



发展新质生产力背景下的绿色消费理念： 政策背景、研究热点及展望

The Concept of Green Consumption under the Background of Developing New Quality Productivity: Policy Background, Research Hotspots and Prospects

文 / 周 勇

摘要：绿色消费，理念先行，先要从学理上认清绿色消费理念在促进绿色消费中的重要性。关于绿色消费理念的研究整体上呈热度上升态势，形成了多个研究热点，包括习近平总书记绿色消费理念、绿色消费理念内涵、绿色消费理念传播、绿色消费市场理念、绿色消费理念践行、绿色消费理念带动生产方式转变等。未来，须要进一步紧扣核心命题，强化基础研究和政策阐释，习近平新时代中国特色社会主义思想的绿色消费理念内涵、健康适度的绿色消费心理、高尚的绿色消费道德、环保的消费行为规范、通过改变消费方式来引导绿色生产方式变迁应是绿色消费理念研究的重要方向。

关键词：绿色消费；消费理念；绿色发展

1. 引言

习近平在 2024 年 1 月中共中央政治局第十一次集体学习时强调，加快发展新质生产力，扎实推进高质量发展。同时指出，绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力。必须加快发展方式绿色转型，助力碳达峰碳中和。

绿色消费，理念先行，绿色消费理念引导着消费者绿色消费行为。近年我国发布了涉及绿色消费的多个文件，包括《中共中央国务院关于加快推进生态文明建设的意见》《生态文明体制改革总体方案》《国务院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》《关于促进绿色消费的指导意见》《关于完善促进消费机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》《完善促进消费体制机制实施方案（2018—2020 年）》《促进绿色消费实施方案》等，这些文件内含了不少绿色消费理念的新论述。须要从学理上认清绿色消费理念在促进绿色消费中的重要性，消费往往是在生活中表现得随意，没有在正常工作那样严格的规范中进行，所以法律、制度、纪律对绿色消费约束相对较少。绿色消费更多有赖于消费者主观自觉，通过理念不知不觉、自然而然对消费行为形成绿色指引、绿色约束。

2. 绿色消费理念研究热点

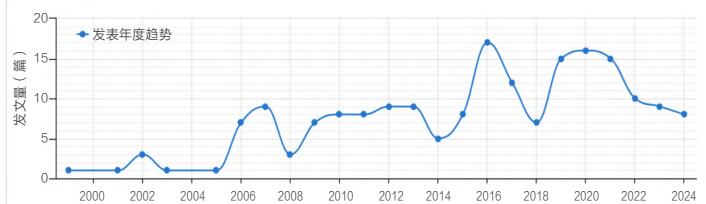
绿色消费理念近年引起了学术界广泛的关注，不少作者撰文对其展开研究。从中国知网提供的文献计量可视化分析结果来看（见下图），关于绿色消费理念的论文整体上呈热度上升态势，形成了多个研究热点，包括习近平绿色消费理念（王微、毕昌萍，2023）、绿色消费理念内涵（宋晓楠，2022）、绿色消费理念传播（杨添实、王丹，2023）、绿色消费市场理念（鉴冉冉等，2023；李贵金、张龙坤，2020）、绿色消费理念践行（罗茹等，2021；叶敏，

2015；夏少敏等，2012；王映雪、朱莉娜，2011）、绿色消费理念带动生产方式转变（范萌萌、杨英姿，2021；宁可等，2020；王岩、刘振江，2016）等。

计量可视化分析—检索结果

数据来源：文献总数：182 篇；检索条件：空；检索范围：学术期刊

总体趋势分析



绿色消费理念历年发文分布

2.1 习近平绿色消费理念

习近平绿色消费理念是马克思消费理论与当前中国实际结合形成的理论成果，深刻领悟习近平绿色消费理念，须要系统把握其生成逻辑、科学内涵与实践价值。就生成逻辑而言，对马克思恩格斯消费理念的





中国（北京）国际服务贸易交易会上展示
的以竹代塑产品。国际竹藤组织供图

继承发展构成其理论逻辑的起点和沿革，对中国共产党人消费文明思想的传承创新构成其历史逻辑的脉络主线，破解时代之问、实践之需的路径选择构成其现实逻辑的鲜明主题，中华优秀传统文化蕴含的生态智慧构成其文化逻辑的深刻渊源。就科学内涵而言，习近平绿色消费理念涵纳人与自然和谐共生的核心特征，以绿色消费增进民生福祉的人本取向及物质消费与精神消费的互补与平衡作为基本遵循。就实践价值而言，习近平绿色消费理念对推动绿色消费成为主流消费模式，为供给侧结构性改革提供驱动力、构筑绿色发展新格局，推动以生态为基础的社会整体绿色化、助力建设“美丽中国”，以及推动生产技术绿色化转型、助力实现“双碳”目标等均具有极为重要的意义。

2.2 绿色消费理念内涵

绿色消费理念的提出是人们对传统消费观的反思，是人们对人与自然和谐相处愿望的体现。绿色消费观是以绿色发展理念为指导的，站在生态文明的更高起点，位居理性消费的更高层次，以绿色高质量发展为更高目标的消费理念。新时代绿色消费理念的阐发不是凭空而来，而是基于党的十八大以来以习近平

同志为核心的党中央在治国理政过程中所面临的现实问题。这些问题表现为两方面。一是宏观领域问题，即国家经济发展与生态环境保护之间的矛盾日益显现；二是微观领域问题，即不文明不健康的生活习惯在国人身上依然存在。以上问题的出现亦构成了新时代绿色消费理念出场的重要时代背景。绿色消费理念体现了追求经济与生态的统一，追求发展与保护的统一，追求民生与环境的统一。绿色消费理念为个体日常生活消费提供道德张力、为供给侧结构性改革提供精神动力、为经济的健康运行提供思想引领力。

2.3 绿色消费理念传播

新媒体时代的到来为我国绿色消费理念的传播提供了新型传播模式和传播条件，绿色消费理念的传播以绿色消费的价值观传递为根本目的，在移动端网络社交平台传播中，须要创新绿色消费观的平台传播模式，增强绿色消费理念传播的灵动性；监管绿色消费理念传播的涵育环境，德育定位新媒体平台意识形态；实行绿色消费理念的区块化传播模式，增强绿色消费理念传播的全民化和亲民性。

2.4 绿色消费市场理念

在绿色消费与循环经济快速发展的背景之下，“买二手、用二手”被越来越多的消费者所接受，甚至已经成为一种生活习惯，二手交易平台也随之应运而生。二手交易平台相较于发展成熟的知名电商平台，在销售管理、运营管理等方面仍存在着一些问题，这在某种程度上阻碍了二手交易平台的健康发展，应变革营销方式，提升消费体验品质；提高准入门槛，加大平台监管力度；完善服务体系建设，有效保障消费者权益。伴随着“618”“双十一”等大型网购节的消费刺激，大学生群体常出现大规模物品流动情况，出现大量闲置物品，从而催生出大学生二手资源交易市场，应线上和线下同时运行，线上统计和拍卖，线下收集和交易二手商品，利用 SQL 数据库技术对商品进行编号，录入数据库，线下展示商品，实现买家对商品进行直观的检测和亲身感受商品。

2.5 绿色消费理念践行

后疫情时代防疫用品尤其是一次性防疫口罩需求量仍然只增不减，用绿色消费理念引导绿色消费行为对节约和合理使用一次性防疫口罩意义重大，应开展多层次引导、全过程督促，促进绿色行为习惯养成。欧盟纺织品市场利用多种生态纺织品认证制度，以及绿色消费标准等绿色“壁垒”，推广绿色消费理念，保护欧盟市场消费者的健康安全，营造了欧盟纺织品市场的绿色环境，获得了欧盟消费者的广泛认可。我国应重视对消费者绿色消费理念的推广，以促进我国纺织行业的可持续发展。要提升消费者的绿色消费态度和产品环境性能认知，须从加强对“环境标志”的宣传普及、建立产品环境信息咨询平台、规范电子废弃物的回收和处置几方面入手。为践行绿色消费理念，政府部门要运用政策，引导绿色产品的生产和消费；供应商要改变经营方式，增强企业环境竞争力；集中采购机构要上通下达，倡导绿色消费；加强对在校生的绿色消费理念教育；应长期加强环境伦理教育，使绿色消费的理念深入人心。

2.6 绿色消费理念带动生产方式转变

贯彻绿色消费理念不仅会改变我国居民的生活和消费方式，同时也对企业的生产模式和标准提出了新的要求。有机大米作为典型的绿色农产品，在绿色消费理念的推动下迅速发展。应以绿色消费理念引领第三产业的绿色发展，在批发零售业打造以绿色商场为引领的新零售模式，在流通领域发展绿色物流，建设绿色仓储，在住宿业发展以绿色酒店为代表的未来酒店业发展模式、以绿色餐饮为代表的未来餐饮业新形态，在金融业探索绿色信贷的消费模式，发行绿色金融债券，在房地产业开发绿色建筑，倡导绿色人居方式。民族地区特色产业具有市场属性、地域性、可持续性等特性，在绿色消费主义主张下培育和发展特色产业，把民族特色优势转化为经济、市场优势，是实现民族地区可持续发展的最佳选择，应以“产业生态化”模式发展资源型特色产业，以边境口岸优势发展低碳型口岸经济，以特色自然与人文资源发展休闲养生和旅游度假等第三产业、发展少数民族文化产业等。

3. 研究展望

2022年1月，国家发展和改革委员会印发的《促进绿色消费实施方案》中指出，我国要面向“碳达峰、碳中和”目标，增强全民节约意识，扩大绿色低碳产品供给和消费，完善制度政策体系，推进消费结构绿色转型升级，加快形成简约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式。须要加快消费者绿色消费观的形成，让绿色消费理念进一步深入人心。概括而言，绿色消费包括三层含义：一是倡导消费者在消费时选择未被污染或有助于公众健康的绿色产品；二是在消费过程中注重对垃圾的处置，不造成环境污染；三是引导消费者转变消费观念，崇尚自然，追求健康，在追求生活舒适的同时，注重环保、节约资源和能源，实现可持续消费。第一层含义可看作是关于消费对象的观念认识，即以未被污染或有助于公众健康的绿色

产品为消费对象。第二层含义可看作是关于对待消费副产品的观念认识,消费会带来许多副产品,比如包装。消费品中的非消费部分,如果壳、食品残渣。能量转换后的废弃物,如粪便。消费后的残体,比如废旧电视,待丢弃处理的废电池,对消费副产品要有合理的处置方式,如物质循环利用、无害化掩埋等。第三层含义可看作是关于对待消费环境的观念认识,消费在一定的环境中进行,这涉及消费者选择什么样的消费环境。同时,消费对环境产生影响,这涉及消费者的消费方式,是选择对环境有利的生活方式还是反之,绿色消费显然注重环保、节约资源和能源,选择可持续消费环境。消费不会损害环境的可持续性,甚至有利于环境的持续。基于以上三层绿色消费理念认识,可对绿色消费理念进一步定义,即倡导消费者在与自然协调发展的基础上,从事科学合理的生活消费,提倡健康适度的消费心理,弘扬高尚的消费道德及行为规范,并通过改变消费方式来引导生产模式发生重大变革,进而调整产业经济结构,促进生态产业发展的消费理念。

根据定义,关于绿色消费理念应有以下研究方向:



健康适度的消费心理、高尚的消费道德、环保的消费行为规范、通过改变消费方式来引导生产方式变迁。这几个方向体现了心理-道德-行为-社会生产方式的递进,在研究性质上体现为从基础研究到应用研究。从已有研究来看,基础研究数量偏少,突破不够,即关于绿色消费心理、绿色消费道德的研究不够,今后有待加强。绿色消费事关新质生产力形成、高质量发展,绿色消费理念带动生产方式转变,这方面的文献尽管已经有不少,但与现实发展需求相比,无论是总结现实经验,还是理论演绎,均不够,须要引起学术界更多重视。当前,我国正处在中国特色哲学社会科学构建阶段,在绿色消费领域,也要按照立足中国、借鉴国外,挖掘历史、把握当代,关怀人类、面向未来的思路,着力构建中国特色绿色消费理念系统。为此,也须要加强政策研究、政策阐释,当前总体上而言,关于习近平绿色消费理念的研究还显得不够,有待学术界基于党的文件精神,深入挖掘习近平新时代中国特色社会主义思想的绿色消费理念内涵。

参考文献

范萌萌,杨英姿.绿色消费理念下推进我国有机大米产业发展的路径研究[J].商场现代化,2021,(08):6-8.

鉴冉冉,赵畅,向生雯,邓远华,赵佳.绿色消费理念下二手交易平台的经营管理优化路径研究[J].商场现代化,2023,(07):26-28.

李贵金,张龙坤.基于绿色消费理念浅析大学生二手资源交易市场C2B2C模式——以“微校格子铺”拍卖模式为例[J].中国商论,2020,(23):35-36.

宁可,孙晓峰,钱堃,陈达,赵安琪.绿色消费理念下的第三产业发展趋势研究[J].中国商论,2020,(16):5-7+11.

罗茹,杜子夜,丁念念,钱笑,赵明洁,孟桃.后疫情时代防疫用品资源绿色消费行为分析——以一次



王兮之 摄

性防疫口罩为例 [J]. 全国流通经济, 2021, (11): 23-26.

宋晓楠. 新时代大学生绿色消费观培育研究 [J]. 经济研究导刊, 2022, (25): 86-88.

王微, 毕昌萍. 习近平总书记绿色消费理念的生成逻辑、科学内涵与实践价值 [J]. 浙江理工大学学报 (社会科学版), 2023 () 12 : 1-9.

王岩, 刘振江. 绿色消费主义主张下民族特色产业
发展研究 [J]. 贵州民族研究, 2016, 37(11): 180-183.

王映雪, 朱莉娜. 我国绿色消费理念的现状与对策
分析 [J]. 新西部 (下旬·理论版), 2011, (09): 68+91.

夏少敏, 任国威, 韩凯. 我国居民绿色消费理念的

调查研究——以浙江省临安市为例 [J]. 北华大学学报
(社会科学版), 2012, 13(06): 41-45.

叶敏. 欧盟纺织品市场绿色消费理念的“内外合
力” [J]. 标准科学, 2015, (08): 82-85.

杨添实, 王丹. 新媒体时代我国绿色消费理念的传
播路径分析 [J]. 新闻爱好者, 2023, (11): 101-103.

(本文系中国社会科学院重大创新项目“实现高水
平科技自立自强的关键”{2023YZD010}; 中国社会科
学院实验室、数据库项目“中国社会科学院经济大数据
与政策评估实验室”{2024SYZH004} 阶段性成果。) ©

(图片除署名者外均来自网络)

周勇：中国社会科学院数量经济与技术经济研究所研究员、创新工程首席专家、中国社会科学院大学应用
经济学院教授