

## 试谈报业无形资产评估与经营

——兼与哈报评估商榷

2002-01-01

作者： 屈凌云

关键词： 报业 无形资产 评估与经营 来稿选登 | 阅读：332次 |

随着社会主义市场经济体制的建立，经济活动主体呈现多元化。报业的对外投资和合作日益增多。在投资中，报业多以其无形资产作价投资。1996年上海《小主人》报对其无形资产价值进行了评估，确认其商标和名号的无形资产价值为6988万元。2000年7月中国报业协会和北京北方亚事无形资产评估所宣布，哈尔滨日报报业集团的无形资产评估额为39.2亿元人民币。报业无形资产成为引起众人瞩目的新事物。那么究竟何为报业无形资产？报业无形资产有何重要性？又如何对报业无形资产进行评估和经营？

### 一、报业无形资产的内涵

无形资产(Intangible Assets 或 Immaterial Assets)是指由特定主体控制的，不具有实物形态，对生产经营长期发挥作用且能带来经济利益的资源。其中主要包括专利权、专有技术、商标权、著作权、土地使用权、特许权和商誉。(财政部印发的自2001年9月开始执行的《资产评估准则——无形资产》)无形资产的主要意义在于能给企业带来同行业平均利润以上的超额利润。经济学上把无形资产分为可确指和不可确指两大类。可确指的无形资产主要部分就是知识产权，包括著作权、专利权以及商标、厂商名称和标记等权利。不可确指的无形资产一般就是指商誉。

对于报业这个特殊行业，无形资产的内涵较为丰富。报业无形资产的重要组成部分是传播网络。报纸发行量是传播网络的量化指标，体现报纸同读者联系的广度和密度。报纸在长期的新闻报道和新闻宣传过程中形成了自己的权威性和影响力，这是公众对该媒体新闻报道的真实性、实效性和导向正确性的综合评价。报纸的这种权威性和影响力是报社商誉的主体，体现其传播网络的质。报社名称及其标识依法登记后成为报社的商标，报社拥有商标权。报社作为党的宣传和舆论监督工具还有特许经营的性质，有特许经营权。报纸作为新闻从业人员的劳动成果，报社拥有著作权。报社对其所在地拥有土地使用权。报纸所作的新闻报道横向看是新闻，纵向看是针对不同领域积累的重要资源，新闻信息网络及数据库也是报业无形资产的一种。若报社与企业合作开发某些技术类产品，如哈报集团哈尔滨电镀表有限公司研制开发了寿命长、负载宽、精度高的DD-104X电镀表，则该报社的无形资产中就还包括专业技术甚至特许经营权。在国民经济中，人力资源收益的份额正在迅速超过自然资源和资本资源。经济学界有人提出人力资源是企业最重要的资源，是企业的“第一资源”。报社的名编辑、名记者以及优秀的经营管理人才是报社重要的人力资源，也是报社重要的无形资产。此外，报社文化、报纸在长期与外界有关企业、机构形成的良好关系、报社通过签定合同或依靠市场竞争优势取得的契约类无形资产、优越的地理位置、便利的交通、丰富的资源、较好的气候和国家所赋予的政策、税收等领域的优惠和银行帐号信誉往来等都属报业无形资产范畴。报业无形资产包含内容较多，在报业无形资产评估和经营中要统筹兼顾，全面考虑。哈报集团的无形资产评估模型“报达”商标无形资产价值-哈报集团所属报达集团部分整体资产价值-评估基准日报达集团有形净资产总额引起异议。

### 二、报业无形资产评估和经营的重要性

在国外发达国家，无形资产占企业总资产的比例高达50%—70%。排名全球第二的可口可乐公司的老板说：“假使一把大火把公司烧掉，也可以在废墟上重建一个‘可口可乐’”。那么，是什么力量支持可口可乐的老板口出狂言呢？答案是玄妙的配方、商标。可口可乐的配方和商标就代表着滚滚的财源，真是“此时无形胜有形”。现今我国报业集团纷纷成立，要建立现代企业制度，打造“传媒航母”，报业集团的成立不应是简单的翻牌而应在组织体制和经营战略上进行创新。在经营战略方面，集团一方面要继续深化内部改革，实现经济增长方式由粗放型向集约型的转变。另一方面，要积极探索资本运营的路子，对兼并、收购、重组、上市要大胆尝试，通过资本市场的运作，尽快增强集团的经济实力。对属于信息传播的软件行业的报业来讲，资本运营最大的潜力和最有特色之处，就是无形资产的运营。报业集团信誉、报纸的知名度、读者群、广告群等都属报业集团的经营产生重要影响。谁把报业无形资产运营的最好，谁使报业无形资产创造的效益最大，谁就是报业资本运营的赢家。具体来讲，报业进行无形资产评估，可以完整的反映集团的资产状况，还可以社会各界、报业同行、广大读者展示自己的品牌实力，提高集团的地位，促使报业经营进一步发展。更为重要的是，无形资产评估入帐后，集团公司总资产增加，对外投资额相应提高；评估后的无形资产出资入股，可以提高控股比例，将无形资产转化为有形资产。从世界来看，报业是一个巨人产业，从产生以来一直长盛不衰。在我国报业产业化尚属起步阶段，增长空间十分广阔。报社在发展报业经济中，一定要珍惜无形资产，用好无形资产，使无形资产和有形资产共舞。

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

• 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

• 四大传媒上市公司资本结构、财务和

作者：高宗仁 | 2002-01-25

(节选)一、股本结构 (一) 东方明珠  
该公司于1994年由上海广播电视发展总公司、上海电视台、上海人民广播电台和上海每周广播电视报组建、成立(已成立的子公司有“东方明珠出租汽车公司”，即将成立的子公司有“东……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视(中国)峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

### 三、报业无形资产评估

我国真正意义上的无形资产评估是从80年代末才开始的。无形资产评估是当前资产评估中的薄弱环节，存在着评估理论依据不统一、评估方法不易选择、评估测算不确定因素多、评估参数的选择没有可供选择的标准、评估人员素质和经验不符要求等影响评估准确性的因素。目前我国还没有建立起分行业分类别的无形资产评估理论和方法，我国无形资产评估机构也缺乏行业约束和统一规范。因此，无形资产评估比有形资产评估有更大的动态性、随机性和风险性。

在无形资产各要素中，商誉属未被确认的无形资产，从财务管理角度讲，只有在报社整体转让或交易时购买方以高于报社净资产的价格购买该报社时，购买方按买价和报社净资产的差价作为无形资产入帐，这时商誉才成为一种资本化的无形资产。但在实际经济生活中，在报社投资、政府监管和报社自我价值管理中需要进行商誉评估。商标和商誉价值的评估一般用收益法，在收益法中分割差法和超额收益法。哈尔滨日报报业集团对其“POTA”商标和商誉进行评估采用的是分割差法。有人提出，因为商标、商誉价值是与同行业企业相比较求得的，若企业存在商标和商誉价值，那么该企业的经济效益就应该高于社会同行业平均收益水平。超额收益法就是将被评估企业的收益与按行业平均收益率的差额折现值来确定无形资产价值的一种评估方法。考虑到报业企业与一般生产企业相比的特殊性，哈报集团的商誉评估用超额收益法更为恰当。

从具体评估方法讲，报业无形资产评估主要有以下几种方法：

1. 收益现值法 收益现值法是将报社被评估无形资产在剩余寿命期间每年的预期收益，用适当的折现率折现，累加得出评估基准日的现值，从而估算被评估无形资产价值的一种评估方法。运用收益现值法进行评估的实质就是将报社无形资产未来收益转换成资产现值，而将其现值作为待评估资产的重估价值。报社以无形资产投资、转让为目的的评估，适用收益现值法。
2. 重置成本法 重置成本法是首先估算出报社被评估资产的现时完全重置成本（重置全价），再扣减其由于有形损耗、无形损耗等因素所造成的价值贬值，确定报社被评估无形资产重估价值的一种评估方法。这种评估方法，既充分考虑了报社被评估无形资产的重置全价，又考虑了该无形资产已使用年限内的磨损以及功能性、经济性贬值。因而是一种适应性较强，在实践中采用较多的评估方法。报社以评估为目的的无形资产评估，适用重置成本法。
3. 现行市价法 现行市价法是在公开市场条件下，通过对报社待评估无形资产和在市场上出售的与其相同或相似的无形资产的异同比较，调整差额，进而确定其无形资产重估价值的一种评估方法。用现行市价法评估资产必须具备市场上存在与被评估资产相同或相似的商品，即市场参照物和被评估资产的市场参照物的经济、技术参数可以获得两个条件。目前我国报业无形资产评估只是罕见的个案，加之地域、应用环境、成交时间等因素的不同，现行市价法尚不适用报业无形资产评估。

评估过程中对评估值影响较大的是折现率的确定。折现率即贴现率，是投资收益与相关投资的比率，它在本质上是投资报酬率，通常是由正常报酬率或称无风险报酬率，以及风险报酬率构成。一般正常经营企业风险报酬率不能大于无风险报酬率，若风险报酬率大于无风险报酬率，则说明该企业未来经营要有问题，将来能否持续经营难以保证。而在哈报集团无形资产评估报告中，哈报集团无形资产评估选择的无风险报酬率为3.02%，而风险报酬率为7%，是否风险报酬率选得过高？

价值评估中，成本法得出的价值最低，收益现值法最高，现行市价法居中。不同评估方法得出的评估额相差较大。即使几种方法配合使用，仍会有较大误差。尽管无形资产评估有较大的动态性和随机性，但“无形资产评估是一种艺术”的看法和行为却是应该被批评和抵制的。

### 四、报业无形资产经营

一提到报业无形资产，人们往往把眼光盯在“评估”上。事实上，无形资产评估仅仅是报业无形资产经营管理的若干环节之一。报业无形资产作为一种特殊的资源，其生长、发展要经过若干阶段和环节，涉及到法律、经济、科技、文化等因素，与报社的报纸质量、管理、财务、市场等各方面有关，这些方面缺一不可。如法律方面取得的权益就相当重要，而且是无形资产的基本保证。以商标为例，国外许多著名媒体都拥有自己的特殊标志即社标，但我国许多具有名牌效应的报社和一些历史悠久的老社至今没有推出自己的社标，这就可能被其他媒体或企业“抢注”。若报社未将自己的商标名号注册，即还未受到法律的认可和保护，那么这样的商标评估也是没有基础的，能否成为报社的无形资产就是未知数。

那么，对报业无形资产应当怎样走出专重评估的误区，怎样对其有效经营，使这一神奇的财富更加神奇呢？

首先，重视无形资产 报业无形资产“价值连城”，要克服对其简单化、神秘化的倾向，成立专门的经营管理部门，建立完善的管理制度，报社要对其无形资产精心设计、开发、经营，在无形资产积累上要有长远战略，打无形资产经营持久战。

其次，树立报业全员无形资产观 无论报社的广告部还是编辑部都对报社的无形资产积累至关重要。报纸权威性和影响力的增强可以使报纸发行量上升，而报纸的权威性和大的发行量可以为报纸带来巨额广告，并使报纸在其他经营活动中处于优势地位。因此，要增强报社的无形资产最重要的是办好报纸。因此，报社应将主要精力放在办报上，以优质新闻和优质报道积累报纸的声誉和影响力，将“主心骨”立硬，在权威性、指导性和服务性上苦下工夫。

再次，实施品牌战略 报业品牌战略是指报业品牌战略形象和统一的规格把报社的名称标志、造型图案、专用颜色以及经

营服务特色等通过报纸自身和其他媒体扩散出去，使社会和公众有深刻的印象，使人们一看到这一标志、图案、字号等就能识别某张报纸，并联想到这张报纸的报道和服务，产生对这张报纸的情感，借以达到报纸畅销，报社知名度提高的目的。《今日美国》的资深记者凯文·曼尼在其著作《大媒体潮》中预测：“21世纪的媒体品牌将成为激烈的战场，无论是同类传媒品牌之间的市场争夺，还是新兴传媒品牌对传统传媒品牌的资源侵占，都会令传媒市场更不均衡。”在报业竞争日趋多层次和多元化的今天，任何一家报社都必须重视品牌，实施品牌战略。实施品牌战略的起点是设立个性化标志。我国电视台，尤其是上星的电视频道多已设立自己的品牌标志，这些标志特色鲜明、造型简单，易于识记辨认和传播，起到了区别其他竞争者的作用。我国现已成立多家报业集团，这些报业集团下属多家报刊，却在设立自己的统一标志方面认识不够。当然，创立品牌更重要的是注重报纸的定位、质量、品位、采编人员素质和发行等。

创立品牌之后还要宣传品牌。旧经济体制下报纸是“皇帝的女儿不愁嫁”，而如今却是“酒香也怕巷子深”。一个报业品牌的“含金量”不仅要有优质的报纸来支撑，还需要出资宣传来提高知名度。许多商品都利用报纸进行广告促销，广告投资常给企业带来巨额回报。报社也应开展多种形式的宣传，提高自身品牌的知名度。同时，还应注意对报社品牌的保护和延深。报业集团进行的许多投资活动都采用集团刊物的名号或报纸著名专栏的名号，而绝大多数名号都没有作价，这就造成了报业无形资产的流失。

此外，对报社的无形资产也要及时评估，充分利用。例如报社的标识具有市场开拓力、文化内聚力、资产扩张力、超常的创利能力等，名牌社标还具有相对的独立性，可以脱离报业实体而独立存在。哈报集团用其“POTA”标志与多家企业合作，获利颇丰。上海《小主人》报的无形资产评估结果刊登在《新闻出版报》上之后，许多很具经济实力的单位纷纷找上门来，欲与该报合作。该报则以“小主人”专用名称作为无形资产投资，为报社的发展带来新的契机。随着报业产业化发展，如果报业集团的某一个或几个控股公司上市的话，可以通过资产重组，使筹集的资金在集团公司和上市公司之间合法流动，从而达到有效利用资金的目的。报业在与业外资本甚至海外资本合作中也一定要有效利用无形资产。

报业的某些无形资产可以转让。成本法和收益现值法构成了资产交易的上下限。若低于成本，则报社不能补偿其当时的投入，更谈不上利润，因此不会出售；若高于收益现值，则资产购买者把通过这项投资得到的收益全部交给了报社，也没有利润，因此不愿购买。这样，实际价格必然在上下限之间波动。

参考文献：

1. 魏永征：《报业无形资产初探》 载《新闻与传播研究》1997年第1期
2. 蔡吉祥：《神奇的财富》 海天出版社 1996年第1版
3. 古风俊：《对哈尔滨日报报业集团无形资产评估的异议》 载《中国资产评估》2000年第6期
4. 张占耕：《无形资产管理》 立信会计出版社 1998年5月第1版
5. 张晓群：《报业集团进行无形资产评估的必要性》 载《中国报业》2001年第7期

（本文作者：屈凌云 河南大学新闻编辑出版科研所研究生）

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： \* 密码： （游客）请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： \* 游客发言需提交邮箱

效验码： \* 请输入：3811

发表评论 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。



© 2001-2009中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved