

河北省教育厅人文社会科学研究

河北省民营企业 诚信建设研究

赵清华 李东升 编著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NNUP.COM

东北师范大学出版社

河北省教育厅人

攻关项目

课题编号: ZD201445

河北省民营企业 诚信建设研究

编著 赵清华 李东升

编委 杨建永 胡秀花 付秀彬 杜宝苍

彭磊 田旭 石春玲



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NBRUP.COM

东北师范大学出版社

京 00.98, 00.00

图书在版编目(CIP)数据

河北省民营企业诚信建设研究 / 赵清华, 李东升编著.
— 长春: 东北师范大学出版社, 2017.6
ISBN 978-7-5681-3431-6

I. ①河… II. ①赵… ②李… III. ①民营企业—企业
信用—研究—河北 IV. ① F279.245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 170612 号

优盛文化

代 理 者 优 盛 文 化

基 定 价 折 实 价 开 票 价 水 印 纸 质 量

包 装 公 式 图 册 另 议

- 责任编辑: 卢永康
- 责任校对: 柳爱玉
- 策划编辑: 王春彦
- 封面设计: 优盛文化
- 责任印制: 张允豪

东北师范大学出版社出版发行
长春市净月经济开发区金宝街 118 号 (邮政编码: 130117)
销售热线: 0431-84568036
传真: 0431-84568036

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdcbs@mail.jl.cn

河北优盛文化传播有限公司装帧排版

北京一鑫印务有限责任公司

2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

幅画尺寸: 185mm×260mm 印张: 14 字数: 338 千

定价: 49.00 元

前言 PREFACE

民营企业已经成为我国市场经济的主要力量，作为市场经济的主体，担负着市场供给和劳动力就业的主要任务，有些企业成为行业的领导者，并走向国际。但是诚信问题日益成为制约民营企业发展的关键因素，诚信不只作为道德规范，更是市场经济发展的必然要求和基石，体现了市场经济的“魂”。诚信问题严重影响了消费者的信心，降低了市场经济的交换效率，备受社会各界的关注，提升企业诚信水平是全社会的普遍要求，建设“诚信中国”已上升为国家战略。面对日益严峻的诚信问题我们听到的更多是声讨声音，每个人都是站在受害者的立场控诉企业失信对自身的伤害，而缺乏对诚信的系统思考。本书就是站在历史的角度，就现实的民营企业诚信问题进行系统的探索，虽然我国的诚信历史悠久，但是两千多年宗法社会的诚信是建立在儒家文化基础之上的地缘、血缘的农业文明诚信，而非打破地缘、血缘边界的工业文明诚信。历史没有割裂，从我国的农业文明向工业文明转化的过程中，个人诚信必然向企业诚信转化，传统诚信必然向现代诚信过渡，但这样的转化和过渡不是自然发生的，必然要经历一个阵痛的阶段，要经过不断探索和自我否定，而这一过程注定是痛苦的。文明只能延续不能复制，可以借鉴不能崇拜，对市场经济的诚信建设我们不能复制西方，可以借鉴西方，因为文化背景不同，市场经济的发展历史不同，中国人的“痛”只能由中国人自己解。我们借鉴西方的诚信建设，是因为市场经济的本质是相同的，毕竟西方市场经济走过了几百年的历史，我国的市场经济只有几十年的历史。必须承认我们对市场经济的理解还很肤浅，我们虽然建立了市场经济的“形”，但还缺乏市场经济的“魂”。市场经济的交换有着严格的伦理规范和商业信仰，商业信仰是对商业本质的理解，是对商业最终目的的追求，是人价值信仰的体现。作为人类文明的高级阶段，市场经济有其特有的价值观念，在追逐经济利益最大化的背后是以商业信仰为基础的契约精神和商业伦理，这就是市场经济的“魂”。

任何历史的研究都是为了解决现实的问题，我们对企业诚信的理论探索，就是为了解决现实民营企业的诚信问题，探索河北省民营企业诚信建设的对策，为民营企业做大做强走向全球提供知识帮助。之所以现在对河北省民营企业的诚信问题进行研究，是因为河北省的民营企业正处在一个历史的转折点，既面临严峻的挑战又有前所未有的机遇，经济转型是河北省乃至全国民营企业的发展趋势，互联网的普及和应用为民营企业诚信建设提供了有力的工具，京津冀协同发展的历史机遇是河北省民营企业做大、做强的“窗口期”，诚信国际化是民营企业全球战略的必由之路。

历史和理论的探索不能取代现实的方法，鉴于我国民营企业诚信缺失的现象，切实加强诚信体系建设已成为一项紧迫的任务。现实中我国企业的诚信建设尚存在缺陷，我们还没有一部完整的诚信法规，虽然有部门的诚信评价及管理制度，但缺少一个整体的民营企业诚信

评价体系，本课题通过对不同类型民营企业诚信指标的研究创立了一套民营企业诚信评价体系，为政府和社会提供民营企业诚信评价与管理的方法体系，这是民营企业诚信建设和诚信管理过程中不可或缺的一个重要环节。

河北省的民营企业既具有普遍代表性，又具有其特殊性，河北省在企业诚信建设上按照“十二五”规划纲要提出了诚信建设要求，特别是在“三鹿”事件后，河北省加快了诚信监督机制建设，尤其是加强河北省食品企业诚信体系建设并取得了重大进展。但河北省民营企业的诚信建设面临的艰巨任务，截至2014年年底，河北民营经济市场主体数量256.5万户，与京津相比在数量上占有优势，但就企业质量而言，河北省民营企业在经济中所占比重远低于京津。河北省民营企业多属资源型、粗放型和劳动密集型企业，呈现量大面广、总体不足、散小低弱，竞争力差的特点，民营经济的“三高”综合征，即高投资、高能耗、高污染亟待改善，河北省民营经济的这一特点在我国的许多省也具有代表性，所以探索河北省民营企业的诚信建设工作具有代表性，对于其他省份的民营企业诚信建设具有参考价值。

本书是河北省教育厅人文社会科学研究重大课题攻关项目，全书共四篇十七章，包括一套民营企业诚信评价体系和河北省民营企业调研报告，第一篇为民营企业诚信的概述，共四章，付秀彬撰写第一章民营企业诚信的内涵及构成、第二章企业诚信的传统与现代的传承与差异，石春玲撰写第三章中国与西方诚信形成的比较，胡秀花撰写第四章民营企业诚信建设历程；第二篇为民营企业诚信的困惑——利益与诚信的选择，共五章，赵清华撰写第五章民营企业诚信的法治化研究，李东升撰写第六章市场经济的“形”与“魂”，第七章高杠杆环境下的诚信危机——失信环境，第八章河北省民营企业的诚信问题及原因，第九章诚信缺失对民营企业的影响；第三篇为河北省民营企业面临的挑战和机遇，共四章，由彭磊撰写，第十章为经济转型时期民营企业的选择，第十一章为互联网时代诚信建设，第十二章为诚信国际化——民营企业走出战略的实现，第十三章为京津冀协同发展——河北省民营企业的做大、做强的“窗口期”；第四篇为河北省民营企业诚信机制建设，共三章，杨建永撰写第十四章民营企业诚信与环境——民营经济生态圈建设，杜宝苍撰写第十五章河北省民营企业诚信建设，田旭撰写第十六章民营企业诚信评价体系，第十七章河北省民营企业诚信调研报告由子课题组胡秀花、付秀彬、石春玲组织撰写。

在课题的研究和编写过程中得到了许多民营企业的帮助，同时在调研和资料整理过程中得到了河北金融学院研究生刘可卉、张成栋同学的大力帮助，在此一并感谢！

尽管在课题的研究和本书的撰写过程中课题组进行了广泛的调研和讨论，征求了许多专家的意见，但由于面临着许多历史和现实的全新问题，加之水平有限，因此，本书难免有不妥之处，敬请各位读者批评指正。

课题组

2017年3月

第一部分 河北省民营企业诚信建设研究

第一篇 民营企业诚信的概述 / 002

第一章 民营企业诚信的内涵及构成 / 002

第二章 民营企业传统与现代诚信的传承及发展 / 015

第三章 中国与西方诚信形成的比较 / 023

第四章 民营企业诚信建设历程 / 030

第二篇 民营企业诚信的困惑——利益与道德的选择 / 036

第五章 民营企业诚信的法治化研究 / 036

第六章 市场经济的“形”与“魂” / 046

第七章 高杠杆环境下的诚信危机——失信环境 / 058

第八章 河北省民营企业的诚信问题及原因 / 064

第九章 诚信缺失对民营企业的影响 / 077

第三篇 河北省民营企业面临的机遇和挑战 / 085

第十章 经济转型时期民营企业的选择 / 085

第十一章 互联网时代的诚信建设 / 098

第十二章 诚信国际化——民营企业走出去战略的实现 / 111

第十三章 京津冀协同发展——河北省民营企业的做大、做强的“窗口期” / 124

第四篇 河北省民营企业诚信机制建设 / 139

第十四章 民营企业诚信与环境——民营经济生态圈建设 / 139

第十五章 河北省民营企业诚信建设 / 154

第二部分 民营企业诚信评价体系

第十六章 民营企业诚信评价体系建设 / 166

第三部分 河北省民营企业诚信调研报告

第十七章 河北省民营企业诚信调研报告 / 210

参考文献 / 215

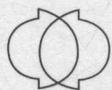
后记 / 218

第一部分



河北省民营企业诚信建设研究

■ 第一篇 民营企业诚信的概述



第一章 民营企业诚信的内涵及构成

《中共中央关于完善市场经济体制若干问题的决定》指出：“建立健全社会信用体系，形成以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会信用制度，是建设现代市场体系的必要条件，也是规范市场经济秩序的治本之策。增强全社会的信用意识，政府、企事业单位和个人都要把诚实守信作为基本行为准则。”在进一步完善市场经济体制过程中，这一指导性文件为我们打造诚信经济指明了方向。民营企业也是市场经济的主体之一，所以民营企业的诚信问题也提上了研究日程。

一、企业诚信的内涵

在市场经济中，竞争中的交易是将一次博弈转化为多次博弈的机制，是企业信誉的载体。市场经济使得交易具有了竞争性和重复性，欺诈行为也就更容易被察觉，非竞争行为可以很容易隐藏在黑幕中，而一个竞争中的“企业”是不容易逃脱的。现代社会是通过竞争中产生的信誉去约束竞争中主体的行为。而企业作为信誉载体必须满足三个条件：一是企业必须是真正的市场主体；二是企业的产权是明晰的；三是市场的进入和退出机制必须自由。

（一）诚信及相关概念

1. 什么是诚信

诚信在社会与经济的作用和意义很大。那么何为诚信？诚信，意即以真诚之心，行信义之事。所以说，诚信，是诚以待人，信以处事，言行相符，表里如一。其基本内涵是：第一，诚信是立身处世之根本；第二，诚信是道德修养之要义；第三，诚信是社会交往之准则。

2. 什么是信用

信用的本质是一种人与人之间的关系。信用的含义有三：一是以己真诚，任用他人；二是遵守诺言，实践成约；三是价值运动的特殊形式。信用是一个道德范畴，诚信是信用的基础，信用是诚信的结果。

3. 诚信和信用、信誉的区别

诚信是当事人双方互为主体而必须具备的道德品格，信用侧重于表达客体对主体行为的评

价,是诚信的完成形态;诚信强调当事人双方的外在行为,信用则是对主体在一定时期内稳定关系的评价,反映了对象诚信的稳定状态。信用一旦被记录下来,便使诚信超越了它的道德意义而具有了制度性特征。信誉与信用相似,都是诚信的重复性累计的结果。所不同的是,信誉的形成需要更长的积累过程,因而比信用更坚固更牢靠;信誉的产生不仅限于当事人双方的关系中,而且是与之相关的所有的人或各种关系。信誉表现为主体的基本价值观——责任感、诚实、可靠和公平,具有一种广泛意义上的无须特别声明的承诺;信誉具有更明显的追求长期利益或精神荣誉的动机。

(二) 诚信内涵的文化渊源

诚信是一个人的立身之本,是社会和谐的基本道德准则之一,也是世界上一切民族、一切国家的人民都推崇和必须遵守的道德规范。在古代社会是这样,在当今这个市场经济时代变得尤为重要。任何一个时代、任何一个社会、任何一个国家没有了诚信都是不行的,如果没有诚信社会就必然会陷入混乱而无序的状态,所以树立公民的诚信意识,遵守诚信的道德标准,建立社会诚信体系,以诚信行事办事是十分必要的。

1. 诚

汉代《说文解字·言部》说:“诚,信也。”唐代孔颖达在解释《周易》“修辞立其诚”时说:“诚,谓诚实也。”《增修互注礼部韵略·清韵》说:“诚,无伪也。真也,实也。”可见,诚就是真实、无伪的意思。《中庸》首次提出“诚”的概念,就说:“诚者,天之道也;诚之者,人之道也。”孟子对此做了发展,孟子认为作为“人之道”的“诚”表现为“思诚”,因为要实现“人之道”就务必发挥“心”之“思”的作用,故孟子言:“是故诚者,天之道也;思诚者,人之道也。”可见,“诚”作为标志“天人合一”的范畴在早期儒家理论中就已基本定型,但是,“诚”作为标志“天人合一”的范畴,是如何贯通天人的呢?其“诚”贯通天人的一个重要方面就是人要尽性达天,实现天人合一,其方式就是必须时时遵守“诚”的道德要求,做到“真实无妄”“诚实无欺”。

先秦时期,《中庸》、孟子、荀子都谈及“诚”,却始终没有指出到底什么是“诚”,“诚”的道德要求是什么,这使“诚”显得比较缥缈,难以捉摸。东汉许慎在《说文解字》中也只是指出“诚”和“信”可以互训:“诚者,信也。从言,成声……信者,诚也。”至于“诚”的确切含义,却鲜有详细的说明。宋明时期,从周敦颐到朱熹等儒家学者经过不断的理论探讨,以及对前人成果的不断丰富和不断发展,逐渐形成了对“诚”的确定理解,即“真实无妄”“诚实无欺”。

(1) 真实无妄

所谓“真实无妄”,意指“诚”就是客观存在的实理。它不仅是天之道,而且存在于人性之中,所以人应该保持自身的本性,是其本来所是,真诚于善,而无任何私心杂念。“诚”的真实无妄这层含义来源于儒家对于天道、天理的理解,或者说,它本身就是对天道、天理的伦理属性的一种概括。

周敦颐是理学的开山祖,是继《中庸》之后第一个极为重视“诚”范畴并形成了较为系统理论体系的儒家学者。他首倡以“无妄”释诚,所谓“妄”,就是“不善之动”,即恶的

动机，人如能“无妄，则诚矣”。然而周敦颐毕竟受佛、道思想影响极深，虽然他赋予“诚”以“仁义礼智信”等道德内容，但是由于他认为“诚”源于“乾元”，归根结底还是本于“无极”。必不可免地具有“无极”的特征，因此他认为“诚”的本质特征就是“无”。对此，周敦颐也说得很清楚：“诚……静无而动有。”当“诚”处于无极状态时，还是潜在的存在，故称“无”；但是当无极动而生太极，太极而生阴阳、五行、万物时，“诚”的特征就会显现出来，故称“有”。然而，尽管“诚”是有和无的统一，但就其本体而言，“诚”是“无”，是无形迹的本体存在，正因为它没有形迹，所以具有无限性和绝对性的意义。周敦颐以“无”为“诚”的基本特征，虽然有助于确立“诚”的绝对地位，另一方面却也有使儒家伦理纲常流于虚无的可能。

与周敦颐以“无”为“诚”的基本特征不同，张载认为“诚”的特征是“实”。在张载看来，宇宙的本体是“气”，气最初处于消散的状态，这种状态被称为“太虚”，“太虚”是气之体，气凝聚而为万物，万物消亡复归于太虚。可见，万物产生与消亡只不过是气之聚散，气始终弥漫于宇宙之中，只是其存在形式不同罢了。知道了这一点，也就明白了宇宙中没有绝对的“无”，只有“有”，只有“实”，正如张载所说：“气之聚散于太虚，如冰凝释于水，知太虚即气，则无无。”这里，“实”显然是一个物质实体，是一个客观存在。由此，张载构筑了他的“诚”论。他说：“诚则实也，太虚者天之实也。”“诚者，虚中求出实。”他认为“诚”即是太虚，既然太虚的特征是“实”，则“诚”亦是实。至于这“实”的内容，他则以“天道”和“天德”来解释。他说：“天所以长久不已之道，乃所谓诚。”“释氏语实际，乃知道者所谓诚也，天德也。”既然“诚”以封建道德为其实际内容，那么“诚”也就是“实”，而不是“无”。

二程在周敦颐和张载二者的基础上进一步对“诚”的含义给予了界定。他们继承了张载关于宇宙本体是“实”的观点，但对张载提出的“气”是宇宙的本体这一观点进行了批驳，在他们看来，气有聚有散，并无定体，难以成为绝对的宇宙本体。他们认为宇宙的本体是“理”。“天地之化，自然生生不穷，更何复资于既毙之形，既返之气……自然能生，往来屈伸只是理也。”“理者，实也，本也。”“理”虽为宇宙之本，但它也有实际内容，即封建伦理道德，如君臣父子之道等等。在二程看来，“诚”就是实有其理，“诚者，实理也”。程颐弟子吕大临解释道：“信哉实有是理，故实有是物；实有是物，故实有是用；实有是用，故实有是心；实有是心，故实有是事。故曰诚者实理也。”这就正式指出了“诚”就是心中要实有其理。二程也以“无妄”释诚：“无妄之谓诚。”“真近诚，诚者无妄之谓。”何谓“妄”？张载曰：“无所感而起，妄也。”“妄去然后得所止，得所止然后得所养而进于大矣。”盖“妄”即为私心杂念，或曰“意、必、固、我”。故所谓“无妄之谓诚”乃是从“心”上说“诚”，即对封建道德（“天理”）一心一意的遵守之情。二程以“实理”和“无妄”释诚，奠定了“诚”的基本含义，其后，朱熹总结了他们的学说，对“诚”进行了总结性的概括。

在二程的基础之上，朱熹进一步确定了“诚”的内涵。他说，“诚者，真实无妄之谓，天理之本然也。”所谓“真实无妄”，按朱熹所说，就是“于人伦”能够“各尽其当然之实”，而“无一毫人欲之伪以杂之”，“尽其当然之实”就是“尽性”，而“性”=“诚”=“理”。所以朱熹所说的“真实无妄”显然隐含着“存天理，灭人欲”的思想。

(2) 诚实无欺

所谓“诚实无欺”是指人要真实地对待自己和他人，既要表里如一，不失其本心，又不欺骗他人。

朱熹不仅以“真实无妄”释“诚”，而且亦提及“诚”具有“诚实无欺”之意。他说：“诚，实理也，亦诚意也。由汉以来，专以诚意言诚，至程子乃以实理言，后学皆弃诚意之说不观。《中庸》亦有言实理为诚处，亦有言诚意为诚处。不可只以实为诚，而以诚意为非诚也。”“诚意”即诚实的意思，显然，朱熹不满足于仅仅从较高层次来解释“诚”，他认为在日常生活中能够做到诚实也是“诚”的表现，相反，“妄诞欺诈”则为不诚的表现。需要注意的是，诚实不仅是指不欺骗别人，也指不欺骗自己。欺骗别人，固然好理解。就如“不雨言雨，不晴言晴”一样，言不符实，当然是不诚。而欺骗自己，即所谓“自欺”。关于“自欺”，在《大学》一书中就已有触及。《大学》第六章：“所谓诚其意者，毋自欺也”。但至于何谓自欺，并未说明。朱熹则多次对之进行了解释，他说，“譬如一块物，外面是银，里面是铁”，“外面虽为善事，其中却实不然”，“心中欲为善，而常有个不肯的意思”，便是自欺；“须是表里如一，便是不自欺”。宋代范浚也曾历数“自欺”的种种表现：“知善之可好而勿为，是自欺；知不善之可恶而姑为之，是自欺；实无是善而贪其名，是自欺；实有是恶而辞以过，是自欺；实所不知，而曰我知之，是自欺；色取仁而行违居之不疑，是自欺；求诸人而无诸己，是自欺；有诸己而非诸人，是自欺。”总而言之，自欺乃是表里不一、名不副实的意思。反之，无欺则是指人能够守其本心，表里如一，言行一致。

“诚”的这两层含义相辅相成：“真实无妄”侧重于人内在的心理状态，是里；而“诚实无欺”则侧重于对人的外在行为表现的描画，是表。不能做到“真实无妄”，“诚实无欺”也就失去了保证；不能做到“诚实无欺”，“真实无妄”也就根本不能存在。二者虽然相辅相成，但论其地位，则有轻重之别。其中，“真实无妄”是根本，故二程说“无妄之谓诚，不欺其次也。”实际上，“诚实无欺”是“真实无妄”的衍生物，能够做到“真实无妄”，孳孳于善，则自然能够做到“诚实无欺”，守其本心。至此，“诚”的释义基本成型而且固定下来，以后无论是王阳明说“夫诚者，无妄之谓”“夫诚，实理也”，还是王夫之说“诚者，天理之实然”“自欺是不诚”，都没有越出这个框架。从而使“诚”不仅贯通了天人，而且由于“诚”具有客观的道德内容，并内在于人性之中，故它又成为连接道德主体和道德客体，以及个体与社会的重要环节。

2. 信

“信”的含义是：第一，《说文解字·言部》说：“信，诚也”；《字汇·人部》说“信，愨实也”；孔颖达在解释《礼记·礼运》中“讲信修睦”时说“信，不欺也”，即信是诚实的意思。第二，信，确实，的确。第三，信，相信。信从字的结构上看，从人从言，人所说出来的话要真实不欺，要兑现，就是常言说的一言既出驷马难追，不能反悔，一定要言而有信。信是中华文化的基本特征之一。儒家、墨家、道家和法家都讲信，只是各家的出发点、目标和追求不同罢了。儒家把“信”作为五德之一，即仁、义、礼、智、信。孔子学说的核心概念是仁、礼、中、和，这四个字可以概括孔子学说的全部内容。它包含了仁、义、礼、智、恭、宽、信、敏、惠、勇、毅、廉、耻等等。孟子把孔子提出来的若干德行归纳为“仁、义、礼、智”

四德，并且第一次把“仁义”连用。董仲舒把“信”加到孟子的四德中，就成了仁、义、礼、智、信五德，就是历史上的“五常”。孔子创立“仁学”，第一次把“仁”这个一般的道德概念上升为哲学范畴，使“仁”为诸德之首位，统帅一切德行，“信”包含在“仁”中。孟子把各种德行概括为“四德”，“仁”也是领头的。“恻隐之心，仁也；羞恶之心，义也；辞让之心，礼也；是非之心，智也”，虽然没有专门讲“信”，但“信”仍然包括在“仁”中。从汉代开始，“五常”流传了几千年，产生了深远的历史影响。

《说文解字》中说：“仁，亲也，从人从二。”“仁”是表示人与人之间相互关系的范畴，即人与人之间应该是相亲的，所以孔子说“仁者，爱人”，孟子也说“仁者，爱人”，他的“恻隐之心”就是同情心、怜悯心和怜爱之心，也就是不忍之心。儒家的“仁”是界定人性的一个概念。《中庸》说：“仁者，人也”，即是说人的本质就是“仁爱”，所以它统帅一切善和美的德行。

对“义”有许多的定义。“义”的繁体字是“義”。《说文解字》中说：“義，从我从羊”。“我”者，说明“义”的行为主体是“我”。“义”的内涵是“善”和“美”，“义”是指人性之善和品德之美。常说的“义者，宜也”；孟子说“羞恶之心”为“义”。墨子说“义者，正也”，又“义，利也”。今人杜任之先生说义为“不自私自利”。义是人类社会的根本道德规范，是一切道德观念和行为的总概括。“义”的含义是什么？传统的解释为“义者，宜也”，“宜”，适宜。什么叫适宜？适宜的标准是什么？“羞恶之心义也”，“羞恶”又是什么？“羞”，辱也；“恶”，耻也。孟子把“义”定义为耻辱之心，有耻辱感的人有一种道德自觉。孟子还说：“耻之于人大也。”“人不可以无耻，无耻之耻，无耻也。”墨子从“兼相爱”的立场出发把“义”定义为“正”；从“交相利”的角度出发又把“义”定义为“利”。从历史上看，义是基本的道德规范，可以举出许多的例子来说明。

“礼”，是人的行为规范，是道德意识的外在表现。不同的时代有不同的规范，中国礼制的内容十分丰富，但作为道德规范的礼，其核心是“敬”。通过“礼”所规范的行为进行人与人的交往，表达人与人的关系。敬人者人恒敬之。没有礼貌的人是不文明的人，不自尊也不尊敬别人。

“智”，本为是非之心。是用以区别是与非，善与恶的思想、观念，然后使人知道可以做什么，不可以做什么，应该做什么，不应该做什么，作为道德意识的“智”本义就是这样。

“信”就是诚实、真诚、无欺，是人立身之本，是人际交往的基本道德准则。从一定意义上说，诚信是人道德行为的集中表现，属于道德实践的范畴。道德是实践理性，它只有变为实际的行动，产生了社会效应才是有意义的。

由此可见，“信”在儒家伦理道德中居于十分重要的地位，是五常中不可缺少的。从认识、实践、运用的逻辑顺序看，应该是仁、义、智、礼、信。

（三）民营企业诚信的内涵及其构成

1. 民营企业诚信的内涵

诚信在英文中的对应词汇为“integrity”，有正直、诚实、完整、完全和完整性等含义。该词来源于拉丁语 integritas，意思是“公正、完整，无过失”和“理想状态”。国外学者关于诚

信在道德层面的内涵存在争议。少数学者对诚信的理解非常宽泛, Duska 认为诚信意味着将所有的个人道德行为整合在一起, 很明显 Duska 强调的是“integrity”中的“完全和完整性”的内涵。至于什么是“完整性”, Duska 认为可以用古代哲学家柏拉图和亚里士多德所提出的“完人”所应具有的四项品德描述: 谨慎、节欲、勇气以及公平。对诚信的这一理解等于将诚信与个人所需遵守的基本道德等同起来。大多数学者对诚信的界定与中国传统道德的界定相近, 即认为诚信的内涵是“语言和行为的一致性”。Kouze 等在其关于领导行为的研究中提出具有诚信的人会“实践他们所宣扬的”并且“做他们宣布他们将做的事”。Kalshoven 等将诚信定义为“保持承诺和行为的一致性”。将诚信界定为语言和行为的一致或个人所认同的价值观与行为一致的观点受到了一些学者的质疑, 他们认为仅仅关注“一致性”使诚信的内涵过于狭窄, 并可能导致悖论。因而, 许多学者提出“诚信”应以社会公认的道德价值为基础, 或者说一个人的承诺必须符合社会公认道德, 并保持承诺与行为的一致才能被称为诚信。可以看到, 诚信一词在国外的内涵与中国传统道德对诚信的理解没有原则上的区别, 其基本含义也是言行一致。但在国外的诚信概念中更明确地提出了诚信要建立在对社会基本道德价值的基础之上。

无论是在中国还是在国外, 诚信作为一种道德约束往往被理解为是针对个人的。但实际上它也可以被应用于个人所属的组织与社会。企业作为社会中的经济主体, 必须承担相应的社会责任, 遵守相应的商业道德。从契约经济学的角度出发, 经济社会中的生产和交易是由成文和不成文的契约组织起来的, 而在契约缔约和执行过程中都必须坚持诚信的原则。

早在 1759 年亚当·斯密在《关于公正、警察、税收和军队的演讲》中就涉及了企业的诚信问题, 但直到 2001 年美国安然公司倒闭后, 企业诚信才真正引起企业管理理论界和实践领域的关注。与对诚信基本概念的探讨类似, 理论界对于企业诚信的概念也未能形成一致的清晰的定义, 但从相关文献中可以发现企业诚信这一概念包括了以下内涵:

Thomas Maak 的 7C (commitment, conduct, content, context, consistency, coherence, and continuity) 理论较全面地论述了企业诚信的内涵。根据 Maak 的研究, 企业诚信应包括以下七个方面的内容: 道德认同、实施保证、行为体现、关系范围、言行一致、内在关联、长期持续。所谓“道德认同”意味着诚信企业应该对一些基本的社会道德保持认同, 这些道德不是企业自身所认为的正确道德, 而是全社会所公认的道德原则, 遵循这些道德原则可能对企业追求经济利益不利, 例如企业应该对环境保护做出贡献; “实施保证”意味着企业应该通过, 设计, 引导以及其他与运营有关的管理行为, 保证企业所有员工, 以及所有工作, 都能够符合其所认同的道德原则, 换句话说, 企业需要实施诚信管理以保证其经营行为符合所认同的道德原则; 而“行为体现”要求企业不仅要为其行为负责, 还要采取负责任的行为。也就是说企业的所作所为应该与社会、环境一般的道德价值相符。所谓“关系范围”指企业诚信由企业在与之有关的其他主体交往过程中的行为体现出来, 并且是由其他主体评价的, 因而企业诚信可以被认为是从一种关系现象的角度出发, 强调企业在诚信问题中所涉及的主体, 并不是仅指与企业利益密切相关的主体, 如股东, 而是指企业所有的利益相关者, 企业要对所有的利益相关者负责; 而“言行一致”就是要求企业对道德原则一致性的坚持, 特别是语言和行为的一致。只有一个企业践行了其所承诺的, 或者说企业的行为和承诺应该是可靠的和可信的, 才能被其他企

业认为具有了诚信的特征；“内在关联”要求企业将其对诚信道德的认同与企业的行为准则文化形成内在关联，企业要将诚信观念包括在组织的目标和价值陈述中，形成企业的价值、态度、信念、语言和行为模式；“长期持续”强调企业诚信不是企业在一时一事上的表现，外部的利益相关者也不可能仅依据几件事例对一个企业形成诚信的评价。因而企业诚信要求企业通过长时间的持续努力实现。

《公司法》是按照企业的资本组织形式来划分企业类型的，主要有国有独资企业、国有控股企业、有限责任公司、股份有限公司、合伙企业和个人独资企业等。按照上面对民营企业内涵的界定，除国有独资、国有控股外，其他类型的企业中只要没有国有资本，均属民营企业。所以，民营企业诚信属于商业道德的范畴。根据 Paine 在《管理组织诚信》中对市场经济主体进行的细致研究，民营企业由于法律强制和道德驱动而采取的合规行为，在建立与社会的良好关系和声望方面发挥着作用。民营企业诚信定义了一个民营企业的指导价值、期望以及思考和行为的模式。民营企业诚信观念在民营企业的日常运营中可以激发企业员工的道德思考与行为，以防止道德缺失的损害。根据诚信的基本特征，民营企业诚信要求企业的语言和行为的一致。民营企业诚信需要遵循的最基本的道德原则就是保持言行一致，也就是说民营企业诚信要求企业在处理与所有利益相关者的关系中，将所遵循的道德原则体现在特定的决策和行为中。与个人诚信不同，民营企业诚信不是一种性格特征，而是民营企业的文化氛围，是嵌入民营企业文化的道德原则。因而，民营企业诚信的形成依赖于民营企业内部从领导到一般员工对社会道德、公正、正义的一致理解，对诚信观念的认同。

综合以上对民营企业诚信内涵的探讨，民营企业诚信可以表述为民营企业以对社会公认道德原则的认同为基础，通过长期有意识的管理和沟通，在民营企业内部形成整体的信念和文化，在处理与其利益相关者（包括社会、政府、企业和个人）的关系过程中忠实履行各种（成文和不成文，明示或暗示）契约的承诺。也就是本书对民营企业诚信所做的概念上的界定：所谓民营企业诚信，是指民营企业在市场交易活动中以自身为载体，通过提高自身诚信修养，忠实履行各种契约的承诺，以塑造自身的信誉及良好的外部形象，从而达到长久发展的过程。民营企业履行各种契约的承诺程度构成了民营企业诚信水平，民营企业诚信水平是民营企业诚信管理的结果，决定了民营企业的利益相关者对民营企业信任的程度。

2. 民营企业诚信的构成

根据对民营企业诚信内涵的分析，民营企业诚信涉及民营企业与其所有的利益相关者的关系，民营企业在处理与所有利益相关者关系方面的诚信行为构成了民营企业诚信的结构。具体的民营企业诚信包括企业市场诚信、企业间诚信、企业社会诚信和企业内部诚信等几个方面。

企业市场诚信是指民营企业在市场经营过程中处理与购买者的关系时坚持诚信原则的行为。具体包括价格诚信、产品质量诚信、对消费者的承诺诚信等内容。价格诚信是指民营企业在定价过程中不谋求暴利、不采取虚假标价、模糊标价、虚夸标价和虚假折价等行为。产品质量诚信是指民营企业提交市场的产品质量符合相关标准或民营企业本身所确定的标准、产品在使用中不给使用者带来损失、不以次充好等行为。对消费者的承诺诚信包括两个方面：首先是指民营企业通过各种渠道传递给市场的有关商品信息是真实无误的，不能采取虚假宣传或故意传递模糊信息等

手段误导消费者；另一个方面则要求民营企业对消费者的承诺可以全面、完整地履行。

企业间诚信是指民营企业在市场经营过程中处理与其他民营企业的关系时坚持诚信原则的行为。民营企业在市场经营过程中与其他民营企业的关系主要可以分为两类：与其他民营企业的资金借贷关系和与其他民营企业的产品或服务的商品交换关系。与其他民营企业的资金借贷关系是指民营企业在生产经营过程中从银行等金融机构直接借贷所形成的经济联系，以及由于与其他民营企业间因商品买卖所产生的预付款或延期付款所形成的经济联系。在与其他民营企业的资金借贷关系中体现的诚信与银行信用和商业信用是等价的。这方面的诚信主要体现为按约定还款付息和在取得货币借贷过程中的信息真实披露。在与其他民营企业的产品或服务的商品交换关系中的诚信与民营企业市场诚信类似，其区别主要是前者的诚信对象是其他民营企业，而后者的对象是最终消费者。具体的表现则可概括为签约诚信（如不试图采取欺诈、胁迫的手段订立合同）和履约诚信。

企业社会诚信指民营企业在市场经营中主动承担社会责任，如环境诚信、税务诚信和反腐败等方面的内容。在现代社会中，民营企业对环境保护负有不可推卸的责任。减少污染、降低能耗，实现社会环境的可持续发展是民营企业必须承担的主要社会责任。主动承担环境保护责任和履行做出的环境保护承诺是民营企业环境诚信的具体表现。依法纳税是民营企业的业务诚信，不偷税漏税、如实申报应纳税额，按时足额缴纳应纳税款是民营企业税务诚信的基本要求。反商业贿赂是近年来国际社会普遍关注的热点问题，而主动拒绝商业贿赂行为则被普遍作为民营企业社会责任的重要内容。

企业内部诚信是指民营企业在经营中处理与民营企业内部职工的关系时坚持诚信原则的行为。具体包括依法与劳动者签订劳动合同，执行最低工资标准，不克扣、拖欠劳动报酬，依据规定参加各项社会保险以及按时足额交纳社会保险费。

二、民营企业诚信的要素

（一）国内外学者对诚信要素的论述

西方学者创建了大量衡量企业诚信的学说，这些学说因针对不同角度而各有侧重，但一般采用英文单词的第一个字母概括企业诚信要素的特质，从中反映了民营企业诚信系统中的关键要素。

1. “C”要素学说

（1）三“C”学说。三“C”的表述方法来源于最初代表企业诚信三个基本要素英文单词的第一个字母：Character（品格）、Capacity（能力）和Capital（资本）。

（2）四“C”学说。美国银行家 Boster 将三“C”学说加以改进，又增加了一个“C”——Collateral（担保品）。Boster 认为，除了三“C”外，担保品的重要性也不容忽视。

（3）五“C”学说。美国银行家 Edward 又在四“C”理论上再增加了 Condition（又称 Circumstance 环境因素）这一个“C”。Edward 所指的环境状况，包含内容广阔。即影响企业经营活动的相关因素，包括政治、经济、社会、技术等宏观因素，也包含行业发展趋势、竞争状况等因素。

（4）六“C”学说。六“C”学说又是在原来的五“C”基础上增加了 Coverage insurance（保

险)发展而来的。同“担保品”性质一样,保险也是通过减少契约签订者的潜在风险,达到企业与银行之间信贷契约形成的目的。

2.三 “F”要素学说

美国学者 Milton Derek 根据六“C”要素的不同性质,又将六“C”要素重新归纳分类。具体为:将品格、能力归纳为管理要素(Management Factor),把资本、担保品归纳为财务要素(Financial Factor),把状况、保险归纳为经济要素(Economic Factor),即形成了三“F”学说。

3.六 “A”要素学说

美国国际复兴开发银行基于对企业诚信各方面的考虑,提出了企业诚信六大要素:经济因素、技术因素、管理因素、组织因素、商业因素和财务因素。

4.五 “P”要素学说

五“P”学说是企业诚信管理中较新的一种学说,其内容主要包括:人的因素(Personal Factor)、目的因素(Purpose Factor)、还款因素(Payment Factor)、保障因素(Protection Factor)和展望因素(Perspective Factor)。

国内一些学者针对我国实际情况,也在理论上归纳出影响民营企业诚信程度的主要因素:经济实力和管理水平、法治环境、政府诚信水平、经营者个人因素、产权制度和公司治理以及诚信评价制度的完善程度。

另外,一些省市的企调队通过对当地民营企业的实地调查后,总结出影响民营企业诚信度的因素主要有:价值观念扭曲诱导民营企业信用水平下降,法治环境不完善影响民营企业信用水平提高,社会职能的转变促使民营企业“向钱看”,政府表率作用不够影响民营企业信用建设,经营者道德及素质水平的限制,体制不顺的羁绊和评价制度尚待完善。

综合国内外学者对诚信因素的研究,结合实际,笔者认为诚信要素可以概括为四部分:诚信品质、诚信制度、诚信管理、诚信维护。

(二) 民营企业诚信的要素

1. 诚信品质

诚信品质是民营企业诚信经营模式中的核心要素,主要指民营企业的价值观,它取决于人的因素,包括民营企业经营者、管理者和民营企业员工的道德素质。哈萨尼指出:“除非人们已经接受一种要求他们恪守契约的道德准则,他们将不会有理性的履行契约的内在驱动。”

经营者的诚信品质对民营企业诚信品质的形成起着关键的作用。Joseph 等学者认为经营者诚信决策能力是民营企业的战略资源。当前,领导者诚信的重要性越来越受到研究者的重视。比如, Morgan 在关于领导的伦理性研究中,证实了诚实(integrity)和自我服务(self-serving)这两个因素的存在,并进一步明确认为,对人际关系方面的诚实性行为是领导信任与否最好的预测因素。成熟的管理者认为领导的诚信是管理成功的重要因素。Paine 在民营企业组织的调查发现,最受员工尊重的领导素质是其诚实性。在有关领导理论研究方面, Lord 等认为诚信是领导最重要的特质,也是用来区别有效领导与非有效领导的重要特性之一。而 Ling、Fang 和 Khanna 证实领导的特质由“个人品德”“目标有效性”“人际关系的能力”及“能力的多样性”四个因素构成,而诚实守信是领导个人品德的最重要的评价指标。Bass 在关于超凡魅