

给生活添点“绿色”

本报记者 郭静原

网购业不能“野蛮生长”

常理

一年一度的“6·18购物节”刚刚落下帷幕,相信不少消费者在“剁手”“血拼”之后,都买到了自己心仪的商品。近年来,伴随着网购业的迅速壮大,我国已成为世界上网购人数最多、市场规模最大的国家。据国家统计局数据显示,2020年我国网络购物市场规模达到11.76万亿元。在此背景下,各大电商平台推出的“网络狂欢购物节”层出不穷,吊足了消费者的胃口。

网购业的蓬勃发展自然是件好事,但也不能无序扩张。当前网购业出现的一些现状不禁让人捏了一把汗:一方面,由于很多商品价格低廉,消费者用起来并不珍惜,浪费现象十分严重。另一方面,海量的网购商品也带来了海量的快递包装垃圾,给资源环境造成了负担。据统计显示,2018年,全国快递业共消耗塑料袋约245亿个、包装箱约143亿个、胶带约430亿米。

在绿色发展的大背景下,网购业也不能走“野蛮生长”的路子,无论是政府相关部门、企业,还是消费者,都应秉承绿色发展、绿色消费的理念,不能让网购成为资源环境恶化的“推手”。

生产端要加快绿色转型。要从产品研发、设计、生产等环节入手,积极使用可降解的环保材料,降低生产过程中的碳排放量,多生产绿色、环保、耐用的商品,不走低价低品质恶性竞争的路子,让绿色生产与绿色消费实现良性循环。

销售端要注重绿色引导。各商家、电商平台要积极引导消费者购买绿色商品,倡导以旧换新、维修升级,鼓励适度、理性消费,不让铺张浪费之风盛行。

在消费端,消费者要树立绿色消费、低碳消费的现代消费意识。

此外,相关主管部门要建立健全与绿色消费相关的政策法规,在全社会范围内营造绿色消费的制度环境。帮助企业升级改造,推动绿色发展;完善绿色产品认证和标识制度,提高绿色商品的准入门槛,创新监管手段;鼓励电商企业积极开展网购商品包装物减量化和再利用等。

市场瞭望

图① 茫茫竹海中的莫干山卧丘山居民宿倡导践行低碳理念,每年吸引大量游客。 俞思衍摄(中经视觉)

图② 河北省秦皇岛市抚宁区食正源蔬菜种植专业合作社社员将刚采摘的无公害绿色黄瓜装箱。 新华社记者 杨世尧摄

“买买买”的时候,你会在意购物车里的商品是否“绿色”吗?日常生活中,你又能否坚持践行可持续生活方式?在绿色发展、可持续发展理念深入人心的今天,绿色消费已蔚然成风,影响并改变着我们每一个人。

添置新衣,越来越多人偏爱环境友好型面料;选购食品,“有机”身份备受顾客青睐;居家生活,节能环保家电渐成首选;买车代步,新能源与共享出行早已是高频词汇……如今,适度节约、绿色低碳、文明健康的现代生活方式和消费模式正在走进人们衣食住行的方方面面。

绿色驱动 买得放心

又到周末,家住江西南昌红谷滩区的江玉芬又来到附近的山姆超市选购食品,一款注明可追溯源头的有机亚麻籽油吸引了她的注意,在认真检查有机标识和扫描二维码了解产品生产地信息后,她一口气买了5瓶。“不只是食用油,果蔬、鸡蛋、大米……只要是吃的,我都认准‘有机’,毕竟家里有老人还有孩子,买东西的时候除了看生产日期,还要保证品质,这样才能吃得放心。”江玉芬说。

近年来,特别是新冠肺炎疫情带来的一场消费认知变革,让越来越多人展现出重视健康安全生活的消费诉求,各种打上“绿色”“有机”标签的食品如雨后春笋般冒了出来,虽然价格比普通商品高一些,但依然受到消费者的青睐。

来自盒马鲜生的数据显示,其围绕安心买菜、减脂瘦身两个核心场景,针对性推出的包含“0催熟、0抗生素、0人工激素、0化学农药”四大特点的“零”系列产品,2021年4月销售额同比2019年增长219%。“有68.2%的消费者选择有机食品的原因就是觉得健康,其次是安全、环保,目前有机食品市场的快速增长,正是消费者愿意为健康需求买单的结果。”北京盒马蔬菜采购负责人于渤说。

线上线下联动,也正为绿色消费市场注入新的活力。今年以来,各地积极发掘绿色优质农产品,主动对接电商平台的声势日渐浩大。于渤告诉记者,截至目前,盒马已在全国开辟45家有机菜基地,大力发展基地直采和订单农业,聚焦重点品类实现规模化种植,也解决了农户们的销路之忧,全年100多款瓜果蔬菜轮番上阵,让消费者一年四季都能买到价格实惠的有机产品。

在日益火爆的饮品市场,消费升级的最大驱动力来自于人们对品质生活和健康安全的追求,这种趋势给饮品行业带来了新的发展契机和增长动力,同时也为产品创新指明了方向。

从喜茶一款主打零糖、零脂的气泡水在薇娅直播间上架首日就创下30万瓶的销量战绩,到如今主打天然原料配方的各式手打柠檬茶红遍夏日街头……业内人士表示,茶饮健康化的同时也预示着市场未来将以“绿色”之名朝着高端路线发展,包括原料、服务、经营等方面都将得到全面提升,新式茶饮行业将开启全新蜕变。

优质供给 标准先行

蓝白色背景,中间依次用绿、黄、红彩色长条标注能效等级——相信很多消费者对于这张贴在家用电器

上的“中国能效标识”既熟悉又陌生。通过这张标签,消费者可以选择高效节能的家用电器,也可以倒逼生产厂家提高节能意识,研制节能环保产品。

我国是家用电器生产、消费和出口大国。“过去在家电市场,绿色还仅仅是一个概念,没有统一的标准与规范,因此市场上的绿色家电存在鱼龙混杂、良莠不齐的现象,而且绝大多数产品仅仅是因为具有某种功能就被冠以‘绿色’之名,有以偏概全之嫌。”中国质量认证中心华南实验室副总经理王长宝说。

近年来,随着相关法律法规的进一步完善,以及监管部门进一步加强产品质量监督检查和能效标识专项监督检查等,代表着节能环保、低碳、无污染、可回收利用并智能化的绿色家电渐成更新换代的重点和方向。王长宝认为,应把“绿色”作为未来家电企业发展的风向标,从研发到制造,从产品到服务,打通整个绿色低碳家电产业链,以严格的绿色低碳标准、全系列的绿色低碳产品、满意的绿色低碳服务,积极响应绿色低碳家电升级的号召。

绿色消费发展呈现良好态势,市场呼唤更加理性的监管体系和消费方式。“很多消费者在购物时并不知道什么是绿色产品。市场上缺乏以标准体系为基础建立起统一的绿色产品和服务评价机制。各类绿色产品销售的市场准入制度是什么?政府要参与管制、规范绿色消费市场,重视绿色产品和服务标准的研究制定,加强绿色产品与服务的信息披露,持续健全标识认证体系。”同济大学循环经济研究所所长杜欢政说。

杜欢政认为,绿色消费在很大程度上依托于市场的供需关系。增加优质绿色产品供给,同时积极引导居民践行绿色生活方式和消费模式,从主管部门到包装物生产厂家,从快递企业到网络商家再到普通消费者,从生产、销售、使用到回收再制造和监管,每个环节都缺一不可,绿色消费市场的形成需要共同协作、形成闭环效应,才能让绿色点亮生活新风尚。

举手小事 也能怡情

从认清绿色产品标识到崇尚绿色消费理念再到践行绿色生活方式,仅靠“买买买”就能完成吗?生态环境部环境与经济政策研究中心发布的《公民生态环境行为调查报告(2020年)》指出,93.3%的受访者表示践行绿色消费对保护生态环境很重要,但只有57.6%的受访者认为自己在绿色消费方面做得比较好。

一方面,企业“漂绿”、含糊其辞等事件频繁出现在大众视野,消费者对绿色市场的信任也在一点点被蚕

食,很可能对可持续发展活动望而却步;另一方面,消费者感知效力低、动力不足,也会存在“言行不一”,对环保的关注程度和对可持续产品的消费意愿尚难以完全转化为行动力。

倡导绿色消费,可以从为存量“减负”着手。家住北京市朝阳区双井街道的“90后”姑娘李莹,最近热衷向朋友们推荐一款微信小程序——多抓鱼。卖旧书时,在标价环节只要扫一扫就能知道书籍的相应估价,且所有闲置书统一转手给平台,避免了细碎的分笔交易;卖旧衣物时,多抓鱼与顺丰合作,省去了自己叫快递的环节,并且在包装上用自行研发的可降解材料尽可能做到环保。“只需要手机扫一扫和开门投递两个简单的步骤,就能为可持续发展出一份力,太有成就感了!”李莹说。

越来越多的商家正尽可能简化消费者参与的步骤,丰富消费者的体验感,让绿色消费成为“举手小事”。二手3C回收平台爱回收可上门将新手机送出并同时回收旧手机。在此期间,还协助用户完成新旧手机数据转移,为回收的旧手机进行信息深度清除,有效避免泄露用户隐私。

咖啡品牌三顿半的“返航计划”,主打长期空罐回收。平时喝完的空罐不要扔,可以带着它到分布在城市各个角落的“返航点”兑换新款咖啡或限定主题周边,包括盲盒、手机壳、卡包、钥匙扣等,虽然制作成本不高,但回收空罐即做到了环保,兑换的物质也极富创意。比如用10个大吨杯空罐,可兑换一枚由三顿半和海洋环保组织合作的亿角鲸公益徽章,让消费者的“返航”有了更多意义。

“‘返航’的过程远比兑换本身更值得回味!”这是参加过三顿半返航计划的消费者最深的感受。记者在采访中发现,不断充盈的新业态、新场景正在培养人们对绿色消费的有效践行。一旦“卷入”绿色消费的程度越高,就越有成就感、存在感,还会主动带动身边的人一起,成为绿色消费的忠实粉丝。



莫干山景区——

溪水清如镜 客栈电代煤

本报记者 柳文 通讯员 王力中

只排在中游。”拿到“排碳单”后,李哲民显得有些惊讶。

惊讶之余还有惊喜。李哲民发现,入住房间的用电耗量情况可实时在手机上查看,达到绿色环保区间就能领取“生态绿币”,进而享受住宿优惠。经工作人员提示,李哲民将入住期间的绿色用能消费行为兑换成了“真金白银”。同时,民宿业主也能清晰掌握房间能耗结构特征,结合入住情况,精准实行启停策略,达到省电目的。

据统计,基于智慧能耗监测系统的节能行为,平均每年可为该民宿节约用电1.5万多千瓦时,节省电费支出4.4万元。全电民宿实现“低碳入住”,民宿节约了用电,游客引领了新风尚。

从2017年开始,为响应国家节能减排号召,德清县莫干山镇在景区餐饮、住宿、交通等领域开展以电代煤、以电代油、以电代气工作,打造绿色“零排放”全电景区,既收获了旅游业发展的累累硕果,生态环境也进一步改善。“这里的溪水清澈如镜!”经常前往莫干山度假的游客汪光泽感叹道。

莫干山景区还将每年的10月23日定为民宿业的“生态日”。“这一天,民宿协会会员单位都将开展爱护生态环境宣传活动,并邀请入住游客加入活动。”莫干山民宿协会会长钱继良介绍,如今,活动被越来越多的人认可,每年这时,全国各地游客赶到莫干山,用行动践行低碳消费理念。

徜徉在莫干山的民宿间,门口、餐桌、墙壁上都张贴着“浪费可耻,节约光荣”的提示语,服务员会主动建议顾客适度点餐、合理搭配菜品。自去年6月起,莫干山镇民宿不再向住客提供一次性用品,对自带日用品的住客赠予伴手礼,以此将环保理念传递给每个游客。

在莫干山镇仙潭村,莫梵民宿的开办者沈蒋荣已经连续开了5家低碳客栈。“刚开张的这家,以年轻人消费为主,不仅销售绿色农副产品,还打造了简约风设计的空中平台,让游客安心品味下午茶、轻音乐。”沈蒋荣说,低碳理念持续驱动着莫干山民宿业转型升级,与民宿配套的文创产业也悄然兴起。

图③ 在北京大兴区西红门荟聚购物中心的爱回收线下门店,消费者正在询问手机回收流程。

本报记者 郭静原摄