

手机种树、绿色消费、绿色出行…… 低碳生活也要“互联网+”！

新绿初绽，一年一度的植树节如期而至。近年来，随着多项政策的引导和产业实施，减少碳排放的目标正在一步步得以实现，绿色低碳的生活和消费方式也开始在全社会蔚然成风。同时，移动互联网的热潮，使得脱胎于构建“碳账户”思路的公益项目蚂蚁森林应运而生，中国公众践行绿色低碳行为日益趋向趣味化和便捷化。

同时，低碳经济迎来更多发展机遇和可能。基于互联网平台的绿色租赁、绿色消费、绿色办公、旧物回收等行业和低碳行为不断增加且继续呈上升趋势。

■策划：新快报记者 罗韵 ■统筹：新快报记者 梁彧 ■采写：新快报记者 张磊 ■制图：廖木兴

互联网绿色公益减排

18到30岁的年轻人最关注“蚂蚁森林”

作为现象级互联网绿色公益项目，蚂蚁森林的出现为绿色金融实践提供了样本。据统计显示，于2016年8月正式上线的蚂蚁森林，目前已带动超过5亿人参与，累计碳减排792万吨，换算成的“绿色能量”在荒漠化地区已种下1.22亿棵真树，种植总面积近168万亩，同时守护着18万亩公益保护地。另外，在接入蚂蚁森林后，盒马弃用塑料袋订单提升了22%，饿了么选择无需餐具的用户增长500%，订单累计超7400万单。

从蚂蚁森林的用户群体分析来看，大学生是蚂蚁森林的忠实用户和主力军，其中，步行、线下支付、乘坐公共交通、使用共享单车、不用一次性餐具、无纸化阅读等是该群体最常见的低碳生活场景。另外，数据显示，大学生群体人均步行所产生的单项绿色能量要比其他群体多6kg。从年龄分布上来看，今日头条阅读数据的反馈显示，关注“蚂蚁森林”的用户年龄集中在18到30岁之间，其中24-30岁之间的用户关注最高。从关注区域分布来看，广东地区对与“蚂蚁森林”内容相关的新闻关注度最高，其次为江苏、山东、河南、浙江、湖北、北京、四川、上海等地的用户。

作为蚂蚁金服集团绿色金融战略的一部分，“蚂蚁森林低碳计划”项目负责人表示，蚂蚁的绿色金融战略就是用绿色方式发展新金融，调动普通民众参与低碳生活方式，通过追寻和衡量用户的低碳绿色足迹，来影响用户行为，激励绿色生产消费。而其核心算法就是将低碳行为记录进个人“碳账户”，由蚂蚁金服与中国北京环境交易所合作研发的算法来量化成为“绿色能量”，这些能量则主要来源于支付宝用户的绿色出行、绿色消费和绿色办公等场景。

实际上，“蚂蚁森林”以数字金融为主的技术创新在中国获得成功实践后，国外纷纷效仿，其中典型案例是被称为“菲律宾版蚂蚁森林”的GCash森林。据统计，GCash森林在上线一个多月的时间里，成功吸引当地最大移动支付软件GCash的70多万用户加入，并保持平均每月40万新用户的涌入。

绿色出行和绿色消费成主流 杭州人均行走碳减排量第一

通过线上线下虚实结合的方式，蚂蚁森林的互联网公益也刺激了绿色生活方式和消费的进一步增长。目前，采取各类网络低碳出行模式的用户数量已达到一定规模，且覆盖范围较广。《中国互联网发展报告(2019)》显示，中国网络出行用户规模近5亿人，其中共享单车用户规模达到2.35亿人，且每天有3.5亿人次选择公共交通出行。

从人均碳减排量来看，对个人减排量贡献率最大的依然是绿色出行和网上缴费领域。除步行以外，单个用户产生减排量最多的途径分别是公交出行(占比42%)、网上缴费(占比41%)，以及地铁出行(占比15%)。2019年上半年，用户减排量增长最快的三个场景是环保减塑、共享单车和包裹回收，增长率均超过100%，不使用一次性餐具和二手回收行为也有较大幅度的增长，碳减排增长率达到98.32%和69.41%。

而在步行方面，全国大部分城市人均行走碳减排量呈现每年递增趋势，同时经济发达的省会城市用户人均减排量较高。数据显示，2019年人均行走减排量排名前五名的城市均为杭州市、武汉市、上海市、南京市和澳门特别行政区，名列第一名的杭州支付宝用户人均行走碳减排达到17.64kg。

另外，互联网平台为网民提供了便捷的绿色商品交易和闲置物品交易渠道。线上绿色消费行为日益增多，正在成为新的时尚潮流。京东《2019绿色消费趋势发展报告》指出，“绿色消费”商品的种类已经超过1亿种，销售数量的增速更是超出京东全站18%，并在不断向低线市场渗透。具体来看，“绿色消费”在库商品种类的同比增幅方面，绿色食品饮料、绿色家用电器增速较快，同比增幅分别达到195%和



低碳生活？先数数你在蚂蚁森林种了几棵树

蚂蚁森林减排量

截至目前，参与人数超过5亿人

累计碳减排792万吨

在荒漠化地区已种下

1.22亿棵真树

种植总面积近168万亩

另外守护18万亩公益保护地

同时，接入蚂蚁森林后，盒马弃用塑料袋订单提升了22%

饿了么选择无需餐具的用户增长500%

订单累计超7400万单

2019年蚂蚁森林人均步行碳减排量前十名城市



蚂蚁森林用户画像

用户年龄集中在18到30岁之间



24-30岁之间的用户使用频率最高

广东地区对与“蚂蚁森林”内容相关的新闻关注度最高

大学生群体人均步行所产生的绿色能量要比其他群体多6kg

60岁以上的老人偏爱合种家庭树和爱情树，平均种成一棵树要比年轻群体慢20天左右

90%。从职业、性别和年龄占比分布与全站对比来看，医务工作者、事业单位从业人员、女性消费者和46岁以上年龄段群体更关注“绿色消费”，占比依次高出京东全站平均水平的7.4%、11.5%、24.8%。

从关键词搜索的热度来看，消费者更偏爱家居家装类环保产品，环保购物袋、环保油漆等产品成为热搜；从商品评价来看，消费者给这些绿色减排产品的评价关键词较为细致。“健康”“无添加”等关键词主要出现在粮油调味和蔬菜水果等食品相关品类；“节能环保”等关键词主要出现在灯具及大家电品类；“材料环保”“无味”等关键词主要出现在家具、壁纸、地板等家装品类；“安全环保”等关键词主要出现在婴幼儿奶粉等母婴品类的评价词中。