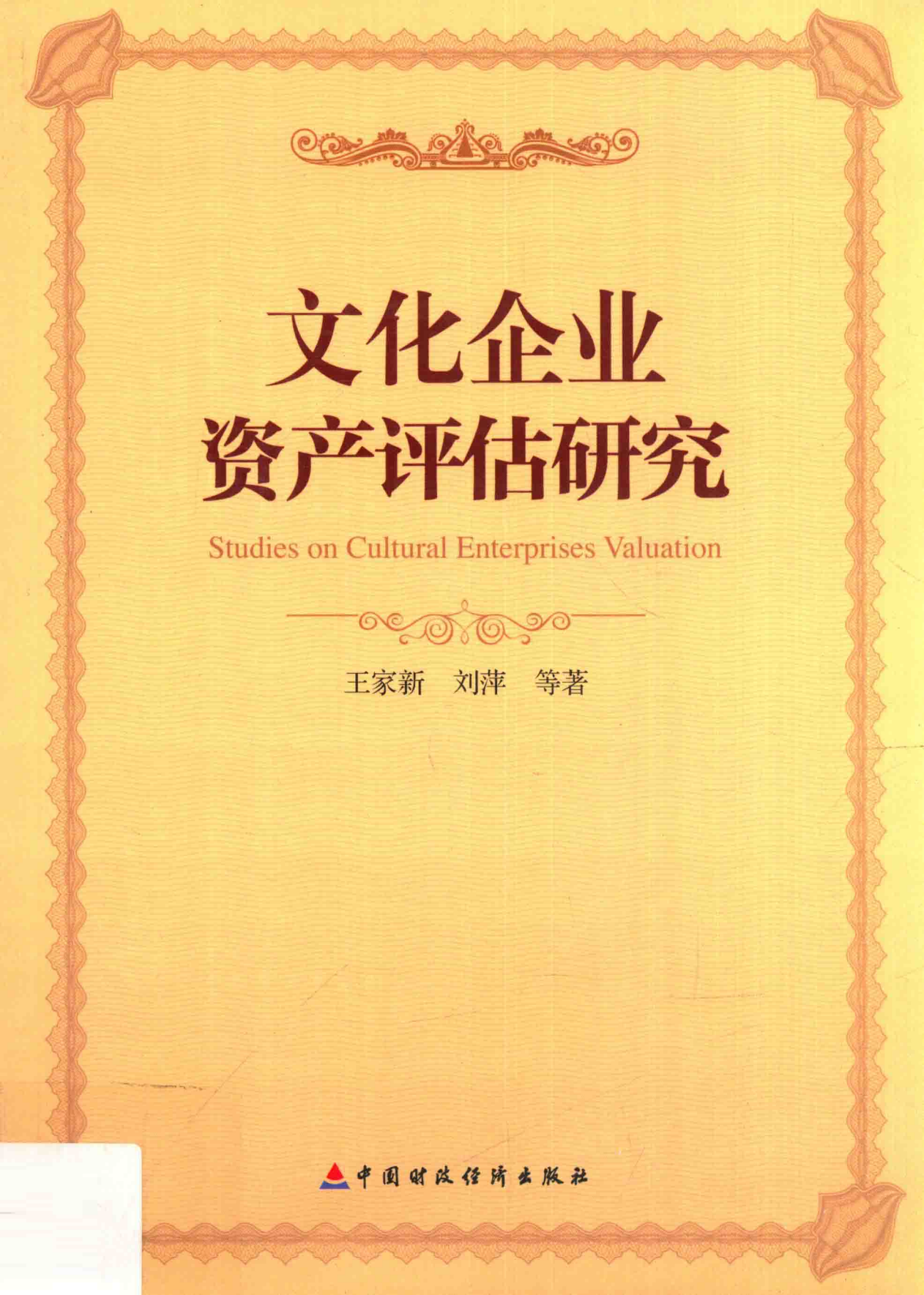




文化企业 资产评估研究

Studies on Cultural Enterprises Valuation



王家新 刘萍 等著

 中国财政经济出版社

文化企业 资产评估研究

王家新 刘萍 等著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化企业资产评估研究 / 王家新等著. —北京: 中国财政经济出版社, 2013. 6

ISBN 978 - 7 - 5095 - 4597 - 3

I. ①文… II. ①王… III. ①文化产业 - 资产评估 - 研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 141347 号

责任编辑: 杨钧珺 孙 琛

责任校对: 胡永丽

封面设计: 汪俊宇

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 88190406 北京财经书店电话: 64033436 84041336

北京中兴印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 19.75 印张 331 000 字

2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月北京第 1 次印刷

定价: 46.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 4597 - 3/F · 3726

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 88190744

反盗版举报热线: 88190492、88190446

文化企业资产评估研究

课题组

组 长：王家新 刘 萍

副组长：胡 帆 韩立英 高显莉 刘伍堂

成 员：李卫华 李挺伟 陈明海 刘 宇

杜元钰 李 曼 卢 威 袁 煌

唐章奇 阮咏华 肖霖之 贾 楠

余远方 陈 巍 陈冠群

前言

党的十八大报告站在全面建成小康社会的战略高度，提出健全国有文化资产管理体制，加快文化产业发展，大力推进社会主义文化强国的战略目标。发展文化产业，不仅是构建国家基本文化形态的重要手段，也是推进我国经济结构调整、加快转变经济发展方式的重要途径。

经过多年努力，我国文化产业发展取得了长足进步，规模和实力不断增强，市场主体日益壮大，市场体系逐渐形成，成为了国民经济和社会发展的新亮点。文化产业的振兴依托于文化企业的发展。随着大量国有经营性文化单位转制为企业，以公有制为主体的、多种所有制文化企业在市场中谋创新、求发展，迸发出全新活力。文化企业国有资产规模不断壮大，有的文化企业通过资产的有效运营，盘活了存量，优化了增量，提升了价值，形成了品牌，构筑了核心竞争力；有的文化企业通过联合、兼并、重组等多种方式壮大规模，增强主营业务，扩展产业链条，形成了专业化、规模化、集约化的发展优势；有的文化企业通过改制上市，促进金融资本、社会资本和文化资源的对接，提高了其在市场中的抗风险能力，形成了一定的竞争优势。但也要看到，目前文化企业发展面临赢利模式不清晰、无形资产价值难以衡量、中小企业融资难等难题，需要通过深入分析文化企业所面临的宏观经济环境、中观产业发展和微观资产特点，探索适应文化企业发展的赢利模式，建立符合文化企业特点的价值管理体系来予以破解，从而进一步增强文化资产管理与运营能力，实现文化资产与金融资本的有效对接，提高文化企业的经济效益。

文化企业的改革和发展，离不开科学、客观和公允的价值评估。资产评估既是文化企业国有资产监管的价值标尺，更是文化企业健康发展的专业支撑，有利于充分发掘文化企业著作权等无形资产价值，完成从价值发现到价

值实现的转变。特别是经过二十多年的发展，中国资产评估行业已经成长为您服务社会经济发展的一支不可或缺的专业力量，在开展大量的文化企业资产评估工作中，积累了比较丰富的文化企业资产评估经验，为文化企业资产评估研究奠定了扎实的基础。着眼于更好服务文化产业发展，特别是文化企业融资，资产评估行业则需要进一步研究、完善其相关的评估理论、方法和准则规范，以应对经济发展中的新挑战。

本书以问题为先导，以实践为依据，以理论为指引，以应用为目标，在结构上从现阶段文化企业资产评估存在的主要问题出发，从文化企业当前所面临的融资问题入手，集中探讨文化企业资产评估的理论问题、文化企业著作权资产评估的重点和难点问题以及文化企业抵（质）押、文化企业上市并购重组等经济活动中发生的资产评估业务，力图形成一些阶段性成果。

本书共包括七章，按照基础理论论述、特定经济行为分析、具体实例评述、形成结论建议这一思路展开。各章主要内容概括如下：

第一章对国内外文化产业发展及融资模式进行了概述，介绍了国际文化产业的概念、范围和发展特点，分析了美国的电影产业、日本的动漫产业、韩国的网络游戏产业和德国的出版产业等国际典型文化产业发展的商业模式，总结出国外文化产业发展的可借鉴成果；对我国文化产业的发展历程、发展特点及发展状况进行了较详细地介绍；对美、日、韩三国及我国文化产业发展的融资模式进行了比较分析。

第二章对文化企业的价值评估进行了研究，首先分析了文化资产的价值属性，并由文化资产延伸到文化企业资产的特点，进而分析了文化企业的赢利模式，确定企业赢利的实现途径；最后，分析了一般情形下文化企业价值的影响因素以及不同评估方法应用于文化企业价值时的适用性，为开展文化企业资产评估工作提供了理论基础。

第三章对文化企业的著作权资产评估进行了研究，在分析文化企业著作权类型及其特点的基础上，对文化企业著作权资产评估的相关重点和难点问题进行了研究，详细论述了不同类型作品著作权资产的价值影响因素及其如何量化的问题，还全面介绍了著作权资产评估的各种方法、参数及其适用性，结合实践经验提出了文化企业著作权资产评估实务操作的重点。

第四章对文化企业抵（质）押中的价值评估进行了研究，主要研究了文化企业抵（质）押贷款中的运作模式、风险管理、资产评估等几个方面的问题，重点分析和论述了文化企业抵（质）押贷款业务中已有的可行性条件及存在的瓶颈问题、现有的抵（质）押运作模式的适用性分析、文化企业抵（质）押业务中的风险特性及管理措施、资产评估的价值类型选取策略及不同类型文化资产进行抵（质）押评估时应重点关注的价值影响因素等。

第五章对文化企业上市、并购重组中的资产评估进行研究。按照《文化及相关产业分类（2012）》，对A股市场文化产业上市公司进行了全面梳理，并从地域分布、上市日期、上市方式等多维度揭示了文化产业上市公司的特点，对文化企业的上市评估情况进行了汇总分析；从资产评估的角度分析了文化企业改制重组需要关注的无形资产、收益法适用性等事项；对沪深两市的文化上市公司并购重组与资产评估情况进行了全景式地统计和分类别梳理，以实证论述的方式对并购重组中涉及的资产评估事项进行概要式归纳和系统性分析，解剖现状，展示成果，总结问题，提出建议。

第六章介绍了文化企业资产评估的典型实例。针对文化企业资产评估的特点，结合文化企业无形资产的构成、企业改制和股权交易等关注热点，选取了文化企业资产评估和文化企业整体价值评估实例进行了分析。如采用收益法对电影放映权和院线价值评估的实例；采用市场法对动漫电视剧著作权价值评估的实例；采用资产基础法对出版企业改制全部权益价值评估的实例等。本章通过实例分析，反映了文化企业评估的实践和创新。

第七章总结本书研究成果并提出政策建议，主要对本书的研究结论进行归纳、汇总，对文化资产评估的未来研究方向进行了展望，并且从加强文化企业资产价值管理、提高文化企业内部资产管理水平、促进资产评估行业开展文化企业评估工作三个方面有针对性地提出了政策建议。

2013年9月

目 录

第一章 国内外文化产业的发展和融资模式	(1)
第一节 国际文化产业的发展和典型商业模式	(1)
一、国际文化产业的概念和范围	(1)
二、国际文化产业的发展与特点	(4)
三、国际文化产业的典型商业模式分析	(5)
第二节 我国文化产业的发展	(13)
一、我国文化产业的定义和分类	(13)
二、我国文化产业的发展历程	(15)
三、我国文化产业发展的特点	(17)
四、我国文化产业主要行业发展状况	(18)
五、我国文化产业发展的主要问题	(22)
六、我国文化产业发展所面临的主要变化	(23)
第三节 国际文化产业的融资模式分析	(24)
一、美国文化产业的市场主导融资模式	(24)
二、韩国文化产业的政府主导融资模式	(27)
三、日本文化产业的政府与市场相结合的融资模式	(28)
四、美韩日三国文化产业融资模式对比分析	(29)
五、国际文化产业融资经验的启示	(31)
第四节 我国文化产业的融资模式	(32)
一、我国文化产业的主要融资模式	(32)
二、我国文化产业融资的发展趋势	(36)
第五节 本章小结	(36)

第二章 文化企业价值评估	(37)
第一节 文化资产的价值属性	(37)
一、文化资产的基本概念辨析	(38)
二、文化资产的属性特点	(38)
第二节 文化企业的资产构成及特点	(40)
一、文化企业的资产构成	(40)
二、文化企业的资产特点	(40)
第三节 文化企业的赢利模式	(42)
一、产品赢利模式	(43)
二、资源赢利模式	(45)
三、产业链赢利模式	(45)
四、项目制赢利模式	(46)
五、价值网赢利模式	(47)
第四节 文化企业的价值影响因素	(47)
一、文化企业价值的影响因素分析	(47)
二、不同类型文化企业价值评估影响因素分析	(49)
第五节 文化企业价值评估的方法及适用性分析	(57)
一、主要评估方法	(57)
二、文化企业价值评估方法分析	(59)
第六节 本章小结	(76)
一、内容介绍	(76)
二、研究结论	(76)
第三章 文化企业著作权资产的评估	(77)
第一节 文化企业著作权资产的特点及管理现状	(78)
一、文化企业著作权资产的特点	(78)
二、我国文化企业著作权资产管理运营的现状	(78)
第二节 文化企业著作权资产的价值影响因素	(80)
一、著作权资产价值的一般影响因素	(80)

二、不同类型著作权资产价值的影响因素	(87)
三、著作权资产价值影响因素与评估参数的关系	(113)
第三节 文化企业著作权资产评估的方法及评估操作实务	(116)
一、著作权资产价值评估不同评估方法的适用性	(116)
二、文化企业著作权资产评估实务	(144)
第四节 本章小结	(150)
一、内容介绍	(150)
二、研究结论	(150)
 第四章 文化企业抵(质)押评估	(152)
第一节 文化企业抵(质)押融资现状分析	(152)
一、文化企业抵(质)押融资渠道	(152)
二、中小文化企业抵(质)押融资瓶颈分析	(153)
三、文化企业抵(质)押贷款的可行性分析	(156)
第二节 文化企业抵(质)押贷款的运作模式及适用性分析	(158)
一、知识产权质押贷款实践运作模式	(158)
二、文化企业抵(质)押贷款模式的适用性分析	(162)
第三节 文化企业抵(质)押贷款的信贷风险与控制	(163)
一、信贷风险及其控制的一般理论	(163)
二、文化企业抵(质)押贷款的风险及其管理	(166)
第四节 抵(质)押贷款中的文化资产评估	(172)
一、国内文化资产抵(质)押资产评估中存在的主要问题	(172)
二、市场价值与清算价值的分歧	(173)
三、文化资产抵(质)押贷款评估需要重点关注的因素	(176)
四、推动中小文化企业抵(质)押融资的模式选择与政策建议	(181)
第五节 本章小结	(183)
一、内容介绍	(183)
二、研究结论	(183)

第五章 文化企业上市、并购重组中的资产评估	(185)
第一节 我国文化企业上市、并购重组概况	(185)
一、我国文化产业上市公司概况	(185)
二、我国文化产业上市公司并购重组概况	(195)
第二节 文化企业改制上市资产评估	(200)
一、文化企业改制的特点	(200)
二、文化企业改制上市评估概况	(204)
三、文化企业改制设立股份公司的资产评估	(207)
第三节 文化企业并购重组中的资产评估	(211)
一、文化企业并购重组资产评估的整体状况分析	(211)
二、并购重组资产评估中有关评估方法研究	(213)
第四节 本章小结	(215)
一、内容介绍	(215)
二、研究结论	(216)
第六章 文化企业资产评估案例分析	(217)
第一节 文化企业无形资产评估案例	(217)
一、电影作品著作权资产评估案例	(217)
二、电视剧作品著作权资产评估案例	(227)
三、有线电视业务无形资产评估案例	(231)
第二节 文化企业价值评估案例	(243)
一、出版企业资产基础法评估案例	(243)
二、出版企业收益法评估案例	(263)
三、电影院线企业收益法评估案例	(272)
四、文艺演出企业收益法评估案例	(280)
第三节 本章小结	(290)
第七章 结论及政策建议	(292)
第一节 主要研究结论及未来研究方向	(292)
一、主要研究结论	(292)

二、未来研究方向	(294)
第二节 完善文化企业资产评估的建议	(294)
一、探索文化企业资产价值管理	(294)
二、提高文化企业内部资产管理水平	(295)
三、促进资产评估行业开展文化企业评估工作	(296)
参考文献	(297)
后 记	(302)

第一章 国内外文化产业的发展和融资模式

近年来，文化产业成为现代经济中最活跃、增长最快的产业。在全球范围内，文化产业在经济领域的份额以每年 10% 以上的速度增长，已经成为经济发展的支柱产业之一。科技、文化和创意相结合带来的财富，远远超越传统产业。文化产业的发展水平已成为衡量一个国家或地区综合竞争力的重要标志之一。

第一节 国际文化产业的发展和典型商业模式

一、国际文化产业的概念和范围

（一）文化产业的概念

文化产业一词产生于 20 世纪中叶，最初出现在霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书之中，它的英语名称为 Culture Industry。各国学者从不同的角度对文化产业的概念进行了界定，表达了文化产业的一些核心内涵，如文化产业的内容要素、商业价值、产业属性等，形成了对文化产业的基本认识。国际上对文化产业的定义主要是指为社会提供文化产品和服务活动的集合，强调创意、知识产权等因素的作用。

国际经济学界对文化产业的界定，以经济与文化研究的前沿人物大卫·索斯比（David Throsby）在其所著的《经济与文化》一书中的定义为代表。该书首先定义了文化产品与服务，再以其为核心界定了若干层次的文化产业。文化产业可以被认为是以创意内容为核心构筑的同心圆行业体系：核心层，即原创艺术创作业，它主要是指传统艺术概念所涵盖的艺术创造及与之相关的行为，如音乐、舞

蹈、戏剧、文学、视觉艺术、工艺等以及与之直接相关的销售、展示和接受活动——如艺术场馆、博物馆、展览馆，艺术拍卖和各种形式的文化娱乐、演出、教育活动；外围层，即文化制作与传播业。与核心层不同，外围层的生产对象不仅包括文化产品，而且包括非文化产品——特别是借助现代媒介的复制与传播，它主要包括电影、电视、广播、报刊和书籍等；相关层，即与传播文化内容和意义具有相关性的产品，这些产业虽然不是与文化内容直接相关，但是它们的产品中具有文化的内容，如建筑、广告、观光等。

联合国教科文组织在 2000 年出版的《文化，贸易和全球化：问题与答案》一书中把文化产业界定为创造、生产和销售内容的产业。就其所提供产品的性质而言，文化产业可以被理解为向消费者提供精神产品或服务的行业；就其经济过程的性质而言，文化产业被定义为按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。文化产业是生产和经营文化产品的特殊企业群。

（二）部分国家文化产业的内容和范围

世界各国对文化产业的界定有所不同：美国、澳大利亚、加拿大称为“版权产业（Copyright Industries）”；英国、新西兰、新加坡等国称为“创意产业（Creative Industries）”；日本、韩国称为“内容产业（Content Industry）”或“文化内容产业（Culture Content Industry）”；德国称为“文化经济（Cultural Economy）”；而我国称为“文化产业（Cultural Industry）”。有些国家在如何界定和划分文化产业的范围上有所保留，因此界定的范围也相对较窄，主要包括为展现传统文化服务的文化基础设施建设、文化设施的管理、图书出版、电影、旅游业等几个方面。而体育健身、广告咨询等文化产业的边缘产业以及信息传播和信息服务等文化产业与信息产业的交叉行业，一般不在政府文化政策所强调的范围内。

1. 美国：以知识产权为核心的版权产业。1990 年美国国际知识产权联盟（IIPA）开始用“版权产业”概念来计算文化创意产业对美国整体经济的贡献。版权产业被美国政府和学界广泛地使用，可以认为版权产业集中代表了美国对文化产业的理 解。所谓版权产业，是指与知识密切相关的行业，主要包括出版、商业软件、音像录制、电影及电影发行等方面。为了与国际标准相一致，IIPA 采用世界知识产权组织（WIPO）界定的四种版权产业分类法：（1）“核心版权产业”，主要包括广播影视业、录音录像业、图书、报刊出版业、戏剧创作业、广告业、计算机软件和数据处理业等。其基本特征是研制、生产和传播享有版权的

作品或受版权保护的产品。(2)“部分版权产业”，产业内的部分物品享有版权保护，较典型的如纺织、玩具制造和建筑业等。(3)“发行类版权产业”，主要是以批发和零售方式向消费者传输和发行有版权的作品，如书店、音像制品连锁店、图书馆、电影院线和相关的运输服务业等。(4)“版权关联产业”，其生产和发行的产品完全或主要与版权物品配合使用，如计算机、收音机、电视机、录像机、游戏机和音响设备等产业。

2. 澳大利亚：以传媒为中心的版权产业。按照“澳大利亚与新西兰标准产业分类”（简称 ANZSIC）体系，“版权产业”分为三小类：核心版权产业、部分版权产业和版权分销产业。其中，“核心版权产业”是指那些将版权作品的创作作为其原始产品的产业；“部分版权产业”是指那些只有部分活动与版权作品的创作相关的产业，包括印刷、计算机咨询服务、测量服务、广告服务等 8 个产业；“版权分销产业”是指那些与版权产品的分销相关的产业，包括摄影设备批发、书籍杂志批发、报纸书籍文具零售、图书馆、博物馆等在内的 18 个产业。

3. 加拿大：以国家主体意识和多元文化精神为核心的版权产业。加拿大文化遗产部（Department of Canadian Heritage）是加拿大最主要的文化政策制定与执行单位，是加拿大管理与支持出版产业的核心机构。加拿大文化遗产部在其职能框架中对文化产业定义为：文化产业包括以国家社会、经济及文化为主题的出版、广播、电影、电视、图书、杂志、音像等在内的印刷、生产、制作、广告及发行，包括表演艺术、视觉艺术、博物馆、图书馆、档案馆、书店、文具用品商店等在内的服务及信息网络、多媒体等内容。加拿大在发展文化产业中所遵守的原则是国家主体意识和多元文化精神。采取的措施是政府推动和民间发展相结合。

4. 英国：创意产业。英国 20 世纪 80 年代曾使用文化产业的概念，但在 1997 年后，英国政府又提出发展创意产业，而取代文化产业的概念。英国文体部和创意产业特别工作组定义创意产业为：源于个体创意、技巧及才干，通过知识产权的生成与利用，有潜力创造财富和就业机会的产业。范围包括出版、电视和广播、电影和录像、互动休闲软件、时尚设计、软件和计算机服务、设计、音乐、广告、建筑、表演艺术、艺术和古玩、工艺 13 个行业。这一概念及定义后来被许多国家和地区使用。

5. 日本：内容产业。20 世纪 80 年代，日本学者日下公人按照经济学理论对

文化产业做出定义和阐释：“文化产业的目的是创造一种文化符号，然后销售这种文化和文化符号”。^① 这个定义既体现了文化与经济的结合，也体现了哲学、心理学与经济学的结合。日本文化产业范围包括四大类，出版产业（图书、报纸、绘画和教材等）、影像产业（电影、电视和动画等）、音乐产业、游戏产业等。

6. 韩国：文化内容产业。文化内容产业由与内容有关的经济活动（如创意、生产、制作、流通等）组成，这些活动的内容源于任何类型的知识、信息及与之相关的文化资源，包括：游戏、动漫、电影、音乐、电子图书、移动/互联网内容、娱乐内容、广播电视等。内容文化产业以创意为动力，以数字技术为载体，将各种“文化资源”与最新数字技术相结合，融汇重铸，建立了新的生产和消费方式，产生了新的产业群落，培育出新的消费人群，并以高端技术带动传统产业实现数字化更新换代，创造出巨大的经济社会价值。韩国政府认为文化内容产业都是具有高附加值和高成长潜力的行业。韩国统计厅的文化产业统计指标包括：出版印刷、音像、游戏、电影、广播、演出及其他文化产业（建筑、摄影、创意性设计、广告、新闻、图书馆、博物馆、工艺品及民族服装、艺术文化教育等）。

7. 德国：文化经济。文化经济主要指图书、电影、音乐及其他视听产品、艺术品市场、私营戏院以及与上述相关的网络信息系统。德国的文化产业结构中重点是出版业和会展业。

从国际上文化产业分类的内容和范围来看，文化产业相对于传统产业，能够实现低能耗、高产出，以智力消耗来创造价值。同时，国际上的文化产业大国，也是新兴业态发展的领先国家，将文化与科技、创意相结合，并向着网络化、数字化等方面发展。

二、国际文化产业的发展与特点^②

（一）文化产业已经成为一些国家的支柱产业，在促进经济增长、提高就业、提升生活水平等方面做出了重大贡献

有数据显示，2012年，美国的文化产业占到GDP的24%，日本的文化产业

^① 日下公人（日）著，范作申译：“新文化产业论”，东方出版社1989年版。

^② “2013国际文化产业发展报告及资讯发布”，中国经济网，2013年09月10日。

占 GDP 超过 10%，韩国的文化产业占 GDP 超过 7%。2012 年，美国的文化产业解决了近 510 万美国人的就业，为雇员提供的薪酬高于其他产业平均值 27 个百分点。在文化商品贸易领域，2012 年，美、德、英、法、日五国家共占据了世界 65% 的市场份额。其中，美国最高，占 23%，德国占 15%、英国占 14%、法国占 7%、日本占 6%。在文化服务贸易领域，2012 年发达国家在文化服务贸易方面均表现为高额顺差，其中美国最高，达 811 亿美元，英国 165 亿美元，日本 76 亿美元，法国 37 亿美元，德国 14 亿美元。

（二）在全球化竞争中，跨国文化产业集团开始成为影响国际文化产业布局的重要力量

国际间，众多文化产业集团正在不断打破行业和地区的限制，通过跨国投资、兼并收购等，集中资金、技术、管理经验，推进文化产业整合。在这种全球化风潮中，文化产业发展正呈现出两种密切相关的新趋势：一是产业整合趋势，文化产业的产业内部及与其他产业之间的并购重组十分频繁，开始形成了传媒业、娱乐业、旅游业、电信业、出版业等相互融合的新局面，出现了一大批大型的新型文化产业集团；二是空间上的聚集趋势，文化产业正在一些中心城市集聚，形成更加完整的文化产业链，成为推动城市发展的新动力。

（三）科技成果异彩纷呈，技术的研发创新推动了新兴业态成长、集聚、提升和发展

国际上，从各种智能移动设备到谷歌眼镜，从云技术到 3D 打印机，人们的生活方式、企业的生产方式越来越智能和高效。新媒体的变革与创新改变了传统格局，文化产品的数字化正在加强。移动新媒体异军突起，类似谷歌眼镜这样的多样化的智能终端，将衍生出表现力与互动性更丰富的媒介产品及媒介服务，必将引领新一轮的媒体变革。云计算催生出了大数据，大数据对网上海量信息数据进行采集、分析、加工和利用，将促进个性化服务发展，降低信息处理的成本，也将改变文化创意的平台基础。3D 打印前景发展越来越明朗，3D 打印技术将设计和制造从此简化，设计师可以按照自己的本来设计，制造出勾画好的形象，而不再担心设计出来而无法制造，文化产品从构思到成型将变得更加简单，文化产品的制作流程将发生变革。

三、国际文化产业的典型商业模式分析

美国好莱坞电影从 20 世纪 30 年代空前的经济大萧条中发展起来，已经成为