

中粮金帝食品（深圳）有限公司拟转让所持有
的部分资产项目
评估报告

中企华评报字(2016)第 3820 号
(共一册，第一册)

北京中企华资产评估有限责任公司

二〇一六年十月二十六日



目 录

注册资产评估师声明	1
评估报告摘要	2
评估报告正文	4
一、 委托方、产权持有单位及业务约定书约定的其他评估报告使用者	4
二、 评估目的	5
三、 评估对象和评估范围	5
四、 价值类型及其定义	6
五、 评估基准日	12
六、 评估依据	13
七、 评估方法	14
八、 评估程序实施过程和情况	19
九、 评估假设	22
十、 评估结论	22
十一、 特别事项说明	22
十二、 评估报告使用限制说明	23
十三、 评估报告日	24
评估报告附件	25

注册资产评估师声明

一、我们在执行本资产评估业务中，遵循相关法律法规和资产评估准则，恪守独立、客观和公正的原则；根据我们在执业过程中收集的资料，评估报告陈述的内容是客观的，并对评估结论合理性承担相应的法律责任。

二、评估对象涉及的资产清单及企业管理层预测未来经营资料由产权持有单位申报并经其签章确认；所提供资料的真实性、合法性、完整性，恰当使用评估报告是委托方和相关当事方的责任。

三、我们与评估报告中的评估对象没有现存或者预期的利益关系；与相关当事方没有现存或者预期的利益关系，对相关当事方不存在偏见。

四、我们已对评估报告中的评估对象及其所涉及资产进行现场调查；我们已对评估对象及其所涉及资产的法律权属状况给予必要的关注，对评估对象及其所涉及资产的法律权属资料进行了查验。

五、我们出具的评估报告中的分析、判断和结论受评估报告中假设和限定条件的限制，评估报告使用者应当充分考虑评估报告中载明的假设、限定条件、特别事项说明及其对评估结论的影响。

评估报告摘要

重要提示

本摘要内容摘自评估报告正文，欲了解本评估项目的详细情况和合理理解评估结论，应认真阅读评估报告正文。

北京中企华资产评估有限责任公司接受中粮金帝食品（深圳）有限公司的委托，根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，按照必要的评估程序，对委托评估的各项资产在评估基准日的市场价值进行了评估。现将评估报告摘要如下：

评估目的：中粮金帝食品（深圳）有限公司拟转让所持有的部分资产，需对申报的资产价值进行评估，为该经济行为提供价值参考依据。

评估对象是中粮金帝食品（深圳）有限公司申报的部分资产

评估范围是中粮金帝食品（深圳）有限公司申报的存货、固定资产及无形资产。

评估基准日：2016 年 8 月 31 日

价值类型：市场价值

评估方法：成本法

评估结论：中粮金帝食品（深圳）有限公司评估基准日申报的部分资产账面价值为 6,943.63 万元，评估价值为 7,184.87 万元，增值额为 241.24 万元，增值率为 3.47%。

资产评估结果汇总表

评估基准日：2016 年 8 月 31 日

金额单位：人民币万元

项目		账面价值	评估价值	增减值	增值率%
		A	B	C=B-A	D=C/A×100
一、流动资产	1	1,416.70	809.03	-607.67	-42.89
二、非流动资产	2	5,526.93	6,375.84	848.91	15.36
其中： 固定资产	3	5,526.93	5,170.84	-356.09	-6.44
无形资产	4	-	1,205.00	1,205.00	
资产总计	5	6,943.63	7,184.87	241.24	3.47

本评估报告仅为评估报告中描述的经济行为提供价值参考依据，评估结论的使用有效期限自评估基准日**2016年8月31日**起一年有效。

评估报告使用者应当充分考虑评估报告中载明的假设、限定条件、特别事项说明及其对评估结论的影响。

中粮金帝食品（深圳）有限公司拟转让

所持有的部分资产项目

评估报告正文

中粮金帝食品（深圳）有限公司：

北京中企华资产评估有限责任公司接受贵公司的委托，根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，采用成本法，按照必要的评估程序，对中粮金帝食品（深圳）有限公司拟转让所持有的部分资产在 2016 年 8 月 31 日的市场价值进行了评估。现将资产评估情况报告如下：

一、委托方、产权持有单位及业务约定书约定的其他评估报告使用者

本次评估的委托方暨产权持有单位为中粮金帝食品（深圳）有限公司。

（一）委托方简介

1. 公司简介

企业名称：中粮金帝食品（深圳）有限公司(以下简称“中粮金帝”)

法定住所：深圳市福田区北环路梅林工业区

法定代表人：曹荣根

注册资本：2499.437 万美元

实收资本：2499.437 万美元

企业性质：有限责任公司（外商合资）

股东（发起人）：中粮英属维尔京群岛 102 有限公司 巧克力产品（中国）有限公司

经营期限：自 1990 年 6 月 6 日起至 2035 年 6 月 6 日止

主要经营范围：生产经营巧克力及巧克力制品、太妃糖（糖果）、凝胶糖果、饼干（蛋卷产品）、代可可脂巧克力及代可可脂巧克力制品、膨化食品（按深福环批[2014]400155 号批复经营）。从事食品原

料的仓储（按深福环批[2013]400277 号批复经营）；预包装食品（不含复热）、散装食品（不含熟食、不含酒精饮料）的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口及相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其它专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请）。

（二）业务约定书约定的其他评估报告使用者

本评估报告仅供委托方和国家法律、法规规定的评估报告使用者使用，不得被其他任何第三方使用或依赖。

二、评估目的

中粮金帝食品（深圳）有限公司拟转让所持有的部分资产，需对申报的资产价值进行评估，为该经济行为提供价值参考依据。

三、评估对象和评估范围

（一）评估对象

根据评估目的，评估对象是中粮金帝食品（深圳）有限公司申报的部分资产。

（二）评估范围

评估范围是中粮金帝食品（深圳）有限公司申报的存货、固定资产及无形资产。

评估基准日，评估范围内的资产为企业申报的流动资产、固定资产及无形资产，总资产账面价值为 6,943.63 万元。

金额单位：万元

序号	资产类型	账面价值
1	流动资产	1,416.70
2	固定资产	5,526.93
3	无形资产	-
4	资产总计	6,943.63

企业申报的纳入评估范围的实物资产包括：存货、机器设备、运输设备、电子设备等。实物资产的类型及特点如下：

1) 存货

存货为原材料、在库周转材料、产成品和在产品。

原材料主要为白糖、奶粉、可可脂、酥油、调味粉、香精、果汁、抛光剂等，截止评估基准日，均存放在厂区的仓库内。

在库周转材料主要为继电器、传送带、轴承、O 型圈、螺丝等，截止评估基准日，均存放在厂区的仓库内。

在产品分为外购半成品和自制半成品，其中外购半成品为进口的格兰蒂趣味棒棒巧克力；自制半成品为威化涂层浆料、CBS 浆料、熟 B 级榛子浆返工料等，截止评估基准日，均存放在厂区的仓库内。

2) 机器设备

设备类资产主要包括机器设备、运输设备、电子设备。

机器设备主要为热收缩包装机、封箱机 700R、新蛋卷线、耐驰巧克力泵、二辊机预精磨机、亿滋巧克力滴浇机、80L 搅拌机、Garvens 自动检重称、兴利森分叶机、KARCHER 多功能刷地机等，截止评估基准日，均能正常使用。

运输设备主要包括叉车和 BT 电动托盘车等，截止评估基准日，均能正常使用。

电子设备主要包括色谱仪、梅思安四合一气体检测仪器、温湿度校验仪等，截止评估基准日，均能正常使用。

3) 企业申报的表外资产情况

评估基准日企业申报的表外无形资产包括：商标、专利技术、经销商渠道。

表外无形资产的基本情况如下：

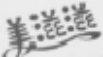
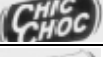
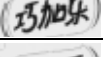
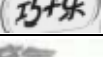
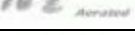
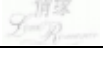
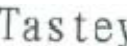
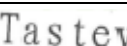
① 专利

序号	项目名称	专利权人	专利类别	申请日期	专利号
1	包装盒（杏仁粒脆心巧克力）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2006.8.15	200630137103.9
2	包装盒（太妃糖）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2010.10.29	201030587110.5
3	包装盒（世纪心愿）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2010.10.29	201030587127.0
4	包装盒（糖果形状）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2011.12.30	201130507894.0
5	包装盒（小熊男）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362441.8
6	包装瓶（蝴蝶结）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362989.2
7	包装瓶（小熊女）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362674.8

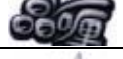
序号	项目名称	专利权人	专利类别	申请日期	专利号
8	标贴（1）【美滋滋】	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.11.19	201230560481.3
9	标贴（2）【金帝】	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.11.19	201230560516.3
10	包装罐（椭圆形巧克力罐）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2014.11.11	201430441629.0
11	包装罐（圆形巧克力罐）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2014.11.11	201430441493.3
12	巧克力包装罐	中粮金帝食品（深圳）有限公司	实用新型	2014.12.5	201420759264.0

其中 10-12 项仅取得授权通知书，尚未取得证书。

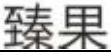
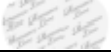
②国内注册商标

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
1	603806	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
2	603807	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
3	603808	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
4	603809	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
5	618209	30		2012 年 11 月 20 日至 2022 年 11 月 19 日
6	800843	30		2005 年 12 月 21 日至 2015 年 12 月 20 日
7	1114427	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
8	1114428	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
9	1114448	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
10	1137361	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
11	1137362	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
12	1498085	30		2010 年 12 月 28 日至 2020 年 12 月 27 日
13	1498086	30		2010 年 12 月 28 日至 2020 年 12 月 27 日
14	1550171	30		2011 年 4 月 7 日至 2021 年 4 月 6 日
15	2013013	30		2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日
16	3189863	30		2014 年 1 月 21 日至 2024 年 1 月 20 日
17	3189875	30		2013 年 7 月 14 日至 2023 年 7 月 13 日
18	3189876	29		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
19	3189877	33		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
20	3189878	32		2013 年 11 月 7 日至 2023 年 11 月 6 日
21	3189879	30		2014 年 5 月 14 日至 2024 年 5 月 13 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
22	3189880	29	Tastey	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
23	3189881	33	佳食苑	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
24	3189882	32	佳食苑	2013 年 11 月 7 日至 2023 年 11 月 6 日
25	3189883	30	佳食苑	2013 年 7 月 14 日至 2023 年 7 月 13 日
26	3189884	29	佳食苑	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
27	3190133	33	Just me	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
28	3190134	32	Just me	2014 年 2 月 21 日至 2024 年 2 月 20 日
29	3197584	30	珍爱 Cherish	2014 年 2 月 21 日至 2024 年 2 月 20 日
30	3221967	30		2014 年 1 月 28 日至 2024 年 1 月 27 日
31	3221968	29	極眼	2013 年 6 月 28 日至 2023 年 6 月 27 日
32	3221969	30	極眼	2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日
33	3227731	30	驿动的心	2013 年 8 月 28 日至 2023 年 8 月 27 日
34	3255105	30	添趣	2013 年 9 月 21 日至 2023 年 9 月 20 日
35	3279964	33	美滋滋	2013 年 8 月 28 日至 2023 年 8 月 27 日
36	3279965	32	美滋滋	2014 年 3 月 28 日至 2024 年 3 月 27 日
37	3279966	30	美滋滋	2014 年 6 月 28 日至 2024 年 6 月 27 日
38	3279967	29	美滋滋	2015 年 1 月 21 日至 2025 年 1 月 20 日
39	3481963	30		2014 年 10 月 7 日至 2024 年 10 月 6 日
40	3481964	30	美滋滋	2014 年 8 月 21 日至 2024 年 8 月 20 日
41	3533393	30	Le Conté	2014 年 12 月 14 日至 2024 年 12 月 13 日
42	3591507	30	七彩	2015 年 1 月 14 日至 2025 年 1 月 13 日
43	3615935	30		2015 年 1 月 28 日至 2025 年 1 月 27 日
44	3730471	30		2005 年 7 月 14 日至 2015 年 7 月 13 日
45	3730472	30	滋彩	2005 年 7 月 14 日至 2015 年 7 月 13 日
46	3730473	30	真彩	2005 年 5 月 7 日至 2015 年 5 月 6 日
47	3749464	30	添彩	2005 年 9 月 28 日至 2015 年 9 月 27 日
48	3778044	30	Enchanté	2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
49	3778045	30	Enchanté	2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
50	3778046	30	珍爱	2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
51	3924230	30	花言巧语	2006 年 4 月 14 日至 2016 年 4 月 13 日
52	3974818	30		2006 年 2 月 14 日至 2016 年 2 月 13 日
53	3974819	30		2006 年 2 月 14 日至 2016 年 2 月 13 日
54	4040810	30		2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
55	4040811	30	COCORIO	2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
56	4040812	30	谷力奥	2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
57	4054569	30		2006 年 9 月 7 日至 2016 年 9 月 6 日
58	4054570	30		2006 年 6 月 21 日至 2016 年 6 月 20 日
59	4064115	30		2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
60	4064116	30	COCORIO	2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
61	4064134	30	谷力奥	2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
62	4070931	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
63	4070932	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
64	4070933	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
65	4083801	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
66	4083802	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
67	4083803	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
68	4083804	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
69	4083805	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
70	4083806	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
71	4083807	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
72	4103583	30		2006 年 7 月 28 日至 2016 年 7 月 27 日
73	4103584	30		2006 年 7 月 28 日至 2016 年 7 月 27 日
74	4545349	30	Fundots	2007 年 10 月 21 日至 2017 年 10 月 20 日
75	4545350	30	欢乐豆	2007 年 10 月 21 日至 2017 年 10 月 20 日
76	4620618	30	Jemmi	2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
77	4665872	30	浓郁	2008 年 3 月 7 日至 2018 年 3 月 6 日
78	5781396	30	乐悠悠	2009 年 12 月 21 日至 2019 年 12 月 20 日
79	5781397	30	悠逸	2009 年 10 月 21 日至 2019 年 10 月 20 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
80	5781398	29	悠逸	2009年6月28日至2019年6月27日
81	5781399	29	悠季	2009年11月28日至2019年11月27日
82	5781400	30	悠季	2009年12月21日至2019年12月20日
83	5782326	30	金帝 LeConté	2009年10月21日至2019年10月20日
84	5782328	29	金纯臻品	2009年6月28日至2019年6月27日
85	5885495	30	Vani	2009年11月21日至2019年11月20日
86	7300502	30	榛爱	2010年10月21日至2020年10月20日
87	7300503	30	滋滋乐	2010年10月21日至2020年10月20日
88	7300506	30	乐滋滋	2010年10月21日至2020年10月20日
89	7300507	30	滋滋美	2010年10月21日至2020年10月20日
90	7695227	30		2010年11月28日至2020年11月27日
91	7783587	30	情缘	2010年12月14日至2020年12月13日
92	7783588	30	灰姑娘	2011年10月14日至2021年10月13日
93	7783589	30	ROMANCE LOVE	2011年11月21日至2021年11月20日
94	7910061	30		2011年1月21日至2021年1月20日
95	8467276	29	Cupolale 芬尼力	2011年10月7日至2021年10月6日
96	8467452	30	Cupolale 芬尼力	2011年7月21日至2021年7月20日
97	8467487	32	Cupolale 芬尼力	2011年7月21日至2021年7月20日
98	8467527	33	Cupolale 芬尼力	2011年7月21日至2021年7月20日
99	8605301	30	La Molina	2011年12月14日至2021年12月13日
100	8665355	29	美滋滋 Morville	2012年4月21日至2022年4月20日
101	8665356	30	美滋滋 Morville	2012年3月14日至2022年3月13日
102	8665357	32	美滋滋 Morville	2011年11月21日至2021年11月20日
103	8705649	30	充气	2011年10月21日至2021年10月20日
104	8705682	30	Aerated	2011年10月21日至2021年10月20日
105	9071283	30	CALLIOPE	2012年1月28日至2022年1月27日
106	9071296	30	FIORI	2012年1月28日至2022年1月27日
107	9071306	30	Desiderio	2012年1月28日至2022年1月27日
108	11486094	30		2015年4月14日至2025年4月13日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
109	11486106	30		2014 年 8 月 21 日至 2024 年 8 月 20 日
110	11486115	30	金帝 爱的密码	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日
111	11486121	30	金帝 轻松	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日
112	11486136	30	金帝 臻果	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日
113	11800175	30		2014 年 5 月 7 日至 2024 年 5 月 6 日
114	13967668	30	CocoBoîtee	2015 年 3 月 7 日至 2025 年 3 月 6 日
115	13967777	30	ChocBoîtee	2015 年 3 月 7 日至 2025 年 3 月 6 日
116	14006677	30	CocoBoîtee	2015 年 3 月 14 日至 2025 年 3 月 13 日
117	14006678	30	ChocBoîtee	2015 年 3 月 14 日至 2025 年 3 月 13 日
118	14302332	30	Hägeland	2015 年 5 月 14 日至 2025 年 5 月 13 日
119	14374487	30	格兰蒂	2015 年 5 月 28 日至 2025 年 5 月 27 日
120	14452694	30	Hägeland	2015 年 6 月 7 日至 2025 年 6 月 6 日
121	14751896	30	费奥蕾	2015 年 6 月 28 日至 2025 年 6 月 27 日
122	14593887	30	情缘	2015 年 7 月 21 日至 2025 年 7 月 20 日
123	14593886	30		2015 年 7 月 21 日至 2025 年 7 月 20 日
124	14989985	30		2015 年 9 月 28 日至 2025 年 9 月 27 日
125	14989932	30		2015 年 9 月 28 日至 2025 年 9 月 27 日
126	15220127	30	欧蕊	2015 年 10 月 14 日至 2025 年 10 月 13 日
127	15371326	30	Hägeland	2015 年 10 月 28 日至 2025 年 10 月 27 日
128	16321882	29	美滋滋 	2016 年 3 月 28 日至 2026 年 3 月 27 日

③经销商渠道

被评估单位申报的经销商渠道主要为 2015 年已签订协议的经销商，具体明细如下：

地区	经销商数量	经销商主要经销区域	前五大经销商
华北	84	青岛市、洛阳市、呼和浩特市、包头市、济南市、济宁市、太原市、潍坊市、郑州市等地区的各大商超	青岛大道贸易有限公司、呼和浩特市叁利鑫商贸有限责任公司、呼和浩特市玉泉区王玉国祥食品商行、包头市超乾贸易有限责任公司、包头市业盛商贸有限责任公司
华东	82	杭州市、淮安市、嘉兴市、南京市、上海市、徐州市等地区的商店超市或便利店	无锡市博比特贸易有限公司、湖州可佳食品有限公司、宁波万泰食品有限公司、上海味群商贸有

			限公司、杭州乐余食品有限公司
华南	7	河源市、广州市、漳州市、深圳市等地区的商店超市	广州市林清饮品有限公司、河源市源城区高宝商贸有限公司、龙岩市新罗区天伊贸易有限公司、漳州市福多多工贸有限公司、深圳市荣林华实业有限公司
华中	46	武汉市、长沙市、合肥市、湖南省等地区的商店超市	武汉永力商贸有限公司、十堰鑫瑶贸易有限公司、湖南永和兴商贸有限公司、安徽怡然商贸有限公司、合肥乔熔商贸有限责任公司
京津冀	27	保定市、北京市、石家庄市、天津市等地区的商店超市	北京柏年德康商业有限公司、北京市恒瑞伟业商贸有限公司、北京创雄商贸有限公司、唐山市壹鸣商贸有限公司、北京亿顺祥商贸有限公司
西北	48	宝鸡市、乌鲁木齐市、汉中市、河西市、兰州市等地区的商店超市	兰州东盛昌商贸有限责任公司、青海帅辰商贸有限责任公司、西安德忠贸易有限公司、新疆顾德实业有限公司、新疆新益顺商贸有限公司
西南	66	成都市、贵州省、云南省、重庆市等地区的商店超市	四川省嘉恒食品有限责任公司、西昌市彬正副食品经营部、泸州壹加壹商贸有限公司、重庆市英雄商业股份有限公司、贵阳胡杨商贸有限公司
东北	47	哈尔滨市、大庆市、长春市等地区的商店超市	哈尔滨达喜商贸有限公司、吉林市船营区亿丰食品商行、大庆川马经贸有限公司、哈尔滨蓝天博实工贸有限公司、白城市升升贸易商行
总计	407		

四、价值类型及其定义

根据评估目的，确定评估对象的价值类型为市场价值。

市场价值是指自愿买方和自愿卖方，在各自理性行事且未受任何强迫的情况下，评估对象在评估基准日进行正常公平交易的价值估计数额。

五、评估基准日

评估基准日是 2016 年 8 月 31 日。

评估基准日由委托方确定。

六、评估依据

(一) 《中粮金帝食品(深圳)有限公司关于转让部分资产的股东会决议》

1.企业的股东会决议。

(二) 法律法规依据

1.《中华人民共和国公司法》(2013年12月28日第十二届全国人民代表大会常务委员会第六次会议通过);

2.《中华人民共和国企业所得税法》(2007年3月16日第十届全国人民代表大会第五次会议通过);

3.《中华人民共和国企业国有资产法》(2008年10月28日第十一届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过);

4.《企业国有资产监督管理暂行条例》(国务院令第378号);

5.《国有资产评估管理办法》(国务院令第91号);

6.《企业国有资产评估管理暂行办法》(国务院国有资产监督管理委员会令第12号);

7.《关于加强企业国有资产评估管理工作有关问题的通知》(国资委产权[2006]274号);

8.《关于企业国有资产评估报告审核工作有关事项的通知》(国资产权[2009]941号);

9.《企业会计准则——基本准则》(财政部令第33号);

10.《中华人民共和国增值税暂行条例实施细则》(财政部、国家税务总局令第50号)。

(三) 评估准则依据

1.《资产评估准则——基本准则》(财企[2004]20号);

2.《资产评估职业道德准则——基本准则》(财企[2004]20号);

3.《注册资产评估师关注评估对象法律权属指导意见》(会协[2003]18号);

4.《资产评估准则——评估程序》(中评协[2007]189号);

5.《资产评估准则——工作底稿》(中评协[2007]189号);

6.《资产评估准则——机器设备》(中评协[2007]189号);

- 7.《资产评估准则——无形资产》（中评协[2008]217号）；
- 8.《资产评估价值类型指导意见》（中评协[2007]189号）；
- 9.《评估机构业务质量控制指南》（中评协[2010]214号）；
- 10.《资产评估准则——评估报告》（中评协[2007]189号）；
- 11.《资产评估准则——业务约定书》（中评协[2007]189号）；
- 12.《企业国有资产评估报告指南》（中评协[2011]230号）。

（四）权属依据

1. 设备购置合同及发票；
2. 商标及专利技术权属证明

（五）取价依据

- 1.评估基准日银行存贷款基准利率及外汇汇率；
- 2.企业有关部门提供的未来年度经营计划；
- 3.企业提供的主要服务目前及未来年度市场预测资料；
- 4.企业与相关单位签订的原材料购买合同；
- 5.评估人员现场勘察记录及收集的其他相关估价信息资料；
- 6.机器设备合同、商标及专利权证书、与经销商签订的合同及明细；
- 7.与此次资产评估有关的其他资料。

（六）其他参考资料

- 1.产权持有单位提供的资产清单和评估申报表；
- 2.北京中企华资产评估有限责任公司信息库。

七、评估方法

按照《资产评估准则—基本准则》，评估需根据评估目的、价值类型、资料收集情况等相关条件，恰当选择一种或多种资产评估方法。

单项资产评估通常采用的评估方法有市场法、收益法和成本法，本次评估目的是将纳入评估范围的资产进行处置，选用适合的评估方法对各项资产进行评估。

（一）流动资产

1.存货

(1)原材料

评估人员对原材料进行了实地盘点，并核对了部分凭证及账簿，了解存货的保管、内部控制制度等，并对各项存货的库龄、实际技术状况、保管状况等进行了调查了解。原材料全部存放于被评估单位的仓库内，摆放整齐，存放及保管情况较好，未发现有账实不符的现象。

对于库龄处于保质期内的原材料，评估价值以经核实后的数量乘以现行市场购买价计算确定；对于 2015 年以前购入的原材料及库龄超过保质期内的原材料，评估价值为 0；

(2)在库周转材料

评估人员根据库存资产明细，对在库周转材料材料进行了实地盘点，并核对了部分凭证及账簿，了解存货的保管、内部控制制度等，并对各项存货的库龄、实际技术状况、保管状况等进行了调查了解。在库周转材料全部存放于被评估单位的仓库内，摆放整齐，存放及保管情况较好，未发现有账实不符的现象。

经了解，在库周转材料主要为生产设备备品备件，由于备品备件均为近期购入且市场价格波动很小，故本次对于生产设备备品备件按照账面值确认。

(3)在产品

在产品核算内容为外购半成品和自制半成品。其中外购半成品为进口的格兰蒂趣味棒棒巧克力；自制半成品为：威化涂层浆料、CBS 浆料、熟 B 级榛子浆返工料等。

评估人员经了解，在产品为企业已在生产线上加工材料。截至评估基准日被评估单位已停产，且已进行加工的材料保质期较短，故本次对于在产品评估为零。

(二) 机器设备

根据各类设备的特点、评估价值类型、资料收集情况等相关条件，主要采用成本法评估。

成本法基本的计算公式如下：

评估值=重置全价×成新率—拆除费用

1.重置全价的确定

原地继续使用时，机器设备的重置成本一般包含设备运杂费、安装调试费、基础费等；移地续用时，重置成本一般不包括上述费用。根据本次评估目的与评估假设，设备重置全价为设备在即将搬移之异地持续使用状态下，不考虑设备运杂费、安装调试费、基础费等；

(1) 机器设备

A. 国内设备

设备重置全价=设备本体不含税购置价

①设备本体购价主要通过市场询价、查阅近期设备报价手册、网站、向生产厂家询价以及参考资产占有单位近期签订的设备购销合同，采用以上一种或几种途径相结合的方法确定设备本体购价。

B. 进口设备

设备重置全价=设备本体不含税购置价

其中：

设备本体不含税购置价=CIF 价+关税+外贸手续费+商检费+银行财务费

其中：

①通过与设备供应商或代理机构询价及网站查询等方式确定机器设备的 CIF 价；

②关税：根据中华人民共和国海关总署网站查阅《2016 年中国海关进出口关税税率税则》，按照商品编号确定设备分类，从而确定关税；

③银行财务费一般指中国银行手续费，本次费率取 0.45%；

银行财务费=进口设备到岸价(CIF 价)×银行财务费率

④外贸手续费：本次费率取 1.00%；

外贸手续费=进口设备到岸价(CIF 价)×外贸手续费率

⑤商检费：本次评估按 CIF 价的 0.015%计取；

对于零星购置设备，一般不需要安装，且基本是送货上门没有运费，其他费用和资金成本可忽略不计。通过查询市场价格，以设备购置价确定为设备的重置全价。

(2) 运输设备重置全价确定

对于运输设备主要通过查询市场的售价(不含税)来确定重置全价。

对于购置时间长，难以查询新购置价格的运输类设备，按市场法评估，主要以二手价确定评估值。

(3)电子设备重置全价确定

对电子设备，查询市场的售价(不含税)来确定重置全价。

对于购置时间长，难以查询新购置价格的电子类设备，按市场法评估，主要以二手价确定评估值。

2、综合成新率的确定

(1)对于专用设备、通用机器设备及运输设备，主要依据设备经济寿命年限、已使用年限，通过对设备使用状况、技术状况的现场勘查了解，确定其尚可使用年限，然后按以下公式确定其综合成新率。

综合成新率=尚可使用年限/(尚可使用年限+已使用年限)×100%

(2)对于电子设备、办公设备等小型设备，主要依据其经济寿命年限来确定其综合成新率；对于大型的电子设备还参考其工作环境、设备的运行状况等来确定其综合成新率。计算公式如下：

年限法成新率=(经济寿命年限-已使用年限)/经济寿命年限
×100%

综合成新率=年限法成新率×调整系数

3、拆除费用的确定

拆除费用（如需拆除设备要考虑），则根据设备的特点、重量、拆除难易程度、技术复杂程度，以不含税购置价为基础，结合实际情况，按不同拆除费率计取。

4、评估值的确定

评估值=重置全价×综合成新率-拆除费用

对于部分运输设备、电子设备，按照评估基准日的二手市场价格或废品价格，采用市场法进行评估；对于需要考虑拆除费用的设备扣除拆除费用后得出评估值。

(三)无形资产

进行无形资产评估基本方法包括收益法、市场法和成本法。要根据评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，分析三种基本方法的适用性，恰当选择一种或多种资产评估基本方法。

一般而言，对于商标和专利技术的研制开发的成本，企业虽然对其进行成本归集，但该成本往往与其价值没有直接的对应关系，由于评估对象经历了数年不断研发的结果，且是交叉研究中的产物，加之管理上的原因，研发成本难以准确核算，无法从成本途径对其进行评估。因此对于与研发成本弱相关的商标和专利技术，一般不选取成本法评估。

另外，由于商标和专利技术是企业自主研发，具有独占性，不对外销售，以及技术转让和许可条件的多样性，缺乏充分发育、活跃的交易市场，也不易从市场交易中选择参照物，故一般不适用市场法。

由于被评估的商标和专利技术是企业经营收入的基础，对营业收入产生贡献，带来稳定的现金流，且通过计算可以货币化、可以合理估算其收益期限及适当的折现率，因此对纳入评估范围的商标及专利技术采用收益法进行评估。

对于渠道类无形资产，由于无形资产市场的发展不完善，目前没有专业的转让市场，且个性化极强，难以科学地概括出不同营销渠道的可比较指标和技术参数故不适宜采用市场法。虽然形成渠道类无形资产的过程中需要耗费一定的费用，但发生的相关费用只对渠道类资产的价值起影响作用，而不是绝对作用，起决定作用的是渠道类资产带来的收益，因此渠道类无形资产不适用成本法更适合采用收益法。

收益法虽然没有直接利用现实市场上的参照物来说明评估对象的现行公平市场价值，但它是从决定资产现行公平市场价值的基本依据——资产的预期获利能力的角度评价资产，从理论上讲，收益法的评估结论具有较好的可靠性和说服力。故结合评估对象的特点，本次采用收益现值法对无形资产的价值进行评估。具体分为如下四个步骤：

(1)分别确定经济寿命期，预测在经济寿命期内的各类无形资产产生的销售收入；

(2)分析各类无形资产对收入的分成率(贡献率)，确定收益贡献；

(3)采用适当折现率将预期收益折成现值；

(4)经济寿命期内收益现值相加，确定各类无形资产的评估价值。

2.基本公式

评估方法采用收益法，具体采用销售收入分成法。

$$X = \sum_{i=1}^n R_i \times \eta \times (1 + r)^{-(i-0.5)}$$

式中：X—评估对象价值；

R_i —第*i*年的评估对象带来的相关产品销售收入；

η —评估对象的销售收入提成率；

r —折现率；

n —评估对象的收益年限；

八、评估程序实施过程和情况

评估人员于2016年9月19日至2016年10月26日对评估对象涉及的资产实施了评估。主要评估程序实施过程和情况如下：

(一) 接受委托

2016年7月4日，我公司与委托方就评估目的、评估对象和评估范围、评估基准日等评估业务基本事项，以及各方的权利、义务等达成协议，并与委托方协商拟定了相应的评估计划。

(二) 前期准备

1.拟定评估方案

根据评估目的，准备培训资料、制定评估方案和计划，并根据评估方案拟定收集资料提纲。根据评估方案和计划，成立评估小组。

2.组建评估团队

根据评估范围内的资产分布和资产量，我公司根据评估计划组成了评估小组，并配备了相关专业的评估技术人员。

3.实施项目前期指导

为使被评估单位的财务与资产管理人员理解并做好资产评估材料的填报工作，确保评估申报材料的质量，我公司指派专人对资产评估材料填报中碰到的问题进行解答。

为了保证评估项目的质量和提高工作效率，贯彻落实拟定的资产评估工作方案，我公司对项目团队成员讲解了项目的经济行为背景、评估对象涉及资产的特点、评估技术思路和具体操作要求等。

(三) 现场调查

评估人员于 2016 年 9 月 19 日至 2016 年 9 月 26 日对评估对象涉及的资产进行了必要的清查核实。

1. 资产核实

(1) 指导被评估单位填表和准备应向评估机构提供的资料

评估人员指导被评估单位的财务与资产管理人员在自行资产清查的基础上，按照评估机构提供的“资产评估申报表”及其填写要求、资料清单等，对纳入评估范围的资产进行细致准确的填报，同时收集准备资产的产权证明文件 and 反映性能、状态、经济技术指标等情况的文件资料等。

(2) 初步审查和完善被评估单位填报的资产评估申报表

评估人员通过查阅有关资料，了解纳入评估范围的具体资产的详细状况，然后仔细审查各类“资产评估申报表”，检查有无填项不全、错填、资产项目不明确等情况，并根据经验及掌握的有关资料，检查“资产评估申报表”有无漏项等，同时反馈给被评估单位对“资产评估申报表”进行完善。

(3) 现场实地勘查

根据纳入评估范围的资产类型、数量和分布状况，评估人员在被评估单位相关人员的配合下，按照资产评估准则的相关规定，对各项资产进行了现场勘查，并针对不同的资产性质及特点，采取了不同的勘查方法。

(4) 补充、修改和完善资产评估申报表

评估人员根据现场实地勘查结果，并和被评估单位相关人员充分沟通，进一步完善“资产评估申报表”，以做到：账、表、实相符。

(5) 查验产权证明文件资料

评估人员对纳入评估范围的机器设备、专利及商标等资产的产权证明文件资料进行查验，对权属资料不完善、权属不清晰的情况提请企业核实或出具相关产权说明文件。

2. 尽职调查

评估人员为了充分了解被评估单位的经营管理状况及其面临的风险，进行了必要的尽职调查。尽职调查的主要内容如下：

(1) 被评估单位的历史沿革、主要股东及持股比例、必要的产权和经营管理结构；

(2) 被评估单位的资产、财务、经营管理状况；

(3) 被评估单位的经营计划、发展规划和财务预测信息；

(4) 评估对象、被评估单位以往的评估及交易情况；

(5) 影响被评估单位经营的宏观、区域经济因素；

(6) 被评估单位所在行业的发展状况与前景；

(7) 其他相关信息资料。

(四) 资料收集

评估人员根据评估项目的具体情况进行了评估资料收集，包括直接从市场等渠道独立获取的资料，从委托方及被评估单位等相关当事方获取的资料，以及从政府部门、各类专业机构和其他相关部门获取的资料，并对收集的评估资料进行了必要分析、归纳和整理，形成评定估算的依据。

(五) 评定估算

评估人员针对各类资产的具体情况，根据选用的评估方法，选取相应的公式和参数进行分析、计算和判断，形成了初步评估结论。项目负责人对各类资产的初步评估结论进行汇总，撰写并形成评估报告草稿。

(六) 内部审核

根据我公司评估业务流程管理办法规定，项目负责人在完成评估报告草稿一审后形成评估报告初稿并提交公司内部审核。项目负责人在内部审核完成后，形成评估报告征求意见稿并提交客户征求意见，根据反馈意见进行合理修改后形成评估报告正式稿并提交委托方。

九、评估假设

本评估报告分析估算采用的假设条件如下：

(一)国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化，本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化，无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响；

(二)评估对象的市场状况或趋势不发生大的变化；

(三)有关利率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化；

(四)本次机器设备的使用方式为移地继续使用。

本评估报告评估结论在上述假设条件下在评估基准日时成立，当上述假设条件发生较大变化时，签字注册资产评估师及本评估机构将不承担由于假设条件改变而推导出不同评估结论的责任。

十、评估结论

根据以上评估工作得出评估结论如下：

中粮金帝食品（深圳）有限公司评估基准日申报的部分资产账面价值为 6,943.63 万元，评估价值为 7,184.87 万元，增值额为 241.24 万元，增值率为 3.47%。

资产评估结果汇总表

评估基准日：2016 年 8 月 31 日

金额单位：人民币万元

项目		账面价值	评估价值	增减值	增值率%
		A	B	C=B-A	D=C/A×100
一、流动资产	1	1,416.70	809.03	-607.67	-42.89
二、非流动资产	2	5,526.93	6,375.84	848.91	15.36
其中： 固定资产	3	5,526.93	5,170.84	-356.09	-6.44
无形资产	4	-	1,205.00	1,205.00	
资产总计	5	6,943.63	7,184.87	241.24	3.47

十一、特别事项说明

(一)本次评估未考虑委估资产转让的相关税费；

(二)本次评估结果是反映评估对象在本次评估目的下，根据公开市场的原则确定资产的市场价值，未考虑可能存在的未决诉讼或者其

他可能存在的诉讼可能产生的影响，以及特殊交易方可能追加付出的价格等对评估结果的影响；

(三)由于委估设备在现场清查时已经停止生产，设备处于静止状态，无法获得设备运行时的性能状态及参数，现场勘查仅通过设备维修制度和记录，设备管理人员和操作人员的介绍等方式对设备技术状态进行鉴定，与设备实际运行状态可能存在差异。

(四)本次评估结果未考虑委估设备可能存在的抵押、担保等事项对评估价值的影响。

(五)根据《注册资产评估师关注评估对象法律权属指导意见》，产权持有单位和相关当事人应当提供评估对象法律权属等资料，并对所提供的评估对象法律权属资料的真实性、合法性和完整性承担责任；注册资产评估师的责任是对该资料及其来源进行必要的查验和披露，对评估对象法律权属进行确认或发表意见超出注册资产评估师执业范围，不代表对评估对象的权属提供任何保证。

十二、评估报告使用限制说明

(一)本评估报告只能用于评估报告载明的评估目的和用途；

(二)本评估报告只能由评估报告载明的评估报告使用者使用；

(三)本评估报告的全部或者部分内容被摘抄、引用或者被披露于公开媒体，需评估机构审阅相关内容，法律、法规规定以及相关当事方另有约定的除外；

(四)本评估报告经注册资产评估师签字、评估机构盖章后方可正式使用；

(五)本报告结论使用有效期为自评估基准日起一年。

(六)本评估报告经国有资产监督管理机构或所出资企业备案后方可正式使用。

十三、评估报告日

本评估报告提出日期为 2016 年 10 月 26 日。

法定代表人：权忠光



注册资产评估师：郑晓芳



注册资产评估师：王爱柳



北京中企华资产评估有限责任公司

二〇一六年十月二十六日



评估报告附件

附件一、委托方暨产权持有单位法人营业执照复印件；

附件二、评估对象涉及的主要权属证明资料；

附件三、委托方暨产权持有单位的承诺函；

附件四、签字注册资产评估师的承诺函；

附件五、北京中企华资产评估有限责任公司资产评估资格证书复印件；

附件六、北京中企华资产评估有限责任公司营业执照副本复印件；

附件七、北京中企华资产评估有限责任公司评估人员资格证书复印件。

注册资产评估师承诺函

中粮金帝食品（深圳）有限公司：

受你单位的委托，我们对你单位拟转让所持有的部分资产的市场价值，以 2016 年 8 月 31 日为基准日进行了评估，形成了资产评估报告。在本报告中披露的假设条件成立的前提下，我们承诺如下：

- 一、具备相应的执业资格；
- 二、评估对象和评估范围与评估业务约定书的约定一致；
- 三、对评估对象及其所涉及的资产进行了必要的核实；
- 四、根据资产评估准则和相关评估规范选用了评估方法；
- 五、充分考虑了影响评估价值的因素；
- 六、评估结论合理；
- 七、评估工作未受到干预并独立进行。

注册资产评估师：郑晓芳



注册资产评估师：王爱柳



2016 年 月 日

中粮金帝食品（深圳）有限公司拟转让
所持有的部分资产项目
评估说明

中企华评报字(2016)第 3820 号
(共一册, 第一册)

北京中企华资产评估有限责任公司
二〇一六年十月二十六日



目 录

第一部分 关于评估说明使用范围的声明	2
第二部分 企业关于进行资产评估有关事项的说明	3
第三部分 资产评估说明	4
第一章 评估对象与评估范围说明	5
一、评估对象与评估范围	5
二、企业申报的实物资产情况	5
三、企业申报的表外资产情况	6
四、引用其他机构报告结论所涉及的相关资产	12
第二章 资产核实情况总体说明	13
一、资产核实人员组织、实施时间和过程	13
二、影响资产核实的事项及处理方法	14
三、核实结论	14
第三章 评估技术说明	15
一、流动资产评估技术说明	15
二、机器设备评估技术说明	17
三、无形资产-其他无形资产评估技术说明	26
第四章 评估结论及分析	61
一、评估结论	61
二、评估结论与账面价值比较变动情况及原因	61
评估说明附件	63

第一部分 关于评估说明使用范围的声明

本评估说明仅供国有资产监督管理机构（含所出资企业）、相关监管机构和部门使用。除法律法规规定外，材料的全部或者部分内容不得提供给其他任何单位和个人，不得见诸公开媒体。

第二部分 企业关于进行资产评估有关事项的说明

本部分内容由委托方和产权持有单位编写、单位负责人签字、加盖单位公章并签署日期，内容见附件一：关于进行资产评估有关事项的说明。

第三部分 资产评估说明

本部分内容 由评估师编写。

第一章 评估对象与评估范围说明

一、评估对象与评估范围

（一）委托评估对象与评估范围

评估对象是中粮金帝食品（深圳）有限公司申报的部分资产

评估范围是中粮金帝食品（深圳）有限公司申报的存货、固定资产及无形资产。

（二）委托评估的资产类型与账面金额

评估基准日，评估范围内的资产为企业申报的流动资产、固定资产及无形资产，总资产账面价值为 **6,943.63** 万元。

金额单位：万元

序号	资产类型	账面价值
1	流动资产	1,416.70
2	固定资产	5,526.93
3	无形资产	-
4	资产总计	6,943.63

（三）委托评估的资产权属状况

评估范围内的资产权属清晰，权属证明完善。

二、企业申报的实物资产情况

企业申报的纳入评估范围的实物资产包括：存货、机器设备、运输设备、电子设备等。实物资产的类型及特点如下：

（一）存货

存货为原材料、在库周转材料、产成品和在产品。

原材料主要为白糖、奶粉、可可脂、酥油、调味粉、香精、果汁、抛光剂等，截止评估基准日，均存放在厂区的仓库内。

在库周转材料主要为继电器、传送带、轴承、O型圈、螺丝等，截止评估基准日，均存放在厂区的仓库内。

在产品分为外购半成品和自制半成品，其中外购半成品为进口的

格兰蒂趣味棒棒巧克力；自制半成品为威化涂层浆料、CBS 浆料、熟 B 级榛子浆返工料等，截止评估基准日，均存放在厂区的仓库内。

（二）机器设备

设备类资产主要包括机器设备、运输设备、电子设备。

机器设备主要为热收缩包装机、封箱机 700R、新蛋卷线、耐驰巧克力泵、二辊机预精磨机、亿滋巧克力滴浇机、80L 搅拌机、Garvens 自动检重称、兴利森分叶机、KARCHER 多功能刷地机等，截止评估基准日，均能正常使用。

运输设备主要包括叉车和 BT 电动托盘车等，截止评估基准日，均能正常使用。

电子设备主要包括色谱仪、梅思安四合一气体检测仪器、温湿度校验仪等，截止评估基准日，均能正常使用。

三、企业申报的表外资产情况

评估基准日企业申报的表外无形资产包括：商标、专利技术、经销商渠道。

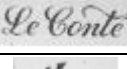
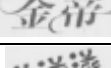
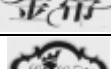
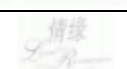
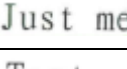
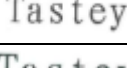
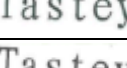
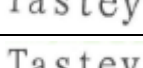
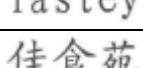
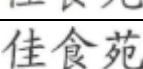
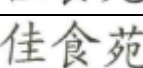
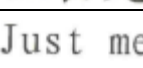
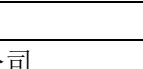
表外无形资产的基本情况如下：

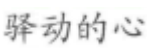
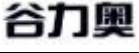
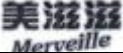
（1）专利

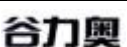
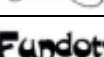
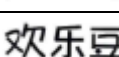
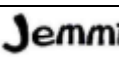
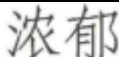
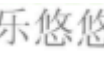
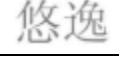
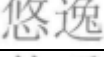
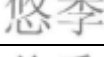
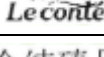
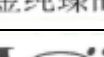
序号	项目名称	专利权人	专利类别	申请日期	专利号
1	包装盒（杏仁粒脆心巧克力）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2006.8.15	200630137103.9
2	包装盒（太妃糖）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2010.10.29	201030587110.5
3	包装盒（世纪心愿）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2010.10.29	201030587127.0
4	包装盒（糖果形状）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2011.12.30	201130507894.0
5	包装盒（小熊男）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362441.8
6	包装瓶（蝴蝶结）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362989.2
7	包装瓶（小熊女）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362674.8
8	标贴（1）【美滋滋】	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.11.19	201230560481.3
9	标贴（2）【金帝】	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.11.19	201230560516.3
10	包装罐（椭圆形巧克力罐）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2014.11.11	201430441629.0
11	包装罐（圆形巧克力罐）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2014.11.11	201430441493.3
12	巧克力包装罐	中粮金帝食品（深圳）有限公司	实用新型	2014.12.5	201420759264.0

其中 10-12 项仅取得授权通知书，尚未取得证书。

(2)国内注册商标

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
1	603806	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
2	603807	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
3	603808	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
4	603809	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
5	618209	30		2012 年 11 月 20 日至 2022 年 11 月 19 日
6	800843	30		2005 年 12 月 21 日至 2015 年 12 月 20 日
7	1114427	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
8	1114428	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
9	1114448	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
10	1137361	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
11	1137362	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
12	1498085	30		2010 年 12 月 28 日至 2020 年 12 月 27 日
13	1498086	30		2010 年 12 月 28 日至 2020 年 12 月 27 日
14	1550171	30		2011 年 4 月 7 日至 2021 年 4 月 6 日
15	2013013	30		2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日
16	3189863	30		2014 年 1 月 21 日至 2024 年 1 月 20 日
17	3189875	30		2013 年 7 月 14 日至 2023 年 7 月 13 日
18	3189876	29		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
19	3189877	33		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
20	3189878	32		2013 年 11 月 7 日至 2023 年 11 月 6 日
21	3189879	30		2014 年 5 月 14 日至 2024 年 5 月 13 日
22	3189880	29		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
23	3189881	33		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
24	3189882	32		2013 年 11 月 7 日至 2023 年 11 月 6 日
25	3189883	30		2013 年 7 月 14 日至 2023 年 7 月 13 日
26	3189884	29		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
27	3190133	33		2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
28	3190134	32		2014 年 2 月 21 日至 2024 年 2 月 20 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
29	3197584	30		2014 年 2 月 21 日至 2024 年 2 月 20 日
30	3221967	30		2014 年 1 月 28 日至 2024 年 1 月 27 日
31	3221968	29		2013 年 6 月 28 日至 2023 年 6 月 27 日
32	3221969	30		2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日
33	3227731	30		2013 年 8 月 28 日至 2023 年 8 月 27 日
34	3255105	30		2013 年 9 月 21 日至 2023 年 9 月 20 日
35	3279964	33		2013 年 8 月 28 日至 2023 年 8 月 27 日
36	3279965	32		2014 年 3 月 28 日至 2024 年 3 月 27 日
37	3279966	30		2014 年 6 月 28 日至 2024 年 6 月 27 日
38	3279967	29		2015 年 1 月 21 日至 2025 年 1 月 20 日
39	3481963	30		2014 年 10 月 7 日至 2024 年 10 月 6 日
40	3481964	30		2014 年 8 月 21 日至 2024 年 8 月 20 日
41	3533393	30		2014 年 12 月 14 日至 2024 年 12 月 13 日
42	3591507	30		2015 年 1 月 14 日至 2025 年 1 月 13 日
43	3615935	30		2015 年 1 月 28 日至 2025 年 1 月 27 日
44	3730471	30		2005 年 7 月 14 日至 2015 年 7 月 13 日
45	3730472	30		2005 年 7 月 14 日至 2015 年 7 月 13 日
46	3730473	30		2005 年 5 月 7 日至 2015 年 5 月 6 日
47	3749464	30		2005 年 9 月 28 日至 2015 年 9 月 27 日
48	3778044	30		2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
49	3778045	30		2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
50	3778046	30		2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
51	3924230	30		2006 年 4 月 14 日至 2016 年 4 月 13 日
52	3974818	30		2006 年 2 月 14 日至 2016 年 2 月 13 日
53	3974819	30		2006 年 2 月 14 日至 2016 年 2 月 13 日
54	4040810	30		2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
55	4040811	30		2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
56	4040812	30		2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
57	4054569	30		2006 年 9 月 7 日至 2016 年 9 月 6 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
58	4054570	30		2006 年 6 月 21 日至 2016 年 6 月 20 日
59	4064115	30		2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
60	4064116	30		2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
61	4064134	30		2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
62	4070931	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
63	4070932	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
64	4070933	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
65	4083801	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
66	4083802	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
67	4083803	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
68	4083804	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
69	4083805	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
70	4083806	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
71	4083807	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
72	4103583	30		2006 年 7 月 28 日至 2016 年 7 月 27 日
73	4103584	30		2006 年 7 月 28 日至 2016 年 7 月 27 日
74	4545349	30		2007 年 10 月 21 日至 2017 年 10 月 20 日
75	4545350	30		2007 年 10 月 21 日至 2017 年 10 月 20 日
76	4620618	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
77	4665872	30		2008 年 3 月 7 日至 2018 年 3 月 6 日
78	5781396	30		2009 年 12 月 21 日至 2019 年 12 月 20 日
79	5781397	30		2009 年 10 月 21 日至 2019 年 10 月 20 日
80	5781398	29		2009 年 6 月 28 日至 2019 年 6 月 27 日
81	5781399	29		2009 年 11 月 28 日至 2019 年 11 月 27 日
82	5781400	30		2009 年 12 月 21 日至 2019 年 12 月 20 日
83	5782326	30		2009 年 10 月 21 日至 2019 年 10 月 20 日
84	5782328	29		2009 年 6 月 28 日至 2019 年 6 月 27 日
85	5885495	30		2009 年 11 月 21 日至 2019 年 11 月 20 日
86	7300502	30		2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
87	7300503	30	滋滋乐	2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日
88	7300506	30	乐滋滋	2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日
89	7300507	30	滋滋美	2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日
90	7695227	30		2010 年 11 月 28 日至 2020 年 11 月 27 日
91	7783587	30	情缘	2010 年 12 月 14 日至 2020 年 12 月 13 日
92	7783588	30	灰姑娘	2011 年 10 月 14 日至 2021 年 10 月 13 日
93	7783589	30	ROMANCE LOVE	2011 年 11 月 21 日至 2021 年 11 月 20 日
94	7910061	30		2011 年 1 月 21 日至 2021 年 1 月 20 日
95	8467276	29		2011 年 10 月 7 日至 2021 年 10 月 6 日
96	8467452	30		2011 年 7 月 21 日至 2021 年 7 月 20 日
97	8467487	32		2011 年 7 月 21 日至 2021 年 7 月 20 日
98	8467527	33		2011 年 7 月 21 日至 2021 年 7 月 20 日
99	8605301	30	La Molina	2011 年 12 月 14 日至 2021 年 12 月 13 日
100	8665355	29	美滋滋 	2012 年 4 月 21 日至 2022 年 4 月 20 日
101	8665356	30	美滋滋 	2012 年 3 月 14 日至 2022 年 3 月 13 日
102	8665357	32	美滋滋 	2011 年 11 月 21 日至 2021 年 11 月 20 日
103	8705649	30	充气	2011 年 10 月 21 日至 2021 年 10 月 20 日
104	8705682	30	Aerated	2011 年 10 月 21 日至 2021 年 10 月 20 日
105	9071283	30	CALLIOPE	2012 年 1 月 28 日至 2022 年 1 月 27 日
106	9071296	30	FIORI	2012 年 1 月 28 日至 2022 年 1 月 27 日
107	9071306	30	Desiderio	2012 年 1 月 28 日至 2022 年 1 月 27 日
108	11486094	30		2015 年 4 月 14 日至 2025 年 4 月 13 日
109	11486106	30	臻果	2014 年 8 月 21 日至 2024 年 8 月 20 日
110	11486115	30	金帝 爱的密码	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日
111	11486121	30	金帝 轻松	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日
112	11486136	30	金帝 臻果	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日
113	11800175	30		2014 年 5 月 7 日至 2024 年 5 月 6 日
114	13967668	30	CocoBoitee	2015 年 3 月 7 日至 2025 年 3 月 6 日
115	13967777	30	ChocBoitee	2015 年 3 月 7 日至 2025 年 3 月 6 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
116	14006677	30	CocoBoitee	2015 年 3 月 14 日至 2025 年 3 月 13 日
117	14006678	30	ChocBoitee	2015 年 3 月 14 日至 2025 年 3 月 13 日
118	14302332	30	Hägeland	2015 年 5 月 14 日至 2025 年 5 月 13 日
119	14374487	30	格兰蒂	2015 年 5 月 28 日至 2025 年 5 月 27 日
120	14452694	30	Hägeland	2015 年 6 月 7 日至 2025 年 6 月 6 日
121	14751896	30	费奥蕾	2015 年 6 月 28 日至 2025 年 6 月 27 日
122	14593887	30	情缘	2015 年 7 月 21 日至 2025 年 7 月 20 日
123	14593886	30	Romance Love	2015 年 7 月 21 日至 2025 年 7 月 20 日
124	14989985	30		2015 年 9 月 28 日至 2025 年 9 月 27 日
125	14989932	30		2015 年 9 月 28 日至 2025 年 9 月 27 日
126	15220127	30	欧蕊	2015 年 10 月 14 日至 2025 年 10 月 13 日
127	15371326	30	Hägeland	2015 年 10 月 28 日至 2025 年 10 月 27 日
128	16321882	29	美滋滋 Mervelle	2016 年 3 月 28 日至 2026 年 3 月 27 日

(3)经销商渠道

被评估单位申报的经销商渠道主要为 2015 年已签订协议的经销商，具体明细如下：

地区	经销商数量	经销商主要经销区域	前五大经销商
华北	84	青岛市、洛阳市、呼和浩特市、包头市、济南市、济宁市、太原市、潍坊市、郑州市等地区的各大商超	青岛大道贸易有限公司、呼和浩特市叁利鑫商贸有限责任公司、呼和浩特市玉泉区王玉国祥食品商行、包头市超乾贸易有限责任公司、包头市业盛商贸有限责任公司
华东	82	杭州市、淮安市、嘉兴市、南京市、上海市、徐州市等地区的商店超市或便利店	无锡市博比特贸易有限公司、湖州可佳食品有限公司、宁波万泰食品有限公司、上海味群商贸有限公司、杭州乐余食品有限公司
华南	7	河源市、广州市、漳州市、深圳市等地区的商店超市	广州市林清饮品有限公司、河源市源城区高宝商贸有限公司、龙岩市新罗区天伊贸易有限公司、漳州市福多多工贸有限公司、深圳市荣林华实业有限公司
华中	46	武汉市、长沙市、合肥市、湖南省等地区的商店超市	武汉永力商贸有限公司、十堰鑫瑶贸易有限公司、湖南永和兴商贸有限公司、安徽怡然商贸有限公司、合肥乔熔商贸有限责任公司
京津冀	27	保定市、北京市、石家庄市、天津市等地区的商店超市	北京柏年德康商业有限公司、北京市恒瑞伟业商贸有限公司、北

			京创雄商贸有限公司、唐山市壹鸣商贸有限公司、北京亿顺祥商贸有限公司
西北	48	宝鸡市、乌鲁木齐市、汉中市、河西市、兰州市等地区的商店超市	兰州东盛昌商贸有限责任公司、青海帅辰商贸有限责任公司、西安德忠贸易有限公司、新疆顾德实业有限公司、新疆新益顺商贸有限公司
西南	66	成都市、贵州省、云南省、重庆市等地区的商店超市	四川省嘉恒食品有限责任公司、西昌市彬正副食品经营部、泸州壹加壹商贸有限公司、重庆市英雄商业股份有限公司、贵阳胡杨商贸有限公司
东北	47	哈尔滨市、大庆市、长春市等地区的商店超市	哈尔滨达喜商贸有限公司、吉林市船营区亿丰食品商行、大庆川马经贸有限公司、哈尔滨蓝天博实工贸有限公司、白城市升升贸易商行
总计	407		

四、引用其他机构报告结论所涉及的相关资产

无

第二章 资产核实情况总体说明

一、资产核实人员组织、实施时间和过程

根据纳入评估范围的资产类型、数量和分布状况等特点，评估项目团队制定了详细的现场清查核实计划。2016年9月19日至2016年9月26日，评估人员对评估范围内的资产进行了必要的清查核实。

1.指导被评估单位填表和准备应向评估机构提供的资料

评估人员指导被评估单位的财务与资产管理人员在自行资产清查的基础上，按照评估机构提供的资产评估申报明细表及其填写要求、资料清单等，对纳入评估范围的资产进行细致准确的填报，同时收集准备资产的产权证明文件和反映性能、状态、经济技术指标等情况的文件资料等。

2.初步审查和完善被评估单位提交的资产评估申报明细表

评估人员通过查阅有关资料，了解纳入评估范围的具体资产的详细状况，然后仔细审查各类资产评估申报明细表，检查有无填项不全、错填、资产项目不明确等情况，并根据经验及掌握的有关资料，检查资产评估申报明细表有无漏项等，同时反馈给被评估单位对资产评估申报明细表进行完善。

3.现场实地勘查

根据纳入评估范围的资产类型、数量和分布状况，评估人员在被评估单位相关人员的配合下，按照资产评估准则的相关规定，对各项资产进行了现场勘查，并针对不同的资产性质及特点，采取了不同的勘查方法。

4.补充、修改和完善资产评估申报明细表

评估人员根据现场实地勘查结果，并和被评估单位相关人员充分沟通，进一步完善资产评估申报明细表，以做到：账、表、实相符。

5.查验产权证明文件资料

评估人员对纳入评估范围的机器设备、运输设备、专利和商标等

资产的产权证明文件资料进行查验。

二、影响资产核实的事项及处理方法

无

三、核实结论

对于此次资产清查工作，评估人员是与企业财务人员、资产管理人员、工程技术人员共同进行的。评估人员按照有关规范的要求对委估的资产进行了清查、核实。经履行相应清查程序后证实，企业有较为完善的财务核算体系和日常管理制度。经过清查核实，存在表外无形资产-专利和商标。纳入评估范围内的资产产权清晰，权属证明文件齐全。

经过清查，截至评估基准日被评估单位已停产，有部分存货已经超过库龄或已经无法继续使用，其中超过库龄的原材料 70 项及在产品 57 项；

第三章 评估技术说明

一、流动资产评估技术说明

(一)评估范围

纳入评估范围的流动资产存货。上述流动资产评估基准日账面价值如下表所示：

金额单位：人民币元

项目	账面价值
原材料	12,778,708.61
在库周转材料	3,266,618.13
在产品	1,190,261.27
存货合计	17,235,588.01
减：存货跌价准备	3,068,620.12
存货净值	14,166,967.89
流动资产合计	14,166,967.89

(二)核实过程

1.核对账目：根据被评估单位提供的流动资产评估申报明细表，首先与被评估单位的资产负债表相应科目核对使总金额相符；然后与被评估单位的流动资产明细账、台账核对使明细金额及内容相符；最后对部分流动资产核对了原始记账凭证等。

2.资料收集：评估人员按照重要性原则，根据各类流动资产的典型特征收集了采购合同、存货出入库单，以及部分记账凭证等评估相关资料。

3.现场勘查：评估人员和被评估单位相关人员共同对评估基准日申报的存货进行了抽盘，填写了“存货盘点表”，并对存货的残次冷背情况进行了重点查看与了解。

4.现场访谈：评估人员向被评估单位相关人员询问了原材料的采购模式、产品的销售模式、产品生产工艺，以及存货相关的市场信息。

(三)评估方法

1.存货

评估基准日存货账面净额 14,166,967.89 元，核算内容为原材料、

在库周转材料、在产品。

(1)原材料

原材料账面价值12,778,708.61元，计提减值准备3,068,620.12元，账面净值为9,710,088.49元。核算内容为白糖、奶粉、可可脂、酥油、调味粉、香精、果汁、抛光剂等。

评估人员对原材料进行了实地盘点，并核对了部分凭证及账簿，了解存货的保管、内部控制制度等，并对各项存货的库龄、实际技术状况、保管状况等进行了调查了解。原材料全部存放于被评估单位的仓库内，摆放整齐，存放及保管情况较好，未发现有账实不符的现象。

对于库龄处于保质期内的原材料，评估价值以经核实后的数量乘以现行市场购买价计算确定；对于2015年以前购入的原材料及库龄超过保质期内的原材料，评估价值为0；

经评估人员核实原材料的总账、明细账及进行抽查盘点，账实相符，对原材料采用市场法评估后，原材料的评估值为4,823,716.44元，评估减值4,886,372.04元，减值率50.32%。减值原因为部分原材料超过保质期无法继续使用评估为零。

(2)在库周转材料

在库周转材料账面价值3,266,618.13元，核算内容为继电器、传送带、轴承、O型圈、螺丝等设备备品备件。

评估人员根据库存资产明细，对在库周转材料材料进行了实地盘点，并核对了部分凭证及账簿，了解存货的保管、内部控制制度等，并对各项存货的库龄、实际技术状况、保管状况等进行了调查了解。在库周转材料全部存放于被评估单位的仓库内，摆放整齐，存放及保管情况较好，未发现有账实不符的现象。

经了解，在库周转材料主要为生产设备备品备件，由于备品备件均为近期购入且市场价格波动很小，故本次对于生产设备备品备件按照账面值确认。

经上述评估，在库周转材料评估值为3,266,618.13元，评估无增减值。

(3)在产品

在产品账面价值为 1,190,261.27 元，核算内容为外购半成品和自制半成品。其中外购半成品为进口的格兰蒂趣味棒棒巧克力；自制半成品为威化涂层浆料、CBS 浆料、熟 B 级榛子浆返工料等。

评估人员经了解，在产品为企业已在生产线上加工材料。截至评估基准日被评估单位已停产，且已进行加工的材料保质期较短，故本次对于在产品评估为零。

经上述评估，在产品评估值为 0 元，评估减值主要是因为截至评估基准日被评估单位已停产，且已进行加工的材料保质期较短，故本次对于在产品评估为零。

(4)存货评估结论

经上述评估，存货评估值 8,090,334.57 元，减值 6,076,633.31 元，减值率为 42.89%，具体情况如下表所示：

存货评估结果汇总表

金额单位：人民币元

科目名称	账面价值	评估价值	增减值	增减值率%
原材料	12,778,708.61	4,823,716.44	-7,954,992.16	-62.25
在用周转材料	3,266,618.13	3,266,618.13	-	-
在产品	1,190,261.27	-	-1,190,261.27	-100.00
减：存货跌价准备	3,068,620.12		-3,068,620.12	-100.00
存货合计	14,166,967.89	8,090,334.57	-6,076,633.31	-42.89

(四)评估结果

流动资产评估结果及增减值情况如下表：

流动资产评估结果汇总表

金额单位：人民币元

科目名称	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
存货	14,166,967.89	8,090,334.57	-6,076,633.31	-42.89
流动资产合计	14,166,967.89	8,090,334.57	-6,076,633.31	-42.89

二、机器设备评估技术说明

(一)评估范围

纳入评估范围的设备类资产包括：机器设备、运输设备、电子设备。设备类资产评估基准日账面价值如下表所示：

金额单位：人民币元

科目名称	账面原值	账面净值
机器设备	264,844,679.48	54,418,179.76
运输设备	1,255,223.08	608,581.27
电子设备	2,174,529.77	242,581.17
合计	268,274,432.33	55,269,342.20

(二)机器设备概况

设备类资产主要包括机器设备、运输设备、电子设备。

机器设备主要为热收缩包装机、封箱机 700R、新蛋卷线、耐驰巧克力泵、二辊机预精磨机、亿滋巧克力滴浇机、80L 搅拌机、Garvens 自动检重称 X.S2、兴利森分叶机、KARCHER 多功能刷地机等，截止评估基准日，均能正常使用。

运输设备主要包括叉车和 BT 电动托盘车等，截止评估基准日，均能正常使用。

电子设备主要包括色谱仪、梅思安四合一气体检测仪器、温湿度校验仪等，截止评估基准日，均能正常使用。

相关会计政策

(1)账面原值构成

纳入评估范围内的机器设备主要为进口设备及国产设备，进口设备的账面原值由 CIF 价、银行财务费、外贸手续费、商检费、国内运杂费、安装调试费构成及其它费用构成；国产设备账面原值由购置价(含税)、运杂费、安装费及其它费用等合理税费构成。

运输设备的账面原值主要由运输设备购置价、运输设备购置税及牌照费等构成。

电子设备的账面原值主要由设备购置价、相关税费等构成。

(2)折旧方法

被评估单位采用（年限平均法）计提折旧。按设备资产类别、预计使用寿命和预计残值，确定各类设备资产的年折旧率如下：

固定资产类别	使用年限	残值率%	年折旧率%
机器设备	10	10	9.00
运输设备	5	10	18.00
电子设备	5	10	18.00

(三)核实过程

1.核对账目：根据被评估单位提供的设备类资产评估申报明细表，核对被评估单位的设备类资产明细账、台帐核对使明细金额及内容相符；然后对部分设备类资产核对了原始记账凭证等。

2.资料收集：评估人员按照重要性原则，根据设备类资产的类型、金额等特征收集了设备购置发票、合同、技术说明书；收集了运输设备行驶证复印件；收集了设备日常维护与管理制度等评估相关资料。

3.现场勘查：评估人员和被评估单位相关人员共同对评估基准日申报的设备类资产进行了盘点与查看。核对了设备名称、规格、型号、数量、购置日期、生产厂家等基本信息；了解了设备的工作环境、利用情况、维护与保养情况等使用信息；了解了设备的完损程度和预计使用年限等成新状况；了解了生产工艺与设备的技术水平；填写了典型设备的现场调查表。

4.现场访谈：评估人员向被评估单位调查了解了设备类资产的性能、运行、维护、更新等信息；调查了解了各类典型设备评估基准日近期的购置价格及相关税费；调查了解了设备类资产账面原值构成、折旧方法、减值准备计提方法等相关会计政策与规定。

(四)评估方法

根据各类设备的特点、评估价值类型、资料收集情况等相关条件，主要采用成本法评估。

成本法基本的计算公式如下：

评估值=重置全价×成新率-拆除费用

1.重置全价的确定

原地继续使用时，机器设备的重置成本一般包含设备运杂费、安装调试费、基础费等；移地续用时，重置成本一般不包括上述费用。根据本次评估目的与评估假设，设备重置全价为设备在即将搬移之异地持续使用状态下，不考虑设备运杂费、安装调试费、基础费等；

(1)机器设备

A.国内设备

设备重置全价=设备本体不含税购置价

①设备本体购价主要通过市场询价、查阅近期设备报价手册、网站、向生产厂家询价以及参考资产占有单位近期签订的设备购销合同，采用以上一种或几种途径相结合的方法确定设备本体购价。

B.进口设备

设备重置全价=设备本体不含税购置价

其中：

设备本体不含税购置价=CIF 价+关税+外贸手续费+商检费+银行财务费

其中：

①通过与设备供应商或代理机构询价及网站查询等方式确定机器设备的 CIF 价；

②关税：根据中华人民共和国海关总署网站查阅《2016 年中国海关进出口关税税率税则》，按照商品编号确定设备分类，从而确定关税；

③银行财务费一般指中国银行手续费，本次费率取 0.45%；

银行财务费=进口设备到岸价(CIF 价)×银行财务费率

④外贸手续费：本次费率取 1.00%；

外贸手续费=进口设备到岸价(CIF 价)×外贸手续费率

⑤商检费：本次评估按 CIF 价的 0.015%计取；

对于零星购置设备，一般不需要安装，且基本是送货上门没有运费，其他费用和资金成本可忽略不计。通过查询市场价格，以设备购置价确定为设备的重置全价。

(2)运输设备重置全价确定

对于运输设备主要通过查询市场的售价(不含税)来确定重置全价。

对于购置时间长，难以查询新购置价格的运输类设备，按市场法评估，主要以二手价确定评估值。

(3)电子设备重置全价确定

对电子设备，查询市场的售价(不含税)来确定重置全价。

对于购置时间长，难以查询新购置价格的电子类设备，按市场法评估，主要以二手价确定评估值。

2、综合成新率的确定

(1)对于专用设备、通用机器设备及运输设备，主要依据设备经济寿命年限、已使用年限，通过对设备使用状况、技术状况的现场勘查了解，确定其尚可使用年限，然后按以下公式确定其综合成新率。

$$\text{综合成新率} = \text{尚可使用年限} / (\text{尚可使用年限} + \text{已使用年限}) \times 100\%$$

(2)对于电子设备、办公设备等小型设备，主要依据其经济寿命年限来确定其综合成新率；对于大型的电子设备还参考其工作环境、设备的运行状况等来确定其综合成新率。计算公式如下：

$$\text{年限法成新率} = (\text{经济寿命年限} - \text{已使用年限}) / \text{经济寿命年限} \times 100\%$$

$$\text{综合成新率} = \text{年限法成新率} \times \text{调整系数}$$

3、拆除费用的确定

拆除费用（如需拆除设备要考虑），则根据设备的特点、重量、拆除难易程度、技术复杂程度，以不含税购置价为基础，结合实际情况，按不同拆除费率计取。

4、评估值的确定

$$\text{评估值} = \text{重置全价} \times \text{综合成新率} - \text{拆除费用}$$

对于部分运输设备、电子设备，按照评估基准日的二手市场价格或废品价格，采用市场法进行评估；对于需要考虑拆除费用的设备扣除拆除费用后得出评估值。

(五)典型案例

案例一：六吨精炼缸精磨机套(明细表 4-6-4 序号 220)

设备名称：六吨精炼缸精磨机套

资产编号：20000299

规格型号：HBC-6

生产厂家：Gecona TEC GmbH

购置日期：2014 年 12 月 31 日

启用日期：2014 年 12 月 31 日

账面原值：3,406,645.17 元

账面净值：2,895,648.39 元

数量：1 台

1.设备概况

精炼机是一种巧克力精炼设备。巧克力生产的第一道工艺是预精磨，通过二辊或者三辊预精磨机碾压磨细巧克力原料，产出细度在130-170um的混合料供精磨机精磨，精磨后产出细度在22-25um的混合料用于精炼机精炼，以产出巧克力浆料。当精炼时，产品会经过以下技术过程：混合—干燥—捏合和剪切—香味的产生—液化。精炼工具必须适合所有的这些过程，以最好的方式互相结合。也就是说，该设备必须是一个多功能的工具。精炼的好坏决定了产品的质量，是巧克力生产的关键质量点之一。

2.工作原理

精练缸两侧的轮浆，一侧顺时针转动，另一侧逆时针转动，不断冲压、捏碎混合料，使混合料内的油脂散步至料内干物质的表面，使料内粒子相互间容易滑动，不仅降低了粘度，并且改善了口感。混合料内的晶体棱角被精炼机磨圆，使产品口感柔滑，外观光亮。粒子磨得过细会失去一同性，反而造成口感粘滑，不能取得上述效果，所以精炼的物理作用不是体现在将混合料继续磨细，而是为了生产出外观和口感俱佳的巧克力。同时，通过降低湿度和调节温度，溶解糖粒，赋予浆料最初的甜味，经过后期的调温、成型、冷却、包装的工艺流程，产出色香味俱全的上品巧克力。

3.主要技术参数：

可用容量	6 ton
搅拌桨数量	2
能耗	90 kW
重量	22.5 ton
设备尺寸(mm)	4,640×3,840×3,570
冷却水(15 度)消耗	6.0 立方米/小时
温水消耗	2.0 立方米/小时

压缩空气	6 bar（巴）
空气消耗	0.3 标准立方/小时
控制系统	Siemens 西门子

配套设备与装置

软磷脂与其他脂类的进料控制阀门
转换器
精炼缸不锈钢罩
精炼缸的吹热风装置
输送至精炼缸的合适传送带
可加热压力保持阀
精炼缸至储存缸的管路
巧克力浆的齿轮输出泵

4.重置全价的确定

重置全价=设备本体不含税购置价

① 设备本体不含税购置价的确定

设备本体不含税购置价=CIF 价+关税+外贸手续费+商检费+银行财务费

其中，CIF 价为设备进口至深圳海关的价格。根据设备海关进口货物报关单，并向设备采购部门及代理商了解，确定该精炼缸的到岸价 399,588.00 欧元，按评估基准日汇率折合为人民币 2,981,006.40 元。

重置价格计算表

金额单位：人民币元

序号	项目	费率	计费基数	金额
A	到岸价（人民币）			2,981,006.40
B	关税	8.00%	A	238,480.51
C	增值税	17%	A+B	547,312.77
D	银行手续费	0.45%	A	13,414.53
E	商检费	0.015%	A	447.15
F	外贸手续费	1.00%	A	29,810.06
G	购置价（不含税）		A+B+D+E+F（取整）	3,263,158.00

重置全价=设备本体不含税购置价

=3,263,158.00 (个位取整)

5.成新率的确定

评估人员根据设备的使用情况，确定其经济寿命为 16 年，该设

备至评估基准日已使用 1.67 年，尚可使用年限为 14.33 年。

$$\begin{aligned}\text{成新率} &= \text{尚可使用年限} / (\text{尚可使用年限} + \text{已使用年限}) \times 100\% \\ &= 14.33 / (14.33 + 1.67) \times 100\% \\ &= 90\% (\text{取整})\end{aligned}$$

6. 拆除费用的确定

考虑到六吨精炼缸精磨机套重量大、拆除难、技术复杂等特点，以不含税购置价为基础，结合企业实际情况，确定该设备的拆除费率为 6%。

$$\text{拆除费用} = 3,263,158.00 \times 6\% = 195,789.00 \text{ (个位取整)}$$

6. 评估值的确定

$$\begin{aligned}\text{评估值} &= \text{重置成本} \times \text{成新率} - \text{拆除费用} \\ &= 3,263,158.00 \times 90\% - 195,789.00 \\ &= 2,741,053.20 \text{ 元}\end{aligned}$$

案例二：梅思安四合一气体检测仪器（表 4-6-6 电子设备序号 44 号）

设备名称：梅思安四合一气体检测仪器

设备规格型号：天鹰 4X

购置日期：2015 年 8 月 14 日

启用日期：2015 年 8 月 14 日

账面原值：7,692.31 元

账面净值：6,307.69 元

设备参数：

检测气体种类及范围：LEL 量程 0-100%LEL 或 0-5%CH₄;

O₂ 量程 0-25%VOL;

CO 量程 0-999ppm;

H₂S 量程 0-200ppm;

1. 重置全价的确定

经查询，该设备的市场含税单价为 8,400.00 元，则设备重置全价为不含税单价 7,179.00 元（取整至个位）。

2. 成新率的确定

评估过人员查阅相关资料以及惠普打印机的使用情况，综合确定

其经济寿命年限为 8 年，经过现场勘查，设备使用正常，至评估基准日确定尚可使用年限为 6.95 年。

$$\begin{aligned}\text{成新率} &= \text{尚可使用年限} / (\text{尚可使用年限} + \text{已使用年限}) \times 100\% \\ &= 6.95 / (1.05 + 6.95) \times 100\% \\ &= 87\% (\text{取整})\end{aligned}$$

3. 评估值的确定

$$\begin{aligned}\text{评估值} &= \text{重置全价} \times \text{成新率} \\ &= 7,179.00 \times 87\% \\ &= 6,246.00 \text{ 元}\end{aligned}$$

(六) 评估结果

机器设备评估结果及增减值情况如下表：

机器设备评估结果汇总表

金额单位：人民币元

科目名称	账面价值		评估价值		增减额		增减值率%	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值	原值	净值
机器设备	264,844,679.48	54,418,179.76	186,244,965.00	50,599,590.85	-78,599,714.48	-3,818,588.91	-29.68	-7.02
运输设备	1,255,223.08	608,581.27	1,051,625.00	760,200.27	-203,598.08	151,619.00	-16.22	24.91
电子设备	2,174,529.77	242,581.17	606,484.00	348,588.00	-1,568,045.77	106,006.83	-72.11	43.70
合计	268,274,432.33	55,269,342.20	187,903,074.00	51,708,379.12	-80,371,358.33	-3,560,963.08	-29.96	-6.44

设备类资产原值评估减值 80,371,358.33 元，减值率 29.96%；净值评估减值 3,560,963.08 元，减值率 6.44%。评估增减值原因主要如下：

1. 机器设备评估原值减值率为 29.68%，评估净值减值率 7.02%，评估原值、评估净值减值是由于技术进步，设备功能不断更新，使得相同型号机器设备的市场价格处于不断下降的趋势。

2. 运输设备评估原值减值 16.22%，评估净值增值 24.91%，评估原值减值是由于技术进步，设备功能不断更新，使得相同型号运输设备的市场价格处于不断下降的趋势，评估净值增值是因为运输设备的经济使用年限高于企业会计折旧年限。

3. 电子设备原值减值 72.11%，评估净值增值 43.70%，评估原值减值的原因是由于电子产品的更新换代速度越来越快，相同配置的电子设备市场价格也处于不断下降的趋势，评估净值增值是因为电子设备的经济使用年限高于企业会计折旧年限。

三、无形资产-其他无形资产评估技术说明

(一)评估范围

评估基准日无形资产-其他无形资产企业申报的表外无形资产：商标、专利技术、经销商渠道。

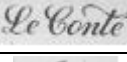
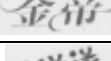
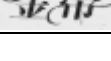
(二)无形资产-其他无形资产概况

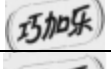
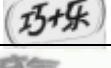
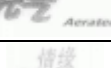
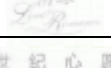
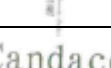
(1)专利

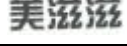
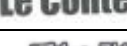
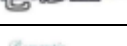
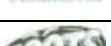
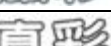
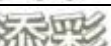
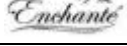
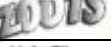
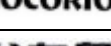
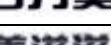
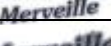
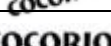
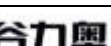
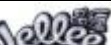
序号	项目名称	专利权人	专利类别	申请日期	专利号
1	包装盒（杏仁粒脆心巧克力）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2006.8.15	200630137103.9
2	包装盒（太妃糖）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2010.10.29	201030587110.5
3	包装盒（世纪心愿）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2010.10.29	201030587127.0
4	包装盒（糖果形状）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2011.12.30	201130507894.0
5	包装盒（小熊男）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362441.8
6	包装瓶（蝴蝶结）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362989.2
7	包装瓶（小熊女）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.8.3	201230362674.8
8	标贴（1）【美滋滋】	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.11.19	201230560481.3
9	标贴（2）【金帝】	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2012.11.19	201230560516.3
10	包装罐（椭圆形巧克力罐）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2014.11.11	201430441629.0
11	包装罐（圆形巧克力罐）	中粮金帝食品（深圳）有限公司	外观设计	2014.11.11	201430441493.3
12	巧克力包装罐	中粮金帝食品（深圳）有限公司	实用新型	2014.12.5	201420759264.0

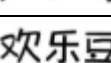
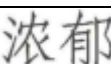
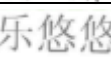
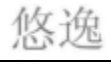
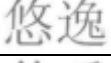
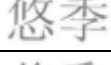
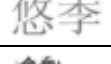
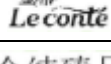
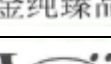
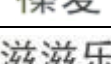
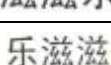
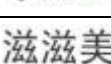
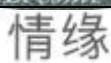
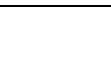
其中 10-12 项仅取得授权通知书，尚未取得证书。

(2)国内注册商标

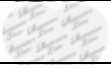
序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
1	603806	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
2	603807	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
3	603808	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
4	603809	30		2012 年 7 月 30 日至 2022 年 7 月 29 日
5	618209	30		2012 年 11 月 20 日至 2022 年 11 月 19 日
6	800843	30		2005 年 12 月 21 日至 2015 年 12 月 20 日
7	1114427	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
8	1114428	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
9	1114448	30		2007 年 9 月 28 日至 2017 年 9 月 27 日
10	1137361	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
11	1137362	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
12	1498085	30		2010 年 12 月 28 日至 2020 年 12 月 27 日
13	1498086	30		2010 年 12 月 28 日至 2020 年 12 月 27 日
14	1550171	30		2011 年 4 月 7 日至 2021 年 4 月 6 日
15	2013013	30		2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日
16	3189863	30	Candace	2014 年 1 月 21 日至 2024 年 1 月 20 日
17	3189875	30	Just me	2013 年 7 月 14 日至 2023 年 7 月 13 日
18	3189876	29	Just me	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
19	3189877	33	Tastey	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
20	3189878	32	Tastey	2013 年 11 月 7 日至 2023 年 11 月 6 日
21	3189879	30	Tastey	2014 年 5 月 14 日至 2024 年 5 月 13 日
22	3189880	29	Tastey	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
23	3189881	33	佳食苑	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
24	3189882	32	佳食苑	2013 年 11 月 7 日至 2023 年 11 月 6 日
25	3189883	30	佳食苑	2013 年 7 月 14 日至 2023 年 7 月 13 日
26	3189884	29	佳食苑	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
27	3190133	33	Just me	2013 年 6 月 14 日至 2023 年 6 月 13 日
28	3190134	32	Just me	2014 年 2 月 21 日至 2024 年 2 月 20 日
29	3197584	30		2014 年 2 月 21 日至 2024 年 2 月 20 日
30	3221967	30		2014 年 1 月 28 日至 2024 年 1 月 27 日
31	3221968	29	極眼	2013 年 6 月 28 日至 2023 年 6 月 27 日
32	3221969	30	極眼	2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日
33	3227731	30	驿动的心	2013 年 8 月 28 日至 2023 年 8 月 27 日
34	3255105	30	添趣	2013 年 9 月 21 日至 2023 年 9 月 20 日
35	3279964	33	美滋滋	2013 年 8 月 28 日至 2023 年 8 月 27 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
36	3279965	32		2014 年 3 月 28 日至 2024 年 3 月 27 日
37	3279966	30		2014 年 6 月 28 日至 2024 年 6 月 27 日
38	3279967	29		2015 年 1 月 21 日至 2025 年 1 月 20 日
39	3481963	30		2014 年 10 月 7 日至 2024 年 10 月 6 日
40	3481964	30		2014 年 8 月 21 日至 2024 年 8 月 20 日
41	3533393	30		2014 年 12 月 14 日至 2024 年 12 月 13 日
42	3591507	30		2015 年 1 月 14 日至 2025 年 1 月 13 日
43	3615935	30		2015 年 1 月 28 日至 2025 年 1 月 27 日
44	3730471	30		2005 年 7 月 14 日至 2015 年 7 月 13 日
45	3730472	30		2005 年 7 月 14 日至 2015 年 7 月 13 日
46	3730473	30		2005 年 5 月 7 日至 2015 年 5 月 6 日
47	3749464	30		2005 年 9 月 28 日至 2015 年 9 月 27 日
48	3778044	30		2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
49	3778045	30		2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
50	3778046	30		2005 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 27 日
51	3924230	30		2006 年 4 月 14 日至 2016 年 4 月 13 日
52	3974818	30		2006 年 2 月 14 日至 2016 年 2 月 13 日
53	3974819	30		2006 年 2 月 14 日至 2016 年 2 月 13 日
54	4040810	30		2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
55	4040811	30		2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
56	4040812	30		2006 年 5 月 21 日至 2016 年 5 月 20 日
57	4054569	30		2006 年 9 月 7 日至 2016 年 9 月 6 日
58	4054570	30		2006 年 6 月 21 日至 2016 年 6 月 20 日
59	4064115	30		2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
60	4064116	30		2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
61	4064134	30		2006 年 5 月 28 日至 2016 年 5 月 27 日
62	4070931	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
63	4070932	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
64	4070933	30		2006 年 6 月 14 日至 2016 年 6 月 13 日
65	4083801	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
66	4083802	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
67	4083803	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
68	4083804	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
69	4083805	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
70	4083806	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
71	4083807	30		2006 年 7 月 21 日至 2016 年 7 月 20 日
72	4103583	30		2006 年 7 月 28 日至 2016 年 7 月 27 日
73	4103584	30		2006 年 7 月 28 日至 2016 年 7 月 27 日
74	4545349	30		2007 年 10 月 21 日至 2017 年 10 月 20 日
75	4545350	30		2007 年 10 月 21 日至 2017 年 10 月 20 日
76	4620618	30		2007 年 12 月 21 日至 2017 年 12 月 20 日
77	4665872	30		2008 年 3 月 7 日至 2018 年 3 月 6 日
78	5781396	30		2009 年 12 月 21 日至 2019 年 12 月 20 日
79	5781397	30		2009 年 10 月 21 日至 2019 年 10 月 20 日
80	5781398	29		2009 年 6 月 28 日至 2019 年 6 月 27 日
81	5781399	29		2009 年 11 月 28 日至 2019 年 11 月 27 日
82	5781400	30		2009 年 12 月 21 日至 2019 年 12 月 20 日
83	5782326	30		2009 年 10 月 21 日至 2019 年 10 月 20 日
84	5782328	29		2009 年 6 月 28 日至 2019 年 6 月 27 日
85	5885495	30		2009 年 11 月 21 日至 2019 年 11 月 20 日
86	7300502	30		2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日
87	7300503	30		2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日
88	7300506	30		2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日
89	7300507	30		2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日
90	7695227	30		2010 年 11 月 28 日至 2020 年 11 月 27 日
91	7783587	30		2010 年 12 月 14 日至 2020 年 12 月 13 日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
92	7783588	30	灰姑娘	2011年10月14日至2021年10月13日
93	7783589	30	ROMANCE LOVE	2011年11月21日至2021年11月20日
94	7910061	30		2011年1月21日至2021年1月20日
95	8467276	29		2011年10月7日至2021年10月6日
96	8467452	30		2011年7月21日至2021年7月20日
97	8467487	32		2011年7月21日至2021年7月20日
98	8467527	33		2011年7月21日至2021年7月20日
99	8605301	30	La Molina	2011年12月14日至2021年12月13日
100	8665355	29	美滋滋	2012年4月21日至2022年4月20日
101	8665356	30	美滋滋	2012年3月14日至2022年3月13日
102	8665357	32	美滋滋	2011年11月21日至2021年11月20日
103	8705649	30	充气	2011年10月21日至2021年10月20日
104	8705682	30	Aerated	2011年10月21日至2021年10月20日
105	9071283	30	CALLIOPE	2012年1月28日至2022年1月27日
106	9071296	30	FIORI	2012年1月28日至2022年1月27日
107	9071306	30	Desiderio	2012年1月28日至2022年1月27日
108	11486094	30		2015年4月14日至2025年4月13日
109	11486106	30	臻果	2014年8月21日至2024年8月20日
110	11486115	30	金帝 爱的密码	2014年2月14日至2024年2月13日
111	11486121	30	金帝 轻松	2014年2月14日至2024年2月13日
112	11486136	30	金帝 臻果	2014年2月14日至2024年2月13日
113	11800175	30	Le conte	2014年5月7日至2024年5月6日
114	13967668	30	CocoBoitee	2015年3月7日至2025年3月6日
115	13967777	30	ChocBoitee	2015年3月7日至2025年3月6日
116	14006677	30	CocoBoitee	2015年3月14日至2025年3月13日
117	14006678	30	ChocBoitee	2015年3月14日至2025年3月13日
118	14302332	30	Hägeland	2015年5月14日至2025年5月13日
119	14374487	30	格兰蒂	2015年5月28日至2025年5月27日

序号	申请号	类别	商标图样	有效期限
120	14452694	30	Hägeland	2015 年 6 月 7 日至 2025 年 6 月 6 日
121	14751896	30	费奥蕾	2015 年 6 月 28 日至 2025 年 6 月 27 日
122	14593887	30	情缘	2015 年 7 月 21 日至 2025 年 7 月 20 日
123	14593886	30	Romance Love	2015 年 7 月 21 日至 2025 年 7 月 20 日
124	14989985	30		2015 年 9 月 28 日至 2025 年 9 月 27 日
125	14989932	30		2015 年 9 月 28 日至 2025 年 9 月 27 日
126	15220127	30	欧蕊	2015 年 10 月 14 日至 2025 年 10 月 13 日
127	15371326	30	Hägeland	2015 年 10 月 28 日至 2025 年 10 月 27 日
128	16321882	29	美滋滋	2016 年 3 月 28 日至 2026 年 3 月 27 日

(3)经销商渠道

被评估单位申报的经销商渠道主要为 2015 年已签订协议的经销商，具体明细如下：

地区	经销商数量	经销商主要经销区域	前五大经销商
华北	84	青岛市、洛阳市、呼和浩特市、包头市、济南市、济宁市、太原市、淮坊市、郑州市等地区的各大商超	青岛大道贸易有限公司、呼和浩特市叁利鑫商贸有限责任公司、呼和浩特市玉泉区王玉国祥食品商行、包头市超乾贸易有限责任公司、包头市业盛商贸有限责任公司
华东	82	杭州市、淮安市、嘉兴市、南京市、上海市、徐州市等地区的商店超市或便利店	无锡市博比特贸易有限公司、湖州可佳食品有限公司、宁波万泰食品有限公司、上海味群商贸有限公司、杭州乐余食品有限公司
华南	7	河源市、广州市、漳州市、深圳市等地区的商店超市	广州市林清饮品有限公司、河源市源城区高宝商贸有限公司、龙岩市新罗区天伊贸易有限公司、漳州市福多多工贸有限公司、深圳市荣林华实业有限公司
华中	46	武汉市、长沙市、合肥市、湖南省等地区的商店超市	武汉永力商贸有限公司、十堰鑫瑶贸易有限公司、湖南永和兴商贸有限公司、安徽怡然商贸有限公司、合肥乔熔商贸有限责任公司
京津冀	27	保定市、北京市、石家庄市、天津市等地区的商店超市	北京柏年德康商业有限公司、北京市恒瑞伟业商贸有限公司、北京创雄商贸有限公司、唐山市壹鸣商贸有限公司、北京亿顺祥商贸有限公司
西北	48	宝鸡市、乌鲁木齐市、汉中市、河西市、兰州市等地区的商店超市	兰州东盛昌商贸有限责任公司、青海帅辰商贸有限责任公司、西安德忠贸易有限公司、新疆顾德

地区	经销商数量	经销商主要经销区域	前五大经销商
			实业有限公司、新疆新益顺商贸有限公司
西南	66	成都市、贵州省、云南省、重庆市等地区的商店超市	四川省嘉恒食品有限责任公司、西昌市彬正副食品经营部、泸州壹加壹商贸有限公司、重庆市英雄商业股份有限公司、贵阳胡杨商贸有限公司
东北	47	哈尔滨市、大庆市、长春市等地区的商店超市	哈尔滨达喜商贸有限公司、吉林市船营区亿丰食品商行、大庆川马经贸有限公司、哈尔滨蓝天博实工贸有限公司、白城市升升贸易商行
总计	407		

(三)无形资产-其他无形资产的法律状态

纳入本次评估范围的商标及专利取得了中华人民共和国国家知识产权局颁发的权属证书，证书登记的权利人均为中粮金帝食品（深圳）有限公司。专利均无质押，权属纠纷及诉讼等情况，年费都及时缴纳。

(四)核实过程

1.核对账目：根据被评估单位提供的商标、专利申报明细表核对了相关原始记账凭证、研发费用明细等，对渠道类资产的申报明细表与企业合作明细及财务账进行核对。

2.资料收集：评估人员收集了专利证书、商标证书，最近一期的专利缴费凭证；专利权利要求书、专利说明书及其附图；渠道类资产签订相关合同。

3.现场勘查：评估人员和被评估单位相关人员共同对评估基准日专利资产的实施情况进行了了解，对商标及专利资产对应的产品进行了现场勘查。

4.现场访谈：评估人员向被评估单位调查了解了专利资产所属技术等有关信息、资料；调查了解了专利的适用范围、市场需求、市场前景及市场寿命、相关行业政策发展状况、同类产品的竞争状况、专利产品的获利能力等相关的信息。

对渠道类资产调查了解了合同的签订情况、费用结算情况，渠道类资产的适用范围、市场需求、市场前景及市场寿命、相关行业政

策发展状况。

(五)评估假设

1.本次评估假定国家宏观经济政策和所在地区的社会经济环境无重大变化；行业政策、管理制度及相关规定无重大变化；经营业务涉及的税收政策、重大变化。

2.被评估的资产必须是能用货币衡量其未来期望收益的单项或整体资产。

3.产权所有者承担的风险也必须是能用货币衡量。

4.本次评估假定被评估资产能按照企业未来生产经营计划，如实实现未来年度销售收入预测。

5.本次评估假定被评估企业及其资产在未来生产经营中具备持续经营能力。

6.收益的计算以会计年度为准，根据先进均匀流入的原则，假定收支均发生在未来。

(六)评估方法的确定

1.评估方法的选择

进行无形资产评估基本方法包括收益法、市场法和成本法。要根据评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，分析三种基本方法的适用性，恰当选择一种或多种资产评估基本方法。

一般而言，对于商标和专利技术的研制开发的成本，企业虽然对其进行成本归集，但该成本往往与其价值没有直接的对应关系，由于评估对象经历了数年不断研发的结果，且是交叉研究中的产物，加之管理上的原因，研发成本难以准确核算，无法从成本途径对其进行评估。因此对于与研发成本弱相关的商标和专利技术，一般不选取成本法评估。

另外，由于商标和专利技术是企业自主研发，具有独占性，不对外销售，以及技术转让和许可条件的多样性，缺乏充分发育、活跃的交易市场，也不易从市场交易中选择参照物，故一般不适用市场法。

由于被评估的商标和专利技术是企业经营收入的基础，对营业

收入产生贡献，带来稳定的现金流，且通过计算可以货币化、可以合理估算其收益期限及适当的折现率，因此对纳入评估范围的商标及专利技术采用收益法进行评估。

对于渠道类无形资产，由于无形资产市场的发展不完善，目前没有专业的转让市场，且个性化极强，难以科学地概括出不同营销渠道的可比较指标和技术参数故不适宜采用市场法。虽然形成渠道类无形资产的过程中需要耗费一定的费用，但发生的相关费用只对渠道类资产的价值起影响作用，而不是绝对作用，起决定作用的是渠道类资产带来的收益，因此渠道类无形资产不适用成本法更适合采用收益法。

收益法虽然没有直接利用现实市场上的参照物来说明评估对象的现行公平市场价值，但它是从决定资产现行公平市场价值的基本依据——资产的预期获利能力的角度评价资产，从理论上讲，收益法的评估结论具有较好的可靠性和说服力。故结合评估对象的特点，本次采用收益现值法对无形资产的价值进行评估。具体分为如下四个步骤：

(1)分别确定经济寿命期，预测在经济寿命期内的各类无形资产产生的销售收入；

(2)分析各类无形资产对收入的分成率(贡献率)，确定收益贡献；

(3)采用适当折现率将预期收益折成现值；

(4)经济寿命期内收益现值相加，确定各类无形资产的评估价值。

2.基本公式

评估方法采用收益法，具体采用销售收入分成法。

$$X = \sum_{i=1}^n R_i \times \eta \times (1+r)^{-(i-0.5)}$$

式中：X—评估对象公允价值；

R_i —第*i*年的评估对象带来的相关产品销售收入；

η —评估对象的“销售收入提成率”；

r —折现率；

n —评估对象的收益年限；

3.评估参数的确定

(1)销售收入的确定

结合企业提供的预测资料、历史运营指标、行业发展趋势及相关无形资产的经济寿命期综合测算相关业务经营收益。

(2)销售收入分成率的确定

选取“对比公司”，所谓“对比公司”就是选择上市公司，该等上市公司具有与被评估无形资产相同、相似或相近特性的无形资产，本次选取的对比公司作如下分析：

1)通过分析对比公司的资产结构中，得出对比公司所拥有的与被评估无形资产类似的无形资产在对比公司全部资产价值中所占比例为 M ，

2)分析无形非流动资产中技术类资产所占比重，得出技术在无形资产中所占比重为 L ；

3)收益现金流：采用对比公司两个年度息税折旧摊销前营业利润(EBITDA)收益现金流进行算术平均后作为本次收益现金流测算口径；

4)确定可比公司技术销售收入提成率 $=M \times L \times$ 收益现金流/主营业务收入(两个年度算术平均值)；

5)被评估技术销售收入提成率等于对比公司测算出平均提成率乘以被评估单位的销售毛利率与对比公司平均销售毛利率的差异调整系数。

6)销售收入提成率计算过程

由于被评估公司为非上市公司，其市场价值未知，无法测算其资产结构比率，但我们认为其资本结构与同行业的上市公司应有相同或相似的地方。为此，我们选取了三家所属相关行业的上市公司作为对比公司。

4.收益期限的确定

收益期限确定的原则主要考虑两个方面的内容：资产的法定保护期和经济寿命年限，依据本次评估对象的具体情况和资料分析如下：

待估的商标权法定年限为 10 年，根据企业管理层对于现有商标

的判断，本次评估商标权经济寿命年限取无限期。

发明专利法律保护期限为 20 年，实用新型专利、外观设计专利法律保护期限为 10 年。按目前的规律，糖果制造技术发展十分迅速，一般技术的更新换代时间最长为 3~5 年，本次评估我们判断委估相关专利技术无形资产权利的经济寿命为 5 年。

渠道是指商品销售路线，是商品的流通路线，所指为厂家的商品通向一定的社会网络或代理商而卖向不同的区域，以达到销售的目的。故而渠道经销商是指某一区域和领域只拥有销售或服务的单位或个人，这个就是经销商。经销商具有独立的经营机构，拥有商品的所有权(买断制造商的产品/服务)，获得经营利润，多品种经营，经营活动过程不受或很少受供货商限制，与供货商责权对等。

分销渠道是由处于渠道起点的制造商，处于渠道终点的消费者，以及处于制造商与消费者之间的商人中间商(因为他们取得了商品的所有权)和代理商(因为他们帮助所有权的转移)等营销中介构成。

对于在全国范围内的分销，分销渠道对产品的作用越来越大，大多数渠道不仅仅起到销售的作用，还兼具售后服务、品牌推广等职责。先有成熟厂商，才有成熟运作的渠道，也才有成熟健康的市场环境。一旦规范好了渠道，就可以通过渠道去建设这个市场，从而最终赢得市场，凭借良好的市场环境，厂商会进一步做好渠道的建设，这样就形成了市场的良性循环。

中粮金帝的销售模式为分销，即企业通过将产品销售给渠道经销商，再由经销商将产品在各个卖场销售，再根据经销商所处不同地区及卖场情况约定全年的销售任务及奖励条款，以节省企业在销售产品过程中发生的运费、市场宣传费用等产品销售环节产生的成本。综上所述，企业的收入来源于将产品销售给渠道经销商，签约的经销商数量越多，企业的收入越有保障。企业属于糖果行业，受市场环境的影响较大，合同均为一年一签，合同中约定了经销商认定条件、销售区域、经销产品及价格表、全年销售任务及奖励条款等。本次根据历史年度经销商合同签订情况，在不考虑企业后期增加新开发的经销商的情况下，经销商每年流失率约 30%，预计于 2020 年后本次申报的经销商

渠道完全流失，故我们判断委估相关经销渠道无形产权利的经济寿命为 4 年。

5.折现率的确定

采用社会平均收益率模型来估测评估中适用的折现率。

折现率=无风险报酬率+风险报酬率

无风险报酬率根据评估基准日长期国债的平均收益率确定；风险报酬率通过累加法确定，风险因素包括政策风险、技术风险、市场风险、资金风险和管理风险等。

(七)行业现状与发展前景分析

1.巧克力行业简介

巧克力的主要成分是可可脂，可可脂中含有可可碱，对多种动物有毒，但对人类来说，可可碱是一种健康的反镇静成分，故食用巧克力有提升精神，增强兴奋等功效。可可脂含有苯乙胺，坊间流传着能够使人有恋爱的感觉的流言。

我国巧克力行业是市场化程度较高的行业。随着国家改革开放的深入进行，外资和港澳台资企业、国有、集体、民营、股份制等多种体制企业共同发展的格局已经形成。相互有序竞争的市场机制，有力地促进了行业优化发展。

近年来国际跨国公司之间兼并不断扩大规模，亿滋收购卡夫，美国好时收购金丝猴 80%股份，扩大国内业务。浙江斯麦乐集团投资，在嘉善新建国内最大的巧克力生产厂和斯麦乐巧克力乐园，企业规模大、设备先进、产品市场定位起点高。

国内一大批中小巧克力生产企业，通过 QS 市场准入制度的实施和食品安全整顿，企业得到规范，产品质量不断提高，这些企业在生产代可可脂巧克力的基础上，近年来也尝试开发生产纯巧克力新品种，经营者的商标意识有较大的提高。我国巧克力产量均以两位数的幅度在增长。总体来看，巧克力市场已经开始从发展市场逐步走向成熟市场。

2.巧克力行业市场前景

拥有 14 亿人口的中国，巧克力正以 10%—15%的年增长率迅猛发

展，市场消费潜力高达 200 亿元。中国人均消费巧克力只要 1 千克，就是全球最大的巧克力市场。

中国巧克力市场讲迅速发展，这对国内巧克力厂商是极好的契机。但面对国外商标已经占优的局面，国内巧克力厂商只要不断提高产品品质，进行原料精选和设备升级，在技术上与国际接轨，并注意市场创新，广建营销网络，加强商标经营，才能够与国际巧克力企业在一个平台上进行竞争与交融，突破巧克力行业寡头垄断状况。

中国市场是个潜力巨大而未开发的巧克力市场，在未来几十年里将会有令人兴奋的成长机会。我国目前巧克力的年消费量在 30 亿左右，人均巧克力消费大约为每年四十克至七十克，约 3.5 亿美元的市场价值看似巨大，实际上只占国际市场的百分之零点五。欧洲年人均消费巧克力 7 公斤以上，亚洲的韩国、日本平均 2 公斤，业内人士普遍认为：中国巧克力市场将有每年百分之五至十五的增长率。

3.巧克力行业的发展现状

近年来，超市最显眼的位置也依然摆放着德芙、费列罗等外资商标，国产商标的类似徐福记、金丝猴等，却不被人认可。

目前占据我国巧克力行业大部分份额的主要公司如下表所示：

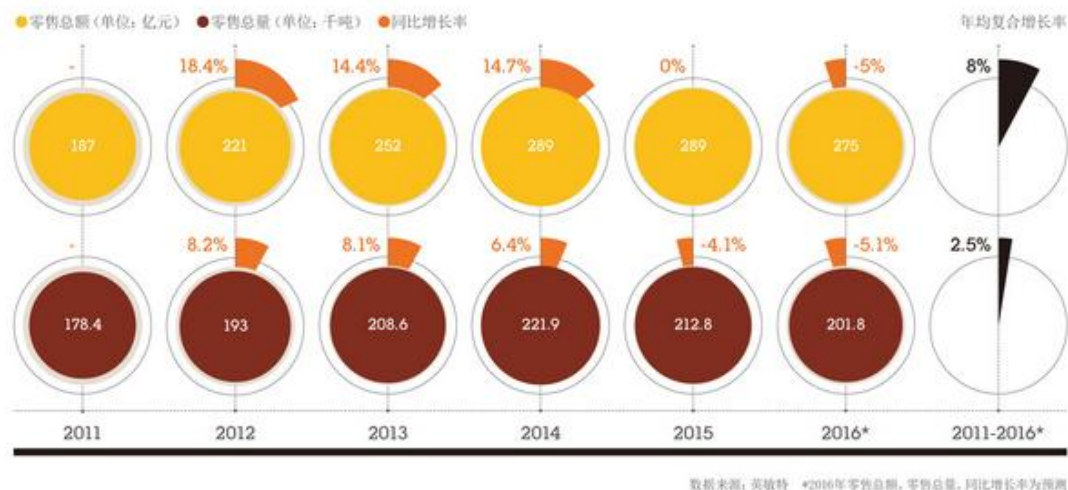
排名	企业名称	国家	主要商标
1	玛氏食品（中国）有限公司	美国	Dove 德芙
2	费列罗贸易（上海）有限公司	意大利	FERRERO 费列罗
3	好时(中国)投资管理有限公司	美国	HERSHEY 好时
4	中粮集团有限公司	中国	金帝 Leconte
5	亿滋食品企业管理（上海）有限公司	英国	CADBURY 吉百利
6	歌帝梵(上海)食品商贸有限公司	比利时	GODIAV歌帝梵
7	莲特贸易(上海)有限公司	瑞士	LINDT 瑞士莲
8	乐天（中国）投资有限公司	比利时	GUYLIAN 吉利莲
9	明治制果食品工业(上海)有限公司	日本	明治 MeiJi
10	玛氏食品（中国）有限公司	美国	SUCKERS 士力架

用了近 30 年时间，中国巧克力市场的年销售规模从 0 发展到近两年超过 280 亿元。从 2014 年开始，中国巧克力市场就陷入不可避免的持续萎靡。英敏特监测到，在 2014 至 2015 年期间，巧克力市场已经出现了销量下滑的迹象，销售额大致持平，并预估，2016 年的市场销量和销售额均将出现下滑。一个原因是全球可可豆原料价格的上

涨拉高了巧克力公司的生产成本，另一个是中国节日礼品市场受政策因素影响而出现阶段性缩水。

其次，中国市场渠道特征也较过去发生了很大变化。天猫、京东这样的电商平台，已经成为企业不可忽视、需要去迅速学习和适应的新渠道。

2011年至2016年中国巧克力零售市场规模



(八)中粮金帝的优势与劣势分析

1.被评估企业的市场地位

中粮集团旗下中粮金帝食品（深圳）有限公司，是中国知名巧克力制造商，是亚洲技术领先的凝胶软糖生产商。

二十年多来，秉持“为中国消费者提供安全、优质、美味休闲食品”的使命，坚持“商标驱动业务”的战略，持续进行产品创新与技术创新，产品品类不断丰富，形成了巧克力、巧克力制品、太妃糖、凝胶软糖等约 100 种休闲食品的产品线。旗下金帝（Le conte）、美滋滋（Merville）是中国的著名商标。

金帝（Le conte）商标：源自欧洲，由瑞士巧克力大师亲自调制。多年来，Le conte（金帝）严格坚持欧洲原料甄选标准，精心挑选上乘“黄金可可”，采用瑞士精湛工艺，造就了至浓可可味的经典巧克力。

1991 年，金帝为国人带来了第一块真正的欧派巧克力。金帝以其高贵感性、时尚活力的特质，让我们领略欧洲大陆的严谨与浪漫风情。

“金帝巧克力，只给最爱的人”这句浪漫暖心的广告语伴随着金帝巧克力传遍了大江南北。2009 年，结合“欧洲经典浓郁可可味，至醇享

受”的商标定位，公司对商标形象进行整体提升，广告语调整为更具时尚经典气息的“浓醇金帝，只给至爱”

金帝（Le conte）巧克力，涵盖经典巧克力产品、高可可含量产品、果仁巧克力、珍爱夹心巧克力、太妃糖，以及适合表达爱情、亲情、友情、商务礼仪的多款精致礼盒。

美滋滋（Meriville）商标：美滋滋商标以“快乐由心”为主旨，为您带来“美滋滋的口感”和“美滋滋的心情”，是生活中不可缺少的伙伴！美滋滋精选优质原料，采用创新制作工艺，创造出口感丰富又美味的系列产品，在您品味美味的同时，心情随之雀跃——无论在生活中遇到什么，都要“美滋滋”的积极乐观！用笑容迎接每一天，伴您成长！

美滋滋致力于让消费者生活更加美滋美味，积极创新，不断拓展产品品类，产品线目前涵盖凝胶软糖、休闲花生及坚果、脆心巧克力等。

2.被评估企业的竞争优势

(1)产品品质不断提升

产品品质是商标的依托，更是商标的基础。产品品质的提升，不仅要求在承诺的保质期内，产品形态符合设定的品质标准，亦包括产品感官体验随着消费者的口味变化而不断变化，且具有竞争力。

(2)产品持续创新

产品品类丰富化、形象与时俱进。对主要系列产品的包装进行精进与升级，通过与比利时生产厂商合作及自行研发，丰富了传统渠道的产品线，并拓展了生意机会。

(3)持续进行商标沟通与传播，并不断创新。

中粮金帝食品（深圳）有限公司延续了商标与竞争者的差异化定位，突出金帝商标的“浓醇”+“浓情”的商标定位，通过核心系列产品主题沟通及节日促销推广、零售终端传播等形式，持续提升商标力。

3.被评估企业的竞争劣势

公司的竞争劣势主要体现在以下几方面：

(1)消费者心理

巧克力不是米饭，不是生活必需品，有较大的价格弹性。金帝作为国内的老商标，给消费者树立了亲民、家庭的形象感觉。而巧克力是舶来品，在中国的消费群众心目中，外国的咖啡和巧克力是档次最高品质最优的。金帝在一定程度上不敌国际巧克力商标树立的技术精湛，档次高级，送礼有品质的高端形象。

(2)产能匹配：

中粮金帝作为“中”字头企业，产能充足。产能匹配是目前国内大型生产企业所面临的共同问题。合理解解决好产能匹配问题，是一个生产企业长久持续经营乃至实现国际化战略的关键点。

(九)评估过程

1.评估参数的确定

(1)销售收入的确定

企业主要生产及销售巧克力制品及糖果，目前销售的商标产品主要有金帝（Le conte）商标及美滋滋（Meriville）商标。具体系列产品介绍如下：

① 金帝经典巧克力（排块、袋装、碗装）

金帝经典巧克力，秉持欧洲原料甄选标准，遵循“6度黄金甄选法则”，精心挑选上乘“黄金可可”，承袭瑞士经典巧克力制作工艺，倾心制作，造就了可可味浓郁、细腻幼滑的欧式浓醇经典巧克力。丰富的产品口味，醇浓黑巧克力、香浓牛奶巧克力、杏仁谷物巧克力、葡萄干果仁巧克力，每一口都令你回味无穷。



②金帝珍爱果酱夹心巧克力：

将细腻香甜的土耳其榛子浆/酸甜诱人的蓝莓酱/咸甜柔滑的花生酱，注入酥脆的蛋卷威化中，再以浓醇巧克力包裹，松脆香滑的三重

美味 入口即化 世界名厂出品 乐享美妙好心情，珍爱每一刻。



③金帝果仁巧克力：

甄选上乘土耳其榛子、美国大杏仁、吐鲁番葡萄干等环球珍果，承袭瑞士经典巧克力制作工艺精心制作而成。浓醇的巧克力包裹着香脆的果仁，入口即化，滑，果仁香脆可口，无与伦比的醇香享受。



④金帝礼盒系列：

金帝爱意/关爱/商务礼盒，承袭瑞士经典巧克力工艺精心制作，口感细腻幼滑，醇香浓郁，粒粒如金。这份极尽苛求的倾心之作，不仅将浓郁口感呈现于唇齿之间，更让您体味那份至浓至纯的真挚情谊。精心制作并特别采用手工包装，体现了对质量与美味的特殊鉴赏，为消费者带来深刻且醇香的味觉享受。

爱意礼盒



关爱/友情礼盒



商务礼盒



⑤美滋滋脆心巧克力：

甄选全球优质可可、土耳其上乘榛仁为原料，秉承瑞士精湛巧克力制作工艺，可可曼妙、馥郁香气及浓郁口味融入巧克力，并与香脆榛仁碎粒完美融合，浓醇经典，香脆可口。



⑥美滋滋夹心果汁软糖：

优选安全的原料，采用世界领先技术将浓浓香甜，清新怡人的果汁，融入 Q 弹的软糖中，独特的双重口感、Q 弹不粘牙。丰富的水果口味：晶亮亮的紫玉葡萄、金灿灿的美味香橙、红鲜鲜的诱人草莓，酸酸甜甜的梅子。晶莹剔透的果球型产品，口感弹弹润润，特别添加 VC，给你加倍的健康活力和美妙享受，让你快乐美味滋出来！



历史年度销售情况如下：

一级品类	二级品类	2015 年度			2016 年 1-8 月实际		
		销售金额	吨数	单吨价格	销售金额	吨数	单吨价格
巧克力及巧克力制品	经典巧克力	7,878	1,387	5.68	2,991	461	6.49
	凝胶糖果巧克力	1,441	211	6.83	406	60	6.82
	果仁巧克力蛋	3,985	462	8.62	1,646	189	8.71
	蛋卷夹心巧克力	3,057	688	4.44	1,132	234	4.84
	果仁脆心巧克力	3,740	486	7.70	1,536	200	7.68
	巧克力礼盒	5,925	406	14.59	1,627	108	15.02
	散装	1,100	278	3.96	100	22	4.62
	其它休闲食品及退货	16	5	3.30	-934	-6	
代可可脂巧克力及制品	代可可脂巧克力制品	364	91	4.00	37	16	2.27
糖果	凝胶软糖	1,945	578	3.37	541	155	3.49
	太妃糖	421	120	3.51	340	92	3.70
进口	进口贸易巧克力及巧克力制品	879	57	15.49	185	24	7.59
其他	贸易巧克力及巧克力制品	238	174	1.37	133	102	1.30
休闲食品汇总		30,988	4,942		9,741	1,657	

受市场环境及管理层经营决策影响,2015 年至 2016 年 1-8 月呈下降趋势,本次根据企业提供的预测数据、历史运营指标、行业发展趋势,结合商标、专利及渠道的性质,本次仅对金帝(Le conte)商标及美滋滋(Meriville)商标相关的系列产品进行预测,其他休闲食品、代可可脂巧克力制品及贸易巧克力及巧克力制品不预测,具体如下表:

一级品类	二级品类	2016 年 9-12 月			2017 年		
		销售金额	吨数	单吨价格	销售金额	吨数	单吨价格
巧克力及巧克力制品	经典巧克力	60.00	24	2.54	2,440.90	415	5.88
	凝胶糖果巧克力	15.00	9	1.62	336.81	49	6.83
	果仁巧克力蛋	9.00	3	3.05	1,324.11	153	8.65
	蛋卷夹心巧克力	28.00	18	1.55	927.76	204	4.54
	果仁脆心巧克力	15.00	12	1.29	1,241.08	161	7.69
	巧克力礼盒	14.00	10	1.47	1,312.71	89	14.68
	散装	16.00	15	1.08	93.17	23	4.01
	其它休闲食品及退货	6.95	1	9.41			
代可可脂巧克力及制品	代可可脂巧克力制品	20.00	31	0.64			
糖果	凝胶软糖	15.00	17	0.90	444.77	131	3.39
	太妃糖	5.00	6	0.85	276.03	77	3.59
进口	进口贸易巧克力及巧克力制品	85.00	47	1.79			
其他	贸易巧克力及巧克力制品	5.00	9	0.56	2,440.90		
休闲食品汇总		293.95	201	1.46	8,397.32	1304	6.44
一级品类	二级品类	2018 年			2019 年		
		销售金额	吨数	单吨价格	销售金额	吨数	单吨价格
巧克力及巧克力制品	经典巧克力	2,196.81	373	5.88	2,086.97	355	5.88
	凝胶糖果巧克力	303.13	44	6.83	287.97	42	6.83
	果仁巧克力蛋	1,191.70	138	8.65	1,132.11	131	8.65
	蛋卷夹心巧克力	834.98	184	4.54	793.23	175	4.54
	果仁脆心巧克力	1,116.98	145	7.69	1,061.13	138	7.69
	巧克力礼盒	1,181.44	80	14.68	1,122.36	76	14.68
	散装	83.85	21	4.01	79.66	20	4.01
	其它休闲食品及退货						
代可可脂巧克力及制品	代可可脂巧克力制品						
糖果	凝胶软糖	400.29	118	3.39	380.28	112	3.39

	太妃糖	248.43	69	3.59	236.00	66	3.59
进口	进口贸易巧克力及巧克力制品						
其他	贸易巧克力及巧克力制品						
休闲食品汇总		7,557.59	1173	6.44	7,179.71	1115	6.44
一级品类	二级品类	2020 年			2021 年		
		销售金额	吨数	单吨价格	销售金额	吨数	单吨价格
巧克力及巧克力制品	经典巧克力	2,045.23	348	5.88	2,024.78	344	5.88
	凝胶糖果巧克力	282.21	41	6.83	279.39	41	6.83
	果仁巧克力蛋	1,109.47	128	8.65	1,098.38	127	8.65
	蛋卷夹心巧克力	777.37	171	4.54	769.60	169	4.54
	果仁脆心巧克力	1,039.90	135	7.69	1,029.51	134	7.69
	巧克力礼盒	1,099.92	75	14.68	1,088.92	74	14.68
	散装	78.07	19	4.01	77.29	19	4.01
	其它休闲食品及退货						
代可可脂巧克力及制品	代可可脂巧克力制品						
糖果	凝胶软糖	372.67	110	3.39	368.94	109	3.39
	太妃糖	231.28	64	3.59	228.97	64	3.59
进口	进口贸易巧克力及巧克力制品						
其他	贸易巧克力及巧克力制品						
休闲食品汇总		7,036.12	1092	6.44	6,965.76	1081	6.44

(2)销售收入提成率的确定

选取“对比公司”，所谓“对比公司”就是选择上市公司，该等上市公司具有与被评估无形资产相同、相似或相近特性的无形资产，本次选取的对比公司作如下分析：

1)分析对比公司的资产结构，确定无形非流动资产在资本结构中所占比例；

2)分析无形非流动资产中技术所占比重，得出技术在资本结构中所占比重；

3)收益现金流：采用对比公司两个年度息税折旧摊销前营业利润（EBITDA）收益现金流进行算术平均后作为本次收益现金流测算口径；

4)确定可比公司技术销售收入提成率=收益现金流/主营业务收入（两个年度算术平均值）；

5)被评估技术销售收入提成率等于对比公司测算出平均提成率乘以被评估单位的销售毛利率与对比公司平均销售毛利率的差异调整系数。

6)销售收入提成率计算过程

由于被评估公司为非上市公司，其市场价值未知，无法测算其资产结构比率，但我们认为其资本结构与同行业的上市公司应有相同或相似的地方。为此，我们选取了三家所属相关行业的上市公司作为对比公司，三家对比公司的情况简介如下：

对比公司一：

洽洽食品股份有限公司（以下简称“洽洽食品”）（前身是安徽洽洽食品有限公司）成立于 2001 年 8 月 9 日，注册地址为安徽省合肥市经济技术开发区莲花路。2011 年 3 月 2 日在深圳证券交易所中小板挂牌上市，股票代码：002557.SZ。经营范围：坚果炒货类食品生产和销售；坚果炒货类食品生产和销售；农副产品的生产和收购；油炸食品生产和销售；膨化食品生产和销售；焙烤类食品生产与销售；酱腌菜类的生产与销售；饼干类的生产与销售；食品添加剂的生产与销售；果干、蜜饯、肉干肉脯、原枣、巧克力等五类产品的分装。肉制品类、蜜饯类、海藻类、糖果类、果冻类、水果制品、预包装食品批发(涉及许可证的凭许可证经营)。公司当前已经建立了覆盖国内大中型城市的全国性销售网络，终端掌控能力强，市场反应速度快，销售渠道稳定、通畅。目前“洽洽”系列产品不仅畅销全国，还出口到东南亚、欧美等 30 多个国家和地区，得到消费者广泛地认可。

对比公司二：

量子高科(中国)生物股份有限公司（以下简称“量子高科”）成立于 2000 年 1 月 26 日，注册地址为广东省江门市高新区高新西路 133 号。2010 年 12 月 22 日，量子高科在上交所创业板挂牌上市，股票代码：300149.SZ。经营范围：保健食品(国内保健食品批准证书范围内产品)的研发、生产、销售及技术转让；淀粉糖、低聚半乳糖、调

味料(固态、液体)、饮料、蜂产品、茶叶及相关制品、糖果制品等预包装食品、新资源食品、特殊膳食食品、食品添加剂及酶制剂、医药辅料、饲料添加剂的研发、生产、销售;医药技术研发、技术咨询和技术转让;生物技术的开发和转让;研发、销售包装材料;健康管理服务(不含医疗服务)、咨询、生物健康技术开发;经营本企业生产、科研所需的原辅材料、产品、仪器仪表、机械设备、零配件及相关技术的进出口业务;批发、零售:预包装食品、乳制品、保健食品、化妆品、日用品、保健仪器、检测仪器、理疗仪器。(以上经营范围涉及前置审批的项目凭相关许可证核准的经营范围经营,未取得前置许可证的不得经营。上述经营范围不涉及国营贸易管理商品,涉及配额、许可证管理商品的,按国家有关规定办理申请。)量子高科是一家专注于微生态健康事业的国家级高新技术企业,旗下拥有欧力多、阿力果、生和堂等商标,是国内最大的低聚果糖生产基地,微生态健康事业的领军企业。2013年,福布斯中文网发布的“2013 福布斯亚洲中小上市企业 200 强”榜单,量子高科凭借 2.02 亿美元的市值、3800 万美元的销售额和东 600 万美元的净利润,成为亚洲中小上市企业 200 强成员,也是国内益生元行业唯一上榜企业。

对比公司三:

麦趣尔集团股份有限公司(以下简称“麦趣尔”)前身为新疆麦趣尔乳业有限公司,成立于 2002 年 12 月 30 日,注册地址为新疆维吾尔自治区昌吉回族自治州昌吉市麦趣尔大道。2014 年 1 月 28 日,江中药业在深交所中小板 A 股挂牌上市,股票代码:002719. SZ。经营范围:乳制品【液体乳(灭菌乳)】、饮料(蛋白饮料类)、冷冻食品(冰淇淋、雪糕、冰棍)、矿泉水、速冻米面食品的制造、销售。一般经营项目(国家法律、行政法规有专项审批的项目除外):农副产品(除粮食、棉花)经销;畜牧养殖、农业种植。新疆麦趣尔集团有限责任公司自 1988 年始建,历经 17 年的发展,已拥有 5 家子公司,员工 1000 多人,已从最初一家烘焙企业发展成为多领域集团公司。

根据三家对比公司 2014~2015 年度的财务报告,我们可以得出对比公司的资本结构如下:

序号	对比对象	股票代码	营运资金比重%		有形非流动资产比重%		无形非流动资产比重%	
			2014 年	2015 年	2014 年	2015 年	2014 年	2015 年
1	洽洽食品	002557.SZ	25.0%	16.6%	28.4%	17.8%	46.6%	65.6%
2	量子高科	300149.SZ	23.4%	2.2%	17.1%	3.4%	59.5%	94.4%
3	麦趣尔	002719.SZ	18.1%	15.6%	8.2%	6.1%	73.8%	78.3%
4	平均值		22.2%	11.5%	17.9%	9.1%	59.9%	79.4%
5	二年平均		16.8%		13.5%		69.7%	

通过分析上述对比公司的主营业务收入、利润和现金流水平，可以认为公司的现金流是由公司所有资本共同创造的，因此无形资产创造的现金流应该是无形资产在资本结构中所占比率与主营业务现金流的乘积。另一方面，我们发现上述无形资产实际上是组合无形资产，还应包括非技术类无形资产。此次评估，项目组评估人员经过综合分析确定采用层次分析法判定中粮金帝食品专利技术占组合无形资产的比例。

层次分析法（AnalyticHierarchyProcess 简称 AHP）是将决策有关的元素分解成目标、准则、方案等层次，在此基础上进行定性和定量分析的决策方法。该方法是美国运筹学家匹茨堡大学教授萨蒂于上世纪 70 年代初，在为美国国防部研究“根据各个工业部门对国家福利的贡献大小而进行电力分配”课题时，应用网络系统理论和多目标综合评价方法，提出的一种层次权重决策分析方法。

人们在进行社会的、经济的以及科学管理领域问题的系统分析中，面临的常常是一个由相互关联、相互制约的众多因素构成的复杂而往往缺少定量数据的系统。层次分析法为这类问题的决策和排序提供了一种新的、简洁而实用的建模方法。

运用层次分析法建模，大体上可按下面四个步骤进行：

- ①建立递阶层次结构模型；
- ②构造出各层次中的所有判断矩阵；
- ③层次单排序及一致性检验；
- ④层次总排序及一致性检验。

应用 AHP 分析决策问题时，首先要把问题条理化、层次化，构

造出一个有层次的结构模型。在这个模型下，复杂问题被分解为元素的组成部分。这些元素又按其属性及关系形成若干层次。上一层次元素作为准则对下一层次元素起支配作用。这些层次可以分为三类：

①最高层：这一层次中只有一个元素，一般它是分析问题的预定目标或理想结果，因此也称为目标层。

②中间层：这一层次中包含了为实现目标所涉及的中间环节，它可以由若干个层次组成，包括所需考虑的准则、子准则，因此也称为准则层。

③最底层：这一层次包括了为实现目标可供选择的各种措施、决策方案等，因此也称为措施层或方案层。

递阶层次结构中的层次数与问题的复杂程度及需要分析的详尽程度有关，一般地层次数不受限制。每一层次中各元素所支配的元素一般不要超过 9 个。这是因为支配的元素过多会给两两比较判断带来困难。

层次结构反映了因素之间的关系，但准则层中的各准则在目标衡量中所占的比重并不一定相同，在决策者的心目中，它们各占有一定的比例。在确定影响某因素的诸因子在该因素中所占的比重时，遇到的主要困难是这些比重常常不易定量化。此外，当影响某因素的因子较多时，直接考虑各因子对该因素有多大程度的影响时，常常会因考虑不周全、顾此失彼，而使决策者提出与他实际认为的重要性程度不相一致的数据，甚至有可能提出一组隐含矛盾的数据。

设现在要比较 n 个因子 $X = \{x_1, \dots, x_n\}$ 对某因素 Z 的影响大小，怎样比较才能提供可信的数据呢？Saaty 等人建议可以采取对因子进行两两比较建立成对比较矩阵的办法。即每次取两个因子 x_i 和 x_j ，以 a_{ij} 表示 x_i 和 x_j 对 Z 的影响大小之比，全部比较结果用矩阵 $A = (a_{ij})_{n \times n}$ 表示，称 A 为 $Z-X$ 之间的成对比较判断矩阵（简称判断矩阵）。容易看出，若 x_i 与 x_j 对 Z 的影响之比为 a_{ij} ，则 x_j 与 x_i 对 Z 的影响之比应

$$a_{ji} = \frac{1}{a_{ij}}。$$

关于如何确定 a_{ij} 的值，Saaty 等建议引用数字 1-9 及其倒数作为标度。下表列出了 1-9 标度的含义：

标度	含义
1	表示两个因素相比，具有相同重要性
3	表示两个因素相比，前者比后者稍重要
5	表示两个因素相比，前者比后者明显重要
7	表示两个因素相比，前者比后者强烈重要
9	表示两个因素相比，前者比后者极端重要
2, 4, 6, 8	表示上述相邻判断的中间值
倒数	若因素i与因素j的重要性之比为a_{ij}，那么因素j与因素i重要性之比为 $a_{ji} = \frac{1}{a_{ij}}。$

判断矩阵 A 对应于最大特征值 $\lambda_{\max}$ 的特征向量 W ，经归一化后即成为同一层次相应因素对于上一层次某因素相对重要性的排序权值，这一过程称为层次单排序。

上面得到的是一组元素对其上一层中某元素的权重向量。我们最终要得到各元素，特别是最低层中各方案对于目标的排序权重，从而进行方案选择。总排序权重要自上而下地将单准则下的权重进行合成。

设上一层次（ A 层）包含 A_1, Λ, A_m 共 m 个因素，它们的层次总排序权重分别为 a_1, Λ, a_m 。又设其后的下一层次（ B 层）包含 n 个因素 B_1, Λ, B_n ，它们关于 A_j 的层次单排序权重分别为 b_{1j}, Λ, b_{nj} （当 B_i 与 A_j 无关联时， $b_{ij}=0$ ）。现求 B 层中各因素关于总目标的权重，即求 B 层各因素的层次总排序权重 b_1, Λ, b_n ，计算按下表所示方式进行，即

$$b_i = \sum_{j=1}^m b_{ij} a_j, \quad i=1, \Lambda, n。$$

层 A	A_1	A_2	$\cdots$	A_m	B 层总排序权值
层 B	a_1	a_2	$\cdots$	a_m	
B_1	b_{11}	b_{12}	$\cdots$	b_{1m}	$\sum_{j=1}^m b_{1j}a_j$
B_2	b_{21}	b_{22}	$\cdots$	b_{2m}	$\sum_{j=1}^m b_{2j}a_j$
$\vdots$	$\cdots$	$\cdots$	$\cdots$	$\cdots$	$\vdots$
B_n	b_{n1}	b_{n2}	$\cdots$	b_{nm}	$\sum_{j=1}^m b_{nj}a_j$

中粮金帝食品组合无形资产收益分割

①建立递阶层次结构

根据对中粮金帝食品无形资产构成的分析和 AHP 的方法原理，以及各类无形资产对收益贡献的影响路径，建立递阶层次结构如下：

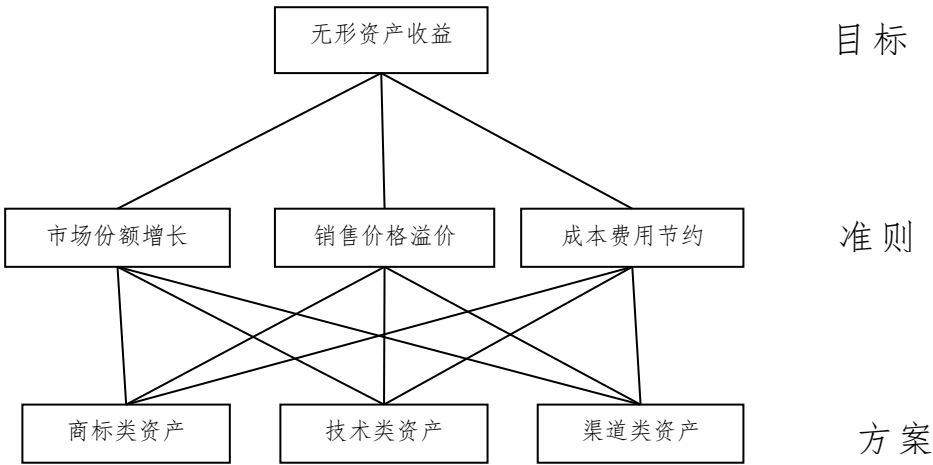


图 2：中粮金帝食品无形资产

构造各层次因素的判断矩阵

准则层判断矩阵：

评估人员通过分析中粮金帝食品的产品市场份额增长、销售价格溢价和成本费用节约对收益的贡献，并进行两两比较，得到准则层判断矩阵如下：

无形资产直接原因相对贡献大小分析调查表			
A	销售价格溢价	市场份额增长	成本费用节约
销售价格溢价	1	1	2
市场份额增长	1	1	2

成本费用节约	0.5	0.5	1
--------	-----	-----	---

方案层判断矩阵：

评估人员通过分析中粮金帝食品的商标类资产、技术类资产和渠道类资产分别对产品的市场份额增长、销售价格溢价和成本费用节约的影响和贡献，并进行两两比较，得到方案层判断矩阵如下：

各类无形资产对形成销售价格溢价的相对贡献大小调查表				
B	商标类资产	技术类资产	渠道类资产	管理类资产
商标类资产	1	1	1	0.5
技术类资产	1	1	0.5	0.5
渠道类资产	1	2	1	0.5
管理类资产	2	2	2	1

各类无形资产对形成市场份额溢价的相对贡献大小调查表				
B	商标类资产	技术类资产	渠道类资产	管理类资产
商标类资产	1	1	1	0.5
技术类资产	1	1	0.5	0.5
渠道类资产	1	2	1	0.5
管理类资产	2	2	2	1

各类无形资产对形成成本费用溢价的相对贡献大小调查表				
B	商标类资产	技术类资产	渠道类资产	管理类资产
商标类资产	1	0.5	2	0.5
技术类资产	2	1	1	0.5
渠道类资产	0.5	1	1	0.5
管理类资产	2	2	2	1

层次排序及一致性检验

经对上述判断矩阵采用计算机软件进行归一化计算，均通过一致性检验。具体计算结果如下表：

项目	销售价格溢价	市场份额增长	成本费用节约	B 层 总排序值
	40.00%	40.00%	20.00%	
商标类资产	19.72%	19.72%	20.66%	19.91%
技术类资产	16.94%	16.94%	23.81%	18.32%
渠道类资产	23.89%	23.89%	16.99%	22.51%
管理类资产	39.44%	39.44%	38.54%	39.26%

因此，我们可以得出委估无形资产创造的现金流，及委估无形资产创造的现金流占同期主营业务收入的比例关系，即委估无形资产对主营业务收入的贡献率。详见下表：

①商标类资产收入提成率

金额单位：人民币万元

序号	对比 公司 名称	股票 代码	年份	无形非流动 资产在资本 结构中所占 比例	无形非流动 资产中商标 所占比重	商标在资本 结构中所占 比重	相应年份的业务 税金折旧摊销前 利润 EBITDA	商标对主营 业务现金流 的贡献	相应年份 的主营业 务收入	商标提 成率	对比公司 平均值	总平均 值
A	B	C	D	E	F	G=E*F	H	I=G*H	J	K=I/J		
1	洽洽 食品	00255 7.SZ	2014 年	46.56%	19.91%	9.27%	38,537	3,573	311,323	1.15%	1.51%	2.73%
			2015 年	65.59%	19.91%	13.06%	47,675	6,225	331,137	1.88%		
2	量子 高科	30014 9.SZ	2014 年	59.47%	19.91%	11.84%	6,582	779	28,117	2.77%	4.05%	
			2015 年	94.40%	19.91%	18.79%	9,030	1,697	31,865	5.33%		
3	麦趣 尔	00271 9.SZ	2014 年	73.78%	19.91%	14.69%	5,597	822	32,136	2.56%	2.62%	
			2015 年	78.30%	19.91%	15.59%	8,904	1,388	51,814	2.68%		

因对比公司均为食品类企业，虽然其主要收入结构相对于产权持有单位有一定的差异，但是能够比较客观地反映出食品行业商标对于销售收入的贡献能力，根据产权持有单位与对比公司销售毛利率的差异再对商标提成率进行修正，如下：

序号	被评估商标名称		对比公司前 2 年平均销售利润率	被评估产品前 2 年平均销售利润率	被评估产品前 2 年销售利润率/对比公司前 2 年平均销售毛利率	对比公司商标提成率平均值	产品商标提成率
			A	B	C=B/A	D	E=C*D
1	中粮金帝食品	平均值	41.26%	29.31%	0.71	2.73%	1.94%
2		最大值	48.46%	29.31%	0.60	4.05%	2.45%
3		最小值	31.75%	29.31%	0.92	1.51%	1.40%
4		中间值	43.57%	29.31%	0.67	2.62%	1.76%

本次取平均值 1.94%作为委估商标类无形资产的销售收入提成率。

②专利技术类资产收入提成率

序号	对比公司名称	股票代码	年份	无形非流动资产在资本结构中所占比例	无形非流动资产中技术所占比重	技术在资本结构中所占比重	相应年份的业务税金折旧摊销前利润 EBITDA	技术对主营业务现金流的贡献	相应年份的主营业务收入	技术提成率	对比公司平均值	总平均值
A	B	C	D	E	F	G=E*F	H	I=G*H	J	K=I/J		
1	洽洽食品	002557.SZ	2014 年	46.56%	18.32%	8.53%	38,537	3,287	311,323	1.06%	1.39%	2.51%
			2015 年	65.59%	18.32%	12.01%	47,675	5,728	331,137	1.73%		
2	量子高科	300149.SZ	2014 年	59.47%	18.32%	10.89%	6,582	717	28,117	2.55%	3.73%	
			2015 年	94.40%	18.32%	17.29%	9,030	1,562	31,865	4.90%		
3	麦趣尔	002719.SZ	2014 年	73.78%	18.32%	13.52%	5,597	756	32,136	2.35%	2.41%	
			2015 年	78.30%	18.32%	14.34%	8,904	1,277	51,814	2.46%		

因对比公司均为食品类企业，虽然其主要收入结构相对于产权持

有单位有一定的差异，但是能够比较客观地反映出食品行业专利技术对于销售收入的贡献能力，根据产权持有单位与对比公司销售毛利率的差异再对技术提成率进行修正，如下：

序号	被评估技术名称		对比公司前2年平均销售利润率	被评估技术产品前2年平均销售利润率	被评估技术产品前2年销售利润率/对比公司前2年平均销售毛利率	对比公司技术提成率平均值	产品技术提成率
			A	B	C=B/A	D	E=C*D
1	中粮金帝食品	平均值	41.26%	29.31%	0.71	2.51%	1.78%
2		最大值	48.46%	29.31%	0.60	3.73%	2.25%
3		最小值	31.75%	29.31%	0.92	1.39%	1.29%
4		中间值	43.57%	29.31%	0.67	2.41%	1.62%

本次取平均值 1.78%作为委估技术类无形资产的销售收入提成率。

② 经销商渠道类资产收入提成率

序号	对比 公司 名称	股票 代码	年份	无形非流动 资产在资本 结构中所占 比例	无形非流动 资产中渠道 所占比重	渠道在资本 结构中所占 比重	相应年份的业务 税金折旧摊销前 利润 EBITDA	渠道对主营 业务现金流 的贡献	相应年份 的主营业 务收入	渠道提 成率	对比公司 平均值	总平均 值
A	B	C	D	E	F	G=E*F	H	I=G*H	J	K=I/J		
1	洽洽 食品	00255 7.SZ	2014 年	46.56%	22.51%	10.48%	38,537	4,039	311,323	1.30%	1.71%	3.08%
			2015 年	65.59%	22.51%	14.76%	47,675	7,038	331,137	2.13%		
2	量子 高科	30014 9.SZ	2014 年	59.47%	22.51%	13.39%	6,582	881	28,117	3.13%	4.58%	
			2015 年	94.40%	22.51%	21.25%	9,030	1,919	31,865	6.02%		
3	麦趣 尔	00271 9.SZ	2014 年	73.78%	22.51%	16.61%	5,597	930	32,136	2.89%	2.96%	
			2015 年	78.30%	22.51%	17.62%	8,904	1,569	51,814	3.03%		

因对比公司均为食品类企业，虽然其主要收入结构相对于产权持有单位有一定的差异，但是能够比较客观地反映出食品行业经销商渠道对于销售收入的贡献能力，根据产权持有单位与对比公司销售毛利率的差异再对渠道提成率进行修正，如下：

序号	被评估渠道名称		对比公司前2年平均销售利润率	被评估渠道产品前2年平均销售利润率	被评估渠道产品前2年销售利润率/对比公司前2年平均销售毛利率	对比公司渠道提成率平均值	产品渠道提成率
			A	B	C=B/A	D	E=C*D
1	中粮金帝食品	平均值	41.26%	29.31%	0.71	3.08%	2.19%
2		最大值	48.46%	29.31%	0.60	4.58%	2.77%
3		最小值	31.75%	29.31%	0.92	1.71%	1.58%
4		中间值	43.57%	29.31%	0.67	2.96%	1.99%

本次取平均值 2.19%作为委估经销商渠道类无形资产的销售收入提成率。

(3)收益期限的确定

待估的商标权法定年限为 10 年，根据企业管理层对于现有商标的判断，本次评估商标权经济寿命年限取无限期。

发明专利法律保护期限为 20 年，实用新型专利、外观设计专利法律保护期限为 10 年。按目前的规律，糖果制造技术发展十分迅速，一般技术的更新换代时间最长为 3~5 年，本次评估我们判断委估相关专利技术无形资产权利的经济寿命为 5 年。

渠道是指商品销售路线，是商品的流通路线，所指为厂家的商品通向一定的社会网络或代理商而卖向不同的区域，以达到销售的目的。故而渠道经销商是指某一区域和领域只拥有销售或服务的单位或个人，这个就是经销商。经销商具有独立的经营机构，拥有商品的所有权(买断制造商的产品/服务)，获得经营利润，多品种经营，经营活动过程不受或很少受供货商限制，与供货商责权对等。

分销渠道是由处于渠道起点的制造商，处于渠道终点的消费者，以及处于制造商与消费者之间的商人中间商(因为他们取得了商品的所有权)和代理商(因为他们帮助所有权的转移)等营销中介构成。

对于在全国范围内的分销，分销渠道对产品的作用越来越大，大多数渠道不仅仅起到销售的作用，还兼具售后服务、品牌推广等职责。先有成熟厂商，才有成熟运作的渠道，也才有成熟健康的市场环境。一旦规范好了渠道，就可以通过渠道去建设这个市场，从而最终赢得市场，凭借良好的市场环境，厂商会进一步做好渠道的建设，这样就形成了市场的良性循环。

中粮金帝的销售模式为分销，即企业通过将产品销售给渠道经销商，再由经销商将产品在各个卖场销售，再根据经销商所处不同地区及卖场情况约定全年的销售任务及奖励条款，以节省企业在销售产品过程中发生的运费、市场宣传费用等产品销售环节产生的成本。综上所述，企业的收入来源于将产品销售给渠道经销商，签约的经销商数量越多，企业的收入越有保障。企业属于糖果行业，受市场环境影响

较大，合同均为一年一签，合同中约定了经销商认定条件、销售区域、经销产品及价格表、全年销售任务及奖励条款等。本次根据历史年度经销商合同签订情况，在不考虑企业后期增加新开发的经销商的情况下，经销商每年流失率约 30%，预计于 2020 年后本次申报的经销商渠道完全流失，故我们判断委估相关经销渠道无形资产权利的经济寿命为 4 年。

(4)折现率的确定

采用社会平均收益率模型来估测评估中适用的折现率。

折现率=无风险报酬率+风险报酬率

无风险报酬率是指在正常条件下的获利水平，是所有的投资都应该得到的投资回报率，无风险报酬率根据评估基准日长期国债的平均收益率确定。

风险报酬率是指投资者承担投资风险所获得的超过无风险报酬率以上部分的投资回报率，根据风险的大小确定，随着投资风险的递增而加大。风险报酬率一般由评估人员对无形资产的政策风险、技术风险、市场风险、资金风险、管理风险等进行分析并通过经验判断来取得，其公式为：

风险报酬率=政策风险报酬率+技术风险报酬率+市场风险报酬率+资金风险报酬率+管理风险报酬率

1)无风险报酬率

根据 Wind 资讯查评估基准日 10 年期国债的平均收益率为 2.7425%，因此本次无风险报酬率 R_f 取 2.7425%。

2)风险报酬率

影响风险报酬率的因素包括政策风险、技术风险、市场风险、资金风险和管理风险。根据目前评估惯例，5 个风险系数各取值范围在 0%—10%之间(合计 40%)具体的数值根据测评表求得。任何一项风险大到一定程度，不论该风险在总风险中的比重多低，该项目都没有意义。

风险类型	风险取值
政策风险	0%
技术风险	10%
市场风险	10%

资金风险	10%
管理风险	10%

①政策风险：目前国家没有明确的政策鼓励该类无形资产技术项目，该项风险系数取零。

②技术风险

技术风险是指伴随着科学技术的发展、生产方式的改变而产生的威胁人们生产与生活的风险。

技术风险的种类很多，其主要类型是技术开发风险、技术保护风险、技术使用风险、技术取得和转让风险。

技术风险通常分为低、中、高风险三个等级。低风险是指可辨识且可监控其对项目目标影响的风险；中等风险是指可辨识的，对工程系统的技术性能、费用或进度将产生较大影响的风险，这类风险发生的可能性相当高，是有条件接受的事件，需要对其进行严密监控；高风险是指发生的可能性很高，不可接受的事件，其后果将对工程项目有极大影响的风险。

本次经过调查了解并分析企业技术特点，可按技术风险取值表确定其风险系数。

技术风险取值表

权重	考虑因素	分值						合计
		100	80	60	40	20	0	
30%	技术开发风险				40			12
30%	技术保护风险				40			12
20%	技术使用风险				40			8
20%	技术取得和转让风险				40			8
	合计							40

经评分测算，技术风险系数为 $10\% \times 40\% = 4.00\%$ 。

③市场风险，按市场风险取值表确定其风险系数。

市场风险取值表

权重	考虑因素	分值						合计
		100	80	60	40	20	0	
40%	市场容量风险				40			16
40%	市场现有竞争风险				40			16
20%	市场潜在竞争风险				40			8
	合计							40

经评分测算，市场风险系数为 $10\% \times 40\% = 4.00\%$ 。

④资金风险，企业资金风险是指企业资金在循环过程中，由于

各种难以预料或无法控制的因素作用，使企业资金的实际收益小于预计收益而发生资金损失，进而造成企业运转不畅，甚至破产倒闭。

根据调查了解，企业非流动资产风险及流动资产风险较低，按资金风险取值表确定其风险系数。

资金风险取值表

权重	考虑因素	分值						合计
		100	80	60	40	20	0	
50%	非流动资产风险					20		10
50%	流动资金风险				40			20
	合计							30

经评分测算，资金风险系数为 $10\% \times 30\% = 3.00\%$ 。

⑤经营管理风险，经营风险是指企业的决策人员和管理人员在经营管理中出现失误而导致公司盈利水平变化从而产生投资者预期收益下降的风险导致未来收益下降和成本增加。管理风险是指管理运作过程中因信息不对称、管理不善、判断失误等影响管理的水平。

按经营管理风险取值表确定其风险系数。

经营管理风险取值表

权重	考虑因素	分值						合计
		100	80	60	40	20	0	
50%	经营风险				40			20
50%	管理风险				40			20
	合计							40

经评分测算，经营管理风险系数为 $10\% \times 40\% = 4.00\%$ 。

经以上测算，可得：

$$\begin{aligned}
 &\text{风险报酬率} = \text{技术风险} + \text{市场风险} + \text{资金风险} + \text{管理风险} \\
 &= 4.00\% + 4.00\% + 3.00\% + 4.00\% \\
 &= 15.00\%
 \end{aligned}$$

3) 折现率的确定

$$\begin{aligned}
 &\text{折现率} = \text{无风险报酬率} + \text{风险报酬率} \\
 &= 2.7425\% + 15.00\% \\
 &= 17.74\% (\text{保留两位小数})
 \end{aligned}$$

2 评估值的确定

① 商标类无形资产评估值

金额单位：人民币万元

项目名称/年度	2016年9-12月	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	永续
销售收入	293.95	8,397.32	7,557.59	7,179.71	7,036.12	6,965.76	6,965.76
商标提成率	1.94%	1.94%	1.94%	1.94%	1.94%	1.94%	
提成率衰减率		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
衰减后提成率	1.94%	1.94%	1.94%	1.94%	1.94%	1.94%	1.94%
被评无形资产贡献	5.70	162.69	146.42	139.10	136.32	134.96	134.96
折现年限	0.17	0.83	1.83	2.83	3.83	4.83	
折现率	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%
折现系数	0.9731	0.8728	0.7413	0.6296	0.5347	0.4542	2.5600
被评商标贡献现值	5.54	141.99	108.54	87.57	72.89	61.29	345.49
被评估商标评估值							823.00

③ 技术类无形资产评估值

纳入本次评估范围的专利主要为生产及销售自主商标的产品，并未运用于代可可脂巧克力制品及进口贸易巧克力及巧克力制品的销售，故本次 2016 年 6-12 月的预测收入按照剔除代可可脂巧克力制品及进口贸易巧克力及巧克力制品收入进行确认。

金额单位：人民币万元

项目名称/年度	2016年9-12月	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
销售收入	183.95	8,397.32	7,557.59	7,179.71	7,036.12	6,965.76
技术提成率	1.78%	1.78%	1.78%	1.78%	1.78%	1.78%
提成率衰减率		25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
衰减后提成率	1.78%	1.34%	1.00%	0.75%	0.56%	0.42%
被评无形资产贡献	3.28	112.27	75.78	53.99	39.69	29.47
折现年限	0.17	0.83	1.83	2.83	3.83	4.83
折现率	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%
折现系数	0.9731	0.8728	0.7413	0.6296	0.5347	0.4542
被评技术贡献现值	3.19	97.98	56.17	33.99	21.22	13.38
被评估技术评估值						226.00

③ 渠道类无形资产评估值

金额单位：人民币万元

项目名称/年度	2016年9-12月	2017年	2018年	2019年	2020年
销售收入	293.95	8,397.32	7,557.59	7,179.71	7,036.12
技术提成率	2.19%	2.19%	2.19%	2.19%	2.19%
提成率衰减率		30.00%	60.00%	90.00%	100.00%
衰减后提成率	2.19%	1.53%	0.61%	0.06%	0.00%
被评无形资产贡献	6.44	128.76	46.35	4.40	0.00
折现年限	0.17	0.83	1.83	2.83	3.83
折现率	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%	17.74%
折现系数	0.9731	0.8728	0.7413	0.6296	0.5347
被评渠道贡献现值	6.27	112.38	34.36	2.77	0.00
被评估渠道评估值					156.00

(十一)评估结果

无形资产-其他无形资产评估值 12,050,000.00 元，评估增值 12,050,000.00 元，具体如下表：

序号	无形资产名称 和内容	取得日期	法定/预计使用 年限	尚可使用 年限	原始入账 价值	账面价 值	评估价值
1	商标类资产		无限期				8,230,000.00
2	技术类资产		5				2,260,000.00
3	渠道类资产		4				1,560,000.00

评估增值原因为无形资产-其他无形资产专利技术、商标及经销商渠道在开发过程中发生的成本、费用直接费用化，未进行资本化，账面价值为 0，而本次评估对表外资产专利技术、商标及经销商渠道进行了评估，导致评估增值。

第四章 评估结论及分析

一、评估结论

北京中企华资产评估有限责任公司受中粮金帝食品（深圳）有限公司的委托，根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，采用成本法，按照必要的评估程序，对中粮金帝食品（深圳）有限公司拟转让的部分资产在 2016 年 8 月 31 日的市场价值进行了评估。根据以上评估工作，得出如下评估结论：

中粮金帝食品（深圳）有限公司评估基准日申报的部分资产账面价值为 6,943.63 万元，评估价值为 7,184.87 万元，增值额为 241.24 万元，增值率为 3.47%。

资产评估结果汇总表

评估基准日：2016 年 8 月 31 日

金额单位：人民币万元

项目		账面价值	评估价值	增减值	增值率%
		A	B	C=B-A	D=C/A×100
一、流动资产	1	1,416.70	809.03	-607.67	-42.89
二、非流动资产	2	5,526.93	6,375.84	848.91	15.36
其中： 固定资产	3	5,526.93	5,170.84	-356.09	-6.44
无形资产	4	-	1,205.00	1,205.00	
资产总计	5	6,943.63	7,184.87	241.24	3.47

二、评估结论与账面价值比较变动情况及原因

1. 存货增减值原因分析

(1) 原材料的评估值为 4,823,716.44 元，评估减值 4,886,372.04 元，减值率 50.32%。减值原因为部分原材料超过保质期无法继续使用评估为零。

(2) 在产品评估值为 0 元，评估减值 1,190,261.27 元，减值率 100%，减值原因为评估基准日被评估单位已停产，且已进行加工的材料保质期较短，对在产品评估为零。

2. 固定资产增减值原因分析

设备类资产原值评估减值 80,371,358.33 元，减值率 29.96%；净值评估减值 3,560,963.08 元，减值率 6.44%。评估增减值原因主要如下：

(1)机器设备评估原值减值率为 29.68%，评估净值减值率 7.02%，评估原值、评估净值减值是由于技术进步，设备功能不断更新，使得相同型号机器设备的市场价格处于不断下降的趋势。

(2)运输设备评估原值减值 16.22%，评估净值增值 24.91%，评估原值减值是由于技术进步，设备功能不断更新，使得相同型号运输设备的市场价格处于不断下降的趋势，评估净值增值是因为运输设备的经济使用年限高于企业会计折旧年限。

(3)电子设备原值减值 72.11%，评估净值增值 43.70%，评估原值减值的原因是由于电子产品的更新换代速度越来越快，相同配置的电子设备市场价格也处于不断下降的趋势，评估净值增值是因为电子设备的经济使用年限高于企业会计折旧年限。

3.无形资产-其他无形资产评估值 12,050,000.00 元，评估增值 12,050,000.00 元，评估增值原因为无形资产-其他无形资产专利技术、商标及经销商渠道在开发过程中发生的成本、费用直接费用化，未进行资本化，账面价值为 0，而本次评估对表外资产专利技术、商标及经销商渠道进行了评估，导致评估增值。

评估说明附件

附件一、中粮金帝食品（深圳）有限公司关于进行资产评估有关事项说明