



法学新前沿 New Law Frontiers

The Utilization and  
Securitization of  
Trademark Assets

# 商标资产运用及 商标资产证券化

王莲峰 主编

 法律出版社  
LAW PRESS · CHINA

The Utilization and  
Securitization of  
Trademark Assets

# 商标资产运用及 商标资产证券化

王莲峰 主编



法律出版社  
LAW PRESS · CHINA

## 图书在版编目(CIP)数据

商标资产运用及商标资产证券化 / 王莲峰主编

— 北京 : 法律出版社, 2018

ISBN 978 - 7 - 5118 - 8918 - 8

I. ①商… II. ①王… III. ①商标—资产证券化—研究—中国 IV. ①F760.5②F832.51

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第296948号

商标资产运用及商标资产证券化  
SHANGBIAO ZICHAN YUNYONG JI SHANGBIAO ZICHAN  
ZHENGQUANHUA

王莲峰 主编

策划编辑 王 扬  
责任编辑 王 扬  
装帧设计 乔智炜

出版 法律出版社  
总发行 中国法律图书有限公司  
经销 新华书店  
印刷 北京虎彩文化传播有限公司  
责任校对 郭艳萍  
责任印制 张建伟

编辑统筹 独立项目策划部  
开本 720毫米×960毫米 1/16  
印张 20.75  
字数 280千  
版本 2018年12月第1版  
印次 2018年12月第1次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

网址/ [www.lawpress.com.cn](http://www.lawpress.com.cn)

投稿邮箱/ [info@lawpress.com.cn](mailto:info@lawpress.com.cn)

举报维权邮箱/ [jbwq@lawpress.com.cn](mailto:jbwq@lawpress.com.cn)

销售热线/010-83938336

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

全国各地中法图分、子公司销售电话:

统一销售客服/400-660-6393

第一法律书店/010-83938334/8335

西安分公司/029-85330678

重庆分公司/023-67453036

上海分公司/021-62071639/1636

深圳分公司/0755-83072995

书号: ISBN 978 - 7 - 5118 - 8918 - 8

定价: 72.00元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

## 前 言

商标是一种重要的无形资产,蕴藏着难以估量的经济价值。建立健全相关法律制度,构建商标资产证券化的绿色通道具有重要意义。对拥有商标权的企业尤其是中小企业来说,可借助资产证券化的运作模式发挥商标资产的独特优势,获得较高收益的融资效果,既能有效解决“融资难、融资贵”的问题,又能极大提高企业商标运用和品牌创造能力;对面临房产调控、股市低迷的投资者而言,无疑又多了一个有效的投资通道,通过对商标资产支持的证券投资,会获得风险相对更低的、稳健的预期收益;对肩负宏观调控重任,力促实体经济发展的国家、政府而言,通过商标资产证券化制度建设,发挥商标资产证券化的作用,不仅能有效推进企业创新,而且还能将社会资本流动引向实体经济,优化社会资本市场结构,繁荣社会资本市场。

发端于20世纪90年代美国的知识产权证券化,既是现代资本市场和金融业改革进程中形成的一个新的资产证券化种类,更是知识产权制度和金融制度的融合和创新。世界知识产权组织将这种新的融资方式视为知识产权发展的“新趋势”。美国企业通过商标资产证券化成功获得融资的实例日益增多;韩国和我国台湾地区也在修改立法,为知识产权和商标资产证券化优化法律环境。

商标资产证券化,实质上就是借助资产证券化这一现代化的结构性融资机制,把商标权未来可产生的、量化的现金流(包括已经约定的在将来履行的许可使用费和预期可在未来产生的商标权许可收益)作为基础资产进行融资,将流动性较差的商标权的潜在价值,转化成现实的可支配的货币资产。与国外资产证券化发展较快的国家相比,我国商标资产证券化尚处于萌芽状

态,在这块肥沃的田野上,充满着发展的希望。根据《中国商标牌战略年度发展报告(2017)》的统计,截至2017年12月底,我国商标累计申请量达2784.2万件,累计注册量有1730.1万件,有效注册商标量是1492万件,中国商标申请量连续16年位居世界第一。与此同时,我国企业的商标品牌价值也在不断增长,品牌引领经济发展的作用更加凸显。中国已经成为全球品牌价值提升最快的国家。为进一步实施国家知识产权和商标品牌战略,国务院自2008年后陆续发布了多项政策文件。2015年3月中共中央国务院发布的《关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》指出,“推动修订相关法律法规,探索开展知识产权证券化业务”。2016年7月国务院《关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》进一步指出,“加强知识产权交易平台建设。……创新知识产权投融资产品,探索知识产权证券化,完善知识产权信用担保机制,推动发展投贷联动、投保联动、投债联动等新模式”。2016年12月国务院《关于印发“十三五”国家知识产权保护和运用规划的通知》中提到“创新知识产权金融服务。……探索开展知识产权证券化和信托业务,支持以知识产权出资入股,在依法合规的前提下开展互联网知识产权金融服务”。2017年9月国务院印发了《国家技术转移体系建设方案的通知》,指出“开展知识产权证券化融资试点,鼓励商业银行开展知识产权质押贷款业务”。2018年4月发布的中共中央国务院《关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》更是明确提出,探索知识产权证券化、完善知识产权信用担保机制。我国政府对知识产权证券化工作极为重视,积极引导并予以政策推动,这为以后的相关法制建设工作提供指导,同时也坚定了相关主体在我国开展商标资产证券化实践的决心。

我国内陆地区在资产证券化方面对基础资产实行负面清单制度,商标资产证券化未被列入基础资产负面清单,但目前大陆地区仍未出现商标证券化产品。究其原因在于大陆地区对于商标资产证券化的理论研究尚未形成体系,相关法律法规滞后,金融机构也不敢贸然发行此类产品。因此,探究在我国推行商标资产证券化,构建与此相关的理论体系和结构,显得极为迫切和亟须。在这样的背景下我们萌发了对商标资产证券化的研究的想法。

本书包括上、中、下三篇。其中,上篇:商标资产的运用和评估,主要对商标资产概念的界定、商标资产的转让和许可制度、老字号品牌价值及其运营战略、商标信托制度、商标权担保融资制度和商标资产评估及其立法完善等进行研究,分析商标资产及其运营方式,为本书中篇商标资产证券化的开展

奠定理论基础和交易基础。中篇:我国商标资产证券化:法制环境、交易规则及运作,探讨了我国商标资产证券化的必要性和可行性及法律环境、商标资产证券化交易结构和法律关系、商标资产证券化基础资产选择及资产池构建、商标资产证券化中 SPV 类型的选择、商标资产证券化信用增级和评级及税务规则、商标资产证券化监管规则与风险防范等问题。商标资产证券化也是商标资产运用的方式之一,中篇重在分析和研究在我国开展商标资产证券化的正当性以及具体交易和运作模式。下篇:相关国家和地区商标资产证券化的实践与借鉴,分析了美国、韩国和我国台湾地区商标资产证券化现状及规则,这也是我们目前找到的有较为具体的商标资产证券化的实例或者立法的国家和地区,期望通过比较分析,为我国商标资产证券化带来可资借鉴的经验。

目前,我国对商标资产证券化的研究十分薄弱,本书是第一部较为系统研究商标资产运作及商标资产证券化的著作,虽然面临资料匮乏,实践案例不多等种种困难,但是我们愿意积极探索,努力为我国商标资产证券化的事业及理论研究的发展作出贡献。当然,在我们的努力过程中,由衷希望得到各方同仁的批评、帮助和支持。建立健全我国商标资产证券化制度是我们为之奋斗的“中国梦”!

王莲峰

2018年8月28日于上海华政园

# 目 录

前言 .....	( 1 )
----------	-------

## 上篇:商标资产价值及其运用和评估

第一章 商标资产概念研究 .....	( 3 )
一、现有商标资产概念及其缺憾分析 .....	( 3 )
(一)未能充分反映商标资产价值或利益内涵 .....	( 4 )
(二)错误地将商标功能价值排除在商标资产之外 .....	( 6 )
(三)未集中反映商标资产的特征 .....	( 6 )
二、在兼收并蓄基础上重新界定商标资产概念 .....	( 7 )
(一)商标资产与商标密不可分 .....	( 7 )
(二)从内容上限缩商标资产概念外延 .....	( 8 )
第二章 商标资产的转让和许可制度研究 .....	( 12 )
一、商标转让和许可制度的历史考察 .....	( 12 )
二、商标转让和许可的法律规定及存在的问题 .....	( 13 )
(一)商标转让的法律规定及典型案例 .....	( 14 )
(二)商标许可的法律规定及典型案例 .....	( 16 )
(三)商标独占许可合同多重许可及典型案例 .....	( 19 )
(四)商标转让和许可存在的法律问题 .....	( 21 )
三、商标转让和许可制度的域外考察 .....	( 24 )
(一)商标转让和许可的国际规则 .....	( 24 )
(二)两大法系典型国家商标转让和许可的法律规范 .....	( 26 )
四、完善我国商标转让和许可制度的建议 .....	( 31 )

## 2 商标资产运用及商标资产证券化

- (一) 近似商标一并转让应以混淆为基础 ..... (31)
- (二) 完善商标许可合同备案制度 ..... (32)

### 第三章 老字号品牌价值及其运营战略研究 ..... (34)

#### 一、老字号及其品牌价值 ..... (34)

- (一) 老字号基本理论探析 ..... (35)
- (二) 老字号的品牌价值 ..... (36)

#### 二、老字号运营的困境 ..... (38)

- (一) 历史原因造成的权属纠纷 ..... (39)
- (二) 老字号被无历史渊源的企业抢注为商标或企业名称 ..... (40)
- (三) 老字号认证机制不完善 ..... (42)
- (四) 国有资产改制面临的困境 ..... (43)

#### 三、老字号运营战略 ..... (45)

- (一) 构建和完善商标和品牌保护战略 ..... (45)
- (二) 树立商标品牌资产化战略意识 ..... (46)
- (三) 深入挖掘老字号文化创新战略 ..... (48)

### 第四章 商标信托研究 ..... (49)

#### 一、商标信托基本理论探析 ..... (49)

- (一) 信托和商标信托 ..... (49)
- (二) 商标信托的内容及基本要素 ..... (51)
- (三) 商标信托与商标资产证券化的关系 ..... (55)

#### 二、我国知识产权和商标信托现状及其问题 ..... (56)

- (一) 知识产权信托运营实例概览 ..... (57)
- (二) 我国知识产权信托制度存在的问题 ..... (58)

#### 三、美国和日本知识产权和商标信托发展概况 ..... (62)

- (一) 美国知识产权和商标信托发展 ..... (62)
- (二) 日本知识产权信托发展 ..... (65)

#### 四、我国商标信托制度的构建和完善 ..... (67)

- (一) 优化商标信托法律制度 ..... (67)
- (二) 健全商标信托运营体系 ..... (69)

### 第五章 商标权担保融资研究 ..... (71)

#### 一、商标权质押融资的现状和困境 ..... (71)



(一)我国商标权质押融资的现状 .....	( 72 )
(二)商标权质押融资的困境及解决方案 .....	( 74 )
二、知识产权和商标权的售后回许可 .....	( 80 )
(一)知识产权的售后回许可的概念和发展 .....	( 80 )
(二)知识产权售后回许可的可行性与必要性 .....	( 82 )
(三)商标权售后回许可的相对优势 .....	( 84 )
三、商标权售后回许可融资面临的问题 .....	( 89 )
(一)不能完全解决商标权质押融资的所有难点 .....	( 89 )
(二)我国法律仍未放开无形资产融资租赁 .....	( 90 )
(三)我国融资租赁市场法律规制不健全 .....	( 90 )
(四)大中型企业仍会是最受欢迎的融资群体 .....	( 90 )
四、商标权售后回许可在我国适用的建议 .....	( 91 )
<b>第六章 商标资产评估及其立法完善 .....</b>	<b>( 93 )</b>
一、商标资产评估的传统方法及应用 .....	( 93 )
(一)成本法在商标资产评估中的应用分析 .....	( 94 )
(二)市场法在商标资产评估中的应用分析 .....	( 94 )
(三)收益法在商标资产评估中的应用分析 .....	( 95 )
(四)我国商标资产评估方法存在的不足 .....	( 97 )
二、影响商标资产评估的因素探析 .....	( 97 )
(一)商品的知名程度 .....	( 97 )
(二)商标权依附的商品或者服务的类型 .....	( 98 )
(三)商标是否注册并取得商标专用权 .....	( 98 )
(四)国家宏观政策的影响 .....	( 98 )
三、商标资产评估方法的域外借鉴 .....	( 99 )
(一)美国商标资产评估的方法 .....	( 99 )
(二)日本商标资产评估的方法 .....	( 100 )
四、我国商标资产评估方法的选择 .....	( 103 )
五、商标资产评估的立法及完善 .....	( 105 )
(一)商标资产评估的立法现状 .....	( 105 )
(二)商标资产评估立法存在的不足及完善 .....	( 111 )

## 中篇:我国商标资产证券化:法制环境、交易规则及运作

第七章 我国商标资产证券化的必要性和可行性分析 .....	(117)
一、我国商标资产及其证券化的现状 .....	(117)
二、我国商标资产证券化的必要性 .....	(118)
(一)在微观层面商标资产证券化具有显著的融资优势 .....	(119)
(二)在宏观层面商标资产证券化对接国家战略和政策需求 .....	(121)
三、我国商标资产证券化的可行性与制约因素 .....	(125)
(一)我国商标资产证券化的可行性 .....	(125)
(二)我国推进商标资产证券化的制约因素 .....	(128)
(三)我国推进商标资产证券化的建议 .....	(130)
第八章 我国商标证券化的法制环境剖析 .....	(132)
一、现行法律对商标资产证券化的支持 .....	(132)
(一)《商标法》中与商标资产证券化相关的规定 .....	(132)
(二)《公司法》中与商标资产证券化相关的规定 .....	(133)
(三)《信托法》中与商标资产证券化相关的规定 .....	(133)
(四)《合同法》中与商标资产证券化相关的规定 .....	(134)
二、现行法律对我国实行商标证券化的掣肘与缺失 .....	(135)
(一)SPV 组建形式的法律问题 .....	(135)
(二)商标基础资产价值评估的法律问题 .....	(137)
(三)商标资产证券化支撑体系的法律问题 .....	(138)
第九章 商标资产证券化运作结构和法律关系 .....	(141)
一、商标资产证券化一般运作结构 .....	(141)
(一)一般运作结构 .....	(142)
(二)商标资产证券化基本参与主体 .....	(143)
二、商标资产证券化运作流程 .....	(145)
(一)确定商标资产证券化基础资产 .....	(145)
(二)成立商标资产证券化特殊目的机构 .....	(145)
(三)发起人将基础资产转移至特殊目的机构 .....	(145)
(四)信用评级和增信 .....	(146)
(五)发行商标资产支持证券 .....	(147)

(六) 支付发起人购买对价 .....	(147)
(七) 商标基础资产的持续管理 .....	(147)
(八) 信息披露 .....	(148)
(九) 证券的退出 .....	(148)
三、商标资产证券化法律关系 .....	(149)
(一) 权益转让关系:发起人与特殊目的机构 .....	(150)
(二) 投资关系:发行人(特殊目的机构)与证券投资机构、投资者 .....	(150)
(三) 行政许可法律关系:成立特殊目的机构、特殊目的机构发行证券 .....	(150)
(四) 委托服务合同关系:发行人与信用评级、增信机构以及资金托管机构,特殊目的机构与证券投资机构 .....	(150)
(五) 支付对价法律关系:特殊目的机构与发起人 .....	(151)
(六) 监管与被监管关系:证券监管机构与发起人、中介机构 .....	(151)
<b>第十章 商标资产证券化基础资产选择及资产池构建 .....</b>	<b>(152)</b>
一、基础资产选择的一般标准 .....	(152)
(一) 可证券化的商标资产应能产生可预见和稳定的现金流 .....	(152)
(二) 可证券化商标资产的权利状态应明晰 .....	(153)
(三) 可证券化商标资产的权利具有可转让性 .....	(154)
二、商标作为基础资产的优势及特性 .....	(154)
(一) 商标作为基础资产的优势 .....	(155)
(二) 商标作为基础资产的特殊性 .....	(158)
三、商标资产池的构建原则 .....	(161)
(一) 同质化原则 .....	(161)
(二) 多元化原则 .....	(161)
(三) 最优组合原则 .....	(161)
(四) 比例原则 .....	(162)
四、商标资产证券化基础资产类型可适性分析 .....	(162)
(一) 商标资产证券化中可选的基础资产类型 .....	(163)
(二) 商标资产证券化中不可选的基础资产种类 .....	(166)

第十一章 商标资产证券化 SPV 类型的选择探析 .....	(168)
一、SPV 主要类型 .....	(168)
(一) 公司型 SPV .....	(168)
(二) 信托型 SPV .....	(169)
(三) 合伙型 SPV .....	(170)
(四) 其他类型 SPV .....	(170)
二、我国资产证券化 SPV 设置现状及理论依据 .....	(175)
(一) 我国当前资产证券化 SPV 规则概览 .....	(176)
(二) SPV 构建之理论基础探析 .....	(177)
三、我国资产证券化 SPV 规则的评析与不足 .....	(179)
(一) SPV 规则受制于分业监管格局 .....	(179)
(二) 专项计划作为 SPV 缺乏法律主体资格 .....	(181)
(三) 专项计划作为 SPV 主体性功能缺失 .....	(182)
(四) 专项计划作为 SPV 的资产证券化法律结构不够稳固 .....	(182)
第十二章 商标资产证券化中基础资产的转让 .....	(185)
一、商标资产证券化中债权转让的方式 .....	(185)
(一) 更新(novation) .....	(185)
(二) 让与(assignment) .....	(186)
(三) 信托(trust) .....	(187)
二、商标资产证券化中“真实销售”的判定 .....	(188)
(一) 商标资产证券化中“真实销售”的判定标准比较分析 .....	(188)
(二) 我国证券监管部门关于“真实销售”的规则 .....	(189)
(三) 本书所主张的“真实销售”认定标准 .....	(190)
三、商标资产证券化中“真实销售”与避免实体合并 .....	(191)
四、商标基础资产“真实销售”后的持续管理 .....	(194)
(一) 商标基础资产池的管理 .....	(194)
(二) 对商标权的管理和维护 .....	(194)
第十三章 商标资产证券化信用增级、评级和税务规则 .....	(196)
一、商标资产证券化中的信用增级规则 .....	(196)
(一) 国内证券监管部门对商标资产证券化信用增级的规范 .....	(196)
(二) 商标资产证券化中信用增级的方式 .....	(197)

二、商标资产证券化中信用评级规则·····	(202)
(一) 商标资产支持证券信用评级的基本思路·····	(202)
(二) 国内证券监管部门关于商标资产证券化中信用评级的 规则·····	(202)
(三) 当今世界三大信用评级机构·····	(203)
(四) 我国当前信用评级行业发展现状·····	(205)
三、商标资产证券化的税务规则·····	(206)
(一) 商标资产证券化应坚持的税收原则·····	(206)
(二) 商标资产证券化中的税收标准·····	(207)
<b>第十四章 商标资产证券化监管规则与风险防范</b> ·····	(209)
一、商标资产证券化监管规则·····	(209)
(一) 商标资产支持专项计划的设立与备案·····	(210)
(二) 商标资产支持证券的挂牌和转让·····	(211)
(三) 商标资产支持证券的信息披露·····	(211)
二、商标资产证券化风险解析与防范·····	(213)
(一) 商标资产证券化风险概述·····	(214)
(二) 商标资产证券化风险类型化解析·····	(215)
(三) 商标资产证券化风险防范举措·····	(222)
<b>下篇:相关国家和地区商标资产证券化的实践与借鉴</b>	
<b>第十五章 美国商标资产证券化的规则和实践</b> ·····	(235)
一、美国商标资产证券化的现状·····	(235)
(一) 美国商标资产证券化的历史沿革·····	(235)
(二) 美国商标资产证券化的相关规定·····	(237)
二、美国商标资产证券化的运作方式及实践探索·····	(238)
(一) 美国商标资产证券化的运作方式·····	(238)
(二) 美国商标资产证券化的实践探索·····	(242)
三、美国商标资产证券化的借鉴·····	(243)
(一) 商标资产证券化中新增的信息披露机制·····	(243)
(二) 商标资产证券化中 SPV 制度的设立·····	(245)
(三) 商标资产证券化中真实销售制度·····	(246)

<b>第十六章 韩国商标资产证券化的规则分析</b> .....	(249)
一、韩国商标资产证券化的发展及实践 .....	(249)
(一) 韩国资产证券化的发展 .....	(249)
(二) 韩国商标资产证券化的实践 .....	(250)
二、韩国商标资产证券化相关法律规定 .....	(251)
(一) 资产证券化相关法律 .....	(251)
(二) 知识产权基本法 .....	(253)
(三) 促进技术转移及产业化相关法律 .....	(254)
(四) 与信托相关的法律 .....	(255)
三、韩国商标资产证券化中的特定目的机构 .....	(256)
(一) 特定目的机构的设立 .....	(256)
(二) 特定目的机构的作用 .....	(257)
(三) 特定目的机构的特点 .....	(259)
四、韩国资产证券化运行模式 .....	(260)
(一) 构筑资产池 .....	(260)
(二) 信用增级 .....	(260)
(三) 发行证券 .....	(261)
五、韩国商标资产证券化中的制度建设 .....	(261)
(一) 监管制度 .....	(261)
(二) 税收制度 .....	(262)
(三) 信托制度 .....	(263)
六、韩国资产证券化对我国商标资产证券化制度的启示 .....	(264)
(一) 充分发挥政府的培育作用 .....	(264)
(二) 完善资产证券化法律法规 .....	(264)
(三) 资产证券化产品多样化 .....	(265)
(四) 建立特定目的机构 .....	(266)
(五) 完善监管和信息披露制度 .....	(266)
<b>第十七章 我国台湾地区商标资产证券化的规则分析</b> .....	(268)
一、我国台湾地区商标资产证券化现状 .....	(268)
(一) 我国台湾地区资产证券化的发展概况 .....	(268)
(二) 我国台湾地区商标资产证券化的发展障碍 .....	(269)

二、我国台湾地区商标资产证券化的立法及运作	(270)
(一)“金融资产证券化条例”	(270)
(二)“金融资产证券化条例实施细则”	(271)
(三)“证券交易法”	(272)
(四)“破产法”	(272)
(五)“信托法”	(272)
(六)“民法”和“商标法”	(273)
三、我国台湾地区商标资产证券化模式	(273)
(一)商标资产证券化架构	(273)
(二)商标资产证券化流程	(273)
四、我国台湾地区商标证券化之基础资产	(277)
(一)基础资产的类型	(277)
(二)基础资产的分割程序	(278)
(三)基础财产的价值评估	(279)
五、我国台湾地区商标资产证券化的风险防范机制	(280)
(一)信用增强	(280)
(二)信用评级	(280)
(三)破产隔离机制	(282)
(四)监督机制	(283)
六、我国台湾地区商标资产证券化的启示	(284)
(一)商标资产证券化需要法律的明确保障	(284)
(二)确立统一和协调的立法模式	(285)
(三)保障破产隔离机制的有效实施	(285)
(四)完善商标资产证券化监管机制	(285)
参考文献	(287)
后记	(309)

## 上篇：商标资产价值及其运用和评估



