

會計師看時事／改裝行銷的會計算盤

聯合新聞網/經濟日報 - 2015 年 2 月 27 日 上午 4:29

台北市信義區 A 百貨業者去年開始進行十幾年來最大規模改裝，忠孝東路上的 B 百貨業者也首度大規模全面改裝，兩家百貨公司均因重新裝潢因素，陸續舉行改裝出清、封館大拍賣。

現在消費者愈來愈精明，網購、團購不說，不等到百貨公司折扣期間就不隨便下手購物。精打細算的消費者只得讓百貨業者絞盡腦汁搬出各種促銷折扣方案，吸引顧客上門。

網路購物具有便利性，但實體通路也不是省油的燈，打造更為舒適及美觀的購物空間，便是吸引顧客的不二法門，趁著改裝前，也趕緊進行折扣促銷，引起消費者購物慾望，先買足以忍過這段改裝期間，等改裝後重新開幕時，更以耳目一新的姿態，讓這些客人們再度回籠。

百貨公司進行內部裝潢所發生的支出，通常大部分可以符合國際會計準則第 16 號「不動產、廠房及設備」認列為資產的成本，因為是為了用以提供勞務、出租他人 及管理目的等所付出的成本，相關資產可以使用超過一年以上，裝潢可以為商場創造未來經濟效益（吸引顧客），並且成本得以可靠衡量（支付給裝潢廠商的費用）。

但是，改裝過程發生的一般管理成本及重新開幕前發生的廣告促銷支出，都不應認列為資產，而是屬於當期費用。

前一次裝修成本而且列於「不動產、廠房及設備」項下的資產金額，過去是按照耐用年限提列折舊，於公司決定改裝計畫時，需要考慮該項資產的減損情形。

也許先前估計該項資產還可以使用二至三年，而改裝計畫將使得原先的資產被拆除而不再具有經濟效益，因此，公司對於該項資產的使用方式產生改變，應評估因改變而產生的減損金額，並反映在當期損益中。提列減損後的資產帳面金額，將反映在被拆除之前，該項資產還可以為公司提供的效益有多少，而在拆除之際，其帳面金額將為零。

百貨商場主體建築物屬於「不動產、廠房及設備」項下也是需要按照耐用年限提列折舊的折舊性資產，由於沒有改變其用途、耐用年限等估計折舊金額的種種因素，於裝潢期間內仍應該按原方法繼續提列折舊。

煥然一新的購物商場絕對是刺激消費的推手，台灣的軟實力—「服務品質」更是讓百貨公司業績蒸蒸日上的競爭優勢，筆者已經在期待百貨公司重新開幕的佳期，並享受 shop（殺）紅眼的快感了！

資料來源：

江美艷、雷瑛（2015年2月27日）。會計師看時事／改裝行銷的會計算盤。經濟日報。取自：<http://udn.com/news/story/7244/727586>--會計師看時事／改裝行銷的會計算盤