

立信會計譯叢

無形資產

W. A. Paton 著

潘序倫 譯

立信會計圖書用品社發行

61201/10

X

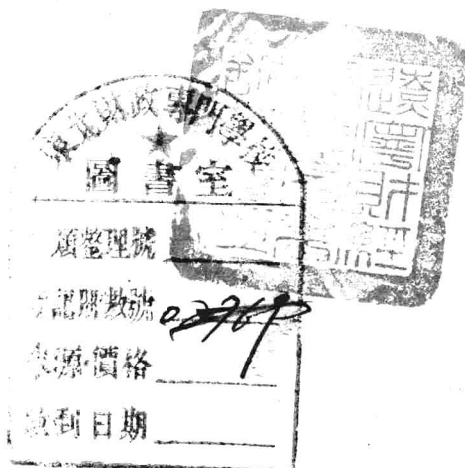
5202

立信會計譯叢

無形資產

譯自 W. A. Paton: Advanced Accounting (1940) 第十八及十九章

潘序倫



立信會計圖書用品社發行

07602

立信會計譯叢

無形資產

全一冊

版權所有
不准翻印

每冊基價三角五分
外埠酌加郵費運費

原著者
譯者
發行人
發行所

W. A. Paton
潘序倫
顧詢

立信會計圖書用品社

上海南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號
南京路三三九號

印刷者

周順記印刷所

上海惠民路三八號

一九四九年十二月初版 (滬)

立信會計譯叢總序

我國會計學術之研究及會計實務之改良，在民國十年至二十六年間頗多進步，國內會計教育日見普及，而會計著述亦年有加增。我立信同人亦曾在此期間致其最大努力，陸續編著立信會計叢書及季刊共達數十種之多。其後抗戰軍興，同人等分赴內地，在困難環境之下，國內學術研究工作，不免遭受頓挫，固不僅會計一科爲然也。在二十六年至三十四年間，同人等在大後方，對於會計教育及出版事業，仍繼續致其全力；原著會計叢書，亦多勉予修改，以適應當時法令及環境。惟因幣值變動甚速，一切會計紀錄及報表，多喪失其意義，因而會計原理及實務，均成爲紙上空談，不着實際。不過十餘年來，西方各國會計理論及實務，已多進化，新著迭出，迥異曩時，我國學者允宜急起直追，予以研究，以資攻錯。因復集合同人，再度致力於會計編輯工作。惟因我國經濟現狀及工商組織，正在演變之中，幣值方期穩定，法規亦待修訂，若云改良會計，以覺言之稍早；爰將他國會計新著之有重大貢獻者，先爲逐譯付印，以向國內讀者，不論篇幅之大小，惟擇內容之精新，私擬在二三年內，秉述而不作之志，選譯二三十種，使我國會計學子，多得新穎讀物，總名之曰立信會計譯叢，作爲立信會計叢書之新篇。俟至相當階段，再將前著立信會計叢書陸續改編，以適應我國新的環境及需要。謹略敘緣起，藉作嬰鳴之求，所望國內會計學者多予指正及協助云。

潘序倫於立信會計研究編譯所

一九四九年八月

立信會計圖書用品

簿記類

- 簿記初階
商業簿記
初級商業簿記教科書（一九四九年修訂）
高級商業簿記教科書（一九四七年修訂）
英文高級商業簿記
高級商業簿記實習題附屬文件
- 李文杰編
甘允壽編
陳文麟編
施仁夫編
潘序倫著
潘序倫編

會計學類

- 會計學 第一冊（一九四八年修訂本）
會計學 第二冊（一九四八年修訂本）
會計學 第三冊
會計學 第四冊
會計學
會計學概要
會計學教科書（一九四八年修訂本）
會計問題（上册）
會計問題（下册）
公司會計準則
- 潘序倫著
潘序倫著
潘序倫著
潘序倫著
錢素君
夏治濬編
李鴻壽編
王濤如編著
唐文瑞編著
唐文瑞編著
施仁夫
施仁夫
潘序倫譯

銀行會計類

- 銀行會計（一九四八年修訂本）
銀行會計（一九四八年修訂本）
暫行銀行統一會計制度
- 陳福安編著
顧準
陳福安著

成本會計類

- 成本會計
陀氏成本會計（一九四九年修訂）
勞氏成本會計
勞氏成本會計習題
許氏成本會計
棉紡織廠成本會計
成本會計制度設計方法
- 陳文麟編譯
施仁夫譯
潘序倫譯
潘序倫譯
潘兆申譯
陳文麟著
張文中編著

政府會計類

- 政府會計
中國政府會計制度（一九四八年改訂本）
政府會計人員手冊
普通公務單位會計制度之一致規定
政府會計審計法規
中國現行主計制度概論
- 張薰生
王成杰編
余性元編著
汪元錚編
蔡世英編著

目 錄

譯 叢 總 序

一、無形資產之種類及其成本之計算.....1

無形資產之來源及性質 商譽 專利權 版權 商標權及商號權
無形資產之承認 無形資產價值之承認與營業成績之比較 建
立商譽之成本 發展專利權 版權等成本 購入無形資產之成
本 商譽之攤銷 專利權及其他類似資產之攤銷 特許權 開
辦費 開辦費成本之攤提 建築期內之利息支出 開業前股本
平衡權之報酬應否計作資產問題 繼續價值

二、無形資產之估價26

無形資產價值之估計——概說 過去年度收益紀錄之分析 預
期收益之估計 有形資產之估價及調整 收益力之兩種計算法
計算企業收益之特殊問題 正常收益率之估計 正常及差額收
益之計算 差額收益之估價 無形價值計算實例 專利權及其
他類似因素之估價 無形價值之估計與其顯現之關係

一、無形資產之種類及其成本之計算

無形資產之來源及性質 考一企業所以能產生無形資產之原因，大致不外爲下列數項：(1)顧客、職工、及投資人對於該企業之友好與合作態度；(2)政府給予該企業之獨佔權利，如商標權、商號權、專利權及特許權 Franchises等；(3)業主或管理人員對於某種生產方法或技術，具有獨特之智識或能力，並祕守之而不傳授于人；(4)在企業發展方面，較之他業佔有比較有利之地位與環境。此等因素，並非各自獨立，而實交互相關，蓋設有此一因素，即能因之而產生他因素也。例如顧客之“友好態度”，可能由一種專利權之獨佔性業務而起。且在某一情形下，某一因素對於無形資產全部價值所生影響，究有多少，每難予以分別確定。

吾人若欲列舉無形資產之來源，其事尚易，但欲詳述此種資產之本質，其事甚難。就其名稱之涵義而言，所謂“無形”，當指缺少實質之意；且此一意義，殊不能增加吾人對於此種資產之了解。例如應收帳款、有價證券、及預付款項等，有時雖不乏書面之證明，但終不能認爲具有實質之權利，而在會計慣例中，則通常認之爲有形資產。且一般典型性之實質資產，如將其本質澈底分析，亦祇爲一種可享之權利而已，並不着重於其實質也。有人曾經指出，政府以特許權方式，准許某一企業對於某項土地，有使用之權，較之該業在自有土地上所得較爲自由之使用權，實無基本上之區別。是則將資產分爲有形與無形，當無何等意義。

考無形資產有一重要特性，即其存在，並不麗屬於一企業之某一特定部分，而與其整體則發生密切聯繫是也。申言之，如以無形資產與其也有形資產相較則前者對於某一特定建築、設備、商品、或權利，較少密

切關係。蓋在一特定情形下，無形資產價值，祇為一種賸餘價值，即一企業之整體價值，超過其“分別計算之各項具體資產總值”之餘額而已。因之無形資產，較之他種資產，更有賴於企業之繼續營業，始克存在；故若將其轉移或變現，每較他種資產之轉移或變現，能使一企業之繼續性，發生更重大之影響。此點就一企業所已建立之商譽而言，更見真確。至於專利權，版權等項，則較易轉移與變現，且在轉移或變現後，可能對於該業前途，不生嚴重影響。

無形資產既具此種特性，則其價值之衡量，自必十分困難。無形資產既為整個企業所具之一種性質或情況，則其價值之計算，等於為整個企業之價值，作一計算，其問題之複雜，不難推想而知。申言之，欲測知無形資產之價值，祇有以整個企業之命運為根據耳。

考一繼續經營之企業與其無形資產，所以具有價值者，祇因其有獲利能力而已。吾人如將估價之中心觀點，移至企業個體Business Entity本身，則通常用於個別有形資產之成本計價法，自將失其重要。蓋一企業原不過為許多營業工具之集合體，設不能生產利益，則就其本體而言，即無價值可言，但一企業雖有獲利能力，未必即有無形價值，祇在其所獲利益能超過其公平估計之有形資源所應獲致之通常利益，方可認為有賸餘或無形價值之存在。就其個別因素而言，一企業必須在生產技術、業務關係、及特許權利等方面，保持一優越情況，而此優越情況，又必須為其獲利能力所證實，方有無形價值可言。

無形資產之存在，既與繼續營業及其優越成績，發生不可分離之關係，故與某種企業所特建而不可移充他用之廠房設備，實具類似之性質。

商譽 考“商譽”Goodwill一辭，原僅指一般顧客對於某一企業

之好感而言，但其意義近已擴展至包括一企業在銷售方面、生產方面、財務方面、及政治方面一切有利關係之整個價值。

就銷貨方面之商譽而言，其成因當爲(1)價廉物美；(2)營業環境之優良，銷貨員招待顧客之週到，發送貨物之迅速與便利，賒貨欠款之優待，及店面設備之精美清潔等；(3)因商號商標之長久使用，而使顧客發生一種“近悅遠來”之習慣。營業地點之便利，亦爲增加銷貨量之一重要因素，尤以零售業爲然。但此一優點之價值，多即爲營業用基地之價值；其不可歸屬於土地價值之部份，方得認爲商譽價值。至祕密生產方法之控制，對於銷貨商譽，自亦生間接影響，而生產效能之優良，就建立銷貨商譽而言，或反不甚重要。就製造或經銷特種消費品之企業而言，其銷貨方面之商譽，可能極爲顯著；此時製造商之商譽與經銷商之商譽，可能連帶發生，相得益彰。例如某種汽車之製造商，可能因其貨品之精良，及其經銷商代爲宣傳之努力，而享有商譽，同時此一經銷商之商譽，亦可能因經銷該種精美之汽車而發生。

所謂生產方面之商譽，多爲工資之較高、職工職業之穩定、安全保險制度之建立、及工作環境之改良等事項所建立，而一般社會民衆對於某一企業或該類生產事業所表示之同情態度，（此種態度，往往因該業本身以外之原因而起）亦與之大有關係。在此種情形下，企業本身所能獲致之效益，當爲職工服務之優良，每單位產品人工成本之減低（單位人工成本之減低，非不能與高工資率同時並存）及因職工週轉率 Labor turnover Rate 之減低與勞資糾紛之避免，而得節省其生產成本。此種良好的勞資關係，必能對於一企業之無形價值大有貢獻。

企業財務信用方面所佔優越地位，多爲其投資人、往來銀行、及往來客戶對於該業之信任態度所反映。企業自此等來源獲取資金與貨物，其信用卓著，則長期短期資金之募集與舉借，當極便利，是與其前途

幸福，大有關係也。有時財力之充沛，對於生產成本，可能發生直接影響，因原料物料，如能在適當時機大量購入，必能獲得特殊有利條件。

以政治方面或在主管機關方面之某項有利因素，為私營企業之一種商譽，於理似覺欠合。但按之若干資本主義國家之事實，此種情形，又覺無可否認，因確有若干企業，借重政治力量，以達獲取厚利之目標，欲謂此等力量非商譽價值之成因，實不可得。

一企業所採政策及所處環境，因能分別產生商譽，但此等政策及環境，往往交互關聯，欲為分別估計其貨幣價值，每非事實所能。且在最後分析，各項因素之效力，大都在企業產品之銷售方面表示之。蓋所謂生產方面之商譽，當能在產物之品質及價格方面，發生良好影響，以間接方法，獲取一般顧客之好感。至於有利的財務關係所以能反映無形價值之存在者，無非因其能增加一企業之收益耳，非謂此等關係對於企業本身組織，有何價值也。雖然，欲在某一情形下，估計商譽之價值，而將其存在帳目上作必要之處理，則對於其成因之分別認識，不能謂無必要。

著者於此，請再申前說曰，一企業與顧客職工及其他方面之關係，連同其一般環境，必須能產生高出於通常水準之獲利能力，始有所謂商譽價值之存在。

專利權 版權 商標權 及 商號權

專利權為政府獎勵科學技術之發明與創造，而給予私人之一種獨佔權利。在美國其期限為十七年。按一般專利法之規定，所謂發明與創造，既須新鮮，又須有用。但徵之事實，對於現有方法幾微之更改，亦多由政府核給專利權，其中毫無效用之“發明與創造”，指不勝屈。依法，專利權人應為原發明人，但得將其專利權之全部或一部轉讓於他人，且得將其使用權，以租賃或其他方式轉給他人。

廠商持有某一專利權，可能使其產物之生產成本，較一般同業爲低，因而增加其收益額。有時此種獨佔權利，能爲其產品獲得較高售價。有時此種專利權對其所有人之營業，可能十分重要，因之其價值可能超過其一切有形資產。但多數專利權往往不能爲其所有人收回其申請費及執照費，至用於試驗研究之成本，更不待言。在若干不重要之發明及改良方法，此等情形，尤所普見。但許多互有關聯之專利權，就其各別效用而言，雖或無甚價值，但併在一起，而被控制於一個企業，每具有極大價值。

未經呈請專利之祕密方法與公式，有時可能成爲貴重之資產。此等方法與公式，亦爲法律所承認之財產，可以自由轉讓。且其使用年限，不受任何限制；又其內容既未公開宣佈，故無遭受他人做冒侵犯之危險，此爲其利益存在。但因其方法與公式，未經政府核准專利，萬一洩漏祕密，則其價值即將消失。且在科學技術迅速進步之今日，欲爲真有價值之方法與公式永保祕密，恐亦不甚可能。

出版權或稱著作權，爲政府所給特許權之一種，即一切著述及美術作品，不許無此權者出版翻印或出售也。此權之法定期限爲二十八年，且可由著作權人呈請展期。此項權利，與專利權之性質相似，可能具有重大價值，亦可自由轉讓或出租。

商標及商號，對於銷貨商譽之建立及維持，至關重要，故其價值與貨商譽價值，每不可分。但非俟此等商標牌號成爲一般顧客注意力之中心點，企業之無形價值不能即視爲商標牌號之價值。近年以來，商品大量生產，日見普及，銷貨區域，亦日漸推廣，生產者與消費者間，不再有直接關係，顧客對於所購物品之選擇，幾有祇認商標牌號，不認生產者與貨物品質之情形，因之商標牌號在無形資產中，已增加其獨立之重要性。有時購貨人對於商標牌號之成譽，信仰過深，對於所購貨物之

真實價值，反不甚措意。應知商標牌號之建立，大多借力之廣告，其貨物之實值，每不如其售價遠甚，此則自由競爭中之不幸現象也。

商標權及商號權爲企業資產之一種，凡使用在先者可向政府申請註冊，以資保護，而防仿冒。

無形資產之承認 一般會計家對於商譽及他種無形資產所取態度，多認爲祇能將其實際支出之現金成本（或等於現金之成本），記錄入帳。

一般言之，此種態度，即不從其穩建觀點著想，亦應認爲適當。蓋一企業所有各項具體資產，與其整個業務之“繼續價值” Going Value，應有區別。各個資產帳戶均係由企業資本所賦形之具體因素所組成，與按照企業收益能力而估得之價值，性質不同，毋需將其時作或增或減之調整，以求其總值與所估“繼續價值”相符合。易言之，企業資產之記錄，通常以實際發生之成本爲依據；一企業對於其資本之利用，可能有其特殊方式，所生收益，自亦隨時隨地各有不同，則整個企業之估計價值，亦必時有上下。若將各資產之成本記錄，按照企業整個價值之波動而時作增記減記之調整，顯與會計記錄之作用不符。企業之經理人員，投資人及其他利害關係人無不希望會計人員能維持其投資記錄，俾可合算其所實得之酬報率。若將資產價值，隨所期獲得之收益水準而調整，則其結果，徒使投資與收益間之主要關係，遭受掩蔽，而不克顯示。

若干企業之股份，在證券市場中多有一定市價，此項市價可能反映該一整個企業之價值。但吾人試一觀察近年股票行市之漲落情形，則知苟爲公司設置一種會計制度，使其資產記錄追隨整個企業之估計價值而調整，實爲不值一笑之舉。某公司股票價格在數日或數星期內，突漲一倍或驟跌一半之事，誠屬數見不鮮。在股票市場大不景氣之時，若干

業之股票價格，往往跌至其個別資產立時變現價值之下，因此一般人爲，該一企業尚須繼續遭受損失，故其繼續營業價值反不及其清算變現價值。此種波動之合理或不合理，可置不論，但若根據此等資料爲一企業作成會計記錄及報表，斷不能使其效用，有所增加，當無疑義。

企業有時由外界接受捐贈物及遺產，有時亦能因發現而獲得有價值之資產，此等資產，雖無成本支出，但一般會計家並不反對將其公平估計價值記錄入帳，因之有人認爲確有價值之無形資產亦不妨照此處理。其實兩者間情形不同，未可一概而論。蓋因捐贈繼承及發現而獲得之資產，對於財產管理及成本計算方面，殊有關係，將其記錄入帳，在管理當局及業主觀點，自有用處。即將其他實質資產，按照市值變動情形，重行估計，以修正其原有成本記錄，在必要時非不可行，但按期作經常性之估價及修正，則大可不必。（參閱固定資產第五章）至於企業內涵之無形價值，祇爲其一般情形所反映之價值，對其日常業務財務之管理、成本之計算及政策之決定，不生關係，故毋庸將其估計價值記錄入帳。

在另一方面，主張穩健主義者則又認爲商譽及其他相關因素即使有實際成本之支出，亦應迅即將其轉銷於盈餘或資本帳戶，不使長留帳上。就會計原理而言，此種極端主義，實與承認無形資產估計價值之主張，同一不合。蓋投資於無形資產之數額，既爲企業實際資本之一部份，則對於日後之損益計算，（包括收益率之計算）不能不生關係。因之無形資產之實際成本，自始即應認爲資產之一項，至其嗣後之處理問題，亦與其他各項資產相同，應視嗣後情形而定。

就一般情形而言，無形資產之記錄入帳，雖祇可以其實際發生之成本額爲限，但此一通則，在企業改組轉讓時，非無變通餘地。凡能爲無形資產價值提出可靠證據，而企業所有權或資本結構之改變又相當澈底，宜許其作爲新創事業，並爲其會計記錄另定損益計算之基礎者，則將

原企業之無形價值記入改組後之帳冊中，非不可許。吾人於此可以提及，爲母公司與附屬公司編製合併決算表時，母公司投資於附屬公司股份之成本，若超過附屬公司股份本身之帳面價值時，其超過額在某種情形下，不妨作爲附屬公司無形價值之表示，而列示於合併資產負債表之資產項下。（參閱合併決算表編）

無形資產價值之承認與營業成績之比較 關於內涵無形資產價值之不予入帳問題，另有一點可資說明。吾人認許將購自他人之無形資產價值記入帳冊，但同時反對將自身建立而無成本支出（但確有相等價值）之無形資產，作同一之處理，是否違反會計上之一貫主義？例如有一甲公司，其有形資產計值 \$ 1,000,000，但對於無形資產並無實際投資。另有新組織之乙公司，因甲公司獲利豐厚，願出價 \$ 1,300,000 受盤其全部資產及營業。此時甲公司之無形資產確值 \$ 300,000，按照上述規則，不許其記入帳內，但因其所有權之轉移，而許乙公司承認此項價值，並將其記入帳內。試問此種矛盾主張，有無理由可說？

答之曰，此一主張，似矛盾而實非矛盾。蓋一切帳目，原爲各企業個體之帳目，從其業主或經理之觀點而製作者，非欲就另一業主或經理觀點，以表示他一企業之情形也。以甲公司而論，若將其內涵無形價值，記入帳冊，則其最重要之一項事實，即其業主投資所能達到之高度獲利水準，勢必遭受隱蔽。再以乙公司而論，若不許將其無形資產之實際投資記作資產，則此新公司之資本，立須表示一項重大損失，但在遭此損失以後，又能在其有形資產之上，獲取高過尋常之利益，豈可謂符合其實況乎？其實自乙公司之觀點言之，其有形資產所能獲得之超額利益，祇爲其所付此項超額利益的代價（即 \$ 300,000）之逐漸收回而已。乙公司在購取甲公司之資產與營業時，對於其所能分期獲取之超額利益，共

干，應付代價若干，必經仔細考量，與購入其他資產及權利之情形，二致；則其所付代價（即成本），焉可不認為資產之一項耶？故就其主要職能言，本節所主張之處理方法，實無任何矛盾之處。蓋不公司將其無形資產記入帳冊之理由，即為容許乙公司將其記入帳理由也。

且無形資產價值之廣泛的承認，對於各別企業經營成績之比較，不益，而且有礙。一企業所以能發生無形價值者，正因其有超出尋常獲利能力耳，若將此估計價值記錄入帳，列作資產，則各業會計記錄表示之獲利率，勢將趨於平均，而無高下之分，豈非顯失真相乎？且若許營業成績非常良好之企業，將其繼續營業之整個市價，作為部資產價值之標準，則不能不同時主張，凡營業成績甚為不良之企業應減記其有形資產之價值。惟如此處理，將使此等成績不良之企業在其會計方面，示有通常獲利能力。此種“上下其手”之處理方法，使企業利害關係人所亟欲知悉之各業差別情形，盡受隱蔽，而使解釋工作，增加不少困難焉。

再就各個企業而言，若以其各期波動不定之獲利能力為根據，而估或增或減之無形價值，並按期調整其資產之帳面價值，對於其各期能力之計算及比較，亦將無益而有礙。蓋其結果，將使該企業根據總值而算得之獲利率，永示一經常或平均水準，至其營業方面在實之波動如何，反無從明白顯示也。

建立商譽之成本 商譽之建立，有時雖無直接成本之支出，但可能入經常費用內多種支出之結果。如廣告費及宣傳費即其著例。大規模廣告宣傳，通常多為建立企業之長期信譽而舉辦，因此而獲致之營入，當不以舉行廣告宣傳年度所增之數為限。依同理，一企業對於

銷售方法之改良，經銷處所之增設，必能使若干年內之銷貨量有所增益。至於生產技術之研究，直接以改良產物品質及減低生產成本為目標，間接亦為建立銷貨商譽之重要因素。再就生產方面而言，人事管理部份之設置、職工生活、娛樂、教育、及安全等設備之改良，以及其工作技能之訓練，所需一切支出，亦非不可認為建立“生產商譽”之間接成本。

雖然，吾人固不能因此等支出有助於商譽之建立，遽謂在其發生時，應將其全部或一部，作為資本支出也。蓋欲追尋此等支出對於某項營業收入或某期營業收入所生影響，而為此等支出與此等收入作聯繫配合工作，雖非不可能，亦殊不合算。此種性質之支出，一如他種支出然，總希望其對於企業前途，有適當之貢獻，但不易有足資信賴之標準，將其分配於某項實物或工作，亦不易決定其與一流營業活動之關係。且此種成本，多係經常發生，若將其作為資本支出，則又須為之定一攤提計劃，不僅增加許多計算記錄工作，且尤不易使之正確。

為舉行一項廣告計劃而支出之成本，按其性質，決不能希望其在當時即發揮其全部效力；則照會計原理而言，其成本之應可“遞延”，實與房屋設備成本之應作為資產處理者，毫無二致。但同時吾人不能否認，將廣告成本配合於生產工作或營業收入，顯較房屋設備成本之配合為難。蓋吾人對於廠房設備，已能悉有某種標準，可憑以判斷其成本支出之結果，並規定其轉銷為費用之計劃；若論廣告、惟廣、研究、試驗等項支出，各業所採政策，可能大不相同，即在同業之間亦然；欲為此等支出，定一“服務年齡” Service Life，實覺漫無標準。故概括言之，對於無形資產價值有間接貢獻之一切支出，還以在發生之日，即作為營業支出 Revenue Charges 為宜，（或按照一年內“分配預算”計劃，作短期之遞延）；祇有在特殊情形下，此等支出確有長期遞延之必要者，方可將