

O2O模式下第三方打车软件平台 收入确认问题探析

胡婷婷

摘要：电子商务的发展催生了新型O2O模式的打车软件，其特殊的线上线下模式改变了传统的支付方式，对会计环境产生了较大影响，从而也对传统的会计理论和实务提出了挑战。为了正确核算第三方打车软件平台收入，本文结合企业会计准则和O2O模式特征进行了探讨。

关键词：O2O模式；第三方平台收入核算

一、O2O打车软件运营模式

O2O模式(Online To Offline)，是线上与线下交易的结合，以线上订单和资金流加线下乘客接送服务为主要特点。其业务流程为：乘客将地理位置、目的地等发送至第三方平台，平台再根据附近司机的数量和距离张贴乘客的信息，司机根据平台信息进行接单，成功之后将订单信息反馈回第三方平台，平台将相关的司机信息和乘车金额发送给乘客，司机再联系乘客，送达之后，乘客可以通过第三方平台付款或直接向司机付款，形成一个“预定——上车——下车——付款”的闭环式场景。

二、O2O模式下第三方打车软件平台收入确认分析

在O2O模式下，由于第三方软件平台的介入，改变了司机的接单方式和乘客的付款方式，因此处于O2O模式等虚拟经济中的企业应在传统的会计准则下结合其业务的特殊性来进行具体的业务处理。

1. 一般情况收入确认。

(1) 提供劳务收入确认。第三方打车软件通过为司机和乘客提供相互需要的信息来确认收入，以滴滴打车、快的打车和Uber最为明显；平台通过与司机商定从每一笔收入中抽取一定比例作为系统服务费，此时收入核算对象为系统服务费。根据《企业会计准则第14号——收入》的规定，劳务收入在劳务完成时确认。当收到乘客付款时，借记“银行存款”科目，贷记“预收账款”、“主营业务收入”科目，待把属于司机的部分发放

时，借记“预收账款”科目，贷记“银行存款”科目。

(2) 让渡资产使用权收入确认。第三方平台通过提供车辆出租并配备司机来实现收入，以易到用车为例。乘客要向第三方软件平台缴纳租车费用和司机的服务费用，此时第三方平台的核算对象为乘客缴纳的所有费用。准则规定，属于让渡资产使用权的，若是一次性收费且不提供后续服务的，则于业务发生后一次性确认收入。借记“银行存款”科目，贷记“其他业务收入”科目，另外，根据汽车的折旧费用，借记“其他业务成本”科目，贷记“累计折旧”科目。

(3) 广告费收入确认。第三方软件平台将首页的空位作为广告位用于出租，根据位置的区别来收取广告费，商家通过竞价的方式取得相应的铺位，平台通过与商家协议来收取租金，此时第三方平台收入核算的对象即是广告收入。根据《企业会计准则第14号——收入》中关于广告费用收入确认时点的相关规定，宣传媒介的收费，在相关的广告或商业行为开始出现于公众面前时予以确认，借记“银行存款”科目，贷记“其他业务收入”科目。

2. 特殊情况收入确认。

(1) 首单优惠情况。《企业会计准则》对于首单优惠没有明确的规定，由于其实质是为了吸引更多乘客，提升影响力，且都一次性完成，笔者认为可按销售商品中的商业折扣情况进行处理，按折扣后的金额来确认劳务收入。

例1. A软件打车平台为鼓励顾客下载使用其软件，推出优惠活动：首次使用时给予15元的商业折扣，超过部分需要乘

客另付。且A平台与司机达成协议，每一笔业务收取10%的手续费。某乘客一共消费35元，不考虑增值税和相关税费，A平台的会计处理是：

借：银行存款	20
贷：预收账款——司机	18
主营业务收入	2
向司机支付款项时：	
借：预收账款——司机	18
贷：银行存款	18

(2) 赠送优惠券情况。第三方软件平台推出打车送优惠券活动，根据《企业会计准则》的规定，主体应在与该选择权相关的额外商品或服务的控制权转移给客户或过期时才能确认收入。这种优惠券有一定的期限，第三方平台每送出一张优惠券都视为一笔应付未付的款项。当用户在有效期内使用时，只需支付打车原价扣减已有优惠券的金额，其抵扣金额作为前述负债的偿还，若已过使用期还未使用，则转作无效优惠券计入营业外收入。

例2. A软件打车平台为鼓励乘客多次消费，推出优惠活动，其规则是：乘客消费满30元送3元，满50元送6元，满70元送10元，某乘客在3月20日打车时共消费56元，系统自动赠送6元优惠券，有效期为2个月。平台与司机协议的服务费为10%，不考虑增值税和相关税费，则A平台的账务处理为：

借：银行存款	56
贷：其他应付款——有效优惠券	6
预收账款——司机	45
主营业务收入	5

该乘客在5月15日打车，共消费60元并使用上次获得的优惠券，则A平台的账务处理为：

借：银行存款	54
其他应付款——有效优惠券	6
贷：预收账款——司机	54
主营业务收入	6

若该乘客至5月20日还未使用，则优惠券自动过期，A平台转作营业外收入：

借：其他应付款——有效优惠券	6
贷：营业外收入	0.6
预收账款——司机	5.4

(3) 乘车送积分情况。对于积分的处理，根据财会函[2008]60号，其中积分的会计处理有两种方式：一种是将提供劳务所取得的全部款项确认为收入，对送予乘客的积分不做账务处理，待乘客实际兑换时，作为实现收入而产生的成本，列为当期费用，借记“销售费用”科目，贷记“其他应付款”科目。

另一种是企业在销售商品或提供劳务的同时授予客户积分的，应当将销售取得的货款或劳务提供产生的收入与积分之间进行分配，与积分相关的部分首先作为递延收益，待客户兑换积分或失效时，结转计入当期损益。

例3. A平台推出新型乘车送积分活动，规则为：每消费10元送1个积分，1个积分可作为1元现金在新世纪百货使用，有效期为一年。不考虑增值税和相关税费，某乘客一年共消费500元，则A平台的账务处理为：

借：银行存款	500
贷：主营业务收入	90
预收账款——司机	360
递延收益	50
当乘客兑换积分时，平台应将支付给第三方的价款计入“其他应付款”：	
借：递延收益	50
贷：其他应付款——新世纪	50
当积分过期没有被兑换，则作为当期损益：	
借：递延收益	50
贷：预收账款——司机	40
营业外收入	10

三、两点建议

1. 优惠活动处理问题。各打车软件商各种形式的优惠层出不穷，给会计收入核算带来了巨大挑战。赠送代金券、电子优惠券、红包、乘车送积分等应该作为第三方平台的销售费用、管理费用还是一项负债，《企业会计准则》中没有明确规定。O2O模式下打车软件的收入不同于传统路边招车，其收入核算也需要财政部出台相应的准则进行具体规范。

2. 增值税处理问题。交通运输业已全面纳入增值税征收范围，对于平台满额即送优惠券活动，当乘客再次乘坐时可按照抵减后的金额付款，但是税法对于商品销售中“满即送”，“买一赠一”行为视同销售，应当缴纳增值税；对于O2O模式下的相关处理并没有明确规定。但笔者认为，平台将乘车原价开在发票上，应当按原价纳税。对于积分兑换的商品的递延收益纳税问题，目前有两种做法：一种做法认为，在提供服务的同时取得积分，应按原价计算销项税额，对于积分兑换的商品属于乘客无偿取得，平台当计销项税额；另一种做法认为，提供劳务取得的积分是包含所兑换商品的，所以只在第一次取得劳务收入时计算销项税额，兑换的商品不再缴纳。对此税法没有做出明确规定，需税务部门出台相应的税收政策。

(作者单位：重庆工商大学会计学院)

责任编辑 王雅涵