

国家社科基金项目
项目编号10BJY091

旅游景区 无形资产^①

构成因素及评价指标体系研究

王昆欣 王方 章笕 / 著



清华大学出版社

旅游景区 无形资产^的

构成因素及评价指标体系研究

王昆欣 王方 章笕 / 著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书以国家社科基金项目“旅游景区无形资产的构成因素及评价指标体系研究”为基础,对旅游景区这类特殊企业的无形资产进行了全面、系统、深入的研究。

课题组围绕景区无形资产构成因素及估值等问题展开,厘清了景区无形资产因子的构成和含义,运用层次分析法(AHP)等方法构建了景区无形资产的评价指标体系及理想计价模型,突破了传统的从统计学、经济学、会计学的角度去研究景区无形资产的局限,从旅游学的角度研究景区无形资产的构成及评价。

课题组从理论出发,围绕景区无形资产应用和发展,制定了可操作性的评估指南,并将评估模型在实践中检验和推广,为景区经营管理者在景区无形资产的评估实践提供了方法,同时对景区无形资产的开发、利用和保护等提出了建议和对策。

本书适合旅游专业研究者参考,也适合一般社会读者阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区无形资产的构成因素及评价指标体系研究/王昆欣,王方,章笕著. --北京:清华大学出版社,2016

ISBN 978-7-302-42899-2

I. ①旅… II. ①王… ②王… ③章… III. ①旅游区—无形固定资产—研究 IV. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 030113 号

责任编辑:刘士平

封面设计:傅瑞学

责任校对:袁芳

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×230mm 印 张:13 字 数:240 千字

版 次:2016 年 4 月第 1 版 印 次:2016 年 4 月第 1 次印刷

定 价:38.00 元

产品编号:047766-01

序

在经济全球化和知识经济的时代,企业竞争力不单靠有形资产的拥有,更多的是依靠人力资本、技术创新、品牌影响、企业文化等无形资产的综合优势。进入 21 世纪以来,世界各国经济都面临前所未有的严峻挑战和发展机遇,一家跨国企业要在国际市场上拥有话语权、定价权,一个国家要在世界经济体系中占有一席之地,其核心的资本就是要拥有知识、技术、管理、文化为核心的“无形资产”,换言之就是要依靠企业品牌的力量、无形资产的力量。

在我国,随着社会经济发展与世界的不断接轨,越来越多的企业及相关部门认识到了无形资产的重要性,对于专利权、专有技术权、土地使用权、特许经营权、商誉等企业无形资产也越来越重视。2014 年新颁布的《公司法》删除了原来第二十七条中“全体股东的货币出资金额不得低于有限责任公司注册资本的百分之三十”的条款,即知识产权、实物、土地使用权等可以经国家权威评估机构评估作价后用作公司注册资本金,而且破除了原来规定的非货币资产出资比例最高为 70% 的限制,即非货币资产可以 100% 作为注册资本。这对于促进科技成果转化、提高企业对无形资产的重视具有极大的推动作用。无形资产在企业的融资贷款、IPO 发行等经济行为中占有越来越重要的地位。

景区是一类特殊的企业,由于其产权归属的复杂性、开发经营的多元性、无形资产的难测性,景区对自身无形资产的保护意识比一般企业更加淡薄,绝大多数景区对无形资产不够重视,在各种新闻媒体中经常报道景区商标被侵权的事件。而更重要的是业界、学界对于景区无形资产的研究,除了偶尔对某些单项因子有少许研究外,针对完整评估体系的研究基本空白。

随着我国旅游产业的迅速发展,景区无形资产在景区的投资入股、质押贷款、侵权索赔、企业兼并和收购等市场行为中起到越来越重要的作用,建立景区无形资产评估体系是市场化发展的必然需求。

2010 年年初国家社科基金项目开始申报,我们惊喜地发现在课题指南中有“旅游景区无形资产的构成因素及评价指标体系研究”的题目。于是我们进行了认真的准备并积极申报,同年 6 月项目被全国哲学社会科学规划办公室立项,

7月,当我们接到了《2010年度国家社会科学基金项目立项通知书》时难以掩饰内心的激动,因为作为一所旅游类高职院校,能够申请到国家社科基金项目实属不易,在当时这不仅是浙江旅游职业学院的首个国家社科基金项目,同时也是全国旅游类高职高专院校的首个国家社科基金项目。

二

本研究的核心:一是景区无形资产的主要构成因子以及各因子的作用;二是景区无形资产的计价方式。围绕核心我们做了以下几方面的工作。

(1) 确定景区无形资产构成因子。找出和确定景区无形资产的构成因子是研究工作的第一步,直接影响了后续的研究。我们经历了四个阶段,第一阶段:初期申报探索阶段;第二阶段:中期讨论修正阶段;第三阶段:终期问卷征求阶段;第四阶段:确定景区无形资产评估因子。

初期在研究企业无形资产影响因素的基础上,从品牌、资源、市场等方面14个因子考虑,形成了“景区无形资产构成因子体系Ⅰ”,体系Ⅰ涉及面较为宽泛,针对性较弱,与景区的实际有一定距离。课题组经过多次激烈、严谨的讨论,研读蔡吉祥、杨汝梅先生的《无形资产学》《无形资产论》等著作,对体系Ⅰ中的部分构成因子提出质疑,如商品名称、土地资源使用权、旅游资源使用权、客户信赖度、企业家影响力、政策支持和法律保护等,为此课题组对影响因子进行了重解和重构,将景区无形资产界定为知识资产、市场资产、资源资产、人力资产等4大类16项因子,得出景区无形资产构成因子体系Ⅲ。为了力求因子的准确性、科学性和权威性,课题组分别设计针对旅游景区管理者和旅游界、资产评估界专家学者的两份问卷,进行了问卷征求意见,大家的意见主要集中在因子选择、因子细化、因子可测性等问题上。根据大家的建议我们形成了景区无形资产构成因子体系Ⅳ。

为了检验景区无形资产构成因子体系Ⅳ的应用性和可测性,我们选择四川九寨沟风景名胜區、安徽西递景区、浙江杭州湘湖旅游度假区(以下简称湘湖景区)三种不同类型的景区进行尝试。课题组于2011年7~8月对三个景区进行实地调研,在获取数据的过程中,三个景区给予了高度的重视和支持。为了更好地对景区无形资产进行准确的评估操作,课题组对景区无形资产构成因子体系Ⅳ的每个因子制定了评分标准,并编制了《景区无形资产评估手册》。

经过四个阶段的理论和实践的检验后,最终形成旅游景区无形资产构成因子体系。

II

理论上一般企业的无形资产通常包括专利权、非专利技术、商标权、著作权、特许权、土地使用权等,但景区与一般企业在产品生产、创新、销售服务对象、特许权等方面存在很大差异,通过对景区及相关构成因子的归纳演绎,确定了景区无形资产构成因子的体系,即由知识资产(包含商标权、专利权、制度规范、相关认证、计算机软件和网站域名 6 项因子)、市场资产(游客满意度、市场占有率、品牌知名度、地理位置和营销渠道 5 项因子)、资源资产(土地使用权、经营许可权和资源稀缺性 3 项因子)和人力资产(员工素质、经营体制和管理经验 3 项因子)四大类,17 项构成因子构成。

(2) 建立景区无形资产评价指标体系。建立指标体系的关键是确定各构成因子的权重。权重的确定关系到景区无形资产估值的准确性,课题组通过运用德尔菲法(Delphi)、评委投票表决法(Jury Vote)和层次分析法(AHP)对旅游景区无形资产构成因子的权重进行了计算。其中,德尔菲法(Delphi)是对 10 位旅游业界的专家进行 3 轮意见征询后得出 17 项景区无形资产构成因子的权重;而评委投票表决法(Jury Vote)和层次分析法(AHP)则是通过对 60 位旅游及资产评估专家(包括高校相关专业教授、旅游学术刊物主编、旅游主管部门领导、旅游科研机构专家以及评估行业专家),以及 60 位旅游景区管理者进行问卷调查,共收到 115 位专家的有效答卷,然后再分别用评委投票表决法(Jury Vote)和层次分析法(AHP)计算景区无形资产构成的权重,经过多方面比较,从数学方法运用及计算的角度来看,三种计算方法均采用了较为成熟的数学及征询方法,计算结果具有一定的科学性,但三种方法各有特点。

首先,德尔菲法(Delphi)是一种意见征询方法,课题组通过三轮的专家意见征询来逐步统一专家意见,并确定各景区无形资产构成因子的权重,其结果较为可信;评委投票表决法(Jury Vote)和层次分析法(AHP)有一定的相似性,两者区别在于层次分析法(AHP)构建了第三层因子(C 层)对第二层因子(B 层),以及第二层因子(B 层)对第一层因子(A 层)的判断矩阵,对原始调查结果进行了矫正,应该说其科学性更强,也将部分专家的主观性降到了最低;而评委投票表决法(Jury Vote)是通过问卷调查直接获得 115 位专家对 17 项无形资产构成因子重要性的判断,然后采用算数平均数的计算方法获得,由于未构建矩阵进行结果矫正,因此相对来说可信度较低。

其次,用三种方法计算出来的景区无形资产构成因子权重的标准差不尽相同,其中,通过德尔菲法(Delphi)计算得出的权重之间的标准差为 0.0217,评委投票表决法(Jury Vote)计算得出的权重之间的标准差为 0.0039,层次分析法(AHP)计算得出的权重之间的标准差为 0.0529,标准差越高说明各构成因子的重要性差别越大,反之则说明差别越小。而从实际情况来看,景区无形资产构成

因子的重要性应该是有一定差别的,并且从对景区企业的调研情况来看,大部分的景区认为景区的知名度、游客的口碑以及良好运营管理模式等是景区提高市场占有率、吸引更多游客的重要因素,因此,从这个角度看,由层次分析法(AHP)计算得出的权重与景区的实际感受最为接近,可信度最高。

最后,从样本量的角度来看,由于德尔菲法(Delphi)需要经过专家的反复征询意见,因此,样本量不可能很大,课题组征询了10位专家的三轮意见来得出评判。评委投票表决法(Jury Vote)和层次分析法(AHP)用的是同一套问卷,共发放120份,实际有效答卷115份,其样本量较大。因此,从样本量的角度来看,评委投票表决法(Jury Vote)和层次分析法(AHP)计算得出的权重可信度较高。

综上所述,课题组认为采用层次分析法(AHP)所取得旅游景区无形资产构成因子的权重更具代表性,最后采用了通过层次分析法(AHP)计算所得的权重结果。

(3) 构建景区无形资产理想计价模型。我们以“景区无形资产的价值应体现在其高于同类景区的超额收益上,即高于同类景区平均水平”以及“景区的无形资产一定是依附于景区的有形资产而存在的”两条基本准则。按照以下思路展开:第一,景区无形资产是由知识、市场、资源、人力四大类资产17项构成因子所构成的,因此在确定景区无形资产计价模型时必须综合考虑这17项构成因子;第二,从理论上讲,一个景区无形资产的价值应体现在其高于同类景区的超额收益上,即高于同类景区平均水平,故课题组在设立景区无形资产理想计价模型时考虑设置一个行业平均值,即景区行业中,每项构成因子的平均得分;第三,对于评估对象,需对17项景区无形资产构成因子进行逐项打分,确定其具体的分值;第四,这17项构成因子对于景区无形资产构成的重要性是不一样的,课题组通过多种方法的比较分析,确定用层次分析法(AHP)计算各项构成因子的权重;第五,景区的无形资产一定是依附于景区的有形资产而存在的,因此我们通过数学公式的构建,建立景区无形资产和有形资产之间的关系,并形成旅游景区无形资产的理想计价模型。

课题组按照以下步骤,建立景区无形资产的理想计价模型。

步骤一:确定景区行业各项无形资产构成因子的行业平均分,记为 $\overline{A_i}$, $i=1,2,\dots,17$, $\overline{A_i}$ 满足 $\overline{A_i} \in [0,100]$ 。

步骤二:针对某具体景区,逐一确定被评估景区17项构成因子 C_i 的分值 $A_i \in [0,100]$, $i=1,2,\dots,17$ 。

步骤三:理论上讲一个景区无形资产的价值应体现在其高于同类景区的超额收益上,即高于同类景区平均水平,因此:

$$A_i - \overline{A_i}, \quad i = 1, 2, \dots, 17$$

即为被评估景区第 i 项无形资产构成因子与行业平均水平之间的分值差。

步骤四：为了体现被评估景区第 i 项无形资产构成因子与行业平均水平之间的相对差值，课题组将分值差除以行业平均水平，得出其相对分值差。

$$\frac{A_i - \bar{A}_i}{\bar{A}_i}, \quad i = 1, 2, \dots, 17$$

步骤五：利用层次分析法(AHP)对旅游景区无形资产构成因子的权重进行计算，其计算结果记为 $\alpha_i, i=1, 2, \dots, 17$ 。因此：

$$\alpha_i \times \frac{A_i - \bar{A}_i}{\bar{A}_i}, \quad i = 1, 2, \dots, 17$$

即为第 i 项构成因子的分值在被评估景区无形资产总分值中的比重。

步骤六：景区无形资产由 17 项构成因子所组成，因此：

$$\sum \alpha_i \times \frac{A_i - \bar{A}_i}{\bar{A}_i}, \quad i = 1, 2, \dots, 17$$

即为被评估景区 17 项无形资产构成因子分值的总和。

步骤七：企业的无形资产应该依附于有形资产而存在，因此，课题组建立景区无形资产评估的理想计价模型为：

$$\begin{aligned} E &= V \times \sum \alpha_i \times \frac{A_i - \bar{A}_i}{\bar{A}_i}, \quad i = 1, 2, \dots, 17 \\ &= V \times \left(\alpha_1 \frac{A_1 - \bar{A}_1}{\bar{A}_1} + \alpha_2 \frac{A_2 - \bar{A}_2}{\bar{A}_2} + \dots + \alpha_{17} \frac{A_{17} - \bar{A}_{17}}{\bar{A}_{17}} \right) \end{aligned}$$

显然，某被调查景区的各项构成因子的水平与整个景区行业水平相比较肯定有高有低，即上述初步模型中 $A_i - \bar{A}_i$ 的值数可正可负，因此初步模型中某景区的无形资产 E 即有可能是负数。鉴于现实评价中，当评分分值为负值时，将其因子的评价分记为“零”。我们对模型做进一步修订，设定当 $A_i \leq \bar{A}_i$ 时，构成因子 C_i 对该景区无形资产的影响计为“零”，该设定既不会过多隐藏或“伪装”掉景区无形资产，又符合人们的习惯。

因此，修正后的景区无形资产评估的理想模型为：

$$E = V \times \sum_{i=\{i|A_i > \bar{A}_i\}} \alpha_i \times \frac{A_i - \bar{A}_i}{\bar{A}_i}, \quad i = 1, 2, \dots, 17$$

式中： E 为某景区的无形资产；

V 为某景区有形资产的价值；

$\bar{A}_i$ 为整个景区行业无形资产构成因子的分值；

A_i 为某景区无形资产构成因子的分值；

α_i 为旅游景区无形资产构成因子的权重。

值得注意的是景区无形资产各构成因子行业平均值 $\overline{A_i}$ 的获取,这是一个比较关键的步骤,课题组选取了5A级旅游景区:四川九寨沟景区、安徽西递景区、杭州西溪湿地景区;4A级旅游景区:杭州湘湖景区、杭州宋城景区、宁波天宫庄园景区、宁波五龙潭景区、温州洞头景区;3A级旅游景区:宁波梁皇山景区、宁波浙东大峡谷景区、金华花溪风景区;非A级旅游景区:杭州万松书院景区、金华水下孔景区、宁波市前童古镇景区、杭州市黄公望景区15家不同档次、类型的景区,通过实地走访、调研的形式对这15家景区的17项无形资产构成因子进行逐家、逐项的评分,然后计算这15家景区每个无形资产构成因子的算数平均值,记为 $\overline{A_i}$ 。

(4) 景区无形资产评估案例研究。课题组编制《景区无形资产评估手册》,选取世界自然遗产四川九寨沟景区、世界文化遗产安徽西递景区以及自然与人文并重的浙江杭州湘湖景区为例,开展景区无形资产评估实证研究。

从四川九寨沟、安徽西递、杭州湘湖三个景区的无形资产评估的结果分析,九寨沟最高,其价值相当于其有形资产的70.55%;安徽西递景区次之,相当于其有形资产的20.16%;湘湖景区最低,相当于其有形资产的12.57%,基本符合在评估前我们的判断,与这三大景区的知名度也相对一致。

进一步分析,这三大景区在无形资产构成上又各有特点。

(1) 四川九寨沟是世界自然遗产、国家级自然保护区、国家级重点风景名胜区、地质公园、森林公园以及5A级旅游景区,因此它在整个制度构建、专利权的开发、相关认证、品牌价值、资源稀缺性、员工素质、管理经验等方面均独占鳌头,成为全国景区行业的典范。

(2) 安徽西递景区是在村集体企业基础上逐步开发,并不断探索村集体开发古村落景区的途径,因此它的经营管理经验成为很多同类景区的典范,但是由于是村集体企业,因此在管理水平、产品开发、营销渠道、员工素质等方面有所欠缺。

(3) 湘湖景区本身资源禀赋并不突出,同时在管理体制方面有诸多不顺,容易产生多头管理等问题,因此它在制度规范、相关认证、品牌知名度、资源稀缺性以及经营许可权等方面的无形资产并不高。但是由于湘湖景区为省级旅游度假区,能够享受到度假区在开发建设上的政策优惠,在开发建设过程中受到的制约较少,因此其开发建设强度较大。同时,湘湖景区地处长三角核心经济圈,距离上海、杭州、南京等长三角重要城市较近,并且其休闲度假旅游产品开发较为成熟,因此它在土地使用权、营销渠道、区位交通等景区无形资产方面有着较高的优势。

旅游景区无形资产研究很重要的目的是对景区无形资产的管理、保护和利

用。课题组对 17 项构成因子一一提出了管理的意见;对景区无形资产管理的组织架构进行了设计;提出了意识性保护、关系性保护、财务性保护和法律性保护四条景区无形资产的保护途径;提出了“合理利用”与“防止过度利用”景区无形资产的原则,并提出了确保旅游景区产品与旅游者需求的一致性、确保景区旅游产品和同类景区的差异性、确保景区服务质量的优良性、确保旅游景区企业无形资产的适应性等景区无形资产保值、增值的途径。

三

课题组经过四年的研究,紧紧围绕景区无形资产构成因素及估值等问题深入展开,多方面、多层次厘清景区无形资产因子的构成和含义,运用德尔菲法(Delphi)、评委投票表决法(Jury Vote)和层次分析法(AHP)构建了景区无形资产的评价指标体系及理想计价模型,突破了传统的从统计学、经济学、会计学的角度去研究景区无形资产的局限,首次从旅游学的角度出发,研究景区无形资产的构成及评价,这是本项目的主要学术价值所在。

课题组从理论出发,紧紧围绕国内景区无形资产发展实践,明确了景区无形资产的构成因子和评价指标体系,制定了可操作性的评估指南,并将评估模型在实践中检验和推广,为景区经营管理者认清景区无形资产的价值提供理论支持,更好地了解景区无形资产价值的动态变化,致力于景区无形资产的开发、利用和保护等具有重要的参考价值。

课题组对四川九寨沟景区、安徽西递景区、浙江湘湖景区三大景区进行了旅游无形资产的评估,其评估结果受到了三大景区企业的充分肯定,在景区融资等市场行为中发挥了重要的作用。

具体而言,课题研究的主要成果体现在以下方面。

(1) 景区无形资产的构成因子研究。无形资产的因子和范围是动态的,它是随着经济社会和科学技术发展而发生变化的,且景区企业在品牌、市场、产品等方面有着很大的特殊性。课题组整理出 17 项因子并予以释义。

(2) 构成因子的权重确定。权重确定关系到景区无形资产估值的准确性,课题组通过层次分析法(AHP)等方法,结合模糊数学的运用,力求权重的准确性和权威性,并在案例中予以检验。

(3) 景区无形资产价值计算的模型建立。企业无形资产价值计算的方法一般有收益法、市场法、成本法等,但由于大多数的计算方法带有很大的主观判定成分,同时各个变量的取值都有很大的不确定性,如品牌价值、市场占有率、客户

满意度、区位条件值等,因此建立一个科学的、适用于景区无形资产价值计算的模型有一定难度。课题组利用管理学、数学方法创新设计出景区无形资产的评估的理想模型。

(4) 实证研究成果。对九寨沟景区、西递景区、湘湖景区进行实证研究,并尝试对九寨沟景区、西递景区、湘湖景区进行无形资产的评估。

课题主要的研究创新体现在以下几方面。

(1) 国内外景区无形资产研究的系统比较。通过对国内外有关景区无形资产研究方面的文献理论研究和无形资产评估界的实践研究的梳理、总结、比较,为我国景区无形资产的评价研究提供方向性的参考意见。

(2) 构建景区无形资产构成因素和评价指标体系。即由知识资产、市场资产、资源资产、人力资产四大类 17 项因子所构成,并逐一进行释义,利用相关研究方法确定每项构成因子的权重,构建完整的无形资产评价指标体系。

(3) 创新设计了景区无形资产评估的理想模型。

(4) 提出了景区无形资产评估方法和途径。

四

浙江旅游职业学院在 2001 年开设景区开发与管理专业,2003 年成立了旅游规划系,10 余年来致力于旅游景区的相关研究,承担了国家旅游局招标课题、浙江省社科重大项目招标课题等多项科学研究。景区开发与管理专业教学团队为教育部国家级教学团队,拥有两门国家级精品课程和两门国家级资源共享课程,两位国家旅游局旅游业青年专家,我们的团队可以说是高职高专院校中的翘楚。

2010 年以年轻教师为骨干的团队申报并获得了国家社科基金立项,2013 年该项目通过国家社科基金委评审结题。为了系统完整地记录研究的过程和成果,为了反映我们边学习边研究的心得,课题组又花了一年半的时间整理了书稿。

本书是集体研究成果,凝结了课题组全体成员的辛勤工作。作为课题负责人,我主要提出了研究的思路、研究的方法和计价的理想模型等,提出了书稿的编写大纲,数次修改了书稿,参与了九寨沟等景区的数据采集和调研等。王方副教授负责撰写了第一章、第二章、第八章;章笕副教授撰写了第六章、第七章;陈方方讲师撰写了第五章;张素讲师撰写了第四章;赵金芳副教授撰写了第三章。

特别是王方、章箴两位年轻教师,在研究中起着积极的作用,全程参与了从申报到立项,从设计到讨论,从景区调研到书稿撰写的全过程。

课题组全体成员虽然孜孜以求,倾注大量的智慧和心血,但由于该课题涉及领域较广,研究内容较新,所应用的基础理论较多,以及我们水平和能力所限,还有一定的局限性,主要体现在:第一,国内外学界对于景区无形资产的研究基本处于空白,本研究的基础相对薄弱,课题组提出的旅游景区17项无形资产的构成因子仅从定性的角度对其范围作了界定,17项构成因子的准确性和完整性还有待逐步完善。第二,课题研究主要运用了经济学、管理学、数学、统计学等学科的基础理论与方法,主要以案例研究、定性分析为主,以定量分析为辅,导致研究的深度依然有限。第三,本研究所提出的旅游景区理想计价模型是在理想状态下对景区无形资产的计价,且它的前提是景区无形资产和有形资产之间存在正相关关系,因此,此计价模型的可行性还有待在实证研究中进一步检验。第四,对景区无形资产管理、保护和开发利用需进一步研究,根据不同景区的特点整理出有规律性的方式和途径。希望这本书能够唤起学界、业界对景区无形资产保护的重视,同时为其在价值计算、保护、开发和利用上起到一定的借鉴。

在课题研究中,我们得到了有关院校和专家的大力支持,特别是中科院南京地理与湖泊研究所所长杨桂山研究员,南京大学地理与海洋科学学院濮励杰、黄贤金、张捷教授,浙江大学旅游学院周玲强、王婉飞教授,浙江工商大学旅游与城市管理学院唐代剑、郭鲁芳教授等,在景区无形资产的构成因子以及权重计算方法、计价模型构建、评估手册制定等方面给予我们很大的帮助和启发。

在案例研究中,我们得到了有关景区和省市县旅游局的大力支持。特别是四川省九寨沟风景名胜区管理局章小平局长、安徽黟县西递镇党委委员程丹、浙江湘湖旅游度假区管委会党委书记韩长来等领导亲自指导,并在人力物力等方面给予了支持和帮助。

课题组所在单位浙江旅游职业学院给予了全力的支持,特别是周国忠、汪亚明教授,以及科研处、规划系的老师们。

清华大学出版社为本书出版给予了帮助,几年来一直关注我们研究的进程,与我们保持联系,使本书得以顺利出版。

“知识生活一定基于知识缘分,这种缘分来自对那些认识或不认识的人们的知识贡献。”那些值得尊敬的人们的知识贡献成为本研究的丰盛营养。在本课题研究过程中,课题组参考并借鉴了中外学者的许多研究成果,没有他们的贡献,本研究难以实现,在此表示真挚的、诚恳的谢意。

五年的研究终于告一段落,但这绝不是结束,而是一个新的开始。我们希望能有更多的专家、学者、企业家能够投入到对景区无形资产的研究中来,使景区无形资产在景区企业的市场行为中起到更加重要的作用,这不仅有利于景区的发展,更有利于整个旅游产业的发展。

王昆欣

2015年10月国庆节于杭州

目 录

第一章 研究概述	1
第一节 旅游景区无形资产发展概述	1
第二节 研究目的和意义	6
第三节 研究思路和方法	8
第二章 比较研究	11
第一节 国内外旅游景区无形资产的研究述评	11
第二节 国内外旅游景区无形资产研究的比较和展望	21
第三章 基础理论	24
第一节 相关旅游经济的理论	24
第二节 相关无形资产的理论	26
第三节 相关综合评价的理论	38
第四章 景区无形资产构成因素	44
第一节 分类方法及标准	44
第二节 形成原理及过程	47
第三节 构成因素及释义	57
第五章 景区无形资产评价指标体系	63
第一节 理论依据与计算方法	63
第二节 权重确定与评价结果	70
第三节 理想计价模型	79
第六章 景区无形资产评估操作与案例	84
第一节 评估手册	84
第二节 评估案例之一——四川九寨沟景区	98

第三节	评估案例之二——安徽西递古村落景区·····	114
第四节	评估案例之三——杭州湘湖旅游度假区·····	128
第五节	三个案例的比较分析·····	139
第七章	景区无形资产的管理、保护和利用·····	143
第一节	旅游景区无形资产的管理·····	143
第二节	旅游景区无形资产的保护·····	152
第三节	旅游景区企业无形资产的利用与增值·····	158
第八章	结语·····	163
第一节	课题研究的主要成果与创新·····	163
第二节	课题研究的局限与期待·····	165
附录	·····	166
A.1	调查问卷及统计结果·····	166
A.2	已发表的研究论文·····	178
A.3	参考文献·····	192



研究概述

第一节 旅游景区无形资产发展概述

一、无形资产的发展历程

(一) 国际上无形资产的研究与发展

无形资产的概念是逐步形成的。亚当·斯密(1723—1790)的著作中就有把国民所有的有用能力当作资本的思想。卡尔·马克思(1818—1883)时代,科学技术是生产力的思想更加明确。在经济生活中,把知识一般性地归纳为资产,即无形资产的含义。

无形资产的概念是和实践同步发展的。1890年,美国高等法院审理明尼苏达州铁路委员会降低铁路运费一案时,赋予“财产”这一概念以新的含义,在原先有形财产的基础上,增加了无形财产的意义。这是司法界公开承认有无形财产的首例。其后的几十年中,无形资产的含义又在一系列其他经济纠纷案中得到进一步强化。

20世纪初,随着第二次技术革命,无形资产的实践与理论又有了重大发展。法国1909年颁布的《营业资产出售及抵押法》中,把招牌、商号、租约权、客源和知识产权作为营业资产。无形资产概念的逐渐形成,反映了无形资产在经济生活中的重要性。

与此同时,伴随无形资产概念而来的是无形资产计价核算。无形资产计价核算的标志性研究成果是1916年美国《会计》杂志发表的《资产负债表中的无形资产价值》一文,此后逐渐形成无形资产会计,以稳定的原则对企业无形资产予以确认、计量和管理。

随着传统经济向技术经济和管理经济的发展,以及税收(合理确定相关税种的税基)和部分国家会计计价(以公允价值代替历史成本)的需要,无形资产评估开始出现,美国作为产业门类齐全、综合实力强大的国家,从20世纪中期开始,无形资产的评估开始发展。

20 世纪 80 年代以后,无形资产对经济发展的重要性迅速提升,主要基于经济学家、企业家和社会公众的以下几点共识^①。

(1) 科学技术成为知识经济时代的第一生产力,通信、电子、交通、金融等相关技术领域的进步,使得拥有技术类无形资产的企业在日趋激烈的市场竞争中占据有利的地位,攫取超额利润,并为将来的进一步发展打下良好的资本和技术基础。

(2) 随着全球经济一体化的推进、各国经济管制的放松和互联网技术的普及,各国企业的竞争空间已由传统的狭小地域空间扩展到世界各地,竞争激烈程度前所未有。全球消费者对企业提供产品和服务的认知度成为企业在市场竞争中生存和发展的重要因素,拥有卓越品牌的企业由于得到各国消费者的普遍认可而获得巨大成功。

(3) 资本、土地等传统生产要素在经济发展中的地位下降,在传统经济下基于规模经济原理所形成的资本壁垒虽然依旧存在,但在一些新兴产业中阻挡行业新进入者的作用也日趋减弱,拥有技术、专利等重要无形资产的个人和企业能够在某些产业中迅速崛起。与传统经济下通用、福特等传统企业,经过百年发展方居于世界领先地位的故事形成鲜明对比,拥有技术、管理、品牌等综合无形资产的新兴企业,如美国在线、微软、雅虎、苹果等,在较短时间内迅速崛起甚至成为世界超一流企业,造就了一个又一个奇迹。

(4) 20 世纪 80 年代以来,拥有重要技术、品牌等无形资产的企业在经济效益上远大于一般企业。美国华尔街股市反映拥有重要商标的企业的收益水平及市盈率水平普遍高于标准普尔水平。甚至连一向保守的银行家也开始重视无形资产的价值,同意以无形资产作为抵押物向企业提供贷款。如生产奥利奥饼干和云斯顿香烟的美国雷诺兹—纳贝斯克公司,曾在 1989 年以公司商号价值为担保,获得 260 亿美元的贷款额度,而当时该公司资产负债表上的资产仅有 58 亿美元。1990 年,法国巴黎的范伯伦公司以公司商标为抵押,向花旗银行贷款 4.8 亿美元。

进入 21 世纪后,无形资产作为知识经济中最重要的资源已成为全世界的共识。2001 年 8 月 6 日,美国《商务周刊》一篇《无形资产评估,一项棘手但必须去做的工作》的特约评论员文章中指出:随着高新技术和知识经济的高速发展,现代企业的价值“已经从砖墙等有形资产转向专利、顾客名单、品牌等无形资产”。

^① 滕世威. 技术型无形资产评估方法及参数研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2005