

# BUSINESS

A D M I N I S T R A T I O N

• • • 21世纪经济管理精品教材 · 工商管理系列 • • •

## 企业伦理学

B U S I N E S S E T H I C S

田 虹◎主编



清华大学出版社





• • • 21世纪经济管理精品教材·工商管理系列 • • •

# 企业伦理学

B U S I N E S S E T H I C S

田 虹◎主编



清华大学出版社  
北京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

#### 图书在版编目(CIP)数据

企业伦理学 / 田虹主编. — 北京：清华大学出版社，2018

(21世纪经济管理精品教材·工商管理系列)

ISBN 978-7-302-50292-0

I. ①企… II. ①田… III. ①企业伦理—高等学校—教材 IV. ①F270-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第111992号

责任编辑：吴雷

封面设计：汉风唐韵

版式设计：方加青

责任校对：王荣静

责任印制：杨艳

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈：010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者：三河市君旺印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：14.75 插 页：1 字 数：319千字

版 次：2018年6月第1版 印 次：2018年6月第1次印刷

定 价：40.00元

---

产品编号：078458-01

## 作者简介

田虹，管理学博士，吉林大学商学院教授、博士生导师，战略与运营管理部系主任。长期从事战略管理、企业伦理与企业社会责任方面的教学和科研工作。

近年来主持国家社会科学基金项目、教育部人文社会科学规划基金项目等纵向课题以及企事业单位委托横向合作项目共30余项，在《南开管理评论》《经济管理》《中国软科学》《管理科学》《管理学报》等核心期刊上发表学术论文80多篇，出版了《企业社会责任及其推进机制》《公平与效率：中国公用企业改革》《企业社会责任效应》《战略管理》《管理学》《企业社会责任教程》等多部学术专著与教材。



## 前 言

企业伦理在企业生存、发展以及企业活动中发挥着越来越重要的作用。经济的发展和公众社会意识的提高，特别是近年来气候变暖、温室效应、环境污染、食品安全等问题的日益严重，再次引发了人们对企业伦理问题的普遍关注。企业伦理已成为现阶段企业培育和保持竞争优势的新手段，是企业实现可持续发展的重要途径。因此，现阶段企业伦理学的理论研究与实践应用，对于企业在竞争激烈的市场环境中生存和发展有着至关重要的作用。

作为应用性很强的学科，企业伦理学的发展已经引起众多学者和业界的关注。本书作为工商管理学科教材，从企业的视角把握企业伦理行为，为企业伦理行为分析提供了整体思路。遵循此种思路，本书在国内外有关企业伦理研究成果和企业伦理学教材框架的基础上，沿着“理论—决策—实践—伦理建设”的研究脉络，系统阐述了企业伦理学的基本理论与实践问题。

全书共九章，内容包括企业伦理总论、企业社会责任基础、企业社会责任的实践、企业伦理决策、企业市场营销中的伦理、企业人力资源管理中的伦理、企业会计工作中的伦理、可持续发展的伦理观和企业伦理建设。

本书内容具有以下特点：

第一，学科的前沿性。作者试图将国内外有关企业伦理研究的最新观点体现在本书中。

第二，结构的系统性。本书沿着“理论—决策—实践—伦理建设”的研究脉络，论述了企业伦理从理论到实践的过程，在体例上设有学习目标、本章小结、思考题，便于读者对本书的脉络和架构更加清晰地掌握。

第三，案例的典型性。为方便读者学习企业伦理学课程，本书每章均设有导入案例，章中也设有各种小案例，最后还设有章末案例，以培养学生综合运用每一章知识解决实际伦理问题的能力。

本书由吉林大学商学院田虹教授结合自身多年的企业伦理学教学与实践经验，以及丰硕的科研工作成果编写而成。2015年，田虹教授曾主持吉林大学高水平研究生课程体系

和研究生核心课程建设项目“企业社会责任与商业伦理核心课程建设研究”。本书是在吉林大学教务处和研究生院的大力支持下完成的，不仅获得了吉林大学“十三五”规划教材项目的立项和资助，而且获得了吉林大学“优秀研究生教材出版资助计划”项目的立项和资助。

吉林大学商学院十分重视企业伦理学课程的教学工作，为本科生开设了“企业伦理学”课程，为专业硕士生开设了“企业社会责任与商业伦理”课程，这也为编者的教学和科研工作创造了条件。编者多年来在其他一些院校也开设了“企业伦理学”课程，并在一些企事业单位进行了相关课程的培训和讲座，这些都为本书的编写提供了第一手丰富的教学实践素材。

本书第一、四、五、八、九章由田虹编写，第二、三、六章由刘光明编写，第七章由王汉瑛编写。全书由田虹负责制定编写框架并最终统稿。所丹妮、申荟杨、王宇菲、王琰、田佳卉、崔悦、黄浩然参与了部分资料和案例的收集、整理工作，在此一并表示感谢！

企业伦理学作为一门较新的学科，其理论和实践还在不断完善中。本书在编写过程中，参考和引用了国内外多位专家、学者的相关教材、著作、期刊论文等文献的研究成果，在此表示衷心的感谢！书中若存在不当之处，恳请同行和读者批评指正。

田虹

2018年1月

# 教学支持说明

## ▶▶ 课件申请

尊敬的老师：

您好！感谢您选用清华大学出版社的教材！为更好地服务教学，我们为采用本书作为教材的老师提供教学辅助资源。鉴于部分资源仅提供给授课教师使用，请您直接手机扫描下方二维码实时申请教学资源。



任课教师扫描二维码  
可获取教学辅助资源

## ▶▶ 样书申请

为方便教师选用教材，我们为您提供免费赠送样书服务。授课教师扫描下方二维码即可获得清华大学出版社教材电子书目。在线填写个人信息，经审核认证后即可获取所选教材。我们会第一时间为您寄送样书。



任课教师扫描二维码  
可获取教材电子书目



清华大学出版社

E-mail: [tupfuwu@163.com](mailto:tupfuwu@163.com)

电话：8610-62770175-4506/4340

地址：北京市海淀区双清路学研大厦B座509室

网址：<http://www.tup.com.cn/>

传真：8610-62775511

邮编：100084

## 内容简介

本书吸收了国内外企业伦理理论研究和实践成果，总结了作者多年来的企业伦理学教学体会、科学研究和企业伦理学应用的实践经验，系统地论述了企业伦理学的理论与实践、企业伦理决策与方法、企业伦理建设等内容。本书在企业伦理理论阐述的基础上，介绍了国内外企业伦理规范和企业社会责任标准体系，书中还配有大量企业伦理学相关案例，内容新颖，注重培养读者分析和解决实际问题的能力。

本书内容包括：企业伦理总论，企业社会责任基础，企业社会责任的实践，企业伦理决策，企业市场营销中的伦理，企业人力资源管理中的伦理，企业会计工作中的伦理，可持续发展的伦理观和企业伦理建设。本书可作为高等院校工商管理类本科生教材，也可作为MBA等专业硕士学位研究生以及在职管理人员培训或自学的教材，同时可供相关领域从业者参考。



# 目 录

## 第一章 企业伦理总论

导入案例 百度与魏则西事件	1
第一节 企业伦理的概念和发展	2
一、企业伦理的概念和特征	3
二、企业伦理学的产生和发展	6
第二节 企业伦理的基本理论	11
一、功利主义	11
二、道义论	13
三、正义论	14
四、德性论	15
五、企业伦理理论的整合和实践	16
第三节 企业伦理与企业经营	18
一、企业伦理与企业经营相关问题的关系	18
二、企业伦理与企业经营结合的方法	20
本章小结	21
思考题	22
案例讨论 沃尔玛：应对伦理与合规的挑战	22

## 第二章 企业社会责任基础

导入案例 英特尔：企业社会责任 3.0	31
第一节 企业社会责任概念和特征	32
一、企业社会责任概念	32

二、企业社会责任特征	35
第二节 企业社会责任主题的拓展	37
一、狭义的企业社会责任	37
二、社会回应	37
三、企业社会表现	38
四、利益相关者理论	39
五、企业公民	39
第三节 企业社会责任内容	40
一、企业对利益相关者的社会责任	41
二、卡罗尔企业社会责任内容模型	44
三、企业社会责任内容的其他分类	46
第四节 企业社会责任与企业伦理	47
一、企业社会责任和企业伦理的目标	47
二、企业社会责任和企业伦理的作用对象	48
三、企业社会责任和企业伦理的相互促进作用	49
本章小结	50
思考题	50
案例讨论 大众“排放门”事件	51

### 第三章 企业社会责任的实践

导入案例 拜耳公司：完善企业社会责任管理系统	53
第一节 企业社会责任的发展	55
一、国外企业社会责任实践的特点	55
二、中国企业社会责任实践的特点	56
三、企业社会责任实践的发展趋势	57
第二节 企业社会责任管理	59
一、企业社会责任管理的含义	59
二、企业社会责任管理体系	60
第三节 企业社会责任规范和报告	62
一、企业社会责任规范	63
二、企业社会责任报告	74
本章小结	78
思考题	78

案例讨论 百事公司：通向合乎伦理的负起社会责任的文化旅程	79
------------------------------	----

## 第四章 企业伦理决策

导入案例 美国福特公司 Pinto 汽车的伦理决策	86
第一节 企业伦理决策理论	87
一、道德哲学理论	87
二、道德发展阶段理论	89
第二节 企业伦理决策模型	90
一、伦理决策基础模型	91
二、伦理决策发展模型	103
第三节 企业伦理决策方法	105
一、伦理决策过程的方法	106
二、企业伦理决策行为表现	111
第四节 企业伦理能力	111
一、企业伦理能力构成	111
二、企业伦理能力的评估	114
本章小结	115
思考题	115
案例讨论 怎样应对人工智能带来的伦理问题	116

## 第五章 企业市场营销中的伦理

导入案例 营销伦理：商家急需补上的一课	120
第一节 营销道德判定理论	121
一、显要义务理论	122
二、相称理论	123
三、社会公正理论	124
第二节 市场营销中的伦理问题	125
一、产品伦理问题	126
二、定价伦理问题	129
三、分销渠道伦理问题	131
四、促销伦理问题	133
第三节 绿色营销	135

一、绿色营销的概念和发展历程	135
二、绿色营销的伦理分析	137
三、构建企业绿色伦理机制	139
本章小结	140
思考题	141
案例讨论 宝洁：绿色营销方法论	141

## 第六章 企业人力资源管理中的伦理

导入案例 企业低计件计时工资问题	144
第一节 人力资源管理的特点	145
一、人力资源管理的意义	145
二、现代企业人力资源管理的特点	146
第二节 人力资源管理与伦理	148
一、以人为本的伦理理念	149
二、和谐人际环境的伦理理念	149
三、企业员工的伦理责任	150
第三节 人力资源管理中的伦理问题	150
一、人力资源招聘的伦理问题	150
二、薪酬管理中的伦理问题	152
三、工作中的伦理问题	153
本章小结	156
思考题	156
案例讨论 SOHO 办公现象的伦理审视	157

## 第七章 企业会计工作中的伦理

导入案例 我国将建立会计人员诚信档案	163
第一节 企业会计与伦理的关系	166
一、会计与伦理	166
二、会计伦理准则	166
三、伦理视角下的会计职业道德特点	168
第二节 会计活动中的伦理问题	169
一、会计信息披露的伦理问题	169



二、注册会计师的伦理问题·····	174
第三节 职业道德规范·····	175
一、会计职业道德规范·····	175
二、注册会计师职业道德基本原则·····	177
本章小结·····	180
思考题·····	181
案例讨论 东芝会计造假丑闻与审计的质量·····	181

## 第八章 可持续发展的伦理观

导入案例 瑞典汉堡店的小标签、大启示·····	184
第一节 可持续发展问题的提出·····	185
第二节 可持续发展的概念和内容·····	191
一、可持续发展的概念·····	191
二、可持续发展观的内容·····	192
三、可持续发展的原则·····	193
第三节 可持续发展伦理观的阐释·····	195
一、可持续发展的全球伦理·····	195
二、可持续发展的公正伦理·····	196
三、可持续发展的利益伦理·····	197
四、可持续发展的消费伦理·····	198
五、可持续发展的生态伦理·····	199
本章小结·····	203
思考题·····	203
案例讨论 是否应该出口有毒废料·····	204

## 第九章 企业伦理建设

导入案例 彼得·罗旭德：企业伦理是西门子振兴的起点·····	207
第一节 企业伦理建设的意义·····	209
第二节 企业伦理建设的管理机制·····	210
一、内化机制·····	210
二、外部保障机制·····	211
第三节 企业伦理建设规范·····	215



# 第一章 企业伦理总论

## 学习目标

- 掌握企业伦理的概念
- 了解企业伦理思想的发展过程
- 掌握企业伦理的基本理论
- 理解企业伦理与企业经营的关系

企业伦理讨论的最佳方式是案例法，即通过观察现实中的企业如何将企业伦理学引入其日常经营管理中的行为进行深度学习。“魏则西事件”是2016年互联网领域引发全国关注的重大医疗事件，也是企业伦理研究和实践中关注的热点话题之一。

## 导入案例 百度与魏则西事件

青年魏则西的因病离世，把百度再一次“捧”上了头条。

国家网信办回应：根据网民举报，国家网信办会同国家工商总局、国家卫生计生委成立联合调查组进驻百度公司，对此事件及互联网企业依法经营事项进行调查并依法处理。

财新网报道：百度董事长兼首席执行官李彦宏已被国家网信办约谈。约谈不是聊天，而是监管机关的一种行政行为。一直擅长“危机公关”的百度，这回如何成功“摆渡”，公众拭目以待。

魏则西是西安一位21岁的大学生，因患滑膜肉瘤于2016年4月12日去世。他在生前求医过程中，通过百度搜索，看到排名前列的北京某医院，受其“生物免疫疗法”高效率、“斯坦福技术”等宣传所惑，花费二十多万元治疗，却未收到任何效果，病情迅速恶化，也耽误了其他合理治疗的时机。

“魏则西事件”的核心是暴露了医疗虚假宣传的一系列乱象：莆田系民营医院虚假宣传、百度搜索竞价排名逐利、某些医院把治疗效果吹上天。这里面的关键是，百度搜索、百度推广，究竟该负哪些责任？

令人意外的是，“百度推广”居然不被算作广告服务，而是“信息检索”服务，因此，无论其推广的内容如何，“一搜独大”的百度，居然是不用负责的！

早年间，莆田系民营医院遍地开花之时，就是靠铺天盖地狂打广告招徕顾客的，报纸广告、电视广告，随处可见。后来这些广告在传统媒体上突然销声匿迹了，因为其被制度性地禁止发布了。“道高一尺，魔高一丈”，这些广告随后大量涌入网络中。莆田市的“一把手”曾称：“百度2013年广告总量260亿元，莆田民营医院就占了120亿元。”而来自摩根大通的分析报告估计，医疗广告在百度2014年总营收中占比15%~25%。

那些早年贴在电线杆上、专治“疑难杂症”的游医广告，经过一轮轮“换装”，最后在网络中大量涌现。魏则西就是沿着这样的路径，加速奔向了生命终点。

这次进驻百度公司的联合调查组，包括国家工商总局。是时候认认真真审视一下百度推广与广告的问题了。一个杭州炒货店小老板方林富，仅仅是因为在店面招牌和炒货的包装袋上印了“最”字，就被处以20万元的罚款。然而，《广告法》却管不了“百度推广”这样的虚假宣传？若不从根本上解决这个问题，那么在魏则西之后，必然还会有“魏则东”“魏则南”“魏则北”。

资料来源：徐迅雷. 百度与魏则西事件 [N]. 杭州日报, 2016-05-03 (003).

### 问题：

1. 百度与魏则西事件涉及的伦理问题有哪些？
2. 互联网时代，搜索引擎企业如何兼顾企业经营与企业伦理的关系？

企业的发展不仅会受到外部环境的影响，而且也会受到企业自身经营管理理念的引导。百度与魏则西事件为我们很好地诠释了企业经营管理理念的重要性，揭示了企业经营管理理念的核心问题，即企业伦理和企业社会责任。

## 第一节 企业伦理的概念和发展

企业伦理学是一门交叉学科，它是随着社会的进步和经济的发展应运而生的，企业伦理学的理论基础源于伦理学。伦理学有着极为悠久的历史，它可以追溯至古希腊哲学时期，伦理学主要是对个体行为伦理标准和道德规范的相关分析。企业伦理学则研究的是企业的伦理行为。虽然个体行为和企业行为有着众多不同之处，但是企业的决策最终还是由个体确定的，因此伦理学的基本理论和相关概念也适用于企业伦理学。这里需要注意的一个问题是，虽然伦理学和企业伦理学有着诸多关联，但是伦理学强调的是对于个体行为的分析，而企业伦理学强调的不仅是对个体行为的分析，还包括对企业主体行为的分析，两者也有诸多的区别。因为我们无法对企业进行类似个体的道德情感分析，所以企业伦理学和伦理学之间仍旧存在一定的差异。如何将伦理学的基本理论和概念引入企业伦理学的研究之中，受到了国内外学者共同的关注。

国外关于企业伦理学的研究较早，特别是美国的学者，其将重点首先集中于企业伦理学基本概念的研究，分析在企业环境中这些概念使用的可行性，并在此基础上，对这些概念进行改进。常见的伦理学概念，诸如伦理评价、道德价值等被引入企业伦理研究之中。除此之外，伦理学历史发展中的经典理论也被引入企业伦理学的研究之中。常见的基本伦



理学理论,诸如亚里士多德的德性论、康德的义务论、功利主义伦理学,以及当代的罗尔斯的正义论都作为伦理学的基本理论被引入企业伦理的研究之中,成为企业伦理理论的主要基础。此外,国外商学院对企业伦理学这门课程的开设也比国内早很多,究其原因主要是,国外的企业发展较国内成熟,并形成对伦理重视的氛围。因此,它们对此类问题的关注也早于我国。中国企业的真正发展是在改革开放之后,我们所熟知的一些著名企业(如联想、娃哈哈、万科等)都是在1984年前后成立的,很多学者将1984年称为中国企业的“元年”。这也导致了中国企业伦理的构建和发展远远滞后于国外发达国家。

中国在经济转型和发展的过程中也存在着大量的劳工权益问题、环境保护问题、生产劣质产品、贪污受贿等问题,而这些问题产生的根源在于企业追求利润最大化目标却忽视了自身本应承担的社会责任,在这样的背景下,企业的经营管理行为面临着诸多的伦理挑战。

中国企业违反伦理的事件,比较典型的案例是“三鹿奶粉事件”。此事件不仅是三鹿企业的个别行为,而是存在于整个乳制品行业中的普遍现象。这也表明违反法律、法规和伦理准则的行为已经不再是个别企业的问题,而是群发性的,在整个行业中都存在的乱象。针对此类大规模的非伦理行为,我们不得不深刻地思考:产生此类事件的原因是什么?如何规避企业存在的违反伦理标准的行为?中国企业的伦理准则存在吗?它们的内容是什么?如何从企业自身和政府以及公众多方面规范企业的行为?在弄清上述这些问题之前,我们需要对企业伦理有一个清晰的界定。

## 一、企业伦理的概念和特征

### (一) 道德与伦理

实践中,人们常常对“道德”与“伦理”这两个概念缺乏严格的区分,“道德”与“伦理”常常被一起使用,诸如伦理道德水平、企业伦理道德标准等。但是,二者也存在着差异。

波音公司作为全球著名的飞机制造企业,其成功一直受到了人们的关注,并成为企业管理学科研究的重点对象之一。该公司的价值观始终考虑道德维度,并强调公平、公正。这些基本价值观能够在企业内部实施并不是件容易的事,但是这些价值观也反映了一个企业的基本运作方式和伦理态度。因为良好的道德准则不仅能够规范个体的行为,而且能有效地规范企业的行为,这为企业获得良好口碑奠定了基础,也是波音公司成功的基础之一。

通过上述对道德准则的描述,我们可以思考“道德”和“伦理”之间的关系。在伦理学研究中,伦理是侧重原则和标准的界定,特别强调对个体行为的指导。根据伦理的概念,我们可以确定某个行为是否违反伦理。正如中国传统儒家文化所强调的“五伦说”,即五种人伦关系<sup>①</sup>,每一个“伦”实际上指的是一种标准。根据这种标准,我们可以实施某种行为。

<sup>①</sup> 封建宗法社会以君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友为“五伦”。