

Business Credit
Business Credit
Business Credit

B 企业信用

Business Credit

刘光明 著

经济管理出版社

ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

企 业 信 用

刘光明 著

经济 管 理 出 版 社

责任编辑 卢小生
技术编辑 蒋 方
责任校对 平 实

图书在版编目 (CIP) 数据

企业信用/刘光明著. —北京: 经济管理出版社,
2003

ISBN 7-80162-759-8

I. 企… II. 刘… III. 企业—信用 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 092376 号

企 业 信 用

刘光明 著

出版: 经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编: 100035)

发行: 经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷: 北京忠信诚胶印厂

787mm×960mm/16 27.25 印张 481 千字

2003 年 11 月第 1 版 2003 年 11 月北京第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

ISBN 7-80162-759-8/F·678

定价: 38.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社发行部负责调换。

通讯地址: 北京阜外月坛北小街 2 号 邮编: 100836

联系电话: (010) 68022974

序 一

信用和财富之间存在着什么样的联系？企业信用、企业伦理、企业文化和企业业绩之间又存在着什么样的关联性？刘光明博士在本书中提出了这个十分重要而耐人寻味的问题。

美国著名的财富杂志《福布斯》载文指出，企业家们对社会的贡献不仅仅在于物质财富，更在于包括企业诚信、信用、人格品质在内的精神财富。在这个时代，我们更需要的是超越财富数字，更要注重财富的品质。

在经济学中，信用是一种资本，资本有多种含义，对资本的传统理解是生产其他货物和提供劳务时所使用的商品和物件。资本同土地和劳动力一样，是生产的三大要素之一。进入知识经济时代、经济全球化时代，人们对资本的认识一分为三：物质资本、人力资本和信用资本。物质资本，是指生产资本、货币资本；人力资本，是指经过教育的劳动者的才能。资本是流动的，它流到哪里，哪里就富有、富裕和富足。但是，不能忘记：物质资本和人力资本的聚合，要靠信用资本来融合。改革开放以来，人们在经济生活中，对资本倍加青睐，对引进资金和技术备感兴趣，对物质资本津津乐道；人力资本，随着人们视野的开阔，也在持续升温；惟独对信用资本，未能引起全社会的重视，甚至背道而驰。进而出现了企业“债多不愁，虱多不痒”，“三角债”盘根错节，并以此作为摆脱困境的“窍门”；个人发财欲膨胀而置法律道德于脑后的现象。

信用资本是长期积累的财富，要靠政府、企业和个人共同去营造，形成为社会信用资本。一个城市享有信用城市、安全城市的声誉，那就是国际性城市的最优标志。

信用，弃之者易，树之者难。信用不是一日生成，而是需要经过长期培育而成的资源。信用是财富。信用资本的能量巨大，但是很脆弱，很容易被腐蚀、侵害。发展信用资本是全社会的行为。培植信用资本，要摒弃三大失信行为：政府失信、企业失信、个人失信。“守合同，重信誉”是市场经济的国际惯例。“讲诚信”有五大根本：①企业生存之道：信誉第一。②产品质量第一、服务质量第一：讲信誉，“优招天下客，誉盈客自来”。③名牌战略：讲信誉，

建立质量服务体系,提高企业声誉,增强用户信任。④企业用人之道:诚实可靠,精明能干。⑤企业长盛不衰要诀:勤以创业,俭以聚财,诚以待人,谦以处世,信誉第一。我们经常谈论企业文化的重要性,因为大家逐步认识到企业文化是企业百年不衰的保证,而这个企业文化又是以企业诚信为基础的。

信用资本是无形的,然而它是宝贵的。物质资本与人力资本的有机结合,能产生现实的生产力。信用资本与物质资本、人力资本三者的有机结合,能产生高效、良性的社会生产力。我们过去讲“信用”、讲“信誉”,从政治、道德的准则谈得多,很少从经济运行的内涵去发掘、去释放它的价值。

从我国目前的情况看,首先,要加快信用立法工作。完备的信用管理法律体系是信用行业健康和规范发展的基础。从发达国家的经验看,信用立法工作是一个长期过程。从实践角度考虑,我国应从两方面推进信用立法工作:一是应充分借鉴发达国家在信用管理方面的法律和法规,在此基础上以比较完备的行政管理规定的形式颁布,尽早为信用中介机构的发展奠定制度框架;二是抓紧研究、率先出台与信用行业直接相关的基本法,如可先出台《信用报告法》,对信用行业的管理定下基本的制度框架,以促进信用行业规范健康发展。其次,要加快征信数据的开放与信用数据库的建立。各国的经验表明,征信数据的采集和使用首先是一个法律问题。我国在征信数据的开放与使用等方面尚无明确的法律规定,一方面是数据开放程度低,许多信息相对封闭和分散于各个部门和机构中,使信用信息缺乏透明度;另一方面,在涉及消费者个人信息的采集和共享方面也没有相关的法律约束。根据一些国家的经验,对消费者个人信用信息的采集和公布应采取相对审慎的原则。因此,这两个方面的立法都应尽快提上议程。同时,由于功能完善的信用数据库是建立社会信用体系必备的基础设施,所以,一方面要鼓励信用中介机构注重自身信用数据库建设;另一方面,政府有关部门要建立行业或部门的数据库,待条件成熟时,可将自建数据库中的部分内容提供给信用中介机构或与信用中介机构共享,为我国信用行业的发展提供支持。再次,要促进信用中介机构的建立与规范发展。以信用信息局的建立为例,在国际上主要有两种模式:一种是由私人部门发起设立;另一种是作为中央银行的一个部门建立。目前,我国的信用中介机构都是采取公司制的市场运营方式,但是,由于还处于发展的初级阶段,市场需求不足,业务量相对较少,特别是政府对信用信息的利用程度低。由于竞争激烈,从制度上保障信用中介机构能够客观、公正、独立地运营也是亟待解决的问题。就信用中介机构的管理来看,根据我国行业发展现状和别国的经验,对于企业征信咨询类机构可以采取通过竞争的方式,使其业务逐步向有规模、有影响的征信

公司集中；但是，对于资信评级机构和个人信用信息征询机构，应通过比较明确的进入退出机制的办法加以规范。最后，要对信用行业进行相应的管理和监督。由于征信数据及其处理结果在某种程度上比较敏感，因此，不论哪一国政府对此都要进行管理，但各国的监管框架有很大的区别。从国际上看，主要分为两类：一类是以中央银行为监管主体；另一类是以完善的法律法规为基础。从国际经验看，政府对信用行业的管理方式与该信用管理法律体系的状况密切相关。法律法规越完善，政府的直接管理职能就相对弱化，信用行业的发展也比较规范；法律法规不健全，政府或中央银行的直接管理职能就更为重要一些，信用行业的发展状况更容易受政府行为的影响。我国的信用行业由于缺乏相关的法律法规，因此，在加快立法进程的同时，还需要政府对该行业进行相应的管理和监督。当前，需要确立该行业的监管主体，改变长期以来我国的信用行业多头监管与无人监管并存状况，而且单一监管主体的确立有助于信用管理法律法规的出台。

信用建设是一项复杂的系统工程，必须做好以下工作：

第一，要建立和强化政府信用工程。政府应减少对企业的干预和过多地参与企业的经济活动。政府的行政审批应进一步减少，政府的功能应定位在公共产品的提供上，这样，就能最大限度地减少政府的失信行为。政府在建立信用体系中应起到推动和服务的作用。

第二，要建立和强化信用法制工程。要借鉴发达国家的信用法律制度，建立和完善信用法律规范，建立信息公开和取得制度，建立征信产品的监督制度，建立对失信行为的严厉惩罚机制。如果缺乏对失信行为的惩罚机制，或者有法不依，执法不严，违法不究，就会出现违法者（背信人）在竞争中更具成本优势，从而把守法者（诚实守信人）逐出市场的现象。这种“劣币”驱逐“良币”的现象，只有依靠法律规范的强制力才能杜绝。更重要的是，要努力维护司法公正，维护审判机关和其他执法机关的公信力，保障公力救济的有效性。

第三，要建立和强化企业和个人的信用工程。包括企业的信用管理、企业和个人的信用评级、信用调查和记录制度。政府应建立对工商企业的红档和黑档制度，金融部门要建立个人联合征信系统。

第四，要建立和强化中介机构的信用工程。包括会计师事务所、律师事务所、资产评估事务所在内的中介机构，其经营行为关系到市场主体的信用真实性，应严加监督，依法规范，才能切实有效地防范信用风险。

第五，要建立和强化媒介信用工程。严厉惩罚有偿新闻、虚假报道和虚假

广告。媒体应代表社会的良知，应自觉维护社会信用，监督失信行为。

第六，要建立和强化信用道德工程。对传统文化中“人无信则不立”、“一诺千金”、“诚信为本”等信用观念进行创造性的转换，使其在现代市场经济社会获得新的生机，培育全民信用观念和诚信操守。

第七，要建立和强化信用的教育工程。在大、中、小学广泛开展信用教育，在大学经济管理类专业开设信用类课程，有条件的大学应试办信用管理专业。对企业管理人员定期开展信用培训。

在全社会普及信用知识，要让普通百姓意识到信用有价，信用知识是在市场经济社会中立身处世的必具素养。许多有远见、有竞争力的公司在实施企业培训时已经把企业信用的培训作为企业文化建设的重要内容。在企业文化、企业形象、企业伦理领域中，刘光明博士先后编著出版了《企业文化》（第三版）、《企业形象》（第二版）、《企业文化案例》等著作，今天出版的《企业信用》一书是上述著作的姊妹篇，愿这些著作能够为增强我国企业的竞争力做出贡献。

胡 平^①

2003年5月于北京

^① 胡平：全国政协常委，原商业部部长，现为中国企业文化研究会会长。

序 二

刘光明博士撰写的《企业信用》一书即将出版，全书从企业信用与经济秩序、企业信用与信息经济学、企业信用与企业竞争力、企业信用与制度安排、企业信用与个人信用、金融信用、政府信用、企业信用与信用担保、企业信用与企业形象、企业信用与企业伦理、企业信用与管理层收购、国外企业信用等多个层面上对企业信用的理论和实践做了深入的探讨，本书的出版，对于深入研究和推动我国企业信用建设具有重要意义。

“信用”一词在西方是纯经济学概念，表示价值交换滞后产生的活动，信用主要体现在商业领域和个人流通领域的赊销行为。我国对信用的理解要宽泛得多，自古以来信用与道德、信誉、信义、信任相联系。随着市场经济的发展，信用不仅是道德观念，而更重要的是体现在个人信用体系、企业信用体系、银行信用体系、国家信用体系等制度层面上。本书主要探讨企业信用体系和信用管理问题，但是，它和个人信用、银行信用、国家信用体系建设是密不可分、互为依托、互为因果的。

我国加入世界贸易组织后，企业信用的重要性日显突出，企业不守信用将寸步难行。从经济学的利益—成本分析看，市场经济是信用经济，讲信用才会有利益和好处，可以进行信用消费；对待信用等级不同的客户，银行可以给予不同的利息奖励。信用制度可以有效地鼓励企业和个人讲信用。

我国虽然在逐步建立信用制度体系，但是，由于存在着各个部门分割管理的倾向，信息疏漏和查询困难的情况时有发生。信用制度建设是一个全社会的系统工程，必须形成人人关心、齐抓共管的局面和氛围。为什么世界 500 强主要是西方的企业？其中最重要也是很多人疏忽的一点，就是西方企业对信用和信用管理的重视程度。西方某权威调查机构曾做过系统调查，在企业管理中，哪项管理最重要？最后得到的调查结果显示：信用管理排在第一位，其次才是战略管理、生产管理、财务管理、人力资源管理等。讲信用往往意味着要牺牲一些利益，它有悖于利润最大化，如何解决这个悖论？诺贝尔经济学奖得主阿马蒂亚·森于 1986 年在加利福尼亚大学伯克利分校讲课时指出：信用、荣誉、

责任，这些以规则为基础的行为，系统地偏离了自利的方向——而这恰恰是取得个人和组织成就极为重要的因素。

信用关系是在商品交换和货币流通的基础上产生的，反映了商品生产者之间的经济关系，因而也为商品经济和市场经济所共有。在现代市场经济条件下，信用具有特别重要的意义和作用。信用这一概念有广义和狭义之分。广义的信用，通常表现为一个伦理学范畴，主要是指参与社会和经济活动的当事人之间建立起来的以诚实、守信为道德基础的践约行为，即我们通常所说的“讲信用”、“守信誉”、“一诺千金”，它是一种普遍的处理人际关系的道德准则。狭义的信用则主要是一个经济学、法学的范畴。在现代市场经济条件下所指的信用，更多地是指狭义的信用，它指的是在商品交换或其他经济活动中，交易双方所实行的以契约（合同）为基础的资金借贷、承诺、履约的行为。这里的信用关系双方即是借贷关系双方：授信人（借出方）和受信人（贷入方）。

在借贷活动中，授信人和受信人双方根据各自的利益要求（授信人通常是为了收回本金和获得利息，受信人通常是为了获得自己所缺乏的经营资本），按照契约（合同）规定的条件、范围、时间进行资金借贷运动，就是信用活动。如果双方都能够按照契约（合同）履行自己的承诺，那么，他们的行为过程就是履行信用。因此，所谓信用，是指在商品交换或其他经济活动中，授信人在充分信任受信人能够实现其承诺的基础上，用契约关系向受信人放贷并保障自己所贷的本金能够回流和增殖的价值运动。信用是和商品生产、货币流通、市场贸易、资本借贷等市场经济关系相联系的范畴。在市场经济中，信用主要表现为资本借贷运动，是资本价值运动的一种特殊形式。其特点是：贷款人将货币贷给借款人，约期归还，借款到期后除归还本金外，还需支付一定的利息。在这种信用关系中，贷款人在贷出一笔资金的同时获得了一种权利，即可以要求借款人以后偿还一笔资金的权利，又称债权。借款人则承担以后偿还一笔资金的义务，又称债务。在比较成熟的市场经济中的大部分交易，都是以信用为中介的交易，因此，信用是现代市场交易的一个基本要素。

同商品交换、货币流通一样，信用也是一个古老的经济范畴。从史料记载看，信用在历史上长期以实物借贷和货币借贷两种形式共存。随着人类社会的发展、分工的深化和市场的扩大，信用经济应运而生。最初的商品交换是物物交换，货币的介入使交易较之物物交换容易达成。但是，一手交钱、一手交货的要求也常常造成不便，为了克服这种不便，卖主往往同意买主在未来约定的时间再行付款，即进行赊账。这样，便出现了最早的信用关系。赊账意味着授信人给予受信人的未来付款承诺以信任。赊账的方式使得物流和货币流由原来

的无信用中介的交易方式，转而被以信用为中介的交易所取代。尔后，信用超出了商品买卖的范围，作为支付手段的货币（信用货币）本身也加入了交易的过程，出现了借贷活动。贷款意味着债权人给予债务人未来还款付息的承诺以信任。现代金融业就是信用关系发展的产物。在市场经济发展过程中，信用交易大大降低了交易成本，扩大了市场规模。

然而，信用交易又会带来风险。当授信人（债权人）授信失当或受信人（债务人）回避自己的偿付责任时，信用风险就发生了。为了控制这种风险，任何社会都必须建立一整套严格的信用管理体系。只有在这一体系的基础上建立起稳定可靠的信用关系，现代市场经济才有可能存在。

在市场经济条件下，要使企业不敢违约，就要建立一个与市场经济体制相适应的社会信用制度体系，它至少应设以下防线：第一道防线是鼓励信用、惩罚违约的立法与执法。但是，这道防线的司法成本较高决定了它的功效特征是“防大不防小”。第二道防线是对信用信息的专门收集与发布。这道防线是完全市场化的。从市场供给方来说，必须有人能够通过提供专业化信用信息服务来赚钱。从市场需求方来说，守信企业愿意出钱被追踪审查信用记录，而潜在交易对象通过比较信用记录来选择合作者，这样，只有信用记录优异者能率先获得合同，而且足以补偿其先前支付的守信成本。第三道防线是政府直接管理社会信用制度的适用条件。具体地说，一个富有效率的社会信用体系，应至少包括以下几方面内容：信用体系的立法与执法；信用信息的收集与发布；信用管理行业的发展；政府对信用交易和信用管理行业的监督；健康发达的信用中介组织、同业协会；信用管理教育 and 研究发展等。在目前我国企业信用系统没有建立起来，个人信用制度更为落后，政府信用也受到挑战的现实情况下，信用体系的建立既需要社会各方面的积极参与，又需要政府的大力推进。

一般地说，法律法规建设是信用体系建设的地基部分。法律有对正当权益的保障和对违规行为的处罚两大功能。信用体系的立法和执法，应凸显两个方面作用：其一，保证信用数据信息的顺利采集与及时开放。由于这些环节涉及信息拥有者的商业秘密或隐私，必须以法律为依据，才能有效地消除各种行政和非行政壁垒，保证信用采集的正当性及信息拥有者的正当权益。其二，保证对失信者和失信行为进行惩罚的实施。法律惩罚是一件很严肃的事情，它不仅是对违规者的处罚，也是对人们行为准则的示范性界定。对被认定有不良信用记录者进行处罚，是社会信用体系的重要一环。这项工作必须依法进行，保证执行的准确和得当。其制度安排应体现失信者应承担的经济损失，使失信成本大于失信收益，从而保证守信者的经济利益，为营造健康的社会信用氛围提

供法律环境。

企业信用评级是建立在企业信用要素基础上的，一家企业，不论其规模大小、历史长短，都会在方方面面表现出自己的信用特质。这些特质有些是主要的，能够决定企业的根本信用形态，有些是次要的，虽然不能决定企业的信用性质，但对企业信用质量会造成不同影响。因此，当我们面对一家企业的时候，应当用科学的眼光观察它，从各种纷繁复杂的表象中探求问题的实质，找出决定它的主要矛盾和矛盾的主要方面，最终判断企业信用的好坏。企业信用评价体系，是市场经济发展到一定阶段的产物。同时，它的建立又将更有力地促进市场经济的发展。因此，在建设企业信用评价体系过程中，我们一定要围绕发展社会主义市场经济的信用关系，既要重视政府对信用管理的社会需求，也要重视企业对信用服务的社会需求，采取信用管理建设和信用服务建设并重的方针。在信用管理建设方面，至少包括三方面内容：一是政府对企业信用的管理；二是政府对信用中介机构的监管；三是企业自身的信用管理。在信用服务建设方面，从服务内容看，一是信用信息的提供服务；二是信用等级的评估服务；三是企业信用资源使用的服务。从服务对象看，应包括政府、企业、信用中介服务机构及社会信用信息用户。完善的企业信用评价体系，应当包括信用管理和信用服务的功能，两者缺一不可。

不论是企业的信用体系的建立，还是个人信用体系的建立，都离不开整个国家信用体系的建立；市场经济走向成熟，一定会形成相对完善的信用经济。相信《企业信用》一书的出版，将对我国的企业信用体系乃至全社会的信用经济建设发挥积极作用。

吕 政^①

2003年5月

^① 吕政：中国社会科学院工业经济研究所所长、研究员、博士生导师。

序 三

刘光明博士在本书中提出一个十分重要的问题：企业信用、企业文化、企业伦理及其文化背景之间有什么关系？一个企业所处的地域文化、国家文化、社会文化对该企业的文化会产生怎样的、潜移默化的影响？

德国著名学者马克斯·韦伯说过：经济发达的背后肯定有其文化背景原因。关于温州模式的研究曾经引起过经济学界不少人的关注，在温州人眼里，职业没有高低贵贱之分，能否赚钱才是主要的。正因为如此，温州人四处闯荡，占据了他人不屑一顾的那些领域，不声不响地富了起来，他们追求自由、自主，人人都想当老板，敢冒风险，他们不论干什么，生活中总是充满梦想、乐趣、洒脱、顽强，从不失望。他们从不好高骛远，从不好大喜功，即使碰到暂时的挫折甚至失败，也从不怨天尤人，一步一个脚印，踏踏实实，毫不动摇。关于赚钱，广东人和温州人有相同的理念，在广东人眼里，无论干什么事情，都是为了挣钱，有了钱，就有地位，就有了面子，就有一切。在中国人的传统观念里，特别是在文人眼里，是不屑谈钱的，谈钱似乎有失身份，违背了节义，钱甚至是“万恶之源”。其实，“一切向钱看”和“钱是万恶之源”论都太极端，对于金钱和财富应当有一个持中的、正确的看法。

在很多对立观点的争论中，持中并不代表中庸之道，梁漱溟先生把中国文化的价值取向定义为持中，持中在学术上代表一种宽容。福山先生在《信任》一书中写道：现代经济是由理性的、功利主义的个体在市场上相互作用而产生的。但是，理性的功利最大化并不能解释为什么有些经济体繁荣而有些经济体停滞和衰落。正如个人主义被公益精神中和后，才会成为自由民主制度实施的最佳地点，同样，资本主义的发展也与个人主义被社群倾向平衡有关。福山认为，最成功的现代化模式其实是不完全的现代化，这是一种宽容。宽容选择在媒体伦理学意义上就是持中之道，这个公元前5世纪由孔子提出，而后由亚里士多德发扬光大的学说把“出色”定义为过与不足之间的持中，他强调“正如智慧是善于推理，适度就是善于生活。即在亚里士多德的哲学中，勇敢在懦弱和冒失之间；慷慨在吝啬和浪费之间；谦逊在无耻和羞涩之间；恰当得体比单

纯的责任感和爱心更受推崇。而媒体的持中之道在于如何有效地分辨哪些是极端的开始。需要指出的是,持中不是骑墙;持中在这里也不是指离两极精确的等距,持中是“增之一分太长,减之一分太短”,它的核心依然是强调整合、着眼未来、互相承认、把握分寸。宽容是和谐,宽容是爱,宽容创造和谐与爱,创造美的音乐和思想,正如维也纳既是音乐之都,也是弗洛伊德、维特根斯坦、卡尔·波普、哈耶克、门格尔、米塞斯、熊彼特和茨威格的诞生地。一座不大的城市竟能容纳下这么多思想者,这些维也纳学人在职业上的进取与在价值上的宽容是相辅相成的。在世间,每个人都可以追求一些各自认为有意义的事情,坚贞的爱、善良、成功、财富、科学、造福社会的决策。

由于中西方文化背景的不同,对于伦理文化也有不同的理解。中国传统文化把仁、义、理、智、信作为价值观和价值排序的依据,而西方都把智慧、勇敢、正义、节制作作为“四主德”和价值判断的依据。西方人把智慧、勇敢等作为个体主要的道德品质和素质。对于企业道德来说也是如此,不同的文化背景对企业信用、企业文化、企业伦理会有不同的影响,智慧、勇敢、毅力的培育是形成强力型企业文化不可或缺的一环。

无论对于个人还是企业,勇气和毅力是赢得成功的支柱。美国27岁的登山者罗尔斯顿2003年4月26日进入峡谷区国家公园,运用攀岩技术和装备攀登狭窄的峡谷。这本来是一天的活动,但当他把手臂伸到一处岩缝里试图借力向上攀登时,近处一块巨石突然滚了下来,把他的手臂压在下面,无法脱身。他试着借用绳子和锚脱身,但没有用。

三天后,罗尔斯顿随身带的水已经喝光。就在这一天,同事发现他没来上班,于是向警方报警,警方接到报警后立即开始搜救行动,又过了两天,5月1日上午,罗尔斯顿意识到放弃那条胳膊是惟一的选择。他用随身携带的小刀一点点把右臂从肘部割断,然后做简单自救,为断臂缠上止血带,顺着绳子爬下18米深的峡谷,沿着谷底开始向外走。走了8公里后,他遇到两名旅游者。这两名游客使劲向在空中盘旋的直升机挥舞衣服,引起直升机上警官韦泰雷及其同事的注意。此时,罗尔斯顿离自己进入公园时驾驶的汽车还有3公里。韦泰雷说,罗尔斯顿当时相当清醒,而且十分镇静,他面对险境,镇静应对。5月2日,罗尔斯顿在医院里安静地躺着。医生说,他伤势严重,但恢复没有问题。与此同时,在蓝色约翰峡谷,救援人员正试图找回罗尔斯顿割下的手臂。但医生说,由于已经留在野外24小时,即使找回这条断肢,也很可能无法再接回到罗尔斯顿身上。韦泰雷说,压住罗尔斯顿的巨石有360~450公斤重,如果他没有“截肢”,很可能已经丧命。“他可能失去了一只手臂,但仍然是令

人惊奇的胜利者。因为他待的地方太偏远，如果不这样做，就不可能被发现……他说这是惟一的办法。他有强烈的求生欲望。”罗尔斯顿的母亲唐娜·罗尔斯顿在一份声明中说，她的儿子能够活下来是由于他有很好的体力和意志力。唐娜说：“他能够理性地考虑自己的处境，并做出勇敢的选择。他的精神高昂，并且热切地盼望能够重新从事他所热爱的事业。”个人的生存、危难当头时的求生需要勇气，企业的生存和求生同样需要勇气，我们的企业如能培育这样的精神，它将无往而不胜。

从世界 500 强的企业文化案例中可以看到，诸如通用电气公司、迪斯尼公司、索尼公司都是把诚信、智慧和勇气——企业伦理宪章的精髓，作为制定企业价值观的基础。在多数成功的企业看来，企业信用是企业伦理宪章的核心和基础。在他们看来，人有智商（IQ），企业也有智商，企业的智商就是 CIQ（其中 C 就是 Corporation）；人有情商（EQ），企业也有情商，企业的情商就是 CEQ；人有财商（FQ），企业也有财商，企业的财商就是 CFQ；人有健商（HQ），企业也有健商，企业的健商就是 CHQ。为什么有的人能成为百万富翁，有的人却是穷光蛋，因为百万富翁财商高，穷光蛋的财商低；为什么有的企业有超常的盈利能力，而有的企业破产倒闭，因为前者财商高，后者财商低。

但是，在智商、情商、财商、健商这个序列中，健商是关键，如果健商是 1，智商、情商、财商才有意义；如果健商是 0，智商、情商、财商乘上 0 最终的结果还是 0。同理，在企业智商、企业情商、企业财商、企业健商这个序列中，企业健商是关键，如果企业健商是 1，企业智商、企业情商、企业财商才有意义；如果企业健商是 0，企业智商、企业情商、企业财商乘上 0 最终的结果还是 0。最典型的例子是，美国安然公司做假账，在企业信用、企业文化、核心价值观上出了问题，最终导致垮台。关于这个观点，刘光明博士在本书中做了详尽的阐述。若是我们能够以这样的理念去再造我们的企业文化，我们的企业在激烈的市场竞争中就不会迷失方向，将永远立于不败之地。

罗国杰^①

2003 年 5 月 5 日

^① 罗国杰：原中国人民大学副校长、终身教授，现为中国伦理学会会长。

序 四

放在我们面前的这一部长篇著作，是我国知名企业文化学家刘光明博士的一部重要的新作。全书构建起了一个既富有理论指导意义，又颇具操作价值的企业信用文化体系。本书全面系统地阐明了以企业信用制度、信用机制、信用文化内在建设为主体的内涵，同时揭示了企业信用担保、企业形象以及政府信用等外在表现的操作性机理。更为突出的“亮点”还在于作者紧紧抓住“诚信”这个核心概念，对企业诚信文化、诚信机制、诚信品格及其由以定格之核心能力的企业诚信范式做出了全方位、多视角的透视。有鉴于此，不能不说这是一部旨在对个别企业、对政府各有关部门乃至全社会进行诚信建构、普及信用知识与规则的具有重大意义和作用的新作。我个人相信，它将成为企业推进企业文化战略策划、企业形象等系统工程的又一重要的配套软件系列。这一曾为党和国家领导人专题讲解企业文化、企业管理课程之著名学者的此一力作问世，必将更加受到社会的广泛关注和赞同。

关于企业信用问题。本人以为，这是一个事关现代市场经济、现代客户经济继续、深入推进所面临的迫切需要回答和解决的战略性课题。由于种种原因，在今天，我们首要应当破解的一个难点就是：作者所提出来的主流经济学所谓人类行为“自利最大化”的假说。以我之见，多少年来，流行于西方主流经济学派中的这一“论断”实在是一个陷阱，这是一个历史性的错误。这一错误的病根在于，对“个人主义”做了非理性认定。也就是说，这一“假说”，真正究其根底，乃原本就是一个对中性命题的曲解。这是对人们消费、生活从而一切经济、文化、成果最终享用“个性化”形式的完全消极的理解和负面判断。其实，事物的本质是这样的：个人的、人类的一切价值的获取、享用，不管是吃的、穿的、用的、玩的、社交的，归根到底只能以“个别人”来实现。然而，多少年来，人们把这一个别人享用之消费的这一中性形态、中性本质，有意无意地扭曲到一边去，扭曲到纯粹消极的、负面的方向上去。也有人片面地理解到纯粹的“+”号上去，那也不能说是对的。偏见比无知离真理更远。这真有点类似于中国传统文化中的“人性善、人性恶”之辩；在当前的问题

中，人们完全倒向“性恶”说了。马克思在《政治经济批判导言》中说：一条铁路修起来了，如果没有通火车，不算是生产的完成。一件衬衣制造出来了，如果没有人穿，不算是生产的完成。在马克思看来，任何一件产品、一项服务，经过生产、交换、分配、消费四个环节，只有到第四个环节时，产品（服务）被人们所消费，才是生产的最终完成。由此引出的逻辑那必然是：生产的最后完成所依赖的“消费”必定是一个人、一个人进行的，必定是“个性化”的。很显然，这一个性化、这一为个别人所享用的事实表明，它是一种个体行为，其背后是“个人理念”；这是一种个人自主、自立性的活动。不能说一件衬衣今天我穿了一天，明天你抓过去穿，就变成你的了；也不能说一块面包我咬了一口，你一把抓过去就变成你的了，十分清楚，任何一种消费、一种享用都只能是由个别人个别进行的。既然是这样，我们无论如何不能说这是什么所谓的“自私自利”，更不能由此引出“自利最大化”的结论！这其中所体现的完全是一种中性意义的、中性概念的人类生活之本来面貌；它是一种人的本性的体现。

毫无疑问，在许多情况下，的确会出现“自私自利”，甚至自私“自利最大化”的恶例。然而，直至今刻，我们所看到的也只能说是——的确——是一种“个人主义”。但我们说的这种“个人主义”绝不是被人们歪曲了的流行观点中的“个人主义”——“损人利己”，更不能夸大为“自利最大化”。如果是通过歪门邪道获利的“个人主义”，那就另当别论了。现在让我们来稍认真、具体一点地分析一下“个人主义”（的消费或者享受）吧。从人、己关系上说，它起码可能出现四种可能的情形，起码应做出四种解释：①利己不损人的“个人主义”。这就是“自劳自得”，与他人无关。②“利己也利人”的“个人主义”。这是双赢、多赢、互利。③“既不利己也不利人”的“个人主义”。出于自私动机参与合作，在双方（多方）合作经营亏损情况下，会出现这种悲剧。④“利己不利人”的“个人主义”。这即通常所谓的“损人利己”，这就完全成为掠夺了。显然，在这四种可能中，只有第四种符合流行观点的假定。然而，这第四种情况并非惟一的，更不能因而得出人的本性“自私最大化”的定论。

信用制度的建设，信用体系的建构，信用文化的培育，是一个时代性课题。在这个问题上，那种认为中国是一个有五千年文明的礼仪之邦，似乎信用制度可以自然而然迅速形成的想法是幼稚的。人们对于眼下社会、经济生活领域出现的种种失信问题和弊端，产生一些忧虑和不安是可以理解的；但若因此而失去信心，则是不应该的。我以为，时至今日，国人应意识到的一点是：中

国的确是一个有着深厚礼仪文明文化积淀的国度。人们特别津津乐道的是如关云长等辈建树中华最高信誉典范之高风亮节的种种美誉、佳话世代相传，这也是不争的事实。也正因为如此，古往今来，人们总是念念不忘这样的楹联：“赤面凛赤心，乘赤兔追风，问关中无忘赤帝；青巾对青史，仗青龙偃月，隐微处无愧青天。”但是，这样的一些信用制度、信用风尚基本上是建立在自然经济、封建经济基础之上的。它们并不能直接、具体地同今天的市场经济“无缝对接”；严格地说，它们并不能直接、具体地等同于现代市场经济所要求的信用理念、信用体系乃至信用制度。比如说，作者在书中提到的西方发达国家国际贸易中交易额的90%靠信用，而我国则为现汇交易额占80%。事实是最顽强的东西。这样的事实表明，简单地将中国传统文明，传统信誉、理念和制度等同今天的市场经济，特别是客户经济的信用理念、信用制度、信用机制，是一个误会，一个错误。话说到这里，有必要引用林毅夫的一个重要观点：意识形态也是制度。必须看到，这种新型的市场经济所要求的信用制度，在中国刚刚才建立。惟其如此，新、旧两种信誉、两种信用理念和制度就必然需要一个长期的、艰难而曲折的磨合、磨炼、矛盾和斗争，才有可能建立起来。诚如作者在前言中所说的，信用制度是建立在道德和理念基础之上的。当然，更进一步的思考告诉人们，这种道德和理念基础，又是同整个市场经济生长、发育进程联系在一起的。因而，这又必然是一项长期的、浩大的建设工程。在欧美的历史上，无论是英国、法国还是美国，他们的证券交易、金融保险等信用制度的建构、信用理念的确立，都是历经一二百年的艰苦磨砺，才得以形成和最终确立的。

理论和实践都表明，卓越的信用体系、信用制度的培育过程是一个国家、一个民族社会品格的再造和升级过程。显然，要使这一信用工程进展顺利而真正日见其功，尤其需要在全民，特别是企业中，培育一种“生产型品格”。何为生产型品格？简单地说，这是一种不断为社会创造价值而同时个人也获得收益的品质和格调。美国社会心理学家弗罗姆的这一观点告诉我们，这种人的生产型品格体现着人们伦理的最高境界，它不同于极度“商业化”的那种“市场（交易）型品格”，不同于那种专门等待福利照顾的“接受型品格”，也不同于那种“土财主”有钱藏在地窖里面的“储藏型品格”，更不同于思想深处动辄就想“打土豪分田地”的“掠夺型品格”，它是一种不同于这一切非生产型品格的当代最高尚的、使社会财富不断增值的人类社会的品格；它透视着最高境界的伦理价值观。实际上，首席执行官及其员工们的一切良好的表现，均可视为生产型品格的产物。例如，全勤出席、高效率，有组织有纪律地工作、高品