

一纵一横 解码立邦的可持续发展之路

今年，立邦中国发布最新的《企业社会责任报告》，依托这份凝聚“绿色”力量的报告，我们得以一览立邦在可持续发展战略上的最新成果，以及展望立邦在可持续上无限潜力的未来。

上海2023年10月18日 /美通社/ -- 今年，由普华永道携手联合国开发计划署、中国国际商会共同发布的《企业低碳转型之路——在华企业可持续发展行动2022/2023》调研报告显示，在被调研企业中，有64.2%的企业已经开展有关低碳转型的机遇识别工作。随着绿色低碳意识的提升和可持续发展理念的普及，当下，可持续发展已经不仅仅是企业对外宣传、装点门庭的“门面”动作，它更加触及实际。

在对“企业如何实现可持续发展”这一议题的研究上，我们发现，优秀的企业面对“可持续”，绝不只是“点状”布局，而是将点连成线，在横纵两个方向双向使力——纵向上，在企业生产经营的各个方面落实可持续发展理念，让先进理念贯彻企业运营的全流程，经营企业的过程，也是把“可持续”做深、做透的过程；横向上，和产业链、生态圈多方衔扣紧密，将更广泛的力量汇聚起来，协同并进。在中国涂料市场品牌及市场份额均排名第一的企业——立邦，就是这样一家在“可持续”议题上展现出极高战略定力和执行力的企业。

借全新的《立邦中国企业社会责任报告》发布之际，我们专访了立邦中国集团品牌公关中心总裁蔡志伟先生，请他进一步解析立邦如何立足“永续大地精‘彩’”的可持续发展理念，以纵横之术驱动公司基业长青。



立邦中国集团品牌公关中心总裁蔡志伟先生

纵向深耕，面向未来

就纵向而言，经过数十年的耕耘，立邦已经把可持续发展理念及举措落实在企业运营的很多方面。“立邦在绿色产品上的战略部署，是我们深度发展、高质量发展的体现。”蔡志伟表示。

当下，绿色产品或可持续产品已经逐渐成为企业构建“可持续发展”的核心壁垒。联合国贸易和发展会议发布的《2023年技术和创新报告》表示，全球贸易中“绿色产品”贸易表现强劲，全年保持强势增长。“绿色产品”早已脱离概念化的时代，拥有很高的商业价值，发展空间广阔。这也意味着，对绿色产品供给侧需要加足马力：产品首先要有足够的

丰富性，能够满足来自市场的日渐多元化个性化的消费需求，同时又要创新其配套的生产技术和工艺水平，保证生产规模扩大的同时，又把握好最终呈现的品质——绿色产品的打造，不能是单一的“工厂流水线”模式，而是要形成能够贯穿全生命周期的完整链路。

蔡志伟介绍道，“立邦从产品原料、施工工艺、废弃物回收利用等产品全生命周期的多个层次来构建绿色产品的深度。目前，已经开发出了一系列充分获得市场认可的绿色产品。”

立邦推出的“原生植萃漆”就是一款以生物基原材料取代石油原材料的高性能绿色涂料产品，采用的生物基乳液是生化降解后的落叶提炼出生物基单体制成，以它为原料，可大幅度降低对石油原材料的依赖。“推出市场7-8年后，‘植萃’已经从一款单一涂料，变成了完整的‘植萃’系列产品，并受到市场好评。”蔡志伟介绍道，这也体现了立邦对采用环保成分的产品前瞻性布局。

在施工工艺上，立邦绿色产品也在不断刷新自己。立邦洞察到，以前“传统真石漆”在做外墙涂装时会面临损耗大、易发花难交付、施工慢难掌握等难题，为此特别研发了“轻质真石漆”。它的配方应用了特殊砂型级配效果，在实际应用中大大降低了施工难度，施工快、易修补、易交付。而且，这款产品选用的填料，将实际涂装用量降低了七成，每平方米耗量仅为立邦传统真石漆用量的约1/3。根据必维集团的产品碳足迹核查声明，立邦轻质真石漆涂料较传统真石漆减少了高达约65.2%的碳排放。

不仅如此，立邦也从包装处发力，积极促进涂料包装绿色、轻量化设计。去年，立邦宣布和巴斯夫联合推出一款全新环保包装，并逐步应用于立邦建筑干粉砂浆工程产品，实现该环保包装在立邦产品多渠道全面推广。这一纸质包装具备优异的阻汽、阻水性能，在保证充分保护产品的前提下，用纸替代传统包装中使用的塑料，提高纸包装的循环利用。这一“以纸代塑”的包装方式获得了2022年国际包装创新大会金奖，每年帮助回收利用近万吨纸袋。

绿色产品只是立邦可持续发展战略的一环，立邦在纵向上的战略成果还有很多：目前，立邦在全国有6家工厂被国家工信部认定为国家级绿色工厂，是涂料行业获“国家级绿色工厂”认证最多的企业；同时，在碳排放的数据上，立邦依托在63家生产工厂的合理布局，优化运输距离，涂料配送半径从450公里缩短至300公里，碳排放减少约33%；粉料配送半径从250公里缩短至150公里，碳排放减少约40%……



立邦工业涂料（上海）有限公司成为立邦第六座国家级绿色工厂

“在立邦，可持续发展不仅仅是企业应尽的责任，更应该是一种面向未来的商业模式，经得起市场的考验，能让企业在竞争中获得更多优势。”蔡志伟表示。

横向发力，协同并进

立邦的可持续发展体系依托于一个非常重要的“1+3”机制：1是立邦自己，3则是指上游供应商、下游客户、与立邦并行的合作伙伴，“1+3”机制也是立邦在可持续上横向发展的表现。

“立邦在行业的可持续发展上做出了非常多部署，其中最让我们引以为荣，也是让我们获益良多的是对生态圈人才的赋能。立邦为产业的职业技能人才、设计人才和行业合作伙伴的企业经营人才，提供了一个具规模、成体系的学习平台，以及尽情展示自己的舞台。”蔡志伟表示。

立邦对人才的建设无疑是领行业之先，早在2009年，立邦就基于对市场的深度洞察，成立了产业人才发展中心。立邦观察到，与市场不断增长的涂装需求矛盾的是，涂料行业还存在着一定的职业技能人才缺口，涂装工人呈现“老龄化”较为严峻，这无论对立邦的产品的高质量交付还是未来行业的发展都有所牵制。立邦在产业人才发展的部署中，基于深耕中国市场多年积累下的行业资源和经验，搭建完善的课程体系与高质量师资团队，以线下、线上多种形式培养职业技能人才，已累计为32省培养输出超过40万名产业工人。考虑到人才遍布全国各地，立邦还在各地建立了规模不一的应用服务培训中心，通过全国性的整体布局，构建立邦的技能人才库。

企业这样做，也在一定程度上促进了职业教育和培训的发展，能够提高劳动者的就业能力和职业发展。既改善涂料行业工人的短缺现状，也能让劳动者实现自我价值、为行业贡献更多价值，这是行业领军企业的能力所在，也是社会担当的彰显。

如果说对涂装工人的培育是以传统的技能人才为行业铺筑基石，那么，立邦对设计人才的重视，则是从设计和审美潮流方面引入年轻势力，为产业赋能。立邦旗下“未来之星”青年设计师大赛至今已有十余载，一直以来，立邦通过以“未来之星”为代表的一系列专业赛事，引导和鼓励关注人居生活的青年设计师们把握时代命题，洞察社会、市场和人文需求，探索与输出多元、创新的设计，既受益于品牌，也反过来为品牌赋能，助力涂料行业紧跟新时代潮流的更多精彩。



立邦助力第三届全国技能大赛，深化产教融合，推动产业人才培养

从产品装配前沿的涂装工人，到在设计研发环节贡献创新力量的年轻人，立邦目之所及的，不仅是涌入行业的新生势力，还有行业合作伙伴企业经营人才事业的传承。立邦在深耕中国市场的过程中，与诸多经销商建立了长久而坚实的伙伴关系。十几、二十年间，这些伙伴与立邦共同成长，他们的子女慢慢长大，期待继承父辈事业，立邦亲切地称这些年轻人为“邦二代”。“N常青计划”便是由立邦为“邦二代”定制的培养计划。这其中的参与者，既有从小跟随父母、耳濡目染涂料事业，一上手便驾轻就熟的行业管理者，也有专业不对口、但从零做起、一人带领起团队创下百万业绩

的新手小白，但都契合着“N常青计划”持续不断的人才培养精神——“趁年轻，勇敢拼”，在父辈的基础之上，融合现代企业管理文化，为行业培养后续人才，不断刷新人才“新势力”。

种种举措意味着，在立邦踏实的人才培养体系之上，积极回应着国家关于加强新时代高技能人才队伍建设、以人才支持助力乡村振兴等国家议题。精于行业，而不止于行业，务实的行动之后，是更为深远地对国家和社会的关怀与回应。

可以说，对人才的重视和培养是立邦履行企业社会责任时的突出成绩，也是立邦在企业发展上，与其他企业的重要区分点。人才是可持续发展的重要课题，既关系到集团内部的活力和超越，也是为企业带来全新创造力和发展的源泉。正如蔡志伟所言：“职业技能人才事实上是可以决定未来这个产业是不是能够健康发展的，因为有不断的心血和年轻人投入这个产业的话，所有的这些才会更健康、更长久。”

历经发展，初心不变

与纵横双向发展的业务策略并行不悖，在一步步构筑企业战略和行业布局时，立邦也在将企业社会责任的诚挚初心落到实处。行路漫漫，赤子之心不改。回望立邦进入中国市场的数十载，在丰厚的从业经验和资源积累之下，仍有一抹纯澈的亮色不容忽视——对社会的回馈，这便是历经数载的“为爱上色”公益项目，在这一公益计划内，立邦结合品牌特色与公益目标，开启了一场十余年的“美育工作”。

2009年，立邦开启了这一项目。最初，项目聚焦乡村儿童教育，针对部分地区儿童教育资源匮乏、学习环境落后等一系列问题，立邦联合中国青少年发展基金会发起“为爱上色”公益计划，为希望工程的小学进行重涂美化。后来则逐步完善丰满，捐建立邦快乐美术教室、发起乡村美术老师培训，以提高落后地区的儿童教育水准，丰富教育资源，以艺术唤醒对美育重要性的认识。截至目前，“为爱上色”已经发展成为可持续性发展的开放式公益平台，它包含了校园美化、美术教育、ART+彩绘项目以及大学生农村支教等活动版块。

至今，“为爱上色”已经覆盖了中国上百个城市、乡镇，完成超过406所美化校园工程，以“儿童关怀”及“动物保护”为主题在学校及城市打造214幅大型艺术墙绘；捐赠390所快乐美术教室，开展美术老师培训；15000+名高校大学生参与立邦“为爱上色”中国大学生农村支教奖，支持高校展开暑期支教及实践；并获得超过56家企业团体联名支持，超过3410万人从中获益。让爱心延续和扩散，是公益的意义，而通过“为爱上色”，使得更多人能在参与其中时焕发出独特的光彩，则是立邦的行动与阐释。

纵横协调，一笔一画，一线一面，立邦从最初的构想，到现在结合政策指导及ESG评估体系，逐渐形成了兼具立邦品牌特色、行业前沿观点和社会关注的可持续发展体系。自1992年立邦首款乳胶漆进入中国市场，迄今，立邦已在中国经营30余年。立邦始终把“可持续”当作企业发展的重要议题，在不同的时代不断响应政策号召和市场需求，践行“刷新美好生活空间”的企业使命，把绿色低碳践行到企业运营的方方面面，积极创新商业模式。我们期待，立邦未来能够有更多不凡创举，永续大地精彩。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/201686.html>