

BUSINESS ETHICS AND SOCIAL RESPONSIBILITY

PROFESSIONAL DEGREE

专业学位精品系列

# 企业伦理与 社会责任

主编 / 叶陈刚

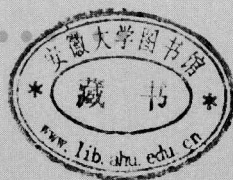
 中国人民大学出版社

PROFESSIONAL DEGREE

专业学位精品系列

# 企业伦理与 社会责任

主编 / 叶陈刚



中国人民大学出版社  
· 北京 ·

**图书在版编目 (CIP) 数据**

企业伦理与社会责任/叶陈刚主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 9  
专业学位精品系列  
ISBN 978-7-300-16366-6

I. ①企… II. ①叶… III. ①企业伦理-研究②企业责任-社会责任-研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 213871 号

专业学位精品系列  
**企业伦理与社会责任**

主编 叶陈刚

Qiyelunli yu Shehui Zeren

---

<b>出版发行</b>	中国人民大学出版社	
<b>社 址</b>	北京中关村大街 31 号	<b>邮政编码</b> 100080
<b>电 话</b>	010-62511242(总编室)	010-62511398(质管部)
	010-82501766(邮购部)	010-62514148(门市部)
	010-62515195(发行公司)	010-62515275(盗版举报)
<b>网 址</b>	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a> <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)	
<b>经 销</b>	新华书店	
<b>印 刷</b>	北京宏伟双华印刷有限公司	
<b>规 格</b>	185 mm×260 mm 16 开本	<b>版 次</b> 2012 年 9 月第 1 版
<b>印 张</b>	26 插页 1	<b>印 次</b> 2012 年 9 月第 1 次印刷
<b>字 数</b>	540 000	<b>定 价</b> 48.00 元

---

**版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换**

## 内容简介

企业伦理学已成为当今国际MBA教学中一门引人注目的课程，国际商学院联合会（AACSB）关于商学院为毕业生提供知识和技能的规定中，第一条就是提供履行伦理和法律责任所需的知识和技能。在我国，企业伦理与社会责任逐渐成为我国众多院校EMBA、MBA、MPA和MPAcc等经济管理类专业硕士教育的核心课程或重要选修课程。本书正是为满足企业伦理与社会责任教学需要而专门撰写的。

本书综合运用现代管理学、信息经济学、制度经济学、行为科学、系统论、博弈论、伦理学与会计学的理论、思想与方法，坚持实践调查研究与理论规范研究相统一、定量分析与定性论述相结合的风格，在查阅与研究中外大量文献资料的基础上，结合国内外社会经济生活中的实际情况和突出的企业伦理现象与社会责任活动，全面进行企业伦理与社会责任理论及其应用问题的探讨和分析，提出了一系列独到新颖的观点，构建了企业伦理与社会责任理论及其应用体系。



## 作者简介

叶陈刚 管理学博士，工商管理博士后，会计学教授。现任对外经济贸易大学国际商学院博士生导师，企业伦理与社会责任研究中心主任，兼任国务院学位办审计专业硕士指导委员会委员，中国对外经济贸易会计学会副秘书长，中国总会计师协会理事，中国审计学会理事，中国注册会计师协会职业道德委员会委员。曾为国家会计学院高级访问学者以及香港大学、英国伯明翰大学与美国西东大学访问学者，曾任湖北长江会计师事务所所长、主任会计师、注册税务师、注册评估师，担任多家公司独立董事以及会计、财务及审计顾问。出版专著和译著，主编丛书、工具书及教材等50余部，主持或参与主持国家自然科学基金等国家级、省部级与全国性专业学会、协会等科研课题12项，在《经济日报》、《中国社会科学报》、《经济与管理研究》、《南开管理评论》、《管理学报》、《管理科学》、《会计研究》、《审计研究》、《审计与经济研究》、《经济评论》、《企业经济》、《中国注册会计师》和*USA-China Business Review*等相关报刊发表中英文论文200多篇，多项成果获得省部级与全国性专业学会优秀科研成果奖。

# 在第二届全国商学院企业社会责任 教学研讨会上的讲话

(代序)

1999年1月，时任联合国秘书长的安南在达沃斯世界经济论坛年会上向全世界企业领导发出呼吁：遵守有共同价值的标准，实施一整套必要的社会规则。2000年7月，“联合国全球契约”正式启动，号召全世界的公司遵守在人权、劳工标准以及环境方面的九项基本原则，目的是向全球推广企业责任理念，动员全世界的公司直接参与减少全球化负面影响的行动，推进全球化朝积极的方向发展。

10余年来，企业社会责任受到越来越多公司的重视。究其原因，一方面，社会对企业承担公共责任有更多的期待；另一方面，投资者和企业内部的员工也对企业社会责任更加关心。“人们想在一个拥有共同价值观和道德观的公司工作。”

现实中，人们对公司履行企业社会责任的理解分为三个层面：第一个层面是企业的慈善行为；第二个层面可以看作企业风险管理的一部分；第三个层面是企业出于战略性考虑关注或履行企业社会责任。

我们看到，近年来，越来越多的公司认识到承担社会责任是企业价值的应有之义，更加强调企业社会责任战略价值，将企业目标由1个P (profits) 扩展为3个P (profits、people、planet)，将符合社会和自然生态可持续发展的要求作为企业经营战略的一部分，在企业经营活动中更加强调企业公民行为，更加强调环境保护和资源节约，更加关注利益相关者，更加积极参与慈善活动。

我们还看到，一些领先的企业正在摆脱必须从利润与社会、环境效益之间取舍的观念，转向寻求整合的商业解决方案。从强调企业社会责任到超越企业社会责任，将“秉持企业社会责任的理念”与“发挥商业机制的作用”结合起来，通过可持续的商业机制实现可持续发展，通过技术创新和商业模式创新实现可持续发展，并在不断变化的环境下保持长久的竞争优势。

目前，重视企业社会责任教育是全球商学院的一个共识。各国的商学院都在增加企业社会责任方面的课程和专门方向，以满足MBA学生的需要。大多数中国MBA培养院校也已经将企业社会责任引入教学中。



2006年12月19日,全国MBA培养学校(当时有96所)的管理学院院长发表了“西湖宣言”,宣言提出:我国的MBA教育以科学发展观为指导,以推进构建和谐社会为目标,秉持可持续发展的理念,强调管理学院所应承担的社会责任,并倡导将社会责任教育融入MBA教育全过程,帮助学生增强对各类社会组织及其管理者所肩负的社会责任的理解,并在毕业后能够以对社会负责的态度判断问题、作出决策、采取行动。

2009年5月18日,全国MBA教育指导委员会作出决定,修订《关于工商管理硕士(MBA)研究生培养过程的若干基本要求》和《关于EMBA培养过程的若干基本要求》,加入有关企业社会责任和商业伦理教育方面的要求。新的MBA和EMBA培养基本要求规定:MBA和EMBA教育项目的“课程设置、教育环节或课程内容中应包含有企业社会责任和商业伦理教育方面的具体内容和明确要求”。全国MBA教育指导委员会还将企业社会责任和商业伦理教学纳入MBA和EMBA项目教学合格评估指标,并委托北京大学和上海交通大学牵头建设企业社会责任和商业伦理课程。

2008年10月,国务委员、国务院秘书长、全国MBA教育指导委员会主任委员马凯同志对MBA教育提出了要求,指出:“要把科学发展观渗透到MBA教育的各个环节,要将社会责任教育与专业知识培养置于同等重要的地位,加强可持续发展理念教育,加强企业公民意识、商业道德和环保意识的教育。”

2011年9月29日,马凯同志在“纪念中国MBA教育20周年大会”的讲话中又一次强调:“要注重商业伦理的教育,加强MBA学生的社会责任感,树立良好的道德价值取向,使社会主义核心价值观贯穿企业文化。市场经济确实是竞争经济,但是市场经济首先是契约经济,还是诚信经济。很多企业家光想着竞争,光想着挣钱,不择手段,没有信誉,这是很可悲的。目前社会上反映强烈的食品安全问题、生产安全事故问题、假冒侵权问题等,都与企业家的经营理念和经营方式有关系,都与缺乏诚信有关系。所以我们要教育学生把企业利益放在公众利益和社会利益大局中去实现。希望在将来查出来的非法案件里没有MBA的学生。”

清华大学的校训“自强不息,厚德载物”,英文译作“Self-discipline and Social Commitment”,源于梁启超1914年在清华大学的演讲《君子》。自觉承担社会责任是“君子”应有的品质。教育学生自觉承担社会责任是大学的责任。

将企业社会责任和商业伦理课程内容纳入MBA教育,关键在教师。加强教学研究和课程建设是提高教学水平的重要途径。祝承担企业社会责任和商业伦理课程的各位老师在今后的教学和研究工作中取得更大的成就。

全国MBA教育指导委员会秘书长 全允桓教授

企业是具有双重身份的法人：从市场经济的角度来讲，它是主体；作为社会的细胞，它也是公民社会的主体。因此，企业作为社会福利的创造者，应不断提高其创造价值的效率；同时，作为社会进步的推动者，应积极改进对各种经营要素的回报的公平性，不仅要关注投资人的利益，而且要平衡关注其他对企业作出贡献的利益相关者的利益，切实履行企业社会责任，推进社会与企业正义，与政府、公众以及其他机构共同致力于保证环境健康与社会和谐，最终实现企业与社会的可持续、稳定、协调发展。

西方哲学奠基人康德对此有深刻体会，曾说过：“世上最奇妙的两种东西长期震撼我的心灵，那就是我们头上浩瀚的灿烂星空和我们心中神圣的道德准则。”18世纪，以《国富论》闻名天下的英国经济学代表人物亚当·斯密，在其倾注了大量心血的《道德情操论》一书中警示世人：人在追求自身物质利益的同时要受道德观念的约束，不可伤害他人，而要帮助他人；人既要“利己”也要“利他”，利他是最大的利己与最好的利己；道德与正义对于社会乃至市场经济的运行至关重要。<sup>①</sup>19世纪西方思想家傅立叶明确指出，伦理协作是普遍的完善，在经营制度上有极其光辉一面；物质利益与情感的平衡是善与美、有益与愉快的关系。<sup>②</sup>德国当代著名社会学家马克斯·韦伯则表示：建立一个充满理性、秩序井然的社会，首先要有精神秩序，然后才有政治和法律秩序；精神秩序的形成有赖于企业伦理道德和社会诚信形象的完善。<sup>③</sup>显然，西方国家数百年市场经济发展的历史表明：企业伦理道德对市场经济的健康运行具有重要意义，因为诚信与道德是市场经济和企业发展的基石。

在我国改革开放以来的巨大社会变迁中，物质财富的充裕令人欢欣鼓舞，然而精神追求、道德与责任方面令人担忧。一方面，市场经济大潮猛烈地冲击着传统道德体系，传统

① 参见 [英] 亚当·斯密：《道德情操论》，北京，华夏出版社，2005。

② 参见宋希仁：《西方伦理思想史》，475~486页，北京，中国人民大学出版社，2004。

③ 参见 [德] 马克斯·韦伯：《新教伦理与资本主义精神》，成都，四川人民出版社，1986。



的伦理道德规范和责任信条受到考验；另一方面，在全新的道德主体及道德规范与责任信条尚未确立的情况下，传统的伦理道德与社会责任体系面对多种挑战。

21世纪初，中国加入世界贸易组织，对中国的企业来说，这既是加快发展并融入经济全球化的机遇，也是来自强大的国外优势企业的严峻挑战。在这种充满竞争、文化多元和信息密集的经济环境下，中国企业将不得不接受国际社会及世界各国更为严格的检验与监督。可以说，在公平开放的国际化竞争中，没有伦理道德约束的企业难逃被淘汰的厄运，没有道德自律的企业将被剥夺参与竞争的资格。《哈佛商业评论》的主编舒兹·瓦特劳福尔指出：要想提高业务水准，事业有成，就必须重视道德，诚实守信，对所有的人讲真话。<sup>①</sup>

本书针对目前我国社会经济生活中的突出问题——企业伦理道德滑坡，各种社会责任缺失问题层出不穷，探讨增强企业的社会责任意识、提高企业伦理道德水平的根本措施，即构建企业道德管理体系，加强企业社会责任意识的培养，进而完善企业伦理和社会责任学科体系。其目的就是开展企业伦理与社会责任教育，构建企业伦理与社会责任及其应用系统，加强社会责任建设，改善实现社会责任的环境，促进企业法人主动承担法律上和经济上的义务，同时积极承担“追求对社会有利的长期目标”的义务，从而真正落实科学发展观，最终实现构建社会主义和谐社会的伟大目标。

企业伦理学已成为当今国际 MBA 教学中一门引人注目的课程，在国际商学院联合会(AACSB)关于商学院为毕业生提供知识和技能的规定中，第一条就是要提供履行伦理和法律责任所需的知识和技能。国际一流商学院纷纷把企业伦理学相关课程作为 MBA 的核心课程，如哈佛商学院的“领导和企业责任”、宾夕法尼亚大学沃顿商学院的“伦理与责任”、斯坦福大学商学院的“伦理与管理”等课程都被列为 MBA 的必修课。现在，美国 90% 以上的商学院或管理学院及欧洲的绝大多数大学，都开设了企业伦理学、管理与企业伦理道德、企业伦理与企业职业道德等方面的课程，重视企业伦理教学成为世界各地商学院、管理学院培养 MBA、EMBA 与 MPAcc 人才的一大特色。安南认为，“哈佛、牛津和剑桥商学院 MBA 教学都把企业伦理管理作为管理经营战略与方针的核心课程，说明管理学离不开企业伦理，在全球企业界大力倡导企业社会责任和全球契约的今天更是如此”。<sup>②</sup>

在我国，企业伦理学在 MBA 教学中越来越受到重视。2006 年 12 月，《中国 MBA 教育西湖宣言》指出：“我国 MBA 教育承担着为中国经济与社会发展培养管理人才的历史使命，在国家现代化建设中扮演着日益重要的角色。我国 MBA 教育以科学发展观为指导，以推进构建和谐社会为目标，秉持可持续发展的理念，强调管理学院（商学院）所应承担的社会责任，并倡导将社会责任教育融入 MBA 教育全过程。”<sup>③</sup> 对于 EMBA 学员来

<sup>①</sup> Suzy Wetlauffer-Editor of Harvard Business Review, “To Tell the Truth”, *Harvard Business Review*, vol. 97 (June 2001), p. 5.

<sup>②</sup> 安南致对外经济贸易大学国际经济伦理研究中心组织召开的“开放和责任——中国开放 30 周年及全球化企业伦理国际研讨会”的贺信，2008 年 10 月 15—16 日。

<sup>③</sup> 全国工商管理硕士教育指导委员会编：《工商管理硕士教学大纲》，227 页，北京，机械工业出版社，2011。

说，由于其在社会上的影响力，该课程的教学显得尤为重要，应摆在重要位置。企业伦理与社会责任逐渐成为我国众多院校 EMBA、MBA、MPA、MPAcc 等经济管理类专业硕士教育的核心课程或重要选修课程，本书正是为了满足教学需要而专门撰写的。

本书综合运用现代管理学、信息经济学、制度经济学、行为科学、系统论、博弈论、伦理学与会计学的理论、思想与方法，坚持实践调查研究与理论规范研究相统一、定量分析与定性论述相结合的风格，在查阅与研究中外大量文献资料的基础上，结合国内外社会经济生活中的实际情况和突出的企业伦理现象与社会责任活动，全面探讨和分析企业伦理与社会责任理论及其应用问题，提出了一系列独到新颖的观点，构建了企业伦理与社会责任理论及其应用体系。

为了增强本书的可读性，加大信息量，我们引用了大量报纸杂志和书籍文献的有关资料作为本书的学习链接和实例，我们对所引用资料的各位作者表示感谢。同时，衷心感谢中国人民大学出版社陈永凤编辑，是她鼓励并委托我主持撰写本书，这是对我的高度信任和莫大鞭策；真诚感谢长期以来关心、帮助和支持我们学习、工作与生活的各位领导、亲人、朋友、同事和同学。

本书是国家自然科学基金项目（70672060）与对外经济贸易大学 2010 年研究生教学研究立项项目的研究成果。本书由对外经济贸易大学国际商学院叶陈刚教授主持撰写，设计章节大纲，并修改定稿全书。本书各章的具体执笔分工如下：第 1、2、4 章由叶陈刚执笔，第 3 章由对外经济贸易大学国际商学院叶淑林执笔，第 5 章由叶陈刚与对外经济贸易大学国际商学院王孜执笔，第 6 章由中共中央党校博士生、华夏银行金融市场部叶华执笔，第 7 章由对外经济贸易大学国际商学院周珊一与郑清源执笔，第 8 章由对外经济贸易大学国际商学院曹波与牛川执笔，第 9 章由北京化工大学经济管理学院叶志伟执笔，第 10 章由对外经济贸易大学国际商学院萧蔚与刘贵明执笔，第 11 章由对外经济贸易大学国际商学院周阳、韩玉霞与丁胜男执笔，第 12 章由对外经济贸易大学国际商学院谈兆迪与罗水伟执笔。在本书写作过程，得到了对外经济贸易大学副校长、国际财务与会计研究中心主任、国际商学院博士生导师张新民教授的指导，在此表示真诚感谢。

由于本书选题属于现代管理学科前沿领域，可供借鉴与参考的资料有限，撰写难度较大；加之时间较紧，任务繁重，工作量大，书中难免存在不妥和疏漏之处，欢迎读者批评指正。

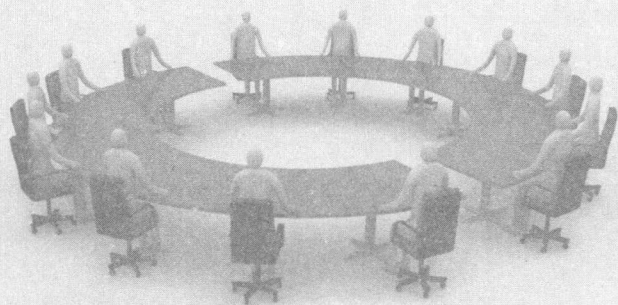
叶陈刚  
于北京惠园

<b>第 1 章 概 论</b> .....	1
阅读材料 崇德尚善 聚贤成峰 .....	2
1.1 企业伦理与社会责任水准的提升 .....	4
1.2 道德、社会公德与职业道德的历史变迁 .....	10
1.3 企业伦理与社会责任的产生、发展和功能 .....	16
1.4 企业伦理与社会责任的内容和构成 .....	23
1.5 本书的研究方法与背景特色 .....	29
案例分析 德诚信，铸同仁堂金字招牌 .....	34
<b>第 2 章 企业行为的道德透视与分析</b> .....	36
阅读材料 诚信社会从领导做起 .....	37
2.1 契约经济、道德契约与信用机制 .....	39
2.2 企业道德行为的现实意义 .....	49
2.3 企业失德行为的伦理思考 .....	56
2.4 企业伦理道德的 217 份调查问卷分析 .....	60
案例分析 诚信经营理念铸就通用辉煌——杰克·韦尔奇的诚信文化思想 .....	75
<b>第 3 章 会计假账与财务舞弊的伦理思考</b> .....	78
阅读材料 诚信真实——会计管理的重要目标 .....	79
3.1 权钱交易、不公正经济与会计假账的关联分析 .....	80
3.2 对会计假账的道德反思 .....	83
3.3 上市公司财务舞弊的内涵、手段与动因 .....	89
3.4 上市公司财务舞弊的治理对策 .....	100
案例分析 “麦道夫案”揭开美国的基金黑幕 .....	105
<b>第 4 章 企业伦理道德原则设计</b> .....	108
阅读材料 “诚信高于一切”：创业之本，兴业之本 .....	109
4.1 推行集体主义原则，打造优秀企业团队 .....	110

4.2	诚实守信原则, 企业经营之灵魂	114
4.3	现代企业的义利统一原则	119
4.4	公平与效率兼顾原则	123
	案例分析 李嘉诚: 超人、诚商、善人之道	127
<b>第5章</b>	<b>企业对外经营道德规范</b>	<b>131</b>
	阅读材料 共铸诚信 有你有我	132
5.1	企业与政府及社区: 依法纳税, 做优秀企业公民	133
5.2	企业与顾客: 顾客就是上帝	139
5.3	企业与竞争者: 互惠互利, 实现双赢	146
	案例分析 摩托罗拉的全球伦理文化战略	153
<b>第6章</b>	<b>企业内部管理道德规范</b>	<b>156</b>
	阅读材料 重温《出师表》: 高管您勤勉尽责了吗	157
6.1	企业与股东: 投资者是企业的上帝	158
6.2	董事会、独立董事与监事会的道德责任	167
6.3	企业管理层道德人格的塑造	173
6.4	企业与员工: 同舟共济, 风险共担	179
	案例分析 沃尔玛成功的关键	188
<b>第7章</b>	<b>企业会计与审计职业道德规范</b>	<b>191</b>
	阅读材料 知识经济与会计师的社会责任	192
7.1	市场经济对企业会计道德的影响	193
7.2	为会计行业营造良好的社会道德环境	196
7.3	会计职业道德规范要求	208
7.4	注册会计师职业道德规范要求	229
	案例分析 安然与安达信不讲诚信自毁前程	247
<b>第8章</b>	<b>企业道德责任与社会责任</b>	<b>250</b>
	阅读材料 企业精英阶层的社会责任	251
8.1	企业社会责任的本质: 道德责任	253
8.2	企业社会责任的理论基础与内容要求	255
8.3	企业社会回应与社会表现	262
8.4	上市公司社会责任和企业价值关系的实证研究	268
	案例分析 中石油: 双赢互利, 共同发展	280
<b>第9章</b>	<b>企业履行资源环境责任与可持续发展</b>	<b>282</b>
	阅读材料 借鉴海外经验, 中国企业努力承担企业环境责任	283

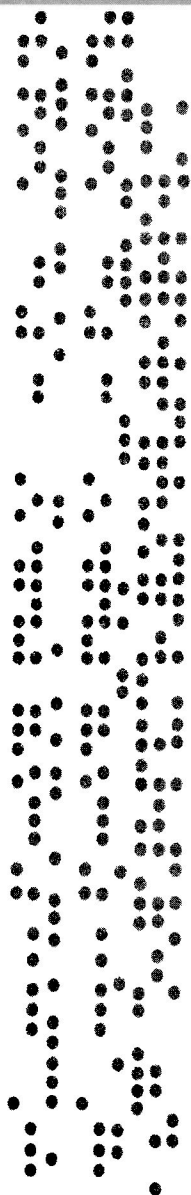


9.1 企业基本责任：环境保护与经济发展同步 .....	284
9.2 关于企业履行资源环境责任的 451 份调查问卷的分析 .....	286
9.3 全球资源环境恶化：严峻挑战与历史机遇 .....	290
9.4 企业履行资源环境责任实现可持续发展的内在动力 .....	296
9.5 企业履行资源环境责任实现可持续发展的政策建议 .....	300
案例分析 本田启动“绿色革命” .....	306
<b>第 10 章 企业安全责任与经济责任</b> .....	<b>309</b>
阅读材料 中国社会诚信缺失凸显 失信加大社会交易成本 .....	310
10.1 企业安全责任与食品安全 .....	311
10.2 我国企业履行安全责任面临的严峻现实与政策建议 .....	321
10.3 企业经济责任的概念、内容与要求 .....	323
10.4 企业保障安全与质量的经济责任 .....	329
10.5 企业安全责任、经济责任与社会责任的关系 .....	331
案例分析 “健美猪”黑色产业链调查 .....	333
<b>第 11 章 企业法律责任与慈善责任</b> .....	<b>336</b>
阅读材料 企业社会责任要提升到法律层面 .....	337
11.1 企业法律责任的概念、内容与现状 .....	338
11.2 我国与西方国家企业法律责任的比较 .....	342
11.3 我国促进企业履行法律责任的措施 .....	349
11.4 企业慈善责任的由来与功能 .....	352
11.5 我国企业履行慈善责任存在的问题与改进建议 .....	359
案例分析 巴菲特和比尔·盖茨带头捐款，致力于慈善事业 .....	368
<b>第 12 章 企业社会责任报告及其鉴证</b> .....	<b>371</b>
阅读材料 中国内资企业的第一份社会责任报告出炉 .....	372
12.1 企业社会责任报告的含义与功能 .....	373
12.2 中外企业社会责任报告的现状与发展趋势之比较 .....	378
12.3 企业社会责任报告的编制与评价 .....	384
12.4 企业社会责任报告的审计鉴证 .....	394
案例分析 双汇社会责任报告避谈瘦肉精引争议 .....	398
参考文献 .....	401



## 第 1 章

# 概 论



- 1.1 企业伦理与社会责任水准的提升
- 1.2 道德、社会公德与职业道德的历史变迁
- 1.3 企业伦理与社会责任的产生、发展和功能
- 1.4 企业伦理与社会责任的内容和构成
- 1.5 本书的研究方法与背景特色

道生之，德畜之，物行之，势成之。是以万物莫不尊道而贵德。

道之尊，德之贵，夫莫之命而常自然。

故道生之，德畜之。长之育之，成之熟之，养之覆之。生而不有，为而不恃，长而不宰。是谓玄德。

——老子《道德经》

### 学习目标 ▶▶▶

通过本章学习，明确本书的研究目的——构建企业伦理和社会责任及其应用系统，了解道德、职业道德的历史变迁，理解企业伦理与社会责任的内涵及其功能作用、企业伦理与社会责任的内容及其构成，掌握并能熟练运用企业伦理与社会责任的三种研究方法，了解企业伦理与社会责任的研究背景与主题框架，为后续章节的学习奠定基础。

### 阅读材料 ●●●

#### 崇德尚善 聚贤成峰

第三届全国道德模范颁奖典礼于2011年9月20日在北京举行。本届道德模范评选按照助人为乐、见义勇为、敬业奉献、孝老爱亲、诚实守信5类，共评出54名全国道德模范。颁奖典礼生动地展现了道德模范的感人事迹和高尚精神。平凡人身上展现出来的温情大爱，凝结汇聚成暖暖热流，感动了全社会，涤荡着人们的心灵。浓浓的美德新风，在神州大地涌动、激荡！本届道德模范评选自2011年3月启动以来，坚持群众评、评群众，群众学、学群众。广大群众自发寻找道德榜样，发现并推选身边的善举。道德模范评选活动 in 广大群众中间产生了热烈反响，全社会掀起了一股人人学习道德模范、人人争当道德模范、崇德尚善的良好风气。在道德模范评选表彰活动中，平凡人身上的大善义举，释放出了强大的感召力。在道德模范中，我们欣喜地发现，80后、90后青年勇于担当社会责任，胸怀爱心、乐于奉献。青年人身上所展现出来的良好精神面貌、价值追求和高度的社会责任感，感动了千千万万的人。中华民族有着崇尚美德的传统。千百年来，尊崇道德、向善助人的传统绵延不绝，滋养了一代又一代中华儿女。大到国家、小到个人，美德始终是安邦治国、修身立命之本。在当今时代，道德模范是社会主义精神文明建设的先锋和标兵。他们就生活在我们身边，原本也是普通人。内心的坚守和行动上的笃定，成就了他们崇高的精神境界。

他们没有高高在上，也并非遥不可及，他们可亲、可敬、可学。道德模范对他人和社会的仁爱之心、行善而不求回报的义举，闪耀着美丽的光辉。承前启后，继往开来！为好人高歌，为德行高歌！我们要继承中华民族的优良传统，汲取道德的美感和力量，进一步树立和践行社会主义荣辱观，共建和谐社会。

品德，积累于一点一滴；文明，见之于一举一动。社会的文明进步，更在于美德的弘扬和光大。道德模范人物体现了中华民族的优秀品质，反映了社会发展进步的时代精神。《公民道德建设实施纲要》颁布实施10年来，神州大地文明道德之花竞相绽放。如今，道德模范的品行，日益引发人们的共鸣！助人为乐、见义勇为、诚实守信、敬业奉献、孝老爱亲……日常生活中的每一件感人事迹、群众中间的一个个响亮名字正传遍中华大地。道德模范评选表彰过程也是一个学习和宣传道德模范的过程。在推进社会主义核心价值体系建设的过程中，我们要大力弘扬美德新风，让文明之风走向千家万户，树立社会新风尚，为经济社会发展提供强大的道德支撑。在本届道德模范评选中，无论是3.6万多名提名候选人，260名全国道德模范提名奖获得者，还是最后的54名全国道德模范获奖者，都值得钦佩，值得学习！好人的意义不在于有惊天动地的事迹，如果能把平凡的事坚持下来，便是不寻常，便是一种伟大。道德模范就像明灯，他们用自己的言行，诉说着善和美；道德模范就像火种，在社会文明建设中播洒着光和热。为建设和弘扬社会文明风尚，道德模范走在了前面，为我们树立了光辉的榜样。我们要学习他们的高尚品德和感人精神，共同弘扬这些美德新风，见贤思齐，提升道德水平，凝聚道德力量，共同建设和营造文明和谐的社会环境。

资料来源：《崇德尚善 聚贤成峰》，载《光明日报》，2011-09-21。

长期以来，“以德治国”是中国治国安邦的优良传统，创造并维护着光辉璀璨的上下五千年中华文明。“仁义礼智信，温良恭俭让”的儒商伦理道德文化，使炎黄子孙沐浴在中华民族礼仪之邦的灿烂阳光之中，并在建立与健全现代企业制度，完善公司治理与企业文化，规范企业思想和企业行为，切实履行企业社会责任，推进社会与企业正义，促进市场经济发展与繁荣，切实落实科学发展观，建设社会主义和谐社会的进程中发挥积极作用。

随着市场经济由不成熟走向成熟，在现代企业管理中，企业伦理与社会责任显得越来越重要，发挥着越来越大的作用，成为提高企业整体绩效的影响因素。如果轻视企业伦理与社会责任的约束，就可能导致市场经济的运行极不规范，企业之间竞争不公平，甚至迷失方向，进而演变成“官商权力经济”、“虚假欺骗经济”、“贿赂垄断经济”。

对于我国的企业来说，当务之急是尽快走出经营管理和思想认识上的误区，大力开展企业伦理道德教育，强化职业伦理道德理念，将企业伦理与职业道德作为企业体制改革的一个重要部分和企业文化建设的重要方面，在企业组织框架中建立一套行之有效的伦理监督机制，切实全面提升企业伦理与社会责任水准，增强企业核心竞争力；促使企业承担更多的社会责任，共创人间净土，确保企业间开展良性竞争，使社会主义市场经济在正确的轨道上健康、持续、协调地发展。



## 1.1 企业伦理与社会责任水准的提升

### 1.1.1 市场经济体现为伦理道德经济

市场经济的发展历程表明,市场经济在发挥巨大效应的同时,也有其天然的负效应。市场经济的竞争原则会刺激一些人的投机心理和不正当竞争行为;市场经济的等价交换原则会不自觉地渗透到人际关系之中,渗透到政党的政治生活和行政行为中,诱发新形式的权钱交易和以权谋私;市场经济中适度投机行为的合法性导致某些人的投机诈骗行为;市场经济的价值取向在激励人们注重效益与盈利的同时,也很容易使人滋生极端利己主义思想和个人自私行为,对爱国主义、社会主义和集体主义思想产生强大冲击。市场经济这把“双刃剑”同时发挥着正负两方面的巨大作用。关键在于,市场经济的主体如何把握和发挥伦理道德与责任在市场经济中的调节作用,推动市场经济持续、稳定、协调地发展。

我们看到,在管理中崇尚伦理道德是一种正确的发展趋势。“西方主要国家的市场经济发展了这么多年,遇到了不少问题,付出了沉重的代价,最终总结出一个规律:发展市场经济必须加强伦理教育。”“我国企业的社会责任问题也开始引起人们的关注,针对一些企业的欺行霸市、弄虚作假、制造伪劣产品、污染环境等众多的社会责任缺失问题,企业应负社会责任逐渐成为人们的共识。”<sup>①</sup>

由此可见:

首先,市场经济体现为竞争经济,竞争的规则是公开、公平、公正,用以规范竞争者的行为活动。

其次,市场经济体现为法制经济,通过对各种市场行为的立法、执法来规范市场秩序,采用法律约束控制竞争者的行为。

最后,市场经济体现为伦理道德经济,讲究“仁义礼智信,信内求财;温良恭俭让,让中取利”,依靠义务、良心、荣誉、节操、人格来建立相互交往的友好关系,以确保社会成员的行为合法、合情、合理。2001年9月20日,《公民道德建设实施纲要》发布,明确提出了“爱国守法、明理诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”20字的公民基本道德规范。党的十六届三中全会通过的《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》指出:“形成以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会信用制度,是建立现代市场经济体系的必要条件,也是规范市场经济秩序的治本之策。”2005年10月27日修订颁布的《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)第5条明确要求:“公司从事经营活动,必须遵守法律、行政法规,遵守社会公德、商业

<sup>①</sup> 张文贤、高伟富:《高级财务与会计理论与实务》,大连,东北财经大学出版社,2005。