

EVALUATION *of* INTANGIBLE ASSETS: Theory and Practice

无形资产评估

理论 与实践

蔡继明 刘澜飏 贺京同/等著

中国物价出版社

无形资产评估 理论与实践

Theory and Practice

中国物价出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

无形资产评估理论与实践/蔡继明等著. —北京: 中国物价出版社, 2002.9

ISBN 7-80155-436-1

I. 无… II. 蔡… III. 企业—无形固定资产—资产评估
IV. 273.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 044901 号

出版发行/中国物价出版社〔电话:68012468(编辑部) 68033577(发行部)〕

地址:北京市西城区月坛北小街2号院3号楼 邮编:100837

经销/新华书店

印刷/河北省高碑店市鑫昊印刷有限责任公司

开本/850×1168 毫米 大32开 印张/7.375 字数/170千字

版本/2002年9月第1版 印次/2002年9月第1次印刷

印数/3000册

书号/ISBN 7-80155-436-1/F·319

定价/20.00元

前 言

随着知识经济和信息时代向我们快步走来，无形资产作为一种重要的经济资源，因其在微观经济活动中表现的巨大获利能力以及在宏观经济中对社会生产力总体水平的重大影响，引起了人们越来越广泛的重视。无形资产在价值形成上与有形资产相比具有什么特点，如何客观、公正、合理地评估知识型无形资产的价值，这是目前资产评估理论研究中的一个重要课题。

本书是国家教育部博士点基金项目。本书通过对资产、资产评估等一些基本概念的界定，力图阐明无形资产评估中所涉及的一些重大理论问题，特别是无形资产的价值问题，并以此为依据，提出无形资产评估中最适用的方法。

本书的研究共分九章。

第一章着重分析资产及其相关概念。本章首先以会计学的资产概念为基点，按照市场经济条件下对资本的经济要求所决定的资产性质，对资产概念进行了重新考察，界定了作为一种获利手段的资产的外延，提出了资产评估中的资产认定原则。

第二章把资产评估作为一种中介性的服务商品加以考察。本章在界定资产评估概念、明确资产评估要素与对象的基础上,阐明了资产评估的特点,同时对资产评估的价值标准进行了深入分析,指出评估价值是被评估资产的市场价值,解释了同一资产可以有多种不同评估价格的原因,进而又从信息理论角度说明了资产评估本身存在的依据。最后,本章对资产评估活动与会计中的资产计量活动进行了比较分析,说明了资产评估自身存在的矛盾,即由于两个层次的收益观念的不一致而导致评估过程的内在矛盾。

第三章以前两章界定的资产和资产评估概念为依据,具体分析无形资产的性质、价值来源和价格决定。本章首先界定了无形资产的概念,探讨了无形资产评估的价值基础,并对无形资产进行了分类。本章特别说明了知识型无形资产的性质和认定范围,分析了专利、专有技术、著作权和工业版权、商标所具有的基本特征,指明其使用价值和价值的特点,以及垄断与竞争、资产性能、技术成熟度对其价格的决定作用。

第四章在前三章所建立的框架内,进一步探讨无形资产的价值决定,把无形资产的价值界定为无形资产为企业带来超额利润的能力,并根据无形资产为企业带来超额利润的方式,将无形资产分为垄断型、产品差异型和降低成本型三大类。本章利用厂商行为和产业组织理论的相关知识,对上述三类无形资产的价值形成过程进

行了分析，提出了确定无形资产价值的具体方法，揭示了影响无形资产价格的因素。

第五章针对知识型无形资产的性质及特点，分析了知识型无形资产评估的基本方法。本章首先揭示了知识型无形资产的评估价值和评估特点，并以此为基础分析了四种基本评估方法：重置成本法、现行市价法、清算价格法和收益现值法。本章指出，由于知识型无形资产所具有的特殊性质，其评估宜采用收益现值法，并在理论上提出了采用收益现值法评估知识型无形资产的一般前提条件和特殊前提条件，详细分析了收益现值法的基本公式和参数运用，对常用的几种预测方法进行了比较。

商誉作为一种最为特殊的、不可确指的无形资产，如何对其进行科学的确认、计量和评估，一直是资产评估的一个焦点和难点。有鉴于此，本书对商誉给予了特别重视，接下来的三章即第六、七、八章专门研究了商誉问题。目前有关商誉的论述一般多侧重于介绍商誉的基本评估方法，较少从理论上探讨商誉的价值形成，也很少分析商誉带来超额利润的机制。本书既运用了传统的经济学理论，如劳动价值论，又吸收了现代经济学最新的研究成果，如信息经济学和现代产业组织理论中的一些理论模型，来分析有关商誉各种特性，探讨商誉价值形成的机理。

第六章首先分析了商誉的本质特征性和构成因素，

然后在劳动价值理论框架内分析了商誉的价值来源，指出商誉是一种特殊的商品，其价值与普通商品一样，来源于人类劳动，只不过创造商誉价值的劳动，主要是企业员工复杂程度较高的脑力劳动。

第七章运用现代产业组织理论和信息经济学的一些基本理论，在不对称信息前提下，选取产品差异这一视角，先从消费者购买的角度剖析商誉带来超额收益的机制——制造产品差异，增强厂商市场力量；接着运用两个数学模型——质量酬金模型和不对称信息下的声誉模型，分析厂商创建商誉的诱因——获得未来超额收益。

第八章以第七章为理论依据，首先探讨了商誉评估与企业整体评估的关系，阐述商誉评估的具体运作方法，特别介绍了商誉评估的两种基本方法——超额收益法与割差法。本章最后讨论如何用数学方法确定评估参数，以增强商誉评估的准确性与科学性。

第九章根据前面的基本结论和方法，又进一步深入探讨了不确定性与无形资产评估之间的逻辑关系，并应用萨伯拉曼亚姆（Subramanyam）模型，对收益现值法评估结果所存在的不确定性进行了理论修正。

总之，本书希望通过对无形资产评估过程尽可能全面的理论探讨，总结出无形资产评估中最适用的评估方法，澄清一些无形资产评估乃至一般资产评估中存在的模糊认识。本书在许多方面尚不成熟，希望得到各位同行的指正。



蔡继明（中）、刘澜飏（右）、贺京同（左）近照

蔡继明，1956年生于河北省唐山市，1990年获南开大学经济学博士学位并破格晋升为南开大学副教授，1992年破格晋升为教授，1993—1994年在美国纽约州立大学做访问教授，1995年增列为南开大学博士生导师，1999年至今担任清华大学责任教授，博士生导师。现任九届全国政协委员，民进中央委员，民进中央政法财经委员会副主任，民进北京市副主委，兼任中国社会科学院、南开大学、福州大学、郑州大学、河南大学、深圳大学、江西财经大学、浙江财经学院教授。主要研究领域：马克思主义经济学与西方经济学比较；价值和收入分配理论。已发表学术论文85篇，出版专著4部，教科书3部。代表作为《垄断足够价格论》、《公有制商品经济中的收入分配》、《广义价值论》、《微观经济学》。

刘澜飏，1966年出生，经济学博士，南开大学经济研究所副教授。从事西方经济学、货币经济学和金融经济学的教学与研究，主要研究领域为资产价格理论和货币政策理论，参与完成国家社科基金、国家自然科学基金等多项课题。主要研究成果为《中国三大阶层的收入分配》（合著）以及《中央银行货币政策对股票价格变动的反应原则》、《股票价格膨胀与中央银行政策反应》、《资产评估与会计资产计量的比较分析》等多篇文章。

贺京同，1961年出生，1982年获南京邮电学院工学学士学位，1990年获华中理工大学管理学学士学位，1996年获南开大学经济学硕士学位，1999年获南开大学工学博士学位，1999—2002年在天津大学管理学院做金融工程博士后。主要研究领域：西方经济学、资产定价理论、金融工程理论、知识产权法、经济复杂性及虚拟经济研究。在各类核心期刊上发表学术论文20多篇。代表作是《新模式下的宏观经济实证研究——神经网络方法的经济波动与宏观调控分析》。

无形资产评估

理论与实践

EVALUATION OF INTANGIBLE ASSETS:

Theory and Practice

责任编辑 / 郭爱东

封面设计 · 田略工作室

Tel: (010) 65815229

目 录

前 言	(1)
第一章 资产的性质及规定	(1)
第一节 会计学中的资产定义	(2)
一、“未消失成本观”	(2)
二、“借方余额观”	(3)
三、“经济资源观”	(3)
四、“未来经济利益观”	(4)
第二节 经济学中的资产概念	(8)
一、资本的本质	(8)
二、资本与资产的异同	(12)
第三节 资产概念与资产认定原则	(13)
一、对资产概念的综合理解	(13)
二、资产评估中的资产认定原则	(15)
第二章 资产评估及其基本问题	(17)
第一节 资产评估的产生与发展	(17)
一、资产评估的产生与发展	(17)
二、资产评估的目的	(19)
第二节 对资产评估概念的再认识	(21)

2 无形资产评估理论与实践

一、资产评估概念的界定	(21)
二、资产评估的要素	(22)
三、资产评估的对象范围	(25)
四、资产评估的特点	(26)
五、资产评估的价值标准	(28)
第三节 资产评估与信息理论	(30)
一、市场信息的基本形式及其对经济的影响	(31)
二、最优信息经济、资源配置与资产评估	(34)
第四节 资产评估与会计资产计量的比较分析	(37)
一、目的上的区别	(37)
二、收益概念的再认识	(40)
三、资产评估的内在矛盾	(44)
 第三章 无形资产的界定和分类	(47)
第一节 无形资产的概念界定	(47)
一、无形资产的定义与特征	(47)
二、无形资产分类	(50)
第二节 无形资产评估的价值基础	(53)
一、劳动价值论	(53)
二、使用价值决定论	(54)
三、经济效益分成论	(54)
四、市场机制论	(55)
第三节 无形资产价值的特殊性及分类	(55)
一、无形资产价值的含义	(55)
二、无形资产价值的特殊性	(56)
三、以价值形成方式标准的无形资产分类	(57)
第四节 知识型无形资产的价值来源及价格决定	(59)

一、知识型无形资产的特点	(59)
二、知识型无形资产的主要形式	(60)
三、知识型无形资产的使用价值与价值	(66)
四、知识型无形资产的价格决定	(70)
第四章 无形资产价值形成模型	(72)
第一节 垄断型无形资产的价值形成	(72)
一、基本概念	(72)
二、短期垄断利润	(74)
三、长期垄断利润	(77)
四、专利权垄断利润的概率分析	(78)
第二节 产品差异型无形资产价值形成模型	(80)
一、产品差异的含义	(80)
二、制造产品差异的无形资产	(82)
三、产品差异下的需求曲线	(83)
四、短期超额利润	(85)
五、非生产性成本投入的最优值	(88)
六、长期超额利润	(90)
第三节 降低成本型无形资产价值形成模型	(91)
第四节 无形资产价格的决定	(93)
一、无形资产价格的决定	(94)
二、影响无形资产需求的主要因素	(98)
第五章 知识型无形资产评估的基本方法	(100)
第一节 知识型无形资产评估的特点与常用方法	(100)
一、知识型无形资产评估的特点	(100)
二、知识型无形资产评估的常用方法	(103)

第二节 知识型无形资产评估中的收益现值法	(109)
一、知识型无形资产评估采用收益现值法的前提条件	(110)
二、知识型无形资产评估中收益现值法的运用	(114)
第六章 商誉的基本性质及其价值	(121)
第一节 商誉的性质和含义	(123)
一、商誉的性质	(123)
二、商誉的定义	(127)
第二节 商誉的构成因素	(127)
一、基本构成因素	(127)
二、自创商誉和购买商誉	(128)
第三节 商誉的特征	(130)
一、商誉具有依附性, 不宜单独计价	(130)
二、商誉的形成是一个历史过程	(130)
三、商誉的长期存在性	(131)
四、商誉的动态性	(131)
第四节 负商誉的概念和性质	(132)
一、负商誉概念	(132)
二、负商誉的本质属性	(134)
第五节 商誉的价值形成	(136)
一、商誉是一种商品	(136)
二、商誉的价值与使用价值	(136)
三、商誉的价值构成	(138)
四、商誉的价格	(138)
五、商誉商品价值形成的特殊性	(139)
第六节 确认商誉的经济学基础	(140)

第七章 商誉形成机理	(144)
第一节 分析前提: 消费者的有限信息	(144)
第二节 商誉是一种制造产品差异的无形资产	(146)
第三节 产品差异与厂商市场力量	(147)
一、产品差异增强厂商市场力量	(148)
二、产品差异下的剩余需求曲线	(149)
第四节 厂商创建商誉的行为分析	(151)
一、质量酬金模型	(152)
二、不对称信息和商誉形成	(154)
第八章 商誉评估方法	(158)
第一节 商誉与整体资产评估	(159)
一、整体评估与单项评估的区别	(159)
二、企业整体评估的条件	(160)
三、商誉与整体资产评估	(161)
四、企业整体评估的基本方法	(161)
第二节 商誉评估方法	(163)
一、商誉的确认	(163)
二、商誉评估方法	(165)
三、商誉的会计处理	(171)
四、负商誉的计价和会计处理	(171)
第三节 商誉评估参数的确定	(172)
一、企业收益及其预测	(172)
二、折现率的估测	(181)
三、剩余经济寿命	(184)

第九章 无形资产评估中的不确定性问题	(185)
第一节 不确定性与无形资产评估	(185)
一、不确定性的含义及其分类	(185)
二、无形资产评估与不确定性	(187)
第二节 无形资产评估值的理论修正模型	(194)
一、萨伯拉曼亚姆模型的构成	(194)
二、运用萨伯拉曼亚姆模型对无形资产评估值的修正	(196)

附 录

X 单位无形资产评估报告书	(204)
Y 企业的商誉评估分析	(211)

参考文献	(215)
------------	-------

后 记	(225)
-----------	-------

第一章 资产的性质及规定

企业的资产是由有形资产和无形资产构成的，对于这一点人们已达成共识；对于资产概念包括机器、设备、资金、专利权、商标、商誉等，人们也是普遍认可的。但在实际操作中，由于对资产和无形资产概念存在不同解释，使得无形资产评估和会计记账存在诸多不便。本书首先深入剖析有关资产的基本概念，以此作为构建无形资产评估理论和评估方法的基础。

资产（assets）是一个广泛使用的范畴，它既是会计学的一个基本概念，也是经济学的一个重要概念，更是评估学的核心概念，而最初则在司法上使用，具有充足之含义。经济学将资产表述为资本、财富，法学则将资产表述为财产权。

在我国计划经济体制下，资产被视为资金运用的同义语，表现为固定资产、流动资产、专项资产等等。这种资产定义有明显的局限性。首先，它强调的是资金的实际投入和运用，没有资金的投入就没有资产。这样，就把商誉、优越的地理位置、优良的管理技术、卓越超群的人力资源、技术诀窍等无形资产排斥在资产之外了。其次，它强调的是单个资产，忽视由单个资产所组成的整体资产。这样，又把区别于单个资产的整体资产排斥在资产范围之外了。显然，这样定义的资产概念，已经远远不能适应社会主义市场经济的客观要求，必须根据社会主义市场经济的实

践，重新界定资产的科学含义。

第一节 会计学中的资产定义

资产是会计学的—个基本概念，“资产 = 负债 + 所有者权益”是贯穿于会计平衡中的基本恒等式，这里面的“负债”又可以看成是“负资产”。资产与负债是随着复式记账和资产平衡表的发明而日趋突出的。在资产负债表中，资产列在一边，负债和权益放在另一边，权益可以定义为净资产，即资产减去作为负资产的负债后的值。在会计理论发展史上，对资产定义的探讨经历了一个曲折发展的过程，许多会计学家和会计组织都通过对资产下定义来阐述资产的性质，其中典型的有如下几种：

一、“未消失成本观”

这是一种关于资产性质的早期描述。约翰·B·坎宁在 1929 年出版的《会计经济学》中，将资产描述为“任何货币形态的未来劳务或任何可以转换为货币的未来劳务”，并认为，这种劳务只有在对人有用时才构成资产。1940 年美国会计学家佩顿和利特尔顿在其《公司会计准则》中更加明确地提出“未消失成本观”，认为所谓资产就是“为生产或经营方面所需之要素获得之后，尚未在生产或经营程序中利用，因而尚未达到可以认为销售成本费用之阶段者”。这种观点以历史成本会计模式为基点，强调了资产的成本计量性，即资产的取得要花费成本，也就是说，将已消耗的成本看成费用，将未耗用的成本看成是资产，解决了会计实务中的资产计量问题。但成本不是资产的本质，它不过是取得某一资产的证据以及作为计量某一资产的一个属性而已。