

■ 应用型本科商科教育规划教材

现代商业伦理

李 玮 刘建军 主 编
王枫桥 唐成林 副主编



清华大学出版社

■ 应用型本科商科教育规划教材

现代商业伦理

李 玮 刘建军 主 编
王枫桥 唐成林 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

在全球化经济迅猛发展的今天,信息技术加速了经济的转型发展,市场竞争可谓“白热化”,企业建立科学的商业伦理体系已成为其提升核心竞争力的必要手段和重要途径。本书立足现代商业现状,为企业指明建立高效、科学的现代商业伦理体系的基本流程及制度安排,以帮助企业更好地适应当前经济的飞速发展。全书共十章,分为基础篇和实战篇两部分。基础篇系统、全面地阐述了商业伦理的理论体系,具体内容从商业伦理理论、发展历程、机制构筑的全过程进行阐述。实战篇从企业商业运营的全过程出发,对企业道德决策设计、企业战略决策、会计管理、企业市场营销运作、企业内部组织管理、企业电子商务运作以及企业全球化运营的全过程中现代商业伦理的构建流程及规范设计进行了详尽、系统的阐述。本书重点面向经管、商科类在校大学生,力求为社会输送品行优秀的管理人才而努力,也适合于业界管理人员阅读使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

现代商业伦理/李玮,刘建军主编. —北京:清华大学出版社,2017

(应用型本科商科教育规划教材)

ISBN 978-7-302-47745-7

I. ①现… II. ①李… ②刘… III. ①商业道德—高等学校—教材 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 167825 号

责任编辑:左卫霞

封面设计:傅瑞学

责任校对:赵琳爽

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4278

印装者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:16.75

字 数:401 千字

版 次:2017 年 9 月第 1 版

印 次:2017 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:39.80 元

产品编号:067943-01

前言

伴随信息技术、人工智能、大数据技术的迅猛发展,全球所有企业在审视自身赖以生存发展的商业环境时,无不发出慨叹:天翻地覆,瞬息万变,变化如此之快,都跟不上变化的节奏了!

企业原本尚存的竞争优势可能瞬间就土崩瓦解,“网红”“自媒体营销”等互联网技术工具被很多公司运用得出神入化,加上“众筹”等整合资源理念被运用得炉火纯青,企业无论成立多长时间,都被拉到同一个竞争起点同台竞技,谁将引领并主导现代商业全球化市场?企业发现“商业伦理”的重要性开始愈加凸显,“工匠精神”的重塑,做有良心、守道德的好企业,全心为所有供应链上下游利益相关者服务,用心做事正成为企业在现代商业“红海”竞争中威力无比的撒手锏,“创新”与“道德”并存,这已成为未来企业得以生存的坚实基础。

本书以通俗易懂的语言,运用大量的案例,将完整的现代商业伦理体系融入案例情境,以利于学生能更加深刻地认识和把握,从全新的角度对商业伦理从理论体系到实践运用进行了全面的解读,摆脱单一刻板的教材编写模式,以期学生能够在兴趣中学习,收到更好的教学效果。

本书由李玮负责总体结构的设计、总撰和定稿工作。李玮、刘建军担任主编,王枫桥、唐成林担任副主编。具体编写分工为:李玮编写第一章到第三章;刘建军编写第四章到第六章;王枫桥编写第七章和第八章;唐成林编写第九章和第十章。本书在撰写过程中得到燕京理工学院领导的大力支持,清华大学出版社的倾力协助,在此表示诚挚的谢意。本书在编写过程中借鉴了大量的国内外学者的相关理论、著作、教材等,在此向作者表示诚挚的感谢。

本书在帮助学生树立科学、正确的现代商业伦理观的同时,使学生掌握在现代商业活动中如何全面科学地设计、构建并管理企业的商业伦理理论体系等内容,为社会培养品行优秀的管理人才而努力。

本书虽经多次修改,囿于水平尚存不足之处,望大家批评指正。

编 者

2017年5月

目 录

基 础 篇

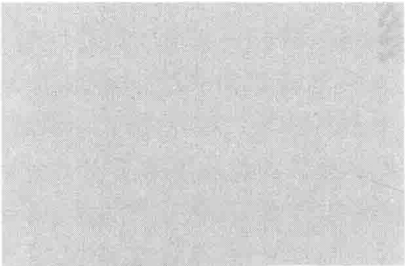
第一章 绪论	3
第一节 商业伦理的内涵	4
第二节 商业伦理的功能及其意义	23
第三节 商业伦理的研究内容、研究任务及研究方法	27
本章小结	37
本章练习	38
第二章 商业伦理的发展历程与研究体系	40
第一节 商业伦理的发展历程	41
第二节 商业伦理的研究体系	49
本章小结	54
本章练习	54
第三章 现代商业伦理的构建机制	56
第一节 现代商业伦理的构筑原则	57
第二节 现代商业伦理的构建理论	64
第三节 现代商业伦理的评价体系	69
本章小结	78
本章练习	78

实 战 篇

第四章 企业道德决策中商业伦理的构建	83
第一节 商业伦理判断与道德决策	84
第二节 企业道德决策中商业伦理的构建模型	103
第三节 企业道德决策中商业伦理的规则设计	107
本章小结	111
本章练习	111

第五章 企业战略决策中商业伦理的构建	114
第一节 企业战略决策模式	115
第二节 企业战略决策中商业伦理构建的影响因素	118
第三节 企业战略决策中商业伦理的构建流程	120
第四节 企业战略决策中商业伦理的规则设计	124
本章小结	129
本章练习	129
第六章 企业会计管理中商业伦理的构建	135
第一节 企业会计管理内容概述	136
第二节 企业会计职业道德规范	139
第三节 注册会计师审计职业道德规范	146
第四节 企业内部审计职业道德规范	152
本章小结	156
本章练习	157
第七章 企业市场营销运作中商业伦理的构建	159
第一节 企业市场营销运作概述	160
第二节 企业市场营销运作中商业伦理的构建流程	163
第三节 企业市场营销运作中商业伦理的规范设计	173
本章小结	184
本章练习	185
第八章 企业内部组织管理中商业伦理的构建	187
第一节 企业内部组织管理概述	188
第二节 企业内部组织管理中商业伦理的构建流程	191
第三节 企业内部组织管理中商业伦理的规范设计	210
本章小结	222
本章练习	223
第九章 企业电子商务运营中商业伦理的构建	225
第一节 企业电子商务运营概述	226
第二节 企业电子商务运营中商业伦理的构建流程	234
第三节 企业电子商务运营中商业伦理的规范设计	238
本章小结	241
本章练习	241

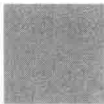
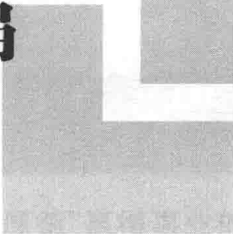
第十章 跨国公司全球化运营中商业伦理的构建.....	244
第一节 跨国公司全球化运营概述.....	245
第二节 跨国公司全球化运营中商业伦理构建流程.....	247
第三节 跨国公司全球化运营中商业伦理的规范设计.....	253
本章小结.....	255
本章练习.....	256
参考文献.....	258



基

础

篇



绪 论

学习目标及要求

通过本章内容的学习,使学生能够理解商业伦理的重要性,掌握商业伦理的概念、特征、功能以及商业伦理的研究内容、研究方法和当前所面临的研究任务。

学习重点

1. 商业伦理的概念、特征及功能。
2. 商业伦理的研究内容、研究方法及其研究任务。

引例 1-1

用良心做食品、用诚信做企业的他,以“厚德”赢得事业的成功

河北保定的刘洪安,这个被市民亲切地称为“油条哥”的小伙子,荣获 2013 年“全国诚实守信模范”的荣誉称号。“他的富有不体现在人民币上,而体现在人民上。”这是白岩松在第四届全国道德模范颁奖大会上为他献上的颁奖词。

刘洪安生于唐县普通农家,因为身体的原因,无法外出打工。于是他就在当地盘下了一家店面,做油条、豆腐脑、家常小吃等生意维持生计。一次,刘洪安在看央视一档健康栏目时,意外地了解到,食用油经过反复加温,会产生大量的有害物质,容易致癌!刘洪安赶紧叫妻子过来和他一起看节目。食品问题引发的疾病高达上百种,夫妻俩深受触动。想到家人患病的经历,刘洪安对健康与生命充满敬畏,他说:“以后咱们不能用复炸油,一定要让市民吃上放心油条!”

说做就做,他打印了一份“告知新老顾客”的宣传单,贴在小店的窗户上。新年伊始,他向顾客郑重承诺:“本店油条用油是一级大豆色拉油,是从植物油公司批量购进的。油条用油每天都保证是新油,不含一滴复炸油,也请您审查和监督。”

因保证每天都使用新油,这样经营了几天后,他发现不但没赚到钱,反而亏损。刘洪安不得不把价格每斤提高了 1 元,让他和家人意外的是,油条的销量不降反升。

每天早晨,刘洪安的小吃店成为保定市高开区银杏路上的一道风景:慕名来买油条的顾客越来越多,小吃店门口每天都会排起长队。为了让更多人吃到油条,刘洪安推出了“限购”,从“限购两斤”改为“限购一斤”。

刘洪安的生意火了!前来取经学习的人很多。在刘洪安的号召下,大家组建了“保定良心油条联盟”,古城百姓都吃上了放心油条。

一家小店的食品安全了不是安全,一个国家的食品安全了才是真正的安全。刘洪安深刻体会到诚信经营的重要性,他想在全国开“油条哥连锁店”。2013年1月7日,刘洪安亮相央视闯关节目《开门大吉》,透露出自己的家庭梦想:在全国开“油条哥连锁店”。节目播出之后,全国各地的商家纷纷希望加盟,他们为油条哥的诚信和真诚所感动!2013年3月28日,“油条哥”首家连锁店开业了!从简易的“刘家豆腐脑”小小的摊位,到两间属于自己的“油条哥”连锁店;从负债的穷小子到“油条哥”餐饮管理有限公司总经理,刘洪安成功了!

民以食为天,食以安为先!食品安全是关乎所有大众身体健康和生命安全的重大问题。一直以来,像“毒奶粉”“瘦肉精”“地沟油”“染色馒头”“糖海参”等食品安全问题屡屡出现。然而,食品安全问题的彻底解决,加强监督检查力度只是方法之一。解决问题的根本所在,是唤醒每一个食品从业者的良知,加强行业自律。

刘洪安的成功,在于他用良心做食品,在于他懂得一个最简单的道理——己所不欲,勿施于人,更在于他勇于承担兴业责任。用良心做食品,用诚信做企业。正如他所说的一句话:“其实我没有那么高尚,我做的事谁都可以做,卖食品要讲良心,不然与谋财害命没有什么两样。只有诚信经营,才能立足社会。”

——改编摘自:李玉良.卷首语:用良心做食品,用诚信做企业. http://www.sohu.com/a/136288810_375119?_f=v2-index-feeds.

【案例解读】

诚实守信是每个人立命、创业和守业的基石。刘洪安的创业成功和事业的快速发展正是国民道德操守升华的最佳印证,是“厚德载物”的强有力证明。商业伦理道德的践行者通过其个人高尚的道德操守在赢得世人啧啧赞叹的同时,也为自己的事业步入坦途铺平了道路。

由此可见,商业伦理道德是实现社会和个人最大价值的根本,也是缔造人生辉煌的根本源泉。遵循商业伦理是每个经济人生命价值实现的金钥匙。

第一节 商业伦理的内涵

在网络、人工智能等技术迅猛发展的推动下,现代人都在感叹变化的脚步太快。面对来自全球市场各方的竞争压力,企业家无时不在深思:如何能够确保企业持久、健康、稳定地发展?如何实现企业利益最大化?如何有效权衡社会、企业、个人等利益相关者各方的利益?

众多企业和个人在利益取舍时,抉择艰难,是首先以消费者、社会的整体利益为重,然后

再考虑企业自身的利益,还是“追求自身利益最大化”?思想决定行动!企业对以上这些问题所持观念和态度不同,所采取的决策和行动就会不同。如果选择“唯利是图”,为了达到企业自身利益最大化这一目标,有些企业就会甘愿顶风违规,不择手段,造假、欺诈等无所不能,层出不穷。例如,央视2017年1月15日曝光的新闻令人震惊:陕西警方捣毁了一个制售假盐的犯罪团伙,这个团伙用工业用盐所制售的假冒食盐目前已经有700多吨流向了市场。由此可见,健康良好的商业社会秩序不仅与千家万户的幸福息息相关,也与社会稳定密切相关。美国学者罗伯特·C.所罗门曾说过“我们一再听说做生意如入‘丛林’,那是‘适者生存’的世界,是‘狗吃狗’的世界,是区分赢家与输家的赌博”,如果没有道德原则行事,这种观念只会将企业乃至整个社会 and 每个社会个体推入万劫不复的深渊。因此,社会呼唤商业伦理和正确的企业价值观的重塑和强化!

一、商业伦理对社会整体发展的重要性

1. 社会大系统的健康发展需要筑牢商业伦理这一命脉和根基

(1) 漠视商业伦理代价惨痛

当今社会贪婪、自私的铜臭味正在弥漫并有不断蔓延泛滥之势。现代人在面对利益取舍时态度迥异,无道德底线出牌、唯利是图竟然成为众多人公认并且乐于奉行的行动准则,而“商业伦理”却正在被很多人漠视,“舍小家为大家”竟然会被人嗤之以鼻!这些现状有时就发生在我们身边,这确实令人忧虑。

漠视“商业伦理”所引发的由人类自身制造的灾难正在不断地向我们鸣响警钟,回归本源,抓紧重塑完善的商业伦理秩序以恢复完善健康的全球经济秩序已成为摆在每个政府、社会、企业和个人面前的亟待解决的关键问题。

2008年美国爆发的次贷危机所引发的全球金融风暴导致全球经济陷入极度衰退与萧条之中,目前各国政府经济等各领域仍面临复苏乏力的窘境。很多人仍然遭受着因金融风暴所导致的全球经济不景气造成的诸如就业压力加大等巨大的心理焦虑的摧残。当人们在深入研究金融危机这一厄运所产生的根源时,我们借用理查德·比特纳,这位美国抵押贷款业业内行家的透彻描述可知:“贪婪、欺诈和无知——美国次贷危机的真相!”理查德·比特纳从业内人士的视角审视,为我们还原了当时美国次贷危机发生的原因和真相,交易内幕、利益勾连只注重商业模式的创新而忽视商业伦理,信用的严重缺失,这些因素导致人们对金融风险视而不见,从而造成了这一惨烈的恶果。2008年12月11日,美国纳斯达克前主席伯纳德·麦道夫因涉嫌证券欺诈——他一手精心炮制的巨型金字塔层压式“庞氏骗局”——通过操纵对冲基金,诈骗客户500亿美元被揭穿而锒铛入狱,这更是为大众所展示的“商业伦理”缺失所导致的惨痛教训的又一鲜明印证。

(2) 社会大系统的健康发展需筑牢商业伦理这一命脉和根基

正如成中英所指出的:“人类社会是在历史的进程中形成的,其形成及以后的发展、变迁或维护都有其精神与物质上的决定因素,如果再区分人类社会中的外在生活秩序和内在生命秩序来表明人类社会精神因素的两个层次,则伦理规范显然是属于内在生命秩序层次的一个重要内容,甚至是唯一重要的内容。如果人类社会没有伦理规范,则其群体生命必然

失去自主与自律而面临崩溃涣散的命运。”

德国著名的经济伦理学家彼德·科斯洛夫斯基在《资本主义的伦理学》也同样提及：“在对经济的要求中，总是已经包含‘应该’，一种反对实际标准的因素。事实上，经济不是‘脱离道德的’，经济不仅受经济规律的控制，也是由人来的决定的，在人的意愿和选择里总是由期望、标准、观点以及道德想象组成的合唱在起作用。”

以上一系列惨痛教训，无时不在敲打现今的人们：作为社会的每一分子，无论是企业还是个人，都必须认真重新审视：确保我们幸福生存的根基在哪里？确保经济秩序稳定和健康发展的根基在哪里？确保经济繁盛的命脉在哪里？

“社会→企业→个人”本来就是一个有机连接的大系统，遵从商业伦理和社会道德，这才是全球经济和社会大系统繁荣稳定发展的根基，商业伦理是企业商业经营保持持久健康发展的制胜法宝。

2. 商业伦理是企业持久繁荣发展的强大原动力

(1) 优秀企业通过恪守商业伦理，平添动力新引擎

国内阿里巴巴、华为等一批优秀企业一直以商业伦理和塑造正确的企业价值观和企业文化作为自己的立命之本，并且一直在坚定而严格地践行商业伦理和崇高的企业价值观。恪守“商业伦理”正成为这些优秀企业得以保持持久和强劲快速发展的巨大原动力，同时，也成为这些优秀企业品牌声誉塑造的强大助推器。

引例 1-2

阿里巴巴企业价值观践行摘记

阿里巴巴集团董事局主席马云一直坚定严格甚至有些残酷地在公司内部推行“客户第一，员工第二，股东第三”价值观，以“为客户赚钱”为目标，以“商业诚信”作为公司价值观的根本底线。

2011年，阿里B2B平台2326家“中国供应商”涉嫌欺诈，这是当时阿里为国内中小企业拓展海外市场提供的服务。事件爆发，时任CEO的卫哲及COO李旭辉引咎辞职，100多位涉嫌欺诈的主管和销售人员被辞退。

2011年8月30日，阿里巴巴马云强调：“必须要对社会感恩，要学会用更动态的思维来看社会上的事情。”在他的第二封信中，他更是直接指出：“我坚信建设性的破坏要比破坏性的建设对我们这个社会有意义得多。”

2015年3月24日，26家违规商店因为不正当牟利被永久关闭；2016年1月30日，又有22家商家被除名。

2016年9月14日，阿里“内网秒杀月饼事件”受到大家关注。中秋节为员工家人准备月饼是阿里的传统，每位员工都能分到一盒。2016年的月饼因为造型可爱，受到大家欢迎，不少员工希望再多买几盒送给亲朋好友。为此，公司行政决定将为数不多的余量月饼通过内网面向员工以成本价销售，并临时开发了一个内部预订页面。在月饼内销过程中，公司发现

四位安全“小二”采用技术手段作弊,共计多刷了124盒月饼。因为安全部员工是平台规则的捍卫者,上述员工身居“要职”,为一己私利,竟然使用工具作弊,这触及了公司价值观红线——诚信。经过坦诚沟通,公司忍痛对以上员工做出了辞退决定。阿里巴巴集团市场公关委员会主席王帅表示:“今天这个引起争议的决定,让我们再次提醒自己和每个员工,游戏都有规则,偶然总有必然。无可奈何是因为万事都有底线。很遗憾但祝愿他们的未来更好。”

——改编摘自:瞿文婷.爱谈价值观的公司何止阿里一个. <http://finance.sina.com.cn/zl/management/2016-09-14/zl-ifxvukhx5129874.shtml>.

【案例解读】

阿里巴巴积极推行“客户第一,员工第二,股东第三”价值观,以“为客户赚钱”为目标,严格遵循企业价值观,恪守诚信,树正气,强调感恩,成为众多企业的模范和标杆。

阿里巴巴通过坚守商业伦理,为世界缔造和维持良性的商业秩序做出巨大贡献,同时,也在为众多企业塑造一个活力无限、前途无量的商界丰碑而大刀阔斧地努力着。

引例 1-3

阿里巴巴将联合华为等海内外企业成立大数据打假联盟

据新华社报道,2017年1月17日,从阿里巴巴集团获悉,在阿里巴巴的倡议下,全球首个“大数据打假联盟”在杭州成立。该联盟致力于依托大数据和互联网技术,让打假更有力、更高效、更透明。

阿里巴巴首席平台治理官郑俊芳透露,成立联盟的初心就是贡献阿里巴巴10年打假的所有经验、能力、技术和资源,“与全世界打假者战斗在一起”,优化打假生态,推动社会共治。

联盟在筹备之初就达成了共识——成员必须是真正有志于打假事业的团体或个人,而不能只是为了自身实际利益。在品牌权利人层面,联盟采取了定向邀约制,从阿里巴巴诚信投诉成员中严格筛选真正愿意投入打假资源、在国内有鉴定能力且愿意承担教育市场等社会责任的品牌。

最终,经过审慎评估,华为、苏泊尔、九阳、LV、施华洛世奇、多乐士、三星、索尼、贝德玛、赫基集团、地素、资生堂、安利、玛氏、保乐力加、西部数据(西数及闪迪品牌)、佳能、福特等20个海内外品牌及企业成为联盟的首期成员。支持该联盟的部门则包括浙江省公安厅经侦总队、湖南省公安厅治安总队、山东省公安厅食药环侦总队、黑龙江省公安厅经保总队、重庆市公安局打假总队、义乌市公安局等。

据阿里巴巴提供的数据显示,截至2016年年底,阿里巴巴已与苹果、Burberry、LV、Cartier、Nike等逾1.8万个国际品牌开展打假合作。仅在2015年9月至2016年8月,基于阿里巴巴大数据分析,执法部门关闭了675家假货的生产、库存和销售点。

联盟成立后,不少品牌方通过各种途径找来,询问第二期开放报名时间以及入盟条件。对此,联盟表示,加入联盟并非是通常意义上所理解的一种优先权利,而是真心投身打假事业,愿意履行知识产权保护义务和主动承担更大的社会责任,“创始成员”都是基于过去的合

作记录严格挑选出来的,近期联盟需要先试运行一段时间,也会对“创始会员”进行定期评估。

——改编摘自: 阿里巴巴发起成立大数据打假联盟. http://qjwb.zjol.com.cn/html/2017-01/18/content_3469239.htm?div=-1.

【案例解读】

在阿里巴巴倡议下成立的“大数据打假联盟”,依托大数据和互联网技术,使打假更有力、更高效、更透明,让商业伦理闪光,为营造良好的商业秩序奠定了雄厚的基础。

正如马云 2017 年 1 月 19 日凌晨在达沃斯论坛特别对话环节接受纽约时报专栏作家安德鲁·罗斯·索尔金采访时,针对阿里巴巴广受诟病的侵权问题所回答的:“作为一个赋能 1000 万小商家规模的电商平台,我们不会像亚马逊 Buy 一样,特别是价值 5500 亿美元的交易商品,你不可能全部检查,这是电子商务模式本身的问题。在过去 17 年,我们在打假和知识产权保护方面一直是领军者。但我们是互联网公司,没有执法权,我们发现了某人在卖假货,我们可以把他从平台上移除,但不能逮捕他。2016 年一年,我们将 400 名涉假分子送进监狱,下架了 3.7 亿件假货。我们不但是打假的领军者,我们用大数据来监测假货流向,谁在买、谁在制假、谁在售卖、地址在哪儿。我们现在对全世界尤其中国政府机构意识到这个问题感到高兴。好事是今天你去问这些‘犯罪团伙’,这些制假者、售假者,他们说,他们可以去任何一个平台但现在他们不敢上淘宝、天猫,因为我们的大数据科技可以查出他们是谁、地址在哪儿,并提交给警方,对他们进行捕获。”^①

我们庆幸有阿里巴巴这样一批优秀的企业正在摇起“商业伦理”的大旗,为维持社会的和谐、健康发展,为构筑稳定健康的经济秩序而努力。这真是令人振奋,同时,我们也在为商业伦理理念的回归而感到兴奋不已。而阿里巴巴这些优秀企业在捍卫和振兴“商业伦理”的过程中,收获着企业在国内外美誉度不断攀升的满满幸福。

美国著名的经济学家、国际经济伦理的重要开拓者乔治·恩德勒精辟地论断:“基于卓越道德的竞争优势是一种可持续的竞争优势。”恪守商业伦理规则和企业价值观,正是促使阿里巴巴在当前激烈的市场竞争中仍能取得骄人业绩的金钥匙。

(2) 现代商业社会商业伦理是企业兴盛繁荣的制胜法宝

随着信息技术的迅猛发展,互联网技术作为信息技术大规模普及应用的典范,已成为人与人之间跨越时间、跨越空间,将彼此紧密地快速高效地连接在一起的重要的桥梁和纽带,它同时也正在迅速地改变着人们彼此间沟通交流的方式以及人们的消费行为。

“宅男”“宅女”“海淘”“剁手党”等新名词足以折射并反映当前现代商业活动的兴盛与繁荣。信息时代,各大企业的商业活动,也正在发生重大的变革。众多的企业,无论是大型股份制公司,还是中小型企业,都在积极进行企业的创新与变革:它们积极尝试以互联网为依托,倾尽全力,利用网络实现从供到需,由生产者到消费者彼此之间的无缝连接,在为消费者和客户提供更加周到和便捷的产品及服务的同时,利用大数据信息技术,使自身的商业经营活动变得更加高效,将个性化与规模化有机地结合在一起,大力降低企业运营成本的同时,努力提升企业自身的核心竞争力,从而为企业创造可观的经济效益。

① 新浪财经. 马云对话索尔金. <http://finance.sina.com.cn/meeting/2017-01-19/doc-ifxzuswq2620251.shtml>.

引例 1-4

阿里 2016“双十一”淘宝天猫销售火爆,成交额破 1207 亿元

新浪科技《2016 天猫“双十一”当天交易额超 1207 亿元 无线成交占比近 82%》报道指出,2016 年 11 月 12 日凌晨,根据阿里巴巴公布的实时数据,截至 2016 年 11 月 11 日 24 时,2016 天猫“双十一”全球狂欢节总交易额超 1207 亿元,无线交易额占比 81.87%,覆盖了 235 个国家和地区。2016 年“双十一”全天,物流方面再次刷新全球纪录,菜鸟网络共产生 6.57 亿物流订单;支付方面,支付宝实现支付总笔数 10.5 亿笔,同比增长 48%。2016 年的“双十一”,全球 200 多个国家和地区的海外用户也可以在淘宝、天猫或者是阿里速卖通上用支付宝进行抢购。通过和世界各地机构的协作,支付宝已初步形成“全球收全球付”,目前支持 18 种货币结算,境外用户数量已超 4000 万。农村淘宝业务于“双十一”当天也成功达成交易。

2016 年“双十一”当天交易额破千亿对于阿里巴巴来说是一个新的开始,根据历年“双十一”的交易情况,当年的峰值通常将会成为其后的常态。

同时,这次“双十一”也使“新经济时代”的落地变为正在实现的现实。经过十余年的培育,阿里巴巴的生态到今天开始聚集来自全球的需求,连接全球的商家与消费者,进而改变上游的制造、物流与金融配置的效率,通过互联网的方式形成新的生产关系。全面互动的方式将消费与娱乐的边界完全模糊,海内、海外商业基础设施的打通令全球买卖成为可能,线上、线下百万门店的打通带来全渠道融合式购物体验,大数据开始构建个性化消费,全球商家和消费者提前感受未来 5~10 年的生活方式。

马云表示:“创造一个历史从来没有诞生过的、跨边界跨时空和跨国界的经济体。”经过 8 年的“双十一”,这个目标正一步步成为现实。

天猫“双十一”全球购物狂欢节已成为跨越海内外的令全球瞩目的交易规模最大的网购盛宴。超千亿的销售盛宴着实令世人震惊。中国的现代商业仅一家电商平台巨鳄一天的全网交易额就让全球人民震惊!

——改编摘自:张俊,雪映,徐利. 2016 天猫“双十一”当天交易额超 1207 亿元 无线成交占比近 82%. <http://tech.sina.com.cn/i/2016-11-12/doc-ixxsmic6065504.shtml>.

【案例解读】

天猫“双十一”网购疯狂盛景可谓空前。2016 年天猫“双十一”全球狂欢节正如马云所期盼的:“我们觉得,‘双十一’应该至少办 100 年,我们现在是第 7 届,还将有 93 届。我自己希望,2016 年我们在北京,也许过几年,我们可以在伦敦、纽约、东京、巴黎或者在巴塞罗那举办‘双十一’,我觉得‘双十一’应该变成一个全世界的节日。”如今网购已顺利覆盖全球市场,同时也创造了日交易额千亿元的世界商业奇迹,而这也将成为企业经营的常态持续下去。

与网购狂潮相伴随,阿里“双十一”的退货情况也正在吸引各界关注的目光,形势不容乐观。对电子商务企业大鳄来说,在经营过程中,也有倒不尽的苦水。众多企业在严峻的竞争考验面前,都切身体会到诚信的弥足珍贵,谨慎奉行商业伦理和正确的企业文化和价值观,这对于企业品牌知名度和美誉度的塑造具有极其重要的作用。

2015“双十一”天猫退货率有多少？

参考消息网杨宁昱 2015 年 11 月 18 日发文《“双十一”狂欢后中国买家退货忙，网友：以后不贪便宜了》指出，外媒称，世界最大消费节日——中国的“双十一”网购狂欢虽已过去数日，但其余波还在扩散。中国再现“全民忙”，不少网民开始退掉那些明显不及预期的商品。这意味着“双十一”实际交易额将减少。^①

新浪微博用户“江板栗”抱怨自己“双十一”买的鞋和衣服不是质量差，就是号码不合适，只好全部退货。

中国人才网《2015 淘宝天猫“双十一”退货率 574 亿》一文指出，“有网曝 2016 年‘双十一’淘宝天猫退货率已经达到 64% 了，退货数额有 574 亿”^②。

商品交易过程中，买卖退换货虽然是一件正常的事情，但是在天猫“双十一”创出近千亿元的交易额后，退货率高达 63% 的言论在互联网圈内发酵，引起众人的关注。

据分析，退货率高有三方面原因：其一，2015 年，“双十一”是新修订的《消费者权益保护法》颁布后的第一个网购狂欢节，“网络购物七天内可以无理由退货”等条款的实施，为消费者网购维权提供了法律支撑，相当于给予消费者一个“后悔权”。为保证消费者权益，规定消费者不满意即可退货。其二，退货率高与假货有关。其三，业内人士看来，造成退货率如此高的原因可能与商家虚假交易的“刷单”有关。

事实上，“双十一”不仅给商家带来巨大的成交量，也有一些垂直电商为了获得行业第一的头衔而不惜血战“双十一”。它们通过这种比拼虽然获得了行业第一的称号，但换来的多数是巨大的亏损，且“刷单”一词也成为企业间相互吐槽的质疑点。

不过，阿里巴巴微博相关负责人在接受《证券日报》记者采访时则表示，“这是污蔑式的谣言”。在他看来，很多消费者买的货物还没有收到，怎么可能就有退货率了呢？据报道，当时 94% 的“双十一”订单已经发出，有的已经被签收，有的则在快递公司手中。

【案例解读】

喜与忧相伴，当阿里人和卖家在欢庆电商零售的魅力和信息技术给消费者带来的前所未有的购物酣畅时，退货也正在潮起潮涌，这警醒众多的企业人：诚信、品牌、良好的口碑对于企业的长远发展是多么的重要啊！

马云在达沃斯论坛对话索尔金时针对假货问题谈道：“打假是同人性的贪婪做斗争，一点都不容易，也不可能结束，但必须继续战斗。我们每年投入 2000 名专职人员，每年投入 10 亿元人民币在打假中，不可能两年内结束战争。如果人们还在继续批评，重要的是我们自己进展是高兴的。”^③由此可见，企业如果疏忽“商业伦理”，往往会自吞灭顶之灾的苦

① 杨宁昱.“双十一”狂欢后中国买家退货忙，网友：以后不贪便宜了. <http://www.cankaoxiaoxi.com/china/20151118/1000048.shtml>.

② 2015 淘宝天猫“双十一”退货率 574 亿. <http://www.cnrencai.com/easy/273823.html>.

③ 新浪财经. 马云对话索尔金. <http://finance.sina.com.cn/meeting/2017-01-19/doc-ifxzuswq2620251.shtml>.