

诚信立身

可持续发展帮助企业规避风险

3

简介

目录

5

有责任心的企业行为会对消费者产生怎样的影响

7

健康与安全

10

不止于法规要求

诚信立身：可持续发展帮助企业规避风险

3 简介

5 有责任心的企业行为会对消费者产生怎样的影响

7 健康与安全

10 不止于法规要求





简介

为了使企业在未来立于不败之地，在进行长期规划时，实现可持续发展是必要的条件，这可能也是企业取得成功的最现实手段。

在可持续发展方面被认可的愿望已经成为当今许多行业关注的首要问题。投资者、非政府组织、消费者和倡导组织都在迫使企业追求责任心、可追溯性、循环性和业务弹性。他们想要确认企业所生产的产品是安全、有用的，并且不会对环境或人类造成损害。很多企业都在将自身的实践扩展至供应链，供应链的劳动条件和上、下游生产影响受到了广泛关注。

当企业将责任心作为其运营的核心时——关注产品、运营和供应链对工人、消费者和环境产生怎样的影响，这项工作现已借助数字化得到了简化——其成果是显而易见的，那就是一条通往可持续发展和长期繁荣的企业之路。

从历史上看，可持续性的构建基础是由生态环境、人和效益组成的所谓三重底线（有时也被称作绩效）。通过平等地应对这三个关注点，企业能够以可持续性为基础建立起与消费者和其它利益相关方之间的信任。

所有企业都可以利用数字化、互联互通和物联网（IoT）来推动数据和更高的透明度

生态环境——人类所面临的环境挑战中包含许多重要的全球性问题，其中包括气候变化、物种灭绝、海洋退化等等。企业在保护生态环境中扮演着重要角色，并且可通过采取各种企业实践来对环境产生积极影响，例如负责的管理、能效、循环利用、减少自然资源浪费、可再生电力等。

企业开始越来越多地参与到环境问题之中，并通过设立目标和承诺来表现这一点——例如RE100或CE100——此外还有主动公开信息和进行报告。2017年，对CDP气候、水和森林计划的响应数量总计超过7000，并且施耐德电气的“能源与可持续性服务”每年为客户管理超过4000万公吨的二氧化碳。企业发布可持续性报告，会收获宝贵的成果，包括提升声誉和员工忠实度、改善资本获取状况，以及使决策制定更加高效。¹



人——企业的产品和服务对人们产生怎样的影响，这一点与企业的运营之间存在着紧密联系。企业应义不容辞地减少有毒物质、改善水和能源的供应状况，并通过自身的努力来造福当地的劳动人口，而不应対工人、消费者或是其运营所在地的社区造成损害。公平交易原则有助于向工人提供公平的报酬，并且能够促进农村地区的教育和并以其它方式造福社区，这就是企业所寻求的一个措施实例——用以改善企业对待人的方式。

效益——企业领导们会围绕盈利来设计产品和品牌，他们必须这样做，因为他们需要对企业的财务情况负责。然而越来越多的企业开始发现：长期的盈利模式必须顾及可持续发展，才能实现面向未来的运营。通过关注可持续发展来管控风险的并不仅仅是企业，还有投资者。越来越多的人开始意识到：在投资过程中考虑环境风险能够改善投资效益。以化石燃料撤资现象为例。有些投资者担忧，在越发严格的环境政策和技术变革下，投资碳密集型企业的回报可能会减少。还有人持有一种更加极端的观点，那就是从此类活动中得到的盈利是不道德的。2015年，投资者总计撤资2.6万亿美元。²

可持续企业的新目标是开始向企业的利益相关方们提供“共享价值”。这一更加广泛的责任视角中增加了第四个运营关注点：使命。随着企业开始应对各种压力，例如原材料的可追溯性、劳动条件、生产和交通的影响以及企业在气候变化中所扮演的角色，这些企业开始意识到：如果想要和利益相关方们保持长期的良好关系，就必须对自己开展业务的方式做出改变。

循环经济是很多企业用以实现此价值的一个手段。还有的企业正在寻求新的业务模式，例如“福利企业（B Corp）”，这种业务模式认为企业可以成为一股积极的力量。³所有企业都可以利用数字化、互联互通和物联网（IoT）来推动数据和更高的透明度。最后，这些富有责任心的实践在消费者中间建立起信任并让他们安枕无



忧——他们所购买的产品和服务不会产生任何危害。

在本文中，我们将会深入探究企业如何利用责任心来推动共享价值，以及这些实践如何能够对企业的声誉和利润带来积极影响。

有责任心的企业行为 会对消费者产生怎样的影响

人们关注可持续的产品和服务。试想一下：

- 50%以上的客户更倾向于可持续的品牌。
- 可持续的品牌以120%的幅度超越了市场。⁴
- 86%的消费者说：那些对企业社会责任成果进行报告的品牌更加值得信任。

在数字时代，57%的消费者购买决策是在某客户致电某供应商之前完成的。⁵很多企业选择把可持续发展作为企业本身及产品理念的一个必不可少且透明的部分，由于客户能够轻松地发现和验证企业的责任主张，所以这些企业有机会从这些客户中收获可观的收益。这些主张切实有效——并且在公开和报告时坦率开放——因此能够建立信誉和信任。

人与生态环境和谐共处

美国德克萨斯州的休斯敦市意识到其城市建筑中的大量老旧控制系统效率低下，并且无法给工人和访客带来舒适。通过安装专家系统来跟踪能源绩效、安装房间传感器来提供环境数据、安装智能控制系统来调节系统性能，该城市不但提高了人们的舒适度，还减少了温室气体排放量和用水量。⁶



当今对客户“大数据”的强调使该信任变得比以往任何时候都重要。谨慎的消费者只会与自己信任的企业进行预算支出和数据分享，因为他们相信这些企业会以符合道德且安全的方式加以使用。最后，客户的信任成为了新的差异化竞争力，同时也在以客户为中心的可持续性工作中成为了重要的组成部分。

企业很难对客户的信任进行估价，但是客户和产品偏好所具备的更高终生价值能够带来显而易见的好处。企业信息的大量公开同样使企业对其客户基础更加透明。网络数据的快速访问增强了未经筛选、公众可见的客户评论、内部客户满意度调查以及工业和产品认证的重要性和接受度，从而能够对企业的主张提供支持，并加快买家的采购进程。

负责任的资源使用和可持续性在风险和声誉管理中扮演着重要角色，对于这一点，各大行业领先品牌都有着清晰的认识。在施耐德电气和GreenBiz进行的一项最新调查中，85%的受访者将品牌或股东风险列为能源与可持续性倡议的最主要促因，甚至排在了成本节约的前面（69%）。

只有当我们所居住的环境持续改善而不是持续恶化，全人类都能够以负责的态度进行发展，并且企业的繁荣发展能够给人们提供更多机遇，才能真正做到人与自然的和谐共处。这些就是可持续发展的益处。

企业很难对客户的信任进行估价，但是客户和产品偏好所具备的更高终生价值能够带来显而易见的好处。



健康与安全

产品和服务的健康和安全同样是企业责任和消费者信任中的重要一环。大多数具有前瞻性的企业都意识到，提高员工、客户以及整个社会的健康和安全是一个可持续性关注点。然而，建立并保持高度重视健康与安全的企业文化需要投入时间、精力和资源。

企业在任何时候都承受着生产压力，但是长远来看，对健康与安全的持续关注和投入是有益于提高生产效率的。在美国，OSHA表示：“企业每年在职业伤害与疾病相关方面的成本开销为1700亿美元——这些支出直接来自企业的盈利。但是，建立了安全与健康管理系统的工作场所能够将职业伤害与疾病相关成本降低20%至40%。”⁸

如果企业能够将健康与安全视作改善机遇，而不是沉重的负担，那么结果就会是用户受益，并实现业务上的竞争力优势。清晰、可靠的合规举措以及主动、自发的健康、安全与可持续性措施能够带来生产上的重大改善，例如去除诸多潜在的有害物质并用既有的无害物质加以替代。很多企业将最严苛标准的用作其全球方针，促进了全世界健康与安全标准的提高。这样一来，就能提升可持续发展水平。

如果企业能够将健康与安全视作改善机遇，而不是沉重的负担，那么结果就会是用户受益，并实现业务上的竞争力优势。



在最基础层面，可持续性和健康的出发点其实是相同的：保护资源并明智、负责地进行资本配置。进步的企业以及为其工作的创新者深知这一点，并将人和生态环境的健康与安全作为指导原则，不断以更高的标准要求自己。

例如，位于阿姆斯特丹的“Edge”是一座净零能源楼宇，它利用物联网来为楼宇使用者提供最佳的舒适度，并对工作环境进行控制。同时，该楼宇所产生的能源量为自身运营所需能源的102%，这使其成为全世界最具可持续性的楼宇。⁹健康的环境与环保责任心相结合，使“Edge”成为了一个理想的工作场所。

类似地，在加拿大魁北克，Cascades公司的Norampac纸板箱工厂安装了施耐德电气的“EcoStruxure™楼宇控制专家”系统，凭借其无线方法，工厂节省了25%的供热成本，并大幅削减了安装所需的人力和材料。通过实现温度设定值的集中控制，该系统提高了工人的舒适度，25台空间加热器按计划分布于设施的整个范围，无需依赖于老旧的机械式恒温器。¹⁰

工作场所的安全和舒适度仅仅是可持续性关注点的一个方面。产品安全事件会对消费者造成重大影响。例如，在美国，“消费产品安全委员会”称，平均每天至少要对一种产品进行召回。有时候这些召回并不会引起消费者的注意，而有时候，不安全的产品会导致购买者受伤甚至死亡。

不会泄露秘方的化学评估

沃尔玛是一家总部位于美国的零售商，它希望能够对其所销售的化工产品进行比对，以确保产品的安全性，并提出改善方面的建议，同时还要避免对成本或功效造成不利影响。难点在于找到一个方法来对产品的成分进行详细调查，并确保其化学配方的安全性和隐密性不会受到影响。

2006年，该公司开始使用成分筛查软件“GreenWERCS”，这是一款确定化工产品“绿色”程度的自动化工具。该公司随后为400000个UPC进行了数字评分，反映出其相当高的环境健康与安全水平。GreenWERCS于2009年开始市场供应，现已得到制造商和其它企业的广泛使用，用以将实际产品的成分与受关注化学品清单进行对比检查。



这些安全疏忽的影响是什么？2009年，花生酱和其它产品爆发沙门氏菌疫情，据称导致22000人感染。该事件导致某大型花生加工企业破产，并且其总裁也受到了犯罪指控。2014年，某制造商对其110万台穿戴式健身追踪器进行了召回，因为部分购买者对该设备的材料产生了过敏反应。“消费产品安全委员会”收到了超过10000份事故报告，是该机构的第二大召回事件。¹²



在最基础层面，可持续性和健康的出发点其实是相同的：保护资源并明智、负责地进行资本配置。

某家总部位于美国的连锁餐饮品牌以采用可持续且纯天然的原料来标榜自身，却因一系列食源性疾病投诉而陷入困境，这使该企业及其品牌遭到了重创，其中包括股票价格下跌。

在施耐德电气进行的一项客户调查中，很多受访者表示：更长的产品寿命周期、不含有害化学物质的产品以及采用环保材料制成的高效产品对于企业的未来来说至关重要。任何行业的企业都必须将健康与安全纳入其可持续发展战略之中，这一点是毋庸置疑的。

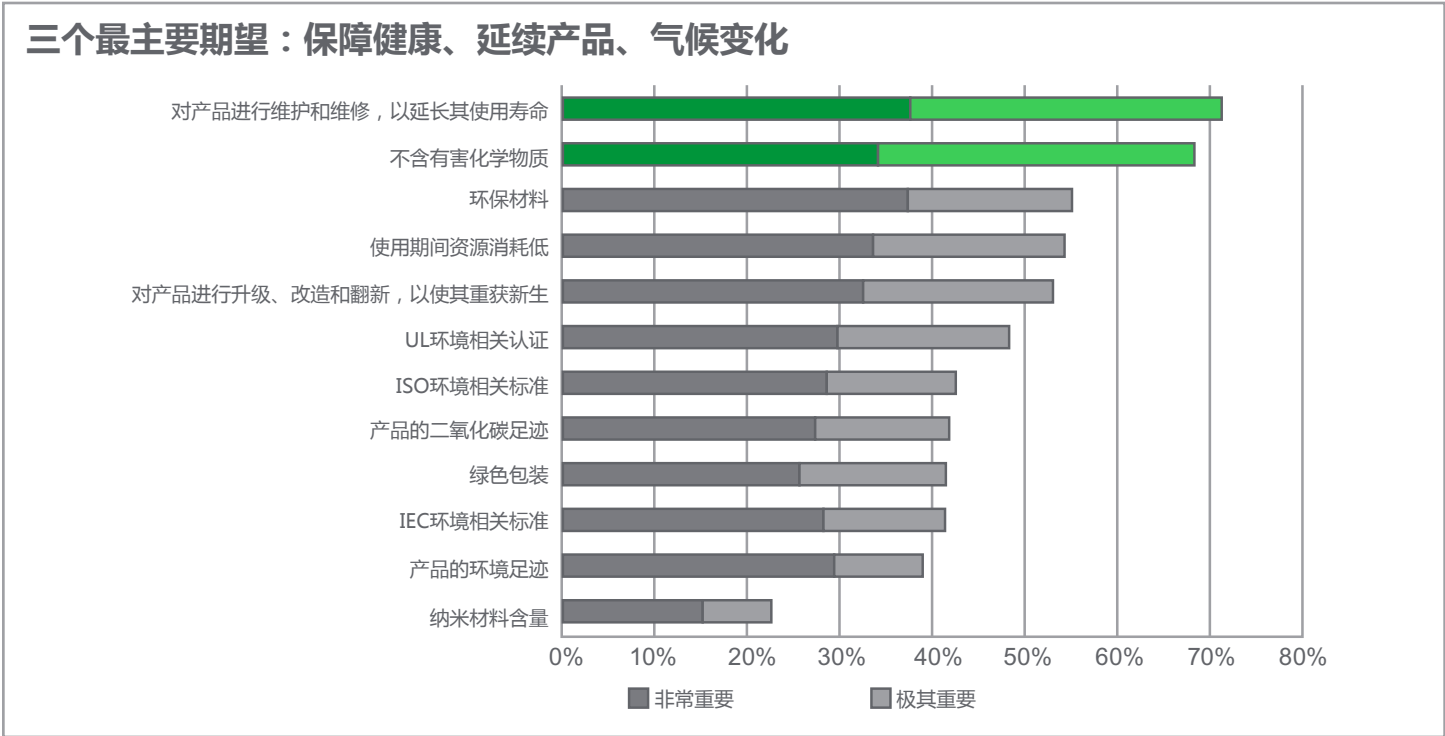


图1 - 三大客户期望（资料来源：施耐德电气客户调查，2016年7月）



不止于法规要求

许多司法部门定期颁布各种方针、规则和法规，用以保障健康、安全和消费者的信任。“资源解决方案中心”总部位于美国，它是“Green-e® Energy”计划的管理者，该计划用于确保可再生能源认证的有效性，并已成为防止可再生能源主张重复计算的全球标准。

欧盟（EU）已经制定了两套严格的产品法规，用于对欧盟成员国所生产的产品提供健康和安全指导：《有害物质禁用（RoHS）指令》和《化学品的注册、评估、授权和限制》。¹³

合规性要求具有深远意义。在施耐德电气对自身客户中最具代表性的一部分进行的调查中，1500名受访者中的30%以上表示其项目中涉及特定的环境要求，例如RoHS、REACH以及LEED®绿色楼宇认证等等。¹⁴



所有行业都面临着一个基本挑战，那就是证明特定的产品、部件、解决方案或服务是健康、安全的，并且其性能符合预期。对于重视健康与安全的企业来说，如果能让监管部门相信任何产品安全声明的有效性，通常需要基于证据的正式文档，即安全案例。此证据不仅需要具备书面形式，还必须适用于真实生活中的情景。

构建一个随产品开发进入不同项目阶段而不断发展的安全案例，证明每个阶段的安全风险都被控制在可接受的水平。通过提供功能安全在定性和定量方面的证据，安全案例能够变得更加有力。此方法不仅关注问题产品的技术，而且还关注与产品相关的流程、方法和合规举措。

可持续发展是安全案例合规流程的演变，在这其中，消费者越来越强调整个价值链的透明度和责任心。领先企业针对可持续发展采取了可追溯性的措施，这样做可以证明自身的产品能够与生命相协调，或者说对于生态环境和人类来说是健康且安全的。循环业务模式则向前更进了一步，因为它让企业能够证明自身的产品从生产、消耗直至寿命终结都是安全且与生命相协调的。



对于产品的安全性、可靠性和可持续性来说，认证和检验同样也是非常重要的标准。对于希望最终将产品投放至市场的每一个制造商来说，取得认证是一项重要的里程碑。无论是出于制造商的原因还是认证方的原因，如果未能对产品的安全性或可持续性进行验证，那么后果可能会是巨大的损失：因受到法律惩戒或股票价格下跌导致收入受损、失去客户的信任和市场份额，甚至对生命安全造成损害。施耐德电气的调查中还发现：25%的客户愿意为拥有环保认证的产品支付更高的价格。¹⁵

在完善的功能安全性实践中，利用独立的评估进行检验是另一个核心要求，并且对于消费者保护来说同样必不可少。在产品开发期间或投入使用之后，必须向独立的评估方提供相关证据，用以向其保证所开发的产品或系统足够安全，并且能够可持续地运行。

法律法规强化责任心

RoHS指令对6种特定物质外加4类邻苯二甲酸盐做出了使用限制。RoHS的很多要求在电气和非电气设备之间做出了区分，因此制造商可能会对许多例外情况加以利用。例如，某些特定应用中允许使用少量的铅，尽管铅属于RoHS中被禁用的6种有害物质。RoHS指令首次生效于2003年，但2011的更新版本（RoHS 2）对其所涵盖的范围进行了扩展，并声明了一些例外情况。

自REACH于2007年发布后，制造商开始对预防化学品的使用影响负有直接责任。该指令中包含了制造过程中使用的化学成分和化学品，例如用于清洁或漂洗的化学品和产品中含有的化学品。REACH的数据库中现已登记了14000种化学品，其中的169种被列为高度关注物质（SVHC），并且该数量仍在增加。

许多企业对于保持高标准的产品健康、安全和可持续性十分重视，这样的企业通常不会利用法规中的空隙和潜在的豁免。最严格的环境法规（例如RoHS和REACH）应得到广泛的拥护和应用，这样一来，全世界的所有消费者都将受益。



企业盈利能力

可持续性、共享价值、负责任且道德的企业实践与人类及生态环境的健康和安全是密不可分的。随着企业不断提高产品及服务的可持续性，用以开发本质上安全且可持续的产品的最佳实践也得到了推动，这些产品能够起到积极作用并降低企业声誉和股东方面的风险。

借助因超出客户预期而赢得的信任，以及遵守健康与安全方面的法规，企业能够在同一时间降低运营成本、增加收入，并加深与客户之间长期的友好关系。真正肩负起社会责任的企业往往将自身标榜为可持续性和安全性的使者，并建立起一种其它企业难以企及的竞争优势。

施耐德电气的“Green Premium™” 标签如何帮助企业展现可持续性

开发“Green Premium”是施耐德电气用以应对安全、健康和可持续性挑战的方法之一，此生态标签能够帮助施耐德电气的客户和最终用户遵从产品法规和环境要求。

“Green Premium” 标签仅授予满足以下条件的产品：

- 满足RoHS要求
- 符合REACH规定
- 拥有详尽的“产品环保概况（PEP）”
- 可提供报废指南（EoLi）

该项目对每一种产品的影响进行了公开，并使最终用户充分相信自己所使用的技术是环保的。

很多指定商和承包商正在寻找各种提供此类认证的本地、国内和国际组织，对于这些指定商和承包商来说，“Green Premium”很有利用价值。通过企业的门户网站可以随时对“Green Premium”产品的规格进行查询，这让客户能够更加轻松地找到满足特定项目标准的环保产品。¹⁶



图2——来源：施耐德电气



尾注

- 1. EY, “可持续性报告的价值,” 2016年
- 2. Arbella Advisors, “全球化石燃料撤资增幅测量与清洁能源投资活动,” 2016
- 3. B企业, “什么是B企业,” 2018年
- 4. 施耐德电气, “实现可持续性报告和业务发展的8个步骤,” 2017年
- 5. CEB, “销售挑战者：销售方法比销售内容更重要,” 2017年
- 6. 施耐德电气, “绩效合同将帮助休斯敦节省3700万美元,” 2013年10月
- 7. 施耐德电气, “调查报告：企业能源与可持续性计划现状2018,” 2018年
- 8. OSHA, “安全与健康的附加价值,” 2017年
- 9. 施耐德电气, “总体效果大于所有部分之和——阿姆斯特丹的“Edge”, 2017年
- 10. 施耐德电气, “节约能源并提高工作场所的舒适度,” 2017年6月
- 11. UL, “Walmart利用UL WERCs分析产品并推动可持续发展,” 2016年6月
- 12. Cowley, S., “从Tylenol到Fitbit：10次重大产品安全性召回,” 《纽约时报》, 2016年5月
- 13. Bardollet, P., “从环保视角来看，内在最重要,” 施耐德电气, 2016年12月
- 14. 施耐德电气, “环保预期——客户调查展示,” 2016年6月
- 15. 同上。
- 16. Bonneville, E., “不止于环保法规要求的产品,” 施耐德电气, 2016年8月



了解更多：

施耐德电气坚持可持续发展理念和举措。

施耐德电气于2002年推出了可持续发展方法。从那时起，公司发展成为全球领导者，被公认为全世界最受尊敬、最具道德和可持续发展的公司之一。

除了自身的企业可持续发展方法之外，施耐德电气的产品、计划和服务还通过以客户为中心的方式应对特定的紧迫挑战，引领行业承担环境和社会责任。

- **ecoLabel Green Premium**，是施耐德电气产品的自我声明标签计划，自2008年以来，该计划促进了有害物质使用、环境影响和报废管理的合规性和透明度。
- **Green Premium 2.0**，一项新的施耐德电气环保品牌承诺，经过重新设计，以包括针对不同细分市场量身定制、涵盖产品、服务、系统、解决方案和架构的价值建议。
- **ecoDesign Way**，我们在所有新产品和解决方案设计方面的承诺，以减少其整个生命周期中的环境影响。

- **ecoFit**，我们的现场服务和改造计划，旨在通过选择性组件升级和替换帮助客户延长其中低压配电设备的使用寿命。
- **量身定制的可持续连接供应链4.0 (TSC 4.0)**，该重新构想战略以客户为中心，旨在实现协作、精益、敏捷、项目驱动和完全灵活，以便我们提高速度和响应能力。
- **EcoStruxure™**，我们的新一代能源管理和自动化架构，正在推动各个层级的创新，以充分利用我们的互联产品。
- **能源与可持续发展服务 (ESS)**，是全球企业在能源采购、能源效率、可再生能源和清洁技术以及可持续发展方面值得信赖的顾问。我们的ESS产品包括EcoStruxure™ Resource Advisor（我们屡获殊荣的数据管理平台）以及NEO Network™（我们创新的全球可再生能源交易推动者）。

如需了解更多信息，请访问施耐德电气官网：
www.schneider-electric.cn/sustainability

施耐德电气（中国）有限公司

北京市朝阳区望京东路6号施耐德电气大厦

邮编：100102

电话：010-84346699

传真：010-65037402

www.se.com/cn



2018年5月

©2018 Schneider Electric.保留所有权利。Schneider Electric | Life Is On和EcoStruxure是施耐德电气及其子公司和联营公司的商标及财产。所有其他商标为各自所有者的财产。LinkedIn、LinkedIn标志、IN标志和InMail是LinkedIn Corporation及其附属公司在美国和其他国家/地区的注册商标或商标。

本文档提供了有关数字化配电产品和解决方案可为用户带来的潜在价值的一般性非约束性信息。由于用户情况和目标不同，施耐德电气不担保或保证可以实现本文档中表示的相同或类似结果。有关实际规格和性能，请参阅施耐德电气产品和解决方案目录。本文档中的文本和图形信息由施耐德电气生成或生成并归属于文档中指定的第三方。