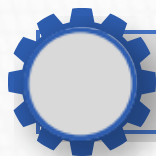




中央财经大学  
Central University of Finance and Economics

会计学院  
School of Accountancy

# 财务会计实务与案例



陈玥 博士 副教授



## 准则争议：商誉 (*Goodwill*)

- 商誉的基本含义
- 商誉的会计计量
- 商誉的计量问题
- 商誉的后续计量



## ■商誉 (Goodwill) 是什么?

### □ 经济意义

在《商誉及其他无形资产》一书中，杨汝梅先生对商誉做了四个角度的阐述

- ③ 商誉范围：“凡足以使一企业产生一种较寻常收益为高之收益者”；
- ③ 商誉特征：“企业中的特殊亲善之结果”、“具有持久性”、“有转让之可能性”和“可以货币之计量性”
- ③ 商誉形成因素：其与“制造上之商誉”、“企业信用之关系”以及“理财上商誉之流动性”有密切关系；
- ③ 商誉性质：是“企业中由于一切组织制度完善及管理得法所获得的利益”（杨汝梅,1936）。



## ■ 商誉 (Goodwill) 是什么?

### □ 会计计量的历史沿革

#### □ 1950: 《国营工业企业会计制度—会计科目和会计报表》

- ③ 开始设置“无形资产”科目,但其核算内容限定为“企业专有技术、商标权、特许权等各种无形资产的价值”;

#### □ 1985: 《合资企业的会计制度》

- ③ 明确“无形资产”用来核算专有技术等七项无形资产,但没有涉及商誉问题;

#### □ 1993年7月1日: “两制”

- ③ 《工业企业会计制度》规定“无形资产”科目“核算企业的专利权、非专利技术、商标权、著作权、土地使用权、商誉等各种无形资产的价值。”

#### □ 1999: 《企业会计制度》

- ③ “不可辨认无形资产是指商誉。企业自创的商誉,以及未满足无形资产确认条件的其他项目,不能作为无形资产”



## ■商誉 (Goodwill) 是什么?

### □ 会计计量的历史沿革

#### ① 《企业会计准则(1992)》

一是明确规定**商誉属于无形资产的范畴**；

二是对无形资产的会计确认、计量与披露等会计处理问题提出了原则要求。

#### ② 《企业会计准则(2001)》

1. 商誉属于不可辨认的无形资产，不确认自创商誉；
2. 购买方以于债券中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额应当确认为商誉，要求披露“商誉的金额及其确认方法”；
3. 对“可能发生减值资产的认定”时，“因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产,无论是否存在减值迹象,每年都应当进行减值测试”；
4. “在购买日,母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额的差额,应当在商誉项目列示,商誉发生减值的,应当按照经减值后的金额列示”。





## ■ 商誉 ( *Goodwill* ) 是什么?

### □ 会计计量的历史沿革

- ③ 2006年由财政部发布的企业会计准则规定：“非同一控制下的企业合并中，购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉”；
- ③ 商誉 = 购买合并成本（对价） - 可辨认净资产公允价值

### □ 学界其他思路

- ③ 李玉菊和张秋生（2006）认为，我国的会计要素可增补调整为：资产、能力价值(商誉)、负债、权益、收入、利得、费用和损失8项。



### ■商誉的计量问题：为什么商誉可能是“错”的？

- ③ 总体来说，从对于商誉的基本认知来说，如果不能带来超额收益，就不是商誉。
- ③ 商誉 = 购买合并成本（对价） - 可辨认净资产公允价值，但有时商誉的金额过高让人难以理解：

1988年, 飞利浦·摩利斯(Philip Morris)收购克拉特公司(Kraft Inc.)时支付12.9亿美元，其中90%是商誉。1989年在泰姆(Time Warner)合并中的140亿美元，其80%为商誉，我国今年的并购中，影视传媒、游戏、互联网科技等标的的平均溢价率均在1500%以上——真的有这么多的超额收益吗？这些收益何时才能实现？
- ③ 所以我们不得不面对一个现实：商誉的计量可能是有问题的，可能是：
  - 对价错了
  - 可辨认净资产公允价值错了



### ■ “对价”错了：股票错误定价

- 在我国上市公司合并会计处理中，对以发行股份为对价购买资产的并购交易，由于用购买日股票市价来估计公允价值通常不可靠，所以绝大多数上市公司采用“以发行股份在被购买方公允价值中获得的权益份额”来估计合并对价。因此，合并对价公允价值与标的交易定价密切相关。
- 在目前的并购交易制度下，一方面上市公司发行股份的定价严格参照基准日（通常为董事会决议公告日）前 20 个交易日股票均价；另一方面，标的一般需要以评估结果作为定价参考。如果上市公司（即收购方）自身股价和估值水平较高，其在并购交易价格上灵活性较大，通常能接受较高的标的溢价。并购交易双方容易达成默契，蓄意虚高标的评估值，对价双方**“贵买贵卖”**，使得标的出让方可以接受较高的股份定价。
- 产生**股价估值错误、大股东内部人交易、互相之间利益输送等**





### ■ “对价”错了：同伴效应 (*peer effect*)

- 创业板高溢价并购产生的巨额商誉反映了并购交易中非理性因素的存在，然而引发这些非理性并购行为的内在机理更值得关注。文章以 2011—2013 年间我国创业板非同一控制下企业合并交易为样本，基于“同伴效应”理论试图从行业层面对并购商誉产生的机理进行实证分析，研究发现“同伴效应”是影响创业板企业并购商誉的重要因素。进一步研究发现，不同的外部环境不确定性下并购商誉“同伴效应”的表现强度存在差异，此外，这种效应的主要模仿对象是行业领先者。



### ■ “对价” 错了：竞争因素

- 1989年8月至1990年3月，美国联合航空公司(UAL)处于被兼并的交易协商过程中。在这八个月内，不同买主的收购价从37亿美元升到67亿美元，而后又跌到约51亿美元左右。
- 在八个月内，美联航的超额收益能力有可能发生这样的剧烈波动吗？



### ■ “对价”错了：利益输送

- 在2016年终止的通策医疗收购海骏科技的案例中，收购标的预估增值率高达427.19%。标的资产与上市公司受同一实际控制人控制，换言之，实际控制人原本计划以高价把自己的资产装入上市公司，此利益输送之举昭然若揭。



### ■ “对价”错了：利益输送

□ 2015年，深度绑定多年的华谊和冯小刚，在资本市场上达成合作，华谊以10.5亿元收购冯小刚成立仅2个月的公司东阳美拉70%的股份，彼时公司资产总额1.36万元，负债总额1.91万元。

双方签订对赌协议，约定2016年至2020年期间，东阳美拉需要分别实现净利润1亿元、1.15亿元、1.32亿元、1.52亿元和1.749亿元（每年增长15%），若无法完成目标，冯小刚需以现金补足差额。

2016年—2017年，《我不是潘金莲》《芳华》累计票房近20亿元，保住了东阳美拉的基本盘。

2018年，娱乐圈曝出“阴阳合同”，涉事影片《手机2》为华谊的重点项目，由冯小刚执导，原定于2019年上映。上映无期后，2018年，东阳美拉仅录得6501万元净利润，距离承诺的1.32亿元相差近7000万元。

2021年4月28日，华谊年报显示，冯小刚的东阳美拉净利润仅552.38万元，低于业绩承诺，需赔付业绩补偿款约1.68亿元。加上2018年的业绩补偿款，冯小刚共赔付业绩补偿款约2.35亿元。

冯小刚个人收益是？



### ■ “对价”错了：制度规定

- 按我国现行规定，企业借壳上市过程中形成反向购买的，若构成业务则需确认商誉，否则按权益性交易处理；
- 若壳公司保留少量业务，上市公司要么确认巨额商誉，要么不得不放弃这些少量业务，使上市公司陷入两难的处境。





### ■ 可辨认净资产错了

- 新经济的企业中，有**大量不可辨认资产**，这意味着有大量的被并方不可辨认资产没有被确认进去，从而可能导致巨额商誉；
- **过度费用化**，使得企业的资产负债表资产偏低；
- ⊙ 如《知识产权相关会计信息披露规定》第十一条 企业自创商誉以及内部产生的品牌、报刊名等，不应确认为无形资产；
- ⊙ 第六条 企业无形项目的支出，除下列情形外，均应于发生时计入当期损益：
  - （一）符合本准则规定的确认条件、构成无形资产成本的部分；
  - （二）非同一控制下企业合并中取得的、不能单独确认为无形资产、构成购买日确认的商誉的部分。



## ■ 商誉的后续计量方法选择

### 摊销vs.减值

#### □ 摊销

优点：符合收入与成本配比原则，使得商誉在带来超额收益的时期同事配比费用；

缺点：摊销年限难以确定，降低企业后续利润水平。

#### □ 减值（现行做法）

优点：定期评估商誉的真实价值，符合稳健性原则；

缺点：主观性太强，在商誉较高时可能出现商誉减值“爆雷”。



### ■ 商誉的后续计量方法选择（真实原因）

- 转为减值测试最早由美国财务会计准则委员会(FASB)在2001年颁布的第141号和第142号财务会计准(SFAS141、 SFAS142)中提出；
- 针对美国上市公司在20世纪90年代并购浪潮中积累的大量商誉，FASB拟将商誉的摊销年限由不超过40年进一步缩减为20年；
- 因摊销年限缩短会加剧企业利润下滑而遭到实务界强烈反对，**最终FASB被迫在财务会计准则中引入商誉减值测试法；**
- 为实现财务报告在全球资本市场的可比性，国际会计准则理事会(IASB)于2003年在第3号国际财务报告准则(IFRS3)以及第36号国际会计准则(IAS36)中采用了商誉减值测试的后续计量方法；
- 2006年，我国也在新的企业会计准则中将商誉的处理从摊销转为了减值。



### ■ 减值可能带来的问题：减值主观性过强

- 企业可能不提：保全利润；
- 企业可能多提：部分上市公司预期在短期内扭亏无望时，索性一次性将商誉减值提完，将亏损做大，为后期业绩反转做铺垫。
- 以民盛金科为例，因公司2016年年报未对合并广东合利金融公司产生的商誉计提减值损失被相关会计师事务所出具了保留意见。事务所认为，“2016年合利金融实际亏损1242万元，且截止财务报告批准报出日，合利金融仍处于亏损状况，因此会计师无法对商誉减值测试所依据的业绩增长假设的合理性获取充分、适当的审计证据，无法对商誉减值测试结论的适当性作出准确判断”。对此，深交所与浙江证监局相继向民盛金科发出关注函。根据公司回复，其基于乐观的增长假设按评估机构估值的上限19.1亿元作为包含分摊商誉的资产组可回收金额高于资产组账面价值15.48亿元，因此未计提商誉减值。但如果公司基于保守的增长假设采取估值下限15.2亿元，则将产生一定数量的商誉减值损失。商誉减值测试的主观随意性由此可见一斑。



### ■ 减值可能带来的问题：对利润可能影响巨大

- 蓝色光标为例，该公司在创业板上市以来一直进行外延式扩张，其参股公司和子公司一度高达61家。2015年蓝色光标发生重大资产减值，主要系2013年并购的西藏博杰广告所致。该公司因当年业绩未达标造成资产减值超7亿元，其中商誉值1.09亿，无形资产减值6亿，最终净利润同比下降逾九成。
- 截至2016年底，1732家账面有商誉资产的上市公司总计实现净利润21205万亿，商誉与净利润比值达到49.5%。其中，有105家上市公司的商誉与净利润的比值超过1000%；有30家超过2000%。高企的商誉与净利润之比，意味着较低比例的商誉减值就能引发净利润剧烈波动，甚至使公司业绩“变脸”。
- 以2016年计提商誉减值损失最大的10家上市公司7为例，受商誉减值影响，有6家上市公司出现不同程度的亏损。其中，\*ST三泰2016年净利润亏损13.04亿元，其计提商誉减值损失就高达6.53亿元。而二六三上市6年来业绩首亏也系计提商誉减值致净利减少3.55亿元所致。由此可见，商誉减值对上市公司业绩造成重大影响并非个案。





### ■ 减值可能带来的问题：对利润可能影响巨大

- 据深交所问询函，直到2022年，华谊兄弟仍要对包括东阳美拉在内的三家子公司计提商誉减值准备1.34亿元。其中，东阳美拉本期计提金额约8738万元。
- 2018年、2019年、2020年、2021年，华谊兄弟分别亏损11.69亿元、39.78亿元、10.48亿元、2.60亿元。
- 2022年,华谊兄弟实现营收4.02亿元,同比下降71.24% 净利润亏损9.93亿元。
- 2023年第一季度，公司实现营业收入2.33亿元，同比增长76.58%；归母净利润亏损1056.43万元，同比收窄91.99%；扣非净利润亏损1680.36万元，同比收窄85.09%。



### ■ 减值可能带来的问题：影响股价，损害中小投资者利益

- 以吉艾科技为例，2015年公司斥资8亿元收购安埔胜利100%股权。由于安埔胜利2016年盈利不到承诺净利润的30%，吉艾科技计提商誉减值损失3.29亿元，导致净利润亏损4.39亿元。不得已之下，吉艾科技停牌筹划出售安埔胜利事宜。公司股票自2017年6月2日复牌之日起连续7个交易日内累计下跌了32.5%(其中复牌后股价连续两天跌停)。当初根据业绩承诺买进并持有上市公司股票的中小投资者利益必然受损。



### ■ 减值可能带来的问题：影响股价，损害大股东利益

- 勤上股份公司因筹划股权收购事宜于2017年2月6日起停牌。4月22日公司公布的年报显示，因2016年收购的广州龙文科技有限公司业绩承诺不达标，存在4.64亿元的商誉减值，导致4月25日公司股票复牌后即跌停。由于股价已接近公司控股股东、实际控制人和关联人部分质押股份的平仓线，公司不得不于26日再次停牌。一旦质押股份被强制平仓而大量抛售，不但会加速股价下跌，而且会使公司大股东及实际控制人“易主”，严重影响公司后续经营发展。受此影响，公司拟收购成都七中实验中学90%股权的计划也可能折戟。



### ■ 减值可能带来的问题：影响股价，但大股东提前避亏

- 以山东墨龙一致行动人违规减持案为例，公司2016年业绩变脸的主因之一为商誉减值，而在2017年2月3日公司披露业绩预告修正(由盈利转为亏损)信息之前，公司董事长、实际控制人及副董事长、总经理大幅精准减持合计3750万股。按信息公开当日股票价格下跌8.89%计算，两人避免直接损失约3825万元。
- 总而言之，中小投资者是一定受损的。



### ■减值可能带来的问题：提高审计风险

- 以2007-2014年度A股上市公司为样本，研究实证分析商誉减值测试的不可核实性是否会导致审计费用的上升。结果发现，相对于没有商誉的公司，有商誉的公司审计费用明显上升，并且在那些确实计提了不可核实的商誉减值估计损失公司中，其审计费用增加的更多。
- 审计费用的增加源自于审计风险的提高。





### ■ 其他商誉及减值的现状

- 商誉金额日益提高：从2010年末至2018年第三季度末，我国因并购产生商誉的上市公司数量由772家增加到2088家（其中涉及业绩承诺的上市公司家数为1073家）；上市公司报表中的并购商誉金额由992.33亿元增加到14,484.11亿元；
- 被并方资产评估方法：作为上市公司并购重组定价的主要依据，资产评估常用的方法包括资产基础法、收益法、市场法。不同评估方法有不同的适用性。成本法估资产的重置成本和贬损价值，适用于不易计算资产收益或难以取得市场参照物的资产。市场法参照同类资产的交易价格进行评估，适用于存在公开活跃市场的资产。收益法通过对资产未来预期收益的现值进行评估，适用于有经营记录且可预测未来收益的资产。近年来上市公司并购重组中使用收益法的比例越来越高。**2014~2016年，收益法的比例基本维持在70%左右，资产基础法的比例接近20%，市场法的比例约为5%**不同评估方法对评估标的估值差异较大。采用收益法评估的标的溢价率最高，2014年以来的平均溢价率达到937%，远高于市场法的373%和资产基础法的410%。



### ■ 未来的改进措施

- 2018年，国际会计准则理事会继续就商誉和减值项目进行讨论，理事会最后决定放弃之前项目工作人员提出的旨在提高商誉减值有效性的“更新的净空高度法”（Updated Headroom Approach）。商誉和减值项目的重心将放在以下三个方面：
  - ③ 一是改进企业合并相关披露，探索要求企业披露企业合并后的绩效是否达到预期等相关信息，以提升商誉减值的有效性和及时性；
  - ③ 二是简化减值测试的方法，探索在为减值测试目的而计算使用价值时，不再需要考虑排除与未来重组或改良有关的预期现金流量，以及预计有关未来现金流量和折现率时统一按照税前口径计算等；
  - ③ 三是探索进一步简化商誉后续会计处理方法。理事会要求项目工作人员就上述三个方面的议题听取有关方面意见后着手起草商誉和减值项目讨论稿，并计划于2019年第2季度发布讨论稿。