

《Z世代零废弃生活报告》发布

“零废弃”生活是迈向低碳生活的方式之一

■ 本报记者 李庆

8月21日是第四届“零废弃日”，主题为“减量低碳轻生活”，旨在提倡公众为生活做减法，少点一份菜，少用一张纸，少用一次性塑料制品，为生活做减量。

据了解，“零废弃日”是由万科公益基金会、壹基金、零萌公益在2018年共同发起的公众倡导活动，于每年8月的第3个星期六举办。今年，万科公益基金会、壹基金、零萌公益联合了全国173家组织，通过线上、线下共同开展零废弃日活动，在北京、上海、广东等26个省（直辖市），覆盖深圳、广州、郑州、长沙、南京等近70个城市。《Z世代零废弃生活报告》（以下简称《报告》）也在当天正式上线。

《报告》的研究方法遵循KAP(Knowledge 认知-Attitude 态度-Practice 行为)的研究范式，分为定量研究的问卷调查和定性研究的个体访谈两部分。调研对象为20-34岁之间的北上广深年轻人，回收了3201份有效问卷。从认知、态度和行为三个维度观察了3201位年轻人的零废弃现状，最终形成了五种不同的群体画像。

“零废弃”是什么

简单来说，“零废弃”是构筑在“尽可能避免产生垃圾”的做法之上的一种生活选择。它是一种理念、目标，也是一种废弃物管理方法。绝对意义上的“零废弃”或许很难实现，但无限靠近它却是可能的，所以每一次减废的行为都在向“零废弃”靠近。所以，如果你愿意自带水杯、环保袋出门，就已经迈出了零废弃生活的第一步。

那么，Z世代又应该做什么解释？

《报告》强调，所谓Z世代，Z是Zero的首字母，被赋予“零废弃”的涵义，是所有关注、愿意尝试及正在践行零废弃生活方式的年轻人的统称。

关于“零废弃”，不同的人有不同的理解。有人说，“零废弃”就是不浪费；有人说，“零废弃”生活就是敢于和快时尚叫板，过简约的生活。

《报告》指出，在此次的调研中有54%的人首先想到的是“光盘行动”，其次是绿色出行、不产生垃圾、少买东西，可见大家更容易将“零废弃”与日常生活和消费相关联。与此同时，仅有20%以下的人表示会联想到堆肥、碳中和、极简生活、碳足迹等相对专业的词汇，这也说明这些专业度较高的零废弃行为或词汇，还不被人所熟知。但事实上，“零废弃”生活正是迈向低碳生活的方式之一。

省钱的年轻人首当其冲

《报告》显示，此次参与调研的人群中，男性占比达51%，女性占比49%，其中25-29岁占50%，30-34岁占29%，20-24岁占21%；在学历方面，本科占比50%，大专占比26%，研究生及以上学历占比21%；有52%的人正处于学习阶段，48%处于职业发展阶段。

《报告》从认知、态度和行为三个维度观察了3201位年轻人的零废弃现状，最终形成了五种不同的青年群体画像：

一是身体力行实干派，这一群体占比为18%，每6个人当中就有一个人是身体力行实干派。

他们非常关心环境议题，不仅对“零废弃”生活有着较为深入的了解，更是身体力行的践行者。他们是“闲置物品”流通的助推者，超过95%的人购买过二手物品，超过90%的人出售过自己的闲置物品。偶尔外出聚会，他们也会留意打包剩下的饭菜；很少点外卖，84%的人每周的外卖订单量在2次以下。在他们看来，外出购物带上自己的购物袋和出门要戴上口罩一样的重要。无论是在认知上、态度上还是行动上，都是毋庸置疑的“零废弃”达人。

二是积极倡导潜力股，他们是人群中的少数派，占比仅为9%。这是一个主要由年轻职场女性构成的群体，对环境问题非常关心，却难以放弃生活的便利性；入住酒店即使偶尔自带洗漱用品（较平均水平低21%），那也往往是出于卫生的考虑。但他们是优秀的倡导者，以热情和专业知识感染身边大众；同时，他们也在寻找时机，释放自身巨大的行动潜能。这类群体的行动“零”力尚未觉醒，但有着和身体力行实干派相同的环境关心度和认知程度。

三是省钱新贵行动派，这是人群中占比最高的一类人，占比为32%，是主流人群。他们的突出特点是“零废弃”行为表现突出，但对“零废弃”的认知水平和环境关心程度却相对较低。他们是省钱新贵，91%的人会按需点单及打包剩菜。他们的生活堪称“零废弃生活模版”，购买二手物品，出门选择公共交通，购物自带购物袋，然而支撑他们做出这些“零废弃”行为背后的重要原因还是省钱，相比“零废弃”概念，他们更在意如何节俭。

四是概念宣传理论派，这类群体占比为11%，他们对于“零废弃”的认知水平高于整体的平均水平，73%的人能够准确地回答重复使用和回收利用的本质区别，远高于49%的整体水平。他们大多出没于充满活力的深圳与底蕴深厚的北京，有20-24岁初出茅庐的有志青年，但更多是30-34岁历经风雨的职场精英。这些人当中，女性的声量占据优势。概念宣传理论派在态度和行为上的表现都低于平均水平，他们或许知道塑料降解需要上百年，但却并不会主动拒绝使

用塑料吸管，去超市的时候也会经常忘记自带购物袋。支持“零废弃”，他们在思想上更胜行动一筹。有着丰富的理论知识，但在环境关心程度和实践上略微逊色。

五是感同身受梦想家，这一群体整体占比为11%，他们中超过96%的人表达了支持和践行“零废弃”的强烈意愿。他们中51.2%的人是女性，接近八成的人在25岁以上，其中30-34岁的人最多。感同身受梦想家对于环境有着高于一般人的感知力，态度量表平均得分高于群体平均水平。或许是因为专业知识的欠缺，或许是因为生活的压力，他们尚未激活行动“零”力，只是梦想着环境可以越来越好。则主要呈现了对环境有着高关心程度，但认知和行为都不高的群体。

如何做到“零废弃”？

《报告》指出，之所以要开展“零废弃”，因为“零废弃”是一种有趣好玩的生活方式，对自己友好，对环境友好。它提醒我们有节制地消费，更长情地使用，以及负责任地分类和丢弃。

若要做到“零废弃”，吃喝玩乐都能做到“零废弃”。

第一，做饭带饭，如果时间和精力许可，多尝试自己做饭带饭，为自己或心爱的人下厨房，不仅能让单调忙碌的生活充满烟火气，还能减少产生很多不必要的垃圾。

第二，选择餐厅堂食，如果没有时间做饭，堂食也是个不错的选择。减少或不使用餐厅提供的一次性餐具；减少使用餐厅提供的塑料吸管；按需点餐，餐后如有剩余，主动打包。

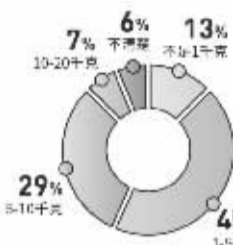
第三，不选择一次性餐具，偶尔的打包带走和外卖，也可以有“零废弃”的方式，比如可以用自带的餐具打包，比如勾选“不需要一次性餐具”，自带或不适用吸管。

与此同时，在玩乐放松的时候也可以“零废弃”。

首先，宅在家里的时候，可以整理衣物，将闲置物品做捐赠或转让，观看“零废弃”博主的视频，参与“零废弃”社群互动，参与一次旧物改造挑战；其次，在小聚会时，可以旧物交换替代购

● 估计个人每周产生的垃圾

● 生活垃圾年产生量全国排名



- 北京：平均每人每天产生1.20kg
- 上海：平均每人每天产生1.01kg
- 广州：平均每人每天产生1.29kg
- 深圳：平均每人每天产生1.03kg

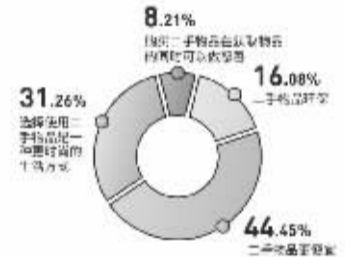
*人均每天垃圾产生量，按照意向核心设计城市或市生活垃圾产生量数据，并除以该城市人口总量，得出人均垃圾产生量。

● 如何减少垃圾的产生

- 66.85% 在产品设计的就将“零废弃”作为一个考虑因素
- 62.01% 反思自己的欲望，减少购买不必要的物品
- 57.69% 在购买物品时，选择可回收、可自然降解材质的物品
- 27.59% 重复使用已有物品

● 购买或主动获取过二手物品

● 选择二手物品的主要原因



买新礼物，按需点单，减少浪费；最后，在出游时可选择自带洗漱包，减少或不使用酒店提供的一次性洗漱用品，随身携带披肩或外套，替飞机上提供的毛毯。减少或不使用出行过程中的一次性用品，如纸杯、拖鞋等。

在面对“买买买”时依然可以选择“零废弃”。

一是谨慎地选择，分清哪些钱该花，哪些不该花，哪些是缓解压力，哪些是过度消费。

二是郑重地持有，根据自己的实际情况，为自己制定消费界限，比如口红同时拥有不超过2只；球鞋同时拥有不超过2双等之类的小目标。爱惜自己谨慎选择后得来的好物；如果有可以使用但自己用不到的东西，为其找到妥善的归处。

产品设计融入“零废弃”

据《报告》数据显示，超过57%的人认为，每人每周产生的垃圾低于5千克；而实际上，以北京为例，北京常住人口约2189.3万人，2019年全年城市生活垃圾产生量约960万吨，这就意味着平均每人每周约产生8.4千克的生活垃圾，相当于15瓶矿泉水的重量。

那么，应该如何减少垃圾的产生？相比减少购买和重复使用，超过66%的人认为应当优先

在产品设计的融入“零废弃”的考量，62.01%的人认为应该反思自己的欲望，减少购买不必要的物品。

在我们周围，80%以上的人购买过二手物品，便宜经济是他们考虑的首要因素，卫生情况是他们的首要担忧。随着二手平台的增多，购买二手物品已经不是什么新鲜事。便宜、实惠是现代生活的首要考虑，而二手物品是否经过消毒、卫生与否则是影响购买决策的重要因素。在这些二手交易中，衣服依然是年轻人最介意的二手物品。

通过问卷可以发现，85%的年轻人都认同“重复使用”与“回收利用”是有区别的，但其中超过51%的被调查者并不知道两者区别在哪里。重复使用(Reuse)是在不改变物品本身构成的情况下，持续使用或变更用途；而回收利用(Recycle)，会将原本的物品打散，重新塑造成新的物品投入使用，例如，回收的塑料瓶可以用于制作地毯。

此外，《报告》对“零废弃”还做出了有效建议：租或借都是不错的选择，租用的时候，可以和商家沟通无需过多包装；如果一定要买的产品，优先购买二手的产品，同时，可以同商家沟通要求环保包装；二次利用或回收快递外包装；可重复使用买来的东西。