



## 绿色转型与可持续社会治理专题研究项目 2018 年背景报告

### 中国的绿色消费

#### 专题研究中方组长：

任勇先生，研究员，生态环境部环境发展中心主任

范必先生，研究员，国务院研究室司长

#### 专题研究外方组长：

罗姆松女士，国合会委员，瑞典前副首相、气候与环境大臣

张建宇先生，美国环保协会副总裁

2018 年 10 月 10 日

## 【执行摘要】

根据第六届中国环境与发展国际合作委员会（以下简称国合会）研究计划，2018年启动创新与可持续生产和消费课题的绿色转型与可持续社会治理专题研究，2019年向国合会年会提交最终研究成果。在中国，该专题是一个比较新的研究领域，研究基础相对较弱。专题研究组先后召开两次专家研讨会和多次小范围的讨论会，就研究内容与框架进行研讨。在此基础上专题研究组于9月17日召开启动会。本报告是专题研究组对中国绿色消费现状的初步观察和结论。最终研究报告和政策建议将于2019年年会提交。

报告认为，以1994年建立环境标志制度为代表，中国的可持续消费相关理念与实践基本与国际相关进程同步。特别是近几年，中国政府表现出推动绿色消费的强烈政治意愿和积极的政策实践，进一步充实和扩展了可持续消费的内涵与外延。

五个方面的特征，标志着中国消费已明显进入全面升级的转型阶段：一是消费规模持续快速扩大，二是消费能力仍将持续增强，三是消费结构已从温饱型向小康型发展，四是互联网消费成为重要方式，五是消费成为拉动经济发展的重要引擎。由于规模、结构等消费方式原因，中国消费领域对资源环境的压力持续加大、问题凸显。首先，消费对资源能源的需求持续刚性增长；其次，过度型、浪费型等不合理消

费方式加剧资源环境问题；第三，在环境污染的诸多方面，来自消费领域的负荷超过了生产领域。

为此，中国在绿色消费领域制定了一系列政策措施并取得积极成效，主要体现在四个方面：一是绿色消费政策体系正在形成，二是环境标志制度在促进企业环境管理、实现污染减排方面成效显著，三是政府绿色采购和绿色印刷领域的引导和示范作用初显成效，四是绿色供应链创新模式进入试点阶段。

鉴于从消费端促进环境质量改善的政策作用受到一定制约和影响，中国推进绿色消费仍存在一些问题，主要包括：一是缺乏系统谋划和顶层设计；二是对绿色消费的推动力度不足，导致宏观环境对绿色消费引领作用不突出；三是绿色消费相关政府职能分散，环保部门作用有待提升，政策及管理碎片化问题较为突出；四是环境标志产品认证等相关工作与环保重点工作领域结合不紧密，作用潜力尚未发挥；五是企业及公众绿色消费内生动力不足等。

当前，中国正在从高速增长转向高质量发展，其中消费是拉动经济增长的主要动力，是推动高质量发展的重要动能。从中国整体绿色发展转型进程和状态看，不平衡不协调的问题比较突出。在整个经济社会系统中，经济维度的绿色转型发展较快较好，社会维度相对滞后。在经济系统内部，推动生产领域的转型措施较强，消费领域较为薄弱。因此，如何

在社会生活和消费领域推动绿色转型是中国政府应关注和解决的重大关键问题。要解决这一问题，目前最迫切的任务是要明确消费绿色转型在推动国家绿色发展、满足人民日益增长的美好生活需要、以及治理体系现代化进程中的战略定位、角色和作用。为此，中国政府一是应高度重视并紧紧抓住当前推进消费绿色转型的历史机遇期；二是将绿色消费作为满足人民日益增长的美好生活需要的支撑点和推动高质量发展的增长极；三是将绿色消费作为促进经济和社会系统转型以及推动供给侧结构性改革的重要内容和手段；四是把绿色消费作为推动生态文明建设和生态环境治理体系现代化的重要措施；五是將绿色消费摆上政府推动绿色发展工作的优先位置。

1992年，联合国环境与发展大会通过的《21世纪议程》首次提出，“所有国家均应全力促进可持续的消费形态”<sup>1</sup>。1994年联合国环境规划署(UNEP)在奥斯陆举办专题研讨会，并发布《可持续消费的政策因素》报告，将可持续消费定义为“提供服务以及相关的产品以满足人类的基本需求，提高生活质量，同时使自然资源和有毒材料的使用最少，使服务或产品的生命周期中所产生的废物和污染物最少，从而不危及后代的需求”。

以1994年建立的环境标志制度为代表，中国的可持续消费相关理念与实践基本与国际相关进程同步。特别是近几年，中国政府表现出推动绿色消费的强烈政治意愿和积极的政策实践。2016年，中国发布《关于促进绿色消费的指导意见的通知》，明确绿色消费是指以节约资源和保护环境为特征的消费行为，主要表现为崇尚勤俭节约，减少损失浪费，选择高效、环保的产品和服务，降低消费过程中的资源消耗和污染排放。这一定义强调了消费行为中的资源节约和环境保护的“绿色”要求，与国际上可持续消费的内涵基本一致，但没有明确强调代际的消费公平性问题。

2017年5月，中共中央政治局就推动形成绿色发展方式和生活方式问题，专题进行了一次集体学习。同年召开的中共十九大，对推动绿色生产和消费问题作出专门部署。

---

<sup>1</sup> <http://www.un.org/chinese/events/wssd/chap4.htm>

总体上，可以从五个维度理解中国的绿色消费内涵与外延：**一是在理念上**，绿色消费鼓励消费的可持续和绿色化；**二是在数量上**，绿色消费体现消费的适度性和减量化；**三是在结构上**，绿色消费体现消费的合理性和平衡性；**四是在内容上**，目前首先关注的是吃、住和行等日常生活的主要方面；**五是在方法上**，以消费环节带动生产、流通及处置全过程绿色化。

## 一、中国的消费模式带来了严重的资源环境问题

无论从增速、规模、结构还是对经济增长的贡献看，我国的居民消费明显进入升级转型阶段，并正逐渐成为经济增长的主要动力。与此同时，不合理的消费结构和消费方式带来的资源环境问题日益突显，消费对环境的影响在诸多方面超过了生产领域。

### （一）中国的消费已明显进入全面升级的转型阶段

五个方面的特征标志着，中国目前的消费已明显进入全面升级的转型阶段。

**一是消费规模持续快速扩大。**中国社会消费品零售总额最近 11 年年均增长率达到 14.55%，2017 年社会消费品零售总额超过 36 万亿元，较 2007 年增长了 4 倍多（图 1），是 2000 年的 7 倍多。

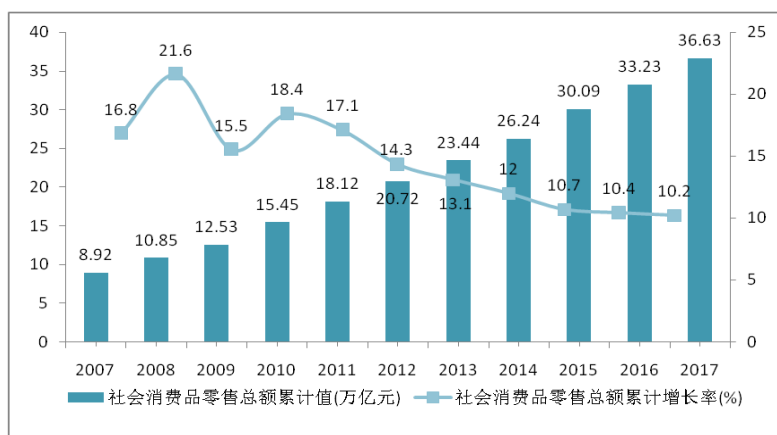


图 1 中国社会消费品零售总额及增长率（2007-2017）

二是消费能力仍将持续增强。近年，城镇居民消费支出是农村居民消费支出 3.5 倍，预计 2020 年我城镇人口占比将提高到 60%，近期消费增长潜力很大。以人均家庭最终消费支出作为标准，中国目前仅为 2700 美元，仅是目前日本、欧洲、新加坡等国平均水平（20000 美元）的 13%，中长期消费增长潜力巨大（图 2）。

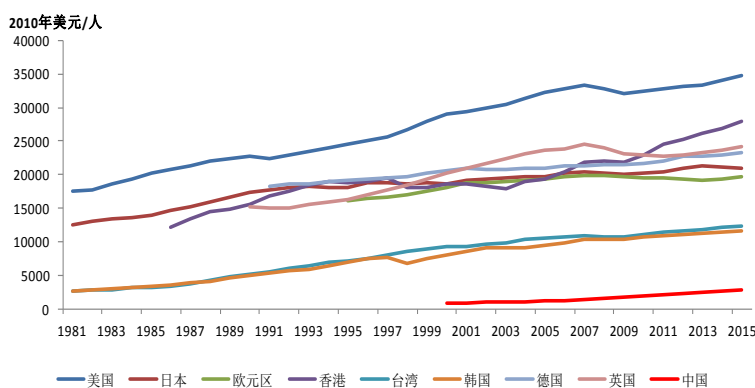


图 2 人均家庭最终消费支出的国际比较

三是消费结构已从温饱型向小康型发展。2013 年发布的全球 22 国恩格尔系数数据显示，中国居民的生活水平已达到小康水平。2001-2015 年，在衣食住行类消费用品中，衣、食类基本生活消费品所占比重分别从 2001 年的 34.96%、44.83%，大幅下降到 2015 年的 18.10%、26.14%；住、行类

消费品比重从 2001 年的 3.49%、16.72% 上升到 2015 年的 7.40%、48.35%，充分表明居民消费结构已从温饱型向小康型发展。

**四是互联网消费成为重要方式。**2016 年，中国消费者通过互联网交易的零售商品总额达到 5.16 万亿，同比增长 26.2%。在 7.72 亿网民中，使用互联网交易的人群占 55.8%。

**五是消费成为拉动经济发展的重要引擎。**从 2011 年开始，消费成为拉动经济增长的第一拉动力；2017：全年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 58.8%。同时，代表消费发展水平的第三产业快速增长，从 2013 年开始，其增加值在 GDP 中的比重超过第二产业；2015 年之后，该比重超过 50%。2018 年 9 月，中国政府发布了《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》，对进一步激发居民消费潜力，推动经济发展提出了具体措施。

## **（二）中国的消费模式已造成严重的资源环境问题**

由于规模、结构等消费方式原因，中国消费领域对资源环境的压力持续加大、问题凸显。

**首先，消费对资源能源的需求持续刚性增长。**中国居民资源、能源消费量迅速增加，2015 年人均电力、能源、用水消费量分别较 2004 年上涨 199.8%、9.1%、4.0%（图 3）。2010 年，中国人均生态足迹为 2.2 全球公顷生产性土地，尽管低于全球平均生态足迹 2.6 全球公顷，但却是 2010 年中国人



内部资料，未经允许，请勿扩散

均生态承载力的两倍以上（图 4）。中国约 90% 的生态足迹产生于食品、住房、交通等消费活动，给资源环境带来了巨大的压力。

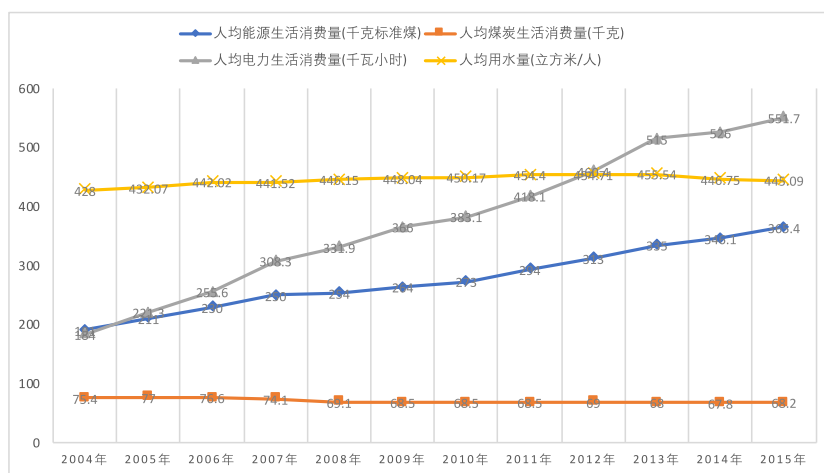


图 3 居民人均资源和能源消费变化（2004-2015）

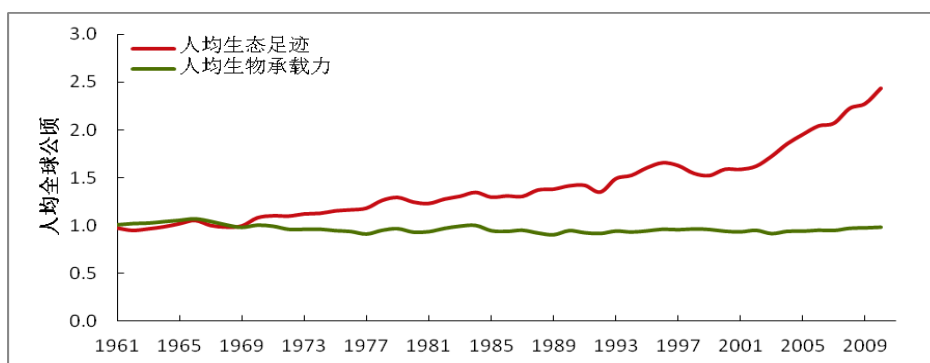


图 4 人均生态足迹及生物承载力变化（1961-2009）

其次，过度型、浪费型等不合理消费方式加剧资源环境问题。目前中国每年包装用品产量达 3000 多万吨，总体回收率不到 30%。2015 年快递行业消耗 99.22 亿个包装箱、169.85 亿米胶带、30 多亿条编织袋。据估算，中国每年浪费的粮食达 700 亿斤以上，2017 年汽车保有量接近 2.1 亿辆。截至 2013 年，中国电视机、冰箱、空调、洗衣机、电脑年废弃量超过 1 亿台，电子废弃物总量预计会从 2020 年的 1500

吨增加到 2030 年的 2840 吨。截至 2015 年 2 月，中国的手机用户已达 15.3 亿，每年产生的废弃手机大约有 2 亿部。

第三，在环境污染的诸多方面，来自消费领域的负荷超过了生产领域。大气细颗粒物源解析发现，目前北京、上海、杭州、广州、深圳等特大型城市的移动源排放已成为细颗粒物污染的首要来源，深圳达到了 52%，其中，机动车是城市最主要的移动污染源（图 5）。2015 年全国城镇生活污水排放量是同年全国工业废水排放量的 2.68 倍，而 1997 年二者的比例仅为 0.83，生活污水排放量在 18 年增加了 1.83 倍。北京市 2015 年生活垃圾产生量已经超过工业垃圾产生量（图 6），成为当年城市固体废物的第一大来源。

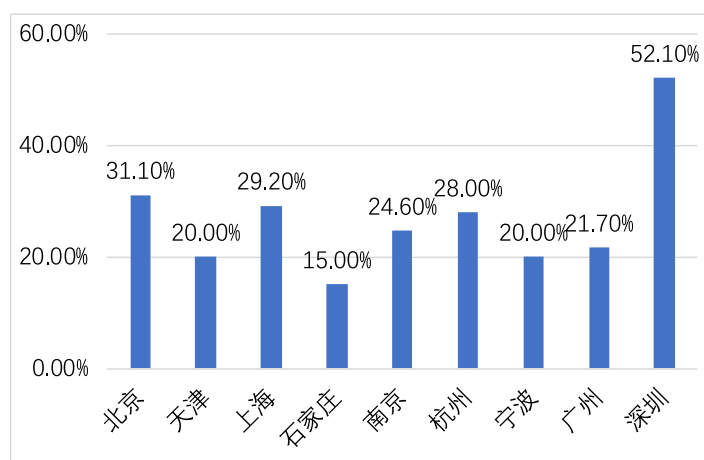


图 5 主要城市本地排放源中移动源对细颗粒物浓度的贡献

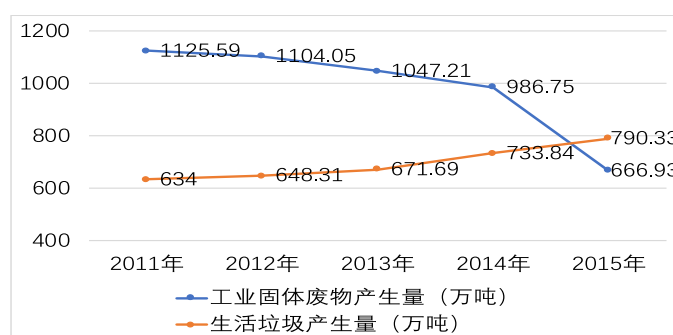


图 6 北京市固体服务及生活垃圾产生量

按照中国的发展目标，如果中国的消费水平在未来达到一些工业化国家目前的水平，其引发的资源环境问题令人担忧。

## 二、中国目前的绿色消费政策与实践效果总体不够明显

中国绿色消费实践取得积极成果，一是绿色消费政策体系正在形成，在一些重点领域出台相关经济政策，围绕环境标志、政府绿色采购等方面出台部门规章制度和标准(表1)。二是环境标志制度通过资源和环境标准认可促进企业落实环境管理要求，污染减排成效逐步显现。三是政府绿色采购引导和示范作用初显成效，绿色印刷的环境与社会效益明显。四是企业绿色供应链创新模式进入试点阶段。

中国绿色消费活动涉及衣食住行的众多领域。在食品领域，2003和2005年分别启动了无公害农产品和有机产品认证工作，2012年又实施了绿色食品认证。围绕绿色出行的基础设施建设近年来得到了较快发展，2015年，中国城市轨道交通运营线路总长度3069公里，“十二五”期间共建成投入运营的线路1640公里，平均每年增加328公里；到2020年，中国城市轨道交通运营里程将突破6000公里，城市轨道交通将成为全国一、二线城市公共交通的主体。2016年全国共享单车用户数量达1886万，比上年增加7倍。2016年，中国新能源汽车产量突破50万辆，保有量超过100万辆，在全球的占比都达到了50%。

表 1 中国绿色消费主要相关政策

| 类别                | 名称                              | 机构        | 年份   |
|-------------------|---------------------------------|-----------|------|
| 国家层面战略部署          | 十九大报告                           | 中共中央      | 2017 |
|                   | 十八大报告                           | 中共中央      | 2012 |
|                   | 十七大报告                           | 中共中央      | 2007 |
|                   | 关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见   | 中共中央、国务院  | 2018 |
|                   | 关于加快推进生态文明建设的意见                 | 中共中央、国务院  | 2015 |
|                   | 关于积极发挥新消费引领作用 加快培育形成新供给新动力的指导意见 | 国务院       | 2015 |
|                   | 循环经济发展战略及近期行动                   | 国务院       | 2013 |
|                   | 关于促进绿色消费的指导意见                   | 发展改革委等十部委 | 2016 |
|                   | 关于开展“美丽中国，我是行动者”主题实践活动的通知       | 生态环境部等五部门 | 2018 |
|                   | 公民生态环境行为规范（试行）                  | 生态环境部等五部门 | 2018 |
|                   | 关于加快推动生活方式绿色化的实施意见              | 环保部       | 2016 |
|                   | “十三五”生态环境保护规划                   | 环部        | 2016 |
|                   | 绿色制造 2016 专项行动实施方案              | 工信部       | 2016 |
|                   | 绿色制造工程实施指南（2016-2020 年）         | 工信部       | 2016 |
| 环境保护部推进绿色制造工程工作方案 | 环保部                             | 2016      |      |
| 重点领域相关政策          | 关于低污染排放小汽车减征消费税问题的通知            | 财政部       | 2003 |
|                   | 关于鼓励发展节能环保型小排量汽车意见的通知           | [国]办公厅    | 2005 |
|                   | 国务院办公厅关于进一步推进墙体材料革新和推广节能建筑的通知   | [国]办公厅    | 2005 |
|                   | 国家税务总局关于调整和完善消费税政策的通知           | 税务总局      | 2006 |
|                   | 国务院办公厅关于建立政府强制采购节能产品制度的通知       | [国]办公厅    | 2007 |
|                   | 关于下达财政补贴高效照明产品推广任务(第一批)的通知      | 发改委       | 2008 |
|                   | 关于开展“节能产品惠民工程”的通知               | 财政部、发改委   | 2009 |
|                   | 关于调整高效节能空调推广财政补贴政策的通知           | 财政部、发改委   | 2010 |
|                   | 关于开展私人购买新能源汽车补贴试点的通知            | 财政部       | 2010 |
|                   | 关于进一步做好节能与新能源汽车示范推广试点工作通知       | 财政部       | 2011 |

|           |                         |                |      |
|-----------|-------------------------|----------------|------|
|           | 节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则  | 财政部            | 2012 |
|           | 节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广实施细则 | 财政部            | 2012 |
|           | 节能产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广实施细则 | 财政部            | 2012 |
|           | 可再生能源发展专项资金管理暂行办法       | 财政部            | 2015 |
|           | 关于对超豪华小汽车加征消费税有关事项的通知   | 财政部、国家税务总局     | 2016 |
|           | 关于明确电池 涂料消费税征收管理有关事项的公告 | 国家税务总局         | 2016 |
| 环境标志等相关政策 | 关于在中国开展环境标志工作的通知        | 国家环保总局         | 1993 |
|           | 关于环境标志产品政府采购实施的意见       | 财政部、国家环保总局     | 2006 |
|           | 关于实施绿色印刷的公告             | 新闻出版总署、环保部     | 2011 |
|           | 关于中小学教科书实施绿色印刷的通知       | 新闻出版总署、教育部、环保部 | 2012 |
|           | 企业绿色采购指南（试行）            | 商务部、环保部、工信部    | 2014 |

节能环保产品认证是中国推动绿色消费的重要抓手。截止目前，节能产品认证的产品 145 类，涉及企业 2003 家；进入政府采购清单的节能产品 29 个品目，涉及 1605 家企业，43.5 万个产品型号。截止到 2016 年 9 月，全国有 4515 个建筑项目获绿色建筑标识，累计建筑面积为 5.23 亿立方米。

截止目前，中国环境标志计划共发布 99 项产品标准，4000 余家企业的 40 余万种产品通过了环境标志认证，年产值超过 1500 亿元，每年新增环境标志产品认证的企业有 400 多家。从 2006 年开始，环境标志产品进入政府采购清单。截止目前，共发布 19 期环境标志产品政府采购清单，产品种类涉及 66 类产品品目、2309 家企业、约 32.8 万个产品型号，2015 年环保产品政府采购规模达到 1360 亿元，占政府采

购同类产品的 81.5%。一项针对 2014 年家具、印刷、水性涂料、胶粘剂、油墨、水泥等 33 类环境标志产品环境绩效的研究表明，在污染减排方面，减排的挥发性有机物约占 2014 年中国 VOCs 排放总量的 1.1%，减排的总磷相当于北京市全年排放量的约 1.5 倍，减排重金属汞 9.19 吨，减少难降解的塑料包装 4606 吨；节电 86 亿千瓦时，节水 8041 万吨。

截止 2016 年底，全国超过一半的印刷企业采取了环保节能措施，12 亿册中小学教科书和 1 亿册青少年读物实现了绿色印刷，40%的出版社采用绿色印刷，60%的票据实现了绿色印刷。

近期，将绿色生产和绿色消费纳入统一体系的绿色供应链概念开始被接受，深圳、天津、上海和东莞等地正在积极开展试点。

总体上，中国绿色消费活动有两大特点。一方面，绿色消费产品供给不足，无论是绿色食品、节能产品、绿色建筑、公共交通还是环境标志产品，规模都较小，远未成为衣食住行必须消费品的主流，相关绿色消费选择的资源环境的规模效益有限。另一方面，对绿色消费品选择的意愿增长较快，但更关注消费过程对消费者自身健康的影响，某些消费行为的现状难以乐观。阿里研究院的一项分析表明（图 7），在阿里零售平台上绿色消费者比例从 2011 年的 3.8%快速增长到 2015 年的 16.2%，增长最快的人群是 23-28 岁的群体，且绿

色商品的平均溢价达 33%（绿色商品价格与非绿色商品价格比）。一项针对中国环境标志的公众调查结果显示，有 90% 的受访者知晓“中国环境标志”，有 78.4% 的受访者愿意为“中国环境标志”认证产品支付同等甚至更高的价格。然而，中国垃圾分类的困境和过度消费及浪费现状，说明消费行为和生活方式的绿色化面临很大挑战。

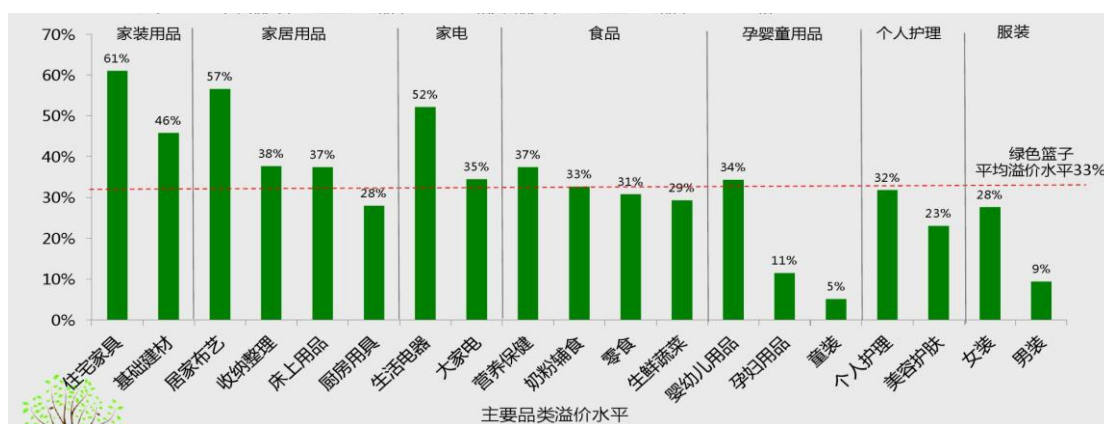


图 7 绿色菜篮子商品溢价水平（引自：阿里研究院）

与绿色消费活动特点相对应的是，中国推动绿色消费工作尚未进入政府的重要议事日程，政策没有形成体系、激励作用与约束力都不够。具体表现为：一是缺乏系统谋划和顶层设计，党和国家相关文件与法规只体现了绿色消费的理念和原则要求，具体政策大多为政府部门颁发的管理办法、通知、指导意见等规范性文件，门类不全，政策层次及效力较低，操作性不够；二是对绿色消费的推动力度不足，对绿色消费引领作用不明显。在绿色产品领域，与资源能源节约的相关政策较多、效果较好，但与环保相关的政策少、效果弱，经济政策激励普遍不足，调控作用有限；三是绿色消费相关

政府职能分散，环保部门作用有待提升，政策及管理碎片化问题较为突出；四是现行绿色消费相关工作与污染减排的重点工作领域结合不紧密，作用潜力尚未发挥；五是企业及公众绿色消费内生动力不足等。

### 三、中国推进消费绿色转型的战略定位

当前，中国正在从高速增长转向高质量发展，其中消费是拉动经济增长的主要动力，是推动高质量发展的重要动能。如前所述，由于规模、结构等消费方式等原因，中国消费领域对资源环境的压力持续加大、问题日益凸显。从中国整体绿色发展转型进程和状态看，不平衡不协调的问题比较突出。在整个经济社会系统中，经济维度的绿色转型发展较快较好，社会维度相对滞后。在经济系统内部，推动生产领域的转型措施较强，消费领域较为薄弱。因此，如何在社会生活和消费领域推动绿色转型是中国政府应关注和解决的重大关键问题。要解决这一问题，目前最迫切的任务是要明确消费绿色转型在推动国家绿色发展以及治理体系现代化进程中的战略定位、角色和作用。

#### **（一）高度重视并紧紧抓住当前推进消费绿色转型的历史机遇期。**

目前，中国正处推动消费绿色转型的机遇期、窗口期，其主要特征是消费正在从温饱向小康全面转型升级，居民消费方式和意愿在发生明显变化，消费对经济的拉动作用在显



著增强，正处新的社会消费习惯与模式的形成期。消费是最终需求，既是生产的最终目的和动力，也是人民对美好生活需要的直接体现。抓住这一珍贵的窗口期和关键期，及时引导，加快促进形成覆盖全社会和全员的资源节约和环境友好型的消费模式和生活方式，对中国整体实现高质量发展和生态文明建设意义重大。

中国目前推动消费绿色转型具有强烈的政治意愿。国家主席习近平在 2016 年 5 月就推动形成绿色发展方式和绿色生活方式问题进行了专门的论述。中共十九大明确提出，要推进绿色发展，加快建立绿色生产和消费的法律制度和政策导向，建立健全绿色低碳循环发展的经济体系，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，反对奢侈浪费和不合理消费，开展创建节约型机关、绿色家庭、绿色学校、绿色社区和绿色出行等行动，形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式、生活方式。这为推动形成绿色生活方式和绿色消费提供了强有力的行动指南。

中国目前推动消费绿色转型具有日益成熟的社会基础和较好的实践基础。当前，中国公众的环境意识、参与意识和环境维权意识明显提升，对享有良好生活质量的要求和期待日益增长，形成了推动绿色消费的社会基础。同时，中国在绿色消费领域积累了一些有益的政策和实践基础，国际社会也有诸多好的做法可资借鉴。

## **（二）将绿色消费作为满足人民日益增长的美好生活需要的支撑点和推动高质量发展的增长极。**

现阶段，中国消费正不断转型升级，体现了人民日益增长的美好生活需要。其中，社会公众的绿色消费意愿不断提升，消费市场上绿色产品溢价率不断增长，互联网消费中的绿色渗透率不断提高，可以说，绿色消费是人民日益增长的美好生活需要的重要内容之一，因此，着眼和适应当前及未来中国社会主要矛盾变化，大力推动绿色消费是满足人民日益增长的美好生活需要的有力支撑。同时，消费的绿色转型升级可以引领绿色产品和服务的供给创新，通过绿色产品和服务的供给创造新的绿色消费需求，这种绿色生产与消费、绿色供给与需求的良性互动循环不仅是经济的新动能和引擎，也是生态环境质量改善的内生条件，是推动高质量发展的新增长极。当前绿色消费的短板之一是绿色产品和服务的有效供给不足，需要顺应社会绿色消费升级的趋势，围绕吃、穿、住、用、行、玩等消费环节，适应居民分层次多样性的绿色消费需求，构建更加成熟的绿色消费细分市场，加大绿色、环保、节能产品和技术的认证和营销推广力度，提高绿色产品和服务的社会覆盖度，大力提高绿色产品和服务的有效供给，真正为满足人民日益增长的美好生活需要以及推动高质量发展提供支撑和动力。

## **（三）将绿色消费作为促进经济和社会系统转型以及推**

## 动供给侧结构性改革的重要内容和手段。

从消费与生产、消费与资源环境之间的辩证关系看，消费对经济发展发挥着基础性作用，对生产和消费等国民经济重大比例关系有重要影响，如果需求引领和供给侧结构性改革能相互促进，就会带动经济转型升级，推动高质量发展，建设现代化经济体系。

当前中国正处全面建成小康社会的决胜期，也是经济绿色转型和总体改善环境质量的攻坚期，大力推动绿色消费对转变生产方式、生活方式以及改善环境质量具有重要意义。

首先，将绿色消费作为经济绿色转型的基本内容，作为推动供给侧结构性改革的重要动力。经济的绿色转型包括生产和消费两个环节的绿色化，消费的绿色化对生产的绿色化发挥着引导和倒逼的作用。经过绿色理念和措施引导的消费规模、消费方式、消费结构、消费质量、消费偏好的变化必然会传导到生产领域，左右着要素资源的配置方向、生产方式的改进、产品结构的调整和产品品质的改善，推动供给侧的结构性改革。

其次，将绿色消费作为社会绿色转型的重要内容和手段。绿色消费促进绿色生活方式形成的核心内容，是推动全民行动的有效途径。生活方式是一个内涵广泛的概念，既包括人们的衣、食、住、行、劳动工作、休闲娱乐、社会交往等物质生活，也包括精神生活的价值观、道德观及相关方面，消

费方式是生活方式的重要内容。绿色消费活动可将绿色理念和与要求传递和渗透到公众生活的各个方面，引导和带动公众积极践行绿色理念和要求，形成绿色生活全民行动，改善社会绿色转型的治理体系。

#### **（四）把绿色消费作为推动生态文明建设和生态环境治理体系现代化的重要措施。**

绿色消费是绿色发展和生态文明建设的有机组成部分。有观点认为，消费具有上下游传导效应，减少消费能成几何级数地减少资源能源投入，还可以减少数十倍以上的污染排放；消费又具有弹性效应，消费数量的增加，往往会抵消提高生产效率、节约资源投入和减少污染排放的效果。因此，合理适度和资源节约、环境友好型的消费必然对减少污染排放和改善环境质量乃至生态文明建设全局发挥重要的作用。

在生态环境治理体系现代化领域，中国目前的环境政策多集中在生产领域，且以约束和监管为主要方式、以政府和企业为主体。建立引领绿色消费模式的制度机制，一是可以将生态环境治理结构从生产环节拓展到消费环节，拓展了生态环境治理的领域，增加激励和自愿领跑的方式，有助于建立激励与约束并举的制度体系；二是消费是社会公众的基本行为选择，绿色消费可以促使公众真正进入环境治理过程，用其绿色消费行为以及绿色产品选择倒逼企业改善环境行为，增加绿色产品和绿色生产供给，是切实的、自发的公众

参与生态环境保护；三是消费端的绿色转型通过绿色供应链实践传导至生产端，可以引导产业链条中的“绿色先进”企业管理“绿色落后”企业，开辟生态环境治理的新途径，完善生态环境治理体系。

### **（五）将绿色消费摆上政府推动绿色发展工作的优先位置。**

在准确把握绿色消费对推动绿色发展、满足人民群众日益增长的美好生活需要、以及完善生态环境治理体系的战略定位和作用之后，中国政府需要把推动绿色消费纳入日常的工作日程之中，在零散的实践和政策基础上，将强烈的政治意愿，转化为全面推动消费绿色转型的系统战略部署、具体有效的政策措施和全民的社会实践。（有关具体的、可操作的政策建议将于2019年年会提交。）

报告起草人：

任 勇，研究员，生态环境部环境发展中心主任

俞 海，研究员，生态环境部环境与经济政策研究中心处长

陈 刚，研究员，生态环境部环境发展中心处长

张建宇，教授，美国环保协会副总裁