



买菜自带环保袋、骑单车去上班……

绿色消费成生活新风尚

周一下午1点半,北京市朝阳区居民谢晓丽又出现在楼下的咖啡厅。像往常一样,她点了一杯美式咖啡装在随身携带的保温杯里带回了办公室。“一来喝不完可以保温,二来低碳环保。”身为咖啡爱好者,自带杯子喝咖啡已经成为谢晓丽的一种生活习惯。

践行简约绿色低碳生活,谢晓丽并不孤单。买菜自带环保袋、骑着单车去上班、选购绿色家居……在绿色发展、可持续发展理念深入人心的今天,绿色消费已成为越来越多人的自觉选择,渗透衣食住行的方方面面,并演变成一种生活新风尚。

餐桌兴起新“食尚”

夜幕降临,北京市南三环附近的一家烤鸭店门口,前来取餐的外卖骑手渐渐多了起来。醋溜白菜、粉丝包菜、酸辣土豆丝、西红柿炒鸡蛋……迎着扑鼻的香气,服务员王英麻利地将新鲜出炉的小份菜打包好。“这种小份菜现在很受欢迎,每个月可以卖出上千份。”王英说。

“分量小”“价格低”“一人食”“不浪费”,在厉行节约、反对浪费的绿色浪潮中,小份菜成为消费者和商家的共同选择。《2022年小份菜洞察报告》显示,美团提供小份菜的商户数与相关菜品数量比2020年增长了近1倍;在美团平台,“小份菜”这一关键词的日均搜索量超过13万

次;在成交量上,截至2022年9月,小份菜销量比2020年同期增长了114.5%。

美团平台数据同时显示,在小份菜的带动下,商业办公区周围餐厅的外卖订单量是2020年同期的3倍,一些餐厅上线小份菜后,订单量增幅超过了300%。

民以食为天。消费者吃得更好、更健康、更丰富、更方便的需求,是催生小份菜绿色低碳餐饮供给改革的市场基础。“点多了怕吃不完,点少了又怕不够吃。”一个人住得久了,“90后”何军习惯了吃外卖。常常点外卖的他发现,自2022年开始外卖平台上推出小份菜的商家一下子多了起来。“以今天这顿晚饭为例,一小份地三鲜、半份小酥肉,再配一碗米饭,券后需要31.9元。花一份钱吃多样菜,小份菜,蛮好。”何军说。

遏制“舌尖上的浪费”,小份菜的走红只是一个缩影。按需点餐、“光盘行动”、剩菜打包、减少一次性餐具使用……伴随反食品浪费法施行,如今的餐桌刮起了节俭风,简约适度的新“食尚”成为餐饮经营者和食客们共同的遵循。

家居吹来绿色风

趁着周末,家住南京市鼓楼区的刘岱洋准备给刚装修完的新房子添置些家电。“外形简约时尚,还节能。”在一家电器卖场,刘岱洋相中了某品牌的一款

空气能热水器。它采用双级变频增焐压缩机,与普通电热水器相比节能79%,与燃气热水器相比节能61%。“听店员介绍,这款热水器为1级变频,零下15℃依旧可以稳定制热,国家一级能效标准说明它更省电。”刘岱洋说。

和刘岱洋一样,越来越多消费者将环保因素纳入消费决策。苏宁易购2023年数据显示,消费者偏爱选购带有“一级能效”标签的家电。在各地绿色家电消费节能补贴政策的带动下,一级能效产品成为用户消费首选,一二级能效家电销售占比达到80%。大家电一级能效订单占比排名前列的分别是空调、洗衣机、冰箱和电视机。

当绿色成为消费的主旋律,绿色低碳产品的供给和消费正在扩大。在供给侧,一场家居绿色革命悄悄打响。“如今,清风明朗、水秀山明已成为各行各业的发展愿景,家电行业也不例外。”格力电器家用电器板块有关负责人告诉记者,响应国家号召和企业需求,格力电器从设计—研发—制造—服务全链路创新发展节能科技,推行清洁高效生产工艺,助力废旧产品循环再生,如今已拥有40项国际领先技术,其中38项与绿色节能相关。

在山东省枣庄市峯城经济开发区,相关绿色低碳型企业通过一连串技术创新,生产出高质量的板材产品,环保指标优于欧盟标准,并在高端定制家居等领域不断占据市场份额。“该企业

和北京林业大学开展产学研合作,成功生产了一种新型无醛板材。这种板材不仅更绿色环保,与传统板材相比,还具有更高的强度和稳定性,且表面光滑、纹理清晰,拥有良好的装饰性能,深受消费者欢迎。”山东省枣庄市峯城经济开发区管委会副主任侯磊表示。

二手交易受青睐

设想一下:“双11”忙着买买买,一不小心囤的护肤品太多,你会怎么办?随着时代变迁,如今出闲置、“买二手”正被越来越多消费者青睐。艾媒咨询数据显示,2021年我国网民中有43.7%的用户会经常使用二手电商平台。

“作为一种参与门槛较低的绿色消费模式,二手消费既可以为广大消费者节约支出成本,同时也有助于减排降耗。”转转集团CEO黄炜发现,“90后”“00后”等年轻群体是二手交易平台的主力军,在用户数、购买频次等多个指标上,其占比均在一半以上。消费理念的变化也在一些用户身上体现得更为明显。“我们的一些消费者是城市白领,他们买二手手机、电脑和包,并不完全是为了省钱,而是认为一个九成新甚至九五成新的物品能正常使用且挺好用,对于物资循环流转是有帮助的。”黄炜说。

从“大众”到“小众”,随着用户规模的扩大,二手产品涉及的

品类在不断扩展。黄炜告诉记者,目前3C数码电子产品、二手奢侈品、生活日用品和图书是二手消费的主流,但更多小众商品也逐步进入二手交易平台,如高尔夫球杆、滑雪板、帐篷、登山杖、钓鱼竿等。“随着供给多样化和生活水平的提高,未来将会有越来越多出人意料的物品出现在二手交易平台上,方便用户选购。”

不过,目前大家对二手消费还存在一些顾虑。如何确定对方卖出的物品价格合理、描述符合客观事实?这就涉及二手非标这一十分复杂的问题。“为此,转转自主制定了验机标准,在质检过程中,坚持一物一验,并为符合条件的商品提供质量评估,输出质检报告,从而增强买卖双方的信任。”在黄炜看来,二手物品的质检和新品不一样。一方面,二手产品不是标准品;另一方面,每个质检师的裁量尺度并不完全一致。“所以,非标物品的标准化难度比较大,眼下国内外也没有可供借鉴和参考的经验,但标准化一定是行业未来的发展方向。”黄炜称。

逐渐升温的二手消费只是近年来绿色消费蓬勃发展的一个缩影。2023年中央经济工作会议明确提出,要推动消费从疫后恢复转向持续扩大,培育壮大新型消费,大力发展数字消费、绿色消费、健康消费。可以预见,未来在需求端和供给端共同推动下,绿色消费将继续保持增长趋势。(据《经济日报》)

字节跳动公益平台“公益聚力计划”上线

多样化满足更多人公益需求

为更好地联合社会多方力量参与社会公益,字节跳动公益平台近日正式推出“公益聚力计划”,将支持公益项目的策划与筛选、公益机构撮合,以及多种定制化的产品功能,如定制版公益证书、爱心回礼、爱心留言等,可多样化满足高粉创作者在抖

音做公益”的需求。

数据显示,在抖音参与公益事业的内容创作者已超过5万人。他们通过短视频、直播积极创作公益内容,宣传公益主题活动。其中,有许多高粉创作者希望更深入地参与公益,以实际行动激发更大范围善意的发生。“公益聚力计划”的推

出将满足用户的此类需求。

在该计划中,对于有发起公益专项计划的优质创作者,字节跳动公益平台将根据创作者的议题兴趣、参与投入度,支持项目策划与公益机构撮合,助力公益机构支持创作者公益专项上线。相关公益专项上线后,创作

者可通过内容创作的形式传播、筹款,公益机构则负责项目执行、跟进与反馈。此外,字节跳动公益平台还将为公益专项提供定制化产品功能支持,以及创作者优质内容流量扶持,并通过平台或机构荣誉,激励创作者的持续参与。目前,该计划已开放报

名,创作者可通过字节跳动公益公众号底栏入口参与报名。

字节跳动公益平台相关负责人表示,未来“公益聚力计划”将在运营策略、产品功能等方面持续完善;也期待更多优秀创作者可以加入进来,汇聚点滴善意,助力更多美好的发生。(皮磊)