

# 新收入准则下小熊电器多渠道销售影响分析

张力

广西财经学院

DOI:10.12238/ej.v8i6.2694

**[摘要]** 在当今家电行业“红海”背景下,小熊电器通过“差异化、个性化”战略脱颖而出,成为国民创意小家电龙头品牌。然而,随着新收入准则的实施,多渠道销售下收入确认时点的复杂性对利润核算、盈余管理及舞弊风险带来了全新挑战。本文以小熊电器多渠道销售模式为切入点,探讨收入确认时点对利润的影响,分析外部审计视角下的盈余管理及舞弊风险,并从管理层视角剖析经销商套利行为。同时,结合外部投资者视角,评估企业盈利能力及估值,并提出优化建议,包括加强审计监督、完善内部管理及提升品牌竞争力。

**[关键词]** 新收入准则; 盈余管理; 经销商套利; 舞弊

**中图分类号:** F810.41 **文献标识码:** A

## Analysis of the impact of Xiaoxiong Electric's multi-channel sales under the new revenue standard

Li Zhang

Guangxi University of Finance and Economics

**[Abstract]** In the context of the "Red Sea" of today's home appliance industry, Xiaoxiong Electric stands out through the strategy of "differentiation and personalization" and has become a leading brand of national creative small household appliances. However, with the implementation of the new revenue standard, the complexity of revenue recognition in multi-channel sales has brought new challenges to profit accounting, earnings management and fraud risk. This paper takes the multi-channel sales model of Xiaoxiong Electric as the starting point, discusses the impact of revenue recognition on profit, analyzes earnings management and fraud risk from the perspective of external audit, and analyzes dealer arbitrage behavior from the perspective of management. At the same time, from the perspective of external investors, we evaluate the profitability and valuation of enterprises, and put forward optimization suggestions, including strengthening audit supervision, improving internal management and enhancing brand competitiveness.

**[Key words]** new revenue standard; earnings management; dealer arbitrage; fraud

### 引言

近年来,随着消费者对个性化、差异化家电产品需求的增长,小家电市场发展前景大好。然而,在激烈的市场竞争中,企业如何通过多渠道销售模式实现收入增长并确保财务信息的准确性,成为亟待解决的问题。尤其是新收入准则的实施,对收入确认时点、利润核算及财务信息披露带来更多挑战。作为国民创意小家电龙头品牌,小熊电器凭借“差异化、个性化”战略迅速崛起,但其多渠道销售模式下的收入确认时点复杂性、盈余管理风险及经销商套利行为等问题,可能对其财务信息质量及长期发展产生深远影响。

本文围绕小熊电器多渠道销售模式,研究新收入准则下收入确认时点对利润的影响,分析盈余管理及舞弊风险,剖析经销

商套利行为,并从投资者角度评估企业盈利能力。通过案例分析与财务数据研究,本文旨在为家电企业优化收入确认、防范财务风险提供理论支持与实践参考。

### 1 小熊电器发展概况

小熊电器成立于2006年,以“差异化、个性化”战略定位,专注于创意小家电领域,成功避开“美格海”“美九苏”等传统家电巨头的垄断市场,成为国民创意小家电的龙头品牌。其商业模式以长尾布局和创新型小品类为核心,通过线上线下一体化销售网络,满足年轻消费者的个性化需求。小熊电器以“萌家电”为品牌理念,致力于为年轻用户提供高性价比、高颜值、功能创新的小家电产品,覆盖厨房电器、生活电器、个护电器等多个品类,形成了独特的产品矩阵。在销售渠道方面,小熊电器是国内

最早布局电商领域的企业之一,2006年便通过阿里巴巴诚信通平台推广产品,并与淘宝建立战略合作关系。2008年,公司创新性地推出“网络授权经销商”模式,对官方指定的经销商实行“线上授权”,并提供防伪证书,确保渠道的规范性和品牌形象。目前,小熊电器的线上渠道包括线上经销、电商平台入仓和线上直销三种模式,覆盖天猫、京东、拼多多等主流电商平台。随着线上流量红利逐渐见顶,小熊电器开始转战线下渠道,采用线下经销模式,由经销商通过买断方式采购产品,并在商超、药店等场所进行销售,以此规避销售渠道单一的风险。

## 2 收入确认时点对利润的影响

### 2.1 弹性收入确认时点与收入跨期分配

新收入准则的弹性为企业提供了盈余管理空间,管理层可通过调整收入确认时点实现利润调节。小熊电器的销售模式包括线上经销、电商平台入仓、线上直销、线下经销和出口模式,其中线上经销模式分为经销商买断和代发模式。收入确认时点的划分受销售退货与换货问题影响,尤其是线上直销模式支持七天无理由退货,为企业提供了控制利润的空间。例如,企业可通过与经销商协商提前或延后确认收入,以满足当期业绩需求,实现利润平滑或增长<sup>[1]</sup>。

### 2.2 经销商返利政策与成本收入双变动

小熊电器为激励经销商完成销售目标,实施返利政策,通过销售折扣方式降低销售收入,进而影响利润表。根据新收入准则的可变对价规定,企业需按最佳估计数确认可变对价,并在收到经销商款项时将其分摊至“合同负债——销售返利”科目,导致营业收入减少<sup>[2]</sup>。这种返利政策不仅影响当期收入确认,还可能对长期利润产生波动性影响。

### 2.3 交易主体身份明晰与计量方法差异

新收入准则要求根据经销商是否拥有商品控制权判断其身份(代理人或主要责任人),并采用相应方法确认收入。小熊电器的线上直销模式下,企业作为主要责任人采用总额法确认收入;而在经销商买断和电商平台入仓模式下,经销商作为代理人采用净额法确认收入,导致收入延期确认。短期内,净额法下销售收入因扣除退货、折扣等费用而减少;长期来看,收入总额不变,但确认时间延迟增加了营业收入的波动性。

### 2.4 特殊交易与单项履约义务划分风险

新收入准则将电商行业的每笔订单视为一份合同,并需合理分摊交易价格至各项履约义务。小熊电器的线上销售模式中,质保服务被视为单项履约义务,需根据履约进度确认收入。然而,服务延迟或质量问题可能导致收入确认后移,同时质保服务产生的维修成本也会减少净利润。此外,参与电商平台促销活动增加的广告和促销费用,进一步压缩了利润空间。

### 2.5 运输费用跨期结转与利润前移迹象

新收入准则对运输费用的划分更为严格,将已发出但未被客户签收的商品运输费用计入当期主营业务成本;控制权转移后,运输费用构成单项履约义务。在经销商买断和电商平台入仓模式下,运输费用需扣除后确认收入;而在企业作为主要责任人

时,运输费用结转至其他业务成本。未完成的运输服务需确认为合同履约成本,属于资产负债表科目,不影响利润表,导致利润前移。

## 3 盈余管理与舞弊风险分析

### 3.1 盈余管理手段分析

3.1.1 利用收入确认时点粉饰报表。小熊电器在电商平台入仓模式中,收入确认时点为七天无理由退货期满后,与电商平台对账无误后确认收入。这种确认方式与新收入准则下控制权转移时点不符,且对账流程复杂,为企业提供了盈余管理空间。审计人员认为,小熊电器通过延迟收入确认时点,加大了交易核对和审计询问的难度,可能导致利润跨期结转,存在粉饰报表的动机。

3.1.2 通过经销奖励政策操控利润。小熊电器通过向经销商提供销售返利、售后补贴及市场推广补贴等激励措施,并以销售折扣的形式兑现,旨在鼓励经销商增加进货量。这一策略使得企业能够在商品销售给经销商时确认收入,而非等待最终消费者的购买,从而实现利润的前移<sup>[3]</sup>。同时,退回产品的销售折让会在下一期进货中体现,从而平滑了当期的利润表现。审计人员应对此类操作予以特别关注,并在审计报告中进行详细披露。

3.1.3 运输费用成本化前移利润。在新收入准则的框架下,与销售相关的运输费用不再计入销售费用,而是被纳入营业成本。这种在商品控制权尚未转移前就将运输费用计入营业成本的做法,同样会导致利润的前移。此类操作本质上属于盈余管理行为,可能增加财务报表的重大错报风险,进而影响报表的公允性。

### 3.2 新收入准则下的舞弊分析

3.2.1 企业确认角度。新收入准则以合同为基础,要求收入确认满足五个条件,并强调“商业实质”判断。小熊电器的“先用后付”模式可能面临现金流压力,若现金流无法匹配业务进展,收入确认条件将不成立。此外,新准则要求披露收入确认政策、履约进度等详细信息,增加了收入确认透明度,使舞弊行为更易暴露。同时,控制权转移涉及大量会计估计和人为判断,为企业提供了舞弊空间,需财务人员保持职业操守。

3.2.2 事务所审计角度。新收入准则下,审计人员可结合合同商业实质和履约进度核查收入确认合规性。例如,小熊电器营业收入增长但经营活动现金流下降,表明其收入与现金流不匹配,存在重大错报风险。此外,审计人员需严格审核履约进度确认依据,结合实际成本或客户实现价值判断收入确认是否合理。新准则要求企业披露更多信息,审计人员可通过详细资料识别舞弊线索,提高审计效率。

## 4 经销商套利行为

### 4.1 经销商套利原因

4.1.1 过度依赖单一大客户。小熊电器第一大客户销售额占年度销售总额约30%,且呈上升趋势。如此一来会导致其他经销商市场份额和收益较低,可能促使经销商通过其他途径套利以获取更多利润。

4.1.2 经销商内部控制缺失。部分经销商内部内控制度不完

善,销售环节监管不严。复杂的部门设置和监管漏洞为经销商套利提供了机会,损害企业利益,影响长远发展。

4.1.3信息不对称风险。经销商比企业掌握更多销售和市场信息,这种信息不对称使经销商可能通过隐瞒、虚增销售量或销售额等方式获取销售补贴,牺牲企业利益谋取私利。

4.1.4企业管理不到位。小熊电器销售费用逐年增长,占营业收入比重从2018年的14%增至2022年的17.72%,远高于管理费用和研发费用。企业对特殊折扣缺乏有效内控,缺乏对经销商进行合规尽职调查或培训,经销商套利几率大大提高。此外,小熊电器采用的富润系统仅管理部分销售模式,无法全面掌控经销商订单、物流和信息,数据完整性和及时性难以保证。互联网环境复杂,支付系统安全性不足,进一步增加了信息泄露和审计证据失效的风险。

#### 4.2经销商套利手段

4.2.1虚报实际销售情况。经销商为完成年度销售目标,虚增销售额或销售量以获得更多销售返利。同时,通过操纵退货率保持在特定范围内,或虚报退货率,获取售后补贴和奖励。

4.2.2倒卖产品。在线上经销和线下经销模式下,经销商对商品控制权过高,可能以更高价格倒卖产品赚取差价,或将产品分拆作为零部件销售,实现套利。

4.2.3过度推广。公司对经销商市场推广活动给予补贴,主推产品补贴力度更大。部分经销商为获取补贴,过度开展推广活动或仅推广主推产品,忽视其他产品营销。此外,经销商可能与推广商勾结,虚报推广活动费用以套取补贴。

### 5 盈利能力评估

在新收入准则下,收入确认方式的变化可能影响企业当期收入和利润的确认,进而影响盈利指标,甚至为利润操纵提供空间,损害投资者利益。因此,投资者需从多角度综合评估企业盈利能力。

小熊电器2018-2022年的财务数据显示,其盈利能力总体呈上升趋势,经营状况较为稳定。利润总额从2.39亿元增长至4.55亿元,营业收入从20.41亿元增至41.18亿元,2022年同比增长14.18%。净利润从1.86亿元增至3.86亿元,毛利率稳定在32.51%至36.45%之间,表明公司盈利能力持续且良好。基本每股收益从2.06元增至2.47元,2020年达到峰值2.74元,2021年回落至1.82元后,2022年再次回升,显示公司盈利能力虽有波动但总体呈上升趋势。

与传统老牌家电企业——九阳电器相比,小熊电器的盈利能力表现优异。净资产收益率从2018年的50.55%下降至2022年的17.42%,但近五年均高于九阳电器(除2021年),表明其股东资本运用能力较强;销售净利率从9.09%增至9.37%,2020年上市后增幅显著,2021年因营销支出增加回落至7.86%,但整体高于九阳电器,显示其产品销售能力较强。总资产利润率从20.75%下降至9.09%,2022年回升,优于九阳电器的6.70%,表明公司通过调整产品结构、推陈出新,提升了资产利用效率。

在新收入准则的框架下,盈利信息的可持续性以及核心盈利能力指标的分析尤其重要,而小熊电器近年来展现出稳健的盈利能力,与传统龙头企业相比都不逊色,小熊电器未来发展前景呈良好势头。

### 6 建议

#### 6.1审计视角下的优化建议

6.1.1落实收入五步法,优化审计质量。加强审计人员培训,加深对新收入准则中的五步法模型的理解,加强与企业管理者的沟通,确保审计报告真实反映企业收入状况,降低审计风险。

6.1.2收入舞弊识别方法,降低审计风险。通过深入分析现金流量与净利润之间的关联性,以及收入确认的时间间隔等异常指标,可以有效识别潜在的舞弊行为,从而确保财务报告的公允性、真实性和合规性。

6.1.3对潜在收入造假保持高敏感性。审计人员应时刻保持职业谨慎性,对企业是否存在提前确认收入或虚增利润的行为保持高敏感性,防止出现因收入造假而导致审计失败。

#### 6.2内部管理者视角下的优化建议

6.2.1构建数字化渠道商服务管理系统。通过整合产品、库存、财务等管理模块,建立数字化渠道商服务管理系统,以此实时监控经销商行为,信息透明度提高,减少套利行为可操作性。

6.2.2建立严格的经销商管理制度。加强价格管理,建立经销商信用体系,完善投诉机制,对特殊折扣实施内控审批和审计,防止经销商套利行为。

6.2.3提高品牌知名度和美誉度。加大品牌宣传力度,增强消费者对品牌的信任,减少因经销商套利导致的负面影响。

6.2.4提升经销商的核心竞争力。为经销商提供合理的利润空间,避免过度依赖单一经销商,帮助其提升竞争力,实现厂商与经销商的双赢。

### 7 结语

本文以小熊电器为例,探讨了新收入准则下多渠道销售模式的收入确认时点对利润的影响。研究发现,收入确认时点的选择不仅会影响利润水平,还可能引发盈余管理风险,经销商套利行为也可能威胁财务信息质量。小熊电器的案例为家电行业提供了参考,企业要重视优化收入确认流程,强化内控与审计监督以及平衡短期利润与长期发展,从而实现可持续增长。

### 【参考文献】

[1]陈平.小熊电器:创意萌家电逆袭“红海”的秘密[J].中国商界,2020,(09):84-89.

[2]杨博文.新收入准则对格力电器的影响研究[D].北京交通大学,2021.

[3]侯子兴.新收入准则下基于外部审计视角的企业盈余管理分析——以XX电器为例[J].齐鲁珠坛,2022,(02):1-5.

### 作者简介:

张力(2001--),男,汉族,广西玉林人,硕士研究生在读,企业财务会计。