



## 诚信，中国企业国际化、规模化的必要条件

(2005-5-16 16:28:41)

作者：赵毅武

### 二、加强行业自律，营造诚信的商业环境

根据迈克尔·波特的“五力量模型”（3），一个企业在任何时候都受到五种力量的制约，这五种力量分别来自于顾客、供应商、竞争对手、行业的潜在进入者以及替代产品或服务。我认为，这一模型同样适用于商业环境的诚信建设。通过利益相关者的监督和约束，可以促进企业遵守市场游戏规则，实现诚信经营。在美国，法律鼓励同行间相互监督。比如在打击虚假广告方面，竞争者可以根据《兰姆法》（Lanham Act）起诉虚假广告发布者。美国广告业者还自发成立了“诚实做生意联盟”（Better Business Bureau）加强行业自律。在一些比较专门的领域，如制药行业，绝大多数消费者并不知道药品广告是不是夸大其词，而有了同行的监督，要想在广告中夸大效果或隐瞒副作用就要冒被起诉的风险了。

今年是《消费者权益保护法》实施十周年，中国消费者协会把今年确定为“诚信·维权”主题活动年，致力于完善行政执法、行业自律、舆论监督、群众参与相结合的市场监管体系。这一活动的开展，势必对那些欺骗消费者、钻法律空子、违反诚信原则的经营者产生震慑和约束作用。行业协会等自律组织的监督作用能否有效发挥，有赖于相关法律法规的支持，更有赖于企业特别是企业领导者的自我觉醒。诚信是不可能凭空生出来的。它是我们每个人内在的一种精神品质。认为这个世界需要更多诚信的企业界人士，应当做的最有益的事，就是提高自己的诚信，“慎独”自律，并努力以诚信打动和影响自己的商业伙伴，共同维护守信用、讲信誉、重信义的市场经济秩序。

### 三、培育诚信的企业文化，迎接经济全球化的挑战

首先，确立以诚信为根本的发展战略

著名经济学家吴敬琏指出，信用是现代市场经济的生命，是企业从事生产经营活动的一个必备要素，有着真金白银般的经济价值。完善的市场经济是建立在诚信基础之上的法制经济、信用经济。信用作为买卖双方交易完成的根本保障，构成了现代契约关系的重要基础。“治业之道在于诚”，诚信经营是企业的立业之本、兴业之道。

一个企业最大的危机就是信用危机。如果出现信用危机，这样的企业是不能长远发展的。而以诚信作为企业发展战略的根本，不仅能够塑造良好的企业形象和品牌，甚至可以帮助企业度过困难和危机。强生公司一向把对顾客、员工、管理者、股东及社会履行义务作为自己的伦理准则。1982年，美国发生有人因服用强生公司的泰利诺胶囊而死的事件。强生公司立即向全国医疗组织通报，并全部收回市场上的问题胶囊，损失达1亿美元。它还发动2500多人向公众宣传，防止再次出现中毒事件。查明原因在于包装问题后，强生公司又投入巨资开展研究，改善医药包装。由于强生公司对社会的诚信态度，它不仅成功地处理了危机，获得当年度美国公关协会颁发的“银砵奖”，而且在价值高达12亿美元的止痛片市场迅速恢复了市场领导者的地位。可见，无论经营策略多么的巧妙，企业都不能离开诚信，诚信才是真正的长久之计和根本方略。

其次，培育以诚信为灵魂的企业文化

随着经济全球化趋势的不断加快，企业文化对于企业经营业绩，对于企业兴衰成败所起的作用越来越大，其表现出的竞争力已经成为保障企业持续健康发展的强大内在驱动力。无数企业的兴衰史证明，诚信是一切经受住时间考验的企业文化的精髓和灵魂。GE（美国通用电气公司）是全球最伟大的公司之一，100多年来它赖以成功的基础和最大的无形资产就是对诚信的承诺。GE的前董事长兼CEO杰克·韦尔奇在其自传中说：“我们没有警察，没有监狱。我们必须依靠员工的诚信，这是我们的第一道防线。”GE要求每一位员工在加入公司时都要签署一份遵守诚信政策的保证书。甚至所有代表公司的第三方，如代理、销售代表、经销商等，都要遵守对GE政策的相应承诺。这一诚信政策保障了GE百年常青，高速前进，其市值在近20年里猛增30多倍。松下电器是世界最大的家用电器公司之一，其创业者松下幸之助被誉为“经营之神”。有人曾向他请教其经营之道，松下简短地回答：唯“诚信”二字。与通用电气、松下电器形成鲜明对比的，是安然、安达信、世界通讯那样的一些公司，它们的唯利是图、弄虚作假直接导致了企业的败落。

和破产。这正反两方面的例子都说明了诚信对于企业的生存与发展何其重要。企业文化建设不能忽视诚信，而必须将其放在核心的地位。只有把诚信渗透于企业经营理念之中，进而转化为员工自觉的行为方式，提升为商誉，凝结为品牌，企业才能保持持久的生命力。

企业文化建设的关键在于企业领导者和高层管理人员。企业诚信也是企业家人格魅力的体现。在2001年GE全球高级经理人大会上，杰克·韦尔奇给与会的经理们留下了十条临别赠言，其中第一条就是“诚信”。他说：“常常有人问我：‘在GE你最担心什么？什么事会使你彻夜不眠？’其实我担心的不是GE的业务，而是某人做了从法律上看非常愚蠢的事而给公司的声誉带来污点并把他们自己和他们的家庭毁于一旦。在诚信上绝对不能有任何松懈。‘信’讲得再多也不过分。诚信不仅是法律术语，而且是更广泛的原则，它是指导我们行为的一套价值观。它指导我们去做正确的事，而不仅仅是合法的事。”

### 第三，提升以诚信为核心的国际竞争力

诚信不仅是市场经济体系重要的润滑剂，可以降低交易费用，提高经济运作效率；诚信更是企业的核心竞争力。现代企业管理强调核心竞争力的重要。核心竞争力是很难被竞争对手模仿和移植的，能够带来超过同行业水平的投资回报率，保障企业的长期生存和发展。可以说，核心竞争力是所有成功的企业所必要具备的。美国著名的国际战略研究组织兰德公司把企业竞争力分为三个层面，其中第三个层面即价值观层面是最基础、最核心的竞争力。而诚信是企业价值观中不可或缺的基本要素。有专家指出，未来的竞争是品牌的竞争，是信誉的竞争。产品总是有生命周期的，而品牌的生命力和信誉的感召力是无限的。中国的企业要成长为全球优秀的、成功的企业，必须在以诚信为本的核心价值观上下功夫。唯有诚信至上，企业才能在激烈的国际竞争中立于不败之地，才能百年不衰。

孔子曰：“士不可以不弘毅，任重而道远。”(4)进入经济日益全球化的21世纪，我国的企业面临着前所未有的挑战，肩负着民族复兴的重任，迫切需要综合提升国际竞争力。而诚信已日益成为现代企业持续成长的至关重要的因素，重视企业诚信观的培育必将成为我国现代企业经营战略的重要内容。

注：(1) 出自迈克尔·波特《国家竞争优势》

(2) 出自李白《侠客行》

(3) 出自迈克尔·波特《竞争战略》

(4) 出自《论语·泰伯》

[\[第 1 页\]](#)      [\[第 2 页\]](#)

[\[关闭窗口\]](#)