

会计证辅导：户外广告会计核算的几个问题会计从业资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022__E4_BC_9A_E8_AE_A1_E8_AF_81_E8_c42_646074.htm id="tb42"

class="mar10">（一）户外广告的确认为户外广告是广告经营者接受广告客户的委托，进行广告的策划、设计、制作、安装，通过招牌、灯箱、电子屏幕、旗帜等媒介直接或间接地介绍所要推销的商品或所要提供的劳务的行为，有着不同于普通产品或劳务的特点。首先广告公司制作的灯箱、电子屏幕等不是为了出售，而是为了吸引客户利用这种媒介做广告宣传，收取一定的广告费，属于自有的财产物资。其次它制作的宣传画面既是一种产品，也是一种服务，其成果为客户所有。另外安置灯箱、招牌等还需支付一定的占地使用费、路段费，制作宣传画时还会涉及有关知识产权等问题。总之，户外广告较之一般产品复杂得多，会计的确认要遵循其特点进行。根据《企业会计制度》重新对资产、费用成本的定义（资产是过去的交易或事项形成并由企业拥有或控制的资源，该资源预期会给企业带来经济利益；费用是指企业为销售商品、提供劳务等日常活动所发生的经济利益的流出；成本是指企业为生产产品、提供劳务而发生的各种耗费）及依据权责发生制、划分收益性支出和资本性支出等会计原则的要求，户外大型广告招牌、灯箱、霓虹灯等实物，均属于资产性质，并可进一步划分为固定资产、低值易耗品等；为客户制作的画面等宣传物支出，视受益期长短可划分为长期待摊费用和待摊费用。每期计提折旧、费用摊销、支付水电费、人员的工资等应计入当期费用。目前大多数广告公司将户外

广告作为费用处理，直接计入当期成本费用账户，显然有失允当。

（二）户外广告的会计处理 按照广告形成的过程，户外广告的核算过程可分为广告制作费用、广告制作成果两部分。

1、户外广告制作费用的核算 首先，设置反映广告制作特点的会计账户。广告制作过程的核算应设“广告制作”账户，核算广告公司制作灯箱、霓虹灯、招牌、电子屏幕时发生的与制作有关的各项设计费、材料费、人工费以及借款利息等费用；户外广告、电视广告、礼品广告等进行成本核算均可通过该账户核算。其次，明确区分实体制作与画面内容制作的关系。在实际中广告公司有多种经营模式，其一是先做好户外实体，然后招商，按客户要求策划、设计、制作广告内容；其二是实体与广告内容均按客户的特殊要求制作。在核算时，第一种情况必须分别计入有关明细科目，由于户外实体往往使用时间要在一年以上，费用必须按期摊销；而广告内容的制作因客户的需求而定，如果无客户时，则无此费用。因而两者发生的费用在摊销时不可能一致。再次，制作过程及以后各期所支付的占地使用费应计入“待摊费用”。实务中广告公司一般是分期支付占地使用费，合同中均明确了占地时间，有一年两年的，多数在五年以上，到期没有特殊原因，公司会续租，继续使用。由于各期入账价值不能准确计量，因此分期支付的占地资不应作为资本性支出处理，只能在每年分期支付占地费时，先计入“待摊费用”账户，然后按照配比原则，分期摊入成本费用账户。

2、广告制作成果的核算 由于制作成果表现形式较复杂，可以按用途和产权划分以下情形核算。（1）整体为客户特别订作，所有权为广告公司所有。此类广告多数规模较大、成本高、使

用时间超过两年，例如许多城市高层建筑上悬挂的大型广告招牌。此类广告通常是客户按要求分期支付广告使用费，合同到期，可续约也可终止使用，广告公司有权收回广告招牌。广告公司在制作完成时，先由“广告制作”账户，转入“固定资产”账户，第二步，借记“应收租赁数”（租金+担保余值）、“未担保余值”科目，贷记“固定资产”（账面值）、“未确认融资收益”（借方与贷方之差）科目；第三步，按期收取租金和摊销未确认融资收益时，借记“银行存款”、“未确认融资收益”科目，贷记“应收租赁款”、“其他业务收入”科目。（2）广告实体与广告内容分别制作。首先，广告公司统一规划制作好灯箱、招牌（多数集中在市区主要路段，可美化市容，成批生产）后，即可由“广告制作”转入“固定资产”或“低值易耗品”账户，然后与客户洽谈，依客户要求制作广告具体内容，加工完成由“广告制作”转入“长期待摊费用”或“待摊费用”（以广告的合同时间为入账时间），最后按期计提折旧、摊销费用（以各自合理受益期为准）计入“营业成本”（有确定客户，与收入配比）、“营业费用”（无客户）科目。（3）小型户外广告，由于成本较低，数量较少，发生的费用刚直接计入“营业成本”账户。如宣传画、招贴小报。【把会计从业加入收藏夹】 【更多资料请访问百考试题会计从业站】 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com