

经济日报携手京东发布数据——

# 循环经济串起绿色产业链

## 以旧换新不只拉动消费

下，我国资源利用效率显著提升，再生资源对原生资源的替代比例持续提高，旧物回收、以旧换新成为新蓝海，相关行业迎来快速发展的黄金期。

有趣的是，调研数据显示，大部分消费者虽然还没有“完整了解”环保、绿色等内涵与范畴，但却早已开始实践绿色环保的消费行为，这主要是通过使用各平台以旧换新服务实现的。可以说，以旧换新不仅是一种拉动消费升级的手段，还引领了绿色消费观念的形成，并由此衍生出“循环供应链”概念。

从用户端来看，年轻一代能够更快地接受循环经济模式。随着年轻人消费能力持续增强，绿色环保消费理念加速普及，循环经济发展壮大的底气更足了。

除了用户端，企业端也通过多种形式推动循环经济快速发展。例如，在手机回收领域，相关企业通过更便捷的服务和更实惠的价格，吸引了大量消费者关注，推动了绿色消费理念在3C消费生态中生根发芽。接下来，相关企业要通过提升品质、保护隐私、完善标准、增强保障等方式，助力更广泛的消费群体接受循环经济理念，进而推动整个行业进入可持续发展模式。

同时，我们也要深刻认识到，实现更加“有责任地”绿色生产和消费，不能单纯依靠消费者自我认知和约束来实现，还需要制造商、流通商、零售商、科技企业及行业协会等在供给侧形成合力，从而实现多维度、多领域协同发展。

相信在多方努力下，我们一定能实现绿色低碳循环发展的总体目标。“旧物”不再是“废物”，而是重新进入新的生命周期，完成“从摇篮到摇篮”的进化，使得整个经济体系实现循环往复、生生不息。

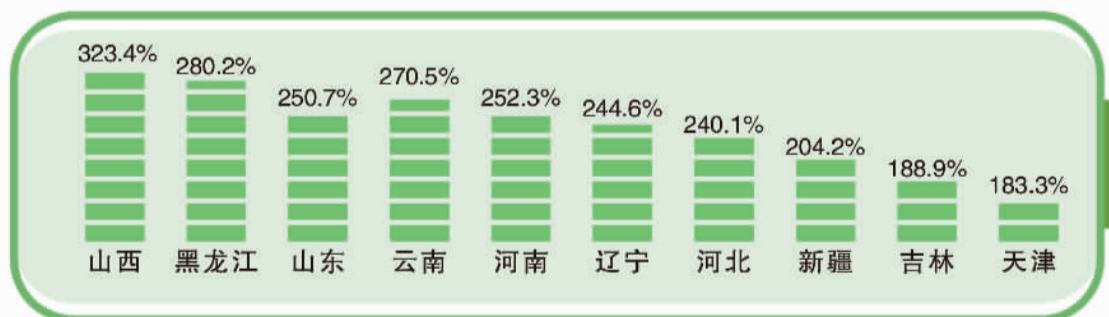
(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

### 说数

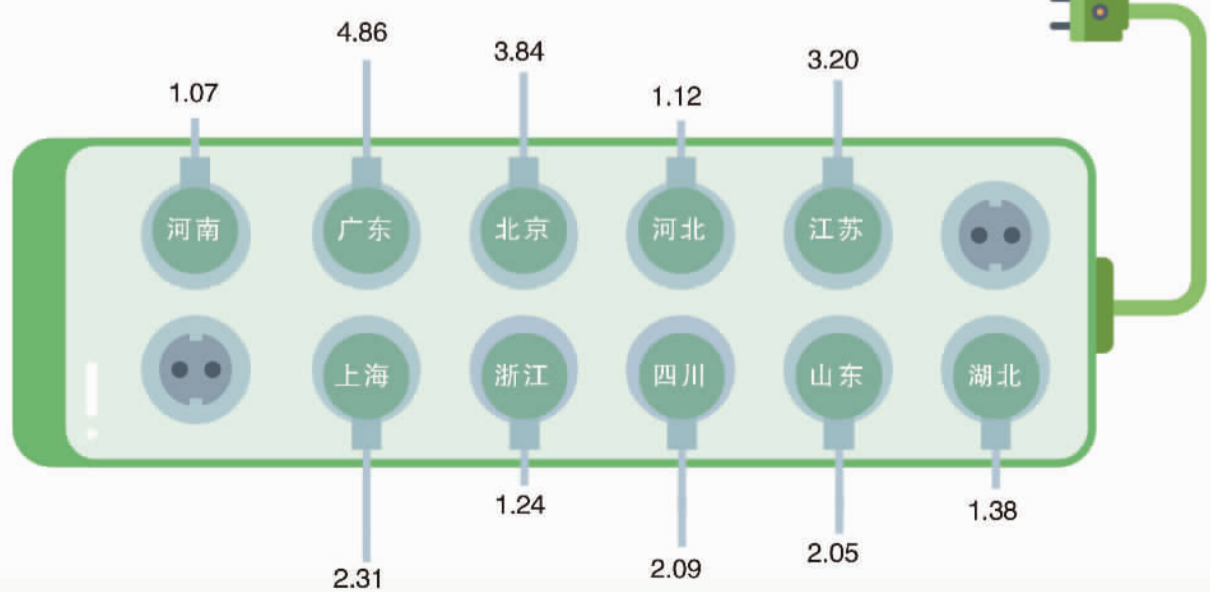
### 循环经济已成共识

8月上半月，家电以旧换新环比成交额增长130%

▼ 家电以旧换新成交额增长最快的省份及增长率



▼ 家电以旧换新成交额占比最高的省份及指数



合规回收交易是近年来二手市场增长的亮点，并在一定程度上加速了“可持续”认知的普及，改变了传统的“资源—产品—废弃物”的单向线性经济。接下来，回收平台需注意增强回收体系的便捷性，并搭建相应的检测系统，保证具有二次使用价值的回收物品在清除隐私后，以合理的价格进入二手市场。

消费者对环境保护认知度及隐私保护意识的提升，使得他们对旧物回收、以旧换新等服务提出了更高要求。相关平台应加快打造类型多样、方便高效、形式灵活的以旧换新服务，在进一步完善数据迁移、隐私清除、面对面回收等增值服务的同时，持续传播绿色消费理念，推动绿色生活方式转变。

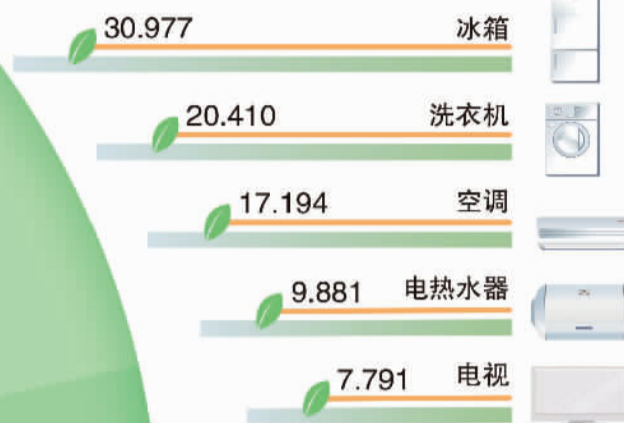


### 绿色低碳变废为宝

畅通电器电子产品回收渠道，大力发展循环经济，不仅能培育绿色消费理念，还有利于“双碳”目标实现

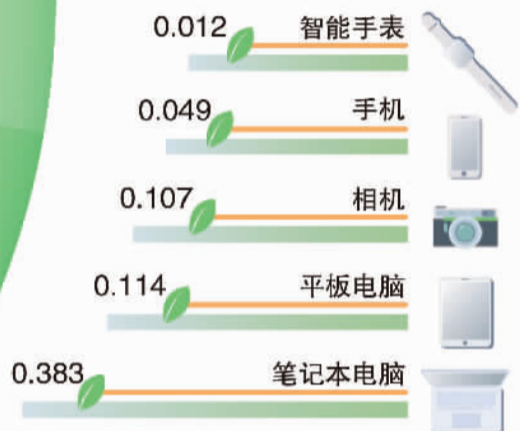
主要家电产品回收减排量

单位: kgCO<sub>2</sub>/台

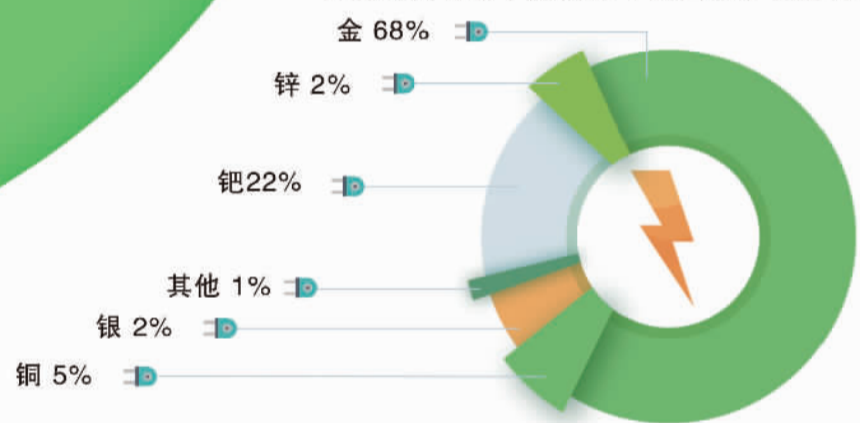


主要电子产品以旧换新减排量

单位: kgCO<sub>2</sub>/台



各类金属在电子废弃物中的回收价值占比



### 买新不如换新

越来越多消费者通过以旧换新，成为绿色生活参与者倡导者，并有力推动行业升级

2022年上半年:

▶ 京东电器通过以旧换新推动超26.2万吨碳减排

▼ 回收电器减少的碳排放

超6.2万吨

▼ 换新的一级能效空调、冰箱、电视、洗衣机、热水器五大类家电减少的碳排放

每年超20万吨

26.2万吨碳减排



今年“618”期间



更多内容 扫码观看