

最新无形资产评估方法、 技巧、参数及案例分析

第一册



 中国统计出版社
China Statistics Press

(京)新登字 041 号

图书在版编目(CIP)数据

最新无形资产评估方法、技巧、参数及案例分析
/《最新无形资产评估方法、技巧、参数及案例分析》编
委会编.—北京:中国统计出版社,2003.2

ISBN 7-5037-4012-4/F·1550

I.最... II.最... III.无形固定资产—资产评估
—中国 IV.F124.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 007636 号

最新无形资产评估方法、技巧、参数及案例分析

出版发行/中国统计出版社

通信地址/北京市三里河月坛南街 75 号 邮政编码/100826

办公地址/北京市丰台区西三环南路甲 6 号

电 话/(010)63266600-30507(总编室)

(010)63459084 63266600-22500(发行部)

印 刷/北京科普瑞印刷有限责任公司

经 销/新华书店

开 本/787×1092mm 1/16

字 数/2197 千字

印 张/85.81

版 别/2003 年 3 月第 1 版

版 次/2003 年 3 月第 1 次印刷

定 价/698.00 元

中国统计版图书,版权所有,侵权必究。

中国统计版图书,如有印装错误,本社发行部负责调换。

《最新无形资产评估方法、技巧、 参数及案例分析》

编辑委员会

主任委员：

汪 平	首都经济贸易大学会计学院	副院长
	首都经济贸易大学理财学研究所	所 长

副主任委员：

郑 伟	财政部《国有资产》杂志社	副主任
刘泰山	铁道部科学研究院	主 任
		注册会计师
张明达	江苏省注册会计师协会	秘书长

前 言

21 世纪是知识经济时代，全球化的经济活动已成为目前世界经济形势的一个显著特征。

无形资产作为经济发展中必不可少的宝贵资源，不仅仅是微观上的一个单位经济、技术、法律一体化的资产，而且在宏观方面更是一个民族资源和国家实力的象征。一个国家要强大、富强，首先要在经济上对国际市场形成控制和垄断的局势，而拥有大量的专利权、商标权和计算机软件、著作权等则是其中一个显著的标志。一个企业要想在经营管理上取得最大的社会、经济效益，就必须应积极搞好无形资产的管理，充分利用好企业的信誉、商标、品牌、技术、专利等优势、盘活无形资产、经营好无形资产。

本书系统阐述了无形资产的基本理论、有关数据、参数和无形资产评估运作方法、技巧，分类介绍了各类无形资产特点和程序，其目的是使更多的人了解无形资产的重要性及基本内容。

该书从我国实际情况出发，从与国际经济发展的接轨要求出发，侧重反映了无形资产的形成、发展和管理、利用，在评估方法上，精选了近年来有关无形资产评估的经典案例，结合案例介绍了各类无形资产的具体评估方法和操作程序。

《最新无形资产评估方法、技巧、参数及案例分析》一书是由首都经济贸易大学会计学院、首都经济贸易大学理财学研究所、财政部《国有资产管理》杂志社、铁道部科学研究院、江苏省注册

会计师协会等有关领导、专家、教授组成的编委会组织编写、撰稿。是一部集知识性、科学性、实用性、权威性为一体的大型专用工具书。

全书分上、下篇及附录共三册，全部内容由二十一章及附录组成。上篇主要结合无形资产评估介绍了无形资产评估研究概述；无形资产学体系与无形资产系统；无形资产特征与无形资产价值评估特征；专利权、专有技术与非专利技术的比较和管理；商标权、著作权、土地使用权、技术秘密、特许经营权的管理与评估；无形资产管理面面观；无形资产的开发与经营、会计与财务会计学、统计与统计学、审计与保护；金融、信息、人力资源与无形资产；无形资产的收益预测与我国资产评估准则体系的构筑；无形资产法规与无形资产中介机构；无形资产评估由制度向准则的转换；无形资产国际协调等。下篇侧重介绍了无形资产的主要评估方法、技巧及大量的案例分析。

该书既可作为广大经济工作者、资产评估工作人员进行业务进修、开展实际工作的必备参考工具，也可作为高等院校和各级培训机构的专业辅助教材。

本书若存有疏漏及不足之处，敬请读者见谅，并希望提出宝贵意见。

本书编委会

2003年3月

目 录

上篇 无形资产评估

第一章 无形资产评估研究概述	(1)
第一节 无形资产的历史发展及其无形资产学的建立	(1)
一、古代无形资产的发展	(2)
二、近代无形资产的发展	(3)
三、现代无形资产的发展	(6)
四、发展知识经济需要建立无形资产学	(9)
五、无形资产学的建立	(12)
第二节 无形资产概念及组成要素	(14)
一、无形资产的概念	(14)
二、无形资产的组成要素	(18)
三、无形资产各要素之间的关系	(30)
第三节 无形资产的性质、分类、属性及其评估目的与对象	(41)
一、无形资产的性质	(41)
二、无形资产的重要意义	(45)
三、无形资产的基本分类标准	(50)
四、无形资产的属性	(57)
五、无形资产评估的六大要素	(57)
六、无形资产评估的目的和对象	(62)
七、无形资产的评估标准	(63)
第二章 无形资产学体系与无形资产系统	(64)
第一节 无形资产学的对象及理论基础	(64)

一、无形资产学对象的确定	(64)
二、建立无形资产学的理论基础	(65)
第二节 无形资产学体系、方法及有关基本问题	(70)
一、无形资产学的体系	(70)
二、无形资产学的方法	(74)
三、无形资产学的有关基本问题	(76)
四、无形资产辩证观	(87)
第三节 无形资产系统	(95)
一、无形资产是一个系统	(95)
二、无形资产的主体结构	(97)
三、无形资产的战略地位	(98)
第三章 无形资产特征与无形资产价值评估特征	(104)
第一节 无形资产的无形性、法律性及独占性	(104)
一、无形资产的无形性	(104)
二、无形资产的法律性	(105)
三、无形资产的独占性	(108)
第二节 无形资产交易的特殊性	(109)
一、无形资产在交易中产生所有权和使用权的分离	(109)
二、无形资产交易是长期交易	(110)
三、无形资产交易无统一价格	(111)
四、无形资产交易价款计算与支付方式多样化	(111)
第三节 无形资产的公开性、广泛性及非标准性	(112)
一、无形资产的公开性	(112)
二、无形资产的广泛性	(113)
三、无形资产的非标准性	(113)
第四节 无形资产价值评估特征	(114)
一、无形资产的价值决定特征	(114)
二、无形资产评估的特征	(117)

三、无形资产价值评估的作用和程序	(118)
四、无形资产评估内容	(120)
第四章 专利权、专有技术与非专利技术的比较和管理	(123)
第一节 专利权、专有技术的概念与种类	(123)
一、专利权的概念	(123)
二、专利权的特点	(124)
三、专利的作用	(124)
四、专利权的分类	(125)
五、专有技术的概念及其性质	(128)
六、专有技术与经营秘密	(129)
七、专有技术的类别	(129)
八、专利技术与专有技术的区别	(132)
九、专利技术与专有技术的使用方式	(133)
十、专利技术与专有技术评估的特定目的	(136)
第二节 专利制度	(137)
一、专利制度的产生	(137)
二、专利制度的意义	(137)
三、专利制度的内容	(139)
第三节 专利权的管理	(143)
一、专利权的开发与设计	(143)
二、专利权的申请、审查和批准	(146)
三、专利权的使用	(151)
四、加强专利投入产出的记录和考核	(153)
五、专利权应用阶段的管理	(153)
六、兑现专利发明奖励和报酬	(154)
七、向国外申请专利的管理	(154)
八、向外国转让专利的管理	(155)
九、引进专利的管理	(155)

第四节	非专利技术概述	(156)
第五节	公有技术概述	(157)
一、	公有技术	(157)
二、	公有技术与现有技术	(158)
三、	公有技术与适用技术	(158)
第五章	商标权的管理与评估	(160)
第一节	商标概述	(160)
一、	商标的概念及特征	(160)
二、	商标的分类	(161)
三、	商标的功能与作用	(165)
四、	商标的法律特征	(167)
第二节	商标权概述	(169)
一、	商标权的概念	(169)
二、	商标权的特征	(170)
三、	商标权取得的方式和原则	(171)
四、	商标注册的原则	(173)
五、	商标注册的申请	(174)
六、	商标注册的审查与核准	(176)
七、	商标的国际注册	(179)
第三节	商标权的利用与法律保护	(183)
一、	注册商标权的有效使用	(183)
二、	注册商标权的使用许可	(184)
三、	注册商标权的转让	(186)
四、	注册商标权的丧失	(188)
五、	商标权的法律保护范围	(189)
六、	商标侵权行为的法律认定	(189)
七、	商标侵权行为的查处	(190)
八、	驰名商标的法律保护	(194)

第四节	商标管理	(195)
一、	商标管理的意义	(195)
二、	国家商标管理机关	(196)
三、	企业商标管理	(198)
四、	商标代理	(199)
五、	商标印制管理	(202)
六、	商标权益的维护管理	(204)
七、	外购商标使用权的管理	(204)
八、	商标标识的管理	(206)
九、	商标的证书、档案管理	(207)
第五节	商标权的评估	(208)
一、	商标(权)评估的特定目的	(208)
二、	商标评估的原理	(209)
第六章	著作权的管理与评估	(211)
第一节	著作权概述	(211)
一、	著作权的概念	(211)
二、	著作权的内容	(212)
三、	著作权的分类	(215)
四、	著作权法	(216)
五、	著作权法律关系及其法律规范	(217)
六、	著作权与无形资产	(218)
第二节	著作权的主体与客体	(219)
一、	著作权主体	(219)
二、	著作权主体的种类	(219)
三、	著作权客体与作品	(221)
四、	作品的种类	(221)
第三节	著作权的使用与限制	(227)
一、	著作权的产生和归属	(227)

二、编制作品的创作开发计划	(227)
三、开发过程中的保密措施	(228)
四、分清职务作品和非职务作品	(228)
五、按规定办理作品注册、登记手续	(228)
六、引进境外电子出版物和软件的管理	(229)
七、著作权的继承	(229)
八、著作权的限制	(230)
九、著作权许可使用合同	(231)
第四节 著作权管理与保护	(232)
一、著作权管理	(232)
二、著作权保护	(233)
三、著作权保护期	(233)
四、著作权违法行为及其法律责任	(234)
第五节 著作邻接权	(235)
一、著作邻接权的概念	(235)
二、著作邻接权与著作权的比较	(235)
三、著作邻接权的保护	(236)
第六节 计算机软件	(237)
一、计算机软件的概念	(238)
二、计算机软件著作权	(238)
三、计算机软件著作权的归属	(239)
四、计算机软件著作权的保护	(240)
五、计算机软件著作权的许可使用与转让	(241)
六、计算机软件的登记管理	(242)
第七节 著作权、计算机软件版权的评估	(242)
一、著作权评估的目的与对象	(242)
二、计算机软件概述	(245)
三、计算机软件成本测算	(247)
四、计算机软件价值的评估方法	(251)

第七章 土地使用权的管理与评估	(262)
第一节 土地的特征及其权属关系	(262)
一、土地的自然特征和经济特征	(263)
二、土地的供给与需求	(263)
三、土地的价值与价格	(266)
四、土地的权属关系	(268)
五、企业资产重组与改制中土地权属的处理	(272)
第二节 土地使用权出让	(274)
一、土地使用权出让的概念	(274)
二、土地使用权出让的法律依据	(274)
三、土地使用权出让的原则	(275)
四、土地使用权出让年限	(276)
五、土地使用权出让方式及程序	(276)
第三节 土地使用权转让	(279)
一、土地使用权转让的概念	(279)
二、土地使用权转让的基本原则	(280)
三、土地使用权转让条件	(280)
四、土地使用权转让形式	(281)
五、土地使用权转让价格	(281)
六、土地使用权转让价格评估的原则	(283)
七、土地使用权转让合同	(283)
八、出让、转让土地使用权的终止	(284)
第四节 土地使用权划拨、出租和抵押	(285)
一、土地使用权划拨	(285)
二、土地使用权出租	(286)
三、土地使用权抵押	(287)
第五节 土地使用权评估	(287)
一、地产及其地产评估	(287)

二、地产评估原则和程序	(295)
第八章 商誉的管理与评估	(299)
第一节 商誉概述	(299)
一、商誉的概念	(299)
二、商誉的研究意义	(304)
第二节 商誉的影响因素和特征	(305)
一、商誉的影响因素	(305)
二、商誉的特征	(307)
三、商誉的构成因素	(310)
四、商誉与法人荣誉权的关系	(311)
第三节 商誉的确认	(312)
一、外购商誉的确认	(312)
二、自创商誉的确认	(313)
第四节 商誉的计量	(316)
一、外购商誉的计量	(317)
二、自创商誉的计量	(318)
第五节 商誉评估	(320)
一、商誉评估的作用	(320)
二、商誉与整体资产评估的关系	(321)
第九章 技术秘密、特许经营权的管理与评估	(323)
第一节 技术秘密和商业秘密管理概述	(323)
一、掌握技术(商业)秘密的资源状况	(324)
二、建立技术(商业)秘密管理制度	(324)
三、建立单位内部互相制约机制	(325)
四、与接触技术(商业)秘密的员工签订保密合同	(325)
五、建立技术(商业)秘密档案制度	(325)
六、单位领导要建立强烈的对外防范意识	(325)

第二节	特许权概述	(326)
第三节	特许权的分类与特征	(329)
一、	法定特许	(329)
二、	约定特许(特许经营权)	(330)
三、	政府特许	(331)
四、	特许权的特征	(333)
第四节	特许权的确认与计量	(336)
一、	取得特许权的确认与计量	(336)
二、	自创特许权的确认与计量	(337)
三、	接受投资特许权的确认与计量	(337)
第五节	技术(商业)秘密、特许经营权评估	(337)
一、	技术(商业)秘密评估	(338)
二、	特许经营权评估	(338)
第十章	无形资产管理面面观	(340)
第一节	无形资产管理的意义与基本内容	(340)
一、	无形资产管理的概念及重要意义	(340)
二、	无形资产管理的基本内容	(342)
三、	无形资产管理的措施	(343)
四、	无形资产管理制度的建设	(347)
第二节	无形资产投资管理	(348)
一、	无形资产投资及其基本内容	(348)
二、	无形资产投资种类	(349)
三、	无形资产投资开发模式	(351)
四、	无形资产投资决策	(353)
五、	编制项目投资预算	(370)
第三节	无形资产开发管理	(371)
一、	无形资产开发的形式与类型	(371)
二、	无形资产开发的高投入性	(372)

三、无形资产开发使产品推陈出新	(372)
四、无形资产开发使企业提高市场份额	(372)
第四节 无形资产交易管理	(373)
一、无形资产交易特点	(373)
二、无形资产交易方式	(374)
三、决定无形资产价格的理论依据及无形资产交易的价格形式和付款方式	(376)
四、影响无形资产交易价格的因素	(379)
五、专利权、商标权、著作权交易及无形资产多种要素联合交易	(381)
第五节 无形资产分析与评价	(386)
一、无形资产分析与评价的重要作用	(386)
二、建立无形资产分析指标体系	(387)
第六节 无形资产经营中的创造性思维	(399)
一、封闭、传统的思维制约无形资产资源的发展	(399)
二、创造性思维激发优秀无形资产资源产生和发展	(401)
三、无形资产为创造性思维的成果向资产转化提供途径	(402)
第七节 无形资产经营国际化	(403)
第十一章 无形资产的开发与无形资产经营	(407)
第一节 无形资产的开发	(407)
一、无形资产开发的特点	(408)
二、无形资产开发范围	(409)
三、无形资产开发对象	(409)
四、无形资产开发功能	(409)
五、无形资产开发的动力	(410)
六、无形资产开发源泉	(411)
七、无形资产开发程序	(411)
八、无形资产开发技巧	(412)

第二节	无形资产的经营	(414)
一、	无形资产经营的意义、特点、原则	(415)
二、	无形资产经营的基本内容及方式	(416)
第三节	单位创建期间的无形资产资源配置	(420)
一、	无形资产资源配置及其方式	(420)
二、	新建单位的字号	(421)
三、	无形资产的配置要点	(422)
第四节	无形资产交易价格	(423)
一、	无形资产交易价格的影响因素	(424)
二、	无形资产交易价格的制定	(424)
三、	无形资产交易价格的支付	(425)
第五节	商标的开发与经营	(425)
一、	商标的开发	(426)
二、	商标的经营	(428)
第六节	名牌产品的开发与经营	(430)
一、	名牌产品的主要特征	(431)
二、	名牌产品开发与经营	(432)
第七节	专利的开发与经营	(442)
一、	专利的开发与经营在市场竞争中的作用	(442)
二、	我国专利流失严重	(444)
三、	专利的开发与经营	(444)
第八节	CI设计与无形资产策划	(448)
一、	无形资产的策划着眼于无形资产资源的挖掘和培植	(449)
二、	无形资产策划的整个过程遵循无形资产形成的客观规律	(450)
三、	无形资产策划分秒必争地取得无形资产的权益	(450)
四、	无形资产策划运作方式多元化	(451)
五、	无形资产策划范围广泛	(451)
第九节	无形资产经营中的广告投资	(452)
一、	广告与无形资产的关系	(452)

二、广告要宣传无形资产	(453)
三、广告作品应该成为无形资产	(454)
四、广告不要侵犯他人的无形资产	(455)
五、广告要注意保护无形资产	(455)
六、广告中宣传无形资产要真实	(456)
第十节 单位清算期间的无形资产处置	(456)
一、无形资产应该列入清算财产之内	(457)
二、无形资产的权益处置方案	(457)
三、清算单位无形资产的审查与维护	(458)
第十二章 无形资产的会计与财务会计学	(459)
第一节 无形资产会计概述	(459)
一、无形资产会计的意义	(459)
二、无形资产会计的原则	(460)
三、无形资产会计的内容及无形资产核算的基本内容	(463)
第二节 无形资产会计的帐簿设置	(470)
一、设置无形资产账簿的意义	(470)
二、无形资产帐簿的种类	(471)
第三节 无形资产财务报表编制	(474)
一、资产负债表的编制	(474)
二、损益表的编制	(475)
三、无形资产增减明细表的编制	(475)
四、无形资产收益明细表的编制	(476)
五、开发研制成本明细表	(478)
第四节 无形资产主要财务指标	(479)
一、无形资产价值量指标	(479)
二、无形资产费用指标	(480)
三、无形资产收益指标	(481)
四、无形资产收益率指标	(482)