

现代企业生存发展的第四种资源

神奇的财富

社会的热点
认知的盲点
推介的重点

无形资产

(无形资产学导论)

蔡吉祥 著

海天出版社



中财 B0091241

神奇的财富

无形资产

(无形资产学导论)

蔡吉祥 著

CDL7/28

中央财经大学图书馆

登录号

153311

分类号

F123.17/28

海天出版社

责任编辑：宋 城

封面设计：木 土

责任技编：卢志贵

书 名 神奇的财富：无形资产
(无形资产学导论)

著(编)者 蔡吉祥

出版者 海天出版社

地址 深圳市彩田路南海天综合大厦

邮编 518026

发 行 者 新华书店天津发行所

印 刷 者 肇庆新华印刷厂印刷

开 本 850mm×1168mm 1/32

印 张 16.25

字 数 380 (千)

版 次 1996 年 3 月第 1 版

印 次 1996 年 9 月第 2 次

印 数 8000 - 13000 册

I S B N 7 - 80615 - 361 - 6/F·45

定 价 29.80 元

序

今天，无形资产这种以知识形态存在的特殊资源日益受到我国各界的注重。而 10 余年前，由于各种原因，我们还视它为资本主义产物加以排斥。本书作者蔡吉祥却在 1984 年勇敢地冲破禁锢，根据他在工作中的实践，从经济体制、科技体制改革的角度，指出了中国否定忽视无形资产的弊端，提出了中国企业的资产应包括无形资产的建议，并就无形资产的管理与核算提出设想方案。1985 年在天津市体改办等 10 个单位联合发起的天津市中青年经济体制改革首次研讨会上，他以《无形资产初探》为题的论文，公开了有关无形资产的建议，受到政府和新闻媒介的重视。中国新华社记者马魁君于 1985 年 5 月开始分别在《国内动态清样》和《经济参考报》上报道了他的无形资产建议和研究成果。《天津日报》摘要发表了他的无形资产论文观点。《工业会计》和《会计研究》杂志发表了《对我国无形资产及核算的探讨》的论文。

而后，他又根据我国的经济现实对无形资产这种特殊资源进行了深入广泛系统的探讨与研究：1986 年在天津市审计学会年会上，他提出了新中国成立以来第一篇无形资产审计论文——《无形资产审计刍议》；1987 年针对我国旅游饭店盲目采用外国名称的问题，从无形资产角度大胆提出，盲目采用外国名称，会给中国旅游业的发展带来不良影响和给国家造成损失（此建议后来新华社予以报道）；1987 年根据我国技术引进中忽视无形资产的倾向，提出了注重无形资产

引进的建议（此建议新华社在《经济参考报》上报道）；1988年在党的十一届三中全会10周年之际，又提出“建立有中国特色的专利权核算体系”的建议方案，获天津市优秀论文三等奖（新华社在《国内动态清样》和《经济参考》予以报道）；1989年在天津市“无形资产评估”软科学课题组承担《无形资产评估》的课题研究，为主要撰稿人，就中国开展无形资产评估提出有价值的建议方案；1995年又提出了“建立无形资产科学体系”的观点；对建立“无形资产学”的综合科学进行了有益的探索和尝试，初步设计了无形资产学的构成内容；同年8月20日，中国新华社记者马魁君在《国内动态清样》报道了他“建立无形资产保护网”的建议，8月25日《经济参考报》公开向国内外报道了他的这一建议。

本书作者的有关各种无形资产建议方案和研究成果，不仅仅是理论上的突破，更是其实践中调查研究的成果。这些方案的提出，注重经济实践中的可操作性，对于增强企业的经济实力，提高中国企业的国际竞争中的竞争能力和技巧，振兴民族经济，减少国有资产的流失有着重大的现实意义。经过实践和时间的验证，作者对国家提出的有关无形资产的建议和论点是有经济价值和科学价值的。

本书作者研究无形资产的另一特色，就是在当前无形资产受到有关部门重视，一些人把其作为热门时髦话题时，不去追风赶浪，而是针对无形资产的某些热潮冷静地思考，用科学发展的观点对无形资产这一特殊资源从经济、科技及法律的角度作综合全面的分析，对国内掀起的商誉评估热问题，对知识产权是否为无形资产的问题，都提出自己的独特见解。

展现在读者面前的，可以说是新中国成立以来第一本无

形资产综合专著。这本书内容广泛，大到国家宏观政策制定的建议，小到企业经营的管理与运作，无形资产的会计核算的改革方案设计，更细微的会计处理方法、帐簿报表的设置等均有涉猎。从这本书中可以看出 10 余年来，作者在中国无形资产领域执著追求、孜孜不倦探索、默默耕耘，其累累的研究成果、丰富的实践经验，以及扎实的理论功底，也是显而易见的。

相信这本书在唤醒我国无形资产意识方面有着积极的促进作用，对于企业界、经济界、科技界、法律界中的无形资产实践应用与理论研究有一定的指导作用。该书可以作为各类院校有关“无形资产”问题的教学参考书，也可作为各类管理人员学习无形资产基础知识的工具书。

世上没有一成不变的事物，无形资产也不例外，随着科技的进步，经济的发展，无形资产及其学说需要解决的问题还有很多。只有在实践中不断探索、总结，才能促进无形资产及其学说的发展和完善。

愿中国的企业能靠无形资产占领国际市场！

愿中国的无形资产学说在世界上处于领先地位！

是为序

天津财经学院会计学博士生导师、教授

天津现代无形资产研究所所长

于玉林

1995 年 12 月于天津

前言 醒醒，中国的无形资产意识！

美国“可口可乐”公司的老板夸下海口，哪怕公司一夜间被大火烧为灰烬，第二天各大银行就会主动上门来向公司贷款，因为该公司还拥有价值几百亿美元的无形资产依然存在，丝毫无损。

美国著名饮料“可口可乐”百年畅销不衰，稳坐世界饮料市场霸主之位。其秘密武器是什么？该公司之所以能稳操胜券，就在于其手中有三项强大的无形资产：(1)价值 360 亿美元的“可口可乐”商标权；(2)价值 550 万美元的包装瓶外观设计专利权；(3)“可口可乐”饮料的配方（技术秘密）。无形资产是现代企业生存必不可少的经济资源，其作用、价值远远超过有形资产。自然灾害可以毁损有形资产，但对无形资产却无可奈何。

世界上著名的大企业无不靠优越的无形资产装备自己。他们拥有价值几十亿甚至几百亿元的无形资产，靠它去占领市场，取得巨额利润，而且逐年呈几何增长。请看：

“万宝路”香烟商标权价值 330 亿美元；

“柯达”商标权价值 120 亿美元；

“雀巢”咖啡商标权价值 100 亿美元；

“微软”商标权价值 100 亿美元；

“麦当劳”餐厅服务商标价值 30 亿美元；

就连香港一家专卖汤类的店铺名称“阿二靚汤”四个字，价值也在 200 万港币之上。

现代企业为开发无形资产不惜投入巨资。当今世界上大的跨国集团，每年都要拿出相当其营业额的 10% 左右的资金用于无形资产这类智力资源的开发。美国一家石油公司为设计一个商标，聘请了经济学家、心理学家、社会学家、语言学家、商品学家，用了六年时间，研究了世界上 55 个国家的语言和风俗习惯，最后从一万多个商标中认定了“埃克森”（EXXON）这个商标，既响亮、独特，且在世界各地不会产生歧义。为设计这个商标总计耗资 1.22 亿美元。

由于我国实行计划经济，长期对无形资产持否定态度。1985 年本人冲破禁锢，勇敢地提出中国应重视无形资产，并发表了新中国第一篇系统论述无形资产的论著，至今已有十年。十年来随着中国改革开放的深入，市场经济的发展，对无形资产的态度经历了由否定到宏观承认，而微观难以认可；到最后微观认可这样一个曲折的过程。1989 年中国国营工业企业会计制度中也有了“无形资产”的一席之地。

无形资产逐渐被我国各级政府及科技界、经济界、企业界认可。1994 年深圳市人民政府率先发布了中国第一个无形资产评估法规《深圳经济特区无形资产评估管理办法》；青岛啤酒厂的“青岛啤酒”商标权评估价值为 2.09 亿元人民币；深圳三九企业集团的“999”系列商标评估价值为 7.39 亿元人民币，其中“三九胃泰”商标权为 2.13 亿元人民币；1993 年在深圳成立了我国第一家专门的无形资产评估机构；1994 年在天津经济技术开发区诞生了中国第一家集无形资产咨询服务、策划、培训、研究为一体的无形资产综合服务机构；1995 年我国首家无形资产研究所在天津成立。这些事实表明中国在无形资产领域拓展方面走出了艰难而又可喜的一步。

但我们应看到中国绝大部分企业无形资产意识淡漠，处

于朦胧状态。中国几十万家企业，能在资产帐上反映无形资产价值的凤毛麟角，更不要说有几个企业拥有价值几十亿甚至几百亿的无形资产。中国企业的无形资产管理现状实在令人担忧！

有的企业没有把无形资产当作企业的资产，误认为分文不值。中国经济界惊呼警惕国有资产流失，但注意力主要集中在有形资产上，实际上国有无形资产流失更加严重。仅从在深圳、上海两地的上市公司来看，这些各省市企业的佼佼者，管理水平高，技术先进，国内外知名度高，而在企业的“资产负债表”上“无形资产”一栏多数企业为空白，少数有数字的企业也多为“场地使用权”，而真正在企业中发挥作用、创造效益的专利权、商标权及技术秘密等则少得可怜；

中国大部分企业的专利权、商标权及技术秘密等无形资产长期飘在帐外，不表现其价值，也无有切实可行的管理办法和保护措施。出现了诸如在对外合资、合作中只承认外国的无形资产将其作价折股，而不承认中国企业的无形资产，被大量无偿使用；商标被仿冒，技术被盗；自己辛辛苦苦创的商标不去注册取得权益，反而被别人抢先注册，为了保住已开拓的市场再向别人花巨资买回自己的商标或是另行注册新商标；

有的企业不懂知识产权法律，生产经营冒牌商标商品，以害人开始，害己告终；

有的企业引进无形资产不注重其特征，花费大量的外汇资金买入过期的专利，使国家和企业蒙受损失；

有的企业只顾眼前利益，引进生产线生产的冰箱、电视、汽车、复印机等不创自己的商标，而是拖着“洋尾巴”，造成商品只能在国内销售，不要说进军国际市场，在某种程

形资产理论及方法，但绝不能盲目抄袭，而应建立起一整套现代的、既符合国际惯例又有中国特色的无形资产理论及方法。

——创造无形资产意识。企业在生产经营过程中要注重不断创造开发自己的专利权、商标权、技术秘密等无形资产，还要挖掘在生产经营过程中已经形成的无形资产，并给予其充分的价值。

——珍惜无形资产意识。企业创造无形资产要付出艰苦的劳动和大量的资金。一项优良的无形资产形成需要几年甚至几十年的时间，所以要格外珍惜，精心培植。对内注重产品质量，加强管理；对外塑造优良的企业形象。宣传、推广无形资产要舍得投资，无形资产的投资收益是几十倍甚至上百倍的回报。无形资产的知名度越高，辐射面越广，价值就越大，增值率就越高。

——保护无形资产意识。一项优良的无形资产使企业在竞争中处于有利地位，带来巨额利润。但另一方面也会使不法经营者对其垂涎三尺，采用卑劣手段仿冒。若不注意保护自己的无形资产，已经开拓的市场将被别人抢占，企业不但在经济上，而且在形象上将损失惨重。现在世界上许多名牌商品厂商，被仿冒所困扰。对无形资产的保护应是企业保护、社会保护、政府保护这样的三位一体保护体系。

希望中国企业不久的将来产生出价值百亿元的无形资产！

愿中国企业的无形资产走向世界！

形资产理论及方法，但绝不能盲目抄袭，而应建立起一整套现代的、既符合国际惯例又有中国特色的无形资产理论及方法。

——创造无形资产意识。企业在生产经营过程中要注重不断创造开发自己的专利权、商标权、技术秘密等无形资产，还要挖掘在生产经营过程中已经形成的无形资产，并给予其充分的价值。

——珍惜无形资产意识。企业创造无形资产要付出艰苦的劳动和大量的资金。一项优良的无形资产形成需要几年甚至几十年的时间，所以要格外珍惜，精心培植。对内注重产品质量，加强管理；对外塑造优良的企业形象。宣传、推广无形资产要舍得投资，无形资产的投资收益是几十倍甚至上百倍的回报。无形资产的知名度越高，辐射面越广，价值就越大，增值率就越高。

——保护无形资产意识。一项优良的无形资产使企业在竞争中处于有利地位，带来巨额利润。但另一方面也会使不法经营者对其垂涎三尺，采用卑劣手段仿冒。若不注意保护自己的无形资产，已经开拓的市场将被别人抢占，企业不但在经济上，而且在形象上将损失惨重。现在世界上许多名牌商品厂商，被仿冒所困扰。对无形资产的保护应是企业保护、社会保护、政府保护这样的三位一体保护体系。

希望中国企业不久的将来产生出价值百亿元的无形资产！

愿中国企业的无形资产走向世界！

目 录

前言	醒醒，中国的无形资产意识	1
第一章	无形资产的概念、组成要素	1
第一节	无形资产的概念	1
第二节	无形资产的组成要素	2
第三节	无形资产各要素之间的联系与区别	16
第二章	无形资产的性质、重要意义及分类	30
第一节	无形资产的性质	30
第二节	研讨无形资产的重要意义	36
第三节	无形资产的分	42
第三章	无形资产的特征	51
第一节	无形资产的无形性	51
第二节	无形资产的法律性	53
第三节	无形资产的独占性	58
第四节	无形资产交易的特殊性	59
第五节	无形资产的公开性、广泛性	63
第六节	无形资产的非标准性	64
第四章	无形资产的辩证观	66
第一节	微小与巨大	66
第二节	瞬间与长期	70
第三节	民族的与国际的	71
第四节	无形的与有形的	76
第五节	容易得到与容易失去	81
第六节	价值连城与分文不值	83
第五章	无形资产特殊问题专论	87

目 录

第一节	知识产权≠无形资产	87
第二节	走出误区——对中国“评估商誉热”的思考	93
第三节	土地使用权应从无形资产中分离出来	99
第六章	各行各业的无形资产	104
第一节	各行各业必不可少的无形资产——厂商名称	104
第二节	第一产业的无形资产	107
第三节	第二产业的无形资产	116
第四节	第三产业的无形资产	127
第五节	特殊类型企业的无形资产	145
第七章	中国现实无形资产若干问题的思考与建议	156
第一节	无形资产引进与投资	156
第二节	中国旅游饭店，叫响你自己的名字	161
第三节	未出国门身先死	168
第四节	“鸚鵡”变“蜻蜓”	171
第五节	CI设计与无形资产策划	174
第六节	无形资产领域呼唤科学	179
第七节	实施中国“无形资产工程”的构想	186
第八章	无形资产与企业经营管理	189
第一节	现代企业制度与无形资产	189
第二节	企业国际化经营与无形资产	192
第三节	专利权的管理	194
第四节	商标权的管理	206
第五节	技术秘密的管理	228
第六节	企业无形资产的管理机构	230
第九章	无形资产财务会计	238
第一节	无形资产会计原则	238

第二节	无形资产核算基本内容·····	242
第三节	无形资产研制和开发成本的核算·····	255
第四节	专利权的核算·····	269
第五节	商标权的核算·····	292
第六节	技术秘密及其他无形资产的核算·····	296
第七节	无形资产帐簿设置·····	300
第八节	无形资产财务报表的编制·····	310
第九节	无形资产的经济技术指标体系·····	319
第十章	无形资产的审计·····	332
第一节	无形资产审计的重要意义·····	332
第二节	无形资产审计的原则·····	335
第三节	无形资产审计的内容·····	337
第四节	专利权的审计·····	345
第五节	商标权的审计·····	348
第六节	技术秘密及其他无形资产的审计·····	351
第七节	无形资产审计的特点·····	352
第八节	无形资产审计人员应具备的素质·····	354
第十一章	无形资产的评估·····	356
第一节	中国的无形资产，被价值遗忘的角落·····	356
第二节	无形资产评估的重要性·····	358
第三节	无形资产评估应考虑的因素·····	360
第四节	无形资产评估的方法·····	363
第五节	无形资产评估的特征·····	369
第六节	中国评估无形资产的难点与对策·····	370
第十二章	无形资产相关的法律与国际惯例·····	374
第一节	专利法规与国际惯例·····	374
第二节	商标法规与国际惯例·····	387
第三节	版权法规与国际惯例·····	406

目 录

第十三章	无形资产的中介服务机构	418
第一节	专利及商标代理机构.....	418
第二节	无形资产评估机构.....	420
第三节	无形资产咨询机构.....	421
第十四章	无形资产的开发技巧	423
第一节	技术类无形资产的开发技巧.....	423
第二节	商标设计技巧.....	428
第十五章	无形资产应用繁衍技巧	444
第一节	专利应用技巧.....	444
第二节	商标权保护应用技巧.....	452
第三节	无形资产各要素联合应用技巧.....	464
第四节	无形资产国际化——经济技术竞争的大趋势	466
第十六章	附录	471
第一节	中国新华通讯社及有关单位对蔡吉祥无形 资产建议和成果的报道.....	471
第二节	蔡吉祥无形资产论文目录.....	485
第三节	无形资产拾零.....	487
代跋	建立无形资产的科学体系	490
后记	我的无形资产梦	496

第一章 无形资产的概念、组成要素

第一节 无形资产的概念

关于无形资产的概念，目前世界上尚无统一定义，各国众说不一。多用指定无形资产包括的内容，来说明无形资产的概念。

美国会计界认为：无形资产是非实物的经济资源，其价值是依据被授予的权益和其他将要得到的预期收益来确定的。然而，不把货币性资产（现金、应收款和投资）视为无形资产。一种特殊种类的递延费用可以作为无形资产，例如开办成本，装修成本，开业成本。（美国《会计手册》第23章）

日本会计界认为：无形固定资产是同有形固定资产相对立的概念，其定义不太明确。然而，作为一般会计惯例所承认的概念，无形资产可以说是具有下列三种属性的虚拟资产：(1)没有实体的资产；(2)有超过一般同行业企业的收益能力的资产价值；(3)有偿取得。（日本《新版会计大辞典》）

而新中国由于以前实行计划经济，对无形资产不予承认。1985年本人公开呼吁中国各界重视无形资产问题，在新中国第一篇无形资产论著中引用的概念为：无形资产是指不具有实物形态，但能为企业提供某种权利或各种特权的固定资产，故亦称无形固定资产。它不依存于企业的某一部分或特定的物件，而与继续经营的企业有关，并完全用于企业

的经营活动（上海人民出版社《会计辞典》）。

深圳市财政局编写的《经济特区会计改革与实务》一书中表述无形资产的概念为：无形资产又称无形固定资产，是相对有形资产而言，指得到法律承认和保护，不具有实物形态的，受益期在一年以上的权利的成本或估值，如专用技术、专利权、商标权、版权、场地使用权及其他特许权，还有如开办费、职工培训费等。

1992年11月份中国国务院批准发布的新中国第一部《企业会计准则》对无形资产的表述为：无形资产是指企业长期使用而没有实物形态的资产，包括专利权、非专利技术、商标权、著作权、土地使用权、商誉等。

经过近10年的深入探索、研究，本人以为区分有形还是无形资产，并非是否看得见摸得着，而是从其存在形态、性质、作用这些实质上去区分，比较确切的概念应为：

无形资产是无形固定资产的简称，是指不具有实物形态而以知识形态存在的重要经济资源，它是为企业的生产经营提供某种权利、特权或优势的固定资产。这种固定资产应用于企业中可创造巨大的收益。无形固定资产与有形固定资产一起构成了企业固定资产的总体。

第二节 无形资产的组成要素

由于对无形资产的概念认识不同，造成了对其组成内容的确认不同。一般认为无形资产应包括：专利权、商标权、著作权、技术秘密（亦称专有技术或非专利技术）、特许经营权、土地使用权、商誉等。

也有的把属于递延资产的开办费、装修费、职工培训费等项目列入了无形资产。如上所述，美国《会计手册》将开