

自创商誉会计计量问题探讨

刘樟生

(中国矿业大学管理学院 江苏徐州 210008)

【摘要】 自创商誉的确认、计量以及后续确认是商誉会计中争论最为激烈的问题之一。本文在对企业自创商誉的构成进行深入剖析的基础上,分析了目前确认自创商誉所存在的问题及原因,阐述了自创商誉的根本来源——企业各种资源“光合作用”的结果,它是企业综合能力的体现。进而从财务指标的角度分别构建了企业综合能力评价体系和盈余质量评价体系,并分别运用这两个体系生成的“光合作用修正系数”和“企业盈余质量修正系数”对企业自创商誉的现有计量方法进行了修正,使修正后的自创商誉数值更具客观性和可靠性。

【关键词】 自创商誉 光合作用 光合系数法 财务指标

一、确认自创商誉的困难和解决方法

(一)确认自创商誉面临的困难

自创商誉是企业长期以来由众多因素(如顾客的偏爱、供应商的信任、优秀的管理队伍、有利的地理位置、良好的公司治理机制等)所形成的,很难确定是某一活动对自创商誉形成的影响程度,而且在自创商誉产生的效益期间其价值的各组成部分还有可能发生变化(杜兴强,2003)。基于以上自创商誉的特殊性,目前反对确认自创商誉的理由主要有以下几点:

1. 无法满足资产确认的标准。《国际会计准则第38号——无形资产》中关于“自创商誉不应确认为资产”的规定解释是:成本无法可靠计量,并且未来的经济利益不能为报告主体所控制;缺乏同其他资产相区分的身份。

2. 基于商誉本质的考虑。目前会计界对商誉的认识存在很大的差异,主要有“好感价值论”、“无形资源论”、“总超额收益论”、“协同效应论”、“总计价账户论”等(李玉菊,2011)。那么,商誉的本质究竟是什么?其所属的会计要素是什么呢?主要观点有:

(1)商誉是企业的超额盈利能力,应当确认为一项资产(杜兴强,2011)。他通过实证研究,发现权益价值和商誉显著正相关,且相对于除商誉和固定资产之外的其他资产,权益价值与商誉更为相关,从而证明商誉相对于其他资产显示出其在创造未来超额盈利能力或现金流方面的能力的“卓越性”。

(2)商誉是企业能力的价值体现,应当作为资产以外的独立会计要素来确认(李玉菊,2010)。她分别从市场和企业两个方面及其互动过程中进行了深入的分析,认为商誉是企业能力的外在表现,企业能力是商誉的内在支撑,商誉价值在于能降低潜在交易风险和成本,其核心要素是可持续履约能力。

(3)商誉是企业的超额盈利能力,应当确认为一项费用。一些学者认为商誉的本质是一种能带来超额利润的能力,须花费一定代价方能获得,但商誉的成本费用与商品的价格之间很难找到一个可以定量分析的数学模型。他们认为外购商

誉和自创商誉最终都将转化成费用,只是计入费用的时间点不同而已。

3. 基于历史成本计量的考虑。历史成本计量的最大特征是所有资产的计量均以取得该资产的代价来确定,如果企业获得了某项资产而没有付出代价或者与付出的代价不配比,则作为利得或者损失处理。而前文已经讲到,自创商誉是受企业众多因子影响的。因此,在企业的日常经营活动中,一方面很难确定哪些支出能促使商誉的形成,另一方面对于某项具体的支出也难以判断其对商誉形成的贡献度。

4. 基于可靠性原则的考虑。可靠性是会计信息的基本质量特征之一,他要求会计信息应尽量避免错误并减少误差,不偏不倚,以客观事实为依据,准确反映企业财务状况。然而鉴于自创商誉的价值组成部分众多且容易发生变化,比如特有生产技术不再特有,优秀管理人员另谋高就,良好的地理位置因外部环境改变而不再具有超越性等,这些不确定因素使得无法控制自创商誉的未来超额收益。若将其作为一项资产确认入账,不但无法验证,其经验估计数也难以做到不偏不倚,有违可靠性原则之要求。

(二)解决方法

综上所述,关于自创商誉问题的争论焦点主要是:①自创商誉的定义及其所属要素;②计量属性的选择;③可靠性和相关性之间的博弈。鉴于以上问题,葛家澍教授曾指出:自创商誉之所以长期在会计上得不到反映,是由于传统的会计有些条条框框难以突破……会计中的一些传统偏见应当逐步改变。因此,笔者认为:

1. 自创商誉是企业众多资源、多种活动“光合作用”的结果,其光合作用强度代表企业综合能力。换句话说,企业光合作用是自创商誉的内在支撑,自创商誉是企业光合作用的外在表现。因此,从这个角度来分析,自创商誉是一个集合名词。其实,无论是“好感价值论”、“超额收益论”还是“协同效应论”,其本质都是指企业拥有同行业其他企业所没有的独特优

势的总和。显然,这些独特优势产生的前提必定是企业运用自身的各种能力对各种资源(包括实物资本资源、人力资本资源、组织资本资源以及无形资本资源等)相互组合协同作用的集中表现,因此,自创商誉应该是一个综合能力集合名词。

2. 自创商誉应当确认为一项资产并列示在会计报表中。

(1)自创商誉符合资产要素的定义。我国会计准则(2006)规定:资产是指过去交易、事项形成的、企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。所谓经济利益是指间接或者直接流入企业的现金或者现金等价物。①自创商誉是企业各种资源“光合作用”的结果,是企业各种因素相互组合、协调的集中体现。显然,这是由过去的事项或者交易所形成的,不同的是这种形成不是直接的,而是通过各种渠道传递形成的。比如,A企业购进了一批先进的生产设备,按历史成本属性应根据所支付的对价确认该资产的价值,然而这批设备的真正价值远不等于其账面价值。因为先进生产设备的引进,提高了企业的生产效率和产品质量,维护了企业按时交货的声誉,赢得了消费者的青睐,提高了产品的市场占有率,增强了企业的竞争优势,这些均促成了企业自创商誉的形成。②企业自创商誉的价值形成具有高度的不确定性,且其给企业带来的超额现金流量经常随企业所处环境的变化而变化,企业较难以控制。就外部环境而言,会计上所确认的任何资产均要随外部环境的改变而变化;就内部环境而言,企业是可以通过健全的制度以及强有力的执行度有所控制的,同时我们还可以在关于自创商誉计量方法上寻求解决的办法。③杜兴强教授在《商誉的性质及权益计价影响——理论分析与基于企业会计准则(2006)的经验数据》一文中已经证明了商誉较其他资产与权益价值更有相关性。因此,本文不对此过多阐述。

(2)计量属性的选择。自创商誉的形成是一个长期累积的过程,是多种资源“光合作用”的结果,并非通过某一时点的交易瞬间形成。因此无清晰的成本支出,难以确认其历史成本。又因自创商誉需要依附企业而存在,无法单独转让,故单独确认其公允价值不可行。因此本文选择未来现金流量现值属性,但因传统的现值法存在众多的变量估计和会计人员的职业判断,不利于对计量结果的客观要求,因此本文在延续前人采用的现值法的基础上,分别构建了“企业综合能力评价体系”和“企业盈余质量评价体系”对原方法进行了修正。

(3)相关性和可靠性的博弈。毫无疑问,相关性和可靠性是此消彼长的关系,因此唯有寻找到其中的平衡点方可达到较为完美、准确的组合。“光合作用修正系数”和“盈余质量修正系数”正是本着这一原则出发,最大限度地减少会计人员的主观判断和变量估计,达到客观评估自创商誉的目的。

二、商誉计量的方法及后续确认

(一)商誉的合理组成部分

前文已述,自创商誉是企业各种资源、各种活动“光合作用”的结果。对于那些能够获得持久的竞争优势的企业而言,自创商誉本身就意味着企业“光合作用”的高强度和高效率。因此,企业的任何“行为”,只要与公司治理、企业战略、人力资本等具备有利关系,均可以认为是增强企业“光合作用”强度

的“催化剂”。鉴于此,我们将影响光合强度的一切要素分类概括如下:

表 1

构成商誉的因素	形成商誉的原因	反映的能力要素
良好的关系: 1.顾客的偏爱 2.供应商的信任 3.金融机构的信任 4.员工的忠诚 5.良好的团队精神 6.政府给予的信任和信赖 7.公众的信任和信赖	1.广告、促销、良好的售后服务 2.谈判技巧、商业信用良好和 良好的财务状况及现金流量 3.工资、福利及后续培训机会 4.企业文化 5.合作、互利 6.公益活动、严格履行承诺 7.相关的社会人脉资源 8.人力资源的整合	偿债能力 盈利能力——成本费用利润率 发展能力——人均创利水平 发展能力——社会贡献度 资产运营能力等
高质量的员工素质: 1.优秀的管理人员 2.高素质的技术人员 3.富有经验的销售队伍、 日趋健全的销售网络 4.熟练和上进的职工	1.货币激励、提供良好的经营 环境 2.招聘、培训	发展能力——人均创利水平 发展能力——人均工资水平 等等
产品: 1.高质量 2.市场占有率 3.产品的不可替代性	1.持续的研究发展 2.市场开拓 3.专利(专有)技术	1.盈利能力 2.发展能力——研发增长率
其他: 1.有利的地理位置 2.良好的公司治理机制	1.高瞻远瞩的选择 2.学习、借鉴与发展	1.盈利能力 2.资产运营能力

由上表可知,虽然自创商誉的影响因素众多,但是最后均要归结为几个核心能力:盈利能力、资产运营能力、偿债能力、发展能力。其实不难理解,企业自创商誉的大小就是光合作用强度的大小,而一个企业对于资源的协调能力在很大程度上都要反映在财务报表上,否则其真实性就有待考验了,这是不符合会计信息的客观性要求的。

(二)自创商誉的计量方法

目前实务界通常采用的自创商誉计量方法有两种:“超额收益现值法”和“割差法”。其中“超额收益现值法”指出商誉是“超额盈利现值观”的产物,该方法要求将企业可预测的若干年预期超额收益依次折现,并将折现值汇总最终确定企业自创商誉的价值。其计算公式为:

$$P = \sum_{i=1}^n S_i(1+r)^{-i}$$

式中:P表示自创商誉的价值;S_i表示年预期超额收益;r表示折现率;i表示预期超额收益的年限。

笔者认为,若采用“超额收益现值法”,许多变量需要会计人员的主观职业判断,存在很大的估量空间,最后使得所确认的自创商誉的数值偏差很大,不客观。

“割差法”是目前计量外购商誉的通用方法,它的理论基础是“剩余价值观”,其计算公式可以表示为:G=W-Z。

P表示自创商誉的价值;W表示企业的整体价值;Z表示可辨认净资产的公允价值。

在“割差法”下,决定企业自创商誉价值的因素就是W和Z,而W所存在的误差的来源跟“超额收益法”基本一样,同时“W-Z”所得出的差额并不等于企业自创商誉的价值。因为

在企业中还有一些在财务报告中显现的资产和负债,因此需要做进一步的精确度量,而恰恰剩余的精确度量是最难以设计的。所以,此种方法造成了自创商誉的最终价值的不准确。

综上所述,以上两种计量方法都存在变量估量和会计人员职业判断的空间,造成了自创商誉的不客观和数值的不准确。此外,笔者认为,单纯地通过企业的盈利甚至还是不确定的未来盈利能力来判断企业的自创商誉是不正确的,不利于企业的健康发展。因为这将在某种程度上“鼓励”通过牺牲长期利益而追求短期的经济利润,其后果是相当严重的。

1. 企业综合能力评价体系修正法。在表1中,影响自创商誉的因素最后都要反映在企业的四项基本能力(盈利能力、资产运营能力、偿债能力、发展能力)中。鉴于此,笔者认为,我们可以通过测试企业的四项基本能力,然后通过比较其在同行业中位置来确定自创商誉的数值。具体阐述如下:

本文参照1998年国家财政部、经贸委、人事部和国家计委修改制定的《国有资本金绩效评价指标》和2002年财政部、国家经贸委、中央企业工委、劳动和社会保障部及国家计委修改制定的《企业绩效评价操作细则》(修订)形成了表2:

指标类别	基本指标	修正指标
一、盈利能力(38分)	1. 营业利润/总资产(25分) 2. 净资产收益率(13分)	1. 销售费用利润率(12分) 2. 盈余现金保障倍数(10分) 3. 社会贡献率(8分) 4. 无形资产利润率(8分)
二、偿债能力(20分)	1. 资产负债率(12分) 2. 已获利息倍数(8分)	1. 速动比率(10分) 2. 现金比率(10分)
三、资产运营能力(18分)	1. 总资产周转率(9分) 2. 流动资产周转率(9分)	1. 存货周转率(5分) 2. 应收账款周转率(5分) 3. 不良资产周转率(8分)
四、发展能力(24分)	1. 销售增长率(12分) 2. 资本积累率(12分)	1. 人均创利率(9分) 2. 技术投入比率(8分) 3. 高级人员平均工资增长率(7分)

(1)基本指标的评价。基本指标反映企业的基本情况,是对企业综合能力的初步评价。基本指标评价的参照水平由财政部定期颁布,分为五个层次约150个行业。同时,在各行业下又划分为大型、中型、小型三种不同的规模。不同行业、不同规模的企业有不同的标准值。例如,大型普通机械制造业的标准值见表3(有省略)。

指标	档次				
	优秀(1)	良好(0.8)	平均值(0.6)	较低值(0.4)	较差值(0.2)
净资产收益率	16.5	9.5	1.7	-3.6	-20
流动资产周转率	1.2	1	0.6	0.3	0.2

首先是单项指标得分的计算。
 单项基本指标得分=本档基础分+本档调整分
 其中:本档基础分=指标权数×本档标准系数
 调整分=(实际值-本档标准值)×(上档基础分-本档基

础分)/(上档标准值-本档标准值)

上档基础分=指标权数×上档标准系数

例如,某大型普通机械制造企业2010年平均净资产为100000万元,当年流动资产周转率为0.8:求流动资产周转率的得分。

由表3可知,该流动资产周转率已达到“平均数”0.6水平,处于“良好”和“平均数”档之间因此有:

本档基础分=指标权数×本档标准系数=9×0.6=5.4分

调整分=(0.8-0.6)×(9-5.4)÷(1-0.6)=1.8

因此,该净资产收益率指标得分为=5.4+1.8=7.2其他基本指标得分的计算方法与此相同,不再举例说明。

其次是基本指标总分的计算。

分类指标得分=∑各项基本指标得分

基本指标总分=∑各类基本指标得分

在每一部分指标评价分数计算出来后,要计算该部分指标的分析系数。分析系数是指企业盈利能力、偿债能力、资产运营能力和发展能力四部分评价内容各自的评价分数与该部分权数的比率,其公式为:某部分基本指标分析系数=该部分指标得分÷该部分权数。

(2)修正系数的计算。基本指标有较强的概括性,但是不够全面,难以全面评价企业的综合能力。因此,又设置了4类12项修正指标,根据修正指标的高低计算修正系数,用得出的修正系数去修正基本指标得分。计算修正系数的“修正指标的标准值区段等级表”,见表4(有省略),由财政部定期发布。

项目	区段				
	5(100-80分)	4(80-60分)	3(60-40分)	2(40-20分)	1(20-0分)
二、偿债能力					
速动比率	150	116	75	50	33
现金比率	22	9	0	-10	-30
二、资产运营能力					
存货周转率	4.5	2.8	1.5	0.7	0.4
应收账款周转率	5.8	3.4	1.9	1.1	0.7
不良资产比率	0	0.2	1.7	5.5	9.5

其中,对基本指标得分的修正,是按指标类别得分进行的,需要计算“分类的综合修正系数”。分类的综合修正系数,由“单项指标的修正系数”加权平均求得。

首先是单项指标修正系数的计算。某指标单项修正系数=1.0+(本档标准系数+功效系数×0.2-该部分基本指标分析系数)

功效系数=(指标实际值-本档标准值)/(上档标准值-本档标准值)

假设前例公司实际的存货周转率为2,本档标准系数为0.6,则:功效系数=(2-1.5)÷(2.8-1.5)≈0.38。

该部分基本指标分析系数=15÷18≈0.83

存货周转率指标单项修正系数=1.0+(0.6+0.38×0.2-0.83)=0.846

其次是单项指标综合修正系数的计算。单项指标综合修正系数=修正指标权重/该部分权重×该指标单项修正系数

例如,存货周转率属于资产运营能力指标,其权重为5,资产运营能力总权重为18,所以存货周转率综合修正系数=0.846×(5÷18)=0.235

再次是分类综合修正系数的计算。分类综合修正系数=Σ类内各单项指标的综合修正系数

在进行了上述所有修正工作后,接下来就是计算“光合作用修正系数”,笔者建立如下公式:

光合作用修正系数(PM)=Σ分类综合修正系数×该类权重÷100

企业自创商誉(SCGW)=P×(PM),P为之前企业自创商誉的数值。

2. 基于盈余质量评价体系的修正法。无论是“超额收益现值法”还是“割差法”,它们都是基于企业现有的盈余来预测未来企业的收益,可见对企业当期盈余的可靠性和持续性的判断是预测未来收益的必要步骤。笔者认为对企业盈余质量的评价可以较为客观有效地增强自创商誉的可靠性和真实性。在基于有关企业盈余质量的既有文献的基础上,笔者得出表5、表6所示的企业盈余质量评级体系表。

其中:单项指标得分=比重+(实际比率-标准比率)/每分的比率差,综合得分=Σ单项指标得分。

表5 企业盈余质量评价体系(一)

指标类型		指标名称	最终得分
一级	二级		
盈余质量	盈余持续性	营业利润/利润总额	
	盈余现金保障性	经营活动现金净流量/营业利润	
	企业成长性	销售增长率	
	收益安全性	自有资金比率	
	企业综合运营效率	总资产周转率	

表6 企业盈余质量评价体系(二)——综合评分标准

指标	比重① (分)	标准比率 (%)②	行业最高比率 (%)③	最高评分④	最低评分⑤	每分的比率 (③-②)/
主营业务利润/利润总额	20			30	10	
经营活动现金净流量/营业利润	40			60	20	
销售增长率	30			45	15	
自有资金比率	5			7.5	2.5	
总资产周转率	15			7.5	2.5	
合计	100			150	50	

注:标准比率和行业最高比率都需要根据当期本行业的真实情况而定。

最后,在超额收益法下,企业自创商誉(SCGW)=P×λ。在差值法下,企业自创商誉(SCGW)=W×λ-Z。λ是指在得出企业盈余质量评价总分后对自创商誉的修正系数。

三、关于制造业上市公司盈余质量评价的实证研究

本文选取了2007~2009年我国上市公司中所有制造业类公司的相关财务数据,并通过以下步骤确定了“盈余质量评价体系”中各指标的权重:

第一步,根据选取的数据计算每年各单项指标Xk值。

第二步,以年限为类别,用算数平均法分别计算每年各指标的平均数Xk和标准差Sk。

第三步,计算各指标的标准差系数,它反映各指标的相对变异程度。

$$vVk=Sk/Xk(k=1,2,3,4,5)$$

第四步,对标准差系数进行归一化处理,得到各指标权重wk。wk=Vk/ΣVk。

第五步,对每年计算出来的权数进行平均处理,以此作为各基本评价指标的权重值wk。

根据以上数据,我们运用SPSS得出表7~表14。

表7 Descriptive Statistics2007

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
营业利润/利润总额	746	-1.979 149 119 513E1	5.838 737 384 582E0	0.842 318 256 317 60	0.903 298 608 696 545
经营活动现金流量/营业利润	746	-3.717 175 307 532E1	6.124 237 545 841E2	2.061 923 255 260 73E0	2.320 468 743 141 619E1
销售增长率	745	-1.000 000 000 000E0	1.935 969 486 494E14	9.051 995 424 743 22E11	1.087 842 105 859 176E13
自有资金比率	746	0.061	0.991	0.512 81	0.166 886
资产周转率	746	0.061	0.991	0.512 81	0.166 886
Valid N(list wise)	745				

表8 Descriptive Statistics2008

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
营业利润/利润总额	801	-1.716 431 907 317E2	3.240 862 307 191E1	0.388 451 923 388 91	7.109 833 794 846 979E0
经营活动现金流量/营业利润	801	-2.186 908 354 764E3	1.631 748 272 783E3	1.647 003 403 218 46E0	9.839 389 513 303 502E1
销售增长率	801	-1.000 000 000 000E0	3.567 889 912 000E13	5.612 623 849 984 72E10	1.302 183 693 013 151E12
自有资金比率	801	0.043 2	0.981 8	0.518 037	0.180 516 9
资产周转率	801	0.015 6	6.134 2	0.874 927	0.575 183 8
Valid N(list wise)	801				

表 9 Descriptive Statistics2009

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
营业利润/利润总额	839	-9.981 852 689 420E1	1.592 902 909 915E1	0.565 275 358 166 96	3.976 772 360 872 334E0
经营活动现金流量/营业利润	839	-1.570 713 590 953E3	2.191 621 818 696E2	-1.600 053 407 506 95E0	6.423 623 940 764 867E1
销售增长率	837	-1.000 000 000 000E0	6.743 421 318 299E12	9.450 971 385 117 59E9	2.365 040 332 987 355E11
自有资金比率	839	-0.057 0	0.964 0	0.515 356	0.190 571 4
资产周转率	839	0.000 0	5.930 4	0.779 321	0.517 890 0
Valid N(list wise)	839				

表 10 2007 年指标权数

指标名称	(mean)	(Std.Deviation)	(vk)	Σvk	vk/Σvk
营业利润/利润总额	0.842 318 256	0.903 298 609	1.072 395 857	25.299 6	0.042 39
经营活动现金流量/营业利润	2.06E+00	2.32E+01	11.253 904 51		0.444 83
销售增长率	9.05E+11	1.09E+13	12.017 704 99		0.475 02
自有资金比率	0.512 81	0.166 886	0.325 434 371		0.012 86
资产周转率	0.893 756	0.563 2141	0.630 165 392		0.024 91

表 11 2008 年指标权数

指标名称	(mean)	(Std.Deviation)	(vk)	Σvk	vk/Σvk
营业利润/利润总额	0.388 451 923	7.11E+00	1.83E+01	1.02E+02	1.79E-01
经营活动现金流量/营业利润	1.65E+00	9.84E+01	5.97E+01		5.84E-01
销售增长率	5.61E+10	1.30E+12	2.32E+01		2.27E-01
自有资金比率	0.518 037	0.180 516 9	3.48E-01		3.41E-03
资产周转率	0.874 927	0.575 183 8	6.57E-01		6.43E-03

表 12 2009 年指标权数

指标名称	(mean)	(Std.Deviation)	(vk)	Σvk	vk/Σvk
营业利润/利润总额	0.565 275 358	3.98E+00	7.04E+00	7.32E+01	9.61E-02
经营活动现金流量/营业利润	-1.60E+00	6.42E+01	-4.01E+01		-5.48E-01
销售增长率	9.45E+09	2.37E+11	2.50E+01		3.42E-01
自有资金比率	0.515 356	0.190 571 4	3.70E-01		5.05E-03
资产周转率	0.779 321	0.517 89	6.65E-01		9.07E-03

表 13 2007-2009 各年度指标最终权数

指标名称	最终权数
营业利润/利润总额	$(0.042 39+1.79E-01+9.61E-02)/3 \approx 10.63\%$
经营活动现金流量/营业利润	$(0.444 83+5.84E-01-5.48E-01)/3 \approx 52.68\%$
销售增长率	$(0.475 02+2.27E-01+3.42E-01)/3 \approx 34.80\%$
自有资金比率	$(0.012 86+3.41E-03+5.05E-03)/3 \approx 0.7107\%$
资产周转率	$(0.024 91+6.43E-03+9.07E-03)/3 \approx 1.347\%$

由表 11 可知,自有资金比率和资产周转率所占的权数并不多,其原因可能是因为统计误差的存在,因此笔者稍微调整了下最终权数并得出各指标比重,见表 14。

表 14

指标名称	指标比重(分)
营业利润/利润总额	20
经营活动现金流量/营业利润	40
销售增长率	30
自有资金比率	5
资产周转率	5

四、结论

本文认为自创商誉是企业各种资源“光合作用”的集中表现,对于完善企业会计报表信息具有重要作用。同时,本文从“企业综合能力”的角度构建了企业“综合能力评价体系”,并运用“光合作用修正系数”对原有计量结果进行了修正;从原有计量方法的角度,构建了“盈余质量评价体系”,并主张通过修正系数 λ 对原有计量结果予以修正。

本文的不足之处有:①因为现有财务报表所显示的商誉均为企业在并购过程中所产生的,其计量方法本身就有一定的误差,所以在取得实证数据方面有一定的困难,因此本为并未对修正后的自创商誉予以检验。②因为篇幅关系,本文未曾对“盈余质量评价体系”下的修正系数 λ 予以准确计量。以上不足均是本文进一步研究的方向。

主要参考文献

1. 杜兴强.企业商誉审计探讨.中国审计,2003;13
2. 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.会计研究,1996;1
3. 陈昌权,邹懿.高新技术企业自创商誉的计量.统计与决策,2007;15
4. 邓小洋.自创商誉的几个基本问题.财经研究,2003;1
5. 俞小明.企业自创商誉确认、计量及披露的思考.企业经济,2008;12
6. 肖华玉.审计视角的企业商誉价值计量与处理.湖南商学院学报,2008;2
7. 杨琼.上市公司会计盈余质量评价指标体系构建.财会月刊,2009;33
8. 侯晓红.上市公司盈余质量的六维分析.财会月刊(综合),2006;9
9. 黄国良,侯晓红,郑爱华.财务管理学.徐州:中国矿业大学出版社,2005