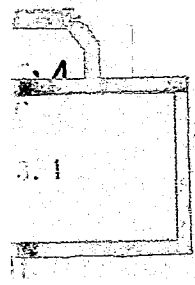


立信會計叢書

# 無形資產論

楊衆先英文原著  
施仁夫譯



立信會計圖書用品社  
發行

MG  
F273.4  
2

立信會計叢書

無形資產論

原著者 楊 衆 先  
編譯者 施 仁 夫

立信會計圖書用品社

發行



3 1796 3560 6

49514  
273

## 序

無形資產之性質及其處理方法，為會計學上最難解決之一問題。自來雖有不少學者，咸致力於此問題之研究，然終學說紛紜，莫衷一是，未能得一統一完善之答解。楊樂先博士前在美國著有 *Goodwill and Other Intangibles* 一書，對於一切無形資產之性質及其會計處理方法，分析至為詳盡。其論無形資產之性質也，既將其與企業收益之關係詳為闡明，復將其涵義之演變情形細為釋述。其論無形資產之會計處理方法也，一以會計學之本質為依歸。故其立論之精審，無與倫比，歐美學者久已奉為圭臬，即會計名家派登（*W.A.Paton*）氏，在其所編會計大全（*Accountants' Handbook*）一書中，亦數數引用其議論焉。我國會計學術之研究，年來漸涉高深，然關於無形資產一項，則尚少詳盡之討論。本所施仁夫君有鑒及此，特將此書譯出，以為立信會計叢書之一種，全部譯文仍請楊君親為校正，是則此書之譯，不啻為楊君本人之作，我全部立信會計叢書得此一部理論高深之名著，參列其間，實自覺其生色不少也。

民國二十五年六月 播序倫於上海立信會計師事務所

## 原 序

歐美各國現時關於商譽之論著甚多，且均係著名會計學者所作。然商譽之會計處理方法究應如何，迄未有所定論，此於各種會計教本中，尤屬顯然，即就狄克西 ( Dicksee ) 與利克 ( Leake ) 兩氏之專著而論，其內容之大部份，均側重於商譽在法律上之特質及其估價方法，而於會計處理方面，並未有若何精詳之討論。當今一般會計家及商人，對於無形資產之特點，固均已具有相當之認識，然對於其真實性質與夫會計處理上應取之原則，則尙未能有深切之瞭解及確定，此係事實，無庸諱言者也。

本書之作，冀將現時關於無形資產之各種見解，加以詳細之分析與歸納，並對於會計處理方法之演進，作一有系統之敘述。先討論商譽及其他無形資產之性質。於此吾人得一原則，謂無形資產之價值，乃屬一特定企業所具額外收益能力之表示，因之，各種無形資產間，實有密切而不可分離之互相連帶關係。其次，則詳論各種無形資產之會計方法，尤重視資產價值與收益能力之關係，以示其究應如何處理，方不致損及會計之重要目的。關於此點，著者誠希



## 無形資產論

望其能獲得一較為正確之結論，以為一般從事於會計者及商業機關之準則焉。

本書參攷之書籍甚多，理應於此表示謝意。惟為節省篇幅起見，各書著者之台銜，恕不一一列舉，容於本文中隨時提明之。當著者撰著本書時，密歇根大學（University of Michigan）教授泰勤（F.M. Taylor）氏曾指示一切關於無形資產之經濟原理良多，並於法律觀點之分析上及其他困難之處，予以極有價值之幫助，而密歇根大學之派登（W.A. Paton）教授，亦時時勗勉與鼓勵，並貢獻種種極珍貴之意見，均為著者所深表感激者，書此以誌謝忱。

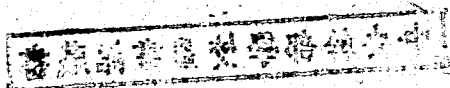
1926年12月10日楊崇先於美國密歇根

中央幹部學校圖書館藏書

## 凡 例

- (一)本書譯文，一以忠實為主，惟其中凡涉及美國法律之處，則略加刪節，以免隔閡。
- (二)原書共分十章，惟因第五及第六兩章之關係殊為密切，承楊榮先博士之囑，特將其併為一章故本書僅有九章，除第一章為總論外，自第二章至第五章，詳論各種無形資產之性質及其與企業收益之關係，第六章以後則分別研究購入與非購入無形資產之會計處理方法及其與企業改組之關係。
- (三)本書譯竟，承楊榮先博士詳為校閱，深為感激。
- (四)本書譯稿，有一部份由胡寶昌及莫啓歐兩先生起草，書此以示謝忱。

民國二十五年六月 譯者



# 目 錄

## 第一章 總論

第一節 無形資產之一般定義	1
1. 以物實之存在與否為標準	2
2. 以價值實現之難易為標準	3
3. 以資產之能否分為標準	5
4. 各種定義之批判	5
第二節 無形資產之特質	8
1. 無形資產在法律上及經濟上之意義	8
2. 無形資產之優越性及評估性	9
3. 無形資產之價值與所費之成本無關	12
4. 無形資產必需附屬於某一特定企業	13
5. 無形資產無市價可言	14
6. 無形資產之價值係以所屬企業之收益為標準	14
7. 無形資產之價值缺乏穩定性	15
第二章 商譽之性質	18

第一節 商譽之經濟特質	18
1. 商譽為企業中特殊剩餘之結果	18

(1)

15476

2.	商譽之持久性 .....	19
3.	商譽必有轉讓之可能性 .....	19
4.	商譽必可以貨幣衡量 .....	20
第二節 商譽範圍之擴大 .....		21
1.	製造上之商譽 .....	22
2.	商譽與企業信用之關係 .....	23
3.	商譽之廣義解說 .....	25
4.	製造上商譽之轉讓性 .....	25
5.	理財上商譽之轉讓性 .....	26
.....		
第三章 商譽與企業收益之關係		
.....		
第一節 概說 .....		27
1.	商譽與決定價值之關係 .....	28
2.	效率與獨佔之定義 .....	28
第二節 銷售上之商譽 .....		30
1.	顧客之階級 .....	30
2.	顧客之散佈關係 .....	31
3.	地點之影響 .....	31
4.	商標及商品之牌號 .....	32
5.	銷售之規模利益與獨佔之關係 .....	33
第三節 製造上之商譽 .....		34
1.	額外收益之起源 .....	34
2.	因製造上商譽而得之額外收益應如何分配 .....	35
3.	勞工週轉率之減低與額外收益 .....	36
第四節 理財上之商譽 .....		37

1. 理財上商譽中之情溢成分	37
2. 個人之信用	38
3. 企業之悠久歷史	38
4. 短期與長期借款	39
5. 小企業理財上之商譽	40
6. 鉅額借款中之優越利益	40
7. 其他優越利益	40

#### 第四章 其他無形資產及其與商譽之關係

第一節 商標及商號	43
1. 商標及商號之意義	43
2. 商標商號乃構成銷售上商譽之因素	43
3. 商標商號之價值	45
4. 商標商號之經濟特質	45
第二節 繼續價值	45
1. 繼續價值之起源	46
2. 繼續價值為建築物繼續使用價值說	46
3. 繼續價值為事業發展價值說	47
4. 繼續價值為額外收益之追原價值說	47
5. 繼續價值為收益價值說	48
6. 商譽與尋常發展之繼續價值	49
第三節 營業特許權	51
1. 營業特許權之法律及經濟特質	51
2. 營業特許權與繼續價值之關係	53
3. 營業特許權與商譽之比較	54
第四節 專利權版權及商業秘密	55

1. 專利權、商標及商業認誌之定義及性質	55
2. 專利權與獨佔權	56
3. 專利權獨佔能力之限制	58
4. 商譽與專利權可以同時並存	58
5. 由專利權所產生之商譽	59
6. 特定企業內商譽與專利權之關係	60
7. 專利權價值之經濟特質	61

## 第五章 商譽與額外收益能力之關係

第一節 商譽之廣義詮釋	63
1. 現時通行之商譽定義	63
2. 商譽定義之演變	64
3. 額外收益一概念之起源	65
4. 無形因素為產生額外收益之原因	66
5. 商譽適用之推演	68
第二節 額外收益分屬之困難	68
1. 無形資產單獨之估價須根據於額外收益之分屬	67
2. 有市價之資產毋用分屬	67
3. 無形資產無控制之可能性	67
4. 收益之比較為分屬之唯一根據	68
5. 無形因素之互助性	68
6. 分屬無形因素之方法	70
第三節 商譽之收益與各種特種收益	71
1. 商譽收益與特種收益之異點	71
2. 商譽收益與專利權收益之比較	72

## 第六章 非購入無形資產之處理方法

第一節	非購入之無形資產應否入帳	74
第二節	資產之會計價值與處理無形資產之關係	76
1.	資產與獲利能力之性質	75
2.	會計上所表示者為成本抑為價值	78
3.	資產之性質及其估價之標準	78
4.	收益為一種不確定而不穩定之價值	81
5.	無形資產與其他資產之比較	82
6.	無形資產之流動性	85
7.	無形資產之變現性	85
8.	無形資產之穩定性與確定性	85
9.	無形資產與管理政策之關係	86
10.	無形資產與產品成本之關係	86
11.	無形資產與遞延資產之關係	87
第三節	不確定與不穩定價值不應視作資產之理由	87
1.	劃分不確定價值之重要	89
2.	計算收益應以投資價值為基礎	90
3.	營業純益為計算不確定價值之基礎	89
4.	無形資產之估價以純益為唯一標準	91
5.	收益之複合性及其還原為資產之影響	91
6.	無形資產短期估價對於事業之影響	92
7.	無形資產之價值祇可以收益表示之	93
第四節	無形資產作為一種差異價值之處理法	93
1.	設立商戶帳戶以代表一切無形資產之總值	94
2.	差異價值與無形資產之不同	95
3.	表示差異價值之不當	95

4. 收益價值與事業價值之關係..... 93
5. 遺留收益價值之必要..... 94

## 第七章 各種非購入無形資產之分析

### 第一節 商譽..... 99

1. 由成本所得之商譽..... 99
2. 辨別成本效用之困難..... 99
3. 會計費用與商譽價值之關係..... 100
4. 資本主優越能力與商譽之產生..... 101
5. 資本主優越能力列作資產之不當..... 101
6. 發展費用與商譽..... 102
7. 發展商譽之不確定性..... 103
8. 發展商譽與開辦費用之比較..... 104
9. 商譽與遞延資產之比較..... 104

### 第二節 商標及商號..... 106

1. 商標及商號與商譽之關係..... 106
2. 商標及商號價值之處理..... 106
3. 商標及商號成本之處理..... 107

### 第三節 專利權版權及商業祕訣..... 108

1. 專利權版權及商業祕訣之性質..... 108
2. 專利權版權及商業祕訣之處理..... 109
3. 有市價之專利權及版權..... 110
4. 專利權版權及商業祕訣之成本..... 111
5. 逐年研究費用之處理..... 112
6. 特別費用之處理..... 113
7. 研究所發明之處理..... 113



8. 版權之成本.....	114
9. 發明以該之法律費用.....	114
10. 專利權版權及商業認談成本價值之折舊.....	116
11. 折舊之性質.....	117
12. 專利權及版權之轉入商譽.....	118
<b>第四節 營業特許權.....</b>	<b>120</b>
1. 營業特許權之價值.....	120
2. 營業特許權之成本為開辦費用之一項.....	121
3. 公用企業逐期所繳之稅捐.....	121
4. 無一定期限之營業特許權.....	122
<b>第八章 購入無形資產之性質及其處理方法</b>	
<b>第一節 購入無形資產之性質.....</b>	<b>123</b>
1. 購入無形資產價值之複合性.....	123
2. 購入無形資產價值之歸屬.....	124
3. 購入無形資產應記入帳上之理由.....	125
4. 無形資產投資之性質.....	127
<b>第二節 購入無形資產之漲價及折舊.....</b>	<b>127</b>
1. 一般之見解.....	128
2. 財產稅與預付款項.....	130
3. 收益並非重估無形資產價值之良好標準.....	130
4. 以購入時所預計之時期為計算折舊之標準.....	132
5. 購入無形資產與非購入無形資產之比較.....	133
6. 單獨購入之專利權及版權等之折舊.....	135
<b>第三節 攤提折舊之方法.....</b>	<b>136</b>
1. 平均法.....	136

## 無形資產論

2. 現價法	137
3. 定率法	139
第四節 無形資產折舊之性質	140
1. 將折舊作為利益分配之建議	140
2. 折舊為營業費用之一種	140
第九章 合夥及公司改組時無形資產之處理	
第一節 合夥改組時無形資產之處理	143
1. 合夥人退夥時無形資產之處理	144
2. 新合夥人加入時無形資產之處理	146
3. 合夥結構變更之程度	149
第二節 合夥改組公司及公司合併時無形資產之處理	152
1. 合夥改組公司時無形資產之處理	152
2. 公司合併時無形資產之處理	153
3. 資產估價之提高	155
4. 預期額外收益之斷譽	156
5. 無形資產之變遷	157
第二節 合併資產負債表中無形資產之處理	159
1. 編製合併資產負債表之目的	159
2. 合併資產負債表上無形資產處理法之一	160
3. 合併資產負債表上無形資產處理法之二	162
4. 合併無形資產之性質	162

## 第一章 總論

無形資產之性質及其處理方法，實為會計上最難解決之一問題，雖有不少學者致力於此問題之答覆，或作分析之說明，或不統括之定義，或指示其會計上之處理方法，然其所得之結果，往往自是矛盾，而無一貫理論之依據。非特習慣上種種不當之處理方法，未能因之而改善，且其性質之究竟，反因此許多學說之紛歧，而益形含混。夫關於無形資產之理論，所以未見有若何之進展者，推本溯源，大都為受其名辭之牽累所致。論者多自其名辭之意義，以推想其實際之內容，殊不知「無形資產」一詞，本非確切之名辭，其實際上所包之範圍，並不若其名義上所示之廣泛，且「有形」與「無形」，亦並非資產分類之適當標準，根據此種分類標準所得之結論，自難有確當之意義。是故吾人研究無形資產，應自其實質方面加以分析，不能但就其名辭上之涵義而為之臆斷。對於現有之各種概念與定義，更非先為之闡明不可。

### 第一節 無形資產之一般定義

於今之世無形資產者，類多以物質之存在與否為區別資產之標



(南)

準，故以現金，商品，應收帳款，應收票據，房屋，機器等為有形資產，而以商譽，商標，專利權等為無形資產。然完全採用物質為分類之依據，其中困難良多，故事實上又不得不假借其他之標準，以求解說之便利。茲將現有之定義與概念加以分析，則可得無形資產與有形資產之區別標準如下：

1. 以物質之存在與否為標準——物質之存在與否，為有形資產與無形資產間之一大區別，照此標準，可得無形資產之定義如下：「無形資產者，乃財產之一部，其價值並不存在於可見可觸可量可算之實物中，亦並無此種實物為其代表」。依此定義而論，凡商譽，商標，專利權，版權，營業特許權等，無物質之存在者，均為無形資產；而土地，房屋，原料，在製品，製成品等，均為有形資產。然此種分別，絕非會計上所謂無形資產之正確界限。例如應收帳款及應收票據等，皆不過為一種債權，並無實質物體之存在。若照上述定義，自亦應列為無形資產之一種。但會計習慣，則將此種資產列入有形資產之中。再如開辦費及其他遞延資產，更無物質存在之可言，但會計學上所稱之無形資產，卻又未曾將是項資產包括在內也。

且以物質之存在與否，分資產為有形與無形兩種，非僅不能說明無形資產之性質究為何物，抑且使習慣上之界限更形混亂。現金，應收帳款及應收票據等，通常皆列作有形資產，但如現金中之銀

行存款，銀行紙幣等，皆為一種代表債權之價值，並無實質之可言。應收帳款亦不過為對於顧客之權利，此權利因顧客購本公司之財貨或勞務而始行成立。帳款到期，顧客有付還之義務，但在尚未收到現款之前，代表其價值之實物，又在何處？如云帳上所示之差額，或顧客所簽之收貨單據，即為其實質之代表，則無形資產中如購入之商標及向政府註冊之專利權等，其用以證明該項權利之受盤契約，及政府所頒給之證書等，又豈非為其價值存在之實際代表？與帳款之有帳册收貨單等可資證明者，又有何異？故以應收票據，有價證券及契約權利等作為有形資產，適足發見其學說之牽強與矛盾。由此可見資產不能依物質之存在與否而分為有形與無形二類，彰彰明矣。

2. 以價值實現之難易為標準——或謂應收帳款及有價證券等所以列為有形資產者，非因其有實體之存在，蓋因其所代表之權利價值，在通常情形之下，易於實現為最優良之資產（即現金）。應收各項到期時，類皆照付，有價證券，亦可在市面隨時出售，而換得現金。至如商標及政府所給與之各種特權，雖在營業上有相當之價值，但因其與整個營業有密切之關係，非將原來之營業停止或使業受絕大之影響，殊難將其出售而變為現金，故不列於有形資產之類。

雖然，所謂財產價值之實現性者，實含有二種意義；其一，指

某項財產可以出售之敏捷程度而言，即財產之流動性是也；其二，指某項財產因出售而不致減損其價值之程度而言，即價值之穩定性是也。若以此兩項實現性為標準，作衡量固定資產之用，吾人又能發現王說之非得盡然。各種固定資產如機器設備房屋等，本少流動之性質。此類資產，代表營業中之固定投資，其價值之實現，必待業務之經營而得，即用此種資產之工作，或因其輔助而生產貨品或勞務，再將此項貨品或勞務出售，方能實現固定資產之價值。易言之，即將此種資產之價值，用分期折舊之方法，分攤於其所產貨品或勞務之成本中，至其所產出之貨品或勞務，依成本或成本以上之售價出售後，始能收回固定資產之原價。由此觀之，機器房屋設備等，因非營業上所能銷售之物，故其流動性質，甚為薄弱。

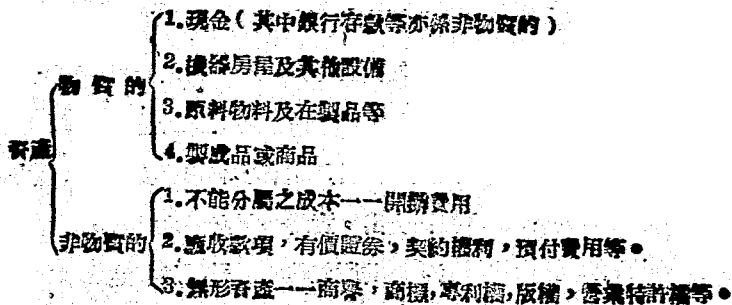
至於固定資產價值之穩定性，更不可靠。照吾人普通觀察所得，各種固定耐久之財產，其市面上之價值，因新發明之產生及製造成本之不同，有年年變動之趨勢。再者，任何工業財產，其立時變現所得之價值，較其當初購製時所費之成本，必相去甚遠。此在無普通應用性之機械設備，尤為顯著。估價者祇能從繼續營業之立場上，以當初所費之成本為根據，而表示此種財產之穩定價值。

由此可見若依財產價值之兩種實現性（即流動性與穩定性）為標準，而分資產為有形與無形二類，則確有實物存在之資產如房屋機器等，亦將不復能以有形資產稱之，則其說之不當，自屬顯然。

3. 以資產之能否分屬為標準——物質存在說及價值實現說之二種標準，既有上述種種缺點，不足以正確說明無形資產之意義，於是遂有「資產分屬性」之學說應運而生，其說謂無形資產之界限，本甚模糊，不能依一定之標準為範圍，此種資產，在繼續營業之情形下，雖有正當之價值，然其價值之存在，不能分屬於特定之資產上；與普通所稱之有形資產，其價值得分屬於各別之確實事物上者不同。因此，無形資產僅係一種剩餘價值，為附屬於整個營業所有一切具有正當價值事物之全體，而為超出各項有形事物所具總值之餘額。例如創辦營業時之種種支出，實為一種必需之投資，在整個營業上，自有其正當之價值，但其所值並不能分屬於特定之某項資產上。至如機器之運輸裝置等費，其支出既可歸屬於此特定之機器，其價值之存在，遂可分屬於此裝置完竣之機器，而為其價值之一部，是以後者即稱之為有形資產，前者則稱之為無形資產。但此處所言之開辦費用，在一公司組織之時，有非常重要之意義，其效常必甚重，於是在公司之資產負債表上，常用一特定之科目以表示之，不復包括於無形資產之一類中。

4. 各種定義之批判——綜觀上述各點，可知尋求有形資產與無形資產間之區別標準，以說明無形資產之性質，實為一種無謂之方法。夫資產僅能依某種程度上之差異或功用上之不同，分成若干類別，決不能依其概括的形式，而分之為有形與無形二類。會計上所

謂無形資產，僅依某幾種具有相同性質之資產之總合名稱，並非另有所謂有形資產與之對立，吾人可先將各種資產，依「物質」之標準，分成如下之類別，當能明瞭「無形資產」在全體資產中，究佔若何之地位也。



如上所示，依物質之存在與否為標準，以區別資產，當有「物質的」與「非物質的」二種，應收款項，有價證券，契約權利，預付費用及開辦費用等，皆為「非物質的」資產，與無形資產相同，但均非會計上之所謂無形資產。由此可知「物質缺乏性」，僅係無形資產所具特性之一種，此項特性，為幾種資產所同具，並不能為其無形資產別於他種資產之惟一條件。

再如「價值實現困難性」，亦不過為無形資產所具特性之一種，並非為其獨有之條件。吾人若僅依「資產價值實現性」為標準，以區分資產為有形與無形，而以難於變現及變現時須減損價值之資產為無形資產，則勢必將近世企業之各種資產，除現金，應收款項



及標準原料等數項外，全部併入，方能貫徹其理論，蓋若干資產，所以能值其帳面價值者，均自繼續營業之立場而言，非自立即變現之立場而言也。各種資產價值變現之難易，僅有程度上之差別：有本身即為價值之標準者，如現金是也；有可隨時變現而不致減損其價值者，如可靠之應收款項及有價證券是也；有雖可隨時變現，但其價值常因市面情形而有上下者，如原料製成品是也；有雖非以變現為目的，或雖難於變現，而其變現之價值，可依市面價格為其範圍者，如各種固定資產是也；有雖不能變現，而可以比例計算其價值之確實存在者，如預付費用是也；有既不能變為現金，又無同一事物之市價可資比較，更不能依確定之方法計算其價值之參差，僅能自其對整個營業之影響而定其價值之存在者，即如各種無形資產是也。是故，價值實現之難易，在各種資產而論，僅有程度上之差異，非為區別有形與無形之絕對標準。無形資產在各種資產之中，不過為「價值最難實現」之一種而已。

至謂不能分屬於特定資產之各種價值，即為無形資產，亦非正確之理論。蓋此說亦僅能指出無形資產特性之一種，而仍不能說明無形資產性質之全體也。雖然，此說承認並無一定之標準，以區別資產為有形與無形，並能指明無形資產之特別分列為一類，實係為企業管理點上之便利而起。此則可為吾人研究之借鏡，而作在後討論之出發點。

總之，現有各種理論，均祇能說明無形資產之一面，不能作為無形資產正確之定義。至其專致力於有形資產與無形資產之劃分，則更爲吾人所不取。

## 第二節 無形資產之特質

觀於前節之討論，可知各種資產，不能依上述之標準，用概括方法分爲有形與無形二類；會計上所謂無形資產者，實係某幾種具有同業性資產之專稱，與其他各種資產，並無對立之意義。因此，其第二步之研究方法，當將各種稱爲無形資產所同具之特質，加以分析，使無形資產之真義，得以明顯。

無形資產在法律上與經濟上之意義——欲明無形資產之特質，可研究其在法律上與經濟上之意義而得之。

在法律方面言之，無形資產者，乃吾人藉法律之保護或允諾，對於自己技能與工作所得之結果，作最有利益之使用之權利也。此爲一種故義之解說，實則無形資產所包括者尙不止此，凡法律上所與之各種特權，亦應屬之。故無形資產在法律上含有兩種意義：（一）爲對於有利事業之經營權，即因經營某種有利可圖之營業或職業，其所得之贏利，能超過其同樣營業或職業所得之利益，所發生之資產價值是也。（二）爲政府給予之特權。即政府爲獎勵私人投資於某種營業或獎勵工業上之發明起見，給予各種專營專用或專製

之權利，以致營業得有超出尋常之贏利，所發生之資產價值是也。

在經濟方面言之，無形資產乃某類價值之代表。此種價值，依據企業贏利之剩餘（Surplus，即所得之利益，超過其資本應得之利息及企業家應得之報酬），將其超過之數，依照相當利率，化成資產之價值是也。此種超過尋常報酬之剩餘利益，如其發生之原因，由於生產上之較高效率，則常稱之為「生產上之餘利」。企業家對於製造之程序，特別熟悉，對於原料人工之管理，特別得宜，即為發生此種餘利之原因。如其餘利之發生，由於企業家對於經濟情形有遠大之認識，對於進入資本能為盡量之利用所致，則可稱為「理財上之餘利」。如餘利之發生，由於企業家能獲得較多之顧客所致，則可稱為「銷售上之餘利」。以生產上之餘利化成資產，即成為「製造上之商譽」；以理財上之餘利化成資產，即成為「理財上之商譽」；以銷售上之餘利化成資產，即成為「銷售上之商譽」。此外尚有各種情形，亦足為發生餘利之原因，如對於某種物品之產銷，擁有專利之權，其他同業不得競爭，對於所經營之企業，有獨佔之權，並無同業為之競爭等是。前者所生之餘利化成資產，則為專利權，版權等項無形資產；後者所生之餘利化成資產，則為營業，特許權等無形資產。

2. 無形資產之機械性乃獨佔性——無形資產價值之存在，概以

剩餘利益為前提，則必以具有優越性及獨佔性為其成立之條件。若造成餘利之權利及情形，一旦失去其優越及獨佔之性質，而成為普通之現象，則其造成餘利之能力，即行消滅。無形資產之本身，即無任何價值。此雖為簡而易明之原理，但實際上卻有因不明此理而發生種種誤會者。例如論商譽及專利權者，常以為此種資產，不論其對於營業之影響如何，總有其相當之價值，殊不知此種資產之所以有價值者，完全因其他營業不能同樣獲得此種優越情形耳。即就商譽而論，其產生當由於一企業之種種優良情形，為其他尋常企業所不能同具者。例如職工間之互相調和，雖為一種優良情形，但此種情形，實為各業所同具，且為維持營業所必備之條件。又如各業必有相當顧客，亦為彼此同具之情形，未必即能造成某種特別之價值。是故各種優良情形，在相當程度之內，恆為各業所通有。必也，存在於某一企業者，其程度較他企業為強，且使此企業能獲得較其他企業為多之收益時，其優良情形，始能對此企業發生相當之價值。再如專利權之發生價值，亦必以其營業能因此獲得較多之收益為條件，在現今各工廠中，專利權之存在，甚為普遍，如同一之無線電機，各廠出品，彼此不同，皆可各有其專利權，以資保護。但各廠間之競爭依然存在，其獲利之能力未必定能增高，則其專利權之不能有特別價值，不難想見。但如某一無線電機製造廠，其出品之質地較良，而其成本較廉，則保護此種出品之專利權，能使該廠

繼續獲得較高之收益，則於該廠發生相當之價值，自與他廠普通之專利權有不同矣。

依上述之理推論，凡附屬於營業之各種權利或情形，祇能於其為獲得優越或獨佔利益之原因時，始可成為無形資產。當此種權利或情形，成為營業進行中所不可缺少之一項，即因營業之發展或法令之變更，使此種權利或情形，成為一種尋常企業所適有之附屬事物時，即不復為該企業之無形資產。

茲舉一二實例以說明之。凡在公用事業，營業特許權之獲得，幾成為經營此種事業之必要條件，因此獲得特許權之各種支出，亦幾成為極普遍而且必需之費用，其性質途與普通之開辦費用頗相類似。且公用事業之經營，與社會民生之關係極巨，於是經營是種事業之公司，其所供給之服務及其所規定之售價，常須受政府與公眾之嚴厲監督，其原有之獨佔利益，遂亦完全為其限關。在此種情形之下，營業特許權之實際，直與組織公司之權利相等，無甚軒輊矣。

再以商標或商號之設計成本為例，亦能發現與上例相同之情形。攷近世營業，莫不利用商標或商號，作為其推銷產品之標識，購買之人，亦多以物品之商標或商號為其認識之標準，對於無牌號標誌之物，則多拒絕收買。如此商標商號之為物，實為近世營業存在之附帶條件，即為組成其所銷產品之一種原素。其所費之成本，如

商標圖樣之繪畫費，製版費，註冊費，商號之鑄字費，登記費等項，遂亦成爲其產品成本之一部，與產品上所用原料之成本相似。是故普通之商標商號，其應用既成爲各商店之普通事實，其存在又不能使應用之企業，獲得較高贏利，則其所費之成本，亦僅爲產品間接成本之一項，不能成爲無形資產。但如某項商標之應用，實能引起顧客之特別注意，即因利用此種商標之故，使顧客對於其所表彰之物品，有永久之認識與信仰，因而使利用此種商標之企業，獲得額外之盈利，則此項商標，遂有相當之獨立價值，而得名之曰無形資產。

8. 無形資產之價值與所費之成本無關——各種無形之權利，所以能成爲無形資產者，全恃其有優越及獨佔之性質，既如上述。是則無形資產之價值，自不能與其所費成本有何連帶之關係。蓋所謂優越或獨佔之情形，乃少有或偶然之現象，非成本支出所能直接造成。且成本支出，原爲尋常之求利方法，凡能由成本支出直接造成之利益，均不能成爲特殊之利益，如謂特殊利益可以相當之成本支出直接交換而得，則任何企業家又豈不樂爲。但據吾人經驗所示，特殊利益之獲得，往往毫無把握。例如有同種類之商店二所，費去同數之大量廣告費用，以期獲得較鉅之營業。但其結果，一店之顧客，日見增加，營業數額日見增大，而在他店，則其營業仍與昔日相同，無甚進步。此種情形，極爲普遍，不足爲奇。

再依常理而論，凡研究所，試驗室及儀器設備等設備越週到之工業，則其新發明者當亦較多；但事實上卻常有費去大量之金錢，而不能得到些微之成功者。由此，可知成功之原因，屬於人才智能者多，屬於成本支出者少，後者僅為前者之輔助條件，並非造成無形資產之直接原素。是故，依據此種成本支出之金額，以確定無形資產之存在與否，不能視為合理之舉，而無形資產之價值如何，自亦不能以所費成本為其計算之標準。又如營業特許權之為物，其獲得既非為金錢支出之結果，亦非經營者之智能所得造成，有價值之存在與否，至視其獨佔之程度所給與企業之優越利益如何而定，故亦與其所費之成本，無直接之關係也。

4. 無形資產必需附屬於某一特定企業——無形資產之存在，與其所屬之特定企業，有密切不可分離之關係。蓋無形資產，原為某一企業之特種產物，非一般同業所共有，則其不能脫離原屬企業而獨立存在，不言可喻。例如商譽之有價值，全恃其具有一種優越性，能予所屬企業以特別利益，非其他同業所能獲，亦非普通市場所共有，故該企業存，則其商譽亦存，該企業廢，則其商譽亦廢，其間固有不可分離之連帶關係在也。

由是，可知無形資產與其他資產（機器設備原料及用品等），顯有不同。後者在其所屬之特定企業中，因為一有用之物，即與該特定企業相離，仍不喪失其價值，至多亦不過折減少許耳。至於無

形資產則不然，一與原屬事業相分離，其價值立即消滅，否則亦必折減大半，所餘無幾矣。故商譽單獨之轉讓，為事實所不許。至如專利權，則其對於所屬企業，頗占重要地位，其有無足以影響企業之存廢，倘欲轉讓，亦非易易也。

5. 無形資產無市價可言——無形資產，既不能脫離其所屬企業而獨立存在，故無市場交易，遂亦無市價可言。其他各種實物資產，大抵各有其技術上之效用，而可作為商品，轉相授受，以應一般之需要。由是，各種實物資產，皆可以其市價為估價之標準。惟無形資產則不然，一方既不能與企業相分離，他方又無實物之形式及技術上之效用，故欲估計一特定企業所有無形資產之價值，市場中並無相同之物，可資憑藉或比較。例如一公司所有之機器設備原料及用品，大多皆有公開之市場，雖其中若干資產，因其性質較為固定，每須折價方得變賣，但其市價，恆不失為其估價時之一種良好參照資料也。

6. 無形資產之價值係以所屬企業之收益為標準——由以上各節所述，可知無形資產，不獨為特定企業之特種產物，且與所屬企業，有不可分離之密切關係，故其價值之決定，與其所費之成本無關，同時又無市價可資憑藉。易言之，即無形資產不能以成本或市價為其估價之標準，而估計無形資產價值之惟一標準，乃為各該無形資產所屬企業本身之收益能力超越一般同業之程度。



夫各專業投入一般資產之資本，當以獲得尋常收益為目的。所謂尋常收益者，即一種事業在普通情形之下可能獲得之收益，亦即一般同業平常希望可以均能獲得之收益是也。今若某企業實際所得之收益特多，非一般投資所可比擬，則此超越尋常之額外收益，除有其他原因外，不得不歸功於無形資產。如此，可見無形資產之概念，實根據於尋常收益，概念而生。若一企業僅能獲得尋常之收益，則其所得者，統將被目為投資於一般資產而生之結果，而無形資產對於事業之供獻，不可得而見，因之其價值之有無，亦無由知之。由是，以現代之商業習慣而言，無形資產之價值，為附着於特定企業上之一種價值，超乎運用一般資本所生之利益者也。易言之，無形資產之價值，不過為一企業之額外獲利能力耳。

7. 無形資產之價值缺乏穩定性——無形資產之估價，除特定事業之收益能力外，別無其他標準，故事實上頗感困難，且所得結果，充其量，終不過為一種臆斷或估計而已。吾人在估計無形資產之價值時，第一點所遇到之困難，即為對於企業所投之資本，不能確定一種適當之收益率，以為其尋常收益之準則，蓋足以影響尋常收益率之原因頗多，舉凡事業之性質，經營之危險程度，以及普通經濟情形之變化等，如有一端未能顧及，則其尋常收益率即不能正確。尋常收益率既不能正確，則由此計算所得之額外收益，亦難免不有抑抵或抬高之弊。況此額外收益，究能存在至若干年？並當以何

率還原為資產價值？凡此種種，均為不易解答之問題，則欲決定無形資產價值之困難程度，不言可喻矣。

尤有進者，無形資產不能脫離其所屬之特定企業而獨立存在，前已言之，則各種無形之價值，當亦不能分別計算。蓋一企業所獲之利益，原為各種因素綜合之結果，而非任何一事一物單獨所造成。故吾人祇可由特定企業之收益記錄中，計算因各種無形資產而獲得之額外收益共為幾何？但不能指出何者屬於商譽而來，何者屬於專利權而來，以及何者屬於其他無形資產而來也。通常當一企業轉讓時，祇能根據其超越尋常收益之額外收益，以計算其所有無形資產之總買價，而不能為每項無形資產分別計算其價值者，職是故耳。

不特此也，無形資產之價值，既以一企業所獲之額外收益為基礎，則收益之多寡，每足以影響無形資產價值之大小。然企業收益之多寡，殊無一定，常因環境之變遷而逐期不同，則無形資產之價值，亦因之而不能穩定矣。且一特定企業所獲得之收益，如超越尋常收益甚多，則同業者視之必將起而競爭，該特定企業為欲維持其優越地位起見，不得不有繼續不斷之努力，否則其收益即難免有減少之虞，由此觀之，可知在繼續經營之企業中，無形資產之價值亦無一定，且極難決定者也。

## 第二章 商譽之性質

商譽爲英文 goodwill 之譯詞，故其原義實爲良好或親善意志之謂。按意志(will)涵有自由選擇之義，然自由云者，自非漫無標準，不受任何限制。心理學家嘗云，人類之大部分行爲，並非聽命於理智之指揮，反爲種種偏見及成竹所支配，對於其習常之思想或慣遇之經歷，每多自以爲合於理性。是故，選擇一事，常爲習慣所決定，苟吾人對於某種行爲有所採用，而其結果又極稱滿意者，則在將來同樣情形之下，亦必採取同樣之行爲。故所謂自由意志者，實指吾人在思想時不受任何外界之拘束或壓迫也。

吾人親善意志之發生，多由於思想上對人對物作一種有利之判斷或選擇，包括對人之友誼，對物之親善，或一切由於有利判斷或選擇而養成之習慣。例如，對於某人之品格加以贊許，無形中即產生一種願與交好之意，此對人之友誼也。又如對於無人格之物件或組織，往往有愛護之意，此對物之親善也。凡此種種，吾人俱得稱之爲親善意志。按親善意志，充滿於一切人事之關係中，而非商業上專用之名詞。

## 第一節 商譽之經濟特質

1. 商譽為企業中特殊親善之結果——本書中所討論之商譽，乃指一特定企業內人事上所發生之良好關係而言，然此亦非企業中一般之良好關係均在本書討論之列。必也，此種良好關係，具有持久性與稀少性，非屬各個企業所適有者，方可產生價值，而為商譽。蓋凡屬繼續營業之企業，其中類多具有相當程度之團結，例如僱用之員工，必願為僱主之利益效勞，故在接受僱用條件後，對於僱主即發生一種責任心，企業之尋常成功，端賴此種僱員與僱主間和睦之力量雖多，但僅此固不足以構成獨立之經濟價值也。一物之有價值，不僅對於所有者應發生效用，同時更須兼有稀少性。凡貨物之充斥者，恆不能引起吾人珍貴之念而加以估價。一切企業無不以營利為目標，故企業家對於商譽之估價，全視商譽之是否可以增加其獲利能力為前提。吾人常聞某商家因貨物售價過廉，致營業虧蝕，但同時又享有極大之商譽。此種商譽，縱使有存在之可能，要亦不為未來購買者所願付以代價者。蓋企業家對於商譽之估價，全以商譽是否能使此特種事業產生一種較尋常收益為大之收益為斷。凡僱用關係中勞資之通常團結，以及僱客對企業通常所有之信任，俱不足以構成任何價值。此種通常之團結與信任，吾人祇詔名之為適有之商譽，非本書所欲論及者也。

2. 商譽之持久性——商譽之第二特質，厥為其存在較久而其價值較為確定。吾人於估評任何事物之價值以前，必先確定其在估評完畢後是否仍有價值之存在。凡純屬偶然之現象，決無考慮之必要。人類對於思想上之反應，誠屬反覆不定。舉凡遺傳性，教育，與夫當時之思潮，在在足以影響於個人之思想。欲欲正確預測在某種刺激暗示下個人之反應究屬如何，殆為不可能之事。是故在研究經濟原理時，除一部份含有純粹經濟性質之反應須加以討論外，其他反應多置之不問。

——至於團體行爲，則又不然，統計各種事件之發生，在其總數中，大抵均有相當程度之同一性可以發見。在某種特定情形之下，有吾人予以某種刺激或暗示；團體中之一部份必將起某種之反應，惟此一部份究屬爲誰，仍難預知耳。一企業所享用之商譽，必須具有持久性及確定性，初不必問其發生係由於僱員之團結抑係由於顧客之信任也。此種確定性或持久性，在事實上雖常可見，但在構成商譽之各因素上，往往有程度上之差別。

3. 商譽必有轉讓之可能性——商譽之觀念，業經加以廣義之解釋，即構成商譽之良好關係，應存在於商業界中，而其程度又屬非常堅強者，然商譽尚有第三種特質，即轉讓之可能性是也。讀者法廷對於此點，曾有深切之注意。其意見以為凡一種專門技術家如醫師律師等，其營業成功之重要關鍵，在乎個人之技巧與經驗，此種

藝術家所享有之商譽，并無轉讓之可能。例如一八八六年孟德維對哈爾門 (Madeville v. Harman) 一案，法庭之裁判書稱：「查醫師之業，純視顧客對於其個人之技巧及才能有所信仰，故其享用之商譽，亦將因其個人之身歿而與之俱滅，當其身亡後，商譽既失效用，當無復市價可言。」

然自另一方面而論，則每一技術家自必有固定之營業地點，技術家所享有之商譽，往往由於顧客對其地點因頻頻光顧而成習慣。於是此種商譽，在某種程度上，亦有轉讓之可能也。實則構成商譽之各種因素可謂龐雜異常，吾人甚可謂商譽之能否出售，純屬一程度上之問題，應視事業之性質以及其特殊環境而定。

在某種企業內，其營業之所以發達，往往由於內部團結所致，而此項團結精神，並不能作為財產之一部出售者，在此種情形之下，商譽之名詞是否可以適用，實屬疑問。為免除一切由於濫用此名詞而發生之爭執，最好能將商譽之涵義，加以限制，即凡屬商譽，必須可以轉讓而具有交換價值者，否則無需求之發生，而經濟價值亦無由產生。

4. 商譽必可以貨幣衡量——最後商譽不惟可以互相受授，并在轉讓之際，得以貨幣衡量之，賺視之。友誼好感，似無以貨幣衡量之可能，蓋人羣關係所以不列為經濟財貨之最大原因，厥蓋視其不能以貨幣為精確衡量之故。然就實際而論，某些顧客或僱員之好

中央銀行學刊

感寃值幾何，自難估定，但某一集團顧客之放銷對於交易數量上之影響，或某一集團工人之技能對於公司生產能力上之反應，固不難加以正確之估價也。雖然，此非謂其現行方法所估價之價值，可以謂其真實價值為精確之表示，緣今世所用之估價方法，既繁且多，吾人決不能假定一種方法，唯在各種情形之下再行適用。處今商務關係日益發達之際，吾人對於企業中人事因素之估價，有應根據平素經驗，將各種事實加以慎重之分析，根據是項分析，用以訂立前後一致之標準，作為量人事因素價值之用。是項標準雖未能十分準確，但至少於此種財產轉讓時，可供買主與賣主在決定價值上作重要之參考也。

## 第二節 商業範圍之擴大

商業為良好意志之別名，既如上述，但企業中何種人事關係方面之良好意志，方適用商業之名稱，則各家之意見殊屬紛歧。歐戰近代關於此問題之著作及法定之意見，常因利害關係之不同，而對於此名詞所下之定義，彼此懸殊。依大體而論，則曩昔商業之意義，較狹窄為狹，大都專指商業機關中顧客源流應酬之智價而言。晚近則商業二字之用途，大見擴張，舉凡近代企業各方面有人事上之關係者，不論自消費者之觀點抑勞動者或資本家之觀點，觀其良否意志所發生之價值，均得應用商業之名稱。茲分論之於下。惟現今

企業組織日趨繁複，人事關係中足有影響企業盛衰之因素，可謂汗流浹背，若欲一一細加分析，事實上殆不可能。故本書所欲討論者，祇限於人事關係中之重要現象而已。

工業上之商業——最初商業之適用，僅限於以銷售為目的之企業，其最主要之貢獻，厥為增加或維持營業數量，至於生產之內部關係中，是否亦可適用商業之名稱，固未嘗有所論及。其意殆以為一切企業除銷售而外，并不能享用任何特殊利益，昔時之法庭意見，亦主張商業一物，必附屬於出售商品或勞務之商業組織中。至於商業之產生，是否由於資本生之才智超衆，抑由於地點適宜或其他優越條件，則概置之不問。

此種見解，在曩昔工業幼稚時代，固可適用，蓋其時生產中之人事因素並不重要，而推廣銷售，招徠顧客，實屬當務之急。然嗣後工業日漸擴張，形成近代式大規模生產，於是法律家及企業家對於大批工人之僱用，如何可以增進及維持彼等之團結力量及工作效率等問題，遂不得不加以深切之注意。其重要程度，固不亞於昔時招徠主顧之問題也。

在近代工業進展中，人事關係之重要，實為有目共見之事實。良以現今之大商店，大製造廠，公用事業，以及其他大企業，僱用工人數萬數千累萬，工人與管理當局間之相互關係，如何可以彼此調和，實為最關重要之問題，為管理者能兼人道及公允待遇。



諸僱員，則工作之效率必大增，而營業之發達可期。此種事件，蓋已屢見不鮮。是故此種內部僱員間之團結及友愛，吾人可稱之為製造上之商譽，而其重要程度，亦與習慣上所謂銷售上或消費者或顧客之商譽相等。

近代之大規模企業，每耗費鉅量金錢於僱員之管理方面，故在企業繼續經營之際，人事部之職權，每與其他各部處於平等地位。企業管理之得法與否，各不相同，全恃當局者之技能經驗以及對於工人性格是否有深切瞭解為斷。凡管理得法者，所收團結友愛之效亦最宏，此種效果，即可以構成財產之基礎，而發生相當之價值，自企業本身之觀點而論，管理之得法，與顧客源源惠顧之習慣，並無軒輊可分。

■ 商譽與企業信用之關係——企業向銀行或其他金融機關借入流動或長期資金等事宜上所享優異之利益，亦可致該企業之收益能力增加，因此種收益能力增加所生之資產價值，亦可謂之理財上之商譽。在現代生產制度之下，凡百企業，無一不利用借入資本，以資經營。通常借款一項，多構成企業長期投資之一部。不問此種借款之用途為何，或用以購置固定資產，或作暫充推銷貨品墊本之用，總之，此種辦法，已為各業所普遍採用，或成為近代商業中必要業務之一部。企業之成功，有賴於借款能力之處最多。

蓋在今日，惟有極少數之企業能具有充分之資本，以供一應之需要。企業中能利用借款者，因互相競爭之故，使營業盡部資金之

收益率大為降落，一般不利用借入資本之企業，遂感覺利益減低之苦，而利用借入資本之企業，因借入資本利息之低廉，得以增加其資本主投資之收益。

借款之利益，除足以增加企業之收益外，更可以使原料之購買與商品之銷售，不受實收資本之限制，而獲得種種意外之便利。企業之富有借款能力者，得在市場情況有利之際，不待需要之發生而先行購買原料。然在此種情形之下，吾人須先能預測日後物價之高低，必可抵除借款利息外尚有餘利可圖。一企業之營業因對原料有先行控制之力量，從而獲取種種利益者，往往有之。故當購買原料時，不能不有相當程度之遠見。又在推銷貨品時，假定一切情形不變，則售貨款項之需要可緩，或貨品可以暫闕而非亟亟待沽者，則銷售時之條件必較為優異。是故，近代企業中損益之來源，純由技術或商業業務而發生者，究不多觀也。

最後自公司理財之歷史而論，許多工業合并及聯合，全恃銀行及財團於金融上予以資助而成。此種合併之主要動機，無非為節省經費，或對於商品之供給加以控制，希望未來之收益大為增加。在合併公司之資產負債表中，是項預計收益，每多還原為公司資產，而列入商譽一級戶中。此種商譽，是否純為理用上之商譽，固亦頗難肯定，蓋除銀行及財團外，尚有其他重要團體參與其事，例如計劃公司合併之發起人等皆屬之。且合併後各公司間競爭之浪費可以

避免，收益亦因之增加，故吾人稱此種商業為各該合併公司之商業，亦無不可。不特如是，有時此種預計收益，每有估計過高，徵諸日後之實際收益，并無如是之多者，在此種情形之下，商業之功用，無非對於該要之股票加以一種掩飾而已。雖然，研究此項工業合併之事件，吾人可知其中金融機關對發起方面之贊助，以及承銷債券股票等事宜，每有絕大之幫助，故其地位之重要，未可輕視也。

3. 商業之廣義解釋——綜上所述，可知商業為企業發達之一，究其範圍，並不限於商業一節而已。在工業中僱員對僱主有堅定之信仰，不甘為其他競爭僱主之役使，於是產生一製造上之商業。因企業之信用卓著，於是具有理財上之商業。故現今商業一詞，可用以概括企業中一切由於組織完善及管理得法所獲得之利益。按此廣義解釋，則商業二字，實指企業各方面所享之令譽而言，故即稱之為「令譽」，亦無不當，又商業之意義，應隨工業進展之程序時時變更，決非一成不變者。就現時之著作及法庭意見而觀，商業之應用，已漸次擴張及於企業界中一切人類之意志及情感，是故，工人之友愛，投資家之融洽，與夫顧客之愛護，其間並無軒輊可分。在零售商店，往往因銀行借款之接濟，致其銷售之信用期限可以大為延長，顧客逐趨之若鶩，並譽之為最時式之商店者。在另一方面而論，僱員因感於待遇優厚，對公司出品之品價等，亦每願代為宣傳。以別推銷。總之，企業之經營，莫敢不以牟利為目的，其成功

與發展，種種一切力量及因素之綜合，此息息相關，決不能強行分割。商譽既為一種無形資產之因素，按理自不能將其應用圖於銷售之一端也。

合業4. 製造上商譽之轉讓性——於此有一問題，即製造上之商譽及理財上之商譽，是否亦可轉讓是也。按僱員忠於職務之心可否轉讓，吾人應審視此種友誼之如何構成而定答案。倘商譽之產生，係由於累年不竭之調整及試驗而致者，則此種團結精神，並不因企業主權之更換而消滅，故此種商譽，對未來之整個企業購買者，必具有絕大之價值。依大體而論，企業之規模愈大，僱主與僱員之關係益見分離，重制度而不重個人矣。蓋近代各大企業之投資者與管理者，多屬分離 (Absentee Ownership)，管理當局多不因財政權之轉移而發生動搖，故工人間之組織可以永久存在，而商譽之價值亦易於確定。因廠家僱用員工從事工作，內部必須有相當之團結，但在實際情形中此種工人與管理當局間之融洽，各有程度上之差別，凡團結力量較大者，則其商譽在市場上之價值亦必較大。

五. 理財上商譽之轉讓性——銀行或投資者之商譽，是否亦可轉讓。此問題較難確定。倘資金之借入，全憑企業營業資本之大小或淨收益之多寡者，實無商譽之可言。但有時資金之借得，係憑資本主或個人之信用，則人選之變更，足以影響一般銀行家之方針，故除非其資本主變更以後，管理人仍保留不動，庶幾對於金融機關之信用，或有維持之可能，可見理財上商譽之轉讓性甚為薄弱也。

### 第三章 商譽與企業收益之關係

#### 第一節 概說

商譽之特質及其在企業中對於各方面人事關係之適用情形，已於前章中詳加闡述，本章所欲討論者，乃係商譽在經濟原理上所占之地位。驟視之，商譽一詞，似與研究經濟學之基本立論有所違反。蓋經濟學中所假定之「純粹經濟人」及「完全市場競爭」，與商譽意義內所含之「習慣」「忠誠」「情感」等詞，其性質不相容納。然細按之，則二者實亦並非絕對衝突。蓋在經濟學中，不過認為經濟組織實況與人事關係之變化，太無一定不易之規律性，故為研究便利起見，不得不為相當之假定。

研究經濟學時，吾人每假定人類之一切思想，均以利己為目的，而一切行為，亦莫不以利之所在為趨歸，至於此項以利己為目的之思想，其認識有無錯誤，原非所問。然人類之思想，每由行為上所得之經驗積久而成，故在研究經濟學時，吾人所注意者，厥為某種事件中，個人之利害觀念究屬如何，至於個人之行為如何，原非

研究經濟原理者所能一一顧及也。

1. 商業與決定價值之關係——吾人於此，不得不將商業對於價值決定上各種情形所發生之影響，加以討論。商業之利益，是否為企業效率增高之報酬，抑為享有獨佔權之利益，此問題最關重要，亦最難置答，苟能將此點辨明，則一切由於企業中人事因素所發生之剩餘，其性質究係如何，亦不難隨之而明瞭矣。

各種不同企業間或同類企業中之各個企業間，其收益率恆有絕大之差異。即以一個企業而論，在全部營業時期內，就各種紀錄所表示之事實而觀，顯無一固定收益率可尋。蓋足以決定價值而影響收益率變動之因素，繁而且多，例如一般市場情況之有變遷，各業所負危險程度之有不同，各業經理人員才智能力之有差異，以及企業所採之理財政策有良窳等，凡此種種，皆其影響較著者。此外猶有許多因素，吾人並不能確切指示。例如由於人事關係而產生之各種因素，即不能加以嚴密之分析。吾人所謂商業之利益，專指一部分之剩餘利益（即超越尋常利益之利益），其發生可以歸功於企業各有關人員之相互友愛及親善者也。

2. 效率與獨佔之定義——商業之利益，是否為企業效率增高之報酬，抑為獨佔之利益，欲解答此問題，對於效率及獨佔之定義，不能不先行闡明。經濟學中所謂效率者，係指企業家因才能超羣，能以某定量之資源，藉調度得法，利用得宜，而使產量增加，出品

精良，且成本低減，以增大其利益而言。惟此種效率，僅限於生產過程中對於產品之數量及品質上所發揮者。至於其他一切由於購買原料及推銷出品等所節約之成本，並不包含在內。願此種對於效率之狹義解釋，祇在經濟學原理中方可通用，蓋吾人必假定市場之其他情形均無變動，且在各企業間有完全之競爭存在也。但在實際市場情況下，吾人爲分析各企業業務情形時所稱之效率，可用以泛指企業家在各方面所得之利益而言。舉凡製造上，購買上以及銷售上所得之利益，均可稱爲效率之報酬。但企業家因控制市場（即所謂獨佔）而發生之種種利益，則不應包括於效率範圍之內。此外，如雇員因感於待遇之公平，並不由任何強制手段之壓迫，自願對雇主發生一種忠心，致企業家獲得種種利益，亦應視爲構成功率之一種分子。同時，金融機關或投資家對於企業家個人之道德或對於其所經營事業之可靠性發生信仰，亦當視爲效率之報酬。

經濟學家咸以商品供給之控制爲獨佔之基本要點。獨佔者享有是項權利後，得自由訂定商品之賣價。雖然，在左右商品定價之要素中，關於需求之增減，仍須完全由消費者所決定，故實際上獨佔家並不能有控制市場之絕對權力。依大體而論，在獨佔情形之下，商品之賣價，必能使獨佔者獲得最大之淨收益爲標準。此種淨收益之大小，全視商品需求之彈性而異，但其數額至少必大於商品之成本加上投資尋常收益之總和。苟在某一特殊企業中，其總收益超

過其尋常收益，則所超過之部份，可以稱之為獨佔之收益或剩餘。

商譽足以影響於買價者，端在同業間有競爭之時，蓋商譽之功用，能使消費者工人及投資者，對某一企業家或其所經營之事業減少疑慮而發信仰之心，致使競爭者無所用其技倆，於是種種特殊利益遂得由是而生，而其營業得較其他同業為發達焉。茲再分別各種性質之商譽，詳論之於下。惟下文中之討論，僅將一切足以引起商譽發生之因素及其有關係之情形加以分析，并不以全部經濟活動作研究之對象。例如能引起商譽利益實現之市場情形，自與一般之市場迥不相同，蓋在前者之中，必含有足以產生商譽之因素存在也。

## 第二節 銷售上之商譽

茲先將銷售上之商譽加以分析。為便利討論計，特將足以影響交易之各種情形，分下列諸項敘述之。

1. 顧客之階級——顧客每因某一商店之服務遇到迅速，為他店所不及，故願與之交易。按顧客之中，往往在不知不覺間劃分為若干階級，每一階級之顧客，必與其階級相等之商店往來，故為迎合顧客之慾望起見，各商店對於服務之等級，購貨及送貨之辦法，以及除帳期限之長短，均彼此不同。中下階級之人，對大商店中所設



華麗之陳列室會客室以及彬彬有禮之管貨員，均極漠視，絕對不願付以若何代價。然在富有之人，則對於此種設備視為最足輕重之事。往往有若干商店，因裝璜富麗服務週到者故，能使一般富有之顧客，對於成本並不昂貴之商品，願出奇昂之價格以購置之，商店因而獲得極大之利益。此種顧客，雖明知同一貨物能於他處以較廉之價格購得，但因其他商店服務較遜，故不屑往購。可見消費者之階級不同，足於構成一種商業之因素也。

2. 顧客之故舊關係——顧客中往往有因對於某一商店，平常來往較頻，從而產生一種愛護之心。凡創立有年之商店，苟能平日注意於交易之公平無欺，及出品之貨真價實，則久而久之，必能使顧客間發生一種信仰及贊賞之心。良以吾人既與某一商店常相交易，輒不願更換他店，蓋恐更換一次，即須嘗一次投機之危險也。同時吾人如能在一熟悉之商店購貨，每能發生一種自以為可靠而價廉物美之快感。因是吾人除享受貨品之通常效用外，更得享有一種心理上自己慰藉之效用。結果縱令其價格實際上並未低廉，在某種意識下亦得視為此店之貨品比較他店為廉，此種觀念，實為最初發生商業觀念之基礎。不過學者商業之意義，專指資本主價人之道德而言，今則已用以概括整個企業之信用耳。

3. 地點之影響——商店所處之地點，亦足以影響顧客之購買心。消費者在選擇商店之際，恆受距離遠近之觀念所限制。除價值特

別昂貴之商品外，對於日常用品，常喜在某一距離較近或交通比較便利之區域內購買之。故商店開設於交通便利之處，則其吸引顧客之力必較大。如據蘭市一角之商店，其顧客數量，必較地處偏僻之商店為多，尤以偶然之顧客為最。凡因上述種種情形，使顧客對某一商店發生繼續購買之習慣，則此種習慣，可以稱之為地點上之商譽。

此種地點上之商譽，往往與土地價值發生密切關係。為商譽之積蓄，由於顧客之特別愛護而產生，其結果足以使企業之利益大為增加。但如營業地點足以促成此項商譽，則其結果每足以使土地價值增高，而使商譽之價值無從發揮。蓋新時地主如將是項土地售與他人或抬高其租價後，則企業收益必因之而減少，於是商譽價值遂為土地價值所吸收。曷是之故，吾人在購買一企業時，對地點上商譽之估價，應先審察租地契約，在將來更新之時，地主是否能按原有條件而無所苛求，以及是項契約之有效時期尚餘若干而決定之。

4. 商標及商品之牌號——普通廠家或商店，每用種種方法在產品上加以自己之牌號，或以新奇之包裝裹扎貨品，冀能藉此在競爭上增加若干力量，苟此種商標及牌號，果能代表其品質之優良，以與低劣之商品相區別，則因消費者對於此種牌號留有特殊之良好印象，必能使該項商品在競爭上占到優勢。然就另一方面觀之，因一

般商人之濫用牌號，有時反使吾人對於一般平淡無奇之商品失其鑑別力，而對於習見或新奇之商標，反視為某種商品之特殊標幟而樂於採購，更無暇審察其品質矣。

查常人在選購貨品時，受理智之支配少而受情感之驅使多。售諸商品之式樣，原無實質效用之可言，其所為人重視者，無非由於人類之偏見所造成。吾人購買式樣新巧價值昂貴之奢侈品，其目的不在獲得貨品之物質效用，所期望者厥為一種心理上之慰藉以及虛榮心之滿足耳。故當某種貨品可以滿足某一階級消費者之好奇心後，則此種貨品必獨成一格，雖品質內容完全相同之貨品，亦不能與之抗爭。蓋在購買者之心目中，並不以貨品之實質作權衡之標準也。

D. 銷售之剩餘利益與獨占之關係——關於影響顧客選擇購買處所之四種不同情形，如顧客之階級，顧客之故舊關係，地點之優異，以及商標牌號之應用等，已於前文中細加分析。至於由以上各種情形所產生之剩餘利益，是否為效率增高之報酬，抑為獨占之利益，頗難下一概括之結論，吾人應就各種事件而斷定之。假令在上述各種情形之下，同業之競爭雖已能因此抑止，但者對於此項商品，在市場上之供給，未能設法控制，則獨佔之勢終未能造成。且縱令獨佔之勢已成，若商品之實價，猶未能超過商品之邊界成本加銷售費用之總額，則獨佔利益仍無從發生。因此吾人對於獨占利益當采

發生以前所得之收益，祇能稱為企業家目光遠大之報酬，與所謂生產者之剩餘絕不相同；所謂生產者之剩餘者，即指商品之市價能超過其成本時所得之數額而言。至因對於消費者發生商譽而得之利益，則純係出於企業資本之週轉迅速，故吾人可稱之為銷售效率上之報酬。在經濟理論中，本無所謂銷售上之效率，蓋經濟學家多認為一種商品，無論購自任何生產者，其效用相同。然自實際企業家之立場而論，則銷售上之效率，甚為重要也。

總之，對於消費者所發生之商譽利益，欲決定其為效率之報酬，抑為獨占之利益，非就整個事態全部查明，必無從答覆。惟吾人不妨肯定：凡商店之能享用商譽者，則在提高商品售價時，必較其他未享有是項商譽之商店較為容易。

### 第三節 製造上之商譽

1. 額外收益之起源——收益之因製造上之商譽而產生者，是否由於工人能悉心合作而使生產能力增加（即工人所得之工資能低於其生產能力），抑係由於企業家善於利用財物而使效率增高，此問題與上述消費者之商譽收益大致相同。依康門司（Commons）氏之意見，以為製造上商譽之發生，由於工人之生產能力能超過其所付之工資。苟此說尚屬不謬，則吾人應研究此項工人所得每單位產品之工資，既較一般為低，是否因此而被企業家所剝削。茲請先就

各種造成工人好感之情形討論之。

2. 因製造上商譽而得之額外收益應如何分配——企業家往往利用種種機械方法，以改善工作情形或增加作業之快感，使工人對於工作或工廠發生濃厚之興趣。假定使用此種機械方法後，工人之生產能力確能因之增加，并所得收益確可以超過機械方法所耗之費用而有剩餘，則製造上之商譽即由是而產生。但此種剩餘收益，究應如何分配？按諸理論，苟企業家所用之方法或計劃，並無新奇之處，其他企業俱將以同額費用而設置之，同時又假定工人生產能力增加，為使用此種機械方法之必然結果，則所得之剩餘，終必以減低價格之方式歸諸消費者。緣各企業家為爭求此種剩餘起見，必羣起效行，因此商品之供給量大為增加，價格遂行降落，而消費者乃從中獲利。

然在實際情形之下，上述之競爭多不存在，各廠家所得之收益未嘗盡同，故製造上之商譽，仍由是而產生。惟於斯時，此種因商譽而產生之剩餘收益，究係如何分配，即歸諸企業家乎，抑歸諸工人乎，頗難斷定。蓋製造上商譽之所由產生，必以工人與保管員兩方相互友愛為前提，企業家之改善工作情形與工人之努力工作，有時並不一定以獲取金錢上之利益為動機，故在此種意義下，剩餘利益之分配，遂成爲一種道德上之問題。

雖然，依吾人之經驗而言，製造商譽之發生，完全出於工人及

管理當軸雙方之情感者究屬少數，而獲取金錢上之利益，要仍不失為一種主要動機。故工資高度縱使達於極點，必不能將企業家之邊界報酬 (Marginal Return) 有所損害，而工資之最低限度，必與邊界工資 (Marginal Wages) 相等。在此二極端中之剩餘究應如何分配，亦純屬道德上之問題矣。

就現時所通行之各種分紅制度觀察，似乎企業家與工人，均願以增加生產能力後之剩餘，由二者分獲，否則企業家必不願將工作精形加以改善，而工人亦將不願努力工作以增加其生產能力也。

關於勞工週轉率之高低與額外收益——引起工作興趣之原因極多，尚待論之。但工人在增加生產能力後必須付以相當之代價，洵屬近理。蓋按生產能力工資學說 (Productivity Theory of Wages) 而言，各個勞工之工資，必與其同等級之邊界工人 (Marginal Worker) 工資相等。若為便利討論計，假定有商業之勞工與普通完全以獲取金錢利益為動機之勞工，其能力相等，且均可以自由調動，則在此種情形之下，每一工人之工資，必相當於邊界工資率 (Marginal Rate of Wages) 與生產單位二數相乘之積。苟工作興趣因種種之改善而大為增加時，除非工人間因感於工作之興趣而自相競爭，致邊界工資率可因之而降低者外，則對於有商業之勞工，應付以邊界工資率與實際產量之積無疑。設企業家所付之工資，並不低於此數，則商業利益之真正起源，必為減少勞工週轉率之產

物。蓋在企業內，如其工人須時時調動，則所耗費用必甚鉅；如工人之僱用費、訓練費等皆是。此種費用不惟對於企業為一極大之支出，即就整個社會而論，亦係一宗重大損失。倘僱主能使工人安於工作，不致時時調動，則不僅僱主可以節省鉅額之無謂費用，即在社會方面亦可免去大宗損失，而杜絕一種擾亂社會之根源。抑有進者，倘僱主能改善工作情形，顧全工人身心之安適，訂立一種公允之工資標準，則不惟工作興趣得因此而提高，即僱主本身，亦藉工人生產能力之增加與資本效率之加大而享有優厚之報酬。嘗考各工廠工人之生產能力，每多參差不齊，究其原由，率因工人對於工作興味有深淺不同所致，故僱主苟欲增加工人之生產能力，則惟一要圖，厥為使工人對工作發生深切之興趣也。

#### 第四節 理財上之商譽

1. 理財上商譽中之情感成分——吾人在分析理財上之商譽時，欲知財務機關或投資家對於某一企業在放款及資助上受有友誼之影響為何，頗非易事。依大體而論，一切財務交易所需之考慮及理智判斷，實較任何其他交易為多。投資家恆憑徵信所或大銀行所供給之資料，以斷定投資之是否可靠及交易之是否有利。故金融家在選擇投資機會時，所有友誼習慣以及其他情感作用，並不能發生重大影響。此與消費若之選擇消費品大相逕庭，而與工人之興趣情感所

驟使亦相繼殊。推源其故，實因各企業家在借款方面競爭劇烈，加以投資者之謹慎從事，使剩餘利益無從實現，而理財上之商譽亦難以產生。雖然，苟企業能以事實證明營業之成功以及地位之鞏固，致投資者發生信仰，則商譽亦未始不能發生也。企業家享有是項商譽後，其借款之數量，既可較一般同業為大，而所負擔之利息亦可較輕。

2. 個人之信用——苟理財上商譽之產生，係根據企業主個人之信用者，則其價值最不穩定。蓋企業所有權一旦有所變更，則商譽之價值亦將不免隨之而消滅。反之倘投資家心目中，並不以資本主個人之品格為重，而獨注意整個管理當軸人選之信用，則企業所有權縱有變更，祇須能保留其舊有管理當軸之人選，有時仍可繼續維持其投資家之信仰。曩者遇企業轉讓時，常規定於若干年限內，舊店之經理及辦事員仍須繼續在新店服務，而每年予以一定金額之報酬，此種辦法之動機，無非使舊店之商譽得因此而保留也。

3. 企業之悠久歷史——凡企業成立有年，而歷屆營業均屬有盈無虧者，則在通融款項時，銀行家常肯予以種種優待辦法。蓋在彼輩心目中，企業之過去營業既係成功發達者，則推諉未來，想必仍能繼續成功，此種事例，在實際商業場中，屢見不鮮。反之，凡屬新成立之企業，尤其為完全創業者，欲使投資家對其營業能力發生信仰，最感困難。縱使彼輩明知投資之安全，毫無問題，特以新企



業所冒之危險較大，故其索取之利息甚為苛昂。但一旦此種企業經營數年後，能證明其收益能力非常可靠而安定，因而獲得投資家之信仰者，則在借款等事宜上，必較諸曩昔為便利也。

4. 短期與長期借款——理財上商業之是否重要，全視企業所需借款之數量以及所用借款之方法而定。依大體而言，企業規模愈大，需要借款之數量亦愈大，而理財上之商業亦愈為重要。借款有長期短期之別，大抵企業之業務與季節有關者，利用短期借款較為有利，蓋企業得於需要發生時舉行借款，俟季節已過需要消滅後，即行償還，既可免利息之負擔，又可免資本呆滯之損失。在此種種情形之下，銀行家之好感或商譽，最有價值，蓋企業因能隨時借款之故，不惟可以減去資本呆滯之損失，并因使用借入資本之結果，使自身資本之收益率大為增加。

大規模公司利用借入資本之處最多，查其借款辦法，不外根據公司之收益能力及資產價值發行各種有價證券。倘投資家必先行審察公司之資產價值是否可靠，收益能力有無誇張，然後再購取其證券，舉行投資，則投資家與企業間並無任何情感關係滲雜其中。但有時投資家因鑒於企業過去之成功，而產生某種好感，因此亦有發生商業之可能，前已言之。此種情形，正與消費者因商店之過去交易極為公平可靠而發生一種好感相同。二者之區別，由於投資家與消費者之旨趣不同。投資者之希望，在於每年能有確定之收入及隨

券到期能立時償付本金。至於消費者，則期望能購得費真價實之商品，以滿足較迫切需要。理財上之商譽，若非由於個人情感作用而產生者，則在企業所有權發生變更時，其轉讓較其他各種商譽為易。

5. 小企業理財上之商譽——企業規模愈小，則資本主或借款者個人之信用亦愈重要。銀行家經營小企業放款，多以借款者個人品行道德為決定放款之標準，借款者對於以前之債務，是否能如期清還，毫不延誤，其生活習慣是否奢侈，凡此種種，在在足以影響放款者之信任心。但個人道德既屬不能轉讓，而通常小企業需要借款者，為數尤係不多，故此種企業理財上之商譽，並不重要。

6. 鉅額借款中之優越利益——在期短額小之借款，企業並不能利用理財上之商譽，以冀減低使用資本利率，蓋在此種借款中，利率多有一律之規定，況為數既不大，更不能利用個人之優尚以減輕利息。但在大公司發行鉅額證券時，為數必極可觀，苟企業家能使投資者發生某種程度之信仰，往往可以減少放款之危險性，因此利息可以減低。倘企業家利用種種手段，使投資者對事業之可靠性發生過分之信仰或過於樂觀之態度，於是減低其索取之利息，則投資家固受一時之蒙蔽，至為企業家所利用。雖然，苟公司純賴自身之努力，如對於負債業時清償，對於營業認真從事，使投資家自動產生一種信仰而減低其索取之利息，則此種利益，固完全由公司本身所創造者，不得謂投資家為企業所利用也。

7. 其他優越利益——公司享有理財上之商譽後，往往因舉債之過易，引起其他種種利益，或竟產生一種獨占之利益。例如零售商店，因享有理財上之商譽，故借款容易，因此可以增加其賒帳銷售，於是顧客趨之若鶩，商店獲利不貲。是以范伯倫(Veblen)氏有言曰：「考放款之目的，原係專供工業上物料購買之用，倘過於寬濫，必不能增加工業物料之數量及其使用之功效，其結果能使營業利益與工業效率間之關係益形分離耳」。

據理論而言，工廠之業主或企業家，不僅享有使用社會財富從事生產之權，即對於某種貨品或勞務之供給，亦因此而握有控制之權。但工廠之設立，機件原料之購買，有賴理財機關之資助及接濟者良多，是故企業家具有理財上之商譽者，因借款之容易，對於商品或勞務供給控制權亦大，獨占利益亦能由此而產生也。



## 第四章 其他無形資產及其

### 與商譽之關係

#### 第一節 商標及商號

1. 商標及商號之意義——商標乃製造廠或商店為識別其產品或商品所用之種種圖形，字母，符號等標記。為易於受法律之保護起見，通常所用之商標，以非標明商品之性質者，且非係失名廠名或地名為宜。以同業競爭者有同樣採用之權，易生糾紛也。

至於商號，則係一種字語，用以標明某企業或由某種來源之商品者。如將商號應用於商品時，則常表明商品之性質，故與商標略異。蓋商標與商號雖同為一種記號，但在法律上則有區別。商標既不與商號之性質相同，故法律上之保護較嚴。而商號則不然，倘商號而不代表企業之本來性質者，則為商標而非商號矣。

無論商標或商號，均可由繼續使用而取得其主權。惟為獲得法律上之確實保障計，有時雖經繼續使用，仍須向主管官署申請註冊，俾其後有假冒等情事發生時可依法提起控訴。

2. 商標商號乃構成銷售上商譽之因素——商品具有商標商號後，則消費者可憑商標商號而認明其所喜用之貨品選購之，因此銷售

商品之效力，得藉商標商號之力而益形宏大。以近代工業之演進觀之，商標使用，尤為切要。蓋曩時商業範圍狹隘，市場囿於一隅，生產者與消費者可直接交易，因此貨品之識別，固毋需若何標記也。

嗣後直接交易日趨減少，消費者往往即以商店所在之地址，作為選擇購買之標準。至於今日，則情勢又不相同，因分銷之興發，故貨品之生產須散處各地，市場範圍大見擴張，商品自生產者以達消費者之手，往往經過極長之間隔，於是生產者不得以採用一種方法，使商品可以有所識別，俾消費者得認清其所喜用之貨品而表示其好感。至於商號商標與商店之關係，常因商業性質之不同而異其淺深。例如專門職業家與顧客之友誼，多由彼此直接發生者，則其商標商號並不能增加商業之功效。再如零售商店，其營業有因地點適中而發達者，則商標商號之為用亦極微。然在新聞事業或交通出版界，則人情之關係極少，而出版之地點尤不重要，在此種情形之下，商標商號之效用最為顯著。由是觀之，可知商號商標在某種商業中，實為銷售商標之必要媒介。蓋消費者對生產者之好感，恆賴商標以傳達，故二者由有不可分離之關係也。況自各國之立法而觀，亦皆一致承認商標商號與商業之關係甚為密切。例如英國法律認為商標商號決不能離開企業而單獨轉讓。美國於一九〇五年頒布一條例，規定一切註冊商標，應與企業之商號同時轉讓。

至於商號商標所以不能離商業而單獨轉讓之理由，大抵不外有

二：第一，如上文所述，商標商號乃商譽之一部，而商譽固不能離企業而獨立存在也；第二，商號商標可以自由轉讓，則消費者必因此受欺騙而遭損失，故為公共利益所不容。是以在出賣企業轉讓商譽時，商號商標亦必隨之而同時轉讓。

3. 商標商號之價值——商標商號既為傳達商譽之媒介，則其價值之大小，亦必視商譽價值之大小為轉移，其理由實極明顯。雖然，商標商號亦可為商譽價值之代表，正如地點上之商譽，其價值可以附着於土地價值之上也（見前章銷售上之商譽節）。考其原因，率因近代經濟組織繁複逾恆，消費者與生產者常相隔離，因此消費者在購買之際，必認定某種牌號作選取之標準。吾人在使用某種貨品時，對於生產者為誰或產地何在等問題，往往無從知悉，祇憑其品質可靠，故樂於購用耳。因此生產者倘能將貨品之品質力持勿墜，則消費者必認定此種牌號而繼續購用。在此種情形之下，商標商號自必具有絕大之商業價值，而成為重要財產之一項矣。

4. 商標商號之經濟特質——自經濟方面而論，通常商標商號之使用，僅足以資識別，並不能致使用者有控制商品供給與調定價格之能力。若消費者對商品之好成不甚堅強，在選擇之際，仍須注意辨別商品之品質以定取捨，則商標商號反足於增加消費之差別能力也。對於劣質貨品，因有商標關係故自了然，無從頂替，而諸品間之競爭，勢必因此而加劇，益商商譽。然依實際經驗而論，通

常吾人于購買貨物之際，所用之鑑別力恆極渺小，對商品之實質，每缺乏明白之認識，以商品之外表決定取捨者，實非少數。如此，則商標所給與其使用者之經濟利益，全視消費者對商品好感程度之高低而定。設消費者之好感甚強，則生產之週轉率必較大，推銷成本必較低，所得利益必較厚，於是商標將與獨佔權性質相近而為商譽矣。惟因此種商譽有商標商號作為代表，故在企業出賣時，其價值必較大，而轉讓亦較易。

## 第二節 繼續價值

1. 繼續價值之起源——按繼續價值（或作繼續事業價值）一名詞，起源于公用事業之估價。吾人在估計一公用事業之價值時，除將一切物質財產加以計算外，對事業之可以繼續不斷從事營業一權利，亦須給以相當之代價。蓋公司在成立以後，即可以提供某種商品或勞務，藉此提供可以有繼續不斷獲取收益之能力，因此整個事業之公允價值，自應較物質財產之重置成本為高。此種額外價值究屬代表何種資產，各家意見殊不一致。茲專就繼續價值通用之解釋及其與商譽之關係，作簡略之討論。

② 繼續價值為建築物繼續使用價值說——按照此說，所謂繼續價值者，乃公用事業在繼續營業情形下所有各種建築物之價值也。蓋公用事業中之各種建築物，如廠屋設備等，各有專用，不能任意



那詞，因此在估價之時，理應按各種建築物在原有用途上之價值作為根據，不能依各建築物之單獨價值計算。如此則繼續價值決不能獨立存在，蓋吾人在估計公用事業價值時，本非將各種設備之價值一一分別計算，通常均將所有資產作一整個事業而計算者，故所謂繼續價值，實已附含其中矣。依此種解釋，則所謂繼續價值，即為將物質財產作為一完整單位而估價時之價值也。

8. 繼續價值為事業尋常發展價值——第二種解釋較為廣義，謂繼續價值者，乃因事業已達尋常發展期所產生之價值也。大凡一新企業之創設，必須經過若干時日，然後方能收付相抵，而達于尋常發展之階段。在營業初期，不惟其收益遠較尋常收益率為低，且往往有鉅大之資本損失發生，此種事件，在水電公司中最所慣見。良以公用事業雖具有獨佔之性質，但在營業初期發展之時，一切情形與競爭企業完全相同，故此種損失，仍屬無法避免。於是所謂繼續價值者，乃公用事業在營業初期所生各種損失之還原價值也。

9. 繼續價值為額外收益之還原價值——第三種解釋，則謂繼續價值者，乃額外之收益還原價值也。假定吾人能將公用事業中物質資產成本之總額及其尋常收益率求得，自不難算出其額外收益率，根據此項額外收益再行還原，即得繼續價值之數額。此種辦法，在公用事業之取費率業已規定而計算公用事業之買價時，尚屬可用，但於規定取費率而估計公用事業之價值時，則不能適用。因按此

方法所得之評價以規定取費率，不啻以現有取費率為依據，其矛盾自甚明顯。公用事業買價之估定，素採法律中所謂「不惟有收益之能力并實際上已在收益」之原則，故所得之繼續價值可稱之為「現在收益能力之繼續價值」。設公用事業之規定取費率極大，則繼續價值之價值亦必大。假定其規定取費率僅足以對於物質資產之成本及尋常發展期之成本產生相當之收益，而在企業出賣時，買賣雙方所同意還原資產之利率，與此種收益率相等，則所謂繼續價值必與尋常發展期之成本相等。

在普通競爭企業之中，收益率之大小，不受公家之限制，故其收益能力之繼續價值亦未能限定。但一切公用事業取費率之決定，大抵均以物質財產之成本加尋常發展期中之成本為根據，不得超過此種限度。如此，則公用事業之繼續價值，必指尋常發展期之成本而言，蓋除此以外，並無其他額外收益可以還原也。

5. 繼續價值為收益價值說——第四種解釋，乃係根據尋常發展價值說與額外收益價值說之綜合理論而成，謂繼續價值者，乃已設企業與同樣新設事業相比較，自評價之日起，至新設企業能發展至已設企業之收益能力之日止，在此期間內，已設企業之收益歷年超過新設企業之收益現價之總和也。

上述期間，包括企業尋常發展及收益增進兩種期間在內。此法所求得之價值，可以代表企業在現在收益能力下之財產價值超過經

粹物質財產價值之數額。在此說之中有二假定：第一，商業之收益能力，有仿效之可能。第二，仿效收益之總數年額可以預計。此種假定在完全理論分析上，實屬難設可指。相應於公用事業之估價，因其不足以說明造成現在收益能力之原因，故概不適用。設在公用事業中，其收益能力由政府規定，以用產之成本價值為基礎，倘用收益價值以為估價之根據，徒然計算手續增加許多困難而已。

雖然，用此法以決定競爭企業之商業價值，則無上述之缺點。蓋在競爭企業中，收益率之大小，無政府干涉，其收益能力可以無限擴張，因此企業之購買者，不僅欲知企業尋常發展期間之成本若干，且欲知現在收益能力之價值為幾何也。

6. 商業與尋常發展之繼續價值——繼續價值之各種不同解釋，已一一為之說明。今在所欲討論者，即公用事業繼續價值所含有之因素為何？又是否與一般商業內商業之因素相同？明乎此，則繼續價值與商業之關係亦可瞭然矣。

假定以繼續價值為物質財產之繼續使用價值，則除物質財產之價值而外，顯無其他經濟價值可言，因此亦無商業問題發生。假定以繼續價值為額外收益之還原價值或收益價值，則其標準而為公用事業之收益受政府限制之關係，必與尋常發展價值相違。是商業之問題乃生，蓋吾人固知商業與尋常發展之價值，實有密切之關係。現欲所欲討論者，實為尋常商業在尋常發展期間之繼續價值。與

普通商業有無不同之處也。」

自經濟方面視之，公用事業在成立之初，已具有獨佔之能力，然此獨佔能力，仍未能充分利用。蓋在消費者對公用事業所供給之勞務或商品，在其使用習慣未養成以前，則需求情形仍極形活動而富於彈性，於是公用事業雖擁有獨佔之虛名，未能得獨佔之實惠。故在發展期中，應用種種方法以指導教育，使消費者之使用習慣可以養成。

再者，公用事業在營業之初，工人對於各種機械之應用未臻純熟，對於工作情形亦不能安然就緒。投資者因信仰未深，故對於借款條件不肯予以優待，因之公用事業除享有銷售上之商譽外，亦有製造上之商譽及理財上之商譽，其情形實與其他商業同。是韋維佛(Weaver)氏云：「組織價值雖由公用事業之繼續營業而產生，但其性質與普通企業中之商譽實大同而小異。」後布威爾(Brewer)氏又云：「消費者使用公司水電，並非出於強迫，乃消費者鑒於使用之便利而樂用之，公司方面為維持營業計，固不惜殫智竭慮以求得之也。」

試公認而論之，視今之一般經濟，大抵均偏重於公用事業之獨佔性質方面，以為商譽一物，在此種事業中無存在之可能。不知公用事業發展期中，其一切情形與競爭企業大同小異。是以馬謝耳(Justice Marshall)氏有言曰：「茲將組織價值與商譽二者連貫為一物。」

實屬徒勞無功，蓋充其量不過爲咬文嚼字之爭論耳。因自廣義方面而論，商業可以代表一切繼續事業之價值也。

### 第三節 營業特許權

1. 營業特許權之法律及經濟特質——營業特許權者，乃政府給與個人或公司之一種特權，憑此特權可以使用公共財產以獨家供給某種勞務或商品。在普通事業，個人均有自由投資之權，不受政府之干涉，但公用事業，因其性質與公共便利及安全有關，故其創立非先邀政府之許可不可。此種許可，即爲營業特許權之給與。個人或公司獲得是項權利後，可以獨家經營，不受同業之競爭。但此種特許權中，往往對於營業事務之處理及勞務或商品之取費上規定種種之限制與條件。是故特許權之經濟性質，有時僅爲一種營業設立之執照，有時竟可以使營業享有各種獨佔之利益，不能一概而論，須視特許權內所含之條文而定之。

嚴格而論，營業特許權之本身，不應有任何鉅大之價值。考特許權之所以能產生極大價值者，實因公司享有是項權利後，可以提高其取費而增加其收益。使吾人一旦將其取費減低，則收益必大降，而特許權亦幾無價值可言矣。準此而觀，公用事業取費過高時，實不啻對消費者爲租稅之徵課也。

是故公司享有特許權後，雖有獨家營業之權，苟不能對商品或

勞務之供給有所限制，同時又不能自由釐訂其取費者，則公司之收益祇與尋常收益相等，無額外收益可歸。在此種情形之下，特許權對於營業本身重要之利益已失，充其量不過為一種營業執照耳。再進一步而論，倘公司因條文之規定，營業受非常之限制，特許權不惟無價值可言，其他產業之價值將因之而受影響焉。

自過去之法律意見而觀，大抵均以特許權之所以有價值者，全因公司獲有是項權利後，可以專家經營，并能繼續享受一切由于專家經營而生之利益。殊不知任何權利，苟僅以准予存在為目的者，必無經濟價值可言。因此，倘其特許權之性質，祇為營業設立之准許，則因請求設立者之競爭，其營業收益必將趨于尋常平準，無復額外收益可歸。即使公用事業未便使其自由競爭，但若公司無權訂定取費，則與實際有競爭存在無異。依最近之趨勢而觀，特許權之給與，似均附有釐訂取費及勞務標準之條件，以使公眾與公司雙方之利益得以兼顧。

就歷史方面觀察，特許權之價值，大部由於投資者之樂觀心理所產生。彼等預期將來之社會必極發達，需要必能增加，因此公用事業之收益亦必增多，於是將此種預計收益遷原為資產價值，而稱之為特許權。法庭方面亦多採納此種意見，以為政府收買一切公用事業時，如僅計其物質財產而不計其享受未來收益之權利，實無異剝削財產，有乖律法。但按學者之見解而論，則又迥相背馳，以

爲將特許權包括于公用事業之估值中，顯屬有背公允原則。故惠頓 (Whitton) 氏有言曰：「苟投資者具有營業特許權後，可以獲得一種與實際投資及所負危險相適合之收益，則一切公允原則所要求之目的，顯已完全達到，此外更不能有所苛求矣」。

由此而言，則公用事業之財產，自應以成本爲根據。就自最近之趨勢而觀，公用事業之取費，大半皆以公共利益爲標準，而否認此種未來利益之享受。故其取費與尋常競爭企業相差無幾，均以合理之最低限度爲準。然則公用事業之收益，無法高于尋常收益，在估價時亦祇能以尋常收益率還原，所得結果，必與物質財產之成本價值相當，其特許權往往毫無價值可言也。

2. 營業特許權與繼續價值之關係——查繼續價值與營業特許權，同以公用事業之收益作爲價值之根據，則二者之間顯有密切關係存在。爲闡明此種關係起見，茲特將繼續價值之解釋複述之。按前節第一種解釋，以繼續價值爲建築物繼續使用價值。依此說而觀，則繼續價值與特許權必同爲一物無疑。蓋公用事業必先取得營業特許權後，方能從事興建，開始營業，因此營業特許權者，不啻爲公用事業繼續營業之先決條件，缺乏此項條件，則事業本身根本不能存在，公用事業必須具有營業特許權，然後一切建築物方能以繼續營業之立場估計其價值。其次，公用事業還原其額外收益以求其繼續價值時，亦不得根據於特許權賦與營業之年限。故實質上額外

收益之享有，仍不外乎營業特許權之力量也。

雖然，實際上所能存在之繼續價值，多指尋常發展之價值而言。此種繼續價值與營業特許權之關係至為密切。假定公用事業之收益，僅足以對於物質財產之成本及尋常發展期之成本為相當之收益時，則剩餘價值可以分屬於營業特許權。惟此種尋常發展期之成本，其性質究屬如何？須加以研究。當一開設有年之公用事業轉讓時，購買者除對於其物質財產之實際價值付以相當代價外，另再付以一種代價。此項額外代價之性質，究係為何？為抵償事業在初期時所損失之利益耶？抑為對事業享受未來利益之代價耶？若按第一種解釋，則額外代價之性質為繼續價值，若按第二種解釋，則額外代價之性質為營業特許權價值。

實則以上二說，自經濟方面而論，殊無可輕可分。但自法律方面而論，則往往有分別解釋之必要。大抵在私人企業中，因無所謂營業特許權，故此種額外代價可以逕稱之為繼續價值。在公用事業之中，則此種價值，或作營業特許權價值，或作繼續價值，均無不可。

3. 營業特許權與商標之比較——根據前項討論，可見公用事業中之所謂營業特許權，無非一種准予營業并獲得公允收益之權利耳，初未必因此而享有特殊利益，故與繼續價值大同小異。但公用事業之繼續價值既為一種商標價值，則所謂營業特許權，殆為一種繼



提此種商譽之權利矣。公用事業之收益既有一定之限制，不能超過物質財產之成本及發展商業之成本，則必無剩餘價值可以分屬於營業特許權也。

雖然，根據以上之解釋，並非謂營業特許權與發展商業等同為一物，而自法律之觀點而論，其間實有絕大之區別。所謂商譽特許權者，實因現時公用事業之收益受政府限制之結果，遂成爲一種維持商譽之權利，與商譽本身自係相同。但最近有一種趨勢，使商譽與特許權之關係益臻密切。例如在美國各州法律中，規定特許權之頒發，係由公民投票決定，故公用事業之能否成立或繼續營業，實與舊有之商譽發生更爲直接之關係。

#### 第四節 專利權、版權及商業秘訣

一、專利權、版權及商業秘訣之定義及性質——專利權者，乃政府准予專利者在一定年限內有專造專用或專賣其發明品之權利也。專利權與商標權不同，前者有專用某種製造方法或專賣其出品之權，而後者僅有專用某種記號之權。再者，專用權雖不經使用，亦可以繼續有效，但商標權則不然，苟不經使用，其權利必因此而喪失。查專利權之實質，厥在禁止他人在專利年限內有使用製造或販賣其發明之權，故與執照不同，後者具有准許之性質，而無獨佔之效能。凡一切專利品應具有新穎及實用之二大條件，專利權之期限者，

應將發明之方法或物品，填報政府申請登記，專利者有出讓與委  
 託權利或租賃權利之自由，與年限之長短，均由專利者自定之。

版權之性質與專利權相同，即在一定年限內有專門印行某種文  
 藝作品之權，版權亦可依法租授與或租賃他人。

商標之權利，乃為某種不公開之製造公式或方法，惟主有者可  
 以使用之一種權利也。商標之權利，亦為一種法律上所承認之財產，  
 其經濟之性質，酷類專利權及版權，亦同以專用專造或專賣為目的。  
 若無法律方面之論，則專利權與版權為發明者或著作與外界間之  
 一種契約，規定在一定年限內有專用之權。商標之權利則不然  
 ，其效用僅在企業能保持其秘密時存在之，在法律上無非規定一切  
 與營業有關之人，不得以非法手段探得其製造秘密，隨意洩露於外  
 界。惟商標之權利亦可依法轉讓之。

2. 專用權與獨佔權——專利權、版權及商標之權利，既同以商品或  
 製造方法之專賣專用或專造為目的，吾人為便利討論起見，以下概  
 以專利權為主論，因三者性質相同，可以合併討論，舉其一即可代  
 表全體也。於此第一點須注意者，即專賣專用或專造權與獨佔權并  
 非同義。良以專利權之範圍有大小，不可一概而論。例如專利權之  
 範圍，僅在專用製造程序中之一部者（如製糖中之一部），則  
 獨佔權必不能產生。反之，倘專利權之範圍，可以囊括商品製造程  
 序之全部者，則商品之供給，必因之可以控制，而獨佔權乃產生。

雖然，製造業中有一部分製造程序或專利權，在此一部分之全部製造程序上極關重要，且屬無法可以替代者，則商品之供給亦必因此而獲得控制。同時，有時則多數種不甚重要之專利權，而構成一種集中管理，商品之供給亦得藉此而發生影響。但以普通情形而論，專利之種類與全部製造程序之一部狹義全無，其區別甚關重要。應有確切之認識。

自理論方面而言，凡專利權僅限於製造程序中之一部，而此一部分在商品之生產中，所得地位並不重要者，則專利之結果，僅能使製造成本減低，而產生一種內部經濟之專有權。設此種製造成本之節省極大，足使出品售價大為低減，則自經濟方面而觀，其他未享有專利權者，因所費較鉅，售價較高，仍不能與之競爭。蓋成本一物，在商業中最為重要，而在此種情形之下為尤然。有時專利權之製造方法極為巧妙，非有此專利權，則同樣之貨品無從生產，在此種情形之下，成本問題乃其次要者也。

綜上所述，專利權產生獨佔權之原因有二：

- (一) 整個商品之專利權。
- (二) 商品製造方法之專利權。

在第二種原因內又可分為二小類。第一，因所專利之製造方法，極為重要，且無法可以替代者，故商品之供給得以壟斷。第二，所專利之製造方法，雖可以覓得替代，但替代之結果，使成本大為

增加。因此自經濟方面而論，仍屬無法可以競爭。獨佔亦可以由是產生。

§ 一 至於商業秘訣，其情形與專利權相同。良以所謂專利者，乃一種受法律保護之公開秘密耳。

§ 二 獨佔之情形，較爲簡單。緣各種作品之內容，未必相同，無完全替代之可能性。且書籍之排版，繪圖之印刷，遠不若作品實質之重要。故製造方法不足以控制作品之供給。

§ 三 專利權獨佔能力之探觀。——常人每有一種誤解，以爲專利權既有獨佔商品供給之能力，于是遂以爲每年政府所發給之專利權，悉有真正獨佔之能力者。此點實不可不加以糾正。查若于專利權，均係將舊有方法或發明，略加補充或稍事改良，並非能獨創一格者。例如：現有安全剃刀之專利權，爲數豈止數百，試問是否每一專利權均爲一種不同之出品，而可以使商品之供給得以控制乎？苟各種出品之性質大同小異，而爲用則同，縱有數百專利權受有政府之保護，而其相互間之競爭，仍屬無法避免，而獨佔亦無由產生。蓋商品之用途既同，則一切屬於此種用途之商品，均可互作替代，而滿足同樣之需要，故供給不能有所控制也。

§ 四 商標與專利權可以同時並存。——查將專利權與商標之關係略加分析。前節曾稱，多數專利權係將舊有發明稍事改良，或將同一商品之製造方法略加變更，因此每一產品雖各有一專利權，但實屬

上因其用途均彼此相同，故可互相替代。消費者對於各商品之好感，因其彼此有替代之可能，而發生效用。蓋商品因相互競爭而失去其獨佔能力時，消費者因對某公司之出品素有信仰，故對於某種薄弱之商品喜用成習，故縱使替代品充斥市場，在購買之時仍必選擇其原用之商品，初不因有替代品而變更也。實則即使商品享有獨佔權，商譽之功效，依然極為重要。蓋商譽與獨佔權可以並存不悖，無所抵觸。商譽影響商品之需求，而獨佔影響其供給。常見商品在獲得獨佔後，消費者因習慣已成，樂于採用，非因其品質較其他同類商品一定優良也。

由此而觀，可見商譽在吾人日常購買行為中所佔地位之重要矣。是故不僅含有競爭性之商品，應利用廣告方法以推廣其價值，即完全獨佔性之商品，亦須採取同一方法，以促進消費者之購買。蓋不同獨佔商人抑普通商人，大凡能使商品之需求愈趨穩定而減少其彈性者，則獲利必愈豐。倘獨佔商人能減少商品需求之彈性，則雖將貨價抬高，購買數量必不致減少，同時再利用其獨佔能力以控制供給，其效力必極為宏大。商譽之功能既在維持穩定需求，不使衰墜，故獨佔家而享有商譽，則獲利之大，概可想見。幸是而論，縱使專利權之結果，造成一種商品供給之獨佔形勢，但對於商譽之存在，並不發生絲毫影響。

5. 由專利權所產生之商譽——商譽與專利權，不僅可以間接並

存。且往往因專利之體繫，而商標題以產生者，此種情形，在利用廣貨數矣之商標商品，最為顯著。蓋專利者在專利年限內，以某種商標出售其專利品，故商標與專利品，隨時依附，不相毗離，久而久之，商標與專利品在消費者之心目中，殆已成為同一事物矣。嗣後專利年限已終，而消費者喜用之習慣已成，必仍繼續採用，縱有某他品與專利之貨品問世，亦不屑往購也。例如，拜耳公司所出阿司匹靈，在專利時即以拜耳為商標。後專利年限終了，消費者心理上漸趨妥協，一切阿司匹靈非屬拜耳商標者不可嘗試，是以新出品雖層見叠出，而吾人在購買時，仍都認定拜耳牌號，反以其他出品為廉價偽造。此即拜耳公司得始終獨佔其市場矣。

四、由點可見商標可以因專利之結果，而引起消費者繼續購買之習慣。此種商標，係在專利期中累積而得，特因當時無其他貨品競爭，故不覺察耳。

問題6. 假使企業內商標與專利權之關係，一專利權與商標並存之理由，前文中已詳加闡述。今復所欲討論者，即在某特定企業內，其商標與專利權之關係，由一營業發達之原因，是否由於專利權而趨，抑由於商標而起，應視企業所經理之商品為斷。吾人已知商標之影響在商品需求方面，而其程度之強弱，全視商品之功能是否滿足消費者之基本慾望或虛榮慾望為轉移。大抵商品之功能，在滿足虛榮慾望者，則商標之效力最為顯著。換言之，凡購買非必

用必需品時，一切習慣及心理等作用之效力最大。例如吾人因經濟拮据而減少消耗時，習慣之力量，必對於日用必需品之留用上為多，而對於奢侈品之留用上為少。是故一切經營奢侈品之企業，其營業之盛衰，多賴消費者使用習慣之深淺而定，初不問商品之性質為競爭者抑獨佔者。至於日用必需品之情形則不同，吾人所以購買者，無非為維持生活，並無所謂習慣之影響，因此商譽之效力，極為微渺。

雖然公司為別除競爭起見，往往將許多專利權之使用，聚於同一管理權之下，俾控制供給之能力可以增強，使其他替代品無從製造，而公司在工業中之地位遂益形鞏固。在此種情形之下，商譽之功用必不甚重要。蓋因替代品減少，吾人之購買不得不集中於一處，選擇機會大而使用習慣等因素已無法存在。然則，銷售上之商譽既無法產生，則公司營業之成敗，自賴其對於商品及替代品之供給控制如何而定矣。

7. 專利權價值之經濟特質——專利權價值之大小，全由公司因專利權使用所得額外收益之多寡而定，設專利權之範圍，僅限於某一部分製造程序者，結果祇能使製造成本減低，則此種專利權之價值，相當於經濟學中所謂生產者之剩餘 (Producer's Surplus) 。反之，苟專利權之範圍，可以囊括全部製造程序而獨佔其商品之供給者，則其專利權之價值，實有類於經濟學中所謂消費者之剩餘 (

Consumer's Surplus)。就大體而論，專利權之價值，似多屬消費者之剩餘，其屬於生產者之剩餘者，不甚多見。



## 第五章 商譽與額外收益能力之關係

### 第一節 商譽之廣義詮釋

在第二第三兩章中，業將商譽之涵義加以解釋，即商譽為營業上友誼及和諧關係所產生之一切經濟利益，包括顧客之親善，僱員之忠心，以及投資家之信任等。吾人又申明，造成商譽之各種原素，應具有優異之性質，決非盡屬企業所通有者，而其價值之確定，必以增加企業之收益能力為前提。但曠觀現行會計書籍中，每將一切足以造成額外收益能力之要素，統稱之為商譽，此點實大有討論之必要。

1. 現時通行之商譽定義——現行各種關於商譽之書籍，具有一種相同之趨勢，即將商譽與額外收益能力二者合而為一，以為商譽即一企業較尋常投資報酬為高之獲利能力。換言之，即一企業全部價值超過物質資產價值之部分，即為商譽之價值。準此而言，則一切要素及情形，凡足以使一企業產生一種較尋常收益為高之收益者，均得稱之為商譽矣。

2. 商譽定義之演變——商譽之定義，隨時代之演進迭經變更。曠昔之所謂企業，大抵專指商業或買賣機關而言。此種企業所需之資本，既極微小，其組織又復簡陋，兼以交通之不發達，市場範圍狹隘異常，往往即以當地為限，而物價亦無劇烈之波動，在此種情形之下，企業家之心目中，自以顧客之愛護及繼續交易為最足輕重之事。蓋企業家可以利用顧客之愛護，增加其交易數量，藉以博取鉅額之利益。因此往昔商譽之定義，必偏重於主觀之友誼，而以商譽為一種資本主與顧客間之暫時關係或顧客源源惠顧之習慣。

溯自近代企業興興以後，商譽之定義亦隨之而生變化。曠昔以主觀之友誼作根據者，今則以客觀之收益作根據矣。現代之製造企業及商業機關，其投資於機器及種種設備之數額，動輒千數百萬，而僱用員工，為數之多，尤足驚人，生產能力既大為擴展，而市場範圍，亦由區區之當地市場，一變而為世界市場。在此世界市場之中，物價之波動，最稱劇烈，忽起忽落，漫無定則，而單獨企業，因能力之有限，對於物價遂失去其控制之權。不事備具，企業往往為吸收現金，以便投資於其他有利之途起見，不得不將商品虧本出售。是故，在此種情形之下，企業之收益率，鮮有能與其交易數量發生直接之關係。因此現代企業價值之估計，不得不採取收益為標準，此實為商譽定義演變之所由來也。

嘗吾人在購買一企業之際，往往因其資產均屬專為一種特定用

途而製造，無單獨使用之可能，故並不以其各個資產之單獨價值作為估價之根據，所注意者，厥為整個企業之資產，在繼續營業時價值幾何，而以未來之投資收益，決定其一企業應應之價值。價值之故，凡一切無形要素，如商標專利權特許權及版權等，其單獨價值各有幾何，初非吾人所願深問。蓋此種資產，一旦與企業本身脫離關係，必致一文不值，而其所以能具有價值者，全賴其對於企業之收益能力有所增加也。

3. 額外收益一概念之起源——現代企業組織之繁複，規模之宏大，遠非往昔之企業所能匹倫，因此，在估價之時，不得不採收益還原法為根據。此種方法，用之於企業中之無形要素，尤為必要。茲再將構成無形資產額外收益觀念之起源，作一簡略之研究。

考額外收益一觀念，實由於尋常收益觀念而來。在曩昔工業幼稚之時，企業收益，素以為由於資本主之才能及命運所決定，並無固定收益率之觀念，亦無尋常收益之名稱。直至日後工業進步，機器之使用漸次普遍，圖生產所需之資本大為增加，於是始有收益率等問題發生。因此初時必無額外收益觀念之存在，以為一切利益，全由資本主個人之努力及才能而產生者。資本主努力之程度及天賦之才能固各不相同，故其收益自必彼此懸殊。

嗣後工業情形漸次安定，而自由競爭亦漸趨消泯，一般經濟學家遂認為凡投資條件相等之企業，其投資之報酬大體相等，

蓋當某種企業發見其收益率特高時，則因資本可以自由移動之故，投資者必驟任相互之競爭，結果收益率為之抑減。此種經驗，實屬事實，亦屬不謬。因此，途存巨危險性相同之企業其收益率亦相同。上之說，以尋常收益及額外收益之觀念乃由是而生。

4. 無形因素為產生額外收益之原因——吾人既認企業中所投之資本，乃所以獲取尋常收益者，則一切超過此種收益之額外收益，自必另有其造成之要素。此種要素，種類繁多，不勝枚列，舉其要者而言，大抵不外有商譽，專利權，版權，營業特許權等數種。各要素雖各具增加收益之能力，但欲將個別要素對於整個額外收益所發生之影響，一加以確定，良非易事。

5. 商譽應用之推廣——無形要素之種類，既極繁多，而其對於額外收益之個別影響，又復難以測定，於是遂有一種權宜之方法出現，即將一切構成額外收益之要素，統稱之為商譽。英國李克 (Leake) 氏有言曰：「查各個無形因素，雖在法律上個別加以保護，而在商業實踐中，其價值亦無法一加以區分也」。

## 第二節 額外收益分屬之困難

吾人將商譽與額外收益二者合而為一，自純粹之理論觀點言之，自有未安。蓋自企業之立業始，所稱商譽者，乃一切良好關係（如顧客之踴躍，以及投資變事）所產生之未來收益，估計而得。

之價值也。雖然，在實際上，欲將各個無形因素對於總額外收益之影響，一一加以測定，困難甚多。况即恆能將各因素之影響確為分明，結果亦屬勞而無功，良以各因素間有相互影響之作用，彼此息息相關，欲分明各因素之單獨影響，各採武斷辦法外，實無其他良策。

1. 無形資產單獨之價值須根據於額外收益之分屬——設欲求各種無形資產個別之價值，必須察知每種無形因素對於額外收益之貢獻為如何。換言之，即須為額外收益分屬之計算。但一企業之收益，乃各種因素之聯合產物。吾人既不能指明尋常收益中，某部為機器之使用所產生者，某部為工人之勞力所產生者。同理，吾人亦不能辨別額外收益中，何者為商業所造成，何者為專利權所造成。吾人誠欲將各因素對於企業收益之貢獻一一加以分屬，惟一方法，厥為自每一因素之或增或減以觀察其對於收益之影響。倘某一因素之增加，使收益發生同時之增加，則其增加之價值，即可以歸屬於該因素。

2. 有市價之資產毋用分屬——在有市價之資產如機器設備勞力等，可以用市場之價格，以決定其對於營業收益之影響，因此並無所謂價值分屬等問題。蓋不論其對於營業上有何種收益，其價值之大小，決不能超過其原費之成本，是可斷言。况此種資產，大都均可受企業管理之控制，而任意增減之，即使有分屬之問題發生，解

夫亦較為容易也。

4. 無形資產無控制之可能性——至於無形資產，如人事關係等，欲測定其對於營業上所貢獻之價值，殊非易易。緣無形資產並不受企業管理之控制，而可以任意增減。例如商譽為一種情感之產物，管理當局絕不能控制之，而遂其測驗之目的。即如專利權，版權等，雖較商譽易於控制，但其存續之年限由法律所規定，管理當局殊乏術以變更之。

5. 收益之比較為困難之根據——以額外收益之分類，以定無形資產之價值，既有上述種種之困難，倘欲測驗無形因素對於收益之貢獻，只可利用收益比較之方法。即以一具有無形資產之企業，與一未備有無形資產之企業，將其收益兩相比較，以求得無形資產之價值。或以同一企業在未具有無形資產時期之收益，與其具有無形資產時期之收益相比較。此法之實施雖較易，但因難之處仍復不少。蓋商人既難覓得一性質相同而不具有無形資產之企業，復難決定企業在某一時期完全無無形資產之存在。況此種收益之比較，僅能測驗是否有無形資產之存在，斷不能測定各個無形因素對於全額額外收益之影響。

6. 無形因素之互助性——考無形資產所以不能分別決定其各個因素之價值者，除前文所述之困難外，仍有更為重要之理由在，即無形因素有互助性是也。本章上文中吾人已見及專利權使用之

結果，往往可以產生消費者之商譽。凡某一企業，在獲得某種商品之專賣權後，消費者於不知不覺間逐漸養成一種喜用之習慣，而對於商品之商標，遂發生一種好感及信仰。因此在專利權之法定年限內，企業之收益，實為專利權與商譽之聯合產物。此種收益，必較專利權及商譽單獨發生效力時之總和為大，蓋專利權可以影響商品之供給，而商譽可以影響商品之需求，二者相互為用，結果其收益必更大。試以下圖表示之：

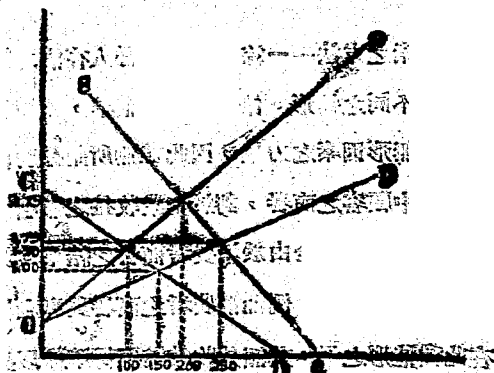


圖 10 說明

GD 為商品之原有需求線，gd 為商品具有商譽後之需求線，因受商譽之影響，故數量大而彈性少。OP 為商品之原有供給線，op 為商品享有專利權後之供給線，因供給數量受有限制，故價格較高。自圖中各線之交點而觀，可知商品如兼具商譽及專利權者，其售價必特大，為二元七角五分，即 gd 與 op 二線相交之點。反之，倘商品祇具有商譽而無專利權者，則其售價為一元七角五分，即 gd 與 OP 相交之點。再加商品具有專利權而無商譽者，則其售價為一元五角，即 GD 與 op 相交之點。最後，倘商品既無商譽復無專利權，則售價為一元，即 OP 與 GD 相交之點。

品而有特在專利權法定年限告終後，因消費者對於商品之好感非常堅強，換言之，即商譽極為牢固者，則企業收益容或仍可維持原狀，不致減損。或則因商品之商標深入消費者心目中之故，混假而成與商品本身之一部份者，則雖品類完全雷同之商品，亦不克與之競爭，於是，一種獨占之形勢由是而生，而商標之效力，殆與專利權之效力相差無幾矣。

6. 分屬無形因素之方法——綜而言之，吾人在估計無形因素之價值時，得有三種不同之情形。第一有許多企業，其額外收益之產生，係僅由於一種無形因素之力量，因此並無所謂分屬問題。例如一切零售商店。其中顧客之商譽，對於企業收益之影響，最為重大，而額外收益之造成，幾完全由於消費者商譽之積累。第二，有時企業中之無形因素不止一端，例如消費者之商譽與專利權往往可以同時並存。在此種情形之下，其額外收益遂不得不加以分屬。法以過去營業祇具有一種因素時之收益紀錄，與具有二種因素時之收益紀錄兩相比較，以求得各個因素之價值，然此僅限於各因素之取得不在同時發生者，否則此法亦無由適用也。第三，有時上述所謂營業之過去紀錄原難獲得，蓋商譽與專利權之發生，並不一定有先後之別，因此祇將額外收益加以分屬，其惟一根據，厥為覓取二性質完全相同之零售企業，一為具有商譽因素者，一為具有專利權因素者，本此二企業之收益與現有企業之收益相比較，以決定商譽與專



利權之價值。然此法在實行上困難極多。蓋欲至點此種性質相同之企業之已屬不易。况又限於無形因素其自端實非易言。故其困難。雖然。以上種種之討論。非欲謂商標與專利權三者無所軒輊。蓋商標之性質。究其終極。仍不失為一種優越利益。在企業對於顧客之好感。厥有裨於主之全副。其法甚於商標。故其價值。實較企業享有壟斷商品供給之勢力者。至於專利權則除僅屬製造方法部分之專利外。其普通多可以新商品之供給而影響其價值。其影響與商標大異。實則以上種種說明之目的。無非在闡明商標與專利權間密切相連之程度。究屬如何。及其對於整個企業收益者有何之影響。三者之價值實難以分屬。吾人所能者。僅於得種因素在營業上估勢較著耳。

由此而觀。宜乎一般商業習慣及會計理論。多不將商標與其他無形因素加以區分。以商標以主。而將商標之利益。亦歸入商標。雖不免使讀者無由窺見各種因素之影響。但亦有不得區之者。或謂商標。可以厚非也。

### 第五節 商標之收益與各種特權收益

1. 商標收益與各種特權收益之異點——自企業之特權觀點而論。法律所特許之權利與營業上良好關係所產生之利益。固有絕大之

分別。在企業轉讓之時，受盤者對於造成營業發達之各種無形因素，究以何者最為重要，自不得不選擇明瞭。及以各種無形因素有輕重之別，其價值差異，可以影響其所付之價格。至於差異之種類，則詳見於下列各條：

(一) 各種無形因素所產生之額外收益，其存續年限，各有長短，其短者亦不一。

(二) 各種無形因素之預計額外收益，將來是否能如數實現，其程度之可靠程度亦不相同。

(三) 企業轉讓後有無形因素所產生之額外收益，每因企業所處之環境而發生增減情形。

2. 商譽收益與專利權收益之比較——今試以商譽與專利權為例。

第一，專利權之存續年限由法律規定之，因此在企業轉讓時，用作還原額外收益之年數，亦可以確定。商譽則不然，苟管理營業，除極商品之品質以及固有之銷售政策，能夠維持，勿使墜落，則其存續年限，大抵可以經久。至於經久之年限究有若干，則須視企業之性質及商品之種類等而定，故其還原額外收益之年數亦較不確定。

第二，不同專利權之結果是可能觀商商品之低級，抑僅為一種節省成本之方法，其所得之收益必較商譽為穩定，蓋因受法律保護之故，同業競爭之損害，必較商譽為少。第三，專利權之轉讓較商譽為容易，因其並不會有人事關係，故於企業轉讓後，其額外收益之

價值必無減損之虞。至於商譽則與各種人事關係非常密切，轉讓既難，而其額外收益之價值又往往因企業所有權之變更而大見低落。誠是之故，在計算企業所應值之價格時，必將專利權之額外收益包括在內，而商譽則須視其對於企業獲利能力之關係是否重要而定。

## 第六章 非購入無形資產之處理方法

### 第一節 非購入之無形資產應否入帳

晚近各國之會計學刊物，對於無形資產之會計處理方法，討論頗多，但一般學者恆多囿於成見，不能有一貫而透澈之見解，故實際上各企業機關對於其無形資產之價值，應否於其帳簿中及資產負債表上有明白之表示，尙屬疑問。

或謂商譽及其他一切無形資產，苟非以現金或其他資產交換而得者，則不應將其價值確實表示於帳簿上。蓋各種無形資產，雖可以代表某一特定企業之額外收益，但吾人決不能即以此項收益還原為資產而列入帳簿書表之中。此種見解，雖在實際應用上常難完全遵循，但數十年來，一般會計學者幾無不奉為金科玉律也。

然作反對之論者，則謂會計之主要目的，不獨在表示一企業目前之真實財力，尤須根據其獲利能力，以估計其整個企業之資產價值。易言之，即會計之功用，必須能供給充分之資料於企業之管理當局，俾便研究其投資情形及獲利能力，以為經營業務上決策定計

之差。如一企業之簿冊及資產負債表上所表示之財力，不能與由獲利能力還原所得者相符合，則其會計即未能盡其責任。且以常理言之，設兩企業之獲利能力及營業環境無異，則其資產價值應即相同。若謂一企業轉讓時，因其具有商譽及其他無形資產之故，受盤者願出價二萬五千元之代價，受讓之後即可以此所付之總價入帳；而在同樣之另一企業，祇因其商譽及其他無形資產由於其本身之發展而來，非由轉讓而得，因而其會計上所記之總值祇為三萬元。此種不相一貫之處理方法似乎不甚妥當，蓋在一種情形之下，可將該額外收益能力還原，以增加其企業之總值，而在另一情形之否則否自相矛盾，果何為乎？

雖然，此種論調，由表面觀之，雖亦不無相當理由，然一究其實，即知其無甚價值也。據一企業之資產價值，有商業價值與會計價值之分，凡有商業上之價值者未必都有會計上之價值。蓋某項資產，雖實際上對於企業確有其相當價值，而在帳簿中並不加以記載，或僅記其價值之一部份者，往往有之。無形資產與其他資產同受此項原理之支配，故無形資產之適當處理方法，實為會計估價上重要問題之一。例如對於商譽，是否祇能視為一種獲利能力，或應將此獲利能力還原為一種資產以表示之，取捨適從，應以商業之會計價值為基礎，其他各種無形資產，亦莫不皆然。故吾人對於資產之會計價值，不覺不先有一新明確之認識。會計價值之內容說明，即

對於非購買而得之無形資產，不應表示於資產負債表上之理由，並不難明瞭矣。

## 第二節 資產之會計價值與處理

### 無形資產之關係

一、資產與獲利能力之性質——通常所謂資產，係指一特定企業所有財源之價值而言。此等財源，大都用以獲利，而由此所得之純益，或由資本主提去，或留於企業之中以增加其資本。由是可知資產與經濟學中所稱之資本有別，前者凡有經濟價值而為一企業所有者所屬之，後者則僅指生產貨品或效用之社會財富而言，消費者所有之財貨則不屬之。至於獲利能力，乃代表一特定企業之收益力，係由過去之會計記錄估計而得。但獲利能力與業已獲得之收益不同，後者係為資本主所提取者耳，必有一種或數種資產為其代表，而前者則不過為一種尚未實現之收益能力耳。易言之，即業已獲得之收益，在目前已為一種資產，而獲利能力則為將來或能獲得之資產。不過就將資產與獲利能力兩者加以明晰而確實之劃分，亦非易事。蓋何者為現在之收益，何者為將來之收益，頗難決定。

二、更進一步言之，現在資產價值之估定係低，又在能足以影響於

將來之收益。試舉例以言之，設有電力公司，於某年初開始營業時，購入煤一千噸，每噸價格六元。茲為簡單起見，復假定發電成本惟有煤一項，而於一年之中計共耗去煤九百噸。同時一年內之電費收入，共計七千元，此時，若煤價漲，每噸由六元升至八元，則以新舊兩種價格為標準而估計所得之存煤價值，完全不同，由此等存煤價值計算所得之純益數額亦即互異。若依舊價計算，則存煤之價值為六百元，由進煤價值六千元中減去此項存煤價值，得售電成本五千四百元，以此數額與電費收入七千元相較，即得是年之淨利一千六百元。反之，若依新價計算，則存煤之價值為八百元，由進煤價值中減去此項存煤價值，得發電成本五千二百元。以此數額與電費收入七千元相較，即得是年之淨利一千八百元。以此兩種方法分別計算損益，所得結果相差二百元，乃由煤價上漲所生之利益也。

。 電廠公司估計存煤價格時，採用較高之市價，則次年度發電上原煤之成本，將由每噸六元漲至八元，而其純益數額將為之減少至同等程度。故事業之投資價值，如因存貨之漲價而抬高，則其數益率將為之抑低也。

至於其他資產，亦具同樣情形。以機器設備為例，如將本年度之折舊額計入其資產價值中，而將以後各年度之折舊額增加，則將同樣減低其營業之純益及收益率。再以房屋為例，因其性質不減，每

須折舊，若依其高漲之市價為估價之標準，雖營業純益可不因之而減少，但資產之收益率則必因之壓低也。

2. 會計上所應表示者為成本抑為價值——由上所述，可知資產與獲利能力不同。抑低或抬高資產之價值，將使獲利能力發生同等而相反之影響。然則會計上對於各項資產所應為之表示，究為因支出現金或同等資產而獲得之成本價值乎。抑或凡屬一企業所有之一切價值，不論其來源如何，均有確切表示之必要乎？依一般之原理而言，會計記錄應以成本為唯一之標準，此不獨在資產最初入帳時為然，即其資產之永久價值，亦應以成本為估價之唯一準則。故卡德（查爾斯·巴特）氏謂資產負債表之作用，祇在將企業之一切支出分記於其繼續經營之全時期。而可居曼氏（C. B. Couchman）亦謂資產負債表為一企業對於其資本主及債權人之一種報告，所以表示其投入資本之用途者也。由此可知各學者重視成本之程度矣。

夫成本雖不足為一切會計記錄唯一正確而適當之價值標準，然就大體而言，一切資產皆可以成本為其估價之標準，不過資產之獲得，有由贈與或發現而來，並無物質上之耗費或代價者，是則不能依照成本為之估價。如謂必有成本之支出者方得作為資產，則此項贈與或發現而獲得之物，將不為記入帳簿中，而一企業之資產價值亦未免有脚底之弊矣。現資產之價值時刻升漲，變遷莫定，企業之積資產跌價而遭受重大損失者，比比皆是，觀之，成本似不足為十



分可靠之價值標準。然於此有須注意者，會計記錄必須足以表示確實而又穩定之價值，方為合宜。凡不能以金錢衡量或缺乏穩定性質者，類皆不能以資產視之。為適合此項目的起見，則成本價值實為一種最易使人滿意之標準，至少當資產最初入帳之時，要以成本為最可靠而最正確。縱令成本不能表示資產之永久而穩定的價值，但在實際應用時，苟其不準確之程度尚未確實證明以前，仍當以成本價值表示之為宜。惟吾人務須認識以成本為估價標準之缺點，而時刻注意資產價值之變動情形，倘有確實之證據時，當隨時為之改正可也。

3. 資產之性質及其估價之標準——會計之目的，即在表示確實而穩定之資產價值，則選定一種估價標準，實屬至要。然資產之性質有種種之不同，欲以成本為統一之估價標準，有時亦多窒礙。例如機器與銀行存款或應收帳款，雖同屬資產之一種，但在商人目光之中，兩者之性質各不相同；又如開辦費與房屋或地產亦然，因其對於營業上之性質不同，致其在事業中所占之地位亦異。不特此也，資產雖屬同種，但其所屬企業之性質不同，而其重要性即因之而異者，亦往往有之。例如工廠所用之土地，與地產公司之以地產作為商品以資買賣者，判然有別，自不能依照會計之標準為之估價。是故會計學者，無不主張資產之估價，必須視各種資產之性質及其所屬企業之運用情形，而分別設定適當之估價標準，不可一概設也。

。尋某一特定企業之資產，每可依照其變現性顯微劃分為數類，茲試將通常所分各類資產之估價方法略述於后，俾與無形資產相比較。

。流動資產——此類資產，包括現金應收帳款短期投資及商品等項，大抵立刻或在短時期內可以變現，而不需任何損失者。普通現金與應收帳款，可謂並無估價問題發生，其他流動資產，雖與現金及應收帳款不同，但因其變現極易，故亦所差無幾。總之，此等資產，因有普遍之需要，故其市價，較為穩定，即有變動，亦甚和平，復因其富於流動性，吾人可隨時依照市場上同等資產之價格，確定其價值上之變動程度。易言之，即此類資產隨時可以變現，故其價值上之變動亦隨時可以確定也。

。非流動而可以變現之資產——與上述流動資產略有不同者，為一種非流動而可以變現之資產，如工廠中所用之原料，在製造中之在製品及製成品盤存等是。此等資產，雖不能依照其市價立即銷售，但可在日常營業之中逐漸變現，其變現性介乎流動資產與固定資產兩者之間。此種資產，恆以其成本記錄為其估價之根據，蓋因其缺乏流動性，雖能於較短之時間內變為現金或其他流動資產，而其價值之變動較難確定也。且在尚未將其變為流動資產之前，大抵並無變換之必要，故事實上亦應以較高穩定之價值表示之。是故，就普遍之情形言之，此類資產，因其與市場之關係較淺，當以成本為

估價之標準，較為合宜。

固定資產——資產之中，若地產房屋機器及定期投資等，為營業上所不可少者，謂之固定資產。此等資產，可謂係企業之一種固定工具，平時無變成現金之可能。企業進行一項，此等資產亦必存在一日，否則營業上難免受重大之影響。固定資產除若干長期投資外，其性質實不啻為一種長期之費用，而與長期之重要資產甚相近似者也。

此等資產，以其性質固定，故其價值之變動，無隨時加以記錄之必要。蓋一則因其附着於企業之本身，一則因其通常缺少交易。其價值雖有變動，亦甚難確定。例如機器工具，倘其用途甚屬專門者，則簡直無市價可言。吾人就可精密計算其製造上所需原料人工及費用等成本，以為其重製價值（Cost Reproduction）耳。雖然，此種重製價值，能否即據為估價之標準，尚屬疑問也。

不特此也，固定資產之性質較為永久，則其所受價值變動之影響自較微細。蓋變現之緩急，與資產價值發生變動之穩定與否，有一種間接關係。易言之，即變現之可能性愈大者，其價值之變動愈易實現。故資產之性質愈固定，則就其整個壽命而言，其價值之變動多不易實現，故遂為無一定也。

遞延資產——此外，較之固定資產更缺乏變現性者為遞延資產，凡各種預付費用，如預付廣告費，預付保險費等均是。遞延資產

，雖其性質較為永久，然通常亦包括於遞延資產中。其實凡一企業所用較為永久之資產，均於日常營業中逐漸消耗，即應逐期攤銷，故無不可以稱之為遞延資產。惟在實際應用上，則所謂遞延資產者，僅指某種支出，其效用及於數年，而應由各年比例分擔者而言，其如本期之數益支出及上述之固定資產均不屬之。

至於就遞延資產與固定資產不同之點言之，則前者之變現性，較之後者更為缺乏，即在企業解散清算時亦常無變現之可能。此類資產之價值，應以其所費之成本為準，蓋因其無流動性及變現性可言。其價值之變動與否及其變動之程度，殊非可以推想而得也。

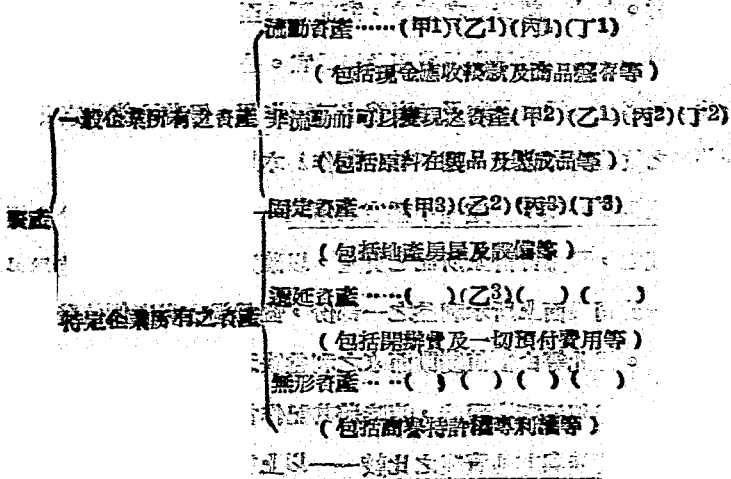
門摩士氏包將遞延資產之估價方法加以闡明，即遞延資產之性質，亦以此為確定。祇可以所費成本為其估價之標準。但此外尚有若干項支出，雖亦屬於遞延資產之性質，惟因其效益及於將來之程度甚難確定，故將以之作為本期之費用。普通資產之價值變化，其不易確定與不甚穩定者，在會計上往往不予承認，仍以成本為其衡量之標準。此種支出，倘其效益不易確定與不甚穩定者，在會計上亦不認其為資產。是確定性與穩定性二者，不但為普通既已入賬資產之估價標準，亦且為分別資本支出與收益支出之標準也。

試舉例以明之。設一公司為開拓市場推廣銷路起見，支出大宗廣告費。此項支出之效益，在公司當局之心目中，必希望其能延長遞延數年之久，故亦將視為一種遞延資產，由該後受益之各年度比例

負擔之者。但此項廣告費之效益，究能延長至若干年，實難斷言，故為穩健計，自以愈早作為費用負擔為宜。是故通常支出廣告費之效益，雖多包含維持營業及推廣銷路二種作用，但若不能確定其及於將來之效益究有若干，則不妨一概作為本期之費用。

4. 收益為一種不確定而不穩定之價值——由以上數節所論估價之原則觀之，可知會計上所記之資產，以確定而又穩定之價值為限。有時一公司帳面上所示利益之一部份，實為過去資產價值發生變動之結果。但此等由價值變動而來之利益缺乏穩定性，故不應表示於帳簿中，必須逐漸實現時，隨時將其記作資產或已獲利益也。

5. 無形資產與其他資產之比較——以上數節，說明資產與未來收益之不同。然則資產價值應與未來之額外收益有別，更可明瞭矣。資產之漲價，與由額外收益漲原而得之資產價值判然不同，前者雖可列入帳簿，以增高資產之價值，而後者則否。且吾人根據以上數節討論之結果，即對於固定資產之漲價及較不確定之資本支出等，尚須排除於資產價值之外，則無形資產苟非由於購買而得者，更當如此處理，不成問題。茲試將無形資產與其他各種資產，就流動性、現性、穩定性及穩定性四點，列表以比較之如下：



說明

- (甲1)至(甲3)……表示資產價值流動性之程度
- (乙1)至(乙3)……表示資產價值變現性之程度
- (丙1)至(丙3)……表示超過成本之資產價值穩定性之程度
- (丁1)至(丁3)……表示超過成本之資產價值穩定性之程度

觀於上表，吾人可知各類資產所具流動性變現性穩定性及確定性之程度，各不相同，而四種性質，要以無形資產最為缺乏。固定資產之流動性變現性穩定性及確定性，已不十分可靠。

資產與獲利能力不能完全劃分清楚，前已言之。就營業之性質而言，實無絕對之額外收益，蓋平時為增進企業之獲利能力起見，常發生各種成本或各種服務，而此種成本或服務之所以並不列作資產者，乃因事實上並無顯著之資產價值可尋耳。

6. 無形資產之流動性——無形資產與特定企業有不可分離之密切關係，故其性質最為固定。就企業運行中之立場而言，無形資產非可單獨買賣，固無流動性可言。因其缺乏流動性，故不能依照市價，將其未實現之價值作為資產入帳也。

7. 無形資產之靈活性——無形資產就其基礎而言，實與普通之固定資產如房屋機器等項相類似。蓋企業者與企業本身有密切之關係，如將其單獨出售，則企業上將受重大打擊。但有須注意者，以無形資產之靈活性，較之一般固定資產為薄弱。而嚴格言之，以非關係之無形資產，除祇可與企業同時轉讓外，實完全無靈活性可言。例如商標之單獨轉讓為事實上所不可能。至如專利權、特許權或商標商號等，其有無對於企業本身之成敗存亡，關係至深。且具靈敏，則其所屬事業未有不慘遭失敗者也（但若有專利權為產品轉相買賣者，則屬例外，後當詳述之）。

8. 無形資產之穩定性與確定性——普通之固定資產如房屋設備等項，苟其價值之變動較為永久而顯明者，即不列入機械之準。蓋此種變動，在資產之整個壽命中，較為穩定而亦確定也。但無形資產則不然，非得與其所屬之事業同時轉讓，不能有某種確定而穩定之價值。良以無形資產之估價，以企業之收益能力為唯一標準。而收益能力乃時刻變動者。若將無形資產根據額外收益入帳，則收益能力一有變動，無形資產之價值亦將為之變動無定矣。

9. 無形資產與管理政策之關係——普通之固定資產。雖在企業進行中亦有變賣之可能，故其漲價對於企業之管理政策上頗有影響。例如一工廠位於都市之中心地點，乃因該地日漸繁榮，房地產之價格陡漲，如將此項漲價記入帳簿，則足以時刻促使其管理當局改換工廠地址，藉以享受此項房地產漲價之利益。至於無形資產，如亦將其價值記入帳簿，未始不是以誘致其管理當局出讓其整個企業，以博無形資產上所發生之利益。但此種事實，究屬罕見。然則以繼續進行中之企業而言，無形資產之價值當不必計入資產，而可由每年所獲之額外收益以表現之。

10. 無形資產與產品成本之關係——將固定資產之漲價計入資產。除上節所述足以影響事業之管理政策一點外，尚有一項理由亦頗重要，即其漲價與產品成本之關係是也。試舉例以明之，如工廠所用之機器價值，日見高漲，且有漸趨穩定之趨勢，則此項漲價，有人主張可以加於機器價值之上。蓋機器與其所製之產品成本，有直接之關係，機器之價值漲，則為將來購置新機器而逐年提取之折舊數額為之提高，而產品成本因欲負擔較高之折舊數額亦當同時提高也。關於此點，在無形資產方面，其情形殊有不同，蓋無形資產之發生，若非由於經濟地位上之優越而起，即由於法律地位上之獨占所致，而此經濟上之優越與法律上之獨占，皆與產品之成本毫無關係。試分述之於下。



例如商譽，係由企業處於經濟上有優越地位所生之結果，或因顧客習慣上對企業之發生友愛關係，或因當局管理得法，工人之效率增進，或因借入資本之應用較廣，利率較低，致其費用為之大減，因而獲得一種超越一般競爭同業之額外收益。由此額外收益還原所得之無形資產，與產品之成本並無若何關係，固不待言而自明也。

其次，如企業因有專利權而發生額外收益，則此專利權價值亦與產品成本並無若何關係。蓋在獨占情形之下所售出之產品，按經濟學之原則，以能獲得最多之利益為常規。然則專利權之價值，除向外購入者外，當不認包含於產品成本中以計算之。就實際而言，如將此項獨占價值計入產品之成本，則足使產品之真實成本反致含糊，而欲計算企業所獲之利益，亦必混淆不清矣。

尤有進者，無形資產除以現金購買而得者外，通常皆無須設置折舊準備，以為將來換新之用。緣無形資產之價值，與其產生時所費之成本並無關係，此亦為無形資產特質之三，前已言之。故若照普通固定資產之方法，每年由利益中為之提存若干之折舊準備，則其所得結果，必難與產生無形資產所費之成本相吻合。總之，無形資產因其價值缺乏穩定性與確定性，故不應列作資產，更與該項產品之成本無關也。

#### 11. 無形資產與遞延資產之關係——以上兩節所論，皆係購時

無形資產與固定資產不同之點。此外，無形資產與遞延資產之性質亦有異。蓋遞延資產之獲得，無不有現金或其他資產之支出，而無形資產之價值，則係由企業之額外收益推算而得。當計算額外收益時，非先決定企業中一般資產上所投資本應得之尋常收益不可。但尋常收益之決定，事實上亦殊感困難，非將企業之性質，經營上之危險，以及其他種種應加考慮之點，統盤熟思，無從估定。即使尋常收益能確定，因之額外收益亦可確定，但以此種計算方法所算得之額外收益，究能繼續維持若干年？並當以何種利率將其還原為資產？實為複雜難解之問題。因此之故，由額外收益計算而得之無形資產價值，殊不若遞延資產依照其所費成本計值之為正確也。

雖然，若企業之無形資產係向外界購取而得者，則其情形又當別論。蓋此時與遞延資產同樣有成本之支出，而可以之為估價之標準。然此並非謂凡購得之無形資產，即與遞延資產之性質完全相同。良以此種無形資產之價值，雖應與其他資產同樣依照所費之成本入帳，但其價值之變動程度，較之非購入之無形資產仍不稍減。夫成本原不過為估價之一種基礎而已，至其價值之穩定與否，則仍須視各種資產之性質而有不同，故購得之商標及專利權等無形資產，在帳簿中及資產負債表上雖可以其成本表示之，但其實際價值未與遞延資產或固定資產有同等之穩定性也。

## 第三節 不確定與不穩定價值不應視

## 作資產之理由

1. 對於不穩定價值之重要——以上所述，皆所以闡明非購買所得之無形資產，其價值既不確定，亦不穩定，此種不確定不穩定之資產價值，不應入帳。雖然，不確定不穩定之資產價值，何以不應入帳，其理由亦有一加論述之必要。按普通營業交易，須有相等價值之授受，方為完成。凡營業上之收入，類皆根據於有價值之實物或勞務互相交換而發生。吾人若將一特定企業所有之實物或勞務之價值，均用收益遞原之方法列為資產，則該事業之收益將為之減縮至極少數額，而會計之功用將為之喪失大半矣。

雖然，欲使無論何種交易均有同等價值之授受，亦為事實所難能。有時雖有價值或勞務之支出，並無同等價值之收入，有時雖有價值或勞務之收入，並無同等價值之支出，此種事例，不一而足，而事業之成功或失敗，出於意料之外者，又比比皆是。故使事業之不確定價值，與其確定價值互相參照，在會計上言之，頗為重要。後者為各種資產已接入帶着相當公認之形態，可以計量其價值，前者則僅能於其價值逐步實現時，隨時加於其資產價值之上，可謂盈餘機會而定者也。

2. 計算收益應以投資價值為基礎——將不確定之價值由帳簿中劃出，不使其與確確定之投資價值相混，其效果是使收益之計算，可完全以事業之投資價值為基礎，此實為會計上適當之處理方法。就一般之見解而言，凡營業毛利超過各項營業費用總數之淨額，謂之營業純益。反之，凡營業毛利不足各項營業費用總數之差額，謂之純損。然營業毛利，何以應先抵銷實際上所費之費用以定資本主應得之報酬，而非由金錢支出所得之一切價值或勞務，如管理效能及資本主之貢獻等，雖與一般資產同樣有獲利之能力，而並不與普通費用併入計算者，無非因此種價值與勞務無從確定其數額，無計算之根據而已。然自經濟之立場言之，企業所售出之貨品或勞務，乃為各種因素共同之結果，固亦包括資本主個人之貢獻在內也。

再自會計之立場觀之，營業毛利之獲得，應先歸功於耗用之投資價值，而將相抵後所得之純益，作為應用其他一切不確定價值之結果。其理由為一切不確定之價值，非待毛利減除營業費用後無從計算。易言之，凡非屬投資之各種價值，祇能依照企業之純益以決定之也。

3. 營業純益為計算不確定價值之基礎——由上觀之，一企業之不確定價值，應以營業純益表示之，易言之，即凡不能歸入投資資產之價值，須至營業毛利與營業費用之差額求出後，方得確定。是故，營業毛利雖為各種獲利因素之綜合結果，但吾人為完成會計之

產目的起見，並不如是表示之，乃將毛利先與營業費用相抵銷，以求營業之純益。此項純益之決定，極關重要，蓋可以為企業家判斷事業盛衰情形之根據。在純益尚未精出以前，企業家對於各項不確定價值所給與企業之幫助，實無從知悉也。

4. 無形資產之估計以純益為唯一標準——無形資產為不確定價值中之一種，惟其不確定之性質，較之其他不確定之價值更遜一籌。故世人無不一致承認無形資產之估價，應以一特定企業所獲純益超越經常收益以外之額外收益為標準。嚴格言之，所謂額外收益，實應從收益中先將一切實際費用及特種不確定價值所貢獻之收益等除去，然後將此額外收益依照一定利率還原為資產，以為各項無形資產之綜合價值。一企業倘無無形資產之存在，則其所獲純益，勢將與其他尋常同業相等，不再有額外收益可言。由此點觀之，無形資產價值之不確定程度，較之其他一切不確定價值尤甚，故即云應行計入企業之資產價值中，亦應在各項資產中居於最後之地位也。

5. 收益之複合性及其還原為資產之影響——雖然，用額外收益還原之方法求得無形資產之價值，記入帳簿，以為資產之一項。推其結果，殊足以妨害會計之功用，使其不能再為測驗企業效能之風雨表，故此種處理方法，有時雖不妨見諸實行，但仍應嚴加限制。蓋收益之性質甚為複雜，決非一經單純歸業之結果。欲將某種因素

所造成之收益，與其他因素所造成之收益相分開，在勢有所不能。此中原因，係由於各項因素價值之不確定，亦由於各項因素間有連帶互助之作用。例如因商譽而得之收益與因專利權而得之收益，決難完全劃分清楚。而商譽之養成，得力於資本主或企業家之智識技巧及遠大目光者亦多也。

自現代企業之觀察點論之，收益率之大小，恆為衡量一企業活動能力及營業成績之根據，若將額外收益還原為資本，則其結果必使各個同業均表示同一比率之收益，其將為一般會計家所反對批駁，不言可喻。蓋若將收益之差異略去，則會計之主要目的，將為之喪失無遺，各個同業間之營業成績，固無從加以比較，則同一企業之各期營業，亦將無比較之可能矣。

6. 無形資產逐期估價對於事業之影響——應收資產還原之方法以估計無形資產之價值，先應如何應用。迄今尚無定論。例如若將無形價值估作資產，應於何時實行？又應如何實行？均為待答而難答之問題。蓋企業之收益時時變動，若謂無形資產應表示於帳簿之中，其將表示隨時之實際情形乎？果爾，則無形資產之價值，非依照前期或以前各期之收益率隨時加以整理不可。如此實施之結果，倘因各期收益率不同而有損漲或低減等情事發生，並將其漲價加於本年收益之上，或將其低減數額由本年收益中減去，則本年度之收益，勢將更為之增高或抑低。試舉例以明之。設某企業對於其無形資

產之價值，按期依照所獲額外收益之多寡，爲之整理。於民國二十三年初之資產負債表中，表示無形資產之總值爲七萬元。此項數額，係由以前若干年之平均收益一萬三千元推算而得。其所應用之尋常收益率爲投資價值十萬元之6%，即六千元。至將其餘之額外收益七千元還原爲資產價值，則以10%以計算之。今設於民國二十三年中，計共獲純益一萬五千元，並由各方環境觀察之，知以後各年該企業確有保持此項獲利能力之趨勢。則此其所超出列年平均收益額之二千元，應如何處理之乎？如亦依照前例，仍用10%還原爲資產。則無形資產之價值將陡增二萬元。若再將此項漲價加於該年純益之上，則其數將由一萬五千元增至三萬五千元，其於事理之不合，不待言而明矣。反之，當營業不振時，收益爲之大減，若將其較以前各期所少得之收益，亦還原爲資產價值，而由無形資產中減法之，則其結果，恆足以抵銷該年之純益而有餘也。

或謂無形資產之跌價或漲價，可另設特種公積帳戶以處理之，不必如普通固定資產帳戶之整理，同樣加於或減自當年之收益帳戶。然則，就上例言之，其實際結果，民國二十三年之收益帳戶中，雖仍保持其一萬五千元之數額，但公積帳戶中則陡增二萬元，其不合事理之程度，仍未稍減也。

7. 無形資產之價值可以收益表示之。根據以上討論之結果，可知無形資產之價值以收益表示之爲宜。其在尚未實現之收益

以前，所有無形資產，不過為事業上一種缺乏流動性變現性確定性及穩定性之潛能力，亦即一種預計之獲利能力耳。易言之，吾人與其將無形資產目為一種資產，不若認為一種希望，當較適宜。如將此項希望將來獲得之收益計作實際資產，是不啻在鷄卵尚未孵化以前，即認為鷄雛而計算其數量也。

#### 第四節 將無形資產作為一種差異價 值之處理法

1. 設立商譽帳戶以表示一切無形資產之總值——會計學者有主張將一企業資產價值與商業價值間之差異作為無形資產，而設一商譽帳戶以處理之。並謂此種處理方法，足使一特定企業之實際投資價值及商業價值兩者完全表出，無稍遺漏。倡此議者，亦都承認確定之資產價值，與收益有深切之關係，惟其所以主張將不確定之無形資產亦記入帳簿中者，揣其原意，若謂無形資產亦為營業獲利上重要因素之一，不妨與其他資產同樣視之，以表示於帳上，而求資產負債表之正確完全。雖然，資產負債表之目的，非在表示一事業所有之全部價值，乃所以表示富有確定性質之資產，故不確定又不穩定之無形資產，不應包括於資產負債表中，此上文為業以詳為闡述。惟吾人於此，對於上項主張仍不無一加研究之價值，以觀其影響於事業之程度究屬如何焉。



2. 差異價值與無形資產之不同——上述主張將額外收益(即營業之差異價值)視為無形資產，但有必須注意者，所謂差異價值，非即無形資產也。吾人於分辨資產價值與獲利能力時，即知其間之界限，完全為一種估價問題。會計上對於若干固定資產及流動資產，如因其換新價值變動無定，而仍依照所費之成本估價，則以額外收益為標準還原而得之無形資產價值，勢將或增或減。蓋無形資產之計算，係以收益為基礎，而收益之中，一部份乃為固定資產因漲價或跌價而超出或不足其成本之數也。例如某公司費銀一萬五千元，購得機器一具，其可使用之年限估定為十年。若將其殘值略去不計，每年應提折舊準備一千五百元，設至第三年終，該項機器之市價大漲，計達二萬元。此時帳面上表示之價值若仍舊不變，則每年之折舊數額仍為一千五百元，但機器之折舊雖未增加，而產品之賣價則隨其市場上同類產品之製造成本同時上升，該公司之收益即增高五百元。反之，在固定資產市價跌落時，該公司之收益亦將為之減少。因之會計記錄上如以成本為各項資產價值之表示，而一任其市場價格之變動於不顧者，則將資產價值與營業價值之差異作為無形資產而記入帳簿，其結果必使無形資產之價值，因固定資產價值之漲落而有抬高或抑低之弊，甚且在資產跌價特甚時，其差異價值將表示一負數。

3. 表示差異價值之不當——會計上資產之估價，究應以成本為

標準，抑應以市價為標準，至今仍多辯論之餘地。然收益價值之不應表示於帳簿之上，則為一般會計學者所公認。按普通會計及簿記之根本目的，原為彙集進行之企業而設，倘忽略此項大前提，而將整個營業在轉讓時會計上所應表示及供給之資料，平時亦為相當之記錄，則整個會計制度之運用將為之淆亂矣。夫收益價值之決定，充其量不過為一種估計，若將此項估計所得之數額計入資產價值中，實足以損壞會計之重要而有餘也。

4. 收益價值與營業賣價之關係——又有必須注意者，由純益還原所得之資產價值，未必即等於一企業轉讓時所能獲得之賣價，蓋由純益還原所得之企業現價，僅為買主希望於企業出讓時所應得之價格，故為供給價格而非需要價格，亦非實際上之賣價。除此供給價格而外，其他足以影響購買者決定買價之條件甚多，而尤以企業將來之獲利能力為最要。就大體而論，其買價之決定，約在企業之現價與其將來獲利能力兩者之間。此外將純益還原所得之現價，所以不能即為賣價之標準者，尚有一種理由，即一特定企業之能獲得較高收益，由於業主個人之技巧或努力者甚多，而此等技巧或努力通常皆不能轉讓，故在購者方面視之至無價值，彼所認為具有價值者，僅其於受讓企業後所能獲得之獲利能力總值耳。

5. 還原收益價值之不必要——將收益還原為資產價值而不表示於帳簿中及資產負債表上，是以便整個之會計記錄混清不淆，固

已如上文所述矣。即在事實上言之，亦覺大可不必，要知損益計算書之功用，貴在足以表示一企業之純損益，吾人若欲求悉其獲利能力，即可由此損益計算書所示之純益還原之，則其所得結果，較之列示於資產負債表中者，有過之無不及。故會計學家可爾 (Cole) 氏有言曰：『若將損益計算書中所應示之純益，還原為資產而列入資產負債表中，致資產之數額時或增多，時或減少，其利果何在乎？實則已知一公司之收益額與換算率，任何人均能將其還原為資產價值，故將收益之還原價值記入帳簿，不獨為事實上所必需，且反使資產之真實價值隱蔽不顯矣』。旨哉斯言。



## 第七章 各種非購入無形資產之分析

上章所述之總結論，謂無形資產因缺乏確定性及穩定性之故，凡非購買所得者，不應以收益還原之方法記作資產價值，寧可將其對於事業上增加收益所生之實效，逐期由收益中表示之。吾人觀察一特定企業所獲收益超過一般同業普通通常所獲收益之程度，即可知其無形資產之存在與否及其價值之大小矣。

雖然，上述云云，不過就全盤無形資產之共同性質立論耳。吾人如欲辨明各項主要無形資產之個別性質，更有分別討論之必要，以視前項結論是否完全通用。就大體而論，性質相同之資產，相互間每不免有若干差異，致其會計處理方法亦不得不略為變更。例如專利權與商譽，因其發生之情形不同，故前者所費之成本，在相當限度之下不妨計作資產，而後者所費之成本則以不作資產處理為宜。更有若干項目，如商號及商標之設計費註冊費及公用資產獲得特許權之費用等，雖亦歸入無形資產之內，但其所費成本，實帶有普通開辦費之性質。茲試將各項主要無形資產分別論之如下：

(98)

中央幹部學校圖書館藏書

### 第一節 商譽

1. 由成本所得之商譽——特定企業之擁有商譽也，由於種種支出所致者甚多。蓋在事業進行之中，為維持其現狀計，常有種種之支出，而此等支出，無形中在在足以增進企業之繁榮與希望。例如廣告之運用，確為構成顧客好感之一種主要因素，再如所屬職工之辦事效能及合作精神，對於企業良好環境之造成，關係亦大；又如投資財力之雄厚，償債能力之充裕，無不足以影響一般人士之信仰，以為其抉擇投資場所之標準。凡此種種及其他能造成優越地位之各種重要因素，皆非有金錢上之犧牲不能獲得，惟其犧牲金錢之程度，有多少強弱之不同耳。於是有人主張，此種支出，凡非僅為維持資產現狀所必需，而能增進將來獲利之能力者，應記作商譽資產，而由嗣後受益之各年度中分別攤銷之。

2. 辨別成本效用之困難——前項所述之處理方法，初視之，似不失為一種良好之會計方法，但吾人有須注意者，一種費用之支出，欲辨別其屬於本期之費用（收益支出）及資產之投資（資本支出）者各占幾何，頗為困難。例如特種廣告費用之支出，能適當分配於本期與將來各期所應負擔者，幾為絕無僅有之事。夫商譽之為物，原為在良好環境下繼續發展之結果，一時期之支出雖足以造成一種良好之營業環境，以促成商譽之發生，但為保持此種良好之環境

起見，將來各年度亦非有同樣之成本支出不可。且廣告為商業競爭行為之一，其支出之目的，雖以擴張本身商品之銷路為主，但同時亦因一般同業努力於廣告宣傳，為競爭計不得不多刊廣告。易言之，蓋廣告費用之支出苟有間斷，其原已獲得之市場勢將為同業所奪取也。

由此觀之，關於此種支出入帳之困難，要在其對於企業收益上所生之影響不易確定，為慎重起見，凡不確定之價值及不能決定確為下期之收益而支出之支出，一般會計學家咸主張不列入資產項下，以歸入本期營業費用為宜。

3. 溢計費用與商業價值之關係——當支出費用時，既常難將其分配於本期及以後各期之收益，而宜一次作為本期之費用，則一事業以後享有額外收益，未始非因當初費用溢計之故。此項溢計之費用數額，既由獲利能力中明白表出，已有較為確定之性質，似應以收益還原之方法將其列作商業資產，殊不知資產價值之存在與否，與其應否正式記入帳戶，判然兩事，非連帶之問題也。

遇事業有額外收益時，顯然有一種或多種資產價值之存在，而於帳簿中未經列入。但此時較諸原來費用之支出時，仍無較為適當之標準，俾將所費成本作為商業之價值。更進一層言之，恣其估計價值之困難，且遠甚於原來支出費用時焉。何以言之？厥夫收益之產生，乃各種不同因素綜合之結果，而非任何支出單獨所造成。今欲

明白指明收益中之某部份係由過去某項費用撥計所致者，其爲事實上所不可能，可想而知，況以收益還原爲資產，根本上將有損於會計之效用乎？

4. 資本主優越能力與商譽之產生——尤有進者，一事業之商譽，非僅有成本之支出所能造成，前已屢屢言之。商譽爲一種優越地位，非一般同業所共有，商譽之有價值，亦即以是。按支出成本，固足以幫助事業達於優越之地位，但僅由成本所造成之優越地位，不能成爲一事業之特殊情形，其他同業亦得仿行之。良以成本爲一種普遍之工具，凡經驗上指示其支出成本之結果，有足以增加資產之價值者，無論何人均樂爲之，此行彼仿，其結果當使各同業間仍處於同等之地位也。然則，一事業之營業情形所以特異於一般同業而有商譽之價值者，非因支出成本之單獨效果，而必兼由於資本主或經理人之優越能力所致，從可知矣。

是故，外人對於一事業之信仰，繫於資本主或其管理人方面者良多。其所以爲憑藉者，在昔以資本主個人之忠實及人格爲重，而今則以其較高之能力與遠大之目光爲主，管理當局之能力高而目光遠，則其管理得法，一般人之信仰必由是而起，而事業之成功無待言下矣。

5. 資本主優越能力列作資產之不當——就會計原理而論，資本主之優越能力，縱其對於事業之價值甚高，亦不能化作資產，因會

計之目的，在於表示資本主之投資財力與其經營所獲之純益以及兩者間之相互關係，至資本主對於企業之貢獻，則非待純益決定後不能確定。如將此項不確定之價值記入帳簿，則不獨將使企業之資產價值有所虛增，即就企業上之常例而言亦不免有矛盾。蓋自資本主之立場觀之，其個人對於企業之服役，如亦計為資產價值之一項，則不當購買其自身之勞役也。是故，資本主所注意者，厥惟其投資財力之發展狀況，至其個人之努力，雖有價值，亦只能於每期收益中表現之也。

6. 發展費用與資產——晚近各國工業之發展，已使生產者與消費者愈趨愈遠，因之一企業在成立之初，如能設法使其貨物之優點深入一般消費者之心目中，則其日後營業之成就，方可有期，是以大宗廣告費用之支出，甚屬必要。其次，當企業新成立時，以一切員工均屬新僱，對於企業之性質及營業之方法均欠熟練，則為增加員工日後之工作效能起見，亦非有一種訓練費用之支出不可。而在企業開始營業之最初數年中，種種浪費或損失之發生，亦所難免，復自他方面言之，企業之財政基礎尚未穩固，獲利能力尚未充足，則欲担負此種特別之支出與損失，在勢有所不能，故營業結果每發生純損，即有純益，為數亦微。然則，此等發展費用 (Development Expenses) 之性質，既屬一般事業所必經之階段，如將其最低限度數額作為資產以處理之，未始非一種合理之方法也。



事業之需經較長時期方得達於完全成立足以自給之狀態者，其發展費用尤為重要。按諸經濟原則，此種事業日後之收益，較之發展期間較短之事業收益應為略高，因其於普通應得收益外，尚有彌補巨量發展費用之必要，否則投資者將裹足不前，對於此種事業之投資將感缺乏也。

發展費用為一種有價值之投資，吾人復可於事業轉讓之情形中見之。普通受讓者除承購事業之各種資產而外，對於此等發展費用，亦常願出相當代價，因經濟已發達之事業，可免一切發展之費用故也。

7. 發展商譽之不確定性——自經濟學之原由及企業之企業價值二點觀之，因發展費用而產生之商譽，不失為一種有價值之資產，上已言之。但此種商譽之價值，在繼續營業之企業中，甚難確定。按吾人對於企業於發展期間所支出之各種費用或損失，欲確定其是否正當與必需，以定其應否認作資產以入帳，甚非易易。良以發展期間之長短及期間內所應負擔之費用，各業之經驗不同，故無絕對標準可以採用，尤不能以收益之能否負擔為憑。換言之，發展費用應歸營業發達以後所負擔者究有多少，頗難斷言也。

前已言之，凡屬不確定之資產價值，會計上以劃歸當期之收益負擔為宜，不獨普通之費用如此，即此發展期間之支出亦莫不皆然。良以其支出費用之時期殊有不同，而其均屬不確定之資產價值則

一。然則，如將發展費用列作商譽，勢將使事業之真實狀況隱沒不見，轉不若任其由逐年之收益中表現之，反足以使資本主認辨其收益之多寡究能彌補其發展期間所受之損失與否也。

8. 發展費用與開辦費用之比較——由上所悉，可知因發展費用而產生之商譽，其價值頗不確定，以之列入帳簿，徒使帳簿中之記載發生紊亂之現象耳。就此點觀之，則發展費用之價值，較之開辦費用，其資產程度更遜一籌矣。然則，發展費用與開辦費用之差別，果何在？按開辦費用，為一企業於開業前必需支出之費用，非此即不能完成其組織。例如公司之註冊費及發起人之設計費等等，均屬較為確定而必需之支出。至於發展費用則不然，其作用雖於維持事業之現狀而外，尚足以增進其將來之獲利能力，但各個企業各不相同，全無一定之標準。例如廣告費用之支出究有若干？應歸發展時期所負擔者又有若干？應以之增高事業之資產價值者又有若干？甚難斷言。蓋發展費用，既非若投資於普通資產者有市價可資比較，又非若開辦費用之有同業習慣可資借鏡，則其價值之標據，悉恃特定企業本身之經驗，其確定性甚為薄弱。如欲將一部分之發展費用列入資產帳內，必需慎重考慮，以毫浮虞也。

9. 商譽與遞延資產之比較——根據以上討論之結果，吾人可知商譽之產生，雖有種種不同之原因，但其價值難以確定，故以不入帳簿為宜。然此並非謂一切特殊廣告費用及其他可以增進商譽之費

用，均不能作為資本支出也。在一企業之發展期間以及營業發達以後，無不有特種費用之支出，而其支出之目的，不僅在維持現狀，更欲因之而增進企業長時間之獲利能力，則此等費用，自可列為遞延資產，而由嗣後受益之各年度分期攤銷之。例如某大公司開業伊始，為推廣產品之銷路起見，特舉行大規模之宣傳運動，當支出廣告費甚多。此種廣告費之效力，在企業當局之心目中，希望其能及於若干會計年度之後，自不應由一期之收益中完全負擔。良以顧客之注意及信任心一旦獲得，則嗣後祇須再費少許之廣告費，即可維持其永久不墮矣。又如一公司為使其事業在競爭劇烈之商業場中鞏固其地位起見，故採取一種政策，每隔若干年必支出大宗之廣告費，以廣招徠，則此巨額之廣告費，如全數歸支出之年度負擔，未免過重，同時復使嗣後若干年坐取不勞而獲之利，其為不公平也不言可喻。然則，此種特別廣告費用之支出，自可將其相當之一部份作為遞延資產以處理之，或用預付廣告費或用其他科目均可。此外各企業初設時訓練職工之費用，以及最初因缺乏營業智識與經驗而受之損失，均可以分別或合併設立遞延資產帳戶以處理之。

但商譽與遞延資產之性質不同，遞延資產為各種預付之費用，預付費用之中如廣告費等，雖亦實足以促進企業之獲利能力，而產生商譽，但其數額較為確定，而非商譽價值之無確切標準者所可比擬。更自另一方面觀之，商譽之估價，在現今會計學中，大抵以額

外收益之還原價值為準。以純益為基礎而計算所得之價值，與遞延資產之性質完全不同也。

## 第二節 商標及商號

1. 商標及商號與商業之關係——處現今經濟社會之中，生產者與消費者常互相隔離，生產者不得不採用一定之商標及商號，以為其產品及企業之標識，以資識別而防假冒。消費者購買貨物時，皆注意於商標及商號之文字圖樣，故商標與商號使用愈久，則其印入消費者心目中之印象愈深，於是品質優良價格低廉之貨物，因其商標及商號有普遍之認識而銷路逐漸推廣。由此可知商標與商號，足以使顧客對於其所代表之物品或企業發生好感，其有助於企業之成功者殊非淺鮮。自此點觀之，則商標與商號之價值，就其本質而言，實與普通所稱之商譽相似也。

2. 商標及商號價值之處理——商標與商號價值之發生，既全恃顧客對於其所代表之物品或企業所發生之好感，則其價值之計量與夫會計上之處理方法，當亦與上述之商譽相同，易言之，即其價值亦祇可根據因顧客好感所獲得之額外收益而還原為資產價值也。但以收益還原之方法計算商標及商號之價值，其不正當與不合理之程度，卻亦與商譽等。良以商標與商號，在繼續進行之企業中，亦祇可由收益中表示，此外別無其他方法可為其決定價值之標準，則

其不應列作資產之一項以增加企業之資產價值也明甚。

3. 商標及商號成本之處理——商標與商號價值之產生，如商譽然，例須有成本之支出，其最關重要者即廣告費。各大公司常支出巨額廣告費，將其所製物品之優點，向一般消費者盡力宣傳，於是其商標商號乃隨其所代表之物品逐漸深印於一般人士之腦海中，以爲日後選購物品之標準。

倘此等費用之效益能及於將來者，自不應將其全數歸入支出之期間內負擔。但遇一特定之支出，欲計其對於增加事業獲利能力之效果如何，頗非易事。且此等廣告費用，帶有循環性質者居多，凡企業欲保持其既往顧客之好感，則以後各期往往仍非有同樣之費用不可。是故各期所支出之廣告費，不應完全作爲商標價值而記作資產之一項。尋常應視爲營業費用，由逐年之收益負擔。

惟於此有須加注意者，關於商標及商號所支出之各種費用，如其數額易於確定，而爲設立商標及商號所必需者，則其會計處理方法自與上述者不同。例如商標及商號之設計費及註冊費，一則是使其文字圖樣較爲完美，一則是使其使用權利獲得法律上之保護，皆有直接增加其價值之功用，故與一企業之開辦費相似，當可視爲資產價值之一項。

近年來商標及商號之應用較前尤廣，大小商業，無不擇定一種或數種文字或圖樣，以爲其公司本身及其所售貨品之標識。更由消

費者方面言之，除其物品為日常通用而易於認識者外，倘無商標及商號即不願購買。可見商標與商號應視為營業投資之一種，故其設計上及註冊上所支出之費用，當可作為遞延資產，而由以後受益之各年度分攤之，正與設立公司時之註冊費及設計費相同也。

商標或商號初定之時，為廣佈於一般消費者起見，往往須許多廣告，此項費用，自可將其最低限度之數額記作遞延資產，而由嗣後之各年度分攤之，若將其全數列為一期之營業費用，顯屬不當，惟其分攤之年限，較之開辦費應較為短促。因顧客欲維持顧客對於其商標及商號之信仰及認識能力，是否繼續須有廣告費用之支出，甚難斷言也。

### 第三節 專利權版權及商業秘訣

1. 專利權版權及商業秘訣之性質——所謂專利權版權及商業秘訣者，不論其為一種機械上之發明，或為一種文藝上或藝術上之創造，或為一種秘密之製造方法，均為一企業於製造或推銷上所有之權利，而非他人所得仿行者也。一企業對於其新發明或新作品，因有專造或專售之權，他人不得冒製翻版或仿效，足使其在一般同業之中享有優越或獨占之地位，從而其所獲收益亦較之在尋常情形下所能獲得之收益為多。

此種特有權利，對於企業所造成之特殊地位及優越利益之程度

，因其性質而異。苟其權利僅達物品製造程序之一部者，則其單獨使用之結果，固足使企業獲得較多之利益，但其權利能達於物品製造程序之全部，或雖為一部份之技巧，而其影響有使其他用普通方法所製之同類物品失卻效用者，則其專利之結果，必能造成獨占市場之勢力，而使企業之獲益為之大增也。

2. 專利權、版權及商業祕訣之處理——專利權、版權及商業祕訣之價值，在乎其能增進企業之獲利能力。但因企業之獲利能力殊不穩定，故此種權利之價值亦頗難確定，實無適當之標準可資遵循。故華爾德曼 (Wildman)曰：「專利權及版權之價值，當不免有劇烈之變動，今日之價值甚高，而不久即一文不值者，往往有之。例如當初獲得專利權時，大都能增加營業，因而享受較多之利益，但時過境遷，雖無他人冒充等事發生，但因性質相似之發明日增，其原有發明之價值乃逐漸消滅，以至於無。至言版權，其情形亦復相同，即每出版一本新書時，其所享受之版權年份雖長，但其銷數有限，不久且將有銷路停滯之趨勢也」。

尤有進者，欲計算專利等權之價值，總不出乎額外收益還原之方法，但一企業獲得額外收益之原因，至為複雜。大都非止由於專利等權利運用之結果，則吾人又將如何分配其所確屬於此種權利之收益乎？是故就大體而論，由收益中計算所得專利等權之價值，實包含一種將來收益之預計在內，而此預計之收益，其性質至不穩定

也。因之專利等權價值之計算，既缺乏正確適當之標準，自應撥除於資產之外，而任其由逐年之收益中表現之。此種處理方法，對於一企業之經濟能力，並未有何抑抵之弊，蓋普通所編之資產負債表，皆無須充分表現一企業之整個商業價值以及其潛在之資產價值。吾人如將其所示之資產價值與夫獲利能力二者互相參證，則對於企業之真實狀況不難洞悉矣。如欲表示專利等權對於企業之重要，則可於資產負債表之下端加以附註，已足以達到其目的，不必將各種無形資產價值均計入資產之列也。

3. 有市價之專利權及版權——上節中謂專利權及版權之價值，祇可由逐年之額外收益中表現之，不必還原為價值而列入帳簿之中。但此乃就一般之情形而言，有時專利權及版權非徒對於所屬之特定企業有非常重要之關係，且按其性質亦可脫離特定企業中所有之特種技巧或環境而獨立發展及使用者。設某項專利權所保護之貨品或版權所保護之作品，一時絕無其他相當貨品或作品與之競爭者，則此種專利權或版權，在市場上當有較為確定而又穩定之價值，易言之，即其資產得與原屬特定企業有脫離而獨立之可能，則其處理方法，似應與普通專利等權之處理方法有所不同。按此時既有購買此項權利之人，則彼等所願付之最低價格（即依其購入後可望獲得最低限度收益為根據所計算之價值），即可代表權利價值之約數，故無為實際上有無轉讓之交易發生，而權利之價值既有市價為憑，



其估計較易，不必以所屬企業之權利能力為依歸。是故，如其專利等權能脫離原屬企業而單獨使用，且其價值較為確定而又穩定者則不妨將其價值依照最低市價記入帳簿中。

按此種處理方法與前述非購入之無形資產不應列作資產價值之理論，並無抵觸。蓋超出成本之無形資產價值，所以不應入帳之主要原因，乃在其價值之缺乏確定性及穩定性，尤以其價值必須以收益還原之方法計算時為然。前段所述之專利權及版權，其性質略有不同，其價值較為確定，故與地產之有一般價值者相仿，地產之由贈送而來者，可以其市場價格入帳，則此等專利權及版權，亦何獨不可以其最低之市場價格記作資產乎？惟有必須注意者，其所記價格必須由其能脫離原屬企業之收益而計算所得者也。至此種價值入帳時，貸方應記之科目當為一種特別公積，有如專利權及版權漲價公積或其他相當帳戶是。如此，則由此漲價所生之特種利益不致作為分發股利之用。良以此項專利權及版權之價值，縱令十分可靠，且其性質完全與其他固定資產上所發生之漲價相同，非待資產實際售出後，終屬一種尚未實現之價值也。

4. 專利權版權及商業祕訣之成本——當從事發明新產品或新方法或研究商業上之祕訣以及創作文藝或藝術作品時，常須支出相當之成本，此項成本當屬一種會計價值，毫無可疑。惟何者應作為成本之一部，何者不應作為成本之一部，頗有研究之價值。無論何種

無形資產，其成本與其價值之間多缺乏密切之關係，故會計學家無不趨重穩健主義，即將各種不能確實增加無形資產價值之支出，與其記作資產無寧記作費用也。

試以專利權為例以說明之。就法律上以及理論上而言，所謂發明，當包括自設計試驗以底於成之全部手續，則在此全部手續進行之長時期中所支出之費用，何者對於發明成功之事物確有貢獻，頗難決定，從而其專利權中所應包括之成本亦即難以確定。但發明成功以後，當將專利權向政府註冊時，復有種種法律費用之支出，如律師公費以及註冊費等均是。又專利權已經政府核准使用以後，有時復因他人假冒而須支出訴訟費，以資保護。則此等註冊費用及訴訟費用，通常皆認為足以增加專利權之價值，故當作為成本。惟此乃僅就大體而言，以下試再將各種必須支出之費用分別詳論之。

5. 逐年研究費用之處理——規模較大之製造公司，多有研究所及實驗室之設備。此等研究所實驗室每年所費之研究費用，為數常極可觀，但其支出之結果，未必均有新發明成功，大半僅為一般的研究工作而已。在此種情形之下，公司之營業情形，固亦可為之增進，但其對於產品製造上改良增進之程度，極為有限，且期間極短，毫無確定之價值，故以不列入資產價值為宜。

更有進者，現代工商企業間之競爭甚為劇烈，各公司為求其業務或技術有所增進，俾得於商業場中占一席之地起見，不得不隨時或

出大宗之研究費用。有時雖亦有若干不重要之發明，但僅能視為現代工商企業中所常有之事，不足以言有何無形資產之產生也。總之，研究費用之支出，不獨帶有經常性質，且其對於任何發明或發現上所生之效果，係屬一種間接而又不確定之關係，故一般會計學家均將其作為本期之營業費用以處理之。

6. 特別費用之處理——有時一企業為研究某項特種發明而支出大宗費用，其性質係屬特別之支出，非一般研究費用可比，當不能依照上節所述之方法同樣處理。按此等發明，大都須經若干年月之長時期方得成功，故雖其結果大體可有把握，而在支出費用時，仍應先記入一種暫記帳戶，俟將來試驗結果確定後，再定其最後之處理。換言之，即試驗成功，則逐年暫記帳戶中所記之數額，即可作為一種無形資產之累積成本，若試驗失敗，則該暫記帳戶中所記之費用總額，即完全屬於以前各年度之損失，當轉入公積帳戶以消除之。

7. 研究所發明之處理——前述一般之研究費用不應列作資產，而須由逐年之收益中負擔之。但若研究中忽有某種發明，驟告成功，則事實上無形資產確已存在，而此無形資產上所應有之成本，概已為以往各年度所負擔。在此種情形之下，應即將其對此項新發明有直接關係之種種費用，仍於公積中恢復之，即信專利權或商業認股而貸公積是也。故為便利求獲此種發明之直接成本起見，在研究

所中，關於各項重要之研究，平時應備有成本記錄，俾一旦試驗成功時計算成本上有所根據。至所以僅將直接成本上作此項偶然發明之成本價值者，乃因種種間接成本與各項發明並無顯著之關係，欲加以確切計算，事實上有所不能。若謂此種發明之價值，可以額外收益還原之方法得之，則其不適當之程度，卻與以前所述任何無形資產之以收益還原為其價值者相同也。

8. 版權之成本——以上所述關於發明成本之處理方法，在版權方面亦可同樣適用之。凡屬經常性質之費用，如翻譯員或藝術員之薪金等項，皆應作為一種日常費用，惟關於編輯或製作某項特種書籍或藝術之費用，可特設暫記帳戶或遞延資產帳戶以記載之；至該項特種工作完成時，再作適當之處理。如所致力之作品業告成功，則可將其以往所費之一切直接成本，如付給編輯員或藝術員之薪金，以及編輯上或製作上所耗用之材料等等，均由暫記帳戶或遞延資產帳戶轉入版權帳戶中。反之，如編輯或製作之結果完全失敗，則當將其費用繼續，全數作為一種特種損失以處理之。但有必須注意者，版權之獲得常極容易，惟觀其書籍或藝術品缺乏銷路，致毫無價值可言者，其例甚多，故在計算版權之成本時，必須加以慎密之考慮，務使資產之價值不致過於虛存為是。

9. 發明以後之法律費用——關於專利權之法律費用，如註冊時付與律師之公費及付與官廳之註冊費等，皆應認歸與權利之獲得

有最直接之關係，故可作為成本以增加其價值。但專利權業已獲得以後如再有法律費用之支出，如因有他人假冒而須支出之訟費，則其性質稍異，據格林與薛爾茲（Greenlinger and Schulze）兩氏之意，如其專利權有商業上之價值，預計於轉讓與其他企業時，其價格能抵償一切應始成本及日後為保護而支出之訟費者，則此種日後之訟費亦可作為專利權價值之一部入帳，不必記作費用。但欲確立一種專利權之商業價值，頗非易事，就大體而言，上述兩氏所舉之原則，不能作為處理訟費之通常準繩。至以額外收益還原之方法，亦非適當之標準，蓋因專利權所得之額外收益，甚難確切計算，則欲計算某項專利權之價值，惟有以企業之一般的獲利能力為依據，但此種方法至不正確，前已屢屢言之矣。

總之，各個企業之情形各不相同，則欲設定一種普遍通用之規則以處理無形資產，實非易事。但吾人仍有得而斷言者，凡首次獲得專利權時所必需之法律費用，以及獲得後最初若干年內所支出之法律費用，確能保護已獲權利而消滅競爭者，均可作為專利權之適當成本。蓋不獨已經合法之手續，向政府取得一定之權利，復經過一度或數度之訴訟，獲得法律上更進一步之保障，使專利權之使用更為穩定，則其訟費之支出，實足以長時間增加企業之收益，其應作為專利權成本之一項，理所當然也。

雖然，一企業所已獲得之專利權，時時有被其僑愛系假冒侵害

之可能，故隨時有支出法律費用之必要，則此等法律費用之支出，實含有經常之性質，自不應增重專利權之成本。至究竟何種法律費用應計入成本之中，何者應撥除於成本之外，則須視實際上之各個情形而定，非可抽象的加以籠統之結論也。

10. 專利權版權及商業秘訣成本價值之折舊——專利權及版權均有一定之期限，故其成本應分年為之折舊。至其分攤之年限，通常以其法律上存立之年限為度。但就實際情形而言，專利權及版權之價值，往往在尚未達到其法律上所准許之使用年限以前，即已消失殆盡，故每年應攤提較多之折舊準備，以抵補此種不適用之損失也。良以工業技術之進步繼續不斷，而因發明所產生之權利遂層見叠出然則，最初所獲得之專利權，因繼續發明而逐漸失其效用，不數年後，即將成為一紙空文，毫無價值，則其成本價值之應從早攤銷，自不言而可喻矣。

三 但自另一方面言之，一企業最初所獲得之專利權，因其有覆蔽之發明，故其價值甚見增厚，不獨造成一種排外之能力，使競爭者無由產生，即其實際上之壽命抑且為之延長，縱令法定之年限已過，但仍得保持其相當之價值，帶有永久存在之可能性。是故，吾人對於全體無形資產之處理，因應採取穩健主義，以悉少列作資產並儘早攤銷為宜。但遇有無形資產之價值十分確定而又穩定者，則當審慎時，不為攤銷事實，與普通固定資產若房屋機器等作同樣之處

理也。但無形資產中之有十分確定而又穩定之價值者究屬罕見，故以通常情形而論，專利權及版權之成本價值，若依其法定年限平均攤提，最為安全而合理，同時，如發生不適用之情形時，則再每年加提若干可耳。

至論商業秘訣，雖其價值之存在無一定年限，但亦以逐漸攤銷較為合理，按臨理論，一企業之商業秘訣存在一日，則其價值亦即存在一日，但須知商業秘訣之所以有價值，不僅因其為一種外人所不得仿行之秘訣而已，其最重要之原因，尤在能造成優越或獨占之地位，予所屬企業以一種額外利益。是故，如其商業秘訣對於所屬企業並無十分重要之關係，致其價值亦缺乏永久之性質者，則應視各個情形，而定其折舊之多寡也。

11. 折舊之性質——於此有一問題發生，即攤銷專利權或版權時所應借入者為何種帳戶是也。以普通情形而言，此種由攤銷專利權或版權而生之折舊，似可作為製造成本之一項，但有時專利權之入帳，係以超越成本之市場價值為準者，則其逐年提取折舊之累積數額，除實際上所費去之成本外，尚包括額外收益在內。此項折舊，並非實際之費用，自不應作為製造費用以處理之。否則，其結果將使每年保留一部份之收益，至專利權攤提完盡時，則其所保留之收益數額，適與其成本與市價間之差額相等。易言之，前因專利權漲價而發生之特種公積，至此已投入其他資產價值之中矣。試舉例以

明之。設有某項專利權，其成本價值為一千七百元，但因發生漲價，故記入帳簿中之價值係以市價為根據，計為三萬四千元。此時實際成本與市場價值之間，發生差額達三萬二千三百元，當即貸入特種公積賬戶中。今計算折舊，即根據此帳面價值三萬四千元平均分攤於專利權之法定年限以負擔之。假定法律上所准許此項專利權之有效期限共有十七年，則每年應行攤去專利權之折舊數額計有二千元，如將此二千元記作製造費用之一項，則每年將有一千九百元（ $\$2,000 - (\$1,700 \div 17)$ ）本可發作股利之收益為之保留，直至第十七年末，其數額達三萬二千三百元。

按此種處理方法頗不合理，良以將超越成本價值以外之折舊數額記作費用，則其結果不獨將使實際上之產品成本為之虛誤，同時且將使公司無意中保留其收益之一部份，而並無適當之用途。關於此點，尤以無形資產為然，以其在市場中既無相同之物，自不能有換新之可言也。

處理此種超越專利權成本之所折舊數額，似以記入原來所設之特別公積賬戶之措方為宜，蓋因無形資產發生漲價而產生之特種公積，應於該項無形資產之有效期間逐年消除之。是故，專利權之所以以市價入帳者，其原意僅以使資產負債表上得以正確表示當時之資產價值耳。

12. 專利權及版權之轉入商業——使用專利權及版權之結果，



每能致商譽之發生。試以專利權言之，在長期專造或專賣某種產品之期間內，專售之產品與其附帶之商標同在廣告內登載，故其商標能深深印入一般消費者之心目中，至專利權期滿以後，雖他人仿製或推銷其同種產品者接踵而起，但原先有專利權企業之產品，最為一般消費者所熟知與信任，故仍能維持其極大之推銷能力。是專利權之無形資產雖已消滅，而商譽之無形資產則隨之而生，故狄金森 (Dickinson) 氏有云：「就理論上而言，專利權之成本價值，應依照其法律上所特許之使用年限逐漸消滅之。但實際上有時專利權雖已告終，而同時已造成一種商業上獨占之現象，發生一種商譽之價值，足為原先所有專利權成本之替代者，往往有之」。

至言版權，則一種文藝或藝術品刊行以後，概令無利可圖，或因時過失效，但首次作品獲得之聲譽，對於將來出版之成功上頗有幫助，故其成本或損失亦不妨化作一種商譽也。

雖然，因專利權或版權而構成之商譽，僅屬偶然之現象，其間並無直接轉讓價值之關係。故自會計之立場言之，推想專利權或版權之使用，必能造成一般消費者對於貨品之好感，因而將專利權或版權之成本逕即轉作商譽價值者，其不安當處與將廣告費用化作商譽資產者正復相同。良以會計之真諦，在乎表示已經確定及可以確定之價值，凡僅屬可能或可望發生之價值，僅可由收益數額之增高以表現之，未可以列為資產也。

#### 第四節 營業特許權

1. 營業特許權之價值——所謂營業特許權者，政府所給與以專營某種企業之特權也。不論其視為政府之所特許，或視為與政府訂立之契約，凡持有營業特許權之企業，即有排除他人在同一區域內仿營同樣企業之權利，其結果足以使該企業獲得超越尋常收益以上之額外收益。因之，營業特許權之價值，即等於此項額外收益還原所得之資產價值。但特許權所賦予之獨占程度以及所獲額外收益之多寡，有受政府所定條件之限制。就一般之趨勢而言，現在政府所給之營業特許權，每將規定價格及業務標準之權保留之，俾企業之投資者與社會為兼雙方均能得對公平之待遇。如此，則營業特許權之為物，可謂係屬政府管理公營企業之一種法則，並無若何巨大之商業價值可言，申言之，現任各國政府對於各種公用事業所規定之價值，並不超過其投資上尋常所應享受之報酬，惟其投資價值之計算，包括原投資額以及最初成立後數年中所支出之發展費用（即所謂發展商費）兩者而言耳。如將此項報酬用收益還原之方法化為資產，則其所持之營業特許權即將毫無價值矣。

即使政府所規定之價格給予該特許企業以較多之額外收益者，但此額外收益仍不應化為營業特許權之無形資產而列入賬簿中。蓋一則額外收益之獲得，其因素頗多，豈止特許權一種，吾人實難取

以分別計算；二則將額外收益化作資產價值，則會計上表示企業收益率大小之功能將為之喪失。三則逐年之額外收益變動莫定，則特許權之價值亦將隨之而有增減也。

2. 營業特許權之成本為開辦費用之一項——獲得營業特許權時實際上所支出之各項成本，如付與省政府或地方政府之手續費等，普通皆認為一種當然之會計資產以處理之。此項資產之性質，除有一定之法定年限而須計算折舊者外，悉與普通之開辦費用完全相同。就公司之立場而言，營業特許權之作用，確與營業執照一般無二。蓋公用企業如無營業特許權，則與普通公司之未得營業執照者同樣不能存在也。

目前公用企業之價格，極端受政府之限制，故其收益漸趨向於普通企業所得之收益，故營業特許權之性質，誠與設立公司之特權無所差異。故威爾古克 (Wilcox) 氏謂營業特許權之給與，不過為便利公用企業供給社會人士以一種必需之服務而已。由此可知一方面政府所給與之營業特許權固有其相當之利益，但另一方面公司亦自有其應負之責任，權利與義務兩相抵銷，則營業特許權之為物，不啻經過一度法律上之演進，即由優越權利降為普通權利矣。然則營業特許權並非為一種無形資產，彰彰明甚。

3. 公用企業逐期所繳之稅捐——有時當公用企業獲得營業特許權時，並無若何成本之支出；但另有規定，每年須按照其營業毛利或純益，向政府繳納一定百分率之稅捐者，則此項稅捐，與普通獲

得特許權時所支出之費用，其性質完全不同，蓋前者純係營業費用之一項，而非取得營業特許權之成本也。其中理由頗為明顯。按營業特許權之價值，並不因逐期付出營業稅捐而有所增高，易言之，即每期所付稅捐係屬經常性質，並無資產價值可言，此於電車公司所付之車照費以及電報電話與電燈公司所付之電燈稅等，尤為顯然。

有時，依照市政府之章程或特許證上所規定之條件，電車公司例應隨時敷設街道，修築路面，或改建橋梁。在此等情形之下，其工作如與企業本身有密切之關係，並為營業上所必要者，則所支出之費用自可作為建築成本之一部份。反之，如其工作與企業之營業上並無若何關係，但其結果能使公司方面獲得某項資產者，則可作為對於該項資產之一種投資。如其工作既與營業上並無關係，復無相當資產可以獲得，乃僅為一般民衆之便利或幸福而捐與者，則應由公積或營業收益中負擔之。總之，在處理此等費用時，應視其費用支出之結果能否發生所有權，而定其應行借入之帳戶也。

4. 無一定期限之營業特許權——在歐美各國，尚有一種無一定期限之營業特許權。所以並不規定一定之使用年限者，其目的在使政府遇有社會情形或其他方面發生變故時，能隨時將特許權收回，俾社會與公用企業間之關係得有適當之調節。大半企業在取得此種無定期之特許權時，所需支出之費用極微。此等費用，照其數額之大小，或運作為當期之營業費用，或作為一種遞延資產而從速攤銷之，均無不可也。

## 第八章 購入無形資產之性質及其處理方法

### 第一節 購入無形資產之性質

1. 購入無形資產價值之複合性——當一企業轉讓時，受讓企業者，除對於企業之房地產，機器，設備，存貨及應收賬款等付給相當之代價外，並對於企業之額外獲利能力，倘非一般之同業所共具，而於轉讓以後並不喪失其價值者，亦願付以相當之代價以購入之。此項額外獲利能力，或由於顧客之好感，或為享有各種特權如專利權、版權及營業特許權等之結果。在企業之受讓方面言之，祇須視其確有額外之收益能力，即有額外價值存在，初不必問其原因究為商譽或專利權或其他特權。此不獨在企業家之目光中為然，即就事實而論，欲正確推定其發生額外獲利能力之原因，實屬難能。前巴恩陵言之，一企業所獲之收益，全為各種因素綜合之結果，至每種獲利因素之效能，迄無方法加以正確之計算。是故，通常企業轉讓時，往往將其所付代價超出一切有形資產價值之部份，完全記作商譽之價值，而並不分析其組成之內容，亦未始非一種權宜之辦法也。

2. 購入無形資產價值之歸屬——購入之無形資產，其性質既極複雜，難於分析，則欲將其價值歸屬於各種因素，而分別列入資產負債表中，當非易事。實際上無非根據各種企業之個別情形，求出其最占重要之因素，而將額外之獲利能力即歸屬於此最重要之因素而已。例如在零售商行，其營業之發達，大都由於顧客之信仰及好感，則其額外獲利能力之價值，當可通稱之為商譽。但在製造工業，常享有各種專利權，則其獲利之豐，固與商譽不無相當關係。要以各種專利權之貢獻為多。

倘對於造成額外獲利能力之真實原因，不能為正確之推測，在理論上最妥善之方法，似可對於所付無形資產之代價，特設一「額外獲利能力成本」(Payment for Superior Earning Power of Predecessor) 帳戶以處理之。同時，並於資產負債表之末加一附註，而將各種重要之因素，凡足以造成此種額外獲利能力者一一羅列之。如此，則凡一般人對於無形資產價值所最易發生之疑慮，即可免除。蓋普通一般人，尤以銀行方面為然，對於任何資產負債表中所列之無形資產價值常抱懷疑態度，以為其無形資產在專業上並無若何價值，僅為虛飾門面而已。今所用科目，既表示有成本之支出，並另用附註以說明其無形資產之內容，則自可使人消釋成見也。

以上所述，係就整個企業轉讓時所購得之無形資產而言，如有

專利權版權或商業祕訣等，係個別向外購入者，則其會計上之處理方法自較容易，僅須將其所付代價作為各該無形資產之價值可矣。然亦有須注意者，各項無形資產之價值，須視購者將來所可獲得利益之多寡而定。然欲預計將來所可獲得利益之多寡，在個別轉讓之無形資產，不能根據以往之額外收益計算之。良以各種特權無不與其所屬企業之組織及管理有密切之關係，一旦分離，則其價值未免有減損之虞矣。

3. 購入無形資產應記入帳上之理由——非購入之無形資產，除其產生時所費之成本外，不應將其價值記入帳內，但在購入之無形資產，則不妨將其實付代價之全部在帳內表現之，確為一般人所公認。非購入無形資產之價值，所以不應在帳內記入者，其主要原因有三：第一因其價值缺乏確定性及穩定性，第二因其價值之估計須根據於企業之收益，而收益常有複合性，如將收益還原以計算無形資產之價值，勢必影響於收益表示營業成績之原則，第三如無形資產之產生，一部係由於業主之特殊能力者，將其記入帳內作為營業之資產，於理顯有未合。

吾人應察無形資產如何因買賣之手續而變其會計上之性質，第一，無形資產之商業價值，並不因經過轉讓之手續，即由其不確定及不穩定之性質一變而為確定及穩定。一企業逐年所獲之收益，永滿變動不定，則其商業及其他各種無形資產之價值，因亦隨之而變

動，一如從前。唯就會計之立場而言，則既有成本之支出，無論其嗣後價值之變動如何，在目前記帳已有一種確定之價值標準以為根據，實與其他有形資產之投資初無二致也。且購入之無形資產，縱其所付價格未必即為其絕對正確之價值，但在尙未能確切指明其不正確之程度以前，固不妨即以此成本為其衡量價值之標準也。

第二投入無形資產之資金，既假定其可以表示此種資產對於企業上之價值則其對於企業取得收益上之貢獻亦因之而確定。是故每期計算盈虧時，此項無形資產之投資，因其為確定之成本，應隨同其他成本自收益中扣減之，以求純益之數額（即企業上價值尙未確定之數額）。簡言之，購入之無形資產為營業成本之一項，與其他有形資產同為決定純利之原素，不若非購入之無形資產價值乃為純利所決定者也。

第三，再就無形資產之發生係由於經理或業主之優越才能觀之，則無形資產在未經轉讓前，固不可由企業將其經理或業主之優越才能記入帳內，作為資產。但各種貨品及勞務皆可轉相買賣，則經理或業主之才能與效力亦何獨不可讓受。當一企業轉讓之後，即使其經營業務方法一如昔時，其所購得之無形資產，則與新管理當局之機智才幹並無關係，故必須將其價值作為投資資產之一種，明白表示於帳簿之中。夫然後新管理當局之才能，方得由其根據於全部投資所計算收益率之大小而明白表出之。且無形資產之代價，固為



增加獲利能力之支出，但在售出方面應視作利益，在購入一方則應視作成本。例如購入機器一架，其價格包括製造時所用原料人工及種種費用等成本，除此而外，尚有優越或獨占之利益亦包括在內，則其所付價格終不失為一種合法之會計價值也。

4. 無形資產投資之性質——購入之無形資產既可記入帳簿，以增加其企業之資產價值，然則，此項無形資產投資之性質究屬如何，亦有一加申述之必要。無形資產之購價，既係根據若干年度之額外收益而計算之，則其性質實與年金之性質相仿，然兩者之間，亦自有其不相同之處。蓋額外收益之實現與否，完全視企業之營業結果而定，殊無把握，不若普通年金之支付，對於他人有一種確定之合法求償權者也。

再就無形資產之購價係以嗣後各年內所可獲得之效益為根據而論，則其性質實不啻為遞延資產之一種。然兩者之間，亦非完全相同。蓋遞延資產如開辦費等，對於營業經營上為一種必不可少之費用，故其在日常業務進行之程序中，不難由銷貨之資價中逐漸收回，但無形資產如商譽及專利權（苟其專利權為事業經營上所必不可少者，則不在此限）等，均為特殊之因素所造成，全恃人類之惰性或個人之機智及銳利目光而生，非為經濟上之必要條件，故其價值比較缺乏穩定性。

由此觀之，購入之無形資產，既代表一種無確定性之額外獲利

能力，自應與其他各種投資價值分別表示，通常將其另列為無形資產一類者，節由是耳。

實質言之，無形資產之購入，實可謂為購者對於將來額外收益所預付之款項，以期逐漸由營業上收回者也。此可以企業轉讓之實況以證明之。例如一企業歷年之收益記錄中，皆表示有超出尋常應得利率之額外收益，則其資本主必不肯僅以各項有形資產及遞延資產之價格出讓，而必要求其額外獲利能力以代價也。惟其額外獲利能力究值幾何，無從遽斷，故祇得以過去年度之平均額外收益用高利率以計算之。至其計算所得之額外獲利能力價值，必比較低廉，方足以誘致購者願冒預支款項之危險也。

## 第二節 購入無形資產之漲價及折舊

1. 一般之見解——以上已將購入無形資產之性質及其認作資產價值之理由加以闡明。其次，吾人應討論其認作資產後之詳細處理方法。

依一般人之見解，無形資產之漲價不應記入帳簿中，以增加其帳面價值。良以無形資產非經購買之手續，不應入帳，此於以前各節中已言之詳矣。然則，購入之無形資產，其價值縱有增高，亦不過純為一種收益還原之價值，與非購入之無形資產價值相同，按之情理，當亦不能記作資產價值之增加。

至言無形資產是否含有永久存在之性質，抑與其他資產同樣須受折舊之支配，則會計學者之主張殊不一致。有謂無形資產之性質最為固定，簡直無折舊之可言，故其價值，應永遠留於帳簿之上，不必加以折減。例如白理士 (J. H. Bliss) 氏即持此種主張也。白氏之言曰：無形資產與各種有形之固定資產不同，既不受自然界勢力之侵蝕，亦無不適用之情事發生（亦有例外），而於日常營業之中，並不因使用而逐漸耗損。故無形資產理論不加折舊，而將其原值永遠保留於帳上可也。

在另一方面，又有對於無形資產，雖確信其價值有不減不滅之性質，惟以其不可捉摸，有變幻莫測之玄，故主張應分期攤盡之。狄克西 (L. R. Dickson) 氏即為持此主張者之一。

倘有其他會計學者，謂帳簿中所記之無形資產價值，實不必加以折舊，例如狄克生 (A. L. Dickinson) 氏云：倘購入無形資產後，企業所實得之收益，較曩時未見低落，則無形資產之價值，並不減少，固無須計算折舊，即使企業之收益確有低落時，則收益既經低落，再算折舊，收益將更見低落，事實上恐難免不有障礙之發生。

此種理論，其內容顯有矛盾之處，因其所道者乃：收益高漲時，無形資產之價值，至少與其購入價格相等，至收益低落時，其價值與購入價格又不見減。其混淆之點，即在以收益之多寡計量無形

資產之有無折舊，但實際收益，並不足以爲計算折舊之標準，此點當於下文申述之。

2. 財產說與預付款項說——對於購入無形資產所付之代價，普通有二種觀念：其一謂購買無形資產之目的，即在獲得各項商業專利權及版權等。故自購入之後，其價值如有增高，而可確切加以證明時，即可將其漲價記入帳簿中。反之，如其價值有所跌落，而可證實無誤者，則當爲之計算折舊。此與其他各種財產之處理方法大體相同，故謂之財產說。

其二，以爲購入無形資產時所付之代價，僅爲對於將來各年度所可獲得之額外收益預付一筆款項而已。故自購入之後，應按照當時預估之年度分期攤銷之。至於漲價，則完全不能顧及。根據此第二種觀念，則帳簿中所記之無形資產，未必與其實值相符合。

以上二說，雖其觀念各有不同，然不過爲同一事物之兩種觀察方法而已。財產說着眼於無形資產因素之本質，而預付款項說專重無形資產價值之計量，故欲根本解決無形資產之重估價問題，應視各個無形資產之性質而定焉。

3. 收益並非重估無形資產價值之良好標準——當討論無形資產之重新估價時，尙有一點應加申述者，即購入無形資產後之各年度所獲收益，不能作爲良好之估價標準是。初視之，此點似與前述無形資產之特質，互相矛盾。按無形資產，既與其所屬企業有密切不

可分離之關係，而其價值之大小，完全視其對於企業獲利能力上之貢獻而定，則如何而謂收益並非重估無形資產價值之良好標準乎？要知無形資產之價值，固常為企業收益所決定，然收益之複合性，不獨使其額外收益不能分別計算以歸屬於各個無形資產之因素，抑且不能分辨其收益之發生，何者由於無形資產之力量，何者由於管理效能之增進以及營業環境之轉佳也。

額外收益既不能分別歸屬於造成無形資產之各個因素，則其不能作為重估價值之良好標準，無待贅言。夫當企業轉讓時，固不得借額外收益之多寡，以為計量無形資產對於企業之重要程度，但此並不即足以證明嗣後之重估價值亦當以收益為標準。觀於平時雖有極多之額外收益，而並不能即將無形資產之價值列入帳簿之中，從可知矣。

且額外收益之增減多寡，則原因非止一端。例如，在商業循環由衰落轉向興盛之時期，其所獲收益，必表示逐漸增加之趨勢。然此所增加之收益，固非由於持有無形資產之結果。又如意外不幸事件之發生，每足以截減一企業之收益能力，然此額外收益之減少，決不能證明折減或勾銷無形資產價值之為合理正當也。

況收益之增高，有由於企業當局之管理效力與夫經營才能者，如以此種原因所得之額外收益，歸功於購入無形資產之要價，其為

不當，無可諱言。然欲分別其收益之增高，究由於購入無形資產之自然漲價，抑由於新造成之無形資產，實非易易，則為穩健計，無形資產之漲價，當以不作資產價值處理為宜。

更退一步言之，設企業之收益保持常態，亦不能證明其無形資產之價值無所增減。蓋收益之所以不致減少，或由於管理當局努力之結果，故舊有之無形資產，雖逐漸減少或竟消滅，但同時亦有新無形資產之產生。在此種情形之下，如對於購入之無形資產不加拆舊，則其收益未免膨脹，而以之分派股利，將有侵蝕資本之危險矣。

。

4. 以購入時所預計之時期為計算拆舊之標準——由上所述，可知購入之無形資產，不能以逐年收益為重估價值之標準。然在另一方面，除收益記錄外，亦無其他方法，可以推斷無形資產之實際價值，在此繁重困難之下，吾人對於購入之無形資產，不得不設法擇定一種合理而易行之方法以處理之。所謂合理而易行之方法者，則惟將無形資產之購價，依照購入時所預計之可能獲得額外收益時期以分攤之乎？

吉爾曼 (S. Gilman) 氏有言曰：購入之無形資產，實不過為一種預計可以獲得之利益耳。當一企業實行轉讓時，購入者之所以願付超出一切有形資產價值以外之代價者，惟望將來於若干年度之內，得於額外收益上收回之。故此項購入之無形資產，實不啻為一

種企業之溢價，與債券溢價之性質頗相類似。債券溢價所代表者，為將來若干年內之利息差異，而企業溢價（即購入之無形資產）所代表者，則為將來若干年內之額外收益。債券溢價之攤提，完全以債券之壽命為依據，至於無形資產，則其計算折舊，亦當以購入時所預計之時期為準則。

試更以有形資產之折舊比擬論之。夫機器或設備之購入，常估計其所可使用之壽命，而將其購價分配於各有效年度。逐年之折舊數額，即由此算定。在尙未有確實證據足以證明其估計年份之錯誤以前，即認為如此處即確與事實相符，而不必加以若何之改正。以言無形資產亦然。購者之所以願出相當代價以承受其無形資產者，無非料想將來於若干年度內有額外收益可以獲取耳。如無方法可以證明購者之預料係屬謬誤，則其所預料之年限，當可作為攤銷無形資產價值之根據。至少亦可謂採用此種折舊方法，即使有錯誤之處，其錯誤之程度當比採用其他任何方法為少也。

5. 購入無形資產與非購入無形資產折舊之比較——於此有應加以注意者，即非購入之無形資產中，如專利權版權等，欲分攤其成本，既須以其法律上之存在年限為依據，如何於一經轉讓之後，則改以其預計所可獲得額外收益之年度為標準耶？夫任何財產之折舊，自然應以其預計可以實際存在之年限為計算之標準，但無形資產之存在年限，事實上有不能達到法律上之存在年限時，自不必強以

法律之年限爲準則。以專利權言之，不論其法定年限如何長短，而其實際上之存在期間，則必受其額外獲利能力所限制。若其法定年限與有效年限不相一致，而以法定年限爲計算折舊之根據，則必使逐年之負擔不公而資產之價值不確矣。顧非購入之專利權及版權等，所以仍用法定年限以爲計算者，良以此時尚無其他較爲正確可靠之標準故耳。易言之，即在尙未確知專利權等所能產生額外利益之前，吾人祇得假定其在法定年限以內始終可以獲得額外利益。然則，即以法定年限爲計算折舊之標準，誰曰不宜？

然在購入之無形資產則不然。此時已有預計額外利益之記錄，足爲決定專利權及版權等有益期限之根據，則除另有十分可靠之證據足以反證其預計之不確外，以之計算折舊，非特合理，且極正確焉。

或謂預計所可產生額外收益之期限，雖一時難以證明其不正確，然欲證明其必屬正確，亦非易易，則轉不若仍以無形資產之法定年限爲計算折舊之標準，較爲穩妥。對於此項意見，吾人可提出下列二點困難以駁之。

第一，一企業所持有之專利權，恆不止一種，而其各種專利權之滿期時日多不相同，則在此種情形之下，欲將購入時之總買價適當分配於各種專利權，甚爲困難。或以各種專利權之原有成本價值爲標準，即以買價總額根據各個成本與總成本之比率分配之，然後



分別依照其法定年限計算折舊。然無形資產之價值，與其成本並無若何密切之關係，此於最初討論無形資產之性質時已詳言之。由此，則根據成本計算所得之折舊數額，直與僅憑預測所得之結果相差無幾。或於分配總買價於各種專利權時，不以成本為標準，乃用分別單獨估價之方法，則其所得結果似較可滿意。然在此種方法之下，其專利權之最為重要者，必負擔買價之大部份，而其專利權之不甚重要者，僅負擔買價之極小部份而已。因之，折舊數額之決定，將完全受最重要專利權之法定年限所左右，此則與以預計收益之年限為標準者相差無幾矣。

其次尚有一法，即對於各種專利權並不分別算出其價值及折舊，乃僅以總買價根據最後滿期之專利權年限一併攤算其折舊。例如某公司共有專利權十五種，其法定年限參差不齊，而年限最長者計為十年，則每年應負擔之折舊數額，即為總買價之十分之一。此種方法，固可避免分配價值時所遇之困難，然因各個專利權重要程度之不同，其價值亦異，如此分配，於理未合，則甚顯然。

6. 單獨購入之專利權及版權等之折舊——以上所述，皆就連同整個企業同時購入之無形資產而言。此外，專利權或版權之向發明人或著作家單獨購入者，則其折舊須視各個情形而異。如其所購入之專利權，係初經發明成功尚未使用者，則以前當無收益記錄可資憑藉，故祇可依其法定年限為計算折舊之標準，蓋此時專利權之買

價，直與發明上所費去之成本並無二致也。惟若其所購入之專利權，已用之有年，而其價值可以根據過去之收益記錄加以估計者，則其折舊當根據預計所可產生額外收益之年限以計算之。

有時，購買新發明之專利權時，常有採取租用之方法者，即並非當時一次付出若干買價，乃逐期支付相當之租用費，或由契約規定一定之數額，或依照銷貨毛利或純利提取百分之若干，在此種情形之下，逐年所付之專利權租用費，應視作營業費用之一項，以代替折舊之攤提可耳。

### 第三節 無形資產攤提折舊之方法

1. 平均法——計算無形資產折舊之方法甚多，其最簡單者謂之平均法。根據此種方法，則逐年所應攤提之折舊數額，彼此相等，故亦稱為直線法。其法因無形資產例無所謂殘值，故祇須將其總買價，除以預計所可獲得額外收益之年限可耳。

此法之最大缺點，在乎未能計及投資之利息。但因其計算簡單，故若無形資產在資產總額中所占之成數較小時，不妨採用之。且當購入無形資產時，其買價之決定，往往有僅以預計平均額外收益乘以預計存在之年限而得，並未將歷年額外收益用年金法以計算其現值者，則買價之計算已不正確，自不妨適用平均法以攤提其折舊也。

2. 現價法——購入無形資產，實於購入年金之性質相似，雖云無形資產之額外收益，不若普通年金每年之收入為可靠，但無形資產之折舊，仍應照計算年金攤提本金之方法以計算之。換言之，即應以每年所可獲得之額外收益減除投資之利息為準。如此，則每年之折舊數額應為各該年初與年終時年金現價之差額也。

3. 試設例以明之。甲公司合併一製造業，除所有各項有形資產之代價外，復購入若干專利權，其購價以過去之收益為計算標準。經細心考察之結果，斷定每年因專利權而獲得之額外收益約為\$20,000自轉讓以後，於十年之內，此項額外收益可不致有若何變動，則以年利八厘折成年金現價，當為 \$134,201.63。茲列表示其專利權之帳面價值及逐年之折舊額如下：

年份	每年初之價值	每年預計額外收益	逐年折舊額	額外收益淨額	利率
1	\$ 134,201.63	\$ 20,000	\$ 9,268.67	\$ 10,731.33	8%
2	124,932.78	20,000	10,064.98	9,935.02	8
3	114,867.78	20,000	10,804.38	9,195.62	8
4	104,003.40	20,000	11,589.81	8,410.19	8
5	92,437.59	20,000	12,403.38	7,566.81	8
6	79,164.20	20,000	13,241.66	6,658.34	8
7	65,172.51	20,000	14,100.00	5,692.51	8
8	51,461.24	20,000	15,076.64	4,674.86	8
9	38,035.30	20,000	16,146.78	3,608.22	8
10	24,896.52	20,000	17,318.52	2,488.00	8
	<u>\$ 200,000</u>		<u>\$ 134,201.63</u>	<u>\$ 65,798.37</u>	

上表中係假定每年所可獲得之額外收益均屬相同，如各年之數額各存不同，其計算方法仍與上述者無異，亦宜須分別計算其每年年初之現值可也。茲仍根據前例再列一表如下：

年份	每年初之價值	每年額外收益	逐年折舊額	額外收益淨額	利率
1	\$ 148,081.43	\$ 23,000	\$ 11,563.49	\$ 11,440.51	8%
2	131,527.94	25,000	14,477.28	9,522.74	8
3	117,050.18	30,000	20,635.99	9,364.01	8
4	98,414.19	30,000	22,286.86	7,718.14	8
5	74,127.83	25,000	19,059.81	5,938.09	8
6	55,097.52	15,000	10,595.40	4,404.60	8
7	44,462.12	20,000	16,448.63	3,556.97	8
8	38,019.09	15,000	12,758.47	2,241.53	8
9	15,260.62	10,000	8,779.15	1,220.85	8
10	6,481.47	7,000	6,481.47	518.53	8
		\$ 200,000	\$ 145,081.43	\$ 54,918.57	

根據上表，則可知其折舊數額之變動，直接受各年預計所可得收益之影響。自第七年以降，額外收益有逐漸減少之趨勢，故其折舊額亦逐年低減。

上述之例，實際上難以存在。蓋無形資產之估價，通常均以過去之收益記錄求其平均數額以計算之。此種平均計算方法，雖與實際情形不能符合，但因無形資產之性質非常複雜，除平均額外收益外，無其他更為適宜之根據以為計算，故尋常用平均額外收益為

根據而計算之折舊，亦甚妥當。

或謂無形資產價值之折舊，應以實際之收益情形為標準。額外收益多，則其應負擔之折舊數額亦多，額外收益少，則其應負擔之折舊數額亦少。此種論調，不無相當理由，蓋無形資產之價值，多以各年額外收益平均計算之，而實際上之額外收益，每年並不完全一致；以屬於額外收益特多時，將折舊之數目增大，額外收益低落時，將折舊之數目減少。殊不知此種方法，自會計之立場觀之，絕難實行，蓋將來之收益變動莫定，事前常難加以預測，即能勉強預測，亦不知其變化原因之所在，在此種情形之下，無形資產之攤提數額，自以根據逐年之相同收益為宜，以免會計記錄發生混亂之現象。

3. 定率法——按無形資產價值之性質，最不穩定，故為穩健計，以愈早攤提完盡愈佳，因有所謂定率折舊之方法。其法即對於每年年初之帳面價值，預先規定一種定率，俾於一定之年度內，將無形資產之價值完全攤盡。採用此種方法，則最初數年之折舊最大，以後逐漸減少。

如其購入之無形資產，大都屬於顧客之好感時，則其額外收益以最初數年為多，過時愈久，則其額愈減，故採用此種定率法以計算折舊，頗為適宜。但在通常情形之下，則不若採用平均法或現價法之為愈。

#### 第四節 無形資產折舊之性質

1. 將折舊作為利益分配之建議——無形資產之折舊，究應作為營業費用之一種，抑應由公積帳戶中分配之，實為學費討論之一問題。主張無形資產不應計算折舊之人，以為無形資產之折舊，萬不能由營業收益中負擔，如狄克生 (Dickinson) 氏有言曰：「商譽為固定資產之一種，其價值全恃收益之多寡而定，故為收益所決定，而非決定收益之一種原因」。又如陶森 (S.S. Dawson) 氏則主張將無形資產之折舊，不列入損益帳戶，而另行列入公積帳戶，其言曰：「會計之最終目的，在編製正確詳明之決算表，不但在表示一企業之財政狀況，尤在表示其本期之營業成績。凡屬滯外之特別損益，不能記入損益帳戶中，以免混淆。無形資產折舊亦然，應作為利益分配之一項。易言之，製入無形資產帳戶中者，實為一部份利益之提提，但非利益之負擔也」。

上舉二人之建議，均以商譽等無形資產之價值，應為收益所決定，當不能以收益抵消收益，而再為收益之計算。此項理論，對於非購入之無形資產毫無疑義，但在購入之無形資產則不可援用。蓋在賣主方面而論，無形資產僅為一種利益，而在購者方面，則其所以付買價即為保證額外獲利能力之成本。通常售貨商之利益，決不能據以反對進貨商之將其所付代價作為營業成本，而於無形資產之歸

進，亦何獨不然？

2. 折舊為營業費用之一種——由上所述，可知購入無形資產之折舊，實為營業費用之一種。但有須注意者，因無形資產所獲得之額外收益，係屬特別收益之一種，似應先由營業收益中轉入本期純利，然後再計折舊。例如每年之預計額外收益為 \$20,000。依照前列折舊之第一表，其第一年應提折舊 \$9,263.87，須為登錄如下

營業收益	\$20,000.00
本期純益	\$20,000.00
本期純益	9,263.87
無形資產	9,263.87

按無形資產購價之計算，雖與年金之計算方法相似，但其性質究非真正之年金可比。當購入無形資產時，不啻於企業之營業上增添一種獲利之工具。因此工具之逐漸使用，則額外收益得以逐漸實現，雖其實現之數額未必與預計之價值完全吻合，然若管理當局經營得力，則其預計之數必能近似實際情形。是故，無形資產之獲利能力，與公司之管理方面頗有關係，其折舊自當由各期之營業收益直接負擔之。

然將額外收益還原為資產價值，僅係無形資產轉讓時之一種估價方法。至其實際情形，則不論尋常收益或額外收益，皆複雜難分

---

其可以實現之程度甚難逆料，故將預計額外收益由營業收益中劃出另計，實非合宜之辦法。



## 第九章 合夥及公司改組時無形資

### 產之處理

前於討論購入無形資產之會計處理方法時，設有兩種條件：其一為必須實際上有企業轉讓之事實發生，即企業之資本主必須易人；其二為該企業在出讓之前，必須確有超乎同業之額外收益能力，並有購買者以現金或其他同等資產支付事實。凡無形資產合乎上述之兩種條件者，方得記入帳簿，以為資產價值之一項。然此種原則上必有條件，在企業之實際轉讓時不具備者，往往有之。故事實上無形資產之處理方法，與吾人所討論者不無出入之處。茲試就合夥及公司之改組二方面以申論之，先言合夥。

#### 第一節 合夥改組時無形資產之處理

合夥改組之性質，與獨資企業之轉讓不同。蓋後者之資本主既既有一人，則其企業一經轉讓以後，其資本主當已易人，毫無可疑。至在前者，則其資本主較多，改組時並非全數易人，或有新合夥

人入夥，或有舊合夥人退夥，或一方有新合夥人入夥，而同時復有舊合夥人之退夥，要視情形而異。當一合夥人退夥或入夥時，其合夥企業可仍繼續其業務，不受重大之影響。然則，在此種情形之下，其無形資產之價值，究應如何處理之乎？試舉例以說明之。

1. 合夥人退夥時無形資產之處理——設有甲乙丙三人所組織之合夥商店，其資產負債表如下：

各項資產.....	\$ 90,000.00	甲合夥人資本.....	\$ 30,000.00
		乙合夥人資本.....	30,000.00
		丙合夥人資本.....	30,000.00
	<u>\$ 90,000.00</u>		<u>\$ 90,000.00</u>

假定其中甲合夥人現願退夥，則根據合夥契約之規定，合夥商店除應將甲所應得之資產部份照數償還外，如有任何無形資產，甲亦可分受一部份。旋經嚴密考慮之結果，甲乙丙三人咸認該合夥商店有商譽價值計\$30,000，則甲合夥人除應收回其投資額\$30,000外，復可得商譽資產 \$10,000，合計共 \$40,000。此項數額，理應歸繼續營業之乙丙二人由合夥資產中支付之。於此有一問題發生，即該合夥企業經此局部改組後，其商譽價值業已估定，並已支付其一部份，則於帳簿中應作何種表示乎？

初視之，商譽之價值既已估定為 \$30,000，則在帳簿中即可逕以此 \$30,000入帳，而將其利益貸入乙丙二人之資本帳戶中，其結果如下：

各項資產.....	\$ 50,000.00	乙合夥人資本.....	\$ 40,000.00
商譽.....	30,000.00	丙合夥人資本.....	40,000.00
	<u>\$ 80,000.00</u>		<u>\$ 80,000.00</u>

此種處理方法，理由，謂甲合夥人既已退夥，則原有之合夥企業業已解散，另行改組，是乙丙二人不啻購得原有之合夥企業也。然實際上乙丙二人對於商譽價值，僅支付 \$10,000，並未全數出價收買，則將此未有成本支出之商譽價值亦記入帳簿中，實是使合夥人之實際投資數額發生混亂，故不能謂為正當之處理方法。

然則，若將商譽價值記作 \$10,000，則對於實際情形當可完全吻合。蓋甲既已退夥，雖合夥組織並未經過解散及重行創立之手續，而甲終屬合夥以外之第三人，其因商譽價值而收入 \$10,000，實即將商譽 \$10,000 賣與合夥商店，故當可記入帳簿中。且 \$10,000 之支付，帶有預付一部分估計將來額外收益於甲之性質，倘不將預付之數記入帳內，並於逐期之收益中減除之，則即自乙丙方面言之，改組後歷年所分之收益，必失之過高。現如僅將 \$10,000 記作商譽，則其資產負債表將如下列：

各項資產.....	\$ 50,000.00	乙合夥人資本.....	\$ 30,000.00
商譽.....	10,000.00	丙合夥人資本.....	30,000.00
	<u>\$ 60,000.00</u>		<u>\$ 60,000.00</u>

如甲退夥時所應分得之資產部份及商譽價值，非由合夥商店中支付之而另由乙丙兩人各行以 \$20,000，則其結果仍與上述情形相

價同，惟各合夥人之資本數額有增加耳。茲亦示其資產負債表之形式如下：

各項資產.....	\$ 90,000.00	乙合夥人資本.....	\$ 50,000.00
商標.....	10,000.00	丙合夥人資本.....	50,000.00
	<u>\$ 100,000.00</u>		<u>\$ 100,000.00</u>

2. 新合夥人加入時無形資產之處理——以上已將舊合夥人退夥時無形資產之處理方法，舉例闡明，其次，再論新合夥人加入之時無形資產處理問題。按新合夥人之入夥，其方法有三：或向舊合夥人購得一部份股份權利，或新投資本而取得相當之股份權利，或兼用購買與投資之方法，即一方向舊合夥人購得一部份股權，而同時復向合夥投入資本也。但無論新合夥人之取得合夥股權係採何種方法，合夥商店之財產，於新合夥人之加入時，往往有重行估價以計算財產現值之必要，并藉以定各合夥人間之權利關係。試舉例以明之。

設甲乙兩人所組織之合夥商店，其資產負債表有如下列：

各項資產.....	\$ 90,000.00	甲合夥人資本.....	\$ 45,000.00
	<u>\$ 90,000.00</u>	乙合夥人資本.....	45,000.00
			<u>\$ 90,000.00</u>

現有丙某擬欲加入合夥，而甲乙兩人亦願將其商店之合夥人權利出售三分之一與丙。惟因歷年營業發達，其獲利能力實超過普通一般之商店，故咸認該商店除普通各項資產外，復有高學價值計

\$30,000，丙某對於甲乙兩人必須各付以合夥財產帳面價值之六分之一及商譽價值之六分之一後，方能取得三分之一之合夥權利；易言之即丙欲入夥而與甲乙兩人為同等合夥人，必須付甲 \$20,000，付乙亦\$20,000 合計共須付出資本 \$40,000。

然此時有須注意者，倘丙某之加入，全以合夥之帳面財產為其出資之標準，則祇須付出 \$30,000，今因計及合夥之商譽價值，故須多付 \$10,000，則其商譽價值應否記入帳簿中是一問題。自丙合夥人之立場觀之，彼已付出相當之代價，則必有相當之價值為其資產，然自甲乙兩合夥人之立場觀之，則並未發生購買商譽之交易。更自合夥商店之全體而論，則合夥人之資本賬戶必須加以整理，使新舊各合夥人之合夥權利可歸一致。故此時之商譽問題，情形較為複雜，處理甚為困難。若僅將商譽之一部份（即丙所支付之\$10,000）記入帳簿，則其結果，將使各合夥人之間之投資數額不得平均，茲列示其資產負債表如下：

各項資產.....	\$ 90,000.00	甲合夥人資本.....	\$ 30,000.00
商譽.....	10,000.00	乙合夥人資本.....	30,000.00
		丙合夥人資本.....	40,000.00
	<u>\$ 100,000.00</u>		<u>\$ 100,000.00</u>

上式中丙合夥人之資本額較甲乙兩人為多，則其所享之合夥權利亦多，故與原旨不合。且甲乙兩合夥人各收入丙所出之\$20,000，而其資本額則僅減少 \$15,000，其餘 \$5,000 則以商譽價值抵充

之，不啻自身既為合夥之資本主，同時復將合夥之商譽買與合夥，亦處於理不合。若將商譽完全不列於資產負債表之中，則雖足以補救各合夥人間權利不均之弊，但丙所付出之 \$10,000 即無由表示焉。其資產負債表如下：

各項資產.....	\$ 90,000.00	甲合夥人資本.....	\$ 30,000.00
		乙合夥人資本.....	30,000.00
		丙合夥人資本.....	30,000.00
	<u>\$ 90,000.00</u>		<u>\$ 90,000.00</u>

若將商譽價值之全數均列入資產負債表中，其結果如下：

各項資產.....	\$ 90,000.00	甲合夥人資本.....	\$ 40,000.00
商譽.....	30,000.00	乙合夥人資本.....	40,000.00
		丙合夥人資本.....	40,000.00
	<u>\$ 120,000.00</u>		<u>\$ 120,000.00</u>

觀於上式，可知各合夥人之資本，因將商譽價值認作資產之故，均由 \$30,000 增至 \$40,000，其中除丙合夥人對於商譽僅有 \$10,000 之支出外，其餘用乙兩人則均並未有任何支出，是不管將非購入之無形資產亦計作真正之資產，與吾人以前所反覆申論之原理，實有未合。然則在此種情形之下，其商譽價值列入資產負債表中既不可，不列又不可，列示其一部份既不可，列示其全部又不可，則此問題究將如何解決乎？曰：惟有視其新合夥人所投之資本，對於資本總額比例之大小以為斷，試申論之於下。

4. 合夥股權變更之程度——凡無形資產，必須經過購買之手續後，方得列入帳簿，以爲資產價值之一項，此於以前已屢屢言之。惟有堪注意者，所謂購買，應加以適當之解釋，不可拘泥，尤以在合夥改組之情形下爲然。蓋合夥改組，雖太極與純粹之企業轉讓有別，但有時經改組而後，其資本主及投資額變更頗鉅，則其性質實與企業之轉讓差相彷彿，故合夥改組時之無形資產，究須記入帳簿與否，要視其合夥股權經改組後之變更程度而定也。

如其合夥股權，經改組後完全變更者，則其因無形資產而支出之成本，自應列作資產，無可疑義。蓋縱令其合夥之營業政策，不因改組而有所改變，或其業務之進行，不因改組而有所停頓，然其額外收益確已有成本之支出，當不失爲企業成本之一項矣。例如前舉甲合夥人退夥之一例，即爲合夥完全變更之特種，因甲既退出後，則其股權完全讓出，不問其合夥商店有無變更營業情形，總歸於與甲合夥人之商譽價值列帳歸併也。此其所以計利益。

如其合夥股權，經改組後僅變更其一部，則其無形資產之處理方法，不得不視其股權變更所影響於新舊合夥人利害關係而定。就舊合夥人之立場而論，如將其努力經營而產生之額外收益能內化作資產，則不獨有損於原投資額之弊，抑且有隱憂自己勞務之專發生，於理實不可通。但自新合夥人之立場而論，因彼所加入之合夥企業有額外收益能力之存在，而支出相當之代價以獲得股權，

則其所支出之無形資產代價，實與購買房屋設備等所費之成本並無二致，若不將其記作資產，勢將抑低資產之價值，而虛抬日後之收益。是故，在合夥改組而股權僅變更一部份之情形下，其無形資產之應否列作資產價值，全以新舊合夥人雙方所受之利害孰大孰小以為取捨。易言之，即合夥改組以後，如新合夥人之股權較多，則將其無形資產列入帳簿；反之，合夥改組後，如新合夥人之股權較少，則其無形資產以不列入帳簿中為宜。如前述丙合夥人入夥之例，丙某除對於各項資產所應支付之相當代價外，復支出 \$10,000 與甲乙兩人，以為取得合夥商譽之投資，故為丙之利益着想，應將此 \$10,000 之商譽價值列作資產，如丙為該合夥之唯一資本主，自不妨如此處理。但今資本主非止丙一人，則甲乙兩人之利害亦必須同時顧到。按將一部份之商譽價值列作資產，由甲乙兩人觀之，其結果係將未來之收益還原為資產價值，實足使甲乙兩人之投資情形為之蒙蔽。蓋將此項收益還原之價值計入帳簿，則合夥人之資本帳戶必有虛增，須待日後計算該商譽之價值折舊後，方得逐漸由實得之收益中保留一部份，以充實其投資之內容也。若其無形資產，不論丙某業已支付一部份，完全不列入帳簿，則在丙一方面而論，每年收回之一部份投資亦歸入利益中計算，為丙之計，唯有將其每年所得之利益加以分析，方足明其真正之投資報酬及收回之投資額各有若干。至若將所估之商譽價值 \$30,000 全部列入帳簿，則其影響於甲



乙兩人之投資帳戶者，必將更甚於僅列商譽價值之一部份也。是故以新合夥人丙所受之利，與舊合夥人甲乙兩人所蒙之害互相比量，自當以不列商譽為資產價值，以增高各個資本帳戶之數額為是。

反之，設新合夥人丙之合夥股權，較多於舊合夥人甲乙兩人之合夥股權總數者，則其情形與上述者迥殊，而以將商譽列作資產價值為愈。良以此時商譽之大部份，均有實際上之成本投入其中，雖尚有一小部份屬於舊合夥人者，仍為由收益還原而得之價值，但吾人權衡輕重，其因將商譽列作資產而發生之不合理程度，當不敵因未能表示真實投資所生之不良影響也。

夫會計記錄，原為整個營業而設置，則其處理商譽價值，自應以其結果對於企業資產與收益間之關係上所生影響為前提，而此資產與收益間之關係上所生影響，或良或惡，又常為各夥股權間之比例所左右，故上述商譽之應否列作資產，須視合夥股權之變更程度為轉移，自是最適當之辦法。易言之，即舊合夥人之股權多，其商譽不應列作資產，新合夥人之股權多，其商譽即應列作資產也。

然實際上之處理方法，常與理論不無多少出入之處。良以誇張一己之資產價值，始為人類之習性，故通常即令股權因改組而變更之程度尚微，而其無形資產亦每記入帳簿，此種處理，尤以新合夥人主張最力，謂抑低新合夥人之投資額，其弊將數倍於抑低舊合夥人之收益，故非將無形資產之價值列入帳簿不可。

## 第二節 合夥改組公司及公司合併時無形資產之處理

1. 合夥改組公司時無形資產之處理——合夥之改組為公司者，其例甚多，通常若干業經設立之公司（Closed Corporation），即由合夥改組而成。在此種情形下，除企業之管理權由合夥人移轉於董事會外，實無其他實質上之變更。然事實上合夥經改組為公司後，其所發股票，每不依其從前所實有之財產價值為標準，乃加若干額外價值而以廣發展戶處理之，其意若謂改組前之合夥組織，因經營得法而發生一種無形資產，即於改組時同時轉讓於公司。

其意，公司之股東仍為以前合夥之合夥人，則其名稱雖易，組織雖改，而其內容可謂仍未變也。然則，實際上既未將企業財產由一團體轉讓與另一獨立之團體，則其認無形資產為真實資產價值之一項，與前述將企業自己產生之非購入無形資產化作資產價值，其認識程度，正復相同。易言之，合夥之改組為公司，僅為一種名義上之交易，實際上並未有轉讓企業之事發生，而其資本亦迄未增加，則自不應無端增高其資產價值也。

但若在合夥改組為公司之時，其所發行之股票，有一部分發售與外界，而非全由原有之合夥人所承受者，則其情形與上述者大異

其無形資產之應否記入帳簿，遂成爲問題，尤以股票之售與外界者較少，而原合夥人仍保持多數股權時爲更難解決。於此，公司組織在法理上取得獨立之人格，對於其在會計上之關係頗佔重要。查公司組織與合夥組織完全不同。公司爲一法人，可與其股東分離而獨立存在，非若合夥之與合夥人係屬一體，且在改組之初，公司之新股索償或減少，但舊股東不時可將其所持股票分讓與他人，則其股東之人數及股權關係，自有變更，而其記作資產價值之無形資產，亦自可由新股東支付而變爲實行之資產價值也。

總之，當改組爲公司時，實不應計及改組以後之股票轉讓問題，而將其資產之價值膨脹。是故，除其所發行之股票售與外界者絕少，而原有合夥人仍爲主要股東者外，其企業轉讓之手續，應視爲業已具備，而其無形資產當可以計入帳簿。

2. 公司合併時無形資產之處理——將數舊公司合併爲一新公司，其方法有二：其一由新公司發行股票，以直接交換各舊公司之財產，其二由新公司發行股票售得資金後，以購買各舊公司之財產。但不論其合併時所採之方法係屬何種，各舊公司之各項資產，均須經過估價，方足以使有關係之各方滿意也。

先就發行股票調換財產之情形言之，則凡有額外收益能力之公司，於其一切有形資產及遞延資產等價值以外，廣可以多得一部份股票。是言之，卽在此種情形之下，如某各項財產之估價基爲正確

，卽有無形資產之問題發生。依據通常習慣，此項超出有形資產及遞延資產等所多付之數，卽認為對於各該舊公司商譽所出之代價。若視新公司與舊公司完全分開，非屬一體，則舊公司之各項財產（包括無形資產在內），均已轉讓與新公司，故此種處理方法，於理並無不合。

然自新公司之全體股東立場而言，倘股票並未變更，僅於舊股票掉換新股票時，就各個舊公司之預計獲利能力為掉換之標準，則無異使各公司間之股權關係為一度之整理。若干舊公司之資本金，因其公司從前曾獲較豐之額外收益，故所得之新股票遂亦較其實際上之投資額為多，而其結果，卽對於將來新公司所獲之收益可享受較多之權利，在此情形之下，各將舊公司商譽認作新公司資產，似非所宜。

尤有可以注意者，此種商譽資產記入帳簿後，將因逐年折舊而使收益保留一部份，則於該項商譽計算折舊之年度內，各股東間之股權比率縱然不變，但皆必須少得一部份之股利，則毫無疑義。而在另一方面，商譽價值則因逐年計算折舊而一變為真確之資產矣。否則，吾人若不用商譽之科目，而以股票折價帳戶表示多發股票之價值，則歷年收益數目及股利之分派比率，均不致受影響。然通常卽使以商譽科目入帳之後，亦往往不計算折舊，使無形資產永留帳上，故不數年後，原有之額外收益能力一旦消滅無存，則所謂無形

資產者，亦將成爲折扣，而無此項資產價值之存在矣。

再以另一方面言之，如先以新公司發行之股票售得資金，然後購買各舊公司之資產者，則其情形稍異。此時，新公司對於舊公司之無形資產，實際上已有相當之資金支出，則其爲投資價值之一種也無疑。不獨如是，新公司所發行之股票，既向社會銷售，則不論其所採之銷售方法，係屬先借得現金，購買各公司財產，然後以此財產爲根據而發行股票，或爲先發行股票，售得現金，而以現金購各舊公司之財產，其承受新公司之股票者，必不限於各舊公司之股東，可以斷言，此與前述情形，即以新公司股票掉換各舊公司財產者，不相同也。是故，一則對於無形資產確有實際資金之支出，二則公司之股東又必有變更，則其處理方法，自應依照購入無形資產之處理方法爲佳。

3. 資產估價之過高——公司合併時，關於處理無形資產所需注意之問題，除股權變更之程度而外，尚有一問題，即所合併之各舊公司，是否確有額外之收益能力是也。此項問題之發生，尤以在所付股票無一定之市價時爲然。固然，公司之股權關係僅爲名義上之變更時，其無形資產之價值亦多屬虛得，但股權之變更與額外收益之存在與否，在原則上則屬兩種不同之問題，未可混爲一談。

例如一公司由一合夥企業改組而成，其股票多數爲原資本主所持有，則舊公司以前所確有之無形資產價值，應否化作資產記入帳

辨，完全為一論理上之問題。即須視其對於該項無形資產能否認為有實際投資之事實而定也。

在另一方面言之，新公司之股票與分散購買，並非專為原來資本主所持有，但設其新股票之票面超過舊公司財產之總值，而同時該舊公司事實上並無若何獲利之收效能力，則其超出之數額，實無足以代表無形資產之價值，不過為一種空虛之折價而已。在此種情形之下，其無形資產之應否列入帳簿，完全為一記載真實與否之問題也。

有時，新公司之多數股票，另有一種作用者，即欲使企業改組後，得以暫時保持較為有效之管理權，並於適宜之時期將股票售出以得投資之利益也。例如一合夥商店改組為公司，通常由新公司發行優先股票，以交換該合夥之財產，或將所發行之優先股票售得現金後，再將合夥財產購入。此外，雖該合夥事實上並無無形資產存在，亦復再給以若干普通股票，以為其商譽之代價。此項多付之股票，實為虛水空之一種，並無實際上之資產價值為其基礎。有時，公司為彌補此項資產價值之缺額起見，將固定資產之價值高估，但在通常，並不採取此種辦法，而特設商譽或其他無形資產科目以處理之。在此種情形之下，則其所設定之無形資產科目，亦不過為一股本折價性質之帳戶而已。

4. 預期額外收益之商譽——當合夥改組為公司或公司合併時，

未其甚者，往往以為合夥組織一經改組為公司之後，或數個公司一經合併之後，其規模擴大，範圍推廣，費用可望節省，營業可望增加，且同業競爭消除，則獲利之豐，不難預期，而投資之收益，當較尚未改組或合併前之小企業組織時位為高，此項增高之額外收益能力，實不失為一種無形資產之價值，故於改組或合併時，即根據預期而推算其無形資產價值之大小，然後增發若干股份。此種處理，表面上似無反對之必要，蓋無形資產之價值，原皆以將來之收益能力為基礎，不過計算上擬用過去之收益記錄為根據耳。

雖然，細察之，此種係由預期收益而產生之商譽價值，與普通之無形資產，就會計之立場而言，絕不相同。此非徒由於預期收益之比較不穩定，且普通價值已成立之無形資產，如非由於購買而來者，尚不得記入賬簿，今之預期額外收益能力，非特尚未成立，且僅於合夥改組為公司或公司合併後，方能產生較高之獲利能力，仍不應作為新公司之投資或成本，而應由逐期之收益中表現之。更進而論，若新公司之會計記錄中，應足以表示更多之收益，以視其改組或合併上所預期之額外收益能力是否實現，方稱合宜焉。總之，欲求投資與其收益表示其正確之關係，則雖其因改組或合併而發生之額外收益能力十分確定，亦非可以隨即記作資產價值也。

附註 5. 無形資產之接遷——當將數個舊公司合併為一新公司時，如對於各個舊公司之無形資產均分別加以估價，而以新公司之股票支

付之，則其所付之總額，似即可以代表新公司額外收益能力價值之總數。然證之事實，未必盡然。蓋新公司收益能力之大小，係由合併後各種無形資產要素之運用結果所決定，而非即各個舊公司收益能力之總和。試將各舊公司所以產生額外收益之原素加以分析，儘可明其原理矣。

通常無形資產之效能，不外使企業享有優越之地位或獨占之勢力，如一舊公司之額外收益，或係由營業上之優越地位而起，或為與顧客間發生之一種友好關係，或於某種營業範圍內有超過其他競爭同業之優越勢力，當該公司與其他競爭同業合併後，則此項營業上之優越性，未免減損或竟消滅，蓋其同業間之競爭關係已經減少或消滅也。在此種情形之下，如新公司因該舊公司向有額外收益能力而多付一部份股票或款項，祇能謂為對於該舊公司商譽之投資，而不能即謂新公司之商譽價值確有如許。因即使公司合併之後，新公司之收益能提高，然此亦常為減低競爭所需費用而起，非即由於原來舊公司之額外獲利能力所產生。是故，惟公司於合併後，能加強對於合併範圍以外之其他公司競爭能力者，方足以保持其原有之優越地位也。

更自另一方面言之，如其合併之目的，在於集中專利權或其他獨占勢力之力量，則其新公司對於各舊公司根據額外獲利能力所付之專利權等代價，與其合併後所產生之偉大勢力相較，實甚微細。



反之，如公司合併，專為聯合以壓抑或摧毀競爭同業之勢力者，則其原有之專利權或特許權反失卻其效用，而其因此等專利權或特許權所付之代價，亦僅能作為一種名義之無形資產投資而已，蓋其所購入者，非競爭同業之獨占權利，乃因競爭同業獨占勢力之被抑或摧毀，而對其原有之獨占勢力可有保持或增高之能力焉。

由此觀之，合併後之新公司對於各舊公司所付之無形資產代價。未必即能表示各公司之無形資產，轉認為新公司額外收益之因素，且每每與舊公司原有之因素不同，然此亦並非謂所付無形資產之代價中，應將其代表合併後發生之獲利能力部份減去，不使表示於賬簿中，此處之所以特加申述者，不過說明其無形資產之內容，每因合併而發生變遷而已。

### 第三節 合併資產負債表中無形資產

#### 之處理

1. 編製合併資產負債表之目的——以上所述，為合夥改公司或公司合併時之商業處理問題。關於商業在合併資產負債表上之處理方法，亦有申述之必要。諸先論編製合併資產負債表之目的，然後再將合併時所發生之問題加以討論。

按公司合併之方式，原有多種：或由新公司購買各舊公司之全

部財產，或由新公司購買各舊公司之股票，其方法雖有不同，而其為合併則一。在購買股票之合併情形下，亦有不將股票全部購買，而僅買其過半數者，已足統制或指揮其營業政策而收合併之效，此即所謂統轄公司（Holding Company）者也。其股票之大部分為統轄公司所持有者，則為附屬公司（Subsidiary）。各個附屬公司皆仍維持其獨立之法人資格，不過其營業政策無形中受統轄公司之指揮而已。

無論統轄或附屬公司，至每屆結算之期，均須編製資產負債表，以表示其財政狀況。統轄公司倘自身並無其他營業，僅以持有各附屬公司之股票以操縱其營業為目的者，則其所編之資產負債表，一方以對於附屬公司之投資為其資產，他方則以其所發行之股票及其他證券之類為其負債，故僅閱此種統轄公司之資產負債表，不能得悉關於公司財政之實際狀況，至於各附屬公司所編之資產負債表，大體與普通公司之資產負債表相同。

為欲表示統轄公司整個組織之全部財政狀況起見，故有編製合併資產負債表之必要。所謂合併資產負債表者，顧名思義，即可知其為各公司資產負債表之一種合併表示而已，其與統轄公司單獨之資產負債表自屬不同。總之，合併資產負債表為綜合表示該公司全部財政情形之一種方法，而非任何一單獨公司之資產負債表也。

## 2. 合併資產負債表上無形資產處理法之一——編製合併資產負

債權之作用說明，則可進而討論無形資產於合併資產負債表上之處理方法。按若干會計學者之意見，以爲附屬公司之各項資產負債等，應與統轄公司之資產負債相合併，故編製合併資產負債表時，將全部資產負債合併，不管統轄公司對於各附屬公司之各項資產與負債已受轉讓，統轄公司對於各個附屬公司之投資，實卽爲其財產淨值之購價，如其投資額與財產淨值有不符時，自可作爲商譽或其他無形資產以處理之。

如統轄公司之投資數額超過附屬公司之財產淨值，則其超出之數，即可作爲附屬公司無形資產之代價，而以商譽價值表示於合併資產負債表之上。反之，如股權公司之投資數額，少於附屬公司之財產淨值，則其所少之數，於合併資產負債表上有多種不同之表示。其因附屬公司獲利能力之低微而發生者，則應作爲負商譽，否則應由其他附屬公司之正商譽中減去。如其資產價值有估計過高之情形，則應作爲各該資產之價值準備，否則爲價廉而獲得之利益，應爲公積之一項。

然於實際應用上，恆將各附屬公司之正商譽相加，而減去其他各附屬公司之負商譽，以其淨額表現於合併資產負債表之上。此種方法多認爲一種靈敏之良好方法，而其結果乃求得一合併商譽。此乃就統轄公司持有附屬公司全部股票之情形爲然，如統轄公司僅持有附屬公司股票之一部份者，則其商譽之決定，自應依屬時按股份

與外界股份之比例計算之也。

2. 合併資產負債表上無形資產處理法之二——上述處理無形資產之方法，係假定編製合併資產負債表時，附屬公司完全失其獨立之存在，其各項資產負債概由統轄公司承受，故將其統轄公司投資數額與附屬公司財產淨值間之差異加以整理。此外，亦有若干會計學者，主張此種整理，大可不必，蓋合併資產負債表之編製，不過將統轄公司與其附屬公司間之固有關係綜合表達之，實際上並無購取之交易發生。而言之，統轄公司原來擁有資產負債表，今之所以欲編製合併資產負債表者，欲藉以補助原編資產負債表所表現財狀狀況之不足耳。吾人如將附屬公司之各項資產負債另編一附表，而不與統轄公司之資產負債表相合併，亦可達同樣之目的焉。

照此根據以上之立論，則所謂合併資產負債表者，不過將附屬公司之資產負債各項整理一齊而已，其統轄公司之投資數額與附屬公司之財產淨值下屬不必加以整理，而無形資產迄未無須表現於合併資產負債表中矣。

3. 合併無形資產之性質——大抵將附屬公司之股票，為獲得其財產權之一種方法，故統轄公司之投資，如超過附屬公司之財產淨值，則對於額外獲利能力所付之代價。雖然，統轄公司與此附屬公司，雙方各為獨立之營業機關，某些一則機關可出，其資產負債概不通過公司所有，尤以統轄公司僅持有附屬公司一部份之股票時

爲然。故編製合併資產負債表時之商譽，其性質不過在調節兩者間之差額而已，固無甚重要之意義也。

即退一步言之，假定附屬公司之股票全部爲統轄公司所有，其所發股票之票面超過附屬公司財產淨值之數，是否爲一種額外獲利能力之代價，尙屬疑問。就實際而言，購買附屬公司之股票，與購買附屬公司之財產，性質相異。蓋股票之價格，常受外界各種勢力之影響，如金融之緩急，政情之寧亂，以及其他種種偶然事故之發生，均在在足以增減股票之價格，而統轄公司之大批購買附屬公司股票，尤足使其價值較在通常情形之下相差甚遠也。

更自另一方面言之，如統轄公司果有獲得附屬公司財產之意者，則對於其各項資產負債必爲慎重之估價，然後求出其額外獲利能力而付以相當之代價，此項額外獲利能力之投資，方爲真正之無形資產投資。然編製合併資產負債表時之無形資產，乃係股東投資與其財產賬面價值之差額，實爲多種因素造成之混合價值，而非普通實際財產價值整理所生之結果也。





360

立信會計叢書

# 無形資產論

每冊實價國幣 元

(外埠酌加運費及匯費)

版權所有翻印必究

原	著	者	楊	衆	先
編	譯	者	吉	仁	夫
發	行	人		存	倫
發	行	所	立	信	社
			重	慶	二
			陸	林	十
			全	國	四
經	售	者	全	國	大
印	刷	者	立	信	書
			重	慶	店
					廠
					五
					號

中華民國三十三年十月初版(渝)





每册實價國幣 元 角

外埠酌加郵費運費

A vertical rectangular stamp or label with a decorative border. It contains the text '每册實價國幣' at the top, followed by '元' and '角' in separate boxes. To the right of the text is a stylized graphic element resembling a vertical bar or a part of a stamp.