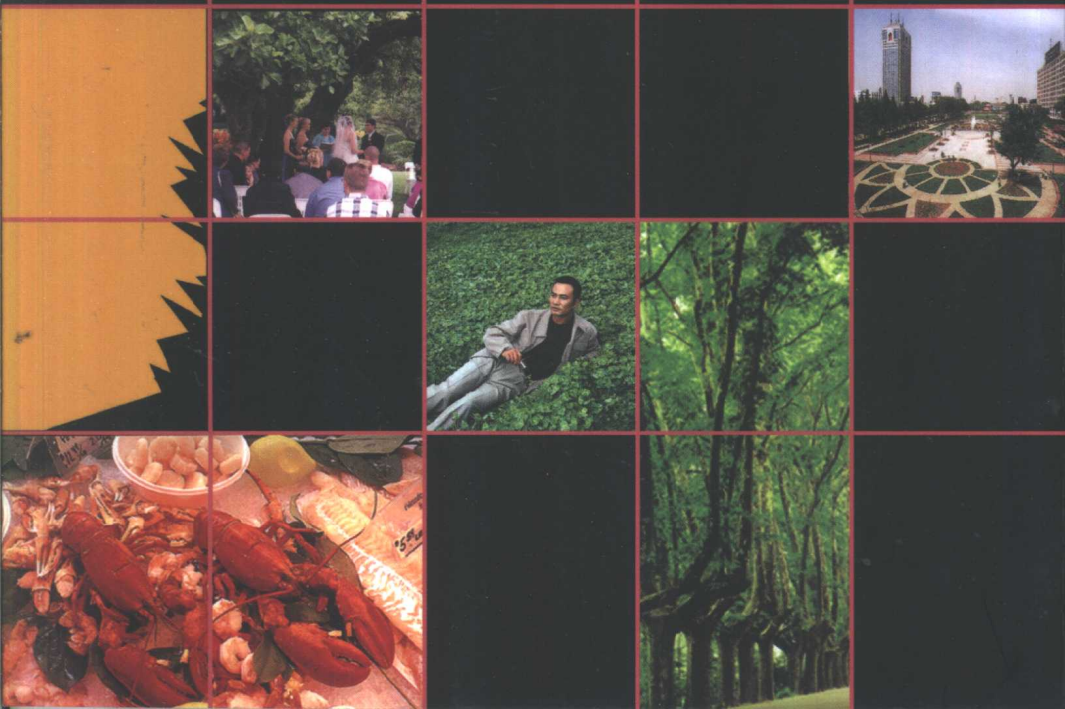




绿色时尚

陈中原

21世纪文明起行



绿色时尚

21世纪文明起行

陈中原

江苏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

绿色时尚——21 世纪文明起行/陈中原著. —南京:
江苏人民出版社, 2001

ISBN 7-214-03090-X

I. 绿... II. 陈... III. 环境保护—基本知识
IV. X

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 077725 号

- 书 名 绿色时尚——21 世纪文明起行
著 者 陈中原
责任编辑 胡 凡
责任监制 陈晓明
出版发行 江苏人民出版社(南京中央路 165 号 210009)
网 址 <http://www.jspph.com>
<http://www.book-wind.com>
红 销 江苏省新华书店
印 刷 者 扬州鑫华印刷有限公司
开 本 850 × 1168 毫米 1/32
印 张 10 插页 4
印 数 1—3050 册
字 数 222 千字
版 次 2002 年 1 月第 1 版, 2002 年 1 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 7—214—03090—X/X·2
定 价 16.00 元
(江苏人民版图书凡印装错误可向本社调换)









序

“都是时尚惹的祸!”这是对人类面临严峻的生态环境形势或者叫环境危机充满着焦虑的一些人士作出的一种判断。这个判断虽然不是真理的全部,但反映了很重要的事实。1992年6月在巴西里约热内卢召开的联合国环境与发展大会通过的《21世纪议程》指出,人类不适当的消费和生产模式,导致了环境恶化,这是地球所面临的最严重的问题之一。这里所说不适当的消费和生产模式,就同所谓“时尚”有关。

所谓不适当的消费模式,这是我们最熟悉、最直感的,因为它就发生在我们身边,发生在我们的日常生活和工作中。就以一次性用品来说,由于“用了就扔”成为一种时尚,所以什么一次性饭盒、一次性筷

132 35 6/21

子、一次性杯子、一次性笔、一次性包装、一次性尿布、一次性……在旅馆、宾馆里向客人提供一次性牙刷和牙膏、一次性梳子、一次性拖鞋、一次性……在一次性用品成为人们消费的一种时髦的推动下,促使企业大量生产一次性产品,而且不断变换花样,然后又推动一次性用品的消费。如此恶性循环,造成垃圾和其他污染,恶化了地球环境。其他如汽车以及家用电气的普及,虽然使我们的生活更为方便、舒适,这是文明的进步,但其负面效应也是很明显的,这就是人类的环境安全受到了严重威胁。与环境恶化有关的不适当的消费模式还可以举出许多,这里不一一列举。

环境污染,生态失衡所造成的种种可怕后果惊醒了世人,人们开始反思习以为常的消费方式以至整个生活方式,并迎来了绿色消费时代。

崇尚自然是人的本性。面对日益恶化的生态环境,人们渴望回归自然,和自然融为一体。体现在工作、生活、休闲等方方面面,包括人的衣、食、住、行在内的绿色消费方式,是人类回归自然的重要途径。当前,绿色消费已经是一种国际时尚。人们以绿色消费来表明自己的环境意识和文明生活。据报道,1999年,有89%的美国人、90%的德国人、84%的荷兰人,在购物时会考虑消费品的环境标准,许多消费者愿意付出较高的价格,购买对环境有益的商品,有的国家的消费者在购物时,只挑选和购买符合环境保护要求

的商品。绿色消费也表现在政府采购上,即优先采购达到环境标准的产品,有的国家甚至规定政府机关使用再生纸办公的比例,而且这种比例还很大。

绿色消费是有利于保护环境和人的健康与安全的消费方式。树立绿色消费意识,实行绿色消费,拒绝会带来环境污染和破坏生态平衡的消费方式,这是绿色文明和现代生态伦理的要求。但是,理想和现实还是有距离的。与国际绿色消费时尚相比,我国的绿色消费运动还刚刚起步。在市场上,绿色产品还不多,所占的比例还比较小;公众绿色消费意识还没有普遍形成,许多人还不知道有什么绿色产品、绿色消费,因而谈不上花较多的钱购买有环境标识的产品。当前绿色消费的另一个大障碍,这个障碍用一个字来表述就是:假。在我们国家,只要一说什么东西好,马上就有假的东西来冒充。绿色产品也是这样。面对充满商机的绿色消费,一些企业对此又缺乏相关的知识,如何为绿色产品,生产绿色产品(如绿色食品)又需要什么条件以及有关法律、法规等等,都缺乏了解,于是随便把自己的产品称为绿色产品,甚至假冒、仿冒“绿色”标识,扰乱市场秩序,严重影响公众对绿色产品的看法和消费,影响绿色消费的健康发展。

在去年6月召开的一次绿色消费的研讨会上,中国国土经济学会研究会环境与发展专业委员会的朋友同江苏人民出版社的胡凡同志在交谈中,认为有必要

出一套有关绿色消费的书,以便企业和公众了解绿色消费的相关知识和理念,以促进我国绿色消费运动的健康发展。这就是呈现在读者面前的《绿色消费丛书》的由来。

林京耀

2001 年 9 月

《绿色消费丛书》由中国国土经济学会
环境与发展专业委员会组织并审定

《绿色消费丛书》

主 编：林京耀

编委会委员：杨世林 陈幼春 沈亨理 盛学彬
李青山 孙宝启 林长胜 林京耀
郑仲兵 理 夫 陈 稹 刘铁成
蒋新林 赵乐强 余谋昌 刘 兵
袁正光 蔡德诚 胡 凡

顾 问：孙鸿烈 肖培根 杜润生 吴明瑜
石 山

目 录

引 子	1
一 人类的觉醒	3
绿色和平运动	3
寂静的威力	12
二 绿色的旋风	27
绿色时尚	27
绿色先锋队	36
绿色节日	56
国鸟与国花	96
三 绿色市场	112
绿色的需求	113
绿色建筑潮	124
绿色旅游热	140
步行街时尚	155
绿色汽车	166
四 绿色消费运动的兴起	185
改变消费模式	186
绿色决策	197
绿色壁垒	208

清洁生产	225
生命周期设计	244
五 绿色行动指南	260
可持续发展	262
全球携手求发展	275
自我约束	284
绿色国际关系	296
结束语:绿色的未来	310

引 子

在谈到目前的生态环境危机时,有人说,这是时尚捣的乱。这恐怕是原因之一。

有这么一个笑话,说岭南人什么都敢吃,天上飞的除了飞机,其他都吃;海里游的除了轮船,其他都吃;地上跑的除了汽车火车,什么都吃!这个笑话虽然“挖苦”了些,但生动地反映了南国人以吃野味为时尚。请亲朋好友就餐,如果不吃野味就好像缺少了什么,甚至被认为是“小气”。因此,蛇快被捕绝了,猴子快被杀光了,穿山甲成为濒危野生动物了!近几年,这种吃野味时尚有向北国蔓延的势头。

一次性消费,蛊惑人心的口号曾甚嚣尘上。一时间,一次性筷子、包装和豪华包装……蜂拥而来,人们以“用了就扔”的一次性消费为时尚。这种时尚不仅浪费了宝贵的资源,而且造成垃圾污染(如“白色污染”)。以一次性筷子为例,日本人是一次性筷子的发明者,而且日本国土的森林覆盖率达65%,可谓世界森林大国,但他们不砍伐自己的树木来制造一次性筷子,全靠进口,而我国森林覆盖率不到14%,却是一次性筷子出口大国,这要砍伐多少树木?!所以,对生态环境来说,“一次性”消费成为了一种公害。

辞书上关于“貂”这一条有这样的话：“皮最能御寒，为珍贵的皮料。”貂皮曾是人们穿着打扮所追求的一种时尚。推而广之，穿着野生动物皮毛制作的服装，曾是一种时尚。为满足人们显示自己雍容华贵，许多野生动物，包括濒危的珍稀动物死在偷猎者的刀枪之下，因此而灭绝。

有人说，这些都是时尚搞的乱。

还有不少我们曾经熟悉的种种时尚，由于缺乏绿色观念，对自然生态环境造成了不可弥补的破坏，濒危物种不断增加，自然资源短缺，生态失去平衡，人类的生存环境出现了危机。随着环境意识的提高，绿色成为新时尚。从此，时尚进入了一个新的历史天地，绿色食品、生态农业、清洁生产、绿色消费、可持续发展……应运而生。从此，时尚变成了自然的守护神。