

Research on Evaluation for Enterprise Citizen and Credit Governance

# 企业公民与 信用治理评价研究

叶陈毅 著

 人民出版社

Research on Evaluation for Enterprise Citizen and Credit Governance

# 企业公民与 信用治理评价研究

叶陈毅 著

 人 民 出 版 社

责任编辑：张伟珍

封面设计：吴燕妮

责任校对：张红霞

### 图书在版编目（CIP）数据

企业公民与信用治理评价研究 / 叶陈毅 著 .

—北京：人民出版社，2015.5

ISBN 978-7-01-014192-3

I. ①企… II. ①叶… III. ①企业信用—研究 IV. ①F830.56

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 273428 号

## 企业公民与信用治理评价研究

QIYE GONGMIN YU XINYONG ZHILI PINGJIA YANJIU

叶陈毅 著

人民出版社 出版发行

（100706 北京市东城区隆福寺街 99 号）

北京龙之冉印务有限公司印刷 新华书店经销

2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月北京第 1 次印刷

开本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张：19.5

字数：275 千字

ISBN 978-7-01-014192-3 定价：49.80 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话（010）65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

# 序 言

诚信是国家的财富与企业的灵魂。良好的信用是建立规范的市场经济秩序的保证，是企业宝贵的无形资产，也是核心竞争力的首要象征。市场经济首先体现为法制经济，市场经济的有效运转需要制度提供保障。市场经济还体现为信用经济。作为非正式化规则的信用在某些情况下对节约交易费用、提高经济效率更为重要。而企业信用道德正是对公司治理研究的纵深发展和最终归宿。“企业公民”不仅仅是指利润与股东利益，而是指企业理性选择下所承担的所有社会责任，要做有社会责任感和信用道德感的“人”。

该书立足于市场经济是伦理经济这一理念，从企业社会责任的视角探讨企业信用治理及其评价体系的理论及实践问题。其研究意义主要体现在以下三个方面：首先，增强新时代企业国际竞争力，促进稳健经营与可持续发展。国际上推行的“企业公民”是表达企业社会责任的新术语，是关于企业、政府和社会新的契约关系。公民意味着法律保障下的权力和义务，“企业公民”自诞生以来，其先进的核心理念便得到国内外有识企业家的推崇。树立“企业公民”意识可获得人才优势与良好信誉，还能降低成本、提高经营业绩。商业道德、社会责任已成为企业提高国际竞争力的重要因素。其次，顺应企业伦理的现实发展，与构建和谐社会的客观需求相契合。实现和谐社会的宏伟目标，对企业来说关键

就是构建和谐企业，成为企业公民。从国际趋势看，中国最现实的选择就是在大力发展产业经济、参与国际竞争同时，协调好企业与人、政府、社区、环境等之间的关系，推进稳妥可持续发展。“企业公民”是构建和谐企业的必然选择。再次，建立企业信用评价指标，能切实优化公司治理评价体系。目前在西方社会，企业是否具有企业公民人格，已经成为社会衡量企业优劣的重要指标。令人遗憾的是，在近 20 年年均 GDP 增长率保持 9% 左右的、被誉为世界经济发动机之一的我国绝大多数企业的公民身份是缺失的。近年来投资者越来越关注公司治理质量。麦肯锡（Mickensey，2000）发表的投资者调查报告显示，80% 以上的投资者愿意为公司治理良好和拥有高度社会责任的公司股票支付更高的溢价。评价公司治理状况能帮助政府提高监管效能，还能加快构建社会声誉机制与筑造公司伦理实证研究平台。

“业无信不兴，市无信则乱。”培育信用道德，构建信用治理体系，是市场经济有序运行的重要条件。我国企业界早有守信重诺的优良传统。如中华老字号杭州的胡庆余堂，坚持抱守的也是“戒欺”的企业精神。纵观美国通用电气、日本松下电子等世界成功企业，迪尔在《新企业文化》、茨威尔在《创造基于能力的企业文化》中都论证了一个主题——诚信作为企业生存发展和企业核心竞争力之基是不能动摇的。信用对企业发展的有益作用表现为节省交易成本，提高经济效益；增强企业凝聚力和向心力；有助于塑造企业核心竞争力。因而加强企业信用治理，培育信用文化成为提高企业核心竞争力的关键。

中国企业素有重义轻利、生财有道等中华民族优良传统和高尚价值观。在经济全球化条件下，企业在发展生产、提高效益的同时，还要在尊重人权、劳工标准、保护劳动者权益、环境保护、诚信商誉、提高就业水平、热心公益事业和促进社区稳定等方面，尽到自己的责任。企业自觉地构建以推动社会进步主流价值观的企业价值体系，争当一个有社会责任感的企业公民，必将有利于企业健康与持续的发展，同时也必将是企业未来的发展趋势。

随着世界经济一体化进程的加快和我国“入世”企业面临的环境范围空前扩大，其开放性、联动性也日益增强。该书结合转轨时期中国企业信用治理实践出现的新问题，探讨目前企业信用治理问题的制度性诱因等内生因素，提出企业信用治理的基本原则和设计思路，强调既要借鉴国外成功经验，又要立足本国实际。作者认为，企业信用治理体系应由制度安排和信用文化以及运行机制三大部分组成。其中有形约束的法律制度是保障，无形约束的道德文化是灵魂，运行机制是体系程序发挥作用的必要前提，三者相辅相成，缺一不可。企业信用治理过程需要具备相应的体系内容分析结构。该书的特色与创新主要体现如下：

(1) 借鉴和吸收国内外最新学术研究成果，从企业社会责任的视角出发，以“理论分析—实际研究—对策建议”为主线，探讨企业社会责任与企业公民范畴的界定及协调，从多元社会环境、企业批评与企业回应等层面审视企业品行，提出企业公民报告的内容、格式、流程及定期考核等方式，构想改善企业社会表现的战略控制型最优方案。

(2) 重点研究企业信用治理体系及内容结构，着力探讨企业信用治理的制度安排、文化构建与运行机制问题，拟定中国企业信用风险治理的框架设计，提出建立企业信用治理体系的基本原则和总体思路。设计企业信用治理体系制度规范的整体框架，即建立密切相关的内部治理、法律奖惩、信息披露监管、激励约束等系列制度。重点要抓好企业信用治理的文化建设，信用制度只有借助于企业道德准则的力量才能切实执行。应从伦理道德规范上塑造中国特色的企业信用文化模式，加强信用道德教育，优化外部环境。

(3) 侧重研究企业信用风险治理的实施途径，具体探讨企业信用风险治理的制度变迁、激励和选择，中国企业信用治理微观机制设计与案例；基于企业财务数据的信用分析、企业信用风险分解与度量方法、企业信用风险的价值链管理等。着力研究企业信用治理运行机制，主要从企业信用的自律机制与他律机制以及企业信用评估服务机制这三方面构建。企业信用的平衡需要他律机制与自律机制的相互约束。

(4) 结合企业信用治理理论与数理方法,从股东权益与控股股东行为、董事会、监事会、经理层、信息披露信用评价指标以及利益相关者信用评价指标等维度,构建企业信用评价指标体系与标准,探讨信用治理综合评价模型及治理指数等级划分问题。根据我国相关情况的实际调查,提出优化企业信用评价体系的对策方略,构建企业社会责任会计报告的体系框架,确立企业信用评价机制模型,从而优化企业公民与信用治理评价体系。

该书研究重视企业伦理、信用治理与企业公民思想的创新,在提出企业伦理、商业伦理与职业道德基本架构分析的基础上,进一步深化企业伦理领域的科学问题研究,力图实现对企业公民、信用治理理论和信用评价系统研究的全新诠释。旨在构建与改善企业信用治理机制,建立与优化企业信用评价体系。期望对我国企业界科学完整地把握企业公民内涵与信用治理体系,提升社会责任与信用管理水平有所帮助。

对企业伦理的研究在国外特别是在西方发达国家,已达到较高水平,讲究企业伦理是世界上几乎所有的最优企业的共性。近年来,企业伦理正在成为国内外学术界普遍关注的焦点课题。但由于企业伦理研究所具有的多学科交叉、不同国家公司伦理模式并存等特点,使得目前企业伦理领域的理论体系尚处在不断发展和完善过程中,特别是在以下领域表现得更加明显:企业伦理活动需要在清晰的社会范围和责任边界中展开;利益相关者参与企业信用治理理论,目前研究往往陷于对利益相关者的企业信用权责界定和资格争论上,缺乏利益相关者参与企业信用治理的系统分析;从企业理论结构看,有的企业表面上并没有公司治理问题,但深层却存在企业信用道德缺陷。目前针对上述问题的理论研究还较为薄弱,有待进一步完善与丰富。考虑到中国体制转轨中的企业伦理特有的复杂性和不确定性,这就要求我们立足于发展的历史与现实,在充分借鉴发达国家的成功经验和深入理性反思的基础上,从理论与实践两个层面积极推动企业伦理理论创新与应用发展。

该书系国家自然科学基金课题(项目编号:70772008)和河北省高

校学科拔尖人才选拔与培养计划资助课题“河北省企业信用治理结构、评估系统与机制创新研究”（项目编号：CPRC049）的研究成果，是在叶陈毅博士的国家自然科学基金项目结题报告《企业公民、信用治理及其评价体系研究》的基础上，修改、补充形成的。

值得称道的是，此课题获批资助 19 万元，实现石家庄经济学院会计学院国家级课题零的突破，也是该校文科类取得自然科学基金项目首例。课题主持人叶陈毅博士作为高级访问学者曾出访英伦高等学府伯明翰大学，紧跟国际学术前沿，与国外科研院校展开深度合作与广泛交流，在国内外大型研讨会发表相关专题演讲，先后获得了大量的研究成果与科研奖励，如发表相关的专业论文 54 篇（其中核心 39 篇，5 篇被中国人民大学报刊复印资料全文转载），合著、主编、主译出版相关著作、国家规划教材与论著共 6 本，主持与承担相关课题 3 个（已结题）。荣获 2009 年校级科研标兵、2010 年“河北省高校百名优秀创新人才”等奖励。

如何加强企业公民、信用治理评价系统建设在我国是一项新颖课题，由于作者的经验、能力和见识所限，该书很有可能出现一些缺陷与遗漏，日后尚需继续探索和不断改善。真诚祈望企业界的良友、学术界的同事多加教导、指正与鼓励，并深表感谢！

该书结构合理，层次清楚，资料翔实，内容丰富新颖，表述准确恰当，已具备相当高层次的学术水平和独特品质。尤为难得的是作者精益求精，与时俱进，融入“名人格言”、“要点预知”、“专栏”、“实例”以及精选案例等，全书充满智慧哲理性与知识趣味性，使此书拥有雅俗共赏的可读性，为此推荐该书给亲爱的读者们，但愿能得到大家的肯定与喜爱。

于玉林

（天津财经大学博士生导师、教授）

2014 年 10 月



# 目 录

序 言 .....	于玉林 1
第一章 导 论 .....	1
第一节 历史背景与世纪期盼 .....	1
第二节 相关研究文献回顾 .....	15
第三节 研究目标与研究内容 .....	36
第四节 研究方案及特色创新 .....	43
第五节 本章小结 .....	50
第二章 企业公民与信用评价的基本理论 .....	52
第一节 企业公民、信用治理的时代使命 .....	52
第二节 企业公民的学科理论基础 .....	59
第三节 企业信用及其评估的理论基础 .....	67
第四节 本章小结 .....	76
第三章 企业公民的内涵与要求 .....	78
第一节 何谓企业社会责任 .....	78

第二节	企业公民的演变历程	84
第三节	企业公民的界定及识别	88
第四节	企业公民的国际化标准	92
第五节	企业公民的基本内容与格式规范	100
第六节	本章小结	111
第四章	企业公民报告、信用现状及提升对策	113
第一节	企业公民报告概述	114
第二节	企业社会责任报告的动态控制模型的构建	116
第三节	企业社会责任会计报告的体系框架	120
第四节	企业信用与社会责任的情况调查及治理策略	136
第五节	本章小结	166
第五章	企业信用治理的系统结构	168
第一节	信用治理是企业治理的第一要素	168
第二节	企业治理层面重要的信用原则	173
第三节	企业内部治理的信用准则	174
第四节	企业外部治理的信用环境改善	194
第五节	本章小结	205
第六章	企业信用治理与社会责任评价体系	207
第一节	作为治理基础的企业信用治理	207
第二节	企业信用治理微观机制	213
第三节	企业信用评价机制模型	217
第四节	企业公民报告的评价标准	223
第五节	企业公民、信用治理评价体系的拓展创新	229
第六节	本章小结	254

第七章 总结与展望.....	256
第一节 全书总结.....	256
第二节 研究前瞻.....	261
参考文献.....	264
附录 企业社会责任与信用治理精选案例.....	271
后 记.....	298

# 第一章 导 论

慎终如始，则无败事。

——老子

高尚、伟大的代价就是责任。

——丘吉尔

## 要 点：

- 加强企业公民与信用治理评价的重要性与必然性。
- 关于企业社会责任与信用评价的国内外文献综述。
- 企业信用的研究目标、对象、方法、路径与特征。
- 企业公民及其信用的研究方案、特色创新与整体思路。

## 第一节 历史背景与世纪期盼

信用作为现代化的生命线，亦是企业立身之本。市场经济既是法治经济，也是信用经济。市场经济首先体现为法制经济，市场经济的有效运转需要制度提供保障。法律作为正式化规则对市场经济的运行起着

重要的调节作用。其次，市场经济体现为信用经济，正如江泽民指出：“没有信用，就没有秩序，市场经济就不能健康发展。”作为非正式化规则的信用在某些情况下对节约交易费用、提高经济效益更为重要。市场经济还体现为伦理经济，讲究仁义礼智信，倡导温良恭俭让，依靠义务、良心、荣誉、节操、人格来建立相互交往的友好关系，以确保企业公民与社会成员的行为合法合情合理，推进社会和谐、稳定、协调发展。党的十六届三中全会通过的《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》指出：“形成以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会信用制度，是建立现代市场经济体系的必要条件，也是规范市场经济秩序的治本之策。”2005年10月27日修订颁布的《中华人民共和国公司法》第五条明确要求：“公司从事经营活动，必须遵守法律、行政法规，遵守社会公德、商业道德，诚实守信，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任。”

2013年8月，习近平在全国宣传思想工作会议上指出：中华优秀传统文化是中华民族突出优势，是我们最深厚的文化软实力。中国传统文化博大精深，学习掌握思想精华，对树立正确的企业责任感与价值观很有助益。“企业公民”不仅仅是指利润与股东利益，而是指企业理性选择下所承担的所有社会责任，这就意味着企业不能只满足于做个“经济人”，还要做一个有社会责任感和信用道德感的“人”。这是中国企业参与国际竞争的客观要求，也是贡献于和谐社会的必由之路。

本书立足市场经济是伦理经济这一理念，从企业社会责任的视角探讨企业公民、信用治理及其评价系统等若干重要理论及实践问题，以期对加快中国公司治理进程，提高中国企业管理绩效，为规范企业行为、推进社会与企业正义、落实社会主义荣辱观、创建和谐社会发挥积极作用。

随着世界经济由工业化时代向信息化、知识化时代的转变，中国的社会经济发展也走上了以工业化推动信息化、信息化带动工业化发展的新型工业化之路。在当代社会中，作为市场经济主体的企业，不仅是商

品和劳务的生产、经营者，也是非常重要的社会主体，在社会活动中必须承担特定的责任。“企业公民”概念蕴含着社会对企业提出的要求，意味着企业同自然人公民一样，应承担起对社会各方面的责任和义务，是企业树立信誉传播品牌的有力武器。这样“企业公民”无疑就成为当前企业管理和实践研究的主题。而信用是企业激烈的市场竞争中生存和发展的基础，是提高竞争力的关键。但目前企业信用关系混乱，造假售假、坑蒙拐骗、合同欺诈、毁约违约、恶意骗约、拖贷逃债、偷税漏税、上市公司的过度包装及提供虚假信息等系列失信行为频频发生，已成为制约我国经济快速增长的“顽疾”。

据中国企业联合会理事长张彦宁所披露，中国一些企业因为信用缺失而导致的直接和间接的经济损失高达 5855 亿元，相当于中国年财政收入的 37%，中国国民生产总值每年因此至少减少 2 个百分点。美国管理协会的专家曾指出：中国企业在信用管理上的空白将是新的市场环境下发展的最大障碍之一。面对经济全球化的严峻挑战，我国经济深化对外开放和“新经济”时代的到来，对企业资信提出了更迫切、更严格的要求，整顿经济秩序，建立和完善企业信用治理体系，已成为我国加入世界贸易组织（World Trade Organization）后企业面临的当务之急。

国内外学术界半个多世纪以来都在着力开展公司治理研究，实务界则在努力改进公司治理结构，完善与健全公司治理机制，提升公司治理绩效，以期在更大范围内履行公司的社会责任。人们发现，国内外卓有成效的公司治理企业几乎都建立在优良的企业伦理道德与企业文化基础之上。原因在于，作为现代公司权力制衡机制和决策保障机制的公司治理本身就遵循资本证券市场的公平、公开、公正、公信原则，而这正体现着企业伦理道德与企业文化建设的本质要求；企业伦理道德和企业文化思想只有渗透到公司治理制度建设与公司治理指标评价考核要求之中方能发挥其巨大的效能。伴随着公司治理的社会重视程度日渐提高，企业伦理也日益备受世人关注。特别是中、俄等新兴市场国家企业体制转轨中出现的“内部人控制”现象和本世纪初欧美等地相继曝出的公司财

务造假事件，促使人们重新审视公司治理与企业伦理，以寻找因法律滞后而出现贿赂、胁迫、欺骗、盗窃、贪污浪费、损公肥私、违规低效、不作为与不公正歧视等日趋严重有违伦理道德问题（因有些未达到违法界限而无法制裁）的应对之策。

权威研究机构针对美国及 13 个亚洲国家和地区所做的“公司治理品质评比”调查结果显示，中国大陆在 14 个国家和地区中排名倒数第二（政治经济风险顾问 Political Economical Risk Consultant, 2002）。南开大学公司治理研究中心(2005)对中国公司治理状况的评价研究揭示，中国公司平均治理指数为 51.3，公司不履行社会责任、控股股东侵害公司利益、独立董事形同虚设、中小股东利益不能得到有效保护、公司内部外部会计审计假账等问题相当突出，看上去这些都是公司治理不到位所致，究其根源则是这些企业的伦理道德严重缺失。

如前所述，开展企业公民、信用治理及其评价系统研究是推动企业永续经营、企业伦理实践发展与理论创新，建设当代和谐社会的迫切需要，其意义主要体现在以下四个方面。

## 一、增强新时代企业国际竞争力，促进稳健经营与可持续发展

国际上推行的“企业公民”是表达企业社会责任的新术语。更容易理解的解释是，公民意味着法律保障下的权利和义务，而企业公民是关于企业、政府和社会的新契约关系。“企业公民”自诞生以来，其先进的核心理念便得到国内外有识企业家的推崇。它打破了企业单纯追求经济效益、追求规模的生存方式，倡导“企业公民观”，认为公司的成功与社会的健康和福利密切相关，这不但可以为企业寻求与政府、社会之间的良性互动，也将是企业走可持续发展之路的首要抉择。正如福特汽车公司董事长兼首席执行官比尔·福特认为的：“一个好的企业能为顾客提供优秀的产品和服务，而一个伟大的企业不仅能够为顾客提供优秀

的产品和服务，还竭尽全力使这个世界变得更美好。”

根据资源基础学派的战略理论，资源的占有和获取能力是企业竞争优势的重要来源，增强企业资源获取的能力将有利于提高企业竞争的能力。当企业认真履行企业公民职责，自觉承担与之相关的社会责任时可以提高获取经营资源和社会认可的能力，因此，企业公民行为将成为新的条件下企业竞争力的源泉。世界领先企业非常重视企业公民问题，并进行了许多有益实践。如通用电气公司（GE, General Electric Company）、国际商业机器公司（IBM, International Business Machines Corporation）、惠普、福特、索尼、通用汽车等公司都是企业公民行为公认的楷模。安利已累计支持中国 800 多项慈善公益事业，投入及捐款累计超过 7000 万元涉及环保、儿童、教育、赈灾和精神文明等各个方面；柯达公司推动银行为下岗工人提供购买彩扩设备的贷款，帮助他们实现再就业……与之相应的是，这些跨国公司在中国的美誉度越来越高，生意也越做越红。据调查，44%被访首席执行官（CEO, Chief Executive Officer）出版某种形式的报告，说明本公司的企业公民行为，77%公司应用网站进行企业公民交流。从通用电气公司（GE）企业公民的元素金字塔图中可以发现，诚信与法制已成为“企业公民意识”的源动力。

公司的综合竞争实力是企业能否发展壮大关键因素。未来具有国际竞争力的公司，应该是技术领先、管理先进，并且要对社会负责的具有“企业公民”意识的企业，是能将社会、环境以及企业利益相关者的责任成功地融入企业战略、组织结构和商业经营过程的企业。传统的成本、质量、供货期将不再是未来市场竞争的不二法则，而商业道德、社会责任已经成为企业提高国际竞争力的重要因素，主要体现如下几点：

#### 1. 树立“企业公民”意识可以获得人才上的优势

企业的竞争最终是人才的竞争，是否能获得人才上的优势是提高企业竞争力的前提条件。而企业的竞争力又是企业能否生存乃至壮大的关键。如果企业的价值观只追求利润最大化，不承担任何社会责任，



那么员工不认同企业目标必然导致企业战略错位、组织和制度混乱、企业文化不良等系列问题。这样的企业内耗大大增加、人才频频流失，使竞争力变弱，企业最终也不可能持续地赢得成功。

## 2. 树立“企业公民”意识可以获得良好的社会信誉

因为企业能主动承担社会责任也是展示自身实力、产生广告效应的绝佳手段，能够为企业创造良好的外部氛围，能提高企业的社会声誉，获得公众的信赖，赢得回头客，确保企业的可持续发展。企业不仅要学会怎样挣钱，还要学习如何花钱，即取之于社会用之于社会，这样才能不断做大做强。

## 3. 树立“企业公民”意识从长期看可以降低成本

很多企业没有树立“企业公民”意识，不愿承担社会责任，就是认为这要付出额外成本，而这成本又似乎没有什么显性的回报。其实长期看，树立“企业公民”意识带给企业的收益远远大于企业暂时付出的“额外成本”。树立“企业公民”意识的企业，能提高企业的社会声誉、公众的信赖，产生名牌效应；能稳定员工队伍，降低培训成本；很容易获得政府的支持以及企业上下游的合作，大大地降低了合作成本。

## 4. 树立“企业公民”意识能提高企业经营业绩

众多的研究成果显示，越是具有“企业公民”意识的企业，其产品和服务就越有可能获得更大的市场份额。随着顾客社会意识逐步地加强，他们不单单注重产品是否能满足自己的关键购买因素如价格、质量、安全、便利等，而是关心产品是如何生产出来的。对消费者来说，很难接受一件违背商业道德企业所生产出来的产品。在商品经济高度发展、市场竞争十分激烈的今天，消费者不可能对商品进行仔细的分析比较，在购买时生产企业的社会责任将成为消费者的首选标准。

经济全球化进程加快和科学技术迅速发展，促进了国与国之间的交流与合作，加快了经济和社会发展，但其负面影响也日趋明显，贫富差距加大、失业人员增多、生态环境恶化等问题日益严重，社会责任问题已经引起了国际社会的广泛关注。随着经济社会的发展，企业的经营理