

Y 948736

分类号 _____ 密级 _____

U D C _____ 编号 _____

学 位 论 文

企业环境责任的伦理考量

The Ethical Evaluations and Analysis of the Environmental Responsibilities of Enterprises

胡 小 星

指导教师姓名：曾建平

江西师范大学政法学院

申请学位级别：硕 士

专业名称：伦理学

论文提交日期：2006年4月

论文答辩日期：2006年5月 日

学位授予单位和日期：江西师范大学

2006年 月 日

答辩委员会主席： _____

评阅人： _____

二〇〇六年四月

内 容 摘 要

紧随工业社会步伐，环境问题也越来越引起人们的关注。南极冰层变薄、臭氧层穿洞、酸雨与沙尘暴的增多，全球性的水危机等等由人类造成的环境问题，使我们在现实面前不得不进行深刻的反思。谁是肇事者？谁应该承担责任？是国家还是政府，是人类自身还是科技使然？本文试图对作为社会重要组成部分、社会最基本经济单位——企业的环境责任问题进行伦理上的考量。

文章首先从环境状况的现实和理论对现实的追问两个方面凸显当前企业承担环境责任问题的重要性和紧迫性。为了更清楚的认识企业的环境责任问题，接下来笔者对企业环境责任的内涵进行了全面的阐述，认为，企业环境责任包括企业的内在环境责任和外在环境责任两方面，这是企业承担环境责任的两个重要缘由，也是对企业承担环境责任伦理考量的根基。

在明晰企业环境责任的三层次——企业环境经济责任、企业环境法律责任、企业环境道德责任和细化企业（生产型企业、销售型企业）环境责任的环节基础上，笔者认为，对企业环境责任承担上的不一致意见的主要根源在于内在的认识根源和外部的制度根源。通过对企业经济行为的道德分析和道德行为的经济分析，明示企业环境责任问题的经济学特征和伦理性缘由，认识到，企业承担环境责任并不存在着两难困境。

在解决以上问题的基础上，文章的第三部分，笔者通过价值层面和实践层面两个角度，推导出企业能够从价值角度认识到承担道德责任的重要性和必要性，从实践角度证实企业遵循生态伦理道德规范的迫在眉睫，最后呼吁企业、政府、国家、社会、全人类为建设人与自然的和谐明天而努力。

关键词：企业 企业环境责任 责任伦理 伦理责任 伦理意蕴

Abstract

With the development of industry society, the environmental problems have aroused more and more attentions. Facing the problems of thinning ice floor in South Pole, acid rains, sandstorms, water crisis, etc. we must think profoundly. Who should be responsible for this, the country or the government, the human beings or the technologies? In this thesis we are going to give ethical evaluations and analysis of the environmental responsibilities of enterprises.

There are great importance and pressure in the environmental responsibilities of enterprises in the realities. We first fully expatiates the connotation of the environmental responsibilities of enterprises and consider that the environmental responsibilities of enterprises include inner responsibility and outer responsibility. This is the main cause of the environmental responsibilities of enterprises. Moreover, it is the basic of our evaluations and analysis.

In the environmental responsibilities of enterprises, there are three parts: economic responsibility, law responsibility, moral responsibility. With the moral and economic analysis of the morals and activities, we find no dilemmas of the environmental responsibilities of enterprises.

In the third part of the thesis, we believe that enterprises should realize the importance and necessity of the environmental responsibilities from the views of values and practice. We call on enterprises, governments, counties, even all the human beings to work hard for building a harmonious world of men and nature.

Key words: enterprises environmental responsibilities of enterprises
responsible ethics ethical responsibility ethical connotation

前言

20 世纪是全球问题勃生的世纪。和平问题、发展问题、人口问题、生态环境问题等等犹如达摩克利斯剑垂悬在世人眼前。进入新世纪, 这些问题凸显所引发的后果迫使人不得不对过去的生产方式和行为进行全方位的反思。哈丁(G. Hardin)就曾用一段忧伤的文字描述过“公共土地的灾难”: 那些为自己的眼前的私利而忙碌的个人及他们的公司, 是如何逐渐地共同摧毁了公共领域——“公共土地”; 包括其邻居、乡村、空气、水、土壤、森林和资源。他们因摧毁了自己赖以生存的环境而遭灭顶之灾。¹

的确, 人类在进入工业社会以来, 由于对资源的消耗和废弃物的排放急剧增长, 自然资源被大量掠夺性开采, 企业大量的工业废气、废水、废渣直接向大自然排放, 从而导致了酸雨、臭氧层破坏、突发性环境污染事故以及大规模的生态破坏, 严重地危害到人们的生活、健康、生命安全乃至人类的生存发展机会。虽然社会成本不会在公司或个人的账簿上体现出来, 使得企业和社会向空气、水、土壤中排放污染物无异于免费排污。但是, 正如怀特海所言, 一个进步社会的商业, “在考虑终极目标时, 环境的内在价值是必须要充分估计进去的。”²因此, 为了保证不使生态环境遭到严重的或不可挽回的损害, 联合国人类环境会议于 1972 年 6 月向世界庄严宣布: “必须制止在排除有毒物质或其它物质以及散热时其数量或集中程度超过环境能使之无害的能力, 应该支持各国人民反对污染的正义斗争。”可见, 企业的环境责任问题, 并不仅仅是企业组织的内部问题, 它涉及到人类共同的利益, 无论我们是站在“人类中心主义论”角度或是“自然中心主义”的角度来看, 对企业进行伦理的环境责任考虑都成为了一种现实和必需。

第 1 章 企业环境责任问题

工业社会给人类带来了丰富的物质产品和财富, 随着各国工业化进程的不断推进、深入, 人类创造了前所未有的财富能源, 但同时也带来了整个世界的“大变色”——青山绿野逐渐成了黄色沙漠的同盟军; 绿水逐渐浑浊, 增添了淡黑或暗黄的忧郁……人们慢慢觉察到环境的变化, 对环境的保护也由靠单纯的道德习惯、简单规范到运用法律, 环境保护日益成为全球性问题。

1. 1 企业环境责任问题的凸显

企业环境责任是指企业在生产、销售等环节中贯彻的清洁生产、合理利用资源、防污治污原则, 在提高自身经济利益的同时维护和促进生态平衡的责任

与义务。拓展开来说，企业环境责任就是企业对社会乃至对世界所应承担的保护环境的责任与义务。其问题的凸显主要表现在两个方面：

1. 1. 1 环境状况的现实

环境问题是伴随人类的出现而产生的，古已有之，但先前不称为环境危机，因为那时自然环境的自我净化能力未被破坏。进入 20 世纪，自然已无法再自我更新、自我平衡、自我持续了，大量的环境问题如雨后春笋般，纷纷地涌现出来。企业在其中扮演了重要的角色，而近二十多年的污染事件及公害事件更是把众人的注目点引领到企业不规范行为上。因此，在看到企业推动社会、经济发展的同时，我们也要看到企业这样一个以盈利为目的、追求利益最大化的组织的消极影响。

1992 年，关于“水与环境”的都柏林会议最后得出令人忧虑的结论：经过一代人左右的过份用水和不顾一切地排放工业污水和城市垃圾，世界主要江河的情况令人震惊，全世界 1/3 的沿海地区（在欧洲是 80%）遭到破坏。海洋污染严重威胁到海洋中的二十多万种生物的安全。全世界的企业的烟囱每年向大气排放的二氧化硫 1.6 亿吨，氮氧化物 5000 多万吨，这是酸雨形成的罪魁祸首。全世界的企业一年生产和使用氟里昂约 100 多万吨（1980 年），约有 55 万吨上升到高空，造成臭氧层破坏。全世界每年排放二氧化碳 200 亿吨，其中大多数是企业消耗能源排放的，造成地球的温室效应，被认为是人类生存困境的头号环境问题。当今世界重大的八起公害事件即马斯河谷烟雾事件（1930，比利时），洛杉矶化学烟雾事件（20 世纪 40—50 年代，美国），伦敦烟雾事件（1952，英国），水俣病事件（20 世纪 50—60 年代，日本），四日市哮喘事件（20 世纪 50 年代，日本），痛痛病事件（1955，日本），米糠油事件（1968，日本）博帕尔毒气泄漏事件（1984，印度），切尔诺贝利事件（1986，苏联）中，有五件属于大气污染，三件属于水体及毒物污染，它们的发生均与企业的工业生产有关，造成了全球性的环境问题和生态破坏。20 世纪 90 年代中期，我国沙尘暴次数增多且危害加大，土地荒漠加重，淮河、海河、辽河污染严重，黄河生命河也遭破坏。造成这些现象的一个重要原因也是因为企业的非法、超量排污等违规行为。³企业在环境破坏中起着个体无可匹敌的作用，要解决环境问题就必须关注企业行为及其责任。

1. 1. 2 理论对现实的追问

从理论层面来看，环境伦理学、责任伦理学的产生将追究一切与环境有关的行为的责任，显然，企业行为难咎其责。自 20 世纪 60 年代以来，伴随着生态危机的日益加深，环境问题已受到越来越多的关注，环境保护也已成为世界上绝大多数人所认同。尽管人们基于不同的理由，抱有不同的信念，但是目的只

有一个——保护环境。美国科罗拉多州立大学教授，国际著名环境伦理学家霍尔姆斯·罗尔斯顿的《环境伦理学：大自然的价值以及人对大自然的义务》一书，引起了全世界人民对环境问题的关注和前所未有的思考，对企业的经济活动提出了伦理的规约，规范其生产行为和消费行为，提出了生产行为主体——企业应具备的伦理准则。至于责任伦理，在当代西方社会科学家、现代文化比较研究的先驱人物马克斯·韦伯（1864—1920）看来，“只有对行动结果承担责任，即使是在战争中失败了，也要考虑对未来的责任，“任何其它做法都是有失尊严的”。‘韦伯所说的“责任伦理”主要是指一种事先的行为选择，是自我的选择甚至斗争，和事后的对他人的动机论和效果论的评价不同，履行“责任伦理”最重要的就是要顾及后果或至少可预知。’作为企业来讲，同样，其必须对自身行动结果负责任，我们承认，企业在奉行“自我利益最大化”或“福利最大化”原则前提下，其必将以追求经济效益为主要目标，按照经济规律运行，这也是无可非议的，但是，“如果企业把自己利益实现的过程看成是一个独立于社会公众、对立于竞争对手的利益生产过程，或把自己的利益凌驾于公众或其它组织之上，那么‘自我利益最大化原则’就蜕变为一种利己主义原则。”‘这样，企业的人员获得了自己的利益最大化，却损害了企业以外的人和社会的利益，按照韦伯的说法，没有考虑对未来的责任，“任何其它做法都是有失尊严的”，对他人、自然和社会来说都是不公正的。企业缺失环境和责任伦理观念，它将难以认识到作为社会的一个“细胞”，它在社会当中的作用和地位，必将导致其环境责任的冷漠。随着环境伦理和责任伦理的出现，以及研究的深入和发展，我们对企业行为提出了更合理的要求和规范，辩明了企业行为与环境影响之间的关系，对环境保护应该具有十分重要的意义。

1. 2 企业环境责任的内涵、层次及环节

为了更好的认识企业环境责任问题产生的原因和深层的背景，接下来我们有必要分析清楚企业环境责任的内涵、层次及各个环节。

1. 2. 1 责任的内涵

责任一词在日常生活中经常与义务相对应而存在，二者有一定的相通性和互补性，可从两词的具体意思看出。现代汉语词典解释责任为：①分内应做的事，如尽责任；②没有做好分内应做的事，因而应当承担的过失，如追究责任。其对义务释为：①公民或法人按法律规定应尽的责任，例如服兵役（跟“权利”相对）；②道德上应尽的责任；③不要报酬的，如义务劳动、义务演出。从这儿可以看出，责任可对义务作解释，义务的含义更深远、宽泛，义务不仅包括法律上的要求，也包括道德上的要求，责任更强调为所做行为承担后果。

1. 2. 2 企业环境责任的内涵

企业作为以盈利为目的经营组织，必然要实现经济利益最大化的，这是无可非议的。但是随着工业化、城市化，以及科学技术的发展，人类在经济发展的数量和规模都取得了前所未有的物质财富的同时，企业过度地消耗资源、能源，向自然排泄大量的污染物和废弃物，破坏了生态平衡和人类赖以生存发展的地球环境，使人类面临着一系列重大的全球性生态环境问题。英国著名生态学爱德华·戈德史密斯认为：“全球的生态环境恶化可喻为第三次世界大战。由于这场大战，大自然在崩溃，在衰亡，其速度之快已到了这种程度：如果让这种趋势继续发展，自然界将很快失去供养人类的能力。”⁷因此，企业在充分享受自由（大自然赋予的自然资源）的同时，还必须承担环境保护的责任。

企业环境责任的内涵具有两个方面的内容，第一是企业的内在环境责任，即企业在利用自然资源进行生产时就直接负有保护环境的责任，这是企业的第一环境责任，它源于企业在生产产品的同时，也在制造垃圾。在企业的生产过程中，在坚持经济效益与社会效益统一的同时，不仅要在生产经营中更合理地配置、利用资源，清洁生产，更少地产生污染，逐步走上绿色航线，有责任、有意识地开发更清洁、更节能、少污染的绿色产品，引导消费，强化自身的道德意识，培养员工奉献精神 and 环保意识，并尽自己所能对生产过程中产生的污染和废物进行处理，回收利用再予以排放；在产品使用之后对可能对环境产生污染的废品进行回收、处理以确保环境不受污染、破坏，真正保护自然的权利，发挥自然资源的巨大潜力和再生能力的话，那么这就意味着企业信守了第一责任，认识到自己的行为是会影响到自然状况的。反之，企业如果在这方面的自觉性不够，不能在生产、分配、交换、消费各个环节意识到自然的权利和人类共同利益，表明企业只认识到自己的行为是唯利是图的，那么这将成为企业造成破坏环境的根本缘由。正如普拉利所言，企业环境责任是企业理应承担的责任，不论企业的排污与治理是合法还是非法。“也就是说，人们不应该只看到行为的结果，而是要看行为本身是否合适。”“道德行为并不是让其符合道德义务，而应该是出于一种道德义务感来做出恰当的行为。最好的动机便是履行义务的意愿。”⁸即评价企业行为是否具有正当性，不应仅仅考虑行为的结果，而应从企业发出这一行为的动机、从行为本身是否符合道义等角度来考查。

第二是企业的外在环境责任，即企业在遵守市场规则之外，如同自然人一样，负有保护环境的责任，这是企业的第二环境责任。它来源于企业享有了环境资源的权利。也就是说，尽管企业是从事商品生产、经营或服务活动，创造商品使用价值和价值的独立核算、自负盈亏的法人单位，以提高经济效益，实现最大化利润为目标。但这并不是企业的惟一目标，企业并非除此之外就毫无存在意义，企业同时还是一个社会组织，是社会的一员，必须自觉、主动为社

会做一些事情。即企业必须承担一定的社会责任。企业的社会责任是企业在追求利润最大化的同时考虑利益相关者而承担起的维护和促进社会全面与长远利益的义务和责任。企业的社会责任可概括为多个方面，其基本观点第一是把企业的社会责任表述为对股东、雇员、消费者、政府、小区和环境六方面的责任；另一种观点是企业社会责任包括对消费者、供应者、竞争者、政府与小区、员工和全社会的责任。这两种分法基本相似，从这两种分法中均可看出企业环境责任已囊括其中。

能够承担第一责任的企业当然是具有环境伦理理念的，但是，能够承担第二责任的企业才是有社会责任感的。正如同自然人一样，只遵纪守法、遵守社会公德，他是一个合格的公民，但却不一定是高尚的、道德的；只有能够超越自己的自然人，才能担负起道义的职责。可是要使企业认识到它如同自然人一样，负有保护环境的责任，更具有道义，不是一件容易的事情，但却是极其重要的。为什么这样说呢？因为“那些所谓正当的商业行为所带来的环境问题，初看起来似乎是司空见惯的、与道德无关的；但恰恰是这些行为涉及到了深层的伦理问题：什么是商业中的公正。”⁹企业承担环境责任问题，涉及到如何协调私人利益与公共的善，具有伦理向度的特征。

罗尔斯顿在阐述企业的伦理行为原则时说：“企业应该最大限度地实现非消费性的善，因为从另一种意义上说，消费又是一种浪费，是对物品的低效率利用；要最大限度地回收利用，从一个角度看，最大限度地促进回收利用只是一个与方便和效率有关的问题，但从另一个角度看，它也是一种道德关怀；要把大自然首先看成是一个共同体，其次才是一个物品，因为大自然是一个最大的公司，一个联合公司，在生态的意义上，人必须适应这个公司，在道德的意义上，人应当适应这个公司；还应估算那些与你公司没有业务往来的人所遭受的损失，因为这些损失有可能会转移到其它人或其它国家。”¹⁰这样，企业就不是一个单纯的个体了，企业的行为也不仅仅是单纯的个体行为，它已具有复杂的社会性，并且影响到当代人与下代人的利益协调，影响到国与国之间的关系调整等。如果企业不能够认识到本身行为的社会性，把自身孤立在社会义务之外，企业影响环境好转就不可能实现。

综上所述，我们看到，企业环境责任是责任与义务的结合体，它表明，企业环境责任是企业经济利益与环境保护的统一，是企业自身责任和社会责任的统一。

1. 2. 3 企业环境责任的层次

市场经济是发达的商品经济，市场经济活动的根本前提是社会经济活动普遍主体的存在，涉及到各个主体的相互关系，就必然牵涉到各个主体的利益，

企业作为从事生产经营服务的社会性协作组织，也必然会与其它对象发生关系。我们知道，从环境责任这个角度来看企业的话，企业本身就具有了伦理意识、有其自身的伦理原则和规范。而与意识、原则和规范产生相互关系的内容是什么呢？这里应该包括基本的三个层次，即企业环境经济责任、企业环境法律责任、企业环境道德责任。正如约翰·施狄那和乔治·施狄那所言：“企业社会责任的扩大，可以用三个同心责任圈来说明，最里圈包括明确的有效履行经济制度的策略，中间圈包括在执行这种经济制度时对社会价值观和优先权所采取的积极态度的责任，最外圈包括新出现的还不明确的。”显然，它表明企业环境责任必须具备这三个方面。首先，我们来看一下企业的环境经济责任。

在亚当·斯密看来，经济人除了追求他自己的利益和他自己的最大满足，他并不关心他人的利益，他人的处境是否值得同情，“我们期待的晚餐，并不来自于屠夫、酿酒家或面包师的仁慈，而是来自于他们对自身利益的考虑，我们不要诉诸他们的仁慈，而要诉诸他们的自爱，我们从不跟他们谈及我们的需要，而只是谈及他们的利益”。¹¹ 追求自我利益最大化的经济人，在追求利益最大化的同时，必然要考虑利益的长久获得，为了达到他的目的，他就需要计算怎样的行动才能最为有效地达到自己的目的，因而企业必须从经济角度考虑如何充分地、合理地利用资源，节约使用，如何积极开发新能源，要考虑到“作面向未来的长远考虑”和“必须兼顾经济效益和环境效益”，“把保护环境作为企业行为的道德底线”，¹²

实际上，企业的环境经济责任就是企业履行环境责任的现实活动，也就是企业得以生存的经济活动。在绿色浪潮兴起以来，人类正在实现农业革命和工业革命之后的第三次产业革命——产业生态化，一个包括生态工业、生态农业、生态林业、生态牧业、生态渔业等在内的生态化产业体系正在形成。数据表明，20世纪90年代初，全球的生态产业市场额已达到2000亿美元，预计到2000年可达到3000亿美元，由生态产业主导的生态经济正在成为人类生产发展的新方向，任何企业不可能不踏上绿色经济大船。同时，企业还可以通过采取合理的环境管理行为降低原材料用量、节约资源，减少成本，树立良好的企业形象。所以说，‘经济人’所谓的最大化行为也只能在特定的制度环境约束下才能发挥效用，在保护环境、合理利用资源的基础上考虑资源的有限性应当成为企业社会承担的重要部分，即承担环境责任”。¹³企业在绿色经济活动中的行为，正表明了企业的环境道义，使企业真正履行企业促进生产力的发展和社会的进步同时，又使经济效益和环境效益达到真正的统一。

同时，完善的法律体制也是合理配置资源的重要前提。资源能否优化配置，能否合理利用看似仅是一个经济问题，但其实内涵着丰富的伦理意蕴。因为，

资源有可再生和不可再生之分，一个企业对不可再生资源的使用越多，留下来的资源就急剧减少；一个企业浪费了它本不需要的资源，就是对其他人资源利用的非法占有。企业成为了最大利益的获得者，却损害了其他人的、社会的和子孙后代的利益，其行为就是不公正的。怀特海曾说过：“一个伟大的社会，应是商人高度重视其行为的社会影响的社会。”“要求企业承担环境法律责任，就是要求企业重视其行为的社会影响，把企业承担环境责任的义务贯穿于法律之中，用法来保障其信守承诺。企业环境法律责任具有强制性、非排斥性，不可转移与不可替代性，有偿性等特点。在欧洲一些国家，企业内部在进行生产手机时，可能符合了劳工和环保的条件，但是它大批量的手机更新换代却对环境极为不利，因此，现在欧盟的法律就要求 IT 和家电产品的生产者应该对最终的垃圾处置包括使用过的产品回收承担法律责任。只要企业真正履行了环境法律责任，社会就会报之以企业知名度、销售量和可持续发展的支持力，自然就会馈之以源源不断的资源和优美的生产经营环境。企业的道义行为会受到社会及自然不可限量的回报，这是企业一般性的行为所换取不到的。因此，企业履行其环境法律责任是必需的。但我们应该注意到，企业履行环境法律责任，是一种外在的、由社会制度规定的、企业不得不为之的责任，缺失这种责任或者不完全履行这种责任，它都必然受到外在的制裁，也就是说，不管企业是否自觉地认识到这种责任的重要性，它都必须服从。

因此，我们认为，企业环境法律责任只是划定了底线伦理，要想企业全心全意承担环境责任还得提升到企业的环境道德责任。

企业承担环境道德责任，是企业在生产经营及其它活动中所应承担的保护环境的责任和义务。道德责任作为一种责任承担方式，以道德情感和评价为基础，依靠精神上的自制力，主动对自己的过错或过失行为承担不利后果，表现为行为主体对责任的自觉认识和行为上的自愿选择。企业环境道德责任同样具有自觉、自愿性，承担范围的不确定性，实践方式的多样性等特点。它表现为企业中每个人都要为他所做的工作承担道德上的责任，同时也可能要其他人为自己的工作承担相应的道德责任，或为其他人的工作承担相应的道德责任，故承担范围具有不确定性；从实践方式上看，企业的经济活动必然包括生产、分配、交换、消费各个环节，从企业的生产环节来考察，企业的生产基础来自自然，来自社会，其所需的一些能源直接源于自然，从企业的消费环节来说，企业要实现腾飞就必须面对广大消费者，审视自身生产产品是否与市场需求一致，生产绿色商品，开发新产品来面对消费者的需求，发展循环经济。这样，企业与自然、企业与社会就结成了各种各样的利益关系，企业只有真正开展生态行为，实行绿色经济才可真正实现可持续发展。

通过以上分析,企业环境道德责任必然是一种由企业自觉、自愿意识构成的内在的、企业主动追求的的责任,这种责任与企业的环境法律责任比较,是需他者的鞭策而由企业自愿自由地承担的。基于此前提下的企业履行环境道德责任,表明企业已经达到一种区别于企业环境经济责任和企业环境法律责任的境界,当然这种境界是需要企业在利益和责任之间进行长期磨合、长期斗争中才能形成的。因为在企业是否具有其它责任(除获取最大经济利益外)这个命题,存在着“或者道德或者利益,二者不可兼容”这样一个前提,因此它们认为,企业一旦放弃利益,企业就无法生存,实际上,在承担环境责任和赢利之间,并不存在你死我活的这个假设,前文对绿色经济的分析已充分证明,第二部分会重点阐述这个问题。

综上所述可以看出,企业环境道德责任的实现是企业环境经济责任和企业环境法律责任能否完全实现的前提,是联系企业环境经济责任和企业环境法律责任的一个纽带。企业没有正确地理解时代和社会价值的目标,就不能正确认识到保护环境的重要,在道德责任与价值取向上不一致,即使它能够认识到履行环境保护对它的重要,即使有法律的强制作用,它也可能像马克思在资本论中引托·约·登宁《工联和罢工》(1860年伦敦版第35、35页)所言:“一旦有适当的利润,资本就胆大起来。如果有10%的利润,它就保证到处被使用;有20%的利润,它就活跃起来;有50%的利润,它就铤而走险;为了100%的利润,它就敢践踏一切人间法律;有300%的利润,它就敢犯任何罪行,甚至冒绞首的危险。”¹⁵从而,“欲念的不加节制就一定会造成我们无法避免的损害。”¹⁶“这必将损害企业的长远利益,影响企业环境经济责任和法律责任的实现。”

另外,相对于企业环境经济责任和企业环境法律责任来说,企业环境道德责任具有选择上的两难性。因为在道德选择中存在着最大的善和最小的恶,企业做出的道德抉择,常常不可能是绝对地和一目了然地正确或错误,这就需要企业管理人员在综合考虑其经济责任和法律责任基础上来决定何者优先——是选择最大的善还是选择最小的恶。如果企业能够由道德上的“他律”上升为“自律”——道德责任的内化,那么作为道德自律性最集中体现的道德良心将起着重要的“内心道德法庭”的作用,约束着道德主体的行为,从而保证企业责任与规范性企业活动的一致,企业公共义务和企业责任的一致,共同服务于企业环境责任的实现;如果说企业考虑环境经济责任和环境法律责任,这都含有为己私利的话,而履行环境道德责任,就是一种“由自爱而产生的对他人的爱,是人类道德的正义的本原”。¹⁷那么,企业环境道德责任的实现与企业环境经济责任、法律责任将得到最大的统一。

1. 2. 4 企业环境责任的环节

明确企业环境责任的各个层次，是为了更好地践履企业环境责任的各个环节，以保证行为的有效性和最大利益。简单来说，企业的类型可以分为生产型企业 and 销售型企业两种。考虑生产型企业的环境责任，它的环节涉及到企业从诞生到产品出厂的全过程。销售型企业，其环节主要就是从产品的包装到销售的全过程。下面我们具体分析两类企业各个环节的环境责任问题。

（一）生产型企业

考虑生产型企业，首先必须考察的第一个环节就是企业的产生。企业的生产过程承担环境责任就是要求企业做到“生产前的防范”，也就是说企业在选定地理位置、修建厂房和宿舍之前，应当根据企业的性质与特点及自身意识考虑到企业的这些行为及企业今后的生产经营活动可能对本地区的居民和环境所造成的影响或危害性，企业要尽自己所能在施工和生产经营活动过程中把影响和危害降到最低点。企业生产前的防范，使企业与公众和自然建立了良好的关系，它不仅仅是要求企业对它周围的事物和人加以考虑，更是企业本身自身利益实现的基础。

在产品的生产环节，生产型企业由于具有采购的原材料及零部件面大而广等特点，因此企业应该注意到生产中的伦理问题，即要求企业不但要考虑如何使资源最大化的利用，减少对环境的污染，减少废气和废物等污染物的排放，而且企业生产的产品更应符合消费者的真实需求，应当有益于生态资源和环境的保护。

企业为了降低生产成本，一般都会注意到节约利用资源，并按照消费者的需求进行生产，却有可能忽视生态资源和环境的保护。近年来，许多房地产商竞相建造高档别墅以求获取暴利，结果导致豪华别墅生产过剩，造成社会土地资源的大量浪费。有数据显示，在美国，平均每个公民消耗 9.6 公顷土地，加拿大每个公民消耗 7.2 公顷，欧盟国家每个公民消耗 4.5 公顷，而这一数据远远高于地球的平均数 1.4 公顷的水平。再比如，造纸行业，它是一个产量大、用水多、污染严重的轻工业，造纸工业的废水若未经不效处理而排入江河中，废水中的有机物质发酵、氧化、分解，消耗水是的氧气，使鱼类、贝类等水生生物缺氧致死。造纸废水使河水浊黑、恶臭，水草不生，鱼虾灭迹，蚊蝇丛生，蛆虫遍地，严重威胁沿岸居民的身体健康，造成痢疾、肠炎、疥疮等疾病盛行，同时，还不利于农田灌溉和人畜饮水。企业尽管获得了可观的经济利润，却损害了自然和他人利益。因此，要求企业产品生产完以后，企业应对在这一生产过程中产生的污染物和废物进行再处理，清洁厂区及周边环境，对已造成的对环境的污染和破坏进行修复，改善环境状况；同时对产品使用后形成的不易销毁和可能对环境及人的安全、健康造成危害的废品进行回收利用和技术处理，

避免废品乱弃对人的生产生活安全和环境带来不利和威胁。倡导建立阳光经济，以生态伦理思想指导企业进行生产，为企业主体更好地承担其环境责任所必须制订的生产经营行为准则指明方向。

（二）销售型企业

对于销售型企业来说，承担环境责任的环节比较复杂，但总体说来，就是要求企业销售的产品，无论是从消费者消费的数量还是消费的质量来说，都不能够对自然和人类造成危害。按照 1994 年联合国环境规划署的看法，就是建立“可持续消费”。它在《可持续消费的政策因素》中提出，可持续消费是“提供服务以及相关产品以满足人类的基本需求，提高生活质量，同时使自然资源和有毒材料的使用量减少，使服务或产品的生命周期中所产生的废物和污染最少，从而不危及后代的需求”。¹⁹要做到可持续性消费，销售型企业必须注意以下环节：

其一，从产品的包装环节来看，为了产品的形象，呼吁和提倡注重包装，这无可非议，但是现在产品的包装问题却引起了我们广大的关注。销售型企业为了更好的实现产品利益的最终获得，对产品进行精美的包装，但过度包装消费问题却也随之而生。据相关部门统计，单是北京市每年产生的近 300 万吨垃圾中，各种商品的包装物就约有 83 万吨，其中 60 万吨为可减少的过度包装物。在全国每年的城市固体废物中，包装物占到了 30%。全国每年平均生产衬衫 12 亿件，包装盒用纸量就达 24 万吨，相当于砍掉了 168 万棵碗口粗的树。每生产 1000 万个纸盒月饼，包装耗材就需砍伐 400 棵到 600 棵直径在 10 厘米以上的树木。过度包装已经对环境保护构成威胁，同时造成了资源的严重浪费。而消费者需要的只是产品本身，不是只具有一次性使用价值的包装，销售型企业应该树立绿色包装意识。同时，由于包装的精美而使得价格高昂的产品，在市场上也会出现“一个愿打，一个愿挨”的情形，这似乎与伦理道德无关，但企业鼓励这样的奢侈消费，与当前我们国家的生产力水平是相悖的，是有损公众利益的。

其二，在产品储备和运输过程中，销售型企业应该注意到，第一，企业选择产品时应注意市场容量、成长性、市场教育成本与企业实力、政策环境、竞争空间和生产力等因素。储备的数量不能超过企业和市场的容量，销售型企业如果盲目的储备产品，而不考虑市场的需求或者对市场的需求估计失衡的话，将造成大量的产品积压，导致大量产品资源的无端浪费。第二，部分有毒的化学物质像氨气，氨气与空气混合达到一定比例（15—25）时，遇明火会爆炸，与硫酸和其他强有机酚聚合，会发生强烈过热反应和沸腾现象，不但对人体伤害，还会腐蚀塑料、橡胶制品等。氯气如果进入眼内，会导致永久性伤害或失明，

氯气吸入呼吸道，可造成鼻发痒、咽发干、咳嗽，严重者呼吸困难、胸痛等，因此，在储备的过程中，应该注意选择合适的地点，严禁储罐暂放置在院校、医院、居民区和人口稠密的地方，以免对其他人造成伤害。在运输的过程中，应该严格遵守运输规则，以免发生意外事故，给自然和社会造成不可挽回的损失。

其三，在广告宣传过程中，20世纪30年代就致力于研究“消费伦理”问题的马尔科姆·库利指出，不顾神圣性的新消费伦理在20年代末被广告所控制，它大肆鼓吹的是得过且过、享乐主义、自我表现、美的身体、异教主义、逃避社会义务、向往遥远国度的异域风情、培养生活情趣，使生活具有独特的格调。“通过广告、大众传媒和商品展陈技巧，消费文化动摇了原来商品的使用或产品意义的观念，并赋予其新的影像与记号，全面激发人们广泛的感觉联想和欲望”，以至消费者们感到，“消费不太像是自我的满足，而更像是令人愉快地履行社会责任”¹⁹这是一种扭曲了的消费道德观、价值观，受这种观念的影响，人们陶醉于满足感官刺激的过度消费，向往外在的物质享受，而忘却精神的追求。销售型企业这样的营销手段和策略，故意模糊、夸大、歪曲的表达，直接误导了消费者，它虽然可以使企业获得短期的丰厚效益，却也增加了消费者对企业的不信任，也必然使得有限的物质资源难以满足人们非理性的消费需求。

1.3 企业环境责任问题的根源

探讨企业环境责任问题的一个重要目的，就是要使企业认识到作为团体的个人与自然关系协调的重要性，摆脱由于人类对自然的索取与奉献的分离，利用与回报的割裂而使人类陷入的生存环境恶化、社会矛盾激化这个困境，实现环境公正。至今，无论是发达国家还是发展中国家，对企业是否要承担环境责任，企业是否有环境责任，仍然没有一致的意见，其原因既有包括因科学技术水准的落后等导致企业根本无法承担环境责任的客观原因外，也存在企业盲目追求利润最大化而过量开采资源等主观原因。在前文对企业环境责任内涵和层次及环节分析的基础上，我们发现，企业环境责任问题的根源主要是表现在以下几个方面：

1.3.1 认识根源

认识根源上的错误主要表现为：

（一）对人与自然关系的不当认识

企业不仅仅是一个以盈利为目的的经营组织，它也像人一样，具有特有的性格、质量、风度、阶层，同时企业也是人的企业，经营主体是人，管理的对象是人，服务的目标是人，优劣的评价还是由人进行。企业与自然的关系，也就体现着人与自然的关系。“人同自然界的关系直接就是人与人之间的关系，而

人和人之间的关系直接就是人同自然界的关系”。²⁰人与自然有怎样的和谐关系，人类社会就具有怎样的和谐度。事实证明，在对人与自然关系的理解上，我们从来都是以牺牲自然为代价的。原始社会人类对自然是采取获得性的转化利用方式，人类活动对自然界的破坏是微小的，容易被自然的自我恢复能力所抵消；农业社会则采取改造性的转化利用方式，人类活动对自然的破坏是局限性的；而工业社会走向了掠夺性的转化利用方式，这种方式为了人类的生存全然忽视了自然的生存。自然在个人和企业面前，只是满足自己生产和消费资料的生产之母，是个人和企业赢利的基础，没有把回报自然作为企业生产中的一个环节，作为企业的一种责任，而是一味的想尽办法使企业的成本外溢——企业利用自然资源进行生产，从中产生的废气废物等污染物均由自然环境无偿地承担下来，即由社会、人类未来承担下来，而这本应该由企业来承担，使收益内化——企业由于没有承担消耗自己的废气废物等污染物的成本，由生产所带来的利益没有减去这部分成本而全部被企业照单接受了。从这样的动机出发，企业经营者必然会想尽一切办法来降低成本，获取更多的自然资源和生产品。显然这是对人与自然关系的不当认识。尽管企业追求利润，这是一种合理的功利主义的价值取向，但是，“企业和政府一样，企业、公司在我们的生活中也起着重要的作用，对环境也有着重大的影响；一种伦理如果不能深入企业，就只会形同虚设。”²¹企业如果只是一味地征服自然，一味地向自然索取，且认为人类似乎已经达到控制自然、主宰自然的地位，向自然索取是天然的权利，而无需向自然回报的话，那么在改造自然、创造巨大的物质财富的同时，也是在透支着自己生存的权利和发展的空间。

（2）对各种利益关系的不当理解

首先，不能正确认识企业环境责任与企业经济效益之间的正相关关系。

企业活动对自然环境有着直接或间接的影响，尤其是现代工业的大力发展严重破坏了生态平衡，危害了公众正常的生产和生活，阻碍了经济和社会的和谐发展。“大多数研究结果表明，企业环保责任参与和经济效益之间存在一种正相关的关系。正相关的逻辑基础是社会参与为企业提供了大量利润，足以补偿其付出的成本。”²²也就是说虽然企业为承担环境责任付出一定的资金，但这些社会性的活动参与可帮助企业发现一些问题，寻找出最佳的生产模式，并在社会上树立良好形象，赢得声誉。这是一笔难得的财富。所以，企业应摆正经济效益与环境责任的位置，处理好二者的关系，以求得更大的发展。

其次，没能正确处理整体利益与局部利益、当前利益与长远利益的关系。

“企业经营行为的非道德性并非源于邪恶的目的，其根本原因只不过是经营者为了获取收益而忽视了其行为可能造成的种种后果。”²³即企业没有或没能

较好地履行环境责任并不是出于什么不好的动机，而是在一味追求利润最大化的情况下忽略了它。当然这并不是企业回避环境责任的原因，企业不想承担环境责任的真正原因是担心为此付出无止境的资金，员工利益和企业整体利益也就无法实现。表面看来，企业是为了追求员工及企业的最大利益而忽略了外部整体利益，实际上企业在这种情况下也根本不可能保障员工的最大利益，因为企业不当生产方式可能使员工处于不安全或不健康的生产与生活环境之下，且污染环境，造成不良的社会影响，企业在如此内外不利的形势下局部利益都实现不了，更不用说整体利益。同样，企业为了追求利润，急功近利，滥采、滥用资源，大量排放污染物和废物，严重破坏生态环境，导致生态环境逐渐失衡，影响了环境状况和企业的形象，阻碍了企业的可持续发展和社会的全面进步，使企业的当前利益与长远利益、局部利益与整体利益严正对抗。因此，企业应在增进宏观经济效益与社会效益的情况下提高自身的经济利益，既看到企业局部利益，又注重社会乃至世界的整体利益；既看到企业当前利益，又注重企业、社会以及子孙后代的长远利益。

(3) 环境责任意识不明确。

环境责任意识，是指作为主体的人对生存发展环境需求应有自觉认定，是人所特有的，人利用环境活动的反映。按照马克思的说法，“人是自然界的一部分”，个体在依赖、利用自然环境的过程中生存发展。正是在这个过程中，人作为能动的自然存在物，充分发挥主观能动性，从受制于自然到逐渐成为自然的主人，主体意识得以不断提高，“事实上，我们一天天地学会更加正确地理解自然规律，学会……”^①显然，环境责任意识是主体意识的不断升华的结果，是社会意识进步的体现。企业的环境责任意识，就是要求企业意识到，在利用自然资源进行生产时，必须遵循自然规律，合理利用自然资源，减少和杜绝环境污染，切实保护社会环境的持续存在和再生产的责任。

现今，一些企业对为什么要承担环境责任及承担怎样的环境责任尚不明确，长期以来一直被动地承担着环境责任，根本不知道如何主动、积极地去承担环境责任。通用汽车公司的著名经理威尔逊(C. E. Wilson)有句名言：“做对通用汽车公司有利的事，就是做对国家有利的事。”从环境责任的角度来看，这句话的错误是很明显的。同样，在中国，在贯彻以经济建设为中心的发展方针引导下，无论是国家还是企业，考虑的最多的是如何使经济指标有更大的增长，在对综合国力的评价中，忽视了人们行为对环境承载力的影响这个指标，绿色GDP的提出，无疑是对过去缺乏环境责任意识的重新思考。企业对环境和企业的责任意识，是企业能否在社会上立足的前提条件；企业对环境保护的重视和投入，是向社会表明企业的需求和公众内心需要的一致性。只有这样，企业才

能够被公众和社会所接受。再者，作为人类意识的一个方面，环境意识同样决定于客观实在，随着生态环境状况的变化而变化，并能动地作用于客观存在的生态环境。因此，只有更好地加强环境责任感和环境意识的培养，才能更好地实现经济和社会的可持续发展。

1. 3. 2 制度根源

(1) 政策法律制度的不健全

不管是发达国家还是不发达国家，在对企业环境责任的立法上，从立法的数量、质量与经济的发展要求来看，都还存有很大差距，是不完善的。

目前我国，对企业环境责任的界定还只是道义上的软约束，没有政策与法律上明确的硬规范，企业的环境管理体系还有待逐步完善。我国目前关于防污、排污、监管等等方面的外在法律规定虽然有相当一部分，比如环境监测的相关法律条文有《全国环境监测管理条例》、《环境保护设施竣工验收监测办法》、《工业污染源监测管理办法（暂行）》、《污染源监测管理办法》等等；环境监理的相关法律条文有《征收排污费暂行办法》、《环境监理工作暂行办法》等等；排污收费的相关法律条文有《污染源治理专项基金有偿使用暂行办法》等等；环保科技的相关法律条文有《中华人民共和国环境保护标准管理办法》、《国家环境保护最佳实用技术推广管理办法》、《环境工程设计证书管理办法》等等；但环境法律制度体系也存着许多问题，如：环境立法理念的偏差与专门环境公共危机法律的缺位，各个污染防治和资源保护法中环境公共危机法律制度的不可操作性和阶段局限性，现行环境法律制度体系的非连贯性以及具体制度贫乏等。²⁶使得企业在制度法律体系还不健全，外部经济制度又不合理的情况下，企业也有可能躲避政策法规的约束和制裁，难免会损害他人及社会的利益。

因此，要求企业内部必须也制定相应的环境规章制度，比如，业务行为准则（国际商用机器公司）；道德伦理与企业管理（雅高国际酒店集团）；热情服务（法国保险总公司）；十页注意（雷诺汽车公司）；优秀宪章（法国软件服务组织）；行动准则（拉法热建材公司、罗纳-普朗克化学医药公司、埃尔夫石油公司）；十项价值准则（布伊格建筑公司）等等，这些准则都有其法律内涵，但是从全球化和国际经济一体化的进程来看，仅仅是在少数发达国家如美国、日本、法国等的企业内部具备这些不完善的规章制度是不够的，而且企业是否具备完善的法律规章制度，起决定作用的也许是企业规模的大小，举例来说，在法国，企业越大，制定道德伦理规范比例也越高：20%的小企业没有任何道德伦理文件，而大企业只有5.17%没有。这就必然限制其它小型企业环境责任的承担。因此，无论是发达国家还是不发达国家都有责任和义务完善已有制度法规，建立一些新制度、新法律，以保证企业履行环境责任制度条件。

(2) 道德、舆论监督体系的不完善

在企业的经济行为过程当中，企业不仅仅是“经济人”和“社会人”，也是“道德人”，企业能够认识到竞争机制、价格机制的重要作用，但不一定能够认识到道德和社会舆论的作用。人们常说，法律是强制的道德，道德是柔性的法律，道德作为一种软调节方式“是有其反映现实社会状况及预测其历史趋势的认识功能的。它对现实社会的认识（反映），虽然是征兆性的和轮廓性的，不如科学的认识明晰、精确、严谨，但总可以为科学理论的探索提供广泛的信息和可靠的线索”，“它从现实利益关系的角度，特别是现实生活中个人对待社会整体利益和其它个人利益的态度的角度，去调节人们的各种社会活动和社会关系”。²⁶涉及社会整体利益和他人利益态度的关系和活动，都属于道德认识和调节功能的范围。企业的经济行为必然是一种涉及社会整体和他人利益的行为，只有把经济手段和法律手段的“硬调节”，与伦理道德这一理性杠杆的“软调节”有机地结合起来，形成一种“合力”，才能真正地优化资源配置，使市场经济健康有序地发展。”因此，对企业进行道德监督（或企业自身的道德监督）是必需的。企业承担环境责任时对企业进行道德监督，有利于企业更好地履行其社会职责，有利于企业更好地实现经济效益，协调企业和个人、企业与社会的关系。环保运动的兴起正好表明了企业社会价值观念的转变——即从追求经济增长转为追求环境、社会、经济目标有机结合的可持续发展，有利于道德、舆论监督体系的完善。

第 2 章 企业环境责任的伦理意蕴

通过对企业环境问题的认识，以及对它的内涵、层次及环节和根源的分析，对企业环境责任问题是否要进行伦理上的考虑，显然是肯定的。但要使企业真正认识到环境责任，履行环境责任，还需要加以更为理性的分析。前面的认识很大程度上只表明了一个直观的、经验的事实，尽管它们是“正确的东西”。然而，“单纯正确的东西还不是真实的东西”。²⁸下面，还要进一步确证企业环境责任的伦理意蕴。

2. 1 环境责任前提的伦理分析

2. 1. 1 责任的伦理意蕴

责任一词含义深远，运用广泛，既常见于生活，又是法学的一个重要概念，更是伦理学的一个核心概念和基本理论问题。责任是指由一个人或一个团体的

资格（包括作为人的资格和作为某种特定角色的资格）所赋予，并与此相适应的从事某些活动、完成某些任务以及承担相应后果的法律的和道德的要求。由此可知责任包括两个层面，即法律责任和道德责任。法律责任是由国家制定或认可的，具有强制性，是一种硬性责任，谁违反了就注定要受到制裁；道德责任则是在风俗习惯、社会舆论、公众生活逐渐约束形成，由人的良心帮助或督促完成。法律责任规定了人类行为的底线伦理，而道德责任引导人们的思维意识，催化人们的良心，提升人格魅力。现代社会的伦理是法律制度下的公共伦理、家庭伦理和个人伦理的融合，“它设定了人们基本的道德责任与义务，划定了社会的基准线，履行法律责任几乎就等同于履行道德责任，”“不过，法律责任只涉及到社会责任中的基本部分，而超越法律责任的区域仍然十分广阔。”²⁹所以除法律以外，责任亦需要道德的引导，要逐渐培养责任意识的养成。同时，责任的伦理内涵不是一成不变的，而是随着社会的发展和人们认识水平的提高而不断扩展的，应根据时代特点和具体情况作出责任选择。

2. 1. 2 企业环境责任前提和基础的伦理分析

要承担责任，就必须树立责任意识。环境责任意识，是作为主体的人对生存发展环境需求应有自觉认定，是人所特有的，人利用环境活动的反映。企业的生态伦理意识是企业的环境责任的前提。明确环保责任观及其与经济效益之间的关系，建立、重塑、巩固生态伦理道德是企业承担环境责任的前提。长久以来在传统观念引导下，企业置自身利益于最高，不顾社会利益，大肆掠夺开发资源，浪费资源，破坏资源的存在与再生条件，污染环境。导致这种后果的一个重要的原因就是企业缺乏环境责任意识，未能认识到环境意识在企业经济活动中的地位及其对企业经营理念的引导和制约作用。

传统观念认为企业惟一目标就是经济目标，追求最大利润，其它事宜无关企业发展，搞环保工作只会降低企业经济效益，环境保护与追求利润是互相冲突的，建立所谓的生态伦理道德毫无必要，纯属浪费。这显然是不正当的也是不公正的，罗尔斯顿不厌其烦地为企业活动制订 30 条规则并加以详细阐述，目的就是说明：有良知的人类活动（包括企业活动）应当是这样一种活动——它适应交适宜于（不管它在多大程度上发展了）大自然中一直存在着的那种前道德性质的调节机制；只有当我们在道德上关注整个生态企业时，我们才能生活得更好。³⁰这些规则都指向一个共同的目标，即企业作为生产活动的主体不但要追求经济效益，而且要讲究生态效益，把企业事务与环境事务结合起来考虑，明确自身责任，勇敢、积极地承担环境责任，为保护自然环境做贡献。

当今，经济的全球化和世界的经济一体化这样一个背景，使得国与国之间的贸易往来越来越增多，“绿色壁垒”也应运而生。绿色壁垒即环境贸易壁垒，

是一种以保护自然资源、生态环境和人类健康为由，通过制定严格的环境保护制度和标准，对来自国外的产品及服务加以限制的贸易保护措施。就其实质而言，是环境与贸易的兼容问题。国内企业与国外企业、发展中国家与发达国家之间的贸易竞争和摩擦（中国与欧盟、美国的贸易争端就是一个鲜明的例子）使得这个问题日益明显，企业为了应对这个壁垒，为了在竞争中生存和发展，也必然要重视它存在的重大影响。西方一些发达国家，采用 ISO14000 国际环境标准管理体系，对未获得此认证的协作单位，采取不与合作的态度，有的国家甚至不许其进入该国市场，这就要求企业“产品在生产前、生产中、生产后，以及商品的销售、使用、用后都要符合一定的环保标准，迫使各个从事贸易的主体以环境理念为指导思想、强化环境保护意识，以环境标准为行为要求来开展活动。”³¹从而引导企业经营理念的确立，以保证企业正常的生产和参与市场竞争。

2. 2 企业环境责任的矛盾分析

对道德价值、道德与经济关系的认识，一直以来，人们存在着误区：一方面，由于道德是一种精神产品的精神力量，往往把它仅仅归结为是用来满足人和社会的精神需求，只具有精神价值，因而看不到它的经济价值；另一方面，由于道德具有利他性，经济具有趋利性，因此把道德与经济、道德与生产力对立起来，这种观点是不恰当的。要求企业承担环境责任，必然在企业追求利润和承担责任之间产生矛盾，有人会说，追求利润会导致责任感的松懈，也有人会认为，利润必须与面向集体的责任联系起来，但两者难以兼顾，之所以产生这些不同的认识，根本原因在于对经济行为和道德行为的不明确。

2. 2. 1 道德的调控力、支撑力——道德、道德行为的经济分析

一定的经济行为都需要某种经济制度的支撑，而每一种经济制度都有相应的道德观念和法制基础。现代企业在市场经济条件下快速运行，市场经济体制有其道德基础，道德可以发挥其作用督促企业在经济运行中按道义行事，引领企业走上强大，促进市场经济体制不断健全、完善。

“真正的市场经济是一种道德经济。”“市场经济之所以能起道德作用，是因为它能够说服经济人遵守或同意那些能够产生预期行为的准则或制度。”³²也就是说，市场主体要想在市场经济中自由、健康成长，必须自觉遵循一些道德原则，不做违背道德之事。来看看道德在经济方面的作用：

首先，道德可以促进调整和完善经济制度。

道德与市场经济看似对立，水火不容，但实际并非如此，二者是相互促进、相互激励成长的良好动因，二者有一定的悖论关系。自市场经济出现至今，经历了产生、发展、逐渐成熟的过程，虽然经济进步和社会发展推动其不断前进，

但也不可小视道德的作用。最初的市场经济是比较随意、自由且紊乱的，随着政府的干预和人们不断地规范，市场经济才不会偏离轨道而正确运行。道德贬斥不合理、非法与邪恶，褒扬先进、正义与善，在经济领域中通过一定方式实现奖励与惩罚，达到教育的目的，并要求人们把这些道德要求转化为自身发展的内涵与动力，逐渐实现个人自律。随着个人行为逐渐道德化，市场秩序也慢慢规范起来，适应市场经济的制度也日益健全、发展起来。

其次，道德要求人们端正作风，确立正确的价值观，不断提高自身道德素质，促进人与人、人与自然关系的协调和社会的和谐发展。在企业基本的责任中应该包括两类，即企业用良心、义务自我规定的内在化的自律性责任和用契约、法规和制度规定的外在化的他律性责任。自律性的责任要求企业具有高度道德自觉性，处于经济转轨时期和属于人群集合体的企业组织难以获得如此的道德整体意志。但用契约、法规和制度规定的外在化的他律性责任，既有法律强制的意义，又具有道德约束的意义，道德由内、由外时时刻刻激励着人们，鞭策着人们不断前进：内在的良心引导人们成为心存善念，有良心、讲道德的人；外部的舆论监督督促企业为人处事要符合社会利益。使企业正确处理整体与局部利益、长远利益与当前利益、共同利益与个人利益，实现资源共享与合理配置，促进人际关系的良化、自然环境的绿化及社会的和谐化。

第三，道德可帮助企业增强竞争力和战斗力，提高经济效益。

以前谈论企业、谈及经济总是远离道德，认为效益与道德是相背而行的，其实不然。企业在其一系列行为中只要自觉遵守道德原则，就可以收到极好的效应：尊重人性的管理可改善员工之间、上下级之间的关系，使企业内部形成相互关心、相互帮助的氛围，有利于员工们积极、热情的工作态度的形成和凝聚力的提升，使企业能为人们提供更优质的产品和更完美的服务，提高整个企业的竞争力和战斗力；企业还可通过参加一些公益活动树立良好形象，提高社会知名度，打造企业品牌，实现经济效益增收。英国石油公司 (British Petroleum)；奔驰汽车集团 (Daimier Benz)；国民西斯特银行 (Natwest)；诺和诺德 (Novo Nordisk)；瑞士银行 (Swiss Bank Corporation)；施乐公司 (Xerox)；3M 公司等，因为在坚持可持续发展战略方面表现得积极，并承担责任，其由于表现出的可持续发展的形象就获取了大量的利润。

“市场经济既是法制经济，又是伦理经济。”³³它既需要法制的约束，又需要道德的引导。道德通过人们内心的信念和社会舆论阻止不道德行为的发生，发挥其预防作用。道德对经济发展而言是一种成本较低的推动力。那么经由道德引导的道德行为又有什么样的经济意义与经济价值呢？在明确这个问题之前先了解一下道德行为的涵义。

道德行为是一种基于自觉意识而自愿自主做出的行为，与他人、社会利益有密切的关系且受他们的影响，是自主意识的结果。理解道德行为必须把它与非道德行为、不道德行为区分开来。就拿企业排污来说，道德行为即指节约资源，清洁生产，按法律、法规的规定治污、排污，自主爱护、保护环境，自觉参与保护环境的公益活动；非道德行为则指非自觉或被迫按规定治污、排污，不主动关心环保责任，不积极参与环保性的公益活动；不道德行为则指非法排污，排放物污染了环境且影响、威胁了他人生产生活的健康和公共安全。“市场经济道德还表现为资本增殖到一定的程度，其进一步的增殖，需要由对自然的掠夺和破坏转移到与自然的协调相处上来。”³⁴“道德行为有其特殊的经济意义与价值。表面看来，道德行为的实施似乎失去了金钱或利益，引起与此相关的不佳心理感受；非道德行为与不道德行为赢得了金钱或利益，带来了愉悦、满足的感觉。其实不然，非道德行为与不道德行为得到的只是短期利益，或许它的长远利益还不知在何方，也或许它再也没有机会获取长远利益，因为它已偏离正常轨道。人们之所以选择道德行为，抵制一定的经济诱惑并承担相应的心理压力，是因为从道德行为中他们获取了更大程度上的满足，足以慰藉个人的心灵。道德行为不仅是付出，更是收获。“道德与经济的一致性不仅表现为道德对社会和他人利益的维护，而且表现为社会也必须保障道德实践者的利益，尽管道德在本质上是一种做好事而不求回报的崇高感情体验。”³⁵随着人类文明的不断社会进步，社会加大了对道德行为的物质奖励和精神鼓励，激发更多的人及人们更多地选择道德行为。这可谓是道德的培育资金。“正是在这个道德意义上，道德是经济的，不仅在个人的意义上，而且在社会的意义 道德实践者的物质和精神所得一定要大于他们的所失。”³⁶就这个意义而言，道德行为带给行为者的是长远的、不可限量的能源与动力。企业承担环境责任的道德行为，正是基于此而采取的行为。

2. 2. 2 道德的实现——企业经济行为的道德分析

市场交易活动是一种契约化的活动，契约的有效性是建立在契约的双方都相互遵守契约的规则这个前提下的。亚当·斯密假设的“经济人”在交易的活动中，是以追求自我利益的最大化为原则，在此基础上，必然会由于这个原则使契约的制订和履行往往带入了许多不稳定的因素。此时，为了契约的有效履行，我们可能会想到法律的强制作用，但是法律也不可能做到绝对的完备，人们常说，有一百条法律，也就有一百零一个空子，在人们互订契约的时候，也就存有钻法律空子的侥幸心理。在这样的情况下，法制的强制作用也显得苍白。当然还有另外一种方法，可以使契约双方不去考虑除法律和契约规则之外的东西，而去获得利益的最大化。那就是当代德国伦理学家彼得·科斯洛夫斯基所

说的：“按照亚当·斯密的善意的理解和根据曼德维尔的玩世不恭的形式，无形的手和无道德的市场模式只能在十分有限的三种条件下适用。即当供求双方数量都很高，所有环节都适应不产生费用和时间上的损失时，当通过合同达成的协议无代价地（即没有交易成本）遵守和实施的时候，无形的手在完全自私自利的动机下，才能达到最好的效果。只有满足了这些条件，自私的追求通过市场这只无形的手才能转化为有益于社会的市场结果。只有在这些条件下，伦理学和道德行为在市场中才显得多余了，因为社会协调和公共幸福没有伦理学的繁琐的过分要求也会产生。”¹⁷但是迄今为止，现实的市场经济状态也没有出现过这样的情况。因此，从实践的角度来看，没有道德的经济行为是行不通的。

另外，依据社会存在决定社会意识这一唯物史观，经济行为与道德的关系，就是经济基础与上层建筑的关系，就是经济利益与道德的关系，二者是对立统一的关系。也就是从理论上来说，企业经济行为也是具有道德性质的，而非子虚乌有。同时，企业行为是一种社会行为，是一种由企业发动的，指向消费者、社会、自然而然的的行为，是一种关系行为，这样一种行为自然会具有涉及其对象的意义性。就拿企业与消费者之间来说，顾客向企业支付购买价格，企业应向顾客提供与之相当的产品或服务。企业在此时可以扮演不同的角色，他可以是一个忠实的对产品质量严格要求者，也可以是一个假冒伪劣商品的制造商，而后者显然是一种不理智的行为，是有悖伦理道德要求。企业遵守环境道德责任，由于是合乎道德伦理的活动，其市场动作可能会更好。

从以上的分析可以看出，企业作为“经济人”的同时，还是一个“道德人”，他们之间既存在着对立、矛盾一面，也存在着统一的一面。没有“经济人”利益的实现，“道德人”的地位得不到体现，同样，“经济人”利益最大化的实现，也离不开“道德人”的伦理支持。这样，企业承担其环境责任，也就具有了合理的依据，体现了企业“经济人”和“道德人”统一。

2.3 企业环境责任是伦理责任与责任伦理的有机结合

在短短的两三个世纪中，以人类为中心的工业文明得到迅猛发展，席卷世界的每个角落，对当今全球性的环境污染和生态失衡有着不可推卸的责任。企业在其中扮演了重要角色。据国家环保总局统计，我国全部污染的百分之七、八十来自工矿企业，企业必须承担消除环境污染、保护环境、改造和美化环境的义务与责任。企业环境责任的提出并逐渐张显正源于此。它要求企业在追求利润最大化的同时还应担负的保护环境的义务，并为自己的行为承担后果。也正是在此意义上，伦理责任又增添了对未来人类的责任和对自然的两个新维度。

“企业的伦理责任是指企业在经营活动中，在谋取企业利益最大化的同时，

要正确地处理国家、社会的利益、他人的利益、整个人类生存环境及子孙后代的长远利益。”³⁸企业伦理责任以承担社会责任为本质要求，以保护环境为基本要求，以依法纳税、提供安全且环保的产品和保障员工最低生产条件为底线。目前，企业伦理责任可说是以法律来保障实施的。它所采用的道德标准是公众所持有的道德的标准缩影。随着社会的发展和文明的进步，社会、个人逐渐把人应遵循的法律和道德规范施加在企业身上，企业的公民的角色日益明显。就企业的有意识行为来说，它们能够为其行为承担道德责任。因此，他们是道德行为者。与其它道德行为者一样，企业同样不能伤害别的人或组织。也就是说，企业负有不造成伤害的责任与义务。如果企业行为造成污染且污染造成了伤害，那么就可从道德方面向企业提出不能再造成污染的要求。这是一种道德义务和道义上的要求，企业必须承担这项责任。企业主要的道德责任就在于此，即不对任何受其行为影响的个人和组织造成伤害。

企业伦理责任具有人文性、社会性和生态性的特点。依据企业伦理责任的定义方式我们可知，企业环境伦理责任指的是企业在生产经营过程中、在追求利益最大化的同时，合理地利用资源，爱护自然，保护自然。企业环境伦理责任既寓于企业伦理责任的本质之中，又与企业伦理责任的底线相关联，它要求企业树立环境伦理意识，自觉遵守各项法律法规，以环境伦理准则为行事标准抓生产、促开发，研发新产品、新能源。从企业环境伦理责任的涵义和具体要求中可发现，它不仅强调行为后，而且也注重行为前；它不仅表现为对行为后果的自觉承担，而且更突出地要求行为前和行为中的正确态度与自觉意识。也就是说，企业环境伦理责任不只是看到行为的后果，同时注重行为本身是否适合，是否符合道义，它主张动机与效果的完美结合。这正是企业环境伦理的根本要求。

一系列责任问题，如社会责任、全球责任、企业责任、政府责任等等，引发的伦理学广泛而深切的关注，促使“责任伦理”的形成——一种与“信念伦理”相对立的价值立场。这是对传统伦理学的突破，是对传统的德性论和近代的权利论、目的论伦理学的反思与延伸。

企业承担的环境责任可说是一种责任伦理，是环境伦理的一个角色组成，它强调的是现在责任、未来责任和共同责任，强调对后果的负责，体现了企业作为法人、组织的系列原则和要求。“企业缺乏人所具有的内在特性，因此，他们的行为（而不是动机）是其道德评价的合适目标。”“即使它们不是道德人，但是却具有了接受道德评价的道德身份。”³⁹目前，对责任伦理比较普遍的观点是：关于行为过程整体的伦理，是包括事前、事中、事后，或者行为的决策、执行、后果的全过程伦理，责任之所以成为应用伦理学的核心范畴，还因为它

的适用范围非常富有弹性,具备更大的解释度。责任伦理强调功利目的的合理性,主体对客观世界及其规律性的认识,一种能把握后果的行为手段的选择,并要求行动者义无反顾地对后果承担责任。它关注的是行动后果的价值与意义,但又不以结果定善恶。责任伦理要求人们依据自己所有的知识,倚重其道德修养,充分考虑行为的手段,预见行为可能带来的后果,考察二者之间的关联性,并勇于承担完全的责任。它强调对后果的自觉,这可弥补单纯的人类现性的不足,增强社会活动参与者的道德责任感,以道德的自觉帮助消解人类行为的某些不自觉。

责任伦理它意味着一种敢于承担自己命运的自我担当精神,并为此付出自己全部的努力,展现自我精神。但要申明的是,有时某个行为后果的承担是一个人的能力及他(她)的努力所不能补偿并及时缓解的。即一个人作为对此是微不足道的,这时就要发挥团队的作用、社会的作用乃至整个世界的力量。环保行动正是这么一种需要全世界人民联合起来保护环境的大型共同行动。责任伦理有时过于强调对行为后果的承担和目标评价,会导致主体理想的淡化、心理的恐慌与不稳定、进取精神的减弱乃至逐渐消失,造成人们活力与竞争力的减弱,积极性消退。因此,虽然责任伦理“具有鲜明的此岸性”,但它“所暗含的是一种‘入世性’的思考方式,它在实质上否认了彼岸的神圣价值实现的存在地位,认为生活价值逼供能由现世的个体来自我创造和负责。”“当前,全球范围的自然资源不断匮乏,生态危机不断加剧,这都要求我们“将塑造承担责任的伦理精神与实现社会的可持续发展统一起来,并籍以大力推进伦理精神的形成和完善”“即社会各成员均因按其角色履行保护环境的责任。这也是责任伦理深藏的内涵之一。”“环境伦理学应是有能力的,存在着的人(主体),对无能力的自然(客体)和未来世纪(尚未实现的主体)的责任伦理,保护环境就是我们为了未来世代而对自然负责。”“作为一种社会伦理,责任伦理既是连结个体道德与社会公共道德、及社会法律体系的纽带,又是连结道德形而上学与实践性规范的纽带。企业责任伦理可更好地体现企业的联系、宣传、教育作用。责任伦理在现实社会中的作用仍待塑造与挖掘,而且责任伦理建设的立足点依然是个体的内在约束,加上责任伦理一经产生就带着天然弊病,故企业环境责任不单单以一种责任伦理实现,还应加上伦理责任,弥补责任伦理的不足,追求企业伦理责任与企业责任伦理的有机结合,更好地履行企业环境责任。

第3章 企业环境责任伦理考量的必要性和现实性

罗尔斯顿在承认人类中心论和自然中心论对企业道德选择有其合理性的基

基础上，按照人本主义生态伦理的理念，制订了乡村准则、阳光准则等十条，按照自然主义伦理准则制订了可逆性准则、多样性准则等十条，考虑到企业事务与环境事务中的伦理问题的复杂性，结合前面二十条又提出了“不推委准则”“不装门面准则”等十条，他不厌其烦地为企业活动制订 30 条规则，并对各条规则予以详细的阐述，其目的包括两个方面：一是希望企业能够从价值角度认识到承担道德责任的重要性和必要性；另一方面就是从实践角度证实企业遵循生态伦理道德规范的迫在眉睫。接下来，从价值层面和实践层面对企业环境责任的践履进行分析。

3.1 价值层面

开明的人类中心主义者认为，环境问题不仅仅是一个技术问题，更重要的是价值取向问题，要从根本上解决环境问题，不能仅仅依靠强有力的政治、经济和法律手段，重要的是改变人们的价值观念，启迪人们的道德意识，要求企业承担环境责任，就必然要使企业认识到环境责任在价值上的合理性。

3.1.1 企业环境责任的价值合理性

一个问题的提出，一种理论的产生形成必然有其合理性及其时代价值，企业环境责任问题的提出及相关理论的产生和逐渐形成也有一定的合理性，其合理性表现在：

(1) 为企业自身的生存和发展着想，即符合企业自身的利益和准则。企业考虑环境道德责任问题，并不全是外在压力的被动行为，更是因其自身利益的需要而做的自觉选择。水，长期以来，被认为是取之不尽、用之不竭的资源，但是在我国，因为缺水，每年工业总产值约有 2000 亿元的损失；因为缺水，每年农业总产值约有 1500 亿元的损失，据水利部最新统计显示，2003 年中国万元 GDP 用水量为 465 立方米，是世界平均水平的 4 倍，全国工业万元增加值用水量是发达国家的 5~10 倍，水的重复利用率为 50%，而发达国家已达 85%，在《蓝金——向窃取世界水资源的公司宣战》一书中，曾抨击生产一吨钢材需要消费 16 吨清洁水。根据世界银行统计，大约有 48 个国家的 14 亿人口将在 2025 年之前经历严重的水资源危机。没有了自然资源，企业没有了生产原材料，没有了利润，企业就失去了存在的可能性。另一方面，“绿色经济”、“绿色食品”已经成为人们共同的追求，企业为了追逐更大的利润，必然根据市场的需求制定生产的目标进行生产，而绿色经济，绿色食品最基本的方面就是要求企业在提高产品质量的同时，注重保护环境，注意避免资源的浪费，要求企业承担环境责任等其它社会责任。

(2) 为人类共同利益着想，符合全球生存的利益和准则。企业环境责任起源于环境污染和生态危机，而且大多数的环境问题是工业性质的企业引起的，

无论它们的排放是否合法合章都会对环境造成不同程度的危害。由于多年积累，目前环境污染和生态失衡已达历史上最严峻的状况，人们不得不慎重考虑环境与资源的问题，企业环境责任逐渐成为人们关注的焦点并被迫切地提上议事日程，使人们对二战后经济的“持续增长”提出质疑，罗马俱乐部的第一份报告《增长的极限》最早反映了这种情形，也最早表达了可持续发展的愿望。截止到1997年中期，全球已有150多个国家建立了与可持续发展有关的国家委员会或协调机构，74个国家向联合国递交了执行《21世纪议程》的国家报告，2000多个地方制定了地方21世纪议程，充分显示了在面对环境与发展这对矛盾面前，人类一致的共同的利益表达，即“旨在促进人类之间以及人类与自然之间的和谐”⁴³，为人类共同利益着想。另外，可持续发展理念之所以能够得到全球发达国家和发展中国家的广泛响应，是因为它重新审视了当代人在利用资源、保护环境上的矛盾，以及当代人与后代人的发展和生存的代际矛盾，要求人类世世代代均能有平等发展机会从而绵延不绝，是顺应时代而提出的，有其历史性和正当性，是具紧迫感的责任。

通过以上分析，我们知道，企业如果没有了自己的利益，它就没有了存在的理由；同样，企业如果没有了社会共同的利益，亦不具备生存的空间。企业“只有从价值判断上摆正了企业与环境的位置，在企业与环境之间建立起一种和谐的伦理情谊关系，企业才会从内心深处尊重和热爱环境，只有在这种尊重和热爱的基础上，威胁着人类乃至地球自身的生存环境危机和生态才能从根本上得到解决。”“企业和社会才能有长远的发展。”

3. 1. 2 自然的内在价值

大自然具有的价值并不是一般意义的价值，而是某种深远、特殊的价值。

(1) 大自然具有孕育生命、进化生命和延续生命的价值。大自然是人类及其它有机物和无机物产生的外部条件，它孕育生命，培育新生儿，给生命的发展、延续提供不竭的源泉与动力。“大自然是一个进化的生态系统，人类只是一个后来的加入者；地球生态系统的主要价值，(good)在人类出现以前早已各就其位。大自然是一个客观的价值承载者。人只不过是利用和花费了自然所给予的价值而已。”⁴⁵的确，企业作为自然间接孕育的“生命”，在享受自然提供给我们资源的权利同时，同样也应该承担起孕育生命、进化生命和延续生命的责任。企业要承担孕育生命、进化生命和延续生命的责任，最基本的要求是企业不能破坏自然的生态系统，使之按照生物界、自然界的规律正常运行，也得以使企业自身的利益得到实现，亦是自然经济价值得以实现的前提。

(2) 大自然具有促进心神健康，积淀文化、启迪文化、传承文化、发扬文化的超经济价值。大自然除了给人类提供生产、生活数据的来源的经济价值以

外,还给我们以更深刻的精神享受。她可帮助调整人的心态,愉悦心情,锻炼坚毅而平和的性情,修身养性,与大自然的接触有助于我们的精神健康。蔚蓝的天空、清新的空气、丰富的资源、俊秀的山林、甘甜的泉水、雨后的彩虹、一个生机盎然的自然,令我们浮想联翩、心旷神怡。工业的废水、废气、废渣、和环境破坏导致的酸雨等污染却时刻影响我们的身心、影响我们的健康,企业保护环境责任的同时,实际上也就是在保护我们的精神健康。并且,大自然还具有传承文化的价值,“文化是为应付自然而发展出来的,但它也是从自然中发展出来的。”“大自然记载了人类发展的历程,留下了人类成长的痕迹,人们可从其中探索自然与社会的奥秘,追寻前人的历史轨迹,形成文化的积累材料,并由后人的锤炼及自然的印证传承文化,并逐渐发扬光大。我国最大的青藏高原泥炭沼泽湿地,曾因中国工农红军二万五千里长征的传奇故事,而闻名于世。然而,今天的湿地,由于市场对木材的大量需求,导致人为的乱砍乱伐,森林涵养沼泽的功能减退,水位下降,植被减少,鼠类猖獗,即破坏了自然系统,又影响了文化的传承。因此,任何人、任何组织和机构都没有理由不担负起保护自然的责任。

3. 1. 3 企业召唤伦理精神

综合前文的分析,我们看出,企业需要伦理精神支撑,这不仅不违背企业“经济人”的追求,而且与其自身利益相一致。那么企业最需要的伦理精神是什么呢?显然,它包括最重要的两个方面,即责任和公平。从前的那种一谓向自然索取,盲目的利用自然资源的方式不仅不符合企业追求长远利益的要求,而且导致企业缺乏社会信誉和损害企业形象,阻碍企业发展。在经济全球化和世界经济一体化的今天,企业缺乏责任感,企业经营理念的落后,无序的竞争和恶性竞争,不仅使企业难以与国际市场接轨,而且浪费大量的自然资源,同时,发达国家向不发达国家倾倒“工业垃圾”更使得全球性的生态危机蔓延,也降低了国家的经济实力和国际竞争力。罗尔斯顿提倡的“己所不欲之风险,勿施于人”,这才是企业真正履行责任的体现,而且能够自觉履行责任的企业对员工有正面的心理暗示作用,可强化员工的团队意识,激发进取拼搏精神,促使员工鼓足干劲,形成一支强大而团结的队伍。同时企业的责任感和环保意识的外显可帮助企业创造声势与声誉,巩固自身形象,扩大企业知名度和信誉,形成对外竞争的强大优势,达到内外兼修的效果。

企业追求公平,并不是否定企业追求效率的原则。公平与效率,它们之间是一种对立统一的关系,既相互对立和相互限制,又相互统一、相互促进。效率是一个经济学范畴,是指资源的有效使用与有效配置,但在经济领域内,任何资源都是有限的,不同的资源只是有限供给的程度不同而已,因此效率也就

具有了伦理学的意义。也就是说，从企业按照一定的投入就会有一定的产出的观点来看，不管投入多少，总会有一定的产出，于是我们会思考：难道不管生产出什么样的产品，都等于生产的有一定的效率吗？假定生产出来的东西是对人健康有危害的、使环境遭受污染的产品，难道也说明生产有效率吗？“同时，企业为了追求效率，还可能源源不断地向自然排放毒物、诱变剂和致癌物，这不会损害相应的公共利益吗？这样看来，企业召唤公平的伦理精神就成为了一种必然。

3. 2 实践层面

3. 2. 1 企业角色新解

企业是经济发展的细胞，企业“经济人”角色长期被人们认同。随着经济和社会的发展，企业的角色逐渐丰富，又增添了“社会人”的角色，即企业应承担一定的社会责任，积极参与公益事业，后又冠之以“理性道德人”的身份，即作为经济实体的同时，企业也是一个道德实体，应该进行道德建设，这些都充分显示了人类对企业性质的逐步探索及对企业建设要求的不断提高。

近些年的环境污染与生态失衡又引发人们对企业形象与性质的新思索。环境在资料的堆积和学界对企业研究的深入基础上，企业又增添了一个新角色——“生态人”，即企业在生产经营过程中应节约资源，清洁生产，合理排污，保护环境，自觉履行环境责任。

在各种观念的争论中，“企业公民”这样一个概念闯入人们的视野，根据美国波士顿学院给企业公民的定义，企业公民是指一家公司将社会基本价值与日常商业实践、运作和政策相整合的行为方式。全球 CEO 聚首的世界经济论坛认为，企业公民包括四个方面：一是好的公司治理和道德价值，主要包括遵守法律、现存规则以及国际标准，防范腐败贿赂，包括道德行为准则问题，以及商业原则问题；二是对人的责任，主要包括员工安全计划、就业机会均等，反对歧视、薪酬公平等等；三是对环境的责任，主要包括维护环境质量，使用清洁能源，共同应对气候变化和保护生物多样性等等；四是对社会发展的广义贡献，主要指广义的对社会和经济福利的贡献，比如传播国际标准、向贫困社区提供要素产品和服务，如水、能源、医药、教育和信息技术等，这些贡献在某些行业可能成为企业的核心战略的一部分，成为企业社会投资、慈善或者社区服务行动的一部分。以上表明，作为企业公民，必须承担责任，以“绿色”出名的福特汽车，以“好公司”为标志的通用电器公司，都竭力搞好环境保护来开展经营活动，显示了企业承担环境责任的价值选择。

3. 2. 2 环境经营——企业创新的必然选择

创新是一个国家、民族发展的动力，也是一个企业发展的不竭源泉，企业

要创新就必须有其新的发展战略与思路，企业环境经营是适应时代，根据自然治理与发展规律及企业特点而制定的。“企业环境经营将环境作为一种财富来经营，以滋生出更大的财富，并实现经济效益、社会效益和环境效益的统一。”⁴⁸这是个具有创新意识和创新实践的理念。它贯穿在生产、营销、治理等所有环节，强调环境意识与企业价值选择的一致性，旨在解决环境污染、能源短缺等问题，协助自然加快开展再生产。在各环节中，环境经营战略的实施可促进技术的研发和管理的优化，激励员工更好地节约能源，减少企业生产成本。

环境经营方式类似于发展循环经济模式，要求企业把自己的行为过程设计成一个循环模式，用尽可能少的资源和环境成本获取最大的收益，实现企业与环境的和谐与永续发展。鉴于环境污染的积累和资源总量的不断下降，企业环境经营方式将是所有企业持续发展的必选模式。

3. 2. 3 企业发展及解决循环经济下企业面临问题的要求

企业履行环境责任并不是无条件的，而是有条件的，除了政府、社会给企业提供相应的便利与政策，还需以企业经济实力作支撑。任何企业谋求的都是长远的发展。所谓企业的可持续发展指的是“企业在发展过程中，坚持不断地创新以保持自身的活力和竞争优势，在确保市场份额扩大和利润增长的同时，在优化内部资源配置的基础上，与外界环境变化相适应，合理的利用自然资源和能源；持续增加盈利和扩大企业规模，实现企业永续发展的战略目标。”⁴⁹企业走可持续发展就必须承担环境责任，增强环境意识和社会意识，促进企业、环境、社会的和谐统一，企业要真正实现可持续发展的目标就必须深刻领会生态伦理的意蕴。企业不仅仅是社会人，而且是自然人，人不单单对社会负有责任，人对自然同时负有责任；在追求经济效益的同时也就考虑社会效益和环境绩效；既要考虑小集体利益和当代人利益，也应考虑共同利益及子孙后代的利益。这种可持续的发展社会的形成，就如生态学家纳斯所说“在某种程度上，不仅可解决生态可持续问题，而且可能保证和平与大部分的社会公正”。⁵⁰

现代企业所面临的一个共同问题就是资源紧缺与环境污染及绿色关卡问题，而且这个问题日益严峻。于是环保型企业更加受到青睐，有些消费者愿意为绿色产品或环保产品多支付 5%—10% 的费用。这样也使得企业及国际贸易更注重环境效应，各国在吸引国外企业及国外资金时更强化了环境标准，在这种情况下，国家政策导向也逐渐向环保意识强的企业倾斜，无论是国家的金融政策、产业政策，还是竞标、投标都给这些企业以方便，同时给环保意识差的企业以鞭策与压力。我国企业迈出国门，走向国际市场更受“绿色壁垒”的关卡限制。这些都激励企业不断增加环境意识，要走向国门，迈向世界，实现经济腾飞，企业就必须履行环境责任，打造绿色环保型企业。

3. 2. 4 树立生态伦理观，化解生态环境危机

工业文明创造了不可计数的物质产品和财富，给人类带来了较为充分的物质享受和精神愉悦，但同时也给人类带来了沉重灾难，大量开采与挖掘造成地表一定程度的下陷及地表活动的相对活跃，南极冰层变薄、臭氧层穿洞、酸雨与沙尘暴的增多都证实人类某些行为的不合规律性和不道义，对环境污染及环境恶化，人类以往采取回避或依靠科技来治理，经历一次之后人们又在等待中假想着、担心着下一次的考验，而且有些环境污染和生态失衡是目前人类科技能力所控制不了、解决不了的。

科技理性源于科技的发展，实属一种工具理性，具有客体性、抽象性、时代性和工具性等特点。“当今世界面临的一系列严峻问题，诸如能源危机、生态失衡、环境污染，虽不能说完全是由科技理性造成的，但都与人类对科技理性这种工具理性的热衷与滥用有直接或间接的关系。”而且“科技理性中固有的只问工具对于实现目的的有效性而不问目的的合理性及忽视意义和价值的局限性，决定了其解决社会生活问题的有限性。”⁵¹所以，我们要转移视角，切换解决问题的角度，治本应由单纯的实践操作转向价值层面对人的引导、理论研究及实践探索相结合，价值层面是其中重要的环节，而生态伦理则是价值导向的最佳选择。

生态伦理是认识领域的拓宽和人类精神境界的提升，它关注人与自然的关 系，并力求在二者之间寻求最佳组合，“更好的实践主体目的性的美德，是对原有道德伦理的超越，是道德进化的再完善。从这种意义上看，由科技理性到生态伦理不是自然的选择，而是人类在自主道德的进程中的一种文化自觉。”⁵²只是这种选择在以后或许就变得自然了，并被加上人的重重烙印。从科技理性到生态伦理是对科技理性反思、检讨及对人与自然关系新审视的结果，可克服价值判断标准不合时宜的问题。由此也提醒我们，对自然要给予更多的人文关怀和道德关怀，而这也是通过科技理性向生态伦理的转变而实现的。

余论：留给我们的思考

2006年1月21日晚的“小崔说事”栏目采访了一个在我国生活多年的美国人，新闻媒体均称他为“路乞”。他是一名法学博士，在湖北黄石市生活，据他自己说他准备扎根中国，永远留在中国。他同一般的乞丐不同，他不靠乞讨为生，而是义务拾取大街小巷的垃圾，而且是赤手捡，不戴手套，他的行为感动了很多。他说，环境是大家的，是每个人都必须依赖其中的，所以在这件

事情上，还不能每个人自己都只顾自己；人不是光为自己活着的，互相之间还会有关系，所以我要为你负责，你也要为我负责，不能什么事都靠政府，因为政府有它自己的事，这时就需要责任感来激励人们的自觉行动。确实如此，人人都有责任保护我们共同生活的环境。在他的影响和感染下，政府在那个地区设立了上千个不锈钢垃圾箱，更多的人加入了自觉保护环境的行列。单个人尚能如此，作为企业——众人的团体、力量的象征更有理由、更有能力去履行环境责任。让我们共同生活的环境像路乞先生自创的《绿化环境小小曲》中所描述的那样“小河流不断流，不断流，不断流，人人都是很快快乐，即使我很小但我到处流，带来绿化和洁净，绿化洁净很好玩……天天做出一小份，小小大大利于人，天天做出一小份，人人都有份”，自然界和人类实现最佳的和谐状态。

注释

- ¹ 转引自[美]霍尔姆斯·罗尔斯顿著，杨通进译，许广明校：《环境伦理学——大自然的价值以及人对大自然的义务》，中国社会科学出版 2000 年版，第 405 页
- ² [美]怀特海著：《科学与近代世界》，（纽约，1964）第 175 页，参见中译本（商务印书馆，1989）第 187、188 页
- ³ 曾建平著：《寻归绿色——环境道德教育》，人民出版社 2004 年版，第 225、第 226 页
- ⁴ [德]马克斯·韦伯著，冯克利译《学术与政治》，三联书店 1998 年版，第 104 页
- ⁵ 何怀宏著：《政治家的责任伦理》，《伦理学研究》2005 年第 1 期
- ⁶ 李超然著：《自然的伦理尊严》，江西人民出版社 2001 年版，第 181 页
- ⁷ 中国企业管理百科全书编辑委员会：《中国企业管理百科全书》，企业管理出版社 1981 年版，第 503 页
- ⁸ [美]P·普拉利《商业伦理》著，洪成文、洪亮、仵冠译，中信出版社 1992 年版 第 213 页第 214 页
- ⁹ [美]霍尔姆斯·罗尔斯顿著，杨通进译、许广明校译：《环境伦理学——大自然的价值以及人对大自然的义务》，中国社会科学出版社 2000 年版，第 400 页
- ¹⁰ 同 8 第 402—第 426 页
- ¹¹ [英]亚当·斯密《国民财富的性质和原因的研究》，第一编，第二章；参见中译本，商务印书馆，1972 年版，上卷，第 14 页
- ¹² 同 8 第 439 页 第 444 页 第 445 页
- ¹³ 黄锡生、宋海鸥《论企业环境责任的立法完善》，《重庆建筑大学学报》2005 年 6 月
- ¹⁴ 转引自[美]霍尔姆斯·罗尔斯顿著，杨通进译，许广明校：《环境伦理学——大自然的价值以及人对大自然的义务》，中国社会科学出版 2000 年版，第 444 页
- ¹⁵ 马克思、恩格斯著：《马克思恩格斯选集》（第二卷）北京：人民出版社 第 265 页
- ¹⁶ [法] 鲁索著，李平远译《爱弥尔——论教育》，人民教育出版社 2005 年版，第 321 页
- ¹⁷ 同 16 第 326 页

- ¹⁸ 转引自于光远著:《政治经济学社会主义部分探索》(六),人民出版社1996年版,第263页
- ¹⁹ 转引自曾建平著:《自然之思:西方生态伦理思想探究》,中国社会科学出版社2004年版,第228页
- ²⁰ 马克思、恩格斯著:《马克思恩格斯全集》第1版第42卷第119页
- ²¹ 同8,第399页
- ²² 曾武英、陈雪琼:《谈谈生态伦理与企业的环保责任》《商业伦理》2004年第21期
- ²³ [美]理查德·T·德·乔治著、李布译:《经济伦理学》,北京大学出版社第五版,第223页
- ²⁴ 马克思、恩格斯著:《马克思恩格斯选集》第三卷,第518页
- ²⁵ 国家环境保护总局环境监察局、中国环境科学学会:《环境执法研究与探讨》中国环境科学出版社,第29页—第30页
- ²⁶ 罗国杰著:《伦理学》人民出版社1989年版,第78页 第79页
- ²⁷ 王初根:《对市场经济与伦理道德关联的理性思考》,《江西师范大学学报》1998年第3期
- ²⁸ [德]海德格尔著:《海德格尔选集》(下卷)上海三联书店1996年版,第926页
- ²⁹ 孙君恒、许玲:《责任的伦理意蕴》《哲学动态》2004年9月
- ³⁰ 转引自曾建平著:《自然之思:西方生态伦理思想探究》,中国社会科学出版社2004年版,第225页
- ³¹ 曾建平著:《环境哲学的求索》,中央编译编译出版社2004年版,第180页
- ³² 丁栋虹:《市场经济的道德悖论性》《学术界》2003年3月
- ³³ 汪荣有:《道德:经济发展的内驱力》《道德与文明》2005年1月
- ³⁴ 胡海鸥:《道德行为的经济分析》复旦大学出版社2003版 第36页
- ³⁵ 同34 第1页
- ³⁶ 同34 第1页
- ³⁷ 彼得·科基洛夫斯基著:《伦理经济学原理》,中国社会科学出版社1997年版,第20页—21页
- ³⁸ 乔法容、朱金瑞主编:《经济伦理学》,人民出版社2004年版,第299页
- ³⁹ 同上
- ⁴⁰ 贺来:《现代人的价值处境与“责任伦理的自觉”》,《江海学刊》,2004年4月
- ⁴¹ 朱辉宇:《自利祛魅与责任重塑——自利限度思考与责任伦理建设》,《探索》,2004年4月
- ⁴² 罗亚玲:《环境伦理行为责任伦理》,《道德与文明》,2005年月1月
- ⁴³ 世界环境与发展委员会,王之佳等译:《我们共同的未来》,吉林人民出版社1997年版,第80页
- ⁴⁴ <http://www.cmo.com.cn/0509shangml/llts/2005091-5.htm>
- ⁴⁵ 同上 第4页
- ⁴⁶ 同8,第23页
- ⁴⁷ 汪荣有著:《当代中国经济伦理学》,人民出版社2004年版,第277页
- ⁴⁸ 于传利:《企业环境经营论》,《经济纵横》,2002年2月

- ⁴⁹ 吴东晨:《企业可持续发展的关键因素及对策研究》,《企业研究》,2005年5月
- ⁵⁰ Naess,A. ,”The Third World,Wilderness,and Deep Ecology,” in George Sessions ed. , Deep Ecology for the 21th Century, Boston: Shambhala Publications Inc. ,1995. pp. 397-407
- ⁵¹ 雍兰利、范玉凤:《化解生态环境危机:从科技理性到生态伦理》,《河北师范大学学报(哲社版)》,2004年7月
- ⁵² 同51

主要参考文献

- 1、[古希腊]柏拉图著,郭斌和、张竹明译:《理想国》,商务印书馆2002年版
- 2、[美]霍尔姆斯·罗尔斯顿著,杨通进译,许广明校:《环境伦理学——大自然的价值以及人对大自然的义务》,中国社会科学出版2000年版
- 3、[美]怀特海著:《科学与近代世界》,(纽约,1964)第175页,参见中译本(商务印书馆,1989)
- 4、[美]理查德·T·德·乔治著 李布译:《经济伦理学》,北京大学出版社第5页
- 5、[美]P·普拉利著,洪成文、洪亮、仵冠译:《商业伦理》,中信出版社1992年版
- 6、[美]小詹姆斯·R·格伦著,季大方译:《决策中的伦理》,中华工商联合出版社2001年版
- 7、[美]阿瑟·奥肯著,王奔洲等译:《平等与效率》,华夏出版社1999年版
- 8、[美]托马斯·唐纳森、托马斯·邓菲著,赵月瑟译:《有约束力的关系——对企业伦理学的一种社会契约论的研究》,上海社会科学院出版2001年版
- 9、[德]马克斯·韦伯著,于晓、陈维钢等译:《新教伦理与资本主义精神》,三联书店1987年版
- 10、[德]海德格尔著:《海德格尔选集》(下卷)上海三联书店1996年版
- 11、[德]霍尔斯特·施泰因曼、阿尔伯特·勒尔著,李兆雄译:《企业伦理学基础》2001年版
- 12、[德]帕特里希·派尔-舍勒著,姚燕译、毛怡红校:《跨文化管理》,中国社会科学出版社1998年版
- 13、[德]马克思恩格斯:《马克思恩格斯选集》,人民出版社
- 14、[德]马克斯·韦伯著,冯克利译《学术与政治》,三联书店1998年版
- 15、[英]亚当·斯密《国民财富的性质和原因的研究》,第一编,第二章;参见中译本,商务印书馆,1972年版,上卷
- 16、[法]卢梭著,李平沅译《爱弥尔——论教育》,人民教育出版社2005年版
- 17、[俄]彼得·科基洛夫斯基:《伦理经济学原理》,中国社会科学出版社1997年版
- 18、罗国杰著:《伦理学》人民出版社1989年版
- 19、曾建平著:《寻归绿色——环境道德教育》,人民出版社2004年版
- 20、曾建平著:《环境哲学的求索》,中央编译编译出版社2004年版
- 21、曾建平著:《自然之思:西方生态伦理思想探究》,中国社会科学出版社2004年

版

- 22、乔法容、朱金瑞主编：《经济伦理学》，人民出版社 2004 年版
- 23、王小锡、华桂宏、郭建新著：《道德资本论》，人民出版社 2005 年版
- 24、龚群著：《中国商德》，四川人民出版社 2000 年版
- 25、欧阳润平著：《义利共生论——中国企业伦理研究》，湖南教育出版社 2000 年版
- 26、陈炳富、周祖城著：《企业伦理学概论》，南开大学出版社 2000 年版
- 27、汪荣有著：《当代中国经济伦理论》，人民出版社 2004 年版
- 28、李超然著：《自然的伦理尊严》，江西人民出版社 2001 年版
- 29、胡海鸥：《道德行为的经济分析》复旦大学出版社 2003 版
- 30、中国企业管理百科全书编辑委员会：《中国企业管理百科全书》，企业管理出版社 1981 年版
- 31、于光远著：《政治经济学社会主义部分探索》（六），人民出版社 1996 年版
- 32、贺来：《现代人的价值处境与“责任伦理的自觉”》，《江海学刊》，2004 年 4 月
- 33、朱辉宇：《自利祛魅与责任重塑——自利限度思考与责任伦理建设》，《探索》，2004 年 4 月
- 34、罗亚玲：《环境伦理行为责任伦理》，《道德与文明》，2005 年月 1 月
- 35、于传利：《企业环境经营论》，《经济纵横》，2002 年 2 月
- 36、吴东晟：《企业可持续发展的关键因素及对策研究》，《企业研究》，2005 年 5 月
- 37、Naess, A. , " The Third World, Wilderness, and Deep Ecology, " in George Sessions ed. , Deep Ecology for the 21th Century, Boston: Shambhala Publications Inc. , 1995. pp. 397-407
- 38、雍兰利、范玉凤：《化解生态环境危机：从科技理性到生态伦理》，《河北师范大学学报（哲社版）》，2004 年 7 月
- 39、何怀宏：《政治家的责任伦理》，《伦理学研究》2005 年 2 月
- 40、曾武英、陈雪琼 《谈谈生态伦理与企业的环保责任》《商业伦理》2004 年第 21
- 41、汪荣有：《道德：经济发展的内驱力》《道德与文明》2005 年 1 月
- 42、王初根：《对市场经济与伦理道德关联的理性思考》，《江西师范大学学报》1998 年第 3 期
- 43、孙君恒、许玲：《责任的伦理意蕴》《哲学动态》2004 年 9 月
- 44、黄锡生、宋海鸥《论企业环境责任的立法完善》，《重庆建筑大学学报》2005 年 6 月
- 45、参见 Stephen p. Robbins, Management (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1991)
- 46、丁栋虹：《市场经济的道德悖论性》《学术界》2003 年 3 月

致 谢

弹指一挥间，三年的学习生涯即将结束，在硕士论文完稿之时，感慨颇多。首先，我要感谢授业恩师曾建平教授。三年以来，无论是在我专业的学习上，还是日常的生活当中，恩师都给予了我无微不至的关怀，促使我树立崇高的奋斗目标、人生理想，启迪我不断向前寻找希望。论文得以顺利的完成，不但要感谢恩师平时的殷切指导、谆谆教诲，更要感谢恩师在我写作期间给予的大力帮助和精神支持。

“业精于勤，而荒于嬉”，我还要感谢学院的何小平教授、汪荣有教授、王初根教授、张海仁教授、章小谦教授、蒋九愚教授等，是他们在课堂上的时常叮嘱，让我不至于追随世俗的喧闹而虚度光阴；是他们以高尚的人格和道德风尚催我不断完善。

本论文的写作还得到了来自四面八方的学友郑弋晖、刘志飞、周俊、丁鹏、刘准、邱祥莺等的支持，在此一并表示感谢。

论文完稿的同时，也是我新的人生旅程起帆之时，有了众多的良师益友的支持与鼓舞，相信我无论是在什么岗位，从事什么工作，都会取得丰硕的成果。

胡小星

2006年4月