

大华研究院

大华研究院为大华会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人管理委员会领导下的研究机构，通过整合大华会计师事务所研究力量和外聘专家，构建高水平研究团队，打造“学术交流平台”，将建设、发展成为在资本市场、会计及审计专业领域有较强影响力的一流新型研究机构。

大华研究院通过资本市场热点问题、会计审计理论及实务难点问题、管理会计理论与实务研究等方面的课题研究，为资本市场发展、会计审计理论及实务提供前瞻性研究，树立大华会计师事务所研究品牌，提高大华会计师事务所在资本市场及专业领域的影响力。

专业，成就职业。

请关注大华研究院定期发布的研究报告。

商誉减值与摊销：该支持谁？

【内容提要】自 2007 年实施新的企业会计准则以来，商誉不再逐年摊销，而是在出现减值迹象的情况下，管理层通过减值测试来判断是否以及计提多少减值准备。因此，相比 2006 年之前每年摊销的做法，2007 年之后的商誉后续计量的会计处理就存在更大的酌定性。我们的实证研究发现：(1) 在确认了商誉的上市公司中，曾经计提商誉减值准备的公司占比较低，累计计提的减值准备占商誉净值的比例也不高，说明上市公司计提商誉减值准备的意愿总体不是很强；(2) 但是，商誉减值准备的计提与否及计提程度，与公司业绩显著负相关，说明商誉减值准备的计提总体上还是反映了公司之间商誉资产风险之差异。这就意味着，商

誉减值与摊销各有利弊：大多数公司比较缺乏计提商誉减值的意愿，商誉减值准备的计提程度较低，意味着商誉会计的稳健性受到了挑战；减值计提能够较好地反映公司之间商誉资产风险之差异，而传统的摊销做法，则无论公司商誉资产价值是否下降，一律按固定年限进行摊销，从而使得商誉价值难以很好地反映各公司的经济事实。无论是稳健性受到挑战，还是背离经济事实，都不是我们希望看到的情况。我们的建议是：(1) 商誉在出现减值迹象时计提减值准备，而不是强行逐年摊销，总体上是一种更优的会计规则，更能使会计信息反映各企业的经济事实，因此，商誉的后续计量不应该退回到原有的强行逐年摊销的老路上去；(2) 为了降低商誉减值准备计提的酌定性程度，建议会计准则委员会适时修改和完善相关会计准则的应用指南，就商誉减值测试提出更为明确、具体的指导性意见和判断标准，并在年报附注中充分披露商誉减值测试的程序、方法和依据。

[释义]

本研究报告中提到的有关专业术语，除非另有解释，具有以下含义：

- 1、APB：（美国）会计原则委员会
- 2、A股上市公司：发行人民币普通股的上市公司
- 3、AT&T：美国电话电报公司
- 4、标普：标准普尔公司
- 5、超额回报：超出正常（预期）收益水平的收益
- 6、CGU：现金获取单元
- 7、财政部：中华人民共和国财政部
- 8、独立董事：独立非执行董事
- 9、ED：征求意见稿
- 10、EPS：每股收益

- 11、FASB：（美国）财务会计准则委员会
- 12、GAAP：（美国）一般公认会计原则
- 13、回归：多元回归分析
- 14、IAS：国际会计准则
- 15、IASC：国际会计准则委员会
- 16、IASB：国际会计准则理事会
- 17、IFRS：国际财务报告准则
- 18、NCR：不符合项报告公司，全球关系管理技术解决方案领导供应商。纽约证券交易所股票代码为 NCR
- 19、R2：决定系数，反映因变量的全部变动能通过回归关系被自变量解释的比例
- 20、减值：资产减值损失，指因资产账面价值高于其可收回金额而造成的损失
- 21、经济后果：会计的经济后果
- 22、配股：以接近净资产价格向所有老股东增资扩股
- 23、PPE：财产、厂房和设备
- 24、企业会计准则：中国企业会计准则
- 25、SFAS：（美国）财务会计准则公告
- 26、四大：国际四大会计师事务所，指安永、毕马威、德勤和普华
- 27、摊销：对除固定资产之外的其他可以长期使用的经营性资产按其使用年限每年分摊其成本的会计处理办法
- 28、稳健性：在处理企业不确定的经济业务时，应持谨慎的态度。也就是说，凡是预见到的损失和费用都应予以记录和确认，而没有十足把握的收入不能予以确认和入账
- 29、我国：中华人民共和国

30、无形资产：企业拥有或控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产

31、新会计准则：中华人民共和国财政部 2006 年颁布，自 2007 年起实施的企业会计准则

32、信息不对称：管理者与投资者之间的信息不对称

33、增发：以市场价向新股东增资扩股

34、中小板：又称中小企业板，指流通盘 1 亿以下的创业板，是创业板的一种过渡

自 2007 年实施新的企业会计准则以来，商誉不再逐年摊销，而是在出现减值迹象的情况下，管理层通过减值测试来判断是否以及计提多少减值准备。因此，相比 2006 年之前每年摊销的做法，2007 年之后的商誉后续计量的会计处理就存在更大的酌定性。那么，我国企业 2007 年以来商誉减值的计提情况如何？表现出哪些特征？反映出什么规律呢？本研究报告拟在对商誉会计准则演进和文献总结的基础上，以我国上市公司为对象，就商誉及其减值计提状况进行实证分析，比较性地分析和评价现行准则规定（计提减值）与原准则规定（固定摊销）的利弊得失，并提出我们的政策建议。

一、商誉概念的形成和发展

商誉这一概念来源于人们对于无形资产的认识，而无形资产最初并不是一个会计概念，它最初是一个由法学界定义的区别于有形资产的概念。罗马法学家盖尤斯（Gaius）在其著作《盖尤斯法学原理》（Institutes of Gaius）中将民法分为“人法”、“财产法”和“债法”三个部分，其中，“财产法”将财产分为了“有形”和“无形”两大类。¹这是较早的无形资产概念的雏形。

商誉作为一个词语最早出现于 16 世纪中后期，英国会计学家 Leake 在其文章中引用了 1571 年出现在英格兰的那句话：“我把我采石场的全部利益和商誉……都给了约翰斯蒂文”。²而商誉这一概念最早受到重视是在法庭判例上。Gabriel（1936）回顾了关于商誉起源的相关判例：1620 年，由于原告买了被告（一个绸缎商人）的库存，绸缎商人承诺将不再在纽波特（Newport）和怀特岛（the Isle of Wight）进行经营，法院判定承诺成效，并指出这是绸缎商人关于其“顾客”的买卖。³同时 Gabriel 还在文中回顾了关于商誉的描述：1810 年，Lord Chancellor Eldon 定义商誉为老顾客留在老地方的可能性。⁴可以看到，商誉一词最早产生于

¹ 汤湘希，汪海粟，郑玮玮. 对无形资产的边界限定及其相关概念的关系研究[J]. 会计之友, 2009(4):7-13.

² 蒋南平. 知识产权制度论[M]. 电子科技大学出版社, 2007.

³ Preinreich G A D. The Law of Goodwill[J]. Accounting Review, 1936, 11(4):317-329.

⁴ Preinreich G A D. The Law of Goodwill[J]. Accounting Review, 1936, 11(4):317-329.

销售领域，和商品买卖中客户持续光顾的忠诚度有所关联。

而随着商誉概念的不断发展和完善，在学术界，一般认为关于商誉的论述可以被总结为三种形式，即 Hendriksen（1987）的商誉本质“三元论”：好感价值论、超额收益论和总计价账户论。⁵在“三元论”的基础上，其他理论又对其进行了发展，或可以看作是其补充。

好感价值论来源于前文所提到的客户忠诚度法庭判例，其认为企业、员工、客户三者之间相互的和谐信任关系是商誉的主要来源。可以看到，在好感价值论下，商誉主要局限于企业信用，同时，好感价值论强调了商誉的来源，这和之后的要素论非常相似。要素论是在好感价值论基础上的进一步发展，将商誉的来源范围推广，认为商誉可以来源于企业看不见摸不着却又可以为企业带来利益的无形资产。Nelson（1953）列举了一些和商誉相关的要素并阐述了其应该进行摊销的原因，比如客户名单、组织成本、商标名字、工艺流程、专利权、特许经营权、分销权等。⁶要素论将好感价值论扩展的同时却没有说明要素之间的关系。协同效应论对此是一个补充。Miller（1973）认为企业应该被看成一个开放的系统，它作为一个整体，不能单单是单个资产的简单加总，企业包括了内外部关系、人员、市场、生产、融资能力等和实体财产一样重要的部分，而这些部分的价值不能武断地被分配到特定的资产或负债项，它们的价值应该是其共同为企业目标实现所贡献的力量，即它们的协同作用。⁷协同作用论解决了要素之间的关系问题，也为商誉科目存在的意义提供了一定的佐证。但协同作用论也有其缺陷，即协同效应价值计量的准确性面临挑战。

超额收益论认为商誉是企业未来获取超额收益的能力，具体表现为超额收益的现值。

Leake（1914）最早将超额收益用来定义商誉。⁸Paton（1934）认为商誉是企业超额收益的

⁵ Hendriksen E S, Van Breda M F. Accounting theory[M]. McGraw-Hill（2001）,1987.

⁶ Nelson R H. The Momentum Theory of Goodwill[J]. Accounting Review, 1953, 28(4):491-499.

⁷ Miller M C. Goodwill-An Aggregation Issue[J]. Accounting Review, 1973, 48(2):280-291.

⁸ Leake P D. Goodwill: Its Nature and how to Value it.[M]. Gee & Company, 1914.

现值。⁹杨汝梅（1926）在其著作《无形资产论》中指出，商誉是足以使企业产生比寻常更高收益的资产。¹⁰葛家澍（1996）指出，商誉能作为资产确认的最主要原因是，商誉的本质是企业“预期的、未来超额（超过平均水平）的获利能力”。¹¹于长春（2010）以日常消费的例子说明商誉对于企业获取超额利润的作用，支持了超额收益论。¹²超额收益论由于对于商誉本质的概括和对于商誉直接计量方法的贡献，在学术界和实务界获得较多支持。但在超额收益论受到肯定的同时，也有一些学者不支持超额收益论。Nelson（1953）对超额收益论提出了一定质疑，他认为商誉和超额收益不一定总是相关，有的时候超额收益只是来源于运气，比如战前囤积的货物被战时短缺这一“金手指”一点，就带来了超额收益。¹³

总计价账户论为商誉的计量提供了一种间接的方法，认为商誉是企业的总体价值多出企业可辨认净资产公允价值的部分。由于折现率以及未来超额收益计量的困难，超额收益论这一商誉的直接计量方法受到一定争议，而总计价账户论在一定程度上弥补了这一缺陷。Canning（1929）认为，商誉应该被视为一个总计价账户，这个账户中包含项目的未来预期收益价值，也包含未来预期收益价值的高估额和低估额。¹⁴总计价账户论将商誉看做一种企业价值和可辨认净资产之间的“平衡工具”，虽然包括了一些噪音，但可操作性较强，是会计准则制定中商誉定义的主要来源。超额收益论和总计价账户论作为商誉的直接和间接计量方法，在所有假设和计量科学的前提下，应该得到相同的商誉计量值。¹⁵在实务之中，常把支付对价作为企业价值的代表，但 Nelson（1953）指出，并购时的支付溢价可能来源于并购方的“商人直觉”和被并购方的讨价还价能力。¹⁶

⁹ Paton, Andrew W. Accountants' handbook [M]. Ronald Press Co. 1934.

¹⁰ 杨汝梅. 无形资产论[M]. 立信会计出版社(2009),1926.

¹¹ 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[J]. 会计研究, 1996(1):3-8.

¹² 于长春. 现行商誉会计处理的困惑与思考[J]. 财务与会计, 2010(9):36-38.

¹³ Nelson R H. The Momentum Theory of Goodwill[J]. Accounting Review, 1953, 28(4):491-499.

¹⁴ Canning J B. The economics of accountancy[M].New York: A New.York Times Company(1978),1929.

¹⁵ 林勇峰. 商誉与商誉减值：基于上市公司现状的深层分析[N]. 上海证券报,2017-04-15(004).

¹⁶ Nelson R H. The Momentum Theory of Goodwill[J]. Accounting Review, 1953, 28(4):491-499.

李玉菊等（2010）叙述了商誉会计专题学术研讨会上的各方观点。关于商誉的本质，主要有以下 6 种观点：（1）商誉作为企业超额盈利能力的体现，须花费一定代价才能获得，应该确认为一项费用；（2）商誉作为企业超额盈利能力的体现，应该确认为一项资产；（3）商誉作为企业能力的价值体现或作为企业资源整合能力的代表，应该作为资产外的独立会计要素来确认；（4）商誉是超额收益或损失，应该确认为一项无形资产或无形负债；（5）商誉是协同效应的体现；（6）商誉的讨论应该框架明确，比如并不是“超额收益就是商誉”，而是有了超额收益才能确认商誉，又比如不能脱离业务谈商誉。¹⁷

二、商誉会计准则的历史演进

（一）美国会计准则

在美国，关于企业合并和商誉的会计准则，最早发布于 1970 年，即 APB 16《企业合并》（APB, Accounting Principle Board, 会计原则委员会）和 APB 17《无形资产》。APB 16 区分了两种企业合并的方法：权益结合法（pooling-of-interests）和购买法（purchase/acquisition method¹⁸）。假如企业满足了 12 条原则¹⁹，则可以使用权益结合法。在权益结合法下，依据

¹⁷ 李玉菊，张秋生，谢纪刚．商誉会计的困惑、思考与展望——商誉会计专题学术研讨会观点综述[J]．会计研究，2010(8):87-90.

¹⁸ 美国会计准则中存在 purchase method 和 acquisition method，中文都翻译为购买法。

¹⁹ APB16 美国使用权益结合法的 12 条规定：（1）合并各方都必须是自主经营的，且在合并计划发起前的两年内不是合并另一方的子公司或分支机构。（2）合并各方彼此独立，即在合并计划发起日或实施日，合并一方持有对方股份不超过对方发行在外股份总数的 10%。（3）合并通过单一交易完成，或在合并计划发起后按照具体的计划在一年内完成。（4）在合并实施日，一家公司只提供并与其发行在外的大多数股份具有相同权益的普通股，以此交换另一家公司几乎全部的具有表决权的普通股权益。（5）在合并计划发起前两年内，活在合并计划发起日与实施期间，合并各方在考虑合并计划时均未对具有表决权的普通股做出改变，包括对股东分配股利以及额外发行、交换或注销股份。（6）合并各方重新购买具有表决权普通股是出于非合并目的以外的原因，且在合并计划发起日与实施日期间合并各方没有重新购买超过正常数量的普通股。（7）以换股方式实施合并后，普通股股东的权益比例与参与合并公司的其他股东的权益比例保持相同。（8）在合并后公司里所享有的普通股权益表决权是可以行使的，没有在某个期间对股东的表决行使权加以剥夺或限制。（9）合并事宜在计划开始实施日全部解决，合并计划不应包括悬而未决的证券发行或其他对价的条款。（10）合并后的公司没有直接或间接同意注销或重新购买为实施合并而发行的全部或部分股票。（11）合并后的公司没有制定有利于参与合并公司的前股东的财务安排，如利用合并过程中发行的股票为其贷款提供担保，这样的担保事实上使权益类证券的相互交换失效。（12）合并后的公司无意或不打算在两年内处置参与合并公司的大部分资产，原先独立的公司在正常商业活动中必须处置的资产或为了消除重

对等合并 (mergers of equals) 的指导思想, 资产、负债都要按照账面价值在合并报表中进行列报, 支付对价高于被并方净资产的部分通过合并方权益项目进行调整, 不存在商誉。由于资产价值没有发生改变且不存在商誉, 权益结合法不会影响后续年份合并报表利润的列报, 从而提高企业的盈利指标, 因此权益结合法在当时广受企业欢迎。Lys & Vincent (1995) 记录了 AT&T 并购 NCR 的案例, 文章模拟了两种方法下并购后企业 EPS (earnings per share, 每股收益) 的差别, 发现权益结合法和购买法对于这个案例来说 EPS 差了 0.45 美元。而且这一测算的其中一个假设是合并发生在 1990 年 1 月 1 日, 而不是实际的交易日期 1991 年 9 月 19 日, 如果按实际的合并来看的话, 这个差别会更大, 因为权益结合法可以合并整个会计年度的利润数字, 而购买法只能合并购买日后的利润数字。最后, AT&T 为了说服 NCR 帮助它满足采用权益结合法需要满足的 12 条原则, 额外付出了 3.5 亿美元的代价, 这还不包括 AT&T 为了满足原则出资为 NCR 回购股票的部分。²⁰Bancorp et al. (1999) 发现两种方法不仅影响了合并报表的 EPS, 还影响了相关的股价表现。相比标普 500 而言, 采用权益结合法的企业股价高于市场平均 9.1%, 而采用购买法的企业股价表现低于市场平均 6.6%。²¹

在企业合并实务中, 不满足 APB 16 中规定的 12 条原则的企业合并, 需要使用购买法进行合并。购买法更像是资产的交易, 并购方需要将并方的资产和负债按照合并日的公允价值确认在合并报表上。因此, 当合并对价高于被并方净资产公允价值时, 合并报表上将确认商誉。在合并报表日后的后续计量中, 由于商誉存在并要在往后进行摊销²², 企业的利润可能会因此大幅降低。APB 17 明确规定了合并产生的商誉必须按照预期使用年限进行摊销, 同时摊销年限不得超过 40 年。APB 17 也要求企业对于商誉进行定期的减值测试, 但并没有

复设施或过剩生产能力的资产处置不在此限定之中。

²⁰ Lys T, Vincent L. An analysis of value destruction in AT&T's acquisition of NCR[J]. Journal of Financial Economics, 1995, 39(2-3):353-378.

²¹ 黄世忠, 陈箭深, 张象至等. 企业合并会计的经济后果分析——兼论我国会计准则体系中计量属性的整合[J]. 会计研究, 2004, 8: 30-39.

²² 2001 年之前。

给出明确的测试标准和流程。

关于商誉减值测试的明确规则最早出现在 1995 年发布的 SFAS 121 《长期资产的减值、处置的会计处理》(SFAS, Statement of Financial Accounting Standards, 财务会计准则公告)。在这个公告中,当账面价值超过未经折现的未来预期现金流时,包括商誉在内的长期资产需要计提减值。由于未考虑现金流的时间价值,尤其是对于拥有较长使用寿命的资产而言,这个公告饱受争议。

与 SFAS 121 类似, APB 16 和 APB 17 在执行的过程中也面临着较大的争议。由于权益结合法不能真正反映合并对价,让企业不需进行商誉摊销从而做高未来收益,希望取消权益结合法的声音越来越大。同时,权益结合法和购买法并存使得会计信息的可比性降低,会计计量方法的统一成为趋势。1998 年, FASB (Financial Accounting Standards Board, 财务会计准则委员会) 联合英国、加拿大、澳大利亚、新西兰及当时的 IASC (International Accounting Standards Committee, 国际会计准则委员会) 组成了 G4+1 集团, 他们共同发布了《G4+1 研究报告——关于企业合并会计方法达成统一的建议》, 该报告建议采用购买法作为企业合并的唯一方法。

在 G4+1 研究报告的基础上, 1999 年, FASB 发布了新的有关企业合并与无形资产的征求意见稿 (Exposure Draft #201), 该讨论稿建议废止权益结合法, 且建议商誉仍然进行摊销, 并将摊销最长期限从 40 年缩短到 20 年。Ramanna (2008) 指出, 由于该讨论稿触及了企业和银行的利益, 在草案 90 天的评论收集期内, FASB 收到了约 200 封评论信件, 其中有 60% 对意见稿表示反对。同时, 企业进行的游说活动影响了美国国会成员, 国会成员对讨论稿也进行了批评与反对。²³在此期间, FASB 收到了商誉进行定期减值测试而不是摊销的意见。2000 年 5 月, FASB 听取了摩根士丹利添惠公司、高盛、德勤、普华、安达信、哥伦

²³ Ramanna K. The implications of unverifiable fair-value accounting: Evidence from the political economy of goodwill accounting [J]. Journal of Accounting & Economics, 2008, 45(2 - 3):253-281.

比亚商学院的代表的意见；2000年9月，FASB听取了美国商务会议、思科、美林、TechNet等团队的意见。2001年2月，FASB发布征求意见稿修订版（Exposure Draft #201-R），修订版中将商誉摊销的规定换成了定期减值测试，但保留了对权益结合法废止的做法。ED 201-R中表明商誉应该分配到企业的报告单元（reporting units）²⁴上，商誉的后续减值测试以报告单元为单位，如果企业隐含商誉（implied goodwill）的公允价值较账面价值小，则商誉价值已经减损，公司应在资产负债表上计列损失。

ED 201-R发布后同样受到了广泛关注，超过200封的评论信件中有约70%的企业对修订稿表示了支持，国会议员也没有再来信表示意见。2001年6月，FASB发布了企业合并准则的成稿——SFAS 141（SFAS, Statement of Financial Accounting Standards, 财务会计准则公告）和SFAS 142。前者介绍了权益结合法的废止，后者介绍了商誉减值测试的应用。SFAS 142相比ED 201-R，最大的变化就在于对商誉减值测试加了步骤一，形成了现如今仍然在应用的两步法²⁵：

步骤一：财务报表编制者应将报告单元的公允价值与账面价值相比（包括商誉）。如果报告单元的公允价值大于账面价值，商誉并未发生减值，公司就不再需要执行任何其他步骤了。当报告单元商誉的隐含公允价值（此指商誉的公允价值隐含在整体报告单元的公允价值中）较账面价值小时，则发生价值减损。在这种情况下，应继续下一个步骤。

步骤二：财务报表编制者应将商誉的公允价值与账面价值相比较。如果公允价值较账面价值小，则商誉价值已经减损，公司应在资产负债表上计列损失。

2007年，FASB受到IASB（International Accounting Standards Board，国际会计准则理事会）修订IFRS 3（3号国际会计准则——企业合并）的影响，为了进一步消除两个会计准则中的不同，FASB联合IASB对SFAS 141进行了修订。同年，FASB启动了会计准则整合

²⁴ 报告单元通常是指被管理层视作有独立财务信息的企业营运部门或业务组成部分。

²⁵ 谷卫，郭龙春. 美国商誉会计处理的变化[J]. 交通财会, 2003(7):47-49.

项目以简化相关会计准则问题，SFAS 141 被整合到第 805 号《企业合并》中，SFAS 142 被整合到第 350 号《无形资产——商誉和其他无形资产》中。2007 年 12 月，FASB 发布了 SFAS 141 的修订版本；随后，IASB 在 2008 年 1 月发布了 IFRS 3 修订版。这两个版本和之前最大的不同就在于采用全部商誉确认法（full-goodwill method）进行商誉确认。在全部商誉确认法下，合并成本包括了被并方归属于少数股东的部分，因此当控制权小于 100%时，并购方需要对归属于少数股东部分的商誉进行估计。FASB 在 SFAS 141 修订版发布之时就强制企业合并时采用全部商誉确认法，而 IASB 在推行全部商誉确认法时遇到了困难。企业，尤其是欧洲的企业非常反对全部商誉确认法，认为其消耗时间，且对于归属于少数股东部分的商誉估计非常主观，容易犯错，因此对其进行了抵制。最后，IASB 内部也不能达成一致，于是牺牲了部分会计可比性进行了妥协，允许企业在合并时在全部商誉确认法和部分商誉确认法（partial goodwill method）之间进行选择。²⁶

2010 年，FASB 发布当年的第 7 号文件指出非营利组织合并时也产生商誉。2011 年，FASB 发布当年的第 8 号文件指出，在两步法之前先采取定性分析方法进行评估，如果通过定性分析发现没有证据表明现有环境下其报告单元的公允价值很有可能小于其账面价值，则没有必要进行两步测试，该规定目的在于减少减值测试成本。

（二）国际会计准则

IFRS（International Financial Reporting Standards，国际财务报告准则）关于商誉的准则演进，与美国 GAAP（Generally Accepted Accounting Principles，一般公认会计原则）关于商誉的准则演进轨迹较为相似。

1978 年，IASC（International Accounting Standards Committee，国际会计准则委员会）针对企业合并成立相关项目，想要对欧洲各国不同的会计传统和会计实践有所规范，这和当

²⁶ 关系到国际商誉会计准则历史演进的部分将不再在第二部分重复提及。

时英国想要发展一套会计准则相关，也受到了《第七欧洲合并财务报表指令》（the Seventh European Directive on Consolidated Financial Statements）²⁷的影响。²⁸1983年，IAS 22《企业合并》（IAS, International Accounting Standard, 国际会计准则）通过，推荐实务中使用购买法，但也允许权益结合法（uniting-of-interests method）的存在。

2001年，IASB（International Accounting Standards Board，国际会计准则理事会）取代了IASC，加强了其与FASB和其他G4+1集团成员的合作，并于2004年三月发布IFRS 3和IAS 36修订版。与SFAS 141和142类似，IFRS 3废止了权益结合法，规定企业合并应该按照购买法进行计量。IAS 36（rev. 2004）也和美国GAAP相类似，商誉必须被分配到现金获取单元（Cash Generating Units，简称CGUs）²⁹上。同时，商誉不再摊销，但每年必须至少进行一次减值测试。由于FASB规定的商誉减值测试两步法较为复杂，很有可能造成企业的负担，IASB规定商誉减值测试只需一步，即比较CGU的可收回金额和账面价值，如果可收回金额小于账面价值，则需要进行减值计提，可收回金额是公允价值减去处置成本与其使用价值（value in use）中的较高者。如果账面价值与可收回金额的差额大于商誉账面价值，超出的部分按比例分配给CGU的其他资产。

对于大部分欧洲国家而言，其会计准则都经历向IFRS靠拢的过程，周红（2005）采用巴黎股市CAC 40和欧洲其他股市的21家公司为样本，说明在向IFRS靠拢的过程中，欧洲上市公司财务报告过渡平稳，合并报告净利润平均水平明显提高，披露差异产生的原因包括商誉、无形资产、库存股等因素。³⁰

²⁷ 指令适用范围是欧洲经济共同体成员国（European Economic Community，简称EEC），旨在保证会计信息的可比性，最终的通过时间是1983年，详细内容请参见：

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:31983L0349>

²⁸ Camfferman K, Zeff S A. Financial Reporting and Global Capital Markets: A History of the International Accounting Standards Committee, 1973-2000[M]. Oxford University Press, 2007:162-164.

²⁹ 与美国报告单元类似，定义为最小的可识别的现金流获取单位，且现金流获取和其他资产或资产组相互独立。中国会计准则的资产组或资产组组合的概念与其类似。

³⁰ 周红. 向国际财务报告准则过渡对欧洲企业财务报告的影响[J]. 会计研究, 2005, 10: 014.

(三) 我国会计准则

1992年11月,我国财政部颁布了第一个《企业会计准则》,替代了过去分部门、分行业、分所有制一统到底的会计制度。³¹1992年版会计准则将商誉定义为无形资产的一部分,认为无形资产是“企业长期使用而没有实物形态的资产”,分为外购、接受投资和自行开发等三种形态,并规定包括商誉在内的无形资产需要在收益期内分期摊销。按照这个版本的会计准则的精神,自创商誉似乎是允许计量的。但之后,会计准则明确规定不能确认自创商誉。现行会计准则不考虑自创商誉的原因主要由以下三个方面:(1)自创商誉无法保证其可靠性;(2)在超额收益论下,商誉的本质是帮助企业获取超额利润,而企业的收益存在波动性,出于稳健考虑,不确认自创商誉;(3)自创商誉难以准确计量。³²同时,张鸣和王明虎(1998)说明自创商誉主要来自于两个部分,但它们都因为各种原因难以确认:企业的杰出管理人才因为其高流动性和难以准确计量的属性无法确认;良好的地理位置、独特的生产技术和专营专卖权都可以分别计入各自无形资产的二级科目。³³

1995年4月,财政部颁布《企业会计准则——无形资产》(征求意见稿),征求意见稿中确认并购商誉的成本为“购买企业支付的价款扣除被收购企业可辨认净资产公允价值的余额”,负商誉确定企业的递延收益,在不短于5年的期限内等额摊销,计入各期损益。³⁴随后,1996年1月财政部颁布《企业会计准则——企业合并》(征求意见稿),规定了商誉的摊销年限一般不超过10年。

2001年1月,财政部颁布了《企业会计准则——无形资产》,其中承认商誉有自创和外购两种形式,但也明确说明“企业自创商誉符合无形资产的定义,但自创商誉过程中发生的

³¹ 葛家澍. 基本会计准则与财务会计概念框架——关于进一步修改完善1992年《企业会计准则》的个人看法[J]. 会计研究,1997(10):1-4.

³² 李秀莲,罗明月. 关于商誉会计问题的探讨[J]. 大连民族学院学报,2002,4(4):33-37.

³³ 张鸣,王明虎. 对商誉会计理论的反思[J]. 会计研究,1998(4).

³⁴ 转引自:尹为醇. 商誉会计变迁的综合分析[J]. 会计之友,2009(16):11-12.

³⁵ 转引自:周绍合. 对《企业会计准则第×号——无形资产(征求意见稿)》的几点意见[J]. 黑龙江财会,1996(6).

支出却难以计量，因而不能作为企业的无形资产予以确认。”同时指出商誉的价值只有把企业看做一个整体时才能加以确定，“企业的无形资产中，除可辨认的无形资产外，剩下的商誉属于不可辨认无形资产”，将商誉定义为不可辨认的无形资产。

2006年2月，财政部颁布新的企业会计准则，有关商誉的问题在《企业会计准则第6号——无形资产》、《企业会计准则第8号——资产减值》、《企业会计准则第20号——企业合并》中列示。《企业会计准则第6号——无形资产》要求合并形成的商誉相关问题按照企业会计准则第8号和第20号进行处理。《企业会计准则第20号——企业合并》规定，企业合并分为同一控制下和非同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，合并方在企业合并中取得的资产和负债，应当按照合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益，因而不存在商誉的问题。非同一控制下的企业，合并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。初始确认后的商誉，应当以其成本扣除累计减值准备后的金额计量。《企业会计准则第8号——资产减值》规定每年年终企业应该按照资产组或资产组组合对商誉进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，应当确认商誉的减值损失，计入当期损益。同时，《企业会计准则第8号——资产减值》对商誉分摊到相关资产组时的关键信息，比如账面价值和资产组可收回金额的确定方法等的披露，进行了明确规定。

关于商誉的会计准则，就目前的情况来看，我国与美国准则之间的区别更大，与国际准则更为趋同。我国商誉会计与美国商誉会计的主要区别主要表现在以下几个方面：

(1) 我国会计准则在确认商誉金额时采用的是部分商誉确认法，即并未考虑企业合并

时商誉中可能包含的归属于少数股东的部分。而美国商誉计量则包含归属于少数股东的部分。因此，如果存在归属于少数股东的商誉，按照美国准则确认的商誉则会大于按我国准则确认的商誉。

(2) 我国商誉确认的单位是资产组或资产组组合，美国商誉确认的单位是报告单元。资产组的定义主要为企业认定的最小资产组合，和现金流入的独立性紧密联系。而报告单元通常是指被管理层视作有独立财务信息的企业营运部门或业务组成部分，和财务信息的独立性紧密联系。二者可能有所交叠，但在定义上是不同的概念。

(3) 在减值确认方面，我国比较的是可收回金额与账面价值，而美国比较的是公允价值和账面价值。可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净值与未来现金流现值二者中较高的一个进行确认。公允价值的确认方法一般为活跃的市场报价或同类资产、负债交易价格或未来现金流折现。

(4) 我国要求商誉减值测试至少每年进行一次，一般在年末进行，而美国相关规定更为灵活，一些情况下允许企业在年中进行减值测试，且允许不同的报告单元在不同的时间进行测试。

(5) 商誉减值测试的程序上两国会计准则也有所不同，我国的测试方法为一步法，直接比较资产组或资产组组合的可收回金额与账面价值，而美国现行准则规定企业可以先进行定性评估，如果有减值迹象再进行后续的两步测试法。

三、商誉会计研究的文献综述

在企业经营的历史中，商誉在资产负债表中的地位越来越重要。在 Jennings et al.(1996)的研究中，作为同样预期会为企业带来未来现金流的资产，商誉和 PPE (property, plant, and equipment, 财产、厂房和设备) 与企业总资产的比值变化趋势却大有不同。美国上市公司

商誉与总资产的比值中位数从 1982 年的 2.8% 增加到了 1988 年的 6.4%，而 PPE 与总资产的比值中位数从 1982 年的 32.7% 降低到了 1988 年的 28.6%。³⁶之后，在 Jennings et al. (2001) 的文章中，1993-1998 年，美国上市公司商誉与总资产的比值中位数达到了 8.7%。³⁷

在商誉的本质方面，有学者将其拆分进行研究。杜兴强等 (2011) 将外购商誉分为应确认商誉和不可确认的商誉两个部分。应确认商誉具体包括合并商誉和因并购得以显性化的商誉；不可确认的商誉分为未确认的资产和负债、估价偏差以及代理问题产生的过度自信损失三个部分。文章从商誉构成分解的角度诠释了对商誉内涵及确认的分析。³⁸将商誉拆分研究的还有 Henning et al. (2000)。他们将商誉组成共分为四个部分：被并方资产公允价值的上升、持续经营带来的商誉、协同效应带来的商誉和并购的高估值，进而发现投资者对持续经营商誉和协同效应商誉反映更加敏感，且两者相比更加看重协同效应商誉。³⁹

另外，商誉本身作为一项资产的重要性在过往文献中得到承认。葛家澍和杜兴强合著的《中级财务会计学》认为，商誉能够在企业后续经营中帮助企业获得超额盈利。⁴⁰Chauvin & Hirschey (1994) 发现，商誉对于非制造业企业盈利能力和市值都有正向影响。⁴¹商誉的价值也得到了投资者的认可。Jennings et al.(1996)发现股票市值和商誉呈正相关关系，由于股票市值可以一定程度代表投资者对企业的看法，因此，投资者倾向认为商誉可以为企业未来现金流做贡献。⁴²

关于商誉的价值，其他国家的学者也有所发现。Barth & Clinch (1996) 用澳大利亚、

³⁶ Jennings R, Robinson J, Li R B T, et al. (1996). The relation between accounting goodwill numbers and equity values[J]. Journal of Business Finance & Accounting, 23(4), 513-533.

³⁷ Jennings R, Thompson R B. Goodwill Amortization and the Usefulness of Earnings[J]. Financial Analysts Journal, 2001, 57(5):20-28.

³⁸ 杜兴强, 杜颖洁, 周泽将. 商誉的内涵及其确认问题探讨[J]. 会计研究, 2011(1):11-16.

³⁹ Henning S L, Lewis B L, Shaw W H. Valuation of the Components of Purchased Goodwill[J]. Journal of Accounting Research, 2000, 38(2):375-386.

⁴⁰ 葛家澍, 杜兴强. 中级财务会计学.第 3 版[M]. 中国人民大学出版社, 2007.

⁴¹ Chauvin K W, Hirschey M. Goodwill, profitability, and the market value of the firm[J]. Journal of Accounting & Public Policy, 1994, 13(2):159-180.

⁴² Jennings R, Robinson J, Li R B T, et al. (1996). The relation between accounting goodwill numbers and equity values[J]. Journal of Business Finance & Accounting, 23(4), 513-533.

英国上市公司的数据，发现商誉对于股价和股票超额回报正相关，说明两国的投资者将其看做是公司资产的一部分。⁴³杜兴强等（2011）对中国 A 股上市公司的实证研究发现，上市公司的权益价值和商誉价值正相关，文章还将商誉与固定资产、除固定资产和商誉外的其他资产进行对比，发行上市公司的权益价值与商誉更为正相关。⁴⁴郑海英等（2014）研究了并购商誉对企业业绩的影响，发现较高的商誉能够提升企业当期业绩，而之后，除了市场集中度较高的行业，商誉成本对企业业绩存在负面效应。⁴⁵汤湘希和唐文强（2009）通过对 2007 年我国沪深两市（剔除中小板）上市公司的分析，认为会计上确认商誉可以改善企业资产结构，降低企业资产负债率，为上市公司再融资提供了便利。⁴⁶傅超等（2016）采用 A 股上市公司样本，从超额收益视角肯定了商誉作为一项特殊资产的价值，同时作者也发现这个结论对于创业板公司不太适用，因为商誉存在高估。⁴⁷

关于商誉高估这个现象，也有一些学者做了研究。谢纪刚和张秋生（2013）以我国 A 股中小板公司非同一控制下并购为样本，发现相比现金支付，股份支付的标的评估增值率显著高于实际收益，股份支付标的定价虚高是造成商誉高估的原因之一。⁴⁸傅晓菁（2006）认为，企业合并中出现高于被并方实际价值的收购价格（商誉虚高）的原因，主要是双方的信息不对称和评估体系不健全。⁴⁹洪金明等（2011）发现提高信息披露质量可以减轻信息不对称程度。这也许是减少商誉虚高现象的办法之一。⁵⁰

⁴³ Barth M E, Clinch G. International Accounting Differences and Their Relation to Share Prices: Evidence from U.K. Australian, and Canadian Firms[J]. Contemporary Accounting Research, 1996, 13(1):135-170.

⁴⁴ 杜兴强, 周泽将, 杜颖洁. 商誉与权益计价: 基于企业会计准则(2006)的经验证据[C]. 中国会计学会会计基础理论专业委员会 2011 年专题学术研讨会论文集. 2011.

⁴⁵ 郑海英, 刘正阳, 冯卫东. 并购商誉能提升公司业绩吗?——来自 A 股上市公司的经验证据[J]. 会计研究, 2014(3):11-17.

⁴⁶ 汤湘希, 唐文强. 我国上市公司确认商誉的经济后果分析——基于 2007 年上市公司的年报数据[J]. 会计之友, 2009(35):105-112.

⁴⁷ 傅超, 王靖懿, 傅代国. 从无到有, 并购商誉是否夸大其实?——基于 A 股上市公司的经验证据[J]. 中国经济问题, 2016(6):109-123.

⁴⁸ 谢纪刚, 张秋生. 股份支付、交易制度与商誉高估——基于中小板公司并购的数据分析[J]. 会计研究, 2013(12):47-52.

⁴⁹ 傅晓菁. 企业并购中目标企业价值评估风险及防范[J]. 会计之友, 2006(11 下):66-66.

⁵⁰ 洪金明, 徐玉德, 李亚茹. 信息披露质量、控股股东资金占用与审计师选择——来自深市 A 股上市公司的

但是，也有研究认为商誉本身在分配合并溢价时给了管理层操纵盈余的机会。Grinyer et al. (1991) 发现，企业在合并时会将合并对价更多地分配给净实物资产以降低违反债务合同中财务杠杆限制的条款。⁵¹不过，Wong & Wong (2001) 在其研究中指出，将财务杠杆和商誉的负相关关系归因于债务合约中对财务杠杆的限制具有较强的内生性，管理层将较多的支付溢价归集到实物资产中的原因，很有可能是因为之后有较多的投资机会而不是对于债务合同中财务杠杆的担忧。⁵²

摊销商誉的做法曾经存在了很长一段时间，其对企业经营有着重要影响。作为商誉摊销额的重要影响因素，商誉摊销的年限一直被各个企业大做文章。为了使每年摊销费用减少，有研究发现公司倾向于采用准则允许的最大值作为摊销年限。Duvall et al. (1992) 以 1988 年的美国上市公司为研究样本，发现在 69% 的公司明确披露了摊销年限，其中：54.4% 的公司使用了会计准则允许的摊销年限最高值 40 年，18.8% 的公司使用了 30-39 年，24.1% 的公司使用了 20-29 年。⁵³年限的随意使用使得企业忽视商誉摊销的经济实质，这也是商誉摊销被批评的原因之一。廖启龙 (2010) 认为，不确定无形资产摊销期限有一定的缺点，主要包括降低了企业对无形资产投入的热情，与谨慎性原则相违背等。⁵⁴刘晶辉 (2012) 也认为，不确定摊销期限会使得会计信息失真，会计信息透明度降低。⁵⁵摊销年限的不确定性带来了问题，那企业摊销年限的选择受哪些因素影响呢？Hall (1993) 发现公司规模和摊销年限负相关，同时企业摊销年限的选择也受到债务合约的限制，比如合约中对财务杠杆等的要求限

经验证据[J]. 审计研究, 2011(2):72-79.

⁵¹ Russell A. Managerial Choices in the Valuation of Acquired Goodwill in the UK[J]. Accounting & Business Research, 1991, 22(85):51-55.

⁵² Wong J, Wong N. The Investment Opportunity Set and Acquired Goodwill[J]. Contemporary Accounting Research, 2001, 18(1):173-196.

⁵³ Duvall L, Jennings R, Robinson J, et al. Can investors unravel the effects of goodwill accounting?[J]. Accounting Horizons, 1992, 6(2): 1.

⁵⁴ 廖启龙. 关于使用寿命不确定的无形资产摊销的几点看法[J]. 当代经济, 2010(4):156-157.

⁵⁵ 刘晶辉. 浅论使用寿命不确定的无形资产摊销[J]. 中国总会计师, 2012(7):127-128.

制着摊销年限的选择。⁵⁶Skinner (1993) 发现, 高的财务杠杆、以会计利润为基础的奖金计划和延长的摊销年限有关系。⁵⁷摊销年限的长短确实也会对企业未来的发展有作用。Henning & Shaw (2003) 的研究表明, 选择 40 年作为摊销期限的企业在合并后的 1-5 年中盈余表现都显著低于对照组企业, 而选择更短摊销期限的企业后续盈余增长更加强劲。⁵⁸

在商誉会计取消摊销变成减值测试的那一年, Jennings et al. (2001) 研究了商誉摊销对于股价的影响, 他们将股价分别回归到包含商誉摊销后的每股盈余和不包含商誉摊销的每股盈余, 再比较 R2, 发现商誉摊销并不能提供额外信息, 可能是投资者预测每股盈余的噪音。⁵⁹Jennings et al.(1996)发现股票市值和商誉摊销呈弱负相关关系, 作者认为弱负相关关系表明了市值和商誉摊销的关系在不同企业间有很大不同, 因此对于有的公司而言, 商誉的经济资源作用并不随着商誉账面价值的变小而下降。⁶⁰Wiese (2005) 支持了这种看法, 他认为商誉的价值并不一定随着时间流逝, 它们可能会因为勤勉的管理成效和增长机会的实现而得到保持。⁶¹

如果商誉的价值能够保持, 并不是逐年递减, 那商誉减值的做法就有了一定的道理。丁友刚 (2004) 从美国商誉会计历史发展的角度, 阐释了权益结合法滥用的原因主要在于权益结合法和购买法之间的不平衡性, 即技术性强制摊销的规定, 认为商誉减值测试实际上是对企业未来超额盈利能力的重新评价。⁶²

⁵⁶ Hall S C. Determinants of goodwill amortization period[J]. Journal of Business Finance & Accounting, 1993, 20(4):613-621.

⁵⁷ Skinner D J. The investment opportunity set and accounting procedure choice: Preliminary evidence[J]. Journal of accounting and economics, 1993, 16(4): 407-445.

⁵⁸ Henning S L, Shaw W H. Is the Selection of the Amortization Period for Goodwill a Strategic Choice?[J]. Review of Quantitative Finance and Accounting, 2003, 20(4):315-333.

⁵⁹ Jennings R, Thompson R B. Goodwill Amortization and the Usefulness of Earnings[J]. Financial Analysts Journal, 2001, 57(5):20-28.

⁶⁰ Jennings R, Robinson J, Li R B T, et al. (1996). The relation between accounting goodwill numbers and equity values[J]. Journal of Business Finance & Accounting, 23(4), 513-533.

⁶¹ Wiese A. Accounting for goodwill: The transition from amortisation to impairment – an impact assessment[J]. Meditari Accountancy Research, 2013, 13(1):105-120.

⁶² 丁友刚. 企业合并会计方法:问题、争论与选择[J]. 会计研究, 2004(3):68-72.

《中国资产评估》2010年曾刊发案例说明商誉减值测试的基本步骤。⁶³在这些步骤中，管理层有较大的自主决定权。一方面，因为原则上管理层是最了解企业的人，如果他们愿意放出真实信息，那商誉减值就能够较好地反映企业经济实质。但另一方面，管理层也有可能通过自主决定权来进行盈余管理。

Godfrey & Koh (2009) 研究了 2002-2004 年的美国上市公司，发现商誉减值损失和公司投资机会之间呈现负相关关系，有更多投资机会的公司会维持商誉处在高值，说明在新准则初期，商誉减值的做法能够较为有效地反映企业不可识别资产的经济实质。⁶⁴另外，Chen et al. (2008) 研究了商誉减值的时效性问题，SFAS 142 使得商誉减值能反映更具时效性的信息，但其时效性仍有进步空间。⁶⁵

但也有一些研究说明了商誉减值可能对企业带来的负面影响。叶建芳和何开刚 (2016) 从审计成本的角度切入来谈商誉减值的经济后果，发现商誉减值测试作为一种不可核实的估计，带来了更多的审计工作量和审计风险，导致审计费用上升。⁶⁶

傅超等 (2016) 认为，商誉减值相关准则在实际执行中没有真正提高商誉透明度和可靠性，商誉成为并购风险的“蓄水池”。⁶⁷黄世忠 (2002) 从案例分析的角度，说明无形资产及其减值准备的确定具有较大主观随意性，容易变成别有用心上市公司粉饰报表的手段。

⁶⁸徐玉德和洪金明 (2011) 的研究对商誉减值的优缺点均有所涉及，他们通过对 2007-2008 年 A 股上市公司的研究发现，新会计准则实施后，上市公司计提商誉减值并非基于盈余管理动机，而是基于其对未来收益能力下降的判断。但文章也承认由于资产减值迹象的判断、

⁶³ 中评协. CSSJD 公司商誉减值测试评估案例[J]. 中国资产评估, 2010(10):13-19.

⁶⁴ Godfrey J M, Koh P S. Goodwill impairment as a reflection of investment opportunities[J]. Accounting & Finance, 2009, 49(1): 117-140.

⁶⁵ Chen C, Kohlbeck M, Warfield T. Timeliness of impairment recognition: Evidence from the initial adoption of SFAS 142 [J]. Advances in Accounting, 2008, 24(1):72-81.

⁶⁶ 叶建芳, 何开刚, 杨庆, 等. 不可核实的商誉减值测试估计与审计费用[J]. 审计研究, 2016(1):76-84.

⁶⁷ 傅超, 王靖懿, 傅代国. 从无到有, 并购商誉是否夸大其实?——基于 A 股上市公司的经验证据[J]. 中国经济问题, 2016(6):109-123.

⁶⁸ 黄世忠. 巨额冲销与信号发送--中美典型案例比较研究[J]. 会计研究, 2002(8):10-21.

资产组的认定分析等过于主观，商誉减值给了企业更多主观判断空间。⁶⁹

关于企业运用商誉减值进行盈余管理的研究还有很多。陆正华等(2010)使用2007-2008我国上市公司数据研究发现，净资产收益率与商誉减值计提率显著负相关，资产负债率和商誉减值计提率显著负相关，商誉减值测试通常和其他资产减值测试计提同时出现，这些证据表明，我国上市公司商誉减值测试存在盈余管理动机。⁷⁰董晓洁(2014)研究发现，企业应计提商誉减值与企业可操纵利润之间显著正相关，证明企业将商誉作为盈余管理的手段之一。但该研究同时也发现，企业盈余管理的程度和报表中确认的商誉之间没有相关关系，作者据此认为并不是所有商誉都是虚假存在。⁷¹王秀丽(2015)发现A股上市公司商誉减值和公司业绩及经济价值不相关，而高管持股比例显著影响商誉减值，表明商誉减值计提不受经济因素驱动，而是受到管理层盈余管理动机的影响。⁷²曲晓辉等(2016)的研究表明，与没有发生商誉减值的公司相比，分析师对发生商誉减值的公司盈余预测的准确度更低、分歧度更高，且不利影响存在于负向盈余管理的公司和审计质量较低的公司中，作者据此认为商誉减值对分析师预测的不利影响可能源于盈余管理动机的商誉减值，而高质量的审计可以降低这种不利影响。⁷³Abughazaleh et al. (2011)的研究发现，有效的公司治理也可以敦促管理层通过商誉减值传递真实的企业价值信息。⁷⁴Darrough et al. (2014)发现，美国公司的高管包括现金和期权在内的总薪酬因为之前年份的商誉减值计提而降低。⁷⁵卢煜和曲晓辉(2016)用

⁶⁹ 徐玉德, 洪金明. 商誉减值计提动因及其外部审计监管——来自沪深A股上市公司的经验证据[J]. 会计师, 2011(3):4-7.

⁷⁰ 陆正华, 戴其力, 马颖翻. 上市公司合并商誉减值测试实证研究——基于盈余管理的视角[J]. 财会月刊, 2010(11):3-6.

⁷¹ 董晓洁. 商誉、减值及盈余管理实证研究[J]. 商业会计, 2014(13):22-24.

⁷² 王秀丽. 合并商誉减值:经济因素还是盈余管理?——基于A股上市公司的经验证据[J]. 中国注册会计师, 2015(12):56-61.

⁷³ 曲晓辉, 卢煜, 汪健. 商誉减值与分析师盈余预测——基于盈余管理的视角[J]. 山西财经大学学报, 2016, 38(4):101-113.

⁷⁴ Abughazaleh N M, Al-Hares O M, Roberts C. Accounting Discretion in Goodwill Impairments: UK Evidence[J]. Journal of International Financial Management & Accounting, 2011, 22(3):165 - 204.

⁷⁵ Darrough, Masako N., Lale Guler, and Ping Wang. Goodwill impairment losses and CEO compensation. Journal of Accounting, Auditing & Finance, 2014, 29 (4): 435-63.

中国上市公司数据也发现民营上市公司商誉与高管薪酬负相关,但管理层的权力显著降低了这种负相关关系,说明管理层权力在这一点上对公司治理具有负向作用。⁷⁶另外, Hamberg et al. (2011) 使用瑞典数据发现管理层计提商誉减值的行为可能和管理层任期相关,其发现至少有五年任期的管理层在引入 IFRS 3 时更倾向不选择计提减值,不过关系较弱。⁷⁷

上述研究为商誉减值的利弊提供了证据,不过关于商誉减值是不是优于商誉摊销这个问题,按照常理,将两种做法对企业的影响进行对比就行了,但在准则规定商誉进行减值计提之前,美国和欧洲的大部分国家允许权益结合法和购买法并存,因此没有办法直接比较商誉摊销和商誉减值对企业的不同影响。Chalmers et al. (2011) 使用澳大利亚数据克服了这个问题,在 2005 年引入 IFRS 之前,澳大利亚会计准则使用的是购买法,且规定商誉进行摊销处理(使用直线摊销法且不能超过 20 年)。他们的研究比较了引入 IFRS 前后商誉对利润的影响和投资机会的关系,发现采用商誉减值的新准则使得有更多投资机会的公司更少地计提商誉减值,管理层确实能够通过商誉减值这个科目来表明公司所处的经济环境和反映公司的经营实质。⁷⁸Hamberg et al. (2011) 的研究使用瑞典的数据,发现瑞典在 2015 年 1 月采用 IFRS 3 之后,商誉减值计提额小于原准则下的商誉摊销和减值计提额,新准则的采用增加了企业利润,投资者也给予高商誉的公司更高的期望。⁷⁹但是,Christensen et al. (2013) 则指出,由于很多国家在差不多的时间点采用 IFRS 3,所以其研究结果尤其是资本市场的反应可能是由于同时期的制度变迁引起的。⁸⁰

综上所述,学术界对于商誉的地位和价值较为认可,但也认为商誉的确认给管理层提供

⁷⁶ 卢煜,曲晓辉. 商誉减值与高管薪酬——来自中国 A 股市场的经验证据[J]. 当代会计评论,2016(1):70-88.

⁷⁷ Hamberg M, Paananen M, Novak J. The adoption of IFRS 3: The effects of managerial discretion and stock market reactions[J]. European Accounting Review, 2011, 20(2): 263-288.

⁷⁸ Chalmers K G, Godfrey J M, Webster J C. Does a goodwill impairment regime better reflect the underlying economic attributes of goodwill?[J]. Accounting & Finance, 2011, 51(3): 634-660.

⁷⁹ Hamberg M, Paananen M, Novak J. The adoption of IFRS 3: The effects of managerial discretion and stock market reactions[J]. European Accounting Review, 2011, 20(2): 263-288.

⁸⁰ Christensen H B, Hail L, Leuz C. Mandatory IFRS reporting and changes in enforcement[J]. Journal of Accounting and Economics, 2013, 56(2): 147-177.

了一定的盈余操纵空间，同时也发现存在一些商誉高估的现象。而现有文献对商誉摊销和商誉减值这两个话题也涉及颇多，学界对于商誉减值取代商誉摊销基本上呈现支持的态度，尽管它们在实践应用中都表现出了一些问题。

四、商誉及其减值计提状况实证分析——以 A 股上市公司为对象

(一) 我国并购市场状况

自 2007 年以来，我国资本市场上的企业合并现象逐渐增多。2015 年，中国并购市场全年共完成交易 2692 起，相较于 2014 年的 1929 起，增长了 39.55%；2015 年涉及的并购金额合计 1.04 万亿元，比 2014 年的交易规模总额 7250 亿元增长了 43.95%。在 2008 年和 2012 年前后，中国经济受到全球经济萎靡、外需不振的冲击，使得增长遭遇了巨大的挑战，一度进入下行通道，并购市场也一度呈现下跌的态势，因此在 2008 年和 2012 年中出现了交易数量的下降，在 2009 和 2012 年出现了交易规模的下降。但是，总体上来说，我国的并购市场正迎来黄金发展期。具体如表 1 和图 1 所示。

表 1 2007 年至 2015 年我国资本市场并购情况

时间	交易数量	交易规模(亿元)
2007	201	1621.39
2008	181	2365.95
2009	294	2257.33
2010	622	2304.64

2011	1157	4423.30
2012	991	3172.65
2013	1232	5657.44
2014	1929	7250.38
2015	2692	10437.25

注：数据来源于清科 zdatabase 数据库

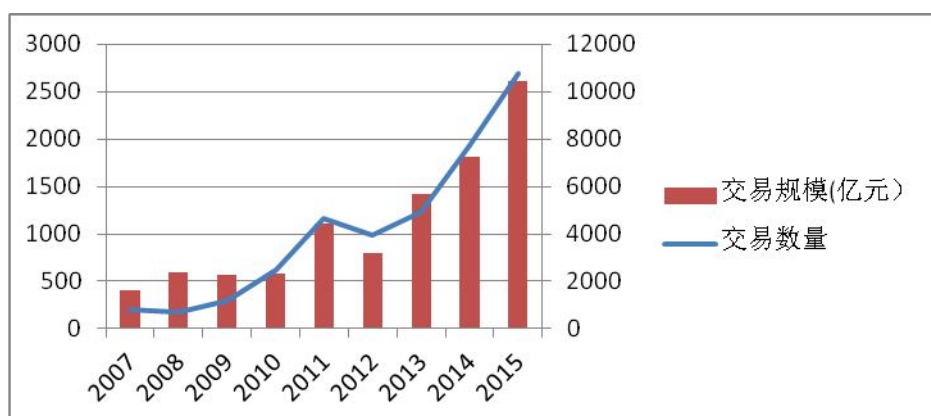


图 1 2007 年至 2015 年我国资本市场并购情况趋势图

（二）我国上市公司商誉确认与减值计提：描述性统计分析

1、确认商誉的公司概况

（1）确认商誉的公司数量及占比

由表 2 可见，2007 年有 428 家公司在年报中确认商誉，占 2007 年上市公司总数的 27.63%；2015 年则有 1622 家上市公司确认商誉，占上市公司总数的 57.46%，说明我国资本

市场上发生的并购活动越来越频繁。

表 2 2007-2015 年确认商誉的公司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
确认商誉的公司数	428	534	614	757	903	1062	1198	1356	1622
公司总数	1549	1603	1752	2107	2341	2470	2515	2632	2823
确认商誉的公司数占比	27.630	33.312	35.045	35.927	38.573	42.996	47.634	51.51	57.456
(%)	7	5	7	9	3	0	2	98	6

注：表中“确认商誉的公司”指当年末账面有商誉余额的公司，“公司总数”指当年所有 A

股上市公司数量。

由表 3 可见，上市公司的商誉期末余额在逐年增加，从 2007 年末的 350 亿元增加到 2015 年末的 6139 亿元。并且，商誉余额占总资产的比例总体也呈上升趋势，从 2007 年末的 0.28% 上升到 2015 年末的 0.65%，这从另一角度说明我国资本市场发生的并购活动越来越频繁。

表 3 2007-2015 年确认商誉的公司中商誉期末余额及占总资产比重

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉期末余额 (亿元)	350.14	779.36	845.58	1086.46	1391.2	1600.90	2139.11	3313.65	6139.94
总资产 (亿元)	124800.38	341590.05	322451.35	53942.8	702649.91	950792.61	1072762.58	989948.14	931334.78
商誉期末余额/总资产									
(%)	0.2806	0.2282	0.2512	0.1955	0.198	0.1684	0.1994	0.3347	0.6593

注：此表中的“商誉期末余额”指的是指当年末账面有商誉余额的公司（即“确认商誉的公司”）

的当年期末的商誉余额；“总资产”是指确认商誉的公司的总资产。

(2) 新确认商誉的公司数量及占比

由表 4 可见，每年新确认商誉的公司数量在逐年增加，从 2007 年到 2015 年增加了将近 4 倍多，并且新确认商誉的公司占比也呈逐年上升趋势，从 2007 年的 10.91% 上升到 2015 年的 26.39%，说明资本市场的扩张导致了大量并购事件的发生，因而使得新确认商誉公司数上升及占比的上升。

表 4 2007-2015 年当年有新确认商誉公司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
新确认商誉公司数	169	136	156	213	308	379	402	521	745
公司总数	1549	1603	1752	2107	2341	2470	2515	2632	2823
新确认商誉公司数占比 (%)	10.9103	8.4841	8.9041	10.1092	13.1568	15.3441	15.9841	19.7948	26.3904

注：此表中“新确认商誉的公司”指当年新增确认商誉的公司，“公司总数”指当年所有 A 股上市公司数量。

由表 5 中可见，新确认商誉公司的商誉期末余额呈上升趋势，从 2007 年末的 266 亿元增长到 2015 年末的 4595 亿元。新确认商誉公司的商誉期末余额占总资产的比例呈现先下降后上升的趋势。

表 5 2007-2015 年新确认商誉的公司中商誉期末余额及占总资产比重

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉期末余额 (亿元)	266.9	481	485.66	609.1	716.6	969.7	1129.02	2399	4595

总资产 (亿元)	23482.20	208500.04	231963.43	332619.24	234189.93	529835.79	278773.74	709653.88	503879.11
商誉期末余额/总资产(%)	1.1366	0.2307	0.2094	0.1831	0.306	0.183	0.405	0.3381	0.9119

注：此表中的“商誉期末余额”指的是当年新增确认商誉的公司（即上文“新确认商誉的公司”）的当年期末的商誉余额；“总资产”是指新确认商誉的公司的总资产。

2、公司商誉减值准备计提概况——确认商誉的公司

(1) 公司商誉减值准备计提概况——确认商誉的公司——累计计提

由表 6 可见，在确认商誉的公司中，从起始年到本年度（即分析年度，下同）曾经计提过商誉减值准备的公司数呈逐年增加趋势，并且其占确认商誉公司数的比例大体上也呈上升趋势，说明有更多的企业在面临不确定环境时会计提商誉减值准备。

表 6 2007-2015 年确认商誉的公司中曾经计提商誉减值准备的公司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
确认商誉的公司数	428	534	614	757	903	1062	1198	1356	1622
确认商誉的公司中计提商誉减值准备的公司数	81	126	168	207	234	288	354	425	557
计提商誉减值准备公司数/确认商誉公司数 (%)	18.925	23.59	27.36	27.34	25.91	27.11	29.54	31.34	34.340
	2	55	16	48	36	86	92	22	3

注：表中“确认商誉的公司”指当年末账面有商誉余额的公司；“计提商誉减值准备的公司”指起始年到本年度曾经计提商誉减值准备的公司数。

由表 7 可见, 在所有确认商誉的公司中, 因为新准则规定已计提商誉减值准备不得转回, 所以商誉减值准备总额呈逐年增加趋势。2013 年的商誉减值准备额有所减少, 可能是因为在 2013 年进行了大量的减值准备的转销。商誉减值准备占商誉期末余额的比例呈现先上升后下降的趋势, 可能是因为在前期商誉减值准备总额的增加大于商誉期末余额的增加, 但是从 2010 年后, 商誉减值准备的增加小于商誉期末余额的增加, 从而使占比趋于下降。

表 7 2007-2015 年确认商誉的公司中商誉减值准备、商誉期末余额及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值准备总额(亿元)	14.78	35.90	46.79	90.84	104.9	108.37	98.29	156.91	279.63
商誉期末余额 (亿元)	350.14	779.3	845.58	109526.	1391.	1600.9	2139.1	3313.6	6139.9
商誉减值准备/商誉期末余额(%)	4.2211	4.606	5.5334	8.3610	7.543	6.7693	4.5949	4.7352	4.5542

注: 此表中的“商誉减值准备总额”指确认商誉的公司从 2007 年开始累计计提商誉减值准备的数额; “商誉期末余额”指的是指当年末账面有商誉余额的公司(即确认商誉的公司)的当年期末的商誉余额;

由表 8 可见, 从 2007 年到 2015 年, 商誉减值准备总额占总资产的比重未呈现出明显的变化规律。

表 8 2007-2015 年确认商誉的公司中商誉减值准备总额及占总资产比重

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值准	14.78	35.90	46.79	90.84	104.95	108.37	98.29	156.91	279.63

备总额(亿元)									
总资产 (亿元)	124800.38	341590.05	340248.17	560262.89	702649.91	950792.61	1072762.58	989948.14	931334.78
商誉减值准备/总资产(%)	0.0118	0.0105	0.0138	0.0162	0.0149	0.0114	0.0092	0.0159	0.03

注：此表中的“商誉减值准备总额”指确认商誉的公司从2007年开始累计计提商誉减值准备的数额；“总资产”是指确认商誉的公司的总资产。

(2) 公司商誉减值准备概况——确认商誉的公司——当年计提或转销

由表9可见，在所有确认商誉的公司中，当年有新增计提商誉减值准备的公司数量大致上呈逐年上升趋势，说明随着准则实行的时间推移，有越来越多的公司在面临风险时计提了商誉减值准备。

从比例上来看，从2007年到2010年，当年新计提商誉减值准备公司数占确认商誉公司数的比例呈下降趋势，从数据上来看新增计提商誉减值准备公司的数量变化不大，甚至有下降的趋势，但是确认商誉的公司总数却在逐年上升，从而导致了当年新增计提商誉减值准备公司数所占确认商誉公司数比例的下降。但是，从2010年开始，当年新计提商誉减值准备公司数占确认商誉公司数的比例则逐年上升，即新增计提商誉减值准备公司数的增长快于确认商誉公司数的增长，说明有更多的公司计提了商誉减值。

表9 2007-2015年确认商誉的公司中新增计提商誉减值准备的公司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
确认商誉的公司数	428	534	614	757	903	1062	1198	1356	1622

新增计提商誉减值准备公 司数	81	70	76	74	85	106	160	170	273
新增计提商誉减值准备的 公司数/确认商誉的公司 数 (%)	18.925 2	13.10 86	12.377 9	9.7754	9.4131	9.9812	13.355 6	12.536 9	16.831 1

注：此表中的“确认商誉的公司”指当年末账面有商誉余额的公司；“新增计提商誉减值准备的公司”指当年新增计提商誉减值准备的公司。

表 10 显示的是，在确认商誉的公司中，当年转销（部分或全部）商誉减值准备的公司数量及占比。由表 10 可见，商誉减值准备减少的公司数在逐年增加，但是其占确认商誉公司数比例的变化规律并不明显。

表 10 2007-2015 年确认商誉的公司中当年转销（部分或全部）已提商誉减值准备的公司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
确认商誉的公司数	428	534	614	757	903	1062	1198	1356	1622
商誉减值准备减少的公司 数	-	11	19	17	24	25	24	38	39
商誉减值准备减少的公司 数/确认商誉的公司数 (%)	-	2.0599	3.094 5	2.2457	2.6578	2.354 0	2.0033	2.802 4	2.4044

注：此表中的“确认商誉的公司”指当年末账面有商誉余额的公司；“商誉减值准备减少的公司”指当年转销（部分或全部）已提商誉减值准备的公司。

从表 11 中可以看出，新增商誉减值准备占商誉期末余额的比重呈现波动的态势。

2007 年起并购市场开始火热，确认商誉的公司数量快速增加，从而商誉期末余额也快速增长。因此，在 2007 年到 2008 年间，新增商誉减值准备占商誉期末余额的比例大致呈下降趋势。而在 2009 到 2010 年间，新增商誉减值准备占商誉期末余额的比例有所上升，可能是由于在 2009 年前并购的公司业绩出现了下滑。从 2010 年到 2012 年，商誉减值准备总额占商誉期末余额的比例呈下降趋势，可能是由于从 2011 年开始新增的并购大幅度增加（2011 年较 2010 年新增并购事件数增加 86%）所致。而对于 2012 到 2015 年，新增商誉减值准备占商誉期末余额的比重大致呈上升趋势，可能是由于在 2011 年前后并购的公司出现了业绩下滑，也可能说明在 2012 年后市场整体面临的风险较大，所以有较多的公司计提了更多的商誉减值准备。

表 11 2007-2015 年确认商誉的公司中新增商誉减值准备总额变化、商誉期末余额及占比

年份		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值准备 总额变化(亿 元)	增加	22.54	23.61	61.52	20.11	15.93	42.34	82.08	134.70
	减少	-0.59	-8.11	-16.98	-3.95	-8.36	-50.33	-21.08	-10.19
	合计	21.95	15.50	44.54	16.16	7.57	-7.99	61.00	124.51
商誉期末余额（亿元）		779.36	845.58	1086.46	1391.20	1600.9 0	2139.1 1	3313.65	6139.94
新增商誉减值准备（增加）/ 商誉期末余额(%)		2.8925	2.7917	5.6621	1.4458	0.9948	1.9793	2.477	2.1938
新增商誉减值准备（减少）/ 商誉期末余额(%)		0.0757	0.9591	1.5629	0.2839	0.5222	2.3528	0.6362	0.166
新增商誉减值准备（合计）/		2.8164	1.8328	4.0993	1.1619	0.4728	-0.373	1.8409	2.0278

商誉期末余额(%)						7		
-----------	--	--	--	--	--	---	--	--

注：此表中的“商誉减值准备总额变化”指确认商誉的公司从2007年开始每年增加或减少计提商誉减值准备的数额；“商誉期末余额”指的是确认商誉公司的年末商誉余额。

从表12可以看到，在确认商誉的公司中，除2010年以外，商誉减值准备总额的增加值从2008年开始总体上呈逐年增加趋势，从2008年的22.54亿元增加到2015年的134.7亿元，在一定程度上说明市场面临的风险在增加。商誉减值准备增加值占总资产的比例除了2011年-2013年偏低以外，大体上呈逐年上升趋势。在2013年以后，可能是因为2011年后发生并购的公司业绩下滑，导致商誉减值准备的增加值的变化大于总资产的变化，因此商誉减值准备的增加值占总资产的比重有所上升。

表12 2007-2015年确认商誉的公司中商誉减值准备总额变化及占总资产比重

年份		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值 准备总额 变化(亿元)	增加	22.54	23.61	61.52	20.11	15.93	42.34	82.08	134.70
	减少	-0.59	-8.11	-16.98	-3.95	-8.36	-50.33	-21.08	-10.19
	合计	21.95	15.50	44.54	16.16	7.57	-7.99	61.00	124.51
总资产(亿元)		341590. 05	322451. 35	539428. 00	702649. 91	950792. 61	1072762. 58	989948. 14	931334. 78
新增商誉减值准备(增 加)/总资产(%)		0.0066	0.0073	0.0114	0.0029	0.0017	0.0039	0.0083	0.0145
新增商誉减值准备(减 少)/总资产(%)		0.0002	0.0025	0.0031	0.0006	0.0009	0.0047	0.0021	0.0011
新增商誉减值准备(合 计)		0.0064	0.0048	0.0083	0.0023	0.0008	-0.0007	0.0062	0.0134

计)/总资产(%)									
-----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

注：此表中的“商誉减值准备总额变化”指确认商誉的公司从2007年开始每年增加或减少计提商誉减值准备的数额；“商誉期末余额”指的是指当年末账面有商誉余额的公司（即确认商誉的公司）的当年期末的商誉余额。

3、公司商誉减值准备计提概况——新确认商誉的公司

(1) 公司商誉减值准备计提概况——新确认商誉的公司——累计计提

由表13可见，在当年有新确认商誉的公司中，从起始年到本年度曾经计提商誉减值准备的公司数在逐年增加，从2007年的25家增加到2015年的204家，并且，计提商誉减值准备的公司数占当年有新确认商誉公司数的比例大体上也呈上升趋势。

表13 2007-2015年当年有新确认商誉公司中曾经计提商誉减值准备的公司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
当年有新确认商誉公司数	169	136	156	213	308	379	402	521	745
当年有新确认商誉的公司中 计提商誉减值准备的公司数	25	43	36	39	61	84	97	126	204
计提商誉减值准备的公司数 /当年有新确认商誉的公司 数 (%)	14.792 9	31.617 6	23.076 9	18.309 9	19.805 2	22.163 6	24.129 4	24.184 3	27.382 6

注：此表中“当年新确认商誉的公司”指当年新增确认商誉的公司；“计提商誉减值准备的公司”指起始年到本年度曾经计提商誉减值准备的公司数。

由表 14 可见，在新确认商誉的公司中，从 2007 年开始累计计提商誉减值准备的数额呈逐年增加趋势，并且商誉的期末余额也呈上升趋势。但是商誉减值准备占商誉期末余额的比例未呈现出明显的变化规律。

表 14 2007-2015 年新确认商誉的公司中商誉减值准备总额、商誉期末余额及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值准备总额(亿元)	6.07	15.25	21.13	12.34	15.22	18.65	30.44	32.59	88.47
商誉期末余额(亿元)	266.90	481.00	485.66	609.10	716.60	969.70	1129.02	2399.00	4595.00
商誉减值准备/商誉期末余额(%)	2.2733	3.1699	4.3499	2.0267	2.1233	1.9229	2.696	1.3585	1.9253

注：此表中的“商誉减值准备总额”指新确认商誉的公司从 2007 年开始累计计提商誉减值准备的数额；“商誉期末余额”指的是当年新增确认商誉的公司（即上文“新确认商誉的公司”）的当年期末的商誉余额。

由表 15 可见，在新确认商誉的公司中，从 2007 年开始累计计提商誉减值准备的数额占总资产的比例未呈现出明显的变化规律。

表 15 2007-2015 年新确认商誉的公司中商誉减值准备总额及占总资产比重

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值准备总额(亿元)	6.07	15.25	21.13	12.34	15.22	18.65	30.44	32.59	88.47
总资产(亿元)	23482.	208500.	231963.	332619.	234189.	529835.	278773.	709653.	503879.1

	20	04	43	24	93	79	74	88	1
商誉减值准备/总资产(%)	0.0258	0.0073	0.0091	0.0037	0.0065	0.0035	0.0109	0.0046	0.0176

注：此表中的“商誉减值准备总额”指确认商誉的公司从2007年开始累计计提商誉减值准备的数额；“总资产”是指新确认商誉的公司的总资产。

(2) 公司商誉减值准备概况——新确认商誉的公司——当年计提

表16可见，除2008-2009年外，新增计提商誉减值准备的公司数占当年新确认商誉的公司数的比例呈逐年上升趋势。

表16 2007-2015年新确认商誉的公司中新增商誉减值准备的公司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
当年新确认商誉的公司数	-	136	156	213	308	379	402	521	745
新增计提商誉减值准备的公司数	-	38	25	19	35	47	57	61	130
新增计提商誉减值准备的公司数/确认商誉的公司数 (%)	-	27.941 2	16.025 6	8.9202	11.3636	12.401 1	14.179 1	11.708 3	17.449 7

注：此表中的“当年新确认商誉的公司”是指当年新增确认商誉的公司；“新增计提商誉减值准备的公司”是指当年新增计提商誉减值准备的公司。

由表17可见，当年转销（部分或全部）已计提商誉减值准备的公司数在逐年增加，但是其占当年新确认商誉公司数的比例未呈现出明显的变化规律。

表17 2007-2015年新确认商誉的公司中当年转销（部分或全部）已提商誉减值准备的公

司数量及占比

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
当年新确认商誉的公司数	-	136	156	213	308	379	402	521	745
商誉减值准备减少的公司数	-	2	2	5	6	6	5	17	18
商誉减值准备减少的公司数/确认商誉的公司数 (%)	-	1.4706	1.2821	2.3474	1.9481	1.5831	1.2438	3.2630	2.4161

注：此表中的“当年新确认商誉的公司”是指当年新增确认商誉的公司；“商誉减值准备减少的公司”指当年转销（部分或全部）已提商誉减值准备的公司。

由表 18 可见，在新确认商誉的公司中，当年商誉减值准备的增加额除了在 2010-2012 年偏低以外，总体上呈逐年上升趋势，并且其占商誉期末余额的比例呈逐年下降趋势。

表 18 2007-2015 年新确认商誉的公司中新增商誉减值准备总额变化、商誉期末余额及占比

年份		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值准备总额变化(亿元)	增加	12.10	16.09	5.02	5.59	6.44	16.15	11.06	51.30
	减少	-0.05	-0.07	-14.38	-0.10	-0.89	-0.25	-15.53	-5.97
	合计	12.05	16.02	-9.36	5.49	5.55	15.90	-4.47	45.33
商誉期末余额 (亿元)		480.96	485.66	609.09	716.64	969.65	1129.02	2399.05	4594.86
商誉减值准备变化(增加) /商誉期末余额(%)		2.5165	3.3126	0.8249	0.7802	0.6642	1.4308	0.4609	1.1165

商誉减值准备变化(减少)/商誉期末余额(%)	0.0104	0.0144	2.3609	0.0140	0.0918	0.0221	0.6473	0.1299
商誉减值准备变化(合计)/商誉期末余额(%)	2.5064	3.2984	-1.5368	0.7666	0.5724	1.4087	-0.1864	0.9864

注：此表中的“商誉减值准备总额变化”指新确认商誉的公司从2007年开始每年增加或减少计提商誉减值准备的数额；“商誉期末余额”指的是当年新增确认商誉的公司（即上文“新确认商誉的公司”）的当年期末的商誉余额。

由表19可见，在新确认商誉的公司中，当年商誉减值准备的增加额除了在2010-2012年偏低以外，总体上呈逐年上升趋势，但是，其占总资产的比例未呈现出明显的变化规律。

表19 2007-2015年新确认商誉的公司中商誉减值准备总额变化及占总资产比重

年份		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
商誉减值准备总额变化(亿元)	增加	12.10	16.09	5.02	5.59	6.44	16.15	11.06	51.30
	减少	-0.05	-0.07	-14.38	-0.10	-0.89	-0.25	-15.53	-5.97
	合计	12.05	16.02	-9.36	5.49	5.55	15.90	-4.47	45.33
总资产(亿元)		208500.0	231963.	332619.	234189.9	529835.	278773.7	709653.	503879.
		4	43	24	3	79	4	88	11
商誉减值准备变化(增加)/总资产(%)		0.0058	0.0069	0.0015	0.0024	0.0012	0.0058	0.0016	0.0102
新增商誉减值准备(减少)/总资产(%)		0.0000	0.0000	0.0043	0.0000	0.0002	0.0001	0.0022	0.0012

新增商誉减值准备(合计)/总资产(%)	0.0058	0.0069	-0.0028	0.0023	0.001	0.0057	-0.0006	0.0090
---------------------	--------	--------	---------	--------	-------	--------	---------	--------

注：此表中的“商誉减值准备总额变化”指新确认商誉的公司从2007年开始每年增加或减少计提商誉减值准备的数额；“总资产”是指新确认商誉的公司的总资产。

(三) 我国上市公司商誉确认与减值计提：相关性分析

表 20 变量名称、符号及定义表

变量名称	变量符号	变量定义
减值准备计提程度	How	t 年的新计提减值准备占 t 年末商誉余额的比例（按照计提程度 3 的定义）
是否计提减值准备	Whether	如果当年计提减值准备为 1，否则为 0
是否为微利企业	smallpro	如果净资产收益率在 0%~1%之间且净利润大于零时为 1，否则为 0
是否为四大审计	Big4	如果公司是四大进行审计为 1，否则为 0
是否亏损	Loss	如果公司当年亏损为 1，否则为 0
是否进行增发或配股	finance	如果当年进行增发或配股取 1，否则为 0
第一大股东持股比例	first	公司的第一大股东持有的股份比例
独立董事占比	indepe	董事会中独立董事的数量占所有董事数量的比例
盈利能力	profit1	总资产净利润率
	profit2	净资产收益率
	profit3	营业毛利率
	profit4	营业净利率
风险水平	risk1	财务杠杆

	risk2	经营杠杆
	risk3	综合杠杆

	how	whether	smallpro	big4	loss	financ e	first~t	indepe~ t	profit1~ t	profit2~ t	profit3~ t	profit4~ t	risk1~t	risk2~t	risk3~t
how	1														
whether	0.041* **	1													
smallpr o	0.0030 0	-0.0010 0	1												
big4	0.0040 0	0.025**	-0.020*	1											
loss	-0.022 **	0.133***	-0.062** *	-0.022**	1										
finance	0.0010 0	-0.0170	-0.021*	-0.0010 ⁴¹ 0	-0.031** *	【汇聚专家/学术交流/前瞻研究/行业领先】 1									

first~t	0.0130	-0.035** *	-0.047** *	0.142***	-0.070** *	0.0070 0	1								
indepe ~t	0.0110	0.022*	0.033***	0.076***	0.0170	-0.004 00	0.044***	1							
profit1~ t	0.028* *	-0.114** *	-0.156** *	0.026**	-0.586** *	0.0070 0	0.098***	-0.043** *	1						
profit2~ t	0.057* **	-0.106** *	-0.119** *	0.073***	-0.551** *	0.020* 0	0.132***	-0.030** *	0.727***	1					
profit3~ t	0.0030 0	-0.026**	-0.083** *	-0.046** *	-0.213** *	-0.025 **	-0.031** *	0.00200	0.445***	0.258***	1				
profit4~ t	0.048* **	-0.102** *	-0.080** *	0.00800	-0.546** *	0.0030 0	0.071***	-0.025**	0.701***	0.488***	0.442***	1			
risk1~t	0.0030	-0.033**	0.382***	-0.0100	-0.158**	0.0010	-0.026**	0.023**	-0.137**	-0.066**	-0.171**	-0.059**	1		

	0	*			*	0			*	*	*	*			
risk2~t	0.0060	-0.0020	0.185***	0.00100	-0.210**	0.0030	-0.0040	-0.0010	-0.029**	0.00400	-0.073**	0.0120	0.179*	1	
	0	0			*	0	0	0			*		**		
risk3~t	0.0040	-0.024**	0.498***	-0.0020	-0.167**	-0.004	-0.029**	0.022*	-0.146**	-0.085**	-0.165**	-0.065**	0.899*	0.259*	1
	0			0	*	00			*	*	*	*	**	**	

从表 21 可以看到，衡量计提减值程度多少的变量 how 与是否亏损的变量之间呈显著的负相关，与衡量盈利能力的总资产净利润率、净资产收益率以及营业净利率呈显著正相关，但是相关系数都过小，所以不能说明问题。但是如果从衡量是否计提减值准备的变量 whether 上来看，其与是否由四大审计之间呈显著的正相关关系，说明由四大审计的公司，其计提商誉减值准备的可能性越大。同时它又与 loss 之间呈显著的正相关关系，说明当年亏损的公司，越容易计提减值准备。并且可以看到，其与第一大股东持股比例呈显著的负相关关系，说明第一大股东持股比例越多，公司越不容易计提商誉减值准备。而且 whether 与独立董事占比呈显著的正相关关系，说明独立董事占比越多，公司越有可能计提减值准备。从盈利能力来看，其与四个 profit 的代理变量之间都呈显著的负相关关系，说明盈利能力越高的公司，越不可能计提减值准备。并且其与衡量风险的财务杠杆和综合杠杆之间呈显著的负相关关系，说明公司的财务杠杆越大，其越不可能计提商誉减值准备。

表 21 主要变量相关性分析表

注：*表示变量在 10%的水平上显著，**表示在 5%的水平上显著，***表示在 1%的水平上显著。

五、结论与建议

综上所述，我们的基本结论是：(1) 在确认了商誉的上市公司中，曾经计提商誉减值准备的公司占比较低，累计计提的减值准备占商誉净值的比例也不高，说明上市公司计提商誉减值准备的意愿总体不是很强。(2) 但是，商誉减值准备的计提与否及计提程度，与公司业绩显著负相关，说明商誉减值准备的计提总体上还是反映了公司之间商誉资产风险之差异。

从以上实证分析得出的结论来看，商誉减值与摊销各有利弊。上述结论 (1) 表明，大多数公司比较缺乏计提商誉减值的意愿，商誉减值准备的计提程度较低。这就意味着商誉会计的稳健性受到了挑战。但是，上述结论 (2) 又表明，减值计提能够较好地反映公司之间商誉资产风险之差异，而如果采用传统的摊销做法，则无论公司商誉资产价值是否下降，一律按固定年限进行摊销，从而使得商誉价值难以很好地反映各公司的经济事实。

无论是稳健性受到挑战，还是背离经济事实，都不是我们希望看到的情况。但是，当这两个方面存在矛盾和冲突时，这便是一个两难选择，但我们又不得不做出选择。那么，究竟应该优先考虑谁？这取决于我们的思维方式。一种思维方式是，既然新的准则规定在实践中暴露出了问题，就回到旧准则规定上去，从而会建议放弃减值而进行摊销。我们认为这是一种比较消极的、因噎废食型的思维方式，因为它既忽略了旧准则的问题(如果摊销做法是完美的话，当初就没有必要改变了)，又放大了新准则存在的问题（任何准则规定，在实施中都会出现一些问题）。另一种思维方式则是，新准则在实践中暴露出了一些问题，就考虑如何进一步完善新准则，从而不是退回到摊销的老路上，而是完善商誉减值准备的计提规则。这才是一种积极的、一分为

二的思维方式，因为它既接受了新准则取代旧准则的进步性，又认识到了新准则规定的局限性。

我们之所以在意识到商誉减值计提存在瑕疵的情况下依然选择减值而非回到摊销，还有一个主要的理由是，在市场经济条件下，我们不得不承认企业之间个体差异的存在，对于不确定性的经济业务和会计事项，会计准则中尽可能减少一些一刀切的规定，而是需要给企业管理层留下适当的估计与判断的空间。因为，一刀切的不良后果具有必然性，交由管理层判断的不良后果只是一种可能性。治理状况良好公司管理层的估计和判断总体上是比较能够反映经济事实的。至于那些治理状况欠佳的公司，管理层的估计和判断可能会背离经济事实，导致会计不稳健或过度稳健，资本市场和监管机构会以经济或法律手段予以惩罚的。

基于上述讨论和分析，我们的建议是：(1) 商誉在出现减值迹象时计提减值准备，而不是强行逐年摊销，总体上是一种更优的会计规则，更能使会计信息反映各企业的经济事实，因此，商誉的后续计量不应该退回到原有的强行逐年摊销的老路上去。(2) 为了降低商誉减值准备计提的酌定性程度，建议会计准则委员会适时修改和完善相关会计准则的应用指南，就商誉减值测试提出更为明确、具体的指导性意见和判断标准，并在年报附注中充分披露商誉减值测试的程序、方法和依据。

参考文献：

Abughazaleh N M, Al-Hares O M, Roberts C. Accounting Discretion in Goodwill Impairments: UK Evidence[J]. Journal of International Financial

Management & Accounting, 2011, 22(3):165–204.

Barth M E, Clinch G. International Accounting Differences and Their Relation to Share Prices: Evidence from U.K. Australian, and Canadian Firms[J].

Contemporary Accounting Research, 1996, 13(1):135-170.

Camfferman K, Zeff S A. Financial Reporting and Global Capital Markets: A History of the International Accounting Standards Committee, 1973-2000[M]. Oxford University Press, 2007:162-164.

Canning J B. The economics of accountancy[M].New York: A New.York Times Company(1978),1929.

Chalmers K G, Godfrey J M, Webster J C. Does a goodwill impairment regime better reflect the underlying economic attributes of goodwill?[J].

Accounting & Finance, 2011, 51(3): 634-660.

Chauvin K W, Hirschey M. Goodwill, profitability, and the market value of the firm[J]. Journal of Accounting & Public Policy, 1994, 13(2):159-180.

Chen C, Kohlbeck M, Warfield T. Timeliness of impairment recognition: Evidence from the initial adoption of SFAS 142 [J]. Advances in Accounting, 2008, 24(1):72-81.

Christensen H B, Hail L, Leuz C. Mandatory IFRS reporting and changes in enforcement[J]. Journal of Accounting and Economics, 2013, 56(2): 147-177.

Darrough, Masako N., Lale Guler, and Ping Wang. Goodwill impairment losses and CEO compensation. Journal of Accounting, Auditing & Finance,

2014,29 (4): 435-63.

Duvall L, Jennings R, Robinson J, et al. Can investors unravel the effects of goodwill accounting?[J]. Accounting Horizons, 1992, 6(2): 1.

Godfrey J M, Koh P S. Goodwill impairment as a reflection of investment opportunities[J]. Accounting & Finance, 2009, 49(1): 117-140.

Hall S C. Determinants of goodwill amortization period[J]. Journal of Business Finance & Accounting, 1993, 20(4):613-621.

Hamberg M, Paananen M, Novak J. The adoption of IFRS 3: The effects of managerial discretion and stock market reactions[J]. European Accounting Review, 2011, 20(2): 263-288.

Hendriksen E S, Van Breda M F. Accounting theory[M]. McGraw-Hill (2001) ,1987.

Henning S L, Lewis B L, Shaw W H. Valuation of the Components of Purchased Goodwill[J]. Journal of Accounting Research, 2000, 38(2):375-386.

Henning S L, Shaw W H. Is the Selection of the Amortization Period for Goodwill a Strategic Choice?[J]. Review of Quantitative Finance and Accounting, 2003, 20(4):315-333.

Jennings R, Robinson J, Li R B T, et al. (1996). The relation between accounting goodwill numbers and equity values[J]. Journal of Business Finance & Accounting, 23(4), 513-533.

Jennings R, Thompson R B. Goodwill Amortization and the Usefulness of Earnings[J]. Financial Analysts Journal, 2001, 57(5):20-28.

Jennings R, Thompson R B. Goodwill Amortization and the Usefulness of Earnings[J]. Financial Analysts Journal, 2001, 57(5):20-28.

Lys T, Vincent L. An analysis of value destruction in AT&T's acquisition of NCR[J]. Journal of Financial Economics, 1995, 39(2-3):353-378.

Miller M C. Goodwill-An Aggregation Issue[J]. Accounting Review, 1973, 48(2):280-291. Leake P D. Goodwill: Its Nature and how to Value it..[M]. Gee & Company, 1914.

Nelson R H. The Momentum Theory of Goodwill[J]. Accounting Review, 1953, 28(4):491-499.

Paton, Andrew W. Accountants' handbook [M]. Ronald Press Co. 1934.

Preinreich G A D. The Law of Goodwill[J]. Accounting Review, 1936, 11(4):317-329.

Ramanna K. The implications of unverifiable fair-value accounting: Evidence from the political economy of goodwill accounting [J]. Journal of Accounting & Economics, 2008, 45(2-3):253-281.

Russell A. Managerial Choices in the Valuation of Acquired Goodwill in the UK[J]. Accounting & Business Research, 1991, 22(85):51-55.

Skinner D J. The investment opportunity set and accounting procedure choice: Preliminary evidence[J]. Journal of accounting and economics, 1993, 16(4): 407-445.

Wiese A. Accounting for goodwill: The transition from amortisation to impairment – an impact assessment[J]. Meditari Accountancy Research, 2013,

13(1):105-120.

Wong J, Wong N. The Investment Opportunity Set and Acquired Goodwill[J]. Contemporary Accounting Research, 2001, 18(1):173-196.

丁友刚. 企业合并会计方法:问题、争论与选择[J]. 会计研究, 2004(3):68-72.

董晓洁. 商誉、减值及盈余管理实证研究[J]. 商业会计, 2014(13):22-24.

杜兴强, 杜颖洁, 周泽将. 商誉的内涵及其确认问题探讨[J]. 会计研究, 2011(1):11-16.

杜兴强, 周泽将, 杜颖洁. 商誉与权益计价:基于企业会计准则(2006)的经验证据[C].中国会计学会会计基础理论专业委员会 2011 年专题学术研讨会论文集. 2011.

傅超, 王靖懿, 傅代国. 从无到有,并购商誉是否夸大其实?——基于 A 股上市公司的经验证据[J]. 中国经济问题, 2016(6):109-123.

傅晓菁. 企业并购中目标企业价值评估风险及防范[J]. 会计之友, 2006(11 下):66-66.

葛家澍, 杜兴强. 中级财务会计学.第 3 版[M]. 中国人民大学出版社, 2007.

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[J]. 会计研究, 1996(1):3-8.

葛家澍. 基本会计准则与财务会计概念框架——关于进一步修改完善 1992 年《企业会计准则》的个人看法[J]. 会计研究, 1997(10):1-4.

谷卫, 郭龙春. 美国商誉会计处理的变化[J]. 交通财会, 2003(7):47-49.

- 洪金明, 徐玉德, 李亚茹. 信息披露质量、控股股东资金占用与审计师选择——来自深市 A 股上市公司的经验证据[J]. 审计研究, 2011(2):72-79.
- 黄世忠, 陈箭深, 张象至, 等. 企业合并会计的经济后果分析——兼论我国会计准则体系中计量属性的整合[J]. 会计研究, 2004, 8: 30-39.
- 黄世忠. 巨额冲销与信号发送--中美典型案例比较研究[J]. 会计研究, 2002(8):10-21.
- 蒋南平. 知识产权制度论[M]. 电子科技大学出版社, 2007.
- 李秀莲, 罗明月. 关于商誉会计问题的探讨[J]. 大连民族学院学报, 2002, 4(4):33-37.
- 李玉菊, 张秋生, 谢纪刚. 商誉会计的困惑、思考与展望——商誉会计专题学术研讨会观点综述[J]. 会计研究, 2010(8):87-90.
- 廖启龙. 关于使用寿命不确定的无形资产摊销的几点看法[J]. 当代经济, 2010(4):156-157.
- 林勇峰. 商誉与商誉减值：基于上市公司现状的深层分析[N]. 上海证券报, 2017-04-15(004).
- 刘晶辉. 浅论使用寿命不确定的无形资产摊销[J]. 中国总会计师, 2012(7):127-128.
- 卢煜, 曲晓辉. 商誉减值与高管薪酬——来自中国 A 股市场的经验证据[J]. 当代会计评论, 2016(1):70-88.
- 陆正华, 戴其力, 马颖翩. 上市公司合并商誉减值测试实证研究——基于盈余管理的视角[J]. 财会月刊, 2010(11):3-6.
- 曲晓辉, 卢煜, 汪健. 商誉减值与分析师盈余预测——基于盈余管理的视角[J]. 山西财经大学学报, 2016, 38(4):101-113.
- 汤湘希, 唐文强. 我国上市公司确认商誉的经济后果分析——基于 2007 年上市公司的年报数据[J]. 会计之友, 2009(35):105-112.

- 汤湘希, 汪海粟, 郑玮玮. 对无形资产的边界限定及其相关概念的关系研究[J]. 会计之友, 2009(4):7-13.
- 王秀丽. 合并商誉减值:经济因素还是盈余管理?——基于 A 股上市公司的经验证据[J]. 中国注册会计师, 2015(12):56-61.
- 谢纪刚, 张秋生. 股份支付、交易制度与商誉高估——基于中小板公司并购的数据分析[J]. 会计研究, 2013(12):47-52.
- 徐玉德, 洪金明. 商誉减值计提动因及其外部审计监管——来自沪深 A 股上市公司的经验证据[J]. 会计师, 2011(3):4-7.
- 杨汝梅. 无形资产论[M]. 立信会计出版社(2009),1926.
- 叶建芳, 何开刚, 杨庆,等. 不可核实的商誉减值测试估计与审计费用[J]. 审计研究, 2016(1):76-84.
- 尹为醇. 商誉会计变迁的综合分析[J]. 会计之友, 2009(16):11-12.
- 于长春. 现行商誉会计处理的困惑与思考[J]. 财务与会计, 2010(9):36-38.
- 张鸣, 王明虎. 对商誉会计理论的反思[J]. 会计研究, 1998(4).
- 郑海英, 刘正阳, 冯卫东. 并购商誉能提升公司业绩吗?——来自 A 股上市公司的经验证据[J]. 会计研究, 2014(3):11-17.
- 中评协. CSSJD 公司商誉减值测试评估案例[J]. 中国资产评估, 2010(10):13-19.
- 周红. 向国际财务报告准则过渡对欧洲企业财务报告的影响[J]. 会计研究, 2005, 10: 014.
- 周绍合. 对《企业会计准则第×号——无形资产(征求意见稿)》的几点意见[J]. 黑龙江财会, 1996(6).