發文日期　民國 105 年 6 月 29 日

發文字號　(105)基秘字第 138 號

主　　旨　客戶取得成本

相關公報　企業會計準則公報第十號「收入」及企業會計準則公報第十八號「無形資產」

問題

企業為取得新客戶，可能推出促銷方案，或者因行銷所需，而發生相關支出。實務上常見之例為電信業者為吸引顧客加入各項電信資費方案而給付予經銷商之開通門號佣金（或續約門號佣金）。該等支出之會計處理為何？

參考答案

一、 若企業之該等支出係給付（含現金及實物）予客戶，則非屬客戶取得成本，不得資本化為無形資產。

該等支出若係給付現金予客戶，其性質類似銷貨折讓，應作為收入之減少。惟若該給付係為取得客戶之商品或勞務，則應與自供應商購買商品或勞務之相同方式處理。

該等支出若係給付實物予客戶，則應判斷其是否屬銷售交易中可單獨辨認之組成部分，若屬銷售交易中可單獨辨認之組成部分，則應依企業會計準則公報第十號「收入」第十二條之相關規定，以每一可

辨認項目之相對公允價值為基礎，將交易價格按比例分攤至每一可辨認項目。若非屬銷售交易中可單獨辨認之組成部分，則應依其性質認列為收入之減項、費用或銷貨成本。

二、 當企業係支付予客戶以外之第三方且符合下列條件時，該等支出始得資本化為無形資產：

1. 該等支出可個別溯至與特定客戶之具法律約束力合約，且與該合約直接相關。
2. 該等支出所溯至之合約須符合企業會計準則公報第十八號「無形資產」中所規定可辨認性之條件。
3. 該等支出係為取得一合約之直接增額成本且預期可回收。企業判斷可回收性之指標包括（但不限於）過去歷史經驗、收取保證金或預收一定之費用等。
4. 該等支出能就每一合約個別辨認且能可靠衡量。企業須具有個別記錄及評估個別客戶未來經濟效益之系統，以便能協助企業評估該等每一合約所屬無形資產之可回收性及減損。

現狀

自企業會計準則公報第二十四號「客戶合約之收入」（以下簡稱第二十四號公報）實施日起，本問答集不再適用，企業應依第二十四號公報之相關規定處理。