

第 1 章

引言

学习目标

了解伦理、道德及商业伦理的基本概念、商业伦理与伦理道德的关系；理解商业伦理对企业经营的重要性；了解本门课程的基本内容。

引 例

福特和通用公司被判天价惩罚性赔偿

1978 年，三名美国少女乘坐福特汽车公司 Pinto 牌轿车出行时被另一辆车撞击汽车尾部，汽车起火后三位少女全部被烧死。福特汽车公司因该车型存在安全问题被控过失杀人。虽然陪审团最后认定公司没有犯罪，但人们普遍认为公司负有道德责任。同样的悲剧此后数次发生。1981 年，詹姆斯先生携儿子驾驶 Pinto 汽车途中起火爆炸，导致其子严重烧伤。这一次，幸运不再站在福特公司这边。在“詹姆斯诉福特汽车公司案”的法庭调查中，公司的一份内部文件曝光。该文件显示公司事前已经知道 Pinto 汽车存在安全隐患，并对是否改进该问题进行过损益分析。

估算结果显示：改进 Pinto 汽车安全性能的成本为 11 美元/车，预期可能减少死亡和严重烧伤人数分别为 180 人。按照当时的标准，死亡赔付 20 万美元/人、严重烧伤赔付 6.7 万美元/人、汽车损失 700 美元/车进行测算，对 1 250 万辆 Pinto 车进行改进的成本约为 13 750 万美元，而收益为 4 950 万美元。据此，福特汽车公司决定不进行召回。在随后的几年中，也没有做出召回决定。

与福特汽车公司的情况相似，通用汽车公司也曾对是否改进雪佛兰汽车油箱和后保险杠之间距离过短容易引起爆炸事故的问题进行过内部成本测算，测算的结果是安装改进设备的成本是 8.5 美元/车，按照事故概率估算的赔付成本为 2.4 美元/车。与福特汽车公司一样，通用汽车公司也没有针对安全问题及时加以改进。

通用和福特公司作为美国最重要的汽车制造商，其内部文件曝光后，公司被视为为获取利润而无视消费者的生命安全，因而受到广泛指责并深陷法律诉讼之中。一位原告人指出，对这些公司而言，消费者只是数据，是统计数据而已。

最终，在詹姆斯对通用公司的诉讼案中，法庭认为公司严重蔑视被害人的价值，刻意

漠不关心他人安全，判决福特公司赔偿受害人惩罚性赔偿金 1.25 亿美元。在数百起针对通用公司的法律诉讼中，最为著名的是“安德森诉通用公司案”。1999 年，法庭判决通用汽车需向 6 位雪佛兰车祸受害人支付 1.07 亿美元的补偿性赔偿和高达 48 亿美元的惩罚性赔偿。

✎ 福特和通用公司的问题是损益分析引起的吗？如果你是当时的决策者，你会如何思考？

最近若干年，中国社会对企业履行其伦理责任的期待在不断提高，但人们对其内蕴涵和企业应承担的责任却未能达成一致：“在商言商”是商人的圭臬吗？企业存在的最高理由就是股东利益最大化？或者，商业伦理是解决各种利益冲突的灵丹妙药？不同的人对此有不同的解答。

早在 20 世纪初期，企业社会责任这一概念就已被提出（Wren, 1979），鲍恩和弗里德曼为首两种截然不同的观点代表了 20 世纪上半叶人们对企业责任的基本看法。鲍恩（1953）认为企业应当按照社会所期待的价值观念和目标，做出符合社会普遍价值观的决策；而弗里德曼（1970）则认为企业唯一的责任就是为股东赚取最大利益。在今天的商学院课堂上，我们仍然需要不断回应这一争议：企业应该如何在其商业决策中回应社会的期待？企业应该如何判断并确定其自身的伦理行为？企业的这种判断对其长期经营有何影响？福特和通用公司的案例，也许可以为我们提供若干启示。

“我们为什么要学习商业伦理？”“商业伦理是可以学习的吗？”诸如此类的问题经常在商学院的课堂上被提出。我们无法回避的一个问题是：尽管有越来越多的人士承认商业伦理之于社会的重要性，但他们往往质疑在当前的商业环境下，商业伦理的践行能够给企业带来何种价值？

回顾引例中福特和通用公司的商业决策，我们看到这两个知名公司都因违背商业伦理遭受到了巨大损害。从这个意义上说，商业伦理在避免企业因做出“坏”的决策而蒙受损失方面也许更有价值。

在更系统地解释商业伦理的价值和意义之前，我们首先简要回顾一下有关伦理与道德的相关讨论。

1.1 伦理、道德与商业伦理

1.1.1 伦理及其本质属性

1. 伦理

“伦理”（Ethics）一词，首次出现在《礼记·乐记》中：“凡音者，生于人心者也；乐者，通伦理者也。是故知声而不知音者，禽兽是也；知音而不知乐者，众庶是也；唯君子为能知乐。”^①这段话表面意思是在讨论声音、音乐和乐理的关系，大意是说：音乐是人们

^① 《礼记》相传是由西汉礼学家戴德、戴圣编辑整理而成，分别称为《大戴礼记》《小戴礼记》，后者即为今日流传的《礼记》，“乐记”为《礼记》第十九篇。

内心世界的体现，音乐的道理与事物的“伦理”相通。只懂得声音而不了解音乐的，是动物；只懂得音乐而不知其理的，是一般的庶民百姓；只有君子才了解音乐之理。这里，“伦理”二字是指将不同的事物、类别区分开来的原则和规范。

在中国传统社会中，“伦理”一词也用来特指一定社会的基本人际关系规范及其道德标准（朱贻庭，2002），偏重于强调“人伦天理”。三纲五常是^①自汉以来传统社会中最基本的伦理准则，其中有五种伦理关系被认为最重要，即“父子有亲、君臣有义、夫妇有别、长幼有序、朋友有信”。更多时候，“伦理”强调的是基于“差序格局”（费孝通，1947/2008）的规范要求，而道德则强调作为个人的内在修为。

西方语言学家认为“Ethics”源于希腊的两个词汇，“Ethos”和“Itos”，前者的意思是正义、公正的行为，后者的意思是内心状态。二者合一，便将内在美德和外在行为表现相互联系在一起。

Ethics 在《韦氏大辞典》中被定义为“探讨好坏对错以及道德责任与义务的问题”。^②一般的英文词典，对于 Ethics 的解释基本上包含两层含义：①指导个人与群体行为和活动的道德准则，在这个意义上，伦理与道德经常通用；②研究道德准则的科学，用于判断一个人或一个社会的道德标准是否合理，亦即道德之道德。前者强调其主观性，而后者则侧重其客观性。

2. 伦理的本质

在很多情况下，伦理被称为道德哲学或者规范伦理，用以考证个人、群体或一个社会的道德标准是否合理，以及如何应用于个人、群体或整个社会的各种行为中。本质上，伦理回答的是有关生命、有关好坏、是否存在客观上的是非对错以及如何判断是非对错之类的基本问题（Kinnon，2001）。与道德相比，伦理显然偏重于强调秩序规范。

人类社会是在历史的过程中形成的，其形成及其以后的发展、变迁或维护都有其精神与物质的决定因素……如果再区分人类社会中的外在生活秩序和内在生命秩序来表明人类社会精神因素的两个层次，则伦理规范显然是属于内在生命秩序层次的一个重要内容，甚至是唯一重要的内容。如果人类社会没有伦理规范，则其群体生命必然失去自主与自律而面临崩溃涣散的命运（成中英，1991）。

伦理之所以被视为是秩序的关键，其核心就在于它能够指导人际之间的交往。好的伦理规范诸如信任、诚实、忠诚、公平等，是人际交往所必须遵从的基本原则和标准。基于这些基本原则，人类建立了一系列的权利、义务和责任观，从而规定社会关系的结构框架。在这一点上，东西方之间并无二致。

1.1.2 道德与道德标准

道德（Morality）就其本质而言，是一个社会、群体或者个人对于是非对错的认知，是一种内在的省思。我们的先民，面对强大的自然力量时往往抱持一种“敬畏”的态度。

^① 三纲五常，三纲是指“君为臣纲，父为子纲，夫为妻纲”；五常指“仁、义、礼、智、信”。

^② 参见 Merriam-Webster online, <http://www.merriam-webster.com/dictionary/ethics>.

很多西方社群认为道德来自“神”的意志，是神的启示，是由圣徒传达的戒律。如果说西方的道德起源观强调人的“原罪”，需要谨慎地遵循神的意志而求得宽恕，中国古代社会则更强调道德的自我省思和道德养成。

我们的古人也许更愿意将“道”和“德”分而论之，“道”代表了上天的意志，不同于西方社会浓厚的宗教氛围，中国社会更愿意以抽象的大自然和上天作为“道”的本原，乐于以一种世俗观点讨论“道”的问题，所谓天人相通。老庄学说就是非常典型的代表。“道”“德”合一最早出现在《荀子·劝学》中，荀子认为人性本恶，因此不可以停止学习，需要严格遵行礼法规范，才能达到道德的最高境界。此后，儒家学说经过宋明程朱理学代代相传，“道德”成为对个人品性的衡量标准，被提升到一个非常之高度，其最高境界便是“圣人”。中国社会对道德标准的要求优先适用于“士大夫”阶层，所谓“礼不下庶民”，“士”成为中国社会的精神代表。

我们可以观察到，无论东西方社会，道德都受家庭、社群以及整个社会潜移默化的影响。个人的道德标准总是会受制于所在群体和社会，人们对何为道德、何为不道德的理解往往与其所在群体、家庭、社会的习俗和信仰分不开，因而道德往往表现出强烈的社会性。在当代更为全球化的世界中，人们也经常讨论全球社会的价值基础问题。全球化的一个直接后果是传统社区/社会价值观边界的模糊（Kline，2013），日益增加的“外来”理念和价值观使不同地区、不同社会之间不得不寻求共同的规范。个人作为社会的一分子，在全球化的背景下，也会不断自觉不自觉地修正原生的道德观念。

1. 德性与德行

道德源于内心价值判断，在实际生活中，有些人在利益和内心的道德之间，能够按照心灵的指引行事，有些人也会违背自己的道德观。那么是什么力量推动我们遵循或违背我们内心的道德判断呢？

康德用“德性”一词描述道德的力量。所谓德性，就是促使人类遵循自己义务准则的力量（康德，李秋零译，2007），是对道德规律的敬重。德性体现了对道德法则的敬重，但并不一定表现为具体的行为。“德行”则意味着出于义务而遵守道德律，是道德法则支配下的行动（康德，邓晓芒译，2003）。德性是道德行为的动力，而德行则是人们遵循道德的实际表现，是对规则的遵守。

如果没有德性的力量，很难想象人们会自觉依循道德法则行事。重新阅读亚当·斯密的《道德情操论》，我们会发现在亚当·斯密时代的人们对“道德”的要求在今天已经不再被视为一种当然的道德标准，而是被视为“美德”；同样，中国传统社会对“士”的道德要求也几乎成为绝响。

专栏

专栏 1-1 老人倒地：“扶还是不扶？”

2006年11月20日，一位在南京水西门广场等车的老太太被撞骨折，经鉴定，老人为8级伤残。事后，老人指认当时送医的一位小伙子为肇事者，并告上法院索赔十余万元，

当事人则否认自己撞人。2007年9月,南京鼓楼区法院一审判决本次事故中双方均无过错,当事人赔偿受害人40%的损失约40000余元。当事人不服一审判决,提出上诉,二审期间双方达成和解。

该案件审判后,在全国引起强烈反响。一时之间,对倒地老人“扶”还是“不扶”,成为拷问很多人的道德难题。在很多民间舆论中,倒地老人也成为被指责的对象,倒地老人“讹诈”救助者似乎成为这些老人的标签,甚至出现所谓“不是老人变坏了,而是坏人变老了”的民间新谣。

2015年,发生在河南、安徽的两起老人跌倒案例再次搅动全国舆论。8月30日河南开封61岁的张建伟老人骑电动车跌倒在暴雨中,事发路段监控监视有十数位路人经过或围观,却无人施救。几分钟后,老人被三位施救者扶起时已经溺亡。事后,有消息披露张建忠老人40年前是一位军人,曾参加河南驻马店抗洪救灾。

另一起事件发生在安徽淮南,一位骑车女生在扶起倒地老人后,就是否撞人、老人是否“讹人”产生了分歧,双方各执一词。虽然警方调查认为女生负主要责任、老人负次要责任,但舆论并未平息,有关老人倒地该不该扶也依然是一个在网络不断发酵和引起争议的话题。

(资料来源:根据搜狐、新浪等新闻整理。)

倒地老人应不应该扶,本来是一个根本不可能构成争议的话题。数千年前,孟子就将“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”作为大同社会的理想。推己及人,悲天悯人向来是中国传统社会维系人际关系的重要法则。然而,最近十年老人倒地扶不扶的问题一再成为社会热点,显示出我们社会对于“德性”的认知出现了重要的偏差。在扶不扶老人这一问题上,社会舆论更愿意以不友善的态度对待当事老人,认为老人“讹人”的观点经常占据网络舆论的上风。这一问题之所以能成为争论的焦点,其背后若隐若现的逻辑是:如果当事人没有撞人,就不会也无须扶人;如果当事人扶助老人,就证明当事人是肇事者。这种逻辑的产生与社会对普遍的“德性”水准丧失信心不无关系。

显然,一个社会,其成员普遍的“德性”水平越高,这个社会就越容易显示出较高的“德行”。道德自律的内在动力,促使人们表现出更好的“德行”。当代社会的伦理失范,很大程度上与人们轻视甚至蔑视“德性”的价值有关。如果我们想要更好地理解商业环境中的伦理问题,就不能忽视整个社会“德性”力量的变化。

2. 道德标准

既然道德是一种价值的判断,那么,一般性的道德标准有什么样的特征呢?我们如何区别道德标准与其他标准呢?普拉利(Pratley, 2002)和维拉凯兹(Manuel Velasquez, 2002)对此进行了界定,描述了道德标准的5个显著特征。

(1) 道德标准与人类自身重大利益密切相关。道德标准关注的是与人类共同福祉密切相关的问题。诚实、信用、善待他人、不偷窃等标准之所以被绝大多数民族视为道德标准,正是因为如果没有这些共同准则作为人类社会关系的约束,人类社会将与丛林世界无异。

普拉利在讨论道德标准时还指出,不仅与人类自身利益相关的事物需要建立道德标准,对于动物以及我们生活的环境,也需要建立相应的道德标准。现代文明已将动物福利以及

自然环境的保护纳入人类的道德标准并融入商业伦理中，形成了普遍性的商业规范。当然，来自不同社会的人，在认知上会存在一定的差异，例如韩国和中国等一些国家的人可能认为吃狗肉是理所当然的事情，但是在另外一些国家生活的人可能就完全无法接受。由于动物福利保护在一些发展中国家并没有达成共识，有关动物福利保护的道德标准显然还没有成为全球性的标准，基于这种道德标准而形成的一些贸易准则，在某些地区就会被认为不过是另一种贸易壁垒的方法罢了。有些问题在一些人看来是道德问题，在另外一些人看来就完全不是那么回事。这一点我们会在后面的章节中加以讨论。

(2) 道德标准成立与否取决于其自身是否有充分的正当性。道德标准的建立是某个社会或社会群体共同的选择，它不是建立在权威的基础上。例如，中国人认为拥有“己所不欲，勿施于人”的“同理心”是一条很重要的道德标准，而西方人也把“你想别人怎么对待你，你就怎么对待别人”视为“道德金规”(Golden Rule)。这一道德标准，是基于人们内心深处的认同而不是帝王之命令或者法律之威严。

(3) 道德标准优先于任何其他标准。道德之所以成为道德，正是因为它来自人类内心对责任的认同而非利益博弈的结果。因此，当道德标准与个人或公司利益产生分歧时，道德标准具有天然的优先顺位。虽然普拉利宣称在战略利益和道德之间需要谨慎平衡，但我们还是更愿意认同维拉凯兹的观点，在道德与战略利益存在冲突时，坚持道德未必一定会损失利益；但如果我们允许将道德标准置于其他标准之下，那么一定会产生更为严重的问题。在极端情况下，道德与法律也可能发生冲突。“二战”时期的纳粹法律与犹太民族生存权之间的矛盾，孰是孰非已经毋庸置疑。

(4) 道德标准建立在公正思考之上。虽然道德总是受到法律和人情的影响，但总体上看，道德标准具有普遍价值，不受某一群体或利益相关者损益的影响。现代文明社会与传统社会的主要差别之一在于人们承认平等权利，无论社会形态有何种差异，我们总是能够在差异中找到一些共同之处。共同价值观的存在，使不同社会以及不同社会成员之间能够和谐生存。

(5) 道德标准经常与情感密切相连。虽然情感不等于道德，但由于道德根植于人们的内在价值，因而对于违反道德标准，人们会自然而然产生愤怒和厌恶的反应。在商业社会中，不道德行为所引发的社会厌恶同样会严重损害企业的利益。回忆一下2008年的三鹿事件，公众对三鹿的愤怒来自何处？产品质量问题固然是引发事件的根由，但三鹿婴儿奶粉主要销售给低收入家庭的婴儿，三聚氰胺的出现给这些婴儿造成了严重伤害。这种伤害完全违背了人类社会的基本价值观，因而引发了各方愤慨。读者可以设想，奢侈品出现不合格产品和婴儿奶粉出现问题，何种更能引起公众的愤怒情绪。

虽然伦理与道德经常通用，但在规范研究的层面上，伦理被视为应有的理性规范，是对道德的规范与指导。霍尔斯特·施泰因曼(2001)将伦理和道德之间的关系总结为在“理性规范”和“实际规范”之间的相互作用：道德在超验的基础上形成了伦理，伦理则进一步验证了道德的合法性。这里，超验是指抽象和形而上的经验。

更通俗地说，经过伦理论证的“范导理念”，成为在现实生活中占据支配地位的“道德规范”，在一个社会之内往往具有强制性。这里的“范导理念”，类似于数学里面的定

理。但与经过科学检验的定理不同，哲学意义上的“范导理念”，并不是一种科学。这种理念本身也会随着时间的推移而产生变化。不同社会各自所竭力维持的范导理念，甚至可能是存在激烈冲突的。

1.1.3 “商”与商业伦理

在商业伦理语境下，我们讨论伦理与道德的关系，更多与商业决策相关联。在此，商业伦理不是一套“理想却不实际”的道德规范，而是“校验、指导决策”（Kline, 2013）的价值观的体现。为了更好地理解商业伦理的本质，我们首先需要理解“商”和“商业世界”的责任。

1. 商与商业世界

当我们说到“商”或“商业”的时候，从狭义的角度理解，其仅指与流通领域相关的经济活动。传统社会对社会阶层的划分（士、农、工、商）所取的就是这一层意义。《春秋·穀梁传》说：“古者有四民：有士民，有商民，有农民，有工民。”《管子》中也提道：“士农工商四民者，国之石。”这里面的“商”，也就是“行商坐贾”，指的就是通过买卖贸易获取利润的商人。

今天我们在谈论“商”这个词汇时，已经不单指特定的贸易或经营活动，而有更宽泛的含义，“商”意味着一切与产品和服务的生产、流通相关的活动。当我们谈论“商科”、“商学”、“工商管理”、“商业活动”、“商人”时，基本上指的都是广义的“商”。在所有的商业活动中，企业是最主要的参与者。对商业伦理的讨论，都离不开对企业责任的讨论。

然而，无论古今中外，人们对商业世界往往充斥偏见 Jones（2005）。曾经这样描述人们对商界的感知。

我们所生活的世界可以分为两个部分：一个是商业的世界，这是一个现实而冷酷的世界——在这个世界里，人们获得高额的回报，但是需要付出艰苦的工作，充满了不安全感；而另一个世界是非商业的世界，包括学校、医院、我们的家庭和朋友等，这是一个温暖、舒缓的世界，为我们逃离现实的商业竞争提供了避风港（Jones et al, 2005）。

Jones 的描述似乎意味着“商业”就是为牟利而进行的冷酷竞争，正如很多传统文化的描述，商业世界是一个单纯追求利润的庸俗、冷漠的世界，毫无伦理道德可言。中国民间有“无商不奸”之说，莎士比亚也将“威尼斯商人”塑造成一个唯利是图的冷血形象。当代中国，呼吁企业家身上要流着道德的血液也成为一时之慨叹。与这些负面认知和评价不同，在商学院里，我们听到和感受到的则多是对“商业世界”的褒奖：CEO、管理者、商界领袖、创业者、企业家、领导力……看似美妙无比，世界上大大小小的商学院也在吸引着莘莘学子，“商业世界”是值得尊敬的，是推动社会进步的重要动力。

在这两种截然不同的感知与评价中，虽然都不是现实世界的真实写照，但却可能影响商界的自我认知与定位，从而进一步影响其对商业伦理的感知。在前一种语境下，商人似乎无须承担任何伦理责任，而在后一种情况下，商业伦理就成为一种庄严的责任。商业活动的参与者尤其是企业家的自我身份认同，将会直接影响他们对自身责任的认同。在真实

的商业世界中，人们需要在道德标准和商业利益之间寻找平衡，商业伦理正是基于一种普遍的价值观而指导人们进行这种平衡。

2. 商业伦理的本质是“商”的责任

在一个日益全球化的时代，“商”的力量早已超越了地域的制约，成为我们生存世界中的最为重要的力量之一，其活动已经足以影响整个社会的发展，商业世界也因此发展出一套独立的伦理准则。这一准则体现的是人们对于商业世界的尊重以及商人们的责任感知和自我约束。商业伦理既脱胎于其所生发的社会伦理，也超越了一般的社会伦理规则，这也是现代商业文明的基础。20 世纪初期，当韦伯、潘恩在探讨“我是谁？”“我来自何处？”“我对世界的责任是什么？”的时候，现代商业伦理的雏形就已经奠定了。让我们再一次回顾潘恩的《常识》：

我要做有意义的冒险，我要梦想，我要创造；我要失败，我也要成功。

商人们在建立雄心勃勃的商业帝国的同时，也建立了商人的责任观。与此同时，在大洋此岸，清帝国的商人也开始建立独立的商会并发出“商兴则民富，民富则国强，富强之基础，我商人宜肩其责”的呼吁。遗憾的是，在中国，建立独立工商运行体制的梦想在此后波澜壮阔的历史进程中被无数次打断。缺乏独立的身份认同，其必然结果是没有责任认同（吴晓波，2010，2015）。当商界被迫遵从“权利世界”而不是其自身规则时，很难指望商人们考虑承担“商”的责任。

说到“责任”，有三个问题必须弄清楚：①责任的主体是谁？②对什么（谁）负责？③谁来判定责任？

责任可以分为法律责任和期望责任，法律责任是必须实际承担的责任，而期望责任则是出于情感和愿望而可能承担的责任。商业伦理中所讨论的责任，既包括法律责任，也包含期望责任。就责任主体而言，通常可能认为只有“人”才能承担责任，但在商业世界中，商业决策往往是由管理团队做出，由各种形式的“组织”实施的。因此，商业伦理的责任承担者就从个体的“人”扩大到企业组织。经常争论的问题是“个人”和“组织”的责任分担问题。

至于“对什么（谁）负责”这个问题，则要考虑商业决策的后果。商业决策的特点之一就是事前很难采用一套评价指标来准确预测其后果。随着时代的变迁，商业活动所产生的威力越来越大，而决策者对于可能的后果却往往缺乏先见之明，也缺少谨小慎微的态度。商业决策的力量十分强大，而对商业决策后果却缺乏控制。30 年前，普通中国人很难想象能够享有丰富的物质财富，但同样也难以想象我们今天所面临的许多灾难性后果：空气污染、清洁水源的消失、儿童血铅中毒、贫富差距的极大化等。

理解商业活动的责任对象，不能仅限于经济后果，也不能仅限于当代。我们今天的商业行为，还会对子孙后代产生影响。“商”的责任是超越时空概念的。今天的决策者们，较之千百年前甚至是数十年前的同侪，负担着前所未有的责任。

理解“商”的责任，还需要考虑“谁来判定责任”的问题。责任判断既可以通过法院、仲裁机构、同行评议等方式，也可以通过省视内心的良知来辨别是非对错。“商”的责任判

定问题，其实也就是商业道德标准的确定问题。

如果能够就商业伦理的责任承担者、责任对象以及商业道德标准三个问题达成统一的想法，也就能够对“商”的责任达成一致意见。

1.2 商业伦理的价值与意义

在讨论商业伦理重要性时，有一个颇具争议性的问题是无法回避的：在当代竞争环境中，商业伦理真的重要吗？会不会成为沉重的道德包袱而影响企业竞争力？对此，我们从商业伦理和市场经济以及企业自身的关系进行探讨。

1.2.1 商业伦理和市场经济

商业伦理之于市场经济的重要性似乎是不言而喻的，但这个看似简单的问题却有着截然不同的答案。

1. 伦理与商业竞争冲突吗？

就在不远的过去，一些著名学者仍然将商业竞争与伦理视为对立的主题。

西奥多·莱维特在《哈佛商业评论》中是这样描述商业活动的：

“从事商业活动，就必须像在战场上一样，正如那些最杰出的战斗：必须勇敢、勇猛地战斗，尤其是不必考虑道德制约地战斗”（Levitt, 1958）。

西奥多·莱维特的观点听起来颇有些冷漠和无情，但与他想法类似的并不乏其人，只是表述各有不同。例如密尔顿·弗里德曼，虽然并不认为商业世界是一个与伦理道德无关的世界，但是他也认为商业社会所负担的责任就是增加其利润——在不违反法律的情况下，实现利润最大化（Friedman, 1970）。

Albert Carr 也曾经将商业世界视为博弈：

商业世界就是一种博弈：法律规定和利润就是道德指南。一个人如果想要赢得这场游戏，就必须怀着博弈者的心态，这意味着什么呢？这意味着必须把他的个人道德观和商业领域中的对错观区分开来（Carr, 1968）。

在中国的商界人士中，持有这种想法的也不在少数。残酷的商业竞争，使商业伦理几乎成为一种奢谈，有人甚至用宋襄公的故事加以类比。

相传公元前 638 年，宋襄公打着“仁义之师”的旗号伐郑，在泓水之滨与救援的楚成王一战。楚国军队尚未渡河时，襄公不肯进攻；楚国军队渡河后尚未整队时，襄公仍然不肯进攻。大臣公孙固劝宋襄公趁敌渡河之机一举消灭楚国军队，襄公自命仁义，认为这样做有违仁义之礼，坚持等楚军摆开架势后才发起进攻，结果大败于楚，宋襄公被视为愚蠢的代名词。

在不少人看来，在激烈的商业竞争中坚守商业伦理，与宋襄公的迂腐守礼没有什么区别，这与西奥多的观点大同小异。实现企业利润最大化，成为商业世界免于负担伦理责任最好的借口。

考虑这样做的后果：假定所有商业活动的参与者只需考虑怎样才对自己有利，则任何决定都建立在自我利益基础上而无须考虑道德因素。这将严重削弱商业社会的秩序和自我约束力。

雅克·克里（Cory，2005）引用扑克牌游戏来阐述这一思想：

扑克和商业博弈有许多共同点——人们无法假定对手会按照教会的道德原则出牌，欺骗行为是扑克游戏的技巧；即使对手是一个朋友，也无法知道他是如何出牌的。

全球化竞争使几乎所有的竞争性企业都持续面临生存问题：逼仄的竞争环境、全球性的资源匮乏、低迷的经济环境……几乎没有任何一个企业可以永远免于这些困境。在那些将商业世界看作丛林世界的人看来，为了竞争需要，企业关注利润和生存而无视道德要求是可以理解的。对他们而言，如果必须通过恶劣的不道德行为才能使企业免于破产，为什么不呢？利润永远高于道德，道德只有服务于利润才有意义。这种观点已经在潜移默化中影响了不少企业管理者。在已经披露的各种不道德的商业行为中，许多当事人将其行为归咎于外部环境而不是自身原因。为了生存和竞争而不择手段，不道德的商业行为很容易获得原谅，甚至被视为成功的范例。

下面这个故事在民间流传已久。

专栏

专栏 1-2 小山村的品酒会故事

相传有个小村庄，村民们约定每人都要从自己家里带一杯酒倒入酒缸，大家相聚饮酒。一个村民心想，那么多酒，我掺点水没有关系，他就把一杯水倒入了酒缸中。当所有人聚集在一起的时候，他满怀期待从酒缸中舀了一杯酒。故事的结局是大家都知道的，他喝到了一杯水而不是一杯酒。

每个村民都期望他人是诚实的，结果每个人都只带了水而不是酒，最后也只能喝到水。这个故事恰好说明了任何单方面的期望都是无法实现的。

在小山村品酒会的故事中，人们都希望与自己合作（交易）的人是诚实、可信的，人们普遍愿意同那些具有较高声誉的企业或个人打交道。但问题在于，如果人们只希望自己的交易对象诚实可靠却缺少自我约束，这种期望是无法实现的。

2. 有效的市场经济不可能是丛林世界

市场经济被普遍认为是实现资源最佳配置的机制，但如果视商业世界为丛林世界（不妨称为社会达尔文主义的变种），将极大削弱这种能力。

市场经济的有效运作，离不开几个关键性的因素：对财产所有权的有效保护、产品与服务的公平和自由交易的产品与服务、准确透明的信息等（Fritzsche，1999）。

对财产所有权的保护意味着私人财产未经所有者同意不得被侵占，这是保障公平交易

的前提条件，可以视为经济活动的重要基础。如果一个市场环境不能尊重和保障财产所有权，市场经济体系就无法正常运作。商业丛林世界无视一切规则，强者可以变相掠夺弱者，这将使一切秩序成为空谈。

特别是，当商业活动参与者依附于权力规则而不是商业的伦理规则时，任何个体的、群体的或组织的财富都无法获得保障。当社会处于封闭状态时，商人可能随时丧失其所创造的财富；而当一个全球化时代来临时，商人们将选择用脚投票，财富和资源也将随之而流出。

公平和自由交易则是调节产品和服务配置的工具。人们可以通过自由选择购买他们认为具有最大效用的产品和服务，从而使资源按照最有价值的方式进行配置。

信息的准确与透明一直被看作是自由竞争的重要条件，如果人们无法得到准确、透明的信息，就可能不得不选择满意度较低的产品和服务，从而用不情愿的购买行为为错误的产品和服务“投票”，这种情况降低了市场经济有效配置资源的能力。

商业伦理帮助我们建立共同的商业道德标准，就如同每个村民都带来美酒，所有人共享畅饮之乐；反之，少数成员掺水，大家喝到的是淡酒；每个人都掺水，大家就只能喝水；如果每个人都强行抢夺，最后可能连喝水也无法保障。从整个社会角度衡量，缺失商业伦理的成本远远高于遵守商业伦理的成本。

当商业活动的参与者继续延续丛林世界的观点时，我们很难期待商业伦理环境能够有效改善。如果商业世界真的成为丛林世界，那么所有的人都将丧失安全感。消费者面对企业所提供的产品和服务，却无法知道自己应不应该相信这些产品和服务；生产厂商面对原料供应商，却不知道自已是否会被卷入安全隐患问题中；诸如此类的担忧，只能引发劣币驱逐良币的效应并最终严重损害经济发展的伦理制度环境。

1.2.2 商业伦理和企业竞争力

商业伦理不仅是市场经济的保障，对于个体的企业组织而言，也是十分必要的。进入20世纪90年代中后期，许多领先企业开始不断投入更多资源用于伦理建设以强化企业社会责任形象，这种转变从何而来？

1. 商业伦理价值认知及实践变化

中国企业家是如何看待商业伦理价值的？十五年前，零点集团对北京、上海、广州等300余家企业负责人进行的伦理指向调查（陈勇、苏小平，2001）显示，尽管有高达66%的人没有听说过商业伦理，但96%的企业家仍然坚持企业经营必须考虑道德。在这里，企业家将其在个人经验所感知到的道德意义演绎到企业经营中。多数时候，企业经营与伦理无关的思维仍然是主流思想。

● 新古典主义理论及批评者

很长一段时间，新古典主义理论及批评者们都认为在一个自由竞争的市场环境下，企业个体为了追求自身利益最大化而做出的努力必然会实现整个社会利益的最大化。在自由市场与商业伦理规范的关系上，他们认为企业经营者不应当把个人的道德偏好加诸企业经营活动中。企业要想获得最大利益，必须提供最能够满足消费者需求的产品和服务，这自然就形成了社会利益的最大化。

你认同这种观点么？请举出正面例证或反证。

这种观点曾受到很多追捧，甚至有人认为：

新古典主义经济学的范式就是功利主义、理性主义以及个人主义的结合，个人主义可以最大化其效用（这种效用可能是消费的满足，也可能是愉悦与幸福的满足，或者仅仅别的什么目标的实现），理性主义能够选择实现目标的最佳路径……在竞争的市场中，在这些功利的、理性的个人主义作用下，可以产生最高效率和福利（Etzioni, 1990）。

但随着越来越多企业暴露出的一系列经营丑闻，人们逐步意识到自由市场经济这只看不见的手并不是万能的。新古典主义的假说至少在三个方面存在问题：第一，所谓完全自由竞争的市场是不存在的，在一个真实的市场中，企业并不一定需要以最佳的方式满足消费者的需求才能够获得最大利润。弱肉强食的丛林理论也正是建立在这一观察上。第二，新古典主义所隐含的利润最大化（社会效用最大化）的假设前提是不成立的。无论是消费者的效用还是整个社会的效用，都不仅仅是经济上的因素，还包含着其他的因素，如情感、愉悦、安全等，人们是在价值观与情感的基础上实现其效用的。第三，新古典主义的论断还忽视了这样一个事实：在我们的社会中，还存在很多弱势群体，他们的愿望和需求并没有体现在实际的社会购买力中，当企业向消费者提供它们最希望得到的产品和服务时，实际上是向那些具有购买力的人群提供产品和服务。

● 对利润和伦理规范关系的新思考

在商业活动中，人们不可能不考虑利润问题。丛林主义将利润和道德相互对立的观点，在今天已经失去了被社会接受的“合法性”。

如何评价丛林主义对利润与道德关系的认知？你自己的思考是什么？

在通用和福特汽车公司的天价赔偿案中，陪审团的裁决结果显示至少是在社会公众意见和法律判决的层面上，企业不能够再简单地用经济指标决定一切，必须在其商业决策中充分考虑伦理规范的制约。商业伦理强调不仅需要考虑目的的正当性（企业为什么而存在），还必须考虑实现目标的手段与方法的正当性。企业在提供产品和服务时，必须至少考虑道德和愉悦两种效用，以一种合乎伦理的方式运作其经营活动。

利润与伦理规范的关系，不仅体现在产品方面，也体现在企业内外部关系的诸多方面。当企业决定是否在某地建立工厂、如何对待消费者和竞争者、如何进行内部人事管理以及建立怎样的决策结构等问题时，越来越多的企业及其管理者意识到考虑伦理因素的重要性。

2. 商业伦理作为基本信条

中国古语有云：君子爱财取之有道。从长远来看，讲伦理的企业更容易在商业活动中取得成功。下例中默克（Merck）公司的决策就为其赢得了长期的战略优势。

专 栏

专栏 1-3 Merck 公司面对河盲症的选择

非洲与南美国家丛林地带沿河居住的1800万居民曾深受河盲症之苦。Merck公司的研发人员发现本公司的一种高端兽药对此症可能有较好的疗效，但如果要使药品能用于人类

还需要投入上亿美元研发及人体试验经费。此外，由于河盲症患者多为贫困地区居民，药品必须保持廉价，这有可能损害现有产品的“高端”形象。整体上看，公司几乎不可能从该药品的研发、生产和销售中获益。

面对公司内部质疑，当时的总裁 Roy Vagelos 先生是这样回答的：“如果一种兽药可以造福于人，唯一道德的选择就是毫不犹豫地开发该产品。第三世界的人民会记住 Merck 公司帮助过他们并因此更喜欢我们。日本商界同行告诉我：战后 Merck 公司曾经将链霉素销往日本，治疗了大批肺结核患者。我们并没有从中赚钱，但我们公司今天已经成为日本最大的美国制药企业，这并不是偶然的。”

（资料来源：根据 David Bollier 的 Merck & Company 改编。）

默克公司的故事已经成为全球商业伦理教学的经典案例，如今，商业伦理对于企业的战略性价值已经被领先公司普遍接受和认同。

哈默尔和普拉哈拉德所提出的核心竞争力理论认为一个企业能够长久地获得竞争优势，拥有独特的难以模仿的竞争力是问题的关键。不断创新的产品与服务、强大的技术能力、对特定市场的独特理解以及有效的组织运作系统都被视为核心竞争力的来源。然而，不可回避的问题是为什么一些看似强大、拥有各方面优势条件的企业却在瞬间轰然倒下？为什么有些企业经历了一次又一次危机，却总是能够转危为安？

小托马斯·沃森在《一个企业和它的信条》中是这样说的（Watson, 2003）：

我认为一个企业成功和失败之间的差别经常可以归咎于这样一个问题，即这个组织是否完全调动了其员工的聪明才智和工作激情。它做了什么来让员工找到共同的事业？在经历了一次次的变动时它是如何长期保持这一共同目标和方向感的呢？技术等因素对成功固然起很大作用，但我认为，公司员工是如何坚决拥护和忠诚执行公司的基本信条要比其他任何因素都更重要。

作为 IBM 公司最重要的掌门人，小托马斯·沃森，说出一个至关重要的关键词：基本信条。

他认为企业可以调整基本信条之外的所有其他因素以适应市场竞争，但基本信条作为最重要的核心竞争力因素，是需要不断强化的。

我们可以看到，许多不道德行为的产生与企业雇主或者管理者有直接的关系，许多不道德行为就暗藏在企业的流程和日常决策体系中。雇员有很多机会识别和发现这样或者那样的不道德甚至是违法行为，忠诚于“社会和良知”和忠诚于“雇主”的矛盾势必会使雇员产生内心的冲突，这会严重损害公司对雇员，尤其是有竞争力的雇员的吸引力。

现代企业组织中，如果失去在授权与分权过程中所必须具备的信任基础将无法运行。这种信任，不单单是建立在正式的指挥链条上，而且还建立在合乎伦理的基本价值观之上。

试想一下如下的五种场景。

A 公司的一位会计师被要求修订公司账务中的某些数据，使公司的财务报表变得更加漂亮，从而方便公司在市场上的融资。

B 公司的一位工程师被要求采用成本更低但有可能降低产品安全性的设计方案，这种变更可能不那么容易被顾客发现，但确实增加了产品的风险。

C 公司的一位采购人员向国外的供应商要求提供子女的留学费用，并答应在采购中照顾那些提供额外好处的厂商。

D 公司的员工经常将生产车间里面的原材料偷偷带回家中，家里面的很多用具都是用这些材料做成的。

E 消费者到市场采购时，变得越来越像一个化学家、生物学家和数学家，同时还是一个心理学家。他们必须自己去判断：鸡蛋里面是否有三聚氰胺？蔬菜里面是否有尚未分解的剧毒农药？是否受到价格欺诈？

不难想象，如果你是 A 公司或者 B 公司的员工，当你接到上司这些指令时，是否会忐忑不安左右为难？如果你是 C 公司或者 D 公司的所有者，你是否放心以分权式的管理减少监督成本？如果你处在 E 的位置上，你是否感到自己很无助？你是否还愿意将商业世界看作是战场并且理直气壮地认为商业世界就只能是一个战场？

3. 商业伦理作为风险管控的门阀

过分偏重于企业利益而忽视商业伦理的公司，可能面临较大的道德风险。不道德的商业行为与违法行为之间往往只有一步之遥，商业伦理是企业确保其法律安全性的门阀。在这一点上，具有前导意识的企业家们已经认识到设置伦理规范的门阀有助于建立企业核心的价值体系，而这种价值体系正是企业竞争力之源。

对于那些重视商业伦理建设的企业家来说，他们把“建立在合理伦理观基础上的价值体系看作是衡量组织杰出性的基石”（Paine, 1999）。这一价值体系对企业的贡献主要体现在有效提高组织的运作和控制能力、建立良好的内外部社会关系网络以及提高企业的社会声誉等方面。

伦理认知已经成为企业合规性管理的有效基础。与几十年前甚至十几年前不同，社会对企业合规性的要求日益提高，虽然很多组织建立了合规性管理体制，但商业伦理作为判断企业商业决策是否符合价值规范的重要工具，为企业管控其经营风险提供了非常重要的工具。

虽然法律规定经常是企业活动的底线，但商业伦理更多体现了企业对契约的遵从与回应。建立良好的伦理规范，是预防法律风险的重要手段。

另外，良好的伦理规范，也是预防内部风险、保障组织内部顺畅运作的关键门阀。现代社会的一个显著变化是人们不再像以前那样敬畏权威，自由、理性和平等成为主流价值观，基于职位而产生的传统的“权威”和“领导力”经常会面临挑战。

当人们遵从某项指令的时候，通常可以依循两种渠道：一种是基于权威和领导力的——不需要了解这项指令背后的理由，诸如“军人以服从命令为天职”等表达的就是这一思想。另一种则是建立在合理的判断基础之上的，发出命令的人需要提供合理的理由，说服他人听从自己的指令。现代企业的顺畅运作，与后者有着更为紧密的联系。

商业伦理是现代商业社会运行的基础，这虽然看起来可能是一个复杂的系统，但是商

业伦理的核心思想是帮助人们区分对错、明辨是非并作出正确的选择。在商业环境中努力去做“对”的事情，这种能力是企业永续发展的基础。

4. 商业伦理之于管理者个人

抛开企业层面，仅就工作在企业中的个体，尤其是那些负有指挥之责的个体来说，商业伦理的重要性也是不言而喻的。遗憾的是，受到各种内外部因素的干扰，人们往往忽略了这一重要性。

多数人不可能脱离其所处的社会、组织和家庭而独立存在，企业管理者也不仅仅扮演他/她的职业角色。在职业之外，他/她还是父母的子女、儿女的父母，也是兄弟姐妹中的一员。除了对企业的责任，他/她还负有对社会和家庭的责任。

好的商业伦理，可以使管理者不必面对不同角色的伦理冲突。可以想象，一个在工作中“造假”的管理者，在面对家人特别是儿女的时候，会是怎样的一种困境？还可以想象，当一个在工作中不得不背负“违法”责任的管理者，又该如何去对家庭尽责？

一些学员可能会提出这样的问题：其他人都可以做，我为什么不可以？或者只要不被抓住，是否就没有问题？想象一下在高速公路上超速行驶的驾驶员，不是每个驾驶员都会被开罚单，但那些逃过惩罚的驾驶员，是以自身和他人安全为潜在代价的。

现代医学研究显示，负疚感可能导致抑郁等心理疾病，也会造成对心脑血管健康的损害。在商业活动中如果经常被迫从事不道德的决策和行为，对管理者个人的健康将造成极大损害。除非完全没有道德感，否则作为个体的管理者可能不得不为企业以及身在其中的自己的行为付出健康代价。

《汉书·霍光传》中有一个曲突徙薪的故事，说的是有个客人在拜访主人时发现主人家里面灶台的烟囱是直的，旁边还堆满了柴火。于是，客人就建议主人改造烟囱、移走柴火。主人听了并不在意，依然故我。后来果然发生了火灾，主人遍请帮忙救火的邻居，却没有感谢当初提出意见的客人。商业伦理看起来就好像那个提意见的客人，好的伦理管理可以防患于未然但其价值却经常被低估。临渴掘井，在现实生活中被视为愚蠢之举，但在商业管理中我们却经常这样做。学习商业伦理，也许无法改变大的环境，但却可以帮助管理者个体更好地自我管理。

1.3 商业伦理课程的学习

商业伦理的学习是一个养成的过程。通过对商业伦理的理论基础的学习、对准则和规则的探讨以及大量的案例分析，可以培养自我的伦理敏感性以及伦理决策能力。商业伦理本质上是关于商业决策中价值选择的问题，学习本课程需要了解商业伦理所探讨的问题边界、问题定义和问题的演变。

1.3.1 界定“商业伦理”

有关商业伦理学研究的定义很多，我们先看一组关于商业伦理学的典型论述。

(1) 商业伦理学应用规范伦理学的方法和目的来探讨具体的商业道德问题。它对具体的道德标准加以研究,使其能够应用到现代文明的商业环境中,其研究范围包含营利企业和非营利性企业。(Pratley, 2002)

(2) 商业伦理研究的是现代社会中与产品(服务)生产、分配相关的制度、组织以及在这些组织中工作的人所持有的道德标准和这些道德标准如何应用的问题。换言之,商业伦理学是应用伦理学的一种形式,它不仅包括对道德标准和道德价值的分析,还需要将这些分析的结果用于与一切企业、非企业组织、个人经营相关的制度、技术、行为和其他事项中。(Velasquez, 2002)

(3) 商业伦理学作为应用伦理学,需要指导我们把规范的伦理思考融入真实的情境中。与纯伦理学不同,商业伦理学绝不仅仅是对道德哲学原理的反映,而是还要考虑到企业和企业经营活动的特殊性,即任何决策的过程都受到经济性的约束。商业伦理学试图通过对经济行为进行伦理思考来扩展经济理性这一概念,在描述原有的经济理性的基础上,还需要对经济行为在哪些方面必须满足道德标准进行解释和说明。商业伦理学必须回答这两个基本问题(Zimmerli, Richter and Holzinger, 2007): 理性经济人这一假设,是否意味着他们有充分的动机做出理性的伦理决策?在多大程度上,自利这一动机(经济理性)将会导致不道德的行为?

上述论述反映了三种不同的观点。按照堪萨斯大学理查德·乔治(1990)的说法,商业伦理学研究三个层次的问题:对经济制度的道德评价;对企业及企业内部群体组织的道德评价;对个人(投资者、经营者、员工、消费者等)行为的道德评价(陈炳富、周祖城, 2000)。

在本课程中,我们关注三个层次的伦理问题。

第一个层次,是社会宏观环境中各行为主体尤其是企业在其商业活动中所依循的伦理规范,也即调节和规范经济活动主体商业行为的一系列伦理原则和道德规范。在多数情况下,被称作制度伦理或者结构伦理,是事关经济制度和规则的伦理问题。制度伦理至关重要的影响在于它塑造了商业伦理的环境氛围,直接、间接影响人们的认知和行为准则。

第二个层次,是参与经济活动的单个组织,如何调整自己的行为规范,使之符合社会普遍期待,这常常被称为组织伦理。不同的组织有其自身的伦理准则,这些伦理准则的形成与实施,促使它们在相同的伦理情境作出不同的反应。

第三个层次,是作为群体和个体的人,在从事商业活动中应遵循的伦理规范,可以称为工作伦理或职业伦理。有时候,作为一个“职业”中的个体,可能会在公司利益、公众利益、个人良知之间作出选择。

就本书目标而言,我们更关心如何将商业伦理用于企业实践,我们重点关注以下几个问题,对这些问题的探讨将贯穿本书始末。

(1) 商业活动所应遵循的伦理规范是什么?

商业伦理学研究具有描述性特点,同时也具有规范性特点。商业活动中经常会遇到这样一些伦理问题:“我们该怎么做呢?”“我们为什么应该或不应该做这件事?”“我和他人都有什么样的权利、责任和义务?”“结果能为手段辩护吗?”这些问题的核心都可以归结到商业活动所应遵循的基本道德标准是什么、商业道德标准与商业组织利益是否存在冲突

以及如何处理冲突等问题上。

虽然还有一些争议,但商业伦理学研究仍然可以为相关人士提供一个基础性的思考和解决伦理问题的架构,并对具体的商业伦理规则进行判断和论证。

(2) 在复杂的情境下,如何进行伦理决策?

虽然管理者可能意识到伦理决策的重要性,但在伦理决策与商业决策中寻找最佳的结合点的过程有时候是非常复杂的。伦理决策经常同时与社会、企业或者个人利益纠缠在一起,站在不同的角度,决策者需要面对不同的甚至是截然相反的伦理要求,这个时候应如何决策、如何确定各种伦理关系的优先顺序?商业伦理学研究需要对此作出解释和回答。解决真实的伦理问题的过程,也是应用伦理原则并不断评价、修正这些伦理原则的过程。从这一点来说,商业伦理学提供的是解决伦理决策问题的思维方式、决策框架,而不是解决具体问题的灵丹妙药。

(3) 如何进行伦理建设?

商业伦理学是仅限于对道德判断进行规范,还是需要提供解决方案?这一争议反映了两种截然不同的观点:商业伦理学研究应保持伦理学的“无用性/超然性”,还是实现其“实用性”。

前一种观点认为伦理学是对真正的道德法则或行为的合理准则的研究,强调的是如何区分某种行为是否符合道德规范;按照这种观点,商业伦理学提供商业道德判断、指出哪些道德准则是必须在商业活动中予以遵行的即可。后一种观点则认为伦理学需要提供对人类合理行为的终极目标的本质及获得此种终极目标的方法的研究,因此商业伦理学不仅应当提供道德判断的架构,还应提供实现目标的方法与手段。商业伦理学之所以成为商学院教育的重要组成部分,并不仅仅因为它提供了道德思考的基础,还在于它提供了解决问题的方法与途径。因此,本书将大量篇幅用于讨论伦理决策和伦理建设问题,而不仅限于是非对错的判断上。

1.3.2 商业伦理问题的演变

自 20 世纪 60 年代以来,人们对商业伦理问题的关注点一直在不断演变,这种演变与企业活动对社会的影响密切相关。了解这些变化,有助于我们更好地理解商业伦理的意义以及如何应用伦理规则实现更好的商业运作。

1. 20 世纪 60 年代

现代社会对商业伦理的关注和研究兴盛于 20 世纪 60 年代的美国,此前的研究主要还是包含在“神学”和“哲学”学科中,宗教或者大学课堂普遍通过道德说教鼓励“节俭”、“努力工作”以在“资本主义社会取得成功”。1929 年经济危机以后,资本主义社会对商业伦理关注的焦点集中在大企业,尤其是那些对社会经济和政治有巨大影响力的大企业集团。对伦理问题的讨论主要体现在公平工资、劳工问题以及资本主义是否具有道德正当性问题上(Ferrel, Fraedrich and Ferrell, 2008)。

进入 20 世纪 60 年代，随着战后经济复苏，企业力量开始不断壮大，对社会的影响也开始从本地区逐渐向外扩展。各种公司丑闻开始被暴露在公众视线中，社会上要求对企业的各种不道德行为进行制裁的声浪也在不断增强。在此背景下，美国政府于 1962 年发布了《企业伦理报告及行动声明》（*A Statement on Business Ethics and a Call for Action*），以呼应社会公众对企业道德问题的关注。学术界有关企业社会责任的学术探讨也开始出现，鲍恩的《企业家的社会责任》^①、加瑞特的《企业伦理案例》、沃尔顿的《公司的社会责任》等著述先后发表，他们提倡企业之间的竞争要以道德为基本。

20 世纪 60 年代中期是美国消费者保护运动的开始。这段时期，通用、福特等大企业受到了严厉指责，批评者认为他们为追求利润而置消费者的安全和生命于不顾。在消费者保护运动兴起之前，消费者的权利保护主要依靠消费者个人或消费者团体单枪匹马的努力。随着消费者保护运动的兴盛，尊重消费者的安全权、知情权、听证权和选择权被视为重要的商业伦理。

这一时期，两种商业伦理观念开始奠定，一是所谓“自由经济”的观点，二是平等公平的观点。一直以来美国都自认为是典型的自由经济国家，保障通过个体努力取得成功的环境被认为是最重要的商业伦理。而此时，减少自罗斯福实施新经济政策以来的国家干预成为主流观点。这一时期，国家资本主义思潮和民权运动同时兴起，肯尼迪、约翰逊主持下的美国政府不断向企业施加压力，认为国家有责任为所有公民提供稳定、平等和公平的社会环境，任何破坏自由经济或者歧视性的商业行为都被认为是不道德的。

2. 20 世纪 70—80 年代

20 世纪 70 年代是商业伦理学科发展的重要时期，神学和哲学研究为其研究提供了一般性的伦理规范和原则指导，企业社会责任观点在这一时期也得到了更加广泛的关注。由于尼克松“水门事件”的曝光，社会公众要求提供政府道德支持的呼声也日益增强。美国国会为此成立了专门机构，反对商业贿赂和腐败以立法形式被确定下来，并适用于海外公司。

一些新的商业伦理问题成为这一时期的热点话题：如贿赂、欺诈性广告、价格垄断、产品安全及环境问题等。20 世纪 80 年代是现代商业伦理学传播的重要时期，商业伦理学开始成为商学院教育的必修内容，各种会议、讨论、出版物也层出不穷。1986 年发表的《国防工业计划的商业道德及行为》（DII），开始在企业实务层面上讨论应如何践行商业伦理，包括政策、措施与最佳实践等。DII 确定了六项基本原则：支持道德行为及其传播、提供道德培训、培育鼓励检举不道德行为的伦理氛围、内部道德审计、维护行业整体利益、承担公共责任。一些著名公司，如通用电气等都开始在企业内部建立商业伦理委员会解决本公司的伦理决策和规范问题。

与此同时，日本公司基于东方文化和终身雇佣制而形成的独特经验受到西方研究者的广泛重视，被认为是值得研究和借鉴的，尤其是在企业与内部员工、企业与顾客关系方面。

^① 《企业家的社会责任》，又译为《商人的社会责任》。

3. 20 世纪 90 年代至今

20 世纪 90 年代以来,是商业伦理研究的再反思阶段。商业伦理研究受到空前重视,其中一个重要原因是在商业活动中不道德行为不断地、大量地出现,迫使人们不得不采取行动。1991 年美国通过了《联邦组织刑事责任指南》,对企业违背商业伦理的行为规定了处罚条款,这种胡萝卜加大棒式的政策力图迫使企业采取措施减少不道德行为。

但是,随着新经济的兴起,企业实践与传统企业产生了很大的差异,传统监管体制(无论是社会监督还是企业内部监管)出现了新的漏洞,企业丑闻随之不断曝出,而且有愈演愈烈之势,对商业伦理的研究和教育工作提出了非常严峻的挑战。这一时期,对企业经理人的监督和公司治理问题逐渐成为热门话题,尤其是安然、世通公司丑闻曝光后,对此问题的关注达到了顶点并直接导致许多国家通过立法来进行规范;环境问题、技术创新以及全球化中的伦理问题也受到了普遍关注。

1.3.3 伦理认知分歧与伦理定式

商业伦理学习经常面临的另一个问题是,如何理解伦理认知的分歧。中国的伦理观念当然与西方国家有很大差异,即便是欧美国家之间,也存在一些重要的分歧。

在以英、美、澳大利亚为核心的盎格鲁—撒克逊体系中,所谓“自由资本主义”的观念深入人心,任何反对“个体自由”的观点和行为都被认为是不道德的,对所谓“自由”的追求超出了对“社会公平”的关注;西欧和北欧的一些社会市场经济国家则相反,“社会保障下的个人自由”被认为是基本的伦理标准,对社会公平的追求被看作是商业伦理的重要组成部分,有关劳资关系、社会保障、经济民主等方面的道德标准相对较高。这种差异在今天虽然不像 20 世纪 90 年代那样明显,但仍然存在并影响不同地区的商业伦理决策。

专 栏

专栏 1-4 德国的公司模式

对企业伦理责任的普遍理解是在追求个体利益的同时必须受到社会责任的约束,法律规定税收是为公众福利服务的,在衡量商业成就时通常会强调整个社会共同利益的创造。公司为社会提供其存续所需的产品和服务,股东及其价值并不是最重要的。企业的理念是建立在公司总体利益概念基础上的,这个总体利益就包含了社会利益。正如德意志银行管理委员会的爱伦·施奈德·勒纳所说:

“利润和我们呼吸的空气一样必不可少,但是如果我们仅仅是为创造利润而工作的话,那就如同我们仅仅是为了呼吸而一日三餐一样,太糟糕了!”

(资料来源:乔纳森·查卡姆,2006.)

伦理认知和实践的背离,经常会造成学习的困难。一方面,随着商业活动中不道德行为的日益增长,公众对商业伦理的重视达到了前所未有的程度,整个社会弥漫着呼唤商业

伦理的氛围。一些企业不断发布社会责任报告，力图以“道德形象”和“社会责任”作为对社会期待的回应；另外，社会公众正被迫习惯和忍受各种越来越严重的不道德行为。从一般性的商业贿赂、腐败问题，到产品安全甚至食品、医疗卫生安全问题，还在不断刺激公众敏感而脆弱的神经，商业伦理环境的改变仍有漫长历程。面对这种背离，一些学员会质疑学习的效果：商业伦理是不是说一套做一套的假道学？大量的企业实践告诉我们，好的伦理行为不一定能够立刻带来好的绩效，但人们总是必须为坏的行为付出代价。

在商业伦理的学习中，我们还需要考虑伦理定式（foreclosure）的影响。所谓伦理定式，是指对问题未经成熟的思考而轻易形成的答案。（Campbell et al., 2005）这些定式被划分为以下几种。

（1）哲学定式

西方的商业伦理学研究缘起于哲学研究，但商业伦理研究很少涉及 20 世纪的哲学思潮，在商业伦理学中占统治地位的始终是三种传统哲学思想：古希腊哲学、18 世纪后期的德国哲学，以及 18—19 世纪英国的哲学思潮。20 世纪爆发了两次世界大战，促使人们不断寻求哲学反思。纵观整个 20 世纪，对伦理问题的讨论一直持续不断，至今仍然是哲学反思的主要来源之一。因此，商业伦理研究对近百年的哲学发展视而不见，确实起人疑窦。相似的情况在中国也存在，现代商业伦理研究在沉寂了将近几十年后重新被引入商学院教育中，但却或者是西方商业伦理研究的翻版，或者试图寻求中国古代儒家哲学的庇佑。20 世纪是中国发生沧海桑田巨变的世纪，但是这一时期的哲学研究在商业伦理学中却被自动屏蔽了。

是什么原因导致了中西方研究者们不约而同的选择？一方面也许是哲学的思辨性阻吓了研究者，除了已经广被接受的古典哲学思想，他们不愿意引入更多的哲学思维来妨碍商学院的学生对商业伦理的兴趣；另一方面也许是因为 20 世纪以来的哲学思考充斥着太多的争论和政治性，没有经过时间的沉淀，只能徒然增加商业伦理研究的困惑。即便如此，忽视中国近百年的哲学思潮以及隐身其后的社会变化而单纯谈论商业伦理问题，恐怕无法找到解决问题的真正出路。

（2）社会定式

商业伦理的社会定式则经常将伦理问题的归因个体化，即对社会行为的阐释往往归因于个体特征，强调个体特征而忽略或低估了社会环境的作用。

当各种公司丑闻或不道德商业行为被揭露时，人们经常习惯性地 will 问题归咎于个体的罪恶或自私自利，将批判目标直指当事人。这种将伦理问题定位于个体的做法，很容易成为不道德行为发生的背景和环境。问题的关键在于，当前商业伦理问题的出现绝不仅仅取决于个体特征。来自个体的道德、信念和良知，在对抗商业环境中存在的种种压力时，往往身不由己。那些卷入商业丑闻的当事人在生活中可能完全不是一个有道德问题的人。很多当事人这样阐述他们的处境：

当面临来自上司或者特定利益驱动的压力时，“我”经常面临两难选择：按照上司或者公司的指令行事，将违背社会约定的伦理规范；但如果“我”拒绝，还是会有其他人照样去做。无论“我”是否执行命令，结果并没有什么两样。事情过去后，所有的日子还是照

旧，损失的只是“我”的自身利益。

这样的辩解我们固然可以看作是当事人的自我解脱，但如果想要真正解释不道德行为产生的根由，就不仅要看到特定行为的责任人，还要看到这种行为发生的背景，了解人们常常在什么情况下被什么原因驱使去做那些他们本不情愿的事情。

(3) 范畴与内涵定式

商业伦理研究还经常面临范畴界定过宽或过窄的问题，对于哪些问题与伦理相关、哪些无关伦理，人们往往有不同的界定。多数人可能认为商业伦理是有关商业世界内部的善恶是非问题（如商业贿赂、欺诈、偷窃、歧视等），但这些可能还不足以涵盖问题的全部。很多人可能对下面的议题并不陌生。

为什么穷国自己的国民处于饥饿当中还要出口粮食？为什么发展中国家在全球化生产体系中仅能获得微薄的报酬？为什么那些广泛应用于发达国家的新能源产业，其污染环节基本上都布局于发展中国家，而这些国家却还要承担制造污染的责任？

日本的商人经常指责那些反捕鲸的西方人士：为什么很多西方人大量宰杀牛羊却没人指责？同样，一些国家的人可能百思不解：提供狗肉的企业就是不道德的企业吗？在这一点上或许意大利人也面临同样的窘境：为什么为吃马肉的人提供服务是不道德的？

✎思考一下：这些现象有关商业伦理吗？为什么？

在这些疑问中，哪些是真正的伦理问题，哪些仅仅是西方文化中心主义的优越感？商业伦理的过于狭隘、模糊或宽泛的问题，正如坎贝尔所说，“为什么有些东西就被认为是常识？商业伦理究竟把什么留在了暗处？”（Campbell et al., 2005）当“伦理”本身还没有一个被普遍接受的定义时，建立在此基础上的“商业伦理”，同样存在诸多模糊之处。夸大伦理问题的泛道德化或者将商业伦理局限在狭窄的商业领域内，恐怕都有失偏颇。

(4) 政治定式

否定或过度阐释政治对商业伦理的作用，是商业伦理研究中的又一个定式。早期的商业伦理研究通常将问题看作是偶然和个体的行为，尽力避免政治力的干预，这似乎是西方商业伦理中普遍奉行的一种潜规则：“恺撒的归恺撒，上帝的归上帝。”政治定式的另一种变形则是泛政治化。在美国颇具影响力的《美国生活》栏目曾经播放了麦克·戴西的独白剧，剧中对苹果公司的血汗工厂提出了激烈的批评。但事后，美国公共媒体《市场》节目的驻华记者罗布·施米茨却发现了其中的细节造假。^①泛政治化并不是西方国家的专利，东方社会中的“阴谋论”和民粹主义情绪经常被视为泛政治化的标本。观察即时通信工具中广泛散播的有关“日货”的小段子，读者不难发现这种泛政治化的情形。

政治定式中的另一个问题是，以英语文化为代表的所谓主流文明似乎总是充满了西方文化优越感，这种优越感尽管被一些有识之士称为“虚伪可笑”，^②但仍然不乏市场。历经百年沧桑巨变的东方国家，在其数千年传统和西方普适价值观之间如何进行平衡？这个问题值得我们思考。

^① 参见 2012 年 3 月 17 日美国纽约时报及 3 月 16 日 BBC 公司网站报道，《美国生活》在 2012 年播出戴西独白剧后引起广泛关注，该节目被下载 80 多万次。

^② 参见潘卡杰·米仕拉，荒谬的帝国阴影挥之不去，《英国卫报》2010 年 3 月 4 日，转引自参考消息（2010.03.10）。

（5）目标定式

最后一个定式是所谓目标定式，即商业伦理常常陷入其目标的两难困境中。一方面，商业伦理试图提供一套令人满意甚至是信心百倍的解决商业道德问题的伦理理念；但另一方面，商业现实和伦理目标的差距又常常使人感到沮丧，为什么人们的思考、信念和行为难以一致？

商业伦理经常认为只要人们知道正确的方法，就可以做正确的事情。如果套用管理学上所谓“正确做事”和“做正确的事”的表达，商业伦理甚至更强调“正确地做事”。对一个具体的管理者而言，也许程序上的正义永远比实质上的正义来的安全无虞。

目标定式的问题在于，如果拒绝向伦理现实和差异性妥协，商业伦理将被很多人视为无用的说教；如果过于妥协，商业伦理又将被看作是谋求利润的工具。一位商学院的教师这样描述他所面临的问题：“只有当商业伦理与利润、竞争力这些词汇紧密联系在一起时，我们的学员才愿意倾听。”职业经理人在潜意识里往往认为坚守伦理目标与商业上的成功存在天然的冲突，对解决伦理问题充斥着无力感，而伦理的目标定式有可能加重这种状况。

在商业伦理学习中，突破伦理思维的定式，对于提高学习绩效来说，是非常重要的。在本书后面的章节中，我们将采用伦理学分析方法，辅之以大量案例讨论，来帮助学员摆脱定式思维，以合乎伦理的方式修正自身的商业决策，从而实现“较优”的、“平衡的”决策。

1.3.4 本书要点

商业伦理的基本精神和一般性规范原则是恒久的，诚实、公平、正义、平等、自由等人类共同遵守的道德准则同样适用于商业伦理决策。商业伦理问题总是与所在社会的变革紧密相连。随着社会、经济环境的不断变化，商业伦理决策的重点也在不断变化中。一些现在习以为常的做法，在不远的将来可能就会被视为不道德的决策。例如，传统社会中普遍存在的性别歧视问题，虽然在当代中国职场中仍普遍存在，但人们已经开始注意到这个问题并试图努力改善女性的职业发展。可以预料，在或近或远的将来，因性别、年龄和种族等原因产生的职业歧视必然会受到人们的普遍抵制。结合国内商业伦理实践的现状，本书将重点讨论以下问题。

（1）市场竞争中的伦理问题。商业伦理从来都不是单纯的企业道德自律问题，市场竞争的制度环境塑造和影响着一个社会的商业伦理氛围与伦理决策的基本导向。很难想象在一个仅仅将诚信视为获利手段与权谋之术的社会中，企业家们会乐于遵从诚实守信的商业准则；一个毫不在乎自家庭院之外公共环境和公共利益的社会，其决策者们和管理者们也很少会愿意将公共利益切实纳入他们的决策架构中。对本问题的讨论将集中在三个方面：自由竞争及政府作用、商业欺诈与信用危机、贿赂与腐败。

（2）产品、服务与消费者关系中的伦理问题。当代中国商业伦理实践中出现的产品与服务中的伦理问题是相当令人头痛的。在某种程度上，从产品安全、消费者权益等各方面所存在的诸多问题已经部分抵销了中国近几十年GDP高速增长所带来的成就感。由于这方面法律法规存在较大的自由裁量空间，企业的道德自律成为“产品与服务”中商业伦理决策的关键性因素。

(3) 企业与内部利益相关者关系中的伦理问题。股东、雇员以及管理层之间的关系中存在很多伦理模糊地带,一方面,若干传统的伦理问题如股东权利与责任、管理层的尽责、雇员权益保护等问题还亟待解决;另一方面,各种新的伦理问题,还在不断衍生(如个性化的追求与企业的规范之间、企业内部的平权问题等)。从雇佣伦理的角度,在包括雇员薪酬与劳动报偿、职业健康与安全、培训与发展、与管理者的沟通、雇员的多元化与劳动歧视等一系列问题上,企业都必须建立合理的伦理准则作为日常决策的指导。此外,如果不能有效解决公司治理中股东权益、经理人报偿、董事会责任、审计与控制、财务报告、利益相关者参与等一系列问题,也会产生相当庞大的伦理成本。

(4) 伦理领导力和伦理战略重构问题。解决当前商业伦理中所面临的种种问题,仅仅依赖于公司业务管理经常是不够的。对当代企业而言,从战略和可持续发展的角度认识商业伦理的价值对于提升公司“软实力”是非常重要的。对这一问题的讨论将这集中在伦理领导力、伦理战略和伦理文化三个方面。

(5) 伦理风险及管控。这一问题的提出与企业“合规管理”的需求密不可分。与几十年前相比,社会对今天的企业及其经营者提出了更高的要求,企业在经营活动中必须有效管控因其不道德行为而产生的伦理风险,以避免类似安然、世通公司的悲剧重演。对这一问题的讨论,主要集中在伦理风险的产生、伦理风险的内外部治理以及全球化下的公司治理等方面。

(6) 跨文化中的伦理管理。在一个全球化的时代,基于文化差异而产生的冲突是制约很多企业取得良好经营业绩的障碍。能够理解不同文化下的价值观、商业规范的差异并适应国际化经营的需求,对于今天的管理者而言已经成为一种基本素质。对跨文化伦理管理将帮助读者以一种更为开放和包容的态度,看待自身以及周边世界。

总体上看,本课程的学习重在伦理认知能力、决策能力和行为能力的培育,因此不仅需要理解商业伦理的基本概念和规则,更重要的是在实践中真正践行伦理行为。

本章思考题

1. 你是如何看待伦理和道德之间的关系的?二者有何异同?
2. 你是如何理解道德标准的?你是否认为存在客观的道德标准?
3. 商业伦理的本质特征是什么?
4. 列举你所观察到的不道德行为并说明其危害性。
5. 商业伦理解决哪些问题?
6. 怎样判断一个商业决策是否关乎伦理?
7. 商业伦理跟企业竞争有关系吗?谈谈你的观察和体会。
8. 你认为有必要学习商业伦理吗?为什么?
9. 你在决策中是否会考虑伦理问题?记录你的决策过程,并思考你是如何考虑伦理问题的。

参考文献

- [1] Etzioni A. Moral Dimension: Toward a New Economics[M]. The Free Press, 1990.
- [2] Mc Kinnon B. Ethics: Theory and Contemporary Issues[M]. Wadsworth, Thomson Learning, Peking University Press, 2001.
- [3] Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman[M]. New York: Harper, 1953.
- [4] Campbell Jones, Parker Martin, Bos. Rene Ten. For business ethics: A Critical Approach[M]. Florence, KY: ROUTLEDGE, 2005.
- [5] Carr A Z. Is Business Bluffing Ethical?[J]. Harvard Business Review, 1968(1): 46.
- [6] Daron Acemoglu, James Robinson. Why Nations Fail – the Origins of Power, Prosperity, and Poverty. Grown Publishing Group, 2012.
- [7] David Bollier. Merck & Company. The Business Enterprise Trust[M]. Stanford, CA. 1991.
- [8] der Sitten D. 李秋零, 译. 康德著作全集[M]. 北京: 人民出版社, 2007. 2.
- [9] Ferrel O C, Fraedrich J, Ferrell L. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases [M]. New York: Houghton Mifflin Company, 2008.
- [10] Fritzsche D J. 杨斌, 等, 译. 商业伦理学[M]. 北京: 机械工业出版社, 1999. 4.
- [11] Horst Steinmann, Albert Lohr. 李兆雄译. 企业伦理学基础[M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2001. 12.
- [12] Jacques Cory. Activist Business Ethics [M]. Boston: Springer, 2005.
- [13] John M Kline. 崔新健, 陈雨松, 等, 译. 国际企业伦理[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2013. 9.
- [14] Jones, Campbell. For Business Ethics: A Critical Approach[M]. Florence, KY, USA: Routledge, 2005.
- [15] Manuel G. Velasquez. Business Ethics: Concept and cases[M]. 北京: 北京大学出版社, 2002.
- [16] Milton Friedman. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits [N]. The New York Times Magazine, 1970/9/13.
- [17] Pratley P. 洪成文, 洪亮, 仵冠, 译. 商业伦理[M]. 北京: 中信出版社, 2002.
- [18] Paine L. 韩经纶, 等, 译. 领导、伦理与组织信誉案例: 战略的观点[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 1999. 8.
- [19] Richard. De George. Business Ethics[M]. New York: Macmillan, 1990.
- [20] Theodore Levitt. The Dangers of Social Responsibility[J]. Harvard Business Review. 1958 (36/5) .
- [21] Thomas J, Watson J. 张静, 译. 一个企业的信念[M]. 北京: 中信出版社, 2003. 10.
- [22] Walther Ch. Zimmerli, Klaus Richter, Markus Holzinger (eds). Corporate Ethics and Corporate Governance[M]. Verlag Berlin Heidelberg: Springer, 2007.
- [23] William H Shaw, Vincent Barry. Moral Issues in Business [M]. Belmont, CA: Wadsworth. 1992.
- [24] Wren D. The Evolution of Management Thought [M]. (Second edition). New York: Wiley, 1979.
- [25] 陈炳富, 周祖城. 企业伦理学概论[M]. 天津: 南开大学出版社, 2000. 5.
- [26] 陈勇, 苏小平. 管理伦理学教学案例精选[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2001.
- [27] 成中英. 文化、伦理与管理: 中国现代化的哲学省思[M]. 贵阳: 贵州人民出版社, 1991.4.
- [28] 费孝通. 乡土中国[M]. 北京: 人民出版社, 2008. 1.
- [29] 霍尔斯特·施泰因曼. 企业伦理学基础[M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2001.
- [30] 康德. 邓晓芒, 译, 杨祖陶校. 实践理性批判 [M]. 北京: 人民出版社, 2003.8.
- [31] 乔纳森·查卡姆. 郑江淮, 李鹏飞, 等, 译. 公司常青[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.2.
- [32] 吴晓波. 为什么中国缺乏独立的商业伦理[J]. 中外管理, 2010 (10) : 15.
- [33] 周祖城. 企业伦理学[M]. 北京: 清华大学出版社, 2015. 7.
- [34] 朱贻庭. 伦理学大词典[M]. 上海: 上海辞书出版社, 2002: 10.