

浅析商誉的确认及后续计量

罗俊岭

中国光大环境(集团)有限公司, 中国·广东 深圳 518033

【摘要】对于上市公司而言,商誉是否需要考虑减值是每年度财报审计最为重要的关键审计事项之一。商誉的确认以及后续计量一直是会计核算的一个重点和难点,涉及企业合并活动中商誉价值形成的正确反映和持续评估。商誉是企业在合并或收购中所支付对价超过被合并企业净资产价值的部分,代表着被认为能够为企业带来未来经济利益的价值。因此,正确确认和计量商誉对于准确反映企业的真实价值和健康财务状况至关重要。本文将就商誉的确认和后续计量展开分析和讨论,特别是针对上市公司的商誉减值测试的操作性和商誉确认不同会计方法对财报的影响,探讨相关的挑战、实践经验以及改进建议,旨在为读者提供更深入的理解和思考视角。通过对商誉确认及后续计量的细致研究和探讨,有助于提升企业财务报表的客观性,增强市场透明度,促进投资者决策的科学性和有效性。

【关键词】商誉确认; 计量; 会计处理方法; 减值测试

Analysis of Goodwill Recognition and Subsequent Measurement

Junling Luo

China Everbright Environment (Group) Co., Ltd., Shenzhen, Guangdong 518033, China

[Abstract] For listed companies, whether the goodwill needs to consider the impairment is one of the most important key audit matters in the annual financial report audit. The recognition and subsequent measurement of goodwill has always been a key point and difficulty in accounting, which involves the correct reflection and continuous evaluation of the formation of goodwill value in business merger activities. Goodwill is the part that the consideration paid by an enterprise in the merger or acquisition exceeds the value of the net assets of the merged enterprise, and represents the value that is considered to bring future economic benefits to the enterprise. Therefore, the correct confirmation and measurement of goodwill is crucial to accurately reflect the true value and healthy financial position of the enterprise. This paper will analyze and discuss the recognition and subsequent measurement of goodwill, especially for the operability of the goodwill impairment test of listed companies and the impact of different accounting methods of goodwill recognition on the financial statements, and discuss the relevant challenges, practical experience and improvement suggestions, aiming to provide readers with a deeper understanding and thinking perspective. Through detailed research and discussion on goodwill recognition and subsequent measurement, it is helpful to improve the objectivity of corporate financial statements, enhance market transparency, and promote the scientific and effectiveness of investor decision-making.

[Keywords] Goodwill recognition; Measurement; Accounting treatment method; Impairment test

打开很多上市公司的资产负债表,可以看到商誉是资产类别中非常重要的一项,特别是对于经常进行收购的上市公司。截止2023年4月,国内共有2589家上市公司账面存在商誉,约有41家公司的商誉占净资产比重超过50%,甚至其中还有17家超过100%。商誉作为一项重要的会计事项,对于准确反映企业价值和财务状况至关重要。商誉的确认及后续计量的准确性和透明度影

响着投资者、分析师和利益相关方对企业价值和风险的评估。

1 商誉的概念

商誉是指企业在合并或收购中收购对价超过净资产价值的差额,通常被认为是由包括品牌价值、客户关系和市场份额等一系列无法准确计量的因素所带来的,是可以为企业未来带来经济利益的价值。

2 商誉确认原则

在确认商誉时，需遵循以下原则：

一是商誉必须被单独确认，在资产负债表上以独立的项目进行记录。这意味着商誉不能与其他无形资产混合在一起，而必须单独列示。商誉的价值通常是在企业合并时确定的，根据溢价支付的部分来计算。这种独立计量有助于准确评估商誉的价值和后续计量。独立确认商誉可以更容易地进行审计和监管。

二是商誉必须按照合并日的公允价值确认，即商誉是在企业合并日确定的。这一原则是指商誉的确认基准和时点，在企业合并完成的当天确定，根据合并当日的相关交易条件和市场情况来计量商誉的公允价值。商誉的确认必须基于合并日的公允价值来确定。由于商誉是收购对价减去可辨认净资产公允价值倒轧出来的，因此这里的公允价值实际是指被并购企业账面上可辨认净资产在合并当日的公允价值。这有助于确保商誉的价值能够准确且客观地反映在财务报表中^[1-2]。

3 商誉的会计处理和后续计量

3.1 商誉的会计处理方法

从会计历史上来看，对于商誉的会计处理，存在过三种方法：第一种是分年度摊销，第二种是一次性计入损益，第三种是不摊销而每年至少进行一次减值测试和计提减值准备。

美国公认会计原则（GAAP）在2002年之前是按照40年摊销商誉的，由于美国财务会计准则理事会（FASB）在2001年修订相关准则时取消了权益结合法，而对企业界进行了妥协，即商誉不再进行摊销，而是每年进行减值测试，没有减值则不会产生损失（费用）。国际会计准则理事会（IASB）随后在修订其业务合并准则时也采用了美国GAAP的做法。

我国会计准则（或企业会计制度）在2006年及之前是将商誉按照10年或短于10年的合同投资期限进行摊销的，2007年开始实施的与国际财务报告准则（IFRS）相趋同的新会计准则采用了和IFRS一致的商誉会计处理方法，即不再摊销，而是每年进行减值测试。需指出的是，并非所有和IFRS进行趋同的国家都是采用商誉减值而不摊销的会计处理方法，如日本的会计准则就是要求商誉按照20年摊销的^[3]。

3.2 商誉减值测试流程

商誉减值测试是企业定期对商誉价值进行评估，以确定是否存在减值的过程。商誉减值测试的主要目的是确保商誉的账面价值与其可收回金额相符。商誉减值测试需要关注以下4点：

1. 定期减值测试。根据会计准则的要求，商誉必须定期进行减值测试。通常情况下，商誉减值测试应该至少在每个会计年度进行一次。然而，如果存在迹象表明商誉可能减值，就需要进行无延误的减值测试。

2. 可收回金额的估计。商誉减值测试的关键是确定商誉的可收回金额。可收回金额是指商誉预期未来现金流量的现值。在估计可收回金额时，通常涉及评估商誉所涉及资产组合的未来现金流量，并考虑相关风险和不确定性。

3. 减值损失的计量和处理。如果商誉的账面价值超过可收回金额，就需要进行商誉减值。商誉减值发生时，减值损失将被计入财务报表中，减少商誉的价值。减值损失通常计入损益表，减少净利润，并相应地降低财务报表中的商誉价值。

4. 持续监控和可能减值迹象。商誉持续监控是保持商誉减值测试的重要环节。企业应密切关注可能影响商誉价值的因素，如市场环境变化、公司业绩下滑或相关资产组合价值的变化等。如果存在减值迹象，减值测试应该及时进行，以反映商誉价值的实质性变化。

3.3 可收回金额的确定

可回收金额的多少直接决定了是否需要计提减值以及计提多少减值准备。因此可回收金额的确定是整个商誉减值测试中最为重要一环。可回收金额的确定主要取决于以下三个因素：一是确定商誉的可收回金额通常涉及对未来现金流量的估计。二是在确定可收回金额时，需要考虑到相关风险和不确定性。三是通常情况下，现金流量需要进行折现，以反映时间价值和风险偏好。

商誉可收回金额的确定是一个动态过程，应定期复核和更新。在每个会计年度结束时，企业应重新评估商誉的可收回金额，以反映市场和业务环境的变化。如果有相关迹象表明商誉价值减少，需要进行相应的减值测试。

3.4 上市公司商誉减值测试的实际操作

当上市公司的每年最后一个交易日的市净率（P/B）大于等于1的时候，也就是市值大于等于公司净资产的时候，通常被认为上市公司有足够的力量，有较大的概率去保证账面资产未来经济利益的实现，因此无需做商誉减值测试和计提商誉减值准备。这个是审计师所认可的判断标准，在实际工作中广泛使用。

当上市公司的每年最后一个交易日的市净率（P/B）小于1的时候，也就是市场小于公司账面净资产的时候，则需做商誉减值测试。减值测试方法就是上节“3.2可回收金额的确定”中所介绍的。商誉减值测试的三个关键点分别是1、现金产生单元（CGU）的划分；2、业务（收入）增长率的选取；和3、折现率的选取。

实际上商誉的形成和收并购某一具体对象密切相关,则现金产生单元(CGU)也应对应于被收并购的具体对象,而不能随意扩大或缩小到上市公司其他业务范围。实际工作中,可以看到上市公司会刻意扩大或缩小现金产生单元(CGU)的划分,从而确保不发生商誉减值。另外增长率的高低和折现率的大小都直接影响到可回收金额价值的大小,从而影响到是否需要计提减值准备以及计提多少减值准备。

实际上现金产生单元(CGU)的划分,业务(收入)增长率和折现率的取值,这三点都涉及到主观判断,为上市公司人为操纵利润提供了一定空间。因此上市公司和审计师都应该高度关注这三点,应在日常业务中尽量收集能支持主观判断的客观证据,以确保商誉减值准备提取的科学性。

3.5 商誉减值和摊销的争议

如本文3.1节所描述,我国2007年以前对商誉的会计处理方法采取的是逐年摊销,自2007年实施新企业会计准则以来,商誉才改为不进行摊销但每年至少进行一次减值测试和计提减值准备。2019年初,财政部会计准则咨询委员会曾提出对商誉会计处理办法调整的提议,支持“商誉摊销”,而非“商誉减值测试”。但仅仅过了几天又澄清,称上述观点仅是咨询委员们针对有关会议文件发表的专家研讨意见,商誉会计处理仍按减值测试处理。为什么会有专家转而支持对于商誉进行逐年摊销?一言以蔽之,商誉不摊销而仅做减值测试的会计处理方法给让上市公司展现出更高的利润。

现代企业收并购往往存在巨大的交易溢价。收购对价一旦确定,“被并购企业可辨认净资产的公允价值”和“商誉”之间如何分摊巨额溢价为上市公司提供了操纵损益的空间。鉴于商誉于日后不会被摊销,而计入“可辨认净资产公允价值”则会逐年摊销计入费用从而减少日后损益,因此上市公司往往倾向于想方设法将“可辨认净资产的公允价值”做小,商誉做大,以提高日后收益。

另外从实务来看,企业并购后能实现并购净收益的也不是常例。反而经常可以看到被并购标的企业的业绩在收购后不及预期,按照商誉逐年摊销法,巨额的商誉会在并购当年就减少上市公司利润,甚至造成上市公司的亏损,甚至是长期的亏损,直至上市公司面临退市的风险。不过商誉不摊销而是减值测试的特性,又给了上市公司操纵业绩很大的空间。当商誉不再强制每年摊销计入损益,上市公司就可以选择在某一时期一次性减值到零,一次性亏个够,“财务洗大澡”,即能让业绩漂亮翻身,又能规避“连续三年亏损被强制退市”的风险。

4 商誉的确认和后续计量改进建议

4.1 谨慎评估对商誉的客观性的影响

综前文所述,商誉的确认环节以及后续减值测试环节都

涉及到人的主观判断。主观判断的激进或保守直接影响到上市公司的业绩。从财报使用者—投资者的角度来看,越是审慎保守的判断,越为可靠。综合上文所述,商誉的确认及后续计量中所涉及到的需要审慎、保守的主观判断主要有以下6种。

商誉确认环节所涉及主观判断:1、在并购对价一定的情况下,被并购企业的可辨认净资产的公允价值的确认。2、应收账款减值准备的确认。将应收账款减值准备确认为较多金额,差额部分计入商誉,为日后应收账款回收后进行减值准备冲回从而提高日后收益。

商誉减值测试环节所涉及主观判断:1、现金产生单元(CGU)的划分;2、业务(收入)的增长率取值;3、折现率取值;4、商誉一次性大幅减值的时机。

4.2 提供清晰透明的商誉信息

在财务报表附注中,清晰地说明商誉的确认依据和原因,包括商誉产生的背景、合并交易的重要条款和被合并企业的财务状况等。并提供商誉的详细组成和分析,将商誉分解为相关的业务单元,也就是现金产生单元等,这有助于理解商誉所代表的具体价值和风险。定期披露商誉减值测试的结果,对减值测试结果进行解释和分析,以便读者了解商誉价值的变化和可能的影响。在披露中强调管理层在商誉确认和后续计量过程中的判断和预测。同时,明确指出与商誉相关的风险因素。除了财务报表,可以使用补充信息和非财务指标来提供更全面的商誉信息。

5 结语

综上所述,商誉的确认和后续计量对于准确表达企业价值和财务状况具有重要意义。通过谨慎评估商誉的确认和提供清晰透明的商誉信息,可以提高财务报告的质量和可信度,增加投资者和利益相关方的信任和决策依据。企业应不断改进商誉确认和披露的实践,遵守相关会计准则和规定,以促进商业环境的透明度和可持续发展。

参考文献:

- [1]熊伟.企业合并商誉会计问题研究——以人福医药并购Epic Pharma为例[D].重庆:重庆师范大学,2021.
- [2]迟明坤.企业合并商誉及负商誉的探讨[J].商情,2021(3):136-137.
- [3]谢德仁.商誉这颗“雷”:减值还是摊销[J].会计之友,2019,(04):2-5.

作者简介:

罗俊岭(1974.02.27-),男,汉,湖南益阳,大学本科,目前职称:注册会计师、注册税务师、会计师,研究方向:审计、合并报表,业财一体化。