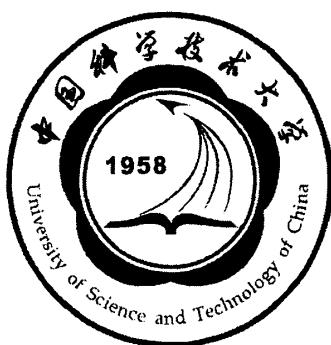


中国科学技术大学

博士学位论文



中国演艺企业无形资产评估 体系的问题与建构研究

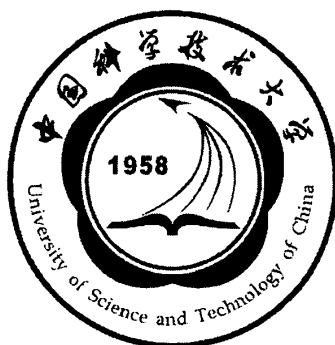
作者姓名：张 斌
学科专业：公共管理
导师姓名：冯 锋 教授
完成时间：二〇一三年五月二十日



Y2353945

University of Science and Technology of China

A dissertation for doctor's degree



Research on the Problem and Construction of Chinese Performance Enterprise Intangible Asset Evaluation System

Author's Name:

Bin Zhang

Speciality:

Public Administration

Supervisor:

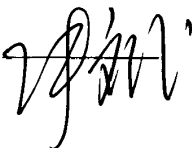
Prof. Feng Feng

Finished time:

May. 20th, 2013

中国科学技术大学学位论文原创性声明

本人声明所呈交的学位论文,是本人在导师指导下进行研究工作所取得的成果。除已特别加以标注和致谢的地方外,论文中不包含任何他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的贡献均已在论文中作了明确的说明。

作者签名: 

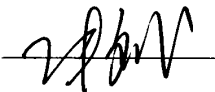
签字日期: 2013.5.26

中国科学技术大学学位论文授权使用声明

作为申请学位的条件之一,学位论文著作权拥有者授权中国科学技术大学拥有学位论文的部分使用权,即:学校有权按有关规定向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版,允许论文被查阅和借阅,可以将学位论文编入《中国学位论文全文数据库》等有关数据库进行检索,可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文。本人提交的电子文档的内容和纸质论文的内容相一致。

保密的学位论文在解密后也遵守此规定。

☒公开 ☐保密 (____年)

作者签名: 

导师签名: 

签字日期: 2013.5.26

签字日期: 2013.5.26

摘 要

随着市场经济的迅猛发展,无形资产已逐渐取代有形资产,成为现代企业保持核心竞争力与获得超额利润的重要资源与必要手段。特别是在当前的知识经济时代里,企业所拥有的无形资产业开始成为企业产业化的标准之一,同时也成为衡量企业发展潜力的关键指标。为能更好地发挥企业无形资产的作用与影响力,需要对无形资产进行科学、有效地管理与评估。目前,我国学界已经展开对现代型企业无形资产评估的研究工作,但与国外相比还存在较大差距。本文以我国演艺企业无形资产作为研究对象,探索一种适用于我国演艺企业无形资产的评估体系。具体来说,通过构建我国演艺企业无形资产的评估指标体系,明确需要用到的评估方法和评估模型,在此基础上对我国演艺企业各类无形资产的市场价值进行逐一评估。

本文共分八章内容,第一章指出无形资产对于现代企业的重要性越来越突出,以及学界对我国企业无形资产评估的研究尚处于薄弱阶段。然后,引出研究对象,即我国演艺企业无形资产评估体系的问题与建构,并介绍了研究背景、研究对象的目的和意义、研究内容以及研究的创新与不足之处。

第二章主要包括两方面内容,一是对我国企业无形资产的整体概况进行分析。首先将企业无形资产定义为“受到特定主体控制,没有具体实物形态,对企业的生产与经营活动在较长时间内发挥作用并可以获得收益的一类资源”,再说明企业无形资产的特征、分类和对于企业可持续发展的作用。二是通过回顾关于研究企业无形资产的相关文献,得出我国企业无形资产的研究主要集中在无形资产对于企业绩效影响的研究、无形资产的管理和无形资产的计算与核算等方面。

第三章重点研究企业无形资产评估,针对企业无形资产评估的内涵、目的、作用以及资产评估中有关无形资产的问题进行探讨。同时还介绍了企业无形资产评估中常用的三种方法,分别为收益现值法、现行市价法以及重置成本法。在梳理企业无形资产评估的相关文献后,总结出我国学者对于企业无形资产评估的研究涉及四个方面,即无形资产评估方法研究、无形资产评估理论探讨、无形资产评估风险分析以及无形资产评估的规范与管理。

第四章讨论了演艺企业的含义、特征和分类情况,指出虽然近年来我国演艺企业发展势头迅猛,但其无形资产还存在一些问题,比如,有的演艺企业因其创新意识淡薄导致演艺作品质量逐年下降;一些演艺企业的经营管理理念相对落后,缺乏优秀的经营管理人才;还有的演艺企业营销渠道单一,还未形成多渠道的营销系统。

第五章重点分析了影响我国演艺企业无形资产评估的因素和所面临的问题与难点。研究发现,影响我国演艺企业无形资产评估的因素主要包括环境因素、技术因素、市场因素、文化因素、法律因素等;而我国演艺企业无形资产评估面临的问题与难点却有很多,像法律法规不健全;评估范围和标准界定不清;企业重视不足,管理混乱;评估方法不统一,评估资料不健全,评估参数难以取得;等等。

第六章旨在为我国演艺企业无形资产建构一整套评估体系。首先,确定演艺企业无形资产评估的指标体系,分别为传统型无形资产(包括土地使用权、特许经营权、非专利技术)、现代型无形资产 1(包括演员或明星身价、人力资本、企业品牌、企业家资本)和现代型无形资产 2(包括外部关系、创意产权、作品版权、商业秘密、营销网络、观众满意度)。然后,针对不同类别的无形资产选择合适的评估方法与评估模型,对于土地使用权则采用成本逼近法进行测算;对于特许经营权和非专利技术,使用收益现值法评估;对于演艺企业演员身价,采用 Darlene C. Chisholm 提出的价值评估方法;对于人力资本的评估,采用收益与成本综合配比的方法进行估算;对于演艺企业品牌,则运用国际市场上公认的具有代表性的 Interbrand 方法来测算;对于企业家资本的评估,采用实物期权法进行评估;在对现代型无形资产 2 评估时,需要综合运用现金流量折现法和层次分析法。最后,分别计算出各类无形资产的评估价值。

第七章是对前一章建构的评估体系进行实证分析,文章选取安徽省徽京剧院作为实证案例,结合该剧院的实际发展情况及其现有无形资产状况构建出评估指标体系,即传统型无形资产(土地使用权)、现代型无形资产 1(演员价值、人力资本、品牌价值)、现代型无形资产 2(外部关系、创意产权、作品版权、宣传网络、观众满意度),再根据已建构的演艺企业无形资产评估体系,计算出省徽京剧院各项无形资产的市场价值。

第八章针对我国演艺企业无形资产评估中存在的问题,提出相应的对策建议,包括探索科学合理的评估方法;明确评估目的和对象,拓展无形资产外延;整合、规范评估机构;建立健全评估法律法规体系;加强理论建设,培育评估人才;宣传评估知识,提高对无形资产评估的重视;建立健全评估监督机制,明确评估责任;推动无形资产评估信息化,建立网络评估数据库;推广演艺企业无形资产评估经典范例,树立评估标准;搭建交易平台,活跃评估市场。

关键词: 演艺企业;无形资产评估;收益法;成本法;AHP 法

Abstract

With the development of market-oriented economy, intangible assets have began to replace tangible assets and become a kind of significant resource of keeping modern enterprises core competition as well as a necessary approach of acquiring excess profit. Especially in the era of knowledge-based economy, intangible assets possessed in the companies can be viewed as one of the standards for industrialization and key index on measuring developmental potential of a company. In order to display the great influence and high effect well, intangible assets should be managed and estimated scientifically and effectively. At present, academic in our country have started to research the estimation of intangible assets in modern enterprises. However, the research, compared to foreign countries, need to be done more. This article takes intangible assets of performance firms in China as research object so that exploring a kind of estimated system applicable to our country's performance firms. To be specific, we should identify estimated methods and models based on constructing concrete estimated index system and evaluate the market value of all kinds of intangible assets of performance companies of our country.

This article is divided into eight chapters. Chapter 1 indicates that it is more and more important for modern companies developing intangible assets, and that about this field, the academy in China is still in a weak stage. Furthermore, this paper introduces the research object, which is concerning the problems and construction of estimation system of intangible assets in our country, and demonstrates research background, research target and purpose, research contents as well as research innovation and shortages.

Chapter 2 includes two aspects. One is about analyzing the situation of intangible assets in our country's companies. Firstly, intangible assets can be defined "the resource which are controlled by specific bodies, have no concrete physical form, perform influence and acquire benefits in a long period for companies' production and operation." Then accounting for the traits, classification and effect on the development of modern enterprises of intangible assets. The other, according to reviewing related literatures about researching intangible assets of companies, demonstrate that main research are focus on how intangible assets influence companies' performances, managements and calculations of intangible assets.

Chapter 3 researches the estimations of intangible assets and discusses the definition, purpose, influence and the problems of intangible asset estimation. Meanwhile, the article introduces three methods of intangible asset estimation, which are present earning value method, current market price method and cost of replacement. After reviewing related literatures about intangible asset estimation, we summarized four research aspects, which are methods research of intangible asset estimation, theories research of intangible asset estimation, risk analysis of intangible asset estimation as well as regulation and management of intangible asset estimation.

Chapter 4 discusses the connotation, traits and classification of performance companies and points out that although the development of intangible asset estimation in our country make a large boost, there still exists some problems. For examples, some performance companies have fewer works with high quality because of lacking of the innovative awareness; some performance companies are short of advanced operation philosophy and prominent management talents; some performance companies only have simple marketing channels and do not form diversified marketing systems.

Chapter 5 analyzes the factors influencing intangible asset estimation of performance companies in our country and some problems confronted by them. The study finds that the factors influencing intangible asset estimation of performance companies in our country include circumstance factor, technology factor, market factor, culture factor, law factor and so forth. Besides, there are a number of problems confronted by performance companies, such as defective laws and regulations, unclear estimation scope and standard, weak attention and chaotic management; non-uniform estimation methods and imperfect materials; etc.

Chapter 6 constructs a set of estimation system for performance companies of our country. Firstly, identify the estimation index system of performance companies of our country, which are traditional intangible assets (including land-use right, franchise right, non-patent technology), modern intangible assets¹ (including actors/stars value, human capital, enterprise brand, entrepreneurial capital) and modern intangible assets² (including external relationship, creative property, works copyright, business secret, marketing network, audience satisfaction). Secondly, choose the appropriate estimation methods and models based on different types of intangible assets. Apply cost approach to estimate land-use right, present earning value method to franchise right and non-patent technology, estimation method raised

by Darlene C. Chisholm to actors/stars value, earning method and cost method to human capital, Interbrand method to enterprise brand, real options valuation to entrepreneurial capital. Take advantage of discounted cash flow technique and analytic hierarchy process to estimate modern intangible assets 2. Finally, calculate the values of all kinds of intangible assets separately.

Chapter 7 makes an empirical analysis for the estimation system constructed in Chapter 6. The article chooses Anhui and Peking Opera Theater in An Hui Province as research empirical case, and constructs the estimation index system of intangible assets with combined to the realistic development and the present intangible asset condition, which are traditional intangible assets (land-use right), modern intangible assets 1 (actors/stars value, human capital, enterprise brand), modern intangible assets 2 (external relationship, creative property, works copyright, audience satisfaction). Then calculate the marketing value of all the intangible assets in this theater in terms of the estimation system of intangible assets.

Chapter 8 puts forward related policies and suggestions on the grounds of problems and difficulties contained in the intangible asset estimation of performance companies in our country. These are exploring scientific and rational methods; identifying the estimation purpose and object; expanding the extension of intangible assets; integrating and regulating estimation constitutions; setting up and improving the law and regulation system applying for estimating intangible assets; reinforcing the theory construction and cultivating estimation talents; promoting the estimation information system of intangible assets; establishing network estimation data base; expanding classical cases of intangible assets evaluation of performance companies and identifying evaluation criterions; setting up communication platform and animating evaluation market.

Key Words: Performance Company, Intangible Asset Estimation, Earning Method, Cost Method, Analytic Hierarchy Process

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的与意义	1
1.3 研究内容	2
1.4 本文的创新与不足之处	4
1.4.1 本文的创新之处	4
1.4.2 本文的不足之处	5
1.5 本章小结	6
第 2 章 企业无形资产界定及其研究现状	7
2.1 企业无形资产界定	7
2.1.1 企业无形资产的内涵	7
2.1.2 企业无形资产的特点	8
2.1.3 企业无形资产的分类状况	9
2.1.4 企业无形资产的地位与作用	10
2.2 企业无形资产的研究现状	12
2.3 本章小结	15
第 3 章 企业无形资产评估分析及其文献回顾	17
3.1 企业无形资产评估分析	17
3.1.1 企业无形资产评估的内涵	17
3.1.2 企业无形资产评估的目的	17
3.1.3 企业无形资产评估的作用	18
3.1.4 资产评估中无形资产的确认	19
3.1.5 企业无形资产评估的一般方法	20
3.2 企业无形资产评估文献回顾	22
3.3 本章小结	25
第 4 章 中国演艺企业及其无形资产研究	27

4.1 中国演艺企业概论	27
4.1.1 中国演艺企业的含义及其特征	27
4.1.2 中国演艺企业的分类	28
4.2 中国演艺企业无形资产的界定	29
4.3 中国演艺企业无形资产发展现状	29
4.4 本章小结	30
第 5 章 中国演艺企业无形资产评估问题研究	33
5.1 演艺企业无形资产评估所考虑的因素	33
5.2 演艺企业无形资产评估面临的问题与难点	36
5.3 本章小结	40
第 6 章 中国演艺企业无形资产评估体系建构	41
6.1 演艺企业无形资产评估的总体思路	41
6.2 演艺企业无形资产评估指标体系建构及其依据	42
6.3 演艺企业中各类型无形资产评估方法与模型	44
6.3.1 对演艺企业中传统型无形资产的评估	44
6.3.2 对演艺企业中现代型无形资产 1 的评估	47
6.3.3 对演艺企业中现代型无形资产 2 的评估	52
6.4 本章小结	57
第 7 章 中国演艺企业无形资产评估体系的应用案例分析	59
7.1 对于传统型无形资产的评估	59
7.2 对于现代型无形资产 1 的评估	60
7.3 对于现代型无形资产 2 的评估	62
7.4 本章小结	67
第 8 章 中国演艺企业无形资产评估的政策建议	69
8.1 结论与政策建议	69
8.2 本章小结	72
参考文献	73
附件 1 中国演艺企业无形资产评估实操手册	81

附件 2 布莱克—舒默模型参数对应表	91
附件 3 调研安徽省徽京剧院品牌强度系数量表	93
附件 4 调研安徽省徽京剧院现代型无形资产 2 中各项无形产权重 评定量表	95
附件 5 调研安徽省徽京剧院访谈资料	97
附件 6 运用 Matlab 计算安徽省徽京剧院现代型无形资产 2 各项无形 产权重的程序	99
致 谢	103
在读期间学术论文与课题研究成果	105

第1章 绪论

1.1 研究背景

在社会主义市场经济逐步发展的背景下,我国各类企业与同行之间的竞争日趋激烈。在此过程中,有些企业能够在竞争中长期保持绝对优势,有些则在竞争中被无情淘汰,国内外研究企业管理与企业战略的学者注意到这个问题,并力图设法寻找问题根源(Nagel & Rick, 1991)。一些学者在进行案例研究时发现,很多案例涉及两个规模相当、生产同类产品的企业在成长阶段几乎没有什么区别,但随着企业的发展,其在市场竞争中的表现就会发生质的变化,两者之间的差距逐渐拉大(Hill & Pauric, 1999)。经过众多相关领域学者几十年的案例研究与跟踪调查,终于发现其中原委:那些能够在竞争中屹立于不败之地的企业是因为它们拥有其他同类企业所没有的核心竞争力——无形资产(Kaplan, 2004)。纵观世界500强企业,无不是具备雄厚的无形资产才能跻身世界经济前列的。比如,可口可乐公司依靠其商标、灌装和配方这三大无形资产控制了世界饮料市场(Tucker, 1964);英特尔公司同样凭借其商标权和专利权控制了计算机处理器市场(Uhlig et al, 2005);佳能公司利用其在光学镜片成像技术和超微摄影技术等方面的专利技术创造了在复印机激光打印机照相机等市场领域独占鳌头的奇迹(MATSUI & SETSUO, 1976);等等。由此可见,无形资产对于一个企业的可持续发展和保持市场竞争力是至关重要的。

在当前的知识经济的时代里,企业所拥有的无形资产业已成为企业产业化的标准之一,同时也成为衡量企业发展潜力的关键所在;这些无形资产逐渐成为企业提高核心竞争力的重要保障和核心要素。如果把有形资产比喻为企业发展的“主体”,那么无形资产就相当于企业发展的“灵魂”。在这一时代里,对于有形资产的管理与运营往往比有形资产本身还要重要,而这些都是离不开无形资产的;资产管理的重点已然逐渐转向为对于商标、专利、商誉、品牌等无形资产的管理与评价(Lev & Juergen, 2004)。对企业的无形资产进行评估,不仅有利于加强企业的无形资产管理,同时也是构建知识经济时代里企业核心竞争力的有效和必要途径之一(Rodov & Philippe, 2002)。

1.2 研究目的与意义

无形资产作为企业核心竞争力的重要源泉,是以赢利为目标的现代企业资本的重要组成部分。由于无形资产属于市场经济范畴内的关键要素,因此需要在市

市场经济条件下研究无形资产及其评估问题。在由计划经济向市场经济转变的过程中,我国企业无形资产的扩大与发展受到诸如时间和空间等方面因素的制约。但不可否认的是,实践证明无形资产可以作为企业调整内部经营结构的一种有益补充,需要接受政府部门的严格监管(Sveiby, 1997)。在对企业无形资产进行评估之前,需要特别关注待评估企业的类型、特征、其内部无形资产的构成、性质等问题。因为不同性质的企业,如高技术企业、高等院校、医药企业等,它们拥有的无形资产各不相同,因此所运用的评估指标与评估模型也不尽相同。然而,遗憾的是在众多关于企业无形资产评估的文献中,尚未发现对我国演艺企业无形资产评估问题以及评估体系建构问题的研究。

我国演艺企业历经数年变化,大多数已从传统型以说唱为主的中小企业逐步发展成为现代型股份制企业,并作为文化产业的重要组成部分。与其他企业不同,演艺企业无形资产的评估指标比较抽象,而且目前学界也没有对我国演艺企业无形资产进行评估的相关案例和实操手册,评估方法与评估模型的选择也尚无统一论。所以说,为我国演艺企业的无形资产评估建构一种科学、合理的评估体系已成为现阶段完善演艺企业内部经营结构、加强演艺企业无形资产管理的重要工作。

在对我国企业无形资产评估时,需要特别注意其评估所用的方法与模型会直接影响最终评估的质量,从而会影响到无形资产进一步转变为商品或资本的成效以及无形资产持有者的资质与权限。目前,我国企业无形资产评估还存在很多问题,比如评估指标选择不合理、评估方法选择不准确,在实际评估中经常出现滥评或漏评情况,严重阻碍企业无形资产的真实估价(张福至, 2001)。由此看来,我国企业的无形资产评估任重而道远,我国演艺企业的无形资产因其指标多具有抽象性质,且商业化程度较高,那些涉及商业机密的资产无法进行有效评估,因此其评估任务更加艰巨。基于此,研究如何科学、合理地评估我国演艺企业无形资产价值就显得尤为重要和紧迫。

1.3 研究内容

本文首先全面解读企业无形资产及其评估的相关理论,然后展现我国演艺企业的整体概况以及演艺企业无形资产的发展现状,深入剖析我国演艺企业无形资产评估面临的问题与难点,并在此基础上设计出合适的指标体系,选取恰当的评估方法与评估模型,从而为我国演艺企业的无形资产评估建构一套科学合理的评估体系。通过回顾与梳理国内外关于企业资产评估的相关文献,不难看出学界对企业有形资产的评估与管理的分析与研究较为成熟,但对于企业无形资产评估方面的研究还处在摸索阶段,没有形成完整统一的体系。尤其是关于企业无形资产

评估方法与模型方面的研究，还没有突破传统思想的束缚，不管企业的性质、经济状况、无形资产的运营状况等，一律采用“老三样”，即成本法、市场法、收益法中的一种或几种。这三种基本的评估方法在评估不同类型的无形资产的评估时会有不同的使用步骤与使用模式，有些方法甚至要与其他定量方法一并运用到某一无形资产的评估之中。本文所做的研究是探索一种适合于我国演艺企业无形资产的评估体系，在构建出演艺企业无形资产评估指标的基础上，有针对性地选择具体的评估方法与评估模型，遵照评估准则与评估假设，对我国演艺企业各类无形资产的市场价值逐一进行评估，并得出整体无形资产的市值，以及各单项无形资产的市值。

本文主要从以下几个方面展开研究：

- 1 对企业无形资产的整体概况及其研究现状作全面梳理；
- 2 对企业无形资产评估的基本内容与相关文献进行系统总结与梳理；
- 3 对我国演艺企业无形资产的整体概况及其发展现状进行深入分析；
- 4 探索我国演艺企业无形资产评估中存在的问题与难点；
- 5 构建我国演艺企业无形资产整体评估体系（包括评估指标的选择、评估方法与评估模型的运用）；
- 6 将已构建的演艺企业无形资产评估体系应用到具体案例当中；
- 7 提出进一步完善我国无形资产评估的政策建议。

根据本文的研究内容确定如图 1.1 所示的整体研究框架。

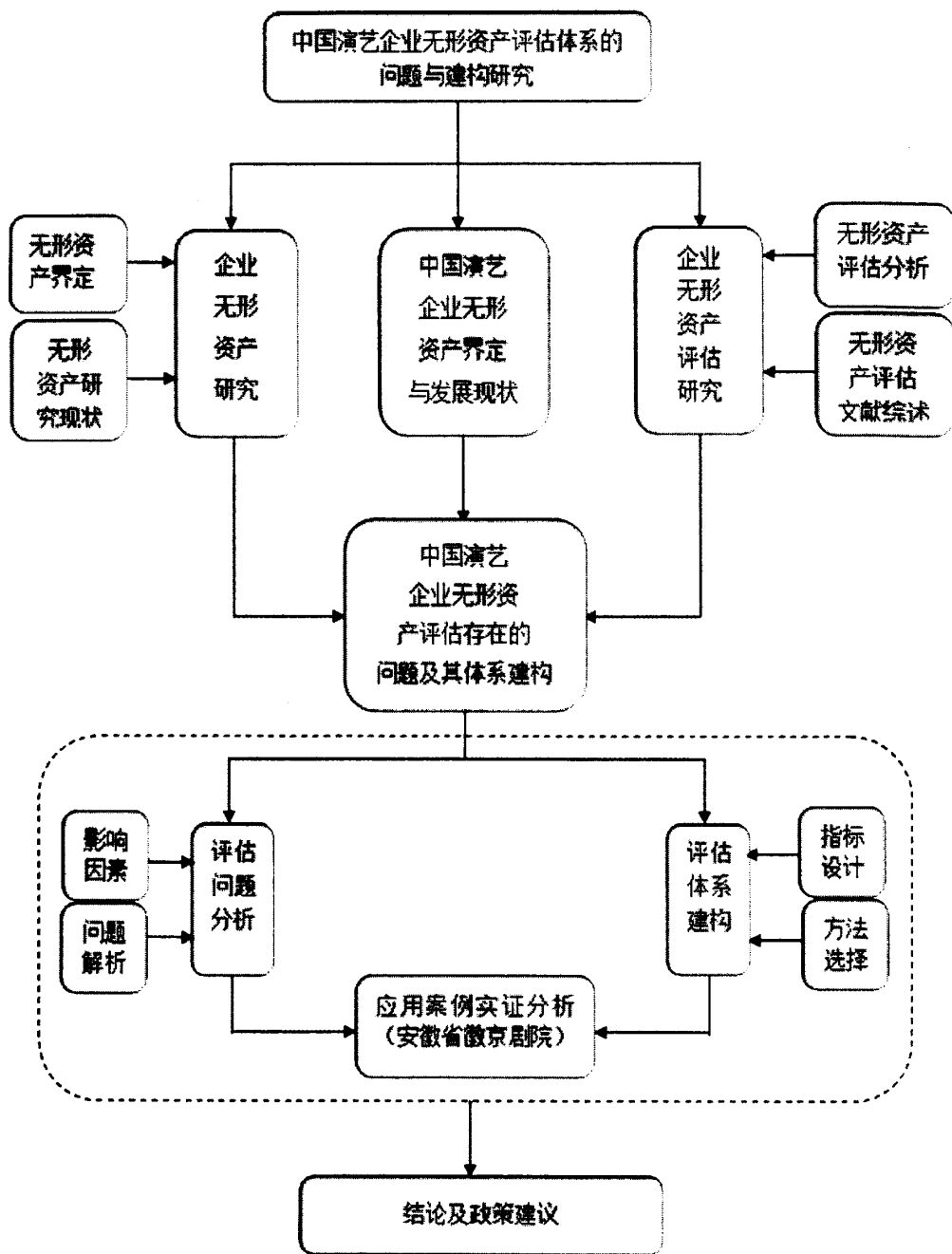


图 1.1 本文研究思路框架示意图

1.4 本文的创新与不足之处

1.4.1 本文的创新之处

本文的主要创新之处体现在以下几个方面：

1 对于企业无形资产及其评估的研究做出全新解读。

经研究发现，随着社会主义市场经济的深入发展，无形资产在现代企业中发挥越来越重要的作用，并开始逐渐取代有形资产，成为增强企业核心竞争力和大幅提高企业盈利水平的重要资源。目前，学界对于企业无形资产的研究主要集中在无形资产对于企业绩效影响的研究、无形资产信息披露的研究、无形资产管理的研究、无形资产计算与核算的研究等。尽管对于无形资产研究的侧重点各不相同，但它们都是以对无形资产的评估作为前提条件的。由此可得，无形资产评估对于企业后续无形资产的规范与管理，进而对于企业谋求可持续发展有具有重要作用。而对于企业无形资产的评估，目前专家学家的研究多围绕无形资产的评估理论、评估准则、评估方法以及评估风险的规避与管理等方面展开。综合考量与整理这些研究成果，将其巧妙应用到本文的研究之中。

2 为我国演艺企业无形资产的评估构建一套科学、合理的评估体系。

考虑到演艺企业无形资产的特殊性，依据企业无形资产评估中常用的方法与模型，设计出我国演艺企业无形资产的评估指标体系，并选择合适的评估方法与评估模型对其中各项无形资产分别进行评估。文章将我国演艺企业的评估指标分为三类，分别为传统型无形资产（包括土地使用权、特许经营权、非专利技术）、现代型无形资产1（包括演员或明星身价、人力资本、企业品牌、企业家资本）和现代型无形资产2（包括外部关系、创意产权、作品版权、商业秘密、营销网络、观众满意度）。并针对不同类别的无形资产选择合适的评估方法与评估模型，总体思路为传统评估方法与现代评估方法的有效结合，比如，对于土地使用权则采用传统的成本逼近法进行测算；对于演艺企业品牌，运用现在国际市场上公认的 Interbrand 方法来测算；对于现代型无形资产2内各项资产评估时，需要综合运用现金流量折现法和层次分析法。

3 以安徽省徽京剧院作为应用我国演艺企业无形资产评估体系的实例。

以安徽省徽京剧院为本文研究的应用案例，基于省徽京剧院现有无形资产的具体发展情况，采用访谈与问卷调研相结合的方法，获取评估时所需要的资料与数据。在已经构建出的我国演艺企业无形资产评估体系的基础上，对安徽省徽京剧院的各项无形资产进行逐一评估。根据评估结果，得到为进一步提升“徽剧”的品牌价值，需要京剧院加大剧本创作与宣传网络建设的力度的结论。

1.4.2 本文的不足之处

在对文章的撰写过程中，笔者倾注了大量精力，包括构思文章选题与结构、阅读大量相关文献、思考如何构建评估体系以及深入实地进行调研等。但从整体

来看,还是存在一些不足之处,有待继续挖掘与探讨。

第一,还需进一步完善我国演艺企业无形资产评估体系。为使我国演艺企业无形资产评估体系得到进一步完善,需要继续深入研究无形资产评估方法与评估模型。可以对传统方法与模型加以改进以便解决实际评估问题,也可探索现代评估方法对某些特殊类型的无形资产进行评估,还可借鉴其他方法,探索适用于企业无形资产评估的应用工具。特别是对评估体系中现代型无形资产2内各种无形资产的评估,如创意产权、营销网络等,如何有针对性地对它们进行准确评估,还需要进行深入研究。

第二,可以针对不同类型的演艺企业进行无形资产评估。本文选取安徽省徽京剧院作为研究案例,对其内部无形资产价值进行评估。但由于未能获得较为全面的调研数据,加之京剧院无形资产特有的实际情况(如不存在特许经营权等),也就没有对其特许经营权、非专有技术、企业家资本进行评估。后续研究可以扩大评估范围,选取不同类别的演艺企业,最好能够涉及前面提到的三种资产的评估。

1.5 本章小结

随着社会主义市场经济的蓬勃发展,现代企业越来越重视无形资产对于提高自身竞争实力,实现企业持续、稳定、健康发展的意义与价值。无形资产作为企业核心竞争力的重要源泉,是以赢利为目标的现代企业资本的重要组成部分。但是,我国学界研究企业无形资产及其评估问题起步较晚,与国外对于企业无形资产的研究还存在较大差距。因此,分析并研究我国企业无形资产及其评估问题也就显得尤为重要。特别是对于我国演艺企业的无形资产评估问题,目前国内尚处于空白阶段。本文围绕以我国演艺企业无形资产作为研究对象,探索一种适用于我国演艺企业无形资产的评估体系架构。具体而言,通过构建出我国演艺企业无形资产的评估指标体系,明确需要用到的评估方法和评估模型,在此基础上对我国演艺企业各类无形资产的市场价值进行逐一评估,并结合具体案例进行分析验证。

第2章 企业无形资产界定及其研究现状

2.1 企业无形资产界定

2.1.1 企业无形资产的内涵

无形资产内涵的界定是研究无形资产评估首要解决的问题。对于什么是无形资产,国内外学术界至今尚未形成一致定义。传统观点认为,无形资产是指那些没有具体的实物形态,但却具有很大经济价值的一类资产。比如,土地使用权、特许经营权、专利权、著作权、商标权等,企业在无形资产管理过程中也是更多地关注这些内容。然而,在知识经济时代,无形资产的内容得到了较大拓展,其不仅包括品牌管理、企业战略、人力资源管理,企业的外部关系(如客户关系、融资关系、政企关系等),企业所处的外部环境(如政府的优惠政策等)以及企业的内在因素(人才、企业文化、劳动力组合等)也都成为了企业无形资产管理过程中不可忽视的重要内容(Barth et al, 2001)。

国际对于无形资产的权威性界定是《国际会计准则(第38号)》的表述:无形资产是指没有实物形态的、可辨认的非货币性资产(财政部会计司, 1999)。我国对于无形资产的权威性界定主要有两类条文,一是《企业财务通则(第20条)》:无形资产是指企业使用较长时间,但是不存在实物形态的一类资产(张霓, 张洁, 2011)。二是财政部在2006年2月出台的《企业会计准则(第六号)》:无形资产是指不具有实物形态,但为企业能够辨别的非货币性长期资产,可以确认的无形资产包括专利、专有技术、商标、著作、土地使用权、特许经营权以及购入的商誉,而企业自身的商誉却不能加以确认(胡恩承, 2007)。该准则的出台主要是为了规范企业对无形资产的会计计量,但客观上造成了企业对无形资产管理对象的简单化以及管理领域的单一化,造成了企业大量无形资产的显性流失与隐性流失。

本文研究的是无形资产评估问题及其体系建构,根据《资产评估准则》,无形资产可被界定为:受到特定主体控制,没有具体实物形态,对企业的生产与经营活动在较长时间内发挥作用并可以获得收益的一类资源(杨雪萍, 2010)。

无形资产客观存在于企业当中,并且具备一定的表现形式,之所以称为“无形资产”,是因为它的存在形式不具有物质实体性。无形资产是社会发展到一定阶段的产物,它代表着一个国家和企业的经济实力,对促进经济增长和社会生产力发展具有重要作用(Corrado et al, 2009)。

2.1.2 企业无形资产的特点

无形资产作为一种有别于有形资产的核心资源，具有其独特性：

(1) 非实体性，即无形性。无形资产的非实体性是相对于有形资产的实体性特征而言的，这也是其之所以称之为无形资产的直接原因，即其通常都是看不见、摸不着的。在一般情况下，无形资产或者表现为人们对于某种事物的主观信念，或者表现为社会结构中的某种生产关系。另一方面，就好像书籍的内容是无形的，但却需要依托于书籍才能被人们所认知一样，无形资产通常也需要依附于一定的载体（有形资产）才能存在，比如土地使用权需要附着有相应存在的土地实体，而专利权的存在依靠于专利证书来证明。反过来说，土地以及专利证书本身仍然并不构成无形资产，这就如同于人们谈论书籍的时候，谈论的其实是书中的内容，而不是构成书籍本身的纸张和油墨。因此而言，无形资产之所以有别于有形资产，核心在于其价值是通过实体部分还是非实体部分才能体现出来（Hall & Richard, 1992）。

(2) 独占性，即垄断性。无形资产通常通过法律按照一定条件所赋予的，例如商标权、专利权等，因此在一定期限内也会受到法律的排他性保护。无形资产通常以禁止非持有人无偿获益、排斥他者之非法竞争等形式表现出其排他性的独占。正是因为这种排他性保护，拥有无形资产的企业才能够借助于这些无形资产所具有的价值实现其在相应市场中的垄断；无形资产的价值越高，这种垄断所带给企业的价值也越大。值得注意的是，为了获得这种排他性的独占，企业通常也需要以公开其相应无形资产的某些内涵，即所谓的以公开换垄断，比如专利。当然，如果某项无形资产并未受法律保护，或者不在法律保护之列，但因为其对于企业之外处于保密状态，那么其事实上也是处于所谓的独占状态，比如某些未形成专利的专有技术（Nelson, 2003）。

(3) 超额盈利性。因为无形资产的独占性，在一定程度上排斥了可能的市场竞争，所以如果企业能够合理地运用好这一特点，即可能借助于无形资产来获得超额的盈利。正是因为无形资产能够更易带来超额利润，因此评估和管理无形资产具有十分重要的现实意义，这也是其最为本质的特征之一。另一方面，无形资产这种超额盈利性的获得并非是简单地依靠于无形资产的数量累积即可实现的，通常情况，更为重要的是无形资产的质量。也即是说，无形资产的回报与投入极有可能是不成比的，投入只是促成无形资产的外部辅助性条件（XIE et al. 2004）。

(4) 依存性。如同书籍的内容需要依托于书本才能将其体现出来，而外部环境虽然不能直接改变书籍的内容本身，但是却有可能对于构成书籍的纸张带来影响；无形资产同样也需要始终依托于一定的有形载体，而相比较情形下，有形

载体就相对容易受到外界环境的影响。从这个角度来讲,无形资产依然具有一定的环境依存性(Konar & Mark, 2001)。

(5) 资源性。和有形资产不同的是,物质会因为消耗而竭尽,无形资产却可以源源不断地再生利用。通过与企业的有形资产相辅相成配合作用,不仅能够实质性地推动企业向更高层次发展,而且通常并不需要增加过多的额外成本(Hall,1992)。

(6) 不稳定性。无形资产的价值构成不如有形资产的实体那般明显而稳定,其很容易受到一些因素变动的影响。通常这种影响以以下三种方式进行:一是受到企业内外部环境的影响而导致的无形资产盈利能力变化,二是受到无形资产使用年限不确定而导致的盈利时间区间的变化,三是受到资本市场变化,比如利率的辩护、通货膨胀率的变化等等,而导致无形资产资本化率的变化(Benston, 1985)。

(7) 长期性。由于无形资产的资源性特征,及其价值转移和补偿方式的逐期进行特点,一旦企业无形资产的优势地位得以形成,其将有很大可能在较长时间内持续发挥相当效用。而且,如果能过对无形资产进行长期的维护与改善,其长期效用性将更加表现得尤为明显(Křížová, 2009)。

2.1.3 企业无形资产的分类状况

欲要对企业的无形资产价值做出评估,首先需要对企业的无形资产进行确认和归类。而欲要对其进行归类,那么弄清企业无形资产的通常分类方式无疑是很有必要的。在理论与实践,常见的无形资产分类方式主要有以下几种(苑泽明, 2005):

(1) 根据是否能够独立存在及辨别,我们将企业无形资产分为两类,分别是可辨别无形资产与不可辨别无形资产。对于可辨别无形资产,由于其可以独立存在,并且可辨别出来,因而通常也是可以独立地取得、转让或出售的。常见的可辨别无形资产主要有土地使用权、著作权、商标权、特许经营权、专利权和非专利技术等。与此相对的不可辨别无形资产则指的是那些必须依附于企业本身而不可单独存在并进行市场化操作的无形资产,典型的不可辨别无形资产有商誉等。

(2) 根据资产产生的来源不同,我们将企业无形资产分为权力类无形资产、关系类无形资产以及组合类无形资产三种类型。权力类无形资产指的是通过书面或者非书面达成契约而产生的,通常对契约放具有潜在经济效益的无形资产,典型的如知识产权。关系类无形资产指的是附着于企业内部与外部人员之间关系的具有潜在效益的无形资产,其通常表现为非契约性质,并且随着时间易于发生变

化,典型的如企业与顾客、政府等的关系。组合类无形资产指的是去除上述两类无形资产,而一定程度上又兼具上述类类无形资产部分特征的无形资产。

(3) 根据资产构成内容性质的不同,可将无形资产分为技术类无形资产与非技术类无形资产两种。技术类无形资产指的是资产价值主要通过自身客观方面因素推动实现价值的无形资产,典型的如专利权、非专利技术等。非技术类无形资产指的是资产价值主要通过外在环境方面因素推动实现价值的无形资产,典型的如商标权、商誉以及许可权等。

(4) 根据资产获得途径的不同,可将无形资产分为外购无形资产和自创无形资产两类。顾名思义,外购无形资产指的是企业通过市场购买或者租借等方式而取得所有权与使用权的无形资产,而自创无形资产指的是企业自我创造和培育起来的无形资产。

(5) 根据是否能够得到专门法律的特殊保护,可将无形资产分为具有专门法律保护无形资产和不具有专门法律保护无形资产。以我国的情况而言,商标法、专利法等存在和发挥效力,对于商标、专利等无形资产的实现与发挥作用起着重要的保障作用,而非技术专利等则不具备相应的专门法律给予保护。对于受法律保护的无形资产而言,法律本身的保护情况对于无形资产的价值会构成重要的影响,因此评估中必须要考虑到这一点。

(6) 根据能否确定经济寿命,可将无形资产分为有明确经济寿命无形资产和无明确经济寿命无形资产。有明确经济寿命无形资产通常也是可辨别的,如土地使用权等。无明确经济寿命无形资产可进一步分为可辨别无明确经济寿命无形资产和不可辨别无明确经济寿命无形资产,前者如非专利技术等,后者如商誉等。

2.1.4 企业无形资产的地位与作用

如前所述,无形资产是现代企业保持核心竞争力和可持续发展的重要因素,与传统片面强调企业有形资产重要性的思想相比,现代社会,特别是我国市场经济条件下的现代型企业越来越重视无形资产在企业中的地位和作用,具体而言主要表现为:

1 无形资产是现代企业的核心资源。

近年来,企业资源的核心竞争力已从有形资产逐渐过渡到无形资产,相比厂房、设备、装置、产品等有形资产,诸如品牌、专利、商誉等无形资产正在成为企业经久不衰、保持连续竞争优势的重要因素。在知识经济蓬勃发展的今日,企业中核心资源的转变速度,即从有形资产转变为无形资产的速度正在加快,而且在我国市场经济条件下,企业中无形资产的数量与规模也在渐趋扩大(王维平,2003)。国内外很多实例已经充分证明了一个企业的无形资产不仅对其总体资产

价值的贡献程度最高，还是具有持久生命力的资源。现代社会，不管是世界五百强企业，还是名不见经传的中小型企业，都依靠无形资产为企业创造更多的超额利润，并在很大程度上决定了企业是否能够在激烈的竞争环境中生存下去。由此看来，有形资产对于现代企业的可持续发展的重要性正逐渐降低，取而代之的是无形资产正作为企业的核心资源为企业能够长期保持竞争优势发挥更多作用。

2 无形资产是现代企业赢得超额利润的关键资源。

在企业的生产经营中，无形资产表现出的重要意义与价值越发显著，它不仅能够形为企业带来核心竞争优势，还可以为企业增加超额利润。例如，无形资产中的专利与专有技术不仅能够提高企业经营效率与生产率，降低企业经营成本，还可以加速企业产品的更新换代，促进企业产品结构的进一步完善。品牌与商标对于一个企业影响力的扩张与企业竞争力的保持尤为重要，特别是具有较强品牌效应的企业，不但能够使其获得较高的市场份额，而且还能获得更多的超额利润，从而加快企业的资金周转。

3 无形资产是现代企业保持核心竞争优势的重要因素。

普拉哈拉德(C.K. Prahalad)和哈默(G.Hamel)于1990年在《企业的核心能力》上特别指出“企业的核心能力是其保证持续竞争优势的基础，企业的无形资产正是其获得核心能力的重要因素。”图2.1展示了企业的核心能力、无形资产以及企业竞争优势之间的关系。

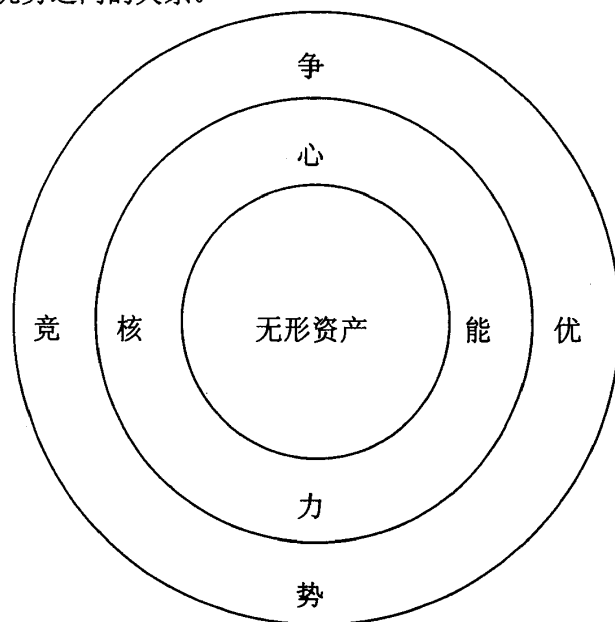


图 2.1 企业无形资产、核心能力与竞争优势示意图

4 无形资产是现代企业实现价值增值的必要手段。

无形资产作为较早存在于企业中的概念已经出现很长一段时间，可以说它并

非一个新兴名词或超前经济现象。早在工业经济时代,无形资产作为一种有别于有形资产和货币资产的特殊资产,其价值增值能力并不高,而当时的企业资本与企业的经营结构是其实现获得规模经济的重要砝码(刘德运,2010)。然而,自二十世纪八十年代中期以来,随着经济全球化与区域一体化程度的逐渐加深,企业规模经济的优势已不再明显,甚至被规模扩张导致的机构臃肿、效率低下的消极弊端所掩盖。此外,在企业有形资产迅速实现商品化的背景下,其投资回报率与社会平均报酬率逐渐趋于一致,也就无法为企业的价值增值起到促进作用。基于此,企业无形资产的优势开始压过有形资产和货币资产,在市场竞争加剧以及通信技术迅猛发展的推动下,企业自身结构也开始出现巨大变革,无形资产为企业带来的价值增值效应逐渐加大,最终奠定其“主力军”的地位(邓志轩,2000)。

2.2 企业无形资产的研究现状

通过大量搜集并阅读有关无形资产的文献,可以将国内为学者们对于企业无形资产的研究重点分为以下几个方面:

1 关于企业无形资产对其绩效影响的研究

黎玉琴(2006)运用回归分析法对我国在2000—2004年沪市上市的3007公司的经营绩效进行研究。经研究发现,无形资产对于企业经营绩效的提升发挥了总要作用,只是提升幅度不大。Huang, S. M., et al (2006)探讨了信息技术投资对于与企业绩效之间的关系,研究表明由信息技术驱动的无形资产是影响企业绩效的重要因素,两者呈现明显的正相关关系。Abdullah Yalama & Metin Coskun (2007)通过测量1995-2004年间伊斯坦布尔股票交易市场上样本银行中知识资本的绩效水平发现作为企业无形资产之一的知识资本对于企业盈利的贡献率高达61.3%。马玉、苑泽明、刘海滨、庄永磊(2009)对在沪深两市上市的57家信息技术企业的绩效做回归分析,研究发现企业无形资产对于其价值增值做出贡献,且指出不同类别的无形资产对于企业绩效的影响有显著差别。董丽、谢霞(2010)同样采用回归分析法对我国信息技术上市公司创造的科技创新成果对于绩效的影响进行深入研究,结果表明技术创新在我国还处于低级阶段。赵洁、张红、张春晖(2011)以在我国沪深两市2007—2009年发行A股的24家老字号上市公司为研究对象,研究这些企业无形资产经营状况,同时利用回归分析法对企业内部无形资产影响其业绩的程度进行检验。由此得出,无形资产在老字号企业中的地位较高,且对其营业绩效的提升作用显著。Guthrie, J., et al (2012)在研究澳大利亚食品和饮料业时,发展出一种可扩展的绩效报告框架,并得出企业绩效与其社会责任以及知识资本关系紧密。

2 关于企业无形资产信息披露的研究

彭艳玲、张炳发（2004）通过对1999—2002年上交所上市的58家企业的无形资产数量、结构及其披露情况进行综合分析，结果表明，被披露出来的无形资产的构成和其数目主要呈现出增长态势。王娟娟、梅良勇（2007）研究A股企业五年间的数据，根据考察所得结果，指出我国无形资产的发展状况主要包括三方面内容，分别为上市企业无形资产的信息披露状况，影响因素以及同行业内的差别等。最后得出结论：无形资产对于企业的盈利影响越来越大。Gerpott, T. G., et al（2008）以国际29家上市电讯网络者为样本，探究无形资产披露质量以及会计年报和网络无形资产披露质量之间的联系。结果表明，无形资产披露通常局限于小范围的质性信息，且年报和网络无形资产披露质量之间关系显著密切。Chander, S. & Mehra, V.（2011）研究无形资产信息披露在印度各大公司中的程度如何，经分析发现外部资本在整个无形资产披露项目中是最易公开的，其公开程度高达37.90%（2003-2004）和35.58%（2007-2008）。然而进一步的信息披露报告还未系统化和整理出来。冯婉卿（2012）总结目前我国企业大量无形资产在强制性披露的框架下难以呈现于投资者眼前，且信息自愿披露水平普遍较低等问题，提出应完善企业治理结构、鼓励企业进行信息披露以及进一步加强对上市公司自愿信息披露的监管等措施。

3 关于企业无形资产管理的研究

王灿斌（2008）认为，提高企业无形资产管理水平需要加强无形资产的培育和开发、运作和经营、转化与增值、拓展和创新、扩散和传播以及保持与维护的六个方面的工作，进而为企业无形资产带来可观的经济效益。Chareonsuk, C. & Chansangave, C.（2008）提出战略地图概念作为管理商业和工业组织中无形资产的新型框架，并指出无形资产属于不同的职能部门，明确和准确定位各自职能部门中的无形资产是极为重要的，这样可以构建它们如何为组织的财政表现贡献力量。刘芳、高建来（2009）通过剖析我国企业在无形资产管理方面存在的诸多问题，得出传统的管理模式已不再适应新时期无形资产管理的需要，呼唤创新无形资产管理模式已迫在眉睫。认为企业加强无形资产管理必须完善相关制度建设，并建立企业无形资产管理创新体系。Kostagiolas, P. A. & Asonitis, S.（2009）通过探索与无形资产管理相关的问题发现与有形资产相比，无形资产对于企业整体价值的贡献程度逐步提高，因此，对于无形资产的特殊的管理方式和管理行动就显得尤为必要。叶陈毅、杨光、裴富才（2009）指出，加强企业无形资产管理需要不断完善无形资产管理制度文化建设、运用公共关系培育和开发无形资产以及加强发明、专利、商标等知识产权管理，规范无形资产交易市场和秩序。规范并管理市场中无形资产买卖行为，确保为无形资产的交易正常有序地进行。孙欣鸾（2009）对于总结并归纳我国企业无形资产管理中出现的问题，如管理观念滞后、

意识淡薄,无形资产评估缺乏真实性和量化标准,对其开发和利用的程度不够。针对这些问题,提出应建立健全无形资产管理制度,加强对无形资产的运营和保护,完善无形资产的评估体系等。汤肖(2010)在指出企业无形资产的管理不受重视的基础上,提出要加强无形资产知识的宣传与普及,建立专业的无形资产管理机构,重视员工激励以及建立并完善相关法律法规等。程光柱、汪晓玲(2010)基于非会计核算视角,从泛化管理角度探讨我国企业无形资产的管理问题。沈广茹(2011)总结了我国企业无形资产管理中存在的问题,如管理者意识淡薄、缺乏科学的管理制度等,提出需要进一步加强管理意识,建立独立的管理机构以及健全管理队伍建设等的对策建议。彭红兵(2012)探讨了我国企业无形资产管理中存在管理意识不强、无形资产流失严重及其利用效率低下等问题,并提出要提高对无形资产的保护和运用水平,以期实现其价值的保值增值。

4 关于企业无形资产运营与保护的研究

Malmelin,N.(2007)发展出一种新型沟通资本方式以便解决企业在知识资本框架内所面临的挑战,研究发现企业沟通资本主要包括四个部分,分别是司法资本、组织资本、人力资本以及关系资本。文中建构的模型可以支撑企业无形资产运营与战略相结合。肖侠(2009)深入分析企业无形资产运营的两大类别,即内涵式运营和外延式运营的内涵、方式及其具体内容,指出前者是后者的基础,要建立专业完善的无形资产运营机构和注意防范无形资产运营中存在的风险。刘珂君(2009)探讨了企业无形资产的战略选择,具体包括专利战略、质量信誉战略和品牌战略,并指出这些战略的适当组合可以大幅提高企业无形资产的经营与运作成效。俞丽伟(2009)强调加强无形资产的保护可以提高企业的现代化管理水平、促进科技成果的转化和防止无形资产的流失等,因此需要做到正确计量无形资产价值、积极进行知识管理和人才激励、采取相应的保密措施等。

5 关于企业无形资产计量与核算的研究

翟胜宝等(2006)提出随着知识经济时代的到来,对于企业有着更为重大而不可或缺意义和作用的无形资产,财务会计信息却基本没有揭示。针对这一困境,以平衡计分卡为基础,把无形资产的计量和管理层次的绩效的衡量联系起来,试图在一定程度上解决这一问题。王棣华(2008)认为知识经济的突出特点就是企业资产从有形化向无形化方向迈进,凝结在无形资产中的智力因素对于企业长期的生存与发展愈发重要,并且近年来,无论是大中型企业,还是小型、甚至微型企业的无形资产的数量和规模都在赶超有形资产。这些无形资产正日益决定企业未来现金流量并成为市场价值的主要动力。因此,会计核算必须扩大无形资产的确认范围,既要确认外购的无形资产,也要确认自创的无形资产,必须改进无形资产的计量模式。Penman, S.H.(2009)认为计量通常因在资产负债表中遗漏无形

资产而备受批评,但事实却是这种遗漏并非必然是一种缺陷。因为在资产损益表中,无形资产的价值能够获得确认。魏紫(2010)指出无形资产新准则在执行过程中存在公允价值计量困难、无形资产明细披露水平较低等问题,据此提出要提高无形资产公允价值的计量水平,加强对无形资产明细信息的披露和监管。Watson,R.(2010)通过评价与计量传统财会报告和管理控制实践之间的区别,得到与明确和评估无形资产相关的问题和事实表明使得更多的会计学者越来越怀疑包括无形资产价值在资产负债表中体现的需求信息。梁利红(2011)认为将无形资产的范围和项目纳入到企业会计体系予以确认和计量是十分必要的,在总结我国无形资产确认计量中存在的问题的基础上,如无形资产的确认范围狭窄、无形资产计量过于注重货币实物性问题等,提出了相应的改进建议。蔡红艳(2010)在新会计准则的基础上,通过采用比较分析法,对企业无形资产进入、存续与退出的生命周期进行研究,探究企业无形资产核算的方式方法。史玉敏(2011)讨论了无形资产核算中存在的局限性,如核算内容较难反映无形资产状况、摊销方法单一、货币计量存在局限等,提出具体的改进措施。赵安定(2012)认为企业无形资产的会计处理存在确认范围过窄、计量原则不符合实际情况、摊销费用严重不足等,并提出可以参考国外发展趋势,对我国企业无形资产会计处理进行改革。李明(2012)认为实质重于形式原则是会计核算的基本原则之一,并且具有非常重要的地位和意义。因为交易或事项的经济内容与法律形式并不是完全相同,所以作为经济信息系统的会计核算就应当根据交易或事项的实际性质而非表面形式予以确认、计量和披露。

2.3 本章小结

本章对企业无形资产的整体概况及其研究现状进行详细解读。首先根据《资产评估准则》,将企业无形资产界定为“受到特定主体控制,没有具体实物形态,对企业的生产与经营活动在较长时间内发挥作用并可以获得收益的一类资源”。并认为企业无形资产具有非实体性、独占性、超额盈利性、依存性、资源性、不稳定性和长期性的特征。此外,依据不同的分类标准,对于企业无形资产的分类也不一样。无形资产不仅是现代企业保持竞争优势的重要资源,还是现代企业获取超额利润、实现价值增值的重要手段。目前,国内学界对我国企业无形资产的研究包括六个方面:即关于企业无形资产对其绩效影响的研究;关于企业无形资产信息披露的研究;关于企业无形资产管理的研究;关于企业无形资产保护的研究;关于企业无形资产计量与核算的研究以及关于企业无形资产运营的研究。

第3章 企业无形资产评估分析及其文献回顾

3.1 企业无形资产评估分析

3.1.1 企业无形资产评估的内涵

无形资产评估，顾名思义，就是评定和量化无形资产价值，既是一套行为，也是一个过程。而这种评估一般需要由具备一定专业资质的评估机构来开展，评估的主要依据有无形资产的形理论和一些无形资产评估特定的原则和程序（Teece, 2003）。无形资产评估经过较长时间的发展，逐渐形成了一套较为完整的评估理论和评估方法。一般说来，无形资产评估包括评估主体、评估客体、评估原则和程序、评估目的以及评估方案或方法五大要素（Sullivan & Patrick, 2000）。

3.1.2 企业无形资产评估的目的

从上文所述可知，企业无形资产评估的目的是无形资产评估的五大要素之一。一个明确的评估目的有助于了解本次评估的动机，并能根据相关评估的目的来约束评估程序的开展。一般说来，无形资产评估的相关目的其主要的的作用包括两个方面，其中一个方面是一旦确立了相关的评估目的，那么这个目的就可以在很大程度上直接限制原则、程序、方法等评估的关键要素，这是对其所涉及的经济行为的相关作用；第二个方面的作用就在于评估目的一旦被明确，就可以在一定程度上避免无形资产评估所得到的相关结果或者相关报告被误读或者误用，从而可以增强无形资产评估的适用性和可用性，无论是对于报告的提供者还是报告的使用者来说，都可以很好地规避风险，这也是其在具体用途方面的作用（Cinca et al, 2003）。可以说，确定无形资产评估目的，对于更好地对评估对象、评估范围以及评估要素进行一定的控制，有着十分重要的作用。

我国《资产评估准则》中将无形资产评估目的分为：

- 1 当无形资产转让或者许可他人使用时；
- 2 当无形资产作为投资资产进行投资、参股时；
- 3 当企业改制、上市时；
- 4 当企业用无形资产进行担保、抵押贷款时；
- 5 当企业破产、清算时；
- 6 当发生无形资产法律纠纷涉及诉讼时；

- 7 纳税、保险；
- 8 管理、租赁等。

3.1.3 企业无形资产评估的作用

无形资产相对于有形资产而言，其重要程度越来越显著，这也就意味着准确地对无形资产进行评估并确定其价值，变得越来越重要。本文认为，无形资产的重要性可以表现为以下五个方面：

1 为企业的投资决策提供重要参考依据。

在社会主义市场经济中，企业无论是在创新体系中还是在投资体系中，都占据着重要的主体地位。但需要指出的是，企业要做出正确和合理的投资，就必须能准确地对其所有资产进行核算和评估（Ojala et al, 2006）。随着市场经济发展的不断深化，各种合资、合作经营活动中，有形资产已经不是单一的入股形式了，很多入股者可以以专利技术、专有技术、商标权等形式来入股，并享受与有形资产相同的权益所得。为了能够准确确定这些无形资产的相关价值，从而为投资谈判以及资本入账提供较为准确的估计依据，就需要引入独立的第三方评估机构对无形资产进行客观、公正和合法的评估（沈品发 等，2005）。

2 无形资产评估是完善技术市场和提升技术转移的重要前提。

科学技术是第一生产力，但这也要建立在科学技术可以被高效转化的前提下，这也就意味着必须要建立健全技术转移市场，使得技术可以从技术研发部门如高校、科研机构转移到生产部门，从而形成新产品等现实的生产力。如果在科技成果评估上出现了短板，也就会在无形中增加技术交易双方交易失败的风险，从而更难实现技术转移和科技成果转化效率的提升（Lefebvr et al, 1996）。

3 在一定程度上增强知识产权保护力度。

在社会主义市场经济中，市场竞争不断深化，各种侵犯知识产权的行为也屡见不鲜，并且对公平竞争和市场规范造成了极大的负面效果。而知识产权的侵犯行为在对犯罪行为或违法行为进行定赔、量化等方面，就要在很大程度上依赖较为准确的无形资产评估结果（Smith et al, 2004）。因此，从这个意义上来说，更为准确的无形资产价值评估将可以为知识产权司法保护提供决策参考，增强知识产权的司法保护力度。

4 无形资产评估可以有效提升企业形象并扩大企业影响。

一般说来，除了固定资产等有形资产外，企业的驰名商标、先进管理水平和技术水平以及良好的员工素质等无形资产也逐渐对企业的发展产生巨大的作用，甚至在企业声誉和影响上和利润的制造上有超越有形资产和传统资产的趋势。但需要指出的是，虽然无形资产开始显得越来越重要，但其在企业账面上却一直未

被重视。只有深刻理解无形资产的重要意义,并且对其进行准确的评估,才能更好地使外界认知企业,并进一步提升企业的自身形象。

5 无形资产评估是企业加强管理的必要环节。

市场经济体制相对于计划经济体制来说,无形资产显得更为重要,也越来越被企业的管理者所重视。无形资产对于利润的创造能力,甚至在一定程度上已经超越了有形资产,企业的管理者就需要对自身企业的总资产以及有形和无形资产的占比情况进行科学评估,这也是企业更好地进行资产管理乃至企业管理的重要前提,因此可以说,无形资产评估是企业加强管理的一个必要的环节(Lev et al, 2004)。

3.1.4 资产评估中无形资产的确认

本文所涉及到的资产,并非资产的账面历史价值,而更多地是资产在某一时点的实际价值。在《企业会计准则》中,无形资产的评估范围包括外购无形资产和自创无形资产两大类,这些无形资产的共同特点是可以对其成本进行估计和计量。但企业自创商誉等其他无形资产则很难依靠计量成本的手段来给予确认和估计。因此《企业会计准则》中的资产确认方案主要的依据是无形资产的成本情况,而并没有将其预期的收益等因素纳入考虑之中(汪海粟, 2002)。因为无形资产成本更容易被确认,因此这种方案简单便捷,逐渐成为较为经典的无形资产计价依据。

虽然上述标准较为成熟,但如果完全遵循该依据来对无形资产进行确认,会带来两方面的后果,其一是一些外部关系或自创商誉等没有被纳入无形资产确认的范围,导致无形资产的事实不清,甚至出现漏评的现象;其二是上述无形资产确认方法是基于对可靠计量成本角度来进行估计和估值,而无形资产的实际价值和其成本特点有着很大的差异,这可能会导致相关无形资产的评估出现失真(Guilding et al, 1990)。从以上两个方面的考虑来看,现行会计制度对于企业自创无形资产并未给予资本化,并且无形资产的概念也受到了较大的制约。而实际上无形资产其效用往往与创造成本并没有明显的关联关系,甚至变化方向都是相反的。从这个意义上来说,单一强调从成本角度来确认和评估无形资产,可能会陷入误差性陷阱中,进而导致评估结果失真。

因此,本文认为,无形资产的评估中,不能简单地依赖其成本或者为创造该项无形资产以往支付的费用来确认,而应该对其未来预期收益以及当前实际市场价值来进行估计。只要在可预见的未来时期内,能给企业带来收益或者收入的,并且是企业拥有控制权或者所有权的这部分对象,都应该被确认为资产。所以,从这个意义上来说,企业的某一控制对象(控制资源)是否应该被确认为无形资

产,也应该从两个方面来进行考虑:一是其是否能产生各种形式的未来预期收益;第二是企业是否能对其行使控制权或者拥有权,即其是否是一项非公共资源。

3.1.5 企业无形资产评估的一般方法

根据国务院 1991 年 11 月颁布的《国有资产评估管理办法》第 23 条规定,我国企业在进行资产评估时所采用的评估方法有收益现值法、现行市价法、重置成本法、清算价格法以及国务院国有资产管理行政主管部门规定的其他评估方法。其中,除清算价格法之外,另外三种方法均是常用的资产评估方法,对于无形资产的评估也不例外。

1 收益现值法

收益现值法就是根据某项资产可以为企业带来的预期收益的高低来评估无形资产的价值。通常来说,一项无形资产在未来能给企业创造的收益越高,其估值应该就越高;反之,该项无形资产的创造价值越小,其估值也相应较小。具体而言,该方法就是将被评估对象未来的预期收入折算成现值,根据现值的水平来确定无形资产的估值 (Penman & Stephen, 2007)。这种方法简单易于理解,因此逐渐成为当前使用较为广泛的一种方法。

一般说来,企业在采购一项资产前,会对资产未来产生的预期收益进行现值折算,如果现值高于当前资产的购买价值的话,企业一般就不会购买。即企业购买资产的前提是该项资产未来收益的净值要大于或等于该项资产当前的采购成本。收益现值法就是将评估对象在其剩余寿命期间的预期收益分年或者分月进行折算现值,并累加得出到基准日的现值,进而对无形资产进行评估 (吴军 等, 2009)。收益现值法的基本原理就是将未来收益转化为资产的现值,而现值在较大程度上就可以代替无形资产的当前实际价值。从上面的推理不难知,评估公式为:

$$P = \sum_{t=0}^n F_t (1+i)^{-t}$$

其中, P ——资产现值 (即评估值);

F_t ——第 t 年的净收益;

i ——适用的折现率;

n ——净收益可以持续的年限。

由于收益现值法具备一定的适用性,因此在使用该方法之前,需要先确认或检验以下三个假设:

首先，被评估资产的未来期望收益必须可以预测且可以货币化；

其次，收益期内被评估资产未来预期收益的风险可以预测和货币化；

再次，所参考的统计数据在金额、比率、统计口径上要满足一致性要求。

在这里需要指出的是，收益现值法所针对的无形资产评估需要无形资产的收益具备连续性。因此，无形资产的实际交易价值，不是以其本身价值来衡量，而更多的依赖于其未来能创造的收益，以及其创造收益能力的估值。从这个角度来说，如果某项无形资产的交易行为并非是为了获得收益，那么就无法采用收益现值法来评估。

2 现行市价法

现行市场法在不同的场合也经常被称之为市场比较法或销售比较法，顾名思义，实际上就是采用市场上具备完整估值的类似资产的相关估值进行参考和调整，进而确定拟估计资产的相关价值。事实上，现行市价法就是以市场价格来确定资产价格。采用现行市场法也需要满足两项假设，首先市场是充分竞争和活跃的；其次参照物或者参照价格具有公允性，其相关资料是公开的可获得的。

运用现行市价法，如何寻找到与评估资产相同或相似的参照物是第一要务。一般从理论上说，在市场上如果可以寻找到三个或更多的可比参照物，并且可以用科学的方法来对其相关差异或者误差来进行重构和调整，那么就完全可以以其价格为基础来确定待评估资产的价值（Madde et al, 2002）。但在实践中，寻找与待评估资产相似程度很高的资产较难，这就对如何应用参考物来进行指标调整，进而准确反映估值等提出了较高地要求。如果不能较好地对有关参照物指标进行调整，就会导致估值与实际价值差异较大的情况。

运用现行市价法评估资产的一般程序为：

- 界定评估的对象；
- 进行公开市场调查，并寻找参照物；
- 运用科学方法对参照物进行重构和调整；
- 对参照物和评估对象进行比较和分析；
- 分析调整差异，得出结论。

需要注意的是，现行市价法在无形资产评估中的使用存在两个弊端：一是无形资产市场交易活动有限，市场狭窄、信息匮乏，交易案例很难找到；一是无形资产的非标准性，很难确定类似有形资产用现行市价法评估时参考的调整差异事项。因此，在正式采用现行市价法评估无形资产时需要注意克服这两个弊端。

3 重置成本法

所谓重置成本法，就是将当前资产的重置成本扣减其损耗来对当前资产的价值进行估计。其基本公式为：

无形资产评估值=无形资产重置成本×成新率

一般情况下,企业无形资产的成本包括形成该无形资产所必须的一切可量化费用支出。运用重置成本方法对无形资产进行估值,就必须准确确定其重置成本。重置成本可以认为是在当前市场上,重新构建该项无形资产所必须的全部成本的货币折算值。需要支出的是,重置成本与最初成本由于物价水平的差异,两者不具有可比性,但一般说来,其他条件固定的情况下,无形资产的重置成本较高,也就意味着其重置价值也相对较高(Megna et al, 1993)。

无形资产的重置成本可由两种途径取得:

其一,以历史成本为依据,调整得到重置成本,但应注意的是无形资产历史成本的不完整性、弱相对性以及虚拟性的特征;

其二,对现行价格进行核算和调整,进而得到重置成本。即按无形资产实际发生成本的当前的市场价格来估计。具体计算公式可以表示为:

$$P = \sum W \times P_1 + L \times P_2$$

其中 P 为重置全价, W 为物化劳动消耗量, P_1 为相对于的现行价格; L 为活劳动消耗量, P_2 为相对应的现行价格

重置成本法适用于专门用途的资产,而不适用于土地价值的评估。重置成本法比较充分地考虑了资产的重置成本和应用消耗,即考虑了不同形式的折旧、有形损耗、无形损耗和经济损耗等,对于一切以资产重置、补偿为目的的资产业务都适用,尤其适用于专项资产及某些无形资产的评估(刘京城, 2002)。该方法适用的范围包括清产核资,固定资产转让,专用机器和设备、房屋建筑、整体资产的评估等,而不适用于土地评估、中外合资、合作经营、国有资产转让以及股份制改造等。

3.2 企业无形资产评估文献回顾

随着中国改革开放事业的不断深化,无形资产评估的理论和实践也取得了巨大的进步。随着我国社会主义市场经济的进一步发展,国内学者对于无形资产的评估也开展了深入的研究,相关的研究成果可以进行如下的综述:

1 关于无形资产评估方法的研究。

顺达(1995)、吕峰(1998)等认为,传统的有形资产评估无法满足当前无形资产评估的需要,因此开发一套符合我国实际需要并且更合适的无形资产评估方法和理论也就显得尤为重要。陈艳辉(2001)等则根据前人对于收益现值法,提出了一种更先进的评估的方法,即成本收益双折现法,这种方法不仅考虑了收益的现值,并且将成本的现值也纳入了考虑之内,相对于之前的单折现法更为精

确。谢剑强、赵志涛（2002）在对传统的三种无形资产评估方法进行分析和批判的基础上，提出了一种工作量较小、评估程序简单且具备良好整体性的无形资产评估方法，并命名为分割法。刘贵生、万虎高（2002）运用期权视角来重塑了高技术企业无形资产的特征，并尝试采用期权定价模型来进行无形资产的估值，并取得了一定的成功，有所创新。朱洪（2002）等引入了生存曲线，并给出了无形资产在生存曲线估值中的内涵和体系，并主张采用 Weibull 分布来对无形资产生存数据进行统计拟合并在此基础上预测无形资产的剩余寿命和估值。陈守忠（2004）以界定无形资产的范畴出发，对无形资产的作用进行了分析和阐释，并在此基础上对无形资产评估方法进行探讨，认为无形资产评估的方法一般应该统一为市场法和收益法。王同律（2005）在分析现行方法对企业产权交易中无形资产评估不适应的基础上，结合实例分析，提出了要素法在无形资产评估中的应用研究。张侠、谢旻（2007）认为在知识经济的背景下，专利权、商标、特许权等无形资产构成了企业很大一部分经济价值，采用传统的方法记录和评估无形资产的价值存在着较大的缺陷，提出期权定价模型及其在无形资产评估中的运用。Chiu, Y. J., & Chen, Y. W（2007）指出在无形资产价值评估方面吸引了来自技术管理领域学者的关注，特别是探讨如何评估专利价值对于一个企业的可持续竞争至关重要。基于此，提出运用 AHP 法为智力属性专利权的价值评估创造一种新方法，即目标打分系统。Whitwell, G. J., et al（2007）通过深度访谈获取定性数据，研究一系列影响股票分析师对于无形资产作出评价的主要因素，并对作为未来研究基础的各个命题进行校对。侯莉颖、何俊（2007）综合目前对于企业无形资产、知识资产以及人力资产的研究成果，提出了无形资产是区别于有形资产且能为企业带来超额利益的总和。回顾了几种常见的企业无形资产评估的方法后，提出了属于间接测量法的 CIA 法，该方法建立在无形资产的价值最终将体现为企业运用有形资产获取超额收益的能力的基本思想之上。段光锋等（2008）设计了专门测度患者对某项专利技术的支付意愿水平量表，并通过实证调查，运用条件价值评估的方法和计量经济学的相关方法来建构相关模型分析，能够测度非专利技术的价值，而非专利技术实质上就是一种较为典型的无形资产评估方法。Lagrost, C., et al（2010）在定性分析和定量分析的基础上提出一个框架，以帮助无形资产评估者选择一种适合的评估方法。具体来说，基于参数和必要条件探讨影响智力属性评价方法的选择，以便获得预期评价结果。Salamudin, N., et al（2010）运用 Landsman 资产负债表模型和交叉多元回归方法研究 2000-2006 年间马来西亚企业无形资产的发展状况，通过评估发现该国无形资产发展尚处于较低水平，但其发展势头比较强劲。李先瑞、张毅（2010）在分析无形资产与衍生金融工具都没有公开交易的市场确定其价值，且其价值要根据未来事项的发生与

否来确定,其价值都具有极大的不确定性的基础上。认为文化创意产业的无形资产评估应该是由传统的成本法、收益法、市场法和期权定价法(尤其是双向定价模型)相结合的方式来进行。Ortiz, M. A. (2011) 试图列举关于无形资产评估方法研究的进展情况,提出一种系统动态式的方式来研究智力资本是如何评估的。

2 关于无形资产评估风险、规范与管理的研究。

刘润明(2000)指出,无形资产评估高效开展的重要前提在于一个完善的无形资产评估法律体系和一个无形资产评估的相关机构体系。只要在借鉴国际先进经验的基础上,结合我国基本国情建立健全我国无形资产评估体系,才能更有效地对无形资产进行评估和应用,为改革开放服务。熊亚、熊清(2004)认为无形资产的评估工作存在一定的风险,而要预防这些风险,需要在三个方面开展工作,第一要建立健全无形资产评估的相关法律法规和行业标准,从而构建更为健康的无形资产评估的外部环境;第二是要引导和规范评估机构的建设,不断增强评估机构对于风险的认识和防范意识;第三要对无形资产评估的从业人员加强培训和辅导,提升从业人员的整体素质,建立相关评估的风险保障制度。周建波(2006)基于对品牌类无形资产的双重性特征的分析,构建了一整套对品牌类无形资产评估的指标体系和评估方案。Salinas, G., & Ambler, T. (2009) 对于企业品牌的评估进行深入分析,并在众多品牌评估研究方法与模型的基础上提出分类方法论体系,构建出评估品牌价值的机构专属模型。万娜(2009)认为我国国有无形资产资源丰富,但由于还没有建立完善的无形资产评估制度,流失严重。因此,需要建立适合我国国情的无形资产评估制度,并根据实践提出了一些关于我国无形资产评估的规范。张建民(2009)认为中国的无形资产评估工作较为落后,相关的理论研究和实践工作也较为迟滞,并且无论是在信息支持还是在评估的标准方面,抑或是监督机制等各个方面都存在着较为明显的短板,无形资产的评估往往失真较为严重,难以真实反映相关的市场价值和收益能力,这就要求我国需要不断学习和参考国外的相关成功经验,并积极寻找和探索适合我国国情和实际情况的评估方法。成文(2010)在论述无形资产特征的基础上,分析了无形资产评估中的主要风险,进而提出降低评估风险的对策建议,以准确、全面、有效评估无形资产价值。沈婷(2011)认为我国企业无形资产的管理中存在方法不科学、评估缺乏真实性标准、相关法律法规缺乏等问题。因此,应解决好上述问题从而加强无形资产管理。张秀云、张绪成、修峰(2011)从我国目前无形资产评估方面存在的问题出发,就目前的评估机构、评估人员素质、交易市场等出现的短板以及研究不系统,在执业中政策和技术给力不足的实际出发,提出相应的政策建议,规范无形资产评估市场的管理。唐艳(2012)在对无形资产评估的风险进行划分的基础上,来系统和分条阐述如何在无形资产评估中加强对于各类风险的防范工

作。

纵观国内学术界对于无形资产评估的研究,从现有的文献来看,学者们进行了大量卓有成效的研究,取得了丰硕的研究成果,为本文的研究工作奠定了基础。但仍有诸多关键性理论和实践难点尚未厘清,为我国演艺企业无形资产的评估增加了一定难度。

就目前的研究来看,评估方法的实用性有待创新,无形资产评估的方法更多的是建立在传统的三种研究方法的基础上,与期权定价的评估方法相结合的方式进行的。而期权定价模型在计量上存在较大难度,许多数据在现实中难以有效收集,这在现代的研究中也体现的比较明显。现代研究主要停留在以公式等理论的建构上,很难做到从实际的数据研究中获得更为显著的成果。因此,目前的无形资产评估方法需要有更多的实用功能,而不仅仅停留在理论层面。

从研究方法上看,以往的研究多以定性研究为主,更多的研究还是停留在理论层面,而更为全面的、系统的定量分析比较少见。而任何的分析方法都有其局限性,尤其就无形资产评估而言,应该更多的注重定量的分析。同时,不同的企业性质其无形资产评估的要素是不同的,为充分研究企业无形资产评估的规律,把握无形资产市场发展方向,应该以定量分析和定性分析相结合的方式,创新研究评估方法,系统把握市场命脉,为企业的无形资产评估提供合适、有效的研究方法。

此外,系统性研究也存在不足,国内学者对无形资产评估的研究上,局限性较为明显。为此,应该从某一特定的评估方法出发,对我国各类产业进行研究,并进行归纳总结,形成产业评估体系,从而科学地把握我国各类产业的无形资产评估特点,制定针对性的政策建议。在无形资产在企业发展中的关键作用日益明显的时候,尤其是在以无形资产为核心资产的文化产业中,建立系统化的无形资产评估体系对于其发展是尤为必要的。

3.3 本章小结

本章主要对企业无形资产评估的基本内容与相关文献进行系统总结与梳理,给出了企业无形资产评估的相关概念。此外,在本章中,笔者还进一步分析和明确了企业进行无形资产评估的目的,并简要探讨了无形资产评估的意义和重要作用。在本章中,笔者指出,对资产的确认不能完全地基于资产之前所支付的成本费用,而更应该取决于它们能否为无形资产的拥有者带来预期收益。一般而言,我国企业在进行资产评估时所采用的评估方法有收益现值法、现行市价法、重置成本法、清算价格法以及国务院国有资产管理行政主管部门规定的其他评估方法,进而对前三种方法做了具体介绍。从我国学者对于企业无形资产评估所做的

研究中不难发现,研究重点主要集中在无形资产评估方法研究、无形资产评估理论探讨、无形资产评估风险分析以及无形资产评估的规范与管理等几个方面。此外,还有部分研究涉及到对我国无形资产评估准则的分析和改进。

第4章 中国演艺企业及其无形资产研究

4.1 中国演艺企业概论

4.1.1 中国演艺企业的含义及其特征

演艺企业,顾名思义,就是以演艺事业作为其主营业务的一种企业。而一般说来,演艺企业就是一种典型的经济组织,主要经营的就是演艺产品或者演艺作品的创作、演出、销售、消费或者与演艺作品相关的经纪代理、提供演艺场所等活动(朱敏,2011)。从这个意义上来说,演艺企业可以认为是一种主营产品为演艺产品的文化企业,同时此类企业也会提供与之相关的服务等。中国的演艺企业又具备着文化社会服务和商业化盈利的双重属性。中国演艺企业的主要表演形式包括歌舞、戏曲、魔术、杂技等。

作为企业的一种类型,中国演艺企业具备普通企业的一些共有特质,例如组织、经济、盈利、独立等。当然作为一种较为特殊的企业,中国演艺企业也具备着一些独特的性质,具体可以归纳如下:

(1) 相对于普通企业来说,演艺企业更注重一些末端环节的正常运转,一般来说现场的演出和工作人员、舞台布景等,可能比策划运营环节更为重要。

(2) 相对于传统企业来说,演艺企业由于对舞台布景、灯光音响等的高品质要求,也就导致其技术上的要求更为苛刻,实际技术水平也相对较高。

(3) 演艺企业,其区域特征更加明显,一般说来,演艺企业所处的地理位置、文化特质对其发展有着非常重要的影响。

(4) 相对于其他企业来说,其社会文化服务责任更为突出。演艺企业不仅具备商业化盈利的属性,同时它还承担着丰富人民精神文化生活等相类似的社会化服务属性。

(5) 多元化市场的格局更为明显。中国的演艺企业在不断的发展之中,形成了多种所有制、多种表演形式和多种运作模式的多元市场化格局。

(6) 盈利模式主要以票房和商业赞助为主,但需要指出的是,演艺衍生品的收入、版权收入等在总的盈利模式中的占比水平呈现逐步增加的态势。

(7) 演艺企业处于生命周期中的萌芽和成长阶段。当前我国的演艺企业发展还不完善,相关的产业链尚不成熟,市场竞争和分配的机制还有待改进,演出的国有院团改革需要进一步深化,演艺企业和演艺产业的发展还存在着很大的空间(何文琦等,2006)。

4.1.2 中国演艺企业的分类

道略文化产业研究中心的相关研究认为,中国演艺企业可以按照运营的模式,划分为四种类型,并分别命名为演出院线连锁型、演出跨界创新型、演出品牌塑造型以及转企改制演艺集团。下面对于这四种类型的演艺企业分别进行分析和阐释:

(1) 演出院线连锁型企业

这类演艺企业不同于以往的营销模式,采用多元化和现代化的发展模式。比较典型的案例如保利院线的演出运营中心、大隐院线的标准化节目配送模式。还有些院线会采用与票务公司开展合作等形式。一般说来,这类演艺企业主要是借助先进的管理和运作理念,其主要的运作目标就是使得资本的价值和利润最大化。这种运营模式的最大优势是有利于标准化的推行,即可以通过集中采购、集中输出、统一经营策略等,实现生产和运营的规模效应,降低相关的经营成本(陈思,2012)。此外,院线制可以很大程度上实现品牌的进一步推广,而品牌的推广又可以继续增加企业的无形资产价值,实现良性的循环。

(2) 演出跨界创新型企业

这类企业一般资源整合和跨界运营的能力都比较强。企业依赖某一相关产品的成功推出,集中资源将优势资源向该产品进行集中和整合,同时由于不断地推出其他行业中的创新产品,使得整个产品线极具生命力,并不断催生和衍生出新的演艺产品。相关的典型案例如旅游演出、动漫演出、主题餐厅演出等等。由于这类演艺企业的项目进入门槛较低,可复制程度较高,因此就要求这类演艺企业要持续创新,不断开发出新的演出项目或演艺产品,才能持续提升演艺企业的核心竞争力。

(3) 演出品牌塑造型企业

对于这类演艺企业来说,一般都拥有较为稳定观众群,这样的特点也使得企业的收益可以在较大程度上得到保证。这类企业一般集中优势资源,打造一定数量的具备品牌影响力的产品,进而在此基础上持续在区域层面、产业层面等方面延伸相关品牌。对于这类企业来说,一旦成功建立起较为完善和成功的演出品牌,相关企业即可进入快速的扩张和成长期。

(4) 转企改制的演艺集团

一般来说,转企改制的演艺集团或多或少的都有相关的政府背景,同时由于长期的经营中,获得了很多稀有的演艺有形资产或者无形资产。典型的有形资产如黄金地段的表演场地、先进的演艺设备等;无形资产例如高水平演艺作品的版权等。由于起点高,政府背景也较为深厚,因此,转企改制的演艺集团一般也都有着较高的发展目标。其企业一般都以上市为发展目标,其规模化发展的先天条

件更为优越。

4.2 中国演艺企业无形资产的界定

演艺企业无形资产指的是为特定演艺主体所控制的,不具备实物形态,对企业的可持续经营长期发挥作用且能带来经济利益的资源,如明星身价、创意产权等。演艺企业具备很强的社会服务功能,对提升区域人民的精神生活水平,增强文化艺术的传播等有着重要的作用。因此,越来越多的城市将演艺企业的发展纳入了城市发展的重要环节。但由于演艺企业无形资产评估方面的理论和实践的匮乏,使得我国演艺企业的资产评估一直处于不清晰不明确的状态,这也直接导致了演艺企业的投融资等活动受到了直接的影响,严重制约了我国演艺企业的快速发展。

作为现代企业的一个重要的分支,演艺企业无形资产的重要性同样也被不断地认知和强调。相对于其他企业来说,演艺企业的核心资产并非厂房、机器等,而就是其版权、创意、演艺品牌等无形资产。可以说,这些无形资产就构成了我国演艺企业的核心竞争力。无形资产对于演艺企业的重要性,也就使得准确地对演艺企业的无形资产评估显得更为迫切。而演艺企业的无形资产很多都是相关的创意,其价值评估不确定性更高。很多演艺产品或者相关创意是独一无二的,甚至难以找到替代品或者参照物;同时,演艺企业的无形资产未来的盈利能力结构复杂,很难精准进行预测,这也导致在演艺企业无形资产的评估中对其盈利能力估计的模糊性。这迫切需要我们寻找出一套更为合适的评估方案,来对我国演艺企业的无形资产进行准确的评估。

4.3 中国演艺企业无形资产发展现状

由于经济水平的不断提升,人民的精神文化层面的需求被不断释放,在这个背景下,演艺企业跨界融合的趋势不断推进。演艺事业开始不断与文化产业相结合,演艺事业拥有较多演艺资源,而文化产业则具备广大的需求市场,旅游演出、主题餐厅等相关新产品被不断推出。随着演艺市场的不断细分,在相关细分领域内的竞争进入了白热化状态,部分演艺领域开始逐步进入成熟期,这也就使得开展品牌化发展成为演艺企业进一步发展的突破方式。在这个意义上来说,当前我国演艺企业将逐步进入品牌化竞争的阶段。

随着演艺产业的不断发展,其未来前景被不断看好,导致大量资本流入到演艺产业和演艺企业之中。投资规模的不断扩大使得演艺产业逐步实现规模化和产业化,演艺企业之间的不断合作或者兼并,演艺资源和演艺资产的不断重组成为

一种新的趋势。另一方面,以往由政府主导的文化交流将逐步由演艺企业主导的文化输出取代,演艺输出、版权输出等商业形式不断推动我国演艺企业的国际化(徐世丕,2008)。针对上述两个方面,无形资产都起到十分重要的作用。但需要指出的是,当前我国演艺企业的相关无形资产的发展存在着一些较为严峻的问题,具体包括以下三个方面。

1 演艺产品质量

近几年来,很多演艺企业创新意识淡薄,大量演艺作品都是通过高投入、热炒作等方式来吸引眼球,这也使得演艺企业的相关演艺作品难以获得更高的观众满意度。同时,由于演艺产品的可复制程度较高,也导致很多原创演艺演出被迅速模仿,也导致了演出过剩的情况屡屡发生。这一方面造成了大量的资源浪费和知识产权的侵犯,同时也极易引起观众的审美疲劳,更多的投入反而造成了负效应。

2 演出企业经营管理比较落后

演艺企业的经营管理模式对于演艺企业无形资产的发展有着重要的作用。在我国,很多演艺企业都处于传奇改革的探索阶段,很多传统的剧班剧组的管理模式依然存在,而现代企业的管理理念尚未深入人心,这使得我国的演艺企业与国际演艺企业之间存在着较大的差距。其次,我国演艺企业中,无论是创作人才还是经营人才都较为匮乏,这使得一方面我国演艺企业的无形资产创造创作方面遭遇瓶颈,同时无形资产的运营管理也遇到了极大的挑战。再次,我国尚未形成较为完整的演艺企业中介机构和自律协会,相关的无形资产管理 and 发展的标准也未确立,使得我国演艺企业无形资产的发展和改进难以持续。

3 营销渠道单一,没有形成多渠道营销系统

随着转企改制的推进,国内演艺企业取得较好的经济效益,这与运作人具有前瞻性的品牌意识和灵活的市场营销手段是分不开的。但是,更多的演艺产品并没有寻找到适合自身的市场营销渠道。在国内,一部新演艺作品问世尚未能利用新媒体、传统媒体、电视栏目立体式营销范式,也没有利用事件营销、终端营销、见面会等方式提升消费者的偏好度;在国外,普遍存在的情况是缺少优秀的文化贸易公司,没有顺畅的流通渠道。一些国内演出进入国际市场主要依靠国外经济商,中间环节太多,层层扒皮现象严重。

4.4 本章小结

演艺企业作为企业的一种特殊类型,不仅具备传统企业的一些普遍特质,同时也具有其专有的基本特征。本章讨论了演艺企业的含义及特征。需要指出的是,本章的研究认为,演艺企业的核心资产即为无形资产,包括自创品牌、演艺作品

版权、非专利的技术、演艺创意、特许使用权等。我国演艺企业在近年的发展，取得了巨大的成功，无形资产的发展也有了长足的进步。但其无形资产依然存在着诸如演艺产品过剩、无形资产经营管理较为落后、产品营销渠道单一进而导致无形资产认知误区等现实问题。可以说，无形资产的发展和评估对于我国演艺企业的作用十分重要，但由于我国演艺企业的特殊性，其无形资产的评估相对于传统企业来说，更为困难和具有挑战性。因此，针对演艺企业来开发一套无形资产的评估体系也就显得尤为重要。

第5章 中国演艺企业无形资产评估问题研究

5.1 演艺企业无形资产评估所考虑的因素

就传统的无形资产评估而言,人们对于评估要素认识比较狭隘,评估市场不发达,更多的采用市场法、收益现值法等评估方法,但是,随着现代企业中无形资产范畴的扩大,以及人为因素对于企业无形资产评估产生的直接影响都会增加评估难度(Bontis, Nick, et al., 1999)。根据演艺企业无形资产所特有的性质,在对其评估过程中必须要考虑到以下几种因素:

1 环境因素

国家为进一步推动演艺企业的发展与进步提供了有利的政策支持,这也为科学合理评估我国演艺企业无形资产提供了良好的契机。

(1) 2009年7月,国务院出台的《文化产业振兴规划》标志着我国文化产业的战略地位得到进一步提升,也确定了文化产业将成为引领我国经济走入新一轮经济增长的支柱型产业。并提出了将演艺娱乐等文化产业作为未来工作的重点,从资金、政策等方面给予重点扶持,从国家的高度出发,立足实际,建立完整的、具有中国特色的演艺产业链条,构建演艺产业体系。并且逐渐减少政府直接干预,将演艺企业市场化运作,鼓励民营资本、外资进入演艺市场,推动我国演艺事业的快速、健康发展。

(2) 近年来,文化部为适应社会日益对精神文化的日益需求,促进精神文明建设,提出要大力发展我国演艺企业,开拓演艺市场,实现我国演艺企业跨越式发展。随着我国经济的日益发展,居民的物质需求基本满足以后,人们在文化、体育等方面的需求也日益扩大。经济收入的提高使得高雅剧目和我国传统剧目逐渐在演艺市场占有一席之地,德云社和刘老根大舞台等民营演艺公司的成立,并受到广大消费者的亲睐就是明显的体现。同时,我国国际地位的提升使得更多体现我国文化特色的演艺作品逐渐走上国际舞台,并逐渐为国际场所接受。

(3) 十八大报告强调要扎实推进社会主义文化强国建设,让人民享有健康丰富的精神文化生活。在充分研究我国国情后,政府加快了文化市场的发展,积极推动文化进基层,加大对农村地区文化投入力度。同时,为了进一步促进文化产业化发展,积极对传统事业单位如新闻传媒、传统剧院进行市场化改造。推动文化产业市场化,专业化和国际化。这为演艺企业的发展提供了有利的政策支持,国家对演艺企业的政策支持进入全面开展阶段。另外,国家为了大力推进演艺企业的发展,还给予其金融支持和税收优惠,这是演艺企业发展的主要动力。

2 技术因素

演艺企业中的非专利技术可以起到辅助企业运营、管理的作用,同时也可帮助企业拓宽营销渠道、扩大作品宣传范围(翁惠娟,2010)。因此,在评估演艺企业无形资产价值时,需要将非专利技术纳入考虑范围。

(1) 新媒体技术。随着市场化进程的加快,演艺企业已经不能停留在计划经济时代下的观众“买票—看戏剧—散场”的一线式流程上了,而应该把演艺产品的价值在一线式流程上立体循环反复传递。充分利用新媒体的交互性培养顾客关系、建立顾客资产、顾客数据库,进行数据库营销,实现顾客终生价值最大化。从预购票到售后循环的一个完整的消费过程中,企业也完成了一次完整的价值选择、传递和传播的过程。这个服务模式能够以产业链一体化为载体,将顾客培养成为忠实客户,积累品牌资产。

(2) 通讯技术。宣传环节在演艺企业运作流程中占有重要地位,演艺企业积极运用先进的通讯技术,拓宽宣传渠道,利用电视、网络电视、移动电视、手机视频、新闻媒体、广告,甚至网络游戏等方式进行传输(欧阳坚等,2010)。编排适合不同终端的版本,满足不同人群的消费需要。通讯技术为演艺企业的宣传推广提供了广阔的平台。

3 市场因素

随着我国市场经济的发展,虽然国家为演艺企业提供必要的政策与资金扶持,但这种支持对于那些谋求更大作为的企业来说还远远不够,演艺企业的成长壮大还需依靠自身实力,要在市场环境中接受竞争与挑战。

(1) 演艺企业中与市场联系较为紧密,且通常在无形资产评估中占据较大份额的指标包括演员身价、创意产权。一个演员的价值究竟有多大在很大程度上是由市场决定的,更进一步是由观众喜好决定的,具体可以通过票房、收视率等体系出来。一部作品的创意如何同样是以市场作为风向标,需要接受观众的检验。

(2) 与演员身价、创意产权相联系的是受众满意度。演艺企业若想在激烈的市场竞争中继续保持优势,并获得可持续发展,就需要推出观众喜闻乐见的作品。因此,受众满意度对于演艺企业而言是至关重要的。在评估演艺企业无形资产过程中,受众满意度则体现在外部关系中的企业与顾客关系当中。

(3) 收益状况。资产评估的主要作用在于公司合并或融资担保时,对资产进行清算。因此,对于无形资产的评估时,要充分考虑其收益状况,明确无形资产盈利的能力,不对不能获益的资产进行评估,对变现能力差的进行适度评估,对于不同市场接受程度的无形资产,其评估也要所区别。

(4) 经济寿命。任何产品都有寿命,不能永远创造价值。因此,我们在评估无形资产时,必须充分考虑其使用的年限。对于经典的作品,其消费潜力大,不容易受时间的推移而消失,这种无形资产的价值往往比昙花一现的产品有价值

的多,在评估时要有所区分。

4 文化因素

世界各地的演艺企业的产品都具有一个共同的特点,那就是文化。不同的地区的演艺企业为了适应自己的市场,都具有本地的特色。尽管随着演艺企业的国际化,消费市场的全球化,但是很多演艺企业都是具有自己独特的文化底蕴和文化背景(周正兵,2007)。以徽剧为例,其剧目《惊魂记》为适应海外市场的需求,剧本以莎士比亚名著《麦克白》改编,但是其表演形式还是传统的徽剧演绎手法。中西结合的文化结合,使得其更容易被更多的消费者接受,其价值也就越大。

5 法律因素

一部演艺作品的版权所有是需要得到法律保护的,具体包括:

(1) 权属的完整性。即作品权属的完备程度。权属越完整,则其体现的价值就越大。

(2) 法律的保护程度。由于商业模式专利申请在我国尚处空白,所以在确定某部作品是否能够获得法律保护需要考虑三方面,分别是作品版权所处的阶段;版权的类型;考察权利要求的完整性。

6 其它影响因素

(1) 演艺企业无形资产的未来拥有者的情况。无形资产评估的目的在很大程度上主要应用于企业的合资等情况,因此,无形资产未来拥有者的实际情况将直接影响到现有的无形资产其将来实际的收益能力。以演员为例,演员的转让以及在转让后的成功与否都与未来企业的文化、企业战略、经营管理水平等息息相关。因此,在评估过程中要充分考虑无形资产与未来拥有者的耦合度。

(2) 空间因素、时间因素、获利能力因素。空间因素是指无形资产的交易在不同的空间地域条件下,其评估的价格是有所区别的;而时间因素则是指无形资产的评估与交易在时间上的不同步会在很大程度上左右资产的价格;获利能力因素是指对无形资产的获利能力情况了解不足会在一定造成资产评估的失真。

(3) 评估意义。在研究无形资产评估的影响因素中,我们不得不考虑资产评估的目的,这也是我们对其评估的意义所在。而对演艺企业无形资产的评估主要是由于公司合并带来的资产清算,企业为融资而必须对其资产有明确的标的以及涉及法律法规后所必须的资产确认。由于无形资产市场的蓬勃发展以及人们对其资产的重要性了解的深入化,无形资产评估的重要性越来越和有形资产不相上下,资产评估的市场越来越繁荣,评估的意义越来越显得重要。

(4) 无形资产评估的阶段性的。一般来说,演艺企业的产品在不同的阶段都有不同的知识产权,因此其评估方法也有所不同。在产品的创作初期,体现的是

创意知识产权。在产品的演绎阶段,体现的是营销等产权。而在不同的时期评估,其价值预测是不同的,因此,无形资产评估一定要考虑产品价值实现的阶段性。

5.2 演艺企业无形资产评估面临的问题与难点

在知识经济时代,无形资产成为21世纪众多企业关注的焦点。而对于演艺企业来说,无形资产作为企业的核心资产,其评估对于企业认识自身价值、规避市场风险以及拓展业务都具有非常重要的意义。但是,由于无形资产本身所具有的特性,其评估还存在很大问题(Ortiz, Miguel Angel Axtle, 2011)。特别是我国对于无形资产的评估起步比较晚,对于演艺企业无形资产的评估尚未形成统一的标准体系。因此,现在的无形资产评估还存在很多的问题与难点。

1 法律法规不健全。

2006年新《企业会计准则》颁布,并在2010有所修订后,对于无形资产的评估准则、评估范围和评估体系的完善提供了法律依据。但是,从实际情况来看,评估法律法规体系还很不健全,2012年3月才由十一届全国人大常委会第二十五次会议初次审议资产评估法草案,其他的配套规章制度严重滞后,使得评估范围难以得到标准化的界定。对于演艺企业无形资产评估来说,文化创意产业的广泛性、不确定性对法律法规有着更苛刻的要求。而我国现在关于演艺企业方面无形资产的评估更多是参考其他普通企业的无形资产准则,自己特有的无形资产缺乏明确的法律规定而被忽视或者粗略计算,使作为演艺企业核心资产的无形资产在评估时被大打折扣。同时,随着知识经济的不断发展,人们对无形资产的日益重视,其评估范围是不断发展的,这就要求法律法规在不断调整的同时,还要具有很强的前瞻性。但是,就目前我国的法律现状来看,关于演艺企业的无形资产评估方面的具体规定还要进一步加强、完善。

2 评估范围和标准界定不清。

从世界范围来看,许多国家都建立了自己的资产评估体系,20世纪80年代以来英美等发达国家以及马来西亚等众多发展中国家都有了资产评估制度统一的标准。而我国直2012年3月才由十一届全国人大常委会第二十五次会议初次审议资产评估法草案。因此,我国的资产评估的标准一直都处于模糊状态。其次,在演艺企业无形资产评估中,由于对于无形资产的定义缺乏准确和统一的认识,且多数无形资产的概念相当抽象,因此在评估范围上还存在较多模糊之处,这就在一定程度上会导致很多无形资产的漏评、多评现象,对无形资产的评估造成很大的混乱。据悉,我国有将近九成的企业在进行资产交易时,没有对企业的品牌等无形资产进行评估,或者对于很多诸如商誉、特许经营权等较难评估的无形资产没有评估或者折价计算,造成了企业资产很大程度上的流失。

同时,对于演艺企业来说,无形资产的评估过多模仿其他企业。由于演艺企业无形资产本身具有的特殊性,因此对它的评估范围不能仅仅局限于传统企业的特许经营权等内容,应该对于剧本、宣传渠道等本身特有的无形资产进行评估。特别地,演艺企业很多的研发费用不应该简单的列入费用一栏,这些费用在很大程度上是属于无形资产研发,受此影响,企业的无形资产评估就会存在一定的误差。因此,其评估范围和标准应该和传统企业有所区别。但是,就目前的演艺企业来看,受资产评估制度的影响,该类企业的无形资产评估有很多都是虚评,没有突出演艺企业自身的特殊性,对于企业的发展产生了不利的影响。

3 企业重视不足,管理混乱。

相对于有形资产来说,演艺企业的无形资产种类繁多,很多资产很难直接给企业带来收入,很容易被忽视。而对于企业来说,经营权与管理权的分离,使得管理人员把更多的重心放在能够带来效益,体现自身价值的资产上,对无形资产缺乏深刻的认识,这就导致对很多无形资产的数据的提取和保存方面存在巨大漏洞,加之无形资产本身的特点,数据收集困难。同时,不同的计算方法对数据又有不同的要求,这就给无形资产的评估带来很多困难。另一方面,我国目前很多企业对于数据方面的管理非常混乱,尽管大多数企业管理都在一定程度上实现了信息化,这对于数据的收集很有力,但随之而来的是数据的处理随意化,这就使得字评估过程中难以在大量的数据中获取有效信息,评估资料不健全,评估参数难以取得,增加评估困难。

4 评估方法不统一,评估资料不健全,评估参数难以取得。

对企业无形资产的评估关键就是评估方法的选择,如前所述,常用的评估方法主要有市场法、成本法、收益法。目前来说,市场经济发展程度较高的国家一般采取市场法和收益法。但是由于我国特殊的国情,导致了我国在资产评估过程中的数据收集、资料收集等方面存在很多欠缺,难以提供准确有效的数据,这就导致评估结果的可信度不高,失去了评估的意义。对于演艺企业来说,不同的评估对象要求评估机构采取适合的方法进行评估,在实际操作中很多机构由于主、客观原因,并没有采取符合相应无形资产的方法来评估。对于演艺企业的评估一般先是采用市场法或者成本法等方法,然后利用实物期权法来进一步计算。但是,由于无形资产的单一性和不可重复性,该方法对于无形资产的估价存在一定困难。同时,演艺企业无形资产本身的数据采集也存在很多困难,致使评估方法难以达到合理要求。加之社会不断发展,演艺企业无形资产的内容可以说瞬息万变,使得参数采集的时效性存在很大的波动性,这些都给评估带来巨大的困难。

5 无形资产评估市场化程度不足。

从国外的经验来看,无形资产的评估需要依托信用市场,通过市场化的运转,

使企业的无形资产与企业收益联系起来,促使企业对于自身的无形资产有更深刻的认识,进而有意识的培育评估人才,有针对性的提高无形资产的价值(Ai, Hengjie, Mariano Massimiliano Croce, and Kai Li, 2013)。同时,无形资产评估需要有完备的信息支持系统,这就需要借助市场的力量,提高信息收集的准确性和完备性。尤其是演艺企业,在我国发展比较滞后,更多的是刚从事业单位转制,难以打破传统的管理理念,对市场的认识不足,更加忽视无形资产的评估。此外,无形资产评估最为重要的目的地就是为无形资产交易提供支持,而我国目前无形资产交易市场非常不活跃,交易数量少,不仅不利于推动无形资产评估的发展,而且评估人员难以找到合适的参考对象,无形资产评估就缺乏有效的信息支持,造成评估不准确。

6 管理理念落后,评估市场混乱。

首先是评估机构行政化。由于我国的特殊国情,一些评估机构隶属政府部门或者拥有一定的行政权的组织,在监督机制不健全的情况下,会出现寻租行为,导致行政权力干预无形资产评估,扰乱了市场秩序,影响了评估市场的健康发展,因此,评估机构的法律独立地位问题是当前急需解决的。

其次,评估机构信用级别无法区分。由于资产评估市场是依托于信用市场的,而我们的信用评估市场不健全,缺乏像标普、穆迪等高信用评级公司。评级标准的缺乏导致获得评估资格的机构企业对其评估能力缺乏感性认识,各个不同级别水平的评估机构难以区分,使得评估机构市场完全处于信息不对称的状态,演艺企业无形资产的评估也会存在混乱局面。同时,评估机构在同一层次竞争而没有高低标准,低水平的评估机构在价格方面存在很大的优势,加之一些较差的评估机构通过不正当的途径获得订单,而一些正规企业却因此失去业务,在整个市场竞争中处于劣势。从长远来看,不利于企业无形资产的评估。

最后,存在地方保护主义。根据国家相关法律法规的要求,获得评估资格的评估机构其业务范围是全国性的,不受空间和行业的限制。但是在利益和政绩的驱使下,很多的地方政府对评估机构施压,使得评估市场混乱,各个行业之间存在不公平竞争。许多评估机构利用行政权力独揽某一地区的资产评估项目,这在很大程度上损害了市场的健康发展,对于企业无形资产的评估带来不利影响。

7 评估人员专业素质不高,缺乏专职的评估机构和评估人才。

金融学、审计学、会计学 and 法学等一系列学科都是评估工作所必须掌握的。金融学等一系列学科,知识含量高,尤其是演艺企业无形资产评估,属于知识-艺术-技术型无形资产,本身涉及许多跟演艺相关的专业内容,如果不能深入了解它们,就很难能够对于进行准确评估;同时,演艺企业中的无形资产有相当一部分涉及商业机密,这就要求评估机构和评估人员承担严格保密的义务。但是,

在利益的驱使下,职业道德水平比较低的员工就有可能泄密。当然,由于评估人员的专业水平等主、客观原因,泄密随时都有可能发生。

对于演艺企业的无形资产评估来说,由于其严格的保密性,就会使得数据的采集存在很大障碍。同时,不同的无形资产要素在不同的社会环境下,其获利能力是有差别的,加之社会科技的不断进步发展使得各个相关因素内容需要不断的更新。这些都对无形资产的评估带来很多困难。这就要求工作人员的理论知识储备和实际的工作经验就有一定的标准,而对于一线的评估工作者来说,这一标准将更高。但是就我国目前的现实情况来着,很多人的专业素养不高,职业道德水平也有待提高,资格审查需要进一步加强。因此,对于演艺企业无形资产评估来说,就会造成操作不规范,方法不科学,评估质量普遍不高等一系列问题。

8 评估报告信息披露不充分。

从上市公司的无形资产报表来看,无形资产公司间披露的无形资产的差异很大,且占资产总额的比例仍旧较小。无形资产评估报告过于形式化,千篇一律,评估报告使用者从中获得信息较少。信息披露的随意性较大,部分披露的内容过于专业化,不易理解。对于演艺企业来说,很多的评估对象是跟其他企业有区别的,在评估时需要单独表述,并进行定义,否则就会造成使用者对于报告产生误解,造成不必要的损失。同时,评估机构不充分披露或滥用评估假设和前提,导致报告使用者对评估结论成立条件的误解。就评估结果而言,使用范围没有进行严格限定,不同的场合使用不同的报告,明细程度和专业词汇使用上都会有一定的区别。

9 缺乏有效监督机制,评估责任不明确。

近年来,我国的无形资产评估机构虽然取得了较大的发展,但是在监管上存在严重的滞后。众所周知,缺乏监管的无形资产评估,其真实性很难得到保证。评估机构如果对于自己的评估结果不承担任何责任,那么就会形成利益勾结,使得评估报告信息披露不充分,使报告使用者产生误解,危害资产交易双方的利益,扰乱了无形资产评估的市场秩序。同时,我国的资产评估机构很多是由政府职能部门演化而来的或者是挂靠在政府部门的,这就使得很多评估机构具有行政权力,在缺乏有效地监督机制时,行政权力就会过度的干预市场行为,权力滥用,滋生腐败,甚至形成地方保护主义。这不仅不利于市场竞争,同时也是对民营企业产生很大打击,严重破坏了我国信用市场的培育与建设,对整个评估市场的健康发展产生影响。

综上,我国演艺企业无形资产的评估还存在诸多问题,评估工作面临着许多困难和挑战。在演艺企业无形资产评估方面的理论与方法上的建设远远滞后于发达国家,法律法规建设已经提上议事日程,这就使得评估标准和评估范围有了进

一步统一的可能。同时,评估人才的培养也是迫在眉睫,评估方法需要在结合我国市场经济的基础上进一步调整。无形资产的评估关键在市场,只有良好的市场运作,再结合政府的有效管理,才能使无形资产评估进一步科学化、标准化,才能进一步保护演艺企业的核心资产,促进演艺企业的繁荣发展。

5.3 本章小结

本章讨论了我国演艺企业无形资产评估过程中所应考虑的因素,同时探索了我国演艺企业无形资产评估中存在的问题与难点。就演艺企业无形资产的特殊性质来说,影响无形资产评估的因素是多种多样的。主要有:环境因素,主要体现在国家对于演艺企业发展的政策支持;技术因素,即在评估演艺企业无形资产价值时,需要将非专利技术,如新媒体技术、通讯技术等纳入考虑范围;市场因素,主要包括演员身价、创意产权、观众满意度、收益状况与经济寿命;文化因素,特别是独具中国元素的演艺作品;法律因素,如权属的完整性、法律的保护程度;其它影响因素,如时间因素、空间因素、盈利能力因素、评估意义等。由于无形资产本身所具有的特性,其评估还存在很大问题。特别是我国对于无形资产的评估起步比较晚,对于演艺企业无形资产的评估尚未形成统一的标准体系。因此,现在的无形资产评估还存在很多的问题与难点:比如,法律法规不健全;评估范围和标准界定不清;企业重视不足,管理混乱;评估方法不统一,评估资料不健全,评估参数难以取得;无形资产评估市场化程度不足;管理理念落后,评估市场混乱;评估人员专业素质不高,缺乏专职的评估机构和评估人才;评估报告信息披露不充分;缺乏有效监督机制,评估责任不明确。

第6章 中国演艺企业无形资产评估体系建构

6.1 演艺企业无形资产评估的总体思路

对于演艺企业而言,无形资产是其实质发展中所不可缺少的重要组成部分;同时,这些无形资产也依赖于演艺企业这个平台发挥出作用。因此,对于演艺企业无形资产进行评估,既需要考虑到无形资产的自身状况,也需要考虑到其所属演艺企业的运营状况。进一步地,无形资产的自身状况既包括其自身资产状况,也应包括其与外部相互联系的环境状况;其所属演艺企业的运营状况既包括企业的基本运作流程,也应包括无形资产参与这些流程并形成增值的状况。总之,无形资产价值的大小是与其所属演艺企业密切相关的。

由于演艺企业无形资产种类繁多,既包括传统型无形资产,如土地使用权、非专利技术等,又包括现代企业中已经明确认定的现代型无形资产,如人力资本、外部关系等,而且演艺企业不同与其他类型的企业,其本身也具有专属于自己的无形资产,如演员(明星)身价、创意产权等。在这些无形资产中,有一部分无形资产就现阶段而言,还没有具体办法对其价值加以评估。因此,本文在对演艺企业无形资产进行正式评估前,需要确定待评估无形资产有哪些,并根据其特性和评估方法,将其分类,进而构建出我国演艺企业无形资产评估的指标体系。

在此,本文将演艺企业无形资产评估的指标体系分为三类,分别是传统型无形资产、现代型无形资产1和现代型无形资产2,其中后两者虽然同属于现代型无形资产,但所不同的是,现代型无形资产1中的各项无形资产可以找到现行方法进行评估,但现代型无形资产2中的各项无形资产却无法通过现有方法加以评估。然后,需要对着三类无形资产分别进行评估。考虑到前两类无形资产可以通过具体方法和模型得到评估结果,而第三类无形资产需要在计算出演艺企业总体资产价值的基础上,扣除企业有形资产(包括货币资产)的价值,即可得到演艺企业整体的无形资产价值,再减去前两类无形资产,将其分别乘以根据适当方法估算出的其中每项无形资产的权重,方可得到第三类无形资产中每一项的价值。具体来说:

1 对于演艺企业传统类无形资产中的土地使用权,先采用成本逼近法进行测算,再利用基准地价系数修正法进行再次核算以确定土地使用权的价格,最后采用平均数确定土地使用权的估计结果。对于特许经营权的评估,使用收益现值法进行计算。对于非专利技术,如新媒体技术、通讯技术等,同样采用收益法进行评估。

2 对于演艺企业现代型无形资产1中演员(明星)身价的评估,采用的是由

Darlene C. Chisholm 提出的一套比较权威的价值评估方法。对于人力资本的评估,采用收益与成本综合配比的方法进行估算。对于演艺企业品牌,则运用国际市场上公认的比较有代表性的 Interbrand 方法来测算。对于演艺企业无形资产中企业家资本的评估,可考虑采用实用期权法来进行。

3 对于演艺企业现代型无形资产 2 中各项无形资产的评估,本文综合运用现金流量折现法(DCF)和层次分析法(AHP)对这部分无形资产进行整体性评估,并通过计算权重获得各项无形资产的评估价值。通过运用折现现金流评估模型,准确预测自由现金流,适当选取折现率,评估出演艺企业的整体资产价值。在整体资产价值中扣减掉演艺企业的有形资产(包括货币资产)价值,即可得到演艺企业的整体无形资产价值。需要注意的是,在得到的整体无形资产中,还要进一步扣除前两类无形资产的价值,然后根据层次分析法,估算出该类无形资产中各项具体无形资产的权重,进而得出其各项具体无形资产的价值。

为了按照上述方法评估出待评估演艺企业现代型无形资产 2 中各项具体无形资产之间的相对权重数值,需要用到层次分析法。层次分析法是一种将客观与主观相结合的多准则决策方法,通过将一个复杂问题分解为一个递阶层次结构,这种方法可实现将人的判断转换为各项准则间的权重判断和各项方案间的得分排序。将其运用于现代型无形资产 2 各项具体无形资产间的权重判断,可有效结合多种定性与定量数据,避免因缺乏足够实证数据而导致的评估困难,具有实用、简洁和兼具系统性的特点,具有相当的适用性。

以上即为对于我国演艺企业无形资产进行评估的总体思路与框架,为演艺企业无形资产的评估提供一定的参考与借鉴。各企业在实际评估过程中,还要结合自身发展与实际情况,在建构合理的评估指标体系的基础上,选择适合自己的评估方法与评估模型。

6.2 演艺企业无形资产评估指标体系建构及其依据

通过理清我国演艺企业无形资产评估中的总体思路,不难发现演艺企业的无形资产评估是一个较为复杂的过程。在对其无形资产进行评估时,正如前文所述,有必要综合考虑无形资产自身状况(包括外部关系与环境)以及其所属演艺企业的运营状况(包括无形资产在其中的增值状况)。

在评估之前,需要首先选择待评估的无形资产。本文根据待评演艺企业无形资产的性质、特征,并在考虑现有无形资产评估方法与模型可行性的基础上,将演艺企业无形资产评估指标划分成三类,如图 6.1 所示。

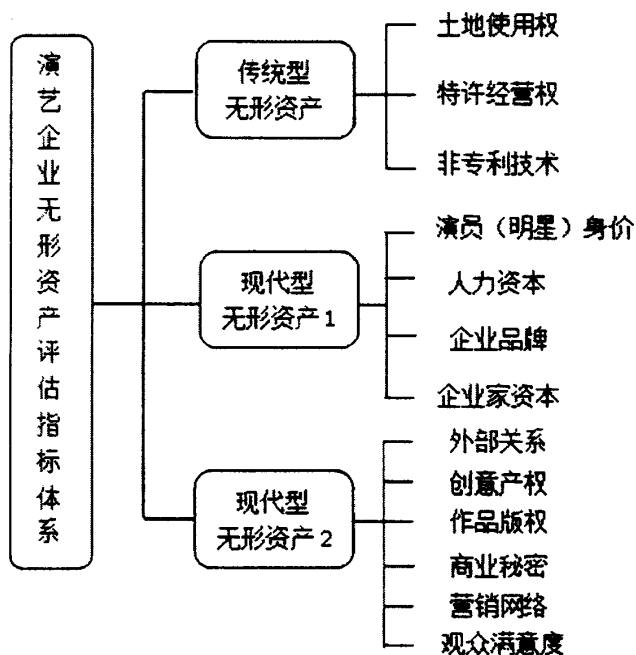


图 6.1 演艺企业无形资产评估指标体系建构图

由此可见，我国演艺企业无形资产评估指标体系的建构主要包括三个层面：

其一，传统型无形资产，包括土地使用权、特许经营权、非专利技术等。此类无形资产属于传统型无形资产，在评估时可以采用某一种传统型评估方法，如土地使用权可以采用成本法、特许经营权与非专利技术均可采用收益法进行评估。

其二，现代型无形资产 1，包括演员（明星）身价、人力资本、企业品牌、企业家资本。此类无形资产属于现代型无形资产，传统型评估方法显然无法满足评估要求，需要运用现代型评估工具。具体而言，（1）创造新型评估工具。比如，在评估演艺企业中的演员（明星）身价时，应用由 Darlene C. Chisholm 在《演艺明星的契约、风险与活力周期：电影合同得出的经验性结果》一文中提出的好莱坞电影明星的价值评估方法。（2）将传统型评估工具叠加使用。比如，在评估演艺企业人力资本时，可以综合运用成本法与收益法。（3）将传统型评估工具加以改进。比如，在评估演艺企业中企业家资本时，用到实物期权法以及由此构造的期权定价模型。可见，对于这一类别的无形资产，我们都可以找到一种评估方法对其中的每一项加以评估。

其三，现代型无形资产 2，包括外部关系（如政企关系、银企关系等）、创意产权、作品版权、商业秘密、营销网络、观众满意度。此类无形资产虽然同样属于现代型无形资产，但与第二类相比，不仅其资产构成更加抽象，而且某些无

形资产在现实中难以界定,如创意产权、商业机密等。所以,现有评估方法与模型无法对该类无形资产中的具体资产进行准确估算,需要另辟蹊径。

综上,对于第一类无形资产,由于评估它们在使用方法上较为单一,且约定俗成,只需遵循相应的评估模式即可,不存在方法与模型上的叠加与创新。所以本文在考虑演艺企业特殊情况的基础上,提出评估每项资产的方法。对于第二类无形资产,笔者将对其中每项资产进行评估,并给出具体的评估方法与模型。对于第三类无形资产,本文在运用传统评估方法的基础上,引入层次分析法(AHP),将其中每项无形资产的权重计算出来,从而达到对它们进行评估的目的。

6.3 演艺企业中各类型无形资产评估方法与模型

按照前文论述,通常可将演艺企业的无形资产分为传统型无形资产、现代型无形资产1和现代型无形资产2三个类别,其中每一个类别的无形资产都具有其不同的表现和特征,因而对其的价值评估也有着不同的方法。下面分为三节详细分别论述。

6.3.1 对演艺企业中传统型无形资产的评估

1 土地使用权

因为其在使用年限和年收益上的不确定性特征,所以有必要运用恰当的土地使用价格评估方法来测算出其土地使用权价值。而为了确定恰当的评估方法,则需要综合考虑土地的使用条件、土地的使用用途以及土地交易市场等的状况。结合演艺企业自身的特点以及土地使用权的特殊性,先采用成本逼近法进行测算,再利用基准地价系数修正法进行再次核算以确定土地使用权的价格,最后采用平均数确定土地使用权的估计结果。

首先,采用成本逼近法测算基础价值。顾名思义,成本逼近法就是通过计算加总取得土地使用权的所有成本来刻画土地使用权价值的大小。这里所谓的所有成本,其范围至少包括取得土地使用权所耗费的各项客观费用,开发土地所耗费的各项客观费用,以及在上述过程中发生的利息、税金和应交税费等,预期的利润额,加上土地使权益值等。土地使用权价格 $P = \text{土地完整价格} \times K$ (年期修正系数), 而 $K = 1 - 1 / (1 + r)^n$

其中, r ——还原利率,参照评估基准日央行公布的贷款利率加风险值;

n ——剩余使用年限。

土地完整价格成本法的计算公式为:

$$P_1 = [c_1 + c_2 + c_3 + (c_1 + c_3) \times r_1 \times t + 0.5 \times c_2 \times r_1 \times t + (c_1 + c_2 + c_3) \times r_2] \times (1 + r_3)$$

其中, P_1 ——土地完整价格;

c_1 ——土地取得费;

c_2 ——土地开发费;

c_3 ——各项土地税费;

r_1 ——利息率;

r_2 ——利润率;

r_3 ——土地使用权收益率。

土地取得费是指用地企业为取得土地使用权而与土地所有权人和原土地使用权人发生的包括有关税费在内的各项费用。土地开发费是为使土地达到一定的开发建设条件而投入的包括有关税费在内的各项费用。利息是对土地投资资金的时间价值的考虑。土地使用权收益率是指国家作为土地的所有人在出让土地使用权时向用地单位收取的经济报酬。

其次, 运用基准地价系数对基础价值进行修正。以政府公布相同类型土地的基准地价为基础, 对包括交易日期、区域因素和个别因素(比如使用年限等)在内的因素, 张娜红基准地价修正法进行相应的修正, 得出修正后土地使用权的修正价值。其基本计算过程: 土地价格 $P_2 = \text{基准地价} \times (1 \pm K)$, 而 K 为基准地价修正系数。

最后, 确定评估价格。最终的土地使用权价格为 $P = (P_1 + P_2) / 2$ 。

2 特许经营权

演艺企业的特许经营权是属于政府特许的专营权, 一般会获得较高的经济收益, 多采用收益现值法计算。

收益现值法的基本计算方法为:

资产评估价值 = 近期收益现值 + 永续年收益 / 本金化率

近期收益现值 = $\sum$ 各年收益额 $\times$ 特许权提成率 $\times$ 折现系数

计算公式为:

$$P = \alpha \sum_{i=1}^n \frac{M_i}{(1+r)^i}$$

其中, P ——被评估特许权的近期收益现值;

α ——特许权提成率;

r ——折现率;

n ——使用年限;

M_t ——使用被评估特许权后第 t 年的企业利润额。

永续收益=近期中最后一年收益额×特许权提成率

本金化率=收益额/资产价值

3 非专利技术

在评估演艺企业非专利技术的价值中,一般采用收益法进行评估。收益法指的是通过对待评估非专利无形资产未来可能带来的预期超额收益,并将其折现为现值作为该项非专利无形资产的评估价值。其基本思路为,非专利技术的价值量只能通过带来的超额收益的大小来确定,不能带来超额收益的非专利技术是没有价值的。其具体计算公式如下:

$$P = \sum_{i=1}^n R_i / (1+r)^i$$

其中, P ——待评估非专利无形资产的评估价值;

R_i ——待评估非专利无形资产未来第 i 年可能带来的预期超额收益;

r ——待评估非专利无形资产未来超额收益折现为现值的折现率;

n ——待评估非专利无形资产的预期经济寿命。

如果预采用收益法对演艺企业的某项非专利技术进行价值评估,需要选择一个合适的评估参照标准,要结合被评估专利技术资产的实际情况综合考虑

一般而言,同行业相近规模企业或创作作品的净资产收益是较好的参照标准。资产收益率、资产利润率等是可以考虑使用的参照标准。若采用同行业相近规模企业或作品的净资产收益率为参照标准,则有

$$R_i = (A_i - \alpha_i) \times m_i$$

其中, A_i ——被评估非专利技术资产使用后第 i 年的预期企业或创作出来的作品的净资产收益率;

α_i ——第 i 年同行业相近规模企业的净资产收益率;

m_i ——第 i 年评估对象的净资产额。

在评估过程中,还需要特别注意以下影响非专利技术的因素:

(1) 非专利技术的使用期限

非专利技术由于依靠保密手段进行垄断,不被法律保护,因此没有法定的有效期。如果合同规定的特许期间较短,往往可以按合同年限进行评估。如果项目本身未给出期限或期限较长则对非专利技术的剩余寿命进行评估。

(2) 非专利技术的获利能力

非专利技术的保密特性没有市场类比资料,故通过市场突进评估是不大可能

的。由于非专利技术无形资产具有超额获利能力,因此充分研究深入考察其直接和间接的获利能力也就成了评估非专利技术无形资产价值的关键问题。获利能力高的非专利技术无形资产,其价值自然也就大。

(3) 非专利技术取得成本

无论是自创技术还是外购非专利技术,其成本的高低都会影响专有技术的评估价值。评估时应注意研究和取得专有技术的实际成本。

6.3.2 对演艺企业中现代型无形资产 1 的评估

演艺企业中的现代型无形资产 1 包括四项指标,分别是演员(明星)身价、人力资本、企业品牌和企业资本,本文分别采取不同的评估方法与模型对它们进行逐一评估。

1 对演员(明星)身价的评估

演艺企业中的演员或演艺明星是企业拥有的核心无形资产之一。一个优秀的明星会给企业带来巨大的收益,同时,明星的市场影响力也是在不断变化的,这在某种程度上来说会给企业带来一定风险。因此,对演员的价值评估对演艺企业无形资产的评估来说是非常重要的。目前来说,对演员价值的评估比较权威的方法是 Darlene C. Chisholm 在《演艺明星的契约、风险与活力周期:电影合同得出的经验性结果》(Chisholm, Darlene C, 2004)一文中介绍的好莱坞电影明星的价值评估方法。作者提出的公式为:

$$P = P_0 + S \times r$$

其中, P_0 ——演员(明星)的固定薪酬;

r ——演艺作品的利润;

S ——演员(明星)的利润分成比例。

演员(明星)的固定薪酬即是根据他们目前在业界的地位以及与其所承担风险相关的种种因素计算得出的。如该演员(明星)获奖的被提名状况、近期几部演出作品的票房或者唱片销售情况等,都是明星固定薪酬衡量的重要参数。其计算公式为:

$$P_0 = B_0 + XB$$

其中, X ——衡量演员(明星)的地位及其所承担风险的矢量,

B ——各种变量的系数,如将该公式展开,则有:

$$P_0 = B_0 + B_1 \text{EXPERIENCE} + B_2 \text{EQEL} + B_3 \text{WITCH} + B_4 \% \text{TOP20}_{t-5} + B_5 \% \text{TOP20}_{t-10} + B_6 \% \text{TOP20}_{t-15} + B_7 \% \text{TOP20}_{t-20}$$

其中,

EXPERIENCE ——经验参数,即演员(明星)在该作品之前主要参演的作

品数量或者在发行唱片之前唱片发行数量;

EQEL——作品续集参数,即作品是否有续集;

WITCH——类型转变参数,即该演员(明星)作品中的角色与其以往所扮演的角色类型不相同程度,以及演员所表演或歌唱角色是否与其自身气质相吻合;

TOP20——排行参数,即演员表演的作品在票房排行榜或歌曲排行榜居于前20位时所占比例的情况。

其中经验参数、排行参数所概括的是该演员(明星)过去的价值创造能力,而类型转变之类的参数则代表的是该演员(明星)所承受的风险,即其未来可能给公司的收益带来一定的损失。

2 对人力资本的评估

从一定程度上讲,企业可视为物质要素与人的有机结合,其中的人力资源即是人力资本无形资产的载体。随着机器的广泛使用和生产自动化水平的提升,人力资本在现代企业中的作用已经变得越来越重要,并且不可替代了。从成本花费角度来讲,企业人力资源的招聘、安置、培养等工作都需要耗费不少花费,而且这些费用分布于企业成长和发展的各个阶段。成本花费过程越长,其所培育出来的人力资本所能为企业创造效益的时间也就相应要短一些。因此,综合成本花费的情况,再结合效益进行一些修正,即可对于人力资本无形资产价值做出整体性的初步评估。对于人力资本而言,其主要的成本花费主要有以下几项:

招聘费用。对于大牌明星、优秀或一线演员等的花费更高,如解决食宿等;

培训费用。包括工资、福利、平时训练、彩排等培训成本;

调配调整费。因为人力资本的不熟练或者疏忽等带来的机会损失花费;

其他费用。包括退休养老金折现值等等。

具体评估方案是:

(1) 人力资本基础成本=A项+B项+C项+D项;

(2) 人力资本基础价值=人力资本基础成本 $\times$ (1+人力资本利润率)

人力资本利润率可通过查阅不同类人力资源行业平均利润率来进行估计,并进一步将各项加总得到总的人力资本基础价值。

(3) 人力资本有效周期的计算。可通过AHP方法来进行计算,综合考虑人力资本的流动性与变化程度、所创造出来作品及其创新周期,以及人力资本的学历与知识更新程度、人力资本的训练周期与表演时间和表演强度等因素进行评估。

(4) 人力资本调整价值=人力资本基础价值 $\times$ 人力资本有效周期

3 对演艺企业品牌的评估

随着全球经济的不断发展,品牌作为企业的一项无形资产,逐渐被人们重视。与之相佐证的是对品牌价值的评估方法也在不断地创新之中,以期能够更加准确的对企业品牌价值进行准确评估。对于演艺企业来说,品牌价值的评估具有十分重要的现实意义。评估演艺企业的品牌价值,不仅能够提高演艺企业的市场占有率,还可以提高演艺企业的知名度与美誉度。与此同时,演艺企业本身的特殊性使得品牌的价值在很大程度上决定了演艺企业的发展潜力。因此,对演艺企业的品牌价值进行评估,鼓励演艺企业加强品牌建设,对于演艺企业以及演艺企业的无形资产的评估来说都是非常重要的。

从目前国际评估市场来看,更多的评估机构采用英国国际品牌公司创立的评估方法(简称 Interbrand 方法)(Porter, Michael E, 1976),这也是目前国际市场上公认的最为权威的企业品牌评估方法。其计算公式是:

品牌价值 $E =$ 品牌的利润贡献 $I \times$ 品牌强度系数 G

(1) 品牌强度的评价

品牌强度系数的评价是由专业评估师和专家根据以下七个维度对企业品牌进行的主观判断。主要包括:市场性质、稳定性、市场地位、品牌趋势、品牌支持、行销范围和品牌保护。而在这七个方面,Interbrand 方法分别规定了其最高分值,如下表所示:

表 6.1 企业品牌强度系数评价表

品牌强度层面	最高得分
市场性质	10
稳定性	15
市场地位	25
品牌趋势	10
品牌支持	10
行销范围	25
品牌保护	15

(2) 品牌的利润贡献

品牌利润贡献 $I = (\text{经营收入} \times \text{经营利润率} - \text{正常投入成本} \times \text{投资回报率}) \times (1 - \text{所得税率})$

通过对演艺企业的数据搜集与提取,就可以计算出演艺企业品牌的利润贡献,再将数据代入公式,即可算出演艺企业的品牌价值。

4 对企业家资本的评估

现代经济和现代企业制度中,企业家的才智和能力越来越成为他们带领企业走向成功的关键因素,因此,在某种意义上来说,演艺企业的演艺家和管理者所具备的个人素质也是一种无形资产,所以,我们在对无形资产进行评估时,对于企业家资本的评估就显得尤为重要,演艺企业也不例外。但是传统的评估方法,如成本法、收益法等无法有效评估其价值,因此,我们在评估方法上必须有所突破,而从目前的国际经验来看,期权定价模型更适合对企业家资本进行评估。

(1) 实物期权法的引入依据

实物期权法是近年来国内外较为流行的评估上市企业无形资产的新型方法,特别是对于在高度不确定环境中的企业和项目,该方法可为弹性估值提供理论支撑(杨亚西,杨波,2009)。我国演艺企业可利用实物期权法和期权定价模型来评估企业家的智力资本,以及对企业拥有怎样的发展前景和机会的选择权进行分析论证。

期权是期货合约选择权的简称,其实质是一种选择权。以最为基本的看涨期权为例,在购买该项权力,实物价格低于标的价格,那么投资者就会放弃权力交割(金奕敏,夏虹,2011)。同样的,企业对于管理者也具有选择权,在其不能实现企业经营目标时,就会被辞职。在期权方面的研究中,以布莱克、舒尔斯和默顿三人所构建的布莱克—舒默模型为代表。

布莱克(Black)与舒尔斯(Scholes)提出的 Black-Scholes 期权定价模型(OPM)(Chriss, Neil, 1997) 为:

$$C = SN(d_1) - E e^{-rT}(d_2)$$

$$d_1 = [\ln(S/E) + (r + \sigma^2)T] / \sigma T$$

$$d_2 = [\ln(S/E) + (r - \sigma^2)T] / \sigma T$$

其中, C ——实物期权现价

S ——标的资产价格

E ——实物期权执行价格

r ——没有考虑风险的利率水平

T ——距离最后期限的时间跨度

σ ——标的资产投资回报率标准差(以年为计算单位)

(2) 演艺企业中所包含的实物期权

演艺企业拥有的期权。跟普通的企业一样,在经营过程中,演艺企业的经营管理者必须面临一系列的决策,对市场的定位,演员的培育,作品风格的选择等,这些选择都会对企业的盈利情况产生一定的影响,在某种意义上来说,也就具有了无形资产的性质,选择的好与坏,能否适应未来市场的需求,都或多或少影响评

估结果。因为具备这些选择权,也就与期权模型性质吻合,具有了实物期权的特征。因此,演艺企业就拥有许多期权,并且很多权力并没有为大家所熟知,在应用过程中也非常的复杂。但是,从整体上来看,我们可以将其分为以下几个方面:

其一,实物期权在演员价值中的界定。演员价值对于演艺企业的盈利能力至关重要,如果一个演员的身价处于上涨时期时,同行业企业可以将其高价买入,演员所在企业可以选择卖或者不卖;如果一个演员的身价处于下降时期时,该演员所在企业可以将其卖出,同行业企业可以选择买或者不买。

其二,创意产权中的实物期权。创意产权允许企业有创作或推出某种作品的权力。正如前文提到看涨期权,产品的创意就是标的物,成本就是执行价格,而其带来的利润就是标的物价值。只有当执行价格低于标的价格时,该项创意才会被采纳,并转化为产品,为企业带来收益。

其三,宣传或营销网络中的实物期权。对于演艺企业来说,宣传和营销网络是企业能否盈利的重要手段,也是演艺企业众多选择权中比较突出的一类。以《人在囧途之泰囧》为例,该剧创造了我国票房神话,这与其宣传有着极为重要的关系。该剧的所有权公司为光线传媒,该公司在选择宣传方式时,以幽默短片、综艺节目等多种宣传方式并行,虽然成本即执行价格过高,但是带来的标的价格,也就是收益是有目共睹的,是一次成功的宣传网络的看涨期权营销模式。对于演艺企业来说,要根据不同的消费主体选择宣传方式,《泰囧》的成功不能代表其宣传模式能够适应其它剧种,仅仅只能作为一种参考,但是这么模式却也是一种无形资产,也必须对其进行评估。

(3) 运用实物期权法对企业家资本进行评估

根据我国演艺企业的实际情况,借鉴国外对于企业家价值评估的经验,以市场为导向,产品为基础,立足于演艺企业的特殊性,评估我国演艺企业的企业家的标准有:企业品牌影响力,新兴产品利润贡献率,产品的市场占有率,企业战略管理能力以及企业绩效管理水平,企业员工素质,产品的获奖情况及其排名,管理理论的创新与突破,企业盈利情况以及财务状况,企业固定资产比例,技术创新率,基本员工满意度,顾客满意度,同行评议等因素都应该作为参考。

对于企业本身来说,企业家对于企业的影响更多的体现在利润上。尤其是近年来,随着经营权和所有权的分离,企业所有者的目标与管理者的目标相分离。所有者更多的是想获得更多的利润,而经营者更多的希望扩大销售范围,提高自身知名度,对于企业利润则主要作为其关注的副产品。在对企业家价值的评估过程中,要降低管理者夸大的成分,充分考虑整体市场的变化,而只关注因企业家能力的带来的企业受益。而从演艺企业的特点来看,企业发展的评价指标主要包括:产品的收益额,资产负债率,产品的艺术价值,产品的社会贡献率,资本收

益率，资本保值增值率，产品获奖比例等。

在运用布莱克---舒默模型对演艺企业的企业家进行评估时，主要的选择要素有：

- 标的价格=预期收益。即企业家的个人能力给企业带来的剔除因其他资本带来收益的超额收益。
- 执行价格=投入成本。主要是企业家自身的素质，包括学历水平，道德水平，专业素养，管理能力以及身体状况等。
- 到期期限=企业家的合同年限或可能工作年限。

6.3.3 对演艺企业中现代型无形资产 2 的评估

演艺企业现代型无形资产 2 主要包括六项内容，分别是外部关系（如政企关系、银企关系等）、创意产权、作品版权、商业秘密、营销网络以及观众满意度，本文综合运用现金流量折现法和层次分析法对这部分无形资产进行整体评估，并通过计算权重获得各项无形资产的评估数值。

现金流量折现法的使用范围比较普遍，能够较为科学地确定企业无形资产的折现率；层次分析法可以用来处理资产分割过程中定性和定量的相关因素。具体而言，首先运用现金流量折现法对自由现金流进行预测，并选取适当的折现率，以便得到演艺企业的整体价值。然后再从整体价值中减去演艺企业货币资产与有形资产总额，得到演艺企业无形资产总值。再进一步从无形资产总值中扣去前两类无形资产总数，得到无形资产余值。采用层次分析法构建层次递进结构模型，确定演艺企业中现代型无形资产 2 中各项无形资产的权重，用无形资产余值分别去乘各项权重，得出这些无形资产在评估时点时的价值量。

1 确定演艺企业的各项资产构成

任何企业的资产构成一般都由三部分组成，即货币资产、有形资产和无形资产。由公式表述为：企业的总体资产价值=企业的货币资产价值+企业的有形资产价值+企业的无形资产价值。

（1）演艺企业的货币资产构成

货币资产指的是企业以货币形式（或者其他可快速转换成货币的形式）所具有的资产，从会计学的角度来讲，货币资产即为流动资产与流动负债之间的差值。对于演艺企业而言，其流动资产通常有以下几项：

- 现金；
- 短期投资；
- 应收账款减去坏账准备；
- 应收票据；

- 应收股利;
- 存货等。

演艺企业流动负债包括:

- 短期借款;
- 应付账款;
- 应付工资和福利;
- 应付票据
- 应付股利;
- 一年到期的长期借款等。

(2) 演艺企业的有形资产构成

- 土地;
- 建筑;
- 租赁资产;
- 表演机械与设备;
- 表演道具;
- 办公用品;
- 车辆等。

根据企业整体资产价值的计算公式,可以得到演艺企业无形资产的总体价值,即为:

$$\begin{aligned}\text{演艺企业无形资产} &= \text{总资产} - \text{货币资产} - \text{有形资产} \\ &= \text{总资产} - (\text{流动资产} - \text{流动负债}) - \text{有形资产}\end{aligned}$$

2 计算演艺企业的整体资产价值

企业整体资产价值可通过运用现金流量折现法进行评估。该方法建立在美国经济学家艾尔文·费雪的价值理论基础之上,并由莫迪格莱尼与米勒等人进行了较大的改进,此后不断发展并最终成为现代资产价值评估的主流方法,其基本原理为资产价值实际上为资产在未来所有预期收益折现到评估点的现值总和。具体计算公式如下:

$$V = \sum_{t=1}^n CF_t / (1+r)^t$$

其中, V ——演艺企业整体资产价值;

n ——演艺企业整体资产的预期寿命;

CF_t ——演艺企业整体资产在预期第 t 时期所能带来的预期收益;

r ——预期现金流风险的折现率。

如果使用资本的平均加权成本率作为折现率,则可以得出演艺企业的整体资

产评估价值为：

$$\sum_{t=1}^{\infty} FCFF_t / (1+WACC)^t$$

其中， $FCFF_t$ ——演艺企业整体资产在预期第 t 时期所能带来的预期收益；

$WACC$ ——演艺企业所有资本的平均加权成本率。

演艺企业整体资产是由预期收益按平均资本成本率折现而得的，预期收益是指扣除所有成本与税费之后的企业预期剩余现金流，平均加权成本率是由不同渠道融资资本的成本及其市场价值加权平均得出，反映了演艺企业不同渠道融资所要求基本收益率的加权平均值。

3 确定现代型无形资产 2 的各项权重

确定演艺企业中现代型无形资产 2 的各项资产权重，也就是找出它们的收益在该类无形资产中所做的贡献，也即比重。本文采用层次分析法分别计算它们的权重。首先将以确定的六项待评估的现代性无形资产 2 作为方案层的不同要素，以明确其相对权重为 AHP 方法(朱茵 等, 1999; 庄锁法, 2000; 郭金玉 等, 2008)的分析目标。因为各个无形资产对整体现代型无形资产 2 的资产价值的贡献大小不同，所以需将现代型无形资产 2 的价值产生的原因作为准则层的元素。在此基础上，还要进一步在相邻层次各要素间建立联系(孙剑平, 王海舟, 2000; 王同律, 汪海粟, 2000)。具体如下：

(1) 建立层次递进结构模型：

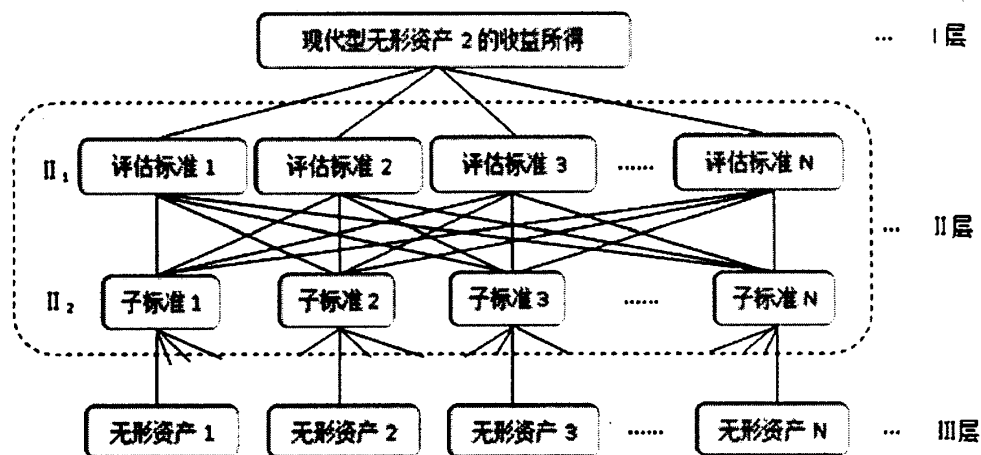


图 6.2 现代型无形资产 2 的层次递进结构模型

I 层：明确层次分析的总目标，也即演艺企业现代型无形资产 2 的总收益（现代型无形资产 2 的总价值），其中：

总收益=无形资产总价值—传统型无形资产—现代型无形资产 1

II层：评估标准层，即在评估无形资产价值时所要考虑到的各项评价标准。

III层：确定被评估无形资产的种类，这里已将其确定为六项资产（外部关系、创意产权、作品版权、商业秘密、营销网络以及观众满意度），企业也可在其基础上根据实际评估准则进行适当增减。

（2）构建比较分析矩阵

如果说建立层次递进结构的目的是为了明确基于评估标准的演艺企业现代型无形资产2的各项内容，那么在此基础上构建比较分析矩阵则是为了确定它们的权重，AHP法是通过两两比较的方式导出它们各自的权重的。将图6.2做如下简化：

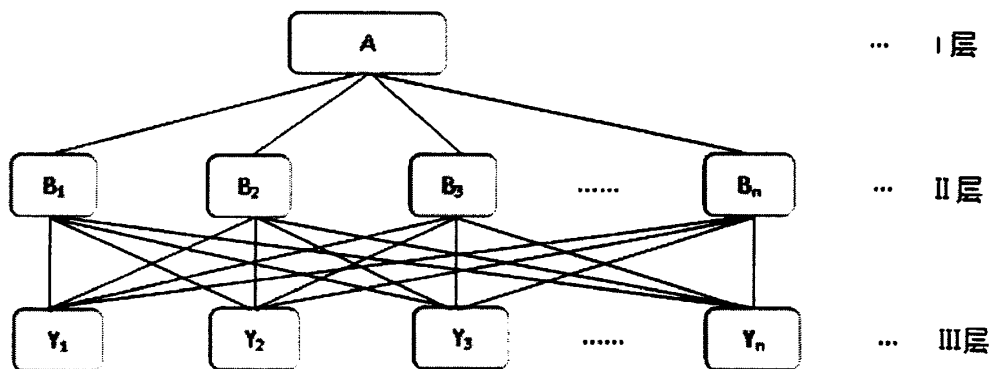


图 6.3 层次递进结构简化图

假设 I 层元素 A 对 II 层元素 $B_1, B_2, B_3, \dots, B_n$ 有支配关系，则可按其相对重要性赋予 $B_1, B_2, B_3, \dots, B_n$ 相应的权重值；同理，假设 II 层元素 $B_1, B_2, B_3, \dots, B_n$ 对 III 层元素 $Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n$ 有支配关系，亦可按其相对重要性对 $Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n$ 赋予相应的权重。由于在构建比较分析矩阵时，需要对同一层次的不同元素进行两两比较，这就要求选择适当的数值作为权重。

在此，选取 $\{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9\}$ 作为元素 (i, j) 之间两两比较之后被赋予的权重等级。其中 1 表示 i 和 j 相比，重要性相同； $\{2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9\}$ 表示 i 和 j 相比，其中一个元素比另一个元素重要，且重要程度随权重值的增大而增大。值得一提的是，若 i 与 j 的重要性之比是 a_{ij} ，那么 j 与 i 的重要性之比是 $a_{ji} = 1/a_{ij}$ 。

（3）单一评估标准下元素的相对权重

如图 4 所示，在评估标准 B_i 下，需要计算 $Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n$ 的两两相对权重值，并进行其间的一致性检验。首先对 $Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n$ 两两相对重要性进行打分，得到判断矩阵。其次对判断矩阵计算 CR 值进行一致性检验。如果判断矩阵通过了一致性检验，则可以通过特征根法计算判断矩阵最大特征值所对

应的特征向量，并将其归一化，即可得到 $Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n$ 的权重向量排序权重。假设判断矩阵为 Y ，其对应的最大特征值为 $\lambda_{\max}$ ，此时的特征向量为 W ，则有 $YW = \lambda_{\max} W$ ， W 全部分量都为正， $\lambda_{\max}$ 和 W 都可由矩阵运算得出：

$$\lambda_{\max} = \sum_{i=1}^n \frac{(YW)_i}{nW_i}$$

为避免判断矩阵出现内部不一致的情况，需要首先进行一致性检验。检验的计算步骤如下：

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}$$

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

上式中， n 为判断矩阵的阶数， RI 为平均随机一致性指标。通常如果 $CR < 0.1$ ，即可认为判断矩阵可通过一致性检验。

(4) 递阶层次元素的组合权重

为了得出递阶层次中其他层次间的相对权重向量，需要将上一步得出权重向量进行组合，并在此进行一致性检验。将这一过程自上而下逐层进行，最终得到最底层元素间的相对权重。

假设已经得出第 $K-1$ 层元素间的相对权重向量为 $a_{k-1} = (a_1^{k-1}, a_2^{k-1}, a_3^{k-1}, \dots, a_n^{k-1})^T$ ，第 K 层在上一层第 j 个元素准则支配下元素间的权重排序向量为 $b_j^k = (b_{1j}^k, b_{2j}^k, \dots, b_{nj}^k)^T$ ，如不受其支配，则该元素权重为 0。假设 $B^k = (b_1^k, \dots, b_n^k)$ ，则有第 K 层元素间的相对权重向量为 $a^k = B^k a^{k-1}$ 。

上述递阶组合判断仍然需要进行一致性检验，如果得到第 $K-1$ 层计算结果，则第 K 层的检验指标为：

$$CI_k = (CI_1^k \dots CI_n^k) a^{k-1}$$

$$RI_k = (RI_1^k \dots RI_n^k) a^{k-1}$$

$$CR_k = CR_{k-1} + \frac{CI_k}{RI_k}$$

其中 CI_k^i 和 RI_k^i 分别为第 $K-1$ 层第 i 个评估标准下的比较分析矩阵的一致性指标和平均随机一致性指标。当 $CR_k < 0.1$ 时，则层次递进结构在第 K 层满足一致性。

综上，以层次递进结构模型为依据，以各层次间不同要素相互关系的比较为对象设计出调查问卷，并由演艺企业的不同部门（如研究发展部、人力资源部、

项目运营部、资产管理部等)的管理人员填写。通过统计分析有效问卷,构建出比较分析矩阵,并进行层次单排序与总排序的计算以及相应的一致性检验。待检验通过,得出总排序权重值即为各类无形资产在整体无形资产价值中的权重值。用模型中的I层计算结果分别乘以相应的权重,即可得到现代型无形资产2间各类无形资产的评估价值,完成演艺企业无形资产价值评估的整个流程。

6.4 本章小结

基于对我国演艺企业无形资产评估中存在的重难点问题,本章力求构建我国演艺企业无形资产整体评估体系。在对演艺企业无形资产进行正式评估前,需要确定待评估无形资产有哪些,并根据其特性和评估方法,将其分类,进而构建出我国演艺企业无形资产评估的指标体系。这里,将演艺企业无形资产评估的指标体系分为三类,分别是传统型无形资产(包括土地使用权、特许经营权、非专利技术)、现代型无形资产1(包括演员或明星身价、人力资本、企业品牌、企业家资本)和现代型无形资产2(包括外部关系、创意产权、作品版权、商业秘密、营销网络、观众满意度)。

对于演艺企业土地使用权,先采用成本逼近法进行测算,再利用基准地价系数修正法进行再次核算以确定土地使用权的价格,最后采用平均数确定土地使用权的估计结果。对于特许经营权的评估,使用收益现值法进行计算。对于非专利技术,如新媒体技术、通讯技术等,同样采用收益法进行评估。对于演艺企业演员(明星)身价的评估,采用的是由Darlene C. Chisholm提出的一套比较权威的价值评估方法。对于人力资本的评估,采用收益与成本综合配比的方法进行估算。对于演艺企业品牌,则运用国际市场上公认的比较有代表性的Interbrand方法来测算。对于演艺企业中的企业家资本评估,采用目前较为流行的实物期权法进行评估。对于演艺企业现代型无形资产2中各项无形资产,综合运用现金流量折现法和层次分析法对这部分无形资产进行整体性评估,并通过计算权重获得各项无形资产的评估价值。在对整体资产评估时,运用了折现现金流的模型,在预测预期自由现金流和选取适当折现率基础上,的出演艺企业整体的资产价值。再用整体价值减去企业货币资产、有形资产,其结果为演艺企业整体无形资产价值。需要注意的是,在得到的整体无形资产中,还要进一步扣除前两类无形资产的价值,最后运用层次分析法,确定出各类无形资产间的相对权重,从而得出其相应的评估价值。

第7章 中国演艺企业无形资产评估体系的应用案例分析

本文建构的中国演艺企业无形资产评估体系基本可以涵盖需要对无形资产进行评估的我国各类演艺企业,但在具体应用时需要特别考虑不同企业的实际经营情况,选择符合企业经营现状和发展方向的评估指标。下面就以安徽省徽京剧院为例,运用第六章建构的我国演艺企业无形资产评估体系,对该演艺单位的无形资产价值进行整体评估。

安徽省徽京剧院隶属安徽省文化厅,由安徽演艺集团代为管理。承担徽、京剧艺术的创作、表演任务以及徽剧艺术的发掘、保护和传承工作,并以展示徽剧为主的戏曲团体。之所以选择改演艺团体作为评估调研对象,主要基于两点原因:一是安徽省徽京剧院在品牌建设、演员培养以及作品创作方面表现较为突出,而这些指标正是评估一个演艺企业无形资产必须考虑的关键指标,较之其他指标,它们更具代表性和引领性;二是安徽省徽京剧院位于安徽省会合肥,无论从演出影响力,还是从艺术传播力来说,都具备便捷优越的条件。通过前期走访调研,对省徽京剧院的无形资产构成及其运营情况有了初步了解,并大体获得了评估所用到的主要数据,这些数据基本能够支撑已建构的无形资产评估体系。

7.1 对于传统型无形资产的评估

传统型无形资产包括土地使用权、特许经营权以及非专利技术。通过调研安徽省徽京剧院,我们发现该院没有政府赋予的特许经营权,因此可以无需对其进行评估。该院的非专利技术主要包括两大类,一是用于演出的灯光、舞美、音效等技术;二是用于宣传的网络通讯技术。尽管该院本身拥有自己的灯光、舞美、音效制作的专业人员,但他们不能为京剧院带来超额收益。若想为剧院带来盈利,则需要聘请外部专家,包括对外聘请专业的灯光师、舞美师以及音效合成师等,这些外聘专家掌握的先进的专有技术所带来的超额收益不能作为京剧院自有无形资产,也就无法对其进行评估。此外,京剧院虽然具备自己的门户网站,一些宣传推广工作可以借此得以实现。但其宣传推广力度还远远不够,尚未达到为院团创收的要求,故而同样不能对其网络通讯技术进行评估。综合考量,对于安徽省徽京剧院传统型无形资产的评估主要围绕对其土地使用权的评估。

在访谈中得知安徽省徽京剧院的土地所有权归当地政府,那么其土地取得费(c_1)、土地开发费(c_2)以及各项土地税费(c_3)都为零,从而 $P_1=0$ 。这样一来,土地完整价格就无法通过原有公式计算出来,只能运用一般方法:土地完整价格=安徽省徽京剧院的占地面积(以平方米为单位) $\times$ 每平米地价=28800.144平方米 $\times$ 15000元/平方米=432,002,160元。而还原利率 $r=0.06$,剩余使用年限

$n=70$, 则 $K=1-1/(1+r)^n$, 即 $K=1-1/(1+0.06)^{70}=0.98$, 那么土地使用权价格 $=432002160 \times 0.98=423362117$ 元。

由此可得, 安徽省徽京剧院传统型无形资产价值主要为土地使用权价格, 它的估值为 423,362,117 元。

7.2 对于现代型无形资产 1 的评估

现代型无形资产 1 包括演员(明星)身价、人力资本、品牌和企业资本。根据调研数据的可获取性以及省徽京剧院的实际发展情况, 本文对前三种无形资产进行评估。

1 演员身价

在计算演员身价时, 需要掌握各级演员的固定薪酬、演艺作品的利润以及各级演员的利润分成比例。通过走访调研, 我们了解到安徽省徽京剧院的共有演职人员 200 余名, 演员级别主要有四级, 其中小演员 46 人、普通演员 117 人、二级演员 24 人、一级演员 14 人。不同级别的演员, 其固定薪酬有较大差别。小演员的薪资介于 1600-2000 元; 普通演员的薪资介于 3000-4000 元; 二级演员的薪资介于 4000-5000 元; 一级演员的薪资介于 5000-6000 元。一般而言, 该院剧目作品每场利润为 8000-20000 元不等, 其中徽剧、京剧每场演出利润为 8000-13000 元; 徽韵动漫剧每场演出利润稍高, 在 10000-20000 元之间。徽剧、京剧以及徽韵动漫剧每年总共演出 200 场次, 且徽剧、京剧以及徽韵动漫剧的演出场次各占一半。另外, 对于每场演出, 各级演员的利润分成也是有所区别的。具体来说, 小演员和普通演员每场演出的利润分成为 300-500 元, 二级演员和一级演员每场演出的利润分成为 500-800 元。下面以年为单位, 分别计算各级演员的身价:

(1) 小演员身价 P_1 = 小演员固定薪酬 P_{01} + 小演员利润分成比 $S_1 \times$ 演出作品利润 $r = 1800 \times 12 + 300 \times 100 = 51600$ 元

(2) 普通演员身价 P_2 = 普通演员固定薪酬 P_{02} + 普通演员利润分成比 $S_2 \times$ 演出作品利润 $r = 3500 \times 12 + 500 \times 100 = 92000$ 元

(3) 二级演员身价 P_3 = 二级演员固定薪酬 P_{03} + 二级演员利润分成比 $S_3 \times$ 演出作品利润 $r = 4500 \times 12 + 650 \times 100 = 119000$ 元

(4) 一级演员身价 P_4 = 一级演员固定薪酬 P_{04} + 一级演员利润分成比 $S_4 \times$ 演出作品利润 $r = 5500 \times 12 + 800 \times 100 = 146000$ 元

将各级演员的身价分别乘以其数量可得安徽省徽京剧院内全体演员价值, 即

$$P = P_1 \times n_1 + P_2 \times n_2 + P_3 \times n_3 + P_4 \times n_4$$

$$= 51600 \times 46 + 92000 \times 117 + 119000 \times 24 + 146000 \times 14$$

$$\begin{aligned}
&=2373600+10764000+2856000+2044000 \\
&=18037600 \text{ 元}
\end{aligned}$$

故安徽省徽京剧院全体演员身价为 18,037,600 元。

2 人力资本

安徽省徽京剧院的人力资本主要体现在培训费用和调配调整费用上。一个演员的排练费用为 20 元/天,那么一年的培训排练支出是 5000 元左右。对于那些因演技下降或不熟悉作品的演员,其对剧团造成的机会损失为也会因演员级别的不同而有所差异。另外,在确定有效周期时,发现剧团演员的流动性变化很小,演出作品的创新周期一般为 3-5 年,演职人员的知识更新化程度为 1-2 年,演员的平均表演时间大约为 0.25 年。具体计算如下:

$$\begin{aligned}
(1) \text{ 人力资本成本价格} &= \text{培训排练费用/年} \times \text{演员总数} + \text{调配调整费用/年} \\
&= 4880 \times 201 + 80325 \\
&= 1061205 \text{ 元}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
(2) \text{ 人力资本重置成本价格} &= \text{人力资本成本价格} + (\text{1} + \text{成本利润率}) \\
&= 1061205 \times (1 + 0.2) \\
&= 1273446 \text{ 元}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
(3) \text{ 人力资本价值} &= \text{人力资本重置成本价格} \times \text{有效周期} \\
&= 1273446 \times 1.58 \\
&= 2012044.68 \text{ 元}
\end{aligned}$$

故安徽省徽京剧院内部人力资本价值为 2,012,045 元。

3 品牌价值

在调研安徽省徽京剧院时,笔者对该院领导,同时也是徽剧传承人之一的李龙斌院长进行深度访谈。通过访谈,进一步了解到徽剧历史悠久,迄今已有三百余年时间。该剧种在中国戏剧发展史上曾发挥过重要作用,它不仅孕育了京剧,而且中国南北几十个地方戏曲剧种都同它有着密不可分的血缘关系。“徽班进京”对于我国现代戏曲的影响同样悠长而深远,且这段光辉历史早已编入初中及高中历史教科书,成为徽州文化的一个重要组成部分。值得一提的是,在访谈徽京剧院李院长和业务团团长杨何时,两位领导都对该院特有的“徽剧”品牌倍加强调,特别是李龙斌院长,在谈到目前徽剧发展正面临十分严峻的挑战时,指出作为为数不多的徽剧传承人之一,自己正是基于徽剧这样一个具有强大品牌优势的剧种,才时刻不忘要加紧对这一古老剧种进行抢救、挖掘与整理工作。尽管任务异常艰巨,但他相信徽剧特有的品牌效应能够为徽剧的复兴起到非常重要的作用。李院长还介绍,为将徽剧品牌发扬光大,省演艺集团动员旗下其他子单位,如省黄梅戏剧院、省歌舞剧院、省话剧院、省杂技团等,配合京剧院工作,各自编排

以“徽班进京”为题材的作品，以突显徽剧的光辉历史。由此看来，从某种程度上说，在京剧院所有无形资产中，徽剧品牌对于该剧院的发展具有决定性作用。根据前述企业品牌价值的计算公式，得出省徽京剧院的品牌价值：品牌利润贡献 $I = (\text{经营收入} \times \text{经营利润率} - \text{正常投入成本} \times \text{投资回报率}) \times (1 - \text{所得税率}) = (21600000 \times 0.2 - 20000000 \times 0.1) \times (1 - 0.25) = (4320000 - 2000000) \times 0.75 = 1740000$ 元。

根据统计整理的品牌强度系数评价表，得到品牌强度系数 $G = 0.73$ ，则有：品牌价值 $E = \text{品牌的利润贡献 } I \times \text{品牌强度系数 } G = 1740000 \times 0.73 = 1270200$ 元。

故安徽省徽京剧院的品牌价值为 1,270,200 元。

在对安徽省徽京剧院现代型无形资产 1 中三种无形资产评估之后，可以得到它们各自的评估值，即演员身价为 18,037,600 元；人力资本为 2,012,045 元；品牌价值为 1,270,200 元。将其加总可得安徽省徽京剧院现代型无形资产 1 的资产价值为 21,319,845 元。

7.3 对于现代型无形资产 2 的评估

现代型无形资产 2 主要包括外部关系（如政企关系、银企关系等）、创意产权、作品版权、营销网络以及观众满意度。根据安徽省徽京剧院的实际情况与发展现状，结合调研结果，将该类评估指标设计为外部关系（主要指与政府之间的关系）、创意产权、作品版权宣传网络和观众满意度。为将这五种资产的价值分别计算出来，需要用到 AHP 法确定其各自权重。通过对安徽省徽京剧院的各个部门的主管人员进行访谈，构建出该院现代型无形资产 2 的层次递进结构模型（如图 7.1 所示）。

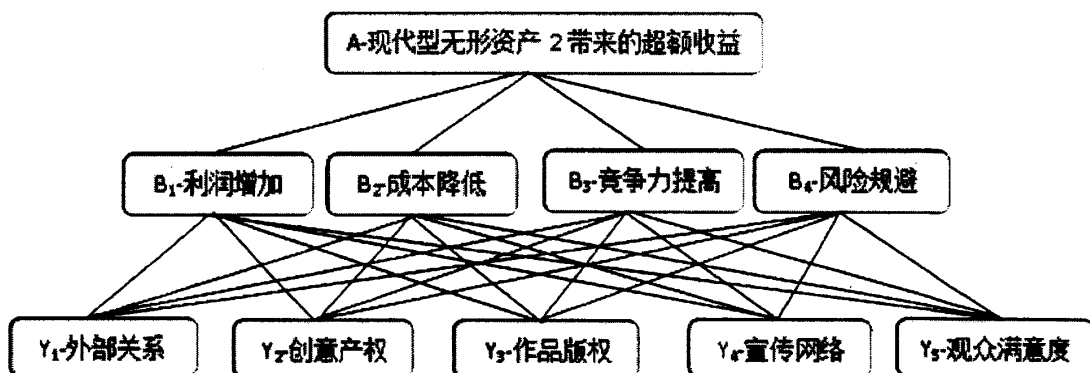


图 7.1 安徽省徽京剧院现代型无形资产 2 的层次递进结构图

以此层次递进结构图为基础，设计无形产权权重评定量表，并请安徽省徽京

剧院的各部门领导如实填写量表，运用 Matlab 软件进行统计整理，发现其评价结果比较相近。由此得出如下比较分析矩阵：

表 7.1 A—B 层单一排序比较分析矩阵 X1

A	B ₁	B ₂	B ₃	B ₄
B ₁	1			
B ₂	3	1		
B ₃	2	1/2	1	
B ₄	6	4	2	1

矩阵 X1 的权重向量为：

$$W1=0.4848$$

$$W2=0.1898$$

$$W3=0.2462$$

$$W4=0.0793$$

其中， $\lambda_{\max}=4.1707$ ；

$$CI=0.0569；$$

$$RI=0.89；$$

$$CR=CI/RI=0.0569/0.89=0.0639$$

经计算， $CR<0.1$ ，故矩阵 X1 的一致性可以接受。

表 7.2 B1—P 层单一排序比较分析矩阵 X2

B ₁	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅
Y ₁	1				
Y ₂	2	1			
Y ₃	3	2	1		
Y ₄	9	5	4	1	
Y ₅	4	2	3	1/2	1

矩阵 X2 的权重向量为：

$$W1=0.4403$$

$$W2=0.2421$$

$$W3=0.1783$$

$$W4=0.0460$$

$$W5=0.0933$$

其中, $\lambda_{\max} = 5.1018$;

$$CI=0.0255$$
;

$$RI=1.12$$
;

$$CR = CI / RI = 0.0228$$

经计算, $CR < 0.1$, 故矩阵 X2 的一致性可以接受。

表 7.3 B2—P 层单一排序比较分析矩阵 X3

B ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅
Y ₁	1				
Y ₂	2	1			
Y ₃	3	1	1		
Y ₄	9	7	6	1	
Y ₅	4	2	2	1/4	1

矩阵 X3 的权重向量为:

$$W1=0.4395$$

$$W2=0.2175$$

$$W3=0.1962$$

$$W4=0.0346$$

$$W5=0.1122$$

其中, $\lambda_{\max} = 5.0590$;

$$CI=0.0148$$
;

$$RI=1.12$$
;

$$CR = CI / RI = 0.0132$$

经计算, $CR < 0.1$, 故矩阵 X3 的一致性可以接受。

表 7.4 B3—P 层单一排序比较分析矩阵 X4

B ₃	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅
Y ₁	1				
Y ₂	1	1			
Y ₃	2	2	1		
Y ₄	4	5	3	1	
Y ₅	2	2	1	1/3	1

矩阵 X4 的权重向量为：

$$W1=0.3007$$

$$W2=0.3129$$

$$W3=0.1626$$

$$W4=0.0613$$

$$W5=0.1626$$

其中， $\lambda_{\max} = 5.0179$ ；

$$CI=0.0045；$$

$$RI = 1.12；$$

$$CR = CI / RI = 0.0040$$

经计算， $CR < 0.1$ ，故矩阵 X4 的一致性可以接受。

表 7.5 B4—P 层单一排序比较分析矩阵 X5

B ₄	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅
Y ₁	1				
Y ₂	3/2	1			
Y ₃	2	1	1		
Y ₄	9	6	5	1	
Y ₅	4	3	2	1/2	1

矩阵 X5 的权重向量为：

$$W1=0.3937$$

$$W2=0.2545$$

$$W3=0.2139$$

$$W4=0.0438$$

$$W5=0.0941$$

其中, $\lambda_{\max} = 5.0148$;

$$CI=0.0037;$$

$$RI = 1.12;$$

$$CR = CI / RI = 0.0033$$

经计算, $CR < 0.1$, 故矩阵 X5 的一致性可以接受。

综合表一至表五各自权重向量的计算结果, 可以得到层次总排序的权重向量, 其结果为:

$$W1=0.4201$$

$$W2=0.2559$$

$$W3=0.1807$$

$$W4=0.0474$$

$$W5=0.1140$$

省徽京剧院现代型无形资产 2 内部的五项无形资产的权重由大到小依次是: 外部关系>创意产权>作品版权>观众满意度>宣传网络。可见, 该剧院十分重视发展与政府之间的合作关系; 在大力推广徽剧品牌的过程中, 京剧院相关领导集思广益、精益求精, 力求推出水平更高的剧作, 例如根据莎士比亚巨作《麦克白》改变的徽剧《惊魂记》, 自演出以来获得很大反响。然而现阶段, 院团领导正努力寻求增加观众满意度的演出方式, 使更多观众喜爱徽剧、京剧。同时, 剧院领导还尝试通过大学生等一批有知识、有文化的年轻人向全社会宣传徽剧。

在得出现代型无形资产 2 中各种无形资产的权重值之后, 进一步确定它们的具体价值。根据前期访谈调研, 得到安徽省徽京剧院的总资产价值约为 450,000,000 元, 其中, 货币资产约为 500,000 元, 有形资产(如道具、服装、演出设备等)的价值约为 1,000,000 元。那么, 其无形资产的总体价值为:

$$\text{无形资产价值} = \text{总资产价值} - (\text{货币资产} + \text{有形资产})$$

$$= 450000000 - (500000 + 1000000)$$

$$= 448500000 \text{ 元}$$

如前所述,安徽省徽京剧院的传统型无形资产价值为 423,362,117 元;现代型无形资产 1 的价值为 21,319,845 元,则现代型无形资产 2 的总价值为:现代型无形资产 2 价值=无形资产总价值-(传统型无形资产值+现代型无形资产 1)= $448500000-(423362117+21319845)=3818038$ 元。

那么,现代型无形资产 2 中各项无形资产的价值分别为:

外部关系的价值= $3818038 \times 0.4201=1603957.76$ 元

创意产权的价值= $3818038 \times 0.2559=977035.92$ 元

作品版权的价值= $3818038 \times 0.1807=689919.47$ 元

宣传网络的价值= $3818038 \times 0.0474=180975.00$ 元

观众满意度的价值= $3818038 \times 0.1140=435256.33$ 元

7.4 本章小结

本章基于已构建的我国演艺企业无形资产评估体系,选取安徽省徽京剧院为评估对象,对其内部各项无形资产进行估算。根据调研访谈获取的数据和资料,构建出省徽京剧院的无形资产评估指标,即传统型无形资产(土地使用权);现代型无形资产 1(演员身价、人力资本和品牌价值);现代型无形资产 2(外部关系、创意产权、作品版权、宣传网络及观众满意度)。按照第六章构建出的评估体系,分别计算京剧院各项无形资产的市场价值。具体而言,其土地使用权的估价 423,362,117 元;演员身价为 18,037,600 元;人力资本价值为 2,012,045 元;品牌价值为 1,270,200 元;外部关系的价值为 1603957.76 元;创意产权的价值为 977035.92 元;作品版权的价值为 689919.47 元;宣传网络的价值为 180975.00 元;观众满意度的价值为 435256.33 元。在调研中,还了解到安徽省徽京剧院领导为使“徽剧”品牌继续传承下去,开始加强创作力度,别出心裁,如近期推出的新剧《惊魂记》就是根据莎士比亚剧作《麦克白》改编的一部徽剧。为了进一步提升其“徽剧”品牌价值,不仅需要加大徽剧作品的创作力度,更需要扩大其宣传范围,采用现代化宣传网络与营销技术,使更多的人热爱徽剧艺术。

第8章 中国演艺企业无形资产评估的政策建议

8.1 结论与政策建议

当前无形资产评估面临的问题,严重影响了无形资产交易市场的运转,阻碍了演艺企业的健康发展,应该从国情出发,制定积极有效的政策措施,推动我国无形资产评估市场健康发展。具体政策建议如下:

1 探索科学合理的评估方法。

无形资产的评估方法多种多样,包括成本法、收益法、市场法以及在此基础上的各种衍化方法,评估方法的不统一给评估的准确性带来了巨大的困难(Mo et al, 2003)。因此,要针对不同的企业积极探索新方法,演艺企业的特殊性与期货市场的性质相似,就可以借鉴期权定价模型来进行评估。同时,经济的不断发展使得评估方法也要不断地更新进步,只有这样才能够准确的对企业的无形资产进行评估。

2 明确评估目的和对象,拓展无形资产外延。

无形资产评估的对象是与评估目的密切联系的,很多的评估机构在评估过程中忽视评估目的,一味的对评估对象简单堆砌,使得评估对象相似化。因此,在评估之前必须充分了解评估目的。在前文的叙述中提到,无形资产的对象是在不断地变化发展的,这就要求评估机构要打破传统的行为模式,拓展无形资产的外延,从而使企业避免因评估对象的狭窄带来的损失。此外,评估者应该充分挖掘企业潜在获利的无形资产,以保证评估的准确性。

3 整合、规范评估机构。

无形资产的评估必须要有规范的、具有权威性的评估组织机构。对于演艺企业来说,对于评估组织的专业化水平要求更高。无形资产评估工作涉及的专业知识广、工作量大、对个人的道德水平也有严格要求,即必须是具有专业评估资格的评估人员才能胜任(Rodgers & Waymond, 2003)。因此,对于评估机构内部的工作人员要有严格的要求。前文提到,由于我国的特殊国情,很多的评估机构并不具备法律独立性,甚至具有一定的行政权力。评估机构的法律地位不明确,不具有独立的法人资格就会导致其不能承担评估结果所带来的评估责任,扰乱了评估市场秩序。同时,政府在审批评估机构资格时,应该提高行业准入门槛,并对现有的评估机构进行资格审查,淘汰那些不具有评估资格,整合评估市场,规范评估行为。《资产评估暂行规定》的制定和下发,在一定程度上推动了评估机构的发展,但是,政府更需要切实做好对行业的监管,加大对违规认证的查处力度。从实际的情况出发,通过规范、引导、整合,培育合格的无形资产评估的机构。

4 建立健全评估法律法规体系。

法律法规是我国无形资产评估走上正规化、国际化道路的基本保障。在无形资产评估方面,国外不论在实践方面还是在理论方面都走在前面,因此,我们在完善法律体系的过程中,可以参考国外先进经验,再结合我国的社会实际,不仅可以有效支持无形资产评估工作的开展,同时也因为法律具有了超前性,可以引导无形资产评估的发展,推动市场的运转(Weiyang Zhang, 2002)。就我国目前的资产评估法律体系来看,政府虽然制定了《资产评估准则—无形资产》,但是该准则更多的是对于评估原则的描述,对于具体的评估工作缺乏指导意义,可操作性差,还需要加以补充和完善才能形成指导体系。在很多情况下,无形资产的特殊性使得在评估过程中不得不融入主观因素,这在很大程度上干扰了评估的准确性,因此,在制定规章制度的过程中要尽可能的详细,这样可以有效减少人为因素对评估的干扰,促使评估过程有法可依,提高评估的可靠性。

5 加强理论建设, 培育评估人才。

由于我国长期处于计划经济,传统的经济理论难以适应新形势下市场经济的要求,新的经济理论受各种主客观因素的影响发展比较缓慢,与国外差距较大。随着知识经济的快速发展,人们对于无形资产的认识也随之变化,但是在理论方面却落后社会实践,这就导致评估人员进行资产评估时很难对无形资产有统一的理解和认知,使得评估的误差较大,真实性难以得到保障。因此,我们要在学习国外先进的理论知识时,注重我国的实际情况,分阶段、有步骤的推动无形资产评估的理论建设。同时,理论的滞后就使得在人才培养方面存在很大的问题。一方面,要加大人才培养的投入力度,提高教育水平。由于无形资产评估对于专业知识要求高,范围广,这就要求我们创新培养模式,注重交叉学科的培养,提高人才的专业水平。另外,无形资产的评估属于企业的机密,这就要求我们不仅要注重专业方面的培养,对思想道德方面,尤其是职业道德方面要特别加以引导,培养其社会责任感、正义感和使命感,促使评估人员不受外界利益诱惑,保持良好的职业道德素养,保证评估的公平、公正。另一方面,强化职业人员的准入审查,提高准入门槛。尽管现阶段我国的评估人才匮乏,但本着宁缺勿滥的原则,必须对于从业者的专业水平和职业道德水平有严格的要求。不仅如此,还要加强对评估人员的后续教育。评估人员必须适应经济发展所带来的更多的无形资产类型的出现。因此,从业者必须不断学习,提高自身业务素质,与时俱进,做出科学、合理的评估决策,推动无形资产评估事业的快速发展。

6 宣传评估知识, 提高对无形资产评估的重视。

作为演艺企业的核心资产,无形资产的在很多时候容易被人误解。在管理上更多的与有形资产相同,这就大大的削弱了演艺企业的整体实力,不利于企业

的发展。同时,无形资产评估的基本知识被专家掌握,民众不了解真相,难以对评估进行有效地社会监督。因此,我们一方面要通过优秀的企业管理案例进行宣传,刺激其他企业的管理人员甚至整个社会对于无形资产评估的重视,同时也在一定程度上起到了带头的作用,普通的企业通过模仿学习,慢慢形成对无形资产管理的企业文化。另一方面,要通过权威的网络媒体对社会大众进行无形资产评估的普及教育,来引起社会关注,了解无形资产评估对于企业,尤其是对演艺企业的重要性。促使企业重视无形资产评估,注重对数据的整理与保存,提高了无形资产评估的数据准确性,也为无形资产评估的监督奠定了坚实的社会基础,能够有效地促进无形资产评估市场的发展,推动评估事业的进步。

7 建立健全评估监督机制,明确评估责任。

建立健全评估监管机制是评估结果有效性的重要保证。只有加强监管,才能对评估人员和评估机构形成一种压力,促使其能够尽可能的保证评估过程和评估结果的公正。因此,在现阶段,我们要通过建立健全法律法规体系,并严格执行,加大处罚力度来实现法律监督;要通过行政手段,鞭策有关部门对评估机构认真审查,形成行政监督;通过网络媒体的积极报道实现媒体监督以及通过举报电话等形式加强社会监督。同时,对评估结论进行必要的审核,研究评估结论的可靠性。此外,要明确责任主体,当评估结论出现重大问题时,要及时追究相关责任人的责任,保障企业的合法利益。

8 推动无形资产评估信息化,建立网络评估数据库。

无形资产评估面临在最大的问题就是数据缺失、资料缺乏权威性。这就要求我们必须建立一个完整公允的无形资产评估数据库。而信息化的到来为解决这一难题提供了可能。评估机构可以通过建立信息渠道,建立信息数据库,可以收集无形资产评估的案例、数据供评估人员在评估过程中快捷方便的使用的同时,也便于相关部门的监督管理(Hillman et al, 2001)。同时,在数据库的基础上建立无形资产评估的信息交流平台,便于评估者的沟通与交流。同时,政府应该积极参与评估信息平台的构建,一方面利用自身的权威性,保证数据的质量,平台的信用度。另一方面也可以统一规划,防止重复建设带来的浪费,进而形成国家级的信息网络,对无形资产的评估建设具有深远的影响,极大地推动了无形资产评估的发展。

9 推广演艺企业无形资产评估经典范例,树立评估标准。

目前我国的演艺企业无形资产评估市场还很不成熟,尚未建立评估指标体系,评估要素并不统一。加之各个企业管理者对其热情不高,可以说我国无形资产评估事业的发展非常缓慢。因此,在行业内部推广无形资产评估的经典范例,建立无形资产评估指标体系标准,就显得尤为重要。不仅在行业内部形成示范效

应,规范行业内无形资产评估的标准。同时,也能够激发管理者的评估积极性,提高对无形资产评估重要性的认知力,进一步加强对无形资产的管理与开发。

10 搭建交易平台,活跃评估市场。

无形资产交易市场的好坏直接影响到无形资产评估市场的发展,而目前无形资产交易市场之所以发展滞后,一方面与整个文化市场长期不被重视有关,另一方面,很重要的原因就在于缺乏一个长期的、稳定的交易平台。传统产业都有各种形式的交流会,而由于演艺企业本身的发展的历史因素,各个演艺企业在空间上基本处于割裂的状况,这就导致信息交流不畅,无形资产的交易量非常小。随着社会主义文化事业的蓬勃发展,演艺企业之间的交易量也逐渐增加,急需建立固定的交易平台。通过交易平台的搭建来活跃无形资产交易市场,以此为无形资产评估市场提供持续的发展动力。

综上,完善和发展我国无形资产评估事业,是一个系统性和持续性的过程,依靠某一种对策或者某一个领导短时间使其达到国际先进水平是不可能的。我们应该立足于实际,多管齐下,协调利用各项对策,完善现有的制度体系,创新管理模式,推动我国无形资产评估事业科学、合理、规范的发展。

8.2 本章小结

本章针对我国演艺企业无形资产评估中存在的问题与难点,提出相应的政策建议。具体包括:探索科学合理的评估方法,可以尝试运用期权定价法对即将上市的演艺企业的无形资产价值进行评估;在评估无形资产时,需要明确评估目的与评估对象,要求在评估过程中打破传统的行为模式,努力拓展无形资产的外延;进一步规范、引导、整合,培育合格的无形资产评估的机构;建立健全有关无形资产评估的法律法规体系,要求在制定规章制度的过程中尽可能详细,减少人为因素对于评估的干扰;要加大评估人才培养的投入力度,强化职业人员的准入审查,提高准入门槛;宣传评估知识,可通过优秀的企业管理案例进行宣传,也可通过权威的网络媒体对社会大众进行无形资产评估知识的普及,以便引起社会广泛关注;建立健全无形资产的评估监督机制,明确评估责任;推动无形资产评估信息化,建立网络评估数据库、推广演艺企业无形资产评估经典范例,树立评估标准以及搭建交易平台,活跃评估市场。在对企业无形资产评估中(不仅对于演艺企业),应该立足于实际,多管齐下,协调利用各项对策,完善现有的制度体系,创新管理模式,推动我国无形资产评估事业科学、合理、规范的发展。

参考文献

- 财政部会计司. 1999. 国际会计准则第 38 号--无形资产[J]. 会计研究,8:56-57.
- 蔡红艳. 2012. 企业无形资产的核算方法[J]. China's Foreign Trade,12:69-69.
- 陈守忠. 2004. 无形资产评估方法探讨[J]. 中央财经大学学报,8(4):77-80.
- 陈思. 2012. 中国演艺产业发展现状及提升策略研究[J]. 山东社会科学,8:107-109.
- 骆正清,陈艳辉. 2001. 无形资产评估的新方法探析[J]. 经济师,12:8-8.
- 成文. 2010. 无形资产评估的难题及化解之策[J]. 现代商业,20:226-226.
- 程光柱,汪晓玲. 2010. 企业无形资产管理的视角:泛化管理[J]. 皖西学院学报,26(4):73-75.
- 邓志轩. 2000. 企业管理应致力于企业核心能力的建立与提高[J]. 新疆经济管理干部学院学报,2:42-45.
- 董丽,谢霞. 2010. 信息技术企业创新对业绩影响的实证研究[J]. 科技管理研究,30(5):61-63.
- 段光锋,田文华,李林,邢茂迎,朱茜茜,王瑞. 2008. 条件价值法评估医院非专利技术的实证研究[J]. 第二军医大学学报,29(5):519-524.
- 冯婉卿. 2012. 企业无形资产信息自愿披露现状及建议[J]. 经济研究导刊,16:83-84.
- 郭金玉,张忠彬,孙庆云. 2008. 层次分析法的研究与应用[J]. 中国安全科学学报,5:148-152.
- 国有资产评估管理办法[R]. 1991. 中华人民共和国国务院公报.
- 何文琦,于雪,李佳佳. 2006. 国际知名演出商纵论世界演艺制作:"中国演艺市场需要品牌产品"[N]. 深圳商报,2006-5-20(12).
- 侯莉颖,何俊. 2007. 基于 CIA 法的无形资产价值评估研究[J]. 价值工程,26(5):165-168.
- 胡恩承. 2007. 对《企业会计准则第 6 号--无形资产》的评析[J]. 交通财会,5:56.
- 金奕敏,夏虹. 2011. 期权定价理论在技术型无形资产评估中的应用研究[J]. 技术与市场,2:92-94.
- 黎玉琴. 2006. 我国上市公司无形资产与经营业绩关系的实证分析[J]. 技术经济与管理研究,3:32-34.
- 李明. 2012. 浅析实质重于形式原则在无形资产核算方面的运用及应注意问题[J]. 现代营销(学苑版),11:16-16.
- 李先瑞. 2010. 文化创意企业无形资产评估问题探讨[J]. 国际商务财,2:73-75.
- 梁利红. 2011. 企业无形资产的确认与计量[J]. 山西煤炭管理干部学院学报,4:15-17.
- 刘德运. 2010. 无形资产评估[M]. 中国财政经济出版社.
- 刘芳,高建来. 2009. 企业无形资产创新研究[J]. 企业活力,7:8-10.
- 刘贵生,万虎高. 2002. 无形资产评估方法的理论创新[J]. 石家庄经济学院学报 25(5):486-488.

- 刘京城. 2002. 无形资产的价格形成及评估方法[M]. 中国时代经济出版社.
- 刘珂君. 2009. 企业无形资产的战略选择[J]. 辽宁经济,1:32-33.
- 刘润明. 2000. 关于建立我国无形资产评估管理体系的思考[J]. 经济问题,2:60-61.
- 吕峰. 1998. 面向知识经济的无形资产评估方法[J]. 科学对社会的影响,3:27-31.
- 马玉,苑泽明,刘海滨,庄永磊. 2009. 上市公司无形资产与经营业绩的实证分析[J]. 现代会计,2:44-47.
- 欧阳坚,于平,雷喜宁. 2010. 推动中国演艺产业的科学发展[N]. 文艺报,2010-01-01(03).
- 彭红兵. 2012. 企业无形资产管理现状审视及对策[J]. 行政事业资产与财务,4:179.
- 彭艳玲,张炳发. 2002. 上市公司无形资产信息披露研究[J]. 工业技术经济,4:118-119.
- 沈广茹. 2011. 企业无形资产管理探究[J]. 现代商业,12:198-199.
- 沈品发,赵斌,白玉. 2005. 无形资产评估理论与实务[M]. 华东理工大学出版社.
- 沈婷. 2011. 无形资产管理存在的问题及对策[J]. 时代金融,10:96-96.
- 史玉敏. 2011. 企业无形资产核算问题的几点思考[J]. 中小企业管理与科技,10:61-61.
- 顺达. 1995. 对国有无形资产评估方法的探讨[J]. 经济与管理,7:9-11.
- 孙剑平,王海舟. 2000. AHP法和模糊综合评价法在技术资产评估中的组合应用[J]. 南京理工大学学报(社会科学版), 13(1):49-53.
- 孙欣鸾. 2009. 企业无形资产管理方略[J]. 经济论坛,16:108-109.
- 汤肖. 2010. 企业无形资产管理存在的问题及对策[J]. 财会通讯,8:160-160.
- 唐艳. 2012. 无形资产评估风险与控制研究[J]. 财会通讯,9:135-136.
- 万娜. 2009. 规范我国无形资产评估措施探讨[J]. 现代商贸工业,21(22):189-190.
- 汪海粟. 2002. 无形资产评估[M]. 中国人民大学出版社.
- 王灿斌. 2008. 企业无形资产管理[J]. 边疆经济与文化,1:39-40.
- 王棣华. 2008. 我国无形资产会计确认与计量研究[J]. 河北经贸大学学报,3:83-87.
- 王娟娟,梅良勇. 2007. 我国上市公司无形资产的现状分析——基于沪深A股上市公司的数据研究[J]. 中南财经政法大学学报, 2:102-105.
- 王同律,汪海粟. 2000. 组合无形资产的分割——AHP法在无形资产评估中的应用[J]. 中国资产评估,2:13-17.
- 王维平. 2003. 企业无形资产管理[M]. 北京大学出版社.
- 魏紫. 2010. 企业无形资产计量存在的问题与对策[J]. 人民论坛,26.
- 翁惠娟. 2010. 让演艺文化借科技之翼飞得更高[N]. 深圳特区报,2010-10-27(03).
- 吴军,张斌. 2009. 收益法在无形资产评估中的应用[J]. 财会通讯,4:76-77.
- 肖侠. 2009. 企业无形资产运营问题研究[J]. 财会通讯,5:10-11.
- 谢剑强,赵志涛. 2002. 用“分割法”评估企业的无形资产[J]. 甘肃科学学报,14(2):80-83.
- 熊亚,熊清. 2004. 无形资产评估风险及防范初探[J]. 企业经济,6:141-142.

- 徐世丕. 2008. 中国演艺业五年改革发展透视[J]. 中国戏剧,5:10-13.
- 杨雪萍. 2010. 浅析我国新资产评估准则体系的创新点[J]. 郑州轻工业学院学报(社会科学版),11(3):103-106.
- 杨亚西,杨波. 2009. 实物期权法在无形资产价值评估中的应用[J]. 财会月刊,21:40-42.
- 叶陈毅,杨光,裴富才. 2009. 加强企业无形资产管理的重要性及对策思考[J]. 企业经济,1:86-88.
- 俞丽伟. 2009. 加强无形资产保护的探讨[J]. 科技广场,2:140-142.
- 苑泽明. 2005. 无形资产评估[M]. 复旦大学出版社.
- 翟胜宝,董富强,沈文. 2006. 基于平衡计分卡的企业无形资产价值评估[J]. 技术经济,3:75-77.
- 张福至. 2001. 企业并购中无形资产评估有关问题探讨[J]. 技术经济与管理研究,2:1-17.
- 张建民. 2009. 对我国无形资产评估结果失真的分析[J]. 金融教学与研究,2:53-55.
- 张霓,张洁. 2011. 论新企业财务通则财务创新与实施应用[J]. 中国外资,12:107-108.
- 张侠,谢旻. 2007. 基于期权定价模型的无形资产评估方法研究[J]. 华商,15:055-055.
- 张秀云,张绪成,修峰. 2011. 浅论无形资产评估[J]. 经济研究导刊,34:99-101.
- 张毅. 2010. 文化创意企业无形资产评估问题探究[J]. 中外企业家,4:18-19.
- 赵安定. 2012. 对企业无形资产会计处理的若干思考[J]. 财经界(学术版),9:203-203.
- 赵洁,张红,张春晖. 2011. 老字号企业无形资产对经营绩效影响的实证研究[J]. 价值工程,26:1-3.
- 中国政府门户网站. 2009. 《文化产业振兴规划》全文发布 [EB/OL].
http://www.gov.cn/jrzq/2009-09/26/content_1427394.htm,2009-09-26.
- 周建波. 2006. 品牌无形资产评估的指标设计[J]. 财会月刊(理论版),5:17-19.
- 周正兵. 2007. 文化产业的无形资产价值[J]. 中国资产评估,7:24-26.
- 朱洪. 2002. 生存曲线法在无形资产评估中的应用[J]. 广西财政高等专科学校学报,16(2):47-49.
- 朱敏. 2011. 资本运营助力中国演艺产业的可行路径[J]. 现代传播,9:167-168.
- 朱茵,孟志勇,阚叔愚. 1999. 用层次分析法计算权重[J]. 北方交通大学学报,5:119-122.
- 庄锁法. 2000. 基于层次分析法的综合评价模型[J]. 合肥工业大学学报(自然科学版),4:582-585.
- Abdullah Yalama, Metin Coskun. 2007. Intellectual capital performance of quoted banks on the Istanbul stock exchange market [J]. Journal of Intellectual Capital, 8(2):256 - 271.
- Ai, Hengjie, Mariano M C, Kai L. 2013. Toward a quantitative general equilibrium asset pricing model with intangible capital[J]. Review of Financial Studies, 26(2): 491-530.
- Barth, Mary E., Ron K, Maureen F., McNichols. 2001. Analyst coverage and intangible assets[J]. Journal of accounting research, 39(1): 1-34.

- Benston, George J. 1985. The validity of profits-structure studies with particular reference to the FTC's line of business data [J]. *The American Economic Review*, 75(1): 37-67.
- Bontis, Nick, et al. 1999. The knowledge toolbox: A review of the tools available to measure and manage intangible resources[J]. *European management journal*, 17(4): 391-402.
- Chander, Subash, and Vishakha Mehra. 2011. A study on intangible assets disclosure: An evidence from Indian companies [J]. *Intangible Capital*, 7(1): 1-30.
- Chareonsuk, Chaichan, and Chuvej Chansa-ngavej. 2008. Intangible asset management framework for long-term financial performance [J]. *Industrial Management & Data Systems*, 108(6): 812-828.
- Chisholm, Darlene C. 2004. Two-part share contracts, risk, and the life cycle of stars: Some empirical results from motion picture contracts[J]. *Journal of Cultural Economics*, 28(1): 37-56.
- Chiu, Yu-Jing, and Yuh-Wen Chen. 2007. Using AHP in patent valuation [J]. *Mathematical and Computer Modelling*, 46(7): 1054-1062.
- Chriss, Neil. 1997. Black-Scholes and beyond: option pricing models[M]. Irwin.
- Cinca, Carlos S, Cecilio M M, Alexandre B Q. 2003. The measurement of intangible assets in public sector using scaling techniques[J]. *Journal of Intellectual Capital* 4, 2 : 249-275.
- Corrado, Carol, Charles H, Daniel S. 2009. Intangible capital and US economic growth[J]. *Review of Income and Wealth*, 55(3): 661-685.
- Gerpott, Torsten J., Sandra E. Thomas, and Alexander P. Hoffmann. 2008. Intangible asset disclosure in the telecommunications industry [J]. *Journal of intellectual capital*, 9(1): 37-61.
- Guilding C., Pike R. 1990. Intangible marketing assets: a managerial accounting perspective[J]. *Accounting and Business Research*, 21(81) : 41-49.
- Guthrie, James, Suresh Cuganesan, and Leanne Ward. 2012. Extended performance reporting: evaluating corporate social responsibility and intellectual capital management. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 1(1): 1-25.
- Hall, Richard. 1992. The strategic analysis of intangible resources [J]. *Strategic management journal*. 13(2):135-144.
- Hill, Jimmy, Pauric M. 1999. Small business and enterprise development: questions about research methodology [J]. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 5(1): 5-18.
- Hillman, Amy J., Gerald D., Keim. 2001. Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line?[J]. *Strategic management journal*, 22(2): 125-139.

- Huang, Shi-Ming, et al. 2006. An empirical study of relationship between IT investment and firm performance: A resource-based perspective [J]. *European Journal of Operational Research*, 173(3): 984-999.
- Křížová, Zuzana. 2009. Accounting for Intangible Assets and Reporting Intangible Capital. V. International Conference on Applied Business Research.
- Kaplan, Robert S. 2004. Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes[M]. Harvard Business Press.
- Konar, Shameek, Mark A., Cohen. 2001. Does the market value environmental performance? [J]. *Review of economics and statistics*, 83(2): 281-289.
- Kostagiolas, Petros A., and Stefanos Asonitis. 2009. Intangible assets for academic libraries: Definitions, categorization and an exploration of management issues. *Library Management*, 30(6/7): 419-429.
- Lagrost, Céline, et al. 2010. Intellectual property valuation: how to approach the selection of an appropriate valuation method [J]. *Journal of Intellectual Capital*, 11(4): 481-503.
- Lefebvre, Lois A., Elizabeth L. 1996. Jean Harvey. Intangible assets as determinants of advanced manufacturing technology adoption in SME's: toward an evolutionary model[J]. *Engineering Management, IEEE Transactions on* 43.3 : 307-322.
- Lev, Baruch, Juergen H. D. 2004. The dominance of intangible assets: consequences for enterprise management and corporate reporting[J]. *Measuring business excellence*, 8(1): 6-17.
- Madden, Martin P. 2002. System and method for analyzing and originating a contractual option arrangement for a bank deposits liabilities base[J]. U.S. Patent No. 6,363,360.
- Malmelin, Nando. 2007. Communication capital: modelling corporate communications as an organizational asset [J]. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(3): 298-310.
- MATSUI, YOSHIYA, SETSUO M. 1976. "SHIN YAMAGUCHI Optics Division, Canon Inc., 30-2, Shimomaruko, 3-chome, Ohta-ku, Tokyo 144, Japan and RYOTA OGAWA Optics Research Section, Asahi Optical Co., Ltd., 2-36, Maeno-cho." *OPTICA ACTA* 23(5): 389-411.
- Megna, Pamela, Mark K. 1993. The impact of intangible capital on Tobin's q in the semiconductor industry[J]. *The American Economic Review*, 83(2): 265-269.
- Mo, Jo P T., Mo Z. 2003. Tools and methods for managing intangible assets of virtual enterprise[J]. *Computers in industry*, 51(2): 197-210.
- Nagel, Roger N., Rick D.1991. 21st Century manufacturing enterprise strategy: An

- industry-led view [M]. DIANE Publishing.
- Nelson, Teresa. 2003. The persistence of founder influence: Management, ownership, and performance effects at initial public offering[J]. *Strategic Management Journal*, 24(8): 707-724.
- Ojala, Mika, Jukka H. 2006. Investment decision-making in supplier networks: Management of risk[J]. *International journal of production economics*, 104(1): 201-213.
- Ortiz, Miguel A A. 2011. Intellectual capital (intangible assets) valuation considering the context[J]. *Journal of Business & Economics Research*, 4(9):137-149.
- Penman, Stephen H. 2007. Financial reporting quality: is fair value a plus or a minus?[J]. *Accounting and Business Research*, 37(1): 33-44.
- Penman, Stephen H. 2009. Accounting for intangible assets: there is also an income statement. *Abacus*, 45(3): 358-371.
- Porter, Michael E. 1976. Interbrand choice, media mix and market performance[J]. *The American Economic Review*, 66(2): 398-406.
- Rodgers, Waymond. 2003. Measurement and reporting of knowledge-based assets[J]. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2): 181-190.
- Rodov, Irena, Philippe L. 2002. FiMIAM: financial method of intangible assets measurement[J]. *Journal of intellectual capital*, 3(3): 323-336.
- Salamudin, Norhana, et al. 2010. Intangible assets valuation in the Malaysian capital market [J]. *Journal of Intellectual Capital*, 11(3): 391-405.
- Salinas, Gabriela, and Tim Ambler. 2009. A taxonomy of brand valuation practice: methodologies and purposes [J]. *Journal of Brand Management*, 17(1): 39-61.
- Smith, Gordon V., Russell L., Parr. 2004. Valuation of intellectual property and intangible assets: 2004 cumulative supplement[M]. Wiley.
- Sullivan, Patrick H. 2000. Value driven intellectual capital: how to convert intangible corporate assets into market value[M]. John Wiley & Sons, Inc.
- Sveiby, Karl Erik. 1997. The intangible assets monitor[J]. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 2(1): 73-97.
- Teece, D. 2003. Capturing value from knowledge assets: the new economy, markets for know-how and intangible assets[J]. *Essays on Technology Management and Policy*, 8: 47-75.
- Tucker, William T. 2004. The development of brand loyalty [J]. *Journal of Marketing Research*, 1: 32-35.
- Uhlig, Rich et al. 2005. Intel virtualization technology [J]. *Computer*, 38(5): 48-56.

- Watson, Robert. 2010. Small and medium size enterprises and the knowledge economy: Assessing the relevance of intangible asset valuation, reporting and management initiatives [J]. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 18(2): 131-143.
- Weiying Zhang. 2002. Reputational Foundation of the Legal System[J]. *Economic Research Journal*, 1: 000.
- Whitwell, Gregory J., Bryan A. Lukas, and Paul Hill. 2007. Stock analysts' assessments of the shareholder value of intangible assets [J]. *Journal of Business Research*, 60(1): 84-90.
- XIE, Yong-zhen, Wei-zhu WANG, Qiu-ping CHENG. 2004. The Investment of Intangible Assets and The Profit Sharing Rate in Demising [J]. *Industrial Engineering and Management*, 3: 18.

附件 1 中国演艺企业无形资产评估实操手册

×××演艺公司（企业）无形资产评估报告

声明

- 一、我们在执行本次无形资产评估业务中，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。根据我们在执行过程中收集的资料，认定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、负债清单由委托方、被评估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，并对已经发现的问题进行了如实披露，且已提请委托方及相关当事方完善产权以满足出具评估报告的要求。
- 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。

摘要

×××（评估机构名称）评报字（×年）第××号

×××（评估机构名称）接受×××（委托方名称）的委托，根据有关法律、法规和资产评估准则、资产评估原则，采用××××（评估方法），按照必要的评估程序，对×××（被评估单位名称）所涉及的无形资产在×年×月×日所表现的市场价值进行了评估。

根据对×××（被评估单位名称）的基本情况进行分析，本次对×××（被评估单位名称）各项无形资产价值采用不同的评估方法。具体而言，对于×××（某项无形资产名称）采用×××（评估方法名称）；对于×××（某项无形资产名称）采用×××（评估方法名称）；对于×××（某项无形资产名称）采用×××（评估方法名称）；对于×××（某项无形资产名称）采用×××（评估方法名称）进行评估……经评估，在评估基准日×年×月×日，×××（被评估单位名称）无形资产评估值为××万元。

本报告评估结论的使用有效期自评估基准日×年×月×日起计算，一年内有效。

以上内容摘自无形资产资产评估报告书，欲了解本评估项目的全面情况，应认真阅读无形资产评估报告书全文，并关注特别事项说明。

绪言

×××（评估机构名称）接受×××（委托方名称）的委托，根据国家有关资产评估的规定，本着客观、独立、公正、科学的原则，按照公认的资产评估方法，对贵单位的无形资产进行了评估工作。本机构评估人员按照必要的评估程序对委托评估的无形资产实施了实地勘察、市场调查和询证，对委托评估的无形资产在×年×月×日所表现的市场价值作出了公允反映。现将评估报告情况及评估结果报告如下：

委托方、被评估单位、产权持有者和业务约定书约定的其他评估报告使用者概况

（一）委托方：×××（委托方名称）

成立日期：×年×月×日

注册资本：××万元人民币

法人营业执照注册号：

税务登记号：

法定代表人：

注册地址：

营业范围：

被评估单位：×××（被评估单位名称）

1. 企业概况

注册地址：

企业类型：

注册资金：

法定代表人：

2. 经营范围

3. 历史沿革

4. 近三年资产、财务、经营状况

5. 税收优惠政策

6. 委托方和被评估单位之间的关系

产权持有者

×××（产权持有者名称）

业务约定书约定的其他评估报告使用者

其他评估报告使用者包括国家法律、法规规定的评估使用者。

评估目的

对×××演艺公司（企业）的无形资产提供价值参考依据。

评估对象和评估范围

评估对象

本次评估对象为×××（被评估单位名称）的无形资产总价值以及各单项无形资产价值。

评估范围

（二）评估范围

本次评估范围是×××（被评估单位名称）截止×年×月×日经审计后资产负债表中反映的全部资产和负债。

价值类型及其定义

本次无形资产资产评估确定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。

评估基准日

本次无形资产评估基准日是×年×月×日；

评估基准日是×××（被评估单位名称）根据本次经济行为的实现及评估目的确定的。

评估原值

本次无形资产评估遵循国家及行业规定的公认原则，依据国家有关资产评估的法律法规及规范化要求，严格遵循资产评估之独立性、客观性、科学性的工作原则及资产持续经营、替代性、公开市场等原则，强调评估程序的科学性，取价标准的公正性、资产状态确认的现时性。公正、客观、科学地反映评估对象在评估基准日之公允市价，维护投资主体的合法权益。

七、评估依据

法律、法规及准则依据

1. 原国家国有资产管理局颁发的《国有资产评估管理办法施行细则》(国资办发[1992]第 36 号);
2. 中国资产评估协会发布的《资产评估操作规范意见(试行)》(中评协[1996] 03 号);
3. 国务院办公厅下发的《国务院办公厅转发财政部关于改革国有资产评估行政管理方式加强资产评估监督管理工作意见的通知》(国办发[2001] 102 号);
4. 财政部印发的《国有资产评估项目备案管理办法》(财企[2001] 802 号);
5. 中国注册会计师协会发布的《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)
6. 财政部关于印发《资产评估准则——基本准则》和《资产评估职业道德准则——基本准则》的通知(财企[2004] 20 号);
7. 中国资产评估协会发布的《企业价值评估指导意见(试行)》中评协[2004] 134 号;
8. 2005 年国务院国有资产监督管理委员会第 12 号令《企业国有资产评估管理暂行办法》;
9. 财政部 2005 年印发的《国有资产评估管理若干问题的规定》(财政部令第 14 号);
10. 国务院国有资产监督管理委员会印发的《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);
11. 中国资产评估协会关于印发《资产评估准则--评估报告》等 7 项资产评估准则的通知(中评协[2007] 189 号);
12. 中国资产评估协会制定的《企业国有资产评估报告指南》(中评协[2008] 218 号);
13. 中国证券监督管理委员会发布的《上市公司重大资产重组管理办法》(中国证券监督管理委员会令第 53 号);
14. 国家及政府有关部门颁布的其它法律、法规、文件和规定。

经济行为依据

×××会议决议;

×××会计事务所资产评估业务约定书。

权属依据

×××(被评估单位名称)提供的房产证、土地证;

×××(被评估单位名称)提供的机动车行驶证、演出设备购置合同、发票等相关资料;

其他权属证明文件。

取价依据

现行金融机构存贷款利率及国债利率；

2. 证券市场公开信息及数据资料；

北京科学技术出版社出版的《资产评估常用数据与参数手册》；

评估人员收集的当前市场价格信息资料；

×××（被评估单位名称）有关人员对委估资产情况的介绍；

评估人员现场勘察结果；

×××（被评估单位名称）提供的委估资产清单、前三年及评估基准日财务报表及审计报告等相关资料；

×××（被评估单位名称）有关部门提供的经营计划、措施等；

×××（被评估单位名称）提供的未来年度预测损益表、资产负债表；

国家有关部门颁布的统计资料和技术标准资料；

11. 其它相关资料。

（五）其他参考依据

八、评估方法

对×××（被评估单位名称）的各项无形资产进行评估，首先需要建构该企业的无形资产评估指标体系。可以将其无形资产分为三大类，分别是传统型无形资产、现代型无形资产1和现代型无形资产2。其中，传统型无形资产包括土地使用权、特许经营权以及非专利技术；现代型无形资产1包括演员（明星）身价、人力资本、企业品牌以及企业家资本；现代型无形资产2包括外部关系（如政企关系、银企关系等）、创意产权、作品版权、商业秘密、营销网络以及观众满意度。之所以这样分类，是基于评估目的、×××（被评估单位名称）的企业特征及其无形资产的独特特性，同时还要考虑现有评估方法与模型的可用性等方面因素。

传统型无形资产

对于×××（被评估单位名称）传统类无形资产中的土地使用权，先采用成本逼近法进行测算，再利用基准地价系数修正法进行再次核算以确定土地使用权的价格，最后采用平均数确定土地使用权的估计结果。对于特许经营权的评估，使用收益现值法进行计算。对于非专利技术，如新媒体技术、通讯技术等，同样采用收益法进行评估。

现代型无形资产1

对于×××（被评估单位名称）现代型无形资产1中演员（明星）身价的评

估,采用的是由 Darlene C. Chisholm 提出的一套比较权威的价值评估方法。对于人力资本的评估,采用收益与成本综合配比的方法进行估算。对于企业品牌,则运用国际市场上公认的比较有代表性的 Interbrand 方法来测算。对于该企业中的企业家资本评估,采用目前较为流行的实物期权法进行评估。

(三) 现代型无形资产 2

对于×××(被评估单位名称)现代型无形资产 2 中各项无形资产的评估,可综合运用现金流量折现法(DCF)和层次分析法(AHP)对这部分无形资产进行整体性评估,并通过计算权重获得各项无形资产的评估数值。在企业的整体资产评估过程中,运用折现现金流的评估模型,通过自由现金流的预测,折现率的适当选取,科学地得出该企业的整体价值。再用整体价值减去企业货币资产、有形资产,其结果为企业整体无形资产价值。需要注意的是,在得到的整体无形资产中,还要进一步扣除前两类无形资产的价值,然后根据层次分析法,确定该类内部各种无形资产的权重,得出它们在评估时点的价值量。

九、评估假设

在对×××(被评估单位名称)的无形资产评估过程中,我们主要基于以下几点评估假设:

本次评估以持续经营作为前提假设;

本次评估以公开市场作为前提假设;

本次评估以评估基准日作为前提假设;

本次评估以委估资产以现有用途原地继续使用为前提假设;

本次评估以国家现行法律法规以及相关政策、国家宏观经济形势无重大变化,委估企业所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化,无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响为假设;

假设×××(被评估单位名称)的经营者是负责的,且管理层有能力担当其职务;

除非另有说明,假设×××(被评估单位名称)完全遵守有关的法律法规;

预测是基于×××(被评估单位名称)提供的企业发展规划和盈利预测,并经过评估人员在剔除明显不合理部分后的基础上进行的;

假设×××(被评估单位名称)未来将采取的会计政策和编写此份报告时所采用的会计政策在重要方面基本一致;

假设×××(被评估单位名称)在现有的管理方式和管理水平的基础上,经营范围、方式与目前方向保持一致。公司继续保持现有的经营模式,并能按照现有的主营业务结构、售票方式,演出规模,在预测期内正常演出,并保持稳定的

运营状况;

假设×××(被评估单位名称)在未来的经营期内,其营业和管理等各项期间费用不会在现有基础上发生大幅变化,仍将保持其近几年的变化趋势;

假设有关利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化;

假设无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成的重大不利影响;

假设本次评估不考虑通货膨胀因素的影响。

十、评估过程

×××(评估机构名称)接受评估委托后,立即组成无形资产资产评估组制定评估计划,正式进入现场,开展评估工作。我们根据国家有关部门关于资产评估的规定和会计核算的一般规则,对评估范围内的无形资产进行了评估,具体步骤如下:

1. 听取有关人员介绍委估资产的基本情况,明确评估业务基本事项;
2. 与×××(委托方名称)签订无形资产评估业务约定书;
3. 编制评估计划,组织评估人员,指导被评估单位清查资产、准备评估资料;
4. 对委估资产清单、相关产权证明资料、会计记录及相关资料进行分析、核实,确定评估范围及对象;
5. 对本次评估范围内资产进行现场调查,并核实、分析,对实物资产进行实地抽查盘点;
6. 根据评估目的及委估资产所具备的条件,确定评估方法;
7. 进行市场调查,收集相关资料,对各类资产及负债进行评定估算;
8. 核定修正评估值,编制填写有关评估表格;
9. 归纳整理评估资料,撰写各项评估技术说明及资产评估报告书;
10. 对评估结论进行分析、复核、签发资产评估报告书;
11. 整理装订评估工作底稿并归档。

十一、评估结论

列入本次无形资产评估范围的评估对象的评估值分别为:

×××(被评估单位名称)中无形资产整体价值为××万元人民币;

×××(被评估单位名称)中土地使用权估价××万元人民币;

×××(被评估单位名称)中特许经营权估价××万元人民币;

×××(被评估单位名称)中非专利技术估价××万元人民币;

×××(被评估单位名称)中演员(明星)身价为(需要进行具体标注)××万元人民币;

×××（被评估单位名称）中人力资本估价为××万元人民币；
×××（被评估单位名称）中企业品牌价值为××万元人民币；
×××（被评估单位名称）中企业家资本估价为××万元人民币；
×××（被评估单位名称）中外部关系价值为（将政企关系、银企关系分别标注出来）××万元人民币；

×××（被评估单位名称）中创意产权估价为××万元人民币；
×××（被评估单位名称）中作品版权估价为××万元人民币；
×××（被评估单位名称）中商业秘密估价为××万元人民币；
×××（被评估单位名称）中营销网络估价为××万元人民币；
×××（被评估单位名称）中观众满意度的价值为××万元人民币；

十二、评估报告的法律效力

本评估报告的作用依据法律法规的有关规定发生法律效力。

根据国家有关规定，本报告评估结论的使用有效期为一年，从资产评估基准日×年×月×日起计算一年内有效。只有当评估基准日与经济行为实现日相距不超过一年时，才可以使用本评估报告。

本评估结论仅供委托方股东投资入股这一经济目的使用，不得作为其他经济目的使用。

本评估结论仅供委托方作为评估目的使用，评估报告书的使用权归委托方所有，未经委托方许可，评估机构不得随意向他人提供或公开。

十三、特别事项说明

本评估报告中涉及的有关法律文件及相关资料由委托方提供，由委托方对其真实性、合法性和完整性负责。

在执行本评估项目过程中，我们对委托方和相关当事方提供的评估对象法律权属资料和资料来源进行了必要的查验，但对评估对象的法律权属我们不发表意见，也不作确认和保证。

对企业存在的可能影响资产评估值的瑕疵事项，在企业委托时未作特殊说明而评估人员根据专业经验一般不能获知的情况下，评估机构和评估人员不承担责任。

评估人员在评估过程中发现可能影响评估结论，但非评估人员执业水平和能力所能评定估算的事项，提请报告使用者关注这些事项对于评估结论的影响，合理使用评估结论。

4. 在评估基准日至评估报告提出日期之间，尚未发现对评估结论造成较大影响

的重大事项。

十四、评估报告使用限制说明

1. 本评估报告只能用于报告中载明的评估目的和用途。
2. 本次评估结果是反映评估对象在本次评估目的下，在假设委估企业持续经营的前提下，根据公开市场的原则确定现行公允市价，没有考虑特殊的交易方可能追加或减少付出的价格等对评估价格的影响。
3. 评估报告的全部或者部分内容被摘抄、引用或者披露于公开媒体，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。
4. 本评估报告的全部或部分内容由×××（评估机构名称）负责解释。

十五、评估报告日

本评估报告提交委托方的时间为×年×月×日。

××会计师事务所

法定代表人：

注册

资产评估师：

×××演艺公司（企业）无形资产评估报告的资料目录：

- 与评估目的相对应的经济行为文件
- 委托方及被评估单位营业执照复印件
- 被评估单位基准日会计报表及审计报告复印件
- 被评估单位前三年会计报表及审计报告复印件
- 被评估单位主要权属资料证明复印件

- 委托方及被评估单位承诺函
- 签字注册资产评估师及评估机构的承诺函
- 资产评估机构资格证书复印件
- 评估机构法人营业执照复印件
- 参加本评估项目的人员名单
- 签字注册资产评估师资格证书复印件
- 资产评估业务约定书复印件

附件 2 布莱克—舒默模型参数对应表

评估参数	主要评估依据
S	产品的利润率，资产负债率，产品的艺术价值，产品的社会贡献率，资本收益率，资本保值增值率，产品获奖比例
E	企业的社会影响力；创新能力，基本员工满意度，顾客满意度，同行评议，企业战略管理能力以及企业绩效管理水平，企业员工素质企业家的学历水平，企业家的专业素养，企业家的管理素质，企业家的健康状况

附件3 调研安徽省徽京剧院品牌强度系数量表

企业品牌强度系数评价表

如下表所示，根据品牌强度层面中列举的七个方面的内容，请如实填写这七个方面对于企业总收益的贡献程度大小来打分，要求每项实际得分不超过其最高得分。

品牌强度层面	实际得分	行业最好得分
市场性质		10
稳定性		15
市场地位		25
品牌趋势		10
品牌支持		10
行销范围		25
品牌保护		15

注：

1.市场性质。所在行业的市场越成熟、稳定，市场壁垒低的企业得分就高，反之得分则低。

2.稳定性。较早进入市场的企业品牌往往比新近进入的品牌拥有更多的忠诚消费者，因此得分就高，反之则低。

3.品牌在同行业中的地位。居于领导地位的品牌，由于对市场具有更大的影响力，因此得分就高，反之则低。

4.品牌趋势。品牌越具有时代感与消费者需求越趋于一致，得分就高，反之则低。

5.品牌支持。获得持续投资和重点支持的品牌得分就高，反之则低。

6.行销范围。品牌行销越广，其抵御竞争者和扩张市场的能力越强，得分越高，反之则低。

7.品牌保护。获得注册、享有商标专用权从而受到商标法保护的品牌得分就高，反之则低。

附件 4 调研安徽省徽京剧院现代型无形资产 2 中各项
无形产权权重评定量表

无形产权权重评定量表（表 1 至表 5）

为计算无形资产 2 中各个无形资产的价值，需要应用层次分析法（AHP）确定出它们的权重值。本次评估采用 1~9 标度测评法（见例表）。根据例表客观填写表一至表五中的空缺项（权重值除外）。

注：外部关系是指企业与官方部门（如政府）以及金融机构的整体关系状况。

例表

等级	标度含义	两两相比结果
1	X_i 比 X_j 同等重要	$A_{ij}=1$
3	X_i 比 X_j 略微重要	$A_{ij}=3$
5	X_i 比 X_j 明显重要	$A_{ij}=5$
7	X_i 比 X_j 强烈重要	$A_{ij}=7$
9	X_i 比 X_j 极端重要	$A_{ij}=9$
倒数	若 X_i 与 X_j 的重要性之比是 A_{ij} ，那么 X_j 与 X_i 的重要性之比是 $A_{ji}=1/A_{ij}$ 。	

注：如果两元素差别介于两者之间，则可取上述相邻等级的中间值。

表 1

无形资产带来 超额利润原因	利润增加	成本降低	竞争力提高	风险规避	权重值
利润增加	1				
成本降低		1			
竞争力提高			1		
风险规避				1	

表 2

利润增加	外部关系	创意产权	作品版权	宣传网络	观众满意度	权重值
外部关系	1					
创意产权		1				
作品版权			1			
宣传网络				1		
观众满意度					1	

表 3

成本降低	外部关系	创意产权	作品版权	宣传网络	观众满意度	权重值
外部关系	1					
创意产权		1				
作品版权			1			
宣传网络				1		
观众满意度					1	

表 4

竞争力提高	外部关系	创意产权	作品版权	宣传网络	观众满意度	权重值
外部关系	1					
创意产权		1				
作品版权			1			
宣传网络				1		
观众满意度					1	

表 5

风险规避	外部关系	创意产权	作品版权	宣传网络	观众满意度	权重值
外部关系	1					
创意产权		1				
作品版权			1			
宣传网络				1		
观众满意度					1	

附件 5 调研安徽省徽京剧院访谈资料

李团长和杨团长访谈提纲

- 1.请李团长介绍一下徽京剧院主要营利模式。
- 2.徽京剧院的组建时间；现有用地和基础设施是如何承续下来的，改造费用是多少，还向政府交纳其他用地费用是多少？
- 3.请您介绍下与旗下演员的合作模式。
- 4.您认为徽京剧院有哪些主要的无形资产？（是否有特许经营权，或是特别的资质。）
- 5.徽京剧院在门票的销售中有没有采取网上销售的办法？或者有没有和院线建立网上门票销售的合作关系？
- 6.在舞台艺术表现形式（舞美、灯光、音效、（服装、化妆、电子提示））上有没有新技术或者新专利，您认为这些新的表现形式对剧目的收入有多大的贡献率？
- 7.请问演员的收入构成主要有哪几块，首先是固定薪酬来源和金额；绩效工资的标准；骨干演员的大致出场费或者是利润分成。
- 8.贵单位演员的招聘、培训、福利的大致费用。
- 9.徽京剧院有哪些品牌剧目和知名演员。
- 10.这些品牌剧目和知名演员对企业利润的贡献率和未来品牌建设的计划。
- 11.咨询有关企业 2012 年的真实利润率。
- 12.请您以某著名剧目为例，介绍该剧目演出的收入。
- 13.请您允许会计部门告知 2012 年贵单位剧目演出和相关活动的总收入。

附件 6 运用 Matlab 计算安徽省徽京剧院现代型无形资产 2 各项无形资产权重的程序

```
%import matrix xx1
x1=xx1';
[m,m]=size(x1);
[x,d]=eig(x1);
t=0;
u=1;
for i=1:m
    if d(i,i)>t
        t=d(i,i);
        u=i;
    end;
end;
CI=(t-m)/(m-1);
wx1=x(:,u)/sum(x(:,u));
RI=[0 0 0.52 0.89 1.12 1.26 1.36 1.41 1.46 1.49 1.52 1.54 1.56 1.58 1.59];
CR=CI/RI(m);
if CR<0.10
    disp('矩阵 x1 的一致性可以接受');
else
    disp('矩阵 x1 的一致性不可以接受');
end;
disp('矩阵 x1 的权重向量为');
disp(wx1');

%import matrix xx2
x2=xx2';
[n,n]=size(x2);
[x,d]=eig(x2);
t=0;
u=1;
```

```

for i=1:n
    if d(i,i)>t
        t=d(i,i);
        u=i;
    end;
end;
CI=(t-n)/(n-1);
wx2=x(:,u)/sum(x(:,u));
RI=[0 0 0.52 0.89 1.12 1.26 1.36 1.41 1.46 1.49 1.52 1.54 1.56 1.58 1.59];
CR=CI/RI(n);
if CR<0.10
    disp('矩阵 x2 的一致性可以接受');
else
    disp('矩阵 x2 的一致性不可以接受');
end;
disp('矩阵 x2 的权重向量为');
disp(wx2');

%import matrix xx3
x3=xx3';
[n,n]=size(x3);
[x,d]=eig(x3);
t=0;
u=1;
for i=1:n
    if d(i,i)>t
        t=d(i,i);
        u=i;
    end;
end;
CI=(t-n)/(n-1);
wx3=x(:,u)/sum(x(:,u));
RI=[0 0 0.52 0.89 1.12 1.26 1.36 1.41 1.46 1.49 1.52 1.54 1.56 1.58 1.59];
CR=CI/RI(n);

```

```
if CR<0.10
    disp('矩阵 x3 的一致性可以接受');
else
    disp('矩阵 x3 的一致性不可以接受');
end;
disp('矩阵 x3 的权重向量为');
disp(wx3');

%import matrix xx4
x4=xx4';
[n,n]=size(x4);
[x,d]=eig(x4);
t=0;
u=1;
for i=1:n
    if d(i,i)>t
        t=d(i,i);
        u=i;
    end;
end;
CI=(t-n)/(n-1);
wx4=x(:,u)/sum(x(:,u));
RI=[0 0 0.52 0.89 1.12 1.26 1.36 1.41 1.46 1.49 1.52 1.54 1.56 1.58 1.59];
CR=CI/RI(n);
if CR<0.10
    disp('矩阵 x4 的一致性可以接受');
else
    disp('矩阵 x4 的一致性不可以接受');
end;
disp('矩阵 x4 的权重向量为');
disp(wx4');

%import matrix xx5
x5=xx5';
```

```

[n,n]=size(x5);
[x,d]=eig(x5);
t=0;
u=1;
for i=1:n
    if d(i,i)>t
        t=d(i,i);
        u=i;
    end;
end;
CI=(t-n)/(n-1);
wx5=x(:,u)/sum(x(:,u));
RI=[0 0 0.52 0.89 1.12 1.26 1.36 1.41 1.46 1.49 1.52 1.54 1.56 1.58 1.59];
CR=CI/RI(n);
if CR<0.10
    disp('矩阵 x5 的一致性可以接受');
else
    disp('矩阵 x5 的一致性不可以接受');
end;
disp('矩阵 x5 的权重向量为');
disp(wx5');

%层次总排序
for i=1:n
    y1(i)=wx1(1)*wx2(i)+wx1(2)*wx3(i)+wx1(3)*wx4(i)+wx1(4)*wx5(i);
end;
for i=1:n
    y2(i)=y1(i)/(sum(y1));
end;
disp('总排序权重向量为');disp(y2);

```

致 谢

三年前，怀着几分欣喜，几分期许，我进入中国科学技术大学攻读博士，时光荏苒，在博士论文完成之际，心中感慨万千。自己从事文化传播已经数十年，经历着中国文化产业的不断发展直至今天的繁荣，也算是亲历者和推动者。中国文化产业正在向着从“文化市场”到“文化产业”，再从“文化产业”到“文化生产力”、“文化软实力”迈进。而其中文艺企业的无形资产增值越来越成为文化实力提升的重要途径。结合自己从事文化产业工作几十年的点滴经历和体会，在导师冯锋教授的指导下完成了此文。

在这里向一直关心我学术成长并悉心指导论文写作的导师冯锋教授表示衷心的感谢。在三年的博士学习期间，冯老师始终给予我精心的教导和热忱的鼓励。从论文的选题到最终完成，论文工作中所取得的每一份研究成果都凝聚着冯老师的智慧和心血，让我对文化产业中舞台演艺这一细分领域有了更深入的理解，为我今后的经营管理工作提供了莫大的帮助。

在论文的选题和写作过程中，我有幸得到很多老师、同仁和朋友们的指导和帮助。特别还要感谢我的同门师妹周楠、肖相泽、李庆、张雷勇和杜宇能等同学，感谢你们在课题研究和论文撰写中提出的意见，启发了我的思路，对我论文的写作起到了很大的帮助作用。

最后要感谢我的家人长期的帮助和支持，你们的鼓励是我学习和工作的力量源泉。也要感谢在百忙中为本论文提供指导，提出修改意见的其他亲友、同事，向你们致以诚挚的谢意和美好的祝愿！

张 斌

中国科学技术大学公共事务学院

2013 年 4 月 12 日

在读期间学术论文与课题研究成果

（一）学术论文

[1]张斌，中国演艺企业无形资产评估指标体系研究，《艺术百家》，刊用；

[2]张斌，演艺产业经营策略浅析，《艺术百家》，刊用。

（二）参与课题情况

国家自然科学基金课题“产学研网络中共生现象机理研究”（项目编号：71073151），项目起止时间：2011.1.1-2013.12.31，本人作用：项目参与成员。
