

**BUSINESS ETHICS**  
AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

# 企业伦理 与 社会责任

曾萍 ©编著



经济管理类专业规划教材  
工商管理系列

本书得到云南大学人文社科特色研究基金（09ynuhss011）资助

**BUSINESS ETHICS**  
AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

# 企业伦理 与 社会责任

曾萍 编著



机械工业出版社  
China Machine Press

本书主要为 MBA 教学编写，强调中华文化伦理道德思想的传承与发展。针对当前企业社会责任缺失、企业家伦理道德滑坡的问题，特别强调中华传统优秀伦理道德文化的传承与建设、强调企业责任的建设与企业家道德的提升。

同时，本书突出企业社会责任伦理创新。当今社会，企业伦理与社会责任融合不仅是大势所趋，而且已深入企业经营管理及企业文化的建设之中。我们创新提出企业社会责任伦理的相关理论与实践，有助于推动 MBA 学员的学习与创新。

本书适合本科生、MBA 及其他研究生使用，也可作为企业管理者的参考资料。

封底无防伪标均为盗版

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

## 图书在版编目 (CIP) 数据

企业伦理与社会责任/曾萍编著. —北京: 机械工业出版社, 2011.6  
(经济管理类专业规划教材·工商管理系列)

ISBN 978-7-111-34868-9

I. 企… II. 曾… III. ①企业伦理 - 高等学校 - 教材 ②企业责任: 社会责任 - 高等学校 - 教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 099358 号

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 王振杰 白春玲 版式设计: 刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷

2011 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

185mm × 260mm · 15.75 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-34868-9

定价: 29.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210; 88361066

购书热线: (010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线: (010) 88379007

读者信箱: hzjg@hzbook.com

全球金融危机既使全球经济受到严重冲击，也使全球各方面人士普遍关注应对措施。胡锦涛总书记提出，企业应树立全球责任观念，自觉将社会责任纳入经营战略，遵守所在国法律和国际通行的商业习惯。温家宝总理在英国剑桥大学演讲时提出：要增进合作，合作应对、共渡难关；要高度重视道德的作用。他认为：“道德是世界上最伟大的，道德的光芒甚至比阳光还要灿烂。真正的经济学理论，绝不会同最高的伦理道德准则产生冲突。”他倡导：“企业要承担社会责任，企业家身上要流淌着道德的血液。”伦理道德、社会责任，不仅成为当今的热门话题，也越来越受到社会各界的重视和推崇。

理论界应重视伦理道德和社会责任，经济学说应当代表公正和诚信，平等地促进所有人，包括最弱势人群的福祉。亚当·斯密在《道德情操论》一书中指出：“如果一个社会的经济发展成果不能真正分流到大众手中，那么它在道义上将是不受欢迎的，而且是有风险的，因为它注定要威胁社会稳定。”

教育界担负着伦理道德传承和社会责任教育的重任，学校更是主战场。学校多尽一份责任，教育就多几分健康；教育多一份成功，社会就多几分和谐，学校的使命决定了学校的社会责任。我国自古以来就注重伦理道德的教育。庠序是中国古代的地方学校，《孟子·滕文公上》说：“设为庠序学校以教之。庠者，养也；校者，教也；序者，射也。夏曰校，殷曰序，周曰庠；学则三代共之，皆所以明人伦也。”而延续千余年的书院教育，其主要职责是社会教化、知识传播、学术传承。当今中国学校的社会责任，主要有人才培育、文化传播和社会服务三个方面。

大学教育更是任重道远。首先应担负培养人才、贡献智慧、服务社会的“角色责任”；其次是讲信用、讲公信、以诚处世的负责的组织形象的“行为责任”；同时是伦理道德的承担者、传播者、培育者的“道德责任”。要将伦理道德、社会责任教育纳入大学教育的全过程，培育有理想、有道德、有文化、有责任的新人。对此，2006年12月在浙江大学召开的中国商学院院长联谊会上，与会各方联名发表了《中国MBA教育西湖宣言》。该宣言强调：“以推进构建和谐社会为目标，秉持可持续发展的理念，强调商学院所应承担的社会责任，并倡导将社会责任教育纳入MBA教育的全过程。”我们认为，大学担负着培育社会主义接班人的重任，既要对学生及家长负责，更要对社会负责；既要对学生进入社会后的组织负责，更要对全球形成社会责任伦理道德化的氛围负责，通过传承“和为贵”的文化传统，实现《尚书》提出的“百姓昭明，协和万邦”的理想。伦理道德和社会责任教育，不仅应纳入MBA教育，更应作为普通高等院校教育的必修课。

根据全国MBA教育指导委员会提出的课程要求，我们编著了本书，作为“十二五”的大学本科与MBA相关课程的教材，以适应大学本科和MBA教育发展的趋势，适应全国重视

伦理道德教育、发展社会责任教育的客观要求。

通过教学实践及对企业伦理与企业社会责任的研究,我们认为,企业伦理道德与企业社会责任是密不可分的,伦理道德是社会责任的基础、前提,社会责任是伦理道德的外在表现,彼此相互支持、相互融合、相辅相成,可以整合为企业社会责任伦理。为此,本书提出了企业社会责任伦理建设的新思路,提出了企业伦理道德社会责任化、企业社会责任伦理道德化、企业社会责任与伦理道德整合化、企业社会责任伦理管理沟通化的新构思。这种创新思维尚不成熟、不完善,不当之处在所难免,敬请读者和同行指正,以便我们充实与完善本书。

本课程教学的目的在于让学生了解、把握企业伦理道德与企业社会责任的时代意义、战略意义,传承中华优秀伦理精神,建立企业社会责任伦理文化,推进和谐社会构建,以适应国际社会对企业伦理道德和企业社会责任的推动与强化的新形势。具体而言,通过学习,夯实伦理道德基础,进入社会后弘扬个人品德、家庭美德、职业道德、社会公德与社会责任,能致力于社会生活的公平正义与完善,促进全球社会责任伦理道德化。

本课程前期需要掌握的知识:企业管理学、企业伦理学、法学、经济学、管理沟通等课程的相关知识。

在课时分布上,建议做以下安排:

教学内容	学习要点	课时安排		案例使用建议
		MBA	本科	
第1章 导论	(1) 了解企业伦理的产生与发展 (2) 了解企业社会责任的产生与发展 (3) 分析企业伦理道德与社会责任的融合	2	3	本章及第2章 引导案例 本章讨论案例
第2章 企业伦理理论	(1) 把握西方企业伦理理论与推理 (2) 把握中国传统伦理思想及其精髓	3	4	同上及本章讨论案例
第3章 企业经营管理中的 伦理与责任问题	(1) 分析企业与消费者关系中的伦理与责任问题 (2) 分析企业与竞争者、合作者关系中的伦理与责任问题 (3) 分析企业与所有者及员工关系中的伦理与责任问题 (4) 分析企业与环境、资源关系中的伦理与责任问题 (5) 分析企业与政府及社区关系中的伦理与责任问题	3	4	本章案例
第4章 企业伦理道德建设	(1) 了解企业伦理道德建设的意义 (2) 把握企业伦理规范、原则与功能 (3) 把握中华传统优秀文化传承与企业伦理道德构建 (4) 探讨加强企业伦理道德建设要求	3	4	本章案例
第5章 企业社会责任及其理论	(1) 了解企业社会责任的由来与发展 (2) 加深对企业社会责任的认识 (3) 把握企业社会责任与相关学科理论	3	4	本章及 第4章案例
第6章 企业社会责任 伦理建设的提出	(1) 分析企业社会责任伦理建设的提出及其意义 (2) 分析企业社会责任伦理的特征及其内涵外延 (3) 了解企业社会责任伦理建设的内容 (4) 了解企业社会责任伦理建设的发展	5	6	本章及 第5、7章案例

(续)

教学内容	学习要点	课时安排		案例使用建议
		MBA	本科	
第7章 企业社会责任体系构建	(1) 把握企业社会责任伦理责任体系构建 (2) 把握企业社会责任伦理责任管理体系构建 (3) 了解国际社会责任规则体系的内容 (4) 把握企业社会责任伦理评价体系构建	3	4	本章案例
第8章 企业社会责任伦理战略	(1) 分析企业社会责任伦理战略的提出 (2) 把握企业社会责任伦理战略的选择 (3) 把握企业社会责任伦理战略的构架 (4) 把握企业社会责任伦理战略的措施 (5) 了解企业社会责任报告及其撰写	3	5	本章案例
第9章 企业对直接利益相关者的社会责任伦理实施	(1) 把握企业对投资者的社会责任伦理实施 (2) 把握企业对消费者的社会责任伦理实施 (3) 把握企业对市场的社会责任伦理实施 (4) 把握企业对竞争者与合作者的社会责任伦理实施 (5) 把握企业对员工的社会责任伦理实施	3	4	本章案例
第10章 企业对间接利益相关者的社会责任伦理实施	(1) 把握企业对环境的社会责任伦理实施 (2) 把握企业对政府的社会责任伦理实施 (3) 把握企业对社区的社会责任伦理实施 (4) 把握企业对网络社会的社会责任伦理实施	3	4	本章案例
第11章 企业社会责任伦理推进	(1) 分析强化企业社会责任伦理推进 (2) 把握弘扬中华伦理道德文化, 促进企业社会责任伦理构建 (3) 了解企业社会责任伦理道德化 (4) 了解企业伦理道德社会责任化 (5) 把握伦理道德、社会责任、管理沟通整合化	5	6	本章案例
课时总计		36	48	

说明: 以上安排, MBA 教学为 36 课时, 大学本科教育为 48 课时。但教学时请根据学员的具体情况进行安排, 如果学员已学过“企业伦理学”, 只需对 1~4 章进行简要的回顾, 把重点放在 5~11 章的企业社会责任教学上, 课时可安排为 36 课时; 如果学员前期未学过“企业伦理学”, 无论 MBA 学员还是大学本科生, 至少应安排 48 课时。同时, 在教学上, 建议把握中国传统优秀伦理思想及其精髓, 重视中华传统优秀文化的传承与伦理道德、社会责任的构建及创新。



# 目 录 | CONTENTS

## 前 言

第 1 章 导论 .....	1
学习目的 .....	1
引导案例：温家宝总理谈企业责任：诚信和道德，是应该解决的紧迫问题 .....	1
1.1 企业伦理的产生与发展 .....	2
1.2 企业社会责任的由来与发展 .....	8
1.3 企业伦理道德与社会责任的融合 .....	11
本章小结 .....	14
思考题 .....	14
讨论案例：企业家贿赂政府官员危害多端 .....	14
第 2 章 企业伦理理论 .....	16
学习目的 .....	16
引导案例：中国传统哲学有助于可持续发展 .....	16
2.1 西方企业伦理理论与推理 .....	17
2.2 中国传统伦理思想 .....	23
2.3 现代企业伦理 .....	30
本章小结 .....	35
思考题 .....	35
讨论案例：企业社会责任伦理：别祸害中国孩子 .....	35
第 3 章 企业经营管理中的伦理与责任问题 .....	37
学习目的 .....	37
引导案例：乳业巨头十年恩仇 .....	37

3.1 企业与消费者关系中的伦理与责任问题 .....	38
3.2 企业与竞争者、合作者关系中的伦理与责任问题 .....	42
3.3 企业与所有者及员工关系中的伦理与责任问题 .....	46
3.4 企业与环境、资源关系中的伦理与责任问题 .....	49
3.5 企业与政府、社区关系中的伦理与责任问题 .....	52
本章小结 .....	57
思考题 .....	57
讨论案例：是打破国家垄断的时候了 .....	58
第 4 章 企业伦理道德建设 .....	60
学习目的 .....	60
引导案例：联想的“公益创投” .....	60
4.1 企业伦理道德建设的意义 .....	61
4.2 企业伦理规范、原则与功能 .....	64
4.3 中华传统优秀文化与企业伦理道德构建 .....	69
4.4 加强企业伦理道德建设 .....	74
本章小结 .....	77
思考题 .....	77
讨论案例：跨国企业涉华商业贿赂 .....	77
第 5 章 企业社会责任及其理论 .....	79
学习目的 .....	79
引导案例：企业社会责任在中国 .....	79
5.1 企业社会责任的由来与发展 .....	80
5.2 企业社会责任概念及内涵 .....	85
5.3 企业社会责任理论分析 .....	90

本章小结 .....	100	8.2 社会责任战略理论及战略选择 .....	151
思考题 .....	101	8.3 企业社会责任伦理战略框架 .....	154
讨论案例：无人受贿的行贿案 .....	101	8.4 企业社会责任伦理战略措施 .....	160
<b>第6章 企业社会责任伦理建设的</b>		8.5 企业社会责任报告 .....	165
<b>提出</b> .....	104	本章小结 .....	173
学习目的 .....	104	思考题 .....	174
引导案例：中国移动通信：善尽责任		讨论案例：矿难频发 令人忧虑 .....	174
<b>共创卓越</b> .....	104	<b>第9章 企业对直接利益相关者的社会</b>	
6.1 企业社会责任伦理建设的提出及		<b>责任伦理实施</b> .....	176
<b>意义</b> .....	105	学习目的 .....	176
6.2 企业社会责任伦理特征 .....	107	引导案例：中国农业银行的	
6.3 企业社会责任伦理的内容 .....	113	“惠农卡” .....	176
本章小结 .....	123	9.1 企业对投资者的社会责任	
思考题 .....	124	<b>伦理实施</b> .....	177
讨论案例：真正的企业家在哪儿？ .....	124	9.2 企业对消费者的社会责任	
<b>第7章 企业社会责任伦理体系构建</b> .....	126	<b>伦理实施</b> .....	179
学习目的 .....	126	9.3 企业对市场的社会责任伦理	
引导案例：中远集团的社会责任理念和		<b>实施</b> .....	182
<b>实践</b> .....	126	9.4 企业对竞争者与合作者的社会	
7.1 企业社会责任伦理责任体系		<b>责任伦理实施</b> .....	187
<b>构建</b> .....	127	9.5 企业对员工的社会责任伦理	
7.2 企业社会责任管理体系构建 .....	131	<b>实施</b> .....	190
7.3 引进国际企业社会责任规则		本章小结 .....	194
<b>体系</b> .....	136	思考题 .....	194
7.4 企业社会责任伦理评价体系		讨论案例：我国企业社会责任管理	
<b>构建</b> .....	143	<b>现状与问题</b> .....	195
本章小结 .....	145	<b>第10章 企业对间接利益相关者的社会</b>	
思考题 .....	146	<b>责任伦理实施</b> .....	197
讨论案例：中国平安：从捐条件到		学习目的 .....	197
<b>捐能力</b> .....	146	引导案例：呼吸一口新鲜空气有多难 .....	197
<b>第8章 企业社会责任伦理战略</b> .....	148	10.1 企业对环境的 <span>社会责任伦理</span>	
学习目的 .....	148	<b>实施</b> .....	198
引导案例：巴斯夫（中国）：创新社会		10.2 企业与政府的社会 <span>社会责任伦理</span>	
<b>责任，发挥蜜蜂效应</b> .....	148	<b>实施</b> .....	203
8.1 企业社会责任伦理战略的提出 .....	149	10.3 企业对社区的社会 <span>社会责任伦理</span>	
		<b>实施</b> .....	207



10.4 企业对网络社会的社会责任伦理 实施 .....	209	11.1 加速我国政府推进企业社会 责任进程 .....	214
本章小结 .....	211	11.2 强化企业社会责任伦理战略 推进 .....	216
思考题 .....	211	11.3 弘扬中华伦理道德文化, 促进 社会责任伦理构建 .....	226
讨论案例: 央视揭网络竞价排名为 假药铺平销售之 道路 .....	212	11.4 社会责任伦理管理沟通化 .....	229
<b>第 11 章 企业社会责任伦理推进</b> .....	213	本章小结 .....	236
学习目的 .....	213	思考题 .....	236
引导案例: 国家电网公司: 引领 中国企业社会责任 发展潮流 .....	213	讨论案例: 联合国调查声称中国个别 公司骗取碳排放额度 .....	237
		<b>参考文献</b> .....	238

**学习目的** >>>>>

- 初步了解企业伦理及企业伦理学的发展；
- 了解企业社会责任的产生与发展概况；
- 分析企业伦理与社会责任融合的概念与意义。

**引导案例** >>>>>**温家宝总理谈企业责任：诚信和道德，是应该解决的紧迫问题**

2010年2月27日，温家宝总理与网民进行了第二次在线交流。

网友：假冒伪劣产品总是堵不住，最近奶粉又出问题了。总理，你曾说企业家身上应该流淌着道德的血液，可是急功近利、见利忘义的企业还是不少。

温家宝：是的。我在金融危机开始的时候就讲到，一些国家和一些企业见利忘义，为了自身的利益而损害整体利益，企业家身上应该流淌着道德的血液。对于我们的企业来讲，对于整个社会来讲，道德问题十分重要。我以为诚信和道德是现代社会应该解决的紧迫问题。什么是道德？其实最重要的：第一是爱人。仁者人也，仁者爱人。每个企业家或者社会的每个成员都要知道热爱群众、热爱祖国。

第二，要有同情心。己所不欲，勿施于人。同情是道德的基础，这在儒家哲学里头很明确地讲过。孟子说过，人无恻隐之心非人也。他把恻隐之心作为人之端。我们的企业如果只考虑自己的利益，甚至见利忘义，把自己挣的钱建立在别人的痛苦甚至是生命上，那是可悲的，也是法律不允许的。

一个三鹿奶粉，让我们付出了很大的代价。网民们大概不知道，我们普查的受到奶粉影响的儿童达到3 000万名，国家花了20亿元。同时，给受到奶粉影响的儿童上了保险，为期20年。这个教训应该说是很深刻的，不是一个企业，也不是一个地方，是我们整个民族应该汲取的。现在如果再出现假冒伪劣产品，我们一定严惩不贷。这是从维护民族大义出发，绝不能手软。

进入21世纪以来，人们不仅关注企业伦理道德建设，也越来越重视企业社会责任建设，特别是全球性金融危机的出现与蔓延。究其深层次原因，其中之一就是企业社会责任及企业伦理道德的缺失。若要有效应对这场危机，必须高度重视道德的作用；应对金融危机需要道德救

援(托马斯·弗里德曼语)。企业要承担社会责任,企业家身上要流淌着道德的血液,成为了时代的最强音。企业作为经济人和道德人的统一,既要承担经济发展的使命,更要承担社会发展的使命;既要承担社会责任,更要承担伦理道德建设的责任,并把两者整合为企业社会责任和伦理建设责任。

对企业伦理建设、企业社会责任建设、企业社会责任伦理建设的研究,必须从企业伦理学的产生与发展、企业社会责任的由来与发展开篇,追本溯源,进而观察其关系与意义,深入探讨企业伦理、企业社会责任、企业社会责任伦理构建的有关问题。

## 1.1 企业伦理的产生与发展

### 1.1.1 西方企业伦理缘起与其背景

#### 1. 西方企业伦理的缘起

20世纪中叶前,西方企业一直以追求利润最大化为目的,企业社会责任长期被忽视。随之而来的是社会问题不断出现并恶化。到20世纪50年代末60年代初,美国工商企业出现了一系列经营丑闻:行贿受贿、胁迫或欺诈交易、规定垄断价格、污染环境、不平等对待甚至歧视员工等。公众对此反应强烈,要求政府进行调查。此后,美国陆续出现了一系列直接或间接涉及企业伦理道德的社会运动,有力促进了西方国家对企业伦理文化问题的关注、研究。

(1) 消费者运动。消费者运动的中心是维护消费者权益,作用是保证了对经营者欺诈行为的及时揭露。社会舆论对此进行了无情的批判与斗争,同时使公众能通过一定的渠道和程序向有关企业索赔、起诉和制裁。

(2) 环境保护运动。环境保护运动推动了对环境保护的重视,催生了相关的环境保护法律,从而对企业的生产经营提出了更高的道德要求。

(3) 工会运动。工会为维护工人的经济利益和政治权利,对企业的违法与侵权行为进行了斗争,使一些黑心业主的不法行为受到揭露;与消费者运动、环境保护运动相结合,猛烈抨击了不法企业对广大消费者的坑蒙拐骗行为、污染环境及危害工人身体健康的行为,并激起了一次次反不法企业的浪潮,不仅使企业家遭到鄙视和痛骂,还给企业及企业主造成了经济上的损失。严峻的现实使企业家开始对自身行为进行反思,认识到这不仅导致自己与员工、消费者及社会的关系恶化,也直接影响企业的生存、发展和企业家的自身利益与安全,一些企业家开始思考自己和自己企业的伦理道德问题<sup>①</sup>,从而重视企业伦理问题。

#### 2. 企业伦理的经济社会背景

(1) 竞争加剧导致管理伦理的发展。一方面,科学技术的发展既导致了产品间的差异化,又带来了产品总体优势差异的缩小化、趋同化,使企业把竞争焦点集中在产品以外的服务上,众多的企业家和管理学家意识到服务制胜的时代已经来临,必须以一种新的、共同的伦理道德

<sup>①</sup> 谢洪恩. 企业伦理文化与中国人世[J]. 中国文化论坛, 2000(1).

价值观与之相适应；另一方面，消费者运动、环境保护运动和工会运动的发展，也促使企业从重视组织、制度、控制、规范、物流等“硬件”管理向公共关系、企业文化、行为心理、价值观念、伦理道德等“软件”管理转移，出现了人文化、伦理化、情意化管理的趋势，管理伦理、企业伦理在西方国家飞速发展，企业纷纷将管理伦理融入企业管理决策与战略之中。

(2) 买方市场的出现促使企业重视与消费者的伦理问题。企业不仅要重视产品、质量、包装、安全等产品伦理，更要重视价格欺诈、价格垄断、暴利行为等定价中的伦理问题；不仅要重视分销伦理，更要重视促销中的伦理问题；不仅要特别重视广告中的伦理问题，也要重视人员推销中的伦理问题；不仅要重视公共宣传中的伦理问题，更要重视服务中的伦理问题。

(3) 员工地位与需求变化，促使企业更加重视管理伦理的发展。人们对职业生涯的追求不再局限于劳动报酬，更追求工作成就感、满意感及自我实现，这就要求企业更加重视伦理管理，更充分尊重职工的自尊心、敬业精神和创新精神，满足职工自我实现、自我成就的需求，培育统一的伦理价值观。

(4) 法律环境的完善，促使企业特别重视法治伦理，切忌违法乱纪。

## 1.1.2 中国企业伦理的缘起及其背景

### 1. 中国传统的伦理思想

中华传统文化底蕴深厚、博大精深。“和”在中国古代被奉为最高价值观，是中华文化的精髓之一；“和为贵”的文化传统，造就了中华民族宽广博大的胸怀，中国古文经典《尚书》中最早提出了“百姓昭明，协和万邦”的理想。以儒家为代表的中华伦理思想，传承着几千年的伦理文化，伦理道德融合于中华儿女的血液中。儒家思想以“仁”为核心，孔子提出“天下归仁”（《论语·颜渊》），以“仁”为人的本质。孔子说：“仁者，人也。”（《中庸》）孟子也说：“仁也者，人也。”而“仁”的最基本含义就是“爱人”。樊迟问仁。子曰：“爱人。”（《论语·颜渊》）“仁”、“仁爱”思想既是儒家思想的核心，也是人类的共识，属于中华民族文化具有代表性的伦理范畴。儒家伦理还有世界大同、义利统一、待人如己、天人合一、和而不同、以德报怨、诚实守信、扶贫济弱、中庸为德等。其中与企业伦理有直接关系的是“义利统一”和“诚实守信”。

“义利统一”是儒家提倡的价值取向，儒家提倡“重义尚利”、“以义生利”的义利观，把人们的道德作为人的根本，主张以义为本。“义，人之正路也”（《孟子·离娄上》），孔子提出：“君子义以为上。”（《论语·阳货》）但儒家不排斥“利”，既肯定人有义的本性，也肯定人有求利的欲望。荀子说：“义与利者，人之所两有也。”（《荀子·大略》）而以义导利、见利思义、义然后取则体现了儒家在“义”的前提下去追求利的思想：“见利思义”、“义然后取，人不厌其取”（《论语·宪问》），“见得思义”（《论语·子张》）。

“诚实守信”是儒家为人最基本的操守。“信”是儒家“五常”之一，“诚”与“信”相连，诚信是儒家的君子人格。“诚”是儒家天之道、人之道，既是万物变化的根据，也是人的高尚道德。“诚者天之道也，诚之者人之道也”，“诚者，物之终始，不诚无物”（《中庸》）。“信”是孔子最推崇的道德理念：“言忠信，行笃敬，虽蛮貊之邦，行矣”（《论语·卫灵公》）；“敬事而信”、“谨而信”、“主忠信”、“吾日三省吾身：为人谋而不忠乎？与朋友交而不信乎？传不习

乎?”(《论语·学而》)。总之,“诚实守信”是一个有道德的人必备的基本品质,既是修身立业的基础,也是最重要的社交原则;既是廉洁的先导品质,也是经商致富的要义和美德。

## 2. 中国企业伦理的经济社会前景

改革开放前的计划经济时代,企业既没有独立的法人权,也没有独立的产权和经营权,企业只是一个执行社会和政治任务的政府组织。国家承担着国有企业、集体经济的无限责任,包括道德责任,体现为政治伦理原则取代了社会伦理原则,提倡毫不利己,专门利人,无私奉献及党和国家利益至上,集体利益高于个人利益等。

中国共产党十一届三中全会以后,经历了“放权让利”(1978~1984年)、“两权分离”即所有权与经营权分离(1984~1992年)及迄今的产权制度改革与社会主义市场经济的出现与发展。随之而来的是“信用危机”,体现在宏观上是政企不分,政府部门乱收费、乱摊派、瞎指挥,企业则搞“体外公司”、偷税逃费;体现在中观上是企业间“三角债”突出,利用“双轨制”相互捣鬼,非法侵占和转让权益;体现在微观上是企业面临困境并在国家采取破产、兼并、重组手段的前提下,员工被迫下岗又无社会保障,国家与企业间、企业与员工之间伦理问题突出。<sup>①</sup>在向市场经济转轨的过程中,一些单纯以市场为导向的企业唯利是图、哄抬物价、弄虚作假、坑人谋利、污染环境、行贿受贿等违法、违规和违背社会伦理的问题突出。企业不负社会责任、企业家伦理道德缺失等问题引起了社会的广泛关注。

### 1.1.3 企业伦理学的发展

#### 1. 企业伦理学

企业伦理学是研究企业道德现象的科学,乔治·恩德勒等主编的《经济伦理学大辞典》认为:“企业伦理学是一种关于理性规范的学说,这种理性规范理当引导企业通过社会和谐地运用市场经济条件下企业的自由来对社会的和谐做出自身的贡献。”这一定义表明企业伦理学是一种理性规范,目标是对社会和谐做贡献。

从它应对社会和谐做贡献看,企业伦理学是一门实践性较强的应用科学,是应用道德伦理去研究、分析、规范、解决企业经营中必须符合社会和谐的社会责任问题,针对在经营实践中出现的不正当竞争如假冒伪劣、以次充好、虚假广告、价格欺诈、污染环境、偷税漏税、欺老骗幼、不尊重妇女、不尊重客户、作业场所不安全、使用童工等行为,既要从伦理道德角度加以重视、检讨、评价,从企业、行业、社会的微观与宏观角度寻求抑恶扬善,强化企业社会责任,促进社会和谐;更要为企业的指导思想、经营战略与方针等指明方向,使之既符合伦理道德社会责任要求,又探索新的能为企业经营带来利益、形象、声誉的经营管理模式。

从它是一种关于理性规范的学说看,企业伦理学又是一门交叉学科,是一般伦理学与企业管理学、企业经营学相互融合交叉建立起来的边缘学科。它既要接受一般伦理学的体系、概念、原则、方法的指导,又要紧密结合企业经营理念、经营目标及指导思想、经营方针及策略,从伦理道德的角度加以审视、规范、相互融合提炼,以一般伦理学去指导、规范

① 夏绪梅. 企业伦理学——转型经济条件下的企业伦理问题研究[M]. 北京: 科学出版社, 2008: 12-15.

企业经营管理,使企业伦理学有充实的理论基础,并使之融入经营管理的具体理念、内容、方法、技术而使企业伦理学丰富扎实,既促进了企业道德建设,又规范了企业经营中的各种伦理关系,如企业与消费者、竞争者、供应商、所有者、员工、政府、社区、环境等的伦理关系。

## 2. 西方企业伦理学的发展阶段

一般来说,西方企业伦理学的发展可大致分为三个阶段:产生阶段(20世纪六七十年代)、全面发展阶段(20世纪80年代)、新突破阶段(20世纪90年代至今)。

(1) 产生阶段。20世纪60年代初至70年代末美国出现了一系列的企业经营丑闻,包括行贿受贿、规定垄断价格、欺诈交易、污染环境等,公众对此反应强烈,要求政府进行调查。美国政府于1962年颁布了《对企业伦理及相应行动的声明》,表达了政府对企业伦理的极大关注。同年,威廉·洛德(William Ruder)在美国管理学院联合会成员中发起了一次有关开设企业伦理学必要性的调查,被调查者普遍认为企业伦理学应成为管理教育的一个重要部分,但当时多数大学未开设这门课程;1963年,T.M.加瑞特(T.M.Garrett)在其《公司的社会责任》一书中倡导公司之间的竞争要以道德目的为本。<sup>①</sup>同时,传统理论则认为企业无社会责任可言,也不存在伦理道德问题。

20世纪70年代前后,理论界对上述问题争议颇大,出现了三个主要派别:一是以1976年诺贝尔经济学奖获得者、美国经济学家米尔顿·弗里德曼为代表的利润学派,他们把利润最大化作为企业的追求目标,认为追求利润最大化就像大自然界中得以生存和繁衍的“适者”们的正常行为,并特别指出:“使预期收入最大化或者试图在这么做的企业将得以生存和繁荣,然而其余的则会衰落甚至破产。这样,通过一个自然选择过程,普遍存在的将是追求利润最大化的企业。”<sup>②</sup>弗里德曼实际上是不承认企业应负社会责任的,企业管理者只需要为其股东谋取最大的利润就是对社会的最大贡献,无须关注什么利益相关者的利益。二是以弗兰奇为代表的伦理学派,主张伦理先于利润,企业具有法人地位的同时,也具有道德人格。作为具有道德人格的企业,其社会责任是指经济责任以外的责任,如企业对环境的责任、对政府和社区的责任、对公众的责任、对顾客和雇员的责任等。三是以S.P.塞西(S.Prakash Sethis)为代表的调和派,主张企业的权利和义务范畴中同时包含利润目标和伦理目标。同时,还存在日本和美国企业伦理模式的相互借鉴、经验总结和提升。

(2) 全面发展阶段。进入20世纪80年代后,西方企业伦理学进入全面发展阶段。第一,企业伦理学从美国、日本扩展到加拿大、西欧、澳大利亚、东南亚等。第二,企业伦理学进入大学课堂,各种企业伦理学的刊物和研究机构纷纷出现。美国、加拿大和西欧有近30所大学建立了专门研究企业伦理学的学术机构或以企业伦理为重要研究课题的应用伦理学术研究中心。第三,伦理学研究进一步深化,学者们对企业的道德地位、社会责任、道德伦理与企业活动能否相融等展开讨论,公司的道德问题成为企业伦理学的核心问题,并出现三种观点:一是霍姆斯(Holmes R.L.)等认为只有人才能做出行为选择,具有道德权利和义务、承担道德责

① 陈炳富,周祖成.企业伦理学概论[M].2版.天津:南开大学出版社,2008:1-3.

② 霍奇逊G.M.现代制度主义经济学宣言[M].向以斌,等译.北京:北京大学出版社,1993:19,92.

任，而公司不是人，不具备选择能力，因而公司本身无道德地位可言，道德准则只能用于公司中的人而不能用于公司。二是鲍伊（Bowie N.）等则认为既然公司是有法人资格的独立实体，就具有道德人格，从而在享受道德主体所应具有的权利的同时，履行道德主体应尽的责任。三是查·蒂·乔治和 M. G. 威拉斯奎兹等在内的大多数学者认为公司是一种特殊的实体，一方面，公司是具有法人资格的独立实体，具有道德人格；另一方面，公司由个人组成，公司不能代替个人，公司法人伦理和公司中的个人伦理是企业伦理学的两个不同的层面。这个时期对企业伦理学理论前提和理论基础的探讨，深化了企业伦理学的理论体系。<sup>①</sup>同时，学者们还构建了企业决策的伦理分析模式，为企业伦理在企业经营活动中的渗透找到了一条可行的途径。第四，在企业伦理的实践方面，20 世纪 80 年代，企业伦理规范不仅在美国大企业中得到广泛应用，也被英国、加拿大、澳大利亚的企业全面引入，少数企业设立了伦理委员会和负责处理伦理问题的经理。

（3）新突破阶段。新突破表现之一是研究迈向成熟。20 世纪 90 年代至今，企业伦理学从单个企业、个别地区的企业伦理问题的研究转向了对不同地区之间的企业伦理的比较研究和对全球企业伦理的研究，使企业伦理学逐步走向成熟的边缘学科。目前，国外对企业伦理的研究主要从微观、中观、宏观三个层面展开。微观层面主要研究雇主与雇员，管理者与被管理者、同事，投资者、供应商和消费者的伦理道德及其与企业、社会的关系，企业如何规范这些人的行为，以符合企业的宗旨、价值观和道德等。中观层面主要研究各种经济性组织（公司、工会、消费者协会、行业协会等）之间的伦理关系问题，从不同的社会分工、不同的社会角色角度，对建立什么伦理理念，如何承担社会责任，如何处理与贸易伙伴、竞争对手的关系。宏观层面主要研究社会和制度层次，包括经济制度和经济条件下的形态，如经济秩序、经济政策、社会政策等方面的伦理问题和伦理责任。在这三个层面上，行为者都被假定有着或多或少的决策自由度，这种自由度自然也就包括相应的道德责任，经济组织同个人一样被认为是道德行为者，组织行为所产生的伦理指向和产生的伦理影响具有十分重要的位置。<sup>②</sup>

新突破表现之二是不同国家的研究具有一定的地域特点。北美人强调决策和行动自由以及相应的责任，而有一种忽视限制的倾向；欧洲人强调应以伦理责任的形式勾勒出商业的条件，“倾向于把道德优先权放在宏观层次上，主张只有规则及其运用才有道德问题”。<sup>③</sup>德国人十分注重对企业伦理基本问题的探讨，例如，什么是公司伦理的合理概念？在市场经济中究竟是否能容纳超越于最大利益原则的公司战略的伦理取向？如何为企业和公司伦理建立一个可靠的哲学基础，以使所谓价值判断的任意性不再反对企业伦理学成为一门学科的理由。<sup>④</sup>日本人则十分重视研究企业行为伦理的民族性和实用性，把符合日本传统的伦理价值观念和忠诚、感恩、爱和、喜劳、仁义等融入企业的经营活动之中。

新突破表现之三是企业伦理学继续向广度和深度发展。截至 1993 年，美国 90% 以上的管

① 吴新文. 国外企业伦理学：三十年透视[J]. 国外社会科学, 1996(3).

② 苏勇. 管理伦理学[M]. 上海：东方出版中心, 1998.

③ 恩德利 G. 企业伦理学：北美与欧洲的比较[J]. 高国希, 国外社会科学, 1997(1).

④ 斯坦曼 H. 公司伦理学：概念框架与基本问题[J]. 孙向晨, 译. 国外社会科学, 1997(1).



理学院开设了企业伦理学的课程；“企业伦理学”在《MBA十日读》一书中被作者史蒂文·西尔比格（Steven Silbiger）概括为美国10家著名商学院的9门核心课程之一，该书于1993年出版，已被译成7种文字。近年来，美国一流商学院纷纷设立企业伦理研究中心（所）：1997年沃顿商学院成立了企业伦理研究中心，2001年圣母大学门多萨商学院成立了全球道德研究所，2002年卡内基梅隆大学商学院成立了企业责任国际研究中心，2003年哥伦比亚大学商学院成立了领导与伦理研究中心。由此可见，依托研究中心开展企业伦理教学与研究，扩大其在社会上的影响以树立良好的形象，已成为一流商学院在竞争中谋求发展的新的重大战略举措。现代西方企业伦理研究主要集中在以下问题：企业伦理要求的根据问题；企业伦理、社会责任与企业绩效关系问题；利益相关者与企业关系问题；跨国经营中的伦理与社会责任问题；信息技术条件下的企业伦理问题等。

### 3. 中国企业伦理学的发展

（1）改革开放以来中国伦理学的进展情况：第一，以企业伦理为对象的著作大量涌现。例如，温克勤主编的《管理伦理学》，高兆明的《管理伦理导论》，严缘华等主编的《管理伦理学》，张文贤等编著的《管理伦理学》，苏勇的《管理伦理》、《管理伦理学》，谢洪恩和贺南松的《企业伦理学》，陈炳富和周祖城的《企业伦理学》等。第二，企业伦理有关课程进入大学课程。第三，有关企业伦理、企业道德的文章在各种报刊大量发表。

（2）中国企业伦理研究的初步成果：第一，在企业伦理的概念界定、研究对象，企业伦理和社会责任，企业伦理和社会文化的关系，企业管理活动中的伦理道德、人伦关系在经济管理、经济社会发展中的作用以及管理伦理决策等方面取得了不少理论成果。第二，开展了对传统伦理道德思想的挖掘与研究，不少学者将儒家、道家有关道德伦理引进企业伦理，特别是突出儒家文化为主体的伦理思想与现代企业管理、企业伦理道德相结合，体现出企业伦理学的民族性、积极性及地域性。第三，注重市场经济中有关企业伦理道德丧失、社会责任缺乏、企业家伦理道德缺失的研究，如吴元樑的《市场经济与企业伦理》，2003年11月20日在上海召开的“经济伦理与完善社会主义市场经济体制”研讨会等。

（3）初步总结出中国企业伦理研究的特征：第一，研究领域不断拓展。20世纪80年代对企业行为的评价，仅限于生产领域；21世纪初，已经拓展到了管理、服务、金融等领域，并渗透到销售、网络、分配、环境等领域及相关多个系统。第二，研究内容不断丰富，既对企业对其服务对象的伦理道德进行探讨，更涉及各类行业的企业应尽的社会责任、应承担的环保责任以及对利益相关者关系的处理与调整；既对市场经济条件下出现的企业伦理问题进行理念创新，又重视传承中华优秀传统文化优秀传统和吸纳国外企业伦理的积极因素。<sup>①</sup>第三，研究方法多样化、研究视角多元化，从宏观论证到微观证明，从规范研究到实证分析，从人文科学的描述法、理论分析、经济分析到自然科学的数学方法、建模等都有运用。第四，呈现出多学科综合研究态势，不仅有哲学、伦理学、经济学、管理科学的专家学者及企业界的人士参与，而且将伦理学、管理学、经济学、市场学、社会责任等学科交叉融合。

<sup>①</sup> 迟爱敏，李慧珍. 中国企业伦理的研究与发展述评[J]. 中国矿业大学学报：社会科学版，2004(2).

## 1.2 企业社会责任的由来与发展

### 1.2.1 西方企业社会责任的起源与发展

#### 1. 西方企业社会责任的早期思想

西方早期的企业社会责任主要涉及的是经济活动中的道德和伦理问题，尤其关注用普通的伦理原则来反对经济活动中的撒谎、偷窃或欺骗等不道德和不合伦理行为。<sup>①</sup>例如：《旧约全书》中包含对贿赂行为、从穷人身上获利行为、滥用土地行为的鞭笞；柏拉图在《理想国》中对私人财产的批判；亚里士多德在《政治学》中指责商人的敛财行为。18世纪工业革命的产生与发展，现代企业及企业家的出现，企业家出于怜悯之心，有伦理地经营企业，参与社区建设、捐款、兴办教育等慈善活动，企业将改善经营所在地社区及雇员的生活看做企业成功的基本要素。西方早期的社会实践主要来自宗教信仰的影响，特别关注三方面的伦理行为：有伦理地对待顾客及商业伙伴，如商业交易中的诚实和公正；慈善捐赠，富裕的商人认为应该将自己的财富与社区分享；管家与家长主义，特别涉及雇员福利，家长主义认为，社会中有特权或财富的人，应该在各项决策中考虑到那些较不幸或较弱小者的利益。<sup>②</sup>

#### 2. 西方社会责任理念的出现及研究

(1) 西方企业社会责任的提出。1916年，芝加哥大学的约翰·莫里斯·克拉克（John Maurice Clark）在《改变中的经济责任的基础》一文中提出：“迄今为止，大家并没有认识到社会责任中很大一部分是企业的责任。”这也是最早提出企业社会责任概念的文献。1953年，霍华德·鲍恩（Howard R. Bowen）的《商人的社会责任》出版，开创了现代企业社会责任研究的先河。书中提出：“商人有义务按照社会所期望的目标和价值来制定政策、进行决策或采取某些行动。”之后，围绕着“企业为什么要履行社会责任”、“企业应该履行什么社会责任”、“企业如何履行社会责任”，先后出现了各种不同的观点和思想，例如“责任铁律”观点认为商人或企业所承担的社会责任与社会赋予他们的权利相称，强调权利和责任的对等和平衡（Davis K. , 1960）。

(2) 西方企业社会责任观点的发展：第一，“企业回应”的观点。认为企业在实践中应当如何对外部的社会压力做出回应，控制外部社会责任压力对企业的影响，降低企业面临的社会风险（Frederick W. C. , 1978）。第二，“企业社会绩效”的观点。全面考察了企业社会责任的动机、过程和结果，描述、衡量和分析了企业与其他社会因素之间的关系，以及公司应当如何作为及其结果（Carroll Archie B. , 1979）。第三，“综合性社会契约理论”的观点。从社会契约的传统角度来考虑企业与社会的关系，认为企业与社会之间存在一个社会契约：企业应对为其存在而提供条件的社会履行社会责任，社会应对企业的发展承担责任（Donaldson T. , Dunfee, T. , 1994）。第四，“利益相关者”的观点。指明了企业社会责任管理的对象对其的相关责任，突破了股东利益至上的传统观点，为企业社会责任的实施提供了一个新的分析平台

① 郑若娟. 经济伦理：理论演进与实践考察[M]. 厦门：厦门大学出版社，2007：100-101.

② 殷格非，崔生祥，郑若娟. 企业社会责任管理基础教程[M]. 北京：中国人民大学出版社，2008：1-11.