

ANNIE BROOKING

(英) 安妮·布鲁金 著
赵洁平 译

TOP

经理人书架

INTELLECTUAL CAPITAL

智力资本

应用与管理

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

THOMSON
LEARNING

j 经理人书架

智力资本

应用与管理

(英)安妮·布鲁金 著

赵洁平 译

王 东北财经大学出版社

大连

© 东北财经大学出版社 2003

图书在版编目(CIP)数据

智力资本：应用与管理 / (英)布鲁金(Brooking, A.)著；赵洁平译．—大连：东北财经大学出版社，2003.4
(经理人书架)
书名原文：Intellectual Capital
ISBN 7-81044-339-9

I. 智… II. ①布… ②赵… III. 智力资源 IV. C96

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 017209 号

辽宁省版权局著作权合同登记号：图字 06-1998-44 号

Annie Brooking: Intellectual Capital
Copyright © 1996 by Thomson Learning
Simplified Chinese translation copyright © 2003 by Dongbei University of Finance & Economics Press
All rights reserved.

本书简体中文版由东北财经大学出版社在中国境内独家出版、发行，未经出版者书面许可，任何人均不得复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有，侵权必究。

东北财经大学出版社出版
(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)
网 址：<http://www.dufep.com.cn>
读者信箱：chbooks@online.ln.cn
东北财经大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸：140mm × 203mm 字数：177 千字 印张：7.625

2003 年 4 月第 2 次印刷

责任编辑：刘亨达

责任校对：刘士平

版式设计：王 莉

定价：15.00 元

出版者的话

21 世纪是一个由人力资源、智力资本主宰的时代,是一个信息高速传播的时代,是一个管理精英云集的时代,是一个金融工具创新、管理方法创新、道德观念创新、沟通途径创新的时代。中国成功加入世界贸易组织,诸多国际性公司落户中国,无数企业正在为建立现代企业制度而求索。基于此,我社从多家全球知名的出版公司引进了 36 种经典的财经管理著作并译成中文,奉献给广大的中国读者。

“经理人书架”(含 12 种)不是用来装点书房的摆设,而是非常实用的案头参考。拥有它,您将《生财有道》,拥有一个“给予”的从商生涯;更好地管理企业的《智力资本》,提升企业价值;加强《业绩管理》,提高组织绩效;用最具操作性的结构性分析工具开展《新人力资源管理》;提高《项目管理》水平,降低项目风险;进行《供应链再造》,改善交易关联关系,扩大企业盈利;掌握《会计精要》,《超越数字》,利用财务报表进行《经营透视》;改进《产品创新战略》,根据客户需求激发创意,不断推出新产品、新服务;完善《企业成长战略》,利用战略思维方式获取竞争优势;实施有效的《跨文化管理》,进行成功的全球扩展。

“激情创业丛书”(含 6 种)为有志独立开创企业的人们描绘美好的《小企业创业蓝图》;开发您《通向成功的创造力》;帮您建立组织的愿景,让您和整个组织成竹在胸,《成功在望》;奏响成功十步曲,实现《竞争战略进阶》,引领您走上成功的《创业之路》,真正《抓住企业的未来》。读过这几本书,您就会发现:企业家并非天生,独立创业人人可为!

“e时代丛书”(含5种)描绘了《数字经济蓝图》,助您在电子商务时代创造财富;《数字化成长》重塑就业方式、休闲观、人际沟通方式,引领网络世代的生活主张;《梦想社会》告诉您如何为产品和服务赋予情感价值,从而打动顾客的心灵,而不仅仅是说服他们的头脑;利用信息技术改造企业,实现《范式的转变》;揭示《信息悖论》的奥秘,助您实现企业IT投资的价值。

“商战宝典丛书”(含3种)立足于营销实战。《营销秘诀》是销售高手的真实体验,全部案例均来自他们的推销实践;《营销戒律》则剖析了172条流传已久的营销法则,指出其局限,对于营销人员具有深刻的指导意义;《商战法则》则是对全球各国礼仪与习俗的介绍和剖析,使读者在与世界各地的人们打交道时做到心中有数,应付自如。

“用‘心’管理书系”(含6种)的目标在于传播先进的管理理念,武装管理者的头脑。《协作制胜》打造成功团队;《管理宝典》荟萃开创管理新纪元的36部经典著作之精华;《管理宗师》传达世界一流的管理思想;《愿景领导》规划企业战略;《核心能力战略》整合企业竞争优势;《企业万能》集合名家关于企业能力的真知灼见。

“点股成金丛书”(含4种)介绍简单而有效的《炒股绝招》,让您精明地选购股票;为您进行《技术分析精解》,令您轻松驾驭股市行情;总结《交易规则II》,给您股市成功的50贴妙方;通过8位叱咤风云的《市场大师》的传奇经历,揭示期货交易成功的奥秘。

以上就是我们呈献给您的以企业管理为主,兼顾个人投资;以企业发展为主,兼顾个人发展的财经知识大餐。希望能够借此为白手起家的创业者实现经营之梦助一臂之力;为已经积累了相当管理经验的人们开辟新的管理思路;为金融投资者提供有效的交易策略……

东北财经大学出版社

致 谢

我要向所有在我的研究和本书写作过程中给予帮助的人致谢。首先,我要感谢提供前期援助、使本书得以开题的人,他们是:ICL公司的戈登·伊凡、雷波特公司的阿兰·史密斯博士、文瑞德公司的布雷·西尔、马克威斯特公司的卡洛琳·莫里斯、公开商学院的保罗·奎因塔斯博士、查普曼—霍尔公司的德夫·哈特和布雷·奥克雷。许多人对研究和手稿准备工作给予了支持,尤其是詹姆斯·曼宁、本·雷勒、恩里科·莫塔、亚里克斯·古多尔、大卫·威尔逊、罗博·范·德·斯贝克、明·巴萨杜和卡尔·威格。技术经纪公司的同事给了我很好的支持,尤其是尼克·萨顿、爱德沃德·泰勒、莫琳·芙蕾、卡洛莲·约克、彼德·沃顿、比尔·布莱克、托雷·沃尔士、彼德·博德和路易斯·莱恩。

我要感谢国际汤姆森出版公司(ITP)的特约编辑英格玛·福克曼斯,在他的关注下,我完成了我的第一部著作。我没有按时交稿,他并未发火;甚至我提出希望封面上标题的颜色最好能与我的指甲油和我喜欢的礼帽的颜色相配时,他也未动声色。

最后,我要感谢我的丈夫安德鲁——我现在能帮忙种马铃薯了!

目录

目录

出版者的话	1
致 谢	13
1 未来企业	1
2 智力资本的出现	13
3 市场资产	20
4 知识产权资产	38
5 人才资产	45
6 基础结构资产	65
7 准备智力资本审计	87
8 智力资本审计	102
9 智力资本管理	138
10 知识管理与公司存储器	147
11 扩大智力资本的资产库	160
12 评估智力资本	182
结束语	194
智力资本的意义总汇	195

目录

目录

词汇表	197
参考书目	200
索引	212
作者简介	226

插图目录

图 1.1 捕捉聪明老鼠的捕鼠器 ...	5
图 2.1 智力资本的构成	14
图 3.1 忠实客户发展周期	25
图 6.1 新技术曲线	85
图 7.1 智力资本审计过程	93
图 7.2 概念——“本周最佳 聚会”	95
图 7.3 实体	95
图 7.4 联接	96
图 7.5 归属	97
图 7.6 关系	97

图 7.7	下属类型和上属类型	98
图 7.8	全图	98
图 7.9	智力资本审计队伍	100
图 8.1	智力资本审计过程	102
图 8.2	客户基础的内容	105
图 8.3	资产内容最高值举例 ...	105
图 8.4	审计市场资产方法	106
图 8.5	评估知识产权资产的 方法	113
图 8.6	评估基础结构资产的 方法	117
图 8.7	评估人才资本的方法 ...	120
图 8.8	知识传递过程	123
图 8.9	设定属性价值的指数 ...	126
图 8.10	依赖度	127
图 8.11	通过指数监测智力 资本	127
图 8.12	跟踪属性以预测 趋向	128

目录

目录

图 8.13	为智力资本确立 靶图	130
图 8.14	为优势与劣势绘制 靶图	132
图 9.1	智力资本管理进程	139
图 10.1	知识管理进程	150
图 10.2	知识区间	153
图 10.3	能力和工作知识与效率的 提高同步发展的一个假设 模式	154
图 10.4	知识螺旋上升的 设想图	157
图 11.1	创新过程的 4 个 扇面	163
图 11.2	巴萨德解决问题创新 特性表	164
图 11.3	巴萨德解决问题创造 特性表	165

目录

图 11.4	优化图	166
图 11.5	4 个扇面与对应的 8 个 步骤	168
图 11.6	监测智力资本的 发展	175

表格目录

表 1—1	领袖的价值	7
表 3—1	斯堪迪亚公司的客户 情况	29

1 未来企业

自计算机和信息技术出现以来,企业的性质已经发生了改变。与以前的企业家不同,我们寻求客户并为他们提供产品和服务要依靠的新方法和新技术。这些新技术的产生是信息技术、通讯技术的发展和対高技术劳动力的需求所造成的。这种劳动力依靠的是技能和技术,而不是体力。

信息技术的影响 ♥

信息技术不光取代了体力劳动方式,还创造了以前不可能出现的服务行业。这类例子包括依靠现代通讯手段的国际金融服务、各种类型的信用卡结算,还有飞机旅行的订票服务。职工的工作方式已有了改变,有的人甚至不再去公司上班,而是在自己家中工作,通过信息高速公路与经理和同事们联系。这些“电讯工人”使企业的成本大为降低,减少了办公室、会议室、出差,节省了时间和金钱。

为了提供这类服务,我们培训雇员,使他们掌握新的技术。很多机构的工作需要这些能熟练操作电脑的人,需要这些人使用技术手段与客户联系,送交产品,提供服务。数据库告诉我们向某位客户出售什么产品,提供什么服务,并录下他的购货历史、喜欢的产品等。电脑可以监督我们信用卡的开支,识别我们购物习惯的变化。这种新技术可以让信用卡公司发现使用信用卡中的欺诈行为,并将贼当场捉住。

不是市场,而是市场空间

现在已出现了销售产品和服务的一个新地点:“市场空间”,即存在于国际互联网上的虚拟的市场。通过万维网(World Wide Web),公司可以出售产品,提供服务,并接受付款。该网络设置了一个虚拟柜台,而实物产品则在实地移交。能够数字化的产品,诸如音乐、电脑游戏和软件等可以在市场空间中完成全部交易,通过国际互联网将数字化产品传给客户的计算机。

区域市场成为全球化市场

全球经济意味着企业有全球化的市场。在这种市场上,企业必须创立自己的标识,以便无论哪个国家、说哪种语言的顾客都能通过标识辨认自己所需要的公司。例如,奔驰公司的星形商标对企业的价值比它的工厂还高。商标就是价值,而工厂只是生产带有这种商标的车辆机器。与企业的无形资产相比,大烟囱的价值在日渐降低。

无形资产的商品化

当电影和动画片的人物形象商品化后,可以带来极大的经济

效益。1974年,迪斯尼公司的年度生产报告显示该年的片税收入超过了1500万美元,而1989年该公司商品部的商品收入超过了2700万美元。电影《星球大战》1978年的票房收入为2500万美元,而专利商品的销售额为2200万美元。施奈德在《广告时代》上说,肯纳公司销售的星球大战商品价值超过1亿美元。他估计,1978年动画片人物的专利商品和服务零售额为21亿美元,1979年为31亿美元。这类收入可以视为形象收入,只能通过全球经济才能实现。在全球经济中,米老鼠和他的伙伴们的形象超越了所有文化和语言,在市场上占据了富于吸引力的位置。

要专利还是不要专利?

公司的生死存亡取决于自身竞争能力的强弱,有很多组织都在进行研究开发工作,发展他们认为拥有竞争优势的新技术。保护技术发明的方法之一是申请专利。确实,从下面这张1993年专利申请排名表中能看出谁申请的专利最多。有很多人批评美国和欧洲申请的专利没有日本多,但是,这些数据有意义吗?研究开发的最终目的是申请专利,还是通过研究开发的过程培养本领和能力呢?

1993年专利申请排名表

德国	48 774	日本	380 035
法国	16 040	韩国	47 344
英国	34 166	美国	191 386

专利确实能使发明者在若干年内享有垄断权,但为了获得垄断权必须将发明公开,这样它就不再是秘密。专利对发明者来说是非常有价值的保护,对那些想要打破专利赋予发明者的垄断权的人来说,专利是一个“禁止入内”的标牌。如果有人对“禁止入

内”的牌子视而不见,故意踏入这块禁地,那就要诉诸法律,让他们停止侵权,或是为使用专利的特权而付出代价。如果专利不能受到法律保护,其价值就有疑问。如果侵权者未被带上法庭,他们就会继续侵权。这对打不起官司的发明者来说可是个坏消息。所以,有人说,专利的价值全在你准备花多少钱来保护它。

有些专利的寿命很短。对很多技术来说,市场的窗口开得很窄。很多专利虽然申请了,但并不能为发明者带来收入。一个很有趣的例子是,有一件专利,设计用来捕捉聪明的老鼠,而这只捕鼠器用的诱饵竟是奶酪!

由此看来,什么是专利的价值?为什么申请人每年花成千上万的美元申请专利?申请专利很多的组织获得了很大的竞争优势吗?有时是这样,泰克专利即为一例。泰克酶是一种耐热的聚合酶,能够放大指纹基因中的基因链,也叫聚合酶连锁反应。赛图公司拥有这种酶和聚合酶连锁反应的专利权。1991年,该公司以3亿美元的价格将专利卖给了罗氏公司。医药界中这类例子屡见不鲜,但其他行业并不效仿医药业。布鲁塞尔的欧洲委员会声称,欧洲的研究开发成果有30%被仿制。那么,公司为什么不权衡制造或购买专利技术的利弊,而宁愿重新研究开发它呢?这可能有三个原因。首先,它们不知道有这项研究成果;其次,是“非自己发明”的想法在做怪,换言之,是技术人员认为他们能比前人干得更好;最后一个原因,追求最终目标的过程中培养出来的技能与目标本身同样宝贵。

很明显,最后一个原因最重要。在我们的知识经济中,必须重新评估研究开发的價值。如果技能是最有价值的商品,我们就必须注重它的价值在于何处——在于人。

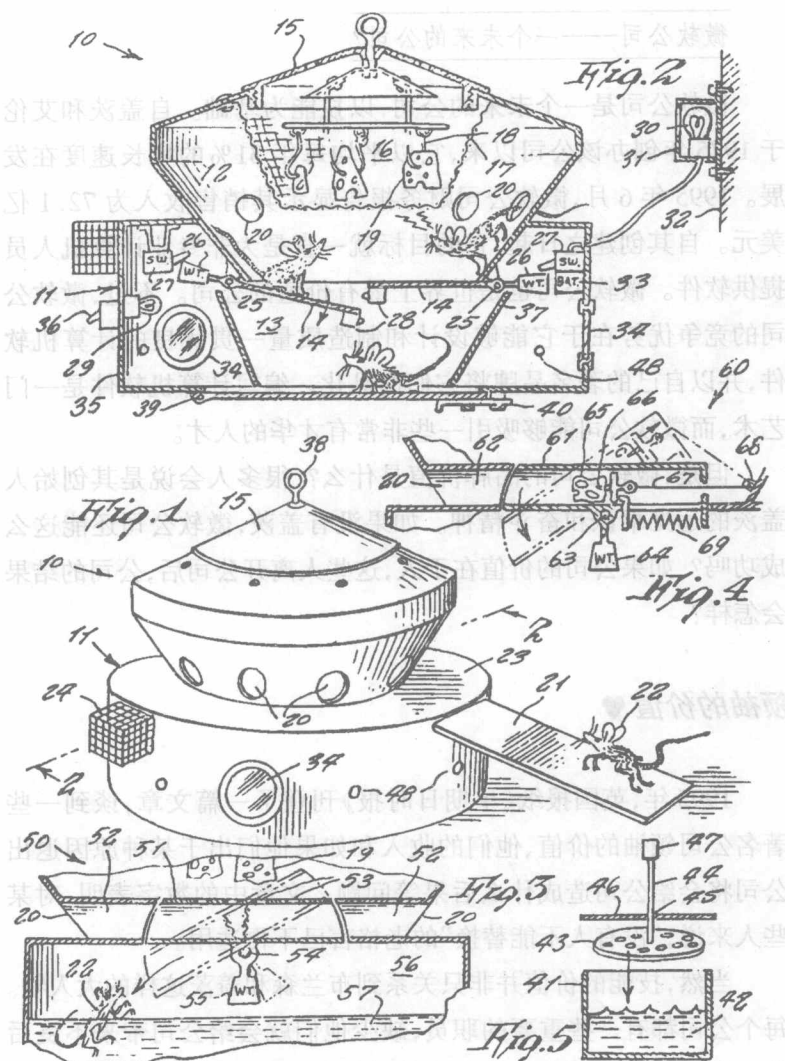


图 1.1 捕捉聪明老鼠的捕鼠器

微软公司——一个未来的公司？

微软公司是一个未来的公司，以技能为基础。自盖茨和艾伦于1975年创办该公司以来，它以平均每年31%的增长速度在发展。1995年6月，微软公司财务报告显示其销售收入为72.1亿美元。自其创建之日起，它的目标就一直是为非专业计算机人员提供软件。微软公司也是世界上最有价值的公司。不过，微软公司的竞争优势在于它能够设计和制造质量一贯优良的计算机软件，并以自己的著名品牌将它们商品化。编写计算机软件是一门艺术，而微软公司能够吸引一些非常有才华的人才。

但是，微软公司的品牌价值是什么？很多人会说是其创始人盖茨的远见卓识和奋斗精神。如果没有盖茨，微软公司还能这么成功吗？如果公司的价值在于人，这些人离开公司后，公司的结果会怎样？

领袖的价值 ♥

1995年，英国报纸《星期日时报》刊登了一篇文章，谈到一些著名公司领袖的价值、他们的收入和如果他们出于某种原因退出公司将会给公司造成什么后果等问题。文章中的数字表明，对某些人来说，“没有人不能替换”的老格言已不再适用。

当然，技能的价值并非只关系到布兰森和盖茨这样的大人物。每个公司都有一些重要的职员，缺少他们就会给公司带来不良后果。公司花在再开发技能上的钱财数额相当巨大，涉及的范围从提高订货这类普通的工作直到处理工业垃圾这类庞大艰巨的工作。