

<<绿色蜕变>>

图书基本信息

书名：<<绿色蜕变>>

13位ISBN编号：9787565407697

10位ISBN编号：7565407690

出版时间：2012-5

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：奥登·谢德勒

页数：170

字数：129000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<绿色蜕变>>

内容概要

在科罗拉多州的滑雪胜地阿斯彭滑雪公司，温室效应可能使这个滑雪胜地消失。随着全球气候变暖，滑雪中心必须使用更多的能源，制造更多的雪才能维持经营。这样不但提高成本，还会使气候变得更加温暖。

被《时代》杂志评选为全球气候变暖创新者，有15年环保经历的奥登·谢德勒就在阿斯彭滑雪公司这个前线对抗全球气候变暖。

他指出，企业虽然是造成环境恶化的一大凶手，但也是解决问题的关键。

虽然企业认识到可持续经营的重要性，但是缺乏具体的执行方向和可参照的实例。

《绿色蜕变(可持续变革前沿的硬道理)》通过妙趣横生的例子，展现了当前绿色经济战略的实际执行情况。

《绿色蜕变(可持续变革前沿的硬道理)》作者分享了他在阿斯彭滑雪公司推行可持续经营计划的方式与成效，并通过各种有趣而实用的例子，展现了当前绿色运动的实际执行情况，更为我们详尽说明了企业要达到可持续经营，兼顾获利与环保应采取的具体途径。

<<绿色蜕变>>

书籍目录

第一章 这是壕沟战，不是外科手术

- 气候危机正在发生
- 企业：进退维谷
- 唐尼的零件清洗机
- 当前的情况
- 失败乃成功之母
- 阿斯彭滑雪公司的愿景
- 环保工作困难重重，光靠动力不足成事
- 按下社会的“重置”钮
- 多点实干者，少点梦想家

第二章 应对气候变化是当务之急

- 全球变暖的严重性
- 切尼是对的
- 越野车不是恶魔
- 启蒙的机会
- 解决气候变化就像挑战巅峰时期的拳王阿里
- 最重要的事

第三章 企业可持续发展

- 从智囊团到车库
- 报废的简易烤箱
- 证明节能：约翰·诺顿与脚踏车启动时的灯光
- 成功有时也会痛苦
- 环保优点的级联效应

第四章 阿斯彭：煤矿里的金丝雀，山丘上的闪亮之城

- 前进中的世界博览会
- 阿斯彭的象征意义
- 屠夫，耗能的猪
- 我们都是伪善者

第五章 找到最大的杠杆

- 像沃尔玛一样思考，不要学福特
- 阿斯彭滑雪公司的杠杆
- 善用政府资源
- 技术陷阱
- 迫使领导人出面领导
- 卫生纸问题
- 企业可彼此激励，共创环保

第六章 永不凋零的可持续性：创造持久的变革

- 拟订一份迷人而节省成本的环保计划
- 全面推进绿色商业活动
- 企业可持续发展的情况
- 改变20世纪70年代偏激派“抱树的”形象
- 道德必须扮演重要角色
- 一旦推销失败
- 涟漪效应
- 一定要百折不挠

<<绿色蜕变>>

对普通工作人员友好
制定持久的可持续经营措施
采取措施，促进节能减排

第七章 绿色能源：解决气候变化问题的关键(有时也是个骗局)

节能：承诺与挑战
政府领导是关键
大卫与歌利亚(David and Goliath)：干净的新动力与
肮脏的旧动力
“绿化电力供应”计划很诱人
绿能是什么？

REC是否毫无价值？

优质与劣质的REC
良好的能源政策
混凝土与钢铁的解决之道

第八章 绿色建筑：简洁、美观并且至关重要

建造绿色建筑为什么那么难？

时间已经不多了
USGBC和LEED
LEED：是工具，也是障碍

物以稀为贵
能源才是一切
那是测试，不是指南
模拟仿生学、力求简单
父亲，原谅我，我出不起那笔钱
零耗能住宅？

黑暗中的曙光
亚当·帕默：壕沟里的另一个视野

翻修祖母的房子
抗拒改变是地方病
寻找善男信女

前方的路
狭隘的绿色思想——十诫
绿色建筑的“生根发芽”

第九章 营销的重要性

漂绿对环境有益
绿化的动机无关紧要，只要肯做
顾客在乎吗？

可持续报告：是误导还是事实？

结语 一个可持续的世界即将到来
沃尔特·贝纳特——保守的电锯工

<<绿色蜕变>>

章节摘录

憎恨越野车和其驾驶者的心态已经持续很长时间了。环保团体鼓励突击队把“我在改变气候，问我该怎么做”的条幅贴在那些大型的“违规车辆”的保险杠上。

一个名叫“空洞地球”（Earth on Empty）、以马萨诸塞州萨默维尔为大本营的团体正四处以“不注重自身举止”及其他罪行为名，对越野车大开罚单；山丘协会（Sierra Club）则在给福特发动机冲程取了“瓦拉兹”的绰号之后，涉入福特公司的决策，把那头“怪兽”打入地牢（它于一场测试中，每加仑汽油只能在室内跑3.7英里也是一大主因）。

几年前，石原农场奶酪（Stonyfield Farm Yogurt）公司还参与了公共广播电台《聊车》（Car Talk）节目发起的活动：在越野车保险杠上贴上“活得宽广些，车开得小一些，不是每个人都需要越野车”的条幅。

在全美各地，越野车在环保黑名单上的排名已经超越DDT和大水坝。宗教团体甚至发起wWJD（What Would Jesus Drive？——耶稣会开什么车）运动。

人们对越野车的成见事出有因。由于每一加仑的汽油燃烧后会排放20磅的二氧化碳，耗油的越野车自然成为地球变暖的罪魁祸首。燃油效率每提升5里/加仑，一部车“终其一生”就能减少10吨的碳排放量。姑且不论地球变暖，越野车也比一般小客车多吐出30%的一氧化碳和碳氢化合物，以及75%的一氧化氮。

这些污染物是烟雾的前身，还会引发哮喘及其他疾病。假如越野车的燃油效率和一般小客车相同，我们每天能省下100万桶的石油，相关罪状罄竹难书。尽管反越野车运动的理由充分，但与之抗战或许是环保团体的失误。

首先，大部分开越野车的人，或许都自认为热爱户外生活。这跟选择四轮驱动车有异曲同工之处。而热爱户外生活的人，通常也具有环保意识。对这个群体大加责难简直是在疏远同伴。

你在80号洲际公路上或许不喜欢跟在越野车后头，但那名驾驶者在他的社区里说不定会投票赞成法定空地、支持野生地法案，甚至捐钱给山岳协会。如果再督促一下，他或许会支持更积极的环保措施。

但如果你鬼鬼祟祟地在人家的保险杠上乱贴，就会使他们变得偏激，导致他们讨厌“环保人士”，而开始以其他身份来界定自己。这再次证明环保人士不该采取“让你的邻居明白他们（开越野车的人）有多坏”的途径，这会让人分心。

工业和政府部门都热爱具有教育意义的“做对的事”方案。这种做法等于把责任推给大众，让汽车制造业者继续做这门生意，我行我素——因为越野车背后的动力（利润）比任何运动都大。

而趁我们叱责友人怎么可以把铝罐扔进垃圾桶的时候（或是抗议冬天时阿斯彭市中心所设置的户外火炉，这主意烂透了，但对它耿耿于怀也是弄错焦点），政府便可为所欲为——反对战争、阻止运动、折磨民众。

这就是诺曼·乔姆斯基为什么说独裁政府钟爱观赏类运动。这类运动会让大众忽略真正要紧的事，他们的眼睛不会去注意政府在做什么。

小布什在两届总统任期内倾全力支持大众把焦点摆在人人可自愿去做的鸡毛蒜皮之事（他也再三强调这种做法的重要性），因为这能卸下他身上的压力：民众无暇督促他采取更广泛的政策行动。反越野车运动已经分裂且瓦解了两个团体：环保人士及越野车团体。

人们开越野车不是因为他们是坏蛋，而是因为没有其他价格相对便宜且燃油效率更好的车种能提供同等的安全、便利和舒适感。

<<绿色蜕变>>

人们并不想回家跟孩子们说：“我今天严重地破坏了地球。

”正常的情况下，人们会想做些好事，但如果别无选择，他们也只能以常识作决定。

而既然他们开了越野车，许多原本善良的人都觉得不能再自诩为“环保人士”，因为那很虚伪。

但这其实不是他们的错——他们是受产业和政府的逼迫，才处于这个尴尬的处境。

这就是环保团体该集中精力、发动真正变革的地方。

乍看之下，环保人士和越野车驾驶者或许势如羊与狼，但就连这两种敌对的动物也有若干共识：他们都需要干净的空气和水源、健康的小孩、稳定的气候和美丽的风景。

我们不能这样疏远这整个团体，毕竟问题不在于他们的个人选择，而是我们这个国家要制造哪种类型的车辆。

这不是你、我或那些足球妈妈（Soccer Mom，住在市郊的中产阶级的全职太太，重视孩子的教育，多半会开着越野车载孩子参加课外活动）的问题，而是我们大家一起要面对的问题——为了自己和孩子，提出需要什么样的车子，以及什么样的未来。

没错，我们是该鼓励人们不要买越野车——如果这样不会让他们变成电台名嘴拉什·林博（Rush Limbau曲）的忠实听众的话。

消费者的选择信息固然会传送给业界，但既然气候政策必须打持久战，而长期抗战又需要民众的支持，所以我们不能冒险排挤一群本应为同伴的团体。

P26-28

<<绿色蜕变>>

编辑推荐

在我国，不少有远见的城市和企业正在把低碳城市、低碳产业作为新的发展方向。
《当代财经管理名著译库·绿色蜕变：可持续变革前沿的硬道理》讲述了作者奥登·谢德勒在科罗拉多州的滑雪胜地阿斯彭对抗气候暖化、推行持续经营计划的经历。
本书通过妙趣横生的例子，展现了当前绿色经济战略的实际执行情况。
作者认为企业不仅是造成环境恶化的元凶，同时也是解决环境问题的关键，并且书中明确提出了企业要达到可持续发展应采取的具体途径，希望它能启迪和引导企业走向可持续发展之路。

<<绿色蜕变>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>