

标杆  
案例

## 海尔青岛莱西家电再循环互联工厂

海尔青岛莱西家电再循环互联工厂,作为行业内的标杆项目,是海尔积极践行绿色发展理念、投身循环经济的有力见证。

工厂每年具备拆解200万台废旧家电的强大产能,在车间里,废旧冰箱的处理流程是一道独特的“风景线”。首先进入预处理工序,随后被送上定制的自动化拆解线体。经过双轴撕碎、立式破碎,混杂其中的铁被电磁吸出,塑料被强力风机吹出,泡

棉则被压缩、打包。通过多重工序与多级分选,一台冰箱实现了从“废弃物”到各类可回收资源的华丽转身。

这里拥有一系列创新技术,自主研发的行业首个大容量冰箱环保破碎系统,可自动拆解500L以上容量的大冰箱,每回收一万台冰箱,便能拆解出约90吨塑料、386吨铁、6吨铝、14吨铜,相当于约390辆汽车塑料部件和60万个易拉罐的生产使用量。

工厂积极践行绿色理念,每年约1.7万吨的碳减排能力,等同于种植155万棵树。这不仅源于其科学高效的拆解流程,还在于对可再生能源的积极使用,如光伏等。并且,通过构建“绿色设计、绿色制造、绿色营销、绿色回收、绿色处置、绿色采购”的产品全生命周期绿色管理体系,从源头到终端,全方位减少对环境的影响,推动家电产业朝着绿色、可持续方向大步迈进。

## TCL 华星零碳工厂

TCL集团在ESG领域积极布局,投身绿色发展浪潮。旗下TCL华星零碳工厂建设成果显著,为行业树立了标杆。

以武汉制造基地为例,在能源结构优化上,TCL华星大力发展太阳能光伏应用,在厂区屋顶“应铺尽铺”,累计铺设光伏投入约1.3亿元。武汉基地三个厂区年光伏发电量可达3300万度,为降低对传统能源的依赖、减少碳排放奠定了坚实基础。同时,投入超亿元打造能源数字管控系统,实时精准监测水、电、气及碳排数据,通过差异分析与节能项目推进,武汉基地年化节约用电量达4800万度,创造了近3000万元的经济效益。

生产环节的节能改造同样是重点工作。2023年,武汉基地在节能技改项目投入超4000万元,2024年规划投入超5000万元。针对用水量大的问题,建立了总投资近10亿元的纯水回收系统,每年可回收约3460万立方米纯水,三年回收水量近乎再造一个东湖,纯水回用率超70%。还有总投资超亿元的Stripper废液回收再利用系统,年设计回收量达1.75万吨,固废回收率提升至92%,趋近“无废工厂”目标。

通过一系列绿色实践,TCL华星零碳工厂在降低能耗、资源回收利用、绿色产品研发等方面成效斐然,为半导体显示行业的可持续发展提供了宝贵经验,持续推动行业向绿色低碳方向转型升级。

## “美的绿色工业”助力多方升级

“美的绿色工业”是美的集团整合旗下美云智数、库卡、合康新能等ToB业务单位,打造的专注于为第三方企业提供绿色产业升级解决方案的综合服务平台。

该平台以数字化技术为核心支撑,构建起覆盖产品设计、生产制造到物流运输的全链条服务体系。其打造的“可持续发展平台”,能实现全链条“碳足迹”实时可视,通过数字化底座

打通各环节数据,实现协同扩展,可满足不同行业、不同规模企业的多样化绿色升级需求。

在实际合作中,“美的绿色工业”成果丰硕。助力太重轨道交通公司搭建供应链一体化计划协同平台,贯穿需求规划、生产计划等业务场景,使其成为全球轨道交通行业唯一“灯塔工厂”;与隆基绿能合作时,美云智数制定“灯塔工厂建设综合解决方案”,安得智联输出“光伏行业

一体化供应链解决方案”,共同打造全球光伏行业唯一的“灯塔工厂”;还携手广汽集团打造了新能源汽车“灯塔工厂”。

这些合作不仅帮助合作企业实现了生产效率的提升和能源消耗的降低,更推动了相关行业的绿色转型升级,为整个工业领域的可持续发展提供了有力的实践范本,彰显了“美的绿色工业”在推动工业绿色发展方面的专业能力和重要价值。

## 一份“爱心餐”,清凉一座城

“黄大妈”三个月124%增长的启示:善意如何与生意双向奔赴

■新快报记者 郑志辉

7月的某日下午三时,烈日烘烤着广州街头。刚结束一单配送的外卖骑手小李,匆匆走进街角的“黄大妈超级木桶饭”门店。一份热腾腾、分量十足的“工会爱心餐”很快摆在他面前。“十几块,吃得饱,还有热汤,”他抹了把汗,“最重要是有空调啊,这种天气下,这口饭吃得舒服。”

这份夏日难得的清凉,源于2024年6月中华全国总工会联合饿了么平台发起的“工会爱心餐”项目。项目直面外卖骑手、快递员、网约车司机等八大新就业群体普遍存在的“就餐难、就餐贵”困境,通过“政府+平台+商家”三方联动,整合专项补贴,力求降低他们的日常用餐成本。多平台之间的良性竞争,为行业注入了新活力,对整个餐饮生态的健康发展具有积极意义。这一项目以“错峰增量+精准补贴”开辟了促消费的新路径——用善意撬动可持续的生意。

## “黄大妈”124%增长的启示

在众多响应号召的餐饮品牌中,“黄大妈超级木桶饭”成为了一个极具说服力的样本。其线上运营中心副总监彭盛仁坦言,品牌自身本就带有“温暖”基因:“我们线下门店一直有面向新就业群体的88折堂食优惠,所以当看到‘工会爱心餐’项目,第一时间就加入了。”

这份朴素的善意,很快在商业层面获得了令人惊喜的回报。彭盛仁分享了一组数据:自深度参与平台活动并同步加入“工会爱心餐”项目以来,从4月到7月的短短三个月里,“黄大妈”在淘宝闪购平台上的订单量飙升124%,品牌门店总数也从



416家逆势增长至449家。一部分原本经营承压甚至濒临关停的门店,也因此重获生机,步入积极扩店的轨道。

这恰是当下外卖平台经济活力迸发,有效带动中小商家增长的一个缩影。近期淘宝闪购日订单量突破8000万新高,平台联合政府投入真金白银补贴,通过消费券等形式做大市场蛋糕,其释放的红利正惠及像“黄大妈”这样积极响应的商家。

黄大妈加入项目后,也获得了多项扶持。政府与平台联合授予其“爱心商家”称号,并在门店悬挂专属标识。平台在首页开设“工会爱心餐”专区,给予黄大妈专属入口和流量推荐。此外,在五一、端午等节日节点,平台与政府共同投入补贴,开展爱心餐买单活动,进一步放大优惠效果。这些来自平台的精准赋能,成为品牌接住流量、实现增长的关键。

这些支持,不仅提升了品牌的社会形象,也带来了实实在在的订单增长。截至6月底,黄大妈爱心餐订单已突破7000单,且基本为错峰订单,有效填补了门店非高峰时段的客流空白。

中国烹饪协会服务委副主席王春平表示,淘宝闪购整合线上线下资源,真金白银



拿出500亿消费券,做大做强外卖等线上消费平台,对当前竞争激烈的餐饮市场具有非常积极且正向的作用。餐饮消费是服务业消费最大动力之一,外卖消费创造出增量后,也能为中小商家增收,并带动就业,让包括农业在内的上下游从业者受益。

## 接住的是流量,输出的是善意

随着近月以来淘宝闪购日订单从1000万、4000万、6000万到8000万新高,市场的日订单总量也迅速攀升超过2亿单。3074个商家、超26万门店订单量环比增长超100%,新注册商家超过24万——这里面,大量商家为中小商家。

“淘宝闪购的上线确实为我们品牌带来了显著的增长红利,我们迅速抓住这一机会。”彭盛仁道出了把握这波平台红利的关键。

“我们从三个方面进行了重点布局:一是精准选店上线,优先选择地理位置优越、配送效率高、出餐速度快的门店接入淘宝闪购平台,确保用户体验;二是优化产品结构,针对平台用户偏好,推出了‘高性价比+快速出餐’的套餐组合,提升用户复购率;三是加强营销联动,结合平台补

贴政策,同步推出品牌专属优惠券、限时折扣等营销活动,进一步放大补贴效果。”

通过这些举措,黄大妈不仅激活了部分原本效益一般的门店,还带动了整体订单量和品牌曝光度的大幅提升。

而在服务这部分由平台导流的“爱心餐”用户时,黄大妈则以“善意”为先,主动调整了部分餐品的售价,压缩了盈利空间,并在服务上做了多项特别优化:“新就业群体用餐时间集中、节奏快,我们优化了后厨流程,确保出餐效率;在保证营养均衡的前提下,推出贴合他们用餐习惯、分量大能吃饱、出餐快速的爱心餐菜单;提升员工服务意识,让每一位新就业群体都能感受到尊重和温暖。”

## 合力托举可持续的善意

在彭盛仁看来,“政府+平台+商家”的专项整合模式特别适合餐饮行业,既有社会意义,也有商业价值。”不仅缓解了门店非高峰时段的运营压力,也为品牌带来了稳定的客流增长。

一份定价实惠的木桶饭,连接起政策关怀、平台赋能与商家实践。它解决了新就业劳动者迫切的“吃饭难”,也为“黄大妈”们带来了可观的订单增长与品牌提升。这印证了彭盛仁的观察:“工会爱心餐”模式,成功地在社会价值与商业价值间架起了桥梁——善意的扩散,恰恰需要生意的增长来支撑。

更重要的是,这种善意并非单向输出,而是形成了“善意—增长—再善意”的正向循环。平台、商家、用户,也共同构建起一个可持续、可复制、可推广的“善意生态”。当爱心餐订单不断增长,品牌也获得了更多资源去优化服务、提升品质,从而进一步回馈社会。