

WALT DISNEY

绿色消费还是消费绿色？

纺织业调研报告5 迪士尼特刊



Love the World

公众环境研究中心 绿色江南 淮河卫士

2016-8-24



(图片来自上海迪士尼度假区官网)

Disney: 绿色消费还是消费绿色

这个夏天，迪士尼在中国展开了一系列绿色宣传攻势。

继6月16日上海迪士尼正式开园后，8月12日，迪士尼参与制作的全新动物大电影《我们诞生在中国》登陆全国院线。据美通社报道，这部“影片将延续迪士尼的环保理念和传统¹”，“以电影的形式讲述大千世界野生动物的奇妙故事，启发引导全球观众热爱地球家园²”。

同时，为提升迪士尼国际旅游度假区的生态品质，上海自去年起就加大对迪士尼项目配套服务区域产业结构调整工作，计划对该区域153家高污染、高耗能企业进行调整，并要求今年年底前全部完成。

¹www.prnasia.com/story/155320-1.shtml

²www.prnewswire.com/news-releases/the-walt-disney-company--shanghai-media-group-expand-strategic-entertainment-alliance-in-china-283447091.html



然而，环保组织长时间跟进调研发现，在迪士尼品牌精心营造绿色环保形象的背后，其供应链环境管理表现却远远落后于业内先进品牌。

环保部专项督察发现迪士尼被授权方超标排放

华纺股份有限公司（以下简称“华纺股份”）是中国纺织印染行业的龙头企业。2014年7月，华纺股份旗下全资子公司上海英依公司（以下简称“上海英依”）获得迪士尼授权，共同推出LINPURE DISNEY系列产品³。

检索蔚蓝地图污染数据库显示，华纺股份曾在2013年出现总排口工业废水色度超标的情况⁴。2015年12月，环保部在专项督察中又发现，华纺股份二氧化硫或氮氧化物部分时段超大气污染物排放标准排放⁵。

环境保护部继续开展重污染天气应急督查

环境保护部12个督查组继续对北京、天津、河北石家庄、衡水、山东济南、德州、聊城、滨州、河南郑州、安阳、鹤壁、开封、焦作等重点城市重污染天气应急响应工作开展专项督查。

北京、天津、河北、河南等有关省（市）高度重视，强化了部署安排和督导检查。北京市12月8日早上7时启动红色预警。河北省12月8日17时启动区域橙色预警，要求石家庄、保定、衡水、邢台、邯郸、定州、辛集和廊坊8市4小时内按预案要求启动市级响应措施，邢台市9日0时启动重污染天气红色预警。山东省德州市8日18时启动橙色预警。有关地认真落实应急减排措施，严肃查处、公开曝光了一批违法行为，积极组织整改存在的问题。

环境保护部实地抽查工业企业65家、各类施工工地11家及道路扬尘、散煤小锅炉污染、垃圾焚烧点等50余处，发现以下问题：

（一）个别地区土小企业群污染严重。天津市北辰区双口镇双口一村京福公路两侧集聚了数家小型家具及铸造企业，燃用劣质煤及木材下脚料，排放量大，污染严重。河北衡水市武邑县武邑镇大刘庄村附近有各类小型家具生产加工企业近百家，生产环境恶劣，污染排放突出，打磨车间均无集尘装置，无组织排放明显；喷漆车间废气未经处理直排，车间内外均有强烈的刺激性气味。

（二）部分企业违法违规排放。12月8日上午暗查发现鹤壁市山城区陶瓷园金鸡山建材有限公司包装厂未按应急二级响应要求停产，锅炉无任何除尘脱硫环保设施，黑烟直排。山东球墨铸铁管有限公司铸造车间无废气收集、处理设施，烟气直排。滨州市公建投资开发有限公司、滨州市金岸热电有限公司、滨州市华纺股份有限公司、德州市新园热力有限公司二氧化硫或氮氧化物部分时段超过大气污染物排放标准。

（图片来自环保部）

³www.linpure.com/page163

⁴www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=140572

⁵www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=312846

8月18日，IPE向迪士尼发出邮件，询问其是否知晓华纺股份的环境违规记录，但至今未收到回复。面对被授权方的环境违规，迪士尼再次违背其向消费者做出的“积极甄别”的承诺。

盈利丰厚还能撇清环境责任，迪士尼通过品牌授权“一举两得”？

何为品牌授权？

依据国际授权业协会的介绍⁶，品牌授权是指授权商通过契约向被授权者借出他们所拥有的知识产权。被授权商可在特定商品或服务中使用该知识产权，并支付特许权使用费。

调研显示，迪士尼的品牌授权，是通过与第三方签订协议，允许其在设计和生产玩具、服装、家装家具、饰品、文具、化妆品、食品、鞋、家电等多个领域的消费品中使用迪士尼动画中的角色⁷。

迪士尼的品牌授权规模巨大。2015年底，公司通过迪士尼中国微信公众号表示，“迪士尼成为了全球最大的授权方，通过多品类的创意产品和拥有同样愿景的合作伙伴，将迪士尼奇妙和想象力带进千家万户⁸”。

Merchandise Licensing

The Company's merchandise licensing operations cover a diverse range of product categories, the most significant of which are: toys, apparel, home décor and furnishings, accessories, stationery, health and beauty, food, footwear and consumer electronics. The Company licenses characters from its film, television and other properties for use on third-party products in these categories and earns royalties, which are usually based on a fixed percentage of the wholesale or retail selling price of the products. Some of the major properties licensed by the Company include: *Frozen*; Mickey and Minnie; Marvel properties such as *The Avengers* and *Spider-Man*; *Star Wars*; Disney Channel properties including *Mickey Mouse Club House*, *Sofia the First* and *Doc McStuffins*; Disney Princess; *Cars*; *Winnie the Pooh*; and Disney Classics. The Company also provides input on the design of individual products and creates exclusive themed and seasonal promotional campaigns for retailers based on the Company's characters, movies and TV shows.

（图片来自迪士尼2015年年报）

而其更是从品牌授权中获取了巨大收益。在迪士尼发布的2016财年第三季度的财报中，消费品和互动媒体部门当季的收入达11亿美元，这其中就包括向被授权方收取的特许权使用费⁹。

品牌通过知识产权获得收益是完全正当的，然而通过品牌授权获得利益的同时，是否能够借此撇清其所承诺的环境责任呢？这样的“一举两得”是否也是正当的呢？

⁶www.limachina.org/education/&i=13&comContentId=13.html

⁷<https://ditm-twdc-us.storage.googleapis.com/2015-Annual-Report.pdf>

⁸mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5OTU4Njc5MA==&mid=400050559&idx=1&sn=d8844b7641bd18da78b48c645f40d027&scene=1&srcid=1020W2xRAX8v52b9Oe0MCKmX&from=singlemessage&isappinstalled=0#rd

除不回应华纺股份的环境违规记录外，迪士尼8月19日回复疑似供应商爱德士的监管记录¹⁰⁻¹³时称：1) 爱德士鞋业（山东）有限公司从未得到授权，生产迪士尼品牌的产品；2) 爱德士鞋业（江苏）有限公司仅在2009年前获得生产授权，但该公司与迪士尼没有直接或间接的关系，所生产的产品供应给迪士尼的两家授权商，而非迪士尼。

尽管迪士尼在上海主题乐园的官网上承诺，“公司积极甄别、评估和理解日常运作对环境造成的直接和间接影响”，但面对其获得实际或潜在收益的品牌授权活动中出现的环境违规，迪士尼却强调存在污染记录的企业是其授权商的供应商，“与迪士尼没有直接或间接的关系”。

多家疑似供应商存在环境违规

除授权第三方外，迪士尼也通过主题乐园、直营店（目前全球最大的直营店在上海）和电商平台旗舰店等渠道销售自营品牌的产品¹⁴。IPE在调研中发现多家迪士尼疑似供应商存在环境违规行为。

其中，晋江市汉鑫服装织造有限公司在官网上表示通过Disney验厂¹⁵，晋江市七彩狐服装织造有限公司在官网的英文简介中称其与迪士尼等品牌保持长期合作关系¹⁶。



两家公司在今年2月福建省晋江市开展的环保违规建设项目清理整顿工作中，被查出未依法提交建设项目环境影响评价文件或环境影响评价文件未经批准就擅自开工建设^{17 18}。

（图片来自汉鑫服装官网）

¹⁰www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=308301

¹¹www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=251537

¹²www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=251537

¹³www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=61622

¹⁴<https://ditm-twdc-us.storage.googleapis.com/2015-Annual-Report.pdf>

¹⁵www.han-xin.com/

¹⁶www.qicaihu.com/en/single/menu_75.htm?menuid=79

¹⁷www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=314156

¹⁸www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=314808



(图片来自七彩狐官网)

另据佛冈县政府门户网站的消息，万兴（佛冈）玩具有限公司与迪士尼等公司建立了长期良好的发展关系¹⁹。经查，该公司于2013年²⁰至2014年间²¹连续3次因“排放水污染物超过国家或者地方规定的水污染物排放标准，或者超过重点水污染物排放总量控制指标”受到广东省清远市佛冈县环保局处罚。



(图片来自佛冈县政府门户网站)

针对以上疑似供应商的环境违规和受到的环境处罚，IPE分别于8月18日和19日致信迪士尼，但截至目前未收到任何回复。

支持绿色消费，拒绝“消费绿色”

迪士尼的绿色宣传不可谓不充分，迪士尼的绿色承诺则更是高调。在上海主题乐园的官网上，迪士尼称“公司积极甄别、评估和理解日常运作对环境造成的直接和间接影响，并实施创新和务实的解决方案以减轻影响”。

¹⁹www.fogang.gov.cn/DocHtml/1/15/05/00001254.html

²⁰www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=197462

²¹www.ipe.org.cn/pollution/com_detail.aspx?id=197430

关于迪士尼环境保护	
关于迪士尼环境保护	华特迪士尼公司希望成为负责任的全球企业公民和环保楷模，因此迪士尼公司承诺在运营和发展业务的同时，合理利用资源并保护地球环境。迪士尼也努力为儿童和家庭创造沉浸式的自然环境，通过欢乐和互动的体验为他们建立终身的环保价值观。
迪士尼环保政策	具体来说，华特迪士尼公司致力于达到“零”温室气体和废弃物净排放值，以及节约水资源。公司积极甄别、评估和理解日常运作对环境造成的直接和间接影响，并实施创新和务实的解决方案以减轻影响。我们遵从本地环境法规条例的要求并在很多方面力争做到更好。
环境管理	迪士尼公司致力于兑现承诺，定期公布环保政策的实施成效并努力实现已建立的环保目标。
环保合规	

(图片来自上海迪士尼度假区官网)

而其实际表现不但与其承诺相去甚远，而且和纺织、皮革行业多家同类品牌的表现呈现出鲜明的对比。

CITI排名	LOGO	品牌	行业	CITI得分
2		Levi's	纺织	67
6		H&M	纺织	50
7		沃尔玛	纺织	48
7		GAP	纺织	48
12		优衣库	纺织	42.5
80		迪士尼	纺织 皮革	9

迪士尼的环境表现显著落后于国际领先品牌，甚至可能会被与其合作的本土品牌超越。

8月18日，环保组织就与迪士尼品牌合作的华纺股份发出邮件和传真，询问企业监管记录问题，该企业当日就电话做出回应，询问如何进行信息公开，并持续与环保组织保持沟通。

至此，读者可能会有疑问，既然并不在意自身品牌和卡通形象是否会涉及存在污染的生产过程，迪士尼又为何如此高调地开展其绿色宣传呢？

因为绿色可以装点形象。

因为中国公众越来越关心绿色。

因为中国的孩子们尤其关注绿色。

高调宣扬绿色，无疑会让迪士尼的品牌带上绿色光环，尤其会让其卡通形象在渴望碧水蓝天的儿童消费群体中更加深入人心。这不但会帮助到其自营产品和游乐园，更可能为其品牌授权生意打开更大盈利空间。

但消费者需要一双慧眼，识别那些一味“消费绿色”的品牌，因为这些品牌的供应链污染管控存在缺陷，它们采购量越大，对环境的污染就可能越严重。

支持绿色消费，让我们拒绝“消费绿色”。