

不同众筹模式下的会计处理探讨

张 灿

【摘要】 众筹作为新经济环境下的特定产物,其类型繁多,不仅能为企业提供新的融资渠道,也能为企业推广产品、开拓市场份额提供新的营销平台。但现行会计准则并未对其实务中的会计处理予以规范指导,使其在现实应用中的账务处理缺乏参考依据。通过分析捐赠式众筹、债权式众筹、股权式众筹、回报式众筹四种众筹模式的特征、投资回报方式等,依据已有的会计准则规范,对众筹发起者在不同众筹模式下的会计实务处理进行探讨,以期为其会计处理实务提供借鉴。

【关键词】 捐赠式众筹; 债权式众筹; 股权式众筹; 回报式众筹; 会计处理

【中图分类号】 F234

【文献标识码】 A

【文章编号】 1004-0994(2017)31-0051-5

一、引言

众筹(Crowd Funding)是指资金募集者通过网络平台以团购或预购的形式,依靠大众力量募集资金的创新融资模式。其最早起源于美国,2011年国内首家众筹网站——“点名时间”成功上线,标志着我国众筹业的开端。众筹将大众群体或机构投资者的闲散资金聚集,为有创造力但缺乏资金的募集者提供资本支持,是互联网时代对社会闲散资本重新配置的创新融资模式。该模式的出现颠覆了传统融资模式的思路,具有显著的优越性,有效缓解了传统融资模式“融资难”“融资贵”的难题,为企业或个人摆脱融资困境提供新方向的同时,也为企业或个人开展产品营销提供了新思路。

具体而言,首先,借助于互联网强大的数据搜集和分析能力,众筹平台投资者可以轻易获取众筹发起者发布的项目介绍、产品销售状况和产品市场前景等信息,以有效评估其投资价值、信用等级和还款能力,简化了传统融资模式中诸多繁杂程序,进而有效降低了融资成本,加快了资金筹措速度。其次,开放的网络环境极大地扩展了融资范围,众多内部控制不健全的中小企业或个人群体可以借助众筹平台发布项目信息以吸引大众群体的投资兴趣。只要大众群体对发布的项目感兴趣,即使其不存在投资价值或市场前景,大众群体也会以“献爱心”的方式给予资金支持,点滴汇聚就能形成庞大的启动资本。众

筹彻底摆脱了传统融资模式以市场价值和前景为融资前提的禁锢,有效解决了融资难的窘境。最后,众筹平台的兴起不仅可以帮助个人或中小企业顺利完成筹资目标,其也被视为中小企业或个人推广新产品、推销旧产品、开拓市场份额的新兴营销平台,尤其是在产品众筹模式下商家借助“预售+团购”的方式销售新产品或库存产品,其筹资目标也可被视为营销目标,筹资平台亦可被视为营销平台。由此可见,众筹平台充分利用了互联网时代的优势,凭借筹资范围广、筹资费用低、门槛低、筹资与营销相结合等特征,有效改善了当前融资困境,正式开启了“草根”金融时代。

2015年9月26日,国务院发布的《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》明确提出:“汇众资,促发展”以鼓励众筹业发展,倡导通过互联网平台向社会募集闲散资金以扩宽企业融资渠道、促进企业健康成长。随后,以众筹网、京东众筹、淘宝众筹、人人投等为代表的几十家众筹平台相继上线。但众筹平台的快速发展加之众筹模式的多样化,不仅不利于市场秩序的稳定和金融监管,也为众筹发起者的会计处理带来了巨大挑战。尤其是众筹作为新经济环境下的特定产物,涉及类型繁多,而会计准则未能及时对不同众筹模式下众筹发起者的会计处理予以规范指导,使其会计实务处理缺乏参考依据。基于此,本文结合不同众筹模式的发展现状,分析其经济实质,并依据已有的会计准则规范对众

筹发起者在不同众筹模式下的会计处理进行探讨,以期为企业会计实务处理提供参考与借鉴。

二、众筹模式概述

按照投资者在众筹参与过程中扮演的角色和要求的投资回报,可将众筹划分为四种基本模式:捐赠式众筹、债权式众筹、股权式众筹和回报式众筹。在捐赠式众筹模式下投资者不要求回报,属于公益性质的赞助行为,而在其他三种众筹模式下投资者都要求获得必要的回报,但其要求的回报内容和扮演的角色存在差异。债权式众筹和股权式众筹模式下投资者要求获得金融类回报,如现金、利息、股权或证券等;回报式众筹模式下投资者获取的不是金融类回报,而是产品或服务回报(详见图1)。

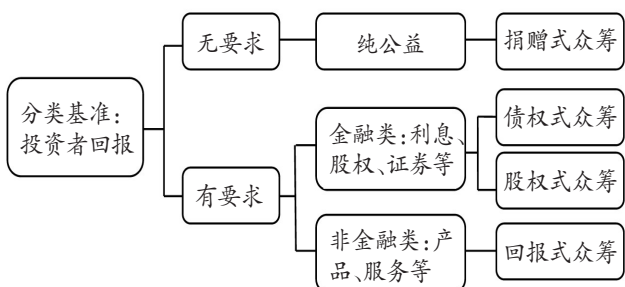


图1 众筹基本模式分类

(一)捐赠式众筹

捐赠式众筹(Donate-based Crowd Funding)主要是指公益性组织或个人为开展公益项目而通过众筹平台向大众群体筹集“善款”,以达成筹资目标的融资模式。与其他众筹模式相比,该众筹模式最大的特点是无偿性,众筹发起者以正义慈善或完成共同愿望为基础,唤起大众关注公益项目的热情,激发大众的社会责任感,使其自觉参与到公益资金捐赠行列中。而捐赠者的动机是纯社会性的,希望慈善项目发挥特定的社会效用而不要求投资回报。例如,“山城宝贝的保护伞”“残疾儿童助养”“壹基金温暖包”等公益项目都是采用捐赠式众筹模式为社会特殊群体募集爱心基金。

(二)债权式众筹

债权式众筹(Lending-based Crowd Funding)主要是指通过在互联网金融平台,即P2P(peer-to-peer)借贷平台发布筹资信息以吸引大众群体闲散资金并汇聚成资金池,放贷给有资金需求的企业或个人,众筹发起者按照约定的投资回报率、付息方式及投资期限,按时偿本付息。按融资目的的不同,可将债权式众筹划分为两类:一类是以直接融资为目

的的债权式众筹,即众筹发起者就是债务人,承担偿债责任并到期还本付息;另一类是以债权转让为目的的债权式众筹,即众筹发起者将自身所持债权转让给其他投资人,通过将所持债权拆分成标准份额后借助P2P平台转让给众多散户投资者,由投资者享受该项债权后期的利息收益并收回本金,众筹发起者通过转让债权以增强自身现金流量充足性,降低资金流动性风险。但是对于转让债权的本金众筹发起者负有连带责任,即如果债权到期债务人无法按期偿还本金,众筹发起者应承担投资者的损失。

由债权式众筹具有发起者承诺的投资回报率远高于银行同期存款利息、投资赎回交易便捷、投资门槛低、形式灵活等优势,债权式众筹平台的发展规模也从2011年的214家发展到2016年的2202家,涌现出一批以人人贷、宜人贷为优秀代表的债权式众筹平台。债权式众筹平台的野蛮生长不仅给金融监管带来了挑战,也为实务中的会计处理增加了难度。

(三)股权式众筹

股权式众筹(Equity-based Crowd Funding)是指众筹发起者将融资项目信息、发展规划、股权认购、分红方案和融资金额等信息发布于众筹平台上,由通过实名认证的投资者进行股份认购完成融资目标,具有投资范围广、风险高、收益大、融资成本低等鲜明特征。该模式下投资者可以获得众筹项目的股权,有权依据投资金额在未来期间获得股利分红,是众多高新技术企业和初创型企业首选的融资方式。

按照投资者要求回报及权利的不同,股权式众筹可划分为凭证式、会籍式和天使式三种具体类型。其中凭证式股权众筹类似于“优先股”,是投资者作为众筹项目股东的身份凭证,具有某些约定事项的优先权,也可以参与项目后期的现金分红,但不具备众筹项目的经营管理权;会籍式股权众筹是指投资者为了获得更多人脉和资源而进行股权投资,成为股东后可以向周围优秀的创业者或投资人学习;天使式股权众筹多见于高科技创意项目,天使投资人因看好众筹项目的市场价值和发展潜力而进行股权投资。

相比于发新股或配股进行股权融资,股权式众筹以投资门槛低、吸引力强、不以项目商业价值高低为唯一标准等优势,为诸多新兴创业公司和高科技企业提供了广阔的融资渠道,也成为国家解决传统融资难题、完善资本市场、促进经济增长的新型融资模式。2015年7月国务院颁布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》明确指出:在遵守法律法规

的前提下鼓励发展股权众筹融资,以拓宽初创企业融资渠道。该指导意见也成为促进国内股权式众筹平台健康发展的政策保障。截至2016年年末,以天使汇、天使客为代表的337家平台提供股权众筹业务,融资规模超过220亿元。

(四) 回报式众筹

回报式众筹(Reward-based Crowd Funding)是指众筹发起者承诺给投资者一定的投资回报以吸引其投资众筹项目顺利完成融资目标。该模式下承诺的回报主要是指商品或服务等非货币性商品,如果承诺支付货币性回报则属于债权式众筹或股权式众筹。该模式具体可分为三个阶段:首先,众筹发起者提出众筹项目申请,众筹平台对发起者的项目内容、申请资格及回报方式等信息进行审核。其次,众筹平台审核通过后,众筹项目上线,众筹融资活动开始。但该活动具有时效性,即:若在规定众筹期限内无法达到预定的融资金额,则众筹失败,项目将自动取消,所筹金额也会原路退还给投资者;如果众筹期限届满时筹集的资金达到或超过预期融资金额,众筹平台在按约定扣除相关服务费后,先将50%的融资资金拨付给众筹发起者。最后,等到众筹发起者按照约定的承诺给予投资者回报后,平台再将剩余50%的融资金额退还给众筹发起者。

例如乐视推出的乐视TV众筹项目,只要投资者预先支付6999元以支持该项目完成融资目标后,就可以获得市场价值在1.5万元左右的乐视超级电视X60,凭借创意性的回报式众筹融资模式,乐视在1个小时内就完成了7000万元的融资目标,成为当年回报式众筹应用的典范。借助回报式众筹模式,乐视不仅顺利完成了融资目标,还实现了产品营销、市场份额扩展,为自身赢得市场与口碑的同时树立了良好的企业形象,实乃“一箭双雕”。

根据以上分析,总结出四种众筹模式的特征、投资回报、投资风险等,具体如表所示。

四种众筹模式之间的比较

众筹模式	捐赠式众筹	债权式众筹	股权式众筹	回报式众筹
主要投资者	大众	大众、机构投资者	机构投资者	大众
众筹特征	无偿性	回报高、门槛低等	风险大、回报高等	营销效果好、成功率高等
投资回报	无回报	投资利息	现金股利	产品或服务
投资风险	小	小	大	小
代表平台	轻松筹、腾讯公益	人人贷、宜人贷	天使汇、天使客	京东众筹、淘宝众筹

三、不同众筹模式下会计处理分析

(一) 捐赠式众筹会计处理

从捐赠式众筹所获资金及经济实质来看,其与企业接受第三方捐赠所获的捐赠利得没有本质差别,因此该类众筹模式下所募集的资金应参照会计准则有关“营业外收入”的会计核算进行处理。即:众筹发起者将所筹资金总额视为捐赠利得,确认为营业外收入,而众筹平台并非金融机构,其收取的服务费更像是佣金且承担的功能也类似于资金管理,因此应将支付给众筹平台的服务费确认为管理费用,应借记“银行存款”“管理费用”科目,贷记“营业外收入——捐赠利得”科目;如果捐赠者不仅给予资金支持,还捐赠非货币性资产,众筹发起者应参照所获非货币性资产的公允价值确定其入账价值,无法获取公允价值就参照类似非货币性资产的活跃市场价格或采用估值技术确定其入账价值,借记“银行存款”“固定资产”及存货类科目,贷记“营业外收入——捐赠利得”科目。

(二) 债权式众筹会计处理

债权式众筹就是对投资方将闲散资金贷给众筹发起者,众筹发起者按照约定的投资回报率和投资期限向投资者还本付息。众筹发起者筹资目的不同,其会计处理也存在一定差异(详见图2)。

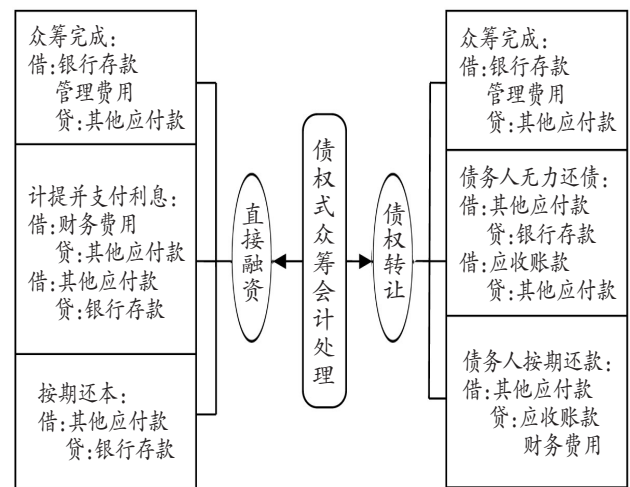


图2 债权式众筹会计处理思路

众筹发起者通过债权式众筹平台进行融资,融资金额应当确认为负债,但是不能通过“短期借款”或“长期借款”科目来反映。因为会计准则规定,只有向银行等传统金融机构借入的各种款项才能在“短期借款”或“长期借款”科目中反映,而债权式众筹平台是互联网经济下的特定产物,不能将其认定为金

融机构,因此通过该平台借入的资金应通过“其他应付款”科目反映。如果众筹发起者是筹资债务人,其偿还债务本金及利息时,应将筹资总额确认为负债,将支付给债权式众筹平台的服务费确认为管理费用,即应借记“银行存款”“管理费用”科目,贷记“其他应付款——众筹平台(初始成本)”科目。若约定按月支付利息,到期一次还本,则众筹发起者应按月计提财务费用并支付投资者利息,计提财务费用时,借记“财务费用”科目,贷记“其他应付款——众筹平台(利息)”科目;实际支付利息时,借记“其他应付款——众筹平台(利息)”科目,贷记“银行存款”科目;投资期限届满时众筹发起者应按时偿还本金,借记“其他应付款——众筹平台(初始成本)”科目,贷记“银行存款”科目。若约定的付息方式为到期一次还本付息,众筹发起者也应按月计提财务费用,借记“财务费用”科目,贷记“其他应付款——众筹平台(利息)”科目;投资期限届满时,众筹发起者一次还本付息,借记“其他应付款——众筹平台(初始成本)”“其他应付款——众筹平台(利息)”科目,贷记“银行存款”科目。

如果众筹发起者的融资目的是将自身所持债权受让给其他投资人,以降低自身流动性风险。其相当于将应收账款通过债权式众筹平台抵押出去进行融资且附带追索权,此时众筹发起者不能将筹资金额与应收债权相互抵销,而是确认为一项新的负债,仍通过“其他应付款”科目反映。当众筹发起者收到融资金额时,其会计处理与自身作为债务人进行融资时的会计处理一样。如果众筹发起者转让的债权到期,债务人能够按期还本付息,众筹发起者应从平台筹集的资金与债权到期时的本息总和之间的差额确认为财务费用,借记“其他应付款——众筹平台(初始成本)”科目,贷记“应收账款(本息总和)”“财务费用”科目。如果众筹发起者转让的债权到期,债务人无力还本付息,此时众筹发起者应承担连带责任并赔偿投资者损失,借记“其他应付款——众筹平台(初始成本)”“其他应付款——众筹平台(利息)”科目,贷记“银行存款”科目,同时增加对转让债权的应收金额,借记“应收账款”科目,贷记“其他应付款——众筹平台(初始成本)”“其他应付款——众筹平台(利息)”科目。

(三) 股权式众筹会计处理

采用股权式众筹进行融资,众筹发起者从投资者处获得原始资本,而投资者也成为众筹项目的股东。其经济实质与现行会计准则中实收资本的会计

处理一致,即实收资本代表企业资金来源,反映所有者对众筹项目的初始要求权。因此,当众筹发起者收到投资者投入的原始资本时,应确认为实收资本,将支付给众筹平台的服务费计入管理费用,即借记“银行存款”“管理费用”科目,贷记“实收资本”科目,如果投资者出资额超过约定资本所占份额,其差额贷记“资本公积——资本溢价”科目。如果投资者还投入了非货币性资产,众筹发起者应参照所获非货币性资产的公允价值确定其入账价值,无公允价值可参照类似非货币性资产的活跃市场价格或采用估值技术确定其入账价值,借记“无形资产”“固定资产”及存货类科目,贷记“实收资本”“资本公积——资本溢价”科目。众筹项目盈利后发起者决定实施现金分红,应借记“利润分配——应付现金股利”科目,贷记“应付股利”科目,实际支付现金股利时应借记“应付股利”科目,贷记“银行存款”科目。

(四) 回报式众筹会计处理

回报式众筹是四种众筹模式中应用最广泛、最受投资者喜爱的众筹模式。该模式下众筹发起者虽是以融资为目的,但该过程还涉及产品或服务的销售问题,是融资过程中的附加销售,因而该模式下的会计处理也最为复杂。由回报式众筹模式的具体流程可以看出,其属于投资者先行预付货款,等达到预期融资目标即众筹成功后,众筹平台先支付一半的融资金额,待众筹发起者兑现回报承诺后,平台再支付另外一半融资金额;如果众筹失败则资金原路退还给投资者,平台仅向众筹发起者收取服务费,所以一旦众筹失败就不存在后续业务,众筹发起者也只需针对服务费进行会计处理,借记“管理费用”科目,贷记“银行存款”科目。而当众筹成功后,众筹发起者就要按照回报式众筹流程和不同档次的筹资条件分别进行会计处理。考虑到回报式众筹会计处理的复杂性,本文以具体案例进行分析说明。

例:2017年1月1日,甲公司想要研发新产品但缺乏必要的启动资金,因此甲公司借助淘宝众筹平台发布了众筹信息并签订了服务协议,协议约定众筹期限为30天,筹资最低金额为10万元,平台按照筹资总额的1%收取服务费,同时约定筹资结束后将所筹金额的50%打到甲公司银行账户,剩余50%等到甲公司履行承诺回报后再支付。甲公司共设定了两档支持条件:①支持10元,名额2000个,到期抽取100名支持者,每人赠送A产品一台(市场价值300元,成本150元);②支持100元,名额1000个,支持者每人可获得B产品一台(市场价值100元,成本80

元)。由于甲公司在行业内具有良好的客户基础和口碑,2017年2月1日甲公司成功募集了12万元($2000 \times 10 + 100 \times 1000$),众筹成功。

1. 2017年2月1日,甲公司虽然达成融资目标,但第一档投资者支持的2万元具有投机性质,其实质是通过10元投资赢得300元的A产品,并非为了购买行为而预付货款,因此众筹发起者不能将其视为预收账款进行核算,而应通过“其他应付款——债权式众筹平台”科目加以反映。第二档的10万元属于典型的投资者预付货款,众筹发起者收款后再发货,可以通过“预收账款”科目核算,按照协议约定,淘宝众筹平台应收12000元的服务费,剩下的108000元分两次支付给发起者,众筹期满时先支付50%筹资额,会计处理为:

借:银行存款	54000
其他应收款——淘宝众筹	54000
管理费用	12000
贷:预收账款	100000
其他应付款——淘宝众筹	20000

2. 当甲公司履行第一档回报承诺时,即从第一档投资者中抽取100名赠送A产品,按照税法规定,赠送的A产品应视同销售,核算其收入、成本的同时计算缴纳增值税。此时甲公司应确认的主营业务收入为25641元($300 \times 100 / 1.17$),结转的主营业务成本为1.5万元(150×100),应缴纳的增值税销项税额为4359元($300 \times 100 / 1.17 \times 17\%$),但第一档投资者的众筹金额2万元与赠送A产品视同销售确认的主营业务收入之间的差额的性质该如何认定?由于回报式众筹具有融资与营销的双重属性,因此该项差额既可以认定为因融资产生的财务费用,也可认定为因营销产生的销售费用。但结合甲公司众筹的本质来看,通过向投资者赠送公司库存产品进行融资,其实质是将产品“预售”给投资者,而投资者支持的“投资额”本质上是购买商品的预付款,因此甲公司本次回报式众筹中营销动机大于融资成分,将众筹

金额与视同销售确认的主营收入之间的差额确认为销售费用更为合理。其具体会计处理为:

借:其他应付款——淘宝众筹	20000
销售费用	10000
贷:主营业务收入——A	25641
应交税费——应交增值税(销项税额)	4359
借:主营业务成本——A	15000
贷:库存商品	15000

3. 当甲公司履行第二档回报承诺,向每位投资者赠送一台B产品时,应确认的主营业务收入为85470元($100 \times 1000 / 1.17$),结转的主营业务成本为80000元,应缴纳的增值税销项税额为14530元($100 \times 1000 / 1.17 \times 17\%$),会计处理如下:

借:预收账款	100000
贷:主营业务收入——B	85470
应交税费——应交增值税(销项税额)	14530
借:主营业务成本——B	80000
贷:库存商品	80000

4. 当甲公司履行完对第一档和第二档投资者的承诺回报时,淘宝众筹平台按照协议约定将剩余50%的众筹资金转入甲公司银行账户,应进行的会计处理为:

借:银行存款	54000
贷:其他应收款——淘宝众筹	54000

主要参考文献:

毛丽娟,郑清华.产品预售众筹模式下的会计处理探讨[J].财会通讯,2017(1).

吴东才.企业涉互联网金融业务的会计处理[J].财会月刊,2015(5).

王光岐,汪莹.众筹融资与我国小微企业融资难问题研究[J].新金融,2014(6).

作者单位:北方民族大学商学院,银川750021