

面向零碳出行

城市公众意识、行为及驱动因素研究

Towards Zero Emissions Mobility: A Study on Urban Public Awareness, Behavior, and Drivers

2022年05月



编写者:



益普索

项目发起方:



报告阅读说明

■ 标记具有显著性差异的数据：

■ 本报告涉及的分析维度包括：年龄、性别、城市能级、城市区域、碳行为、碳认知人群分类

本报告将被访者根据年龄分为六档：18-20岁，21-30岁，31-40岁，41-50岁，51-55岁，56-70岁。因本调研涉及的被访者年龄为18-70岁，没有覆盖00后的所有年龄段，因此00后的特征仅供参考。

本次报告将被访者根据城市能级分为：超一线城市、新一线城市、二线城市、三四线城市。

本次报告将被访者根据城市区域分为：东部城市、南部城市、中西部城市、北部城市。

本次报告将被访者根据其碳认知与低碳出行行为划分为：低认知高碳行为人群、一般认知高碳行为人群、高认知高碳行为人群、低认知低碳行为人群、一般认知低碳行为人群、高认知低碳行为人群。

■ 本研究通过小组座谈会、问卷调查法对公众的低碳行为现状、低碳及零碳出行相关政策反馈进行调查，以被访者的表述内容、选择内容作为报告信息的来源。本研究聚焦于探索公众的碳认知、低碳行为驱动因素，对城市交通低碳、近零排放及零排放相关政策的参与与反馈，参与低碳、零碳出行的驱动因素，探索公众出行模式结构性降碳转化潜力，并提高公众实践零碳出行的政策及传播强化潜力。



CONTENTS

目录

- 01** | 研究回顾
- 02** | 公众碳认知现状
- 03** | 公众的出行现状与挑战
- 04** | 公众的低碳出行驱动因素
- 05** | 传播强化潜力分析
- 06** | 主要结论与建议
- 07** | 附件



研究回顾



研究背景

气候变化形势日益严峻，低碳发展成为全球共识，中国提出“双碳”目标，力求在 2060 年实现碳中和。

气候变化形势严峻

在“双碳”目标背景下，交通行业减排挑战巨大，尤其是私家车的需求还在快速增长。

2020 年，中国汽车量产乘用车生命周期碳排放总量为 6.7 亿 tCO₂e。其中，汽油车贡献了 98%。



“双碳”目标

碳达峰：二氧化碳排放量达到历史最高值后，先进入平台期在一定范围内波动，然后进入平稳下降阶段。碳排放达峰是二氧化碳排放量由增转降的历史拐点，达峰目标包括达峰时间和峰值。

碳中和：企业、团体或个人在一定时间内直接或间接产生的二氧化碳排放总量，通过二氧化碳去除手段，如植树造林、节能减排、产业调整等，抵消这部分碳排放，达到“净零排放”的目的。



2020 年 9 月 22 日，在第七十五届联合国大会一般性辩论上，“碳中和”被“高亮提及”。

2021 年 3 月 5 日，十三届全国人大四次会议，国务院总理李克强提出，扎实做好碳达峰、碳中和各项工作。

2030 年前——碳达峰

目标

2060 年前——碳中和



低碳 / 零碳出行定义

本研究聚焦在面向零碳出行的未来城市交通工具、服务供应、政策实施及传播的公众调研。研究目的是为了加强公众对低碳甚至零碳的未来交通结构及出行政策调整的理解和支持，促进更综合的个人出行模式转变，为双碳目标做整体的贡献。

* 由于暂时未有权威的零碳出行定义及衡量标准，在调研中，对低碳及零碳交通方式的界定结合了多重相关概念，例如慢行交通、公交优先、电动化出行等，聚焦在更结构性的减量、提效和模式的转换。在公众调研的关键词选择上依然使用了公众熟悉的“低碳出行”概念，但针对“交通电动化”及“零碳的电动化交通工具”等相关概念和认知在定性及定量中进行了进一步调查。



低碳出行定义

低碳出行是在出行中，主动采用能降低二氧化碳排放量的交通方式，通过碳减排和碳中和实现环境资源的可持续利用和交通的可持续发展。

零碳出行定义

零碳出行是指，所选用的交通工具在出行的过程中不产生二氧化碳排放。本研究中聚焦的零碳出行是指，步行和采用人力驱动的交通工具出行，以及利用电力驱动的交通工具出行。

低碳及零碳出行的方法

低碳出行侧重转变现有出行结构，倡导优先使用慢行、公共交通，和提高电动化的车辆使用等低碳或零碳方式，同时也满足公众多样化的出行目的，私人化的出行需求。

出行服务加强出行智能化发展，提高运行效率，和城市居民使用满意度，同时及时全面引进节能减排技术，降低碳消耗，最终形成全产业链的循环经济模式。

相关政策梳理

交通零排放控制区相关政策

禁售燃油车相关政策

海南 国内禁售燃油车第一位

2018年4月，海南省长在博鳌亚洲论坛上公开表示，2030年整个海南要全面使用清洁能源汽车。

2018年5月，海南开始采取摇号上牌的政策，对新增汽油车的数量，开始了严格的把控。

2019年3月，海南最终以法规的形式，明确了从3月1日开始，逐步禁售燃油车，并强调会在2030年彻底禁售燃油车。

工信部回应

全国各地区发展不一样，条件也不一样，所以会因地制宜，分类施策，支持那些有条件的地方禁售燃油车。

工信部表示，国内并没有一个确切的禁止燃油车的时间表（除了海南以外），但是工信部也表示会推荐有条件的地区设置燃油车禁行区试点，也就是说禁售燃油车暂时不会在全国大面积的实行。

工信部提出：“下一步，将抓紧研究制定《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》，积极发挥规划的引领作用，推动我国新能源汽车产业实现高质量发展。”

这意味着，虽然制定“禁燃”时间表事宜尚未敲定，但工信部对于大力推动新能源产业发展的计划是不动摇的。这也再次说明了，一方面，推动新能源≠禁燃；另一方面，新能源汽车市场培育不仅是禁售燃油车那么简单。

国外情况

2015年9月，“国际零排放车辆联盟”成立，美国加利福尼亚州是发起者。同年12月，在巴黎召开的联合国气候变化大会上，由德国、英国、荷兰、挪威以及美国18个州组成的“零排放车辆同盟”宣布，到2050年，联盟内的国家及地区将不允许销售燃油车。

但联盟并没有公布未来对违约成员国及地区如何惩罚。



交通低排放和近零排放关注的是污染物和二氧化碳双控，现在针对乘用车交通零排放控制区还在政策研究研讨阶段，零排放控制区除了对车辆技术（电动化、氢燃料等清洁动力驱动方式）有较高要求外，也对控制区内的交通结构，居民生活出行方式有较高要求。

在零排放控制区研究及试点方面，海南依然走在前列。2021年12月，海南省人民代表大会常务委员会审议通过全面修订的《海南省机动车排气污染防治规定》（以下简称《规定》），自2022年3月1日起施行。

《规定》指出，县级以上人民政府可以根据大气环境质量状况和道路交通发展等情况，科学划定机动车低排放区域和零排放区域，并及时向社会公布。进入低排放区域的机动车应当满足低排放要求，进入零排放区域的机动车应当满足零排放要求。

国外部分城市选择先建立货运零排放区，即先只针对货运车辆进行管控，如鹿特丹和哥本哈根等。

研究方法

定性挖掘

定量验证

小组座谈会

定性角度深挖公众对于低碳、环保等的看法、出行选择深层次的原因和困扰、对于电气化交通工具尤其是新能源车的选择和看法、对于“双碳”的认知程度和态度、对低碳出行相关政策的反馈以及对于零碳出行传播及践行的建议，从而更综合、更全面的了解公众的低碳出行现状及驱动因素。

小组座谈会

结合定性研究，通过定量数据查看公众对低碳及零碳交通工具相关话题的认知、碳价值观现状、在出行方面的低碳行为现状及驱动因素、探索如何提高公众实践低碳甚至零碳出行的政策及传播强化潜力等方向。

定性研究



研究内容

- 公众对低碳及零碳出行的看法；
- 公众的出行行为及驱动因素；
- 公众对“双碳”的认知程度及态度；
- 公众对具体政策情景的反馈；
- 公众对低碳及零碳交通工具及服务的反馈；
- 公众对于零碳出行传播及践行的建议。

座谈会

城市	居住地	职住距离	车辆拥有情况	年龄	男女
上海 (6人组) 2组	市区 (S20 以内) 1组	10 公里内 (3 人)	无车族 2 人，拥有新能源汽车的人 2 人，拥有燃油车的人 2 人	25 岁 -38 岁	4 男 2 女
		10 公里外 (3 人)			
	郊区 (S20 以内) 1组	20 公里内 (3 人)	无车族 3 人，拥有新能源汽车的人 1 人，拥有燃油车的人 2 人	33 岁 -43 岁	3 男 3 女
		20 公里外 (3 人)			
北京 (6人组) 2组	市区 (5 环以内) 1组	15 公里内 (3 人)	无车族 2 人，拥有新能源汽车的人 1 人，拥有燃油车的人 1 人，买过新能源车及燃油车的人 2 人	26 岁 -36 岁	3 男 3 女
		15 公里外 (3 人)			
	郊区 (5 环以外) 1组	30 公里内 (3 人)	无车族 2 人，拥有新能源汽车的人 2 人，拥有燃油车的人 1 人，买过新能源车及燃油车的人 1 人	25 岁 -41 岁	4 男 2 女
		30 公里外 (3 人)			
深圳 (6人组) 2组	市区 (关内) 1组	8 公里内 (3 人)	无车族 2 人，拥有新能源汽车的人 1 人，拥有燃油车的人 3 人	25 岁 -31 岁	3 男 3 女
		8 公里外 (3 人)			
	郊区 (关外是指特区外的两区) 1 组	15 公里内 (3 人)	无车族 3 人，拥有新能源汽车的人 2 人，拥有燃油车的人 1 人	26 岁 -44 岁	4 男 2 女
		15 公里外 (3 人)			
海口 (6人组) 2组	市区 (龙华区、美兰区) 1 组	6 公里内 (3 人)	无车族 2 人，拥有新能源汽车的人 2 人，拥有燃油车的人 2 人	25 岁 -40 岁	3 男 3 女
		6 公里外 (3 人)			
	郊区 (琼山区、秀英区) 1 组	12 公里内 (3 人)	无车族 3 人，拥有新能源汽车的人 1 人，拥有燃油车的人 2 人	25 岁 -46 岁	3 男 3 女
		12 公里外 (3 人)			

定量研究

■ 样本量: n=3500

■ 访问时间: 2021 年 12 月 16 日 ~ 12 月 30 日

■ 甄别条件:

1. 18~70 岁受访者

2. 学历高中以上 (不包括高中; 根据国家统计局的数据推测: 2019 年中国拥有高中以上文凭的人口占总人口的 15% 左右。设置学历门槛的目的在于通过对这类人的了解, 为以后在国內宣传和推广低碳相关话题时, 可起到引领作用。)

年龄样本量

18-20 岁 (在校生 / 非工作者)	150
90 后 (21-30 岁)	600
80 后 (31-40 岁)	1000
70 后 (41-50 岁)	1000
65 后 (51-55 岁)	600
50 后 (56-70 岁)	150

定量报告数据阅读注明:

本报告百分比数据都是四舍五入取整, 因此对于单选题, 取整后加起来可能不为 100%。

例如 $45.5\% + 54.5\% = 100\%$, 但数据取整后呈现为 46%+55%

区域和城市级别样本量

	超一线 n=1000	样本量	新一线 n=1600	样本量	二线 n=450	样本量	三、四线 n=450	样本量
东部 n=850	上海市	250	南京市	200	合肥市	50	泰州市 (3 线)	45
	/	/	杭州市	200	福州市	50	舟山市 (4 线)	45
南部 n=900	广州市	250	东莞市	200	佛山市	50	珠海市 (3 线)	45
	深圳市	250	/	/	中山市	50	梅州市 (4 线)	45
中西部 n=900							海口市 (3 线)	45
	/	/	成都市	200	昆明市	50	宜昌市 (3 线)	45
	/	/	西安市	200	南宁市	50	宜宾市 (4 线)	45
北部 (n=850)	/	/	武汉市	200	兰州市	50	咸阳市 (3 线)	45
	北京市	250	天津市	200	长春市	50	洛阳市 (3 线)	45
	/	/	沈阳市	200	石家庄市	50	开封市 (4 线)	45

样本比例 超一线: 新一线: 二线: 三四线 =20: 32: 9: 9

公众碳认知现状



主要结论

- 公众普遍有一定的碳认知，然而在定性访问中深挖时会发现公众对于具体的碳相关政策并不是特别了解，仅在听说过的阶段。
- 85% 的公众对中国的“双碳”目标有基本的了解，教育程度与对“双碳”了解程度成正比。公众对“双碳”目标持有积极的态度，27% 的公众表示对双碳目标背后的意义非常了解。公众认为实现“双碳”目标对生活的影响主要体现在由“主动”低碳向“被动”低碳的心态转变、生活成本的上涨，其次是出行方式的改变和用水用电等生活方面的限制等。
- 超五成的公众对公共交通、慢行交通的低碳价值表示认可，也较认可新能源车与电动助力车的低碳价值。
- 综合认知与行为，本次调研将受访人群进行了分类，分别是环保门外汉（低认知高碳行为）、自由行动派（一般认知高碳行为）、新能源潜力派（高认知高碳行为）、无意识环保派（低认知低碳行为）、低碳潜力派（一般认知低碳行为）、低碳田园派（高认知低碳行为）。其中低碳潜力派和无意识环保派人群占比最高，新能源潜力派占比最少。
- 超过五成的公众认为便利的城市基础设施和优美健康的自然环境能够带来幸福感。低碳行为人群更认可自然环境的价值；高碳行为的人更在意个人层面的幸福感。
- 谈到低碳，公众最先想到的相关词汇主要为绿色环保（51%）、节约（48%）和社会责任感（43%）的。低认知人群对低碳没有具象感念。
- 公众对于低碳出行方式的认知会影响到实际出行方式的选择。受访者过去有公共交通的低碳行为的比例随着低碳认知的提高而提高。
- 公众更愿意接受生活里力所能及的低碳行为，比如节约用水用电用纸等；高认知人群更愿意在出行方面开展低碳实践。

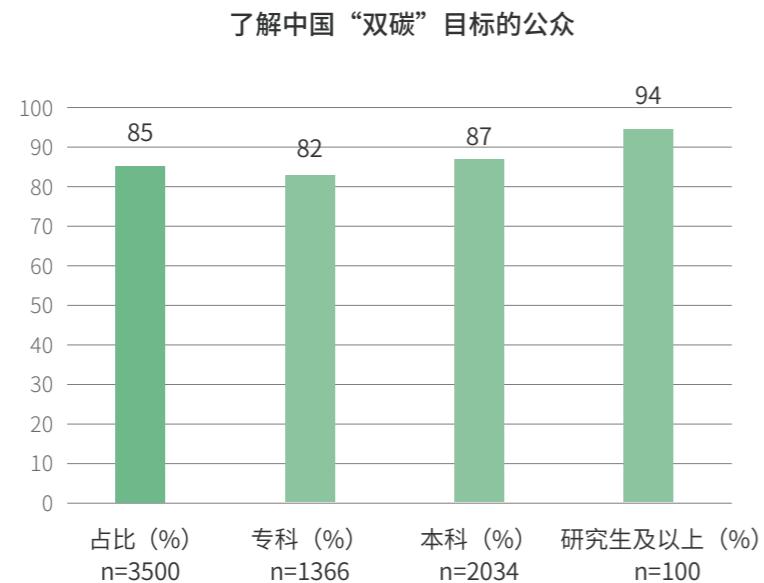


双碳话题认知现状

85% 的公众表示对中国的“双碳”目标有基本的了解；教育程度与“双碳”了解程度成正比。

公众对于中国“双碳”目标的了解

- 85% 的公众表示对中国宣布“双碳”目标都有了解，其中比较了解的公众占了 61%，非常了解的公众占了四分之一，表示不是很清楚的公众占比不到 15%。各级城市间的了解程度差异不大。
- 从学历角度来看，明显可以看出教育程度越高的公众对于“双碳”目标越了解。
- 结合定性调研结果，可以发现公众有一定的碳认知，比如超五成定性受访者表示有听说过“双碳”，然而当深挖具体政策内容时，多数公众表示并不了解。



受访者之声：

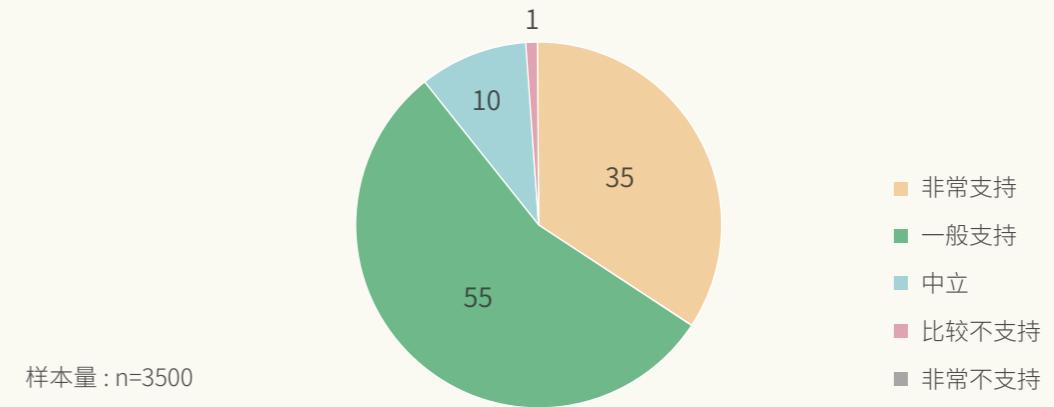
- “股票基金上听过……人类进步的标志……” ——朱先生 北京郊区（低碳出行人群）
“炒股知道。” ——陈先生 海口市区（高碳出行人群）
“没听过……” ——刘先生 北京市区（高碳出行人群）

公众对“双碳”目标持有积极的态度，对“双碳”目标背后的意义比较了解。

公众对于“双碳”目标的态度

- 35% 的公众非常支持“双碳”目标，55% 的公众一般支持“双碳”目标。

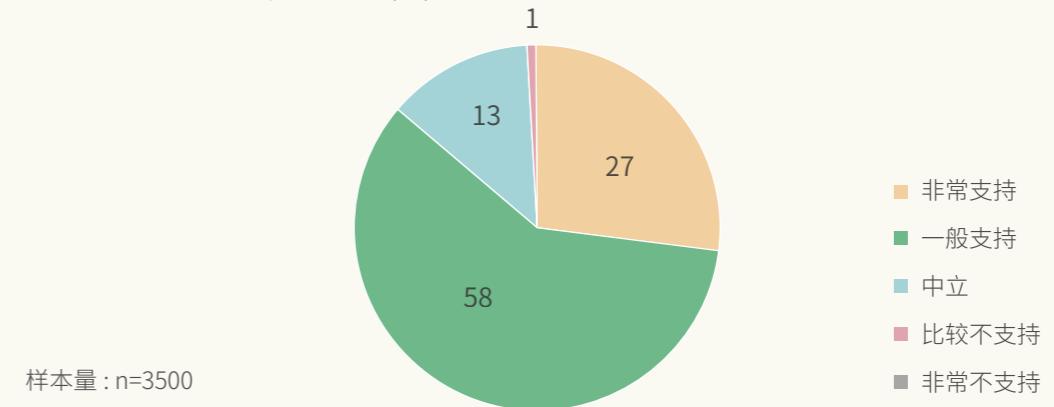
公众对于“双碳”目标的态度 (%)



公众对于“双碳”目标背后意义的了解程度

- 27% 的公众表示对碳达峰、碳中和目标背后的意义非常了解，一般了解的公众占了 58%。

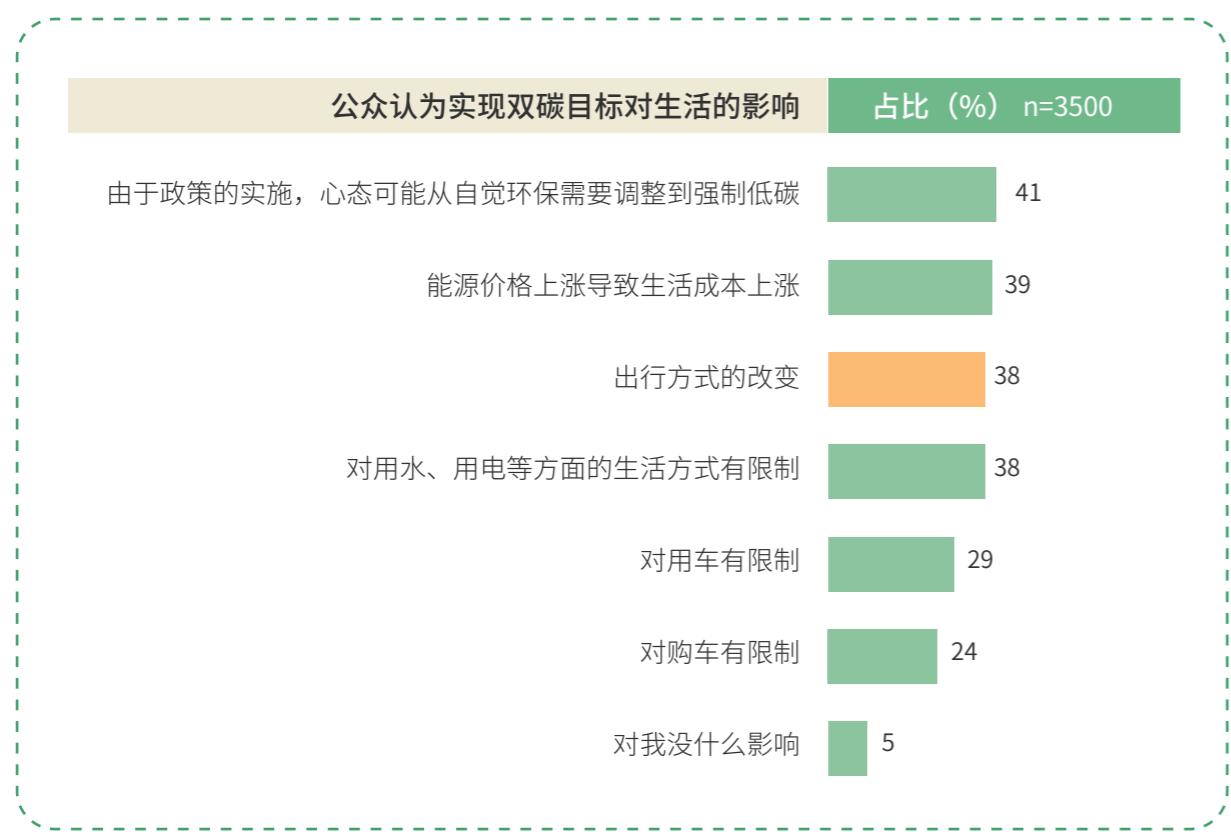
公众对于“双碳”目标的态度 (%)



公众认为实现“双碳”目标对生活的影响主要体现在环保心态从自觉转向强制、生活成本的上涨，其次是出行方式的改变和用水用电等生活方面的限制等。

公众认为实现“双碳”目标对生活的影响

- 公众认为实现碳达峰和碳中和的目标对生活的影响最主要是由于政策的实施，心态可能从自觉环保需要调整到强制低碳（41%），以及能源价格上涨导致生活成本上涨（39%），其次是出行方式的改变（38%）和对用水、用电等方面的生活方式有限制（38%）。



受访者之声：

“没影响，以后自己也可以适应这个政策与情况，比如使用更多共享单车等出行方式。”

——陆先生 上海郊区（高认知低碳出行）

“肯定有影响，最终老百姓买单……”

——张先生 北京郊区（一般认知低碳出行）

低碳出行认知现状

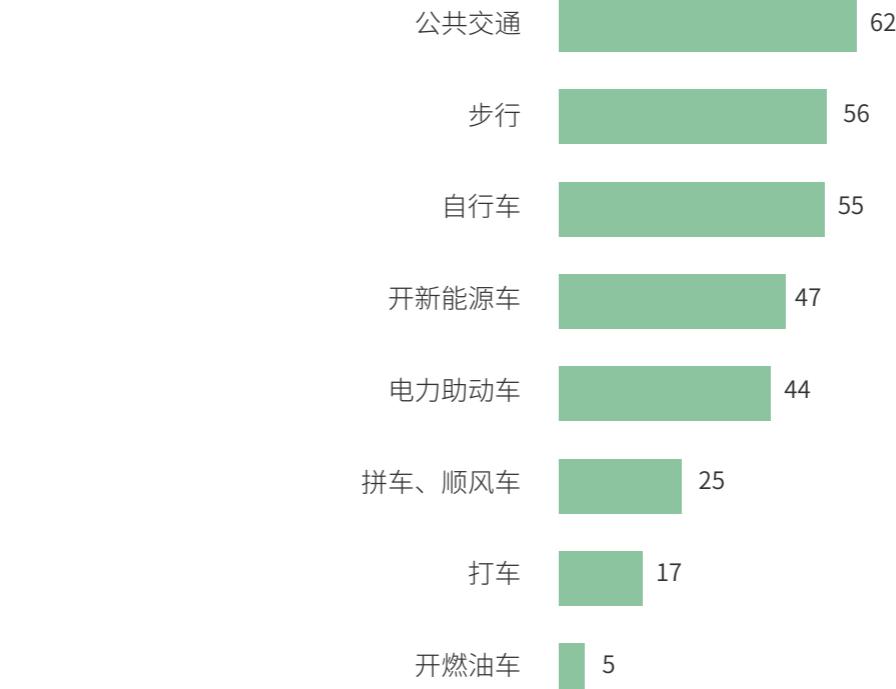
普遍来说，公众对公共交通、慢行交通的低碳价值最认可，也较认可新能源车与电动助力车的低碳价值。

公众眼中的低碳出行方式

- 公众普遍认为，公共交通、步行、骑自行车、骑电动助力车以及开新能源车属于低碳出行。



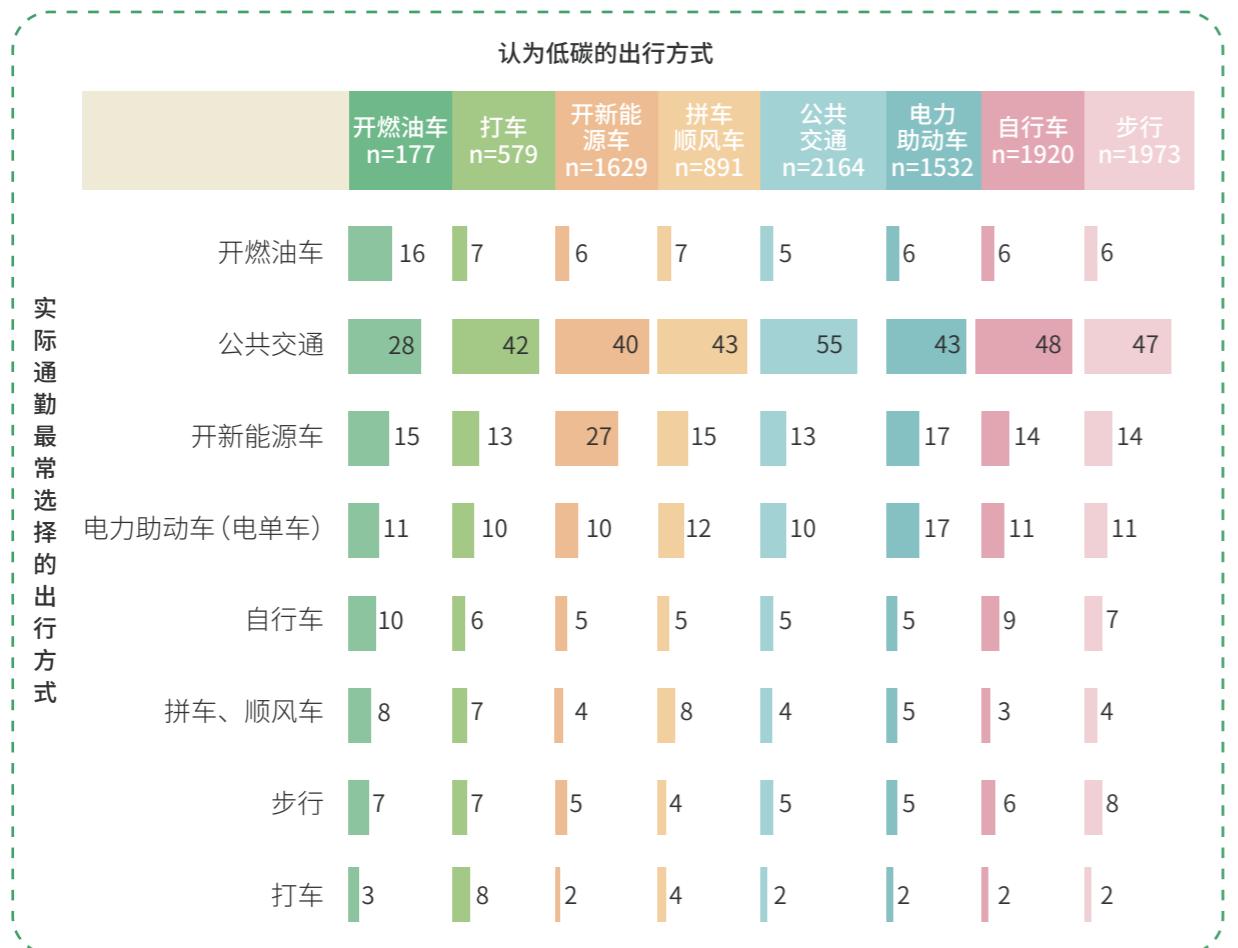
属于低碳的出行方式 占比 (%) n=3500



公众对于低碳出行方式的认知会影响到实际出行方式的选择。受访者中认为开燃油车、打车、拼车或顺风车低碳的公众过去有高碳出行行为的比例更高。

中国典型城市居民出行方式及低碳出行认知

- 受访者中认为开燃油车、打车、拼车或顺风车低碳的公众过去有高碳出行行为的比例更高。比如认为开燃油车是低碳出行的公众实际出行选择开燃油车的人占了 16%，远远高于认可其他出行方式是低碳的人群。



关于零碳出行的理解受访者之声：

- “选择零碳出行是否会看是否方便。买车的原因是家到地铁站有一公里。如果家门口就是地铁站就不会需要车。”
——孙先生 上海市区（一般认知高碳出行）
- “觉得零碳出行得看到底是用哪一种方式，对零碳的标准不是很理解；零碳普及要看科技的发展。”
——宋先生 上海市区（一般认知低碳出行）
- “特斯拉的理念就是零碳，科技是零碳。”
——顾小姐 上海郊区（一般认知低碳出行）
- “怎么才能达到零碳，因为感觉电池也不是零碳。”
——陈先生 海口市区（一般认知高碳出行）

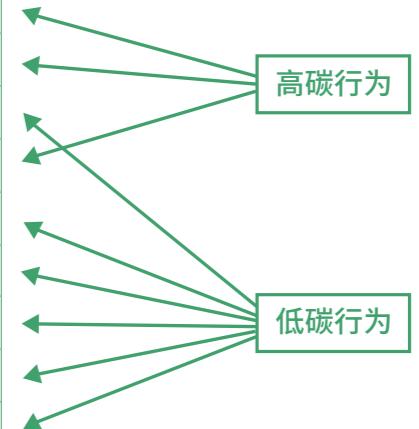
出行碳认知人群画像分类方法

基于受访人群的通勤方式，以及公众对于低碳出行的认知程度，进一步对人群进行划分：

- 行为划分的依据是 B5 题（选项 1、2、4 为高碳行为，选项 3、5、6、7、8、9 为低碳行为，此划分标准基于公众认可的低碳出行方式）；
- 认知划分的依据是 B1-B3，共三题（答对 0-1 题为低认知，答对 2 题为一般认知，3 题全部答对为高认知）

B5.【单选】请问您在周中上班通勤时最常选择哪种出行方式？

随机出示选项	选项·
开燃油车	1
打车	2
开新能源车	3
拼车、顺风车	4
公交车	5
地铁	6
电力助动车(电单车)	7
自行车	8
步行	9
其它，请注明 _____	98



- * 城市交通电动化进展迅速，在本调研中认为地铁、公交等城市公共交通符合低碳及零碳的双重概念，新能源车符合相对低碳概念。
- * 共享出行是国家提倡的高效的出行方式之一，但本次的认知调研集中在“电动化”的交通方式和明确的碳排放减排，因而在行为界定时将拼车、顺风车列为相对高碳行为。
- 这一行为区分也与公众认知（见前）趋同。



B1. 【单选】请问您认可电力驱动的车辆例如新能源电动车、电动巴士、地铁等均是低碳的交通工具吗 ?(只考虑这些交通工具行驶中的碳排放，不考虑前期电力生产过程中的碳排放)

循环出示选项	选项·
认可	1 <input checked="" type="radio"/>
不认可	2

出行碳认知人群画像分类结果

- 总的来看，采取低碳通勤的人比例最高；低认知人群占了绝大多数（47%），其次占比最高的一般认知人群（45%）；
- 综合认知与行为，低碳潜力派和无意识环保派人群占比最高，新能源潜力派占比最少；
- 在高碳行为人群中，高认知是最少的，低认知人群比例相对是最高的。

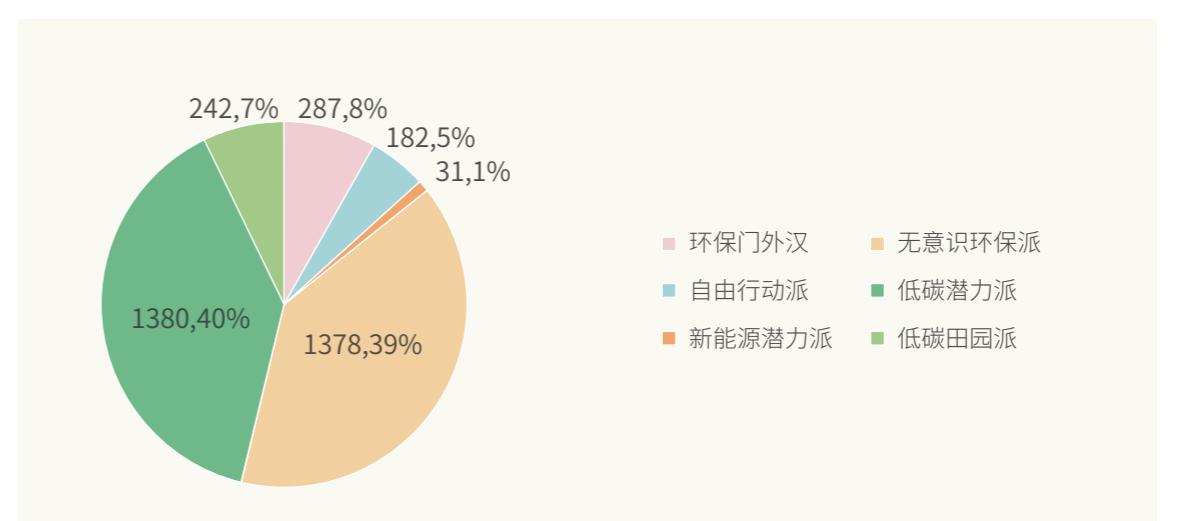
B2. 【单选】请问以下哪种交通出行方式是不低碳的？

随机出示选项	选项·
P+R 出行 (P+R 是 Park and Ride 的缩写，P+R 停车场即换乘停车场，具有“停车 + 换乘”功能的停车场，是一般设置在市中心外围，与公共交通枢纽衔接，收费低廉的停车场。早上驾车停进 P+R 停车场，然后去换乘地铁抵达工作单位，下班后再坐地铁到达停车场，驾车回家)	1
新能源出行	2
拼车出行	3
摩托车出行	4 <input checked="" type="radio"/>
公共交通出行	5
以上都是低碳出行方式	6



B3. 【单选】请问在出行过程中，主动采用能降低以下哪些排放量的交通方式可以称作低碳出行？

循环出示选项	选项·
氮氧化物	1
二氧化碳	2 <input checked="" type="radio"/>
一氧化碳和二氧化碳	3
一氧化碳	4
二氧化硫、氮氧化物、PM2.5 和 PM10	5



六大人群基本情况

- 综合来看，个人学历及收入水平的高低和低碳出行的认知度成正比；高碳行为的人群家庭收入与相同认知的人群相比普遍偏高；新能源潜力派的人群的个人收入以及家庭收入水平都是最高的。高碳行为主要集中在31-40岁人群。

(* 本调研非大口径调研，因此调研对象收入水平普遍偏高。)

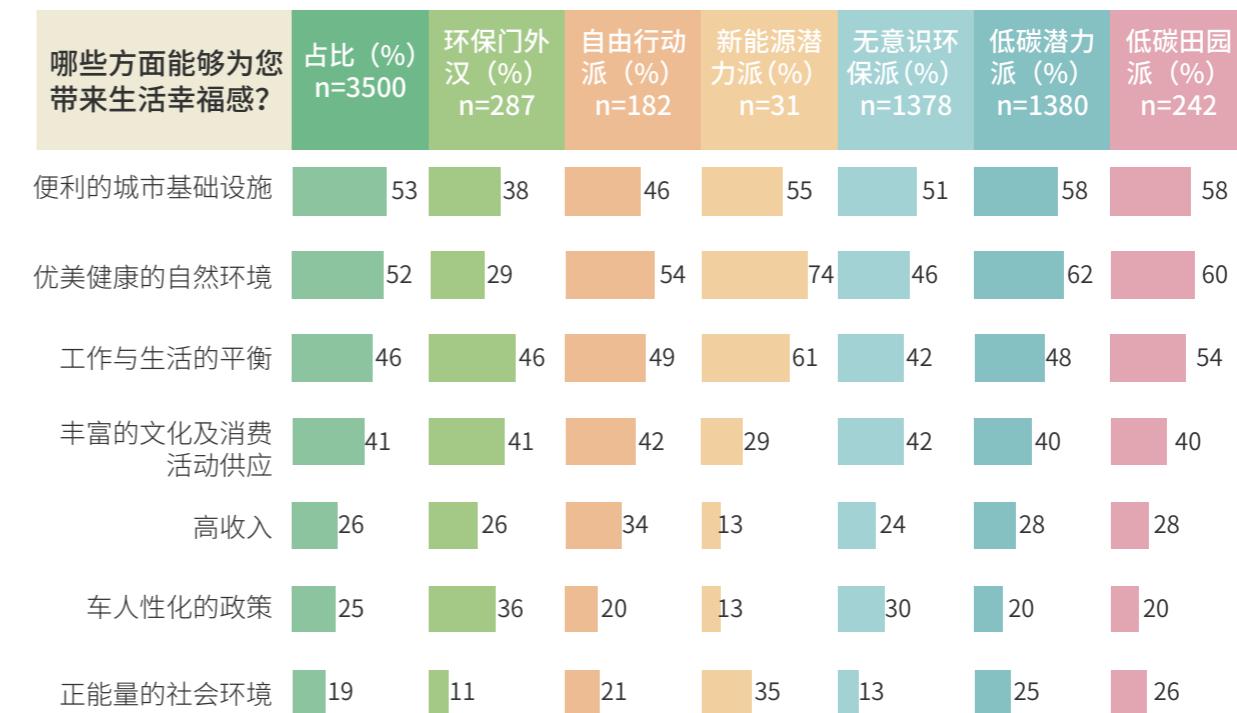
人群画像	环保门外汉 n=287 (低认知高碳行为)	自由行动派 n=182 (一般认知高碳行为)	新能源潜力派 n=31 (高认知高碳行为)	无意识环保派 n=1378 (低认知低碳行为)	低碳潜力派 n=1380 (一般认知低碳行为)	低碳田园派 n=242 (高认知低碳行为)
性别	男 54% 女 46%	男 52% 女 48%	男 42% 女 58%	男 51 女 49%	男 49% 女 51%	男 45% 女 55%
最高学历	本科 52% 专科 46% 研究生及以上 2%	本科 62% 专科 37% 研究生及以上 2%	本科 84% 专科 6% 研究生及以上 10%	本科 54% 专科 44% 研究生及以上 2%	本科 61% 专科 35% 研究生及以上 4%	本科 67% 专科 30% 研究生及以上 4%
居住城市TOP3	天津 12% 南京 10% 杭州 8%	北京 13% 广州 12% 上海 7% 西安 7%	北京 19% 上海 13% 广州 13%	杭州 7% 天津 7% 北京 7%	上海 9% 广州 8% 深圳 7%	上海 14% 广州 9% 深圳 8% 北京 8%
个人收入水平	平均 11385 元	平均 13111.26 元	平均 13225.81 元	平均 11360.67 元	平均 12504.53 元	平均 12985.54 元
家庭收入水平	平均 23022.65 元	平均 24031.59 元	平均 25161.29 元	平均 22379.35 元	平均 23116.85 元	平均 23693.18 元
车辆拥有情况	燃油车 54% 新能源车 44% 无车 18%	燃油车 69% 新能源车 28% 无车 12%	燃油车 87% 新能源车 16% 无车 10%	燃油车 48% 新能源车 41% 无车 22%	燃油车 40% 新能源车 48% 无车 27%	燃油车 53% 新能源车 38% 无车 19%

人群画像

超过五成的公众认为便利的城市基础设施和优美健康的自然环境能够带来幸福感。高认知的人更重视自然环境带来的幸福体验；低认知的人更在意工作生活和消费带来的幸福感。

公众价值取向

- 超过一半的公众认为便利的城市基础设施（53%）和优美健康的自然环境（52%）能够为生活提升幸福感。
- 高认知的公众更容易从自然环境、社会环境或城市基础设施中获取幸福感；而较低认知的公众获取幸福感的途径主要是从个人出发，例如丰富的文化及消费活动以及收入水平。



受访者之声：

“希望达到工作与生活平衡（可以阶段性加班，但一定要有自己休息的时间）。”

——孙小姐 上海市区（一般认知高碳出行）

“回家能看到爸妈烧的饭就觉得挺幸福的；工作与生活可以平衡。”

——罗小姐 上海市区（一般认知高碳出行）

“家里空间大一点，工作节奏慢一点，个人兴趣爱好广泛一点；财务的合理支配可以实现工作与生活的平衡。”

——沈先生 上海郊区（一般认知高碳出行）

“跟家人待在一起，周末带孩子出去游玩。”

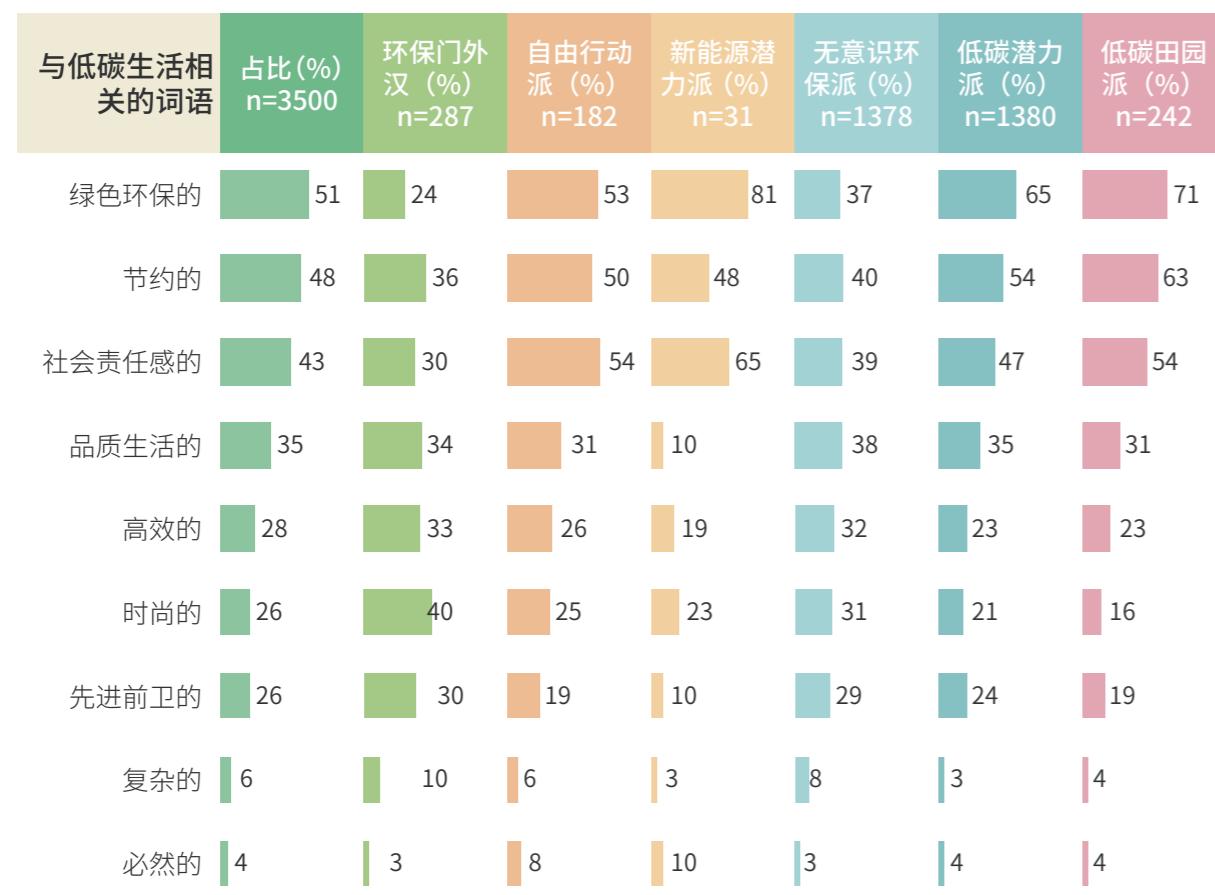
——翟先生 北京市区（一般认知高碳出行）

人群画像

谈到低碳，超过一半的公众最先想到的相关词汇是绿色环保，其次是节约（48%）和社会责任感（43%）的。低认知人群普遍对低碳没有具象概念，环保门外汉更倾向于将低碳与时尚前卫进行关联。

对低碳生活的理解

- 在公众看来，绿色环保的（51%），节约的（48%），社会责任感的（43%）这些词语和低碳生活最相关。
- 高认知、一般认知人群的低碳生活的关键词都比较集中，如绿色环保、节约、社会责任感；而低认知人群的关键词相对比较分散，这也进一步印证低认知人群对低碳价值、低碳生活没有具象概念。

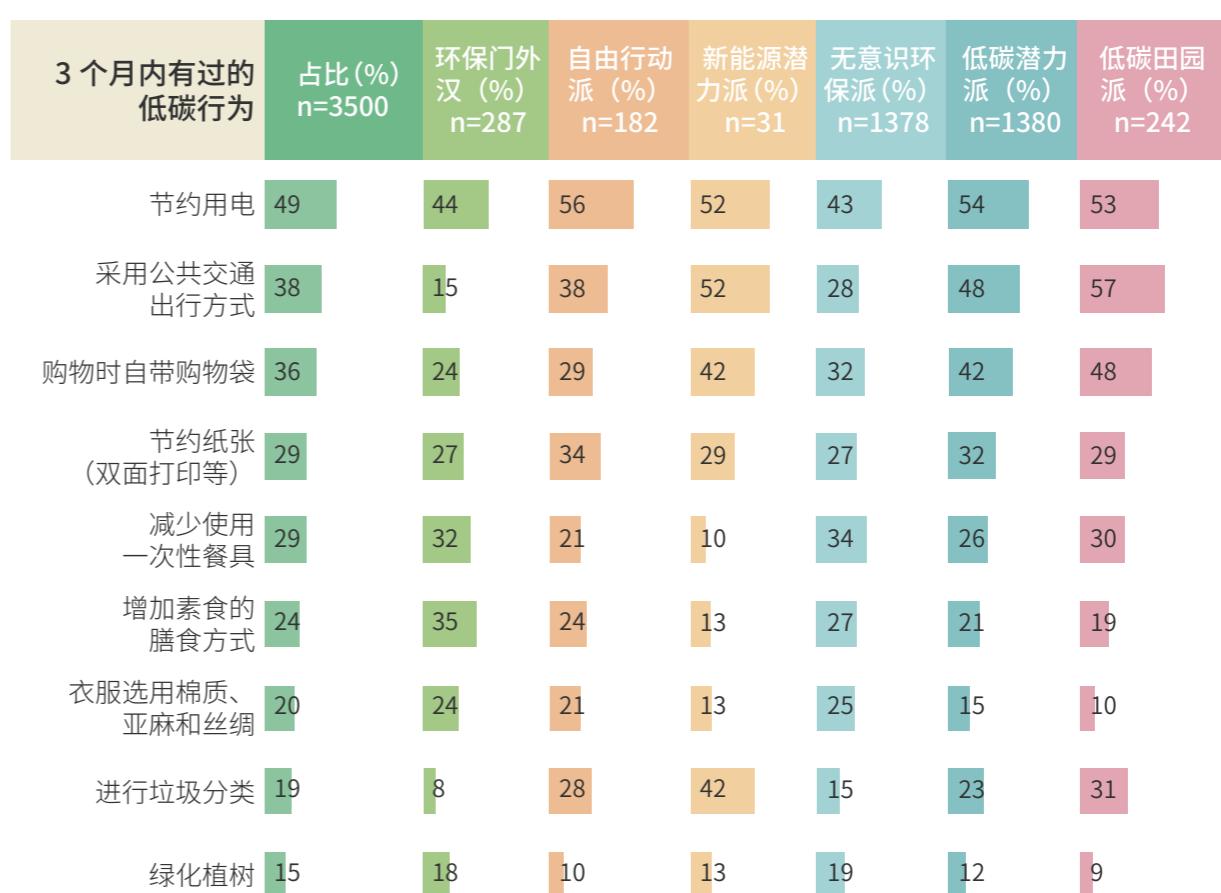


公众碳认知现状

公众对低碳行为已有基本认知，节约用电是大家普遍会有的低碳行为。公众对于低碳出行方式的认知会影响到实际出行方式的选择。受访者过去有公共交通的低碳行为的比例随着低碳认知的提高而提高。

生活中的低碳行为

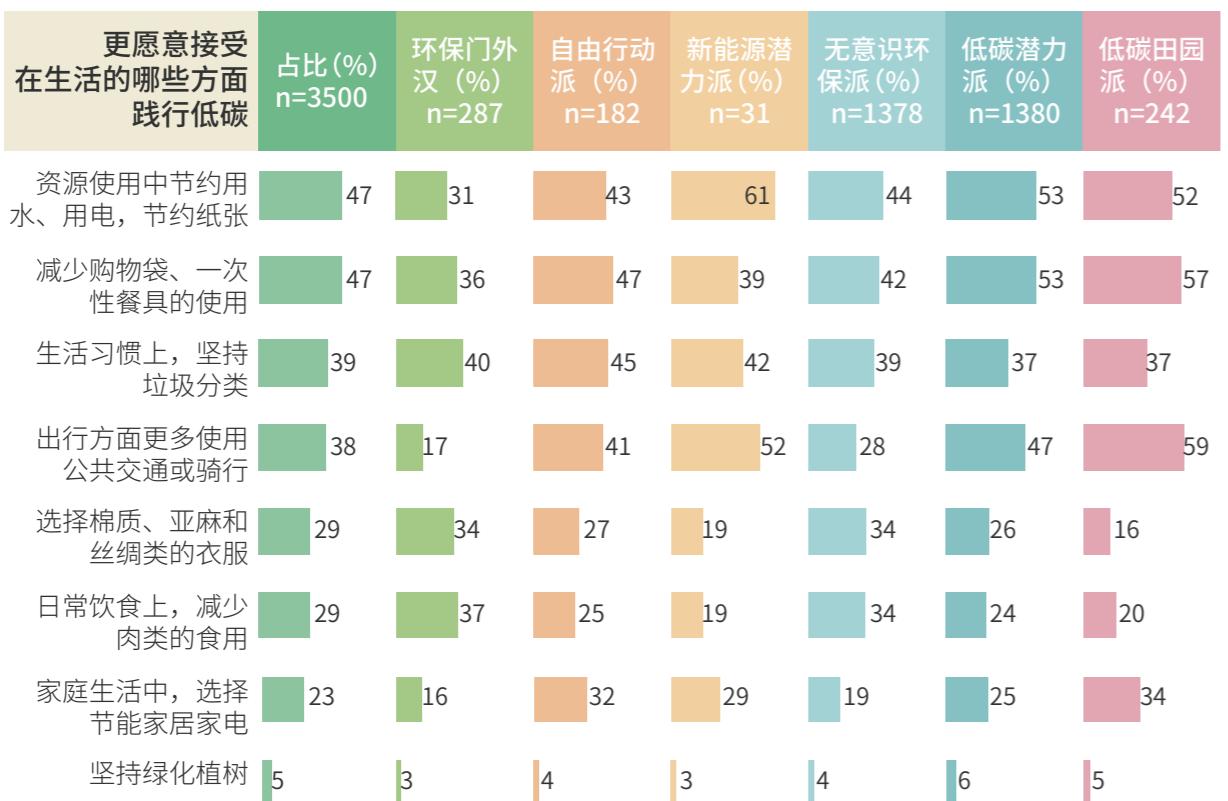
- 研究的公众中3个月内有过的低碳行为占比最高的两项是节约用电（49%）和出行采用公共交通（38%）。
- 节约用能是公众低碳的最普遍选择，但出行碳排放认知高人群更高频采用公交出行的低碳行为，而低认知人群更多采用吃素、选择环保质地衣服等低碳生活方式。



公众更愿意接受生活里力所能及的低碳行为，比如节约用水用电用纸等、减少购物袋及一次性餐具的使用和垃圾分类；高认知人群更愿意在出行方面开展低碳实践。

低碳生活的践行

- 公众更愿意接受的低碳实践是，节约用水、用电，节约纸张（47%）及减少购物袋、一次性餐具的使用（47%）。其次是在生活习惯上坚持垃圾分类（39%），出行方面更多使用公共交通或骑行（38%）。
- 高认知人群更愿意接受的低碳实践选择更集中，而低认知和一般认知人群在更能接受的低碳行为上偏好较平均，且低认知人群对公共交通的偏好偏低。但所有行为中，相比于绿化植树等行为，所有人都更倾向于采取生活里力所能及的低碳方式。
- 随着认知提高，人们在减少食肉、选择棉麻等面料服装的比例越低。



公众的低碳出行 现状与挑战



主要结论

- 在公众认可的低碳出行方式中，公众最常选择的低碳出行方式是公共交通、开新能源车等，虽然大家对步行和骑自行车的低碳价值认可度高，但实际选择这两种出行方式的公众比例较低。而在通勤中，公众选择公共交通通勤的比例更高，打车及拼车顺风车通勤的比例也略高。
- 低碳通勤的人群中，认知更高的低碳田园派，相较低碳潜力派或无意识环保派，选择开新能源车的比例更低。
- 出行障碍与挑战：
 - 出行环境拥挤和对于弱势群体出行的设施安全性低是乘坐地铁出行的公众普遍的困扰；等待时间长和舒适性差是乘坐公交车的公众普遍的困扰。
 - 停车位难找是开车人群集中反馈的障碍。交通拥堵是开燃油车通勤者最不满意的点，而公共充电桩是否充足是新能源车主的最大担忧。
 - 对于共享出行而言，等待时间久和打车软件上个人隐私信息不安全是公众集中反馈的障碍。
 - 而在步行及骑行等慢行人群里，对人行道 / 非机动车道不便使用的反馈也较为突出。
- 大多公众在选择替代出行方式时，更倾向于选择公共交通。其中平常通勤选择高碳出行方式的人群在选择替代的出行方式时考虑高碳出行的比重也相对较高。



公众出行现状

在公众认可的低碳出行方式中，公众最常选择的低碳出行方式是公共交通(36%)、开新能源车(16%)等，虽然大家对步行和骑自行车的低碳价值认可度高，但实际选择这类出行方式的公众比例较低。而在通勤中，公众选择公共交通通勤的比例(45%)更高，打车开燃油车通勤的比例(9%)也略高。

公众最常选择的认可的低碳出行方式

- 公共交通是公众选择度最高的低碳出行方式，其次是开新能源车，说明公众对新能源车的接受度较高。
- 即便公众对步行、自行车的低碳价值认可度高，但在实际使用中，对自行车和步行的选择频率降低。

公众最常选择的通勤出行方式

- 公共交通是公众选择度最高的通勤出行方式，其次是开新能源车。
- 学历越高，越少乘坐公交车，越多开新能源车。

最常选择的低碳出行方式 n=3500	占比 (%)	通勤最常选择的出行方式 n=3500			
		占比 (%) n=1366	专科 (%) n=2034	本科 (%) n=2034	研究生及以上 (%) n=100
公共交通	36	28	30	27	18
开新能源车	16	17	13	19	19
电力助动车	14	16	13	17	28
自行车	10	12	12	12	11
步行	10	7	8	6	5
拼车、顺风车	5	7	8	6	8
打车	3	5	4	6	4
开燃油车	2	5	6	5	6
没有我想选的选项	3	4	5	3	1

同样低碳通勤的人群中，认知更高的低碳田园派，相较低碳潜力派或无意识环保派，选择开新能源车比例更低。

公众最常选择的通勤出行方式

- 同样低碳通勤的人群中，认知更高的低碳田园派，相较低碳潜力派或无意识环保派，选择开新能源车比例更低。
- 同样高碳通勤的人群中，认知更低的环保门外汉选择拼车、顺风车和打车出行的比例偏高。

通勤最常选择的出行方式	占比(%) n=3500	环保门外汉(%) n=287	自由行动派(%) n=182	新能源潜力派(%) n=31	无意识环保派(%) n=1378	低碳潜力派(%) n=1380	低碳田园派(%) n=242
公交车	28	0	0	0	34	31	32
地铁	17	0	0	0	20	18	21
开新能源车	16	0	0	0	16	22	15
电力助动车(电单车)	12	0	0	0	14	13	17
自行车	7	0	0	0	8	8	8
步行	7	0	0	0	9	7	7
开燃油车	5	25	52	65	0	0	0
拼车、顺风车	5	40	30	23	0	0	0
打车	4	34	18	13	0	0	0

学历较高的人群私家车（燃油车）出行的概率更高，这可能与收入水平相关。

生活中的高碳行为

- 近5成公众曾有过私家车出行。
- 与生活中各种高碳行为相比，学历较高的人群私家车（燃油车）出行的概率更高。



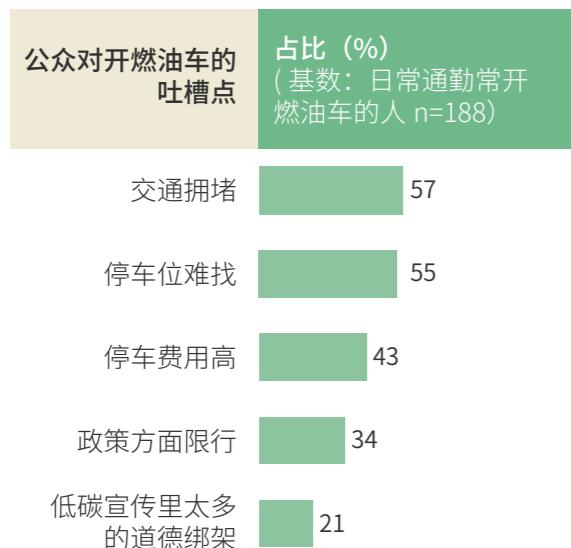
曾有过的高碳行为	占比(%) n=3500	专科(%) n=1366	本科(%) n=2034	研究生及以上(%) n=100
过度用电（空调开一整晚，冬天开到27度以上，夏天开到24度以下）	57	57	57	55
购物时使用塑料袋	55	51	57	69
出行选择私家车（燃油车）	49	39	55	70
浪费纸（单面打印，本子未用完就扔掉等）	48	49	47	55
使用一次性用品	33	23	38	55
过量肉食（每天食用红肉的量超过50克，约两个鸡蛋大）	32	31	32	38

公众的出行挑战 / 障碍

停车位难找是开车人群集中反馈的障碍。相对于燃油车主最关注交通拥堵的问题，新能源车主对公共充电桩少的担忧更显著。

公众眼里的出行障碍（开燃油车、新能源车）

- 日常通勤选择开燃油车的公众最不满意的点是交通拥堵（57%）和停车位难找（55%）。
- 日常通勤选择开新能源车的公众最不满意的点是公共充电桩少（58%）和停车位难找（43%）。



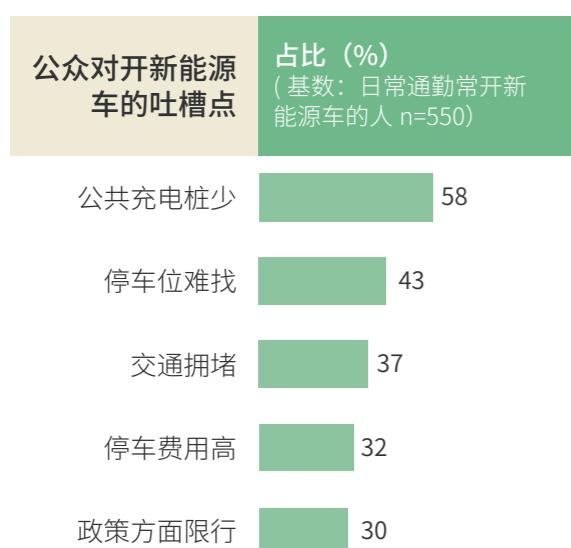
受访者之声：

“路边停车位少。如果去商场停车会有找车和堵车的情况，出停车场的时候很花时间。”

——陈先生 海口市区（一般认知高碳出行）

“小区车位经常被占，停车难。”

——吴先生 深圳市区（一般认知高碳出行）



受访者之声：

“对续航有担忧，在市区内还好，超过 300 公里就有困扰，尤其是上高速以后更加耗电。新能源有政府补贴，每天累计 2h 内免费停车比较好，如果能找到车位。”

——吴小姐 深圳郊区（高认知低碳出行）

“充电不方便。”

——李先生 北京市区（一般认知低碳出行）

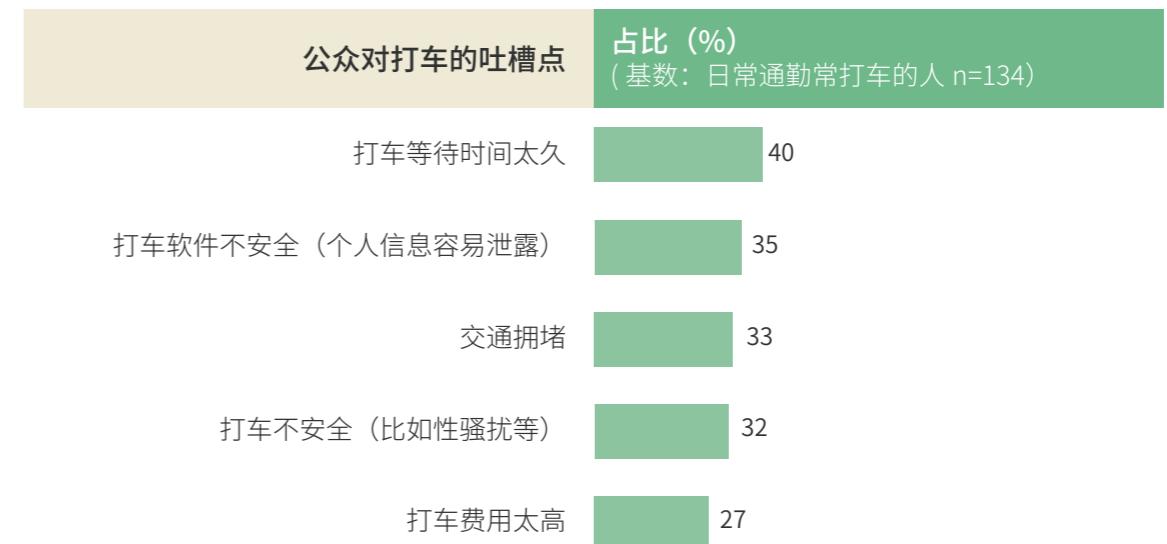
“停车费贵。”

——陈先生 北京郊区（高认知低碳出行）

等待时间久和打车软件上个人隐私信息不安全是打车的公众集中反馈的障碍；拼车的公众普遍认为出行费用高和交通拥堵的问题比较突出。

公众眼里的出行障碍（打车、拼车 / 顺风车）

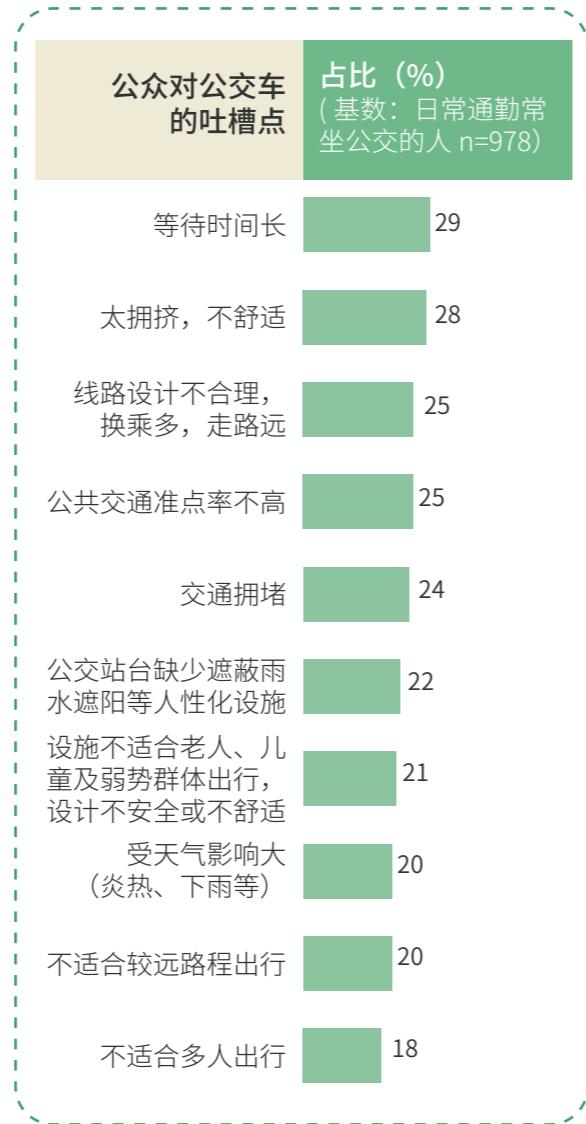
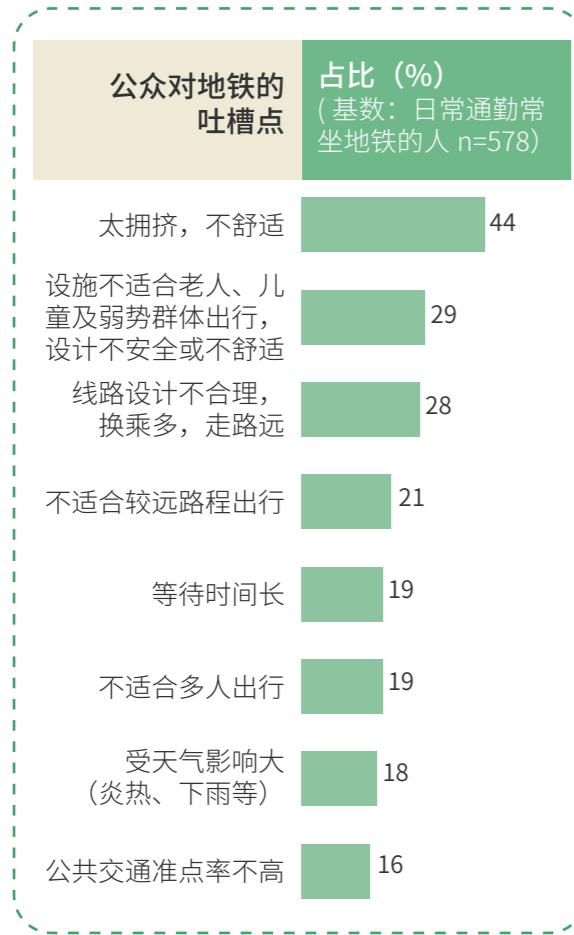
- 日常通勤选择打车的公众最不满意的点是等待时间太久（40%）和担心打车软件的安全性（35%）。
- 日常通勤选择拼车、顺风车的公众最不满意的点是出行费用高（38%）和交通拥堵（33%）。



出行环境拥挤和对于弱势群体出行的设施安全性低是乘坐地铁出行的公众普遍的困扰；等待时间长和舒适性差是乘坐公交车的公众普遍的困扰。

低碳出行障碍（地铁、公交）

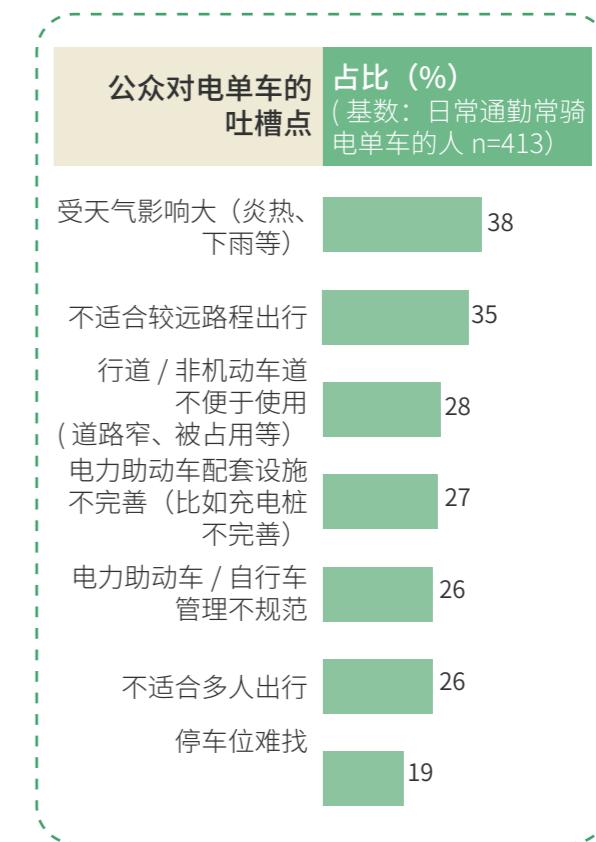
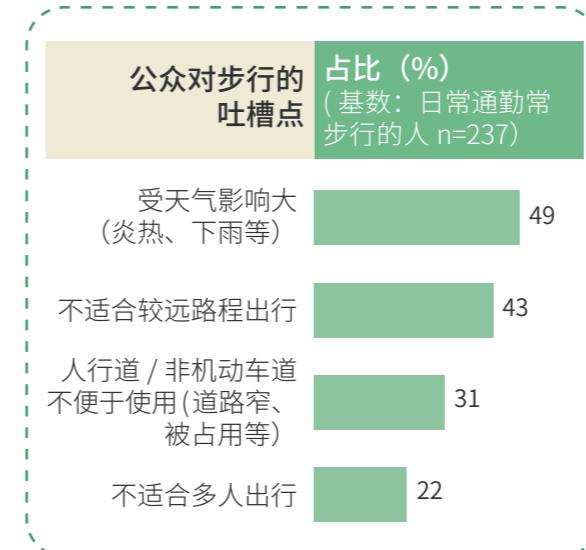
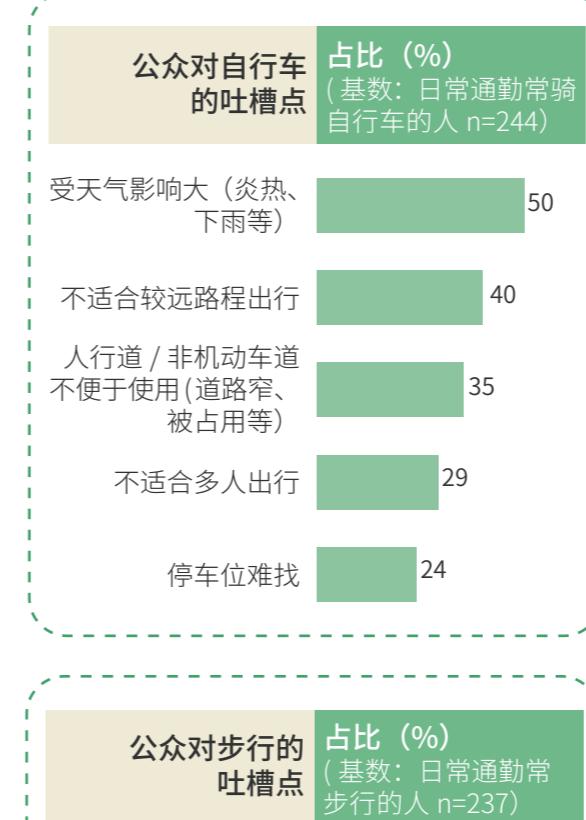
- 日常通勤选择乘坐地铁的公众最不满意的点是太拥挤，舒适性差（44%）和不适合弱势群体出行（29%）。
- 选择公交车出行的公众的吐槽点选项比较分散，TOP2 主要集中在等待时间长（29%）和舒适性较差（28%）。比较值得关注的是，也有 21% 的公众认为目前公交车设施对于弱势群体仍不够友好。



人行道 / 非机动车道狭窄、被占道等成为骑电单车、骑自行车和步行的公众非常困扰的问题。

低碳出行障碍（自行车、步行、电单车）

- 除受天气影响大和不适合远程出行的客观因素外，人行道 / 非机动车道不便于使用的问题在慢行交通和电单车出行中比较突出。



公众普遍认为目前低碳的出行方式仍然存在部分缺陷，包括准点率无法保证、班次设置不够频繁、耗时较长、乘坐拥挤、站点设置不合理等问题，从而使公众可能不会选择低碳出行方式。

低碳出行障碍

- 公众认为低碳出行方式目前存在的缺陷 TOP3 包括公共交通无法保证准时准点（31%），公共交通的班次不频繁，等待时间太久（27%）和乘坐公共交通的路程耗时较长（27%）。

受访者之声：

“有的公交半小时一辆，公交站的遮阳设施不好。”
——张先生 海口市区
(一般认知低碳出行)

“路线要更丰富，车隔减少 15 分以内可以接受。”
——何小姐 海口郊区
(一般认知低碳出行)

“地铁下车以后如果离目的地还有一段距离，很困扰。打车费钱，单车太累。如果有共享电单车或共享汽车会比较好。”
——朱先生 深圳郊区
(一般认知低碳出行)

“公共交通时间长，人多，安检，有人插队，体验感不好。”
——王小姐 深圳市区
(一般认知低碳出行)

“地铁高峰期有时候会等，骑行热。”
——陈小姐 深圳市区
(高认知低碳出行)

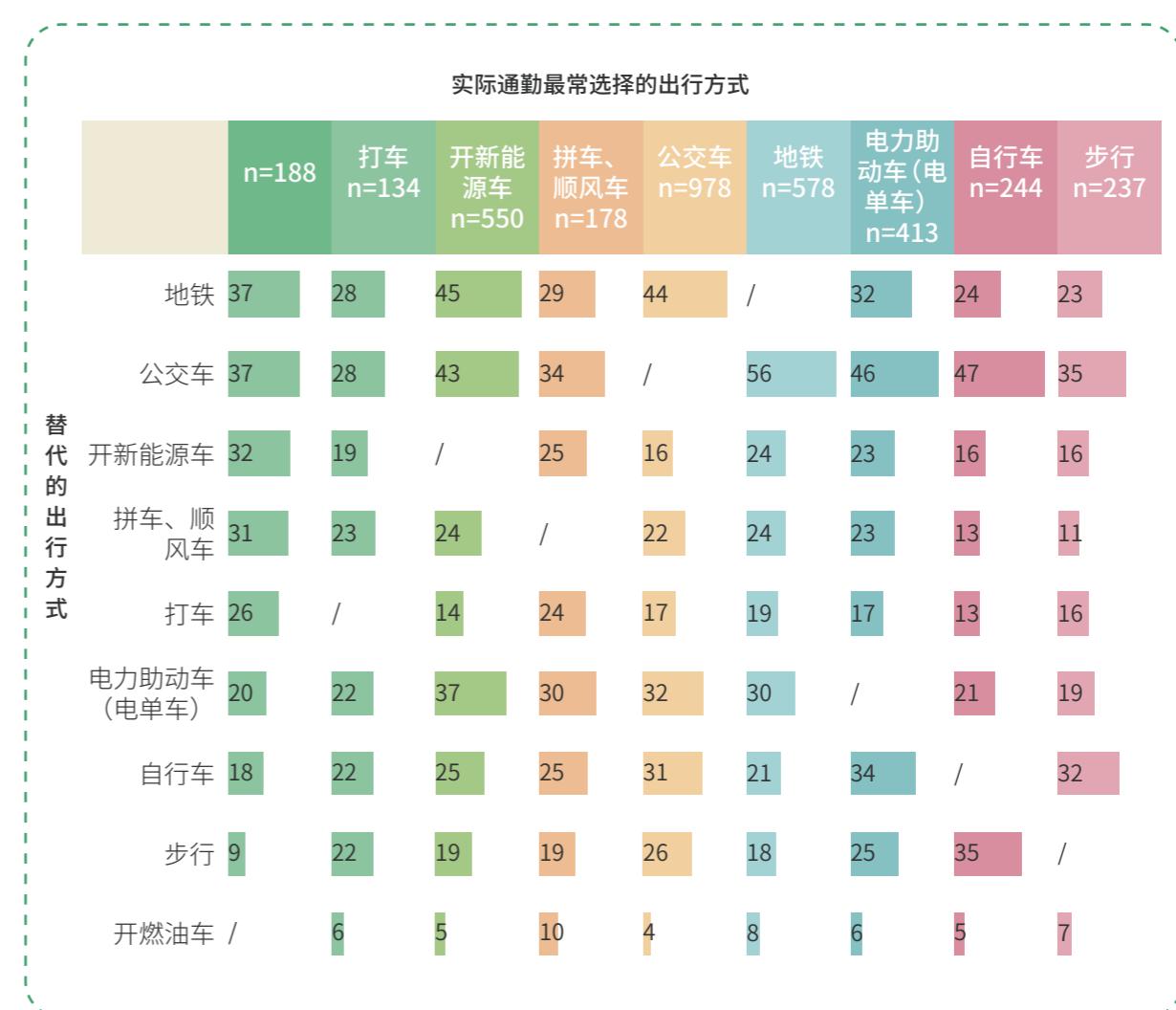


替代出行现状

大多公众平时通勤都是选择公共交通，在选择替代出行方式时，公众也更倾向于选择公共交通。其中平常高碳通勤的人群在选择替代的出行方式时考虑高碳出行的比重也相对较高。

替代的出行方式

- 公众在选择替代的出行方式时，会更倾向考虑低碳的公共交通出行方式（比如公交车、地铁等）。
- 由于高碳通勤中很多人群是由于通勤地点公共交通设施并不便利，因此他们的替代方式选择开新能源车的比例很高。
- 同样是开车通勤的人群，平时开新能源车的人，替代出行选打车、拼车的比例比开燃油车少。

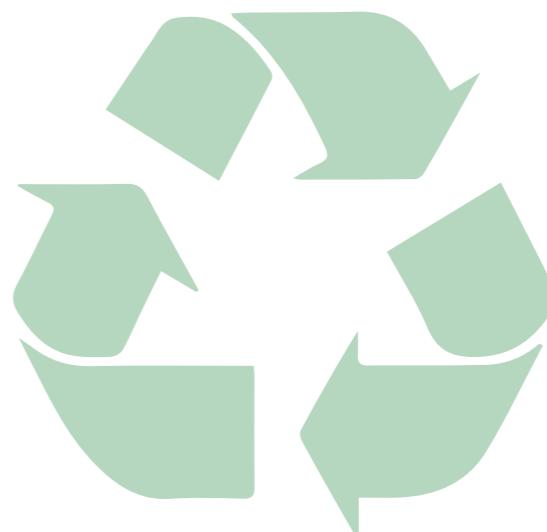


公众的低碳出行 驱动因素



主要结论

- 在接受调研的公众中，车辆普及率高达 77%。公众购车主要是出于家庭的需要（孩子，家人），因此家庭结构的组成对于公众选择出行方式也有较大的影响，其次是认为在某些场景下开车可以使出行更便捷。
- 规则要求、现实所迫等被动因素在低认知人群的低碳行为驱动因素中占比显著。高认知人群则更多出于自觉。
- 在选择通勤出行方式时，考虑拥护低碳出行的人群占比较高，达 38%，可见公众普遍对于低碳出行是比较认可且接受的。公众对出行舒适度的重视超越经济和时间成本因素。
- 从高认知人群来看，新能源潜力派对高效、舒适要求很高；低碳田园派超过半数都拥护低碳出行，且对低碳出行方式便利、通勤成本最低认可较高，这意味着这部分人群对低碳出行从认识到价值认可都达到了趋同；低认知人群的驱动因素选择相对分散，相对而言环保门外汉对舒适性的需求最高，而无意识环保派则笼统地选择了拥护低碳出行及公交设施便利可达；自由行动派对灵活、高效、舒适要求反馈较多，而低碳潜力派则是对拥护低碳出行、灵活、高效、公共设施便利可达都给出了积极评价。
- 日常通勤选择的交通方式低碳，选择替代的出行方式也低碳的公众，大部分是出于拥护低碳出行；而日常出行高碳的公众，在选择替代的出行方式时还是会优先考虑效率、舒适等因素；对于环保门外汉人群，他们在选择替代的出行方式时，考虑到时尚流行因素的占比也较大。

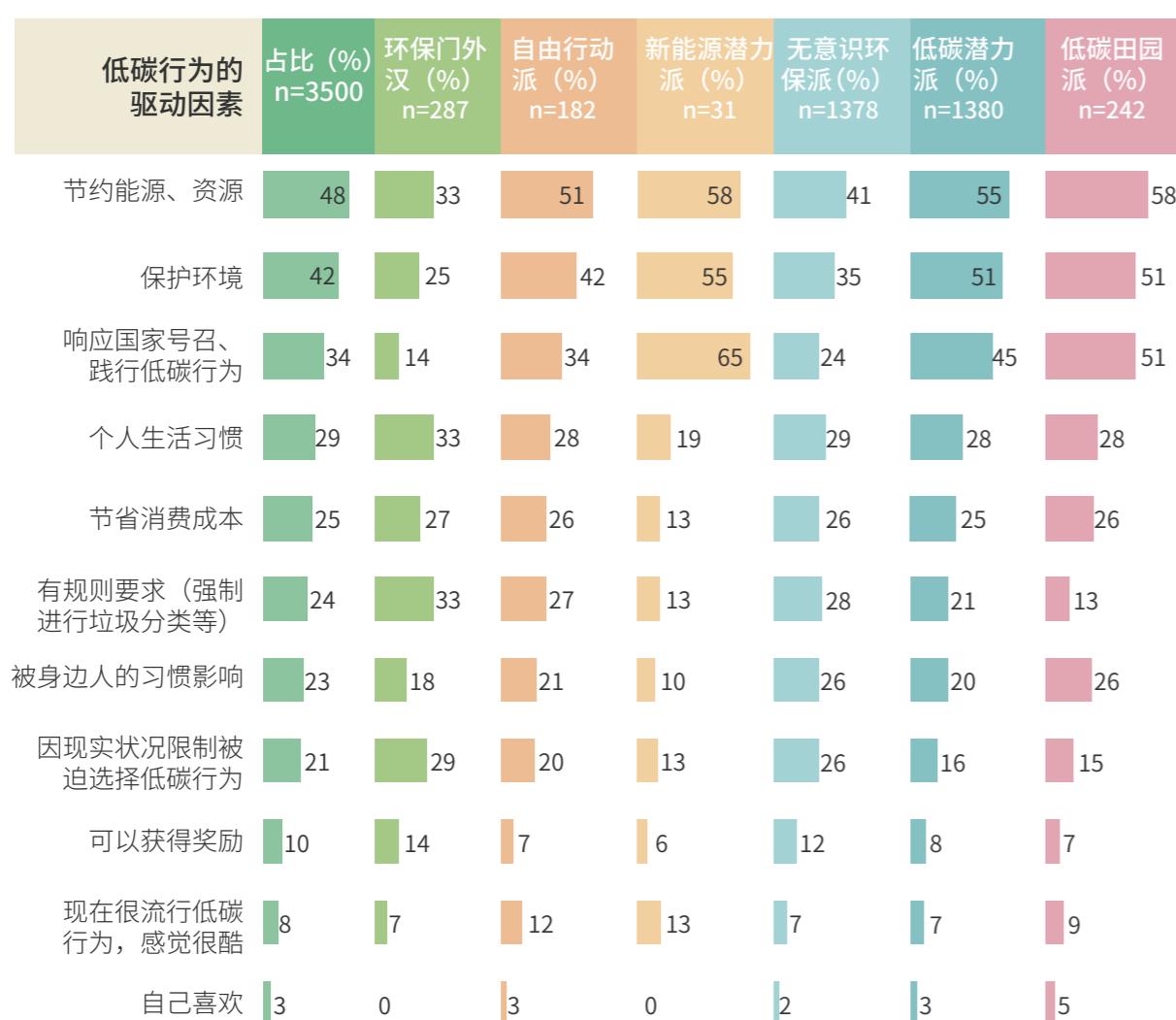


驱动因素分析

规则要求、现实所迫、节省消费成本等因素在低认知人群的低碳行为驱动因素中占比显著。高认知人群则更多出于自觉。

公众对于选择低碳行为的驱动因素

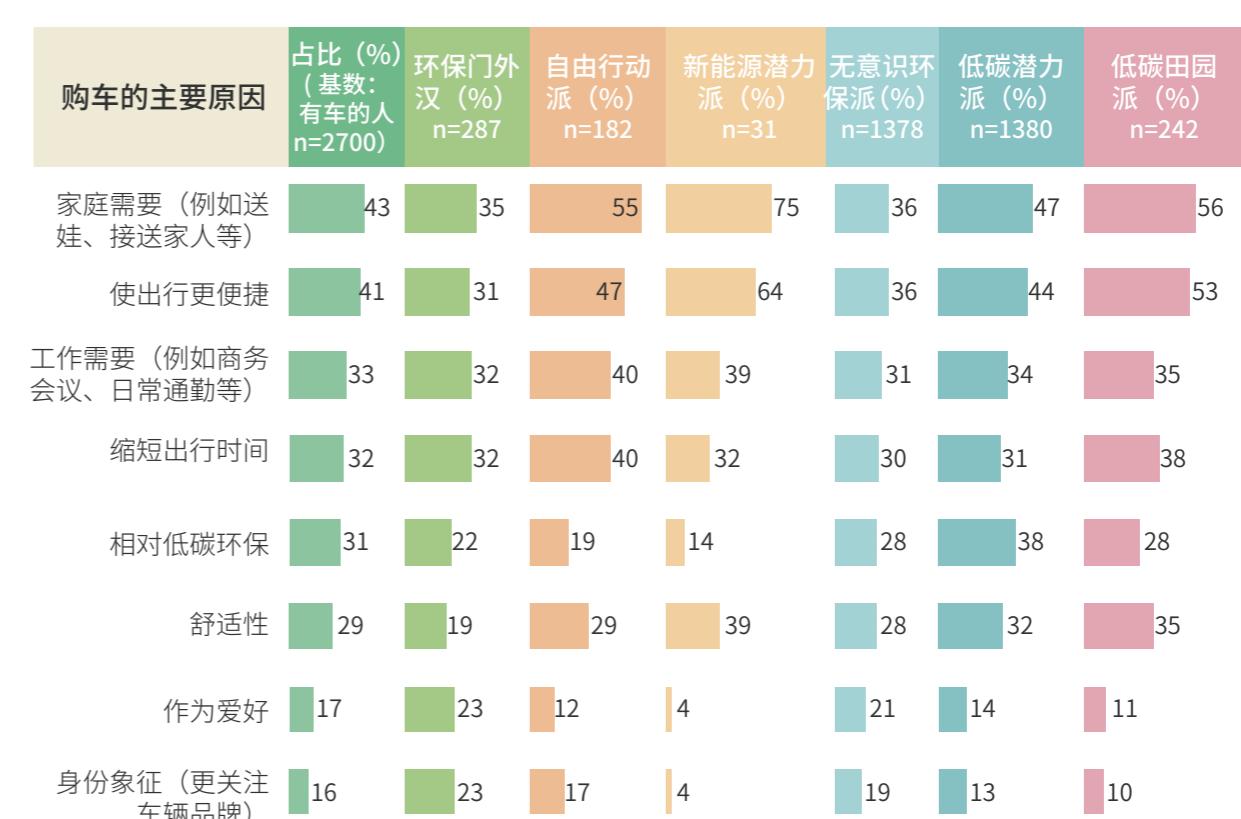
- 高认知人群无论出行方式是否低碳，选择低碳行为的驱动因素都是对能源节约、保护环境和响应国家号召的占比更高，对规则所迫、现实所迫的被动感相对更低；低认知人群的驱动因素相对分散，但对高认知人群，低认知人群对于“规则所迫”“被迫”“节省”等因素的反馈更多。
- 从侧面看出，高认知和一般认知人群对社会责任感（利他）的反馈相对低认知更积极。



77% 接受调研的公众家庭都拥有车辆，车辆普及率高。公众购车最主要的原因是出于家庭的需要，比如送娃、接送家人等，其次是认为在某些场景下开车可以使出行更便捷。

不同人群购车的原因

- 公众购车的原因 TOP3 主要是由于家庭需要（43%），其次是为了让出行更便捷（41%），还有很大占比的公众是出于工作的需要（33%）。因此家庭结构的组成对于公众选择出行方式也有较大的影响。
- 从人群角度分析，低认知的人群买车作为爱好或出于身份象征等原因的占比较高；而高认知人群主要出于家庭需要以及为了让出行更便捷。这或许是高认知人群选择高碳出行的原因之一。



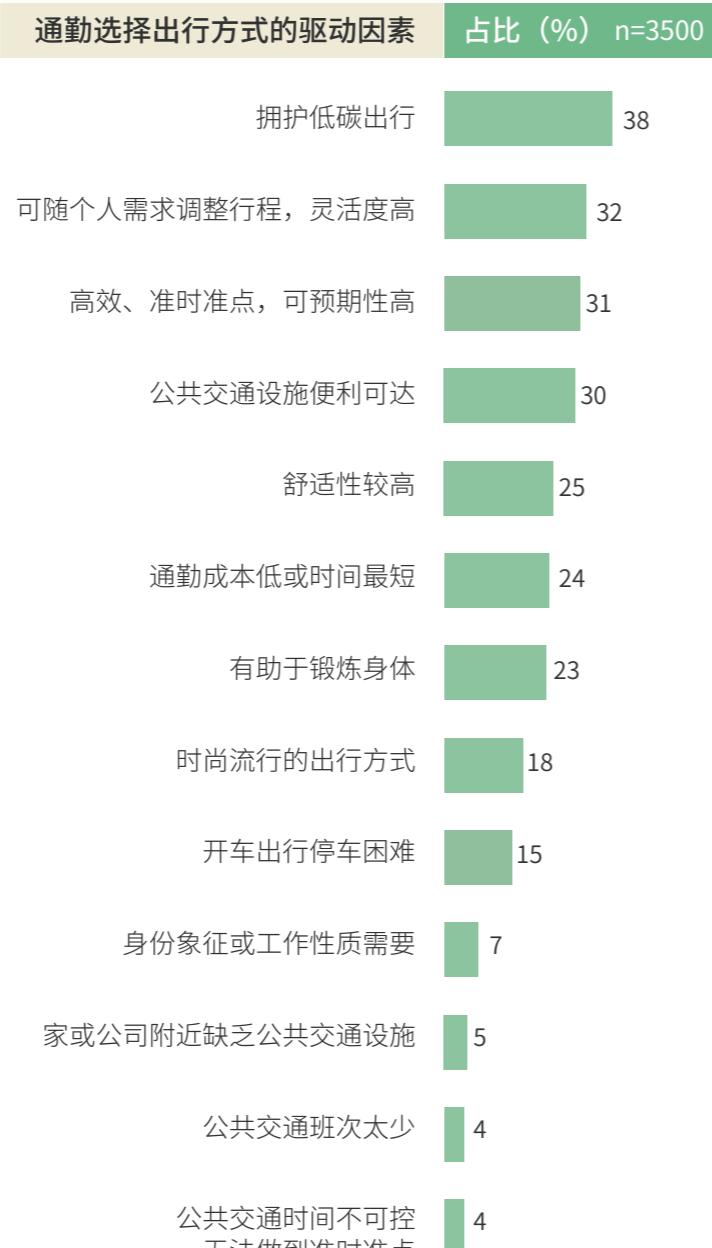
在选择通勤方式时，有 38% 的受访者主要考虑的是拥护低碳出行，可见公众普遍对于低碳出行是比较认可且接受的，公众对出行舒适度的重视超越经济和时间成本因素。

通勤选择出行方式的驱动因素

- 公众在选择通勤方式时，考虑到拥护低碳出行的公众占了 38%，考虑到出行方式的灵活度，是否可随个人需求调整的公众占 32%，以及比较注重出行方式高效、准时准点，可预期性高的公众占 31%。
- 受访者选择通勤方式的驱动因素中拥护低碳出行的比例最高，深入来看选择这项的公众，给他们生活带来幸福感的方面 TOP1 是优美健康的自然环境；并且他们选择低碳行为的原因主要出于自觉地节约能源资源；最常选择的低碳出行方式 TOP3 是公共交通、开新能源车和电单车。

受访者之声：

“零碳出行会分场景和情况选择，考虑时间花费与停车便利性。比如早上容易堵车或不方便停车时会选择零碳出行。促进零碳：比如国家政策 - 老人车与出租车都改成纯电的车……目前大力推动电动新能源的车子，是想完全替代燃油车，可是也造成了很多骗牌照的情况。”
——沈先生 上海市（一般认知低碳出行）



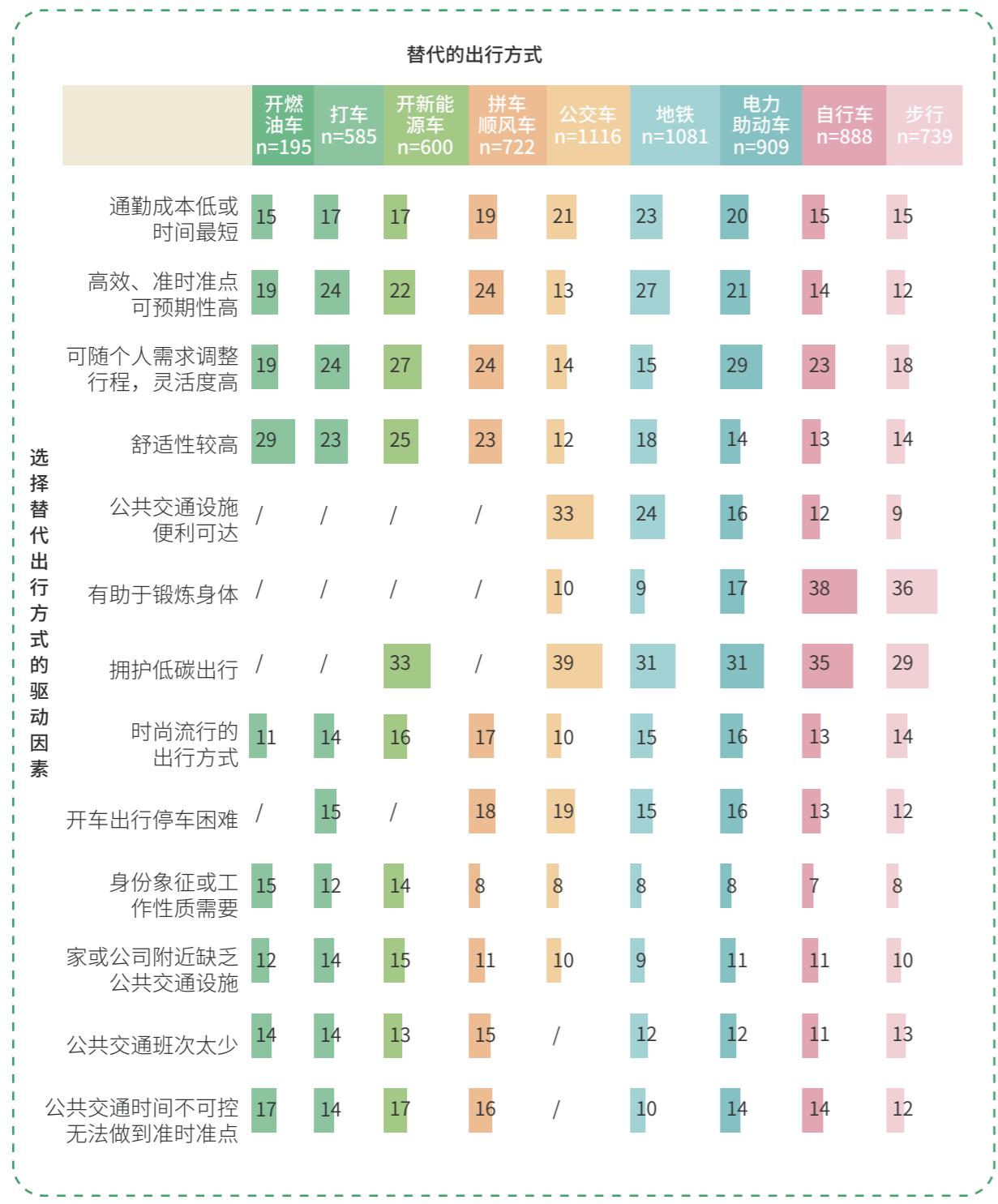
通勤选择出行方式的驱动因素

- 新能源潜力派经济基础较高，认知并不妨碍这极少数人群高比例的使用燃油小汽车，但在驱动因素中可看到，这部分人对高效、舒适性要求很高；低碳田园派超过半数都拥护低碳出行，且对低碳出行方式便利、通勤成本最低认可较高，这意味着这部分人群对低碳出行从认识到价值认可都达到了趋同；
- 低认知人群的驱动因素相对分散，相对而言环保门外汉对舒适性的需求最高，而无意识环保派则笼统地选择了拥护低碳出行及公交设施便利可达；
- 自由行动派对灵活、高效、舒适要求反馈较多，而低碳潜力派则是对拥护低碳出行、灵活、高效、公共设施便利可达都给出了积极评价。

通勤选择出行方式的驱动因素	占比 (%) n=3500	环保门外汉 (%) n=287	自由行动派 (%) n=182	新能源潜力派 (%) n=31	无意识环保派 (%) n=1378	低碳潜力派 (%) n=1380	低碳田园派 (%) n=242
拥护低碳出行	38	25	17	16	35	46	51
可随个人需求调整行程，灵活度高	32	30	45	26	30	33	29
高效、准时准点，可预期性高	31	23	40	58	29	32	33
公共交通设施便利可达	30	22	14	6	32	32	34
舒适性较高	25	31	31	42	24	23	23
通勤成本低或时间最短	24	12	18	26	20	28	36
有助于锻炼身体	23	29	14	3	24	23	18
时尚流行的出行方式	18	24	13	16	20	16	16
开车出行停车困难	15	14	10	6	15	17	14
身份象征或工作性质需要	7	11	9	10	7	5	7
家或公司附近缺乏公共交通设施	5	8	13	26	5	4	4
公共交通班次太少	4	7	10	16	4	2	4
公共交通时间不可控，无法做到准时准点	4	2	13	23	2	4	3

选择替代的出行方式的驱动因素

- 选择开燃油车作为替代出行方式的公众主要看重舒适性较高（29%），选择打车或拼车的公众主要看重其可预期性高以及灵活度高（24%）。选择低碳的出行方式作为替代主要是出于拥护低碳出行的心态，其中选择自行车和步行的公众还有很大一部分原因是为锻炼身体。



- 日常通勤选择的交通方式低碳，选择替代的出行方式也低碳的公众，大部分是出于拥护低碳出行；而日常出行高碳的公众，在选择替代的出行方式时还是会优先考虑效率、舒适等因素。
- 对于环保门外汉人群，他们在选择替代的出行方式时，考虑到时尚流行因素的占比也较大。

	环保门外汉 (%) n=287	自由行动派 (%) n=182	新能源潜力派 (%) n=31	无意识环保派 (%) n=1378	低碳潜力派 (%) n=1380	低碳田园派 (%) n=242
拥护低碳出行	31	37	65	38	53	59
可随个人需求调整行程，灵活度高	28	39	39	32	39	45
高效、准时准点可预期性高	30	42	61	31	37	31
通勤成本低或时间最短	28	32	45	30	34	40
有助于锻炼身体	24	18	19	28	36	36
舒适性较高	26	31	48	28	32	37
公共交通设施便利可达	25	33	29	28	33	36
开车出行停车困难	24	28	29	26	26	28
时尚流行的出行方式	28	22	13	25	27	21
公共交通时间不可控无法做到准时准点	26	26	19	25	21	24
公共交通班次太少	25	16	13	24	21	21
家或公司附近缺乏公共交通设施	20	21	10	20	21	19
身份象征或工作性质需要	22	12	10	18	14	14

公众实际通勤最常选择的出行方式 TOP3 分别是公交车（28%）、地铁（17%）和开新能源车（16%）。

- 日常通勤选择公交车出行的公众，替代的出行方式 TOP3 分别是：地铁（44%）、电力助动车（32%）和自行车（31%）。

他们选择替代出行方式的主要驱动因素是拥护低碳出行。地铁的高效、准时准点，可预期性高和通勤成本低或时间短是吸引他们选择地铁作为替代出行方式的原因；可随个人需求调整行程，灵活度高是他们选择电力助动车的主要因素；选择自行车作为替代出行方式的公众则是看重其有助于锻炼身体。

- 日常通勤选择地铁出行的公众，替代的出行方式 TOP3 分别是：公交车（56%）、电力助动车（30%）、开新能源车（24%）和拼车（24%）。

选择公交、电单车和开新能源车的公众主要出于拥护低碳出行，其次选择公交车的公众驱动因素之一是目的地公共交通设施便利可达；电力助动车和开新能源车还有灵活度高的特点；另外一部分选择拼车的公众是比较看重出行方式的舒适性。

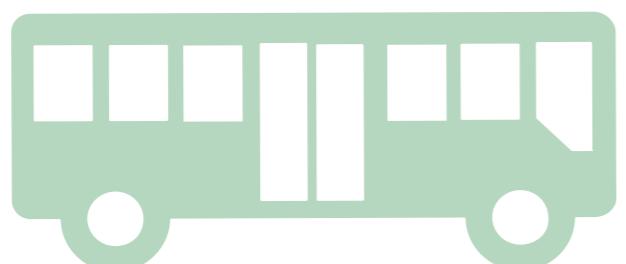
- 日常通勤选择开新能源车出行的公众，替代的出行方式 TOP3 分别是：地铁（45%）、公交车（43%）和电力助动车（37%）。

他们选择替代出行方式的主要驱动因素是拥护低碳出行。选择地铁和公交车作为替代方式的驱动因素的公众普遍表示其目的地公共交通设施便利可达；电单车的可预期性高、灵活度高以及通勤成本低等特点吸引公众将其作为替代出行方式。

实际通勤高碳出行行为中占比最高的是开燃油车（5%）。

- 日常通勤选择开燃油车出行的公众，替代的出行方式 TOP3 分别是：公交车（37%）、地铁（37%）和开新能源车（32%）。

选择公交、地铁的公众主要出于拥护低碳出行，并且这部分公众认为公交车、地铁的可预期性高和通勤成本低；选择开新能源车作为替代出行方式的公众主要驱动因素是因为其可预期性高和灵活度高。



六大人群画像特点总结

低认知高碳行为

“环保门外汉” 8%

- 对低碳概念没有具体认知，认为低碳是“时尚”的在所有人群占比最高。
- 生活中主要的幸福感来源是生活与工作的平衡。
- 相对低碳出行，他们更多尝试过吃素、选择棉麻等面料服装等低碳生活方式。
- 认可低碳出行方式的比重是所有人群中最少的。他们在选择出行方式时考虑更多的是舒适性、灵活度以及身份象征。

一般认知高碳行为

“自由行动派” 5%

- 日常通勤出行选择燃油车或打车或拼车等高碳出行方式。
- 在选择出行方式时看中的因素主要是灵活度和高效性。

高认知高碳行为

“新能源潜力派” 1%

- 对低碳概念认知高，但日常通勤出行仍选择燃油车或打车或拼车等高碳出行方式。
- 他们更看重高效性、准时准点，可预期性高以及舒适性，其次是被动方面的驱动因素比如家或公司附近缺乏公共交通设施，导致他们在出行方面比较高碳，但是在日常生活方面相对其他认知的人群会更注重低碳。

低认知低碳行为

“无意识环保派” 39%

- 对低碳概念认知较差，但日常通勤出行会选择低碳出行方式。主要原因公共交通设施便利可达占了大部分。
- 选择低碳行为的原因“被身边人的习惯影响”的占比与其他几类人群相比偏高。

一般认知低碳行为

“低碳潜力派” 40%

- 日常通勤出行选择低碳出行方式。
- 选择低碳出行的原因中，拥护低碳出行的比重较高，其次是由于通勤地点公共交通设施便利可达。

高认知低碳行为

“低碳田园派” 7%

- 因拥护低碳出行而选择低碳出行的比例很高，同时通勤成本低或时间最短也会促使他们选择低碳出行。
- 出行方面使用公共交通或骑行的意愿度最高。



分情景驱动因素分析 政策限制措施



主要结论

- 公众普遍对于零排放区或者超低排放区的概念较为了解，且 88% 的公众表示支持这一政策。公众支持零排放区的最主要的原因是能改善空气质量和减少能源能耗；而公众不支持零排放区主要是认为现在的公共交通系统和新能源车基础设施无法支撑公众需求，并且可能会造成日常生活的不便。
- 当所在地区开始设置零排放区后，82% 的公众会选择新能源汽车或公共交通作为替代出行方式。其中选择新能源汽车作为替代的比例略高于公共交通替代。新能源潜力派即便配合零排放区也是倾向于新能源车，环保门外汉可能是由于对新能源汽车的认知局限或接受程度不高，更多选择了公共交通；高碳行为人群中有更高比例选择不会放弃燃油车的使用。
- 对于设置零排放区的区域，66% 的公众希望可以先试点再扩大区域或在特定区域执行，说明公众即使愿意接受零排放区政策，仍普遍对零排放区的施行持观望态度。政府通过完善公共交通基础设施与服务可以在一定程度上使公众更接受零排放区的实施。
- 当城市开始逐步禁售燃油车后，公众对出行问题存在很多担忧，有 68% 的人会关注新能源汽车的使用问题，如安全性、续航和基础设施的优化等。

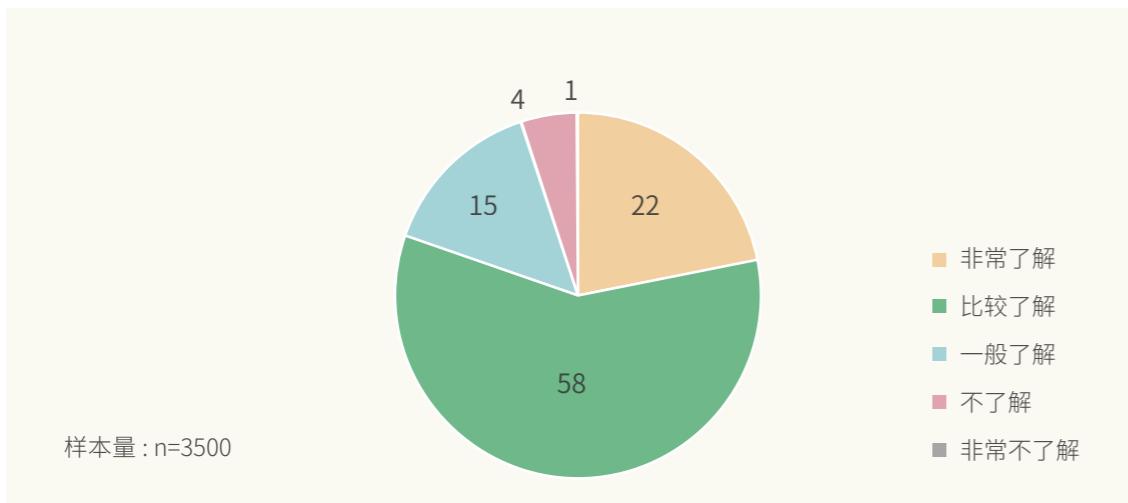


零排放区的看法与态度

公众普遍对于零排放区或者超低排放区的概念较为了解，且 88% 的公众表示支持这一政策。

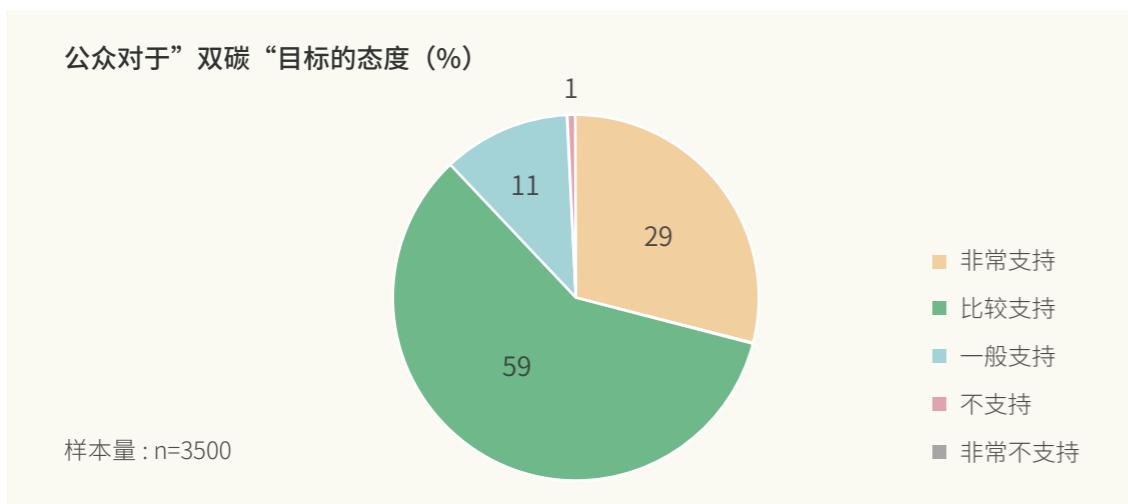
公众对于零排放区的了解

- 超过一半的公众（58%）表示比较了解零排放区或超低排放区的概念，有超过五分之一的公众（22%）非常了解零排放区，而有 5% 的公众觉得自己不了解或非常不了解零排放区。



公众对于零排放区的态度

- 公众普遍（88%）表示支持零排放区，其中超过一半的公众（59%）表示比较支持零排放区，另外有 29% 的公众表示非常支持，而有 1% 的公众表示不支持。



公众支持零排放区的最主要的原因是该政策能改善空气质量和减少能源能耗；而公众不支持零排放区主要是认为现在的公共交通系统和新能源车基础设施无法支撑公众需求，并且可能会造成日常生活的不便，所以加强公共交通和新能源汽车基础设施的建设对于施行零排放区可能会产生促进作用。

公众支持零排放区的原因

- 公众支持零排放区施行的原因中，占比最大的是由于实施零排放区可以降低汽车尾气排放，改善空气质量，有利身体健康（34%）。



公众不支持零排放区的原因

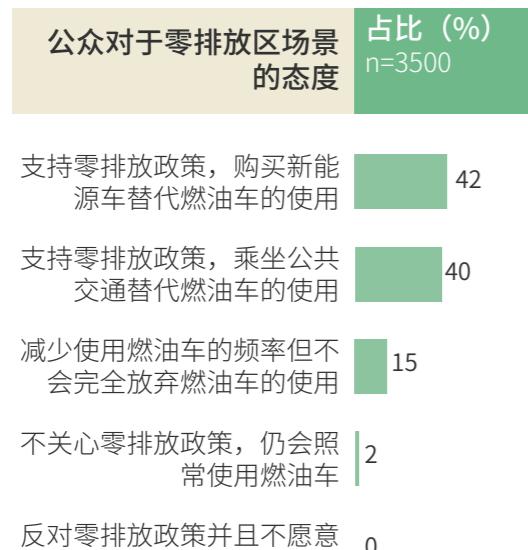
- 公众支持零排放区施行的原因中，占比最大的是现在的公共交通系统或新能源车基础设施不足以支撑需求（54%）。



当所在地区开始设置零排放区并调高燃油车停车费后，82% 的公众会选择新能源汽车或公共交通作为替代出行方式，且选择新能源车替代的公众比选择公共交通替代的公众占比高。仍有少部分人会坚持继续使用燃油车。

公众对于零排放区场景的态度

- 假设现在您上班所在地区，或者您生活所在地要开始做零排放控制区了，所采取的措施可能是在零排放控制区内燃油车的停车费会调高许多（比如是原来停车费的两倍），请问您会选择怎么做？82%的公众都表示在此场景下，愿意通过购买新能源车以及乘坐公共交通的方式支持零排放政策。这个结果与之前分析的公众对于零排放区的态度一致。值得关注的是，选择新能源车替代的公众仍比选择公共交通替代的公众占比高，这说明如果未来进一步在交通上进行管控，高碳出行方式的减量以及鼓励公众转变为公交出行的模式的挑战还是很大的。



关于零排放区受访者之声：

“可以在旅游景点先开始，只要不影响百姓生活就行。”

——焦先生 海口市区（一般认知低碳行为）

“岛内施行也没关系，车是出岛才用，但是这样没办法出岛了，也不接受岛外给一个停车位放车。车不放在身边不方便，相当于没车。城际间可以用高铁动车，但是下车以后就没有交通工具了。而且高铁动车的时间很固定，不灵活，退票还要钱。”

——莫先生 海口市区（一般认知低碳出行）

“支持，可以小范围开始逐渐扩大区域…配套要定制公交线路，新能源车共享。”

——吴小姐 深圳郊区（高认知低碳出行）

“不方便。充电设施，停车位解决了的话，零排放执行也可以。”

——江先生 深圳市区（一般认知高碳出行）

“希望零排放区域要不就全部都是，要不就一个都不弄。”

——刘先生 北京市区（一般认知高碳出行）

“如果划区尽量也是在偏一点的地方划区。”

——沈先生 上海市区（一般认知低碳出行）

“偏一点的地方可以，市中心不行；需要有通道让我的车可以出去……”

——黄小姐 上海郊区（一般认知高碳出行）

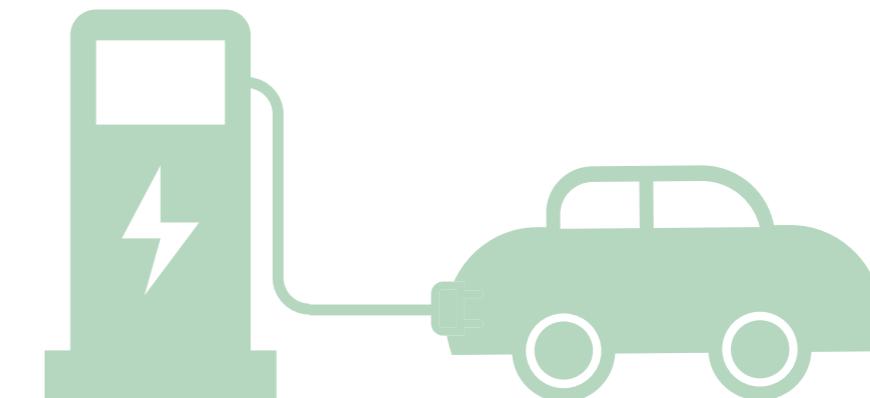
新能源潜力派即便配合零排放区也是倾向于新能源车，高碳行为人群中有更高比例选择不会放弃燃油车的使用。

公众对于零排放区场景的态度

- 新能源潜力派即便配合零排放区也是倾向于开新能源车，环保门外汉可能是由于对新能源汽车的认知局限或接受程度不高，更多选择了公共交通。
- 高碳行为人群中有更高比例选择不会放弃燃油车的使用。

公众的态度	占比 (%) n=3500	环保门外汉 (%) n=287	自由行动派 (%) n=182	新能源潜力派 (%) n=31	无意识环保派 (%) n=1378	低碳潜力派 (%) n=1380	低碳田园派 (%) n=242
支持零排放政策，购买新能源车替代燃油车的使用	42	26	36	61	43	46	40
支持零排放政策，乘坐公共交通替代燃油车的使用	40	45	35	19	42	38	46
减少使用燃油车的频率但不会完全放弃燃油车的使用	15	23	25	13	13	15	12
不关心零排放政策，仍会照常使用燃油车	2	6	3	0	2	1	2
反对零排放政策并且不愿意配合相关措施	0	1	1	6	0	0	0

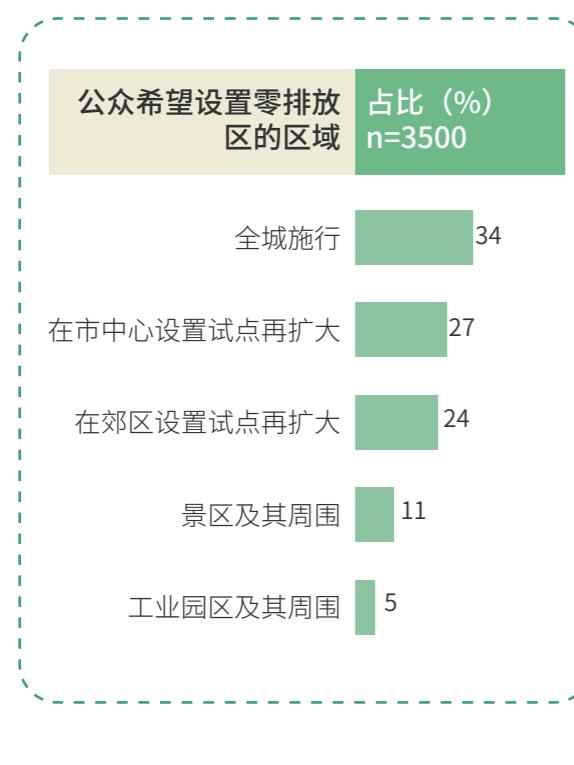
* 阅读注意：四舍五入情况 - 由于在计算时采用准确数字进行计算，而报告中仅保留整数，因而可能存在 ±1 的误差，特此说明



对于设置零排放区的区域，66% 的公众希望可以先试点再扩大区域或在特定区域执行，说明公众即使愿意接受零排放区政策，但仍普遍对零排放区的施行持观望态度。政府通过完善公共交通基础设施与服务可以在一定程度上使公众更接受零排放区的实施。

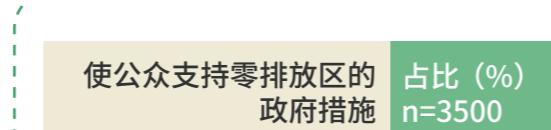
公众希望设置零排放区的区域

- 关于设置零排放区的区域，希望全城施行的公众占比是最高的（34%），其次是希望在市中心设置试点再扩大。



使公众支持零排放区的政府措施

- 有将近一半的公众（46%）表示若政府大力提高公共交通服务便利性、舒适性、灵活性能使居民 / 市民支持零排放区，其次是提高区内新能源车充电桩、停车位等基础设施供应（44%）。
- 由此可以看出，公众对于零排放区的开展虽然普遍表示支持，但是仍提出需要政府方面采取一些实际性的措施，甚至是一些经济性的补偿会更有利于相关政策的推广。

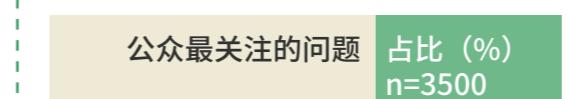


禁售燃油车的看法与态度

当城市开始逐步禁售燃油车后，公众对出行问题存在很多担忧，68% 的公众更关注新能源车使用问题，如安全性、续航和基础设施优化等。

关于禁售禁驶燃油车，公众最关注的问题

- 如果未来城市会逐步禁售和禁驶燃油车，公众最关注的问题是新能源车的使用问题，包括安全问题、电池续航问题、基础设施优化问题。



关于禁售禁驶燃油车受访者之声：

“补贴是否能够支持买下一辆车。比如牌照也花了很多钱，换了以后和自己的原来购买的时候价值是否一样。而且是否能够买到新的牌照，还要再拍新的么。”

——孙先生 上海市区（一般认知高碳出行）

“不会有影响，换电动车就可以了，总会有的替代的。”

——沈先生 上海郊区（一般认知高碳出行）

“小区不让装充电桩，不方便充电。”

——翟先生 北京市区（一般认知高碳出行）

“怕收走了油车；不希望用电车来换，换房子可以。”

——袁小姐 北京市区（一般认知低碳出行）

“支持，社会发展的必然……”

——王小姐 北京郊区（一般认知高碳出行）

“觉得有过渡期，价格波动比较大……”

——徐先生 深圳市区（一般认知高碳出行）

“回老家不方便。”

——吴小姐 深圳郊区（高认知低碳出行）

“充电站等基建都做好了就行。”

——陈先生 海口市区（一般认知高碳出行）

“知道这个消息……看基础设施的提升情况，比如可以要求小区装充电桩。”

——何先生 海口郊区（一般认知低碳出行）

关于禁售禁驶燃油车，不同的人群最关注的问题

- 如果未来城市会逐步禁售和禁驶燃油车，至少拥有一辆燃油车和一辆新能源车的公众关注新能源车使用问题的占比是最高的；
- 有且仅有一辆新能源车的公众关注新能源车购买问题的占比比其他人群高出一些，可能部分车主有考虑额外再买一辆新能源车的想法；
- 有且仅有一辆燃油车的公众关注现存燃油车如何处置的占比相对其他人群较高；无车及新能源车人士，也会关注现存燃油车如何处置的问题；
- 对于公共交通运行效率如何提高的问题，无车的公众相对来说是最为关注的。

公众最关注的问题	占比 (%) n=3500	有且仅有 一辆燃油 车 (%) n=1127	有且仅有 一辆新能 源车 (%) n=1032	至少一辆燃 油车和一辆 新能源车 (%) n=457	两辆及以 上燃油车 (%) n=59	两辆及以 上新能源 车 (%) n=25*	无车 (%) n=800
新能源车使用问题（安全问题、电池续航问题、基础设施优化问题）	68	69	69	72	53	80	63
新能源车购买问题（包括牌照、补贴等问题）	44	47	50	40	29	28	36
现存燃油车如何处置	41	46	39	44	25	16	37
过渡期对生活的影响（逐步适应燃油车退换政策）	34	35	30	34	34	36	36
公共交通运行效率如何提高	14	13	12	12	8	12	20

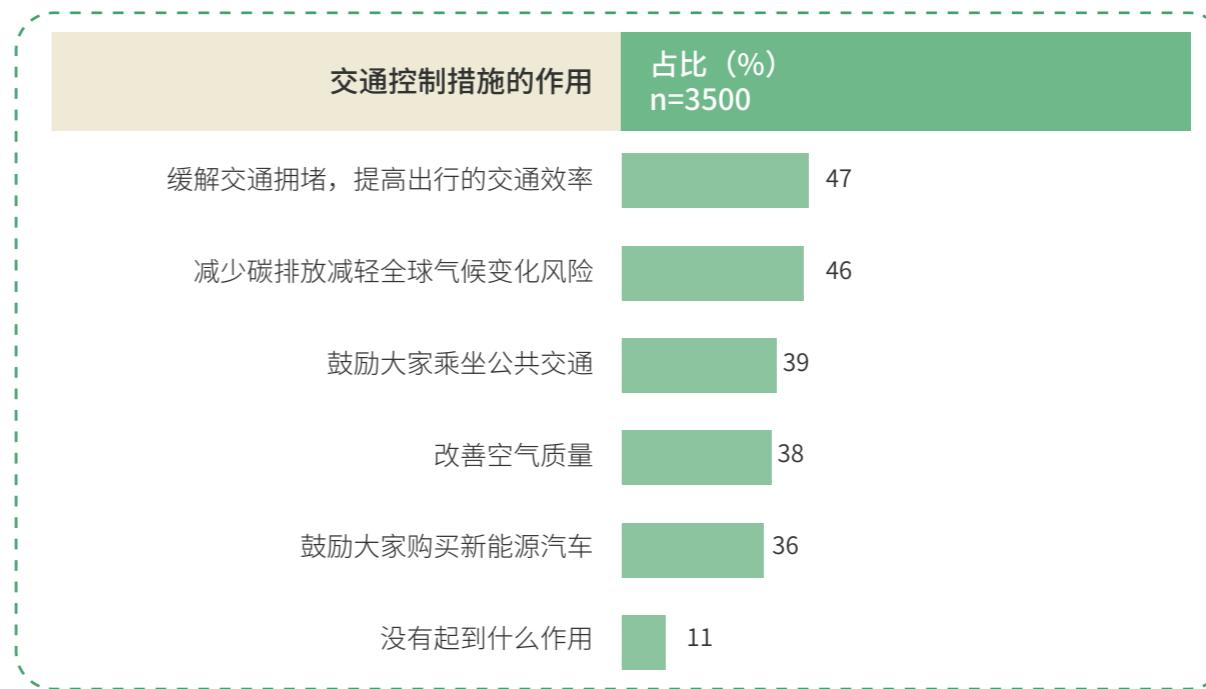


交通控制措施政策

公众普遍对限行限购等交通控制措施表示正面肯定，认为可以起到缓解交通拥堵的作用，从而提高交通出行的效率，同时可以减少碳排放，侧面体现出公众碳认知较高。

公众认为的交通控制措施的作用

- 对于目前城市所采取的交通控制措施，公众认为起到最大的作用是缓解交通拥堵，提高出行的交通效率（47%），其次是减少碳排放减轻全球气候变化风险（46%），然而仍有11%的公众认为交通控制措施并没有起到什么作用。



关于限行限购等政策其他方面的受访者之声：

- “会影响出行的价格。” ——李先生 北京市区（一般认知高碳出行）
- “油车摇不上号，就想买电车。” ——李小姐 北京市区（一般认知低碳出行）
- “国家的环保政策越来越收紧。” ——陆先生 上海郊区（高认知低碳出行）
- “限行缓解了10-14点时间的车况。” ——沈先生 上海市区（一般认知低碳出行）

分情景驱动因素分析 经济激励机制

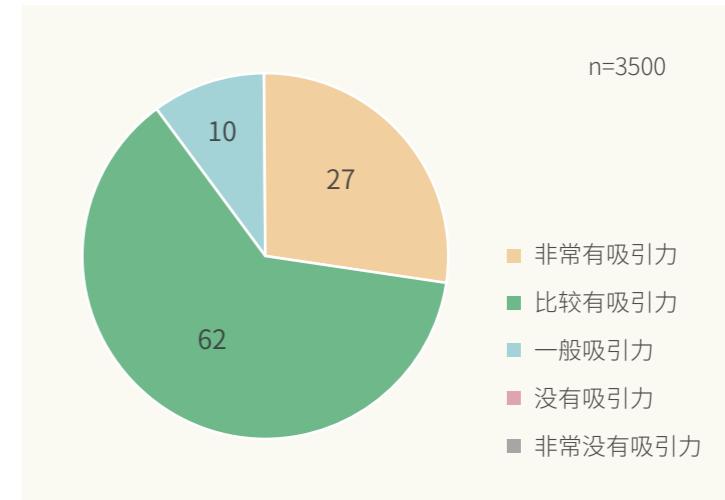


相关政策现状

有九成的公众认为碳积分具有一定的吸引力，少数人认为碳积分没有吸引力的原因主要在于兑换平台的商品价值低及操作繁琐。

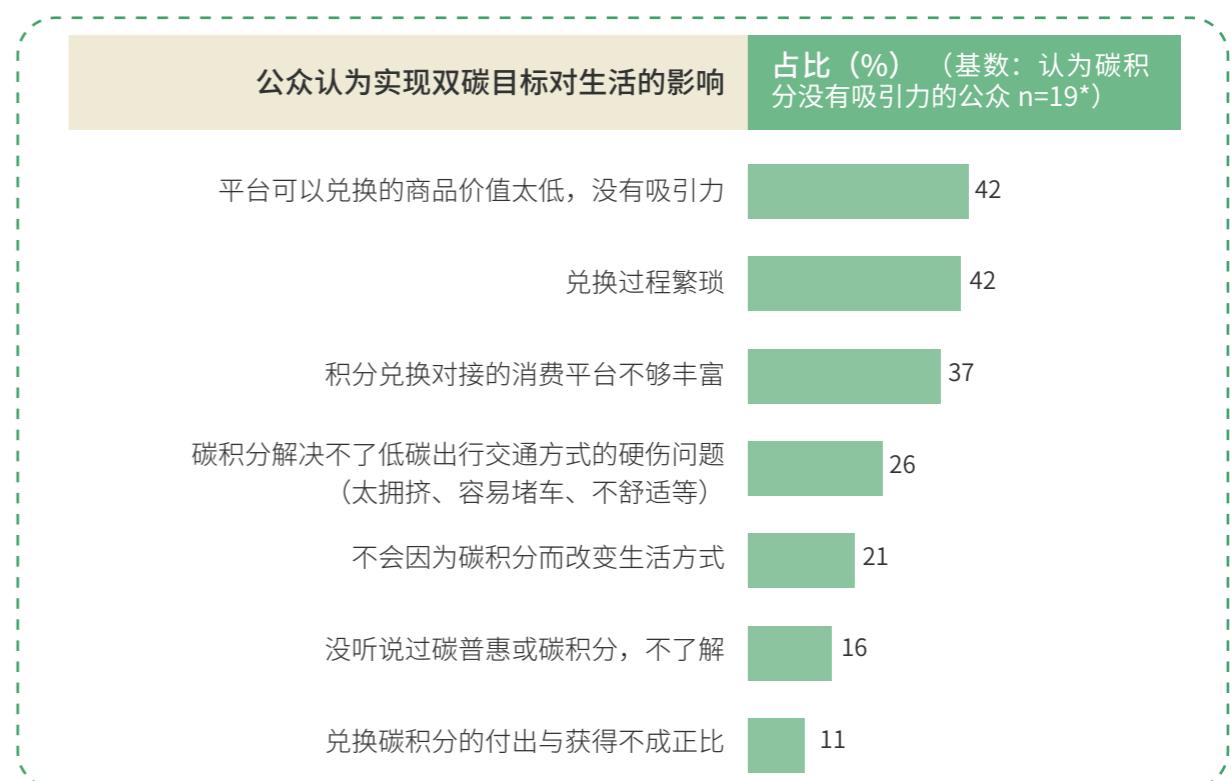
公众对于碳积分兑换活动的态度

- 有九成公众认为“碳积分”“碳普惠”等平台兑换商品对选择低碳出行是有吸引力的，其中认为非常有吸引力的公众占了27%，其次持中立态度的占10%，说明公众的碳价值认知程度较高，并且碳积分这样的激励机制在一定程度上可以鼓励公众进行低碳行为。



公众认为碳积分没有吸引力的原因

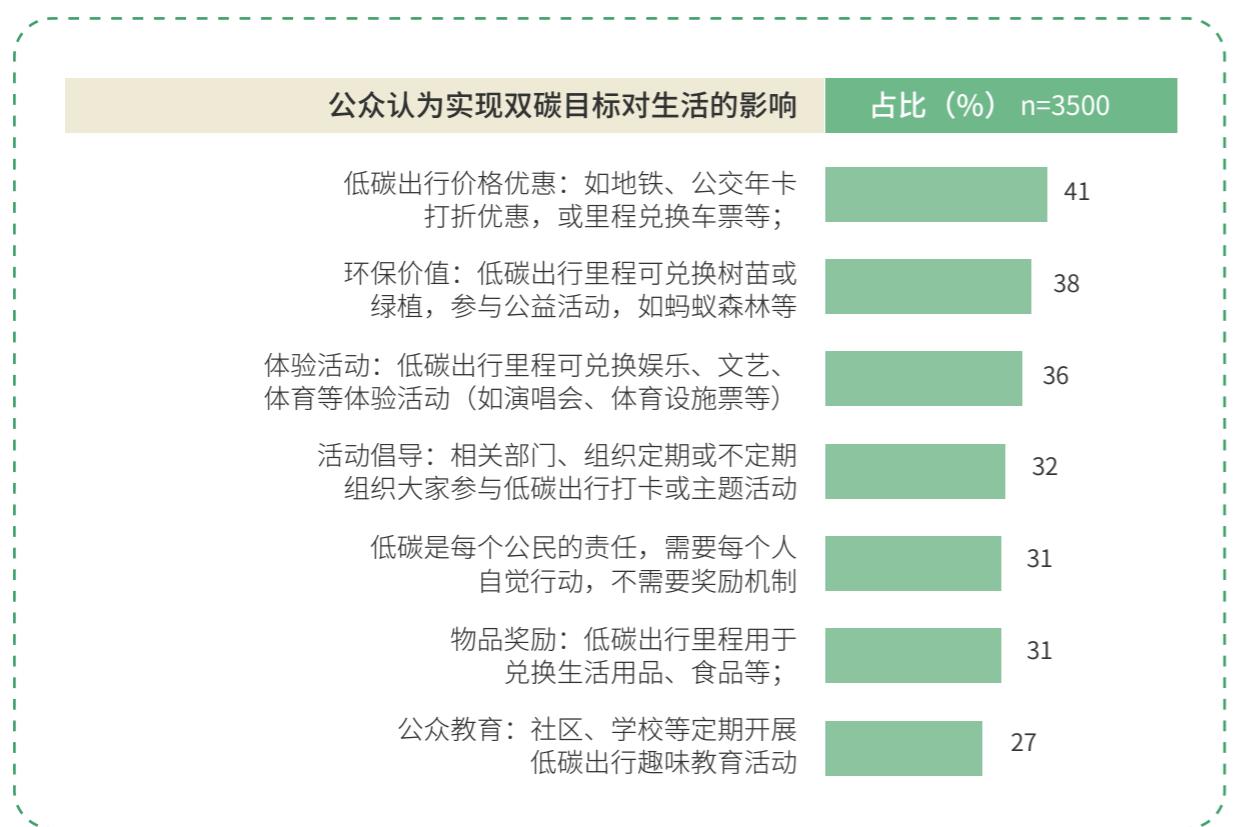
- 公众认为碳积分没有吸引力的原因主要在于平台可以兑换的商品价值太低（42%），兑换过程繁琐（42%），以及积分兑换对接的消费平台不够丰富（37%）。



超四成公众更青睐的低碳出行奖励机制是低碳出行价格优惠，这体现的是对低碳践行者的进一步经济奖励。将低碳出行行为转化为环保公益参与是公众第二青睐的奖励机制，相反实际的物品奖励排名较低。

公众更倾向的奖励机制以鼓励低碳出行

- 为了持续鼓励自己以及周边的人践行低碳出行理念，公众更倾向的倡导或者奖励机制 TOP3 包括低碳出行价格优惠（41%）、体现环保价值（参与公益活动）（38%）以及参与一些体验活动（36%）。



受访者之声：

- “更倾向于兑换日常消费，对公共交通折扣的兑换不太有鼓励性。”——王先生 海口郊区（高认知低碳出行）
 “吃饭券，等生活消费类，超市券等，公共交通券等能抵钱的都行。”——莫先生 海口市区（一般认知低碳出行）
 “兑换商品，地铁优惠折扣也可以。”——吴小姐 深圳郊区（高认知低碳出行）
 “公交地铁的费用减免，比如本月达到碳值，下月的公交地铁费用半价等。不仅仅为了省钱，还可以推动大家实践环保。”——吴先生 深圳市区（一般认知高碳出行）
 “看具体的企业，希望兑换具体的实物或者很多场所都能用的。”——张先生 北京郊区（一般认知低碳出行）
 “费用，积分兑换等。要换到能看到的东西和实际可以消费的利益。”——宋先生 上海市区（一般认知低碳出行）

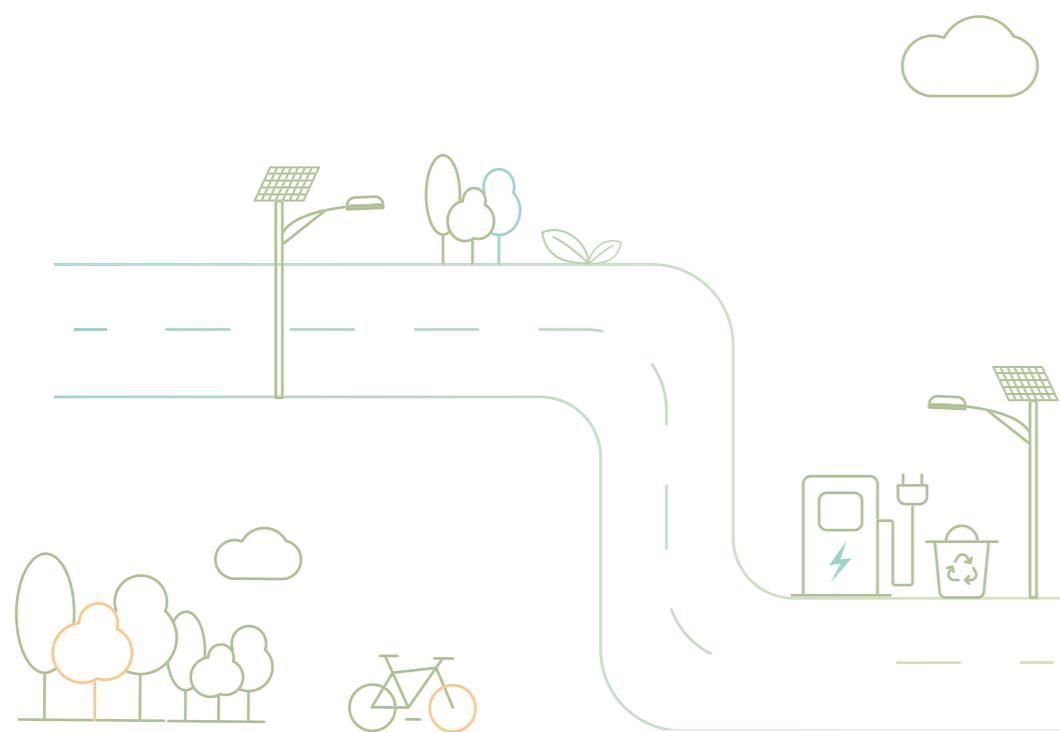


分情景驱动因素分析 公共交通服务提升



公共交通服务提升 – 主要结论

- 有 92% 的公众表示，在“公交优先”政策下会更愿意采取公交出行的方式。意愿不高的公众主要是顾虑公交车的舒适性和效率性。
- 有八成的公众认为从手机或站台查询公交时刻表是便捷实用的；车辆到站信息不够准确是导致公众认为不便捷不实用的主要原因。
- 公众对于低碳交通基础设施的期待与建议 TOP5 包括实行低碳出行鼓励政策、增设公共交通的班次和站点、提高公共交通舒适性、增加新能源车充电桩、提供足够的共享单车等。

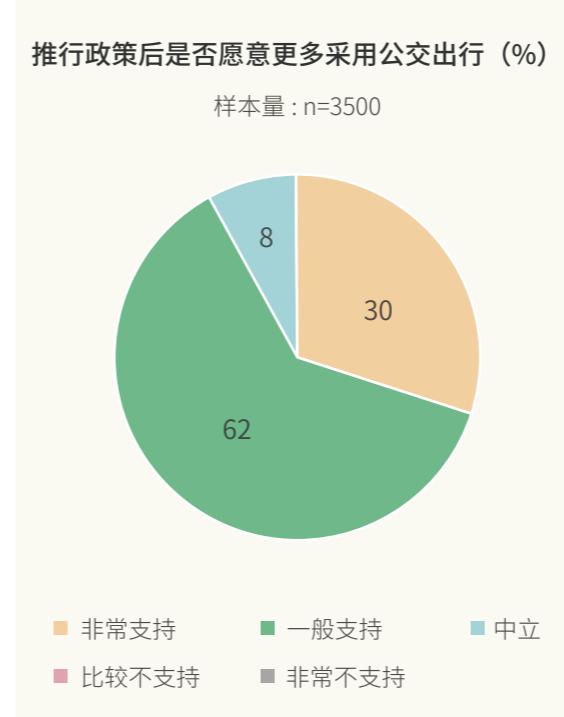


对公共交通的看法态度

有 92% 的公众表示，在“公交优先”政策下会更愿意采取公交出行的方式。对于意愿不高的公众，原因主要是顾虑公交车的舒适性和效率性。

公众对于“公交优先”政策下公交出行的态度

- 如果借助智能科技手段推行“公交优先”政策，通过算法和车路协同技术，可以实现大部分公交车优先通行红绿灯，减少公交车等待和拥堵状况，提高公交车准点率，有 30% 的公众表示非常愿意更多采用公交出行，62% 的公众比较愿意，而有 8% 仍持中立态度。
- 根据之前的分析，目前有 28% 的公众通勤选择的是公交车出行（该比例和非常愿意的公众占比相似），该政策可以吸引到更多的公众考虑采用公交出行。



“公交优先”政策下公交出行意愿不高的原因

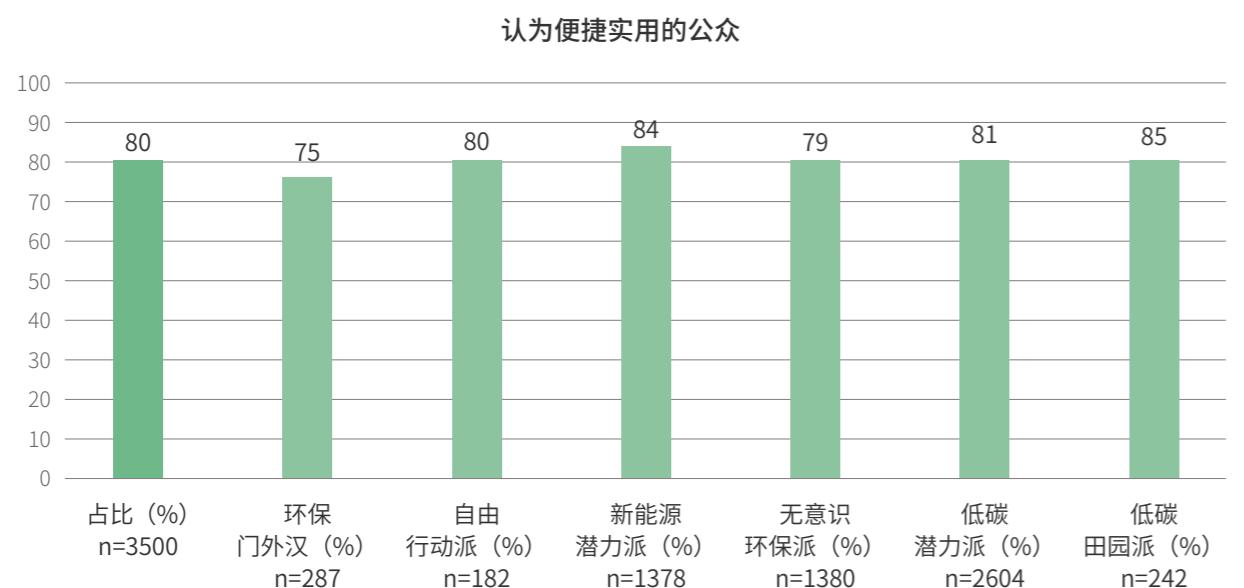
- 公众对公交出行意愿不高的原因选项比较分散，其中 TOP3 主要包括车厢拥挤、环境较差，到达目的地的耗时长以及出行不便（线路少、换乘多）。



有八成的公众认为从手机或站台查询公交时刻表是便捷实用的；
车辆到站信息不够准确是导致公众认为不便捷不实用的主要原因。

公众对于手机或站台查询公交时刻表的态度

- 超过一半的公众（55%）认为从手机 app 上或车站站台查询公交时刻表是比较便捷实用的，四分之一的公众认为是非常便捷实用。
- 认知度较高的公众对这项服务的态度也比较积极。



公众对于低碳交通基础设施的期待与建议



样本量 : n=3500

公众认为公交时刻表不便捷 不实用的原因

- 对于手机或站台查询公交时刻表这个功能表示并不是很便捷实用的公众普遍是由于他们认为从手机 app 上或车站站台查询车辆到站信息并不准确（38%）。



关于低碳交通建议受访者的声:

- “公交能打折，但是地铁不能打折。保安与安检的人员素质有待提高，文明用语的使用。”
——朱先生 深圳郊区（一般认知低碳出行）
- “人少的时候空调不用开得太足。”
——冯先生 深圳郊区（一般认知低碳出行）
- “早晚高峰班次增加。增加月票和年卡优惠。”
——郭先生 深圳郊区（一般认知低碳出行）

分情景驱动因素分析 新能源车推广



新能源车推广 – 主要结论

- 公众普遍对新能源车的接受度较高，近七成的公众会在下一次购车时考虑买新能源车，环保门外汉下一次购车选择燃油车的比重较高（11%），而高认知人群对于下次购置新能源车的意愿更高，可见认知度的提升对于提高公众低碳行为有着直接的影响。
- 新能源车的里程焦虑、充电便利性以及技术安全性等问题仍然让公众担忧。
- 超过五成公众认为定期的电池安全检测以及寿命检测或对检测结果进行公示可以在一定程度上提高对新能源车的接受程度。
- 对于新能源车“充电站”变为“换电站”，55%的公众表示比较支持。公众认为充电桩的普及率和新能源车的续航能力这两方面的提升会促使大家主动购买新能源车，这与公众对新能源车的焦虑点相呼应。



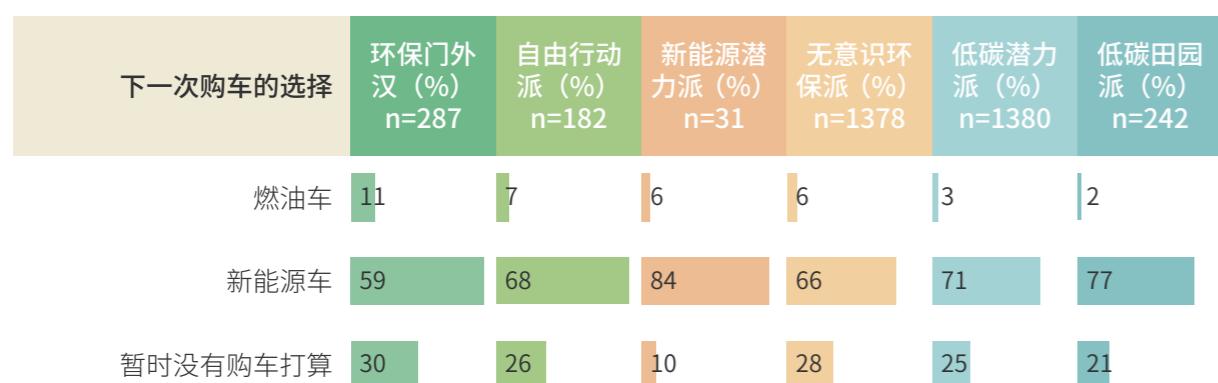
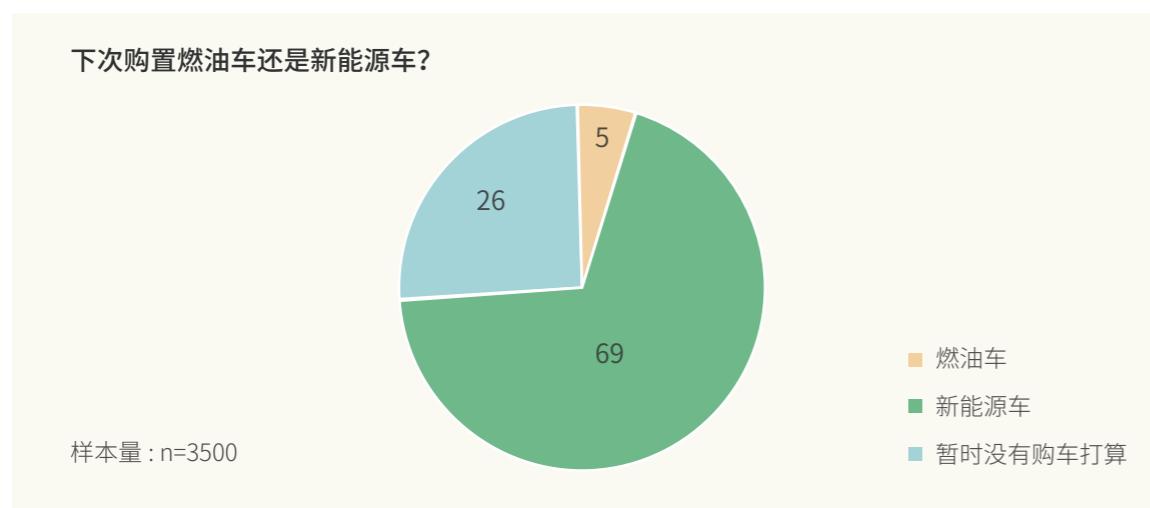
对新能源车的看法与态度

公众普遍对新能源车的接受度较高，近七成的公众会在下一次购车时考虑买新能源车。环保门外汉下一次购车选择燃油车的比重较高（11%），而高认知人群对于下次购置新能源车的意愿更高。

新能源车仍然有些问题引起公众的担忧，比如里程焦虑、充电便利性以及技术安全性。超过五成公众认为定期的电池安全检测以及寿命检测或对检测结果进行公示可以在一定程度上提高对新能源车的接受程度。

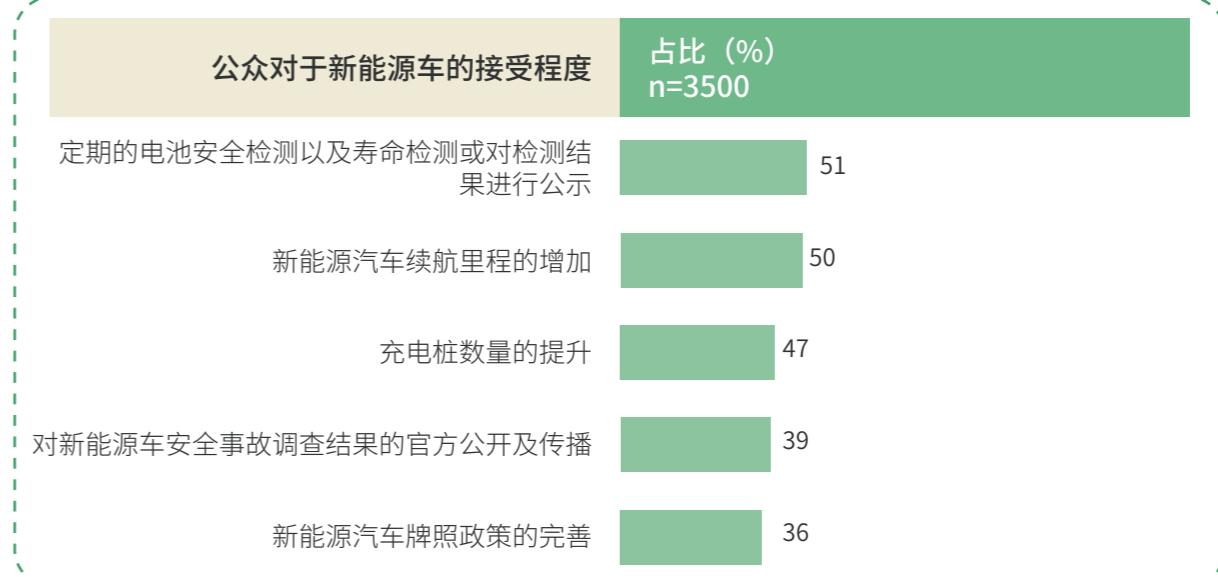
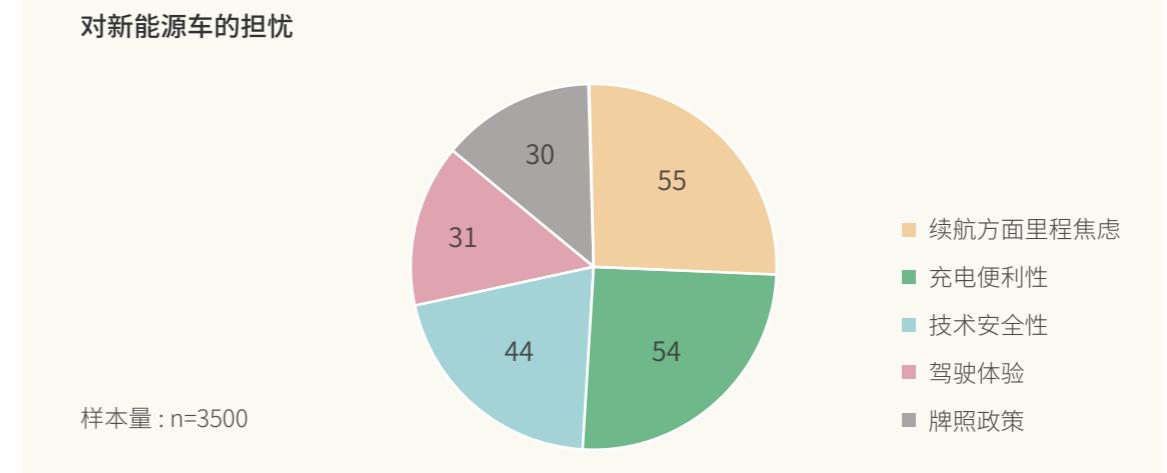
下一次购车的选择

- 有 69% 的公众都表示在下一次购车时会考虑新能源车，而考虑燃油车的公众比例较少，仅 5%。
- 从人群角度分析，环保门外汉下一次购车选择燃油车的比重较高，而高认知人群对于下次购置新能源车的意愿更高，可见认知度的提升对于提高公众低碳行为有着直接的影响。



公众对于新能源车的接受程度

- 超过一半的公众对于新能源车比较担忧的是其续航方面的问题（55%），其次是充电便利性（54%）以及技术安全性（44%）。
- 有超过五成的公众（51%）认为定期的电池安全检测以及寿命检测或对检测结果进行公示可以提高对新能源车的接受程度，其次是新能源汽车续航里程的增加（50%）会让公众对新能源车更放心。



受访者之声：

“新能源省成本，会心动，但是还是要看技术成不成熟。”
——孙先生 上海市区（一般认知高碳出行）

“近几年不会购买，纯电没有安全感，会考虑油电混合。”
——刘先生 北京市区（一般认知高碳出行）

“电池在报废以后其实还是不环保的。所以买车不会因为政策买新能源。应该会买氢能源的车。”
——顾小姐 上海郊区（一般认知低碳出行）

“虽然续航有提高，但是感觉技术还并不成熟。有很多网点可以免费充电，可以接受去外面快充充电桩充电。”
——黄小姐 上海郊区（一般认知低碳出行）

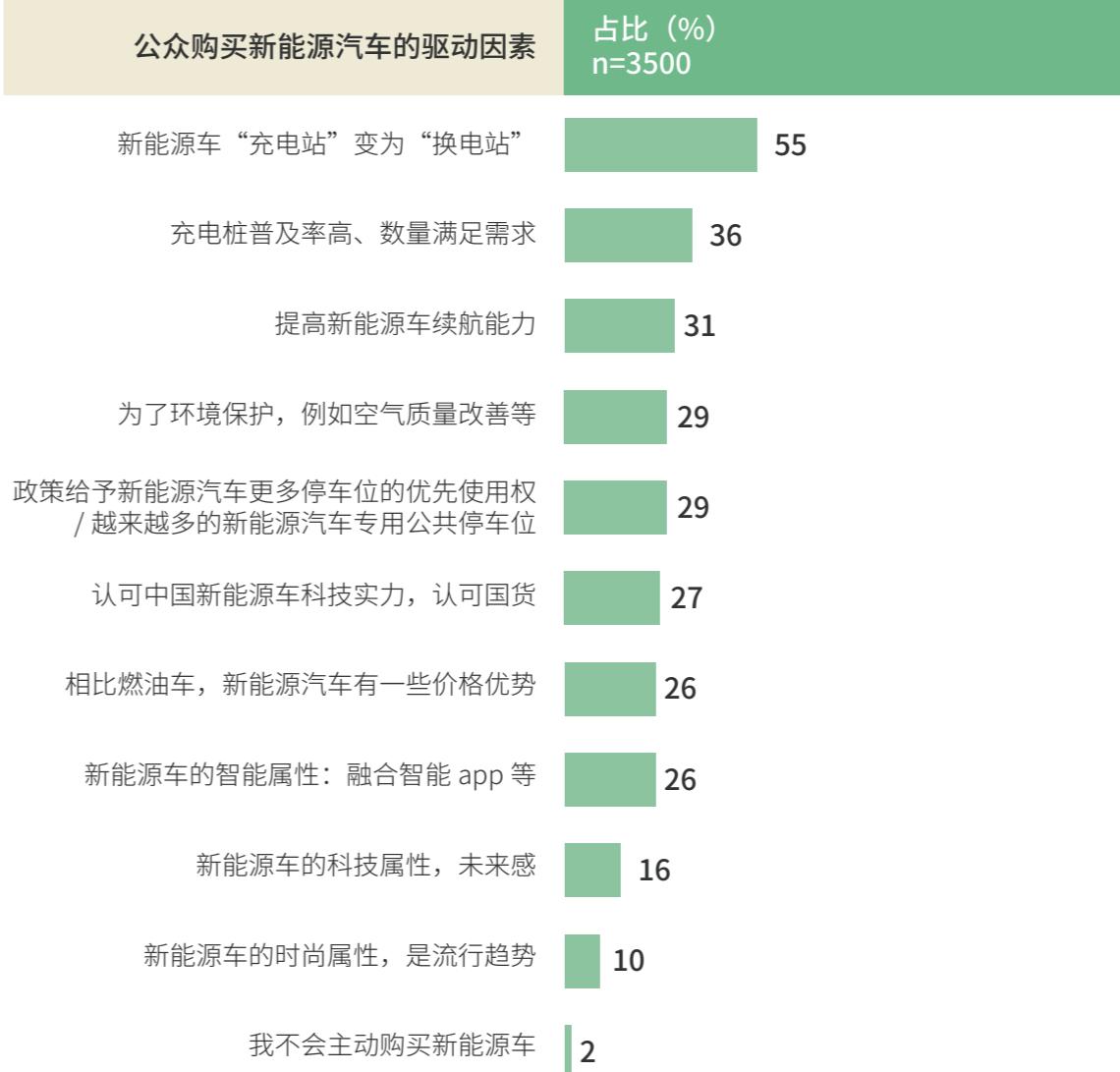
“喜欢开油车，但是考虑到费用问题以及仅在市区开，新能源也可以……里程焦虑、安全性，动能回收 - 刹车的体验感不好……”
——王小姐 深圳市区（一般认知低碳出行）

“担心里程问题，怕出不了北京，老家没有充电的地方；担心换电池，伤害车的性能。”
——雒小姐 北京郊区（高认知低碳出行）

“现在油车，换电的，即便回老家，沿途也都有充电桩；电的更省钱。”
——陈先生 海口市区（一般认知高碳出行）

“买油电混合，因为好多地方没有充电桩，小区里没有。”
——唐先生 海口郊区（一般认知高碳出行）

“会考虑新能源车，响应国家号召，减少环境污染。”
——王先生 海口郊区（高认知低碳出行）



对于新能源车“充电站”变为“换电站”，55% 的公众都表示比较支持。公众认为充电桩的普及率和新能源车的续航能力这两方面的提升会促使大家主动购买新能源车，这与公众对新能源车的焦虑点相呼应。

公众购买新能源汽车的驱动因素

- 公众认为会促使自己主动购买新能源汽车的因素 TOP3 包括新能源车“充电站”变为“换电站”（55%），充电桩普及率提高（36%），其次是提高新能源车的续航能力。

受访者之声：

“考虑续航能力所以当时买的是油电混合的。”
——冯先生 深圳郊区（一般认知低碳出行）

“喜欢开油车，但是考虑到费用问题以及仅在市区开，新能源也可以。”
——王小姐 深圳市区（一般认知低碳出行）

“买新能源车是给国家做贡献。”
——张先生 北京郊区（一般认知低碳出行）

“买新能源车是潮流趋势。”
——朱小姐 北京郊区（一般认知低碳出行）

“追求节约成本，新能源也是未来发展趋势。”
——黄先生 上海郊区（一般认知低碳出行）

“新能源省成本，会心动，但是还是要看技术成不成熟。”
——孙先生 上海市区（一般认知高碳出行）

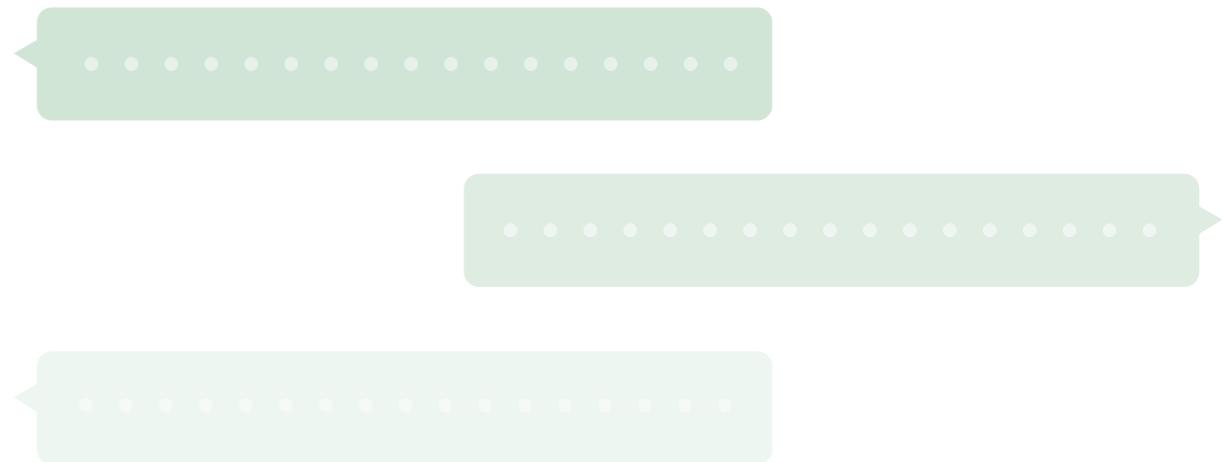
“新能源，响应国家号召，减少环境污染。”
——王先生 海口郊区（高认知低碳出行）

传播强化潜力分析



主要结论

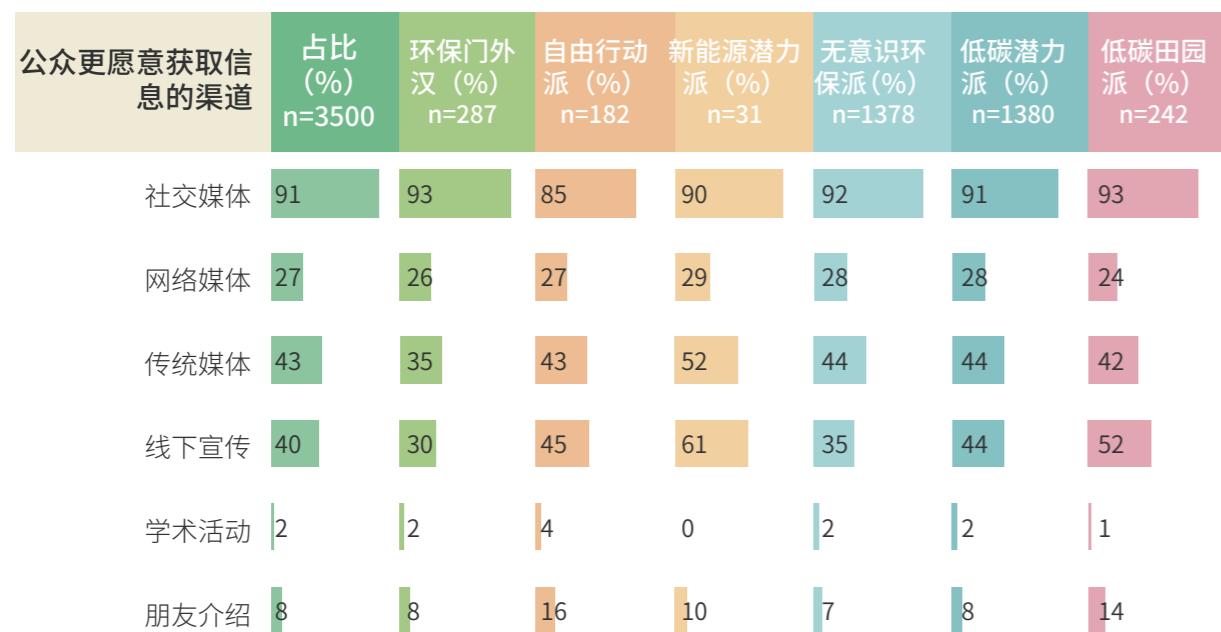
- 91% 的公众更愿意从社交媒体上获取低碳出行的相关信息，传统媒体以及线下宣传渠道的欢迎度比 较低。在社交媒体中最受欢迎的渠道是微博、今日头条和短视频平台。
- 高认知人群愿意获取信息的渠道相对多元化，而低认知人群获取信息渠道较单一，且对于线下渠道的关注度较低。
- 公众目前了解“碳普惠”或“碳积分”相关信息的渠道主要都是通过线上媒体。
- 超过五成的低认知人群不会主动聊起低碳话题，会主动聊起低碳话题的人群主要集中在高认知人群。聊起低碳话题的主动性与学历及认知均呈正相关。
- 公众普遍对于低碳及低碳出行的话题和信息还是比较关注的，主动转发或者点赞相关信息的公众占了绝大多数。
- 对于当前低碳出行的传播方式和宣传的信息，公众普遍认为传播的信息内容改进空间较大，提到对自然环境的危害与警示以及与个人的关联性，可能会使宣传的内容更引起重视。
- 公众普遍认为在传播语中提及下一代、民族情怀以及公众 / 每个人的参与的相关关键词会更容易引起共鸣。



传播强化潜力

91% 的公众更愿意从社交媒体上获取低碳出行的相关信息，在社交媒体中最受欢迎的渠道是微博、今日头条和短视频平台，传统媒体以及线下宣传的渠道在公众中的欢迎度偏低。高认知人群愿意获取信息的渠道相对多元化，而低认知人群获取信息渠道较单一，且对于线下渠道的关注度较低。

公众更愿意获取信息的渠道

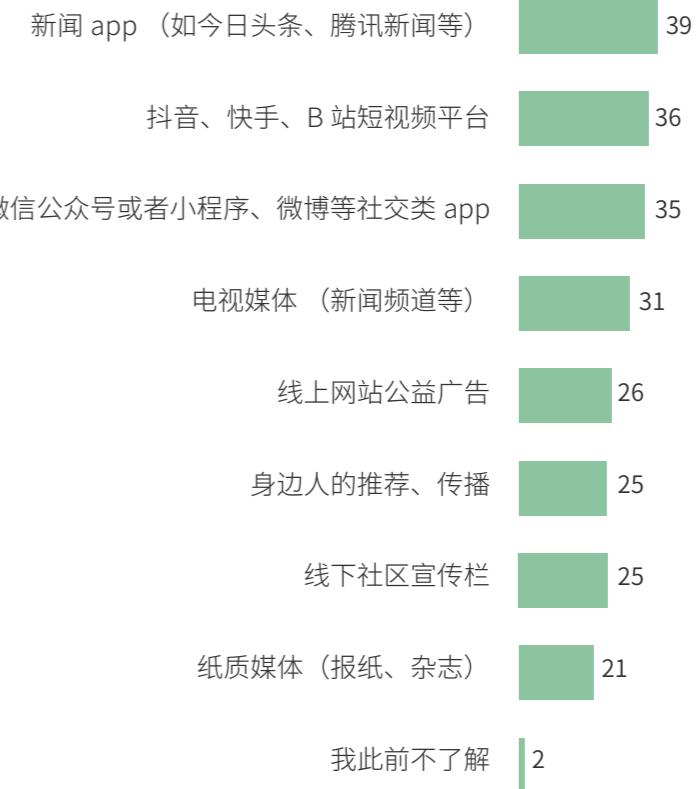


公众目前了解“碳普惠”或“碳积分”相关信息的渠道主要都是通过线上媒体。

公众了解碳积分等信息的渠道

- 公众了解“碳普惠”或“碳积分”相关信息的主要渠道 TOP3 包括新闻 APP、抖音、快手、B 站短视频平台以及微信公众号或者小程序、微博等社交类 APP。

公众了解碳积分等信息的渠道 占比 (%) n=3500



关于碳积分受访者之声：

“有听说过碳达标碳中和等会议，碳积分和礼物兑换等……主要途径是通过公务员备考，以及事业单位工作的朋友推送。”

——陈小姐 深圳市区 (高认知低碳出行)

“碳积分的形式会有参与感，信用积分会提高，可以提高环保意识；感觉低碳有一种高级的感觉；会促使大家去尝鲜。”

——陆先生 上海郊区 (高认知低碳出行)

“碳积分活动具备社交属性；感觉低碳有一种高级的感觉。”

——顾小姐 上海郊区 (一般认知低碳出行)

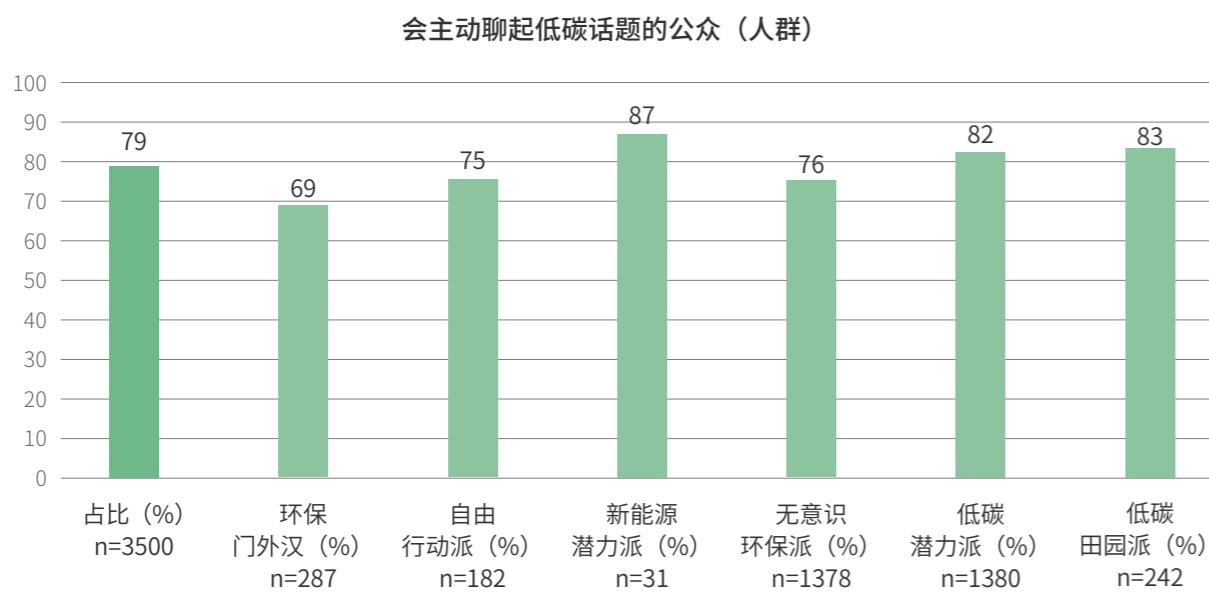
“碳积分希望可以兑换特定东西，不一定是商品，是特权权益，比如去医院不用排队”

——翟先生 北京市区 (一般认知高碳出行)

超过五成的低认知人群不会主动聊起低碳话题，会主动聊起低碳话题的人群主要集中在高认知人群。聊起低碳话题的主动性与学历及认知均呈正相关。

是否会主动聊起低碳话题

- 有 78% 的公众会主动和朋友同事或家人聊起低碳话题。
- 高认知人群普遍主动性比例高；同时，学历越高的公众聊起低碳话题的主动性也会越高。



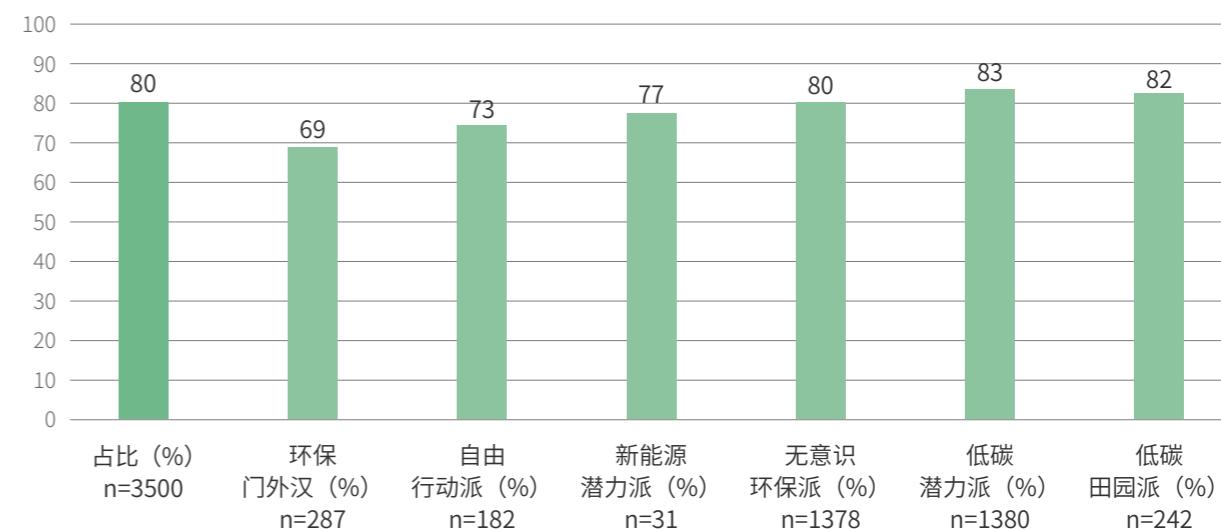
会主动聊起低碳话题的公众（人群）

公众普遍表示对于低碳及低碳出行的话题和信息较为关注，有八成公众会主动转发相关信息。学历越高的公众越愿意转发这类信息。

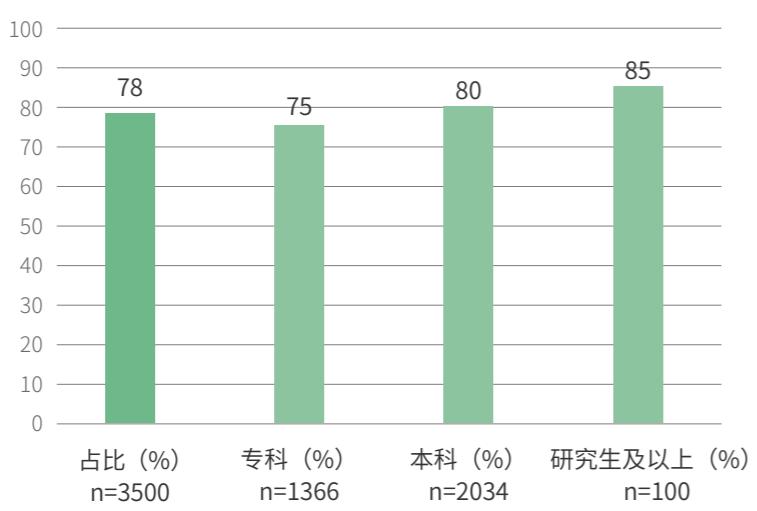
是否会转发低碳出行话题与信息

- 有 80% 的公众平时会转发低碳出行相关话题与信息。
- 人群中一般认知低碳行为的转发占比最高。
- 转发低碳信息的意愿度与学历呈正相关，学历越高越愿意转发这类信息。

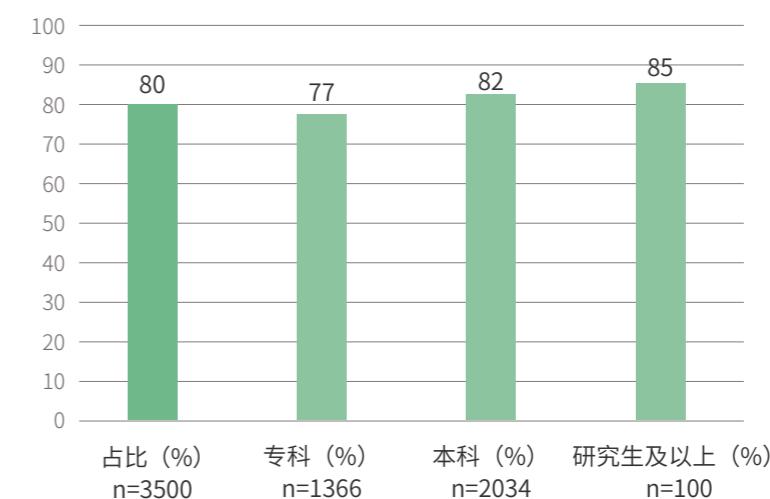
转发低碳出行话题与信息的公众（人群）



会主动聊起低碳话题的公众（学历）



转发低碳出行话题与信息的公众（学历）

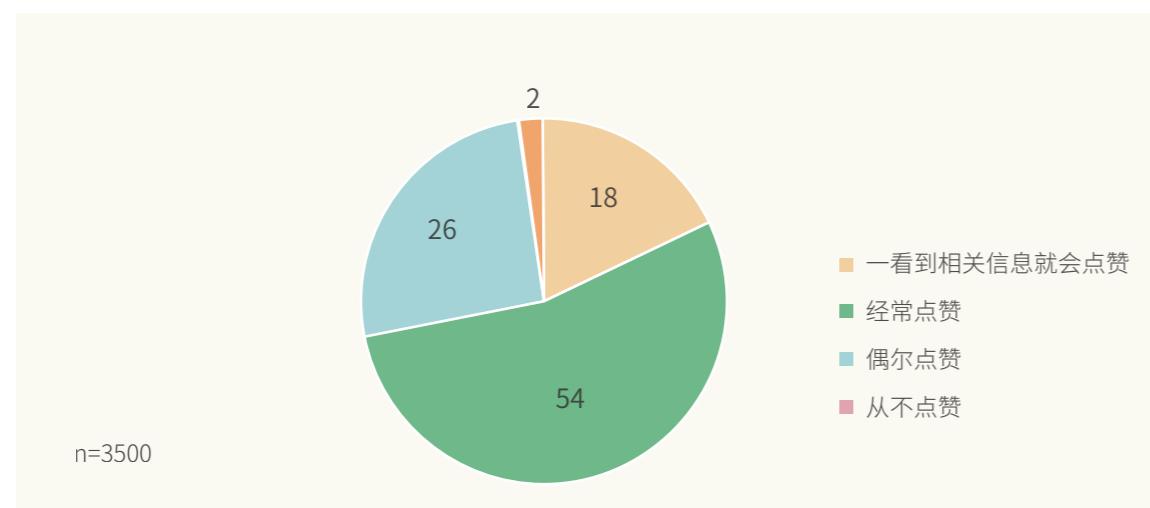


点赞相关信息的公众占了绝大多数，这一行为相较主动聊起低碳话题和转发低碳信息而言，操作更简单，因此低认知和一般认知更愿意点赞。

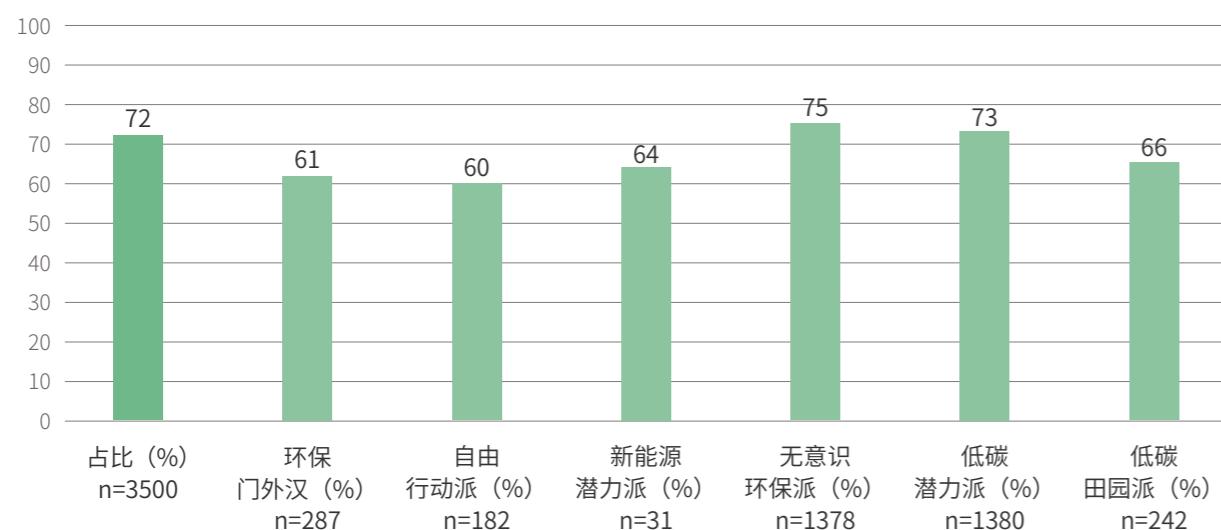
公众普遍认为当前低碳出行的传播方式和内容还有较大改进空间，在宣传中增加自然环境危害与警示的信息，或在宣传时提及与低碳出行与个人的关联性，能引起更多重视。

是否会点赞低碳出行信息

- 超过一半的公众（54%）平时经常给低碳出行的信息点赞，有18%的公众一看到相关信息就会点赞，剩下的26%公众偶尔会点赞而2%的公众从来不会点赞相关的信息。
- 日常低碳出行的公众点赞占比更高，其中低认知和一般认知更愿意点赞。



经常点赞低碳出行信息的公众



如何改进当前低碳出行的传播方式和宣传信息

- 在宣传中增加自然环境危害与警示的信息（46%）以及在宣传内容中提升与个人的关联性（45%）是公众认为当前低碳出行的传播方式和宣传的信息可以改进的主要方向；
- 另外，定性的受访者之声中提到成人层面低碳出行宣传不足，是一个值得重视的问题。

如何改进当前传播方式和宣传信息 占比 (%) n=3500



关于传播建议受访者之声：

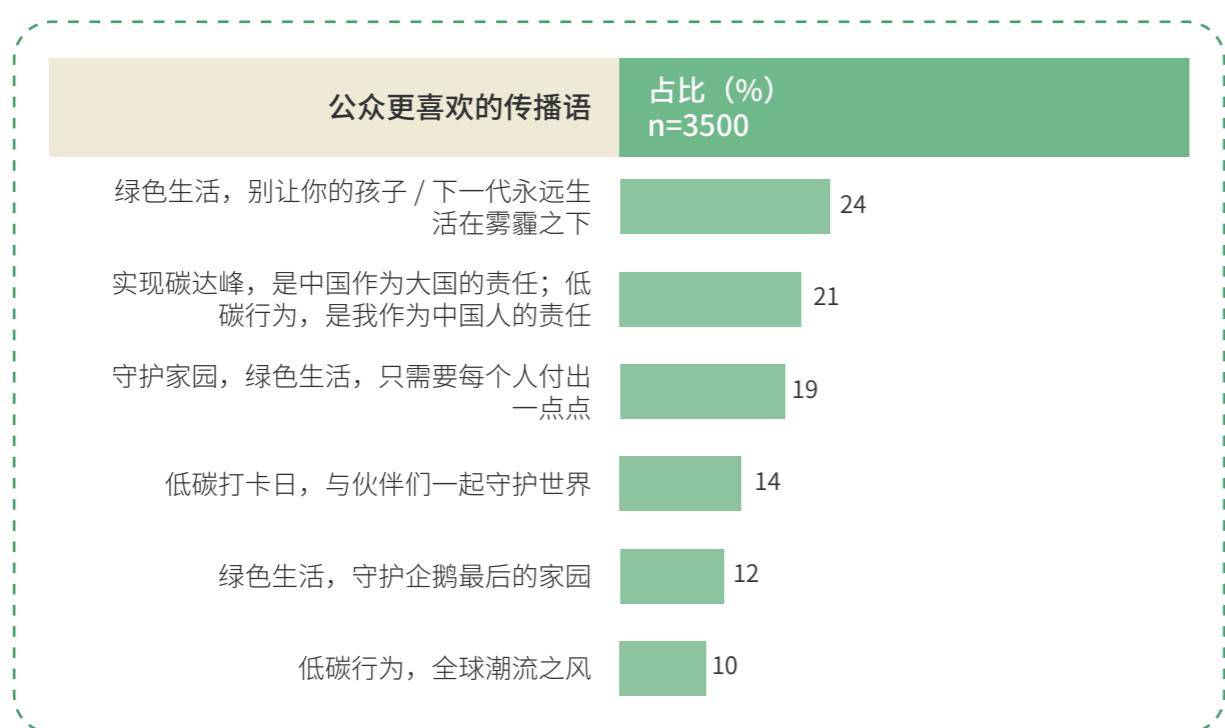
- “没有成人层面的宣传，还都是给学生宣传。”
——孙先生 上海市区（一般认知高碳出行）
- “宣传不够，还都是以前学校里了解的。没有记忆点。建议让消费者来互动，不要只是看着。公交车站打广告，做社交媒体打卡活动。”
——孙小姐 上海市区（一般认知低碳出行）
- “常用媒体上看不到这种宣传。建议通过B站抖音微信支付宝，李佳奇薇娅等主播直播方式宣传……或者拍Vlog，自媒体……”
——宋先生 上海市区（一般认知低碳出行）
- “社区物业等要一起协作宣传，从未成年开始给大众做宣导，让大众产生更高的意识。”
——符小姐 海口郊区（一般认知高碳出行）
- “中央电视台，网络抖音等，社区宣传等现在很少看到宣传。如果到处都有宣传和活动，让大家想参加公益活动的人马上就能找到组织会很好。”
——何女士 海口郊区（一般认知低碳出行）
- “对年轻人在网络宣传会好一点，加强意识。”
——王先生 海口郊区（高认知低碳出行）



公众普遍认为在传播语中提及下一代、民族情怀以及公众 / 每个人参与的信息会更容易引起共鸣。

关键词传播

- 公众认为包含孩子 / 下一代、民族情怀以及每个人参与的传播关键词是最能引起共鸣的 TOP3。



关于传播语受访者之声：

- “提到相关经济、个人利益。” ——王先生 北京郊区（一般认知高碳出行）
“跟经济相关会更多人关注。” ——张先生 北京郊区（一般认知低碳出行）
“结合对个人的好处。” ——吴先生 北京郊区（一般认知高碳出行）
“考虑到为子孙造福。” ——吴小姐 深圳郊区（高认知低碳出行）



主要结论与建议



● 公众碳认知较浅，对低碳出行政策施行存在一定程度焦虑



在此前低碳出行和“双碳”目标的宣传下，公众对国家“双碳”目标政策及低碳出行有一定程度了解，但对这类话题背后更深刻的意义则了解不足。他们从态度上愿意支持国家为减少碳排放制定的相关政策，但若执行的政策没有相对应的基础设施保障，则会引起大家对政策强制施行的焦虑。

● 公众对当前施行零排放区政策信心不足，零排放区样本的建立和传播是重点



公众愿意为改善空气质量和减少能源消耗而支持设置零排放区，但大家对这一政策立即施行的信心不足。在设置零排放区时，公众愿意使用新能源汽车作为替代出行方式的比重相对使用公共交通的比重较高。原因可能在于公众对当前零排放区对交通出行的影响难以判断，以及对当前公共交通运载效率存疑，因此更愿意选择新能源汽车。建立并传播可复制性强的零排放区样本是提振公众信心的重点。

● 通勤低碳率较高，多样化的出行诉求高



由于公众低碳出行意识提升、公共交通供给相对充足和交通拥堵等主客观原因，城市居民通勤低碳率较高。

除“准时”“高效”“灵活”等通勤基本需求以外，公众对“舒适度”的需求也比较强烈。

对公共交通，尤其是地铁支持弱势人群（包括老人，儿童等）出行的公众需求强烈，此需求对家庭出行交通方式选择有直接影响。

拥护低碳出行的公众，认为电单车、自行车等交通工具也能较好满足中短距离通勤的基本需求。推进共享或非共享的电单车、自行车管理标准出台，加强城市非机动车道管理，能缓解一二线城市的接驳需求和城市中短距离出行压力。

● 提高公众对公交的满意度，不仅要关注效率和时间，也要关注舒适度



在“公交优先”政策下，大多数公众愿意因为“提高准点率”“减少拥堵”选择公交车出行。但公交车的舒适度低成为少数人仍不愿意选择公交车的原因。其实，相比地铁，公交车的线路更广，站点距离住宅区、商业区更近。在进一步提升公交车准点率之后，改善公交车环境，如增加座位、增加发车频次、控制载客人数、保持车厢卫生等，或者针对特定的通勤线路推出站次少、线路直接、环境优良的定制公交，或许也能使公交车成为城市居民通勤的首要选择，缓解大城市地铁的压力。

● 低碳出行传播有效性低



当前的低碳出行传播中，公众认为传播内容的自然环境危害与警示的信息不够，宣传内容与个人关联性不大。部分公众反馈低碳出行的宣传在成人层面宣传不够重视。这或许是因为，以往针对成人的低碳出行宣传中，笼统介绍低碳出行的社会意义，或者简单口号式的宣传是无效的，公众本身的感知程度低，因此很多宣传在巨大的网络信息中，以及在算法推荐机制下被忽略了。低碳出行的传播不管是内容、形式还是传播机制，都需要紧跟时代发展，并加强与个人的关联性。

● 通勤低碳率较高，多样化的出行诉求高



无论有车无车，在考虑下一次购车时，公众普遍愿意购买新能源汽车，但在使用时，或在禁售禁驶燃油车的政策背景下，大家仍对公共充电桩少、停车难、续航短、电池安全性等方面的问题存在焦虑。对于“充电站”变为“换电站”，公众普遍都表示比较支持，但换电前，换电供应商对电池的检测变得更为重要，以免公众因担心“纠纷”而不愿意换电池。

分析不同（典型）人群的价值传播驱动因素及重点

环保门外汉

此类人群更愿意获取信息的渠道是一些手机社交媒体，比如抖音 / 快手或其他短视频平台、微博、今日头条、B 站等视频平台、微信朋友圈 / 社群等快速获取信息的渠道，他们更追求获取信息的效率以及内容的趣味性，希望可以在日常间隙刷手机或玩电脑时就可以获取到碎片化简单信息。

环保门外汉中认为低碳是一件“时尚”“前卫”的事情的比例最高，或许存在宣传教育引导导致认知错误的情况，使得这群人认为低碳需要花费多余的时间精力或金钱，或距离自己的生活较远。将低碳出行宣传巧妙融入日常生活的文化及消费活动中，并将低碳出行与舒适、日常等词语进行关联，以纠正错误认知，告诉公众“低碳”这件事离每个人生活不远，“新时尚”并非是奢侈，而是一种社会潮流或趋向。

传播关键词可多提及“动物”。将传统里“利他”的宣传话术更改为社会对个人低碳出行行为的认可，加强个体对低碳出行的价值认同。或将这种低碳出行的价值认同融入中小学基础教育。

新能源潜力派

此类人群更愿意获取信息的渠道是一些传统媒体、论坛平台或网络新闻媒体，比如新浪网、和讯网、电视媒体、广播、报刊 / 杂志、知乎等论坛平台，他们追求的是获取到的信息专业性以及深度，他们日常中会有整块时间留给阅读或新闻，愿意阅读长篇文章去深度了解相关知识。

新能源潜力派本身的认知度高，但现有的低碳交通工具难以满足他们对交通工具高效性、准时行、可预期性及舒适性的需求。针对这类人群，在传播时强调低碳出行带来的社会价值与每一个人的努力，用专业数据、案例等多宣传高效、准时、灵活的出行工具的低碳替代品，将更容易打动他们。

无意识环保派

此类人群更愿意获取信息的渠道是一些手机社交媒体，比如抖音 / 快手或其他短视频平台、微博、今日头条、B 站等视频平台、微信朋友圈 / 社群等快速获取信息的渠道，他们更追求获取信息的效率以及内容的趣味性，希望可以在日常间隙刷手机或玩电脑时就可以获取到碎片化简单信息。

传播时，强调低碳交通工具的便利性，以及在出行时间和燃料使用上的高效率。

但由于这类人本身的低碳意识较为弱，因此需在潜移默化中对他们进行低碳出行价值和意义的传播，提高他们对低碳出行的价值认同。也可以将低碳出行与当前的“全民健身”“健康中国”的政策进行一定程度的结合，将“健康”与“低碳”进行强关联。

低碳田园派

此类人群更愿意获取信息的渠道是一些线下活动，比如线下公益广告（地铁 / 电梯等公益宣传广告）、社区宣传、学术活动（学校讲座、学术专业交流）等，他们更偏好线下的传播途径，在日常生活中去了解低碳，更注重获取信息的互动性。

低碳田园派对社会和自然环境有较高的价值认同，在传播时，强调低碳出行带来的社会价值，引发被认同感和共鸣。



