

## Elvis &amp; Kresse: Costing the Dream

## 埃尔维斯与克莱斯：“奢侈范儿”的社企

在英国,每年送到垃圾填埋场的废弃物超过 100 万吨。为这些废弃物找到其他用途,对于打造一个对地球和自然环境产生较小消极影响,并具备更强可持续发展能力的社会具有关键性意义。正是这个激励着克莱斯·韦斯林 (Kresse Wesling) 和詹姆斯·埃尔维斯·亨利特 (James Elvis Henrit) 创办了埃尔维斯与克莱斯 (Elvis & Kresse)。

## 爱上一根水管

克莱斯·韦斯林拥有风险投资行业工作背景,21 世纪初在香港工作时与詹姆斯·亨利特结识。2002 年,她在 24 岁时创办了一家名为生物用品 (Bio-Supplies) 的环保包装企业,希望以此尽可能减少废弃物,并降低客户对环境造成的影响。两年后,她又尝试了另外两个绿色商业项目。不过,最后大获成功的还是“埃尔维斯与克莱斯”。

韦斯林的灵感源自于一堂关于 ISO14001 (环境管理标准) 的课。在课上,她认识了一群来自伦敦消防队的人。在交谈中,他们跟她讲起了他们每年扔掉的消防水管,这些水管通过正常程序无法回收。在看过这些消防水管之后,韦斯林把一根 22 米长的水管带回自己位于伦敦的公寓,并询问她的合作伙伴可以怎么处理这种水管。起初,他们试图把消防水管用作屋顶材料,但是失败了,后来又尝试用它制作家具和圣诞装饰品。直到有一天亨利特的腰带断了,他用消防水管给自己做了个替代品,于是“埃尔维斯与克莱斯”就这样应运而生。

他们发现,消防水管是一种异常耐用和 (经过彻底清洗、切割、拼接和缝制之后) 美观的材料,非常适合制作奢侈品。从腰带开始,他们不但制作了一系列奢侈品 (如腰带、手提包、手提箱和链扣等),还采用了更广泛的工业废弃物,比如装咖啡豆的布袋、帆布、降落伞绸以及旧的办公家具。

韦斯林认为,她在这一领域的积极性和热忱一部分可以归功于她在加拿大长大这一事实:

“在加拿大长大,就意味着你接受了良好的环境教育。例如,我这一代人从不会乱丢垃圾。我知道,这不过是一桩小事而已,但就是一件小事,能让我们最终成就一番大的事业。”这种责任感在她身上也得到了体现:“我能解决这个 (废弃物) 问题。因为有能力,也有义务这么做。”这意味着,“埃尔维斯与克莱斯”不仅有着明确的环境底线,而且还有其社会底线:他们的产品是由当地一家“二度就业”工厂 (雇用有学习障碍的人或其他残疾人的工厂) 与其合作生产的。从消防水管开始,他们着手建立一家拥有真正意义上的“三重底线”的企业,即:同时以盈利、员工及环境为底线。

## 打造奢侈品社企

实施阶段伊始,“埃尔维斯与克莱斯”就迅速证明了自己的市场。成立仅仅几天后,“地球现场”的组织者就要求它在三周内生产 500 条腰带。“埃尔维斯与克莱斯”虽以消防水管起家,但他们迅速意识到,其他材料也可以加以类似地再利用。总体而言,企业的业务模式就是对需要回收利用的材料加以再利用:产品的设计以及适销市场取决于可以利用的废弃物。

紧随消防水管之后,另一个范例就是装咖啡豆用的袋子。“埃尔维斯与克莱斯”从咖啡直达 (Café Direct)、咖世家咖啡 (Costa Coffee)、联盟手烤咖啡 (Union Hand Roasted)、马休·阿尔吉 (Matthew Algie)、贝蒂与泰勒 (Betty's and Taylors) 等组织收集咖啡袋,并将这些袋子改造为购物袋和电脑包等产品。

“埃尔维斯与克莱斯”将所有产品销售利润的 50% 捐赠给慈善事业。重要的是,这些接受捐赠的慈善机构都以某种方式与制作这些产品的废弃材料有关。例如:和消防水管有关的是英国的消防员慈善团体 (Fire Fighters Charity); 和咖啡袋有关的则是为咖啡豆种植者提供支持的咖世家咖啡基金会。慈善捐赠不仅提升了该企业的社会影响力,而且也符合良好的商业意



埃尔维斯在缝纫机前加工腰带

识:为消费者购买该企业的产品提供了又一个有力的原因,同时还能确保那些提供原材料的机构能够作为利益相关者持续关注这方面的业务联系,并保持各自的积极性。在慈善捐赠的推动下,“埃尔维斯与克莱斯”与外部机构建立了稳固的关系,并在企业周围营造出一种真正的社群氛围。同时,它还能使企业家对收益保持持续关注。正如韦斯林所说:“这是我们所作过的最佳决定。捐赠使我们能够集中精力确保企业的健康运行。如果我们不能盈利,不但企业要关门,我们也不能像现在这样对社会产生影响。”

目前,该企业采用的原材料大约有 10 种废弃材料,包括报废的消防水管、废弃的咖啡袋、茶叶袋、废弃帆布、旧空中交通管制飞行进程单、闭孔泡沫、硬纸板、集装架、降落伞绸和办公家具纺织品。产品的包装也是经过回收和再利用处理的废弃物;产品标签打印在旧鞋盒的行尾标签上,带子用咖啡袋的麻线制作,盛放链扣和腰带的小袋子所采用的原材料,则是帆布或者废茶叶袋。

这家社会企业完全依靠自身的营业收入运营,产品已打入包括哈罗德百货公司在内的一系列分销商店。此外,它还实施了一个由一系列艺术家参与的子项目,项目的产品被拿到伦敦的塞尔福里奇百货公司出售。该企业最近开发的 iPad 包被摆进了英国苹果商店的柜台,这对于一家社会企业来说是绝无仅有之事。

## 可持续性的全面嵌入

“埃尔维斯与克莱斯”产品的一个与众不同之处,就是其在不同阶段都可以产生影响。在最初的原材料选取阶段,该企业通过不让废弃物经过垃圾填埋场处理来产生积极的环境影响:在

他们的努力下,已经有超过 165 吨的废弃物没有被填埋。接下来,在制造阶段,他们为那些劳动力市场中的弱势群体提供了工作,这些员工可以在位于住处附近的“二度就业”工厂利用旧麻袋制作包装材料 (他们还坚持使用不含化学成分的材料清洗待用的原材料)。在第三个阶段,他们正在提高消费者在材料的回收和升级改造方面的意识。最后,在产品卖出以后,他们把利润的 50% 捐给一系列慈善机构。

例如,2010 年,该企业向消防员慈善团体捐赠了超过 3,000 英镑的善款,又用咖啡袋制作的购物袋所赚的钱向支持咖啡豆种植者的项目提供了 6,000 英镑的援助。此外,该企业还在尼加拉瓜修建了一个生活用水过滤系统,并在危地马拉建造住所、厨房和盥洗室。

该企业在提升公众意识方面所产生的影响同样不容低估。世界各地的媒体对“埃尔维斯与克莱斯”进行了广泛的报道,其中包括卡梅隆·迪亚兹 (Cameron Diaz) 系着他们的腰带为《Vogue》杂志美国版拍摄封面,英国各主流报纸杂志的大量报道以及道德和环境媒体不计其数的专题报道。所有这些报道都有助于提升大众市场对这一问题的意识,同时也为向相同的受众销售相关产品起到推广作用。

“埃尔维斯与克莱斯”的发展历程有某些有趣的地方值得其他社会企业家学习借鉴。首先,伙伴关系对于一个企业能否取得成功发挥着至关重要的作用。韦斯林非常清楚,她是一个理想主义者、沟通者、倡导者和废弃物寻找者,而亨利特则是一个实用主义者和制造商,是帮助她把梦想转化为真实产品的人。企业在成长过程中显然从这一技能组合中获益匪浅。正如韦斯林自己所说:“詹姆斯是设计师,他有人力和物流能力。我负责寻

找废弃物,套上长统胶靴在垃圾填埋场四处翻找废弃物就是我度过一天的理想方式。”

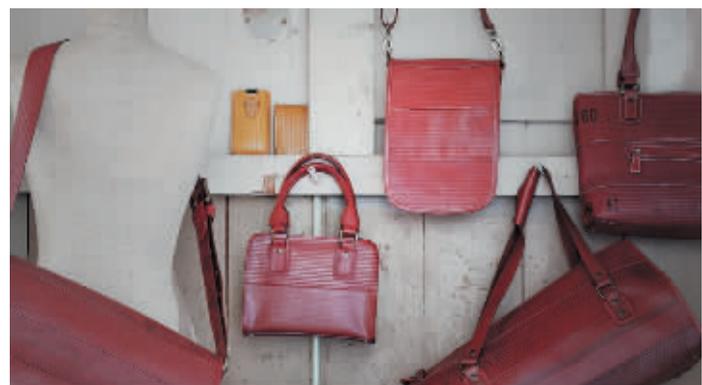
该企业还展现出了机构如何才能在全过程中都产生影响:从寻找材料、雇用员工到倡导理念,再到利润处置。将社会和环境改变嵌入供应链是确保实现三重底线企业的一种方式。

最后,在任何市场中,质量都是关键,时尚奢侈品行业尤其如此。最终,无论背景故事多么暖人心扉,无论能够产生何种程度的环境影响,如果一个产品制作或者包装拙劣,或者客户服务水平低下,那么这个产品就不可能获得成功。每个企业,包括社会企业在内,都必须把质量视为重中之重。

“埃尔维斯与克莱斯”是一家鼓舞人心的企业,在多个层面上产生着积极的影响,这让它在社会企业的世界中处于一个相对特殊的位置。起初在处理废物方面的单纯的激情最终发展成为一项事业,而这项事业又改变了咖啡豆种植者的生活,为消防队节省了资金,同时还有针对性地推动了公众意识的提升。与此同时,它还促使形成了这样一种观念:“可持续性奢侈”,并证明了将高质量的设计和技艺在保持绿色环保的情况下融为一体是可能的。

未来,最佳的产品将是那些耐用、具有可持续性、制作方式合乎道德、看上去美观大方同时又能购买者带来绝佳体验的产品。从这个意义上讲,“埃尔维斯与克莱斯”无疑是探索未来时尚零售业模式的先驱。正如韦斯林所说:“只有最好的产品才能真正激励人们去改变他们与废弃物之间的关系。”对她而言,改变公众与废弃物之间的关系就是这家企业存在的全部意义。

(据英国驻华使领馆文化教育处)



消防水管变时尚手袋,这重新定义了奢侈品行业