

# 绿色消费助推高质量发展

张月峰 王玮

**摘要：**中国经济正在逐步迈向高质量发展，绿色消费的积极作用已初步显现。本文分析了绿色消费对高质量发展的意义和目前我国绿色消费存在的短板，并从政策诱导机制、法律保障机制、价格调控机制三个方面提出对策建议。

**关键词：**绿色消费 生态文明建设 高质量发展

国家发改委等十部委《关于促进绿色消费的指导意见》明确提出促进绿色消费，加快生态文明建设，推动经济社会绿色发展。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。绿色消费不仅注重对生态环境的保护和可持续发展，同时也满足了人民对美好生活的向往。

## 一、绿色消费对实现高质量发展意义重大

中国经济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“三驾马车”之一，2019年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为57.8%。随着消费者绿色消费意识的提升，绿色消费力量转化为绿色发展的动力不断增强，成为推动高质量发展的重要动能。

（一）绿色消费是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

消费者对绿色消费的需求不断扩大，尤其此次疫情更加激发社会公众对绿色、健康消费的意愿。根据电商平台京东发布《2019年绿色消费报告》显示，2019年绿色消费相关商品总体销量同比增幅较全站增幅高出18%。适应当前及着眼未来中国社会主要矛盾变化，大力推动绿色消费既是满足人民日益增长的美好生活需要的有力支撑，又是助推绿色生产、绿色供给，推动高质量

发展的新增长极。

（二）绿色消费是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

绿色发展涵盖生产端的绿色化和消费端的绿色化，二者相辅相成、互相影响，其中消费端的绿色化对生产端绿色化有着引导和倒逼的作用。绿色消费趋势引领生产产品供给端变化、产品质量和产品结构提升，进而助推生产要素资源、生产方式变革，对供给侧结构性改革具有强大的推动作用。同时，绿色消费活动将绿色理念渗透到公众生活的方方面面，引领全社会积极践行绿色理念和要求，形成绿色生活“新氛围”。

## 二、当前我国绿色消费存在的短板及其产生原因

绿色消费在经济绿色转型中发挥着不可替代的重要作用，与发达国家、地区相比，我国绿色消费相对滞后，主要表现在以下几个方面：

（一）绿色生态产品和服务有效供给不足

面对疫情激发的绿色、健康消费意愿，绿色生态产品、服务供给明显不足，常处于供不应求状态。主要原因在于一是绿色生态产品、服务、认证标准不统一，缺乏鉴定保证，导致生态产品有效供给量较少；二是除公共生态产品外，生态产品生产技术落后，生产成本低，风险大、利润薄，生产者投入意愿差，导致供给量不足。三是规模化的生产基地较少，其品种局限于粮油、肉



禽等少数品种且供应量有限。

#### （二）绿色消费观念和意识有待于进一步提升

我国的绿色消费发展仍处于初级阶段，表现为：第一，绿色消费意识和低碳环保消费方式的普及程度不高，从经济相对发达地区向经济欠发达地区逐渐降低，文化程度较高的人群和年轻一代对绿色消费观更加理解和认可。第二，普通消费者对绿色消费理解不足，绿色消费观念和意识相对片面、陈旧。众多消费者认为购买有机绿色产品、减少浪费就是贯彻落实绿色消费理念，而忽视了产品的整个价值链是否绿色，在消费中缺乏可持续发展意识、生态意识和环保意识。第三，绿色消费观在生活和生产中的实践存在一定难度。因生产成本低、技术要求高等原因，绿色产品的价格普遍高于同类产品，由此会打击公众主动购买绿色产品的积极性。目前绿色产品的受众群体仍是收入较高、文化程度较高、有一定绿色消费意识的人群，且以年轻一代为主。

#### （三）经济与环境协调的政策机制作用发挥不够 关于促进绿色消费的激励机制、约束机制和

惩戒机制不健全、支撑力度不足，如在可以推动消费者购买绿色产品的绿色机制方面主要针对资源综合利用产品和劳务实行增值税优惠政策，并未将其推广到更一般的绿色产品领域如服装、有机食品等；在政府采购制度方面环保产品采购比例仍然较低，根据财政部公布政府采购数据显示 2018 年全国优先采购环保产品 1647 亿元，仅占政府采购总额的 4.6%；实行《企业绿色采购指南（试行）》，对企业约束性不强，绿色采购制度不完善。

#### （四）满足绿色消费的生产技术创新程度不够

我国绿色技术创新正在不断发展，但仍存在着创新规模小、程度不够、研发落后的问题，无法满足绿色生产和绿色消费的需求。以绿色专利为例，国内 2014—2017 年绿色发明专利申请量为 24.9 万件，年均增速高于中国发明专利申请总量的增速，但仅占三年发明专利申请总量的 5.4%。满足绿色消费的生产技术创新程度低的原因主要在于扶持政策 and 激励政策不够、科研创新资金投入不足、企业和科研单位创新动力缺乏、创新技术研发与市场需求相脱节等。

### 三、推动我国绿色消费转型的对策建议

#### (一) 建立和完善政策诱导机制

培养绿色消费观念。出台和施行绿色消费宣传推广政策,推动绿色消费理念进社区、进校园、进农村、进机关,提高各年龄阶层和各行各业人群的绿色消费意识,为其他一系列绿色消费政策的落实和推广夯实思想基础。

健全统一的绿色产品认证体系和绿色服务认证体系。扩大标准覆盖范围,提高认证标准,加快推动低碳有机、节能环保的绿色产品认证,建立统一的绿色产品标准、认证、标识体系。提高认证行业准入门槛,加强行业监管,严厉打击无资质的发证机构和虚假认证行为。

完善绿色采购政策。深化绿色采购政策的执行细则,扩大采购范围,将绿色产品采购标准和要求覆盖到产品全生命周期,从而与绿色制造标准体系相匹配。在全社会推广绿色采购,鼓励和引导企业进行绿色采购,建立绿色供应链管理体系。

完善和推广系统的绿色信贷政策。大力推动绿色金融信贷和绿色消费信贷。推动绿色消费贷款,鼓励和引导金融机构为购买新能源汽车、节能环保家电、绿色建材等经过节能环保认证的产品提供低息或无息绿色消费贷款。研究绿色消费积分制,出台绿色消费积分政策,在金融领域逐步试行绿色消费积分通兑,为今后更大范围实行积分制及其通兑奠定基础。

#### (二) 建立和完善法律保障机制

健全绿色消费相关法律法规。借鉴日本、欧盟、美国等发达经济体在《绿色采购法》领域的立法和实施经验,推动出台我国的《绿色采购法》,从法律层面为绿色采购保驾护航。完善消费税征收体系,扩大消费税的征收范围,提高价值链中高污染、高排放、高消耗的产品消费税的征收比例。

严格执行相关法律法规。完善惩戒制度,对

违反政策规定、采购过程中使用高耗能、高污染原材料的企业加大处罚力度。建立企业环保信用等级制度,对企业环境行为做出信用划分,建立失信企业名单并定期向社会公布,增强信息透明度,为消费者提供参考。

#### (三) 建立和完善价格调控机制

落实税收优惠,扩大税收优惠方式。以取得绿色认证的产品目录为税收优惠参考,对提供符合条件的绿色产品和服务、执行绿色采购的企业给予税收优惠。同时在绿色产品的消费税方面给予相应的减免,降低绿色产品的价格。积极利用其他多种形式的税收优惠,例如差别征税、税收返还等多种方式的税收激励方式。

扩大绿色产品消费的财政补贴范围。进一步增强对绿色建材、新能源汽车、低耗能家电等绿色产品的补贴力度,并扩大补贴范围,对取得节能环保认证的产品给予不等的财政补贴,并维持一定时期。

扩大开放,促进我国绿色消费和绿色经济转型升级。继续深化改革,扩大开放领域,吸引拥有先进技术的外方投资绿色消费领域,融入到我国绿色价值链之中,为公众提供更多绿色产品和服务。加大投入,提高我国绿色产业的技术水平和创新能力,提升绿色、生态产品核心竞争力,推动绿色产品和服务的价格下降、质量提升,造福消费者,推进绿色消费,满足人民日益增长的美好生活需要。■

#### 参考文献:

- [1] 任勇,罗姆松,范必,张建宇,俞海,陈刚.国合会“绿色转型与可持续社会治理专题政策研究”课题组.绿色消费在推动高质量发展中的作用[J].中国环境管理,2020,12,(1).
- [2] 沈晓悦,贾蕾,侯东林.整合职能构建多元化推进机制创新推动绿色消费[J].环境与可持续发展,2017,42,(6).
- [3] 刘晓梅.我国绿色发展中的绿色消费模式培育研究[D].长安大学,2016.

(作者单位:内蒙古自治区节能与应对气候变化中心)

责任编辑:康伟