

新鲜速递

拥抱低碳生活 汇聚磅礴力量

“V蓝北京”主题宣传推介会举行

本报 童趣温暖的“双碳日记”秀场,别开生面的低碳知识分享,动感欢快的“V蓝”健身操,质朴坚毅的绿色倡议……一场与地球的创意“对话”精彩呈现。由首都精神文明办联合北京市生态环境局、北京市志愿服务联合会、北京广播电视台共同举办的“V蓝北京”——拥抱低碳生活主题宣传推介会近日在京举行。活动生动展现积极推动绿色低碳发展和躬行践履文明健康小事的重要性,呼吁全社会行动起来,做生态文明理念的积极传播者和模范践行者,将个人的微力量汇聚为建设天蓝、地绿、水清的美丽家园的磅礴力量。

会上还介绍了全年主题宣传安排,发布了2022年度“优秀环保公益组织”“绿色生活好市民”征集启事。据悉,2022年“V蓝北京”将继续传播“三绿色一志愿”理念,引导市民群众自觉践行文明健康、绿色环保生活方式,结合无车日、消费季等节点,举办不同形式的主题活动,发布动画公益宣传片、《V蓝北京》主题曲全新MV、多平台宣传绿色生活先进典型事迹,带动更多市民投身生态文明建设,推动首都生态景象从“北京蓝”跨步走向“双碳绿”。刘欣

西安四部门协同推进碳减排

全市公共机构2030年前实现碳达峰

本报记者王双瑾西安报道 为助力实现“双碳”目标,陕西省西安市机关事务服务中心、市发改委、市财政局、市生态环境局等四部门近日联合印发《西安市深入开展公共机构绿色低碳引领行动促进碳达峰实施方案》(以下简称《方案》),旨在协同推进节能降碳和示范引领,在全社会绿色生产生活方式转型中切实发挥示范引领作用,开创公共机构节约能源资源绿色低碳发展新局面。

《方案》要求,公共机构需着力推进终端用能电气化,提供办公、生活用能清洁化水平,因地制宜推广利用太阳能、地热能、生物质能等能源和热泵技术。大力发展绿色建筑,加大绿色低碳技术推广应用力度,并逐步解决市场化机制运用障碍,进一步发挥市场对节能降碳的推动作用。基础上人均能耗下降10%、单位建筑面积能耗下降12%、二氧化碳排放降低率确保完成省上下达目标。有条件的公共机构碳排放总量2025年前实现碳达峰,确保全市公共机构在2030年前全部实现碳达峰。

电子运单全覆盖,窄胶带使用率100%

浙江兰溪快递包装“瘦身变绿”

本报讯 浙江省兰溪市邮政管理局通过细化过度包装认定依据,组织专业培训、开展“回头看”大检查等方式,实现全市过度包装、使用宽胶带、随意丢弃包装物等违法违规行为得到有效遏制。与此同时,兰溪邮政快递企业也积极行动。如邮政公司兰溪分公司率先开展绿色包装整治行动,推广应用窄胶带、使用“一字”“十字”和“井字”科学打包法,避免胶带过度缠绕,仅今年上半年胶带使用量比2021年同期减少将近30万米,纸质面单少用240万张。

如今,兰溪市实现电子运单使用全覆盖,电商快件不再二次包装率达90%,可循环中转袋全网应用率达100%,预计每年可替代传统的一次性塑料编织袋530万只;45毫米以下瘦身胶带使用率达100%,相较传统胶带减少塑料胶带使用20%以上;共有95个邮政快递网点设置包装废弃物回收装置,年可回收使用包装箱20万个。邮件快件包装绿色化、减量化和循环化均取得明显进展。下一步,兰溪将继续加强快件包装管理,加大多方协同共治力度,进一步推动公共机构积极参与绿色快递建设,持续推进绿色治理专项行动。朱翔翔 蓝小荣 蔡宁

图片新闻



“零废弃·轻生活”艺术节在新疆举办

用轮胎碎片制成的耳坠,用废弃广告布制成的挎包,塑料泡沫聚成雪中平台……由小鹏公益、阿拉善SEE丝路项目中心、丝路自然教育平台、荒野新疆等公益机构共同发起的“零废弃·轻生活”的低碳环保艺术节,近日在新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市经开区(头屯河区)万达广场开展。展览分为垃圾博物馆、公益展示区、低碳艺术品、环保再生品四个展区。此外,活动还设计观众体验环节,参观者打卡展区后,可兑换一份自己亲手制作的观展礼作为纪念。志愿讲解员、乌鲁木齐市八一中学学生宋雪岩说:“通过参与低碳环保讲解,我懂得了要节约有限的自然资源,通过循环利用,让每件物品发挥最大价值,使生活更加低碳可持续。”本次活动旨在通过展示低碳艺术品,提升公众环保意识,普及低碳可持续的生活方式。“希望借助低碳艺术节这种潮流新颖的方式,让更多人意识到人人都是生态环境保护的倡导者、参与者与践行者,只需改变一个小的生活习惯,就能为气候和环境带来积极改善。”活动策展人王琳说。陈奕皓



乐家村“零碳供暖”设施。力诺瑞特新能源有限公司供图

“自从用上这种‘零碳供暖’设备,家里采暖、制冷的问题都解决了,而且再也不用心疼电费了!”在山东省济南市章丘区普集镇乐家村,村民刘大爷在凉爽的客厅里悠闲地看着电视,乐呵呵地说。在刘大爷家的房顶,十几块光伏发电板整齐排列,“贪婪”地吸收着强烈的太阳光,将太阳能源源不断地转化成电能,供给着安装在小院一角的空气源热泵采暖机,再驱动室内风机制冷降温。驻足室内,凉风徐徐,舒适宜人。

“这套设备夏季能制冷,冬天能制热,发的电用不了,还能上网换钱。目前村里第一批安装了20户,不仅全年不用再交电费,每年还能挣回三四千块钱。”乐家村党支部书记刘荫俊对中国环境报记者说。

“零碳供暖”,是山东省济南市推进低碳城市建设的一项新尝试。除了采用光伏发电耦合空气源热泵供冷技术,济南市还在商业集聚的CBD片区探索推行更大规模的集中供冷模式,以更低成本、更低能耗、更少排放,为服务对象提供更加舒适的居住、办公环境。

更低成本 更低能耗 更少排放

济南低碳供冷带来夏日清凉

◆本报记者周雁凌 董若义

“零碳供冷”引领低碳城市新风尚

随着生态文明建设的深入推进,“节约适度、绿色低碳、文明健康”的生活方式日渐成为广受推崇的良好风尚,建设低碳城市,追求绿色生活,与大自然和谐相处成为人们的共识。

近年来,泉城济南坚持走低碳路线,从绿色建筑、资源循环、生态修复等方面全方位推进低碳城市建设,号召社会各界积极参与实践低碳行动,为实现碳达峰碳中和贡献力量。

“零碳供冷”,正是绿色建筑领域的一项“黑科技”。在山东力诺瑞特新能源有限公司,整个科技园区基本实现了“零碳供冷”全覆盖。

公司董事长张德林介绍,园区现应用分布式光伏电站10.63兆瓦,办公楼、厂房、车间、会议中心等场所总计应用空气源热泵约64000平方米,采用光伏发电耦合空气源热泵供能技术,就地发电,就近使用。整个光伏系统所发电量全部自给自用,综合发电量基本满足夏季日间的供冷用电需求。

据测算,力诺瑞特科技园区光伏电站每年发电量约1100万度,与煤电相比,可折合减少4682吨标煤,每年减少二氧化碳排放12612吨。

乐家村的“零碳供冷”体系,也是力诺瑞特的“作品”。力诺瑞特市场总监张涛介绍,乐家村的“零碳供冷”体系,集“热水、采暖、制冷、光伏发电”于一体,利用空气源热泵(热风机)满足住宅建筑冬季供热和夏季制冷的需求,利用“自发自用,余电上网”模式的太阳能光伏技术降低采暖、制冷费用和实现持续收益。

为确保系统稳定运行,力诺瑞特通过智能化云平台系统和移动端APP软件系统,对全部用户的系统运行工况进行24小时实时监控及故障预警处理,确保村民用得舒心、用得放心。

集中供冷比空调制冷更节能

位于济南CBD片区内一家新开业的酒店,同样没有安装中央空调,酒店室内却一直维持在凉爽舒适的温度范围。这一切都得益于济南市在CBD片区覆盖的集中供冷新模式。

据了解,济南CBD片区集中供冷系统自2021年试运行以来,已覆盖近21万平方米的用户。整个项目采用同一套市政管网,冬季供暖,夏季供冷,且南北能源中心互为冷源备用,换冷站和换热站在同一个位置。通过冷交换,把冷源输送到每一个公建用户的末端装置上。

目前,济南CBD区域集中供冷项目主要服务业态为片区内办公楼、酒店、商业综合体等公建用户,且供冷费结算采用挂表计量方式,按冷量结算,用户使用才会产生费用。同时,设备自带温度控制面板,用户可根据自身需求自主调节室内温度高低,以满足用冷需求。

相比自己建设空调设备,这类业态用户使用集中供冷,不但减少了机房占地、冷却塔屋面占地,且减少了建筑用于空调制冷的电增容费,而且无空调外挂机等。经实际运行数据分析,对于200米以上的超高层建筑,集中供冷建设及使用成本低于楼宇单独上空调机组的成本,对于一般商业建筑两者的建设及使用成本相当。

日常生活中,每家每户都要排放“碳”。以家庭用电为例,二氧化碳排放量(千克)等于耗电量乘以0.785。对于采用化石燃料的火电机组,用100度电,等于排放了大约78.5千克二氧化碳。

基于此,集中供冷项目的推广,一方面集中建设的制冷设备装机容量要远低于用户自建制冷设备之和,另一方面集中供冷采用的高效节能的机组效率更高,从而实现二氧化碳减排。

据测算,整个项目供冷面积达到220万平方米以后,每年可减少大约12万吨的二氧化碳排放量,这个数值相当于1万户家庭在整个夏季空调制冷所产生的碳排放。

低碳供冷或将走进千家万户

记者了解到,随着整个济南CBD片区建设的加速推进,济南CBD片区已确定包括以“山、河、湖、泉、城”命名的五座超高层在内的110万平方米集中供冷接入面积。同时,济南能源集团将借鉴CBD片区集中供冷的成功经验,把这种模式逐渐推广到济南市甚至国内的其他区域。

后期,济南能源集团也将针对高端住宅用户推出集中供冷服务,考虑到居民用户对舒适性和节约性,将会采用按面积收费或者挂表计量按冷量收费两种形式,后期定价标准遵循不高于公建用户的原则,为居民夏季提供用冷服务。

目前,济南能源集团正在南部能源中心进行冰蓄冷系统的升级,建成之后可以利用夜间低谷电制造低温冷源,进一步降低运行成本。

据了解,力诺瑞特正着手推进“乐家+清洁采暖供冷项目”,计划以租赁的形式,开发村居空置屋面,推广安装光伏发电和空气源热泵系统。

“凡是符合安装要求的农户,我们均赠送一台空气源热泵风机,对于有增购需求的农户,我们也给出了设备惠民价,真正让村民用得上、更要用得起。在这种新模式下,农户不仅不用掏设备钱,就能享受冬日的温暖和夏日的清凉,还能持续取得屋面租赁收益,实现生态和经济、公司和农户的双赢。”张德林说。



社会组织助力传播倡导低碳行动

好声音如何“动人心弦”?

◆本报记者张黎

“双碳”目标下,社会组织如何把握参与气候治理的发展机遇?如何助力传播、倡导绿色低碳生活方式,进而有效促进公众低碳行为?在近日召开的“策略传播菁英计划2022·北京训练营”上,这些问题受到与会专家学者以及学员的热烈关注。

此次训练营由深圳国际公益学院与能源基金会联合主办,以“社会组织参与气候治理的发展机遇与传播策略”为主题,旨在回应社会组织切切的参与国家“双碳”目标实施、地方转型发展等焦点内容,并以实用的课程设计为导向,涵盖多样化的培训形式,以提升学员策略传播素养和能力。

以人为本:发挥社会组织优势,实现有效参与

来自民政部的统计数据表明,我国生态环境类组织近7000多家,加上草根环保组织及碳汇、可再生能源等新兴组织,专家估算,截至2021年10月底,我国大生态环境类组织有1万家左右。

作为重要的社会力量,社会组织积极参与应对气候变化行动,提高公众保护意识,并在一定程度上引领公众行动,其作用不可或缺。

“社会组织参与全球环境治理,需要拥有更高的专业性、更多的科学数据以及更丰富的研究实践,向世界讲好中国故事。”在深圳国际公益学院特聘教授黄浩明看来,社会组织参与气候治理,最关键的是要与政府、企业齐心协力,将解决气候变化中各种社会问题作为主体目标。

深圳可持续发展研究院执行院长张亚龙强调,社会组织应了解公众,也就是“用户”的需求。

他以参与深圳国际低碳城的案例为例,“打造近零碳社区,其实就是居民个人行为的深度分析,这意味着近零碳社区如果不能让居民受益,那它也不能持续。”

“类似这种社区的改造与再造,涉及多方参与,要平衡好各方关系、处理好细节。但也正是这种落地社区的项目,才让‘双碳’变得不那么抽象,能让公众感受到低碳带来的生活品质的提升,也让政府部门看到项目能够为城市更新、城市运营注入新的活力。”张亚龙强调。万科公益基金会副秘书长兼项目总监刘源同样认可

“聚焦于人”的思路理念,并分享深圳大梅沙“碳中和”社区案例,呼吁社会组织立足本土,同时引进“外援”,勇于创新。

“社会组织参与气候治理要用平台构建的理念,把更多的专业技术团队整合起来。”刘源说。

生态环境部宣传教育中心首席专家贾峰表示,社会组织应做绿色生活的引领者、践行者,并建议社会组织在政策建议、立法等方面积极行动,争取政府支持。

“希望通过菁英计划,帮助更多合作伙伴找到工作切入点,掌握策略传播的方法和技巧,在社会公众参与气候治理、提升公众绿色低碳意识方面做出贡献。”能源基金会策略传播高级项目主管黄玮说。

传播抵达:目标对象精准,结合热点“破圈”

权威气候及能源专家介绍社会组织参与“双碳目标”的新赛道;知名传播学者传授社会组织在气候变化议题中如何策划传播方案,以吸引更多公众参与……线上,8位来自能源、公益、环保、媒体及高校等多领域的专家共同授课。

在自然之友总干事刘金梅看来,宏大的、政策性为主的传播方式,影响了公众对于气候变化的认知,也直接影响其积极性和主动性以及参与度。“普通公众对于气候问题的认知,依然存在信息不对称的现象,科普工作任重道远。”刘金梅说。

刘金梅指出,通过对话的方式,推动公众参与气候治理,找到问题的解决方法,“这是我们所期待的方向。”

目前,自然之友就找准方向,推出“玲珑计划”,旨在培育和扶持气候行动的践行者和领导者,进而影响更多公众和绿色公民,去关注、参与和回应气候变化领域的问题和挑战。具体做法是,通过线上线下课程,进行知识体系的系统培训,并辅以“导师计划”协助参与者积极开展行动。在这个过程中,促进交流合作,提供资金与资源的支持。“气候变化是一个全球化议题,且跨区域治理的难度



越来越大,需要大家同心协力,不断地了解和传播气候变化的危害。”国家气候战略中心对外合作交流部主任张志强指出,应“与时俱进”,不断学习。

“专业是我们的优势,却也是我们的劣势,我们的粉丝、流量都是靠内容吸引过来的,但没有营销的策略,缺乏推销传播等手段。”参会学员、科普自媒体“一分钟扯淡”的叶舒给出了自己的困惑。

对此,北京大学新媒体研究院副教授王秀丽强调,传播的目标对象要精准清晰,“破圈”需要持之以恒,并有效结合热点,用大家更喜闻乐见的方式传播。

清华大学新闻与传播学院教授曾繁旭从传播策划的理论基础以及案例研习的角度,让学员了解什么是策略传播以及如何做策略传播方案,并以工作坊的方式,将课程的内容与宏观的语境和议题结合起来,为学员们答疑解惑。

“将庞大的目标衔接一步一步的流程工作细节上来,要基于组织本身有限的资源,优先考虑从哪个故事入手,更可能带来较好的传播效果。”曾繁旭总结说。

来自自主办方的数据显示,本次训练营学员所属的48家机构中,79%的学员来自社会组织,其中基金会占32%,民办非企业单位占32%,社会团体占15%;另有13%学员来自企业社会责任部门。

“由此能看出,越来越多行业和领域关注碳中和目标,关注气候问题以及如何有效传播,并且为之迈出探索的步伐。”主办方相关负责人说。