



本书由四川省社科联学科共建项目资助（项目编号：SC15XK10）

基于企业价值创造的 无形资源问题研究

The Research Of Intangible Resources Problems
Based On The Enterprise Value Creation



邱凯 李海英

著



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

非外借

基于企业价值创造的 无形资源问题研究

The Research Of Intangible Resources Problems
Based On The Enterprise Value Creation

邱 凯 李海英 著



图书在版编目(CIP)数据

基于企业价值创造的无形资源问题研究/邱凯,李海英著. —成都:西南财经大学出版社,2016.7

ISBN 978-7-5504-2484-5

I. ①基… II. ①邱…②李… III. ①企业管理—无形资产管理—研究 IV. ①F273.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 142998 号

基于企业价值创造的无形资源问题研究

JIYU QIYE JIAZHI CHUANGZAO DE WUXINGZIYUAN WENTI YANJIU

邱凯 李海英 著

责任编辑:高玲

封面设计:杨红鹰 张姗姗

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785-87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	148mm × 210mm
印 张	6.5
字 数	160 千字
版 次	2016 年 7 月第 1 版
印 次	2016 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-2484-5
定 价	46.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

前 言

社会经济发展、科学技术进步促使企业组织生产和市场竞争的基础从有形资源逐渐转化为代表知识、技术、经验等的无形资源，并改变了企业的价值创造方式。首先，新兴的科技创新型企业已经不再依赖巨额的固定资产来创造财富，有形资源的价值创造能力逐渐被各种无实物形态的资源所赶超。其次，从企业运营层面来看，科学技术的具体表现形式——知识和管理能力，在企业经营和发展过程中起到了重要的作用，而人作为知识、经验、能力和技术的载体，在企业价值创造过程中的地位得到了前所未有的提高，这同时也对企业的产权配置产生了直接影响。

财务学不仅关注企业内部的资金运动，还研究资金流动所代表的价值生产和分配过程。不过，传统财务学眼中的价值创造过程只是资金等不同有形资源之间的形式转换和价值运动，忽略了那些没有实物形态、未作为资产列报的资源的价值创造能力，从而无法对企业价值创造机理和企业财务本质做出全面、透彻的判断。鉴于此，财务学理应将无实物形态的资源作为专门的研究对象纳入学科的研究范畴。这既是社会经济发展的必然趋势，也是财务学科自身演进的客观要求：通过无形资源拓展财务学的研究范畴，使财务学与企业战略联系更加紧密，实现财务学到战略财务学的转变。

本书的总体研究思路可以概括为：在财务学范畴内，通过理论和实证研究方法对无形资源相关的概念、价值创造和产权问题进行系统研究。在理论分析方面，归纳现有的无形资源相关研究成果，概括无形资源的内涵定义，并对无形资源的相关概念外延、资源获取及价值分配问题进行演绎和分析。实证研究方面则主要针对与无形资源紧密相关的价值创造、无形资源和有形资源配比关系等问题进行探讨。

本书共分为9章，邱凯负责结构的安排和相关理论章节的撰写，李海英负责第5章、第7章实证部分的撰写。各章的内容概要如下：

第1章是导论，介绍本书的研究背景、研究目的和意义等。

第2章是理论基础与文献综述。本章首先对无形资源研究的相关理论基础进行了综述，接着对现有研究无形资源的相关文献进行了梳理和总结。

第3章是无形资源概念研究。这章对无形资源进行了定义，并分别对其包含的人力资源、组织资源和关系资源的概念及内在联系进行了分析和梳理。另外，本章还对与无形资源相关的“无形资本”等概念进行了区分和界定。

第4章是无形资源对企业市值影响的实证分析。本章在相关研究的基础上建立了面板数据模型，其中以公司市场价值的增长率作为被解释变量，以工资费用、管理费用和销售、广告费用分别代替不同形式的无形资源投入水平并作为解释变量，以确定无形资源在公司市场价值中所起到的作用。回归分析结果符合本书的理论逻辑框架，即无形资源能有效提高企业市场价值，所有代表无形资源效率的变量系数均是有效的，而行业层面的无形资源的影响更加显著。

第5章是无形资源价值创造机理研究。以知识要素为基础的生产和竞争环境促进了企业价值网络的形成，价值形成和创

造机制也因无形资源的出现而发生了变化,单一企业的价值生产已经被包含多重价值属性的价值网络取代。企业的价值创造模式受到企业价值网络中个体、群体、组织、组织间的利益相关者互动关系的影响。价值网络拉近了不同利益相关者之间的联系,其联系纽带正是不同类型的无形资源及其交互关系。在以无形资源为关键资源的价值创造体系中,无形资源在资源网络系统中的动态转换及不同资源要素之间的转换和耦合,创造了代表新价值的经济租金并实现了资源的合理配置。

第6章是无形资源获取战略研究。企业组织所拥有的任何无形资源都需要经过长期的投资、经营和积累。因此企业必须根据外部环境和价值网络的特点制定相应的无形资源管理战略,从而形成具有持续效应的无形资源。

第7章是无形资源与有形资源配比关系的实证分析。无形资源必须与有形资源进行合理配比,才能够实现价值的最大化产出。本章对托宾Q计算公式进行了一系列的变形,并与改进的Hamiltonian公式结合,得到了无形资源投资量与有形资源存量、投资量之间存在线性关系的结论,并据此建立了实证分析模型,来分析企业无形资源投入水平与有形资源存量和投入额之间的比例关系。通过对模型的回归分析,本书发现无形资源消耗速度要慢于有形资源的消耗,也就是说企业一旦获取无形资源,就能获得更加持久的价值增值。

第8章是无形资源产权问题研究。不同时代和经济背景下,企业和资本的产权形式也在不断进行着演化,不过产权始终支配着企业的价值流动和资源转换活动。企业进行产权划分能够有效提升企业内部公平与效率,创造更大价值。本章选择阿里巴巴集团的产权分配模式进行案例研究,对其无形资源水平、经营业绩和产权配置等问题进行了系统分析,认为该公司的合伙人模式是一种能有效解决无形资源产权配置冲突的方法。

第9章是本书的研究总结与研究展望。

本书拟提出以下观点：

(1) 知识经济时代，无形资源的价值创造问题使企业整个价值生产流程发生了巨大变化。

(2) 传统财务学并没有过多涉及企业的无形资源价值创造问题，而无形资源恰好又是当前企业价值增长的主要源泉。因此我们有必要拓展传统财务学的研究范围，做到与时俱进，以适应外部环境和财务学内在要求的变化。

(3) 虽然无形资源可以为企业创造价值，但是由于现有会计准则中还没有无形资源资产化的相关规定，因此企业对无形资源的投入仅仅反映在利润表中的相关成本费用之中，这就给无形资源的量化研究设置了阻碍。不过，企业所拥有的无形资源投入水平与费用、成本之间仍然存在着某种特定的相关关系。因此我们可以利用一些能够量化的替代指标以及相对指标来进行无形资源价值创造的量化研究。

(4) 从行业角度来看，无形资源是决定行业市场价值的主要因素，而企业层面的无形资源只是影响其市值的主要因素之一。

(5) 无形资源的价值创造能力和产权“异质性”对企业的产权分配产生了巨大的影响。企业在进行产权分配时必须摒弃“资本强权观”，赋予无形资源所有者相应的收益权、控制权，才能充分实现企业内部的公平与效率。

在知识经济背景下，企业必须高度重视以人力资源、组织资源和关系资源等为代表的无形资源，应有针对性地进行持续的经营、管理创新，从而提高企业整体价值。

本书的主要创新点在于：运用经济学和管理学的相关理论，结合财务学的特点对无形资源问题进行拓展性研究，开辟了“无形资源”的全新研究领域。在财务学范畴内，构建了无形资

源的整体研究框架，揭示了无形资产的价值创造机理，阐述了其获取战略，并讨论了无形资产的产权问题。

本书结合财务学、新制度经济学和产权经济学中产权的相关理论，对无形资产的产权属性进行了系统阐述。随着无形资产价值创造力的提升，作为无形资产所有者的企业员工如果无法获得相应的剩余控制权和剩余索取权，必然会产生产权冲突，从而影响企业的价值生产活动。对于企业而言，必须充分提高产权分配的合理性，以提高价值创造效率，实现有效的产权激励。

目 录

1	导论 / 1
1.1	研究背景 / 1
1.2	研究目的和意义 / 5
1.3	研究思路 / 8
1.4	研究范围界定和内容框架 / 10
1.5	研究方法 / 14
1.5.1	文献研究法 / 15
1.5.2	定性分析法 / 16
1.5.3	定量研究法 / 16
1.5.4	案例分析法 / 17
1.6	主要观点和预期创新 / 17
1.6.1	本书的主要观点 / 17
1.6.2	本书的创新点和研究深度 / 18
2	理论基础与文献综述 / 20
2.1	无形资产相关理论基础 / 20

2.1.1	交易费用理论 /	20
2.1.2	产权理论 /	22
2.1.3	企业价值创造理论 /	24
2.1.4	新经济增长理论 /	29
2.1.5	利益相关者理论 /	30
2.1.6	人力资本理论 /	31
2.1.7	战略管理理论 /	32
2.2	研究无形资源的动因 /	33
2.2.1	资源概念的拓展 /	34
2.2.2	企业价值生产的变化 /	36
2.2.3	企业战略的演进 /	37
2.3	本章小结 /	44
3	无形资源概念研究 /	45
3.1	无形资源相关概念的界定 /	45
3.1.1	资源、资本和资产概念的区分 /	45
3.1.2	无形资源、无形资产和无形资本 /	48
3.2	无形资源的定义 /	50
3.3	无形资源的分类 /	52
3.3.1	人力资源 /	53
3.3.2	组织资源 /	57
3.3.3	关系资源 /	62
3.4	三种无形资源关系分析 /	67
3.4.1	人力资源和组织资源的关系 /	68

3.4.2	人力资源和关系资源的关系 /	69
3.4.3	组织资源和关系资源的关系 /	70
3.5	本章小结 /	72
4	无形资产对企业市值影响的实证分析 /	73
4.1	理论分析与研究设计 /	73
4.2	描述性统计 /	79
4.3	回归分析结果 /	83
4.3.1	行业层面的回归分析及检验 /	83
4.3.2	企业层面的回归分析及检验 /	86
4.4	研究结论 /	88
5	无形资产价值创造机理研究 /	89
5.1	企业价值网络的形成 /	89
5.1.1	资源网络化配置与资源网络系统的形成 /	90
5.1.2	资源在价值网络中的运行 /	93
5.2	资源转换与价值创造过程 /	95
5.2.1	资金和其他有形资源之间的 转换——现金流与实物流 /	96
5.2.2	无形资产之间的转换 /	97
5.2.3	有形资源与无形资产之间的转换 /	100
5.3	资源转换的价值创造机制及其影响因素 /	103
5.3.1	李嘉图租金 /	104
5.3.2	熊彼特租金 /	104
5.3.3	关系租金 /	106

5.4	本章小结 /	108
6	无形资源获取战略研究 /	109
6.1	无形资源获取的战略规划 /	110
6.2	无形资源的内部战略 /	113
6.2.1	知识开发战略 /	113
6.2.2	知识利用战略 /	115
6.3	无形资源的外部战略 /	116
6.3.1	外部学习能力 /	117
6.3.2	影响外部学习能力的因素 /	118
6.3.3	基于组织学习的无形资源外部战略 /	119
6.4	无形资源战略的具体实施 /	120
6.4.1	专利化战略的实施 /	120
6.4.2	研发战略的实施 /	122
6.4.3	关系构建战略的实施 /	124
6.5	本章小结 /	125
7	无形资源与有形资源配比关系的实证分析 /	127
7.1	理论分析和研究设计 /	127
7.1.1	理论方法 /	129
7.1.2	模型设计 /	134
7.2	描述性统计 /	136
7.3	回归分析结果及检验 /	138
7.4	研究结论 /	142

8 无形资源产权问题研究 / 143

8.1 产权的起源 / 144

8.1.1 产权界定技术的进步 / 144

8.1.2 资源的稀缺程度提高 / 145

8.1.3 要素和产品相对价格的长期变动 / 146

8.2 产权的内涵与特征 / 147

8.2.1 产权的内涵与外延 / 147

8.2.2 产权的特征 / 149

8.3 无形资源的产权配置 / 152

8.3.1 资源产权和属性 / 153

8.3.2 无形资源产权的独特内涵 / 154

8.3.3 无形资源对企业产权配置的影响 / 155

8.3.4 无形资源产权的冲突及协调 / 158

8.4 案例分析：阿里巴巴的上市之路 / 161

8.4.1 问题界定与案例选取 / 161

8.4.2 案例背景介绍 / 161

8.4.3 案例评析 / 163

8.5 本章小结 / 172

9 研究总结与研究展望 / 174

9.1 研究总结 / 174

9.1.1 无形资源及其价值创造机理 / 174

9.1.2 企业价值创造方式的演化 / 175

9.1.3 无形资源产权属性 / 176

9.2 研究不足与研究展望 / 176

9.2.1 无形资产实证研究的局限和研究难点 / 176

9.2.2 研究展望 / 177

参考文献 / 181

后记 / 194

1 导论

1.1 研究背景

20 世纪中后期，一场以电子计算机和信息技术的大范围应用和推广为代表、涉及诸多领域的第三次工业革命开始对人类社会产生影响^①。与前两次工业革命类似，不断涌现的新技术、新工艺和新方法给社会化大生产带来了巨大的变革。进入 21 世纪后，人工智能、微电子和通信技术的高速发展将这次工业革命推向了新的高潮，各种以高新技术作为核心竞争力的现代企业如雨后春笋般涌现，科学技术史无前例地改变着人们的生活方式与社会生产范式。

如果将视线转移到社会经济的基本单位——企业，可以发现科技水平的提升使企业同样面临经营、管理和运作过程中的各种根本性变化。首先，新兴的科技创新型已经不再依赖巨额的固定资产来创造财富，有形资源的价值创造能力逐渐被各种无实物形态的资源赶超。按照股票的市场价值排序，2013 年年末全球市值排名前十的企业中有苹果（Apple）、微软（Mi-

^① 第三次工业革命也被称为第三次科技革命。

icrosoft) 和谷歌 (Google) 等三家信息技术 (IT) 企业, 其中 Apple 的股票市值更是超出拥有大量油气资源的埃克森美孚公司。^① 与其他排名靠前的企业相比, 这三家 IT 企业所拥有的固定资产存量数额和比例远低于榜单上的传统工业企业。其次, 从企业运营层面来看, 科学技术的具体表现形式——知识和管理能力, 在企业经营和发展过程中起到了越来越重要的作用, 而人作为知识、经验、能力和技术的载体在企业价值创造过程中的地位得到了前所未有的提高, 这也直接影响到了企业的产权配置。例如, 在美国上市的谷歌 (Google)、脸谱 (Facebook)、新闻集团 (News Corporation)、领英 (LinkedIn)、高朋 (Groupon)、星佳 (Zynga)、百度、人人、优酷、土豆等企业均采用了双重股权结构 (Dual-class share structures), 即充当企业管理层的企业创始人团队所拥有股份的投票权要大于其他股东所拥有的投票权。^② 这一治理结构不仅能保证仅拥有较少股份的企业创始人团队能够掌握经营决策权和未来发展方向, 还能提高创始人团队在价值分配中的地位。秉承着存在即合理思想, 资本市场对这些拥有新型治理结构的企业的接受意味着投资者认为 Google 等科技创新型企业的创始人团队所具备的价值创造能力胜于 (至少不逊于) 货币资本的价值创造能力, 因此他们也相应地应当享有企业的经营决策权、控制权和收益分配权等。

进一步考察企业的价值创造模式, 可以发现在这样一个全新的知识经济时代中, 企业的价值创造机制同样也发生着深刻的变化: 传统观念中那些承载着价值创造任务的资金、固定资产等有形资源正在逐渐被知识、技能等所谓“暗物质”^③ 所取

① 数据来源: <http://www.factset.com/>。

② 这类混合治理结构的企业一般将普通股设计成两种类型, 两种类型股票投票权为 1:10。

③ 所谓“暗物质”, 即没有实物形态且难以作为资产进行核算的资源。

代，而这些依附于人而产生的“暗物质”资源，虽然没有实物形态，但其所带来的价值增值却远远超过了有形的资金、固定资产等资源。尽管它们在国家经济数据、企业财务报表中难觅踪影，不过却真真切切地在促进国家经济发展和企业成长中发挥着关键性作用。学术界对“暗物质”的研究由来已久，虽然其价值创造能力为人们所公认，但是不同的研究角度使得学者们对“暗物质”给出了不同定义，并以“无形资产”“无形资本”“知识资产”“人力资本”等不同名词来指代。从学科层面来看，大多数相关研究都处于经济学、管理学甚至统计学的范畴，而财务学或会计学视角的研究并不多。本书认为，对于“暗物质”的研究，必须先确定具体的学科范畴，接着在学科框架下对核心概念的内涵与外延加以适当定义，再进一步分析与之相关的获取、价值创造、分配等相关应用问题。

首先，在对“暗物质”的命名方面，若从会计的角度来看，上述“无形资产”“知识资产”等概念并不符合会计学对资产概念的定义。财务学的资产概念沿袭了会计学的严格界定，它必须是经济利益流入、成本均可以准确计量的资源^①，因此“资产”并不适用于对“暗物质”的定义。财务学所关注的价值创造过程就是企业资源的价值生产过程，而传统意义上的企业资源专指资金、原材料、固定资产等具有实物形态的资源。为了与这些有形资源相区别，本书专门提出了一个全新的“无形资源”概念，用以统揽企业内各种需要耗费一定成本而形成的、无实物形态、具备价值创造能力、却无法在财务报表中以资产形式列报的各种资源。

严格地说，本书所讨论的无形资源应被称为不可辨认无形

^① 资料来源于《企业会计准则——基本准则（2014修订版）》第三章第二十条。