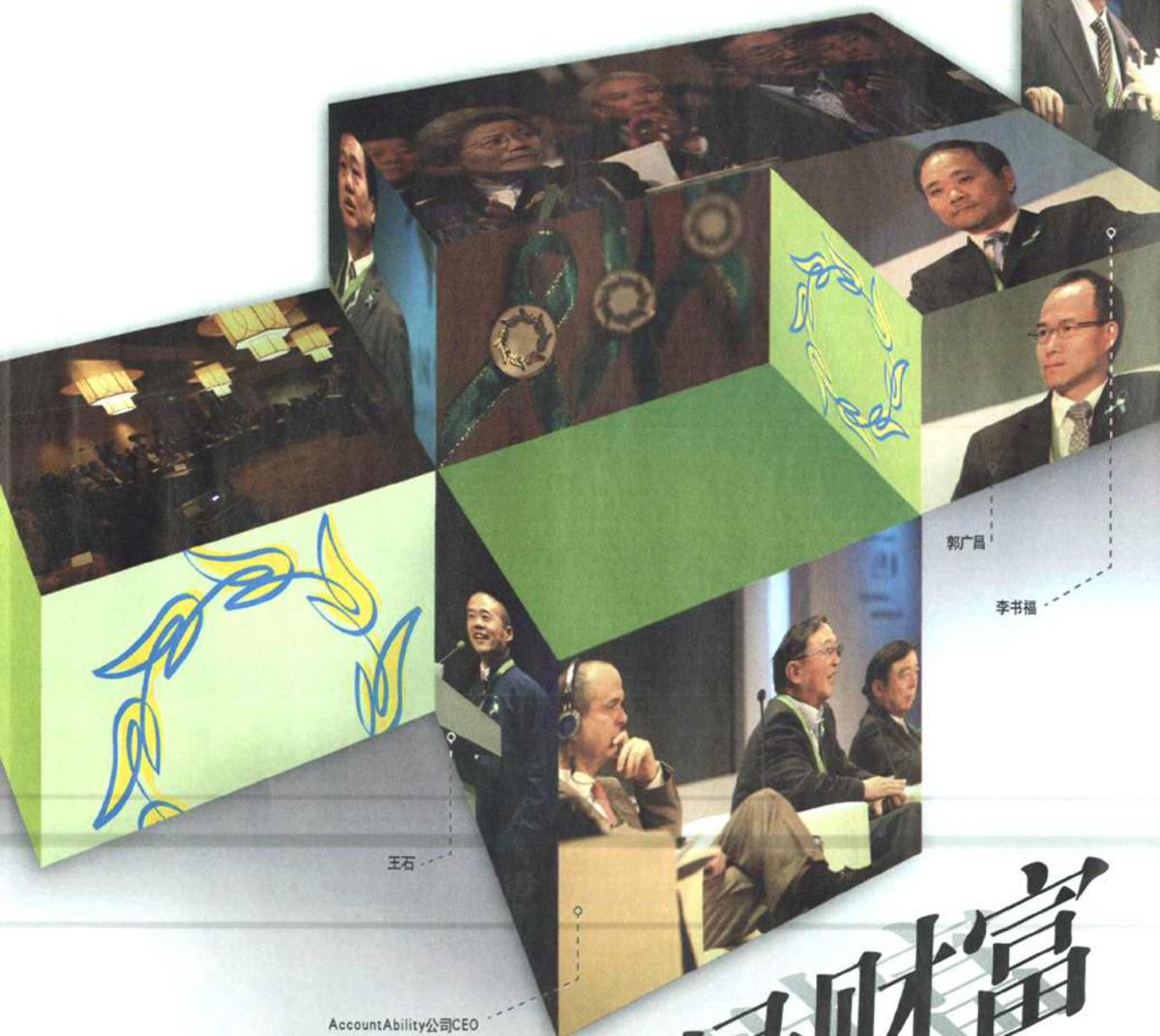


吴建民 - - -



AccountAbility公司CEO
Zadek, 柳传志、马蔚华
(从左至右)

绿旋风，绿财富

金融危机让打造绿色公司从奢侈成为必须。绿色经济将成为金融危机后世界新的增长源泉



文 | 本刊记者 潘虹秀

4月22日,第40个“世界地球日”,第二届中国绿色公司年会如约在北京召开。会场内外,大家手提绿色环保袋,胸戴绿色会徽,礼仪小姐也一改惯常的红色旗袍,穿上洁白的连衣裙,腰扎醒目的绿腰带。正在蔓延的金融危机不仅没有让绿色显得黯淡,反而让绿色更加深入人心。“没有金融危机和经济危机,绿色是个奢侈的概念,有了经济危机,谈绿色、谈绿色公司,就变成了一个必须的话题。”绿色年会的发起方,中国企业家杂志社社长、中国企业家俱乐部执行主席刘东华如是解读。

对企业而言,绿色不仅是必须的,还蕴含着巨大的商机。“广义的绿色行业会成为金融危机以后,推动全球经济增长一个主要的引领力量。”中国银行副行长朱民斩钉截铁地下了一个判断。他也成了本届年会会场内外被引述观点最多的演讲嘉宾(去年的明星是王石,他提到做绿色企业“难”,但没有想像中那么“难”)。

中国企业联合会会长王忠禹在致辞中表示,“积极推动全球共识,共建新商业文明,开创新的绿色经济,已成为摆在我们面前一个亟待解决的问题。”

企业家的觉悟

本届绿色公司年会,环保主义者和商业企业开始携手共进。世界资源研究所(WRI)主席詹那森·拉什(Jonathan Lash)从事环境研究30年,他说道:“长时间以来,这些商业公司是我的对手。他们总是说环保限制措施对商业不利,但是现在他们的态度产生了180度大转弯,成为了我们的盟友。”

金融危机的发生,让人们更加关心自己所处的世界。现在,我们的世界比以往任何时候都缺资源。“一批发展中国家在崛起(以金砖四国为代表),人类历史上还没有出现超过全世界人口一半的国家同时崛起的现象,目前世界的发展模式大体上是发达国家创造的,但这种模式是不可持续的。当33亿人都起来,你怎么办?”欧洲科学院副院长、国际展览局名

誉主席吴建民思考。直率的柳传志点破了吴建民言犹未尽的话:“按照现在(利用资源)的做法,那非打打仗不可,离人类追求的和谐社会就更远。”

柳传志过去把绿色看成是一件比较高尚的事情。他说道:“我过去一直是这么想的,先把自己的一亩三分地耕好,脚跟站稳,然后再力求对社会做贡献。”现在他改变想法了:“这次金融风暴,给我们一个非常突出的启示。就是一个企业、一个产业,乃至一个国家,要想独善其身,那是不可能的。”他说道:“为了你自己的企业长期活着,你也必须这么做(变绿)。不然的话,就算你的企业再行,到你的子孙后代,都会被窒息而死。”这正验证了本文开头刘东华的那句话,金融危机让绿色变成了“必须”。

金融危机也改变了郭广昌。郭素来喜欢以怀疑的眼光看问题,他谦称自己是一位绿色的“后知后觉”者。他一度怀疑地球变暖是不是一个伪命题(为此,他的老朋友、“先知先觉”者王石花了很多力气来教育他)。现在郭也成了绿色经济的说

教者：“经济危机最简单的原因就是通胀引起的。因为石油（一度）到了150美元，消费者付不起这个价格。资源成为这一轮经济发展的瓶颈，你必须解决它。”解决的出路只有一条，搞绿色经济、低碳经济。

来自能源领域的新奥集团董事长王玉锁的逻辑是：“在一个经济低谷，想把经济拉升起来，必须靠一个新的产业来拉动。”这种逻辑正是中国人爱说的“危中有机”。离金融危机最近的银行家也贡献了他们对新商机的见解。这也正是本次年会论坛所讨论的主议题——“世界经济的下一个增长引擎”。

在通过PPT演示了一番数据后，朱民说：“IT过去了（上世纪90年代的经济增长引擎），金融过去了（本世纪初的经济增长引擎），下一个经济增长的引领者就是广义的绿色行业。”在朱民的理解中，广义的绿色行业包括可替代能源和清洁能源，现有能源技术的开发和新材料，以及气候变化、环境保护等等。

朱民的观点某种程度上也是当今世界各国政府的共识。很多国家政府的经济复苏计划都带有鲜明的绿色经济印记。“美国奥巴马政府提出了绿色新政计划，日本政府出台了主打绿色牌的经济发展战略，韩国政府提出了低碳绿色增长战略。刚刚过去的博鳌论坛，主要议题也包括绿色经济。”大连市市长夏德仁点评道。夏市长在本届年会上还透露：今年9月份，在大连举办的夏季达沃斯年会，也将把绿色作为论坛的主题。

在这场商业“绿旋风”中，如果，“你拒不变绿”，后果可能会很严重。世界自然基金会的中国区代表Dermot O'Gorman列了三个可能的后果：“政府吊销你的经营许可证，你错过了登上绿色大船的机会，再也回不来了；你的客户不买



(2007年度中国绿色公司标杆企业获得者，2008年度表现依然优秀)

你的产品了。”或许还可以加上，“你的投资者不投你了。”

建信基金管理公司董事长江先周也有行动。他透露，建信基金配合上海证券交易所建立了上市公司社会责任评价体系，并计划推出社会责任指数和社会责任指数基金。这些理财产品正是针对一批对绿色企业和绿色行业感兴趣

的投资者。

从绿色观念到绿色实践

一根根透明的玻璃管如丛林般布满了阳光温室，管子里流淌着绿色的液体。那绿色是肉眼看不见的微藻，它“吃”的是二氧化碳，“产出”的是柴油等清洁能源。这一幕是我们参观新奥集团时看到的景象。新奥集团刚刚入选2008年度中国绿色公司标杆企业。本届绿色公司年会特意安排了3家标杆企业的参观（另两家是用友软件和诺基亚）。

“下一个经济增长引擎”是多么诱人！在新奥的能源王国中，新能源，包括太阳能、煤基清洁能源技术正是其未来的主攻方向。柳传志很为晚辈的这种绿色激情而感动：“王玉锁把这些年企业取得的利润，大概15亿元，全都投入到了能源的研发上。他是冲着未来有一个伟大的商机来做的。”

在王玉锁之前，无锡尚德、阿特斯、江西赛维等数家企业已经从太阳能产业掘到了绿财富。桑德环保则从水污染治理中淘到了绿金。有了这些榜样，再加上对绿色趋势的共识，投资者也纷纷加入做大绿色经济的潮流中。

本届年会上的“绿色产业的投资与金融支撑”分论坛上，7位演讲嘉宾中就有5位投资者。桑德环保董事长文一波给听众展示了

污水处理中的商机潜力。“日本的村庄，达到300人，就有1个污水处理厂，中国30万人的城市可能也没有。”文还不无遗憾地说道：“中国人因喝了不干净水，呼吸了不干净的空气，要花8500亿（指“新医改”的总投入）来治病。把这些钱拿出一部分从源头上控制污染，收到的会是事半功倍的效果。”

这些企业绿色先锋们中有20家优秀者被评为2008年度中国绿色公司标杆企业(见附表)。在“从领导者到绿巨人”的主题论坛上,我们可听到诸多产业领头羊(他们均是去年和今年的绿色标杆企业)的绿实践。

绿色公司领跑者不光独善其身,他们还要影响、带动上下游。百年老店、化工企业巴斯夫就是这么做的。其中国区总裁关志华介绍道,巴斯夫发起了“1+3”的企业社会责任活动。1就是巴斯夫,它带动3家上下游企业来做节能减排和环保活动。然后,巴斯夫带动的企业又可以成为那个“1”,再去带动它的3家上下游企业。通过这种持续的推动、放大,目前已六七十家企业参与到绿色行动中。

金融业也纷纷表示支持绿实践。中国工商银行董事长姜建清在年会的开幕式主题演讲中说道:“银行信贷如何促进绿色经济的发展,实现绿色变革?工商银行坚定不移地执行了环保一票否决制。”招商银行行长马蔚华则提到了“绿色金融”概念,把环保的概念加进去,重新对金融企业的经营理念、信贷政策、业务流程、风险管理

理等各个方面做一个调整。

还有一种绿色实践,那就是延长产品的生命周期。远东控股集团有限公司董事局主席蒋锡培说道:“碳纤维导线,国家规定寿命只有30年,通过技术创新,我们的产品可以用到80年。”这种思路跟王健林不谋而合。王说道:“我们的土地资源占用是一次性的,房子盖起来以后,按照现在的钢筋混凝土理论,200年不会倒。”他认为,这种少占资源、持续长时间提供服务的商业模式就体现了绿色。

对上述做法,周大地(国家能源领导小组专家咨询委员会副主任)一定很喜欢。他提出:“今后中国的经济增长,能不能尽量少制造一点东西?”他还认为:“在终端消费品上怎么实现绿色、怎么节约能源,可能是世界上最大的商机。”

绿实践也会给企业带来很大的效益。诺基亚(中国)投资有限公司副总裁萧洁云给大家算了一笔账。“从2006年到2008年,通过缩小包装,诺基亚不仅给社会降低了碳排放,还节省了4亿欧元的包装费——这还不包括运输交通费的节约。”

打造绿色公司的意义不仅仅是让企

业节约成本和淘到绿金,更关键的是“通过打造良性生态,赢得可持续竞争力”

(绿色公司定义)。这个生态不仅仅包括自然环境,还包括社会生态,诸如公司和股东、公司和员工、公司和社区、公司和上下游企业等等各个利益相关方的生态。在本届年会上,就有“股东利益最大化困境”的一场分论坛来讨论这个问题。社会生态也是中国绿色公司标杆企业评选的核心指标。去年以来,蒙牛、伊利等企业因为卷入“三聚氰胺”事件,杉杉投资、晨鸣纸业因涉及上市公司信息披露违规操作均被剔除出本年度标杆企业的评选。

“中国的产品为什么这么便宜?那是因为自然的成本和环境的成本没有加入到商品的价格当中去。”大自然保护协会(TNC)首席生态保护执行官Bill Ginn先生对“中国制造”的毛病看得一清二楚。这种状况不会因为一场绿色论坛而彻底改变。

所以,我们还得警惕“绿陷阱”。郭广昌说:“听上去很轰轰烈烈,但其实心底里并不认同,这是最可怕的。”■

2008年度中国绿色公司标杆企业一览

排名	所有制	行业细分	公司名称	文化领先	商业优势	环境友好	社会和谐	创新驱动	加权总分	较强单项	较弱单项
1	中资	主要消费/饮料生产	青岛啤酒股份有限公司	7.1	8.2	7.8	8	7.3	7.78	商业优势	创新驱动
2	中资	可选消费/汽车	比亚迪股份有限公司	7.4	7.8	7.7	7.5	8.5	7.75	创新驱动	社会和谐
3	中资	公用事业/气体	新奥集团股份有限公司	7.5	7	7.8	7.5	8	7.59	创新驱动	商业优势
4	中资	工业/海运	中国远洋运输(集团)总公司	7.3	7.7	7.8	7.6	7.1	7.57	环境友好	创新驱动
5	中资	信息技术/软件	用友软件股份有限公司	6.8	7.4	7.7	7.7	7.7	7.57	环境友好	文化领先
6	中资	原材料/金属	中国神华能源股份有限公司	6.9	7	7.7	7.8	7.5	7.52	社会和谐	文化领先
7	中资	信息技术/因特网软件及服务	阿里巴巴(中国)有限公司	7	7.3	7.2	7.4	7	7.23	社会和谐	创新驱动
8	中资	工业/定期航班	中国南方航空股份有限公司	6.4	6.8	7.1	7.7	7	7.15	社会和谐	文化领先
9	中资	金融/银行	中国工商银行股份有限公司	6.3	6.4	7.4	7.7	6.3	7.07	社会和谐	创新驱动
10	中资	工业/电力设备	远东控股集团有限公司	6	7.5	7.1	7	7.2	7.04	商业优势	文化领先
1	外资	信息技术/信息技术咨询与服务	IBM全球服务(中国)有限公司	7.3	7.6	8.6	8.3	8.6	8.23	创新驱动	文化领先
2	外资	可选消费/专业零售	宜家(中国)投资有限公司	8.1	7.9	8.3	8.3	7.7	8.13	环境友好	创新驱动
3	外资	工业/综合性工业	3M(中国)有限公司	7.5	7.5	8.5	7.6	8.2	7.94	环境友好	商业优势
4	外资	可选消费/零售	沃尔玛(中国)投资有限公司	7.4	7.7	8.3	7.8	7.9	7.91	环境友好	文化领先
5	外资	可选消费/家庭耐用消费品	松下电器(中国)有限公司	7.6	7.9	8.1	7.6	7.9	7.84	环境友好	社会和谐
6	外资	金融/银行	汇丰银行(中国)有限公司	7.4	7.5	8	8.2	7.1	7.79	社会和谐	创新驱动
7	外资	主要消费/饮料生产加工	可口可乐(中国)饮料有限公司	6.8	7.6	8.1	7.9	7.1	7.69	环境友好	文化领先
8	外资	信息技术/计算机和外围设备	戴尔(中国)有限公司	7.4	7.6	8	7.4	7.7	7.66	环境友好	社会和谐
9	外资	可选消费/车零配件	博世(中国)投资有限公司	7.4	7.6	7.6	7.4	8.1	7.56	创新驱动	社会和谐
10	外资	主要消费/个人用品	欧莱雅(中国)有限公司	6.7	7.1	7.3	7.3	7.5	7.24	创新驱动	文化领先

资料来源:道农研究院提供