

# 四川资产评估中选用收益法进行品牌价值评估的原因和注意事项

产品名称	四川资产评估中选用收益法进行品牌价值评估的原因和注意事项
公司名称	四川中天资产评估有限公司
价格	6.00/6
规格参数	
公司地址	二环路西三段119号金港湾商务楼3楼30号
联系电话	133-4888-1986 13348881986

## 产品详情

### 选用收益法进行品牌价值评估的原因和注意事项

我们的地址：二环路西三段119号金港湾商务楼3楼30号电话：133-4888-1986联系手机：13348881986  
期待您的咨询

我们都知道，品牌的价值，并不完全是因为创造品牌所付出的成本，也不全是有品牌产品比无品牌产品可以获得更高的溢价，而是在于品牌可以使其所有者在未来获得较稳定的收益。那么，选用收益法进行品牌价值评估的原因和注意事项又有哪些呢？成都中天汇成资产评估为四川省内及成都市内提供设备评估、企业股权评估、企业价值评估、无形资产评估等各种资产评估。

我们都知道，品牌的价值，并不完全是因为创造品牌所付出的成本，也不全是有品牌产品比无品牌产品可以获得更高的溢价，而是在于品牌可以使其所有者在未来获得较稳定的收益。

那么，选用收益法进行品牌价值评估的原因和注意事项又有哪些呢？

成都中天汇成资产评估为四川省内及成都市内提供设备评估、企业股权评估、企业价值评估、无形资产评估等各种资产评估。

### 一、选用收益法评估的原因

#### (一)知名品牌与非知名品牌在价值上的区别

就短期而言，一个企业使用品牌与否对其总体收益的影响可能并不很大。

然而，就长期看，在需求的安全性方面，有品牌产品与无品牌产品，品牌影响力大的产品与品牌影响力

小的产品，会存在明显的差异。

原因是购买这些知名品牌的消费者很可能下次还会继续选用这些品牌，而购买那些影响力较小的品牌的消费者则更有可能转换品牌。

需求稳定性越大，意味着知名品牌的未来收益也就越高，由此，不难看出知名品牌与非知名品牌在价值上的区别。

## (二)成本法、溢价法在品牌价值评估中的局限性

### 1.成本法的局限

在品牌评估中，品牌开创成本与其未来收益的不对称性以及大量的品牌投资并不必然带来品牌影响力同步增大的事实，使成本法在品牌评估方面具有不可克服的内在局限。

### 2.溢价法的局限

(1)溢价法在品牌评估实践中虽然也有人倡导，而且溢价大小确实是品牌强弱的指示器之一，但这种方法的基本假定似乎是企业创立品牌主要是为了获得溢价，而实际情况并非如此。

很多企业是为了使未来的需求更加稳定和具有保障，并提高资产的运用效率。

(2)溢价法的另一局限是：需要找到一种不使用品牌的参照产品，以确定使用某一品牌后，消费者愿意为品牌支付多少溢价，这在实际操作中是很难做到的。

## (三)以未来收益为基础结合现实收益来评估品牌资产

确定品牌的未来收益的办法，主要是进行相关的财务分析和市场分析。

由于品牌未来收益是基于对品牌的近期和过去业绩以及市场未来的可能变动而做出的估计，品牌的强度越大，其估计的未来收益成为现实收益的可能性就越大。

因此，在对未来收益贴现时，对强度大的品牌应采用较低的贴现率；反之，则应采用较高的贴现率。结合品牌所创造的未来收益和依据品牌强度所确定的贴现率，就可计算出品牌的现时价值。

## 二、运用收益法评估时的注意事项

1.应着重进行市场分析，以此来确定品牌对所评定产品或产品所在行业的作用，决定产品沉淀收益中，一部分应归功于品牌，二部分应归功于非品牌因素。

对于某些行业的产品，如香烟、饮料、化妆品等，品牌对消费者的选择行为产生的影响较大，其沉淀收益的大部分甚至全部应归功于品牌的影响。

对于另外一些产品，如时装、高技术产品和许多工业用品，品牌的作用相对较小，此时，产品沉淀收益中相当一部分可能应归因于像专利、技术、客户数据库、分销协议等非品牌无形资产。

对非品牌无形资产所创造的未来收益，无疑应从沉淀收益中扣除。

可采用一种叫“品牌作用指数”的方法来决定非品牌无形资产所创造的收益在沉淀收益中的比重。其基本想法是从多个层面审视哪些因素影响产品的沉淀收益，以及品牌在多大程度上促进了沉淀收益的形成。

“品牌作用指数”虽然带有一定成分的主观和经验的因素，但它仍不失为一种较系统的品牌作用评价方法，对于综合品牌在业务中的作用和业务所产生的沉淀收益加以分析，对品牌的评估就很容易得到一定程度的量化。

## 2.要进行财务分析

它是为了估计某个产品或某项业务的沉淀收益，即产品或业务的未来收益扣除有形资产创造的收益后的余额。很明显，沉淀收益反映的是无形资产，其中包括品牌所创造的全部收益。

估计沉淀收益，需特别注意考虑如下因素：

### (1)限定使用品牌所创收益的范围

为此，应将非品牌产品或不在该品牌名下销售的产品所创造的收益应排除在外。实际上，企业所销售的产品中，可能大部分使用该品牌，也有一部分不使用该品牌或使用副品牌，因此，若不这样做，就很容易夸大品牌所创造的未来收益，从而使得品牌评估的指数过高。

### (2)限定有形资产所创造的收益

对与产品或业务相联系的有形资产如存货、分销系统、工厂与设备投资等应合理界定，对这些资产所创造的收益作出估计，并从总收益中扣除。

### (3)应用税后收益作为沉淀收益

这样做一方面可使品牌收益计算具有一致的基础，另一方面也符合品牌作为企业资产的本性。

## 3.要进行品牌分析

就是确定被评估品牌与同行业其它品牌的所比较出来的地位。其目的是衡量品牌在将其未来收益变为现实收益过程中的风险，就是据此确定适用于将未来收益贴现时的贴现率。

如果两个品牌创造的未来收益相同，但其中一个老字号，在其所属行业居于领导地位，而另一个是近些年发展起来但受到广泛欢迎的品牌，前一品牌的价值通常比后一品牌的价值高。

成都中天汇成资产评估为四川省内及成都市内提供设备评估、企业股权评估、企业价值评估、无形资产评估等各种资产评估