

初创企业往往在融资时会面临估值问题，其估值方法与成熟企业也有些不同，尤其是互联网新兴企业，如何能够估值做到公允，需要了解相关的估值方法，减少双方谈判的差异。

一、经济附加值模型

一个企业扣除资本成本后的资本收益，即该企业的资本收益和资本成本之间的差。

站在股东的角度，一个企业只有在其资本收益超过为获取该收益所投入的资本的全部成本时才能为企业的股东带来收益。

这种估值方法从资本成本，收益的角度来考虑企业价值

，能够有效体现出天使投资家的资本权益收益，因此很受职业评估者的推崇。

二、运营数据估值法

互联网企业做天使轮融资，其实投资人最看重三个运营数据，第一个叫用户留存率，第二个叫获客成本，第三个叫交易转化率。

一般一个互联网产品经过四到八周之后，留存率能保持在2%-5%，这就是一个比较理想的水平。如果四到八周后留存率做到10%以上，那估值就会更多了。现在互联网的竞争越来越激烈，其实获客成本变得越来越高，除了做线下的推广，线上的导流买流量也变得成本居高。获客成本越低，则获客能力越强，那估值相对就要大一些。

三、风险投资前评估法

是一种相对较新的方法，在这种方法中，天使投资家向企业投入大量资金，却不立即要求公司的股权，也不立即要求对公司估值。

这种方法的好处是避免了任何关于企业价值、投资条款的谈判，不足之处是天使投资人无法确定最终的结果如何，

风险投资前评估法是很多成功天使投资人常用的方法。

四、现金流折现

这是一种较为成熟的估值方法，

通过预测公司未来自由现金流、资本成本，对公司未来自由现金流进行贴现，公司价值即为未来现金流的现值。

贴现率是处理预测风险的最有效的方法，因为初创公司的预测现金流有很大的不确定性，其贴现率比成熟公司的贴现率要高得多。

寻求种子资金的初创公司的资本成本也许在50%-100%之间，早期的创业公司的资本成本为40%-60%；晚期的创业公司的资本成本为30%-50%。对比起来，更加成熟的经营记录的公司，资本成本为10%-25%之间。

这种方法比较适用于较为成熟、偏后期的私有公司或上市公司。

五、市场收益法

市场收益法在实际应用过程之中，根据目标公司不同行业、不同模式、不同发展阶段的特点，就数据指标的确定、未来估算、对标上市公司选择、流动性折减、折现率等进行个性化的商洽和选择，并最终得到估算公式。

因此，市场收

益法能够以相对比较合理的方式

得到企业的估值，

市场收益法是投融资过程之中比较常见的估值方式，在创业企业融资过程之中有着广泛的应用。

公司的估值还是有很多地方需要注意的。

1. 估值并非越高越好

在我们接触过的投融资案例中，不少创业者就认为融资企业估值越高，就说明企业越值钱，更有发展前景，当然是估值越高越好。诚然，我们相信，估值高说明投资方看好融资企业具有高速发展的前景。但我们认为估值不是一味的越高越好，融资企业要看到高估值背后所蕴含的高风险。

2. 融资并非越多越好

融资企业获得的融资资金越多，则意味着融资企业有更多的资金支撑企业快速发展，这么说来应该是融资的金额越多越好。如下确认投资方股权比例的公式，投资方是用资金购买融资企业的股权。

投资金额占股比例 = 投资金额 / 融资企业估值 × 100%。

3. 估值与员工期权

投资方一般都会要求融资企业建立员工期权池，用于实施员工激励。而这其中就隐含着对融资企业估值和创始股东股权比例稀释的影响。投资方都往往要求在“投前估值池”中保留足够的员工期权池。

以投资方投500w占20%为例，如果TS中写明包括员工期权则意味着在投前就需要设立员工期权池，假设员工期权池有10%，就意味着融资后创始团队占股只剩70%。如果TS中写明不包括员工期权，那融资结束后创始团队还剩80%，后期的员工期权池可以由创始人和投资人共同协商稀释。