

各地政府、企业、银行等纷纷推出“个人碳账户” 消费者“尝鲜”同时有疑问

各平台个人碳账户是否可“兼容”

今年夏天,全球气候变暖带来的极端天气现象变得更加频繁,而碳排放被认为是引起全球气候变暖的主要元凶之一。人们前所未有地感觉到减碳的紧迫性。数据显示,我国居民消费行为能耗约占能源消费总量的45%—50%。此前,碳减排大都在企业层面进行,但今年以来,各地纷纷推出的“个人碳账户”,让“减碳”正式进入个体时代。新事物的出现也带来一些疑问,各平台推出的“个人碳账户”是否可持续?个人碳排放量的计算如何确定统一标准?“个人碳账户”积攒的碳减排量是否可以交易?如何保护用户隐私?



现象观察

政府、企业纷纷试水“个人碳账户”

什么是“个人碳账户”?碳账户是包含碳排放数据采集、碳排放核算、碳排放等级评价和场景应用等功能在内的碳减排支持体系,能够帮助企业和居民算清“碳账”,提高减排效率和意识。

记者注意到,目前在众多企业平台推出的个人碳账户,大多数是围绕消费衣食住行以及新能源汽车、智能家居、金融等行为产生的绿色低碳生活和消费减排场景,通过数字化手段自动记录到个人碳账本中,并获得相应平台的绿色积分激励。这些绿色积分可兑换绿色食品、骑行卡、代金券等。如今年3月10日,中信银行推出个人碳普惠平台“中信碳账户”,用户授权后可采集个人在不同生活场景下的低碳行为数据,并通过科学计量方法累计个人碳减排量。今年8月8日,阿里巴巴推出“88碳账户”,接入菜鸟、闲鱼、饿了么、天猫等App的碳积分,涵盖用户吃、穿、用等生活场景。

记者注意到,目前国内设立的“个人碳账户”主要有三大类:一是企业主导或以企业为主体,此类以电商平台为主,比如阿里的“88碳账户”;二是政府主导或以政府为主体,比如“广东碳普惠”“碳惠天府”“西宁碳积分”“武汉碳宝包”等;三是政府和互联网企业合作,比如深圳市政府与腾讯公司联合推出的“低碳星球”。

记者体验

骑一次共享单车就可以获取碳减排量

8月10日,在“2022北京绿色生活季”活动上,北京绿色生活碳普惠平台“绿色生活季”小程序暨北京个人碳账本正式上线。8月25日,记者在该小程序开通了个人“碳账本”。这个碳账本的减碳场景主要包括绿色出行、绿色餐饮和绿色消费,账户显示,记者已经积累了5.85kg的碳减排量。这个碳减排量主要通过绿色出行达成,比如一次共享单车出行就积累了300g的碳排放量。

通过什么方式可以最快获取最多的碳减排量?记者注意到,通过某共享单车出行,每1公里可以获得250g减排量;通过新能源汽车充电每充电一度可以获得300g减排量;通过绿色外卖每次可获得45.72g减排量;通过京东小程序下单,使用电子面单的绿色物流方式每次可获得5g减排量;而通过购买绿色家电(一级能效和二级能效的冰箱、电视、洗衣机、空调、热水器)可以获得该设备一个月使用过程中的累积减排量,最多一次可获得375kg减排量。小程序的减排手册中,标明了乘坐地铁公交出行、光盘行动、使用自带杯等绿色行为的碳减排量,但这些场景的碳减排量暂时还无法记录在个人的碳减排量账户中。

三问大问题

为何只有购买家电能获得大额的碳减排量?

为何普通的骑行只有几百克碳减排量,而购买绿色家电却能获得巨额的碳减排量,这是变相为商家促销?一名“个人碳账户”用户对记者表示,目前想要一次性拿到大量碳减排量,最快的方式还是得花钱,买平台的绿色商品。“很多想通

过碳排放量薅羊毛的人反而在平台上花了大钱。”

针对质疑,“北京绿色生活季”平台技术支持方、北京绿普惠网络科技有限公司创始人陶岚对记者表示,碳减排量并不是平台随意定的,而是有一个标准,

这个标准基于中华环保联合会发布的《公民绿色低碳行为温室气体减排量化导则》团体标准,系统应用了包括绿色出行、绿色餐饮、绿色物流、绿色金融等绿色行为减排标准和算法。比如骑行到底能带来多少减排,节能家电一个月的减排量是多少,都是科学测算的结果。“绿色消费其实是碳减排的一个重要方向,很多地方的碳账户还未将此纳入,北京算是走在前列的了。”

“个人碳资产”攒多了可卖钱吗?

一名开通“碳账本”且排名靠前的用户对记者表示,他在多个平台都开通了个人碳账户,这些数据都是同步积累,基本可以做到看电影不花钱、骑共享单车不花钱的“境界”,相当于用积攒的碳积分换了本来要花的钱。

另一名用户kris则表示,她开通个人碳账户以后就很少登录了,但是隔一段时间还是会看一下自己积累的“碳资产”,也许有一天能够上市交易了,就卖给那些需要碳指标的企业。

记者在采访中发现,多数用户都关心自己积攒的碳排放量能否卖钱的问题。其实开通了个人碳账户,并不意味着个人可以随意参与碳排放交易。目前在碳交易所交易的是企业碳资产,个人碳资产的交易机制还没有建立起来,目前能够看到的碳普惠平台大多是将个人的碳减排集中在App的账户中,参与相关碳交易也是企业打包

之后统一交易。今年4月15日至5月8日,王府井集团便通过认购761吨企业用户践行绿色行为的资源减排量,用于抵消线下消费所产生的碳排放量,实现部分碳中和。据多名业内人士对记者表示,平台企业收集个体的碳排放量,打包给需要碳减排的企业,然后平台企业再用这笔碳交易的钱反哺用户,比如说商品折扣、消费卡,目前是个人碳账户实现收益的一个主要方式。

北京绿普惠网络科技有限公司创始人陶岚在接受记者采访时透露,相对于企业,个人的碳排放量较小,比如一年停驶200多天小客车,你的碳排放量或许只能卖50元,这对个人来说激励性就不够。目前政府相关部门和平台企业也在探索一种给“个人碳账户”的碳排放量单独定价的模式,区别于企业之间碳交易市场的定价。

为什么各平台碳减排标准不一?

记者在采访中发现,现在很多平台都开通了“个人碳账户”,但目前各平台推出的减排场景都不一样,缺乏统一的标准,有些平台更像是在促销商品。比如坐一次地铁、坐一次公交,有的平台给500碳积分,有的平台给300碳积分。

积分测算的标准是什么,又如何确保数据监测的真实性?记者同时注意到,为解决标准不统一的问题,在企业和政府层面都有相关的探索。绿普惠总经理陶岚在接受记者采访时表示,碳普惠面临着不同企业和平台间不兼容、应用场景数据分散、碳减排标准不一、个体减排行为重复计算、激励机制不健全等问题。

记者注意到,今年5月,中华环保联合会曾发布一项团体标准《公民绿色低碳行为温室气体减排量化导则》,试图对个人碳减排量提供量化标准。《导则》中明确了涉及衣、食、住、行、用、办公、数字金融等七大类别的40项绿色低碳行为,并对其分别进行了描述,为个人碳减排行为的定量提供了依据。不过,《导则》目前尚未规定单个行为产生的碳排放量,相关数据仍需要每个平台自行测定评估。

据记者了解,相关单位已经在联合各大平台企业,拟协商推出个人碳减排量的统一标准。

对话

建议每一个商品都标注碳排放量 “个人碳账户”应保护用户隐私

国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长 常纪文

记者:当下设立“个人碳账户”有必要吗?

常纪文:个人碳账户有必要建立,其不仅可以有效影响个人行为,也可以倒逼企业减少生产高碳商品。用户可实时记录与查询个人的碳减排数据,并与碳交易市场平台互联互通,形成持久、普遍的绿色生活方式,以碳为核心来改变人们的生活习惯、社会规则。

记者:个人碳账户中如何界定减碳场景?个人碳账户是否应该有统一的标准?

常纪文:目前个人碳账户的涉及场景比较分散,需要形成一些共识性的标准和方法,需要城市、省、国家标准的统筹和协调相关标准的制定。个人碳账户作为一个新生事物,各平台百花齐放式的探索非常重要。但最终要以政府为主导形成一

个国家层面的标准,单独商业平台做的活虽然有用户基础,但碳减排的计算标准很难得到社会整体认可。标准化方面,我们也可以参考欧盟的做法,在销售的商品上标注具体的碳排放量,比如矿泉水、食品甚至汽车都可以标出,消费者对此一目了然。

记者:通过购买商品获得碳积分的方式是不是过于商业化,有促销商品的嫌疑?

常纪文:现在很多的个人碳账户都是商业平台在做。比如美团、支付宝、饿了么等,他们推出的个人碳账户都具有一定的商业平台特色,有促销绿色低碳商品的因素,但实际上这是不可避免的。当然,我们应该尽量强调个人碳账户的公益性,避免过于商业化。另外,商业平台推出的个人碳账户必须建立在自愿的原则上,不能强制性捆绑。

记者:有没有可能在国家层面设立个人碳账户,比如建立个人碳账户可以参与交易的碳交易所?

常纪文:这是迟早的事。国家层面目前对此是鼓励的。我国目前已经有针对企业的碳交易所,因为个人的碳减排量是比较小的,很难参与企业间的碳交易,但是个人碳账户可以通过平台打包起来跟碳减排企业进行交易,平台再把交易获得的收益返还给个人。

记者:使用个人碳账户如何保护个人隐私?

常纪文:个人碳账户涉及对个人数据的一种归集,需要防止个人隐私信息的泄露与滥用。特别是商业平台,不能过度收集个人信息,比如收集消费者经常去的地方、浏览的网页以及购买的商品,再根据个人的偏好进行商品的推送,这很危险,一旦造成个人信息泄露被不法分子利用就会带来无尽的麻烦。低碳很重要,隐私也很重要,建议在《个人信息保护法》之下出台关于个人碳账户的隐私保护条例。

(朱开云)
据《北京青年报》

