

诚信是企业生存的第一道防线人力资源管理考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/537/2021\\_2022\\_\\_E8\\_AF\\_9A\\_E4\\_BF\\_A1\\_E6\\_98\\_AF\\_E4\\_c37\\_537368.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/537/2021_2022__E8_AF_9A_E4_BF_A1_E6_98_AF_E4_c37_537368.htm) 企业通过长时间的经营才能建立信誉，拥有信誉时间越长久的企业越受人们相信。但是无论企业的信誉保持了多久，只要有一次不诚信行为，就会击垮多年的诚信形象。不诚信给企业的伤害一般是致命的，即使能够勉强渡过危机，也要用更长久更巨大的努力去愈合这道伤口。诚信作用的大小取决于企业的发展战略和社会信用的发达程度。如果企业只想“过把瘾就死”，那么诚信就可以抛在一边。但是如果企业要谋求可持续发展，诚信则是维持长期市场穿透力的基本前提。1904年，英国人亨利·劳斯亲手设计和制造出了第一辆劳斯莱斯，其目的是诞生一辆性能优良的车。劳斯莱斯在世界上享有很高的信誉，因为他们的目标是为顾客提供完美的汽车。劳斯莱斯从组装到试车都要花很长时间，他们认为这很值得，因为“劳斯莱斯不是只管卖‘车’，而是要把‘威信’与‘名誉’卖出去”。每一部劳斯莱斯汽车都非常坚固、零故障、将噪音和摇动降低到最低程度，在世界性的汽车公开性能审查会上，劳斯莱斯经常荣获世界第一。曾有一对美国夫妻驾驶劳斯莱斯到欧洲旅行，开到法国的一个荒僻的村庄时，后车轴忽然断裂。这对夫妇非常不满，/百考试题/收集/便给劳斯莱斯在伦敦的总部打电话抱怨。几个小时后，劳斯莱斯工作人员乘飞机赶来，换上了新的后车轴，并一再向顾客道歉。数月之后，这对夫妇专程去伦敦向公司支付修理费，不料公司负责人说：“我们的车轴折断是创业以来第一次。我们强调绝对不

会发生事故，所以我们应该向你们更换一根永远不会折断的车轴。”数百年来，劳斯莱斯非常重视信誉，不仅严格制造每辆车，而且还严格控制产量。因此，劳斯莱斯是世界上最骄傲的极品车，不仅是总产量最少的名车，而且不是有钱就可买到。不只是平民百姓，甚至连首相、大臣、元帅、大使、大财阀都不一定能与劳斯莱斯有缘。劳斯莱斯的经营策略似乎与经济原则相悖，从生产时间和生产数量上看，有“效率低下”之嫌。但正因为劳斯莱斯珍爱信誉，才能屹立百年不倒，成为大多数人梦想中追求的极品车。只要企业持久做到诚信，就能得到持续不断的巨大的诚信回报。百年企业代代传承诚信理念，得到了一代代人的尊敬和支持，在诚信大旗下，百年企业获得了令一般企业敬慕的成功。托马斯·爱迪生于1878年创立爱迪生电灯公司，该公司在1892年与汤姆森休斯顿电气公司合并成立了通用电气公司（GE）。1896年设立道·琼斯工业指数以来，GE是惟一至今仍在指数榜上的公司。杰克·韦尔奇认为诚信对GE的成功有着重要作用，在自传中写到：“我们没有警察，没有监狱。我们必须依靠我们员工的诚信，这是我们的第一道防线。”对客户的诚信首先反映在产品上，GE的产品一直是被公认的优质产品，GE自己也认为“推出的每一代新产品和服务水平都在提高”。韦尔奇强调质量能增加顾客满意度，提高顾客价值，帮助顾客成功……追求质量的惟一原因是使你的客户更具有竞争力。GE内部展开了规模庞大、具体细致的6Sigma计划。Sigma是测量100万次谨慎操作中所犯错误的计量单位，1Sigma表示68%的产品合格率，3Sigma表示99.7%的合格率，6Sigma表示99.999997%的合格率。大多数公司只能达到3Sigma，/百考

试题/收集/要提高到6Sigma需花很大的成本。但是这样做无疑能提高客户的满意程度，维护GE产品的信誉。GE设立绿腰带、黑腰带、黑腰带师三个“武士阶层”来推行质量管理，不同“腰带”代表参加了不同6Sigma统计学培训的经理。最优秀的人才能成为“黑腰带”，在公司受到重视。甚至公司的文件明确指出，要提拔的人才必须经过绿腰带或黑腰带的培训。没有质量观念、不注意质量的人很难留在公司。对客户的诚信还反映在服务上，GE要求不断向客户提供更好的服务。通用资本抵押公司一年要接听30万个客户电话，人不在时使用留言和回叫，保证所有的电话都能回复。但是GE仍不满意，认真分析了系统、流程、设备、布局及人员后进行改进，达到99%的客户在第一次拨打电话时就能与员工通话。GE最早是以第二产业为主的公司，但一直强调保证售后服务。当全球服务业兴起的时候，GE在其优秀的服务理念基础上顺利发展了第三产业，实现从工业产品向服务业产品“无缝过渡”。目前，服务、金融和保险等部门已成为GE支柱性部门。GE是世界上最具有价值的公司，也是世界上最大的多元化服务性公司。GE的成就主要来自于他们的第一道防线诚信。飞利浦认为拥有一流的产品并不等于拥有市场，还必须有一流的服务，他们的口号是“质量第一，顾客至上”。为了提高服务质量，飞利浦在全世界开展“关心顾客”活动，不只强调售后服务，还加强售前服务和售中服务，主动为顾客提供相关的信息和咨询，并一直在世界各地增加咨询中心。在美国有48家飞利浦家电维修中心，每年要接听60万次的电话咨询。飞利浦还在美国宣称：只要因质量问题将产品送回修理，不管是否在保修期内，都会支付给顾客一笔赔偿金。并且

在美国的家电维修中心是24小时工作，试图在第一时间为消费者解决问题。飞利浦是中国最大的五个消费电子品牌之一，在2001年被评为“家电维修服务消费者十大最满意品牌之一”（是此次中央电视台举办的评比中惟一获奖的外商品牌），在2002年被评为“中国最受赞赏的外商投资企业”。飞利浦在2002年的世界500强中排名第143位，当年营业收入高达289.595亿美元。无论是从实力还是信誉，/百考试题/收集/飞利浦都做到了世界领先。百年企业都无一例外地非常看重诚信，这是他们上百年的经营经验总结只有诚信才能为企业带来丰厚的利润，只有诚信才能让企业长久地生存。“诚信”作为一条经营真理正受到人们重视，并被广泛地运用到经营实践中。最能体现一个企业诚信度的领域，一般集中在产品、服务和合作方面。哈尔滨啤酒集团是中国四大专业啤酒生产企业之一，以超百万吨的生产能力牢牢占据中国东北市场。哈啤连续多年被评为国家级、省级、市级“重合同守信用”企业。1997年，哈尔滨啤酒被评为中国食品行业名牌产品，当选全国消费者心中十佳理想品牌；2002年，哈尔滨啤酒进一步被评为中国名牌产品。“老老实实做人，规规矩矩酿酒”是哈啤传承百年的“训诫”。哈啤追求产品“零缺陷”管理，全力打造“四品”：一是品质，保证产品质量上好稳定；二是品级，保证品级高，优质优价，包装好；三是品位，赋予文化内涵，同时体现历史悠久和科学酿造；四是品德，将哈啤的诚实做人做事、敬业创新、拼搏进取、敢于竞争和团队合作五大精神融入产品。哈啤的质量方针是让每一瓶啤酒都使顾客满意。哈啤日产几百万瓶，/百考试题/收集/一瓶不合格酒也许是百万分之一的失误，但到了消费者手中

就会成为百分之百的失误。为了追求顾客百分之百的满意，哈啤投入巨资引入世界上最先进的啤酒生产和检测设备，率先在中国业内实现生产管理的微机化和生产过程自动化，并是我国首家做到在每条生产线上同时安装光检机、喷码机的企业。公司还编制《质量手册》，使质量管理更具体明确。在生产线上实行一票否决制，严格控制质量。哈啤通过全程质量管理保证酒的质量上好稳定，使各项指标均达到100%的合格率。哈啤靠诚信走过了百年风雨，哈啤集团内部经常听到的一句话是：竞争对手并不可怕，可怕的是对顾客失去诚信。哈尔滨啤酒集团执行主席李文涛说：“哈啤的百年历史是漫长的，同时又是艰辛的。历史告诉我们，要做长寿企业，必须讲求诚信。因为，市场经济是法制经济，是信用经济。只有遵循这一规则，企业才能永续经营。”

"#F8F8F8" 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)