

# 联建光电企业并购商誉减值的原因及应对措施研究

彭茜

广西财经学院

DOI:10.12238/ej.v8i1.2228

**[摘要]** 本文选取联建光电公司为研究对象,深入探讨其在并购活动中涉及的商誉确认、减值的处理及相应的防范措施。首先,文章分析联建电商标誉减值的具体情况;其次,分析商誉减值的主要原因,如并购估值偏高引致的商誉累积过高以及被并购方业绩承诺达标率低等;最后,文章从企业、市场监管和投资者等多个层面,提出一系列针对性的建议。

**[关键词]** 联建光电; 企业并购; 商誉减值

**中图分类号:** C29 **文献标识码:** A

## Study on the reasons and countermeasures of goodwill impairment of Lianjian Photoelectric enterprises

Qian Peng

Guangxi University of Finance and Economics

**[Abstract]** This paper selects Lianjian Optoelectronics Company as the research object, and deeply discusses the goodwill recognition and impairment involved in the corresponding preventive measures in the merger and acquisition activities. Firstly, the paper analyzes the specific situation of goodwill impairment of Lianjian Optoelectronics; secondly, the main reasons of goodwill impairment, such as the high goodwill accumulation caused by high merger valuation and the low performance commitment rate of the acquired party; finally, the article puts forward a series of targeted suggestions from the aspects of enterprises, market supervision and investors.

**[Key words]** United Construction optoelectronics; enterprise merger and acquisition; goodwill impairment

### 引言

自2014年起,国务院和证监会陆续颁布了一系列旨在促进并购重组的政策意见与管理措施,越来越多的企业希望通过并购重组获得更多资源,增强自身实力,我国企业并购重组数量持续上升。随着上市公司并购规模的日益扩大,商誉作为财务报表中的一项重要构成,其占比显著提升,相应地,商誉减值的风险亦随之加剧。

#### 1 联建电商标誉减值情况简介

##### 1.1 联建光电并购过程

2012年,联建光电着眼于拓展业务版图,着手规划外延式增长策略。2013年12月,公司迈出了其并购战略的首步,成功跨界收购了分时传媒,初步搭建起了数字户外广告领域的布局架构。截至2017年底,联建光电已完成对13家企业的并购。

2013年12月,联建光电出资8.6亿元收购分时传媒,公司将联合分时传媒,整合资源,充分发挥协同效应。2014年9月,联建光电发布公告收购友拓公关和易事达,并购完成后,将推动“数字户外传媒集团”模式的进程,未来公司传播将依据市场和客户需求实现线上与线下的结合。2015年4月,联建光电投资入股精

准分众,交易完成后,充分利用其旗下多元业务平台与精准分众之间的资源,实现资源互补;同年11月,并购力玛网络、华瀚文化、励唐营销以及远洋传媒,营销服务范围显著扩大。2016年1月,联建光电子公司之分时传媒并购丰德博信,实现非同一控制下企业合并;同年8月,子公司分时传媒并购西藏泊视,为联建光电数字户外领域增添活力;同年11月,并购上海成光、西安绿一,进一步户外广告投放力度。2017年10月,联建光电并购爱普新媒,在广告方面为客户提供优质高效的推广服务,提高公司在互联网广告领域的竞争力。

##### 1.2 联建光电并购商誉的确认与计量

1.2.1 联建光电并购商誉初始计量。在企业并购中,联建光电所并购的13家公司均以较高的合并成本完成交易,如表1所示。在2013-2017年期间,公司累计投入了约546,079.35万元资金用于收购。然而,这些被并购公司的净资产总额仅为82,383.65万元,这一显著的差距直接促成了高达463,695.70万元商誉的生成。这一连串的并购活动,使得联建光电累积了庞大的商誉资产,虽然短期内为公司带来了积极的市场反响,但同时也预示着未来可能面临计提商誉减值的巨额潜在风险。

表1 联建光电2013-2017年并购商誉的形成情况(单位: 万元)

并购时间	被并购公司	合并成本	取得的可辨认净资产公允价值	确认商誉
2013年	分时传媒	85,999.98	14,943.35	71,056.63
2014年	友拓公关	45,999.99	5,805.33	40,194.66
	易事达	48,894.99	13,621.22	35,273.77
2015年	精准分众	27,000.00	3,560.85	23,439.15
	力玛网络	89,999.39	8,687.06	81,312.33
	华瀚文化	36,400.00	3,608.55	32,791.45
	励唐营销	49,600.00	8,359.71	41,240.29
	远洋传媒	30,000.00	3,941.75	26,058.25
	丰德博信	10,152.00	1,843.35	8,308.65
2016年	西藏泊视	13,000.00	1,812.69	11,187.31
	上海成光	20,000.00	3,777.29	16,222.71
	西安绿一	26,333.00	3,605.73	22,727.27
	爱普新媒	62,700.00	8,816.77	53,883.23
合计	-	546,079.35	82,383.65	463,695.70

数据来源: 联建光电2013-2017年年报

表2 联建光电2017-2019年商誉减值准备情况(单位: 万元)

被并购公司	计提商誉减值准备		
	2017年	2018年	2019年
分时传媒	11,714.88	44,331.35	-
友拓公关	-	14,533.96	25,660.71
易事达	-	11,155.26	24,118.51
力玛网络	18,053.37	45,201.21	18,057.75
华瀚文化	6,613.73	24,338.18	1,839.54
远洋传媒	4,324.24	15,109.03	-
励唐营销	13,437.63	27,802.65	-
丰德博信	-	-	8,308.65
西藏泊视	-	4,688.83	-
西安绿一	-	16,402.35	6,324.91
上海成光	-	13,515.33	2,707.38
精准分众	1,676.21	15,325.24	4,487.10
爱普新媒	-	40,813.30	7,160.72
合计	55,820.07	273,216.69	98,665.27

数据来源: 联建光电2013-2017年年报

表3 联建光电2013-2017年并购资产评估方法情况统计(单位: 万元)

被并购公司	评估方法	净资产账面价值	评估价值	估值增长率(%)
分时传媒	资产基础法	10,258.87	12,802.32	24.79
	收益法		86,018.13	738.48
友拓公关	资产基础法	4,071.02	4,072.87	0.05
	收益法		46,001.70	1,029.98
易事达	资产基础法	15,708.41	20,503.99	30.53
	收益法		55,483.17	253.21
力玛网络	资产基础法	10,807.75	6,663.92	-38.34
	收益法		90,039.46	1,245.93
华瀚文化	资产基础法	3,052.79	2,976.34	-2.50
	收益法		36,410.90	1,086.03
远洋传媒	资产基础法	2,724.27	2,776.49	1.92
	收益法		30,077.08	982.49
励唐营销	资产基础法	2,913.24	5,958.32	104.53
	收益法		49,665.14	733.53
丰德博信	未披露	未披露	未披露	未披露
西藏泊视	收益法	1,713.34	13,551.01	690.91
西安绿一	资产基础法	2,919.79	3,041.91	4.18
	收益法		26,460.77	806.26
上海成光	资产基础法	1,192.49	1,193.39	0.08
	收益法		18,089.24	1,416.93
精准分众	成本法	872.16	926.65	6.25
	收益法		27,681.21	3,073.87
爱普新媒	未披露	未披露	62,706.58	未披露

数据来源: 联建光电2013-2017年股权项目资产评估报告

1.2.2 联建光电并购商誉减值情况。联建光电在2017年前公开的报告中缺少对商誉减值相关信息的披露, 在2017年因利润大跌引发深圳证券交易所的调查, 之后, 联建光电对以往年度数据进行更正, 其公开报告才出现商誉减值的相关信息。在2017至2019年期间, 联建光电对其各并购子公司分别计提了55,820.07万元、273,216.69万元和98,665.27万元的商誉减值准备。一旦这些商誉被计提减值准备, 公司的利润将不可避免地受到严重的负面影响, 出现大幅下滑, 详见表2。

## 2 联建光电商誉减值形成的原因分析

### 2.1 高估值导致高商誉

在上述对商誉初始确认情况分析中,本文发现联建光电13起并购中,合并成本均高,高溢价并购模式产生了巨额商誉。在我国并购重组市场中,第三方评估机构所提供的资产评估报告,对被并购企业的价值评估在一定程度上会起到影响合并成本确定的作用,并随之对商誉的初次确认数额产生影响。

从表3可以看到,联建光电在并购交易中主要采用收益法和资产基础法对目标企业的所有者权益进行估值,其估值结论大多倾向于收益法得出的结果。进一步对比表3中的数据,不难发现,相较于资产基础法,收益法的估值结果普遍展现出较高的增值率,这导致了“高估值”现象的出现。从前文可知,联建光电的合并成本约等于资产评估机构给出的所有者权益的估计值,这间接地影响到联建光电初始确认的商誉金额。

## 2. 业绩承诺实现率低

在企业的并购与重组活动中,业绩承诺是一种普遍存在的现象。当这些义务未能如期履行时,往往会引发并购交易中的商誉减值。在联建光电完成的13项并购交易中,被并购企业均签订了业绩承诺协议,且大部分的承诺期限为5年。如果在双方约定的承诺期限内,被并购企业的实际净利润未能达到承诺标准,那么,根据盈利预测补偿协议的相关条款,对应的补偿义务人便需承担向上市公司支付补偿的责任。

通过整理联建光电2013至2019年年度报告,在联建光电并购的13家子公司中,仅有丰德博信一家子公司成功履行了年度业绩承诺,而部分子公司不仅未能达成所承诺的净利润目标,甚至陷入了亏损境地。比如,华瀚文化的业绩承诺实现率经历了显著下滑,其实现率由2015年的103.53%大幅下滑,至2017年已降至-17.00%,并且这一颓势在2019年进一步加剧,实现率更是低至-118.47%。

## 2.3 商誉减值信息失真

一方面,联建光电商誉减值信息的失真反映在其子公司不真实的财务信息上。2017年12月,因涉嫌违法违规披露信息,证监会对联建光电进行调查。随后,联建光电进行了自查,并对2015年及2016年的商誉减值准备追加计提。在自查过程中,公司发现子公司分时传媒、远洋传媒和精准分众在2014年至2016年期间,通过虚构业务收入等手段来虚增利润。

另一方面,联建光电商誉减值信息的失真还体现在部分子公司采取并购重组策略,以提升业绩,规避商誉减值测试。在联建光电的13起并购重组中,2016年就有两起通过子公司分时传媒进行的并购,分别是并购丰德博信和西藏泊视,且这两家公司均在并购当年被纳入联建光电的合并财务报表中。值得关注的是,联建光电2013年收购分时传媒时,分时传媒承担了2013年至2017年扣非净利润的业绩承诺。在并购完成当年,丰德博信和西藏泊视共为分时传媒带来了净利润2,804.78万元。然而,在扣除这部分利润后,分时传媒所实际达成的净利润却呈现出持续下降的趋势。这一现象表明,在业绩承诺期内,子公司通过并购重组的方式达到业绩承诺的标准,从而规避了商誉减值测试,进而掩盖了商誉减值的真实情况。

## 3 商誉减值风险的防范

### 3.1 企业自身层面

首先,确保商誉初始确认于合理估值区间内,是防止商誉泡沫化的重要策略。联建光电商誉减值问题的根源在于其商誉初始确认数额偏高。企业并购活动虽能促进自身扩张并累积商誉资产,但同时也伴随着相应的风险累积。因此,企业在商誉初始确认阶段需采取谨慎评估的态度,以确保商誉确认的规范性及合理性。此外,强化企业内部控制体系的建设同样关键。在联建光电商誉减值测试中,暴露出商誉减值信息失真的问题,这反映出上市公司对子公司的监管力度不足。针对这一问题,企业应着重提升内部控制的有效性,以确保对子公司实施强有力的管理和控制。

### 3.2 市场监管层面

首先,健全商誉相关的会计准则体系。鉴于我国上市公司中商誉减值风险频发,这一现象深刻地暴露了当前商誉会计准则在制定层面及执行过程中的明显不足。为此,会计准则制定机构需采取行动,对相关会计准则进行修订和完善。例如,在商誉的初始确认阶段,应严格规范确认流程,确保商誉金额的合理性得到审慎考量。其次,加强监管的强度并实行强制性的信息披露制度也极为重要。随着我国资本市场并购活动的日益频繁,商誉规模不断膨胀,商誉风险事件频发,尤其是商誉减值的大规模计提及信息失真问题,已成为亟待解决的重大挑战。因此,迫切需要建立一套强有力的商誉信息披露监管体系,通过加大监管力度,建立健全披露框架,确保商誉信息的真实性、准确性和完整性,从而为资本市场的长期健康稳定发展提供坚实的保障。

### 3.3 投资者层面

基于信息不对称理论,资本市场中的大部分投资者面临信息获取渠道受限的困境,所接收到的往往是经过上市公司修饰后的信息。因此,投资者在进行决策之时应秉持理性态度,对商誉减值风险保持高度的警觉。一方面,鉴于我国资本市场上并购活动的频发,投资者需坚守独立的判断立场,避免盲目跟风投资,确保投资决策的自主性和客观性。另一方面,投资者对那些“高估值、高溢价”的并购交易应保持审慎态度,以防陷入投资误区。同时,投资者还应该警惕那些按照规定计提商誉减值成本的公司,因为这些公司有可能虚报商誉减值的原因。为了在利润表中保持良好的形象,公司可能会选择隐瞒减值的真实原因,或者出于盈余管理的动机,采取不恰当、不准确地计提商誉减值准备的策略,从而误导投资者的评估。

## 4 结语

本文从商誉减值角度出发,结合具体实例,对企业并购活动中商誉减值的产生原因进行详细剖析,并在此基础上提出一系列针对性建议,希望能为其他并购企业及相关监管部门提供参考。

### [参考文献]

- [1] 卿琛,张新民.并购商誉及其减值研究:准则演进与文献回顾[J].财务研究,2023,(05):30-44.
- [2] 孙莹.企业并购商誉减值风险防范建议[J].财务与会计,2023,(11):80.

### 作者简介:

彭茜(1999—),女,汉族,广西玉林人,硕士研究生在读,会计师。研究方向:企业财务与会计。