

## 數量折扣，這筆帳怎麼算？

勤業眾信聯合會計師事務所  
IFRS 專業服務團隊  
江美艷會計師、陳怡婷協理

在炎炎夏日裡，人手一杯的手搖飲料，成了夏日街頭常見的景象；即便不想在這種屢創高溫紀錄的天氣出門，在辦公室或是家裡請飲料店外送，也可以涼一下。

鑒於這廣大商機，國內飲料店林立，數家知名飲料店業者也紛紛到海外搶市，拓展國際市場。在這麼競爭的情況下，許多飲料店除了主打招牌飲料之外，也常會推出買十送一，甚至是買五送一的方案，來吸引消費者上門。

比方說，一杯飲料原價 30 元，若是買十送一，消費者拿走 11 杯相同飲料店家收到的錢是 30 元 x10 杯=300 元，這 300 元就是這一筆交易所產生的收入金額。很明顯的，立即免費送一杯的折扣，已經反映在收入以及收現的金額。

除了這種可立即取得折扣的情況外，各行業也有其他類似的數量折扣方案，比方說，與客戶約定，客戶於一年內訂購某產品達特定數量，就可取得特定比例或金額的折扣，以激勵客戶持續購買。這種並非在一次交易就立即可以取得的數量折扣，對企業財務報表有什麼樣的影響？

今年 5 月新發布收入準則 IFRS 15 規定，此種數量折扣屬於「變動對價」的一部分，因不確定客戶是否一開始就能取得此折扣，因此就有了變動因子在裡面，為確保有此種變動對價的收入能合理估計入帳，IFRS 15 於是對收入設了個上限，規定累積已認列的收入金額必須是「高度很有可能」於不確定因素消失或確認後，不會發生重大收入迴轉時，才可以包含於交易對價中，並於銷售時認列收入。

舉例來說，甲公司與乙客戶簽訂之合約中約定，乙客戶購買 A 產品之單位售價為 200 元，若一年內乙客戶購買數量超過 1,000 個，則每單位售價追溯調整降為 180 元，先前多收的款項會再退回給客戶。

若於第一季底，乙客戶購買了 80 個 A 產品，甲公司依照與該客戶往來之經驗估計該客

[鍵入文字]

戶購買的數量一年內不會超過 1,000 個，針對此合約於第一季的收入還是按照原售價 1,600 元（200 元 x80 個）認列。

相反的，若合約條件同上，但甲公司在第一季已經出售了 300 個 A 產品給乙客戶，甲公司考量相關合約經驗及市場狀況等估計乙客戶購買的數量會超過 1,000 個、最終售價應該會降為 180 元，此顯示原始售價中的 20 元高度很有可能會迴轉，則收入認列的金額就僅能依照折扣後的每單位 180 元認列。

第一季銷售的 300 個所認列的收入金額為 300 個 x180 元=54,000 元，其與收現金額 300 個 X200 元=60,000 元間之差額 6,000 元，則是以退款義務處理，甲公司在銷貨當時即應承認這個負債的義務，而不是作為應收款的減少。

由這些例子可知，在有數量折扣的情況之下，收入認列的金額涉及企業對客戶購買行為的估計及判斷，為避免估計落差過大導致收入金額於日後發生大幅調整，企業應依照各合約進行審慎判斷並持續進行評估，這對打算以折扣吸引客源、再創營收高點的企業來說，無疑是重新檢視收入虛實的最好時機。

(本文已刊登於 2014.08.08 經濟日報經營管理版)

關於本出版物

本出版物中的訊息是以常用詞彙編寫而成，僅供讀者參考之用。本出版物內容能否應用於特定情形將視當時的具體情況而定，未經諮詢專業人士不得適用於任何特定情形。因此，我們建議讀者應就遇到的特別問題尋求適當的專業意見，本出版物並不能代替此類專業意見。勤業眾信在各地的事務所將樂意對此等問題提供建議。

儘管在本出版物的編寫過程中我們已盡量小心謹慎，但若出現任何錯漏，無論是由於疏忽或其他原因所引起，或任何人由於依賴本刊而導致任何損失，勤業眾信或其他附屬機構或關聯機構、其任何合夥人或員工均無須承擔任何責任。

© 2014 勤業眾信聯合會計師事務所版權所有

保留一切權利

[鍵入文字]

勤業眾信 Aug. 2014

台北市民生東路三段 156 號 12 樓

*Always One Step Ahead.*

+886 (2) 2545-9988