

企业群落生态文化建设研究

刘 娟,谢家平

(上海财经大学 国际工商管理学院,上海 200433)

摘 要:生态文化从价值层面对区域经济的可持续发展发挥着重要的引导作用,企业群落是区域经济的重要组成部分,因此企业群落的生态文化建设十分必要。在对生态文化内涵进行界定的基础上,指出企业群落的生态文化建设应从企业和群落两个层面进行。企业层面主要包括经营理念的生态化、管理制度的生态化、产品设计的生态化、生产技术的生态化和企业形象的生态化5个部分;群落层面主要包括副产品交换关系的培育,知识、信息共享的培育,开拓、创新氛围的培育3个方面。此外,还认为企业群落的生态文化建设需要得到区域政府、非政府中介组织和公众的支持与协助。

关键词:生态文化;可持续发展;企业群落;共生网络

中图分类号:F270

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)20-0070-04

0 引言

生态文化注重环境因素、自然规律、生态进化对人类社会发展的影响和价值,本质上是可持续发展和生态理论在精神文化层面的体现,是人类在面临资源枯竭、环境污染等生态问题时,从价值层面创造的应对策略。区域是经济发展的基本单元,文化从价值观的高度对区域经济起着关键的引导作用。而在区域经济中,企业群落的贡献日益显著,通过对中国近30年来经济增长驱动因素进行分析,不难发现以市场化驱动的经济增长,实质是在产业集群、产业园区和产业基地等企业群落中形成的增长空间。因此,在企业群落内建设生态文化,是落实“可持续”发展观,实现区域经济、环境、社会全面协调发展的重要组成部分。

1 生态文化的内涵与建设模式

现代文化发端于17、18世纪的欧洲,以人类中心主义、物质主义和个人主义为核心,其最突出的特点之一就是能最有效率地追求富强^[1]。以现代文化为价值导向的工业文明为人类带来了高度的物质财富,极大地改善了人类的生存状况,但这样的经济增长以资源耗竭和环境污染为基础,违背了环境和生态的客观规律,导致环境和生态问题日益严峻,并引发了相应的生态危机,威胁到了人类社会的生存和发展。因此,人们不得不对传统“大量生产—大量

消费—大量废弃”的经济增长模式进行重新审视,不得不对目前处于精神主流地位的现代文化进行思索、批判、改造和再选择,生态文化就在这样的背景下应运而生。

1.1 生态文化的基本内涵

广义的生态文化是一种生态价值观,或者说是一种生态文明观,它反映了人类新的生存方式,即以生态科学群、可持续发展理论和绿色技术群为主体,以保护生态环境为目的,将人类社会看作是自然生态系统的的一个子系统,建议人们用“生态系统的思维方式”进行思考,引导人们树立人与自然同存共荣的自然观、世界观和价值观,改变目前“竭泽而渔”的生产生活方式^[2]。这种定义下的生态文化,大致包括3个层次:物质层次,主要包括工业、农业、服务业的各种生态技术及实践;制度层次,从宏观上来说主要有生态化的政治体制、法律体制和国民经济管理体制,从微观上来说主要是指各个领域的生态化管理制度;精神层次,主要是指以生态价值观为指导的社会意识形式,如生态哲学、生态伦理、生态教育、生态宗教和生态美学等。狭义的生态文化仅指精神层面。

人类社会可持续发展的要求与现存非可持续发展的经济增长模式之间的矛盾使生态文化的出现成为必然;先进的生态价值观从精神层面影响着人类的心理、情感和行为(特别是经济行为),是人类实践与自然协同进化的重要思想指导。

1.2 生态文化的建设模式

收稿日期:2008-12-30

基金项目:国家社会科学重大招标课题(06&ZD024);教育部人文社科规划项目(06JA630037);国家社会科学基金项目(06BJY034)

作者简介:刘娟(1981-),女,山西太原人,上海财经大学企业管理博士研究生,研究方向为运营管理、绿色供应链、循环经济;谢家平(1963-),男,四川安岳人,博士,上海财经大学国际工商管理学院物流管理系主任、教授、博士生导师,研究方向为生产与运营管理、物流与供应链管理、循环经济。

目前,企业群落较为广泛接受的定义是由波特提出的,他认为“企业群落是指按专业化分工和协作原则形成的、集中在特定区域的、在业务上相互联系的一群企业和相关机构。^[3]”从这一定义可以看出,企业群落不是企业单纯在数量上的“扎堆”和“集聚”,而是基于某种联系的企业协作关系的有机汇总,也可以说是一种分层级、有主次立体“共生网络”。Gertler^[4]认为存在两种基本策略模式,可以实现生态文化在工业领域的有效建设。一种策略模式重在企业层面的改革,包括产品生命周期评估、环境友好设计以及延长产品使用寿命等;另一种策略模式重在企业间的合作,即在特定的企业群落内,成员企业通过基础设施和相关组织的帮助建立“投入—产出”的协作网络,优化物质和能源的使用。因此,本文将生态文化在企业群落的建设分为在企业层面的建设和在群落层面的建设两部分。此外,本文还认为企业群落的生态文化建设应在区域政府、非政府中介组织和公众的保障下进行。具体可如图1所示。

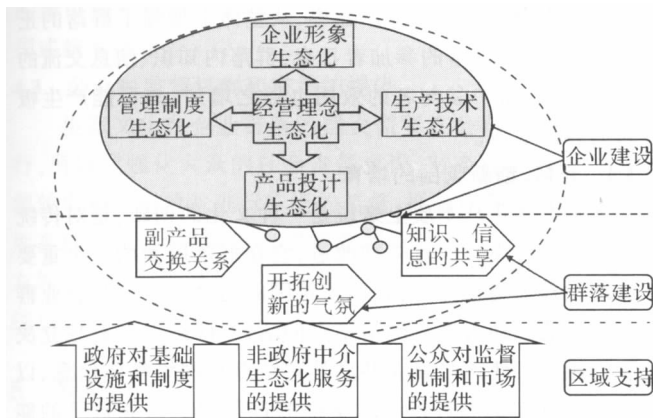


图1 企业群落生态文化建设的模式结构

2 企业层面的生态文化建设

生态文化在企业层面的建设主要包括从价值观念上对工作人员进行引导,使他们尊重自然发展规律,树立生态化的经营理念,从而培育管理制度的生态化,产品设计的生态化、生产技术的生态化和企业形象的生态化。

2.1 经营理念生态化

经营理念(Business Theory)是企业管理者对员工价值观与正确经营行为的确认,并在此基础上形成的共同信念和经营目标,以及企业精神、企业哲学、企业道德、企业伦理等一系列内容。经营理念是企业运作的灵魂,直接关系到管理制度的制订、生产布局的安排和其它经营活动的展开。因此,经营理念的生态化是生态文化在企业推进的首要步骤和关键所在。经营理念的生态化主要包括树立人与自然和谐发展的企业价值观和共同信念,在企业目标的设定中不但要考虑经济利益的最大化,还要考虑区域环境和社会的发展。比如,爱普生(EPSON)集团将其经营理念分为服务理念和环境经营两大部分,其中环境理念是“以协调企业活动与地球环境为目标,积极致力于高目标的环境

保护,作为一名恪守职责的企业市民肩负起社会责任。”^[5]爱普生以这种“与大自然共存”的信念,将公司活动与环境协调发展作为公司的发展原则,以公司所在地居民作为企业重要的利益相关者,切实有效地贯彻在环境会计监督下的绿色工厂建设、绿色采购和环保型的售后服务。这一“环境理念”极大地提高了爱普生的环境竞争力,为其创造了可观的经济效益。

2.2 管理制度生态化

制度是思想的体现,是价值观实践的载体,经营理念的落实必须依靠管理制度。管理制度通过对企业成员行为的规范和约束,将经营理念转化为企业成员的自觉行动。因此生态文化在企业推进的第二个部分是管理制度的生态化,这项工作涉及到许多方面,主要包括以下几个部分:

(1)绿色工厂建设制度。在工厂的选址和布局方面考虑厂内物流距离和成本的优化,在厂房建设方面考虑节能型设计、再生材料的使用等。

(2)绿色采购制度。生态、环保成为供应商评价的一项重要指标,并在原料的选择、购买、运输和储存等一系列过程中减少资源的浪费和环境的污染。

(3)清洁生产制度。包括建立健全清洁生产台帐,对无/低浪费、无/低污染的工序严格实施,并进行不定期检查和记录;对中/高费的工序进行重点核查,定期进行检查和记录;对物料、能源的使用进行平衡性分析,针对物料、能源的不均衡对生产能力进行及时调整;建立环保设备设施的维护和管理制度;严格执行质量管理标准;对太阳能、风能、潮汐能、生物能等可再生能源进行推广,以取代非再生的化石能源;建立和实施激励机制,促进清洁生产技术的应用和创新。

(4)绿色营销制度。将生态观念融入到营销活动中,将绿色产品信息传递给广大消费者,反馈消费者绿色需求,引导和刺激消费者进行绿色消费。具体手段包括:根据绿色产品各自的特点举办各种现场展销活动,创造轰动效应;创立绿色品牌,培养忠诚客户等。

(5)环境会计制度。将环境因素纳入会计核算,对自然资源的消耗和环境的污染按照成本进行计量;对企业开展环保活动、技术管理革新产生的效果按照收益进行计量;对企业的经济成本和收益、环境成本和收益,以及社会成本和收益进行综合计量和评价。

2.3 产品设计生态化

企业对社会最主要最直接的贡献就是产品/服务,外界也往往根据产品/服务对一个企业作出最直观的认识和理解。生态文化要求产品从设计开始就坚持生态和环保的原则,具体表现在以下3个方面:一是产品/服务设计时,物质和能源使用量的减少,使用强度的提高;二是产品质量(如性能、寿命、可维护性、耐久性等)的提高,针对装配型的产品更要注意产品的可拆卸性和模块化设计,在提高产品使用价值的同时方便废旧零件的回收和再用;三是从产品设计时就应尽量避免产品在整个生命周期内对环境

生态的负面影响。

2.4 生产技术生态化

生产技术的生态化是实施清洁生产的重要技术保障。由于各行业采用技术的不同,生产技术生态化在各个行业的差别也较大。如农业生产中的土地水资源节约技术、地力恢复改善技术;工业生产中的能源开发与节约技术、废弃物回收再制造技术;运输业的交通网络优化技术、海陆空综合运输技术;旅游业的景区环境友好的设计技术;宣传、教育行业生态文化推广方式的创新等。

2.5 企业形象生态化

企业形象是一项重要的无形资产,代表着企业的产品质量、人员素质、信誉。企业形象虽不直接与经济效益相关,但良好的形象通过使本企业的经营理念、行为规范得到社会的认同,可以获得社会效益,这种社会效益在一定的情况下转化成经济效益。目前,企业形象与成本、质量、灵活性、时间、服务一起成为企业竞争的重要维度,因此塑造良好的企业形象成为有远见企业的一项重要战略。企业形象的生态化,要求企业在赚取利润的同时,主动承担对环境和生态保护的责任,妥善处理与员工的关系,增进企业所在地居民的福利,实现企业与区域的共同进步,在公众面前树立社区好公民的形象,提高企业的知名度和美誉度。

3 群落层面的生态文化建设

网络组织是一种介于科层和市场之间的组织形态,由具有独立决策能力的活性结点(组织、个人等)组成,既具有明确的目标,又引入了一定的灵活性,强调组织成员的协作、创新和多赢^[6]。企业群落本质上是一种“共生网络”,因此,生态化在企业群落的推进除了要在企业层面进行外,还要培育组织间基于生态化的协作关系,具体包括副产品交换关系的培育,知识、信息共享的培育,开拓、创新氛围的培育3个方面。

3.1 副产品交换关系的培育

在自然生态系统中,一个物种产生的能量和/或物质被另一个物种消耗,能量和物质在该系统中得到了有效的循环和利用。生态文化通过对人类行为的思考,希望在人类社会,特别是在工业活动的组织和运作中模仿生态系统,构建一个内部物质循环的工业生态系统。在该系统内,上游生产过程的副产品可作为下游生产过程的原料,从而将物质和能量的消耗降到最低。这里的副产品是指生产过程中的废弃物和废弃能量,过剩的供给和库存,等级、规格不符合规定的产品,报废的机器设备、建筑废料等。工业生态系统实质是企业间针对副产品利用形成的协作网络,这种网络使参与者以较低的交易成本获得了某种特殊的资源,便于组织间在供应链和生产工艺上的衔接^[6]。Lowe^[7]通过调查发现,比起生态文化在企业层面的推进,能源和物质在企业间的交换更能促进工业活动中生态文化的形成。生态文化在企业群落推进的最终目标是实现群落的生态系统化,因此要加强企业间在副产品交换关系方面的培

育。

3.2 知识、信息共享的培育

在稳定的经营环境中,由于经验价值与时间的弱相关,企业知识和信息的孤立并不会使经验失去推广的价值。但是在动荡的经营环境中,经验若不及时学习或推广,不仅会失去价值,这样的“信息孤岛”甚至会出现负面效应,造成企业的经济损失。生态文化在群落推进的一个重要方面就是知识和信息的共享,从而产生“1+1>2”的经济、环境和社会效益。目前,世界经济周期日益缩短,整个世界连成一体,企业生存的外部环境日趋动荡,因此有必要在群落内将企业自身的知识和信息进行共享,尤其是对副产品交换、产品的环境友好设计、清洁生产等生态化信息的传播和推广,使知识和信息创造的总价值达到最大。在企业群落内,通过一定的契约框架,比如一个知识、信息共享协议的签订,就可以使参与企业的知识、信息在彼此间流动,这种机制使参与者能够以极低的成本将其他参与者的劳动成果融入到自己的产品中,从整体上增强了群落的正外部性。随着群落的参加者日众,群落内知识、信息交流的日趋频繁,每个参与者的效用也随之增加,并可能产生极大的经济效应。

3.3 开拓、创新氛围的培育

生态文化从本质上来说是一种文化的创新,是对传统以人为中心文化的挑战和改进,它在群落层面的一个重要体现就是生态化的开拓、创新氛围的培育。生态化企业群落创新的原动力来自网络结点的活性,即结点具有独立决策的能力,使该结点在共享其它结点和网络整体信息,以及在与其它结点进行物质交换的过程中,依靠自己的能力、知识、经验对所获资源进行加工和重新组合,想出新办法、造出新产品、开拓新市场。因此,群落成员要将自己围绕合作关系的知识、信息奉献出来与每个网络组织结点共享,在向其他成员学习过程中提高自己。如果不存在一种开拓、创新的氛围,群落创造的综合效益就会大打折扣。

4 生态文化建设的区域保障

生态文化在企业群落的建设,需要得到当地政府、相关非政府中介组织和公众的支持和协作,从而为生态文化在企业群落的建设建立必要的基础设施和制度保障、服务保障、公众监督机制和市场保障。

4.1 政府对基础设施和制度的提供

作为企业群落运行必不可少的网络技术平台、相关基础设施以及制度,都是公共物品,具有非竞争性和非排他性的特点,必须由政府供给。因此在生态文化向企业群落推进的过程中,政府发挥着重要作用,主要表现在生态化基础设施的建设,比如区域网络平台和信息管理系统的搭建,污水处理厂、垃圾无害化处理场的建立,一系列环境标准和奖惩措施的制定等。其中,这些面向环境、生态友好的标准、制度和政策,不但要对企业污染排放、资源浪费的行为进行约束,还要鼓励企业生态化的科技研发和管理制度

的探索,鼓励企业间有益于经济效益、环境效益双重提高的合作关系的达成。

4.2 非政府中介生态化服务的提供

几乎所有国家的政府都把保护生态环境作为自己的职责之一,却没有一个国家的政府能单靠自己的力量来保护生态环境。非政府中介组织以其机制灵活、效率较高、社会资源丰富、社会网络健全等优势,承担政府剥离出来的一部分职能,在对企业提供生态化服务和促进企业间生态合作方面发挥着重要作用。比如,德国的“双轨制回收系统”和“废物处理工业协会”都是非政府中介组织,它们一方面向企业提供相关技术咨询;另一方面提供垃圾回收或再利用的服务,取得很好的社会效应^[8]。Kincaid等^[9]也通过实地调查指出,非政府中介组织在企业生态合作关系的形成中发挥着相当重要的作用,企业群落中的副产品交换大多通过“副产品交易组织”进行。使用者利用这些非政府中介组织提供的服务能得到许多信息,比如发现某种副产品的市场,与潜在的客户联系,得到生态化利用方面的培训或技术指导等。

4.3 公众对监督机制和市场的提供

生态文化在企业群落的建设需要在公众的监督下进行,所以应强化大众的社会责任意识,对企业群落中的资源效率和环境效益进行广泛的监督,抵制资源和环境密集度高的商品,形成绿色消费理念和资源节约意识,为环境友好型产品创造良好的市场氛围,促进企业生态化的科技进步、产品开发和市场开拓。

5 结语

生态文化是人类从价值观层面对自身价值和自然价值的反思,并成为人类改造传统工业活动的指导思想,生

态文化在企业群落的建设是人与自然可持续发展在经济领域的重要体现。生态文化在企业群落的建设是一项系统工程,需要从企业层面和群落层面两方面进行,并得到政府、非政府中介组织和公众的支持和协助,从而使企业群落更好地实现区域经济增长、环境质量提高和社会整体进步的综合目标。

参考文献:

- [1] 卢风.论生态文化与生态价值观[J].清华大学学报,2008,23(1):89-98.
- [2] 陈幼君.生态文化的内涵与构建[J].求索,2007(9):88-20.
- [3] PORTER M.Cluster and the new economics of competition[J]. Harvard Business Review,1998(6):77-90.
- [4] GERTLER N.Industrial ecosystems:developing sustainable industrial structures [A].Dissertation for Master of Science in Technology and Policy and Master of Science in Civil and Environmental Engineering,Massachusetts Institute of Technology [D].Cambridge,MA,1995.
- [5] 爱普生集团.精工爱普生集团环境理念[EB/OL].http://sc.epson.com.cn/service/introduce /environment.asp,2008-11-13.
- [6] 李维安,等.网络组织:组织发展新趋势[M].北京:经济科学出版社,2003:145.
- [7] LOWE E A.Creating by-product resource exchanges:strategies for ecoindustrial parks [J].Journal of Cleaner Production,1997,5(1-2):57-65.
- [8] 黄海峰,刘京辉,等.德国循环经济研究[M].北京:科学出版社,2007:73.
- [9] KINCAID J,OVERCASH M.Industrial ecosystem development at the metropolitan level [J].Journal of Industrial Ecology,2001,5(1):117-126.

(责任编辑:陈晓峰)