

经济日报携手京东发布数据——

绿色消费点亮健康新生活

消费做引领 生产绿起来

孟 飞

网购平台数据显示,在“双11”购物节期间,挂着绿色、有机、低碳、节能等标签的产品销量持续增长,绿色节能的消费方式正被更多消费者所认可。在日渐增长的庞大消费市场引领下,在“双碳”目标要求下,生产端各个环节也要绿起来。

消费者对健康生活的追求,让企业重新检视产品生产过程的绿色。无论是无公害农产品、绿色食品和有机食品,还是带有“再生”“循环”“环境友好”等元素的快消品,都要求企业选择更加绿色的原材料和更加健康的生产工艺。此外,企业也要注意产品过度加工问题,减少不必要的处理,在降低生产成本的同时,促进生产方式绿色转型,更好迎合健康消费理念。

消费者对低碳生活的追求,让企业重新检视产品设计和功能的绿色。对于消费者来说,节能、节水等

产品不仅是一种低碳的生活方式,从产品全生命流程来看,也能降低使用成本。不过,低成本不是最重要的考量指标。企业还要在产品设计和功能优化上,考虑性能是否高效可靠,设计是否简洁合理,使用环境是否绿色。那些既符合低碳消费理念又能成为生活舒适性加分的产品,更容易获得消费者青睐。

以绿色消费倒逼绿色生产,从而实现绿色发展,是建设生态文明、实现可持续发展的重要途径。在这一过程中,企业只有在生产、包装、运输、经销等各环节和全产业链谋求绿色转型,适应消费市场最新变化,才能在发展中高人一筹。

说数

有机、节能、节水等产品普及度日益提升

有机产品助力减碳

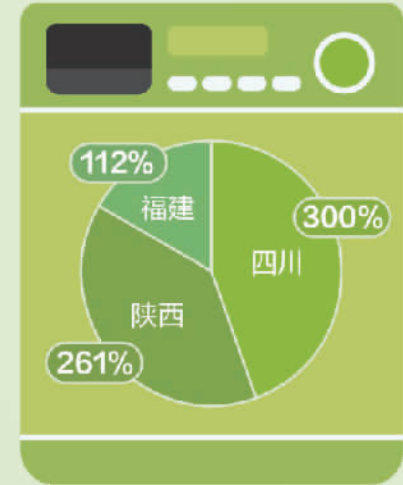
有机产品具有典型的对环境友好和利于农业可持续发展的特点



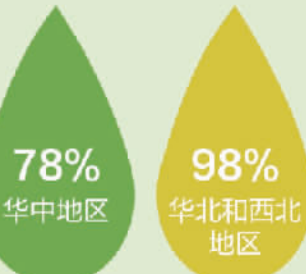
绿色减碳成主流生活方式

与大自然和谐共生重要消费理念

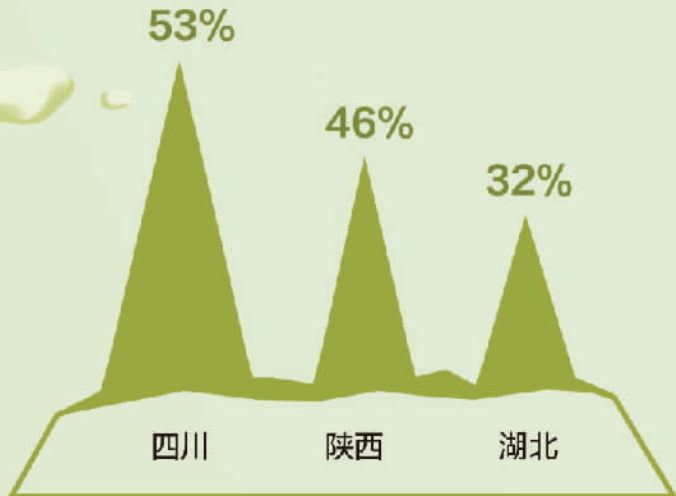
高效节能的空调、洗衣机销量增长最快地区集中在二至三线城市



坐便器用水占生活用水的10%
高效节水坐便器成为更多家庭的刚需



节能冰箱销量增长幅度大,广东遥遥领先



2020年,消费者买走的一级能效空调、冰箱、电视三大类家电

每年减少近200万吨的碳排放

今年“双11”京东物流累计使用循环包装达到1135万次

减少3400吨一次性垃圾

1.3万个品牌携手京东

推广使用4100万箱原发包装

消费者收到每个包裹平均可以减少

210克纸类包装材料

11克一次性塑料

25厘米胶带

“双11”期间一共售出

530万件有机产品

420多万件节能产品

55万件节水产品

包括

270万件家用电器

170多万件家装建材产品

4万多件厨具

数据周期: 10月20日至11月11日

最受消费者青睐的节能产品

最受消费者青睐的节水产品

新能源车2020年表现亮眼
意向购买用户数增长5倍
订单量同比增长18倍