

目 录

第1章 绪论	(1)
1.1 问题的提出	(1)
1.1.1 新经济下企业价值创造过程的特征:尽在无形中	(1)
1.1.2 来自企业管理实践的典型案例与问题	(5)
1.1.3 企业智力资本概念的提出与相关术语的辨析	(7)
1.2 研究目的与意义	(9)
1.2.1 研究目的	(9)
1.2.2 研究意义	(9)
1.3 国内外文献综述	(10)
1.3.1 企业智力资本理论的形成	(10)
1.3.2 企业智力资本理论的发展——理论流派	(11)
1.3.3 国内对企业智力资本理论与应用研究的状况	(16)
1.3.4 本书研究问题的文献评述	(17)
1.4 研究内容、方法与创新点	(18)
1.4.1 研究内容	(18)
1.4.2 研究方法	(19)
1.4.3 本书的结构	(20)
1.4.4 本书的创新点	(20)
第2章 企业智力资本与价值内涵分析	(23)
2.1 企业智力资本提出的基础理论	(23)
2.1.1 战略管理理论	(23)
2.1.2 企业人力资本理论	(25)
2.1.3 企业知识理论	(27)
2.2 企业智力资本内涵	(29)
2.2.1 企业智力资本概念的提出	(29)
2.2.2 企业智力资本不同的观点	(29)
2.2.3 本书对企业智力资本的界定	(31)
2.3 企业智力资本的构成	(31)
2.3.1 以员工能力为内核的企业人力资本	(32)
2.3.2 以组织运营能力为内核的组织资本	(33)

2.3.3 以用户实现能力为内核的顾客资本	(33)
2.4 企业智力资本价值的表现	(34)
2.4.1 各个类别智力资本的价值	(34)
2.4.2 企业智力资本交互作用的价值	(36)
2.4.3 企业智力资本的整体价值	(37)
2.5 企业智力资本的价值特性	(39)
2.5.1 内在构成的多维性	(39)
2.5.2 各类价值的匹配与均衡性	(39)
2.5.3 投资收益的递增性	(39)
2.5.4 投资回报的高风险性	(40)
2.6 本章小结	(40)
第3章 企业智力资本及其价值增长的内在机理	(41)
3.1 企业智力资本形成的知识基础	(41)
3.1.1 企业知识的性质	(41)
3.1.2 企业知识的分类	(42)
3.1.3 企业知识与智力资本关系	(43)
3.2 企业智力资本形成与价值增长机理	(44)
3.2.1 智力资本的形成过程	(44)
3.2.2 企业智力资本价值增长过程	(47)
3.2.3 智力资本的配置与协调过程——知识价值链	(49)
3.2.4 智力资本的激活过程——社会资本的积累与培育	(51)
3.2.5 智力资本形成与价值增长的内容与一般模型	(54)
3.3 基于成本收益分析的智力资本价值贡献模型	(56)
3.3.1 成本收益分析原理	(56)
3.3.2 企业智力资本投入的成本性质分析	(57)
3.3.3 企业智力资本的收益与收益风险衡量模型	(57)
3.3.4 模型的解释意义及局限性	(57)
3.4 基于 BASS 模型的智力资本价值增长的演化模型	(58)
3.4.1 BASS 产品扩散模型与智力资本价值增长	(58)
3.4.2 智力资本投入对智力资本价值增长的关系模型	(59)
3.4.3 模型的求解	(60)
3.4.4 模型的解释意义与局限性	(62)
3.5 两个模型之间关系与分析	(63)
3.6 本章小结	(64)

第4章 企业智力资本及其价值增长的实证研究	(65)
4.1 企业智力资本形成的影响因素分析	(66)
4.1.1 外部环境的特性影响企业智力资本形成	(66)
4.1.2 开放式的组织氛围有利于企业智力资本的形成	(67)
4.1.3 网络关系的构建有利于企业智力资本形成	(68)
4.2 各类智力资本的相关性及对企业绩效的影响路径分析	(70)
4.2.1 各类智力资本的相关性	(70)
4.2.2 企业智力资本对企业绩效影响的路径分析	(70)
4.3 假设模型及其研究方法	(71)
4.3.1 多元回归分析	(71)
4.3.2 结构方式模型	(72)
4.4 研究的设计过程	(72)
4.4.1 问卷设计	(72)
4.4.2 问卷样本	(74)
4.5 研究过程与结果	(77)
4.5.1 样本特征与可靠性检验	(77)
4.5.2 多元回归分析法下整体模型检验结果	(79)
4.5.3 结构方程模型下的检验	(82)
4.6 研究结论	(86)
4.6.1 组织氛围与网络关系影响智力资本形成	(86)
4.6.2 各类智力资本之间具有相关性	(86)
4.6.3 智力资本中的顾客资本直接影响企业绩效	(87)
4.7 本章小结	(87)
第5章 企业智力资本价值识别	(88)
5.1 企业智力资本价值识别的理论构架	(88)
5.1.1 企业智力资本价值识别的经济学基础	(88)
5.1.2 对企业智力资本价值识别的特点分析	(89)
5.1.3 企业智力资本价值识别的整体思路	(89)
5.2 企业智力资本价值增长的多维度识别	(90)
5.2.1 多维度识别的框架与意义	(90)
5.2.2 四个维度的表征	(91)
5.3 企业智力资本价值增长的类型识别	(92)
5.3.1 个性化智力资本与系统化智力资本	(92)
5.3.2 个性化智力资本价值增长的特征分析	(92)

5.3.3 系统化智力资本价值增长的特征	(92)
5.4 企业智力资本价值识别方法——定性测评	(93)
5.4.1 企业智力资本水平测评——格特曼量表	(93)
5.4.2 企业智力资本特征识别——类型划分	(96)
5.5 企业智力资本价值识别的应用——案例研究	(97)
5.5.1 海尔公司的智力资本价值与类型识别	(97)
5.5.2 用友公司的智力资本价值与类型识别	(99)
5.5.3 案例总结	(101)
5.6 本章小结	(102)
第6章 企业智力资本价值评估	(104)
6.1 现有企业智力资本价值评估方法评述	(104)
6.1.1 现有企业智力资本价值的评估方法类别	(104)
6.1.2 系统化评估方法的研究成果	(107)
6.1.3 对现有智力资本价值评估模型的评述	(111)
6.2 企业智力资本价值评估体系构建	(111)
6.2.1 评估的原则	(112)
6.2.2 评估步骤与内容	(113)
6.3 智力资本与价值增长的评估指标构建	(113)
6.3.1 以能力为基础的智力资本状况的评估指标构建	(113)
6.3.2 智力资本价值增长评估内容与指标	(116)
6.3.3 企业智力资本价值增长水平评估	(119)
6.4 本章小结	(120)
第7章 企业智力资本价值报告	(121)
7.1 企业智力资本价值报告的提出	(121)
7.1.1 企业智力资本价值报告的理论依据	(121)
7.1.2 企业智力资本价值报告的动因	(123)
7.1.3 企业智力资本价值报告产生及其对现行财务报告格局的 冲击	(125)
7.2 国外智力资本价值报告的借鉴	(126)
7.2.1 国外智力资本报告的发展与概况	(126)
7.2.2 国外典型智力资本报告的模式	(127)
7.2.3 国外智力资本报告的制度与标准	(131)
7.2.4 对我国智力资本报告的借鉴	(134)
7.3 我国企业智力资本报告可行性的实证研究	(134)

7.3.1 研究前提	(134)
7.3.2 研究假设	(135)
7.3.3 研究方法—内容分析法	(136)
7.3.4 样本选择与数据来源	(138)
7.3.5 实证研究的结果	(142)
7.3.6 实证研究的结论与启示	(146)
7.4 建立与发展我国智力资本价值报告的思路	(147)
7.4.1 对外智力资本价值报告	(147)
7.4.2 对内智力资本价值报告	(151)
7.4.3 建立与发展当前我国对外企业智力资本价值报告的 途径	(153)
7.5 本章小结	(154)
第8章 总结与展望	(156)
主要工作和结论	(156)
研究的限制	(157)
未来研究方向	(158)
附 录	(159)
参考文献	(163)

图目录

- 图 1-1 道琼斯成分股部分年份市场价值与账面价值比值图
- 图 1-2 我国沪市 A 股成分股总体市场价值与账面价值比值图
- 图 1-3 美国十个行业市场价值与账面价值比值图
- 图 1-4 我国八个行业市场价值与账面价值比值图
- 图 1-5 Sullivan 提出的对智力资本的各种不同观点
- 图 1-6 企业智力资本管理的四个阶段模型
- 图 1-7 本书章节结构
- 图 2-1 企业智力资本与公司价值
- 图 2-2 企业智力资本对企业价值的影响关系
- 图 3-1 三类组织学习的比较
- 图 3-2 基于学习的智力资本转化模型
- 图 3-3 知识转化模型:SECI 模型
- 图 3-4 知识链模型
- 图 3-5 社会资本对智力资本的影响关系
- 图 3-6 智力资本形成与智力资本价值增长的一般模型
- 图 4-1 实证研究思路
- 图 4-2 假设模型
- 图 4-3 智力资本相互作用模型以及参数估计值
- 图 4-4 企业绩效相互关系模型以及参数估计值
- 图 4-5 智力资本与企业绩效关系的路径图
- 图 5-1 智力资本价值识别的结构模型
- 图 5-2 智力资本价值增长的五种测评结果
- 图 6-1 智力资本的衡量图
- 图 6-2 Skandia 以过去、现在和未来的观点看智力资本
- 图 6-3 Roos 等人对 Skandia 智力资本模型的应用图
- 图 7-1 Yankee Finance 智力资本指数图
- 图 7-2 ARC 智力资本报告模式
- 图 7-3 2001 年~2005 年智力资本要素平均披露频率
- 图 7-4 各行业智力资本要素每年平均披露频率

表目录

表 1-1	1995 年美国五大知名企业市场价值与账面价值
表 1-2	中国 500 最具价值品牌(部分)
表 3-1	组织学习的类型
表 3-2	知识链中的基本活动含义
表 3-3	知识链模型辅助活动含义
表 3-4	知识链分解
表 4-1	影响智力资本因素等变量所包含的项目
表 4-2	企业智力资本等变量所包含的项目
表 4-3	企业绩效等变量所包含的项目
表 4-4	发放和回收问卷情况
表 4-5	样本企业特征
表 4-6	问卷填写人基本情况
表 4-7	各变量 Alpha 系数
表 4-8	企业智力资本变量与其他变量的统计描述与相关系数
表 4-9	企业智力资本的多元化回归结果
表 4-10	企业智力资本各构成的多元回归结果
表 4-11	智力资本测量模型的因子载荷
表 4-12	企业绩效的测量模型的因子载荷
表 4-13	智力资本与企业绩效关系模型的拟合度指数
表 5-1	企业智力资本价值测评资料概括
表 5-2	智力资本格特曼测试量表
表 5-3	智力资本测试评估标准
表 5-4	智力资本特征差异识别的尺度
表 5-5	海尔公司 2005 年智力资本价值增长测评资料概括
表 5-6	海尔公司 2005 年智力资本价值的格特曼测试量表
表 5-7	海尔公司 2005 年智力资本价值增长类型识别
表 5-8	用友公司 2005 年智力资本价值增长测评资料概括
表 5-9	用友公司 2005 年智力资本价值的格特曼测试量表
表 5-10	用友公司 2005 年智力资本价值增长类型识别
表 6-1	企业智力资本审计项目
表 6-2	IAM 模型评估指标表
表 6-3	人力资本评估指标
表 6-4	组织资本评估指标
表 6-5	顾客资本评估指标
表 6-6	智力资本价值增长的财务表现评估指标

表 6-7 智力资本价值增长的业务表现评估指标

表 6-8 智力资本价值增长的综合表现评估指标

表 7-1 世界各国智力资本价值报告分布表

表 7-2 Skandia 智力资本报告表

表 7-3 企业价值报告基本架构图

表 7-4 模型(1)中各变量的名称及含义

表 7-5 样本中选取的公司

表 7-6 智力资本披露的频率($n = 226$)

表 7-7 单变量之间的 Pearson 相关系数

表 7-8 模型(1)的多元回归统计结果($n = 226$)

表 7-9 对外智力资本价值报告的内容

表 7-10 对内智力资本价值报告的渠道整合

第 1 章 绪论

1.1 问题的提出

直觉与经验告诉我们:全球经济正经历一个根本的转变,这个转变使得决定公司存在的基础从传统的财务资本变为智力资本。与之对应的是,竞争已经从传统金融资本积累、物质资本投资和规模扩张转向人力资本、创新能力、客户价值等智力资本的获得,智力资本成为公司价值增长的驱动因素的现实对企业管理理论与方法提出了挑战。

1.1.1 新经济下企业价值创造过程的特征:尽在空中

统计资料表明:相对于企业市场价值的增长而言,企业有形资产投资和研发投资的增长相对较慢。例如,美国非金融公司研发占国民生产总值的比重,从 1980 年~1989 年的平均 2.2% 上升到 1990 年~1997 年的平均值 2.9%,有形资产的投资比重从 14.1% 下降到 12.6%。与此同时,反映美国主要市场价值的标准普尔 500 指数却从 1980 年的 135.76 点上升到 2000 年 11 月 20 日的 1342.62 点,增幅近 10 倍。^① 这种不平衡现象说明,除了有形资产和研发投资之外,企业对人力资本和组织资本等智力资本的投资在价值创造中发挥着越来越大的作用。例如,企业在以信息技术为基础的商业流程的再造以及以信任、合作精神为核心的内外部关系网络的构建都是企业在智力资本方面的投资,这些投资有效地提高了企业运作的效率,提高了知识员工的积极性,使得企业创新能力不断提高,从而确保企业价值不断持续地稳定增长。

资本市场的蓬勃发展为企业价值创造提供了一种表现方式。虽然股价的增长不仅仅受企业智力资本的影响,但从长期看,公司的市场价值与账面价值间始终存在的巨大差值却是智力资本存在的一个显著表现。

图 1-1 是道琼斯成分股部分年份的整体市场价值与账面价值的比值图。从中可以看到随着时代发展,市场价值与账面价值的比值总体上呈上升趋势,

^① Lev, B. *Intangibles: Management, Measurement and Reporting*, Brookings Institution Press. Washington, 2001. 根据浙江人民出版社于 2003 年出版,王化成主编的财务案例整理而成。

特别是进入九十年代以后,市场价值与账面价值的比值急速上升。

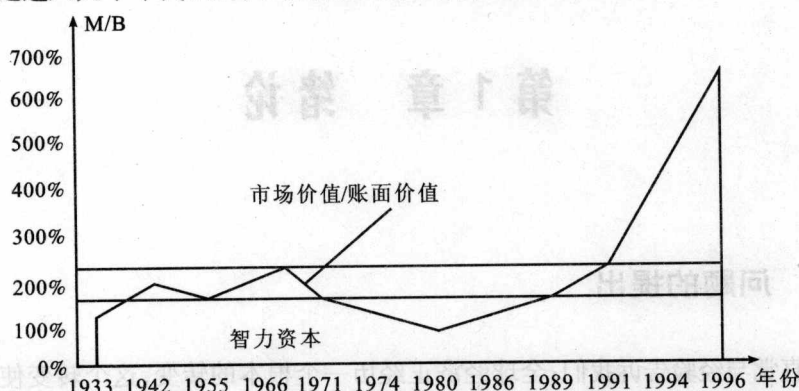


图 1-1 道琼斯成分股部分年份市场价值与账面价值比值图

数据来源: Value Line Publishing。

图 1-2 列示了我国沪市 A 股成分股从 2001 年到 2005 年 9 月 30 日的总体市场价值与总体账面价值的比值,虽然由于我国股市受政策性影响较大,伴随着国家近几年对股市的调整,上述 M/B 折线图呈现出下降趋势,但市场价值与账面价值的比值在 1.6 倍到 3.5 倍之间,说明沪市 A 股市场隐藏着巨大的智力资本。

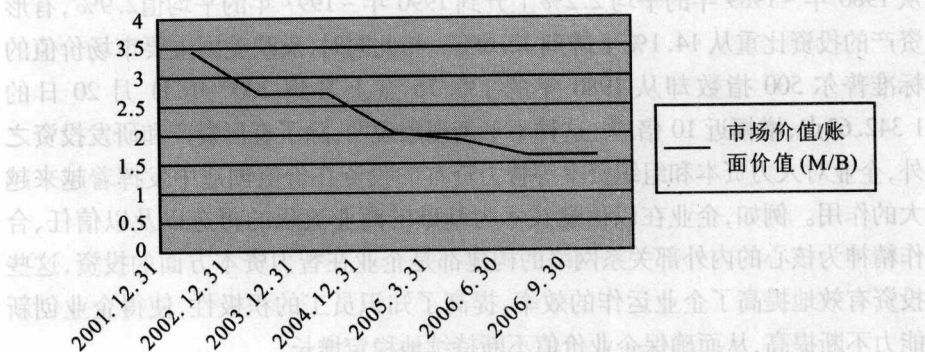


图 1-2 我国沪市 A 股成分股总体市场价值与账面价值比值图

资料来源: 根据 <http://datacenter.jrj.com.cn/datacenter/>、<http://www.sse.com.cn/sseportal/ps/zhs/ggxx/> 网站数据整理。

图 1-3 与图 1-4 分别列示了美国十个行业市场价值与账面价值比值,以及我国八个行业市场价值与账面价值比值。

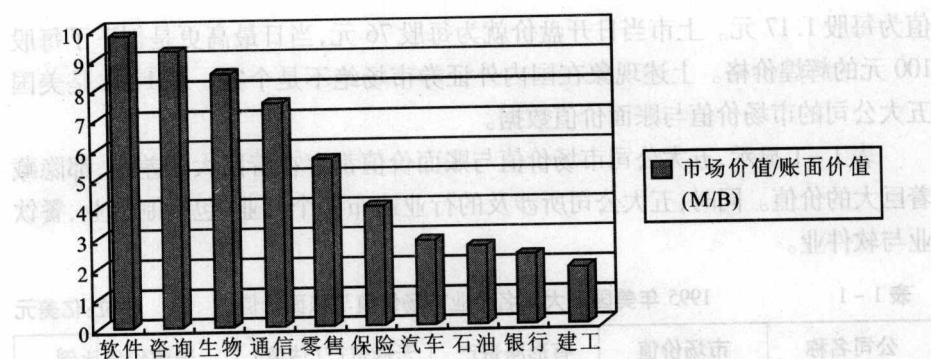


图 1-3 美国十个行业市场价值与账面价值比值图

资料来源: SEC Workshop, 2000。

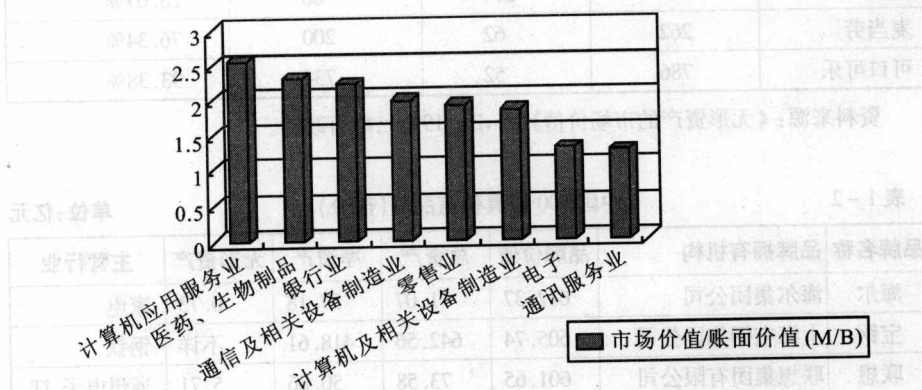


图 1-4 我国八个行业市场价值与账面价值比值图

资料来源: 根据 <http://datainfo.stock.hexun.com/dollop/default.aspx>, <http://share.jrj.com.cn/cominfo/jbcwsj.asp> 网站数据整理。

通过图 1-3 和图 1-4, 我们可以总结出以下两点: 第一, 不论是美国还是中国, 各行业的市场价值与账面价值都存在着巨大的差距, 美国各行业市场价值与账面价值的比值远大于中国各行业的比值; 第二, 不同行业的市场价值与账面价值的比值是不同的, 计算机应用服务业(软件)、生物、通信等代表高科技、高知识含量行业的 M/B 数值较大, 而电子、建工等代表成熟、传统制造业的 M/B 数值较小。

就每个企业而言, 其市场价值与账面价值也存在很大差异。微软(Microsoft)在 1995 年推出 Windows 操作系统时其每股市价是 70 美元左右, 而当时公司的每股净资产是 7 美元左右, 也就是说公司的市场价值是账面价值的 10 倍左右。北京用友软件股份有限公司于 2001 年 5 月 18 日上市, 上市前, 其账面价

值为每股 1.17 元。上市当日开盘价就为每股 76 元,当日最高更是创下了每股 100 元的辉煌价格。上述现象在国内外证券市场绝不是个案。表 1-1 是美国五大公司的市场价值与账面价值数据。

表 1-1 显示,五大公司市场价值与账面价值都存在着巨大的差距,都隐藏着巨大的价值。同时,五大公司所涉及的行业遍布各个行业,包括制造业、餐饮业与软件业。

表 1-1 1995 年美国五大知名企业市场价值与账面价值 单位:亿美元

公司名称	市场价值	有形净资产	无形资产(估值)	隐藏价值比例
微软	491	45	446	90.84%
IBM	540	225	315	58.3385%
福特	300	214	86	28.67%
麦当劳	262	62	200	76.34%
可口可乐	786	52	734	93.38%

资料来源:《无形资产的市场价值》(Seviby,1995),略有改动。

表 1-2 中国 500 最具价值品牌(部分) 单位:亿元

品牌名称	品牌拥有机构	品牌价值	总资产	净资产	无形资产	主营行业
海尔	海尔集团公司	612.37	71.07	57.18	0.73	家电
宝钢	上海宝钢集团公司	605.74	642.56	418.61	不详	钢铁
联想	联想集团有限公司	601.65	73.58	50.86	5.71	通讯电子、IT
华为	华为技术有限公司	387.92	360	162	不详	通讯电子
科龙	科龙电器股份公司	346.66	113.61	28.03	10.71	家电
长虹	长虹电子集团公司	330.73	156.49	94.55	4.34	家电
TCL	TCL 集团股份公司	320.19	307.35	54.59	不详	家电、IT
五粮液	宜宾五粮液集团公司	302.51	88.11	65.67	0.67	酿酒
康佳	康佳集团股份公司	251.71	95.98	31.94	0.39	家电
中兴	中兴通讯股份公司	198.23	208.4	91.74	1.46	通讯电子、IT

资料来源:根据 <http://tech.sina.com.cn/it/2004-07-01/1129382015.shtml> 及上市公司财务报表整理,有改动。

表 1-2 是由世界品牌价值权威评估机构“世界品牌实验室(WBL)”及被誉为经济联合国的“世界经济论坛(WEF)”共同组织评审,并于 2004 年发布的《中国 500 最具价值品牌》。从中可以看到,海尔以 612.37 亿元成为中国最有价值品牌,许多公司的品牌价值远远高于公司账面的净资产、无形资产,甚至总资产的数值。

上述数据与事实表明:一方面,由于智力资本的巨大影响导致企业的价值在不断增加,而传统的会计信息系统对智力资本信息披露不足,这种主要信息系统(公司财务报告)的失灵对现今以急速变化和高度不确定性为特征的经济环境将会产生极大的破坏性。因此,对公司财务报告的补充和改进已成为当前会计理论的核心问题。但对财务报告的改进在于上述企业价值的来源不是有形资产,而是企业智力资本,智力资本的无形性对传统的管理理论与方法提出了挑战。

1.1.2 来自企业管理实践的典型案例与问题

企业管理实践典型案例与问题是对企业智力资本管理重要性认识的最好说明。2000年《福布斯》上刊载的“福特(Ford Motor)公司将自身改造成‘思科型’公司”案例,详细说明公司在组织管理变革中所发生的智力资本投入不断增加并且导致公司价值发生变化的过程,具体内容如下:

福特公司在2000年4月宣布,考虑到新福特公司投资回报低微,因而不需要那么多的资金,公司决定将向股东返还100亿美元。福特公司早已在进行企业的拆分活动,决定将公司下属的零部件生产厂家卖给Visteon,这样,Visteon将成为福特公司新的零部件供应商。尽管福特公司在收缩实物资产的投资规模,公司在无形资产上的投资却没有间断。在过去几年中,福特公司花费120多亿元获得了十分宝贵的品牌:Jaguar, Aston Martin, Volvo, Land Rover。福特公司以其创造的无形资产(这些无形资产存在于客户的心目中)向客户提供有形产品(这些有形产品是客户触摸得到的)。互联网在两大方面为这种转变提供了便利。从B2B角度来讲,互联网使得外部供应链替代公司自有的生产车间成为可能。而B2C则大大方便了企业与顾客之间的持续互动关系,从而为企业提升品牌的价值提供了很多渠道。那些拥有良好品牌的资本分散(Decapitalized)公司,丝毫不受拥有的厂房和生产工人规模的限制,能够取得较高的资本投资回报率并且保持较快的增长速度,这就是这些公司的股票市盈率很高的原因。^①

巴鲁·列弗(Baruch Lev, 2001)指出:福特公司的案例并不是一个特例。在竞争压力不断加剧(全球一体化)、产品和服务的创新不断加快以及主要行业(电信、金融服务和电力行业)管制不断放松的影响下,几乎每个领域的企业早在20世纪80年代中期,就开始着手对企业的组织结构进行最基本、最深入的变革。大工业时代的公司实物资产密集型企业,也是集“供、产、销”于一

^① 《福布斯》2000年7月7日,第30-34页,B2B(Business to Business)指的是企业与企业之间的关系,B2C(Business to Customer)指的是企业与客户之间的关系。

身的企业,这些公司这样做的目的是为了追求规模经济。然而,这些生产密集型企业迟早会能量耗尽,从而在新的经济环境中失去长期的竞争优势,也就是说,一旦生产规模经济优势到了极点,企业的生产活动(大规模的实物资产投资)就变得饱和,不能维持企业长期的竞争优势和持续的增长。为了改变这种状况,企业一般会采取两种措施:一是将一部分企业分离出去,也就是对于那些本企业没有竞争优势的零部件采取外购的方式获得,另一种就是加强企业创新活动。以上两项着眼于企业结构和战略调整会导致企业在智力资本上的投资与管理。

巴鲁·列弗所阐述的现象在中国也开始得到验证。由《21 世纪商业评论》和《21 世纪经济报道》主办的“2006 年第三届中国最佳企业公民”评选获奖的 20 家企业中,作为本土企业的代表万科、招商银行等,往往不是该行业中以规模取胜的企业,而是行业中创新能力强、产品或服务好的企业。^① 因此,企业智力资本投入与管理作为企业发展的本质源泉不再仅仅是科技类企业、科技员工积聚的企业,而是新经济条件下企业能实现价值增长的组织特征的共同反映。

企业智力资本理论的提出把传统核算所忽略的却日益成为企业重要资源的东西,诸如员工知识、技能、组织流程、企业文化、客户忠诚等智力资本元素与财务资本要素结合起来,扩展了物资资本和非物质资本的范畴,将无形资产和有形资产结合起来,揭示了企业真正有价值的东西,从而为企业管理的发展指明了方向。但是,组织还没有理解它的性质与价值,管理者还不能真正了解他们所拥有的智力资本的内在价值(Nick Bontis, 2002)。在企业管理中常常引发的三大问题即人才问题、市场问题以及内部管理,实际上是企业智力资本管理具有代表性的内容。

首先,人才问题。突出表现在:一方面,企业比以前更依赖于企业员工,这是因为企业员工的知识已成为企业最重要的资产;另一方面,经济的发展大大削弱了企业对人力资本的控制。原因有二:一是方便的融资渠道增加了员工另谋出路的可能性(例如开办新公司);二是世界贸易的开放为许多独立的供应商创造了空间,也创造了更多可供选择的就业机会,这使得人力资本受雇主的约束越来越小。美国管理大师认为,21 世纪管理所需做的最重要贡献应该是提高知识工作者的生产效率。因此,企业将面临一个更为严峻的人力资源管理局面:一是如何招募到企业所需的人才,更重要的是如何使他们能愉快地留下,充分发挥他们的才能。

^① 2006 年第三届中国最佳企业公民评选获奖企业,21 世纪商业评论,2007 年 1 月总第 29 期。

其次,市场问题。客户对服务及其质量的要求日趋提高,客户选择增多,谋求优质低价,忠诚度的建立与维持,产品生命周期缩短,市场竞争更加激烈。同时,互联网的出现,原有的供产销关系将被企业与供应商、客户和员工之间的一种紧密合作和联盟的网络所取代。因此,企业对客户管理面临新的难题。

最后,内部组织管理问题。内部组织结构发生变化,需要由命令式管理向协商式管理转变,企业组织管理的手段、方式都会发生很大改变。

人才、市场与企业内部组织管理相互影响、相互作用。上述这些问题综合在一起,体现了在原有财务资本以外的新的资源与企业竞争能力。这些内容的综合就是智力资本。智力资本与财务资本的不同,使得原有企业运作中的价值实现有了新的难度:第一,是不仅有形的实体有价值,员工智能、组织实践、顾客知晓等也会对企业产生价值,且这种智力等因素价值的影响越来越大。第二,由于无形资产等对企业价值影响是动态的,会使得企业价值处于不断的变化之中,企业价值的实现更难以把握。第三,对无形资产的价值计量及其在财务报表中的体现都存在难度。因此,对企业智力资本如何表现,企业智力资本的价值来源于什么,在企业管理方法中如何分析企业智力资本的价值,以及如何评估与报告企业智力资本的价值就成为本书研究的主题。

1.1.3 企业智力资本概念的提出与相关术语的辨析

企业智力资本(Enterprise Intellectual Capital, EIC)在国际范围内仍然是一种全新的提法。国内学术界对它的认识更是难以统一(景莉, 2006)。理论上,智力资本最早是作为人力资本的同义词由西尼尔(Senior)于1836年提出的。他认为智力资本是指个人所拥有的知识和技能。1969年约翰·肯尼斯·加尔布雷斯(John Kenneth Galbraith)扩展了这一概念,他认为智力资本是一种知识性的活动,是一种动态的资本,而不是固定的资本形式,是有效利用知识的过程,是一种实现目标的手段。从实践角度看,1994年以后,瑞典Skandia保险公司的一系列智力资本报告奠定了智力资本理论的现实基础。

随着经济全球化和网络技术的不断应用,应对知识经济这一现实的、共同的经济形态成为各个国家、地区与企业的现实问题。智力资本作为知识经济条件下企业发展特征的一种高度概括,它受到多学科、多个研究领域的重视。对智力资本的认识出现多种观点和多种提法,(图1-5是Sullivan(2000)所总结的对智力资本的各种不同观点,也就是智力资本与人力资本、客户资本、结构性资本、智力资产(或称无形资产)以及外显知识、内隐知识及知识产权等都有着密切联系。

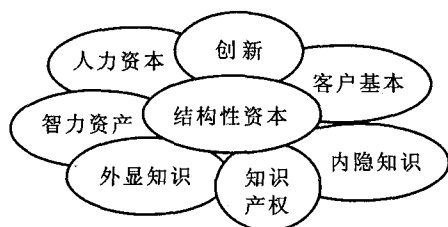


图 1-5 Sullivan 提出的对智力资本的各种不同观点

资料来源: Value-Driven Intellectual Capital: How to Convert Intangible Corporate Assets to Market Value. John Wiley & Sons 2000, Inc. p7。

巴鲁·列弗认为无形资产、知识资本与智力资本这几个词是可以互相替换的。会计学中的文献一般使用无形资产的概念,经济学家一般使用知识资本的概念,管理学和法律文书中一般使用智力资本概念。

本书认为,人力资本、知识资本、企业知识、无形资产等概念在说明企业知识经济条件下企业发展的核心等问题时,其本质是一致的。只是在研究视角、研究内容上侧重点有所差别。本书采用智力资本这一概念术语,是出于以下几点考虑:

企业智力资本突出了企业管理实践的特点与要求。从字面上便于将智力资本理解为组织智慧与能力给企业带来的价值。它突出综合性与价值管理的要求。

人力资本理论是现代经济学理论中重要组成部分。国内外研究主要从宏观角度进行人力资本以及人力资本的投资价值研究,关注人力资本投资成效与国家经济增长之间的关系,而本书的研究对象为企业,研究范畴不仅包括人力资本而且还包括为实现人力资本的价值而需要的其他资本,例如组织资本、顾客资本等。因此,企业智力资本比企业人力资本更全面。

无形资产目前是企业财务资产中的一个项目,在现有的财务会计准则中是有特定含义与特定内容的。由于本书研究目标中包含了有关智力资本信息报告等内容,采用智力资本这一术语,区别于财务会计领域中的无形资产,也能够进一步说明智力资本管理与财务资本管理的差别。

在上述几个概念中,智力资产与智力资本是最相近的。但从研究内容看,智力资本更为贴切。资产通常是指财产或是企业资金,我国企业会计制度将其解释为:在过去的交易或事项中形成的并由企业拥有或控制的资源,该资源预期会给企业带来经济利益。而资产的价值形态就是资本,在经济学中,将资本定义为能够带来剩余价值的价值。因此,资本和资产是对同一事物的两种不同的描述,资产表现的是它的使用价值,而资本表现的是它的价值。本书的研究

的核心是探索企业智力资本的价值增长规律,因此采用企业智力资本的提法。

企业知识、知识资本与企业智力资本也是极为相近的术语。企业智力资本的来源是企业知识,而知识资本就是指可以转化为企业价值的知识。(Knowledge that can be converted into value)。因此,Intellectual Capital 既可以翻译成智力资本,也可以翻译成知识资本。但从国内看,企业知识管理已成为相对独立的研究领域,常见的是从技术层面上进行企业知识管理方法研究。而从企业管理上,多从企业智力资本角度进行研究。

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

无论对于处于成长发展中的中小型知识型企业,还是处于只有通过创新能力的提升走出困境的大规模企业来说,运用企业知识理论,对员工能力、组织运营能力以及顾客价值的实现能力等组合而成的企业智力资本管理理论与管理方法的研究是在企业解决产权问题后,我国企业发展中面临的又一个重大而现实的课题。

本书在前人研究的基础上,从企业管理实践的要求出发,揭示企业智力资本价值增长的内在规律;对企业智力资本表现、内在生成机理、影响因素进行理论与实证研究;为企业智力资本管理奠定理论基础。

在理论分析基础上,提出系统化加强智力资本价值管理的过程与方法,即企业智力资本价值识别、智力资本价值评估以及智力资本价值报告,以指导和加强企业智力资本管理实践。

1.2.2 研究意义

理论意义:阐述企业智力资本价值的表现与特征。运用企业理论、人力资本理论与知识管理理论,揭示企业智力资本价值形成的内在机理、剖析企业智力资本价值形成与增长的影响因素,构建企业智力资本价值评估的结构性框架,为企业智力资本管理提供理论支持。

实践意义:运用系统论阐述企业智力资本价值的识别方法,构建全面、多层次的企业智力资本价值评估体系与企业智力资本报告框架,为我国企业智力资本管理的实践提供具体可操作的方法。