

浅谈电子商务对促销方式的改进

付蔚蔚

山东英才学院

[摘要]电子商务平台是为企业或个人提供网上交易的平台,我们熟悉的有天猫、京东、拼多多、淘宝、唯品会、苏宁易购等,作为一种新型商贸活动,已广泛渗透到我们生活的各个领域,成为不可缺少的一部分。电商平台创造了一种新的商业模式,在营销策划、促销手段方面也不断创新,文章论述了电子商务模式下促销方式的变化和改进措施,仅供参考。

[关键词]电子商务;促销;方法;措施

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.11.1906

一、引言

我国电子商务2019年的交易额为34.81万亿元,较上年增长6.7%,其中商品类的交易额25.5万亿元,较上年增长5.3%,由于入网人数和电商商品类型的不断增多,以及直播带货的兴起,电商交易在未来将会继续保持快速增长。促销作为一种在电商行业常见的扩大销售量的方式,为该行业吸引客户、扩大销售额、带动经济发展起到了举足轻重的作用。

二、相关理论

(一) 电商直播

所谓的电商直播,就是借助互联网媒介,通过视频直播的形式,售卖商品的一种新型销售渠道。换句话说,是电子商务这种线上渠道在进化过程中出现的一种新业态新模式。电商直播诞生于2016年,淘宝和蘑菇街上线直播购物功能,正式拉开我国电商直播的序幕。

(二) 农产品直播带货

所谓的农产品直播带货,指的就是通过电商直播的形式去售卖农产品,它打破了由农户连接经销商,经销商连接消费者的传统销售模式,打通了由农户直接连接消费者的新型销售模式,开辟了农产品销售的新纪元。

三、主要促销方式

从会计的角度讲,这些层出不穷的促销活动在新准则下给企业收入的确认带来了许多困难,不同的促销行为可能代表着不同的业务实质。文章梳理了电商平台中最为典型的三种促销行为来进行总结阐述,具体如下。

(一) 优惠券

优惠券是一种常见的营销推广工具,关于如何进行会计处理目前有两种观点:一种观点是,订立合同时暂不做处理,在消费者实际使用优惠券时,直接抵减售价,按实际收款额确认收入。另一种观点是,发放优惠券时先确认为销售费用和预计负债。

预计负债是由或有事项发生与否的可能决定的。对于电商平台赠送客户优惠券,赠送时就承担了客户消费时给予“折扣”抵减货款的“现时义务”;是否确认预计负债取决于该义务是否“很可能”发生,根据可靠的经验数据判断,当发生的可能性为(>50%, ≤95%),而且能够合理预计使用“折扣”的金额时,可以确认预计负债。如果不能同时满足,为或有负债,则不需要进行会计核算,仅在报表附注披露(除极小可能(≤5%, >0)以外的)。

(二) 买赠

买赠是卖家为了促进销量,对购买达到一定额度的客户送赠品的一种促销方式。

例:消费者从某商家购买一双鞋,售价800元,赠送一个背包,背包的单独售价是200元。

采用五步法模型分析:

第一步,买家下单并付款,表明该项合同成立。

第二步,识别合同中的商品和赠品明确可以区分,属于两个单项履约义务。

第三步,价格确定,即800元。

第四步,按照各项履约义务所承诺的商品的单独售价的相对比例,将交易价格分摊至两个单项履约义务:

鞋的售价=800×800÷(800+200)=640元

包的售价=800×200÷(800+200)=160元

第五步,对于电商销售而言,一般会给消费者“七天无理由退换货”等退换货的选择权,买家提交订单并付款,通常表明卖家负有按约定向买家发货的义务,所以,卖家收款确认为“合同负债”较为合适。只有买家最终签收并“确认收货”时,“鞋”和“包”控制权才属于买家,卖家方可确认收入。

需要注意的是,何时触发增值税纳税义务?提交订单且付款时点,款是由平台暂管,并不属于卖家,卖家并没有真正收到货款,此时没有触发增值税纳税的义务发生。买家最终签收并“确认收货”时点,交易才真正完成,判断此时触发增值税纳税义务较为合理。

以上我们举了发放优惠券、满额减、赠送商品的促销方式,类似的还有抵现红包、梯度折扣等,以及这些优惠的叠加,都是典型的商业折扣。需要注意的是,采用折扣方式销售商品,商品和折扣必须开在同一张发票上,方可按照折扣后销售额计征增值税;如果商品价格和折扣额分别开具发票,折扣额在计缴增值税时不予认可,计征增值税时不能减除折扣。

(三) 砍价

是指客户购买了某种产品,可以通过邀请好友来登录该平台为其减免部分或全部商品价格的促销行为。如拼多多平台的“砍价免费拿”活动。

虽然这些促销行为给消费者带来了许多好处,却给电商平台和企业收入确认过程中带来了重重困难。此外,新收入准则对于这一系列促销方式的指引条款也比较少,企业需要甄别出各种促销行为在CAS-14下所反映的业务实质,在正确的时点以及选择合理的确认金额来确认收入,从而提供更加透明、更加可靠的收入信息。

四、电子商务对促销方式的改进措施

(一) 砍价方式改进

CAS-14规定,企业在确定交易价格时,应考虑可变对价、存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。砍价的形式在于需要邀请到新的客户,其作为老客户带来的新的客户关系,能否作为一种在交易时需要考虑的非现金对价,如果能,该非现金对价该如何可靠的计量,如果不能,该如何确认。如果将其确认为非现金对价,那么该客户关系是否满足资产的定义而计入无形资产,但是根据资产的定义,该客户关系不一定为平台所拥有或控制,根据确认条件,其能否给企业带来经济利益具有很大的不确定性,因此其并不能可靠的计量。从该业务的实质出发进行分析,平台设立“砍价”项目的目标,考虑的首先是引流,通过客户带来的新客户点击,该平台获得到了关注度和流量。客户以较低的对价交易到了产品,平台以流量占领市场,这种新颖的营销模式实现了双赢。平台利用各客户之间形成的良性互动而获得利益。明确了其本质后,文章认为,其不应属于客户支付的非现金对价,而应属于平台的宣传推广费用,在进行确认时计入企业的销售费用。

(二) 规范市场制度

中央政府相关部门应该尽快制定并且完善相关的法律法规,地方各级政府也应该严格执行相关的法律法规,确保各项法律法规的落实,切实做到:第一,清晰划分好不同地区农户各自的经营种类,对于生产经营同种类农产品的农户,要采取相应的措

施,减少各自恶性竞争、扰乱市场秩序的行为;第二,针对各大平台上的直播带货行为,如果发现虚假宣传或者其他违法违规行为,要按照相关的法律法规进行严惩,提高直播带货违法成本,净化行业风气,维护消费者合法权益,提升消费者的购买信心;第三,要建立直播平台负责制,对农产品直播带货平台实施名单化管理,做到遇事可追溯,提高平台的责任感,督促平台加强自身的有效管理;第四,完善各项农产品退换货制度,既要保障农户的利益又要保护消费者的合法权益。

(三)健全物流运输网络

从国家层面来看,政府应该继续加大基础设施建设的投入,并且可以向偏远地区倾斜,逐步完善偏远的农村地区的交通道路建设,实现“村村通”的目标,还应该构筑适合中国国情的农产品冷链物流体系,例如以加工企业为核心,构建多元一体化的农产品冷链物流体系;利用第三方物流,建设跨区域的农产品长途冷链物流体系。从企业层面来看,以京东、顺丰、四通一达为代表的各大物流公司可以尝试与一些农户或者农业地区进行合作,由农户负责提供需要运输的农产品,物流公司负责提供基础设施以及网点来供农产品交易流通,双方各取所需,共同推动农产品物流运输的发展。

(四)会员价改进

根据CAS-14第四十条规定,“企业在合同开始日向客户收取的无须退回的初始费(如入会费等)应当计入交易价格。企业应当评估该初始费是否与向客户转让已承诺的商品相关。如果与向客户转让已承诺的商品相关,企业应当在转让商品时,按照分摊至该商品的交易价格确认收入。平台获得的会员费收入与未来要转让的商品有关,且该会员费承诺了一定的折扣优惠,即平台在会员受益期以低于非会员价的价格向会员销售商品。因此收取的会员费需要根据履约义务的完成情况,按照一定比例确认为收入。

此外,2018年修订的企业会计准则指南中规定,客户缴纳的会员费能使其在会员期内以折扣或优惠价格获得商品或者服务时,平台应在整个受益期内分期确认会员收入。

因此文章认为企业可以将会员费收入先确认为递延收益,而在整个会员有效期内根据企业履约义务的完成按一定比例摊销会员费收入。当客户在会员有效期内进行消费时,使用了会员抵扣权益,该权益是企业承担的现实义务,其未来在使用时会导致企业经济利益的流出,并且由于未来可抵扣的金额基本确定,因此电商平台在开始应将其作为一种预计负债。此外,该抵扣权益鼓励了客户进行消费,同时应将其计入本期的销售费用,等到实际使用时再冲减相应的预计负债。

结束语

综上所述,电商平台的各种促销方式作为一种正当竞争手段,对活跃市场有着积极的作用,方式不同,电商行业财会人员也应与时俱进,及时学习政策和准则的相关知识,同时保持一定的职业判断,执行好核算和监督职能,从而为积极推动我国电子商务行业的发展做出贡献。

参考文献:

- [1]吴瑛莉,潘青仙,杜美丹,赵剑波,刘承良,毛田宇. DJ公司农产品电子商务运营模式研究[J]. 农业开发与装备, 2021(01): 93-95.
- [2]赵心依. 竞争性供应链定价与促销决策研究——基于B2C电子商务平台下价格竞争的情形分析[J]. 价格理论与实践, 2020(05): 121-124.

作者简介: 付蔚蔚(1983.11—),女,山东济南市,汉族,硕士研究生学历,电子商务方向。

(上接第3556页)

常追求新鲜感。如果对话教学在形式上总是换汤不换药,小学生的学习兴趣必然会越来越低。因此,教师要认识到对话教学的趣味性和教育性都是必不可少的,应该让学生在对话练习中边玩边学,感受英语对话的魅力。

例如,教师仍然可以采用先于学生进行沟通交流的方式,确定一个大家都比较熟悉、感兴趣,而且能力水平足以支撑的对话话题。随后,教师将学生分为小组,让每个小组自行创建一个情景剧,在情景剧中对话,最后要上台表演,大家共同评比,看谁表演得最好。而且在讨论创建对话和分配角色的过程中也要尽可能地使用应用,不知道怎么说的的时候可以请求教师的帮助。这样就将一般的对话练习和新鲜有趣的表演游戏结合了起来,而且在表演之后的评比中仍然可以进行英语对话,极大地拓展了对话练习的时间与空间。

(六)注重对话的实践应用

在小学英语课堂上,教师的教学工作要以教材为核心。但是教师也要注意,教材只是教学的工具,不能因为教材而束缚了师生的发挥。所以在必要的时候,教师要对教材内容进行大力扩展,或者引入教材中没有明确提到的话题,只要这些话题能够起到锻炼学生英语实践应用能力的效果。学生的实际学习水平及其对自身英语对话能力素养提升的需求,才是教师在开展对话教学时应该遵循的最根本的原则。

例如,在周五的时候,教师可以设置一个有关周末个人计划的对话课题。这次不再采用小组互相讨论的方式,而是让学生在课堂上按照一定的顺序用英语来“采访”同学,然后将自己得到的情况记录下来,经过整理后再随机挑选几名同学将自己的调查整理结果用英语表达出来。学生的每次“采访”,其实都与他们的日常生活经验紧密相关,因为小学生本来就喜欢在周末和同学一起玩耍,彼此询问周末计划是经常发生的事情。在以后的生

活中,教师则更要鼓励他们记住此次对话练习的经验,可以尝试通过英语来完成该领域的交流。

三、结语

综上所述,开展小学英语对话教学,可以有效提升学生的英语表达能力和英语应用能力,因此在当前的小学英语教学中逐步普及和应用,但是在具体应用过程中也存在一定的问题,导致对话教学很难发挥应有的功效。文中已经对此进行了深入探究,也提出了小学英语对话教学的应用策略,期望能显著提升当前小学英语教学效率和质量,培养出更加优质的语言类人才。

参考文献:

- [1]卞馨苑. 浅析小学英语课堂对话教学中关于情境和情境链的创设[J]. 求学, 2020(44): 25-26.
- [2]杨芳. 小学英语对话教学中发展学生思维品质的实践[J]. 中小学外语教学(小学篇), 2020, 43(10): 41-46.
- [3]孙霄霄. 巧设情境,走进对话——小学英语对话教学的思维意识培养[C]//. 2020年“区域优质教育资源的整合研究”研讨会论文集., 2020: 534-536.
- [4]朱彦荣. 农村小学低段英语对话教学中小组合作的策略研究[C]//. 2020年“区域优质教育资源的整合研究”研讨会论文集., 2020: 2357-2359.
- [5]周文玮. 浅析小学英语对话教学情境创设存在的问题与对策[J]. 中国校外教育, 2020(22): 75-79.
- [6]卜雪琴. 基于核心素养的小学英语对话教学的活动设计原则[J]. 英语画刊(高级版), 2020(21): 94.
- [7]陈艳梅. 让思维展开飞翔的翅膀——小学英语对话教学中培养学生高阶思维能力的探究[J]. 校园英语, 2020(26): 88-89.