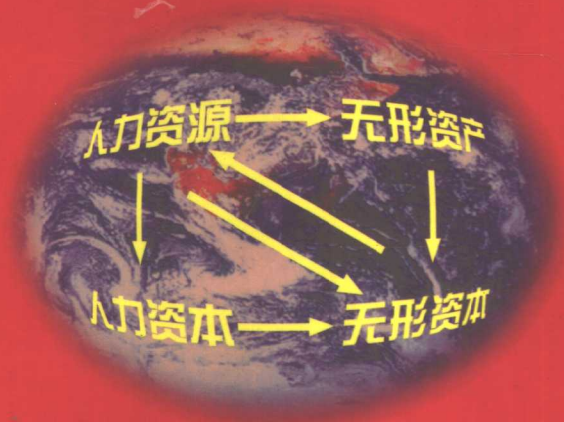


21世纪无形资产学丛书

INTANGIBLE ASSETS STUDY

无形资产学

蔡吉祥 著



海天出版社

21
世纪将是
无形资产的世纪

图书在版编目 (CIP) 数据

无形资产学/蔡吉祥著.-2版.-深圳:海天出版社,
1999.6

ISBN 7-80615-994-0

I.无… II.蔡… III.无形固定资产-研究 IV.F014.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 17915 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518026)

<http://www.htph.com>

责任编辑:宋 城 封面设计:张幼农

责任技编:卢志贵

大公印刷有限公司印刷 海天出版社经销

1999 年 6 月第 2 版 1999 年 6 月 1 次印刷

开本:850mm×1168mm 1/32 印张:12.25

字数:300 千 印数:1-5000 册

定价:20.00 元

海天版图书版权所有,侵权必究.

海天版图书凡有印装质量问题,请随时向承印厂调换.

前 言

21 世纪是无形资产的世纪

—

21 世纪将要来临,世界各国都面临前所未有的发展机遇和严峻挑战。每一个要在国际市场占有一席之地的企业,每一个要自立于世界民族之林的国家,在新世纪生存发展必须具备的基本条件,就是要拥有集经济、技术、法律为一体的,以知识形态存在的新兴资源“无形资产”,这样才能抓住机遇,迎接挑战。

21 世纪,经济全球化、贸易自由化使得市场的控制手段发生了重大变化,无形资产资源迅速发展,靠无形资产获取长期利润,靠无形资产竞争的格局日益凸现:无形资产不仅是 21 世纪的入场券,而且还是 21 世纪国家实力竞争的武器。有了入场券如果没有发展,将失去竞争能力,将会在 21 世纪处于被动挨打的局面,甚至沦为列强的“无形殖民地”。无形资产不仅仅是微观上一个单位经济、技术、法律一体化的资产,宏观方面更是民族资源和国家实力的象征。当今的世界强国无一不是专利大国、商标大国和计算机软件大国,世界上绝大多数的专利权、商标权、软件著作权等无形资产要素被他们所拥有。

无形资产是时空要素兼备的多维资源。时间因素上,优质无形资产是既能把握今天又可控制未来的长期资产;空间因素上,无

形资产的有关要素可以拓展权利空间,即获得国外或国际的相关产权达到远程控制和占领海外市场之目的。随着科技的进步,无形资产的权利空间不但表现在人类社会的自然空间,现在已发展到特殊的“电子空间”。

21世纪,主权和疆土的观念也要发生变化。那时,国家主权不仅仅是行使在领土、领海和领空上,谁拥有的国际化无形资产资源的质量和数量占有绝对优势谁就能主宰未来、主宰世界。21世纪的主权将是“国家主权”与“智能主权”并存,“有形疆土”与“无形疆土”并存。

“占领”一个国家不用出兵,只要以专利权、商标权等无形资产占领市场就可以了。跨国公司之所以能够跨国,就是因为他们在世界上的其他国家拥有无形资产。公司未必建立,资金未必投入,无形资产权益就可以在世界其他国家获得,并在相应的领域牢牢控制市场。现在已经有近百个国家到中国申请专利、注册商标。

我们打开计算机不得不面对微软公司的“视窗”商标,并使用其软件;中国的儿童可能不知道美国的国旗是星条旗,但是不知道“麦当劳”、“肯得基”、“可口可乐”、“米老鼠”、“唐老鸭”的孩子很少,从某种意义上讲在国际市场上无形资产的力量,超过了“国旗”。

21世纪,无形资产这种力量还将更强,优秀的无形资产是耸立在市场的“丰碑”,是飘扬在人们心中的“旗帜”。

二

无形资产是人类的财富,但这个财富不是“共有”的,而是“专有”的,调整无形资产的各种法律基本属于“国际私法”范畴。谁拥有占绝对优势的“无形资产”,在经济技术的发展过程中才有资格选择合作还是竞争,才有资格在合作中争取自己应得的利益,在竞争中选择有利的地位。否则只能任人宰割。

走向21世纪进行“四个现代化”建设的中国是在进行一场新的

长征,长征不是歌舞升平,而是时刻面临着“围追堵截”。新世纪的“围追堵截”虽没有硝烟和炮火,但“无形资产之战”更加残酷,手段更加隐蔽,稍有疏忽将遭受重大损失。

中国无形资产资源的发展面临国际和国内两方面的严峻形势。国外的跨国公司在国际市场拥有了相关无形产权益以后,则以各种形式大举进入中国市场,占领无形资产的“制高点 and 有利地形”,并频频向各个高科技领域发起“进攻”;国内的有些单位无形资产意识淡漠,自觉不自觉地放弃无形资产的阵地,失去了宝贵的市场。

外国资本在与中国单位的合作中,表面上给一些短期利益,但实质使中国企业难以长期发展,不要说参与国际竞争连国内市场都将失去;有些看似优惠实则为“经济鸦片”,我们损失的不仅是数百亿甚至数千亿美元,而且,有些产业由于缺乏民族的无形资产资源在 21 世纪将难以生存。

在国际经济技术竞争中,国外跨国公司将他们在各个领域研制出的高新科技成果在世界各地申请专利,到中国申请专利,使中国企业在这些领域受制于人。更有甚者,就连中国大量存在的有形资源的相关专利他们也不放过。钕铁硼永磁材料方面的研究与应用为例,日本住友公司一件专利就在我们这个拥有世界上 80% 稀土资源的大国里占据了优势,几乎堵住了我们的生路。^①

人类基因组是指决定人体的全部遗传信息的总和。基因资源是有限的、不可再生的资源,谁发现了某个基因的功能并申请了专利,谁就控制了这方面的市场。一个基因的克隆成功,就可能形成相关的基因生物工程。没有基因专利的国家,就没有资格进行该方面产品的生产。谁掌握了一个基因专利,谁就控制了相关的产业。中国人口众多,基因资源丰富,现在已有外国公司以科研合作之名到中国掠夺基因。如果我们的基因资源外流,被外国人

^① 1996 年 11 月 4 日《中国专利报》高卢麟《总结经验认清形势大力推进企业专利工作》。

获得并取得了专利权,我们只能花费巨资买回本属于自己的资源。现在国际市场上一个基因专利的转让费高达数亿乃至数十亿美元。^①

外国公司在与中国企业合资过程中,以各种手段收购中国原有的优质商标,然后打入“冷宫”,控制中国市场。

21世纪无形资产资源的争夺战的另一方面,是争夺创造和掌握无形资产资源的人才,国有企事业单位流失最多的,恐怕还是掌握无形资产资源的人才。这原因是多种多样的:有相关科技人员受利益驱动的主观原因,也有创造无形资产的人员的劳动价值不能得到合理确认、分配不合理等的客观原因。

21世纪的中国企业若参与国际经济合作与竞争,就需要大量优质“国际化”的无形资产,而要做到这一点则要无形资产“国产化”,即首先要取得国内知识产权法律的保护。目前我国有一批高质量的民族无形资产资源已经产生,并在国民经济建设中发挥着重大作用。

在发展民族无形资产资源的过程中,还有一些不协调的现象实在令人担忧:

个别企业不但不作广告,甚至为了节约几分钱的成本,在出售的商品上竟然不用表明自己形象的商标标识,放弃在市场上向消费者展示自己的机会,进而失去了广阔的市场,由亏损走向破产的边缘。

相当一部分企业无形资产管理还是空白,也不知道如何经营无形资产,无形资产资源流失严重。一些企事业单位领导重视无形资产,而且看到了无形资产的价值,但出于私心,把无形资产作为“隐形”资产藏起来,以备自己享用。

一些地区和行业实施的“名牌战略”,最终结果是既没有创造出自己无形资产,甚至还失去了民族的尊严:有的中式快餐企业要

^① 《深圳风采》周刊1998年76期关明强《万名老人的血不能外流》。

作“中国的麦当劳”或“中国的肯得基”，有的服装企业要作“中国的皮尔·卡丹”，有的动画片厂商要作“中国的米老鼠”和“中国的唐老鸭”，有的计算机软件企业要作“中国的微软”。

有的地区实施“名牌战略”，选的商标名称却是《商标法》禁止注册的县以上行政区划名称；

我国某产茶大省的茶叶专家为该地一种茶叶的商标名称是冠以省名，还是冠以产地的村镇名，展开了一场旷日持久毫无实际意义的激烈争论。

目前，中国的轿车中真正属于中华民族的轿车只有“红旗”和“夏利”，前些年大量进口外国轿车是我们的一大失误，现在大部分国内生产的轿车用洋商标也仍然是失误。

中国的知识产权法规建设，十年走了国外百年的路，但在真正实施起来却是相当艰难的：中国的“863 计划”民口 5 个领域全部通过鉴定的成果 1,200 项，而申请专利的仅为 200 多项；^① 全国高新技术产业园区中平均 6 个企业才有一项专利，9 个企业才有一个商标；中国上市公司中相当一部分公司的名称缺乏独特的“字号”这个灵魂，有的企业甚至没有注册商标。

中国的无形资产现状不容乐观。科技的投入产出不成比例，投入大量人力物力研制的高科技成果，没有首先申请专利权再将其实施转化成为无形资产，而忙着发表论文和申报成果奖项，破坏了申请专利的“新颖性”，有价值的成果被他人轻易获得；大量科技成果有的仅停留在纸上，有的仅停留在展品、样品阶段，产业化率不高。如果以“十万人申请专利”指标衡量一个国家的科技水平，我国排在 20 位以后，仅是中等以下的“发展中”的水平。^②

当世界各国努力开发无形资产资源，跨国公司争分夺秒地抢占国际专利和商标、占领有利的制高点以期控制未来、控制世界的

^① 1996 年 11 月 4 日《中国专利报》高卢麟《总结经验认清形势大力推进企业专利工作》。

^② 1999 年 2 月 2 日《经济日报》游光荣《我国科技实力在世界上究竟排‘老几’》。

紧迫时刻,我们国内也有人在搞所谓的“无形资产”,但这些人的行为不会对中国发展民族无形资产资源有利,也不会促使中国企业创造出在21世纪生存的无形资产,甚至出现了以“无形资产”之名,行骗人、骗财之实的现象。

商誉评估热,商誉评比热,商标抢注热,域名抢注、炒卖热。中国的无形资产领域泛起了一些“泡沫”:有人把无形资产及其评估极度地渲染,比作“点石成金的魔杖”;

评估上亿元的商标权,评估报告刚刚到手,商标权就被撤销;

拥有评估价值8亿元商标权的企业是欠税大户;

号称有数亿元商誉的企业,原来是涉临破产的亏损大户;

停业两年多的企业用8500元就可以拿到“中国最佳商誉特级”的牌子;

.....

上述现象阻碍了中国无形资产的正常发展,影响了中国企业无形资产在国际上的可信度。

中国无形资产资源的发展到了危急时刻!

现实告诉我们强化无形资产意识,普及“无形资产学”的理论知识是多么的紧迫而又任重道远。

三

21世纪无形资产资源作为独立生产力要素对人类社会的发展起到积极的促进作用,并带来一系列变化:

企业资产比重变化,资本结构和扩张方式发生变化,经营方式发生变化,利益分配的方式发生变化,人力资源的控制与激励机制以及人员的业绩考核发生变化,企业内部机构设置方式和组织结构发生变化,宏观与微观对资源的管理监控制度、手段发生变化;

资产的价值观念、资产的保值增值方式发生变化,会计、统计等计量手段及经济技术指标体系发生变化,融资贷款、保险等社会服务的内容发生变化;

科研方式、科研成果的衡量指标与评价发生变化；

教育的内容与方式方法发生变化。

无形资产资源的产生发展涉及到经济社会的方方面面,任何人无法回避,任何民族无法回避,任何部门无法回避,任何专业无法回避。

研究解决无形资产的理论必须要创新。发展无形资产资源既不能套用有形资产的理论指导,前人的经典著作中也找不到现成的答案,沿用某传统单一学科理论更是无法解决。只有依据“无形资产”资源的客观发展规律创建新兴、系统、综合的“无形资产学”。

这是全社会的责任,同样是一场“革命”,我们正在经历的是生产力的革命、思想认识的革命、管理的革命、经营内容和经营方式的革命、学术的革命、教育内容的革命。无形资产应该是一个科学严谨的概念,对待无形资产必须有一个科学求实的态度,绝不能从“无形”到“无形”。对待无形资产的理论与实践需要理性的思考,而不是炒作。

无形资产资源各个要素之间的发生、发展都有着千丝万缕的联系,通过“无形资产学”的创建,对其进行有深度和广度的系统研究,建立起适应无形资产资源发展的理论体系和实际操作系统。

1995年作者提出了创建“无形资产学”的观点,并完成了第一部探索“无形资产学”的专著——《神奇的财富·无形资产(无形资产学导论)》。著作问世后得到了有关方面的支持。

1996年在新中国无形资产理论的发祥地天津市召开了“全国首届无形资产理论与实践研讨会”,来自全国各地的百余名代表就无形资产的发生、发展等一系列问题进行了广泛的讨论,并对“无形资产学”的创建给予充分的肯定。天津市人事局的领导在开幕式宣布,为提高人力资源的素质天津市将“无形资产学”列入专业技术人员的继续教育必修课,并于1997年安排实施,培训近百人的师资队伍,制订了系统的“无形资产学”教学大纲,建立了规范的“无形资产学”考试题库。参训人员提高了无形资产意识,并在实

践中促进了无形资产次源的发展。1997年深圳市人事局调干人员培训中安排讲授无形资产基本理论。政府部门系统、大规模地组织“无形资产学”的培训,是实施“科教兴国”战略的重要步骤。

人力资源是无形资产的源泉,只有人对无形资产的意识达到了较高的层次,综合素质达到较高的水平,无形资产资源的产生发展才会有保证。对人力资源进行无形资产学的培训,将人力资源与无形资产有机结合,是对无形资产源泉的巨大投资,为推动中国的无形资产理论与实践的发展起了积极推动作用,也是促进社会进步重要的并且也是必要的举措。

通过对无形资产深入系统的研究,我们将清醒地认识到:知识不是现实的生产力,也并非什么“知识”都能有“经济效益”。知识经济不应是创造出一堆空洞的新名词,而应是创造出真实的智力成果。不能一边高唱着知识经济的赞歌,一边流失着无形资产。

无论是“以知识为基础的经济”,还是“以经济为基础的知识”^①检验其成果的最直接经济指标是“无形资产”这种可持续发展的资源。未来的国家与国家的差异、地区与地区的差异、企业与企业的差异就在于拥有无形资产资源的数量和质量,以及人力资源对无形资产的创造能力和对无形资产的经营能力。

19世纪末期有关保护知识产权的三部国际公约^②,为保护人类智力成果奠定了基础。

进入20世纪,无形资产的数量与范围发生了很大变化,一方面经济发展和技术进步催生了新的无形资产要素;另一方面各国也制定本国的法律,并对法律进行了不断的修改完善,以适应无形资产资源的发展。无形资产作为独立的生产力要素已经具备了经济、技术、法律的各种条件。

^① 世界知识产权组织总干事伊德里斯博士在1999年1月访华期间表示,如果要谈知识经济,他更愿意谈以经济为基础的知识,而不是以知识为基础的经济。1999年1月29日《中国专利报》。

^② 1883年的《保护工业产权的巴黎公约》、1886年的《保护文学艺术作品著作权的伯尔尼公约》、1891年的《商标国际注册的马德里协定》。

相信在未来的 21 世纪,无形资产将是人类社会主要的生产力要素。“无形资产学”作为研究无形资产的专门理论体系与无形资产资源将会共同长足发展。

走向 21 世纪的人类社会不仅需要无形资产资源,同样需要现代化的系统的无形资产理论。“无形资产学”不仅是无形资产研究走向成熟的标志,更应该成为揭示无形资产客观规律的科学。

“21 世纪无形资产学丛书”将围绕无形资产资源的理论与实践展开全方位、多视角的论述,意在为“无形资产学”的创建尽微薄之力。本书为丛书之一。

最后我们借用弗兰西斯·培根在《伟大的复兴》中的一段话,与为无形资产事业付出辛劳的人们共勉:

对于无形资产学“希望人们不要把它看作是一种意见,而是看作一项事业,并相信我们在这里不是为某一宗派或理论奠定基础,而是为了人类的福祉和尊严”。

1998 年 12 月初稿于天津

1999 年 4 月定稿于深圳



作者简介

蔡吉祥，1982年毕业于天津财经学院。高级会计师、中国注册会计师。1984年开始研究无形资产问题，十余年间就中国无形资产理论与实践进行了深入、广泛、系统的研究，中国新华通讯社等十余家新闻媒体多次在内参和有关报刊上报道他向国家提出的发展中国无形资产的建议。1994年创建首家无形资产综合服务机构。1995年首倡创建“无形资产学”。1996年与新华社《经济参考报》等单位发起“全国首届无形资产理论与实践研讨会”。1996年在全国高等院校中首开“无形资产学”课程。1997年在天津市“无形资产学师资班”任主讲教师。

1998年策划发起“中国上市公司无形资产现状调查”。

目 录	
前 言 21 世纪是无形资产世纪	(1)
第一章 无形资产学的内容和方法	(1)
第一节 无形资产学的概念与研究内容	(1)
第二节 建立无形资产学的可能性与重要意义	(3)
第三节 无形资产学与相关学科的关系	(7)
第四节 无形资产学的研究方法	(8)
第二章 无形资产的概念、组成要素	(11)
第一节 无形资产的概念	(11)
第二节 无形资产的组成要素	(12)
第三节 无形资产各要素之间的关系	(28)
第三章 无形资产的性质、重要意义及分类	(45)
第一节 无形资产的性质	(45)
第二节 无形资产的重要意义	(51)
第三节 无形资产分类	(57)
第四章 无形资产的特征	(67)
第一节 无形资产的无形性	(67)
第二节 无形资产的法律性	(69)
第三节 无形资产的独占性	(72)
第四节 无形资产交易的特殊性	(73)
第五节 无形资产的公开性、广泛性	(76)
第六节 无形资产的非标准性	(77)

第五章 无形资产学的几个基本问题	(80)
第一节 知识产权≠无形资产	(80)
第二节 商誉透析	(83)
第三节 土地使用权应从无形资产中分离出来	(90)
第四节 无形资产与无形资本	(95)
第六章 无形资产辩证观	(99)
第一节 微小与巨大	(99)
第二节 瞬间与长期	(101)
第三节 民族的与国际的	(103)
第四节 无形与有形	(107)
第七章 无形资产管理学	(112)
第一节 无形资产管理的基本内容	(112)
第二节 厂商名称管理	(114)
第三节 专利权管理	(119)
第四节 商标权管理	(127)
第五节 技术秘密(经营秘密)管理	(140)
第六节 著作权管理	(142)
第七节 单位内部无形资产管理机构	(146)
第八节 宏观无形资产管理	(151)
第八章 无形资产经营学	(158)
第一节 无形资产经营的基本内容	(158)
第二节 无形资产经营的核心——人力资源	(159)
第三节 单位创建期间的无形资产资源配置	(164)
第四节 无形资产投资	(168)
第五节 无形资产交易	(175)

第六节	无形资产经营中的创造性思维	(184)
第七节	CI设计与无形资产	(188)
第八节	无形资产经营中的广告投资	(192)
第九节	无形资产经营国际化	(197)
第十节	单位清算期间的无形资产处置	(201)
第九章	无形资产财务会计学	(206)
第一节	无形资产会计原则	(206)
第二节	无形资产核算基本内容	(210)
第三节	无形资产账簿设置	(218)
第四节	无形资产财务报表编制	(223)
第五节	无形资产主要财务指标	(230)
第六节	会计改革的趋势：无形资产的成本核算	(234)
第十章	无形资产统计学	(240)
第一节	无形资产统计指标的设置及设置原则	(240)
第二节	无形资产总体状况指标	(241)
第三节	专利权统计指标	(245)
第四节	商标权统计指标	(249)
第五节	版权统计指标	(253)
第六节	无形资产各要素之间联系统计指标	(254)
第七节	无形资产与人力资源之间联系统计指标	(256)
第十一章	无形资产审计学	(259)
第一节	无形资产审计的重要意义	(259)
第二节	无形资产审计原则	(262)
第三节	无形资产审计基本内容	(263)
第四节	专利权审计	(270)
第五节	商标权审计	(272)

第六节 技术秘密与其他无形资产审计	(275)
第七节 无形资产审计特点	(276)
第十二章 无形资产评估学	(279)
第一节 无形资产评估的重要性	(279)
第二节 无形资产评估的种类	(280)
第三节 无形资产评估应考虑的主要因素	(282)
第四节 无形资产评估的基本方法	(285)
第五节 主要无形资产要素评估	(289)
第六节 无形资产评估的特征	(293)
第七节 中国无形资产评估的难点与对策	(294)
第十三章 无形资产与金融	(298)
第一节 无形资产融资与无形资产投资基金	(298)
第二节 无形资产质押	(302)
第三节 无形资产保险	(310)
第十四章 无形资产法学	(316)
第一节 专利法规	(316)
第二节 商标法规	(326)
第三节 著作权法规	(341)
第四节 无形资产法律面临的新课题	(351)
第十五章 无形资产战略	(358)
第一节 无形资产战略的基本内容	(358)
第二节 无形资产战略的重要意义	(360)
第三节 无形资产战略的原则	(361)
后 记	(364)