

商誉是怎么形成的对上市公司有什么影响——商誉的价值-股识吧

一、商誉是怎样形成的

简单点说，商誉是非同一控制下企业合并所形成的

二、详细解释一下商誉怎么形成的、怎么定义，什么时候会有？

商誉实际就是付出成本与按比例享有的可辨认净资产份额的差额，也可以通俗理解为，付出对价大，享有的权益小，那么就把这个差额看作能够享有到的被投资单位的商誉，即我买的是品牌，所以花的钱虽然多一些我也不认为我是赔了，可以这样理解。

商誉的形成：（1）非同一控制下的控股合并，合并成本比应享有的股权（被投资企业的可辨认净资产公允价值×持股比例）多出的部分，在合并财务报表中确认。

（2）非同一控制下的吸收合并，合并成本比应享有的股权（被投资企业的可辨认净资产公允价值×持股比例）多出的部分，在合并方个别报表中确认。

（3）权益法核算时，支付对价比应享有的股权（被投资企业的可辨认净资产公允价值×持股比例）多出的部分体现的商誉，隐藏在长期股权投资里，不能确认。

（4）如果是非企业合并的形式，企业享有的商誉直接计入长期股权投资的入账价值，此时可以将享有的商誉金额备查登记，不确认商誉。

三、收购后上市公司商誉巨大是什么意思？

收购企业之所以看中了被并购企业，一定是看中了该企业潜在的发展潜力，比如未来创造收益的能力，尤其是当期望收购被并购企业的公司不止一家的时候，这时候众收购公司竞相标的价格，往往反应出企业对于该被并购公司有着自己的专业评估。

换个角度说，商誉也就是收购公司对于被并购公司将来发展前景的评估价值。

商誉被确认为资产的原因商誉主要分为：购买商誉和内部自创商誉。

购买商誉又分为正商誉和负商誉，并确认为资本，而内部自创商誉则不确认为资本。

被并购企业的商誉值的评估实际上是存在很多不确定因素的。
然而，企业对现有资源可能带来的未来收益作出的报告，为决策者所增加的决策相关性远远弥补了估计上的不精确性所造成的影响。
从一定意义上讲，现代企业的竞争就是创造能力的竞争，作为核算这部分能力的价值的商誉，对于衡量企业未来的竞争优势，从而判断企业的投资价值可谓至关重要，因此有理由相信商誉确认所增加的决策相关性会远远弥补其估计的不精确性。
因此，商誉应该作为一项资产被确认。

四、企业商誉的组成及核心

商誉的经济含义是企业收益水平与行业平均收益水平差额的资本化价格。
商誉的组成及核心是由顾客形成的良好声誉、企业管理卓著、经营效率较好、生产技术的垄断以及地理位置的天然优势所产生的。

五、商誉减值新规对市场有何影响

盘面观察周一市场震荡反弹，沪指向上试探2700点。
盘面观察，创投、券商、房地产、雄安新区等板块涨幅居前，文化传媒、钢铁等板块下挫。
截至收盘，沪指报2703.51点，涨幅0.91%；
深成指报8108.85点，涨幅0.58%；
创指报1394.4点，跌幅0.63%。
 ;
 ;
 ;
后市展望截止三季报，两市上市公司商誉1.45万亿元，占企业总资产和净资产总量相对可控，但过去几年传媒、医药、计算机等行业产生较多外延并购，其商誉占净资产的比例分别为25%、22%、18%，商誉结构性问题相对明显。
周末发布的会计监管风险提示8号文有两点显著变化，一是不论是否存在减值迹象，应当至少每年年终进行减值测试，二是被并购标的没有完成对赌，即使做业绩补偿，也要商誉减值。
对于存在大规模商誉的上市公司，明年在披露2022年报时将面临更大的减值压力。
综合看，近期政策一方面放开并购，另一方面严格商誉减值，强化退市机制，目的

依然是引导上市公司去并购优质资产，提高上市公司质量，而不是为激活市场活力而全盘放松，任由资金瞎炒。

结合近期市场处于情绪修复阶段，尽管不少个股短期涨幅惊人，甚至部分濒临退市的品种也因游资介入“回光返照”，现阶段“歌舞升平”的表象并不意味着风险的缓和，毕竟情绪修复终有时间和空间的限制。

即使当前投资者仅以超跌反弹的心态参与，也依然不要忽视上市公司基本面存在的“硬伤”。

操作策略反弹修复进行中，新一轮大规模减税降费举措将有望推出，建议关注外资举牌、国企改革、科技龙头等主题修复机会。

【投资顾问陈达，执业证书编号：S0260611010020】

六、商誉的价值

（一）商誉的价值因素

商誉是一种特殊的商品，其评估价值取决于它的使用价值。

这里的使用价值不同于以往各种价值学说中的效用的概念，而应该被赋予新的涵义。

商誉作为一种观念性的、无形的资产或商品，其使用价值是企业的生存、竞争、发展及获利能力，而生产、造就这种价值的过程就是商誉的价值形成过程。

商誉的投入是一个综合性投入，不是个别单项投入。

它包含技术改造投入、广告投入、职工培训投入、管理队伍建设投入、高效管理制度创建的投入、销售网络建设的投入、CI战略实施的投入，以及其他投入等等。

这些投入都有利于企业生存、竞争、发展及获利能力的提高。

在这些投入中，其中物化劳动和活劳动已分别摊销到产品、有形资产的价值以及工资等成本费用中去了，还有一部分投入并未在企业帐务中反映出来，而是积淀下来，转化成一种能力，或是提高产品质量，或是提高生产效率，或是增强企业凝聚力、抗风险能力、创新能力，从而提高企业知名度，改善企业形象，扩大企业影响范围。

正是这些使企业在市场经济中得以生存、立足，并不断发展壮大，从而为企业带来超额利润，这正是商誉的价值所在。

（二）、商誉的使用价值及其特点 商誉的使用价值是企业的生存、竞争、发展及获利能力，我们不能把它片面地理解为获利能力。

在理解认识商誉的价值和使用价值时，不能仅从获利能力或者获取超额利润能力来理解和认识，应当把企业的生存、竞争、发展及获利能力作为一个统一的有机整体来理解和认识。

考察一个企业商誉价值的高低、商誉的优劣，应从企业生存能力、竞争能力、发展能力及获利能力等多方面考察评价。

我们说商誉的使用价值决定其评估价值，如果其使用价值为社会所需，即某商誉能为企业创造或带来生存、竞争、发展、获利能力，那么其价值就能够实现，而且这种能力越强，在没有异常因素的影响下，价值一般也就越高。

如果某个商誉不能增强企业的这些能力，不能为企业带来超额利润，那么就表明生产这种商誉的劳动不为社会所承认，不能形成价值，评估结果就表现为零值甚至是负值。

企业愿意花巨额去购置一个一个有商誉的企业，是为了获取其使用价值，然后利用其使用价值及其他生产要素去挖掘和拓展其使用价值，从而最终实现价值。

资产的效用主要在于满足企业创造未来有利现金流动的欲望。

基于同样的观念，美国财务会计准则委员会（FASB）以未来经济效益来定义资产。

商誉之所以成为企业的一项资产，正是由于它使企业具备生存、竞争、发展和获利能力。

一般说来，产权交易中商誉的买方或受让者，包括商誉在内的企业整体的购买者，在购买时，尚不能准确测定其使用价值的大小，要与企业原有的能力融合，改进产品，提高企业形象，因此其价值形成阶段并未完成，还需在企业未来的发展中确定其使用价值的大小，资产评估只是对其能力（生存、竞争、发展、获利）基于现在某一时点的估计，因而得出的评估价值也只是对未来超额收益的一种估计。

七、商誉减值新规对市场有何影响

八、商誉对企业价值的影响？

商誉实际上是对价与被购买方可辨认净资产公允价值的差，换言之，是花了钱但不知道是什么的东西（因为知道的东西都已经确认了资产和负债）。

通常，商誉的产生主要由于1）资源的整合效应；

2）未来收益的折现等因此，但都属于不太靠谱的东西，所以，商誉作为一项资产风险比较高，反映的是被收购企业的价值。

九、商誉增加能说明什么

商誉通常是指企业在同等条件下，能获得高于正常投资报酬率所形成的价值。这是由于企业所处地理位置的优势、或是由于经营效率高、历史悠久、人员素质高等多种原因，与同行企业比较，可以获得超额利润。

商誉是指能在未来期间为企业经营带来超额利润的潜在经济价值，或一家企业预期的获利能力超过可辨认资产正常获利能力（如社会平均投资回报率）的资本化价值。

商誉是企业整体价值的组成部分。

在企业合并时，它是购买企业投资成本超过被合并企业净资产公允价值的差额。

商誉增加可能说明：1、企业在扩充自身的产业链，弥补自身不足之处，因此不惜溢价收购；

2、表示企业近段时间现金流量多；

3、收购后企业存在溢价，因此商誉增加。

温馨提示：以上内容仅供参考。

应答时间：2022-12-24，最新业务变化请以平安银行官网公布为准。

参考文档

[下载：商誉是怎么形成的对上市公司有什么影响.pdf](#)

[《股票分红送股多久才能买卖》](#)

[《股票跌停板后多久可以买入》](#)

[《拍卖股票多久能卖》](#)

[《股票交易后多久能上市》](#)

[《股票卖的钱多久到》](#)

[下载：商誉是怎么形成的对上市公司有什么影响.doc](#)

[更多关于《商誉是怎么形成的对上市公司有什么影响》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/book/22496670.html>