



建设生态文明 创造美好生活

——专访气候组织大中华区总裁吴昌华



吴昌华

中国上市公司社会责任研究中心 江聃

证券时报: 将生态文明提高到国家战略层面,您是怎么理解的?

吴昌华: 将生态文明提高到国家战略层面是社会的大进步。改革开放

近年来,中国一直在探索经济转型之路,十八大将生态文明建设提高到与经济建设、政治建设、文化建设、社会建设列入“五位一体”的总体布局,这是社会的大进步。在国际上,生态文明已经深深植入到百姓的日常生活,深深植入到政府政策和企业行为中;对中国来说,这方面还处于起步阶段。

三十年的发展,中国经济社会的面貌发生了历史性巨变,赢得了我国在国际经济社会影响力和地位的空前提高。然而,经济的过快发展也带来了一些负面影响,例如资源消耗过快,环境承载力降低。近年来,中国一直在探索经济转型之路,十八大将生态文明建设提高到与经济建设、政治建设、文化建设、社会建设列入“五位一体”的总体布局,是一个特别大的进步。从政治意愿上来说,已经到了最顶端的高度。

在国际上,生态文明已经深深植入到百姓的日常生活,深深植入到政府政策和企业行为中。但对中国来说,还是在起步阶段。中国已经明确意识到过去那种单一注重经济快速发

展的不可持续性,到现在要兼顾生态资源、自然环境的保护了。

证券时报: 社会经济体系和自然界生态体系之间是什么关系?

吴昌华: 长久以来,包括在工业化过程当中,我们一直认为人定胜天。所以我们一直把资源和环境这些要素当成一个手段,需要的时候我就取,污染我就排。其实关系应该换一下,人类社会的经济体系是整个地球生态系统的一部分,除了人类生态系统,还有动物、植物等其他生态系统。如果违反了规律,超出了这个界限,平衡就没有了。自然环境的净化污染能力是有限的。人类不能随意排放,无论是取还是排,都需要合理限定。

证券时报: 您认为生态文明建设的

关键点在哪里?

吴昌华: 要加强生态文明建设,就要从国家发展战略上进行布局,并实施一系列行动,必须完善相应的法律法规体系、相应的政策激励。我们不能过分攫取自然界资源,而应该充分使用新技术成果,应用高科技手段替代再造,比如新材料,建筑垃圾的零排放,拆完基本上所有材料都可循环利用。不断使用新技术,创新并落实到企业当中去,配合着政策导向,引导资本走向,从而形成良性循环。在这个系统中,绿色、低碳、循环就能整体解决当前制约经济发展的一些问题,中国的经济结构转型、产业结构升级才能实现。

在这个过程中,“制约”这个点必须牢牢纳入整个决策过程当中。比方说资源有限,无论是企业还是个人,自然资源的攫取与消耗是需要有成本的。第一,我们尽量少浪费,资源尽量循环去利用,如果消耗太多,需要付出相应的成本。第二,排放中支持国家政策。排放要有成本,超标就要有惩罚性的罚款,但惩罚更多的是一种激励,促使企业去创新。比如建筑

的零排放,如果真正规模化,整个中国的建筑都做到零排放,那将是革命性的变革。

证券时报: 您对碳交易市场有什么看法?

吴昌华: 目前来说,中国有7个试点省市,但市场要真正起来,一定要有国家统一的市场。回到国际上来说,也不能一个地区的标准比另外一个地区低。真正碳市场发挥作用,需要统一的国家工具。7个试点往前走的同时,国家层面已经开始研究,培养各种能力、进行体系建设。速度、步子迈得快与否,关键看质量,而不是急于求成地追求速度。

证券时报: 您刚才讲到的碳排放问题,那么碳减排对企业经营有什么作用呢?

吴昌华: 碳减排统计有助于对企业的精细化管理。目前,企业的碳信息的披露工作进展缓慢,一方面是国内大部分企业对此认识不够;另一方面,企业目前能力也较难达到。但这仍是企业管理很好的工具,企业利用碳信息的减排统计过程,识别出自身的节能减排潜力,进一步明确通过哪

些手段去改善管理,提升企业的竞争力,这都有助于提升企业的经营管理能力,有助于从能源的角度帮助企业节约经营成本。企业需要知道怎么省,在哪里省,这是由粗放型管理转向精细化管理的必由之路,在节能减排、成本减少的同时,企业运营的风险也会相应减少。

证券时报: 对于普通消费者来说,如何响应生态文明建设?

吴昌华: 普通消费者应具有环保意识,投身于环保行动。消费者环保意识的形成需要一个过程。目前,很多民意调研数据都显示,我国消费者的环保意识越来越好。然而,现实还有很大差距,例如,作为一个北京的消费者,目前对绿色建筑并没有太多的选择。所以说没有可获取的产品和服务,光有环保意识也多为空谈。当然,生态产业不可能一夜之间建起来。政府、企业和公众都要扮演好自己的角色,政府的政策法规要处处体现,引导和激励企业行为,企业更要主动行动起来,普通民众在日常生活中在消费过程中注重环保,各自承担起自身的社会责任,共同推进生态文明建设。

由绿到金:中国企业绿色发展路线图

李文

绿色浪潮席卷全球并凸显商界环境治理的历史责任

从1992年里约热内卢召开“地球峰会”,商界领袖们开始前所未有地关注环境问题,之后,50家全球顶尖企业共同组成了可持续发展企业委员会,至今历经20年,环境问题从以往集中表现为人们对“成长的限制”及自然资源将慢慢耗尽前景的担忧,正在转变为人们身边亲身体验的与电影《2012》中惊人相似的自然灾害场景和触目惊心的环境污染事件。

伴随着世界各国对可持续发展和社会责任议题的持续关注,绿色浪潮开始席卷全球,其中有两个标志性判断依据,一是对全球性环境议题的确立,包括气候变化、能源、水、生物多样性和土地使用、化学物质、有毒物质和重金属、空气污染、废弃物处理、臭氧层破坏、海洋和渔业污染、森林砍伐十个方面。这些议题同样成为摆在企业面前的

环境挑战。二是环境问题参与推动力量日益多元和强大。从企业角度看,以环境为导向的利益相关方不仅日益多元,并且他们提出的问题也日益专业和尖锐,对企业产生的现实和未来影响日益显著。

美国人丹尼尔·埃斯蒂等人将全球绿色浪潮的“推手”归纳为五种核心力量:(1)规则制定者与监督者,如政府监管部门和环保组织;(2)提出创意者和意见领袖,包括智库和学者;(3)商业合作伙伴与竞争对手,以及供应商和B2B客户;(4)消费者与企业所在地,包括当地官员和普通大众;(5)投资者与风险评估者,如证券分析师和银行家。这些核心推动力量让企业真切地感受到环境问题的严峻性和现实性,也为企业全面审视自身及经营环境提供了全新的视角。先锋企业正以此为分析工具和方法论指导,培育绿色发展的竞争优势。

中国企业要在生态文明社会建设中有所作为,必须认真思考绿色浪潮带来的深刻变化,学习借鉴国内外成

功经验和做法,切实担负起环境责任,走出自己的绿色发展之路。

未来20年中国企业面临重要战略转型,发展路线图清晰可见

一是中国企业将面临更深层次、更大规模的新一轮产业结构调整。十八大明确要求加快完善社会主义市场经济体制和加快转变经济发展方式,把推动发展的立足点转变到提高质量和效益上来,着力激发各类市场主体发展新活力,使经济发展更多依靠科技进步、劳动者素质提高、管理创新驱动,更多依靠节约资源和循环经济推动,更多依靠城乡区域发展协调互动,不断增强长期发展后劲,促进工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展。可以预见,未来,中国将催生出一批代表绿色发展方向的新型产业。

二是企业发展理念和战略管理将以绿色、可持续为引领,环境责任将真正融入中国企业的价值观和战略管理,成为社会评价和投行的重要衡量指标,环境业绩将与财务业绩同等重要。

三是政府将进一步加大对企业环境责任的监督和引导力度。在政府持续出

伴随着世界各国对可持续发展和社会责任议题的持续关注,绿色浪潮开始席卷全球。中国企业要在生态文明社会建设中有所作为,必须认真思考绿色浪潮带来的深刻变化,学习借鉴国内外成功经验和做法,走出自己的绿色发展之路。未来20年中国企业面临重要战略转型,发展路线图清晰可见。

台补贴绿色产业发展政策的鼓励、引导下,绿色能源企业将会获得更为广阔的发展空间,一次能源消费结构比例也将向着清洁化方向发展。

四是生态文明建设将极大地激发企业家的创造力和创业激情,在政府扶持政策的推动下,催生出诸多新型商业领域和机遇,一批标志着创新发展特征的低能耗、清洁产品和绿色服务的绿色企业将会应运而生。绿色投资、绿色信贷、致力于循环经济和低碳经济的新型运营管理模式、创新技术和引领消费市场的绿色产品与服务、绿色品牌与文化都将会成为未来中国社会主义市场经济的主导。

环境绩效将纳入企业可持续发展综合评价并将引入环境会计

未来20年,伴随着生态文明社会建设,中国社会主义市场经济运行规则将日臻完善,更加符合以人为本和科学发展的内在要求。全社会将建立起体现生态文明要求的目标体系、考核办法和奖惩机制,在现有经济社会发展评价指标体系基础上,进一步完善包括经济、社会、生态和人的全面发展内在的评价指标体系,资源消耗、环境损害、生态效益将纳入其中。企业必须全面履行经济、环境和社会三大责任,实现经济效益、社会效益、资源环境效益的有机统一。

2012年,继发改委确定北京、天津、上海、重庆、湖北、广州和深圳市7省市开展碳排放交易试点后,企业如何管理碳足迹,摸清排放源,并全面有效地统计碳排放清单也是今后长期需要持续推进的工作。今后包括硫化物、化学需氧量、氮氨、氮氧化物和颗粒物等污染物排放以及CO₂、CH₄、N₂O、PFCs、SF₆等温室气体的减排和控制将逐步切实列入企业环境管理的日常清单,进入可量化统计的环境指标体系。

环境会计在国外已有几十年的发展,今后中国企业也将引入环境会计,对环境污染防治和环境开发的成本费用进行独立、量化核算与报告,从而综合评估环境绩效及环境活动对企业财务绩效的影响。

绿色发展战略将助力中国企业在创新实践中培育新的竞争优势

毫无疑问,要真正使企业的绿色发展从理想变为现实,从口号变成行动,并最终转化为内在动力,焕发创新激情,还要从根本上解决企业绿色发展的成本回收与利润回报的问题。也就是说,要在绿色发展过程中不断培育企业新的经济增长点,在节能减排中找到效益增值点,不断提升企业价值,唯此方可实现企业绿色发展的可持续。

世界领先企业的绿色发展实践表明,企业通过“重新设计运营模式-环保绩效追踪与提升-重塑企业文化”的系统性优化和改造,不断获得正向激励,不断摸索出“从绿到金”的新型发展模式。

基于对环境责任带来机遇的深刻理



李文

解和领悟,通用公司(GE)提出“绿色创想”行动计划,将环保研发投入增至15亿美元,在五年内将环保产品销售额从100亿美元提高到200亿美元,在保持业务持续发展的同时,减排温室气体1%。同时还大规模地投放广告,向世界做出绿色发展承诺,一时间,引发颇多关注和世人对其新型发展模式及绿色文化的好评,业务领域迅速得到扩展、产品和服务得到提升。

在生态文明社会建设中,企业可以从多维度、多层次规划、设计和培育自身的绿色发展优势,实施绿色发展方略,寻求到新的市场商机。具体的路径和措施可以包括:进入新型领域,开发新型商务模式,降低环保成本,实现环保效益,提高资源的生产力;降低环保费用,减少环保成本和监管压力;努力实现价值链环保效益,降低上下游成本;管理由环境带来的商业风险,控制环保风险,化环境风险为生态发展的机遇,降低环保事件发生后的巨大成本支出;在产品和服务中规划设计环保元素,满足和引导顾客的环保需求,尝试并推进环保营销,在环保属性方面形成产品定位和顾客忠诚度,提升收益;以环保界定新市场,开发突破性、标识性新产品,推进价值创新;以绿色发展形成无形价值,培育企业信誉,通过环保形象提升公司品牌价值。

可以相信,在全面建成小康社会的伟大征程中,集中国企业家智慧和多方社会力量支持,绿色发展理念将会深入人心,绿色思维和创新将会引领行业发展,中国将会涌现一批绿色企业、绿色产品和绿色技术,中国企业将会在绿色发展之路上不断探索出新思维、新模式、新路径,实现“由绿到金”的全新转变,创造出绿色发展的巨大价值,为中国乃至世界生态文明建设做出独特的贡献。

(作者单位:昆仑能源有限公司)

责任之路 与你同行

探寻 责任管理之道
呈现 国内外责任资讯
搭建 责任传播服务平台
助推 上市公司可持续发展

CSR