

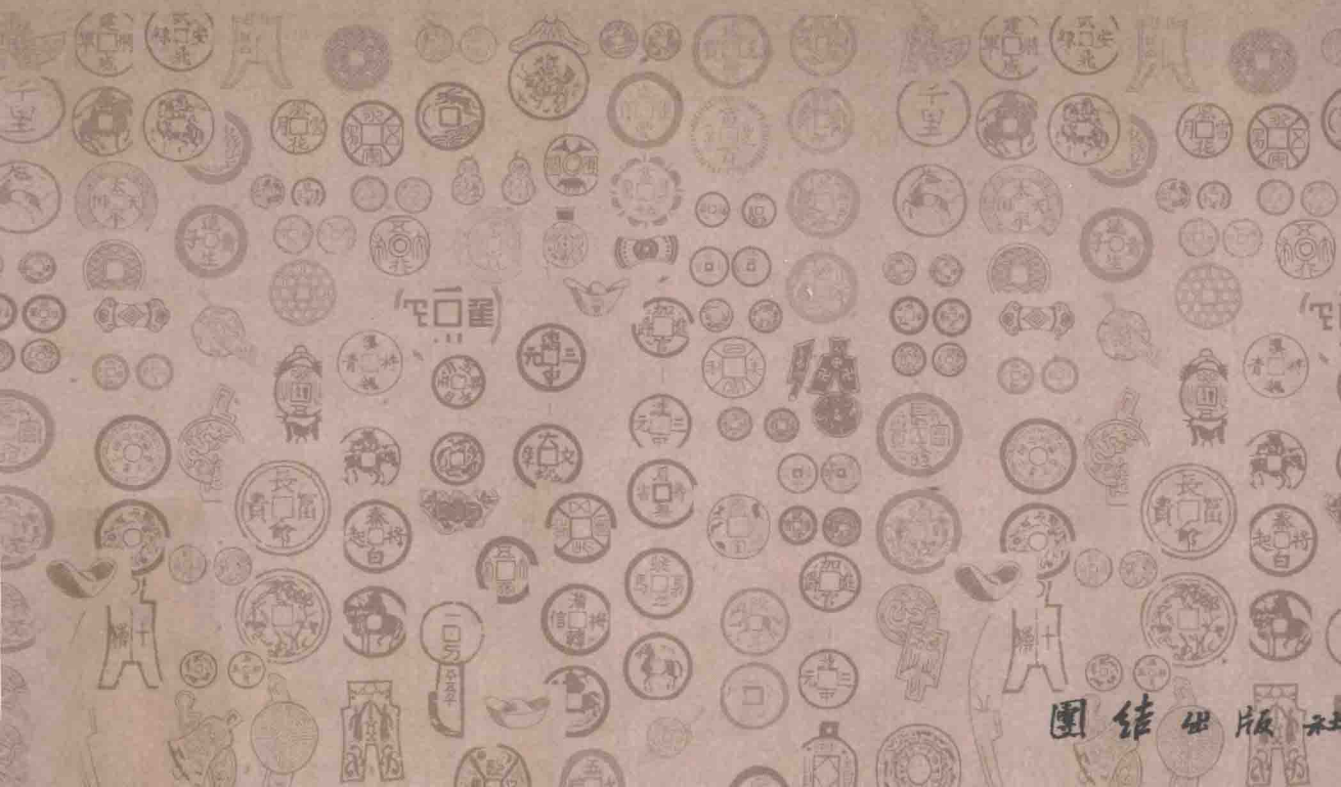
工业文明已是亢龙有悔，智慧文明时代已经来临。看智本运营如何使精神变成物质，让所有劳动者都富起来——  
每个人的大脑都是智慧的生产车间  
每个人的名字都是自己的品牌  
每个人都可以创造出知识产权这种无形资产  
每个人都是自己的公司  
每个人都可以运用智慧驾驭资本而成为智本家

相晓冬 ○ 著



# 智本论

精神生产方式批判



团结出版社

工业文明已是亢龙有悔，智慧文明时代已经来临。看智本运营如何使精神变成物质，让所有劳动者都富起来——  
每个人的大脑都是智慧的生产车间  
每个人的名字都是自己的品牌  
每个人都可以创造出知识产权这种无形资产  
每个人都是自己的公司  
每个人都可以运用智慧驾驭资本而成为智本家

相晓冬 ○ 著



# 智本论

· 精神生产方式批判



团结出版社

图书在版编目(CIP)数据

智本论 / 相晓冬著. —北京: 团结出版社, 2010. 5

ISBN 978 - 7 - 5126 - 0048 - 5

I. 智… II. 相… III. 脑力劳动 - 研究 IV. F014. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 063497 号

## 智本论

---

出版: 团结出版社

(北京市东城区东皇城根南街 84 号 邮编: 100006)

电话: (010)65228880 65244790

网址: www. tjpress. com

E - mail: 65244790@163. com

经销: 全国新华书店

印刷: 北京忠信诚胶印厂

---

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 24

字数: 410 千字

版次: 2010 年 5 月第 1 版

印次: 2010 年 5 月第 1 次印刷

---

书号: ISBN 978 - 7 - 5126 - 0048 - 5/F. /104

定价: 47. 80 元

(如果有印装差错, 请与本社联系)

# 目 录

导 言 迎接智慧文明时代 .....	1
一、读书的方法论——把脑力劳动变成自觉的精神生产 .....	1
二、智本运营理论——无形资产可以变成有形资产 .....	3
三、用智慧反控资本——只有精神生产方式才能根治金融危机 .....	6
四、精神可以变成物质——人类已经迎来智慧文明时代 .....	9
附：《智本论》解决的 21 个时代问题 .....	11

## 第一篇 哲学的革命

第一章 系统辩证法 .....	22
智慧的内核是思维，系统辩证法是所有人类智慧共同的思维方法，是智慧产生的系统程序，每个人脑都需要安装上这种智慧驱动系统，才能进行智慧的思考，以生产出认识世界改变世界的智慧，而系统辩证法的思维教育更要从娃娃抓起。	
一、系统思想起源 .....	22
二、哲学的系统观 .....	31
三、系统辩证法 .....	34
四、系统辩证法的基本范畴 .....	39
第二章 心物合一论 .....	47
意识也是一种物质，而信息是意识的传播形式，是传播着的意识，认识到这一点，人类才会发现信息是一种新型的生产资料，这种生产资料是取之不尽用之不竭不能被任何人所独占的，只要传播，它就是人类共同的精神财富，每个人都可以运用这种共有共享的生产资料从事个性化的精神生产。	
一、名实辩证法 .....	47
二、心物统一论 .....	50
三、心物合一，同归于理 .....	56

### 第三章 互动认识论 ..... 59

在信息社会，信息的传播和共享使得间接认识成为人类认识世界改变世界的普遍形式，这就要求人类相互尊重、重视并采集他人的认识成果，用以丰富自己的认识，从而以群体的互动的形式认识和改造世界，这使得脑力劳动的分工和协作变成现实。

- 一、注意力的主体和客体 ..... 59
- 二、注意力效应与群体认识 ..... 63
- 三、互动认识论 ..... 65
- 四、脑力劳动的分工和协作 ..... 70

## 第二篇 精神生产方式的构成

### 第一章 精神生产力 ..... 80

在脑力劳动的时代，人类的意识、思维、意志、美德和情感等精神力量已经成为一种崭新的生产力，但由于思维方式的落后，人类并没有普遍把自己的精神力量作为一种生产力来对待，从而使得整个社会的精神生产停留在懵懂的自发状态，这最终导致人类智力资源的巨大闲置和浪费，而精神生产力的提出则可以把自发质变为自觉。

### 第二章 精神生产力的要素 ..... 81

在精神生产力中，人脑本身成为精神生产的车间，电脑和互联网成为人脑的辅助工具，信息成为精神生产的资料，而各种思想、智慧、理论、创意、点子以及文学艺术等作品成为认识世界并反映世界的精神产品，人的精神力量在作用于信息的同时，也作用于客观世界，脑力劳动终于以精神生产的方式独立成业。

- 一、精神生产者——以知识分子为代表的脑力劳动者 ..... 81
- 二、生产工具——以人脑为主，以电脑和互联网为辅 ..... 85
- 三、生产资料——知识和信息宝库成为新的不能被独占的  
生产资料 ..... 90
- 四、劳动对象——自然、宇宙以及人类社会都是脑力劳动的对象，  
即人类认识和改造的对象。 ..... 91
- 五、劳动产品——各种认识、反映并能改变世界的精神产品 ..... 92
- 六、精神生产方式的社会条件 ..... 94

七、精神生产的社会分工 .....	97
<b>第三章 精神生产的生产关系 .....</b>	<b>102</b>
<p>在精神生产中，生产资料的所有制形式是信息和知识等精神资源的共有制，私有制因此而丧失用武之地，而人脑这种脑力劳动的器官则是人人都有的，脑力劳动者之间是相互独立又相互依赖的分工协作关系，其产品分配在个人生产的条件下遵从个人所有制，在分工协作的条件下则以个人品牌价值即身价为基础并受市场供需矛盾的调节。</p>	
一、生产资料的所有制——信息、知识等精神资源的共有制 .....	102
二、人们在精神生产中的地位和相互关系 .....	103
三、精神产品的分配方式 .....	105

## 第三篇 物质生产的价值实现

<b>第一章 营销的发展过程 .....</b>	<b>112</b>
<p>营销活动的本质是商品的价值实现，是生产者的个别劳动转化为社会劳动的过程，其作用是让商品到货币的“惊险一跳”变得有惊无险甚至是无惊无险，整个营销的发展史，就是商品生产向品牌生产的演进史，是体力劳动所主导的物质生产向脑力劳动所主导的精神生产过渡转移的历史。</p>	
一、分工、生产与交换 .....	112
二、商品交换发展成品牌营销 .....	115
<b>第二章 品牌营销理论 .....</b>	<b>119</b>
<p>品牌是名与实的辩证统一体，实存在于品牌主体自身，名存在于品牌受众的意识中。品牌是营销活动的产物，又是反过来促进营销活动的工具，它是脑力劳动所创造的价值由商品内部外溢的结果，一旦喷溅到生产者自己身上就开始闪烁起耀眼的光环，从而形成生产者自身的品牌，品牌价值即身价是脑力劳动为生产者创造的无形资产。</p>	
一、品牌的本质 .....	119
二、注意力效应、知名度和美誉度 .....	122
三、品牌传播 .....	124
四、品牌定位 .....	127

五、品牌精神 .....	130
六、品牌系统 .....	132
<b>第三章 品牌的维护</b> .....	<b>136</b>
品牌是一个植物一样的生命体，它植根于品牌主体自家的土壤并在其中吸取脑力劳动所创造的营养，品牌受众的群体意识通过众目睽睽向它射来或和煦或刺痛的阳光，品牌传播是它的呼吸作用、品牌增值是它的光合作用、进步发展是它的同化作用、腐朽衰败是它的异化作用，因此，园丁之道便是品牌之道。	
一、名和实的矛盾 .....	136
二、品牌主体和品牌受众之间的矛盾 .....	138
三、知名度和美誉度之间的矛盾 .....	139
四、子品牌和母品牌之间的矛盾 .....	141
五、竞争品牌之间的矛盾 .....	142
六、品牌受众和外部环境的矛盾 .....	144
七、品牌个性和品牌共性的矛盾 .....	145

## 第四篇 精神生产的价值实现

<b>第一章 注意力效应的运动</b> .....	<b>152</b>
注意力效应即名声效应是品牌的内核，注意力效应存在转移、放大和强化这三种基本的运动形式，而注意力效应的运动则又构成了品牌运动的内在驱动力，于是，知名度的扩大、美誉度的深化以及忠诚度的强化等整个品牌的运动、变化和发展都建立在注意力效应这三种基本运动形式的基础之上。	
一、注意力效应的转移 .....	152
二、注意力效应的放大 .....	153
三、注意力效应的强化 .....	155
<b>第二章 精神产品的价值实现</b> .....	<b>157</b>

    精神产品具有物质和意识的二重性，物质的属性使其成为物质商品，这可以让生产者得到利；而意识的属性又使其成为精神产品，并且由于它可以在知识产权制度的保护之下，通过无限复制而取得一对多的传播方式，从而为生产者创造注意力效应，实现生产者的品牌价值。因此，精神产品的价值实现方式必然是名利双收。

一、精神产品的二重性 .....	157
二、精神产品的使用价值和价值 .....	158
三、名利双收是精神生产的价值实现方式 .....	159
<b>第三章 几类精神产品 .....</b>	<b>162</b>

精神生产是纷繁复杂个性多样的，所有不同类别的精神产品在其价值实现的过程中尽管各有其不同，但他们都难逃一个最大的共性，那便是注意力效应的价值实现方式，因此，所有精神产品的营销活动都可以围绕着注意力效应的最大化而展开，但最终决定精神产品价值的还是社会自身的需要程度与该精神产品对这种需要的满足程度。

一、文章 .....	163
二、书 .....	165
三、音乐 .....	173
四、电影电视 .....	177
五、体育比赛 .....	181
六、艺术品 .....	185

## 第五篇 传媒业的价值实现（媒体运营论）

<b>第一章 媒体批判 .....</b>	<b>194</b>
-----------------------	------------

媒体不仅是信息社会的信息传播源，同时还是整个社会从事精神生产的前沿阵地，面向大众的传播功能使其成为注意力效应的放大器，成为精神生产实现价值的助推器，而媒体本身也将在这种新的社会分工中发展出发行和广告之外的其他盈利模式。

一、媒体的本质 .....	194
二、媒体与精神生产 .....	197
三、媒体与注意力效应 .....	199
四、发行和广告盈利模式 .....	201

<b>第二章 媒体的社会功能与盈利模式 .....</b>	<b>204</b>
-------------------------------	------------

在新的历史条件下，媒体应该在维持并加强旧的社会功能的基础上，用传播力强化整合力，以全球社会责任为价值导向，自觉践行精神生产方式，变被动的反映世

界为能动的改变世界，整合各种生产要素并反作用于整个社会生产和生活，并统率起社会大众促进脑力劳动的分工和协作，成为智慧文明时代的“智慧工厂”。

一、联系整个社会系统的中介 .....	204
二、物质生产的品牌传播工具 .....	206
三、精神产品的价值实现工具 .....	208
四、群体认识和改造世界的工具 .....	210

### 第三章 媒体的桎梏和突围..... 213

媒体的解放需要打破传统思想的桎梏，首当其冲的便是用认识论统驭传播学，将信息传播活动置身于人类认识世界改变世界的生产活动之中，同时将公信力自觉纳入到品牌的内涵之内，通过自由的负责任的传播活动赢得公众的信任。而在运营方式上，则要把受众纳入运营边界，以社会责任为导向，帮助每一个脑力劳动者以出名的方式完成价值实现。

一、用认识论统驭传播学 .....	213
二、将公信力纳入品牌内涵 .....	214
三、将受众纳入媒体运营边界 .....	218

## 第六篇 智慧产业的价值实现（智慧经济论）

### 第一章 认识智慧 ..... 226 |

智慧是人类最高级的脑力劳动所生产出来的精神产品，其价值在于能够推动事物的运动、变化和发展，实现人类对世界的认识和改造，促进人与人、人与自然的和谐统一。要迎接智慧文明时代，人类必须自觉掌握起智慧的生产规律，并诉诸整个教育事业的变革，即把灌输知识变为启迪思维。

一、知识和智慧 .....	226
二、智慧的生产 .....	228
三、智慧的教育 .....	230

### 第二章 策划业与智慧产业..... 233

策划在本质上是智慧的生产过程，即脑力劳动的创造过程，策划业的出现代表着人类有史以来最伟大的一次社会分工——体力劳动和脑力劳动的分离，一旦策划人自觉将自己转变为智慧的生产者并掌握智慧的价值实现方式，策划业也将告别以

客户依赖为特征的服务业，转身质变为智慧产业，成为精神生产方式的内核即智慧经济。

一、策划与智慧 .....	233
二、策划业标志着脑力劳动与体力劳动的分离 .....	236
三、策划与咨询 .....	238
四、策划业发展成智慧产业 .....	241
<b>第三章 智慧产业的价值实现 .....</b>	<b>244</b>
与所有的物质商品截然不同，智慧的价值实现直接表现为无形资产的形式，即知识产权和品牌价值，这些资产都可以再通过智本运营的方式实现增值并在与其它生产要素的组合中转化为有形资产，最终实现价值。此外，智慧还可以直接组合其它生产要素，并在其组合积聚的价值增值过程中同样以资产的形式实现价值。	
一、转变成知识产权 .....	244
二、创造品牌价值 .....	247
三、组合生产要素 .....	248

## 第七篇 系统价值论

<b>第一章 物质生产价值理论 .....</b>	<b>258</b>
私有制是人类社会进程中必然的自然历史过程，它使得物质生产过程变成了一个资本与劳动的对抗博弈过程，在这种矛盾中，劳动逐渐从体力劳动发展至脑力劳动，而随着先进技术和机器工具的使用，体力劳动凝结在物质商品之内的价值逐渐被排挤出来，而同时，脑力劳动创造的价值一部分附着残留在商品外部，一部分则喷射到品牌之中，形成品牌价值。脑力劳动一旦为自己创造出可以与资本相匹敌的资产，那么资本剥削体力劳动的旧的生产关系也便开始解体，取而代之的是资本与资产之间的关系——脑力劳动以创造资产参与生产的形式解放了自己。	
一、商品价值的矛盾——个别劳动与社会劳动 .....	258
二、价值、价格与市场机制 .....	259
三、使用价值、价值和利润 .....	262
四、私有制参与物质生产 .....	266
五、资本的泛化与劳动的资本化 .....	269

## 第二章 系统增值理论 ..... 271

随着体力劳动遭到日益加剧的排挤，物质生产过程也就发生了一个质变，即从资本奴役体力劳动的形式演变为要素与要素之间、资产与资产之间的组合积聚过程，但僵死的物与物是不能自己完成组合的，而这种组合的力量来源恰恰正是脑力劳动，这样，系统价值理论便产生了，即物质生产的价值增值源于各类生产要素的组合积聚所产生的系统效应，而这种系统增值的源泉正是物质生产部门那些以技术、管理和营销等形式存在的群体的脑力劳动。

- 一、物质生产方式的系统增值 ..... 271
- 二、生产方式的系统效应 ..... 274
- 三、生产要素之间的分配 ..... 276
- 四、剥削的现象和本质 ..... 278

## 第三章 智慧价值理论 ..... 283

在精神生产方式中，由于信息这种生产资料不可被独占的特性，私有制因此而丧失用武之地，生产过程直接表现为脑力劳动对信息的加工处理过程，精神产品直接表现为脑力劳动自己的创造物，因此其蕴含的价值是脑力劳动独立创造完成的，是纯粹的人类智慧凝结而成的价值结晶体。

# 第八篇 市场经济论

## 第一章 商品经济与市场经济 ..... 294

市场经济是商品经济发展的高级形式，在这种发展的过程中，整个社会生产被切割成各行各业，并在其外部以产业链和价值链的形式相互联系，同时，所有的资源都被分工和交换粉碎成各种形式的生产要素，形成庞大的要素市场，商品交换跨越了各个民族和国家的疆界，并把它们相互联系并最终以全球经济一体化的形式展示出来。

- 一、工商业的统一和价值链的形成 ..... 294
- 二、生产要素的泛化和要素市场的出现 ..... 296
- 三、市场经济的全球扩张 ..... 299

## 第二章 品牌与产业链 ..... 302

体力劳动所主导的商品生产发展成为脑力劳动所主导的品牌生产，品牌再从商

品外部反作用于商品自身。在价值形态上看，品牌内部凝结着群体的脑力劳动所创造的价值；而从生产过程来看，品牌生产的车间内则呈现出产业链整合的景象。所有的产业链整合，都必须运用起品牌内部所珍藏的两大法宝：知识产权和品牌价值，而这两个法宝都是脑力劳动的智慧结晶。

- 一、商品生产和品牌生产 ..... 302
- 二、产业链纳入品牌边界 ..... 305
- 三、产业整合与市场机制 ..... 309

### 第三章 精神生产与物质生产 ..... 314

在体力劳动向脑力劳动转移过渡的过程中，物质生产必然在脑力劳动的作用下而喷薄洋溢着人类精神的气息，而精神生产则充分利用物质生产的土壤，将脑力劳动的创造物直接转化为知识产权和品牌价值，形成无形资产，进而可以自觉运用起产业链思维实现“精神变物质”，即精神生产可以反过来孵化催生新的物质生产。

- 一、物质生产的精神化 ..... 314
- 二、精神生产的资产化 ..... 316
- 三、精神生产的产业链 ..... 321

### 第四章 市场机制对社会生产的调节 ..... 325

由分工和交换而生成的供需矛盾形成了由价格机制和信息机制组成的市场机制，价格机制通过价格涨跌作用于供需矛盾进而调节社会生产的经济性，而信息机制则通过品牌调节社会生产的社会性。社会生产创造出市场，而市场也反过来管理着社会生产，这一目标的实现则需要人民群众在生产和消费的过程中自觉地负起社会责任，这样，市场的无形之手就成为世界人民支配管理世界的大手。

- 一、价格机制与信息机制 ..... 325
- 二、信息机制和品牌 ..... 329
- 三、市场机制与个人价值 ..... 334
- 四、市场机制是人民群众的社会合力 ..... 338

## 第九篇 根治国际金融危机

### 第一章 从经济危机到金融危机 ..... 346

整个人类已经由体力劳动发展至脑力劳动，但建立在落后生产方式基础上的雇

佣劳动制度却仍旧为资本的利益服务，使得资本在分配环节上仍旧处于主导地位，这种生产分配方式在整个社会扩散的结果便是更大范围的贫富分化。与这种贫富分化相对应，财大气粗的资本大踏步走向了钱生钱的不归路，生产领域的商品过剩日益发展成金融领域的资本过剩，投机驱逐了投资。

一、商品过剩发展成资本过剩 ..... 346

二、投机驱逐投资 ..... 349

## 第二章 资本主义生产方式的矛盾 ..... 354

与资本走上钱生钱的不归路相对立，人类的劳动却被孤寂地风干在一旁，由于劳动的崛起，资本已经日益丧失自己在社会生产中的统治地位，但不甘心下台的资本却在金融市场找到了一条投机发财之路，于是大量的资本便沉湎其中，无心从事社会生产了，在资本与劳动分道扬镳的同时，资本也与整个社会生产相脱离。

一、资本与劳动的断裂 ..... 354

二、资本与社会生产的断裂 ..... 356

## 第三章 资本与劳动的矛盾运动 ..... 360

在社会生产中，资本一旦无能驾驭劳动，就该轮到劳动反过来驾驭资本了，而能够驾驭资本的也只能是人类的脑力劳动，它们的谋略是自己先以创造知识产权和品牌价值的形式掌握起无形资本，实现智慧与资本的统一即形成智本，再借助于市场规则的力量和信息社会的生产条件，组合生产要素进行智本运营，由于这种生产方式可以像核聚变释放巨大的能量一样创造财富，所以更能满足资本赚钱的需要，因此，那些贪婪并且骄傲自大的资本一旦见识到这种智慧的生产方式，立刻转身像个奴才一样拜倒在人类智慧的脚下，俯首称臣。

一、劳动发展成智本 ..... 360

二、智本反控资本 ..... 363

## 后 记 我是马克思的学生 ..... 366



# 导 言

## 迎接智慧文明时代

### 一、读书的方法论

#### ——把脑力劳动变成自觉的精神生产

我不必知道你是谁，你只要翻开书，就是我的读者了。既然你打开了书，那我们的交流就先从书开始。很多人都在读书，但书又是什么东西呢？

书是书，书非书。书不仅是物质的东西，更是一种精神的东西，它是人的思想落在物质载体上的产物，是意识的物化和凝结。因此，从生产方式的角度看，书的本质是一种由脑力劳动生产出来的系统化的精神产品。

读书过程就是对书这种精神产品的消费，而消费质量不仅取决于这种精神产品本身蕴涵的思想含量和智慧含量，更取决于读书人本身，取决于正在读书的人脑的思维状态。因此，要真正学会读书并不是一件容易的事，尽管，我们常常把书摆在眼前。

读书的目的绝不仅仅是为了向大脑里填充知识，而最重要的是认识事物，把握规律，改造世界。所以，自古以来，读书的最高境界是“从无字句处读书”。

我把“从无字句处读书”分解为两个方面，两种情况：一种是从无字到有字，一种是从有字到无字。前者是指人脑要善于观察社会和自然这一“无字之书”，认识客观事物的内部运动规律，并在大脑中产生对客观事物反映的意识，甚至写成文字。后者是指人脑要善于从“有字之书”中跳出来，思维活动直接穿透事物的表层信息而深入到事物的本质上去，

不至于受到书中信息的支配和束缚，而妨碍自己去更深入地认识事物，而这要求我们具有独立思考的能力。

马克思说：“书是我的奴隶，应该服从我的意志，供我使用。”在读书过程中，也就是在人脑和书相互作用的这一对矛盾中，人脑应该是处于主导地位，而书则应该是处于被支配和被使用的从属地位。

认识到这一点并不难，最难的是真正做到。现代社会，人们的读书过程已经普遍异化成“书读人”，而不是“人读书”——不会独立思考和批判的人脑就很容易被外部的信息所掌握，从而使得人脑这个本应该是信息主人的东西沦落为信息的奴隶。

信息社会，信息消费已经越来越深入的占据人们的生活。当你在看电视、阅读报刊、听歌曲和读书的时候，你已经在进行信息消费了。但如果你再把自己的大脑看成一架生产信息的机器，你就会发现，你对信息的消费同时就是新信息的生产。这一点至关重要，你必须运用自己的思维，加工旧的信息，生产出新的信息，这正是脑力劳动的生产过程。人们应该努力做的不是力图向自己的人脑中输入多少信息，而应是追求生产出高质量的信息产品，甚至思想和智慧。

因此，恰当的读书过程应该表现为一种精神的生产过程：书里的信息是原料，而人脑的思维本身就是机器，而思考过程——也就是认识事物运动规律的过程——就是脑力劳动的本质，就是信息、思想和智慧的生产过程。这样，对信息的消费同时也就是新的信息的生产，信息的消费和信息的生产实现了统一。

这样，我们就把日常的脑力劳动变成了自觉的精神生产过程，而精神生产方式也反过来要求我们：一定要注重思考，那正是我们的脑力劳动，思考能力和思维活动水平就直接影响到我们脑力劳动产品——思想和智慧的质量。因此，培养独立思考的精神、锻炼思维能力，是精神生产方式的必然要求！

对于如何培养独立思考精神、锤炼健全的思维能力，毛泽东的读书方法值得我们借鉴，那就是一边学习运用辩证法思维，一边拿着笔写批注，要生产出你自己的观点和思想，





这才是你脑力劳动的产品。

为了便于你写批注，我在每一页上都留下较大的空白作为批注栏，并希望我的每一个读者能像在网上发帖顶贴一样，拿起你的笔，批判我的书！批判是学习的最高境界，它不但继承，更产生创造！任何人的观点和思想都不是什么神秘和不可侵犯的东西，它是为你的大脑，为你的思维机器服务的，不要怕出错误，错误是在连续不断地批判中纠正的，当你们都自觉地这样做的时候，书才会展现出它的存在本质——一种启发思想的工具而已。

如果你能够把这样的读书方式保持下来并养成一种习惯，你就会发现，你的思维水平会飞速提高，你不会再人云亦云、六神无主，而是总想言人所未言、发人之不发，你的创造力会突飞猛进。人脑的思维水平只有在这样的锤炼中才能日益精进，因为能够让人脑智慧的只能是人脑本身，而不是健脑药！

书是精神的矿藏，于是读书就应该成为采矿，而独立思考的思维机器不仅是唯一的开采工具，也是加工这些精神资源以生产智慧的工具，你会开采精神的宝藏么？你会利用这些原材料去生产智慧么？多少人在读书，又有多少人在浪费？信息的材料输入到我们的人脑，而我们的人脑却又产生了什么呢？

本书所论述的以脑力劳动为主导的精神生产恰恰就表现为这样一种“以智取利”的崭新生产方式——用你的人脑开采无处不在取之不尽用之不竭的信息资源，并加工生产出智慧，再将智慧变成财富。每个人都拥有精神生产的车间，那便是我们的大脑；每个人都拥有一个价值无限的无形资产，那便是被你的尊姓大名所承载着的品牌价值；每个人的脑力劳动都可以创造出稀缺性远远超过资本的财产，那便是表现为专利、商标和著作权等内容的知识产权。

## 二、智本运营理论

### ——无形资产可以变成有形资产

如果我们把日常的脑力劳动变成了自觉的精神生产，接下来的事情就是对所生产的精神产品进行价值实现了。根据

本书之所论，精神产品包括各种各样的创意点子、思想理论、艺术音乐以及文学作品等多种形式，这些精神产品可以转变为专利、配方、商标、著作权等内容的知识产权，并在传播过程中为生产者创造出名声这种品牌价值。

这便是已经、仍在并且还要在整个社会发育发展的精神生产方式，由于这种生产方式以人类的脑力劳动为主导，而人脑则是人人都有的劳动器官，其生产资料属于整个人类社会共有不可被独占的信息资源，其产品则直接表现为各种形式的精神产品，而这些产品则在传播前后为生产者创造出知识产权和品牌价值等形式的权益资产。这些无形资产都直接表现为人类劳动的产物，是脑力劳动为自己而创造的新型资产。

可见，与体力劳动仅仅直接为社会生产提供劳动力不同，脑力劳动的产物直接表现为资产的形式，因此，脑力劳动不得不选择创业的形式，否则，就会贱卖自己的劳动果实。而一旦脑力劳动在为自己创造出权益资产并反过来运营这种资产的时候，一种叫做智本运营的崭新模式就诞生了。

智本是智慧与资本合二为一的产物，是指被人类智慧所驾驭和管理起来的资本，这样的资本已经不单是简单的货币一摞摞组成，而是被智慧驯化和支配了的资本，相应地，驾驭这些资本的智者也就摇身一变成为智本家。

在智本家的眼中，资本并不只是传统意义上的货币资本，而是包括了土地、矿产等自然物以及由人类劳动所创造出来的专利、商标、品牌、创意甚至人力资本本身等各种形式的财产，这些财产都可以在生产中变成各种形式的要素，而智本家的使命就是按照这些要素自身的内在联系和必然规律对其进行组合，从而诞生一个个的项目、公司和企业。

因此，智本运营绝不像传统的资本运营那样，成为某个资本增值的工具，恰恰相反，这种对各种生产要素的组合积聚实现财富创造的新型生产方式在实现所有参与要素的价值之后，还能够为智慧本身创造出巨大的财富，智本运营必然表现为人类智慧对所有外在的货币资本、实物资本以及知识产权和品牌价值等无形资本的驾驭、整合和管理，表现为人

批注栏

