

商誉会计框架体系的经济学范式批判和重构

杨雄胜 周晓宇

[摘要] 巨额商誉减值的乱象一直是资本市场的一大顽疾,商誉会计的自省和重塑箭在弦上,刻不容缓。以马克思主义的簿记理论作为评判标准,商誉会计实务表现为“过程的失控”和“观念的偏离”两大职能失位,其背后以自由主义为核心的经济理论范式已不再适用且亟待更新。相较而言,制度主义的诸多观点更符合“商誉”存在的本质要求,依此提出的“预期资产组”或成为商誉会计新框架和体系的突破口。

[关键词] 商誉会计;经济学批判;制度主义;预期资产组

长期以来,巨额减值事故频发的商誉账户俨然已是高悬在资本市场的“达摩克利斯之剑”,这与其作为资产的本质属性全然不符,屡遭诟病的实务表现让人不禁发问:构建商誉会计框架和体系的经济逻辑是否还能提供有效指导?面对“商誉”这个世纪难题,本文希望透过外层的表象,挖掘根植于商誉会计内部的理论源头,重点关注和考察相关的经济学范式,且选取权威经典观点为方法论基础,按照“提出—分析—解决”的问题逻辑展开论述:第一,以马克思的簿记理论作为评判标准,发掘商誉问题的症结;第二,剖析自由主义经济范式指导商誉会计的内在矛盾;第三,借鉴制度主义经济学的观点,以期修补和重塑商誉会计的概念框架和计量体系。

一、商誉的资本乱象缘起何因,而又归向何处?——马克思主义视域中的反思

不知从何时起,“商誉”成为令人谈之色变的会计科目,这个褒义词逐渐沦为泡沫、暴雷、崩盘等贬义词的前缀,占据各个财经舆情标题的显眼之位。“泡沫”是资产价值脱实就虚的譬喻,且暗含祸根已埋、积蓄已久之意;“暴雷”是泡沫破灭的具体事故,即资产内部的会计账面和经济实值矛盾激化,表现为短期内大幅的市值跳水、虚值蒸发;“崩盘”则是暴雷的连锁反应或羊群效应,造成规模化或群体化的负面影响。“泡沫—暴雷—崩盘”高度总结和再现了“商誉”这一资产事项在既定会计准则下市场表现恶化的全过程,这反映出商誉会计的职能失位。

(一)《资本论》的簿记理论和商誉会计的职能失位

马克思在《资本论》第二卷中针对会计(原文为“簿记”)的职能定位做出如此描述:“过程越是按

杨雄胜,会计学博士,南京大学会计与财务研究院院长、教授、博士生导师(南京 210093);周晓宇,通讯作者,南京大学会计学系博士研究生(南京 210093)。

照社会的规模进行,越是失去纯粹个人的性质,作为对生产过程的监督和观念上的总括的簿记就越必要”。^①“过程的监督”和“观念的总括”是马克思赋予会计的两个对立统一的职能,商誉会计的实务现状显然未能达到这两项基本标准,反而显现出相反的态度。

第一,过程的失控。按照马克思主义的分析框架,会计所要监督的过程是“生产的活动,特别是价值增值的运动”,生产的积聚达到社会的规模就会形成通用的共性,而“纯粹个人”的生产单元仍然保留着多元的个性,过程的监督即是要在共性框架内描述和规范个体行为。所谓共性是会计准则的监督条例,个性是会计实务的监督对象,而会计监督的标准是“处在过程的价值”是否在资本循环和生产活动中转移并增殖。^②换言之,会计负有监督转移价值是否持续增值的义务,就商誉而言,并购交易的发生是价值的转移,之后才是落到持续生产与管理的价值增值。现如今,并购交易发生时的初始会计处理表现出准则对高溢价的零约束与不作为,转移价值的真实性令人存疑;高溢价划定的原始账面成为后续会计处理可减值范围的上限,也给予了管理层自由操纵盈余的巨大权限,价值增值过程的监督效力大打折扣。所以到最后的实际结果,泡沫的存在表明了“商誉”账户所计早已远远背离了资产的真实价值,表现为“会计账面的价值失真”;准则允许计提的巨额减值成为“商誉暴雷”的突发性标志,表现为“会计准则的约束失效”;再扩散到社会的规模,上市公司财报披露的商誉信息普遍无法保证有效的反映性和控制力,进而造成市场秩序涣散、金融维稳受阻,表现为“会计秩序的市场失灵”。上述“三失”即可概括为商誉会计“过程的失控”。

第二,观念的偏离。《资本论》原文对“观念上的总括”的近似释义应是“获得了反映在观念中的象征形象”,此“象征形象”是以静态的商品(即“价值的承担者”)作为物质性起点,具象为“物品的名字”。生产和流通领域的经济活动促成了商品的运动,相伴而行的还有循环的资本和过程的价值,而此二者进化为“计算货币的形态”,最终存入商品生产者的头脑中的“观念”。商品的物质基础为起,价值的货币形态作结,以此推断观念总括的象征形象具有二元性:一是具象化的实物总括,即马克思所述的“物品的名字”和会计实务中的科目名称;二是形象化的货币总括,即马克思所述的“计算的形态”和会计实务中的账户金额,两者是对立统一的辩证关系,它们的统一体即是“包括商品定价或计价(估价)在内的簿记”,以此完成起止之间整个过程的“确定和监督”。^③然而,现行实务中“商誉”的概念表述和计量方法是不统一的,不符合人们一贯的认知观念。自古以来,“商誉”的“誉”字往往被赋予了积极的语意:《说文解字》的“第三上言”如此论道:“誉,称也”,即称许之情、赞美之意,而中文语境的“商誉”应是从商之人视若珍宝、顾之如命的立德之本、存亡之道。^④英文语境“Goodwill”亦是此意,杨汝梅先生曾解释成“良好或亲善意志之谓”。^⑤不难看出,“商誉”一词饱含人类赋予的美好初心,这与如今的负面评价格格不入。现阶段,商誉的核算是以合并成本大于被收购方净资产公允价值份额的差值为准,其经济含义只是“合并价差”的囊括,而非“商誉”观念的总括。这是商誉科目所表述的经济概念和所奉行的核算方法之间的深层矛盾,即实物总括和货币总括的统一性丢失,最终表现为“观念的偏离”又一职能失位。

(二) 从“生产”的观点中看商誉相关资产组的人、财、物

承接上文再述,实物和货币总括的内部矛盾造成了商誉观念的偏离,这一“二元性”会进一步延

^①[德]马克思:《资本论》(第2卷),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2008年,第151—152页。

^②[德]马克思:《资本论》(第2卷),第151—152页。

^③[德]马克思:《资本论》(第2卷),第151—152页。

^④许慎:《说文解字》,北京:中华书局,2013年,第48页。

^⑤杨汝梅:《无形资产论》,施仁夫译,上海:立信会计出版社,2009年,第15页。

伸到生产过程(即实物运动)和流通过程(即货币运动)之间的脱节,从而表现为“过程的失控”。总之,会计应是一门兼顾实物和货币的商业语言,而泡沫经济在商誉问题上的猖獗恰恰悖于此:货币的量度孤立地存在于精神的观念之中,没有承载价值的实物作为物质的依托。充分强调围绕“生产”展开的物质性基础是马克思主义政治经济学的一大特色,而作为生产过程的演绎出发点,“商品”的价值是凝结在内的“无差别的人类劳动”,人类劳动的实物载体是“人”和“物”的有机组合,它们承载且推动着“财”(即价值的货币形式)的循环流动。^①以此类推,商誉的物质性基础也应是“人”和“物”,杨汝梅先生曾将商誉的形成归结为“思想上人对物作一种有利之判断或选择,包括对人之友谊,对物之亲善,或一切由于有利判断或选择而养成之习惯”,且“充满于一切人事之关系中”。^②友谊、亲善和有利习惯都表明商誉是起源于以“人”为核心的积极情绪,而所谓“一切人事关系”既包括人和物的自然关系,也包括人和人的社会关系,此二者构成了生产关系的总和。总之,商誉会计的实物总括应是满足空间的主体限定和善意的主观约束的生产关系集合,而商誉会计应是反映此类生产关系、维护相应经济秩序的制度框架,其货币总括也应是与之相配的价值度量方法。

总的来说,商誉会计实物和货币总括的统一是以人、财、物这些生产要素的有机组合为前提,从而才能将通过并购交易所形成的、充分体现“善意”的生产关系集合反映出来。换言之,能够真正兑现商誉价值的关键在于生产要素的新组合,因为单一的生产要素并不具备使得未来现金超额流入的特性,人、财、物的共同作用才能构成了价值创造的新路径。就企业而言,运营和管理的本质就是生产要素的拆解和整合,而并购交易提供了补充新生产要素且同时与原生产要素再组合的机会,由此产生应当支付的溢价也是并购交易决策的机会成本补偿,又因为这笔支出受益于后续各期,所以才计入“商誉”这一资产项。由此可见,商誉资产的确认离不开生产要素的新组合形成,而现行会计准则的“资产组”概念和“人、财、物等生产要素的组合”的描述基本等同,它被视作商誉会计的基本单元,也理应是改善商誉会计实务、提高信息披露质量的关键一环,但从准则制度和实务操作来看,“资产组”并没有充分发挥出应有的作用,笔者列举了三个值得讨论的问题点。第一,资产组的划分停留在财务结果的创现独立,忽视了价值路径的决定因素。《企业会计准则第8号——资产减值》(以下简称“CAS8”)将资产组界定在现金流入的最终表现,这在很大程度上借鉴了《国际财务报告准则——第5号》(简称“IFRS5”)的“现金产出单元”(Cash Generating Unit)。从具体的实务角度出发,用以区分资产组之间的现金流动差异基本通过业务或地区的分类来体现,并不能充分反映生产要素再组合的变动之处,即没有披露促成商誉的关键信息。第二,资产组的分摊方法没有考虑协同效应的预期实现过程。“协同价值观”是我国商誉相关资产组认定的理论基石,CAS8强调商誉相关资产组“能够从企业合并的协同效应中受益”,但在实务中只是停留在判定层面,并没有上升到披露层面。具体表现在:CAS8第二十四条要求在进行商誉减值测试以前,针对已有账面价值进行分摊,但是分摊方法选择了“一贯的、合理的方法”这种含糊其辞的折中之词,并没有和协同的预期路径直接联动,内核的信息质量明显披露不足、约束不够。第三,资产组在商誉会计核算全过程中是一个被动的角色,而不是处在一个主动的地位。CAS8要求商誉分摊至资产组的计量时点是购买日,这只是在商誉账面价值已经敲定之后给潜在的减值做“嫁衣”,并没有对并购决策的估计或规划发挥出规避恶性、引导理性的作用。综上所述,资产组在目前的财会框架中只是“货币的商誉”的流通载体,并非“实物的商誉”的生产载体。以一言而概,就商誉而言,实物和货币的观念矛盾、生产和流通的过程脱节是症结,而相关资产组的重新定位应是出路。当然,这仅是实务呈现的直观表象,指导会计实务的深层原

①[德]马克思:《资本论》(第1卷),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译,北京:人民出版社,2004年,第51页。

②杨汝梅:《无形资产论》,第15页。

理或才是病根所在。

二、商誉计量背后的经济学原理是否适配?——自由主义逻辑中的迷思

现今的会计重点参考了正统经济学的理论模型,多是沿袭了占据主流地位的自由主义假说,“不干预”的思维深刻地影响着会计的理论和实践:本着信奉“存在即合理”的市场哲学,会计理论研究偏重现象的描述、变量的解释,制度和实务也是倾向重反映、轻控制的自由放任。作为子集的商誉会计亦是如此,但是否应是如此?这让人不禁发问。杨汝梅先生曾评述道:“盖经济学中所假定之‘纯粹经济人’及‘完全市场竞争’,与商誉意义内所含之‘习惯’、‘忠心’、‘情感’等词,其性质不相容纳。……盖在经济学中,不过认为经济组织实况和人事关系之变化,太无一定不易之规律性,故为研究便利起见,不得不为相当之假定”。^①由此观之,商誉的内在逻辑本就与目前惯用的经济学知识格格不入,这是否会是造成商誉会计不良现状的理论根源?自由主义经济学的假设能否适配商誉会计?这需要一一重估而再判。

(一) 经济人的理性和文明人的商誉

作为正统经济学的起始假设,经济人的格式化处理将复杂的人性简化成单一的理性,表现为一种强调“最”的极致利己,每一个追求自身利益最大化的个体又促成了自由市场的最优选择。此脸谱化的群象假设为经济学研究制造出一个独立的“真空”,也切割开人和政治、文化等社会领域之间的直接联动,人的动机和行为被圈定在利己主义的经济领地。然而,实际并非如此。经济社会学家弗雷德·布洛克曾指出个人的理性往往取决于环境,而“对个人利益的追求又往往是发生于某种继续存在的关系之下”,他举证说道:“采购代理机构,按尽可能低的价格进货或许似是更为理性的,然而,一个企业,出于与供应商之间结成良好关系的需要,或许表明根本就得实施另一种采购战略也不一定”。^②除了和供应链上游之间的友好互动,与下游的客户关系同样也会表现出一种“非理性”的利他和共赢,而良好的客户关系所带来的口碑和声誉正是“商誉”最原本的形态。当然,这种“继续存在的关系”并不局限于此,而是囊括贯穿企业始终的所有良好关系。同纯粹理性人的利己选择一样,这些良好关系亦源于人的自由选择,一如“Goodwill”的“will”(中译为意志)本就“涵有自由选择之义”,只不过商誉的形成多是起因于非完全经济人的“非理性”选择。^③所谓的非完全经济人是指兼顾政治、文化等社会要素的市场参与者,他们的非理性选择也涵盖了考虑到这些外源因素所形成的意志关系集合,填补了极致利己的机械关系对现实描述的空缺,从而表现为感性的善意思维。由此看来,商誉正是来源于这种感性的自由选择,具体表现为所有良好的人事关系,不同于经济理性所强调的“最”,它强调的是一种“适”。

目前,商誉区别于其他资产(包括有形资产和无形资产)的边界是没有实物形态和不可辨认的,而纵观其他现有的资产科目,所有账户名称都是纯粹经济关系的客观概述,描绘了理性人的机械活动,不掺杂一丝的主观情绪,或是人和物之间的产权关系,例如“存货”“固定资产”等科目;或是人和财之间的金钱关系,例如“货币资金”“交易性金融资产”等科目;抑或是人和人之间的合同关系,例如“应收账款”“预付账款”等科目,只有“商誉”是唯一一个夹杂着个人情感倾向、隐喻着人类价值导向的会计科目。归根结底来看,社会学科的总定位应致力于人类社会的文明进步,经济学自然也不

^①杨汝梅:《无形资产论》,第24页。

^②[美]弗雷德·布洛克:《后工业的可能性:经济学话语批判》,王翼龙译,北京:商务印书馆,2010年,第30—31页。

^③杨汝梅:《无形资产论》,第15页。

例外,经济人的假设为此提供了理性的主线逻辑,协助解释了“看不见的手”这一秩序的运作机理,即个体的谋取私利成全了全体的最大福利,经济利己主义也进化为旨在实现社会福祉的功利主义。然而,人类社会的经济活动不全是纯粹的理性,它还有诸多感性的支线逻辑,由政治、文化等外源因素所左右的意志关系就是例证,而无论主线的“大路”还是支线的“小路”都意指人类文明进步的“罗马”。如此看来,确认商誉资产的初衷应是“理性”账户的补充,用以描述经济模型难以捕捉到的、所有有良好的感性关系形成的潜在优势,这理应是商誉会计的理想定位。往大了说,会计在严格意义上应服务于人类社会文明的经济的发展,而非经济学的逻辑论证。单从学科起源这一点来窥斑见豹。1494年以卢卡·帕乔利为准线的会计学开端远早于1776年以亚当·斯密为准线的经济学开端,这恰恰说明此前会计学就已有存在的理由和奋斗的目标,所以不代表经济学的主流范式能完全适配会计的方方面面,正如商誉的现实表明了单纯当一个观察市场诡谲、任凭野蛮生长的“经济旁观者”是行不通的,会计应是一位在反映中监督、在记录中控制的“文明引路人”。

（二）商誉“交易观”的解构和重建

受利己心的理性驱动,经济人自然形成“不以这广大效用为目标的一种人类倾向”,即交易的倾向,而斯密及其自由主义的拥趸相信,这一倾向会逐步造就利益的分工并实现普遍的富裕。^① 这项结论成立的条件是将微观的交易放进宏观的市场,所谓市场正是由无数个经济人的无数笔交易所组成,由此形成的错综复杂的互惠与牵制关系能促成价格机制发挥出“看不见的手”的有效调控功能。参照现行的会计计量体系,这套“交易”的逻辑起到了潜移默化的影响作用,商誉会计自不例外:一是支持验证的操作可行。除了可定义(即实物总括的要求)和可计量(即货币总括的要求)以外,会计上资产的确认与计量还要考察“可验证”这一关键指标,而验证的可行性在于其计量值能否对应到相配的交易,可以是在生产领域,也可以是在流通领域。很多资产项目就有自制(建)和外购两种取得手段,前者通常采用累加成本的核算方法,而每笔为“达到预定可使用状态”的成本都对应着一项已发生的交易,后者的计价更是源自单笔交易。按道理讲,商誉也应分为自创和并购两种,但正因为其难以辨认的特质,其自创形态下的累计成本也难以找到关系明晰的各笔交易,所以使得会计实务所仅限于并购交易的范畴。二是相信市场的价格理性。目前的会计计量多是直接取材自市场交易的价格信息,或是遵照实际成交的合同价格,或是对标活跃市场的公允报价,商誉会计也依循这种“市场法”的计价思路:初始核算的“割差法”实际是“支付价-评估价”的净额,其中的“支付价”正是以市场上实际发生的并购交易为依据的成交额,而“评估价”则是将各项资产和负债置于市场的场景中模拟交易或参照类似项目所得的公允价。概言之,商誉会计的现行计价方法遵循符合自由市场逻辑的“交易观”,因而暗含两层假设:一是默认并购的交易场景发生在完全理性人之间,且满足价格机制起效的自由市场条件;二是评估企业总价和各项资产单价的误差忽略不计。

然而,这两点假设并未经得起推敲。因为价格机制起效的前提是同质或类似的交易形成足量的市场规模,如此才有足够多的竞价者形成庞大的牵制力,以达到有效的调节作用,市场价格才能趋近理性的价值。但是,商誉的“支付价”并不能满足上述的条件,相较于单项资产的买卖,并购是偶然性很大的“一次性交易”,理由有二:一方面,作为买卖的对象,企业并不具备轻易复制的同质要求,尤其是放在并购交易的场景里。虽说同一行业内也有众多类似实体的存在,但诸如经营体量、管理模式、员工文化这些因“法人”而异的特征恰恰有可能是关乎并购成败的决定性要素。就企业而言,能进行同质化交易且形成市场规模的往往是被分割出售的所有权,例如证券市场上实时交易的上市公司股

^①[英]亚当·斯密:《国民财富的性质和原因研究》(上卷),郭大力、王亚南译,北京:商务印书馆,2020年,第15页。

票,虽然如今最常见的控股合并也是股票交易,但涉及一家公司全部或多数股票的大宗交易无从类比,正如短期内购入市面上全部或多数同质商品的交易也是低概率,如若发生势必会影响市场机制的有效运行,其价格的理性程度必然骤降。另一方面,通过反证法也能得到相同的结论,假设支付价符合市场理性,那么如今核算的合并价差应当和商誉的经济内核相契合。如若遵照“超额收益”的理解,商誉是具有独占性的市场优势;如若依循“协同价值”的认识,商誉也是收购方视角的稀缺性资源,这些都说明并购交易的不可复制。所以,商誉的支付价并不具备假设的条件,也达不到预想的价格理性,无法忽略的非理性因素也会纳入估价的误差中。这也是并购高溢价频出的深层原因,没有价格理性的保驾护航,合并价差就不能有效替代商誉的初始计量,其所造成的偏差致使商誉会计“观念的偏离”。

就资产会计而言,交易的验证功能并不只存在于初始的确认和计量,也为后续的处理提供了事实凭据:其一,资产的终点是通过实际交易来进行直接的验证,例如产成品的出售、金融资产转让、固定资产报废或清理等;其二,资产的中间状态有的是通过虚拟交易来进行相对弱化的验证,例如存货跌价、金融资产公允价值变动、固定资产减值、无形资产减值等;有的则是参照企业最终提供的商品或劳务的预期交易来进行间接的验证,例如固定资产折旧、无形资产摊销等。然而,如上的验证效果并不能在“商誉”问题上显现:第一,商誉没有可预见的终点交易,也没有可预计的使用寿命。和经营用途的长期资产不同,商誉耗用或折损的过程及结果都很难界定清晰,既不像固定资产受物理规律、技术更新的检验,也不像无形资产受法律规则、市场更迭的约束,且从理论上讲,它能永久地存在于企业,因而其寿命也不能合理估量。第二,商誉无法脱离实体而存在,也就无法单独出售或处置。与投资用途的金融资产相比,商誉没有专卖的活跃市场,也没有类似的专项交易,更没有可供参考的行情报价,其计量值贴合经济事实的说服力锐减。例如,金融资产科目采用市价计量是因为有到资本市场随时进行变现交易的保证,成熟的商品市场也能提供给经营资产科目计算可回收金额的可靠信息。第三,并购的本质是一份“长期合同”,它希望通过达成一笔交易来改善企业日后经营的无数笔交易,正如罗纳德·科斯曾描述企业的资源配置为“一个合约替代一系列合约、一个长期合约替代若干个短期合约”。^① 其实,长期资产的购置也内含此意,但因为工艺和流程相对固定,它们对后续商品或劳务的预期交易的间接影响是有迹可循的,所以能实现弱化的验证。然而,购入另一家企业是企业所能遇到的最大的一笔买卖,后续的整合与管理会颠覆原有的工艺和流程,也就无法和千千万万预期的交易形成稳固的配比关系,这种间接的验证作用也不复存在。概言之,商誉的后续处理缺少稳健的交易验证,会计估计的可靠性大打折扣,所谓“过程的失控”盖源于斯。

（三）并购商誉的“哈姆雷特式”自问：创值还是创新？

据上文所证,商誉会计的现实和自由主义的范式并不适配,目前的实务过于偏信市场价格的力量,而这一偏信源于正统经济学的侧重点转变。纵观塑造自由主义的经济理论史,斯密时期的经济学是以“生产”作为出发点,重视劳动生产力和物质生产资源,而后兴起的功利主义则将目光转向了分配的流通领域,他们将“交换价值而不是有益于社会物质福利的生产作为其理论的核心特征”,这一转变尤其体现在价值理论上,“前者把价值当作生产过程的结果,后者把生产当作评价过程的结果”。这来自制度经济学鼻祖托尔斯坦·凡勃伦经典的“二分法”论断,他将斯密的“标准人性观念”概括为“人们着眼于物质生活资料方面的个人利益”,且划分为“在一个生产的机械过程中发挥他们的力量和技能”和“在一个竞争的分配过程中发挥他们金钱方面的聪明才智”。前者是生产过程中对

^①[美]奥利弗·E.威廉姆森、西德尼·G.温特:《企业的性质》,姚海鑫、邢源源译,北京:商务印书馆,2019年,第30页。

效率的追求,后者是流通过程中对金钱的追求。假如换算成财富的价值形式,前者追求的是自然价值量化的物质财富,而后者追求的则是交换价值量化的货币财富。如若经济事实完全符合上文的逻辑推演,自由市场的有效力量能不受阻碍地发挥作用,自然价值和交换价值就会保持一致性,因为按照理性人所遵循的既定轨迹,生产和分配是一个连贯的总过程,他们先以最低的投入、最高的产出为物质基准开展生产活动,再以最少的成本、最多的收入为货币基准开展流通活动。然而,如若市场出现某些特定的失灵,“商品的普通价格和自然价格之间不仅可能存在暂时的背离,而有可能存在永久的偏差”。^① 此类情形归根结底是因为生产和交换活动的割裂,渐而分化出两种价值非统一的矛盾,这一矛盾的源头在于人们过分聚焦分配范畴的“交换价值或市场价格”,而削弱了对生产范畴“自然价值”的关注。然而,斯密早将交易的倾向归因到“把各种才能所产生的各种不同产物,结成一个共同的资源,各个人都可从这个资源随意购取自己需要的别人生产的物品”。^② 所谓“共同的资源”是全社会所能提供的产品或服务,是代表全人类广大效用和普遍富裕的物质财富,也是货币财富被赋予存在意义的实物基础。从理论的偏移到实务的盲从,过分侧重交换价值使得经济人的理性更多地用在了谋求货币财富,生产过程的自然价值被抛之脑后,各式各样脱实就虚的市场泡沫也就催生而出。由此看来,如今的商誉会计也正落入了所谓的“交换价值陷阱”。

脱节于生产中的实物理性、偏向于流通中的钱财理性,如此交易必然会滋生出诸多非理性的动机。依照前文介绍的“割差法”,目前的商誉核算覆盖了所有影响并购的主客观因素,自然也有造成泡沫的不良动因,主要总结为三类:第一,代理动因,即经理人关注自身利益和任期业绩,选择有利于个人而不是组织的并购方案。比如,经理人贪恋企业规模所带来的职业成就,盲目推进收购以加速集团化进程;再比如,经理人为了刺激股价以达成自身业绩考核,推动某些“盈余管理”式并购的成交,当然还有想在后续利用商誉减值的会计手段进行利润洗底。第二,投机动因,即经理人追求短期利益,不顾企业长期价值的积累而做出相应的并购决策。正如布洛克例举过“暂时”的收购:“一家公司全部买下另一家,仅仅在于重组一下它的构成,而后再度卖出,以谋利”。^③ 此外,围绕“壳资源”的并购也属这类,因为其所看重多是证券市场准入的融资机会,掺杂着虚拟经济的色彩又缺少了实体价值的许诺,很容易能做到持续的超额产出。第三,误判动因,即经理人没有充分考虑而做出判断有误的并购决策。比较典型的是盲目追逐浪潮的多元化战略,一头扎入业务完全不相关的领域。企业史学家小艾弗雷德·钱德勒曾考察了制药、化工等行业的众多并购,发现绝大多数跨行业的盲从尝试总以协同失败收场。^④ 上述不良动因所引起的溢价既无利于企业的持续发展,又悖于社会的全体福利,不属于严格意义上的商誉资产,也不应计入相应的会计账户,会计准则应当引导企业规避如上的决策。既然如此,什么样的并购动因才是商誉资产的源泉?

回到形成商誉的经济活动上来,并购的定性还是交易。依照斯密的描述,交易具有两面性:一面带来生产的协作,一面促进流通的竞争。社会分工的协作推动着生产效率的提升,作为物质基础的产品和劳务才得到源源不断的供应,但若没有竞争的约束,则会陷入过剩的麻烦;有序的市场竞争能持续激发经济的活力,但若没有协作的基础,则会吞下泡沫破灭的恶果。因而,协作和竞争在交易中是统一的,正如生产和流通的过程统一、实物和货币的观念统一,它们的统一关系也保证了自然价值和交换价值的一致性。就并购交易而言,协作和竞争同样是相关决策所要考虑的重点,钱德勒也曾

①[美]托尔斯坦·凡勃伦:《科学在现代文明中的地位》,张林、张天龙译,北京:商务印书馆,2018年,第100—128页。

②[英]亚当·斯密:《国民财富的性质和原因研究》(上卷),第18页。

③[美]弗雷德·布洛克:《后工业的可能性:经济学话语批判》,第78页。

④[美]小艾弗雷德·钱德勒:《塑造工业时代:现代化学工业和制药工业的非凡历程》,罗仲伟译,北京:华夏出版社,2006年,第41—339页。

指出合并成功的企业要“实现生产合并、管理集中”且“有自己的销售和采购组织”。^①由此看来,优秀的并购决策应兼顾生产和市场这两面,笔者据此也归纳出两大合理的并购动因:一是资源动因,其目的是获取关键的生产要素,包括经营性有形资产和无形资产,例如先进生产线、核心专利、驰名商标、特许权等;人力资源,例如负责研发、销售和管理的人才或团队等。二是竞争动因,其目的是提升市场地位、扩大竞争优势,例如吞并竞争对手以实现规模经济;进军新领域以降低外部风险、加快产业转型;扩大品牌的辐射面以实现范围经济等。

资源动因多依赖于实物理性,并购决策者希望以此实现生产效率的提升,进而形成超出社会劳动生产率的优势;而竞争动因则多与钱财理性直接挂钩,适当的货币激励有益于市场的生机常驻,但一味在意“创值”的结果会跌入虚拟泡沫的泥潭,从而损耗企业赖以存续的生命力,这就退化为恶性竞争的动因,而良性竞争的动因也离不开实物理性。概括来讲,在并购决策头脑的预期中,企业家们会筹划着将自有和购得的生产要素重组,以争取货币核算的超额利润。生产要素的重组很符合约瑟夫·熊彼特阐释的“执行新的组合”(即创新),由此可见,并购的本质是一种“创新”活动,且伴随着以实物为载体的增值过程。以熊彼特五大创新理论为参考,^②笔者提炼出五大并购后的新组合:(1)产品新组合,旨在研发新产品或增设产品新的功能特性;(2)方法新组合,旨在改造生产流程、优化生产环节;(3)市场新组合,旨在开辟新市场、挖掘新用户;(4)供应新组合,旨在控制采购来源;(5)管理新组合,旨在提高管理水平。^③由此看来,要想商誉包含的全部优势转化为并购的最终胜势,关键在于企业内部重组生产要素的“创新”,如此才能通过外部交易实现持续的“创值”,但如果过分依赖市场的“创值”,收购企业就会掉入所谓的“交换价值陷阱”,商誉会计的整肃需要认清这一点。

三、商誉会计的结构和标准如何构筑?——制度主义框架中的构思

承前文所述,无论概念的认知、实务的逻辑,还是理论的辨析,以自由主义为核心的正统经济学范式难以给商誉会计提供有效的指导。正如上文引用凡勃伦的批驳,相较而言,制度主义的诸多观点可能更适合给商誉的困境解惑,且为重建商誉会计框架和体系提供新思路。

(一) 制度经济学家们给商誉会计的启迪

首先还是回归商誉的本原,会计学家埃尔登·S.亨德里克森曾提出经典的“三元论”,即好感价值论、超额收益论与总计价账户论。^④商誉给予人们最原始的印刻就是顾客的口碑,一如艾尔登大法官(1820)率先给出的定义,即“老客户返回老地方的可能性”。^⑤在现代企业初现之时,“生产者和顾客之间的个人接触是相当密切的、恒久的。……生产者小心翼翼地注意着他的产品的信誉,甚至不单是由于这种信誉可以获取利润。”良好的主顾关系逐渐被确认为“信实不欺为最上策”的共识,反之与客户的交恶和欺诈则难以在大规模商业交易中长期存在。因而,这一时期的商誉是客户满意导向的“好感价值”。随后,工业规模的扩大和现代企业的成型使得“个人接触中可能具有的那种人情上的影响已大都消除”。^⑥企业和商品市场的关系也取代主顾关系成为最根本的经济关系,商誉的范畴

①[美]小艾尔弗雷德·钱德勒:《看得见的手:美国企业的管理革命》,重武译,北京:商务印书馆,1987年,第393—394页。

②[美]约瑟夫·熊彼特:《经济发展理论》,何畏等译,北京:商务印书馆,1990年,第73—74页。

③周晓宇:《商誉分层确认和计量的理论和实务问题——兼与徐丹琦商榷》,《财务与会计》2021年第9期。

④[美]埃尔登·S.亨德里克森:《会计理论》,王澹如、陈今池译,上海:立信会计出版社,2013年,第307—309页。

⑤Gabriel A. D. Preinreich, “The law of goodwill”, *The Accounting Review*, Vol. 11, No. 4, 1936, pp. 317—329.

⑥[美]凡勃伦:《企业论》,蔡受百译,北京:商务印书馆,2012年,第35—36页。

也由单一的客户关系进化为所有的市场优势,此时的商誉更符合“超额收益”的描述。参照凡勃伦以及制度学派另一位大成约翰·康芒斯的分类,这一变化同步于人类社会的经济发展阶段,商誉的内涵也随着商品经济向工业资本经济的转变得得到极大丰富。^①然后再到金融资本经济时期,商誉成为“资本估值的核心”,^②其核算依循“总计价账户法”,重点完全放在企业价值的评估,因此而生的资本超估逐渐背离其本意且落入“交换价值陷阱”。

除了在经济发展阶段的历史上有所体现,商誉的概念演变也和经济学说的发展脉络相吻合。斯密和马克思的早期经济学说是将“商品”视作价值分析的中心,而发展到后来的功利主义学派,他们在微观层面上提倡的是享乐主义,强调以“感觉”作为研究的出发点,它们共同构筑了以自然科学为参考模型的正统经济学说,既关注人付诸劳动、生产商品的过程,并据此核算成本,又重视商品赋予人的满足感且以此衡量价值,康芒斯将之统称为“价值和成本的机械论学说”。除此以外,他还概括出异于前者、重视人与人之间关系的“意志学说”,其出发点是“预期”,而观察单位则是着眼于未来的交易。^③结合来看,商誉的内涵同样符合“商品-感觉-预期”的逻辑线:由于无法独立存在的天性,优质的商品为商誉的形成提供了物质性基础,初级形态的“好感价值”正是满足感觉的体现,而其内涵扩大之后所谓的全部优势则来自面向未来的预期,要么是预期超出平均水准的“超额收益”,要么是预期实现“1+1>2”的“协同价值”。总的来看,商誉是源自预期的资产,管理层应在做出并购决策前就形成如何规划要素配置的成熟构想:一要模拟并购后的生产过程及结果,即商品(或劳务)的预期;二要评估并购后的市场反馈,即感觉的预期。这些预期又会自觉形成推动并购决策行为的合理动因。一般而言,前者形成资源动因,而后者形成竞争动因。

要想全面考量“商品-感觉-预期”的完整逻辑,还得回归到“交易”这一基本的观察单位,康芒斯将之视为诸多社会科学的“会集点”,而会计同样也离不开交易提供的价值信息及其持续的验证功能。就交易的评价问题,康芒斯也曾列出三个方面,即“意志的会合、商品的转移和价格的确定”,且相应提出三种价值,即心理价值、实际价值和名义价值。“意志的会合”是交易双方预期趋于稳态的结果,在此之前,双方都会有主观意义的心理价值,心理价值是一个区间值,它的形成取决于主体愿意参与交易的动因;“商品的转移”是交易标的所有权的变更,它的背后代表着客观意义的实际价值,实际价值是一个固定值,它的形成取决于交易标的的实物性质及其凝结的劳动;“价格的确定”就是名义价值的形成,名义价值具有“行为主义的价格意义”,随着交易的议价深入,双方的心理价值会在区间交集内的某一值平衡,交易的行为也就此达成,这个“某一值”就是“名义价值”。康芒斯认为交易是三种价值的一个“纲领”,且“按照通例努力使名义价值即价格尽量在事实上代表商品和劳务的心理价值即预期价值和实际价值即数量。它们的目标是企图求得‘合理价值’”^④。虽说这段描述的主语是法律,但却可以引申到所有的社会制度,会计何尝不应如此?如此看来,商誉会计的现行准则过分依赖名义价值的信息,即直接接受客观发生的并购支付价,而没有考虑心理价值和实际价值的标尺,缺乏动因和实物层面信息披露的约束,也使得名义价值难以称得上合理。显然,商誉会计所应发挥的制度力量被对市场的过度偏信削弱了,这是值得反思的。

(二) 商誉会计新结构和框架的探索和建议

总结前文的所有论证,商誉会计的困境首先发源于初始处理的从简和宽泛,各种不良动因全都

^① 缪艳娟、杨雄胜、周晓宇:《并购商誉悖论:基于制度经济学视角的分析》,厦门:第四届会计、法律与资本市场学术研讨会,2022年。

^② [美]凡勃伦:《企业论》,第79页。

^③ [美]约翰·R.康芒斯:《资本主义的法律基础》,寿勉成译,北京:商务印书馆,2017年,第7页。

^④ [美]约翰·R.康芒斯:《资本主义的法律基础》,第12—13页。

掺杂在“支付价”中,而初始处理的“松而简”也造成了后续处理的“紧又难”。混淆商誉和合并价差的做法虽然能回避计量的难题,但也等同放弃了制度规范行为的作用。巨额商誉已成定局,再要求划分到资产组治标不治本,无据可循的验证功能缺失也致使减值测试面临迹象难判断、程度难评估两大难题。

如前文所证,相关资产组是协同价值释放、商誉资产兑现的资源集合体,但它目前在商誉会计中的作用并不突出,后续的分摊也只是减值测试的准备工作。再结合制度主义“交易观”的重要构想,商誉的“预期”本质也要求企业并购决策的背后应有一套完整的、合理的、成熟的战略规划,而不是仅停留在财务层面。所以,笔者提出一个新的概念——“预期资产组”,即收购方以既定的合并动机为蓝本、在并购决策之前作出所构想的生产要素重组方案,预期以此实现商誉的价值回报。显然,“预期资产组”和“商誉”息息相关,这种关联体现在三个方面:第一,实物凭据。如果一笔并购交易确实客观存在商誉需要确认,那么落实到生产要素重组的经营性规划必然存在,相关资产组也必然已存在于管理层的头脑之中。如若不然,并购决策就只是欠缺考虑的非理性行为。第二,动因约束。现行准则核算的商誉一股脑地囊括了所有主客观因素,并没有所谓“文明人”的动因约束,而预期资产组为动因的扬弃提供了基本依据。第三,过程控制。预期资产组是过程的“眼睛”,商誉的形成源自收购方管理层的合理预期,具象化的生产要素组合就是检验预期最好的标准,如此才能控制商誉资产在账的全过程。具体的初始实务要将“资产组”的确认前移至“商誉”形成之时,会计信息披露要包括实物流和货币流两个部分。在实物流的部分,依据合理动因的分类,增设“商誉”账户的两类二级明细账——“资源动因”和“竞争动因”,并将资产组对应的具体生产线、业务单元或子公司名称列示在三级明细账,在附注披露相应资产组的关键生产要素。其中,关键的生产要素主要有“人”和“物”两种形态,既包括掌握专有技能或知识的人力资源,也包括具备先进技术或产能的有形资产和无形资产。在货币流的部分,每一个“预期资产组”明细账中商誉评估的计算过程应该在附注中披露,最后的计算结果列在“商誉”科目里。以超额收益法为例,商誉等于超额收益的现值,如果存续于无限期,折现可采用合适的资本化率;如果仅限于有限期,折现各期可采用合适的资本成本率。

初始披露“预期资产组”也为后续新方法打下地基,本文设想将“预期资产组”取代“减值迹象”作为后续商誉会计的核心依据,具体的会计实务即为:遵照初始确定的预期资产组,比对相应计量的分摊值和披露的生产要素组成信息,在后续管理过程中,如果某一资产组发生结构性变更,则归属于此资产组的商誉账户直接归零,计入当期损益;反之,如果某一资产组未发生结构性变更,则归属于此资产组的商誉资产维持原值,继续列示在期末的会计报表之中。这一做法摒弃了“摊销”和“减值”两种历史做法,它的逻辑支点有:第一,虽然企业在交易时点上规划出既定的预期资产组,但是预期资产组在后续时段中的实现路径是难以预测的,所以需给予一定的灵活性空间。第二,如果相关资产组发生结构性变更,则说明管理层放弃了拟定的整合规划,合并动因和预期协同瓦解,来源于“预期”的商誉也就失去经济效益;如果相关资产组未发生结构性变更,即便前期收益表现并不理想,但也侧面说明管理层持续相信拟定的整合规划,并予以维持,合并动因和预期协同予以保留,商誉依旧有转变为超额收益的理论可能。这种方法将商誉的自由裁决权和初期的并购决策、后续的管理决策直接挂钩,初始定值取决于并购决策的协同预期,后续变动取决于后续决策的实物流动,“预期资产组”在此之中起到的是连接商誉计量和管理决策的桥梁作用。

需要补充说明的是,资产组的结构性变更是指收购时点披露的预期资产组内关键生产要素失去原有的能力或变更原有的动因,主要包括两种情形:一是预期资产组的解散,即企业拆解资产组的关键生产要素,将之重组或划归至其他资产组;二是预期资产组中关键生产要素的损耗或流出企业,且没有具有同等使用价值效益的替代性资产的补充。其中,若关键生产要素是“物”,具体表现为标记

为关键性的专利转让、资质失效、生产线报废等;若关键生产要素是“人”,具体表现为关键技术团队、销售团队或管理团队等人才的流失或变更。相比于原有的判断标准“减值迹象”,选取预期资产组的结构性变更与否作为新依据的理由有三点:第一,确定商誉减值迹象的最终目的是测算受之影响的现金流出,这种间接的依据决定了财务估量的难度,且估值技术的缺乏也不能保证计量的准度。而新方法是一种以实物流出为基础的直接依据,兼顾可行性和可靠性。第二,商誉减值迹象包含着大量无法确定和难以预测的外部因素,例如行业环境和产业政策的不利影响、技术的壁垒或快速更迭、特定资质市场惯例的变化、所处国家或市场的剧烈动荡等,这是一种瞻内而顾外的处理方法,但是笔者认为短期的外部因素无从估计,遵循重要性原则和成本效益原则,则无需重估并调整商誉;而长期的外部因素则会反映到内部要素的相对价值变动。资产组的结构性变更则是聚焦于内部因素,这是一种较为精简的处理方法。第三,商誉减值测试的逻辑在于通过市场反应测度情况,但是实际上协同创造的具体路径是难以准确预估到的,只能有一个大致的规划,以构想生产要素的组合。换句话说,商誉如何发挥作用是无法预测的,但是资产组的构成是可以预想的,毕竟企业对投入的掌控力是强于市场影响的产出,而自由裁决的灵活性保留也考虑到了基本的相关性要求。

(责任编辑:刘利平)

Criticism and Reconstruction of Economic Paradigm in the Framework and System of Goodwill Accounting

YANG Xiongsheng, ZHOU Xiaoyu

Abstract: The issue of massive goodwill impairments has long been a persistent problem in capital markets, necessitating an urgent introspection and reshaping of goodwill accounting. Using the Marxist bookkeeping theory as the evaluation standard, we have found that goodwill accounting practice is characterized by the following two functional failures: “loss of process control” and “conceptual deviation”. The underlying economic theory paradigm, centered on liberalism, is no longer applicable and urgently needs updating. In contrast, many views from institutionalism better align with the essential requirements of “goodwill” existence. Based on this, the proposed “expected asset group” may become a breakthrough point for improving the new framework and system of goodwill accounting.

Keywords: goodwill accounting; economic critique; institutionalism; expected asset group

About the authors: YANG Xiongsheng, PhD in Accounting, is Professor, PhD Supervisor and Director of Research Institute of Accounting and Finance, Nanjing University (Nanjing 210093); ZHOU Xiaoyu (Corresponding Author) is PhD Candidate at Department of Accounting, Nanjing University (Nanjing 210093).