

# 前 言

道德是调整人与人、人与社会之间关系的行为规范的总和,是一定社会经济、政治、文化的客观反映。道德与法律同属于社会上层建筑范畴,都是规范和调节人们行为的重要手段,对加速国民经济发展和社会进步具有同等不可替代的重要作用。我国社会主义革命、建设和改革的实践充分证明了这一点。在新的历史条件下,越是深化改革,越是扩大开放,越是发展社会主义市场经济,就越要重视和加强社会主义道德建设与社会主义法制建设。过去我们一直强调“依法治国”,现在“以德治国”方针的提出,明确要求我们应从全局和战略的高度,全面充分认识实行以德治国基本方略的重要性,紧迫性和长期性,切实加强道德建设,加强精神文明建设,努力提高公民的道德素质,为建设有中国特色的社会主义提供强大的精神动力、有力的思想保证和良好道德的环境。

2006年3月4日胡锦涛同志提出的以“八荣八耻”为主要内容的社会主义荣辱观,全面阐述了树立正确价值观的具体要求,适应了我国经济社会发展的客观需要,体现了社会主义道德规范的本质要求,对于明确是非、善恶、美丑界限,推动形成良好社会风气,增强思想道德建设的针对性、实效性,发展社会主义市场经济,繁荣社会主义文化,提高中华民族的整体素质,进而不断开创中国特色社会主义事业新局面,实现中华民族的伟大复兴,具有重要而又深远的意义。

我们看到,“仁义礼智信,信内求财;温良恭俭让,让中取利”的儒家伦理道德文化思想与理念,使我们炎黄子孙沐浴在中华民族礼仪之邦的灿烂阳光之中,并在建立与健全现代企业制度,完善公司治理与企业文化,推动市场经济发展,建设社会主义和谐社会进程中发挥积极作用。

## 一、伦理道德是市场经济和公司发展的基石

早在18世纪,以《国富论》闻名天下的英国经济学代表人物亚当·斯密,在其倾注了一生大部分心血的《道德情操论》名著中就向世人强调:人在追求自身物质利益的同时要受道德观念的约束,不可伤害他人,而要帮助他人,人既要“利己”也要“利他”,道德与正义对于社会乃至于市场经济的运行至关重要<sup>①</sup>。19世纪西方思想家傅立叶明确指出,伦理协作是普遍的完善,在经营制度上有极其光辉的一面;他把物质

<sup>①</sup> [英] 亚当·斯密:《道德情操论》,华夏出版社2005年版。

利益与情感的平衡视为善与美、有益与愉快的关系<sup>①</sup>。西方国家数百年市场经济发展历史表明：企业伦理道德对市场经济的健康运行具有重要意义。因为诚信与道德是市场经济和企业发展的基石。企业违反诚信规则无异于饮鸩止渴，不仅毁了自己，还会危害社会。

从现实情况看，近年来国内外资本市场面临“诚信危机”，严重陷入“信用沼泽”。从中国证券市场先后发生的深原野、琼民源、鄂猴王、郑百文、银广夏、黎明股份、大庆联谊、麦科特与张家界等上市公司造假曝光事件及中天勤会计公司倒闭案、德隆系列、中航油等案件，到国外的美国安然(Enron)公司假账案、世界通讯(Worldcom)公司最大破产案、施乐(Xerox)公司财务欺诈案与安达信(Arthur Anderson)审计丑闻案及有失诚信导致瓦解倒台，到法国维旺迪集团公司财务危机案与韩国最大企业集团SK集团会计假账案，再到荷兰阿霍尔德丑闻案与意大利掀起轩然大波的帕玛拉特(Parmalat)公司金融诈骗案，一个个公司造假事件被揭穿，一串串触目惊心的会计假账证实着以上的真理。上述大案要案对中外资本证券市场和国内外投资者造成极大伤害，给世界各国和广大股民造成数额重大的经济损失和难以估量的精神损失，也给会计审计行业和CPA自身招致巨大灾难。那些涉案的上市公司及其高级管理层、会计审计当事人及其会计公司必然要面临法律的严厉制裁，涉案的“证券公司、资信评级组织、律师事务所、大众媒体、政府监管和民间自律组织都难辞其咎。政府宏观经济调控部门更应深刻反省”<sup>②</sup>。

到底是什么原因致使将中外公司巨子造假成风与欺诈盛行呢？美国经济学家赛斯拉·布克认为，从上世纪九十年代以来，美国大公司的高管人员薪酬暴涨，过去的15年间，大企业CEO平均年工资增幅为866%，而同期工人平均年工资增幅为63%。许多公司管理者唯恐失去既得利益，接受并采用“无商不奸”的本质与做法，放弃企业经营中最核心的诚信根基，不择手法编造企业公司业绩。布克明确指出，我们要像保护无时无刻要呼吸的空气和每天要喝的水一样保护我们今日社会中无处不在的企业诚信道德。当企业诚信道德受到彻底的损害之后，犹如一个人患上了不治之症的癌症一样，这个社会也完了，没治了。曾经担任国际会计师联合会(IFAC)总干事的John Gruner在谈到会计道德准则的制定时认为，职业道德准则是支撑其他会计和审计准则的基础，而且它是进化的，一个职业道德准则在一定时期反映了一个社会的法律、经济、政治以及文化方面规范。随着规范、价值观以及环境的改变，道德准则也必然会改变。人们谴责着上市公司缺乏公司治理和内部控制、会计和审计准则的不足、无效的企业模式以及会计师和审计师自身的问题等等，这些问题最终的罪魁祸首正

① 宋希仁：《西方伦理思想史》，中国人民大学出版社2004年版，第475—486页。

② 葛家澍：《上市公司财务舞弊案剖析丛书》，中国财政经济出版社2003年版。

是职业道德的沦丧。美国乔治敦大学企业道德系主任乔治·布伦凯特介绍说,近若干年来,美国很多大学的商学院给学生灌输的思路是:只要是为了大量赚钱,可以不择手段、不计代价、不讲方式,在物质利益的驱动下也不必顾虑任何社会责任和任何诚信道德规范。连续不断的公司造假案不能不引起中外大学的商学院(含管理学院)对教学思想的全面反思,应该在狠抓专业技能教育的同时,高度重视商务管理的诚信道德教育,并把企业道德教育放在首位,正如人们所说的“做事先做人,做人讲道义”,因此加强公司伦理与企业文化教育,尤为重要,且十分迫切。

## 二、中西方企业迎来了一个伟大的伦理道德时代

在当今世界,经济、管理、法律、商务界崇尚伦理道德,已经成为一种新的全球性发展趋势。西方企业、教育机构及政府高举伦理道德旗帜,成为西方经济社会活动的一道亮丽景观。中西方现代企业迎来了一个伟大的伦理道德时代。在英美及西欧、日本的较多先进企业内部逐步建立起严格的伦理制度和监管机制。主要表现这些优秀企业的职能、地位、作用向伦理与文化方向转移,企业战略、决策与道德融合,企业整体、企业高层、企业员工在企业实践活动中强烈感受到伦理道德的渗透、感召力和丰厚的社会回报。优秀企业伦理道德的巨大力量以其“秩序与资源”的基本价值向这个时代充分展示出来,显示其勃勃生机。据有关权威机构对世界500强前100强企业的调查与研究,发现前100强中近90%的企业都非常重视管理道德,都有明确的伦理手册、伦理章程或管理伦理纲要,制定了成文的伦理准则来规范员工的行为。不少企业出现一种新型职位:伦理主管。国际企业界改变旧有偏见的经营观念,把企业目标定位在追求利润与推动社会良性循环的变迁上,使企业能够长久持续协调地生存下去,并且发展壮大。经营业绩一直不俗的强生、惠普、波音、IBM等,因成功运营公司伦理而受到广泛推崇。

1987年,美国SEC(证券交易委员会)前主席约翰·沙德成为社会公众的焦点人物,他捐赠2000万美元给哈佛商学院时,倡议设立“管理决策与伦理价值”这门课程。全美最佳10所商学院MBA的9门核心课程中,就有企业伦理学。现在,美国90%以上的商学院或管理学院以及欧洲的绝大多数大学,都开设了企业伦理学、管理及商务伦理道德、企业伦理与企业职业道德等方面的课程,重视企业伦理与企业道德教学成为世界各地商学院或管理学院MBA、MPAcc培养的一大特色。

可令人遗憾的是,虽然“君子爱财,取之有道”的经商理念被中国人传诵千百年,但我国绝大多数企业界对伦理道德仍未引起足够的重视。众多经营者只对管理实务尤其是经营谋略颇感兴趣,而仅仅把企业道德看作美德。从远古时代起源的《鬼谷子》到中华民国流行的《厚黑学》,几乎每个朝代的权谋韬略都被推崇备至。其目的只不过是为了用最简便、最快捷、最廉价的途径实现发家致富的梦想,完成“空手套白

狼”的目标。于是这类不讲道义、只要权术的书籍便应运而生、长盛不衰，成为中国图书市场上一道令人费解的奇异风景。

的确，中国谋略计策源远流长，博大精深，但绝非救世发达的灵丹妙药。相反，过于“偏食”而忽视伦理道德，谋略计策很可能成为“毒药”。君不见，当今假冒伪劣猖獗，失信赖账严重，欺诈行为泛滥正成为我国的一大公害，“许多贪污受贿、偷税漏税、挪用公款等经济违法犯罪活动，以及大量腐败现象，几乎都与财会人员做假账分不开。这已经成为严重危害市场经济秩序的一个‘毒瘤’”。不正是这种“偏食”造成的恶果么！近一两百年中国市场经济为什么发展如此缓慢？中国绝大多数企业的生命周期为什么如此短暂？多则几十年，少则几年？为什么会如此缺少驰名世界的中国品牌？现在看来，过于“偏食”谋略计策而忽视企业伦理道德约束，或许是阻碍中国企业发展与壮大的致命伤。

时至今日，中国已经加入WTO，这对中国的企业来说，既充满发展前进、融入经济全球化的机遇，同时也面临来自强大的国外优势企业的严峻挑战。在这种充满竞争、文化多元和信息密集的网络经济环境下，中国企业将不得不接受国际社会及世界各国更为严格的检验与监督。可以说，在公平开放的国际化竞争中，没有伦理道德约束的企业与公司难逃被淘汰的厄运，没有伦理道德自律的企业家将被剥夺参与竞争的资格而无地自容。

### 三、本书特点与主要内容

《公司伦理与企业文化》一书综合运用现代管理学、信息经济学、制度经济学、行为科学、系统论、博弈论和伦理学理论、思想与方法，体现实践调查研究与理论规范研究相统一、定量分析与定性论述相结合的风格，在查阅与研究中外大量文献资料的基础上，结合国内外社会经济生活中的实际情况和突出的公司伦理现象与企业文化活动，全面进行公司伦理与企业文化理论及其应用问题研究，提出了一系列独到新颖的观点，构建了公司伦理与企业文化理论及其应用体系。该书的撰写体现以下主要特点与创新。

#### 1. 资料丰富、内容新颖

在充分占有材料的基础上，本书采用案例研究法，介绍了德诚信铸同仁堂金字招牌、海尔真诚何以到永远、“全聚德”烤鸭为何名满天下、TCL集团跨越发展的不竭动力、台湾源恒伦理营销理念、摩托罗拉公司全球文化、本田启动绿色革命等成功案例与华人首富李嘉诚、立信会计的台柱子——著名会计专家顾准等楷模，列出我国证券市场上市公司十大造假案简表与美英中等国多家知名公司会计审计假账案例主要数据，解剖安然—安达信不诚信自毁前程、审计局长坠进黑色深渊之过程。本书论述市场经济中公司伦理道德原则理论，契约经济、道德契约和信用机制有关内容；从公司

道德行为的现实价值与公司失德行为的伦理思考两方面分析公司行业及其道德滑坡的表现——公司失德行为,展开公司内部管理道德规范、对外经营道德规范、公司道德范畴、公司道德机制介绍,并进行企业文化的内容架构、比较与借鉴、建设与创新、企业文化与社会和谐发展等方面的论述。

## 2. 联系实际、信息量大

为了使公司伦理与企业文化理论分析密切联系中国社会实际,本书设计了大量颇具代表性的调查问卷、调查表。由叶陈刚教授负责的南开大学公司治理研究中心专题调研组开展了一次关于“公司伦理道德状况”的问卷调查,通过18大问题72个答案的问卷调查报告分析,得到大量有益启示。叶陈刚博士在国家会计学院做高级访问学者期间,作为课题组负责人之一,设计参与全国性调研活动,取得216家总会计师关于会计职业道德的15大问题60个答案的问卷调查分析数据,从而掌握了大量的第一手资料,并进行富有成效的整理与分析。这是本书最大的特点。本书还大量引用了实例,极大地丰富了本书的阅读信息量,从而为本书的理论阐述提供大量佐证。

## 3. 结构合理、层次清楚

本书提出公司伦理与企业文化体系的两结构模式,前者论述公司伦理的重要意义、主要内容、任务与研究背景、公司伦理学研究的对象与研究方法、公司伦理的基本概念、分析了公司伦理道德原则与现实反思、公司内部管理道德规范、公司对外经营道德规范、公司会计道德规范、公司道德范畴的确立、公司道德机制构建;后者论述企业文化建设的重要意义、企业文化的内容、任务与研究背景、企业文化的构成、特征与功能,介绍企业文化的内容架构、企业文化的比较与借鉴、企业文化建设与创新、企业文化与社会和谐发展。

## 4. 理论与实践相结合

体系完备,关注学术性,更注重实用性和可操作性,便于应用;版式活泼,可读性强,既不搞理论说教,也不搞案例堆砌,期望尽可能做到使企业家或广大读者满意,为企业家或读者提供道德资本运作的对策建议或基本思路。

本书所讨论的问题涉及道德问题中最核心的部分。这些对于企业员工成为致命的道德困境问题,对于其他专业人员乃至一切从事经济与管理活动的人员来说也都可能是难以回避的迟早要面对的问题。希望本书能够使企业员工以及关注此事的人们进一步认识到伦理道德问题的深刻意义以及公司伦理与企业文化重建过程的长期性与艰巨性,并把人格信誉、行业自律和执业操守当作自己的生命一样永远珍惜。

本书由对外经济贸易大学公司伦理与治理研究中心主任、博士生导师、南开大学商学院工商管理博士后叶陈刚教授设计章节大纲,并修改定稿全书。本书的主要内容及具体执笔分工如下:第1章叶陈刚,第2章叶陈刚、杨娜,第3章叶陈刚、周亚东,

第4章叶陈刚,第5章叶陈刚、罗会强,第6章叶陈刚、王彬,第7章叶陈刚、李永乐,第8章叶陈刚,第9章杨娜,第10章吴永民,第11章吴永民、阎爱民,第12章孔慧平。在本书写作过程中,得到了我博士后合作导师、长江学者特聘教授、南开大学商学院院长、公司治理研究中心主任李维安教授的悉心指导;本书也参阅、使用了不少其他专家学者的文献资料;本书的出版得到复旦大学出版社罗翔老师的直接帮助,在此一并表示真诚的感谢。

由于本书选题属于现代管理学科前沿领域,可供借鉴与参考资料有限,撰写难度较大。加之撰写本书时间较紧,任务繁重,工作量大,书中难免不妥疏漏之处,敬请读者批评指正。

叶陈刚

2006年12月2日于北京惠园

# 目 录

第一章 绪 论 .....	1
第一节 公司伦理与企业文化建设的重要意义 .....	2
一、道德与文化伴随着社会经济关系而变化 .....	2
二、公司伦理与企业文化建设的重要性 .....	6
三、公司伦理与企业文化建设的客观必然性 .....	11
第二节 公司伦理与企业文化的内容、任务与研究背景 .....	12
一、公司伦理的研究内容 .....	14
二、公司伦理的任务 .....	15
三、企业文化的内容要素与目标 .....	17
四、本书的分析背景与应用需求 .....	18
第三节 研究公司道德的新学科：公司伦理学 .....	18
一、公司伦理学研究的对象：公司道德 .....	19
二、公司伦理学的研究方法 .....	22
[案例分析] 华人首富李嘉诚：超人、诚商、善人之道 .....	26
[本章小结] .....	29
[本章关键词] .....	30
[复习思考题] .....	30
第二章 公司伦理与企业文化的基本概念 .....	31
第一节 道德与文化的涵义及其发展 .....	31
一、道德的本质及其特点 .....	31
二、道德的起源与历史发展 .....	34
三、文化的涵义及其发展 .....	36
四、社会公德的基本要求 .....	39
第二节 职业道德特点与社会功能 .....	40
一、职业道德的涵义及其特点 .....	40
二、职业道德的历史发展和社会功能 .....	42
三、社会主义职业道德的特点及核心 .....	44
第三节 公司伦理道德特征与职能 .....	47

一、公司伦理道德的特征 .....	47
二、公司伦理道德的职能与作用 .....	49
第四节 企业文化的构成、特征与功能 .....	53
一、企业文化的内涵与结构 .....	53
二、企业文化的特征 .....	55
三、企业的功能 .....	56
[案例分析] 海尔:真诚何以到永远? .....	59
[本章小结] .....	61
[本章关键词] .....	62
[复习思考题] .....	62
<b>第三章 公司伦理道德原则与现实反思 .....</b>	<b>63</b>
第一节 公司伦理道德原则 .....	63
一、公司推行集体主义原则 .....	63
二、恪守诚实守信原则 .....	67
三、坚持义利统一原则 .....	70
四、兼顾公平与效率原则 .....	72
第二节 契约经济、道德契约与信用机制 .....	76
一、道德契约的规范性要求 .....	77
二、信用机制与有序竞争 .....	78
三、市场经济中信用机制的调节器 .....	78
第三节 公司道德行为的现实价值 .....	79
一、人类社会发展客观要求公司行为必须合乎道德规范 .....	79
二、公司道德行为存在于市场经济体系的发展过程之中 .....	82
三、公司道德行为是提高管理水平与产品质量,提升公司形象的关键 .....	83
四、公司道德行为是锤炼公司自身创新精神与竞争优势的永恒动力 .....	84
五、公司道德治理是公司治理的最基本层次 .....	85
第四节 公司失德行为的伦理思考 .....	87
一、利益驱动与“道德滑坡” .....	87
二、公司失德行为的理性分析:职业道德的沦丧 .....	88
第五节 公司伦理道德问卷调查与反思 .....	90
一、样本设计及调查研究的对象与区域 .....	90
二、我国公司伦理道德状况问卷调查与统计分析 .....	91
三、关于加强公司伦理道德建设的对策建议 .....	94

[案例分析] 德诚信:铸同仁堂金字招牌 .....	96
[本章小结] .....	97
[本章关键词] .....	98
[复习思考题] .....	98
<b>第四章 公司内部管理道德规范</b> .....	<b>99</b>
<b>第一节 公司与股东的道德规范</b> .....	<b>100</b>
一、公司与股东的形式及组成 .....	100
二、公司与股东的内在利益关系 .....	103
三、股东与管理者之间的道德规范:委托经营,信息对称 .....	105
四、股东和利益相关者之间的伦理道德规范 .....	108
<b>第二节 董事会与监事会的道德责任</b> .....	<b>109</b>
一、董事会的道德义务与独立董事的道德责任 .....	110
二、监事会的组成、职权与道德责任 .....	113
<b>第三节 公司经理层的道德规范要求</b> .....	<b>117</b>
一、依法为民经营:公司经理层的经营方向 .....	118
二、廉洁奉公:公司经理层之行为准绳 .....	119
三、服务社会,追求卓越 .....	122
<b>第四节 公司与员工的道德规范约束</b> .....	<b>124</b>
一、公司伦理是塑造公司员工良好素质的关键 .....	124
二、公司与员工的权利和责任 .....	125
三、公司与员工之间的道德规范 .....	127
[案例分析] 安然—安达信不诚信自毁前程 .....	133
[本章小结] .....	135
[本章关键词] .....	135
[复习思考题] .....	135
<b>第五章 公司对外经营道德规范</b> .....	<b>136</b>
<b>第一节 公司社会责任与道德责任</b> .....	<b>137</b>
一、公司社会责任与道德责任概念 .....	138
二、公司管理道德与社会责任 .....	142
三、公司的社会道德责任标准 .....	145
四、公司社会责任的对象与模式 .....	147
五、公司社会责任的本质内容:道德责任 .....	149

第二节 公司与购销客户的道德规范 .....	152
一、公司与购销客户的权利和责任 .....	153
二、产品及其质量的伦理问题 .....	153
三、商品定价中的伦理问题 .....	155
四、促销中的伦理问题 .....	156
五、服务中的格式合同伦理问题 .....	158
第三节 公司与竞争者：互惠互利 实现双赢 .....	160
一、公司竞争与道德约束 .....	160
二、市场竞争中的伦理问题 .....	163
三、信息竞争中的伦理问题 .....	165
[案例分析] 台湾源恒工业公司：伦理营销理念 .....	167
[本章小结] .....	168
[本章关键词] .....	168
[复习思考题] .....	169
第六章 公司会计道德规范 .....	170
第一节 市场经济对公司会计道德的影响 .....	170
一、提高会计人员主人翁意识,激发奋发向上的工作作风 .....	170
二、促进会计人员自由平等发展,消除行业不正之风 .....	171
三、打破会计行业任人唯亲观念,形成举贤尚能新风尚 .....	172
四、市场经济发展引起会计工作生活发生变化 .....	173
第二节 会计工作的社会道德理念 .....	173
一、重视会计职业,提高会计地位 .....	173
二、尊重会计人员,配合会计工作 .....	176
三、利用会计信息,做好经营决策 .....	177
四、遵守会计法规,强化会计责任 .....	179
第三节 公司总会计师问卷调查分析与思考 .....	186
一、样本设计与调查问卷说明 .....	186
二、问卷回答与会计职业道德的思考 .....	187
第四节 会计职业道德规范要求 .....	196
[案例分析] 立信会计的台柱子——著名会计专家顾准早年执业生涯 .....	205
[本章小结] .....	207
[本章关键词] .....	207

[复习思考题]	208
<b>第七章 公司道德范畴的确立</b>	209
第一节 履行公司道德义务	209
一、道德义务概念与政治及法律义务的关系	209
二、公司道德义务的重要功能	210
三、履行公司道德义务的内容要求	211
第二节 培育公司道德良心	212
一、培育公司道德良心的内容要求	213
二、公司道德良心的实践功能	213
第三节 珍惜公司道德荣誉	214
一、公司道德荣誉的涵义、内容与形式	214
二、公司道德荣誉发挥着鼓励和社会评价作用	216
三、集体公司道德荣誉和个人公司道德荣誉的关系	217
第四节 坚守公司道德节操	218
一、公司道德节操的表现形式与重要作用	218
二、公司道德节操的培养	219
第五节 锤炼与发展公司道德品质	220
一、公司道德品质的定义与特点	220
二、公司道德品质的形成和发展	221
[案例分析] 赤诚燃续百年炉火：“全聚德”烤鸭名满天下	223
[本章小结]	224
[本章关键词]	224
[复习思考题]	224
<b>第八章 公司道德机制构建</b>	225
第一节 道德自律与他律概念及关系的辨析	225
一、康德的自律观点与黑格爾的他律见解	225
二、马克思和恩格斯的自律与他律道德观	226
三、公司道德自律与他律的辩证关系	227
四、公司伦理的平衡：需要他律机制与自律机制	228
第二节 公司道德自律机制	229
一、职业道德自律的涵义	229
二、公司道德自律及其表现形式	229

三、自律在公司道德建设中的作用 .....	230
四、公司道德自律机制的组成 .....	230
五、公司道德自律建设内容 .....	232
第三节 公司道德他律机制 .....	235
一、公司道德他律的内涵 .....	235
二、他律在公司道德建设中的功能 .....	235
三、公司道德他律机制的形式 .....	236
第四节 公司道德评价机制 .....	237
一、公司道德评价的重要作用 .....	237
二、公司道德评价的标准与根据 .....	238
三、公司道德评价的方式 .....	240
四、公司道德评价指标体系与评价标准的设计 .....	242
五、包括公司道德评价在内的公司治理综合评价模型及治理指数等级划分 .....	248
[案例分析] 审计局局长坠进黑色深渊 .....	248
[本章小结] .....	251
[本章关键词] .....	251
[复习思考题] .....	251
<b>第九章 企业文化的内容架构</b> .....	252
第一节 企业哲学和价值观 .....	252
一、企业哲学的内涵、外延及其发展 .....	253
二、企业的核心——企业价值观 .....	258
第二节 企业精神与精神管理 .....	261
一、企业精神的内涵、特点和意义 .....	261
二、企业精神的培育 .....	262
三、企业精神的表达 .....	263
第三节 企业形象和物质文化 .....	265
一、企业形象的内涵和作用 .....	265
二、树立独具特色的企业形象 .....	267
三、寓无形于有形——企业的物质文化 .....	269
[案例分析] TCL 集团跨越发展的不竭动力 .....	272
[本章小结] .....	275
[本章关键词] .....	276

---

[复习思考题] .....	276
<b>第十章 企业文化的比较与借鉴</b> .....	277
第一节 中国特色的企业文化 .....	277
一、中华民族传统文化的特点 .....	277
二、中国企业文化的特特点 .....	279
第二节 美国、日本、欧洲国家的企业文化 .....	282
一、美国的企业文化 .....	282
二、日本的企业文化 .....	285
三、欧洲国家的企业文化 .....	289
第三节 不同国家企业文化的综合比较与借鉴 .....	292
一、东西方企业文化的比较 .....	292
二、国外企业文化对我国的启示 .....	296
三、博采众长,建设中国特色的企业文化 .....	297
[案例分析] 摩托罗拉公司的全球文化战略 .....	298
[本章小结] .....	302
[本章关键词] .....	303
[复习思考题] .....	303
<b>第十一章 企业文化建设与创新</b> .....	304
第一节 企业文化建设的主体 .....	304
一、企业员工是企业文化建设的基本力量 .....	304
二、企业家是企业文化的倡导者和培育者 .....	307
三、企业英雄是企业先进文化的体现者 .....	308
第二节 企业文化建设的核心 .....	309
一、遵循的基本原则 .....	309
二、启动时机的选择 .....	312
三、企业文化建设需要强有力的支持 .....	315
第三节 企业文化建设的方法和程序 .....	317
一、企业文化建设的基本方法 .....	317
二、建设企业文化的一般程序 .....	319
第四节 企业文化的整合与创新 .....	320
一、各种企业文化特质的整合 .....	321
二、企业文化的创新 .....	322

[案例分析] 从蒙牛的成长看企业文化建设 .....	324
[本章小结] .....	326
[本章关键词] .....	327
[复习思考题] .....	327
<b>第十二章 企业文化与社会和谐发展</b> .....	<b>328</b>
<b>第一节 企业理念与诚信文化</b> .....	<b>329</b>
一、企业理念及相关要素 .....	329
二、企业理念的地位 .....	330
三、企业的诚信文化建设 .....	331
<b>第二节 企业文化与企业核心竞争力</b> .....	<b>335</b>
一、企业竞争力与核心竞争力 .....	335
二、企业文化与企业核心竞争力的关系 .....	336
三、塑造企业文化以保证企业核心竞争力的可持续发展 .....	338
<b>第三节 企业文化与循环经济</b> .....	<b>340</b>
一、循环经济的相关概念 .....	340
二、循环经济与企业关系 .....	342
三、建设绿色企业文化,实现可持续发展 .....	343
<b>第四节 企业文化与和谐社会</b> .....	<b>345</b>
一、和谐社会相关概念与要求 .....	345
二、和谐社会需要加强企业文化建设 .....	346
三、创建企业文化,构建和谐社会 .....	348
[案例分析] 本田启动绿色革命 .....	349
[本章小结] .....	351
[本章关键词] .....	352
[复习思考题] .....	352
<b>参考文献</b> .....	<b>353</b>

# 第一章 绪 论

仁义礼智信,信内求财;温良恭俭让,让中取利。

—— 儒商理念

网络时代的中国正在全面展开社会主义市场经济建设。中国市场经济发展正在强烈深入地冲击、改变着中国社会政治与公司经济的一系列传统特征,因此亟待建立以诚信文化为时代主旋律的与社会主义市场经济相适应的道德及文化体系<sup>①</sup>。

在我国改革开放的巨大社会变迁中,物质财富充裕令人欢欣鼓舞,然而精神道德状况格外令人关注忧虑。一方面,无数高楼大厦拔地挺立而起,众多大桥道路贯穿东南西北,政策宽松搞活了,物质商品富足了,生活水平提高了,科学技术发达了,市场经济大洪流强烈地撞击着过去的传统道德体系,传统的伦理规范和道德信条无情地受到巨大的冲击,希望与活力触目可见,社会与时代无疑在脱旧换新;另一方面,在全新的道德主体和道德规范尚未确立的情况下,传统的道德体系承受着多方面的挑战。

较之过去,人们之间的利益关系、人际关系大大复杂化,为数不少的人们在物欲横流的惊涛骇浪里找不到精神支柱,失去了稳定感及自我平衡,或在金钱的涡流中沉沦升浮,或在贫困的泥塘里嫉恨抱怨,甚至丢失了精神家园和思想武器,灵魂在茫茫的荒郊野外流浪,生命之舟失去了方向,社会风气备受污染,在我国一度消失的丑恶现象如权钱交易、行贿受贿、以权谋私、徇私舞弊、中饱私囊、监守自盗、制假贩假、走私贩毒、偷漏税款、贪污盗窃等重新抬头,侵蚀人们的思想与身体。

近些年来,在公司里,会计信息严重失真,假账盛行,书记收入、主任成本、厂长利润、经理效益比比皆是,防不胜防,公司绩效整体低下,企业管理疲软无力。究其产生原因,法律不全,执法不严,无法约束人们的各种不良行为;根本原因则是人们的道德标准下滑,真假、善恶、美丑、忍狂、好坏、是非、忠奸等界限模糊,无法约束人们的不良心灵,进而导致不道德行为。我们看到,违法行为一般是不道德的,然而生活中很多不道德的行为不一定违法,如当今盛行的大吃大喝、铺张浪费、无节制的职务消费、乐此不疲的公款旅游、弱者需要救助时无动于衷,在工作岗位上出勤不出力,老师授课学生迟到早退不到堂等。因此,法律只针对表面的违法行为,而法律管不到的不良行

<sup>①</sup> 罗国杰:“建立与社会主义市场经济相适应的道德体系”,载《光明日报》,2001-03-04(1)。

为和心灵唯有依靠道德方能从根本上加以自律和监管。只有做到标本兼治,社会风气方能从根本上好转。

随着市场经济由低级到高级,从不成熟走向成熟的发展,在公司管理中,公司伦理就显得越来越重要,发挥着越来越巨大的作用,成为加强现代公司管理、提高公司整体绩效的全新领域。如果轻视公司伦理约束,市场经济的运行就可能极不规范,公司之间竞争不公平,迷失方向,也就可能演变成官商权力经济,虚假欺骗经济,贿赂垄断经济。市场经济发展历史清楚表明:管理,崇尚伦理道德,这是一种新趋势。我们相信,这种趋势的出现绝不是偶然的。西方国家市场经济发展了这么多年,付出了沉痛的代价,最终找到一个奥秘:发展市场经济必须加强伦理教育。“近年来,美国、加拿大等市场经济发达的国家,出现了一个新的动向,即重视和加强管理伦理学的教学和研究,甚至把伦理思想渗透到各个领域”<sup>①</sup>。

市场经济首先体现为竞争经济,竞争的规则是公开、公平、公正,用以规范竞争者的行为活动;市场经济还体现为法制经济,通过对各种市场行为的立法、执法规范正当的市场秩序,采用法律约束控制竞争者的行为;市场经济还体现为伦理经济,讲究仁义礼智信、信内求财;温良恭俭让、让中取利。依靠义务、良心、荣誉、节操、人格来建立相互交往的友好关系,以确保社会成员的行为合法合情合理。十六届三中全会通过的《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》指出“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,是建立现代市场经济体系的必要条件,也是规范市场经济秩序的治本之策”。2005年10月27日修订颁布的《中华人民共和国公司法》第五条明确要求:“公司从事经营活动,必须遵守法律、行政法规,遵守社会公德、商业道德,诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任。”

## 第一节 公司伦理与企业文化建设的重要意义

开展公司伦理与企业文化等重大问题的研究和教育具有重要的理论价值与积极的现实意义。

### 一、道德与文化伴随着社会经济关系而变化

#### (一) 道德与文化理念及其变迁

作为一种根基于社会经济基础的上层建筑和意识形态,道德是通过人们的意识所形成的思想的社会关系,反映着人们社会关系的特殊方面。类似于上层建筑的其他部分,道德也同样要受物质的社会关系所制约,并伴随着社会经济关系的变化而变

<sup>①</sup> 张文贤等:《管理伦理学》,复旦大学出版社1995年版,第1—3页。

化。马克思主义伦理学告诉我们,归根到底包括道德关系在内的人类的思想关系都为物质的社会经济关系所决定,因为它根源于物质的社会关系。各种道德体系的性质直接取决于社会经济关系。各种道德体系的性质直接取决于社会经济结构的性质,道德的基本原则、主要规范和主要范畴直接取决于社会经济关系所表现出来的利益。

由于道德的性质取决于社会经济关系的性质,故而社会经济关系的变化必然会引起道德的变化。在旧的社会经济关系日渐腐朽没落,新的社会经济关系日益发展成熟的同时,新的社会道德关系就随之兴起出现。在这种道德交替兴衰过程中,旧的没落的道德观念不会自动放弃而退出历史舞台,新旧道德体系之间必然发生着尖锐的对立和斗争。在新的社会经济关系完全代替了旧的社会经济关系后,旧的社会道德关系便会或早或迟地被新的社会道德关系所取代,且新的社会道德便居于社会的统治地位,从而在新的时代决定着整个社会的道德面貌。

人类社会的道德历史发展表明,各种道德此起彼伏、起伏兴衰、更替进退,都可追根于社会经济关系的根本变革。在现实的阶级社会里,这种道德的起伏更替也就体现为不同阶级道德观念的冲突斗争及兴衰更替。由于道德具有连续继承性特征,新的道德观念就会从不同方面或多或少地承续前人的某些优秀道德传统;然而,不同的社会经济环境,生活在不同时代的人们,存在着不同的社会经济关系,占有不同的物质利益,居于不同的社会地位;所以相对于旧道德,新道德就有着不同的性质。而社会经济关系的变革体现为一个从低级形态向高级形态的发展过程,因此比较其物的社会道德,历史上先后出现过的新的社会道德也就有着不同程度的进步,表现为一个由低级道德形态向高级道德形态发展的渐进上升过程。

还应看到,即使处于同一社会形态之中,社会道德与文化状况也会以随着社会经济关系的某些局部变化而相应地发生着变化。生活在某一社会经济关系形态中的人们,在这一社会经济关系内部的某些方面产生某些或大或小的变化时,他们就会伴随着对他人和自身利益认识的发展而不断地在自己的社会道德中注入新的时代内容,或者赋予原有的社会道德以新的现实意义,从而体现着现实的时代要求,推动着人类道德与社会文化的全面进步。

而企业文化是企业建立和发展的过程中逐步形成并且日趋稳定下来的文化积淀;它包括企业价值观、企业精神以及以此为主导的企业行为规范、道德准则、社会信念和企业风俗,及在此基础上生成的企业经营意识、经营指导思想、经营战略等;企业文化的功能赖以发挥的关键,在于企业生产经营中生成的社会群体文化氛围和心理环境<sup>①</sup>。

<sup>①</sup> 陈佳贵主编:《企业管理学大辞典》,经济科学出版社 2000 年版,第 38 页。