



绿色低碳消费 项目简报

第二期，2022年二季度



绿色低碳消费项目简报

宏观政策 | 城市行动 | 行业声量

能源基金会低碳城市项目组

能源基金会是在美国加利福尼亚州注册的专业性非营利公益慈善组织，我们的愿景是通过推进可持续能源促进中国和世界的繁荣发展和气候安全。作为再捐资者、协调推进者和战略建议者，我们致力于通过推动能源转型和优化经济结构，促进中国和世界完成气候中和，达到世界领先标准的空气质量，落实人人享有用能权利，实现绿色经济增长。



宏观政策

对近期国家和相关部委发布的绿色低碳消费相关政策和话题进行梳理

6月，生态环境部、国家发展改革委等七部门印发《减污降碳协同增效实施方案》，在“加强源头防控”中重点提到“加快形成绿色生活方式”。具体内容包括：扩大绿色低碳产品供给和消费，加快推进构建统一的绿色产品认证与标识体系，完善绿色产品推广机制；开展绿色社区等建设，深入开展全社会反对浪费行动；推广绿色包装，推动包装印刷减量化，减少印刷面积和颜色种类；引导公众优先选择公共交通、自行车和步行等绿色低碳出行方式；发挥公共机构特别是党政机关节能减排引领示范作用；探索建立“碳普惠”等公众参与机制等。

6月，交通运输部、国家铁路局、中国民用航空局、国家邮政局发布“贯彻落实《中共中央 国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》的实施意见”，重点提出“积极引导低碳出行”，包括全面推进国家公交都市建设与积极开展绿色出行创建行动。具体包括优先发展公共交通，大力提升公共交通服务质量。推动自行车、步行等城市慢行系统发展，大力培育绿色出行文化等。

我们的解读

随着国家面向双碳目标的“1+N”政策体系逐步完善，各领域与绿色低碳生活方式，绿色消费相关的政策相继出台。绿色出行、绿色物流、绿色包装、绿色标识体系、绿色社区建设等工作方向逐步清晰。但整体而言，政策文件仍缺少量化目标。由于绿色生活方式与消费场景的庞杂，涉及到衣食住行用众多利益相关方和上下游产业链与多个主管部门，政策文件指明工作方向后如何的落地执行就尤为重要。如何以较低的成本（包括资金成本、时间成本和制度建设成本等），快速推动领域内相关方行动起来，并给予相应的低碳贡献认可，将会是一个关键议题。

城市行动

对近期地方绿色低碳消费实践和行动进行梳理

绿色消费

国家发展改革委、工业和信息化部等七部门印发《促进绿色消费实施方案》后，河北、新疆、福建、江苏、重庆进行了响应。其中，江苏提出若干具体的行动与指标，包括到2025年，全省农产品消费中绿色食品消费占比达70%以上、新增或更新地面公交、城市物流配送等新能源和清洁能源车辆占比达80%、全省城区常住人口100万人以上城市绿色出行比例达到70%以上、全省50%以上大型商场（建筑面积10万平方米及以上）基本达到国家绿色商场创建要求、电商快件不再二次包装率达99%以上等等。重庆在征求意见稿中提出新认证绿色、有机、地理标志农产品300个、城镇新建建筑中绿色建材应用比例不低于70%、中心城区公共交通机动化出行分担率达到68%、创建绿色商场10家等等。

6月，成都市发布《成都市“十四五”绿色转型发展规划》，重点提出推动生活方式转型，包括扩大绿色产品供给，支持和引导企业开展绿色产品设计开发；推进重点领域消费绿色转型，包括积极推广绿色居住消费，完善新能源汽车鼓励购买政策等。此外，将完善促进绿色发展价格机制，全面推行居民用电、用水、用气阶梯价格制度，完善污水处理费、垃圾处理费政策，建立城镇污水处理费动态调整机制，逐步建立计量收费、分类计价的生活垃圾处理收费制度等。

碳标签

6月，广东省举办碳标签发布会。广东碳标签机制通过在产品贴上碳足迹标签（简称碳标签），即依据有关技术标准，对产品 / 服务指定范围内产生的碳排放信息以标签形式进行披露。此举有助于引导低碳生产和消费，助力企业积极应对绿色贸易国际规则，提升外贸行业绿色竞争力。首批广东碳标签评价机构和获广东碳标签企业已获得授牌与证书。

碳普惠

5月，山东省生态环境厅发布关于面向社会征求《山东省碳普惠体系建设工作方案（征求意见稿）》修改意见的通知，提出2022—2023年，形成碳普惠体系顶层设计，构建相关制度标准和方法学体系，搭建碳普惠平台，建立个人碳账户，探索建立多层次碳普惠核证减排量消纳渠道。在济南、青岛、烟台、潍坊、威海等低碳发展基础较好的城市设立区域运营分中心，推动建立黄河流域碳普惠合作机制等。

6月，天津市交通运输委员官方碳普惠平台——津碳行正式上线支付宝与微信。目前，市民可通过步行、每日签到、积分答题等方式在“津碳行”微信小程序获取个人碳积分，未来将陆续完善地铁、公交、共享单车等出行方式获取碳积分功能，碳积分可用来兑换纪念品或权益。

上海首部绿色金融法规——《上海市浦东新区绿色金融发展若干规定》于2022年7月1日起施行。其中明确提到，探索建立企业和个人碳账户，加强与全市碳普惠平台的衔接，推动自愿减排市场发展。

绿色标准

6月，深圳市生态环境局发布《深圳市居民低碳用电碳普惠方法学（试行）》。《方法学》规定了个人通过低碳使用居民生活用电所产生的减排量的核算流程和方法，为居民低碳用电参与碳交易奠定了基础。深圳市民可在南网在线App和95598小程序等缴费平台上看到居民家庭用电每日减排量、累计减碳总值、减碳排名和减碳日历等信息，预计到2023年，深圳排放权交易所将把得到授权的居民减排量在其交易平台上架，供高耗能社会团体或企业购买。此前，深圳还发布了《深圳市低碳公共出行碳普惠方法学（试行）》，为市民采用公共汽车、地铁等低碳公共出行方式所产生的减排量提供科学的核算方法，当市民使用乘车码、深圳通等出行平台时，可授权并委托该平台使用自身出行数据进行碳普惠项目开发和减排量申请。

6月，湖州市地方标准《绿水青山就是金山银山 绿色生活评价通则》正式实施，这是全国首个绿色生活领域地方标准。文件规定了绿色生活评价指标体系、基本原则、评价指标分类及要求、评价方法和评价等级等内容，适用于湖州市各区县开展绿色生活评价工作。通则中包括定量与定性指标，定量指标包括绿色居住、绿色出行、绿色消费、绿色服务、绿色素养等五方面30余个指标。此前，湖州出台了《关于开展生活方式绿色化行动的实施意见》《湖州市绿色生活创建行动实施方案》《湖州绿色低碳生活指数报告》等。

我们的解读

地方城市在绿色消费的议题上逐步开展了丰富的探索。江苏、重庆提出的量化指标可以为其他城市对绿色消费相关政策的落实提供重要参考。成都提出的绿色发展价格机制、湖州提出的绿色生活评价通则及其所支持的评价 / 荣誉系统，同样能够成为城市推动绿色生活方式的有力抓手。在碳普惠体系的建设上，媒介方面，政府依托支付宝、微信小程序，银行、企业依托自有app搭建用户端，对用户的低碳行为进行记录，这一方法逐渐得到更多尝试，两套系统如何相互协调，以及是否能够成功获得用户、留住用户，还有待观察。在减排标准方面，深圳选择出行、用电两个相对简单的场景进行率先突破，虽然基准线设置等问题尚不成熟，未达到可直接接入碳市场的程度，但验证了领域基础设施搭建的有效路径。总体而言，城市在绿色低碳消费方面的工作如火如荼，踊跃探索和各种尝试值得借鉴。我们将在下一步的工作中持续关注、跟踪，遴选最佳案例，并进行广泛推广。

行业声量

关注行业、企业、iNGO 的最新实践

碳联盟

4月，9家国家级碳排放权交易平台包括四川联合环境交易所、广州碳排放权交易中心、上海环境能源交易所、北京绿色交易所、天津排放权交易所、湖北碳排放权交易中心、海峡资源环境交易中心、重庆联合产权交易所、深圳排放权交易所共同启动“碳普惠共同机制”，并发布《碳普惠共同机制宣言》，内容包括建立科学的方法体系，量化符合碳普惠价值的行为，形成普惠性的低碳激励机制；在一致的行动准则下推动碳普惠产品互认等。

6月，“碳普惠合作网络”宣布成立，由生态环境部宣传教育中心、中华环保联合会、中国互联网发展基金会、国家发展和改革委员会国际合作中心、中国生态文明研究与促进会合作发起创立。碳普惠合作网络是自发自愿、非赢利的协作机制。该网络将利用合作机制，推动全国碳普惠工作开展，力求最大化释放全社会各方力量深入参与的潜力，同时强调从消费端倒逼生产端减排。

碳普惠



图：联想乐碳圈界面与功能

联想日前推出了面向联想内部员工的碳普惠平台“联想乐碳圈”。平台涵盖绿色办公和低碳生活两大日常场景，员工可以通过低碳差旅、低碳通勤、在线会议、二手衣物、书籍捐赠、电子产品回收等行为获得碳积分奖励。员工在平台上可以使用自己的排碳量助力大型活动实现碳中和及碳积分交易。联想乐碳圈还可自动导入实联想运动圈员工运动数据，员工运动捐步可认领梭梭树。

5月，中国银联在“云闪付”App内上线“绿色低碳”应用，用户使用“云闪付”App内“乘车码”坐公交、乘地铁，即可每日自动累积“绿色低碳能量”和“碳减排量”，后续可在“云闪付”App内兑换公交5折、地铁8折、3元信用卡还款券、卤味美食券等丰富好礼，首批上线城市为哈尔滨、长沙、合肥、银川。

绿色标准

3月，中国标准化研究院联合中国标准化协会召开了“2022高质量发展交流会暨企标‘领跑者’发布会”大会，为有效支撑中小企业开展绿色低碳工作提供指引，会上先后发布了近20项绿色低碳相关的团体标准，其中《可持续发展（绿色低碳）工厂评价通则》以及覆盖纺织、陶瓷、日化、专用工程机械、塑料、造纸、电子电器等7个行业的评价标准，建立了可持续发展（绿色低碳）工厂的评价指标体系，指导企业开展绿色低碳工作。《高效节能产品减碳量评估技术通则》及覆盖房间空调等17类终端用能产品的减碳量评价标准，提供了高效节能产品的减碳量评估方法学，为流通领域探索推动碳积分机制提供标准依据。《绿色商品采信原则》为平台遴选绿色产品提供了统一原则和依据。阿里巴巴除了参与《可持续发展（绿色低碳）工厂评价通则》等上述17项绿色低碳标准起草外，旗下电商平台天猫对本次大会发布的绿色低碳团体标准全部采信。

4月，中华环保联合会正式发布团体标准《公民绿色低碳行为温室气体减排量化导则》正。《导则》推荐了衣、食、住、行、用、办公、数字金融等七大类40项绿色低碳行为。比如，服装领域绿色低碳行为包括旧衣回收、使用可持续原材料生产的衣被等；饮食领域包括减少一次性餐具、光盘行动等；居住领域包括使用清洁能源、节约用水、节约用电、生活垃圾分类等。《导则》是中华环保联合会绿色循环普惠专委会、北京绿普惠网络科技有限公司、绿普惠碳中和科技（苏州）有限公司、生态环境部宣传教育中心、中国互联网发展基金会、生态环境部环境规划院、北京大学、清华大学、人民大学、美团、阿里、腾讯、京东等多家编制单位。

6月，中国技术经济学会批准发布《基于项目的温室气体减排量评估技术规范——二手交易平台》团体标准；该技术规范是由中国标准化研究院牵头制定，转转集团（北京转转精神科技有限责任公司）、清华大学和弗若斯特沙利文等企业、机构共同参与起草。平台依据标准对自身经营活动进行减排量核算，可以对接地方碳普惠政策等。



绿色消费场景

618活动中，京东推出“青绿计划”，倡导“引领青绿价值观，联动品牌打造绿色价值链”。节能、节水的家居家装产品，有机的食品、母婴用品以及使用可替换装、可循环包装的近百万种产品被打上“绿色”标签，消费者购买时可以享受优惠价格，还可以获得“青绿积分”，参与兑换青绿专属权益。此外，京东家电还联合百大品牌共同开展以家电以旧换新为核心的“焕新服务行动”。活动期间，京东平台近30天“低碳生活”搜索需求同比增长61%，“环保教育”相关内容搜索同比增长72%。

618期间，天猫推出了互动玩法“绿动乐园”。今年淘宝天猫平台有超过一百万个符合国家级或行业级环保资质认证的绿标商品，消费者购买绿标商品，可以获得相应数量的“小绿花”作为激励，兑换绿色产品或参与绿色公益。天猫发起“绿色创变者社区”，得到宝洁、伊利、联想、海尔、可口可乐、玛氏、花王等近四十余家品牌支持，发起“简单包装就好”倡议，通过减少塑料使用、减少油墨印刷、减少包材用料和可重复利用等方式，对产品包装进行绿色改造。部分品牌使用回收材料制造的纸箱。天猫还联合菜鸟，推广原箱发货、仓内纸箱复用、装箱算法等方法降低物流环节的碳排放量。6月23日起，消费者在菜鸟使用绿色寄件、绿色回箱，也可以从绿动乐园获得激励。



图：天猫互动玩法“绿动乐园”

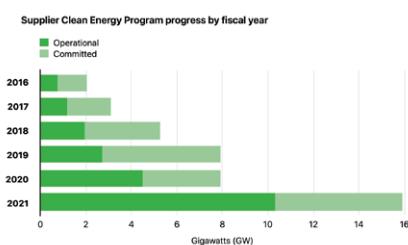
绿色供应链

6月，苹果宣布其在中国的全部主要供应商做出了清洁能源承诺，这55家分布在山东、福建、浙江、广东等地的供应商将使用100%可再生能源生产苹果产品。这一数据过去一年增长了近75%。这将加速实现公司2030年在供应链和整个产品生命周期中实现100%碳中和的目标。目前，全球共有213家苹果的生产合作伙伴做出承诺。

在2022年华为供应商碳减排大会上，华为宣布已将绿色环保要求融入采购质量优先战略及采购业务全流程，在供应商认证、选择、现场审核及绩效管理等全流程各环节中明确了绿色环保要求。华为计划在2025年之前，完成针对TOP100供应商碳减排目标的设定。逐步推动整个供应链绿色低碳可持续发展。

我们的解读

1. 低碳消费的推动需要政府、行业、企业形成合力，特别是在“全国统一大市场”的背景下，“碳联盟”的成立势在必行，是领域内基础设施搭建的基础。
2. 在未来一段时间内，各类团体标准会随着议题的关注度逐渐上升呈现出百花齐放的状态，未来将逐步推动供应链升级。形成合力的关键是有清晰的共识、统一的原则、通用的标准与方法学，这也将直接推进碳标签、碳普惠等实施层面的工作。但目前还缺少共同的基石。
3. 目前自上而下大范围推进碳普惠、个人碳账户工作面临较大挑战，碳价低而制度建设成本高，自下而上的途径值得重视。面向企业员工的碳积分实践在设置有效激励、培养用户习惯、建设荣誉体系等方面均可提供宝贵的参考。
4. 尽管电商实际的碳排放强度相较能源、工业领域并不算大，但在面向行业与公众的价值传播方面拥有很大能量。平台企业、行业头部企业通过流量投放、采购政策倒逼供应链的绿色变革。目前中国的企业相对较为谨慎，政策可给予更多的引导与支持。



图：苹果供应商清洁能源项目进展

免责声明：若无特别声明，文档中陈述的观点不代表能源基金会的观点。能源基金会不保证本报告中信息及数据的准确性，不对任何人使用本报告引起的后果承担责任。凡提及某些公司、产品及服务时，并不意味着它们已为能源基金会所认可或推荐，或优于未提及的其他类似公司、产品及服务。