

<<27%获利奇迹>>

图书基本信息

书名：<<27%获利奇迹>>

13位ISBN编号：9787111306368

10位ISBN编号：7111306368

出版时间：2010-6

出版时间：机械工业

作者：加里·赫什伯格

页数：169

译者：方颖

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<27%获利奇迹>>

### 前言

正当我在附近的健身中心汗流浹背地运动时，停车场上款式各异的小型车吸引了我的眼球。让我吃惊的是，就在一年前，我从同一个窗户望过去，停车场上还是一排排的大型SUV。我们所居住的是新罕布什尔州的一个中等收入的社区，当时我还纳闷，这些豪华车的车主是如何应付日益趋高的燃油费问题的。

而现在，我发现只有一辆SUV孤零零地停在那里，就好像在一群大众的捷达、丰田的卡罗拉当中屹立的一头大白象，此外还有至少五六辆混合动力的普锐斯。

是什么造成这种令人振奋的绿色转变呢？

我很好奇。

难道是我所有的邻居都看了艾尔·戈尔（Al Gore）拍摄的《难以忽视的真相》（An Inconvenient Truth），被影片所展现的令人恐惧的气候变化的事实所震撼了，从而改变了对环保的态度？

还是因为我们这里的教堂都说服了教区居民，拯救地球也包含在摩西的石板上刻的十戒律法里面？

抑或是我的城镇朋友突然感到一种罪恶感、道德感或新的美德？

事实上，这其中的真正缘故远没有那么富有戏剧性，而这个缘故你可能早就猜到了，因为它正影响着美国的每一个城镇和乡村。

人们的这种表面上看起来突然发生的态度转变并不是因为道德上的觉醒，而主要是因为汽油价格的飙升。

## <<27%获利奇迹>>

### 内容概要

加里·赫什伯格 (Gary Hirshberg) 是全球最大的有机酸奶制造企业石原农场 (Stonyfield Farm) 的董事长兼CEO。

在《27%获利奇迹：绿色产业的致富真相》一书中，赫什伯格讲述了他是如何秉承并践行环保理念，成功打造一个年营业额高达3亿美元的企业，以及其他企业也如何能做到这一点。

从长远看来，企业支持环保事业，能真正做到省钱，比如测量并减少“气候足迹（以二氧化碳为标准计算的温室气体排放量）”、减少垃圾和包装、将废物转换为再生能源，以及建立忠诚和可持续性的供应关系，这些都能催生顾客的忠诚度并因此降低广告成本。

书中包含了许多其他企业通过降低他们的环境足迹省钱的案例。

例如天木蓝 (Timberland)、巴塔哥尼亚 (Patagonia)、贵族超市 (Whole Foods)、纽曼自制 (Newman's Own)、克里夫巴尔 (Clif Bar)，还有沃尔玛，这些企业都认为环保是一种兼具降低成本与获得财务上回报双重收益之举。

这是一本激励人心的书，适合企业所有者和管理者以及所有倾心拯救环境的人阅读。

《27%获利奇迹：绿色产业的致富真相》(Stirring It Up) 展示了企业如何做到拯救地球并获得更大的利润和满足，以及我们大家如何借助消费的力量有意识地鼓励企业的环保行为。

## <<27%获利奇迹>>

### 作者简介

加里·赫什伯格 (Gary Hirshberg) 全球最大的有机酸奶制造企业石原农场的董事长兼CEO。

凭借对环保事业的贡献，他获得过六个荣誉博士学位和无以数计的环保奖项，目前他和妻子还有三个喝酸奶的孩子生活在新罕布什尔州。

<<27%获利奇迹>>

书籍目录

前言 第1章 大自然受益 缺乏效率 何去何从第2章 绿色使命 善良是最大的财富 巴塔哥尼亚:生态卫士之家 贵族超市:为使命而工作,不是为钱 新比利时:支持环保的酿酒厂 艾琳·费舍尔的使命:让绿色成为时尚第3章 从二氧化碳到无碳 抵消计划:南希让我们走上碳中和 一张环保的标签 沃尔玛的碳减排意识 更好地保护我们的地球母亲第4章 广结善缘 “不能作假” 拉链汽车的非美国式成功 第七代让洁碧先生更环保第5章 美味革命 石原农场的有机增长 让有机名至实归 粪肥传递信息 诚信是真茶的最佳策略第6章 不要自欺欺人 石原农场的废物处理方法 减量化或再设计、再利用、再循环 英特飞——地毯业的环保卫士 TerraCycle——蓄势待发第7章 培育地球推手 农场生活 问题出在哪里 路在何方 在巴西种甘蔗 纽曼自制的有机化之路 有机谷,让人们开心地购买健康食品第8章 完美的未来后记

## &lt;&lt;27%获利奇迹&gt;&gt;

## 章节摘录

因此，如同渔夫为了尽可能提高捕捞机会，设法将渔网撒得很远、撒网面积铺得很大一样，我们也在竭尽全力追寻那求之不得的目标——百分之百可持续包装，完全实现我们目标中尚未实现的最后一些百分点。

例如，最近石原农场讨论了用甜菜、玉米或土豆等粮食作物来制作酸奶杯的可能性。

从蔬菜中提取出某种类似于塑料的材料？

我知道，这听上去有点怪，但你可能早就用过外卖食品里用玉米做的叉子，甚至你常去光顾的餐厅已将环境的可持续性作为自己的发展目标。

为什么不能用相同或某种类似方法的来制作酸奶杯呢？

生物高聚物，由玉米等农产品制成的塑料，正开始得到广泛应用。

这些生物高聚物具有非常巨大的发展潜力。

然而，比如说玉米，也并不像看上去那样地万能，因为玉米在生长过程中会吸收水分、燃料、杀虫剂和能源密集型的化肥。

只有当我们能够从食品的种植和加工过程中的废物，而不是直接从农作物中提取出生物高聚物时，它们的发展潜力才能真正释放出来。

如果我们对酸奶盒原材料的创新研究能开花结果，总有一天，外观看上去和今天的塑料相差无异的石原农场的酸奶盒，本身不但能给酸奶添加营养成分，还不需要进行处理。

你不再需要将空的酸奶盒塞进早已满满当当的垃圾箱或回收箱；而是可以直接把它吃掉，或是扔进你的肥料堆里，让它化为尘土。

随着对尽可能少地使用塑料和硬纸板的挑战越来越热心，我们淘汰了注塑的预制酸奶杯，因为制作这种杯子的设备还要用来灌装酸奶。

在“成型-灌装-封口”机的生产线上，酸奶经过巨大的塑料薄膜冲压成型，几乎留不下一丁点儿碎渣。

。

<<27%获利奇迹>>

媒体关注与评论

加里·赫什伯格是一个梦想家，他敢于梦想以尊重消费者、员工和地球作为新的经营之道。这些经营之道的确奏效。

当你在采购、销售或憧憬未来时，这本生动活泼而不盲目乐观的书绝对值得你花时间一读。

——罗伯特·雷德福 (Robert Redford) 本书对于所有公司的首席执行官都是必读书，只要他们认为公司的盈利性和环境的可持续性之间相互依存。

——前爱荷华州州长 汤姆·威尔萨克 (Tom Vilsack) 赫什伯格动真格了。他不但讲可持续性经营，也身体力行。

在本书中，他更加清晰地将他的睿智和勇于行动与大家分享。

——美国英特飞公司(Interface, Inc.) 创始人和董事长 雷C. 安德森 (Ray C. Anderson)

加里·赫什伯格看到了绿色的未来！

读读本书看他是如何做到的，并遵循他的话——照办！

——制片人，作家，阻止全球变暖的环保主义者 劳理·大卫 (Laurie David) 加里·赫什伯格是一个环保分子，一个倡导机食品运动的领导者、一个成功的商人，也是一个乐观主义者。

在这本富有挑战意味的书中，赫什伯格认为市场力量可以拯救世界而不是毁灭它。

我想他是的。

——《快餐帝国》(Fast Food Nation)的作者 艾瑞克·西洛瑟 (Eric Schlosser) 这本书告诉你如何运用价值而不是金钱来使企业表现得更好。

这个办法果真有效！

——前佛蒙特州州长 霍华德·迪安 (Howard Dean)

## <<27%获利奇迹>>

### 编辑推荐

石原农场是全球最大的有机酸奶制造厂，过18年来，每年皆维持27%以上的成长率，远高于传统酸奶工业5%-7%的平均成长率。

照顾好大自然，照顾好消费者，生意抢着上门！

保护自然+有机生产+诚实正直 = 生绩永续成长+生生不息的绿色地球！



<<27%获利奇迹>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>