

附件

# 文化企业无形资产评估指导意见

## 第一章 引言

**第一条** 为规范资产评估师执行文化企业无形资产评估业务行为，维护社会公共利益和资产评估各方当事人合法权益，根据《资产评估准则——无形资产》，制定本指导意见。

**第二条** 本指导意见所称文化企业，包括新闻出版发行服务企业、广播电视电影服务企业、文化艺术服务企业、文化信息传输服务企业、文化创意和设计服务企业、文化休闲娱乐服务企业和工艺美术品生产企业等。

**第三条** 本指导意见所称文化企业无形资产，是指文化企业所拥有或者控制的，不具有实物形态，能够持续发挥作用并且带来经济利益的资源。

**第四条** 本指导意见所称文化企业无形资产评估，是指资产评估师依据相关法律、法规和资产评估准则，对文化企业无形资产的价值进行分析、估算并发表专业意见的行为和过程。

**第五条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，

应当遵守本指导意见。

资产评估师执行与文化企业无形资产价值估算相关的其他业务，可以参照本指导意见。

涉及土地使用权的评估执行相关评估准则的规定。

## 第二章 基本要求

**第六条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当遵守相关法律、法规和资产评估准则。

**第七条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当了解文化企业是提供精神产品、传播思想信息、担负文化传承使命的特殊企业，必须始终坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一，应当关注文化企业社会效益对文化企业无形资产价值的影响。

**第八条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当具备文化企业无形资产评估相关的专业知识和经验，具有专业胜任能力。

**第九条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当恪守独立、客观、公正的原则，勤勉尽责，保持应有的职业谨慎，避免出现对评估结论具有重大影响的疏漏。

**第十条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当结合经济行为类型，明确评估目的。

（一）文化企业无形资产评估业务，分为单项资产评估业务中的无形资产评估和企业价值评估业务中的无形资产

评估。

（二）单项资产评估业务中的无形资产评估所涉及的经济行为主要包括质押、出资、转让、许可使用、财务报告、涉税和诉讼等。企业价值评估业务中的无形资产评估所涉及的经济行为主要包括改制、并购重组和清算等。

**第十一条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当在合理考虑评估目的、市场条件、评估对象自身条件等因素的基础上，恰当选择价值类型。

以质押为目的可以根据实际情况选择市场价值或者根据担保法等相关法律、法规以及金融监管机构的规定选择评估结论的价值类型，以出资、转让、许可使用等交易为目的的一般选择市场价值或者投资价值，以财务报告为目的的一般根据企业会计准则相关要求选择相应的价值类型。

**第十二条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当合理使用评估假设和限定条件，并考虑其与价值类型的相关性。

**第十三条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当获取必要信息，并分析信息来源的可靠性，恰当利用信息。

**第十四条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，涉及特殊专业知识和经验时，可以利用专家工作，但应当履行必要程序恰当利用专家工作。

### 第三章 评估对象和范围

**第十五条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当明确评估对象。

文化企业无形资产评估对象，是指文化企业无形资产的财产权益，或者特定无形资产组合的财产权益。文化企业无形资产通常包括著作权、专利权、专有技术、商标专用权、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益、域名和商誉等。

文化企业无形资产不局限于无形资产会计科目核算的资产。符合资产评估准则关于无形资产定义的资产，均可以构成无形资产评估对象。

**第十六条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当明确评估范围。

文化企业无形资产评估范围应当服从评估对象的选择，最终确定权在于委托方。评估机构和资产评估师应当根据专业经验建议委托方合理确定评估范围，并在业务约定书中明确约定评估范围。

**第十七条** 资产评估师执行文化企业价值评估业务中的无形资产评估，应当根据会计政策、企业经营等情况，对被评估企业资产负债表表内以及表外的无形资产进行识别。

**第十八条** 资产评估师执行文化企业著作权资产评估业务，应当结合文化企业特点关注著作权的法律、经济、技

术等特征。

（一）著作权财产权利包括复制权、发行权、出租权、展览权、表演权、放映权、广播权、信息网络传播权、摄制权、改编权、翻译权、汇编权以及著作权人享有的其他财产权利。

与著作权有关的权利，包括出版者对其出版的图书和期刊的版式设计享有的权利，表演者对其表演享有的权利，录音录像制作者对其制作的录音录像制品享有的权利，广播电台、电视台对其制作的广播、电视节目享有的权利等。

这些权利与文化企业特定产品（作品）相关联。由于作品自身特性，并不是每一种作品都具有这些权利。

（二）著作权对应的作品包括以各种形式创作的文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术等作品，具体形式有文字作品；口述作品；音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品；美术、建筑作品；摄影作品；电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品；工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品；计算机软件等。与著作权有关的权利对应的作品，包括录音录像制品等。

不同类型的文化企业所拥有的特定作品形式可能存在较大差异。这些作品在创作人员、创作流程、创作成本、传播方式、传播成本、传播范围等方面存在各自特点和差异。这些差异最终都会反映在文化企业产品的成本和收益中。

（三）文化企业著作权资产评估对象按照文化企业具体作品与著作权中各种财产权利组合的方式来表现，具体可描述为“作品名称+权利名称”或者“某某作品的某某权”。评估对象要与经济行为、评估目的保持一致，可能是一件作品的单项权利或者多项权利，也可能是多件作品的某一单项权利组合或者多件作品的多项权利的组合。

（四）资产评估师执行文化企业著作权资产评估业务，应当关注著作权的权利属性，区分著作权使用权和所有权。评估被许可行使的著作权，应当明确具体许可期限、许可使用范围、许可使用方式等许可内容。

（五）文化企业作品的著作权与该作品实体的物权既有联系，又有区别。作品物权转移并不必然导致该作品著作权全部或者部分财产权益的同时转移。绘画、书法、雕塑等美术作品物权是依赖于绘画、书法、雕塑等实体的承载，物权需要随实体一同转移。文化企业拥有绘画、书法、雕塑等实体作品物权，也不必然拥有该作品的著作权。对文化企业评估涉及美术作品实体，资产评估师应当要求委托方明确评估对象是否包含著作权财产权益，并对委托方提供的权属证明材料进行相应查验。

**第十九条** 资产评估师执行文化企业专利、专有技术资产评估业务，应当结合文化企业特点关注专利资产、专有技术资产的法律、经济、技术等特征。

（一）专利资产的类型通常包括发明专利、实用新型专利和外观设计专利。专有技术资产通常包括设计资料、技术规范、工艺流程、配方、图纸、数据、经营诀窍等。

（二）资产评估师执行文化企业专利资产评估业务，应当了解专利资产的基本状况，通常包括专利法律状态、专利名称、专利类别、专利申请的国别或者地区、专利申请号或者专利号、专利申请人或者专利权人、专利申请日、专利授权日、专利保护期、专利有效性、专利权利要求等。

资产评估师执行文化企业专有技术资产评估业务，应当结合专有技术所属技术领域的技术发展阶段和技术开发活跃程度了解其基本情况，通常包括能反映该专有技术客观存在的相关特征。

（三）资产评估师执行文化企业专利、专有技术资产评估业务，应当关注专利、专有技术的权利属性，区分专利、专有技术资产的使用权和所有权。评估被许可使用的专利、专有技术资产，应当明确具体许可期限、许可使用范围、许可使用方式等被许可内容。

（四）资产评估师执行文化企业专利、专有技术资产评估业务，应当关注该专利、专有技术的实施情况，及其在文化企业产业链中的作用与地位。

例如，资产评估师执行互联网信息服务企业专利、专有技术资产评估，应当关注技术的竞争优势，及其与企业超额

收益的关系。

（五）资产评估师执行文化企业专利、专有技术资产评估业务，评估对象可以采用单项专利、专有技术资产的形式，也可以采用专利、专有技术资产组合的形式。资产评估师应当要求委托方根据评估目的、评估对象的具体情况对无形资产进行合理分离或者合并，恰当选择评估对象的具体形式。

例如，资产评估师执行广播电视电影服务企业专利、专有技术资产评估，涉及互联网数据传输、存储、防盗链等专利、专有技术资产时，应当根据评估目的、评估对象的具体情况，对专利和专有技术资产进行分类、整合，并在此基础上恰当采取单项专利或者专利组合、单项专有技术资产或者专有技术资产组合、专利与专有技术资产组合的形式进行评估。

**第二十条** 资产评估师执行文化企业商标资产评估业务，应当结合文化企业特点关注商标的法律、经济、技术等特征。

（一）资产评估师执行文化企业商标资产评估业务，应当结合商标注册资料，了解商标的基本状况，通常包括商标的图案、文字、注册号、注册期限、核准的注册类别，以及商标注册、转让和继承程序办理情况等。

（二）资产评估师执行文化企业商标资产评估业务，应当关注商标的权利属性，区分商标专用权和商标许可权。评



估商标许可权应当明确该权利的具体许可期限、许可使用范围、许可使用方式等被许可内容。

（三）资产评估师执行文化企业商标资产评估业务，应当关注商标的使用情况，以及使用该商标的产品或者服务的经营情况。

（四）资产评估师执行文化企业商标资产评估业务，评估对象可以是某一项商标，也可以是某一项商标与防御商标、扩展商标等相关商标组合的形式。

**第二十一条** 资产评估师执行文化企业其他无形资产评估业务，应当结合文化企业特点，对纳入评估范围的其他各类无形资产的法律、经济、技术等特征进行调查、分析。

（一）销售网络是企业为了销售产品或者服务而与其他企业进行合作所建立的能够持续发挥作用并且带来经济利益的文化传播渠道。

例如，文艺创作与表演企业通过与旅行社建立合作关系，从而提高客流量，则该企业可能存在销售网络无形资产。

资产评估师执行文化企业销售网络资产评估业务，应当了解销售网络资产的构成和规模、使用情况等，重点关注企业与渠道成员之间的合作方式、权利和义务的约定事项、市场竞争的合法合规性、销售网络的经济贡献等。

（二）客户关系是企业与供应商、顾客等客户建立的能够持续发挥作用并且带来经济利益的往来关系。

例如，新闻出版发行服务企业通过成立读书俱乐部，形成稳定的客户群，并获得收益，则该企业可能存在客户关系无形资产。

资产评估师执行文化企业客户关系资产评估业务，应当了解企业在开发新客户和维护老客户方面所采取的措施、客户的统计资料和流失情况、市场竞争的合法性、客户关系的经济贡献等。

（三）特许经营权是特许人与被特许人约定授予被特许人在一定地区、一定期限内生产经营某项业务，或者使用某项著作权、商标、专利、专有技术等资产，并且能够获取额外经济利益的权利。特许经营权可以分为独占许可、独家许可和普通许可。

资产评估师执行文化企业特许经营权资产评估业务，应当了解特许经营权的性质，许可方式、许可年限和许可范围等约定事项，以及特许经营权的实施成本和效益等。

（四）合同权益是企业因为签订了租赁合同、劳务性合同、供应合同、销售合同等长期合同而在约定期限内所获得的连续性经济利益。

例如，当文化软件服务企业开发网络游戏的核心技术团队成为企业获得持续竞争优势的关键因素，企业与核心技术团队人员签订长期劳动合同，并明确约定了竞业限制条款，则该企业可能存在合同权益无形资产。

资产评估师执行文化企业合同权益资产评估业务，应当了解合同的类别、合同期限、约定的权利与义务等基本条款、法律上的有效性、履约风险、合同权益的贡献等。

（五）域名是互联网上的一个服务器或者一个网络系统的名字，在世界范围内具有唯一性。企业在互联网上注册域名，可以成为宣传自己的产品和服务，并进行电子商务等商业活动的标志。域名和商标一样属于营销类的无形资产。

资产评估师执行文化企业域名资产评估业务，应当了解域名资产的组成结构和主体词汇等基本特征、取得情况、权属状况、使用情况等。

（六）商誉是企业整体声誉的体现，是不可辨认无形资产，不能离开企业单独存在。在不同的财务报告或者税收制度下，商誉可能被赋予不同的定义。

资产评估师执行文化企业商誉资产评估业务，应当了解商誉资产的定义和内涵、取得方式、形成原因、与可辨认资产之间的相互关系以及可辨认资产的使用情况等。

**第二十二条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当根据被评估企业所属行业特征和资产对企业价值的贡献方式、表现形式等情况，合理识别和界定无形资产类别。

人力资源作为文化企业资源的组成部分，通常纳入商誉范畴进行评估。人力资源在特定情形下也可能表现为经纪服

务合同约定的权益。

例如，影视企业与著名导演、演员等签署的经纪服务合同，该类合同权益属于可辨认无形资产。

## 第四章 操作要求

**第二十三条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当结合文化企业特点，关注社会环境、宏观经济政策、产业政策、法律保护状况、市场竞争状况、经营条件、生产能力、文化差异、产品（作品）类型等各项因素对无形资产效能发挥的制约和激励作用，及其对无形资产价值产生的影响。

例如，评估文化企业无形资产，应当关注不同类型的文化企业在政治导向、文化创作生产和服务、受众反应、社会影响、内部制度和队伍建设等方面产生的社会效益对其无形资产价值的影响。

例如，评估著作权财产权益时，同一作品权益在不同的文化企业运营模式下，可能会有不同的盈利模式，从而获得不同的经济价值。不同作品类型自身特点差异，有其特定的传播规律，造成在法律监管、艺术表现、技术支持方面的差异，进而影响其获利方式、成本构成、经济寿命等。不同财产权益体现了对作品的不同利用方式，这些利用方式受技术发展水平的制约，从而影响财产权益价值。

**第二十四条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估

业务，应当结合无形资产的特点，重点关注影响被评估无形资产价值的主要因素。

（一）影响著作权资产价值的主要因素包括：著作权财产权利类型、权利属性、作品特征、内容导向、收益方式、传播情况等。

（二）影响专利和专有技术资产价值的主要因素包括：专利的法律保护状况、专有技术的保密情况、专利和专有技术的技术特征、权利属性、实施情况、所实施产品或者服务的经营情况等。

（三）影响商标资产价值的主要因素包括：商标注册情况，权利属性，市场影响力，使用该商标的产品或者服务的经营情况，广告宣传状况等。

（四）影响销售网络价值的主要因素包括：销售网络的构成和范围、销售网络的运行效率等。

（五）影响文化企业客户关系价值的主要因素包括：客户构成、消费偏好和消费能力、对企业的忠诚度等。

（六）影响文化企业特许经营权价值的主要因素包括：特许经营方式、许可经营期限与范围、许可双方权利与义务、许可费率以及支付方式等。

（七）影响以合同权益方式体现的文化企业人力资源的价值的主要因素包括：合同的合法性、公平性、服务期限、合同约定的激励措施、保密条款、竞业禁止条件等。

(八) 影响文化企业域名价值的主要因素包括：域名的种类、网站的访问量、与该域名相关的业务发展情况、潜在的需求者等。

(九) 影响文化企业商誉价值的主要因素包括：商誉的定义、形成方式和构成要素，重点关注企业是否存在优越的地理位置、高素质的专业团队、丰富的生产经营经验、科学而健全的管理制度、高效的组织机构、优质的产品和服务、积极的企业文化、良好的社会关系等。

**第二十五条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当针对不同类型的无形资产分别收集相关资料，通常包括：

- (一) 无形资产清查评估明细表；
- (二) 无形资产法律保护状况资料；
- (三) 无形产权利人基本情况；
- (四) 无形资产的具体内容和使用情况；
- (五) 无形资产质押情况资料；
- (六) 无形资产取得成本和历史收益情况资料；
- (七) 无形资产收益期和预期收益情况资料；
- (八) 无形资产以往交易情况以及评估情况资料；
- (九) 无形资产实施过程中涉及的政治、经济和法律环境等方面的资料。

**第二十六条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估

业务，应当根据具体情况选择查验资料、访谈、函证、现场查勘等方式，对各类无形资产以及无形资产实施情况进行调查，重点关注影响无形资产价值的各项因素，并对无形资产的权属状况、使用状况等进行调查。

**第二十七条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当根据评估目的，恰当考虑各类无形资产评估业务的特点和要求。

（一）资产评估师执行以质押为目的的文化企业无形资产评估业务，应当分析判断拟用于质押的无形资产是否符合相关法律法规的要求，了解借款人和贷款人对不同时点的无形资产价值的需求差异，分析此期间借款人经济、法律、技术等特定环境条件变化情况，审慎选定无形资产利用方式得出持续创造现金流的能力。

（二）资产评估师执行以出资或者企业改制为目的的文化企业无形资产评估业务，应当分析判断拟用作出资的无形资产是否符合相关法律法规的要求，区分评估结论是作为注册资本金折算依据，还是仅用于验证注册资本金与所有者权益账面价值之间的关系。如果以评估结论核定资本金，应当尽可能地对重要无形资产进行逐项辨认，并单独进行评估。

（三）资产评估师执行以出资、转让、许可使用等交易或者企业并购为目的的文化企业无形资产评估业务，应当关注未来权利人的利用方案，评估报告中是否存在评估假设的

经济、法律、技术等特定环境与未来应用状况不匹配的情形，合理确定无形资产价值。

（四）资产评估师执行以财务报告为目的的文化企业无形资产评估业务，在确信总体价值合理的基础上，以及重要无形资产明确辨认和单独评估的情形下，可以视情况采用简便的方法对其他各类无形资产进行合理分析。

**第二十八条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当分析判断被评估无形资产是否与其他资产共同发挥作用。

如果被评估无形资产与其他资产共同发挥作用，应当合理确定该无形资产的贡献，或者区分并剔除与该无形资产无关的资产的贡献。

如果被评估无形资产是无形资产组合，在不影响资产组合整体评估结论的前提下，可以不区分无形资产组合内部各项无形资产的贡献。

**第二十九条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当关注创造和维护文化企业无形资产的主体是否存在分离现象。对创造和维护主体分离的情形，应当综合考虑各方的成本投入情况、相关权利和义务的约定等价值分割依据，合理确定无形资产各类权利人的合法权益。

例如，评估商标资产价值，当商标的注册人和使用者分属于不同的主体时，应当考虑商标使用者所投入的维护成本



对商标资产价值的贡献。

**第三十条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当结合无形资产实施或者拟实施企业的经营状况进行评估。对于尚未实施的无形资产，可以利用专业机构出具的专业报告作为评估依据。

## 第五章 评估方法

**第三十一条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，分析收益法、市场法和成本法三种资产评估基本方法的适用性，恰当选择一种或者多种资产评估方法。

**第三十二条** 资产评估师采用各种方法评估文化企业无形资产，应当关注文化企业社会效益对相关参数的影响。不同类型的文化企业对社会效益的重视程度和管理效果可能不同，进而影响该企业的持续经营能力，最终将反映在无形资产未来收益规模、风险水平和经济寿命年限等评估参数上。

**第三十三条** 资产评估师采用收益法评估文化企业无形资产，应当合理确定无形资产的收益期限以及未来收益水平。

（一）确定文化企业无形资产收益期限，应当综合考虑无形资产对应的产品和服务的经济寿命期限、相关法律保护

期限、合同约定期限和被评估企业及其所属行业的发展状况等影响因素。

资产评估师应当了解，大部分文化产品和服务具有生命周期短、重复利用价值低的特征。如果对应的无形资产不能用于开发其他新产品和服务，则无形资产的经济寿命期限不会超过该文化产品和服务的经济寿命期限。

资产评估师应当分析无形产权权利人在维持和创造无形资产方面所具有的资金、技术、固定资产、人力资源和外部环境等条件，确定各类无形资产的持续收益时间。

（二）预测文化企业无形资产收益，可以通过节省许可费、收益分成、增量收益或者超额收益等方式。

（三）预测文化企业无形资产未来收益，应当考虑文化企业运营模式、产品和服务的类型对无形资产收益的影响。

在不同的运营模式下，无形资产可能会有不同的盈利模式，从而获得不同的收益。通常情形下，资产评估师应当按照无形产权权利人的经济、技术、法律等特定环境条件考虑无形资产的使用方式。当无形资产使用方式不受所处环境限制时，资产评估师可以设定无形资产处于最佳使用方式。资产评估师应当知晓，商标、商誉等无形资产通常和企业密不可分，其盈利模式与权利人的生产经营条件密切相关，通常按照权利人的使用方式考虑其价值。

文化企业主要进行文化内容的创作与传播，内容是文化

产品的核心。不同类型文化产品和服务由于自身特点，在创作目的、内容载体、创作人员、创作成本、创作流程、传播方式、传播成本、传播范围等方面都可能存在差异，进而影响收益范围和收益水平。

例如，预测电影作品著作权收益，除宏观经济环境、产业政策等因素外，需要考虑该电影作品类型、制片人、导演、演员、剧本、以及制作人员对电影作品的影响，同时考虑发行方、院线、放映场次和档期等因素。电影作品制作投资高并不必然产生高的票房收入。对于已经播映过的电影作品，需要关注信息网络传播渠道可能产生的收益，形成衍生产品的可能性及其收益。

（四）预测文化企业无形资产未来收益，应当考虑文化产品和服务的价格、文化基础设施的建设、公众的收入水平、文化素质、闲暇时间等因素对文化产品和服务市场需求的影响，合理确定文化产品和服务的收入。

（五）预测文化企业无形资产未来收益，应当考虑文化产品和服务具有高固定成本和传播边际成本递减等特点，合理确定文化产品和服务的成本。

（六）预测文化企业无形资产未来收益，应当考虑无形资产在不同阶段的获利能力差异。

例如，著作权的盈利能力通常在产出初期高于后期衍生权益阶段，后期衍生著作权收益中可能包括前期原创著作权

应分享的收益。

（七）预测文化企业无形资产未来收益，应当结合行业特征考虑无形资产对文化产品和服务收益的贡献程度。在难以直接区分或者没有必要区分各类无形资产收益贡献的情况下，可以综合预测多种无形资产的共同收益。

（八）预测文化企业无形资产未来收益，应当区分文化企业整体收益与无形资产对应的文化产品和服务的收益。文化产品和服务的收益取决于该文化产品和服务的盈利能力，文化企业整体收益取决于不断开发和传播新的文化产品和服务的能力。

例如，广播电视电影服务企业主要依靠制作电影、电视剧并通过发行、放映、信息网络传播等方式获得收益。此类企业的电影、电视剧作品制作能力受到被评估企业品牌、资金规模、剧本储备、签约艺人、专业管理人员等因素的影响。传播能力受宏观经济环境、行业发展趋势、院线放映能力、电视台频道资源、信息网络平台等因素影响。

**第三十四条** 资产评估师采用收益法评估文化企业无形资产，应当合理确定折现率。

（一）估算文化企业无形资产折现率，可以采用风险累加、企业加权平均资本成本途径等方式。

（二）估算文化企业无形资产折现率，应当关注文化消费的不确定性所产生的市场风险。在快速变动的社会中，消

消费者对文化产品和服务价值的认知随时可能会改变，文化政策的调整可能形成文化需求变动，大部分文化产品和服务的生命周期短，重复利用的价值较低，技术更新换代和替代品的竞争可能产生技术风险。

（三）估算文化企业无形资产折现率，应当关注国家或者地区有关法律规范以及文化产品在内容审查、传播限制等方面可能产生的法律风险，关注产品复制难易程度、传播成本、法律保护力度、法定赔偿等因素，综合考虑侵权风险，关注不同区域、民族、性别、年龄、收入的人群间文化的差异所产生的风险。

（四）估算文化企业无形资产折现率，应当关注文化产品和服务在生产和传播过程中面临的盈利模式不清晰、生产资源得不到保障或者管理效率低下等原因所造成的经营风险。

（五）估算文化企业无形资产折现率，应当关注文化产品和服务在生产和传播过程中面临的资金匮乏或者高杠杆所形成的财务风险。

**第三十五条** 资产评估师采用市场法评估文化企业无形资产，应当根据所获取交易案例与评估对象的相似程度、交易案例相关数据的充分性和可靠性等因素，恰当选择可比案例。

评估文化企业中与人力资源有关的合同权益等无形资

产，可以结合人才流动市场的定价方式或者文化企业与生产要素供应方的合作模式收集交易案例。

**第三十六条** 资产评估师采用市场法评估文化企业无形资产，应当分析评估对象与可比案例在交易时间、权利种类或者形式、维护费用、贡献水平、风险程度、经济寿命期限等方面的差异，并考虑该差异因素对无形资产价值的影响。

**第三十七条** 资产评估师采用成本法评估文化企业无形资产，应当分析无形资产投入成本与价值的相关程度，恰当考虑成本法的适用性。

例如，评估文艺创作与表演服务企业、文化创意和设计服务企业的无形资产，其投入成本与价值的关联程度较低，一般不宜采用成本法。

**第三十八条** 资产评估师采用成本法评估文化企业无形资产，应当结合评估对象和范围合理确定评估对象的重置成本。

例如，评估景区游览类文化企业无形资产，应当关注景区无形资产与景观资源在成本上的合理划分。

重置成本包括合理的成本、利润和相关税费等。资产评估师应当结合形成无形资产所需的研发人员、管理人员、材料、设备、场地等投入要素，合理确定评估对象的重置成本。

**第三十九条** 资产评估师采用成本法评估文化企业无

形资产，应当结合评估对象的价值变化规律，合理确定评估对象的贬值。

例如，著作权资产的贬值在其经济寿命期内可能不是均匀分布的，应当采用适当方法确定其贬值。

**第四十条** 资产评估师对同一无形资产采用多种评估方法时，应当对所获得各种初步价值结论进行分析，形成合理评估结论。

## 第六章 披露要求

**第四十一条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当在履行必要的评估程序后，根据《资产评估准则——评估报告》编制评估报告，并进行恰当披露，使评估报告使用者能够合理理解评估结论。

**第四十二条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当在评估报告中重点披露无形资产识别的过程和依据，通常包括对无形资产基本状况、法律状况、技术特征和经济特征实施调查的过程、方法和结论。

**第四十三条** 资产评估师执行文化企业无形资产评估业务，应当在评估报告中重点披露无形资产的评估情况，通常包括以下内容：

（一）影响无形资产价值的宏观经济状况和区域状况、政策因素、法律因素等；

（二）无形资产涉及的行业现状以及未来发展前景；

- (三) 无形资产涉及的企业业务、财务、资产状况分析；
- (四) 无形资产评估测算依据、重要参数的来源；
- (五) 无形资产评估假设前提以及限制条件；
- (六) 无形资产评估方法，包括评估方法的选择以及理由，评估方法的运用和计算过程；
- (七) 评估结论以及分析。

## 第七章 附则

**第四十四条** 本指导意见自2016年7月1日起施行。