

管理前沿：被深度误解的“诚信为本” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/21/2021\\_2022\\_\\_E7\\_AE\\_A1\\_E7\\_90\\_86\\_E5\\_89\\_8D\\_E6\\_c25\\_21073.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/21/2021_2022__E7_AE_A1_E7_90_86_E5_89_8D_E6_c25_21073.htm) 在中国传统商业历史的管理遗产中，最值得骄傲和推崇的可能要算“诚信为本”了----几乎人人都说，中国传统商人/商业组织的成功，是来自于恪守“诚信为本”的原则。无论是有名的晋商/徽商/宁波帮等商帮，还是传统老字号全聚德/同仁堂/张小泉等商铺，都异口同声的宣称：遵守“以义制利/诚信为本”商业原则，是其辉煌商业成就独一无二的独门暗器，除此之外别无它法。商业评论家们也加入到了鼓动中：财源滚滚的商业制胜之道，是来源于“诚信”的竞争能力。即使是客户/消费者也津津乐道的告诉我们：愿意购买或消费商业产品的理由，是因为商家的“价格不二、童叟无欺”----这一切，使得我们不得不相信：中国传统商人/商业组织的成功，来自于“诚信为本”的商业理念/原则；而中国传统商人/商业组织的成功史，就是一部“诚信”竞争史。然而，我们被蒙蔽的好苦，因为中国传统“诚信为本”的商业原则，与我们今天所说的“遵守规则/公开公平”的市场信用原则，完全是驴唇不对马嘴的两回事。事实上，中国传统“诚信”是一种人格信任/而非制度信任，君臣恩义/父子孝义/朋友侠义，都大于社会的规则/正义。“诚信”所遵循的是基于熟人之间的“私德”，而非基于社会规则制度的“公德”，这是一种人格/亲情/熟人之间“投桃报李、你来我往”的中国式的诚信，它不但不支撑现代商业市场公平公开的信用规则，相反，备受赞赏的“代君受过/替父隐恶/为友杀人”的传统诚信道义，体现在商

业竞争中，就成为了鼓励破坏市场公平公开信用规则的行为。因此，真实的中国传统商业竞争史，并不是一部“诚信竞争史”，而是一部“权谋竞争史”。被深度误解的“诚信为本”商业古训当百年西方管理已经使用计划/战略/效率等词语，描述企业的方向与竞争能力时，百年中国传统商人/商业组织却一直坚信并宣称：只要遵循“诚信为本”的原则，利润就会滚滚而来！虽然中国传统商人一直高声宣称必须“诚信为本”，但要想搞懂它的确切含义，却并不容易，因为“诚信为本”仅仅是一个概念模糊不清的口号。一般来说，对于它的解释，是来自传统商人两条铁打的生意规矩，一个是诚信，一个是不欺，显然，这是以同样的模糊性来解释模糊性；而另一些解释，譬如诚信就是“言必信、行必果”、“人无信不立，事无信不成”，则更是令人摸不着头脑的词语。这也再次体现了中国传统逻辑思维能力的弱化，一些概念常常处在“只可意会、不可言传”的境界中，需要个人慢慢的感悟。“诚信为本”概念本身内涵与外延的模糊性，使得我们只有通过解读具体的传统商业行为，才可能寻找到“诚信为本”的真实含义。在中国传统的商帮“晋商”中，广泛流传的一个“诚信故事”是：当年一位货主在晋商店铺中寄存了一批货物，货主因种种原因而导致多年未取---按照现代企业管理法律合同条款而言，此事如果就此结束，即不存在欺诈问题，也不存在诚信的问题---但是，显然晋商认为这是“不诚信”的行为，它的做法是千方百计、历尽辛苦的寻找到了这位货主的后代，直到若干年后，终于找到了这批货物主人的儿子，并把这批货物亲手交给了他---直到这时，才是中国传统商人所认为的“诚信”的实现/完成。我们终于从中

国传统商人的诚信故事中，发现了“诚信为本”的真相----即中国传统商业的“诚信为本”原则，并非是遵循纯粹意义上的商业契约原则，而是遵守人际关系交往中的社会道德原则；更准确的说，中国传统商人所恪守的“诚信为本”，并非是描述商人与客户之间的法律“契约关系”，而是上升到了一种人与人之间的“感情关系”。显然，对于中国传统商人/商帮来说，仅仅遵守市场交易商业原则的底线，并非是他们眼里的“诚信”，只有而且必须超越这个商业底线，进入到道德原则领域来衡量诚信，才算是中国传统商人眼里“诚信为本”的本意。在人类社会的各种交往活动中，存在着“人格信任”和“制度信任”两种基本的信任方式，一般来说，在交易性的商业交际活动领域中，所遵循的是契约/合同/规则等“制度信任”原则；而在非交易性的人际交往活动领域中，譬如家庭关系/邻里关系/朋友关系等等，则是遵循人品/道德/情感等“人格信任”原则。虽然“人格信任”和“制度信任”，在现实生活中常常相互交织在一起，但是二者之间却不能早不同领域随意性的取代或替换；在商业交易领域，如果以朋友义气取代制度规则，就可能引发商业纠纷的恶果，而在人际关系的非交易领域，如果父子兄弟间以契约合同维系义务关系，同样是可笑的做法。借用梁启超先生“公德”与“私德”的区分法，中国传统商业所恪守的“诚信为本”原则，所遵循的是人格信任的“私德”、而并非社会秩序的“公德”。中国传统社会是一个农业文明下的乡土社会，每个人几乎都是熟人，都有程度不同的私人关系，因此，“熟人网络”关系成为了事实上的传统商业圈；在这样的“熟人商业圈”里，情感投入/信守道义/和气生财，成为了最重

要的商业原则。虽然中国传统的“人格信任”，看起来是那么的温暖、感人、充满人情味，但却混淆了一个重大的/基本的商业原则，即商业活动的基础必须建立在遵守市场信用基本原则、而不是建立在私人感情的道德基础上。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)