

# Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

## 商业伦理建设在我国反跨国公司商业贿赂中的实践

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Preprint
Authors	谢岩
Rights	All rights reserved
Download date	2026-04-12 16:24:11
Link to Item	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12424/170208">http://hdl.handle.net/20.500.12424/170208</a>

## 商业伦理建设在我国反跨国公司商业贿赂中的实践

对外经贸大学谢岩

### [摘要]

经济一体化进程的加快促进了跨国公司在中国的发展,但近年层出不穷的跨国公司商业贿赂案引起了社会对反跨国公司商业贿赂行为的紧迫性的关注。但是以往的相关对策研究基本集中在法制方面,对商业伦理建设在这一课题中的应用的研究还缺乏足够的可操作性,本文将通过目前在华跨国公司商业贿赂的现实情况,以初步探讨通过企业内部实施有效商业伦理建设和管理对促进跨国公司运用商业伦理规范减少商业贿赂的发生的必要性和可行性,并提出实施上的建议。

关键词: 跨国公司 商业贿赂 伦理建设

随着我国改革开放程度和全球经济一体化的加深,到中国发展的跨国公司越来越多,中国也成为很多公司业务增长最快的地区之一。这些跨国公司给中国带来了发展资金、科学技术、管理经验,但近年来包括西门子、IBM、家乐福等多家 500 强跨国企业相继爆出商业贿赂丑闻,2007 年沿海某市警方破获的系列商业贿赂案中涉案公司包括麦肯锡公司、麦当劳中国有限公司、富士施乐实业发展有限公司等知名企业。这些事件让跨国公司商业伦理问题成为了社会舆论的关注焦点。

## 一、 跨国公司商业贿赂的表现形式及研究进展

国家工商局《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》第二条指出：“本规定所称商业贿赂，是指经营者为销售或购买商品而采用财物或者其他手段贿赂对方单位或者个人的行为。”即，商业贿赂是指在市场交易中，交易的一方采用财物或其他非财物手段在“账外暗中”给予对方单位或个人，以获得（公平竞争条件下很可能得不到的）交易机会或有利交易条件的不正当竞争行为。其本质特征是交易的一方为了获得交易机会或有利交易条件而采取的各种手段“账外暗中”给相关单位或个人好处[1]。更广泛的说，贿赂的关键在于送礼的意图和期望的结果。如果送礼的意图是为了影响行为，那就是贿赂[2]。

透明国际（Transparency International）在其 2008 BPI（Bribe Payer Index，行贿指数）调查报告中指出，现有的三种最主要的行贿方式包括：向高级官员或政党行贿；向低级别的公共官员行贿以“加快事情进展”；利用私人关系获得公共合约[3]。而该报告显示，BPI 在 22 个被调查国家中排名仅为 21 的我国在这三个方面的商业贿赂占总贿赂案件的比例分别为 24%，28% 和 26%，总的来说十分普遍。国家工商行政管理局从 2000 年到 2005 年上半年共破获了 13606 起商业贿赂案件，总额达 52.8 亿元。而跨国公司对利润最大化的追求使其成为了商业贿赂丑闻中的主要角色，其在国外的成长环境也让这种商业贿赂有特别之处。从近年来发现的跨国公司贿赂丑闻来看，跨国公司商业贿赂表现方式包括为官员子女提供出国条件、为已退休官员提供公司内的高薪职位、贪官的亲属开的公司做生意，开办的私人俱乐部和会所等等。五花八门的商业贿赂使得跨国公司以较小的投入换来了

巨大的回报。2006 年 10 月，美国司法部公布了该国一公司在中国行贿的案件。该案中，该公司过去的 5 年里对中国国有企业行贿是 20 万美元，因此拿到的合同价值 9000 万美元，得到的利润是 600 多万美元，也就是说它行贿的收益超过 30 倍。

而与此同时，我国对跨国公司商业贿赂的治理问题的研究也在不断深入。普遍认为，跨国公司在我国商业贿赂泛滥主要原因有：“我国商业环境”潜规则”盛行，国内监管不到位，缺乏完善的法律法规及行之有效的惩戒措施，地方政府的放任等。因此，目前国内对解决跨国公司在我国商业贿赂问题的对策主要是[4]：

1. 完善国内立法，改善法律中过于原则性的量化数额，对《反商业贿赂法》，《反不正当竞争法》等现有相关法律进行修订，对回扣、折扣、佣金、附赠行为等作出明确界定；
2. 加强监管和惩罚力度，包括对在华跨国公司财务披露、审计、票据管理等方面的监管；
3. 减少寻租机会，重新制定政府职能边界，改进政府管理经济的手法，改善公务员制度，严厉打击国内受贿者；
4. 作为《联合国反腐败公约》缔约国，加强反商业贿赂的国际司法合作，推进区域性多边合作和全球性国际合作；
5. 加强跨国公司内控，强化内部管理，完善法律部门和有关职能部门、审计部门的配合。

可以说，我国现在前四个方面都取得了较为突出的进步，比如 2006 年通过的《中华人民共和国刑法修正案(六)》将公司、企业以外的单位中非

国家工作人员利用职务便利进行“权钱交易”、危害社会利益的行为纳入了刑法调整的范围。透明国际另一份针对中国的《国家廉政体系研究报告》（National Integrity System Country Study Report）对中国2002年新的廉政体系建立以来对商业贿赂的惩治也给予了肯定的评价。

但是，治理商业贿赂是一个系统工程，法律虽然有一定的制约作用，还有很多因素对商业贿赂行为有不可忽视的影响。公司内部商业伦理建设就是其中之一。市场竞争中商业伦理的普遍缺失大多数的研究都没有对第五项内容给予足够的重视，忽视或者轻视了对在华跨国公司内部商业伦理的建设对控制商业贿赂的产生的作用。因为公司内部伦理建设与企业经济绩效、抑制商业贿赂等违法行为的发生之间没有足以量化的确定的关系，而且伦理文化作为企业管理的一部分还未能涉及到具体的各项商业活动，或者说较之可以利用各种规则予以强制执行的法律，商业伦理建设对商业贿赂等行为的抑制还缺乏可操作性。但是，根据目前国内外的统计数据和相关文献，笔者认为，在华跨国公司内部商业伦理的建设，对反其商业贿赂有着不可忽视的作用。

## 二、企业内部伦理建设在反商业贿赂中的实践

以往的相关研究更多地强调加强监管及强化惩罚机制的重要性，部分原因是就我国的市场体系而言，法律上的漏洞是通过国家有关部门的努力、借鉴国际上的丰富经验，可以在较短时间内解决，同时法律的强制性使跨国公司“不能为”“不敢为”，进而遏制其商业贿赂行为。而企业内部商业伦理更具有内在性和自省性，其建设的目的是以企业自身的伦理系统，形成

使其“不愿为”的自律行为[5]。

但要注意的是，要让企业伦理真正能影响企业的行为，必须明确伦理建设的出发点和期望值。有些文章将企业内部伦理建设和承担社会责任等行为看作实现经济效益与社会效益双赢的驱动甚至保证。诚然，企业内部伦理在企业经营中最为显性的价值是，它是企业的一种无形资产，是树立持久的品牌名牌取得消费者信任的基石，是企业持续、协调、科学发展的保障。而且，显然也进步于弗里德曼(Milton Friedman)早期的观点，即认为对于企业而言，“存在一种，而且是唯一的一种商业社会责任——只要它遵守职业规则，那么它的社会责任就是利用其资源，并且从事那些旨在增加其利润的活动”[6]，现在的消费者对企业的社会声望有了更高的要求，但是从利用财务分析等方法得出的数据，我们只能认为二者之间是“复杂多变的”关系[7]。事实上，造成对二者关系研究的困境的原因在于过分强调经济绩效是产生商业伦理的前提，“将伦理作为自利的手段”。所罗门在《伦理与卓越》中就指出，“商业伦理学最严重的一个问题是利润和社会责任之间错误的对立”，“把‘利润动机’本身作为终极目的将严重阻碍对工程商业世界的动机及活动的丰富性的理解”。我们在对商业伦理及反在华跨国公司商业贿赂问题进行研究时，必须明确伦理建设不能归结为利润最大化目的，在“利润优先”的资本主义传统价值观指导下的伦理建设注定是会偏离正轨的，不能得出企业伦理与经济绩效之间存在着必然正相关不能成为企业忽视商业伦理建设的理由。总之，“作为盈利手段的企业伦理不是真正的企业伦理”[8]。

接下来要解决的是，如何把商业伦理的定义运用到实践中去。笔者认

为，这一实践应该从以下两个方面推进。

### 1. 选择为跨国公司内部伦理建设的载体

企业文化长久以来都被看作是企業核心竞争力的一部分，是提高企业管理效率和效益的关键因素。哈佛大学的特伦斯·迪尔教授和麦肯锡的阿伦·肯尼迪就以丰富的例证指出：杰出而成功的企业都有强有力的企业文化。正是这种非技术、非经济的因素导致了他们的成功[9]。因此，企业伦理应该以一定的哲学思想为理论支持，并以企业文化为载体，贯彻到企业文化的建设中，贯彻到整个企业的管理经营理念中，达到影响企业价值决策、从而制约其经营决策的目的。尤其是在跨文化管理中，企业伦理选择对其价值决策有着重要影响。很多跨国公司对中國商业“潜规则”的不适应，甚至将所有贿赂行为归结为“入乡随俗”，都是文化差异在企业伦理秩序不够坚定有力时，对企业商业行为的影响。成功的企业内部商业伦理建设应有足够的力量，保证企业在东道国伦理规范低于母国时也取高者，将一些公认的国际标准如企业社会责任 SA8000 等作为其伦理规范的首选价值决策前提，坚持必要的道德伦理标准。事实证明，在遇到外部商业环境比较不好的情况下，坚持法制化的公司比一味追求与本土文化接轨的公司更容易避免贿赂。

多数发展成熟的跨国公司都有较强的企业文化，进入其他国家，尤其是中国这样的发展中国家的时候，其自身已有人员培训、口号宣传、礼仪庆典等多种较成熟的形式强化其原有文化，但同时，更应该将与东道主国相结合的道德伦理的理念有机的融入这些活动中。当这种法制倾向最终变得长期而持续，它就可能积淀成一种企业文化，进而影响到整个公司的行

为方式、道德准则的提升。

需要指出的是，此处的伦理建设主要目的是影响跨文化企业的伦理决策选择，而这与企业高层管理团队的态度和行为密不可分。高层管理团队作为企业发展的核心力量，对于包含企业伦理导向在内的组织目标与愿景的选择及相关行动和解决跨文化伦理冲突间问题的能力，将直接影响到企业的决策[10]。很多的商业贿赂其实都是企业高层的决策倾向促成的。因此，商业伦理建设的对于反商业贿赂作用更多是由上至下的，但通过企业文化的载体，它不仅能更快的为企业接受，更能迅速扎根于企业高层决策的考虑中。

有学者将企业伦理文化分为企业内部和企业外部两个方面考察[11]，二者分别主要涉及企业所有者、管理者和员工之间，企业在处理与外部社会环境之间的关系时应遵守的行为准则和道德规范。笔者认为这样的分析是比较科学的，也更能体现企业伦理与企业文化之间相辅相成的关系。

## 2. 选择跨国公司内部伦理建设的实行工具，即企业经营准则。

企业的伦理和企业的制度都是企业经营管理过程的实践产物，对于有着悠久历史和雄厚实力的跨国公司更是如此。但是反过来，在伦理建设要能作用于企业经营管理实践，就要求有一定的实施工具和桥梁：企业的经营准则就是其中最为有效的一个，并且这些准则必须能化为详细的行为规则。

如果我们单纯强调道德伦理建设本身以及企业文化的反商业贿赂作用，那必然是远远不够的。必须承认，由于企业趋利的本质，如果没有相

关的制度和准则作后盾，再强的伦理秩序都面临缺乏足够支持的危险。我们强调商业伦理在反跨国公司商业贿赂中的作用，并不能只停留在理论层面，将伦理理论与企业经营准则这一实践工具相结合，才能提高伦理建设的操作性。而经营准则与以往研究的法律体系最大的不同是，它是公司内部制定的，虽然必须依从于东道主国和母国的法律，但很多细节受到企业内部的伦理文化影响更大，比起企业伦理又更具强制性，更易为内部管理人员和外部监督人员控制监督。比如在 GE 内部设立的督察程序，通过匿名举报等多种形式，仅 2007 年就报道了 1596 起与诚信疑虑相关的事件，并直接导致 343 个纪律处分，包括 25 个财务处置[12]。这种细致程度是仅仅通过外界监督无法做到的，但是对于企业内部重视道德自律与商业伦理氛围的形成有着至关重要的作用。

伦理秩序的制度化，就是要通过企业经营准则的制定，保证不符合企业所宣扬的伦理秩序的行为会受到内部的制约和惩戒。汇报经营准则的遵守情况是每个业务单位、分支机构的管理层每年签发的业务控制声明的一部分。虽然我国即使是跨国公司也存在很多谎报财务情况的案例，但公司内部的审查部门对遵守经营原则的程序和步骤的审查通常比外部的法律系统更易深入，也更有效率。经营准则通常由管理层如果并由监事会批准，定期审核并在需要时作出修改。一套主张企业经营的各方面都保持正直公正、体现反商业贿赂的精神的准则能很大程度上反映公司管理高层的经营理念 and 伦理建设倾向，也是以商业伦理秩序为支持的企业文化得以贯彻的保证之一。但是在目前很多公司的 CSR 报告或是年度报告中，很少出现明确的与反商业腐败有关的道德准则，很多企业还只是片面的将一些慈善活

动或是环保行为片面地作为商业伦理的实践。只有 GE 等少数企业将诚信承诺等相关条款单独说明。

根据许多公司开展伦理经营的经验，设置一般由伦理学专家组成的公司伦理委员会被认为“是使伦理价值观得到贯彻的有效举措，是公司伦理道德的有效贯彻的中介”[13]。但是伦理委员会的职责的更多是开展商业伦理教育培训。尽管目前对伦理经营教育的方式有了各种提议和实践，它只是反商业贿赂的商业伦理秩序的制度化的一部分，远远不能取代后者具有强制性的作用。伦理委员会研究制定出的伦理准则、经营信条要与公司决策层通过充分的意见互换，将其转变为由详细监督、审查、奖惩细则的规范化准则，并在企业内由专门的人员执行。跨国公司所面临的情况的特殊性要求，这个委员会的成员必须对东道主国和母国的文化、法制等相关商业环境有深入了解，才能对进入新市场后的跨国公司伦理建设的调整提出可行的意见。

综上，跨国公司反商业贿赂的商业伦理建设，需要在依从于相关国内外法规的前提下，利用企业文化为载体，以多方合作制定的企业经营准则为工具，让商业伦理脱离单纯的理论地位，成为与法制相辅相成的商业贿赂制约工具。

#### [参考文献]

[1]赵友宝，马有才：《反跨国公司商业贿赂的对策研究》，《对外经贸实

务》2006 年第 8 期。

[2]王莹、柴艳萍等著：《现代商业之魂——商业伦理问题研究》，北京，人民出版社 2006 年版。

[3]Transparency International: Bribe Payers Index 2008 Report

[4]林肃娅，梁田：《论跨国公司对商业贿赂的成因及治理对策》，《西南民族大学学报》，2008 年第 4 期。

[5] 赵友宝，马有才：《反跨国公司商业贿赂的对策研究》，《对外经贸实务》2006 年第 8 期。

[6]Milton Friedman, The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, New York Times Magazine, 1970.9

[7] 〔美〕乔治·斯蒂纳、约翰·斯蒂纳著，《企业、政府与社会》，张志强等译，华夏出版社，2002，第 144 页

[8] 龚天平，窦有菊：《西方企业伦理与经济绩效关系的研究进展》，《国外社会科学》2007 年第 6 期

[9]（美）特伦斯·迪尔、阿伦·肯尼迪：《企业文化——企业生活中的礼仪与仪式》，北京，人民大学出版社 2008 年版

[10] 王丽英，《在华跨国公司伦理危机及其解决途径》，《道德与文明》，2007 年第 2 期

[11] 熊胜绪，黄吴宇：《企业伦理文化与企业管理》，

[12]GE2007-2008 企业公民报告

[13] 龚天平：《伦理经营：内容与方法的探讨》，《道德与文明》，2006 年第 3 期