

知识产权是企业市场竞争的利器

以知识产权为主体的无形资产

是创造社会财富的核心资源

企业知识产权评估 方法与实践

刘璘琳◎著

Intellectual
Property

知识产权是企业市场竞争的利器
以知识产权为主体的无形资产
是创造社会财富的核心资源

企业知识产权评估 方法与实践

刘璘琳◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

企业知识产权评估方法与实践/刘璘琳著.

—北京: 中国经济出版社, 2018. 9

ISBN 978 - 7 - 5136 - 5330 - 5

I. ①企… II. ①刘… III. ①企业—知识产权—评估方法 IV. ①D913. 04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 197740 号

责任编辑 葛 晶

责任印制 马小宾

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京力信诚印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 11. 25

字 数 156 千字

版 次 2018 年 9 月第 1 版

印 次 2018 年 9 月第 1 次

定 价 48. 00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

| 前 言 |

随着互联网技术的发展，知识正以前所未有的速度、深度和广度被创造、传播和更迭。知识在人们经济生活中起着无可替代的作用，知识经济时代已经来临，同时，它也成为各种经济问题的普遍背景。对企业而言，其运用知识的创富能力成为新一代核心竞争力，知识产权已跃居为企业核心资产，这正是知识产权价值的本质。

知识产权评估，是在特定情境下对知识产权这类特殊无形资产价值的认知过程。传统评估方法，源于实物资产的市场实践。基于无形资产的特有属性，继续使用传统方法评估知识产权必然面临诸多问题，评估价值与知识产权资产内在价值相偏离的情况经常出现。本书旨在结合企业知识产权评估实践，厘清传统方法在评估知识产权中的不足，探讨企业在各种情境下开发知识产权实现其价值的新途径，对知识产权评估的高级方法开展可行性分析，为企业、机构和管理部门开展知识产权评估相关实践提供决策参考。

在实际评估过程中，由于知识产权自身的独特性和缺乏统一评判标准，评估工作不可避免地受到相关方主观意愿的影响。在企业评估需求与机构评估规范之间，存在显著的现实性矛盾。本书在对企业知识产权评估现实需求展开调研的基础上，为当前知识产权评估规范提出了修订建议，以期抛砖引玉，同时做一些有益探索。

| 目 录 |

第一部分 知识产权价值评估

第一章 知识产权与价值评估	003
一、知识产权是企业核心资产	003
二、知识产权的概念	004
三、价值评估是知识产权运营基础	008
四、知识产权评估的特征	010
1. 知识产权是企业的无形资产	010
2. 知识产权的法律性	012
3. 知识产权价值的高不确定性	013
第二章 知识产权评估现状	016
一、知识产权评估业务持续增长	016
二、知识产权评估实务的现状调查	018
1. 知识产权评估实务访谈思路	018
2. 知识产权评估访谈的研究设计	021
三、知识产权评估实务访谈结果分析	023
1. 业务状况	024

2. 评估方法	024
3. 影响评估的主观因素	025
4. 评估工具	026
5. 评估规范	027
四、反思与建议	027
第三章 企业知识产权评估需求	029
一、企业知识产权评估需求问卷设计	029
二、企业知识产权评估需求调查过程	030
三、企业知识产权评估需求调查结果分析	030
1. 评估值的影响因素	031
2. 企业期望与实际评估方法的差异性	034
3. 企业干预评估结果	036
4. 企业对知识产权资产评估准则的期望	039

第二部分 知识产权评估的基本方法

第四章 资产评估基本方法概述	045
一、资产评估基本方法	045
二、评估方法的联系与区别	047
1. 资产评估方法之间的联系	047
2. 资产评估方法之间的区别	048
三、资产评估方法的选择	049
第五章 市场法评估知识产权	051
一、市场法评估企业价值	051

1. 市场法评估企业价值的思路	051
2. 市场法评估企业价值的案例	053
二、许可费用节省法	057
1. 许可费节省法的思路	057
2. 许可费节省法的案例	059
三、市场法评估知识产权的局限	062
第六章 成本法评估知识产权	064
一、成本法评估专利技术	064
1. 研制成本	064
2. 交易成本	065
3. 专利费	066
二、成本法评估商标权	074
三、成本法评估著作权	077
四、成本法评估知识产权的局限	078
第七章 收益法评估知识产权	080
一、知识产权的收益额	080
1. 直接途径	080
2. 间接途径	081
二、知识产权评估的折现率	083
1. 风险累加法	083
2. 资本资产定价模型	084
3. 加权平均资本成本模型	084
三、知识产权评估的收益期限	086
四、收益法评估知识产权的案例	087

五、收益法评估知识产权的局限 093

第三部分 知识产权评估的高级方法

第八章 模糊综合评价法 097

一、模糊综合评价法原理 097

二、模糊综合评价法步骤 098

1. 确定评价对象、因素集和评语集 098

2. 确定因素集中因素权重分配向量 A 和评语集因素权重 W ... 098

3. 建立单因素模糊评价矩阵 R 099

4. 进行复合运算，求得综合评价矩阵，最终确定纠偏系数 C ... 099

5. 初评值乘以纠偏系数，得到知识产权评估价值 E 099

三、模糊综合评价法实例 099

第九章 层次分析法 102

一、层次分析法原理 102

二、层次分析法的步骤 102

1. 建立层次结构模型 102

2. 构造判断（成对比较）矩阵 103

3. 计算指标相对权重 104

4. 一致性检验 105

三、层次分析法在评估中的应用 105

1. 案例一：构建知识产权价值评估指标体系 106

2. 案例二：多方法评估值取加权平均 107

3. 案例三：收益法中确定分成率 110

第十章 实物期权法	113
一、实物期权法原理	113
二、实物期权法基本模型	114
1. 布莱克 - 舒尔斯模型	114
2. 二项树模型	115
三、实物期权法评估案例	116
1. 诉讼风险下专利权价值模型	116
2. 二项树求解专利权价值	119
第十一章 蒙特卡洛模拟法	122
一、蒙特卡洛模拟法基本原理	122
二、蒙特卡洛模拟在专利评估中的应用	123
三、蒙特卡洛模拟方法评估专利价值案例	124
1. 专利权价值评估模型	124
2. 蒙特卡洛模拟过程	127
3. 蒙特卡洛模拟的数值结果	130

第四部分 知识产权评估的相关实践

第十二章 知识产权评估工具	137
一、知识产权评估工具现状	137
1. 评估软件	137
2. 专业数据库	139
二、知识产权评估系统	140

- 1. 评估系统的流程设计 140
- 2. 评估系统的模块设计 141
- 第十三章 委托人影响评估结果之探析 143
 - 一、评估者的独立性要求 143
 - 二、委托方影响估值的因素 144
 - 三、委托方影响估值的类型 146
 - 1. 间接影响 146
 - 2. 直接影响 147
 - 四、委托方影响估值的机制 147
 - 1. 委托方影响估值的方式 148
 - 2. 委托方影响估值的途径 151
- 附录1 知识产权评估实践的访谈提纲 154
- 附录2 企业知识产权评估需求调查 158
- 参考文献 161
- 后记 168

|第一部分|

I n t e l l e c t u a l P r o p e r t y

知识产权价值评估

1

第一章 知识产权与价值评估

一、知识产权是企业核心资产

知识产权是国家赋予创造者对其智力成果在一定时期内享有的专有权。资产是由企业拥有或控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。在全球知识经济背景下，知识产权成为企业市场竞争中的利器。社会进入以知识为基础的时代，以知识产权为主体的无形资产，构成创造社会财富的核心资源。对企业而言，知识经济引起财产结构发生重大变化。知识产权凭借其非凡的盈利能力，超越固定资产和金融资本等资源的重要性，跃升为企业的核心资产。企业知识产权最常见的表现形式包括专利、商标和著作权三类。

在激烈的竞争中，技术创新成为企业能够立足市场的关键，尤其是科技型企业。技术创新需要投入大量资金，并且有较长开发周期，往往同时面对较高的技术风险和市场风险。但是企业技术创新一旦成功，并据此开发新产品推向市场，便能够轻松实现差异化竞争，快速占领市场，获得丰盈的利润。同时企业及时申请专利权，获得知识产权保护，保证企业得到长久持续的发展。

任何企业的成长都需要一个过程，能够开发出满足市场需求的产品，并且持续努力确保产品品质优良，积累出良好口碑，品牌由此形成。品牌，是企业及其产品在消费者心目中的综合形象。一个品牌能够得到消费

者的认可，确立高品质形象，使企业的产品在市场上显著区别于其他同类型产品。随着我国人民开始推动消费升级，消费需求从“拥有”走向“美好”，越来越多的消费者愿意支付更高价格进行品牌消费。持有知名品牌的企业，能够获得更高的产品附加值，很大程度上增加企业盈利。商标是企业品牌的载体，商标制度使得品牌创造的价值能够被持有企业所“独占”，这激励着企业大力打造和维护品牌，成为能够带给企业高额回报的“金字招牌”。

对软件产业和文化产业而言，著作权占据着至关重要的地位。著作权对于软件企业的作用，正如专利对于科技企业的重要性。虽然著作权自作品完成之日起自动取得，登记不是必要条件，但软件确权能够让软件企业利益得到充分保障，并走向海外寻求更广阔的发展空间。推动文化产业的发展，著作权内容的创作、生产、流通和交换构成了文化产业运营的主体，没有著作权支撑和保护的文化产业，很难实现繁荣发展。文化企业要盈利，需要一个公平有序的竞争环境。著作权制度不仅使创新者对其创新成果享有盈利权，还能够对各种侵权行为进行制裁，为创新者保驾护航。

总而言之，无论是技术创新还是商标保护，无论是高科技领域还是创意产业，知识产权已经成为企业核心资产，为企业保持长期竞争优势，获取稳定超额利润，不断提高顾客价值，获得可持续发展，成为企业的核心竞争力。

二、知识产权的概念

知识产权 (Intellectual Property) 是一个经过长期发展和不断演变而形成的概念。据学者考证，该词最早于 17 世纪中叶由法国学者卡普佐夫提出，后为比利时著名法学家皮卡第所发展，将之定义为“一切来自知识活动的权利”。斯坦福大学法学院 Mark Lemley 教授指出，“知识产权”作为术语被广泛使用，是在 1967 年《成立世界知识产权组织公约》签订之后，

该词逐渐为国际社会所普遍使用。1986年，我国开始在立法中正式使用知识产权一词。

对知识产权这个概念，有多种大同小异的表达形式，主要可以归纳为两种方式。第一种是概括式，即用下定义的方法表达知识产权概念。例如，国内知名学者对知识产权的界定：郑成思先生在其主编的《知识产权法教程》中给出的定义是“知识产权指的是人们可以就其智力创造的成果依法享有的专有权利。”吴汉东主编《知识产权法》中的定义是“知识产权是人们对于自己的智力活动创造的成果和经营管理活动中的标记信誉依法享有的权利。”第二种为列举式，即列举知识产权主要内容的方法表述知识产权的概念。例如，《与贸易有关的知识产权协议》（TRIPs）所指知识产权的范围包括：①版权及其相关权利（邻接权）；②商标权；③地理标志权；④工业品外观设计权；⑤专利权；⑥集成电路布图设计权；⑦未公开的信息专有权；⑧对许可合同中限制竞争行为的控制。

从法学的视角，知识产权是一种权利，是指自然人、法人或其他组织就其在科学技术和文学艺术等领域的智力劳动创造成果和工商业领域的识别性标记与成果在一定的时间和区域内所享有的法定的专有权利。从法学角度，企业知识产权工作内容重在法律授权和权利保护，对应工作目标包括知识产权得到授权，权利范围尽可能广泛，打官司取得胜诉，维护权利获得赔偿等。法学追求的是“公平、正当、秩序”等价值理念，其研究对象是社会规范，具有普适性、概括性以及稳定性等特点。

与法学视角不同，管理学主要强调“效率、效用、价值”等概念。从管理学视角，知识产权的本质是一种资源，是指一种在现代管理活动中可供支配、使用和增值的资本性资源。作为资源，如何提高配置效率，增加价值创造是普遍目标。为了实现资源配置最优目标，方式可以灵活多样，如在所有权方面，知识产权的价值实现并不以占有为前提条件，可以采用许可、质押、使用权入股等支配方式，选择适合的配置方式所创造的价

值，可能远远高于企业独占知识产权自行开发的获益。

在传统的工业经济时代，财富创造依赖大规模生产和销售，资源被积累起来，形成规模效应，不断降低成本和提高利润率。这种经营模式，使得企业必然走向从原材料供应、物流运输、零部件生产……直至最终商品零售的功能全覆盖，成为具有完整供应链的巨型实体。随着规模效应发挥到极致的同时，其应变力差缺乏灵活性的弱点也发展到非常严重的程度。毫无疑问的是，外界环境永远在不知不觉中发生着变化。市场需求犹如善变的美女，在企业随之起舞正欢之际，她却出乎意料地华丽转身，毫无征兆。昔日称王称霸的巨企，要顺利实现转弯换轨着实不易，眼睁睁看着历史的车轮呼啸着扬长而去，不甘被甩出主干道却又无可奈何。相对来说，市场的选择是公正的，不会为任何企业停住前行的脚步。

进入知识经济时代，社会发展的驱动力发生了重大转变，创新求发展已成为普适的真理。创新的复杂性和资源的稀缺性，使企业经营模式逐渐脱离原有的封闭独立状态，向互相需要和互为依存转变。在未来，对企业而言，彼此如何开展合作的挑战，远多于竞争。保持获得资源的能力仍然很重要，然而对资源的利用方式必须改变。资源的价值，不再源自被占有或者被垄断的状态，而是需要尽早地开发和利用，转化为生产力，造福于人民，满足人们追求美好生活的需要，致力于社会发展与进步。知识产权的价值，在于及时找到被利用的机会和途径。在知识经济时代，市场机会稍纵即逝，基于时间的竞争成为必然。企业在某个专业领域拥有知识产权，不代表能在该领域独占一定市场份额，而仅仅意味着持有该领域入场券，只有当企业及时加以利用，与其他企业合作快速进入市场，占得先机，才可能在未来市场中分得杯羹。

在新的时代背景下，企业对知识产权的认知应与时俱进。20 世纪 90 年代，我国最早《公司法》中规定“第二十四条、股东可以用货币出资，也可以用实物、工业产权、非专利技术、土地使用权作价出资。……以工

业产权、非专利技术作价出资的金额不得超过有限责任公司注册资本的百分之二十。”对知识产权占企业资产比重最高 20% 的限制，一直持续到 2005 年。随着知识产权在我国经济发展中的重要作用日益凸显，对知识产权占资比例的限制阻碍了企业创新活力，改革成为必须。2005 年修订后的《公司法》中第二十七条规定“股东可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资；……全体股东的货币出资金额不得低于有限责任公司注册资本的百分之三十。”自此，包括专利权、专有技术、商标权、著作权等在内的知识产权都可以直接用来投资融资，出资比例最高可以达到 70%。2013 年，《公司法》再次修订，取消了上述 70% 比例的限制，企业注册时可以以实物、知识产权和土地使用权出资，这样放开后就使得知识产权可以 100% 作为注册资本注资，对于促进科技成果产业化具有极大的推动作用。

随着知识产权的内涵不断丰富，企业在知识产权运营方式上不断创新。初期，知识产权运营模式为传统的自实施方式。企业依据自身业务需要，通过自行开发获取知识产权，将知识产权应用于企业具体经营活动之中，通过产品服务创新、生产工艺改进、提高产品质量、降低运营成本、提升市场知名度等途径，发挥知识产权的作用，实现知识产权的价值。这个过程往往涵盖企业从原料供应到生产制造到市场销售的全供应链范围，具有投资大、周期长以及风险高等显著特点。在新时代背景下，资源开放和利益共享成为企业创新的新模式。为了提高知识产权的转化率，加快知识产权价值实现，知识产权经营模式需要推陈出新。企业在知识产权运营方式上做了多方面拓展和尝试，包括转让、许可、质押、入股以及证券化等，这些新方式能够帮助企业充分挖掘知识产权价值，降低经营风险，大幅提升企业知识产权经营绩效。