

硕士专业学位论文

“双碳”背景下伊利股份绿色转型的绩效研究

完成日期： 2023年6月9日

摘 要

在“双碳”目标的背景下，绿色转型成为全球经济复苏的主旋律。“碳中和，碳达峰”是中国提出的两个阶段的碳减排奋斗目标，而乳制品行业是碳排放大户，在促进经济增长的同时，也引起了严重的环境和气候问题。在这种情况下，乳品企业在保持经营水平的同时，还必须考虑绿色环保，才能实现可持续发展。因此，中国乳企的绿色转型对于“双碳”目标的实现以及全球乳制品行业的可持续发展具有重要的现实意义。

本文的重点是，梳理伊利股份绿色转型的动因和路径，分析绿色转型对于企业绩效的影响。首先，本文以信号传递理论、利益相关者理论和可持续发展理论作为理论基础，梳理了国内外关于绿色转型的内涵、绩效评价方法的研究以及绿色转型对企业绩效相关的研究。其次，阐述乳制品行业发展概况、绿色转型的现状以及发展趋势，将伊利股份绿色转型的动因总结为政府政策支持、成本控制压力、响应客户需求和内部消费量大。再次，本文将伊利股份绿色转型对企业绩效的影响路径归纳为实行绿色制造、使用环保包材、打造低碳物流和进行绿色营销，基于这四条路径对伊利股份的绩效进行分析，采用了对比研究法和财务指标法，不仅将伊利股份与光明乳业和行业均值横向对比，并纵向对比了伊利股份绿色转型前后财务指标的变化。最后，运用熵权法加入环境、社会绩效指标进行综合绩效分析，发现伊利自绿色转型以来经营业绩较好。

根据对伊利股份绿色转型的绩效分析，本文得出了结论：（1）绿色转型降低企业成本费用；（2）绿色转型增加企业收入；（3）绿色转型提高企业运营效率；（4）绿色转型提升企业发展潜力；（5）绿色转型赋能技术创新，促进研发；（6）绿色转型形成声誉效应，提升品牌价值。最后，根据伊利股份绿色转型的效果归纳经验并提出

建议，得出乳制品企业绿色转型需要推动绿色创新、完善资金管理、加强责任意识，希望本文为乳制品行业其他企业绿色转型提供参考。

关键词： 绿色转型；企业绩效；伊利股份；双碳

ABSTRACT

Under the background of the "dual carbon" target, green transformation has become the main theme of global economic recovery. "Carbon neutrality and carbon peak" is a two-stage carbon emission reduction goal proposed by China, and the dairy industry is a major carbon emitter, which not only promotes economic growth, but also causes serious environmental and climate problems. In this case, while maintaining the level of operation, dairy enterprises must also consider green environmental protection to achieve sustainable development. Therefore, the green transformation of Chinese dairy enterprises is of great practical significance for the realization of the "dual carbon" goal and the sustainable development of the global dairy industry.

The focus of this paper is to sort out the motivation and path of Yili's green transformation and analyze the impact of green transformation on corporate performance. First of all, based on the theory of signal transmission, stakeholder theory and sustainable development theory, this paper reviews the domestic and foreign research on the connotation of green transformation, performance evaluation methods and the related research of green transformation on enterprise performance. Secondly, this paper expounds the development overview, current situation and development trend of green transformation of dairy industry, and summarizes the motivation of green transformation of Yili Stock as government policy support, cost control pressure, response to customer demand and large internal consumption. Thirdly, this paper summarizes the influence path of Yili's green transformation on enterprise performance as implementing green manufacturing, using environmentally

friendly packaging materials, creating low-carbon logistics and carrying out green marketing. And longitudinally compared the changes of financial indicators before and after the green transformation of Yili Shares. Finally, the entropy weight method was used to add environmental and social performance indicators for comprehensive performance analysis, and it was found that Yili had good business performance since the green transformation.

Based on the performance analysis of Yili's green transformation, this paper draws the following conclusions: (1) green transformation reduces enterprise costs; (2) Green transformation increases corporate income; (3) Green transformation improves the operation efficiency of enterprises; (4) Green transformation enhances the development potential of enterprises; (5) Green transformation enables technological innovation and promotes research and development; (6) Green transformation forms reputation effect and enhances brand value. Finally, according to the effect of Yili's green transformation, the experience is summarized and suggestions are put forward, and it is concluded that the green transformation of dairy enterprises needs to promote green innovation, improve capital management and strengthen responsibility consciousness.

KEY WORDS: Green transformation; Enterprise performance; Yili; Double carbon

目 录

摘 要.....	I
ABSTRACT	III
目 录.....	V
图表索引.....	VIII
第 1 章 绪论.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的和意义.....	1
1.2.1 研究目的.....	1
1.2.2 研究意义.....	2
1.3 研究内容、思路与方法.....	3
1.3.1 研究内容.....	3
1.3.2 研究思路.....	3
1.3.3 研究方法.....	6
1.4 研究的主要贡献.....	6
第 2 章 理论基础与文献综述.....	7
2.1 理论基础.....	7
2.1.1 信号传递理论.....	7
2.1.2 利益相关者理论.....	7
2.1.3 可持续发展理论.....	8
2.2 文献综述.....	8
2.2.1 关于绿色转型的研究.....	8
2.2.2 关于绩效评价方法的研究.....	10
2.2.3 关于绿色转型对企业绩效影响的研究.....	11
2.2.4 文献评述.....	11
第 3 章 乳制品行业发展现状及案例公司介绍.....	13
3.1 行业概况.....	13
3.1.1 乳制品行业发展现状.....	13
3.1.2 乳制品行业绿色转型现状.....	14

3.1.3 乳制品行业发展趋势.....	15
3.2 案例选取.....	17
3.3 伊利股份简介.....	17
3.4 伊利股份绿色转型过程.....	18
3.5 伊利股份绿色转型的动因.....	19
3.5.1 政府政策支持.....	19
3.5.2 成本控制压力.....	20
3.5.3 响应客户需求.....	20
3.5.4 内部消费量大.....	20
第 4 章 伊利股份绿色转型的绩效分析.....	22
4.1 伊利股份绿色转型对企业绩效的影响路径.....	22
4.1.1 实行绿色制造.....	22
4.1.2 使用环保包材.....	24
4.1.3 打造低碳物流.....	25
4.1.4 进行绿色营销.....	26
4.2 伊利股份绿色转型效果分析.....	28
4.2.1 绿色转型降低成本费用.....	28
4.2.2 绿色转型增加企业收入.....	30
4.2.3 绿色转型提高营运效率.....	32
4.2.4 绿色转型提升发展潜力.....	34
4.2.5 绿色转型促进创新能力.....	36
4.2.6 品牌价值分析.....	38
4.3 综合绩效分析.....	38
4.3.1 构建综合绩效评价体系.....	39
4.3.2 计算权重及综合指数.....	39
4.3.3 综合指数分析.....	41
4.4 案例启示.....	42
第 5 章 结论与建议.....	43
5.1 结论.....	43
5.2 建议.....	44
5.2.1 推动绿色创新.....	44
5.2.2 完善资金管理.....	45
5.2.3 加强责任意识.....	45
5.3 研究不足.....	45

目 录

参考文献.....	47
致 谢.....	50

图表索引

图 3-1 中国乳制品发展状况.....	14
图 3-2 伊利股份绿色转型时间轴.....	19
图 3-3 2013-2020 年城镇和农村居民人均奶类消费量.....	21
图 4-1 2015-2021 年伊利股份单吨产品碳排放量变化图.....	23
图 4-2 2015-2021 年伊利股份能源消耗密度变化图.....	23
图 4-3 伊利股份通过实行绿色制造进行转型的前后对比图.....	24
图 4-4 伊利股份通过使用环保材料进行转型的前后对比图.....	25
图 4-5 伊利股份通过打造低碳物流进行转型的前后对比图.....	26
图 4-6 伊利股份通过绿色营销进行转型的前后对比图.....	27
图 4-7 伊利股份绿色转型路径图.....	28
图 4-8 伊利股份 2012-2021 年费用控制情况.....	29
图 4-9 2012-2021 年营业毛利率变化趋势图.....	31
图 4-10 2015-2021 年金典零售端销售额和金典占伊利比例.....	32
图 4-11 2012-2021 年存货周转率变化趋势图.....	33
图 4-12 2012-2021 年总资产周转率变化趋势图.....	34
图 4-13 2012-2021 年营业收入增长率变化趋势图.....	35
图 4-14 2012-2021 年总资产增长率变化趋势图.....	36
表 3-1 2021 年伊利股份绿色项目新增政府补助情况.....	19
表 4-1 伊利股份 2015-2021 年检测设备投入费用情况.....	22
表 4-2 伊利股份 2015-2021 年环保投入情况.....	23
表 4-3 伊利股份 2015-2021 年接受培训的员工人次.....	24
表 4-4 伊利股份 2015-2021 年固定资产周转率变化表.....	25
表 4-5 伊利股份 2015-2021 年开放工厂参观人次.....	27
表 4-6 伊利股份 2015-2021 年人工成本占比变动情况.....	28
表 4-7 伊利股份 2015-2021 年费用控制情况表.....	29
表 4-8 伊利股份 2015-2021 年营业收入情况表.....	30
表 4-9 2012-2021 年营业毛利率变化表.....	30
表 4-10 2012-2021 年存货周转率变化表.....	32
表 4-11 2012-2021 年总资产周转率变化表.....	33

表 4-12 2012-2021 年营业收入增长率变化表	34
表 4-13 2012-2021 年总资产增长率变化表	35
表 4-14 伊利股份 2015-2021 年研发投入情况表	37
表 4-15 伊利股份 2015-2021 年研发投入占营业收入的比重	37
表 4-16 伊利股份 2015-2021 年研发人员情况表	37
表 4-17 伊利股份 2015-2021 年新产品收入占比变化表	38
表 4-18 伊利股份综合绩效评价体系指标选取	39
表 4-19 伊利股份 2015-2021 年数据标准化处理结果	39
表 4-20 综合绩效评价体系中各指标数值所占比重	40
表 4-21 伊利股份 2015-2021 年综合绩效评价体系中各指标的熵值	41
表 4-22 伊利股份 2015-2021 年综合绩效评价体系中各指标的差异系数	41
表 4-23 伊利股份 2015-2021 年综合绩效评价体系中各指标的熵值	41
表 4-24 伊利股份 2015-2021 年综合绩效的得分	41

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

党的二十大报告中提出，要实现高质量发展，关键是要推动经济社会向绿色低碳发展。绿色化、低碳化是当今世界的趋势，绿色经济已经占据了世界范围内的产业竞争的制高点。当前，在经济增速趋缓、资源环境约束趋紧的新常态下，以绿色化、低碳化为显著特征的能源转型和产业变革，将降低能源资源消耗和污染物排放，减少温室气体和对自然生态的破坏，最终实现资源高效、排放耗能低、环境洁净、生态安全的目标。

新时代背景下，绿色转型成为全球经济复苏的主旋律。乳制品作为我国食品行业的代表性产业之一，在促进经济增长的同时也带来了严重的环境和气候问题。在保障奶制品的生产与质量的过程中，碳排放是其无法避免的话题。“碳中和，碳达峰”是中国提出的两个阶段碳减排奋斗目标，而乳制品行业是碳排放大户，据联合国粮农组织（FAO）统计，当前畜牧业排放在世界碳排放总量中占 15%左右。值得一提的是，奶牛更是占据畜牧业的碳排放首位。中国在世界奶牛养殖和乳品生产规模位前列，也是最大的乳制品市场之一。在这种情况下，企业发展必须考虑到绿色生产，也就是说，乳品企业不仅要保持良好的绩效水平，还需要考虑到绿色环保。因此，乳品企业应该更加重视环境和社会绩效，以实现企业的可持续发展。中国乳制品行业的绿色转型对“双碳”目标的实现是十分必要的，对全球乳业的可持续发展也具有长远意义。

绿色转型不仅是企业可持续发展的需要，也是应对当前环境恶化的迫切需求。由此可以认为，绿色企业转型不仅解决了资源型企业经济发展与自然环境之间的矛盾，而且有助于我国企业绿色发展的进程，优化产业结构，对建设美好中国起到了积极作用。

1.2 研究目的和意义

1.2.1 研究目的

企业要想实现长远发展的目标，就必须改变高能耗、高污染的传统生产模式，这不仅是企业发展的目标，也是人类健康生存的长期发展理念。因此，本文主要研究了

伊利股份的绿色转型是否有助于提升企业绩效。如果是，绿色转型通过哪些路径影响企业绩效。

首先，本文回顾了国内外与绿色转型和财务绩效相关的文献和概念，并梳理了我国政策和环境背景下乳制品行业绿色转型的趋势、特点和路径。其次，本文以伊利股份为案例，分析其案例的典型性，介绍其发展状况，将其转型目的和方法进行总结。然后，通过定性和定量分析研究该公司的绿色转型对哪些具体的财务绩效指标产生了影响。最后，依据对伊利股份的上述分析，结合伊利股份的实际情况和自身特点，为案例企业提出可以提高企业财务绩效的策略，希望同行业的其他企业可以积极地为企业绿色转型做出积极的行动，从而更好地提高企业的财务绩效指标。

1.2.2 研究意义

(1) 理论意义

第一，乳制品行业横跨一二三产业，产业需求量大，碳排放量高，其绿色转型符合国家政策和行业形势。本文选择乳制品行业中的龙头企业伊利股份，从绿色转型视角下研究企业绩效评价。同时，将经济指标与环境、社会指标相结合，建立绿色转型绩效评价体系，丰富乳品企业绩效评估体系的发展和案例研究，扩展现有绩效评价的内容。

第二，我国有关绿色转型的基本概念的研究已经取得了许多成果，然而这些研究的对象主要集中在能源公司，特别是煤炭类严重污染的公司。此外，大部分的学者都是利用大样本来对这些公司进行实证分析，而很少将这些公司当作一个具体的实例来对它们展开详细的分析。本文以伊利股份作为研究对象，运用横向与纵向比较的方法对其绿色转型的过程和转型所引起的绩效变化进行剖析，可以丰富绿色转型与企业绩效之间的路径研究，有助于探究二者之间的作用机理。

(2) 实践意义

本文探讨了乳企的绿色转型，这与国家倡导的生态文明理念相一致，有助于公共政策的实施。过去，许多学者重点关注的是企业的经济绩效，导致很多企业只关注生产经营的经济绩效，忽视了企业实现可持续发展的内在需求。作为我国高碳排放量行业，乳制品企业的绿色转型对我国实现碳中和战略愿景至关重要，但有关部门对其转型的路径指导研究很少，并且绿色转型的实施在不同行业呈现出不同的效果。本文从绿色转型的角度分析乳制品企业绩效，一方面，研究公司绿色转型带来的效应，拓展和丰富了绩效评价方面的研究，对乳制品企业积极进行绿色转型具有重要的意义；另一方面，我国的绿色转型还处于探索阶段，而乳制品企业由于其行业特性更需要探索绿色转型。本文希望从伊利股份对企业绩效的影响研究中得出结论，使伊利股份在实现经济发展的同时，兼顾环境与社会的双重职责，这将使企业能够改善其经济、环境

和社会绩效，从而促进企业的可持续发展。为乳制品企业进一步提升企业绩效提供更针对性的建议。

1.3 研究内容、思路与方法

1.3.1 研究内容

(1) 乳制品行业发展现状、绿色转型现状以及绿色发展趋势

首先，介绍伊利股份所在的乳制品行业发展现状。乳品行业在当下以及未来有着更为长远的发展前景，乳制品为全球消费者提供了一种健康、优质的营养来源，乳企可以持续进行产品与技术创新，并将其与健康生活方式进行融合，不断丰富、拓展乳制品的类别，从而在吸引更多的消费者，为消费者们提供绿色乳品。在国家战略指引下，我国乳类产品的整体规模和生产技术已经达到国际领先水平。但由于我国人口基数大，人均乳制品年消费量远低于世界平均水平我国乳品行业有着广阔的发展空间。

其次，本文将结合乳制品行业的特征阐述绿色转型的重要性和绿色转型现状。因为乳业是一个典型的一二三产业相结合的产业，它包括了种植牧草、养殖奶牛、生产加工、终端消费、回收利用等领域，所以，在全产业链实现低碳绿色发展十分重要。而且乳制品行业在整个食品领域是自动化、智能化程度较高的行业，在乳制品行业绿色工厂建设方面具有着优势。此外，乳制品行业集中度高，绿色低碳发展的理念在行业深入人心。所以，在实现绿色低碳可持续发展方面具有非常好的基础和优势。

最后，介绍乳制品行业的绿色发展方向。乳企可以建设清洁牧场、绿色工厂，对资源回收利用来减少碳排放，以及在乳制品生产的包材、运输过程、排放、和产品方面做出绿色行动。还可以推进绿色低碳的技术创新。特别是关键技术的研发，注重新型的绿色材料的研发和使用推广，形成节能增效的技术体系。

(2) 案例选取的原因及伊利股份绿色转型的过程、动因

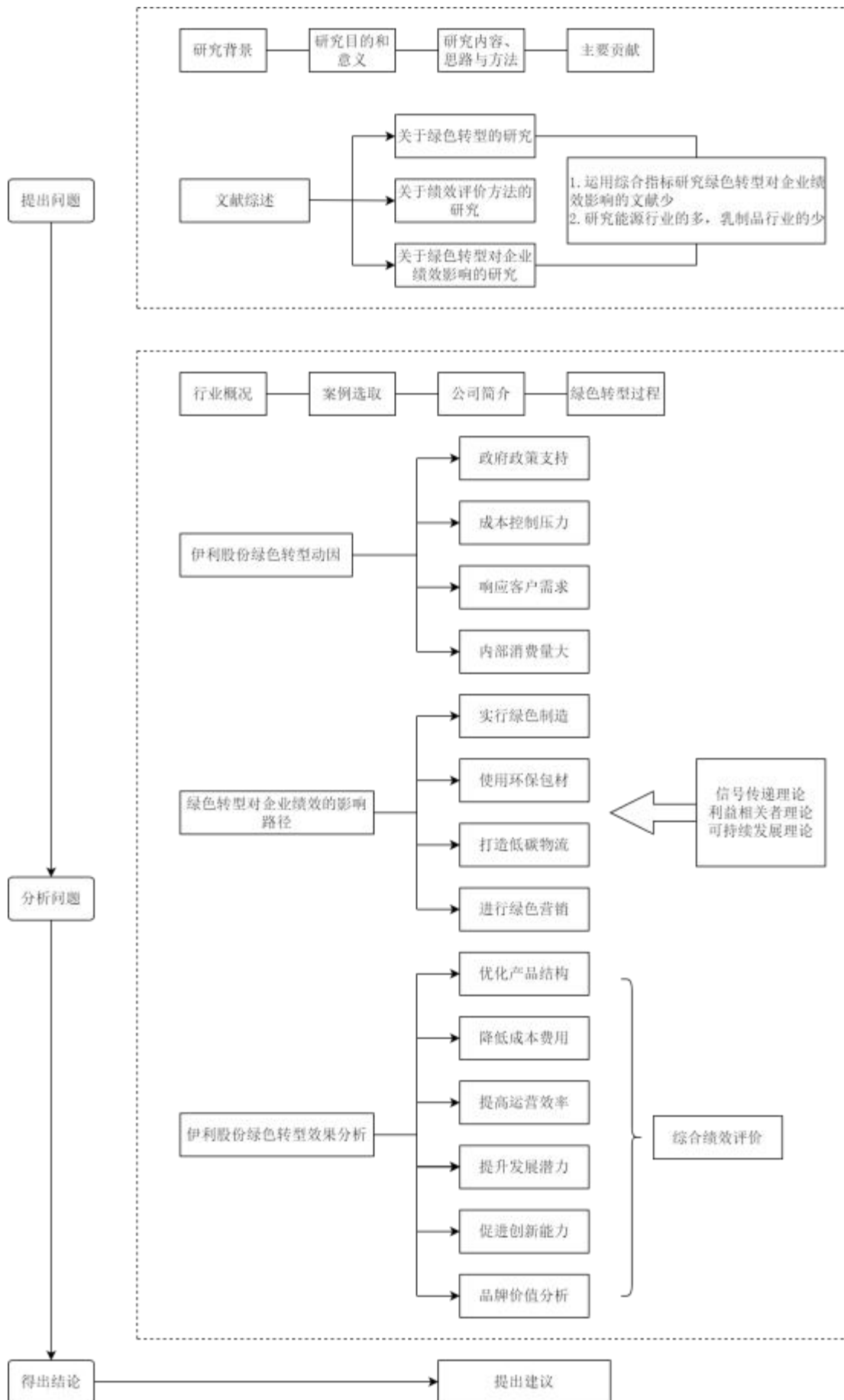
首先，介绍本文选取伊利作为研究对象的主要原因。其次，介绍伊利股份绿色转型的过程。2007年，伊利提出了“绿色领导力”的理念，随后升级为“绿色产业链”战略。2021年，伊利提出“社会价值领先”，率先确立实现碳达峰碳中和的目标。然后，从伊利自身出发分析绿色转型的动因。

(3) 厘清绿色转型对企业绩效的影响路径

分析伊利股份通过实行绿色制造、使用环保包材、打造低碳物流和进行绿色营销影响到企业绩效，然后根据影响路径具体分析伊利股份绿色转型给企业绩效带来的变化，并结合环境绩效、社会绩效进行综合绩效分析。

1.3.2 研究思路

本文在“双碳”背景下，对伊利股份绿色转型的绩效进行研究。首先，在利益相关者理论、信号传递理论和可持续发展理论的理论基础上，回顾国内外现有文献，分别梳理了绿色转型的内涵、绩效评价方法的研究以及绿色转型对企业绩效相关的研究，最后进行文献评述。其次，分析乳制品行业发展概况、绿色转型的现状以及发展趋势，将伊利股份绿色转型的动因概括为政府政策支持、成本控制压力、响应客户需求和内部消费量大。再次，本文对伊利股份绿色转型的绩效分析。认为伊利股份通过实行绿色制造、使用环保包材、打造低碳物流和进行绿色营销对企业绩效产生一定程度的影响。具体的转型效果通过财务指标和非财务指标来体现，横纵向对比分析伊利股份绿色转型前后的企业绩效，再运用熵权法加入环境、社会绩效指标进行综合绩效分析。最后，根据绩效分析的结果，概况并总结伊利股份绿色转型存在的问题，并提出相应的建议，为同行业其他企业绿色转型提供一些启示。



1.3.3 研究方法

(1) 文献研究法

本文通过阅读大量网络数据和国内外学者所发表的有关绿色转型的专业期刊和学术论文，对所阅读的文献资料进行收集与归纳整理。通过总结前人的研究成果，主要为本文文献综述部分提供了写作思路，厘清绿色转型对企业绩效的影响路径。根据伊利股份的实际状况，提炼出与本文相关的理论，如利益相关者理论、信号传递理论、信息不对称理论等，为后续的案例分析研究提供了理论支持。

(2) 案例研究法

本文运用案例分析法，选取乳制品行业中具有代表性的企业伊利股份作为案例公司，伊利股份于2016—2018年披露社会责任报告，2019年开始披露可持续发展报告，有相对可靠的数据支持，可以从国家、行业、自身三个角度析伊利股份绿色转型的动因，并结合相应的理论基础，分析企业绩效的变化，为其他乳制品企业绿色转型提供参考价值。

(3) 定量分析法

以伊利股份财务报表和可持续发展报告中的相关数据为基础，结合行业均值，纵向分析企业的财务指标，再对环境绩效、社会绩效进行分析，构建综合绩效评价体系分析绿色转型对企业绩效的影响。

1.4 研究的主要贡献

一是国内关于绿色转型对企业绩效的影响具有行业异质性，对乳制品行业进行分析的不多。本文通过案例分析，将探究绿色转型为企业绩效的影响路径，并且所选伊利股份在绿色转型方面做得较好，因此选取该案例企业具有代表性。

二是结合乳制品行业概况，在分析绿色转型对企业绩效的影响路径后，对企业的财务绩效、环境绩效和社会绩效进行分析，并运用熵值法建立绩效评价体系，丰富相关理论，为其他乳制品企业绿色转型提供参考。

第 2 章 理论基础与文献综述

2.1 理论基础

2.1.1 信号传递理论

美国经济学家 Rose Stephen 在二十世纪七十年代提出了信号传导理论，认为具有更多信息优势的主体向不占优势地位的主体提供信息会减轻信息不对称的情况。就上市公司而言，公司向市场发出信号，例如通过披露信息显示公司的经营状况或前景。可以看出，信号理论可以更好地解释公司主动披露的行为。美国学者 David M.Kreps 认为企业公开披露的行为相当于向公众发出积极的信号，寻求公众的认可，并利用在此过程中创造的声誉来获得资源、机会和利益相关者的支持，最终创造企业价值。以稀缺性、脆弱性、可持续性和独特性为特征的声誉，无疑是企业在该领域竞争的有效工具。如今，中国快速增长的经济造就了一个高度竞争的市场，声誉在企业生存和发展中的作用越来越重要，一个拥有良好声誉的企业必然会有更强的社会竞争力。

在现代信息技术持续发展和进步的过程中，信息不对称的情况得到了很大的改善，产品的性能也逐步趋于一致，这就导致了社会公众不仅关心企业的品牌形象，还会更加关心企业在环境和社会绩效方面的表现，从而推动企业进行绿色转型。

2.1.2 利益相关者理论

在高质量的发展环境中，绿色发展显然是利益相关者的潜在意愿，利益相关者的需求在某种意义上就是企业的需求。在选择产品时，利益相关者们会考虑到产品生产过程的环保性和生产企业是否遵守了循环经济原则。根据利益相关者理论，企业不可能同时满足所有利益相关者的需求，而是要优先满足那些对企业有重大影响的利益相关者的需求，以实现各利益相关者的均衡地位，为企业的整体发展作出贡献。

就乳品企业而言，影响最大的利益相关者是员工、消费者和债权人，这三个利益相关者的共同需求是减少污染性废弃物的排放。从利益相关者的角度来看，绿色转型是同时满足几个利益相关者需求的最佳决策。通过实施绿色转型，企业可以向外界传达其绿色发展理念，贴上绿色、低碳和可持续发展的标签，这将有助于吸引消费者和绿色投资者，促进企业绿色可持续发展。

2.1.3 可持续发展理论

1987年，世界环境与发展委员会（WCED）提出了布伦特兰报告《我们共同的未来》，首次提出了可持续发展理论的概念，认为可持续发展不仅意味着要满足人类今天的基本需求，而且要以不损害后代人满足自身需求的方式发展。发展是可持续性的前提，没有发展就没有可持续性。可持续发展理论在绿色发展方面强调绿色行动的“速度、数量和质量”。它的三个指导原则是公平、可持续性和普遍性。归根结底，可持续发展理论旨在实现一个共同的、高效的、和谐的、多维的最终目标。这一理论的深刻道理在于，必须妥善处理人与人之间友好关系的内在反映和人与自然之间友好关系的外在反映，通过软硬结合，为可持续发展奠定坚实基础。各行各业的企业都需要通过不断发现和解决问题，调和企业发展与环境之间的友好关系来取得进步。

碳中和的提出是可持续发展理论应用到实践中的一种具体体现，碳中和背景下的一系列环境规制，是促进资源节约集约利用的举措，也是我国可持续发展战略的重要部署。这一理论将有助于企业树立正确的发展理念，及时调整各部门的工作，使之实现绿色转型，促进企业可持续发展。

2.2 文献综述

2.2.1 关于绿色转型的研究

（1）绿色转型的涵义

首先，对于“绿色转型”的定义，国内外学者从不同角度进行了阐释。孙丽文与任相伟（2020）^[1]认为，绿色转型是一种包括绿色发展理念、绿色战略、绿色发展模式等在内的全面改革，是一种实现经济效益、社会效益与环境效益与协调发展的进程。于连超（2019）^[2]等人提出，企业绿色转型是以绿色发展为基础，以绿色战略为指导，以绿色创新为动力，以绿色生产为重点，通过绿色产品实现环境和经济效益的良好发展。这也说明了公司绿色转型的核心就是战略转型、绿色创新等。赵洪生（2017）^[3]认为，不断发展和创新是企业绿色转型的必要条件，这种发展要求企业在保持良好发展速度的同时，要做到节能环保。绿色转型是企业持续长远发展的必经之路。潘持春、王菲（2022）^[4]认为，绿色转型可以提高企业的生产环境，帮助其走上可持续发展之路。D. D'Amato（2017）^[5]将绿色经济定义为一把“伞”，它融合了循环经济和生物经济的要素，如生态效率和可再生能源，基于自然来提供相映的解决办法。Cheba Katarzyna（2022）^[6]绿色转型定义为将经济增长与关心环境相结合，以保证后世后代在文明发展的水平上的高质量生活，以及对现有资源的有效和合理利用。

（2）绿色转型的影响因素

从企业外部来看，当前许多学对环境规制与企业绿色转型做了较为深入的研究并形成不同的观点结论。温湖炜和周凤秀（2019）^[7]认为，虽然环境监管在短期内可能会增加企业的生产成本，但从长远来看，适当的环境监管可能会迫使企业进行绿色技术创新和绿色生产，限制企业的高能耗，鼓励企业更加关注节能和清洁生产。Li 和 Ramakrishnan（2018）^[8]发现，环境政策的制定和监管的实施之间存在一定的滞后性，环境监管不仅对政策实施当年的环境绩效有积极影响，而且对后续年份也有积极影响。

此外，有学者认为企业的绿色转型不仅受到环境监管的影响，还受到政府支持、政府监管的严格程度和预期社会声誉等外部因素的综合影响。董景荣（2021）^[9]等人利用 2008 年至 2018 年中国工业的省级面板样本，实证研究了研发补贴和低碳补贴这两类政府支持措施对绿色技术创新的影响。认为政府通常会搭配使用规制政策与支持政策以激励绿色技术创新。肖静（2022）^[10]等研究提出了制造业绿色转型绩效提升路径的 TOE 整合分析框架，并且得出充分的政府支持是制造业绿色转型不可或缺的组织条件的结论。吴中伦（2018）^[11]提出，产业绿色转型的机理创新是政府调控、市场调控、企业实施、社会大众参与等多层次的协调创新，并最终构建出一套以实现产业绿色转型为目标的全面的战略框架体系。邵利敏（2018）^[12]等人提出，信誉机制的引进可以有效地限制环境监管机构的权力滥用，减少公司寻租的可能，从而在一定程度上促使正在进行转型的资源型公司在环境规制条件下，做出更多的绿色环保行动。王晓祺、宁金辉（2020）^[13]从绿色创新视角研究了强制性社会责任信息披露对公司绿色转型的作用，发现这一行为可以促进公司绿色转型，从而提升公司业绩。

还有一些学者对企业自身资源调配和转型能力相关的内部因素进行了研究。Zhou（2018）^[14]等人通过深入研究表明，企业的动态能力，特别是绿色动态能力，能够有效整合资源和社会关系，促进绿色战略，特别是创新战略的设计和实施并产生重大影响。Leonidou（2017）^[15]等在资源基础观的理念下进行了研究，结果表明，企业所掌握的资源和能力对其绿色实施绿色发展进行了显著的驱动，从而实现了绿色转型。

（3）绿色转型的路径

技术的创新和发展对绿色转型具有重要的推动作用。陈阳（2019）^[16]等人认为，为了实现制造业的整体绿色转型，相关企业倾向于遵循绿色经济规律，采取降低能耗、节约资源、减少污染物排放等措施。这就需要加大绿色创新力度，提升绿色创新能力。杨志江和罗掌华（2019）^[17]认为，通过技术创新可以大大加快绿色转型的步伐，这对促进我国企业的绿色转型起到了重要作用。能源行业要进行技术创新，

注意有效防治污染物排放，注重保护生态环境。史丹（2018）^[18]认为，中国的绿色转型在产出、投入和绿色结构层面取得了一些进展，但有关绿色低碳技术和节能环保技术发展的各个方面仍需发展。Franco 和 Marin（2017）^[19]利用 8 个欧洲国家的 13 个产业 2001 年-2007 年 13 个制造业的面板数据，以专利为计量指标，认为环保税收对整个行业的技术创新具有明显的推动作用，并对产业生产力的提高起到了重要作用。Dechezleprêtre（2019）^[20]对环境管制是否可以利用技术创新达到环境保护和经济发展之间的协调进行了研究。王嘉鑫、孙梦娜（2021）^[21]认为，在面对绿色发展所面临的机会和挑战时，企业应该积极地进行管理变革，降低经营成本，实现可持续发展。赵奥与武春友（2018）^[22]指出，要实现绿色转型，必须加速传统工业的改造，引入新的产业，而能源公司则应从产业结构的优化、产业比例的调整等方面着手，推动其绿色转型。杜龙政（2019）^[23]等人认为，要加强企业内部和外部的合作，让企业内部和外部都能更好地发挥其作用，只有多方合作才能使企业向绿色发展转变。邓峰和任转转（2021）^[24]通过实证分析得出：信息化对工业企业绿色转型具有正向显著的作用，推动了行业的绿色转型。

2.2.2 关于绩效评价方法的研究

近年来，国内外学者关于企业绩效评价的方法十分丰富，如平衡计分卡、DEA、灰色关联分析法、BP 神经网络法、层次分析法等等。Lobkov（2020）^[25]运用平衡计分卡对工业企业绩效的考核进行建模，以此来评估工业企业管理活动的有效性。为了对我国高新区的绩效进行更好的评估，赵国宇与周申蓓（2021）^[26]采用三阶段的 DEA 模型，对 37 个国家级高新技术产业园区进行了综合效率、纯技术效率、规模效率、规模回报等综合评估，并剔除了环境和随机误差。张永安与鲁明明（2019）^[27]将高技术制造业的所属产业作为一个案例，利用数据包络法，对高技术制造业的各个产业动态的效率变动数值进行了分析，与熵值法相结合，对各个产业中的投入指标进行了权重计算，并利用灰关联分析方法，对各个产业中的创新投入要素在生产中的作用进行了深入的分析。张振刚（2020）^[28]等人选取了白色家电制造企业作为研究对象，通过 18 项有代表性的指标，建立了一套对该类企业业绩进行评估的方法。运用 BP 神经网络技术，建立了一个绩效评价模型，对样本白色家电制造企业的绩效进行训练并对其进行模拟仿真，结果表明，所构建的评价模型拥有较好的泛化能力，能够对上市白色家电制造企业展开有效的评价。景琦（2017）^[29]对传媒业上市公司的财务目标进行了系统的分析，利用 AHP 方法，对众多的传媒业上市公司的财务业绩进行了评估，并建立了一套评估指标体系。以 34 个传媒行业上市公司为例，进行了财务业绩综合排名和规模收益情况的综合评价，并对其进行了检验。陈一君（2020）^[30]等人以 BSC 和熵权为基础，通过对 TOPSIS 模型的修正，建立了一套白酒公司的业绩评价指标体系。通过对这些因

素的分析，发现在对白酒公司业绩进行评估的各个因素中，营业净利率、科研人员率、质量达标率三个因素的作用是最大的。李华晶（2017）^[31]以 70 家我国新能源上市公司为例，从绿色投入与产出视角，建立了一套评估我国新能源上市公司绿色技术创新绩效的指标体系，并应用 DEA 模型，对 2013-2015 年我国新能源上市公司的绿色技术创新绩效进行了实证分析。Feng B（2020）^[32]等人构建了一个基于 AHP 方法的指标体系，对高新技术产业的核心技术能力进行分析。从而得出高新技术产业的核心技术能力对企业可持续竞争优势的影响。

2.2.3 关于绿色转型对企业绩效影响的研究

大部分国内外学者认为绿色转型对企业绩效具有正面影响。Tang（2018）^[33]等人通过研究发现，绿色产品创新可以充分挖掘资源利用的盲区，拓展企业的发展渠道，而绿色流程创新可以降低企业的运营成本和规制力度，从而提高公司的转型绩效。Li（2016）^[34]等从 256 家中国高科技公司收集的调查数据发现积极采取环境战略可以提升绩效和价值。李维安（2019）^[35]从工业企业的角度得出结论：虽然在短期内企业的绿色转型活动不会给企业带来明显的利润增长，但绿色活动会给企业带来长期的效益。因此，要在市场上建立完善的绿色活动投融资渠道，促进绿色金融的健康发展，推动企业个体发展与自然关系的和谐。这将使企业有效控制资源的浪费，减少环境污染。任相伟（2020）^[36]用程序化扎根理论，采集 20 个典型案例的数据资料，挖掘企业绿色转型前置动因和后效路径。研究发现，在多个层面上，企业的绿色转型对财务、环境和发展绩效都有正向的影响。聂雷（2022）^[37]等人运用主成份分析方法，测算 114 个资源型地级市的绿色转型绩效，并运用 Dagum 检验各类城市之间的绿色转型绩效差异，并探讨其成因。结果表明：绩效的高低主要是经济转型和社会转型带来的，环境转型绩效存在较大的提升空间。

但部分学者也认为当企业进行绿色转型时，需要面临巨大的资金压力和成本投入，并且转型的效果难以在短期见效。Zhang 和 Du（2020）^[38]等通过研究发现中国的环境监管政策在短期内对企业全要素生产率和 ROA 产生了负面影响，以及在高污染企业中，表现不佳的企业更有可能退出市场。He（2020）^[39]等人指出，“波特假说”并不能在中国的制造业中被证明是成立的，而且环保法规常常导致制造业的财务绩效下降。Petroni G（2019）^[40]等认为：如果环境监管强度较大，企业面临的制度压力就会过大，导致生产成本提高，经济收益降低。这就阻碍了绿色转型绩效的改善。在成本制约作用下，企业倾向于“遵循成本”，管理者不得不放弃具有较高不确定性和风险性的绿色转型行为。

2.2.4 文献评述

通过对国内外的文献进行回顾和梳理可以发现，近年来越来越多的公司认识到绿色转型的重要性，开始探索绿色转型的战略，但绿色转型的提出到其反映在企业绩效上的时间较长。一方面，国内学者运用综合指标研究绿色转型对企业绩效影响的文献较少，而且关于绿色转型对企业绩效的影响没有一个统一的定论，得出的结果不可避免的存在一定的局限性。虽然国外相关的文献较为丰富，但由于我国经济制度有其自身的特点，所以在实践中会有所不同。另一方面，我国关于绿色转型对企业绩效的影响大多是从理论层面上分析，采取案例分析的研究不多，而且不同行业绿色转型的特征和采取的措施不同，研究乳制品行业绿色转型的文章不多。综上所述，本文以伊利股份为例，探讨其绿色转型及其对经营业绩的影响，以期为我国其它乳制品企业的绿色转型提供借鉴。

第 3 章 乳制品行业发展现状及案例公司介绍

3.1 行业概况

3.1.1 乳制品行业发展现状

根据国家统计局发布的《中国统计年鉴 2021》，2015 年至 2010 年，中国人均乳制品消费总体上呈现波动上升的趋势。乳制品是全球消费者的健康和优质营养来源。随着产品和技术的不断创新以及与健康生活方式的融合，乳制品品类不断丰富和扩大，在吸引更多消费者的同时，也为每一位消费者提供了具有不同健康和营养功能的专业乳制品，乳制品行业在现在和未来都具有长远的发展前景。

（1）全球乳制品行业碳排放风险情况

国际农业和贸易政策研究所 2020 年的报告指出，乳制品行业是温室气体排放增长的主要因素之一。报告显示，2017 年，全球十三家最大的乳制品公司排放了超过 3.38 亿吨的温室气体，已经超过了全球两大化石燃料排放者澳大利亚采矿、石油和天然气巨头必和必拓以及美国石油公司康菲石油的排放量。尽管各国政府在 2015 年签署了《巴黎协定》，承诺控制碳排放，但这 13 家公司的总排放量在 2015 年至 2017 年期间增加了 11%，增加了 3230 万吨温室气体。

作为乳品链的重要组成部分，牛羊养殖业也是温室气体排放的重要来源。根据世界资源研究所在 2020 年发表的一份报告，农业占全球二氧化碳排放量的 18.4%，其中 31.5% 的农业排放量和 5.8% 的总排放量来自畜牧业和粪便。畜牧业生产的温室气体排放通常高于作物生产，每生产一公斤牛奶就会排放约 0.8-2.4 公斤二氧化碳。Arla 的报告显示，原奶产生的碳排放主要来自六个渠道：奶牛消化占 46%，奶牛饲料占 37%，粪便管理占 9%，能源生产和使用占 5%。

（2）国内乳制品发展情况

根据国家奶业振兴战略，中国的乳制品生产总量和生产技术已经达到世界水平，但由于中国人口众多，人均年乳制品消费量不足 25 公斤（根据国家统计局的数据折算为牛奶量，以下人均消费量指牛奶量），远远低于世界平均水平 113 公斤（经济合作与发展组织公布）。中国的乳制品年人均消费量远仅相当于欧洲和美国人均年消费量 220 公斤的 1/10，我国乳品行业有很大的改进空间。

国务院发布的《国家营养计划（2017-2030 年）》和国家卫生健康委员会发布的营

养指南都指出：乳制品是平衡膳食和增强体质的必需品。鼓励人们多消费牛奶和各种乳制品。随着国人健康意识的增强，乳制品将继续成为城乡居民的重要主食，对乳制品的需求将进一步解放。乳制品的选择也将更加丰富和专业化，国内乳制品市场的消费数量将继续增长。

中国的乳制品市场在 2005 年达到 1000 亿，此后一直保持快速增长，2005-2015 年十年间的复合增长率为 13.91%。2015 年后，由于销售增长放缓，原奶价格持续下跌，行业增长转为个位数，但在 2019 年，乳制品零售市场总额超过 4000 亿元，2021 年达到 4714.2 亿元。从产量来看，2021 年全国牛奶产量占总量的 37.78%。

在产量方面，2021 年全国牛奶产量为 3778 万吨，比上年增长约 7%，但人均原奶产量非常有限。2021 年，我国人均牛奶消费量为 14.4 公斤，比上年增长 10.6%，但仍低于英国、美国和欧盟的人均消费水平，市场饱和度低。中国的牛奶消费以液态奶为主。2022 年上半年，反复发生的疫情导致物流中断，销售放缓，使常温奶增速放缓，而低温奶负增长，乳制品企业面临产品短缺的问题，乳品消费增长陷入停滞。

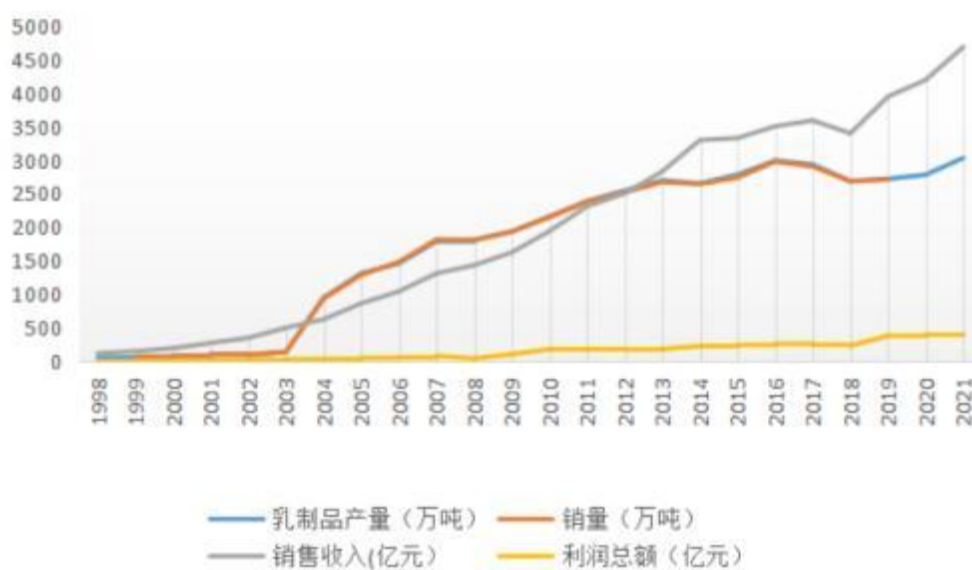


图 3-1 中国乳制品发展状况^①

3.1.2 乳制品行业绿色转型现状

(1) 积极响应碳中和政策，促进可持续发展

2020 年 9 月，我国提出力争到 2030 年达到峰值，到 2060 年实现碳中和。这是基于中国有责任为建立以人类繁荣为基础的社会作出贡献的重要战略决策，也是实现可持续发展的基本要求。目前，中国的乳制品产量在逐年增加，产生的温室气体排放不容忽视。低碳发展无疑可以为高质量的奶业发展铺平道路。宁夏、云南、内蒙古等地

^① 来源：绿色金融国际研究院

的“十四五”规划相继出台，可以看出国家对食品工业环境友好型发展的高度重视。作为产业链最长的食品行业，乳业需要积极响应“碳中和”目标，加大对生物新技术和低碳技术的研发投入，监测碳排放，优化产业链，从源头上减少碳排放，实现节能减排的最终目标，实现可持续发展。

（2）推动全产业链的绿色转型和升级

中国乳制品工业协会多次倡议推动全产业链的绿色转型升级，按照碳中和的目标，推动绿色低碳可持续发展，鼓励企业采用绿色低碳可持续发展理念，制定可持续发展规划，推动乳制品行业低碳转型，塑造乳品企业良好形象。生产链的优化将帮助处于产业链起点的农民更好地管理牧场，提高每头奶牛的产奶效率，增加收入，同时降低奶牛场的生产成本；环保型包装材料的开发和使用将帮助企业在加工和生产中减少碳排放，吸引更多环保型消费者。目前，伊利、蒙牛等领先的乳品企业已经接受了低碳生产，成为行业转型的关键因素。未来，越来越多的乳品企业也将注重低碳发展，实现绿色转型的目标。这一趋势将成为行业发展的大趋势，行业内的企业需要顺应这一趋势，为企业争取新的增长点。此外，中国奶类碳足迹评估和减排方案等相关研究项目还为建立中国乳制品行业温室气体足迹模型、建造温室气体足迹评估数据库、评估每个奶牛场的温室气体足迹以及确定温室气体减排措施做出了贡献。该研究项目将为乳品行业的转型提供了绿色方向。

（3）注重企业 ESG 评级，获得可持续融资

ESG 是衡量乳品企业可持续性的重要指标，反映了企业在环境、社会责任和公司治理方面的整体表现。与传统的财务指标不同，ESG 更注重公司的可持续性和非财务表现的溢出效应。就乳品行业而言，ESG 关注的是整个产业链的碳排放、环保包装、产品安全和质量。除了国际公认的 ESG 评级系统外，中国正在开发本地的 ESG 评级，这直接影响到投资者对公司的关注和投资的动态。因此，良好的 ESG 评级将拓宽乳品企业的融资渠道，为其提供更多的可持续融资，以实现企业的优化和转型。

3.1.3 乳制品行业发展趋势

（1）优化产品结构

消费升级加上新疫情的影响改变了消费者的消费习惯和购买方式，加大了对高品质、健康和功能性产品的追求。为了适应新的消费趋势，乳品企业需要调动研发资源，推出新产品，结合更多的消费场景和需求研究，根据市场理念深入开发产品。在产品质量方面，确保从采购、生产加工、物流仓储、渠道和数字化等方面进行全程质量监控；在商品品质方面，在产业链的前端注重采购优质奶源，在产业链的末端的重点应放在推广绿色成分的市场推广和教育上。

（2）产品的高端化和功能化

随着消费者对高端产品和服务需求的增加，高端市场的创新将不断推进。乳品加工商创造了蛋白质含量更高、营养成分更丰富、奶源更好的高端产品，推出了新口味、新菌种和新添加剂，以满足消费者需求。例如，有机酸奶、A2 蛋白酸奶和优质低温酸奶相继问世，并增加了一系列功能和口味，以满足不同消费者的需求，同时针对特定消费场景，开拓市场空间。随着消费者个性化的需求不断增加，市场进入细分阶段，乳品企业根据特定人群进行细分，通过改进配方和工艺，为目标市场提供更多样化的产品。例如，针对减肥群体的瘦身代餐，以及适应儿童和老年人肠道和身体的消化性产品，都体现了个性化需求而非大众需求。由于传统乳制品处于瓶颈期，高品质和功能化将成为该行业创新和增长的重要方向。

（3）市场竞争加剧，行业集中度提高

优质乳制品的发展带动了国内和国际品牌的直接竞争。国内品牌在技术创新的基础上加快新产品的推出，在高端市场继续扩张；国外品牌凭借成熟的产品能力和强大的品牌优势，在本土一二线市场继续发力，并向三四线市场渗透，国内外品牌竞争激烈。未来，随着中美贸易协定的签署，大量的国外成品和新产品将以较低的价格进入中国市场，市场竞争将进一步加剧。

传统乳制品的增长速度放缓，市场处于存量竞争的阶段。一方面，龙头企业凭借更多的资源和规模效应，将进一步提高市场份额。另一方面，蒙牛、伊利、飞鹤等龙头企业为寻求新的增长点，纷纷进入细分市场，与网红和中小品牌抢占市场，使细分市场竞争更加激烈，加速了部分效益不高的中小企业的退出。

龙头品牌进行市场下沉，而区域性乳品企业面临竞争。为了保持稳定的收入和利润增长，龙头企业非常关注任何市场增长，并计划将在未来增加其定位和投资，而区域性乳品企业则面临来自龙头企业的挑战。龙头企业拥有更强大的营销资源、市场扩张机会和品牌知名度优势，而区域性乳品企业在创新、灵活性和本地市场知识方面也有重要优势。区域性乳品企业和龙头企业之间的竞争不可避免。

（4）数字营销发展迅速

乳品行业新产品上市的成功与否和不同产品获得的市场份额多少在很大程度上取决于终端产品渠道的支持。然而，现阶段终端门店倾向于选择相对可靠的老牌畅销品牌作为主要推荐产品，很少将全部精力投入到推广一个新产品或其他产品上。这种情况在后疫情时代更为突出，因为线下终端店的生存成本有所增加。用户在微博、抖音、B 站小红书等社交媒体上花费的时间越来越多的同时，乳品企业也开始在社交媒体平台上投入越来越多的精力，通过在微博上发布宣传信息、制造话题，吸引消费者关注，传播信息；在抖音、快手、小红书、B 站等平台上发布创意短视频，与 KOL 联合发布种草笔记，完成消费者渗透，提升消费者认知。进入直播领域，与李佳琪等主播合作促进转化，实现产品性能的协同发展。

随着品牌信息传播和消费者参与以网络为主，消费者对网络渠道的信任度不断提高，数字营销方式将成为一种催化剂。未来，越来越多的实体店转移到网上进行营销，短视频、直播等数字营销方式将有助于乳制品的推广和市场拓展。

3.2 案例选取

第一，本文选取伊利乳业作为研究对象的主要原因是乳制品行业的巨大产量在未来温室气体上会造成进一步的环保压力，这就需要企业进行提前的布局，而伊利股份作为乳制品行业中的龙头企业，其绿色转型的意义重大，对同行业绿色转型具有借鉴意义。

第二，企业的绿色转型和转型带来的影响具有滞后性。而伊利股份早在 2007 年就提出了绿色发展相关的理念，并在绿色转型的道路不断进行探索。伊利股份进行了 12 年的碳盘查工作，是国内首个进行此项工作的公司。在同行业案例中，伊利股份绿色转型较早，且做出了较多行动。

第三，由于企业数据应当具有长期性，而伊利股份成立较早，有利于观察绿色转型对企业绩效产生的影响。同时，伊利股份于 1996 年上市，其财务数据和非财务数据十分丰富，符合数据长期性的要求，相关资料也可以通过多渠道获取。

3.3 伊利股份简介

伊利集团总部位于内蒙古自治区呼和浩特市，是世界五大乳品公司之一，连续九年成为亚洲最大的乳品公司，收入增长超过百亿级。

伊利集团成立于 1993 年，是中国最大的乳品加工企业，产品品种丰富齐全。凭借一流的产品质量、领先的服务能力和全方位的可持续发展能力，伊利赢得了全球重大活动和比赛以及各级政府和社区的信任和认可。2017 年 8 月 30 日，伊利成为 2022 年北京冬奥会和残奥会的官方合作伙伴，也是中国唯一的同時服务于夏季和冬季奥运会的乳品企业。伊利也是世界经济论坛、博鳌亚洲论坛和世界互联网大会等重大峰会的合作伙伴。

根据伊利 2021 年年报，公司 2021 年实现总收入 1105.95 亿元，净利润 87.32 亿元，逆势实现高增长，印证了其核心业务的良好盈利能力，体现了发展潜力。在构建全球织网的战略下，伊利已经实现了在各个洲乳业发达地区的产业布局。伊利是奶制品行业的领军企业，其众多产品在国内一直保持着较高的市场占有率，在总营业额方面也是行业领先者，是全球乳业中的亚洲领先乳品公司。

9 月 7 日，2022 年中国民营企业 500 强名单公布，内蒙古伊利实业集团股份有限

公司以 2021 年营业额 1105.95 亿元位列第 76 位。该公司在 2022 年《财富》中国 500 强排行榜上排名第 124 位。

3.4 伊利股份绿色转型过程

2021 年 12 月 28 日，必维国际检验集团向伊利颁发了中国乳业首个碳中和认证，确认伊利在 2012 年实现了碳达峰的卓越表现。在《伊利集团零碳未来路线图》中，公司确定了在全生命周期内实施碳中和管理的计划，并分为三个阶段推动实施：到 2030 年建立绿色、低碳的商业模式，大幅提高能源效率；到 2040 年在全产业链绿色转型方面取得重大成果，组织层面的能源效率达到国际水平；到 2050 年，实现绿色低碳循环发展，建成清洁低碳、安全高效、运行优质的能源体系，全产业链能效达到国际先进水平。

多年来，伊利密切关注实现碳排放和碳中和的目标，把切实可行的减碳措施放在整个产业链上。2007 年，伊利集团董事长潘刚在首届达沃斯夏季论坛上提出了“绿色引领”这一建议，并在 2009 年转化为“绿色产业链战略”，倡导绿色生产、绿色消费和绿色发展。从 2010 年开始，伊利连续 12 年进行了全面的碳盘查，是行业内第一个进行碳盘查的企业。2017 年，伊利成立了可持续发展委员会，打造“标准+制度+实践”三位一体的可持续发展模式，进行绿色转型。该委员会由伊利董事长潘刚直接担任主席，指导伊利集团、各业务单元和工厂在产业链共赢、质量与创新、社会福祉、营养与健康四个关键领域的可持续发展绩效上紧密合作。2020 年 10 月 24 日，伊利在行业内率先承诺实现碳中和，响应国家“3060”双碳目标；2021 年，在行业内率先承诺实现碳中和，开始建设全国首个零碳五星级示范点。2022 年，伊利股份继续推进绿色转型，建立了中国食品行业第一个零碳工厂，中国第一款零碳牛奶被生产出来，而且中国乳制品行业最早的两家零碳工厂也在伊犁市建成。

2021 年 7 月 27 日，伊利被选为全球唯一加入联合国全球契约《企业碳中和行动计划》的农业食品企业；12 月 24 日，伊利股份被选为中国乳制品行业唯一加入联合国开发计划署在中国实现零碳企业可持续发展倡议的企业。联合国全球契约中国网络秘书长韩斌希望伊利能够积极分享其在可持续发展领域的经验和专业知识，共同推动全产业链的碳减排，为国家和全球的碳中和进程做出贡献。

在下一个战略周期，伊利作为行业领导者将围绕实现“1250”双碳目标，积极践行绿色可持续发展理念，引导产业链上下游企业走向碳卓越和碳中和，推动产业链共赢，实现社会价值领先。

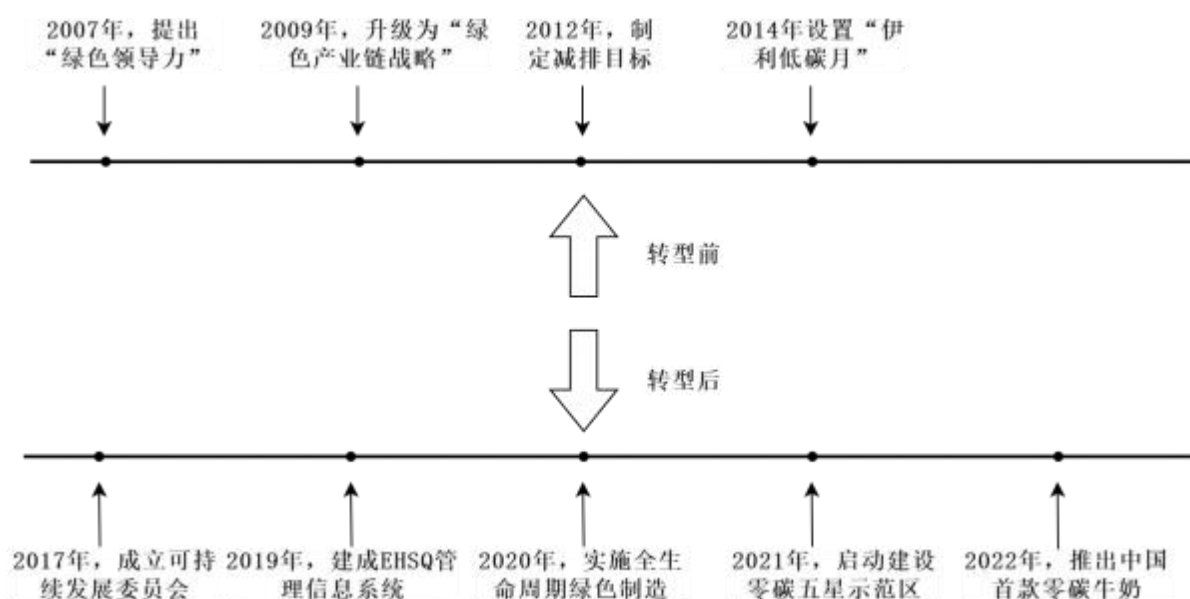


图 3-2 伊利股份绿色转型时间轴

3.5 伊利股份绿色转型的动因

3.5.1 政府政策支持

“十四五”规划和 2035 远景规划明确提出，加快推进绿色低碳发展，持续改善环境质量，提高生态系统质量和稳定性，从根本上提高资源利用效率。2020 年 9 月，国家提出到 2030 年力争实现峰值，到 2060 年实现碳中和。这是中国基于为构建人类共同繁荣作出贡献的责任，是实现可持续发展的内在要求而作出的重要战略决策。目前，中国的乳制品产量逐年增加，所产生的温室气体排放不容忽视。绿色转型无疑可以为高质量的乳业发展提供新的增长点。在宁夏、云南、内蒙古等地，“十四五”规划已经公布，其中体现了公共政策对食品加工行业发展的财政支持。作为产业链最长的食品加工行业，乳业需要积极响应“碳中和”目标，加大对新型生物技术和绿色低碳技术的研发投入，监测碳排放，优化产业链，从源头减少碳排放，实现节能减排和可持续发展的最终目标。2021 年，伊利股份新增的政府补助中包含多项绿色转型相关的项目。

表 3-1 2021 年伊利股份绿色项目新增政府补助情况

种类	金额（万元）
大数据信息平台建设项目	300.00
乳业技术专项科研资金	2699.91
国家乳业创新基地项目	10000.00

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/378025012124006024>