务的会计处理如下:

确认销售收入:

借:银行存款	43 200
原材料	2 000
贷:主营业务收入	40 000
应交税费——应交增值税(销项税额)	5 200

结转销售成本:

借:主营业务成本	30 000
贷:库存商品	30 000

如果上述回收旧商品的公允价值为1500元,则回收的旧商品应按其公允价值1500元入账,回收支付价款2000元与其公允价值1500元之间的差额500元应作为销售新商品交易价格的调整,抵减销售收入。

确认销售收入:

借:银行存款	43 200
原材料	1 500
贷:主营业务收入	39 500
应交税费——应交增值税(销项税额)	5 200

结转销售成本:

借:主营业务成本	30 000
贷:库存商品	30 000

可见,回收旧商品的估值是否公允不仅直接影响以旧换新业务的顺利开展,还影响销售企业对新商品销售收入的确认。那么,应当如何对回收旧商品的公允价值进行计

量?财政部2014年发布的《企业会计准则第39号——公允价值计量》对公允价值的计量与披露进行了详细规范,提出了公允价值计量的三个层次,对计量以旧换新业务中回收旧商品的公允价值具有借鉴意义。

对于旧商品公允价值的计量,如果回购旧商品存在活跃市场,则直接使用活跃市场报价作为其公允价值,此时获取的旧商品公允价值可靠性最强;如果回购旧商品不存在活跃市场,要参考活跃市场上类似商品的报价,再依据旧商品的使用状况、新旧程度等进行调整,以调整后市场报价作为旧商品公允价值,该种方式得到的旧商品公允价值较直接使用活跃市场报价可靠性较弱。如果回购旧商品不存在可以利用的市场交易信息,就需要采用估值技术来确定其公允价值,此时旧商品公允价值的可靠性就会大打折扣。

因此,建议相关职能部门组织构建旧商品回收评估的标准体系,完善旧商品回收定价机制,逐步形成全国性统一旧商品交易信息平台,畅通消费者及时获取旧商品交易价格信息渠道,推进以旧换新业务顺利开展。同时,销售回收企业还应建立健全商品公允价值估值制度,明确董事会、财务、审计等部门的职责分工,制定并公开披露旧商品公允价值计量办法,接受社会公众监督。

责任编辑 任宇欣

主要参考文献

- [1] 财政部.企业会计准则(2025年版)[M].上海:立信会计出版社,2024.
- [2] 戴德明,林钢,赵西卜.财务会计学(第14版)[M].北京:中国人民大学出版社,2024.
- [3] 庞超然,傅志皓.消费品以旧换新的背景与前景[J].中国金融,2024,(13):71-73.
- [4] 肖平,冯静静.“以旧换新”促进消费和投资良性循环:理论逻辑、历史经验和政策路径[J].财经科学,2024,(6):87-100.
- [5] 李歆,牟燕.“以旧换新”政策与企业绩效关系实证研究——以家电行业为例[J].财会通讯,2014,(32):19-21.
- [6] 宋家兴.煤机装备以旧换新业务会计与税务处理分析[J].财务与会计,2011,(4):22-23.