

我国商誉研究内容与发展脉络的可视化分析

颜晓燕, 陈浩峰, 陈倩

(江西师范大学 财政金融学院, 江西 南昌 330022)

摘要:通过运用 CiteSpace 软件,在中国学术期刊网络出版总库(CNKI)中选取 2001 - 2018 年有关商誉研究的文献 773 篇作为本次研究的数据来源,从核心作者与作者间联系、高产研究机构及机构间联系、高频关键词三个方面,构建知识图谱,系统分析我国有关商誉研究的文献特征,把握研究动向。结合关键词特征与相关文献的查阅,归纳出商誉研究知识结构的主要内容。通过关键词突现年份的分析,将商誉研究的发展划分为三个时期,从而呈现商誉研究的发展脉络及阶段性热点。经过多年的发展,我国商誉研究取得了长足发展,但依然存在问题,未来研究需要学界人士的努力,为商誉会计发展提供理论引领,为商誉研究贡献中国智慧。

关键词:商誉; CiteSpace; 知识图谱; 可视化分析

中图分类号:F275 **文献标识码:**A **文章编号:**2095 - 0098(2020)03 - 0054 - 10

一、引言

随着我国经济市场日趋完善,体制改革不断深化,企业并购成为优化资源配置、实现规模扩张、提高技术创新、推动战略发展的首要选择。自 2014 年以来,我国资本市场的并购发展迅猛,并购交易的数量和规模屡创新高,一举成为全球第二大并购投资地,仅次于美国。巨额商誉成为企业并购资产中不可忽视的重要组成部分,由此带来的上市公司集中爆发的商誉减值,会引发系统性金融风险,对资本市场造成巨大冲击^[1]。2019 年年初的业绩预披露中,不少上市公司业绩大变脸,260 家公司预亏超过一个亿,而最受关注的当属天神娱乐,仅仅 39 亿的市值预亏 78 亿,而造成亏损的主要原因是计提商誉减值准备高达 49 亿! 2018 年 11 月发布的《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》,证监会在对相关企业的检查中已然发现商誉存在着突出问题,对企业商誉减值规范做出了重要的关注提示。

新时代下信息技术正在掀起新一轮产业变革,复杂的经济环境给企业经营带来前所未有的挑战,知识经济迅速发展,无形资源逐渐成为企业获取核心竞争力,创造价值的首要途径。商誉作为重要的无形资源,是企业价值的重要组成部分,关乎到企业在激烈竞争环境中的生死存亡,企业自身商誉建设的重要性日益凸显,当务之急更是要加强商誉研究。我国经济起步晚,商誉研究相比于西方较为落后,上世纪七十年代才开始对商誉进行理论研究,九十年代才出现对商誉价值进行系统的探索。回顾文献发现,在对商誉研究中鲜有通过信息可视化软件,运用知识图谱方法的回顾性研究^[2]。本文旨在通过运用 CiteSpace 可视化软件,绘制商誉研究知识图谱,全面呈现近年来国内商誉研究的发展历程及主题内容。

二、数据来源与研究方法

(一)数据来源

本文的数据来源通过 CNKI 数据库获取,选取 2001 年为起始点,原因如下:2001 年前对于商誉的研究内

收稿日期:2019 - 10 - 06

基金项目:江西师范大学研究生创新基金项目(YJS2019103)

作者简介:颜晓燕(1975 -),女,福建福清人,副教授,研究方向为会计、审计。

容较为零散,商誉性质上学界观点不一,没有形成共同的结构体系;而2001年1月1日开始执行的《企业会计准则——无形资产》,将商誉确定为不可辨认的无形资产,独立于无形资产进行核算,为商誉研究形成统一认知。

在CNKI期刊数据库中,检索篇名或关键词含有“商誉”的文献,检索年限为2001—2018年,文献来源类别选择中文核心期刊和CSSCI来源期刊,共检索到947条有效结果。为保证研究精度,需进一步筛选出高质量、有代表性的文献,参照以下文献剔除标准:(1)仅标题或正文提到“商誉”,但与商誉研究主题不相关的文章;(2)综述、报告、新闻等无关文献;(3)重复的资料。遵循以上原则后,最终得到773篇有效文献作为本文的研究对象。

(二)研究方法

本文的研究方法采用文献计量分析,是通过运用数学和统计学知识对文献进行定量分析的综合性科学方法,也是当前文献研究的主流方法。用于文献计量分析的工具具有许多种,本文采用的工具是CiteSpace软件^[3]。该工具基于共引分析和寻径网络算法,以知识领域为对象,通过对CNKI数据库已收录的相关研究的历史文献,来分析挖掘商誉研究主题内容与发展脉络。CiteSpace具有高效便捷等特点,近年来被国内外学者广泛运用到各学科的知识图谱研究之中^[4]。本文借助该工具,绘制核心作者与作者间联系、高产研究机构及机构间联系、高频关键词聚类 and 关键词突现等知识图谱,全面展示商誉知识领域的信息全景,为分析学科前沿动向提供科学参考依据。

三、我国商誉研究的文献特征分析

(一)核心作者与作者间联系

对文献核心作者的知识图谱进行分析,可以清楚展现相关合作网络,有效的合作能提高科研成果的产出。利用CiteSpace中对文献作者的共现分析功能,生成核心作者合作关系图谱(如图1所示)。图中节点为所选文献的核心作者,作者的发文数量与节点大小正向相关;节点与节点之间的连线表明文献核心作者间存在合作关系,合作的程度越高,相应的连线显示越粗。从图1中知识图谱并结合统计的数据,商誉研究领域发文量最多的前几位作者分别是李玉菊(12篇)、汤湘希(9篇)、冯卫东(7篇)、王超(7篇),并且有九组存在合作关系的作者群体,合作中更多是以两两合作居多,另外还有相当一部分发文作者没有建立起合作网络,表明我国商誉研究的作者合作程度并不是很密切。同时也可以发现,李玉菊、汤湘希所处的节点较大,说明发文数量多,二人在商誉的研究中处于重要地位,成果较为关键。

进一步按照发文量进行排序,梳理发文数量较多的前十位核心作者(如表1所示),表明在商誉研究的作者中研究方向绝大多数涉及会计、企业经济等与商誉相关的领域,总的来说商誉研究的集中度较高。

表1 商誉研究核心作者

| 发文量 | 作者 | 单位 | 研究方向 |
|-----|-----|----------|----------------------|
| 12 | 李玉菊 | 北京交通大学 | 企业经济;会计;工业经济 |
| 9 | 汤湘希 | 中南财经政法大学 | 会计;企业经济;宏观经济管理与可持续发展 |
| 7 | 冯卫东 | 北京交通大学 | 会计;企业经济;证券 |
| 7 | 王超 | 山东大学 | 电力工业;企业经济;金融 |
| 5 | 张倩 | 重庆大学 | 企业经济;环境科学与资源利用 |
| 5 | 邓小洋 | 中国人民大学 | 会计;企业经济 |
| 5 | 郑海英 | 中央财经大学 | 会计;企业经济;证券 |
| 5 | 董必荣 | 厦门大学 | 企业经济;会计;审计 |
| 5 | 傅代国 | 西南财经大学 | 企业经济;会计;宏观经济管理与可持续发展 |
| 5 | 蒋基路 | 暨南大学 | 企业经济;会计;机械工业 |

(二)高产研究机构及机构间联系

利用CiteSpace中对研究机构的分析功能,了解商誉研究领域的核心机构及合作网络关系图谱(如图2所示),图中节点表示文献作者所在的研究机构,节点的直径和字体大小与机构发文量正相关,节点与节点

根据所有发文作者所在院校一级单位进行统计,按发文量降序排列,得到结果,如表2所示。从表中可知,发文量较高的一级机构分别为北京交通大学(26篇)、中南财经政法大学(17篇)、中国矿业大学(13),研究机构主要是综合性大学和财经类高校,发文质量得到保障。发文量最多的一级机构为北京交通大学,也正是前文核心作者发文量居前列的李玉菊、冯卫东所在单位。

表2 商誉研究一级机构

| 发文数量(篇) | 一级机构 | 机构数 |
|---------|----------|-----|
| 26 | 北京交通大学 | 2 |
| 17 | 中南财经政法大学 | 3 |
| 13 | 中国矿业大学 | 2 |
| 11 | 中国人民大学 | 2 |
| 10 | 厦门大学 | 3 |
| 9 | 东北财经大学 | 2 |

(三)高频关键词分析

利用 CiteSpace 绘制聚类视图和时区图谱,对商誉研究论文的关键词进行共现分析,一方面可看出某学科领域高频关键词的分布,另一方面还能体现某学科的演变趋势及发展历程。时间分区以1年为单位,2001-2018年总共划分成了18个时间分区,通过系统内置寻径算法,选择将每个时区中被引频率最高的前50个关键词提取出来,隐去出现频次较小的关键词,生成关键词共现知识图谱(见图3)。

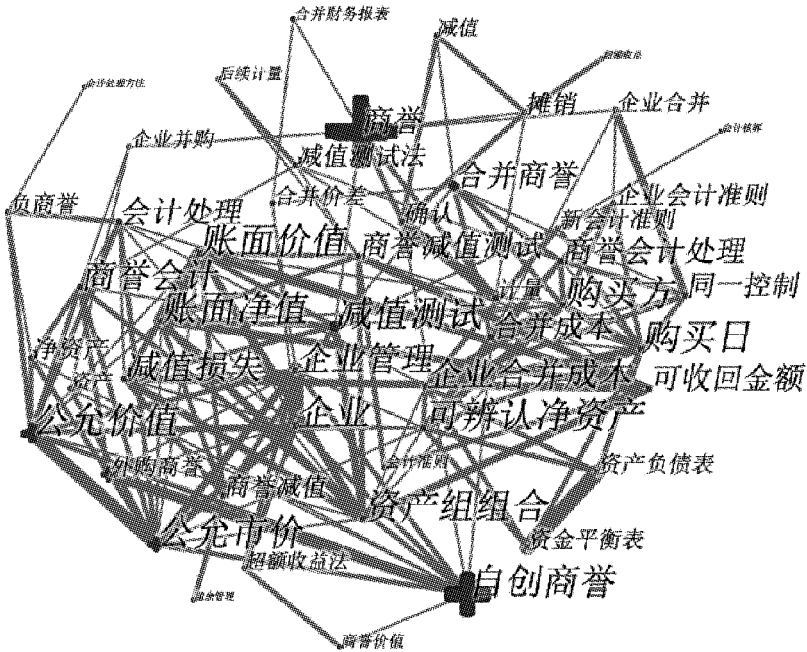


图3 商誉研究关键词共现知识图谱

图3中的每个节点代表一个关键词,关键词所处的节点越大表明关键词出现的频次也越高,这可能代表研究的热点,节点之间的连线表明关键词存在关联。将关键词按照出现频次,进一步梳理出现频次较高的前10个关键词(见表3)。可以发现,在商誉研究领域关键词出现频次最高的前几个分别是:商誉(198次)、公允价值/公允市价(152次)、外购商誉/合并商誉/并购商誉(128次)、自创商誉(112次)。商誉因其特殊性,公允价值难以可靠计量,但商誉的公允价值是商誉会计后续减值测试的基础,是解决许多实践问题的关键,因此也是最为热门的话题。纵观全局的知识网络,各方面的关联度都比较高,商誉类型上偏重于对外购商誉的探讨,尽管当前的会计准则不允许企业确认自创商誉,但是新的经济形势下,客观存在且作为企业价值重

要部分的自创商誉已不容忽视,因此对于自创商誉的研究也成为一大热点。

表 3 商誉研究关键词频次节点信息

| 关键词 | 出现频次 |
|----------------|------|
| 商誉 | 198 |
| 公允价值/公允市价 | 152 |
| 外购商誉/合并商誉/并购商誉 | 128 |
| 自创商誉 | 112 |
| 商誉会计 | 63 |
| 减值测试 | 46 |
| 负商誉 | 41 |
| 会计处理 | 39 |
| 资产组组合 | 33 |
| 可辨认净资产 | 32 |

四、研究内容与发展脉络

(一) 研究内容

通过 CiteSpace 对数似然比算法,导出关键词知识图谱中的 7 个主要聚类(见表 4)。结合前文商誉研究高频关键词及聚类特征的分析,通过查阅相关文献,本文对商誉研究知识结构进行分析,梳理出商誉研究领域主要三部分内容。

表 4 商誉研究领域聚类标识

| 研究内容 | 聚类编号 | 主要内容 |
|-----------|----------|----------------------------|
| 商誉本质 | #1 负商誉 | 合并价差;商誉本质;会计处理方法;内部资本 |
| | #6 商誉权 | 商誉侵权;构成要素;市场经济;知识产权 |
| 商誉会计的处理 | #0 资产组组合 | 资产组组合;商誉减值;可收回金额;企业会计准则 |
| | #5 商誉会计 | 商誉会计;公允市价;计量方法;会计核算 |
| | #2 企业并购 | 自创商誉;商誉成本;会计概念框架;公允价值计量 |
| 商誉价值与自创商誉 | #3 计量 | 超额收益;自创商誉;商誉影响因素;公允价值;无形资产 |
| | #4 价值评估 | 净资产收益率;估价模型;期权估价;股权自由现金流 |

1. 商誉本质。商誉本质包括#1“负商誉”和#6“商誉权”两个聚类。国内研究主要是从法律和会计两个方面对商誉呈现出的特质进行探讨,对商誉的相关研究都无法绕开其本质探讨。自商誉诞生到至今,国外学者对商誉本质的研究构建了许多理论,我国学者也提出独特见解。

回顾商誉理论的相关起源,是源于法学对财产的研究,衍生到资产中的无形资产,无形资产研究中逐渐获得对商誉的认识(吴汉东,2001)^[5]。后来随着会计学体系的逐步完善,从而产生了对商誉性质的定义、分类与计量、列报与披露等问题。对于商誉本质的探讨,比较权威的观点是美国会计学家亨德里克森(1987)在《会计理论》总结对商誉本质的研究成果,概括为著名的“三元理论”,即好感价值论、超额收益论和总计价账户论^[6]。

西方的三种主流观点为我国商誉本质的研究提供了重要的借鉴作用,我国学者结合相关理论研究和实践经验,也提出许多新兴的观点,如:协同效应观(邓小洋,2001)^[7]、核心能力观(董必荣,2003)^[8]和人力资本观(于越冬,2000)^[9]等等。董必荣(2004)从“资源基础论”角度出发,将商誉本质总结为一种能力,并认

为企业的自创商誉是不能替代的异质无形资源和能力,是维持企业持续竞争优势的关键^[10]。李玉菊(2006)基于“企业资源观”,创造性提出了“资源=资产+能力”,企业各项能力的综合反映便是商誉的本质体现,通过市场角度研究发现,商誉的核心要素体现在可持续的履约能力^[11]。

2. 商誉会计的处理。商誉会计的处理包括#0“资产组组合”和#5“商誉会计”。学术界的研究在于探讨商誉所在的资产组组合及商誉的会计核算,在商誉初始确认的问题上,相关准则不断规范,学术界形成比较统一的看法,而商誉后续计量的处理则难以适应实践中的问题。自2007年新准则实施后,我国参照了国际会计准则的做法,将商誉看作资产项目,至少每年年末按产生商誉的资产组为测试单元进行减值测试。

自1940年《公司会计准则导论》(佩顿,2004)^[12]问世后,对于商誉后续计量采用摊销法得到大部分学者的认同。直到2001年美国财务会计准则委员会(FASB)正式发布SAFS 141H和SAFS 142,正式要求商誉后续计量使用减值测试来取代摊销,此后关于商誉后续计量的探讨从理论研究转向实证分析,理论方面鲜有突破创新。

我国自新准则后,学者逐渐接受减值测试的方法,并将研究深入到资产组组合的核算、减值测试的披露和公允价值的计量等各方面(任艳丽,2013;冯卫东,2013)^[13,14]。但是,我国商誉后续计量研究方面也没有取得独特的理论突破,大多为实务总结和国外经验介绍,应要针对不同商誉采取不同的后续处理,做出根本性改革(王静,2015)^[15]。近年来,我国资本市场上市公司陆续爆发巨额商誉减值,商誉减值乱象频发(陈琪,2019)^[16],相关实证研究表明商誉减值因涉及管理层的主观判断,存在盈余管理动机的企业,其商誉减值的客观性会受到影响(曲晓辉,2016)^[17]。2019年1月4日财政部发布了《企业会计准则动态》,有不少咨询委员倾向于采取商誉随合并利益逐步摊销的方法取代现行商誉减值的规定。对于商誉后续计量采用摊销法还是减值测试又引起新一轮讨论,也有学者尝试转换研究视角,重新审视不同方法的经济后果,提出将摊销与减值测试结合的方法来弥补各方的不足(宋建波,2019)^[18]。

3. 商誉价值与自创商誉。商誉价值与自创商誉包括#2“企业并购”、#3“计量”和#4“价值评估”。该类主题的研究内容是伴随着商誉本质的探讨而产生,研究时期跨度广,属于商誉研究的关键领域。“商誉”的概念自从西方提出以来,商誉公允价值如何计量的问题便困扰着学术界,国内外学者也通过设计估值模型、研究理论方法不断取得突破,对自创商誉的讨论也伴随着商誉价值的研究而出现。

学术界普遍认为,企业中的自创商誉是客观存在的,但是自创商誉的价值无法可靠计量,出于谨慎性原则以及传统会计理论框架束缚等原因,不允许在会计中确认(张鸣,2007)^[19]。但是基于财务目标和会计原则的角度,自创商誉的确认具有必要性,自创商誉具有的特征也符合相关准则对资产的定义,因而满足确认的可能性(葛家澍,1996)^[20]。矛盾的关键就在于如何建立一套切实可行的商誉价值计量方法,从而将商誉作为一项资源登记列报,后续计量也可以根据测试结果进行调整,那么现行关于商誉价值计量、自创商誉的确认以及后续计量方法等诸多问题都能迎刃而解(熊剑,2004)^[21]。

对于商誉的计量方法,一直以来并未有统一的观点,传统研究主要围绕超额收益法和基于总计价账户论的商誉计量方法,均显露出其局限性,难以在实务中有效执行。我国学者结合国内外相关研究,对商誉价值计量的问题尝试性提出许多方法与模型:比如,王超(2010)基于超额收益理论,运用模糊数学法对商誉价值进行计量,得出我国上市公司商誉发展水平较低的结论^[22];蒲鸿春(2016)运用层次分析法构建评价指标,形成一套商誉价值评估体系,为企业商誉价值的计量提供参考^[23];郭雨鑫(2017)运用基于Black-Scholes实物期权定价模型的割差法,选取美股食品与饮料行业的上市公司为数据样本进行研究,计量出企业的商誉价值,并验证了该方法的合理性和可操作性^[24]。

(二)发展脉络

关键词突现是描述某一段时期内该关键词的使用次数的增加情况,突现的关键词代表此时期学术研究的热点前沿,因此在分析突现词的基础上,结合对突现词的特征分析,能够把握商誉研究的发展脉络。突现率用于描述文献被引频次或关键词出现次数等的变化率,关键词的出现频次与突现率之间不存在正向相关

关系(潘黎,2011)^[25]。利用 CiteSpace 词频探测技术,通过内置算法,可追寻样本文献关键词的突现年份变化,以用于进一步分析商誉研究发展脉络及演化趋势。汇总 CiteSpace 生成的关键词突现报告,按突现率排序如表 5 所示。

表 5 2001—2018 年突现关键词汇总

| 关键词 | 突现率 | 开始年份 | 结束年份 | 2001—2018 年 |
|------|--------|------|------|-------------|
| 商誉 | 9.65 | 2013 | 2018 | |
| 商誉减值 | 9.6328 | 2014 | 2018 | |
| 并购商誉 | 7.0841 | 2014 | 2018 | |
| 自创商誉 | 6.5557 | 2003 | 2006 | |
| 摊销 | 4.7708 | 2002 | 2006 | |
| 账面净值 | 4.6343 | 2006 | 2011 | |
| 资产组合 | 4.577 | 2007 | 2011 | |
| 商誉会计 | 4.2959 | 2001 | 2006 | |
| 公允价值 | 3.9881 | 2007 | 2011 | |
| 商誉评估 | 3.5842 | 2007 | 2010 | |
| 负商誉 | 3.8424 | 2001 | 2004 | |
| 会计准则 | 3.5616 | 2007 | 2009 | |
| 反向购买 | 3.5422 | 2012 | 2018 | |

对比各组关键词的突现年份,发现呈现出较为明显的发展脉络,商誉研究主题的变迁基本是以 2007 年新《企业会计准则》实施和 2011 年《企业会计准则解释第 4 号》执行为分界点,反映出商誉研究不同时期的热点领域。再结合相关文献的查阅,将商誉研究的发展历程可概括为理论研究初步发展、理论与实践结合发展、实践推动理论研究的三个阶段(钟洪燕,2013;张新,2014;吴晓辉,2019)^[26-28]。

1. 理论研究初步发展阶段(2001—2006 年)。此阶段通过前期多年的探索积累和国外的经验借鉴,国内商誉的理论研究初步发展,并取得相关成果。理论研究主要集中在对商誉本质的探讨,比如对于“负商誉”的突现。这段时期也是商誉会计向前发展和进步的时期,会计准则逐渐规范、完善,着重于研究和解决商誉的确认、后续计量和会计处理等问题,此时对商誉的后续计量仍采用摊销法,解释了“摊销”的突现。自创商誉的研究与商誉本质密不可分,而此阶段我国学者对于商誉理论研究有了较大突破,商誉本质方面不再局限于西方的“三元理论”,提出了协同效应观、核心能力观、企业资源观等独到的观点。

2. 理论与实践结合发展阶段(2007—2011 年)。此时期是理论与实践结合阶段,理论发展逐步成熟,实践依据理论成果也不断向前发展。正值 2007 年新准则实施之后,与商誉相关的会计处理发生重大变动,主要变化是将商誉从无形资产的核算中分离,纳入相关的资产组合,后续计量改为以资产组合作为测试单元进行减值测试的方法。减值测试更加适应商誉的经济实质,也受到实务界的青睐,实践探索出的方法也能在一定程度上弥补理论的不足。减值测试是以商誉公允价值为基础进行确定的,而商誉价值的计量既是理论上的难题,也是实务中商誉会计核算的关键,商誉价值的研究需要结合理论与实践的发展成果,才能有所突破。2010 年开始执行的《企业会计准则解释第 4 号》,对企业合并的成本做出调整,进一步规范了商誉确认及后续计量等一系列会计因素,商誉实践方面不断得到完善。

3. 实践推动理论研究阶段(2012—2018 年)。这一时期是从实践获得的认知推动理论探讨的阶段,实践中产生的问题亟需新的理论突破来适应未来发展。随着中国资本市场出现一波又一波的并购浪潮,并购的形式呈现多样化,反向并购的方式引起专家学者的关注。频繁的并购背后带来的是商誉的迅猛增长,巨额的

并购商誉开始受到学术界关注。而商誉的爆雷接连引发了一系列业绩变脸、股价崩盘等事件,商誉减值的乱象掀起新一轮对商誉会计后续处理的探讨,实践中遇到的问题日益凸显,需要回归到理论层面研究,从理论中寻找突破。对于商誉会计的后续处理,不应受限于单一减值测试或摊销,学术界也提出新的理论,认为需要切合实际区分应用,或者将两种方法的结合应用能弥补各自的不足。

五、结论与展望

(一) 结论

本文通过运用 CiteSpace 知识图谱分析工具,对 2001 - 2018 年 CNKI 数据库中以商誉研究为主题的 773 篇相关文献为研究对象,进行可视化分析,得到了对于该研究的核心作者与作者间联系、高产研究机构及机构间联系、关键词共现的知识图谱。通过识别商誉研究核心作者合作网络、主要研究机构合作网络、关键词共现网络,了解商誉研究内容与不同时期研究路径的演变,全面把握我国商誉研究的现状。

通过商誉研究文献特征分析,结果显示:第一,从核心作者与作者间联系来看,商誉研究领域的核心作者是李玉菊、汤湘希、冯卫东、王超等人,核心作者的研究方向与商誉领域高度相关,但作者间的合作有待加强;第二,从高产机构及机构间联系来看,发文量较多的一级机构是北京交通大学、中南财经政法大学、中国矿业大学,高产机构类型集中在国内高校,高校内部合作网络较紧密,但从整个外部来看合作关系不强,对商誉研究的发展有不利影响;第三,从关键词共现图谱来看,“商誉”出现的频次最高,研究关联度高,研究的焦点集中在“公允价值”“外购商誉”“自创商誉”三个方面,商誉研究始终受到学术界应有的关注,研究内容联系性较强。

研究主题方面,综合关键词共现知识图谱和文献查阅,梳理得出商誉研究领域的内容主要集中在商誉本质、商誉会计的处理、商誉价值与自创商誉,三部分内容联系紧密,研究发展相辅相成。分析关键词的突现年份,发现商誉研究在 2001 - 2018 年整体的发展脉络呈现出较为明显的三个时期,由理论研究初步发展阶段逐步过渡到与实践结合发展,而实践中产生的问题又再次推动对商誉理论的探讨。

(二) 展望

自改革开放以来,我国社会主义市场经济不断完善,商誉会计准则的制订逐步与国际趋同,学术界对于商誉研究的成果也取得了巨大的突破。然而面对国际和国内复杂的经济形势变化和汹涌的并购浪潮,对商誉研究也提出了新的命题与发展空间,结合本文对商誉研究内容与发展脉络的分析,未来对于商誉的研究应该重点从以下几个方面努力:

1. 完善商誉会计理论体系。当前的商誉会计受到诸多方面的限制,一方面是外部客观环境的限制,如资本市场的不完善、经济形势的重大变化等等;另一方面,由于传统会计理论框架无法适应当前经济形势的变化,会计信息与企业实质的经济活动的反映有差距,一些实践中出现的问题仅仅根据相关会计准则的进行处理,难以真正有效实施。面对会计信息需求主体呈现出的多样化,会计目标不能局限于受托责任,而会计要素范围理应包含对企业经营活动有实质影响的非物质要素,才能全面符合企业的经济实质与经营成果。长期以来,会计核算的技术与方法基本没有任何实质性的改进,尤其是面对影响企业发展的重要无形资产的事项,这很大程度上制约了会计信息质量的提高。会计学界在商誉会计理论的研究和发展中面临着一系列挑战,完善会计概念框架,构建新的理论体系,对于推动会计实践创新,适应新形势下的经济发展无疑是当务之急。此外,当前会计准则中对于商誉的核算是分属在不同章节中的,这种做法难以匹配商誉地位在企业中的日益凸显,不利于商誉会计的实施与进一步完善,应当形成专用的商誉会计准则独立制定和编入。

2. 改进商誉的后续处理。对于商誉后续处理方面,我国是参照国际会计准则的做法进行减值测试,并没有独特的理论创新。但是商誉减值易受人为操纵,我国资本市场上巨额商誉引发一系列巨额的商誉爆雷事件就是实证。对于减值测试,即要在减值判断与计量确认过程中获取详尽的解释与指导,也要考虑成本效益原则。减值测试需进行定期的常规测试,减值判断要结合特殊事件的发生,采用特定测试,以达到更准确反

映商誉价值的目的。商誉的后续处理仍有改进的空间,后续的计量模式不应简单地照搬理论方法,而是根据实际情况,将确认为商誉的部分,结合商誉的本质进行区分处理,采用更加适应的方法组合。

3. 探索更为可靠的商誉计量方法。当前企业的财务报表中包含“商誉”仅仅是企业合并中产生的外购商誉的价值,外购商誉本质上是合并方自创商誉的价值,与企业价值密切相关的自创商誉价值在日常会计核算中却无法体现,造成企业会计信息存在缺失,如何计量完整的商誉价值成为亟待解决的问题。目前传统的商誉计量方法存在很大的缺陷,一方面只是停留在商誉表面的理解,难以反映本质内容;另一方面不符合传统的财务会计报告框架的要求,无法满足实践中会计核算的需求。因此,随着对商誉研究逐步深入,可获得的基础数据越来越全面,更可靠的商誉估值方法需要被提出,目标不仅在于降低企业计量商誉的成本,而且必须准确评估商誉的价值,使得商誉会计信息更具有相关性和可靠性。

参考文献:

- [1] 李玉菊. 商誉会计准则:存在的问题与改进建议[J]. 证券市场导报,2018(3):34-40.
- [2] 胡译文,孙建军,武夷山. 国内知识图谱应用研究综述[J]. 图书情报工作,2013,57(3):131-137;84.
- [3] 李杰,陈超美. 科技文本挖掘及可视化[M]. 北京:科学出版社,2016:208.
- [4] 陈悦,陈超美,胡志刚,等. 引文空间分析原理与应用(CiteSpace 实用指南)[M]. 北京:科学出版社,2016.
- [5] 吴汉东. 论商誉权[J]. 中国法学,2001(3):89-96.
- [6] Eldon S Hendrickson,王澹如等译. 会计理论[M]. 上海:立信会计图书用品社,1987.
- [7] 邓小洋. 关于负商誉的几个基本问题[J]. 财经论丛(浙江财经学院学报),2001(3):67-71.
- [8] 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(社会科学版),2003(5):21-26.
- [9] 于越冬. 人力资本与企业商誉的经济实质[J]. 会计研究,2000(2):40-45.
- [10] 董必荣. 论无形优势[J]. 经济问题探索,2004(8):72-74.
- [11] 李玉菊,张秋生. 以企业资源为基础的会计要素研究[J]. 会计研究,2006(1):54-62;94.
- [12] 佩顿,利特尔顿著,厦门大学会计系翻译组译. 公司会计准则导论[M]. 北京:中国财政经济出版社,2004.
- [13] 任艳丽. 商誉减值会计处理探讨[J]. 财会通讯,2013(31):71-73.
- [14] 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,2013(8):29-32.
- [15] 王静. 基于商誉本质的确认与计量思考[J]. 财会通讯,2015(9):90-93.
- [16] 陈琪. 关于上市公司商誉减值乱象的思考[J]. 财务与会计,2019(7):36-40.
- [17] 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.
- [18] 宋建波,张海晴. 商誉后续计量方法的探讨:预期导向还是经济后果导向[J]. 财会月刊,2019(3):3-8;178.
- [19] 张鸣,王明虎. 对商誉会计理论的反思[J]. 会计研究,2007(2):39-41.
- [20] 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.
- [21] 熊剑,蒋基路. 从美国商誉相关会计准则变迁看商誉会计误区[J]. 外国经济与管理,2004(7):45-49.
- [22] 王超. 评估商誉价值的一种新方法——模糊数学法[J]. 会计之友(下旬刊),2010(2):25-28.
- [23] 蒲鸿春,王志伟. 我国职业足球俱乐部商誉价值评估指标体系构建研究[J]. 山东体育学院学报,2016,32(5):12-18.
- [24] 郭雨鑫,李玉菊,于洪远,孙智敏. 基于 Black-Scholes 期权定价模型的商誉计量方法合理性验证——以美股食品与饮料行业为例[J]. 价格理论与实践,2017(8):72-75.

- [25] 潘黎,王素.近十年来教育研究的热点领域和前沿主题——基于八种教育学期刊2000—2009年刊载文献关键词共现知识图谱的计量分析[J].教育研究,2011,32(2):47—53.
- [26] 钟洪燕.商誉会计发展前景分析[J].财会通讯,2013(19):30—32.
- [27] 张新,苑泽明,马博.商誉会计准则发展与比较[J].会计之友,2014(33):7—12.
- [28] 吴晓晖,王攀,李玉敏.70年来中国财务会计研究的演进与发展[J].经济管理,2019,41(8):197—208.

Visualization Analysis of Research Content and Development Context of Goodwill in China

YAN Xiaoyan, CHEN Haofeng, CHEN Qian

(Financial College, Jiangxi Normal University, Nanchang, Jiangxi 330022, China)

Abstract: By using CiteSpace software, 773 articles on goodwill research from 2001 to 2018 were selected from Chinese National Knowledge Infrastructure (CNKI) as the data source of this study. From the three aspects of the connection between the core author and the author, the high-yield research institution and the interagency connection, and the high frequency key words, the author constructs the knowledge map, systematically analyzes the literature characteristics of goodwill research in China, and grasps the research trend. Combined with the characteristics of keywords and the review of relevant literature, the main content of the knowledge structure of goodwill research is summarized. Through the analysis of the year of keyword emergence, the development of goodwill research is divided into three periods, so as to present the research trend and stage hotspots of goodwill. After years of development, the research on goodwill in China has made great progress, but there are still some problems. The future research needs the joint efforts of academic circles to provide theoretical guidance for the development of goodwill accounting and contribute Chinese wisdom to the research on goodwill.

Key words: goodwill; CiteSpace; knowledge map; visual analysis

(责任编辑:沈 五)