

关于广告费用的解析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/74/2021_2022__E5_85_B3_E4_BA_8E_E5_B9_BF_E5_c45_74945.htm 原先的会计处理规定要求广告费原则上应计入发生当期的费用，一般不能递延。但是对能否预提未作出明确规定。根据“关于执行《企业会计制度》和相关会计准则有关问题解答》”（发文文号：财会[2002]18号），广告费应于相关广告见诸于媒体时，作为期间费用，直接计入当期营业费用，不得预提和待摊。但是如果确有确凿的证据表明（按照合同或协议约定等）企业实际支付的广告费，其相对应的有关广告服务将在未来几个会计年度内获得，则本期实际支付的广告费可作为预付账款，在接受广告服务的各会计年度内，按照双方合同或协议约定的各期接受广告服务的比例分期计入损益。如果没有确凿的证据表明当期发生的广告费是为了在以后会计年度取得有关广告服务，则应将广告费于相关广告见诸于媒体时即计入当期损益。在理解这一规定时，需要注意以下几点：1. 对于尚未接受的广告服务，不得预提相应的广告费。如果已接受广告服务但相应费用尚未支付的，应在应付帐款或者其他应付款中反映。2. 为了在以后会计年度取得有关广告服务而在本年度预付的广告费可以予以递延，递延和摊销方法应按照不同会计期内接受广告服务量的比例确定，而不是单纯根据广告播放所跨越的时间比例确定。但是在实务中，对于广告费的递延问题应当从严掌握。因为按照常理，由于市场固有的不确定性，一般企业不会一次性预付多年的广告费。因此必须取得该预付广告费能在以后年度获得广告服务的确凿证据。

3. 对于符合递延条件的广告费，应当反映在预付帐款中，而不是在待摊费用或者长期待摊费用中反映。摊销时，借记“营业费用”，贷记“预付帐款”。因此，待摊费用和长期待摊费用中一般不应出现“广告费”明细科目。

4. 根据《企业会计准则中期财务报告》的规定，企业在编制中期财务报告时应当采用与年度报表相一致的会计政策。因此，上述处理原则同样适用于同一会计年度内的跨月（季）预付广告费在中期财务报告中的处理。

5. 广告费费用化的依据之一就是它所能带来的未来经济利益具有不确定性，因而难以判断是否符合资产的定义。即使对于符合“22个问题解答”所规定的递延条件的广告费而言，这种不确定性也同样存在。因此，对于反映在“预付帐款”科目中的广告费，审计时应当注意进行减值测试，必要时可将预期将难以为企业带来经济利益的部分直接注销，计入注销当期的营业费用。

6. 应关注广告费中的“回扣”和“洗钱”因素。对于名为广告费，实为支付回扣或者“洗钱”的业务，其费用不得递延。

7. 在所得税审计中，应关注广告费的税前扣除额是否超过国家税务总局规定的标准。税法规定超支部分的广告费可无限期向以后纳税年度结转扣除，这与会计上的广告费递延确认完全是两回事，不可混淆。

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