

商务系培训教材
郑招林主编

商务道德

王亚平 刘延民 编著

SHANGWU
DAODE



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

商务系列培训教材

商务道德

王亚平 刘延民 编 著

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务道德/王亚平, 刘延民编著. —北京: 中国商务出版社, 2005. 8
(商务系列培训教材)
ISBN 7-80181-417-7

I. 商... II. ①王... ②刘... III. 商务道德—职业教育—教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 081674 号

商务系列培训教材

商务道德

王亚平 刘延民 编著

中国商务出版社出版

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010-64269744 (编辑室)

010-64220120 (发行二部)

网址: www.cctpress.com

Email: cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行

北京密兴印刷厂印刷

780×980 毫米 16 开本

13.5 印张 247 千字

2005 年 12 月 第 1 版

2005 年 12 月 第 1 次印刷

印数: 5000 册

ISBN 7-80181-417-7

G · 177

定价: 24.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

◎责任编辑 张荣生

◎封面设计 张 健

◎版式设计 张瑞文

◎责任校对 张丽珠

《商务系列培训教材》编写委员会成员名单

编委会主任：于广洲

编委会常务副主任：杨 益

编委会副主任：

崇 泉 孙元勋 张国庆 廖建成 王亚平 柴海涛
徐子健 王 粤

编委会成员（以下按姓氏笔画为序）：

王子先 王世春 王成安 王沪生 王新培 卢长明
刘 军 孙成海 庄瑞金 张玉卿 张向晨 张福德
杜奇华 李罗莎 李晓西 李 健 吴 彬 沈丹阳
邸建凯 尚 明 周晓燕 赵 闯 胡景岩 姚 立
高子剑 高元元 钱建初 徐息和 黄国雄 葛 华
温再兴 鲁建华

《商务系列培训教材》序言

当前，我国商务事业已发展到一个新的阶段：社会消费品零售总额 2005 年将超过 6 万亿元，社会生产资料销售总额将超过 13 万亿元，外贸规模将突破 1.3 万亿美元，实际利用外资将超过 600 亿美元。可以说，我国已成为市场大国、贸易大国和引资大国。这些成就的取得，是我们坚持中国特色社会主义、走改革开放道路的结果。

在成绩面前，我们更应该保持清醒的头脑，充分认识到当前商务工作面临的新课题、新使命。我国是发展中大国，如何扩大内需、提高消费对国民经济增长的贡献、降低对外依赖的风险？我国外贸、外资规模都很大，但不够强，如何才能转变外贸增长方式、提高利用外资质量？我国加入世贸组织四年了，如何做好后过渡期的有关应对工作？我国在世界贸易中份额的不断扩大，如何应对日益增多的贸易摩擦？我国“引进来”多、“走出去”少，如何改变“一条腿长、一条腿短”的局面？经济全球化和区域经济一体化深入发展，我们如何主动应对、避免被边缘化？我国正在完善社会主义市场经济体制，如何加强市场建设和规范市场秩序，建立统一开放、竞争有序的现代市场体系？我们“制造能力强，交换能力弱”，如何推进流通现代化，更好地发挥流通对国民经济的先导作用？

要回答和解决这些问题，保持商务事业蓬勃发展，关键靠知识、靠教育、靠人才。党中央站在全局和战略高度提出了人才强国战略，这是新时期一项重大战略决策。胡锦涛总书记指出，人才问题是关系党和国家事业发展的关键问题。商务领域要坚决贯彻中央精神，结合自身情况，大力推进“人才强商”工作。

加强对商务领域人才的教育培训，是推动“人才强商”的重要组成部分。通过不断加强学习，不断更新知识，不断推动理论创新，

不断增强实践能力，开创商务领域“人人都是人才、人人争当人才、人人皆可成才、人人能尽其才”的新局面，形成领导型、专业型、复合型、开拓型、学习型的人才队伍，使商务人才各竞风流。我们要形成在培训中推进工作、在工作中培养人才的机制，确保商务事业有一个永不枯竭的人才库。

为此，我们组织编写了这套商务理论知识的普及性丛书——《商务系列培训教材》。这套丛书的编写，其目的：一是紧紧围绕商务领域中心工作和干部人才特点，推动商务领域干部培训和自主学习，二是向全社会宣传国内外贸易和国际经济合作的政策、法规和实践，普及商务基本理论知识，为商务领域干部、广大一线工作者和其他各界人士提供有益的知识与信息。

希望读者通过阅读这套教材，了解和熟悉国内外贸易的基本理论知识、实践知识和国际商务的一些新问题、新趋势、新特点，为今后深入学习和进一步在实践中掌握运用打下良好的基础，为商务事业和国民经济发展做出新的贡献。

商务系列培训教材

编写委员会

2005年12月

前 言

20 世纪 90 年代初，党中央提出了建立和完善社会主义市场经济的伟大构想，并在全国范围内开始了这一前无古人的改革实践。世纪之交，社会主义市场经济体制的基本框架已经在中国大地上初步建立起来了。

市场经济实际上是一种交换经济。市场经济中一切经济关系都是商品交换关系，一切生产者的经济行为都表现为交换行为。通过交换实现了生产要素的有机结合，产生了社会的分工与合作，实现了社会资源的有效配置。而这种交换主要是通过大量的商务活动来实现的。在社会主义市场经济体制建设的初期，传统的“君子喻于义，小人喻于利”以及计划经济时代提倡的“大公无私”的道德规范受到了挑战，无序竞争和不道德的商务行为比比皆是。社会主义市场经济呼唤商务道德，建设现代商务道德是一项迫在眉睫的重要任务。

新世纪初，江泽民同志科学总结古今中外国家兴亡的经验教训，创造性地提出了把依法治国与以德治国结合起来的重要思想，商务领域的职业道德建设也就被提上了重要的议事日程。而且，商务活动无国界，参与国际竞争，极其重要的一个方面是道德实力的竞争。

商务道德概念的出现已有较长的历史，国内外也有一些商业道德的论文和专著，20 世纪 80 年代末，我们和一些同事们编写过《对外经济贸易道德》教材。2002 年 9 月原国家经济贸易委员会和中华全国总工会下发《关于进一步加强商业道德建设的意见》，提法仍然是商业职业道德建设。2003 年春，国家组建商务部，统一管理我国内外贸易和国

际经济合作事务，内外贸一体化大势所趋，国内贸易、国际贸易和国际经济合作成为一个大的领域，即我国商务领域。为推进我国商务领域的职业道德建设，商务部在首次推出的“商务系列培训教材”中专门列入《商务道德》一书，我们试图对原有的“商业道德”和“对外经济贸易道德”内容进行梳理、提炼并合二为一，探索建立新的商务职业道德体系。

本书共编为六章十七节：第一章从道德和商务道德概念出发，阐述了社会主义市场经济的道德要求和商务竞争中道德建设的重要性和紧迫性。第二章从介绍中国商务道德的传统与变革中引出了义与利之辩的永恒话题，分析了社会主义市场经济条件下新商务道德价值观的基本内涵。第三章提出了商务道德的三个责任和义务原则，即崇尚国家利益至上的原则、承担社会责任并关注社会效益的原则、承担对利益相关人的责任并关注大众利益的原则。第四章从分析我国的信用现状入手，提出了建立社会主义市场经济诚信体系的重大课题，阐述了诚信兴商、建立商务行业诚信自律机制的具体内容。第五章介绍了商务活动中的道德细节，包括：商务人员外在形象的道德细节、商务人员语言的道德细节和商务办公的道德细节。第六章提出了加强商务工作者的道德修养任务，要求社会主义的商务工作者追求真善美的理想人性，坚持贯彻“八个坚持，八个反对”，把商务领域的反腐败斗争进行到底。

商务道德是一个新的概念，编著有关的书籍和教材更属首次，可参考的论著也相当有限，加上受各方面条件制约及编著者水平所限，本书仅仅是探索之作，书中难免有错误和不足之处，恳望读者批评指正，便于以后加以修订和完善。

编 著 者
2005 年 6 月

目 录

第一章 加强商务道德建设是时代的需要	(1)
第一节 道德与商务道德.....	(1)
一、道德的概念、作用与特征.....	(1)
二、商务道德的内涵与建设途径.....	(4)
三、商务道德的特征.....	(6)
第二节 社会主义市场经济的道德要求.....	(8)
一、社会主义市场经济与道德建设.....	(8)
二、社会主义市场经济与商务道德.....	(11)
三、以德治国的重大历史任务.....	(15)
第三节 商务竞争中的道德建设.....	(19)
一、商务竞争的特点.....	(19)
二、商务竞争的道德原则.....	(20)
三、以道德准则规范竞争行为.....	(22)
第二章 商务道德的价值观	(26)
第一节 中国商务道德的传统与变革.....	(26)
一、道德价值观的变迁.....	(26)
二、商务活动中道德价值观念的形成与特性.....	(29)
三、培育社会主义市场经济的商务道德价值观.....	(30)
第二节 义与利.....	(32)
一、义与利之辩是一个永恒的话题.....	(32)
二、“无奸不商”之批判.....	(34)
三、“义”体现了一种人文精神.....	(37)
第三节 企业在经营活动中的价值观抉择.....	(40)
一、突破义利对立是企业道德价值观的进步.....	(40)
二、崇尚职业良知是合乎道德的心理机制.....	(41)
三、企业的价值理念标志着其道德实力.....	(45)

第三章 商务道德中的责任与义务	(53)
第一节 崇尚国家利益至上的原则	(53)
一、以国家的现代化建设利益作为价值追求的目标.....	(53)
二、树立名优品牌, 振兴民族工业.....	(59)
三、走出去, 在国际上做强做大.....	(61)
第二节 承担社会责任, 关注社会效益	(70)
一、社会责任是一种综合责任.....	(70)
二、热心社会公益, 回报社会.....	(77)
三、造福环境, 追求绿色商务、绿色生产、绿色经营.....	(78)
第三节 关注大众, 承担对利益相关人的责任	(88)
一、以人为本, 尊重人的价值.....	(88)
二、切实保护投资者的权益.....	(90)
三、维护用户利益至上.....	(92)
四、强调对员工利益的及时回报.....	(94)
第四章 诚实守信 诚信兴商	(97)
第一节 我国的信用现状	(97)
一、信用缺失是一种灾难.....	(97)
二、信用缺失的原因与危害.....	(108)
三、建立市场经济的失信惩罚机制.....	(113)
第二节 建立社会主义市场经济的诚信体系	(116)
一、诚信是中华民族的传统美德.....	(116)
二、加强诚信建设是贯彻“三个代表”重要思想的具 体实践.....	(118)
三、诚实守信是市场经济条件下经济活动的最基本的 道德要求.....	(124)
四、形成道德、产权、法律有机结合的社会信用合理 系统.....	(129)
五、借鉴国外信用制度, 建立健全我国市场信用体系.....	(134)
第三节 诚信兴商, 建立行业诚信自律机制	(138)
一、商务行业成为我国信用管理突破口.....	(138)
二、在商务领域开展“诚信兴商”的活动.....	(139)

三、外贸企业的信用体系是社会信用体系的重要组成部分	(143)
四、创建完善的外贸企业征信体系	(147)
第五章 注重商务活动中的道德细节	(158)
第一节 商务道德细节的作用、特点、原则和行业礼仪	(158)
一、商务道德细节的作用、特点、原则	(158)
二、商务人员外在形象的道德细节	(163)
三、商务人员语言的道德细节	(168)
第二节 注重商务办公的道德细节	(170)
一、办公室的道德细节	(170)
二、处理与上级和同事之间关系的道德细节	(171)
三、商务社交的道德细节	(173)
第六章 加强商务工作者的道德修养	(177)
第一节 追求真善美的理想人性	(177)
一、中国传统的人生德性修养理论	(177)
二、培育良好的道德修养的途径	(180)
三、做事先做人	(182)
第二节 贯彻“八个坚持，八个反对”	(185)
一、“八个坚持，八个反对”的具体内容	(185)
二、商务工作者要克服官僚主义，全心全意为人民服务	(186)
三、坚持艰苦奋斗，反对享乐主义	(188)
第三节 把反对腐败的斗争进行到底	(190)
一、腐败的普遍存在和普遍开展的反腐败斗争	(190)
二、商务人员要抵挡住各种物欲的诱惑和腐朽思想的侵蚀	(193)
三、与时俱进、不断取得党风廉政建设和反腐败斗争的新成果	(197)

第一章 加强商务道德建设是时代的需要

第一节 道德与商务道德

一、道德的概念、作用与特征

(一) 道德的内涵与本质

道德，是一个社会为协调其各个成员之间的关系而推崇的行为准则和行为规范。

在中国历史上，“道德”一词，最先出现在《荀子·劝学篇》中：“《礼》者，法之大分，类之纲纪也，故学至乎《礼》而止矣，夫是之谓道德之极”，即学习修养达到“礼”的要求，可谓是道德的最高境界了。在西方，“道德”一词起源于拉丁语的“摩里斯”，意即风尚、习俗，也有道德原则、道德规范之意。

关于道德本质这一概念的诠释，从古到今，从中到外众说纷纭。中国儒家学派的代表人孟子认为：仁义礼智，我固有之也。西方哲学家康德认为：人生下来有一种“纯粹理性”，受这种理性支配的“善的意志”是一切善的根源。他们把道德归之为外在的或与生俱来的理念、情感。而旧唯物主义者也把道德视为社会以外的存在，没有揭示出道德与社会生活和社会实践的关系。

马克思主义把辩证唯物主义和历史唯物主义的原理运用于道德的研究，科学地揭示了道德的本质。马克思主义认为道德是人类社会关系的产物，是人类在物质生产活动中，在长期的社会实践中产生并逐渐形成的。人类的生产活动是根据一定的生产力水平，结成一定的生产关系来进行的，这就必然形成基于不同物质利益的个人与个人、个人与社会集体和社会集体之间等等社会关系和各种矛盾。为了调整这些关系和矛盾，逐渐产生了看待这些关系的观点、解决这些矛盾的行为，以及对这些行为的评价尺度等等道德观念、道德原则、道德情感和道德标准。

(二) 道德概念的外延

道德的概念中，包括道德原则、道德准则、道德规范、道德行为、道德活

动、道德评价、道德教育和道德修养等。

1. 道德原则。道德原则是人们基本的思想倾向，是最一般形式的道德要求，提供行为的社会方向。道德原则发挥作用时，使得传统的道德要求在现时代更加具体化，又通过道德准则更加明确化。例如，“人道主义”被具体为“尊老爱幼”、“为人师表”、“救死扶伤”等等。

2. 道德准则。道德准则并不适用于人们的一切活动，而是用来调节人们某一方面的观念和行为。例如：孝顺父母，拾金不昧，诚实守信等等。

3. 道德规范。道德规范是社会规范的形式之一，是判断人们观念和行为的是与非、善与恶的重要标准之一。道德规范在本质上与道德原则是一致的，道德原则要通过道德规范来表现。

4. 道德行为。道德行为是人们行为的重要组成部分。是在道德准则指导之下作出的选择行为。道德行为涉及到他人、集体和社会的利益，要用道德的尺度进行道德评价。

5. 道德活动。道德活动是构成道德关系的客观方面，包括道德行为、道德评价、道德教育、道德修养等活动现象。

6. 道德评价。道德评价是人们在社会生活中，依据道德原则和道德准则，对自己或他人的行为所作出的或善或恶的判断。道德评价是人们逐步形成道德品质、道德观念的因素之一。道德评价既有裁判作用，也有激励作用。

7. 道德教育。道德教育是使几千年传统道德精华得以传承下来的重要方式，对个人和团体进行系统的有组织有计划的道德影响，是道德教育的重要任务。

8. 道德修养。道德修养是对自身意识和品质的陶冶、修炼，是一种自我教育，不断提高的行为。

（三）道德的基础因素

道德的概念是由一定社会的经济关系、经济基础决定的，作为一种特殊的社会意识形态，道德又具有相对的独立性。道德有其自身存在、发展的规律，有一种强大的惯性，甚至有一种几千年的传承性，但是，道德作为观念和行为准则，总是会或慢或快地发生变化。

利益是道德的根源。决定道德本质的首要因素是由一定的生产资料所有制形成的社会经济关系，这种社会经济关系首先是作为利益表现出来的。不同的利益关系决定不同的道德原则。

道德并不是一成不变的。道德的根基是社会经济关系，随着社会经济关系的变化而发生变化，才有可能满足人们的利益需求。

影响和制约道德原则、道德行为形成和变化的因素有很多。例如社会生产

力的变革,科学技术的发展,教育水平的提高,法制观念的普及,还有人與人之间利益关系的变化,生活方式的改变,思想观念的变革等等,都会对现存的道德观念、道德原则、道德行为提出挑战。

(四) 道德所具有的特殊的社會作用

1. 道德的认识作用。道德的观念和行为准则是在人們的社會实践中逐渐形成的,又成为人們认识客观世界和把握客观世界的方式之一。在不同的时代、不同的社会、不同的环境、不同的人际关系中,道德是人們认识、判断各种现实关系的重要依据。道德的认识功能給人們以不同的价值导向。例如,原始社会人們的社會经济关系是共同占有生产资料、集体劳动、平均分配、共同消费。但是由于部落间的战争,使部落的利益高于一切,与之相形成的道德的基本原则是:无条件地服从和维护部落的共同利益,维护部落内部的自由、平等,参加集体劳动和相互关心、勇敢诚实等等。

奴隶社会是人类历史上第一个阶级社会,在人类道德史上也具有了第一个阶级道德的类型。在奴隶社会中,奴隶主占有生产资料、奴隶及其劳动产品,并在此基础上形成了奴隶主阶级的道德。维护奴隶主阶级的绝对统治,是奴隶主阶级道德的基本原则。奴隶主把买卖奴隶和欺诈、奢侈、残暴当作天经地义的行为,把鄙视劳动和劳动者、男尊女卑、对奴隶主国家绝对忠诚当作阶级道德的重要规范。而受奴隶主压迫的奴隶阶级,在反抗奴隶主的斗争中形成并发展了奴隶阶级的道德,如反抗奴隶主的剥削杀戮,争取做人的地位,勇敢坚韧顽强等等。

封建主义社会中,地主阶级占有生产资料,在对农民进行经济剥削和政治压迫的基础上形成了地主阶级道德。维护封建的宗法关系和等级制度,是封建地主阶级道德的基本原则。而在反对地主阶级的斗争中,农民阶级也逐渐形成了与地主阶级道德根本对立的农民阶级的道德。农民阶级道德的基本原则是反对封建礼教和宗法关系,废除等级制度,均贫富,实现社会平等。俭朴、勇敢、互助是农民阶级道德的重要规范。

资本主义社会中,资产阶级占有生产资料,追求高额利润,在激烈的竞争环境中利己主义成为资产阶级道德的基本原则,增长财富、金钱万能、投机取巧、弱肉强食是资产阶级道德的重要规范。无产阶级在反对资产阶级的经济剥削、政治压迫的阶级斗争和生产劳动中,逐步形成了与资产阶级道德相对立的无产阶级道德。无产阶级道德的基本原则是集体主义,大公无私、公正诚实、正义勇敢、团结互助等等是无产阶级的道德品质。

2. 道德的调节作用。在人們的社會交往中,个人与个人、个人与集体、个人与社会之间难免会产生这样或那样的矛盾和冲突,道德便是调节这些矛盾

和冲突的手段之一。道德调节的社会成本低，并且见效快。

3. 道德的教育感化作用。通过说理、事实教育、情感感化、榜样示范以及舆论导向等具体方式，道德可以起到使人们化“他律”为“自律”的作用，潜移默化地塑造人们的理想人格，形成高尚的道德观念和正确的道德行为准则。

道德的三大社会作用并不是孤立地表现出来，而是同时在对每一个人、每一个团体发挥着重要影响。

（五）道德的特征

作为一种特殊的社会意识形态，道德有着与其他意识形态不同的特征。

1. 自律性。马克思说“道德的基础是人类精神的自律。”道德的实现和维护，不需要社会组织、机构或者设施，而是要依靠传统习俗、社会舆论、思想信念和教育的力量。其中，思想信念是行为者内心的法庭，外在的教化是通过思想信念发生作用的。人们会在不知不觉中用道德的标准来审视自己的行为，遵循了道德规范，内心会产生愉悦的感觉，违反了道德规范，不会受到法律的制裁，但却会感觉到良心不安。道德是自律的产物，完善道德品质，需要人们的自律。

2. 评判标准。道德是人的一种价值观，人们在评判行为价值时，第一，有时代的因素、社会的因素。例如，原始社会中的复仇、杀戮俘虏以及男女群婚等行为准则，是在当时生产力水平低下的背景中形成的，原始人并不认为这样的观念和行为是不道德的。第二，往往以善恶为衡量尺度。符合当时社会道德规范的行为，就被认为是善，反之，就被人们认为是恶，被人们所不齿所唾弃。

3. 调节的范围广。在社会活动中，道德的影响和作用覆盖了一切领域的方方面面，影响着一切活动的进程，时时处处规范着所有人的行为，调节着任何人之间和任何人与社会之间的关系。正如恩格斯所说：“实际上，每一个阶级，甚至每一个行业，都各有各的道德。”

4. 社会成本低。在诸多调节人们之间利益关系和利益矛盾的手段中，较之法律的、行政的、经济的等手段，道德调节的社会成本无疑是最底的，不仅付出的财力最低，而且付出的精力也最低。

二、商务道德的内涵与建设途径

（一）商务道德的内涵

道德在历史演进的漫漫长途，不仅表现为不同类型的社会道德或阶级道德，而且必然要通过人类的职业生活反映出来，体现为各行各业的职业道德。

人们的职业活动是社会存在和发展的最基本的实践,因此,职业道德就成为社会道德生活的重要领域。

职业道德虽然同一定的职业生活密切相连,但是并非完全独立于社会道德之外。职业道德来源于社会道德的原则、准则和行为评价标准,寓于社会道德之中,体现或包含着社会道德,两者的关系是共性和个性,一般和特殊。在以私有制为基础的社会中,由于阶级和职业对抗的存在,某些职业道德同一般社会道德(阶级道德)之间存在着差距和矛盾。在社会主义社会中,阶级对抗和职业对抗已经基本消除,各行各业的具体道德同社会主义道德体系得到了高度的统一。

商务,泛指商品流通和交换活动。随着经济全球化进程的不断加速,迅猛发展的国际贸易、国际经济合作与国内贸易共同构筑成现代商务活动的基本框架。在现代商务这个广阔的大舞台上,企业(或个人)处理与消费者、生产者及其他经营者关系时,应该遵循的行为规范和价值观念体系,就是商务道德,简称商德。商务道德作为商务经营思想、经营作风和经营行为的准则和规范,既是商务经营者的一种自我约束,又是商品流通和交换中的“利他主义”因素。商务道德是道德在商务领域和商务活动中的具体体现,是社会主义职业道德的重要组成部分。现代商务道德,要与社会主义整体的文明程度相适应。建设美好的商务道德,需要企业和个人作出自身的努力,建立正确的商务价值观,同时需要全社会营造积极文明的氛围,全力推进道德建设,以解决由于经济和社会转型带来的道德缺失,重建以“明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”为核心的适应市场经济条件的新的道德观。

(二) 商务道德的建设途径

从事商务活动的企业和个人思想认识的程度,直接影响着商务道德的建设。如果企业不择手段地追求利润至上,那么其商务行为就不可避免地出现欺诈、造假等反面内容。因此,对企业和商务人员进行道德教育,提高思想认识水平,尤为重要。

1. 要使企业和商务人员了解商务工作的重要意义,正确认识商务活动在国民经济中的性质、地位和作用,形成自尊、自爱、自强的主人翁意识。

2. 要以“三个代表”为指导思想,清除利己主义和本位主义,克服官商作风,树立为祖国服务、为人民服务的意识。

3. 要形成买卖公平、诚信无欺的商务工作者最基本的行为准则和经营作风,文明经商,礼貌待客。

4. 要加强企业管理,将商务道德建设落到实处。商务道德并不是空话套话,一定会在商务活动中表现出来,因此,将商务道德建设落到实处,是企业