

赢在未来 构建国际化强势节能环保品牌

■ 王建国 本报记者 李延生

释迦牟尼早已远去，但是他创办的佛教品牌时隔千年依然被传承，杜邦先生已经辞世三百年，然而杜邦品牌依然备受世人尊重。品牌必须赢得理性消费者的认可，品牌必须经得住历史的考验，做品牌是打一场持久战，只有具备远大梦想和足够耐力的人，才能赢得最后的胜利。所以，品牌要用一生去经营，而做企业的本质就是做品牌。

东风西渐 着眼品牌国际化

近几十年，崛起的中国在经济发展上保持着持续高速的势头。在经济发展的过程中，不断强化着节能减排和环境保护的重要性和紧迫性，近期的雾霾天气更是加剧了环境治理的压力，时代呼唤中国节能环保行业兴起。“十二五”规划提出七大战略性新兴产业，党的十八大倡导生态文明，政策东风为中国节能环保经济腾飞提供了动力和空间。

火药在中国发明，在西方广泛应用，率先实现产业化。同样，节能环保经济的快速发展，也源于节能环保产品的广泛应用，中国现在是国际节能环保市场最大的客户，必然会成为国际节能环保技术和产品最先进国家，这些技术也应该惠及世界各国。习近平总书记说“中国的事业是向世界开放学习”，那么，中国的节能环保企业，将在向世界各国提供产品、技术、服务的过程中，品牌影响力不断提升，最终趋势就是品牌国际化。

那么，节能环保企业的国际化品牌之路在何方？

探索实践 发力品牌 4 度战略

著名国际化品牌战略专家、中清国际品牌管理咨询公司董事长宋振赫，业界惯称他为“营销策划鬼才，策划家中的思想者，思想者中的策划家”，他系统化地提出了品牌建设理论——“品牌 4 度战略”。宋振

观点

节能减排 迎接挑战

■ 王树茂

能源如同空气、水、土地一样，是当今人类生存的基本条件，是社会经济发展的最重要的物质基础。随着我国社会经济的发展，能源的需求量越来越大。依据党的十八大拟定的我国的发展计划进行测算，我国的能源需求量将从 2012 年的 36.2 亿吨标煤上升到 2020 年的 50 亿吨标煤，差不多每年需要增加 2 亿吨标煤。

然而我国的能源资源难以承载如此迅速增长的能源需求。我国有 13.5 亿的庞大的人口基数，人均能源资源占有量很低，煤炭资源占有量只有世界平均占有量的 1/2，石油只有 1/10，天然气只有 1/20，所以我国在发展的同时面临巨大的能源资源压力。如果我国人均能源消费达到美国目前的水平，那么我国的能源消费总量应该是 135 亿吨标煤，而目前全世界的能源消费总量是 170 亿吨标煤，这是难以想象的。巨大的能源消费，带来严重的环境和生态问题。

来自大自然的警醒

今年 1 月，覆盖我国 430 万平方公里的雾霾天气，是大自然对我们的严重警告！同时，以能源消耗为主因的大气中温室气体浓度增加带来的全球气候变化，也正日益引起全世界的严重关注。全球气温上升，给人类社会带来的种种现实和潜在的危害正威胁着人类的生存环境。

我国仍然是一个发展中国家，更是一个负责任的大国。目前，我国的温室气体排放量已与美国不相上



来源:CEH

赫认为，19 世纪以来，世界格局不断改变，经济全球化、竞争激烈化等显著特征不断推动着中国社会的发展变革，国际化大品牌构建成为一个单位、一个企业乃至一个国家未来发展的根本动力。构建国际化大品牌的关键因素是做到四件事：品牌战略要有高度、品牌文化要有厚度、品牌管理要有力度、品牌营销要有速度。只有这样，国际化品牌建设才有深度。

宋振赫将企业构建国际化品牌涉及的实际工作分为十二类：企业品牌战略规划、产品品牌战略规划、企业文化建设规划、企业大学建设规划、大型活动策划、画册礼品服装设计与制作、影视宣传片设计与制作、网站建设与网络营销、产品开发与包装设计、平面及空间环境设计、信息工程建设规划、融资策划与上市辅导。其领导的中清国际品牌管理咨询公司是独具特色、国内领先的品牌管理咨询公司，为中国石化、中国有色金属、中化集团、可口可乐、通用电气、七匹狼、金正大股份、史丹利股份、中节盟集团等在内的百余家企业和事业单位提供了行之有

效的咨询与内训服务。

“品牌 4 度战略”不仅体现了品牌建设结构思维与框架思维，更是跨产业的多点立体思维，是一种构建国际化强势品牌的系统思考，也是一种全面品牌解决之道。它的灵魂是解决一个问题，那就是正确传达出你存在的价值，清晰地告诉大众：你是谁？

中清国际在服务中节盟节能环保产业投资集团的过程中，与后者结成了紧密的战略合作伙伴关系，为其设定的品牌战略同样是遵循品牌发展的 4 度原则，发展理念站在 20 甚至 30 年后国家和社会对人才需求的高度，致力于将其打造成国际最重要的合作平台。宋振赫认为，在节能环保行业的细分领域，节能技术和装备、高效节能产品、节能服务产业、先进环保技术和装备、环保产品与环保服务都将从中国涌现出国际化品牌。

文化为纲 品牌是企业核心竞争力

品牌战略是基于企业对自身发

展现状的认识做出的清晰明确的规划，在某个时间范围内，比如五年、十年、五十年，企业要从当前的发展现状发展到什么阶段，能够对哪些人产生何种价值，这些都需要企业领导者做出清晰的判断。只有具备高度的战略眼光，才能为企业自身的品牌建设提供清晰的发展方向。

人生如莲，人们往往迷恋赞美其美丽的花朵，须知表面的光华源于根系的发达，企业也是如此。品牌的灵魂是文化，文化犹如树木的根，只有扎根深厚的泥土才能促成树木的枝繁叶茂；只有根植于深厚的文化内涵，才能成就企业的品牌价值。

构建国际化强势节能环保品牌，首先是立足国内，以务实的作风、厚实的资源积累和严谨系统的规划为基础，面对未来经济形势的变化和品牌竞争的加剧，恪守用专业人才解决专业问题的原则，大胆运用创新理论与方法工具，融聚各方智慧，兼顾各方利益，制定专业、务实、精准的策略与计划，并严格按照计划实施，才能达成宏伟目标。

有关执法能力建设的经费。

三是规范节能技术市场和节能服务市场的问题。目前可用的节能技术很多，节能服务产业发展也较快，但是节能技术市场和节能服务市场还比较混乱，存在鱼目混珠的现象，企业在选用节能减排技术和节能服务公司时经常是疑虑重重，出现“信息不对称”的现象。根据发达国家的经验，国家应该组织力量及时发布权威信息，或者制订具体的鼓励能源咨询机构发展的优惠政策。

四是节能减排项目的投融资问题。目前中小企业融资难，节能减排项目融资更难。由于节能减排项目的特点，一般不形成可用于金融信贷保证的抵押资产，再加上人们对节能项目投资回报过高要求的偏向，项目融资经常是障碍重重。为克服此障碍，建议国家鼓励各种金融机构以金融创新的精神设计出适合节能减排项目融资的金融品种，国家提供一定的财政支持，为这些金融品种的开发和实施提供适当风险补偿。这样做要比单纯的发放节能奖励更有效。

我们这个人类赖以生存的地球家园，正面临着史无前例的威胁。当前我国在发展的同时面临巨大挑战。在挑战面前，我们别无选择，只能团结一致，少一点空谈，多一点行动；少一点争吵，多一点合作；少一点作秀，多一点实际。中华民族的伟大复兴势不可挡！

（作者系中节盟节能环保产业投资集团首席节能顾问、我国资深节能专家，曾任国家计委能源研究所节能研究室主任，国家发改委、世界银行、全球环境基金中国节能促进项目办公室主任等职务）

监管真空下的 生态文明尴尬

■ 胡海燕

近日，有网友曝光“山东潍坊许多企业将污水排到 1000 多米的水层污染地下水”。山东潍坊市环保局回应称，截至目前没有查到一起企业违规排放污水的事件，并称打 1000 米的深井排水技术上不可能实现，网上流传的消息不实。

然而据了解，事实是污水、废渣乱排乱放造成的地下水污染在潍坊广泛存在，用渗坑、渗井等方式排污已成公开的秘密，潍坊也曾发生过企业将污水排入井内的环境事故。山东环保厅官网 2011 年登载的《关于对 2011 年第二季度全省重点环境信访案件后督查的通知》显示，2011 年 4—6 月间“青州市黄楼镇韩家村化工厂废水排入房后井内，地下饮用水和厂周围的庄稼受到影响”。调查数据显示，潍坊河流污染严重、农村饮用水普遍污染超标。严重的地下水污染祸及很多乡村，被影响的乡村可谓民不聊生，很多村庄因污染而导致癌症患病率持续攀升，潍坊的环境监管部门对此难辞其咎。

当在网上传得沸沸扬扬的山东潍坊企业地下排污之谜尚未揭开之时，网上又惊现据传出自当地环保部门的“紧急通知”。“通知”称，央视《焦点访谈》栏目组已到潍坊暗访调查，后经媒体证实，这份通知确实是当地一家企业所发。

虽说当地环保部门没有直接发通知，却难以排除通风报信之嫌。这份通知一开始就说“接市环保紧急通知”，且熟知央视到当地暗访调查的具体时间。但潍坊环保局否认自己和企业“通气”。然而，就在潍坊环保局网站上，也挂着一封通知（《关于对网民爆料潍坊许多企业将污水注入地下进行全面排查的通知》），里面清楚地写着“通知相关企业做好应对媒体的接待准备”。这无疑表明，当地环保部门与企业存在利益关系，帮助企业应对媒体暗访。

此外，据多家媒体报道，潍坊环保部门存在不作为和包庇污染企业的情况。潍坊华昊焦化厂被民众多次举报、被媒体多次曝光，但依然屹立不动，而曝光的新闻却遭到删帖，因发布《山东省潍坊市环保局监管不力：华昊焦化厂严重污染何时休？》的博文也直接被关闭。据了解，华昊焦化厂在项目启动时就属违规，若不是有关部门协助、暗中“放水”，根本就不能启动，那么现在还能指望这些企业因为污染受到环保部门严厉的监管吗？

潍坊地下排污事件已持续发酵数日。其实何止潍坊，近一段时间以来，多地环保机构先后陷入舆论质疑漩涡：从雾霾天气中地方环保部门的应急机制缺失，到被企业家出 20 万邀请下河游泳的浙江瑞安环保局长“职责不在自己”的推脱，再到此次潍坊严重的地下排污事件，本应履行环保职能、对污染实施监管的地方环保部门一再被大众质疑，监管不到位，甚至包庇企业排污从而牟取利益，其公信力已荡然无存。

当前，建设资源节约型、环境友好型社会已成社会发展趋势，生态文明建设早已被提到与物质文明、精神文明、政治文明同等重要的高度。几十年来的“先污染后治理”模式虽然拉动了我国 GDP 的高速增长，却也让我们付出了环境问题日趋严重的惨痛代价，先污染后治理的老路早已被证明走不通。而在单纯唯 GDP 增长的政绩观的影响下，一些地方政府罔顾环保，违规上马高耗能高污染企业项目，致使环境污染问题日益突出。企业为了获取最大利润，会为自己最大程度地降低环保成本取得地方环保部门的允许。在利益的诱惑下，地方环保部门也就屈从，为官商勾结提供便利。

潍坊企业地下排污事件经媒体曝光之后，污染问题受到社会广泛关注。潍坊市环保局应对媒体曝光，首先做的却是提醒企业应对媒体的暗访。政府联合企业对付媒体的暗访，不得不说是中国环保事业的悲哀。

如今，摆在大众面前的事实是，从环保部到各级环保机构，对于企业排污的管理很不到位，更有甚者，基层环保机构与企业相互勾结，肩负环保监管职责的环保部门，已然成为保护污染企业的一把盾牌，指望排污企业受到环保部门严厉的监管也成了天方夜谭。中国多处出现的“高癌村”，与严重污染及缺乏监管不无关系。

环保部门作为当地环保工作的监管部门，却与排污企业串通一气，形成利益共同体，从中牟利，对于地下排污视而不见、坐视不管，任由地下排污影响水源、危害民生，最终受害的是广大群众，环境监管已完全，彻底沦为真空。那么当如火如荼建设中的生态文明遭遇监管真空，其尴尬处境也就不言而喻了。

环保部门包庇企业地下排污在潍坊发生，同样也有可能存在于其他地方，对国内环保监管制度提出了巨大疑问，即在环境污染问题备受关注的今天，谁来监管环境监管部门——环保部门？我们应当反思。



黑镜头

陕西省府谷县老高川镇一工厂没有启用环保设施，浓烟冲天，给当地居民的生活环境带来恶劣影响，更凸显了当前节能环保的重要性和紧迫性。

苗贵柱 / 摄