

基于绿色消费的湖北绿色企业经营优化分析

韩祈瑞¹, 颜 弘²

(1. 湖北工程学院 经济与管理学院, 湖北 孝感 432000; 2. 南通师范高等专科学校 管理学院, 江苏 南通 226010)

摘 要:深入分析了湖北省绿色企业经营方面存在的问题。研究发现:生产技术缺乏创新和营销观念陈旧是影响绿色企业发展最主要的两大障碍。基于此,提出绿色企业优化建议:研发绿色新技术,培植绿色企业文化,加强绿色人才培养等路径;同时,政府应大力支持绿色企业,与绿色企业共同普及绿色环保知识,确保湖北省绿色企业稳定发展,以期对湖北省绿色企业的可持续发展提供理论帮助。

关键词:绿色消费;绿色企业;经营优化

中图分类号:F205 **文献标志码:**A **文章编号:**2095-4824(2020)06-0115-05

“绿色消费是指以节约资源和保护环境为特征的消费行为,主要表现为崇尚勤俭节约,减少损失浪费,选择高效、环保的产品和服务,降低消费过程中的资源消耗和污染排放。”^[1]进入新时代以来,我国社会主要矛盾发生了变化,人民对美好生活的需要日益增长,优美生态环境是人民对美好生活需要的重要内容,因此,倡导和践行绿色消费势在必行。21 世纪初,我国消费者协会将“绿色消费”内涵概括为三方面:“在消费内容上,人们应该消费无污染或有益大众健康的绿色产品;在消费过程中,对废弃物合理处置,避免污染环境;在消费观念上,帮助大众形成绿色、健康的消费理念,最终实现可持续性消费。”^[2]在当前绿色经济时代下,企业在管理方面逐渐朝向绿色管理迈进,这就要求企业以减少或消除产品对生态环境的影响为前提,降低环境承载力,同时满足消费者的需求。现代企业应该更多地考虑如何在产品的研发、生产和销售过程中节能减排,减少或消除产品对生态环境的负面影响,将企业盈利和环境保护结合起来,探索实现企业可持续发展的绿色管理模式^[3]。本文分析了当前湖北绿色企业经营存在的问题,通过文献研究分析,系统提出了优

化建议与对策,为湖北省绿色企业的优化发展提供参考。

1 当前湖北绿色企业经营存在的问题

1)绿色产品的生产技术缺乏创新。近年来,伴随着消费者的绿色意识逐渐的加强,对绿色产品的需求和消费也在快速地增长。对绿色企业来说是良好的发展契机,绿色市场的快速发展为绿色企业经营优化注入新的活力与动力。随着绿色市场的扩大兴起,湖北省很多绿色企业扩大了对绿色产品生产技术的资金投入,但是部分企业仅仅注重眼前的利益,资金的投入未能产生相应的利益回报^[4]。企业自身很难有长期的发展,生产出的绿色产品在质量方面还是有很多不足,整体质量难免较为粗劣。消费者在购买使用后满意度低,对企业的信任度自然降低。因此,企业在绿色产品的生产过程中,不仅要合理配置资金,高效利用生产资源,降低生产成本,而且要在原始材料、产品功能、包装设计等方面整体提升,把目标定位在绿色产品潜在巨大的消费市场,最终确定符合消费者需求和市场需求的绿色产品。

收稿日期:2020-09-11

基金项目:湖北小微企业发展研究中心开放课题项目(2018XW01)

作者简介:韩祈瑞(1995-),男,山西霍州人,湖北工程学院经济与管理学院硕士研究生。

颜 弘(1974-),男,湖北大悟人,南通师范高等专科学校管理学院教授,博士。

2)绿色企业营销观念有待转变。对于绿色企业而言,营销观念是影响企业发展的重要因素,客观、正确的营销观念能够帮助企业快速发展壮大。大多数生产经营管理者只看到了短期的效益,却忽视了环境保护和企业长远发展。绿色营销要求企业根据市场营销的需要,按照市场的发展走向,以生态环境保护为主旨,确定企业营销的发展目标,实现经济与环境协调发展。如图 1 所示,绿色企业的品牌建设,技术创新,环保生产等因素直接影响了消费者的消费意向,消费行为减少也将直接导致绿色企业的发展受阻。某些绿色企业为了吸引消费者的目光,推出了很多新颖的绿色产品,虽然广告宣传很新奇,但是在整体品质方面仍然有所欠缺,难以占据市场,扩大生产。企业只有摆脱传统营销观念,及时调整转变思路,认识到环保工作与企业的发展息息相关,才能让企业的各方面获得良好的发展,在竞争激烈的绿色市场中占有一席之地。绿色企业营销可以采用企业营销共享的观念,与同行业的竞争对手进行合作,化敌为友。加强企业的团队合作,充分发挥优势互补,实现人才和资源的共享,更好地进行营销活动,共同创造更多的效益。在市场竞争中能够有效的降低风险,提高企业竞争能力。

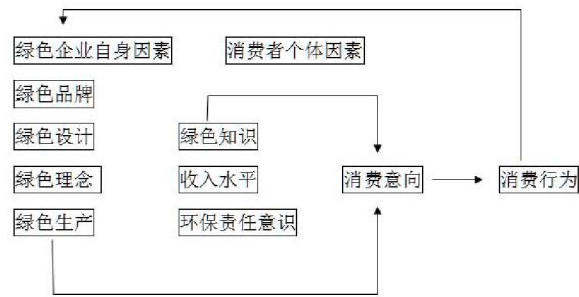


图 1 绿色企业与消费行为相互影响

3)绿色产品营销方式有待提升。随着消费者绿色消费理念的成熟,对绿色产品的需求日益增加。湖北省的许多绿色企业对其营销方式作出了新的规划。首先,企业应该重点关注绿色产品的质量,提高产品的绿色品质。其次,企业在绿色产品的前期研发生产环节投入了大量的资金,进入市场后急于获得利益回报,因此,很多绿色产品的定价相对于非绿色产品普遍偏高,同时企业大多营销方式不当,广告宣传效果不明显,企业产品供大于求。企业在产品定价方面一定要迎合消费者的消费水平,不可盲目定价,违背市场销售原则。最后,企业要多开展促销活动,绿色产品价格

本就高于非绿色产品,通过促销的方式,吸引消费者购买绿色产品。企业在生产经营的同时积极宣传绿色知识,贯彻绿色理念,引导消费者进行绿色消费。

2 绿色消费对绿色企业经营优化的动因分析

1)绿色消费需求不断增加,推动绿色企业应运而生。近年来,由于政府的支持和鼓励,人们生活水平的大幅提高,人们的消费行为趋向于绿色健康环保方面。对产品要求也逐渐增高,不仅要求产品对身体健康,并且能够尽量地保护生态环境,绿色产品随之诞生而且日渐得到人们的重视,绿色产品的消费指数逐年增加。但是,湖北省很多绿色企业由于技术不够完善,导致企业的绿色产品未能形成规模生产。根据资料显示,湖北省各城市中的商场、超市绿色产品上架率不足 10%,远远不能满足消费者的消费需求。因此,绿色企业必须把绿色产品的生产和流通放在首位,扩大对绿色产品开发和生产的资金投入,扩大绿色产品销售量,提高消费者的消费满意度。

2)绿色消费意识不断增强,促进企业绿色品牌建设不断完善。随着我国对环境保护知识的推广普及,消费者开始认识到自身的消费行为也是影响生态环境的重要因素,消费者生态环保意识的增强对绿色企业的发展有着极其重要的推动作用。据中国社会调查事务所开展的一项有关绿色观念及消费者行为的调查显示:71%的人认为发展绿色产业对环境保护十分重要;52%的人愿意主动消费购买绿色产品;58%的人表示在同一价位的产品中会优先购买绿色产品^[4]。以上数据表明人们在消费时更加倾向于绿色产品,人们对环境保护更加重视。但是目前的市场中存在很多伪劣绿色产品,消费者在选择购买时,对于产品的真假难以区分,一些知名品牌、良好企业形象的绿色产品未必能获得更多的关注。湖北省相关部门应当加强监管措施,尽量阻止假冒伪劣的产品进入市场,打击消费者对绿色产品的购买热情。当前我国对可持续发展观的贯彻落实,人们对环境保护的认识也进一步提高。消费者不仅关注绿色企业产品的质量和价格,同时对企业产品的生产环节是否环保的问题也极为重视。部分消费者在选择购买绿色产品时首先会判断其是否符合环保要求,对环保要求不达标企业的产品,坚决不会购

买。对于这些不符合环保要求的企业,湖北省相关部门应采取严厉的惩罚措施。

3)绿色产品定价不断趋高,倒逼绿色企业体现成本优势。绿色产品的生产大部分都是选用环保的技术和原料,生产的全过程都对环境的污染较小或者无污染。企业对环保投入的资金也列为成本的一部分,因此绿色产品的价格相对于其他非绿色产品的价格要高一些。目前湖北省消费者整体收入水平不高,同时受传统观念的影响,对绿色产品的定价难以接受,据一项对消费者可以接受的绿色商品价格溢价幅度的调查显示,有51.73%的人可以接受高出普通商品5%的价格;有23.53%的人可以接受高出普通商品10%的价格;只有7.38%的人可以接受高出普通商品20%~30%的价格^[5]。价格较高绿色产品,虽然消费者能够认识该层次的产品对环境对自身都是有益处的。但确实基于收入水平是心有余而力不足,只能选择普通产品进行消费。因此,要提高绿色产品销售量和普及率,能够让大众接受和认可,企业必须实行平价政策,降低生产成本价格,真正的生产出让消费者能够接受的绿色产品,让绿色产品走进人们的日常生活当中,在消费的同时也能为环境环境保护做出一份贡献。

4)绿色知识的不断普及与传播,助推绿色企业加大宣传教育力度。近年来,绿色消费指数的迅速上升主要取决于国家对绿色环保知识的广泛宣传教育,绿色消费俨然形成一种消费趋势,消费者主动去选择购买绿色产品。但是,由于相关部门宣传教育不够具体,许多细节问题没有进行详细的说明,导致很多消费者对绿色产品没有清楚的认识。比如,消费者在购买绿色产品时,只能通过产品的绿色标志来判断,是不是绿色产品。根据有关调查结果如图2所示,只有55.9%的人是根据产品包装上的绿色标志做出判断;有18.5%的消费者根据自己的认识判断绿色产品;有14.4%的消费者根据销售人员的介绍或广告宣传判断;甚至有11.7%的人往往难以做出判断。由此可见,大部分消费者不能清晰明确地判断出绿色产品。因此,某些不法企业便通过消费者对绿色产品判断能力不足,进行虚假宣传,过分夸大产品环保功能,非法使用绿色产品标志,销售假冒伪劣的绿色产品。严重损害了消费者的利益,极大阻碍了绿色企业的发展,对绿色市场的健康发展也极为不利。所以,企业要加强绿色知识的宣传

教育,提高对自身的要求,提升广大消费者的对绿色产品的信任度,让消费者能够放心地选择购买绿色产品。

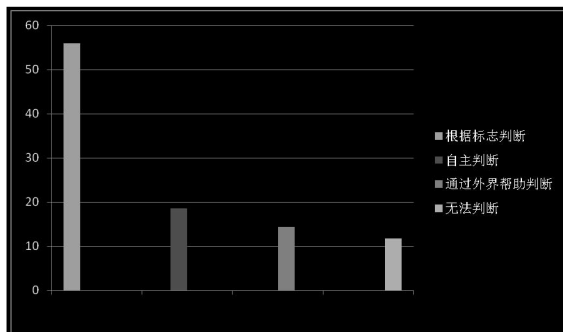


图2 消费者对绿色产品判断能力调查结果

3 基于绿色消费的绿色企业经营优化的思考

1)培植绿色企业文化。将绿色理念融入自身绿色企业文化之中。企业的优化经营,需要全体工作人员的共同努力,绿色企业的经营更是如此,需要每个员工都将绿色理念牢记于心,以绿色价值观和绿色营销观念为基础,做好绿色企业生产销售的每一个环节,企业负责人要把绿色理念贯彻到企业文化当中,积极宣传教育,加强工作人员的绿色观念培训,严格要求全体工作人员的资源环境保护行为。加大对环境保护方面的资金投入,企业应自觉履行环境保护的社会责任。主动要求我国环境机构的认证和评估,获得政府和消费者的认可,让消费者在选择绿色产品时不必担忧,净化绿色市场,打击假冒伪劣的绿色产品。企业在宣传营销时要实事求是,不可过分夸大产品功效,科学客观地营销产品,用实际行动来保护环境,节约资源,绝不可弄虚作假,欺骗消费者,要树立一个良好绿色的企业形象,增加市场竞争优势。

2)研发绿色新产品:将绿色新技术运用到企业新产品之中。绿色企业的经营最重要的就是绿色产品的质量,绿色企业必须要学习和引进新的技术,研发新的绿色产品,满足消费者的消费需求。在清洁生产方面要加大资金费用,达到政府的要求标准,对环境的伤害降到最低。同时绿色产品的设计要体现出环保健康的主题,增加消费者的购买欲望,对消费者起到提示教育的作用,绿色产品的包装要采用环保可降解的环保材料,保证绿色产品在生产和使用过程中不会产生有害健康和环境的物质,实现环境和企业的绿色可持续发展,最大化利用绿色产品的绿色效果。企业的

发展要根据市场的走向来进行规划,对具有市场潜力的绿色产品要加大生产力度,不断优化产品的质量,完善绿色技术,实现企业高效益、低损耗的经营模式。扩大绿色消费市场的需求量,满足消费者的绿色需求,引导消费者的绿色健康消费行为。以湖北省骆驼集团襄阳蓄电池有限公司为例,该企业近年来不断研发与革新生产技术,并从美国引进多种蓄电池先进生产设备,增加了蓄电池的使用寿命,将充电接受性能大幅提升,广受消费者的好评。同时该企业依托互联网大数据,进一步拓展了销售渠道,优化服务质量,成为了铅蓄电池行业的佼佼者。

3)合理制定绿色价格:将绿色消费意识植入产品营销之中。价格是影响绿色产品营销的重要因素。定价偏高,限制了消费者的消费需求,但获得的效益高,能够刺激绿色企业生产和研发更多的绿色产品;定价偏低,虽然极大地满足了消费者的需求,但对企业来说是很不利的。根据湖北省绿色产品市场的现状来看,绿色产品在各大商场中还未能普及,市场供给量较小。不能为扩大绿色产品的市场而刻意降低价格,更不可以为提高绿色企业的生产而故意提高价格,绿色产品的定价必须综合考虑,统筹兼顾。绿色企业要掌握绿色产品的核心内容和主题内涵,把绿色产品对环境产生的效益和使用后的效果,尽可能地传播给消费者,得到消费者的认同,让消费者意识到从消费行为也可以做到环境保护,培养消费者的消费意识,在购买选择绿色产品时不再盲目地追求低价,促进企业的生产和发展。与此同时,绿色企业应当加强生产管理,在绿色产品生产过程中,要采用高新技术,避免对资源的耗费,尽量降低生产成本;产品的外观设计要突出健康环保的主题,使用可降解、可回收的环保材料,增加消费者的消费欲望。

4)普及绿色环保知识:将绿色教育贯穿企业宣传之中。根据研究分析,消费者对绿色环保知识了解越多,社会责任感就会越强,购买绿色环保产品的可能性越大。因此,绿色企业应充分运用多媒体方式进行环境保护和绿色消费知识的传播,定期开展绿色产品展销会,让消费者增加对绿色产品的了解,加深对绿色产品的效果和作用,熟悉绿色企业的品牌,提高消费者的鉴别能力,抵制假冒伪劣绿色产品,净化绿色产品市场,为企业本身获取更多的效益^[6]。绿色企业宣传的侧重点是

让消费者掌握更多的绿色消费知识,提高消费需求,对不同类型的绿色产品,要强调其自身的特点,比如绿色食品,要突出自然健康环保无污染的特征。企业通过环境保护和绿色消费知识的宣讲,增加消费者的消费需求,通过购买和介绍绿色产品来带动其他消费者的消费行为,转变消费思想,促进绿色产品的普及^[7]。此外,绿色企业在宣传时,涉及的人群尽可能多一些,对消费能力较低的人群还有农村消费者也要进行宣传教育,把绿色消费知识普及到每一位消费者,为环境保护共同努力。比如捷安特湖北分公司在武汉市东湖绿道沿线设置了25个骑行驿站,包括自行车租赁、洗手间、餐饮、休憩、赏景等多种功能,成为了武汉市民生活的一道风景。捷安特湖北分公司成立全新的管理团队——武汉传骑绿道运营管理有限公司来运营整个东湖绿道项目。这让东湖绿道从一流骑行绿道提升到自行车管理系统、自行车文化在国内领先的绿道。不仅从中获得了经济收益,而且保护了自然环境,造福了社会。

5)加强绿色经营人才培养:将绿色人才引入企业经营之中。当前湖北省绿色营销人才严重缺乏,企业应当采取一些措施战略,大力培养。具体可采取以下三个措施:第一,企业内部加强培养教育,建立专业培训部门,高薪聘请专业绿色营销人才培训讲解。定期学习培训,提高营销人员的绿色管理能力和绿色营销技能,从而促进企业发展,实现绿色精英优化;第二,与湖北省高校培养合作,企业营销人才可以到高校进行专业系统的学习和深造,并采取定向、委培等方式让高校为企业培养高层次的绿色营销人才^[8]。第三,与国外优质绿色企业联系交流,企业定期与其交流学习,把企业内部高素质人才输送到其企业当中,通过交流与实践,掌握更加先进的绿色营销理念与技术,迅速提高绿色营销能力,从而打造一批具有国际高水准的绿色营销人才,推动企业持续稳定发展,继而提高湖北省绿色企业的绿色营销水平。

综上所述,绿色产业的发展将会成为湖北省经济增长的新动力,湖北省相关部门应大力传播绿色消费观念,提升消费者的环境保护责任意识,丰富消费者的绿色知识,提高绿色产品的判断能力,这是消费者的消费行为方式转变的首要条件。同时,企业自身要树立正确的绿色营销理念,优化绿色营销模式,着重培养绿色营销人才,切实将绿色营销观念贯彻到企业生产经营活动中。企业盈

利水平才能得到提高,实现资源循环利用,提升企业的绿色竞争力,实现企业和全社会的共同繁荣和发展。

[参 考 文 献]

- [1] 中华人民共和国生态环境部. 关于促进绿色消费的指导意见[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2016(16):60-64.
- [2] 廖晓义. 绿色消费与绿色中国[J]. 绿色中国, 2004(3):52-54.
- [3] 刘佳鑫,许刚,齐敏. 企业绿色管理模式探究[J]. 生

态经济,2017,33(8):160-163.

- [4] 张果果. 我国中小企业绿色营销管理策略研究[J]. 现代营销(下旬刊),2018(8):34-35.
- [5] 姚丹,张超. 绿色市场营销分析[J]. 中国管理信息化,2017,20(6):74-75.
- [6] 仇立. 我国城市居民绿色消费行为影响因素研究[J]. 商业经济研究,2015(10):23-25.
- [7] 罗俊杰. 试论绿色消费与绿色营销[J]. 全国流通经济,2018(30):8-9.
- [8] 邢鹤,唐定芬. 我国绿色营销的现状、困境及发展对策[J]. 改革与战略,2015,31(10):41-44.

Optimization Analysis of Operation of Hubei Green Enterprises Based on Green Consumption

Han Qirui¹, Yan Hong²

(1. School of Economics and Management, Hubei Engineering University, Xiaogan, Hubei 432000, China;

2. Management School, Nantong Normal College, Nantong, Jiangsu 226010, China)

Abstract: Taking Hubei Province as an example, this paper makes a deep analyses of the problems existing in the management of green enterprises in Hubei Province. It is found that lack of innovation in production technology and out-dated marketing concepts are the two main obstacles to the development of green enterprises. Based on this, the paper puts forward some suggestions for optimizing green enterprises, such as developing new green technologies, cultivating green enterprise culture and strengthening green talent training. At the same time, it proposes that the government should vigorously support green enterprises and popularize green environmental protection knowledge with green enterprises to ensure the stable development of green enterprises in Hubei Province with the intention to provide theoretical implications for the sustainable development of green enterprises in Hubei Province.

Key Words: green consumption; green enterprises; business optimization

(责任编辑:熊文涛)