



## 资产评估师《资产评估实务(二)》考前速记

## 知识点：无形资产的形式特征

形式特征	(1) 非实体性	(最显著的基本特征) 不存在实体性贬值
	(2) 排他性	也称为垄断性或独占性, 是指无形资产特定权利只与特定主体有关。凡不能排他或者不需要任何代价就能获得的, 都不属于无形资产。
	(3) 效益性	(最本质特征) 这一经济效益很大程度上属于超额盈利, 无形资产的使用能为企业带来超过一般企业的盈利水平。
	(4) 成本的不完整性	研究阶段——费用化处理, 开发阶段——有条件资本化 成本核算不完整, 形成账外无形资产。
	(5) 成本与价值的弱对应性	研究成果很大不确定性表现: ①研发投入与研发成果之间的投入产出关系的不确定 ②研发投入的数量与研发成果质量之间的不确定。

## 知识点：无形资产的功能特征

功能	(1) 依附	无形资产没有实物主体, 所以必须依附于一
----	--------	----------------------



特征性	<p>定的实物载体才能够发挥作用。</p> <p>①专利技术与专有技术：借助于单台设备、机组、生产线及其工艺发挥；</p> <p>②商标及品牌：借助于商品或服务表现；</p> <p>③著作权：借助于影视作品、小说、图书、软件等物质载体表现；</p> <p>④商誉：通过整体企业的经营管理水平和效益体现。</p>
(2) 共益性	<p>一项无形资产可以在不同的地点、同一时间、由不同的主体所使用。无形资产的界定需要根据其权益界限来判断。</p>
(3) 积累性(动态)	<p>无形资产的成熟程度、影响范围和获利能力处于不断积累和演进中。</p>
(4) 替代性	<p>一种技术取代另一种技术、一种工艺替代另一种工艺等。</p> <p>这一特性也反映了其获利不稳定，会涉及预测无形资产的有效作用期间。</p>

### 知识点：无形资产分类：

#### (1) 按取得无形资产的方式分类

①自创无形资产：自创专利权、自创商标权、自创技术秘密及客



户关系等。

②外部取得无形资产：从外部购入、接受投资、接收捐赠。

(2) 按无形资产能否辨认分类

①可辨认无形资产

②不可辨认无形资产：商誉，不能脱离企业整体而单独进行。

(3) 按无形资产是否有专门法律保护分类

①有专门法律保护的无形资产：专利权、商标权、著作权。

②无专门法律保护的无形资产：技术信息、经营信息等商业秘密。

(4) 按无形资产的性质和属性分类

①知识型无形资产：智力劳动成果，工业产权、著作权。

②权利型无形资产：契约形式，租赁权、特许经营权和专卖权。

③关系型无形资产：非契约性的信任关系，客户关系、销售网络和专家网络。

④组合型无形资产：综合，商誉。

**知识点：评估方法选择需要综合分析三种基本方法的适用性**

方法	适用情形	常见举例
成本法	①具有可替代性，即其功能作用易于被其他无形资产替代 ②重置该无形资产技术上可行、成本易于计量	计算机软件著作权资产



	<p>③重置该无形资产法律上可行</p> <p>总结：可替代、可计量、法可行</p> <p>【提示】无法重置或者其价值不能以其研发凝聚的一般物化劳动来衡量，排除成本法。</p>	
收益法	<p>①替代性弱或不具有替代性（如专利、专有技术和著作权等）；</p> <p>②经过长时间积累出来的（如老字号商标、商誉等）；</p> <p>③特定权力许可（如特许经营权）</p> <p>总结：弱替、长时、特权</p>	技术、顾客关系、商标、特许经营权
市场法	可比案例的收集	技术或专利资产、域名

【提示】收益法的应用更为广泛。

### 知识点：收益额的确定

增量收益估算	收入增长型	$R = (P_2 - P_1) \times Q$ $R = (Q_2 - Q_1) \times (P - C)$
	费用节约型	$R = (C_1 - C_2) \times Q$
	与行业平均水平比较	无形资产增量收益额



		$= \text{企业收益额} - \text{净资产总额} \times \text{行业平均收益率}$
超额收益估算	<p>超额收益=企业的全部收益-归属于企业有形资产带来的收益</p> $R = P - T$	
收益分成估算	<p>无形资产收益额</p> $= \text{销售收入} \times \text{销售收入分成率}$ $= \text{销售利润} \times \text{销售利润分成率}$ <p>转换:</p> $\text{销售收入分成率} = \text{销售利润分成率} \times \text{销售利润率}$ $\text{销售利润分成率} = \text{销售收入分成率} \div \text{销售利润率}$ <p>其中: <math>\text{销售利润率} = \text{销售利润} / \text{销售收入}</math></p>	<p>常用分成率测算方法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 约当投资分成法</li> <li>2. 经验数据法</li> <li>3. 要素贡献法</li> </ol>

知识点: 无形资产重置成本的测算



(1) 自创无形资产的重置成本	<p>①重置核算法</p> <p>重置成本=直接成本+间接成本+资金成本+合理利润</p> <p>无形资产直接成本</p> $= \Sigma(\text{物质资料实际消耗量} \times \text{现行价格}) + \Sigma(\text{实耗工时} \times \text{现行费用标准})$ <p><b>【提示】</b>直接成本不能按现行消耗量计算而按实际消耗量计算,因为无形资产是发明创造,无法模拟现有条件的成本费用。</p>
	<p>②倍加系数法</p> $\text{重置成本} = \frac{C + \beta_1 V}{1 - \beta_2} \times (1 + L)$ <p>C——无形资产研发中的物化劳动消耗;V——无形资产研发中活劳动消耗;</p> <p><math>\beta_1</math>——科研人员创造性劳动倍加系数; <math>\beta_2</math>——科研的平均风险系数;</p> <p>L——无形资产投资报酬率。</p>
(2) 外购无形资产的重置成本	<p>①市价类比法</p> <p>在无形资产交易市场中选择类似的参照物,再进行适当调整,确定其现行购买价格。</p>
	<p>②价格指数法</p>



	$\text{重置成本} = \text{无形资产账面历史成本} \times \frac{\text{评估基准日价格指数}}{\text{购建时价格指数}}$
--	--

### 知识点：外部信息的获取途径

1. 学术及法律出版物——图书馆、中国知网
2. 行业出版物或相关网站

——综合性的知识产权信息网站、知识产权学/协会网站、港澳台地区重要知识产权网站、美国重要知识产权网站、其他国家知识产权网站等。

3. 新闻来源

关注时效性、可靠性以及交易细节的信息收集。

4. 司法判例

国内外相关审判案例可以作为无形资产侵权诉讼赔偿评估的参考。

5. 政府监管部门——知识产权管理、登记、查询和处罚等职能

国家版权局：著作权

国家知识产权局专利局：专利

国家知识产权局商标局：商标

6. 专业数据提供商

### 知识点：无形资产清查核实的主要方法



- (1) 查验资料;
- (2) 访谈;
- (3) 函证;
- (4) 现场调查。

#### 知识点：无形资产收益期限的确定方法

- (1) 法定年限法;
- (2) 更新周期法;
- (3) 剩余经济寿命预测法。

#### 知识点：常用分成率测算方法

- (1) 约当投资分成法;
- (2) 经验数据法;
- (3) 要素贡献法。

#### 知识点：无形资产运营中的风险

- (1) 宏观风险：政策风险、法律风险、市场风险、技术（替代）风险等。
- (2) 微观风险：研发风险、资产管理风险、财务风险和商业化风险等。

#### 知识点：无形资产折现率的测算方法





- (1) 风险累加法;
- (2) 回报率拆分法。

### 知识点：无形资产成本的特征

- (1) 不完整性;
- (2) 弱对应性;
- (3) 虚拟性（象征性）。

### 知识点：无形资产贬值的特征

① 实体性贬值	由于无形资产没有实体，一般不适用实体性贬值概念；
② 功能性贬值	指无形资产由于无法完成其最初设计功能，随着时间的推移，由于技术的改进或者替代，效用降低，从而使价值降低；
③ 经济性贬值	是指由于无形资产现使用条件以外的事件或者条件以及自身无法控制的影响造成价值降低。（如国家相关发展政策的影响、市场需求变化）
特定无形资产可能没有贬值因素，例如商标，随着知名度增加，反而会提升价值。	



### 知识点：无形资产贬值率的测算方法

- (1) 专家鉴定法;
- (2) 剩余经济寿命预测法

### 知识点：专利的类型

- (1) 发明专利;
- (2) 实用新型专利;
- (3) 外观设计专利。

### 知识点：专利权申请的原则

- (1) 诚实信用原则;
- (2) 书面原则;
- (3) 单一性原则;
- (4) 先申请原则;
- (5) 优先权原则。

### 知识点：专利资产的法律特征

- (1) 专利资产的时效性;
- (2) 专利资产的地域性;
- (3) 专利资产的约束性。

### 知识点：专利资产的技术特性



- (1) 专利资产的技术公开性;
- (2) 专利资产的技术可能存在着不完整性;
- (3) 专利资产的技术可能存在不成熟性。

#### 知识点：专利资产的经济特征

- (1) 专利资产具有垄断收益;
- (2) 专利资产的收益不稳定性;
- (3) 专利资产的研发成本不易界定;
- (4) 专利资产之间的可比性弱。

#### 知识点：商标的分类

<p>(1) 按商标的构成分类</p>	<p>分为文字商标、图形商标、符号商标、文字图形组合商标、色彩商标、三维标志商标、声音商标等。</p> <p><b>【拓展】</b>三维标志商标是由三维要素组成的视觉商标，又称外形商标。它是以一定的立体形状作为商品的标记。故而三维商标又被称作为立体商标。</p>	
<p>(2) 按商标的作用分类</p>	<p>① 商品商标;</p> <p>② 服务商标;</p> <p>③ 集体商标;</p>	<p>集体商标是指以团体、协会或者其他组织名义注册，供该组织成员在商事活动中使用，以表明使用者在该组织中的成员资格的标志;</p> <p>证明商标是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制，而由该组织以</p>



	④ 证明 商标。	外的单位或者个人使用于其商品或服务，用以证明该商品或服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志。如绿色食品标志。
--	-------------	---

(3) 按商 标的功能 分类	① 经常 使用的 商标；	经常使用的商标是指单位在生产经营中经常使用的商标； 防御商标是为了防止他人侵犯而申请使用一系列与自己商标近似而又相互联系
	② 防御 商标；	的商标；
	③ 联合 商标；	联合商标是将同一商标在不同商品上注册，阻止别人在其他商品上使用自己已经
	④ 扩展 商标；	注册的商标； 扩展商标是指在同一商标的基础上，进行
	⑤ 备用 商标。	一系列的扩展注册，如注册汉字商标后，还注册英文的意译商标、音译商标。
(4) 按商 标的享誉 程度分类	普通商 标； 驰名商 标	在我国，驰名商标是国家知识产权局商标局根据企业的申请而认定的。
(5) 按商	注册商	普通的非注册商标不受法律保护。



标是否享 受法律保 护分类	标; 非注册 商标。	商标资产的评估,指的是注册商标专用权 的评估。
---------------------	------------------	----------------------------

### 知识点: 商标注册申请的原则

- (1) 自愿注册原则;
- (2) 先申请原则;
- (3) 优先权原则。

### 知识点: 商标资产的特征

#### (1) 形式特征

- ① 商标资产通常为商品商标权和服务商标权;
- ② 商标资产通常为驰名商标;
- ③ 商标资产可以是独立的商标权或以商标权为核心的资产组合。

#### (2) 价值特征

- ① 对商标标识的商品或服务的数量和质量具有相对依附性;
- ② 商标资产需要相关技术和管理支撑;
- ③ 广告宣传和营销管理对商标资产的价值具有维持和助推作用;
- ④ 商标资产具有扩展能力。

#### (3) 法律特征。

- ① 商标资产的时效性;

②商标资产的地域性;

③商标资产的约束性。

### 知识点：商标资产价值影响因素

- (1) 宏观经济状况;
- (2) 商标的市场影响力;
- (3) 商标声誉的维护;
- (4) 商标权所依托的商品;
- (5) 商标权的法律状态;
- (6) 商标的使用方式;
- (7) 类似商标的交易情况。

### 知识点：著作权内容

人身权	(1) 发表权	即决定作品是否公之于众的权利。
	(2) 署名权	即表明作者身份，在作品上署名的权利。
	(3) 修改权	即修改或者授权他人进行修改的权利。
	(4) 保护作品完整权	即保护作品不受歪曲、篡改的权利。
财产权： 可转	(5) 复制权	即以印刷、复印、拓印、录音、录像、翻录、翻拍、数字化等方式将作品制作一份或者多份的权利。



让、继承、交易。	(6) 发行权	即以出售或者赠与方式向公众提供作品的原件或者复制件的权利。
	(7) 出租权	即有偿许可他人临时使用视听作品、计算机软件的原件或者复制件的权利，计算机软件不是出租的主要标的的除外。
	(8) 展览权	即公开陈列美术作品、摄影作品的原件或者复制件的权利。
	(9) 表演权	即公开表演作品，以及用各种手段公开播送作品的表演的权利。
	(10) 放映权	即通过放映机、幻灯机等技术设备公开再现美术、摄影、视听作品等的权利。
	(11) 广播权	即以有线或者无线方式公开传播或者转播作品，以及通过扩音器或者其他传送符号、声音、图像的类似工具向公众传播广播的作品的权利，但不包括本款第十二项规定的权利。
	(12) 信息网络传播权	即以有线或者无线方式向公众提供作品，使公众可以在其个人选定的时间和地点获得作品的权利。
	(13) 摄制权	即以摄制视听作品的方法将作品固定在载体上的权利。
	(14) 改编权	即改变作品，创作出具有独创性的新作品的权



		利。
(15) 翻译权		即将作品从一种语言文字转换成另一种语言文字的权利。
(16) 汇编权		即将作品或者作品的片段通过选择或者编排，汇集成新作品的权利。
(17)		应当由著作权人享有的其他权利。

### 知识点：著作权资产价值影响因素

#### 1. 宏观经济状况

- (1) 著作权使用区域的社会环境；
- (2) 著作权使用区域的经济环境。

#### 2. 市场需求状况

#### 3. 著作权所依托的作品

- (1) 作品所处的产业及相关政策；
- (2) 作品的类型；
- (3) 作品的内容；
- (4) 作品作者的知名度；
- (5) 作品的生产制作能力；
- (6) 作品的发表情况。
- (7) 作品的已传播情况

#### 4. 著作权资产的运营模式





## 5. 著作权资产的法律状态

## 知识点：企业的主要特点

- (1) 盈利性；
- (2) 持续经营性；
- (3) 整体性；
- (4) 权益可分性。

## 知识点：企业价值的影响因素

影响因素	说明	举例
宏观环境因素 (宏观)	政治环境、宏观与区域经济、法律法规、有关货币和财政政策、技术进步以及社会和文化等因素	利率调整、疫情影响
行业发展状况 (中观)	行业政策环境，行业经济特征，行业市场特征，行业竞争情况，行业特有的经营模式，行业的周期性、区域性和季节性特征，企业所在行业与上下游行业之间的关联性，上下游行业发展对本行业发展的有利和不利影响等	新能源、家电
企业发展状况	企业层面：企业发展、业务和经营战略，企业生产经营模式，盈利模式，业务或产品的种类	



(微观)	<p>及结构, 生产能力, 行业竞争地位, 产业链关系(与供应商和客户的关系), 资本结构, 会计政策, 生产经营管理方式, 人力资源, 企业管理水平以及关联交易情况等</p> <p>资产层面: 与企业拥有的具体资产利用方式、利用程度、利用范围以及利用效果等</p>	
------	---	--

### 知识点: 企业价值评估的对象

- (1) 企业整体权益;
- (2) 股东全部权益;
- (3) 股东部分权益。

### 知识点: 企业价值评估中的主要价值类型

- (1) 市场价值;
- (2) 投资价值;
- (3) 清算价值。

### 知识点: 企业价值评估的基本假设

- (1) 交易假设;
- (2) 公开市场假设;
- (3) 持续经营假设;
- (4) 清算假设。



### 知识点：企业价值评估信息收集的原则

- (1) 可靠性原则；
- (2) 相关性原则；
- (3) 有效性原则；
- (4) 客观性原则；
- (5) 经济性原则。

### 知识点：行业生命周期

生命周 期	特点
初 创 阶 段	①资本来源有限，投入不足 ②收益较低 ③风险较大：经营风险；市场风险；破产风险 初创阶段后期，随着行业生产技术进步、成本降低及市场的扩大，新行业高风险低收益的状况会逐步改善
成 长 阶 段	①由于消费者对产品的要求不断提高以及进入该行业的公司不断增多，引起行业内竞争日趋激烈 ②公司规模的不不断扩大引致对于融资方式及渠道的选择带来财务风险 ③经营风险和财务风险引起的公司破产和兼并风险



	经营策略正确，具备强大的研发、生产能力，融资渠道畅通的企业会在竞争中胜出，并通过并购重组不断扩大规模，使得行业内的企业数量不断减少并稳定下来，整个行业开始走向成熟
成熟阶段	<ul style="list-style-type: none"> <li>①生产技术和工艺逐渐成熟</li> <li>②市场需求比较稳定</li> <li>③利润较高</li> <li>④风险较小</li> <li>⑤行业增长速度放缓</li> </ul>
衰退阶段	<ul style="list-style-type: none"> <li>①新产品和大量替代品出现</li> <li>②原行业的市场需求开始逐渐萎缩，产品的销售量也开始下降</li> <li>③行业内企业着手退出向其他成长性更强或利润更高的行业转移</li> </ul>

### 知识点：SWOT 分析

- (1) 优势 (S)；
- (2) 劣势 (W)；
- (3) 机会 (O)；
- (4) 威胁 (T)。

### 知识点：波士顿矩阵四种业务类型



问 题 业务	<p>指高增长、低市场份额的公司业务。</p> <p>大多数业务都是从问题业务开始,即公司力图进入一个已有市场领先者占据的高速增长的市场。</p> <p>这类业务通常处于最差的现金流状态。</p>
明 星 业务	<p>如果问题业务成功了,它就变成了一项明星业务。</p> <p>明星业务是高速增长市场中的市场领导者。</p> <p>为了保护或拓展明星业务在增长的市场中占主导地位,公司必须花费大量资金以跟上高速增长的市场,并击退竞争者。</p> <p>明星业务常常是有利可图的,并且是公司未来的现金牛业务。</p>
现 金 牛 业 务	<p>当市场的年增长率下降到一定比率以下,但继续保持较大的市场份额,那么明星业务就变成了现金牛业务。</p> <p>现金牛业务会为企业带来大量财源。</p> <p>公司用现金牛业务支付所需要的资金支出并支持明星类、问题类和瘦狗类业务,因为这些业务常常需要大量的资金支持。</p>
瘦 狗 业务	<p>市场增长率低,市场份额也低的公司业务。</p> <p>一般来说,这类业务处于饱和的市场当中,竞争激烈,可获得利润极小,不能成为公司主要资金来源。</p> <p>①如果这类业务还能自我维持,则应缩小经营范围,加</p>



	<p>强内部管理;</p> <p>②如果这类业务已彻底失败, 公司应当及时采取措施, 清理业务或退出经营领域。</p>
--	---

### 知识点：股利分配政策

模式	定义	要点
剩余股利政策	在公司有着良好的投资机会时, 根据一定的目标资本结构(最佳资本结构), 测算出投资所需的权益资本, 先从盈余当中留用, 然后将剩余的盈余作为股利予以分配。	根本理由是为了保持理想的资本结构, 使加权平均资本成本最低。
固定或持续增长股利政策	将每年发放的股利固定在某一相对稳定的水平上并在较长时间内不变, 只有当公司认为未来盈余会显著地、不可逆转地增长时, 才提高年度的股利发放额。	<p>优点: ①向市场传递公司正常发展的信息。</p> <p>②有利于投资者安排股利收入和支出。</p> <p>缺点: ①资金短缺。</p> <p>②不能像剩余股利政策那样保持较低的资本成本。</p>
固定股利	确定一个股利占盈余的比率, 并长期按此比率支付股利的	优点: 能使股利与公司盈余紧密地配合, 以体现多



支付政策。 率政策 策		盈多分、少盈少分、无盈不分的原则。  缺点：各年的股利变动较大，容易造成公司不稳定的感觉，对稳定股票价格不利。
低正常股利加额外股利政策	公司一般情况下每年只支付固定的、数额较低的股利，在盈余多的年份，再根据实际情况向股东发放额外股利。	优点：具有较大灵活性；使一些依靠股利度日的股东每年至少可以得到虽然较低但比较稳定的股利收入，从而吸引住这部分股东。

### 知识点：定性预测方法

- (1) 一般调查预测法；
- (2) 集体意见预测法；
- (3) 头脑风暴预测法；
- (4) 德尔菲预测法；
- (5) 因素分析预测法；
- (6) 对比类推预测法；
- (7) 主观概率预测法。



### 知识点：定量预测方法

#### (1) 平均预测法

- ①算术平均预测法；
- ②加权算术平均预测法；
- ③几何平均预测法；
- ④一次移动平均预测法；
- ⑤二次移动平均预测法。

#### (2) 指数平滑预测法

#### (3) 趋势外推法

#### (4) 回归分析预测法

### 知识点：收益法的适用性

- (1) 被评估企业满足持续经营假设；
- (2) 被评估企业未来收益可预测；
- (3) 所获取评估资料的充分性。

### 知识点：收益法的局限性

- (1) 受市场条件制约（ $\beta$  的计算）；
- (2) 受企业营运期影响（收益期的预测）；
- (3) 部分评估参数对评估结果的影响非常敏感（折现率、增长率）；
- (4) 具有较强的主观性（收益期、收益额、折现率）。





### 知识点：市场法应用的基本原则

- (1) 可比性原则；
- (2) 可获得性原则；
- (3) 及时性原则；
- (4) 透明度原则；
- (5) 有效性原则。

### 知识点：市场法的适用前提

- (1) 市场有效性；
- (2) 数据充分性；
- (3) 数据时效性。

### 知识点：市场法的局限性

- (1) 资本市场波动较大；
- (2) 难以寻找与被评估企业相同或类似的可比对象；
- (3) 价值影响因素难以考虑周全；
- (4) 主观判断空间大。

### 知识点：资产基础法评估各项资产的假设前提

- (1) 最佳使用假设
- (2) 持续使用假设
- ①现状使用假设；





②原地续用假设;

③异地使用假设。

(3) 清算假设

①有序变现假设;

②强制变现假设。

### 知识点：资产基础法的适用前提

(1) 在资产继续使用假设下进行的企业价值评估;

(2) 可以取得充分的历史资料情况下的企业价值评估;

(3) 无法确定企业盈利状况并难以在市场上找到参照企业情况下的企业价值评估。

### 知识点：资产基础法的局限性

(1) 采用资产基础法难以发掘某些无形资产对企业创造的价值;

(2) 资产基础法评估通常所用的时间较长、成本较高;

(3) 采用资产基础法难以体现企业整体获利能力。