

联合利华·中粮屯河

企业社会责任·农业供应链传播

可持续番茄项目

相关资料整理和归纳

联合利华在中国

联合利华在中国的历史可追溯至 80 年前，利华兄弟在上海黄浦江畔建立了中国肥皂有限公司。1986 年，联合利华重返中国，始终把成为可持续发展的本土化跨国公司作为其努力的目标，并取得了显著的进展。从 1986 年至今，联合利华在中国投资 10 亿美元，引进了多项先进的专利技术，直接雇佣了超过 6,000 名中国员工，间接提供了超过 20,000 个就业机会，年纳税 10 亿元人民币。

联合利华相信要实现可持续发展，必须积极担负在中国的社会责任：公司在中国资助建立了 20 所希望小学，并与他们定期组织互动活动，每年两次组织员工带薪前往进行一周的支教；开展“联合利华希望之星”项目，为 200 个边远穷困地区的优秀学生提供 4 年的大学学费；公司还在复旦大学设立奖学金，奖励品学兼优的学生。2008 年联合利华对四川地震灾区的捐助总额超过 1000 万元人民币。

2008 年 7 月，国务院总理温家宝访问了联合利华中国总部，对联合利华在中国的发展表示肯定；2011 年 9 月 1 日，联合利华宣布联合利华大中华区地区总部升级为北亚区地区总部，负责管理中国大陆及香港、台湾、韩国和日本地区业务，总部设在上海。

联合利华对中国有长远的承诺，愿与中国的消费者、客户、供应商以及我们的员工共同实现可持续的发展与成功。

企业社会责任农业供应链传播和管理的可行性以及重大意义：

未来的竞争将主要不再是企业与企业之间的竞争，而是供应链与供应链之间的竞争。实施供应链管理，已经成为企业必然的选择。供应链社会责任管理是供应链管理的重要内容。如 2005 年苏丹红事件，食品添加剂的生产商因此损失惨重，以其为纽带的原理供应商、产品分销商、零售商都

遭受不同程度的损失；还有 2008 年三鹿奶粉事件，同样使相应的奶产品供应链企业遭受了诚信和经济的双重损失。基于这些现实情况，农业企业供应链社会责任风险管理已成为一个重要课题。其中，联合利华与中粮屯河合作推进的可持续番茄项目，成为企业社会责任农业供应链传播和管理的典型案例和优秀示范。

一、企业社会责任农业供应链传播和管理的可行性

农业供应链是农业产业链导入供应链管理而产生的，是指由各种实体和信息构成的网络，网络上流动着农业物流、资金流和信息流。农业企业是构成农业供应链的实体，也是农业供应链流程上的节点。这些实体涵盖生产资料供应、生产、收储、架构、物流配送、批发零售等环节，包括一些农业公司、子公司、农场、加工厂、制造厂、仓库、外部供应商、运输公司、配送中心、零售商和用户、农户。一条完整的农业供应链始于农业生产资料的供应商，止于农产品的最终用户。农业供应链上的农业企业分别扮演者不同的角色，共同完成农产品的生产、销售等核心工作。

因此，农业供应链上的企业一荣俱荣、一损俱损。利益的共同分享和风险的共同承担，使得企业社会责任通过农业供应链进行传播，具备现实的可行性。

农业供应链环节	链条上的农业企业	农业企业在供应链中的地位和作用
农产品的原料供应	农产品的生产资料供应商	农产品的生产资料供应
农产品生产	农产品生产企业(核心企业)	创造农产品的使用价值
农产品收储	农产品收储企业	实现农产品由分散到集中
农产品加工	农产品加工企业(核心企业)	改变产品的物理或化学性质
农产品的物流配送	农产品物流配送企业	农业供应链上物流的主要承担者
农产品的批发零售	农产品批发零售商	通过营销实现供应链价值向消费者转移
农产品的消费	农产品消费企业	农业供应链的运作拉动力量的源泉与服务

二、企业社会责任农业供应链传播和管理的意义

企业社会责任通过供应链进行传播近几年在我国逐渐盛行，中国可持续发展工商理事会（CBCSD）倡导的 CSR “1+3” 模式更是得到政府、工商界和学界的认可，开始进入行业深入研究。农业关乎国计民生，农业产业不仅保证了民众日常生活必需品，更由于其基础行业的地位和涉及国家安全战略而弥足珍贵。农业企业供应链社会责任管理不仅对自身企业发展十分必要，对农业产业供应链的健康发展和巩固行业地位也同样具有重要意义，主要如下：

(1) 应对农业走向世界的实际需要

随着经济全球化进程加快，给我国农业发展带来了前所未有的机遇和挑战。但我国农业的总产值和农产品附加值去不高。面对全球竞争，我国农业不仅存在着生产力水平、管理水平科技创新水平、卫生质量、服务体系物流配送的规模化和产业化问题，也面临着诸如企业社会责任缺失，不能履行国际通行供应链社会责任标准等问题，造成在全球市场上竞争力的弱化。

(2) 推进新农业可持续发展的需要

从农村发展的层面上看，新农村建设必须建立在有序、稳定、和谐发展的农业产业发展基础上。只有构建起以农业产业为基础，确立和保护农民和农业企业的主体利益，形成稳定、和谐的供应链利益关系，农业产业才能可持续发展，也才能最终实现农村社会发展。

(3) 提高农业全球竞争力的必要

要实现农业全球竞争力提升战略，就必须实施资源优势向产品优势、产品优势向产业优势、产业优势向区域综合优势的发展战略。农业企业供应链社会责任管理是要围绕农业供应链，促进各农业供应链主体责任的履行和功能的发挥，促进农业产业化，提高农业全球竞争力。

现代企业的竞争也是供应链的竞争。加强企业社会责任在农业供应链上的传播和管理，对提升我国农业企业的市场竞争力，提高其在行业供应链中的地位十分必要，有利于促成我国有特色的现代农业目标的实现。

联合利华推崇的“可持续农业”：

联合利华认为，可持续农业即指切实可行的、能带来经济效益的、对环境友好且符合社区条件与发展需求的农业实践，它是高产、高效、具有竞争力的农业生产方式。联合利华的可持续农业采购不仅关注企业自身利益，注重农产品本身质量与追溯性，更重要的是致力于环境与当代社区的协调发展。

资料一、联合利华、中粮屯河携手发展可持续农业 共铸番茄“安全梦”

2010年11月，联合利华在全球范围内公布了可持续发展计划。至2020年，我们将实现100%农业原材料可持续采购。自2004年，联合利华全球采购团队就与中国供应商合作启动可持续农业采购项目，旨在提升原料质量及溯源性的同时节约成本；该项目主要实施对象为番茄、蘑菇、大蒜和洋葱。

你相信吗？一瓶原料来自新疆屯河的番茄酱，无论送到世界上任何一

个地方，都可以追溯出原料番茄出自新疆内的哪一片农田，甚至是哪天采收的。这样严格的在欧美国家同性的农产品追溯体系，仅仅是联合利华在全球实施可持续农业发展中的一环。作为全球最大的农产品采购商之一，联合利华正在与亚洲最大的番茄加工企业——中粮屯河成功运作该体系。

2011年8月6日，联合利华中国战略沟通总监吴亮、供应商开发农艺师胡锡明、区域采购助理经理姜峰及媒体采访团一行远赴新疆屯河，考察联合利华与中粮屯河携手开展的可持续农业采购项目。

可持续农业采购：红番茄中的互惠商业模式

一瓶原料来自新疆屯河的家乐福品牌番茄酱，不管运送到世界上任何一个餐桌，只要你愿意，都可以追溯出原料番茄出自哪一片农田，甚至是哪儿天采收的。当然，消费者更为关心的肥料和农药使用情况，也都可以一一追溯出来。

这个在欧美国家通行的农业可追溯体系，正是联合利华和中粮屯河可持续番茄采购项目合作的一项成果。在全世界企业都努力寻找食品安全、食品安全可追溯性、环境保护、可持续发展突破口的当下，一个全球最大的农产品采购商，一个亚洲最大的番茄制造商，携手用小小的番茄向世人展示：可持续农业采购不只是看起来很美，它更是一种互惠互利的商业模式。

红色大产业背后的可持续小番茄

中粮屯河是中粮集团旗下的子公司，在新疆、内蒙古、宁夏、甘肃地区拥有60万亩的番茄种植基地，共有24家番茄制品加工企业，现已具备日处理鲜番茄7.71万吨、年产35万吨番茄酱、3000吨番茄粉、10吨番茄

红素的生产能力。番茄酱出口量占据了全球贸易量 15% 的份额，占中国番茄制品出口总量的 35%。

据联合利华中国战略沟通部总监吴亮透露，联合利华目前每年在全球采购番茄酱约 12 万吨。作为旗下家乐品牌番茄酱的上游供应商，中粮屯河所供应的比例近 20%。

2004 年，联合利华与中粮屯河合作，启动了可持续番茄采购项目，这也成为联合利华在中国启动的第一个农业持续项目。据悉，该合作项目既是联合利华贯彻实施可持续农业的战略规划的典型事件，也是中粮屯河以“产品可溯源、可持续发展”为主题，重整年产能 30 万吨的番茄产业基地的重要措施。

项目在新疆屯河的试点、通过实行“订单农业”，在“公司+基地+农户”的成熟运作模式支持下，中粮屯河把数十万农户和 90% 以上的原料基地建设面积纳入到“原料第一车间”的管理体系中。由中粮屯河在新疆 60 万亩番茄种植基地上进行硬投入，保证“田间”的可持续。联合利华则开展可持续理念及可持续农业成功经验等软投入，组建专家团队进入新疆番茄种植区进行驻站式指导和培训，并通过测土施肥，从源头保证农产品安全性。好品种、新技术、新模式，提高了单产，提升了品质，更提升了番茄产业竞争能力。

数据显示，中粮屯河通过改良种植技术，使得番茄肉更丰厚，固形物含量由 2005 年的 4.58% 增加到 40.98%，同时，病虫害预警报告体系的建立，使农药使用量减少了 100 克/亩。据联合利华农艺师胡锡明介绍，2004 年，联合利华从中粮屯河采购的番茄 50% 被检测到有农药残留；2010 年，近 1.8

万吨番茄中，仅有 2 个被测到有农药残留，而且农药含量符合欧盟标准。节水方面，滴灌种植技术推广应用，面积快速增加，2011 年达 32 万亩，占番茄种植总面积的 50%，总节水量达 30%；测土测肥方面，每亩能节约成本 40 元。

可持续农业采购是互惠的商业模式：

据中粮屯河党委副书记余天池归纳，在激烈的市场竞争中，三类番茄酱制品企业能够存活：“一是成功塑造出品牌的；二是自身拥有高端客户；三是在上游原料方面拥有核心竞争优势的企业。”

联合利华正是余天池眼中的高端客户。对中粮屯河来说，与联合利华的合作，做联合利华的自种商，就必须按联合利华的供应商体系标准，接受联合利华可持续发展规划中设置的相关门槛，高标准，严要求，恰好成为加快打造全产业链、增强竞争力的一个有利契机。通过可追溯体系的建立，中粮屯河在满足联合利华需求的同时，提升了产品的品质，还能够吸引更多其它的高端采购商。

更多的投入，是否意味着更高的采购成本？据了解，联合利华从中粮屯河采购番茄，采购价比市场普通价高出 3%-5%。那么，这对采购商而言，是否意味着是“难以承受之重”？

依据联合利华进行可持续农业的研究，吴亮表示，从长远综合来看，可持续发展对企业并不是一个仅投入无产出的结果。以联合利华在印尼开展的可持续棕榈油采购为例，项目刚开始，采购成本确实高一些，但是五年之后，采购成本和市场普通的棕榈油持平，十年之后，来自可持续棕榈油的采购成本相对更低。

“可持续农业采购不完全是从成本的角度来考虑的，它是一个巨大的商业机会和一个新的经营模式。”吴亮进一步阐述，可持续发展背后蕴含着深刻的经济学和社会学意义，可持续发展的双赢结局来自消费者要吃的更好、要过的更好、同时要求企业对社会有贡献的驱动。

据了解，联合利华和中粮屯河的可持续番茄项目合作，已经是一个成熟的商业运作模式。事实上，凭借对可持续发展趋势和商业机会的洞悉和把握，联合利华早就付诸了可持续农业采购商业模式的实践，并取得了成功。如此前，联合利华已经率先在美国、巴西等国开展了番茄可持续项目，在印尼等地开展了棕榈油可持续项目，在肯尼亚开展红茶可持续项目。如今肯尼亚已经成为世界第一大红茶出口国。

可持续发展不仅仅看上去很美，它对公司的长远发展更显重要。对此，联合利华大中华区副总裁曾锡文的理解是，如果产品不可持续，最后导致品牌破产，那么这样的代价高于一切。对于联合利华来说，宁可在产品的品质和品牌上面更多投入，也要建立消费者的信任，顺应时代潮流，推动企业和社会的共同可持续发展。

小行动与大影响

作为一个跨越了三个世纪的百年老店，联合利华视可持续发展为企业的精髓，将可持续发展纳入公司长期发展战略。

2009年11月，联合利华宣布实施雄心勃勃的全球“可持续发展计划”，明确提出在2020年前将产品对环境的影响减少一半，帮助超过10亿人改善健康状况，并实现100%的农产品原理可持续采购。这也是至2020年联合利华要致力于实现的三大责任目标。据了解，继续新疆番茄可持续项目后，

联合利华将考虑携手企业在云南开展可持续茶叶的合作。

从美国到巴西，从新疆到云南，联合利华对可持续农业采购项目合作方的选取标准是什么？曾锡文告诉本刊记者：“第一，它确实是有社会责任感的企业，确实愿意跟我们在可持续农业方面进行合作，中粮达到了这个标准。第二，要有一定的实施操作能力，具有很大的影响力，否则，规模很小也起不到带动作用。第三，同时要跟联合利华有业务借口。这三条复合了，就是天作之合。”

“从最初的每年几百吨，到如今的每年 2 万吨，数量的增长是很大的，在全球贸易流转的 100 个番茄中，就有两个是我们从屯河采购的。我们的行动是要起带动作用。”谈起和中粮屯河在新疆的番茄可持续项目合作，曾锡文一脸的谦虚中又透露着几分自信和自豪。

曾锡文还透露，联合利华希望在中国把可持续棕榈油、可持续番茄、可持续茶叶这个点做好，一步一步，通过这些小行动，以点带面，带来示范效应，促进全社会形成共同推动可持续发展的合力。“中国有这么多的企业，跨国公司 500 强基本上都进来了，中国本地企业还有几十万、上百万，如果大家都能慢慢地把可持续理念推动起来，效果将是很大的。”

“即使完成了可持续计划，我们对全球的影响还是微不足道的；但是作为企业，我们实现的一点小的变化，可能会带动更多的环保意识和可持续发展理念。”曾锡文说，我们希望的是通过企业隔日可持续发展的“小行动”，为整个社会的可持续发展带来示范效应，产生“大影响”。

资料二、联合利华携手中粮屯河在新疆开展可持续发展农业合作项目

作为全球最大的日化产品和食品跨国公司之一，联合利华一直致力于以优质的产品和服务帮助更多的消费者及其家庭享受美好生活，成为真正意义上的成功的可持续发展企业。

2010年，联合利华宣布实施全球“可持续发展计划”，明确提出在2020年前将产品对环境的影响减少一半，帮助超过10亿人改善健康状况，并实现100%的农产品原料可持续采购。

从农田到餐桌，联合利华始终把可持续性发展放在重要位置。同时，还积极带动上下游供应商及相关合作伙伴，努力将可持续理念不断推广，营造绿色健康的行业环境。

番茄为什么这样红：可持续发展是企业的精髓

联合利华清楚地认识到自己应该承担的社会责任。凭借着对生态、低碳发展趋势的深度解读与超前实践，联合利华将可持续发展纳入公司长期发展战略，并已在该领域展开了诸多积极有效的探索与实践。

在与中粮集团旗下子公司中粮屯河合作的“新疆可持续农业项目”上，联合利华可持续农业的战略规划得到了积极贯彻与有效实践。中粮屯河致力于为全球消费者提供质量安全可靠的一流食品，它“从田间到餐桌”理念与联合利华的“农产品原料可持续采购”不谋而合，充分体现两个企业在保证食品质量安全及食品安全可追溯性方面目标的一致。

中粮屯河采用先进的番茄育种技术，将安全管理工作延伸到种植养殖环节，对食品质量安全、土壤环境、食品营养分析及微生物分析进行前沿的检测，帮助新疆番茄种植企业达到国际标准，保证“田间”的可持续。

联合利华则从中粮屯河采购番茄等基础原料，出口到其全球各工厂，确保“餐桌”的食品质量安全与可持续。这种合作也带动了新疆经济增长，推动了中国区域经济协调发展。

中粮屯河总经理覃业龙谈到：“在新疆项目建设中，中粮人敢于创新，锐意进取，攻坚克难，勇于争一，充分体现了‘中粮精神’。今天的中粮屯河已改变了传统的以人畜为手段的靠天吃饭的农业经营方式，改变了以主要依靠经济操作，自给半自给的小农生产方式，实现了由粗放经营的自然经济型农业，向商品经济和市场经济的现代集约持续农业的转变。”

长期以来，实施可持续发展战略是联合利华的精髓。联合利华积极履行企业社会责任，坚持对中国的长远承诺，始终把成为可持续发展的公司作为努力的目标；“在全球范围内，联合利华都致力于加强人们的环境保护意识，推广可持续性发展，并在2010年的全球可持续报告中明确提出，要努力使对环境所产生的影响降到最低，使人们生活得更好。”联合利华大中华区副总裁曾锡文说，“我们和中粮屯河的合作就是一个范例，一方面推动了可持续农业资源的使用，另一方面也能帮助当地农民增加了收入。”

番茄怎么这样红：可持续发展农业以科技为本

北纬30-42度是地球上最适合种植加工番茄的区域，世界番茄三大产区为：加州、欧盟、中国。从2005年起，中国已经跃升至全球第一大番茄酱出口国，每年番茄酱出口量约80万吨左右，占全球市场份额的40%。

新疆地区共有100多万亩番茄种植区，加工番茄总产量占全国的90%以上。据统计，2009年新疆番茄酱生产总产达到101.83万吨，成为继美国、

意大利之后的世界第三大番茄酱产区。新疆番茄酱产品销往世界 100 多个国家和地区，年出口 50 万吨以上，出口贸易量居世界之首。

在全世界企业都努力寻找食品安全、食品安全可追溯性、环境保护、可持续发展突破口的当下，联合利华早在 2004 年开始就组建专家团队进入新疆番茄种植区进行驻站式指导，以确保产品源头的安全性、合法性及可追溯性；并通过合理适量使用农药、化肥，控制虫害、保护水资源，使农产品从源头保证安全性，努力实现 100% 的农产品原料可持续采购。

中粮屯河总经理覃业龙表示：“近年来，联合利华不断加快科技研发的步伐，努力提高番茄制品加工业的科技含量，满足人们对番茄产品多样化、优质化的需求。在联合利华的协助下，屯河的番茄制产品加工业已经实现了由初加工向深加工、由粗加工向精加工的转变。”

“我们一是加大了先进技术、工艺、设备和管理水平引进；二是加大高新技术应用，加快企业技术的改造步伐；同时，把番茄产品加工业与保护环境结合起来，尽可能减少番茄制品加工业对环境的污染，维护生态平衡，推进可持续发展农业。”覃业龙介绍。

联合利华认为新疆的番茄产品加工业要想在国内外市场上有所作为，担负起引导农村产业结构调整，增加农民收入和发展地区经济的重任，就必须在提高质量、增加技术含量上下功夫。

2010 年，为帮助中粮屯河提高番茄种植水平，联合利华中国供应商开发农艺师胡锡明博士为中粮屯河设计了测土施肥试验。针对所选试验地块土壤中水解性氮、有效磷、速效钾等的检测结果，通过配比施肥以达到均衡施肥的效果，提高化肥利用率，达到增产增收的目的。

测土施肥，不仅节省了投入成本，而且为作物提供了更加适宜的生长条件，通过各试验点习惯用量与推荐用量对比，整体上产量较常规施肥增加。结合亩产与下肥量成本分析，推荐肥料达到了很好的效果，实现了科学种田，提高肥料的利用率，最终达到投入产出最大化。

此外，联合利华还对新疆番茄种植基地原料的要求严格：经过手采或者机采的番茄必须在 24 小时以内送至工厂加工，以防原料营养成分流失。

在对昌吉番茄种植园的考察过程中，胡锡明博士欣慰的说：“经过联合利华专家团队对新疆番茄种植区农药使用的培训，近年来番茄果实上的农药残留不断减少。经检测，2004 年 50%番茄上有农药残留；2010 年，公司一次采购的近 1 万 8 千吨番茄中，仅有 2 个被测到了农业含量，但均符合欧盟标准。”

番茄就是这样红：强强联合推动区域经济发展

多年来，联合利华十分重视开展可持续农业项目，在推动区域经济协调发展方面积累了丰富的经验。对可持续农业的关注和研究，已经达到行业领先水平。

2006 年，联合利华在黄山地区开展了可持续农业项目。国务院发展研究中心经济部与复旦大学社会发展与公共政策学院对此进行专项调查，发现仅仅一年多时间内，在联合利华可持续农业项目实行的四个自然村，农民收入提高了 80%。该项目得到了中国中央政府和地方政府的高度评价。

中粮屯河是亚洲最大的番茄加工企业，在新疆、内蒙古地区拥有 50 万亩的番茄种植基地，共有 21 家番茄制品加工企业，现已具备日处理鲜番茄 4.62 万吨、年产 33 万吨番茄酱、3000 吨番茄粉、10 吨番

茄红素的生产能力。番茄酱出口量占据了全球贸易量 15%的份额，占中国番茄制品出口总量的 50%。

2010年5月20日，中粮屯河宣布了25.7亿元的定向增发计划，以加大糖业布局及番茄产业链延伸，消除同中粮集团的同业竞争。通过定向增发，中粮屯河将投资年产20吨番茄红素油树脂项目，增资中粮屯河种业等，也将在上游原料、下游品牌的发展上，打造完整的番茄制品产业链。

中粮屯河贯彻可持续发展方针，积极响应国家号召解决三农问题、促进各地经济发展、带动西部大开发、带动边疆少数民族增收致富；在农产业发展、安全生产、节能减排、社区建设、抗灾救困以及扶贫助学等方面，一丝不苟地履行企业社会责任。

在“新疆可持续农业项目”上，联合利华与中粮屯河将分享及推广可持续性农业项目所取得的成果、发展经验；农业专家则与当地企业分享中粮集团及联合利华全球的可持续农业的成功经验，以完善农业服务体系。

联合利华携手中粮屯河从原料源头开始，保证食品的质量安全及安全可追溯性，通过实行“订单农业”，在“公司+基地+农户”的成熟运作模式支持下，把数十万农户和90%以上的原料基地建设面积纳入到“原料第一车间”的管理体系中。并根据“良种良法”的原则，严格采用好品种、新技术、新模式，提高单产，提升品质，提升产业竞争能力。

2011年，新疆维吾尔自治区政府加强了“三农”投入，完善强农惠农政策，通过改善新疆水利条件等措施来多渠道增加农民收入；全面加强农业基础设施建设，不断完善农业服务体系，加快推进传统农业向现代农业转型，以推动当地区域经济的协调发展。

[信息参考]

—1995 年，面对着水域野生鱼类数量的下降，联合利华与世界野生动物基金会为可持续性渔业共同创立了国际水产品认证机制。

—1996 年，联合利华开展了可持续农业计划活动。与农民和供应商开发了一系列后来成为可持续农业指标的项目。目前联合利华已实现了 10% 的农、林业可持续采购。

—2004 年，联合利华与绿色和平组织合作研发并使用天然环保的冷藏材料，代替氟利昂制冷应用于冰淇淋储存。到目前为止，联合利华已经将 50 万台冰柜的冷藏剂替换为环保冷凝剂。

—2007 年，联合利华旗下茶叶品牌立顿和 PG Tips 承诺在 2015 年前实现可持续茶叶采购，成为了全球首家推行可持续茶叶采购的大型公司。

—2008 年，联合利华成为第一家承诺在 2015 年前实现可持续采购棕榈油的大型公司，目前，联合利华采购的棕榈油中 30% 已得到了绿色棕榈联盟认证。

—2010 年 10 月，联合利华(中国)有限公司荣获由搜狐网和科尔尼咨询公司倾力打造的“2010 年度中国绿金奖”。

—2011 年 4 月 13 日，“2010 生态中国年度颁奖盛典”在北京人民大会堂金色大厅召开，联合利华中国作为唯一一家快速消费品企业被授予“2010 生态中国合作奖”，成为了中国卓越可持续发展公司的典范。

—2011 年 6 月 18 日，第四届世界环保大会“国际碳金奖”评选结果在青岛揭晓，联合利华中国凭借其在低碳创新领域做出的独特、卓有成效的积极探索，在参评的近百家企业中脱颖而出，荣膺“碳金创新价值奖”。