

碳达峰、碳中和成进博会“共同热点”

近年来,绿色发展已逐渐成为各国以及各行业的发展共识。2020年,中国首次提出“2030年实现碳达峰、2060年实现碳中和”的减排目标。进博会期间发布的《中国外商投资指引(2021版)》,也在第一章中增加了碳达峰与碳中和的内容。在此背景下,低碳环保的可持续发展理念也成为了本届进博会各大展区的“共同热点”。

■新快报特派上海记者
陆妍思



■进博会技术装备展区的日本Brother集团展台。新华社发

无处不在 节能低碳展品覆盖各个展区

作为中国推进新一轮高水平对外开放的重要平台,进博会自今年起技术装备展区“节能环保专区”更名为“能源低碳及环保技术专区”,这里也成为进博会最“抠门”的专区。在这里展示的,小到办公室里的打印机,大到一个工厂,甚至一座城市的能源管理,各种对碳排放的“斤斤计较”,到了令人咋舌的程度。

“你匀速骑就好,它要启动了……”爱普生展台带来了一款冷印技术打印机,通过自行车运动带动,只要骑不到半分钟,就能打印一张纸。据工作人员介绍,这台打印机的能耗只有市面上普通打印机耗电量的十分之一,举个例子,一盏白炽灯功率40瓦,而这台打印机只有12瓦。“中国市场上的打印机保有量约在1300万台,如果使用这种新型的节能打印机,对整个环境将会是一个巨大的贡献。”

碳捕捉被认为是最具潜力的二氧化碳减量技术之一。埃森哲展台展示了他们和瑞士一家环保技术初创企业“气候工厂”联手打造的二氧化碳捕捉工厂项目。它从空气中捕捉二氧化碳,经提取后与水混合,最终被埋入地下约1000米处封存,这座工厂每年可捕捉4000吨二氧化碳,相当于约800辆燃油小汽车一年的排放量。

服装、食品、化妆品……除了能源低碳环保技术专区,记者逛展发现,在日常消费展品中,低碳也无处不在。

还记得去年进博会上优衣库的巨型羽绒服吗?本届进博会,优衣库打造1000平米“明日奇境”展台,一件高度近3米的“无缝天衣”又成为“网红”,导览员向新快报记者介绍,这件3D巨型针织裙是“一体成型”,没有任何针脚,通过化繁为简的工艺手段,有效实现了节能降耗,低碳和舒适一体呈现。

“大单”频现 中国低碳市场达万亿级别

汇丰(中国)在11月6日发布了专为进博会特别定制的《海外企业看中国2021:“双碳”开启新机遇》调查报告。报告显示,中国推动碳达峰、碳中和的行动已开始产生积极影响,近八成(76%)的受访海外企业一致认为,中国的绿色低碳转型进一步增强了中国市场的吸引力。海外看好中国“双碳”目标实施带来的业务机遇,超过一半受访企业正计划为中国市场提供更环保、更具可持续性的产品。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林认为,在碳达峰、碳中和的目标下,未来中国的低碳环保市场空间约在万亿元级别。

本届进博会期间,频频出现与减少

卡地亚在展会展出今年新推出且暂未发售的Tank Must表款,该款手表表带由苹果废料加工而成。与生产小牛皮表带相比,该表带的制作过程可节省水资源达10升,节省的能源可完成约200次智能手机充电,相当于节约6倍的碳排放。

零碳牛奶、零碳黄油……同样将低碳科技带到进博会的,还有新西兰乳业乳企恒天然。恒天然与中华环境保护基金会合作,设立中国首个针对烘焙连锁店的项目基金,倡导消费“零碳蛋糕”。

法国乳业巨头达能首次将“智能塑料瓶回收机”搬到了现场,通过收集塑料饮料空瓶并回收利用,传递绿色减碳理念。16个饮料瓶经切割、清洗、重塑成粒、再造重生等系列操作后,最终变身成为一件外套。

联合利华在进博会首发了奥妙“空气”洗衣凝珠,“它的表面活性剂采用了通过碳捕捉技术获得的碳,而非传统的来自化石燃料的碳,对推动行业的绿色

可持续发展具有里程碑式意义。”工作人员介绍。

宝洁在展台上重点展示了一款踩上去也不会破碎的“空气胶囊”。“相比过去保护易损品的充气包装,‘空气胶囊’采用100%单一可回收材料制成,无需填充,无需套纸箱,无需胶带,减少40%以上快递包装重量。同时,宝洁也在研发第二代可重复使用的空气胶囊包装,助力未来电商包装可循环回收,更加环保和便利。”宝洁大中华区供应链包装创新总监杨万敏介绍。宝洁还借进博会平台发布了“净零2040”可持续发展目标,宣布到2040年实现其运营和供应链温室气体净零排放,并力争在十年内针对2030阶段性目标取得实质性进展。宝洁大中华区董事长兼首席执行官许敏表示,“拥抱可持续发展理念和战略,不仅是时代召唤,更是企业自身转型升级、继续赢得市场与消费者,打造新时期商业核心竞争力的必然选择和最佳策略。”



■进博会消费品展区的法国欧莱雅展台。新华社发

碳排放有关的“大单”。

中国石化与来自14个国家和地区的34家供应商签订了415亿美元的采购合同,涉及原油、天然气、化工品、装备材料等11大类、42种产品。中国石油分别与沙特阿美、梅赛尼斯亚太有限公司、斯伦贝谢、西门子能源、贝克休斯等来自全球的33家合作伙伴签署33份采购协议,合同总金额近155亿美元。也就是说,“两桶油”已完成合计570亿美元采购协议。

在碳中和推动下,天然气在化石能源的占比将逐渐提高。保障天然气供给成为石化企业的重要任务之一。本届进博会上,中国石化与美国维吉公司签署了为期20年、400万吨/年的LNG长期购销协议。维吉公司将通过其位于路易斯

安那州的Plaquemines项目,向中国石化供应LNG长约资源。此外,中国石化联合石化还将从维吉公司Calcasieu Pass项目购买总计380万吨的LNG资源。

作为中国乃至全球最大的能源电力行业全面解决方案提供商之一,也是中国最早“走出去”、践行低碳环保的企业之一,中国能建本届进博会上现场总签约金额达6.39亿美元,创历史新高。中国能建党委书记、董事长宋海良表示,公司国际化经营稳健增长,签约年增长率超过20%,占我国对外电力工程承包市场份额超过1/3,一大批“首个”“最大”“最先进”“最环保”工程在“一带一路”沿线国家落地生根,推动“能建全球化”向“全球化能建”加速升级。

专家共识

“看不见的展品” 提供解决方案

第四届进博会期间,来自全球的官员、企业家和学者聚焦气候变化和绿色发展对全球经贸格局带来的新趋势、新变化。

在北京大学国家发展研究院副院长余淼杰看来,随着全球气候环境方面的合作加强,碳达峰、碳中和在各地的落地,污染密集度比较高的产业不仅在发达国家难以生存,在发展中国家也难以生存,这对相关行业、企业提出更高的要求,他们必须通过绿色创新、绿色发展提升产品附加值,降低能耗和污染强度。

“全球性问题需要全球性的解决方案。如果想要实现系统性的可持续性,那就需要全球层面的努力。仅凭一个国家或地区是无法解决这一问题的,生产价值链的所有参与者都涉及其中。”国际贸易中心执行主任帕梅拉·科克-汉密尔顿表示。

不过对很多企业来说,碳管理是一个充满挑战的全新领域。专家提示,企业在着手对碳排放进行计算和管理的过程中,常常遇到一些普遍性的问题,如不了解如何划分自身碳排放的边界、不知道碳排放报告该涉及哪些内容、不清楚如何确保碳排放计算准确,此外,要对整个供应链的碳排放进行全程跟踪还需要投入大量的人力、物力和精力。

对此,在本次进博会上,在被称为“看不见的展品”的服务贸易展区上,为企业带来了多样的解决方案。

世邦魏理仕此次以“未来中心”为主题参展进博会,向商业地产业主、租户、投资者、城市管理者等客户提供“绿色地产”解决方案——为城市打造节约高效的用地和发展格局,为商业和工业地产项目打造减碳方案,在业内推动ESG体系纳入商业地产租赁和投资策略。世邦魏理仕中国区不动产管理部技术及可持续发展服务负责人李绅豪表示:“随着碳约束时代的全面来临,碳排放或将更直接地影响资产表现。若未来碳配额机制在国内地产运营中逐渐铺开,得到认证的绿色地产和未达到标准的棕色地产的碳成本的剪刀差将加快良币驱逐劣币的进程。”

通标标准技术服务股份有限公司(SGS中国)宣布与微软公司合作,全球首发运行于微软智能云Azure上的业界首个双标准S-Carbon数字化碳管理智能云平台。

上述平台致力于提供一个解决方案,帮助企业对复杂供应链和大型供应商的整体碳排放及碳中和目标的KPI执行情况进行管理。