



中国科学院规划教材

ZHONGGUO KEXUEYUAN GUIHUA JIAOCAI

# 企业伦理学

徐金发 等 编著



科学出版社

[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

中国科学院规划教材

# 企业伦理学

徐金发 等 编著

科学出版社

北京

## 内 容 简 介

本书系统地介绍了企业伦理学的内容,主要包括国内外企业伦理学的构成及其形成发展过程;着重叙述了我国企业伦理学的特点,尤其是我国古代、近代企业伦理思想及其实践的典型案例。本书每一章后面都附有案例讨论和复习思考题,帮助学习者巩固知识、加深理解。

本书适合作为经济管理类专业本科生、研究生的教科书,对于有兴趣了解、熟悉企业伦理学知识的社会人员,本书也是一本颇具特点的通俗读物。

### 图书在版编目(CIP)数据

---

企业伦理学/徐金发等编著. —北京:科学出版社,2008

中国科学院规划教材

ISBN 978-7-03-022260-2

I. 企… II. 徐… III. 企业管理-伦理学-教材 IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 082912 号

---

责任编辑:林 建 李俊峰 / 责任校对:刘小梅

责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

骏 志 印 刷 厂 印 刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2008 年 9 月 第 一 版 开本: B5(720×1000)

2008 年 9 月 第一次印刷 印张: 20

印数: 1—4 000 字数: 372 000

定价: 30.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换(环伟))

## 主要作者简介

徐金发，男，博士，教授，博士生导师，浙江大学企业成长研究中心主任。中国人民大学工业经济系本科、研究生毕业，获经济学硕士学位；浙江大学博士研究生毕业，获管理科学与工程学博士学位。大学毕业后在内蒙古一家钢铁厂工作八年。1982年以来在浙江大学任教，曾任浙江大学工商管理学院副院长兼浙江大学企业管理与市场营销学系主任等职。

从教二十多年来，先后指导了管理科学、企业管理两专业博士、硕士等各种层次研究生 350 余人；主持完成国家经济贸易委员会、国家经济体制改革委员会、国家计划委员会、国家财政部、国家安全部等部委委托的国家经济政策咨询课题，国家自然科学基金课题，浙江省、杭州市等政府部门委托课题以及东风汽车公司、镇海石化总厂、康恩贝集团等企业委托课题数十项。特别是 1986 年底，应国家经济贸易委员会邀请，主持完成国家经济政策咨询课题“我国企业集团发展趋势及其对策”，先后于 1986、1987、1988、1989、1991 年作为特邀代表五次出席“全国企业集团工作会议”，参与国家经济贸易委员会、国家经济体制改革委员会等发布的《关于组建和发展企业集团的几点意见》等文件的起草、咨询，在《管理世界》杂志发表“论企业集团的概念及其经营方式”以及在《中国工业经济》杂志发表“企业联合中的交易费用理论”等论文，为我国企业集团发展的理论研究与实践作出了贡献，受到国家有关部门及国外学者的充分肯定和赞誉。此外，公开发表《企业集团成因论》等著作 16 部以及论文 100 余篇。

1993 年起享受国务院特殊津贴，曾获共青团中央、全国学联、中国科协联合组织的竞赛园丁奖及省部级政府机构颁发的科技进步奖、著作奖等多项奖励。

目前兼杭州市企业家协会副会长、浙江省人民政府经济建设咨询委员会委员以及浙江龙盛集团股份有限公司等上市公司独立董事。



# 序

## 改革开放呼唤着企业伦理学

本书除少数章节外，其基本内容根据本人的“企业伦理学”讲稿（以下简称讲稿）整理而成。讲稿是最近几年笔者为高校管理学院不同层次的本科生、研究生以及各类企业的厂长、经理等研修班学员讲授企业伦理学用的。从讲稿变成正式出版物，笔者感到十分欣慰。它至少说明，企业伦理学已被越来越多的人士认可和接受，不但成为管理学院各类学生学习企业管理的必修课程，而不再是可讲可不讲、可学可不学的辅修课程，而且在企业管理实践中，企业伦理学日益受到青睐和器重。通俗地说，企业伦理学在企业管理学科中的地位，已经不再像西餐中的甜点，而是正餐了。

短短几年，变化如此之大，我想最根本的原因是：我国的改革开放呼唤着企业伦理学。

首先，从企业层面看，我国 30 年的企业改革是实现企业现代化的过程。正如本书第 4 章中所指出的，我国企业现代化先后经历了三个阶段：20 世纪 80 年代的技术创新，90 年代的制度创新，到目前的理念创新，每一个阶段都有着不同的目标、手段以实现其目的。在技术创新阶段和制度创新阶段，企业分别通过工艺、设备、产品创新等手段和产权、组织、管理创新等手段努力把企业做大、做强，使企业成为优秀、卓越的企业；而理念创新则不同，它在重视企业硬实力创新（设备、工艺、技术等）的同时，强调企业软实力创新。以企业伦理为核心内容的企业社会责任提升，成为目前企业软实力竞争的最重要领域，标志着我国企业现代化的新阶段，也是我国企业从小变大变强并成长为百年企业的根

本途径。

其次，我国企业现代化的另一标志是企业的国际化或称全球化。企业国际化，既包括外国企业跨入我国参与竞争，也包括我国企业跨出去参与竞争。无论是跨出去，还是跨进来，企业跨国经营，风险大为增加，其中就包括伦理风险，如我国生产的物美价廉的皮鞋屡遭焚烧，我国企业家们跨国经营中勤劳、节俭的经营品质屡遭排斥。毫无疑问，这是我国企业跨国经营中面临的伦理风险。这种多元化企业伦理的挑战是空前的。

再次，从宏观层面看，30年的改革、开放，我国企业为自己的国家、社会作出了巨大的贡献，如经济总量的增加、财富的积累、劳动就业的扩大、促进社会稳定，等等。但是应当承认，事情还有另外一面，我国的企业尤其是工业企业，是自然资源的主要消耗者，它对生态环境产生严重影响，甚至成为破坏环境的杀手；在经营过程中假冒伪劣、偷税漏税、行贿官员等现象屡见不鲜，也就是说，从总体来说，我国相当多的企业对其履行企业社会责任、履行企业伦理之理念相对淡薄。这不仅为加强国家法治提出了崭新课题，也为企业伦理学建设提供了舞台。可以说，无论是我国企业现代化还是企业国际化都在呼唤着企业伦理学。

如果说10年前企业伦理学著作在我国还属于凤毛麟角，那么如今已大不一样了，如雨后春笋，层出不穷。那么，与其他同类书籍相比，本书有何特色呢？我想下列几点还是明显的：

第一，我们努力希望把本书写成企业伦理而不是伦理企业，我们认为两者之间不太一样。因此在写作时，我们刻意留心：其一，企业伦理顾名思义是企业的伦理即伦理的主体是企业；其二，企业的伦理行为是自觉自愿的自律行为；其三，这里的企业伦理主要指企业内部而企业外部的伦理问题并不过多涉及。

第二，本书把企业伦理学分为企业伦理思想（理论）与企业伦理实践（活动），两者有联系，也有区别。在时间上，后者早于前者，企业伦理实践（活动）早就存在，而企业伦理思想（理论）的形成，却是20世纪40年代之后的事，在我国则更晚。在内容上，企业伦理实践（活动）要比企业伦理的理论丰富、生动得多。而企业伦理学正在形成过程中，它的研究目标虽不像企业管理的其他学科那样具有非常清晰的范围与界限，但我们仍可从丰富、生动的案例中得到比较和启发，也说明企业伦理学同企业管理学一样，既是科学又是艺术。

第三，本书中以较大篇幅叙述了我国企业伦理学的形成与发展，这基于两方面的考虑：其一，在我国企业管理学学科中，企业伦理学是最具有中华民族特色的，因为我国是个文明古国，我国企业伦理学以此为背景；其二，我国改革开放30年，其成就举世公认，应该有反映这一伟大实践的著作问世，其中包括企业伦理学。因此，我们不但要引进、学习别人的成果，同时更有义务、责任及时总

结、传播我们自己企业伦理方面的思想和实践。现在已是时候了。

第四，尽管本书中引用了一些国外企业伦理学理论及其实践案例，但我们把重点放在国内，着重阐述具有中华民族特色的企业伦理学，包括改革开放 30 年的经验，而且延伸到我国近代、古代的企业伦理或个人经商伦理，以证明伦理是历史、文化的沉积，具有继承性。特别是对近代中国企业伦理思想及实践的叙述，在同类教科书及类似的书籍中未曾见到过。

第五，伦理思想，说玄也玄；但伦理活动是实实在在的，是滴水中见太阳的事。企业伦理也一样，很高尚、伟大，但却很具体、很亲近，因此我们尽量把本书写得生动、活泼，尽可能贴近实际，当然难度很大，只是尽力了。希望此书不仅仅是一本教科书，而且也可作为一本普及性读物献给读者。

在撰写过程中，一批有学术造诣而又有一定实践经验的博、硕士研究生参加了写作。通过写作使他们展示了自己的才华，同时也拓宽了视野和思辨能力。他们是：姜涛（第 6 章）、施瑞龙（第 7 章）、郗河（第 8 章）、刘慧杰（第 9 章）、徐双庆（第 10 章）、林枫（第 11 章），其余六章及序言等均由笔者完成，同时由笔者总纂全书，并因此承担相应的责任。写书是件遗憾的事，许多好东西来不及写进去，已经写进去的也不都十分满意。因此，如有失误，恳请广大读者不吝赐教，我们今后修正。

还应当指出的是，在撰写本著作过程中，我们阅读了国内外许多相关著作、论文，并在本书中引用了他们的一些观点、材料，甚至部分较完整的案例，我们注明了它们的来源、出处。趁此机会，向他们表示诚挚的谢意！同时还应当感谢科学出版社的林建编辑，他的热情邀请和鼎力相助，保证了本书的顺利出版。此外，浙江大学城市学院周金其博士、浙江工业大学经贸学院郑胜华博士、杭州电子科技大学管理学院院长王核成教授及华立集团、万向集团、娃哈哈集团、康恩贝集团等人士与企业为本书的撰写、出版提供了帮助和支持，在此向他们深表谢意！

徐金发

2008 年 4 月 30 日于杭州西子湖畔

# 目 录

## 序 改革开放呼唤着企业伦理学

<b>第1章</b>	
企业 .....	1
1.1 企业的性质 .....	1
1.2 企业形态 .....	4
1.3 企业的经营管理 .....	6
1.4 企业理念 .....	10
案例讨论：宝山集团走共同富裕之路 .....	14
复习思考题 .....	16
本章主要参考书目 .....	16
<b>第2章</b>	
伦理与企业伦理 .....	17
2.1 伦理学与应用伦理 .....	17
2.2 企业伦理学的特点与比较 .....	23
2.3 学习企业伦理学的意义 .....	28
案例讨论：奇星药业“以德治厂”创辉煌 .....	32
复习思考题 .....	35
本章主要参考书目 .....	36



## 第3章

国外企业伦理学的形成与发展	37
3.1 早期的企业伦理实践	37
3.2 企业伦理学的形成与发展	40
3.3 企业社会责任是当前企业伦理学的核心内容与手段	42
3.4 企业社会责任管理	47
案例讨论: 久盛不衰的奥秘——松下集团经营探秘	52
复习思考题	57
本章主要参考书目	57

## 第4章

我国企业伦理学的形成与发展	58
4.1 历史悠久的我国传统伦理	58
4.2 传统伦理中的富国论	65
4.3 传统伦理中的治生学	70
4.4 我国早期的企业伦理实践	75
4.5 我国企业伦理学形成发展的特点	85
案例讨论: 老板跑了以后	89
复习思考题	93
本章主要参考书目	93

## 第5章

企业与其所有者关系中的伦理	94
5.1 企业形态	94
5.2 现代公司的基本特征	97
5.3 企业与所有者	103
5.4 企业与管理所有者之间的伦理	106
案例讨论一: 从双赢到诉讼, “达·娃”之争为何	116
案例讨论二: 悲剧起于内讧	119
案例讨论三: 伊利高管背后的兄弟恩怨	121
复习思考题	124
本章主要参考书目	124

**第6章**

企业与员工关系中的伦理 .....	125
6.1 企业与员工之间的伦理问题 .....	125
6.2 企业与员工的关系 .....	128
6.3 企业对员工的伦理 .....	131
6.4 劳动安全、员工隐私和健康 .....	139
6.5 员工自由与劳动争议 .....	142
6.6 员工对企业的伦理 .....	146
案例讨论一：蒙牛——人是企业的第一投资 .....	150
案例讨论二：国内“最佳雇主”调查 .....	152
复习思考题 .....	153
本章主要参考书目 .....	153

**第7章**

企业与消费者关系中的伦理 .....	155
7.1 企业与消费者的关系 .....	155
7.2 产品中的伦理问题 .....	157
7.3 定价中的伦理问题 .....	161
7.4 促销中的伦理问题 .....	165
7.5 服务中的伦理问题 .....	171
7.6 消费者信任的建立 .....	175
案例讨论一：两则丰田汽车广告的风波 .....	180
案例讨论二：太子奶集团的“假慈善”事件 .....	182
复习思考题 .....	182
本章主要参考书目 .....	183

**第8章**

企业与供应者关系中的伦理 .....	184
8.1 企业与传统供应者 .....	184
8.2 企业与资金供应者 .....	188
8.3 企业与知识、信息供应者 .....	193

8.4 企业与供应者信任的建立 .....	198
案例讨论一：万科的投资者关系管理实践 .....	201
案例讨论二：雅迪尔与百安居的零供冲突 .....	202
复习思考题 .....	205
本章主要参考书目 .....	206

## 第9章

企业与竞争者关系中的伦理 .....	207
9.1 市场竞争和商业伦理 .....	207
9.2 市场竞争中的伦理问题 .....	214
9.3 企业竞争的伦理规范 .....	222
案例讨论：关于“亮甲”产品不正当竞争纠纷案 .....	230
复习思考题 .....	233
本章主要参考书目 .....	234

## 第10章

企业与环境关系中的伦理 .....	235
10.1 企业与环境 .....	235
10.2 环境与企业非传统安全 .....	245
10.3 可持续发展与企业共同的责任 .....	253
案例讨论一：中石油的安全生产事故 .....	257
案例讨论二：贵港市制糖业变废为宝，综合利用有成效 .....	259
复习思考题 .....	261
本章主要参考书目 .....	261

## 第11章

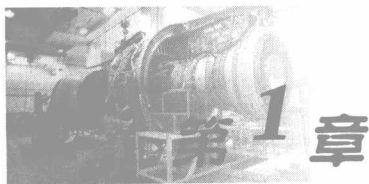
跨国经营中的企业伦理 .....	263
11.1 经济全球化与跨国公司 .....	263
11.2 企业跨国经营面临的冲击与挑战 .....	267
11.3 跨国经营中伦理问题的评价标准 .....	270
11.4 跨国企业伦理关系整合 .....	273

案例讨论一：美国跨国公司的伦理准则·····	275
案例讨论二：宝洁 SK-II 风波·····	276
复习思考题·····	279
本章主要参考书目·····	279

## 第 12 章

---

企业伦理决策与建设·····	280
12.1 企业管理中的决策过程·····	280
12.2 影响企业管理决策的伦理因素·····	282
12.3 符合伦理的决策·····	289
12.4 加快企业伦理建设·····	292
案例讨论：提升软实力、铸造竞争力·····	296
复习思考题·····	304
本章主要参考书目·····	304



# 企 业

本章主要叙述企业伦理学中企业作为伦理主体其本身的性质、形态、企业经营管理及其理念等特征，进而为叙述企业伦理学的构成及其特点做准备。

## ■ 1.1 企业的性质

本书叙述的是企业伦理学。因此，首先需要讨论的就是企业。随着商品经济的兴起和繁荣，科学技术的迅猛发展，企业也在社会进程中产生和发展起来。企业是商品经济发展的产物，是社会生产发展的必然结果。可以说，在现代社会中，上至一个国家的政治、经济、科技、文化、军事等领域，下到每一个居民的日常生活，都已经离不开企业。企业与我们息息相关。特别是目前我国正在深入进行的国有企业改革，不但是我国经济体制改革的中心环节，也是我国增强国力，提高国际竞争力的重大战略部署，而且也是与我们大多数人利益攸关的大事之一。

同时，我们还可以断言，只要存在企业，就需要对它进行有效的经营管理。企业经营管理受到企业经营管理的思想、方法、手段以及制度等的指引，涉及企业及其经营管理者，同时还包括员工甚至与企业利益相关的相关者；它是人类文明成果的凝结，闪耀着人类智慧的光芒。一方面，它继承了历史上企业经营管理的卓越成就；另一方面，它又以自己丰富多彩的实践赋予其崭新的内容，形成了具有鲜明时代特点的现代企业经营管理科学和艺术，从而大大丰富了企业伦理学的理论和实践。

### 1.1.1 企业的本质

在这里,企业性质主要指企业的本质、作用、形态、经营管理等内容。人们对企业到底是什么即企业的本质等认识并不充分。一方面,企业是一个历史的概念,如今要想说清楚历史上第一个企业是何人在何地为何目的经营何种商品或服务,恐怕已不可能;另一方面,企业本身的广泛、复杂的容纳特性,拿企业经营管理来说,涉及管理学、经济学、法学、技术学、数学、心理学、社会学、政治学、人类学等,几乎无所不包。因此,人们对企业本质的认识是见仁见智,可以从各个不同角度描述它。社会学家认为,企业是环境变化的反应者,即企业是竞争价格、分配理论等相对环境变化的反应者。经济社会学家认为,企业是一个进行商品交换的特殊的公开的经济体系。经济学家则认为,企业是一个经营协作体,一方面,企业由资本、经营、劳动等三个基本要素组成,三者缺一不可;另一方面,企业又与周围环境构成十分复杂的社会关系,是一种社会存在。而经营管理学家则认为,要知道企业是什么,有必要从考察企业的目的开始,而企业的目的必须在企业本身以外去寻求,因为企业是社会的一个机体,企业目的必定存在于社会之中,这样,关于企业的明确定义只有一个,这就是创造顾客。各种学派众说纷纭,但归根到底还是从各个角度去揭示企业的本质,揭示企业经营管理的本质。顺便说一句,企业的经营与管理是两个既有联系又有区别的概念,本书特别说明将其视为同一含义。

以上是各方面学者从理论上对企业概念的描述。在实践中,大多从法律、经济、管理学等方面对企业的本质进行探讨。这也是本书所坚持的基点。

#### 1. 企业是具有法人资格的经济组织

根据我国1988年开始实行的《中华人民共和国全民所有制工业企业法》(以下简称《全民所有制工业企业法》)以及1994年开始实行的《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)都明确规定,企业是依法自主经营、自负盈亏、独立核算的商品生产和经营组织。需要说明的是,严格地说,企业与公司是两个概念,其法律依据就不一样;但是公司也是企业,却是企业中规模最大、对社会影响最广、数量也最多的一类企业,因此在实践中往往将两者等同起来。本书在不特别指明时也将两者等同使用。根据以上法规规定,我们可以看到,在我国作为企业具有以下一些基本特点:

- (1) 企业具有法人资格,企业以自己的资产承担相应的法律责任;
- (2) 能与具有法人资格的其他经济组织发生各种经济法律联系;
- (3) 能在银行开办账户,进行各种信贷结算等业务活动。

#### 2. 企业是自主经营单位

企业如何经营,如何发展,企业财产如何处置,包括相互投资、相互持股、

相互转让、相互联合等，都应当由企业依法自主决定。企业的一切生产经营活动，只要不违背《企业法》和《公司法》及有关的法律，就都是合法的、允许的。

### 3. 企业是自负盈亏、独立核算的经济实体

企业要追求经济效益，这是企业的根本任务之一。经济效益是企业本身生产和发展的前提，也是它为社会作贡献的基础。当然经济效益不仅是指利润，还包括创造更多的附加价值。

### 4. 企业作为商品生产和经营单位负有社会责任

企业在经营活动中，与政府、投资者、金融机构、同行业竞争企业、协作企业、交易对象、顾客、职工、周围居民等各种社会团体，或称利益相关者组成了一个开放的社会系统，因此，企业的存在和企业的兴衰对各社会团体，即企业利益相关者都负有社会责任。

此外，企业为了实现本身的经营目标，实现企业的根本任务，组成了由企业各层次和经营管理人员及职工构成的一定的劳动组织，这些劳动组织又与各种物资、设备有机结合，形成了一个社会技术系统。

## 1.1.2 企业经营管理的方法

如上所述，企业的本质像个万花筒，人们可以从不同视角对它进行探究，不仅如此，为了实现企业的目的形成了多种多样的企业经营与管理方法，涉及的学科包括经济学、法学、技术学、数学、社会学、心理学、政治学、人类学、伦理学等。

在企业管理中，经济方法是最为常见的管理方法，这既由企业的本质所决定，同时也由于在实践中容易操作，如利润、成本、经济效率、经济效果等。而对有些方法如技术学在管理中的地位和作用，人们往往容易忽视。其实这是十分重要的管理方法。在工业企业中，工艺流程、生产布局、装备设施等是工业生产中必不可少的环节和内容，有效的管理必须与之相结合，否则管理断然不会成功。即使在非工业企业中，电脑的应用、人机结合、技术的应用本身已与管理相结合。在我国，目前兴办了数以千万计的公司企业，大部分公司企业采用灵活的经营方式，如外包制，使公司管理大大简捷化。但是，作为一个管理者能当好经理，未必能当好车间主任，因为后者需要掌握技术。因此，学习管理而不懂技术是不全面的，缺乏竞争力的。

之所以把伦理当作是企业经营管理方法，则是因为如本书中已经提到的，管理与伦理，两者互相联系，互为因果，即管理的伦理化，伦理的管理化就是这个意思。从最终趋势看，伦理是管理的目标与目的，这是明显的；但在管理伦理化过程中，在特定时期内，伦理可以以管理为目标，如企业合理、合法地赚取利润是符合伦理的。至于其他的法学、数学、政治学等方法，读者可根据需要参阅其他相关书籍。我们可以把上述内容简要画成如图 1-1 所示的树形图。

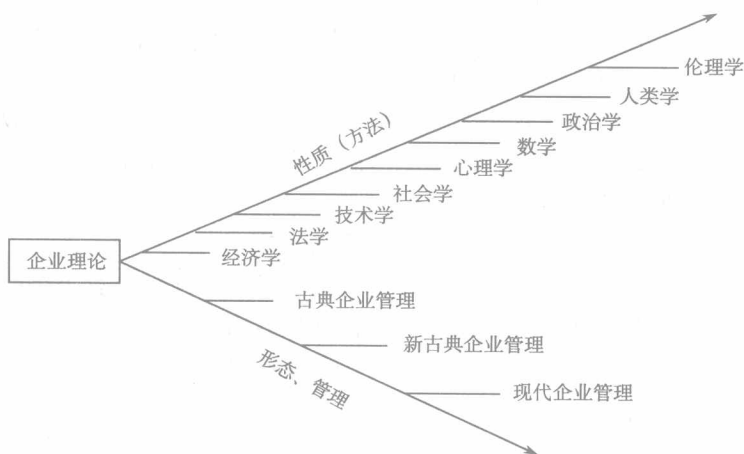


图 1-1 企业理论构成

## 1.2 企业形态

这里所述的企业形态或称企业形式，实际上是对企业的不同分类。根据研究的需要，企业可以有不同的分类，如按企业的自然属性、社会属性或企业的经营形式分类等。

### 1.2.1 企业的自然属性分类

根据社会生产方式以及生产力水平，企业可以分为工业企业、农业企业、交通运输企业、商业企业、建筑企业、金融企业等。这属于企业的自然分类。从中还可以分出大型企业和中小型企业，或者手工操作企业、机械化企业及自动化企业和高科技企业等。

### 1.2.2 企业的社会属性分类

根据企业资本的占有形式，即企业的社会属性，企业又可以分为国有企业和民营企业，在民营企业中又可以分为独资企业、无限公司、有限公司、两合公司、股份公司、合作社等存在形式，简述如下。

#### 1. 全民所有制企业

全民所有制企业的特点是企业的财产属于全民所有，国家按照所有权与经营权分离的原则，授予企业经营管理权，企业对国家授予其经营管理的财产享有占有、使用和依法处理财产权利。企业依法取得法人资格，以国家授予其经营管理



的财产承担民事责任。企业的根本任务是，根据国家计划 and 市场需求，发展商品生产，创造财富，增加积累，满足社会日益增长的物质和文化生活的需要。对企业中劳动的职工实行按劳分配原则；同时，在法律及政府允许的规定范围内，企业可以采取其他分配形式。企业根据政府主管部门的决定，可以采取承包、租赁经营责任制。在我国，全民所有制企业又可分为中央和地方两级。因此，全民所有制企业又分为中央企业和地方国有（或称地方）企业。实际上，全民所有制企业也是一个独资企业，即政府是其唯一的出资人，它是独资企业中的一个特例。

## 2. 独资企业

独资企业由经营者个人投资，单独掌握企业经营大权，独享企业利润。当然，也单独承担经营风险。独资企业可以委托他人经营，但出资人对外承担一切法律责任。独资企业的优点是企业一般规模较小，投资也较少，但经营灵活，可以充分发挥经营者个人的创造性。因此，在不需大量资金的小规模零售业、批发业、服务业中被广泛采用。独资企业的缺点是：个人资金能力有限，难以实行大规模经营；由于规模小，无法实行专业分工，因此效率低下；由于经营者责任太重，稍有不慎，即可能倾家荡产。因此，为了使私营企业承担有限责任，较多采用两合公司、有限公司及股份公司等形式。

## 3. 无限公司

所谓无限公司，是由两个以上的出资者共同出资、共同经营，盈利按出资多少或按合同规定分配，承担无限责任的公司。无限公司一般由两个以上的股东组成，它的特点是：

- (1) 对公司的债务承担无限连带赔偿责任，而不受出资额的限制；
- (2) 对公司的经营，每个成员都有权利和义务；
- (3) 无限公司的股本可以任意地进行增减而无需得到当地政府的核准；
- (4) 无限公司无须公开账目。

无限公司在完全市场经济国家里，至今还存在着，但为数不多。主要原因是股东承担风险太大，一旦破产，往往会倾家荡产，甚至家破人亡，既不利于社会秩序的安定，也不利于经济生活的繁荣。但是，它对提高公司的声誉、加强同其他企业的业务往来有很大的影响力。

## 4. 有限公司

顾名思义，有限公司是一种责任有限的公司。它一般具有以下几个特点：

- (1) 公司不发行股票，以出资额为限；
- (2) 公司股份一般不得任意转让；
- (3) 公司股东人数较少，一般规定不超过 50 人；
- (4) 公司的所有权与经营权相统一，即股东可以作为公司雇员直接参加公司的经营管理；