

LINE 貼圖收入 財報認列有一套

勤業眾信聯合會計師事務所
IFRS 專業服務團隊
江美艷會計師、陳欣怡協理

自從智慧型手機普及以來，不論是在人行道或公車、捷運上，「低頭滑手機」已成為大家再熟悉不過的街景之一。不曉得大家是否有注意過低頭族究竟在忙些什麼呢？相信許多人都是忙著「LINE」吧！

LINE 這個手機 App 已經迅速滲透到我們的日常生活中，而這樣的高普及率也帶來了相對應的營收。LINE 公司日前甫宣布 2014 年度營收站上 863 億日圓的新高點，與 2013 年度營收 404 億日圓相較成長率達到 114%，成績十分亮眼。

綜觀 LINE 的營運模式，是以付費貼圖與相關遊戲中的付費道具為兩大營收來源。不管是道具或是貼圖，都有著共同的特色——低單價。

用戶只需要付出台幣 30 元就能買到，比一杯珍珠奶茶還便宜。但是，全世界使用 LINE 的用戶已經超過 3 億人，而且仍在迅速增加當中。

其中只要有 1% 用戶付費購買道具或貼圖，所產生的收入便相當可觀。

LINE 採取的是先收費、後服務的經營模式。用戶在付費之後就取得貼圖與道具的使用權，公司則是負有提供服務的義務。

換句話說，LINE 公司在收到用戶付款的當下還沒有真正賺得營收，反而是增添了一筆負債（即預收了客戶的錢）。然而，這筆負債會在什麼時候轉變為公司的營收呢？

如果是遊戲中的消耗性道具，LINE 公司會在用戶「使用道具時」完成所有應履行的義務，LINE 便賺到了相對應的收入。

另一方面，用戶付費取得的貼圖卻是「無使用效期限限制」的，意味著公司必須「永遠」肩負著維持貼圖正常運作的義務。在這種情況下，LINE 公司何時才真正賺到貼圖收入，並將其反映於財務報表中呢？

雖然用戶購得的貼圖使用權是無限期的，但相信有用過 LINE 貼圖的人都有著類似的想法：「貼圖不斷推陳出新，每一套貼圖總是用不到幾個月就膩了！」因此，就實際運作來看，LINE 公司應可透過分析用戶的歷史使用紀錄找出貼圖的「合理服務期間」，再於這段期間內，依有系統的方法（如直線法）認列所賺得的貼圖收入。

其實從成本角度來看，當用戶新買一組貼圖或道具時，LINE 公司幾乎不會因此增加任何成本。但隨著遍布全世界的用戶持續增加，網路效應不斷擴大，付費貼圖與遊戲道具仍有著無止境的成長空間，LINE 公司的未來營收應是精采可期，吸睛（金）破表！

(本文已刊登於 2015.06.26 經濟日報 A19/經營管理版)

關於本出版物

本出版物中的訊息是以常用詞彙編寫而成，僅供讀者參考之用。本出版物內容能否應用於特定情形將視當時的具體情況而定，未經諮詢專業人士不得適用於任何特定情形。因此，我們建議讀者應就遇到的特別問題尋求適當的專業意見，本出版物並不能代替此類專業意見，勤業眾信在各地的事務所將樂意對此等問題提供建議。

儘管在本出版物的編寫過程中我們已盡量小心謹慎，但若出現任何錯漏，無論是出於疏忽或其他原因所引起，或任何人由於依賴本刊而導致任何損失，勤業眾信或其他附屬機構或關聯機構、其任何合夥人或員工均無須承擔任何責任。

© 2015 勤業眾信聯合會計師事務所版權所有

保留一切權利

勤業眾信 2015

台北市民生東路三段 156 號 12 樓

Always One Step Ahead.

+886 (2) 2545-9988