

中国  
桂林

十  
如  
论  
坛

**integral  
conversation**  
guilin, china  
17-19<sup>11/2016</sup>



## 第三届十如论坛在桂林举行 深度聚焦可持续发展

2016年11月19日 | 人民网

11月17至19日，深度聚焦可持续发展的第三届“十如论坛”在广西桂林举办。论坛吸引超过300位国际企业领袖、政府官员及知名学者参与。和前两届一样，本届论坛继续秉承可持续发展的理念。与会嘉宾围绕文化与建筑、医疗卫生、教育和创新等领域展开对话，积极推广地方、区域乃至全球的可持续发展。

过去30多年间，我国经济的快速发展对资源和环境造成了巨大压力，我们面临的挑战也日益严峻。“十如论坛”由世界领先的纺织及成衣制造商溢达集团主办，旨在搭建一个交流平台，探索能平衡经济增长与人文生态的新型发展模式，确保经济及行业的可持续发展。

我们只有一个地球，经济进步和生态发展不会是“零和”模式

桂林山水甲天下，保护生态环境，发展生态经济，建设生态文明是整个城市发展的根基。选在这座城市搭建一个探讨可持续发展的交流平台，意义不言而喻。

“十如”之意，指的是整个世界是一个不可分割的整体，每一个单位，如人和自然，都是环环相扣、相互依存。对此，溢达集团董事长杨敏德表示，要达到可持续发展，我们需要通过环境、资源、经济和人文等多方面的协调来实现和谐发展。生态保护和可持续发展不光是政府的事。溢达一直坚持实践可持续发展的理念，寻求多方面和谐发展的模式，从而不断完善自己，并推动行业和国家不断向前。

2014年首届桂林“十如论坛”，就工业制造、城市规划、建筑设计、供应链管理、产品科技创新、人文旅游和新生代等各方面的可持续发展理念进行了深入的探讨，共同探索中国下一个发展模式；第二届“十如论坛”以生活为中心，围绕“衣、食、住、行”四个方面探讨多种可持续的生活方式。

本届论坛主题是“区域的互融互通与可持续发展”。宏碁集团创办人、智荣基金会董事长施振荣表示，人类文明的最终追求就是永续经营，实现这个目标，一要创造价值、二要保持利益平衡。

怎样创造价值？他提出，“有形”、“直接”和“现在”的显性价值显而易见，但企业的领导人要对“无形”、“间接”、“未来”的价值有所预见。

而利益是创造价值的最大诱因，社会价值由所有利益相关者共同创造。只有利益平衡，才能确保发挥团队力量及持续合作。他的话颇具哲理：“利己可以赢得一时，但利他是长久的，利他是最好的利己。”

他的演讲引起广泛共鸣。《经济学人》周刊记者范思杰引用甘地的话说：“甘地在接受英国记者提问关于印度是否会跟随英国工业发展的模式时说道，‘英国使用了地球一半的资源来达到现在的繁荣水平，一个像印度一样的国家需要使用几个地球的资源来达到发展的目的呢？’然而我们只有一个地球，我们需要找到一条能为所有人提供更好生活的发展道路。”

中国  
桂林

十  
如  
论  
坛

**integral  
conversation**  
guilin, china  
17-19<sup>11/2016</sup>



“在美丽的桂林举办论坛，是要让大家明白：眼前的美景绝非必然！”溢达集团副董事长杨敏贤说，经济进步和生态发展不会是“零和”模式，我们要从新的发展方向、新的眼光去平衡；通过创新实现和谐发展。“就算未来充满挑战，只要我们携手合作，也能创出一个像桂林这样美丽的城市。”

实践供给侧改革，绿色生态元素延续产品品牌价值

桂林是广西第三大城市，市中心坐拥两江四湖，喀斯特峰林地貌星罗棋布，胜景如画。周边也是美景环抱，龙胜、漓江和阳朔风物各异，美不胜收。

正如桂林市副市长樊新鸿所说，桂林是集自然生态环境、历史文化、旅游以及工业为一体的城市，在保护环境的情况下发展绿色工业和生态产业，达到自然与经济的平衡，一直被桂林当作发展的底线来坚守。“我们要与世界一流的企业，携手打造绿色的工业发展区。”

作为较早进入桂林投资的国际企业，溢达甘愿接受桂林严格的生态约束，无形中以绿色生态元素延续了产品品牌价值。溢达集团副董事长兼首席执行官车克焘表示，其在广东省佛山市高明区的工厂就致力于循环生产和建设绿色工厂，如今，坐落于桂林九美桥的十如项目更以绿色环保、低碳节能为理念。

在国家大力推进供给侧改革的背景下，绿色生态和创新科技、文化创意等元素一样，有助于提升产品附加值，改善供给水平。知名户外品牌巴塔哥尼亚总裁兼首席执行官罗斯·马卡里奥认为，越来越多的公众关心产品的可持续发展性、供应链及利益关系者间的社会责任，企业可以利用有故事性的信息推广品牌及产品价值。

的确，如今的全球消费者，不仅在乎买到手的是什么东西，更越来越关注产品是如何生产出来的——是不是诞生于“血汗工厂”，生产过程中有没有雇佣非法劳工，有没有污染当地环境，是否带动当地经济发展和人民福祉的提升。这种消费理念，正从发达经济体逐渐传播到中国这种发展中市场，如果一个产品本身制造非常精良，设计非常完美，但如果是在“血汗工厂”或污染环境中生产出来的，则一旦被曝光，其品牌形象可能严重受损，甚至受到抵制，这样的教训已不止一次地在全球范围内发生。

具体到桂林来说，其优美的生态环境和广泛的国际知名度本身，就是发展的巨大优势。这种优势与外来产业相嫁接，无疑能够大幅提升品牌声誉和产品可接受度。在过往的陈旧观念中，往往认为服装行业是低端制造业，纺织、印染不可避免会产生污染。然而，车克焘透露，溢达在桂林新创立的品牌“十如仕”就在桂林严格的生态环境约束下制造，“今后我们会给产品打上‘桂林制造’的 logo，桂林这样的城市都允许我们在这里生产，说明我们制造工艺的绿色环保经得起考验。”

原文：

<http://gx.people.com.cn/n2/2016/1119/c179430-29335632.html>