

Patagonia: Blueprint for Green Business

让环保和利润相容的公司

“在死去的地球上,没有生意可做”——这是一间年营业额高达 2.6 亿美元、全美最大户外用品公司全体员工的共同理念。

为了成为在百年后还能延续下去的品牌,这间公司规定自己每年只能成长 5%; 为了避免多砍伐 15000 棵树,他们在 1984 年就成为全美第一间使用再生纸制作产品样册的公司; 为了减少棉花种植过程产生的大量废水与农药污染,这个品牌从 1996 年起就开始全面使用价格贵两倍的有机棉; 当他们了解到只要对 25 个塑料瓶进行加工,就能制作一件毛夹克,这间企业也立刻在 1995 年率先回收饮料瓶来制作夹克。

这是 Patagonia 户外用品公司,一个热爱地球的品牌。

走上环保的“不归路”

伊夫·修纳德(Yvon Chouinard)的户外用品事业从制造攀岩的岩钉起家,然而在某次攀岩经验中,他发现原本美丽的岩壁因为长期反复被敲入、拔出岩钉而饱受摧残,让他惊觉公司里的主力产品正一步步地摧毁自己深爱的岩壁。从那时起,他便决定放弃岩钉的事业,转而生产不需用铁锤敲入、不会在岩壁上留下痕迹的岩楔,不仅掀起日后攀岩界使用岩楔的风潮,也是 Patagonia 公司向环境示好的第一步。

在发现自己熟悉的自然圣地纷纷遭到人为破坏后,修纳德率领整间公司从节省企业内部能源开始,发动一连串的绿色革命:

上世纪 80 年代起,Patagonia 决定不再用塑料袋盛放垃圾、停止在员工餐厅供应纸杯并全面



古稀之年的修纳德依然坚持冲浪,图为修纳德手持自家生产的环保冲浪板

采用节能照明设备,这一系列举措使得公司每年少排放回收成本达数万美元的的塑胶垃圾,并节省四分之一的电力。

1994 年,Patagonia 做出第一份内部环境评估报告,发现工业栽培的棉花对环境的危害最大,因此在 1996 年将所有棉制衣物全面改用 100% 的有机棉。同时,Patagonia 也是第一家使用回收聚酯塑料瓶制出纤维的公司,每生产 150 件夹克就能替地球省下 42 加仑的石油、避免排放 0.5 吨的有毒废气。

他们还破天荒地自我征收“地球税”——每年捐出 1% 的营业额支持环保团体,并号召超过 1300 间企业加入此列,至今已向 1000 余个非营利组织捐出了 2500 万美元。

绿色企业,赔钱还是赚钱?

打造一个绿色品牌,听起来不错,但一间每年自己征收 1% 地球税,并将年成长率限制在 5% 的

企业究竟要如何赚钱、如何延续?

从直觉出发,这样颠覆常理的绿色企业当然不可能赚大钱。但神奇的是,如此特立独行、坚持环保路线的 Patagonia 在被业界一致不好看的情况下,竟然顺利通过市场考验,甚至带动起行业的新风潮。

在上世纪 90 年代中期,原本的保暖内衣产品全都经过拉链袋与厚纸板的层层包装。为了避免制造一堆拆封后就立刻被丢弃的垃圾,Patagonia 决定取消包装、直接把内衣挂上衣架销售,而更轻薄的产品则用橡皮筋卷成一束摆在货架上。当时曾有许多人发出提醒,预计他们可能会因为如此缺乏竞争力的包装而损失 30% 的销售额。

但采取行动的第一年,他们不仅省下 15 万美元的包装材料费,以及运送 12 吨重的包装材料到世界各地的费用;而且由于保暖内衣直接挂在衣架上,反而更方便了顾客对材质进行触摸、感受,他们的销售额在这一年竟

然增长了 25%!

环保路线当然也会时常付出代价。1996 年,在全面采用有机棉制作服饰的行动中,Patagonia 经历了最大的财务危机——有机棉的整体价格比工业棉花高出 50% 至 100%,用有机棉制作的棉布价格更比一般棉布高出三倍。

然而,他们相信消费者购买产品最大的理由是“品质”,在市场调查中也发现顾客确实能接受小幅上升的价格,因此他们决定牺牲部分利润,让涨幅不超过传统棉制品的 2 到 10 美元。

最后,他们的坚持也获得了成功——不但产品畅销,还成功打造出有机棉产业——耐克、沃尔玛、李维斯等大销品牌也纷纷提高棉制品的有机棉比例,带动了整个产业的绿化。

为何坚持商业

“这间公司就是一场实验。”

如今已年过七旬的修纳德斜靠在公司的红木椅子上说,“或许百年之后,公司将不复存在了。”对

于每一个期待听到豪言壮语的人来说,这样的话不免显得有些意外。这位带着加州口音的老人语音轻细,多年的野外攀岩让他的外形变得粗壮,这使他更像是一名野外向导而不是公司高层。

在自传书《让我的员工去冲浪》中,修纳德曾经写道,“循规守矩,这样的事业不会让我有快乐感……我尽量与那些出现在杂志封面上的大人物保持距离”。

自创业以来,经常有人质疑修纳德为何不干脆直接将公司卖掉,把钱都捐给环保团体? 在思索了数十年后,他终于了解自己留在商界的原因: 比起捐钱,他更希望能将 Patagonia 创造成其他公司的楷模。

他说:“Patagonia 和旗下数以千计的员工都有方法、也有意愿向整个商业体制证明,做正确的事也可以成功造就获利的良心事业。” (据 CNN 网站)



公司被《财富周刊》誉为最环保的企业,内衣产品无包装上架是他们的首创

欢迎订阅
2013年公益时报

一. 汇款方式:

1. 银行汇款:

户名:《公益时报》社 开户行:工商银行北京市朝阳区支行营业部 账号:0200003409014433048

2. 邮局汇款:

收款人:《公益时报》社发行中心 地址:北京市朝阳区白家庄路甲 6 号 邮编:100020

二. 联系方式:

订阅热线:010-65860192 010-65927745 传真:010-65860192 邮箱:gysbfbx@126.com

联系人:皮奕璐

2013 年《公益时报》订报回执

收报人姓名	联系电话、传真		
单位、地址	邮政编码		
订阅名称	《公益时报》新闻周刊	订阅方式	<input type="checkbox"/> 银行汇款 <input type="checkbox"/> 邮局汇款
订阅价格	150 元	订阅份数	份
金额总计	拾万 万 仟 佰 拾 元	合计	元
		年 月 日	

注:为能准确及时收到报纸,请认真、详细填写订阅回执后传真或邮寄至《公益时报》社。