

商誉会计问题新探

□ 曹伟 金燕华



引言:

商誉会计主要研究和解决商誉的确认、计量、账务处理、披露以及与此密切相关的商誉本质问题。

商誉作为会计问题引起人们的关注源于企业合并业务。企业合并主要有吸收合并、新设合并和控股合并三种形式。其中,吸收合并(兼并)可以说最直接地提出了商誉会计问题。吸收合并时,兼并企业出示的购买价格(购买成本)有时高于被兼并企业净资产的公允价值,把购买价格与被兼并企业净资产公允价值的差额作为商誉来探讨,使商誉问题开始进入会计的视野。为了对企业兼并时表现出的商誉与企业生产经营中创造的商誉相区别,会计界对前者(即企业合并时表现出的商誉)称为“外购商誉”,对后者(即未发生企业合并活动前企业自身创造的商誉)称为“自创商誉”。有人认为,既然会计上确认外购商誉,就应确认自创商誉;不确认自创商誉显然不符合会计上的一致性原则。那么,到底

底应不应确认自创商誉?如果确认,应如何确认?外购商誉和自创商誉是什么关系?解决这些问题首先必须透过现象准确地把握商誉的本质。然而,据笔者观察,目前对商誉本质认识的流行观点是不恰当的,这也是笔者写作本文的主要原因。

一、外购商誉是现行财务会计模式局限性的反映

我们首先对现行财务会计模式做一简要的概括和分析,然后在此基础上导出对商誉本质的认识。

根据中外财务会计实务,我们可以对现行财务会计模式的主要特点做如下概括:(1)主要目标是对外传输会计信息;(2)必须遵循统一的财务会计规范;(3)可靠性、相关性和可比性是会计信息最重要的质量特征;(4)以货币为主要计量单位并假设币值不变;(5)以权责发生制确认收入、费用并由此计算盈亏;(6)以历史成本(交换价格)为主要计量属性;(7)反映的对象是已经发生的交易或其他事项。

要求:未将相关业务全部划入股份公司的,应将相关业务的业绩均纳入申报报表;重组后股份公司与原企业及其下属单位在主要原材料采购和主要产品销售方面存在重大关联交易的,应合并编制财务报表。前者防止通过改制重组“挑肥拣瘦”,把同一业务人为剥离出优质的业绩,用来包装上市;后者防止企业“横向切割”,将主要业务的一个环节人为地剥离出来,通过关联交易虚增利润达到上市目的。

(三)费用分摊,分为能够辨明归属的费用的划分和不能辨明归属的费用分摊。对于前者,境内外要求基本相同。《剥离调整指导意见》规定对于能辨明归属的为重组进入股份公司的业务提供服务的费用,直接列入报告期股份公司申报利润表;能辨明不属于为组织和管理股份公司业务范围内的生产经营活动发生的费用,不应列入。SEC要求属于重组转移给股份公司的业务及集团保留的相关业务的费用直接列入申报利润表。

对于不能辨明归属的费用,境内外的分摊基准略有不同。

根据《剥离调整指导意见》,应按报告期各会计期间列入股份公司申报利润表的主营业务收入占原企业各相应期间主营业务收入总额的比例划分。美国会计公告对于处理企业剥离的费用分摊方法是依据原企业发生事项及成本合理地进行分配。分配方法的采用根据各费用的具体性质和类型来判断,其建议性方法有增量法或比例法等。共同费用是以提供服务的部门对其他专业或部门提供劳务发生的“成本”作为分摊的基础,如总部协调各业务的管理费用按各业务人员数目来分配,共同使用的建筑物而发生的租金或折旧按各业务实际使用面积来分摊。我国按照主营业务收入为基准归集无法辨明归属的费用,可以避免费用划分的主观性,遏制利用费用分摊夸大申报报表利润的行为,是我国目前信用状况和监管环境下的政策选择的结果。

(作者单位:上海证券交易所)

责任编辑 孙蕊

其中第四个特点是指财务会计四项基本假设之一的货币计量假设。以货币为主要计量单位是商品经济的自然选择,因为货币作为一般等价物可以相当容易地被用来提供综合性的信息——财务信息。假定币值不变是为了省略繁琐的币值换算;如果出现通货膨胀,那么币值不变假定不再符合实际,建立在该假定之上的会计程序和方法就难以有效运用了。货币计量在给财务会计带来方便和表现出优势的同时,也给予财务会计很难克服的局限性,比如企业中的许多无形资产项目(或其反面,我们可姑且称为负无形资产)未能得到确认并反映在资产负债表上,原因之一就是很难用货币计量(确切地说,这些项目如用货币计量很难符合可靠性和相关性的质量特征),这样的例子有人力资源、市场份额和客户关系、品牌、研究与开发等等。我们认为,这些由于货币计量的局限性未能计量的无形资产项目(或负无形资产)在企业兼并时被表现出来,它们就是外购商誉。因此我们说,外购商誉是财务会计局限性的反映。

二、商誉的本质

从外购商誉是现行财务会计模式局限性的反映这一论点出发,我们可以对商誉的本质有更全面、深刻的认识。

关于商誉本质,目前有如下三种有代表性的观点:

1、超额收益观。这种观点认为,商誉是使企业获得超额收益的能力,即预期的超额盈利按一定贴现率贴现的现值。著名会计学家佩顿和利特尔顿两教授认为:商誉“实际上是预计超额盈利能力——预计净收益超过有形资产按正常报酬率所获得的收益的数额,即贴现值。”超额收益观比较流行,我国《具体会计准则——无形资产(征求意见稿)》、注册会计师考试用书中对商誉的定义均采用了超额收益观。我们认为超额收益观有如下几点值得商榷:

(1)尽管商誉具有使企业获得超额收益的能力,但其他无形资产也具备这一特点,即使有形资产,若运用得当,同样可以获得超出正常报酬率的超额盈利能力。所以超额收益观使商誉的范围人为地扩大了,以此为依据对商誉进行计量还会造成资产的重复计量。

(2)以超额收益的贴现值计量商誉,使商誉的计量属性与其他资产尤其是其他无形资产的计量属性失去了一致性。若以超额收益的贴现值计量商誉,那么人们会问:为什么商誉和其他无形资产性质相同而采用的计量属性不同呢?尽管未来现金流量的贴现值最能体现资产的本质——未来经济利益,但现行财务会计模式却不是以未来现金流量的贴现值计量资产的,资产带来未来经济利益的能力是通过收入和费用的配比得到反映的。为什么这样呢?除了历史成本具有可靠性外,还有会计分期假设这一原因。会计分期要求按照会计期间提供会计信息包括盈利能力的会计信息,如果所有资产均按照未来现金流量的贴现值计量的话,

那么企业盈亏的确定就不是采用收入费用相配比的方式了。

2、剩余价值观。这种观点认为,商誉是企业总体价值与账面净资产公允价值的差额。持此观点者甚至不把商誉作为资产,而是作为一个“总计价账户”。剩余价值观有如下特点:

(1)它实质是外购商誉的计量方法,而且这种计量方法具有可操作性。

(2)按这种方法计量的外购商誉,受账面净资产公允价值、双方谈判技巧等因素的影响。

(3)这一观点反映了商誉的现象,但未能揭示商誉的本质。

3、无形资产观。这种观点认为,商誉是企业各种未入账的无形资产。例如专有技术和诀窍、优越的地理位置、良好的企业声誉、卓越的管理队伍等等。Rey.S.Gynther认为:“所以有商誉存在是由于资产代表的不仅是列示出来的有形资产。像‘特殊技能和知识’、‘极强的管理能力’、‘垄断的地位’、‘良好的社会和企业关系’、‘好名称和好声望’、‘有利的形势’、‘优秀的雇员’、‘贸易名称和已建立起来的顾客网络’等都是资产。这些资产的价值就是商誉的价值。”我们认为,无形资产观说明了商誉产生的源泉。

上述三种观点反映了商誉的不同侧面,都有其合理性和片面性。我们可以从如下几方面进一步认识商誉:

1、商誉是在企业的生产经营过程中创造的,企业长期生产经营过程中创造的各种有利条件和因素,即各种无形资产,构成了企业的商誉,这种商誉我们称为商业商誉。

2、商业商誉中的一部分,在现行财务会计模式下,按照现行会计准则和会计制度被确认为无形资产,如商标权、专有技术、特许经营权等;商业商誉中的另一部分,即现行财务会计模式下各种未入账的无形资产,是我们在商誉的确认、计量中讨论的商誉概念,我们称之为会计商誉。可见,会计商誉和商业商誉并非完全一致,会计商誉比商业商誉的外延小。

3、会计商誉在企业兼并时表现出来,表现为外购商誉;外购商誉是现行财务会计模式局限性的反映。

4、在没有企业兼并活动时,相对于外购商誉概念,会计商誉被视为自创(会计)商誉。

三、在现行财务会计模式没有根本改变的情况下,在表内直接确认和计量自创商誉是不现实的

进入20世纪80年代后,由于知识经济的发展,各类无形资产和人力资源在企业中的地位和作用日益突出,在日益活跃的企业合并中出现的外购商誉达到了惊人的数字。在这种形势下,要求确认和计量自创商誉的呼声日益高涨。

目前中外较流行的观点是:以超额收益观为依据,将未

来若干年企业持续获得的超额利润以预计的贴现率进行贴现,以其贴现值作为自创商誉。我们认为这种方法存在明显的缺陷,理由是:

1、超额收益观使商誉的范围人为地扩大了,以此为依据对商誉进行计量会造成资产的重复计量。

2、通过前述论证可知,会计商誉是现行财务会计模式局限性的反映,也就是说,现行财务会计模式的局限性导致了会计商誉的存在,如果对会计商誉进行确认的话,那么首先应确认的是无形资产,而不是会计商誉本身。

3、未来年度超额利润和贴现率的预测,主观性太强,难以保证计量结果的可靠性。

四、当前可行的做法是:对自创商誉用间接法进行评估,并在表外揭示

改变现行财务会计模式、重塑新的财务会计模式是一个系统的工程,需要长时期的探索和完善。在现行财务会计模式没有根本改变的情况下,最可行的做法是用间接法计量商誉,但必须在表外揭示。

用间接法计量自创商誉的依据是商誉的无形资源观。具体方法是:先评估企业总体价值,然后以企业总体价值减去账面净资产的公允价值,其差额即为(自创)商誉。企业总体价值在经济意义上应等于未来盈利的现值,所以未来盈利的预测和贴现率的选择是这种方法的关键。未来盈利等于企业净资产的公允价值乘以预计的报酬率。预计报酬率通常根据企业过去的盈利情况分析计算。通过对企业过去若干年盈利情况的分析,剔除其中偶然性因素的影响,结合现在和将来可能影响盈利的因素,即可确定企业在正常情况下实际可能达到的盈利水平。由于商誉带来的未来盈利具有很大的不确定性,所以选择的贴现率通常应高于正常的投资报酬率。贴现期的估计也是一个重要因素,它主要取决于当事人对未来盈利的主观判断、企业过去盈利的稳定性、行业风险程度等因素。

如果企业是上市公司,可以股票价值代替企业总价值。

因为股票市价从总体上反映了全体股票投资者对企业内在价值的判断;股票的市价总额近似地反映了企业的总体价值。但在不成熟的证券市场里,股票市价不宜作为企业总价值。

五、关于负商誉

会计商誉在企业兼并活动中表现出来。当购买成本高于被兼并企业净资产公允价值时,其差额被作为(外购)商誉确认和计量;当购买成本低于被兼并企业净资产公允价值时,其差额相对于商誉而言被称为“负商誉”。负商誉和商誉有相反的性质和特征,它是现行财务会计模式未能计量的各种不利因素,这些不利因素使企业的盈利能力低于一般水平。

负商誉的会计处理是各国会计界颇有争议的问题。在世界范围内,负商誉的会计处理通常有三种方法:一是确认为一项递延收益,并在确定的期限内摊入各期收益;二是将其按比例调减长期非货币性资产的公允价值,若不够抵减时,剩余部分确认为一项递延收益,并在确定的期限内摊销为收益;三是将负商誉确认为资本公积。

在上述三种方法中,第三种方法和负商誉的本质不符,它虚增了企业的资产和资本;第一种方法也违背了负商誉的本质,同时也不符合企业购入资产按实际成本计价的原则;第二种方法相对来说最合理,但仍有待改进之处。

负商誉是现行财务会计未能确认和计量的各种不利因素,这些不利因素能导致企业经济资源流出企业。根据负商誉的本质特征,负商誉的会计处理方法应是:将其根据资产账面价值按比例抵减资产的公允价值,一直抵减到购买成本为止。这种处理方法既符合购入资产按实际成本计价的原则,又符合稳健性原则。

(作者单位:中国人民大学商学院会计系)

北京化工大学文法学院)

责任编辑 王教育

·建议·

对利润分配的一点建议

□ 邹银兵

《企业会计制度》规定,企业当期实现的净利润,加上年初未分配利润和其他转入后的余额,为可供分配的利润,首先提取法定盈余公积和公益金。笔者认为这其中存在着重复计提盈余公积和公益金的问题。因为年初未分配利润是以前年度已经提取了盈余公积和公益金后留下的,是可供投资者分配的利润,若将这部分以前

年度留下的利润与本年度净利润合并后计提盈余公积和公益金,将导致以前年度留下来的利润部分重复提取盈余公积和公益金。

因此,笔者建议,应当仅以本年度实现的净利润作为提取盈余公积和公益金的基数,即仅对本年度实现的净利润提取盈余公积和公益金。提取后的剩余利润再加上年初未分配利润就是可供投资者分配的利润,这样也就不存在重复提取盈余公积和公益金的问题了。

(作者单位:武汉市财政学校财会教研室)

责任编辑 张玉伟