

九部门发文,20条举措擘画“十五五”绿色消费新图景 吃穿住用行等全链条向“绿”向“新”

挑选家电青睐节能降噪,购买食品偏爱绿色有机,闲置交易持续升温……向“绿”而行的消费新风,正催生新消费、重塑新生活。

1月5日,商务部等9部门发文实施绿色消费推进行动,立足“十五五”时期发展要求,进一步倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。推进行动涵盖7方面20条举措,涉及大众吃、穿、住、行、用、游等各领域,包含消费与生产、流通、回收、再利用各环节。

吃——

加大绿色农产品供应

新年伊始,贵阳云岩区一家惠民生鲜超市内,从基地直采直供的新鲜蔬菜吸引市民选购。

民以食为天,“吃得绿色”的分量,早已超越舌尖滋味,关乎个人健康,以及从田间到餐桌的可持续发展。推进行动提出进一步加大绿色农产品供应,鼓励企业扩大绿色食品、有机农产品、名特优新农产品和地理标志农产品等优质商品采购。

减少油烟排放,制止餐饮浪费,推广使用可降解、可重复利用的餐盒、包装袋;鼓励餐饮服务企业和企事业单位食堂引导消费者适量点餐,践行“光盘行动”,推行“小份餐”“小份菜”,按需取食……推进行动引导人们践行一餐一饭间的文明,实现物尽其用、食尽其材。

住——

住绿色饭店,享贴心家政

住宿不只是简单的栖身之所,更是人们亲近自然、践行环保、享受健康的重要载体。

推进行动提出,鼓励购买获得绿色产品认证的绿色智能家电产品、无氟空调等。鼓励选购绿色家装厨卫产品,选用绿色建材,聚焦绿色、智能、适老等方向。竹牙刷、竹梳子、竹拖鞋……浙江安吉一家特色民宿内,这些竹制品不仅外观雅致,更因其可降解特性,减少了环境负担。

推进行动提出,培育绿色饭店,推广无毒、节水、可降解清洁剂、客房耗材及布制拖鞋等可降解物品,提供大瓶装或可续充型洗浴用品,不主动提供一次性塑料用品。创新健康睡眠客房等特色服务。推进行动还提出,创新家政服务模式,推广在线预约、共享家政服务。

行——

促进汽车绿色消费

汽车以旧换新政策实施以来,新能源汽车占比近60%。每逢节假日,骑行旅游成新风尚,文旅经济“绿”意盎然。

推进行动提出,做强汽车产业链,挖掘二手车、汽车租赁、汽车改装、汽车共享等“后市场”潜力,探索盘活闲置车辆增收,支持发展房车露营、汽车影院、自驾游等新型消费。共享经济作为资源配置的新模式,在推动绿色发展中扮演着日益重要的角色。推进行动提出,大力开展绿色租赁服务,创新绿色消费模式,鼓励出行共享、空间共享、物品共享。

在这之中,科技支撑至关重要。推进行动倡导“人工智能+绿色消费”,创新智慧产品、智慧场景,利用先进技术加强资源匹配、智能调度,提升智能化服务水平,推动资源高效利用。

丰富绿色产品供给

- 加大绿色农产品供应:** 鼓励企业扩大绿色食品、有机农产品、名特优新农产品和地理标志农产品采购;支持设立绿色农产品销售专区,展示质量认证标识、可追溯标识及药残检测结果;鼓励“农超对接”“基地直采”。
- 推广绿色家电家装:** 鼓励购买绿色产品认证的绿色智能家电、无氟空调;鼓励选购绿色家装厨卫产品与绿色建材,聚焦绿色、智能、适老方向。
- 促进汽车绿色消费:** 支持购买新能源汽车;做强汽车产业,挖掘二手车、租赁、改装、共享等“后市场”潜力;探索盘活闲置车辆增收,支持房车露营、汽车影院、自驾游等新型消费。

提升绿色服务消费

- 发展绿色餐饮:** 督促餐饮企业、外卖平台落实法规要求,引导餐饮企业践行绿色发展理念,减少油烟排放,制止浪费,推广可降解、可重复利用餐盒与包装袋;鼓励推行“小份餐”“小份菜”,践行“光盘行动”;鼓励互联网平台上线“绿色餐饮”标识,培育绿色餐厅。
- 发展绿色住宿:** 培育绿色饭店,推广无毒、节水、可降解清洁剂、客房耗材及布制拖鞋;提供大瓶装或可续充型洗浴用品,不主动提供一次性塑料用品;鼓励通过积分、返券激励绿色消费。
- 发展绿色家政:** 推广环保家政用品,鼓励使用无毒、生物可降解清洁产品;创新在线预约、共享家政服务模式。

创新绿色消费模式

- 打造绿色供应链:** 推动供应链全过程、全链条、全环节绿色发展,推广共同配送、托盘(周转箱)循环共用模式;推广绿色产品、绿色包装与低(无)VOCs

用——

发展二手商品流通

少些“一次性”,多些“可循环”。此次推进行动还提及,鼓励商品零售经营者通过提供帆布袋、购物筐、购物车服务等方式,鼓励电子商务经营者与快递企业合作,对满足物流配送需求的商品包装,实行电商快件原装直发。

“3个塑料瓶合成一条丝巾”“吃掉旧电池,吐出新电池”……推进行动倡导“人工智能+绿色消费”,创新智慧产品、智慧场景,利用先进技术加强资源匹配、智能调度,提升智能化服务水平,推动资源高效利用。

推进行动明确,推动建设“回收点+中转站+区域分拣中心”三级回收

体系;鼓励市场主体提供智能回收箱、预约上门回收等服务,推动建设全国统一的回收服务平台。

在二手商品流通领域,推进行动鼓励设立二手小店、商品寄卖店,发挥闲置物品、二手奢侈品利用价值。也要看到,绿色消费市场仍有短板。比如,绿色产品标准、认证、标识体系尚不统一,二手交易市场有待规范等。推进行动还提出,推动我国绿色消费领域重点标准与国际接轨,加强标准和合格评定领域交流合作等。

随着各项举措的持续深化,相信绿色消费将更加便捷普及,带动千行百业加速转型升级,让高质量发展的绿色底色更鲜亮。据新华社

记者观察

商务部等9部门日前联合印发《关于实施绿色消费推进行动的通知》(以下简称《通知》),对“十五五”时期的绿色消费工作作出部署。

提及绿色消费,我们或许首先会联想到“少用塑料袋”“多买环保产品”等碎片化标签,但其内涵远不止于此。

从概念上讲,绿色消费是以节约资源和保护环境为特征的消费行为,涉及我们日常的吃、穿、用、住、行等各个领域。此次国家部署推动绿色消费从被动响应迈向主动引领,以全链条的实践重塑消费逻辑,使其成为驱动经济社会全面绿色转型的核心引擎。

绿色消费,“绿”在何处?仔细研读文件内容,干货满满,至少有3点值得关注。

“绿”在日复一日的微小坚持

先来看一组数据:据估算,一名普通市民若使用自带帆布袋购物,一年可减少使用150个塑料袋;在某外卖平台,2025年“无需餐具”的外卖订单占比达62%,较2023年翻了一番。这些日常的微小选择看似平凡,却如星火燎原,带来可观的绿色回报。

有一个表述值得关注,在2016年我国首次提出“研究建立绿色消费积分制”之后,《通知》明确“探索建立线上线下通兑通用的绿色消费积分体系”,可谓顺应时代发展需要,回应群众呼声。

新举措将推动群众的环保行为进一步转化为可知、可参与的日常动力,让“无需餐具”等朴素理念,升华为“人人可为、人人能为”的社会自觉。

“绿”在精密链条的构建

《通知》中提及的“打造绿色供应链”“推动废旧物品回收再利用”部署,是全环节的协同攻坚,也进一步昭示绿色消费从消费行为跃升为产业生态的重构逻辑,推动经济活动在循环中焕发新生。

从生产端的“绿色采购”“推广使用低(无)挥发性有机物(VOCs)含量产品”,到流通端的“共同配送”“托盘循环共用”,再到回收端的“三级回收体系”和“全国统一的回收服务平台”,我们正以制度创新打通绿色消费的“最后一公里”,编织一张更加完善的绿色网络。

试想,一辆新能源汽车的废旧电池被纳入逆向物流体系,经高值化利用转化为储能设备,绿色消费便成为可持续的产业生态。

“绿”在消费端与生产端的同频共振

真正的“绿”意,还体现在消费端与生产端的同频共振中。《通知》将“丰富绿色产品供给”置于首位,直指“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”的核心规律。

若越来越多的消费者选择绿色产品,企业便会主动升级供应链,推动经济结构的绿色转型。

国际能源署数据显示,家电用电量占全球总电力消耗的20%以上,低耗能家电成为越来越多家庭的选择。海尔构建的Uhome智慧家庭大模型通过传感器感知人员动线和环境参数,再用AI算法精准控能,实现能耗的精准控制,空调无人时自动节能20%,热水器记忆洗澡时间精准加热,避免24小时空耗。

南方某城市以新能源车为切入点,通过购置补贴与绿色积分联动,2025年新能源车销量年增长40%,推动动力电池回收、充电桩产业爆发式增长。

绿色消费并非简单地刺激消费,其深层价值更在于激活经济新动能的“绿色引擎”。消费者用脚投票选择新能源车、低耗能家电,企业便会从“被动合规”转向“主动创新”,形成“消费牵引—生产升级—环境改善”的正向循环。

回望历史,绿色消费早已从理念走向实践。虽然在实践过程中,我们还存在这样那样的堵点需要疏通,但期待这场静水深流的绿色消费成为社会新风尚,低碳经济成为经济高质量发展的强劲引擎。

大众新闻记者 刘兵

绿色消费,「绿」在何处