

# 文化产品产权价值实现的内涵界定与机理分析

李平<sup>1</sup>, 陈少志<sup>2</sup>, 张新新<sup>3</sup>

(1. 吉林外国语大学 学报编辑部, 吉林 长春 130117; 2. 吉林工程技术师范学院 人文艺术学部, 吉林 长春 130052; 3. 上海理工大学 出版学院, 上海 200093)

**摘要:** 文化产品是以文化为核心内容、标准化的、可复制化的并能够大规模生产流通的产品。文化产权是指文化产品、文化资源、文化来源、文化企业以及文化相关的财产性权利。文化产品产权价值包括现实价值和潜在价值, 是文化产品产权量化的问题, 其基础决定性因素是文化效益, 直接决定性因素是经济效益, 重要影响因素是技术效益, 关键制约因素是生态效益; 基于“文化-经济-技术-生态”四维效益指标所研发的数智技术评估理论和方法是文化产品产权价值评估的最新探索和尝试。文化产品产权价值实现包括知识产权、文化物权、文化股权以及文化债权等价值实现, 也包括时间维度的现实价值和潜在价值实现, 还包括路径视角的发行活动和衍生活动等价值实现。

**关键词:** 文化产品; 文化产权; 文化产品产权价值; 文化物权; 文化股权; 文化债权

**中图分类号:** G 124 **文献标识码:** A **文章编号:** 1009-895X(2025)01-0036-09

**DOI:** 10.13256/j.cnki.jusst.sse.241107588

## Connotative Definition and Mechanism of Realizing Cultural Products' Property Value

LI Ping<sup>1</sup>, CHEN Shaozhi<sup>2</sup>, ZHANG Xinxin<sup>3</sup>

(1. Journal Editorial Office, Jilin International Studies University, Changchun 130117, China; 2. Faculty of Arts and Humanities, Jilin Engineering Normal University, Changchun 130052, China; 3. College of Publishing, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

**Abstract:** Cultural products are standardized, replicable, and mass-produced products with cultural content. Cultural property rights refer to the property rights related to cultural products, cultural resources, cultural origins, cultural enterprises, and other cultural-related properties. The value of cultural product property rights includes both actual and potential value, which refers to quantifying cultural product property rights. Cultural benefit is the basic and decisive factor in the property value of cultural products rights, economic benefit is the direct decisive factor, technological benefit is the important influencing factor, and ecological benefit is the key restrictive factor. The latest theoretical and methodological exploration based on the four-dimension benefit indicators of “culture-economy-technology-ecology” aims at assessing the property value of cultural products. The value realization of cultural product property rights includes that of intellectual property rights, cultural real property rights, cultural equity rights, and

收稿日期: 2024-11-07

基金项目: 国家重点研发计划资助项目“文化产品产权价值评估与确权标识应用技术研究”(2021YFF0900400)

作者简介: 李平, 女, 副教授。研究方向: 融合出版、文化产品。E-mail: 309257850@qq.com

cultural creditor's rights, including realization of real and potential value in the time dimension and value realization of distribution activities and derivative activities.

**Keywords:** cultural products; cultural property rights; cultural products' property value; cultural real property rights; cultural equity; cultural creditor's rights

自古以来,“金银有价玉无价”。类似于玉石的定价,文化产品价值、文化产品产权价值的有无、多少、大小,一直以来都是个难题。有学者认为,“文化产品价值评估是待解的世界性难题”<sup>[1]</sup>。以往的文化产品产权价值评估,大多采取传统的成本法、收益法或市场法,其不足是显而易见的,即无法进行量化,缺乏公认的标准,评估价值无法进行有效的解释。

鉴于此,2021年国家重点研发计划“文化科技与现代服务业”重点专项确立了《文化产品产权价值评估与确权标识应用技术研究》(简称《研究》)青年科学家项目,旨在研究文化产品产权价值评估指标要素挖掘、关联分析与表示模型,研究基于大数据的文化产品产权价值建模理论以及可解释评估方法,力图构建文化产品产权价值评估指标体系并研发文化产品产权价值智能评估工具和系统。《研究》从交叉学科入手,旨在通过数智技术手段科学设定文化产品产权价值指标体系,构建评估模型,研发评估平台,从而实现对文化产品产权价值的科学评估、量化评估和可解释性评估。本文是《研究》的阶段性成果,主要对文化产品产权价值实现的基本内涵与科学机理进行诠释和分析。

## 一、文化产品与文化产权

在介绍文化产品产权价值实现的内涵之前,我们需要对文化产品、文化产品产权、文化产品产权价值等一系列基本概念进行界定和厘清。

何为文化产品?在学理上,不同学者从不同学科给予的界定是不同的,如:有人认为文化产品,是“满足人民精神需要并主要用于交换的物品或服务”<sup>[2]</sup>;有人概括地认为文化产品是“含有文化内容或元素的产品”<sup>[3]</sup>,并指出其规模化、标准化和连续性的特征;还有人认为文化产品在一般意义上主要指由文化人或文化产业部门所生产的,在文化市场上标价出售的含有文化或艺术内容的艺术品、工艺品、书籍、光碟、磁带、软件、电子出版物等文化载体,以及以文化服务方式提供大众消费、娱

乐、欣赏的电视、电影、演艺节目等<sup>[4]</sup>。在政策上,《中华人民共和国文化产业促进法(草案送审稿)》尽管没有直接给出文化产品的界定,但是通过对文化产业的界定,可以判断文化产品的概念:文化产业是指以文化为核心内容而进行的创作、生产、传播、展示文化产品和提供文化服务的经营性活动,以及为实现上述经营性活动所需的文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产等活动的集合。由此可知,文化产品是以文化为核心内容,通过创作、生产、传播、展示等活动而研发的产品,简言之,文化产品是以文化为核心内容的产品。综上所述,本文认为,文化产品是以文化为核心内容、标准化的、可复制化的并能够大规模生产流通的产品,其基本特征是标准化、可复制性以及大规模生产和流通性。文化产品的外延可分为文化产品和文化服务两类,主要包括图书、报纸、期刊、音像出版物、电子出版物、数字出版产品、视听产品、动漫产品等等。

那么何为文化产品产权?一则,关于产权的概念。戴维·M·沃克对产权的解释是:“产权亦称财产所有权。使之存在于任何客体之中或之上的完全权利,包括占有权、使用权、出借权、转让权、用尽权、消费权和其他与财产相关的权利。”<sup>[5]</sup>简言之,产权主要是指以财产所有权为主体的一系列权利的总和<sup>[6]</sup>。二则,关于文化产权的概念。文化产权(cultural property rights)的出现明显晚于知识产权的概念。2002年发布的《联合国可持续发展21世纪议程》,其中第26章中也主张“推行或加强适当的政策和(或)法律文书,以保护原住民人民的知识和文化产权以及维护其习俗和行政制度和办法的权利”<sup>[7]</sup>。文化产权的概念界定,大致分为四类学说。(1)第一类学说从文化资源的视角进行界定。布尔迪厄曾指出:“任何特定的文化能力……都会从它在文化资本的分布中所占据的地位,获得一种‘物以稀为贵’的价值,并为其拥有者带来明显的利润。”<sup>[8]</sup>国内学者指出文化产权主要指文化资源的归属和所有权问题,这种权利的拥有者能够决定自己对文化资源的使用、改变、保护和放弃,并可以据此获得一定的经济收入<sup>[9]</sup>。(2)第二类学

说从文化资源、文化产品、文化来源以及文化相关领域的视角出发来进行界定,指出文化产权是指文化资源、文化产品及相关领域的产权,其持有者有权决定如何保护、处置、交易,并能够取得一定的收入<sup>[6]</sup>。(3)第三类学说,从知识产权视角出发来界定文化产权,指出知识产权是文化产权的核心要素和内容,“知识产权是文化产权的基础,文化产权具有相对独立性,二者之间既相互独立又密切联系”<sup>[10]</sup>。例如,有人认为文化产权是“人们智力劳动创造的精神成果的所有权,以知识产权为核心,包括与文化有关的资产性、资源性和企业性产权,并经法律上确认的权利人使用并获得利益的权利”<sup>[11]</sup>。又如,有人指出文化产权是指“文化创意成果和相关产品的知识产权、文化企业产权(包括专利权转让)和以文化创意成果投资等形成的产权”<sup>[12]</sup>。(4)第四类学说,主要是从权利和权能视角即文化产权包含的权利类型、具体内容和实现方式的角度出发来做出界定,认为文化产权的基本要素包括“文化物权、债权、股权、知识产权”<sup>[11]</sup>,其权能包括所有权、经营权、收益权以及相关权利等。该类学说主要受到中宣部等五部委联合发布的《关于贯彻落实国务院决定加强文化产权交易和艺术品交易管理的意见》(中宣发〔2011〕49号)(简称《意见》)给出的法定内涵的影响。《意见》指出:“产权是所有制的核心和主要内容,包括物权、债权、股权和知识产权等各类财产权”;“文化产权交易是指文化产权所有者将其拥有的资产所有权、经营权、收益权及相关权利全部或者部分有偿转让的一种经济活动。”相关学者提出,文化产权是“各类投资主体投资文化领域所形成的权益,包括所有权、经营权、收益权及相关权利”<sup>[13]</sup>。

## 二、文化产品产权价值的内涵界定

本文认为,文化产权的界定见仁见智,不同学者从不同学科、不同视角做出的界定均有其合理性,但同时也存在一定的不足。基于文化产权确权和评估的视角,我们需要厘清以下几个问题:(1)文化产权不只是涉及文化产品、知识产品(如著作、影视剧、音乐、绘画等)的财产权利,也涉及范围更广的文化资源和文化相关物(比如民俗、礼仪、口头传说、民间文艺等)的财产权利;(2)伴随更多的物质要素卷入文化的生产与消费,单纯的知识产权已经无法全面概括文化活动中的权利归属。

“文化产权,作为各类文化成果权以及基于文化成果形成的各类企业产权和投资性权益,包括了文化物权、文化债权、文化股权、知识产权和组合产权,是一系列文化财产权益的集合。”<sup>[14]</sup>(3)除了“物”的部分之外,深藏于“物”之内的特定精神内涵“源”,即文化来源,更属于文化所有权的重要方面。这里所谓的“源”,就是指知识产品都有各自不同的文化来源<sup>[15]</sup>,要注重文化来源的财产权利保护。如好莱坞改编的《花木兰》被塑造为西方女权意识形象,而非中国的“替父从军”的孝道,被诠释为个体精神、个体价值的西方文化观念,这引发了文化“后殖民问题”以及文化安全问题。花木兰、孙悟空等公共文化资源,要保护其文化来源的财产权,也属于文化产权的组成部分。由此,本文给出的文化产权的界定是,文化产权是指文化产品、文化资源、文化来源、文化企业以及文化相关的财产性权利,以知识产权为核心并包含文化物权、文化债权、文化股权以及其他文化相关性权利在内,体现为财产所有权、占有权、使用权、收益权、处分权、经营权等一系列权能组合。

三则,关于文化产品产权的界定。综上所述,文化产品产权是指文化产品的财产性权利,是包括知识产品、文化相关物以及文化来源的财产权利,包括文化产品的所有权、占有权、支配权、使用权、收益权和处置权以及其他财产性相关权利,是一系列文化产品财产权益的集合。文化产品产权包括文化产品的物权、债权、股权、知识产权和组合产权等资产与权益,其基本要素是知识产权、文化物权、文化债权和文化股权等,其核心要素是知识产权。具体而言,文化产品产权包括文化产品的复制权、发行权、出租权、展览权、表演权、放映权、广播权、信息网络传播权、摄制权、改编权、翻译权、汇编权以及其他著作权的财产性权利,包括文化产品的商标、专利等知识产权,以及包括文化物权、文化股权、文化债权以及其他文化相关性权利。

在厘清了文化产品产权的概念之后,我们再来分析文化产品产权价值这一基本概念。恰如学者所言,“文化产权价值量的确定将成为文化产权价值规律的核心问题”<sup>[11]</sup>。文化产品产权价值,是文化产品产权量化的问题,是文化产品财产性权利的量化问题,落脚点在产权价值,着眼点是未来经济利益,是产业问题、经济问题,体现形式是文化产品的经济利益或经济价值,其最终的衡量点归结于可量化的文化产品产权价格。为进一步理解文化产品



产权价值,我们分析如下:(1)文化产品价值和  
文化产品产权价值并非同一概念。这一点,很多年  
轻学者容易混淆,动辄把精神价值、社会价值等作  
为文化产品产权价值来加以对待。文化产品价值,  
包括“知识产权、载体价值、审美价值”<sup>[16]</sup>或者是  
“主体价值、载体价值、转化价值”<sup>[17]</sup>,而其基本  
分类是包括文化价值和经济价值,已经实现的价值  
部分体现为社会效益和经济效益;而文化产品产权  
价值,则是文化产品的经济价值,已实现的部分体  
现为经济效益。(2)文化产品产权价值区别于一  
般商品产权价值。文化产品产权价值大小和增值不  
由社会必要劳动时间所决定,须知文化劳动的创造  
性、成果唯一性决定着不存在同样产品的多个劳  
动者,没有以竞争来形成社会必要劳动时间的可能  
性;文化产品产权价值并不因被消耗而贬损,反而  
是使用频次越多、服务频次越高,则其产权价值越  
大。这是文化产品和一般商品的产权价值在生产  
和消费环节的差异所在。(3)文化产品产权价值  
和文化产品交换价值并非同一概念。文化产品的  
交换价值,是文化产品的外在属性,区别于文化产  
品的价值和使用价值(内在属性),是“以价格来  
体现和标度的价值”<sup>[18]</sup>。文化产品交换价值,是指  
已经实现的价值,而文化产品产权价值是以已实现  
价值为基础,同时又包含未来会实现的那部分价值,  
即“已实现价值+未实现价值”。例如,一本图书  
定价30元,销售了1万册,不考虑折扣因素,全价  
销售30万元,这是交换价值而非该书的产权价值,  
其产权价值可能是40万元、50万元或60万元。这  
便涉及到文化产品产权价值评估的问题。(4)文化  
产品产权价值受到文化效益、社会效益的影响。

### 三、文化产品产权价值实现的机理分析

文化产品产权价值实现机理是一个科学问题。  
如何基于生态学理论、文化产品属性理论、技术创  
新理论等理论基础,分析作为动态演变生态系统的  
文化产品产权价值实现机理,研究其价值产生、增  
值、评估、流转和实现等全价值链形成规律是破  
解价值评估与确权服务关键技术问题的科学基础。

#### (一)文化产品价值的产生与文化产品产权 价值的萌芽

文化产品价值的出现,是文化产品产权价值产  
生的前提和基础,是文化产品产权价值的萌芽阶段。

当创作者完成文化产品的创作时,该文化作品便  
具备了使用价值和价值。其使用价值是能够满足人  
们精神文化需要的属性,简言之,即文化属性;文  
化属性、文化内容、文化要素恰恰是文化产品区  
别于一般产品的特有属性。其价值则是凝结于其  
中的抽象的人类劳动,准确地说是脑力活动或智  
力劳动的产物。任何一种形态的文化作品,其创  
作过程均是艰辛的,无论是出版物、影视剧本抑  
或动漫作品等。

文化产品内部文化属性被价值主体认知和识  
别以后,能够满足主体的精神文化价值需要,便  
具备了文化功能(价值),由此实现了文化产品  
属性的本体论到文化产品功能的价值论的演进和  
跃升。例如,“数字出版产品的属性到功能”<sup>[19]</sup>,  
是在“属性”身上打上了“主体认知、需要”的  
烙印,一如“你来看此花时,则此花颜色一时明  
白起来”。由此,“被认知、被需要”的“属性”,  
就是数字出版“功能”,也就实现了数字出版  
“本体论”到“价值论”的跨越。

作为经济性权利的文化产品产权价值,其价值  
量大小、多少的根本性决定因素是文化价值。文  
化属性规定和制约着文化产品的经济、技术属  
性,文化价值规定和制约着文化产品的经济和技术  
价值。从根本而言,文化产品的文化含量的多少、  
文化内容质量的高低、文化供给在多大程度上满  
足了用户的文化需要,是在源头注定和制约其文  
化产权价值的多少和大小。

#### (二)文化产品价值的增值与文化产品产权 价值的产生

在作者创作完成以后,文化作品被提交到出  
版社、影视公司、动漫公司等,就步入到文化作  
品到文化产品的生产制作环节,而这个环节也是  
文化产品价值增值的环节,是文化产品产权价值  
形成的环节。文化产品产权价值,本质上是文化  
企业基于文化产品产权所拥有的现实价值和潜在  
价值。

文化产品的生产制作过程,一方面是在文化  
作品素材的基础上,进行编辑加工、制作生产的  
过程,这个过程投入了人力、物力、财力和智力  
资源,是文化作品“物化”的过程,是文化作  
品变为文化产品的过程,是文化产品价值增值  
的过程。另一方面,文化产品制作完成,实现从  
文化作品到文化产品的演进升级,也就意味着  
文化产品产权价值开始形成。须注意地是,文  
化产品产权价值主体是出版社、影

视制作公司、动漫公司等文化企业，文化产品产权是文化企业的产权，文化产品产权价值是文化企业所拥有的文化产品的产权价值、经济价值。

从系统论的视角来看，文化产品产权价值的相关因素包括文化效益、经济效益、技术效益和生态效益(图1)。其中:(1)文化效益是文化产品产权价值的基础决定因素。如果没有文化要素、文化内容,则不会产生文化作品和文化产品。文化产品之所以称其为文化产品是因为其包含着文化属性、文化子系统、文化效益和文化价值。文化效益的大小、质量高低决定着文化产品经济效益的实现和经济价值的评估。其细分指标包括文化产品质量、影响和评价等。(2)经济效益是文化产品产权价值的直接决定因素。文化产品产权价值是现实价值和潜在价值的结合体,而现实价值直接体现为文化产品经济效益,潜在价值则是根据现实价值、通过特定的评估方法来进行推导的结果。所以,文化产品产权价值的大小直接取决于文化产品已经实现的经济效益,是对文化产品经济效益的现状和未来趋势

统计、计算、分析和评估所得出的结果。其细分指标包括成本、收益以及版权相关因素等。(3)技术效益是文化产品产权价值的重要影响因素。文化产品,尤其是数字文化产品,一般都包含着技术属性、技术子系统,随着文化数字化战略的深入推进实施,数智技术对文化产品价值、文化产品产权价值的影响不断提升,AR出版物、VR出版物、3D电影等数字文化产品的技术效益是其文化产品产权价值的重要影响因素。其细分指标包括技术投入、技术贡献以及技术创新力等。(4)生态效益是文化产品产权价值的关键制约因素。随着生态文明建设的深入推进,包括文化产业在内的各行各业都把生态效益指标作为高质量发展重要指标,由此,文化产品产权价值的形成、评估和实现过程均需考虑生态效益指标,如环保型纸张、油墨的应用,节能减排指标,绿色生产率、绿色印刷指标,等等。某种程度而言,生态效益指标是未来文化产业高质量发展的关键性指标、制约性指标,关系文化产业的可持续、高质量发展。

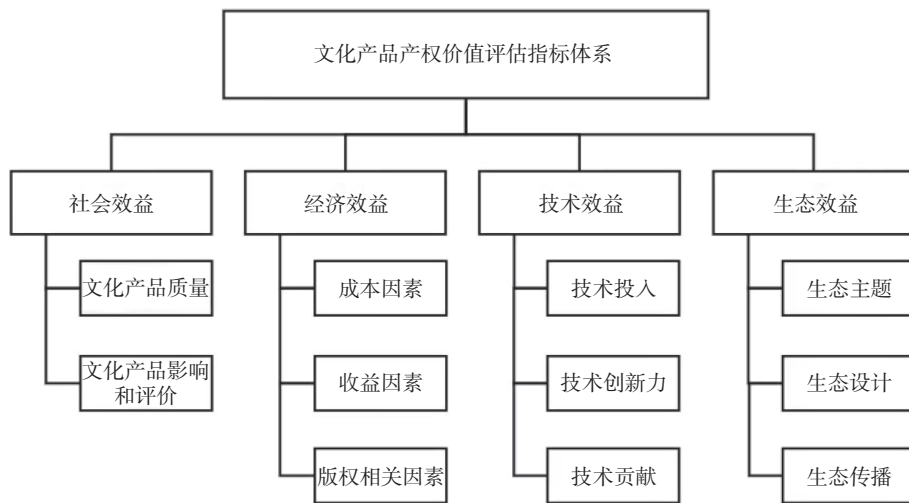


图1 文化产品产权价值评估指标体系

Fig. 1 Index system for the value assessment of cultural product property rights

### (三) 文化产品产权价值评估

文化产品产权价值评估,是解决文化产品产权价值度的问题,是解决文化产品产权价值量化的关键环节。评估理论和方法的选择则是衡量文化产品产权价值的关键,事关文化产品产权价值评估的科学性、合理性和前瞻性,是事关文化产业高质量发展的基础性、制约性问题。主要的文化产品产权价值评估方法如下。

(1) 成本法。成本法主要是通过扣减相关贬

值因素后的重置成本<sup>[20]</sup>来确定文化产品产权价值的方法。成本法的主要模型包括:文化产品产权价值=“初期开发与准备成本+文化产品产权全运营周期的运营成本”,文化产品产权价值=“重置成本(合理的成本、利润和相关税费,机会成本等)-相关贬值(实体性、功能性、经济性)”<sup>[21]</sup>。在利用成本法进行文化产品产权价值评估时,文化企业相关人员充分考虑了文化产品的折旧和贬值现象,评估结果简单直观,能够反映文化产品的实际生成和维护成本。但成本法无法反映文化产品的使用价

值、潜在价值,评估结果可能低于文化产品产权的实际价值。

(2) 收益法。收益法本质是对文化产品产权价值未来收益的现时价值进行折算。文化产品产权价值收益法的应用,需要计算相关业务销量、价格变化引起的增量收益变化。其中,对现时价值的折算率要把文化产品产权贡献从企业整体贡献中进行拆分,综合这两部分来实现价值评估。在利用收益法进行估值时,收益法能够根据文化产品产权的时间价值和未来收益情况,全面反映文化产品产权的经济价值。但文化产品产权具有时间性,评估结果受预测准确性的影响较大。

(3) 市场法。市场法是通过比较相似文化产品产权的市场交易价格,确定文化产品产权的市场价值的方法。市场法评估模式可表示为:文化产品产权价值=“可比文化产品产权价值×相关的修正系数”。将文化产品产权价值影响因素“嵌入以层次分析法和灰色关联度为核心建立的模型”<sup>[22]</sup>中,运用相关度确定可比文化产品产权,以此可以评估产权的价值。在市场法下进行文化产品产权价值评估,能够更加简单直观地查看产权的变化趋势,评估结果也具有较高的参考价值。但市场法受市场交易记录的限制,对于没有市场交易记录或市场交易不活跃的文化产品产权,以及一些涉及企业机密或用户隐私而没有公开的文化产品产权,评估结果的准确性较低。

(4) 数智技术评估方法。在《文化产品产权价值评估与确权标识应用技术研究》项目实施中,我们提出了一种“基于大数据和深度神经网络技术的文化产品产权价值评估指标体系与模型”。结合文化产品的文化属性、经济属性、技术属性和生态属性,提出“社会—经济—技术—生态”的模糊量化指标,从海量文化产品产权价值数据中挖掘指标要素,对所挖掘的数据进行同一性、隶属性、相关性关联分析,形成四维、多模态的文化产品产权价值指标表示方法和7种文化产品产权价值评估指标知识图谱。融合主观与客观指标权重方法,依据粗糙集理论和最优最劣方法(RST-BWM),建构四位一体的共性指标体系。基于大数据技术对所采集的指标数据进行清洗、标引、关联、计算之后,开展文化产品产权评估指标值预测。基于BP神经网络模型进行数据预测,引入时序数据,通过拟合值和实际值的对比分析,调节预测值曲线,获得理想的拟合效果后,运用预测模型,得到预测评估指标值,

从而预测评估指标变化趋势,提供量化指标权重的参考。该模型引入注意力机制,寻找神经网络模型中影响产权价值的关键节点,以实现产权价值的可解释性评估。

数智技术评估方法在文化产品产权价值评估中展现出显著优势。其一,该方法通过大数据和深度神经网络技术,实现了评估指标的可量化,能够精准捕捉文化产品的多维属性,如文化、经济、技术和生态属性,为评估提供了丰富的数据支撑。其二,数智技术评估方法增强了评估的客观性,通过数据挖掘和关联分析,避免了传统评估中可能存在的主观偏见,提升了评估结果的准确性和公信力。其三,该方法还体现了科学性,运用粗糙集理论和最优最劣方法建构共性指标体系,结合BP神经网络模型进行数据预测,不仅提高了评估的精准度,还能预测评估指标的变化趋势,为决策提供前瞻性的参考,引入注意力机制更是实现了产权价值的可解释性评估,进一步增强了评估结果的说服力和实用性。在实际应用中,该方法在文化艺术品、影视作品出版物等价值评估中得到了良好验证,对文化艺术品产权价值的预测准确率达到82%以上(图2)。

该模型的优势在于:(1)模型变量维度丰富,综合考虑到艺术品各种属性特征,通过雅昌网等文化艺术品拍卖渠道获取权威真实数据信息;(2)结合向量化技术,将文化艺术品特征转化为向量表示,优化艺术品特征数据处理效果;(3)基于深度神经网络,通过对艺术品各种特征信息进行学习,更好地捕捉艺术品价格背后的复杂关系,提升预测效果(图3)。不过,文化艺术品大规模的产权价值评估仍需在实践中进行深入检验。

#### (四) 多维视角的文化产品产权价值实现分析

在介绍完文化产品产权价值评估的理论和方法之后,下一个关键问题是,如何实现文化产品产权价值?我们就文化产品产权的现实价值和潜在价值、文化产品产权价值实现的发行活动和衍生活动以及文化产品多类型产权价值实现等问题进行逐一分析。

##### (1) 产权视角的文化产品产权价值实现

如前所述,文化产品产权是以知识产权为核心、包括文化物权、文化股权、文化债权以及文化相关性权利在内的权利集合。

一则,关于文化产品知识产权价值的实现。以出版物为例,出版物的知识产权价值实现区分为若干种情形。首先,出版物的复制权、发行权的组合



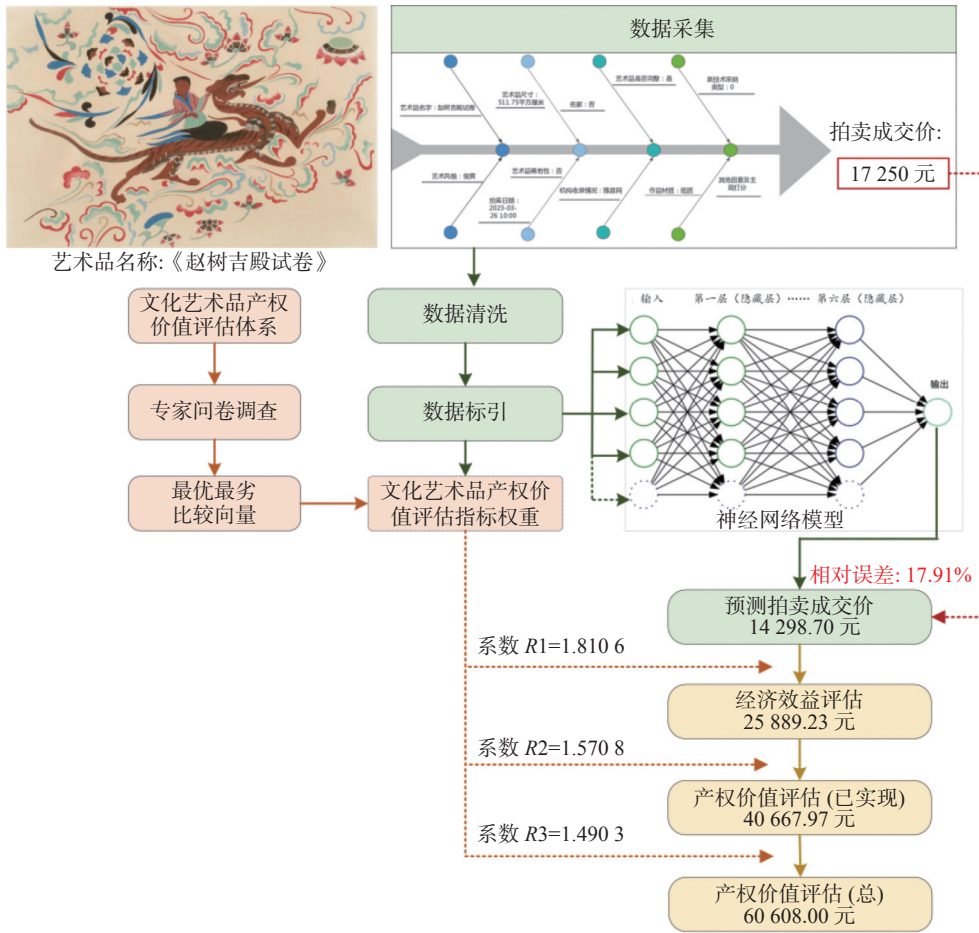


图2 基于大数据和深度神经网络的文化艺术品产权价值评估理论与方法

Fig. 2 Theories and methods for evaluating the property rights value of cultural and artistic works based on Big Data and deep neural networks

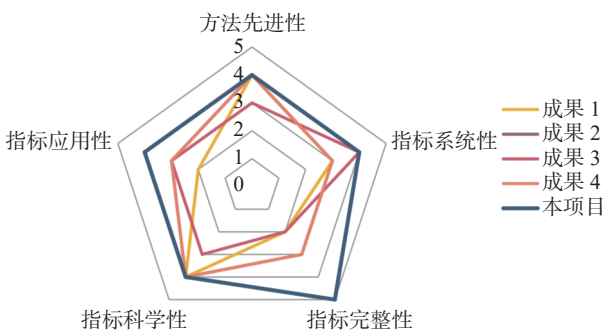


图3 基于数智技术方法的文化艺术品评估模型的优势分析  
Fig. 3 Analysis of the advantages of cultural artwork evaluation models based on digital intelligence technology methods

形成了专有出版权。专有出版权是图书作品实现产权价值的主要方式，是出版社实现出版物产权价值的主要路径。出版社通过对作品的编辑加工、复制发行来实现出版物的产权价值，这是迄今为止出版业产权价值实现的最主要方式。其次，出租权价值的实现主要通过租型这一业务模式来完成。图书租

型是指对长销、畅销的图书，出版社通过从其他出版单位租入型版，自行印制、发行出版物的行为；出租方根据出版定价，向租借方收取许可使用费，从而实现出版物产权价值。对教材出版、主题出版为主的出版社而言，图书租型构成了图书出租权价值实现的重要收入来源。复次，改编权及相关权利。基于图书版权把作品改编为有声读物、视听作品等，并通过摄制、展览、表演、放映、广播等方式来实现出版物产权价值，也是出版物产权价值实现的重要方式。再次，翻译权、改编权和汇编权。出版社可对已有出版物进行翻译，把作品从汉字转换为另外一种语言文字进行出版发行，这既是出版物产权价值实现的方式，也是推动中华文化走出去、提高出版国际传播效能的基本途径。例如，2018年，《习近平谈治国理政》第二卷多语种图书在英国举办了首发式，面向全球读者推出中文繁体、英、法、西、德、俄、日、阿、葡文等9个文版。基于原有作品进行创新性改编并形成具有独创性的新作品，

以及把作品及片段进行选择、编排并汇集成新作品分别是出版物改编权、汇编权价值实现的主要方式。最后,关于信息网络传播权的价值实现。信息网络传播权是出版社开展数字出版、推动出版深度融合发展的前提和基础。基于信息网络传播权,出版社可对作品开展数字出版物开发、数据库开发、知识库开发、出版大数据建设、出版大模型研发等一系列数字出版行为,从而以数字化、数据化、智能化的方式来实现信息网络传播权价值。

二则,关于文化产品物权价值的实现。文化物权,是指权利人依法对文化物所享有的直接支配和排他性的权利,包括所有权、用益物权和担保权。例如作品素材、稿件素材经过编辑加工后,作品内容与纸张、油墨等材料相结合,印制成图书,图书出版物即是文化物的一种表现形式。文化物权价值的实现,主要通过发行方式来完成。例如图书、期刊、报纸等出版物,通过出版物销售市场面向社会公众或专业用户进行营销发行,最终实现预期的销售收入,从而实现出版物物权的现实价值;再如,基于动漫作品所研发的IP形象、书包、杯子等带有文化元素的文创产品、文化衍生品等,同样是通过发行销售的方式实现其物权价值。

三则,关于文化产品股权价值的实现。文化产品股权价值的实现主要是依靠融资、质押等方式来完成。文化产品股权融资主要采取项目融资的方式,即出售内容生产型企业标的物(文化产品)的部分所有权(股权),来实现融资从而变现文化产品股权价值。例如“好莱坞与华尔街合作进行‘拼盘投资’,由一家金融公司牵头一家或几家制片商的20~25部电影”<sup>[23]</sup>,该电影制作公司成功以电影股权融资的形式部分实现了产权价值。文化企业以文化股权等无形资产进行质押来获得融资贷款也是文化金融的重要方式,例如“知识产权证券化、资本市场融资+再融资+贷款”<sup>[24]</sup>等多种文化金融模式的出现。须注意地是,前述文化产品股权价值实现的方式多依赖于文化产品集群,建立在对一批潜力巨大、未来效益较好的文化产品进行股权购置。而少数单一文化产品进行股权融资的方式,往往是以私募、众筹等形式出现,例如2013年《大鱼·海棠》为电影、动漫产业众筹融资起到了良好的示范效应。

四则,关于文化产品债权价值的实现。文化产品债权价值的实现,是指以文化产品债权(而非股权)为标的物进行出售并获得预期经济效益。文化企业可将文化产品、项目等无形资产进行整合打包以

进行项目融资。文化产业首例债权融资的案例是1997年摇滚明星“大卫·鲍伊音乐专辑证券化融资”<sup>[23]</sup>的案例:他将25张音乐专辑预期收入证券化,由铂尔曼公司设立特殊目的机构进行资产隔离,百代EMI公司提供3000万元美元担保,累计发行5000万美元债券。又如,2005年漫威以《钢铁侠》等作品的知识产权抵押,推出4.65亿美元的电影债券以筹措资金进行电影制作。中国银行业协会调研的111家银行数据显示,45家银行研发了文化产业信贷产品,其形式包括“文创贷、影视贷、文化贷、知识产权质押贷款、版权质押贷款、商标权质押贷款、文化艺术品质押贷款以及股权质押贷款”<sup>[25]</sup>等。

除上述权利类型以外,文化产品产权价值还涉及其他相关权利价值,例如文化数据资产价值,文化产品数据资源持有权、使用权、经营权价值等如何实现,文化数据资产如何评估确权 and 入表,等等。

## (2) 时间维度的文化产品产权价值实现

从时间维度来划分,文化产品产权价值分为现实价值和潜在价值。现实价值,是指文化产品产权已经实现的经济效益,例如出版物的实洋、电影作品的票房、文化艺术品的拍卖价格等;潜在价值,是指关涉文化产品产权价值的未来效益问题,也是文化产品产权价值评估的着眼点所在。

文化产品产权的现实价值和潜在价值分类的意义在于:其一,厘清文化产品产权价值实现的主要方式。文化产品产权现实价值和潜在价值实现的路径和方式不同:前者主要是依靠发行、销售活动来完成,例如出版物发行、电影作品发行、动漫作品发行、游戏作品发行等;后者则主要依靠衍生活动来完成,考虑文化产品的衍生品开发活动、文化金融活动等。其二,明确文化产品产权价值评估的指向。如前所述,文化产品产权价值评估是面向未来的评估,着眼点在未来经济效益,不是对已经实现的文化产品价值的统计和加权,而是在对已有经济价值统计的基础上,考虑到其成长性、未来发展趋势,通过成本法、收益法、市场法、期权法、数智技术法等评估理论和方法,确定潜在价值,最终得出的文化产品产权价值,是现实价值和潜在价值的总和。其三,解决制约文化产业高质量发展的基础性、制约性问题。文化产品确权难、评估难是制约文化产业高质量发展的“瓶颈”。解决了确权问题,就能够营造良好的产权环境,有效保障文化产业的创新性、高质量发展;解决了评估问题,就能够对文化产业经济总量、文化产业的国民经济支柱性地



位提供牢固的基础和底座支持。

### (3) 路径视角的文化产品产权价值实现

从路径视角来看,发行活动和衍生活动是文化产品产权价值实现的主要路径。

文化产品的发行或销售活动,是产权价值实现的最基本、最主要方式。于出版物而言,出版物完成印制后,通过邮局征订、实体书店销售、网络书店销售等各种批发、零售的形式来实现出版物产权价值。于电影作品而言,通过院线公开发行、网络渠道发行等实现电影票房,以实现电影作品的产权价值。于文化艺术品而言,通过艺术品拍卖市场进行公开发行、拍卖,以实现其产权价值。其他游戏作品、动漫作品等,公开的发行、销售都是实现产权价值尤其是现实价值的最基本路径。

文化产品的衍生活动则是实现产权价值的另一种路径,同时是实现文化产品产权价值增值的主要路径。文化产品的衍生活动包括的种类繁多,一种基本方式是同属文化领域不同类别的产品衍生开发,如出版物版权转让、版权许可使用,基于动漫作品的衍生品开发,基于影视作品的手办等衍生品开发,基于影视作品的图书出版发行以及基于图书的影视作品改编等等。另一种方式则是文化产品跨界衍生活动,如前述的文化产品折价入股、担保贷款等文化金融活动,或者是文化产品与旅游业、制造业以及其他行业等深度融合所催生的文化产品新形态、新业态、新消费等。

此外,除了三种分类以外,还可基于不同的文化产品类型视角来研究文化产品产权价值。就实现类别而言,依据《文化及相关产业分类(2018)》的相关规定,文化产品产权价值实现包括出版物产权价值实现、新闻作品产权价值实现、动漫作品产权价值实现、音乐作品产权实现、影视作品产权价值实现、文化艺术品产权价值实现、数字文化产品产权价值实现、文化艺术品产权价值实现以及文化衍生品产权价值实现等等。

## 四、结语

文化产品产权价值实现属于方兴未艾的新兴科研议题,也是关系文化产业高质量发展的基础性、制约性难题。本文从文化与科技深度融合发展的视角,采取文化管理与服务、计算机科学与技术、出版学、新闻传播学等跨学科研究方法,对文化产品

产权价值实现所涉及的基本概念、基本范畴、基本理论等开展研究,是十分艰难的科研挑战,同时也是落实“四个面向”战略、开展有组织跨学科科研的重要探索。期待学界、业界有更多学术成果的产出,以推动文化科技与现代服务业的可持续发展、创新性发展、高质量发展。

### 参考文献:

- [1] 江哲丰. 文化产权交易体系建设研究[J]. 湖南社会科学, 2014(3): 191-194.
- [2] 郑洪涛. 论文化产品的特征、范围与价值[J]. 商业时代, 2012(29): 128-130.
- [3] 张森. 文化产品的市场价值及其评估方法新探[J]. 兰州学刊, 2011(8): 61-66.
- [4] 岳红记, 何炼成, 刘吉发. 试论文化产品的价值与价格[J]. 经济师, 2007(4): 225-226.
- [5] 戴维·M·沃克. 牛津法律大辞典[M]. 李二元, 译. 北京: 法律出版社, 2003.
- [6] 皇甫晓涛, 赖章德. 关于文化产权交易的理论思考[J]. 中国美术, 2011(6): 6-8.
- [7] 联合国. 联合国可持续发展 21 世纪议程 [EB/OL]. (2002-04-28)[2024-10-10] <https://www.un.org/zh/documents/treaty/21stcentury>.
- [8] 布尔迪厄. 文化资本与社会炼金术[M]. 包亚明, 译. 上海: 上海人民出版社, 1997.
- [9] 高宏存. 经济全球化中的文化产权问题研究[J]. 福建论坛·人文社会科学版, 2010(6): 62-66.
- [10] 陈彦均, 尚峰. 文化产权下民族民间传统文化保护问题初探——从“花木兰”的尴尬说起[J]. 文化遗产, 2009(4): 25-31.
- [11] 陈嘉莉, 伍硕. 文化产权价值规律初步研究[J]. 山西财经大学学报, 2011, 33(1): 105; 107.
- [12] 何琦, 高长春. 我国文化产权交易市场的形成与功能研究[J]. 兰州学刊, 2011(8): 57-60.
- [13] 卢栎仁. 论文化产权[J]. 产权导刊, 2012(9): 30-31.
- [14] 赵蓉. 文化产权交易规范研究——兼论国务院文件的禁止性规定和合规设计[J]. 社会科学家, 2018(8): 114-118.
- [15] 颜纯钧. 从知识产权到文化产权——21 世纪中国电影的一个观察角度[J]. 电影理论研究(中英文), 2020, 2(2): 64-73.

(下转第 54 页)

## 参考文献:

- [1] 吕慧,赵冠月.数据资产的价值评估与会计处理研究进展综述[J].财会通讯,2023(13):24-30.
- [2] 尹传儒,金涛,张鹏,等.数据资产价值评估与定价:研究综述和展望[J].大数据,2021,7(4):14-27.
- [3] 祝金甫,张兆鹏,朱庆展,等.文化视频产业内容价值的量化评估研究[J].中国软科学,2021(1):156-164.
- [4] 李永红,张淑雯.数据资产价值评估模型构建[J].财会月刊,2018(9):30-35.
- [5] BARMAN D, CHOWDHURY N, SINGHA R K. To predict possible profit/loss of a movie to be launched using MLP with back-propagation learning[C]// Proceedings of the 2012 International Conference on Communications, Devices and Intelligent Systems. Kolkata: IEEE, 2012: 322-325.
- [6] 郑坚,周尚波.基于神经网络的电影票房预测建模[J]. 计算机应用,2014,34(3):742-748.
- [7] 李淑韵,王晓光.电子书版权价值评估新思路:基于大数据构建评估体系[J].出版参考,2015(S1):39-40.
- [8] 钟媛.基于机器学习的版权金融化价值评估模型研究[J].上海经济研究,2017(6):72-81.
- [9] 刘澄,雷秋原,张楠,等.基于BP神经网络的专利价值评估方法及其应用研究[J].情报杂志,2021,40(12):195-202.
- [10] 秦霖,邱苑华.论文化产品的价值实现与价格形成[J].东北大学学报(社会科学版),2004,6(6):407-410.
- [11] 王秀伟.文化授权:文化产业价值链与生产经营机制的创新[J].学术论坛,2017,40(6):114-119.
- [12] 丛挺,冯思淇,李想,等.数据驱动下文化产品产权价值链重构研究[J].图书情报知识,2023,40(6):140-148;111.
- (责编:朱渭波)
- 
- (上接第44页)
- [16] 余佳.文化产品价值探讨[J].商场现代化,2011(3):138-139.
- [17] 李庭新,李书.文化产品价值的经济学分析[J].市场周刊·研究版,2005,18(3):92-95.
- [18] 秦霖,邱苑华.论文化产品的价值实现与价格形成[J].东北大学学报(社会科学版),2004,6(6):407-410.
- [19] 张新新.数字出版价值论(上):价值认知到价值建构[J].出版科学,2022,30(1):5-14.
- [20] 吕慧,赵冠月.数据资产的价值评估与会计处理研究进展综述[J].财会通讯,2023(13):24-30.
- [21] 尹传儒,金涛,张鹏,等.数据资产价值评估与定价:研究综述和展望[J].大数据,2021,7(4):14-27.
- [22] 李永红,张淑雯.数据资产价值评估模型构建[J].财会月刊,2018(9):30-35.
- [23] 彭玻.文化产业CVC发展模式及路径分析[J].长沙理工大学学报(社会科学版),2022,37(2):1-7.
- [24] 梁儒谦,贺祯.我国文化金融高质量发展路径[J].中国金融,2021(6):97-98.
- [25] 胡潇予.“双循环”新发展格局下银行业创新文化金融的发展路径[J].黑龙江金融,2021(4):15-17.
- (责编:朱渭波)