

中国现实经济重大课题成果系列

企业信用

伦理、文化、业绩等多重视角的研究

刘光明 等著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中国现实经济重大课题成果系列

企业信用

伦理、文化、业绩等多重视角的研究



刘光明 等著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业信用：伦理、文化、业绩等多重视角的研究/刘光明等著. —北京：经济管理出版社，2007

ISBN 978 - 7 - 80207 - 724 - 9

I. 企... II. 中... III. 企业—信用—研究
IV. F830.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 154709 号

出版发行：经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话：(010) 51915602 邮编：100038

印刷：北京晨旭印刷厂

经销：新华书店

责任编辑：张 艳 申桂萍

技术编辑：杨 玲

责任校对：全志云

787mm × 1092mm/16

25 印张 407 千字

2007 年 6 月第 1 版

2007 年 6 月第 1 次印刷

定价：58.00 元

书号：ISBN 978 - 7 - 80207 - 724 - 9/F · 599

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部

负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010) 68022974

邮编：100836

中国社会科学院重大课题
《多重信用问题研究》最终成果之一

课题组组长：刘光明 张承耀

课题组成员：刘光明 张承耀

张小宁 刘湘丽

王 钦 徐希燕

序 一

中国社会科学院课题组撰写的《企业信用——伦理、文化、业绩等多重视角的研究》今天出版了，本书针对我国目前存在的诸多信用问题进行了多层面、多视角的剖析，同时提出了一个十分重要且耐人寻味的问题，即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？

美国著名的财富杂志《福布斯》（Forbes）撰文指出，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。由 Rupert Hoogewerf 领衔的优秀团队，花费数月时间写就的《财富品质》，深入剖析了中国财富精英们的成功特质，总结出企业家们较多涉及的财富品质。我们希望通过阅读课题组的《企业信用》这本书，让更多追求财富的中国企业和广大读者分享那些优秀企业家的精神财富，从中我们也可以从更深层次上理解企业竞争力的内涵。

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。资本同土地和劳动一样，是生产的三大要素之一。资本进入知识经济时代、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、信用资本。物质资本，是指生产资本、货币资本；人力资本，是指受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、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；唯独信用资本，未能引起全社会重视，甚至背道而驰。进而出现了政府招商引资，开门优惠，“关门打狗”；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、个人去营造，形成社会信用资本。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。

中国传统文化认为：信用，弃之者易，树之者难。信用不是一日生成的，而是需要经过长期培育而成的资源。信用是财富。信用资本的能量是巨大的，又是很脆弱的，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。市场经济经营之道“讲诚信”有五大根本：（1）企业生存之道：信誉第一；（2）笼络顾客之道：产品质量第一、服务质量第一，“优招天下客，誉盈客自来”；（3）市场竞争之道：名牌战略，建立质量服务体系，提高企业声誉，增强用户信任度；（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，能产生现实生产力。信用资本与物质资本、人力资本三者有机结合，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，信用缺乏已成为一个严重问题，迫切需要建立行之有效的信用体系。首先，需要加强对信用行业的建设工作。第一，应当加快信用立法工作。完备的信用管理法律体系是信用行业健康规范发展的基础和必然要求。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，建议我国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。第二，应当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。因此建议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所必备的基础设施,目前建议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。第三,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,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模式,但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,根据我国行业发展的现状和别国的经验,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,建议通过比较明确的进入退出机制的办法加以规范。第四,应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。我国信用行业的发展只有十几年的历史,由于相关的法律法规缺乏,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的情况,而且单一监管主体的确立有助于信用管理法律法规的推出。

其次,需要加强建立信用制度。信用建设是一项复杂的系统工程,必须进一步推进产权制度改革,建立明晰的产权制度,切实保护国家、集体

和个人的财产权。这是建立信用制度的基础工程。“民有恒产而后有恒心”，只有建立明确的产权制度，才能克服交易中市场主体的短期行为，彻底杜绝“捞一把就走”和“骗一回算一回”的恶劣心态。为此：

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的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。另一方面，政府在建立信用体系中应起到推动和服务的作用。

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，不严格执法，不追究违法者（背信人）的责任，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。

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。金融部门应建立个人联合征信系统。

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。

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，自觉维护社会信用，监督失信行为。

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。

要建立和强化信用的教育工程——在大中小学校广泛开展信用教育，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备素养。

这些年来，课题组成员多次到大庆油田、塔里木油田、中国电网、江

苏电力公司、徐州电力公司、沛县电力公司、长春一汽、青岛海尔、青海油田、中国农行、国家电网公司、中国人民保险公司等单位讲课和调研，他们在深入企业中发现，企业的价值和更强的竞争力包含在企业信用、企业伦理这些作为内在基本品质的企业文化、企业形象之中。许多有远见的、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，课题组成员先后编著和翻译出版了《企业文化》（中国社会科学院研究生院教材第三版）、《企业形象》（第二版）、《企业文化世界名著导读》、《中外企业文化案例》、《企业文化案例》、《经济活动伦理研究》、《现代企业家与企业文化》、《经济运行与伦理》、《商业伦理学》、《海豚式动力营销》等著作，今天出版的《企业信用——伦理、文化、业绩等多重视角的研究》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作出贡献。

胡 平

2006年10月于北京

序 二

《企业信用——伦理、文化、业绩等多重视角的研究》一书今天出版了，全书从信用、声誉及社会信用标准体系、政府信用与企业信用、企业信用与企业的生存发展、企业信用与企业文化、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、个人信用与企业信用、企业信用与社会信用氛围、上市公司的财务管理和信用调查、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、信用的历史传承与现代打造、企业信用与企业全球协议、国外企业信用等多个层面上对企业信用的理论和实践作了深入的探讨，此书的出版，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”(Credit)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，自古以来它与道德、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，更重要的是体现在制度层面——个人信用体系、企业信用体系、银行信用体系、国家信用体系。本书主要探讨的是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WTO后，企业信用重要性日显突出，企业不守信用将寸步难行。从经济学的利益成本分析，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，不是单靠一个部门、一个领域、少部分人参与就能奏效的，因此，必须形成人人关心、齐抓共管的局面和氛围。为什么在世界

500强中占主导的是西方的企业？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，在企业的十几项管理中，哪项管理最重要？最后得到的调查结果显示：信用管理被排在第一位，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，主流经济学把理性的人类行为等同于自利最大化，但是，实际上既没有证据表明自利最大化是对人类实际行为的最好近似，也没有证据表明自利最大化必然导致最优的经济条件。如果我们正确理解亚当·斯密的《国富论》和《道德情操论》，那么无论是在经济学，还是在伦理学中都不会得出对自利行为的狭隘解释——对牺牲信用获取眼前财富和自利最大化的认可，更不会去支持和倡导这种观点。

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、法律学的范畴。现代市场经济条件下所指的信用，更多地是指狭义的信用，它表现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值的价值运

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：贷款者将货币贷给借款者，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，贷款者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。由于在经济活动中，货币被广泛地作为支付手段，所以这种债务偿还通常是用支付一定的货币金额来完成的。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必备的要素。

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。无论是实物借贷还是货币借贷，信用产生的基本前提条件都是私有制条件下的社会分工和大量剩余产品的出现。从逻辑上说，私有财产的出现是借贷关系存在的前提条件，而只有社会分工，劳动者才能占有劳动产品；只有剩余产品的出现，才会有交换行为和借贷行为的发生。显而易见，私有制是货币与信用存在的共同前提。

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。最初的商品交换盛行的是实物交易，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。而后，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。现在通行的纸币（信用货币）本身，也是在这种信用关系的基础上产生的。所以说，现代金融业就是信用关系发展的产物。在市场经济发展的过程中，信用交易大大降低了交易成本，扩大了市场规模。现代市场经济乃是一种建立在千头万绪、错综复杂的信用关系之上的经济。

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，任何现代社会都需要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。对商品交换中的企业信用、商业信用关系的探讨从来没有停止过，美国当代著名经济学家麦克尼尔在《再评交换关系》一文中指出：商业交换关系——放弃一些东西，作为取得一些东西的代价，是所有人类行为中最常见的、无所不在的经济行为。完全离开商品交换的社会行为是不存在的，每个人无论是生理上还是心理上都离不开同他人的交往，整个人类要维持正常的生活更离不开这种相互关系。人类不可能永远处于绝对的相互不协助的自私之中，作为社会成员的每个个体不可能摆脱交换、脱离与社会的联系，也不可能脱离其他人而生活。人们通过这种联系，不但使社会的生产力更发展、物质基础更雄厚，而且使社会秩序更稳定、更和谐。而这种联系的基础就是信用。

4

在市场经济条件下，要使企业不能、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。这条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。第三道防线就只有靠政府了，需要明确的是，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，至少应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，更离不开政府的大力推进。

一般地说，法律法规建设是信用体系建设的地基部分。法律有两大功能，一是对正当权益的保障；二是对违规行为的处罚。信用体系的立法和执法，应凸显两个方面作用：其一，要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，同时保证信息拥有者的正当权益。其二，要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。此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，但对企业的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的过程中，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。

不管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。相信这部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。

陈望衡

2006年10月

序 三

课题组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。曾经关于温州模式的研究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，生活中总是充满梦撼、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，就有了一切。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：毋庸置疑，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，这个在公元前5世纪由孔夫子提出，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。需要进一步指出的是，持中不是骑墙；持中在这里也不是指离两极精确的等距，持中的杰作是“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，在世间的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、造福社会的决策等。

由于中西方文化背景的不同，对于伦理文化有不同的理解，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，而西方把智慧、勇敢、正义、节制作为“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环节。

从世界 500 强的企业文化案例中可以看到，诸如通用电气、迪斯尼、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，有的人是穷光蛋，因为百万富翁的财商高，穷光蛋的财商低；为什么有的企业有超常的赢利能力，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（IQ）、情商（EQ）、财商（FQ）、健商（HQ）这个序列中，健商 HQ 是关键，如果健商是 1，智商（IQ）、情商（EQ）、财商（FQ）才有意义；如果健商是 0，智商（IQ）、情商（EQ）、财商

(FQ) 乘上0 最终的结果还是0。同理,在企业智商 CIQ、企业情商 CEQ、企业财商 CFQ、企业健商 CHQ 这个序列中,企业健商 CHQ 是关键,如果企业健商 CHQ 是1,企业智商 CIQ、企业情商 CEQ、企业财商 CFQ 才有意义;如果企业健商是0,企业智商 (CIQ)、企业情商 (CEQ)、企业财商 (CFQ) 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,课题组在本书中作了详尽的阐述,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自己,将永远立于不败之地。

罗国杰
2006 年 10 月