

商誉核算特征及其减值风险因素理论研究

王嘉欣

湖北民族大学, 中国·湖北 恩施 445000

【摘要】近年来,我国各地越来越多公司的上市公司已因其商誉出现减值迹象而可能遭受着巨大损失。由此,上市公司商誉核算及其减值风险因素再度引起深度关注和讨论。本文将通过实证对企业商誉价值的会计核算的特征动机进行了研究及分析,结合资产减值等相关理论为基础,研究其商誉减值风险因素,针对相关结论,提出改进意见,以此降低商誉减值风险。

【关键词】商誉核算; 商誉减值; 股价高估

Theoretical Research on the Accounting Characteristics of Goodwill and Its Impairment Risk Factors

Wang Jiaxin

Hubei University for Nationalities, Enshi, Hubei, China 445000

[Abstract] In recent years, more and more listed companies in my country have suffered huge losses due to signs of impairment of their goodwill. As a result, listed companies' goodwill accounting and its impairment risk factors have once again attracted in-depth attention and discussion. This paper will study and analyze the characteristics and motivation of the accounting of corporate goodwill value through empirical research, combined with relevant theories such as asset impairment, study its goodwill impairment risk factors, and put forward suggestions for improvement according to the relevant conclusions. Reduce the risk of goodwill impairment.

[Key words] goodwill accounting; goodwill impairment; stock price overvaluation

1 商誉的本质和计量

1.1 商誉的本质

商誉这是一经济概念最早大约出现于在约12世纪,自商誉出现后开始,相关专业学者近年来就曾分别先后从财务会计学、经济学、法学角度等对各类商誉现象进行相关定义讨论和研究。目前,然而,对于商誉的价值属性已经有了普遍的共识,但是对于如何确定商誉的计量仍然存在许多分歧。

1.2 商誉的会计要素归属问题

在确定商誉产品的客观价值、形式要件和功能特征因素的具体衡量问题上基本存在广泛共识,但往往在认定商誉会计要素所有权的实质归属标准方面仍然存在很大一些分歧。首先,商誉是一种对公司创造超额的盈利机会的一种监禁,应直接收费。这种观点则认为,善意本质理论上来说是指一种可以产生超额销售利润的能力,并且可以以一定的成本获得。然而,像于长春这样的研究人员都认为,商誉已不需要被直接认可做为任何一种资产,而是需要直接被费用化。其次,商誉是一个企业最大的潜在超额市场盈利增长能力,必须被认定为负债。厦门大学认为,商誉是一种超额资本回报能力,因此应被认定为负债。同时,报告冯卫东又指出,这将是公司未来超额收益价值增加的唯一来源,因此公司应对此确定其为承担单独负责的全部责任,以切实证明其会计信息价值的真实相关性和准确完整性。第三,商誉价值是本公司能力贡献的唯一客观会计反映,必须同时确定其为完全独立应用于各类固定资产评估的基本会计要素。此外,将把商誉仅仅视为一个资产而掩盖忽略了在不同资产经营者之间的经营运作效率产生的明显差异,主张应当将商誉也视为其中一个或单独出现的会计要素。第四,商誉也是另一种能力的整合和资源,必须严格单独被认定为能力资产。

1.3 关于商誉的初始计量方法问题

目前有下列两种用来衡量公司商誉质量的比较主要评价方法。一种主要是采用间接计量法,称为切割差分法或残值法。

原则一般是指根据单位合并企业成本净额与该单个合并可直接识别出净资产额的相对公允计量价值之间存在的一个差额以确定的商誉价值。但具体在管理实践运用中,也就存在了两个实际问题。一方面,当所选择的股票价格被合并考虑到时,相关单位商誉资产的商誉价值应与该股价水平直接紧密相关。由于商誉股价容易受到许多宏观方面和企业家个人因素之间的相互影响,因此企业基于其股票价值而确定企业商誉价值高低的会计公平性通常也可能受到较大质疑。另一方面,企业本身也同样可能大大低估了许多需要其单独价值核算确定的关键无形资产,如高生产或经营组织效率、先进成熟的先进技术条件和专业生产设备知识、高效严谨的生产管理服务能力等。另一种做法是采用直接的计量分析方法,称为间接超额收益法。该评价方法可通过直接估计或预期计算超额经营利润、将预期超额运营利润资本化或进行折现方法来确定计算所得商誉产品的实际价值。

1.4 关于商誉的后续计量问题

那些证据支持商誉减值测试认为,商誉资产本身不能仅被认为它是另一个最直接有效的可消耗品,其资产形成方法和资产价值可实现的(或消费)方法从一个根本方面上并不同于商誉固定资产,等等,如果商誉价值的初始值计算和商誉后续值管理方法合理,商誉价值不仅可能不会继续被消耗,但也可能会增值。商誉价值的模糊性几乎是这样一种企业共识,它实际上对整个企业永续经营行为的价值影响程度是很全面准确的。减值恢复测试则可以充分考虑分析企业经营内部状况和各项外部变化因素,更好地及时反映该企业实现超额现金收益能力上的实际变化。当前,国家中国的经济目标正逐步处于向经济增长转型迈进的各个关键阶段。在此行业背景情况下,要真正想起来推动整个新技术经济体系和战略性新的产业项目的持续发展,我们企业也更应该注重采用资产减值性测试这样的评价方法来全面衡量收购商誉,否则无疑会大幅抑制战略性新的经济、新技术产业等相关资产的持续并购。商誉成本在公司并购费用总额计算中一般所占得比

例一般较高,如果单纯采用资产摊销法指标来准确计量公司商誉,那么公司并购公司商誉也将势必对该上市公司整体的销售利润状况产生极为长期严重的经济负面影响。

2 商誉减值

2.1 商誉减值的定义

商誉减值就是企业并购的目标企业在发展中没有达到并购时预期能为企业带来的价值而产生的一种减值,其实质就是商誉作为资产而其预计的超额收益能力较并购时的预计有所下降发生的资产减值。由于是具有独立商誉基础的那些不同时具有可辨认真实现现金流之前的相关资产特性,所以对这些并无法完全真正的独立存在于能够产生出真实的现金流的之前行业的相关商誉特性也因此注定它们必须都要每年定期地结合它们之前所在的行业之前的相关商誉资产组合来分别进行独立商誉基础减值及恢复减值测试。

2.2 导致商誉减值的原因

在具体分析影响商誉的减值风险的基本原因时,首先一定要充分考虑产生一般金融资产发生减值后果的那些一般客观原因,其次就是要着重考虑影响商誉因素的一般特殊性。国内外学术界许多研究学者已经对企业资产长期减值及损失发生的三种影响风险因素——进行了研究和分析,我国的学者如戴秉斌等研究学者还得出资产长期减值与损失风险的发生动机可能有下述三种:经济因素、盈余管理和企业稳健性因素。

1、经济因素是影响商誉减值的直接原因。商誉是收购方对被收购资产超额盈利能力的预期。受宏观经济因素等影响,基础资产价值显著下降,基础资产实际盈利变现能力持续下降,削弱影响了市场整体资金实现短期超额净收益效应的变现能力,这意味着商誉价值下降。在需要判断公司是否存在经常性商誉资产减值影响时,可以密切关注其他受重要经济因素变化影响公司的相关资产评估的公司盈利偿债能力指标和年度经营业绩。

2、盈余管理一般是主要基于双方委托代理关系冲突和市场信息交换不对称发生的。一方面,由于有委托代理关系,委托人的和受托代理人自己的经营利益就可能会随时发生着冲突。当两者之间发生矛盾冲突情况时,代理人通常会选择为了保证自己公司的自身利益能够最大化实现而同时忽略了委托人本身的实际利益,即由于双方利益的这种利益分配冲突可能直接的导致着盈余的管理情况的发生。另一方面,由于委托人与其代理人间在相关信息资料获取机制上明显的存在不对称,代理人之间的委托盈余资产管理委托行为逐渐成为现实可能。在公司会计政策的选择等方面,管理公司会主动选择其他有利于维护自身公司利益相关的外部治理以有效进行会计盈余分配管理,所以,虽然企业财务信息对外披露内容并不直接反映了企业运作的所有的实际操作或条件,与内部其他财务利益相关者又不能共同访问有关内部事务信息,所以企业不能自行判断有关财务信息到底是否客观真实合理和确实有用,这一点就更为会计盈余管理的动态管理方法创造提供了空间。

3、并购估值虚高

并购估值对商誉的记录价值和随后的商誉减值的影响也可以用信息不对称理论来解释。商誉的价值可以理解为超额支付M & S一个过程中,由于信息不对称的存在之间的M & S和M & S自收购者不能获得足够的信息的目标资产收购方和水平相同的效果,它会导致对目标资产价值的高估,从而为并购对价付出更多,这一信息不仅包括标的资产的隐含资产状态信息,还包括未来盈利能力信息。因信息劣势而多付的价值反映在并购后并购合并报表的商誉中,年度减值测试将对该部分价值进行重新计量,并确认相应的减值损失。

2.4 改进建议

1、规范减值测试信息披露

根据重要性原则和成本效益原则,本文认为在信息披露方面,应该既能够向报表使用者披露更多决策相关的信息,也应该将成本控制在企业可以承受的范围内。所以建议将商誉减值信息按照重要程度进行不同详细程度的披露,具体可分详细披露和一般性披露两个级别。计提商誉减值金额较大、减值比例较高、减值对业绩影响较大、减值有盈余管理风险的公司需对减值测试进行详细披露,其余企业则只需进行一般披露。其次,商誉减值达到重要性标准的公司就应该进行详细披露,详细披露的目的是使得报表使用者可以通过公司披露的商誉减值相关信息验证和判断商誉减值是否公允、合理。所以,本文认为详细披露应该披露专项报告,包括:减值结果及其原因和影响;商誉减值会计政策;资产组认定及商誉分配情况;可收回金额计算过程及结果;现金流、增长率、折现率等参数;资产评估机构的报告;减值对象最近三年财务数据等内容。

2、加强内外部监管以增加投资者利益保护

在外部监管方面,证监会方面应对并购重组交易加强审查,重点关注在合并中是否存在估值虚高的利益输送问题。审计部门在对商誉和其减值进行审计的时候,要关注商誉减值是否反映了经济实质,识别盈余管理行为,以保证企业按照会计准则进行正确可靠的披露,为利益相关者提供决策相关信息。在商誉减值方法完善过程中,也需要借助政府和审计部门的监管作用,监督企业商誉减值计提的极端性行为,为利益相关者提供完整真实的有用信息。

在内部监管方面,企业应充分认识到巨额商誉的潜在风险,并建立相应的风险防范机制,规范企业并购行为。在并购过程中,要把握巨额商誉的真实价值是否有并购标的的真实超额盈利能力作为支撑,并且关注并购标的资产后,企业整合是否能实现预期的协同效应从而提高公司盈利能力。此外,还需要关注是否有人为操纵商誉减值的行为。建立完善的内控体系,避免大股东操纵标的业绩的行为。

3 结语

从商誉减值的原因来看,商誉减值易受多种因素影响,商誉减值的正确与否直接关系到商誉会计信息的决策有用性。知识经济时代的到来使人们对企业无形资产形成与使用状况更加关注,企业管理运营的核心逐渐向人力资源、信息资源、技术创新等方面偏移,无形资产状况带来的企业发展潜力等信息也备受关注。报表使用者投资经营决策时考虑的主要是企业是否可以持续维持竞争优势和发展潜力,商誉作为一种重要的企业资源,代表着企业的超额收益能力,商誉会计信息是报表使用者决策的重要依据,商誉会计信息质量对报表使用者有着重大的战略意义。

参考文献:

- [1] 于长春. 现行商誉会计处理的困惑与思考[J]. 财务与会计, 2010(09): 36-38.
- [2] 冯卫东, 郑海英. 知识经济下商誉会计: 理论诠释与准则改进[J]. 财经问题研究, 2013(11): 92-96.
- [3] 胡凡, 李科. 股价高估与商誉减值风险[J]. 财经研究, 2019, 45(06): 71-85.
- [4] 季金英, 田兴元. 商誉减值的会计处理探究[J]. 会计师, 2009(9): 19-20.
- [5] 任艳丽. 商誉减值会计处理探讨[J]. 财会通讯, 2013(31): 71-73.
- [6] 代冰彬, 陆正飞, 张然. 资产减值: 稳健性还是盈余管理[J]. 会计研究, 2007(12): 35-42.
- [7] 宋丹, 张甲芳. 基于委托代理理论的上市公司盈余管理研究[J]. 中国集体经济2008(13): 46-49.