

从意识到行动

双碳目标下的中国青年可持续消费研究报告-2022

亿欧智库 www.iyiou.com/research

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, May 2022

目录

CONTENTS

01 势不可挡：中国可持续消费发展背景
Development Background

02 从意识到行动：中国青年可持续消费行为与认知分析
Behavior & Cognition

03 先行者的光与影：典型群体洞察及相关案例
Insights & Cases

04 见微知著：中国可持续消费发展趋势
Development Trend



01 势不可挡

中国可持续消费发展背景
Development Background

碳中和背景下，可持续消费已经在政策、资本、环境和科技四个层面部署推进



碳达峰和碳中和的战略目标

双碳目标下，可持续消费成为政府、企业和社会机构团队执行可持续消费的纲要性指导，政策导向下支持可持续消费发展。



可持续资本持续注入活力

可持续消费的发展并不是一蹴而就的，除了政策的指导，更需要社会资本的助推，资本为可持续消费的发展提供弹药。



社会驱动

社会公益机构、企业事业单位和消费者个人是共同参与可持续消费的主要力量，实现可持续消费是社会各种角色共同努力的结果。



科技普惠

科技的力量为可持续消费带来新的生产资料和生产模式，为可持续消费提供新的增长引擎，是推动可持续消费的隐形“生产力”。

双碳目标已经上升为国家战略部署，可持续消费是大势所趋



- ◆ 中国经济发展方式正向着高质量发展的方向转变，可持续消费的理念与产业的高质量发展相契合，尤其体现在可循环、可回收、对环境无害化消费。中国争取于2030年前达到碳峰值，努力争取2060年前实现碳中和。
- ◆ 可持续消费将在人们的日常生活，诸如衣、食、用、行等方面产生重大影响。同时还能够给食品饮料、个护、家清等消费品类、以及其价值链上的包装、物流、系统提供商带来新的商业机会。

中央经济工作会议：做好碳达峰、碳中和的各项工作，要抓紧制定2030年碳排放行动方案。

2020.12

政府工作报告：扎实做好碳达峰、碳中和各项工作。

2021.03

中央财经委员会第九次会议：力争2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和。

2021.03

2020.09

习近平在75届联合国大会发表重要讲话，争取于2030年前达到碳峰值，努力争取2060年前实现碳中和。

2021.02

国务院于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见。

2021.03

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。

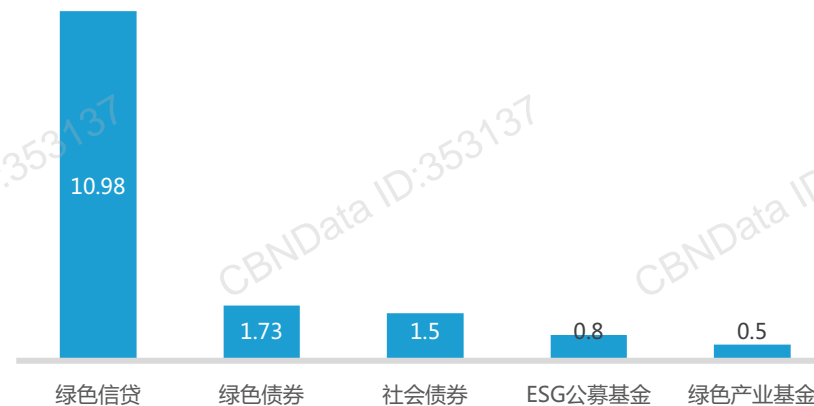
2021.07

“十四五”循环经济发展规划：大力发展循环经济，推挤资源节约集约利用，构建循环型产业体系和废旧物资循环利用体系。

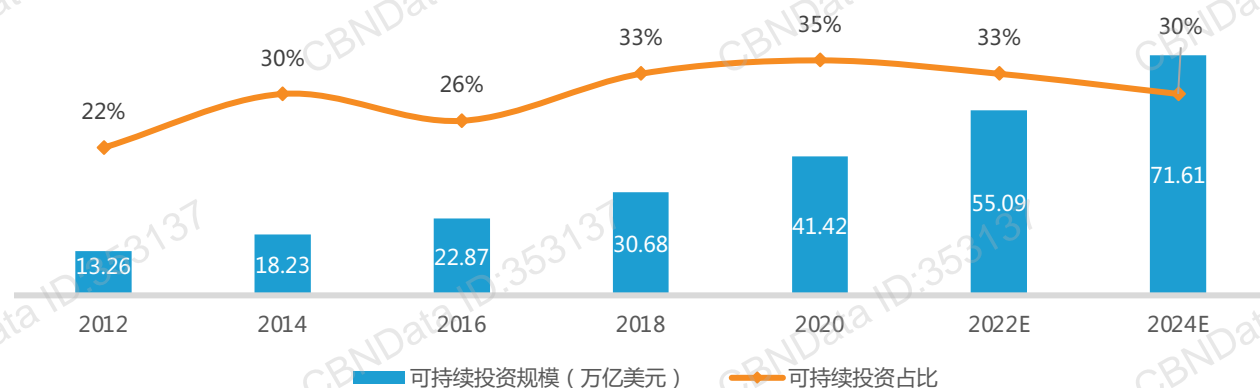
全球可持续消费投资规模已经超过30万亿美元，中国可持续发展产业仍然需要更多的资本注入

◆ 投资者越来越多地受到环境、社会和治理相关（ESG）因素的驱动，将投资方向转向ESG领域，这些因素传统上没有计入公司的资产负债表，但它们可能影响未来的回报。根据全球可持续金融协会（GSIA）的统计，全球可持续投资规模持续增长，在2018年已经达到30.68万亿美元，其中欧洲约二分之一、美国约四分之一的资管关注ESG。而中国可持续投资史上规模虽然也有增长，但发展仍然落后于发达经济体，中国可持续投资仍然以绿色信贷为主，可持续投资仍然需要更多资本支持。

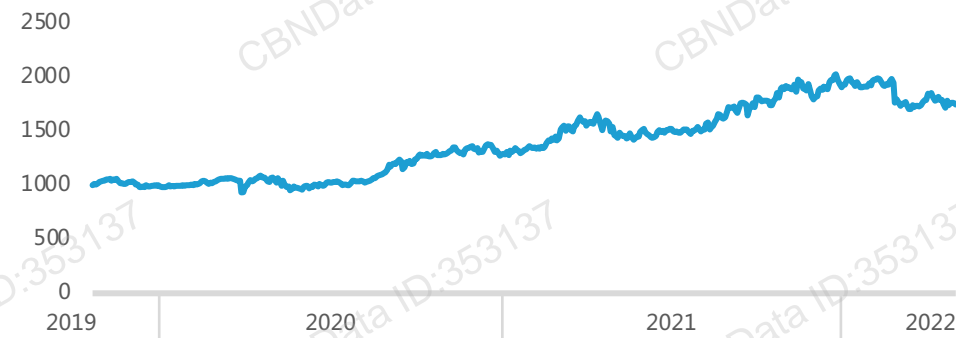
亿欧智库：2020年中国可持续投资规模（单位：万亿元）



亿欧智库：海外可持续投资规模及增长（单位：万亿美元）



亿欧智库：上证可持续发展产业指数



数据来源：GSIA，中国责任投资论坛，亿欧智库预测

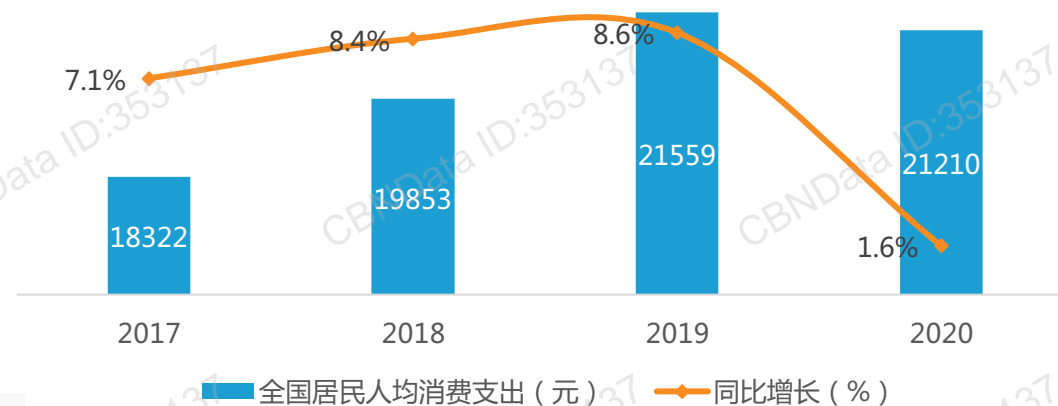
我国44万亿零售总额中可持续消费产品的渗透率较低，企业社会责任将承担起培养可持续消费的重任

- ◆ 2021年，中国社会零售总额已经达到44.3万亿元，庞大的消费总量带来的是资源巨大消耗。但是从亿欧调研数据显示，目前可持续消费类的产品渗透率较低，市场占有率份额不足10%，未来可持续消费类产品将成为消费型企业新的增长引擎。
- ◆ 有越来越多的时尚企业已经将可持续消费商品列入企业ESG战略部署地位，例如ZARA宣布将于2025年在产品设计、制造、物流、商店和原材料等领域全面落实可持续发展的转型战略。

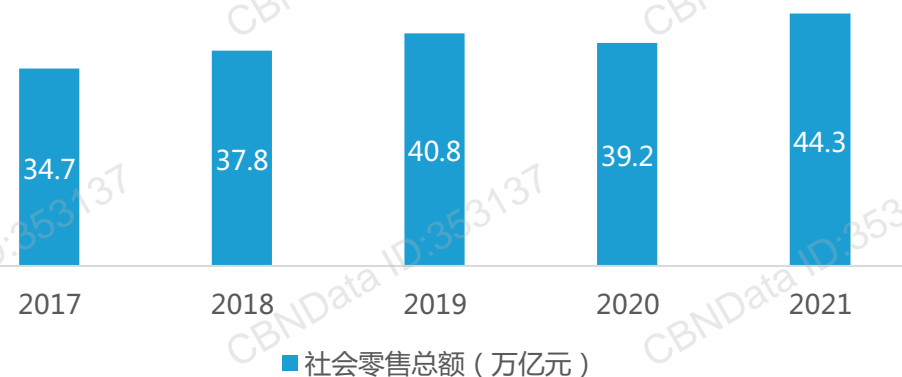


- “十四五”我国将着力构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。
- 双碳时代，可持续消费也成为减少资源浪费与降低碳排放的重要途径，将受到更多政策支持与鼓励。
- 碳达峰和碳中和背景下，消费型企业将碳排放量纳入生产环节。
- 企业纷纷将社会责任放入战略部署地位。

亿欧智库：2017-2021年全国居民人均消费支出（元）



亿欧智库 2017-2021年中国社会零售总额（万亿元）



数据来源：国家统计局

科技普惠：可循环再生材料已经在时尚领域广泛应用，技术迭代让可持续材料的消费更具普适性

科技是推动可持续消费发展的“生产力”

快时尚行业已经率先启动了环保可持续革命。亿欧调研发现，目前消费者能够普遍接受的可持续消费类商品的价格普遍较高，正是因为此类商品在生产环节有着巨大的技术改造空间，技术的迭代才能让可循环再生材料在消费品领域广泛应用，从而降低生产环节的成本。



全球快时尚品牌最先掀起“可持续革命”

Nike、Adidas等品牌已经开始用回收材料制造运动鞋。Uniqlo、Zara 等快时尚品牌先后在全球推行旧衣回收计划。意大利时尚品牌 Prada 也在最近加入垃圾回收改造的队伍，推出全新的再生尼龙系列手袋。

亿欧智库：全球可持续发展认证机构全部来自欧美国家



制定可持续消费的商品标准

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41148

