

附件

商标资产评估指导意见

第一章 总则

第一条 为规范商标资产评估行为，保护资产评估当事人合法权益和公共利益，根据《资产评估执业准则——无形资产》制定本指导意见。

第二条 本指导意见所称商标资产，是指商标权利人拥有或者控制的，能够持续发挥作用并且能带来经济利益的注册商标权益。

第三条 本指导意见所称商标资产评估，是指资产评估机构及其资产评估专业人员遵守法律、行政法规和资产评估准则，根据委托对评估基准日特定目的下的商标资产价值进行评定和估算，并出具资产评估报告的专业服务行为。

第四条 执行商标资产评估业务，应当遵守本指导意见。

第二章 基本遵循

第五条 资产评估机构及其资产评估专业人员开展商标资产评估业务，遵守法律、行政法规的规定，坚持独立、客观、公正的原则，诚实守信，勤勉尽责，谨慎从业，遵守职业道德规范，自觉维护职业形象，不得从事损害职业形象的活动。

第六条 资产评估机构及其资产评估专业人员开展商标资产评估业务，应当独立进行分析和估算并形成专业意见，拒绝委托人或者其他相关当事人的干预，不得直接以预先设定的价值作为评估结论。

第七条 执行商标资产评估业务，应当具备商标资产评估的专业知识和实践经验，能够胜任所执行的商标资产评估业务。

执行某项特定业务缺乏特定的专业知识和经验时，应当采取弥补措施，包括利用专家工作及相关报告等。

第八条 执行企业价值评估中的商标资产评估业务，应当了解在对持续经营前提下的企业价值进行评估时，商标资产作为企业资产的组成部分的价值可能有别于作为单项资产的价值，其价值取决于它对企业价值的贡献程度。

第九条 执行商标资产评估业务，应当在考虑评估目的等因素的基础上，恰当选择价值类型。

以质押为目的可以选择市场价值或者市场价值以外的价值类型，以交易为目的通常选择市场价值或者投资价值，以财务报告为目的通常根据会计准则相关要求选择相应的价值类型。

第十条 执行商标资产评估业务，应当合理确定评估假设和限制条件。

第三章 评估对象

第十一条 商标资产评估对象是指受法律保护的注册商标权益。

执行商标资产评估业务，应当明确商标资产的权利属性。评估对象为商标专用权的，应当关注商标是否已经许可他人使用及具体许可形式。评估对象为商标许可权时，应当明确该权利的具体许可形式、内容和期限。

第十二条 注册商标包括商品商标、服务商标、集体商标、证明商标。商标资产评估涉及的商标通常为商品商标和服务商标。

第十三条 执行商标资产评估业务，应当要求委托人明确商标的基本状况，通常包括：

（一）商标的文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合及其说明，商标注册号、注册期限及核准的注册类别；

（二）商标的取得，包括原始取得和继受取得，以及商标注册、转让和继承程序办理情况；

（三）指定使用注册商标的商品或者服务项目；

（四）在类似商品或者服务上注册的相同或者近似的商标情况。

第十四条 执行商标资产评估业务，应当关注商标资产的法律状态。商标资产的法律状态通常包括商标注册人及变更情况，商标续展情况，商标专用权质押情况，商标专用权权属纠纷及涉及诉讼情况等。

第十五条 执行商标资产评估业务，应当根据具体情况将评估对象确定为单一商标或者商标组合。

对商标专用权评估时，应当将商标注册人在相同或者类似商品和服务上注册的相同或者近似的商标作为商标组合。

第十六条 执行商标许可权资产评估业务，应当要求委托人提供商标登记机关的备案资料或者有关商标许可约定的书面文件。

第十七条 执行注册商标专用权质押资产评估业务，应当关注注册商标专用权的历史质押记录，以及对相同或者类似商品或者服务上注册的相同或者近似商标一并办理质权登记的情况。

第四章 操作要求

第十八条 执行商标资产评估业务，应当对商标资产相关情况进行调查，包括必要的现场调查、市场调查，并收集相关资料等。

调查过程中收集的相关资料通常包括：

- （一）商标注册人和商标使用人的基本情况；
- （二）商标的权属及登记情况；包括注册、变更、许可、续展、质押、纠纷及诉讼等；
- （三）对商标的知晓程度；
- （四）相关商品或者服务的销售渠道和销售网络等；
- （五）商标使用的持续时间；

（六）商标宣传工作的持续时间、程度、费用和地理范围；

（七）与使用该商标的商品或者服务相关的著作权、专利、专有技术等其他无形产权利的情况；

（八）宏观经济发展和相关行业政策与商标商品或者服务市场发展状况；

（九）商标商品或者服务的使用范围、市场需求、同类商品或者服务的竞争状况；

（十）商标使用、收益的可能性和方式；包括实施企业财务状况、行业竞争地位、未来发展规划等；

（十一）近似商标近期的市场交易情况；

（十二）商标以往的评估及交易情况；

（十三）商标权利维护方面的情况，包括权利维护方式、效果、成本费用等。

第十九条 执行商标资产评估业务，应当尽可能获取与商标资产使用相关的财务数据或者经审计的财务报表，对商标资产的相关财务数据进行必要的分析。

第二十条 执行商标资产评估业务，应当了解商标资产与相关有形资产以及专利权、专有技术和著作权等无形资产共同发挥作用的情况，并考虑其对商标资产价值的影响。

第二十一条 执行商标资产评估业务，应当分析商标商品或者服务的市场需求，关注商标的美誉度、认知度以及商

标商品或者服务在相关行业的市场竞争力等因素对商标资产价值的影响。

第二十二条 执行注册商标专用权法律诉讼资产评估业务，应当关注相关案情基本情况，经过质证的资料，以及注册商标专用权的历史诉讼情况。

第二十三条 确定商标资产价值的评估方法包括市场法、收益法和成本法三种基本方法及其衍生方法。

执行商标资产评估业务，应当根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集等情况，分析上述三种基本方法及其衍生方法的适用性，选择评估方法。

第二十四条 运用收益法进行商标资产评估时，应当合理确定预期收益。

商标资产的预期收益应当是因商标的使用而额外带来的收益，可以通过增量收益、节省许可费、收益分成或者超额收益等方式估算。确定预期收益时，应当区分并剔除与商标无关的业务产生的收益，并关注商标商品或者服务所属行业的市场规模、市场地位及相关企业的经营情况。

第二十五条 采用收益法评估商标资产时，应当根据具体情况选择恰当的收益口径。可以按照销售收入、利润或者现金流等口径估算商标资产预期产生的收益。

第二十六条 采用收益法评估商标资产时，应当合理确定商标资产收益期限。收益期限可以通过分析商标商品或者

服务所属行业的发展趋势，通过综合考虑法律保护期限、相关合同约定期限、商标商品的产品寿命、商标商品或者服务的市场份额及发展潜力、商标未来维护费用、所属行业及企业的发展状况、商标注册人的经营年限等因素确定。

第二十七条 采用收益法进行商标资产评估时，应当合理确定折现率。折现率可以通过分析评估基准日的利率、投资回报率，以及商标商品生产、销售实施过程中的技术、经营、市场等因素确定。商标资产折现率应当有别于企业或者其他资产折现率。商标资产折现率可以采用无风险报酬率加风险报酬率的方式确定。商标资产折现率口径应当与预期收益的口径保持一致。

第二十八条 采用市场法进行商标资产评估时，应当对收集的可比交易案例与评估对象进行比较，分析时可以从交易时间、权利种类或形式、交易方的关系、获利能力、竞争能力、预计收益期限、商标维护费用、风险程度等方面的差异进行比较。

第二十九条 采用成本法进行商标资产评估时，应当考虑商标资产价值与成本的相关程度，恰当考虑成本法的适用性。

商标重置成本包括合理成本、利润和相关税费等。

第三十条 采用成本法进行商标资产评估时，应当关注评估对象的贬值。

第五章 披露要求

第三十一条 编制商标资产评估报告应当反映商标资产的特点，通常包括下列内容：

- （一）商标注册人的基本情况；
- （二）商标的基本情况；
- （三）商标商品或者服务的基本情况；
- （四）商标商品或者服务的生产、销售中涉及的著作权、专利、专有技术等其他无形资产情况；
- （五）商标资产产生收益的方式；
- （六）商标剩余法定保护期限以及预计收益期限；
- （七）对影响商标资产价值因素的分析过程；
- （八）使用的评估假设和限制条件；
- （九）商标资产许可、转让、诉讼以及质押等情况；
- （十）其他必要说明。

第六章 附则

第三十二条 本指导意见自 2017 年 10 月 1 日起施行。中国资产评估协会于 2011 年 12 月 30 日发布的《关于印发〈商标资产评估指导意见〉的通知》（中评协〔2011〕228 号）同时废止。