

超额商誉 创新的影

汇报人：

汇

目录

超额商誉的背景
和概念

超额商誉对企业
创新投入的影响

超额
创新

超额商誉对企业
创新效率的影响

超额商誉对企业
创新的其他影响

研究

超额商誉的背景和概念



商誉的定义和来源

商誉的定义：指企业因信誉、经营历史、经营效率、管理水平等因素而获得的超出正常收益水平的经济价值

商誉的来源：主要包括企业间的交易、企业的经营管理能力、企业的品牌和声誉等

超额商誉的识别和度量

度量方法：采用折现现金流法、相对价值法等财务估值方法来度量超额商誉的金额

影响因素：企业规模、盈利能力、成长性等因素影响超额商誉的识别和度量

识别方法：通过比较企业实际价值与资产总额的差额来识别是否存在超额商誉



超额商誉的形成机制

并购时支付的对价超过被
并购企业公允价值部分

并购协同效应和未来发展
潜力

商誉的后续计量和减值风
险

形成

超额商誉对企业创新投入的



超额商誉与创新投入的关系



超额商誉可以促进企业创新投入



超额商誉可以提升企业创新能力



超额商誉可以降低企业创新风险

超额商誉影响创新投入的路径和机

商誉的形成：超额商誉作为企业的一项重要资产，其形成与企业的各种资源和能力有关，如品牌、技术、组织文化等。

商誉与创新投入的关系：超额商誉可以为企业带来更多的资源，如资金、人才等，从而促进企业进行创新活动。

商誉影响创新投入的机制：超额商誉通过影响企业的财务状况、管理层决策、组织文化等，进而影响企业的创新投入。

不同情境下超额商誉对创新投入的

- 行业特点：不同行业的企业超额商誉对创新投入的影响程度不同
- 企业规模：规模较大的企业超额商誉对创新投入的负面影响更大
- 经营状况：经营状况不佳的企业，超额商誉对创新投入的负面影响更显著

超额商誉对企业创新产出的



超额商誉与创新产出的关系

超额商誉可以促进企业创新产出，因为它可以提供更多的资源的创新活动。

超额商誉可以降低企业的融资约束，从而增加企业的研发投入产出。

超额商誉可以提升企业的市场竞争力，从而增加企业的市场份额，进一步推动企业的创新产出。

超额商誉影响创新产出的路径和机

商誉的形成：超额商誉作为企业的一项重要资产，其形成源于企业并购中的溢价支付

商誉与创新：商誉的存在可能影响企业的创新产出，这通过多种路径实现

路径一：商誉的资源效应：商誉作为企业的一项重要资产，为企业的创新活动提供资金、技术、人才等方面的支持

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/488127040131006054>