



世纪前沿

Knowledge Assets

Securing competitive advantage in the information economy

[英] 马克斯·H·博伊索特 著

Max H. Boisot

张群群 陈北 译 张群群 校

知识资产

在信息经济中赢得竞争优势

上海世纪出版集团

知识资产

在信息经济中赢得竞争优势

[英] 马克斯·H·博伊索特 著 张群群 陈北 译 张群群 校

世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

知识资产：在信息经济中赢得竞争优势/(英)博伊索特(Boisot, M. H.)著；张群群，陈北译.

--上海：上海人民出版社，2005

(世纪人文系列丛书)

书名原文：Knowledge Assets Securing Competitive Advantage in the Information Economy

ISBN 7-208-05576-9

I. 知... II. ①博...②张...③陈... III. 信息经济学 IV. F062.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第013045号

责任编辑 范蔚文 潘丹榕
装帧设计 陆智昌

知识资产——在信息经济中赢得竞争优势

[英] 马克斯·H. 博伊索特 著

张群群 陈 北 译

张群群 校

出 版 世纪出版集团 上海人民出版社
(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

发 行 上海世纪出版集团发行中心

印 刷 商务印书馆上海印刷股份有限公司

开 本 635×965 1/16

印 张 24

插 页 4

字 数 317 000

版 次 2005年4月第1版

印 次 2005年4月第1次印刷

ISBN 7-208-05576-9/F·1250

定 价 35.00 元

世纪人文系列丛书编委会

主任

陈 昕

委员

丁荣生	王一方	王为松	王兴康	包南麟	叶 路
张晓敏	张跃进	李伟国	李远涛	李梦生	陈 和
陈 昕	郁椿德	金良年	施宏俊	胡大卫	赵月瑟
赵昌平	翁经义	郭志坤	曹维劲	渠敬东	潘 涛

出版说明

自中西文明发生碰撞以来，百余年的中国现代文化建设即无可避免地担负起双重使命。梳理和探究西方文明的根源及脉络，已成为我们理解并提升自身要义的借镜，整理和传承中国文明的传统，更是我们实现并弘扬自身价值的根本。此二者的交汇，乃是塑造现代中国之精神品格的必由进路。世纪出版集团倾力编辑世纪人文系列丛书之宗旨亦在于此。

世纪人文系列丛书包涵“世纪文库”、“世纪前沿”、“袖珍经典”、“大学经典”及“开放人文”五个界面，各成系列，相得益彰。

“厘清西方思想脉络，更新中国学术传统”，为“世纪文库”之编辑指针。文库分为中西两大书系。中学书系由清末民初开始，全面整理中国近现代以来的学术著作，以期为今人反思现代中国的社会和精神处境铺建思考的进阶；西学书系旨在从西方文明的整体进程出发，系统译介自古希腊罗马以降的经典文献，借此展现西方思想传统的生发流变过程，从而为我们返回现代中国之核心问题奠定坚实的文本基础。与之呼应，“世纪前沿”着重关注二战以来全球范围内学术思想的重要论题与最新进展，展示各学科领域的新近成果和当代文化思潮演化的各种向度。“袖珍经典”则以相对简约的形式，收录名家大师们在体裁和风格上独具特色的经典作品，阐幽发微，意趣兼得。

遵循现代人文教育和公民教育的理念，秉承“通达民情，化育人心”的中国传统教育精神，“大学经典”依据中西文明传统的知识谱系及其价值内涵，将人类历史上具有人文内涵的经典作品编辑成为大学教育的基础读本，应时代所需，顺时势所趋，为塑造现代中国人的人文素养、公民意识和国家精神倾力尽心。“开放人文”旨在提供全景式的人文阅读平台，从文学、历史、艺术、科学等多个面向调动读者的阅读愉悦，寓学于乐，寓乐于心，为广大读者陶冶心性，培植情操。

“大学之道，在明明德，在新民，在止于至善”（《大学》）。温古知今，止于至善，是人类得以理解生命价值的人文情怀，亦是文明得以传承和发展的精神契机。欲实现中华民族的伟大复兴，必先培育中华民族的文化精神；由此，我们深知现代中国出版人的职责所在，以我之不懈努力，做一代又一代中国人的文化脊梁。

上海世纪出版集团
世纪人文系列丛书编辑委员会
2005年1月

知识资产

谨以此书献给我的母亲

中文版自序

《知识资产——在信息经济中赢得竞争优势》一书中文版的面世，对我来说是一件具有特殊意义的大事。写进本书中的许多想法，是我在中国工作的那几年里发展成形的。在1984年至1989年期间，我担任设在北京的中国-欧洲共同体管理项目（CEMP, China-EEC Management Program）的主任和教务长，CEMP是在中华人民共和国开设的第一个工商管理硕士（MBA）课程。在后来的岁月里，这个项目发展成为设在上海的中欧国际工商学院（CEIBS, China-Europe International Business School）。这些想法大多数并不只是在闲暇时刻沉思默想的产物，还受到我每天与中国的企业管理者发生的相互作用过程的锤炼。中国的那些企业管理者们非常努力地试图弄清楚在他们身边发生着的迅速的社会、经济和制度变化。这些变化是什么呢？如果你仅仅是关注中国以及它在试图达到什么目标的话，那么你就会认为，这些变化事关中国的工业基础实现现代化的问题。然而，如果你抬起头来，拓宽自己的视野，着眼于在广阔的世界中正在发生的事情，那么你就会得出结论，这些变化事关如何从工业化经济向信息经济转型的问题。

在本书中明确阐述的一些思想反映了我对中国经济改革的思考。它们帮助我理解了任何一个到中国去的外国人都会感到困惑的经验。例如，为什么国有企业的管理者按照我们西方的方式，使盈利能力的概念内在化会遇到这样的困难？在纯粹形式的层次上，这些管理者可以和任何一个西方人一样称职地谈论利润。但是，似乎存在着某些隐藏的障碍，有些是制度上的，有些是文化上的，妨碍着他们以具有适应性的方式来运用利润概念。为什么中国就知识产权的概念达成协议会感

到困难重重呢？是否“知识”（intellectual）和“产权”这两个词组合在一起，并不总是像我们在西方所以为的那样顺理成章呢？最后，为什么如此之多的技术转让项目，当双方显然都具备使之取得成功所必需的技术和管理能力时，却是洒泪收场？就知识在具有不同的文化和制度背景的群体之间进行转让的方式来说，我们是不是遗漏了必不可少的什么东西呢？

读者也许会纳闷，上述这些变化与现代信息经济所要求的那种社会和经济转型有什么关系呢？答案是：大有关系。当我写这篇序言时，IBM公司正处在要把它的个人电脑业务出售给Lenovo公司的过程中，这笔买卖的价格是6.5亿美元现金和6亿美元的Lenovo公司股份。Lenovo是一家原来叫做联想（Legend）的具有20年历史的公司。这笔交易的结果是，Lenovo公司成为了世界第三大个人电脑制造商，对于正在实现现代化的中国来说，这是引以自傲的一件事，而且也有希望成为获得利润的源泉。但是，个人电脑如今是一个低盈利的工业行业，而IBM公司想要跻身高盈利的信息行业之中。和19世纪中叶的英国有点类似，中国正在成为制造业的世界工厂，但它是在和英国一个半世纪之前所面临的情况截然不同的环境下这样去做的。这个国家通过收购西方国家正在放弃的工业，取得自己的工厂地位。在这种情况下，中国的优势主要是以成本为基础，而当基于成本的优势是建立在低工资的基础之上时，这种优势会自行消退：随着一个国家逐渐走出贫困，工资水平会上升，而其他国家因此就会进入低成本生产者的候选之列。为了维持其优势，低成本的生产者必须通过获得可以带来规模效益和差异化产品的技术诀窍，迅速地提升其技术梯度。

然而，在新兴的信息经济中，技术梯度正在变得空前陡峭，所以，和许多西方国家形成了对比，中国同时遭遇到了两大挑战：一是使其工业基础实现现代化；二是从工业化经济向信息经济发展。如同走在它前面的许多其他国家，包括日本在内，中国是我们所说的一个“后发者”。当它进行现代化建设时，它不必遵循“早先的”开发者曾采用

过的工业化路径；它有机会跨越几代技术走到前面去。“后发”（late development）这个术语因此有点儿词不达意。它预先假定，经济和社会发展遵循着首先发展起来的那些国家所设定的某种固定的路线。然而，这个过程对于经历它的国家来说，既要冒更大的风险，也可以获得更多的收益。

后发的劣势是明摆着的。早先的几代人没有过上后代所享受的充裕生活。而且，即使在今天，中国和其他地方的许多人还不得不等待着取得现代化的果实。可是，后发的优势同样是显而易见的。例如，中国不必等到每个人都拥有了固定电话之后，再进入大规模地制造移动电话的阶段。而且，在开设新厂时，可以采用最先进的节能技术和污染控制措施。因此，现代化是可以付出较小代价来获得的。它还可以提供早期进行工业化的国家所无法获得的生产率上的提高。和英国在其整个一个半世纪的工业化过程中所经历的增长速度相比，自从 1978 年以来，中国的增长率高出了大约六倍。但是，仅仅通过建设新工厂，你是无法获得这样的增长率的。所以，必然发生着某种事情，假如中国再提早 30 或 40 年进行工业化的话，它就根本不会经历的事情。这件事情就是信息经济的诞生。因此，这个国家也许能够比早期的工业化国家更快地并以更低的成本，建立起现代的信息和知识基础设施，因为那些早期的工业化国家为了原先的工业发展需要而建立的“已经就位的基础”和制度，首先不得不予以清偿。老一套的做事方式不可避免地会妨碍新一套的行事方法。心理上的挑战和其他方面的挑战一样严峻。

但是，如果说信息经济的来临为中国提供了千载难逢的一次机遇的话，那么，与对于西方经济体来说的情况一样，它也为这个国家提出了同样的挑战。同工业化经济相比，信息经济需要一种对经济和社会过程的截然不同的思考方式——如果你愿意的话，也可称之为一种新的范式。如果说物质产品可以用火车、或者现在是用喷气飞机的速度来运动的话，信息产品则可以用光速来运动。你控制信息流动的方式，必

然不同于控制物质产品流动的方式。在知识产权的问题上，这一点比在任何其他情况下都要明显。例如，不妨把知识财产权利与有形财产权利比较一下。如果你拥有一座房子，那么我就不会拥有它，而且我必须完成一系列复杂的法律程序，才能获得对它的法定权利。在没有这样的法定权利的情况下，我不可以大摇大摆地走进去并占有它，除非我有占领军来撑腰。我对这座房子的权利受到或多或少可以发挥作用的一系列物权法的保护。在知识产权的情况下，要获得这样的保护就会变得困难得多。你可能花了许多年逐步形成了一种了不起的创意，然后我在几分钟的谈话里就可以据为己有。当然，一旦我得到了这个创意，你仍会占有着它，但是你将不再可能做到充分地利用它，因为我现在已经变成了潜在的竞争者。其结果是，我实际上并没有剥夺你的创意，但我已经剥夺了你从对它的拥有中可以获得的某些好处。无论是西方经济学中关于价值的观念，还是马克思主义经济学中关于价值的观念，两者对于知识产权现象所提出的谜题，都没有任何现成的答案。阐明这些权利是什么以及这些权利是如何运用的，是创造现代信息经济的先决条件。

如果某个新兴经济体想要充分地获得后发者可以得到的竞争优势的话，它就必须掌握与它进行现代化所处的那个时代相切合的范式。但是，在中国有许多人继续用工业化的眼光来看待现代化。如果你相信，人得先学会走路，然后才能学会跑步，那么，这一点就是可以理解的了。毕竟，中国仍有许多人处于贫困和饥饿的状态，这需要积极地去应对。而手机和笔记本电脑都提供不了任何营养价值！在如此之多的经济产品越来越丧失物质形态的一个时代里，为这样的问题而忧心忡忡的人们，在努力地、显而易见的物质问题寻找着物质的解决办法。他们恰如其分地指出，物质世界不会消失，物质需要也不会消失。人们仍然需要果腹之物和庇身之所。但是，不能因为我们现在仍要消费农业产品，我们就可以把自己的时代叫做农业时代。在美国，如今农业中的就业人口占2%—3%的比重，可每个人都吃得上饭。看来，这

是因为它在工业方面先进。可现在美国工业中就业人口的比重为12%，而且还在不断下降。中国面临的挑战，将是解决低收入所带来的非常严重的社会和经济问题，然而是要在一个新的概念框架之内来解决。在信息时代里，依赖工业化的范式——无论是用资本主义的术语来说明的，还是用马克思主义的术语来阐释的，只会使一个国家得以在某种程度上赶上别人，却无法使其得以超越别人。

21 世纪的全球化不论是好还是坏，乃是由信息和知识近乎即时性的流动所造成的。工业追随着这一过程，但不再是推动着这个过程。制造业仍然是看得见、摸得着的，而且在空间上是可以定域的 (localizable)。你可以看见工厂建在那儿，而且当它投入运转之时，你可以看到它的产品。信息和大多数服务业则显得非常不起眼，而且在分布上要松散得多。30 年前装满房间的 IBM 360 型计算机，如今已让位于可以装在公文包里随身携带的笔记本电脑，而且现在电脑逐渐地甚至可以装到你的衣服口袋里了。因此，这些在空间上没有固定的位置。你在哪里，它们就在哪里。

这不是一本关于中国的书，而是关于知识和信息经济的著作。然而，本书中的许多内容受到了我的中国经历的很大启发，而且对于中国和其他的后发国家都具有启示意义。所以，我非常高兴中国的读者能够读到这本书。

马克斯·H博伊索特

2004 年 12 月

英文版序言

在 20 世纪 60 年代，马歇尔·麦克卢恩（Marshall McLuhan）宣称新的传播手段将改变我们的社会。30 年之后，我们确信，现代信息技术及其传送、存储和使之变得易于获得的知识，已经不可逆转地改变了工作、技能、产品和经济。但是，这些变化所带来的一个不同寻常的副作用是，我们对于组织和管理理解力被彻底地降低了。在这本书里，博伊索特教授探索了关于信息的新的思维方式，提醒我们现在急需适合于信息时代的一种管理思想和组织准则的新体系。

现今的组织和管理理论反映着上一次世纪之交时流行的思想，那些思想的特色是以牛顿学说的模型为基础的，这种模型认为组织是为实现规定明确的目的和目标而精心设计的一种受控机制。个人和资源是其专门的要素，两者就像一台时钟的零件遵照钟表匠的设计而运转那样协同工作。在 20 世纪 20 年代，人际关系运动为这种机械式的分析增加了一个重要的维度，这使我们意识到，正式设计的组织关系总是伴随着一种人际的心理和社会关系体系，后者成为人们所说的非正式组织。尽管这一思想被普遍接受，但是关于如何管理组织维度和人的维度两者之间关系的争论仍在继续。在某种程度上，这是因为它们的内容似乎有所不同，一个是正式的，涉及与目的有关的任务问题，另一个是非正式的，涉及心理的和群体维护的问题。两个不同维度意味着不同类型的知识和沟通模式，但对于健康的组织来说，两者似乎都是不可或缺的。

博伊索特教授的理论直截了当地研究了被接合到组织活动之中的知识。用技术性较强的术语来说，他为一种新型的以知识为基础的企业理论奠定了基础。这个理论与早期的机械式的企业模型和后来的心理-

社会的企业模型截然相反。当然，这两种现在的传统模型都尝试打开经济学家们的企业理论的“黑盒子”，并指出企业的重要组成部分和相互作用行为。在本书中，博伊索特的首要目标是要为管理者们提供洞察力，使他们能够领悟作为组织的关键性资产的知识以及导致这种资产的有效运用和管理的准则。

但是，知识比现金、生产设备甚至是产品声誉和市场份额这些传统概念更难以捉摸，它似乎既过于简单又过于含糊，不可承受在管理上有实质意义且能指导决策的分析之重。毕竟，人类知识的本质已经困扰了哲学家们几千年了，而且还没有任何一种赢得普遍接受的统一框架。所以，每一次在组织分析中使用知识这个概念，都必须先解释它的本质。这是不折不扣的哲学问题，或者更准确地说，是让现今许多的组织和管理理论家们不安的纯粹的认识论问题。但是，近来实践者取向的文献所体现的发展趋势提醒我们，管理者们对于这些看似深奥的问题既有兴趣，又能牢牢地加以把握。关于公司文化（corporate culture）和默会知识（tacit knowledge）观念的普遍流行说明，许多管理者是认识论方面的行家里手。其中，公司文化是描述一个组织的知识集合体的一种方式，而默会知识则是个人在形成和参与组织活动中难以言传的技能。管理者们关于核心技能（core skills）和核心能力（core competencies）、智力资本（intellectual capital）的重要性以及培训知识型劳动者的必要性的讨论，都强化了这个结论。

由此得出结论，必须把以知识为基础的理论家按照他们所采纳的认识论分成不同种类。有一类理论家占据着传统的地位，例如卡尔·波普尔（Karl Popper）使之普及开来的那一类，他们相信有效的知识是应用科学方法取得的结果。严格的实验生产出不受错误、偏见或自我欺骗沾染的明确的客观知识。知识的增长变成了一种由实验驱动的增加过程。托马斯·库恩（Thomas Kuhn）极好地揭示了这也许不完全恰当，他认为所有类型的科学知识都植根于广阔的社会观念和实践的非科学的框架之中。正如历史所证明的偶尔曾发生过的那样，如果这些框

架发生了变化,那么许多原先似乎正确和恰当的东西就会被完全清除掉。这种思想将使我们摆脱传统的或一元论的认识论,走向各种各样的认识论的多元论,这意味着研究者和管理者必须认识到,有可能存在着若干不同类型的人类知识。相应的以知识为基础的企业理论必然更为复杂。

关于企业的经济学理论集中关注最大化利润的过程。关于企业的组织理论往往集中关注最大化控制,而企业的人际关系理论则倾向于强调最大化个人满足与由此可能带来的个人的生产率和创造性。基于知识的理论集中关注最大化企业的知识产生、存储和应用过程,其假定是企业也是把那种知识转变成利润的一种机制。如果所采取的认识论是一元的,那么最大化知识增长或组织学习就是要进行连续不断的实验,使组织学习其环境条件,这当然包括学习如何满足顾客以及怎样应付竞争。其焦点是放在组织与其环境的相互作用上。在这种情况下存在着认识论上的一个难题,因为除非对于环境的描述与该组织的知识无关,否则就无法对这种相互作用进行分析。这位理论家不得不预先假定,自己占据着被分析的管理者所不具备的认识论上的特权地位。许多理论家为必须赋予自己以特权知识而感到苦恼,他们更喜欢站在一个更多地是相对的、解释性的地位上,集中研究管理者的认识模式。

如果所采用的认识论是多元论的,那么组织仍然可以被看做实现知识增长的一种手段,但是现在有更多类型的知识可以容纳其中。除了实证主义的传统所承认的准科学知识以外,还可能存在着纳尔逊(Nelson)和温特(Winter)称之为“组织常规”(organizational routines)的那种类型的经验性和实用性的知识。此外,倘若采用多元论的认识论,极其重要的是,还可以把企业描述为这些类型的知识之间发生相互作用的场所。例如,用波拉尼(Polanyi)的术语来说,如果除了外在的“非个人的”科学知识以外,我们考虑到默会的“个人的”知识,那么就可以把企业描述成个人的直觉和发现得以在客观的规则和程序之中清晰地表达出来的过程,然后,其他人在把这些思想重新明晰地表达在组织惯

例之中时，可以遵循这些客观的规则和程序。总而言之，具有创造性或企业家精神的个人的默会知识，可以通过成立企业发挥杠杆作用。和只研究市场行为相比，这必定是关于企业的一条更有益、更实用的理论化途径。

博伊索特的理论通过把可供选择的这些类型的知识，界定为三维的认识论空间——他称之为 I-空间——中的部位或“位置”，研究了这些观念。他的理论是大胆的，这至少有两个理由：（1）他采纳了多元论的认识论，这在组织和管理理论家中间仍是与众不同的；（2）他为这些知识类型的相互作用建立了理论，概括为是企业遵循着社会学习周期，在 I-空间中来回移动。因此，他承担了与野中郁次郎（Nonaka）和竹内弘高（Takeuchi）在其获奖的《知识创造型公司》（Knowledge Creating Company, OUP, 1996）一书中所研究的差不多同样的议程，但他的论述和结论与其有很大的不同。

主要的区别在于，虽然野中郁次郎和竹内弘高的认识论是多元论的，但它只是两个维度的。他们确实把其理论图解为在 2×2 的矩阵内的往返运动，不过，其矩阵是用外显型知识（explicit type of knowledge）和默会型知识（tacit type of knowledge）之间多少有些含糊的区分来界定的。博伊索特的多元论是三个维度的，它是用抽象、编码和扩散之间更具实质意义的区分来界定的。这样的框架设计提高了自由度，而且使分析变得有可能更为丰富，但也使它变得更难以处理。他的理论研究了一些维度之间的相互作用，还研究了沿着这些维度移动组织的知识所带来的结果。管理者们应当认识到，虽然想法很多，但若使企业取得成功，就必须使一个想法变得明晰晓畅，并以他们可以运用的方式与他人进行沟通。说出这一点也许是件平平常常的事。但博伊索特抓住了这个深刻见解，而且运用他的多元论的分析，为使组织可以从其想法和知识中获取最大价值，设计了一个管理准则体系。

本书也存在着显而易见的缺失和不足之处。首先，他聪明地避开了过多地讨论使知识得以产生的个人创造性。这意味着，他不必处理