# **附件2**

# 益阳市城市户外广告资源有偿使用

# 基准价格评估报告

湘中天华资评报字[2019]第163号

**益阳市城市管理和综合执法局：**

湖南中天华资产评估有限公司接受贵单位的委托，根据有关法律、法规和资产评估准则、资产评估原则，采用市场法，按照必要的评估程序，对益阳市城市户外广告资源有偿使用资金在2019年10月30日的基准价格进行了评估。现将评估情况报告如下。

# 一、委托人及其他资产评估报告使用人

本次户外广告资源有偿使用基准价格评估委托人为益阳市城市管理和综合执法局。

（一）委托人

1.机构名称：益阳市城市管理和综合执法局

2.机构性质：机关

3.机构地址：益阳市海棠西路468号

4.负责人：梁成立

5.统一社会信用代码：114309007808621537

（二）委托人以外的其他资产评估报告使用人

其他资产评估报告使用人为与本次经济行为密切相关的政府主管部门、委托人主管部门以及广告代理机构。

# 二、评估目的

益阳市城市管理和综合执法局拟了解益阳市城市户外广告资源有偿使用基准价格，委托湖南中天华资产评估有限公司对益阳市城市建成区利用户外的场地、空间、建筑物、市政设施、交通工具以及其他媒介设置、张贴的广告的有偿使用基准价格进行评估。本次评估目的系为益阳市城市管理和综合执法局拟收取益阳市城市户外广告资源有偿使用资金提供基准价格参考依据。

# 三、评估对象和评估范围

本次评估对象为益阳市城市户外广告资源；具体评估范围为益阳市城市建成区利用户外的场地、空间、建筑物、市政设施、交通工具以及其他媒介设置、张贴的广告（详见评估范围明细表、广告类型明细表）。

**评估范围明细表**

| **序号** | **区域类别** | **区域范围** | **辐射范围** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | A类 | A类区为市中心城区主要街道（十纵十横）和穿越城市规划区范围内的主要道路两侧（含商业广场）。十纵：金山路、康复路、龙洲路、大桃路、萝溪路、团圆路、银城大道、马良路、文昌路、白马山路；十横：益阳大道、桃花仑路、秀峰路、海棠路、梓山路、鹿角园路、迎宾路、五一路、长春路、资阳路；穿越城市规划区范围内的主要道路：资江风光带（南北各一条）、益桃路、益沅路、绕城高速等。 | 线型 |  |
| 2 | B类 | 除A类区以外的其他沿线周边区域。 | 线型 |  |

**广告类型明细表**

| **序号** | **宣传平台** | **广告类型** | **广告定义** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 屋顶 | 屋顶广告 | 指设在建筑物楼顶的广告（包括广告字和店牌）。 |  |
| 2 | 设置于临街建筑物墙面的各类广告 | 霓虹灯 | 指由霓虹管弯曲成文字或图案，配上不同颜色的霓虹管制成，以散发多样的色彩；也可配合电子控制的闪动形式，增加其动感。 |  |
| 栅栏牌 | 广告画面内容使用喷绘、电脑写真或户外彩色即时贴等材质形成的广告类型。 |  |
| 灯箱 | 置于建筑物外墙，楼顶或裙楼等广告位置，白天是彩色广告牌，晚上则成为内打灯的灯箱广告。 |  |
| 三面翻 | 三面翻以相对稳定的节奏，无声地展示不同的广告画面，使行人在同样的时间里，轻松地接受多个画面，多个广告信息，具有一种事半功倍的广告视觉冲击力。 |  |
| 一楼店牌 | 依附于建筑物墙面设置的店面招牌。 | 二楼窗台以下，且小于10㎡免收 |
| 电子显示屏 | 能用电脑控制，将广告图文或电视广告片输入程序，轮番地在画面上显示色彩纷呈的图形与文字，具有动感、多变、新颖别致、反复播放等特点。 |  |
| 悬挂巨幅 | 材质使用喷绘布悬挂于建筑物墙面的广告，一般边幅较大，容易引起行人注意。 |  |
| 悬挂条幅 | 材质使用喷绘布悬挂于建筑物墙面的广告，一般面积较小。 |  |
| 3 | 设置于城市道路（含绿化带及广场）的广告 | 指示标牌 | 公共设施（如公园）或商店、楼盘位置的标牌，可同时预留位置作广告推广。 |  |
| 园林小品 | 在绿化带或公园绿地设置的广告位置，也可增加灯光，晚上则成为灯箱广告。 | 含灯箱 |
| 公交站亭 | 设置于公交等候亭，一般以灯箱为表现形式，可以滚动播放。 |  |
| 电子显示屏 | 能用电脑控制，将广告图文或电视广告片输入程序，轮番地在画面上显示色彩纷呈的图形与文字，具有动感、多变、新颖别致、反复播放等特点。 |  |
| 大型铁架 | 一般设置于在建工程红线范围内，广告内容以喷绘布的形式展示。 | 含门楼 |
| 高立柱 | 广告主要形式是指以独立基础高耸于道路两侧等车流，人流较多场所的大型户外广告牌。 |  |
| 三面翻 | 三面翻以相对稳定的节奏，无声地展示不同的广告画面，使行人在同样的时间里，轻松地接受多个画面，多个广告信息，具有一种事半功倍的广告视觉冲击力。 |  |
| 临时桁架 | 由钢架及彩绘布构成，一般用于新开发楼盘的宣传。 |  |
| 彩旗 | 位于城市马路上的一种广告媒体。这种广告形式具有制作方便、直接、信息传播广等优点，但是广告面积较小。广告宣传形式旨在烘托气氛、渲染环境、为企业(或其品牌)展示形象、提升其影响力。 | 含灯杆旗、道旗 |
| 道闸 | 一种结合传统道闸功能和现代广告特征的挡车器产品，以闸杆版两面为广告载体，加之道闸机的灯箱（亦可为LED屏），形成三位一体广告效应，配以闸杆LED照明，全天候24小时不间断展示，引人瞩目，夜间广告效果尤甚。可应用于酒店、小区、学校、停车场、商业区、高速公路等场合。 |  |
| 4 | 围墙广告 | 在建工地围墙 | 建筑工地围挡是用于封闭建筑施工现场的临时设施、遮挡物，工地围挡一方面起分隔作用，减少现场施工对外界的不良影响；另一方面可以为项目营造自身形象，并辅助项目宣传。围挡灯箱广告则添加了灯光效果。 |  |
| 围墙灯箱广告 |  |
| 临时围挡广告 |  |
| 5 | 以交通工具为载体的广告 | 公交车 | 公交车属于移动媒体，表现形式为全车身彩绘及车身两侧横幅挂板等，其特点是接触面广，覆盖率高，可应目标受众对象来选择路线或地区。 |  |
| 促销车 | 用于产品促销，多采用LED 的形式，属于移动媒体，可根据产品需求选择宣传路线及区域。 |  |
| 物流车 | 采用彩绘的形式，覆盖整个车身，流动性强。 |  |
| 6 | 各类充气广告 | 空飘气球 | 空飘气球多用于产品的促销及宣传，类似于气球，可悬挂条幅。 |  |
| 气模 | 充气物造型广告多用于产品的促销及宣传。可分为长期型和临时型，在展览场地、大型集会、公关活动、体育活动等户外场所都可运用。 |  |
| 7 | 实物造型广告 | 实物造型广告 | 一般设置于大型商场广场外，可设计多种造型，由于造型物一般都较实物庞大，涉及独特，颜色炫耀，对受众都具有一种强烈的感召力。 |  |

# 四、价值类型

# 本次评估是委托人拟掌握城市户外广告资源有偿使用资金在基准日的市场价值（含税）。

市场价值是指自愿买方和自愿卖方在各自理性行事且未受任何强迫的情况下，评估对象在评估基准日进行正常公平交易的价值估计数额。

# 五、评估基准日

本项目评估基准日为2019年10月30日。评估基准日系由委托人确定，确定的理由是评估基准日有利于评估目的实现，本次价格评估以评估基准日有效的价格标准为取价标准。

# 六、评估依据

1、《中华人民共和国资产评估法》；

2、《中华人民共和国广告法》；

3、《中华人民共和国城乡规划法》；

4、湖南省人民政府关于修改《湖南省户外广告管理办法》的决定；

5、益阳市人民政府关于印发《益阳市城市户外广告设置管理办法》的通知；

6、我公司与益阳市城市管理和综合执法局签订的《益阳市城市户外广告资源有偿使用资金基准价评估与测算服务合同》；

7、城市户外广告位出租租金调查表及其他资料；

8、评估人员查询的市场价格信息及向主要广告代理商询价资料；

9、通过市场调查获得的其他与咨询有关的资料等。

# 七、评估方法

根据评估对象城市户外广告资源的资产特性，本次采用市场法确定评估对象的市场价值，市场法是以现时市场上的参照物来评价评估对象的现行公平市场价值，它具有评估角度和评估途径直接、评估过程直观、评估数据直接取材于市场、评估结果说服力强的特点。由于本次价格评估测算对象通过市场调查可以取得类似交易案例及价格，具有一定的公开市场资料，故本次测算方法采用市场法。

本次评估选取了不同区域、不同广告类型案例的价格，经分析后综合确定委托评估对象的市场价格。再根据《湖南省人民政府关于修改<湖南省户外广告管理办法>的决定》中《湖南省户外广告管理办法》（1998修正）第九条”户外广告场地费，由城市建设行政主管部门按高于该项广告营业额5%的标准收取，纳入行政性收费管理，专款用于市政设施的维修、建设”的规定。按市场价格5%的比例确定益阳市城市户外广告资源有偿使用基准价格。

# 八、评估程序实施过程和情况

按照我国有关政策规定和户外广告管理的要求，以委托人提供的资料为基础，严格遵循独立性、客观性、公正性的工作原则及替代性和公开市场原则；我公司评估人员实施了对委托评估项目进行法律性文件收集及相关资料的验证审核、整理、对比、分析，按纳入评估范围资产的方案要求，对委托评估对象进行了评估测算，按照评估工作的规范要求，我们已经完成了市场调查必要实施的工作程序；公正、客观地对评估对象在评估基准日的市场价值进行评定估算；与委托人充分沟通初步意见后通过内部三级复审出具正式评估报告。

评估对象（含程序）具体包括⑴城市户外广告涉及的区域范围、媒介范围（建筑物、构筑物等），⑵城市户外广告的广告载体、广告类型（三面翻、电子显示屏、围挡等），⑶广告代理公司（广告发布流程、广告承租期限、广告租赁价格等），⑷广告制作公司（广告载体制作成本、使用周期、安装费用等）。

# 九、评估假设

1、公开市场假设。指充分发达与完善的市场条件，是一个有自愿的买者和卖者的竞争性市场，在这个市场上，买者和卖者的地位是平等的，彼此都有获取足够市场信息和企业信息的机会和时间，以便对企业行为做出理智的判断；买卖双方的交易行为都是在自愿的、理智的而非强制的或不受限制的条件下进行的。

2、资料合法、真实、完整性假设。委托人所提供的资料是评估工作的重要基础资料，评估人员对所收集到的资料履行了应有的清查核实程序，并在专业范围内进行应有的职业分析判断，对所发现的问题进行进一步澄清核实和尽可能的充分披露。但评估机构和评估人员受执业范围所限，不能对所提供的资料的合法性、真实性和完整性（完整性是相对估值需要而言的）做出保证。因此，评估测算工作是以委托人所提供的有关资料的合法、真实、完整为假设前提。

3、本次评估以本项目评估报告所列明的特定评估目的为基本假设前提；评估范围仅以委托人提供的评估范围为准，有关资产的现行市价以评估基准日的国内有效价格为依据。

4、国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化，国家对委托人所处行业的有关法律法规和政策在预期无重大变化；本次交易各方所处的政治、经济和社会环境无重大变化，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响。

5、无瑕疵事项、或有事项或其他事项假设：对企业存在的可能影响项目评估测算结论的瑕疵事项或其他事项，如委托人等有关方面应向评估人员要求提供而未提供，而评估人员已履行调查程序仍无法获知的情况下，视为被评估测算项目不存在瑕疵事项或其他事项，评估机构及评估人员不承担相关责任。

6、本评估报告中的估算是在假定所有重要的及潜在的可能影响价值分析的因素都已在我们与委托人之间充分揭示的前提下做出的。

7、除非另有说明，假设委托人完全遵守所有有关的法律法规。

# 十、评估结论

根椐以上评估工作，在评估前提和假设充分实现的条件下，委托评估的益阳市城市户外广告资源有偿使用基准价格于2019年10月30日的市场价值如下表所示。

**益阳市城市户外广告资源有偿使用基准价格汇总表**

| **类别** | **单位** | **资金收取标准（元）** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- |
| **A类区** | **B类区** |
| 一、屋顶广告 | 元/㎡/月 | 10  | 7  | 含店牌 |
| 二、设置于临街建筑物墙面的各类广告 | 1.霓虹灯(含：造型) | 元/㎡/月 | 8  | 6  | 二楼以上 |
| 2.栅栏牌 | 元/㎡/月 | 8  | 6  |
| 3.灯箱 | 元/㎡/月 | 10  | 7  |
| 4.三面翻 | 元/㎡/月 | 15  | 11  |
| 5.一楼店牌（仅限一店一牌） | 元/㎡/月 | 5  | 4  | 二楼窗台以下，小于10 ㎡免收 |
| 6.电子显示屏 | 元/㎡/月 | 18  | 13  |  |
| 7.悬挂巨幅 | 元/㎡/天 | 5  | 4  |  |
| 8.悬挂条幅 | 元/条/天 | 10  | 7  |  |
| 三、设置在城市道路（含：绿化带及广场）的广告 | 1.指示标牌 | 元/㎡/月 | 30 | 21 |  |
| 2.园林小品 | 元/㎡/月 | 15  | 11  | 含灯箱 |
| 3.公交站亭 | 元/㎡/月 | 12  | 8  |  |
| 4.电子显示屏 | 元/㎡/月 | 27  | 19  |  |
| 5.大型铁架 | 元/㎡/月 | 10  | 7  | 含门楼 |
| 6.高立柱 | 元/㎡/月 | 10  | 7  |  |
| 7.三面翻 | 元/㎡/月 | 20  | 14  |  |
| 8.临时桁架 | 元/㎡/天 | 5  |  |
| 9.彩旗 | 元/面/天 | 10  | 含灯杆旗、道旗 |
| 10.道闸 | 元/㎡/月 | 14 | 10 |  |
| 四、围墙广告 | 1.在建工地围墙 | 元/㎡/月 | 15  | 11  |  |
| 2.围墙灯箱广告 | 元/㎡/月 | 20  | 14  |  |
| 3.临时围挡广告 | 元/㎡/天 | 5  |  |
| 五、以交通工具为载体的广告 | 1.公交车 | 元/台/年 | 1000  |  |
| 2.促销车 | 元/台/天 | 100  |  |
| 3.物流车 | 元/台/月 | 300  |  |
| 六、各类充气广告 | 1.空飘气球 | 元/个/天 | 20  |  |
| 2.气模 | 元/个/天 | 500  |  |
| 七、实物造型广告 | 元/㎡/月 | 21 | 15  |  |
| 备注：1.A类区为市中心城区主要街道（十纵十横）和穿越城市规划区范围内的主要道路两侧（含商业广场）。十纵：金山路、康复路、龙洲路、大桃路、萝溪路、团圆路、银城大道、马良路、文昌路、白马山路；十横：益阳大道、桃花仑路、秀峰路、海棠路、梓山路、鹿角园路、迎宾路、五一路、长春路、资阳路；穿越城市规划区范围内的主要道路：资江风光带（南北各一条）、益桃路、益沅路、绕城高速等。2.B类区为除A类区以外的其他沿线周边区域。 |

# 十一、特别事项说明

以下事项并非本公司评估人员执业水平和能力所能评定和估算，但该事项确实可能影响评估结论，本评估报告使用者对此应特别引起注意：

(一)对委托人存在的可能影响评估测算价格的瑕疵事项，在委托时未作特殊说明而评估人员已履行价格调查程序仍无法获知的情况下，评估机构及评估人员不承担相关责任。

(二)由委托人提供的与评估测算相关的经济行为文件、评估区域范围、评估广告类型及其他有关参数资料是编制本报告的基础。委托人应对所提供的以上原始资料的真实性、合法性和完整性承担责任。

(三)本评估结论是反映评估对象在本次评估测算目的下，根据公开市场原则确定的现行含税价格。本报告未考虑特殊的交易方可能追加付出的价格等对市场价值的影响，也未考虑国家宏观经济政策发生变化以及遇有自然力和其他不可抗力对资产价格的影响。当前述条件发生变化时，评估测算结果一般会失效。

(四)遵守相关法律、法规和评估相关规定，对评估对象价值进行估算并发表专业意见，是评估人员的责任；提供必要的资料并保证所提供资料的真实性、合法性、完整性，恰当使用评估测算报告是委托人和相关当事方的责任。

(五)本次评估项目根据市场实际情况评估价值已经包含了该项目的广告发布期间维护费用。

# 十二、资产评估报告使用限制说明

（一）评估报告只能用于评估报告载明的评估目的和用途；

（二）评估报告只能由评估报告载明的评估报告使用者使用；

（三）本报告书的评估结论仅供委托人为本次评估目的使用，报告书的使用权归委托人所有，未征得出具评估报告的评估机构同意，评估报告的内容不得被摘抄、引用或披露于公开媒体，法律、法规规定以及相关当事方另有约定的除外；

（四）当政策调整对评估结论产生重大影响时，应当重新确定评估基准日进行价格测算。

# 十三、资产评估报告日

# 本评估报告于2019年12月02日出具。

湖南中天华资产评估有限公司　　　　　资产评估师：李小平

─────────

二○一九年十二月二日

资产评估师：周金明

─────────

 评估人员：李莉

─────────

 评估人员：刘斐

───────