

高校无形资产管理研究

张建华¹, 卢范强²

(1. 北京航空航天大学 党政办公室, 北京 100191; 2. 北京航空航天大学 法学院, 北京 100191)

摘要: 高校无形资产是高校资产的重要组成部分, 是高校宝贵的物质财富与精神财富。然而中国高校无形资产管理中普遍存在观念淡薄、部门及有关制度缺乏、专利权属不清及转化率低、估价体系不健全、会计核算不合理、品牌意识不强等问题。需要根据这些问题的成因在转变观念、健全制度、加强队伍建设、建立评估体系、完善会计核算等方面采取有针对性的措施, 促进高校无形资产管理完善。

关键词: 高校; 无形资产; 管理策略

中图分类号: G467 文献标识码: A 文章编号: 1008-2204(2012)03-0113-05

Research on the Management of University Intangible Assets

Zhang Jianhua¹, Lu Fanqiang²

(1. President's Office, Beijing University of Aeronautics and Astronautics, Beijing 100191, China;

2. Law School, Beijing University of Aeronautics and Astronautics, Beijing 100191, China)

Abstract: University intangible assets is a vital component of university properties, and it is not only a kind of material wealth, but also spiritual value. Problems lying in the management of intangible assets of colleges and universities are common, such as the weak idea of the assets, the lack of relevant organizations and regulations, the ambiguous patent ownership and low patent percent conversion, the incomplete appraisal system, the unreasonable accounting and the weak idea of brand awareness. Therefore it is necessary to change mind and perfect relevant systems, and strengthen the development of staff. Also it's required to set up the rating system, and complete the accounting system and other efficient measures, so that the management of intangible assets of colleges can be better improved.

Key words: university; intangible assets; management strategy

无形资产管理在现代科技与经济合作中具有重要意义, 在国外已有超过 100 年的研究历史, 并且形成了十分健全的法律制度。然而在中国, 对无形资产管理缺乏系统性的综合研究分析, 这种欠缺不仅体现在各级管理部门, 也存在于高校内部, 严重阻碍了无形资产社会经济价值的发挥, 也导致了无形资产的流失。为适应新经济时代的发展要求, 进一步增强高校的核心竞争力, 必须树立起高校无形资产的价值理念, 完善管理制度, 保护高校无形资产。

一、高校无形资产的定义与范围

无形资产是相对于有形资产而言的。资产是指投资者所拥有的或投资者控制的资源, 可以合理预

计未来可获取的经济利益。无论是经济学还是管理学对无形资产的认识都是广义的。对无形资产的认识有一个过程, 随着科学技术的发展、经济的增长、社会的日益进步, 其概念的内涵(特征)和外延(范围)会不断地发生变化。^[1] 如何管理高校的无形资产, 首先需要对高校无形资产的定义进行澄清, 以对高校无形资产的范围予以定位。

(一) 高校无形资产的定义

英美法对于财产的分类中最早地提到了“无形资产”。如英国财产法把财产分为“货物、土地、货币、基金、无形资产”五大类。^[2]

国际会计准则委员会将无形资产定义为“用于产品的生产和销售, 为用于出租或为用于管理而持有, 没有实物形态的可辨认的非货币资产。”^[3]

收稿日期: 2010-11-08

基金项目: 中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(YWF-10-04-027)

作者简介: 张建华(1977—), 男, 陕西蓝田人, 讲师, 博士, 研究方向为高校管理、办公室管理、知识产权。

美国财务会计准则委员会认为“无形资产是一项特定资产,是指赋予组织某种法定权利或竞争优势的非流动、无实物形态的资产。”^[4]中国《企业会计准则——无形资产》规定“无形资产,指企业为生产商品、提供劳务、出租给他人,或为管理目的而持有的、没有实物形态的非货币性长期资产。”^①

以上定义主要是从企业的角度对无形资产进行界定,可以概括出无形资产的一般特征:一是非实体性,无形资产不是具体的有体物,这是其首要特征;二是内在联系性,无形资产总是与特定主体相联系的,并且反应特定主体的性质和功能;三是价值效用性,无形资产能够为所有人或使用人出于特定目的而控制或使用,如用于商品生产或劳务的供应,具有经济价值上的利益。

有关企业无形资产的定义中,通常认为高校无形资产是一种能够给高校带来巨大收益,并且与高校具有内在关联性的没有具体实物形态的那部分资产。

在高校这种特殊环境下,高校无形资产除了具有无形资产的一般特征外,也形成了自己的特点。首先,高校无形资产具有公益属性。高校现有的无形资产是在高校不断发展过程中积淀而形成的,以培养人才为最主要目的。其次,高校无形资产具有利益主体的多样性。从理论上讲,高校的无形资产是由高校完全占有的。然而在实践中,许多高校的二级单位及个人都在一定程度上控制着部分无形资产。^[5]

(二) 高校无形资产的范围

高校由于自身的特色,其无形资产与其他组织的无形资产具有明显的差异。高校自诞生时起,就随着其发展不间断地生产着无形资产,并且经过长期的积累,形成了十分巨大的数量。特别是许多著名的高校因其具有密集的人才、知识、信息的先天优势,并且通过先进的实验设备的运用以及丰富的学科门类的建设,积累了可观的无形资产。高校无形资产主要包括以下几类:

1. 知识产权类

这是以智力成果为客体的独占性权利。主要包括高校的专利权、商标权、著作权,各种技术秘密和科学实验数据资料等。^[6]这些知识产权是高校核心的无形资产,在当前的市场环境中,具有广泛的经济开发空间。如教师、学生在教研活动中开发的计算机软件、申请的职务专利等。另外高校的域名、服务标志,以及与高校相关联的其他标识等,也是高校独有的无形资产。

2. 政府特别授权类

这是对来自于政府对高校的特别授予的一类可以给高校带来高额收益的权利的总称。这种权利涉及各个方面,包括对划拨土地的使用权、高校收入税收的减免权、各专业的自主招生权、高校学位的授予权等。另外,高校获得的“211工程”、“985工程”、“教育部重点院校”以及“国家重点专业实验室”等荣誉,也都是高校无形资产的重要组成部分。

3. 人力资源类

这是指高校拥有的各级各类高级专门人才。一方面,是指高校所拥有的在各专业领域具有重要影响力的学者和学术权威,他们所具备的优秀品质和专业素质是高校不可估量的无形资产。另一方面,是指分布在各个领域的高校毕业生在相关行业所取得的成就而给高校知名度的提高所带来的作用。

4. 其他类

这主要是指师生及社会各界人士对高校在学科领域的科研成就、专业素质水平,以及学校校风等方面形成的优势的认同感。其中重要的表现即校园文化,它存在于学校的各个方面,是高校特有的品格及定位。通过学校的办学精神、校风以及学校形象表现出来,对高校的可持续发展具有重要的意义。

二、高校无形资产管理存在的问题

高校无形资产在管理与会计核算中一直处于薄弱环节,许多高校只有简单登记,没有价值核算,也缺乏相应的管理制度与管理专员。高校自身及高校管理的相关者,长期存在重此轻彼的现象,对于高校的基础设施、硬件设施等有形资产过于重视,而往往忽略了专利技术以及非专利技术等无形资产的价值。

(一) 无形资产观念淡薄

目前,许多高校忽视了无形资产的价值,未在观念上赋予无形资产一个应有的地位。大多数管理人员没有认识到无形资产在现代市场经济中的地位和作用,只注重成果的鉴定和评估,不注意实际运用,法律保护意识淡薄。^[7]因此,造成了高校知识产权受到侵犯,学校的校誉受到毁损,无形资产流失而没有采取任何法律措施追究责任的现象。

由于无形资产往往是无形的,甚至仅仅是一种观念上的存在,因此在传统的以动产和不动产为核心的有形资产的认识下,人们很容易忽视无形资产的存在和价值。对无形资产的认识是概念多于管理,重“有形”而轻“无形”。如专利技术仅仅是一种信息表达,在未转化成产品前,它仅是记载着的技

术信息,许多高校在管理上只是简单地登记;而对于校誉、校训、校风等往往仅是观念上的存在,飘渺不定,更难说管理了。

(二) 无形资产的管理部门和有关制度缺乏

目前,不少高校无形资产的管理缺乏统筹的规章制度,没有权责明确的管理部门以及专业的管理人员。这种现象体现在高校无形资产管理中的许多方面,使无形资产在认定、转让、开发利用等方面缺乏相应的操作流程及监管体制,因而容易导致无形资产的流失。

这种局面的成因是多方面的。首先,无形资产的非实体性使得人们难以重视其存在并建立起综合的管理部门。其次,高校无形资产虽然可以分为知识产权类、政府特别授权类、人力资源类等,但仍缺少细化分类,造成管理界线不清楚,难以专业化,使无形资产在转化中蒙受不必要的损失。如在大部分高校,无形资产是由科研处来管理的,而资产管理处却不承担管理无形资产的责任,只管理固定资产。这样一来,造成了管理部门的错位,严重阻碍了无形资产的增值保值。^[8]

(三) 专利权权属不清,导致无形资产严重流失

高校是科研实验室、科研人员最为集中的地方之一,是国家基础研究和重大应用性课题的重要承接者。因此,学校通常对实验室建设、科研活动的启动及运行等投入大量的经费,以提高教职工开展科研活动的热情。但是高校科研渠道的复杂性与特殊性,也导致了研究成果的产权归属仍存在多样性,甚至无法明确权利归属。高校科研获得的专利技术、著作等科研成果所形成的无形资产,因项目资金来源复杂,主管机构交叉重叠,使高校、行业主管部门、国家都对成果拥有产权,且高校对成果所拥有的产权并未得到法律的确权。

另外,高校中职务成果与非职务成果存在模糊地带,特别是在高校与企业的产学研合作中,常出现不同利益主体之间权属不清的障碍。虽然《合同法》在技术合同分则中明确规定“职务技术成果的使用权、转让权属于法人或者其他组织,”^②但在实践中,由于智力劳动的复杂性、成果形态的智能性和劳动人员的流动性,使得发明人与其所在单位,在职务与非职务、本职与兼职发明成果的归类问题上,存在认识和理解上的分歧,从而形成了无形资产转化的障碍。一些教职工个人使用、转让专利技术的过程并未覆盖在高校无形资产的管理体系下,导致许多职务技术成果以非职务技术成果的名义进行专利申请和技术转让,造成大量高校无形资产悄然流失。^[9]

(四) 专利技术的转化率较低

目前,中国高校科研成果平均转化率不到 30%,绝大多数的专利技术被束之高阁。这与美国、日本等发达国家科技成果转化率达到 80% 相比存在巨大差距。这在一定程度上造成了人力资源和物力资源的浪费。究其原因,首先,由于长期以来有些教师、科研人员单纯注重追求学术水平,而忽视了成果的实用意义。在许多高校科技人员看来,项目完成的标志就是通过成果的鉴定,这就意味着成果已经取得,很少有教师会去考虑科技成果转化或产业化问题。他们的成果更多地被应用于申报课题、发表论文、申报奖励、评定职称等方面,并没有充分意识到科技成果产业化重要价值。^[10]其次,限制中国高校专利转化的一个重要因素是缺乏一个完备的“专利技术——产品”的“孵化器”。这种体系的建设,不仅需要成熟的产业园区,还需要高校内部有效的推动机制以及专业化的居间服务队伍,而这些条件是大部份高校无法具备的。

另外,专利这一类的无形资产具有期限性,会随着技术进步及专利期限的缩短而贬值。许多高校研发的专利技术,往往仅用于发表论文、评定职称等,经常被束之高阁。随着技术的更新换代,高校专利的市场价值甚至变得一文不值,而造成研发及市场方面的巨大损失。而且,一旦专利到期,这些专利技术就会成为公有技术,成为社会共享产品,届时专利转让、专利许可所带来的经济收益更无从谈起。

(五) 无形资产出资估价体系不健全

为了规范高校产业的建设,避免高校承担无限责任风险,中国高校陆续建立了资产管理公司,以追求现代企业制度对风险的“防火墙”作用。^③从法律角度上看,高校资产管理公司与高校是相互独立的法人团体,高校通过出资入股而享有资产管理公司股东的权利。高校作为技术研发最活跃的实体,往往以专利、技术秘密等无形资产作为出资的重要方式。^④中国公司法规定,作为出资的非货币财产应当估价,核实财产。然而现行高校无形资产估价体系并没有建立起来,专利技术等的估算货币价值与其实际应有的价值往往相距甚远,有时甚至是不评估、不计价、不入账,这难免会造成高校无形资产的贬损和流失。

高校无形资产评估体系不健全,主要原因在于无形资产的不确定性。无形资产的特殊性使无形资产评估目前缺少一套完备的、可操作的估价体系以衡量各项无形资产在市场上的货币价值。因此,实践中这也导致高校在核查登记的资产项目中往往只重视有形资产和固定资产。除了一些如专利、技术秘密等少数无形资产可以有一定的标准的估价方法外,对于校名、校

誉、品牌等不可估量的无形资产,常常在高校名义下的经济活动中流失。

(六) 现行会计制度核算的局限性

中国高校会计制度是由财政部、国家教委颁布的《高等学校财务制度》^[5]规定的,具有不少的局限性。其中对高校的知识产权、土地使用权、非专利技术、校誉等无形资产只是简单地指出“按规定合理摊销”。对于高校无形资产用于对外投资和转让时的核算方法的规定很笼统。这样造成了财务人员在计价和摊销的操作中遇到的难度较大,比较随意,从而使现有财务报表无法反映学校真实的财务状况及经营风险。^[11]因此,高校无形资产从会计核算和报表来看,账实往往难以相符,高校不少无形资产无法记录在会计账簿和报表中。

(七) 品牌意识不强,高校声誉无形中受损

高校声誉的形成不是一朝一夕的,它如企业的商誉一样是通过多年的努力奋斗而形成的正面社会形象。然而近些年来在经济利益的驱动下,一些高校不重视生源条件和现有的办学条件,大量招收自费生,或者举办各种名义的培训班,不仅降低了教学质量,也损害了高校的品牌形象。另外,学校在品牌塑造策划中也常出现许多问题:忽略学校品牌的内涵和个性;忽视学校品牌的本质,盲目进行商业炒作;将学校品牌等同于视觉形象;忽视学校品牌的传播;自我张扬过度;重视树品牌,轻视保品牌以及品牌管理缺乏统一和长效机制;等等。

三、完善高校无形资产管理的对策

(一) 加强宣传,改变观念,引起各方重视

无形资产与有形资产一样都是高校资产的重要组成部分,对于增加高校的综合实力和社会影响力都是不可或缺的。因此,在高校教育相关者及自身中树立起明确的无形资产观念尤为重要。要在高校教职工和领导干部中广泛开展学习活动,使他们认识到保护高校无形资产与保护有形资产具有同等地位。另外,还要普及国家有关无形资产的法律知识,使大家明确高校无形资产的研制与形成大多是用教学科研经费完成的,属于职务发明,同有形资产一样是重要的国有资产,一样要加以严格保护和科学管理。^[12]只有在思想上强化了认识,才能在无形资产的管理中积极采取相应措施。

(二) 健全无形资产管理制度,建立专业化的管理队伍

高校无形资产的管理涉及高校的诸多方面,是一项繁杂的系统工程,体现在高校科研、教学、生产过程

管理的各个方面,关系到高校整体的经营决策及发展战略。鉴于高校无形资产管理的不足,应在内部建立一套规范化的无形资产管理制度。科研部门要做好科研档案的建立与管理工作,分门别类地设立科研档案。而且,对于知识产权的保护,要在科研项目立项时就着手进行,专利的取得、使用、转让各个阶段以及专著的出版都要有清晰的记载。

另外,要建立一支专门的无形资产管理队伍,这是做好高校无形资产管理的重要前提。在这支队伍中,既要有熟悉专利法、商标法、著作权法、制止不正当竞争法及有关民法和诉讼法等不同法律法规的法律人才,还要有在专利申请、专利转让、专利诉讼、专利评估中具有精通实务的人才,更要有掌握管理规律、讲究管理艺术、善于处理和协调知识产权活动中复杂矛盾和纠纷的管理人才。^[13]可以建立由校长领导、主管副校长负责、配备有专职管理人员的知识产权办公室,制定知识产权战略,由相关部、处、院、系、所等专人负责把关执行知识产权管理、登记、审查、奖惩、应诉等具体事项。

(三) 加强专利权属的审查,规范技术开发行为

建立清晰的专利权属制度,是高校专利管理和技术开发活动中的重要环节。高校应加强职务发明的筛选和诱导,及时准确地把握知识产权的申报、放弃、登记、审查制度。法律已明确规定职务成果归学校享有,将职务成果非职务化的行为,实际上造成了对学校利益的侵权,学校应依法追究侵权者的侵权责任。高校可以与科研人员根据《专利法》、《合同法》的规定,缔结协议,明确产权归属,理顺关系。^[14]高校在委托开发、合作开发中,要依据相关法律与委托单位或者合作单位缔结明确的技术成果归属协议,减少不确定的法律风险,防止由于产权模糊而带来的无形资产的流失。另外,对于因师生离校、出国、借调期间所造成的关系变动,高校有必要与相关人员签订“知识产权保护协议”,明确双方的权利与义务,规范高校技术成果的拥有和使用。

(四) 增强市场观念,加快科技成果转化的效率

适应市场需求是实现科技成果转化的基础。任何一项高新技术在进行转化时都必须根据市场需求来决定产业化的方向、时机、进度与规模。科技发展和科技成果转化主要靠市场机制,市场引导科研向应用研究倾斜。^[15]在市场经济快速发展的今天,高校应该通过产学研结合,积极参与到市场活动中去,发挥高校的社会服务功能,使高校的科研成果迅速转化为现实生产力。这样,既可以实现经济与社会的双重效益,也可以增强高校的办学实力和社会影响力。因此,高校有必要成

立知识产权与技术市场化运行管理的专门机构, 加快科技成果转化效率。

(五) 建立科学的无形资产评估体系

在现代产权交易中, 资产评估是进入产权市场的必要环节。资产评估对于产权的界定、资源的优化配置都具有重要作用。而高校无形资产所处的特殊环境以及其他因素的影响, 使得高校无形资产的成本价值与实际投资价值相比具有不小的差异。所以, 高校在从事投资活动时, 对于无形资产部分必须先进行科学评估, 确定与其相符的投资价值, 以作为将来进行收益分配的重要依据。基于无形资产具有成本与效应的非对应性, 在目前市场评估实践中运用最广泛的是收益现值法。^⑥因此, 高校在以无形资产作为出资的方式时, 就必须参照收益现值法建立科学的评估体系, 真实地反映高校无形资产在未来收益中的资本贡献。

(六) 完善无形资产核算体系

对于高校而言, 学校所承担的科研项目及形成的科技成果是其最重要的无形资产。因此, 高校无形资产核算系统应当符合高校会计环境所具备的独有特征。具体操作起来, 应当改革传统的以收付实现制为基础的核算方法, 采用权责发生制, 且通过配比原则摊销无形资产。在预算会计科目的设置上, 要增加“无形资产”科目, 并进行细化。无形资产在用于入股、对外转让等经济活动时, 可以让产业部门统一管理。为了防止无形资产的流失, 应当先经过评估, 依照评估价值及时调整相关的无形资产账户。最后, 财务部门应当及时做好无形资产成本和收益的核算工作, 根据实际情况冲减账户。

(七) 增强高校品牌意识, 维护学校的声誉

一所大学的品牌是在其创办初始及发展过程中始终着力表达或培育的一种办学思想, 是其在长期发展过程中积累起来的一种治学风格或学术传统, 也是其在长期发展过程中传承下来的一种融合了社会文化与大学校园文化的人文精神。^[16]高校优良的社会声誉来之不易, 是社会对高校品牌的长期认可而形成的重要无形资产。因此, 高校在合作办学或举办培训班时不能目光短浅, 只顾一时的经济利益, 应从大局出发, 保证高校服务产品的质量, 积极保护学校的声誉, 维护学校的形象。大学精神是高校实施品牌战略的灵魂依托; 质量为本是高校实施品牌战略的关键之举; 形象塑造是高校实施品牌战略的重要载体。^[17]高校始终要做好学校品牌的个性定位、传播推广及维护创新。

注释:

① 参见《企业会计准则——无形资产》, 中华人民共和国财政部

2001年1月18日发布。

② 参见《中华人民共和国合同法》第326条。

③ 参见《教育部关于积极发展、规范管理高校科技产业的指导意见》(教技发[2005]2号)和《教育部关于高校产业规范化建设高校资产经营有限公司(以下简称资产公司)的若干意见》(教技发[2006]1号)之规定, 各高校要依法组建资产公司, 将学校所有经营性资产划转到资产公司, 由其代表学校持有对企业投资所形成的股权, 各高校只对资产公司行使出资人的权利, 不再直接参与其具体经营。

④ 参见《中华人民共和国公司法》第27条: “股东可以用货币出资, 也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资; 但是, 法律、行政法规规定不得作为出资的财产除外。”

⑤ 参见: 财政部、国家教委关于印发《高等学校财务制度》的通知, 1997年6月23日颁布。

⑥ 收益现值法是根据资产未来预期获利能力的大小, 按照“将本求利”的逆向思维, 以适当的折现率或资本率, 将未来收益折算成现值的方法。决定收益现值的基本因素, 是资产未来的收益及其折现率。详见吴申元所著的《无形资产管理与评估》, 首都经济贸易大学出版社2007年版, 第300页。

参考文献:

- [1] 于玉林. 无形资产概论[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2005: 21.
- [2] Lawsson F H, Bernard Rudden. The law of property[M]. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press, 2002: 22.
- [3] 国际会计准则委员会. 国际会计准则2000[S]. 北京: 中国财政经济出版社, 2000: 626—628.
- [4] Accounting Principles. APB opinions[M]. Chicago: Commerce Clearing House Press, 1970: 26.
- [5] 刘志成, 张泽波. 高校无形资产管理审视及对策研究[J]. 财会通讯, 2008(8): 33.
- [6] 梁宏. 对高校无形资产保护策略的研究——以法学为视角[J]. 时代教育, 2011(8): 24.
- [7] 王棣华. 论高校无形资产的管理[J]. 高校教育管理, 2011(6): 44.
- [8] 李奇勇. 高校无形资产保值增值的途径探讨[J]. 高校后勤研究, 2011(3): 20.
- [9] 桑秀英. 高校无形资产有效转化研究[J]. 会计之友, 2011(6): 55.
- [10] 苑新, 冯元璋, 吴建忠. 我国高校科技成果转化存在的不足与建议[J]. 科技与管理, 2007(1): 42.
- [11] 陈怡松. 高校无形资产管理现状考察及对策思考[J]. 管理视野, 2011(1): 28.
- [12] 吴建军. 加强高校无形资产管理研究[J]. 当代经济, 2011(4): 45.
- [13] 韩云珍. 论高校的无形资产管理[J]. 山东理工大学学报: 社会科学版, 2006(1): 52.
- [14] 陈理娟, 郭鹏江. 高等学校知识产权保护问题研究[J]. 西北大学学报: 哲学社会科学版, 2006(4): 27.
- [15] 徐鹏杰. 国外科技成果转化的经验及启示[J]. 经济研究导刊, 2010(23): 60.
- [16] 卢健民, 夏泉. 试论高校品牌的营造[J]. 黑龙江高教研究, 2004(10): 51.
- [17] 王恒, 王瑞诚. 我国高等学校品牌的内涵及其战略研究的回顾与反思[J]. 内蒙古师范大学学报: 教育科学版, 2007(11): 31.