

# 对外购商誉确认与计量的重新认识

中国矿业大学管理学院 江 泓

随着WTO保护期届满、产业结构的调整及国有资本的逐步退出,合并不失为企业扩大经营规模、降低投资风险、增强竞争力的便捷之路。而商誉的确认与计量对于合并企业的后续发展影响深远,在新的经济环境中,笔者认为有必要对外购商誉的确认与计量重新认识。

## 一、传统的商誉观

从19世纪末商誉观的形成到亨德里克森三种商誉观的总结,人们普遍达成了这样一个共识:商誉是特殊的不可辨认的无形资产,商誉根据来源的不同分为自创商誉和外购商誉。在会计实务中出于三方面(稳健主义、确认价值基础的可靠性、以成本为基础的会计)的考虑,一般不确认自创商誉,只确认外购商誉。具体说来,对于如何确认外购商誉,传统的观点有以下几种:

1.外购商誉的确认范围。较早的观点认为,外购商誉是并购企业在合并交易日所支付的购买成本超过所获股权相应的可辨认净资产公允价值的差额。然而,由于意识到购买成本与净资产公允价值之间的差额并非都是不可辨认的,美国财务会计准则委员会(FASB)首次提出了“核心商誉”的概念。核心商誉包括两部分:一是被并购企业在被并购前已经存在的商誉在继续经营中的公允价值,称为“持续经营商誉”;二

资产折旧、摊销的会计处理方法在这一激励时段不断将其耗费用化。此时在股票期权的会计处理上,借方体现为一项费用,贷方为股票期权购买的长期资产的减少。

股票期权的第三阶段就是经理人员行权阶段,即经理人员购买企业股票,成为企业的股东。在这个阶段我们也可以将其划分成两个步骤,即企业首先将相当于股票期权价值的现金偿还给经理人员,然后经理人员再购买企业的股票(不管企业是发行新股还是回购股票或以其他方式来提供股票)。在此以后,经理人员因为持股而正式成为企业的股东,按照持股比例与以前的股东共同分享企业剩余。实际上,第二个步骤的产生与结算是与第一个步骤的结算同时发生的,若不考虑经理人员提供的购买股票的现金,则企业的现金并没有实际流出和流入。所以,第三阶段的会计确认可以按照股票偿还负债的会计方法进行。此阶段偿还负债的金额可能与第一阶段估计的长期负债的金额不符。对于二者之间的差额,可以采用会计估计变更的处理原则进行处理。行权以后,经理人员正式成为企业的股东,以后就可以按照“利润分配观”进行会计处理了。

从上面分析的股票期权的三个阶段来看:第一阶段,企

是代表并购企业与被并购企业协作能力的公允价值,称为“合并商誉”。这一新观点更符合商誉的“不可辨认性”,也使得商誉的计量范围更加准确,从而进一步完善了商誉会计的理论体系。

2.外购商誉的处理方法。在《国际会计准则第22号——企业合并》中,列举了直接冲销法、分期摊销法和永久保留法三种不同的外购商誉处理方法,其对比如下表所示:

外购商誉处理方法的比较

方法	处理方式	支持理由
直接冲销法	不确认外购商誉,直接冲减留存收益、资本公积等所有者权益	外购商誉的实质是资本交换引起的资本损失,稳健主义,并与“不确认自创商誉”的做法保持一致
分期摊销法	确认为无形资产,并在较长的一定期限内摊销	企业获取超额收益的能力难以永久保持;外购商誉是为获得超额收益而付出的代价,应遵循配比原则进行摊销
永久保留法	确认为永久性资产,并定期进行减值测试	缺乏合理基础的摊销会损害财务报表的可比性;商誉与企业的持续经营相关,其价值甚至会增加

## 二、关于核心商誉的确认

针对我国目前商誉的确认范围依然是购买成本与公允价

值没有用现金购买经理人员提供的智力服务,而是用股票期权的方式进行购买,行权前的股票期权相当于企业对经理人员的一笔负债;第二阶段是对用长期负债购买的资产进行折旧处理;第三阶段,一旦行权,债权就变成了股权。行权后,经理人员的身份就从以前的经营者和债权人转变成了经营者和股东。

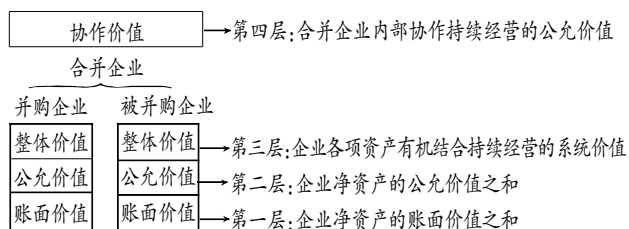
从上面的分析可知,股票期权是企业与经理人员之间的一项交易活动,具有负债的核心特征,应该在表内加以确认。关于经理人员股票期权的会计处理,主要有“费用观”和“利润分配观”两种。前者将企业授予经理人员股票期权的成本确认为一项费用;后者认为经理人员应同企业财务资本所有者共同分享企业剩余,因此将授予经理人员股票期权看做利润分配。“费用观”只看到了股票期权第一和第二阶段的交易,却没有看到第三阶段的交易;“利润分配观”只看到了股票期权第三阶段的部分交易,却没有真正理解第一和第二阶段交易的经济实质。

笔者认为,应将股票期权在会计上确认为包含上述三个阶段的交易才能真正反映股票期权的负债实质,符合经理人员提供的特殊服务和股票期权的负债特征。☐

## □·业务与技术

值的差额,有学者建议将商誉的确认范围缩小到仅包括核心商誉。笔者认为,这种观点欠妥。研究外购商誉的确认,首先应当分析企业合并的目的。

1.企业价值层次模型。任何一个合并中的企业从价值的层次上都可分为以下四个层次,如下图所示:



### 企业价值层次模型

第一层是企业的账面价值,在会计上一般采用历史成本原则确认。

第二层是企业的公允价值,一般采用预期现金流量的现值确认。企业的账面价值与公允价值之间的差额是因采用了不同的计量方法而产生的,因此不能确认为商誉。

第三层是企业的整体价值。根据哲学的观点,系统是相互作用、相互关联、相互依存的要素所组成的具有一定功能的总体。企业不但是其所拥有的各项物力资源有机结合的一个物理系统,还是其所拥有的各项人力资源有意识地相互协作的组织系统。正是由于人力资源的参与,使得企业具有一定的组织效率,并使得企业的整体功能大于部分功能之和。在会计上表现为企业的整体价值大于其公允价值,两者之间的差额就是持续经营商誉。

值得注意的是,企业的整体价值是不可以割裂开来考察的,否则就违反了会计的持续经营假设,因此只能通过企业预期的现金流量来衡量。

第四层是合并企业的内部协作价值。对于并购企业而言,合并往往是出于提高经济实力、增强竞争力的需要,也即对原有效益不佳的经济资源进行重新整合,实现生产要素的合理流动,调整产业结构和产品结构,通过资产重组和产权转让,以较低的投资风险、较少的投资成本,较快地实现新的生产能力。

总之,企业合并不仅仅是为了提升被并购企业的整体价值,更重要的是获得协作优势。在会计上表现为企业的协作价值超过两个独立企业整体价值之和,两者之间的差额就是合并商誉。

根据企业的价值层次,笔者认为持续经营商誉不应该资本化,而合并商誉则应当资本化为永久性资产并定期进行减值测试。

2.不确认持续经营商誉的理由。首先,任何企业都拥有自己的整体价值,或者说拥有自己的持续经营商誉。对于合并企业的持续经营商誉而言,被并购企业和并购企业的持续经营商誉都是其组成部分。在没有合理解决自创商誉计量问题之前,在不确认自创商誉惯例下,只确认一方而不确认另一方的持续经营商誉显然是不合理的,也不符合一致性原则。其次,被并购企业的持续经营商誉主要源于企业人力资源的组织系

统,尤其是系统的组织效率。然而企业合并之后,合并企业的物力资源和人力资源将重新整合,其中起主导作用的往往是并购企业,被并购企业的组织结构、财务政策、营销理念、高层管理人员等将在较短的时间内发生变化,持续经营商誉的后续计量将因辨认和测试的难度大大增加而无法进行。

另外,由于商誉的不可辨认性,它不可能产生独立的现金流量。因此,在进行商誉的减值测试时,无法将合并企业的持续经营商誉一分为二,区分出外购部分和自创部分,减值测试的可靠性也会大幅降低。可见,持续经营商誉不符合资产确认的可计量性和可靠性标准,将其资本化不但合不合理,而且毫无意义。

3.合并商誉的确认。合并商誉是在企业合并过程中产生的,是真正意义上的价值溢价。对于被并购企业的股东而言,出售的既不是历史的资产也不是公允的资产,而是预期获利的机会,因此他们的出售价值是以企业的整体价值作为衡量标准的。对于并购企业的股东而言,购买的不仅仅是被并购企业的整体价值,更为重要的是合并后产生的预期的协作价值——合并商誉。正是因为后者的存在,企业合并才会成为对双方都有利可图的交易,即所谓的双赢,而购买价格的最后确定则取决于双方博弈的结果。

合并商誉的永久保留符合资产确认的可计量性和可靠性标准。第一,并购企业的目的总是具体的,如降低交易成本、取得成本优势、缩短经营的滞延时间、获得税收优惠和管理利益等,因此在每个会计期间内,协作优势产生的现金流量都可以较为方便地分离出来加以确认。第二,合并商誉不会因为时间的推移而消耗殆尽,除非合并企业解体,因此可以采用永续年金折现的方法计量合并商誉。第三,考虑到减值的可能性,应定期对其进行减值测试,而且由于并购企业的目的总是具体的,因而这一测试也更具有可操作性。

4.合并商誉的计量。根据以上分析,合并商誉的计量公式可表述如下:

合并商誉评估价值=[合并企业预期年收益-(并购企业平均年收益+被并购企业平均年收益)]/并购企业内含报酬率

采用并购企业内含报酬率的原因是,并购企业是合并行为的主导者,是否合并、与谁合并都取决于并购企业能否通过协作优势获得超额收益,因此合并商誉的价值应受到并购企业的内含报酬率的限制。如果不能合理、可靠地取得并购企业的内含报酬率,也可采用其所在行业的平均利润率进行贴现,使其更具有可比性。

综上所述,笔者认为将核心商誉全部确认是不可靠也是不合理的,而合并商誉的确认不但是必要的,也是具有可操作性的,至于持续经营商誉是否可以在会计报表附注中进行披露以增加会计信息的有用性还有待商榷。☐

