

文化企业特点及价值评估问题探讨

王军辉 侯小娜

(北京中锋资产评估有限公司 北京 100039 中国地质大学长城学院 河北保定 071000)

【摘要】近年来我国不断强化支持文化产业发展的政策,这既给文化企业的发展带来了机遇,又对其提出了变革的要求。为此,本文从文化企业适应新形势出发,探讨了文化企业的发展环境、文化企业的特点与价值评估以及文化企业价值评估思路及关注点等问题,为文化企业提升自身价值提供借鉴。

【关键词】文化产业发展 文化企业价值评估 企业经营模式

一、文化企业发展环境

随着我国未来经济发展方式的转变和人们物质生活水平的提高,文化产业必将成为我国经济发展的支柱产业。党的十八大报告用较大篇幅论述了我国未来文化建设、文化的改革与发展,这在党的历史上是不多见的,充分体现了党和国家对未来文化发展的重视。十八大报告对“扎实推进社会主义文化强国建设”命题作了深刻阐述,文化强国是我国未来文化产业发展的目标。为了实现这个目标,报告提出要发展哲学社会科学、新闻出版、广播影视、文学艺术事业,促进文化和科技融合,发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。国家对文化产业发展的不断支持,必将促进我国文化企业的飞跃式发展。

表1 国家关于文化产业发展的主要政策

1	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年规划的建议》中正式使用了“文化产业”这一概念
2	十七届五中全会提出了“推动文化产业成为国民经济支柱产业”,并将文化产业纳入“十二五”规划纲要
3	十七届六中全会通过了《中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,进一步提升了文化产业在未来国民经济发展和社会管理中的地位
4	《文化产业振兴规划》提出八项重点任务
5	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》,“建立健全文化产业投融资体系,鼓励和引导文化企业面向资本市场融资,促进金融资本、社会资本和文化资源的对接。推动条件成熟的文化企业上市融资,鼓励已上市公司通过并购重组做大做强”
6	《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》
7	党的十八大报告中提出:扎实推进社会主义文化强国建设,到2020年文化产业成为国民经济支柱性产业,加快完善文化管理体制和文化生产经营机制,基本建立现代文化市场体系,健全国有文化资产管理体制,形成有利于创新创造的文化发展环境,增强文化整体实力和竞争力

为了贯彻落实国家关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣的精神,2012年7月,国家统计局发布了《文化及相关产业分类(2012)》,将文化及相关产业定义为,

“为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合”。文化产业在各个国家发展中所占的比重基本上代表了个国家的发展水平。

2011年度,我国文化产业增加值约为13 694亿元,约占同期国民生产总值的比例为3%,而美国、英国、日本文化产业增加值占国内生产总值的比重已经超过15%。在微观方面,以销售收入为比较基础,德国贝塔斯曼出版集团的发行规模接近三倍于我国579家出版社的总规模,我国规模最大的出版集团——江苏凤凰出版传媒集团销售收入、营业利润仅分别是英国培生集团(Pearson)的11%、12%。

我国排名靠前的五家报刊集团的主营业务收入合计7.1亿元,仅占全国期刊出版主营业务收入的5.3%;出版发行集团前四强的主营业务收入合计196.9亿元,在整个出版发行行业的主营业务收入中只占11.8%。

以上数据说明,一方面我国文化产业发展尚处于较低的水平,未来有较大的发展空间;另一方面我国的文化企业发展与经济规模严重不匹配,文化产业明显落后于经济发展,与国际文化企业规模相比差距更大。

近几年文化企业投融资项目逐渐增加(见图1),并购重组频繁(见图2)。2012年5月21日,大连万达集团和全球排名第二的美国AMC影院公司签署并购协议,并购总交易额26亿美元,具体如表2所示。文化企业并购出现了国际化趋势。

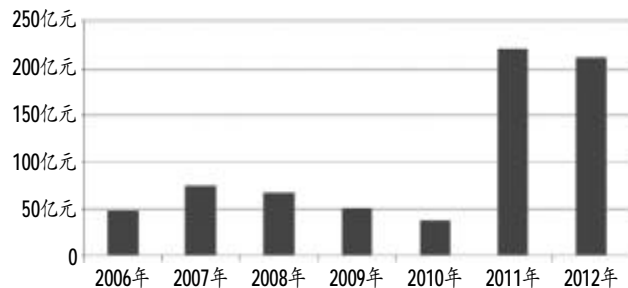


图1

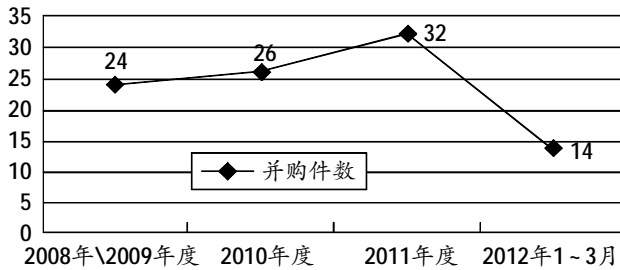


图 2

表 2 万达院线和美国AMC公司综合情况比较

比较指标	万达院线	AMC
成立时间	2004年	1920年
排名	亚洲第一	美国第二
影院数量	86家	347家
银幕数量	726块	5 048块
2011年票房收入	17.8亿元人民币	25亿美元

二、文化企业特点与价值评估

为了进一步推动文化产业的发展,需要大力建设文化企业,提升文化企业的价值,因而对文化企业的评估工作便提了出来。资产评估行业应特别关注文化企业范围广、经营模式不同的特点,了解掌握文化企业的具体分类和目前文化企业重点分布范围,以能准确地评估文化企业的价值。

根据国家统计局最新发布的《文化及相关产业分类(2012)》,我国文化产业企业分为两部分、10个大类、50个中类、120个小类,10个大类如表3所示。

表 3

序号	大类名称
1	新闻出版发行服务
2	广播电视电影服务
3	文化艺术服务
4	文化信息传输服务
5	文化创意和设计服务
6	文化休闲娱乐服务
7	工艺美术品的生产
8	文化产品生产的辅助生产
9	文化用品的生产
10	文化专用设备的生产

目前我国文化企业的重点发展领域可以从我国已上市企业行业分布确定,具体见图2。从下图可以看出,我国文化企业发展重点目前主要集中于平面出版传媒、影视娱乐、游戏动漫、互联网运营、广告营销、新媒体等领域,每一类文化企业都有不同的运营环境、经营模式、盈利点,甚至同样是平面媒体企业,其经营模式也可能不相同,通常情况下随着文化企业的发展,不同的发展周期的盈利点也不相同。因此,评估人员在对文化企业价值进行评估时,需要熟悉文化企业的特点。

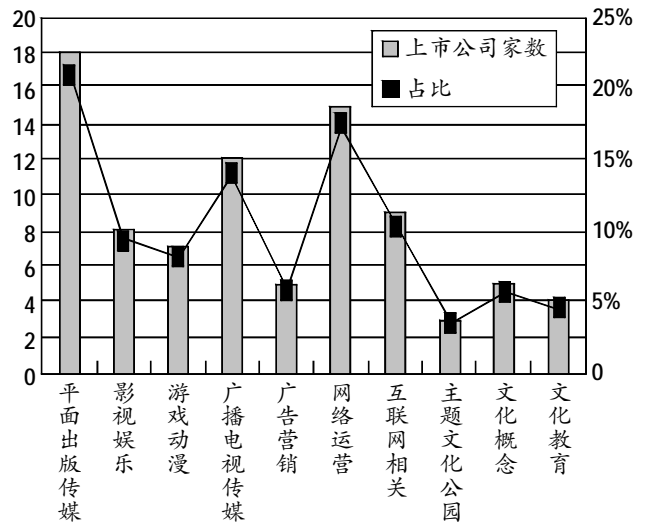


图 3

1. 文化企业的创新性。文化产业也称为创意产业,文化产业企业与一般工业企业最主要的区别就是其发展与人的创意密切相关,无论是文化企业的经营模式,还是文化企业产品等,都充满了创意的色彩,只有依托于具有创新精神的员工,文化企业才能不断地推陈出新,只有具有创新精神的文化企业才能不断创造价值、取得发展。电影发行企业只有依托于有创意的导演才能取得持续的发展,新媒体企业只有依托于有创意的经营模式才能生存、发展,网络运营企业只有不断创新盈利模式才能赢得客户群体。

针对文化企业具有的创新性,评估人员需要特别关注被评估单位是否具有维持创新性的内部机制,以及对企业重要的具有创新精神的员工。对于创新性机制的考察需要调查被评估单位对创新人员的奖惩机制、近年来企业主要贡献人员的变动情况及原因,并对目前企业创新氛围进行访谈。同时关注目前企业具有创新贡献的员工,了解其对目前工作的满意程度和对企业发展的改进想法等。

2. 文化企业经营模式的多样性。文化企业的发展大多依托于多种经营模式,一方面可以降低经营风险,另一方面增强经营优势,如中南传媒包括8家出版社、1家报社、1个网站、13个杂志社以及新华书店等,迪斯尼包括媒体网络、主题公园、电影电视、消费品等。经营模式的多样性意味着文化企业的跨行业经营,一家文化企业可能横跨多个文化产业。

评估人员对文化企业价值的评估如果涉及多种经营模式,需要详细分析各领域的相关性,分析其是属于全产业链经营模式还是平行共享客户经营模式,或者是独立经营模式,正确界定经营模式对确定评估思路非常重要,如果界定不清可能会出现价值重复或者价值确认不合理。

3. 文化企业经营的特殊性。在大多数领域的每一家文化企业都有其经营独特性,或者说有核心价值区域,比如网络运营企业重点关注客户的数量和质量,电影发行企业重点关注电影产品在受众心理的接受程度以及导演、演员阵容的配备,

出版发行企业重点关注出版物的作者知名度以及内容的吸引力等。

而且在网络运营企业中,其关注点也不相同,有的关注于网络游戏、有的关注于资讯、有的关注于即时通讯、有的关注于产品应用等。

反映文化企业经营的特殊性就是企业的核心价值,评估人员对文化企业的现场勘查应通过访谈、取证了解其经营的特殊性,以及对经营模式有重要影响的因素,同时搜集相关资料了解同行业企业的经营模式,进而对被评估单位经营模式的优劣势进行判断,为确定企业价值提供可靠依据。

三、文化企业价值评估思路及关注点

鉴于文化企业的特殊性,其价值主要体现为无形资产的贡献,表现形式为未来的现金流入,所以本文对文化企业价值的评估仍以收益法为基本评估方法。

1. 前期准备阶段。资产评估人员在进入被评估单位现场前,通常需要进行前期准备,包括国家、地区宏观经济发展、法规税收政策对被评估单位经营影响方面的政策,掌握行业政策、行业发展环境以及对被评估单位经营的影响的因素及同行业上市公司的经营信息和经营模式等。

由于目前国家对文化产业发展的支持,评估人员在进入被评估单位现场前准备阶段应重点关注国家产业政策、地方产业扶持政策对被评估单位的影响,是否在税收、补贴等方面对被评估单位有重要影响。

鉴于文化产业企业在一定领域内不具有很强的地域性,如互联网企业、电影发行企业等,评估人员应将被评估单位的经营环境界定为大市场,搜集整个市场的相关资料,了解其行业发展情况。

2. 现场勘查取证阶段。评估人员采用收益法对被评估单位价值进行评估,往往到现场后先下发资料清单,但考虑文化企业经营的特殊性,评估人员进入现场后应着重从以下方面进行调查取证:进入现场后,应协商企业安排访谈,重点安排与负责企业运营的高级管理人员、财务负责人进行沟通,了解企业的经营环境、经营模式及创新点、核心价值区域、行业现状、主要竞争对手情况、近年财务状况以及和同行业对比情况、近期经营方案、未来发展规划或构想等,在此基础上,评估人员逐步细化了解的内容,进而撰写资料清单。

评估人员在对企业相关人员进行访谈、了解企业的业务流程和盈利模式后,确定该文化企业的价值评估模型。

基于文化企业的特点,评估人员需要重点关注文化企业无形资产的情况,文化企业的无形资产主要涉及营销、合同、客户或供应商、科技、艺术等方面,在关注无形资产的基础上同时考虑无形资产对企业价值的影响。同时,评估人员需要进一步关注企业各项无形资产对企业盈利模式的影响,如电影的著作权包括发行权、出租权、表演权、放映权和信息网络传播权,各项权利均会对企业未来的收益产生影响。无形资产分类具体参考内容如表4所示。

表4 无形资产分类

序号	类别	内容
1-1	营销相关	商标、商品名称、服务标志、集体商标、认证标记
1-2	营销相关	商业包装(独特的颜色、无形或包装设计)
1-3	营销相关	报纸报头
1-4	营销相关	因特网域名
1-5	营销相关	不竞争协议
2-1	合同相关	许可证、版税、暂停偿付协议
2-2	合同相关	广告、建筑、管理、服务或供应合同
2-3	合同相关	租赁协议
2-4	合同相关	建筑特许
2-5	合同相关	特许经营协议
2-6	合同相关	经营和广播权
2-7	合同相关	抵押服务合同等服务合同
2-8	合同相关	雇用合同
3-1	客户或供应商	广告、建筑、管理、服务或供应协议
3-2	客户或供应商	许可证和版税协议
3-3	客户或供应商	服务合同
3-4	客户或供应商	订货本
3-5	客户或供应商	雇用合同
3-6	客户或供应商	特许协议
3-7	客户或供应商	客户关系或客户列表
4-1	科技相关	专利技术
4-2	科技相关	计算机软件和模板
4-3	科技相关	未获专利的技术
4-4	科技相关	数据库,包括产权书库
4-5	科技相关	商业秘密,如保密配方、工艺、处方
5-1	艺术相关	戏剧、歌剧、芭蕾舞剧
5-2	艺术相关	书籍、杂志、报纸、其他文学作品
5-3	艺术相关	音乐作品,如编曲、歌词、广告音乐
5-4	艺术相关	绘画作品、照片
5-5	艺术相关	音像制品,包括电影、音乐视频、电视节目

本文以出版印刷企业业务流程为例。对出版印刷企业进行价值评估需要熟悉其业务流程,出版印刷企业业务上游为图书作者,需要向作者支付稿酬获得其著作权,下游为零售书店,将出版的图书批发给书店,完成图书销售(见图4)。

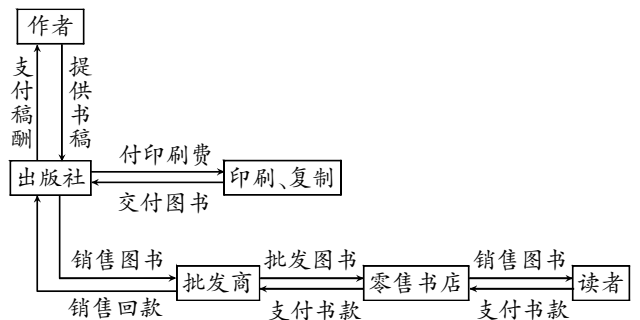


图4

基于信息系统替代策略的VMI应用实例

王小彬¹ 谢庆红¹ 侯大伟²

(1. 南京工业大学经济与管理学院 南京 210009 2. 南京林业大学经济管理学院 南京 210009)

【摘要】 供求双方具备高度共享的信息系统平台是供应商管理库存(VMI)成功实施的关键条件,但这也限制了众多中小企业对自身库存管理的外包及相关改善。本文以A公司的VMI实践应用为案例,探讨了中小企业基于信息系统替代策略的VMI应用改善。

【关键词】 供应商管理库存 信息系统 供应流程改进

供应商管理库存(VMI)是兴起于全球制造和经济一体化、供应链竞争取代传统的企业之间竞争背景下的先进库存管理技术,节点企业通过将库存外包给供应商或第三方物流公司管理,以实现降低库存、加速资金周转、缩短供货延迟的优化目标。

一般来讲,VMI的成功实施需要具备以下条件:①供求双方高度共享的信息平台;②双方具备高度的合作互信,具有完善的沟通和协调机制,认同并支持VMI库存管理模式;③具备完善的VMI运作流程、利益分配和责任分担机制等。很多企业通过实施VMI成功实现了库存管理的外包,实现了很好的运作效益。本文以A公司在供应商缺乏信息系统的情况下,通过特定的流程成功实施VMI为案例,探讨了中小企业在

信息系统替代策略下的VMI应用研究。

一、基于信息系统替代策略的VMI应用实例

A公司是南京一家机械装配公司,生产和研发大型的重工设备,年产100台左右,作为一家生产装配公司,其物料主要分为结构件、功能件和紧固件。

由于受到经济形势和需求波动等因素的影响,紧固件的库存管理积压问题愈加突出,公司领导决定成立项目小组,对公司紧固件库实施管理外包来改善库存管理现状,释放库存占用,从而将更多的精力集中于生产研发上来。

1. A公司紧固件库存管理现状。A公司紧固件库共有物料种类1 100余种,采用190×310×130mm(宽×长×高)式零件盒存放于平板式分层可调的仓库货架上,仓库分配库管员一名,

3. 评定估算阶段。评估人员在建立合理的价值评估模型后,以取得的可靠资料为基础对被评估单位价值进行估算,在此过程中应关注以下几方面。

(1)价值估算模型中应该充分体现主要影响价值的因素对企业价值的支撑,比如电影发行企业价值的估算模型中要考虑在评估过程中企业已经拍完正在放映、正在拍摄、已经签约产品对企业价值的贡献,出版发行企业价值估算要考虑签约作者及其著作对企业价值的影响等,同时关注收益来源对企业价值的影响,如目前世界先进国家电视节目在市场上的利润分配关系是制作占50%,播出媒体占25%,广告、发行操作占25%,而目前我国电视节目的利润完全导向媒体,制作方在总利润中仅占6%以下,评估人员要在价值估算模型中具体体现主要指标的测算过程,并以可靠的依据为支撑。

(2)鉴于文化企业处于不同周期发展阶段可能依靠不同盈利模式及考虑文化企业经营的创新性,评估人员对文化企业价值的评估在可行的条件下应当考虑其转变经营模式对企业价值的影响,同时在评估报告中对此进行适当披露。

(3)文化企业产品收益具有衍生性,如电视剧作品收益最

初主要体现于发行收入,电视剧作品还能衍生出许多其他产品,包括音像品出版权、书籍出版权、网络产品开发权、游戏与玩具开发权、旅游产品开发权等,尤其当一部影视剧产生了巨大的社会效应之后,就可能形成社会品牌,此时对企业价值的贡献将出现几何增长,评估人员对文化产品衍生收益在可行的情况下应该予以考虑,并在评估报告中对衍生收益进行详细披露。

(4)评估人员对文化企业进行评估,应根据文化企业产品的收益周期和文化企业所处的发展周期综合考虑收益期,对不同收益期的企业收益进行测算。

(5)正如一部电视剧首轮播放收益、后期播放收益、衍生收益的实现风险是不同的,评估人员应该根据文化企业收益期内的收益风险情况,对不同收益期的收益采用不同的折现率进行折现。

主要参考文献

1. 胡锦涛在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告,2012;11
2. 国家统计局.文化及相关产业分类(2012),2012;7