

## 晨光、达能、赫力昂、麦当劳全新加入，“减碳友好行动”成员扩展至24家



3月20日，“减碳友好行动”亮相于第五届消费品论坛·中国日。除了此前的20家首发企业外，晨光、达能、赫力昂、麦当劳4家新成员（顺序按拼音首字母排列）也全新露面。



“减碳友好行动”亮相第五届消费品论坛中国日

此次加入的4家新成员，全部来自于消费领域不同行业的领先企业，他们一方面已经建立了深受消费者青睐的品牌，另一方面也在可持续和减碳领域深度布局。增加新成员也是“减碳友好行动”在未来的发力点之一，通过引入更多消费领域领先企业，共建更多元消费场景下的减碳心智，带动消费者随手即可减碳。

集众人之合力来推动低碳消费，是“减碳友好行动”发起的初衷。过去几个月，在成员企业的一起努力下，“减碳友好行动”核心三大领域都取得了关键进展——

**低碳商品：**与行业领导品牌及专业机构深入对焦产出低碳商品团体标准，推动低碳商品规模化，现在已有液体洗涤剂、替换装、生物基可降解塑料替代等团标发布。

**低碳营销：**推出“88碳账户”和“88减碳日”，集品牌建设、消费者教育和低碳消费为一体，与头部企业共同建设低碳消费心智。目前阿里巴巴已经与资生堂就替换装消费、与伊利就奶盒回收分别开展了“88减碳日”，共同倡导消费者参与减碳行动。

**低碳物流：**通过光伏、新能源车、toB循环箱、装箱算法等技术手段，面向品牌商推出绿色供应链解决方案。去年，菜鸟与伊利合作“全链路减碳数字化系统”上线，在碳排放及减碳量测算实现数字化管理；另外，绿色回收已覆盖10万菜鸟驿站，315城消费者可参与快递包装回收减碳。

随着成员规模的壮大，“减碳友好行动”也将继续发挥更大的影响力，带动行业里更多的企业产生行动，为消费领域减碳增添一份坚实的力量。

更值得一提的是，“减碳友好行动”也与消费品论坛（The Consumer Goods Forum，简称CGF）达成合作，共同发起CGF中国本土倡议，并探索进一步推行到全球倡议的路径，持续推动低碳消费。

#### 关于“减碳友好行动”

消费导致的碳排放占比不断提升，品牌对于减碳的贡献有着巨大潜力，但也面临着重重阻力。

2022年7月，在阿里巴巴牵头下，20家消费领域企业联合发起了“减碳友好行动”。该行动也在逐步壮大，目前已扩展至24家，共同推动低碳消费。

“减碳友好行动”聚焦在消费领域与减碳最为息息相关的三大场景：商品、物流、营销，共同构建和完善企业的减碳能力，培育和提升消费者的减碳心智，集众人之合力，提升消费领域减碳的效能和创新。

在推进过程中，企业不仅能履行自身社会责任，更可以通过创造新的低碳消费需求，发掘全新的商业价值增量，让企业获得减碳的持久动力。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/193024.html>