

你参与了吗?

绿色低碳 Style, 这些方式你做到了吗?



“绿色出行”走两步

- 中国网络出行用户规模近5亿人
- 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

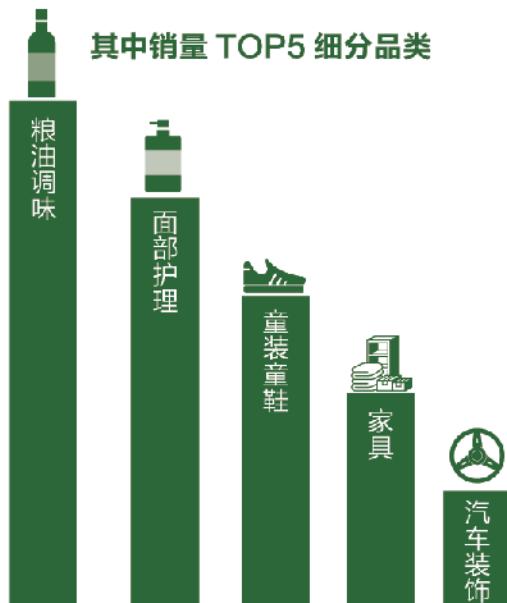
除步行外， 单个用户产生减排量最多的途径分别是

- | | |
|------|-----|
| 公交出行 | 42% |
| 网上缴费 | 41% |
| 地铁出行 | 15% |
| 共享单车 | 9% |

“绿色消费”都买啥

京东平台上，2019年绿色消费相关商品总体销量同比增幅较全站增幅高出18%商品种类超过1亿种。

其中销量 TOP5 细分品类



消费者低碳意识增强
41%受访者认为低碳能“减少浪费”

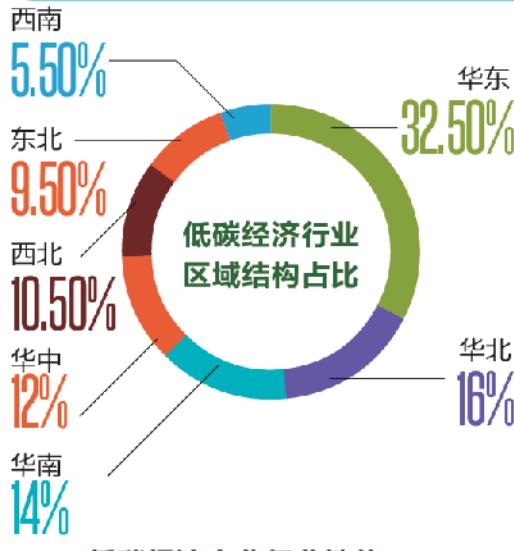
除了绿色出行和绿色消费的增长，公众在低碳意识方面也有了一定程度的提高。调查发现，公众对于“低碳”这个名词的熟悉度和认同度很高，大部分受访者认为低碳生活与高品质生活相关联。其中41%的受访者认为低碳可以“减少浪费”。33%的人认为低碳有助于“可持续发展”，32%认为它可以“减少空气污染”。同时，也有33%的受访者提到低碳使自己的生活更健康。另外，调查也显示出公众对于低碳生活存有学习和思考空间，例如31%的受访者希望学习在生活中如何更好地辨识低碳产品，另有28%、24%的受访者分别希望了解产品的碳足迹如何计算以及低碳环保是否会增加生活成本。

互联网提高公众践行绿色低碳行为积极性的同时，不可避免地也带来了新的环境污染问题。从互联网的便利性购买渠道来看，公众大范围消费和出行行为导致了一部分的资源浪费，例如共享单车大面积堆积、外卖包装污染、快递纸箱浪费和旧物回收时垃圾未分类等现象。

低碳产业发展的驱动层因素主要为经济发展水平，这也导致中国低碳经济行业区域结构分布不均匀。报告显示，低碳经济行业结构中，拥有长三角经济圈的华东市场占比最多，竞争尤为激烈；华北、华南分居二、三位，京津、广深等龙头城市带动周边低碳经济市场；华中以12%的市场占比位居第四，武汉、长沙等城市低碳经济需求较大；西北、东北经济下滑，低碳经济相对较为保守；西南经济欠发达，低碳经济需求较少。

对于互联网平台背景下公众绿色减碳遇到的难题与困境，生态环境部环境与经济政策研究中心课题组专家建议：一是完善政策制度，保障互联网市场正常运行，给公众提供良好的绿色低碳参与平台和环境。一方面对互联网企业和商家的绿色低碳产品给予鼓励激励；另一方面，还要对低碳出行、绿色消费、旧物回收、绿色租赁等领域的互联网企业加强管理，减少因恶性竞争和规划不善导致的资源浪费情况。二是整合互联网大数据，组织相关机构专家，对互联网平台产生的绿色低碳行为领域进行全面系统深入分析，总结经验和问题，为互联网相关领域规范管理提供技术支持，促进各个行为领域的良性循环。

低碳经济产业了解一下



低碳经济产业行业地位

在财政收入和就业总盘中的比例



■ 绿色低碳出行，
走两步！

