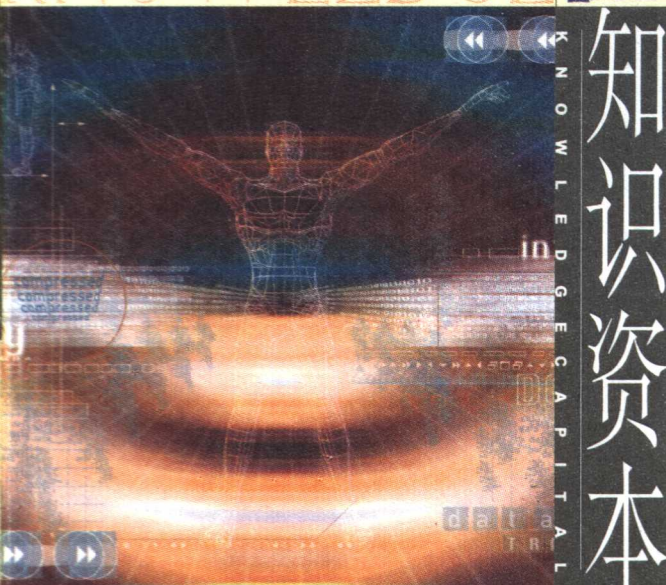
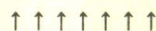
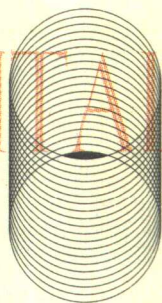


主编/韩经纶

知识管理系列丛书
Zhi Shi Guan Li

INCREASING KNOWLEDGE 增值 CAPITAL

HANJINGLUN



知识资本

贵州人民出版社

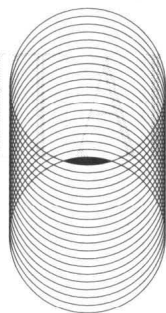
主编 韩经纶

知识管理系列丛书
Zhi Shi Guan Li

增值

HANJINGLUN

知识资本



贵州人民出版社

81A

05
10

图书在版编目 (C I P) 数据

增值知识资本/韩经纶著. —贵阳: 贵州人民出版社,
2002.10

(知识管理系列丛书)

ISBN 7-221-06020-7

I. 增... II. 韩... III. 知识经济-关系-企业管理
VI.F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第073787号

增值知识资本

知识管理系列丛书之五

主编 韩经纶

责任编辑/禄佳妮

特约编辑/毛希谦

整体设计/曹琼德

制作输出/新兴数码

出版发行/贵州人民出版社

社 址/贵阳市中华北路289号

邮 编/550001

印 刷/贵阳市宝莲印务有限公司

规 格/890x1240mm 1/32

字 数/160千字

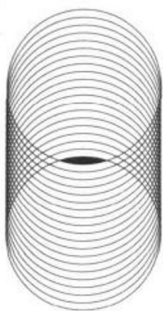
印 张/7.75

版 次/2003年1月第1版

印 次/2003年1月第1次印刷

书 号/ISBN 7-221-06020-7/F.341

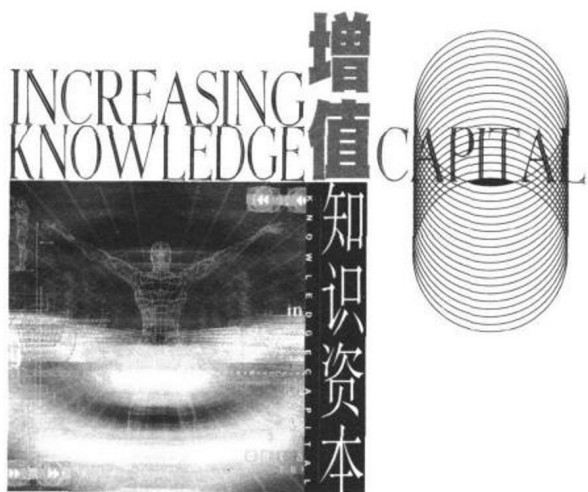
定 价/19.00元



韩经纶 男，天津市人。1964年毕业于天津财经学院国际经济贸易系并获经济学学士学位。现任南开大学国际企业管理系教授、博士生导师、南开大学国际商学院学术委员会副主任、国际学术交流委员会主任、南开大学学术委员会委员、南开加拿大研究中心执行主任、中国加拿大研究会副会长、天津市学位委员会学科评议组成员、欧洲国际市场学会会员、富布赖特学者（1994—1995）、美国哥伦比亚大学高级客座教授。长期从事管理学、国际企业管理、国际营销与贸易等课程的教学、研究以及企业咨询工作。先后主持、参加并完成了国家、省、部级和国际交流研究项目16项；在国内外出版、发表专、译著、教材共24部，论文80余篇，主要代表作有《最新国际企业管理》、《组织行为学导论》、《服务营销——企业竞争的新战场》、《服务管理与营销》、《优秀管理者成功的秘诀》、《国际贸易基础理论与实物》、《全球商战大观——一场不流血的世纪之战》等。曾先后多次赴美国、加拿大、巴基斯坦、芬兰、瑞典、丹麦、爱尔兰、日本、韩国以及台湾和香港特区研修、工作和讲学，经常为来华投资、经商的企业家和来访的外国专家、学者及留学生讲课、作报告。其业绩已载入《天津市当代专家名人录》、《中国当代专家名人录》，并被推荐为国家级软科学专家和国家留学基金委评委。享受政府特殊津贴。



3/1



知识管理系列丛书

Zhi Shi Guan Li

丛书顾问/陈炳富 顾培亮

丛书主编/韩经纶

副主编/赵 军

本书编委/侯玉连 董 军 白培军 刘 超 梅 丹

目录

第 1 章 识别企业的知识资本	1
1.1 知识资本的含义	2
1.2 人力资本——企业竞争力的源泉	14
1.3 顾客资本——企业生存发展的基石	21
1.4 结构资本——企业实现价值增值的保证	34
第 2 章 知识资本的管理	47
2.1 创造知识资本	49
2.2 知识资本的价值管理	62
2.3 知识资本的运作管理	81
2.4 知识资本的投资管理	96
2.5 知识资本的分配管理	109
第 3 章 知识资本增值的途径和方法	117
3.1 创建知识管理价值系统	118
3.2 开发应用人力资源	126

3.3	对内“练习”与对外“借力”	135
3.4	克服知识资本增值障碍	144
第4章	企业知识资本评估	154
4.1	引例	154
4.2	知识资本评估概述	157
4.3	知识资本评估的理论方法	167
4.4	案例介绍——知识资本评估的实证方法	185
4.5	知识资本评估的未来	192
第5章	知识资本的经营	194
5.1	知识资本经营的背景	195
5.2	知识资本经营概述	197
5.3	知识资本经营的必要条件	206
5.4	知识资本经营的环境分析	211
5.5	知识资本经营的策略	214
5.6	知识资本的实施	218

第1章

识别企业的知识资本

17 世纪英国杰出的哲学家、思想家弗兰西斯·培根提出了一个著名的口号：“知识就是力量。”20 世纪 70 年代，我国经济改革总设计师、伟大的政治家邓小平提出一个卓有远见的论断：“科学技术是第一生产力。”在整个工业社会，人们崇尚资本、劳动和土地，尽管三次世界科技革命对推动工业社会发展起到划时代的伟大作用，但是，知识、科学技术长期被排斥在生产力发展的内在因素之外。直到 20 世纪 70 年代末美国经济学家马克·波拉特提出了生产力四要素论，保罗·罗默将知识作为一个独立的要素引入新的经济增长模型，人类才开始意识到科学技术是第一生产力的时代的来临，这就是知识经济时代。知识成为生产力的第一要素，并决定生产力其他要素效能的高低，对生产力发展起了乘数放大作用。据统计，科学技术或知识在生产力发展或经济增长中的作用，20 世纪初仅为 5% ~ 20%，20 世纪中叶上升为 50%，80 年代达到 60% ~ 80%，而现在美国已超过 90%。知识与科学技术已经远远超过资本和劳动，跃升为生产力发展的首要与决定因素。

1.1 知识资本的含义

知识经济的英文名词是 Knowledge-based Economy, 首见于经济合作与发展组织(OECD)1996 年的年度报告。1997 年2月, 美国克林顿总统在一份报告中, 用了知识经济一词, 而且之后一再正式使用。为了表达的简便, 各界现在一般都用 Knowledge Economy。经合组织把知识经济定义为: 建立于知识和资讯的生产、分配与使用上的经济。

知识资本概念的提出, 是知识在企业发展中的重要性不断提高的结果, 是知识经济的直接产物。知识资本等概念的提出及有关理论形成是知识在企业发展中重要性不断提高的结果, 也是人们对知识及知识活动认识不断深化的结果。经济活动离不开资本。农业时代的土地, 工业时代的资金、机械是必要的资本。伴随着知识经济时代的到来, 企业管理适应环境的变迁发生了一系列的变革。从集权到分权, 从生产导向到消费导向, 从机器管理到人本管理, 从细密分工到流程再造, 强化对人的管理显得日趋重要, 人的智力日益成为现代企业增值体系中具有基础和主导地位的核心价值, 特别是如何强化对信息和知识的有效管理成为现实性要求, 进而形成以人的智力为核心的“知本管理”的思想。并且, 在对人的行为进行剖析与研究的过程中, 我们逐步认识到, 人本的关键是人的智力。即人或者说是智力资源, 可以在管理的过程中作用于物的力量, 这也是当初提出人本管理思想的内在原因和本质内容。因此, 管理学经过长期的发展, 研究的核心经历着从物质资源

(物)—物流资源(事)—人力资源(人)—智力资源(智)这样的演进和发展。目标在这个过程中逐步明确,管理工作找到了立足点和基本定位。这样,在知识经济时代,靠知识致胜。经济学家把知识列为最重要的资本。但这项资本,不像土地、机械等,看得到,摸得到,是具体有形的物质。知识看不到,摸不到,是抽象、无形的。一般的说法是,旧的经济靠有形资产,新的经济靠智慧资本单位。那么,一个组织的知识资本是什么?存在哪儿?品牌、专利、声誉、创意、制度、经营权、核心能力、个人经验、智慧产权、企业文化、最优作业、操作技能、生产过程、运作系统、顾客关系、商业秘密等,是常见的知识资本,它们存在于企业的三个层面,即(一)组织中的个人:称智慧资本;(二)组织本身:称为结构资本;(三)组织外的顾客:称为顾客资本。知识资本就像实体的土地、资金、机械这三种资本一样,是可以管理、发展的。中小企业通过管理,发展智慧、结构、顾客三种知识资本,势必提高其竞争力。

近些年人们对一些企业特别是高科技企业进行研究,发现它们的资产售价远远超过其账面价值,资产价值的很大一部分寓于其雇员所创造的知识产权中,而不在公司拥有的有形资产之中。一些以知识为基础的公司如美国莲花(软件公司)和朗特里,他们已认识到,存在于组织中的知识是有价值的资产,它的丧失会严重地威胁到公司的安全运行。知识资本

1.1.1 企业知识的含义

经合组织把知识分成四种：（一）知道是什么的知识（Know-What）（二）知道为什么的知识（Know-Why）（三）知道怎么做的知识（Know-How）（四）知道是谁的知识（Know-Who）。我们对企业知识的界定以此为基础。

（1）企业知识的界定

我们研究的企业知识区别于笼统的社会知识。知识概念自古有之，而作为经济学、管理学意义上的概念，则是在近些年随着知识经济的提出与发展而发展起来的。企业知识，特别是一些成功企业的知识，具有区别于一般社会知识的特殊性。首先，企业是一个以营利为目的的经济单位，对于企业有用的知识应该是能为其创造价值的知识，是企业特有的知识而不是社会一般的知识，企业的知识具有异质性，不能完全模仿。因此，成功的企业中应该存在一个自身的知识体系。比如联想集团，进入联想集团的新员工都有一个“入模子”的培训过程，这个培训过程的目的不是帮员工学习一般的社会知识和通用技术，而是传播联想集团特有的企业文化、精神、价值观念、行为模式、做事原则和在联想集团工作所需要的特殊技术知识。联想总裁柳传志认为，“联想要形成一个坚硬的模子，进入联想的职员必须进到联想的模子里来，凝成联想的理想、目标、精神、情操行为所要求的形状”。这个“模子”本质上就是联想企业具有的自身的知识体系。

施乐公司内部的知识库包括以下内容：第一，公司的人力

资源管理、每个职位需要的技能和评价方法；第二，公司内各部门的内部资料；第三，公司历史上发生的重大事件；第四，公司客户的所有信息、主要竞争对手及合作伙伴的详细资料；第五，公司内部研究人员的研究文献和研究报告。

(2) 企业知识的性质

在知识经济时代，知识和土地、人力、资本、信息一样，成为企业生存发展的重要资源。企业的资源可从两方面认识：物质资源和知识资源。阿尔文·托夫勒等学者认为知识资源与其他资源处于一个完全不同的层次，知识作为一种非物质资源，与土地、人力、资本等物质资源有着诸多本质上的不同。

第一，知识资源增值方式的特点。

a. 物质资本是有形的、有限的；知识资本是无形的、有限的，但有限性无法具体衡量。

b. 物质资本的回报和增值主要依靠市场机遇的把握，这要求所有者精于分析，善于把握；知识资本的回报和增值主要依靠自身的创新能力（即创造力），要求所有者精于思考，善于创新。

c. 物质资本的运作是循序渐进的，发展速度受物质资源的限制；知识资本的运作是跳跃式的，具有无限增值性。

d. 物质资本在生产过程中被损耗，不可重复使用，运作不善可能会使回报减少，甚至使资本贬值；知识资本在使用中本身不会被损耗，可重复使用，并在使用中前进、创新。

e. 物质资本具有排他性，不可能归不同的人所有；而知识具有共享性，可多人共有。

以上的这些特点决定了知识与一般生产要素相比具有本质的区别。特别是知识资源增值的无限扩张性和知识的共享性,改变了物质资源条件下边际收益递减的限制,经济的高速、持续增长成为可能。

第二,企业知识的异质性。

企业特定的知识资源对企业来说具有更为重要的意义,企业知识的异质性来源于知识的活性,企业的隐性知识具有异质性,正是企业隐性知识的异质性形成了企业在竞争中的不同地位。从这个意义上讲,企业知识具有如下重要战略意义:

a. 知识资源是赋予并表现企业个性的资源。人、财、物资源在某种意义上是任何企业都可以得到的东西,但仅有这些资源却无从创造价值。只有将这些资源很好地结合起来,并适应市场、技术的需要,发挥其适当技能和作用的时候,才能创造价值。这种结合力与激发力的源泉,就在知识资源。运用同样的人、财、物资源却产生不同经营成果,原因就在于企业知识资源构成的企业个性。

b. 知识资源是市场交换性较低的资源。正因为知识资源经常是企业所独有的,是企业的个性,所以知识资源在市场上进行交换的可能性比较小。企业个性的培养,必须经过较长期的自我积累过程。比如工厂设备、长期资金等固定资源,虽然比较花时间和成本,但还是可以进行市场交换的;闲置资金、设备等也可以借贷与他人并收取利息或使用费。但企业的信誉、运营方式和习惯、士气等是较难买到或卖出的。

c. 知识资源是可以在成长的同时不断地再生产出来,并

与原有的知识资源重新组合,增值出新的成长能力强的资源。知识资源是活的、动态的存在。需要特别说明的是,人力资源具有两重意义上的重要性。人不仅仅是劳动力的提供源,也不仅仅是一般的买主与卖主,更重要的是“知识载体与知识处理主体”。知识资源在企业中的积累过程,在很多情况下实际上是知识在企业中的人的身上的积累过程。比如技术和经验需要在技术人员与熟练工人身上积蓄;企业与用户之间的信赖关系,最终也要落实到直接相关的个人身上。知识的再生产与创新,与人力资源是密不可分的。

“知识”是一种活的、能动的资源,知识资源不像其他资源那样,只是等着被开发利用,它会能动地刺激企业去扩张,去发现和利用那些未知的、未被利用的资源。

(3) 企业知识的来源

知识来自三个基本领域,在制定知识资本管理方案时,必须将这三者一并考虑进去。人们获得知识的来源包括他们的经验、同僚的专业知识与企业资料(例如销售及财务报告)的分析。透过这三个要素的综合,可以建立新知识,而产生新的机会。有效的知识管理策略可以发展并推动这一切知识的来源。

第一,企业资料。通常是一系列企业活动及外部环境的事实。许多组织有高度结构化的数据库,例如 ERP 及 MRP 系统中可存储大量资料。此外,大部分的公司也订阅人口统计资料、竞争者相关信息及其他市场信息等,以扩大外部资料来源。提高这些企业资料的价值有赖于分析、综合以及将资料化

为信息及知识的能力。

第二,资讯是将经验及构思加以整理的成果。信息,或是“外显的经验”(explicit experiences),通常被储存在半结构化的内容中,例如文件、电子邮件、语音邮件,以及多媒体。提高信息的价值靠的是以易于搜寻、重复使用和学习的方式来管理信息,让组织不会重蹈覆辙,工作也不会重复。

第三,智力是由个人的潜藏的经验(tacit experiences)、构思、洞察力、价值及判断所组成。它是动态的,而且仅能透过与拥有知识的专家合作及沟通才能获取。知识管理系统必须对分享个人经验提供诱因,因为过去个人经验往往是一个人对公司的价值所在,而今日个人对公司的贡献,则在于是否与他人合作建立新知识以及综合现有信息及资料。

1.1.2 知识资本的定义

(1)知识的资本化

知识的价值是无法用知识本身来衡量的。知识要实现其价值,必须与知识以外的东西取得联系,必须要转化为知识以外的东西。比如,知识转化为商品,学历高的员工可能工资高,对企业知识贡献大的人可能奖金多等。但是,在不少的知识型企业,其对知识的管理已不仅仅停留在知识商品化这一层次,在“以知为本”的企业机制之下,还注意了以知识资本化为核心的对知识进行全面管理的问题。

美国著名经济学家舒尔茨提出如下观点:劳动者成为资本拥有者不是由于公司股票的所有权扩散到民间,而是由于

劳动者掌握了具有经济价值的知识和技能。这在企业管理实践中已经得到了验证,许多企业特别是一些高科技企业,认识到人的知识资本是资本增值的源泉,货币资本是资本增值的条件,拥有知识的员工和股东共同成为企业的所有者,而员工的资本是自己拥有的知识。深圳华为公司是一家高科技公司,它以知识资本的逻辑为根据,进行了产权制度的创新,把人力资本增值作为公司的优先目标,使知识能力资本化;规定公司价值分配的根据是才能、责任、贡献、工作态度和风险承诺,华为公司的每个员工持有不同股权表明自己对公司的贡献度和利益大小。通过知识能力价值的不断增值,使人的知识价值资本化,从而使知识的供给者成为拥有公司资本的股东。在华为公司,是由30%的优秀员工集体控股,40%的员工有分量地持股,10%~20%的低级员工和新员工适当参股,从而形成员工个人股权和公司集体产权相结合的产权关系。员工个人股权是由知识资本供给决定的。公司法人的产权是由知识资本的主要供给者集体控制的。

(2) 知识资本的定义

关于知识资本的概念,西方资本理论尚无一个通行的说法。加尔布雷思是提出知识资本概念的第一人,他认为知识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。著名经济学家美国《财富》杂志的编辑,托马斯·斯图尔特是知识资本理论的大力倡导者,致力于推动知识资本理论研究。他于1991年6月和1994年10月分别在美国《财富》杂志上发表了论文《知识资本:如何成为美国最有价值的资

产》和《你的公司最有价值的资产：知识资本》。他发表的专著《知识资本：组织的新财富》成为第一本讨论如何将组织中的未成型、未编码的知识转化为企业最强大的竞争武器的专著。斯特尔特的杰出贡献在于将长期以来被大家忽视的知识资本及其重要性揭示出来，提出了知识资本概念，并指出知识资本已成为美国最重要的资产。他认为：知识资本是企业、组织和一个国家最有价值的资产，员工的技能和知识、顾客的信任，以及公司的组织文化、制度和运作中所包含的集体知识，都体现着知识资本；知识资本虽然以潜在的方式存在，你无法触摸，但它却是能够使你富有的东西。知识资本是每个员工所掌握的能在市场上带来竞争优势的知识之和，即企业可以用来创造财富的集体智能。知识资本价值体现在人力资本、结构性资本和顾客资本三者之中，三者相互作用，推动企业知识资本的增值。埃德文森和沙利文则认为，知识资本是企业真正的市场价值与账面价值之间的差距，是知识企业的物质资本和非物质资本的合成。微软的市场价值最高时达到 6000 亿美元，而它账面价值仅为 450 亿美元。可口可乐、摩托罗拉等知名企业的市值与账面价值都悬殊很大。这些企业的市场超额价值则被经济学界称之为“知识资本”，可见其对企业产生的巨大影响和给市场竞争带来的巨大作用。每个员工所掌握的能在市场上带来竞争优势的知识之和，即企业可以用来创造财富的集体智能。斯维比认为，知识资本是企业的无形资产。英国经济学者布鲁金认为，知识资本是企业得以运行的所有无形资产的总称，是市场资本、知识产权资本、人才资本和基础结构资本的概括。其“核心知识资本”则是企业核心人才与