

NEIMENGGULUSEPINPAIYINGXIAOANGLI

内蒙古绿色品牌

营销方略

张智荣 柴国君 著

内蒙古绿色品牌 营销方略

张智荣 柴国君 编著

内蒙古大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

内蒙古绿色品牌营销方略/张智荣,柴国君著. —呼和浩特:内蒙古大学出版社,2005.7

(内蒙古区域经济研究丛书)

ISBN 7-81074-858-0

I. 内… II. ①张… ②柴… III. 产品-市场营销学-研究-内蒙古 IV. F723.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 088129 号

书 名	内蒙古绿色品牌营销方略
著 者	张智荣 柴国君
出 版 发 行	内 蒙 古 大 学 出 版 社 呼和浩特市大学西路 235 号(010021)
经 销	内 蒙 古 新 华 书 店
印 刷	内 蒙 古 地 矿 印 刷 厂
开 本	880 × 1230/32
印 张	8.75
字 数	235 千
版 期	2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷
标 准 书 号	ISBN 7-81074-858-0/F·39
定 价	17.50 元

本书如有印装质量问题,请直接与出版社联系

目 录

第一部分 环境篇

第一章 可持续发展制度下的绿色品牌竞争	(3)
一、可持续发展需要绿色经济制度	(3)
二、绿色产业——可持续发展的必然选择	(6)
三、绿色壁垒与应对措施	(10)
四、基于可持续发展的绿色品牌竞争	(14)
第二章 绿色消费是 21 世纪消费的主题	(17)
一、绿色消费的意义	(17)
二、绿色消费的特征	(19)
三、绿色消费的发展变化趋势	(24)
四、推广普及绿色消费任重道远	(35)

第二部分 资源篇

第三章 内蒙古绿色资源的比较优势	(41)
一、国内外绿色资源状况	(41)
二、内蒙古绿色资源现状与分布	(46)
三、内蒙古绿色资源开发利用的比较优势	(53)
四、合理开发绿色资源,发展绿色产业势在必行	(55)
第四章 内蒙古绿色产业发展现状	(62)
一、我国绿色产业发展状况	(62)
二、内蒙古发展绿色产业的有利条件	(65)

三、内蒙古绿色产业发展现状	(70)
四、内蒙古发展绿色产业应注意的几点	(73)
第五章 发展绿色品牌,促进内蒙古生态环境建设	(76)
一、生态环境建设与发展绿色品牌的关系	(76)
二、内蒙古生态环境建设与绿色品牌发展水平评价	(80)
三、内蒙古绿色品牌发展状况喜忧参半	(86)
四、绿色品牌发展的前途喜人,道路曲折	(89)

第三部分 管理篇

第六章 绿色品牌发展战略模式	(95)
一、内蒙古经济发展的目标定位及路径选择	(96)
二、构筑绿色品牌群落的必要性和可行性	(97)
三、构筑绿色品牌群落模式的指导思想和基本思路	(99)
四、构筑绿色品牌群落的模式	(101)
五、绿色品牌群落模式的实施条件	(111)
第七章 内蒙古绿色品牌管理战略	(115)
一、绿色管理理论	(115)
二、内蒙古绿色品牌管理现状评价	(120)
三、内蒙古绿色品牌管理战略	(134)

第四部分 营销篇

第八章 绿色营销现状与发展态势分析	(153)
一、绿色营销——新世纪的营销主流	(153)
二、绿色营销的基本涵义	(159)
三、绿色营销的先进性	(165)
四、我国企业实施绿色营销的必要性与可行性	(168)
五、我国企业实施绿色营销的现状及存在的问题	(174)

第九章 内蒙古实施绿色营销的障碍	(176)
一、生态、资源障碍	(176)
二、经济障碍	(179)
三、技术与人才障碍	(182)
四、宏观管理障碍	(183)
五、政府主导型的绿色营销发展战略	(185)
第十章 内蒙古绿色品牌营销战略	(189)
一、绿色 SWOT 分析	(189)
二、绿色营销模型	(196)
三、绿色营销战略过程	(198)
第十一章 内蒙古绿色强势品牌营销战略	(211)
一、内蒙古绿色食品营销战略	(211)
二、内蒙古绿色旅游营销战略	(230)
第五部分 政策篇	
第十二章 发展绿色品牌的政策措施	(247)
一、制定规划,明确目标	(247)
二、制定法规,强化法律保障	(248)
三、加强生态环境建设的力度,营造绿色环境	(250)
四、大力推进内蒙古生态农牧业发展的步伐	(250)
五、加大绿色食品和绿色旅游的开发,充分发挥 双翼的带动作用	(252)
六、加强绿色产品基地建设	(254)
七、实施积极的财政信贷和税收优惠政策,加大 生态环境建设与绿色产品发展的投入	(256)
八、土地政策	(258)
九、加强绿色产品的市场营销工作,提供市场销售保障 ..	(259)

十、组建大企业、大集团,建造绿色产品出口的“航空母舰”	(261)
十一、积极引入国际市场准入标准,实行绿色品牌制 度,创名牌产品	(262)
十二、调整人才结构,提高企业家的素质	(263)
十三、实行技术创新工程,把绿色产品发展成为以 生物技术为支撑的高新技术产业	(265)
十四、积极改善投资环境,进一步扩大对外开放	(267)
十五、组建绿色产业协会,强化行业管理	(268)
参考书目	(269)
后记	(273)

第一部分 环境篇

21 世纪,人类以追求可持续发展为己任。经济的可持续发展是人类社会可持续发展的保证,发展绿色经济是经济可持续发展的必然趋势,开发绿色产品、发展绿色产业是实现绿色经济的重要手段,创立绿色品牌、实施绿色营销是企业基于可持续发展形势下的竞争策略。





第一章 可持续发展制度下的绿色品牌竞争

一、可持续发展需要绿色经济制度

在人类社会发展史中,经济与环境是密不可分的,经济与环境相互交替和融合是以人类的需求为动力的。人类的需求经历了以下三个阶段:第一,维持人类种群生态繁衍的原始需求阶段;第二,物质享受与文化需求不断提高阶段;第三,人类以生态环境需求为显著特征的全面需求阶段,即包括物质生活需求、精神生活需求和生态环境需求。同样,不同的需求阶段必然伴随着相应的经济与环境类型。从人类社会经济与自然环境关系的发展演替规律和世界发达国家和地区所走过的工业化道路以及人类所选择的发展模式看,随着人类社会的发展,以需求为动力,经济与环境关系确实经历了农业的原始型的协调发展阶段、工业化初中期的掠夺型失调阶段、工业化后期和后工业社会的可持续协调发展阶段。由此可见,经济与环境协调发展是人类社会发展的历史必然。

从总体上看,我国目前资源环境状况不容乐观,主要表现在:一是自然资源供不应求的问题日益突出。首先,水资源紧张已经被大多数国人,特别是被近几年饱受旱灾地区的人民所认识,随着人口的



增加,它更将成为我国未来发展的制约因素之一。此外,工业化进程的加快也将增加对水资源的需求,从而使水资源紧缺的形势更加严峻。其次,矿产资源供应不足,我国从1993年成为石油进口国,2004年原油进口量已达到9000万吨左右。此外,我国经济建设所需要的大宗矿产品,如铁、钾、铜等都需要从国外购买,这必将受到国际市场价格的影响。再次,土地损失的动向也不能忽视,我国耕地总体质量不高,中低产田占耕地总面积的79%,每年因各种原因损失的耕地大约在85万平方米左右,而且可开发的后备土地资源严重不足。

二是生态退化和破坏问题严重。我国目前生态退化问题主要表现为:森林覆盖率提高慢,水土流失严重,土地沙化逐年扩大,生态脆弱,生物多样性减少等。中国是一个少林国家,森林的总量不足,分布不均,功能较低。草场也在日趋退化,动植物资源破坏严重。有资料表明:我国90%的草场已经退化或正在退化,并且以每年200万平方米的退化速度递增,退化速度每年约为0.5%。而人工草场和改良草场的建设速度每年仅为0.3%,建设的速度远远赶不上退化的速度。此外海洋开发处于“无度、无偿、无序”状态,已导致自然生态破坏、海洋渔业资源下降、水体污染等严重后果。专家预测,21世纪将是各种自然灾害的高发时期,随着经济规模的不断扩大,灾害对我国的影响也将进一步加大。

三是环境污染将成为我国近20年发展的最大制约因素。根据国际经验,工业化发展时期也是环境污染最严重的时期,我国的生态环境仍面临进一步恶化的趋势,污染产业很可能从沿海地区向中西部地区转移,大气污染程度在进一步加大,废水排放总量在进一步增加,江河湖泊水域普遍遭到不同程度污染,固体废弃物不仅占用了大量耕地,而且使得堆放场地附近的地表水和地下水受到严重污染。

从经济学的角度看,造成环境污染的经济根源主要是外部的不经济,而造成外部不经济的原因主要是市场与政策失效。

市场失效是指作为资源分配机制本身所具有的缺陷。造成这种缺陷的原因是多方面的,如外部性、公共物品、不确定性以及收益递



增等,这些原因使得市场功能失调或发挥不了应有的作用。市场失调导致稀缺性资源的市场价格偏离真实价格,投资者为了额外利润不考虑环境成本,造成自然资源耗竭和生态环境退化。市场失效的领域还有很多,如垄断和寡头的存在使得消费者的利益受到损害,私人不愿意向外部经济的项目投资,企业不愿意承担外部不经济的成本,市场不能自发地提供发展所需的产业结构变化,不能自发完成国民经济和社会发展目标等等。对于我国来说,主要原因是对环境污染的治理采取行政办法,由于外部性的存在,即生产者不承担环境成本,而由社会承担,这种产权不清的结果给社会造成了诸如草场退化、荒漠化和江河污染等经济学上的“公地悲剧”。

虽然政府干预可以纠正自然资源利用和环境保护中的市场失效,但政策的失误却可能导致生态环境的破坏。我国一个很明显的例子就是长江上游地区的过度砍伐造成森林覆盖率下降,水土流失严重,大量泥沙在下游河道、湖泊淤积,导致长江防洪能力明显下降,这是我国近几年长江流域洪水泛滥的根本原因。

在迈向现代化的进程中,如何实现社会经济的可持续发展,将是我国长期的一个重大发展战略。由于绿色经济强调以人为本,以发展经济、全面提高人民生活质量为核心,保障人与自然、人与环境的和谐共存,同时又能促进经济持续、快速、健康发展,使自然资源和环 境得到永续利用和保护,因而受到国际社会的广泛关注。从我国长期可持续发展的角度考虑,大力发展绿色经济势在必行。《中国 21 世纪议程》的制定是我国政府为落实 1992 年联合国发展大会有关决议的一个实施步骤,其目的是协调发展经济与环境保护的关系,从而实现可持续发展。

要实现经济与环境的协调发展,需要进行经济与环境协调发展的制度创新,绿色经济制度是随着全球环境革命在经济再生产各个领域的渗透而逐渐形成的经济与环境协调发展的经济行为的初步制度框架,也是目前实施生态环境政策与经济政策一体化的创新结果。绿色经济制度创新包括以下几个方面:



1. 绿色制度环境

包括绿色资源制度、绿色产权制度、绿色市场制度、绿色产业制度、绿色技术制度和绿色产品制度。这一系列制度的建立,为从生态环境角度规范和考核经济个体的经济行为创造了有益的制度环境,也必将促进绿色产业和绿色品牌的发展。

2. 绿色规范制度

包括绿色生产制度、绿色消费制度、绿色贸易制度、绿色营销制度、绿色包装制度、绿色标志制度和绿色管理制度等。这些制度的健全和实施,必然使生态环境资源在生产、交换、分配、消费各个领域实现有效配置,并对各种经济行为进行约束和规范。

3. 绿色激励制度

包括绿色财政制度、绿色金融制度、绿色税收制度和绿色投资制度。这些激励性制度必将对生态环境资源利用、保护和绿色产业发展的经济动力提供有效的制度保障。

4. 绿色考核制度

包括绿色会计制度、绿色审计制度和绿色国民经济核算制度。这些制度可以从定量上将生态环境的存量消耗与折旧以及保护与损失费用纳入到经济绩效的考核当中,并对个体的经济行为实行有效的监督。

绿色经济制度的实行可以迫使经济个体不得不放弃传统的高消耗、高污染的经济行为。因为资源消耗越高,生态环境破坏越严重,其经济绩效就越小,从而促使其改变经济行为,激励其进一步采用科学的、先进的经济技术措施,增加绿色成分,逐步回到可持续发展的正确轨道上来。

二、绿色产业——可持续发展的必然选择

20 世纪以来这一段时期,既是人类物质文明高度发达的时期,



也是生态环境、自然资源破坏最为严重的时期。这一时期,地球上发生了三种深远的变化,一是社会生产力得到极大的提高,经济规模空前扩大,经济增长创造了前所未有的物质财富;二是人口爆炸性增长,20 世纪全世界人口翻了两番,达到了 60 亿,而且仍以每年 9 200 万人以上的速度增长;三是由于自然资源的过度开发和污染物的大量排放导致全球性资源短缺、环境污染和生态失衡。这些问题不断积累,加剧了人类与自然的矛盾,使人类不断地遭到自然的惩罚。这样,人们迫切要求回归自然,形成与环境相互协调的生态圈。尤其是 20 世纪 90 年代以来,以环境保护为主题的绿色浪潮日益高涨,因而绿色经济、绿色产业、绿色产品和绿色品牌逐渐被政府、企业和消费者所重视。

绿色产业是指无污染、无公害、生态平衡的产业。它是关系到自然、社会、经济协调和可持续发展以及人和自然和谐共处的重大问题。发展绿色产业应包括三个方面:一是发展绿色农业产业;二是发展绿色工业产业;三是发展绿色服务产业。

为了满足迅速增长的人口和人们不断提高的生活水平,传统的发展观念是以国民生产总值增长为主要指标,以工业化为基本内容的经济增长模式。基于这种发展理论,引发了生态环境日益恶化的严酷的现实问题,因而在 20 世纪 80 年代提出的“可持续发展战略”逐步得到了社会各界的重视,并很快达成共识:只有实现社会的可持续发展,当今社会才有出路。主要理由有四点:第一,发展的内容既包括经济的发展,也包括社会的发展,还包括保持、建立良好的生态环境。经济发展应包括数量的增长和质量的提高两个方面,数量的增长是有限的,而依靠科学技术进步来提高经济、社会、生态的效益才是持续的;第二,自然资源的永续利用是保障经济社会可持续发展的物质基础;第三,自然生态环境是人类长期生存发展和经济社会发展的基本条件;第四,控制人口增长与消除贫困是与保护生态环境密切相关的重大问题,因此,要重新确立人与自然的关系,确立新的发展战略。从以上各个方面看,发展绿色产业与实现经济社会可持续



发展有许多相似之处,两者都是以保护生态环境为目的,以社会经济高效、协调发展为最终目标。不同的是后者是从战略上解决问题,前者是从具体方法上解决问题。由此可见,发展绿色产业是实现经济与社会可持续发展的必然选择。

在发达国家,绿色产业的发展已具有相当高的水平,已经向集约化的深层次发展。首先,他们具有强烈的绿色意识,进一步健全了环保法规。贸易和环境相结合成为贸易界和环境界的重大课题,同时以绿色标志为特征的环保标准越来越多,越来越严,而且绿色标志已成为进入国际市场的通行证。如欧盟就电子、电动产品中电磁污染做出了新的标志,即必须加“CE”标志。其次,各发达国家为对付如此繁多的环境法规,纷纷投入巨资进行研究绿色生产技术。如美国在生物技术和产品废弃物回收方面的科研经费,达到科研总经费的30%左右,并已显现出了成果。美国和澳大利亚的“种植园式”农业实行机械化生产、电脑化管理、生物技术治病,使能源内部自主循环,废弃物自动处理,形成一个人造生物园,既改善了生态环境,又极大地提高了农业的产量和质量。

在我国,绿色产业还是一个新的概念。1999年,农业部在研究制定农业企业经济和社会发展“八五”计划和2000年规划时,提出对农业经济效益的突破要重点抓好三件事:一是拳头产品;二是重点企业;三是攻关技术。拳头产品包括绿色食品在内的重点产品。绿色食品是那些无污染的安全、优质、营养类食品的统称,由于与环境保护和生态有关,因而称其为“绿色食品”。经过多年的努力,我国的绿色产业已初见成效,主要表现在:第一,开发建立了一批绿色产品的生产基地,形成了一批知名度较高的绿色品牌,如内蒙古奶制品生产基地的建立,诞生了“伊利”、“蒙牛”等绿色食品品牌;第二,初步建立了绿色产品销售服务中心,如北京绿色食品总店;第三,建立了比较健全的绿色产品管理网络,如绝大多数省、直辖市、自治区成立了绿色产品的管理组织;第四,建立了诸如中国农垦北方检测中心等绿色产业检测系统;第五,初步建立了绿色科研体系,对绿色产品



操作规程、绿色产品标准、高效生物肥料、农药、保鲜剂等相关难题进行了科研攻关。近几年,绿色产业的发展走向实体化、产业化、集约化,即逐步形成了“科研开发——选择生产基地——产品销售——废物回收”的模式。

但从总体上来讲,我国的绿色产业还处在一个初级阶段,仅仅局限于农产品和初级产品的加工上,其深层次原因主要表现在:一是发展绿色产业的迫切性与人们的认识滞后性的矛盾。世界性的资源短缺和全球性的环境污染及人类直接使用的产品已严重影响人类的健康,如大米中过高的农药含量,食物添加剂中过量的微量元素,都不同程度地影响着人的身心健康,这就迫切要求走绿色产业之路。但是,在当今的生产力水平下,人们不可能有足够的认识和能力来注重生活质量问题。另外,在环境污染方面世界各国也没有完全达成共识,在治理上也没有统一行动,甚至,有的国家还故意将一些污染严重的工业转移到国外。

二是绿色产品成本过高与市场竞争乏力的矛盾。因为绿色产业是一个新生的行业,必须通过高新技术才能开发出高质量的产品,这样生产成本就要额外增加一部分成本——绿色成本,造成绿色产品的总成本远远高于普通产品。在现有消费能力的情况下,人们更倾向于购买普通产品,从而使绿色产品缺乏市场竞争能力。

三是绿色产品技术创新与政府支持不力的矛盾。绿色产品是一种技术含量较高的产品,需要投入专门的技术、人才和大量的资金来支持,尤其需要政府的政策性支持。由于绿色产品开发投入见效慢,投资回收期长,特别是绿色产品这种高新技术的投入有较大的风险,所以,私人资本不愿意投入。从政府的角度看,为提高局部利益和人民的生活水平,仅仅注重经济的快速增长,还没有真正考虑绿色产业和环境保护的核心问题。因而由于政府支持的不力,不能有效地促进绿色产业的发展。

由此可见,发展绿色产业是切实贯彻可持续发展战略的重要举措。各级政府必须进一步转变职能,加大科研与人才投入的力度,鼓



励企业合理开发绿色资源,为绿色产业的发展壮大提供良好的宏观环境和政策导向。

三、绿色壁垒与应对措施

随着全球经济的迅速发展,以关税和传统的非关税贸易壁垒来限制进口的余地越来越小。为维护本国生产者的利益,各国都想方设法在环境保护上大做文章,把贸易与环境这两个在世界贸易史上原本不相干的问题结合在一起,把绿色壁垒作为一种非关税壁垒设置在国际贸易的通道上,并在短时间内迅速发展。我国作为世界贸易组织(WTO)的新成员、最大的发展中国家和进出口贸易大国,加之经济基础薄弱,劳动密集型产业较多,出口产品单一,环境保护形势严峻,绿色壁垒的影响将更加突出。我国只有积极应对,趋利避害,才能减少损失,在国际贸易市场上占有一席之地。

绿色壁垒是指在国际贸易活动中,一个国家以可持续发展和环境保护为理由和目标,以保护人类、动植物健康或安全,保护环境为名而制定的一系列环境贸易措施,通过制定严格的环保技术标准、复杂的卫生检疫制度或采用绿色环境标志、绿色包装制度等,来阻止或限制某些外国商品的进口。

绿色壁垒产生的背景主要是处于保护生态环境与人类安全的需求。为此,1972年,联合国通过了《人类环境宣言》,发达国家的经济发展开始从单一追求经济效益转变为寻求经济、社会、环境三个目标效益平衡发展的模式。1992年联合国环境与发展大会通过了《21世纪议程》,明确指出可持续发展是协调人类与自然关系的正确方向。与此同时,一些发展中国家环保意识与相关法规落后,在这一背景下产生的全球性经济组织——世界贸易组织(WTO),以促进贸易与投资自由化为目的,同时也注重平衡贸易与环保的关系,为维护和改善地球的环境发挥作用,以保证国际贸易的可持续发展。WTO的