



商业伦理启示录

(香港) 叶保强

# 金钱以外



中财 B0113744

## 商业伦理启示录

# 金钱以外

10.1.9/0

(香港) 叶保强

中央财经大学图书馆藏书章

登录号 475161

分类号 F718/88

中国友谊出版公司

**图书在版编目(CIP)数据**

金钱以外：商业伦理启示录／叶保强编．－北京：中国  
友谊出版公司，1997.10

ISBN 7-5057-1335-3

I.金… II.叶… III.商业道德 IV.F718

中国版本图书馆CIP数据核字(97)第19325号

原版：© 1995商务印书馆香港有限公司

中国友谊出版公司取得在中国大陆地区的出版发行权

|    |                                                |
|----|------------------------------------------------|
| 书名 | 金钱以外—商业伦理启示录                                   |
| 作者 | 叶保强                                            |
| 出版 | 中国友谊出版公司                                       |
| 发行 | 中国友谊出版公司                                       |
| 经销 | 新华书店                                           |
| 印刷 | 北京市丰华印刷厂                                       |
| 规格 | 850×1168毫米 32开本<br>10.375 印张 207000字           |
| 版次 | 1998年1月第1版                                     |
| 印次 | 1998年1月北京第1次印刷                                 |
| 印数 | 1—5000册                                        |
| 书号 | ISBN 7-5057-1335-3/F·21                        |
| 定价 | 18.50元                                         |
| 地址 | 北京市朝阳区西坝河南里17号楼                                |
| 邮编 | 100028 电话 (010) 64668676<br>合同登记号：图字01-96-1020 |

# 自序

除了理论篇的文稿未发表过之外,本书所收录的其他文章,绝大部分已在《信报》的“商业与专业伦理”专栏发表。

“理论篇”之目的,是要向读者扼要介绍两个主要的伦理理论——功利论与义务论。在讨论商业伦理问题时,拥有这些观念与理论的背景知识,是有一定帮助的。值得注意的是,简单的介绍当然无法公平详尽地陈述这两套理论很多具体及细致的部分,也很难将它们所涵蕴的理论困难一一铺陈出来。事实上,这个工作并不是笔者写本书的目的,如果读者在此简短的陈述中,对伦理理论有一初步的感受与了解,就应足够应付本书的一些伦理讨论了。

另一方面,在具体讨论商业伦理的问题时,所涉及的伦理观念与判断,不一定直接应用理论篇所陈述的理论,有时读者或可察觉到它们朦胧的影子,有时或会发觉它们无影无踪。这点不足为奇,因为从理论应用到现实的分析通常是曲折的。尤有甚者,由于文章在原来发表时力求通俗易明,所以不得不减

低其理论的味道,致令有些分析的理论成分不明显。虽然如此,如果将不同文章总体来了解,是不难察觉文章内容所包含的方向性与伦理的角度。

笔者就文章的内容,归纳为三大类。第一类主要是处理商业伦理中的宏观问题,包括企业的社会责任、企业与社会的关系、企业的跨文化责任、利润与伦理,及市场与道德等。第二类问题集中讨论一些所谓微观伦理问题,所处理的课题主要是关于企业与雇员的伦理关系,包括招聘、解雇、考核及雇员权利等问题。第三类文章的重点是介绍一些企业对商业伦理作正面回应的优良典范、企业伦理醒觉及改革的宝贵经验,以供本地企业借鉴。

严格来说,本书不是一般的学术著作,笔者的本意也非如此。写作之目的,是就商业伦理问题与广大的读者沟通,试图唤起一些关注,提高一些醒觉,及鼓励一些态度与行为的改变。

如果本书能引起更多的有心人,参与这方面观念的反省与实际的行动,将是一件令人无比鼓舞之事!

三年前笔者向商务建议出版这类应用伦理的书籍时,心中疑虑这类注定不能赚钱的出版是否会被考虑,然而,商务的积极反应,令笔者得到很大的鼓舞,同时也可反映其领导人的识见与胸襟。在此,笔者要向商务有关人员,尤其是陈万雄博士、徐启章先生(已离职)的支持,表示谢意。在此书撰写之时,

不断得到不少的好友与同业的支持，在此也一一答谢。其中林行止先生、梁宝耳先生的支持与襄助，挚友汉深的鼓励与关怀，尤其难忘。最后，没有爱妻的支持与关怀，及不断的提醒与鼓励，此书势难面世。在此亦报以衷心的感谢。

# 导 言

在短短的数十年间，香港从一个转口港摇身一变成为世界第三大金融中心。香港今天之所以有如此骄人的成就，除了其优越的地理位置、高效率行政、优良通讯系统、自由、法治、社会稳定等因素外，香港人的勤奋机智、进取和富冒险的创业精神，充满活力的坚毅斗志，也是促使香港成功不可缺少的素材。

在这个活力充沛、冲劲十足的国际大都会，劳动人口的绝大部分都与频繁的工商业活动息息相关。不管是哪个行业，甚至包括教育、法律、文化出版，都或多或少与工商业活动有所联系。工商业活动与香港人生活的关系，就好像我们每天呼吸空气那般亲密与自然。香港的生存与发展有赖于工商业，香港的生活质素的提高亦依赖于工商业的成果。工商业的成功，是香港的成功；工商业的失败，是香港的失败。工商业之于香港，就如水之于鱼。

工商业活动为我们提供产品与服务，满足我们所需，并为

社会创造财富,提高大家的生活质素。香港人善于创造财富,已成为一项不争的事实。无人会反对财富的不断增加,但财富的创造也得遵守一定的规则,不能在无法无天之下进行。虽然无人不喜欢拥有财富,但对“不义之财”,人皆敬而远之,不仅不愿接受,同时会对制造不义之财的人或组织,投以道德上不信任的一票。即使在这个经常被讽刺为“拜金主义”的地方,这种道德感情在每个人内心深处,似乎也是非常普遍与深刻的。

财富的创造自然重要,但如何创造财富同样重要。这里所指的“如何”是指“道德上的如何”,非“技巧上”或“财政经济上的如何”。不义之财就是不道德的财富,违反道德规范的财富。香港人虽精于创造财富,但对如何道德地创造财富,所费的心思似乎却是不成比例地少。这种现象是值得关注及令人忧虑的。时至今日,香港的发展已将本身从一个解决生存问题的难民临时居所,提升到一个追求生活质素、社会公义及民主、自由、人权的现代化城市。就以国际的标准,把香港与其他先进的富裕国家比较,也不遑多让。在这个日趋成熟、日渐富裕的社会,占有绝对重要地位的工商活动所涉及和应关注的伦理问题,却受到如此的冷漠对待;与其他方面的社会关注与发展相比(例如人权、民主、自由、公义),这显得何等的不协调!何等的矛盾!

商业伦理在香港没有受到应有的普遍关注,诚然是一件值得遗憾的事。然而,近年社会及少数的企业对商业道德的醒

悟与关注,也是可喜的现象。社会大众对商业伦理的醒觉主要表现在对自己作为消费者的权益的醒悟与争取上。经过政府成立的消费者委员会长期不断的宣传与教育,消费者已逐渐意识到自己应有的权益,在购买产品与服务时争取公平的交易。另一方面,消费者权益的醒觉与争取,对企业也起了很大的警惕与指导作用。从消极处看,可以对无良商贩的欺诈、误导等不道德的经营手法,产生适当的制裁与阻吓作用。积极方面,可以给重视商业伦理的企业正面的支持与鼓励,令它们在为消费者的服务质素提高方面,更上一层楼。不仅如此,消费者亦可通过与企业的沟通,在产品、服务的改良与开发方面,提供宝贵的意见。公众与企业的合作,亦可以达到更广阔长远的社会目标,包括环境保护。一个充满道德的消费者的社会,自然充满了关注商业道德的企业!

就企业方面而言,与先进地区的企业相比,本地企业在商业伦理的意识与实践方面无疑是比较落后的。然而,近年也有不少的企业开始重视消费者的权益,有些还在环境保护、节省能源、实行废物再用等方面,主动采取积极的措施,为开展企业伦理化运动提供优良的示范作用。无可否认,这些商业伦理的企业先行者无疑仍是少数,但随着教育的普及,人们对商业伦理意识的提高,这些少量的进步力量对未来社会的改变,必会带来不容低估的力量。

本书的主要论旨,是论证利润与道德是可以和谐共存、相

辅相成的。传统智慧将商业与道德视为互相矛盾,水火不相容,在赚钱与伦理之间设下不可逾越的鸿沟,两者各不相干。无论在观念上及实践上,这种传统智慧已经被证明站不住脚。在观念上,将商业活动与道德行为机械地分割,只不过是商业活动的性质的误解所致。在确认商业目标为创造财富、赚取利润的同时,我们不必也不能将它视为一种纯粹的经济活动。事实上,在商业活动中也内在地包含了伦理因素,不能轻易分割开来。在实践上,不少开明的企业已经用事实证明了利润的赚取与遵守商业道德不仅可以并行不悖,同时可以互相促进,相辅相成。一家成功的企业,同时也是一家重视道德的企业。换言之,商业与道德并不互相矛盾,而是息息相关,共存共荣的。

如果一个重视商业道德的社会是我们的理想的话,那么在期待这个社会来临的同时,我们必须在观念意识及行为上作好准备,令大家成为一个积极的参与者,而不是一个隔岸的旁观者,笔者从事理论探索及教育工作,就迎接这新社会的来临所应做及可做的,除了诉诸个人行动外,主要希望通过观念的工作,包括对旧观念价值的检讨与批评、新观念及优良典范的引介等。本书的撰写,正循着这个目标,望能在观念及经验上,为开展与深化商业伦理这个社会与文化工程,作出些微的贡献。如果本书真能在推动商业伦理的关注与重视上起一点作用,此是笔者撰写此书最大的宿愿。

# 目 录

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 自序 .....              | 1  |
| 导言 .....              | 9  |
| 第 1 章 伦理理论概述 .....    | 1  |
| 1.1 功利论 .....         | 3  |
| 1.2 义务论 .....         | 12 |
| 第 2 章 利润、市场企业 .....   | 19 |
| 2.1 谁来关心商业伦理? .....   | 19 |
| 2.2 利润重要还是人命重要? ..... | 24 |
| 2.3 追寻利润行为与伦理规范 ..... | 29 |
| 2.4 消费的伦理 .....       | 32 |
| 2.5 消费者自由选择的迷思 .....  | 36 |
| 2.6 税制与公平 .....       | 40 |
| 2.7 再论公平的税制 .....     | 44 |
| 2.8 机构对“公义”的阐释 .....  | 48 |
| 2.9 企业与社会伦理契约 .....   | 51 |

|       |                    |     |
|-------|--------------------|-----|
| 2.10  | 自律还是他律? .....      | 55  |
| 2.11  | 专业团体与专业伦理 .....    | 58  |
| 2.12  | 禁播香烟广告的是非 .....    | 61  |
| 2.13  | 烟税与家长主义 .....      | 66  |
| 2.14  | 广告可以歧视妇女? .....    | 70  |
| 2.15  | 欺骗性广告的诱惑 .....     | 74  |
| 2.16  | 广告、真理与道德 .....     | 78  |
| 2.17  | 企业社会责任的论争 .....    | 82  |
| 2.18  | 出售郊野公园的理据何在? ..... | 93  |
| 2.19  | 跨国企业焉能漠视伦理 .....   | 97  |
| 2.20  | 跨国企业应否入乡随俗? .....  | 100 |
| 2.21  | 跨文化的商业伦理规范 .....   | 104 |
| 2.22  | 曼谷悲剧的教训 .....      | 108 |
| 第 3 章 | 工作、伦理与社会 .....     | 112 |
| 3.1   | 办公室的道德性格 .....     | 112 |
| 3.2   | 工作间伦理无处不在 .....    | 115 |
| 3.3   | 工作间伦理不容忽视 .....    | 119 |
| 3.4   | 性骚扰是否无关重要? .....   | 122 |
| 3.5   | 大石之下必有死蟹! .....    | 125 |
| 3.6   | 应解雇谁? .....        | 129 |
| 3.7   | 考核方法与升迁伦理 .....    | 133 |
| 3.8   | 诚实测试是否可靠? .....    | 136 |

|       |                   |     |
|-------|-------------------|-----|
| 3.9   | 性格测试不应尽信 .....    | 140 |
| 3.10  | 工人健康权益的保障 .....   | 144 |
| 3.11  | 雇员权利清单 .....      | 148 |
| 3.12  | 如何落实雇员权利 .....    | 151 |
| 3.13  | 正视雇员的私隐权 .....    | 154 |
| 3.14  | 深化企业权利文化 .....    | 158 |
| 3.15  | 如何防止招聘上的歧视 .....  | 162 |
| 3.16  | 配额招聘制造不公平 .....   | 165 |
| 3.17  | 纠正歧视的社会代价 .....   | 169 |
| 3.18  | 职业性别歧视有待改善 .....  | 172 |
| 3.19  | 工作间的性别歧视 .....    | 176 |
| 3.20  | 应否聘用爱滋病患者 .....   | 180 |
| 3.21  | 守秘与揭露的是与非 .....   | 185 |
| 3.22  | 揭露缺德行为的伦理 .....   | 189 |
| 3.23  | 合并裁员纯属经济问题? ..... | 193 |
| 3.24  | 企业只向股东负责? .....   | 196 |
| 3.25  | 汇丰迁册与企业伦理 .....   | 199 |
| 第4章   | 价值、伦理与典范 .....    | 204 |
| 4.1   | 奖励商业伦理 .....      | 204 |
| 4.1.1 | 商业“普立兹奖” .....    | 204 |
| 4.1.2 | 表扬卓越伦理表现的企业 ..... | 207 |
| 4.1.3 | 确认为善的企业 .....     | 210 |

|        |                     |     |
|--------|---------------------|-----|
| 4.2    | 企业自觉掀起环保第三波 .....   | 212 |
| 4.3    | 伦理对话小组的构思 .....     | 216 |
| 4.4    | 喜见企业价值观转移 .....     | 220 |
| 4.5    | 建立令公众信任的桥梁 .....    | 223 |
| 4.6    | 品质管理的反思 .....       | 227 |
| 4.7    | 雇员参与 .....          | 230 |
| 4.7.1  | 结合拥有权与雇员参与 .....    | 230 |
| 4.7.2  | 企业的伦理转向 .....       | 230 |
| 4.7.3  | 品质管理与人的因素 .....     | 236 |
| 4.7.4  | 妥善推行雇员参与 .....      | 239 |
| 4.7.5  | 悉心培训员工参与 .....      | 242 |
| 4.7.6  | 吸取参与式管理的成功经验 .....  | 246 |
| 4.8    | 如何防止企业“越轨”行为? ..... | 249 |
| 4.9    | 利润与道德相辅相成 .....     | 253 |
| 4.10   | 利维价值 .....          | 257 |
| 4.10.1 | 利维公司的价值管理哲学 .....   | 257 |
| 4.10.2 | 价值推动商业经营 .....      | 260 |
| 4.10.3 | 利维公司价值管理的实践 .....   | 263 |
| 4.11   | 劳资共管 .....          | 267 |
| 4.11.1 | 劳资同舟 共创财富 .....     | 267 |
| 4.11.2 | 劳资共管的窍门 .....       | 270 |
| 4.11.3 | 劳资共管并非纸上谈兵 .....    | 274 |

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| 4.12 自主的管理 .....        | 277        |
| 4.12.1 个人道德与管理伦理 .....  | 277        |
| 4.12.2 两种组织伦理改造 .....   | 280        |
| 4.12.3 组织影响员工道德行为 ..... | 282        |
| 4.12.4 他律伦理改革的局限 .....  | 285        |
| 4.12.5 自律伦理改革的特点 .....  | 288        |
| 4.12.6 自律伦理改革范例 .....   | 291        |
| 4.12.7 价值改革的成功例子 .....  | 294        |
| <b>第5章 香港伦理现象 .....</b> | <b>297</b> |
| 5.1 姗姗来迟的商业伦理关注 .....   | 297        |
| 5.2 商业道德提高竞争优势? .....   | 300        |
| 5.3 为香港商业道德把脉 .....     | 303        |
| 5.4 不违法不等于道德 .....      | 306        |
| 5.5 双重标准有欠公允 .....      | 309        |
| 5.6 雇员不应随意屈从公司价值 .....  | 312        |
| 5.7 点算机构内的道德表现 .....    | 315        |

# 第 1 章

# 伦理理论概述

商业伦理是一种应用伦理学(Applied Ethics)。为了方便读者,以下会对伦理学的代表理论,作扼要的介绍。若读者对这方面要求更深入的了解,可参阅书后所列的参考书目。对于“什么是道德?”这个问题,本书则不作讨论。在以下的讨论中,只假定读者对“道德”、“伦理”有一直觉的了解就够了。

必须声明的一点是,本书收录的各篇文章,是假定以理性的进路去探讨道德问题。所关心的重点不在于人们有什么样的道德信念、观点或持有什么教义,而是那些信念、观点或教义是否合理。换言之,对道德问题作理性的探讨的意思,就是检查支持道德信念、观点的理由是否成立,分析道德论证是否有效及正确。

道德论证是有理由提出的道德信念或道德观点的一个语言表式。通过论证使我们可以客观地、清楚地把一些道德信念展示出来,然后冷静地一步步检查它,看看它的理由是否“好的理由”,继而才能评价它的法论。我们相信,只有以这个形式

去讨论道德问题,才可避免不必要的情绪纠缠,客观地及开放地反省问题,去除独断,摒弃偏执,达致理性的道德。

一个正常的成年人应该会拥有为数不少的道德信念。例如,我们会相信“说谎是不应该的”、“诚实是对的”、“应该孝顺父母”等。事实上,我们在日常生活中自觉或不自觉地接受了许多道德信条,而基于这些信念,作出个别的道德判断及行为来。虽然道德信念与行为之间的一般及确切的关系不为一般人所熟悉,但两者之间有紧密关系,似乎是不争的事实。譬如说,一个人要作出“不应说谎”的判断时,他显然是假定了“说谎是不应该的”,换言之,“不应该说谎”是他的道德信念。无可否认,这只是道德信念与判断的一个简单的例证而已。许多时,道德信念与判断或行为的关系,是较为间接及复杂的。

我们除拥有上述的道德信念外,还会有某些一般的道德观点,以帮助我们区分什么行为是道德的,什么行为是不道德的。这些观点让我们鉴别什么行为是对的,什么行为是错的。这些观点,其实就是一些非常粗松的“道德理论”。

有人认为一种行为的好坏对错,全视乎此行为所产生的结果(是好是坏)而定。依此看法,个人的行为结果就成了判别行为是否道德的准绳。有人反对上述的看法,指出假若一个人的动机不良,就算其行为所导致的结果是好的,我们仍不会把其行为视为是道德的。换言之,行为之道德与否,并不能决定于其行为所产生的结果,而在于引发这行为的动机与意向。由