

部分商誉确认法和全部商誉确认法选择研究

东北财经大学会计学院 陈祥有

【摘要】 本文首先分析了部分商誉确认法和全部商誉确认法的定义及特点,然后分别从资产的定义、对被购买企业的无形资源的控制权、合并理念、会计信息的可比性、两种商誉确认法中的商誉内涵、成本效益原则等六个角度阐述了部分商誉确认法和全部商誉确认法的选择问题,最后得出了在当前的会计环境下部分商誉确认法是一个更加合理的商誉处理方法的结论。

【关键词】 部分商誉确认法 全部商誉确认法 选择

一、部分商誉确认法和全部商誉确认法的定义及特点

部分商誉确认法是指在非同一控制下的企业控股合并交易中将购买方的合并成本超过取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额,作为商誉的初始计量金额。在存在少数股权的情况下,商誉中未包含应归属于少数股东的部分。我国新颁布的《企业会计准则第20号——企业合并》采用了与《国际财务报告准则第3号——企业合并》相一致的做法,即部分商誉确认法。

全部商誉确认法是指在非同一控制下的企业控股合并交易中将控制权取得日被购买企业的整体价值(而不是购买方支付的合并成本)与其可辨认净资产的公允价值(而不仅仅是购买方享有的份额)的差额作为商誉的初始计量金额。这样做的一个结果是在合并资产负债表中确认的商誉不仅包括归属于购买方的部分,而且包括归属于少数股东的那部分。

二、部分商誉确认法和全部商誉确认法的选择分析

1. 从资产的定义角度分析。根据我国企业会计准则和国际会计准则的规定,资产是指企业过去的交易或事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。如前所述,被购买企业由于能给购买企业带来协同效应,这种协同效应是预期会给购买企业带来经济利益的无形资产,所以购买企业在控股合并过程中愿意以高于取得的被购买企业净资产的公允价值份额的成本来购买被购买企业,超额支付的这部分价款就是协同效应等无形资源的购买价格。可见,购买企业购买的这项无形资产符合资产的定义和确认条件,所以,购买企业应该在控股合并交易行为发生后以该项无形资产实际发生的购买成本(购买方的合并成本超过取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额)作为商誉的初始计量金额,在合并资产负债表中将其确认为一项资产。然而,在购买企业控股合并的这一交易过程中,少数股东并没有发生控股合并交易行为,他们也没有为被购买企业的协同效应等无形资产支付任何费用,所以归属于少数股东的这部分无形资产不符合资产的定义和确认条件,故不能在合并资产负债表中将其确认为一项资产。基于以上理由,笔者认为,在

合并资产负债表中确认的商誉只能包括购买企业实际购买的这部分无形资产,而不应包括少数股东未购买的那部分无形资产。

2. 从对被购买企业的无形资源的控制权角度分析。如前所述,合并商誉(或外购商誉)的内在价值是由被购买企业自身各项资产产生的协同效应和被购买企业与购买企业的资产一起产生的协同效应这两部分构成。由于被购买企业被其原有股东所拍卖,所以可以认为被购买企业自身各项资产产生的协同效应已很小或近似于零。然而,购买企业却愿意购买被购买企业的原因在于购买企业与被购买企业的资产在一起能产生协同效应。所以,可以认为合并商誉(或外购商誉)的内在价值主要或者全部是由被购买企业与购买企业的资产在一起产生的协同效应构成的。购买企业通过其控股地位可以决定被购买企业的财务和经营政策,从而控制和利用被购买企业对购买企业所具有的这种协同效应,并且这一协同效应只会因为购买企业对被购买企业控制权的存在而存在,并不会因为购买企业对被购买企业持有的控股股份份额的多少而增减。只要购买企业一旦控制了被购买企业,无论购买企业持有的控股股份份额是多少,购买企业都可以通过其控制地位对被购买企业的全部协同效应进行利用,也就是说,购买企业取得了被购买企业所具有的协同效应等无形资产的全部价值。相应地,由于少数股东对被购买企业不具有控制权,所以其并不能从被购买企业中取得协同效应,因此归属于少数股东的协同效应等无形资产的价值近似于零。学术界的研究结果表明:无论是从理论上分析还是从经验研究的结果来看,少数股东的股权购买价格都应该低于母公司的股权购买价格(陈信元,2005)。这一研究结果也证实了归属于少数股东的协同效应等无形资产的价值近似于零的观点。所以,购买企业的合并成本超过取得的被购买企业可辨认净资产公允价值份额的差额包含了被购买企业的全部无形资产价值,也就是说,在合并资产负债表中确认的商誉只包括归属于购买企业的无形资产,而不包括归属于少数股东的那部分无形资产。

3. 从合并理念的角度分析。母公司观认为,合并财务报

表是为母公司的股东服务的,编制合并财务报表的目的是为了向母公司的股东报告其所拥有的资源,将合并财务报表看成是母公司财务报表的延伸和扩充。所以,笔者认为,在母公司观下,母公司的股东只会关心自己所拥有的资源,而不会关心少数股东所拥有的资源(即少数股东权益),所以没有必要在合并资产负债表中将归属于少数股东的被购买企业的协同效应等无形资源计入少数股东权益。然而,主体观认为,合并财务报表是为包括母公司的股东和子公司的少数股东在内的全体股东服务的,编制合并财务报表的目的是为了满足主体所有股东的信息需求,而不是仅仅满足母公司股东的信息需求。所以,在主体观下,从理论上说有必要将归属于少数股东的被购买企业的协同效应等无形资源计入少数股东权益。然而,如前所述,少数股东由于没有取得被购买企业的控制权,使其不能控制和利用被购买企业的协同效应等无形资源,并且少数股东也没有为该无形资源进行购买和支付,此时如果将这部分少数股东不能控制和利用的无形资源同时计入商誉和少数股东权益,就会造成少数股东权益的虚增,从而对少数股东的投资决策产生负面影响。综上所述,无论是从母公司观的角度分析还是从主体观的角度分析,在合并资产负债表中确认的商誉只包括购买企业实际购买并拥有和控制的这部分无形资源,而不包括少数股东未购买且未拥有和控制的这部分无形资源。

4. 从会计信息的可比性角度分析。如果采用全部商誉确认法,商誉不仅包括归属于购买方的部分,而且包括归属于少数股东的那部分。如前所述,即使如一些学者所认为的那样确实存在归属于少数股东的被购买企业的协同效应等无形资源,但由于少数股东未对该无形资源进行购买和支付,所以,笔者认为,这种无形资源是被购买企业的自创商誉,而不是少数股东的合并商誉或外购商誉,根据我国企业会计准则和国际会计准则的规定,企业的自创商誉不能作为一项资产在资产负债表中进行确认。所以,如果采用全部商誉确认法,对归属于少数股东的那部分无形资源进行确认和计量,就违反了我国企业会计准则和国际会计准则关于自创商誉不能作为一项资产在资产负债表中进行确认的有关规定。此外,由于其他非合并企业没有对其自创商誉进行确认,如果合并企业对这种自创商誉进行了确认,就会造成会计信息不具有可比性。

5. 从两种商誉确认法中的商誉内涵角度分析。如前所述,在部分商誉确认法中所说的商誉是指购买企业从被购买企业中买来的商誉,也就是合并商誉(或外购商誉)。而全部商誉确认法中所说的商誉除了包括购买企业从被购买企业中买来的商誉(即合并商誉或外购商誉)外,还包括少数股东在被购买企业的商誉(自创商誉)中拥有的份额。所以,采用部分商誉确认法好还是采用全部商誉确认法好的问题就可以转化为少数股东在被购买企业的自创商誉中拥有的份额在资产负债表中不确认好还是确认好的问题。上文已经论述了在当前会计环境下少数股东在被购买企业的自创商誉中拥有的份额不宜在资产负债表中进行确认的各种原因。由此可见,部分商誉确认法是一个更加合理的商誉确认方法。

6. 从成本效益原则角度分析。任何产品都必须考虑成本效益原则,会计信息也是一种产品,毋庸置疑,在决定是否提供一项会计信息时也必须考虑成本效益原则。如果采用全部商誉确认法,则必须使用到控制权取得日被购买企业的整体价值。得到被购买企业的整体价值有两种方法:一种方法是,按照母公司对子公司的购买价格来推算子公司的整体价值。但是这种方法的合理性普遍受到了学术界的质疑,因为这一推算过程依赖于这样一个假设:子公司的少数股东也愿意与控股股东支付同样的价格来购买其在子公司的相应股权。然而这种假设与实际情况往往是相背离的,因为无论是从理论上分析还是从经验研究的结果来看,少数股东的股权购买价格都应该低于母公司的股权购买价格(陈信元,2005)。所以,这种方法虽然简单但具有不准确的缺陷。另一种方法是,使用合适的公允价值估计技术对被购买企业的整体价值进行评估。这种方法不仅工作量和成本很大,而且评估结果具有很强的主观性和不准确性,给企业粉饰财务报表创造了机会。由以上分析可见,全部商誉确认法是一个成本高但效益未必好的商誉处理方法。

三、总结

本文采取规范研究方法对部分商誉确认法和全部商誉确认法进行了分析和研究。笔者认为,购买企业由于具有对被购买企业的控制权,才能够控制和拥有被购买企业的协同效应等无形资源,并且只要购买企业一旦控制了被购买企业,无论购买企业持有的控股股份份额是多少,购买企业都可以通过其控制地位对被购买企业的协同效应等全部无形资源进行控制和利用。然而,由于少数股东对被购买企业不具有控制权,所以其并不能从被购买企业中取得协同效应,因此归属于少数股东的商誉价值近似于零。所以,被购买企业的全部商誉在价值上等于购买企业合并成本超过取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额(即等于归属于购买企业的商誉部分),而不等于归属于购买企业的商誉部分加上归属于少数股东的商誉部分。相应地,被购买企业的整体价值等于被购买企业可辨认净资产的公允价值加上购买企业合并成本超过取得的被购买企业可辨认净资产公允价值份额的差额(即加上归属于购买企业的商誉部分),而不等于被购买企业可辨认净资产的公允价值、归属于购买企业的商誉部分和归属于少数股东的商誉部分这三部分之和。所以,笔者认为,在当前的会计环境下,部分商誉确认法是一个更加合理的商誉处理方法。

主要参考文献

1. 甘宗平.商誉的本质及会计核算方法探讨.安徽工业大学学报(社会科学版),2008;5
2. 葛家澍.当前财务会计的几个问题——衍生金融工具,自创商誉和不确定性.会计研究,1996;1
3. 张美霞.会计准则制定方法的变迁与选择.当代财经,2005;10
4. 田明,庞慧茹.中美合并商誉减值测试方法的思考.国际商务财会,2008;10
5. 张翠波.关于商誉问题的探讨.上海会计,2002;2