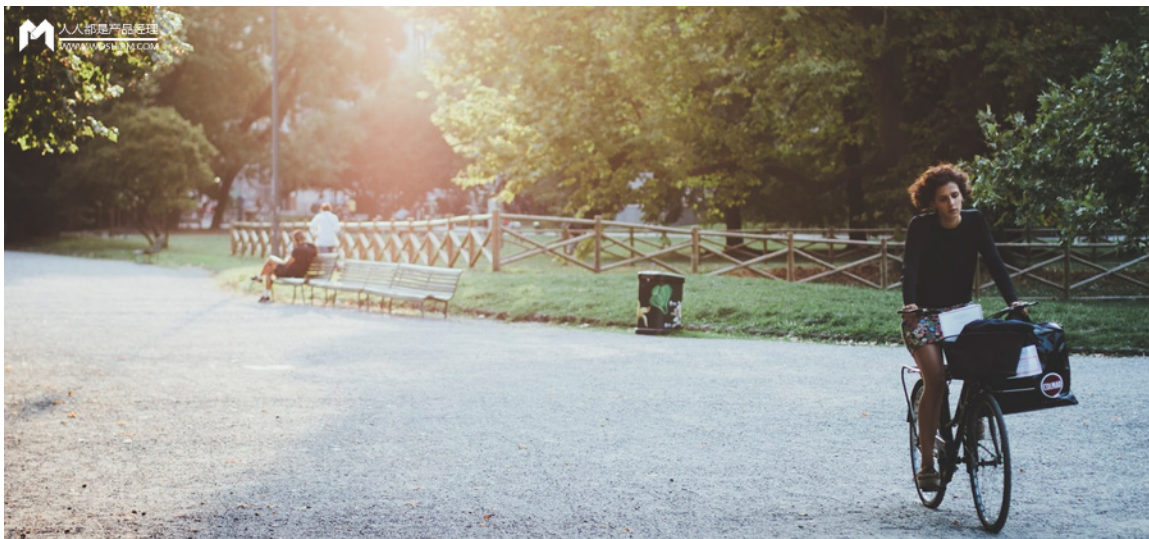


编辑导语：碳中和一词目前经常被提及，当企业实现碳中和时，个人碳中和这件事也许将不再遥远。那么，在碳中和趋势下，为何个体有可能走向碳中和？个体碳中和中有什么概念和角色将会出现？本文作者就对碳中和趋势下可能出现的场景进行了模拟猜测。



01

最近一段时间，碳中和的热度很高，不管是国家层面，还是企业层面，都给予了极大的关注。可以说，绿色经济，前（钱）景广大。

在这个绿色经济的浪潮之下，笔者认为存在一个“绿色支付宝”的创新机会，且想象空间很大。具体原因，且听笔者说来。

从互联网用户划分的角度，我们可以将碳排放的主体分为 B 端企业和 C 端用户，这两类主体的行为都会产生碳排放。

那么，对于 B 端企业的碳减排，往往是从产业升级、技术升级的角度进行切入。这一方面，不管是政府相关部门的引导，还是从业的企业，都有相应的方法和清晰的认知。但是，对于 C 端用户的碳减排，不管是政府还是从业者，都还没有太成熟的方法。

这里可能有人要问：碳中和，为什么要去研究 C 端用户？

原因有三。

国内的经济的发展，已经从纯粹单一的经济的发展开始向经济、社会、环境和谐发展、绿色可持续发展开始转变。习近平总书记在十九大报告中指出：“中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”绿色经济的发展，离不开普通用户的参与。个人用户在碳排放中所占的比例越来越大，个人用户一些不环保的行为，所导致的环境问题、社会问题，也越来越突出。2019年上海的垃圾围城就是一个鲜明的例子，垃圾分类的实施，一定要从改变个人用户行为的角度出发。绿色金融、绿色信用、绿色产业、绿色城市等等方向，一直有相应的探索，每一个方向都是一个巨大的金矿。

02

“绿色支付宝”的机会，就诞生于针对C端用户碳减排的解决思路里。

首先，有个基本出发点，解决C端用户的碳排放问题，本质上就是要改变用户的行为，减少不环保行为，鼓励绿色行为。

如何去改变用户行为？之前政府的行政命令式做法、环保组织的公益活动倡导做法，其实都有各自的问题，要想更大范围内改变用户行为，回归互联网，应该采用奖励引导做法，对绿色行为进行激励。这时候，就存在一个“绿色生活服务平台”的机会。

是的，绿色生活服务平台——连接个人用户与绿色行为奖励方，通过减排量测算、碳交易等机制，承接绿色行为价值交易的服务平台。

我们先明确几个概念，再来解释这个平台如何运作？又为什么叫“绿色支付宝”？

1. 绿色行为

是指能够产生碳减排、对平台所要解决的社会问题、环境问题有直接影响且平台进行认定的行为。

简单来说，就是有针对性的个人碳减排行为。这里要注意，有碳减排效果的行为，不一定是平台认定的绿色行为，比如一些减肥行为，也有碳减排效果，但并不一定是我们所说的绿色行为。

2. 绿色行为奖励方

奖励方可以是政府、企业，也可以是个人，只要希望绿色行为发生、并愿意为绿色行为发生而付出一定代价的主体，都可以是绿色行为奖励方。

3. 绿色行为价值

绿色行为本身具备社会价值和商业价值，社会价值自不必说，绿色出行减少拥堵，减少尾气排放，政府很欢迎。

其他绿色行为亦是。商业价值，包含两方面，一是绿色行为产生的碳减排量，本身是可以进行交易的。据报道，特斯拉 11 年来卖“碳”收入超过 42 亿美金。二是，绿色行为可以给奖励方带来其他的商业价值。

我举个例子，大家会更清楚些。2010 年，兴业银行推出低碳信用卡，持卡用户有低碳行为，可以享受一系列好处。上线半年，上万用户参与，这种获客与留存，对兴业银行的商业价值不言而喻。

03

我们来简单描述下这个平台运作的一个场景。

小明早上起床去上班，他决定坐地铁去，到了公司楼下，他在便利店购买了可降解材料包装的早餐。

中午的时候，他在外卖平台点了外卖，没有要一次性餐具，用了自带的餐具来吃饭。

下班后，看到天气不错，他骑了辆共享单车回家。

晚上躺在床上，他打开“绿色支付宝”，看到自己的碳减排量账户中，减排量已经累积到 0.78 吨了，随手点击“卖出”，“叮咚”一声，39 元已到账。

再看了看碳积分账户，今天坐地铁、买可降解材料包装的早餐、不使用一次性餐具、骑共享单车对应的碳积分也已经到账，他使用 10 个碳积分，兑换了某个品牌发起的在沙漠中的一次种树行为，“这个牌子还挺有社会责任感的嘛”。

他想了想，到目前为止，他已经种了 9 颗树了，累积到 10 颗数，会有一枚种树先锋的勋章，他觉得还是挺光荣的。

紧接着，他看到公司附近一家餐厅的活动，1 个碳积分可以兑换 10 元代金券，他兑换了一张，打算明天去尝尝。

这时，弹出来一个通知，XX 打车平台发起“错峰出行领双倍碳积分”活动，在早上八点之前拼车错峰出行，可以得到双倍碳积分奖励。他根据链接下载了该打车平台，约好了车，关掉手机，进入梦乡。

根据上面的场景，大家可以看到：

个人用户就是小明；绿色行为奖励方就是发起沙漠种树的某个品牌、公司附近的餐厅、XX 打车平台；绿色行为价值体现在品牌宣传、消费引导、获课拉新方面。

“绿色支付宝”连接了个人用户与绿色行为奖励方，通过减排量与碳积分，成为了绿色行为价值交易的承载平台。

在“绿色支付宝”平台上，绿色信用分、绿色城市、绿色金融，都是可衍生迭代的业务。

支付宝的业务是在做什么呢？数字支付服务、芝麻信用分、数字金融服务、智慧城市等等。

两者之间是不是看起来很像？

针对个人用户碳减排方向的“绿色支付宝”们，相信会有无限想象空间。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议