



對外經濟貿易大學
远程教育系列教材

商业道德

Business Ethics

廉茵 编著

www.
uibe.com

清华大学出版社





商业道德

Business Ethics

廉茵 编著

清华大学出版社

内 容 简 介

随着我国市场经济体制的进一步深入和经济的快速增长,诚信已经成为一个热门话题,公平日益为人们所关注,有关商业经营中伦理问题的研究和讨论已经成为建设和谐社会的重要组成部分。作为一门融合了经济学、心理学、法学和哲学的交叉学科,商业道德正日益为人们所关注,并成为商学院管理专业学生的一门必修课程。本书从一般的道德伦理概念出发,结合具体实践活动对商业经营中存在的伦理问题进行讨论。

本书可作为大专院校管理学院学生、短期培训的企业管理者以及想了解伦理及法律责任方面知识技能的管理者的参考教材。

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

商业道德/廉茵编著. —北京:清华大学出版社,2011.11

(对外经济贸易大学远程教育系列教材)

ISBN 978-7-302-27011-9

I. ①商… II. ①廉… III. ①商业道德—高等教育:远程教育—教材 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 200772 号

责任编辑:贺 岩

责任校对:王凤芝

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

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

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:16.25 插 页:1 字 数:342 千字

版 次:2011 年 11 月第 1 版 印 次:2011 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:28.00 元

产品编号:043009-01

编 审 委 员 会

名誉主任 刘 亚

主 任 谢毅斌

副 主 任 仇鸿伟 李福德

委 员 (按姓氏笔画排列)

王立非	王丽娟	王淑霞	刘 军
刘传志	张凤茹	张新民	沈四宝
沈素萍	吴 军	邹亚生	陈 进
杨言洪	杨晓军	冷柏军	李柱国
李家强	郑俊田	胡苏薇	赵忠秀
赵雪梅	曹淑艳	韩 风	彭秀军

总 序

中国远程教育的发展经历了三代:第一代是函授教育;第二代是广播电视教育;20世纪90年代,随着现代信息技术的发展,以网络为基础的第三代现代远程教育应运而生。到目前为止,教育部批准开展现代远程教育试点的高校共67所。对外经济贸易大学远程教育学院(简称“贸大远程”)是在中国加入WTO后的第一年,2002年3月正式成立的。

现代远程教育作为新生事物,对传统的教学模式、学习习惯、获取新知的途径等产生了巨大的冲击。如何在网络时代打造学习型社会,构筑终身教育体系,是当今时代的重大课题,现代远程教育试点高校为此进行了许多卓有成效的探索。在网络教育的具体实践中,“贸大远程”始终坚持依托学校的整体优势和特色,坚持知识的内在逻辑性与职业、行业市场需求的统一,坚持开展面向广大在职人员的现代远程教育,逐步形成了独具我校特色的“7+1”学习模式(即网络课堂、网上答疑、课程光盘、教材资料、适量面授、网上串讲、成绩检测以及第二课堂活动),为学生个性化学习提供了广阔的空间。自2003年起,“贸大远程”连续3年蝉联新浪网、择校网、搜狐网和《中国电脑教育报》联合评出的全国“十佳网络教育学院(机构)”称号。值得一提的是,“国际贸易实务”课程荣获国家级奖项,“商务英语”等7门课程荣获北京市优秀教材一等奖和“精品课程”称号,另有10余门课程在全国性的远程教育课程展示会上获得大奖。

几年来丰富的现代远程教育实践和教学经验积累,为我们出版配套的“贸大远程”系列教材奠定了坚实的基础。目前,普通高等学校的现有教材并不完全适合远程教学,市面上真正用于现代远程教育的成规模的网络教材还不多见,与网络课件相配套的系列教材更是寥寥无



几,因此,为接受远程教育的莘莘学子专门设计符合他们需要的教材已成为现代远程教育发展的迫切需求。

基于以上原因,“贸大远程”按照学校一级教学管理体制,本着为社会、为学生服务的宗旨,致力于教学质量的保证和提高,特聘请了国际经济与贸易学院、金融学院、国际商学院、英语学院、公共管理学院等学院的优秀教师,以目前开设的两个学历层次的7个专业为依据,以现有的导学课件为基础,编写了这套远程教育系列教材。本套教材共分为外语、经济贸易、工商管理、法律、金融与会计、行政管理、综合7大系列,全面覆盖两个学历层次7个专业的上百门课程。为了打造“贸大远程”优质教材品牌,我们与清华大学出版社和对外经济贸易大学出版社达成协议,计划3年之内全部出齐。

本套教材在策划编写过程中,严格遵循现代远程教育人才培养的模式与教学客观规律,充分考虑到远程学生在职和成人继续教育业余学习的实际情况,专门为远程学生量身定制,具有较强的针对性、实用性和可操作性。本套教材的编写具有如下特点。

一、在教材体系和章节的安排上,严格遵循循序渐进、由浅入深的教学规律;在对内容深度的把握上,考虑远程教育教学对象的培养要求和接受基础,其专业深度比本科有所降低,基础面相对拓宽,不是盲目将内容加深、加多,而是做到深浅适中、难易适度。

二、在每章开篇给出明确的学习目标与重点难点提示,涵盖了教学大纲的重点或主要内容。相对于传统的学校教育,远程教育更倚重于学生的自学能力和自控能力。明确的教学目标有利于学生带着任务有目的地学习。同时,教材充分考虑到了学生学习时可能遇到的问题,给他们以提示和建议。由于本套教材的作者都是经过挑选的、具有长期教学经验的优秀教师,且大多数作者都来自远程教学的第一线,是远程网络课件的主讲老师,能够为学生提供比较丰富的、切中要害的问题解答,从而使远程学生在学习时少走弯路。

三、在章后和书后分别设置“同步测练与解析”和“综合测练与解析”栏目,涵盖了各章及本书的重要知识点,并给出了详尽的参考答案,对难题还进行分析点评,列出解题思路与要点,更加方便学生自学。测验是检验教学目标是否达到的有效手段。远程学生是在虚拟的网络课堂上课,远离教师,处于相对独立的学习环境;教师不能通过直接交流了解学生对学习内容的掌握情况;学生也由于与教师、同学之间的分离,无法判断自己的学习状况。针对这种情况,我们在教材中设置了大量自测自练题目。旨在通过这种自测自练方式,积极引导学及时消化和吸收所学知识,不断加深对教材内容的理解,阶段性检查学习效果,全面复习和掌握所学知识,综合评判自己对知识的掌握程度,巩固最终学习成果。

四、考虑到有些专业课程具有较强的社会实践性,在教材的编写上也力争做到理论联系实际,注重案例的引入。尽可能安排一个或多个案例,并进行详细的分析讲解。旨在通过案例教学,对课程重点、难点进行深化分析和实际操作训练,加强学生对知识点的理解和记忆,强化学生分析问题、解决问题的能力以及动手操作能力。

在本套教材的编写与出版过程中,我们得到了众多业界专家学者的真诚理解与支持,得

到了清华大学出版社与对外经济贸易大学出版社的通力合作,在此向他们一并致以衷心的感谢。在前所未有的战略机遇期和“十一五”期间,相信本套教材的出版,必将是全国远程教育界一件很有意义的事情。衷心祝愿现代远程教育在建立学习型社会、构筑终身教育体系的进程中,在推动中国教育事业向现代化大教育形态的历史转变中,迈出更大、更坚实的脚步。

对外经济贸易大学远程教育学院院长

谢毅斌

2006 年 7 月于北京

前言

近年来,人们只要打开电视、浏览网页或翻阅报纸,都会看到或听到某公司或某组织行为中有涉及伦理问题的事件发生。什么是商业道德?商业经营中应遵循什么样的道德?在商业经营活动中面对利益冲突时我们应该怎么做?本教材旨在让读者学会分析和理解具体经营活动中出现的伦理问题,不断提高敏感度和辨析能力。

对商业领域伦理道德规范的关注可以追溯到19世纪晚期,商业道德自20世纪80年代在美国兴盛以来,在短短30年间已经对欧美许多国家的企业经营观念和实践产生了深远的影响。在我国,这门综合了经济学、心理学、法学、哲学的交叉学科也日益为人们所关注,并成为商学院管理专业学生的一门必修课程。

有关商业伦理实际上能否被传授,被传授后个体和组织是否会显现出更好的伦理行为等方面的文章,已经发表了很多。西方多数伦理学家试图通过教学、研究和企业咨询等来增强企业的伦理道德氛围,并对经理或组织在行使职能时产生影响。近年来由乔治·恩德勒(Georges Enderle)所提出的以问题—行动为导向的研究方法,可以归纳为:实践优于理论;在伦理和经济方面开展智能与实践的合作;建立问题与行动导向,以及建立多方面共识以包容伦理价值和不同来源的规范。这无疑为商业道德的理论研究和教学带来了机遇和挑战。

由于我国在商业道德方面的教学、科研和实践活动起步较晚,随着市场经济体制的进一步深入和经济的快速增长,诚信已经成为一个热门话题,公平日益为人们所关注,有关商业经营中伦理问题的研究和讨论已经成为建设和谐社会的重要组成部分。

作为一门交叉学科,商业道德既不是简单的伦理学,也不是单纯的经济学或企业管理学,所以掌握一些基本知识是至关重要的。全书

共分十一章：

第一章主要介绍伦理、道德的基本知识和基本概念，使读者了解道德的本质，道德的研究对象，道德与法律的区别以及道德的发展历程等。

第二章主要讨论道德评价的基本概念及其主要方式，以便让读者了解商业道德的内涵及其社会功能以及道德评价的标准和依据等。

第三章旨在介绍道德责任和道德义务的概念，进一步澄清商业经营中公司对社会、雇员、顾客等受公司行为影响的其他人的责任。通过案例分析，使读者了解在公司及大企业运作过程中自身应承担的责任和义务。

第四章旨在让读者了解商业道德的本质及特征，了解商业价值观的内涵及基本内容，商业在当今社会中的地位，商业道德的一些特殊研究领域以及企业与道德、商业道德与伦理学、商业道德与社会发展之间的关系等。

第五章针对商业经营活动中出现的道德责任问题进行讲述，讨论的焦点主要集中在由契约理论、应受关注理论和社会诉讼理论相结合而形成的特殊的道德问题，以及界定每种理论所适用问题的种类。目的是让读者理解商业领域内各层次、各部门应当承担什么样的责任以及在具体的经营实践领域中的运用等。

第六章至第十章关注商业道德在商业经营中的具体应用。

第六章主要讨论有关市场营销中伦理的界定及有关伦理问题。包括产品策略中的伦理问题、促销回扣的伦理问题以及消费市场营销问题等。从整体的经营体系去把握道德的准绳，以期更为精确地判断企业在经营中的道德问题。

第七章主要介绍有关产权的一系列概念，旨在让读者了解商业秘密在商业道德中以及在企业经营中的重要地位；讨论在商业经营中知识产权、工业间谍以及内幕交易伦理等。

第八章主要对目前商业经营活动中存在的道德问题进行讨论。包括环境污染问题、广告问题以及商业腐败问题等。同时，还对造成这种现状的原因从宏观和微观两个方面进行了分析，并介绍了企业质量管理问题。

第九章旨在让读者了解在当今跨国经营日趋普遍的情况下应该遵循的伦理准则及跨文化经营中存在的文化差异等。

第十章针对商业经营活动中出现的人力资源管理问题，讨论如何对人力资源管理伦理问题进行审视，分别就招募选拔中的伦理问题、薪酬设计中的伦理问题、劳资关系中的伦理问题以及雇员职业安全与健康伦理问题进行讨论，以使企业保持长期持续的竞争优势。

第十一章围绕商业道德建设等问题对有关道德与立法、经济与道德等进行进一步的讨论，同时着重讨论有关在市场经济体制下的商业道德建设内容与途径，如何加强商业道德建设以及加强商业道德建设的重要意义等问题。

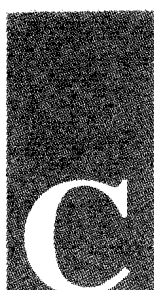
本书在每章的最后还提供了相应的案例，这些案例是在结合了与伦理道德相关的、有较大影响的事件的基础上选编出来的。此外，为了便于读者自学和自我检测，每章配备了相应

的练习题及参考答案,同时附有四套综合练习题及其答案。

近年来,我有机会与美国威斯康星大学 Coleman Harden 教授、匈牙利国家科学院心理研究所跨文化心理学家 Marta Fulop 教授进行交流与合作。通过这种交流与合作,我受益颇多。

由于编者水平有限,书中不妥之处在所难免,诚盼同行专家和广大读者批评指正。

廉 茵
2011 年 3 月于北京



目 录

第一章 绪论	1
第一节 伦理学的定义	2
第二节 一个主要的伦理问题——相对论	9
第三节 道德发展	12
案例分析	15
同步测练与解析	16
第二章 道德评价	19
第一节 道德评价的内涵	20
第二节 道德评价的方式	22
第三节 商业道德评价的标准和依据	23
案例分析	27
同步测练与解析	28
第三章 道德责任	31
第一节 普遍意义上的道德责任	32
第二节 人类的自由及有意识的行为	33
第三节 良心	37
第四节 权利与公正性	41
第五节 互利原则	45
案例分析	47
同步测练与解析	49
第四章 商业道德	51
第一节 商业道德与商业价值观	52



第二节 企业与道德的关系	61
第三节 商业道德与伦理学	63
第四节 商业道德与社会发展	66
案例分析	68
同步测练与解析	69
第五章 企业的社会责任	72
第一节 企业社会责任概述	73
第二节 企业社会责任的范畴	79
第三节 企业社会责任认证、标准和评估	84
第四节 三种古典产品责任理论	85
案例分析	89
同步测练与解析	90
第六章 市场营销中的伦理问题	93
第一节 西方学者对市场营销伦理的界定	94
第二节 营销手段中的伦理	100
第三节 商务谈判伦理与公关伦理	104
案例分析	109
同步测练与解析	110
第七章 商业秘密	112
第一节 知识产权	113
第二节 工业间谍与公司信息披露	117
第三节 内幕交易伦理	125
案例分析	134
同步测练与解析	135
第八章 商业经营活动中的伦理问题	138
第一节 环境污染问题	139
第二节 广告问题	142
第三节 商业腐败问题	152
第四节 造成伦理问题的主要原因	153
案例分析	156

同步测练与解析	157
第九章 跨国经营中的伦理问题	160
第一节 跨国经营中的伦理问题	161
第二节 跨国经营中的文化差异	169
第三节 考克斯圆桌商业原则	174
案例分析	179
同步测练与解析	181
第十章 人力资源管理中的伦理问题	184
第一节 招募选拔中的伦理问题	185
第二节 薪酬设计中的伦理问题	189
第三节 劳资关系中的伦理问题	191
第四节 职业安全与健康问题	193
案例分析	194
同步测练与解析	199
第十一章 商业道德建设	202
第一节 道德的进一步思考	203
第二节 市场经济体制下的商业道德建设	209
第三节 创造良好的经济道德建设环境	218
案例分析	229
同步测练与解析	232
综合测练与解析	235
综合测练与解析(一)	235
综合测练与解析(二)	236
综合测练与解析(三)	238
综合测练与解析(四)	240
参考文献	242



CONTENTS

Chapter 1 The Introduction	1
1.1 A Definition of Ethics	2
1.2 One Major Ethical Issue—Relativism	9
1.3 Moral Development	12
Case Analyzing	15
Exercises and Answers	16
Chapter 2 Moral Evaluation	19
2.1 The Meaning of Moral Evaluation	20
2.2 The Way of Moral Evaluation	22
2.3 The Standard of Moral Evaluation	23
Case Analyzing	27
Exercises and Answers	28
Chapter 3 Moral Responsibility	31
3.1 Moral Responsibility in General	32
3.2 The Idea of Man Free and Conscious Behavior	33
3.3 Conscience	37
3.4 Rights and Justice	41
3.5 Principle of Mutual Benefit	45
Case Analyzing	47
Exercises and Answers	49
Chapter 4 Business Ethics	51
4.1 Business Ethics and Business Values	52



4.2	The Relationship between Corporate and Ethics	61
4.3	Business Ethics and Ethics	63
4.4	Business Ethics and Social Development	66
	Case Analyzing	68
	Exercises and Answers	69
Chapter 5	Corporative Social Responsibility	72
5.1	Overview of Corporative Social Responsibility	73
5.2	The Range of Corporative Social Responsibility	79
5.3	Accreditation, Standards and Assessment of Corporative Social Responsibility	84
5.4	Three Classical Theories of Product Responsibility	85
	Case Analyzing	89
	Exercises and Answers	90
Chapter 6	Ethical Issues in Marketing	93
6.1	Western Scholars on the Definition of Marketing Ethics	94
6.2	Ethics of Marketing	100
6.3	Business Negotiation Ethics and Public Relations Ethics	104
	Case Analyzing	109
	Exercises and Answers	110
Chapter 7	Business Secret	112
7.1	Intellectual Property	113
7.2	Industrial Espionage and Corporate Disclosure	117
7.3	Insider Trading Ethics	125
	Case Analyzing	134
	Exercises and Answers	135
Chapter 8	Ethical Issues in Business Activities	138
8.1	Environmental Pollution	139
8.2	Advertising Issues	142
8.3	Business Corruption	152
8.4	The Main Reason Causing This Moral Status	153

Case Analyzing	156
Exercises and Answers	157
Chapter 9 Ethical Issues in International Business	160
9.1 Code of Ethics in International Business	161
9.2 Cultural Differences in International Business	169
9.3 Caux Round Table Principles for Business	174
Case Analyzing	179
Exercises and Answers	181
Chapter 10 Business Ethics in Human Resource Management	184
10.1 Ethical Issues in Recruitment	185
10.2 Ethical Issues in Compensation Design	189
10.3 Ethical Issues in Labor Relationship	191
10.4 Ethical Issues in Occupational Safety and Health	193
Case Analyzing	194
Exercises and Answers	199
Chapter 11 Construction of Business Ethics	202
11.1 Further Thoughts of Ethics	203
11.2 Ethics Development under the Market Economic System	209
11.3 Create the Good Environment in Construction of Business Ethics	218
Case Analyzing	229
Exercises and Answers	232
Comprehensive Tests and Answers	235
Comprehensive Tests and Answers I	235
Comprehensive Tests and Answers II	236
Comprehensive Tests and Answers III	238
Comprehensive Tests and Answers IV	240
References	242