

绿色思考，与未来同行

舒爱军 胡淦波◎著

绿色，这是大自然的颜色，是让人心旷神怡的颜色，它象征着生命、健康与希望。

绿色，还是高效与节约的代名词，是自然资源和社会资源能够合理、顺畅、高效运转的代名词，它象征着人尽其才，物尽其用。



绿色思考，与未来同行



舒爱军 胡淦波◎著



中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

绿色思考, 与未来同行 / 舒爱军, 胡淦波著. —北京: 中国财富出版社, 2014. 11

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5433 - 2

I. ①绿… II. ①舒… ②胡… III. ①企业管理—环境管理—研究—中国 IV. ①F279. 23 ②X322. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 244088 号

策划编辑 丰虹

责任编辑 戴海林 吴伊文

责任印制 方朋远

责任校对 杨小静

出版发行 中国财富出版社

社址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网址 <http://www.cfpress.com.cn>

经销 新华书店

印刷 北京京都六环印刷厂

书号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5433 - 2/F · 2258

开本 710mm × 1000mm 1/16

版次 2014 年 11 月第 1 版

印张 13.75

印次 2014 年 11 月第 1 次印刷

字数 211 千字

定价 32.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

序 言

绿色思考，与未来同行

在2010年的时候，我到上海观看了世界博览会，参观了不少的展馆，看后非常激动也很受启发。仰望着星空，我不禁陷入了沉思。此届世博会的主题是“城市，让生活更美好”，共有来自246个国家、国际组织进行参展，通过展示、论坛、表演等形式，一起探讨城市未来发展前景，直观生动地诠释着世博理念：理解、沟通、欢聚、合作。人与人之间需要理解、沟通，城市与城市、城市与国家之间也一样，需要交流协作，那么，整个人类与社会自然生态之间也理应如此，需要和谐相处，所以说，人类、城市、地球其实是共赢、共生的关系，互为一体的关系。

当我回到南方投入工作的时候，我对事业的发展有了全新的认识。我在想，一个人一定要有社会责任感，一个人的理想，就应该是要为社会、国家做事情。现在国家正在提倡健康环保、绿色经济，这是人类所需、大势所趋，那么开工厂做企业是不是也一定要选择一个以生产环保产品为主的行业呢？现在，我所从事的就是一个环保的行业，我们公司所生产的绿洁日用品就是一个非常环保的产品。要环保，就要从自身做起，从我们自己的工作做起，从我们身边的一点一滴做起，更重要的是我们要有环保的理念，要有绿色的概念，要懂得去思考，绿色需要思考，思考就会有绿色，绿色就会在眼前，眼前重要的是行动，行动从我开始。

绿色，我们生命的色彩，它让我们感到大地的可爱、生命的可贵，你思考过它吗？我们经常说“生态”，那么什么是生态？生态，就是生存、生长的

状态，和谐的状态，表现出来的就是“绿态”。“生态”的意义是多元的，可以是“物的生态”，也可以是“精神的生态”。加强生态建设，维护生态安全，是21世纪人类的共同主题，也是我国经济社会可持续发展的重要基础。国家现在一直强调绿色发展、环保先行，环境保护必须成为一项长期的基本国策。它不仅仅是物质层面的环境保护，还涉及心灵、精神家园的建设。可现实世界中的各种各样的污染，不仅污染了我们生活的环境，更污染了我们的心灵世界。把追求物质置于精神之上，实际上偏离了人类存在的价值。

作为一个商人，做企业是要讲求利润的，而作为一个有责任感的人，作为一个有良知的人，必须知道，比利润更重要的是责任。我们不能以无度地消耗地下资源、无情地污染人类赖以生存的环境为代价去获取利润；珍惜资源、珍爱环境、善待地球是每一个人应尽的职责。一个企业要怎么成长？若我们想方设法让企业成长而不关注环境，那我们就是在培养畸形的企业。若我们的发展把生命放下了，把精神放下了，把爱放下了，只发展科技、物质，就是畸形、狭隘、灾难的追求。为什么有的人会这样做，因为这些人缺乏的是整体观念，这些人都生活在黑暗中，他们以为只要能赚钱，扩大夸张也无所谓，污染环境也无所谓。但是他们忽略了自己与消费者是一个整体，好比一个人的左手和右手抢一张钱，左手拿钱时右手不满意，右手拿钱时左手不满意，彼此抢夺。最后都以为自己抢到了，而实际上它们没有意识到抢的钱是这个人自己的。我们整个人类、城市、国家与地球都是一体的。

人类生存在这个地球上，其意义是什么？我觉得还是在于精神的追求。我作为一个商人或是企业主，有责任和义务把“绿色思考”“绿色经济”“绿色生态”“绿色发展”等理念作为我们的信仰进行传播，在完善人类与人类、人类与自然的和谐进程中贡献自己应有的力量。

绿色发展在我看来，首先应是一种理念，不单纯是环保理念，更应是一种尊重自然、尊重客观规律的理念，“重自然，尊天道”。这种理念是深植人心的，源自人类最平凡、最本初之欲望的。

绿色，是大自然的颜色，是让人心旷神怡的颜色，是象征着生命、健康

与希望的颜色。在一座绿色的城市里，人们应该依照客观的自然规律生活，不吸入除清新空气之外的工业废气，不摄入除绿色食品之外的农药残留，不接受除正常教育之外的垃圾文化，不承担除正常消费之外的苛捐杂税，不拥有除幸福生活之外的生存压力，不怀揣除美好憧憬之外的恩怨情仇；在一个绿色企业里，它生产的应是环保的产品，销售的应是环保的理念，企业里没有拉帮结派，没有粗言秽语，只有欢声笑语，讲的是团结友爱、互帮互助，见到的是齐努力共发展的向上景象。

绿色，还意味着高效与节约。在一座绿色的城市里，包括自然资源和社会资源在内的所有可利用的方面，都能够合理、顺畅、高效地运转，人尽其才，物尽其用。我们通常把一条方便快捷的通道称作“绿色通道”，这是高效的象征，一路都是开绿灯之意。但是，如果我们进行一下“绿色思考”，前面的“通道”真的是“绿色”的吗？因为现在的“绿色通道”实在是太多了，所以要谨防陷阱。我们思考问题的时候，一定要有绿色思维，思考问题的思路要更人性化、环保化，思考事情要留有余地，因为人们往往无法意识到将来会发生什么。

你的思维是绿色的吗？你的心情是绿色的吗？你周遭的环境是绿色的吗？你有信用吗？你的信用是绿色的吗？没有信用就没有一切，就好比没有健康就没有一切一样。现在，我们的大地母亲不是很健康了，因为我们人类没有信用了。在2010年，中国的研究者提出，地球的创伤就是来源于人类的贪婪，所以地球的康复有赖于人类的觉醒：单凭技术的航船不能达到幸福的彼岸，全球化的时代需要人类实现绿色转型，完成自我的救赎。用心去迎接绿色文明的到来，世界才能“生命之树常青”——世界是绿色的。

我们一切的一切都需要绿色，所有的所有都需要思考，所以我们要绿色思考，思考绿色，才能与未来同行！

作者

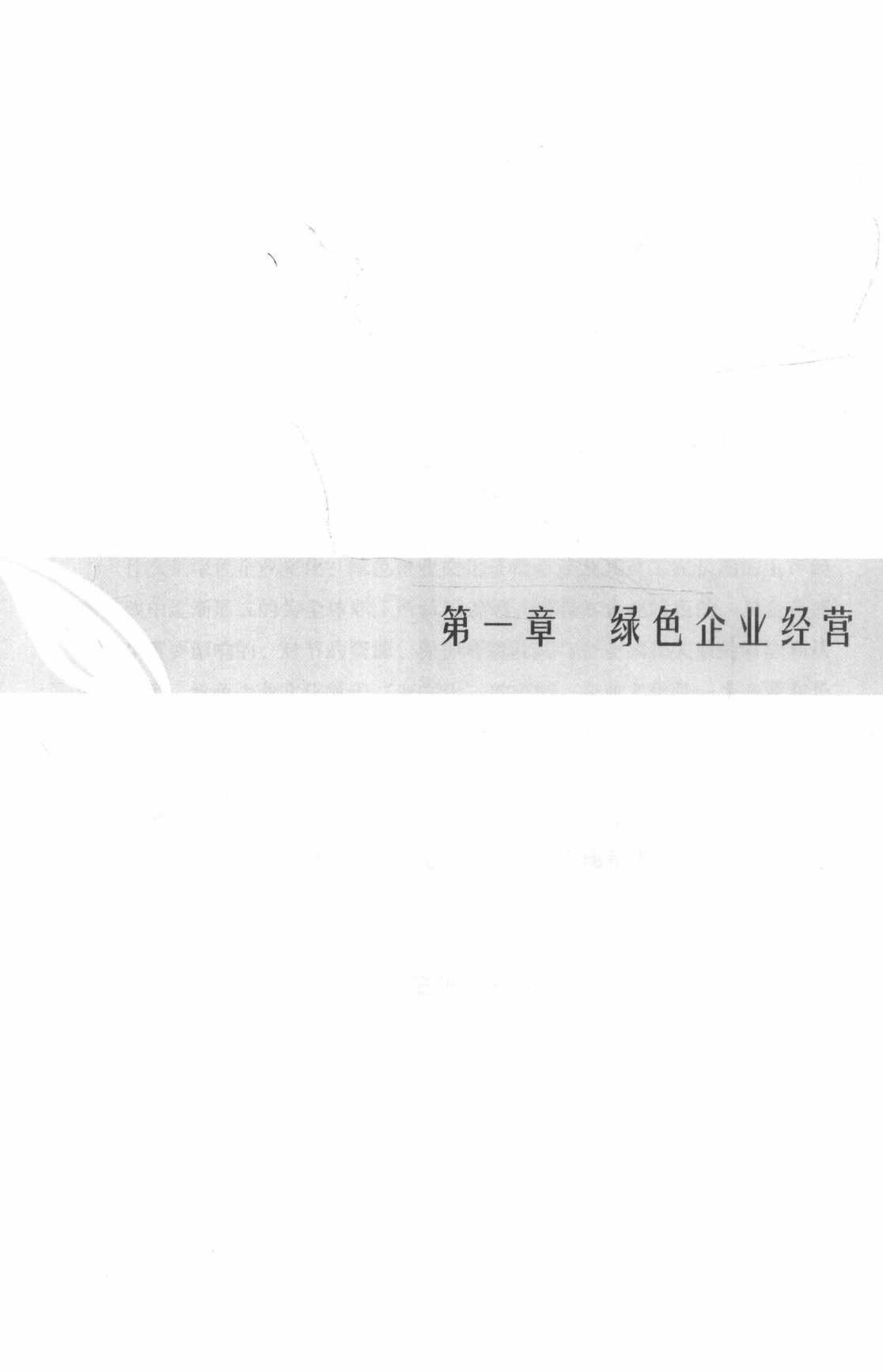
2014年8月

目 录

C O N T E N T S

第一章 绿色企业经营	1
第一节 绿色企业文化思想	3
第二节 绿色企业经营战略	13
第三节 绿色企业生产管理	18
第四节 绿色企业财务管理	22
第五节 绿色企业营销管理	28
第六节 绿色企业经典案例	40
第二章 中国绿色发展	73
第一节 中国绿色发展之路	75
第二节 中国绿色发展规划	82
第三节 中国绿色发展创新	87
第四节 中国绿色发展之道	90
第五节 中国对人类发展的绿色贡献	96
第三章 绿色无时不在，无处不需	101
第一节 绿色生产力：绿色本身就是一种生产力	103
第二节 绿色能源：绿色经济发展的物质基础	108

第三节 绿色科技：绿色科技的十大进展	129
第四节 绿色政府：把好四关	134
第五节 绿色军事：不战而屈人之兵	135
第六节 绿色交通：一种可持续发展的交通理念	138
第七节 绿色消费：以“绿色消费”促进“绿色生产”	145
第八节 绿色餐饮：健康身心利益社会	148
第九节 绿色网络：安全诚信最重要	157
第四章 社会绿色文明	161
第一节 绿色文明：新的浪潮，心的智慧	163
第二节 绿色文化：和而不同，共生共进	166
第三节 绿色公民：尊道重德，心口如一	172
第四节 绿色畅想：快乐健康，幸福自在	177
附 录	191
中国绿公司年会简介	193
中国绿公司年会历届主题及举办地	193
2014 中国绿公司年会概况	194
2014 中国绿公司年会相关网络媒体主题报道	195
2014 中国绿公司百强榜单	198
东方企业家商学院简介	204
北京大学商业领袖 EMBA 高级研修班简介	208
参考文献	211



第一章 绿色企业经营

第一节 绿色企业文化思想

什么是绿色企业文化？绿色企业文化是指企业及其员工在长期的生产经营实践中逐渐形成的为全体职工所认同遵循、具有本企业特色的、对企业成长产生重要影响的、对节约资源、保护环境及其与企业成长关系的看法和认识的总和。绿色企业文化属于“亚文化”的范畴。企业文化是一个企业在长期经营实践中所凝结的一种文化氛围、企业精神、经营理念，并体现在企业全体员工所共有的价值观念、道德规范和行为方式上。绿色企业文化由外层企业物质文化、中层企业制度文化、内层企业精神文化三个层次组成，这三个层次是紧密联系的。物质层是企业文化的外在表现和载体，是制度层和精神层的物质基础。

绿色企业文化内涵

一、要树立企业是经济人、社会人、生态人的统一体的绿色价值观

企业价值观是经营活动的指导思想，是企业适应市场环境，为求得生存和发展，在长期的管理实践中，由企业的经营者倡导并为企业员工所认同的一系列理念。企业价值观是现代企业文化的核心，在绿色文明时代来临之际，树立绿色价值观，即将环保作为企业生存发展的基础之一，是企业推行绿色

管理的关键。只有将绿色经营理念导入企业的核心价值观，教育、引导、鼓励员工把企业的发展与生态保护及全社会的共同发展相协调，才能为企业实施绿色管理提供坚实的精神支持，使绿色管理成为员工的自觉行动。

二、绿色企业文化强调消费者需求的全面性

为了实现生态、经济和社会的可持续发展，企业的可持续经营，人类生活质量的全面提高，企业经营活动必须关注消费者需求的全面性，具体包括对健康、安全、无害的产品需求，对美好生存环境的需求，对安全、无害的生产和消费方式的需求，对和谐的人与人关系的需求。绿色企业使企业在从事经营活动时不仅要发现需求、满足需求，而且要引导需求，积极主动地引导消费者进行合理消费，树立全新的伦理观、价值观，避免不合理需求引发的不合理的生产和消费方式，引发自然资源的浪费和损耗、生态环境的恶化以及人的异化，造成人与自然的对立、人与人的不和谐。

三、绿色企业文化要求重建竞争观念

由于地球的整体性，自然资源的有限性和相互依存性，把整个人类连在一起。这要求人类必须采取共同的联合行动，才能在全球范围内实现可持续发展。从企业经营活动角度看，经济的全球化使得许多企业在全世界范围内建立供应链，若供应链某一环节出现问题，整个供应链就会出现问题，继而停止运转，从而影响生产和消费。某些大的环境问题的解决和环保项目的投资需要许多企业的介入，形成战略联盟才能解决，特别是有些环境问题是跨越国界的，要求企业从全球视角进行绿色管理。因此，生态系统的整体性和相互依存性，把整个企业的命运连在一起，企业之间除了竞争的一面，还有相互合作、相互联系的一面，所有企业都是经济体系的命运共同体，更是整个生态系统的命运共同体。只注重短期利益、局部利益不可能永续经营，百年不衰。

四、绿色企业文化强调企业对环境和社会的责任

环境是人类的需求之一。随着社会的发展，改善人类生存环境、提高健康水平日益成为人类关注的问题。所以，企业要正视环境问题，关注人类对

环境质量的需求，将其贯彻到企业的整个经营活动中。绿色企业文化要求企业将供应链扩展到消费者，一要生产安全、健康、无害的产品，二要消费过程和消费之后对环境不造成影响。只有把短期利益和长远利益、局部利益和全局利益统一起来，企业才会实现永续经营，长盛不衰。

五、以绿色为标志塑造企业形象

企业形象的多样性对于企业形象的塑造具有一定的选择性：有的企业以质量过硬为特色；有的企业以优质服务为特色；有的企业以成本领先、价格低廉为特色；有的企业以技术领先、不断创新为特色，等等。绿色企业文化的内涵是以绿色作为最佳的企业形象，成为高素质企业的象征，从而使企业获得独特的竞争优势。

绿色企业文化必要性

一、建设绿色企业文化是企业绿色管理的前提

绿色企业文化既是绿色管理的重要内容，也是企业实施绿色管理的前提。企业要制定绿色管理战略、进行科学的环境资源管理，首先取决于员工特别是管理者是否具有绿色意识。企业要开发绿色产品、进行绿色设计的前提是研究开发人员有没有树立绿色价值观。企业要开发绿色市场、进行绿色营销，其营销人员对企业与自然社会关系的认识起着决定性的作用。

绿色企业文化体现在绿色管理的各个方面。绿色企业文化是企业贯彻绿色管理的措施，是企业树立绿色形象、实现绿色目标的保证。企业实施绿色管理的目的，是在促进社会经济可持续发展中实现企业可持续成长，达到经济效益、社会效益、环境效益的统一。为此企业要通过科技进步和管理改进，节约资源，改善环境，并树立绿色企业形象，把环境效益和社会效益转化为竞争优势，进而提高经济效益。这些都离不开广大职工的绿色意识和积极参与。

二、建设绿色企业文化是促进企业可持续成长的需要

首先，建设绿色企业文化，有利于企业适应经营环境的变化。当前，整个世界都在关注可持续发展问题，绿色浪潮此起彼伏，企业应看到这一趋势。其次，建设绿色企业文化，有利于增强企业员工的凝聚力，提高企业的生命力。绿色企业文化是企业发动广大职工积极参与节约资源、改善环境的实践的基础，既体现了企业对企业生产环境和社区环境改善的认同决心，也体现了企业对员工生产生活环境的改善，是企业对员工身心健康的关心。最后，建设绿色企业文化，有利于树立良好的企业形象，提高企业竞争力。建设绿色企业文化，使企业重视节约资源和保护环境，承担相应的社会责任，使企业能够取得社区、社会和公众的好感。

绿色企业文化对策

企业建设绿色文化就是要使企业全体员工形成一种共同的节约和有效利用资源、保护和改善环境价值观念，并贯彻于经营管理的实践中去，做到在发展生产中保护环境，在保护环境中促进生产发展，实现经济、社会、环境三个效益的统一与协调发展，坚定不移地走可持续发展之路。建设绿色企业文化是企业创造性的管理活动，从大量的企业实践来看，建设绿色企业文化应从以下几方面着手：

一、绿色企业文化的精神层建设

这主要是指企业的领导和员工以“绿色”作为共同信守的基本信念、价值标准、职业道德和精神风貌。这是企业文化的核心和灵魂，是形成物质层和制度层的基础和原因。企业文化中有无精神层是衡量一个企业是否形成了自己的企业文化的标志和标准。绿色企业文化的标志是在企业的最高目标、企业精神、企业风气、企业道德和企业宗旨等方面处处体现绿色。

1. 企业领导层观念意识的“绿”化

发挥企业主要经营者的主导作用，用企业家精神带动绿色企业文化的建

设。绿色企业文化作为一种群体文化，在企业中主要是靠领导的积极倡导、逐步培养，并身体力行，贯彻到实际行动中去才能逐步形成。作为一个现代企业家，首先，要具备可持续发展的长远观念，将保护环境作为企业的基本任务，促进生态与经济的协调发展。其次，要树立资源价值观。将“环境”纳入资源范畴，将环境恶化带来的损失以及环境治理带来的费用纳入成本。再次，树立环境法制观念，研究环保法规，自觉以有关法规约束企业的行为。最后，树立环境道德观，现代企业家应以高度的社会责任感，积极投入保护环境、促进生态发展的事业中去。

2. 坚持以职工为主体，发挥群众的首创精神

首先，要进行绿色知识的培训。培训是手段，目的是提高全体员工的环境意识并使之达到担负相应的环境职责的能力。培训工作是否充分有效是能否成功创建绿色企业文化的关键因素之一。其次，广泛开展绿色宣传教育，采取喜闻乐见的宣传教育形式，使职工的绿色意识不断提高。最后，要通过一些典型事例促进职工观念的转变，如海尔集团是最早通过 ISO 14000 认证的公司，该公司特别注重典型事例的作用，他们通过认证前和认证后的对比，使公司全体员工理解并接受绿色观念，克服了认为实施绿色管理就会影响企业经济效益等思想观念，增强环保意识，理解资源综合利用知识，形成了实施绿色管理的统一信念和决心，支持并积极参与到企业实施绿色管理行动之中。

二、绿色企业文化的制度层建设

精神层是企业文化的核心和灵魂，是形成物质层和制度层的基础和原因。企业文化中有无精神层是衡量一个企业是否形成了自己的企业文化的标志和标准。绿色企业文化的标志是在企业的最高目标、企业精神、企业风气、企业道德和企业宗旨等方面处处体现绿色。

企业的规章制度是企业管理的重要手段，是调节企业内部人际关系、利益关系的基本准则，是组织企业生产经营活动、规范企业行为的基本程序，也是企业各部门、各部分相互连接的纽带。企业建立绿色文化，必须从严格

的规章制度入手。绿色管理制度的形成和落实过程也是绿色企业文化的形成过程。

1. 理顺领导机制，建立绿色企业文化建设的职能部门

绿色企业文化建设是需要投入一定资源的活动，包括需要投入相应的人力、物力、财力及相关技术资源，产生的效益不是那么直接和快速，因此，在绿色企业文化建设初期应组建一个专门的工作领导班子，负责企业文化的建设及未来的专业工作。工作班子的成员应具备一定的环境科学、管理科学和工艺技术知识和能力。最好由不同部门且对组织有较深了解的人员组成。企业的绿色职能部门应成为企业的检察机关，具有一定的权威性。一方面，能够对企业的决策具有较大的影响力，以保证对环境的保护成为企业决策中的重要因素；另一方面，能够与企业各个部门保持信息的沟通，对企业各个部门的工作起到监督的作用，以杜绝损害环境利益的行为发生。

2. 进行初始环境评审和规划初始环境评审是建立规章制度的基础

具体的步骤是：第一，调查企业的环境状况。了解企业所在地的生态环境状况，弄清企业的污染源、排污种类及途径；把握企业内部各个方面对资源、能源的不合理使用及造成的浪费和流失情况。第二，评价企业的环境质量。在调查的基础上对企业的污染源及其污染程度、资源及能源消耗程度与相应标准进行比较分析，作出评价。第三，提出企业的绿色管理目标。参照国际、国家、行业 and 地方的有关法规和标准，提出量化的降低能耗的具体目标。第四，制定绿色管理的战略措施和企业的年度绿色计划。制订出具体的行动方案，有计划、有步骤地调整企业的业务范围，在“绿化”现有业务的同时，逐步淘汰高污染、高能耗的夕阳业务，发展新兴的绿色业务。

3. 编制系统性的规章制度

绿色企业文化的规章制度的编制工作是一项非常重要且技术性较强的工作，它要结合组织的特点，充分考虑组织的环境状况、现有机构和其他资源

状况。绿色规章制度具体应包括：环境管理规则、专业技术规程、环保业务管理制度、环境保护责任制度。

4. 绿色规章制度的运行及评审

绿色规章制度区别于一般规章制度的标志是，它是将绿色价值观念融入企业的生产、人事、营销和财务工作的各种规章制度中，形成了一套系统化、文件化的管理制度和方法。这些成文的制度与约定及不成文的企业规范和习惯，对企业员工行为起着约束作用，保证企业的整个绿色管理工作能够分工协作，井然有序，高效地运转。绿色管理规章的评审是指企业在绿色规章制度的运行阶段，检查整个体系的充分性、适用性和有效性，及时发现各规章制度的问题，找出问题的根源，及时进行纠正。

三、绿色企业文化的物质层建设

物质层建设是绿色企业文化的表层部分，它是企业创造的物质文化，是形成企业文化精神层和制度层的条件。从物质层中能折射出企业的经营思想、管理哲学、工作作风和审美意识。

1. 环境信息公开

企业通过将其环境信息公布于众，使广大职工对企业的环境状况和奋斗目标心中有数，让消费者、社区居民、利益相关者、社会公众了解企业的资源和环境管理情况，理解企业的绿色文化；也便于社会监督，反馈回来的批评、建议等信息，是企业推进绿色文化建设的重要依据；环境信息公开有利于树立良好的企业形象，也是一个企业负责任的表现。日本企业对此很重视，日本环境厅每年还组织评比优秀环境报告。

2. 构建绿色企业形象识别系统

这一系统应包括绿色企业理念识别系统、绿色企业行为识别系统、绿色企业视觉传播系统。绿色企业文化的物质层包括企业名称、标志、标准字、标准色；企业外貌；产品的特色、样式、外观和包装；技术工艺设备特性；企业的文化传播网络等，而所有这些工作均需要 CI 系统来解决，即构建完整的绿色企业形象识别系统。