碳关税来袭 浅析中国印刷环保化

04

甘 璐

2009 年 7 月 8 日，在意大利山间小镇拉奎尔举行八国峰会 (G8) 上，八国领导人同意，将全球变暖幅度控制在比工业化前不超过 2℃的水平—这是科学界认为的安全极限。守住 2℃关口！这一目标将全球注意力聚焦在了温室气体排放问题上。在 2010 年初，美国和欧盟又再度将碳关税征收这个话题抛出，对以“制造”为主的中国经济提出了新的挑战。

印刷业是传统行业，由于其门槛较低，早已进入微利化竞争时代。一方面，企业既要面对国内残酷的“红海”竞争，另一方面，又要通过开拓海外市场，通过成本优势吸收海外订单。国内的“红海”竞争需要企业不断寻找新的高附加值，从传统的产品加工的理念逐渐向产业链的上下游延伸，增加创意设计、市场服务投入，逐渐将印刷企业的核心竞争力由印刷向其他方向转移。而面对海外市场的开拓，各项标准化认证以及对环保的要求则更为突出。

而在日本，印刷的环保化早已成为企业社会责任的重要组成部分。很多印刷企业每年都会出具一份 CSR 报告书，报告书涵盖企业的事业概要和经济性报告，企业当年的 CSR 活动成绩，以及针对客户、员工及社会其他组织所开展的 CSR 社会活动内容，企业在环保方面所采取的措施等。报告从“社会公民”的角度阐述企业的社会责任与活动，并总结企业的年度经营状况。很多日本印刷企业的废旧物品回收利用已经成了其日常生产体系的一部分。

在中国，企业作为“社会公民”的意识正在逐步兴起，部分行业如万科也已经在采用 CSR 年度报告的方式阐述企业的社会责任。目前，印刷企业虽有部分已经作为了“社会公民”的角色参与了一些社会公益活动，但相比日本印刷企业的实施力度而言，还远远不够。

因此，碳关税来袭，意味着中国印刷环保化的紧迫性提高。

目前，大部分国内印刷企业的环保化主要通过采用环保材料、改进印刷工艺以及引进符合环保生产的设备等手段进行。材料方面，已逐渐从早期的客户要求使用环保材料，到现在主动推荐环保材料，比如在承印材料上选用无增白荧光剂的纸张或复合材料，选用可重复利用和环保的材料；印刷油墨选择低害或无害的水性油墨或大豆油墨，印刷版材选用免冲洗版材，润版液选用低醇或无醇润版液，洗车水以及其他辅材选用低污染或无污染的材料等等。印刷工艺上，则主要通过对传统技术的改造和技术提升来增强传统技术的环保功能，如胶印技术从有醇润版到无醇润版，从有水印刷到无水印刷；印后加工从热烫到冷烫，覆膜上光从挥发性胶黏剂、水性胶水、油性上光到水性上光。设备上则根据环保工艺的需要，引进 CTP 制版、引进具备色彩管理功能的印刷管理系统等方式，来促进环保工艺的实施，从而达到减少浪费以及提高生产效率的目的。

尽管这些措施都取得了一定成效，但这些仍然是从印刷产品的角度出发所做的改进，还远远不足以支撑中国印刷产业环保化的未来发展。要实现中国印刷产业的环保化，就需要有适合中国印刷企业的环保系统建立，这个建立包括产品规划、工艺设计、材料筛选和技术研发以及创新。只有建立在全球环保化视野基础上，以新科技新方法新工艺来强化竞争力，才能够构建出新型发展模式，赢得更广泛的发展空间，也才能够从容应对欧美国家“碳关税”的来袭！

04

27>

北京雅昌公司荣获2009年度“北京市绿色企业”称号

2010 年 3 月 25 日，首都非公有制经济参与绿色北京建设行动总结大会暨“绿色企业”颁牌仪式在北京会议中心召开，北京雅昌公司获“北京市绿色企业”称号。

北京市副市长、北京市工商联主席程红，市工商联党组书记、第一副主席吴杰，以及市政府相关部门领导出席，并为获得“北京市绿色企业”称号的 182 家非公企业授牌。

28>

ISO14000认证：

1972 年，联合国在瑞典斯德戈尔摩召开了人类环境大会。大会成立了一个独立的委员会，即“世界环境与发展委员会”。该委员会于 1987 年出版了“我们共同未来”的报告，这篇报告首次引入了“持续发展”的概念，敦促工业界建立有效的环境管理体系。

从 80 年代起，美国和西欧一些公司为了响应持续发展的号召，减少污染，提高在公众中的形象以获得商品经营支持，开始建立各自的环境管理方式，这是环境管理体系的雏形。1985 年荷兰率先提出建立 HYPERLINK 企业环境管理体系的概念，1988 年试行实施，1990 年进入环境圆桌会议上专门讨论了环境审核问题。英国也在质量体系标准 (BS5750) 基础上，制定 BS7750 环境管理体系。英国的 BS7750 和欧盟的环境审核实施后，欧洲的许多国家纷纷开展认证活动，由第三方予以证明企业的环境绩效，这些实践活动奠定了 ISO14000 系列标准产生的基础。ISO14001 是环境管理体系标准的主干标准，它是企业建立和实施环境管理体系并通过认证的依据 HYPERLINK 环境管理体系的国际标准。

29>

监管链认证 (coc)

COC 认证是指产品从原产地到消费者的整个过程，涉及所有制造，塑形及配送等工序。通过 COC 认证，可向消费者保证通过认证的木产品没有同未经认证的木产品混合。这使得采购商得以认明这些源于通过认证的森林的产品并在其上做标签。COC 体系使森林产品得以在以下四方面进行追踪：1. 森林运输 2. 初级加工 3. 次要加工 4. 涉及消费者的贸易及零售通道主要是对木制品和纸制品的认证。

30>

森林管理委员会(FSC)：

1990 年美国加洲会议上，一些消费者、木材贸易组织、环境和人权组织代表认为有必要创建一个诚实可信的体系来识别良好经营的森林，将其作为可接受的林产品来源。会议结论认为此系统应当包含全球公众舆论对良好森林经营的定义、对森林经营的独立审核以及一个全球伞形组织，森林管理委员会（FSC-Forest Stewardship Council）的名称由此产生。

FSC 是一个独立的、非政府、非营利性组织，它将人们联合起来，促进负责任的世界森林经营，并为由林业操作不善而引起的问题寻求解决方案。它为对负责任的森林感兴趣的公司和组织提供标准制定、商标保证、认可服务和市场准入。FSC 是一个由利益相关者所有的体系，其目的是为了促进负责任的全球森林经营。