

S H O U W A N G

ZHONGGUO HUANBAO NGO

MEITI DIAOCHA

守望

中国环保NGO
媒体调查

汪永晨 王爱军 主编

中国环境科学出版社

守望

——中国环保 NGO 媒体调查

汪永晨 王爱军 主编

中国环境科学出版社·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

守望: 中国环保 NGO 媒体调查/汪永晨, 王爱军主编.
—北京: 中国环境科学出版社, 2012.5
ISBN 978-7-5111-0910-1

I. ①守… II. ①汪…②王… III. ①环境保护—社会团体—社会调查—中国 IV. ①X-232

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 025946 号

责任编辑 陈金华
责任校对 唐丽虹
封面设计 玄石至上

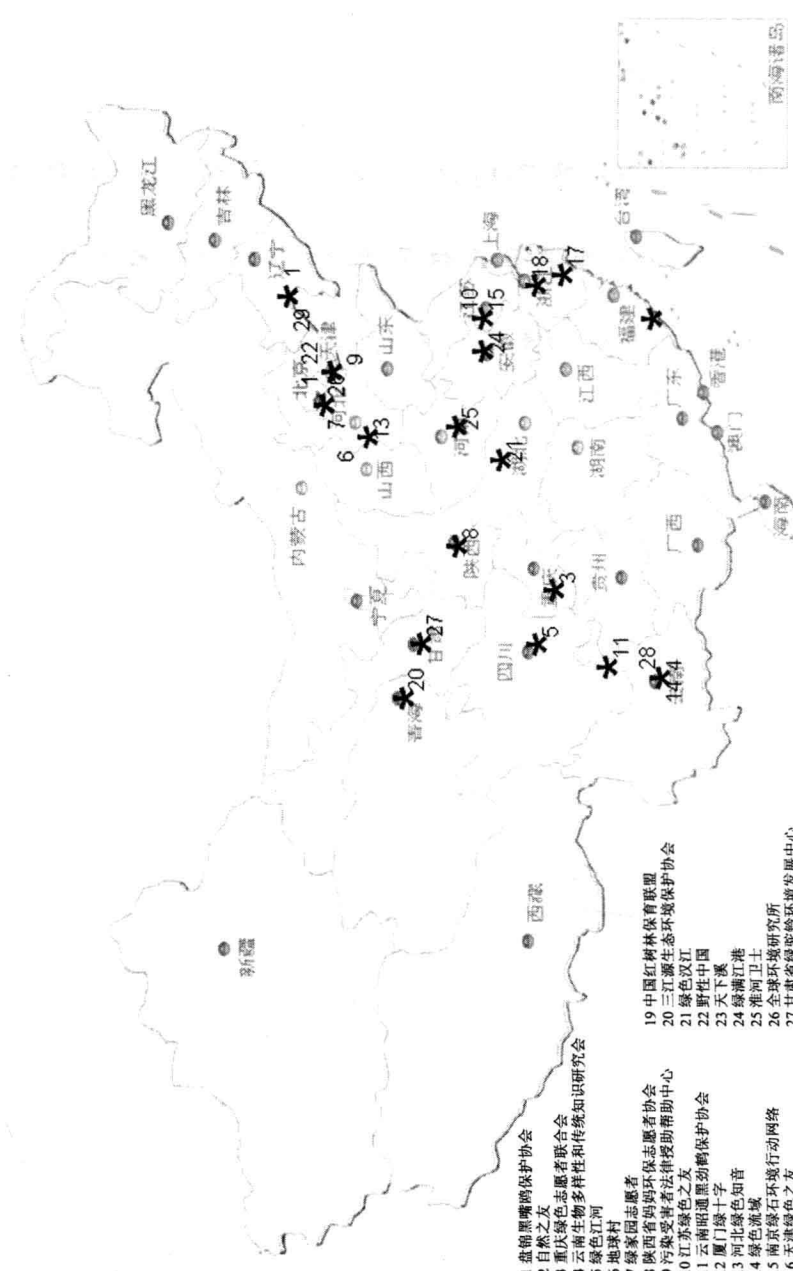
出版发行 中国环境科学出版社
(100062 北京东城区广渠门内大街 16 号)
网 址: <http://www.cesp.com.cn>
电子邮箱: bjgl@cesp.com.cn
联系电话: 010-67112765 (编辑管理部)
发行热线: 010-67125803, 010-67113405 (传真)
印装质量热线: 010-67113404

印	刷	北京中科印刷有限公司
经	销	各地新华书店
版	次	2012 年 5 月第 1 版
印	次	2012 年 5 月第 1 次印刷
开	本	787×1092 1/16
印	张	31.75
字	数	530 千字
定	价	55.00 元



【版权所有。未经许可，请勿翻印、转载，违者必究】

《中国环保 NGO 媒体调查》得到世界银行、清华大学
NGO 研究所、德国米苏尔社会发展基金会和香港中文大
学政治与行政学系的支持，特此感谢！

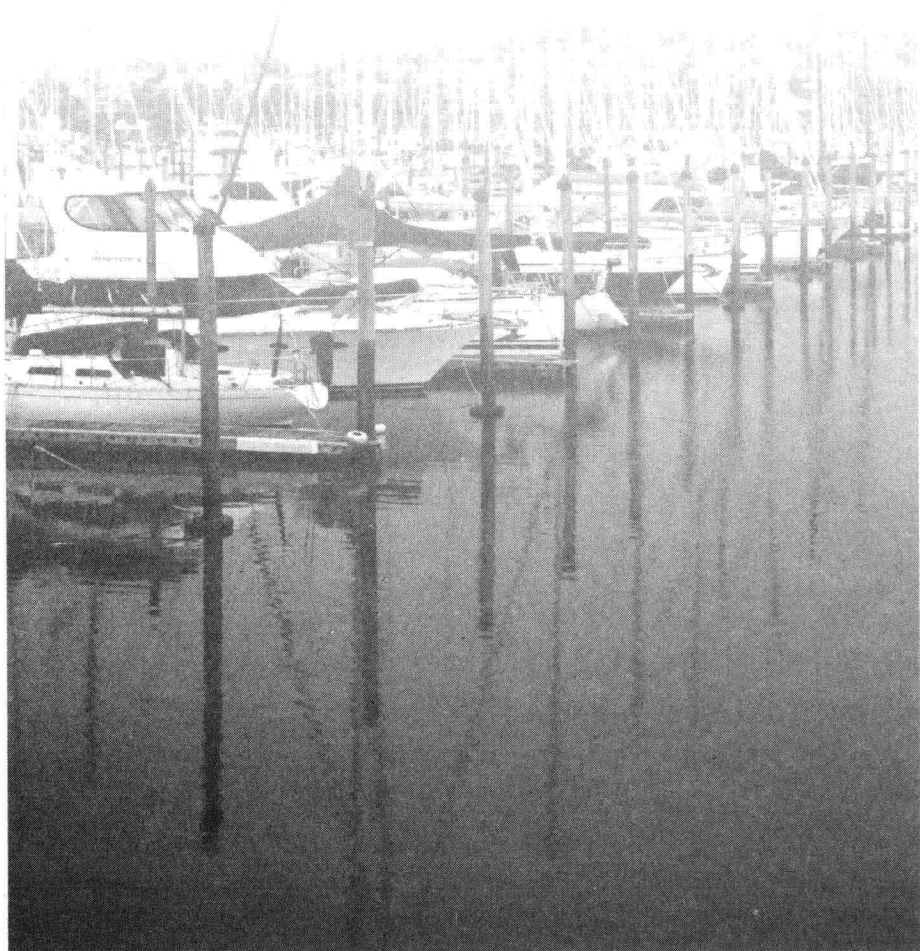


《守望——中国环保 NGO 媒体调查》编委会

主 编：汪永晨 王爱军

编 委：熊志红 吴逢时 刘海英

章 轲 陈宏伟 于晓燕



绿家园在行动

(序一)

张 静

北京大学社会学系

2010年夏天，我到绿家园参加工作坊，这是一个充满传统风格的小院，到来的是一群热爱环保事业的记者。相对于充满感性、热忱和梦想的文学式工作，此刻，他们要完成的是一次更为理性的任务：环保 NGO 的调查。

阅读几十篇调查报告，记者的充分优势跃然纸上：他们的采访本领，他们的观察眼光，他们的直面勇气。最后成就的文集虽然不是一个学院式的研究，但却是对研究有益的纪实文本：调查文集涵盖了中国有影响的环保 NGO 组织，记录了他们的成长经历，所遇困境和他们回应挑战的策略。从这些故事中，学者可以观察中国社会的政治、经济、文化的持续和变化方面，还可以看到新型社会组织对国家变化施加的影响。如果这是对民间环保事业的第一次全面记录，我们可以发现，启动 20 年的民间环保事业，是那样的年轻，行进的脚步跌跌撞撞，但它已经在中国的文明史上，留下了烙印。

是什么样的烙印？

- ☆ 他们动员民众关心公共事务，如组织志愿者参与各项环保活动；
- ☆ 他们开展绿色启蒙教育，如垃圾分类、减少塑料袋、无车日、26℃ 空调；
- ☆ 他们开设环保实验区，如高原冰川检测区、动物保护基地、治沙基地；

- ☆ 他们促进社会合作，如倡导联合行动合约、建立环保网络平台、赈灾救援；
- ☆ 他们影响决策，推进改变，如水资源保护的人大提案、留出藏羚羊迁徙通道的火车设计线路、首钢搬迁、动物保护区或环境监测站建立；
- ☆ 他们不断创新团队管理模式，如建立议事规则、规定账目批准和公开程序、重视研究、数据和证据采集，以低成本开展工作。

更令人钦佩的是，不同于传统的扶贫济困，环保 NGO 面临的巨大挑战，是必须和人类的各种利益追求作斗争——面对追求制造产出的商业利益，追求标志工程的政绩利益，追求财富奢侈的生活方式利益，追求炫耀浪费的面子利益。由于和这些利益作战，环保人士被一些人看成是四处拍照、指责、辩论的对手，就像他们要保护的鸟儿，到处飞，哇哇叫，正在天真地和人类生存作对。

环保不是请客吃饭，不是做文章，不是绘画绣花，无法温良恭俭让；环保也不仅仅是美化环境，保护地球，而是保护人类自己生存的革命，革人类自己的缺陷——求利、无知、短视和贪婪——的命。地球被毁，可以经过万年的休养期再恢复葱绿，而人类若被自己不良的生活方式毁掉，他创造的文明将无法恢复和延续。环保人士的诘问一针见血：我们人类真的这样缺少远虑，需要用毁灭来教训自己吗？

在这个意义上，他们的事业惠及人类的长远生存，因而具有更大的公益性；他们需要和人类自己的弱点作斗争，因而也具有更大的风险性。这两点，不管他们自己是否意识到，都已经将这些中国环保事业的先行者，推到了相当的历史和道德高度。

一些人有疑问，社会环保组织有那么必要存在吗，为什么这些不能由企业来做？企业的存在造成了污染，难道他们不应该自行限制污染吗？

企业为何要做环保？一般人认为，是为了尽企业的社会责任。坦率地说，这是一个拔高而抽象的答案，作为宣传可以理解，但作为实际情

况，并不确实。

更符合实际的答案是两个，一是企业为了减少税赋，利用捐献公益减税的制度安排；二是企业需要积累正面形象，扩展社会和政治资本，提高声望。这两个追求更符合企业的近期和长远利益，否则就不能理解，为何有那么多生产行为，比如——废物排放、森林砍伐和用水大户——和环保相抵触，而企业难以自动控制这些行为。

这并不是说企业无德，而是说企业是求利的，这是它的角色。扶贫帮困不是企业存在的理由。他虽不能恣意违法，但也不求做道德楷模。所以，我们要想的问题，不是让企业放弃自我利益、成为公共道德样板，而是怎样通过激励，让企业利益和公益联系起来，即让他的私利不对立于公益，且和公益目标一致。

利用法律激励企业投入公益，如捐助公益抵减缴税，这是一个方法；另一个方法，就是环保 NGO 与企业合作。和第一种方法相比，第二种方法为社会提供的建设性东西更多。

提供了什么东西？企业没有专门的人员和组织去从事环保，如果雇用这样的人，在企业内部建立环保组织，将提高企业成本，是为不效率。但是，他们可以付钱让专门的组织——环保 NGO——去承担这样的角色。

所以，环保组织必定是社会结构分化和角色分化的结果。当社会文明发展到一定程度时，一些社会组织自然分化出来，承担专门的角色：集聚公共的或非公共资源以及政府的或非政府的资源，通过灵活而低廉的服务，提供多样化的公共产品。而环保，正是重要的公共产品之一。

企业当然也从这一活动中收益。何以见得？通过环保 NGO 的行动，企业的资源有转化的效果：NGO 使用企业的捐献从事公益，在政府和社会大众中间树立了正面形象，企业的社会声望提高，这相当于把企业盈利的一部分，转化为企业需要的社会和政治资源，间接地，他们又为企业带来商业机会。所以，环保 NGO 的活动可以造就一种转变：将企业

剩余利润的非公益性转化为公益性使用，从而使经济活动转化为更多人受益的公益活动。因此，从社会结构角度着眼，环保 NGO 产生的价值，是创造出企业盈利向公共利益的转换，连接社会中不同功能、不同目标和不同角色的组织，在市场失灵的领域，将不同的资源转化为公共产品提供给社会大众。

媒体与 NGO 在环境保护中的互动

(序二)

汪永晨

近年来，常常和朋友们说，我刚关注祖国的山川大江时，大自然比今天美。可随着我关注自然的时间越长，关注环境的人比以前也越来越多，山河却比以往破碎了，环境问题也比那时要严重得多。连我这样的记者、环保人士、民间环保组织都在问自己：这些年我们都干了什么？

就在我写此文的 2011 年春夏之交的 5 月，我们中国一直被称为“鱼米之乡”的江苏、“洪湖水浪打浪”的湖北和“八百里洞庭湖”的湖南、还有中国最大的淡水湖鄱阳湖所在地的江西，都在经受着历史上最严重的大旱。三峡大坝的生态问题也越发凸显。

如果从 1988 年我在中央人民广播电台《午间半小时节目》制作“关爱北京香山的红叶”节目算起，我以媒体的方式关注自然已 23 年；如果从 1996 年，我以绿家园民间环保的方式关注环境，一年又一年地也走过了整整 15 年。绿家园从 2000 年创办了“环境记者沙龙”，11 年来，聚集了一批关注环境的媒体从业者；15 年来，绿家园与其他民间环保组织间还有着一次又一次的“并肩作战”。

在发展是硬道理，GDP、政绩为先的今天，有政府背景、有科学背景、有法学背景、有媒体背景，或只有热情和关爱自然的情怀的人组成的民间环保组织，是如何用自己的方式和行动，关注和保护大自然？是如何不花钱或少花钱也办事地影响了环境保护的公共决策？

这些人群组成的不同的民间环保组织其优势之独特，作用之巨大，参与者之越来越众。应该说，就是这些独特、巨大和众多，为绿家园进行此次中国环保 NGO 媒体调查奠定了基础并使其成为可能。

即使这样，在做中国环保 NGO 媒体调查之前，我还是先写了一本《追寻“野人”的足迹——中国环保领跑人》，向公众讲述了中国环境保护 20 年来，站在最前沿，有着领跑者经历与挑战的一个个人的故事。绿家园也在 2009 年用一年的时间完成了《绿色使者——在华国际环保 NGO 调查》，解读了在华国际环保组织是如何在中国开展环境保护的。这样的书写与调查，又成为了此次调查的铺垫。

在此次调查前，我甚至坚信，因我以媒体人关注中国环境问题，时期之早；以媒体从业人为核心成员，绿家园之特色，中国民间环保组织媒体调查，非绿家园莫属。

调查后的遗憾与信念

不过，在朋友们打开这本《守望——中国环保 NGO 媒体调查》时，作为发起人，行动者，这份调查的两个巨大的遗憾，我不能不先在这里说一说。

一是调查中我才深刻理解到了：中国媒体大多从业人员的基本素质是被练就的以表扬为主。这一基本素质在此次调查中的具体表现就是，中国环保组织 20 年的发展中，虽有着太多的困境与挑战。可在我们调查记者写来的报告中，却多是一片“阳光灿烂”。成就的罗列远远超过困境、挑战。这和我们的初衷，让公众与决策者，看到中国草根环保面对经济大潮汹涌澎湃，行动有多艰难，有了不小的差距。

仅以湖北绿色汉江为例，领头人运大姐常常打电话向我诉苦。可绿色汉江调查报告最初写来时，14 005 字的篇幅中，写困扰的只有 276 字。

地球村，这些年来在不断地寻找着新的发展方向。从垃圾分类至今难以实施，到乐和家园是否有可复制性，再到 NGO 的企业化管理，一路走来探索与争议不断。我们很想在调查报告中，听村长廖晓义讲讲这些创业中的思想斗争、决策的改变。可现在写来的调查报告，除了她的丰功伟绩，几乎看不到晓义一路走来内心的挣扎。

本以为，以我“死磕”的性格，把“草根”做事的不易，环保行动

过程的复杂与多样, 让记者们一一摹写出来。可最终的事实告诉我, 我们没能做到。以我个人的能量, 以一个组织的作为, 扭转当今中国记者队伍前进中的惯性, 尤如螳螂之臂, 唐吉珂德再现。

另一巨大的遗憾来自我们民间环保组织内部。在这里, 我就不客气地公开说说朋友们的坏话。记者们按照我们调查前提出的要求, 写中国民间环保组织的财政状况时, 碰到“钉子”的竟然不是少数。就连公众环境研究中心这样以呼吁信息公开起家的民间环保组织, 也以不方便为由而不愿透露其财务状况。以至于, 我们本想在调查中突出要写的三分之一——中国民间环保组织少花钱, 或不花钱也办事的能干, 与国际环保组织在这方面的差距有多大, 没能如愿地展示给决策者与公众。

我一直认为, 中国民间环保组织的最难, 不是没有钱, 而是缺少带领队伍的领头人。本想此论点在环保 NGO 媒体调查中以“证据”阐明。可此次调查后, 这一愿望虽不能说完全未能实现。而“证据”的不足, 也就成了这次调查中的又一大遗憾。

不知此次调查的初衷, 揭示中国环保组织 20 年来的作为与财政拮据之比较, 今后还能以何种方式得以低调说明和高调彰显。但我坚信, 中国民间环保组织在中国环境保护中起到的作用, 一定还有其它记录将会告之后人。

说了遗憾, 当然也还要说说 30 个民间环保组织媒体调查后的惊喜。

在影响公共决策、发挥自身优势, 少花钱或不花钱也办事上, 本调查都有不看不知道, 一看吓一跳的事儿, 甚至可说是很多事儿。

这次中国环保 NGO 媒体调查的 30 个民间环保组织, 分布在全国 12 个省, 3 个直辖市: 北京 8 家, 云南 4 家, 福建、浙江、江苏各 2 家, 安徽、河南、甘肃、河北、湖北、辽宁、青海、陕西、四川、天津、重庆各 1 家。

在影响公共决策中, 从中国环境 NGO 媒体调查中可以看到, 20 年来中国环境保护的诸多大事中, 都能看到民间环保人的身影, 也都能听到民间环保组织的声音。从早期的保护藏羚羊、金丝猴、白暨豚, 到 21

世纪以后的关注的水电开发之争、圆明国防渗漏工程的听证会、北京动物园搬迁、呼吁南水北调的生态补偿机制、中国水污染地图的网上发布、夏天空调 26℃ 的提倡，最终变为国务院文件；青藏铁路的修建中，第一次有了对野生动物藏羚羊的保护；滇池地下河流水系及周边水源保护项目，上书到市委市政府，直接导致了《昆明市地下水保护条例》的出台；怒江没有被开发，今天仍能自然流淌，中国的民间已经“抗争”8年，国务院总理为此三次指示：要科学研究，慎重决策。

2007年，被学者们称为中国环境保护公众参与元年。厦门的PX事件、北京六里屯垃圾焚烧、上海磁悬浮列车，这几大事件没有民间环保组织的直接参与，但公众为其环境权，生存权的“抗争”已不仅是进入公众视野，而是强有力地影响着公共决策，在改变着只求发展的发展模式。这也都在显示着环保NGO动员社会参与的能力。

在发挥自身优势上，有着20年参政议政经历的市政协委员运建立，在绿色汉江的行动中，因有了政府部门的参与，在长期开展调研监测的基础上撰写的《唐白河污染调查及建议》，引起了环保部的重视，并直接促成了河南、湖北两省的跨流域污染治理。

陕西妈妈环保协会从妇联转变过来的身份，也让她们在后来的行动中，继续用着妇女有组织的便利。

淮河卫士霍岱珊曾是媒体的摄影记者，自2003年起，先后在北京、河南、安徽、江苏、湖北等知名高校和沿淮城市进行了70多次淮河生态图片展出，举办“淮河——两亿人生命之所系”的演讲，听众超过100万人次。

公众环境研究中心的马军，以在国际公司工作时的经验，对污染企业的治理，是用地图的标识和购买中的绿色选择为突破口，既对企业有了一定的震慑，也让百姓懂得了什么是自己手中的绿色选票。

“天下溪”因有了关注教育与出版从业者的介入，编撰的乡土教材和开设校本课程，从编辑到阅读，都有了与传统教材不一样的独树一帜。

云南绿色流域带头人于晓刚社会学的背景，让他们在江河的保护中，

首次以民间的身份提出社区影响评价的管理。

全球环境研究所的发起人来自中国环境科学院，这让他们的项目更多地侧重清洁能源的推广和对农民环保技术使用的支持。

自然之友的会员制，让他们在中国民间组织的机构建制上，有了别的组织难以企及的尝试。

我们绿家园志愿者，因发起者的媒体背景，其记者沙龙、江河行、记者调查报告及这次的中国环保 NGO 调查，都有着行动能得到更广泛地认同与宣传，也在影响决策和不花钱也办事上，有着媒体的优势。

2005 年我在意大利参加国际记者年会时，很多人问我，你到底是记者还是 NGO，可是近年来，连美国纽约时报，英国 BBC 这样的媒体也在寻求与 NGO 合作。他们说，与 NGO 合作，可以让环境问题关注得更持久，解决也多了可能。

不花钱或少花钱也办事，在本次调查中发现，除少数组织近 3 年每年所支配的资金达到百万元人民币，大多数组织一年的运行费仅在十几万元到几十万元之间。

2008 年地球村在成立 12 年的庆祝大会上，原青少年基金会徐永光说廖晓义一年做那么多事经费只有 100 万元。那次我走到台前说的是：地球村在中国民间环保组织里，绝对是大户。

以绿色江河为例，他们在青藏高原上建立了第一个民间观测站；为保护藏羚羊，影响了青藏铁路的修建；全球气候变化，他们与科学家们一起给冰川定位。做这些事的 2008 年、2009 年、2010 年 3 年所花经费，分别是 11 万元、66 万元、94 万元。

绿色汉江，这些年在襄樊有着相当大的知名度。他们为当地的癌症村从世行找来钱打深井，解决那里村民的喝水问题；带着志愿者买了艘船，在汉江上巡逻，严防死守对汉江及支流的污染。他们这三年来的经费分别只有 12 万元、5 万元、17 万元。

我们绿家园现在每天有中英文江河信息、每周有乐水行、每月有环境记者沙龙、每年有江河十年行、黄河十年行、2009 年做了在华国际环

保 NGO 媒体调查、2010 年做了中国环境 NGO 媒体调查。这三年的经费，除了 2008 年的经费过了百万元，这两年每年的财政支出只有 76 万元和 45 万元。全职工作人员只有 3 个。

我认为，虽然这次中国环境 NGO 媒体调查，没有把中国环保 NGO 的许多难处，调查得更为充分。但从我们所记录的各个 NGO 影响公共决策的案例中；从各个 NGO 在利用自己的特色在中国的环境面临着越来越大的挑战时，为保护环境所起到的作用中；在国际环保组织在中国开展工作一年的经费会有几十万、几百万美元的时候，中国环保 NGO 靠几万元、几十万元人民币，依然让自己的队伍更加壮大，声音也被上至国家领导，下至平民百姓听到的时候越来越多。

2011 年的春夏之交，三峡大坝对生态的影响，有国务院总理出面承认。华东地区的大旱，也比以往有更多媒体与专家及环保人站出来为河里的鱼担忧。在这样的时刻，我们交出《守望——中国环保 NGO 媒体调查》这一“试卷”，是通过媒体的视角，将中国目前最活跃的 30 个环保 NGO 的形象展示给公众和决策者，让决策者和公众，从这一群体身上，看到中国环境保护的希望。看到媒体与 NGO 的互动在中国环保中的特色。而绿家园对这一展示，视为自己在大自然面临灾难时，所尽的一份社会责任，视为中国公民社会在环境保护中的壮大与成长。

这份调查有的是对一个组织行动的全面记录，也有的只是对那个组织特色的展示。以此，让关注中国公民社会成长和关爱自然的朋友从不同的视角了解中国民间环保组织的成长经历。

最后，我还要由衷地感谢在此次调查中，为绿家园工作的李笑波、王丽娜、王晓娜、孙艳、倪一璟的辛勤劳动！

目 录

绿家园在行动（序一）	张 静 v
媒体与 NGO 在环境保护中的互动（序二）	汪永晨 ix
“傻子”集团的生态智慧	
—— 黑嘴鸥保护协会调查	赵永新 1
一个“最受期待”环保组织的转型迷茫	
—— 自然之友发展现状研究报告	张传文 25
少说多做、身体力行，推进公众环保运动	
—— 重庆市绿色志愿者联合会调查	聂廷勇 阎杰 39
绿色与文化的结合	
—— 云南生物多样性和传统知识研究会调查	陈金陵 59
山河守望者	
—— 绿色江河调查	杨浪涛 65
建设生态文明，践行乐和人生	
—— 北京地球村环境教育中心调查	章 轲 86
发动媒体力量，倡导科学决策	
—— 绿家园志愿者调查	曹海东 108
让女性唱环保主角	
—— 陕西省妈妈环保志愿者协会调查	朱谦 129
环境法治的坚守和承诺	
—— 中国政法大学污染受害者法律帮助中心调查	郝建荣 151
江苏省的“绿色名片”	
—— 江苏绿色之友调查	杜悦英 171