

# 数字出版的无形资产评估与管理

刘维维 | 王力

**摘要：**党的二十大报告提出，要实施国家文化数字化战略。在这样的背景下，数字资源已成为出版企业重要的无形资产之一。为加强数字出版的无形资产评估与管理，本文从数字出版的无形资产概述、评估与管理以及未来展望等方面，探讨数字出版的版权、品牌等评估问题，并就数字出版的无形资产管理框架设计、版权保护策略、品牌管理策略、知识产权管理策略等进行探讨和展望。

**关键词：**数字出版；文化数字化；无形资产；评估管理

2022年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，并于同年印发《数字中国建设整体布局规划》，明确提出推进文化数字化发展，深入实施国家文化数字化战略，建设国家文化大数据体系，形成中华文化数据库。在此背景下，数字资源已成为出版企业重要的无形资产之一，对企业的发展和转型升级起着至关重要的作用。建立以无形资产为核心的管理制度，实现数字出版企业健康发展已成为当前亟待解决的问题。

## 数字出版的无形资产概述

### （一）数字出版的概念和发展历程

数字出版是指利用数字和网络技术编辑、制作、传播、销售包括图书、报刊、音像制品等在内的一系列出版活动，经历了从简单的数字化到内容数字化再到数字化内容交互的发展过

程。数字出版的历史可以追溯到上世纪80年代，当时人们开始利用计算机制作图书的电子版，并上传至互联网供大众阅读。随着计算机技术、网络技术、数字技术的快速发展，数字出版也得到了快速发展。近年来，随着移动互联网、在线教育、数字阅读等应用的兴起，数字出版的地位越来越重要，逐渐发展成为了一种崭新的文化传播方式。

从数字出版的发展历程看，无论是应用层面还是技术层面的变革，都对数字出版的管理产生了深刻的影响。数字化出版物的无形资产特征日益突出，数字出版的无形资产管理成为数字出版企业不可或缺的一个重要内容。同时，针对数字出版存在的一些问题，例如文化特色的单一性、安全风险、版权保护机制不完善等，也需要通过加强无形资产管理，提高质量，数字出版企业才能在激烈的市场

竞争中保持领先地位。

### （二）无形资产特征及其管理意义

数字出版具有“存量、增量快、流动性强、传播广”等特点，这使得数字出版成为数字时代文化产业的重要组成部分。

一是高度信息化。数字出版的无形资产价值往往来自于信息的创造、整合和管理等方面。

二是时效性。数字出版无形资产的市场价值往往与信息的时效性有关，这也从一个侧面说明数字出版的无形资产具有高度的流动性。

三是可复制性。与传统的物质资产完全不同，数字出版的无形资产虽然具有个性化、差异化特征，但非常容易复制和代替。

由此可见，数字出版的无形资产具有重要的管理意义。要充分认识其特征，并制定相应的管理策略。同时，还需要加强知识产权保护、数字产业

转型升级,以及创新和知识管理等方面的工作,以更好地发挥数字出版无形资产的潜在价值,推动数字出版行业的持续发展。

### (三)资产管理现状与问题

数字出版的无形资产管理涉及版权、数字内容、维护、升级等多个环节,实践中还存在一系列问题。

一是标准化相对不足。数字出版业在无形资产的认识上还不够充分、完整,对无形资产的评估标准、估值方法、管理模式等都需要进一步完善。

二是在数字内容的创作、存储及保护等环节存在漏洞。很多数字出版企业过于注重速度与数量,忽视质量和版权问题,导致内容的真实性、准确性和创意性都受到影响。在数字内容的保护方面,一些不法分子用各种手段通过非法途径获取数字内容牟取利益。

三是维护和升级方面面临着问题。数字内容消费市场需求不断变化,而数字内容升级的速度相对较慢,难以满足市场需求。

因此,数字出版业需要在无形资产管理方面加大力度,走标准化之路,建立起一套科学有效的无形资产认识和管理模式,走出其在版权、数字内容、维护、升级等方面的困境,并实现可持续发展。

## 数字出版的无形资产评估

### (一)评估方法概述

对数字出版的无形资产进行评估,是数字出版企业进行价值发现、经营决策、合规管理等的重要基础工作。和大多数资产评估一样,方法大致包括市场法、收益法和成本法三类。

一是市场法。也称比较法、市场比较法,是通过将拟评估的数字出版

无形资产与可比参照物进行比较,以可比的参照物市场价格为基础确定拟评估的数字出版无形资产价值。

二是收益法。是将数字出版的无形资产预期收益作为基础进行评估的方法。该方法要求合理测算未来现金流的时间价值,以全面反映出数字出版无形资产的经济效益。

三是成本法。是指根据数字出版无形资产的重建或重置成本为基础扣除相关贬值来确定数字出版无形资产价值的方法,适用于数字出版无形资产能够通过重置途径获得,重置成本以及相关贬值能够合理估算的情况。数字出版无形资产评估方法的选择,需根据数字出版的不同情况而定。在实际工作中,可以综合考虑,采取两种评估法,以得出更为准确和全面的评估结论。

### (二)版权价值评估

对数字出版的版权价值进行评估,要通过对作品及其内容、销售情况等方面进行分析,探讨数字出版物版权的评估方法。

一是对于作品及其内容的评估,需要考虑该作品所涵盖的内容是否具备独创性、创新性及知识产权等方面的保护。如在评估一本电子书的版权价值时,需要对书中的内容进行深入了解,了解其是否为原创作品以及是否有独特的观点和内容,同时也要考虑其所包含的知识产权如专利、商标等。这些因素将决定其版权在市场上的价值。

二是销售情况也是版权价值评估的重要因素。销售数据能反映作品的受欢迎程度,表明消费者对该作品的认可和接受度。一本畅销的电子书在评估版权价值时往往会比一本销量平平的电子书具有更高的价格。

三是市场同业竞争情况。在数字出版物市场中,可能存在多个同类型作品的竞争,不同作品之间的质量和销售情况将决定其版权价值。因此,在评估一本数字出版物的版权价值时,需要将市场竞争情况纳入考虑范围。

### (三)品牌价值评估

数字出版的品牌价值是指数字出版机构或数字出版产品在市场上所拥有的品牌形象所产生的收益和商业效益。数字出版品牌在市场上的认可度和美誉度越高,其所带来的商业价值越大。数字出版的品牌价值评估,需从以下几个方面着手:

一是数字出版机构或数字出版产品的知名度是品牌评估过程中重要的一环,包括品牌曝光度、市场占有率以及社会影响力等。对于这些因素,可以通过市场调查、公共评价和在线关注度等方式进行评估。

二是数字出版机构或数字出版产品的品牌形象是品牌评估中另一个重要方面。品牌形象主要表现在品牌的视觉形象、品牌的企业文化、品牌的口碑、品牌的产品质量和服务质量等多方面因素。

三是数字出版机构的品牌投资和营销活动也是影响品牌价值的重要因素。数字出版机构通过各种投资和营销手段,不断提升品牌的知名度、品牌形象,并与用户进行更有效的互动。

## 数字出版的无形资产管理策略

### (一)管理框架设计

为了更有效地管理数字出版的无形资产,需要建立一个完整的管理框架,包括以下方面:

一是无形资产的登记与认定。数

字出版领域无形资产种类繁多,需要不同的认定标准。例如,一个出版社的自有版权是无形资产,需要进行知识产权的登记认定,并要制定专门的管理规定。此外,在注册商标、留存的版权、专利等方面都需要进行规范的认定。

二是无形资产价值评估与财务核算。要对无形资产进行合理的价值评估,能够合理反映其实际价值,对未来的贡献和使用情况做出准确预测和预估。必须进行合理的财务核算,做到无形资产真正体现在公司资产负债表中。

三是无形资产使用和增值管理。要按照数字出版的实际情况,进行合理的使用规定,利用无形资产为公司带来更大的价值。同时,也要对相应的无形资产进行价值保护,有效应对相应的市场风险。

四是无形资产维护和修复管理、监督和检查管理。对无形资产进行维护和修复保养,可以延长其使用寿命,防止资产损失。监督和检查管理可以确保无形资产管理系统的有效性,及时发现系统中的缺陷,并及时解决。

## (二)版权保护策略

为防止无形资产受到侵权威胁,数字出版机构需要采取相应措施加强对版权的保护。

一是提高法律意识,按照国家相关的法律法规进行版权保护。首先,数字出版机构要遵守相关的法律法规,在尊重著作权人的权益的同时维护自身的权益。其次,要积极寻求技术保护措施。数字出版技术不断创新,通过技术手段对数字出版内容进行保护,可以有效地防止侵权行为。例如,数字出版机构可以采用数字水印、加密和数字版权管理(DRM)等技术

手段对数字出版内容进行保护。

二是通过采取行业自律的方式来保护版权。行业自律主要是指数字出版机构自己制定的行为规范和道德准则,通过联合行动来保护版权。数字出版机构可以与行业协会合作,共同制定行规,建立行业自律机制,达到保护版权的目的。

三是加强版权保护意识的宣传教育。通过版权保护意识宣传,提高广大读者和作者的版权保护意识,知道侵犯版权所面临的法律风险和道德责任,在全社会形成对版权保护的共识,实现数字出版行业的健康发展。

## (三)品牌管理策略

随着数字读物与传统纸质读物市场的激烈竞争,数字出版机构需要不断提升自身的品牌形象以获得更多的市场份额。

一是品牌形象定位。根据自身的资源和市场需求,确定自己的品牌形象与市场定位,并重视品牌形象设计。在品牌形象设计中,需要考虑网站设计、标志设计、产品设计等方面,确保品牌形象与市场需求相符。

二是开展品牌推广活动。通过网络营销、公关推广等方式,进行品牌推广,提高品牌知名度和信誉度。

三是数字出版的品牌保护。是指通过各种措施,保护品牌的合法权益,包括商标注册、知识产权保护等方面。

## (四)知识产权管理策略

数字出版是信息产业的一种重要形态,数字内容作为数字出版的核心内容,具有很高的价值。在这个领域里,很多数字出版物都是原创性的,一旦未经授权的使用发生,就会对数字出版商的利益造成重大损失,因此,数字出版的知识产权管理十分重要。其管理策略应当包括四个方面:版权

管理、专利保护、商标维护和著作权保护。其中,版权管理是数字出版的基础和核心,加强版权管理是保障数字出版物创造者权益的有力措施。同时,版本的确认和维护也是版权管理的重要内容。

为了加强数字出版的知识产权保护,数字出版商应当及时将相关作品的版权注册登记,并采取技术手段对数字出版物进行数字水印或者版权加密。同时,对于网络上的盗版行为,及时采取措施应对,遏制盗版行为的发生,维护数字出版物的知识产权。

开展专利保护工作也应是数字出版商的必然选择,通过专利保护可以有效地防范竞争对手的模仿和抄袭行为,同时保护数字出版商的自主研发成果和技术秘密。商标管理方面,应当加强商标权利的宣传和维护,通过商标注册、商标权利的备案以及加强商标的管理和对相关侵权行为的追究,确保数字出版商获得持续的商标权益。

## 未来发展趋势与展望

在数字化的背景下,如何管理无形资产,将会成为出版市场中一个重要的环节。数字出版的无形资产管理虽然具有一定的难度,但是其在未来的发展趋势中具有重要的意义与价值。

一是具有重要的经济意义。在数字化的背景下,许多出版物由于其无形的特质,使得其价值逐渐增长。无形资产在数字出版中可以帮助出版商准确地把握出版物的价值,并且通过不同的渠道进行价值的最大化。还可以提高数字出版的盈利能力,对于数字出版产业的可持续发展具有积极的意义。

# 完善第三方机构管理 推动预算绩效管理提质增效

张俊杰

**摘要：**目前，第三方机构已广泛参与到预算绩效管理多个领域和环节之中，其服务范围、专业水平、服务效果等不断拓展提升，但由于管理模式不成熟，也导致存在诸多问题。本文从预算绩效管理的业务类型入手，针对服务采购环节、业务实施环节、成果考评环节提出了第三方机构参与预算绩效管理的一系列思路与措施，以此推动预算绩效管理提质增效。

**关键词：**第三方机构；预算绩效管理；提质增效

随着第三方机构参与预算绩效管理的广度和深度不断拓展，其专业水平和服务效果逐步提升。但也暴露出一些问题，如机构良莠掺杂，“具有一定资质”的管理标准难以形成；业务质量参差不齐，绩效评价结果的可信度堪忧；委托业务时的采购环节、服务环节存在流于形式等现象。如果对第三方机构参与预算绩效管理的项目进行深度考察，就绩效评价本身的工作而言，不难发现不少项目的评价绩效为“低绩效”“零绩效”，甚至有些项目形成了“负绩效”。从成本效益原则的视角看，委托第三方机构参与绩效管理的一些项目，产生的绩效往往难以覆盖支付的委托成本。笔者认为，应从业务的源头上和制度顶层设计方面综合治理，为第三方机构赋能，

形成预算绩效管理参与各方的正向合力，推动全面预算绩效管理的提质增效。

## 划分业务类型，实施分类监管

目前，第三方机构可以参与预算绩效管理的业务种类很多，按照开展的预算绩效管理业务内容及第三方机构专业服务的性质，可以归纳为两大类：包含有一定审核、鉴证成分的“预算绩效评审类业务”和纯粹代理或咨询性质的“预算绩效咨询服务类业务”。其中，“预算绩效评审类业务”可包括预算绩效事前评估、预算绩效目标审核、预算绩效评价、预算绩效评价结果复核认证等需要第三方独立发表评审意见的相关业务；“预算绩效咨询服务类业务”可包括预算绩效目

标设计咨询、预算绩效目标申报辅导、预算绩效跟踪监控咨询、预算绩效考核资料填报、预算绩效管理业务培训等辅助完成预算绩效管理工作的事务性业务，以及预算绩效管理相关的制度体系设计、业务流程设计、指标体系及标准体系设计等。笔者认为，对“预算绩效评审类业务”，应设立相应的准入门槛，参照“从事会计审计鉴证类业务”或“从事税务鉴证类业务”的第三方机构监管方式进行管理，按规定进行资质备案后方可开展业务。财政部门将该类业务纳入监管范围，并制定相应的业务标准和执业监督管理办法，如《预算绩效评估业务指引》《预算绩效评价业务指引》等。对于“预算绩效咨询服务类业务”，可按照市场化业务模式运行，由市场主体及

二是未来前景广阔。未来，数字出版的无形资产管理将更加注重人工智能技术和大数据技术的应用，通过对市场和读者反馈的数据进行分析，进一步优化数字出版品质以及提高读者满意度。

三是具有一定的挑战与困难。数字出版的无形资产管理需要协同各方的努力才能得到有效实施。其中，数据的获取和分析、价值评估、知识产权保护等问题都需要有效应对。数字出版产业应该加强合作，共同解决难

题，提高无形资产管理水平，推动数字化时代的数字出版更好地服务于人类文明进步。■

（作者单位：人民法院出版社  
中国资产评估协会）

责任编辑 张小莉