

[文章编号]1009-3729(2011)01-0087-04

马克思的地租理论 在无形资产领域的运用与发展

李锐

(福建师范大学 经济学院, 福建 福州 350002)

[摘要]企业拥有无形资产的数量与质量不同、拥有的专利技术先进程度不同、拥有的固定资产升级换代等影响因素不同,其无形资产为企业带来的超额利润也不相同,这与马克思的地租理论有相似之处。无形资产领域的地租现象,形成了无形资产的“级差地租”、无形资产的“绝对地租”、无形资产的“垄断地租”及无形资产的价格。用马克思的地租理论解读无形资产的意义与价值所得的启示是:要结合经济社会发展的实际情况来运用和发展马克思的经济理论,促使企业树立无形资产意识,促进无形资产向无形资本转化。

[关键词]地租理论;无形资产;无形资本;级差地租;绝对地租;垄断地租

[中图分类号]F0-0 [文献标志码]A

当前,我国市场经济已经步入高速发展的现代市场经济时期,产品或服务同质化程度越来越高,在业已形成的买方市场条件下,企业在日益激烈的市场竞争中艰难寻找差异化,力图拓展更广阔的市场,争取更多的市场份额,以使企业利润最大化。此前,企业竞争单纯靠打价格战、包装战、质量战等,现在企业竞争则靠在更高层次上打无形资产战。无形资产中的专利权、技术诀窍可以帮助企业节约能源和原材料消耗,提高劳动生产率,乃至实现产品结构的升级和优化,既可以放大有形资产,成为有形资产增值的杠杆,又可以通过商标权、营销网络及品牌战略等开拓和占领市场,实现商品价值。此外,无形资产还可以转化为无形资本用于“对外投资,与其他个人、组织合作组建新的经济实体或参资入股或进行资产重组”^[1]。

无形资产在现代经济社会发展中起着越来越重要的作用。基于此,本文将探讨如何运用马克思《资本论》中的地租理论来解释和衡量无形资产的价值,为企业树立无形资产意识、促使无形资产向无形资本转化等提供理论依据。

一、马克思的地租理论及无形资产 的内涵与特征

马克思在批判继承古典经济学地租理论的基础上创立了科学的劳动价值论和剩余价值论,创立了平均利润和生产价格理论,创立了生息资本和利息理论,同时创立了科学而系统的地租理论。(1)级差地租:级差地租是由经营较优土地获得的、转归土地所有者占有的一部分超额利润,由个别生产价格低于社会生产价格部分的差额形成。根据级差地租形成的条件不同,又分为级差地租Ⅰ和级差地租Ⅱ。级差地租Ⅰ是由于土地肥沃程度不同和质量不同,用等量资本投在等量面积的不同条件的土地上所产生的超额利润转化而成的地租;级差地租Ⅱ是在同一块土地上连续投入同量资本,由不同的生产率所产生的超额利润转化而成的地租。(2)绝对地租:由于土地所有权的存在,不管租种何种土地都要交纳地租,这种地租称为绝对地租。绝对地租是由农产品的价值高于社会生产价格的差额形成的超额利润转化而成的。这部分超额利润之所以能够转化为

[收稿日期]2010-11-03

[作者简介]李锐(1978—),女,辽宁省抚顺市人,福建师范大学博士研究生,主要研究方向:《资本论》与社会主义市场经济。

绝对地租是由于土地所有权的垄断。(3)垄断地租:垄断地租是由垄断价格带来的垄断超额利润转化而成的地租,即由垄断价格超过价值的部分构成。某块土地具有某种特别优越的自然条件,能生产出某种名贵的或稀有的产品,使其可以按照高于社会生产价格和价值的垄断价格出售。(4)土地价格:土地价格不是土地价值的货币表现,而是地租的资本化,它由地租量和利息率决定。

无形资产是无形固定资产的简称,是指不具有实物形态,但能提供某种权利、特权或优势的固定资产。这种固定资产应用于企业的经营管理中,可创造巨大的收益。^[2]无形资产与有形固定资产一起构成了企业固定资产的总体。无形资产包括专利权、商标权、技术诀窍、特许经营权、土地使用权、商誉等。专利权、商标权、技术秘密等是以文字、数字和图纸等方式存在的,以知识形态表现自己,商誉则是一种不确指的、虚拟的无形资产。

无形资产一般具有以下特征:(1)无形性。一方面是无形资产存在的非实物性,即无形资产往往以知识形态存在,一部分表现为公式、文字、图纸、图案、图表、配方等,一部分表现为经验、诀窍、技巧等。另一方面是无形资产在生产经营过程中发挥作用的无形性。无形资产本身并不直接对劳动对象发生作用,而是用特殊的方式在生产领域或流通领域发挥作用。(2)独占性。无形资产的所有权受到法律保护,不容他人侵犯。无形资产的所有权只能授予一方一次,而不能授予多方多次,对于重复开发的无形资产,法律不授予所有权,而且还予以禁止。但无形资产的独占性仅限于其所有权人所申请注册并获得权益的国家或地区。主要的无形资产除技术诀窍、经营秘密和商誉等,商标权、专利权等都由专门的法规来保护。但产权性无形资产如商标权、专利权、外观设计权等都有法定的有效期限,期满前可以申请续展。(3)交易的特殊性。技术先进的专利权或者名牌产品的商标权等可以为企业带来超额利润,对其他生产经营者有着巨大的吸引力。但是无形资产的独占性不允许其他生产经营者未经产权人许可而使用其无形资产从事生产经营活动。一般,产权人都将使用权转让给他人而自己保留所有权,即无形资产的所有权与使用权在交易中分离。在交易中,无形资产没有其他相同的无形资产进行比较,其价格由双方协商决定。(4)公开性。企业要在法律的保护下,将其开发、设计的无形资产(技术诀窍、经营秘密除外)的名称、技术特征、用途、图片、图案等内容向社会公开。技术诀窍等具有保密性,不便公

开其实质内容。(5)非标准性。由于无形资产是以知识形态存在的资产,这就决定了它的非标准性,主要表现在:无形资产的开发研制是脑力劳动,通过实验、设计、计算等手段来完成,没有固定的制作模式和统一的程序方法,没有明确的材料定额、工时定额和费用定额,同时也没有检验标准,只要能够达到开发研制者预期的技术经济目标即可。

二、需要重申的两个问题

1. 无形资产不是商品

究竟无形资产是不是商品、是否具有价值,目前理论界还没有统一的认识。一种观点认为无形资产是商品,如蔡吉祥认为:“无形资产是劳动的产物,它的价值就在于凝结着发明人或设计人的脑力劳动和一些辅助性的体力劳动。在许多情况下还凝结着试验研究仪器、机器设备和试验材料等物化劳动。”^[3]另一种观点认为无形资产不是商品,理由是它不符合马克思《资本论》中关于商品的定义——“用来交换的劳动产品”。^[4]还有一种折中理论则认为,各种无形资产的价值均源于劳动创造,外在表现却分化为劳动创造和因特权或垄断取得的超额收益的资本化,二者共同作用构成了无形资产的“价值”。^[5]笔者倾向于第二种观点,即无形资产不是商品。

马克思在《资本论》中认为,商品是用来交换的劳动产品,商品是使用价值和价值的统一体。一个产品要成为商品需要同时具备三个条件:第一,必须经过人类劳动;第二,生产的直接目的是为了进行交换;第三,必须同时具有价值和使用价值。

企业的无形资产中,企业自创的无形资产中的专利权、商标权等虽然也经过人类劳动,但企业创造这部分无形资产的直接目的不是为了进行交换,而是为了使自身具备获取超额收益的能力,所以这部分无形资产不是商品,没有价值。另一些无形资产如特许经营权等特殊权力,并没有经过劳动获得——商誉是一种虚拟的、不可确指的无形资产,没有物质载体,又不能独立存在,所以这部分无形资产不是商品,也不具有价值。

2. 评价或评估的无形资产价值属于价格范畴

马克思在《资本论》第3卷中提出,一些特殊的商品,比如土地,是一种自然资源,没有经过劳动,因而没有价值,但有价格,马克思称之为“价值的虚幻形式”。土地价格并不是土地价值的货币表现,而是地租的资本化,即土地所提供地租的购买价格。

无形资产不是商品,所以没有价值。它之所以

有价格,能够进行交易,是由于无形资产具备了获取超额利润的能力,即“同一般的生产条件或销售条件相比,投入相同生产要素会得到高于一般生产条件和销售条件下的投入回报”^[6]。同时,企业的无形资产具有独占性,对其他生产经营者具有巨大的吸引力。若这种无形资产的所有权或使用权要进行交易,那么供求双方所协商的价格便是该企业无形资产所有权或使用权交易的价格,但其价格实质上是无形资产超额收益的资本化,而不是价值的货币表现。目前,国内外有很多公司对企业无形资产的价值进行评估或评价,这些公司所得出的无形资产价值实质上都是无形资产的价格。

三、无形资产领域中的地租现象

世界上各个拥有无形资产的公司并不能获得相同的超额利润。即便不同的公司拥有同种类的无形资产,企业外部环境也相同,但不同企业获取的超额利润也不相同。

首先,企业拥有无形资产的数量、种类、来源渠道、拥有程度、质量等不同,因而带来的超额利润的多少也不同。例如,假设两家公司由于应用了新技术并获得了相同种类的专利权,排除其他因素,拥有两项专利权比拥有一项专利权的公司能够获取更多的利润;拥有专利权又具有驰名商标的公司,比只拥有同质量、同种类的专利权却没有创造出商标知名度的公司能够获取更多的超额利润。其次,知识经济时代,科学技术日新月异,产品更新换代的速度和规模空前提高,某项专利技术不可能长期保持其先进性和垄断地位。企业专利技术的先进程度严重影响着企业获取超额利润的能力。再次,随着固定资产的更新改造和产品的升级换代,依附于原有设备的无形资产也会随着设备的更新换代而处于劣势或被淘汰,企业的这部分无形资产就会被其他企业的技术超越,其获利能力也会最终被超越。

上述情况及其形成原因,与马克思《资本论》的地租理论有相似之处。由于无形资产为企业带来的超额利润不同,便产生了无形资产的地租现象。

1. 无形资产的“级差地租”

无形资产的不同内容对消费者或企业具有不同意义。如环保新材料的应用、人性化的功能设计(专利权)等可以给消费者带来便利。如果企业注重品牌的建立和维护,使品牌拥有独特的历史、创始人等能够满足消费者情感体验的独特性,这样的知名企业必然比其他普通企业能获取更多的超额利润,即“级差地租”。

由于企业自身的人力资源、技术条件、文化环境、市场环境等内外部环境不同,企业拥有无形资产的数量、种类、来源渠道、拥有程度、质量、先进性等均不相同,导致个别生产价格低于社会生产价格,企业因此而获得的超额利润就成为无形资产的“级差地租 I”,如拥有高端技术或多种无形资产的企业比拥有一般或较少无形资产的企业能够获取更多的超额利润。

当然,这里并不能完全照搬马克思的地租理论,因为农业部门土地所有权的垄断阻碍资本的自由转移和平均利润率的形成,而且土地面积有限,劣等地也要投入生产,其个别生产价格可作为市场价格进行交换。在其他生产部门,无形资产的级差地租只能相对存在,因为处在最差技术水平企业的个别生产价格并不一定是社会生产价格。为便于研究,本文暂以最低专利技术水平企业的个别生产价格作为市场价格进行交换。假设 A、B、C 三个生产电视机的企业外部环境相同,都拥有同种类的无形资产,这些无形资产都已经进入成熟阶段并投入生产和销售,但 A、B、C 三个企业的专利技术水平不同。假设 A 最低, B 居中, C 最高, 平均利润率为 20%, 则他们在投入相同资本的情况下, A 企业的收入为 1 200 万元, 扣除所投资本及平均利润共 1 200 万元, 则 A 企业没有超额利润, 即没有级差地租; B 企业收入为 1 600 万元, 扣除所投资本及平均利润共 1 200 万元, 则 B 企业的超额利润为 400 万元, 即级差地租 I 为 400 万元; C 企业收入为 2 000 万元, 扣除所投资本及平均利润共 1 200 万元, 则 C 企业的超额利润为 800 万元, 即级差地租 I 为 800 万元。

在市场经济条件下,生产者为了适应科学技术的发展和市场竞争的需要,往往对企业的无形资产进行连续追加投资,并因此具有不同的生产率和超额利润,从而形成无形资产的“级差地租 II”。举例来说,假设某生产电视机的企业由于科学技术的发展和市场竞争的需要,对技术进行升级换代。假设平均利润率为 20%, 以第一次投资的个别生产价格为社会生产价格,则在每次投入相同资本的情况下,企业第一次投资的收入为 1 200 万元,扣除所投资本及平均利润共 1 200 万元,则企业没有超额利润,即没有级差地租;第二次投资收入为 1 600 万元,扣除所投资本及平均利润共 1 200 万元,则超额利润为 400 万元,即级差地租 II 为 400 万元;第三次投资收入为 2 000 万元,扣除所投资本及平均利润共 1 200 万元,则超额利润为 800 万元,即级差地租 II 为 800 万元。

2. 无形资产的“绝对地租”

在无形资产中,拥有知名品牌等无形资产的企业与不拥有这些无形资产的企业所获取的利润之间存在较大差异。现实生活中,一些奢侈品比如名牌包、名牌手表、高端轿车等产品的价值和个别生产价格大大高于社会生产价格,但该品牌的传统和文化已被社会认可且不易改变,那么该品牌产品仍可以按照定价出售。比如纯手工打造的劳斯莱斯幻影,每辆车都由专门人员生产,完全纯手工打造,而手工生产每辆车的时间大约为350小时,大大高于采用先进技术实现工业化生产的企业生产一辆轿车所用的劳动时间,其价值和个别生产价格也大大高于社会生产价格。这种由于价值高于社会生产价格而获取的超额利润,就是无形资产的“绝对地租”。

3. 无形资产的“垄断地租”

在无形资产中,若企业拥有某块特殊土地的使用权或某种垄断产品的特许经营权,或者拥有某种技术秘密或经营秘密,则其产品能够按照高于社会生产价格和价值的垄断价格出售,从而获得的超额利润,这称为无形资产的“垄断地租”。这种垄断价格并不以生产价格为基础,也不以价值为基础。如茅台酒,酿制茅台酒的用水主要是茅台镇赤水河的水,赤水河水质好,用这种入口微甜、无溶解杂质的水经过蒸馏酿出的酒特别甘美。此外,茅台酒的酒窖建设也颇有讲究,从窖址选地、窖区走向、空间高度,到窖内温湿度控制、透气性能,以及酒瓮的形式、容量、瓮口泥封的技术等都极为讲究。这些都是关系到成品酒质量的关键。“贵州茅台酒”这个品牌为社会认可,即使价格是同类酒的几倍,也一直得到消费者的青睐,所以茅台酒可以以垄断价格出售取得垄断利润。我们将凭借这种特殊优势取得的超额利润称为无形资产的“垄断地租”。

4. 无形资产的价格

无形资产的独占性使其拥有巨大的获利能力和巨大的吸引力,其他生产经营若者若要得到这种无形资产的使用权或所有权必须付出“代价”。与土地的性质一样,无形资产这种特殊“商品”的价格同样是其获取的超额利润的资本化。

四、结语

马克思的《资本论》诞生已有一个半世纪了,这部著作阐明了“资本主义生产方式以及和它相适应的生产关系和交换关系”^[7]。虽然它是对自由资本主义阶段的自由市场经济的经验总结,但其揭示的

商品经济的一般规律、社会发展规律以及它所运用的方法,对研究和分析现在的市场经济依然有指导作用。当前的时代条件已不同于马克思写作《资本论》时的历史条件,如今经济社会迅猛发展,科学技术日新月异,我们应该结合新情况、新特点来运用和发展马克思的经济理论,解决当前我国现代化建设中遇到的新情况、新问题,这是其理论意义。同时,对这个问题的研究也具有一定的现实意义。

首先,可促使企业树立无形资产意识。一方面,企业要树立无形资产的创造意识。企业对内要注重科学技术的应用,提高技术水平,同时也要注重企业内部管理,如人力资源管理、产品质量管理等,对外要注重品牌的树立和推广。另一方面,企业要树立无形资产的保护意识。改革开放至今,我国绝大多数企业已具有一定的无形资产保护意识,商标权、专利权等都依法申请注册,但绝大多数企业尚没有在国外或国际注册的意识。如果企业的无形资产被别人抢注,尤其是在本企业已经开拓的市场由于没有及时注册商标或申请专利等而被他人抢注,将会给企业自身带来巨大损失。

其次,促进无形资产向无形资本转化。在知识经济时代,大多数国家都允许以智力资源作为经济实体的投资形式。这时无形资产便转化为无形资本。无形资产承担资本角色,不仅为大量无形资产向现实生产力的转化拓宽途径,同时也可以以此来进行企业重组,盘活或激活其他生产力要素。此外,还可以使新兴的高科技、高智能企业的建立获得资本保障,为不同形式的资本嫁接拓宽渠道,使高新技术产业、智能产业有更广阔的生存发展空间。^[1]

[参 考 文 献]

- [1] 蔡吉祥. 无形资产向无形资本转化: 无形资产经营扩张的方式[J]. 特区财会, 2003(8): 34.
- [2] 蔡吉祥. 神奇的财富: 无形资产[M]. 深圳: 海天出版社, 1996: 51.
- [3] 蔡吉祥. 无形资产36忌[M]. 深圳: 海天出版社, 1997: 30.
- [4] 李家媛. 无形资产评估理论及方法探讨[D]. 成都: 西南财经大学, 2002.
- [5] 王学谦. 无形资产的价值构成及相关问题分析[D]. 厦门: 厦门大学, 2006.
- [6] 姜楠. 对无形资产评估价值决定理论的重新认识[J]. 中国资产评估, 2001(5): 20.
- [7] 马克思. 资本论(第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2004: 8.