

跨境电子商务中的会计合规问题与解决策略

汤继龙

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月12日; 录用日期: 2025年2月25日; 发布日期: 2025年3月28日

摘要

随着全球跨境电子商务的快速发展, 企业面临着日益复杂的会计合规问题。本文探讨了跨境电商在全球市场运营过程中所面临的主要会计合规问题, 重点分析了税务合规、汇率风险、财务审计和消费者保护等方面的挑战, 并提出了相应的解决策略。税务合规是跨境电商的核心问题之一, 未遵守不同国家的税务法规可能导致高额罚款和品牌声誉损失。汇率波动带来的财务风险也是企业不可忽视的问题, 适时的汇率对冲策略可以有效减少风险。财务审计方面, 由于不同国家的审计标准差异, 企业必须加强财务报告的透明度, 并确保其符合国际会计准则。消费者保护问题包括各国退货政策和产品质量标准的差异, 跨境电商需建立灵活的售后服务体系, 确保消费者权益。为应对这些问题, 跨境电商应强化税务合规管理、健全汇率风险管理机制、提升财务审计质量, 并制定有效的消费者保护措施。本文的研究为跨境电商企业全球扩张过程中提供了宝贵的合规指导, 有助于提升企业的国际市场竞争力和可持续发展能力。

关键词

跨境电子商务, 会计合规, 企业税务合法性

Accounting Compliance Issues and Solutions in Cross Border E-Commerce

Jilong Tang

School of Business, Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 12th, 2025; accepted: Feb. 25th, 2025; published: Mar. 28th, 2025

Abstract

With the rapid development of global cross-border e-commerce, enterprises are facing increasingly complex accounting compliance issues. This article explores the main accounting compliance issues faced by cross-border e-commerce in the global market operation process, with a focus on analyzing challenges such as tax compliance, exchange rate risk, financial auditing, and consumer protection,

and proposes corresponding solutions. Tax compliance is one of the core issues in cross-border e-commerce, and failure to comply with tax regulations in different countries may result in high fines and brand reputation damage. The financial risks caused by exchange rate fluctuations are also an issue that enterprises cannot ignore, and timely exchange rate hedging strategies can effectively reduce risks. In terms of financial auditing, due to differences in audit standards among different countries, enterprises must enhance the transparency of financial reporting and ensure compliance with international accounting standards. Consumer protection issues include differences in return policies and product quality standards among countries, and cross-border e-commerce needs to establish a flexible after-sales service system to ensure consumer rights. To address these issues, cross-border e-commerce should strengthen tax compliance management, improve exchange rate risk management mechanisms, enhance financial audit quality, and develop effective consumer protection measures. This study provides valuable compliance guidance for cross-border e-commerce enterprises in their global expansion process, which helps to enhance their international market competitiveness and sustainable development capabilities.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Accounting Compliance, Corporate Tax Legality

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

随着全球贸易数字化发展，跨境电子商务逐渐成为全球经济的主要推力。全球跨境电商研究报告显示，2023 年全球跨境电商交易总额达 5.6 万亿美元，预计 2025 年将突破 8 万亿美元，这显示出电子商务行业发展的速度[1]。但在快速发展过程中，跨境电商面临着多国税务法规、会计准则、审计制度复杂性和差异性问题的挑战，尤其是在会计合规方面，面临的挑战尤为突出。企业在经营过程中必须应对跨境交易中不同国家税务规则、会计准则、审计要求等多个层面的问题，任何合规问题都可能导致高额罚款，进而引发税务风险，影响企业的市场声誉。因此，跨境电商企业在全局化扩张过程中，必须建立完善的会计合规框架，不仅要遵循本国的会计准则，还要在其他国家的业务中确保合规性。本文将从税务合规、汇率风险、财务审计和消费者保护等方面分析跨境电商面临的会计合规问题，并提出相应的解决策略。

2. 跨境电子商务中的会计合规的必要性

2.1. 确保税务合法性

税务合规是跨境电商最基本也是最重要的合规要求。由于跨境电商涉及多个国家和地区的市场，每个市场的税务规定不同，企业必须确保其所有的交易都能依法申报和纳税。未遵守税务法规可能导致重罚，甚至影响企业在全局市场的业务拓展。以阿里巴巴为例，2019 年其在美国市场未按照规定报告增值税，导致被要求补缴约 1.2 亿美元的税款[2]。类似的案例还有亚马逊和 eBay 等平台。在欧盟实施 VAT 改革后，亚马逊未及时更新其税务申报流程，导致其在 2020 年被欧盟监管机构处以约 2.5 亿欧元的罚款。此外，亚马逊还面临了一系列税务审查和补缴问题，影响了其在欧洲市场的运营与信誉[3]。eBay 的情况则更为严重，2022 年公司未按照欧盟新的 VAT 规则正确申报税务，导致了约 1 亿欧元的税务补缴，并面临额外的罚款。根据 eBay 内部报告，该违规行为导致其全球消费者投诉增加，平台上的商户遭遇了更

多的交易纠纷。此举不仅对 eBay 在欧洲的品牌形象造成了损害，还对其全球投资者信心产生了负面影响，股价一度下跌约 3.2%。以上说明，税务合规不仅影响企业财务状况，还可能对其市场声誉和投资者信心造成长远影响。加强税务合规管理，能够确保电商企业不同国家和地区能够及时、准确地进行税务申报，避免因违反税务法规而导致的巨大财务损失和法律风险。

2.2. 保障企业财务透明度

财务透明度是跨境电商企业国际市场上保持竞争力的关键因素之一。随着全球监管机构对企业财务透明度要求的提高，跨境电商必须确保其财务报告符合国际会计标准，且能够准确反映企业的财务状况和运营成果。例如，根据欧盟《透明度指令》(2004/109/EC)，上市公司必须每年发布经过审计的财务报告，并在季度报告中披露财务状况、利润和风险信息。这些报告必须遵循 IFRS，确保信息的透明度。而在美国，证券交易委员会(SEC)要求公司依据美国通用会计准则(GAAP)披露其财务状况，年报和季报的内容不得遗漏重大事项，且必须及时披露财务信息的变动。根据 2023 年 SEC 报告，约 92% 的美国上市公司遵循这些财务披露要求[4]。与此相比，中国的上市公司同样受到监管要求，但披露内容和频率有所不同。中国证券监督管理委员会(CSRC)要求上市公司按规定发布年度报告和中期报告，但在信息披露的及时性和完整性上，相较于欧美市场，存在一定差距。根据 2023 年中国证监会的数据显示，约 80% 的上市公司按照规定披露财务报告，但个别公司存在信息披露滞后和不完整的情况，尤其在跨境电商领域。这表明，保障企业财务透明度是跨境电商在全球市场中获得信任的关键。随着国际市场对企业财务透明度要求的提升，跨境电商企业需要严格遵循国际财务报告标准，确保财务信息的真实、完整和及时披露。财务透明度能够增强投资者的信任，减少监管风险，并为企业的长期发展奠定坚实基础。

2.3. 促进国际业务扩展

跨境电商企业通过强化会计合规，可以促进其国际业务的扩展。当企业能够确保各个国家和地区的税务合规、会计准则符合国际要求时，其国际市场的业务拓展将更加顺利。例如，速卖通在全球 40 多个国家设立分支机构，确保符合当地税务法规与国际财务报告准则(IFRS)。根据 2022 年的报告，公司采取智能申报系统和多币种结算管理，确保了合规性，并因此有效避免了跨境税务风险，推动了其在国际市场的扩展。沃尔玛 2023 年沃尔玛成功避免了因未及时披露财务信息而产生的 5000 万美元的税务罚款[5]。沃尔玛通过多国家财务报告整合，确保了税务合规，避免了跨境审计和税务纠纷，并保持了其在国际市场的良好声誉。拉卡拉在进入东南亚市场时，严格遵循当地税务要求和 IFRS。公司确保了透明的财务披露和及时更新的税务申报流程。根据 2024 年数据显示，拉卡拉通过完善的会计合规体系，避免了高达 300 万美元的税务处罚，并顺利扩展到新市场。这表明，严格的会计合规不仅能帮助跨境电商避免法律风险，还能显著提升其国际市场的拓展能力。通过确保符合各国税务要求和国际会计准则，企业能够增强财务透明度、提高信誉度，从而吸引更多国际客户和投资者。因此，合规性成为推动国际业务扩展的重要保障。

3. 跨境电子商务中的会计合规问题分析

3.1. 税务合规问题

跨境电商面临的问题不仅仅是如何遵守本国税务法律，还包括如何在多个国家的税务系统中进行合法操作。许多跨境电商企业在扩展全球市场时，未能及时了解并适应各国税务政策，导致了税务上的违规行为。根据 2024 年全球跨境电商市场调查数据，约 42.5% 的跨境电商企业因未遵守目标市场的税务规定而遭受罚款或税务诉讼。在欧洲，尤其是在欧盟内进行远程销售的企业未能及时调整其增值税申报方

式，面临严峻的合规挑战。例如，速卖通在 2019 年未及时适应欧盟的增值税改革，导致部分商品未能正确申报增值税，受到欧盟税务部门的审查，并被要求补缴约 1500 万欧元的税款[6]。此举不仅增加了财务负担，还在欧洲市场影响了其品牌形象。类似的情况也出现在 eBay 和 Shopify 等平台上，未遵守欧盟新的增值税法规，导致税务诉讼和罚款，进而影响其在全球范围内的经营能力和投资者信心。此外，许多跨境电商企业缺乏完善的税务合规管理系统，导致税务申报的不及时和不准确。例如，2024 年，某跨境电商企业因缺乏完善的税务合规管理系统，未及时更新其增值税申报信息，导致其在欧洲市场的销售未按规定申报增值税。结果，该公司被欧盟税务局罚款约 200 万美元，并要求补缴未申报的税款。此事件不仅加重了企业的财务负担，还造成了在欧洲市场的品牌信誉受损，影响了其后续的业务拓展和消费者信任。税务合规问题直接影响跨境电商企业的运营效率和市场信誉。由于缺乏有效的合规管理系统和及时应对法规变动的机制，许多企业在全世界不同市场遭遇罚款、税务诉讼及品牌形象损失。这不仅增加了财务压力，也削弱了消费者和投资者的信任，限制了其国际扩张的潜力。

3.2. 汇率风险问题

跨境电商企业在进行国际交易时，汇率波动给其带来了巨大的财务风险。不同国家的货币汇率波动可能影响企业的利润水平，导致外汇损失。汇率风险是跨境电商企业在财务管理中需要高度关注的问题。以全球知名跨境电商平台 Shopify 为例，汇率波动同样对其财务状况产生了显著影响。Shopify 作为加拿大的电商平台，其收入主要来自全球多个市场，其中包括美元区和欧元区。2018 年，加元兑美元的汇率波动达到了 5% 以上，给 Shopify 的海外收入带来了较大影响。该波动使 Shopify 在汇兑结算时，产生了约 500 万美元的汇率损失。此外，Shopify 还面临着由于汇率波动导致的跨境交易费用增加，进一步影响了其整体利润率。为应对这一风险，Shopify 在其财务管理中采用了汇率对冲策略，以减少汇率波动的负面影响[7]。再如，全球电商平台阿里巴巴为旗下的国际交易平台开展全球销售，而人民币与美元、欧元等主要货币之间的汇率波动直接影响了其利润水平。2018 年，人民币兑美元的汇率波动超过 3%，对阿里巴巴的海外收入和盈利产生了不小的影响[8]。为了缓解汇率波动带来的风险，阿里巴巴采取了外汇对冲策略，并在财务报表中对相关风险进行了披露。可见，汇率风险问题对跨境电商企业的财务稳定性构成了较大挑战，尤其是对于涉及多个货币区的企业。随着跨境电商业务的全球化发展，企业在财务管理中的汇率风险控制将越来越成为竞争力的重要组成部分。

3.3. 财务审计问题

跨境电商在进行国际化扩展的过程中，财务审计问题是不可忽视的。由于跨境电商企业涉及多个国家和地区，企业的财务报表需要符合不同国家的会计准则和审计标准。审计合规的难点在于，不同国家对于财务审计的要求、审计程序、审计范围等方面存在显著差异。以美国为例，跨境电商公司需要遵循 GAAP，而在欧洲市场，则需遵循 IFRS [9]。这些差异使得跨境电商企业在编制财务报表时，面临着与不同审计制度和标准对接的挑战。例如，2021 年跨境电商平台 Wish 因未能按要求进行国际财务审计，导致其在投资者面前的财务状况不透明，最终在 IPO 时遭遇监管机构的严厉审查。该事件表明，跨境电商企业如果未按照国际审计标准进行合规审计，不仅会面临法律风险，还可能导致企业在资本市场的声誉损害。此外，许多跨境电商企业由于缺乏专门的财务审计团队或未建立严格的内部审计流程，导致审计质量无法满足国际化市场的要求。

3.4. 消费者保护问题

随着全球电子商务市场快速增长，消费者权益保护已成为跨境电商企业合规管理中的一项重要任务。各国的消费者保护法律、产品质量标准以及退货政策等存在差异，跨境电商企业若未能有效应对这些差

异,容易引发消费者投诉、退货纠纷等问题,影响企业声誉。例如,在欧盟地区,根据欧盟消费者保护法,消费者享有 14 天的无理由退货权,适用于大多数在线购物交易。根据 2023 年欧盟委员会的数据,约 62.5%的跨境电商消费者表示退货政策是他们选择平台时的重要考量因素[10]。而在美国,虽然也有退货政策,但没有欧盟地区那样的统一标准,退货时间一般为 30 天左右。根据 Statista 公布的数据,美国的消费者更注重退货的方便性和政策的灵活性,约 78%的美国消费者在跨境购物时关注退货政策。相比之下,在中国,退货政策较为宽松,消费者可以在 7 天内申请退货,但若商品已开封或使用,退货要求可能更为严格。中国市场数据显示,约 65%的消费者在选择跨境电商时,会考虑平台的退货处理效率和政策透明度。如果跨境电商未能清楚告知消费者各地的退货政策,或者未按当地法规处理消费者的退款请求,企业可能面临监管部门的处罚。此外,商品的质量标准和售后服务也是消费者保护的重要方面。在欧洲,商品必须符合 CE 认证的质量标准,而在美国,部分商品需要符合 FDA 的规定。因此,消费者保护问题不仅涉及退货政策,还包括商品质量保障和售后服务。不同市场对商品质量和安全的标准存在差异,这要求跨境电商根据各地法规调整产品认证和检测流程。此外,企业还需提供符合当地消费者期望的售后服务。未能满足这些要求,不仅会导致法律责任,还可能损害企业的品牌形象和市场竞争力。

4. 跨境电子商务中的会计合规解决策略

4.1. 强化税务合规管理工作

在跨境电商的运营过程中,税务合规管理至关重要,企业需要建立一个全面、动态的税务管理体系,以应对不断变化的全球税收环境和政策。首先,跨境电商企业应设立多层级的税务架构。总部层面可以组建跨国税务专家团队,专门负责全球税收政策的监控、风险预警和税务策略的制定。此外,在主要市场设立本地税务专员,负责当地的税务申报及政策落地。这种分工协作能够确保税务合规管理在全球范围内得到有效执行。其次,企业应分阶段推进税务数字化,提升税务管理的效率与准确性。在阶段一,企业可以部署 SAP 税务模块或 Avalara 系统,实现交易数据的自动分类(如 B2B 和 B2C)及税率匹配;阶段二则可以通过与海关单一窗口系统对接,实现报关单与税务申报数据的实时校验,确保申报数据的准确性;在阶段三,企业可以利用区块链技术建立跨境发票联盟链,解决中欧之间票据互认的问题[11]。再者,针对欧盟 OSS 系统的落地,企业应改造其 ERP 系统,在系统中增设“欧盟 OSS 标识字段”,以区分远程销售与本地库存交易,并开发税率计算引擎,集成欧盟委员会官方 VAT 号码验证接口。最后,为了进一步加强税务合规管理,企业应建立税务风险防控机制,通过设立“红-黄-绿”三级预警系统及时识别和处理风险。红色预警意味着单笔超 10 万欧元的交易需要触发人工复核;黄色预警表示月度申报差异率超过 3%时,需启动数据溯源;绿色预警则自动生成 OSS 申报表,确保税务申报过程的自动化和高效性。

4.2. 健全汇率风险管理机制

为了有效应对汇率风险问题,跨境电商企业需要建立科学的汇率风险管理机制。首先,企业应进行汇率风险量化管理,采用合理的风险敞口计算框架,明确其净风险头寸。例如,采用净风险头寸计算方法,计算方式为(应收账款 + 预付款)-(应付账款 + 预付押金),计算结果揭示了外汇风险水平,该指标可以帮助企业定期监控汇率波动,评估和调整风险承受能力。其次,跨境电商企业可以利用多种金融工具进行智能对冲,降低汇率波动带来的财务风险。具体而言,企业可以使用外汇期货、期权、远期合约等工具来锁定未来交易的汇率,从而减少汇率波动对成本和利润的影响[12]。以新兴市场货币为例,企业可以通过 NDF 远期合约锁定未来 6 个月的汇率价格。例如,锁定 USD/TRY 的汇率为 18.50。对于重大促销季的资金收付,企业可以使用美式期权,在支付一定比例的权利金后获得行权,以控制汇率波动的

风险, 确保其资金支付的稳定性。最后, 企业在长期设备采购融资方面可以采用货币互换工具, 通过将欧元贷款本金转换为美元支付流, 从而降低汇率波动带来的支付风险。在资金管理方面, 企业还可以通过建立多币种资金池来优化汇率管理。主账户可以选择中国香港或新加坡离岸账户, 这些账户支持 15 种以上的币种, 而子账户则可以选择本地收款账户如 Payoneer、Airwallex 等。资金调度可以按照 T + 1 的规则, 将各平台销售款项自动归集至主账户, 并当目标货币储备低于安全线时, 自动触发换汇指令, 以确保资金流动性不受汇率波动影响。

4.3. 完善财务审计工作流程

企业应建立一个高效、透明且合规的财务审计工作流程, 使所有财务数据变得更加准确与可靠, 从而提升企业在全球市场中的信任度和竞争力。首先, 跨境电商企业在制定财务报告时需要确保其符合各国的会计准则和审计标准。考虑到企业运营涉及多个市场和国家, 审计工作的复杂性较高, 因此, 企业应聘请具有跨国审计经验的专业审计机构协助审计工作。专业机构能够确保财务报表符合 IFRS、GAAP 及其他本地标准。企业应积极与审计机构合作, 确保其财务数据的透明度和合规性, 特别是在涉及跨境交易和平台佣金的收入确认时。例如, 跨境 B2B 交易的收入确认标准应根据控制权转移的时点来处理, 而平台佣金则应根据净额法确认收入, 且必须披露平台分成比例。不同国家对财务报表的要求也不尽相同, 如俄罗斯需附加海关文件, 而印尼则要求预提 6% 的数字税。因此, 跨境电商企业需根据本地准则的要求进行必要的调整, 避免因不符合规定而遭受处罚。其次, 跨境电商企业应建立四维审计管控体系。企业可以通过“准则映射矩阵”工具, 将不同交易类型的会计处理、US GAAP 差异以及本地准则要求进行系统化整理, 确保每一笔跨境交易都符合相关审计标准。此外, 随着跨境电商规模的扩大, 审计流程日趋复杂, 因此, 企业应利用数字化审计工具链来提升审计效率和准确性。例如, 通过部署 Alteryx 自动抓取 Shopify、Amazon SP-API 等平台数据, 并借助 Power BI 分析引擎, 建立“销售-清关-收款”三向匹配模型。这样, 审计人员可以迅速识别异常交易, 及时调整审计策略。同时, 系统还可以通过设置多条风控规则, 自动监控和检测潜在的财务风险, 例如, 如果物流签收国与账单国不符, 系统会触发反洗钱检查; 如果促销折扣率超过 50% 且持续 30 天, 则启动虚增销量调查等。最后, 为了增强财务审计的透明度与合规性, 企业还可以采用区块链技术进行存证。跨境电商可以建立一个联盟链, 参与方包括电商平台、支付机构、物流公司和会计师事务所等。通过智能合约, 自动记录订单流的各个环节, 包括创建、支付、发货和妥投。每周, 生成的 Merkle 树哈希值可以上传至公证链, 确保所有财务数据和交易信息在链上得到公证与存证, 防止数据篡改。

4.4. 优化消费者保护处理流程

为了确保跨境电商企业能够有效保护消费者权益并提高客户满意度, 企业应当优化其消费者保护处理流程, 并建立健全的全周期消费者权益保护体系。企业可采取“事前-事中-事后”全流程控制策略, 减少纠纷和投诉, 进一步增强其在全球市场中的竞争力和声誉[13]。首先, 企业需要确保其销售的商品符合目标市场的合规要求, 并且采取措施防止潜在的消费纠纷。例如, 跨境电商企业应建立商品合规数据库, 对接欧盟的 CE 认证库与美国 FDA 备案系统, 确保商品在销售之前通过必要的合规检查。为了让消费者更加清晰地了解商品的使用要求和安全注意事项, 企业可以利用 Canva 等工具批量生成符合 CPSC、REACH 等标准的多语言警示标签, 减少因信息不充分导致的消费者投诉。其次, 企业应在事中加强消费者服务的标准化, 确保消费者在购物过程中的问题能够及时得到解决。为此, 企业应当设立智能客服, 制定服务级别协议, 明确首次响应时间、解决周期和升级机制。例如, 对于在线聊天渠道, 首次响应时间应控制在 90 秒内, 并确保在 24 小时内解决问题。若未能及时解决, 便需要通过主管跟进。对于邮件

咨询, 回复时限应在 4 小时内, 解决时限为 72 小时, 逾期则通过补偿措施, 如优惠券, 提升消费者满意度。对于高频投诉的特殊问题, 企业还应配备纠纷调解工具包, 以智能化处理消费者投诉。例如, 当 PayPal 的争议率超过 5% 时, 系统可以自动触发“提前退款 + 优惠券”的组合策略, 减少纠纷。最后, 企业可以建立月度客诉分析看板, 分析投诉问题的类型、占比、根本原因以及改进措施。比如, 如果投诉中出现尺寸不符的问题, 占比较高, 可能是因为商品页没有明确标注厘米和英寸对照表, 企业可以通过在商品页面增添相关对照表来减少此类问题。如果出现物流破损问题, 则可能是由于包装材料不符合标准, 企业可以通过改用 EPE 珍珠棉和进行跌落测试来改善包装质量, 减少损坏率。

5. 结论

综上所述, 跨境电子商务的迅猛发展为全球经济带来了新的机遇, 但也使得会计合规问题变得更加复杂。在这一背景下, 确保税务合规、汇率风险管理、财务审计合规和消费者保护已成为企业成功运营的关键。跨境电商企业需要加强对各国税务政策、会计准则以及消费者权益保护法律的理解和执行, 建立健全的合规管理机制, 以应对不同国家和地区的合规挑战。通过实施有效的解决策略, 跨境电商企业不仅能够降低合规风险, 还能提升财务透明度和消费者信任, 从而促进企业在全球市场的长远发展。

参考文献

- [1] 王升. 种业企业会计核算中的风险管理与内部控制[J]. 分子植物育种, 2025, 23(1): 300-305.
- [2] 黄松, 薛爽, 王金平. 政府补助会计判断及信息披露合规度提升的思考——以雪松发展为例[J]. 财会月刊, 2023, 44(1): 131-137.
- [3] 刘慧娴. 以廉洁促进发展——第二届亚太廉洁合规论坛综述[J]. 中国财政, 2024(18): 65-67.
- [4] 张翠真. 提升会计业务水平作用于企业经济高质量发展的机制探讨[J]. 老字号品牌营销, 2024(18): 147-149.
- [5] 高度, 陈浩铭, 彭晖. 国际无形资产准则改革动向及其对我国数据资产准则推进的启示[J]. 财会通讯, 2024(19): 154-159.
- [6] 肖味味. 法务会计的研究回顾与发展态势——基于 CiteSpace 的文献计量分析[J]. 会计之友, 2024(19): 133-142.
- [7] 田俊敏. 南繁硅谷的税务策略与会计问题分析——基于海南自贸港优惠政策[J]. 分子植物育种, 2024, 22(20): 6950-6954.
- [8] 王思雨, 倪枫, 刘姜, 等. 基于 BPMN 的资产托管会计业务流程改进[J/OL]. 经营与管理: 1-15. <https://doi.org/10.16517/j.cnki.cn12-1034/f.20240815.003>, 2025-02-10.
- [9] 余应敏, 胡贤辉. 《企业会计准则解释第 14 号》对存量 PPP 项目合同资产会计处理的影响与应对[J]. 财务与会计, 2022(5): 77-78.
- [10] 刘悦. 新会计法下加强企业财会监督策略研究[J]. 会计之友, 2024(18): 128-131.
- [11] 周卫华, 郭子佳, 马春荃. 会计凭证数字化转型现状调查与建议[J]. 财务与会计, 2024(16): 10-12.
- [12] 王红梅, 杜晨霞. 国网吕梁供电公司践行会计人员职业道德规范的路径[J]. 财务与会计, 2024(15): 84-85.
- [13] 岳亮, 李云彬. 基于划出方视角的无偿划转经济行为合规性及会计处理解析[J]. 财务与会计, 2024(4): 51-54.