

## 企业能力资产论<sup>\*</sup>

朱开悉<sup>1</sup>, 王小朋<sup>2</sup>

(1. 湖南商学院工商管理系, 湖南长沙 410205; 2. 西安石油大学经济管理学院, 陕西西安 710065)

**摘 要:**学术界对企业资产的定义经历了成本观→资源观→未来经济利益观→产权观的演变过程。观念的每一次转变都带动企业财务报告的改进和信息披露质量的提升。但这些观念都难以解释企业核心能力和企业创造价值的本质。因此, 本文在会计资产资源观和未来经济利益观的基础上, 提出会计能力资产的概念, 并对能力资产的特点、分类、价值决定进行探讨, 期望能加深对企业会计资产的理论认识, 促进企业财务报告的改进和提高财务信息的披露质量。

**关键词:**企业核心能力; 能力资产; 能力资产价值; 会计要素

资产是会计学的核心要素之一。因为负债可以认为是负资产、所有者权益可认为是净资产、全面收益以及其组成要素——收入、费用、利得和损失可以看作是所有者权益的变动, 因此它们的定义都直接或间接地来自资产的定义。人们最早认为资产是“未消失或未耗用的成本”。这就是会计资产的成本观, 他将成本划分为两部分, 已耗用的称为费用, 未耗用的称为资产。将资产定义为成本由于很难解释资产的经济资源属性, 因此, 人们又提出资产是“企业拥有或控制的能以货币计量的经济资源”。会计资产的资源观虽然能够解释资产的经济资源属性, 但这种资源能否带来未来经济利益依然没有说明。因而出现了会计资产的“未来经济利益”观。目前, 大多数国际组织和国家均参照“未来经济利益”观对资产进行定义。20世纪末, 学术界又提出了会计资产的“产权观”, 即把资产定义为“财产权”。可以清楚地看出, 对会计资产的认识经历了成本观 资源观 未来经济利益观 产权观的演变过程。不论人们对会计资产认识如何变化, 资产是能够带来未来经济利益的经济资源这一根本点没有改变。这种经济资源包括企业控制和拥有的财产与权利, 但是, 是否包括企业所拥有的并能为企业带来超额利润的企业核心能力呢? 在目前的会计资产要素中, 能否增加企业能力资产? 我们认为, 企业能力是企业拥有和控制的核心资源, 也是企业会计资产的重要组成部分。本文试图提出企业资产的能力观, 并对企业能力资产进行初步探讨, 期望能加深对企业会计资产的理论认识, 促进企业财务报告的改进和提高财务信息的披露质量。

### 一、企业资源、能力与企业核心能力

企业资产定义是对资产本质的揭示与表述, 一般认为, 企业资产应该体现以下几个基本特征: 第一, 资产是能够为特定实体提供未来的经济利益的经济资源; 第二, 它能够为特定实体所控制; 第三, 它是过去交易或事项的结果, 表明经济资源已经客观存在; 第四, 特定实体对其有合法的要求权; 第五, 它能以货币计量; 第六, 经济资源可以有形的, 也可以是无形的。对照企业资产的基本特征, 我们有必要对企业能力和企业核心能力进行分析。

<sup>\*</sup> 本文受国家自然科学基金项目(70272048)、(70572108)和国家社会科学基金项目(06BJY059)资助。

#### 【作者简介】

朱开悉(1964-), 男, 湖南新邵人, 硕士生导师, 湖南商学院工商管理系教授、系主任, 湖南省学位委员会管理学科评议组成员, 衡阳市人民政府经济研究员, 衡阳市经济管理协会会长等; 研究方向: 企业财务会计理论。

王小朋(1978-), 男, 陕西乾县人, 西安石油大学经济管理学院讲师; 研究方向: 企业会计理论。

在辞典中,“能力”指“完成一定活动的本领。”对于企业能力的研究,最早出现在经济学领域。潘多斯(1959)第一次明确提出企业能力的思想,在《企业增长理论》一书中,潘多斯说:“企业是一个生产资源的集合,在不同的用途之间处置这些生产资源是由管理决策决定的。”在潘多斯看来,资源产生服务,正是这些服务是这位能力理论的先驱最感兴趣的。尼尔森和温特的观点与潘多斯的观点类似,尼尔森和温特认为,企业的知识是一种无形的、隐含的能力,“能力也是一个整体”(Nelson & Winter, 1982)。钱德勒认为,说明现代工业企业的起源与成长的规律,基本的分析单位是企业及其学习能力,而不是交易(Chandler, 1992)。他说商业史的经验支持了能力是经济组织形式背后的独立的决定因素。在他看来,后科斯主义(PostCoase)的文献对生产的忽视在于它们选择相对孤立的交易作为分析的单位。相反,“如果企业是分析的单位,而不是交易,”钱德勒说,“那么企业技能的特殊性成为决定什么应该在企业内完成,什么通过市场完成的最重要的因素。”(Langlois & Foss, 1996)。对经济学家来说,从能力的观点看,企业的存在、结构和边界都可以解释为个人或团队的能力——技能、隐含知识——组织通过某种方式促进与保持的。能力理论的中心思想是以产业竞争与发展的演化理论与非均衡理论为基础。用能力的方法理解企业,不仅可以说明企业混杂性的来源、竞争优势,以及租金的差异,而且可以用来分析经济组织的进展。能力理论后来大量的追随者把它的思想用在了企业战略管理学领域。

战略管理学领域中,能力学派认为能力是企业有效使用资源,并使其相互作用,从而产生新的能力与资源的能力,其本质是组织在某一方面的知识,是确定资源组合的生产力;企业能力理论主要研究企业的能力分工,认为企业中蕴涵着一种特殊的智力资本,确保企业以自己特有的方式更有效地从事生产经营活动。究竟到底什么是企业能力,Amit和Schoemaker(1993)对此做出了较权威的解释。按照Amit和Schoemaker的认识,能力(Capability)是与资源(Resource)相对应的一个概念。所谓资源,是企业拥有或控制的可供利用的要素存量,包括财务或实物资产(如所有权和机器设备)、可交易的技术(如专利和特许)、人力资本等。它通过企业中其他资产和结合机制(如管理信息系统、激励系统、管理者与普通职工的信任)的利用转化为最终产品。而所谓能力,则是指企业通过若干组织性的过程配置资源的才能。它是利用企业人力资本进行信息开发、传送和交换,对各种资源进行组织,从而使它们进行复杂的相互作用,获得较高利用效率,转化为最终产品的“中间产品”。能力有职能领域中的,如营销职能中的品牌管理能力;也有依靠实物、人力、技术资源的结合开发的总体层次上的,如可靠的服务、连续产品创新、灵活生产、灵敏反应市场趋势、缩短产品开发周期等企业总体能力。必须注意,这里所谓能力,是内含于组织的知识和技能的结合。下面分三个层次来说,(1)它是知识和技能。能力不是企业的要素存量,“不是会计学意义上的资产”<sup>1</sup>(Prahalad)。所以,财务或实物资产、可交易的技术、人力资本等,虽然按照一般汉语含义可以称作能力,但在战略管理学中,它们只是所谓资源,而不是能力。(2)它是知识和技能的结合。单个的技能和知识不构成能力;一个能力是一组技能和知识的结合体。“结合”是一个能力的明显的标志,就是说,一个能力是由若干相互补充不可或缺的知识与技能共同组成的,虽然确定技能和知识以及由它们所形成的能力的分界线是比较困难的。由于“结合”是能力的一个标志,一个能力是不大可能存在于个人和一个小的团队的;另外,形成这种能力的人们是一个整体,如果拆散,它也就不存在了。(3)它是内含于组织的知识和技能的结合。因为能力就是一种把各种可以从市场上买来的资源组合起来为特定生产目标服务的整合能力,所以这种能力只可能是一个组织在自己经营运作中自身形成的,而无法从市场上购买到;形成以后,它也不能转让给他人。

结合上面的分析,我们认为企业能力是指企业适应、协调、驾驭内外环境,成功地从事经营活动的学识,即有效地使用资源使其相互作用、组合从而使企业产生未来经济利益的企业组织内的知识和技能的才

<sup>1</sup> 此处的会计学“资产”概念指传统意义上的,指会计准则规定的实物资产、金融资产和无形资产等。本文讨论的“能力资产”是对传统意义上“资产”的扩展,认为企业能力也应该视为企业的会计资产。

能。而不是资源基础论者认为的企业能力就是一种资源。笔者以为,若将企业能力归结为企业的一种资源,很容易造成一种静态的、片面的企业发展观,事实上,能力与资源是一种互补的关系,能力注重的是合理运用现有的资源(存量),优化资源结构,最大限度地实现资源的转换效率,如将原材料转换为产品实体,将人的体力与智力转换为一种行动、过程或流程、概念等。资源与能力的关系可以表述为:(1)资源是静态的存量,能力是动态的一种动能。资源是指企业所拥有的各种要素,包括有形资源如设备、厂房、人员、土地、资金等和无形资源如商标、公司形象、技术、专利、文化等。这些要素是客观存在的,某种程度上是绝对的可以度量的。资源是相对静态的一个概念,它并不等同于能力。企业的一定量的资源为企业实现高的竞争力提供了一种位势,使企业具备竞争力的必要条件而非充分条件,这在现实中经常表现为某些企业虽然拥有大量的高素质人才和较先进的生产设备,但却相当缺乏企业竞争力;(2)企业能力是一种体现在现有众多资源的内在使用性能的一种组合,因此,更多地表现出系统性、组合性。企业能力可以由某几类资源融合而成,与其他的资源不具备高度的相关性,即能力在一定状况下可以脱离某些资源而存在。如一定的人才资源与一些高性能研究设备的结合可以形成强大的新产品开发能力,但具备这种强研究开发能力的企业却可能在将产品及时配送到消费者手中的营销能力方面相当脆弱;(3)能力与资源的结合才能产生竞争优势,即竞争力是资源与能力相互作用的结果;(4)企业能力的主要目的在于提高整个企业资源系统的转换效率。资源可以形成能力,反过来,能力也可促进资源的积累,其一,能力可直接促进资源的积累。如技术能力的加强可以开发出更多的新技术与新知识,可以有效增加技术和知识的储备;其二,能力的发挥可以间接促进资源的增加,即某项能力的使用,通过一系列的活动链(价值链)的传递,最终间接增加与该能力相关的载体。如通过生产、营销等能力链的发挥将产品销售出去,可以获得资金(购买能力),通过这种购买能力的使用,就可以添置设备,雇佣更好的员工。

因此,从企业资源形态看,一般可将其分为能力基础资源和能力资源。基础资源是一切有形资产如实物资源、财务资源、人力资源和非商誉的传统无形资产的总和。不同的企业对这些资源的需求不同,获取的方式和手段也不同。企业的能力资源是在能力基础资源的基础上形成的,是对基础资源进行有效整合后形成的一种新的资源,是整合基础资源的知识和技能的结合。

## 二、能力资产

### (一) 企业的重新审视

一个问题:产权交易市场上形形色色、处于不同行业、不同形态的企业组织,到底在交易企业的什么东西?当然是产权,这可能是最“正确”和不假思索的答案。如果企业所有生产资料的产权,就不会产生商誉的谜团问题<sup>2</sup>,因为成熟的生产资料市场也可以解决产权交易问题(包括人力资源),实现企业的正常运营。那为什么企业会投资巨大的商誉资本去在产权市场上买进一些本可以在生产资料市场上购进的资源呢?原因可能是我们没有真正了解企业,没有把握住企业所具有的重要的、本质的东西。因此,很有必要重新审视企业。

按照马克思商品理论的理解,价值就是凝结在商品中的一般人类劳动,商品的价值量是由社会必要劳动时间决定的;具体劳动创造使用价值,无差别的一般人类劳动创造价值。这从本质上阐明了商品价值的来源。产权市场上的企业既然是在交易,那它是否具备商品的属性呢?马克思认为,商品是用来交换的劳动产品,并且具有使用价值和价值两个因素。因此,成为商品必须具备几个条件:(1)是劳动产品;(2)用于交换;(3)具有价值和使用价值,我们就依此来考察产权交易市场中的企业。首先,企业是劳动产品。企业是由人、财、物等各种生产要素,按照一定的方式组织和结合起来的有机整体,企业的运行就是在人

<sup>2</sup> 对商誉的解释可以说是五花八门,对商誉的性质一直没有令人信服的说法。

为参与和控制下各种要素不断运动、组合乃至升值的过程；组织知识、经验和人所具有的劳动力综合素质也经历了一个长期的劳动实践而形成的。因此，企业作为劳动产品是确信不疑的。其次，企业具有使用价值。企业既可以直接被所有者使用进行生产经营，也可以在产权市场上被出售。进行生产活动目的在于创造价值，获取利润。同样，创办企业也可以直接出售获利，如风险公司对高技术企业的大量投资，其主要目的在于企业建成后出售，该过程就是一个典型的生产企业商品的过程。其三，企业具有价值。由于企业是劳动产品、具有使用价值、又可以用于交换，因此企业具有价值。从上可知，企业具有商品的一般属性。

同时，企业具有“资本”的属性。马克思在《资本论》第一卷中对资本进行了如下描述：第一，从资本的发生看，资本是能够带来剩余价值的价值。“原预付价值不仅在流通中保存了下来，而且在流通中改变了自己的价值量，加上了一个剩余价值，或者说增值了。正是这种运动使价值转化为资本。”第二，从资本的运动看，资本是能够自行增值的价值。“既然它生出剩余价值的运动是它自身的运动，它的增值也就是自然增殖……，因此，价值成了处于过程中的价值，成了处于过程中的货币，从而也就成了资本。”对企业来说，企业的使用价值就是企业创造价值的能力，企业可以带来剩余价值，而且可以在自己本身的交易中自行增值，企业本身具备了资本的属性。它不再是普通的商品，而是资本品。

由于企业具有商品的一般属性，因此，在产权市场上，投资者在产权市场中购买的是资本品，是企业创造价值的能力，购买的目的在于消费，而是为了取得价值增值。

根据企业能力理论的观点，企业是一个能力体系，企业内资源与资源的结合、资源与能力的结合，能力与能力的结合都可以形成新的能力。对企业来说，企业的创造价值的能力是企业能力的最直接体现，创造价值的能力来源于企业的资本属性。在一般商品的使用过程中，仅发生价值的转移，其转移的价值量与商品的价值相等。而在资本品的使用过程中，同时发生商品价值的转移和一定数量的新价值的创造，产生增长。企业既具有一般商品的属性，又具有资本品的属性，因此在产权市场上交易的企业的价值超出了其作为一般商品的价值，超额价值的部分是购买者对企业创造价值能力的预期，而这个超额价值的部分会在以后的企业经营或交易中实现。

总之，通过对企业属性的分析，明确了一点，即企业的劳动表现为企业的能力，而该能力创造了企业的价值。具体讲就是，企业在本质上是一个能力体系，同时又具有商品特别是资本品的属性，也就是说企业价值形成来源于企业创造价值的能力。企业作为商品，具有商品的二重性——既是一般商品，又是资本品，企业的商品属性决定了其可以在市场上进行等价交换，而资本属性又决定了超额价值的存在，表现为买卖双方的交易价格是企业作为一般商品的成本加上一个创利能力的预期价值。企业的一般资产存在表明了它的一般商品属性，而企业创造价值的能力表明了它的资本属性，在经济生活中，企业更重要的体现了其资本品的属性，企业能力是创造企业价值的根本所在。

## （二）能力资产的内涵界定

企业的资源可分为基础资源和能力资源。从会计学意义上讲，基础资源主要指实物资产、金融资产等，而能力资源目前会计上没有对应的会计要素。企业的基础资源对于企业来说只是表面的载体性质的构成要素，唯有蕴藏在这些要素之后的整合这些要素的能力，才是企业的本质。对企业而言，基础资源能否实现未来经济利益以及实现利益的强弱取决于整合它们的能力资源。可以说，企业的基础资源是企业实现未来收益的必要条件，企业的能力资源是实现企业未来经济利益的充分条件，两者缺一不可。基础资源决定着能力资源的强弱程度，“巧妇难为无米之炊”，能力资源又为基础资源的效用发挥和拓展提供支持。因此，企业本质上是一个以基础资源为根本的能力资源的集合体。按照 Prahalad 和 Hamel (1990) 的比喻，“多元化的公司就像一棵大树。树干和主要的树枝是核心产品 (Core Products)，较小一点的树枝是业务单位 (Business Units)，树叶、花朵和果实是终端产品 (End Products)。提供营养、支撑和稳定性的根系就是能力体系及其核心能力 (Core Competence)。”这句话的直接理解就是，认为公司之间深层次的本质的竞争是

能力的竞争,表现为业务层面的或者产品层面的竞争,能力层面的竞争主导着业务层面和产品层面的竞争。

结合会计资产的定义,即资产是“由于过去的交易、事项和虽未执行或还在执行中的不可更改的合同导致一个主体控制含有未来经济利益的资源、权利和能力”。由于能力对于企业竞争优势起决定性的作用,是带来“未来经济利益”的核心要素,因此,它应该和实物资产、金融资产和无形资产等一样成为会计资产要素之一。要使能力成为会计资产在财务报告中披露,首先就要对其进行界定,可定义性是会计确认的第一个“门槛”,其次才是可计量性、相关性和可靠性(SFAC No.5规定的会计确认的四条标准)。按照 Amit 和 Schoemaker 的认识,能力是指企业通过若干组织性的过程配置资源的才能。因此,我们把能力资产定义为:基于一个会计主体一定组织和流程之上的,整合该主体控制的含有可能的未来经济利益的资源和权力的才能,其核心作用是把资源和权力含有的未来的经济利益转化为实现的经济利益,其中可控制的资源和权力是由于过去交易、事项和虽未执行或还在执行的不可更改的合同导致形成的。其中,有几点需要说明:

1. 会计主体。传统的会计主体一般有三类:独立的法律主体、法律主体内部的独立核算单位和主体母子公司构成的合并主体<sup>3</sup>。而能力资产强调对企业资源的整合和转化能力,因此也可以把知识经济条件下特殊的组织实体(传统会计很难解释)视为一个会计主体。例如:(1)虚拟企业(虚拟经营)。虚拟企业没有传统意义上的企业住所和生产经营资源、甚至没有专门的工作人员,其所有的经营业务均在虚拟的网络空间里面完成,交易的发生、产品的交付、资金的结算全部以数字方式实现,没有书面的合同、发票、收据等凭证。比较典型的有网上软件生产企业、网上书店等。(2)项目性临时组织。两个企业通过协议成立临时性的组织,合作进行科研、营销、生产制造等,双方共担风险、共享收益,但新成立的组织并没有进行注册登记,约束双方的只是合作协议。(3)多元化的复杂集团所形成的企业间的相互控制。在资本控制、决策权控制、管理权控制、人员控制、协议控制等多种控制方式共存的情况下,可能出现企业间相互控制的现象,没有真正意义上的拥有与控制关系。其实,上述三种特殊组织,其组织中存在的最大资产就是能力资产,它们以能力资产作为主体的核心资产进行投资、运营直至分配。对于这种组织,我们也视为一个会计主体,因为它产生了企业存在最为本质的东西——利润,不能因为其资产投入的无形化而淡化其会计主体的概念。

2. 基于一定组织和流程。能力资产不只是卓有成效利用企业资源的才能,能力资产和组织结构密切相关,组织资本和社会资本在连接组织结构和能力方面具有重要作用。组织资本反映了协调和组织生产的技术方面,而社会资本显示了社会环境的重要性。组织资本包括雇员信息、员工团队信息、雇员的人力资本信息和任务信息。社会资本的功能是指作为资源提供给行为人用来获取收益的那部分社会结构的价值,存在于行为人的关系结构中,如企业文化。能力资产是组织之中的整合和转化的才能,具有“协调”和“有机结构”特性;同时,能力资产中存在社会资本因素的作用,如企业文化,尤其是价值观。价值观是企业决定做什么和不做什么的重要因素,制约着能力资产的强弱。价值观有时具有伦理道德的内涵,突出表现在两个方面:其一,企业对成本结构、利润率水平和商业运营模式的认知;其二,企业对市场机遇的认知,即价值观涉及一个商业机会到底要有多大才能引起企业管理层的关注。社会资本和组织资本是积累性学习发展的产物。

而对于流程来说,其基本的思想就是分析企业的价值链。企业内外价值增加的活动可分为基本活动和辅助活动,基本活动涉及企业生产、营销、来料储运、售后服务。辅助活动涉及人事、财务、计划、研究与开发、组织制度等,基本活动和辅助活动构成了企业的价值链。企业并不是每个环节都创造价值,实际上只有某些特定的价值活动才真正创造价值,这些创造价值的经营活动就是价值链上的“战略环节”。能

<sup>3</sup> 实际上合并主体已经出现了会计核算主体和报告主体相离的现象,已经不属于传统主体的范围,但由于仍然可以运用原来的会计主体假设从逻辑上予以解释,因此将其列为一类别说明。

力资产就来源于运用价值链来分析组织的资源状态，特别是战略环节上的存量和流量状况，通过整合和转化这些资源而衍生的一种资产。企业持续竞争优势的源泉在于使企业发挥最大效率的业务流程，所谓业务流程，即“把一系列投入转化为产出的组织规则、过程和机制”。关注流程的目的在于“在成本、质量、服务和速度等方面取得显著的改善”，使得企业最大限度地适应以“顾客（Customer）、竞争（Competition）、变化（Change）——3C”为特征的现代企业经营环境。如果把流程看成是企业利用资源的专门信息传递模式，那么业务流程再造的价值在于使企业专门信息的利用更加有效，从而提高企业的获利能力。

3. 整合与转化。这里的整合指对企业基础资源的协整和调和，使其产生大于其原始价值的价值。企业基础资源是能力资产的基础。基础资源泛指企业的所有资源，无论是有形资源还是无形资源，既包括目前已经在财务报告中披露的，也包括在报告外的非能力资产资源。能力资产是整合这些基础资源的才能，而不是这些资源的简单加总本身。能力与资源的关系是能力资产是企业一定组织和流程之上的组织能力，而基础资源只是该组织能力实现的原材料。因此，企业可以列出其所拥有的各种实物资产、金融资产、无形资产等清单，但并不等于列出了能力资产清单。因为能力资产是一种抽象的组织能力，是任何一个企业都存在对资源进行有机整合的组织能力，对它的认识需要从整体上进行系统地识别与检验。

整合是能力资产在企业内部协整和调和资源的表现，而转化则是企业如何将这种整合好的资源优势转变为现实的经济利益。企业面对不同发展阶段的社会、政治、经济、历史、军事、自然等环境，如果企业对环境考虑不充分、不系统，就必然影响企业的经营战略及具体措施。信息化时代的到来，企业就必须依据知识和充分利用信息资源，这是首要条件。企业是一个经济组织，其面临的经济环境和行业环境也不容忽视。国家的经济体制、经济发展水平、经济结构、通货膨胀、国家之间的经济关系、货币政策等都对企业的经营决策具有举足轻重的作用。企业所在行业的现状和发展前景、企业的行业地位等也同样对企业将资源优势转化为现实的经济利益具有制约作用。因此，这种转化才是把企业资源优势变为获利优势的纽带，没有好的转化能力，优势资源的“优势”就无从谈起，转化能力是应对外界变化的集中表现。

4. 可能的未来的经济利益。在此不再赘述。

### （三）能力资产的特点

1. 知识资产是能力资产的核心。知识已成为企业最基本的生产要素，基本资源的更新、装备都必须以知识为基础，未来经济利益的核心都是知识的结晶，可以说知识已经成为决定生产力、竞争力和经济成就的关键因素。不管是企业内部技术创新、组织创新、管理创新、观念创新以及其他方面的创新及其相互结合，都以知识为基础，而这些创新都是能力资产价值的根本来源。在外部，现在的经济是一种开放型的经济。信息技术的发展，电脑国际互联网和信息高速公路建设，卫星通讯等技术创新，已改变了传统的时间和空间观念，信息交流更加便利，国际性的经济合作日益增多，经济发展趋于全球化。要很好的与外界协调，就必须掌握和利用这些信息和知识，否则，有效整合企业基础资产就成为一句空话，能力资产的价值就无从谈起。

2. 能力资产具有衍生性和动态性。衍生性是指能力资产的存在是非独立的，它可能以现行会计中的某种有形资产或无形资产，或两者一起作为基础，通过整合它们的效用而产生的可能获得高于单纯资产获利能力的部分，而且往往很难将它与其他资产的价值进行分离。会计“商誉”就是部分能力资产的价值表现形式，表面上商誉是企业由于地理位置优越、已有的技术优势和管理方法等原因产生的一种无形资产，实质上是企业有效整合所有基础资源而形成的能力资产的价值。动态性是指能力资产并像其他资产一样，随着时间推移而呈现出一种稳态递减的状态，而能力资产更多地是体现为对内整合资产，对外适应环境的能力，因此表现出一种既有在对内整合资产时由于路径依赖性而产生的稳态的部分外，还有因为外界环境变化而产生的调整的浮动的部分。同时，能力资产的强弱很大程度上依赖于人力资产，人力资产的变动也是能力资产产生变化的主要原因之一。因此，能力资产只能通过整合基础资源而产生和体现出来，是在实践

中获得的一种动态资产，人力资产的强弱往往决定着它的强弱，这点与企业基础资产的空间分布和流动是截然不同的。

3. 基础资产的收益能力普遍遵循收益递减规律，但能力资产很大意义上遵循收益递增规律，但是刚性较弱。在知识经济时代，以人力资产和知识资产作为基础的能力资产的收益能力的变动趋势与知识本身的积累一致，呈现递增规律。由于投资者对未来经济利益的期望，其对能力资产的未来现金流给予愈来愈多的重视。但是，能力资产收益能力较一般资产有更高的不确定性，而且这种收益递增规律只是总体趋势，具体资产如何创造利润以及它的获利程度是很难确定的，往往企业某些因素（如核心技术人员和管理人员的流失）可能导致能力资产大幅缩水，表现出很差的刚性。况且，大多数情况下，能力资产本身并不直接交易变现。

### 三、能力资产的分类及其与知识类资产的区别

#### （一）能力资产的分类

在对能力理论研究的考察后，叶克林（1998）认为能力学派有两种代表性的观点：一是以 Prahalad 和 Hamel 为代表的核心能力观；二是以 Stalk、Evans 和 Laurence 为代表的整体能力观。那么，它们之间究竟是什么关系呢？一句话，两者其实是相辅相承的，能力是核心能力的基础和依托，核心能力是能力的整合和提升。能力是配置、使用资源以完成特定任务的功能，即协整企业内部资源并将其转化为现实现金流的才能。企业之所以能生存与发展，是因为它具备协调企业内外部关系的能力，因此可认为企业是一个能力系统。核心能力是企业所特有的能不断为企业创造租金，而成为可持续竞争优势之源的战略资产，企业之所以能成为市场竞争中的胜利者或“规则制造者”，是因为它拥有核心能力以削减不确定性而获取超额利润。核心能力也是一个复杂的能力系统，它是不同战略业务单元的企业能力之间的相互整合和协调的结果。所以，能力和核心能力并非是泾渭分明的物理性的种属关系，而是水乳交融的化学性的有机关系。

当然，能力的产生是以资源为基础的。在企业外界环境一定的情况下，企业某一能力是受多种资源的数量、质量、组合结构等因素影响的，而这些各个领域的不同大小的能力就组成企业能力系统。这个系统就如力学中的合力，即企业是一个合力，该合力越适应环境（满足顾客要求），合力越大，则企业就越具竞争力。能力系统的合力在形成获取平均利润的一般能力后，如果能力系统合力是具有超出获取平均利润的能力就形成了企业的核心能力。因此，我们按照能力资产对企业价值的贡献，把能力资产分为两类，一般能力资产和核心能力资产。一般能力资产指企业实现社会的或行业平均利润时整合和转化企业资源的才能。核心能力资产指企业实现超出平均利润的超额利润时整合和转化企业资源的才能。一般能力资产是企业持续经营的基本保障，核心能力资产是企业实现跨越式发展的前提，核心能力资产来源于一般能力资产，是一般能力资产整合和升华的部分。我们在后文要对一般能力资产和核心能力资产进行详细分析，在此只说明它们的分类。为了形象说明，我们以企业某时期 T 实现的收益与基础资源耗费作为两个维度，来表示企业的能力资产与企业实现收益的关系：

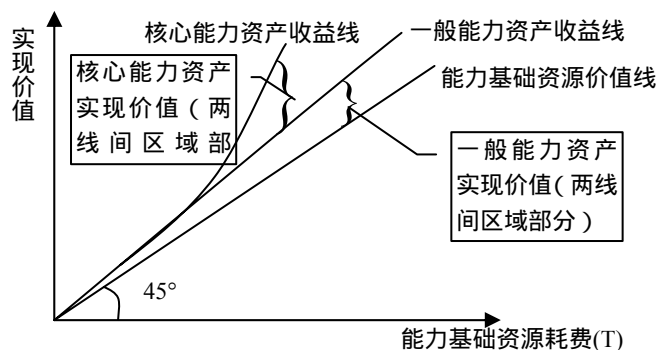


图1 能力资产价值图

为了便于分析,我们把前文提到的企业基础资源称为能力基础资源,是企业一切有形资产和非商誉的无形资产的总和。能力基础资源价值线是一条  $45^\circ$  直线,表明耗费多少基础资源就实现多少市场价值,即企业基础资源实现的作为原始生产资料的价值,企业没有对其进行整合和转化,从而不包含企业能力资产实现的价值,因此不包括利润部分。一般能力资产收益线是一条曲线,曲线各点斜率表明该时点的平均利润率,由于平均利润率在一定时段  $T$  内基本保持不变,所以可以看成是一条直线。一般能力资产收益线与基础资源价值线之间的区域部分是企业能力实现的价值。核心能力资产收益线是一条斜率随时间逐渐增大的曲线,表明核心能力资产在一段时间内获取高额的超额利润。能力资产收益线与一般能力资产收益线重合的部分说明了核心能力资产是一般能力资产的整合和升华部分,来源于一般能力资产。它在一段时间内实现的价值是核心能力资产曲线高于一般能力资产曲线的区域部分。

当然,我们对核心能力的分类还可以依据其他标准。如可以按照企业的职能部门划分,分为技术能力资产、财务能力资产、营销能力资产等等,还可以将这些能力资产向下一层划分。技术能力资产最基本的包括两个方面的内容,一个是产品的设计能力,表现为研发能力的强弱,另外一个产品的制造能力,表现为技术人员和技术工人专业知识的熟练程度以及最重要的机器设备的专业化和自动化程度。财务能力资产表现为财务管理能力、筹资能力、投资能力以及分配能力实现价值的程度。营销能力资产表现为营销战略的先进性程度、营销策略的实用性以及营销手段的合理性等。当然,这种分类只是人为分析问题的一种思路,实务中这种分类有时可能比较难以执行。

同时,为了检验产品生产流程的价值性,还可以将能力资产按产品流程分类,如采购能力资产、设计能力资产、制造能力资产和销售能力资产等。很显然,根据分析问题的需要,可以将能力资产按其他标准进行分类。

总之,我们把能力资产划分为一般能力资产和核心能力资产,主要从以下两个方面考虑:其一,能力独特的价值创造功能,使其应该与实物资产、传统无形资产一样成为企业的资产,而不应将其排除在外,一般与特殊的区别主要在于创造超额剩余价值的能力上;其二,对于财务报告的信息使用者来说,他们更需要的是企业能力和未来的发展信息,而不仅仅是企业账面资产的存量信息,事实上,前者可能对投资决策更为有用,而且能力信息中的核心能力信息更为重要。

## (二) 能力资产与知识资产、知识资本的区别与联系

能力资产是与知识资产、知识资本相区别而又联系的一组概念。在这三个概念中,首先要弄清的就是“知识”的意义。要知道什么是知识,就要从知识的源头查起。古往今来,哲学家、社会学家等从不同的角度,怀着各自的研究目的,对知识进行了不同的定义,可谓仁者见仁、智者见智,以至迄今尚无统一定义。在企业管理领域,美国学者 Devenport 和 Prusak (1999) 把知识定义为“知识是结构性经验、价值观念、关联信息及专家见识的流动组合;知识为评估和吸纳新的经验和信息提供了一种构架;知识产生于并运用于知者的大脑里;在组织结构里,知识往往不仅仅存在于文件或文库中,也植根于组织结构的日常工作、程序、惯例及规范之中”。这个定义虽然以定性说明为主,但体现了知识的情境性、结构性、流动性、隐含性、实践性等属性。然而,要真正理解知识的本质,洞悉知识资本的涵义,还必须考察知识的特征。美国学者 Grant (1996) 提出知识具有转移性、聚集性、获取知识的专业性、生产要求性等特征。郭强 (1999) 认为知识有扩散性、延续性、累积性、使用的无损耗性、同时和重复使用性、动用的条件性、可替代性、不可逆性、不完全排他性等特征。参考其他学者的观点,我们认为,知识最鲜明的特征有:(1) 依附性。知识依附在人和物的载体上,尤其是由人与人所组成的各种组织作为载体时,彼此间的交流、共享会产生新的知识,而且知识的分布状况也由载体的分布情况来决定,会出现哈耶克 (1945) 所说的(有关特定时间和地点的知识),而且它往往具有不对称性。(2) 过程性。知识的产生、获取、传递、交流、共享、更新是一个有机的过程,而且经常出现新老交替和推陈出新的特点。同时,知识并不能直接实现价值,需要



与其他资源一起人为地进行转化为能力后才能实现价值。(3) 重复使用性。知识可以根据不同的意图而被频繁使用从而实现价值,但这种价值实现过程不具有可逆性。因此,知识从本质上说是一种学识,套用 OECD 的一句话就是知道是什么 (know-what)、知道为什么 (know-why)、知道怎样做 (know-how) 和知道是谁 (know-who)。

因此,从会计意义来讲,知识资产也和其他资产项目一样,属于企业基础资源的一部分,正如加拿大管理会计协会在其 1998 年年会上对知识资产的定义:“用公司资产负债表上盈亏损益的行话来说,知识资产就是那些以知识为基础的项目,它们会在未来给拥有这些项目的公司产生源源不断的利益和优势。”该定义首先强调的是“以知识为基础的项目”,也就是说这些项目是以知识为最显著特征,知识是这些资产形成的核心,至于“会在未来产生源源不断的利益和优势”可能不仅仅是知识本身所能完成的,更多的是需要能力资产实现的功能。正如我们在上面强调的,能力资产是整合和转化企业基础资源从而实现未来经济利益的才能。知识资产要使经济利益变为现实,还需要和其他的资源相整合,并且要根据外界环境进行有效转化,知识资产本身只是企业的一种存量资源,自身没有能动性,不会创造价值。所以,能力资产和知识资产的关系就是,知识资产是能力资产实现的最重要的因素之一,可以成为必要条件之一,但能力资产却是知识资产实现价值的核心资源,没有能力资产,知识资产就将失去“资产”性,仅仅表现为一种无形的静态的缺乏能力性的学识。

从会计学意义上讲,知识资本是某一时期一个特定会计主体拥有或控制的由人力资源和组织资源投资的总和,表现为知识资本来源渠道,是流量。在会计要素中应属于所有者权益,是企业组织员工以自己能力和企业组织以产品开发、市场开拓占有能力为本钱对企业的投资。狭义上讲,知识资本是投资主体对知识的投资,包括科研开发、教育、培训经费等,这些投资会促使知识的生产、传播和应用。其实质是对知识生产、传播和应用所垫付的成本的资本化处理,因此,可从取得成本角度计量知识资本。而能力资产是一种衍生物,是企业在将这些初始投资转变为可实现的经济利益过程中所形成的一种资产,它在账面上不具备初始的投资性,但能力资产的多少很大程度上依赖知识资本投资的多少,但事前知识资本投资量的多少并不成正比例地带来能力资产的多少,能力资产的强弱还要结合其他资产状况和外界环境的影响。

#### 四、一般能力资产

##### (一) 一般能力资产的定义

资产的本质是未来的经济利益,但这个命题的前提是必须以资产存在的环境为考察基础,一定时间和空间领域内的资产可能在另一个相异环境中不能带来未来经济利益。能力资产更具备这种环境性的特点。企业存在的主导因素永远是对经济利润的追求,这也决定了资产的获利本质。新古典经济学的厂商理论把企业视为能够做出统一的生产决策、以实现利润最大化为目标的“生产者”;现代产权经济学则用企业组织理论着重从企业的产生原因、企业边界、企业所有权与控制权的分离等方面来解释企业的性质,认为企业是一种用来降低市场“交易成本”、提高市场效率的“组织”;能力理论则认为企业是一个能力系统,核心能力是企业获取持续竞争优势的源泉。能力资产作为对内整合和转化企业资源的才能,面对一致的外部经济环境和行业环境,在企业正常运营的情况下,首先要保证的就是获取平均利润,这是能力资产价值实现的底线,否则企业将出现“负效率”,企业的价值无从实现。

因此,我们把能力资产中的获取平均利润的能力资产称为一般能力资产,具体讲就是:一般能力资产指企业获取平均利润的整合和转化企业基础资源的才能。它是正常运营企业的基础才能也是必须具备的才能。这个定义中如“基础资源”、“整合和转化”等是对“平均利润”的理解和具体运用。

平均利润。在衡量一般能力资产大小时,我们可以按社会平均利润率计算,也可以是行业平均利润率。对于非知识企业的一般企业来说,如制造、冶金、建筑等基础行业,按社会平均利润率计算可能比较合理;

而对于知识资本投资较大的知识型高科技企业来说，如软件、通讯、金融、咨询等，按行业的平均利润率计算比较恰当。因为这些行业的发展速度和盈利能力较宏观经济的基础产业要高许多，如果企业按社会平均利润可能导致盲目的乐观。对于企业部门来说，为了评估本部门能力的大小，也可以将本部门往常的平均利润率作为基准，考察一段时间内该部门盈利贡献水平的波动和成长情况。

同时，我们在选取利润率基准点的时候，必须注意该数值的权威性，社会平均利润率和行业平均利润率一般都由权威部门公布。一般权威数据分为两种，一个是国家统计局公布的全面核算参数，一个是根据股票市场整体运行情况分析得出的股市公报值。国家统计局给出的数值是综合了国民经济所有部门运行情况后分析得到的，而股市公报值的分析样本明显就少得多，只是行业中有有限的股票上市的企业。在时间上，国家统计值一般比较滞后，而股市分析值一般比较及时。在数值上，但这两个利润率往往并不完全相等，股市的值一般高于国家统计值。在具体选取的时候，可以根据情况酌情选用，既可以选国家统计值，也可以是股市分析值，也可以是对两者的综合，如中位数，或其他有效的分析数值。但是，从战略角度考虑，我们以行业利润率作为基准比较合适。

## （二）形成和价值分析

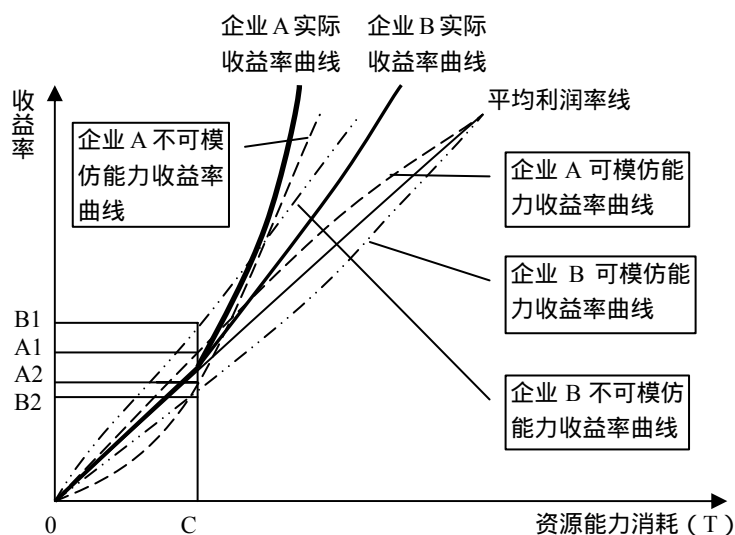


图 2 一般能力资产形成分析图

为了说明企业一般能力资产的形成，我们假设有企业 A、B，并将企业的能力资源分为可模仿能力和不可模仿能力两部分，且两个企业可模仿能力收益率和不可模仿收益率曲线均不同。便于表达，作图 2，各条曲线的意义图中均有说明。在 C 点之前（包括 C 点），A、B 均获得平均利润率，B 的不可模仿能力收益率曲线和 A 的可模仿能力收益率曲线位于平均利润率曲线之上，B 的可模仿能力收益率曲线和 A 的不可模仿能力收益率曲线位于平均利润率曲线之下，各企业两个能力总和效果就是平均利润。此时，企业 A、B 没有互相学习的动力，因为它们的实际收益率曲线相同，两者之间没有相互存在竞争优势。当过 C 点后，企业 A 的实际收益率高于企业 B 的实际收益率，此时，企业 B 有了向 A 学习的动力，并经过一些努力，吸收了企业 A 可模仿能力中的一部分，扩充了 B 的可模仿能力（不可能扩充 B 的不可模仿能力的部分，因为 B 模仿到的能力同样可以被其他企业模仿，因此不可能成为 B 的不可模仿能力）。由于能力的一部分被别人学习，因此企业 A 的可模仿能力的收益率曲线下降并向平均利润率曲线靠拢，同时企业 B 学习了企业 A 的能力，其收益率曲线上升并向平均利润率曲线靠拢。只要企业 A 的实际收益率还高于企业 B，B 就会一直采取通过向 A 学习来缩小这种收益的差别，直到最终两者都获得平均利润率，此时两企业实际利润率的差别纯粹是由于不可模仿能力所创造的。此后，企业 A 在看到企业 B 缩小差距后，也会向 B 学习，

这样互相学习的结果就导致两家可模仿能力的收益率曲线一直在平均利润率点保持动态平衡。实际上，我们把一般能力资产定义为获得平均利润的能力资产就包含有这部分资产是具有可模仿性的能力。这就是一般能力资产创造价值的过程，也表明了一般能力资产只能获得平均利润的本质。

由于一般能力资产只能获得平均利润，因此在一定时期内，它是一个定值，实现了一个稳定的利润，如图 3 所示。

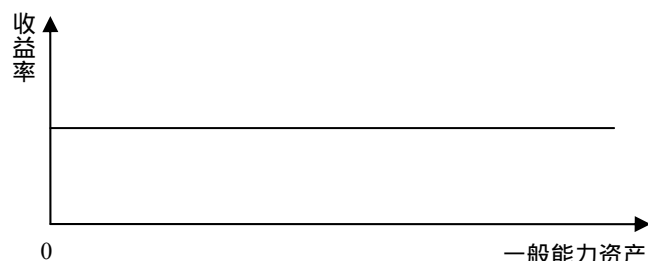


图 3 一般能力资产价值图

### （三）一般能力资产的决定因素

一个企业，从其运行的结构由内向外可以分为外部市场，内部的技术和管理三个基本层面。因此，作为获取平均利润的一般能力资产其决定因素也就表现在这三个方面。

1. 市场方面。企业表现在市场方面的因素主要有：企业形象、市场的反应能力与调整能力、主导产品的竞争力及市场地位、市场营销技能与水平。企业形象主要表明企业协调外部利益相关者关系的融洽程度，核心是企业公众中的技术质量形象，尤其是产品在消费者中的信誉与忠诚度，但也包括与相关企业、金融机构、政府部门、科研机构等等对企业发展的支持程度。市场反应能力与调整能力指企业职能部门，首先是信息部门对市场信息收集的及时性、准确性和对市场信息处理和反馈的及时有效性，在此基础上，市场与技术部门要协同能力，在产品设计和营销理念等方面进行调整和改进，以满足产品更新速度和有效性，提高产品响应市场变化的调整速度。主导产品竞争力与市场地位指主导产品技术与工艺的先进性以及性能独特性，市场地位则包括主导产品的竞争范围、主导产品的市场占有强度、主导产品的技术领先程度，一般可以通过产品的市场份额表现出来。

2. 技术方面。目前，绝大多数企业仍然要依靠技术方面的能力获取平均利润，尤其对于工业企业来说。企业在技术方面对一般能力资产的影响因素有：核心技术自主能力、技术创新的速度、对先进技术发展的敏感性、制造水平。核心技术的自主能力指企业研发队伍在该领域内业务能力和专业技术人才的数量、专利的保护程度、非专利技术的拥有程度、核心技术的先进性与难度。技术创新的速度指对先进技术发展的适应与调整效率和及时性。对先进技术的敏感性指对先进技术的发展趋势有较为清楚的认识，并在最短的时间内调整企业技术研发的战略和策略。制造水平指在拥有一定技术能力的基础上，如何有效地将图纸上的技术含量转化为产品优势，保障制造能力，加强技术人员的培养和先进设备的更新。

3. 管理层面。管理层面的因素是决定企业是否成败的关键，它决定着能否把技术优势转化为产品优势，占取市场份额。影响一般能力资产的管理因素有：高层领导的个人素质与风格、企业战略决策与规划能力、管理的先进程度、企业的自学习能力。高层领导的个人素质与风格指作为企业决策核心的领导者个人的专业素质、领导能力以及个人的领导风格，当然这里也包括高层领导的整体结构与素质，总之，领导层的素质决定着企业的经营和发展。企业战略决策与规划能力指在综合外部环境和内部资源的情况下，企业战略的科学性与先进性，以及把这种战略转化为可执行目标的能力，具体包括高层领导的战略思维与决策能力、战略管理体系的科学性、先进性、有效性。管理的先进程度指科学管理方法的采纳和有效执行，以及管理体系的自适应和调整能力，包含有以下几个要素：技术创新管理范式的科学有效性、管理与控制体系的有

效性、组织结构与业务流程的科学有效性、企业凝聚力、管理与控制体系协调与调整能力、组织结构和业务流程的适应与调整能力、企业文化等具体内容。企业的自学习能力指企业学习先进知识和整合自有知识的能力及表现水平,包括对外界企业信息资源的共享程度、企业培训体系的健全有效性、企业员工的自我学习能力等。

总之,对一般能力资产的影响因素主要体现在这三个主要方面,基础是技术、关键是管理、转化是市场,三者缺一不可。

## 五、核心能力资产

### (一) 核心能力资产的定义

随着世界经济一体化的即将到来,任何企业都面临着来自国内和国外同行的激烈竞争,因此,企业生存的首要条件就具备相对于其他企业产生竞争优势。关于“竞争优势”,霍费和申德尔(Hofer & Schendel, 1978)认为,竞争优势是“组织通过资源的调配而获得的相对其竞争对手的独特性市场位势”<sup>4</sup>。波特认为,竞争优势“来自企业为客户创造超过其成本的价值。价值是客户愿意支付的价钱,而超额价值产生于能以低于对手的价格提供同等效益,或所提供的独特效益补偿高价后还有盈余。”<sup>5</sup>巴尼(Barney, 1991)认为,“当一个企业能够实施现有或潜在的竞争对手不能同时实施的价值创造性战略时,就可以说该企业拥有了竞争优势。”<sup>6</sup>综上所述,企业的竞争优势就是指一个企业在竞争市场上,能够以低于其他竞争对手成本向客户提供的产品或服务,或者在同等投入下能提供比对手更高价值的产品或服务,从而在一定时间内产生超额利润的属性或能力,简单说就是指获得经济租的属性或能力。对于企业竞争优势产生的原因,迈克尔·波特的竞争战略理论认为企业经营获得持续竞争优势主要归因于产业的选择和行业的好坏,即企业的竞争优势是外生的。然而,鲁梅尔特(R.P.Rumelt, 1982)的实证分析表明,产业内部比产业之间企业长期利润率的分散程度要大得多(统计资料显示,产业内企业之间的利润分散程度是产业之间的3—5倍)。<sup>7</sup>同一行业内部,为什么有的企业优势特别突出?以普拉哈拉德(Prahalad)和哈默(Hamel)为代表的企业核心能力理论对上述问题给出了令人信服的答案,回答了波特理论所不能解释的难题。企业核心能力理论是一种内生的企业竞争优势理论,它将注意力集中于企业所拥有的特殊能力,从企业内在成长的角度分析企业产生竞争优势的原因。世界知名企业的成长经历表明,核心能力是企业成功的关键要素,是企业形成长期竞争优势的关键所在,是企业价值增值的源泉,为核心能力理论提供了实证检验。纵然核心能力理论有诸多的各种观点,但归纳起来,可以认为,企业核心能力是企业各种能力的整合,是企业所独有的、不可被模仿的能力,是企业长期保持持续竞争优势从而获得超额利润的独特资源。

结合对能力资产和一般能力资产的分析,我们认为,核心能力资产是指使企业获得超额利润(即超过平均利润)的整合企业能力基础资源的才能,其最显著的特点就是不会被其他主体所模仿和交易,保证主体获得长期的超额利润,即它是企业能力资产中能获取超额利润的并且是主体所独有的部分。

在竞争市场上,一旦一个企业构建了某种竞争优势并由此产生了超额利润,维持一段时间后,由于利益法则的作用,其他企业势必争相模仿和进入,或者环境的变动(比如消费偏好的变化)会使得超额利润消失、竞争优势消散。竞争优势消散的时间长短或速度快慢主要取决于隔离机制的强度或效率。隔离机制主要可以分为两种:模仿障碍和先动优势。<sup>8</sup>但是,这些隔离机制都只能使企业的竞争优势延迟消散,并

<sup>4</sup> Hofer C.W., D. Schendel. *Strategy Formulation: Analytic Concept*[M]. St.paul, M.N., West, 1978, 25.

<sup>5</sup> 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 北京:华夏出版社, 1997.

<sup>6</sup> Barney, J.B.. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage[J]. *Journal of Management*, 1991, 17: 102.

<sup>7</sup> 蔡世锋. 企业核心竞争力本质分析[J]. 当代财经, 2002(10).

<sup>8</sup> 王静鹏, 樊耘. 企业家能力与企业可持续竞争优势[J]. 经济管理, 2002(12).

不能真正保持企业的持续竞争优势。因此，“不可模仿性”有两层含义：其一指企业的某些技术、技能等形成核心能力资产的要素其他企业不能模仿；其二指在利益法则的作用下，企业长期的各种动荡环境中始终拥有竞争优势的创新机制和功能不能被其他企业模仿。

总之，核心能力资产主要指企业不可模仿的能力资产，否则，能被模仿的部分最终在利益法则的作用下最终只能实现平均利润，只有不可模仿的部分才能实现超额利润。

## （二）核心能力资产价值分析

核心能力资产是企业获取超额利润的源泉，因此，企业的核心能力资产越多，其实现的价值就越多，企业价值就越大。从原理上讲，核心能力资产价值曲线应该是一条“钟形”曲线或生命曲线，即存在一个萌芽、成长、成熟和衰败的过程，这是由企业竞争的利益法则所决定的。但是同时，企业为了防止竞争优势的自然消散又建立了有效的隔离机制，坚持创新，使核心能力资产在成长或成熟阶段就有新的核心能力资产形成，从而导致核心能力资产曲线是一条向右上方倾斜的凸曲线，体现了核心能力资产与其实现价值的高效对应关系。同时，核心能力资产在各点边际系数很高，即核心能力资产变动很小，其实现的价值确有很大幅度，原因在于核心能力资产的增加或减少，都必然导致超额利润的迅速增加和减少。详见图4所示。

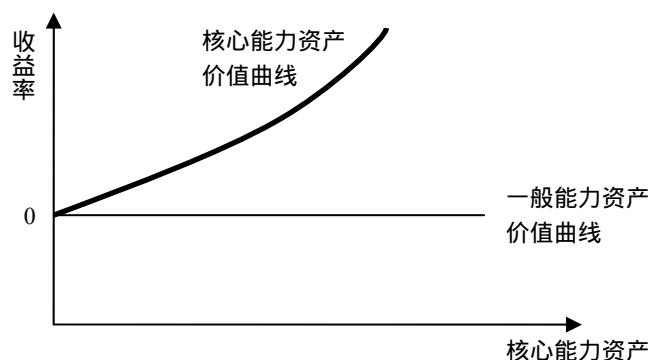


图4 核心能力资产价值分析图

同时，必须注意一点，就是核心能力资产收益能力资产中不可模仿能力收益之间的关系。能力资产中不可模仿能力收益与可模仿能力收益的综合结果就是核心能力资产的收益，而不能将核心能力资产收益与能力资产中不可模仿能力收益相等。只有剔除能力资产中可模仿能力收益的影响后，不可模仿能力资产实现的收益才是核心能力资产的价值。同时，可模仿能力与不可模仿能力收益间的关系也不是纯粹的线性关系，要根据实际情况具体分析。

## （三）核心能力资产决定因素

对核心能力资产来说，由于核心能力资产来源于核心能力资产，因此影响一般能力资产的因素也是影响核心能力资产的因素。但是，这是从一般意义上来说的，要从特殊性意义来讲，核心能力资产的决定因素主要是企业所拥有的不可模仿的资源因素，而且是可以带来超额利润的资源因素。综合国内外学者的研究，我们认为决定核心能力资产的要素主要有两个方面：

1. 企业竞争环境。企业竞争环境是核心能力资产的外在决定因素。具体包括宏观上的社会经济和政策环境，微观上的行业环境等。社会经济和政策环境包括本企业所在地的技术创新环境、金融环境、人文治安环境、产权安全环境、生态环境保护制度等。<sup>9</sup> 微观环境是指企业所在产业的状况，是本国具有比较优势的产业还是不具有比较优势的产业？是新兴产业、成熟产业还是夕阳产业？是高盈利产业、高增长产业还是低盈利、低增长产业？

<sup>9</sup> Van Horne, J.C.. Sustainable Growth Modeling[J]. *Journal of Corporate Finance*, 1998.

2. 内部因素。邓修权等(2003)通过对中国期刊网“<http://www.chinajournal.net.cn>”从1994年到2002年4月20日所有关于核心能力构成要素的全部222篇文章的分析,认为核心能力的构成要素主要有31种<sup>10</sup>,包括:技术、协调运用资源能力、研究和开发能力、企业文化、知识、不断创新的能力、响应能力、市场营销能力、前线执行能力、转化能力、决策能力、

管理系统、组织结构、组织/界面管理能力、人员、产业扩张能力、信息、学习能力、综合服务能力、资本运用能力、商誉、洞察预见力、吸收能力、可持续发展能力、高效运营能力、防范风险能力、市场、设备、知识产权、分享能力。经过深入研究,认为核心能力构成要素大致可归纳为15种,并可分为资源类和能力类两大类,这两大类具有一种层次性的关系。技术、协调运用资源能力、研究和开发能力、企业文化、知识、不断创新的能力、响应能力、市场营销能力、前线执行能力、转化能力、决策能力、管理系统、组织结构、组织/界面管理能力、人员共15种要素具有较高的被认同程度,其中技术的被认同程度最高。资源类和能力类要素在中国都得到了接受和重视,但对两大类要素的联系和统一的探讨还远远不够;知识产权被认同程度很低,没有得到应有的重视。

一般地说,企业与外部环境的关系是核心能力资产形成的十分重要的条件,它可以增强或削弱企业内部能力,实现或者损耗资源,从而使核心能力资产受到影响;对于企业内部,核心能力的构成要素就是核心能力资产最重要的要素,具有创造性和决定性,不仅决定着核心能力资产的形成,而且决定着对外界环境的适应性,一句话,它们是企业拥有的不可交易和不可模仿的独特知识,来源于企业的知识资本。总之,内部和外部因素相互作用、相互影响共同决定着核心能力资产的强弱。

## 六、能力资产的影响

### (一) 对会计等式的影响

会计等式,是指运用数学方程的原理来描述会计要素之间相互关系的一种表达式。它是设置账户、复式记账、编制会计报表的理论基础。会计等式一般分为静态会计等式(或称会计第一恒等式)和动态会计等式(或称会计第二恒等式)。其中静态会计等式是编制资产负债表的基础,动态会计等式是编制损益表的基础。

对静态会计等式的影响。静态会计等式是指,资产=负债+所有者权益。这三个因素,任何一个的变动,都能导致会计等式的不平衡。现在我们各个要素逐一分析,以说明他们的变动情况及其对会计等式平衡的影响。

资产。资产是财务会计概念中的核心要素,一直是会计要素研究的重点。目前世界各国及中国会计准则对资产的内涵仅仅是“实现未来经济利益的资源和权利”已不能全部涵盖资产本质的所有内容,还应该包括为实现“未来经济利益”提供充分条件的企业能力。在此条件下,我们把企业能力界定为能力资产,并同时分析了其价值特征,确信了能力资产是实现未来经济利益的保障,尤其是核心能力资产是实现超额利润的必要条件。因此,综合资产分析的结果,有充分理由认为,资产要素的账户设置应包括能力资产一项,并且应该对其进行有效核算,以便全面核算资产从而在财务报告中提供决策有用和相关的信息。显然,在能力资产有效确认和计量的基础上,由于资产所包含要素的增加,等式左边的“资产”一项数值较之当前

<sup>10</sup> 一些因素的注解:响应能力指企业对重要事件、市场机遇做出快速反应的能力,包含对客观变化敏锐感应的能力和做出应付策略的能力;组织/界面管理能力指企业通过组织过程促进管理效率提高的能力,涉及到企业组织结构、信息传递、企业文化和激励机制等;前线执行能力指企业利用生产方面的知识及资源使核心技术得以实现的能力,该能力决定着企业能否取得产品质量竞争优势和成本竞争优势,从而获得最终的竞争优势;转化能力指企业将技术和发明创造的成果转化为产品或现实生产力的能力;分享能力指跨越企业或地域的边界进行资源共享的能力。参见:邓修权等. 核心能力构成要素的调查研究——基于中国期刊全文数据库[J]. 科研管理, 2003(2)。

就会发生变动,变动方向既可以是增大也可以是减少,正能力资产使资产增大,负能力资产使资产减少,变动的幅度也要根据能力资产的强弱具体核算。总之,资产价值在现有报表基础上发生了变动。

负债。一般意义上讲(综合了国际会计准则和中国会计准则的含义),负债指企业由于过去的交易或事项现时所承担的需要将来向其他主体转移的经济利益。负债是债权人对企业资产的要求权,本质是一种经济义务或责任,履行该义务或责任会导致经济利益的流出。由于负债是对企业资产的要求权,既然资产有能力基础资产和能力资产两部分,那么对于负债的偿还就可以是其中的任何一个或两者结合起来。虽然目前负债主要指有形资产的借入,但并不意味着其偿还必须是有形资产,可以认为,随着知识经济的逐步深入,知识资产要素作用的愈加强大,企业可以用知识资产来履行负债义务,知识只是基础,能力才是根本,因此债权人得到的是知识资产为基础的能力资产。反过来,债权人也可以用能力资产来投资。但是,要澄清一点的是,虽然负债可以用能力资产来偿还,但是并不意味着必然产生能力负债。虽然从本质上负债是债权人的资产,既包括实物资产又有能力资产,但是从债务人负债的角度来讲,债权人可能更希望得到的是实物资产而非能力资产。退一步说,即使债权人对企业进行了能力资产投资,即产生了能力负债,但在目前会计准则的框架下,尤其是在谨慎性原则的要求下,能力负债的确认难度可能很大,况且债权人进行能力资产投资可能并不希望债务人用能力资产偿还,而是实物资产偿还。因此,对于能力负债的确认,也应该是与本主体能力资产确认方法相同条件下,一致性地确认负债中的能力负债部分。总之,在能力资产的影响下,会计等式的负债因素也会在现行负债确认的基础上可能发生变动(只有在债权人能力资产投资的时候)。

所有者权益。对于所有者权益的认识,美国财务会计准则委员会(FASB)和国际会计准则委员会(IASC)及中国《企业会计准则》都有基本相同的定义。1985年,FASB在其《财务会计概念公告第6号》,即《财务报表要素》中将权益(equity)定义为“指特定个体的所有资产扣除所有负债后的剩余净资产”。IASC在1989年7月公布的《编制和呈报财务报表的结构》中权益定义为“指企业的资产扣除负债后的剩余价值”。中国1993年7月起实行的《企业会计准则》中,“所有者权益是企业投资人对企业净资产的所有权,包括企业投资人对企业的投入资本以及形成的资本公积金、盈余公积金和未分配利润等。”其中净资产也是指总资产减去总负债的余额,体现了一种剩余权益,所有权表明了这项剩余权益的归属。综合各种观点,可以认为,所有者权益是资产和负债差额后决定的,从会计等式来说,是一个调整等式平衡的要素,与其说是定义不如说是一种所有者权益的计量方法。所有者权益实质上强调了两点内容:其一是企业原始资金扣除债权人资金后的部分;其二是对企业的剩余索取权。总之,按照会计准则的定义,在确认所有者权益时,资产减负债的结果必然是所有者权益中包含了能力资产的部分,能力资产也将成为权益中除实收资本、资本公积金和留存收益后的另一个组成要素。当然,能力资产在权益中的角色还有待深入研究,它有可能存在于实收资本、资本公积金或留存收益之中,也有可能单独存在,当然名称也有可能成为“能力权益”。但有一点是肯定的,既然能力资产是资产的一部分,它的对应物也应该成为所有者权益的一部分。总之,所有者权益会随着资产和负债的变动而变动,但不会影响会计等式的平衡。

通过我们对静态会计等式中三要素,资产、负债和权益的分析,可以看出,由于资产较之目前会计准则的内容扩充了能力资产的部分,在其影响下,负债和权益均发生了变动,变动的情况要根据实际情况而决定。但是,静态会计等式三者的变动并不会影响会计等式的平衡。

对动态会计等式的影响。动态会计等式指收入-费用=利润(或亏损),是衡量收入、费用和利润直接的数量关系。任何企业进行生产经营活动都是以营利为目的。企业要取得利润,就要运用所有者和债权人提供的资产,经过生产经营而获得收入。当然,企业为了取得收入必然要发生各种耗费,将一定会计期间的收入与费用配比就可以确定企业的盈亏。由于能力资产是企业资产,是企业的存量要素,因此,对于核算企业流量要素的收入、费用和利润来说,其不产生任何影响,从而也不会对等式平衡产生影响。

总之，能力资产对静态会计等式和动态会计等式的平衡性没有任何影响。当然，能力资产对于国外编制所有者权益变动表理论依据的“差额（利润）+所有者投资变动+非损益非投资权益变动=权益变动”等式（有人称为会计第三恒等式）的平衡性也不会产生影响。一句话，虽然能力资产对会计等式的某些要素产生影响，但对各个会计等式的平衡性不会产生影响。

## （二）能力资产在资产要素中的角色与地位

资产是财务会计概念框架中的核心要素，是企业存在的基础。会计作为一个信息系统，一个前提就是要全面有效地反映企业的运营状况。在知识经济条件下，企业的资产内涵不应该仅仅局限于工业时代传统资产，知识、能力才是决定企业成败的关键因素。因此，能力资产的提出有利于完善资产要素的内涵、内容及符合价值报告的要求。

### 1. 能力资产使资产的内涵更加深刻

对于资产，会计准则一般将其定义为“能带来经济利益的资源和权利”。但是，通过对资产内涵及其企业能力价值的分析，认为尤其在知识经济条件下，企业能力也是企业的一项资产，并将其定义为能力资产。能力资产是对传统资产的补充，传统资产只说明了企业资源的存量状态，没有说明“未来经济利益”与存量资源间的关系，给人的感觉是只要企业存在存量资源就必然会产生未来现金流。实质上，存量资源只是为未来现金流提供了基础条件，只是一个必要条件，其充分条件就是企业能力。能力资产是对存量资源有效整合和转化的才能，通过这种人类劳动的投入，企业的存量资源才会实现价值，产生未来的现金流。因此，要实现企业的价值，传统会计资产即企业存量资源和企业能力资源即能力资产一个也不能少，只有两者有效结合，相互作用，才能实现未来经济利益。企业既然是一个有机体，它就必然存在物质基础的存量资源和人为主观能动性的能力资产，就像一个生命体一样，缺少一个都不能存活，这也可以说是我们提出能力资产的哲学基础。

显然，将资产要素定义为“是特定会计主体拥有或控制的、含有可能的未来经济利益的资源、权利或能力。”有利于完善资产的内涵，符合知识时代对会计的要求，有利于我们对一些会计问题的解决。能力资产虽然目前具有确认和计量上的一些困难，但并不妨碍其作为资产要素的一分子，它“未来经济利益”的本质不会改变。

### 2. 能力资产使资产的内容更加充分、完善

在资产内容上，传统会计一般将资产按是否具有实物形态分为有形资产和无形资产。有形资产包括房屋、机器设备、存货等；无形资产分为应收和应付账款、以及一些特殊权利的专利权、商标权、土地使用权等。在资产负债表上，则通常按资产的流动性大小分为流动资产、长期投资、固定资产、无形资产和其他资产。能力资产作为整合传统资产的资产，按其是否具有实物形态来分，可以归到无形资产，而且是不可辨认的无形资产，正如我们在前文分析的，商誉只是部分能力资产的价值表现形式。如果按流动性来分，好像不符合传统资产流动性的意义，不能归到具体项目中。当然，对于资产划分，是人为主观划分的标准，不具备原则上的意义，仅仅是为了分析的方便。

为了符合传统会计划分，我们可以将能力资产按是否具有实物形态划分为无形资产。但是，这里存在一个问题，传统会计的无形资产与能力资产的无形具有本质上的不同，具有一定的层次关系。传统的资产是属于第一层次，是基础；能力资产是第二层次，是提升。因此，为了更为清楚起见，我们将按对“未来经济利益”的作用划分为，能力基础资产（传统会计资产）和能力资产两部分，能力基础资产是必要条件，能力资产是充分条件。

显然，在资产的内容上，能力资产完善了资产的内容，使企业不仅要关心传统资产更要关心能力资产，有利于企业资产的全面管理，对于以业主权益为主的财务管理更是如此。同时，能力资产的披露也能满足投资者决策有用和相关信息的需求。



### 3. 能力资产符合价值报告的发展要求

对现行财务报告的批评由来已久。现行企业财务报告有五个基本特征：一是以财务资源和财务状况为核心，忽视了企业未来财务潜力、企业核心能力等信息的披露，导致企业财务信息披露不全面；二是以历史成本为基础，忽视了企业现行价值等信息的披露，影响企业财务信息的决策相关性和信息有用性；三是以资产负债表、损益表和现金流量表为主体，以财务报告附注为补充，形成企业财务三表的报告体系，形成供给主导型信息披露体制；四是以货币计量为手段，忽视了其他计量手段的运用，使许多重要信息拒于信息披露门外；五是以定期信息披露为方式，忽视了企业适时信息披露，致使财务信息披露模式单一。显然，现行财务导致了投资者所需要的决策相关和有用的信息绝大部分的缺失，学术界要求改进财务报告的呼声越来越高。

国内外研究有一个共同的认识，就是企业价值报告是现行企业财务报告改进的基本方向。要使企业价值报告成为披露主体，必须解决以下几个基本问题：企业财务核心能力与企业价值、企业经济收益与财富变动、企业现值报告基础与现值会计技术、企业未来报告体系和企业价值报告的披露方式等五个方面。这些问题的解决，都必须首先要对企业无形资产要有一个清醒认识，无形资产会计是目前会计研究的主要难题之一。既然企业价值是由传统资产和企业能力共同创造的，那么对于企业能力的会计认识也是一个重要课题。因此，能力资产的研究符合财务报告改进的方向，有利于企业价值报告披露，成为满足投资者需要的主要披露方式。

#### 参考文献：

- [1] 尼古莱·J.福斯，克里斯蒂安·克努森. 企业万能——面向企业能力理论[M]. 李东红译. 大连：东北财经大学出版社，1998.
- [2] Nelson, R. R., S.G. Winter. *An Evolutionary Theory of Economics Change*[M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1982.
- [3] Amit, R., P.J.H. Schoemaker. Strategic Assets and Organizational Rent[J]. *Strategic Management Journal*, 1993, 14 (1).
- [4] Prahalad, C. K., G. Hamel. The Core Competence of the Corporation[J]. *Harvard Business Review*, 1990 (3): 79-91.
- [5] Hofer C.W., D. Schendel. *Strategy Formulation: Analytic Concept*[M]. St.paul, M.N., West, 1978, 25.
- [6] Van Horne, J. C.. Sustainable Growth Modeling[J]. *Journal of Corporate Finance*, 1998.
- [7] Barney, J. B.. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage[J]. *Journal of Management*, 1991, 17: 102.
- [8] 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 北京：华夏出版社，1997.
- [9] 安德鲁·坎贝尔，凯瑟琳·萨默斯·卢斯. 核心能力战略——以核心竞争力为基础的战略[M]. 大连：东北财经大学出版社，1997.
- [10] 项保华，邵军. 企业超常业绩成因试析——基于资源能力观的经济租金理论解释[J]. 南开管理评论，2004（7）.
- [11] 葛家澍，杜兴强. 知识经济下的财务会计理论与财务报告问题研究[M]. 北京：中国财政经济出版社，2004.
- [12] 葛家澍，林志军. 现代西方会计理论[M]. 厦门：厦门大学出版社，2001.
- [13] 李向荣等. 企业能力价值论[J]. 科技进步与对策，2003（4）.
- [14] 王静鹏，樊耘. 企业家能力与企业可持续竞争优势[J]. 经济管理，2002（12）.
- [15] 邓修权等. 核心能力构成要素的调查分析——基于中国期刊全文数据库[J]. 科研管理，2003（2）.
- [16] 蔡世锋. 企业核心竞争力本质分析[J]. 当代财经，2002（10）.
- [17] 唐国平. 财务会计对象要素研究[M]. 大连：东北财经大学出版社，2003.
- [18] 项国鹏. 知识和企业资源及其能力的联系[J]. 现代管理科学，2004（10）.

（责任编辑：代翔、闰渺）