

第12版

Twelfth Edition



John F. Steiner / George A. Steiner

Business, Government, and Society

企业、政府与社会

[美] 约翰·斯坦纳 乔治·斯坦纳 著

诸大建 许艳芳 吴怡 等译



人民邮电出版社

POSTS & TELECOM PRESS

企业、政府与社会

第 12 版

[美] 约翰·斯坦纳 乔治·斯坦纳 著

诸大建 许艳芳 吴怡 等译

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

企业、政府与社会：第12版 / (美) 斯坦纳 著；诸大建等译，

-- 北京：人民邮电出版社，2015.2

ISBN 978-7-115-37654-1

I. ①企… II. ①斯… ②诸… III. ①企业—关系—国家行政机关—研究②企业—关系—社会—研究 IV. ①F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 278875 号

John F. Steiner, George A. Steiner

Business, Government, and Society, 12th Edition

ISBN 978-0-07-340505-6

Copyright © 2009 by The McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education and Posts & Telecom Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2015 by McGraw-Hill Education and Posts & Telecom Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳·希尔（亚洲）教育出版公司和人民邮电出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区）销售。

版权 ©2014 由麦格劳·希尔（亚洲）教育出版公司与人民邮电出版社所有。

本书封底贴有 McGraw-Hill Education 公司和人民邮电出版社防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号：01-2009-1543

企业、政府与社会（第12版）

-
- ◆ 著 [美] 约翰·斯坦纳 乔治·斯坦纳
 - 译 诸大建 许艳芳 吴怡 等
 - 策 划 刘 力 陆 瑜
 - 责任编辑 常玉轩
 - 装帧设计 陶建胜
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
 - 邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 电话（编辑部）010-84937150 （市场部）010-84937152
 - （教师服务中心）010-84931276
 - 三河市少明印务有限公司印刷
 - 新华书店经销
 - ◆ 开本：710×1000 1/16
 - 印张：39.75
 - 字数：800 千字 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷
 - 著作权合同登记号 图字：01-2009-1543
 - ISBN 978-7-115-37654-1
-

定价：98.00 元

本书如有印装质量问题，请与本社联系 电话：(010) 84937153

内 容 提 要

这是一本探讨企业与政府、企业与社会之间错综复杂关系及相互影响规律的经典著作。

全书分为18章,分别论述了企业经营环境、企业的社会责任、商业伦理、政治环境、政府管制、全球化、环境污染和环境保护、工作场所和劳动力变化以及公司治理等内容。每章首尾分别用一个小案例和一个大案例引导读者思考和巩固相关内容。全书充分论述了企业及其所处大环境之间的互动关系及互动规律。

本书既是一本经典的学术著作,又是一本可供企业经营者和政策制定者参考的实用指南,适合从事经济管理和企业管理研究的学者参考,也可供各类企业管理人员、政府管理人员、非政府组织管理人员使用。

We dedicate this book to the memory of
Jean Wood Steiner

作者简介

约翰·斯坦纳 (John F. Steiner)

约翰·斯坦纳是洛杉矶加利福尼亚州立大学的管理学教授，管理学系前系主任。他在南奥勒冈大学获得科学学士学位，在亚利桑那大学获得政治学硕士与博士学位。他和乔治·斯坦纳还合写了另外两本书：《企业与社会中的问题》和《企业、政府与社会案例集》。他也是《工业、社会与变革：案例集》的作者。斯坦纳教授是美国管理学会 (The Academy of Management) “管理中的社会问题分会”的前主席。

乔治·斯坦纳 (George A. Steiner)

乔治·斯坦纳是美国管理学会 (The Academy of Management) 前主席，是在企业、政府与社会领域讲授大学课程、开展研究和从事学术写作的先驱，《加利福尼亚管理评论》的创办人之一。1983年，他因在美国管理学会“管理中的社会问题分会”中的杰出成就而被授予首个萨姆纳·马库斯奖 (Sumner Marcus Award) ；1990年他又获得管理学会的第二次授奖：杰出教育家奖。在获得天普大学工商管理学士学位后，他又获得了宾夕法尼亚大学沃顿商学院的经济学硕士与伊利诺大学的经济学博士学位。他写了很多书与文章，其中两本书获得“年度图书”奖。作为对其写作的嘉奖，天普大学授予他荣誉文学博士学位。斯坦纳教授还在联邦政府与企业界中担任要职，包括公司董事。

译者简介

诸大建，管理学博士。同济大学特聘教授，经济与管理学院博士生导师，联合国-同济环境与可持续发展学院绿色经济责任教授，国务院政府特殊津贴专家。现任同济大学学术委员会副主任，校务委员会发展战略委员会主任，可持续发展与管理研究所所长，公共管理系主任。兼任瑞士达沃斯《世界经济论坛》全球议程理事会城市化委员会理事和循环经济咨询专家、国家哲学社会科学规划管理学科专家、教育部社会科学委员会管理学部委员、科技部创新型城市专家委员会专家、建设部可持续发展与资源环境专家委员会委员、上海市政府决策咨询特聘专家，以及 Ecological Economics、International Journal of Public Management、Environmental Policy and Governance 等 SCI、SSCI 杂志的国际编委，英国 Ellen MacArthur、意大利 Enel 基金会、瑞士 Firmenich 公司企业社会责任等国际专家委员会成员，中国太平保险控股等香港上市公司的独立董事。

许艳芳，中国人民大学商学院副教授，管理学博士。曾在美国加州大学伯克利分校进修一年。目前主要为本科生、研究生讲授《国际财务管理》《商业伦理》等课程，研究兴趣包括内部资本市场、上市公司投融资行为、商业伦理等领域。在《管理世界》《经济理论与经济管理》等期刊发表论文多篇，参与国家级科研课题五项，主持校级课题两项。

译者序

国内的商学院，虽然越来越多地讨论企业社会问题和社会责任管理，但是他们很少了解或者开设有关企业、政府与社会（BGS）的课程。实际上 BGS 是一个有关企业社会问题与社会管理的总论性课程，现在许多热门的管理话题，如企业社会责任与商业伦理、企业利益相关者管理、企业可持续发展等，多数是从这里产生而来。在这个领域，乔治·斯坦纳和约翰·斯坦纳称得上是开创者，他们一直在致力于本领域的学术研究和课程开发。眼下这本著作就是他们合作撰写的经典著作之一，从 1980 年问世以来已经再版多次，我们翻译的是其 12 版。

粗看起来，本书覆盖面广，内容庞杂，线索不好掌握。实际上，基于笔者从事多年可持续发展、企业社会责任、利益相关者管理方面的研究和教学经历，我们可以用对象、主体、过程这三个红线或框架来分析和研读这本书，这样一来，我们就可以发现，本书紧扣住了当前企业社会问题管理的精华内容和热点话题：

从对象领域看，本书超越传统上企业管理的经济至上主义和利润唯一思考，强调企业可持续发展所要求的经济、社会、环境的三重底线思考，或者可持续发展企业最关注的所谓 3P 战略，即企业应该综合考虑利润（Profit）、人群（People）、地球（Planet）问题。本书重点讨论的，就是当代企业管理中，除了经济挑战之外的各种社会问题和环境问题。

从过程角度看，本书提出了企业社会管理的全过程概念，这个概念对于分析社会问题非常有用。它把企业对社会压力的反应归纳为五种类型，即拒绝型、对抗型、抵制型、适应型、提前行动型。强调可持续发展的企业，在发展与管理上，应该把社会问题管理从被动的危机应对，转向更加主动的企业发展整体战略。

从利益主体看，本书强调了可持续发展企业的管理要害是共享价值，企业需要从以往单纯考虑股东利益，向综合考虑利益相关者利益转型，管理与合作的视野不仅要从小股东扩展到员工、股东、消费者、供应链等直接的利益相关者，而且要进一步扩展到政府、社区等第二层面的利益相关者。全书在论述了企业、政府、社会关系的一般问题之后，用主要的篇幅讨论了企业与政府、企业与环境、企业与消费者、企业与员工等主要利益相关者的关系。

我有这样一个印象，2008 年汶川地震以前，国内企业还很少关注社会问题，对企业社会责任管理不甚了了；2008 年汶川地震之后，有关企业社会责任、企业三重底线、企业危机管理的讨论变得越来越多。但是，业界和学术圈子对企业社会问题和社会管理仍然存在着各种认识误区和实践误区。这方面的研究、教学、咨询，至今仍然给人以碎片化、非系统的感觉。研读约翰·斯坦纳和乔治·斯坦纳的《企业、

政府与社会》一书，可以给我们提供一种整体性的思考框架，提高企业社会问题管理的能力，并提高整个社会和谐管理的能力。因此，这本书值得向商学院的学生和老师推荐。各类企业管理人员、政府管理人员、非政府组织管理人员也可以从中发现许多有趣的趋势性内容。

本书由我和吴怡博士组织多名博士研究生翻译，后又经中国人民大学的许艳芳老师审校，另外，本书部分章节经过人民出版社老编审王一禾老师和对外经贸大学尹珏琳老师的润色修改，在此一并感谢。由于本书内容庞杂，跨越多个学科，虽经我们多次审阅校正，仍然有翻译不如意、表达不到位的地方，我们非常乐意接受读者的批评指正。是为序。

诸大建

2014年3月14日于同济大学

前言

本书第 12 版一如既往地致力于介绍企业、政府、社会中的各种力量如何塑造整个世界。和从前一样，总有一些事件要求我们在上一版的基础上，对全书进行广泛的、有时还是深入的修订。因此，我们更新了每一章的内容，以涵盖新的思想、法律、人物及文献。

从表面上看，现代世界处于日新月异的变化之中，但基本的原则与核心的关系仍保持不变。和以往的任何一个版本一样，我们适应日新月异的变化，但我们也继续深入挖掘这一学科的基本特征。因此我们相信，虽然当前的事件会使这一版本显得大不相同，但关于企业、政府、社会之间本质关系的讨论得到了强化，并比我们以往的版本更能经得起时间的考验。

我们努力突出相关问题的全球化背景及比较的视角。比起以往的版本，我们更加关注跨越国界的企业经营活动、理念以及社会文化网络。尽管我们强调当前事件，我们也继续提供历史背景。我们记忆中的新鲜事物，经常是某种现象持久地阶段性展现。我们追溯财富与美德之间古老争辩的渊源；讨论工业如何深刻影响了各个国家；研究那些在历史上留下永久印记的人物特征。

这个版本还使作者父子之间至今长达 30 多年、不畏艰难、相互鼓励的合作得以继续。

章节的变化

新的版本带来很多变化，各章节中更新与增加的内容包括：

- 第 4 章，“对企业的批判”增加了对全球化批评的相关内容，具体包括进步中的公民社会、新自由主义以及全球的正义运动。
- 第 5 章，“企业社会责任”进行了大量的改写，关注全球化的发展，特别融入新的全球规范、民间规则、柔性法规、利益相关者等概念。这体现了企业社会责任实践的快速演变。
- 第 6 章，“践行企业社会责任”更集中于实施社会责任战略的管理过程。这一章介绍了新的实施模式，也讨论了新的市场驱动的慈善事业形式。
- 第 7 章，“商业伦理”为学生揭示了世纪之交丑闻中的管理欺诈行为。这一章包含了关于企业文化道德维度新的、更广泛的讨论。
- 第 9 章，“政治中的企业”解释了“亚布拉莫夫丑闻”后，企业如何继续主导着

政治舞台，以及近年来为限制企业游说与企业政治募捐而设计的改革方案。

- 第 10 章，“管制企业”是新的一章，以代替以往版本中的两章内容。这一章包括管制如何运作、管制如何影响企业、管制的成本与利益以及管制在其他国家的应用。
- 第 11 章，“跨国公司”一章基本上是新内容，讨论了跨国公司在全球市场的影响，特别是对新兴经济体的影响，还讨论了旨在控制跨国公司活动的国际法规。这一章有几个小的案例故事，包括威德福油田设备国际公司、德拉蒙德公司，还有沃尔玛和美泰等。
- 第 13 章与第 14 章是有关企业与环境关系的阐述，经过修订以反映科学认识方面的新进展。本章增加了对生态系统与碳市场的讨论。
- 第 18 章，“公司治理”一章进行了修改，以更好地解释股东、董事、管理者之间的关系。这一章对管理者薪酬实践进行了回顾，并进行了更加细致的分析。

案例的更新

除第 1 章外，每章结尾都包括一个案例。这些案例说明了该章中一个或多个主题。第 12 版中增加了 3 个新案例。

- “世贸组织中的大卫与歌利亚”讲述了安提瓜和巴布达岛这个小岛国是如何在世贸组织中挑战美国的。该国经营着离岸网络赌博业，他们认为美国禁止大多数的网络赌博是设置了不公平的贸易壁垒。
- “从风险中获利”是关于洛杉矶的一家杀虫剂生产商推行独特战略的故事。大型农业化工企业已经开始从事更先进、更安全的杀虫剂生产了，该公司则从他们那里购买旧的、危险性大的杀虫剂经营权，再将此类杀虫剂卖到仍被视为合法的边缘市场，以获取巨额利润。
- “惠普的正午”将读者带入关于董事恰当角色的董事会权力斗争中，并引导读者就“泄密调查丑闻”及首席执行官卡莉·费奥瑞娜与董事会主席帕特里夏·邓恩的辞职事件展开讨论。

每章的热身故事

和以往的版本一样，每章开头都有一个关于公司、人物或政府行为的真实故事。这一版出现了 7 个新故事。

- “比尔与梅林达·盖茨基金会”。盖茨基金会的捐赠规模比 112 个国家的 GDP 还大，但它遇到的问题也很多。微软的幕后天才能解决这些问题吗？
- “今天的裁决是我们立法体系的胜利……”。在所有因公司欺诈丑闻而被审判的管理者当中，世通（WorldCom）公司的柏纳德·埃贝斯被判刑期最久，长达 25 年，这甚至超过了对黑手党或一般杀人犯的惩罚。他的罪行真的那么严重吗？
- “亚布拉莫夫丑闻”。这个案例故事展现了因这一丑闻而毁灭的四个人的故事——杰克·阿布拉莫夫，还有众议院议员汤姆·迪雷、鲍伯·内、和兰迪·杜克·坎宁安。
- “管制规则：美国通信委员会与美国哥伦比亚广播公司”。哥伦比亚广播公司在超级碗直播中播放珍妮·杰克逊露胸节目之后，美国通信委员会以播放不雅镜头为由对哥伦比亚广播公司进行了法律允许的最大金额的罚款。这个故事描述了哥伦比亚广播公司的相关行为，也提出了关于罚款公正性的问题。
- “商业城市中的铁路站场”。四个铁路站场的柴油机排气增加了洛杉矶居民患癌症的风险。这个故事解释了相关风险，并说明工业污染带来的细微的、不易被察觉的危险。
- “2007 年反就业歧视法”。众议院有史以来第一次通过议案，让赌博者、同性恋者、双性恋者与其他美国人一样，享有《1964 年民权法案》赋予的就业权。这一议案至今还没有成为法律。它应该成为法律吗？
- “麦奎尔博士的回溯”。值得注意的是，美国联合健康集团的首席执行官威廉·麦奎尔博士似乎总能在公司股价跌到季度或年度低点时获得股票期权。当发表于《华尔街日报》的一项研究表明，选择这些日期的概率只有两亿分之一时，各方力量行动起来，终结了麦奎尔的职业生涯。

致 谢

我们要感谢一长串的作者，从古雅典的学者到今天的学者。他们的作品为我们提供了有益的参考。我们要感谢多年来和我们一起走过这段路程的管理学会的同事和朋友们。我们在合适的地方引用了他们的研究成果。

在这一版中，下列审稿人根据自己的洞见，为我们的修订工作提供了指导。他们是：

Carlos Alsua	阿拉斯加大学
Ruby Barker	塔尔顿州立大学
Richard Coughlan	里奇蒙德大学
James J. Freiburger	新罕布什尔南方大学
Marilyn Kaplan	达拉斯得克萨斯大学
John Keiser	纽约州立大学布鲁克波特学院
Kelly M. Kilcrease	法兰克林·皮尔斯学院
Steven Kreft	印第安那大学
Karen Moustafa	印第安那大学 / 普度大学韦恩堡分校
Diana Sharpe	蒙茅斯大学
Ivan Vernon	克利夫兰州立大学

我们要感谢洛杉矶加利福尼亚州立大学的 Robert Goldstone，他为我们开启了新思想。我们也要感谢约翰·肯尼迪纪念图书馆的 Alan Stein，他在这项研究过程中提供了持久的建议和帮助。另外，我们还要感谢华盛顿大学的 Deborah F. Dubin、克利夫兰州立大学的 St. Louis 和 Andrew C. Gross，他们提出了重要的建设性意见。

我们要感谢出色的编辑团队，包括 McGraw-Hill/Irwin 的策划编辑 Dana Woo 和编辑助理 Sara E.K. Hunter、Aptara 公司的项目经理 Jodi Dowling。他们的技能和努力都在本书上留下了印记。更重要的是，他们的耐心和忠诚，使这本书最终得以出版。我们也向文字编辑 Gretlyn Cline 表示感谢，他如此认真而出色地完成了脚本的细节工作。

最后，我们要感谢 Deborah Luedy，她对我们的工作给予了友善而充分的支持。感谢 Isabel Heinmiller 用慷慨亲切的方式所做的润色。

这一版和以往所有版一样，是难以想象地、无时无刻不获取海量信息的结果。由于上述所有人的努力，它的质量才会比上一版更上一层楼。

约翰·斯坦纳

乔治·斯坦纳

简要目录

前 言 xiii

致 谢 xvi

第1章 企业、政府与社会研究导论 1

第2章 企业环境 18

第3章 企业影响力 48

第4章 对企业的批判 74

第5章 企业社会责任 108

第6章 践行企业社会责任 139

第7章 商业伦理 168

第8章 企业中的伦理决策 204

第9章 政治中的企业 232

第10章 管制企业 269

第11章 跨国公司 299

第12章 全球化 335

第13章 工业污染与环境政策 366

第14章 环境质量管理 397

第15章 消费主义 427

第16章 变化中的工作场所 457

第17章 工作场所中的公民权 488

第18章 公司治理 528

参考文献及注释 560

详细目录

前 言 xiii

致 谢 xvi

第1章

企业、政府与社会研究导论 1

埃克森美孚公司 1

界定企业—政府—社会的研究领域 3

企业—政府—社会研究对管理者的重要性 6

企业—政府—社会关系的四种模型 6

市场资本主义模型 7

主导模型 10

对抗力量模型 12

利益相关者模型 13

本书的分析方法 15

综合性 16

以管理为核心的跨学科方法 16

使用理论、描述与案例研究 16

全球视角 17

历史视角 17

第2章

企业环境 18

荷兰皇家壳牌有限公司 18

改变企业环境的历史力量 19

工业革命 20

不平等 21

人口增长 24

技 术 25

全球化 26

国 家 27

主导意识形态 28

伟大的领导者 29

机 会 30

企业的七种关键环境要素 30

经济环境 31

技术环境 32

文化环境 33

政府环境 35

法律环境 36

自然环境 37

内部环境 38

结 论 39

案 例 美国毛皮公司 40

第3章

企业影响力 48

詹姆斯·杜克和美国烟草公司 48

企业影响力的性质 50

什么是影响力 50

企业影响力的层面与范围 51

铁路的故事 53

关于企业影响力的两种观点 56

主导理论 57

多边制衡理论 61

结 论 65

案 例 约翰·洛克菲勒与标准石油公司 65

第4章

对企业的批判 74

“琼斯妈妈”——玛丽·琼斯 74

企业批判主义的理论来源 76

古希腊和古罗马 77

中世纪世界 78

现代世界 79

美国的企业批判理论 79

殖民时期 79

年轻的国度 80

1800~1865年 82

平民主义和进步主义 83

社会主义 85

经济大萧条和第二次世界大战 88

信心崩溃 90

新进步运动 91

全球性批评 94

全球行动主义 96

结 论 99

案 例 抗议肯德基的运动 100

第5章

企业社会责任 108

默克制药公司 108

企业社会责任思想的演化 110

古典经济学理论中的社会责任 111

早期的慈善冲动 111

19世纪末和20世纪早期的社会责任 113

1950年至现在 115

社会责任的基本要素 117

企业社会责任的一般原则 118

企业社会效益与财务绩效是否相关 119

全球背景下的企业社会责任 120

全球企业的社会责任 122

对全球企业社会责任体系演进的评价 128

结 论 129

案 例 通用电气的韦尔奇时代 130

第6章

践行企业社会责任 139

比尔及梅琳达·盖茨基金会 139

管理积极回应的公司 141

领导力和商业模式 141

企业社会责任践行模型 143

评估企业社会责任环境 143

企业社会责任战略 146

执行企业社会责任战略 147

报告和审验 149

企业慈善 151

企业捐赠形式 153

战略捐赠 154

慈善营销 156

慈善的新形式 157

结 论 158

案 例 马克·卡斯基和耐克公司 159

第7章

商业伦理 168

“今天的判决是我们法律体系的伟大胜利……” 168

什么是商业伦理 170

商业伦理的两种理论 171

商业伦理价值观的主要来源 173

宗 教 174

哲 学 175

文 化 177

法 律 179

影响商业伦理的因素 182

领 导 183

战略和政策 184

公司文化	185
个人特点	188
企业如何管理伦理	188
伦理计划：未来是否更强大	194
结 论	195
案 例 玛莎·斯图尔特审判	195

第8章

企业中的伦理决策 204

原野中的房地产经纪入 204

伦理行为原则 205

绝对命令 206

传统伦理观 207

公开规则 207

中庸 208

结果—手段伦理观 208

黄金律 209

直觉伦理观 209

强权即公理 210

组织伦理观 211

平等自由原则 211

权衡性原则 212

权利伦理观 212

公正理论 213

功利主义伦理观 214

用原则推断 215

品格发展 217

伦理决策的建议 217

结 论 219

案 例 伦理推理小问题 220
Columbia / HCA 224

第9章

政治中的企业 232

亚布拉莫夫丑闻 232

美国政府的开放结构 235

企业支配政治的历史 237

奠 基 237

优势、腐败与改革 237

新政下企业的衰退 239

战后政治与风云变幻 240

反对组织的崛起 241

政府影响力的传播 241

统一企业利益的组织 243

游 说 245

游说方法 246

对游说者的管制 248

企业在政治选举中的角色 248

限制企业影响的努力 249

《联邦选举法》 250

政治行动委员会 251

政治行动委员会如何运作 252

软钱与议题宣传 253

2002年的立法改革 254

公司政治表达的张力 257

结 论 259

案 例 Westar公司走向华盛顿 259

第10章

管制企业 269

管制记录：联邦通讯委员会处罚哥伦比亚广
播公司 269

政府管制企业的原因 271

市场的缺陷 271

管制的社会和政治原因 272

发展历程 273

第一波浪潮：年轻的国家 273

第二波浪潮：面对铁路与信托公司 274

第三波浪潮：新政 275

第四波浪潮：管制社会变革 276