



团 体 标 准

T/CGCC 93—2024

文化产品产权价值评估通则

General principles for property rights value evaluation of cultural products

2024-06-17 发布

2024-07-01 实施

中国商业联合会 发 布
中国标准出版社 出 版

目 次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评估准则	2
4.1 公开性	2
4.2 适用性	2
4.3 准确性	2
4.4 公正性	2
4.5 独立性	2
5 评估要求	2
5.1 评估方应具备的基本条件	2
5.2 对评估对象的要求	3
6 评估主要流程	3
6.1 明确评估基本事项	3
6.2 签订评估业务委托合同	3
6.3 编制评估计划	3
6.4 评估实施	4
6.5 编制并提交评估报告	5
6.6 整理归集评估档案	5
附录 A (资料性) 文化产品产权价值评估方法	6
附录 B (规范性) 文化产品产权价值评估报告内容要求	9

前　　言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由北京信息科技大学提出。

本文件由中国商业联合会归口。

本文件起草单位：北京信息科技大学、国家广播电视台广播科学研究院、北京文化产权交易中心有限公司。

本文件主要起草人：倪渊、杨翠芬、张健、罗暖、宋罗娜、李思远、房津玉、宋佳玲、潘锦赫、伍鑫、姜昊、隆旭光。

文化产品产权价值评估通则

1 范围

本文件确立了文化产品产权价值的评估准则,规定了评估要求、评估主要流程等,描述了相应的评估方法。

本文件适用于文化产品产权价值评估活动,包括但不限于电影、电视剧、网络短视频、瓷玉器、书法、绘画等的所有权、使用权、收益权及相关权益的评估等。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

文化产品 **cultural products**

以文化为核心内容,为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示等活动所形成的产品。不仅指文化产品实体本身,还指通过市场交换能满足消费者某种精神需求和利益的有形物体与非物质性的无形服务的总和。

注:本文件中文化产品包括但不限于电影、电视剧、网络短视频、瓷玉器、书法、绘画等。

3.2

文化产品产权 **property rights of cultural products**

与文化产品相关的所有权。

注:包括文化产品的资产所有权、使用权、收益权及相关权益。

3.3

文化产品产权价值评估 **property rights value evaluation of cultural products**

具有一定资质的产权价值评估方依照规定程序,运用系统规范的方法,对文化产品产权价值进行分析、估算,并出具评估报告的行为和过程。

3.4

产权价值评估方 **evaluator of property rights value**

受需求方委托,依据相关法律、法规或标准进行产权价值评估的具有民事行为能力的自然人或法人。

注:包括产权价值评估机构、产权价值评估师。

3.5

产权价值评估委托方 **client of property rights value evaluation**

有文化产品产权价值评估需求的具有民事行为能力的自然人或法人。

3.6

评估报告使用人 **users of evaluation report**

评估报告的合法使用主体。