

从会计的视角来分析“双十一”的成交额

徐润芳 杨朝

西安财经大学, 中国·陕西 西安 710100

【摘要】在2020年“双十一”以4982亿元的成交额宣布再次创下历史记录的同时,表面上促成了消费者与商家双方的“互利共赢”,但事实并非如此。从会计的视角来看,成交额的增长只是收入的简单增长,而非利润的增长。因此,本文将将以会计理论知识为支撑,解析淘宝双十一成交额的真实含义。

【关键词】双十一; 成交额; 收入; 利润

1 引言

自从进入21世纪以后,人们的生活水平几乎呈现出“飞跃式”的提升,尤其是互联网行业的迅猛发展,使人们的生活更加便利、高效,其中,最典型的便是“网络购物”。网络购物的普及,一方面意味着越来越多的消费者可以使用移动网络随时随地的挑选自己喜爱的商品;另一方面也造成了诸如“过度消费”、“盲目跟风”、“大肆攀比”、“资源浪费”等问题。从2009年起,“双十一”便拥有了“光棍节”和“购物狂欢节”的双重标签,2009年“双十一”0.5亿元的成交额到2020年“双十一”4982亿元的成交额,淘宝“双十一”的成交额短短十一年时间就增加了近一万倍。然而,“双十一”成交额呈爆炸式增长,是否意味着商家获得的利润也呈爆炸式增长,这尚需研究。目前在会计学方面对“双十一”的研究较少,本文以会计理论知识为支撑,阐释“双十一”成交额的真实含义。

2 会计视角下的成交额

成交额指的是当天成交股票的金额总数,非专业人士往往会误解成交额的内涵。因此,本文从会计的角度来分析最为常见的三个误区。

2.1 误区一: 成交额的增长并非利润的增长

成交额的增长并不代表利润的增长。利润是指企业在一定会计期间的经营成果,其包括收入减去费用后的净额、直接计入当期利润的利得和损失等,而成交额是某一时期的销售收入。如果消费者以成交额的多少来评价一个企业经营状况的好坏,进而考虑是否在该企业进行消费投资,这就要求消费者对成交额追求更深层次的理解(商家为了追求高额的成交额会做哪些准备)。据有关数据统计,在每年的十月初左右,许多商家已经大规模的进行广告宣传和员工专业培训等工作,这些都是为了获取更高成交额所做出的前期准备,在十一月初就开始了商品打包和买几赠几等活动,换言之,大部分电商企业为取得11月11日当日高额的成交额,付出成本的透支期长达近一个月的时间,这就给10月、11月两个月的成本费用核算带来了不同于传统企业基于权责发生制下会计期间的确认和计量问题^[1]。某些消费者可能将本应在10月份,甚至是9月份发生的交易推迟至11月份,这高额的收入与费用发生在不同的期间内,可能会违背“收入与费用配比”的原则,这种错配会导致淘宝商家11月份的利润是虚增的。

2.2 误区二: 成交额并非商家追求的目标

成交额并非商家追求的目标,而是淘宝平台追求的目标。虽然淘宝平台是最先申请“双十一”这一天作为自身的购物狂欢节,但现在仍然存在拼多多、京东、苏宁等APP在这天举行活动,所以淘宝的成交额就会被其他平台所稀释。许多商家为了完成淘宝平台分配给自身的指标,也就需要追求自身销售额的最大化。在信息不对称的情况下,价格自然就作为消费者最为关心的商品属性,所以就会选择较为便宜的同类型商品。然而商家的某些产品由于生产成本极高,销售价格无法进行过多的折扣,一些商家不得通过“先抬价、再打折”的方式对消费者进行欺骗,从而在保障自身利润的前提下,也可以完成平台分配的成交额指标。即便淘宝平台实现了高额成交额的目标,但商家不但没有获得丰厚的利润,而且“双十一”中的欺诈行为可能愈发严重。

2.3 误区三: 成交额并非真实的收入

由于退货等因素存在,成交额并非真实的收入。预售是指产品或服务的供应者在产品或服务正式出售或正常销售季之前就开始接受顾客订单的新产品销售策略^[2]。在2020年的“双十一”活动中比较常见的是线上预售这一商业模式,商家会预先收取定金,在消费者取得相关商品的控制权或获得相应的服务以及确认该商品并没有任何问题时并同意接受该商品或该服务后,要求消费者支付相应的尾款(尾款=商品或服务的对价-预收的定金)。在预售的方式下,企业通常会作出以下会计处理:①发出商品时,借:发出商品;贷:库存商品。借:银行存款;贷:合同负债。②在控制权转移至客户时,借:主营业务成本;贷:发出商品。借:合同负债;贷:主营业务收入。③发生退货时,借:库存商品;贷:发出商品。借:合同负债;贷:银行存款。如果企业事先了解该产品的退货率,那么应作以下处理:①发出商品时,借:主营业务成本,应收退货成本;贷:库存商品。借:银行存款;贷:主营业务收入,预计负债。②实际退货时,借:主营业务成本;贷:应收退货成本。借:预计负债;贷:主营业务收入。因此,预售商品获得的款项应作为负债,成交额扣除退货等因素后的金额才能作为商家的收入。

2.4 2020年淘宝“双十一”成交额的预测

本文将采用指数平滑法中的一次指数平滑法对2020年天猫“双十一”当天的成交额进行预测,从而解析成交额实测值和预测值存在差额的原因。一次指数平滑法计算公式为: $Y(t+1) = \alpha X_t + (1 - \alpha) Y_t$ 。其中, X_t 为时期 t 的实测值; Y_t 为时期 t 的预测值; α 为平滑系数,又称加权因子,取值范围为 $0 \leq \alpha \leq 1$,这里选

取 α 的值为 0.8^[3]。

表1 2020年淘宝双十一当天成交额的预测 单位: 亿元

年份	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Xt 成交额实测值	912	1207	1682	2135	2684	2259
Yt 成交额预测值	740	878	1141	1574	1739	2495

数据来源: 中商情报网

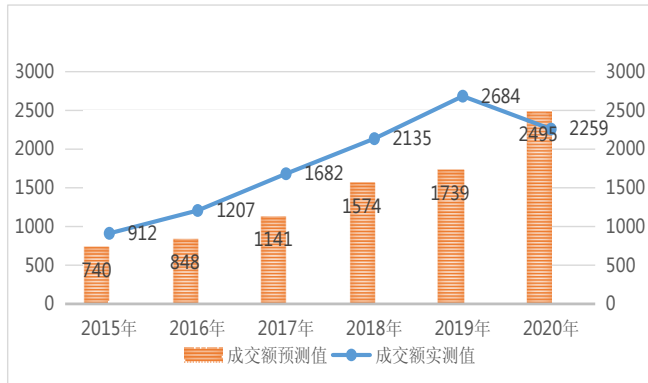


图1 2020年淘宝双十一当天成交额及的预测

从表1和图1可知,在2015年至2019年的期间内,淘宝“双十一”成交额都是逐年递增的,而淘宝2020年“双十一”成交额相比2019年“双十一”成交额下降了15.8%。这其中的原因是2020年的“双十一”活动期间从11月1日已经开始,前10日的成交额稀释了“双十一”当天的成交额。据相关数据统计可以得出2015年至2019年淘宝成交额的实测值和预测值,同时我们通过一次平滑法进而预测2020年天猫“双十一”可能取得的成交额为2495亿元人民币。

2.5 新收入准则对电商确认收入的影响分析

2.5.1 满额赠送

一般纳税人商家X向消费者Y销售了一件Z商品,Z商品的成本为40元,标价为100元,按照17%的增值税税率缴税。现在商家正在搞满100元消费就赠送价值30元果篮的优惠活动,这个果篮的成本为20元。消费者在第三方平台上支付了110元,商家X将商品和赠品交给物流公司,并支付10元给物流公司,随后消费者Y收到货物并进行了确认收货,商家收到了第三方平台的110元货款。相关会计处理如下:

(1)发出货物时:借:发出商品 60,其他应收款 10;

贷:库存商品 60,银行存款 10。(2)确认收货时,借:其他货币资金 110;贷:主营业务收入—Z 65.8,主营业务收入—果篮 19.7,应交税费—应交增值税 15.5,其他应收款 10;借:主营业务成本—Z 40,主营业务成本—果篮 20;贷:发出商品 60。

由于买赠促销活动的商品并不是无偿赠送的,因此确认收入过程中要根据Z商品和果篮的单独售价进行按比例的分摊。

2.5.2 满额包邮

一般纳税人商家X向消费者Y销售了一件Z商品,Z商品的成本为60元,售价为150元,适用17%的增值税税率,商家正在搞“满100包邮”和“满150减20”的促销活动,消费者Y在第三方支付平台上支付了130的货款,商家X向物流公司支付了10元的运输费并发货。随后消费者Y确认收货,商家X收到了第三方支付平台的130元货款^[4]。相关会计处理如下:

(1)发出货物时:借:发出商品 60,销售费用 10;贷:库存商品 60,银行存款 10。(2)确认收货时:借:其他货币资金 130;贷:主营业务收入 111元,应交税费—应交增值税 19;借:主营业务成本 60,贷:发出商品 60。

3 研究结论

本文通过会计学的相关理论知识对“双十一成交额”的真实含义进行了着重分析,运用一次指数平滑的方法,根据历年天猫“双十一”的成交额来预测2020年的成交额,并分析了新收入会计准则对电商确认收入产生的影响,从而得出了以下结论:第一,成交额的增长并不代表利润的增长;第二,成交额并非商家追求的目标;第三,成交额并非真实的收入。本文的研究希望能帮助消费者、淘宝平台走出对“成交额”的误区,为后续的实践研究提供参考价值。

参考文献:

- [1]陈锡渊.从会计的视角看双十一[J].商,2015(39):142.
- [2]古晨妍,张喆.预售研究的文献综述与展望[J].管理现代化,2019,39(01):126-129.
- [3]邓爱萍,肖奔.基于时间序列的市场需求预测模型研究[J].科学技术与工程,2009,9(23):7146-7148.
- [4]王婷婷.论新收入准则对电商企业收入确认影响[J].财会学习,2020(19):79-80.