

# “双碳”战略与企业绿色发展自律研究

龚小平<sup>1</sup>, 任雪萍<sup>2</sup>

(1. 安徽农业大学 马克思主义学院, 安徽 合肥 230036;  
2. 合肥工业大学 文法学院, 安徽 合肥 230009)

**[摘要]**2021年碳达峰、碳中和首次写入政府工作报告,标志着中国企业发展的“双碳”战略时代已经到来。在这一背景下,企业必须以自律自觉的态度落实“双碳”战略。企业绿色自律的驱动力来自政治、社会、企业的三维角度;影响企业实现绿色自律的原因包括主观与客观两个层面。“双碳”战略下企业实现绿色自律,可以遵循以下具体的对策与路径:绿色理念的提升与固化是实现企业绿色自律的前提;政府的双向激励协力促成企业绿色自律的形成;企业竞争力的绿色瓶颈助推企业绿色自律的形成;公众不断增强的绿色“偏好”推动企业绿色自律的养成。

**[关键词]**“双碳”战略;企业;绿色自律

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2022.07.020

2020年9月22日,习近平总书记在联合国大会上掷地有声地向全球宣布:“中国将提高国家自主贡献力度,采取更加有力的政策和措施,二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值,努力争取2060年前实现碳中和。”随即,在2021年中国两会上,“碳达峰”“碳中和”(以下简称“双碳”)首次写入政府工作报告。“双碳”战略的实施,从国内来说是纵深推进生态文明建设、建设美丽中国的必由之路;从全球而言彰显了中国的国际风范和责任担当,是习近平“人类命运共同体”思想的务实凸显。落实“双碳”战略将会是一场全方位的系统变革,波及社会的方方面面、

各级各层,企业作为社会最普遍的、“自然足迹”涉猎最深刻的组织形式,在这场“战役”中应当也必须以自律自觉的姿态尽力履责。

## 一、“双碳”战略下的企业绿色自律概述

中国哲学与西方哲学皆对自律有过定义。自律,出自《左传·哀公十六年》,指在没有他人现场监督的情况下,通过自己要求自己,变被动为主动,自觉地遵循法度,并以此来约束自己的一言一行。著名学者楼宇烈认为,中国文化中“规矩是限制人的,但又不是限制人的,所以孔子说自己‘七十而从心所欲不逾矩’,就是说等到

作者简介:龚小平,安徽农业大学马克思主义学院副教授,研究方向:生态哲学;任雪萍,合肥工业大学文法学院教授,研究方向:生态社会学、环境伦理。

他七十岁的时候,他再随心所欲也不会超越这个规矩了。规矩可以是外在的、强制性的约束,也可以是自觉的、发自内心的自律,一个是他律,一个是自律。规矩应该是内外两个方面都有,但中国文化更强调自律,自律是第一,他律是其次,不能倒过来”。<sup>[1]</sup>西方哲学比较显性地论及自律的是康德的哲学,康德坚持自律是“自己为自己立法”,故而自律才是一切真正道德的源泉。尽管我们认为康德哲学具有先验唯心主义的立场,但以马克思主义哲学“扬弃”的态度来看,康德对“自律”与“他律”的解释是有合理因子的,自律是在自身道德理解和认同下的自觉行为约束,行为实施与否在乎自己的自觉选择,没有外在强迫,故而获得的心理感觉是舒服、愉悦的,这样的行为就能长久坚持而不感倦怠乏力。

观照上述中西概念的逻辑脉络,可以这样认为,企业绿色自律是企业原材料准备、产品生产、产品销售、售后服务的全资本运作中自觉以尊重自然、保护生态为己责,是企业在其实践活动中所表征出的环境认知、环境情感和道德意志等企业个性特质,是企业“环境生存为先”的伦理情怀支配下的“亲自然”行为。显见,国家“双碳”战略的落实需要企业绿色自律的有力助推,企业自觉推进国家“双碳”战略的落实,有助于我国通过碳减排的倒逼机制,改变我国产业结构过于偏向重工业的现状,加快构建绿色低碳的高质量经济模式,以短期的阵痛获取长期的“安宁”,保障中国经济的可持续发展。

“双碳”战略的实施意味着企业必须按照国家的目标进行节能减排,它必然会造成企业短期内投入的增加和收益的减少,如果一个企业秉持的是“利润最大化”的理念,这对于它就只能是外在的强迫。如何促使企业对“双碳”战略的心态由外在的强迫接受转为内在的自觉,关键在于必须变企业“利润最大化”的理念为“利润最优化”的理念。“利润最大化”是工业经济时代多数企业的选择,它唯一在意的是企业线性的利润量的增加;“利润最优化”则是生态文明时代企

业的应然选择,它不仅关心企业利润量的增加,更关心利润量增加背后的自然与社会的损益,故而它追求的是质与量的统一。故此,只有站高望远,对自然与社会具有伦理关怀的企业,才能真正理解“双碳”战略的至善内涵,继而在实践中真心悦纳节能减排,最终成就企业的绿色发展。

企业绿色自律不仅是国家战略的需要,同时它也为企业内在属性所决定。企业和人一样,既具有自然性,也具有社会性,是两者的对立统一体。企业的自然性表现为企业追求利润的经济冲动力,其落脚点为“利”,即企业必须通过生产取得合理的利润,它是企业生存的基础;企业的社会属性则表现为企业作为“社会公民”的伦理道德冲动力,其落脚点是“义”,它是企业发展的灵魂,涉及政治、经济、文化、生态等多方面的内容,企业的绿色自律,正是由其必须肩负的伦理道德层面的使命和责任所决定的。

从中国目前发展状况来看,多数企业尚未很好地履行保护资源环境的社会责任。由于政府监管不力、公众参与不足,未能对企业绿色生产形成足够大的外部压力,故而,丧失底线或在国家绿色规制边缘挣扎的企业数量还不少,真正理解、认同、悦纳环境约束,做到绿色自律的企业还不多。当然也应该看到,党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度关注生态文明建设,不断地以“壮士断腕”的果敢保护我国“绿水青山”的安全。在这种大政治环境下,企业保护资源环境的意识逐渐被唤醒,正呈现出绿色自律的可喜态势。

企业绿色自律长效黏性的形成需要国家政策的强制“助力”。由于节能减排的资金投入必然导致企业成本的增加,成本的增加会使企业在竞争中处于不利地位。不同企业的环保自觉性是存在差异的,此时,如果国家政策的强制力不到位,就必然会出现“为仁不富,为富不仁”的自律尴尬,就会滋长一些企业为盈利而无奈放弃环境责任的可能性,毕竟企业生存是第一位的。这种态势的改变单纯依靠企业的伦理自觉是难以

奏效的,必须以政府强制性的制度安排和有利的积极干预保证企业绿色自律的效应是正向的。“双碳”战略的提出正是国家未来几十年对所有企业节能减排的顶层制度安排,那些已经具有或正在形成绿色自律的企业将会在未来的发展中占据先机而获得企业可持续发展的主动权。

## 二、“双碳”战略下企业绿色自律的驱动力

首先,国家“双碳”战略的国际承诺要求企业倾力协同,以高度的政治站位自觉致力于企业绿色发展,为推动中国经济社会的高质量发展,为实现人类生存环境的清洁美丽、保障“类安全”作出中国贡献,这是实现企业绿色自律的政治驱动力。

改革开放之前,中国经济一直在低水平徘徊,碳排放也处于一个较低的水平。从21世纪开始,随着中国经济的快速增长,碳排放量也进入增长快车道。2006年,中国碳排放量首次超过美国,成为世界上最大的碳排放国家,致使一些西方国家出于种种目的开始不断“质疑”中国。事实上,对地球气候的影响,西方国家的责任远高于中国,即便是2020年,中国人均碳排放量也仅为美国的一半左右。<sup>[2]</sup>但中国政府本着大国的胸怀和责任,在2009年哥本哈根世界气候大会上首次提出了我国改变世界气候的自主贡献目标:到2020年单位GDP的碳排放量比2005年下降40%~45%。2015年巴黎气候大会又进一步承诺到2030年单位GDP的碳排放量比2005年下降60%~65%,并多次承诺2030年中国将实现碳达峰。中国政府不仅作出承诺,而且行动务实,根据CEIC数据库的统计数据,2014年之后,中国碳排放量出现拐点并开始回落。<sup>[3]</sup>当然也应当看到,我国当下尚处于工业化快速发展时期,碳排放量依旧处于高位,尤其是工业企业的碳排放占到全国碳排放总量的70%(2021年)。<sup>[4]</sup>如果企业碳排放的增速和数量不能得到有效遏制,2030、2060年的“双碳”目标几乎无法实现,毕竟企业对自然环境的影响率达到70%

左右,可谓成也萧何、败也萧何。为此,企业绿色发展不仅需要外在的强制保证,更需要有内在的自觉,缺乏内在积极性的节能减排,就像是企业被迫外挂的“零件”,没有真正地融入企业的血脉,一遇风吹草动,外挂“零件”便随时有可能脱落。

其次,新时代人民群众对美好生活的期盼要求企业不断碳减排,企业的内在价值追求如果缺乏对自然的尊重,必然会导致资源环境系统的破坏,继而带来包括人类在内的生命系统持续衰落,皮之不存毛将焉附?绿水青山是美好生活的基础和应有之义,这是实现企业绿色自律的社会驱动力。

“自然环境是各种自然条件的总和,包括有形的土地、水体、动植物、矿产和无形的光、热等资源,是能被利用来产生使用价值并影响劳动生产率的自然要素,故而自然环境是人类生存与发展的必要条件,是人类获得幸福感的基础。古希腊哲人认为,幸福感是一种心理体验,它既是对生活的客观条件和所处状态的事实判断,又是对生活的主观意义和满足程度的一种价值判断。在物质短缺时代,物质的丰裕度与人的满足度呈正向关系。而现代衡量幸福感的相关因素,已从经济因素更多转移到非经济因素。十九大报告指出,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这里的美好生活需要就是一个将经济、政治、文化、社会、生态等纳入其中的立体的幸福综合体。”<sup>[5]</sup>如果作为其中重要因子的自然环境遭到污染,即使物质再富有,人民的幸福感都会大打折扣,人民的生活也不会美好。企业是这个世界上最普遍的组织,没有它们的积极承诺与践行,美好生活终会虚化。一个负责任的企业,在设计、生产、销售产品的时候应该更多地自觉地考虑产品的生态意义和社会价值,消费者在消费产品的同时,事实上也在“消费”附着在产品身上的引导价值。2021年5月19日,华为集团全球采购认证管理部首次召开华为供应商碳减排

大会,指出“碳减排既是挑战,更是机遇,它需要的是各方协作”。2022年5月22日,华为供应商碳减排大会再次召开,会议的主题是“绿色低碳、协同共赢”,鲜明地指出企业自觉践行绿色低碳的价值追求,完全可以达成企业尊重自然的社会效益与企业自身发展的经济效益的统一。

再次,企业自身可持续发展的追求需要企业不断实施节能减排,以更少的能耗和更低的碳排放减少企业成本,增强企业生存的核心竞争力,这是企业实现绿色自律的经济内驱力。

“企业核心竞争力是企业 within 领域内积累的独一无二、不可复制或模仿的能力,是企业 within 行业内区别于其他企业的立足之本。”<sup>[6]</sup>以往,企业总是希望能够通过市场获得低廉的自然资源、环境资源、人力资源等来减少产品成本获得竞争力。“双碳”时代的到来,意味着粗放式利用外在资源获取企业竞争优势的时代已经不复存在,“双碳”战略对资源利用和环境保护的技术标准要求会日益提高,管制制度和政策也会日趋严格,故而,企业在“双碳”战略下必须重构自己的竞争力。这里的关键是要发展节能低碳的新技术和新装备,企业若能够通过技术创新提高资源利用效率,减少碳排放,就能大大降低成本,提升企业效益和竞争力。据调查,我国工业产品能耗、料耗,占企业生产成本的75%左右,稍减一个百分点都能使企业增加上亿元的经济效益。不言而喻,节能减排,既契合了“双碳”战略大势、尊崇了自然生态法则,又增强了企业的竞争力,使企业的安全性得到了巩固,可谓三赢。对此,我国的一些重点行业已经走在了前面。以能源电力行业为例,能源电力是“双碳”战略实施的关键领域,我国能源电力消费产生的二氧化碳排放量约占二氧化碳总排放量的85%,约占全部温室气体排放的70%。近年来,通过开发新能源与可再生资源循环利用,能源电力领域已在碳减排方面取得了积极成效,截至2019年底,我国能源碳强度较2005年降低约48.1%,非化石能源占一次能源消费比重达15.3%。以此发展速度预

估,2025年我国清洁能源发电量将会达到占比45%。<sup>[7]</sup>2021年以来,国家发改委等四部门相继出台《高耗能行业重点领域能效标杆水平和基准水平(2021年版)》和《高耗能行业重点领域节能降碳改造升级实施指南(2022年版)》,这些顶层设计让我们有理由相信中国“双碳”战略的实施过程尽管艰难,但已渐入佳境。

### 三、“双碳”战略下影响企业实现绿色自律的原因

依据我国企业绿色发展的逻辑链,影响企业绿色自律的原因主要来自主观和客观两个方面。

(一)主观原因:企业管理者对资源环境的道德认知、道德情感和道德意志是影响企业绿色自律的主观心理因素

社会心理学认为道德认知是个体对于道德规范的认识,它包括道德观念、道德概念、道德信念和道德评价四个方面;在道德认知的基础上形成道德情感,它是个体在心理上所产生的对某种道德义务的情感体验;道德情感发展到一定程度产生道德意志,它是个体在产生道德行为过程中所具有的意志品质;最终的归宿是道德行为的发生,它是个体在道德意识和道德情感支配下表现出来的利社会和利他人的行为。循此逻辑,绿色道德认知是实现企业绿色自律的前提条件和基础,绿色道德情感和绿色道德意志是实现企业绿色自律的动力源和稳定器,三者合力生成企业绿色自律,促使企业走绿色发展之路。

具体来说,企业的绿色道德认知是指企业通过对当下全球资源环境问题的了解,形成对资源环境问题的自我感知和对未来资源环境问题的担忧,以及企业在尽责保护资源环境时的心理体验。如果企业管理者没有形成深刻的具有伦理关怀的绿色道德认知,绿色道德实践就成了无源之水。绿色道德情感是企业管理者在绿色道德认知基础上,依据社会公认的绿色道德准则进行企业活动时所产生的爱、恨、高兴、痛苦等较为持久而稳定的内心体验。要使企业绿色道德情感逐步形成并渐趋强烈,需要做两个方面的工作:

一方面是通过理论教育和实践体验的方式不断增强与绿色道德认知相一致的道德情感;另一方面是不断矫正、纠偏与绿色道德认知相违背的不良道德情感。这两方面的工作不但要在理论上诉诸管理者的理智,诉诸他们对美好人格的追求,而且更需要他们在实践中不断经受痛苦的磨练和考验,只有这样,他们才会在正反两方面的经验教训中作出正确的道德选择。绿色道德意志是管理者在企业发展的绿色道德情境中,自觉地调节企业发展行为,克服内外困难,实现绿色发展道德目的的心理过程。它最重要的作用就是帮助企业排除困难,将道德行为进行到底,尤其突出地表现在抗拒危害绿色环境的不良利益的诱惑、抑制反绿色不道德行为的过程中,能坚持自身认定的绿色行为方式,使自己严格按绿色要求规范行为抉择,努力保持自己绿色行为的稳定性和一贯性。

显然,企业绿色道德认知→绿色道德情感→绿色道德意志→绿色道德行为是一个完整的逻辑链,任何一个环节出现问题都会导致整个链条崩塌,都会使企业绿色自律成为无法企及的目标。

(二)客观原因:政府“双碳”战略的统筹性是影响企业绿色自律的制度因素

2021年10月发布的《中共中央 国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》中提出的首要原则就是全国统筹原则,为此必须强化顶层设计,发挥制度优势。

企业的利润偏好是天然的,它们在实施“双碳”战略时一定会考虑绿色投资的“性价比”,希望能以最小的投入取得最大的收益。现实中,不少企业对于实施绿色发展多少有着矛盾和纠结,一方面为了在市场经济中立足并始终处于有利的地位,企业需要不断地降低成本以求具有竞争力的产品价格,任何成本的增加都会抬高产品价格而影响产品的市场份额;另一方面,政府、社会要求企业绿色发展势必造成企业成本增加,企业还需自我消化增加的绿色成本。这样,在“双碳”战略下,一些企业会陷入“悖论”般的困境:

选择资本逻辑下的市场准则,对节能减排“阳奉阴违”,则是对生态、社会乃至人类不负责任;选择对生态环境和人类的可持续发展负责,符合“双碳”目标要求及绿色发展的原则,则企业有可能失去市场现有的地位,甚至破产。

解决悖论,政府必须有所作为。首先,在“双碳”战略实施初期,政府须厘清政策思路,以务实的政策安排扶持企业走“双碳”之路。政府之于企业的制度安排,不能是单纯地按照行政制度模式,让企业跟着“衙门”跑,而必须依循国家发展、企业发展和市场发展的规律,赋能企业的“双碳”发展。如,有专家建议政府改变以往主观规定“低碳产业”“环保产业”名录并大力支持的政策思路,重新界定政策支持的目标对象。因为作为政策支持对象,不应仅考虑企业本身是不是已经纳入名录,这样未免太过机械,而要考虑支持该企业发展能否带来相关的辐射效应,甚至带来产业链整体的生态效率提升,只有这样的企业才应纳入低碳环保政策支持名录,而且一旦纳入支持名录也不能给予其终身制待遇,终身制带来的“安全感”会滞缓企业绿色发展的进度,窒碍企业绿色自律的积极性。

其次,政府对企业绿色规制的公平性也影响企业绿色自律的有效形成和坚持。政府在实施绿色规制的安排上,能否做到区域之间的平衡统筹、企业之间的均衡统筹,也对企业绿色自律的形成构成了严峻考验,其中任何绿色规制实施中出现的区域之间、企业之间的厚此薄彼,都会导致企业间不公平竞争,都会使守则守规的企业处于弱势,遭受损失,最终消弭这些企业关注环境的积极性和“拯救”环境的使命感,企业绿色自律更无从谈起。

#### 四、实现企业绿色自律的路径分析

企业作为最普遍的组织,其绿色自律的形成对我国“双碳”战略目标的实现具有举足轻重的作用。按照自律形成的社会心理逻辑,我们可以从以下四个方面予以廓清与引导。

(一)绿色理念的提升与固化是实现企业绿色自律的前提

企业绿色自律是一种自觉的伦理行为,是企业在外在强迫下逐渐形成的内在自觉。这种内在自觉的形成一定是建立在内心对资源与环境重要性和紧迫性高度认知的基础上的,它在初始阶段主要依靠外界的输入来培养,尤其是对企业高管的环保理念的宣贯和熏陶。

目前,我国实现企业绿色自律存在的一个关键问题是:虽然企业具有了一定的环保意识,意识到了资源的紧缺和碳排放已经造成的危机,但是很多企业对此缺乏切身的体验和感触,依旧有“吃瓜群众”的心态,没有以可持续性的胸怀和眼光考量绿色发展对企业未来的意义、对国家的意义、对人类的意义,故而许多企业高管对推进企业绿色发展的主动性和积极性不够,徘徊在政府绿色规制的边缘,得过且过。因此,政府需要多维推进对企业环保意识的宣贯,尤其要加强对企业高管环保意识的显性教育与隐性渗透。企业高管的绿色认知在很大程度上决定了企业绿色发展的现实抉择,他们的环保意识越强,就越有可能在企业发展中站高望远,处理好国家利益与企业利益的关系,舍“小利”取“大义”,久而久之以心理之惯性便会将绿色意识内化至企业理念之中,形成企业发展的绿色自律。

需要强调的是,企业绿色认知中必须建构起一种“深绿色”的发展与经营理念,只有这样,企业绿色自律才能愈益固化。“深绿色”发展观认为企业节能降碳诉求与利润诉求可以形成并存不悖的双赢局面,这种发展观主张企业只有在发展的基础上才能够真正解决环境问题,也只有建立在绿色环保基础上的企业发展才能呈现可持续状态。相对的是,“浅绿色”的发展观认为企业环保诉求与利润诉求是相悖的,追求绿色必然牺牲利润,导致企业谈绿色发展总有些“战战兢兢”。“深绿色”发展观主张通过将传统的反绿色的经济模式变革为可共享的、可循环的经济模式,来达到人与自然界微妙复杂的平衡与统一,

它的企业经营理念不再把利润“量”的增长作为企业评价的唯一指标,而是将企业发展“质”的追求上升到战略目标,实现质与量的和谐共进。

(二)政府的双向激励协力促成企业绿色自律的形成

社会心理学认为:正向激励是对人的行为进行正面强化,使人以一种愉快的心情继续其行为,并进一步调动其积极性;负向激励则是对人的行为进行负方向的强化,采用批评、责怪、处罚等强制性、威胁性的方式,杜绝某类行为发生。

在企业绿色自律形成过程中,政府的正向激励主要表现在对企业的财政补贴上,如通过绿色减税、绿色补贴、绿色信贷等政策红利的方式引导企业走绿色发展之路。通过实证研究发现:首先,政府财政补贴对企业环保投资和环境责任评分均具有积极的促进作用,说明政府直接的经济支持政策能增强企业的环境责任感,引导企业加大环保投入力度,实现绿色发展;其次,政府财政补贴对非国有企业的带动效应更大;此外,政府财政补贴会通过提升企业内部技术创新能力以及加强外部监管执法力度的方式促使企业减少污染,实现绿色化生产经营。<sup>[8]</sup>全国人大代表、华峰集团董事局主席尤小平认为,企业绿色发展自律的一个重要体现,就是宣传推广践行“责任关怀”理念。他说,旨在改善企业健康、安全和环境表现的“责任关怀”,是一种企业自愿遵循的思想体系。如何让这些认同责任关怀的企业由“星星之火”转化为燎原之势?他建议有关部门在严格落实节能减排,大力做淘汰落后产业、高污染企业“减法”的同时,还要出台政策,让安全环保自律成绩突出的企业获得“绿色信贷”支持和绿色发展奖励补偿,以此鼓励更多企业自愿、自觉地去践行责任关怀理念和准则。

另外,国务院发布的《中国制造2025》和工信部发布的《工业绿色发展规划(2016-2020年)》中,都提出“到2020年建成千家绿色示范工厂”的目标。绿色工厂是国家针对符合“绿色发展”倡导的企业给出的认定,目的是在全国深

入实施绿色制造工程,加快构建绿色制造体系,发挥绿色制造先进典型的示范带动作用,从而实现产业全面升级和优化。工信部从2017年开始,组织了第三批绿色工厂创建申报推荐工作,已有800家企业纳入国家级绿色工厂示范名单,凡是进入名单的企业,国家将在各个方面提供优惠和帮助。这些措施有效地引导了企业走绿色发展的道路。

政府的负向激励主要指国家、地方环境法律法规倒逼企业绿色自律的形成。我国企业在从计划经济向市场经济转轨的过程中,也经历了从粗放型管理向精细化管理的转变。但是,这一过程无疑伴随着阵痛,对于一些传统的工业企业,特别是中小企业来说,由于受市场成本竞争的约束,偏好于利润的追求,其生产经营的过程存在着对资源和环境的破坏,所以制定并严格执行国家、地方环境法律法规,将这些企业依法纳入环保法治化的轨道,实施企业转型升级,是我国企业绿色发展的必然要求。我国的环境法律法规走了一条“费”改“税”的不断科学深入的发展道路,即由2003年国务院颁布的《排污费征收使用管理条例》经过2015年的新《中华人民共和国环境保护法》,再到2018年的《中华人民共和国环境保护税法》。“费”改“税”在现实中将发挥多重功效,因为征收排污费在实际执行中存在执法刚性不足、地方政府和部门干预等问题,税相较于费有助于提高执行力度的刚性,提高透明度,减少征管腐败,降低征管成本,提高征收率。一位企业家说:“环保费改税,上升到立法层面,彰显国家对环境整治的重视与决心,促使我们企业更重视环保、更坚定减排降污的方向。”

(三)企业竞争力的绿色瓶颈倒逼企业绿色自律的形成

从当下许多企业竞争力形成机制来看,它们的竞争力主要还是依靠大量使用低价格的自然资源、环境资源、人力资源等来获取。“双碳”战略的实施,表明未来中国政府对资源利用和节能减排的技术标准要求会越来越高,管制制度和政

策也会越来越严格。在这种情况下,企业由耗费资源获取竞争力的可能性必然显著下降,继续主要依靠耗费自然资源、高碳排放来支持企业竞争力的道路必然越走越窄,西方不少国家已经对进口国以保护自然资源、生态环境和人类健康为由而制定了一系列贸易壁垒措施,故而企业唯一的道路是必须自觉促使竞争力绿色化的转变,形成绿色竞争力。绿色竞争力是企业通过创新改变资源利用模式,以满足保护环境的需求,并且相对于其他竞争对手能更有效地向市场提供符合绿色要求的产品和服务,从而在实现更大经济效益的同时获得可持续竞争优势的综合能力。故而节能减排不只是企业为了行使社会责任和帮助改善环境,对于企业本身来说,能耗的降低可以更好地控制运营成本,从而提高盈利能力,故而节能减排堪称绿色竞争力。绿色竞争力需要企业重构竞争力的来源:一是企业竞争力要从依靠消耗大量资源获得,逐渐转化为通过更好地节约资源、保护环境获得;二是企业必须从主要依靠利用低价格资源来获得竞争力,转变为依靠绿色高科技提升企业利用高价格资源获得竞争力的能力。

构建绿色竞争力的关键在于自觉激发绿色科技创新,加快关键核心技术研发创新。企业可以联合同行业的其他企业共同创建低碳科技创新体系,推动资源高效循环利用、低碳排放、零碳能源等关键性共享技术的普及,以前瞻性的思维迅速组织人力开展一批具有系统性、战略性的低碳排放的新技术研发,突破关键材料、仪器设备、核心工艺、工业控制装置等方面的绿色技术瓶颈。对此,一些企业界的有识之士已经“觉醒”并努力实践。大连达伦特国际集团董事长王立新认为企业能耗的总量控制和强度控制是企业核心能力和竞争优势的重要体现,将会成为衡量企业市场竞争能力的第一指标。高瓴资本集团创始人兼首席执行官张磊则表示高瓴资本已经向投资的所有企业发布了业内首份碳中和倡议书,告诉企业低碳转型是打破发展惯性、应对

环境变化挑战、重塑核心竞争力的历史机遇。总之,我国已逐步进入高质量发展阶段,经济结构的转型升级是大势所趋,企业必须认识到实现“双碳”目标,不是别人让它们做的事,而是它们自己必须要做、应该要做的事,只有化被动为主动推进“双碳”工作,企业才能牢牢掌握自身未来发展主动权。<sup>[9]</sup>

(四)公众不断增强的绿色“偏好”推动企业绿色自律的养成

“人民日益增长的美好生活需要”这一新的表述,准确地表达了人们在改革开放以来取得重大成就的基础上,在经济、政治、文化、社会、生态和党的建设等各个领域,都充满了对未来生活的美好希望,“绿色产品”正契合了公众对“美好生活”的需求。

为了引导民众对绿色产品的了解,增强民众对绿色产品的“偏好”,我国已陆续公布了一系列环保法律、法规和标准,规范绿色产品标志;同时还通过展览展示等形式,让消费者直接了解和绿色产品,如利用在全国各地陆续举办的包括绿色食品在内的绿色产品展览,使绿色产品日益走进百姓生活。民众开始自觉地抵制和排斥损害环境的行为和产品,更加认同在生产经营、技术创新、经营理念上顺应绿色趋势的企业,认同那些对全人类的发展富有责任感的企业。中国社会调查事务所2018年在北京、上海等十多个城市开展了一项有关绿色消费观念及消费行为的专题调查,表明中国民众对绿色产品的选择偏好日益凸显。调查显示,86.7%的民众认为环境污染治理事关国家全局和百姓生活,已成为迫在眉睫之大事;71.3%的人认为发展环保产业、开发绿色产品不仅对当下的环境治理大有裨益,同时也是百姓健康生活之需要;53.8%的人表示乐意消费绿色产品并逐步落实于行动。这一切表明,企业如果不实现绿色转型,其发展态势只能是“走投无路”、黯然出局。

落实“双碳”战略,当前主要还是着力于从

企业生产领域形成制度机制和行动方案。但有专家已经提出,从系统性考虑,必须同时开始对消费领域的碳排放进行控制。如果消费领域没有相应的“碳额度”约束机制,那么,大部分民众的消费模式就不会自觉受“双碳”目标的影响而发生改变,此时企业可能会因逐利而迎合消费者的高碳消费偏好,从而影响生产者绿色低碳转型的主动性和积极性。对消费者采取“碳额度”机制的约束,可以在引导消费者低碳消费的同时,“倒逼”企业主动推进绿色低碳生产方式,形成绿色发展自律。

综上,中国企业必须廓清环境与发展关系,必须从过去“要我减”的被迫实现转变到“我要减”的自觉。“双碳”目标不是别人要求我们达成,而是我们自己要达成,只有及早觉醒、及早具有绿色自律的企业才能在日趋激烈的竞争中突出重围,为企业的可持续发展搏出一片“蓝海”。

#### 注释:

[1]楼宇烈:《中国文化的根本特色是管住自己管好自己》,中央纪委国家监委网站, [https://www.ccdi.gov.cn/yaowen/201703/t20170323\\_146309.html](https://www.ccdi.gov.cn/yaowen/201703/t20170323_146309.html)。

[2]《2020年全球二氧化碳排放量排行榜:中国人均二氧化碳排放量为6.9吨/人》,搜狐网, [https://www.sohu.com/a/558092598\\_120950077](https://www.sohu.com/a/558092598_120950077)。

[3]平新乔、郑梦圆、曹和平:《中国碳排放强度变化趋势与“十四五”时期碳减排政策优化》,《改革》2020年第11期。

[4]《工业碳排放占比高达70%!这些产业将迎重要机遇》,腾讯网, <https://xw.qq.com/amhtml/20210321A01QL200>。

[5]任雪萍:《建设优美生态环境的制度保障与现实路径》,《安徽日报》2017年10月27日。

[6]罗荟霖等:《企业碳中和行动的驱动力与模式》,《环境与可持续发展》2021年第2期。

[7]孙珂:《能源系统碳减排任重道远 电力将起主力作用》,《国家电网报》2020年12月1日。

[8]卢洪友等:《财政补贴能促进企业的“绿化”吗?——基于中国重污染上市公司的研究》,《经济管理》2019年第4期。

[9]杨晓猛:《“双碳”背景下企业如何实现绿色发展》,《大连日报》2022年1月10日。

〔责任编辑:刘毅〕