



学术顾问 汪应洛 周三多
中国 MBA 创新精品系列教材

企业伦理学

Business Ethics

主编 刘可风 龚天平 冯德雄
主审 周祖城



武汉理工大学出版社

WUTP Wuhan University of Technology Press

中国 MBA 创新精品系列教材

企业伦理学

主 编 刘可风 龚天平 冯德雄
主 审 周祖城

武汉理工大学出版社

· 武 汉 ·

【内 容 提 要】

本书对企业伦理学的概念、基本矛盾关系和核心范畴、伦理学的基本理论与企业伦理的基本规范及企业社会责任等作了基础理论介绍,对企业与股东、雇员的道德关系以及企业中的个体道德等内部问题作了探讨,对企业与客户、竞争者、政府、生态环境的道德关系及跨国经营中的道德问题等作了研究,对儒商伦理和社会责任投资等当代企业伦理学发展中出现的新问题提出了看法。

本书内容丰富、视野开阔、结构新颖、案例多样,不仅适合 MBA 学习者及相关专业师生教学使用,也适合所有现代企业管理者及有志于从事企业管理工作的读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

企业伦理学/刘可风,龚天平,冯德雄主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2011.1
中国 MBA 创新精品系列教材
ISBN 978-7-5629-3333-5

I. ① 企… II. ① 刘… ② 龚… ③ 冯… III. ① 企业管理-伦理学 IV. ①
F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 004262 号

项目负责人:尹 杰 责任编辑:尹 杰 余 梦

责任校对:郭 芳 装帧设计:吴 极

出版发行:武汉理工大学出版社

武汉市洪山区珞狮路 122 号 邮编:430070

<http://www.techbook.com.cn> 理工图书网

印 刷 者:武汉理工大印刷厂

开 本:787×1092 1/16

印 张:23.5

字 数:432 千字

版 次:2011 年 5 月第 1 版

印 次:2011 年 5 月第 1 次印刷

印 数:1~3000 册

定 价:44.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

版权所有 盗版必究

中国 MBA 创新精品系列教材

学术委员会

主任委员

汪应洛院士(中国工程院院士)

副主任委员

周三多教授(著名管理学家)

委员

郭道扬教授(中国会计学会副会长、中南财经政法大学学术委员会主任)

陈荣秋教授(华中科技大学管理学院原院长、MBA 生产运作管理课程组组长)

郭复初教授(财务管理学专家、西南财经大学教授)

陈晓红教授(中南大学校长助理、商学院院长、MBA 教育指导委员会委员)

贾建民教授(长江学者、西南交通大学经济管理学院院长、MBA 教育指导委员会委员)

赵曙明教授(南京大学商学院院长、MBA 教育指导委员会委员)

王重鸣教授(浙江大学管理学院原院长、MBA 教育指导委员会委员)

袁志刚教授(复旦大学经济学院院长、经济学教学指导委员会委员)

钱小军教授(清华大学经济与管理学院院长助理、MBA 管理沟通课程组组长)

项保华教授(复旦大学教授、知名学者)

组织委员会

主任委员

陈晓红教授(中南大学校长助理、商学院院长)

副主任委员

吕巍教授(上海交通大学安泰经济与管理学院副院长)

李燕萍教授(武汉大学经济与管理学院常务副院长)

单汨源教授(湖南大学工商管理学院副院长)

程国平教授(武汉理工大学管理学院副院长)

胡立君教授(中南财经政法大学 MBA 学院副院长)

王建琼教授(西南交通大学经济管理学院副院长)

张颖教授(中南大学商学院副院长)

秘书长

刘永坚(武汉理工大学出版社)

编写委员会

程国平	程艳霞	冯德雄	龚天平	龚艳萍	胡立君	李燕萍	刘可风	刘咏梅
吕巍	单汨源	孙泽厚	唐春勇	涂锦	王虎	王建琼	文建东	谢荻宝
谢科范	徐选华	杨超	杨国忠	张华容	张颖	张敦力	周国华	周颖



前言

2008年夏,武汉理工大学出版社计划组织出版一套MBA教材,其中有《企业伦理学》。出版社的尹杰编辑请我主编这本书,我欣然接受。原因有三:一是因为上海交通大学安泰经济与管理学院周祖城教授的友情推荐和建议。二是因为我和我所在的中南财经政法大学经济伦理学研究所的同仁编写过《经济伦理学》和《企业伦理理论与实践》,前者于2003年由中国财政经济出版社出版,后者于2007年由湖北人民出版社出版。两本书都产生了不错的社会反响。三是因为我曾经做过企业管理的实际工作,从事MBA和EMBA的企业伦理学教学工作已达二十年,有丰富的教学经验和体会,得到来自企业的学员的承认和欢迎。在与尹杰编辑商量后,我又约请了中南财经政法大学的龚天平教授和武汉理工大学的冯德雄副教授一起合作来主编这本书。两位教授年轻有为,一直在企业伦理学研究领域辛勤耕耘,有着高远的学术志向,是本书顺利成书的中坚力量。

近年来,中国企业和在中国经营的外资企业不断发生食品安全、产品质量和价格欺诈等败德丑闻,以致中国政府最高领导人痛陈诚信的缺失,道德的滑坡已经到了十分严重的地步;并两次呼吁企业家身上应该流着道德的血液。本书正是在这一背景下确定自己的主旨。

鉴于国内企业伦理学著作和教材已经有若干成熟的版本,同时也鉴于本书的读者群主要定位于企业和实际部门的管理者,本书在编写中形成了新的明确的思路,这就是全书应避免纯理论、纯学术的演绎,摒弃道德说教,力戒空谈,着力面向当代企业,面向中国企业,面向企业制度变革,面向企业经营管理实践,面向企业管理者思想实际,面向企业的现实矛盾和问题,面向中国企业普遍存在的道德“贫血症”和道德重建的重任,运用理论联系实际的论述方法,选择有代表性的新鲜案例,尽量采用平实的语言,深入浅出地与读者交流,把最终的结论交给读者来判断和抉择。

本书总体结构分为五个部分,第一部分是第1章绪论;第二部分包括第2、3章,为企业伦理学的基础理论和核心问题;第三部分包括第4至6



章,为企业内部道德;第四部分包括第7至11章,为企业外部道德;第五部分包括第12、13章,对当代企业伦理发展中出现的两个热点问题介绍和探讨。

本书每章体例分七个步骤递进,第一步为引言;第二步为导入案例;第三步为正文,主要阐述相应的理论观点和基本教学内容;第四步为案例讨论,提供与该章内容密切相关的案例,并提出供分析讨论的问题;第五步为本章小结;第六步为本章英文词汇;第七步为本章思考题。当然,有少数章节并没有拘泥于这一体例,而是根据内容需要随机插入案例讨论。各章的基本内容如下:

第1章绪论主要是总揽全貌,对企业伦理学概念和学科的由来、企业伦理学的定义、企业伦理学的分类以及企业伦理学的基本矛盾关系和核心范畴等问题做出交代,以便读者有一个心理准备和总体了解,随后从世界各国各地区的社会经济发展、中国经济体制改革和现代企业制度演进以及企业管理者特别是企业高层管理者自身的需求和发展的角度阐述了学习企业伦理学的必要性,同时对企业伦理学的学科特点、学习方法和研究方式提出了自己的看法。

第2、3章主要是阐述企业伦理学的基本问题,分别介绍了后果论、非后果论、德性论、综合社会契约论、规范性原则及其应用、道德判断三要素框架等与企业伦理学密切相关的伦理学基本理论,探讨了企业伦理的基本规范,从伦理学角度阐明了企业社会责任的含义,提出了践履企业社会责任的合理限度和适用方法。

第4至6章主要是对企业与股东、雇员的道德关系以及企业中的个体道德等内部问题进行研究,讨论了企业与股东之间的道德风险以及企业对股东的道德规范;考察了企业对雇员的若干道德规范,特别是对中国企业员工中的特殊群体如妇女、农民工、未成年工和特种作业工人的权利保护问题作了有价值的研究,这是本书新意之一;界定了企业家、经理人、员工等企业各个层次群体和个体的道德规范。

第7至11章主要是对企业与客户、竞争者、政府、生态环境的道德关系及跨国经营中的道德问题进行研究,论述了企业处理与客户的道德关系应遵循的基本要求以及企业对客户的道德规范;交代了企业参与竞争的道德规范,对企业竞争关系的管理问题也作了有意义的探讨;在研究企业对政府的道德规范时,本书区分了所有企业的一般性的道德规范、国有企业的特殊性的道德规范、大型国企的高层次的道德规范三个层面;在探讨企业跨国经营中的道德问题时,本书探讨了“血汗工厂”、转移有害产业和垃圾损害环境、有问题的营销、对东道国经济的负面影响以及贿赂等企业跨



国经营中的典型伦理问题,并分析了产生这些不道德行为的原因,最后介绍了考克斯商业原则、联合国全球协议、企业社会责任国际标准、经合组织跨国公司指导方针、国际劳工组织“基本劳工公约”等企业跨国经营中应遵守的道德规范;保护环境已成为企业不可或缺的重要社会责任之一,因此本书列专章探讨企业与生态环境的道德关系,从历史和文化的角度揭示了企业对生态环境的影响,寻找企业环保责任的理由,然后阐述了企业对生态环境的道德规范及其落实问题。

第12、13章主要研究儒商伦理和社会责任投资问题,这是当代企业伦理学发展中出现的新问题,目的是想拓展读者的视野,引发读者对新问题的思考。这两章对儒商进行了伦理学分析,研究了现代儒商及其精神实现问题;研究了社会责任投资的起源、社会责任投资在各国的发展状况、社会责任投资指数,分析和展望了社会责任投资在我国的实践状况和走向。

本书是集体劳动的结晶。由我担任第一主编,龚天平和冯德雄分别担任第二、三主编,我提出总体思路,制定编写框架,而后龚天平和冯德雄分别组织完成编写任务,我再对全书作最后的统稿。各章作者如下:前言、第1章:刘可风(中南财经政法大学);第2、7章:龚天平(中南财经政法大学);第3、4、12、13章:冯德雄(武汉理工大学);第5章:阳芳(广西师范大学);第6章:周鹏、赵凯(中南财经政法大学);第8章:郭志文(湖北大学);第9章:黄晓天、汪锋(中南财经政法大学);第10章:王蕾(中南财经政法大学);第11章:窦有菊、龚天平(中南财经政法大学)。上述作者是从从事企业管理学、企业伦理学教学和研究人员,在撰写书稿时充分展现出自己的智慧和个性。正因如此,我们在统稿时尽量尊重各章作者的见解,只是在本书必须体现作为教材的属性时,对少数章节及论述作必要的技术性处理。这样,各章之间可能会出现重叠、差异、不周之处,好在企业伦理学原本就是一门有待发展的与时俱进的新兴学科。本书出版后,我们会认真收集来自读者和专家的意见,以便将来修改再版。

最后,我和龚天平、冯德雄,以及本书的全体作者,再次感谢武汉理工大学出版社,特别是尹杰编辑,为本书的组稿、编辑、出版付出了辛勤劳动!本书编写是出版社与作者之间一次愉快的合作过程,它的成功本身就印证了企业伦理的精神!

刘可风

2010年8月

目 录

1 绪论 / 1

1.1 企业伦理学概述 / 2

1.1.1 企业伦理学概念的由来:企业非道德性神话的破灭 / 2

1.1.2 企业伦理学定义 / 7

1.1.3 企业伦理学分类 / 9

1.1.4 企业伦理学研究的基本矛盾关系和核心范畴 / 12

1.2 企业伦理学的研究意义与学科特点 / 18

1.2.1 企业伦理学的研究意义 / 18

1.2.2 企业伦理学的学科特点 / 21

1.3 案例讨论:幸福企业与企业的灵魂 / 22

本章小结 / 24

本章英文词汇 / 25

本章思考题 / 26

2 伦理学的基本理论与企业伦理的基本规范 / 27

2.1 伦理学的基本理论 / 28

2.1.1 后果论 / 28

2.1.2 非后果论 / 30

2.1.3 德性论 / 35

2.1.4 综合社会契约论 / 44

2.1.5 规范性原则及其应用 / 46

2.1.6 道德判断三要素框架 / 48

2.2 企业伦理的基本规范 / 48

2.2.1 伦理规范的概念 / 49

2.2.2 企业伦理的基本规范 / 50

2.3 案例讨论:稻花香破解劳资新命题的举措 / 55

本章小结 / 57



本章英文词汇 / 58

本章思考题 / 58

3 企业社会责任 / 60

3.1 企业社会责任的内涵 / 61

3.1.1 企业社会责任的伦理学含义 / 61

3.1.2 企业社会责任是社会对企业的伦理期待 / 65

3.1.3 企业社会责任的三个维度 / 68

3.2 企业社会责任的践履 / 72

3.2.1 企业社会责任的限度 / 72

3.2.2 企业践履社会责任的方法 / 73

3.3 案例讨论:中国移动的社会责任理念和实践 / 77

本章小结 / 80

本章英文词汇 / 81

本章思考题 / 81

4 企业与股东的道德关系 / 82

4.1 股东的含义及其种类 / 84

4.1.1 股东是什么 / 84

4.1.2 股东的种类 / 85

4.1.3 企业与股东之间的道德风险 / 89

4.2 企业对股东的道德规范 / 90

4.2.1 增进股东利益 / 91

4.2.2 构建和谐关系 / 94

4.2.3 维护良好形象 / 96

4.3 案例讨论:“问题首富”黄光裕 / 100

本章小结 / 103

本章英文词汇 / 104

本章思考题 / 104

5 企业与雇员的道德关系 / 105

5.1 雇员的含义及权利 / 107

5.1.1 雇员是什么 / 107

5.1.2 雇员的权利 / 108

5.2 企业对雇员的道德规范 / 117

5.2.1	公平 / 117
5.2.2	尊重发言权 / 118
5.2.3	无正当理由不能被解雇 / 120
5.2.4	尊重隐私权 / 122
5.2.5	工作场所安全 / 126
5.2.6	杜绝歧视 / 128
5.3	中国特殊群体雇员的权利保护问题 / 130
5.3.1	妇女的劳动权益保护 / 131
5.3.2	农民工的劳动权益保护 / 132
5.3.3	未成年工的劳动权益保护 / 134
5.3.4	关于特种作业工人的规定 / 134
5.4	案例讨论:马特·莫若的两难选择 / 135
	本章小结 / 137
	本章英文词汇 / 138
	本章思考题 / 138
6	企业中的个体道德 / 140
6.1	企业中的个体的种类 / 142
6.1.1	企业家 / 142
6.1.2	经理人 / 143
6.1.3	员工 / 144
6.2	企业家的道德规范 / 144
6.2.1	企业家的个体道德的重要性 / 144
6.2.2	作为普通人的道德规范 / 146
6.2.3	作为企业家的道德规范 / 153
6.2.4	企业家应有的价值观 / 161
6.3	企业员工的道德规范 / 163
6.3.1	得所当得 / 163
6.3.2	对企业忠诚 / 165
6.3.3	以企业整体利益为重 / 167
6.3.4	与其他员工和谐相处 / 168
6.4	案例讨论:不忍让的后果 / 169
	本章小结 / 170
	本章英文词汇 / 170
	本章思考题 / 171



7 企业与客户的道德关系 / 172

7.1 客户的含义及其种类 / 175

7.1.1 客户是什么 / 175

7.1.2 客户的种类 / 176

7.2 企业与客户的关系 / 176

7.3 诚信:企业与客户的道德关系的基本要求 / 180

7.4 企业对客户的道德规范 / 186

7.4.1 坚持客户导向 / 186

7.4.2 质量至上 / 187

7.4.3 产品和服务安全 / 188

7.4.4 广告真实 / 189

7.4.5 价格公平 / 190

7.5 案例讨论:丰田汽车召回事件 / 192

本章小结 / 195

本章英文词汇 / 196

本章思考题 / 196

8 企业与竞争者的道德关系 / 197

8.1 企业与竞争者 / 199

8.1.1 竞争者的含义 / 199

8.1.2 竞争者的种类 / 200

8.1.3 企业竞争与企业发展 / 202

8.2 企业竞争的道德规范 / 204

8.2.1 竞争道德的内涵 / 204

8.2.2 正当竞争 / 206

8.2.3 在竞争基础上合作 / 207

8.2.4 竞争道德的培养 / 208

8.3 企业竞争关系管理 / 210

8.3.1 避免不道德竞争的危害 / 210

8.3.2 培养健康的竞争关系 / 211

8.4 案例讨论:中国电信业的恶性竞争 / 212

本章小结 / 214

本章英文词汇 / 214

本章思考题 / 215

9 企业与政府的道德关系 / 216

9.1 企业与政府的关系 / 218

9.1.1 政府概念的内涵 / 218

9.1.2 政府的职能与角色定位 / 219

9.1.3 企业与政府的相互作用 / 220

9.2 企业对政府的道德规范 / 230

9.2.1 所有企业的一般性道德规范 / 231

9.2.2 国有企业的特殊性道德规范 / 234

9.2.3 大型国企的高层次道德规范 / 237

9.3 案例讨论:国家电网公司抗震救灾 / 239

本章小结 / 241

本章英文词汇 / 242

本章思考题 / 242

10 企业跨国经营中的道德问题 / 243

10.1 企业跨国经营中的典型伦理问题 / 244

10.1.1 “血汗工厂”——雇佣方面的不道德行为 / 244

10.1.2 对环境的损害——转移有害产业和垃圾 / 250

10.1.3 有问题的营销 / 251

10.1.4 对东道国经济的负面影响 / 254

10.2 跨国企业不道德行为的原因分析 / 258

10.2.1 企业内部原因:有效监管的巨大困难以及利润驱动 / 258

10.2.2 国际规制的不完善和难执行 / 259

10.2.3 政府在招商引资中的“抢凳子”游戏 / 260

10.2.4 利益相关者利益制衡机制的缺失 / 261

10.2.5 基于道德相对主义和道德绝对主义的困境 / 262

10.3 企业跨国经营中的道德规范 / 264

10.3.1 考克斯商业原则 / 265

10.3.2 联合国全球协议 / 268

10.3.3 企业社会责任国际标准 / 269

10.3.4 经合组织跨国公司指导方针 / 272

10.3.5 国际劳工组织“基本劳工公约” / 273

10.4 案例讨论:世界银行和出口污染 / 275

本章小结 / 277



本章英文词汇 / 278

本章思考题 / 278

11 企业与生态环境的道德关系 / 279

11.1 企业与生态环境的关系 / 281

11.1.1 生态环境的含义 / 281

11.1.2 人与生态环境的关系 / 281

11.1.3 企业对生态环境的影响 / 283

11.1.4 当代主要生态环境问题 / 285

11.2 企业对生态环境的道德规范 / 289

11.2.1 保护环境的伦理学观点 / 289

11.2.2 企业对生态环境的道德原则 / 292

11.2.3 企业对生态环境的道德规范 / 292

11.3 企业对生态环境的道德规范的落实 / 295

11.4 案例讨论:泰达化工厂的物料泄漏事故 / 297

本章小结 / 299

本章英文词汇 / 300

本章思考题 / 300

12 儒商与儒商伦理 / 301

12.1 儒商及其历史演进 / 303

12.1.1 儒商的土壤——儒家文化 / 303

12.1.2 儒商的概念及其外延 / 303

12.1.3 儒商的发展历程 / 304

12.1.4 儒商的代表——晋商与徽商 / 306

12.2 儒商的伦理学剖析 / 307

12.2.1 儒商的商业价值观 / 307

12.2.2 儒商的经营与管理伦理 / 308

12.2.3 儒商伦理与西方商业伦理 / 312

12.3 现代儒商及其精神实现 / 312

12.3.1 现代儒商的相关概念 / 312

12.3.2 儒商精神与当代企业家精神 / 314

12.3.3 现代儒商伦理素质建构 / 316

12.4 案例讨论:以儒家思想锻造企业,做士魂商才现代儒商 / 318

本章小结 / 321

本章英文词汇 / 321	
本章思考题 / 322	
13 社会责任投资 / 323	
13.1 社会责任投资的起源 / 325	
13.1.1 社会责任投资的含义 / 325	
13.1.2 社会责任投资的发展阶段 / 326	
13.1.3 社会责任投资的实现方式 / 328	
13.1.4 社会责任投资的未来趋势 / 329	
13.2 社会责任投资在各国的发展状况 / 330	
13.2.1 社会责任投资在美国 / 330	
13.2.2 社会责任投资在欧洲 / 332	
13.2.3 社会责任投资在亚洲 / 333	
13.3 社会责任投资指数 / 334	
13.3.1 主要的社会责任投资指数 / 334	
13.3.2 多米尼 400 社会指数 / 336	
13.4 社会责任投资在我国的实践及展望 / 338	
13.4.1 我国社会责任投资和西方国家的差异 / 338	
13.4.2 社会责任投资在我国的发展境况 / 339	
13.4.3 社会责任投资在我国的风险控制 / 341	
13.5 案例讨论:首个跨市场社会责任指数现身 A 股市场 / 345	
本章小结 / 347	
本章英文词汇 / 348	
本章思考题 / 349	
参考文献 / 350	

绪论

1

企业伦理学是一门所有现代企业管理者以及有志于从事企业管理工作的人应该了解的学科,它隐含着企业及其领导者在其经济活动中能否有益于社会和能否可持续成功的奥秘。

食品工业是道德工业

1993年创办的民营企业江苏雨润食品产业集团是内地最大的低温肉制品生产商,在中国企业500强中列食品工业第一位。在它的总部门前矗立着“食品工业是道德工业”的灯箱,这个灯箱像灯塔指引着企业发展的方向。雨润用良心办企业,提出“以人为本,诚信立企”的创业思路。董事长祝义材一次到车间常规巡检,发现工人无意中将一枚小铁钉滑入粉碎机,与香料一起被磨成粉末混进了原料中,祝义材当机立断,下令将可能混入铁末的10多吨产品全部销毁,直接经济损失100多万元。2008年初,南方大雪灾,猪供应严重短缺,价格大涨,雨润第一时间紧急启动救灾预案,在灾情最严重的时候,每天调集一万头生猪和500吨猪肉深加工制品给灾区市场,并带头降价,使价格成功回落,而仅此一项在南京市场就减少利润近300万元。雨润秉承“授人以渔”的理念,开展了开发式扶贫活动,在28个省市自治区投资建厂,设立了200家公司,提供了6万个就业岗位,每投资一地,就形成公司+基地+农民的专业经营模式,建立以保护价敞开收购生猪的订单生产格局,完善从养殖、屠宰、深加工到销售的全链条式服务体系,带动了农民持久增收致富。仅2009年,就直接使500多万户的2000多万农民增收,增收总额超过75亿元。雨润把慈善作为永恒事业来做,为抗击非典,救助汶川地震、台湾风灾、玉树地震和舟曲泥石流等直接捐款超过1.5亿,被授予中国慈善最高奖“中华慈善奖”和“中国十大慈善企业”称号。祝义材董事长说:“只有勇于承担社会责任,做对社会有益的事,社会先受益,企业再受益,企业才能做到一流的企业,才能打造百年品牌。”

(资料来源:郑晋鸣,郑如鑫.一个民营企业的良知.光明日报,2010-08-26,编者有删节。)



1.1 企业伦理学概述

企业伦理学是一个外来语,其英文为 Business Ethics。当这个词组在 20 世纪 80 年代引入中国时,有许多种译法,如商业伦理学、商务伦理学、交易伦理学、经营伦理学、管理伦理学、贸易伦理学等,而现在已被多数学者统译为“企业伦理学”^①。

企业伦理学是企业管理学的重要分支,也是应用伦理学的主干之一。可以说,企业伦理学是管理学与伦理学双向互动、相互交融的交叉学科。

尽管企业伦理中的一些问题早在古代社会就已被提出,如古希腊的亚里士多德提出的财富伦理命题,中国先秦时期发端的义利之辩等。但是经济利益与伦理道德的矛盾冲突越来越集中地表现在现代市场经济和现代企业制度中。因而可以说,企业伦理问题是现代性问题。而作为一个特定的概念、特定的研究领域并形成一门学科,是近 40 年的事情。

1.1.1 企业伦理学概念的由来:企业非道德性神话的破灭

企业伦理可能是美国著名学者马克斯·韦伯最先提出来的。但直到 20 世纪 60 年代,很少有人接受这个说法。人们很少把 Business 和 Ethic 联系起来考虑。因为在英语里,Business 和 Ethic 这两个单词似乎蕴含着截然相反的含义:

Business 指的是人类社会行为中的一大类行为及其关系,即商业活动与商务关系,更宽泛地说,指一切为主体自身谋取利益的事务。这类行为的出发点和主要价值取向是利己的、自利的。

Ethic 指的是人类社会行为中的又一大类行为及其规范,即道德行为与伦理规范。这类行为的出发点和主要价值取向是约束自己的、利人的、他利的。

所以,在传统的英语语境里,是看不到 Business Ethics 这个组合概念的。相反,在 20 世纪 60 年代以前,在西方,特别是在美国的企业界、商界,长期流行和信奉这样一句话:

“The business of business is business.”^②

^① Business Ethics 也可以译为“经济伦理学”,特别是当它的研究涉及企业等微观经济组织背后的社会经济制度、经济体制、经济政策的时候。参见德·乔治《经济伦理学》。

^② 这句话中第二个“business”可以置换为任何一个企业的名称。

这句话简直可以说是企业管理者的金科玉律,其直译就是:“企业的职责就是盈利。”我们可以用中国人耳熟能详的一个成语来更贴切地译为:“在商言商”。

也就是说,企业是这样一种特定的社会组织,从它诞生的第一天起,其唯一主旨和全部行为就是围绕着最大限度地实现自身经济利益而展开的,否则它就不叫企业。至于它实际上能否赢利,那是另一个问题。所以,企业组织及其行为完全是经济的,与伦理道德无关。我们不能也不应对企业及其行为作出任何道德评价——既不能说它是道德的,也不能说它是不道德的。总之,道德无涉!这就是著名的“企业非道德性神话”。^①

但是,这个“企业非道德性神话”在20世纪60年代末70年代初破灭了。其直接原因是大量企业丑闻被集中披露和曝光,在这个直接原因背后的深层原因是社会生活诸领域的迅速经济化与经济全球化势头的迅速扩大和加速。

(1) 直接原因:企业丑闻

第二次世界大战结束以后,20世纪50年代至20世纪60年代,西方国家经济迅速恢复和发展,在取得巨大科技和经济成就的同时,也带来了许多社会伦理问题,如商业欺骗、侵犯消费者权益、员工歧视和环境污染等。许多在企业经营管理中的这种单纯谋利而不惜损害社会利益的败德行为引起了社会公众的不满。这一阶段的历史文献主要有美国政府公布的《对企业伦理及相应行动的声明》(1962),T. M. 加瑞特(Garret)等人编写的《企业伦理案例》(1963),美国天主教大学原校长C. 沃尔特(Walton)著的《公司的社会责任》(1968)等。但是,由于这一时期整个世界处在冷战阶段,冷战思维控制着经济思维,社会的注意力主要集中在东西方对峙的战后政治格局上,对于企业经营管理活动中的不道德行为关注较少,加之“企业非道德性神话”长期盛行,使得企业伦理问题若隐若现,不甚突出。

20世纪70年代初期,冷战接近尾声,舆论重心开始转移,而企业的不道德行为则暴露得更加充分,企业与社会各种矛盾愈演愈烈。一些有声誉的大公司接连不断地爆出贿赂、胁迫、欺骗、歧视、霸王条款等经济丑闻,这就引起了社会的广泛高度注意。如洛克希德公司贿赂案,就引起全美轰动,举世震惊,成为企业丑闻的典型代表。

接连不断的企业丑闻,迅速成为了社会焦点,引起了公众反响、企业反

^① 对照西方企业非道德性神话,中国改革开放前的计划经济体制下的“企业”就不是真正意义上的企业,至多只能叫“工厂”或者“车间”,因为它们都不把利润作为组织的首要目标。这就是“企业道德性神话”。