

消费视窗

人们越来越推崇环保、低碳、健康、安全的消费理念

绿色消费多起来

本报记者 齐志明

核心阅读

买车青睐新能源汽车；外出就餐点小份菜、尽量不使用一次性餐具；使用节能灯泡、节水马桶等家居用品……如今，人们越来越推崇环保、低碳、健康、安全的消费理念，绿色消费正成为生活新时尚。

绿色产品受青睐

裴净在北京一家互联网企业工作，平时一直推崇绿色生活方式。最近她去朝阳区红庙路口的万惠商场购物时发现，很多消费者都自带可降解购物袋，于是她也打算购买一些。到购物网站一搜索，发现下单购买者很多，不少网站上多款可降解购物袋的销量已经超过10万件次。

裴净感受到的正是绿色消费新时尚。绿色消费是什么？北京林业大学经济管理学院教授陈凯认为，绿色消费是指从满足生态需要出发，以有益健康和保护环境为基本内涵，符合人的健康和环境保护标准的消费方式。通常认为，绿色消费涉及产品购买、使用和处置三个环节。

国务院近日印发《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》，提出到2025年，绿色低碳循环发展的生产体系、流通体系、消费体系初步形成。据商务部消费促进司司长朱小良介绍，2020年，绿色消费已经成为我国消费市场一大新趋势、新亮点。

——选择绿色食品，吃得更放心。

春节前夕，江西贵溪市居民方雯在超市里选购年货，一款标有“中国有机产品”的彭湾乡香米吸引了她的注意，在认真检查标识和防伪涂层后，她一口气购买了5袋。“家里有宝宝，格外注重食品的品质，买东西的时候，除了看生产日期，还要看‘三品一标’，这样才吃得放心。”方雯说。

今年1月，商务部发布的《关于推动电子商务企业绿色发展的通知》要求，各地区积极发掘当地绿色优质农产品，主动对接电商平台，扩大绿色农产品，尤其是“三品一标”认证农产品网上销售。“三品”是指无公害农产品、绿色食品、有机食品（农产品），“一标”是指农产品地理标志。

对此，各类企业纷纷响应。“消费者越来越倾向于绿色、健康、安全消费。因此我们在选品上积极扩展绿色消费品类。”橙心优选品控相关负责人说，平台上现有的千岛湖有机五年生鲜鱼、晋江阿一波有机紫菜等农产品很受青睐，未来将持续引入更多优质绿色商品。

——购买“绿色衣物”，穿得更舒服。

浙江瑞安市的年轻妈妈叶子楣最近在森马电商上为儿子买了一件毛衫。这款毛衫使用了一种新型的环保再生PET面料，每吨成品可以节约6吨石油，毛衫采用的纺前染色方式，还能减少后续染色工艺环节的污染。

“再生”“循环”“环境友好”等元素已成为许多年轻人日常选购衣物的重要参考。在电商平台得物APP上，一款鞋面由100%可回收聚酯纤维做成的匡威帆布鞋，上市不久就售罄，该平台还通过发放相应的消费补贴，鼓励消费者选购绿色环保材质的产品。



——使用节能汽车家电，用得更实惠。

趁着春节有促销活动，家住江西南昌市西湖区的舒丹购买了一辆新能源汽车。起初，她担心充电和续航的问题，通过反复咨询、多次试车，她发现电动汽车的技术已经很成熟，可在自家停车位安充电桩，还能领不少购置补贴。“花个二十来块钱就能充满电，续航里程可达500多公里，经济实惠、节能环保、外观时尚，这车买得真值！”舒丹说。

2020年，我国延长新能源汽车补贴政策，开展新能源汽车下乡活动，新能源汽车销量比上年增长10.9%。不只是汽车，标有能效标识的洗衣机、冰箱和热水器等家电产品也颇受消费者欢迎。拼多多统计数据显示，2020年平台上节能类大家电的消费人群、消费金额同比增长35%、41%；节水类大家电的消费人群、消费金额同比增长115%、89%；同类大家电产品中，购买节能产品2级以上（包含1级与2级）产品的消费金额占比约为63%。

绿色服务正兴起

“当下，绿色消费已经成为一股蓬勃兴起的潮流，消费品类除了覆盖家电、食品、衣帽鞋服、美妆个护等实物领域，在出行、餐饮、物流、包装等服务领域也加速渗透。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫认为，这既促进了相关产品和服务的更新换代，又推动了消费升级。

——共享出行渐成主流。

中国互联网协会发布的《中国互联网发展报告（2020）》显示，2019年网约车用户已超过4亿，共享单车用户突破3亿。“互联网技术已经被广泛应用于低碳出行领域，网约车、共享单车等绿色出行方式提高了人们的出行效率，也降低了能源消耗和污染排放。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说。

看共享单车。在广州一家数码公司工作的杨先生，去年每月平均骑行约200次，成为美团单车全国最活跃用户之一。他每天骑着美团单车穿梭在广州市各大商铺之间，递送零配件，往返几十趟。“共享单车很适合短途高频的出行，往返的次数越多，代表生意越红火，日子也越有奔头。”他说。

看网约车。《2020滴滴平台绿色出行白皮书》显示，2018年至2019年，通过滴滴平台实现二氧化碳减排共130.3万吨，相当于68万辆汽车一年的排放量；一氧化碳、氮氧化物、颗粒物三类污染物总减排量为5854吨，氮氧化物和颗粒物减排量相当于86万辆私家车1年的排放量。南京领行科技股份有限公司打造的智慧出行生态平台“T3出行”运营车辆以新能源汽车为主，据T3出行首席执行官崔大勇介绍，去年全年平台总计减少碳排放量近19万吨。

——绿色餐饮蔚然成风。

走进四川绵阳市游仙区的上海水晶酒店，门口、餐桌、墙壁上都张贴着“浪费可耻，节约光荣”的招贴，服务员会主动建议顾客适度点餐、合理搭配菜品。游仙区商务局、生态环境局等部门还利用新媒体平台宣传开展绿色餐饮、环保消费的好做法，通过公益广告、宣传图片等形式倡导节约粮食。

外卖平台和餐饮企业积极推进绿色餐饮。美团外卖将“餐具数量”设置为用户下单前的必选项，2019年7月至2020年7月，消费者选择“无需餐具”的订单同比增长203%。此外，美团外卖通过上线多元化小份餐品、菜品信息描述标准化等多种方式，助力用户按需点餐、精准选择，截至目前平台在售菜品中有74.64%的菜品已注明分量信息，在线商家中有85.59%商家店内有注明分量的菜品。

——简装包裹轻松上路。

如今，越来越多的消费者意识到，在享受外卖、快递服务的同时，也应关注、解决包装过度、垃圾量增加、纸箱、塑料袋、填充物分类回收难等问题。“破解快递垃圾回收难题，从源头上为快递包装减量才是关键。”苏宁物流研究院副院长凌云飞说，苏宁物流“青城计划”大力推进绿色包装，通过减宽胶带、普及电子面单、循环使用快递盒、保温箱等方式，进一步减少快递包装的浪费与污染。

二手产品回收利用空间大

最近，上海市民田少华对自己在闲置交易平台“95分”APP上买到的苹果无线耳机赞不绝口。“耳机干干净净，包装严密，配有

专门的说明书，有问题还能求助平台客服，消费体验真不错。”田少华说，物流箱内还配备了该平台专属的鉴别证书，代表耳机已经通过平台专业鉴别团队的严格质检。

洪涛介绍，2020年，我国二手闲置市场规模已达到1万亿元，未来包括二手信息家电产品在内的回收和交易依然有巨大的发展空间。

近年来，为加强再生资源回收利用，相关政策不断出台。2019年8月印发的《关于加快发展流通促进商业消费的意见》提出，鼓励发展“互联网+旧货”“互联网+资源循环”，鼓励具备条件的流通企业回收消费者淘汰的废旧电子产品。2020年12月，全国供销合作总社、国家发改委印发《关于积极打造废旧家电回收处理产业链 推动家电更新消费的行动方案》，要求发挥经营服务网络优势，健全优化废旧家电回收渠道；发挥再生资源加工利用优势，提升废旧家电处理利用能力。

相关企业加快创新，更新废旧物品回收、循环利用的技术。全国供销系统目前拥有电子废弃物经营企业261家，其中，中再资源环境股份有限公司旗下拥有11家废旧家电处理企业，主要从事废旧电器电子产品的回收、拆解和处理利用，实际拆解量为1900万台(套)/年。

2021年春节期间，万物新生集团旗下的“爱回收”平台成交订单量同比大幅增长，其中门店订单量同比增长超过500%。万物新生集团创始人兼首席执行官陈雪峰表示，供应链整合能力是二手信息家电产品流通平台的关键竞争力。目前公司建立了一套完备的质检分级标准和科学的估价体系，能有效解决二手信息家电产品标准化的问题。

全国供销合作总社新闻发言人刘进喜说，全系统将利用广泛的经营服务网络，打造大宗消费品薄利多销、便捷回收、高效处理的全产业链条，力争两年之内，在处理废旧家电能力上能够达到社会总量的1/3以上，为广大消费者循环使用家电解除后顾之忧。

上图：浙江温州万科农业开发有限公司大力发展绿色、有机、精品蔬菜，引进全自动生产线，打造“净菜”车间，推动绿色农产品生产和销售。图为2月23日，无菌车间流水线正在进行消毒清洗，蔬菜经处理后可达“即食”标准。

孙 灏摄

市场漫步

要顺应我国消费提质升级趋势，满足人民对美好生活的期待，打好促进消费的“组合拳”，让人们能消费、敢消费、愿消费

打好促进消费「组合拳」

刘江宁

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出，坚持扩大内需这个战略基点，加快培育完整内需体系，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

近年来，国际和国内发展环境、条件发生重大变化。从国际上看，新冠肺炎疫情全球大流行使世界百年未有之大变局加速演进，世界进入动荡变革期；从国内看，我国人均GDP已达到1万美元，国内大循环活力日益强劲。这种变化意味着我们必须充分发挥超大规模市场优势，实施扩大内需战略、构建新发展格局，为我国经济发展注入强劲动力。

消费是内需的重要来源，扩大内需必然要求切实发挥消费的基础性作用，畅通消费渠道，推动消费升级，不断释放消费市场潜力。我国拥有14亿人口的巨大市场，其中4亿多中等收入群体更是有着强大的购买力，是引领消费升级的重要力量。当前和今后一个时期，要顺应我国消费提质升级的趋势，满足人民对美好生活的期待，打好促进消费的“组合拳”，让人们能消费、敢消费、愿消费。

建立健全消费新业态新模式运行机制。积极引导“互联网+”远程教育培训、远程办公、远程医疗等新模式有序发展，促进新旧业态模式取长补短、相互补充，探索线上线下消费模式融合发展，鼓励线上消费平台向下延伸、线下传统消费业态积极“触网”，利用线上、线下双渠道促进消费增长。

完善新型消费模式相关法律法规。完善包容审慎监管措施，建立健全个人信用体系，完善新型消费和服务保障标准体系建设，更好发挥政府在新型消费市场中的规范、监督和管理职能。根据市场变化适时出台或者调整相关法律法规，着力破除阻碍新型消费模式发展的体制机制障碍，畅通堵点、解决难点，共同营造良好的新型消费发展环境。

拓宽“开源”渠道，稳步增加居民收入。强化就业优先政策，深化收入分配制度改革，加大对低收入群体的社会保障力度。积极引导企业开拓中高端消费市场，培育消费新增长点。努力增加优质供给，加大教育、文化、养老、医疗等服务型消费供给，引导消费新业态、新模式提质扩容。

实施扩大内需战略、构建新发展格局，切实发挥消费的基础性作用，离不开制度保障。应着眼建设高标准市场体系，健全市场体系基础制度，坚持平等准入、公正监管、开放有序、诚信守法，形成高效规范、公平竞争、国内统一大市场。完善产权保护制度，加大知识产权保护力度，实现要素流动自主有序、配置高效公平的要素市场运行机制。建立健全科技创新制度和组织体系建设，推动科技创新成果转化体制机制建设，加快科技成果转化平台建设，提高科技成果转化能力，创新优质供给，满足人民日益增长的美好生活需要。

市场资讯

中国商业地产十大热点发布

本报电 由全国工商联主管的全联房地产商会商业地产工作委员会日前发布《中国商业地产行业2020/2021年度发展报告》，公布2020年度十大市场热点。主要包括：线上直播带货兴起、健康生活消费突起、实体零售业首获免税牌照、新冠肺炎疫情下商场为商户减租、创新品牌成市场新宠等。全联房地产商会商业地产工作委员会会长王永平表示，新冠肺炎疫情对行业的影响不仅是客流与销售，也改变了行业经营理念、商业模式和人们的消费倾向。直播带货已成为线下商业普遍使用的营销方式，线下商户普遍具有数字化意识。（联 讯）

中石化易派客电商平台物流业务上线运行

本报电 易派客电子商务有限公司日前正式上线运行“易物流”物流业务系统，通过全面集成物流信息，贯通采购订单与物流业务流程，为平台供应商及采购商提供全程可溯的物流服务。易派客是中国石化下属泛工业品电商平台，致力于推动采购标准化、信息互联化、物流透明化、高效协同供应链上下游资源，为用户提供采购、销售、招标、金融、综合等服务。截至2020年底，易派客平台在线商品达到291万种，注册用户23.9万个，全年交易额达4552亿元。（鸿 剑）

本版责编：罗珊珊

消费万花筒

近来，随着消费市场回暖，一些地区消费投诉量也有所增加，为高效快速解决消费纠纷，多地市场监管部门进行有益探索，切实提高消费维权效率。

甘肃兰州新区消费者李娜在某电商平台上购买了一台理疗仪，使用中却发现该仪器与之前购买的同款商品存在差异，要求退货却遭到商家拒绝。“我在全国12315投诉举报平台上投诉，没想到第二天给我打电话的不是监管部门，而是电商平台，他们了解情况后直接退货退款，问题处理得很快。”李娜说。

原来，该电商平台是ODR企业，即在市场监管部门指导监督下，通过平台提供消费

市场监管出妙招 消费维权效率高

本报记者 林丽颖

纠纷在线解决服务的企业。2月18日以来，兰州新区市场监管局加强ODR企业监督管理，重点从企业是否具备相对固定的解决消费纠纷的场所，系统运行机制、客服售后机构是否健全，是否有处理消费纠纷的专兼职工作人员，是否有完整的受理和处理投诉的工作制度等几个方面进行了监督检查，进一步落实了企业消费维权的责任。

四川成都市双流区东升镇消费者贾女士近期在成都市邛崃市文君街道购买了一辆二手车，查询保险时才发现该车为事故

车，多次要求商家退车并补偿维修费用，均遭商家拒绝。情急之下，贾女士不仅拨打了12315消费者投诉举报热线，还向12345市长热线反映了情况。

成都市市场监管局为提高受理效率，创新“双号并行”的消费投诉举报处理模式，通过技术手段实现12315与12345数据共享。贾女士投诉当天，邛崃市市场监管局工作人员就在全国12315平台“待办事项”里看到了该投诉，并立即将其转到当地市场监管所。经过当地市场监管所调查和调解，商家退还

实地调查，进行风险研判，防止可能出现的侵害消费者权益行为。

顺德区市场监管局随即启动了诉调对接机制进行处理，将矛盾纠纷调处中的诉讼方式与非诉讼方式相衔接。顺德区市场监管局联系顺德区法院法官、经营者、房东到现场，了解经营者的经营状态，实际欠租金额、受影响人数、课时及款项等。最终在法官的见证下，84名学员家长与经营者达成转机构培训协议，196名学员家长与经营者达成延期退款协议。