



中国环境与发展国际合作委员会  
课题研究

## 可持续消费与绿色发展

### 摘要报告

中国环境与发展国际合作委员会 2013 年年会

2013.11.13-15

## 课题组成员

### 中外组长\*:

徐庆华	中国环境与发展国际合作委员会（国合会），副秘书长
迈克尔·昆特	德国可持续消费与生产合作中心主任

### 中外成员\*:

彭近新	环保部科学技术委员会，委员； 原环保部政策法规司，司长，教授
张燕生	国家发展和改革委员会学术委员会，秘书长、研究员
郭敬	中国-东盟环境保护合作中心，副主任
原庆丹	环保部环境与经济政策研究中心，副主任
赵萍	商务部研究院消费经济研究部，副主任、研究员
汉斯·范德·弗利斯特	荷兰住房、空间规划和环境部（VROM），原秘书长
奥克萨娜·蒙特	瑞典隆德大学国际工业环境经济学院，教授
赫利奥·麦特	巴西阿卡图意识消费研究所，所长
马瑞·科恩	美国新泽西理工学院，副教授

### 支持专家:

张建平	国家发展和改革委员会对外经济研究所国际合作室，主任、研究员
沈晓悦	环保部环境与经济政策研究中心经济政策研究室，主任、副研究员
张小丹	环保部环境认证中心，副主任、研究员
刘尊文	环保部环境认证中心，副主任、研究员
毛军	商务部研究院市场建设研究部，副研究员

彭 宁	中国-东盟环境保护合作中心，工程师； 兼中方项目助理
蓝 艳	中国-东盟环境保护合作中心工程师
施 龙	德国可持续消费和生产合作中心，顾问、支持专家

**顾问：**

沈国舫	中国工程院，院士； 国合会中方首席顾问
汉 森	加拿大可持续发展研究院，原院长； 国合会外方首席顾问
汤 敏	国务院参事
郝吉明	中国工程院，院士；清华大学，教授
张向晨	商务部，部长助理
马 欣	国家发展和改革委员会外事司，司长
唐丁丁	环保部国际合作司，司长；国合会副秘书长
任 勇	环保部人事司，副司长；国合会助理秘书长
潘家华	社科院城市发展与环境研究所，所长

**协调员\*：**

李 霞	中国-东盟环境保护合作中心，副处长、副研究员；
王川蓉	德国可持续消费与生产合作中心中国联络处，中国协调 员

\* 本课题组中外组长、成员以其个人身份参加研究工作

## 主要研究结论

一、可持续消费是绿色发展战略的核心组成部分，与中国生态文明建设密切相关，对中国城镇化进程至关重要。在未来的几十年里，中国的新兴城市中产阶级将成为经济增长的主要驱动力；因此，需要将可持续消费纳入城市发展战略，以确保实现可持续城镇化。可持续消费也将是解决当前中国城市环境污染的重要组成部分。此外，可持续消费也可成为推动解决贫富差距和城乡居民生活水平差异的有效途径。

二、尽管可持续消费早已出现在中国的“21 世纪议程”中，中国政府也出台了一系列政策促进可持续消费。然而，中国还没有能够大力推动可持续消费的系统化政策措施，如总体框架和国家行动计划。研究发现，将可持续消费作为优先政策可以形成众多机遇，包括低碳城镇化、家庭与个人消费行为改变、创新型商业模式、高品质的绿色产品、国际竞争力增强以及社会发展机会增多等。

三、目前工业化国家的不可持续消费模式消耗过高，为了解决生态足迹过高的问题，各国采取了各种类型的政策措施。最佳政策措施包括可持续消费行动方案、严格的产品认证和标签制度、独立的产品对比测试与信息化、建立消费咨询中心、研究开发可持续消费指标评价体系、开展社区试点、促进零售部门参与等举措。

## 主要政策建议

报告在第四章提出了促进可持续消费的政策建议，主要围绕三个方面：建议一，将可持续消费纳入国家政治与经济社会发展框架；建议二，在执政体系与社会中推动有利于可持续消费的制度创新；建议三，推动建立有助于可持续消费的多利益相关方伙伴关系。

课题组认为，要在中国成功推动可持续消费，政府应该采取整体性战略方针。应制定战略目标，并与中国中期和长期经济和社会发展规划以及现有“十二五”规划下的资源管理和环境政策目标相结合，逐步落实。

此外，需要根据中国各地区的发展水平，采取差别化措施建立可持续消费模式。相关措施应反映出中国东部地区和大城市较高的发展水平和消费水平、中国中西部地区相对较落后的发展水平和农村地区的迫切发展需要。在当前城镇化进程中，很多农村人口有可能最终会变为城市中的高收入消费者。

报告建议，在“十三五”规划中应着重强调可持续消费，将可持续消费纳入现行法律框架，尤其是《环境保护法》、《消费者权益保护法》和《政府采购法》。报告提出三个层面的建议，包括宏观层面的政治框架、中观层面的实施促进政策、地方各级的具体举措和行动项目。建议启动可持续消费路线图制定程序，制定行动计划，分三个阶段为促进可持续消费奠定坚实基础：即日起至 2015 年、2015 年至 2020 年、2020 年后。此外，应针对资源、环境影响最大的具体消费领域，即住房、交通、食品领域，制定政策。还应将可持续消费纳入中国低碳城市发展战略。

关于在执政体系与社会中推动必要的制度创新，课题组建议就可持续消费建立跨部委合作机制和工作组，同时急需加强中国的产品认证和标签制度的公信力和独立性。此外，课题组还建议开展地方可持续消费试点项目，积累实践经验，以备后续推广。开发并应用评估指标衡量可持续消费进展情况。多利益相关方伙伴关系能够带来所需的社会经济技术创新，因此，课题组建议应关注以下内容：加强地方政府能力建设，以便在地方开展可持续消费实践；鼓励私营部门参与（尤其是零售商和金融机构）；促进民间社会行动和公众参与；与国际社会就可持续消费开展更加密切的合作。

此外，对于交通这一需求领域，课题组支持“绿色出行”专题政策研究项目提出的建议。

# 目 录

主要研究结论 .....	i
主要政策建议 .....	ii
前 言 .....	1
第一章 可持续消费与生产的基本理念 .....	3
一、可持续消费定义.....	3
二、中国面临的消费挑战.....	4
第二章 中国可持续消费的政策与趋势 .....	6
一、相关可持续消费政策.....	6
二、中国可持续消费政策的缺失和差距.....	9
三、中国可持续消费面临的挑战.....	10
四、中国可持续消费发展的机遇.....	12
第三章 可持续消费的国际经验及启示 .....	14
一、全球消费模式.....	14
二、可持续消费政策框架与工具.....	16
三、可持续消费以及可持续消费和生产政策措施的国际经验.....	17
四、国际可持续消费与绿色发展经验对中国的启示.....	20
第四章 中国可持续消费与绿色发展战略建议 .....	22
一、建议 1：将可持续消费纳入国家政治与经济社会发展框架.....	22
二、建议 2：推动可持续消费制度与体制创新.....	27
三、建议 3：建立多利益相关方参与的可持续消费伙伴关系.....	30
致 谢 .....	34

## 前 言

随着中国城镇化进程与经济结构调整的不断深入，预计在可预见的未来，中国还将保持高速经济增长。中国以出口和投资为基础的传统经济发展模式正在转型，经济结构逐渐转向国内消费。这一调整对进一步提高中国资源和能源利用效率是重要机遇。刺激国内消费有助于进一步提高人们的生活质量、建立社会公正和政治稳定的“美丽中国”，促进实现小康社会。

有令人鼓舞的迹象表明，中国正在深化经济和社会发展的改革进程，并迈向可持续城镇化之路。中国共产党第十八次全国代表大会将生态文明的概念加入了中国共产党章程。这项创举已经催化出多项国家政策，以促进绿色、低碳、循环发展，推动对低碳技术与低碳城市的规划。中国城市化的进程也体现在联合国开发计划署（UNDP）的《2013 中国人类发展报告》中：*中国正在修改城市规划政策和实施新的的重要举措，以在经济扩张中将其更多集中在可持续发展领域……资源消耗、能源安全和关键的环境问题越来越多地融会体现在城市规划中*<sup>1</sup>。

然而，可持续城镇化和绿色发展不能仅通过技术层面的解决方案，还需要尽量避免不可持续的消费模式。中国最近日益恶化的城市空气污染和许多大城市中日益增加的城市垃圾，在很大程度上是不可持续消费模式造成的直接结果，即私家车泛滥、建筑领域能源消耗快速增长、家庭没有实行垃圾分类等。鉴于中国新兴城市中产阶级将成为中国未来经济增长的主要驱动引擎，需要将促进可持续消费纳入城镇化进程。这将避免消费者扩大购买社会效益较低的资源密集型产品和服务，而是选择环境影响较低的高品质绿色商品和服务。另一项挑战是关于中国的农村居民，他们需要通过提升消费水平，并从中国持续的经济增长中不断获益。

尽早创造条件建立可持续消费模式并与城镇化结合，将对中国的绿色转型产生重要促进作用：除了能解决当前中国公民的环境和健康问题，可持续消费也将

---

<sup>1</sup> UNDP（中国）. 2013. 2013 中国人类发展报告. 可持续与宜居城市：迈向生态文明. UNDP：北京

是创新和实验的驱动引擎。它将促进教育和卫生服务水平的提升，并创造巨大的经济和贸易利益。中国转向可持续绿色产品将为出口经济带来创新优势，同时也将减轻中国对国外资源进口的依赖度。

本报告介绍并讨论了可持续消费的概念和实践方法、其与绿色发展的关系、可持续城镇化和由此对中国产生的影响。第一章介绍了可持续消费与绿色发展的原则和定义，以及中国面临的消费挑战。第二章论述了中国可持续消费政策现状，现有差距、挑战和机遇。第三章总结了可持续消费领域最具相关性的国际经验，包括政策工具和最佳实践案例。第四章为中国政府提供了一系列具体建议，帮助中国政府能够在国内新兴消费者锁定不可持续消费模式前成功地实施可持续消费策略。



# 第一章 可持续消费与生产的基本理念

## 一、可持续消费定义

可持续消费最初在 1992 年 6 月里约热内卢联合国环境与发展会议(UNCED)上提出,并在之后的 20 余年中不断修订。许多国家(尤其是在欧洲)已经制定了可持续消费行动计划,并确定了宏观经济政策和家庭层面的干预措施。各国政府积极推动可持续消费主要出于以下动机:减少温室气体排放、限制对资源密集型产品和服务的依赖以提升产业竞争力、打破消费主义和福利观念之间的联系以提高生活质量。此外,联合国环境规划署(UNEP)于 2013 年推出了《可持续消费和生产十年行动框架》,各区域国家集团一直在努力谋划适合本地区的可持续消费战略<sup>2</sup>。

这些国家、区域和国际层面的行动是关注可持续消费的实例,也激发了可持续消费的各种不同定义和概念设想。其中特别值得注意的是《联合国保护消费者准则(2003)》中提出的概念:

*可持续消费包括以经济、社会和环境可持续的方式满足今世后代对商品和服务的需求。.....政府应制定和执行可持续消费政策,以及将这些政策同其他公共政策相结合。.....政府应与工商界和民间社会有关组织合作,拟订和执行一套综合政策和促进可持续消费战略,包括法规、经济和社会手段;取消那些助长不可持续消费和生产模式的补贴。*

促进可持续消费与绿色发展的理念紧密相连。早在 2002 年,UNDP 中国<sup>3</sup>就对中国的绿色发展定义提出了宝贵见解。相关报告建议,绿色发展强调经济与环境的统一与和谐发展,是以人为本的可持续发展的积极路径。这使得绿色发展与可持续消费形成了密切联系。

---

<sup>2</sup> 其中较突出的是可持续消费和生产亚太圆桌会议。见 <http://www.aprscp.net>。

<sup>3</sup> UNDP 中国. 2002. 走向绿色发展之路: 2002 中国人类发展报告. 详见: <http://hdr.undp.org/en/reports/national/asiathepacific/china/name,2761,en.html>

## 二、中国面临的消费挑战

将可持续消费与绿色发展联系在一起,为解决中国持续增长的能源和原材料需求提供了有益解决方法;也为减轻全球资源压力提供了途径,这与中国关注的可持续消费优先领域相同。

首先,在住房这一需求领域开展可持续消费,可以减少中国城市建设领域对初级金属、钢材、木材和混凝土需求增长。可持续消费原则应用于建筑领域,以降低能耗,从而进一步降低中国的煤炭和电力消耗量。

第二,将可持续消费模式应用于交通领域,可以有效减少油耗。中国的石油消费量自 1990 年以来已成倍上升,目前每天超过 1000 万桶(预计到 2030 年会再增加 50%)<sup>4</sup>。

第三,中国重视家庭用品和其能源与材料使用效率。在食品领域建立可持续消费模式,不仅有利于粮食安全与食品安全,还有助于降低对自然环境的消耗,包括生态用地、空气、水和土壤。中国在小麦和大米的消费方面已经排名世界前列,对膳食牛肉和猪肉愈加依赖是中国食品消费的另一个趋势。

总体而言,中国的人均自然资源使用率正在迅速增加。尽管还没有达到美国、欧洲和其他工业化国家的人均水平,但其不断向上发展的趋势无疑应该得到我们的关注。这种向上的趋势表现在中国迅速攀高的人均生态足迹。<sup>5</sup>此外,在一些城市中,人口因素维持着较高的消费水平。

当前调整中国经济结构的持续努力更增强了可持续消费的紧迫性。中国的经济转型,就是减少对公共基础设施投资和出口生产的依赖,并相应增加国内消费,迫切需要建立并实施可持续的消费方式。

据预测,到 2030 年中国将成为世界最大消费国,其城市中产阶级超过 5 亿

---

<sup>4</sup> BP. 2013. BP2030 能源展望. 详见: [www.bp.com/statisticalreview](http://www.bp.com/statisticalreview)

<sup>5</sup> 世界自然基金会(WWF)中国. 2012. 中国生态足迹报告 2012. 北京: WWF 中国.

人。<sup>6</sup>虽然这种转变可能会平衡国民经济的组成部分，其所带来的彻底改变将会创造新的，也许甚至是前所未有的资源需求，尤其是家庭能源需求的变化、交通方式的变化、以及食品消费的变化等。在这种预期下，政府已经制定了雄心勃勃的目标以提高效率。然而，这些改进的步伐将不足以抵消总消费量的预期适量增加。

在未来几十年，资源消耗量将继续保持上涨态势。提高效率以降低资源投入价格，可能会刺激更多的消费，使得资源环境问题进一步恶化。但中国正致力于减少其对基础设施建设和对劳动密集型制造业的经济依赖，取而代之以多样化的干预措施来遏制这种转型的潜在不利后果。

中国在社会保障体系建设方面还不完善，缺乏完善的退休养老金、医疗保险和公共教育系统，导致居民储蓄水平偏高。在全国的许多地方，该水平估计超过35%。中国人对于收入的储蓄偏好以及中国公共投资和出口生产的超高利率，导致许多经济学家认为“消费不足”是中国经济发展中不可忽视的重要问题。

当下，中国正通过加强基本养老保险、获得医疗保健和良好的教育、同时鼓励家庭消费其他商品和服务，确立城市中产阶级的生活方式。这有利于促进终端消费，帮助中国利用国内新兴消费者部分取代对海外需求的依赖。由于补偿政策的缺失，私家车、越来越广泛滥用的空调以及更多物质的生活方式等对社会和环境的影响比较深远。为此，中国亟需制定一个可持续消费的政策方案，以在短期内鼓励消费者优先考虑节能产品，减少资源密集型产品消费；在中长期，使消费者有意识的选择可持续消费服务。

---

<sup>6</sup> 例如见 J. Woetzel, X. Li, & W. Cheng. 2012. 中国的下一步是什么？上海：麦肯锡公司

## 第二章 中国可持续消费的政策与趋势

中华民族的文化自古以来以节俭和质朴为美德。这体现在整个国家的储蓄方面，促使中国成为世界上储蓄率最高的国家之一。当前，中国进入发展新阶段，随着庞大的人口和财富的迅速增长，对能源和原材料的消费将达到一个新的高度。随着私人家庭消费模式发生深刻变化，城乡居民（尤其是城市中产阶级）的消费需求也不断升级，这个趋势不仅将影响中国的经济、社会、资源和环境，而且也将对世界的消费和生产带来深远影响。因此，从一开始就建立可持续性的消费战略和框架，将有助于中国经济改革的成功。本研究将介绍可持续性消费政策的现状，可持续性消费政策存在的缺失与差距，以及在中国发展可持续性消费所面临的挑战和机遇。

### 一、相关可持续消费政策

可持续性消费的概念已体现在中国的一些可持续性发展政策中，基本情况如下：

1994 年 4 月中国政府发布《中国 21 世纪议程》，明确提出中国“建立可持续消费模式”。该《议程》是联合国《21 世纪议程》发表后，全球第一个国家级 21 世纪议程，中国与 UNEP 同步推进可持续消费，也是全球最先提出建立可持续消费模式的国家。在 1996 年第四次全国环境保护会议上，时任国家主席的江泽民发表讲话，强调可持续发展必须做好“两个坚持”：一是“坚持节水、节地、节能、节材、节粮以及节约其他各种资源”，二是“坚持以生态环境良性循环为基础”，“两个坚持”成为中国推动可持续消费的思想指南。

2005 年，国务院发表“贯彻落实科学发展观和加强环境保护的决议”，该决议指出，在消费方面，政府应当大力倡导环保消费模式，并实施环境标志，环境认证和政府绿色采购制度。2007 年 6 月，国家发改委制定了“应对气候变化的国家行动计划”。该文件旨在提升全社会关注节能环保，加快建设资源节约型社会并减缓温室气体排放。

2007 年，中国共产党第十七次全国代表大会制定了创建小康社会的发展目标，包括建立一个有生态意识的文化系统并制定新的消费模式。中国“十一五”

规划中指出，政府应当提升节约意识，鼓励生产和使用节能高效汽车和多样节能、节水产品，开发节约能源和省地型建筑物，并建立节约型的消费模式。

2012 年中国共产党十八大报告中强调中国“更多依靠消费需求拉动经济增长”，将消费置于经济增长的三驾马车之列；并提出“形成节约资源和保护环境的生活方式”，“提高居民消费率”、“增加城乡居民收入”、“释放居民消费潜力”。在第 12 个五年计划中，中国政府进一步提出“绿色消费是促进绿色发展的一种方式”。综上所述，“可持续性消费”已经进入中国可持续性发展议程中，但尚未形成一个全面、综合和一致的发展方式。

除了出台宏观指导方针外，国务院的相关执行部门近年来制定了一些促进可持续消费发展方面的政策，如：制定利于新能源发展的财政补贴政策，节能服务行业的投资政策，建立可再生能源的发展基金，对于替代燃料汽车（主要是电力方面）的补贴政策，以及对乘用车税率结构的调整。具体如下表 1：

**表 2-1：有利于可持续消费的相关政策**

政策文件名称	发文部门	时间
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
家电下乡试点工作实施方案	财政部商务部	2007
关于开展私人购买新能源汽车补贴试点的通知	财政部	2010
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
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	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	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
节能产品惠民工程高效节能家用热水器推广实施细则	财政部	2012

这些政策表明，中国政府主要采用财政措施鼓励人们消费更节能的产品。例如，财政部和商务部出台的“家电下乡试点工作实施方案”规定了相关家电的财政补贴为商品价格的 13%，其中 80% 来自于中央政府预算，而其余 20% 来自地方政府预算。具体情况如下表 2：

**表 2-2：2007-2013 年各类家电补贴政策与效果\***

项目	家电下乡	以旧换新	节能惠民
时间	2007.12 开始	2009.06 开始	2012.06 开始
	2013.01 结束	2011.12 结束	2013.05 截止
补贴品种	电视机、电冰箱、洗衣机、空调机、手机、电脑等	彩电、电冰箱、洗衣机、空调机等	平板电视、电冰箱、洗衣机、空调机等
补贴额度	13%（有上限）	10%（有上限）	单台 70-600 元
实施效果	累积销售家电下乡产品	共计销售家电产品	拉动家电销售
	2.98 亿台，计 7204 亿元	9248 万台，3420 亿元	2500 亿元节能家电

另一个重要立法是 2003 年颁布的《政府采购法》，确立了政府绿色采购的法律制度。至 2012 年，中国已分别发布 12 期节能产品政府采购清单和 12 期环境

标志产品政府采购清单，一些中央和地方政府已经逐步开展绿色采购措施，并不断扩展绿色采购规模。该政策对公共机关的消费行为有一定的影响，但在各部门和各单位还未形成持续的绿色采购行为。

据政府统计，“十一五”时期中央和地方政府采购节能环保产品的金额达 2726 亿元，占政府采购产品金额的 65% 左右。许多地方政府定期对企业开展政策宣传及业务培训，建立绿色供应商名单库，对企业参与政府绿色采购活动进行评估，引导和鼓励企业生产和销售更多的绿色产品，促进企业绿色产品供应不断走向规范化。

**专栏 1：天津市政府的绿色采购和绿色供应链**

天津市政府采购中心严格依据相关规定，对《节能产品政府采购清单》和《环境标志产品政府采购清单》内产品实施强制采购或优先采购，此外，政府积极与利益相关者（例如中国企业和当地的采购中心）合作制定并实施一套成熟且完备可行的绿色公共采购标准和系统。此外，“天津国际绿色产品交易中心”也正在筹建中。

**二、中国可持续消费政策的缺失和差距**

尽管中国已提出建立可持续消费模式近 20 年，然而，作为一个可持续发展的战略，可持续消费战略仍未纳入国家发展计划和重要法律中，也未能系统地列入国家政策框架内。尽管“可持续消费”已经成为行业改革和创新政策的重要组成部分，但和控制污染与节能技术措施相比，可持续消费措施所发挥的作用还比较有限。因此，“可持续消费”在现阶段尚不能有效地鼓励企业提供绿色产品，也不能作为一项重要措施来规范公众的消费行为。

此外，目前与可持续消费相关的政策并没有充分考虑中国区域经济发展的差异，最明显的就是发展不平衡：西部消费水平较低，而东部消费水平较高。与消费有关的政策不能平衡兼顾农村贫困居民的需求或调节富裕的城市居民的消费影响力。

至今仍不能有效地促进可持续消费的一个原因是，重要的法律中没有体现不同消费水平的需求，如：当前的环保法没有提及可持续消费的概念以及可持续消

费政策如何能有效地减少工业污染和保护自然资源。此外，《消费者权益法》也不包括促进消费者使用绿色产品的权利以及关于如何指导消费者进行消费的方针政策。

可持续消费政策也缺乏有效的落实体制，例如，自 2003 年以来，《政府采购法》未能有效地落实可持续性公共采购措施。产品选择标准和采购方法的发展也比较落后。此外，绿色公共采购只限于自愿参与的地方政府，虽然经过过去十年的发展，中国制定了强制性的产品标准。然而，这些标准却缺乏有效的实施。尽管食品立法和食品安全标准已经实施多年，食品安全问题却成为中国“热点”。中国尚未建立完备的系统以确保透明且可信任的产品信息和认证。

为了确保中国能实现可持续消费，需要合理的体制和结构，以及国家政府对可持续消费的各种利益相关者的责任分配，包括：当地政府机构、企业、行业、非政府机构、研究机构和公众。中国监管和政策体系中仍缺乏公众（包括年轻消费者）可持续消费意识和开展公共教育的内容。消费者协会则缺乏可持续消费社会引导能力。

### 三、中国可持续消费面临的挑战

目前，中国的人均消费水平在几个经济大国中是最低的。中国的消费支出只占国内生产总值（GDP）的 36%，相当于美国消费水平的一半，日本和欧盟消费水平的三分之二。从国内情况看，近 10 年居民消费率频频触底。在 2000-2011 年期间，城乡居民消费率从 46.4% 下滑至 34.4%，降幅 11.6 个百分点。具体见表 3。消费率下降不仅由于绝对消费量的减少，而是由于投资增长率过高，远远超出国内的消费水平。因此，作为可持续的经济增长战略，发展可持续消费需要应对挑战，遏制不可持续的投资项目。



表 2-3: 2000-2011 年中国城乡居民消费率变化 (%) <sup>7</sup>

消费支出占国内生产总值 (GDP) 的比重

年份	城乡居民消费率	城镇居民消费率	农村居民消费率
2000	46.4	31.3	15.3
2001	45.2	30.7	14.5
2003	41.7	29.7	12.0
2005	37.7	27.6	10.2
2007	35.6	26.5	9.1
2009	33.9	27.7	8.5
2011	34.4	27.0	8.0

与此同时，城乡居民消费能力逐步增强，据统计，2006-2011 年城镇居民人均可支配收入从 11760 元增加到 21810 元，增长 115%；农村居民人均纯收入从 3587 元增加到 6977 元，增长 105%。<sup>8</sup>尽管有这些明显的改善，城乡消费水平的差距依然很大。因此，政策方面的挑战是，一方面需要根据可持续消费的原则，继续提高农村人口的消费水平和生活水平，另一方面需要通过转变城镇消费者的消费模式，降低他们的生态足迹指数。

发展可持续消费需要调动多方利益相关者的积极性，因为这需要政府、企业、学术界、民间社团、社区、家庭和个人消费者的共同参与。动员不同的利益相关

<sup>7</sup> 数据来源: 2012 年《中国统计年鉴》

<sup>8</sup> 数据来源: 2012 年《中国统计年鉴》

方是一大挑战。在中国，虽然社区和消费者在促进可持续消费的过程中所发挥的作用很小，但他们的参与对于国家迈向可持续消费之路是必不可少的。如今，消费者越来越关注环境、社会和经济问题，并越来越愿意为此采取行动。然而，由于实用性、支付能力、方便性、产品性能和消费习惯方面的障碍，中国消费者部分固有的消费习惯仍存在不可持续性。<sup>9</sup>

此外，企业需要定义可持续的产品和生活方式，并制定可行的方案。虽然目前尚未建立可持续消费平台，一些领先行业（例如：食品和建筑业）有能力发展可持续消费，提供安全的生态型食品和节能建筑。但企业需要实施更加严格的产品标准和法规，以消除那些不可持续和不安全的产品。同时，企业也需要遵循有效的市场机制和自愿原则，为消费者提供绿色环保的商品和服务。

## 四、中国可持续消费发展的机遇

推动中国可持续消费发展面临以下机遇：

1. 通过缩小城乡生活方式差距，缩减社会贫富差距，进而促进社会平等，并推动中国实现和谐社会；为中国新兴城镇消费者和农村居民提供绿色安全产品（见专栏 2），提升社会满意度。
2. 可持续的公共采购实践将成为消费实践升级的重要推动力，并将大幅提升绿色产品的市场份额。中国政府机构可持续公共采购基础已经建立，且已有最佳实践范例，目前需要进一步扩展可持续产品采购规模。
3. 可持续消费应与中国城镇化发展接轨，建设低碳城市化将使中国城市居民开始践行可持续消费。通过政策干预，将可持续消费与低碳城市化进一步融合，将有效解决交通基础设施与住宅能耗问题。可持续消费还将促进城市创新性低碳设计、新型通讯工具及人员流动。可持续消费可以有效减少城市垃圾，推动可持续食品消费（在中国多座城市，50%~70%的城市垃圾流均源自食品废物），收集厨余垃圾以进行堆肥，将有效减少

---

<sup>9</sup> 世界可持续发展工商理事会. 2008. 可持续消费事实与趋势：商界视角. 日内瓦. 世界可持续发展工商理事会.

垃圾填埋场及焚化炉的新增需求。<sup>10</sup>

4. 在原料使用与能源效率上开发绿色标准,研发可靠的绿色产品鉴定系统,确保产品质量,提升中国产品在国际市场竞争力,并改善中国消费者的生活水平。这些措施也将会增强政府公信力,并将有效促进公众参与。
5. 开拓绿色产品市场将带来新的经济增长机遇,并将在 GDP 中增加绿色消费占比。此外,可持续消费将创新经济模式,这种模式将会提高资源利用率,并可提供优化选择引领市场消费行为,增加绿色就业机会。可持续消费模式将有利于产业升级,不仅有利于中国国内经济转型,更有利于中国“走出去”战略的实施。
6. 可持续消费有助于提升中国国际形象。发展可持续消费将有助于促使中国成为全球和区域贸易及投资问题上拥有主动权,为绿色发展、生态文明及世界可持续发展贡献潜在力量。

#### 专栏 2: 四川农村以社区为基础的有机农业和生态旅游

安龙村是一个农业社区,位于成都以西约 30 公里处。自 2005 年以来,农民就已经成功开始了向“生态食品生产”的过渡。其实践与有机农业基本相同,但目前来说,有机农业对安龙的小户农民来说成本还是过高。他们引进了一种机制,对包括人体排泄物在内的资源尽可能多地循环利用,建立起了 160 个堆肥厕所以及 160 个家用生物沼气池。此外,普通花园区建立起来,成都市民可以带着家人到花园,在当地农民的帮助下种植和养护自家的有机蔬菜,满足了成都市民对有机食品及亲近自然娱乐形式的需求,同时茶馆、小餐馆和家庭旅馆也建了起来。本地食品加工业对当地生产的“生态食品”表现出了浓厚的兴趣。

---

<sup>10</sup> Tai, J., W. Zhang, Y. Che, and D. Feng. 2011 年. 比较分析: 中国城市固态垃圾的分类收集. 垃圾管理 31 (8) : 1673

### 第三章 可持续消费的国际经验及启示

本章论述了可持续消费国际经验及最佳实践,对不同消费模式及其环境影响进行了概述与对比。在进行了技术方面的介绍后,本章总结了多项可持续消费的国际进展情况与实用政策工具,而后概况了包括欧洲、日本、北美及拉丁美洲在内的几大区域内的实践经验,并对与中国相关性最高的重要措施进行了综述。

#### 一、全球消费模式

消费产生的相关经济、环境与社会影响会继续增强。本报告中,我们选择了人均生态足迹、人均生态承载力<sup>11</sup>及人均二氧化碳(CO<sub>2</sub>)排放量三项指标消费模式的影响。2008年,全球人均生态足迹<sup>12</sup>为2.70全球公顷(gha),然而全球人均生态承载力已经降至1.70全球公顷(gha)。各国的人均生态足迹相差很大,例如,美国人均生态足迹为7.19gha,德国为4.57gha,日本为4.17gha,巴西为2.93gha,中国为2.13gha。生态足迹在承载能力范围内的国家,如尼泊尔(0.76)或肯尼亚(0.95)还在努力满足其国民的基本需求。同样,世界人均CO<sub>2</sub>排放量在2010年保持在4.44吨,但却分布不均:美国人均排放量为17.3吨,加拿大为15.7吨,德国为9.3吨,日本为9吨,中国为5.4吨,巴西为2吨,尼泊尔为0.1吨,肯尼亚为0.2吨。中国的人均CO<sub>2</sub>排放量与美国及加拿大相比虽然较低,但已与欧洲国家如瑞典(5吨)或荷兰(5.6吨)达到同等水平。

基于这些指标,可将消费模式分为四种类型:极高消费模式、高消费模式、中等消费模式(仍高于地球的承载能力)及低消费模式。美国、德国及日本等国家的高消费模式,生态足迹高,不具有可持续性,必须显著减少消费已达到可持

---

<sup>11</sup> 见世界自然基金会. 2012年. 生态足迹报告—生物多样性、生物容量及更佳选择. 世界自然基金会, 瑞士

<sup>12</sup> 生态足迹是衡量人类对地球生态系统需求的一项指标,是对自然资本需求的标准衡量,可与地球生态再生能力进行对比。它表示陆地与海洋的提供一名人类消费的资源并同化响应废物所需的生物产量。更多生态足迹相关信息请参考:关于中国环境与发展国际合作委员会可持续消费及绿色发展特别小组的长篇技术报告。

续的水平。中国的指标数值较低,说明很大一部分人口还处在“消费不足”的水平。对于中国和巴西这样的新兴经济体,还需要注意一个重要问题,即城市消费者的消费水平已经与工业化国家持平。举例来说,北京和上海的人均生态足迹在 2008 年已接近 4 公顷,这意味着北京和上海居民的消费模式已经达到了德国与日本居民的相似水平。与此相反,在甘肃、贵州、云南等西部省份居民的生态足迹仅介于 1 和 1.5 公顷之间,东西部差距较大。

**表 3-1 案例国家消费模式及指标数值比较**

	极高消费 美国和加拿大	高消费 德国和日本	中等消费至低消费 中国和巴西	极低消费
全球人均生态足迹 (2008)	2.70 (2008.gha)			
各类消费模式人均生态足迹 (2008)	美国 7.19 加拿大 6.43	德国 4.57 日本 4.17	中国 2.13 巴西 2.93	尼泊尔 0.76 肯尼亚 0.95
全球人均生态承载力 (2008)	1.78 (2008.gha)			
人均生态承载 (2008)	美国 3.86 加拿大 14.92	德国 1.95 日本 0.59	中国 0.87 巴西 9.63	尼泊尔 0.53 肯尼亚 0.53
全球人均燃料燃烧二氧化碳排放 (2010)	4.44 (人均/吨二氧化碳)			
人均燃料燃烧二氧化碳排放 (2010)	美国 17.31 加拿大 15.73	德国 9.32 日本 8.97	中国 5.40 巴西 1.99	尼泊尔 0.12 肯尼亚 0.27

根据世界自然基金会 2012 年生态足迹报告及国际能源署 2012 版矿物燃料燃烧二氧化碳排放数据制表。

高生态足迹、高收入和高消费模式之间的关系是显而易见的。在工业化国家,人均国民总收入高,消费者具有强大的消费能力。2011 年,人均国民总收入的全球平均水平为 9491 美元,而美国、德国和日本的国民总收入分别达到了 48450 美元、43980 和 45180 美元。相比之下,2011 年中等收入国家的平均国民总收入为 3631 美元,低收入国家仅有 567 美元<sup>13</sup>。此外,相对完善的社会福利制度和信贷可用性让富裕国家的消费者感觉到社会安定、财产安全,反而鼓励了消费者支出,有时甚至让消费达到了不可持续的水平。

<sup>13</sup> 世界银行的 WDI 数据库中的数据和来自国际统计年鉴 2013 中的数据

从消费或需求方的角度来看这些问题，有**三大消费领域**产生的影响最大，即**住房、交通和食品领域**。例如，在欧盟 27 国中，个人消费是公共消费的 2—3 倍，其中食品、交通和住房成为个人消费对环境产生影响最大的三个领域，共产生了 74% 的温室气体排放量，74% 的酸性物质排放量，72% 的消耗臭氧层物质，以及 70% 直接和间接的原材料投入。<sup>14</sup>

## 二、可持续消费政策框架与工具

近二十年来，人们对可持续消费的理解不断加深，可持续消费引起了越来越多决策者的关注。在全球、区域、国家和地方各个层面已经进行了大量研究，并形成了各种政策举措。在全球层面，1992 年在巴西里约热内卢举行的联合国环境与发展大会（地球峰会）和 2002 年在约翰内斯堡举行的世界可持续发展峰会为在地区和国家层面推动可持续消费与生产奠定了国际基础。在 2002 年世界可持续发展首脑会议上，人们呼吁制定一项有关可持续消费和生产的十年期计划框架，从而促成了马拉喀什进程这一多边对话与合作平台的建立。马拉喀什进程已在 2012 年召开的里约+20 峰会上正式通过。为落实这些宏观层面的政治协定，决策者有多种能够促进可持续消费的政策和工具可以选择。报告根据各类政策工具所采用的方法对其进行了分类，并在专栏 3 中进行了简要描述。

### 专栏 3：可持续消费常用政策工具

**战略及行动方案**为公共团体或政府机关制定行动，以落实由国家或地方政府制定的各种目标。例如，全球范围内，很多国家政府已经制定了地方层面的城市垃圾管理战略和可持续消费与生产行动计划。

**监管手段**是各国政府长期使用的工具，在全球范围内都是有效制定环境政策的基础。在促进可持续消费发展方面，可以通过监管措施授权或禁止某些特定的消费行为、对某些产品的使用。与可持续消费相关的监管措施则可以分为以下三个大类：环境质量标准、技术/排放标准、限制和禁令。

**经济工具**促进了环境决策效率和效果的提高。目前市场对产品或服务的定价并不能恰当反映其环境和社会影响，反而促进了自然资源消耗。

---

<sup>14</sup> 欧洲环境局（2012）消费与环境 - 2012 年更新。哥本哈根：欧洲环境局。参见：<http://www.eea.europa.eu/publications/consumption-and-the-environment-2012>

**信息化政策工具**在近年来变得更为普及，这在一定程度上是因为信息技术革命减少了信息收集、分析和传播的成本。信息提供与意识提升工具旨在向消费者提供有关产品或服务的信息(如产品质量、认证情况、使用说明等)，希望通过让消费者获知或提高对某种产品特性的认识影响消费行为。目前，能促进可持续消费的最重要的信息化措施是经第三方认证程序通过获得的产品标识。

**自愿协议**指政府机构与一个或多个私营机构就实现环境目标或改善环境绩效而签订的协议，这些协议已经超出了监管义务的范畴。自愿协议可以包括奖励和（或）处罚或制裁。因为有协商这一因素存在，此类政策措施与典型的自上而下式监管方式有所不同。

### 三、可持续消费以及可持续消费和生产政策措施的国际经验

**欧盟：**欧盟层面的很多政策战略都把可持续消费和生产（SCP）作为优先关注领域，例如里斯本战略<sup>15</sup>、第六个环境行动计划（2002—2012）等。可持续消费和生产既是共同体里斯本计划（2008—2010）十大关键目标之一，又是欧盟可持续发展战略需要解决的七大挑战之一。2008年，欧盟制定并颁布了“可持续消费、生产和产业行动计划”<sup>16</sup>，重点关注改善产品的环境绩效以及增加对可持续产品的需求。该行动计划主要包括8个关键方面：（1）对更多产品提出生态化设计要求；（2）强化能源和环境标签体系；（3）对高能效产品进行奖励并实施政府采购；（4）实施绿色公共采购；（5）产品数据和方法的一致性；（6）与零售商和消费者合作；（7）支持产业部门提高能源效率、生态创新和环境潜力；（8）在国际范围内促进可持续消费和生产。

欧盟在促进更可持续消费模式方面已经有所进步。例如，有机产品市场在欧洲迅速增长，已经占到全球有机产品市场在2007年的总收入的50%以上，但仍

---

<sup>15</sup> 促进增长和就业的里斯本战略，由欧洲理事会于2000年发起，是欧盟共同应对全球化、人口结构变化和知识社会的表现。它旨在促进欧洲的活力和竞争力，为所有公民建立一个繁荣、公平和环境可持续发展的未来。更多信息在：[http://ec.europa.eu/education/focus/focus479\\_en.htm](http://ec.europa.eu/education/focus/focus479_en.htm)

<sup>16</sup> 欧洲委员会（2008）可持续生产和消费和可持续工业政策行动计划  
[http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/com\\_2008\\_397.pdf](http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/com_2008_397.pdf)

然没有达到欧洲食品消费总支出的 2%。在欧洲，家庭能源和水的消耗正在减少，由于引进了有效的回收系统，家庭垃圾产生量已经成功降低。对人类健康和环境有害的产品逐渐被淘汰。在整个欧洲逐步淘汰白炽灯泡就是一个成功案例。不同成员国使用的策略由相似类型的工具或活动构成，包括生态标签、绿色公共采购（GPP）、为消费者提供有关环境、污染与垃圾的信息和教育。在欧洲，自愿性信息工具已被广泛使用，包括产品的生态标志（ISO I 级）、环境产品声明（EPD，ISO III 类）、有机食品标签、提供给消费者的建议和教育材料。值得注意的是，欧盟生态标签（用来鼓励卓越的环境绩效）是整个欧洲都认可的自愿性标签。该标准由科学家、非政府组织和利益相关者协商制定，旨在建立可信、可靠的方式做出对环境负责的选择。尽管属于自愿性协议，由于欧盟生态标签的竞争力和对环境的承诺，欧洲数以百计的公司都已加入。

#### 专栏 4：德国可持续消费措施

尽管没有总体政策框架，德国采取了各种有效措施以促进可持续消费：

1994 年，世界上第一部循环经济和废物处置法在德国发布，回收利用的概念和做法已融入生产者和消费者的思维，引导各行业的生产过程和家庭消费行为。

“蓝色天使”生态标签是世界上第一个、也是历史最悠久的产品和服务环境标签，1978 年根据德国联邦内务部长的倡议建立，经联邦政府环境部长和各联邦州批准实施。现在，大约 125 个产品类别的 11,700 种产品都带有“蓝色天使”生态标签。

德国各地都设有本地消费信息和咨询中心。这些中心接受公众捐款，以确保其不受商业利益影响。这些中心减少了消费者和企业之间的信息不对称，提高了消费者对绿色产品和消费政策的信任度。

此外，早在 1964 年，独立的产品对比测试系统（Stiftung Warentest）已经建立。该组织提供和发布独立的产品比较测试结果，对消费者的知识增加产生了重大的影响，影响了产品选择并改善了许多产品的产品性能。

为了促进高效节能房屋的使用，德国复兴信贷银行为高效节能公寓和住宅的购买者和既有建筑改造者提供低息贷款（年利率 1.41%）。有了资金支持，2010 至 2012 这三年期间，德国建成了超过 150 万套高效节能住宅，其承诺购买量超过 250 亿欧元。

**日本：**日本可持续消费具有下列特色：1. 实施严格的绿色采购制度。日本《绿色采购法》指定了采购项目以及每一项目的环境选择标准。2. 2000 年颁布的《循环型社会形成推进基本计划》旨在降低自然资源的消耗，将环境负担减到最小。3. 日本于 2008 年宣布了其建设低碳社会的愿景，并就此实施了 12 项重



大措施。

**专栏 5：日本建设低碳社会实施 12 项重大行动**

1. 构建绿色舒适的环境建筑
2. 随时随地使用节能装置
3. 促进当地季节性食品供应
4. 使用可持续节能型建筑材料
5. 增加环境友好型企业数量
6. 提供快捷供应的网络系统
7. 建设低碳城市
8. 开发利用高效率低碳产品
9. 开发和提供可再生能源
10. 开发新一代新型低碳燃料
11. 实施低碳标签进行商品和服务选择
12. 加强低碳社会建设的组织与领导

**北美：**美国联邦政府和州政府很少发布可持续消费政策对消费行为加以约束。作为马拉喀什进程的一部分，美国和加拿大共同构成了北美区域。自 2002 年以来，两国为支持该进程实施已经召开了 2 次会议。但是在美国，可持续消费取得的成效甚微，鲜有地区层面和国家层面的项目用该等条款约束自身。美国决策者仍然只从效率标准、信息传播和公共教育角度来解决现有资源使用造成的不利影响。目前，美国已采取一些与可持续消费相关的政策和措施，如刺激经济合理增长，实施多种土地使用计划以促进城市和郊区的全面发展，在某种程度上鼓励人们选择非机动车出行，实施社区农业种植计划等。

美国可持续消费的核心领域包括粮食种植和分配的替代系统，从农贸市场到社区支持农业（CSA）计划，再到自家花园和实物交换网络，相关活动有助于形成小型网络，开展创新型安排，可以超越传统型农产品供应链。现在，某些地区开始采用相似的安排，以支持服装、儿童玩具、工具及其它家庭用品的再利用和共享。这些相关行动被称为“协同消费”。美国 2008 年颁布了促进可持续消费和绿色建筑的资产评估清洁能源（PACE）融资计划，鼓励在建筑物屋顶安装太阳能光伏系统。城市政府以及其他相关政府机构向投资者发行收益更高的债券，鼓励投资者解决购买和安装屋顶光伏系统成本过高的问题。

**拉丁美洲：**拉丁美洲（LA）地区已经与国际社会一同承诺要努力建立更多可持续生产和消费模式。2003 年，该地区最先举办了关于“可持续消费和生产的马拉喀什进程”的区域协商会议。会议还制定了区域可持续消费和生产战略，确定了优先事项、具体行动和试点项目。战略强调加强政府机构能力的重要性，以及在生产和财政部门实施可持续消费和生产相关政策和行动的重要性。2003 年成立了政府可持续消费和生产专家区域委员会，以支持可持续消费和生产区域战略的实施。

巴西根据其它国家的政策和多方利益相关者的参与过程，制定了《可持续消费和生产国家行动计划（2010-2013）》。该国家行动计划建立了与其它战略计划的联系，如应对气候变化国家方案和应对固体废物国家方案。计划于 2011-2013 间实施，确定了六大优先项目：可持续消费教育；可持续建筑；可持续零售；绿色政府调配；在公共管理方面实施环境议程；增加固体废物重复利用。

#### 四、国际可持续消费与绿色发展经验对中国的启示

尽管在国际上，建立可持续消费模式方面的挑战尚未解决，但已经有了许多成功的经验。虽然这些经验不能照本宣科地搬到中国，下列经验仍能为中国走向可持续消费和绿色发展提供启示。

**可持续消费和生产行动计划从宏观上为可持续消费设定了框架。**欧盟可持续消费和生产行动计划、巴西可持续消费和生产行动计划显示，制定这样的计划能成功将可持续消费和生产纳入政策制定者的议程。为落实并达到相关目标制定路线图、设定具体目标、制定具体政策。此类行动计划可以帮助并指导用于地方和部门之间使用的具体政策工具的设计。

**建立健全可持续消费的法制保障。**制定并完善可持续消费法律法规和政策机制，可以确保影响私人消费行为和政府消费行为使其向可持续消费转变，并促进企业提供可持续消费品和消费服务。

**发布产品标签和独立的产品信息。**最重要的工具是消费者信赖、可靠透明的产品信息系统。在许多国家，这种系统已经在改进绿色产品品质和增加市场上的绿色产品数量方面发挥了积极作用。例如，丹麦有机食品标签已经形成了牢固的基础，受到了 93% 消费者的认可。严格的产品标准已使得丹麦乳制品成为重要的出口项目。德国的“蓝色天使”生态标签是出现最早、历史最长的环境标签，深受消费者的信任。

**制定可持续消费指标。**研究表明，需要制定指标测量实现所设定目标的进展情况。这些指标不是单纯地衡量 GDP 数值，而是将幸福感和社会进步也包括在内。对替代指标系统的实验始于美国社区，欧洲环境署已经制定出一套复杂的可持续消费和生产指标。

**开展可持续消费试点项目。**许多地方社区行动通过各类方法促进可持续消费。例如社区园圃、无车街道或可持续住宅。成功的案例包括英国的“一个地球社区”，以及德国弗莱堡市沃邦区的可持续交通和节能住房。

**促进私营部门通过自愿协议参与。**研究表明，这种方式能成功促进可持续消费，增加市场上的绿色产品质量和可获得性。例如欧洲零售论坛使零售商能够帮助顾客进行可持续选择，并影响供应商通过减少其产品使用期内产生的环境影响来提高产品质量。欧盟食物圆桌会议在许多欧洲国家成功地促进了健康生态食物消费习惯的养成。

**提高可持续消费和生活方式意识。**工业化国家消费者对可持续消费和可用的产品和服务需求意识相对较高。然而，在许多情况下这种意识尚未转为实际行动，因此需要强化行动意识。

**政府引领与社会推动发挥协同作用。**工业化国家经验表明，企业 and 非政府组织倡议对政府消费政策起到补充、完善和促进作用，在保证公共政策的实施方面显示出有效作用。但这些倡议终究是补充性的，推进可持续消费依然需有政府政策的引领和推动。欧盟、北美以及拉丁美洲的经验表明，倡导可持续消费和绿色发展，需要与众多利益相关方建立同盟关系，需要开放渠道以便多方利益相关方进行参与。公民社会组织（CSO）的角色已逐渐转变——以前是扮演监管者的角色，即在其它“角色”采取不可持续行为时进行监管，而现在，其已成为管理社会挑战的重要合作者。在这一方面，民间团体组织的作用是保证其它利益相关方遵循责任性、透明度、参与性、机会和平等这些原则。

**加强城市垃圾管理。**在市政府约束消费者进行垃圾分类方面，有许多成功的国际经验，例如德国的“绿色输出”垃圾分类和重复利用系统。而在巴西隆德里纳市，垃圾分类和管理系统 100% 覆盖了城市住户，超过 80% 的住户遵循垃圾分类规定。

**经济激励措施，例如拥堵费或生态税，都是可行的措施。**瑞典和英国在可持续交通领域采取的经济措施有效改变了公民的驾驶习惯。斯德哥尔摩和伦敦采取了交通拥挤收费系统，以有效减少交通高峰的交通阻塞和高度空气污染（包括 PM2.5 浓度）。尽管这些措施开始时遭到了种种质疑，但现在已被市民广泛接受。

## 第四章 中国可持续消费与绿色发展战略建议

在第一章至第三章研究发现基础上，课题组提出了三项主要政策建议，以推动和促进中国的可持续消费。图 1 对政策建议及其相互关系进行了总结，本章其余篇幅对相关建议进行了详细解释。

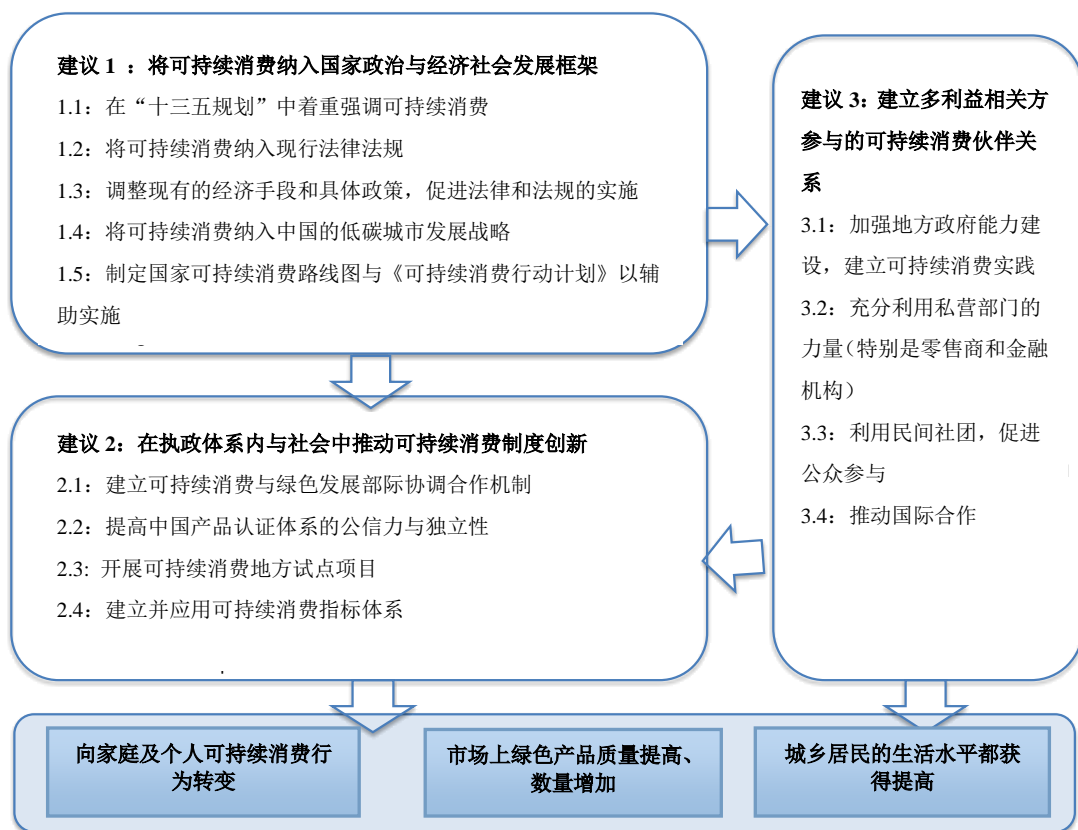


图 4-1：在中国推进可持续消费和绿色发展的政策建议和预期结果

### 一、建议 1：将可持续消费纳入国家政治与经济社会发展框架

考虑到生态文明这一重要概念，建立可持续消费模式对中国建设生态文明至关重要。促进和实现战略政治层面的可持续消费将有助于改善公共部门和私营部门以及公民在日常消费选择中的资源利用效率，减少能源消耗。可持续消费也是确保贫富收入差距与消费水平差距不再进一步扩大进而危及社会稳定的重要途径。

第一组建议包括将可持续消费纳入到下一个五年计划，同时纳入到目前正

在修订的相关法律法规中，以强调消费者权益保护、食品安全、环境保护和可持续消费之间的关系。加大力度推动可持续公共采购，将其作为在全社会推广可持续消费的工具。利用包括定价机制、税收和补贴方案在内的各种政策有效实施这些法律。可持续消费也应作为促进可持续城镇化和完成中国低碳城市试点建设的战略路径。此外，还应设计可持续消费路线图和行动计划，为今后十年推动可持续消费进程提供指导。

### （一）建议 1.1：在“十三五规划”中着重强调可持续消费

针对“十三五规划”，建议突出可持续消费与到 2020 年全面建成小康社会这一目标之间的联系。“十二五规划”业已提出绿色消费概念，而“十三五”规划应更加重视可持续消费。应重点强调将可持续消费作为国家战略，包括在住房、交通和食品三个关键需求领域推动重点行业可持续消费，针对不同地区制定差别化可持续消费战略。“十三五规划”应将可持续消费作为重要桥梁，将“到 2020 年碳强度减排 40%-45%”的目标与经济转型过程、促进国内消费的新经济支柱联系起来。

### （二）建议 1.2：将可持续消费纳入现行法律法规

课题组建议对有助于在全国和地方推动可持续消费转型的法律法规进行更新。由于修订生效往往需要几年时间，以约束浪费型消费模式和过度消费支出为主要目标的可持续消费修订内容应尽快纳入立法进程。目前，对可持续消费主流化提供的法律保障非常有限。此外，新修订的《环境保护法》（或与该修订版法律有关的规定）、《消费者权益保护法》和《政府采购法》中均应纳入可持续消费概念。

新版《环境保护法》应有具体条款遏制工业、家庭和公共部门不具有环境可持续性的消费行为。此外，还应有具体条款鼓励具有环境可持续性的消费行为和生活方式，将其作为环境保护的重要组成部分。特别值得注意的是，可持续消费可有效解决城市生活垃圾的问题，减少废物产生量，鼓励公民进行垃圾分类，进一步强调资源再利用和再循环。

修订《政府采购法》，纳入更多可持续消费行为，加大力度促进政府绿色采购。包括在国家 and 地方层面上限制政府机构的过度消费行为。近年来，虽然已通过一些重要的补充规定，但可持续采购的执行力度还不够。政府采购的法律体系仍需完善；需要对环境目标进行明确定义。因此，课题组建议在《政府采购法》中为地方政府购买绿色产品和服务设置强制性配额，需颁布额外法规，提供支持、实施简化措施。课题组认为，有必要对现有的节能产品采购清单和环境标志清单

进行修订，这就需提高清单的绿色采购标准，增加新的可持续产品种类，删除旧的低性能产品；应减少政府部门出差次数，并尽可能以虚拟会议代替出差；应尽可能选择可持续交通工具；此外，政府采购标准中应纳入针对公务旅行和会议接待酒店的绿色标准；需对招标系统进行修改，将新能源、低排放汽车纳入政府采购清单。最后，还需实施额外措施，例如帮助地方采购人员提高能力，学习生命周期成本计算方法。绿色供应链应成为法定采购标准的一部分，例如天津正以试点形式推行这一措施。

**《消费者权益保护法》应对可持续消费做出具体规定，并将其作为保证产品安全和保护消费者权益的重要途径。**所有对可持续消费模式有促进作用的手段也加强了对消费者权益的保护。可持续消费变化应以减少负面社会和环境影、强化消费者权利为目标。修订后的《消费者权益保护法》应确保消费者具有选择优质绿色环保产品和可持续生活方式的权利。此外，可持续消费相关修订内容应强调消费者的责任，重点改变住房、交通出行和食品这三个消费领域内不可持续的消费习惯。

从中期来看，建议出台专门的《可持续消费促进法》，该法应包括特定消费领域和消费水平的目标，例如资源、粮食、能源和水的人均消费水平目标值。这些目标应与其它法规和计划（例如，中国的温室气体减排计划）设定的目标密切相关。《可持续消费促进法》的两个主要目标为：遏制城市地区不可持续的过度消费，通过增加收入、获取负担得起的绿色产品等方式减少农村地区贫困。此外，《可持续消费促进法》应针对特定行业，如农业以及如铁、钢、水泥等产业，促进绿色供应链发展；关注城市的资源消费水平，以影响家庭消费水平。《可持续消费促进法》还应针对负面环境影响大的特定产品类别，例如大排量汽车、超大家电等。这项拟议促进法的前期准备工作可以在“十三五”期间启动，并与利益相关方和其他各方进行设计磋商，保证该法的广泛认可性和可操作性。

### **（三）建议 1.3：调整现有的经济手段和具体政策，促进法律和法规的实施**

促进上述法律有效和高效实施的政策框架应得到一揽子政策的支持。在这一揽子政策中，各类政策工具（强制性、经济性和信息性）相结合，协同增效。有大量具体的可持续消费方法支持相关法律法规的实施。**课题组建议以有利于可持续消费的方式更全面地利用和改善现有定价制度、税收制度和财政激励机制。**此外，提高建筑物能源利用效率、鼓励家庭节能、支持绿色产品使用等各类机制尤为重要。

使用最高标准的高效节能家电并逐步淘汰目前使用的低效率家电应是当务之急。从以往“家电下乡政策”和“以旧换新政策”的推行经历可以得出正反两方面

的经验教训。但是，需对补贴方案进行设计，使这些补贴只用于购买最高效的家电，且还能保证经济条件较差的家庭在购买家电时获得帮助。建议补贴只用于前百分之十最佳性能的产品。这项补贴方案要针对因经济原因无法负担高效家电的低收入和中等收入家庭。补贴应优先考虑低收入家庭和家电的首次购买者（如年轻夫妻家庭），以便从一开始就引入可持续消费这个概念。

以空调为例，大多数小企业（如小餐馆、商店等）和小服务商的办公室目前安装的都是效率极低的空调器。应颁布具体补贴政策，鼓励小企业更换空调。这不仅将鼓励高效节能家电的采用，还将鼓励制造商提高其产品标准。此外，回收方案要防止所谓的反弹效应——即购买的新电器型号更大、效率更高，但整体能源消耗却增加了。应从补贴清单中排除超大型电器和奢侈消费电子产品如大屏幕电视等。

此外，定价政策对于推广可持续消费也非常重要。**特别建议完善 2012 年推出的家庭用电阶梯定价政策。**总体来看，阶梯定价目前针对高耗电用户的电价只比普通消费者的电价高出约 0.3 元/每千瓦时，并不足以抑制浪费性消费行为。此外，为了不适得其反，定价政策需要考虑对低收入家庭的补贴。

消费税在减少总体资源消耗方面，特别是在向低能耗或少污染产品转变方面发挥了至关重要的作用。**课题组建议扩大消费税范围，改善税款的征收方法。对目前未被消费税覆盖的资源密集型或排放密集型消费品征税，并在这些产品的定价因素中加入其环境影响和社会影响。**生命周期评估应成为确定这类产品的基础。

消费税范围增加应该可在“十二五”期间得到实施。除了对高影响产品，如高油耗汽车、超大型家电、热带木材制造而成的家具和木制品或在过度捕捞海洋区域出产的海鲜等征收的消费税，建议将家庭税收减免与可持续消费挂钩。例如，要鼓励回收利用，可向回收利用率高或只制造少量生活垃圾的家庭提供减税优惠。

为鼓励节能绿色住宅建筑的建设和使用，**建议向此类建筑的购房者提供低利率的信贷或按揭。政府补贴应辅以金融机构的绿色信贷系统。**这种低息按揭计划的实施需要辅以独立的认证体系（证明相关建筑的确属于低能耗建筑）。此外，低息信贷可以扩展到太阳能技术，尤其是屋顶太阳能光伏发电（PV）和太阳能热水器，热泵系统，家用生物质发电技术和新能源汽车。特别是对于太阳能光伏产品，为了鼓励国内对太阳能技术的使用，应向终端用户提供信贷，取代目前提供给光伏厂商的补贴。

此外，为同时确保绿色产品使用与农村人口收入增加，建议建立促进生态旅游和有机农业的各种经济机制。为鼓励这些新的农村商业模式，可以设立可持续消费专项基金，对农村地区使用环保认证产品与服务进行价格补贴。

#### （四）建议 1.4：将可持续消费纳入中国的低碳城市发展战略

在中国未来经济增长驱动力从投资转向消费的情况下，可持续消费是避免家庭和工业温室气体排放量成倍增长的关键。考虑到中国的低碳城市举措和试点项目，可持续消费战略的实施对于确保城市碳排放减少将至关重要，同时也有助于改善空气质量。

建议评估“五省八市”低碳试点区目前的低碳发展战略，确定可持续消费区域及其减排贡献。此外，在治理城市空气污染、重点消除 PM 2.5 的行动中，北京、河北和山东地区在未来 5 年内需减少 10% 的煤炭消费量。虽然通过提高效率可以部分实现这一目标，但是利用可持续消费减少电力需求对于实现这一目标也是必不可少的。建议从战略和行动计划层面将可持续消费纳入到这三个地区的空气污染减排计划中。

#### （五）建议 1.5：制定国家可持续消费路线图与《可持续消费行动计划》

目前尚无国家级可持续消费行动计划，也缺少综合性的路线图来为此类计划提供指导。亟需制定可持续消费路线图与行动计划，明确可持续消费、经济发展和社会发展三者之间的关系。中国可持续消费行动计划旨在通过提高市场的可持续性、限制过度消费、确保全国范围内城乡消费者都能进行可持续消费选择等方式推进可持续消费。为了确保可操作性，国家可持续消费行动计划应聚焦环境影响最大的消费领域。实施优先领域包括：住房（包括能源消费）、家电（包括各种电子设备），出行选择和食品。

中央政府需要为各利益相关方积极参与国家《可持续性消费行动计划》创造机会，建立适用于不同人员的参与机制。根据国际经验，例如欧盟和巴西的经验，中国的《可持续性消费行动计划》应遵循以下原则：

1. 采用综合性生命周期视角，考虑到从资源开采、生产、运输、零售、消费到寿命终期处理各个环节的全部影响。只有采用这种方式，才能避免环境影响从一阶段转移至另一阶段。

2. 促进利益相关方参与，包括生产者、政府、消费者、民间团体组织及学术界。更多利益相关方，包括零售业、广告业和金融业代表，能够为中国的可持续消费



与绿色发展创造条件和可能性，发挥重要的作用。

3. 确认并利用中国可持续发展现有措施的协同作用，尤其是低碳和循环经济方法。促进就业和特定可持续消费政策工具（例如，产品标签）或政府倡议（例如，低碳城市、可持续政府采购）的可接受性。

实施中国的《可持续性消费行动计划》，需要遵循可持续消费路线图。路线图可以分为三个阶段，包括：

**第一阶段（至 2015 年，改进期）：**将可持续消费纳入“十三五规划”，发展并确立可持续消费的制度基础，修订现有法律政策框架，纳入可持续消费。优先在住房（包括家电）、交通、食品和服装四个领域进行重点实施。这一阶段囊括了绿色产品数量增加及质量提高、非物质消费和服务改善、农村“低消费者”消费力增强。第一阶段末期，可持续消费在能源节约和气候保护方面的潜在在四个优先领域内得到初步发掘。

**第二阶段（2015 年至 2020 年，巩固期）：**改善和扩大法律政策框架，在中国新兴城市中产阶级中积极推广可持续消费模式。根据当地具体情况，为利益相关方调整和定制一揽子计划。到 2020 年，中国消费者和企业应为政策干预的实施提供广泛支持，并积极参与，促进可持续消费的发展。

**第三阶段（2020 年后，持续提高期）：**在整个社会范围内持续提高可持续消费的能力和水平。目标是使可持续消费在住房、出行、食品和服装领域的影响水平达到最高。总体人均消费影响下降，城乡收入与消费水平之间的差距缩小。中国的可持续消费战略与其他地区达到相同的水平，如欧盟、日本和巴西等。中国整体上已趋向可持续消费和生产体系的实施。

## 二、建议 2：推动可持续消费制度与体制创新

创新对于可持续消费的发展至关重要，创新不仅包括技术创新，也包括公共管理与社会层面上的制度创新。对于包括中国在内的大多数国家而言，现有部分管理与社会制度实际上鼓励的是不可持续的消费模式。为在上述两个重要的领域促进可持续消费的创新，特提出以下建议：

### （一）建议 2.1：建立可持续消费与绿色发展部际协调合作机制

课题组建议针对可持续消费设立部际合作机制或工作组。由于消费相关政策具有交叉性，往往涉及多个部门管辖的领域，所以有必要针对可持续消费政策，

尤其是与财政激励或定价机制、城镇化及建设、标准与教育监督有关的政策，展开协调合作。课题组建议，应由国务院领导部际工作组，由以下部门和机构的代表担任工作组成员：国家发展和改革委员会与环境保护部（牵头单位）、农业部、商务部、教育部、财政部、住房和城乡建设部、国土资源部、交通部、科技部、水利部、国家工商行政管理总局、国家林业局及国家税务总局等部门。

应尽快建立工作组，使其在将可持续消费纳入“十三五”规划的过程中充分发挥作用。工作组应直接向国务院汇报，负责制定《可持续消费路线图》和《可持续消费行动计划》。此外，还应评估现有可持续消费促进政策工具的可行性与效率，并设计新政策工具。工作组还应与现有的气候变化领导小组与其他经济和环境方面的领导小组进行密切协调与合作。

## （二）建议 2.2：提高中国产品认证体系的公信力与独立性

课题组强烈建议，有必要促进中国绿色产品认证与国际紧密接轨，使其更具公信力。为解决不可靠、不透明的产品信息在消费者心中缺乏公信力的问题，**必须对现有产品质量监控机构进行强化**，例如加强中国质量认证中心建设。中国环境标志制度应得到进一步强化，并以提高认证产品数量与赢得消费者信赖与认可为目标。

中国应加大力度在产品认证和标签领域采纳成功的国际经验。除官方认证机构以外，还应成立独立的消费者信息协会。消费者信息协会有权开展独立的产品对比测试，并向消费者提供信息。此类独立产品测试将提高消费者对产品信息的信任度，并最终提高产品与服务的销量。

此外，应支持成立独立的消费者协会与消费者咨询委员会，这些机构可以为消费者提供可持续消费建议以及来自测试机构的信息。**另外，还应构建服务于消费者的开放式绿色产品信息平台。建立国家数据库，由独立的第三方管理运行，收集发布绿色产品信息。**相关部门应加大工作力度，确保制造商与消费者可以广泛获取产品生命周期信息。

## （三）建议 2.3：开展可持续消费地方试点项目

在建设生态城市方面，中国已经开展了一些试点项目（例如，天津滨海新区），确定了多个低碳试点城市与省区。**应针对可持续消费开展小规模社区试点与地方示范，与现有举措形成互补。**理想情况下，试点社区应具有一定的基础，已将可持续消费纳入其转型过程。试点项目应结合地方知识与国际最佳实践。例如，中国可建立一个或多个“生活在同一个地球”社区，引导社区居民选择在地球承载

力范围内的生活方式。

建筑物倾向于零能耗建筑（配备太阳能光伏、热泵，并遵循最高能效标准），并应配备无水厕所、灰水回收系统，且尽可能采用本地可再生建筑材料建造。新建筑物的设计应支持屋顶耕作。应鼓励以社区为基础的园艺，结合当地粮食生产，辅以食物垃圾回收、堆肥系统和沼气发电。在交通出行方面，城市设计应优先考虑高效交通、自行车和步行方式。

此外，可以开展“生活实验室”试点，由其开展可持续消费试点，如试验电动汽车共享系统。每个试点项目都应成立访客和培训中心，向有兴趣的公众和其他外部利益相关方展示该社区如何运作、实践中的可持续生活方式是什么样子。可持续消费试点社区还应与当前的低碳城市建设行动挂钩。

地方政府应严格开展可持续公共采购实践。试点项目的进展应使用可持续消费指标体系进行衡量。本条建议的基础是“生活在同一个地球”的成功模式，这种模式又以可持续生活的十大原则为基础<sup>17</sup>。

#### （四）建议 2.4：建立并应用可持续消费指标体系

**建议中国设计、试验和实施可持续消费指标体系，以追踪可持续消费进展，衡量可持续消费对绿色发展的贡献。**除了 GDP 衡量之外，建议将可持续消费指标体系与当前用于衡量低碳城市发展和社会进步的指标系统紧密关联。这些指标体系对于生态文明建设具有重要意义，现已开始实施。

**建议地方政府除了使用传统的 GDP 指标外，还应制定和实施当地指标体系。**这些指标可基于诸如 OECD 可持续消费指数框架等指标来衡量人们的幸福感和生活满意度，并可跟进检验可持续消费政策的实施是否走上正轨。此外，欧洲环境署已制定了一套高度复杂的可持续消费指标体系，应作为参考使用<sup>18</sup>。为了加强对可持续消费指标的理解，建议国合会成立专门的课题组开展相关研究。

---

<sup>17</sup>这些原则由伦敦 BedZED 生态村提出。2012 年，该生态村被美国建筑师评选为世界第四大最具影响力的建筑区。目前，国际上已建设了一些类似项目。中国可以建设更多这样的社区，然后扩大规模，并推广到其它城市。

<sup>18</sup>欧洲环境署（2010 年）关于欧洲环境署报告可持续消费和生产（SCP）的系列指标。  
Available at: [http://scp.eionet.europa.eu/publications/SCP\\_Indicator\\_frame](http://scp.eionet.europa.eu/publications/SCP_Indicator_frame)

### 三、建议 3：建立多利益相关方参与的可持续消费伙伴关系

要成功落实上述可持续消费政策，推动企业和社会的可持续消费发展高于政府要求，建立多利益相关方参与的伙伴关系必不可少。以下就如何吸引最具影响力的利益相关方成为推动中国可持续消费的合作伙伴提出具体建议。

#### （一）建议 3.1：加强地方政府能力建设，推动可持续消费实践

地方政府应确保实施可持续消费战略和实践。地方政府可通过可持续采购、建设有助于促进可持续生活方式的基础设施、建立地方意识提高中心等方式实现可持续消费承诺。可持续公共采购不仅刺激了可持续产品和服务市场，也使得对社会行为的可持续规范变得合理合法。进行生命周期评估等方法领域的能力建设非常必要。地方政府将肩负着根据国家政府规定的标准，确保绿色产品的质量和安全的任务。增加当地质监部门的工作人员数量也有其必要性。

#### （二）建议 3.2：充分利用私营部门的力量（特别是零售商和金融机构）

各类企业都有责任将可持续消费纳入行为准则，从而构建可持续消费模式。零售商在供应链中发挥着重要的把关作用，因为其在市场供应链中行使权力时将影响其他参与者，并且控制消费者和生产者之间的产品与信息流。零售商应该采用如下方法支持建立可持续产品市场：

- 要求并鼓励生产者制造和提供可持续产品和服务，
- 在零售店铺中选择并提供可持续产品，
- 在店铺内为消费者提供关于食品安全、质量和营养价值，以及产品环境、社会特征的相关信息。除此之外，还需鼓励并支持消费者以可持续的方式选择和使用产品和服务。

为了能够轻松获得其销售点和其它地区的可持续消费产品和服务的可靠信息，零售商必须采用以信息和通信技术为支持平台的设备和创新性技术，如射频识别（RFID）标签、条形码和快速响应码智能手机扫描器。而且，为了协助建立可持续市场，零售商应支持独立可靠的产品和服务第三方认证方案，以增加人们对环境和道德产品的信任程度。零售商必须开展可持续消费产品和服务的市场营销和广告活动，并为员工提供适当的客户支持培训。

为完成这一系列任务，零售商需接受相关教育培训。政府应通过组织各级政

府开展可持续消费利益相关方论坛、加强零售商能力建设、促进对可持续消费的需求等方式，支持零售业的可持续消费行动。此外，国家和地方各级政府可促进零售商与消费者组织形成联盟，在供应链中增强透明度，培育环境和社会质量保证。为提高消费者对可持续产品和服务的信任度，这些步骤必不可少。

将可持续消费目标纳入核心业务，包括银行、保险公司、融资机构、投资者等在内的金融机构，应该从根本上为塑造个体消费者和机构客户的可持续消费实践做出贡献，促使基础设施方面的长期投资更具有可持续性。在推动可持续消费在社会各阶层、不同利益相关方中的主流化方面，金融机构将发挥催化作用。

具体而言，金融机构应仅针对节能型建筑提供按揭和贷款服务，以确保长期可持续性。金融机构应发挥带头作用，鼓励投资流向能够促进可持续生活方式的基础设施建设，例如“10 分钟街区”（步行 10 分钟以内即可享受任何必要的服务），综合交通体系（可以促进公共交通的使用，减少私家车出行）。此外，金融机构还应设计创新性金融产品，鼓励可持续消费和生活方式方面的创业。

政府必须为金融业创造一个有利的环境，使其发挥作用，在社会各层面促进可持续消费。具体而言，政府须鼓励、促进、确保金融机构为那些在业务活动和实践中开展可持续消费的企业与市场竞争者提供投资。政府应与金融部门开展密切合作，为能够促进可持续消费模式与水平、支持和帮助消费者实现可持续生活方式的长期、可持续贷款、投资和保险产品以及服务建立市场。

政府还应通过组织多方利益相关方高层论坛、探讨金融业面临的可持续消费挑战和解决方案，为可持续消费目标纳入金融机构的投资组合提供支持。这项工作应在国家层面和地方各级（包括城市）同时开展。此外，政府应协助金融机构进行可持续消费能力建设，并通过加入联合国环境署金融行动这一国际最佳实践与创新金融产品的交流平台，实现可持续发展。

### （三）建议 3.3：促进民间社会行动和公众参与

鼓励公民社会（特别是环保团体和消费者团体）积极参与国家和地方各级落实可持续消费模式的过程。在针对不同地区、不同利益相关方具体实施可持续消费战略的过程中，邀请民间社团组织和消费者团体参与。民间团体在提高公众意识、开展自下而上的可持续消费行动方面发挥着特殊的作用，可以推动社会创新。消费者民间组织可以通过采用适合当地消费者喜好的结构化方法帮助改变不可持续消费实践和习惯。然而，民间社会组织提出创新方法的现有潜力在很多情况下都受到限制。要充分挖掘民间社团促进可持续消费的潜力，一个重要方面就是要完善并放宽对民间社会组织登记和筹款的规定。

课题组建议在各地地方成立消费者咨询中心。中心由公民与其他利益相关方合作管理，提供有关产品与可持续生活方式的独立信息，参与意识提高和消费者教育活动。为确保不受商业利益影响，地方政府应提供资金支持中心运行，且不过度干涉中心事务。消费者咨询中心可以针对消费者能够在商店、当地市场和其他分销渠道购买的产品和服务，提供相应的环境和社会特征等信息。消费者咨询中心也与提供产品维修服务的部门建立联系；也可为市民、社会企业家、当地企业和地方政府提供对话平台，就可持续生活方式、生活质量和幸福感等话题开展讨论。

应鼓励开展以互联网为基础、能够激励企业家和消费者改变消费模式的行动。一些国际行动以“分享经济和协作消费”为基础，参与行动的个人会与其他人分享使用他们的产品，如汽车、园艺设备、休闲体育用品或者电子产品。这为社会企业家提供了机会，使其可以通过提供共享服务进行参与，并为交换服务提供电子平台。

最后，为了完善针对目前中国消费者开展的信息行动，还应在校内积极推动可持续消费的宣传，从而提升下一代消费者的消费意识，因为这一代非常容易吸收有关生活方式和消费方式的相关信息。学校是建立有关可持续消费的新社会规范的源头。在学校内开展的具体行动应将重点放在回收、产品共享、节水节能以及健康食品等方面。在城市的学校中开展可持续消费活动能够产生巨大作用，能积极帮助学生们培养食品和营养观念，了解生态过程。政府可提供帮助，在全国和地方范围内将可持续消费纳入学校课程开发计划。

#### **（四）建议 3.4：推动可持续消费国际合作**

由于拥有巨大的可持续消费潜力，中国不应当只专注于其国内的消费模式和水平，还应当积极参与有关可持续消费主题的国际交流和合作项目中。在国际和区域层面，中国应积极参与有关可持续消费的多边政策框架谈判。最重要的一个措施是，参与联合国环境规划署的“联合国可持续消费和生产十年框架计划”，从全球视野看待可持续消费问题，并在全球层面推动可持续消费。此外，在世贸组织政府采购协定的谈判过程中，应更多地关注可持续消费部分。

有必要成立负责追踪国际发展动态与可持续消费政策、研究和实践趋势的机构。课题组建议成立一个国际性的可持续消费研究平台和知识中心，以促进中国专家和国际专家间的长期合作。具体合作内容可能包括与联合国环境规划署正在合作进行的倡议项目，以及欧洲产品足迹计划。此外，建议成立国家可持续消费中心，该中心可领导中国的国家可持续消费研究和咨询工作，开展可持续消费技术支持工作，并成为可持续消费课题的国际研究协调中心，搭建可持续消费研

究和实施平台，推动知识与经验共享。

**协调中国国内行业、商业协会以及企业的可持续发展行动和活动，紧跟最新国际发展趋势。**尤其重要的是，让国内产品采用国际产品标准进行匹配落实。中国产品认证机构应加强与国际标准化组织（ISO）、森林管理委员会(FSC)、海洋管理理事会（MSC）等知名国际机构以及其它国家认证机构的合作。认证程序和产品标准的统一不仅会增强中国产品和服务的国际竞争力，还会促进中国的可持续消费。

## 致 谢

我们感谢中国环境与发展国际合作委员会（国合会）前瞻性地设立了“可持续消费与绿色发展”这个关系中国未来发展、位居消费与发展理论前沿的课题。在课题组开展工作的一年半时间里，国合会对课题组研究工作提供了重要研究指导与资金支持，使课题组中外方专家的讨论、交流和研究得以有效开展，为中国可持续消费与绿色发展问题政策研究的顺利推进做出了重大贡献。

感谢国合会中方首席顾问沈国舫院士、外方首席顾问汉森先生对课题研究给予的重大指导；感谢清华大学郝吉明院士、国合会助理秘书长任勇、国务院参事汤敏先生、商务部部长助理张向晨先生、国家发展和改革委员会外事司司长马欣先生的中肯建议；感谢国合会秘书处方莉女士、李永红先生、李海英女士、李勇先生的长期支持；感谢国合会首席顾问支持专家周国梅女士、张建宇先生对课题组始终如一地关注；感谢国合会秘书处国际支持办公室戴格先生和戴宜春女士的重要支持。

感谢中国—东盟环境保护合作中心与可持续消费和生产合作中心的组织协调，确保了中外专家能够保持及时顺畅的沟通与交流，为课题研究顺利开展、如期完成做出了重大贡献。

作为课题研究的一部分，课题组开展了两次调研与会议交流活动。国内调研集中在上海市与山东省两个消费发展的典型地区；海外会议与交流活动在德国与比利时进行。

课题组在国内典型地区调研期间，与上海市环保局、上海市文明办、上海环保宣教中心、百联集团、上海通用汽车有限公司、宜家贸易（中国）有限公司、上海泽晟环境技术有限公司、上海环境科学学会、山东省环保厅进行了座谈，研究了我国可持续消费现状与相关政策需求。上海市环保局与山东省环保厅为调研做了精心安排，并提供了大量的帮助，对此表示感谢。

课题组在国外会议与交流期间，先后拜访了德国国际合作机构、德国联邦环境局、德国环境管理协会、国际地方政府环境行动理事会、北莱茵威斯特法伦州驻布鲁塞尔代表处、汉堡港口新城有限公司等十余家机构，与来自拜访单位以及 lichtl Ethics & Brands GmbH机构、公平食物国际机构、欧盟委员会、荷兰经济事务部PIANO公共采购研究中心、百瑞诺（BioRegional）集团、可持续消费与生产合作中心等多家机构的近四十位具体从事可持续消费相关工作的专家进行了座谈交流，并考察了法兰克福节能建筑项目、布鲁塞尔城市种植项目、柏林CAR2GO新概念租车服务项目、“汉诺威21世纪议程”与“星期天无车日”项目、



汉堡国际建筑展览及生物智能建筑项目、汉堡港口新城项目等极具启发性的可持续消费与绿色发展优秀案例。我们对所有参与座谈和交流的专家、学者、工作人员表示感谢。此次会议与交流活动得到了德国国际合作机构的大力协助与巨大支持，在此表示由衷感谢。

课题组要特别感谢德国国际合作机构项目主任乌拉女士、技术顾问代敏女士在海外交流期间及其后的研究成果提炼阶段给予的有力支持和提供的精辟见解。

感谢在可持续消费与绿色发展政策建议完善阶段，为课题组提供宝贵意见和建议的环境保护部、国家发展和改革委员会、商务部、环境保护部环境与经济政策研究中心、环境保护部环境认证中心、联合国环境规划署、世界自然基金会、美国环保协会等机构与组织的代表，他们的建议对于课题组政策建议的进一步完善起到了重大作用。

感谢所有曾经帮助过我们，但由于篇幅关系原因没有提及到的专家、学者、朋友、同仁，在此一并致谢！

此报告由“可持续消费与绿色发展”课题组提供