

清华大学 中国经济研究中心 研究动态

总字118期

2002年8月6日

关于内在性诚信理念

清华大学经济管理学院 魏杰

所谓内在性诚信理念，就是指企业内在地自觉地遵守诚信的原则，完全以诚信的理念来指导自己的经营活动。由此可见，这种内在性诚信理念，并不是指企业为了自身的私利而迫于无奈地执行诚信理念，即企业是目的性极强地被动性地执行诚信理念，而是指企业把诚信理念作为自己的行为准则和信条。也就是说，内在性诚信理念不是指企业因为外在力量而被迫地执行诚信原则，而是指企业非常主动性地遵守诚信的原则。应该说，诚信理念是企业经营活动的首要的一个极其重要的理念，可以这样说，没有诚信理念，企业的经营活动是很难有效地进行的，甚至根本无法进行，即就是有时得势一时，但最终也会垮台。因此，对于诚信理念，所有企业都应该在企业文化中予以重视。

一般来说，讨论诚信理念，需要讨论以下这样几个方面的问题，或者说，应该确立下述这样几个要点。

1. 诚信理念是企业兴旺发达的基础

所谓诚信理念是企业兴旺发达的基础，就是指企业只有在经营活动中遵守诚信理念，企业才能拥有非常广泛的客户，也就是才能做到既保持老客户，又能够创造新客户，从而拥有原有的市场和创造新的市场，最终才能使企业高效益地可持续发展。如果一个企业缺乏诚信理念，在经营活动中损害了客户的利益，那么虽然可能在短时期内它能够获得一定的利益，但是从长期利益角度来看，它则是一种自我毁灭。因为任何一个企业，虽然可能在一事一时上使自己骗人的手法得逞，但是不可能永远骗人，人们最终是会识破它的骗术的，因而一旦被人识破，那么它就彻底完了。因此，实际上诚信理念是企业存亡与兴衰的试金石。也就是说，只有有了诚信，那么企业才能够最终赢得客户，赢得市场，赢得一种长期的可持续发展的格局，否则，企业最终必然都会完蛋的。我们国家有一些企业非常重视诚信的理念，因此，它的发展会很快，例如海尔确定了“首先卖信誉，其次卖产品”的诚信理念，从而使自己成为家电行业的巨人，相反，而有的企业不重视诚信理念，结果危害了客户的利益，最终使自己难以得到快速而高效的发展，甚至有的最后只好垮台。例如，有一些做保健品的企业，理应说它们可以持续地快速发展，因为我国保健品市场很大，但是它们却是短命的，因为它们不讲诚信理念，用虚假广告骗人，甚至改头换面地使用一些老处方，却做为新产品向客户推销，最终自己垮台了。所以，诚信理念应该是企业必须要牢固树立的经营性企业文化的重要内容。有人写文章指出，80年代企业有产品就有客户，90年代有广告就有销路，而21世纪只有有诚信的企业，才能有市场，这个讲法是很对的，这表明了诚信已经是企业存在和发展的基础。

世界500强中的很多企业都是“百年企业”，它们在其长期的经营过程中形成了良好的信誉，诚信理念是这些企业持续发展的支撑平台。由此可见，只有讲诚信、诚实经营、对消费者负责的企业，才能赢得客户的信赖，创造出吸引客户的强大磁场，才能在激烈的市场竞争中保持长久的生命力。韩国现代集团的创始人郑周永把“信用就是财产，有信用就有一切”作为自己的座右铭，他认为“一个企业、一个人，事业受挫，可以爬起来再干，还有复兴的机会，而一旦名誉扫地，丧失信用，那就永远翻不了身”，郑周永的这段话，清楚地表明了诚信理念在企业经营中的地位及份量。

2. 坚持全方位的诚信理念

在现实经济活动中，诚信理念实际上是一个体系，即包括各种形式的诚信，因而企业应该全方位地按照诚信理念的内容体系，来安排自己的经营活动。一般来讲，诚信理念包括下述这样三种诚信形式：

(1) 以契约为基础的诚信

所谓以契约为基础的诚信，就是企业应该信守自己的承诺，按照自己的承诺办事。如前所述，承诺实际上就是当事者之间的一种契约，因而任何企业都必须遵守。也就是说，如果企业已经和别的客户拥有了各种形式的契约，那么企业就应该全方位地自觉地遵守各种形式的契约，而不是去设法逃避契约的约束，更不能曲解和修改契约的内容，甚至于去毁约。因此，以契约为基础的诚信，是企业的一种重要的诚信的形式。据工商部门的不完全统计，目前我国每年订立的合同有40亿份左右，合同涉及的金额达140亿元，但平均合同履行率却只有50%左右，合同信誉遭到严重破坏，债务纠纷不断，贷款诈骗、企业脱逃废债，屡见不鲜，这些都说明目前的以契约为基础的诚信的状况很差，我们必须尽快解决这种问题。

(2) 信息非对称条件下的诚信

所谓信息非对称条件下的诚信，就是指有的当事者可能因为信息获取上的阻滞性原因而无法清楚地把握信息中全部内容，从而不能真实地把握问题的全部情况，而另外的当事者可能因为各种原因而能够全面地拥有信息，从而可以真实地把握问题的全部状况，这种信息的非对称性状况，使得更多地拥有信息的一方处于交易的优势地位，可以说，那种较多掌握信息的当事者，可以借助信息拥有的优势地位而欺骗信息不全的当事者，但是拥有更多信息的一方，却并没有去这样干，而是诚信地对待信息不全的一方，这种状况就是信息非对称下的诚信。

大家知道，一般来讲，在信息非对称性条件下，往往是可以骗人的，因为我知道真实情况而你不知道，那么我就可以骗你。比如说，患者和医生就是信息非对称者的例子。患者当然不知道自己生了什么病和用什么药最好，而医生则是知道的，因而有的医生就可以利用信息的非对称性而欺骗患者。正因为如此，所以在信息非对称的条件下，任何当事者都应该严格信守一种诚信的理念，也就是真实的把情况告诉信息非对称的当事者，为当事者出主意，由当事者自主地进行选择。如果这样干，那么就是在信息非对称性条件下体现了非常重要的诚信理念。

仍然以医生与患者的例子来说明问题。比如说，医生知道吃哪一种药成本最低而效率最好，那么医生就应该让患者吃哪一种效率最好而成本最低的药，而不是为了卖更多的钱，而让患者吃效用最低但是成本却很高的药，甚至吃没有效率而成本很高的药，前一种行为是坚持了诚信理念，而后一种行为则是速反了诚信的理念。我国现在有些医生经常给患者开并不治病的补药，在某种意义上讲，就是不是为了为患者治病，而是为追逐自己的经济利益，这是一种失信。但是在医生欺骗患者的这种状况下，患者之所以还要买那些很贵，却并不治病的药，就是因为信息不对称，不知道究竟哪一种药对治疗自己的病最为有效。由此可见，信息非对称性条件下的诚信，是极其重要的。正因为如此，所以对于那些信息对称条件下的交易，就必须强调诚信理念，而且要加大监督力度，防止信息非对称条件下的各种欺诈。

(3) 完全考虑当事者利益的诚信

也就是说，当事者一方并没有仅仅从自己的利益出发，而是在追求自身利益的同时，充分考虑了当事者的另一方的利益，告诉当事者应该怎么做，当事者的利益才最大。这种考虑当事者的利益的诚信，是一种最高形式的诚信。比如说，有人到饭店吃饭，饭店的人当看到吃饭的人点的菜已经完全够吃的时候，就往往主动地告诉吃饭的人，你们点的菜已经够吃了，不用再点了。这实际上是饭店的人从就餐者的利益来考虑问题的，因为，如果饭店的人从自己的利益考虑问题，当然就是就餐者点的饭菜越多越好，就餐者点的菜越多，饭店的获利就越高，但是饭店的人从就餐者的利益出发，并没有这样去干，而是往往在就餐者点菜点到一定程度的时候，就提醒就餐者，说你们点的菜已经够吃了，再点可能就吃不完了，浪费掉了。由此可见，完全考虑当事者利益的这种诚信，往往是当事者从对方的利益出发的，所以这种诚信可以说是一种很高形式的诚信。

上述所谈的这三个层次的诚信，虽然都属于诚信理念的内容，但是其层次是不同的。从市场经济的角度来看，人们最低应该坚持以契约为基础的诚信，就是要信守自己的承诺，信守自己的各种契约和合同。当然，也应该考虑到另外两种诚信，要全方位地考虑诚信的理念。如果一个企业能够从上述所分析的那样三个层次上坚持了三种形式的诚信，那么它就是一个诚信极强的企业，这种企业肯定在经营活动中会获得巨大的长远利益，因而从长期的和发展的角度看，这种企业肯定是会有很大的发展的。可以这样讲，百年老店，也就是发展历史非常长，而且发展一直很平稳的企业，往往都是全方位的诚信理念坚持得比较好的企业。所以，我们要在经营活动中信守全方位的诚信理念，否则，企业是很难高效益地可持续发展的。

3. 诚信是企业经营的基本准则

也就是说，企业经营活动所要遵守的最主要的基本原则，就是诚信原则。诚信是市场经济的一种内在要求，市场经济不是一种坑蒙拐骗的经济，市场经济恰恰是要求人们遵守诚信，所以，诚信是企业经营活动应该坚持的最基本的准则，如果违犯了诚信的原则，这种企业就可能根本谈不到有效发展的问题，甚至谈不到是一种所谓的合法经营的行为。由此可见，诚信原则既是企业必须要遵守的基本原则，也是人们评价一个企业好坏的最基本的标准。无诚信的企业应该上“黑名单”，也就是说它应受到法律的惩治及道德的批评，所以，诚信的原则，既是任何一个企业在经营活动中必须要坚持的基本原则，也是每一个企业在经营中坚持法制的的基本原则。因此，企业必须要到经营活动中全方位地遵守诚信的理念。

我国目前经营活动中市场秩序很不好的重要原因，就是一些企业不遵守诚信的原则。有的企业把诚信抛于脑后，不守信用，不践成约，消费者发现产品缺陷找上门时，不诚信地对待，能避则避，能推则推，甚至有的企业搞广告欺诈，在概念炒作上做文章，胡乱吹牛，以至于搞伪劣产品，做假账，可以说为了骗人，不择手段。这种状况必须要彻底得以纠正。任何一个企业都应该明白，这样做的结果是自己毁灭自己。那些只顾眼前利益，道德指数低下，以种种手段骗取或者损害顾客利益的企业，即使能赚得一时之利，却因此而会失去消费者的信任，迟早会被淘汰，因为诚信是市场选择企业的基本准则，也是企业在经营中必须要坚持的准则。

4. 诚信是企业最大的无形资产

也就是说，凡是遵守诚信的企业，人们都会相信它，正因为人们都会相信它，所以人们当然就会购买它的产品或者服务，因此，它的客户将是无穷无尽的。一个企业拥有了大量的客户，当然它就会有大量的收益，由此可见，诚信其实是企业最大的无形资产。企业的这种无形资产，在现实中往往表现为一种品牌，人们之所以一想到某个品牌就会购买它，就是因为人们认为这种品牌是非常讲求诚信的，可见，诚信支撑着企业的快速发展。我国现在一些企业在品牌建设中，只注重品牌的外表上的冠冕堂皇，而忽视了品牌的内核，即诚信，这是不可能真正建立品牌的。正是因为如此，所以要讲无形资产，应该懂得最大的无形资产就是一种诚信。

当人们想到某个企业的时候，就想到了这个企业是很讲信用的企业，是诚信理念很强的企业，那么人们当然就会非常相信这个企业，相信这个企业，当然就去购买它所创造的产品，因此，企业就会因此而获得巨大的利

益。所以，应该说，诚信是企业的最大无形资产。可口可乐公司的总经理曾经说过，即使某一天可口可乐公司的所有厂房全部被毁坏，他们也可以在第二天以品牌的信誉，在国际金融市场上筹到足够的资金，来重建一个新的可口可乐的公司。由此可见，企业良好的信誉是很重要的，是企业最大的无形资产，尤其是应该看到，随着市场经济的发展和国际化的进程，不讲诚信的企业不仅会失去市场，砸了自己的牌子，而且还会受到法律的制裁。可以这样说，任何一个企业要能够快速的发展，就必须亮出自己的诚信“名片”。

5. 企业要有效地贯彻诚信理念

既然诚信理念很重要，那么企业究竟怎么样去贯彻诚信的理念？贯彻诚信理念的方法虽然很多，但是我认为，企业在贯彻诚信理念中必须要做到下述这样几条：

(1) 承诺

所谓承诺，就是指对当事者来说，凡是自己承诺的，都必须严格按照承诺兑现出承诺。任何企业都不能不兑现自己的承诺，因为兑现承诺，是企业诚信的最基本和最主要的要求。一般来说，企业的承诺往往是多方面的，有外部承诺，也有内部承诺，比如说，就外部承诺来说，有产品质量承诺，服务承诺，等等；就内部承诺来说，有对员工的工资承诺，社会保障基金交纳承诺，工作环境承诺，等等，因此，企业应该全面兑现自己的承诺。最近我看到有的企业拖欠工人工资，拖欠员工社会保障基金的缴纳，等等，这是一种不兑现自己承诺的违约行为，必须要不严加惩处。

(2) 真实

所谓真实，就是指企业对于消费者，要非常真实地告诉客户自己的产品的效用及性能；企业对于投资者，要非常真实地告诉投资者自己企业的真实状况。企业把自己的产品的真实状况及企业运行的真实情况告诉了客户及投资者，那么人们就可以在此基础上来确定自己是不是购买这个企业的产品或服务，或者来确定自己是不是对这个企业进行投资。比如说，上市公司应该非常真实地向投资者报告自己的财务状况，因为只有报告了真实的财务状况，那么投资者才能确定自己是不是要购买这个企业的股票，是不是对这个企业进行投资。如果是企业真实地报告了自己的财务状况，而投资者因为自己的判断失误而导致了投资失误了，那么这就不是企业本身的问题，而是投资者自己的问题。因此，对企业来讲，必须坚持这种真实的观念，真实地向客户和投资者告诉自己的一切。我们国家有些上市公司挖空心思，编造假账，制造“绩优”泡沫，诱使投资者上当，曾经闹得沸沸扬扬的银广厦事件，就是一个典型事件，这是违背真实原则的违法行为，必须要坚决制裁。

(3) 公正

所谓公正，就是指企业要讲公德，就是指企业不能以损人利己的方式而获得利益，企业应该通过它自己的非常诚实的劳动和服务，非常诚实的技术创新及各种创新，非常诚实的经营行为来获得利益。公正原则是企业诚信理念的最为重要的内容之一，因而企业在诚信中应强调和坚持公正的原则。现在我国有些企业将损害别人利益当成为所谓的经营之道，是非常错误的，企业赚钱靠的是等价交换，而不是靠损害别人利益。将损人利己作为自己的经营之道，而不讲公正原则的企业，必然是短命的，因为它不符合诚信理念的要求。

(4) 守法

也就是说，企业的诚信必须以法律为基础。法律实际是社会人们之间的一种共同的承诺，因而守法实际上也就是企业在兑现自己的承诺，正是因为如此，所以说守法是诚信的标志。从这一点来讲，那些违法的企业是不能打交道的，因为它们连法律都不遵守，怎么能诚实地对待客户？有些企业逃税，政府公布之后，消费者认为这与自己无关，因而不太关心企业逃税问题，这实际上是不对的，因为企业逃税是违法，一个违法的企业，怎么能够真诚地对待消费者？因此，国外那些逃税企业，是没有人信任它们的，没有人信任，当然没有客户，企业从而难以发展，正是因为如此，所以国外企业往往不敢违法。可见，诚信与守法是同一个范围的名词。

(5) 公平

所谓公平，就是指当事者非常公平地考虑自己的行为，考虑自己的行为对当事者是不是会有损害，是不是对当事者不公平。由此可见，公平实际上也是整个人类社会的一种价值理念，因而当然也必须是企业诚信重要的理念。企业只有坚持公平的理念，才能是实现自己诚信的理念，否则，将是不可能实现诚信的理念的。有一家企业因为卖商品弄虚作假而被曝光，这家企业的老总有一次找我，对我大谈他如何仗义，如何讲哥们义气，如何公平，等等，因而需要我帮忙帮他搞一个企业改制策划，我毫不犹豫地拒绝了，因为这种对消费者不公平的人，怎么可能对我公平？没有公平理念的人，不可能是诚信的人的，我是不同无诚信的人打交道的。

总之，我想，企业如果要真正地实现自己的诚信理念，那么最起码是必须要坚持上述这样五条。当然，企业在坚持诚信的理念中，也要考虑一个成本与收益的对比关系问题。所谓成本与收益的对比关系问题，就是指当企业干某种事的时候，如果成本极低，而收益最高，那么它就要选择干这件事；但是如果是没有收益而只有成本，那么它当然就不会去干。因此，所有企业应该明白，在自己讲求诚信的时候，实际上是收益最高而成本很低的时候。而当自己不讲求诚信的时候，那么这个时候将是成本极高而没有收益的时候。所以，企业应该从收益与成本的角度，来考虑自己是不是要坚持诚信理念的问题。如上所述，如果企业没有一种诚信的理念，那么企业当然是成本极高而没有收益，从而这种企业当然就不可能有快速和高效的发展。因此，企业必须坚持诚信的理念。

(版权所有，转载、转摘请与本中心联系)

主办：清华大学中国经济研究中心
地址：清华大学经济管理学院中楼302

联系电话：(010) 62789695
邮 编：100084

[返回](#)