

QIYEXINYONG
DIYI

企业基业长青必须信奉的最佳价值理念

企业信用 第一

植凤寅◎编著



中国时代经济出版社

QIYEXINYONG
DIYI

企业信用
第一

图书在版编目 (CIP) 数据

企业信用第一/植凤寅编著. —北京: 中国时代经济出版社,
2007. 1

ISBN 978-7-80221-214-5

I. 企… II. 植… III. 企业—信用—研究 IV. F830.5

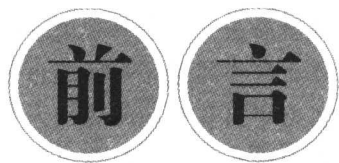
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 139834 号

企业信用第一

植凤寅
编著

出 版 者	中国时代经济出版社
地 址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦 11 层东办公区
邮 编	100007
电 话	(010)68320825(发行部) (010)68320498(编辑室)
传 真	(010)68320634
发 行	各地新华书店
印 刷	北京嘉恒彩色印刷有限责任公司
开 本	787×1092 1/16
版 次	2007 年 1 月第 1 版
印 次	2007 年 1 月第 1 次印刷
印 张	10
字 数	141 千字
印 数	1~8000 册
定 价	22.00 元
书 号	ISBN 978-7-80221-214-5

版权所有 侵权必究



信用是企业的最大价值

诚信问题是今天中国社会的热点问题，缺乏信用是今天中国很多企业最大的问题。不重承诺，朝令夕改，信用缺失，损害顾客、投资者利益的事情，在全国各地时有发生。古人说“人而无信其无不可”，人一旦没有了信用，什么事情都能做出来。如果不讲信用成为人们的行为习惯，而司法又不进行惩戒，这个世界就会变成一个骗子横行的世界。这也同样适用于企业行为，没有信用的企业什么事都会做得出来，没有信用就会变成人人憎恨的“骗子”。

在中国入世之时，就有人说过：“信用，中国入世后第一个门槛。”有数据表明，我国一些企业因为信用缺失而导致的直接和间接损失高达5855亿元，相当于我国年财政收入的37%。我国国民生产总值每年因此减少两个百分点。工商部门的统计也指出，早在1998年，全国就有68.4%的消费者受到商业欺诈的侵害。当年，全国法院受理的经济纠纷和债务民事纠纷的案件达289万件，约占法院受理案件的51%。这些数字表明，中国面临着信用危机。“欠



钱的是大爷，讨债是孙子”这句话的广泛流行，甚至成为一些人拒绝偿还债务的“合理借口”，更是从反面说明了信用危机的普遍性。众所周知，上个世纪90年代初，中俄贸易如火如荼之机，一些单位和个人为了蝇头小利，追逐短期利益，急功近利，不择手段，在外贸商品中掺杂使假。最为严重的是在加工的羽绒服中塞进鸡毛、牛棕等，这些劣质产品堂而皇之的进入了俄方市场。其后果可想而知。一个时期向俄方出口的商品曾全部被逐出了市场。甚至有的俄国商店门前高悬“本店无中国货”的招牌以此来招徕顾客。致使中俄贸易一落千丈。换来的则是丧失了出口市场和成百上千亿元的损失，也为日后的中俄贸易埋下了隐患。

从经济学角度来看，市场经济的基础是交易，是契约关系。市场经济也可以看做契约经济。遵守契约的交易构成了市场，给参与市场交易的每一个主体带来利益。而信用正是契约关系的灵魂。在一切经济活动中，所有的人和单位都必须有诺必守，守诺必践。也就是说要讲信用、守信用。这既是维护自身利益的需要，也是市场经济发展中的社会整体要求。套用邓小平同志所说的：“一切经济活动和行政司法工作，都必须实行信誉高于一切，严格禁止坑害勒索群众。”我们可以说：“企业的一切活动都必须实行信用高于一切，禁止市场欺诈行为。”

“信用高于一切”是市场经济发展中必须遵循的一个重要原则，也是企业必须遵循的准则。不讲信用的企业，是要自食其果的。信用是企业的无价资本，立难破易，一旦失去，就如破镜难圆，覆水难收。失去信用，意味着失去与别人交易和契约的可能。别人都不跟你做生意了，你还有什么竞争力可言？所以，失信于人，最终是搬起石头砸自己的脚。

现实中，有的企业经常会做出不讲信用、破坏公众信任的事情。比如消费者买了一部新的手机，可是用了几天发现出了问题，结果一检查才发现这是一部水货手机，找到卖手机的商家，商家会有百般抵赖的理由，来推脱自己责任；消费者买了一套新的房子，经常会发现实际测量面积和合同上的面积有不小的差距，开发商也

会有很多理由来搪塞自己的责任；一家企业把货物发给自己的客户了，可是货款却迟迟不到位，催讨货款，对方会找到各种借口推托延迟。所有这些，都是企业不讲信用的行为，一次两次之后，没有谁还会相信这样的企业，敢与它合作，购买它的产品。

对企业来说，信用是极为重要的，是企业的形象，是品牌，是必不可少的价值，甚至可以说，信用是企业最大的价值。因为，在企业而言，信用可以低成本地提高企业可信度和积累无形资产，减少企业开拓市场的难度，快速提高销售额；信用可以帮助企业建立起服务于企业战略和可持续发展的危机处理机制和现代信息沟通机制；信用可以建立起服务于销售与财务控制的企业现代信用管理制度；信用可以防止呆账、坏账、解决欠款追收问题，降低各类信用风险；信用可以成功地与同等知名度品牌的同行业企业差异化。在市场交易中，信用具有货币功能，可以成为交易的重要媒介，比如企业的信用贷款，延迟付款、赊销等就是把信用当做交易的保障。总之，企业的信用对内可以凝聚人心、提高士气，对外可以美化形象，提高品牌竞争力，开拓市场。有了信用，企业会事半功倍。而没有信用，企业做任何事都会事倍功半。

目录

CONTENTS



前言 信用是企业的最大价值 /1

一、没有谁会跟声名狼藉的企业做生意 /1

“声名狼藉”的企业 /3

没信用，企业的名声就臭了 /5

所遇非人，你的下场就惨了 /8

信用才是企业的生命线 /11

二、信用是企业最有价值的资源 /15

信用，免费却是最有价值的资源 /20

信用，企业发展的通行证 /25

三、信誉，企业最大的增值点 /30

信誉，带给了我们什么 /32

“真诚到永远”让海尔走了多远 /36

失去信誉时，“只有坐以待毙” /41

四、质量、品牌、形象，其实都是信誉 /44

质量，信誉的保障 /45

品牌，信誉的积累 /49

形象，信誉的基石 /52

五、你的信用被污染了吗？ /57

失信也会传染 /63

成也广告，败也广告：究竟怎么做广告？ /66





面对“破窗”，要禁得住诱惑 /68

千万别打碎第一块玻璃 /69

要未雨绸缪，而非亡羊补牢 /72

六、信我所欲，利亦我所欲，二者可得兼 /75

因诚信而来的“利” /76

见“利”忘“信”，如同竹篮打水 /80

所有行为都必须有信用作担保 /83

七、别让一杯污水坏了整整一桶美酒 /88

对内，从细节之处做起 /93

对外，阻塞污水来源 /96

拒绝诚信污水，打造诚信企业 /99

八、企业信用，首先是企业内部的价值观 /103

对自己严谨，才能对他人负责 /106

“热炉”是企业价值观的体现和保障 /108

内部诚信不是空架子，制度建设要以人为本 /113

领导者：身体力行，做好表率 /116

九、不要只把眼光放在外面，你的员工同样需要你的信用 /119

“工资保密”做法的利与弊 /123

激励和奖励的背后 /125

别空喊口号，拿出行动来 /128

企业获信员工，机制是最有效的 /130

十、信用是所有企业一辈子的大事 /134

信用可以代代相传 /137

信用是企业一辈子的大事 /138

不守信用，污点是终生的“罪” /144

信用，战胜危机的法宝 /147

后记 /152



一、没有谁会跟声名狼藉的企业做生意



大自然已经在某些人的脸上刻了一个代表信用的符号，无论他在哪里出现，都将受到尊重。你会情不自禁地相信这样一个人，他们的外表就给人以信任感。在他们的脸上写着‘恪守承诺’这几个字，与另外一个人的书面保证相比，你甚至更倾向于相信前者。

——萨克雷



成立于1983年总部设在密西西比州的美国世界通信公司，90年代曾经是美国“新经济”的明星企业，是美国第二大长途电话公司。然而，进入了21世纪的世界通用公司却有着与破产的美国安然公司一样的遭遇。世界通信陷入窘境，导致整个美国企业界陷入了“信誉危机”的困扰之中。2002年3月，美国证券交易委员会开始对世界通信展开调查；4月，世界通信首席执行官伯纳德·艾贝斯辞职，原副董事长约翰·希吉莫尔走马接任。世界通信成为各方怀疑对象之后，它不得不进行内部审查。审查结果是，其曾经吹嘘的年年赢利不过是他们自己的妄想，实际上近年来他们一直在亏损，而其瞒骗的做法也与安然公司如出一辙，无外乎做假账和违规操作等。

同破产的安然公司一样，世界通信公司也面临着巨额的债务，但他们的所作所为使得他们融资工作异常艰难，没有哪家银行和投资者肯轻易地借钱或投资给他们。与此同时，随着世界通信公司财务丑闻的曝光，美国股市也一再遭到重击，当时纽约股市的主要股指已下跌20%以上，美国人惊叹，这是“熊市的夏季”。股市暴跌的一个重要原因就是如世界通信公司等一连串公司欺诈案所引发的信任危机，美国投资者“玩股”无异于“玩火”。一些调查显示，为此美国的一些投资者或转而投资房地产，或投向国库券，或转向黄金市场。由于财务“造假”让公司的股价一夜之间由几十美元跌到几美分，这种局面吓走了股市投资者。

世界通信公司的结局带给了我们深刻的启示，信用是企业立业的根本，不讲信用的企业终将要失去一切，即使你曾经有多么辉煌和成功。

上个世纪70年代，日本本田公司发生了一次严重的危机，这就是著名的“缺陷车事件”。当时的本田公司只是一个名不见经传的小公司，他的竞争对手却大都是实力雄厚的大企业。经过一

番搏杀之后，本田公司终于打入了小轿车市场，然而，其刚打开销路的“N360”型小轿车出现了严重的质量问题，造成上百起人身伤亡事故。受害者及家属组成联盟，表示抗议。本田公司一下子变得声名狼藉，不要说继续发展，就连生存都已经岌岌可危。就是在这样一种艰难的情况下，本田公司并没有因为外界的议论和指责而乱了阵脚，本田立即决定，以“真诚”的态度承认自己的失误。记者招待会马上举行，通过新闻媒体本田向社会公众认错，其总经理在道歉之后便辞去了这一职务。本田公司同时宣布，召回所有“N360”型轿车，并向顾客赔偿全部损失。这件事情之后，本田公司甚至重金聘请消费者担任他们的质量监督员，时刻接受舆论监督。

到今天为止，本田公司可以说是无人不晓，那么，促使本田公司渡过难关走向成功的原因到底是什么呢？最重要的一个原因就是本田的诚心打动了消费者，由此，他在公众心目中“信得过”的形象帮助他走向了一个又一个的事业巅峰。

“声名狼藉”的企业

声名狼藉，简单点说就是名声不好。而对于一个企业来说，名声不好可绝对不是一件好的事情。我们知道，信用是企业生存的基础，只有守信，才能获得广泛的支持，投资者才愿意给你投资，消费者才愿意买你的商品，合作者才愿意与你共谋发展。讲信用，以诚相待，是企业得失成败的关键。海尔集团首席执行官张瑞敏曾说



过这样的一番话，一个企业要永续经营，首先要得到社会的承认、用户的承认。企业对用户真诚到永远，才有用户、社会对企业的回报，才能保证企业向前发展。百年基业，信用为本。只有守信才能赢得人们的青睐，同行的尊重，才能实现持续发展，基业不衰。试问，有谁愿意和“名声不好”的企业做生意，有谁愿意和言不由衷的人打交道？相信没有谁会愿意。可见，信用的作用是多么的巨大。在弄清楚企业为何声名狼藉之前，我们先应该了解一下，什么是信用？什么又是企业信用，它到底包含着怎样的意义？

一般而言，信用（Credit）一词包含着这样三层含义：

一是信用可以看做是一种基本道德准则，规范人们在交往过程中做到诚实有信，童叟无欺，遵守诺言。

二是信用也是经济活动的一种基本要求，是指一种建立在授信人对受信人偿付承诺的信任的基础上，使后者无须付现金即可获取商品、服务或货币的能力。现代市场经济中的生意往来大都是以信用为基础而进行的，因此，信用也是现代市场经济活动中一个必不可少的要素。

三是信用作为一种法律制度，即依法可以实现的利益期待，当事人违反诚信义务的，应当承担相应的法律责任。在日常生活中，我们常常用到的合同、票据等的签订都是以信用为基础，如果面对一个不能让你信任的人，你是肯定不会将手中的权力和口袋里的钞票交给他。

这就是信用所包含的内容，比较而言，企业信用所表述的就更为具体了，它是指企业履行自身承诺的能力与意愿，其中包括了企业履行承诺的历史记录。这里面也包含了双重含义，首先，作为一个企业，得有自觉遵守承诺的意愿，只有有了这样的意愿，才有可能按照意愿去办事，并且使自己的企业有一个良好的守信记录。其次，就要看实际表现了，你是不是有这种能力，真正做到讲信用。这里面涉及一个如何给企业的信用度进行评定的问题，这就需要信

用评级机构根据企业以往的历史记录，看其是否愿意维护自身良好的信用度，是否具备了始终信守承诺的条件。

没信用，企业的名声就臭了

一个企业是否讲信用，专门机构的评判是一个重要的标准，不过如果一个企业真的是不讲诚信，不信守诺言，那么在很短的时间里，生意圈子里人们就会将其看穿，其不信守承诺的名声便从此远播，最后只能落得个声名狼藉一败涂地的下场。这就是失信带给企业的恶果。那么，究竟企业的哪些做法会让其陷入不被信任的泥潭之中，企业究竟缘何“声名狼藉”呢？

1. 这类企业最突出的特点就是拖欠款。

中国企业联合会公布的《中国企业诚信状况调研报告》显示，五百余家被调查企业中有近八成企业表示都遇到过拖欠款难题。据有关部门统计，目前我国国内企业每年因为逃废债务造成的直接损失约为1 800亿元，企业间债务金额更是高达上万亿元，由于合同欺诈造成的损失约55亿元，由于产品质量低劣或制假售假造成的各种损失达2 000亿元。不守信用，不仅难以使企业之间建立稳定高效的合作关系，而且导致办事方式落后，效率不高，同时这种企业间的互不信任的行为也制约了地方经济的发展。

相信每一个企业都害怕遇到欠钱不还的主，也许就是某一个人某一家企业的一笔钱款，就会导致资金周转不开，生意陷入困顿之中，严重时还会因此拖垮你的企业。刘先生是一位手机代理商，在这个圈子里已经有些年头了，他曾经做过易美手机的代理，但由于



易美产品更新速度太慢，一直都没有新品上市，只做了一年的刘先生又将目光放到了某国产手机身上。然而，不久该品牌也陷入了巨额的债务困扰之中。刘先生介绍说，自己的货款已经提前预交了，但过了两个月还没收到货物。同时自己的公司还为该品牌手机做维修服务，因此对方还欠了不少的服务费。刘先生也曾向其他经销商一样，向该手机公司讨还欠款，但都无果而终。所以，随着该品牌手机的黯然出局，刘先生也不得不默默接受自己的损失，他的手机代理公司也不得不关了门。

2. 违约也是其较常见的失信表现。

违约，无论公司还是个人都面临着遇上类似事情的可能，违约常常给人们带来经济损失的同时，也带来了巨大的麻烦。一旦有一方违约，而另一方势必就会要求给予赔偿。赔与不赔，往往只有对簿公堂才能有个了断，这样既浪费精力又浪费财力的行为，没有哪一个企业愿意把时间用在打官司上。

郑某等十户果农与一家果品厂签订了一份6万斤红富士苹果的购销合同。合同中，双方对品种、质量、单价、验收标准以及违约责任等都作了明确规定。最初的两次，郑某等果农按照合同约定的时间给果品厂送来了货，果品厂也按合约付款接受。但是后来因为红富士苹果的大量上市，苹果收购及加工后的销售价格都出现了下跌趋势。在这种情况下，果品厂通知郑某等果农，剩余未送来的2万斤苹果请果农自行处理，果品厂不再收购。但郑某等人认为，二者之间是有合同的，你怎么能说不要就不要呢？于是，几位果农把剩余的苹果也送到了果品厂，但果品厂拒绝卸货，要求果农自行处理，双方僵持不下。由于天气炎热，苹果开始腐烂，果品厂的违约最终导致果农损失约2000余元。

3. 侵权和制假行为。

侵权和制假的人和企业可以说是没有一点信用可言的，因为无论是侵权者还是制假者，他们的目的非常明确就是为了骗取钱财。他们借助于老百姓熟知的知名品牌制假造假，其实他们看重的正是



老百姓对名牌产品的信任，他们就是利用不诚信的手段来赚取信任者的金钱。

《故事会》是我国发行量最大的杂志之一，也是我国为数不多的享有国际知名度的大众读物。《故事会》曾获得“读者最喜爱的全国十大杂志”之一、“华东地区优秀期刊”、“百种全国重点社科期刊”等荣誉，并获得我国期刊类最高奖——“国家期刊奖”。《故事会》的荣誉和广阔的销售市场，引起了盗用者和仿冒者的觊觎。据统计，目前市场上形形色色的所谓“故事会”已不下百余个品种。不管是盗用还是假冒“故事会”商标的，其不仅对“故事会”文字、字体、商标图案进行仿冒，而且对《故事会》的整体，包括外在的装帧设计、颜色处理，内在的文章内容等进行全面剽窃。有些假冒的《故事会》，印刷粗劣，内容晦涩，这不仅严重损害了《故事会》商标的形象，同时也欺骗了消费者。针对这种情况，上海文艺出版总社已正式向国家工商行政总局商标局发函，请求在全国范围内保护《故事会》的商标权，同时准备就部分严重侵权的单位或个人提起诉讼。

2006年5月19日，黑龙江省药监局决定，拟吊销齐齐哈尔第二制药厂《药品生产许可证》。该制药厂价值数百万元的药品被查封。2006年5月上旬，广东中山大学附属医院发生肝病患者用药中毒导致五人死亡的严重事件，而导致中毒的药品来自于齐齐哈尔第二制药厂。原来，齐齐哈尔第二制药厂的原材料采购人员将工业“二甘醇”当做药用材料购买，并被加工制作成了医疗用药，从而导致了这场悲剧的发生。可见，企业失信造成的不仅仅是经济上的损失，甚至可能危及消费者的生命安全。

以上几点是企业失信行为中比较突出和常见的，而企业的失信行为并非仅仅表现在这几方面，在企业的宣传、服务、管理以及对待员工的问题上都有可能存在失信的情况。一个失信的企业必然会声名狼藉，一败涂地，因为人们的眼睛是雪亮的，迟早有一天失信者的真实面目会暴露在人们的面前，遭到人们和社会的唾弃。





所遇非人，你的下场就惨了

面对一个不讲诚信的企业是没有人愿意与之合作的，也就是说没有人愿意和声名狼藉的企业做生意，但人并不是圣人，可以将一切事情看得一清二楚，人总有看走眼的地方，一旦你在生意伙伴的选择上，遇到了一位不讲诚信，甚至干脆就是以欺诈瞒骗讨生活的人，那么你的结局可能就会很惨。

不久前，中央电视台经济频道《经济半小时》节目报道了这样的一件事情：在北京，有一家名为依婷的美容公司宣称自己是一家国际连锁机构，与美国结成技术联盟，获得了填补国家空白的疤痕修复专利技术。美容产品是与美国 SDGL 生物实验室，美国的一家权威机构合作研发的，“冷光去妊娠纹”技术更是风靡欧美，这一技术已经获得了国家专利。只要加入他们的行列，每年就可以获得少则 30 万元，高则 100 万元的纯利。

然而，事实并非如此。伊婷加盟商刘女士说自己是在 2005 年某杂志上看到依婷美容公司的广告，看到依婷公司的宣传，刘女士动了心，立即给北京伊婷公司打了一个电话。之后在美容公司业务员的多次电话劝说下，刘女士专程从贵州来到北京。在依婷公司，其员工告诉刘女士加盟伊婷公司，交 12 万元加盟费，保证三个月收回成本，一年就可盈利 30 万元到 100 万元。为了获得刘女士的“信任”，依婷公司经理还拿出价值 270 万元的房产证现身说法，说自己是从安徽农村来到北京的，现在已经有几百万的资产，房子也买了。



在依婷公司的鼓动下，刘女士很快交了1万元定金，回到老家后的刘女士，其想法遭到了家人的反对。但这时她已经没有了退路，按伊婷公司规定，如果20天内刘女士没有加盟伊婷，所交的1万元定金就不退了。刘女士说自己为了尽快凑齐12万元加盟费，她找亲戚找朋友，用房子贷款，还借了高利贷。

交了加盟费的刘女士又被告知，需要到北京进行培训，合格后就可以回家开业了。同刘女士一批参加加盟培训的还有北京、南宁、苏州、贵阳的四个加盟商。在培训过程中，她们感到伊婷并不是一个有实力的国际美容连锁机构。刘女士说：“老师给我们讲课的时候，好多东西我们都感到这里面好像有什么不可见人的东西，有欺骗的行为，但那时候已经退不了钱了。”

接下来，依婷公司还要求刘女士他们购买公司统一配送的化妆品、美容设备、宣传册等，其价格都比市场上的价格高出很多。刘女士算了算，当初交给伊婷公司的加盟费12万元，后来陆续投入的房租、装修、购买化妆品、设备、广告等费用，总投入至少有20万元。尽管刘女士对伊婷公司也有所怀疑，但没有办法，已经投入了那么多，只得硬着头皮开了一家美容院。

据刘女士介绍，刚刚开业时生意很好，美容的人很多。开业的当天就来了30多个顾客，大家对伊婷去疤和去妊娠纹的项目很感兴趣，去做这个项目的顾客也比较多。但一个月后，店里的客人就越来越少了。原来，依婷公司提供的化妆品不但没有效果，顾客做完后反倒皮肤发红发痒。

紧接着，当地的卫生防疫部门找上门来，在检查中发现，伊婷配送给刘女士的获得国家专利的冷光仪，既没有合格证，也没有使用说明书，生产厂家也没有，而伊婷号称与美国合作研究开发的化妆品获佩斯系列，其瓶底上的合格字样和生产日期，用手轻轻一蹭，就不见了。

为此，刘女士向伊婷索要化妆品的合格证件，但伊婷公司始终没有提供。产品没有效果，顾客纷纷找刘女士退款。无奈之下，开