

营销管理系列丛书 / 袁乐清 张珀维 黄智华 陈国伟 主编
Marketing management series collection

循环经济 在 广东

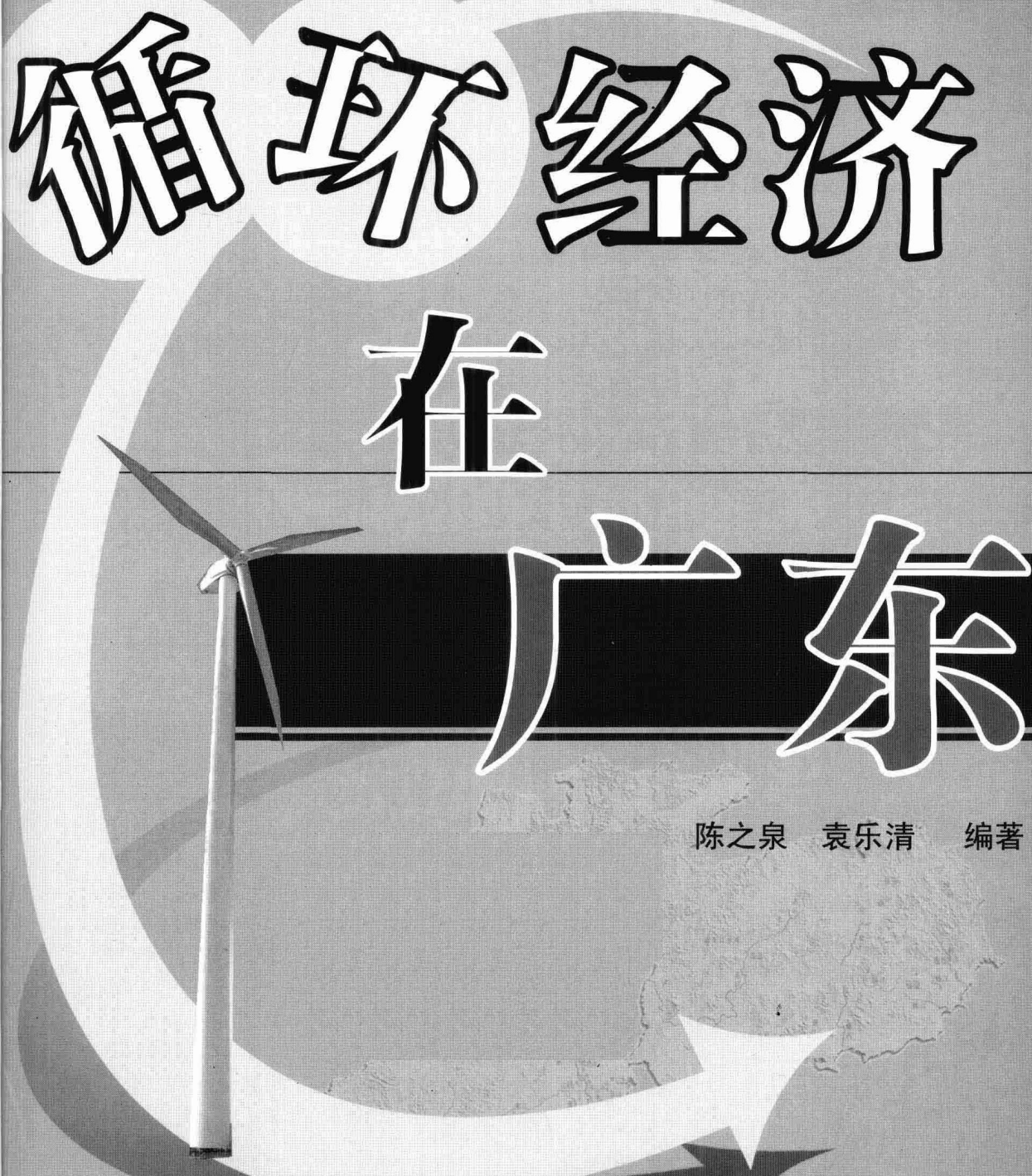
陈之泉 袁乐清 编著

中山大学出版社

营销管理系列丛书 / 袁乐清 张珀维 黄智华 陈国伟 主编

Marketing management series collection

循环经济 在 广东



陈之泉 袁乐清 编著

中山大学出版社
· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

循环经济在广东/陈之泉, 袁乐清编著. —广州: 中山大学出版社, 2009. 11
(营销管理系列丛书/袁乐清, 张珀维, 黄智华, 陈国伟 主编)
ISBN 978 - 7 - 306 - 03531 - 8

I. 循… II. ①陈… ②袁… III. 自然资源—资源利用—研究—广东省 IV. F124.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 196697 号

出 版 人: 叶侨健

策划编辑: 钟永源 黄智华

责任编辑: 钟永源

封面设计: 贾 萌

责任校对: 刘丽丽

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84111997, 84113349, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州市新明光印刷有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 9.75 印张 238 千字

版次印次: 2009 年 11 月第 1 版 2009 年 11 月第 1 次印刷

印 数: 1 - 3000 册 定 价: 26.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

《循环经济在广东》 编著者简历



陈之泉，高级工程师，英国牛津布鲁克斯大学荣誉博士，北师大珠海不动产学院特聘教授，广东省土木建筑学会理事长，广东省房地产行业协会终身名誉会长，广东营销学会名誉会长，广东省空间结构学会名誉会长，广东省可持续发展协会副理事长，广东省城市管理研究会副会长，《发现》杂志社副理事长，广东省建设委员会原主任，广东省九届人大常委会委员、省人大城建环资委主任委员，广东省第一任城市科学研究会会长，岭南诗社原副社长。一级书法家、中国书法美术家协会副主席、中国国画院名誉院长等。

从事基础工程施工 23 年，从事省级建设部门主管 21 年。独著专业著作：《论生存空间》、《论城市空间》和《循环经济》（各 20 余万字）。国内第一个发表循环经济论文的作者。



袁乐清，信息时报社原副总编辑，广东营销学会副会长兼秘书长，《营销管理》杂志总编辑，中国广告协会学术委员会委员、广东省广告协会学术委员会委员、广州市作家协会会员。

1947 年 8 月出生于湖南汝城，1963 年毕业于汝城三中，1968 年 3 月从衡山南岳岳云中学应征入伍。1968 ~ 1989 年，共 21 年在海军南海舰队广州基地工作，历任新闻干事、海军政治学院教员、副政委、副处长、处长等职，被授予海军中校军衔。80 年代初，参加广东省首批高等教育自学考试，获中山大学中文系汉语语言文学专业毕业文凭。

1989 年转业到广州市信息时报社，历任信息时报社副总编辑、党总支部书记；兼管报社广告经营，任广州市信息广告公司法人代表、总经理等职。从 1993 年开始至 2001 年，兼任《信息时报》每周一次的“广告潮”专版主编，并任“广告潮”系列丛书主编。该系列丛书先后由广东人民出版社和岭南美术出版社出版，共出版五辑，总计 220 多万字。任国家教委“九五”规划项目“整合营销传播研究书系”主编，参与编著《整合致胜——打造强势品牌的锐利武器》、《沟通秘境：广告文案之道》、《营销法眼——客户关系管理》等书，由广东经济出版社出版发行。

2001 年以来，担任的社会职务主要有：广东省工商联五金机电商会秘书长、广东省信用研究会常务副秘书长、广东省玩具协会中外玩具制造杂志社主任编辑。从 2006 年 8 月开始至今，到广东营销学会工作，一直担任广东营销学会副会长兼秘书长、《营销管理》杂志总编辑。担任“营销管理”系列丛书主编，参与编著、主编的《循环经济在广东》、《谁营销了广东》等书，由中山大学出版社出版发行。



广东省建委原主任陈之泉（中）



广东省建委原主任陈之泉（左三）、清远市清城区副区长刘秀添（右二）



广东省建委原主任陈之泉（右三）、清远进田公司董事长赖坤洪（左三）

营销管理系列丛书

编委会

顾问:

- 匡吉 广东省原副省长、广东营销学会名誉会长
- 张江明 广东省社会科学大学名誉校长、教授、广东营销学会名誉会长
- 陈之泉 英国牛津布鲁克斯大学荣誉博士、广东省原建委主任、广东省房地产协会终身名誉会长、广东营销学会名誉会长
- 闵建蜀 香港中文大学工商管理学院原院长、广东营销学会名誉会长
- 刘晓捷 广东省政府副秘书长、广东营销学会名誉会长
- 范以锦 广东新闻工作者协会主席、暨南大学新闻与传播学院院长、南方日报社原社长、广东营销学会顾问
- 孙雄 广东省连锁经营协会会长、广东营销学会名誉会长
- 刘焕泉 广东省经贸委副主任兼广东省中小企业局局长、广东营销学会名誉会长
- 杨大行 广东省原轻工厅厅长、广东省轻工业协会会长、广东营销学会顾问
- 李美清 广东省政府研究室原副主任、广东营销学会顾问
- 刘伯龙 广东省审计厅原副厅长、广东营销学会顾问
- 周理教 广东营销学会名誉会长、佛山市京安通讯交通设施有限公司副董事长、总经理
- 孔令富 广东营销学会名誉会长、广东协联科贸发展有限公司董事长
- 黄顺良 广东营销学会名誉会长、广州市中之豪实业有限公司副董事长
- 陈汉民 清华大学美术学院教授、中国著名品牌标志设计家、中国品牌营销学会顾问
- 张世贤 中国社会科学院研究员、研究生院教授、中国品牌营销学会副会长
- 孔繁任 中国品牌营销学会副会长、奇正沐古国际咨询机构董事长、中国十大营销专家
- 张惠辛 中国广告杂志社社长兼主编、上海大学广告系教授、中国品牌营销学会广告专业委员会副主任
- 邱明正 朝春集团（台湾）副总裁、教授、广东营销学会顾问
- 黄德鸿 暨南大学管理学院教授、博士生导师、广东营销学会顾问
- 郭国庆 中国人民大学商学院教授、博士生导师、中国市场营销研究中心主任
- 何永祺 暨南大学管理学院教授、中国高校市场学研究会原会长、广东营销学会顾问
- 李华杰 广东省行政管理干部学院原院长、经济学教授、广东营销学会顾问
- 罗国民 广东省人大侨委委员、广东商学院原院长、教授、广东营销学会顾问
- 徐印州 广东商学院副院长、教授、广东营销学会顾问

卜妙金 广东仲恺农学院原院长、教授、广东营销学会顾问
 厉以京 华南理工大学工商管理学院原院长、教授、广东营销学会顾问
 沙振权 华南理工大学工商管理学院副院长、教授、中国市场营销管理研究中心主任
 刘志超 华南理工大学工商管理学院市场营销系主任、教授、中国市场营销管理研究中心副主任
 刘汉松 广东省直工委原副书记、广东营销学会顾问
 钟育赣 广东外语外贸大学教授、广东营销学会副会长
 卫海英 暨南大学管理学院市场学系主任、博士生导师、广东营销学会顾问
 徐 瑄 暨南大学知识产权学院副院长、教授、广东营销学会顾问
 傅汉章 暨南大学经济学院教授、广东营销学会顾问
 杨群祥 广东农工商职业技术学院党委书记、教授、广东营销学会副会长
 张士泽 广州大学原管理系主任、教授、广东营销学会顾问
 于洪彦 中山大学博士生导师、广东营销学会理事
 雷 鸣 华南理工大学工商管理学院教授、广东营销学会副会长、中国市场学会理事、中国高校市场学研究会理事
 林启德 研究员、广东营销学会顾问
 曾利德 广东省直工委原副书记、广东营销学会顾问
 叶煜荣 中山医科大学经济学原教研室主任、教授、广东营销学会顾问
 郭明章 广东工业大学原管理系主任、教授、广东营销学会顾问
 韦华腾 中共广东省委党校法学部主任、教授、广东涉外投资法律学会常务副会长兼秘书长
 周乃毫 广州金鹏经贸发展有限公司执行董事长、广东营销学会顾问

名誉主任：杨开茂 广东省原经济委员会副主任、广东营销学会创会会长
主 任：戴履先 广东营销学会会长
副 主 任：黄计钧 原粤港信息日报社社长、广东营销学会副会长
 袁乐清 广东营销学会副会长兼秘书长、信息时报社原副总编辑
 张珀维 广东营销学会副秘书长、广州宇迪资讯有限公司总经理

主 编：袁乐清、张珀维、黄智华、陈国伟
策划总监：郑锐洪

编 委：(按姓氏笔画排序)

毛雄定	区婉芬	王国全	王慧琴	王中之	卢文刚	陈炳强	陈克宇
何志明	李政敏	李易洲	陆 勇	张淑才	张 良	肖宁春	林燕辉
罗德达	周兆晴	周建基	赵红梅	高 榕	钱月如	黄永平	黄毅谊
黄友新	曾 宇	蔡淦绵	蔡舜娇	傅国辉	廖燕纯		

总指导：广东营销学会

总策划：广东营销学会经理人专业委员会、《营销管理》杂志社

地 址：广州市广州大学桂花岗校区综合楼 913 室

电 话：020 - 86321478 13710886913

营销管理网：www.new-mm.com.cn

电子邮箱：gd.worldwide@163.com

战略支持单位：中国移动通信集团广东有限公司、云浮硫铁矿企业集团有限公司、广东五叶神实业发展有限公司、广东志高空调有限公司、广东康宝电器有限公司、广东顺德简氏家用电器、清远进田企业有限公司、惠州雷士光电科技有限公司、新江企业集团

循环经济在广东

编 著：陈之泉（广东省原建委主任、广东营销学会名誉会长）

袁乐清（《信息时报》原副总编辑、广东营销学会副会长兼秘书长、
《营销管理》杂志总编辑）

编 辑：张珀维（广东营销学会副秘书长、《营销管理》杂志执行总编辑）

黄智华（广东营销学会副秘书长、《营销管理》杂志副总编辑）

陈国伟（广东营销学会副秘书长、《营销管理》杂志副总编辑）

张 雄（广东营销学会经理人专业委员会副秘书长）

蔡淦绵（《营销管理》杂志编辑）

目 录

编者的话	(1)
建设广东循环经济系统工程	(1)
 第一章 代前言	(3)
人类呼唤“循环经济”	(3)
 第二章 循环经济潮起南粤	(7)
循环经济在广东	(7)
为发展“循环经济”鼓与呼	
——专访广东省房地产行业协会终身名誉会长、广东省原建委主任、 广东营销学会名誉会长、《循环经济》一书作者陈之泉	(9)
广东要走可持续发展道路	(14)
循环营销：一种崭露头角的营销模式	(16)
对《循环经济促进法》的一点意见	(21)
用爱心呼唤绿色环境	
——采访陈之泉先生	(23)
壮心不已建设情	(37)
 第三章 中国再生铜都落户清城	(39)
上篇 铜都传奇	(39)
铜都两镇 比翼齐飞	
——清远市清城区龙塘、石角两镇发展循环经济巡礼	(39)
今日铜都更上层楼	
——三进清城见证龙塘、石角两镇发展循环经济之路	(54)
中篇 群龙之首	(58)
商会组织 服务为先	
——访清远市再生金属行业商会副秘书长杨舜	(58)
龙头企业 五杰崛起	
——企业家风采录	(60)

下篇 人物访谈	(63)
加大政策扶持力度 擦亮中国铜都品牌	
——访“中国再生铜都”清远市清城区副区长刘秀添	(63)
从普通教师到再生金属行业领头人	
——访清远进田企业有限公司董事长、清远市再生金属行业商会会长赖坤洪	(66)
华清再生资源示范基地建成无公害园区	
——访华清再生资源投资开发有限公司副董事长周金生、总经理张帆	(72)
第四章 循环经济企业成功典范	(75)
循环经济在工业企业	
——记清远丰裕和进田公司	(75)
循环经济在畜牧业	
——清远市畜牧水产试验场纪实	(78)
变废为宝的绿色民企	
——访东莞市科绿盛环保工程技术有限公司董事长黄国祥	(80)
推广循环经济的“紫砂锅王”	
——访佛山市顺德区简氏家用电器董事长简广	(83)
符合循环经济的垃圾处理厂	
——对“博罗县能量自给型城市生活垃圾堆肥系统”的调查	(87)
包装生产企业的循环经济之路	(89)
循环经济引领陶瓷业发展	(89)
“东方硫都”的循环经济发展战略	(91)
废玻璃的回收利用	
——访江门市长河化工实业集团有限公司生产基地	(92)
第五章 发展循环经济任重道远	(93)
发展循环经济 改造传统产业	(93)
向零能耗建筑迈进	(95)
节能与可持续发展	(100)
强化产品生命周期管理	(103)
循环经济与房地产业	
——访广东省房协陈之泉会长	(107)
水泥工业与可持续发展	(110)
建筑废弃物的资源化利用	(111)
房地产业与可持续发展	(112)

家电产品生产应走循环经济之路	(126)
对东莞市循环经济试点的建议	(128)
对日韩环境与资源保护的考察	(131)
 第六章 争当发展第四产业“排头兵”	 (139)
关于广东要争当发展循环经济“排头兵”的建议	(139)

编者的话

建设广东循环经济系统工程

2008年7月28日《广东省人民政府关于加快建设现代产业体系的决定》中提出，要建设“广东循环经济系统工程”，加快建立和完善发展循环经济建设节约型社会的政策法规体系、能效标准体系、技术创新体系。以我省国家级和省级循环经济试点单位为基础，分别创建500家国家级清洁生产企业和节水型、节能型、节材型、节地型以及资源综合利用示范企业；以省产业集群示范区和专业镇（区）为重点，建成30个循环经济生态工业园；以省级节约型试点城市为基础，推进大中城市生态化改造，力争全省一半的大中城市建成国家环保模范城市。通过五年努力，在全省逐步建立起以减量化、再利用、资源化为特征，集清洁企业、循环生态工业园区和节约型城市于一体的循环经济体系和节约型社会，成为我国循环经济示范区。

根据以上要求，广东营销学会在名誉会长陈之泉的倡导下，由秘书长袁乐清、副秘书长张珀维具体组织实施，联系省内对发展循环经济有研究的专家、学者，给中共广东省委、省政府主要领导提出了关于广东要争当发展循环经济排头兵的建议。这一建议得到了省主要领导的重视，被刊登在2008年5月出版的《广东调研》上。与此同时，在《营销管理》杂志连续开辟“循环经济”、“循环营销”专栏，发表了一批相关文章。《循环经济在广东》一书，就是在这一背景下编辑出版的。本书所刊文章，除署名外，均为编著者所撰写和编审。期望本书对推动广东乃至全国循环经济的发展，能够起到抛砖引玉的促进作用。

第一章 代前言

人类呼唤“循环经济”

陈之泉

内容提要：“循环经济”理论的实施，是实现可持续发展的重要手段。本文阐述了循环经济的定义及其实施的重要意义，并用具体的实例说明了循环经济在实践中是可以实现的。同时，对如何实施循环经济提出了具体意见，即向社会上有关方面提出了推行循环经济的具体做法。

进入 21 世纪的今天，由于科学技术的发达，世界经济发展的列车在快速轨道上的运行速度达到了前所未有的程度。传统经济的高速发展，虽然为人类创造了大量财富，但同时也消耗了无法估量的自然资源；自然资源的大量开采又破坏了地球的生态环境；资源在转化为产品的过程中又产生了大量污染。环境的破坏、污染的产生，使地球的自然生态环境失去了平衡，人类生存的空间越来越狭窄。

按照传统的生产发展模式，经济过快地增长将导致资源枯竭、生态恶化，从而直接危及人类的生存和发展。也就是说，只要人类存在，生产活动就不会停止，消耗资源的现象也不会终结，人们对自然生态的破坏也会越来越严重，地球上不可再生的资源总有一天被耗尽。

为了实现可持续发展，为了使人类能够在良好而洁净的生存空间永久地生存下去，我们要改造传统的生产方式，营造没有破坏的、没有污染的生产模式。近些年来，人们在实践中逐步研究并提出了“循环经济”理论。我们要按这一理论改造我们现在落后的生产方式，建立新型的、没有污染的生产方式，即循环经济模式。

何为循环经济

何为循环经济？循环经济就是在可持续发展的思想指导下，按照清洁生产的方式，对资源及其废弃物实行综合利用的生产活动过程。“循环经济”相对于传统经济而言是一场革命，首先是生产关系领域里的一场革命，是保护资源、保护地球生态环境的一种现代文明行为。“循环经济”所倡导的生产过程，要求将资源作为一种循环使用的原材料，重复使用或者重复多次使用。这里首要的问题是要强化对资源生命周期的管理，即要管理好资源的开发过程和资源的生产加工过程，努力做到最大限度地保护资源、爱护

资源,减少浪费,提高其利用率;同时,还要求生产厂家在产品生产和产品使用过程中不发生或少发生污染(即不产生或少产生废气、废水和废渣),不向社会投放有毒或有污染的产品。也就是说,在经济发展过程中要努力做到少投入、多产出,少污染或无污染,实现“资源—产品—再生资源—再生产品”的循环式的经济发展模式。

广东实施循环经济已有成功案例

现在,客观形势要求人类的经济的发展从主要依靠自然资源转向主要依靠智力投资,从主要依靠物资资本转向主要依靠人力资本,从以牺牲环境为代价转向以保护环境为目的。资源及其废弃物的循环使用和再生利用,靠的是智力投入和科技进步。智力是事物发展的先导,科技是社会进步的手段。科学技术与传统生产工艺的结合,就会使生产发生质的变化。这里举几个简单的例子,如广东省水产技术推广总站,在渔业养殖中,利用现代技术与传统养殖工艺相结合,研究、设计并经实地试验,创造了一套养殖用水的循环、监测系统,即对水体的取样—检测—微机控制—现场执行—水体循环—大屏幕显示等环节实行全自动运行,并使养殖鱼类的污水按设计的污水处理程序,经处理达标后继续循环使用,达到了零排放的要求。又如清远市的进田公司将废物变成再生资源,其生产工艺本身就体现了智力的作用。工艺设计者的出发点是将废弃的镀铜木板边角料变废为宝;设计者利用物理比重法达到了这一目的,即将其边角料用机械粉碎后与水混合,在震动台的震动下将水中的铜元素分离出来(每吨铜屑可售数千元)。与此同时,产生大量混有木屑的废水。该厂家不是把这些“废水”倾入江河,而是按照污水处理工艺,将其过滤、沉淀之后,分别重复利用,即将饱和的废木屑脱水后作为制作建材和各种容器的原材料;将其过滤、沉淀后的“废水”继续循环使用。废木屑变成了生产其他产品的再生原料;废水变成了再生资源,周而复始地循环利用,体现了循环经济的生命力。再如中山市造纸厂(生产包装纸),将两种不同性质废水按酸碱中和的原理进行处理,即将燃煤发电厂用水幕除尘法处理烟尘后排出来的酸性废水,直接引入从造纸过程中产生的碱性废水中。酸碱中和后,废水变成了清水,重复循环使用,以废治废。这样,每生产1吨纸所需要的清水从过去的50—60吨减少到3—4吨(即每生产1吨纸要补充的水量),节约了大量水资源。同时将水幕除尘后沉积下来的煤渣用来制砖,生产正品纸张过程中产生的边角废料又作为原料“回炉”。该厂既节约了资源,又不排污于社会,还降低了生产成本,一举数得,实现了零排放的要求,符合循环经济的原理。

作为中山市造纸厂来讲,能做到这点是难能可贵的。但作为一个社会来讲,纸的生产、消费过程还远远没有达到循环经济的目的。纸张,是社会上需求量很大的一种产品,它的生产要消耗大量的资源,同时,在生产过程中又产生大量的污染。从可持续发展角度上讲,它的生产和消费,应该走“循环经济”的路子,即:从原料到产品,应该做到“原料—生产—产品—消耗—回收—再生产—再生产品”这样一个闭合的循环过程。这里有一个建立回收利用的运行机制问题。只要建立了回收利用机制,一般的废物是可以变废为宝的。

广州市自1999年开始坚持不懈地推广垃圾分类回收,目前参与的家庭近30万户,

分类收集率已达到26%。2001年春节期间,实现了“资源化”的垃圾达6.2万吨,使环卫工人运往垃圾填埋场的垃圾总量比上年同期减少了38%。这是一个不可小看的数字,它说明了回收在“循环经济”中的作用。这个38%意味着将大量的垃圾变成了资源,同时,又大大减少了垃圾填埋场的空间。如果广州市将其全面推广,其社会、环境、经济效益更为可观。

广东省水产技术推广总站的水循环监测系统的成功实践,说明科学技术和传统生产工艺的结合会产生新的飞跃。清远市进田公司的生产工艺告诉我们,废物是完全可以回收利用、变废为宝的。中山市造纸厂实现零排放的现象给了我们一个启示:今后在产业布局上要考虑,将产生碱性废水的企业布局在产生酸性废水企业的附近,为实现“循环经济”创造条件。这样做既可以消除污染,又可以降低成本,何乐而不为?

“循环经济”已成世界潮流

作为循环经济,对于已终结了使用寿命的产品,要努力做到再生利用,不能作为废弃物而抛弃。作为人类,要强化产品生命周期的管理,即要管理好产品从“出生”到“死亡”的全过程,要努力延长产品的使用寿命。即使已经“死亡”了的产品,也要努力实现再生。“死亡”产品的再生有两种方式,一是原产品再生,二是非原产品再生。要做到已报废的产品经处理后继续作为资源利用,就要从产品的设计入手,即设计阶段要考虑产品报废后其大部分原部件经过适当修整或处理后就可以继续使用的问题。这就要我们的设计人员努力提高“循环经济”意识,通过设计不断提高产品及其零部件的可拆性、共用性和装配性。大型产品的原部件要小型化,小型产品的零部件要模式化,以便为其再生利用创造条件。

据说德国的宝马汽车报废后有70%的零部件可以继续利用,近年来他们还提出了新的目标,争取把利用率提高到90%以上。目前在西方一些发达国家,“循环经济”已成为一种潮流和生产方式,有的国家已开始考虑用法律的形式将其固定下来,以促使企业全面推行这一有利于可持续发展的生产模式。

人类在呼唤“循环经济”。“循环经济”是维持可持续发展的重要生产形式。要大力推行“循环经济”。

对大力推行“循环经济”的建议

目前,国人对循环经济的认识尚不到位,要逐步将这一新型理论落到实处,需从以下几方面入手:

一是要大力发动各行各业的科学研究部门把“循环经济”如何与实践结合的问题作为一个课题进行研究,通过研究提出本行业产品的生产过程实现“循环经济”的具体措施,并结合实践情况总结经验,制订出相关的技术标准和规范。

二是各行各业的设计单位要根据“循环经济”的指导思想设计本行业产品可持续发展的生产工艺及其组装模式,经试点并总结经验后逐步推广,努力做到资源消耗少、