

解釋公告第 31 號（2010 年版）翻譯草案

收入：廣告服務之交換交易

初審委員 中興大學財務金融學系教授陳育成

翻譯單位 安永聯合會計師事務所

徵 求 意 見 函

（請於 99 年 12 月 10 日前，將意見以電子郵件方式寄至 tifrs@ardf.org.tw）

財 團 中 華 民 國 會 計 研 究 發 展 基 金 會
法 人 國 際 會 計 準 則 翻 譯 覆 審 專 案 委 員 會

解釋公告第 31 號

收入：廣告服務之交換交易

A 部分



解釋公告第 31 號

收入：廣告服務之交換

本版納入截至 2009 年 12 月 31 日發布之國際財務報導準則對本解釋所作之修正。

解釋公告第 31 號「收入：廣告服務之交換」係由常務解釋委員會制定，並於 2001 年 12 月發布。

其後，解釋公告第 31 號已被國際會計準則第 8 號「會計政策、會計估計變動及錯誤」(2003 年 12 月發布)修正。



解釋公告第 31 號「收入：廣告服務之交換」由第 5 段組成。解釋公告第 31 號隨附結論基礎。解釋之範圍及效力列示於「國際財務報導準則前言」之第 2 及 7 至 17 段。

解釋公告第 31 號結論基礎請見本版 B 部分

解釋公告第 31 號

收入：廣告服務之交換

參照

- 國際會計準則第 8 號 「會計政策、會計估計變動及錯誤」
- 國際會計準則第 18 號 「收入」

議題

- 1 企業（出售者）可能進行交換交易，以提供本身之廣告服務換取其客戶（客戶）之廣告服務。廣告可能係藉由網路、海報、電視或電台廣播、雜誌或期刊、或其他媒介方式而呈現。
- 2 在某些情況下，交易雙方並未交換現金或其他對價。在某些其他情況下，則亦交換等額或大致等額之現金或其他對價。
- 3 於正常營運活動中提供廣告服務之出售者，其交換交易所涉及之廣告如其中所交換之服務不相似（國際會計準則第 18 號第 12 段）且收入金額能可靠衡量（國際會計準則第 18 號第 20 段(a)），則應依國際會計準則第 18 號認列收入。本解釋公告僅適用於非相似之廣告服務交換。相似之廣告服務交換，則非產生國際會計準則第 18 號所規範收入之交易。
- 4 此議題係規範出售者於何種情況下，能可靠衡量交換交易中所取得或提供之廣告服務收入之公允價值之情況。

共識

- 5 與廣告服務之交換交易有關之收入，並無法以所取得之廣告服務公允價值予以可靠衡量。惟出售者可藉由交換交易所提供之廣告服務公允價值，並參考具下列特性之非交換交易，以可靠衡量相關收入：
 - (a) 所包含之廣告與交換交易下之廣告相似；
 - (b) 經常發生；
 - (c) 相較於提供與交換交易相似廣告之全部交易而言，佔交易數量與金額之大多數；

- (d) 涉及現金及/或具能可靠衡量公允價值之其他型式對價（例如，有價證券、非貨幣性資產、及其他服務）；及
- (e) 與交換交易之同一交易對象無關。

結論之日期

2001 年 5 月

生效日

本解釋公告於 2001 年 12 月 31 日生效。會計政策之變動應依國際會計準則第 8 號「會計政策、會計估計變動及錯誤」之規定處理。

解釋公告第 31 號

收入：廣告服務之交換交易

B 部分



解釋公告第 31 號

收入：廣告服務之交換交易

國際會計準則理事會 (IASB) 所發布之隨附文件

本版納入截至 2009 年 12 月 31 日發布之國際財務報導準則所作之修正。

解釋公告第 31 號之內容 (不含隨附文件) 已包含於本版之 A 部分。本解釋發布時之生效日為 2001 年 12 月 31 日，最新修正內容之生效日為 2005 年 1 月 1 日。本部分包括下列隨附文件：

結論基礎

解釋公告第 31 號「收入：廣告服務之交換交易」之結論基礎

本結論基礎附於解釋公告第 31 號，但非屬其一部分。

- 6 國際會計準則第 18 號第 9 段規定，收入應按已收或應收對價之公允價值衡量。若收到之商品或勞務之公允價值無法可靠衡量，則收入係以調整所有移轉之現金或約當現金金額後，換出之商品或勞務之公允價值衡量。國際會計準則第 18 號第 26 段指出，當涉及提供勞務之交易結果無法可靠估計時（例如，收入金額無法可靠衡量），應僅在已認列費用之可回收範圍內認列收入。如國際會計準則第 18 號第 27 段之解釋，此表示應僅在已發生成本之預期可回收範圍內認列收入，且因交易結果無法可靠估計，故不得認列利潤。
- 7 「架構」第 31 段指出，當資訊無重大錯誤或偏差且係忠實表達時，該資訊具有可靠性。以交換交易下自客戶所換入廣告服務之公允價值衡量收入，為實務上不可行，此係因出售者無法取得可靠資訊以支持其衡量。因此，涉及廣告服務之交換交易所產生之收入，應以由出售者提供予客戶之廣告服務之公允價值衡量。
- 8 國際會計準則第 18 號第 7 段將公允價值定義為，在公平交易下，已充分瞭解並有成交意願之雙方據以達成資產交換或負債清償之金額。服務之公開價格並未構成其作為公允價值之可靠證據，除非此價格係由對交易事項具充分瞭解並有成交意願之雙方進行之交易所支持。此等交易於相關服務相似、交易數量眾多、交換對價能可靠衡量、且涉及獨立第三者情況下，方可提供攸關且可靠之基礎予以支持。因此，於交換交易下換出之廣告服務公允價值，唯可藉由參考具前述特性之非交換交易而支持時，方為能可靠衡量。
- 9 惟提供並接受廣告服務之相同企業間，以支票交換（如）相同或大致相同金額，則無法提供公允價值之可靠證據。包含僅有部分現金給付之廣告服務交換，就現金組成部份（除非有相同或大致相同金額之部分現金給付互相交換）之範圍內提供交易公允價值之可靠證據，但並無法就整體交易之公允價值提供可靠證據。
- 10 服務公允價值之可靠衡量，亦仰賴許多其他因素，包括產業、市場參與者之數量、服務性質及市場交易數量。於涉及廣告之交換交易案例中，當涉及相似廣告之獨立非交換交易提供證實交換公允價值之可靠證據時，廣告服務之公允價值即為能可靠衡量。