

“碳”索新消费,企业在行动

■ 本报记者 阎 密

在国家“2030年实现碳达峰”“2060年实现碳中和”远景目标号召下,低碳消费与低碳生活日渐成为社会倡导和日益普及的生活新方式,同时也对连锁经营及网络消费平台企业持续推动绿色运营、践行环境与社会责任提出了更高要求。

在我国提出“碳达峰碳中和”双碳目标迎来2周年之际,由中国连锁经营协会主办的“低碳2周年企业在行动”——“碳”索新消费主题活动日在京举行。星巴克、迪卡侬、福奈特等来自零售业、餐饮业、生活服务业等行业的代表企业分享了各自在推进绿色低碳生活方面的探索和实践经验。

全产业链减碳

据星巴克相关负责人介绍,星巴克着眼于“从一颗生豆到一杯咖啡”旅程中的每一个环节,通过采取全举措减少对环境的影响。从种植、生产、包装一直到门店,星巴克的每一步都遵循着绿色的理念,希望每一杯咖啡都真正成为可以让未来更好的“明日的咖啡”。

2021年9月,星巴克全球首家环保实验店——星巴克向绿工坊,在上海前滩太古里正式开业。向绿工坊店内约50%的建筑材料,预计都可在未来被循环利用、升级改造或是降解。通过一系列提高门店能效的积极举措,每一家通过认证的绿色门店,相较2019年一家同等大小的普通星巴克门店,每年预计可减少约10.57吨的碳排放量、约301.7吨的用水量。目前,星巴克绿色门店已陆续在北京、上海、深圳、杭州、苏州等地开出。星巴克中国发布的2025战略发展愿景显示,预计至2025年,星巴克将在全国开出约2500家绿色门店。

星巴克还通过创新可持续包装,促进可回收、倡导循环使用。预计到今年年底,中国大陆地区所有星巴克热饮杯盖都将有望全面升级为易回收的聚丙烯

材质;而通过增加瓦楞纸高度并降低纸的厚度,在保证隔热效果的情况下,星巴克杯套整体用材可减少12%,预计一年可减少100吨用材。

迪卡侬则从产品的设计、研发、生产、物流到最终端销售,打造全产业链的减碳能力,呈现给消费者更低碳以及对环境更友好的环保产品和环保服务,让消费者能轻轻松松享受低碳生活方式。

据悉,迪卡侬中国目前为消费者提供超过2000多种生态设计产品。从用更环保的面料和工艺制成的衣服和鞋子到碳排放更低的运动装备,无论是跑步还是骑行,无论是露营还是整个运动场景都可以降低碳排放。其目标是2026年实现100%产品采用生态设计。例如,迪卡侬拥有一辆自行车或一顶帐篷的碳排放数据,然后在设计、生产技术、包装解决方案和运输解决方案等方面持续创新,不断降低产品的碳排放。

除此之外,迪卡侬还将加速为顾客提供更多的维修解决方案、更多的二手商品销售服务以及更多的租赁解决方案。迪卡侬的维修工作室覆盖全国所有门店,提供球拍穿线、自行车维修和保养、帐篷和浆板的维修服务等等。迪卡侬二手童车业务

已在23省份70家门店成功运营。

构建多元绿色场景

“自1997年创立以来,福奈特始终倡导节能降耗,致力绿色发展。”福奈特相关负责人表示。例如,福奈特正在实施的“干洗机冷却水再利用”项目——通过增设储水箱、水位控制、增压泵等设施,实现对干洗过程中所产生冷却水的再利用,避免直排,从2000年开始,全国每一家福奈特门店平均每天节约用水1000升以上。

福奈特为会员免费提供可重复使用的棉制品的衣物收纳袋“福袋”,减少门店塑料制品手提袋的使用同时也减少了顾客使用一次性盛衣袋的浪费。此外,福奈特还将衣架回收与会员管理体系绑定起来,开发适合衣架回收的多款兑换礼品,提高客户回收意识,提高资源利用率。

华润万家旗下的Ole'精品超市则以“对个人有益、对环境友好”为选品原则,筛选100余个品牌近2000件环保商品,并给予会员环保积分10倍积分激励,鼓励会员更多地选择环保商品。联合Ole'绿色伙伴以“永续生活的N种选择”为话题,通过灵感食谱、可持续会员课堂、环保商品积分兑换等活动形式,持续为消费者们的低碳生活提案。截至目前,活动线

上传播量超过1500万,超过200万会员参与Ole'的环保活动,影响近八成会员选择自备袋。

据介绍,今年10月,Ole'将在全国25个门店取消一次性可降解塑料购物袋,上市可多次循环使用的环保购物袋,并以“自备袋100分”系列环保活动,持续引导消费者践行低碳消费,推广可持续生活方式。

为提升公众对塑料再生制品的认知,从而更加有意识地参与餐盒分类回收,美团开发了多款塑料餐盒回收再生制品。如为美团单车车上由塑料餐盒回料制成的挡泥板,联合喜茶推出了再生手机壳、行李牌和环保袋,还将回收餐盒制作成了名片、钥匙扣、再生砖等,让再生制品成为环保潮流单品。

目前,美团单车已经落实回收塑料在挡泥板部位的批量应用,利用率可达70%,其中15%的材料来源于美团外卖的餐盒。经测算,该举措可实现一辆单车和电单车分别减少碳排放885克和1084克,长期助力循环经济发展,为实现双碳目标作出积极贡献。

1-8月

我国新能源汽车新注册数量翻番

■ 本报见习记者 顾鸿儒

近日,公安部副部长刘钊在2022世界智能网联汽车大会上表示,截至2022年8月底,我国新能源汽车保有量达到1099万辆,同比增长65%;今年1-8月新注册登记的新能源汽车达到322万辆,同比翻番。我国汽车智能化趋势也在明显加快,L3级以上高度自动驾驶技术逐渐在城市出租车、干线物流、末端配送等特定场景和限定区域开展应用。

随着人工智能、5G、大数据等新一代信息技术的迅猛发展,全球汽车行业正迎来新一轮的技术革命和产业变革。近年来,我国汽车产业智能化、网联化、电动化飞速推进,以新能源汽车为主体的智能网联汽车快速进入到人们的生活中。

据了解,目前,相关部门深入推进国家智能交通综合测试基地建设和无锡国家级车联网先导区建设,多家企业开展安全驾驶能力测试,地方积极拓展测试道路和场景。目前,我国已经累计在28

个城市发放8200多副测试号牌,开展测试公路道路6900多公里。

新技术不断取得突破和应用,汽车所扮演的角色从单纯的代步工具逐渐变成除了家和 workplace 之外的第三空间。新能源汽车国家大数据联盟理事长张相木表示,发展智能网联汽车已经上升为国家战略,且取得了长足发展。据权威机构统计,目前L2级以上智能网联汽车渗透率已经达到了30%,智能网联汽车的兴起,很大程度上得益于政策和法规的推动。我国目前已经明确提出优先发展智能网联汽车,标准研究、准入管理、运营管理以及相关法律法规的制定,已经成为政府及相关研究机构的重点落实任务。

“公安部积极支持智能网联汽车产业创新发展,聚焦自动驾驶汽车上路测试通行、交通事故责任等问题,积极推动道路交通安全立法完善修订,推出国家车联网产业标准体系指南,十项技术标准申报编制,为智能网联汽车发展创造良好的法规标准环境。”刘钊表示。

目前,交通部正式将百度列为交通强国的试点单位,在高精地图、智能汽车、智能道路、云平台、智能交通产业生态等方面开展试点。刘钊表示,交通部门下一步将积极支持北京、上海等有条件的地方开展创新应用先试先行,持续创新智能网联汽车安全行驶规则仿真验证技术,推进车路协同、数字身份和信息安全交互等试点应用,构建智能网联汽车运行安全基础保障机制,协同推进智能网联汽车产业高质量发展。

刘钊表示,公安部将与相关部门一道加强法律法规前瞻性研究,加大智能网联汽车准入和上路通行试点的政策支持,积极推动“十四五”全国道路交通安全规划中的智能网联汽车安全监管任务的落实。建立健全新技术、新业态的交通安全管理体系。加强服务供给,出台车路改革、试点出场及查验汽车登记新模式,便利新能源货车城市通行等一系列服务经济社会发展新举措,推进城市道路路口精细化治理和智能化提升,为智能网联汽车发展创造便利条件。

近年来,中国采取一系列措施,激励技术创新、完善政策体系、优化发展环境,有力推动智能网联汽车发展,并取得了积极成效。

工业和信息化部党组成员、副部长辛国斌在2022世界智能网联汽车大会上表示,今年上半年,具备组合驾驶辅助功能的乘用车销量超288万辆,渗透率升至32.4%,同比增长46.2%,新一代电子电气架构、车用操作系统、大算力芯片、激光雷达等关键技术取得突破。全国开放各级测试公路超过7000公里,实际道路测试里程超过1500万公里,自动驾驶出租车、无人巴士、自主代客泊车、干线物流以及无人配送等多场景示范应用有序开展。17个测试示范区、16个“双

环境。记者在现场得知,未来,工信部将从四方面推动智能网联汽车产业发展。

第一,加强统筹协调,推动建立新能源汽车产业发展协调新机制,加快推进车路协同基础设施建设,着力破解跨行业、跨领域融合发展的痛点、堵点,形成促进产业发展的合力。

第二,激励技术创新,支持重点企业牵头、大中小企业参与,鼓励引导跨行业跨领域协同创

我国组合驾驶乘用车渗透率上升

■ 本报见习记者 顾鸿儒

“智”试点城市完成3500多公里道路智能化升级改造,装配路侧网联设备4000余台。

智能网联汽车是新一轮科技革命的重要载体,已经成为全球汽车产业转型升级的战略方向。中国积极探索“单车智能+网联赋能”的车路云融合发展思路,发挥政策法规引领作用,促进我国汽车产业规模质量双提升。工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚表示,作为汽车行业主管部门,工信部坚持多措并举,在技术创新、标准规范、测试示范等方面协同发力,努力为智能网联汽车产业发展创造良好的

新,加快关键芯片、高精度传感器、操作系统等新技术新产品的研发和推广应用,增强产业发展的内生动力。

第三,强化政策引导。组织开展智能网联汽车准入管理和上路通行试点,修订完善智能网联汽车标准体系,加强功能安全、数据安全等重点标准的制修订,为产业发展营造良好环境。

第四,深化国际合作,持续打造市场化、法治化、国际化的营商环境,用好多双边合作机制及国际交流平台,在技术创新、标准法规、测试示范等领域开展务实合作,实现互利共赢发展。

提升家电服务 带动千亿市场

“百带干”为家电售后服务“保驾护航”

■ 本报记者 王旭光

今年7月,商务部等13部门联合发布了《关于促进绿色智能家电消费若干措施》,明确提出实施家电售后服务提升行动。加强服务标准化建设、培育售后服务领跑企业、培育家电领域供应链创新与应用示范企业等成为家电服务业现阶段重点工作之一,中国家用电器维修服务协会以此为契机,结合实施高质量售后服务135行动计划,联合TOP20家电服务业品牌企业以及其他重点企业、TOP100家电服务商,共同推动家电售后服务高质量发展。

9月20日,“中国家电维修商权益保护日”当天,协会在线上举办了以“提品质·树品牌·争创家电维修服务领跑企业”为主题的“百强家电维修商带动千亿市场——2022‘百带干’大聚会”。

会上,协会理事会主席团副主席郭亦兵解读了商务部等部门《关于促进绿色智能家电消费若干措施》。郭亦兵深入浅出,着重解读了《若干措施》中的实施家电维修服务提升行动,从解读中了解到,协会在商务部指导下,依据GB/T 28841-2012《家用电器维修服务经营规范》、SB/T 11172-2016《家电维修服务质量评价规范》等标准,建立售后服务领跑企业评价指

标体系,从企业规模、业务量、服务满意度、投诉率等方面开展评价工作,培育了一批家电维修服务领跑企业。

“随着经济的发展和消费者需求的转变,我国正在从制造业经济向服务型经济转型,服务业正经历着前所未有的挑战与机遇,作为现代服务业重要组成部分的家电维修业,在深化和丰富家电维修业‘局变全盘’发展战略的过程中,积极推进‘百强家电维修商带动千亿市场’的‘百带干’发展计划,旨在支持百强服务商的快速、健康、有序发展。”家电维修商大会组织主席朱小浦在说明支持TOP100服务商发展的“百带干”发展计划时表示,大会组织将

从建立和完善用户数据体系、支持创建家电维修业品牌和TOP100服务品牌、实施家电维修业和TOP100服务商的人才培育发展计划、加强服务产品化,制定服务产品目录、制定实施上门服务全流程用户体验系列标准,提升用户满意度,提供战略咨询、标准、渠道、传媒以及新零售、平台、信息技术、金融、保险、培训、公共电话,设备仪器仪表、材配、职业装、汽车等专业服务的企业与家电维修商间的合作等六个方面支持TOP100家电维修商做大做强。

会上,海尔智家、电信号百、苏宁帮客、安时达等TOP20家电维修业品牌企业分

享了落实高质量售后服务135行动计划,在提质、降本、增效、扩容等方面的具体做法及取得的成果。阳光雨露、帝伯乐等服务提供商从专业服务助力企业高质量发展方面进行了分享。

此外,会议发布了2022年度大会组织成果,包括TOP20家电维修业品牌、TOP100家电维修业品牌、重点家电企业“百带干”贡献率、侵害家电维修商权益典型案例、上门服务人员对品牌企业工服满意度、家电产品维修性技术(维修时间测试)案例。同时,立项《家电维修上门服务全流程用户体验操作规范》和《家电维修上门服务全流程用户体验评价标准》团体标准。