

無形資產價值評估架構之研究--以網域名稱為例

徐敏珠*

德明財經科技大學
資管系助理教授
mchsu@takming.edu.tw

徐翠琇

德明財經科技大學
資管系講師
tracy@takming.edu.tw

車克鴻

德明財經科技大學
資管系碩士專班研究生
gpw-445@yahoo.com.tw

摘要

無形資產為一種不具有實體卻有價的特殊資產，建構出知識經濟體系中新資源觀(張孟元、劉江彬，2005)，商譽及商標早已被視為企業重要的無形資產，Murphy(2003)指出網域名稱就是企業網路商標，也就是企業形象在網路上的延伸。由於部分網路使用者會將企業名稱當成域名，如：apple.com 或 ford.com，以進入企業網站尋求服務與進行交易，使得近年企業高價收購網域名稱的消息時有所聞。2009 年 Toys'R'Us 有鑑於使用者在網路上搜尋 toys 或直接輸入關鍵字相關的域名，因此市場傳出 Toys'R'Us 有意以 510 萬買下 toys.com 域名，希望能夠在業務推展方面獲得更多的挹注 (Domain Name Wire, 2009)。可見域名將涉及公司核心業務，亦即說明產品品牌它在域名價值中是相當重要的(Wilson, 2009)。

由於域名不僅被視為企業重要的無形資產，也是代表企業的網路品牌意義，一方面可讓使用者在網海中快速有效的連結進入企業網站，以增加企業網路行銷的能量，另一方面將域名視為無形資產的投資買賣標的。如：Sex.com 於 2010 年以 1300 萬美元價格售出，再次創造域名高額標售紀錄。根據著名的域名拍賣商 Sedo 的報告指出，2011 年在 sedo 共有 39,951 個域名交易，金額達到£84,431,965 英鎊，2012 年 1Q 則有£12,499,320 英鎊的交易，是自 2011 年 2Q 以來最高的一季，可見域名交易仍然非常熱絡。

有鑑於域名的成交價格與其價值的判斷基準不同於一般產品訂價方法，目前學術界對域名價值評估的研究相對缺乏。因此本研究分析國外的域名交易網站資料以及相關文獻，提出一個「域名價值評估架構」，其中包含了 5 大類共 33 個域名價值的因子，希望透過本研究所提出之價值因子來初步判定網域名稱的價值，能作為域名交易價格的參考。

關鍵詞：無形資產、網域名稱、價值評估

1 前言

網域名稱一直以來就是資訊領域之產物，但域名自從開始接受註冊申請後，其無形

資產之價值就開始出現！而國外很早即在「域名拍賣買賣」上蔚為風潮。而一直到近年，國外域名之拍賣買賣一直是項熱絡之投資！

雖然業界對於其拍賣買賣皆有一套遊戲規則，可惜缺乏客觀之標準，若能經由學術性之探究，將各種鑑價因子找齊並經過篩選，即可留下精華中之精華，也能供業界參考，可說是一舉兩得！

但長久以來，相關學術性之研究是相當稀少，若要說是能夠參考之文獻，就屬中國董延安教授所發表之相關文章，故文獻之匱乏是相當然爾！

本研究在蒐集資料之過程是相當艱困，雖然網路上之資料其學術上價值較低，但相關大型拍賣網站皆已存在許久，其鑑價模式也有一定顧客之認同，故其可信度是有一定之標準！

此外本研究也採用部分中外文書籍，及中國董延安教授之文獻，以加強學術上對於域名鑑價因子之評價，這可與業界之鑑價因子互補有無，而不會顧此失彼！

綜合以上所述，無形資產既沒有實體存在，而且其價值也不容易衡量。本研究是為了找出真正客觀之鑑價因子，再將眾因子分類為數個構面，形成一個具有客觀公正合理之「域名價值評估架構」！

2 文獻探討

2.1 無形資產之品牌及域名

根據張孟元及劉江彬於 2005 所著之「無形資產評估鑑價之理論與實務」一書中亦提及無形資產之定義如下：無形資產為一種不具有實體卻有價的特殊資產，建構出知識經濟體系中新資源觀(張孟元、劉江彬，2005)！

而依據 DR.RALPH F. WILSON 在 WebMarketingToday 網站所發表的期刊所述：

「一個好域名涉及到公司名稱」。這也是在說明企業品牌它在域名價值中是相當重要的；「一個好域名涉及到公司核心業務」。這亦是在說明產品品牌它在域名價值中是相當重要的(Wilson, 2009)！

而張國紅、胡國勝於 2007 年也闡述了域名它商業性的價值。簡單的說，域名的商業性

價值包括「企業」之品牌，這也間接證明了企業品牌價值對於域名價值的重要性；也包括「產品」之品牌，這也間接證明了產品品牌價值對於域名價值的重要性；亦包括「個人」之品牌，這也間接證明了個人品牌價值對於域名價值的重要性(張國紅、胡國勝，2007)！

2.2 域名之意義及價值

域名(Domain Name)，是由一串用點分隔的名字組成的Internet上某一台計算機或計算機組的名稱，用於在數據傳輸時標識計算機的電子方位(有時也指地理位置)。DNS(網域名稱系統，Domain Name System，有時也簡稱為域名)是網際網路的一項核心服務，它作為可以將域名和IP位址相互映射的一個分布式資料庫，能夠使人更方便的訪問網際網路，而不用去記住能夠被機器直接讀取的IP位址數串。例如，www.wikipedia.org作為一個域名，便和IP位址208.80.152.2相對應。DNS就像是一個自動的電話號碼簿，可以直接撥打wikipedia的名字來代替電話號碼(IP位址)。DNS在直接呼叫網站的名字以後就會將像維基百科網址：www.wikipedia.org一樣便於人類使用的名字轉化成像208.80.152.2一樣便於機器識別的IP位址(維基百科，2012c)。

而域名價值則是近年來逐漸受到重視的議題，因為其價值並非只有單一鑑價方式，故如何去找到一個客觀且為各家公約數的鑑價方法就顯得格外重要！一個好的域名價值是相當驚人的，根據電報媒體集團有限公司網站所公布的10大最貴網域名稱目前最新資料顯示：第1名Insure.com(2009年\$16 million)、第2名Sex.com(2006年\$14 million)及第3名Fund.com(2008年\$9.99 million)等等，皆可顯示一個好的域名其魅力及價值不凡之所在(Irvine, 2010)！所以找出一個客觀且具公信力的域名鑑價方法對於學術及商界都具有相當高的價值！

3 影響域名價值之因子

本研究採用文獻分析歸納出重要之域名鑑價因子，共有5個構面，33個因子(參見表1)！如下所述：

(1)、文化性

由於世界各國的風俗習慣及文化背景皆有所不同，所以同樣一個域名在一個國家的價值可能是非常高的；但相反的，它在其他國家的價值可能是相當低的(唐日新、徐敏珠、胡丁元，2011)！譬如說Jesus.com等相關域名，它在歐美國家必是受歡迎而價值高；但到中東回教國家必不受欢迎而價值低！

(2)、社會趨勢

社會隨著時間的更迭，其趨勢脈動必定有所改變，造就出許多具有商機的域名(唐日新等，2011)！如iPhone.com，及Android.com等相關的域名！而這些域名將隨著社會趨勢的改變而更具有價值！

(3)、稀有性

有關於「稀有性」之說明如下：所謂稀有，意旨稀少而非人人皆有！故「稀有性」正因物以稀為貴，越稀有而越珍貴，其價值越高(唐日新等，2011)！

(4)、品牌性

對於企業之品牌影響域名價值因素，在台灣、中國、外國都有相關資料在闡述它的重要性。根據DR. RALPH F. WILSON在WebMarketingToday網站所發表的期刊所述：「一個好域名涉及到公司名稱」。這也是在說明企業品牌它在域名價值中是相當重要(Wilson, 2009)！

(5)、域名之適法性

根據中國於2006及2007年相關期刊的發表，都說明域名投機及投資是兩個完全不一樣的做法。投機屬於先搶先占取他人既有的利益，是在破壞公平合理的交易秩序；而投資則是屬於膽大心細的遠觀投入，當然可能有賺有賠，但並不妨礙他人的既有利益(張國紅、胡國勝，2007；秋雨，2006；王冰心，2006)！

(6)、域名之後綴

在漫談域名經濟與WEB3.0域名行銷中提到兩種後綴類別，一般而言「通用頂級域名」比「國碼後綴域名」價值高；而.COM又比.ORG價值高(胡丁元，2010)！

(7)、域名之長短

網際網路上著名的域名交易商Greatdomains.com評估域名價值的第一個因子，就是在判斷「域名之長短」(Greatdomains.com, 2012)！

(8)、比較類似網域價值

Domain Mart網站的創辦人Tajirian，對域名市場有獨到且客觀的見解，他並提出了許多域名價值對商界影響的專門評析，而Tajirian的「比較類似網域價值」，則為業界新進之鑑價方法(Domain Mart, 2012)！

(9)、與其他域名比較後之價值：

根據過去域名交易紀錄，比較相似的網域名稱價值後再衡量之，可以稱呼它為「與其他域名比較後之價值」！Greatdomains.com「判斷域名之比較價值」也是先根據過去域名交易紀錄，找到可以比較的相似網域名稱價值，找到後再與之衡量(唐日新等，2011)！

(10)、網站加盟

根據胡丁元先生在他漫談域名經濟與WEB3.0域名行銷所提及「Domainer收益模式」，

其中有關於網站加盟(Affiliates Program)：參加網站加盟，張貼提供的網站程式碼，販賣其商品以賺取佣金(胡丁元，2010)！

(11)、停放

胡丁元認為有關於停放(Domain Parking)：將域名指向域名停放商，由停放商放置廣告並依點擊率提供佣金給域名擁有人！提供停放商如 Sedo.com、Namedrive.com 等(胡丁元，2010)。

(12)、架站

胡丁元認為架設網站並加入 Google AdSense，賺取廣告收入(胡丁元，2010)！

(13)、子網域註冊

根據胡丁元先生在他漫談域名經濟與 WEB3.0 域名行銷所提及「Domainer 收益模式」，其中有關於子網域註冊：如 cn.com tw.com jp.com(胡丁元，2010)！

(14)、轉址

胡丁元認為附加廣告的轉址服務可賺點擊費(胡丁元，2010)！

(15)、產權化價值

智慧財產權的運用在國外已可成為融資擔保的資本，可協助企業充分運用智慧財產權及無形資產、創造智財權的流通市場、建立全球智財權分析部署工具(張孟元、劉江彬，2005)。胡丁元也有提及「網際網路虛擬不動產」的概念：2000 年韓國工業銀行已提供域名抵押貸款業務，透過抵押域名最多可以獲得 10,000,000 韓元的貸款(約 30 萬台幣)融資，而在 1999 年美國國家法院亦認定域名為財產；而國外的域名融資公司更已經行之有年(胡丁元，2010)！

(16)、供給與需求

市價法的理論基礎為競爭與均衡的相關經濟原理。這些經濟原理可以總結為，在一個自由與沒有限制的市場之中，供給與需求因素會影響投資案的價格變動，最後達到一自然均衡價格！替代法則也會直接影響市價法，因為替代投資案的均衡價格將會成為評估無形資產的參考價格(楊建國，2001)！故此法應用在域名投資上是具有一定之地位，當然也是域名鑑價之重要因子。

(17)、交鑰匙型網站

交鑰匙型網站(Turnkey Website)，意即這個域名是由他人註冊完成，且也已將網站架起，亦即所有軟硬體皆已完成(CreateSpace，2009)；也可以說它就是一部展場中的新車，只待成交後將鑰匙交給客戶！故此已註冊的域名就是一個擁有附加價值的域名，其價值當然比無附加價值的域名高。

(18)、網站翻轉

網站翻轉(Website Flipping)是投資的藝術，在於改進和銷售其網站。投資者或投資集團先購買已建立的網站，增加它的價值，然後

以更高的價格銷售其網站。如此必然使域名價值也翻轉增加，域名的估值亦急劇增加！若與一般的投資相比，網站翻轉已成為更經濟的域名投資(Website Flipping，2008；CreateSpace，2009)。

(19)、風險值

任何投資買賣(如網站翻轉的買賣)都會有一定的風險，差別僅在於風險的高低。故域名的投資買賣亦存在著風險值(CreateSpace，2009)！

(20)、社區型網站

所謂社區型網站意即這個網站已經建立虛擬社區(如論壇及部落格等，且不斷有與其和服務的最新策略)(CreateSpace，2009)！其網站已經有一定的正面評價，也可以說其網站已經具有一定的附加價值，故其域名價值必然增加。

(21)、利基型網站

具有特定利基的網站，其域名價值必然較高(維基百科，2012a；CreateSpace，2009)！

(22)、搜尋引擎最佳化

搜尋引擎最佳化(Search Engine Optimization，即 SEO)越佳(如關鍵字及反向連結的使用等)(CreateSpace，2009)，網站流量越高；網站流量越高，其域名價值必然增加！

(23)、網頁排名

網頁排名(page ranking，是一種由搜索引擎根據網頁之間相互的超連結計算的技術，而作為網頁排名的要素之一)越前面，網站流量越高；網站流量越高，其域名價值必然增加(維基百科，2012b；CreateSpace，2009)！

(24)、有多重含義之域名

有多重含義之域名，其域名價值必然大於只有單一含義之域名(CreateSpace，2009)。因為同一個單字可能有多重含義，在鍵入域名單字時就會增加被找到的機會，其域名價值必然增加！

(25)、Google 及其他相關工具之運用

運用 Google(如 Google's Keywords Tool 及 Google AdSense 等)及其他相關工具得當，可以幫助網站在多元方向的優化程度提高(CreateSpace，2009)；優化程度提高，其域名價值必然增加！

(26)、網站曝光度

網站若能增加曝光度(如利用新聞稿、分類廣告網站的刊登、Google 網站地圖，及自行添加網站等等)(CreateSpace，2009)，無論使用人是有意或無意的發現，都能增加網站流量。網站流量越高，其域名價值必然增加！

(27)、網站註冊用戶量

註冊用戶量(Registration)是透過提供個人資料登錄來獲得網站供的某種服務之用戶數量。註冊用戶數量反映了網站的潛在價值，因為一個網站的註冊用戶可能就是潛在顧客(購買

商品或接受服務等)(董延安, 2004)。

(28)、網站瀏覽率

瀏覽率(Page View)是衡量上網的用戶在該網站瀏覽程度的一項指標。因為每個網站的內容都是相當多的,而在首頁上卻只能顯示有限的類別,只有用戶透過點閱,順著內容連結走下去,才能對網站的全部內容盡可能的了解,才有可能被吸引成為經常用戶(董延安, 2004)。

(29)、網站滯留時間

指訪客在網站上停留的時間,通常也叫瀏覽時間。滯留時間越長,給網站帶來的收入就可能越高,網站的商業價值也越高。為了延長訪客的滯留時間,網站管理者通常會提供個人化服務,如提供廣泛參與的討論區、聊天室或提供免費的 E-mail。這一指標通常用“平均每個月用戶每月滯留時間(分鐘)”來衡量(董延安, 2004)。

(30)、網站用戶忠誠度

這個指標反映了網站對用戶的吸引力。用戶忠誠度越高,說明網站經營的越成功。這是用同一段時間內訪問某個網站的瀏覽人次/瀏覽人數來衡量(董延安, 2004)。

(31)、網站廣告瀏覽比率

指閱讀廣告內容的人數佔看到廣告之訪客的比例。這一指標顯示出廣告吸引訪客的程度及帶來實際收入的可能性(董延安, 2004)。

(32)、網站之設備性能

可用網頁下載時間、連接失敗比率等指標間接反映。頁面下載速度是一個優秀網站的第一要素。在網路速度相當緩慢的條件下,更應該為節省訪客的時間精心設計(董延安, 2004)。

(33)、網站產品之豐富和齊全

產品線寬度強調的是不相關產品種類的豐富程度。產品線深度強調的是互補產品種類的齊全程度,如與汽車有關的購買、維修、保險以及汽配等系列相關產品的齊全性。提供多樣選擇是網路經濟的主要優點之一。產品的寬度決定著選擇性的大小和便利性的程度。產品的寬度以產品的數量作為指標來衡量。(董延安, 2004)。

4 結語

本研究主要是為了尋找重要之域名鑑價因子,並將這些因子分類為數個構面,最後得以形成域名鑑價之「域名價值評估架構」。本研究後續將進行實證研究,以確認價值因子的有效性,期盼本研究的最終成果能做為域名交易的價值評估參考。

表 1 域名鑑價之構面及因子

(1)、商業收益性	稀有性
	品牌性
	網站加盟
	停放
	架站
	子網域註冊
	轉址
	產權化價值
	供給與需求
	網站翻轉
風險值	
(2)、宏觀環境性	文化性
	社會趨勢
	域名之適法性
(3)、結構與比較性	域名之後綴
	域名之長短
	有多重含義之域名
	比較類似網域價值
	與其他域名比較後之價值
(4)、網站自身性	交鑰匙型網站
	社區型網站
	利基型網站
	搜尋引擎最佳化
	網頁排名
	Google 及其他相關工具之運用
	網站曝光度
	網站之設備性能
網站產品之豐富和齊全	
(5)、潛在顧客性	網站註冊用戶量
	網站瀏覽率
	網站滯留時間
	網站用戶忠誠度
	網站廣告瀏覽比率

資料來源：本研究整理

參考文獻

- [1] 王冰心 (2006)。網路下的商標保護——惡意搶注域名的經濟分析及解決辦法。當代經理人, 2006 (15), 64-65。
- [2] 秋雨 (2006)。什麼樣的域名能賣出高價。大眾商務, 2006 (4), 35。
- [3] 胡丁元 (2010)。漫談域名經濟與 WEB3.0 域名行銷。域名家。取自 <http://idner.org>
- [4] 唐日新、徐敏珠、胡丁元 (2011)。上課講義。
- [5] 張孟元、劉江彬 (2005)。無形資產評估鑑價之理論與實務。台北市：華泰。
- [6] 張國紅、胡國勝 (2007)。企業網路域名價值及保護對策研究。華東經濟管理, 21 (4), 65-67。
- [7] 董延安 (2004)。企業網路域名價值評估研究, 西南財經大學會計學研究所碩士論文, 成都市。
- [8] 楊建國 (2001)。無形資產之評價, 輔仁大學金融研究所碩士論文, 新北市。
- [9] 維基百科 (2012a)。利基市場。維基百科。取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%88%A9%E5%9F%BA>
- [10] 維基百科 (2012b)。PageRank。維基百科。取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/PageRank>
- [11] 維基百科 (2012c)。域名。維基百科。取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%9F%9F%E5%90%8D>
- [12] Anonymous (2009). *DOMAIN NAME INVESTING*. Seattle: CreateSpace.
- [13] Domain Mart. (2012). *Domain Name Analytics*. Domain Mart. Retrieved from <http://domainmart.com/index.html>
- [14] Domain Name Wire. (2009, Feb 27). *Toys 'R' Us Buys Toys.com Domain Name for \$5.1M*. Retrieved from <http://domainnamewire.com/2009/02/27/toys-r-us-buys-toyscom-domain-name-for-51m/>
- [15] Greatdomains.com. (2012). *Sedo's Monthly GreatDomains Auction*. Greatdomains.com. Retrieved from <http://greatdomains.com/gd/>
- [16] Irvine, C. (2010). *Top 10 most expensive domain names*. Telegraph Media Group Limited. Retrieved from <http://www.telegraph.co.uk/technology/news/7412544/Top-10-most-expensive-domain-names.html>
- [17] Murphy, J., Raffa, L., and Mizerski, R. (2003). *The Use of Domain Names in E-branding by the World Top Brands*. Electronic Markets, 13(3),222-232.
- [18] Sedo (2012, 1Q). *Sedo's domain market stusy: 1st Quarter 2012*. Retrieved from <http://www.sedo.com>
- [19] Website Flipping. (2008). *What is Website Flipping?* Website Flipping. Retrieved from <http://www.websiteflipping.com/>
- [20] Wilson, R. F. (2009, Feb 17). *How to Select a Great Domain Name for Your Company*. WebMarketingToday. Retrieved from http://webmarketingtoday.com/articles/wilson-select-domain-name/arable_Domains.htm