

现代企业 诚信体系建设研究

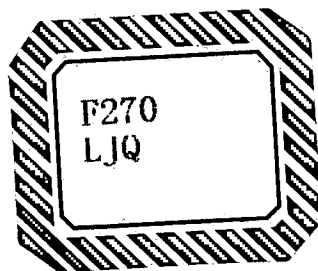
刘巨钦 周建雄 等编著

国防科技大学出版社

现代企业诚信体系建设研究

刘巨钦 周建雄 等编著

江苏工业学院图书馆
藏书章



国防科技大学出版社
湖南·长沙

图书在版编目(CIP)数据

现代企业诚信体系建设研究/刘巨钦,周建雄等编著. —长沙:国防科技大学出版社,
2004.12

ISBN 7-81099-154-X

I. 现… II. ①刘… ②周… III. 企业-诚信体系-研究 IV. F20

国防科技大学出版社出版发行

电话:(0731)4572640 邮政编码:410073

E-mail: gfkdcbs@public.cs.hn.cn

责任编辑:文 慧 责任校对:唐卫葳

新华书店总店北京发行所经销

国防科技大学印刷厂印装

*

开本:787×1092 1/16 印张:19 字数:416千

2004年12月第1版第1次印刷 印数:1-2000册

ISBN 7-81099-154-X/F·12

定价:28.00元

序 言

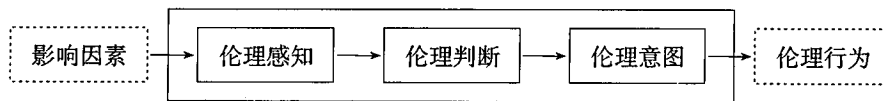
国外学者的论文中没有直接对应诚信的英文单词，如果从诚信的字面上进行翻译的话，可拆分为“诚”和“信”两个字，即“诚实、正直”（honesty/integrity）和“可信性、声誉”（credibility/reputation）。

如果从诚信的含义上进行理解的话，我认为诚信可以从国外学者研究的六个相关领域得到集中的体现：从企业伦理（Business Ethics）方面进行的研究；从企业声誉（Reputation）方面进行的研究；从关系（Relationship）角度进行的研究；从信任（Trust）的角度进行的研究；从行为忠诚（Behavioral Integrity）的角度进行的研究，即研究管理者的言行一致的问题；从商业信用（Business Credit）的角度进行的研究。

一、企业伦理

西方学术界对企业伦理决策的研究是伴随着企业伦理学（Business Ethics）的兴起而产生的。20世纪60~70年代美国发生的一系列公司丑闻案件，引起了社会各界的广泛关注。1974年，美国肯萨斯大学哲学系和商学院共同发起并召开了首届企业伦理学研讨会，这次大会的论文和会议记录后来被汇编成书出版，它标志着企业伦理学作为一门学科正式诞生（吴新文，1996）。在接下来的三十年中，学术界把伦理的触角延伸到整个“经济生活领域”，而不再仅仅局限于企业。于是，“Business Ethics”有了更大的内涵：在狭义上，“Business Ethics”相当于“Corporate Ethics”，意为“企业/公司伦理学”；在广义上，“Business Ethics”实际上已等同于“Economic Ethics”，意为“经济伦理学”。由于经济学发展至今，已形成微观、中观和宏观三个层次，于是，经济伦理学也相应地分成三个层次：在微观层次上，研究的对象是个人，亦即为了把握他或她的道德责任，作为雇员或雇主、同事或经理、消费者、供应商或投资者，他或她做了什么，能够做什么，应当做什么；在中观层次上，研究的对象是经济组织的决策和行动，主要是厂商，也包括工会、消费者组织、行业协会等的决策和行动；宏观层次上的研究对象包括经济制度本身以及工商活动的全部经济条件的塑造。

显然企业伦理决策属于中观层次的企业伦理学研究的范畴。在长期的研究中，学者们建立起来的有影响的伦理决策模型就有好几个，如 Ferrell-Gresham 模型（1985）、Trevino 模型（1986）、Hunt-Vitell 模型（1986，1992）、Rest 模型（1986）、Bommer 模型（1987）、Dubinsky-Loken 模型（1989）、Jones 模型（1991）、Malhotra-Miller 模型（1998）等等。这些模型大都较为复杂，我们将它们的共同点综合起来，大致可以得到如图所示的一个较为简单的企业伦理决策模型。



企业伦理决策模型

企业伦理决策总是在一定的条件下做出的，即有若干因素会影响企业的伦理决策过程。根据 Loe、Ferrell 和 Mansfield 在 2000 年的一篇综述性论文，可以将影响企业伦理决策的因素归纳为“个人因素”、“组织因素”和伦理问题本身的“道德强度”等几个主要的方面。

二、企业声誉

Keith & Colin (1988) 对企业声誉 (Reputation) 方面的研究进行了述评，认为信誉的建设是个人信誉和企业声誉的一个综合，信誉影响着组织的效率。

三、关系

Park & Luo (2001) 从制度、战略和组织三个角度对企业间关系 (Relationship) 的影响进行了分析，认为关系是导致企业销售量增长的因素之一，却对企业利润的提高没有显著性的影响。Redding (1995) 对海外中国人际关系网进行了研究，发现脸面 (face) 对中国人在做生意的过程中起着很大的作用。

四、信任

Barney (1994) 将信任 (Trust) 分为三种类型，即弱信任 (weak form trust)、半强信任 (Semi-strong form trust)、强信任 (Strong form trust)，从而探讨了三种不同强度的信任对企业竞争优势的影响。

五、行为忠诚

Simons (2002) 认为雇员对企业领导者有着言行一致、言出必行 (Behavioral Integrity) 的预期时，将对领导者有着较强的信任感，从而产生工作内绩效和工作外绩效，产生组织归属感。

六、商业信用

商业信用即研究如何通过制定和实施严格的商业信用 (Business Credit) 规则来预防和减少商业风险，构建基于法律、制度和规则基础上的现代商业信用体系和信用关系。

近些年来，国内学术界与企业界众多有识之士不断呼唤加强中国企业的诚信建设。笔者认为，多数人观察和研究问题的视角未触及到企业诚信建设中的产权安排与治理结构问题，未触及到诚信建设中的现代商业信用问题，未触及到商业规则与法制建设问题，国内关于企业诚信问题的研究主要局限于传统的伦理道德层面，企图立足于通过加

强诚信教育来解决企业经营中的诸多失信问题，实践证明这种思维逻辑是很难解决实质性问题的。

2002年，笔者应湘潭钢铁集团股份有限公司的邀请，组织了十多位正副教授和博士就现代企业诚信建设问题进行了为期近两年的专题研究，参与课题研究的都是经济学、管理学、会计学、证券投资学和经济法学方面的专家、学者，现呈现在读者面前的就是我们潜心研究的成果结晶。

本课题的研究把握了以下五个基本点：一是以企业为主体，围绕企业这个中心来研究企业的诚信建设问题；二是以中国企业为对象，致力于研究如何全面构建中国现代企业的诚信体系；三是按照以企业为主体、以产权为基础、以法律为保障、以道德为支撑、以环境为依托的理论逻辑构建现代企业诚信体系；四是以诚信激励机制、诚信预警机制、诚信规范机制、失信惩戒机制和诚信沟通机制五个操作逻辑层面来建立现代企业诚信体系；五是把本研究置于一个开放的经济环境下，着眼于现代企业诚信体系建设的长效机制研究。

综观本书，笔者认为具有以下三个突出特点：一是具有理论上的突破性，它突破了传统的把企业诚信简单化为企业伦理、企业道德的思维模式，而是致力于从产权制度、法律制度、管理制度、信用制度，再辅之以道德教化的高度来构建现代企业诚信体系。二是十分注重理论联系实际，本课题的研究是受企业委托，并在对企业作深入调研的基础上所形成的研究成果，研究课题来自于企业的现实需要，调查的第一手材料来自于企业实践，研究成果也得到企业的全面检验。本研究的成果已先后在多家上市公司作了几十个专题讲座，得到了公司各级管理人员的高度评价，一致认为有很强的理论性和很好的实践指导作用。三是本课题着眼于通过有效的诚信机制建设来构建现代企业诚信体系，把诚信激励、诚信预警、诚信规范、失信惩戒和诚信沟通机制构建成一个严谨的逻辑体系和逻辑过程，具有开阔的研究视野。

本书由刘巨钦设计研究提纲、组织课题研究并对全书进行最后审阅。具体分工如下：第一章、第二章、第十章由刘巨钦、古家军撰写；第三章、第八章、第十四章由刘巨钦、宋丽丽撰写；第四章、第五章由谢风华撰写；第六章、第十六章、第十八章由刘巨钦、李大元撰写；第七章由周建雄、谢风华撰写；第九章由张侨、刘巨钦撰写；第十一章由周亚、谭青松撰写；第十二章、第十七章由刘巨钦、左斌撰写；第十三章由周建雄、周洋撰写；第十五章由周建雄、吴维辉撰写；第十九章由张侨、李大元、刘巨钦撰写；第四篇由袁选民、刘巨钦撰写。

在本课题的研究过程中，得到了湘潭钢铁集团股份有限公司、湘潭电机股份有限公司等上市公司的大力支持。我们的研究成果在湘潭钢铁集团股份有限公司连续举办的五期中高级管理人员研讨班上进行了专题介绍和研讨，得到了各位管理专家们的一致肯定和高度评价；湘潭集团股份有限公司人力资源部高级经济师丁陈利女士、工程师彭文波先生为本课题的研究提供了大量的帮助和热情的指导；湘潭电机股份有限公司董事长、

高级经济师周建雄博士自始至终参与了本课题的研究，并亲自撰写了部分章节；吴彬彬老师帮助整理了有关法律方面的资料；课题组的各位同仁齐心协力，潜心钻研；湘潭大学商学院和湘潭大学兴湘学院的各位领导给予了热情鼓励和帮助；在研究和写作的过程中参阅了国内外有关专家的一些研究成果，获益非浅，在此一并表示衷心感谢。

由于资料及水平所限，同时也由于所研究问题的复杂性，本书不妥之处难免，敬请批评指正，并期待抛砖引玉。

刘巨钦

2004.11

目 录

第一篇 企业诚信基础理论研究

第一章 诚信与企业诚信的内涵与实质	(1)
第一节 中国古代对诚信的诠释	(1)
第二节 国内学者关于诚信的观点	(3)
第三节 国外学者关于诚信的观点	(3)
第四节 我们关于诚信的观点	(5)
第五节 企业诚信的内涵	(5)
第六节 企业诚信的实质	(7)
第二章 企业诚信体系的内涵与特征	(8)
第一节 企业诚信的要求	(8)
第二节 企业诚信的特征表现	(10)
第三节 企业诚信体系的内涵	(11)
第三章 中国企业诚信问题产生的根源及其特殊性分析	(14)
第一节 中西方诚信文化之差异	(14)
第二节 中国诚信问题产生的历史根源	(16)
第三节 计划经济与极左路线加剧了诚信问题	(18)
第四节 中国企业诚信问题产生的体制和制度根源	(19)
第五节 当前我国企业失信问题的特殊性分析	(21)
第四章 企业诚信的经济学分析	(22)
第一节 马克思关于诚信的理论	(22)
第二节 近现代西方经济学家有关诚信的学说	(24)
第三节 诚信在经济学中的研究视角	(27)
第四节 诚信的经济学价值分析	(30)

第五章 企业失信的主要表现与危害·····	(36)
第一节 企业失信的主要表现·····	(36)
第二节 企业失信的主要危害·····	(39)
第六章 企业诚信体系建设的意义、指导原则与框架·····	(43)
第一节 企业诚信体系建设的意义·····	(43)
第二节 研究企业诚信体系建设的意义·····	(45)
第三节 企业诚信体系建设的指导原则·····	(46)
第四节 企业诚信体系建设的太阳系框架·····	(49)
第七章 产权制度与公司治理结构中的企业诚信建设·····	(52)
第一节 诚信制度——产权制度与公司治理结构·····	(52)
第二节 诚信缺失——产权制度与治理结构中的问题·····	(56)
第三节 诚信构建——产权制度与治理结构的完善·····	(62)

第二篇 企业诚信体系建设实务研究

第八章 采购管理中的企业诚信建设·····	(65)
第一节 企业采购失信的主要表现·····	(65)
第二节 企业采购失信的主要机理分析·····	(68)
第三节 企业采购失信的主要危害·····	(71)
第四节 加强企业采购诚信建设的重要性·····	(73)
第五节 企业采购诚信体系建设·····	(75)
附录一 采购中的主要法律法规诚信·····	(81)
附录二 关于潍坊亚星集团有限公司购销比价管理经验的调查报告·····	(84)
第九章 生产管理中的企业诚信建设·····	(88)
第一节 企业生产管理中失信的主要表现·····	(88)
第二节 生产管理中失信的主要机理分析·····	(90)
第三节 生产管理中失信的主要危害·····	(92)
第四节 加强生产管理中诚信建设的重要性·····	(94)
第五节 生产管理中的诚信建设·····	(94)

第十章 营销中的企业诚信建设	(99)
第一节 营销中失信的主要表现	(99)
第二节 营销中失信的主要机理分析	(103)
第三节 营销中失信的主要危害	(106)
第四节 加强营销诚信建设的重要性	(108)
第五节 营销中的诚信建设	(110)
附录一 某公司营销中的责任追究制度实例	(122)
第十一章 财务会计中的企业诚信建设	(125)
第一节 财务会计中失信的主要表现	(125)
第二节 财务会计失信的主要机理分析	(126)
第三节 财务会计失信的主要危害	(128)
第四节 加强财务会计诚信建设的重要性	(129)
第五节 财务会计中的诚信建设	(130)
第六节 构建会计诚信体系应实行“三结合”	(137)
第七节 财务人员诚信守则	(138)
附录一 证监会：上市公司不得粉饰年报	(140)
附录二 中国证监会重拳出击年报“猫腻”	(141)
附录三 财政部对 152 户企业会计信息质量检查显示报告	(143)
附录四 关于进一步提高上市公司财务信息披露质量的通知	(144)
第十二章 企业文化中的企业诚信建设	(149)
第一节 企业失信文化的主要表现	(149)
第二节 企业失信文化产生的主要机理分析	(151)
第三节 企业失信文化的主要危害	(153)
第四节 加强企业诚信文化建设的重要性	(153)
第五节 如何加强企业诚信文化建设	(154)
附录一 大众交通（集团）公司员工行为规范	(158)
第十三章 人力资源管理中的企业诚信建设	(164)
第一节 企业人力资源管理中失信的主要表现	(164)
第二节 企业人力资源管理中失信的主要机理分析	(166)
第三节 企业人力资源管理中失信的主要危害	(169)
第四节 加强企业人力资源管理中诚信建设的重要性	(171)

第五节 企业人力资源管理中的诚信建设·····	(172)
-------------------------	-------

第三篇 企业诚信体系建设的支撑机制研究

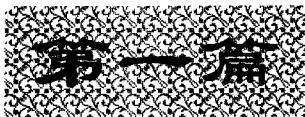
第十四章 企业家与企业诚信体系建设·····	(179)
第一节 企业家失信的主要表现·····	(179)
第二节 企业家失信的主要机理分析·····	(180)
第三节 企业家失信的主要危害·····	(181)
第四节 企业家在企业诚信体系建设中的重要性·····	(182)
第五节 企业家与企业诚信体系建设·····	(183)
第十五章 诚信体系中的职业道德建设·····	(187)
第一节 职业道德失信的主要表现·····	(187)
第二节 职业道德失信的主要机理分析·····	(187)
第三节 职业道德失信的主要危害·····	(188)
第四节 加强诚信体系中职业道德建设的重要性·····	(190)
第五节 职业道德中的诚信建设·····	(191)
附录一 职业道德诚信通则·····	(193)
第十六章 企业法律法规中的诚信体系建设·····	(194)
第一节 企业执行法律法规中失信的主要表现·····	(194)
第二节 企业执行法律法规中失信的主要机理分析·····	(195)
第三节 企业执行法律法规失信的主要危害·····	(197)
第四节 加强企业法律法规诚信建设的重要性·····	(198)
第五节 加强执行法律法规中的诚信建设·····	(200)
附录一 采购中有关诚信问题的主要法律法规摘选·····	(203)
附录二 价格中有关诚信问题的主要法律法规摘选·····	(204)
附录三 竞争中有关诚信问题的主要法律法规摘选·····	(205)
附录四 合同中有关诚信问题的主要法律法规摘选·····	(207)
附录五 广告中有关诚信问题的主要法律法规摘选·····	(210)
附录六 销售过程中有关诚信问题的主要法律法规摘选·····	(211)
附录七 与消费者相关的诚信问题主要法律法规摘选·····	(214)
附录八 产品质量中有关诚信问题的主要法律法规摘选·····	(217)

第十七章 经营环境中的企业诚信建设	(219)
第一节 经营环境中失信的主要表现	(219)
第二节 经营环境中失信的主要机理分析	(224)
第三节 经营环境中失信的主要危害	(228)
第四节 加强经营环境中企业诚信建设的重要性	(229)
第五节 如何加强经营环境中的企业诚信建设	(230)
第十八章 企业诚信体系建设中的失信惩戒机制建设	(237)
第一节 失信惩戒机制的内涵	(237)
第二节 失信惩戒机制的作用	(237)
第三节 失信惩戒机制应达到的效果	(238)
第四节 失信惩戒机制的工作原理	(240)
第五节 依托联合征信数据库建立失信惩戒机制	(240)
第六节 失信惩戒的预警机制	(241)
第七节 失信惩戒机制的操作	(243)
第八节 失信惩戒机制运行的监督与评价	(243)
第十九章 企业诚信体系中的信息平台建设	(245)
第一节 企业诚信体系中信息平台建设的内涵与意义	(245)
第二节 信用信息的采集原则、来源与方法	(245)
第三节 信用信息评价方法	(247)
第四节 信用信息的分析、整理与使用	(249)
第五节 基于价值链的企业信用信息	(252)
第六节 企业国际化经营中的信用信息	(255)
第七节 信用信息平台的建设、维护与管理	(256)

第四篇 企业诚信案例及分析

案例一 海尔：真诚何以到永远	(265)
案例二 诚信点亮双星的辉煌	(267)
案例三 “银广夏事件”——触目惊心的“数字新闻”	(271)
案例四 南京冠生园：信誉的破产——老字号如何毁于一旦	(272)
案例五 诚信培训在通用电气	(274)
案例六 德国人 300 万美元买诚信	(276)

案例七 从安然事件谈企业诚信·····	(278)
案例八 丧失诚信——日本人拒购三菱汽车·····	(282)
案例九 5855 亿元——为“失信”买单 ·····	(283)
参考文献·····	(286)



企业诚信基础理论研究

第一章 诚信与企业诚信的内涵与实质

诚信是人类社会持续发展的基石，“三杯吐然诺，五岳倒为轻”。自古以来，诚信就是人类活动的一个重要指标，是人类道德文明的果实，是一个国家的精神财富。一个国家和民族只有讲诚信，才能建立正常的工作、生活和社会秩序；一个企业只有讲诚信，才能持续稳定地发展；人与人交往只有诚实守信，无欺无诈，才能互相信任，和谐共存。诚信为本，古今中外概莫能外。在中国传统文化中，“诚信”二字具有极其重要的分量，“忠、义、礼、智、信”是人们提倡并力求遵循的行为准则。孔子告诫自己的学生，“人而无信，不知其可也”，意思是说，一个人如果不讲信用，就无法在社会上立足。在长期的社会实践中，中华民族留下了许多讲诚信的千古绝唱，“一言既出，驷马难追”，“千金一诺”。德国著名的经济学家、社会学家、历史学家马克斯·韦伯在其《新教伦理与资本主义精神》中论述了资本主义市场经济的发展动力，认为新教伦理中的诚实守信对于市场主体的交易行为有着重要的意义。在这部著作中，他无数次强调“信用就是金钱”。诚信既是市场经济发展动力，也是企业增强核心竞争力的重要组成部分。随着竞争的日益加剧，企业竞争的关键转移到如何赢得顾客的信任和忠诚。诚信作为检验企业外部形象、市场认知度、社会公信力等的一杆重要标尺，直接关系到企业的品牌形象，是企业的长远立足之本。

第一节 中国古代对诚信的诠释

1. 中国古代关于诚信的看法

诚信，是中国传统道德中十分重要的道德规范。儒家视诚信为进德修业之本，立人、立政之本，足见诚信规范在传统道德中的地位和作用。它要求人们诚善于心、言行一致、表里如一、真诚好善、博济于民，无论是待人处事、治产经商，还是治理国家，

都离不开诚信。“诚信”这一规范是由“诚”和“信”两个规范组成的。“诚”在古代典籍中的意义相当广泛，涉及人类社会生活诸多领域，如人际交往、个人修养、道德理想等方面。同时“诚”还是一个哲学概念，具有真心实意、无妄不欺的意思。“信”是诚实、不欺、讲信用的意思。

- 《说文·言部》。“诚，信也。”“信，诚也。”

- 《周易正义》。“诚，谓诚实也。”孔颖达《礼记·礼运》“信，不欺也。”

- 《增韵·清韵》。“诚，无伪也，真也，实也。”由古训可确认为传统的诚信，意义互训。究其本意为真实、不欺。

- 《说文解字》。“诚，信也，从言成声。”“信，诚也，从人言。”

但在实际使用中，它们所表征的意义又有一定的差别。“诚”是指道德主体内在的一种品质、信念，即所谓“内诚于心”。“诚”表现为真诚、诚实、诚恳等。“信”则是指道德主体在社会生活中与他人或社会整体交往时所表现出来的具体行为及其价值指向，即所谓“外信于人”。“信”表现为讲信义、守信用、重承诺、言行一致。“诚”、“信”合起来使用，则有诚实守信、表里如一、道德行为与道德品质相统一的丰富内涵。诚信作为一个伦理范畴，最基本的含义就是诚实为本，言行一致。

诚信的价值在我国很早以前就受到高度重视。用历史的眼光透视“诚信”，中华传统文化的历史在某种程度上来说就是一部“诚信”史。

2. 中国古代思想家对诚信的论述

(1) 诚信乃为君之道

法家的韩非子鲜明地提出：“小信成则大信立，故明主积于信。”（《韩非子·外储说左上》）可见君王无信不能“王天下”；孔子提出：“上好信，则民莫敢不用情。”（《论语·子路》）孔子还说：“君子信而后劳其民，未信，则民以为厉己也。”（《论语·子张》）

(2) 诚信乃为政之道

孔子主张：为政者即使“去兵”、“去食”，也不能“去信。”“民无信不立。”（《论语·颜渊》）《中庸》说，“诚者天之道也，诚之者人之道也。”孟子也说，“是故诚者，天之道也；思诚者，人之道也。”（《孟子·离娄上》）

(3) 诚信是为将之道

孙子曰：“将者，智，信，仁，勇，严也。”（《孙子兵法·计篇》）从思想史的角度看，在中国古代哲学中，诚还具有本体论意义的范畴，如《礼记·中庸》说：“诚者自成也，而道自道也。诚者物之始终，不诚无物。”

(4) 诚信是为商之道

司马迁《史记·季布栾布列传》讲一诺千金，讲的就是信誉的重要。

(5) 诚信是为人之道

周敦颐说诚是“五常之本，百行之源。”（《通书·诚下》）朱熹《四书章句集注·中庸》中对“诚”的释义是：“诚者，真实无妄之谓，天理之本然也。”《张子正蒙注·诚明

篇》说,“诚者,天理之实然,无人为之伪也。”司马迁在《史记·游侠列传》里说,“今游侠,其行虽不轨于正义,然其言必信,其行必果,已诺必诚,不爱其躯,赴士之厄困,既已存亡,诚,信也,信,诚也。”(《说文·言部》)

第二节 国内学者关于诚信的观点

国内学者关于诚信有如下观点:

北京行政学院伦理学博士鄯爱红认为诚信作为一种道德要求是诚恳老实,有信无欺。

马学理对诚信的解释:

- 诚信是一切道德的基础和根本,是人之为人的最重要的品德,是一个社会赖以生存的基石。

- 信不仅是中国传统道德的基本要求,更是社会学家和经济学家共同认可为社会稳定与持续发展的基础。

- 诚信作为现代市场经济社会运行发展的一种基本制度框架,是道德与法律、规范与强制、非正式制度与正式制度的对立与统一。

- 诚信也是一个社会心理的范畴,不止受赤裸裸的物质利益的驱使。就本质而言,人们更是出于心理需要而坚守诚信的。

任仲平认为诚信:诚,即真诚、诚实;信,即守承诺、讲信用。诚信就是守诺、践约、无欺。通俗的表达就是说老实话、办老实事、做老实人。

中国社会科学院党国英研究员等人认为诚信本质上是一种产权关系。好的信用意味着交易的各方当事人对自己的资源有比较可靠、明晰的权利边界,并且,交易当事人能尊重彼此之间的权利。

中关村科技公司企业文化主题词征文中是这样解释诚信的,“诚信就是诚实守信,能够履行承诺而获得他人的信任。诚信的涵义是多方面的,总的说来可以划分为:管理诚信和市场诚信两个方面。管理诚信是企业内部事务关系处理过程中所体现出来的一种准则,主要体现企业管理者的信用,是一种企业精神、企业文化,是一种氛围。”

第三节 国外学者关于诚信的观点

国外学者对诚信的理解至今仍未得到公认和统一。长期以来,许多学者从不同的研究角度出发,对诚信作出了不同的解释,其中具有代表性的观点如见表 1.1 所示。

(1) Inkpen 和 Currall (1998) 指出,诚信包含了两个主要的概念:信赖和风险。信赖是单方的意志行为,它使得一方的命运被另一方所控制;而风险是指一方将由于另一方的不可信性而导致的潜在负产出(即伤害或损失)。

表 1.1 不同诚信定义及其概念核心

学 者	诚 信 定 义	核心词
Inkpen 和 Currall, 1998	存在风险状况下对联盟伙伴(即个人、集团或企业)的信赖	风险、信赖
Sabel, 1993	相互信任就是合作各方确信没有一方会利用另一方的弱点去获取利益	信赖、脆弱性
Boon 和 Holmes, 1991	在承担风险的情形下为尊重他方而对其动机的积极预期	风险、信赖、预期
Hosmer, 1995	区分了四个层次的信任观点:个人预期、人际关系、经济交易和社会结构信任	不确定性、预期
Deutsch, 1973	信任方对被信任方采取合意行动可能性的信念和预期	信赖、预期
Dodgson, 1993	信任是一种思维状态,即交易一方对另一方将付诸意料之中的、相互可接受的行为的预期	可靠性、预期

(2) Hosmer (1995) 区分了四种主要的信任观点:

- 个人预期, 即在个人脆弱的情形下, 信任被视作对不确定事件结果的非理性预期。
- 人际关系, 正如 Zand (1972) 所指出的, 信任是一方增加对不可控的他方行为脆弱性的意愿。
- 经济交易, 即信任对于减少交易费用是必需的, 信任将对另一个人或群体作出公平的行动, 以与任何显性或隐性投入相一致, 且在这些投入之前的谈判中是诚实的, 即使存在重新谈判机会时也不会过分地利用合作伙伴的预期。

• 社会结构, 即信任是基于社会系统中的人际关系的“集体属性”。

(3) Das 和 bingsheng Teng (1998) 区分了三种不同程度的信任:

- 信任被广义地定义为: 对被信任方采取合意行动可能性的信念和预期;
- 信任也被狭义地定义为: 一方对另一方信誉和可靠性的评价;
- 认为信任是在承担风险的情形下, 为尊重他方而对其动机的积极预期。他们采用了最后一种信任定义, 并指出, 这一定义与绝大多数学者的定义相似, 强调风险是信任的核心。

(4) Antonio (1999) 区分了 13 种信任概念属性, 包括:

- 依赖性, 信任并不是普遍存在的;
- 人际性, 信任介于具体个人之间;
- 自愿性, 正常情况下, 信任来源于选择, 而不可能是强迫的;
- 自由性, 没有一方能(完全)控制他方行为;
- 牵连性, 每一方都依赖于他方;
- 有意识性, 每一方都可意识到他方的信任;
- 脆弱性, 信任可能受背叛或违反;
- 相关性, 一方破坏信任的结果将严重影响到另一方;