

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

企业文化的会计学分析[Accountancy analysis of corporate culture]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy
of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	叶, 陈刚;张, 科
Publisher	湖北省会计学会
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-22 21:09:57
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/191496

企业文化的会计学分析

叶陈刚 张科

(对外经济贸易大学国际工商管理学院北京 100001

中国地质大学管理学院湖北武汉 430074)

摘要: 随着经济的发展和企业的进步,企业文化受到企业的重视,也为会计发展提供了新的发展空间,使得会计参与企业文化建设成为必然。本文对企业文化尝试进行了会计学分析,并在此基础上从成本、收入、效益三方面阐述了会计学与企业文化的关系。希望对企业文化的建设和会计发展能起到积极作用。

关键词: 企业文化 会计学 分析

随着经济的发展,企业的规模和发展模式有了迅猛的进步。继科技因素成为企业认可为进步的第一大推动力之后,人文因素也日渐受到重视。建立企业文化,也成为企业追求的重要目标之一。历史发展表明,会计本身是一个不断发展、变化、提高和完善的过程。在会计发展的历史过程中,要求产生相应的会计学分析满足其管理会计的需要。经济发展对生产的成本因素要求催生了成本会计对成本进行分析;对质量的要求催生了质量成本进行会计分析;对知识人才的需求则催生了人力资源管理会计。经济发展总是要求相应的会计发展,而相应适宜的会计方法对经济发展也起着巨大的推动作用。在企业文化日益受到企业重视的同时,各具实力的企业都开始或者已经建立了各自不同程度的企业文化。随之相关的会计学分析也必然产生。

一、企业文化进行会计学分析的可行性

(一) 企业文化可以作为企业资产对企业文化进行会计学分析的关键在于企业文化能否作为企业的一项资产。美国财务会计准则委员会(FASB)将资产定义为“某一特定主体由于过去的交易或事项而获得或控制的可预期的未来经济利益。”我国《企业会计准则》规定:“资产是企业拥有或控制的、能以货币计量的经济资源。”那么,衡量企业文化能否作为资产核算也可用三个标准:(1)企业文化能够为企业未来服务。能够直接或间接地为企业服务是指单独的或与其他资产结合在一起时具有直接或间接地为未来现金流入做出贡献的能力。企业文化无疑能为企业增光添彩——这是众多企业孜孜不倦地追求自己企业文化建立的原因。通过鼓舞员工士气、提高企业文化素质可促进企业的技术进步、完善服务。

(2) 企业文化是企业所有并能为企业控制的。企业文化是企业自身特有的,一个企业的文化只能符合本企业的具体特征,无法转让更无法用来交易和受其他企业所控制。一旦脱离了企业的企业基础,企业文化就会自动消亡。因此,企业对自己的企业文化有自主与控制权。(3) 企业文化的内容要素是可以计量的。企业文化在其取得、开发、维持过程中都要发生相应的成本,而企业文化也可以给企业带来相当的收益,这些都是可以量化的。企业文化的可计量性主要体现在其成本的可计量性以及价值的可计量性上。

由此可见,企业文化是企业的一项资产,且是一项特殊的资产。会计信息系

统应该把企业文化作为企业的一项资产来反映，同时也要运用会计学来对其进行分析。

(二) 会计应当参与企业文化建设企业经济活动离不开会计参与。既然企业提出了建立企业文化的目标，那么企业活动中便有了与企业文化有关的现金流动。会计的工作对象重要部分便是企业的现金流动，在涉及企业现金流动的时候，会计不能不参与对其进行管理。我们提出对企业文化进行会计学的分析，便是要求通过核算、控制、管理，使会计能参与到企业文化中来。企业文化既是一种精神产物，也是一项物质资产。它的目的是将一项资产存在于企业中的“文化状态”形式，争取获得企业文化建设的资源运用最大效益。

(三) 具有合适的会计方法可供选用既然企业把企业文化作为自己企业的一个目标，我们就可以近似地把它看成一个无形资产的“项目”，在建设和发展过程中采用相应的核算和控制方法对其进行成本管理、收入利润核算。运用科学地成本管理，为企业决策提供相应的数据资料，并通过收益来评估企业文化的科学性。

二、企业文化进行会计学分析的现实价值

企业文化的会计学分析，实质上指的是会计活动对企业文化的参与，包括会计的核算、控制、监督、分析以及决策等一切与企业文化有关的会计活动，不能等同于狭义的会计分析。通过对企业文化会计学分析可以使会计因素参与到企业文化中来，这本身就是一种进步。对于企业文化来说其中的经济因素受到了会计的控制；对于会计来说涉及了更加广泛的企业领域，通过其严格的程序和数据控制；对企业文化建设和发展产生了有利的效果，最终目的还是增强企业的竞争力，提高企业经济效益。

(一) 便于员工准确理解企业文化首先要便于员工理解企业文化建设的必要性。通过会计工作，用大量的数据使员工认识到企业文化的必要性，只有这样，企业才能上下一心、齐心协力地投入到企业文化的建设中来。调动大家的积极参与性，让大家支持企业文化的建设，同时还要便于员工理解企业文化内容。企业文化经过会计学可以分析对其内容进行成本核算，使之清晰化，从而使员工便于了解。成本是为实现某特定经济目的而发生的耗费，具有目的性。

企业文化具有一定的抽象性。通过成本核算，根据成本发生的目的性，有助于员工接触了解企业文化。

(二) 有利于企业文化建设会计参与到企业文化建设。将会计方法引入到企业文化中间发挥会计作用，有助于企业文化建设的科学化、合理化。会计提供相应的信息给企业文化管理决策者，有利于他们的决策更加合理、正确。

(三) 有利于科学合理控制企业文化成本通过成本核算和成本控制，借助历史资料估计未来成本。使发生的成本合理化、科学化。企业文化的建设是一个贯穿企业始终的灵魂，具有持续性。对于正在建立或准备建立企业文化的企业来说，可以借鉴其他企业文化的经验，更好地控制企业文化建设的成本。对于企业文化已经建立的企业，则可以根据自己的历史资料，在对员工在企业文化培训上更好地控制成本。

(四) 有利于促进企业管理的发展从企业发展过程来看我国的企业管理在没有走完科学管理，协调性管理，当代管理三个阶段，就进入了企业文化阶段时期。这是一个“跳跃过程”。我们的企业不可能也不被允许循序渐进地走完前三个过程，然后靠企业自身发展状况自发地诞生一种企业文化。这就需要更多的企业主观意识以及相应的积极投入，更加把它当作一个企业无形资产项目来投入建设，

在这个过程中，比较西方发达国家企业，就更需要会计参与科学的管理方式。会计工作不仅在这里可以提供管理所需的信息，本身也是作为一种管理活动参与。

三、企业文化进行会计学分析的内容构成

（一）企业文化成本的分析

（1）企业文化成本核算和控制。企业文化的会计核算是指利用会计核算体系，对企业文化建设发展过程中发生的消耗进行计量、记录并报告。采用相应的方法计算出成本对象的总成本和单步骤成本。核算的基本目的是反映企业在建立发展企业文化的过程中发生的耗费，为成本控制提供所需要的基本资料。包括两个相互关联计量、计算过程：“记录计量耗费”，按照成本的构成内容对发生的成本进行分类、记录，以反映所发生的成本的构成内容，这部分内容与日常会计核算有密切的联系；“成本计算”，依据日常记录汇集总成本，并确定个阶段步骤的成本。企业文化的会计控制则是指管理者对企业文化成本形成过程及成本影响因素进行规划和调节，使成本按照预期方向发展的过程。包括成本预测、成本决策、成本计划、成本调节、成本分析和成本考核等。通过成本控制，达到降低成本，提高资源利用效率。

（2）企业文化成本的内容。企业文化的会计学分析对象界定为企业直接主动为企业文化发生的成本。之所以定义为“直接”“主动”，是因为成本发生的目的性特征；在企业的发展过程中，难免会出现一些有损于企业形象的决策行为，对这些的弥补不能单独算是企业文化成本发生步骤——虽然这样是有利于企业文化的建设，但更加可以看作是与以前失误同为一个整体的成本步骤。企业的每一个举动都可能会对企业文化产生影响，企业文化本来就是贯穿整个企业空间、历史范围。企业的各项活动都是彼此关联的，全记入会使企业会计工作中出现大量重复核算导致工作累赘，应根据其目的性来划分归属企业文化成本。从创立途径上看，企业文化创立的过程有两种：一种是内在途径，通过企业内部各种活动，完善企业自身机制，在企业里面形成有利于文化“生长的土壤”。这方面的工作内容一般包括：设立组织机构、完善企业文化机制、优化企业内部环境、树立企业精神等。另外一种是在外途径，通过企业对外活动，向社会辐射企业形象的影响，为企业文化创立提供良好的外部环境。这部分的主要工作是塑造企业的外部形象，让社会通过企业形象来了解企业。为企业文化的创立提供条件。从这些内容上来说，也需要成本的发生。为了把握更加切实的数据，不仅要采用历史数据，也要继续搜集新的数据，对企业的整体情况进行新的评估分析；新组织要随着企业文化的建立而运行，领导整个建设工作；内部环境的优化，利用建设企业文化的契机，对企业内部环境进行调整、创新；树立企业精神，从制度上，员工精神上进行企业精神的焕然一新。

外在途径，旨在创造良好的外部环境（包括民族文化环境、政治经济环境、市场环境），对这些因素进行分析的成本；塑造企业良好的形象并且对外表达，这样的成本发生是需要长久持续的。从创立过程上看，根据一般企业文化创立的过程，分为六个阶段，调查分析阶段，总体规划阶段，论证实验阶段，传播执行阶段，评估调整阶段，巩固发展阶段。建立了企业文化就要发挥其作用运作成本。见表1。企业文化在其发挥作用时，需要一定的物质基础。如，要把文化深入到每个员工的心，增强员工的归属感。企业文化发挥作用的前提是员工对企业文化的领悟。这可以通过各种方式灌输或潜意识地给员工活动。如联想公司的企业文化培训始终贯穿管理培训和技能培训。公司认为企业成功的关键因素是企业文化在公司的每个角落的贯穿和执行，将员工的思想行为方式纳入到联想的企业文化

理念和行为规范中来。这不同于人力资源培训，人力资源培训只是对员工知识、能力的培训，提高员工工作素质。而企业文化培训则是还包括企业精神、观念。通过培训使员工们来感受企业是在尽心尽力地为他们创造发展机会，这是体现企业文化的重要形式。企业文化产生功用的主要特点是陶冶和熏染，这也区别于物质性工作、制度性工作中带有强制性和约束性的特点。在各个企业的日常运行中，企业文化的工作，是要在经营性、制度性和管理性渠道之外，建立更多有效的企业内部沟通渠道和载体，使企业员工达成精神层面的充分交流。渠道和载体要丰富、有效、传达各方信息要准确、减少偏差，这都需要物质载体来实现的。

(3) 企业文化成本的特征。同其他成本一样，企业文化成本具有一般成本会计的几个基本特征。具有消耗性、补偿性、目的性、综合性、代偿性。其特点有：成本发生的持续性与长久性。企业文化的建设不只是朝夕之功，也不是停留在某一定点。而是不断地自我否定发展前进。它会随着企业的成长而成长，不断自我更新、补充完善。那么它的成本发生自然也是贯穿企业成长过程。成本的补

表 1: 企业文化创立过程中各个阶段的相关成本

阶段	阶段内容	相关成本
调查分析阶段	使企业初步掌握原有文化的肯定成分和应否定成分，调查企业文化建设相关影响因素，提高创立企业文化的目的性和针对性。为创立企业文化提供决策依据。	搜集舆论对企业文化建设的反馈信息以及发起人对舆论引导所发生的成本。纵向、横向对相关因素调查的成本
总体规划阶段	是企业文化的倡导者根据企业文化现实和未来文化的发展，在调查分析的基础上制定的文化发展方案。	科学的方案需要科学的规划，征集员工意见，专家指导等成本。
论证实验阶段	对总体规划的论证，在区域内推行，从经验和实践两方面论证总体规划并从结果上寻找企业文化建设的突破口，以较小的代价获得理想的收益。	企业文化从整体宣传到基层，让假设接受检验，收集加工反馈信息，修正总规划的成本。
传播执行阶段	企业文化被认可后，将文化计划变成文化现实的过程。通过各种方式如团体讨论，社会媒介向内部全体员工和社会公共传播自己的企业文化。	文化传播以及引导舆论发生的成本。
评估调整阶段	根据总体规划和传播执行效果等方面进行衡量，评估。判其优劣，调整目标偏差，使文化创立工作朝着健康稳定的方向发展。	收集判断所需信息，调整偏差的成本。
巩固开发阶段	在初步建立企业文化的基础上，稳定所取得的成绩，进一步加强文化个性。文化建设由浅入深，由横向到纵向发展。并开始发挥企业文化的效能，以新的企业动力加入企业竞争和社会竞争。根据实际情况，对企业文化不断否定，沿着否定之否定规律进一步建设和发扬自己的企业文化。	进行文化清理，反省。制定下一步的文化发展计划。整顿文化的组织管理人员。

表 2 企业文化的成本特征

消耗性	“成本是经济价值的消耗” ^①
补偿性	“成本只是在生产要素上消耗的资本价值 c+v 的等价物或补偿价值” ^②
目的性	总是为获得一定的目的而发生
综合性	1、构成内容复杂 2、影响成本的因素具有多重性
代偿性	成本构成要素之间具有代偿性

偿间接性。由于企业文化自身的特征，它的投入不是雷同于其他投入以成本、价格、利润来确定成本的补偿性。企业文化的成本补偿是首先对企业精神状态的影响，然后企业精神状态影响企业的生产运营，从而体现其成本的价值。成本发生的目的性。一般成本发生目的是获取相应的商品或劳务，企业文化成本的发生则是为了企业文化这个“精神状态”（企业文化的成本特征见表 2）。

(4) 企业文化成本的计量方法。企业文化会计对象界定为企业直接主动为企业文化建设发生的成本。主要可以采用计量方法有；历史成本法。根据建立维持企业文化生成发展的投入来核算其成本；重置成本法。根据现实重新建立企业文化所投入的成本。举例说明：2000 年 1 月，A 企业在建立企业文化过程中组织机构人员工资 8000 元。专家咨询 2000 元，资料收集费用 1500 元，新职工进厂价值观培训费 800 元。那么本月的成本根据历史成本法就是：8000+2000+1500+800=12300（元）；如果 2003 年重新评估企业文化价值。工资涨幅为 15%，相应咨询费上升为 4000 元，资料搜集费用 1200 元，职工培训 1000 元，则利用重置成本法核算其成本为：8000*（1+15%）+4000+1200+1000=16400

(元)

(5) 企业文化成本的控制。企业文化成本控制是指企业文化管理者对企业文化建设发展过程中的资本消耗过程进行规划、调节,使成本按预期方向发展的过程(主体、对象、目标、方法)。企业文化成本控制的主体是企业文化成本管理人员,包括对企业文化

活动拥有决策权的企业高层管理者、对成本发生具有重大影响的组织人员、按职责权限对企业文化各环节工作负有责任的管理者以及企业文化组织建设机构中的工作人员。企业文化成本控制对象是为企业文化而发生的资本消耗。主要考虑成本自身以及对成本能够产生影响的因素。成本控制的主要内容是对构成成本发生基础条件的各项因素进行控制。降低成本,发挥资源的最佳利用效益这是企业文化会计分析的目标。与其他会计分析目的为企业获得利润不同,企业文化的会计分析主要是为建立一个良好的获利环境。这也是会计成本分析的重要目标之一。建立合适的控制组织体系、制度体系、成本考核体系以及相应的激励机制。总体上规划控制成本,利用会计分析结果建立成本预测模型;具体操作细节上控制发生成本,实行成本指标的归口分级管理。

(二)企业文化收入的分析企业文化的收入,是指由于企业文化带来的收入。企业通过企业文化建设,在内部增强了员工之间的关系和对企业责任感、自我的价值观感等,从而提高创新积极性、降低成本提高劳动生产率;在对外,企业通过自身建设,面向社会树立企业良好的自身形象,使社会对企业更加认可,这不仅有助于创造企业发展良好的社会环境,也使企业的市场空间扩大了。利用会计学对收入进行分析,可以量化企业文化的作用效果。采用量化的标准时,由于企业文化带来的有利因素对企业而言不能直接看出,其投入的成本与收入比较可以采用“反推法”。以企业的收入差异,除去其他影响因素带来的收入变化,剩下的就是企业文化给企业带来的效果。从而为企业评估和调整自己的企业文化内容提供依据。企业文化对一个企业的影响是深远的,不能根据一时的成本收入值来做决断。举例说明: B企业原每月生产量为1000件产品,销量1000件,单价800元。通过企业文化建立,员工生产积极性提高责任感增强,废品减少工作效率提高,2000年1月使用月产量达到了1200件。由于效率的提高,企业降价为750元/件。另外由于企业形象的更新,社会对企业有了更加良好的印象,使产品得以完全销售。则企业文化收入为: $(1200-1000) * 800 = 160000$ (元)。这里有一个问题值得考虑,由于企业文化带来的有利因素;使企业增加了更多的竞争方式,如例子中的降价。那么企业文化的经济收入到底是 $1200 * 750 - 1000 * 800 = 100000$ (元)还是 $(1200-1000) * 800 = 160000$ 元。我们以为,企业文化的经济收入为160000(元)。因为这是企业文化给企业带来的直接根本变化,而以后的降价则是企业在企业文化引起的变化基础上采用的经营措施,不是企业文化自身所导致的结果。如果同时涉及科技、人才等因素,则根据相应的方法先计算出这些因素造成的整体影响,然后再以减去反推。可参见影响企业收入的因素图式如下图1。

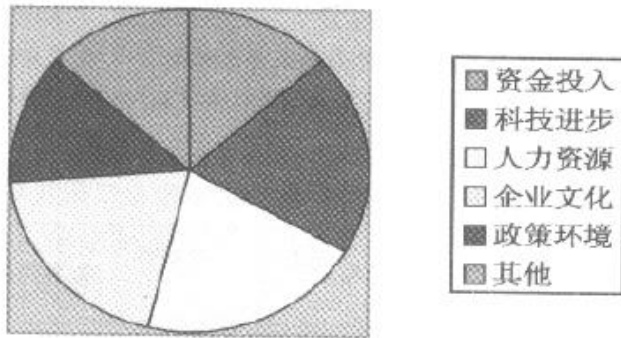


图1 影响企业收入的因素

(三) 企业文化效益的分析利润=收入-成本。企业文化利润是企业文化收入减去企业文化投入所给企业带来的净利润。根据以上成本和收入的分析，利润的大小和企业文化的作用效果表现为正比关系，直接地体现了企业文化建设的量化结果。如上例中，B企业的企业文化利润为：160000-16400=143600（元），其成本这里是按照重置成本方法计算，因为企业文化的投入与效果的产生有相当的时间差异。按照重置成本方法计算更能准确反映出企业文化投入与收入的差异。

企业文化效益的分析，是指对企业文化工作的效果问题。企业文化是否起作用了，对企业的经营发展是否产生好处了，企业家和员工们的精神面貌是否焕然一新，工作效率是否提高了，社会对企业的看法是不是有了良好的反应，这可以对企业文化进行评估。

(1) 企业文化的内部效益主要从有员工的精神状态上表现出来。主要表现在对待企业内部非原则性不愉快事情的态度、对待本职工作之外的事情的态度、对企业未来的发展是否关心。这些都是非量化标准，它说明企业文化的效益评估不能通过简单的数字标准来实现；也不排除量化标准，建立企业文化的目的是为了企业更好地发展、经营获利。(2) 企业文化的外部效益更比较难以计量。如，消费者对企业产品的信心。这样的效益表达更比较间接，或许通过销量可以表达，也可能是舆论对企业发展产生有利影响。但最终会影响到企业利润的增长。(3) 量化标准是考核企业文化效益的一个重要因素。这里的效益标准不是具体地直接地说企业文化这个能带来多少效益利润。是整个企业文化给企业带来的利润变化，包括间接的与直接的。企业文化的内部、外部效益会作用到利润本身，体现企业文化的价值。关于企业文化的利润与效益分析的关系。首先，利润分析是企业文化效益分析的一部分，是其中的量化分析部分。效益分析是必须结合一定的量化因素来说明的。只是定性的东西很难以直接表达企业文化的效果。其次，其他各种非量化效益标准最终会影响利润，各种效益最终会带来的是企业利润的增长。这一点，也是我们对企业文化效益量化分析的依据。

四、对企业文化进行会计学分析中的若干问题

(一) 成本效益的配比问题企业文化建设是一个长期的过程，它的成本发生和效益产生是一个中间具有相当长时间差距，也不像生产性那样投入产出的对应具有周期性，而且效益自身就具有一定的模糊性。在起初成本投入时，企业文化还未对员工以及公众产生影响，这就看不出什么效益来。但随着建设进度的增加，企业文化便会愈来愈影响到企业内部、外部环境发挥其作用，其效益便愈来愈大，投入获得回报。所以，具体计算某个时段的纯效益时很难甚至无法采用配比的原则。在企业文化效益的表现上，却更加注重于那些非量化因素上，且从企业文化本身来说，是一个不可分割的整体，如过分强调配比原则很可能产生新的不必要

的成本。从实际情况也可以说，很少企业会花费精力与时间在效益问题上的。所以在配比问题上，“模糊”比“清晰”更加科学明晰。为了加深理解，我们可以看企业文化成本投入与效益产生的关系图示如下图 2。

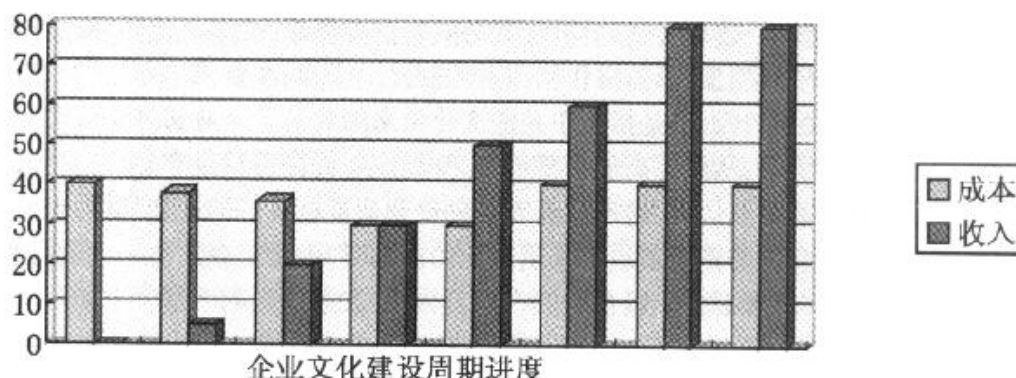


图 2 企业文化成本投入与效益产生的关系图示

(二) 权责发生制和收付实现制权责发生制是建立在效益配比的基础上，既然企业文化难以实现具体项目的配比，就无法实现权责发生制。我们可以把企业文化看作一个无形的项目，一个贯穿企业始终的项目。如果以项目成本的方法给予计量，那相对于企业来说还是等同于收付实现制。所以，计量标准采用收付实现制较合适。

(三) 历史成本原则和重置成本历史成本原则又称实际成本和原始成本原则，是指企业所发生应当按照其发生的实际消耗进行记录。重置成本法是指在现时完全重置成本（简称重置全价）减去应扣损耗或贬值来确定资产价格的一种方法。由于企业文化作用效果与成本发生的时间差异，在评估企业文化是有必要采取重置成本原则，这样时间性差异造成的影响才能客观地在会计分析中显现出来。对于企业文化的会计分析，不在于计量其过去发生了多少，而在于对未来的预测。所以，在计量时建议采用历史成本法，以便于计量。在分析时，建议采用重置成本，更加客观工整。

(四) 企业文化会计学分析的重心企业文化效益具有长期性，量化和非量化两种表现方式。在明确确定企业文化的作用后，可以只核算其成本而投入较少的精力于收入利润的分析计量。这类同于科技在企业进步中的作用，只对其投入成本进行控制保证其合理科学即可。所以，企业文化的会计学分析重心在成本的分析上。当然，我们可以从成本效益共同分析中寻找更加有效的企业文化建设发展途径。但对于未来的不可测性及企业文化的长期性来说，不需投入大量精力，甚至一些企业根本不对其进行核算分析。

*作者简介：

叶陈刚（1962- ），男，湖北蕲春人，对外经济贸易大学国际工商管理学院教授

张科（1982- ），男，湖北宜昌人，中国地质大学管理学院助理会计师

*本文是叶陈刚主持的财政部重点会计科研课题（课题批准号：2003KJB002）与叶陈刚负责的中国地质大学（武汉）资源环境经济研究中心开放基金项目的阶段性成果。

参考文献

- [1]焦跃华：《成本会计学》，中国财政经济出版社 2001 年版。
- [2]叶陈刚、孙宇：《试论会计责任》，《中国地质大学学报（社科版）》2001 年第 3 期。
- [3]叶陈刚、李月娥：《我国管理会计应用的系统思考》，《财务与会计导刊》2001 年第 10 期。
- [4]宋新宇：《比企业利润更重要的》，《中国经营报》2001-1-18.
- [5]徐经长、张广龙：《会计对象、会计要素和会计科目》，《中国经营报》2001-1-18.
- [6]朱海芳：《管理会计学》，中国财政经济出版社 2000 年版。
- [7]张兆国、叶陈刚主编：《现代管理会计学》，武汉测绘科技大学出版社 1997 年版。
- [8]Nexiainternational.The International Handbook of Financial Report:《国际财务报告》，叶陈刚主译，东北财经大学出版 2000 年版。
- [9]James A.Hall.Accounting Information Systems(2nded) , copyright , 1998by South-Western College Publishing.
- [10]James M.Reeve , Reading&Issues in Cost Management , Copyright , 1997 by south-Western college Publishing.
- [11]Robert Wlngrem, ThomsH. Albright, John W Hill, Managerial Accounting copyright, 1997 by South-Western College Publishing.

Accounting Analysis on Corporate Culture

Ye Chengang Zhang ke

(International industrial and commercial management couege of University of International Business &Economics, Beijing 100001)

(Student of Accounting Department, Management School of China University of Geoscience, Wuhan, Hubei 430074)

Abstract: With economic development and progress of enterprise, corporation attach importance to corporation culture, which expand room for accounting and make it necessary to analytical accounting participating in construct corporation culture. This thesis introduces accounting analysis when undertaking corporation culture. Firstly, Secondly, it discuss the target and function of accounting taking part in corporation culture, and based on it, according to the cost, revenue and benefit. The purpose of this paper is playing a positive role to construction of the corporate culture and accounting development.

Key words: Corporate culture Accounting Analyze