

体育无形资产评估指导意见

（征求意见稿）

第一章 总则

第一条 【制定目的及依据】为规范体育无形资产评估业务行为，保护资产评估当事人合法权益和公共利益，根据《资产评估执业准则——无形资产》制定本指导意见。

第二条 【体育无形资产定义】本指导意见所称体育无形资产，是指由特定主体拥有或者控制的，不具有实物形态，能持续发挥作用并且能带来经济利益的体育资源。

第三条 【体育无形资产评估定义】本指导意见所称体育无形资产评估，是指资产评估机构及其资产评估专业人员遵守法律、行政法规和资产评估准则，根据委托对评估基准日特定目的下的体育无形资产价值进行评定和估算，并出具资产评估报告的专业服务行为。

第四条 【适用范围】执行体育无形资产评估业务，应当遵守本指导意见。

第二章 基本遵循

第五条 【评估基本原则】执行体育无形资产评估业务，

应当遵守法律、行政法规的规定，坚持独立、客观、公正的原则，诚实守信，勤勉尽责，谨慎从业，遵守职业道德规范，自觉维护职业形象，不得从事损害职业形象的活动。

第六条 【独立性要求】执行体育无形资产评估业务，应当独立进行分析和估算并形成专业意见，拒绝委托人或者其他相关当事人的干预，不得直接以预先设定的价值作为评估结论。

第七条 【专业能力要求】执行体育无形资产评估业务，应当具备体育无形资产评估的专业知识和实践经验，能够胜任所执行的业务。

执行某项特定业务缺乏特定的专业知识和经验时，应当采取弥补措施，包括利用专家工作及相关报告等。

第八条 【单项资产与企业价值评估业务区别】执行体育无形资产评估业务，应当区分单项资产评估业务中的体育无形资产评估和企业价值评估业务中的无形资产评估两类业务的区别。

在对持续经营前提下的企业价值进行评估时，体育无形资产作为企业资产组成部分的价值可能有别于作为单项资产的价值，其价值取决于该资产在现有用途前提下对企业价值的贡献程度。

第三章 评估对象和范围

第九条 【评估对象的确定与定义】执行体育无形资产

评估业务，应当要求委托人明确评估对象。

体育无形资产评估对象，是指体育无形资产的财产权益，或者特定体育无形资产组合的财产权益。

第十条 【体育无形资产分类】体育无形资产分为可辨认体育无形资产和不可辨认体育无形资产。

可辨认体育无形资产包括著作权、商标权或者标志权、专利权、专有技术、客户关系、特许经营权、合同权益、域名等。

不可辨认体育无形资产是指商誉，通常源自体育组织优越的地理位置、高素质的人才队伍、独特的组织文化等与同行相比具备的优势。

第十一条 各项可辨认体育无形资产可以结合体育产业业务特征，分别归纳为知识产权类无形资产、经营类无形资产和关系类无形资产。

（一）知识产权类体育无形资产通常表现为著作权、商标权、专利权、专有技术和域名等形式，具体包括体育赛事的电台广播权、电视转播权和信息网络传播权，体育组织的商标权或者标志权，体育产品和体育活动方法的专利权或者专有技术，体育组织的域名、体育数据资产等。

（二）经营类体育无形资产通常表现为特许经营权，具体包括体育赛事的举办权、冠名权、广告发布权、赞助商称号，体育场馆的冠名权、广告发布权，教练员、运动员个人

的商务开发权等。

（三）关系类体育无形资产通常表现为合同权益和客户关系等形式，具体包括体育组织的运动员、教练员等技能人才的经纪、代理合同权益，体育组织的会员名单，体育赛事的赞助商资源等。

第十二条 【体育无形资产分离与组合】执行体育无形资产评估业务，涉及多项无形资产的，应当要求委托人根据无形资产的具体情况和评估目的，对无形资产进行合理的分离或者组合。

第十三条 【法律权属和财产权利形式】执行体育无形资产评估业务，应当关注无形资产的法律权属和财产权利形式。

（一）体育无形资产的财产权利通常受到相关法律、章程或者合同的保护。对于权属关系复杂、权属资料不完备的评估对象，应当要求委托人和其他相关当事人提供承诺函或者说明函予以充分说明，并根据前述法律权属状况可能对评估结论和评估目的所对应经济行为造成的影响，考虑是否受理资产评估业务。

（二）体育无形资产的财产权利分为所有权人享有的权利和许可他人使用的权利，其中，许可使用分为独占许可、独家许可、普通许可和其他许可等不同形式。资产评估机构及其资产评估专业人员应当考虑体育无形资产财产权利形式对其价值的影响。

第十四条 【评估对象特征】执行体育无形资产评估业务，应当结合体育产业特点，关注体育无形资产的法律、经济、技术等特征。

（一）对著作权资产，应当了解评估对象涉及的作品在著作权法中所属的作品类别、作品的发表状况与登记情况、使用方式与状态、财产权利类型与范围等。对体育赛事著作权资产，应当特别关注评估对象涉及的商业运营模式、评估对象在时间、地域与其他方面的限制条件，以及是否存在法律纠纷与诉讼。

（二）对商标资产和标志资产，应当了解评估对象涉及的注册商标和标志的基本特征与说明、注册商标的注册期限与续展情况、核准的注册类别、注册商标和标志的授权使用情况、相关商品的销售与获利情况等。

（三）对专利资产和专有技术资产，应当了解评估对象涉及的技术的先进性、实用性、具体实施情况和盈利水平等。对专利资产，应当特别关注专利权人及其变更情况、权利范围、年费缴纳情况，以及是否存在法律纠纷与诉讼、质押等现象。对专有技术，应当特别关注其保密状况及其采取的保护措施与效果。

（四）对特许经营权资产，应当了解特许经营权的许可方式、许可范围、许可期限、相关权利与义务的约定情况、相关产品的经营情况、发展前景等。

（五）对合同权益资产，应当了解合同约定的权利与义务情况、合同执行期限与范围、签约人竞争力与影响力、履约风险等。

（六）对客户关系资产，应当了解客户构成情况、品牌形象、忠诚度和贡献度等。

第十五条 【评估范围的确定】执行体育无形资产评估业务，应当明确评估范围。

评估范围应当服从评估目的和评估对象的选择。资产评估机构及其资产评估专业人员应当根据专业经验提出合理建议，最终确定权在于委托人。

第十六条 【企业价值评估范围】执行企业价值评估业务中的体育无形资产评估，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体育无形资产进行识别。

第四章 操作要求

第十七条 【明确评估要素】执行体育无形资产评估业务，应当明确评估目的、资产评估报告使用人、评估基准日和价值类型。

第十八条 【评估目的】执行体育无形资产评估业务，应当根据体育无形资产评估所涉及的经济行为确定评估目的。

体育无形资产评估业务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。

以财务报告、质押、涉税和诉讼等为目的的体育无形资产评估，会计准则、法律法规有特殊规定的，从其规定。

第十九条 【价值类型】执行体育无形资产评估业务，应当在考虑评估目的、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。

（一）涉及出资、质押、涉税和诉讼的，按照法律、行政法规或者合同的规定选择价值类型，法律、行政法规或者合同没有规定的，通常选择市场价值。

（二）涉及转让、许可使用的，通常选择市场价值或者投资价值。

（三）涉及财务报告的，根据会计准则要求选择相应的会计计量属性作为评估价值类型。

第二十条 【社会效益】执行体育无形资产评估业务，应当了解体育具有为经济建设、国防建设和社会发展服务的功能，体育无形资产价值不仅体现在社会主义物质文明建设领域，也体现在精神文明建设领域。对竞技体育、群众体育等无形资产进行评估时，应当关注体育所产生的社会效益对体育无形资产价值的影响。

第二十一条 【现场调查与核查验证】执行体育无形资产评估业务，应当根据评估业务具体情况，对评估对象进行现场调查，收集权属证明、财务会计信息和其他资料并进行核查验证、分析整理。

第二十二条 【资料清单】执行体育无形资产评估业务，应当收集的资料通常包括：

- （一）无形资产清查评估明细表；
- （二）无形产权利的法律文件、权属有效性文件或者其他证明资料；
- （三）无形产权利人基本情况；
- （四）无形资产开发、使用方式；
- （五）无形资产保护措施及保护状况；
- （六）无形资产实施过程中所受到的法律、行政法规或者其他限制；
- （七）无形资产取得方式、取得成本和历史收益情况；
- （八）无形资产以往的交易、质押、出资及其评估情况；
- （九）类似无形资产的市场价格信息；
- （十）宏观经济环境情况；
- （十一）行业状况及发展前景；
- （十二）企业状况及发展前景；
- （十三）无形资产收益期和预期收益情况；
- （十四）其他相关信息。

第二十三条 【实施资料】执行体育无形资产评估业务，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意见或者报告作为评估依据。

第二十四条 【咨询资料】执行体育无形资产评估业务，

引用体育市场上相关咨询机构发布的体育明星商业价值评估报告、体育赛事影响力评估报告、体育赛事赞助价值评估报告等咨询意见时，应当知晓以市场营销为目的的体育资源价值评估或者评价业务与本指导意见所指体育无形资产评估业务的区别，审慎引用相关结论。

第二十五条 【财务资料】执行体育无形资产评估业务，应当尽可能获取与已实施体育无形资产使用相关的财务数据或者经审计的财务报表，并对相关财务数据进行必要的分析。

第二十六条 【诉讼资料】执行体育无形资产法律诉讼评估业务，应当关注相关案情基本情况、经过质证的资料，以及体育无形资产的历史诉讼情况。

第二十七条 【价值影响因素】执行体育无形资产评估业务，应当结合体育无形资产开发模式和体育产业链发展状况，关注宏观经济、政治、法律环境和企业经营条件、运营能力、竞争情况等微观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。

第二十八条 【宏观因素】分析判断影响体育无形资产价值的宏观因素，应当关注国家或者地区的经济发展水平、人们的生活方式和体育消费观念、体育传媒与信息服务技术发展状况、政府政策的支持力度和法律保护状况等。

第二十九条 【微观因素】分析判断影响体育无形资产价值的微观因素，应当结合评估对象所属体育资源类别、体

育专业领域和开发利用情况，关注其权属、品质、影响力和使用效应等价值影响因素。

（一）对与体育赛事相关的无形资产，重点关注运动项目类型、赛事举办地点、赛事级别与规模、赛事运作理念与组织水平、赛事知名度与影响力、目标参与人群和赛事赞助情况等。

（二）对与体育专业人员相关的无形资产，重点关注体育专业人员的知名度与美誉度、专业类别、转会费水平、技能水平与竞技状态、年龄与服役期限等。

（三）对与体育组织相关的无形资产，重点关注体育社团的知名度、专业类别、体育人力资源和运营水平等，体育企业的主营业务类型、拥有的资质与资格、比赛成绩与排名、知名度等。

（四）对与体育场馆相关的无形资产，重点关注体育场馆的知名度、地理位置、规模、新旧程度、运营水平等。

第三十条 【评估假设和条件】执行体育无形资产评估业务，应当合理使用评估假设和限制条件。

第三十一条 【共同作用】执行体育无形资产评估业务，应当分析判断评估对象是否与其他资产共同发挥作用。

评估对象与其他资产共同发挥作用，应当分析其他资产对整体收益的贡献及其对评估对象价值的影响。

第五章 评估方法

第三十二条 【评估方法的选择】执行体育产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、资料收集等情况，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。

第三十三条 【收益预测考虑因素】采用收益法评估体育无形资产，应当根据无形资产的商业运营模式，考虑体育无形资产相关产品或者服务的运营主体资质、体育基础设施投入和管理水平、公众参与规模和参与度等因素，合理确定体育无形资产相关产品和服务的收益水平。

第三十四条 【收益预测具体方法】体育无形资产未来收益可以通过分析计算节省许可费（收益分成）、增量收益或者超额收益等方式进行预测。对应的收益法具体方法分别称为节省许可使用费法、增量收益法和超额收益法。

第三十五条 【节省许可使用费法】节省许可使用费法通过分析计算体育无形资产权利主体拥有评估对象所能节省的许可使用费支出，或者授权他人使用评估对象可获得的许可使用费收入的现值确定评估对象价值。

（一）体育无形资产的许可使用费可以参考评估对象已有许可使用合同约定的收费方式和收费水平，或者市场上相同或者相似无形资产的许可使用费率，结合评估对象未来发展情况进行分析预测。

（二）预测体育无形资产许可使用费，应当关注无形资产许可使用方式、条件、范围、期限，以及无形资产相关商业活动的收入和成本分配机制、各方的权利和义务等合同约定事项对评估对象价值的影响。

第三十六条 【增量收益法】增量收益法通过分析计算体育无形产权利主体的收益相比于同等条件下未拥有评估对象的收益增量现值，或者与不拥有评估对象的同行业相似经营主体相比而获得的增量收益现值，确定评估对象价值。

（一）预测体育无形资产的增量收益，应当分析判断体育无形资产的增量收益是来自于收入增长，还是成本费用节约，或者两者兼而有之。

（二）预测体育无形资产的增量收益，应当了解体育无形资产的商业运营模式，合理分析在假设拥有和不拥有评估对象的前提下相关体育产品的知名度、影响力等运营效果。

第三十七条 【超额收益法】超额收益法是在剔除其他相关资产对收益的贡献后，通过分析计算归属于评估对象的收益现值确定评估对象的价值。

（一）与被评估无形资产共同发挥作用的其他相关资产通常包括营运资金、固定资产和其他无形资产等。预测超额收益，应当对体育无形产权利主体的未来盈利预测进行分析，合理区分被评估无形资产与其他相关资产的收益贡献。

（二）采用多期超额收益法评估体育无形资产，应当关注体育无形资产的时效性和生命周期特征，超过一定时限，

未来收益水平将产生较大变化。

第三十八条 【收益期限】采用收益法评估体育无形资产，应当合理确定评估对象的收益期限。

评估对象的收益期限取决于相关无形资产产生增量收益或者超额收益的时间。确定体育无形资产的收益期限，应当综合考虑相关体育产品的经济寿命期限、相关无形资产法律保护期限、合同有效期限、技术寿命期限和经济寿命期限等影响因素，并按照孰短原则确定。

第三十九条 采用收益法评估体育无形资产，应当根据评估对象具体情况和收益预测具体方法的需要，恰当选择评估对象的收益口径。

体育无形资产一般采用税前收益，具体收益指标主要包括收入、利润和现金流量等。

第四十条 【折现率】采用收益法评估体育无形资产，应当考虑与评估对象相关的法律风险、市场风险、经营风险、技术风险和财务风险等，合理确定折现率，并与收益口径保持一致。

体育无形资产折现率可以采用风险累加法、回报率拆分法和投资报酬率法等方法估算。体育无形资产折现率应当有别于企业或者其他资产折现率。

第四十一条 【交易案例的选择】采用市场法评估体育无形资产，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，恰当选择可比交易案例。

第四十二条 【价值比率】采用市场法评估体育无形资产，可以根据各类评估对象的特点，分析判断交易价格修正法和价值比率修正法的适用性。

采用价值比率修正法评估体育无形资产，价值比率通常表现为交易价格或者价值与财务指标或者非财务指标之比。

第四十三条 【差异修正因素】采用市场法评估体育无形资产，应当分析评估对象与可比交易案例在交易时间、交易背景、交易标的及其相关体育产品的法律特征、经济特征和技术特征等方面的差异，并考虑该差异因素对无形资产价值的影响。

（一）对与体育赛事相关的无形资产，个体特征差异因素主要包括赛事知名度与影响力、赛事盈利能力和赛事组织管理水平等。

（二）对与体育专业人员相关的无形资产，个体特征差异因素主要包括体育专业人员的知名度与美誉度、技能水平与竞技状态、年龄与服役期限等。

第四十四条 【成本法的适用性】采用成本法评估体育产业无形资产，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。

第四十五条 【重置成本】采用成本法评估体育产业无形资产，应当结合评估对象和范围合理确定评估对象的重置

成本。

重置成本包括合理的成本、利润和相关税费等。资产评估专业人员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。

第四十六条 【贬值】采用成本法评估体育产业无形资产，应当综合分析评估对象的价值变化规律，在量化分析的基础上，合理确定评估对象的贬值。

第四十七条 【多种评估方法结论的形成】当满足采用不同评估方法的条件时，资产评估专业人员应当选择两种或者两种以上评估方法，通过综合分析形成合理评估结论。

第四十八条 【敏感性分析】资产评估专业人员在切实可行的情况下，应当进行敏感性分析来评估收益预测中敏感假设条件对评估结论的影响。涉及到多个敏感假设条件的，可以进行多因素情景分析，对评估结论的形成提供基于不同假设前提下的分析依据。

第六章 披露要求

第四十九条 【信息披露基本要求】执行体育无形资产评估业务，应当在资产评估报告中披露必要信息，使资产评估报告使用人能够正确理解评估结论。

第五十条 【重点披露信息】体育无形资产评估报告应当反映体育无形资产特点，重点披露以下内容：

- (一) 体育无形资产的基本内容及其法律、经济和技术特征；
- (二) 体育无形产权利人和使用人的基本情况；
- (三) 体育无形资产相关产业发展现状和前景；
- (四) 体育无形资产开发利用现状及规划；
- (五) 体育无形资产评估价值类型及价值影响因素；
- (六) 评估依据的信息来源；
- (七) 评估方法及重要参数的测算过程；
- (八) 评估结论成立的假设前提和限制条件；
- (九) 评估结论及分析；
- (十) 其他对评估报告使用具有重要影响的信息。

第七章 附则

第五十一条 【准则实施日期】本指导意见自202×年×月×日起施行。

附表

体育无形资产分类统计表

| 一级分类 | 二级分类 | 三级分类 | 四级分类 | 释义 | |
|-------|-----------|-----------|--------------|--|--|
| 1 可辨认 | 1.1 知识产权类 | 1.1.1 著作权 | 体育赛事的电台广播权 | 与体育赛事有关的广播权 | |
| | | | 体育赛事的电视转播权 | 与体育赛事有关的广播权 | |
| | | | 体育赛事的信息网络传播权 | 与体育赛事有关的信息网络传播权 | |
| | | | 体育数据资产 | 与体育运动或参与主体相关的数据库，按数据结构来存储和管理数据的计算机软件系统 | |
| | | | | 其他 | |
| | | 1.1.2 商标权 | 体育组织的商标权 | 体育组织的注册商标 | |
| | | 1.1.3 标志权 | 体育组织的标志权 | 经国务院工商行政管理部门核准登记的体育组织的特殊标志 | |
| | | 1.1.4 域名 | 体育组织的 | 与体育组织在 Internet 上 | |

| 一级分类 | 二级分类 | 三级分类 | 四级分类 | 释义 |
|------|---------|-------------|-------------|---------------------------|
| | | | 域名 | 的某一台计算机或计算机组的 IP 地址对应的名称 |
| | | 1.1.5 专利权 | 体育产品的专利权 | 与体育产品相关的专利权 |
| | | | 体育活动方法的专利权 | 与体育活动方法相关的专利权 |
| | | | 其他 | |
| | | 1.1.6 专有技术 | 体育产品的专有技术 | 与体育产品相关的专有技术 |
| | | | 体育活动方法的专有技术 | 与体育活动方法相关的专有技术 |
| | | | 其他 | |
| | | 1.1.7 其他 | | |
| | 1.2 经营类 | 1.2.1 特许经营权 | 体育赛事的举办权 | 获得体育赛事主办方授权，负责具体组织赛事的权利 |
| | | | 体育赛事的冠名权 | 获得体育赛事主办方授权，可以自己名称命名赛事的权利 |
| | | | 体育赛事的广告发布权 | 获得体育赛事主办方或者其他权利人授权，可以在赛事 |

| 一级分类 | 二级分类 | 三级分类 | 四级分类 | 释义 |
|------|---------|------------|--------------|---------------------------------------|
| | | | | 上发布广告的权利 |
| | | | 体育赛事的赞助商称号 | 获得体育赛事主办方或者其他权利人授权，可以被称为各类赞助商的权利 |
| | | | 体育场馆的冠名权 | 获得体育场馆权利人授权，可以自己名称命名体育场馆的权利 |
| | | | 体育场馆的广告发布权 | 获得体育场馆权利人授权，可以在育场馆发布广告的权利 |
| | | | 运动员个人的商务开发权 | 体育组织可以按照约定使用签约运动员肖像权、形象权等人格权开展广告活动的权利 |
| | | | 教练员个人的商务开发权 | 体育组织可以按照约定使用签约教练员肖像权、形象权等人格权开展广告活动的权利 |
| | | | 其他 | |
| | 1.3 关系类 | 1.3.1 合同权益 | 体育组织的运动员、教练员 | 体育组织的运动员、教练员等技能人才的经纪、代理等 |

| 一级分类 | 二级分类 | 三级分类 | 四级分类 | 释义 |
|------------|--------|-----------------|----------------------|---|
| | | | 练员等技能 人才的合同 权益 | 合同权益 |
| | | 1.3.2 客户关系 | 体育组织的 会员名单 | 体育组织的客户资源 |
| | | | 体育赛事的 赞助商资源 | 体育赛事主办方或其他权利 人所拥有的客户资源 |
| | | | 其他 | |
| | | 1.3.3 其他 | | |
| 2 不可辨 认 | 2.1 商誉 | 2.1.1 组合 劳动力 | | 源自体育组织与同行相比所 具有的高素质的人才队伍优 势 |
| | | 2.1.2 其他 | | 源自体育组织优越的地理位 置、独特的组织文化等与同 行相比所具有的比较优势 |