

## 自创商誉的计量等几个问题的思考

□ 何海 苏淑敏

### (一)自创商誉的计量

现行会计实务的特征是历史成本、现行成本、现行市价、可实现净值或可清偿净值、未来现金流转值(或贴现值)等多种计量属性并举。对会计项目采用哪种计量属性,应视项目的性质、特征及计量属性的相关性与可靠性而定,自创商誉作为一种能为企业带来未来超额收益的无形资产,具有“未来”特性,而未来现金流转值(或贴现值)着眼于企业未来的现金流入,是对自创商誉较为理想的计量属性。

自创商誉的计量方法目前主要有两种:直接法和残值法

直接法与商誉的超额收益观相关联,实际上也就是超额收益资本化法。其基本依据是,商誉是一种企业单独存在的、独特的生产性资产,因此,也可以像其他生产性资产一样单独对自创商誉计价。具体来说,直接法又可分为等额超额收益本金化法、等额增量超额收益折现法等,其实质就是将自创商誉获取的未来超额收益贴现计算其资本化金额。

残值法则与总计价账户观相关联,其基本依据是,所有的有形资产与负债,以及可以辨认的无形资产都按现行价值进行计价,这样就得到了净资产的公允价值,而企业的总市价同这些净资产的公允价值的差额则为自创商誉价值。

笔者认为,从可操作性的角度出发,可以区分上市公司与非上市公司来选择不同的计量方法。对于上市公司,由于有现成的股价可以利用,企业的总市价容易获得,运用残值法对自创商誉计价是合适的。其自创商誉价值可以用修正的股价减去账面资产的公允价值来确定。如以最近一年股价的平均数作为修正的股价,这反映了企业价值的市场判断,以修正后的股价减去账面资产的公允价值即得到了自创商誉的价值。这样的计量方法实际上与现行商誉的价值确定方法是一致的,现行实务以收购溢价为商誉价值,收购溢价是股票收购价与账面净资产公允价值的差额,在收购时通常发生股价上涨的情况,这实际上是合并商誉的价值反映,而原股价与账面资产公允价值的差额就是自创商誉

价值。可见该计量方法保持了与现行实务的连续性。

对于非上市公司自创商誉价值的确定,最合适的方法是超额收益资本化。即自创商誉=(企业实际利润-行业平均利润率×可辨认的净资产公允价值)÷行业平均利润率。为消除偶然因素的影响,企业实际利润可采用近三年利润的平均数。在以一定方法确定自创商誉的价值后,企业便可以借记“商誉”,贷记“资本公积”账户了。

### (二)自创商誉的摊销与减值

自创商誉是否应在规定的年限内摊销?APB Opinion 17号要求企业的商誉在最长时间不超过40年的时间内予以摊销。英国长期以来都采用将商誉直接冲销的方法,但1997年英国会计准则委员会(ASB)发布的第10号财务报告准则(FRS10)《商誉和无形资产》规定,商誉应作为无形资产列示,且在其有限的经济寿命内(不超过20年)系统摊销。但如果商誉具有无限的经济使用寿命时,则不应摊销。1998年修订的国际会计准则22号(IAS22)《企业合并》规定,商誉应该在其使用年限内系统摊销,摊销期限应反映对未来经济利益流入企业的期间的最好估计。国际会计准则理事会(FASB)1999年发布的一项征求意见稿(ED)《企业合并与无形资产》,要求商誉应在不超过20年内摊销。但在FASB2001年2月发布的ED中,取消了在20年内摊销商誉的规定,改为只确认商誉的减值。2001年8月FASB发布的SFAS142《商誉和无形资产》亦要求确认商誉的减值,而不要求摊销商誉。

笔者亦认为,自创商誉不应摊销。自创商誉由过去的活动形成,而这些活动并不因为商誉的确认而减少或停止,这部分活动的成本在发生的当期就费用化了,再进行摊销没有必要。况且商誉作为一种获取超额收益的能力,随着时间的推移,可能不但不会减少,还有可能增值。国际上对再生性资源不予摊销早有先例,《国际会计准则第4号——折旧会计》(IAS4)就要求不对再生性资源计提折旧。商誉即使消耗,也不同于一般的消耗性资产,主观的系统摊销并不能真实地反映商誉价值的减少。资产的本质是未来的经济利益,从理论上讲,资产应按未来经济利益来计量。自创商誉作为一个资产项目,如果能给企业带来未来超额收益的能力提高,就应当增加其价值,如果其能给企业带来未来超额收益的能力降低,就应该按照降低的程度减少其价值,通过逐期评估来确定商誉的价值变化较系统摊销更为合理。但考虑到谨慎性原则与我国的实际情况,在目前条件下,通过评估确认自创商誉的增值并不可行,故笔者认为,自创商誉不应摊销,而只应通过减值测试的方法确认减值,对于自创商誉的增值则不予确认而是在会计报表附注中披露。即当存在明显的迹象表明企业获取超额收益的能力下降时,计提自创商誉减值准备,而当相关迹象消除时,则应将以前确认的减值予以转回,但不得超过已计提的减值准备的账面余额。企业应设置“自创商誉减值准备”账户与“自创商誉减值

损失”账户。

### (三)自创商誉的报告与披露

鉴于自创商誉会计信息的决策有用性及重要程度,笔者认为应充分披露自创商誉的相关信息,将自创商誉与自创商誉减值准备及两者相抵减后的净值在资产负债表的无形资产项目下单独列示,自创商誉减值损失可以作为管理费用的一部分在损益表中列示。同时在会计报表附注中披露自创商誉的构成、计价方法、确认与计量方面可能存在的

风险,自创商誉评估增值的情况、原因及可能的财务影响,自创商誉减值与转回的事实,导致减值与转回的主要事件与环境描述、减值损失的金额与确认公允价值的方法,如果已确认减值数是估计值而不是最终确定值,还应披露该事实、原因以及后续期间对该估计值的调整金额及性质。

(作者单位:厦门大学会计系 大化集团)

责任编辑 闵超

## 我国上市公司会计信息 披露模式展望

□ 宫巨宏 夏瑛璋

展望未来,我国上市公司会计信息披露模式的发展将会呈现以下特点:

一是上市公司披露的会计信息的计量属性将会是历史成本和公允价值并重。以历史成本为计量属性的传统会计,是在财富分配用途引导下产生的强调信息可靠性的产物,随着现代交通和通讯技术的发展,在工业社会中相互分割的市场正走向世界一体化,以交易价格为基础的传统历史成本计量属性已不再是惟一可靠的信息源。公允价值的逐步形成及其所具有的客观性已得到越来越多人士的认同。美国、英国、加拿大以及国际会计准则委员会在现行会计准则的制定过程中,都已开始普遍使用公允价值的概念。在我国,《企业会计准则——债务重组》也首次引入了公允价值的计量属性。随着我国上市公司资本运营规模扩大,为满足上市公司利益相关者决策的需要,公允价值必将得到广泛应用,上市公司披露的会计信息的计量属性将会是历史成本与公允价值并重。

二是在上市公司会计信息披露的内容中将加大非货币信息的披露,会计准则的研究重点将转向表外信息披露的相关问题。这是为了适应上市公司信息需求者多样化的需求,提高其决策有用性,上市公司会计信息披露的内容将越来越广泛,不仅包括货币信息,还包括非货币信息,如有关预测性信息、公司研究和开发信息、重大投资项目及人力资源价值、环境会计等非货币信息。众所周知,表内信息的披露,应严格按照会计准则进行,而表外信息披露在我国上市

公司信息披露的相关法律法规中仍是一个亟待解决的空白。相信该问题将成为我国上市公司会计信息披露的重要课题。

三是分部信息在上市公司的财务报告中的比重将会加大。随着企业规模扩大与业务品种增多,企业的经营范围也不断扩展,甚至延伸至其他地区或国家,从而使一般财务会计报告所提供的信息不能满足相关利害关系人的需求。企业在不同的经营区域有着不同的风险,需要将财务状况和经营成果等信息按照地区、业务等分类编报和披露,即按照确定的报告分部(业务分部或地区分部)加工生成分部信息、分部报告,提供企业内部各组成部分的收入、资产和负债等相关信息。分部报告中的分部信息可以帮助信息使用者更好地了解企业过去的经营业绩;更好地评价企业的风险和报酬;对整个企业做出更合理的判断。由于分部信息与评价一个跨行业企业或跨国企业的风险和报酬有关,而这些信息可能不是来自于汇总数据,所以,分部信息对财务报表使用者而言是必需的,分部信息在上市公司的财务报告中的比重将会加大。

四是财务核心能力报告将成为上市公司会计信息披露的重点。随着经济的快速发展,信息需求用户不仅需要企业财务资源和财务状况及其变动方面的信息,而且更需要企业财务核心能力方面的信息。因此,企业财务核心能力应成为现代企业财务报告的核心内容。以财务能力和财务核心能力为主要内容的财务核心能力报告应该披露的内容至少应该包括以下三方面:第一,企业财务表现能力方面的信息。主要是企业财务资源、财务状况及其变动方面的信息。第二,企业财务活动能力方面的信息。主要包括筹资能力、投资能力、分配能力和日常管理能力等方面的信息。第三,企业财务管理能力方面的信息。它既包括企业组织的预测能力、决策能力、计划与规划能力、分析能力、评价能力等方面的信息,也包括组织的控制能力、协调能力、激励能力、创新能力等方面的信息。

(作者单位:天津工业大学)

责任编辑 闵超