

新时代全方位推动形成低碳生活方式研究

“包容性绿色增长的理论与实践研究”课题组

(中国社会科学院 工业经济研究所,北京 100006)

摘要: 低碳生活是实现“双碳”目标、推动人与自然和谐共生的必然要求。包容性绿色发展跟踪调查组(IGDS)围绕低碳生活展开全国性调查,结果显示:我国大多数居民具有环境保护责任感,对低碳行为具有良好预期,愿意为低碳生活承担额外成本,吃穿住行用游等领域低碳生活实践取得显著效果,但低碳生活转型在认知和实践层面仍面临不少亟待解决的问题。为切实推动低碳生活方式,应加强针对性宣传教育,培育城乡居民低碳生活意识;向中低收入群体倾斜,注重低碳生活的市场化激励与精准性财政支持;立足吃穿住行用游低碳生活实践,以供给系统变革促进低碳生活方式;完善基础设施,为广泛形成低碳生活方式提供硬件保障。

关键词: 新时代; 低碳生活; 低碳认知; 低碳实践

中图分类号: D 23 文献标志码: A 文章编号: 1674-0823(2023)05-0385-07

党的二十大报告明确将“广泛形成绿色生产生活方式,碳排放达峰后稳中有降”列为2035年基本实现社会主义现代化的重要目标。实现绿色转型不仅依靠技术进步,也需要消费心理、生活方式系统而深刻的转变^[1]。鉴于中国是发展中国家,人均GDP的持续增长将是一个长期事实。由于经济增长需要消费来推动,更多的消费意味着更多的碳排放,解决经济增长和保护环境间的矛盾需要鼓励绿色低碳消费^[2]。因此,低碳生活是实现人与自然和谐共生式包容性发展的必然要求。

随着中国2035年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和目标的提出,引导低碳生活方式越来越受到政府和社会各界的高度重视。2022年1月,由国家发展和改革委员会等部门联合印发的《促进绿色消费实施方案》明确吃穿住行用游等领域绿色低碳消费转型的工作重点,同时指出,一些消费领域依然存在浪费和不合理消费现象,促进绿色消费长效机制尚需完善。从国际经验看,低碳消费的主要方式是减少家庭和公司人均碳排放、鼓励电动出行和低耗交通、鼓励再生利用和循环经济等^[3]。因此,及时摸清当下中国居民低碳生活方式的现实状况,梳理并剖析存在的问题,对实现“双碳”目标、推动人与自然和谐共生具有重要的研究价值。

一、样本分析

低碳生活是在满足居民生活质量提升需求的基础上,努力减少高碳消费和奢侈消费,最终实现生活品质改善和碳排放下降双赢。全方位推动形成低碳生活方式要求在吃穿住行用游等生活全过程中深度融入低碳理念,全面促进生活方式低碳转型的本质是从碳排放角度解决生活方式不可持续的问题。为全面了解我国居民低碳生活方式的相关情况,包容性绿色发展跟踪调查组以“低碳生活”为主题,于2022年11月13日至2023年1月9日面向全国展开调查。本次调查面向IGDS调研员数据库,以网上发放问卷的形式进行,共收回6173份问卷。调查样本覆盖我国内地31个省级行政单位的379个地市级行政单位。

(1) 从调查对象所属工作单位性质分布来看,单位性质覆盖相对全面,涉及行政单位(党政机关、人民团体、军队)、事业单位、国有以及国有控股企业、集体企业、私营企业、非国有控股股份制企业、个体工商户、外资企业和其他,人数占比分别为8.05%、26.80%、32.02%、1.75%、13.92%、3.28%、5.52%、1.40%和7.26%。

(2) 从调查对象年龄分布来看,受访者以中青年为主。其中,18~30岁占比42.93%,31~60

收稿日期: 2023-06-10

基金项目: 国家社会科学基金重大项目“包容性绿色增长的理论与实践研究”(19ZDA048); 中国社会科学院青年人文社会科学研究中心社会调研项目“异质性视角下我国居民绿色消费调查及对策研究”(2024QNZX022); 中国社会科学院登峰战略优势学科(产业经济学)成果。

作者简介: “包容性绿色增长的理论与实践研究”课题组。本文执笔: 中国社会科学院工业经济研究所、中国社会科学院青年人文社会科学研究中心陈素梅,中国社会科学院大学张润泽,中国社会科学院工业经济研究所李钢,北京印刷学院刘瑞轩。

岁占比 53.90% ,18 岁以下和 60 岁以上分别占比 0.84%、2.33%。

(3) 从学历分布来看,调查样本涵盖各类学历人群,总体文化程度较高。其中,大学本科(含成人高等教育)学历占 47.06%,研究生及以上学历占 17.96%,大学专科(含成人高等教育)学历占 19.16%,高中、中专或技校学历占 9.51%,初中学历占 4.41%,小学及以下学历占 1.59%。

(4) 从年收入分布来看,调查样本涵盖了低收入、中等收入、高收入三类人群,分布相对均衡。其中,年收入 3 万元以下的占 40.30%,3 万至 10 万元的占 37.04%,11 万至 30 万元的占 18.91%,31 万元及以上的占 3.75%。

(5) 从婚姻状况来看,调查样本覆盖了未婚、初婚、离婚等各类群体。其中,未婚占 42.14%,初婚占 51.45%,离婚未再婚占 2.87%。

(6) 从户口类型来看,调查对象户口结构相对均衡。其中,非农业户口占 64.25%,农业户口占 35.75%。

因此,本次调查对象无论是从工作性质、年龄、学历,还是年收入、婚姻状况、户口类型来看,均覆盖比较全面、合理。此外,调查还涉及受访者性别、身体健康、幸福感知、社会信任度等个体特征,能够有效反映不同特征个体的低碳感知、环境责任感、低碳支付意愿以及低碳实践等生活状况。

二、居民低碳生活认知现状分析

根据行为计划理论,人的行为是经过深思熟虑计划的结果,而态度是人对特定行为所持有的积极或消极、正面或负面的认知倾向^[4],进而成为影响低碳生活实践的内在动因。那么,社会公众的环境保护责任、气候变化感知以及是否愿意承担低碳生活成本是引导低碳生活实践的前提,也是本次问卷调查的主要内容之一。

1. 具有环境保护责任感的居民占多数,其中非农业户口居民占比更高

环境保护责任感是低碳减排行为的重要心理动因,能够指导日常生活行动,激发个体的亲环境态度,进而实施更多的低碳减排行动^[5-6]。从本次调查结果来看,大多数社会公众都具有环境保护责任感,其中非农业户口居民占比更高。

课题组对每个公民是否认为自身应具有减少碳排放责任进行调查。对于该问题,农业户口受访者中表示“非常同意”的占 48.03%,表示“同意”的占 37.79%;非农业户口受访者中表示“非常同意”的占 52.98%,表示“同意”的占 34.97%。此

外,课题组对“您面前有许多您使用过的塑料袋和塑料打包盒,是否有一点内疚感”进行调查。农业户口受访者中表示“经常内疚”的占 26.42%;而非农业户口受访者中表示“经常内疚”的占 32.98%。因此,从整体来看,相对于非农业户口居民而言,农业户口居民的环境责任保护感较弱。这可能是受中国绿色低碳宣传教育城乡不均衡的影响,故需要有针对性地强化宣传教育。

2. 八成以上居民具有良好的低碳行为预期,其中非农业户口居民占比更高

客观上讲,低碳行为预期直接影响居民低碳生活决策。从本次调查结果来看,八成以上受访者具有良好的低碳行为预期,其中非农业户口居民占比更高。如图 1 所示,对“从每人身边小事做起,资源节约和回收行为能减缓气候变化趋势”观点,无论是农业户口还是非农业户口的受访者,持“非常同意”和“比较同意”观点的均占八成以上。其中,在农业户口受访者中,持“非常同意”观点的占 41.05%,持“比较同意”观点的占 41.46%;在非农业户口受访者中,持“非常同意”观点的占 48.03%,持“比较同意”观点的占 37.90%。这说明居民整体上对日常低碳行为具有良好预期,但针对农业户口居民的绿色低碳宣传教育仍有待加强。

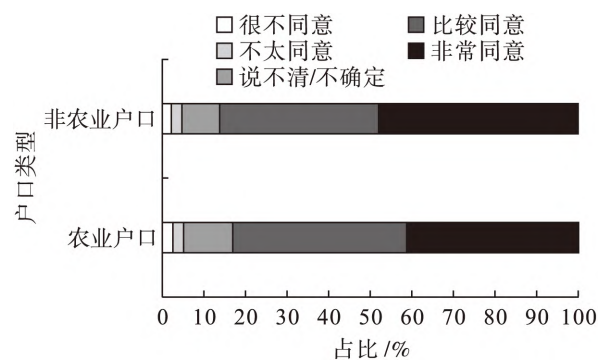


图1 对“从每人身边小事做起,资源节约和回收行为能减缓气候变化趋势”的认同度

3. 在极端天气对低碳意愿的影响方面,公众对极端高温和异常干旱的感知度更高

只有唤起消费者内心深处的忧患意识和忧虑情感,他们才可能自觉践行消费碳减排以应对气候变化问题^[7]。换言之,当感知到气候变化带来的极端天气影响时,公众会激发出自身忧患意识进而产生强烈低碳生活意愿。从本次调查结果来看,整体上感知到气候变化带来极端天气影响的公众数量尚未过半。具体而言,公众对极端高温和异常干旱的感知度更高,其次是极端寒潮,感知度最低的是异常洪涝。关于气候变化带来的影响,

36.89%的受访者表示经常或总是感到极端高温,23.89%的受访者表示经常或总是感到异常干旱,21.64%的受访者表示经常或总是感到极端寒潮,17.98%的受访者表示经常或总是感到异常洪涝。国家气候中心监测显示,2022年6月13日至8月2日,我国该年度首次出现了区域性高温天气过程,持续51天,覆盖国土面积超过500万 km^2 ,影响人口超9亿,有131个国家气象站的最高气温达到或突破历史极值^①,呈现范围广、持续时间长、极端性强、影响大的特点。实际上,这类极端高温事件的根源在于全球气候系统不稳定的加剧。但本次调查中仅有不到四成的受访者感知到极端高温,侧面说明了社会公众对气候变化带来的极端天气感知度并不强烈,这也反映了加强全球气候变化相关知识宣传力度的现实要求。

4. 九成居民愿意承担低碳生活成本

对于低碳生活方式转型,居民仅有环境责任感和气候变化感知是远远不够的,还要愿意为低碳生活方式承担成本。从本次调查结果来看,对“您愿意每个月为低碳生活付出多少成本?”这一问题,18.83%的受访者愿意支付收入的1%以下,15.86%、14.86%、18.58%、3.81%、10.72%、3.40%的受访者分别愿意支付其收入的1%、3%、5%、7%、10%、20%。3.94%的受访者愿意支付收入的30%或更高,还有10.00%的受访者不愿意支付相关费用。经加权平均计算得出,受访者愿意每个月为低碳生活支付的收入占比为4.83%。按照2022年中国人均可支配收入36883元估算,公众愿意每年为实现碳中和支付1780.82元,平均到每个月大约支付148.40元。这客观体现了社会公众低碳生活实践的意愿较为强烈,也是近年来“美丽中国”建设着力增强居民绿色低碳消费意识的结果。

受访者不愿意为低碳生活支付成本的主要原因是无力承担,其次是不清楚这样做对减缓气候变化产生的影响。如图2所示,关于“您不愿意为低碳生活支付成本的主要原因是什么”80.31%的受访者表示无力承担;22.36%的受访者表示不清楚这样做对减缓气候变化的影响;16.38%的受访者表示减缓气候变化是政府和企业的责任,跟我没有关系;有10.71%的受访者表示气候变化是自然现象,无须过多关注;有7.09%的受访者表示别人为低碳支付了,也就不需要自己支付。

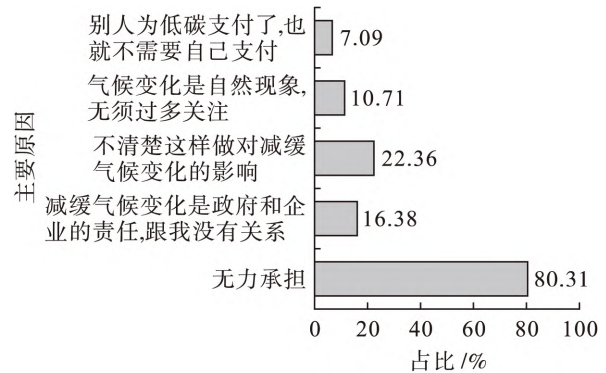


图2 受访者不愿意为低碳生活支付成本的主要原因

整体来看,居民低碳生活支付意愿与性别没有显著关系,关于“不愿意支付相关费用”“支付收入的1%以下”“支付收入的1%”选项,男性占比均高于女性;关于“支付收入的3%”“支付收入的5%”“支付收入的7%”“支付收入的10%”“支付收入的20%”选项,女性占比均高于男性;关于“支付收入的30%或更高”选项,男性占比高于女性。这一调查结果与齐绍洲等关于碳中和支付意愿的发现类似^[8]。

三、居民低碳生活实践现状分析

从上文分析可知,我国居民低碳生活已具备良好的认知基础。大多数受访者具有环境保护责任感,对低碳行为具有良好预期,愿意为低碳生活承担额外的成本。那么,从低碳生活实践来看,“知”与“行”是否真正合一是当前政策制定者极为关注的焦点。从本次调查结果来看,我国居民在吃穿住行用游各领域低碳转型任重而道远。具体表现如下:

1. 就餐光盘成为低碳生活的普遍场景,但绿色食品购买和垃圾分类投放有待推进

从食品消费全过程来看,低碳生活方式主要体现在绿色食品选购、就餐光盘、垃圾分类投放等典型行为上。从全国层面来看,就餐光盘已成为居民低碳生活的普遍场景,但绿色食品购买和垃圾分类投放行为尚未普及。如图3所示,37.71%的受访者表示经常购买绿色食品;69.32%的受访者表示经常就餐光盘;39.77%的受访者表示经常将厨余垃圾、可回收物和其他垃圾分类投放。随着《中华人民共和国反食品浪费法》的施行和《反食品浪费工作方案》的出台,社会公众对节约粮食、减少食品浪费愈发重视,就餐光盘行为也愈发普及^[9],有助于碳排放的减少^②。但就垃圾分类投放和绿色食品购买而言,尽管我国垃圾分类制度

① 资料来源: <https://m.gmw.cn/baijia/2022-08/03/1303073719.html>。

② 联合国政府间气候变化专门委员会发布的《气候变化与土地特别报告(2019)》显示,全球粮食损失与浪费合计占粮食总产量的25%~30%,2010—2016年全球粮食损失和浪费占温室气体排放总量的8%~10%。

持续加速推行^①、绿色食品推广政策持续实施^②，但目前来看进展并不十分理想。垃圾分类投放是资源循环化利用的前提。据统计，我国297个地

级以上城市已全面实施生活垃圾分类，居民小区平均覆盖率达到82.5%^③。但从本次调查来看，垃圾分类并未成为大多数居民的生活习惯。

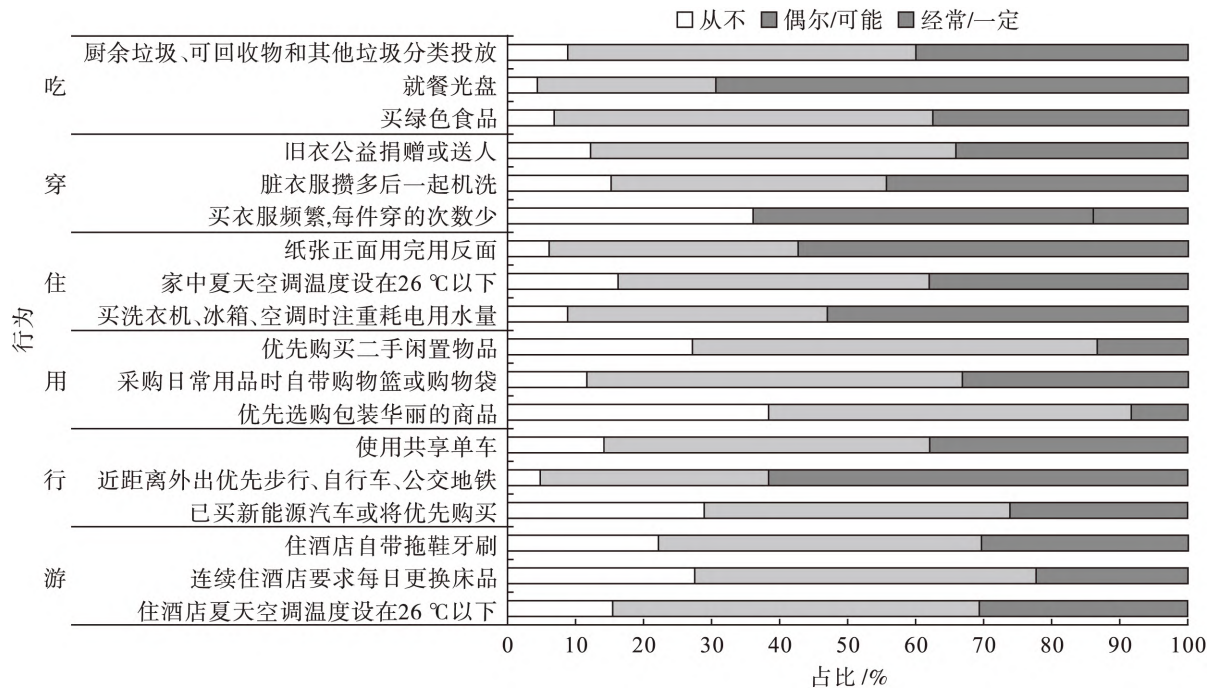


图3 受访者最近一年从事相关活动或行为情况

IGDS 2021 年调查结果显示，阻碍居民垃圾分类的主要因素包括“缺少分类投放设施”“分类后垃圾在处理、回收和循环利用过程中管理不透明，无法确认是否再次混杂”“缺乏垃圾分类知识”等。制约居民购买绿色低碳产品的主要因素包括产品价格较高、减碳贡献不详、绿色低碳标识不明显等。因此，分类施策，多维度促进居民垃圾分类投放和绿色食品购买成为食品低碳消费领域的重要内容。

2. 衣服低洗涤频率和回收再利用已大范围普及，但购买频次高的问题值得重视

从衣着消费过程来看，低碳生活方式体现在衣服的采购、使用维护以及旧衣的改造循环利用等代表性行为。从本次调查结果来看，大多数受访者已做到衣服洗涤频率减少和旧衣物的回收再利用，但仍存在衣服购买频次高的问题。如图3所示，84.91%的受访者表示会把脏衣服攒多后一起机洗，87.98%的受访者表示会将旧衣公益捐赠或送人，而63.95%的受访者则表示会频繁购买

衣物，其中，偶尔频繁买衣物的占50.33%，经常频繁买衣物的占13.62%。由于衣物的加工、生产、运输、洗涤等环节都会产生大量的碳排放，加快置换速度和洗涤频率会造成资源的过度浪费和温室气体的过多排放^[10]，而旧衣服循环再利用可延长使用周期进而减少碳排放。伴随消费升级，居民消费结构逐渐从生存型向享受型转变，购买快销类衣物频次过高成为突出问题。因此，从全国层面来看，倡导适度购买衣服成为当下切实推进衣着消费行为实现低碳转型的重要环节。

3. 多数居民做到了优先购买节能电器、重复利用纸张，但合理控制室内温度行为有待推广

从居住消费过程来看，低碳生活方式体现在选购节能低碳家用电器、纸张重复利用、合理控制室内温度等行为。从本次调查结果来看，优先购买节能电器、重复利用纸张等低碳行为已深入人心，但未能合理控制室内温度问题仍较为突出。如图3所示，九成以上的受访者表示购买洗衣机、冰箱、空调时会注重耗电量，能够做到纸张双面

① 2017年3月国家发展改革委、住房城乡建设部推出《生活垃圾分类制度实施方案》2019年6月住房城乡建设部等9部门联合印发《住房和城乡建设部等部门关于在全国地级及以上城市全面开展生活垃圾分类工作的通知》2020年11月住房城乡建设部等12部门联合印发《关于进一步推进生活垃圾分类工作的若干意见》。

② 2018年12月中国绿色食品发展中心发布《关于开展绿色食品、有机农产品、农产品地理标志追溯管理有关工作的通知》；2022年4月国务院发布的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》中提出，推广绿色有机食品、农产品。

③ 资料来源：新华网 http://www.xinhuanet.com/politics/2020-12/04/c_1126823030.htm。

使用,但八成以上的受访者表示家中夏天空调温度会设定在 26°C 以下。这说明节能家用电器的低碳选购观念较为普及,纸张重复利用也成为多数居民的低碳生活习惯,同时,合理控制室内温度会大大降低非必要的能源消耗,应成为低碳生活指南清单中着重宣传推广的内容。

4. 采用步行、自行车、公交地铁及共享单车出行方式较普及,但新能源汽车推广有待加强

从交通消费过程来看,低碳生活方式体现在骑行和步行、低碳公共交通出行(如公交地铁)、低碳私人交通出行(如驾驶新能源汽车)等方面。从本次调查结果来看,大多数居民在近距离外出时会优先选择步行、自行车、公交地铁,或使用共享单车出行,而新能源汽车的优先购买意愿并不强烈。如图3所示,95.14%的受访者在近距离外出时会选择步行、自行车、公交地铁,其中经常的占61.69%,偶尔的占33.45%;85.69%的受访者使用共享单车,其中经常使用的占37.84%,偶尔使用的占47.85%;仅有26.08%的受访者表示已买或一定优先购买新能源汽车,而抱有迟疑态度购买的占45.03%,表示从不优先购买的占28.88%。这意味着低碳交通消费中关于优先选择步行、自行车和公共交通出行的宣传推广已取得显著成效,但私人交通出行中新能源汽车的推广仍有进一步加强的空间。2021年IGDS调查结果显示,制约纯电动汽车推广的主要因素有充电桩等配套设施不完善、行驶里程受限等。因此,政府应精准施策,着重完善充电桩等配套设施,鼓励新能源汽车技术突破,延长行驶里程。

5. 自带购物篮或购物袋、优先选购二手闲置物品成为大多数居民采购日用品的常态,但优先购买朴素包装商品占比并不高

从日常用品消费过程来看,低碳生活方式体现在优先选购朴素包装商品、采购日用品时自带购物篮或购物袋、优先购买二手闲置物品等。从本次调查结果来看,大多数居民会在采购日用品时自带购物篮或购物袋,也会优先购买二手闲置物品,但尚未做到优先选购朴素包装商品。如图3所示,近九成受访者采购日用品时会自带购物篮或购物袋,其中,偶尔自带的占55.58%,经常自带的占32.90%;七成以上受访者会优先购买二手闲置物品,其中偶尔购买的占59.47%,经常购买的占13.22%;而仅有38.44%的受访者表示从不会优先购买包装华丽的商品。闲鱼等线上二手闲置物品交易平台的兴起,使得居民购买二手闲置物品更为便捷,大大促进了闲置资源的

充分再利用。然而,包装华丽的商品会带来非必要的碳排放,却受到大多数消费者的青睐,这需要引起社会高度重视。

6. 住酒店自带拖鞋牙刷、合理控制室温及无须每日更换床品是实现低碳旅游亟须加强的薄弱环节

从旅游消费过程来看,低碳生活方式体现在住酒店自带拖鞋牙刷、合理控制室内温度、连续住酒店不要求每日更换床品等方面。从本次调查结果来看,仅有少数受访者做到这些低碳消费行为。如图3所示,仅30.24%的受访者表示住酒店经常会自带拖鞋和牙刷,21.97%的受访者表示从不会自带,47.79%的受访者表示偶尔自带;仅有15.54%的受访者表示夏天住酒店从不会将空调温度设定在 26°C 以下,53.96%的受访者表示偶尔会如此设定,还有30.50%的受访者表示经常会如此设定;仅27.51%的受访者表示连续住酒店从不会要求每日更换床品,50.07%的受访者表示偶尔要求,还有22.42%的受访者表示经常要求。鉴于居民旅游行为与资源浪费、能源消耗、碳排放等问题息息相关,政府亟须加强宣传推广新时代“厉行节约、反对浪费、绿色减排”的旅游方式^[11],提升游客自身低碳消费意识,凝聚景区、酒店多方合力逐一补强薄弱环节。

四、广泛形成低碳生活方式的问题与对策

根据全国性问卷调查结果,大多数居民具有环境保护责任感,对低碳行为具有良好的预期,也愿意为低碳生活转型承担额外成本,整体上具备低碳生活方式的认知基础。从低碳生活实践来看,吃穿住行用游各领域低碳转型在取得部分显著成效的同时仍存在不少亟须改进的薄弱环节。

1. 存在的主要问题

(1) 相较于非农业户口,农业户口居民的环境责任感与低碳行为预期相对较弱。近年来,我国低碳生活宣传教育活动持续推进,多地科技馆举办“碳达峰、碳中和”主题科普展,使公众了解全球气候变化带来的危机与挑战、深刻理解“碳中和”的深刻内涵和重大意义,倡导节能减排、绿色低碳生活方式,增强生态保护意识;低碳公益宣传也走进机关、学校、企业、社区,增强了职工、学生和居民对气候变化和环境保护的认知。然而,这些宣传教育活动更偏向于非农业户口居民,而适合农业户口居民喜闻乐见的低碳宣传较少,不利于其低碳生活方式的形成。

(2) 社会公众对气候变化带来的极端天气感

知度不强。人类在感知到气候变化危机的严重性和紧迫性时,会自觉践行低碳生活,以避免更多来自大自然的威胁。尽管国家气候中心对全球气候变化带来的极端天气进行持续监测跟踪、公开报道,但从本次调查中发现,能够感知到这种极端天气影响的受访者数量尚未过半。因此,只有向社会公众开展更加准确、生动的宣传报道,形式需要更加多样化,受众群体需要更加广泛,才能切实提高公众低碳感知度。

(3) 无力承担是公众承担低碳生活成本时面临的主要问题。无论公众环境责任感多么强烈,是否愿意承担低碳生活成本是践行低碳生活的前提。从调查结果来看,无力承担是阻碍公众低碳支付意愿的主要因素。我国仍然是世界上最大的发展中国家,人均GDP尚未达到高收入国家的标准,与发达国家相比仍存在较大差距。这是我国倡导低碳生活过程中无法忽视的现实国情,需要在政策制定过程中针对性施策。

(4) 低碳生活实践仍存在绿色食品购买和垃圾分类投放、适度购物、合理控制室内温度、优先购买新能源汽车及朴素包装商品、住酒店自带拖鞋和牙刷及无须每日更换床品等吃穿住行游各领域薄弱环节。低碳生活覆盖居民消费活动全过程,涉及生活方方面面,因此,政策制定者应抓住主要矛盾有针对性地加以解决,坚持重点突破,聚焦本次调查所发现的突出问题,从低碳生活指南、基础设施配套、财政支持、市场化激励等层面入手多措并举,切实有效地促进低碳生活方式的广泛形成。

2. 对策建议

基于上述分析,政府需要从体制机制和硬件设施入手,为增强公众低碳消费意识、积极引导低碳生活方式提供重要支撑。具体包括:

(1) 加强针对性宣传教育,增强城乡居民低碳生活意识

针对城乡居民等不同群体,积极倡导简约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式,注重低碳生活宣传教育形式与内容的差异性、准确性、生动性。综合运用报纸、电视、网络、微博、微信、线下活动等各种形式,探索各类群众喜闻乐见的宣传方式,做好关于全球气候变化严峻形势、“双碳”政策等方面的及时客观解读工作,切实提高公众环境保护责任感,增强公众对全球气候变化带来的极端天气的感知度。编写系统的低碳生活行为手册,在覆盖吃穿住行游全过程的同时,尽量明确代表性低碳行为的减碳贡献量,并向公众宣传

发放,以指导生活方式的低碳转型。

(2) 向中低收入群体倾斜,注重低碳生活的市场化激励与精准性财政支持

低碳生活方式的形成应以不降低居民现有生活品质为前提,引导政策向中低收入群体倾斜,注重低碳发展的包容性。一方面,政府应鼓励有条件的地区对绿色低碳产品予以适当补贴或贷款贴息,降低此类产品的溢价水平。另一方面,政府应激励绿色低碳产品消费,通过发放绿色消费券常态化^[12]、绿色积分、直接补贴等方式激励绿色低碳消费,实现促消费与低碳生活并举。

(3) 立足吃穿住行用游领域低碳实践,以供给系统变革促进低碳生活方式形成

居民生活方式的低碳转型离不开供给系统的有力支撑。探索开展重点产品全生命周期的碳监测与评价,公开标示其碳减排贡献量,提升低碳消费者选购动力;优化完善绿色低碳标识认定管理,尽快解决现有绿色低碳标识“鱼龙混杂”的问题,加快节能标准更新升级;设置居民用电阶梯价格,引导用户节约用电,合理控制室内温度;加快新能源汽车技术创新,延长续航里程,降低电池安全隐患;限制商品过度包装,鼓励生产经营者推行商品包装绿色化、减量化和循环化;将绿色低碳服务理念融入景区运营和酒店管理,不再主动免费提供一次性用品。

(4) 完善基础设施,为广泛形成低碳生活方式提供硬件保障

居民低碳生活习惯的养成离不开配套基础设施的完善。针对垃圾分类投放的薄弱环节,增设垃圾分类投放设施,合理布置垃圾存放地点。针对新能源汽车消费需求不足问题,适度超前地完善充电基础设施,解决消费者充电难的问题。为进一步促进闲置资源充分再利用,健全二手商品交易平台建设,覆盖至农村地区以及老年人群体,以促进循环经济的发展。

参考文献:

- [1] 张永生. 生态环境治理:从工业文明到生态文明思维[J]. China Economist, 2022, 17(2): 2-26.
- [2] 林伯强. 碳中和进程中的中国经济高质量增长[J]. 经济研究, 2022, 57(1): 56-71.
- [3] 夏光. “双碳”行动的消费维度[J]. China Economist, 2022, 17(2): 93-108.
- [4] AJZEN I. The theory of planned behavior[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991, 50(2): 179-211.
- [5] 聂伟. 环境认知、环境责任感与城乡居民的低碳减排行为[J]. 科技管理研究, 2016, 36(15): 252-256.

- [6] 黄华婷,董雪旺,智瑞芝.双碳背景下城镇居民低碳消费行为及其影响因素研究——来自浙江省的调查数据[J].干旱区资源与环境,2022,36(11):27-33.
- [7] 王建明.环境情感的维度结构及其对消费碳减排行为的影响——情感-行为的双因素理论假说及其验证[J].管理世界,2015(12):82-95.
- [8] 齐绍洲,柳典,李锴,等.公众愿意为碳排放付费吗?——基于“碳中和”支付意愿影响因素的研究[J].中国人口·资源与环境,2019,29(10):124-134.
- [9] IPCC. Special report: climate change and land [EB/OL]. [2023-05-27]. <https://www.unep.org/re-sources/report/ipcc-special-report-climate-change-and-land>.
- [10] LIU W L ,OOSTERVEER P ,SPAARGAREN G. Promoting sustainable consumption in China: a conceptual framework and research review [J]. Journal of Cleaner Production, 2016, 134(1): 13-21.
- [11] 金准.碳达峰、碳中和与旅游业高质量转型[J].旅游学刊,2021,36(9):3-5.
- [12] 国合会“绿色转型与可持续社会治理专题政策研究”课题组.“十四五”推动绿色消费和生活方式的政策研究[J].中国环境管理,2020,12(5):5-10.

Research on comprehensive promotion of formation of low-carbon lifestyle in New Era

“Research on Theory and Practice of Inclusive Green Growth” Project Team
(Institute of Industrial Economics, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100006, China)

Abstract: Low carbon living is an inevitable requirement for achieving the “dual carbon” goal and promoting harmonious coexistence between humans and nature. The Inclusive Green Development Tracking Survey Group (IGDS) has conducted a nationwide survey on low-carbon living, and the results showed that the majority of residents in China have a sense of environmental protection responsibility, have good expectations for low-carbon behavior, are willing to bear additional costs for low-carbon living, and have achieved significant results in low-carbon living practices in areas such as food, clothing, housing, transportation, and tourism. However, the transformation of low-carbon life still faces many urgent problems in both cognitive and practical aspects. To effectively promote low-carbon lifestyles, targeted publicity and education should be strengthened to cultivate awareness of low-carbon living among urban and rural residents; tilting towards middle and low-income groups, market-oriented incentives and precise financial support should be emphasized for low-carbon living; based on the low-carbon living practice of food, clothing, housing, transportation, and tourism, the low-carbon lifestyles are promoted through supply system reform; the infrastructure construction is improved to provide hardware support for the widespread formation of low-carbon lifestyles.

Key words: New Era; low-carbon lifestyle; low-carbon awareness; low-carbon practice

(责任编辑:张璐)