

知识交易及管理研究

Zhishi Jiaoyi ji Guanli Yanjiu

陈 搏 著

Zhishi Jiaoyi ji Guanli Yanjiu

湖南大学出版社

知识交易及管理研究

陈 搏 著

湖南大学出版社

2009年·长沙

内 容 简 介

本书提出表示知识与接受者之间距离的知识转移距离概念,并为知识商品定价建立了一个分析模型;提出知识员工的工资主要是其知识价值的具体化;组织内的知识共享需要利用市场机制,还要建立以知识经纪人为节点的知识管理网络;深入分析组织之间的知识交易及定价,在此基础上提出了社会知识管理的基本模型。

图书在版编目(CIP)数据

知识交易及管理研究/陈搏著.

—长沙:湖南大学出版社,2009.8

ISBN 978-7-81113-659-3

I. 知... II. 陈... III. 知识经济学—研究

IV. F062.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 139712 号

知识交易及管理研究

Zhishi Jiaoyi ji Guanli Yanjiu

作 者: 陈 搏 著

责任编辑: 王和君

特约编辑: 池志海

封面设计: 张 毅

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-88822559(发行部), 88821593(编辑室), 88821006(出版部)

传 真: 0731-88649312(发行部), 88822264(总编室)

电子邮箱: presswanghj@hnu.cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装: 长沙利君谦印刷厂

开本: 880×1230 32 开 印张: 9

字数: 226 千

版次: 2009 年 8 月第 1 版 印次: 2009 年 8 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-81113-659-3/F·221

定价: 20.00 元

版权所有, 盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错, 请与发行部联系

序 言

知识经济时代，知识已经成为社会生产力和经济增长的第一推动力，并引发了价值创造和价值评价的革命性变迁。知识价值、知识创新、知识产品和知识交易等成为学术研究的重点和热点。正确认识知识的内在价值，推动知识共享和交易，激励知识创新，研究和开发适应市场需求的知识产品，这也是大多数企业在激烈的市场竞争中生存的基本要求。但是，如何评估知识的价值？如何给知识资源确定一个适当的交易价格以使知识得以充分地利用？这是目前理论界和实业界争议颇多的热点和难点问题。至今，国内外学者对知识交易及其管理的研究还没有形成一个统一的价值观基础，明确以知识价值理论为基础对知识交易及管理展开研究的成果更是少见。只有对知识的价值认知提高到一个新的高度，人类才能充分地利用知识和创新知识，因此，基于知识价值理论对知识的交易及管理展开研究，不仅对知识价值理论的发展和创新具有重要的意义，而且对企业的知识管理实践具有重要的指导意义。

陈搏博士师从于我国管理科学与系统工程领域著名学者王浣尘教授，在王浣尘教授精心指导下完成了博士学位论文的写作任务。这本《知识交易及管理研究》著作就是陈搏博士在其博士学位论文的基础上修改而成的。这本专著注重系统性、理论性和创新性，是社会学、经济学、管理学、认知心理学和博弈论等多学科综合研究的成果，是一部立意新颖、逻辑结构严谨和方法科学

的著作。主要体现在以下几个方面：

第一，锐意创新，角度独特。作者既认真地总结了已有的理论成果，又没有僵化地套用现有的理论，而是在坚持现有理论合理成分的基础上大胆地提出了自己独特的观点。主要有：首次提出表示知识与接受者之间距离的知识转移距离概念，并为知识商品定价建立了一个分析模型；提出知识员工的工资主要是其知识价值的具体化；组织内的知识共享不仅需要利用市场机制，而且还要建立以知识经纪人为节点的知识管理网络；深入分析组织之间的知识交易及定价，并在此基础上提出了社会知识管理的基本模型。

第二，结构严谨，逻辑性强。作者以知识的载体——个体、群体或组织为结合点把知识价值与知识管理结合起来分析，在知识价值理论的基础上主要分析了以下问题：组织内的员工是在什么样的价值判断下愿意分享（交易）知识；组织是在什么样的价值判断下愿意购买内部或外部人员的知识；组织与组织之间是在什么样的价值判断下愿意交易其知识。在理论分析的基础上对以上问题作出回答之后，又通过实证分析来验证了自己的观点。这本著作的整体结构安排就是沿着这条主线展开的。全书中知识定价分析模型的建立是一个承前启后的核心内容，既是知识价值理论分析的延伸和总结，又是后面对知识管理理论分析的基础和应用，这样的安排使全书的整体结构完美。

第三，方法科学，理论与实证相结合。作者综合运用了多种学科的知识，定性和定量相结合，演绎和归纳相结合，静态研究和动态研究相结合，问卷调查与案例研究相结合。采用博弈论和数学建模的方法对知识的价值和定价进行分析，取得了一系列的创造性理论成果。通过对南方基金管理公司和平安保险股份有限公司等公司的实地调研收集数据来印证其理论观点。通过对京东方并购韩国现代公司 TFT-LCD 事业部案例分析佐证了组织之间

知识交易定价模型的有效性和实用性。

本书是作者兼顾事业、家庭和学业三方面重担的努力下完成的，既包含了作者的智慧又凝结了作者的心血和汗水。全书无论是在理论架构的建立、内容的设计，还是在研究方法的选择上都有值得他人借鉴的成功之处。这些研究成果不仅是知识价值理论体系的重要组成部分，而且在企业知识管理实践中具有较高的指导意义。陈博士以这些研究成果为基础，在目前的博士后研究工作中对知识型企业并购问题展开了研究，并获得了国家博士后科学基金的资助，希望陈博士能够再接再厉，努力拼搏，取得更多更好的研究成果。

王苏生 教授 博导

2009年3月于深圳大学城

目 次

第1章 导 论

- 1.1 问题的提出/1
- 1.2 知识价值理论研究综述/3
- 1.3 隐性知识管理研究综述/20
- 1.4 本书研究工作的基本思路及拟定采用的研究方法/31
- 参考文献/35

第2章 知识与知识价值理论

- 2.1 知识概述/44
- 2.2 知识商品的使用价值/48
- 2.3 知识商品的交换价值/51
- 2.4 知识商品的价值/52
- 2.5 知识商品的多重使用价值和价值/56
- 2.6 简单劳动力的价值与知识的价值/58
- 2.7 本章小结/60
- 参考文献/60

第3章 知识商品价值的转换分配实现与测度

- 3.1 知识价值转换/63
- 3.2 知识价值分配/71
- 3.3 知识价值实现/74
- 3.4 知识价值测度/78
- 3.5 本章小结/84
- 参考文献/84

第4章 知识交易定价的分析模型

- 4.1 建立知识交易定价分析模型的基本框架/87
- 4.2 信任对知识交易及定价的影响/90
- 4.3 知识距离及其在知识转移中的作用/96
- 4.4 知识距离对知识交易及定价的影响/98
- 4.5 知识距离的信息表达定义与计算/102
- 4.6 知识交易的定价分析模型/105
- 4.7 本章小结/114
- 参考文献/114

第5章 个人与组织之间知识交易机制及实例分析

- 5.1 个人与组织交易知识的结果——知识决定工资/117
- 5.2 组织购买员工知识的决策过程/122
- 5.3 组织购买决策中识别知识的博弈模型分析/126
- 5.4 知识识别博弈模型的实例分析/130
- 5.5 知识员工知识的初次定价分析/133
- 5.6 知识员工知识的初次定价举例/135
- 5.7 本章小结/138
- 参考文献/139

第6章 组织内部员工知识交易机制及其实例分析

- 6.1 组织内部知识员工之间交易知识的前提——竞争/140
- 6.2 组织内部员工知识交易的市场/143
- 6.3 组织内部知识市场存在的原因/145
- 6.4 组织内部知识交易条件的博弈模型分析/146
- 6.5 组织内部持续进行知识交易的一般条件/155
- 6.6 组织内部知识交易博弈模型的实例分析/157
- 6.7 组织内部知识交易意愿和知识经纪人设想的问卷调查分析/160

6.8 本章小结/163

参考文献/164

第7章 基于组织内部知识交易机制的知识管理模型

7.1 组织内部知识市场的约束机制和交易原则/166

7.2 组织知识管理的动因及实施瓶颈/172

7.3 知识管理系统是一种难度自增值系统且
需要贯彻旋进原则/176

7.4 组织知识管理实施瓶颈的破解者——知识经纪人/179

7.5 基于知识经纪人的知识管理模型选择/182

7.6 本章小结/187

参考文献/188

第8章 组织间知识交易方式及交易定价机制

8.1 基于知识隐性程度的知识交易方式的选择路径/190

8.2 专利许可交易方式下的知识定价机制/198

8.3 知识联盟交易方式下的知识定价机制/204

8.4 知识并购交易方式下的知识定价机制/208

8.5 组织知识定价中信任关系和知识距离的
评价与测度/213

8.6 本章小结/216

参考文献/216

第9章 基于组织间知识交易机制的社会知识管理模型

9.1 以组织知识管理为基础的社会知识管理/219

9.2 社会知识管理的必要性及其研究动态/223

9.3 SKM 的目的——促进组织间知识交易形成
国家知识优势/225

9.4 组织间知识交易的中心——大学/228

9.5 以大学为网络节点的 SKM 模型/229

9.6 OKM 与 SKM 的融合/233

9.7 本章小结/235

参考文献/235

第 10 章 组织间知识并购定价的案例分析

10.1 京东方并购韩国现代公司 TFT-LCD 事业部
案例选择/238

10.2 主并方——京东方科技集团有限公司的基本情况/239

10.3 目标公司——韩国现代半导体株式会社的基本情况/241

10.4 并购的内容及其影响/242

10.5 知识并购交易对象的价值评估/244

10.6 TFT-LCD 技术知识并购的定价分析/252

10.7 本章小结/256

参考文献/256

第 11 章 总结与展望

11.1 本书分析的主要内容和结论/258

11.2 本书的主要创新点/262

11.3 知识价值和知识定价及知识管理等
方面研究的展望/264

参考文献/265

附录 1

附录 2

后 记

第 1 章 导 论

1.1 问题的提出

知识管理从 20 世纪 30 年代开始萌芽,那时候人们已经在组织学习曲线应用方面做了大量的研究。60 年代,迈克尔·波兰尼(Michael Polanyi)讨论了隐性知识和显性知识的区别。70 年代,计算机专家和认知科学家开创了人工智能方面的研究,希望能把人类的知识固化到机器内,以使知识发挥更大的作用。80 年代末,企业精简中层管理人员引发的知识流失危机和 IT 技术的发展共同掀起了知识管理研究的热潮。90 年代,学者们对知识管理的深化研究产生了一大批的研究成果,如野中郁次郎(Ikujiro Nonaka)和竹内广隆(Hirotaka Takeuchi)合著的《创造知识的公司》、汤姆·斯蒂沃特(Tom Stewart)所著的《智力资本》、彼得·圣吉(Peter Senge)所著的《第五项修炼》、马克斯·H. 博伊索特(Max H. Boisot)所著的《知识资产——在信息经济中赢得竞争优势》等。

野中郁次郎(Ikujiro Nonaka)认为“知识管理领域里的研究大致可以分成两类。一类是对知识价值的评估,通过对企业脑力或智力资本的评估,使我们理解企业实物资本价值与其市场估价之间存在的差值;另一类是对知识创新的管理,就是通过吸取组织内部个体的知识或技能,以此提高整个组织知识技能发掘的效率”^[1]。简单而言,就是分为知识价值的研究和知识内容、形式和

转换的研究。在知识创新、共享和转移等的过程中,如何对知识持有者提供适当的激励以推动这些过程的完成?回答这个问题就要考虑在激励条件下所创新和共享的知识价值几何的问题,这就对知识价值与知识内容、形式管理的结合研究提出了要求。一直以来,把两者结合起来研究的文献并不多见,本书试图对此展开研究。而要对此进行研究,首先得找到两者的结合点。基于知识价值的社会属性和隐性知识对载体的依附性,因此本书选择的结合点就是知识的载体——个体、群体或组织。

本书主要在知识价值理论的基础上分析以下三大问题:(1)组织内的个体是在什么样的价值判断条件下愿意分享(交易)其知识;(2)组织在什么样的价值判断下愿意购买内部或外部人员的知识;(3)组织与组织之间在什么样的价值判断下愿意分享(交易)其知识。为了全面地分析以上三大问题,本书在以下几个方面做了创新性的发展:(1)在分析知识商品存在与一般商品不同属性的基础上,淡化传统价值理论对商品价值的绝对性分析,强调知识商品价值的相对性,也就是说知识的价值相对于不同的买方具有不同的价值,并在定义知识距离的基础上建立了知识定价的决策模型,这是贯穿全书的主要思想;(2)把知识员工所拥有的知识价值与其简单劳动力价值分开来分析,强调知识员工的工资主要体现的是知识的价值,知识员工是将其知识卖给了组织,而组织确定知识员工的工资实际上是对知识的定价;(3)正视组织内部知识分布不均匀的现象,分析了组织内部知识共享的利益机制,强调知识共享需要从知识交易的角度来重新审视,对组织内部建立知识市场的必要性和可行性进行了分析,并提出以知识经纪人为网络节点的知识管理模型;(4)对组织间的专利交易、知识联盟交易和知识并购交易进行了系统性分析,对组织间的这些知识交易如何定价做了开拓性的研究,并从知识交易的角度提出了社会知识管理的模型。

1.2 知识价值理论研究综述

美国学者约翰·奈斯比特在《大趋势》一书中,首次提出的“知识价值论”即“在信息经济社会里,价值的增长不是通过劳动,而是通过知识实现的。劳动价值论诞生于工业经济初期,必须被新的知识价值论所取代”^[2]引起了学术界的广泛关注。随着经合组织提出“知识经济”概念之后,中外经济学术界展开了对“知识价值”问题的研究和讨论,学者们就这一问题提出了许多新的观点、新的理论。从现有的文献来看,国内的经济理论界偏重于对知识价值源泉的探讨,更多的是围绕劳动价值理论与知识价值理论的关系问题展开的辩论;而国外的学者则偏重于对知识价值的测度分析、对知识为组织绩效做出贡献大小的量化分析。

1.2.1 知识的价值与知识产品的价值

人类对知识价值的认识比较早,中国古代就有圣贤提出了关于“学而后知,知而后行,行而后果”的阐明知识作用的至理名言,16~17世纪之交英国著名哲学家弗朗西斯·培根关于“知识就是力量”的格言,中国改革开放的总设计师——邓小平同志关于“科学技术是第一生产力”的著名论断,这些都充分表达了人们对知识价值的高度认知。知识产品的价值却只是在商品经济中而且还是在现代发达的市场经济中才出现的。随着专利技术、软件和各种咨询服务等知识产品在我们身边的不断涌现,对知识产品价值的认识也在进一步地深化。知识的范畴要比知识产品的范畴大得多,但在价值存在的问题上,二者基本上是一致的。知识价值就是知识的经济价值,只有商品化的知识才具有价值。^[3]按照劳动产品转化为商品的条件,知识产品要成为商品(使用价值和价值的统一体)也必须满足三个条件:(1)必须是劳动产品;(2)必须具有社会的使用价值;(3)必须用于交换。因此从商品价值的角度来看,知

识的价值与知识产品的价值应该是同一意义上的,艾德文就认为“知识价值指的是知识产品的价值,即知识生产中所凝结的人的劳动”^[4]。

知识的载体有两种形式即人和物,以人为载体的知识又包括以个人为载体的知识和以人群为载体的知识。人们的注意力往往集中在以物为载体的知识,因此将知识产品定义为“以知识为基础的,主要依靠人的脑力劳动生产出来的,可供人们使用的知识存在的形态”^[5]。蒋兴红等认为“知识产品,是指人类在改造自然和社会的实践活动中,为满足社会的需要,通过付出脑力劳动,依靠知识、信息、智力等要素进行创造性活动的结果,以及以一定形式表现出来的一种自然科学、社会科学的成就。如企业商誉、商标、专利、版权、计算机软件及商业秘密等”^[6]。

南振兴将知识产品范畴定义为“人类大脑创造性思维认知脑外物质表达状态下的具有知识产权的知识。这种物质表达既可以是书稿、光盘、实物等,也可以是即逝的声响语言和行为语言等。因此,知识产品与内存于人类大脑尚未以物质表达的知识不同,前者属物质范畴,后者属人类精神;前者作为一种稀缺资源,存在生产、分配、流通和消费等经济学问题,具有经济学意义,而后者不具有经济学意义”^[7]。南振兴认为有两种知识没有经济学意义,也就是说不存在价值问题,一种是存在于人的大脑里,没有用行为语言或声符表达出来的知识;另一种是前人贡献的已经众所周知或者说不受知识产权保护的知识。

如果从知识产权的角度来定义知识产品,那么隐藏在个人大脑或群体大脑内类似 Know-How 之类的知识就没有价值,尽管这类知识显然具有使用价值。对这类知识的保护无法用法律来实施,而只能依靠知识的载体——个人或团队的自我控制。当然,换个角度来看,对知识所有者而言,这也是拥有产权的,只不过不是法律形式上的。事实上,这类知识经常用于交换,但必须以行为语

言或声符表达出来,如体育教练要用示范动作和语言来表达他的知识以便将知识出售给运动员,律师要用他的语言为原告或被告辩护来出售知识。可见,这类知识也是用于交换的劳动产品,并且具有使用价值,因此也应该具有价值。邹东涛就认为“知识的价值,说到底就是知识分子的价值,因为,知识分子是知识的创造者、供给者和人格化代表”^[8]。以个人大脑为载体的这类知识的价值可能会与简单劳动力价值混在一起,而以群体大脑为载体的知识(如乐队、群口相声和技术开发团队等)的价值与简单劳动力价值之间有明显的区别,这些区别我们将在后面的章节中进一步分析。

张少杰等认为“知识商品是用于交换的知识劳动的结果,是人们在生产、生活实践中经过人类的脑力劳动和体力劳动的加工转化的,既具有使用价值又具有交换价值的知识劳动产品和知识性劳动服务,即知识商品包括作为商品的知识 and 知识性劳动”^[9]。这一观点把以人为载体的知识商品和以物为载体的知识商品都包含进去了,因此也是比较全面的观点。

知识的价值在本书中就是指知识商品的价值,这里的知识商品包括以人为载体的知识商品和以物为载体的知识商品,它们都是人类知识性和智力性劳动的结果。在商品交换中,知识与其载体是一起用于交换的,但是一般情况下,载体的价值占整个交换价值的比例较小,本书认为相对于知识的价值,载体的价值可以忽略不计,以便于分析。

1.2.2 知识价值论与劳动价值论的关系

知识价值论与劳动价值论的关系不外乎三种,即否定论、取代论和发展论。“否定论认为知识价值论是资产阶级庸俗价值理论的现代变种,它不可能取代劳动价值理论,将知识和劳动对立起来,用知识价值论代替劳动价值论是行不通的;取代论认为,劳动价值论是工业经济时代的价值理论,价值的增值是通过劳动实现的,知识价值论是知识经济时代的价值论,价值的增值是通过知识

实现的;发展论认为,知识价值论是劳动价值论的发展,知识价值论并不违背劳动价值论”^[10]。刘玉珂等人(2000)在《知识价值论观点述评》一文中已经对取代论和发展论做了全面的总结^[11]。否定论的支持者并不多,毕竟知识价值的作用已经日益突显,重视并支持对知识价值的研究是必要的也是必需的。知识是人类脑力劳动的结果,用知识替代劳动作为价值的来源也是行不通的,人类的活劳动是知识商品和其他商品价值的源泉,这是不可否定的。从工业经济时代过渡到知识经济时代,人类的活劳动从以体力劳动为主过渡到以脑力劳动为主,但劳动的本质没有变化,在劳动的过程中同样要消耗人的能量和时间。由此可见发展论更切合实际,从而更具有说服力。知识和其他商品一样都是人类劳动的产品,知识可以依附人也可以脱离人而存在并成为生产要素之一。劳动价值论解决的是商品价值的决定问题和源泉问题。与其他商品一样,人类的具体劳动创造知识的使用价值,抽象劳动创造知识的价值。“明白劳动是创造一切商品价值的终极源泉,没有人的劳动,其他经济要素都不可能自发地对商品生产价值产生影响,这个基本原理在现今还未过时”^[12]。

综合以上观点,作者认为知识价值论应该是在劳动价值论的基础上展开对知识价值的决定、转换、分配和实现等问题进行研究的理论。劳动价值论不管是对知识商品还是一般商品的价值判断都是成立的,只不过由于知识商品的特殊性,需要从全新的角度对其进行分析,如何运用劳动价值理论来分析知识商品,这就是我们面临的新问题。

1.2.3 知识价值理论

知识价值理论是对知识价值的决定、转换、分配和实现等问题展开研究的理论,相应地,知识价值理论应包括知识价值决定(创造)论、知识价值转换论、知识价值分配论、知识价值实现论和知识价值的计量模型。

1.2.3.1 知识价值决定论

知识是人类劳动的结果,按照劳动价值理论,知识的价值应该由生产知识的社会必要劳动时间来决定。什么是社会必要劳动时间?马克思指出“社会必要劳动时间是在现有的社会正常的生产条件下,在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间”。社会必要劳动时间是以社会化生产为条件的,也就是有相当多的劳动者在生产相同或相似使用价值的商品。但是知识,特别是创新型的知识只能是单一生产的,如果是重复生产就没有创新上的意义了。而以个别劳动时间来决定知识商品的价值又不能满足市场竞争的要求。那么该如何确定知识商品的价值呢?马庆泉认为:创造知识产品的劳动,其价值贡献不以其中直接耗费的一般人类劳动来衡量,而是等于该知识产品在社会生产过程中直接或间接的应用所能够解放的社会劳动量,即该知识产品在其所应用的一切企业、一切生产部门中所节约的社会必要劳动量的总和;在其价值实现形式上,等于由于该知识产品的应用,因而使得这些企业和生产部门所获得的超额利润总额。^[13]但是李定中认为:这样确定就把知识产品的使用价值当作了它的价值,因而不妥当的。^[14]李定中认为:知识发挥的代替或节省社会必要劳动的功能是知识商品的使用价值,这与马克思对机器的使用价值所下的定义是一样的。知识商品的使用价值要远远大于其价值,而知识商品的价值应该还是从生产知识产品本身所耗费的劳动量去评估。这个劳动量既包括创造知识的劳动者本人所耗费的劳动时间,也包括其他人在试图创造该知识时没有成功但已经耗费的时间,还包括前人创造的而创新者必须掌握的基础知识的价值。徐颖和张少杰也认为知识商品的价值应包括失败劳动的凝结。^[15]刘诗白认为:创造知识价值的劳动只包括直接生产者的劳动和原知的有偿部分中体现的劳动,而那些在量和比重上往往更大的、被使用的原知的无偿部分所包括的劳动在新知使用价值