

分类号\_\_\_\_\_

密级\_\_\_\_\_

U D C \_\_\_\_\_

编号 10741

**兰州财经大学**

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

**硕士学位论文**

(专业学位)

论文题目 众泰汽车并购商誉确认与计量研究

研究生姓名: 张斯佳

指导教师姓名、职称: 邢铭强 副教授 路娜 高级会计师

学科、专业名称: 会计硕士

研究方向: 注册会计师

提交日期: 2022年6月1日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 张斯佳 签字日期： 2022.6.2

导师签名： 张斯佳 签字日期： 2022.6.4

导师(校外)签名： 路娜 签字日期： 2022.6.6

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意 (选择“同意”/“不同意”) 以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊(光盘版)电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分內容。

学位论文作者签名： 张斯佳 签字日期： 2022.6.2

导师签名： 张斯佳 签字日期： 2022.6.4

导师(校外)签名： 路娜 签字日期： 2022.6.6

# Research on goodwill Recognition and Measurement of Zotye Automobile M&A

**Candidate : Zhang Sijia**

**Supervisor: Xing Mingqiang Lu Na**

## 摘 要

在我国整体经济呈现出高质量发展趋势的大背景下，资本市场中出现了频繁的企业并购活动，而商誉资产由于其不可辨认的特性越来越受到企业的重视。因此，如何确认和计量商誉逐渐成为了国内外学者研究的重点，企业年报中与此相关的披露信息也成为了报表使用者关注的重心。虽然我国会计准则中已对商誉的确认和计量做出了相关规定，但是从实践角度来看，还是给不少企业留下了可以谋利的漏洞，学术界对此也在进行积极探究。

本文以众泰汽车（金马股份）并购永康众泰汽车为案例基础，研究分析了商誉确认与计量中存在的普遍性问题，并将这些普遍性问题映射到市场中剖析目前商誉核算方法的缺陷和成因，最后就其整改措施进行了探讨。本文共从六个方面进行了分析研究：第一部分是研究背景及意义；第二部分整理了与商誉相关的文献资料，并阐述了后文分析所要用到的相关理论；第三部分对众泰汽车（金马股份）并购永康众泰汽车整体过程进行了回顾，了解了公司并购的方式以及商誉是如何得到确认和计量的；第四部分对并购过程中潜在的问题及目前商誉计量时出现部分弊端的原因进行了分析，最终得出存在以下几方面的问题：一是估值法运用合理性不足、二是可辨认净资产公允价值可靠性不足、三是现行商誉确认准则合理性不足、四是减值测试法的缺陷性、五是未考虑长期股权投资减值与商誉减值之间的勾稽关系、六是协同效应减弱与商誉非消耗性本质的矛盾性；第五部分针对上述问题，主要从完善相关准则的制定、设计商誉确认与计量新方案、加强并购监管这三个方面提出完善商誉确认与计量的相关建议。第六部分则根据全文研究进行了总结和展望，以期为后续商誉的理论体系建设和会计处理做出贡献。

**关键词：**商誉确认 商誉计量 减值 企业并购

## Abstract

In the context of China's overall economy showing a trend of high-quality development, M&A take place frequently in the capital market, and the goodwill asset is paid more and more attention by the enterprises because of its unrecognizability. Therefore, how to confirm and measure it has gradually become the focus of domestic and foreign scholars, and the information disclosed in the annual report has been the center of attention of statement users. Although China's accounting standards have made provisions on the recognition and measurement of goodwill, from the practical point of view, it still leaves loopholes for many enterprises to make profits, and the academic circle is also actively exploring it.

Based on the case of Zotye Auto (Jinma) merging with Yongkang Zotye Auto, this paper analyzes the common problems existing in the recognition and measurement of goodwill, maps these common problems to the market, analyzes the defects and causes of the current accounting method, and finally discusses the rectification measures, which carries on the analysis and research from six aspects: the first part is the research background and significance; The second part sorts out the literature related to goodwill, and describes the relevant theories needed in the

subsequent analysis; The third part reviews the whole process of M&A, understanding the way of the company's acquisition and how the goodwill is recognized and measured; The fourth part analyzes the possible problems in this process of M&A and the reasons for some drawbacks in the current measurement of goodwill, and finally comes to the following problems: The first is the deficiency of valuation method using; The second is the lack of reliability of the identifiable net assets' fair value; The third is the deficiency of current goodwill's confirmation criteria; The fourth is the deficiency of impairment test method; The fifth is the lack of consideration of the impairment of long-term equity and goodwill; The sixth is the contradictoriness of the synergy effect weakened and the non-consumptive nature of goodwill. In view of the above problems, the fifth part mainly tables relevant proposals from three aspects, respectively perfecting the formulation of relevant standards, designing the new scheme of goodwill recognition and measurement, and strengthening the supervision of M&A. The sixth part makes a summary and prospect based on the whole paper, in order to make contributions to the subsequent construction of the theoretical system of goodwill and accounting treatment.

**Keywords:** Goodwill recognition; Goodwill measurement; Impairment;  
Mergers and acquisitions

# 目 录

<b>1 绪论</b> .....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究意义.....	2
1.2.1 理论意义.....	2
1.2.2 现实意义.....	3
1.3 研究内容及研究方法.....	4
1.3.1 研究内容.....	4
1.3.2 研究方法.....	4
1.3.3 研究框架.....	6
<b>2 文献综述与理论基础</b> .....	7
2.1 商誉相关文献综述.....	7
2.1.1 商誉本质.....	7
2.1.2 商誉特点.....	8
2.1.3 商誉的确认.....	9
2.1.4 商誉的计量.....	10
2.2 现行准则关于商誉确认与计量的规定.....	12
2.3 文献述评.....	12
2.4 理论基础.....	13
2.4.1 三元理论.....	14
2.4.2 商誉价值确认理论.....	14
2.4.3 商誉价值计量理论.....	15
2.4.4 资产减值理论.....	15
<b>3 案例介绍</b> .....	17
3.1 并购公司简介.....	17
3.1.1 并购方黄山金马股份.....	17
3.1.2 被并购方永康众泰汽车.....	18

3.2 众泰汽车（金马股份）并购商誉的确认过程 .....	19
3.2.1 永康众泰汽车在合并日的评估价值 .....	19
3.2.2 永康众泰汽车可辨认净资产的公允价值 .....	21
3.2.3 众泰汽车（金马股份）确认的合并成本 .....	21
3.3 众泰汽车（金马股份）并购商誉的计量过程 .....	21
<b>4 众泰汽车（金马股份）并购商誉确认与计量中存在的问题 .....</b>	<b>24</b>
4.1 众泰汽车（金马股份）并购商誉确认中存在的问题 .....	24
4.1.1 估值法运用合理性不足 .....	24
4.1.2 可辨认净资产公允价值可靠性不足 .....	26
4.1.3 现行商誉确认准则合理性不足 .....	27
4.2 众泰汽车（金马股份）并购商誉计量中存在的问题 .....	27
4.2.1 减值测试法的缺陷性 .....	27
4.2.2 未考虑长期股权投资减值与商誉减值的勾稽关系 .....	30
4.2.3 协同效应减弱与商誉非消耗性本质的矛盾性 .....	30
<b>5 完善商誉确认与计量的相关建议 .....</b>	<b>33</b>
5.1 完善相关准则制定 .....	33
5.1.1 完善资产评估运用准则 .....	33
5.1.2 完善可辨认净资产确认准则 .....	34
5.1.3 完善商誉减值信息披露准则 .....	34
5.2 设计商誉确认与计量新方案 .....	35
5.2.1 商誉确认采取分层确认的模式 .....	35
5.2.2 商誉计量采取减值测试结合系统摊销的模式 .....	36
5.2.3 不同方法下对报表的影响 .....	36
5.3 加强并购监管 .....	43
5.3.1 加强对并购审批程序的监管 .....	43
5.3.2 加强对并购企业的监管 .....	44
<b>6 结论与展望 .....</b>	<b>45</b>
6.1 研究结论 .....	45

6.2 研究展望 .....	46
<b>参考文献</b> .....	47
<b>后记</b> .....	51

# 1 绪 论

## 1.1 研究背景

在我国经济呈现出高质量发展趋势的大背景下，资本市场日趋成熟，市场上的竞争趋势也越演愈烈。在这种局势的驱动下，参与市场竞争中的众多企业要想尽快实现全面发展、拓宽业务范围、脱颖而出较先占据有利的市场地位，都会将并购作为获取新技术、优化产业链尽早实现规模化经营、增强内部自主创新和预期成长能力的首选方式。所以近几年来并购似乎成为了一种公众默认的发展手段，然而其中潜藏着的各类风险问题才是需要我们关注的重点。企业在享受到通过并购带来的丰富资源利润的同时，对于这些风险问题也一定要保持着零容忍的态度不能忽视。

据东方财富数据中心的官方统计得知，到 2020 年底，我国 A 股商誉市场规模总体为 1.208 万亿元，到 2021 年第三季度，商誉市场规模已达 1.27 万亿元。其中在 2013 年至 2018 年期间增长了 6 倍多，由 2 千亿元增长到了 1.3 万亿元，增速尤为迅速。虽然根据官方折线图可以看出 2018 年后商誉的增长趋势开始逐渐放缓，但是由于其庞大的基础数值，使其在总资产中仍然占据着较大的比例，占净资产比重保持在 4% 左右。在这样快速增长的环境下相应问题也都接踵而至，最核心的问题就是高占比所引发的系列经营投资风险。商誉资产的产生初衷其实就是为了企业在并购时可以获得一些超出企业原本经营收益的价值，因为并购对企业来说是拓展业务规模开阔销售市场的有效途径。但是在愈演愈烈的并购市场中，商誉资产似乎已逐渐失去了其内涵初衷。绝大多数企业为了并购不惜成本，甚至在用超出合理范围之内的价格完成收购，以获得非常可观的商誉资产。但是这种表面化的良好数据并不会持续太久，随着时间的推移，许多企业似乎已无法压制住商誉资产逐渐泡沫化的趋势，不得不开始大量计提减值准备以做出弥补，结果只是在业绩下滑经营亏损的道路上越陷越深，最终不得不面临证交所发出的退市预警。

商誉不同于其他资产的个体性，它必须依附于企业整体而存在且具有不可辨认性的特征，因此相关监管部门目前还没有出具非常严密的监管措施以对商誉资

产做到良好的管控。大多数企业在并购时都会产生高额的商誉，因为商誉代表着企业未来能够获得的超额收益的大小，因此在市场中投资者会默认这类企业的经营状况比较好，股价也具有可观的上涨趋势。但是总容易忽略掉商誉资产中充斥着泡沫资产，因为泡沫化的资产在报表中不容易被直观地得知，需要投资者对企业近几年的经营情况做出详细分析后才能知晓，所以这无疑是一项潜在的投资风险。因此学术界一直对商誉资产在进行积极的研究，还有部分学者呼吁改变已有的商誉确认和计量准则。所以在现有研究中基本分为了两种方向，一种是建议将商誉的计量改为直线摊销法，另一种是建议改为直线摊销结合减值测试的方法。主要原因就是现行的减值测试法主观性太强，在原本就具有极大主观性的商誉确认的基础上还给了企业商誉计量可操纵的空间。这在信息不对称的市场当中，会使企业外部利益相关人员处于更加劣势的地位。由此以往，投资者无法获得准确的投资信息，经常盲目性的投资最终会使得资本市场无法持续健康地发展下去。

本文研究分析所选取的众泰汽车（金马股份）是一家汽车制造企业，在我国企业并购市场中，制造业并购规模最大，由此产生的商誉问题也比较突出，行业分析具有典型性。2016年众泰汽车（金马股份）为了实现业务方面的拓展与完善，以116亿元的总价收购了同行业中技术相对成熟的永康众泰汽车公司，确认了商誉资产65.52亿元。而直到2019年，原本被看好的众泰汽车（金马股份）出现了大额计提商誉减值的现象，引起了资本市场的高度重视。因金马股份并购永康众泰汽车后更名了为众泰汽车，所以文中为作区分，将并购方金马股份称为众泰汽车（金马股份），而被并方则称为永康众泰汽车。选取此案例是因为商誉高估和突然性的大规模减值似乎已成为了多数行业中普遍存在的两个问题，所以本文也从这两个角度进行了详细分析。

## 1.2 研究意义

### 1.2.1 理论意义

在2006年以前商誉和无形资产类似采用的是直线摊销法，2006年后新会计准则中才将商誉从无形资产当中区分出来单独作为了一项企业的资产进行核算，但与无形资产不同的是商誉具有不可辨认性，因此在会计处理时经常会遇到很大

的争议，学术界对此也一直保持着较高的关注度。国外对商誉的研究起步较早，美国是世界上第一个提出商誉概念的国家，研究体系相对完善。而我国则多是在国外的研究体系基础上再作出了进一步的深入，所以研究理论目前还比较浅，成熟度不高。尤其在商誉该如何确认以及影响商誉确认的众多因素这一方面，相关研究十分欠缺。虽然大多数学者在计量方面已做出了较多研究，但由于侧重点和方向的不同，至今还尚未形成一个统一的、得到广泛认可的方案。从实际中的并购情况来看，我国制造业的并购规模最大，产生的商誉问题也比较突出。因此，本文选取了具有代表性的汽车制造业并购案例，通过分析补充了现有研究中商誉确认理论运用方面的不足，同时也完善了目前商誉计量所运用的减值测试法方面的部分缺陷，为商誉会计的进一步理论研究奠定了基础。

### 1.2.2 现实意义

在实务界中企业的商誉会计处理是最受关注的重难点之一，直到 2006 年后我国才将减值测试法修改为了商誉计量的唯一法则，在这之前商誉跟无形资产一样采用的都是直线摊销法。虽然减值测试法在一定程度上纠正了摊销法的缺陷，但是当计提减值后就不允许再做转回，因此很多企业为了使其经营业绩看起来良好，经常会通过人为操纵的方式使得可以不计提减值或是尽量少计提。而且由于相关监管部门对此还没有制定出严密的披露规定，这就导致企业可以根据自己想要达到的理想结果在年报中调整或选择性地披露相关信息，信息真实准确性的缺乏就会使投资者进行盲目投资，增加投资风险和资本市场动荡的可能性。从我国各大财经数据网站中发布的信息可知，到目前为止已经有很多企业因为忽视商誉资产的重要性而出现了商誉爆雷现象，这种现象一旦出现基本是不可逆转的，或是需要企业花费大量的精力才能做出少量补偿。通过关注财经网站上的相关问题案例信息，本文最终选取了众泰汽车（金马股份）并购永康众泰汽车公司这一典型案例，分析了在合并时商誉确认的依据及其合理性，以及减值测试法计量的弊端，通过设计更为合理的商誉确认和计量方案，说明在新旧方案下商誉减值对企业资产和净利润的影响，并且在完善准则和加强并购监管方面都提出了进一步改进意见，为公司未来的并购商誉会计处理和经营管理问题提供了参考。

## 1.3 研究内容及研究方法

### 1.3.1 研究内容

本文以商誉的确认和计量为研究方向,选择了近期出现相关问题的案例公司众泰汽车(金马股份),并以此个案为主做了具体的探讨,并依据相关理论提出了新的确认与计量方案,对比分析了新旧方案下确认计量对报表的影响,这样可以更好地指出问题,并给出改善意见。

本文将从六个方面展开探讨:

第一部分:绪论。描述研究背景,阐明研究的理论意义、现实意义。

第二部分:文献综述及理论基础。对商誉本质、特征、确认与计量以及现行准则的规定进行整理,并做相关文献述评,同时搜集相关理论为后文分析提供支持。

第三部分:案例介绍。对并购双方公司、并购商誉的确认计量过程做简要说明。

第四部分:众泰汽车(金马股份)并购商誉确认与计量中存在的问题。将准则中有关商誉确认与计量的规定和案例公司的实际情况相结合进行研究,分析其中潜在的问题。

第五部分:完善商誉确认与计量的相关建议。根据上述第四部分的分析结果,对于潜在的问题共提出了三类改进意见,一是完善相关准则的制定;二是设计商誉确认与计量新方案,并对比三种方案下企业报表中关键指标的波动情况,从而选择出更有利于企业经营管理的确认计量方案,为后续实施提供支持;三是加强并购监管,达到优化企业经营管理、促进资本市场良好运行等目的。

第六部分:结论与展望。

### 1.3.2 研究方法

本文重点是从实际出发,结合市场中真实发生的案例研究商誉的确认与计量问题,以供许多有类似问题的企业借鉴。本文采用了案例研究法和文献研究法相结合的研究策略进行后续分析。

案例研究法就是要选取市场中真实存在的具有某一问题的案例公司,通过分析单一事物而得出普遍性的事物发展规律的一种方法。本文通过梳理众泰汽车(金马股份)并购永康众泰汽车过程中可能存在的商誉确认和计量问题,并且就针对这些潜在问题,为完善我国现行商誉确认和计量标准,提出了客观而有意义的建议。

根据文献研究法,本文通过研读学校图书馆中与商誉确认与计量相关的期刊文章和书籍,以及在线期刊数据库中的大量文献资料,归纳了国内外有关此问题的理论体系,并对论文的整体内容进行了整理。

### 1.3.3 研究框架

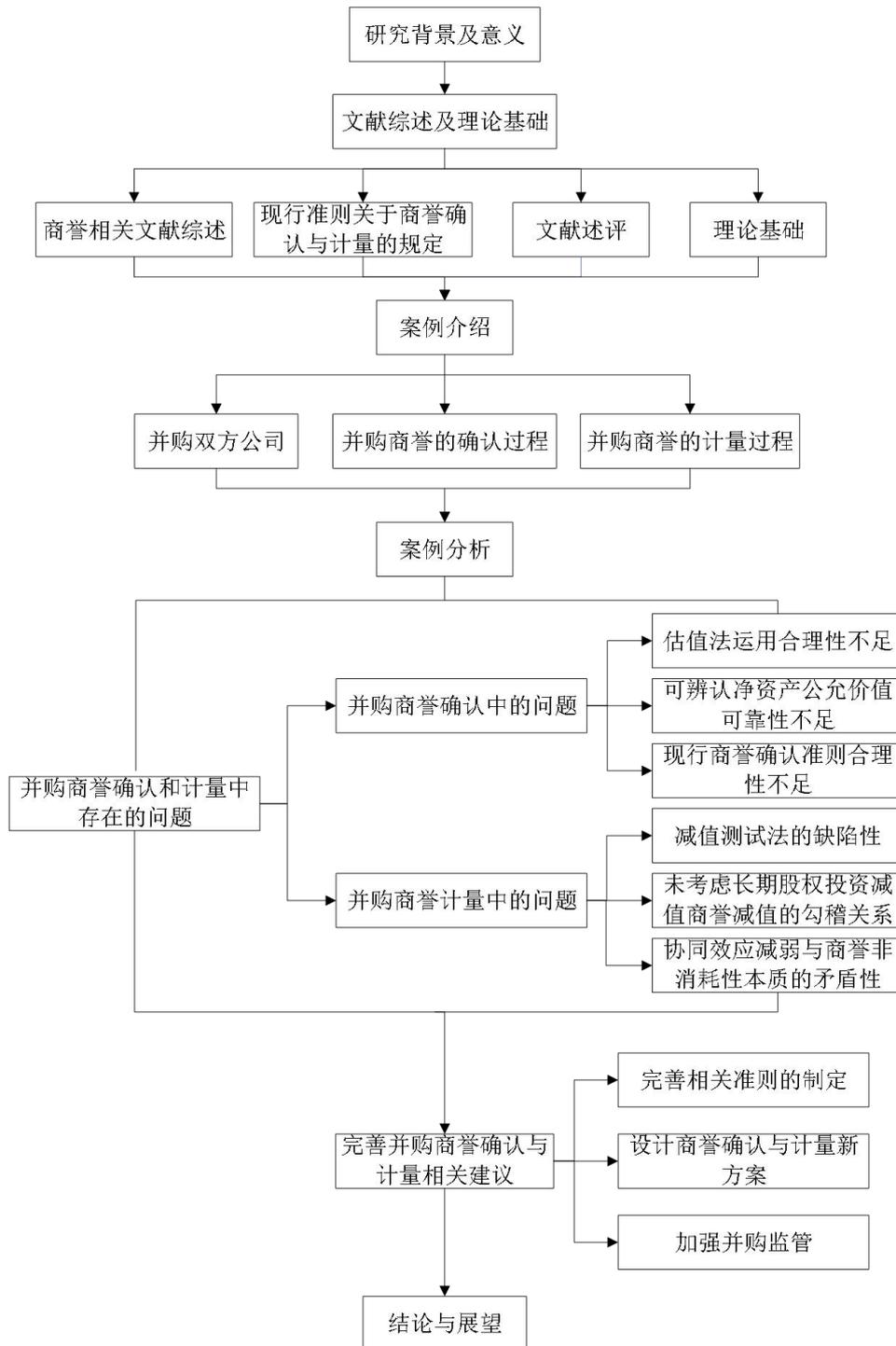


图 1.1 研究框架

## 2 文献综述与理论基础

### 2.1 商誉相关文献综述

#### 2.1.1 商誉本质

商誉概念的历史并不久远,虽然在中世纪国外的部分商业地区中就已经出现了商誉一词,但在当时并没有受到较多关注,也没有将其纳入到会计核算领域。而直到十九世纪末,这一项重要资产才逐渐得到学术界的重点关注,相关研究开始增多。

英国会计学家 Leake (1914) 认为企业在未来期间能够获得的超出企业原本只能获得的利润部分,或者是超出了按规律发展的合理范围内的投资回报部分就叫做商誉,也称为超额利润,要将这一部分价值通过折现计入到企业的商誉科目。

美国会计学家沃伦·佩顿 (1922) 与英国会计学家 Leake (1914) 的观点基本一致,都认为商誉代表着一种超额资产,预示着企业经营的良好发展趋势。唯一不同的就是,他认为商誉的具体价值不是和自身去比较,而是和企业所处行业中的平均收益作比较,要将超出行业平均收益部分的折现值计入到商誉科目。

美国会计学家 Canning (1929) 认为商誉应被视为一个整体价值账户,账户中核算的数据就是能为企业创造额外利润的各类资源,这些资源虽然未能在财务报表中得以体现,但是我们不能忽视其在将来能为企业带来的潜在利益。

美国会计家亨德里克森 (1965) 从三种不同的研究角度提出了著名的“三元理论”,即以企业间关系度为主的好感价值论、以超额获利能力为主的超额收益论,和以企业整体价值为主的总计价账户论。

Miller (1973) 在美国会计学家 Canning (1929) 的研究基础上提出了协同效应论,他提议应把每一家企业都看成一个独立完整的系统,系统中的各个环节节点之间相互联系相互作用,通过这种相互关系,企业可以最大程度地整合经济资源以获取额外收益,而这种额外收益就叫做商誉。

在国内,关于商誉的研究相对滞后,尤其是相关准则的制定还处于初级阶段,并没有像国外一样已经建立起了一个完整的理论研究体系,但是我国也有不少学者在已有研究成果的基础之上,又提出了自己更深层次的见解。

我国著名会计学家杨汝梅（1936）和 Leake（1914）的观点类似，认为企业只要能生产出比平时更多的收益，就应该称之为商誉。同时他还认为，商誉可以获取到超出合理范围内的收益，对企业未来的生产经营有很大帮助，并且商誉的价值也比较稳定不会轻易损失。

葛家澍（2000）将商誉看作成了一项无形资产，并提议用无形资产的核算方式去核算商誉。他还认为商誉并不是只有通过企业合并才能够表现出来，而是一直就以一种无形资源的方式存在于企业当中，合并只是起到了助推作用，将商誉价值从企业内部释放了出来。

邓小洋（2001）也是将企业看成了一个系统，赞同协同效益观。他提出了部门之间是相辅相成的关系，对每个部门进行优化都能影响到其他部门，形成协同效应，从而发挥出各自最大的优势，并与其他部门进行协调有机地结合在一起，目的就是帮助企业获得最大收益。而商誉就是为整体系统的良好运行保驾护航的产物。

汤湘希（2010）认为在早期人们就已对超额利润这一概念有所认知，虽然当时还无法对引起超额利润的具体因素做出准确定义，但是公众都已默认了这种无形资源价值的存在。直至今日，学术界已将这种资源价值资本化后定义为了商誉。在并购活动中，如果被并购的企业能够展现出自己未来获取超额收益的能力，那么并购方就愿意以一个高出企业本身价值的价格来收购这种超额收益资源，在这当中所产生的收购差价就是商誉。

### 2.1.2 商誉特点

商誉最主要的特征就是不可辨认，所以很难得知商誉具体产生于哪项资产当中，只有综合企业所有的资产和负债才能评估判断，因此有很多企业就会利用这一特性而过度地涉入人为操纵来为企业谋利。

商誉具有经济性的特征，良好的商誉可以带给企业超出日常所得的额外利润，而任何有损于商誉的因素也会使得企业丧失这项资产降低经济效益。

商誉的形成具有依附性的特征，它必须依附于企业整体而存在，正是因为溢价并购中的溢价价值无法在企业各项资产中得到具体落实，所以才将其全部计入了商誉科目当中，并且除并购活动外商誉无法单独作为资产出售和入账。

商誉的形成具有长期性和复杂性的特征。商誉不仅与企业的预期获利能力相关，还与企业良好的品牌形象、员工素质、客户资源等相关，它是多种因素共同作用的产物，这些因素对企业参与长期市场竞争形成核心竞争力至关重要。所以要想商誉长期发挥作用，企业就需要在这些方面不断地投入精力和资源，以确保良好持续性发展。

### 2.1.3 商誉的确认

Martin Bugeja 等（2015）通过实证分析研究了合并成本、商誉和企业价值之间的关系。结果得出，商誉价值的最终确认并不会以企业价值为依据，而是会侧重考虑支付方式，从而根据支付方式来制定一个恰当的收购价格。

冯卫东（2013）认为现行准则中的商誉只是一种存量价值，因为它是在并购时点上的加减计算出来的，只能代表当时被并购企业单独具备的超额收益能力。然而并购后，企业通过整合内部资源可能会增加两者间的协同效应，因此而产生的商誉价值目前并未得到应有的重视，也无法在商誉科目中体现出来。

郑海英（2014）认为商誉的确认价值中存在很多并不属于商誉本质的要素，比如由于市场环境、行业竞争、参与并购交易人员的协商能力等其他外部因素影响而产生的费用。

李光珍（2015）和郑海英（2014）的观点类似，认为影响商誉的确认因素中还包含了很多外部因素，尤其是业绩承诺。有很多企业为了确保并购后期的经济效益，都会签订业绩承诺条款，如果没有实现承诺就要额外给企业支付一定的补偿。这种参杂了主观性的因素无疑会导致谨慎性缺乏，影响定价人员的定价思路。

张核（2016）的重点研究对象是我国的上市公司，他通过实证研究分析了商誉确认价值的准确性与分析师的分析能力之间的相关性，结果得出这两者之间呈密切的正比例相关关系，当分析能力越强时商誉的价值就会越准确，企业随之披露出的相关信息参考价值也就越高。

王志宏（2016）对我国 A 股上市公司所处的宏微观经济环境、市场竞争环境和企业的财务状况等与企业合并对价之间的关系进行了实证分析，结果得出这些内外部因素都会对企业确定的合并对价产生影响，从而影响商誉的确认金额。

王志伟、胡佳倩（2019）认为运用总计价账户论原则计算出的商誉价值中除

了有真正会计意义上的商誉外，还参杂了很多财务管理意义上的控制权溢价，以及并购双方在经济意义上的谈判协商能力等。

王成方、潘颀（2020）认为巨额商誉多产生于新三板上市公司的并购活动当中，且都做过高额的业绩承诺，这类公司很容易在后期因盈利不理想而受到冲击，因此即使是比较优质的公司，也应在并购前期综合分析其整体经营环境、客户资源、成长性等后再做考虑。

徐丹琦（2020）认为现行商誉确认价值中包含了许多非核心商誉价值的费用库，在确认商誉时应表明核心商誉部分和其他溢价部分，同时在报表中应分设相应科目账户，保证商誉价值与其经济内涵的一致性。

高欣（2021）通过实证研究，分析了商誉确认金额的大小与下期公司股价崩盘风险高低之间的关系，结果表明在并购时点确认越高商誉资产的企业，下期股价越有可能发生崩盘的风险，而过度自信就是产生这种风险最重要的原因之一，后期可以通过提高管理层的学习能力和增强公司治理的透明化程度等来有效预防风险。

#### 2.1.4 商誉的计量

James Jason,Ross Jennings（2001）认为系统摊销法的弊端较多，会计信息有限，且系统摊销法下企业的净利润波动程度较小，每年既定的摊销数额无法真实反映企业的经营状况。因此他建议根据企业每年的经营情况运用减值测试法计提商誉减值来提高财务信息的准确度。

Chalmers,Keryn（2014）也认同 James Jason,Ross Jennings（2001）的观点，认为系统摊销法既不能反映企业的实际经营状况，也不能反映商誉的内涵价值，只有减值测试法才能对两者都有较为准确的体现。

Elsevier Inc（2014）通过实证研究，分析了瑞典企业中减值测试法与股票市场之间的关系。得出结果，在颁布国际财务报告准则之前，减值测试法对公司股价会产生较为明显的影响，而在颁布之后，这种影响已经微乎其微。

Li and Sloan（2017）和 Elsevier Inc（2014）一样，以美国企业数据库为研究对象，分析了减值测试法给商誉带来的影响。研究结果表明减值测试法具有严重的滞后性弊端，经常导致企业无法及时地计提商誉减值准备，因此年报中披露

的相关信息也带有滞后性。这就导致投资者们无法及时获取到准确的投资信息，尤其对于市场中的中小投资者来说，会加大信息不对称的劣势作用，损害利益。

Stephen R.Moehrl (2016) 认为减值测试法的程序过于繁琐，并且对商誉价值的反映也起不到根本性作用。应该采用系统摊销结合减值测试的方法，摊销期最长设置为十年，这样就可以有效发挥综合优势中和弊端。

Li Sun (2016) 认为企业的管理层会对商誉计量起到至关重要的作用，管理层的管理能力越强，商誉减值风险就越弱，企业的生产经营也不会因为发生了大额减值就受到相应影响。相反，管理层能力越弱的企业，存在潜在减值风险的可能性就越高，企业受到的影响也就越大。

吴虹雁 (2014) 运用实证研究，分析了减值测试法、系统摊销法与上市公司股价之间的关系。结果得出系统摊销法并不会对股价产生较大影响，而减值测试法会使公司股价在短时间内产生较大的波动。

曲晓辉 (2016) 认为很多企业都会以盈余管理为由而修改商誉减值计提的金额，这种做法带有极大的主观性质，并且目前会计制度中也无法对此行为的合理性进行准确判断。

孟荣芳 (2017) 的分析重点放在了公司收购的资产类别和随之形成的商誉金额大小的关系上，结果得出如果被收购的企业是一家轻资产企业，那么会更容易产生巨额商誉，导致资产质量风险突出，这已成为了一种普遍现象。于是她针对该类问题提出了净化商誉资产价值、优化估值方法、或是运用摊销与减值相结合的方式计量商誉等建议。

周飞 (2020) 认为目前许多公司都存在商誉减值的确认时点问题，在出现明显的业绩承诺实现差异和企业核心竞争优势减弱的信号时，企业并未将商誉减值情况与这些信息及时关联，做出合理的商誉减值判断。

胡春妮 (2020) 提出了减值测试与系统摊销并行的计量方法，即公司于每年末按直线法对商誉进行摊销，如果有明显的减值迹象，再做减值准备。这种做法在具备可行性的同时可以有效抑制管理层进行利润操纵。

王艳、李涛、王得力、刘昆 (2021) 通过对优质公司案例分析表明，为了实现并购交易时签订的业绩承诺，并购双方公司股东和管理层之间会合谋延迟计提商誉减值。

张新民、卿琛（2022）对隐藏商誉减值和股价崩盘风险之间的关系进行了实证分析，结果表明有隐藏商誉减值行为的企业发生股价崩盘的风险较大，而通过强化内部控制体系建设可以有效化解该类风险。

## 2.2 现行准则关于商誉确认与计量的规定

《企业会计准则第 20 号——企业合并》中规定，只有在非同一控制下企业合并的情况下，才会产生新的商誉，而在同一控制下的企业因受一方或相同多方的共同控制，所以不会有新的商誉产生。商誉就是指企业合并成本大于被购买方可辨认净资产、负债公允价值的差额，即总计价账户论的计价方法。同时，在财务报表中应当对商誉的形成和后续计量情况等做出相关披露，如果出现企业存在减值迹象但是在实际处理时并未计提减值的现象，就需要企业对其合理性原因在年报中做详细列示，否则都应根据实际经营情况做出减值处理。

虽然学术界对商誉计量到底该采用哪种方式还没有一个统一的定论，只是准则中规定应采用的是减值测试方法。在 2006 年以前，商誉就类似于无形资产，运用摊销模型在 10 年内进行摊销，但不同于无形资产的是商誉没有单独的列报和计量说明，虽然当时商誉资产在学术界中已引起了不小的探讨风波，但在实际操作中仍未引起足够重视。在 2006 年我国颁布了新的企业会计准则之后，将商誉计量方法修改成了与国际趋同的减值测试法，并要求企业对商誉资产要注入足够的重视，同时必须进行单独的计量和列报。

由于商誉资产的依附性特征，它与企业的整体价值是密不可分的，因此在年末时，企业应先将其与相关资产组或资产组组合结合起来，再进行减值测试。如果资产组出现了减值迹象，则应计提减值准备，并要先抵减资产组中商誉资产的那部分账面价值，当需要计提的金额超出了这一账面价值时，超出部分则按其他资产的公允价值比例冲销。

## 2.3 文献述评

本文在通过研读国内外与商誉确认和计量相关的文献资料的基础之上，归纳出以下几点：

商誉的本质与确认问题是学术界从中世纪开始就一直研究的问题，虽然准则

中已对其做出了文字性规定，但是至今尚未形成准确的定义。相比之下超额收益观的接受度较高，即商誉可以给企业带来超过预期的收益值。好感价值观和协同效应观也被分别认可为是从企业并购前期和后期这两个角度会对商誉价值产生重要影响的关键因素。每个企业都可以看作是一个完整的系统，系统中的各大节点也就是企业中的各个部门，他们之间都存在着紧密的联系，通过相互作用和协商来消除不同部门之间的壁垒，以能为企业获得超额收益为目的，发挥出协同最大的优势。

商誉的计量问题争议较大，计量方式也在根据研究成果而不断改进。首先，系统摊销法已基本不被认可，因为要完全对商誉按一定年限进行摊销就体现不出其超额收益的价值，而且也无法确定一个准确的摊销期限。其次，减值测试法虽然避免了摊销期限问题的弊端，但是也同样存在一定的缺陷，就是会给企业进行利润操纵的机会，造成企业财务信息滞后损害投资者利益。而且有很多企业都以盈余管理为借口，提前计提大量的减值，这种做法虽然在短期内看似对企业不利，但是却抬高了后期利润表象，反映出了减值测试法下人为操控性较强的弊端。所以目前有很多学者开始考虑将摊销法和减值测试法结合起来运用，研究出一种既能解决两者单独运行的弊端又能放大两者优势的方法。

我国在 2006 年以前将商誉类似于无形资产进行会计处理，2006 年以后才对商誉有单独的列报，计量方式也改为了与国际趋同的减值测试法。因此迄今为止，我国学者关于商誉的计量研究成果还比较有限，并且多以实证研究为主，案例研究成果相对较少，并未形成一套完整的研究体系，目前尚处于积极深入的阶段。所以，本文会从真实案例的角度出发，用案例研究加强商誉确认和计量改进的可行性，补充了现有研究中确认商誉采用的直接计量法和间接计量法理论运用方面的不足，解决了目前商誉计量方面协同效应减弱与其非消耗性本质之间的矛盾性问题，同时也为公司未来的并购商誉会计处理和经营管理问题提供了参考。

## 2.4 理论基础

虽然在近几年资本市场中出现了并购热潮后商誉问题才逐渐进入了公众的视野，成为了谈论较多的热门话题。但就学术研究而言，国内外学者对商誉问题的研究由来已久，理论基础相对完善。

### 2.4.1 三元理论

自商誉这一概念在 19 世纪出现以来，由于受到资本市场环境变动等因素的影响，基于不同的分析角度在不同学者之间也衍生出了多种理论，例如三元论、协同效应理论、无形资源理论、核心能力观等。相较于其他观点来说，亨德里克森（1965）分析总结得出的三元论是目前比较能够被国内外大多数学者所认可的理论。

超额收益论主要研究的是企业并购后形成的商誉能够给企业带来的超额收益，这种观点最早由 Leake（1914）提出，为学术界所普遍接受。在这种理论下商誉作为一项资产预期会给企业带来超出正常所得的经济利益的流入，提高平均收益能力，在投资市场中释放出一种企业盈利发展势态较好的信号。同时该理论还衍生出了一种商誉确认的方法，即直接计量法。

好感价值论主要研究的是企业与员工和其他企业之间良好业务关系，它认为商誉就是产生于这三者交互之间的好感度。Boume（1888）是第一个提出这种理论的人，他认为如果交易中的买卖双方之间相互具有好感，那么这种好感就可以衍生出一种良好的客户关系，通过维持这种客户黏性，可以给双方都带来超出以往正常所得的利润，这是一种双赢的状态。杨汝梅（1926）进一步研究了这种观点，他将这种关系拓展到了经营者、员工、投资者以及企业其他利益相关者在内的多种关系当中。并将这种潜在的关系定义为商誉，他认为这种商誉在任何情况下都是可持续衡量的。

与超额收益论相同，总计价账户论也是从计量角度来探讨商誉的，从而衍生出的是与之相对应的间接计量法，它认为商誉应该按总计价来衡量。此观点最早由 Canning（1929）提出，也得到了众多学者的认同。它和超额收益论之间的联系较为紧密，相较于超额收益论，它的实用性较强而理论性较弱。

### 2.4.2 商誉价值确认理论

直接计量法就是由超额收益理论衍生出来的一种商誉价值确认方法，它计算的是企业未来收益的折现值，但是众多学者都认为这种方法在实务中难以得到真正的运用，因为企业将来可获取的超常利润的价值难以精确估计，计算过程相对

繁琐，所以争议较多。葛家澍（1996）认为商誉的价值应在企业股票价值的基础上确认。于越东（2000）则认为从人力成本的角度出发，商誉应该在合理的时间对超额收益进行折现确认。而徐琼（2008）认为应在企业市场价值的基础上加以确认。

间接计量法是由总计价账户理论衍生出来的商誉确认方法，计算公式为合并成本减被购方可辨认净资产、负债的公允价值，递减后的差额就是商誉的价值。目前，国际上大多数国家都将这种方法纳入了会计准则。虽然它也存在一些缺点，即在实践中购买对价是以公司未来的现金流量的现值为基准确定的，而这一折现价值又因折现率的确定和预测性较难等原因容易被操纵。

### 2.4.3 商誉价值计量理论

直接冲销法在实践中一直没有得到过真正的应用。因为这种方法认为商誉计量具有很大的难度和不确定性，且直接冲销额度较大会使得企业净利润波动程度加强，给经营管理者、投资者及其他利益相关者反映到的会计信息缺乏严谨性，不符合准则规定的相关披露原则。

永久保留法认为账面上的商誉价值是永久保留的，而且随着时间的推移还可能发生增值，企业除非当出现了明显的超额收益迹象时才会对商誉作摊销处理。可是这样的缺陷就是企业是否存在明显的超额收益迹象是很难得到准确判断的，因此这种方法最终也被学术界和实务界所摒弃。

系统摊销法是将资产在规定年限内进行平均摊销，这种方法虽然简单易行但是却无法完全真实地反映会计信息。之前我国一直在用此计量商誉，直到2006年实施新会计准则后才做出了修改。

减值测试法不同于系统摊销法每年都会有确定数额的价值摊销，公司仅于每年年底对商誉进行一次减值测试，并依据其测试的情况，确定是否要进行减值准备的会计核算处理。这种方法同时符合了相关性原则和谨慎性原则，但还是有很多人想尽办法去钻准则的空子，这就导致了相关问题层出不穷。

### 2.4.4 资产减值理论

资产减值理论认为，对于未来可能给企业带来现金流入的各类资产，企业应

在年度终了时，根据审慎性原则，对各类资产进行可收回价值的评估，并对未来有潜在价值损失的资产，要根据预计可收回的价值和当前账面价值之间的差值来计提相应的资产减值损失。该理论在一定程度上可以确保企业财务信息的真实性，预防虚增资产导致虚增利润的情况出现。

### 3 案例介绍

近年来许多企业为了驱动创新实现长足发展，都选择以并购的方式快速获取新技术优化产业链，进行规模化经营实现转型升级，从外部刺激内部的成长。本章节对选取的并购双方案例公司进行了简单介绍，并对并购商誉的确认和计量过程进行了整体回顾与详细分析。

#### 3.1 并购公司简介

##### 3.1.1 并购方黄山金马股份

黄山金马股份于 2000 年 6 月在深圳证券交易所上市，证券代码为 000980。是国内最大的汽车仪表制造企业之一。公司主要经营防盗门、汽车摩托车仪表盘等车用零配件产品的生产营销业务，在国内市场中销售口碑较好，甚至还对部分产品进行了出口销售，拓展了海外市场，国内外客户资源良好。同时公司还下设有黄山仪表厂、精密零配件厂、浙江金大门业有限公司等六家子公司，开展了多元化发展。2003 年公司改制为民营企业后将先进的管理模式和原有平台进行了良好的结合。公司在收购永康众泰汽车后更名为了众泰汽车，下文将其称为众泰汽车（金马股份）。

截至并购前，黄山金马集团对金马股份享有 60.2% 的控制权，为其控股股东。应建仁则间接地通过铁牛集团对其控股，为金马股份的实际控制人。

金马股份具体股权及控制关系如下图 3.1 所示：

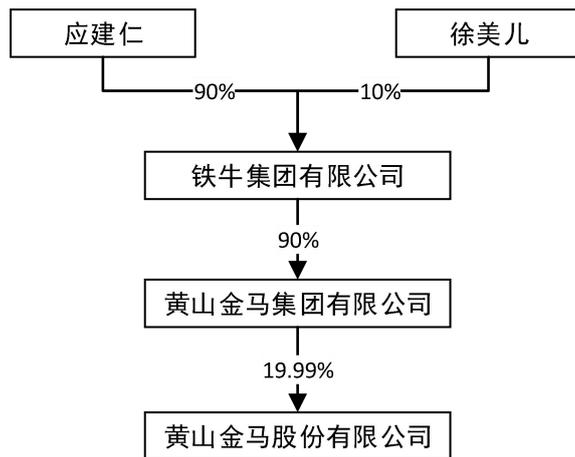


图 3.1 金马股份股权及控制关系图

### 3.1.2 被并购方永康众泰汽车

永康众泰汽车公司是一家成立时间已久的汽车整车及零部件制造生产企业。公司最具核心竞争力的就是先进的技术创新研发能力，通过在国内拥有的两大生产研发基地，较其他企业优先制造出了在国内外市场中都处于先进地位的产品生产线和汽车性能测试生产线，较早掌握了低噪音控制系统等核心技术。公司一直秉持着开放的政策，坚持国际化理念积极拓展国外市场，持续关注世界汽车行业发展最新动态以优化升级原有生产线技术，吸引优质人才。为避免与现更名后的众泰汽车公司重名，后文将称其为永康众泰汽车。

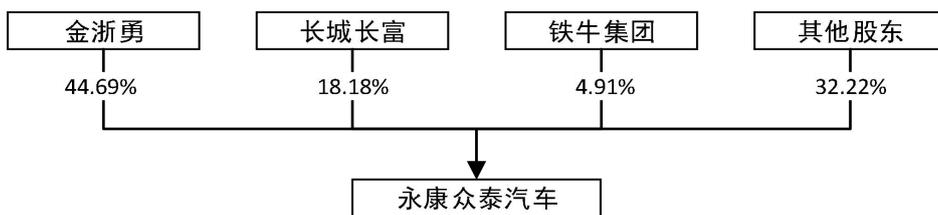


图 3.2 永康众泰汽车股权关系图

公司股权关系如上图 3.2 所示，在 2016 年之前，铁牛集团仅持有永康众泰汽车 4.91% 的股权，未对其形成控制，实际控制人是金浙勇。而在 2016 年 2 月和 9 月，铁牛集团共实施了两次股权收购行为，分别购买了公司原实际控制人金浙勇和第二大股东长城长富手中 44.69% 和 7.23% 的股权，直接成为了掌握公司

56.83%股权的控股股东。

对此证监会向其发布了反馈意见通知书质询并购双方公司之间是否存在关联关系、一致行动、重组上市的可能性，以及要求解释并购形成商誉确认的合理性等。金马股份于2016年6月21日对证监会提出的上述问题做出了答复补充。

首先，针对并购双方公司之间是否存在关联关系的疑点，金马股份表明铁牛集团只是永康众泰汽车众多持有部分少量股权的股东之一，并不参与公司的日常经营决策，也没有对公司构成任何的控制权，金浙勇才是实际的控股股东。而应建仁与金浙勇之间虽然存在亲属关系，但是这层关系并不亲近，金浙勇并没有直接或间接地持有铁牛集团的任何股权对其形成控制，也没有在公司里担当高层职务。所以金浙勇和应建仁、铁牛集团之间没有任何关联或一致行动关系。

其次，针对并购双方公司之间是否存在重组上市的疑点，金马股份表明铁牛集团取得永康众泰汽车51.92%股权这一事件发生在本次并购交易停牌前六个月内，及2016年3月12日至10月2日内。根据我国证券监督管理委员会《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金的相关问题与解答》中关于公司控制权是否发生变更的有关要求，在做相关计算判断时应排除该类事件的影响。根据相关计算结果得知，交易前后公司控制权并未发生变化，不构成重组上市的可能性。

再者，针对商誉确认问题，金马股份表示，本次交易前后双方公司的实际控制人并不相同，且二者之间不具有任何关联，属于非同一控制下的企业合并类型，所以商誉的形成具有合理性。

## 3.2 众泰汽车（金马股份）并购商誉的确认过程

### 3.2.1 永康众泰汽车在合并日的评估价值

众泰汽车（金马股份）聘请中通诚资产评估有限公司对永康众泰汽车进行了评估，对于市场法来说，由于在本案例公司情况中，与永康众泰汽车相关的大型企业的公开交易案例缺乏获取渠道，没有足够的参考企业，因此不适用。相比而言，收益法采用的较为广泛，因为它与商誉的内含价值比较贴合，都表明的是企业未来的收益能力。与超额收益观的计量类似，其重点也是放在了企业各项资产

预期收益的折现值上。资产基础法的运用重点就是企业需要有较为清晰的资产负债结构，能够对各项资产和负债价值做出准确的衡量。第三方评估机构称永康众泰汽车的未来收益可以被预测和量化，公司资产负债结构也相对清晰。因此公司最终采用了收益法和资产基础法，评估结果如下表 3.1 所示：

表 3.1 永康众泰汽车收益法和资产基础法评估结果差异

金额单位：万元

评估方法	账面净资产	众泰汽车 100%股权		
		评估值	评估增值	评估增值率
收益法	218,953.86	1,185,997.58	967,043.72	441.67%
资产基础法	218,953.86	467,369.69	248,415.83	113.46%
差异额		718,627.89		

数据来源：众泰汽车（金马股份）并购永康众泰汽车资产评估报告

根据上表 3.1 可知，永康众泰汽车的账面净资产为 218,953.86 万元，收益法下的评估值为 1,185,997.58 万元，增值率为 441.67%；资产基础法评估值为 467,369.69 万元，增值率为 113.46%。两种方法下评估值相差 718,627.89 万元。首先，两种方法下出现增值的原因，尤其是收益法下出现了 441.67% 增值比率的原因是永康众泰汽车旗下的两家全资子公司的长期股权投资账面价值在评估后显著提高。其次，两种方法之间出现高达 718,627.89 万元评估差值的原因，是因为永康众泰汽车从事的是汽车制造行业，不同于传统行业以固定资产为重的生产经营模式，制造业更多依靠的是技术创新、营销渠道、经营者管理理念、优质客户资源等无形的资源，以此打造不同于行业内其他企业独一无二的核心竞争力，保证在市场中处于领先地位。从这种意义上来说，资产基础法的评估方式过于单一，不能从资产盈利能力资本化的角度进行评估，所以为能够更加真实地反映永康众泰汽车的企业价值和品牌形象，综上两种原因，评估机构最终以收益法为主，将 118.59 亿元作为评估结论。

### 3.2.2 永康众泰汽车可辨认净资产的公允价值

可辨认净资产公允价值的确认过程较为复杂,需要对企业的各类资产进行划分,再按照资产属性的不同选用恰当的评估方法。首先永康众泰汽车公司最主要的资产是固定资产和各项专利商标权,可分别采用成本法和收益法两种方法进行评估,其次再运用市场法评估公司的相关土地使用权,再者对于一些其他无法准确划分类别的资产和负债等,都按照相应的账面价值做出评估。最后综合评估结果,将永康众泰汽车合并日可辨认净资产的公允价值确认为了 50.48 亿元。

### 3.2.3 众泰汽车（金马股份）确认的合并成本

合并成本是并购活动中收购方为了获得被并方的股权而愿意支付的价格,支付方式较多,通常是以自有资金或向其发行权益性证券的方式来支付这笔合并成本。并且为成功进行并购而支付的审计、评估咨询等费用也要计入到收购方所支付的合并成本当中。众泰汽车（金马股份）以永康众泰汽车在评估基准日 118.59 亿元的评估值为基础,并对其今后的运营发展及获利能力进行了评估,最终双方通过多次协商达成一致,将此次收购的交易价格确定为了 116 亿元。再综合考虑公司当前的财务状况以及可使用的现金流等,最终公司以发行权益性证券 116 亿元的形式支付了合并成本顺利完成并购。

## 3.3 众泰汽车（金马股份）并购商誉的计量过程

众泰汽车（金马股份）以 116 亿元的价格并购永康众泰汽车形成了 65.52 亿元的商誉。同期 2016 年 10 月,双方公司还签订了一份业绩承诺协议,永康众泰汽车承诺在 2016 年至 2019 年期间,将实现扣非净利润 12.1 亿元、14.1 亿元、16.1 亿元、16.1 亿元。当中任意一年,若永康众泰汽车未能实现其许诺的目标值,铁牛集团作为补偿方都需要按照协议约定对众泰汽车（金马股份）进行相应补偿。在此期间,金马股份为维护公司及投资者权益,也与铁牛集团负责人以面谈通讯的方式积极保持沟通,强调补偿协议书的严肃性,以确保业绩承诺补偿有序进行。

2017 年末,永康众泰汽车实现了 13.42 亿元的扣非净利润,在协议约定的

第二年业绩就已经没有达标，只完成了承诺值的 95.15%。然而减值测试后众泰汽车（金马股份）得出的结论是不需要计提减值准备。2018 年期末，公司经营业绩严重不达标，仅实现了-4.91 亿元的净利润，这也是第一次出现了净利润为负的情况，距离当时签订的 16.1 亿元的业绩承诺相差甚远，公司持续经营假设已不符合确认条件。就在这种明显亏损的情况下，众泰汽车（金马股份）还是只计提了 3.19 亿元的商誉减值准备。对此永康众泰汽车表明是受宏观环境的影响，新能源汽车强势介入竞争，导致该年汽车行业整体经济都呈下滑趋势。而 2019 年，永康众泰汽车经营情况再受重创，营业收入持续下滑，出现了巨大亏损，天职国际会计师事务所审计后出具了无法表示意见，因为不能确保公司营业收入和净利润的真实性。所以为了谨慎起见，公司一次性计提了商誉减值准备 61.07 亿元，此时商誉账面价值仅剩 1.26 亿元，比期初下降了约 97.35%。对于 2016 年并购形成的 65.52 亿元的商誉总值，截止 2019 年期末已共计提了 64.26 亿元，剩余部分也于 2020 年度全部计提完毕。

众泰汽车（金马股份）2018 年和 2019 年商誉减值具体计算过程如下表 3.2 和表 3.3 所示：

表 3.2 众泰汽车（金马股份）2018 年商誉减值计算过程

金额单位：万元

项目	永康众泰汽车公司
商誉账面余额①	6,551,66.54
商誉减值准备余额②	
商誉的账面价值③=①-②	
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	6,551,66.54
含未确认归属于少数股东权益商誉价值⑤=④+③	6,551,66.54
资产组的账面价值⑥	7,612,80.88
含商誉资产组公允价值⑦=⑤+⑥	14,164,47.42
资产组预计可回收金额⑧	13,844,55.70
商誉减值损失	319,91.72

数据来源：众泰汽车（金马股份）2018 年年度报告

表 3.3 众泰汽车（金马股份）2019 年商誉减值计算过程

金额单位：万元

项目	永康众泰汽车公司
商誉账面余额①	6,551,66.54
商誉减值准备余额②	319,91.72
商誉的账面价值③=①-②	6,231,74.82
含未确认归属于少数股东权益商誉价值④	6,231,74.82
资产组的账面价值⑤	4,995,23.57
含商誉资产组公允价值⑥=④+⑤	11,226,98.39
资产组预计可回收金额⑦	124,54.57
商誉减值损失	6,107,20.25

数据来源：众泰汽车（金马股份）2019 年年度报告

综上所述，出于对汽车制造行业中占据重要地位的技术、管理、客户等无形资源的考虑，第三方评估机构以收益法下的评估值 118.59 亿元作为永康众泰汽车在合并日的最终评估价值，但此方法也产生了高达 441.67% 的评估增值率。众泰汽车（金马股份）以此评估值为参考依据，经过多次考察调研和协商后，于并购时点以发行 116 亿元权益性证券的方式购买了其 100% 的股权。同时通过对资产类别的分类，第三方评估机构也采用了与之相对应的公允价值确认方法，确认了 50.48 亿元的可辨认净资产公允价值，因此众泰汽车（金马股份）在这场并购中共获得了 65.52 亿元的商誉价值。但是在后续几年商誉的计量过程中，公司却表现出了多种不恰当的行为，这也是我国现行会计准则中有关商誉制度的不足之处。

## 4 众泰汽车（金马股份）并购商誉确认与计量中存在的问题

通过第三章对案例公司并购中商誉的确认和计量过程的全面梳理,得知永康众泰汽车除 2016 年并购当年完成了业绩承诺外, 剩余年度均未完成, 对此公司在 2017 年至 2019 年间计提的商誉减值情况也存在多项疑点。因此本章节将重点针对并购时形成的高额商誉, 以及后期在业绩承诺期间内频出的商誉减值疑点问题做出具体分析。

### 4.1 众泰汽车（金马股份）并购商誉确认中存在的问题

#### 4.1.1 估值法运用合理性不足

本次收购的合并成本是基于第三方中通诚资产评估有限公司对永康众泰汽车进行收益法评估后, 又结合公司内部财务状况和外部环境等影响因素调整后的结果。这种方法不仅能对拥有大量高价值无形资源的永康众泰汽车整体价值做出更加准确的评估, 而且还考虑了部分未记录入账的无形资产。未选择资产基础法也正是因为公司所处行业研发性极强的特性, 导致两者之间的评估结果存在很大的差别, 共相差了 71.86 亿元。

首先, 依据收益法的运用原理, 并购双方必须具备三项基本要求条件。第一个条件是为完成并购最后决定支付的交易成本总金额必须要小于或者等于被并购企业的资产价值评估总额。第二个条件是被并购企业的资产未来收益价值必须能够得到预测, 且其中潜在的风险也应当能量化。第三个条件就是被并购的企业必须具备持续经营能力, 在未来几年内不会发生经营问题而至重大亏损。以收益法下永康众泰汽车评估基准日的评估值 118.59 亿元为参考依据, 将此次收购的合并成本最终确定为了 116 亿元, 符合收益法运用条件中的第一条, 交易成本金额 116 亿元小于企业资产价值评估总额 118.59 亿元。同时, 评估报告还说明了评估基准日资产的实际情况, 即假设永康众泰汽车是持续经营的, 这也满足了可行条件的第三条。但是第三方评估机构向公众披露的报告中, 只阐述了运用收益法评估的过程, 而对永康众泰汽车未来的预期收益、现金流等数据的预测依据并没有作出详细披露, 只描述了句经调查永康众泰汽车的未来收益可以预测并量化, 但是从下图 4.1 永康众泰汽车 2016-2019 年承诺收益与实际收益的对比情况来看,

公司的实际收益在 2018 年出现大幅下滑，收益金额为负，与承诺的 16.1 亿元相差甚远，这就不免对当时的收益可预测性结论存疑。同时评估报告中也未说明永康众泰汽车未来面临的潜在风险。因此综上判断，估值法没有得到完善的运用，评估结果缺乏合理性。

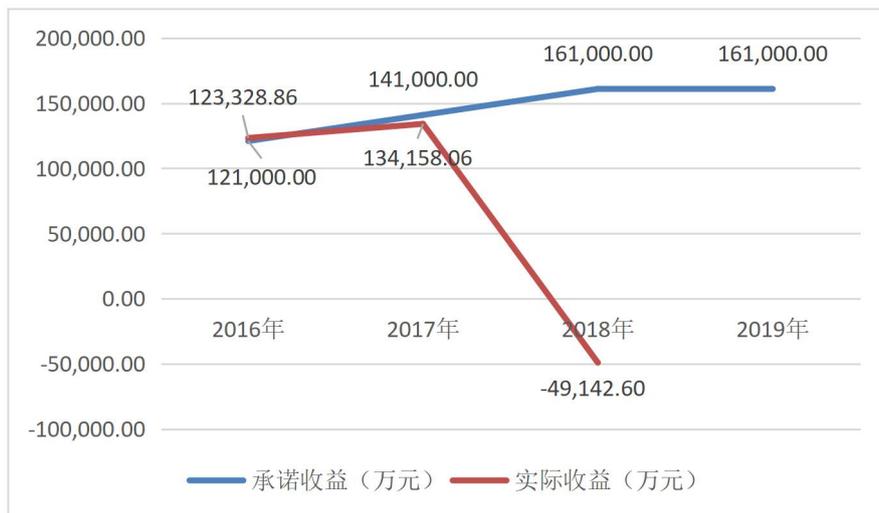


图 4.1 永康众泰汽车 2016-2019 年承诺与实际收益对比情况

其次，较高的业绩承诺也在市场中释放出了未来经营发展趋势良好的信号，以此吸引中小股东进行投资，当时公司股价也一度上涨到了 16.83 元每股，基本每股收益为 0.79 元，每股净资产为 8.3 元。但是随着后期经营业绩的持续下滑，公司流动资金出现短缺，主营的汽车整车生产线业务基本处于停滞状态，已完全无法实现当初签订的承诺值。在业绩下滑期间，众泰汽车的第二大股东长城长富和第三大股东天风智信都相继做出了股票减持行为，由原持股比例 7.03%和 5.4%下降到了 5.98%和 4.99%，分别减持套现了 1.88 亿元和 1.7 亿元。减持公告发布后公司每股股价虽然由 3.36 元上涨到了 9.94 元，但却并未从根本上改变公司经营实况。因此当初做出高额业绩承诺所释放的良好市场投资信号，除了会导致商誉被高估外，还无疑损害了众多中小股东的利益。

再者，采用收益法进行评估时，对评估工作的顺利进行设有很高的要求，需要评估人员具备相应的专业能力和基本的职业操守，要对企业资产价值的历史情况和当前情况，以及所处的社会、市场、行业的整体经济发展趋势都做出深入分析，除此之外还需有全面信息数据系统加以辅助。同时，评估者必须要始终保持

着认真严谨的态度。而这在大部分情况下，都需要评估人员做出主观的判断，会很容易出现因抱有美好期望而导致过高估计被并购企业整体价值的风险。因此众泰汽车（金马股份）116 亿元的收购价格就存在高估的可能性，毕竟高估值收购后还会增长自身的商誉和资产总额。

#### 4.1.2 可辨认净资产公允价值可靠性不足

根据总计价账户论下的商誉确认公式，主要影响商誉确认金额的两点因素就是合并成本和可辨认净资产的公允价值。但是在实践中，由于多种内外部其他因素的共同作用，经常会低估可辨认净资产的公允价值份额，同时又由于往往对被并购企业持有过于积极乐观的态度而使合并成本确认过高，最终导致形成的账面商誉价值远高于其内在价值，所以学术界有很多学者都将商誉形象化的称为是“买贵了的金额”。

首先，技术和研发能力是永康众泰汽车的核心竞争优势，公司设立了多家与世界接轨的高标准先进实验室，拥有对高性能汽车的自主设计和制造能力。划分无形资产和商誉的关键就是是否具备可辨认性，而研发能力的强弱往往是很难得到准确评估的。据相关资料分析得知，永康众泰汽车工程设计和 CAE 分析等能力因不满足可辨认性而未在无形资产中得到反映，因此也没有在可辨认净资产中得以体现，而众泰汽车（金马股份）收购永康众泰汽车后很大一部分的收益其实就是来源于这些表外资源，从根本上来说，它们更像是一种无形资源。

其次，从评估结果公告来看，可辨认净资产的公允价值是以资产基础法下的资产评估价值为基础，再加上部分评估增值来确定的。而通过查询相关资产评估报告可知，公司并未具体对固定资产和无形资产做出详细说明，而只列示出了长期股权投资，还将当期没有在账面中记录的 485 项知识产权都按照了表外资产的处理方式进行会计核算，这就使得可辨认净资产公允价值的计量基数较小，最终导致评估值较低。

再者，对于无形资产的划分在一定程度上也存在争议，导致无形资产的账面价值无法得到完全准确的反映。永康众泰汽车作为技术研发实力比较突出的企业，在并购时有多个项目正处于开发阶段，按准则要求来说还没有达到无形资产的确认标准，而在并购完成后才逐渐研发完毕转入了无形资产。所以通过分析来看，

一边是合并成本的提高，另一边是可辨认净资产的降低，综合作用就导致了商誉资产价值的虚高。

### 4.1.3 现行商誉确认准则合理性不足

根据国内外学者的研究总结得知，商誉价值计量有两种方法：超额收益论下的直接计量法、总计价账户论下的间接计量法。超额收益理论认为商誉代表企业在持续经营假设条件下经营所得的收益利润额能够超过同行业平均水平的情况。相较于总计价账户论，这种理论理解起来较为直观容易被接受，但是运算过程比较繁琐。我国目前是将总计价账户论作为了商誉定义的理论基础。

但是如果按这种理论计算，确认商誉所采用的总计价账户理论就与其经济本质之间存在不一致性。准则中明确表明资产要素具有未来预期经济效益的本质特征，那么商誉作为一项资产也同样具备这种特征，所以用未来现金流量现值才更能准确反映商誉的预期经济效益。因此相比较总计价账户论简洁的单一公式算法，用预期未来现金流量的折现值计算会更符合其本质含义，也就是说商誉的计量其实采用超额收益论下的直接计量法会更加合理。

## 4.2 众泰汽车（金马股份）并购商誉计量中存在的问题

### 4.2.1 减值测试法的缺陷性

首先，证监会 2018 年发布的《会计监管风险提示》中明确规定，每年年末要对公司的商誉资产进行减值测试，同时指出，在财务报告中企业要及时披露商誉减值信息，同时还要确保相关信息的完整度，要让除企业经营管理者之外的其他利益相关人员在第一时间就获知经营情况以做出相关决策。但是很多时候，企业对商誉减值测试的过程往往都不太关注，只关心最后的结果是否符合管理者的期望，因此这也是最大的弊端。比如当企业出现销售下滑、资金流短缺等减值迹象时，管理层就会出于对企业表面情况的考虑，而介入人为性操作来改变测试结果。永康众泰汽车在并购时共做出了四年的业绩承诺，从后期实际经营情况来看，除了 2016 年实现了业绩目标之外，剩余年度均未完成，并且在 2017 年永康众泰汽车其实就已经出现了商誉减值迹象，只完成了业绩承诺值的 95.15%，然

而通过减值测试后的结果却是没有减值迹象。2018 年公司经营突然出现了巨大亏损，深交所不得不对其发函询问，要求阐明 2017 年没有做出减值处理的合理性原因。而在回应中，公司称是由于当时的大环境所致，所以销量才没有达到预期的效果，这种情况下公司未完成业绩承诺属于合理现象，而不是减值迹象。且公司还表明，明年会继续开发市场扩大销售，争取对今年发生的亏损做出一定弥补。但是 2018 年末，永康众泰汽车的业绩承诺完成率却更低，仅为-30.52%，而且通过减值测试后也只是得出了计提 3.19 亿元商誉减值的结论，以至于为 2019 年公司突然出现的计提 61.07 亿元的巨额商誉减值问题埋下了隐患。

其次，通过梳理众泰汽车（金马股份）的 2017 年年报，发现其中还有很多应当被认作是减值迹象的地方，例如提前确认收入的疑点。众泰汽车（金马股份）2017 年全年营业收入和净利润的 50%都集中在了第四季度，分别为 920,889.15 万元和 65,598.84 万元。针对这一疑点，深交所要求其做出相应解释说明，对此公司也是以汽车销售行业的季节性特征为由，声称根据消费者的消费需求，公司的整体销售业务量主要集中在了第四季度，前期均为淡季，汽车销量较低，直到第九月末起销量才有所回升，尤其是在年底 12 月份时销售量会达到一个峰值，所以年报中披露的销售情况属于正常现象。因此根据这一解释，公司第四季度的销售收入和净利润能占到全年总额的 50%左右似乎是合理的。但是根据线下实地考察的情况，以及同行业多数公司在年报中披露的销售情况来看，第四季度的销售热潮并不会在下一年 1 月初就戛然而止，而是会一直延续到第一季度结束，也就是说销售热潮总共时长最少也有 6 个月之久。但是众泰汽车（金马股份）2018 年第一季度的销售收入仅为 544,561.85 万元，是上年第四季度的 50%。而且公司只有 2017 年完成了业绩承诺，所以有可能会提前确认下一年的收入而促进本年业绩达标。

众泰汽车（金马股份）2017 年四个季度和 2018 年第一季度的营业收入与净利润情况如下图 4.2 所示：

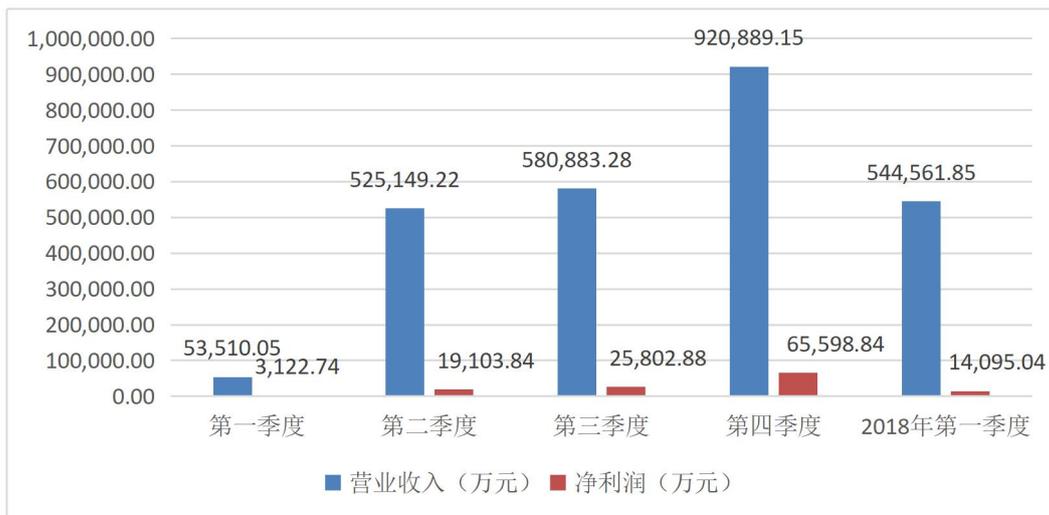


图 4.2 众泰汽车（金马股份）2017 年四季度营业收入与净利润

再者，汽车行业还有一大销售特性，就是应收账款较少而应收票据较多。但是在众泰汽车（金马股份）的年报中显示，2018 年度，应收账款由 465,502.25 万元增加到了 621,877.42 万元，而应收票据却减少了约 251,030.11 万元，这就意味着在一定程度上也存在坏账损失加剧的风险。因此这些情况都表明众泰汽车（金马股份）对永康众泰汽车的商誉其实是存在明显的减值迹象的。

应收账款及票据变动情况如下图 4.3 所示：



图 4.3 众泰汽车（金马股份）2016-2018 年应收账款及票据

由此可见，商誉减值测试法中的人为主观决定性较强，操作空间较大，很多

企业都不愿按自身真实经营情况计提商誉减值,以确保自己账面上的资产总额和净利润数据相对可观,但其实在这样的企业资产总额中充斥着大量的泡沫资产,无法反映企业的真实情况。

#### 4.2.2 未考虑长期股权投资减值与商誉减值的勾稽关系

商誉是与长期股权投资相关的能够获得超额利润能力的体现,没有明确的使用寿命。企业合并后只在合并报表中单独列示商誉的账面价值,而个别财报中则将其纳入到了长期股权投资科目当中。因为个别报表中的长期股权投资科目金额就是企业并购时所支付的合并成本,根据计量逻辑来看,商誉确实包括在长期股权投资当中。所以当个别报表中的长期股权投资出现减值时,商誉资产也应按比例计提减值,从而影响年末减值测试的基数金额。在这种情况下,每年末做商誉减值测试的基础就不止再简单的是合并报表中的商誉科目金额,而是要先剔除掉对应比例的长期股权投资减值,剔除后的商誉金额才需要再做进一步的减值测试。然而我国现行准则中对于长期股权投资减值和商誉减值是分开进行会计处理的,缺乏对两者之间存在的勾稽关系的考量。

#### 4.2.3 协同效应减弱与商誉非消耗性本质的矛盾性

商誉的本质是通过衡量被并购公司预期收益盈利能力和合并协同效应形成的,其中包含着多层次的价值。第一层就是持续经营价值。对于收购方来说,具备持续经营盈利能力且当前现金流较为充足的企业一定是企业收购的首选目标,如果能够成功地收购这一类企业,就有利于在行业中先一步占据竞争优势地位,抓住机遇节约资金时间成本,而且收购方也很乐意以高于企业资产公允价值总额的价格顺利完成收购。第二层就是被购方自创商誉的价值。第三层就是协同效应的价值。并购的动机有很多种,但是增强协同效应是最为核心的动机,这种效应在收购完成后的未来很长一段时期内都能够帮助企业降本增效。除此之外还有一层就是其他溢价部分。这一部分价值就是除去内部因素的影响之外,由于市场环境、行业竞争压力等外部因素的多重作用,导致收购价格溢出,相对容易理解。例如,为了促使收购顺利进行所必须要支付的会计、审计、咨询费用等,这些都包括在了合并费用当中,但是从性质上来看并不具备商誉的特征。

对于合并协同效应价值来说，它并不是在并购行为结束后就永续存在的，它会随着时间的增长，或是由于合并后两家公司的整合不佳、经营状况不理想等因素而逐渐减弱，存在消耗性。并且诸如会计审计费用等相关费用因不符合商誉的本质，则可将其视为普通费用，也就是一项消耗性资产。那么如果单用减值测试法就不能体现出这种协同效应逐渐减弱的特征，可是与之相矛盾的是商誉本身就是一项非消耗性资产。因此，这种并购商誉中存在的多种协同效应逐渐减弱的特征就与商誉非消耗性资产本身之间存在矛盾性。

从众泰汽车（金马股份）并购永康众泰汽车后的整合经营情况来看，2019年度报告显示，公司出现了重大亏损，销售收入仅为上一年的1/5，298,584.71万元，净利润为-1,119,132.51万元，同比更是下降了1498.98%，基本每股收益只有-5.52元。对于大幅亏损现象，众泰汽车（金马股份）解释称是由于宏观经济趋势的影响，导致行业内竞争激烈程度加剧，再综合汽车业整体销售行情下滑等因素迫使公司运营资金短缺，无法维持正常的生产经营销售，在多种困境下公司的汽车销量无法达到预期水平，销量的下降必然致使销售收入大幅下降而营业成本相对上升，以至于公司出现了重大亏损。

众泰汽车（金马股份）2018年和2019年的汽车生产量和销量如下图4.4所示：

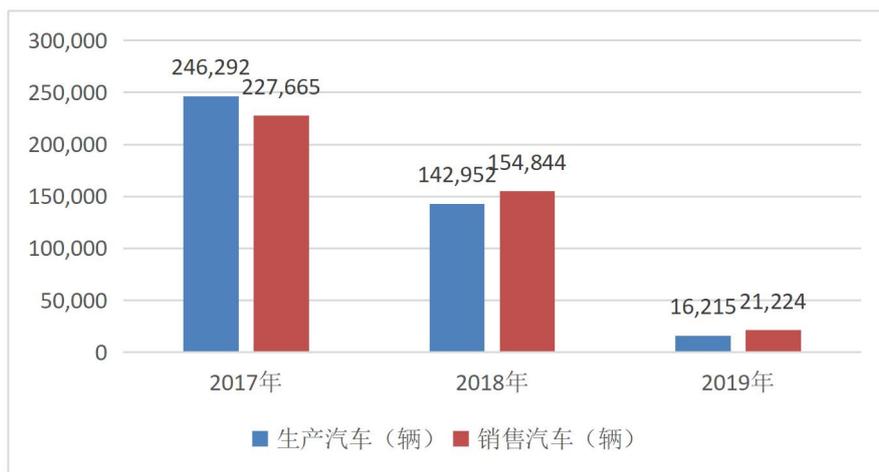


图 4.4 众泰汽车（金马股份）2018-2019 年汽车生产量与销量

由上图 4.4 可知，众泰汽车（金马股份）在 2017 年汽车产量达 246292 辆，

销量为 227665 辆；2018 年出现了明显的下降，产量达 142952 辆，销量为 154844 辆；2019 年更加不尽人意，产量总共只有 16215 辆，销量也只有 21224 辆，产销量还不及 2017 年的 1/10。从柱状图中可以明显看出，2017 年至 2019 年生产和销售数量都呈直线急剧下滑状态，下滑了近 93%。这种急剧下滑的情况应该不只是短期内外部因素所能够导致的结果，所以针对这份年报天职国际会计师事务所发表了无法表示意见，2020 年深交所还决定对其发布退市风险预警。

由此可见，签订业绩承诺并没有较大的保证意义，尽管承诺要完成的业绩非常可观，众泰汽车（金马股份）也对此次并购所产生的协同效应非常认可。但实际经营情况确实展现出了这份协同效应并没有持续存在，会出现由并购双方公司后期整合经营不佳等因素而逐渐减弱的特征，具有消耗性。并且如果只等待每年末做减值测试来计提商誉减值准备的话，最终可能有一年会因为企业经营亏损而突然大幅度地计提减值准备，以此给企业净利润带来较大冲击。

## 5 完善商誉确认与计量的相关建议

### 5.1 完善相关准则制定

#### 5.1.1 完善资产评估运用准则

我国规定的公司资产价值评估法有三种：市场法、收益法、资产基础法。具体使用哪种方法进行评估要结合被评估公司当前的实际情况来选择。采用比较多的是收益法，因为收益法普遍能较为合理地表示企业的资产价值，但是也同时具有局限性，就是要对工作人员的评估能力和专业素质设有很高的要求，要对各项重要的指标做出正确、合理的评价。比如对公司的预期收入、费用、毛利率的评估和对预计增长率的选择等，都要以过硬的专业知识加以支撑，否则评估结果就会充满不确定性，无法给收购公司带来准确的收购情况。但是一般而言，评估人员对标的公司的经营情况都比较乐观，通常会多考量公司的优势，而容易忽略其中潜在的风险。而且预测都是以持续经营假设为前提条件的，这也会导致评估人员对公司所处的生命周期状态缺乏考量。所以当评估者不具备较高的专业能力或丰富的评估经验时，收益法下的结果就会带有极大的不稳定性，通常会高出合理范围很多。此次众泰汽车（金马股份）的并购溢价率达到了400%，在整体并购市场中都算作是一个巨额数值。

因此准则中应对并购对象的选择，以及评估机构开展资产评估的全部过程都要做出详细规定。首先，要对被并购公司的资金流资产等经营情况进行详尽的调查。以永康众泰汽车为代表的汽车制造业具有较强的周期性特征，并且近年来，我国政府越来越注重新能源汽车的发展，行业内的公司都在积极探寻优化技术生产线升级的新方向，这对于评估难度提出了一定的挑战；其次，虽然评估是以持续性经营假设为前提的，但是在具体评估时还是要对公司的经营持续性持有保留态度，不能过分的乐观。企业在并购之前，必须对其自身的财务、外部的市场环境等都进行全面的分析，对其今后的成长性进行审慎的判断，而不能只凭当前一期的表现就对公司整体的获利能力做出评判。再者，还要对当中潜在的各种风险进行量化，这利于收购公司提前制定风险应对方案，争取将风险发生的可能性降至最低。

### 5.1.2 完善可辨认净资产确认准则

企业准则中主要以是否具有可辨认性为标准区分商誉和无形资产，但是可辨认性这一标准本身在实务处理时就很难准确掌握，以至于相关人员经常无法对两者做到准确的划分，所以学术界也积极推进研究，探寻一种更为简明可行的划分标准。

因此，相关部门应当尽早修正准则的制定。首先，可以基于原有准则规范无形资产确认条件，对于目前部分定义模糊的内容做清晰化修改，对此能让部分有无形资产属性的表外资产，也可以在报表中体现出来。其次，准则还需对无形资产到底该进行资本化处理还是费用化处理的标准做出进一步的明确区分，该项措施一方面对无形资产的确认能够起到规范化的作用，另一方面也会促使可辨认净资产的公允价值得到准确计量，从而使商誉的确认过程更加明晰，以压缩商誉确认金额的上限空间，预防未来发生毫无预兆的大额减值的风险。例如本文研究的汽车制造行业是以研发水平技术创新能力等为核心竞争优势的，无形资产也在净资产中占据较高比例，那么对于这类行业来说，无形资产能否得到准确的计量就尤为重要。因此相关部门只有制定更明确的区分标准，才能使得在实务中商誉的确认得到更加准确的判断。

### 5.1.3 完善商誉减值信息披露准则

首先，在我国目前应用的会计准则中，没有明确的商誉信息披露格式要求，多数企业对此披露的语句中都包含类似于“比例重大”等标准模糊性的词语，而且对可能存在的问题都是简单带过。还有许多企业在商誉减值相关信息方面存在披露不完全或是甚至选择不披露的现象发生。本文案例公司众泰汽车(金马股份)也存在类似的问题，没有披露出现商誉减值和不计提减值准备的原因。面对这类问题，首先，准则应当明确信息披露标准，要求企业对折现率、预期可收回金额、资产组等信息在年报中做到详细的文字披露表述。其次，要对并购时所签订的业绩承诺信息和后期业绩完成情况对商誉的影响等都一并披露，同时当业绩完成情况可能不达承诺的相关风险也要做到一一列示说明，要带给企业的投资者和利益相关者必要的风险提示。再者，准则中也应当明确规定出现减值迹象的情况，当

发生减值迹象时企业就要计提相应减值准备,若不计提则要详细合理地说明原因。

其次,根据会计准则,企业只需要在年报中披露相关商誉减值信息即可。一方面,经常有很多企业在年初就已经出现了商誉减值迹象,虽然可能通过后期的经营管理在年末时使得减值迹象消失,但还是建议在年报中要对商誉减值迹象的出现消失过程都做到详细的披露,强化减值信息披露的完整性,让管理者和投资者等利益相关者能够从书面上直观看到企业经营管理的变化信息,增强可靠性。另一方面,减值测试法具有极大的人为操作空间,所以相关部门也应当制定更具规范化的减值方式,压缩人为操控空间的大小,防止出于粉饰报表的目的而少提或不提减值准备,增强真实性。如本案例中的众泰汽车(金马股份),2017年的业绩承诺没有达到要求,原本预期于2018年要做出亏损弥补,结果年初就又出现了业绩持续下滑的商誉减值迹象,但在半年报中却表明商誉不需减值,且在年报中也仅计提了少数减值准备。因此,除在年度终了要对商誉进行减值测试以外,还需要及时积极乐观全面地披露相应减值信息,这样才会提高企业会计信息的准确性。

再者,目前上市公司披露信息时,是将公司的所有内外部利益相关者都看做成了一个统一的信息使用整体,没有考虑不同人员之间对公司披露信息需求方面的差异性。例如,公司的经营管理者注重公司全面的财务状况,投资者注重公司整体的股价波动情况及预期资产收益率的调整,债权人注重公司的现金流管理状况及偿付款能力的强弱,消费者注重公司的日常经营销售情况及发展前景,政府则注重公司缴纳税收的情况等,商誉减值信息的披露也应当与上述不同侧重点产生关联化作用。因此,准则中应当规定公司在披露信息时适当进行多元化考虑,将相关会计处理核算与信息披露相分离,满足不同利益相关人员之间对信息需求和期望的差异性。

## 5.2 设计商誉确认与计量新方案

### 5.2.1 商誉确认采取分层确认的模式

基于对商誉确认中存在的各类问题,其中最核心需要解决的是商誉确认所采用的总计价账户论与其经济本质不一致的问题。商誉从本质上来说是一种不可辨

认的资源，能够给并购企业带来预期的超额盈利能力。但是目前准则中规定的计算方法计算出来的商誉价值中还包含了许多与其经济本质不符的费用。因此，本文认为可以将商誉分为两部分进行确认，按照上文中划分的商誉层次，核心商誉应按超额收益论的直接计量法进行计算，而其他溢价则应按总计价账户论下间接计量法计算出的结果减去核心商誉后的部分予以确认。然后在资产负债表商誉科目下分设“核心商誉”科目和“其他溢价”科目。采取这种确认方案的依据首先就是在按原方式确认的商誉中，除了有体现商誉本质的溢价外，还有很大一部分是因为一些外部因素的影响使得并购出现了超过本身固有价值溢价的溢价。例如，收购所产生的各种成本都包含在合并成本中，但这与商誉的本质无关。其次，超额收益理论下直接计量法计算出的结果能更好地反映商誉的本质。所以本文认为商誉应分为两部分进行确认。

### 5.2.2 商誉计量采取减值测试结合系统摊销的模式

基于商誉后续计量中存在的各种问题，为解决减值测试法下人为主观因素较强和商誉带来的协同效应逐渐减弱与其非消耗性资产特征相矛盾的问题，本文认为，可先将所有商誉价值在每年年末作减值测试进行计量，将减值测试后的其他溢价部分按每年摊销的方式再度进行计量。运用计量模式的依据，首先就是核心商誉部分完全符合商誉资产的内涵定义，而将这部分商誉以每年作减值测试的方式进行后续计量也是符合商誉是一项非消耗性资产的特征。其次对于其他溢价部分来说，很可能是由一些外部因素影响而导致的超出商誉价值本身的溢价，所以要将其看成一种费用库每年还需按直线法进行摊销，摊销期不得低于10年，这样也就符合协同效应逐渐减弱的特征。但是运用超额收益论下的直接计量法存在的不足之处就是计算较为繁琐，并且对被并购方能够取得超额收益的持续时间，以及设定适当的折现率和折现年数等都较难测定。

### 5.2.3 不同方法下对报表的影响

#### 5.2.3.1 减值测试法下对报表的影响

众泰汽车（金马股份）2016-2020年资产负债表和利润表部分指标情况如下

表 5.1 所示：

表 5.1 众泰汽车（金马股份）2016-2020 年相关指标

金额单位：万元

	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
资产总额	411,314.03	3,317,180.83	3,247,910.92	2,043,657.98	958,453.18
资产负债率	47.40%	49.33%	45.88%	68.74%	146.08%
营业收入	169,350.04	2,080,431.70	1,476,443.95	298,584.71	133,817.00
净利润	8,715.06	113,667.74	80,076.49	-1,119,132.51	-1,080,394.47

数据来源：众泰汽车（金马股份）年度报告

如上表 5.1 所示，公司并购后 2017 年资产总额增加 2,905,866.8 万元，涨幅约为 709.4%，营业收入增长了 1,911,081.66 万元，涨幅约为 1128.48%，净利润增长了 104,952.68 万元，涨幅约为 1347.74%。而 2018 年情况出现反转，资产总额和营业收入分别下降约 2.44%和 29.03%，净利润下降 36.34%。2019 年净利润更是下降了 1498.98%。再看资产负债率这一指标，2017 年为 49.33%，当剔除商誉后资产负债率为 61.47%，所以有 10%左右的降低空间是由于并购商誉所导致的，因为商誉资产的出现增加了公司的总体资产规模，改变了资本结构。而当 2019 年公司突然计提了 61.07 亿元的大额商誉减值准备后，资产负债率又由 45.88%上升到了 68.74%，同年共有资产减值 79 亿元，实现净利润-110 亿元，商誉减值损失占净利润比例达到了-55%。2020 年资产负债率更是高达 146.8%，此时公司已不满足可持续经营能力。因此众泰汽车（金马股份）2019 年的亏损有大部分原因是由计提商誉减值损失而造成的。

### 5.2.3.2 减值测试结合系统摊销法下对报表的影响

经济实体理论是我国企业编制合并财务报表的理论原则。企业通过并购对被并购公司形成了控制，商誉价值在个别报表中体现在长期股权投资科目内，然后根据实体理论：将企业集团和所有成员都看成了一个统一的经济实体一视同仁，不区分大股东和小股东。所以，在合并报表编制工作底稿中，要将母公司的长期股权投资与子公司的所有者权益相抵消，由此产生的商誉金额在合并报表中的商誉科目下单独列示反映。商誉的确认计量主要影响的是合并资产负债表和利润表，

因为商誉资产减少的同时还增加了资产减值损失的科目金额,所以综合导致了企业的利润下降。

根据上述运用超额收益论和总计价账户论结合的方法计算确认永康众泰汽车商誉价值的具体过程如下表 5.2 所示:

表 5.2 超额收益论结合总计价账户论下商誉价值的确认

金额单位: 万元

项目	永康众泰汽车公司
净利润①	39,857.60
股东权益②	218,953.86
净资产收益率③=①/②	18.20%
可辨认净资产公允价值④	504,833.46
汽车制造业行业平均净资产收益率⑤	14.19%
超额收益⑥=④*(③-⑤)	20,262.26
折现率⑦	13.00%
核心商誉价值⑧=⑥/⑦	155,863.55
总商誉价值⑨	655,166.54
其他溢价部分⑩=⑨-⑧	499,302.99

数据来源: 根据众泰汽车(金马股份)相关公告总结

按照每年末做减值测试的方法进行计量后,其他溢价部分每年还需按照系统摊销法进行计量,摊销期设置为 10 年。这样其他溢价部分每年应摊销 49,930.3 万元。由于自 2017 年 4 月起众泰汽车(金马股份)才将永康众泰汽车纳入到了合并报表范围,所以 2017 年的摊销额为 49,930.3 万元的 8/12,即 33,286.87 万;2018 年和 2019 年的摊销额则均为 49,930.3 万元。2017 年末公司做商誉减值测试后未计提减值准备,因此本年只计提商誉摊销 33,286.87 万元,核心商誉价值保持 155,863.55 万元不变,其他溢价部分调整为 466,016.12 万元。

从 2018 年年底的商誉减值测试中可以得出,含商誉资产组的预计可收回金额为 1,384,455.7 万元,而摊销后,将其账面价值调整为 1,383,160.55 万元,

此时无需计提减值准备，只需对其他溢价部分进行摊销即可。其他溢价部分摊销额 49,930.3 万元，剩余 416,085.82 万元。

从 2019 年年底的商誉减值测试中可以得出，含商誉资产组的预计可收回金额为 12,454.57 万元，而在 2018 年摊销后，已将其账面价值调整为了 571,949.37 万元，此时应计提减值准备 559,494.8 万元。但现已将商誉全部价值划分为核心商誉部分和其他溢价部分，所以此处也将要计提的减值准备在这两部分之间按比例分摊。2019 年核心商誉部分计提减值 152,469.52 万元，剩余 3,394.03 万元。其他溢价部分计提减值 407,025.28 万元并摊销 49,930.3 万元，剩余 0 万元。2020 年度则将剩余 3,394.03 万元的核心商誉部分全部计提减值完毕。与原减值测试方案下的商誉计提减值准备情况对比如下表 5.3 所示：

表 5.3 商誉计提减值准备金额对比情况

金额单位：万元

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
减值测试法	0.00	31,991.72	610,720.25	12,454.57
减值测试结合系统摊销	33,286.87	49,930.30	568,555.34	3,394.03
差额	33,286.87	17,938.58	-42,164.91	-9,060.54

数据来源：根据众泰汽车（金马股份）年度报告计算

根据调整结果，将众泰汽车（金马股份）2017-2020 年合并利润表调整如下表 5.4 所示：

表 5.4 减值测试结合系统摊销下众泰汽车（金马股份）2017-2020 年合并利润表

金额单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
一、营业总收入	2,080,431.70	1,476,443.95	298,584.71	133,817.00
二、营业总成本	1,977,023.35	1,652,275.74	627,460.85	315,788.04
其中：营业成本	1,689,969.01	1,276,522.80	316,077.73	139,275.22
税金及附加	74,486.94	42,129.77	9,280.96	4,010.15
销售费用	74,812.46	110,228.25	81,625.08	13,186.80
管理费用	88,160.08	70,841.58	108,582.97	107,739.08
研发费用		57,785.73	87,617.93	20,094.43
财务费用	10,862.91	20,422.13	24,276.18	31,482.36
资产减值损失	38,731.95	74,345.48	-755,045.15	-460,430.64
信用减值损失			-45,868.72	-368,598.66
资产处置收益	-22.78	-482.97	2,449.41	4,071.47
投资收益		2,682.18	31.40	-1,354.91
其他收益	289.80	20,142.26	4,608.54	4,402.98
三、营业利润	103,675.37	-153,490.32	-1,122,700.66	-1,003,880.80
加：营业外收入	2,370.41	205,071.49	-378.06	893.97
减：营业外支出	2,064.58	3,123.75	12,870.98	27,989.91
四、利润总额	103,981.20	48,457.42	-1,135,949.70	-1,030,976.74
减：所得税费用	23,600.35	-13,680.49	-58,982.10	40,357.18
五、净利润	80,380.85	62,137.91	-1,076,967.60	-1,071,333.92

数据来源：根据众泰汽车（金马股份）年度报告调整

由于永康众泰汽车自 2017 年起经营业绩就未达到过预期值，2019 年和 2020 年更是因为销量大幅度下降等因素而出现亏损，因此并购商誉也于 2020 年全部注销。但是与原本的计量结果相比，减值测试结合系统摊销下，众泰汽车（金马股份）2019 年和 2020 年的净利润分别由亏损 1,161,297.42 万元和 1,080,394.46 万元下降为 1,076,967.60 万元和 1,071,333.92 万元，亏损波动幅度有所缓减。

### 5.2.3.3 三种计量方法对报表的影响对比分析

根据上述计算结果，再加上我国原会计准则中规定的纯系统摊销法，本节中选择了两个主要的衡量标准：净利润和总资产收益率，以更加直观地看出三种方法对企业经营的利弊影响。

具体对比情况如下表 5.5、图 5.1 以及图 5.2 所示：

表 5.5 众泰汽车（金马股份）2017-2020 年净利润与总资产收益率对比表

金额单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
净利润（减值）	113,667.72	80,076.49	-1,119,132.51	-1,080,394.46
净利润（摊销）	69,989.95	46,551.56	-573,928.91	-1,133,456.54
净利润（减值+摊销）	80,380.85	62,137.91	-1,076,967.60	-1,071,333.92
总资产收益率（减值）	6.08%	2.44%	-42.30%	-71.98%
总资产收益率（摊销）	4.35%	1.91%	-37.12%	-61.32%
总资产收益率（减值+摊销）	4.34%	1.90%	-40.52%	-70.17%

数据来源：根据众泰汽车（金马股份）年度报告计算



图 5.1 众泰汽车（金马股份）2017-2020 年净利润变动对比情况



图 5.2 众泰汽车（金马股份）2017-2020 年总资产收益率变动对比情况

首先，根据表 5.5、图 5.1 和图 5.2 可以看出，这三种计量方法没有对净利润和总资产收益率产生较大的改变，唯一不同点就在于波动程度的大小。对于净利润而言，系统摊销法基本改变了其在 2018 年至 2020 年间的变化趋势，从折线图来看属于连年直线下降的状态，其中 2019 年变化最为明显，为-573,928.91 万元，而减值测试法和减值结合摊销法下则相差不多，分别为-1,119,132.5 万元和-1,076,967.60 万元。还有一点值得注意的是，系统摊销法下 2020 年的净利润金额要比减值测试法下的结果还要低，但是从整体来看净利润的波动程度是最小的。相反减值测试法下的波动程度最大，而减值测试结合系统摊销法的波动程度虽然没有明显改观，但是在这三者间相对居中。所以这种结果既表明了商誉计量对公司净利润的重要性，又表明我国摒弃之前一直所用的系统摊销法计量商誉的正确性，因为系统摊销会使得企业不能真实、精确地体现出净利润的变化情况，以及商誉与总体价值之间的密切联系。

其次，对于总资产收益率而言，三种方法下没有对其有较大程度的改变，影响趋势也基本趋同。但从折现趋势来看与净利润的整体波动情况类似，波动最稳定的是系统摊销法，最不稳定的是减值测试法，由 2017 年的 6.08% 下降为 2020 年的-71.98%，而总体波动水平相对居中的就是减值结合系统摊销的方法。这是因为减值测试法的特殊性在于是否计提减值全部依据的是减值迹象和测试结果，否则商誉的账面价值将始终保持不变。这样的弊端也显而易见，就是会导致相关人员人为主观判断的空间加大，通过操作可以使得企业不按实际情况计提商誉减

值，削弱了财务信息的可靠性。

因此综上分析，相比之下，无论对于净利润还是总资产收益率而言，减值结合系统摊销的方法都是最为可取的一种计量方法。虽然在微观上会损失一定的企业前期经营利润，但从宏观上来说对资本市场中所有企业的整体阶段都会产生积极的影响。尤其在众泰汽车（金马股份）的商誉出现爆雷的2019年，净利润由2018年的62,137.91万元下降为了-1,076,967.60万元，总资产收益率也由2018年的1.90%下降为了-40.52%。而且这种方法还结合了纯减值和纯摊销法的优势，弱化了两者的劣势。当计提摊销后公司净利润如果远低于预期值，就可以合理地判断出现了商誉减值迹象，有利于企业管理者及时根据财务信息做出相应的战略调整方案，同时也可以减轻减值测试中人为主观判断的影响。另外，核心商誉和其他溢价部分的分部确认也可以让投资者和其他利益相关者从报表中对公司的资产具体情况有更为清晰的认知，由此较为真实可靠的反映企业盈利能力的变化情况。

## 5.3 加强并购监管

尽管在企业的日常生产和运营当中，商誉都是始终存在的，但是账面价值只有通过并购活动才能体现出来，因此相关部门对并购整体过程的监管就显得尤为重要。企业的并购动机、并购成本的确定、并购完成后的整合等都会影响到商誉的确认与计量，监管部门对全部过程就一定要做到严谨地监督，才会对避免行业市场发生不规则的动荡、防范高溢价并购商誉现象的发生、保护企业众多利益相关者等方面都产生积极的作用。

### 5.3.1 加强对并购审批程序的监管

随着国家政策对新兴行业等以技术创新为重的行业的大力支持，在这些行业中的企业逐渐成为了并购活动的热门首选，许多公司都愿意为并购付出较高的价格。那么作为监管机构就一定要对这种高溢价率的并购行为加大审查力度，保障资本市场的良好运行，不能任其在资本市场中盛行，否则长期下去只会引发更多企业的效仿，从而扰乱市场秩序。

因此，首先，要加强监管并购前的信息披露，尤其是被并购企业企业价值的

评估信息的监管。通过前文分析可知评估企业价值通常采用的是收益法，而收益法自身的弊端就是会导致高额溢价的产生，所以加强对评估过程的监管就可以在在一定程度上有效预防超出合理范围内的高溢价并购行为的发生。

其次，要加强现场检查力度。尤其是对于以超出合理范围并购溢价率完成收购的企业，相关监管机构一定要协同评估机构实施实地检查行为，对企业的大额固定资产等都要做好线下调研工作。

再者，要加强对附有业绩承诺的并购行为的监管。相关监管机构要对并购双方企业之间签订的业绩承诺书和签订过程做到详细监督，要核查是否有违规承诺等情况的出现，还要对承诺金额的合理性做出分析。尤其是做出了非常可观的业绩承诺的企业，要持续关注其后续是否存在大股东相继减持的行为，如果出现了这种行为，就有理由怀疑当初高额业绩承诺释放出的市场信号损害了中小投资者的利益。最后进行综合分析是否能达到合法审批通过的标准。同时对于并购活动中任一环节出现的违法违规情形都要做到严肃处理。

### 5.3.2 加强对并购企业的监管

除对整体并购过程要实施严密监督之外，并购完成后企业的后续行为也要得到进一步的监管。有很多企业在并购时都由于态度过于积极乐观，而没有对被并购企业存在的潜在风险做到过多关注，这在很大程度上就会提高巨额商誉产生的可能性，从而美化并购后的企业报表，且这些企业还会想尽办法在商誉计量时也作过多操纵来维持数据。

为解决以上问题，首先，监管部门要审查合并成本金额是否处于合理的区间范围之内。其次，还要对商誉的计量全过程做到严密的监督，严格审查企业披露的减值信息是否符合准则规定的要求，以及其中是否存在人为操作的可能性。通过多环节的层层严密监督，就可以预防多种违法违规行为的出现，以此稳定资本市场秩序。

## 6 结论与展望

### 6.1 研究结论

随着近几十年并购热潮的涌来,许多企业都为开拓市场进行多元化发展而积极地实施并购交易行为,因而商誉引发的一系列问题也逐渐频繁地出现在资本市场中,负面影响较大。本文介绍了基于众泰汽车(金马股份)并购永康众泰汽车时确认的大额商誉,而且在收购之后又发生了大量商誉减值情况导致公司出现亏损的这一案例。结合我国目前准则中对商誉的相关规定,同时辅以相关数据资料,将减值计量方法与系统摊销方法相结合模拟了新商誉的计量方法,通过对几种计量结果的对比分析,研究实务中企业出现大规模计提商誉减值的原因,最后针对这些原因提出具有建设性意义的建议。

大规模计提商誉减值的原因主要有两个:一是在进行收购的过程中,由于对被并企业往往持有过于积极乐观的态度,而导致合并成本确认过高。同时又由于在使用收益法的过程中存在着许多不合理的情况,而使可辨认净资产的公允价值也得不到准确的计量,综合导致商誉被高估。二是在并购完成后对商誉的计量过程中,减值测试法由于存在很多的人为性因素而导致计量结果缺乏客观准确性,以及并购商誉协同效应的减弱与其非消耗性本质的矛盾性等原因,导致财务报表不能真实地反映企业的商誉价值和经营情况。于是针对这两个方面,本文提出了如下三点建议:

(1) 完善相关准则的制定。一是要规范资产评估方法的选择,在选择收益法评估时,要加强对被并购企业潜在风险的量化,秉持着严密谨慎的态度;二是要完善对可辨认净资产的确认,相关部门要尽快制定出更为明晰的资产可辨认性确定标准,合理划分无形资产和商誉的范围。三是要规范商誉减值信息的披露,要求企业年报中对商誉确认计量的全过程做出详细披露,提高企业会计信息的准确性。

(2) 设计商誉确认于计量新方案。一是对商誉确认采取分层确认的模式,分为核心商誉和其他溢价两部分确认。二是对商誉计量采取减值测试结合系统摊销的模式,即对核心商誉部分每年进行减值测试,对其他溢价部分按既定年限直线摊销,这样可以有效结合二者的优势,同时弱化缺陷。

(3) 加强对并购活动的监管。一是要加强对并购审批程序的监管，对于并购活动中任一环节中出现的违法违规情形，都要做到严肃处理以儆效尤。二是要加强对并购企业的监管，要对其中商誉的确认和计量全过程做到严密监督，预防违法违规行为的出现，确保资本市场的稳定运行。

## 6.2 研究展望

由于本文只研究了汽车制造业中的一个案例公司，虽然案例中出现的问题在市场中具有普遍性，但还是缺乏多案例的共性特征，并且能够获取到的相关数据也仅限于案例公司公开披露出来的部分，资料有限。而且本人作为在校生没有一定的工作经验，还没有形成一个全面看待分析问题的视角，独立思考层面较浅，创新能力有限。因此，本文的结论和建议仍需进行深入的探讨与论证。

后期，本人会持续关注国内外关于商誉确认与计量相关准则的变化情况和案例公司的年报披露情况，对其经营状况、财务状况等都再做进一步的分析。同时对市场中出现类似问题的企业也要保持一定的关注度，分析不同企业下同类问题之间的差异程度，以为本文的研究成果提供支持。如果分析得出不同的结论，也能为本文的研究做出进一步的修改和完善。最后希望通过努力能够为推进商誉确认与计量相关理论的研究做出贡献，并为上市公司在宏微观环境下的持续性发展提供具有建设性意义的经营管理建议。

## 参考文献

- [1] Nelson,Robert H.The Momentum Theory of Goodwill[J].The Accounting Review,1953,(10):491-499
- [2] Miller,Malcolm C.Goodwill-an Aggregation Issue[J].The Accounting Review,1973,(4):280-291
- [3] Eldon S.Hendriksen. 会计理论[M].王澹如,陈今池编译.上海:立信会计出版社,1987
- [4] Ma Ronald,Roger Hopkins.Goodwill: an Example of Puzzle-solving in Accounting[J]. Abacus,1988,24(1): 75-85
- [5] Jennings,R.,Robinson,J.,Thompson,R.,&Duvall,L.,The relation between accounting goodwill numbers and equity values[J].Journal or Business Finance Accounting,1993,23(4):513-533
- [6] Choi,W.,Kwon,S.,&Lobo,G.,Market valuation of intangible assets[J].Journal of Business Research,2000,49(1):35-45
- [7] Hayn,C.,&Hughes P.,Leading indicators of goodwill impairment[J].Journal of Accounting,Auditing and Finance,2006,21:223-265
- [8] 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
- [9] Chalmers K,Clinch G,Godfrey J M,et al. Intangible Assets,IFRS,and Analysts' Earnings Forecast[J]. Accounting & Finance, 2010,52(3):691-721
- [10]Li,Z.,Shroff,R.,Venkataraman,R.,&Zhang,I.,Causes and consequences of goodwill impairment losses[J].Review of Accounting Studies,2011,16:745-778
- [11]杨汝梅.无形资产论[M].中国财经出版社,1936
- [12]葛家澍.关于财务会计几个基本概念的思考-兼论商誉与衍生金融工具的确认与计量[J].财会通讯,2000,(1):3-12
- [13]常华兵.对商誉本质理论研究的质疑与思考[J].河北经贸大学学

- 报,2004,25(2):77-81
- [14]黄世忠,陈箭深,张象至,王肖健.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
- [15]董必荣.试论企业核心能力与商誉的关系[J].北京工商大学学报,2006,18(5):21-26
- [16]汤湘希.我国无形资产会计研究的回眸与展望[J].会计之友,2010,(18):4-13
- [17]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,(9):11-16
- [18]郑海英,刘正阳,冯卫东.并购商誉能提升公司业绩吗——来自A股上市公司的经验数据[J].会计研究,2014,(3):11-17
- [19]吴虹雁,刘强.商誉减值会计经济后果分析[J].现代财经—天津财经大学学报,2014,(9):53-65
- [20]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
- [21]冯卫东,郑海英.企业并购商誉计量与披露问题研究[J].财政研究,2016,(8):29-32
- [22]祝利芳.长期股权投资减值对商誉处理的影响[J].财会月刊,2016,(28):45-47
- [23]张庚.中国上市公司商誉后续计量研究[D].北京:中国财政科学研究院,2017
- [24]冯科,杨威.并购商誉能提升公司价值吗?——基于会计业绩和市场业绩双重视角的经验证据[J].北京工商大学学报,2018,33(3):20-32
- [25]黄蔚,汤湘希.商誉后续计量方法改进是否应该重新考虑引入摊销?——基于合并商誉本质的实证分析[J].经济问题探索,2018,(8):39-49
- [26]李丹蒙,叶建芳,卢思绮,曾森.管理层过度自信、产权性质与并购商誉[J].会计研究,2018,(10):50-57
- [27]杨威,宋敏,冯科.并购商誉、投资者过度反应与股价泡沫及崩盘[J].中国工业经济,2018,(6):156-171
- [28]傅宏宇,崔婧,杜凯.合并商誉计量的理论冲突与经济后果[J].财会月刊,2019,(3):62-72
- [29]王韬.上市公司合并商誉及其减值计量问题研究[D].河北:河北经贸大学,2019
- [30]苏新龙,陈雨萌.现行会计准则下的商誉会计问题探析[J].财务与会计,2019,(8):48-50

- [31] 王志伟,胡佳倩.“商誉”的概念与计量研究——模型与分析[J].会计之友,2019,(4):6-11
- [32] 刘秀华,张伟.商誉减值在个别报表和合并报表中的列示[J].会计之友,2019,(19):62-65
- [33] 尹美群,吴博.业绩补偿承诺对信息不对称的缓解效应——来自中小板与创业板的经验研究[J].中央财经大学学报,2019,(10):53-67
- [34] 翟进步,李嘉辉,顾桢.并购重组业绩承诺推高资产估值了吗[J].会计研究,2019,(6):35-42
- [35] 王春丽,褚志姣.商誉减值对公司绩效的影响研究[J].中国注册会计师,2020,(1):40-44+3
- [36] 许金叶.并购行为中的商誉相关会计处理问题探讨[J].财务与会计,2020,(5):37-40
- [37] 谢纪刚,张秋生.上市公司并购的价值构成与商誉减值会计新模式——兼论《企业合并:披露、商誉与减值(讨论稿)》[J].会计研究,2020,(12):18-28
- [38] 徐丹琦.非同一控制下企业合并商誉分层确认与计量探析[J].财务与会计,2020,(20):55-60
- [39] 张海晴,文雯,宋建波.并购业绩补偿承诺与商誉减值研究[J].证券市场导报,2020,(9):44-54+77
- [40] 王成方,盘颀.并购商誉的确认与计量——基于新三板公司的案例分析[J].中国注册会计师,2020,(4):119-121
- [41] 杨晟毅.商誉减值决策与减值后市场反应[J].同济大学学报,2021,49(11):1621-1626
- [42] 耿建新,丁含.资产评估机构对商誉泡沫的影响及机制研究[J].管理学报,2021,18(11):1730-1738
- [43] 朱杰.并购商誉减值与审计师风险应对[J].中央财经大学学报,2021,(6):50-63
- [44] 包秀芬,谢源.企业大规模商誉减值:经济下滑还是财务“大洗澡”[J].财会通讯,2021,(14):72-75
- [45] 许静静,王宽亮.商誉、信息不对称与企业避税[J].证券市场导报,2021,(9):60-69
- [46] 王艳,李涛,王得力,刘昆.商誉“暴雷”是否夸大其实?——基于“优质公司”

- 的视角[J].会计研究,2021,(11):44-59
- [47]张俊瑞,苏洋.商誉后续计量的混合模式探索[J].西安交通大学学报,2021,41(6):36-44
- [48]高欣.非同一控制视角下并购商誉与股价崩盘风险研究——基于过度自信视角[J].财会通讯,2021,(20):80-84
- [49]原红旗,高翀,施海娜.企业并购中的业绩承诺和商誉减值[J].会计研究,2021,(4):60-77
- [50]朱和平,马妍.管理者过度自信对商誉减值的影响[J].统计与决策,2021,37(18):175-179
- [51]常利民.商誉减值与公司业绩预告行为[J].证券市场导报,2022,(1):62-71
- [52]刘新仕,刘玉泽.商誉减值测试问题探讨[J].财会月刊,2022,(2):74-78
- [53]张新民,卿琛.商誉价值隐藏、内部控制与股价崩盘风险——来自我国 A 股上市公司的经验证据[J].吉林大学社会科学学报,2022,62(2):82-95+236-237

## 后 记

2015年9月，刚踏进兰州财经大学校门的时候，18岁的我，懵懵懂懂，虽然对未来抱有无尽的幻想，却不知道会在这里学习到什么，收获到什么。而4年本科和3年研究生过去，我知道这里就是我青春开始的地方，曾经种下的那一颗懵懵懂懂的种子，现已生根发芽，茁壮成长。一路上，有导师邢铭强副教授在学业和人生上给予我的谆谆教诲，还有师兄师姐们的真心帮助，更有舍友赵晓菲、魏玉博和王悦、及同学们之间共同建立起的深厚情谊。正是这些记录着一段段回忆的碎片，组建成了这片充满浪漫气息和多姿色彩的校园，让我们能够一起经历困难挫折，一起信守成长。

兰州财经大学就是我的初生，也是我人生旅途中最难以忘怀的一抹记忆，因为它承载着我最美好的青春年华。毕业后，我们都将以这里作为新的起点，张开翅膀，奋力飞翔。

最后，一路顺风，我们珍重，再见！