

21 世纪无形资产系列丛书  
丛书主编 于玉林 王建忠

# 无形资产管理

• 叶陈毅 主编

Wu Xing Zi Chan Guan Li

21 世纪无形资产系列丛书

復旦大學出版社

21 世纪无形资产系列丛书  
丛书主编 于玉林 王建忠

# 无形资产管理

21 世纪  
无形资产  
系列丛书

Wuxing Zichan Guanli

● 叶陈毅 主编

● 罗书章 黄明哲 高建来 副主编

復旦大學出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

无形资产管理/叶陈毅主编. —上海:复旦大学出版社,  
2006.4

(21世纪无形资产系列丛书)

ISBN 7-309-04942-X

I. 无… II. 叶… III. 无形固定资产-资产管理  
IV. F014.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第018917号

## 无形资产管理

叶陈毅 主编

---

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路579号 邮编 200433

86-21-65642857(门市零售)

86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

---

责任编辑 罗翔

总编辑 高若海

出品人 贺圣遂

---

印刷 上海肖华印务有限公司

开本 890×1240 1/32

印张 13

字数 374千

版次 2006年4月第一版第一次印刷

印数 1—4 100

---

书号 ISBN 7-309-04942-X/F·1117

定价 22.00元

---

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

## 主编简介

叶陈毅，男，管理学博士，石家庄经济学院会计学院副教授、会计研究所所长，北京亚太华夏财务会计研究中心研究员，中国会计学会会员。现在天津财经大学商学院从事博士后研究工作。汉族，湖北省蕲春县人，1965年4月出生。1985年毕业于华中师范大学黄冈分院，获得语言学学士学位，1995年获得中南财经大学法学硕士学位，2003年获得华中科技大学管理学博士学位。

近年来，主要研究公司理财、企业信用管理、会计信用与会计法规。先后在《经济研究》、《财会通讯》、《当代财经》、《经济问题》等杂志上公开发表中英学术论文40余篇，出版译著或著作4部、教材3部。主持或参与主持教育部、财政部、国家审计署、浙江省社会科学及湖北省会计学会科研课题8项，研究成果获得过多次奖励。

主要代表作有：专著《企业信用制度论》（中国财政经济出版社出版，2006年），主译《管理服务营销》（美）（中信出版社，2004年），副主编《企业伦理与会计职业道德》（高等教育出版社，2005年）等。

## 《21世纪无形资产系列丛书》编委会

### 主 编

- 于玉林 天津财经大学教授、博士生导师、天津现代无形资产研究所所长、天津市无形资产研究会会长  
王建忠 天津财经大学副校长、教授、博士生导师

### 副主编

- 吉全贵 教授、天津市无形资产研究会秘书长  
苑泽明 教授、博士、博士生导师、天津市无形资产研究会副秘书长  
田昆儒 教授、博士、博士生导师  
徐春立 教授、博士  
吴彦龙 教授、博士

### 编 委（以姓氏笔画为序）

- |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 于玉林 | 于德慧 | 王建忠 | 叶陈毅 | 田立军 | 田昆儒 |
| 刘百芳 | 吉全贵 | 吴彦龙 | 张庆龙 | 罗永泰 | 苑泽明 |
| 周晓苏 | 郝之洪 | 徐春立 | 曹家为 | 曹景林 |     |

## 内 容 提 要

该书是高等院校专家与管理实践者的集体智慧成果，从管理学的全新视角系统地提出了知识经济条件下无形资产管理的基本理论和实体内容，主要包括无形资产管理的定义和特征、知识产权管理、无形资产危机管理、运营管理、评估管理、宏观管理以及企业无形资产管理等等。全书着重讨论了无形资产战略管理、品牌价值管理与人才资本管理，对无形资产管理组织与制度设计，国内外无形资产法规制度进行诠释，指出加强无形资产管理的必要性和可行性，并对无形资产管理的原则、任务与手段，以及无形资产管理变革与创新进行了深入探讨。该书不但能作为高等院校会计、审计、财政和工商管理相关专业教材，也能为无形资产的理论研究者和企业管理工作者提供实用的参考借鉴和重要的决策指南。

# 前 言

本书是天津市无形资产研究会和天津现代无形资产研究所组织的“21世纪无形资产系列丛书”之一。新世纪的经济全球化使得市场的控制手段发生重大变化,科学技术迅猛发展,以知识资产为代表的无形资产比重急剧扩大。无形资产作为以知识形态存在的宝贵资源在经济增长中的作用越来越显著,发挥着决定性作用。在新经济和信息网络化的时代环境下,无形资产管理已成为从根本上提升我国企业形象和国际竞争力的现代化管理的关键内容,是当前企业生存与发展至关重要的因素。

本书不仅是无形资产管理行业人员及高校相关专业学生理解和明确无形资产管理方法和程序的实用向导,而且是广大企业管理者弄清和掌握无形资产管理目标与原则、基本途径的必备参考,亦是政府机关规划无形资产宏观政策、进行无形资产战略决策和监管部门制定无形资产管理制度的重要指南。

在本书写作过程中,全体参编创作人员多次与无形资产管理部门领导及相关企业管理者和实务工作者沟通商谈,探讨无形资产管理的规律及应当关注的重点。广大参编作者团结奋战,高度认真负责,经过严格、反复修改达到6—7稿以上,最后呈献给广大读者这本《无形资产管理》无疑是团队精诚合作、勤劳汗水的智慧结晶。

本书的主要特色是:(1)知识技能含量高,此书参编者绝大多数为高校或实际工作部门的博士、教授和专家。拥有较高的理论水平、写作能力和丰富的实践经验,能确保此书整体层次上的高质量——表述严谨规范、说理透彻精辟、信息翔实可靠。(2)以无形资产管理实体内

容为对象,阐述了多种无形资产管理涵义、特征、类型、方法等基本理论,在注意纳入最前沿理论思想的同时,亦重视其合理性、可行性和统一性。(3)结合案例研究,以无形资产案例背景为起点,说明无形资产管理的任务、性质、程序、手段的选择、重要决策的制定及实施监管过程。(4)实务性较强,将理论与实际两者紧密相联系。难能可贵的是本书编写吸收较多实务工作者加盟,尽量反映无形资产管理行业实践过程中的深刻体会和切身感受,使得此书的实用性增强,更加贴近现实情况。因此我们完全有理由相信这是一本操作性较强、颇有实用价值的无形资产著作。

本书由石家庄经济学院会计学院副教授、天津财经大学工商管理博士后叶陈毅担任主编,负责设计本书的大纲架构,执笔第一、三、九章,并承担全书的总体协调和统稿审定工作。天津财经大学会计学院博士罗书章(第四章、第十二章)、中国人民大学博士黄明哲(第六章、第九章)、石家庄经济学院会计学院博士高建来教授(第七章、第八章)任副主编,协助主编修改与校对书稿。参加本书撰写的还有:王晓东(天津财经大学博士,第二章、第十一章)、卫刚(天津天士力集团硕士,第二章)、刘清田(南开大学博士,第三章)、张侠(石家庄经济学院会计学院硕士,第五章)、叶陈云(华北电力大学工商管理学院博士,第六章)、裴富才(天津天士力集团财务总监、新加坡EMBA,第十章)、孙玉环(天津天士力集团经理、硕士,第十章)。

在编著本书过程中,尤其得益于天津财经大学博士生导师于玉林教授耐心细致的指导教诲、天津财经大学多位博士的积极参与以及天津市天士力集团管理者与实务工作者的鼎力支持。全体参编创作人员牺牲无数假期的休闲时光,在百忙之中克服困难,主动投身于辛勤调研和艰苦写作。如果缺少大家的一直理解和全力支持,本书就不可能按期出版,也不可能将这本体现特定风格和水准的无形资产管理著作奉献在广大读者面前。

本书在写作过程中,广泛参阅了有关国内外无形资产方面的教材、专著、论文和报刊等信息资料,并得到复旦大学出版社王联合副编审的大力支持,特此谨向所有为本书的创作提供过不同帮助的领导、老师、同学和朋友表示深深的感激和崇高的敬意!

因时间短暂而匆促,编著者学习、调查和研究不足,书中错误和不当之处难以避免,竭诚欢迎广大读者批评指正为感。

叶陈毅

2006年3月于天津财经大学

# 目 录

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| <b>第一章 无形资产管理导论</b> .....      | 1   |
| 一、无形资产与无形资产管理 .....            | 1   |
| 二、无形资产管理的任务与原则 .....           | 12  |
| 三、无形资产管理的历程 .....              | 14  |
| 四、无形资产管理的时代环境与现实选择 .....       | 19  |
| <b>第二章 无形资产管理组织与制度设计</b> ..... | 30  |
| 一、无形资产管理组织设计 .....             | 30  |
| 二、无形资产管理制度设计 .....             | 48  |
| <b>第三章 无形资产战略管理</b> .....      | 65  |
| 一、无形资产战略管理：知识经济发展的客观要求 .....   | 65  |
| 二、当前我国无形资产战略管理存在的问题 .....      | 71  |
| 三、知识经济时代的无形资产战略管理 .....        | 74  |
| 四、无形资产战略管理运作过程 .....           | 79  |
| 五、无形资产战略管理的关键要素 .....          | 82  |
| 六、推行无形资产管理的战略方法 .....          | 84  |
| <b>第四章 知识产权管理</b> .....        | 93  |
| 一、知识产权的界定及其与无形资产的关系 .....      | 93  |
| 二、知识产权的种类 .....                | 96  |
| 三、核心竞争力的源泉：知识产权 .....          | 111 |
| 四、知识产权的法律保护 .....              | 117 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>第五章 无形资产品牌价值管理</b> .....   | 121 |
| 一、品牌价值管理的必要性 .....            | 121 |
| 二、品牌价值的构建 .....               | 124 |
| 三、品牌价值管理的内容 .....             | 129 |
| 四、我国品牌价值管理的现状 .....           | 140 |
| 五、实施有效的品牌价值管理 .....           | 145 |
| <b>第六章 无形资产人力资源管理</b> .....   | 156 |
| 一、知识与人力资源管理 .....             | 156 |
| 二、目前我国人力资源管理存在的问题 .....       | 160 |
| 三、人力资源与企业管理 .....             | 163 |
| 四、企业人力资源管理 .....              | 165 |
| 五、人力资源管理流程 .....              | 173 |
| 六、人力资源开发 .....                | 187 |
| <b>第七章 无形资产运营管理</b> .....     | 193 |
| 一、无形资产的筹资 .....               | 193 |
| 二、无形资产的投资 .....               | 201 |
| 三、无形资产的核算 .....               | 214 |
| <b>第八章 无形资产评估管理</b> .....     | 225 |
| 一、无形资产评估的意义和原则 .....          | 225 |
| 二、无形资产评估程序 .....              | 229 |
| 三、无形资产的评估方法 .....             | 232 |
| 四、无形资产的评估技巧 .....             | 242 |
| <b>第九章 无形资产危机管理</b> .....     | 277 |
| 一、无形资产危机管理：新时期经济发展的当务之急 ..... | 277 |
| 二、危机、机会识别与风险承担 .....          | 279 |
| 三、无形资产风险投资管理 .....            | 283 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 四、无形资产危机管理概述 .....            | 285 |
| 五、远离失败：无形资产管理危机防范策略 .....     | 298 |
| <b>第十章 企业无形资产管理</b> .....     | 308 |
| 一、企业无形资产管理：知识经济时代的必然趋势 .....  | 308 |
| 二、企业无形资产的战略管理 .....           | 309 |
| 三、企业无形资产的财务管理 .....           | 312 |
| 四、企业无形资产的审计监管 .....           | 326 |
| 五、企业无形资产的安全管理 .....           | 331 |
| <b>第十一章 无形资产宏观管理</b> .....    | 337 |
| 一、无形资产管理环境及其影响 .....          | 337 |
| 二、无形资产国际法规与管理组织 .....         | 345 |
| 三、我国无形资产宏观管理现状 .....          | 354 |
| 四、宏观无形资产管理的困境与对策 .....        | 372 |
| <b>第十二章 无形资产管理变革与创新</b> ..... | 379 |
| 一、新的形势和环境期盼无形资产管理的变革与创新 ..... | 379 |
| 二、无形资产管理变革和创新的途径 .....        | 383 |
| 三、无形资产管理变革的展望 .....           | 396 |

# 第一章 无形资产管理导论

21 世纪,作为知识经济时代的一个重要标志,是以智力成果为特征的无形资产在人类财富中的比重迅速增加。知识经济的最根本标志就是科学技术和知识成为推动经济增长的第一力量。在知识经济时代,以某种特有权利和技术、知识形态存在的重要经济资源——无形资产,对社会经济进步的促进作用更加显著,对企业生存与发展的贡献亦日益突出。据统计,世界经合组织内一些先进企业有形资产与无形资产的比例已达 1:23。企业的管理及其竞争力的核心大多体现在无形资产上,无形资产已成为企业竞争力的重要标准。无形资产是国家或企业的宝贵财富,决定着其经济兴衰和前途命运,应当引起人们高度关注。现代企业竞争已从价格战转移到形象的角逐之中。发达国家无形资产价值一般占到资产总额的 50%—70%,无形资产成为企业生存发展的基石。我国企业无形资产在 1998 年就达到有形资产的 4—5 倍,约 10 万亿元。然而令人遗憾的是,这些无形资产迄今为止尚未被人们所认识和重视。现在合资、外资、股份制、私营经济成分的企业越来越多,企业间出现了租赁、转让、兼并等系列经济行为,使无形资产的运用和交易显得格外活跃。可知对无形资产管理的研究就更具现实价值。

## 一、无形资产与无形资产管理

### (一) 关于无形资产的概念和特征

#### 1. 无形资产的概念与分类

无形资产(intangible assets),相对于有形资产来说,它常指自身拥有或使用的,已具获利能力的,或能为企业带来高于有形资产获利率的利润而没有实物形态的资产。无形资产与有形资产共同构成企业的

全部资产。无形资产概念源于美国经济学家托尔斯·本德(1857—1929),包括无实物形态、具超额获利价值和能持续发挥作用这三点涵义。在经济发达的国家,人们早已知晓无形资产的意义及其在企业营运中的作用,已积累丰富的价值评估经验,并形成一些相关规范。对无形资产的概念、涵义、评估方法,美国的《美国评估行业统一执业标准》及其相应的《评估标准释义》均有具体说明,英国、德国、法国等亦有类似规范标准。无形资产被认定为乃至可大大超过流动资产、固定资产的企业第三大资产。根据埃里·L·科勒的《会计师词典》的解释,无形资产通常是指无实体存在的资本资产,其价值依附于资产所有者所持有的权利。《韦氏新国际大辞典》第三版对无形资产所下的定义则是非物质资产。无形资产的概念在我国引入和形成较迟,对其分类见解不同。我国著名会计学专家天津财经学院于玉林教授提出:无形资产是指一个主体拥有或控制的,长期使用但没有实物形态的,可以辨认的,能以货币计量的,并预期会带来经济效益的非货币性资源。迄今为止,关于无形资产的定义众说纷纭,尚难形成权威的定论。

依据不同标准和角度,无形资产可以划分成不同的种类。如按期限划分,可分为有限期无形资产和无限期无形资产;按来源划分,可分为购入无形资产和自创无形资产;按能否独立地被转让划分,可分为可转让无形资产和不可转让无形资产;按是否有法律给予权利划分,可分为法定性无形资产和收益性无形资产。

从外延上无形资产可划分为两大类:技术性无形资产和经营性无形资产。

(1) 技术性无形资产是为了使有形资产增值在技术上必需的权利。“技术上必需”是指有形资产使用中要解决的人与物的关系。典型的技术性无形资产是专利和专有技术,各种出版物和计算机软件的版权。如果没有这些无形资产,有形资产的使用会受到限制。

(2) 经营性无形资产是为了使有形资产增值在经营上必需的条件或权利。“经营上必需”是指有形资产使用中要解决的人与人的关系。典型的经营性无形资产是经营许可权、商标和土地使用权。

按无形资产的性质分类,主要范围包括专利权、商标权、商号、版

权、专营权、非专利技术、商誉、技术秘密、商业秘密、人力资源和土地使用权等。

(1) 专利权是经政府依法批准的发明人对其发明成果的制造、使用和出售等方面在法定期限内的独占权。专利权包括发明专利、实用新型专利和外观设计专利等类型。

(2) 商标权,或商标专用权,是指企业拥有在某类指定的商品或产品上使用特定名称或图案的专有权利。商标是代表商品质量、性能、技术水平等性能的标志。包括专有使用权、禁止权、转让商标所有权、许可使用权。

(3) 商号,或厂商名称,是指企业在国家工商行政管理部门登记而取得的标明本企业特点化标志的名称。它包括厂商名称占有权、排他权和转让权,还包括产地标记。

(4) 版权或著作权,是指为编写或出版某一专著或创作某一艺术作品所提供的专用权,如著作人对著作的发表、署名、修改、保护作品完整、使用和获得报酬等的权利。

(5) 特许经营权、专营权或特许权,是指政府或企业准许某一企业在一定范围内享有经营某种业务或销售某种特定商品的专有权利。如许可证经营权、产品生产许可证、商品进出口许可等;资源性开采特许权,如采矿权等;特种行业经营权,如旅馆业、按摩业等的经营权;专项特许权,如驾驶执照、房产使用权等。

(6) 非专利技术,是指拥有者专有的、未申请专利因而不为外界所知的、不享有法律保护的各种技术知识和经验。它可以用蓝图、配方、技术记录等具体的资料表现出来,也可以通过向买方派出技术人员进行指导的方式表现出来。主要内容包括用于生产、商贸和管理等的非专利技术,在生产经营过程中通常表现出经济性、机密性和动态性的特征。

(7) 商誉,是指企业由于所处地理位置优越,或信誉良好而获得客户的信任,或组织得当,生产经营效益高,或历史悠久,积累丰富的本行业经验,或技术先进,掌握生产诀窍等原因而形成的无形价值,具体表现在企业的获利能力,高于正常盈利水平。包括工业商誉、商业商誉、

财务商誉等。

(8) 技术秘密或专有技术,是指企业未公开亦未申请专利的先进技术,包括各种设计资料、图纸、技术规范、工艺流程、原料配方、资料索引、技术规范、秘方、技巧、诀窍、计算公式及其他先进的非专利技术、技术知识、经验和技能等。

(9) 人力资源,是指在特定时期运用的以人为本体的,以体力和脑力为表现能力的资源。

(10) 商业秘密或经营秘密,是指不为公众知悉,具有实用性并经权利人采取保密措施的,能为权利人带来经济利益的技术信息和经营信息。包括企业管理秘密,如经营决策、财务决策、管理系统、专家网络等;企业商务秘密,如营销网络、客户名单、销售方法等。

(11) 土地使用权,是指企业接受其他单位以依法取得的土地使用权作为投资入股的价值。土地属国家所有,不能买卖,但在一定的时间期限内可以有偿地转让使用权。

根据无形资产的价值计量特点,无形资产通常分为可以确指的无形资产和不可确指的无形资产两大类。

(1) 可以确指的无形资产,多数属于权利,可以转让使用;少数是事先付出的费用,可以在以后获利,主要有商号、品牌及商标权,专利权,版权,专营特许权或特许经营权,生产许可证,租赁权,特有技术或专有技术(诀窍),销售和供应名录渠道,土地使用权,矿藏资源勘探权,研究开发成本,非竞争协议,计算机软件等。

(2) 不可确指的无形资产指商誉(goodwill)。商誉并不等同于商业信誉。信誉是指在正常、平等的竞争条件下,企业的获利超过同类企业一般获利水平的那部分价值。商誉反映的是企业获得超额利润的能力。商誉通常与企业的地理位置、经营历史和行业经验、组织效率,以及与人缘和商业信誉紧密相关。

按照无形资产的内容进行划分,可以分为四大类:

(1) 知识产权类,是指人类智力发明创造的科研成果,以及与人类的智慧、脑力劳动有关的资产权利,如版权、专利权、专有技术、商标权和计算机软件等。

(2) 权利类,是指由契约、合同或政府授权所形成的无形资产,如合同类无形资产和特许权类无形资产,其中合同类无形资产主要指优惠的购买合同、优惠的销售合同、优惠的租赁合同和低息贷款合同等;特许权类合同主要指以政府授权形式存在的专营权、专卖权、特许的优惠政策等无形资产。

(3) 关系类,是指企业以自己独立身份在长期从事民事活动过程中所建立起来的与外界有关企业、人员、机构以及内部员工之间形成的,有利于自身发展和企业经营的良好“关系”,如雇员关系、客户经办人员名单、销售网络、销售与公关人员、顾客关系、代理关系等。

(4) 内涵类,是指企业经过一段时间的发展,为社会贡献经济效益和社会效益,在社会公众心目中产生良好形象,从而所形成的“自我内涵”,如企业形象、企业知名度、美誉度、信誉度、企业标志系统、建筑风格、企业文化、企业精神、管理风格、职工素质、员工凝聚力、名人效应等。

在知识经济条件下,无形资产大致可分为以下几类:

(1) 体现市场竞争力的资产。是企业拥有的与市场相关联并给企业带来潜在利益的要素总和,包括企业名称、企业品牌、服务品牌、顾客、长期客户、业务伙伴、特许经营权协定、专利使用权协定、长期信誉等。

(2) 体现智力劳动的资产。主要有专利权、商标权、版权、商业秘密、技术秘密、专有技术等。

(3) 体现企业内在发展动力的资产。如企业经营管理方法、企业文化和管理信息系统、网络工作系统等。

(4) 体现人力资源的资产。包括整个员工的教育状况、知识能力、工作技巧、创新能力、合作能力等要素。

从管理学的角度考虑,企业的战略目标、经营谋略、管理能力、产品质量、领导人素质、员工士气、企业的团结精神和风气、组织管理体制等等,都属于无形资产。

从国际范围来看,对无形资产应包括的具体内容,至今尚未达成共识。从《国际会计准则第 38 号——无形资产》的规定中,大致揭示了无

形资产的内容有商标名称;报刊刊头;计算机软件;许可证和特许权;版权、专利和其他行业性的财产权、服务和经营权;处方、配方、模型、设计和样板;金融资产;保险公司与保单持有人之间签订的合同;抵押服务权、捕捞许可证;递延所得税资产;雇员福利所形成的资产;融资租赁而持有的无形资产;电影、录像、戏剧、手稿、专利权和版权等项目的许可证协议中的权利;企业有受法定权利保护的因培训形成、能导致未来经济利益、有技术专长的一组熟练员工;有法定权利保护或以其他方式控制的、企业拥有的客户名单、客户组合、客户关系、客户信赖、市场份额、进口配额;矿产权以及矿产、石油、天然气和类似非再生性资源的勘探支出或开发和采掘支出;企业合并中形成的商誉等。

无形资产包括的内容并非永恒不变,随着市场经济的日益发展完善,无形资产正以其惊奇的速度持续不停地扩充它的内涵。目前美国评值公司所涉及的无形资产已达 23 项之多,并且呈现不断增多的趋向。这 23 项内容包括专利、特许权、配方、版权、商标、专营权、交易合同、电脑软件、雇佣合同、租赁权益、优惠融资、商誉、商业秘密、技术秘诀、职工队伍、分销、包装、核心储户基础、失业评价、生产和销售系统、缩微胶片、权利、广告材料等。在新知识经济环境下,无形资产的范围,除常规的专利权、商标权、版权、土地使用权、特许经营权和专有技术、商誉外,如绿色食品标志使用权、ISO9000 质量认证体系、环境管理体系认证等等都会使无形资产的内容变得更加丰富多彩。

无形资产是客观存在的系统,是由各种无形资产要素所构成的。确定无形资产的内容,要按照无形资产具有的本质属性,也应结合经济发展、科技水平和经济管理的要求,并能够反映当今时代的特征。本书认为,关于无形资产的定义应有广义与狭义之分,从广义上讲,无形资产是企业有形资产之外的资产总和。根据我国现行法律和政策规定并参照国际惯例,从广义上讲企业无形资产的基本内容包括:

(1) 知识,作为最重要的产权,如非专利技术、理论知识和实践知识。

(2) 权利,指企业独有的不可侵犯的无形资产,有专利权、专营权、特许外资权、版权、租赁权、土地使用权等。