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资产权利的情况；

（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。