# 小企业主营业务成本的核算方法(4篇)

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2024-06-12

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。小企业主营业务成本的核算方法篇一...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**小企业主营业务成本的核算方法篇一**

(1)企业对已销产品不作成本结转，即只记收入不计成本，或者相反，对未销产品视为销售，多转成本。前者的常用做法是当产品已销售后，会计部门对其产成品明细账的贷方数量不作记录，这种情况多见于月末集中结转成本的场合，到下期作产成品的盘亏处理。后者的一般做法是多记产成品明细账的出库量，到下期作产成品盘盈处理。

(2)企业的产成品发出数中，有一些是与销售业务无关的，如退回生产部门返修的产品等。这些产成品发出业务必须当即冲减库存产成品明细账，否则会虚增库存产成品成本，隐瞒已销产成品成本。

(3)企业将其他销售成本误列为产品销售成本，或将产品销售成本误列为其他成本。

(4)违反成本结转一致性的原则，随意改变成本结转方法，以调节当期成本的高低。

(5)成本计算不真实、不正确，即使产品销售成本结转方法前后一致，企业也可能通过成本计算来调节当期成本，不同的成本结转方法失真的形式各异：

①采用加权平均法、先进先出法、移动平均法、个别计价法和后进先出法计算结转已销售产品成本的企业，往往用这些方法计算确定的单位成本与实际应结转的单位成本相差甚远；

②采用计划成本计算销售成本的企业，对计划成本与实际成本的差额不在已销售产品与结存产品之间进行合理分配，或者以计划成本代替实际成本，或者计划成本与实际成本的差额全部或大部分由销售产品负担，或者全部或大部分由结存产成品负担；

③采用按定额成本计算销售成本的企业，对定额成本与实际成本的差额不进行合理分配，或者以定额成本代替实际成本，或者其差额全部或大部分由销售产成品或结存产成品负担；

④采用售价定额核算的企业附属门市部等，常常故意少算或多算零售价与成本价的差额，或者故意抬高和降低差价分摊率以调整当期销售成本。

**小企业主营业务成本的核算方法篇二**

安徽银行招聘网：http:///

中国建设银行主营业务/品牌

建行提供公司银行业务、个人银行业务和资金业务，多种产品和服务(如基本建设贷款、住房按揭贷款和银行卡业务等)。

业务

信贷资金贷款、居民储蓄存款、外汇业务、信用卡业务，以及政策性房改金融和个人住房抵押贷款等多种业务。

种类介绍

个人住房贷款业务

个人住房贷款业务 是指建设银行或建设银行接受委托向在中国大陆境内城镇购买、建造、大修各类型房屋的自然人发放的贷款。建设银行个人住房贷款业务主要包括自营性个人住房贷款即个人住房按揭贷款(包括个人一手房贷款、个人再交易贷款住房贷款即二手房贷款、个人商业用房贷款、个人住房抵押额度贷款等)、公积金个人住房贷款和个人住房组合贷款。

信用卡业务

中国建设银行作为国内较早涉足发行信用卡的国有银行，已经有了不少的信用卡种类。中国建设银行已经发行的信用卡都以“龙卡”冠名，已经公开发行的龙卡种类有：龙卡名校卡、龙卡商务卡、龙卡汽车卡、东航龙卡、上海大众龙卡、龙卡香港精彩旅游信用卡、建行visa明卡、艺龙畅行龙卡、芒果旅行龙卡、龙卡(大师杯)网球卡。

银星国际速汇

建行银星国际速汇业务，是建设银行与银星国际速汇公司合作推出的个人国际速汇业务，是指建行应客户委托，通过银星速汇公司，解付个人境外外汇汇款或将个人外汇资金汇往境外的小额国际汇款业务。

服务情况

安徽银行招聘网：http:///

在巩固传统业务优势的同时，投资银行等新兴业务发展迅速，2024年实现收入32.03亿元，通过推进企业首次公开发行及再融资、并购重组、股权投资、项目融资等新型财务顾问业务，不断拓展aa级以上客户、跨国公司、外资银行、大中型企业等财务顾问客户，仅财务顾问业务实现手续费收入23.77亿元，增幅高达165.10%。为小企业量身定做的系列金融产品不断推陈出新，到2024年，全行小企业贷款余额达2,495.32亿元，较年初增长11.16%。与阿里巴巴合作开发了电子商务联贷联保、速贷通和订单融资等产品，半年内向175个客户发放贷款5.2亿元。

率先于内地同业创设了“客户接待日”制度，建立了从总行、分行到支行的各级管理人员定期接待客户机制，客户服务个性化、差异化工作取得进展。一方面网点转型扎实推进，另一方面组建了私人银行顾问与专家团队，建成了81家财富管理中心和1,570多个理财中心，北京和上海私人银行先后开业，为中高端客户提供专属理财产品、资产管理、顾问咨询、公益慈善信托等全方位、个性化服务。

2024在为奥运服务中，除积极办理外币兑换、旅行支票和外币受理等涉外金融服务外，还特别推出了95533多语种电话银行服务功能，为境外客户提供英语、法语、德语、俄语、日语、韩语等多语种服务支持，努力提高服务境外来华客户的能力和水平。同时，与美国银行合作开发的atm取现互免手续费业务，使持有美国银行借记卡和信用卡的运动员和游客可以在建行atm享受到免服务费取现的服务。

**小企业主营业务成本的核算方法篇三**

主营业务成本

主营业务成本，是指小企业确认的销售商品或提供劳务等主营业务的成本。

小企业应设置“主营业务成本”科目，核算小企业确认销售商品或提供劳务等主营业务收入应结转的成本。该科目应按照主营业务的种类进行明细核算。月末，可将该科目的余额转入“本年利润”科目，结转后该科目应无余额。其主要账务处理如下：

1．月末，小企业可根据本月销售各种商品或提供各种劳务实际成本，计算应结转的主营业务成本，借记“主营业务成本”科目，贷记“库存商品”、“生产成本”、“工程施工”等科目。

2．本月发生的销售退回，可以直接从本月的销售数量中减去，得出本月销售的净数量，然后计算应结转的主营业务成本，也可以单独计算本月销售退回成本，借记“库存商品”等科目，贷记“主营业务成本”科目。

【例1】甲公司于2×13年2月15日售给乙公司a产品500件，开出的增值税专用发票上注明的商品售价为50 000元，增值税税额为8 500元，共计58 500元，商品已经发出，同时收到乙公司的转账支票并办妥进账手续。经计算，a产品的单位成本为60元，则甲公司结转已销售a产品营业成本的会计处理如下：

借：主营业务成本一a产品30 000

贷：库存商品——a产品30 000

【例2】沿用【例19】，月末售出的a产品发生退货100件，原结转的营业成本为6000元，退回的a产品已经入库。则甲公司应做如下会计处理：

借：库存商品——a产品6 000

贷：主营业务成本——a产品6 000

**小企业主营业务成本的核算方法篇四**

三、万科集团主营业务分析（1）主营业务分析

万科 1984年成立，1988年进入住宅行业，1993年将大众住宅开发确定为公司核心业务。是目前中国最大的专业住宅开发企业。

住宅行业是万科主营业务之一，也是最重要的业务之一。早在2024年，万科住宅行业在全国市场占有率为2.1%，业务覆盖到以珠三角、长三角、环渤海三大城市经济圈为重点的二十九个城市。2024年房地产直接融资渠道的开拓将被国家进一步列入议事日程，但房地产融资渠道的紧缩态势在年内不会发生骤变。万科将一方面积极探索融资方式的创新，另一方面计划采取公开增发a股的方式在资本市场进行一次融资，增发股数不超过公司总股本的20%。为了适应快速发展的要求，2024年公司将继续推进组织管理架构的调整。同时，公司将进一步完善内审与风险管理体系建设，提高快速发展过程中的风险防范能力。当年共销售住宅4.8万套，销售套数位居世界前茅，跻身全球最大的住宅企业行列。经过多年努力，万科逐渐确立了在住宅行业的竞争优势。

近年来，万科将全面推进装修房的实施，提高装修房比重。年内位于东莞的住宅产业化基地将正式运行，公司将进一步提高工业化技术的应用比例。通过提高产品的创新能力，公司将向市场提供更贴近客户需求的、质量更好、性价比更高的产品。

20年来，强烈的客户意识一直贯穿于万科的发展历程中。成立之初，万科是日本著名电器品牌索尼的产品代理商，索尼在销售及售后客户服务等环节上做得非常出色，万科亦深受影响。进入房地产开发领域后，万科便迅速以营销优势打开局面，物业管理也获得了相应的口碑。在第二个10年里（1992年底到2024年），万科从香港新鸿基地产的客户关系管理模式获得了不少启示，比如1998年成立的“万客会”，便是仿照前者的客户组织“新地会”成立的。而1997年和2024年分别被万科定为公司的“客户年”和“客户微笑年”，足见万科一直以来对客户的尊重和关注。

（2）主营业务收入分析

2024上半年，在整体市场销售量同比下降的背景下，公司坚持主流产品定位，贯彻积极销售策略，取得良好销售业绩。销售金额首次半年突破千亿，市场地位得到进一步巩固。1-6 月，公司累计实现销售面积821.2 万平方米，销售金额1009.1 亿元，同比分别增长14.6%和20.6%。上半年公司所销售的商品住宅中，144平方米以下的户型占比达到92%。

表3.1． 2024年上半年收入表

2024上半年公司房地产业务的结算均价为 10,996 元/平方米，较2024 年同期上升5.1%。房地产业务毛利率为21.88%，较2024 年同期下降1.90 个百分点。结算净利率为14.09%，与去年同期持平。报告期内，公司房地产业务毛利率下降、结算净利率持平的主要原因在于，公司实现投资收益13.1 亿元，较去年同期大幅增长237.8%。公司投资收益主要来源于联营合营公司实现的万科权益利润、以股权转让方式实现项目合作而实现的收益、以股权转让形式实现商业资产处置的收益。随着公司“轻资产、重运营”模式的进一步推广，预计未来投资收益处于较高水平将成为经营常态，此种“投资收益”属于经常性的，而非一次性所得。在轻资产运营模式下，公司虽出让了部分开发项目或商用物业股权，或在部分联营合营项目中公司仅占较低的股权比例，但一般情况下此类项目或物业的经营管理将仍由公司负责，公司因此可收取一定管理费、或要求获得高于股权比例的超额分配权。这样的安排，有利于提升公司的投资回报率。表3.2.分区域的营业收入和利润表

（3）经营环境变化和分析

2024 年全国（中国大陆地区，下同）商品住宅销售面积同比增长17.5%，其中上半年同比增长30.4%。2024 年上半年，全国商品住宅销售面积为4.25 亿平方米，因2024 年基数较高，同比下降7.8%，但相比2024 年同期仍增长20.2%。有较多历史数据可连续 观察的14 个主要城市（北京、上海、深圳、广州、天津、沈阳、杭州、南京、成都、武汉、东莞、佛山、无锡、苏州），今年上半年调整幅度更大，商品住宅销售面积同比下降20.9%。相比2024 年上半年，则下降3.0%。

报告期内，上述 14 城市商品住宅批准预售面积仍延续增长态势，但增速由去年同期的16.5%回落至9.8%。其中1 季度商品住宅批准预售面积与销售面积基本持平；2 季度新房入市环比1 季度大幅增长，批准预售面积达到销售面积的1.51 倍。截至6 月底，上述14 城市的新房库存面积（已取得销售许可而尚未售出的商品住宅面积）由2024 年底的1.22 亿平方米上升至1.35 亿平方米，库存去化周期（按最近三月移动平均成交面积计算）由2024 年底的9.8 个月上升至15.4 个月。

上半年全国住宅开发投资完成额增速由去年同期的 20.8%下降至13.7%，全国商品住宅新开工面积同比减少19.8%，新开工面积为近5 年来最低。住宅新开工、开发投资的下滑将减少未来一两年的新房供应，与市场去库存的要求相吻合。1、2 季度，有公开数据可持续观察的16 个主要城市（深圳、广州、东莞、佛山、上海、杭州、南京、苏州、宁波、北京、天津、沈阳、大连、武汉、成都、重庆），住宅（含商住）土地供应面积同比分别下降1.5%和16.2%，成交面积分别下降5.9%和上升26.9%，土地出让底价仍维持高位，导致土地流拍现象明显增加，2 季度上述16 城市的流拍宗数占比由1 季度的11%上升至21%，溢价成交的宗数占比由1 季度的41%迅速下降至24%，这两项指标均已接近2024 年同期水平。

季度土地溢价率（成交土地的平均实际成交楼面价/成交土地的平均起拍楼面价）也由1 季度1.21 下降至1.12。根据经验，一般下半年土地供应将进一步增加，预计土地市场的调整还将延续。随着住房供需关系的改变，以及房价上涨趋势的结束，行业调控政策也由抑制市场过热的单边调控转向因地制宜的双向调控。今年3 月，政府工作报告中提出分类调控的思路，政策导向变得更加市场化和更有针对性。5 月，央行强调合理配置信贷资源，优先满足居民家庭首次购买自住普通商品住房的贷款需求，表明合理的自住购房需求依然获得肯定和保护。这些举措有助于稳定市场预期，推动行业回归稳定发展的轨道，实现“软着陆”。

五、万科集团发展经验与启示

万科与目前的中小企业有很多相似之处：一是企业的初期规模都很小；二是短期内急速膨胀；三是创业资金很少或没有；四是毛利率较高，往往通过一个利润空间比较大的行业起步；五是初期的发展战略不清晰；六是创业者往往缺少现代企业管理的训练；七是创业者具有毋庸置疑的权威作用。19993年，万科的营业收入突破10亿元。而这种跨地域经营、遍地开花的发展，也造成了资源的过度分散，就在这时，国家银根紧缩，开始了宏观调控。在这样的背景下，万科放弃了走日本“综合商社”模式的目标，确定了以房地产开发为未来的主导业务，走专业化发展的方向，从而改变了过去摊子平铺、主业不突出的局面。作为一家以多元化经营起步的新兴企业，万科的专业化道路转向，曾一度受到广泛的关注和争议。事实上，万科的“专业化”是强调在社会分工的大环境中，企业必须有所为，有所不为，通过提高专业化水准来提升自身的竞争优势。这也许不适用于所有的企业，但是对万科来说，这的确是发展的必由之路。事实证明，在成功完成业务多元化到专业化的战略调整的过程中，凭借有节奏的扩张和稳健的经营风格，万科已经形成了一整套较为成熟的房地产开发操作模式，逐步确立了自己在房地产开发领域的专业地位。现实经济活动中，多元化是中小企业的主流。因为中小企业创业之初首先要解决的是生存问题，哪个行业有机会、有市场，就投资于这个行业。早期的万科就是如此。

由于国家的行业政策不断调整和变化，所以每个行业的利润空间也在不断变化。中小企业很容易随着政策的倾斜而转行。从而形成多元化的格局。但随着企业的发展，企业规模、专业化程度、行业市场占有率要受到多元化的影响。万科由多元化转为专业化正式基于资源集中的要求。否则，在一个日渐成熟的市场上，公司的资金、人力、经验，都难以应付各行各业越来越激烈的竞争。房地产是万科经营结构的核心，房地产的盈利在集团中的比重达到7 0％以上。房地产本身也是一项范嗣很广的业务，它涉及到住宅、商业楼宇、写字楼、工业用楼等各种投资领域，万科逐步深入大众住宅作为主营业务，而且非住宅之外的其他项目都在调整、精简。万科在房地产业务中操作的主线是城市居民住宅。

在二十多年的发展中，万科自觉地完成了从多元化到专业化的战略调整。第一个十年万科走了多元化的道路，第二个十年完成了多元化向专业化的转化，目前万科的目标是专 业化向精细化的转化，或者说是向越来越专业发展。按照经济学原理，企业存在的理由是其内部交易成本低于社会交易成本。而企业之所以能做大(这里的“大”可以理解为“经营的多元化”)，是因为存在边际生产成本降低的规模经济效应。但企业不可能无限做大，因为随着企业规模的扩大，会变得越来越复杂，导致企业内部的交易成本会越来越高，直至完全抵消规模效益，出现边际生产成本随着业务量的增多而升高的情况，也就是出现规模不经济效应。

万科的发展历程完全符合该经济学原理：万科前身最初是商贸型企业(销售摄录像器材等)；然后是多元化，从事商贸、工业、房地产和文化传播四大业务；最后又逐步整合资源，收缩其他业务，全力在房地产行业的城市居民住宅领域发展。探析万科的发展道路，中小企业可以借鉴之处是：在中小企业成立和发展初期，完全可以凭借“船小好掉头”的优势，不断寻求利润空间较大的行业发展，为企业的进一步发展积累资金和管理经验；随着资金积累渐多，中小企业这艘小船慢慢变大，越来越不好掉头，当然管理经验也会越来越丰富。在积累资金和管理经验的过程中，中小企业要不断的寻求适合自身发展的行业，逐步形成自身的核心竞争力，并且整合自身资源朝该行业专业化发展。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找