

购物理财业务的财务分析

袁 莺(副教授)

【摘要】 互联网金融业务的开展产生了很多新型交易,其中购物理财打破了传统销售和理财之间的矛盾,使消费与资产保值、增值达到相对统一,这种模式吸引了越来越多的用户的关注与参与。本文以京东白拿和红条购物为例,运用现有会计原理对购物理财业务进行分析,希望为相关人员提供参考与借鉴。

【关键词】 购物理财; 京东白拿; 红条购物; 会计处理

【中图分类号】 F234.3 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1004-0994(2017)10-0059-5

一、研究背景

购物是指顾客在零售商处拣选或购买货品或服务的行为。理财指的是对财务(财产和债务)进行管理,以实现财产的保值、增值。前者是资产形式的转换,会导致现金流减少;而后者则是通过投资使资产保值、增值,使现金流增加,两者表面上看是矛盾的。人类的生存、生活和发展既离不开消费又离不开资本积累,但花钱与存钱在所有人的观念中无法统一,如果能将两者协调统一,则必然会产生一种新的金融形式,形成巨额资金流。

“互联网+”概念的运用导致众多金融奇迹的发生,购物理财应运而生,极大地改变了大量网络群体的消费观及理财观。由于网络购物的便捷快速,网络平台投资的高效及时,既节约了时间成本、人员推销成本,又缩短了商家的资本回收时间,且易培养忠诚度高的顾客群,使其产生消费惯性,实现购物与理财矛盾双方的对立统一。网络购物打破了购物与理财间不可整合的界限,这种网络经济正潜移默化、铺天盖地地渗透进日常生活。

购物理财顾名思义就是在购物中实现财产的保值、增值,简单地说就是让消费者在花钱的同时也在变相赚钱的一种行为观念。随着互联网金融的风生水起,一些大型购物网站利用原有顾客群进行资源整合、拓展业务范围;此外,金融平台为吸引更多顾客群,也在积极开拓新的业务。如京东白拿、红条购物等信用支付手段,不仅为顾客提供了便利的金融服务,而且促进了消费。

新业务模式的产生对会计专业工作者提出了挑

战,运用专业知识在新业务中寻求符合规定的专业做法,是会计实务工作者与理论研究者应该坚定贯彻执行的行动方针。

二、购物理财业务简述

1. 京东白拿。京东白拿是京东金融理财平台下的一项业务,顾客通过购买京东理财产品,其未来收益则以商品形式立即支付给用户。具体而言:用户可以选择投资金额和期限,但呈相对固定性,到期只能收回本金,利息则是投资时就通过商品得以偿付。用户先拿商品后收回本金,投资收益和本金前后分置,提前将收益以商品形式提供给用户。

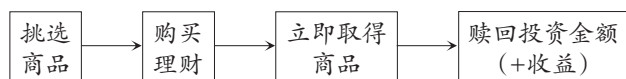
2. 红条购物。红条购物是由深圳三维度商城(以下简称“三维度”)首创的一种创新型购物模式,是三维度针对商城用户推出的购物折扣活动。用户在三维度红条购物专区成功购买商品,收到商品后,达到约定时间三维度按原商品购买价全额返还。

这两种业务均属于网络平台拓展的新型互联网金融业务,其操作原理基本类似。但由于平台提供的具体方案不同,会直接影响用户的选择。在网络购物平台提供的同类商品的质量一致、售后保障一致的情况下,用户应该如何选择购买方案?网络购物平台应该如何入账?本文以京东白拿和红条购物为例,以网络购物平台为会计主体进行业务分析,并为用户选择购买方案提供建议。

三、购物理财业务的原理

选择购物理财业务的用户究竟是出于购物目的还是理财目的较难分清。从用户角度来看,并不是根据现有本金的多少选择理财产品,而是依据对实物

的需求性进行理财产品选择,这种行为更多的是出于购物需求进行的。从网络购物平台角度来看,通过商品刺激用户的购物欲望,给潜在购物群体一种心理暗示,即不花钱就可以购物,将销售与理财两大业务捆绑。网络平台通过购物理财业务既能获取销售商品的利润,又能实现无本分享理财收益。



网络平台营运流程图

由上图可知,购物理财业务一般会涉及三方:用户、网络购物平台、理财公司。京东白拿业务并未在协议中详细说明三方的法律关系,而红条购物的协议中明确说明,在用户采用红条购物方式操作时,需要和网络平台签订三份协议:

一是红条购物协议。用户通过页面点击确认选择红条购物时即表示接受本协议规则。三维度在为用户提供商品购买平台的同时,向具有合法运营资质的投资理财公司或平台购买理财产品供用户认购。用户在选购三维度提供的折扣商品并成功支付红条商品折后价时,用户与三维度之间形成商品买卖合同关系;用户在三维度认购理财产品并成功支付认购金额时,又与三维度之间形成债权转让合同关系。用户在同意与三维度形成商品买卖合同关系及债权转让合同关系的同时,将前述转让债权的收益权转让给三维度。

二是收益权转让确认书。用户选择理财产品的认购期限届满后,由负有返还义务的理财产品发行方向用户返还理财产品的认购金额,并将用户的认购金额在认购期限内产生的收益全部支付给三维度。此时,用户认购期限届满后的理财产品收益将不再支付给用户。

三是借款协议。用户在三维度认购理财产品所支付的金额,即视为三维度从用户处借入资金,双方形成债权转让合同关系。三维度仅按购物时的约定支付相应利息,而不享受理财产品实际产生的真实收益。

另外,购物理财业务和正常销售业务一样,根据已售商品开具增值税专用发票,如此一来,业务变得更为复杂,也导致了会计处理上的模糊性。根据现行会计准则,笔者认为在此情况下,从会计原理出发,可以区分以下观点进行业务分析:

1. 筹资观。在此观点下,用户购物资金被视为网络购物平台从用户处借入的资金,将用户挑选的

商品作为利息立即支付给用户,到期现金偿还本金或本金及额外收益。这种观点是受红条购物签订的协议的启发。

从用户处取得资金时,参照借款业务的会计处理方式:将从用户处取得的资金按约定时间长短记入“短期借款”或“长期借款”科目,按期计息记入“财务费用”科目。

给用户商品时,参照计息业务的会计处理方式:将实物商品(非货币性资产)发送给用户用于抵付利息,借记“财务费用”科目(作为利息费用处理),贷记“主营业务收入”、“应交税费——应交增值税(销项税额)”科目;并结转商品的成本,借记“主营业务成本”科目,贷记“库存商品”科目。该业务不涉及货币资产,主要是参照非货币性资产交换业务中具有商业实质的业务的处理,并结合网络购物平台开具增值税专用发票而进行的账务处理。

2. 销售观。在此观点下,假设用户出于购物目的,基于对网络购物平台商品的购买需求做出相应行为,则网络购物平台的购物理财业务立足于销售,即此业务中涉及商品销售,将从用户处所得本金作为押金处理,到期归还。这种观点是从网络购物平台与用户间的交易目的角度进行分析的。

从用户处取得资金时,参照押金业务的会计处理方式:将从用户处取得的款项作为押金,贷记“其他应付款”科目,按合约规定,到期只需归还相应本金。

给用户商品时,参照销售业务的会计处理方式:按给用户商品的售价借记“销售费用”科目(作为业务宣传费),贷记“主营业务收入”、“应交税费——应交增值税(销项税额)”科目;并结转商品的成本,借记“主营业务成本”科目,贷记“库存商品”科目。

3. 货币时间价值观。在此观点下,货币经历一定时间的投资和再投资会产生增值,既然用户有闲置资金,为获取心仪商品,可以通过以下三种方式:①购物理财方式;②先投资,到期再购买商品;③先购入商品,将余款再作投资。为更准确地帮助用户进行对比分析,下文在案例分析过程中引入了货币时间价值的概念。

四、举例分析

例1:2016年12月某用户通过京东白拿投资理财获得Apple iPhone 7 plus(32G)手机一部,该手机网络上的报价为6388元,手机在投资时由京东网络购物平台寄给用户。已知同期1年期银行存款利率

为1.92%，1年期理财利率标准为4.10%。该手机有如下三种“白拿”方案：

1. 方案一：投资127760元，365天后收回127760元。

(1)筹资观下的会计处理方式：

①网络购物平台从用户处取得资金：借：银行存款127760；贷：短期借款127760。

②将商品销售给用户：借：财务费用6388；贷：主营业务收入5459.83，应交税费——应交增值税（销项税额）928.17。结转商品成本：借：主营业务成本；贷：库存商品。

③到期偿还本金：借：短期借款127760；贷：银行存款127760。

通过京东白拿投资理财，用户获得购物收益6388元。

若将127760元投资1年期理财，则用户理财收益为5139.48元 $[127760 \times 4.10\% \times (1 + 1.92\%)^{-1}]$ 。

若将127760元先用于购买手机，余款121372元 $(127760 - 6388)$ 用于投资，则用户投资收益为4882.51元 $[121372 \times 4.10\% \times (1 + 1.92\%)^{-1}]$ 。

小结：对于用户而言，若将127760元直接用于购买理财产品，由于收益后置，还需根据货币时间价值计算折现金额。从计算结果得出，用户选择“白拿”业务所获收益高于同期理财水平，但是如果将该笔资金购买同风险理财获得收益之后，再以当时市场价格购入手机，“白拿”业务的优势可能就不会那么明显，因为电子商品的价格在一定时期内较稳定或总体呈下降趋势。

实现这一选择的前提是：第一，商品的确是用户需要且现下急需的商品；第二，金融市场利率看跌或基于平稳，且通货膨胀率上升，投资收益率低于通货膨胀率；第三，有符合需要的闲置资金，这是方案选择的关键，若资金量不足，方案也就缺乏比较意义；第四，用户具有承担相应投资风险的能力。无论是购物理财还是货币理财，均有可能产生投资损失，用户应先进行理财风险评估，并有承担风险的心理承受能力。

如果用户选择先购买手机然后用余款再作投资则获取的收益最小，此方案最不可取。只有货币资产才能产生投资收益，相反实物资产并不会产生投资收益（下文原理相同，故不再做具体分析）。

对于网络购物平台而言，既可以通过提供商品与供应商产生合作关系，形成商品销售利润，也可通过理财公司获得合作收益，并形成固定用户群。

(2)销售观下的会计处理方式：

①网络购物平台从用户处取得资金：借：银行存款127760；贷：其他应付款127760。

②将商品销售给用户：借：销售费用6388；贷：主营业务收入5459.83，应交税费——应交增值税（销项税额）928.17。结转商品成本：借：主营业务成本；贷：库存商品。

③到期偿还本金：借：其他应付款127760；贷：银行存款127760。

小结：与销售观相比，由于筹资观视同向用户借款，计息期间会影响各期利息数额的大小，从而影响当期损益及所得税金额的大小。《企业所得税法》第四十四条规定：企业发生的符合条件的广告费和业务宣传费支出，除国务院财政部门、税务主管部门另有规定外，不超过当年销售（营业）收入15%的部分，准予扣除；超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。所以，销售观下所得税的计算还要考虑销售费用扣除比例的问题。

2. 方案二：投资241467元，365天后收回247503.68元。

(1)筹资观下的会计处理方式：

①网络购物平台从用户处取得资金：借：银行存款241467；贷：短期借款241467。

②将商品销售给用户：借：财务费用6388；贷：主营业务收入5459.83，应交税费——应交增值税（销项税额）928.17。结转商品成本：借：主营业务成本；贷：库存商品。

③到期偿还本金和利息：借：短期借款241467，财务费用6036.68；贷：银行存款247503.68。

(2)销售观下的会计处理方式：

①网络购物平台从用户处取得资金：借：银行存款241467；贷：其他应付款241467。

②将商品销售给用户：借：销售费用6388；贷：主营业务收入5459.83，应交税费——应交增值税（销项税额）928.17。结转商品成本：借：主营业务成本；贷：库存商品。

③到期偿还本息：借：其他应付款241467，销售费用6036.68；贷：银行存款247503.68。

筹资观与销售观下的会计处理仅在科目使用上有所区别，但对当期损益的影响相同。除销售观下的会计处理涉及“销售费用”，在所得税计算中要考虑扣除比例外，两种观点下用户收益的计算方式基本相同。

选择京东白拿投资理财的用户收益=实物收

益 + 到期收益 = 6388 + 6036.68 × (1 + 1.92%)⁻¹ = 12312.92(元)

选择 1 年期投资理财的用户收益 = 241467 × 4.10% × (1 + 1.92%)⁻¹ = 9713.65(元)

方案二与方案一相比,在相同时期内,当期投资的本金较多,可在后期收到现金收益,这种方式更接近于日常理财。随着本金投入的增多,用户不仅能取得商品,还能在到期日获得部分现金收益,但和传统理财不同的是,投入金额的多少是由网络平台规定的。由此可见,网络购物平台更愿意提供单一性质的购物理财服务,偏向于为销售商品而提供理财产品。对于用户而言,如果方案一的收益率与方案二的收益率比较接近,用户可根据资金情况合理选择。

3. 方案三:投资 267019 元,180 天后收回 267019 元。

(1)筹资观下的会计处理方式:

①网络购物平台从用户处取得资金:借:银行存款 267019;贷:短期借款 267019。

②将商品销售给用户:借:财务费用 6388;贷:主营业务收入 5459.83,应交税费——应交增值税(销项税额)928.17。结转商品成本:借:主营业务成本;贷:库存商品。

③到期偿还本金:借:短期借款 267019;贷:银行存款 267019。

(2)销售观下的会计处理方式:

①网络购物平台从用户处取得资金:借:银行存款 267019;贷:其他应付款 267019。

②将商品销售给用户:借:销售费用 6388;贷:主营业务收入 5459.83,应交税费——应交增值税(销项税额)928.17。结转商品成本:借:主营业务成本;贷:库存商品。

③到期偿还本金:借:其他应付款 267019;贷:银行存款 267019。

小结:方案三的投资时间较短,所需初始资金较多,用户购物收益为 6388 元。若将 267019 元存入银行,可得理财收益 5447.80 元[267019 × 4.10% ÷ 2 × (1 + 1.92% ÷ 2)^{-1/2}]。可见,方案三的实际收益率较方案一、方案二低,这也说明网络购物平台更欢迎长期投资。

例 2:2016 年 12 月某用户在三维度红条购物板块购入 Apple iPhone 7 plus(32G)手机一部,该手

机网络上的报价为 6588 元,手机在投资时由三维度寄给用户。该手机各种购买方案的介绍如表 1 所示:

表 1 红条购物购买方案

折扣方案	①支付折扣款=原价×折扣率(元)	②投资期限 45 天借款本金(元)	③投资期限 90 天借款本金(元)	④投资期限 180 天借款本金(元)
1 折	658.8(6588×10%)	192370	75850	37930
2 折	1317.6(6588×20%)	170670	67340	33670
3 折	1976.4(6588×30%)	148970	58830	29420
4 折	2635.2(6588×40%)	126620	49990	25000
5 折	3294(6588×50%)	103950	41000	20500
6 折	3952.8(6588×60%)	81930	32320	16160
7 折	4611.59(6588×70%)	59910	23650	11820
8 折	5270.4(6588×80%)	37880	14980	7490
9 折	5929.2(6588×90%)	15210	5977	2988

注:投资期限 45 天的名义付款额=①+②;投资期限 90 天的名义付款额=①+③;投资期限 180 天的名义付款额=①+④。

参与红条购物的顾客在购物理财时,必须同时签订三份文件:①红条购物协议:主要涉及商品三包等事项;②收益权转让确认书:将理财所得转让给三维度,用户按购买协议获取收益;③借款协议:将支付款项明确作为借款处理,将债权转让给三维度代为执行。

从上述三份协议可知,三维度的红条购物业务明确为向用户借款的业务,因此在会计处理时,应采用筹资观下的业务处理方式。

用户在面对复杂的购物条件时,可根据表 2 原理进行分析选择。

由表 2 可知,投资期限越短,名义付款额越大,考虑货币时间价值因素,投资期限为 100 天的实际付款额最低。在折扣相同和资金量充足的情况下,用户应选择较短的借款期。

五、需要说明的其他问题

京东白拿实质为通过网络购物平台与金融公司签订协议,用于购买理财产品,同时申请一笔消费依托贷款,理财部分的到期收益将用于偿还信托贷款。虽然产品发行的是预期收益类理财,但不保证投资本金和收益有一定的投资风险。如果到期理财产生风险,则会产生投资损失,而红条购物的实质也为金融投资,也有可能产生损失。

在销售观下,由于商品在网络购物平台取得本金时立刻发出,并开出增值税专用发票,如果到期无法履约,则网络购物平台会虚增商品销售利润,并承

表 2

红条购物名义付款额与实际付款额对比

折扣方案	投资期限 45 天(元)		投资期限 90 天(元)		投资期限 180 天(元)	
	名义付款额	实际付款额	名义付款额	实际付款额	名义付款额	实际付款额
1 折	193028.80	1648.07(658.8+193028.8×4.1%÷360×45)	76508.80	2637.35(658.8+193028.8×4.1%÷360×90)	38588.80	4615.89(658.8+193028.8×4.1%÷360×180)
2 折	171987.60	2199.04(1317.6+171987.6×4.1%÷360×45)	68657.60	3080.47(1317.6+171987.6×4.1%÷360×90)	34987.60	4843.35(1317.6+171987.6×4.1%÷360×180)
3 折	150946.4	2750(1976.4+150946.4×4.1%÷360×45)	60806.40	3523.60(1976.4+150946.4×4.1%÷360×90)	31396.40	5070.80(1976.4+150946.4×4.1%÷360×180)
4 折	129255.20	3297.63(2635.2+129255.2×4.1%÷360×45)	52625.20	3960.07(2635.2+129255.2×4.1%÷360×90)	27635.20	5284.93(2635.2+129255.2×4.1%÷360×180)
5 折	107244	3843.63(3294+107244×4.1%÷360×45)	44294	4393.25(3294+107244×4.1%÷360×90)	23794	5492.50(3294+107244×4.1%÷360×180)
6 折	85882.80	4392.95(3952.8+85882.8×4.1%÷360×45)	36272.80	4833.10(3952.8+85882.8×4.1%÷360×90)	20112.80	5713.40(3952.8+85882.8×4.1%÷360×180)
7 折	64521.59	4942.26(4611.59+64521.59×4.1%÷360×45)	28261.59	5272.94(4611.59+64521.59×4.1%÷360×90)	16431.59	5934.28(4611.59+64521.59×4.1%÷360×180)
8 折	43150.40	5491.55(5270.4+43150.4×4.1%÷360×45)	20250.40	5712.69(5270.4+43150.4×4.1%÷360×90)	12760.40	6154.98(5270.4+43150.4×4.1%÷360×180)
9 折	21139.20	6037.54(5929.2+21139.2×4.1%÷360×45)	11906.2	6145.88(5929.2+21139.2×4.1%÷360×90)	8917.20	6362.55(5929.2+21139.2×4.1%÷360×180)

担理财产生的损失。在筹资观下,网络购物平台可以借记“短期借款”科目,贷记“营业外收入”科目。

如果遇到商品质量问题,京东和三维度可选择为用户退换货,但不影响理财产品,也不会退回本金。而国美白拿业务的协议则规定,商品属于赠品,只能换货,不能退货。因此,用户在进行选择时应仔细阅读协议条款,防止不必要的损失。

网络购物平台如遭遇退货,在销售观下,应借记“主营业务收入”、“应交税费——应交增值税(销项税额)”科目,贷记“销售费用”科目。在筹资观下,由于利息费用不因退货而产生影响,则不能将其冲减财务费用,对此笔者认为,冲减销售费用较为合适。可见,在不同的观点下,退货业务的账务处理方式相同。

六、结论

红条购物的操作方式与京东白拿类似,两者的区别更多的在于红条购物给予用户的选择方案更多,而京东白拿则显得更为简单明了。购物平台通过对主营业务进行相关拓展,不仅能吸引购物平台现有客户群体,而且能吸引更多的潜在客户。由于红条

购物的选择方案较复杂,一般会使用户在选择时感到茫然,加之红条购物的市场影响力小、商品来源的模糊性,更易产生信誉危机,造成客户流失。

购物理财业务的兴起使消费和理财这两个矛盾体得到了对立统一。本文主要以京东白拿和三维度的红条购物业务为研究对象,针对京东白拿业务可能涉及三个方案进行了会计分析,并对三维度的红条购物业务结合货币时间价值进行财务分析,为用户选择购物或理财方案提供参考、建议。

主要参考文献:

中国注册会计师协会. 2015 年注册会计师全国统一考试教材——会计[M]. 北京: 财政科学出版社, 2015.

财政部. 企业会计准则[M]. 北京: 经济科学出版社, 2006.

刘秋萍. 互联网信用支付的相关会计处理——以“京东白条”为例[J]. 财会月刊, 2014(11).

作者单位: 无锡城市职业技术学院, 江苏无锡 214153