

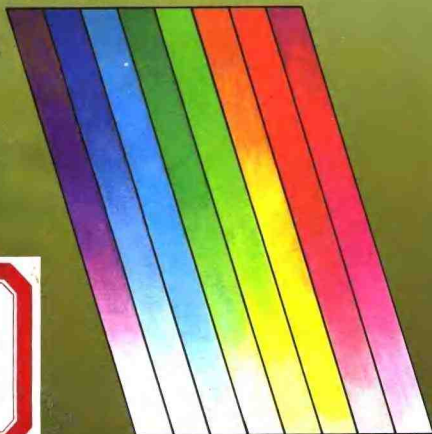
中国企业文化建设丛书

4

● 杨恒达 著

企业的良心

总顾问 袁宝华 主编 陈传才 杜元明



● 辽宁大学出版社

107-168

《中国企业文化建设》丛书

总 序

袁宝华

与世界日益发展的现代化生产、管理相适应，不少发达的国家对企业文化的研究正逐步走向深入。近几年来，在我国企业改革的不断深化中，企业文化建设也成了热门话题，不少部门的领导、企业人员同专家、学者一道，开始了对这个问题的探讨和研究。这是时代与社会变革的必然要求，也是当今文化建设提出的崭新课题。

在企业文化的探讨和建设过程中，固然不应排斥对外国企业文化的某些研究成果的借鉴与吸取，因为借鉴和吸取可以开扩视野，活跃思路，掌握多种研究方法。然而，更为重要的，还是要从中国的历史和现状出发，探索并总结出我国社会主义企业的特殊规律、发展轨迹以及对企业文化建设的特殊要求。本着这个目的，我赞成编辑出版《中国企业文化建设》系列丛书。希望丛书对中国企业文化建设的探讨，既立足于中国的国情，又切合中国企业活动的内在规律，从而提出符合社会主义中国企业精神的真知灼见。

什么是企业文化？国内外的专家、学者说法不一。有的说它是渗透于企业一切活动之中，又涵容企业物质财富与精神财富之总和的精神支柱，即企业的灵魂。也有的说它是影响并制约着企业生存、竞争与发展的价值观念、行为准则和道德规范等文化形态。这是从不同的角度探讨企业与文化关系的理论界定，还可以深入加以

责任编辑 蒋秀英 董晋骞

封面设计 刘桂湘

责任校对 邬琼

中国企业文化建设丛书④

企业的良心

杨恒达 著

辽宁大学出版社出版 (沈阳市崇山中路66号)

辽宁省新华书店发行 沈阳新华印刷厂印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 5.5 插页: 2 字数: 110千

1990年12月第1版 1990年12月第1次印刷

印数: 1—10,000

ISBN 7-5610-1082-6

F·181 定价: 3.30元

(辽)第9号

研究。但有一点却是必须明确并切实加以解决的，那就是我们应该建设什么样的企业文化？形成什么样的企业精神？塑造什么样的现代企业的人的形象？如果企业文化建设忽视了企业赖以生存、发展的精神支柱，忽视了企业人员的主人翁地位及其思想文化素质的要求；那么，企业文化的建设就只能停留在一般文化学的层次，而没有深入到企业生产、管理、经营、服务与文化学相结合的层次之中。

尤其应该加以强调的，就是我们所要建设的企业文化，是以社会主义初级阶段的经济、政治、文化为基础，以马克思列宁主义、毛泽东思想为指导，以共产主义为理想目标，因而贯穿于企业流动中的各个方面（如组织结构、管理方法、激励机制、人际关系等）的文化要素，也必然形成有别于发达的资本主义国家的特殊内涵。比如大家所熟悉的“大庆精神”，就包孕着具有中国企业文化特色的宝贵经验。在六十年代艰苦的石油会战中，光靠企业的行政法规与纪律约束是无法解决人的积极性和创造潜力的充分发挥的。而重视人的作用，发扬工人阶级的硬骨头精神，正是在承认个体价值基础上弘扬工人阶级的集体价值的社会主义价值观念。大庆正是凭藉这种企业精神而坚持高标准、严要求，并进而在实践中形成过硬作风和光荣传统的。其次，大庆人的科技文化素质的不断提高，也是重视企业文化建设，使之成为企业发展的内动力的重要方面。从油田会战一开始，他们就以对科学技术的实事求是态度，博采世界众家之长，对多种方案进行对比、优选、优化；同时抓紧职业技术教育，开展技术比赛，始终把提高职工的文化技术素质摆在战略位置上，一刻也没有放松。大庆企业发展的高水平，离不开科技的高水平和人员素质的高水

平。这正是企业文化建设必须紧紧抓住的又一关键环节。社会主义企业中人的政治觉悟一旦与高度的科技文化素质相融合，就将创造出人间奇迹。“大庆经验”对建设中国企业文化意义和价值正在于此。

诚然，在改革、开放的历史新时期，企业发展与企业文化建设所面临的新情况，并非“大庆经验”所能完全包涵，“大庆经验”也仍需要继续丰富和完善；但是，这些宝贵经验却启示和引导我们去创造更具现代化管理水平和效益的新经验；中国企业文化建设也亟需在这种生机勃勃的社会主义现代化进程中，作出富有理论价值和实际意义的创造和贡献。

这不仅是我个人的衷心希望，也是当今企业改革对企业文化的热切期待！

《中国企业文化建设》丛书

导 言

近几年来，伴随着我国社会主义企业的改革与发展，作为当代管理理论、管理科学与文化学理论、行为科学相交汇的企业文化，越来越成为企业管理、经营、服务及员工素质朝着现代化目标迈进的内驱力，从而日益成为企业内部精神文明建设的热门话题。

尽管如此，但人们对于这门交叉的边缘学科毕竟是陌生的，对于它的内涵和精神实质尚处于探讨与研究之中；尤其是这门学科的一般特性及其与我国文化传统和社会主义建设经验相结合而形成的特质，究竟在哪些方面有别于西方和东瀛日本的企业文化，更需切实地予以研讨。这里，既有理论与方法上的问题，也有必要对企业的道路与建设经验进行考察和总结。

正是为了在理论、方法和建设中国特色的社会主义企业文化方面，提供较系统的学科知识和较翔实的中国企业文化的研究成果，《中国企业文化建设》系列丛书才应运而生。我们认为，企业文化在八十年代中国改革、开放大潮涌动之际的勃发，标志着当代我国企业进入了一个新的发展时期。企业建设的走向，已从技术中心、制度中心、产品中心、利润中心转到文化中心上来。这一战略性的转移，预示着企业的存在、发展形态及其理论、观念，将发生划时代的变革。编撰《中国企业文化建设》系列丛书的指导思想，不仅旨在于对变革时代企业文化建设的基本理论方法加以宏观地探索和系统

地论述；而且着眼中国国情和社会主义企业建设经验的理论概括，在对比西方和东瀛日本企业文化的基础上，揭示中国企业文化的特质，为建设具有中国特色的社会主义企业文化勾勒出基本蓝图，阐明相关的范畴、概念，提出具有实践价值的理论观点。

从这一宗旨出发，丛书将首先向读者昭示：企业文化是企业管理学和企业文化学交汇与综合的边缘学科，对它的探讨与研究，必然切入企业建设的内在素质及当代科学文化的深层意识之中。当今企业的变革、发展证明，当代的管理科学、管理理论只能从不同侧面揭示企业运行的规律，而要全方位窥测并深入阐明企业变革、发展的动因，则须呼唤企业文化的出现。企业文化把企业视为以经济为目的的社会群体，即一个有生命的有机体，一种具有历史继承性和鲜明时代特征的动态过程；这样，企业文化首先所涉及的就是特定时代的价值观念、行为规范等精神文化范畴在企业中的意义与功能，以及企业文化的本体结构在不同国家、民族的现实土壤中凝成的独特形态和内涵。

与此相联系，企业文化必然把人与企业的关系，视为文化建设的核心予以突出研究。人既是企业的主体，又是企业发展的活力和生机的源泉。企业文化建设的各个方面，最终都要归结到全体从业人员的思想文化素质的提高上来。如果忽视人的素质的提高，文化建设就徒具形式而失却其内在灵魂！

其次，丛书将进一步论述作为企业文化之根本的企业精神，探求如何创建具有中国特色的企业精神。这是企业文化内涵的核心部分，也是富有现实感和实践意义的研究课题。当今企业的生存、竞争与发展充分说明，企业的兴旺发达，固然离不开当代科学技术、科学管理

与经营艺术；然而，人的因素，精神的力量更是不容忽视的。企业要在竞争中求得生存与发展，就必须在社会主义现代化目标的鼓舞下，形成统一协调、励精图治的理想追求、价值取向和严密的行为规范，并通过这些把职工凝聚成革新进取的整体力量，从而在企业的内部和外部，树立起以文化制胜为特征的精神风貌。

为此，丛书将进而阐明企业精神的文化意义与哲学蕴涵，揭示管理功能、经营艺术与企业家、从业人员的精神素质、智慧、才能及由此形成经营战略、活动方式的内在联系。尤其必须结合民族的文化精神和社会主义企业发展的精神支柱（如“大庆精神”、“孟泰精神”等），不断丰富、完善社会主义企业精神的时代特征与崭新要求。例如，新型的社会主义企业精神的培育，一方面离不开以马克思主义为指导的当代哲学、文化意识的熏陶；同时，企业精神作为企业文化的凝聚功能和动力功能的集中体现，又总是以不断完善、优化的人际关系为其传动机制。这样，就不仅需要探索企业家文化人格的塑造问题，不同层次管理人员与经营人员的文化形象与精神气质问题，而且还需研究科技人员、班组工人及其他从业人员的文化特征与角色心理等问题。通过探讨与研究，使人们懂得如何塑造自身的人格、心理，以适应当今企业向前发展的潮流；尤其懂得不同层次、不同角色从业人员精神素质的优化，总是在传统文化心理与当代意识心理的撞击与契合中实现的。

再次，企业规范、职业道德等问题，也是企业文化研究必须着力解决的重要课题。因为现代文明的发展越来越使个人通向事业和成功之路的纽带，紧紧地系结在具有科学文化内涵的企业规范与职业道德等意识形态上面。尤其是我国的社会主义企业，以公有制为基础，以

社会主义价值观为基本行为准则，因此为社会主义贡献和为人民群众服务的宗旨，制约着企业的经营、管理与服务，既要顾及国家、集体、个人三者的利益，又要讲求盈利和满足人民群众不断增长的物质和精神的要求，以便把企业办成社会主义物质文明与精神文明的重要基地。这方面的探索与研究，包括企业的社会责任与从业人员的义务和权利，以及产品生产、企业管理、经营销售中的一系列职业道德和行为规范的提高与完善。唯有从理论与实践的结合上切实解决问题，具有中国特色的社会主义企业的独特光彩才能真正焕发出来。

当然，社会主义企业独特光彩的充分焕发，还包括一个更内在的文化科学素质问题，这就是企业与美的深层关系。因为实践一再表明，无论是企业的奋斗目标，企业的组织与行为规范，还是企业的主人及其活动环境，都贯穿着社会主义的审美理想和审美追求，同时要求所有从业人员也必须具有相应的美的素质和美的精神风貌。丛书将围绕这个课题，深入论述提高企业的美的素质，是建设有中国特色的社会主义企业的重要内容；遵循“美的规律”，是优化社会主义企业的科学文化水平的重要条件；而提高人的美的素质，则是获得社会主义企业现代化目标的根本保证。

总之，《中国企业文化建设》丛书涉及的内容较为广泛，但又是有机联系的三个部分。第一辑的系列着重企业文化的基本理论、方法的全面论述，探讨建设中国特色的社会主义企业精神的特质与内涵；第二辑的系列主要总结、评析具有企业文化建设特色的先进企业单位的经验和体会；第三辑的系列是关于国外企业文化理论与经验的译介与分析。

中国企业家协会会长、中国职工思想政治工作研究

会会长、中国人民大学校长袁宝华先生出任本系列丛书顾问，对丛书编撰工作给予指导和支持，这是我们的荣幸。

感谢辽宁大学出版社编辑部同志们热情鼓励、支持与悉心指导。这套系列丛书第一辑各册的陆续编撰并付梓出版和建设社会主义文化的责任感、使命感，激励着我们继续努力完成第二辑、第三辑的编撰任务。

陈传才 杜元明

一九九〇年四月初于北京

目 录

一、企业道德的历史困境	1
(一) 从“无商不好”谈起	1
(二) 西方学者无法解决义与利的矛盾	10
二、价值规律与企业价值	19
(一) 什么是价值规律与企业价值?	19
(二) 社会主义条件下义与利的对立统一	29
三、企业和个人	38
(一) 企业经理在道德方面负有双重责任	38
(二) 工人的基本权利与义务	44
四、企业与社会	58
(一) 企业与社会的一般关系	58
(二) 企业对社会的义务与责任	63
五、企业与政府	83
(一) 政府对企业的干预与调节	83
(二) 我国政府始终是企业经营权的保护者、指导者和监督者	86
六、社会主义企业的规范功能	94
(一) 什么是规范与规范功能?	94
(二) 怎样使企业的规范功能发挥全面作用?	109
七、树立具有中国特色的社会主义企业的职业道德	119
(一) 树立社会主义企业职业道德的现实条件	119

(二) 树立职业道德必须特别注意的两个问题	133
八、企业职业道德的基本内容	140
(一) 企业经营管理的职业道德	140
(二) 生产和销售中的职业道德	153
后记	162

一、企业道德的历史困境

（一）从“无商不奸”谈起

古人云：“无商不奸”。这是中国几千年来对经商的基本看法。商业是现代工业社会的基本组成部分，它先于现代工业社会，伴随着漫长的人类社会发展史艰难地成长，终于在近代促进了工业的飞速发展和社会的高度繁荣，并在现代工业社会中发挥着难以估量的巨大作用。人们对商业的道德判断，既包含着对现代企业中一个主要因素的历史看法，也构成了企业伦理学的一个重要方面。“无商不奸”的看法显然不利于现代企业的发展，然而，不解决“商”与“奸”的矛盾，不树立真正的企业道德，不充分发挥企业的规范功能，不努力培养全体企业人员的职业道德，企业即使发展了，也不可能造福人类，相反，它还会给人类社会造成严重危害，成为少数人牟取暴利的工具。

但是，要解决上述这些问题，谈何容易！从“无商不奸”这句古话来看，企业道德的问题从其萌芽状态开始就受到了挑战，陷入了困境。不仅在中国如此，在世界各国亦如此。

中国有着漫长的封建社会的历史，长期以封闭的小农经济为主，人们被束缚于土地，也向土地索取一切。人们靠土地实现了自给自足，只希望风调雨顺，社稷安定，对老天爷和社会上的其他人别无所求；因此，人民中间自然而然地滋生了重农轻商的思想。农业是根本，从事农业劳动被看成守

本份，弃农经商当然便是不守本份了。历代封建统治者为了巩固统治、加强政治控制，也大力推行重农轻商的政策。另一方面，正因为社会上普遍存在着重农轻商的思想，所以立志将经商作为第一职业，并且终生致力于建立商业信誉的人实在少得可怜。大商贾往往是官吏和地主，经商并不是他们的第一职业，他们不必依靠它而生存，然而却可以借助它来牟取暴利，他们有权有势，属于为富不仁的一类，一般人无法公开指责他们缺乏商业道德，只能暗自坚定对“无商不好”的看法。另外，确实有一些以商业为生的人，但是他们关心的只是赚钱，从不考虑对他们的商业行为负责，他们往往做的都是“一锤子买卖”，“打一枪换一个地方”，江湖骗子、卖狗皮膏药、卖假药者便属于这一类。反正社会上对做买卖的人没有好感，他们也就破罐破摔了。这样，社会舆论对经商越不利，商业道德也就越败坏，形成了一种恶性循环。这便苦了那些真正想老老实实做买卖的商人，他们的地位岌岌可危。

即使在具有商业传统的西方国家，也长期存在着对经商十分不利的道德判断。我们知道，古希腊的时候，经商贸易已经在人们生活中占有重要地位，它不仅促进了希腊各城邦之间及各城邦同海外各国之间的商品流通，而且大大推动了当时的文化交流。现代企业伦理学提出的基本问题，实际上在古希腊社会中即已提出，这就是如何看待人们相互间公平交易的理想与竞争、赢利的规律之间的冲突。古希腊罗马的伦理学家们认为有必要展开关于商业道德问题的争论，但是他们实际上大多敌视经商，理由是：一、商业似乎始终与贪婪、欺骗相联系；二、商业是道德败坏的潜在根源，因为经商不可避免地要和一些属于野蛮文化的商人做买卖，当时古希腊罗马的人们认为，这些野蛮地区商人的道德态度和风俗习惯尚未达到当时高度文明的古代社会所定下的

标准，因而人们在经商中必然会受到落后道德标准的潜移默化的影响。古典传统尤其认为，商业中通过中间人的活动来获利的做法，无论从经济上还是从伦理上讲都是不合法的。

西罗马帝国灭亡以后，欧洲进入了封建社会，土地被分割成大小不等的领地，各自实行自给自足的经济，不依赖相互间的经济、社会交流，商业传统受到了严重打击。这时，唯一在欧洲各国有着统一组织的是罗马天主教会，它在各个独立的王国和领地内都拥有自己的分支机构，成为当时欧洲最富有、最强大的一股势力，控制了政治、精神等各个领域，并在经济生活中施加举足轻重的影响。

在整个中世纪，教会竭力宣扬禁欲主义、苦行僧主义，视各种欲望为罪恶。一切行为都是为了实现灵魂的拯救，全部经济活动都被严格地置于这个统一的精神倾向的支配之下。人民惧怕教会，又盲目地热爱教会。教会人员被看作对人们的灵魂得救拥有无上权力的权威人物，教会成了社会上全部生活和希望的象征，甚至国王和封建领主也要怕它三分。拯救灵魂不仅成了当时社会的主要兴趣，而且发展到了迫使人们相信每一个行动都同灵魂得救有关的地步。商业界被认为是最不能做到行为端正的领域。基督教在其早期活动中，就对财富和商业抱怀疑态度，尽管早期的神父和神学著作家们大多认为，经商是一种道德上可以接受的活动，然而他们往往警告人们警惕经商必然会伴随的贪婪、欺骗和奢侈。他们赞成经商主要是因为商业活动有助于推广他们关于基督教是一种世界性宗教的观点。但是，中世纪教会为拯救灵魂而制定的种种教规同经商活动的实践发生了尖锐的矛盾。营利和利润受到怀疑，并经常被扣上有罪的帽子。借钱给人而索取利息的事遭到禁止，有息贷款和高利贷被看成是一回事。15世纪的教皇本尼狄克十四世说：“被称为高利贷

的罪恶是如此犯下的：有人借出一笔钱，可是他却仅仅以贷款为由而要求借款人付还比这笔贷款更多的钱。一个人理所当然的责任是只付还他所借的那笔钱。”^①因此，教会对高利贷的谴责，实际上是对利息的谴责，谁若索取利息，就有可能被革出教门，遭受永久性的惩罚。

一方面，教会对营利和财富，对商业活动中的一些重要因素进行如此严厉的谴责，另一方面，它又把无价的东西变为有价，把向来被人认为神圣的东西变为商品，教职可以用钱买到，甚至灵魂的拯救都可以用钱买到——只要多买赎罪符即可。这样，人们旧的价值观念动摇了，金钱和道德的矛盾显然要用一种新的观念来看待，这个任务落在了文艺复兴的人文主义者和宗教改革家的肩上。

代表新兴资产阶级的人文主义者宣称自己重新发现了“人”，这实际上是重新发现了人在现世的价值，他们要求人们不要再白白地把眼仰望苍天，以忍受现世的苦难来求得上帝的宽恕，从而得到灵魂的拯救。人并不是生来就有罪的，爱情、欢乐、财富也不是罪恶，每个人都拥有在现世追求这些东西的权利。同教会宣扬的禁欲主义针锋相对，人的种种欲望得到了肯定，其中包括人的贪欲。当时欧洲社会正处于资本原始积累时期，贪欲的释放，无疑有助于资本的积累，以便为资本主义的进一步发展打下基础。但是贪欲一旦释放出来，便如洪水猛兽不可收拾，发展成为对财富的不择手段的追求，社会上道德败坏，世风日下，闻所未闻的罪恶发生了。这些都是违背人文主义者发动文艺复兴运动的初衷的，也同他们基本的人道主义原则格格不入。有人说，文艺复兴运动实际上是对恶的发现，此话不无道理。但是如何来

^①转引自弗朗西斯·P·麦克休编《企业伦理学资料来源指南》，英文版，1989，第5页。

看待这种恶，便是一个非常复杂而难以得出正确答案的问题。从某种意义上讲，恶是社会前进的杠杆，随着恶的发现和恶的释放，资本主义得到了迅速发展，社会前进了，这应该说是一件好事。但是，由此而造成的骇人听闻的罪恶，千千万万人为此而付出的代价，尤其是无数下层人民并没有从这种社会进步中得到什么好处，相反，却更加不幸而绝望地挣扎于贫困之中，这些问题如何解释，如何对此作出正确的道德判断？人文主义者显然不可能也没有能力来解决这些问题。他们都是产生于教会文化圈的知识分子，无论是人文主义的思想家、文学家还是宗教改革家，他们大多得到教会或封建统治者的资助，思想上还带有天主教会教义的深深的烙印。他们一方面肯定每个人都有在现世获得财富的权利，另一方面又立足于天主教会的旧观念，不加区分地激烈谴责新兴资产阶级获取财富的手段，尤其是在流通领域内。这样，人文主义者便陷入了深深的矛盾之中。

人文主义者的这种困境，我们可以从伟大的英国人文主义剧作家莎士比亚对《威尼斯商人》中两个商人形象的处理中看出。犹太商人夏洛克是一个高利贷者，他对仁慈而慷慨的威尼斯商人安东尼奥怀恨在心，因为安东尼奥放债不收利息，坏了他的买卖。有一次，安东尼奥的朋友巴萨尼奥为向当地富家女鲍西娅小姐求婚，急需一笔款子，安东尼奥因为进行海外贸易，手头没有现款。为帮助朋友解决困难，他出而向他买卖上的对手夏洛克借了一笔钱。夏洛克为进行报复，也不要安东尼奥付利息，但是两人订好契约，安东尼奥如果到期不归还借款，便要由夏洛克割去安东尼奥身上的一磅肉，实际上夏洛克是要置安东尼奥于死地。后来，安东尼奥的海外贸易不如预期那样顺利，到期无法归还借款，夏洛克便诉诸法庭。这时，巴萨尼奥聪颖而博学的新婚妻子鲍西娅得知消息后，立即装扮成法官赶到法庭，先让夏洛克明确表