

家电手机业ESG竞速： 绿色智造与数字责任的双重变奏

在全球碳中和与数字经济的双重浪潮下,家电与手机行业作为与消费者生活最紧密的制造业板块,正站在绿色转型的十字路口。从生产端的“零碳工厂”到消费端的“以旧换新”,再到供应链的“绿色物流”,ESG(环境、社会和治理)已不再是企业财报中锦上添花的修饰,而是关乎未来生存与发展的“必答题”。

新快报记者梳理发现,相较于传统行业,家电与手机行业的ESG披露积极性显著更高,头部企业更是将ESG视为品牌高端化的重要抓手。然而,在光鲜的“绿色成绩单”背后,供应链碳排放数据的获取难题、电子废弃物的回收闭环困境以及数据隐私治理的隐忧,依然是横亘在行业面前亟待跨越的三座大山。

■新快报记者 陈学东

披露率领跑全市场 / 头部效应显著

家电手机行业的ESG实践,正呈现出一种“头部领跑、腰部跟进”的梯队格局。

在2025年度ESG报告披露浪潮中,消费电子行业表现尤为突出。截至2026年4月26日,在50家消费电子类上市公司中,已有39家公司披露了2025年度ESG报告,披露率达到78%,预计2025年度行业ESG报告披露率将超过80%。与此同时,该行业公司ESG评级明显提升——最新评级在A级及以上的行业上市公司共有34家,占比68%,而2025年末这一比例仅为30%。其中家电行业的ESG披露率突破55%,龙头企业更是实现了100%覆盖。在智能手机领域,华为、小米、OPPO、vivo等头部厂商均已建立起成熟的ESG披露机制,

披露率接近100%。

“家电手机行业属于高度竞争的消费电子领域,直接面向C端消费者,品牌形象与绿色理念直接挂钩,这倒逼企业必须重视ESG。”有业内人士表示。在公司治理层面,头部企业已开始将ESG融入顶层设计。例如,美的集团建立了由董事会战略委员会统筹、跨部门协同的ESG治理架构,并将可持续发展关键绩效指标纳入高管薪酬考核体系;联想集团则提出了“2050净零排放”目标,并通过了科学碳目标倡议(SBTi)的认证。

在绿色产品创新上,企业的“内卷”也越发明显。海尔智家通过构建“绿色设计、绿色制造、绿色营销、绿色回收”的全生命周期体系,其再循环互联工厂实现了废旧家电的高

效拆解与再生;OPPO在6月发布的《2025年可持续发展报告》显示,过去三年自身运营碳排放总量逐年下降,2025年进一步减少1.22%。在绿色包装方面,2025年所有OPPO产品包装中均采用再生废纸原料,手机包装再生纸用量约占彩盒总重量的43%。

小米集团发布的第八份ESG报告,围绕“人车家全生态”战略持续深化ESG实践。在供应链管理上,小米对供应商提出明确目标:到2030年,智能手机业务的供应商年均碳减排量不低于5%,绿电使用比例不低于25%。联想集团已连续第20年发布ESG报告,报告显示,全球运营电力逾90%来自可再生能源,100%的个人电脑产品含有消费后再生材料。

从数字鸿沟到隐私保护 “S”维度内涵更丰富

与家居、医药行业不同,家电手机行业作为科技属性最强的板块,其ESG实践中的“S”(社会)维度有着更为丰富的内涵,集中体现在弥合数字鸿沟、无障碍设计以及数据隐私保护上。

在适老化改造方面,头部企业正加速奔跑。针对老年群体“不敢用、不会用”智能设备的痛点,华为、OPPO、vivo等手机厂商纷纷推出“长辈模式”或“简易模式”,通过放大字体、简化图标、增强语音交互等方式降低使用门槛。海信、美的等家电企业也在智能电视、空调等产品中植入语音控制与远程协助功能,让科技更有温度。

与此同时,数据隐私安全已成为手机厂商的“生命线”。随着个人信息保护法的实施,用户对App权限调用、数据收集的敏感度空前提高。记者注意到,小米在其ESG报告中专门设立了“隐私与安全”章节,披露了其建立的端侧隐私保护技术及隐私合规审计机制;荣耀则强调通过了ISO/IEC 27701隐私信息管理体系认证。然而,仍有部分中小品牌在用户协议中存在“霸王条款”,过度索取权限,这不仅触碰了法律红线,也透支了消费者的信任。

此外,在员工权益保障方面,作为劳动密集型与智力密集型结合的产业,如何保障一线流水线工人的权益,同时缓解研发人员的“996”压力,也是行业关注的焦点。部分企业已开始推行“灵活用工”与“员工心理健康援助计划(EAP)”,试图在效率与人文关怀之间寻找平衡。

供应链“范围三”数据迷雾 / 回收体系待闭环

尽管披露率亮眼,但深究数据质量,家电手机行业仍面临着与家居行业相似的痛点——“范围三”数据的缺失与电子废弃物回收的闭环难题。

根据温室气体核算体系,范围三排放涵盖了企业价值链上下游的所有间接排放。对于家电手机行业而言,上游原材料(如芯片、屏幕、钢材、塑料)的开采加工,以及下游产品的物流运输、用户使用和废弃处理,占据了产品全生命周期碳排放

的绝大部分。

“家电手机产品的碳足迹,70%以上往往来自于供应链。”中国电子节能技术协会相关负责人指出。然而,由于供应链层级复杂、供应商众多且分散,核心企业很难从成千上万家供应商手中获取准确的能耗数据。

记者梳理多家企业的ESG报告发现,虽然大部分企业披露了范围一(直接排放)和范围二(外购能源排放)数据,但在范围三披露上普遍“留白”或数据不全。

例如,某知名手机厂商在报告中坦言,由于部分中小供应商缺乏碳核算能力,导致上游原材料运输与配送环节的排放数据主要依赖估算,准确性有待提

升。此外,电子废弃物的回收处理是家电手机行业特有的社会与环境责任议题。随着电子产品更新换代加速,废旧手机与家电若处理不当,将造成严重污染。

目前,虽然海尔、格力、TCL等企业已布局拆解业务,建立了“生产-消费-回收-再生”的循环模式,但行业整体回收率仍有待提高。据相关机构测算,我国废旧手机存量累计超过20亿部,但正规渠道回收率不足5%。大量废旧电子产品流入非正规小作坊,不仅造成资源浪费,更带来了重金属污染隐患。

“构建完善的逆向物流回收体系,需要巨大的资金投入与政策支持。”艾媒咨询CEO张毅分析认为,目前回收成本高、利润薄是制约企业积极性的关键。未来,谁能率先打通“最后一公里”的回收闭环,谁就能在循环经济中占据先机。

【观察】

ESG不应只是“公关辞令”

纵观家电手机行业的ESG实践,我们看到了从“被动合规”到“主动战略”的积极转变。头部企业正通过技术创新,将绿色低碳理念植入产品的基因,这不仅提升了品牌溢价,也为企业构筑了新的竞争壁垒。

然而,我们也必须清醒地看到,行业内部的分化依然严重。环保投入的悬殊、供应链数据的“黑箱”、回收体系的滞后,都是制约行业高质量绿色发展的瓶颈。

对于家电手机企业而言,ESG不应仅仅是一份精美的报告或公关辞令,而应是一场深刻的自我革命。在房地产下行、消费复苏缓慢的宏观背景下,企业更应坚持长期主义,将ESG理念融入研发、采购、生产、销售的每一个环节。

未来,随着欧盟《新电池法》、碳关税等绿色贸易壁垒的竖起,以及国内ESG披露标准的强制化,ESG表现将直接决定企业的“出海”能力与融资成本。唯有那些真正将“绿色”与“责任”刻入骨髓的企业,才能在全球化的浪潮中行稳致远。



元宝AI生成