

月,应相关当事人要求,财政部举行了行政处罚听证会。在听证会上,中喜所及吴光影本人对行政处罚告知书中认定的违规事实没有提出异议,但认为处罚尺度过重,要求从轻处罚。财政部监督检查局答辩认为,中喜所内部管理混乱,质量控制薄弱,超出执业能力盲目扩张,造成大量必要的审计程序未履行,并存在故意掩盖企业造假等重大违规问题,严重违反了《中华人民共和国注册会计师法》第二十一条和独立审计准则的相关规定,社会影响恶劣。根据《中华人民共和国注册会计师法》第三十九条规定,中喜所及吴光影的行为属于情节严重的情形,本着“惩处少数、教育多数”的目的,作出撤销中喜所和吊销吴光影证书的行政处罚是恰当的。经认真审议,财政部条法司认为,行政处罚告知书认定事实清楚,证据确凿,适用法律依据正确,程序合法,内容适当,决定维持行政处罚告知书中的处罚种类。2005年7月18日,财政部正式下发了《财政部行政处罚决定书》(财监[2005]87号、88号、89号、90号),对中喜所及相关责任人进行了行政处罚。

2005年7月22日,财政部发布了第十一号《会计信息质量检查公告》,公布了对深圳中喜等8家会计师事务所以及23名注册会计师的处理处罚结果,引起广大新闻媒体和社会公众的高度关注。财政部门的严格监管和依法处罚对其他会计师事务所和注册会计师起到了有效的警示作用,进一步净化了会计师事务所的执业环境,有利于保护大多数恪守诚信和谨慎执业的注册会计师,促进和保障注册会计师行业的健康发展。

(财政部监督检查局供稿 王东执笔)

并购活动中的战略分析

——联想收购IBM的PC业务的 财务启示

2004年12月8日,当联想集团董事会主席柳传志对外宣布收购国际IT巨头IBM的整个PC业务(包括笔记本电脑和台式电脑)时,国内媒体与业界为之一振,欢欣鼓舞,全球IT界也投来了关注的目光。但联想的此次收购是赔是赚,则众说纷纭,各执己见。

IBM的PC业务,虽然年销售收入约95亿美元,业务区域遍布160多个国家,员工有9500人,其规模位居世界第三。但按照美国公认会计原则(US GAAP)计算,近几年PC业务给IBM的利润贡献却是负值(2002年亏损1.71亿美元,2003年亏损2.58亿美元,累计亏损高达6.8亿美元)。而联想收购该项业务付出的代价是12.5亿美元(6.5亿美元的现金和18.9%的联想集团股权),还不包括需要承担IBM的PC业务的5亿美元净负债。仅从会计数据上看,这可以说是一桩亏本的买卖。但若从战略的高度来分析,则IBM出售PC业务,对现今的联想来说,无异于是一个天赐良机。

战略分析目的是识别公司利润的主要形成点以及主要的

商业风险,包括对公司业务所属行业的分析和公司为获得竞争优势而采用的战略分析。联想集团所处的PC行业的情况大致如下:(1)市场被多家公司分割。国外公司如Dell、HP、IBM、东芝,等等;国内公司如联想、方正科技、清华同方、TCL、长城、实达、七喜,等等。(2)PC的成本大部分由硬件成本构成,如CPU等,占总成本的60%以上。(3)产品同质化现象严重,使得价格、品牌与服务成为客户考虑的主要因素。(4)进入该行业的技术门槛较低,因为绝大部分PC使用的是Intel的芯片和Microsoft的操作系统。如中国的TCL公司,原是生产和销售电视机、空调的家电厂商,现切入国内PC市场,目前销量居国内第五位上下。(5)PC的主要硬件与软件为少数厂商所垄断,如Intel的芯片和Microsoft的操作系统,其定价与市场策略由垄断厂商控制。上述因素决定了PC这一行业相对于其他IT领域,如系统集成、软件与服务,其毛利率较低。目前各大厂商的毛利率分别为:IBM约21%(根据联想的测算,财务报告中显示约10%);Dell、HP等约17%;联想约14—15%;国内的其他厂商,如方正、同方,其毛利率约为8—10%。当然,具体的毛利率水平受到以下因素的影响:(1)产品的销售对象(高、中、低端产品的毛利有较大差别);(2)规模;(3)销售方式(直销、分销或代理);(4)生产与销售区域;(5)与上游供应商的谈判能力;等等。

20世纪90年代以来的并购活动,一般认为是战略考虑引致。所有的公司都必须通过提升管理水平、开拓市场范围来应对日益激烈的市场竞争,新的市场和能力可以通过内部积累而获得,但并购活动加快了调整的速度。笔者认为:从战略角度考虑,以下因素促使联想收购IBM的PC业务。

1. 公司战略

公司战略一般指多元化经营或是专业化的选择。联想在2001年制定第一个三年计划时,采用的是多元化经营战略,三年来的结果证明是不成功的。2004年2月,为抓住中国PC市场的重要发展时期,联想通过对多元化战略的反思,决定调整战略,重组业务,确立了PC及相关产品(如笔记本、服务器、外部设备等)的核心业务地位;将移动通信产品(如手机)作为重点发展业务,逐步建立并增强在最具潜力、发展最快的国内通讯市场上的竞争力;而对IT服务、网络产品和软件外包等业务,则采用剥离、整合与出售的策略。2004年下半年,联想在IT服务领域与亚信的携手,可以看出其对PC专注的决心。而联想集团要在PC领域做大做强,仅靠自身的发展与积累是走不通的,必须走并购之路。

2. 增长

联想的发展,走的是一条“贸、工、技”的道路,先是做国外品牌产品的代理商,然后自己生产PC销售,再到现在具有一定的产品设计和技术开发能力。随着中国加入WTO和国外PC厂商的进入,联想以前采用成本领先战略所具有的竞争优势日益受到威胁。目前联想的PC业务主要在国内,约占整个国内PC市场的27%,稳居第一的位置。但随着国内PC市场的饱和以及毛利率的不断下降,联想必须走向国门、开拓疆土,否则难以取得业务的更大、更快增长。

3. 无形资产

原联想集团 CEO 杨元庆说：“在国外客户的眼中，中国公司生产的 PC 低价值、低成本，甚至是低质量的。”在这种情况下，联想要走出国门，不借助外力必定是步履维艰。而联想的此次收购是全方位的收购，不仅取得了 IBM 的全部 PC 业务，还同时取得 IBM 的品牌、渠道、研究与开发、销售与管理团体、售后服务等。根据协议，在交易完成后，联想未来五年内有权使用 IBM 的品牌，包括 IBM 的 Think 系列商标的使用权和相关技术，涉及 PC 和笔记本方面的专利大部分也归属新联想。也就是说，联想实际上可以用 IBM 多年精心搭建的 PC 平台在全球范围从事 PC 业务，其无形的价值难以估量。

4. 竞争

如前所述，PC 行业的技术门槛较低，国内不少家电公司纷纷涉足 PC 业务；加入 WTO 后，随着市场壁垒的消除，国外 PC 巨头也步步紧逼、攻城掠地。中国 PC 市场竞争达到白热化程度。对于国内的竞争，联想不惧方正科技、清华同方的咄咄逼人，也不惧 TCL、清华紫光的后来居上；但不得不小心对待 Dell、HP 两大国际 PC 巨头的来势汹汹。因为 Dell、HP 是以全球的资源与规模成本与联想竞争。联想与 IBM 的 PC 业务，在地域、产品和客户群等方面互不重叠，各领风骚。收购完成后，新的联想将以 IBM 的 PC 产品主攻高端市场，联想产品主攻中低端市场，这不仅可以促进原 PC 领域的业务发展，巩固其在国内市场第一的位置，还将具备实力在全球范围内、在不同产品与服务领域内向 Dell、HP 等公司发起挑战。

5. 与供应商的谈判能力

影响行业利润率的一个重要因素就是公司与上游供应商的价格谈判能力。从联想与 Intel、AMD 等芯片供应商的合作情况看，由于国内 PC 厂商的出货量不大，联想不得不跟随 Intel 的价格体制与市场政策，难有自己的作为。2004 年，联想出于扩大销售量和毛利的考虑，开始向三类以下的城市推出低价电脑（如在去年暑假推出的单价为 2 999 元家用电脑），以其切入国内低端市场。这与 Intel 的中高端的市场策略相悖，由此双方发生冲突，联想由此而受到 Intel 的四处挤压。收购完成之后，联想 PC 销量占全球 PC 市场的份额将达到 8—9%，位居第三，仅次于 Dell（约 18%）和 HP（约 16%），Intel 不得不对联想刮目相看，这无疑增加了联想与 Intel 的价格谈判筹码。

6. 协同效率

IBM 的 PC 业务总体是亏损的，但毛利率却为 20%，远高于联想的 14%。亏损的原因主要在于：（1）管理成本过高；（2）由于仅关注公司客户，销售量难有大的增长；（3）高额的质量保证费用。此次收购之后，联想可以通过整合资源（如全球采购等），利用人力资本较低的优势和规模效应（联想年产能为 500 万台，IBM 年产能为 1 000 万台）来降低成本，提升整个联想 PC 业务的毛利率。并且，根据协议，IBM 在交易交割后的前两年会向联想就质保费用进行补偿（最多以 1 亿美元为限），这也会相应减少联想收购资产以后的年亏损额。

从以上分析不难看出联想收购 IBM 的 PC 业务的必要性。可见，任何一项收购、重组或投资，都是一个过程，不能仅凭财务数据进行取舍，而必须从战略高度、业务角度对项目进行深入的、动态的分析。这就是联想收购 IBM 的 PC 业务案例对我们广大财会人员的深刻启示。

（《财务与会计》2005. 3）

杨小舟/文

“会计魔术”挑战会计规范的有效性

——来自厦航利润之争案的启示

根据会计的客观性原则，不同主体对同一公司同一会计年度会计数字的核算不应当存在巨大差异，然而，南方航空（600029）和厦门建发（600153）因各自披露的子公司厦门航空有限公司 2002 年财务数据差异悬殊而备受关注。

一、案例简介

厦门航空有限公司（以下简称厦航）成立于 1984 年 7 月 25 日，是我国改革开放初期成立的第一家股份制航空公司（非上市公司），现股东为中国南方航空股份有限公司（以下简称南航），占 60% 股权；厦门建发股份有限公司（以下简称厦门建发），股权为 40%。南航与厦门建发均为上市公司。根据南航 2003 年 7 月公布的招股说明书，厦航 2002 年实现净利润 4.4 亿元，截至 2002 年 12 月 31 日的净资产为 28.7 亿元。2003 年 6 月，厦门建发以 5.76 亿元将其拥有股权转让给其大股东厦门建发集团（以下简称建发集团）。根据厦门建发公布的财务数据，厦航 2002 年实现净利润 0.78 亿元，截至 2002 年 12 月 31 日的净资产为 12 亿元。如同魔术一样，两大股东披露的同一子公司同一会计年度的净利润竟相差 3.62 亿元，而截至同一时点的净资产相差达 16.7 亿元。

根据股权结构可知，厦航属于合资公司，其每年由厦航董事会聘请会计师事务所审计的公司财务报告只能有一份，而南航与厦门建发只能依据这份经过审计的财务报告来编报各自的合并报表。但是，0.78 亿元和 4.4 亿——两个相距甚远的数字，却是厦门建发、南航两家公司同为对厦航 2002 年净利润的描述。如果以厦门建发披露的数据为准，则意味着南航虚增 2002 年净利润 2.2 亿元；如果以南航披露的数据为准，则意味着厦门建发虚减 2002 年净利润 1.4 亿元。那么厦航真实的会计数据到底是多少？究竟是哪一家上市公司的数据有问题呢？针对市场质疑，虽然南航和厦门建发分别对在厦航上演的“会计魔术”——厦航利润之争进行了解释，但是依据同一份经过审计的财务报告编制的两份合并报表所反映的同一子公司同一会计年度的财务数字产生如此悬殊的“落差”，令人不得不深思其中缘由以及会计规范的有效性。

二、解密“会计魔术”

（一）会计魔术之动机：上市公司各有各的“如意算