

构建绿色低碳生活方式的GICL治理体系

朱迪

摘要:“双碳”目标下,我国倡导绿色消费,努力推动形成绿色低碳的生活方式,绿色低碳消费转型成为一场极其深刻的生产生活方式的革命。现有广泛应用的治理策略大都强调消费者的个体能动性,政府、企业、媒体、社会组织等利益相关者努力引导,根本目的是通过改变消费者(如态度观念、消费习惯等)来改变消费行为,而忽略了消费决策是社会性、集体性的产物并且受到结构性的约束。GICL治理体系强调系统性和结构动力,旨在发挥政府、企业、科研机构、媒体、社会组织、消费者等多个主体的能动性,激活社会治理、社会创新、社会文化营造和社会生活方式构成的结构动力系统,通过促进绿色低碳消费从而推动整个系统高质量发展。“去中心化”的系统配置强调发挥多个主体能动性、多重实践协同,既不同于以消费者为“核心”的治理体系,也不同于以政府为主导的治理体系。该体系也具有较强的实证性和应用性,能够与现有的低碳消费治理思路 and 治理体系对话,促进我国低碳消费治理体系不断完善,有助于构建基于我国发展实践的低碳话语体系。

关键词: 低碳生活方式; 低碳消费; 社会治理; 企业社会创新; 社会文化营造

DOI: 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2023.05.008

推动居民绿色低碳消费是减少碳排放的重要途径。一方面,居民生活消费是温室气体排放的主要来源之一,全球温室气体排放大约三分之二来自家庭消费^①,不合理的消费方式会加剧环境资源问题^②;另一方面,我国绿色低碳消费转型也是一场极其深刻的生产生活方式的革命,能够促进经济社会转型发展^③。推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节,要倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式^④。

然而,人们的消费行为不仅受到个体特征、能力和观念的影响,同时也受到外部基础设施、技术、社会制度和 cultural 习俗等的制约,可以说,消费行为的绿色转型是个复杂的系统性工程。不同学科如经济学、社会学、心理学、管理学、环境科学等,从不同理论范式出发探讨如何改变人们的消费行为从而促进绿色消费转型,并提出治理思路和政策建议。有的已经在国家治理中得以实践,如强调态度(Attitude)—行为(Behavior)—选择(Choice)的ABC模式成为主流的政策干预模式^⑤。但现有治理体系仍存在一些局限性:一是未能有效应对态度—行为鸿沟问题,在教育引导政策下人们普遍认同绿色消费态度,但很少能将其转化为实际消费行为,这种态度与行为的不一致困扰了很多研究者和政策制定者;二是将消费看作消费者预算约束、观念态度影响下的个体性决策,忽视了供给、文化、制度等对消费的约束性,从而未能有效改变消费行为;此外,治理体系以政府为主导,未能充分发挥利益相关

基金项目: 国家社科基金重点项目“城镇居民绿色低碳社会生活方式研究”(22ASH012)。

作者简介: 朱迪,中国社会科学院社会学研究所研究员(北京 100732; zhudi123@cass.org.cn)。

① UNEP and UNEP-CCC, “Emissions Gap Report 2020”, <https://www.unep.org/emissions-gap-report-2020>, 访问日期:2023年1月19日。

② 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》,《中国环境管理》2020年第5期。

③ 李培林:《中国式现代化和新发展社会学》,《中国社会科学》2021年第12期。

④ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,北京:人民出版社,2022年,第50页。

⑤ Shove E., “Beyond the ABC: Climate Change Policy and Theories of Social Change”, *Environment and Planning A*, 2010, 42(6), pp.1273-1285.

者的能动性,降低了治理效率,也不利于推动治理体系实现现代化。

本文通过梳理推动绿色低碳消费的不同类型治理思路,尝试借助消费社会学的最新理论成果,结合我国关于绿色低碳消费的战略定位,针对当前相关治理体系和政策体系的不足,提出一种强调系统性和结构动力的治理体系。该体系强调发挥政府、企业、科研机构、媒体、社会组织、消费者等多个主体的能动性,激发社会治理、社会创新、社会文化营造多重实践协同来推动消费转型,多重实践之间的结构动态也有利于促进更高水平的供需动态平衡和经济社会高质量发展。

一、推动绿色低碳消费的治理思路

已有研究从不同理论范式、不同维度提出绿色低碳消费治理思路,本文大致将这些治理思路划分为四种类型:强调消费者能动性、强调企业能动性、强调政府主导性以及强调以实践为视角。这些治理思路经历了不同学科与学者的发展,有的已经被应用到国家治理实践中,但是仍面临一定局限性。

(一)强调消费者能动性的治理思路

针对推动可持续消费和绿色低碳生活方式,当前各国政府和社会运动采取的治理策略大致可分为四类:有两类出于传统经济学的视角,在理性计算消费者假设下,分别主张给予消费者充分的信息使其了解行动的后果,或者推出一系列经济刺激手段来鼓励其作出有益的选择;另有两类出于传统社会学的视角,考虑到社会生活中规范和价值的作用,主张劝说人们采取更加符合伦理或道德的价值观,或者通过法律规定减少错误行为的可能性^①。这些不同类型的治理策略都强调消费者能动性对于消费转型的重要性。当前广泛应用的 ABC 范式及其应用——态度(attitude)、行为(behavior)、选择(choice),即是上述治理策略的代表,出于个体化和能动性的假设、强调消费者作用的治理思路,认为在促进绿色低碳消费中消费者观念态度的转变最重要,改变了个体的态度观念就可以改变消费行为。

ABC 范式基于心理学主流的“态度—行为”研究范式,认为态度和行为之间存在因果关系,即态度是个体行为的诱因。但是研究也发现,消费者对绿色消费的积极态度与实际消费行为之间通常存在不一致的情况,被称为“态度—行为缺口”(attitude-behavior gap)^{②③}。这一概念的提出拓宽了绿色消费的研究视角,探析其成因并寻求适当的干预策略来弥合缺口成为当前研究关注的重点和热点。

然而,强调消费者能动性的治理思路存在诸多学理问题和治理困境,伊丽莎白·修芙对此做了详细讨论^④。第一,过于强调个体消费者责任,但技术、常规、习俗、市场以及预期控制了日常生活的各个领域,并非任何一个行动主体可以控制;第二,强调态度和行为之间的因果关系,认为态度是驱动行为的根本因素,相关讨论还包括“态度—行为缺口”问题,但这种因果联系值得反思;第三,供给、基础设施、技术等仅作为影响态度—行为作用的外部情境性因素,但制度、基础设施和日常生活本身就在不断互动,消费行为应当在这个系统中得到理解。

(二)强调企业能动性的治理思路

绿色生产与绿色消费有着天然的亲密关系。一方面,绿色消费依赖企业生产的绿色低碳产品;另一方面,绿色消费需求可以倒逼企业的绿色生产^⑤。企业作为市场供给的主体应该也能够发挥积极

① Warde A., *Consumption: A Sociological Analysis*, London: Palgrave Macmillan UK, 2017, pp.184-185.

② Peattie K., "Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing", *The Marketing Review*, 2001, 2(2), pp.129-146.

③ Shaw D., McMaster R., Newholm T., "Care and Commitment in Ethical Consumption: An Exploration of the 'Attitude-Behaviour Gap'", *Journal of Business Ethics*, 2016, 136(2), pp.251-265.

④ Shove E., "Beyond the ABC: Climate Change Policy and Theories of Social Change", *Environment and Planning A*, 2010, 42(6), pp.1273-1285.

⑤ 李岩、赖玥、马改芝:《绿色发展视角下生产与消费行为转化的机制研究》,《南京工业大学学报(社会科学版)》2020年第3期。

作用,甚至也有研究提出企业应发挥主导作用^①。

近年来ESG(环境、社会和治理)作为衡量企业价值的重要标准逐渐兴起,对企业如何减轻其经济活动的外部性、如何参与绿色治理实践中提供了有效引导,尤其是ESG原则也被应用到金融投资中,这进一步提升了其影响力,引导企业积极转向绿色行动。ESG强调社会价值最大化,即企业不仅要为股东负责、对利益相关者负责,也要对社会负责,这就要求企业必须将对更广泛社会的责任纳入发展目标中^②。ESG追求是否会减少商业利润?已有研究的答案大多是否定的。詹森强调明智的价值最大化目标鼓励管理者从更长远出发,更好地思考利益相关者的利益,这其实与实现企业市场价值最大化目标并不相悖^③。类似地,爱德蒙斯用蛋糕做比喻,强调懂得做大蛋糕的公司将社会价值作为主要目标,利润只是副产品。令人意外的是,这通常比将利润作为终极目标的思路带来更多利润,因为它鼓励的是实质性长期回报的投资——而如果将利润作为主要标准,这些回报刚开始很难被估算,因而这些项目将永远不会被认可^④。诺德豪斯比较现实地指出一些ESG活动不会带来双赢且降低了企业的利润,并提出了在这种情况下企业ESG活动应该遵循的原则:首先要能够通过社会成本收益测试,其次应将资源集中在其具有信息或经济比较优势的领域,第三是重点关注那些首先会使利益相关方受益且具有较高社会收益成本率的ESG活动。这些ESG原则指向了企业利用其信息、技术、主营业务等优势参与绿色治理实践的策略,也即ESG的一种实现途径——社会创新^⑤。从理念层面,社会创新指企业通过持续完善主营业务来服务社会,或者将核心竞争力创造性地应用于新的挑战、解决社会问题,而且社会创新与企业利润并不冲突,生产让人们的生活更美好的产品、创造使子孙后代生活更美好的自然环境等社会创新更可能带来高利润^⑥。传统上,企业一般通过慈善、公益等手段履行社会责任,社会责任与主营业务基本是割裂的,而社会创新秉持ESG的理念,将对股东的责任、对利益相关者的责任和对社会的责任统一起来,“政治性的企业社会责任”(political CSR)也指向类似的理念^⑦,集合了公司、政府和社会行动者等主体成为一个真正解决问题的共同体机制。

特别地,企业社会创新也是与绿色生产、可持续发展紧密相关的概念^⑧。继熊彼特的技术创新和制度创新之后,学者们将可持续发展作为创新的另外一个重要维度,提出了可持续创新、绿色创新等概念。广义上,只要具备了创新的新颖性、价值性特征,且能实现资源节约和环境改善,就可被归为绿色创新^⑨。比如,企业引入绿色理念、现代信息技术、生物技术和管管理技术以及当代国内外优秀企业持续创新的成功经验(如GE的超低废品率6S质量管理),推动绿色持续创新^⑩。而诺德豪斯特别指出,实现绿色目标的进程正是取决于利润驱动型企业的创新行为,同时也要求对企业提供适当的激励,使其创新活动有利可图^⑪。

① 靳丽静、赵海月:《建立多方联动机制 推进低碳消费》,《人民论坛》2018年第20期。

② 威廉·诺德豪斯:《绿色经济学》,李志青、李传轩、李瑾译,北京:中信出版社,2022年,第254—262页。

③ Jensen M. C., "Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function", *Business Ethics Quarterly*, 2002, 12(2), pp.235-256.

④ Edmans A., *Grow the Pie: How Great Companies Deliver Both Purpose and Profit*, London: Cambridge University Press, 2020.

⑤ 威廉·诺德豪斯:《绿色经济学》,第221—237页。

⑥ Edmans A., *Grow the Pie: How Great Companies Deliver Both Purpose and Profit*, London: Cambridge University Press, 2020, pp.17-76.

⑦ Scherer A. G., Palazzo G., "Toward a Political Conception of Corporate Responsibility-Business and Society Seen from a Habermasian Perspective", *Academy of Management Review*, 2007, 32(4), pp.1096-1120.

⑧ Herrera MEB., "Creating Competitive Advantage by Institutionalizing Corporate Social Innovation", *Journal of Business Research*, 2015, 68(7), pp.1468-1474.

⑨ 李旭:《绿色创新相关研究的梳理与展望》,《研究与发展管理》2015年第2期。

⑩ 向刚、刘亚伟、姚启桐:《企业绿色持续创新:机制与发展模式研究引论》,《昆明理工大学学报(理工版)》2003年第3期。

⑪ 威廉·诺德豪斯:《绿色经济学》,第221—237页。

强调企业创新的治理思路非常富有启发性,提出了一种如何发挥企业能动性促进可持续发展的解决方案,并指明技术创新、商业创新、价值创新在企业社会创新中的重要作用,对于完善低碳消费治理体系有重要启示。然而,市场机制本身具有局限性,市场失灵导致的资源错配很难依靠市场自身纠正,因而强调企业和市场在低碳治理中起主导作用的思路存在一定局限性。特别地,绿色经济学将绿色效率纳入对市场失灵的考量,市场失灵与不完全竞争或垄断有关,也与信息不对称和环境负外部性有关,只要发生这类情况,“看不见的手”原理就会失效,政府干预就成为必要^①。

(三)强调政府主导性的治理思路

在国家治理实践中,各国政府及其规划实施的政策体系都发挥着重要作用,比如英国和欧盟各国都出台了大量政策以应对气候变化和改变人们的生活方式。同时,学术界也致力于通过影响政策和政府来推动社会进步,学术理论能否得到政策采纳、影响政府治理越来越成为学术评价标准之一^②。典型的例子是行为洞察团队(BIT)基于行为经济学理论成为英国、澳大利亚等国家的智囊,参与包括推动绿色消费在内的诸多社会经济政策的制定^③。鉴于政府在当前各国治理中的重要作用,强调政府主导性也成为绿色低碳治理的主要思路之一。

在我国的生态治理实践中,一些研究明确提出政府应当在治理体系中发挥主导或者核心作用^④。政府应承担宏观战略编制、法规标准制定、政策体系构建、职能部门协作、宣传教育、基础设施建设等职责,比如有研究建议中国政府应将推动绿色消费和生活方式放在更加突出的战略地位,按照供给侧与需求侧共同发力、激励约束并举、政府企业消费者共建共治共享的原则构建绿色消费政策体系,加强绿色消费的基础设施和能力建设等^⑤。也有研究认为尚缺乏有效的“政府—市场—社会”协同治理机制,现阶段政府机制发挥主导作用,市场机制作用日趋凸显,而社会机制有待进一步强化^⑥。

(四)实践视角下的治理思路

当代消费社会学正逐渐开始“实践转向”,基于实践理论来理解消费模式,应用到可持续消费研究中,形成了独特的政策思路。相对于“态度—行为”理论关注因果关系和外部因素,实践理论强调内在的和新兴的动态,探索日常生活(比如饮食、出行)如何被社会、制度和基础设施所配置,是理解当代消费与社会转型的更有效理论^⑦。实践理论发展至今,形成两种主要研究范式:一种是“弱实践范式”,将不同领域的实践视作消费者和供给系统互动的场域,社会实践本身并不是动态的实体;另一种是“强实践范式”,社会实践占据了中心位置,人和物作为实践的承担者居于次要地位,通过理解社会实践如何演变、如何捕获和失去消费者以及实践系统如何形成和碎片化来理解社会变迁,饮食、休闲、走路、睡觉等日常生活实践构成了研究的对象^⑧。消费社会学更多在“强实践范式”下理解消费,即实践既作为“实体”(practice-as-entity)同时也作为“行动”(practice-as-performance)^⑨。实践视角下,消费

① 威廉·诺德豪斯:《绿色经济学》,第33—35、80—88页。

② Shove E., “Beyond the ABC: Climate Change Policy and Theories of Social Change”, *Environment and Planning A*, 2010, 42(6), pp.1273-1285.

③ The Behavioural Insights Team: <https://www.bi.team/>, 访问日期:2023年1月19日。

④ 吴飞美:《基于绿色消费的循环经济发展策略研究》,《东南学术》2011年第6期。

⑤ 国会合“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》,《中国环境管理》2020年第5期。

⑥ 卢洪友、许文立:《中国生态文明建设的“政府-市场-社会”机制探析》,《财政研究》2015年第11期。

⑦ Shove E., “Beyond the ABC: Climate Change Policy and Theories of Social Change”, *Environment and Planning A*, 2010, 42(6), pp.1273-1285.

⑧ Shove E., “Beyond the ABC: Climate Change Policy and Theories of Social Change”, *Environment and Planning A*, 2010, 42(6), pp.1273-1285.

⑨ Schatzki T., *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*, Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

本身并非实践,而是所有实践的一个时刻,因此可以说,绝大多数实践需要并产生消费,由此,“消费可以理解为一种过程,在其中行动者参与产品、服务、性能、信息或氛围的使用和欣赏,无论出于功能性、表达性或者精神性的目的,无论是否通过购买,行动者都拥有一定程度的自主权”^①。

实践理论强调,应当在实践参与中解释消费的性质和过程,改变消费行为不能只是依靠消费者的个体能动性,而是将实践作为一个系统进行干预,实践理论也特别强调将供给体系的设计、规划和完善作为治理思路。比如格特·斯帕加伦提出的“基础设施视角”,可以作为衡量公用事业服务水平的一种分析工具,即研究供给端的设计、生产和分配模式是否与消费端的获得、使用和处置模式相匹配,由此也可发现不同消费领域在可持续性上的差异,一些日常实践比另外一些更难改变,很大的原因是绿色选择在供给水平上具有差异,一些日常实践的绿色选择更少或者消费者难以获取,从而阻碍了消费者行为的改变^②。实践理论下的“供给端视角”与行为经济学提出的“助推”理念虽然在理论范式等方面具有本质区别,但都指向供给改善对消费的重要作用。“助推”理论强调通过设计一种选择体系,激励人们自由选择自己喜欢做的事情,比如商家设计食品的摆放方式,将健康食品和绿色食品摆放在更显眼、更易拿的地方,吸引消费者优先选择这些商品^③。我国社会学者也进行了诸多理论和实证研究,以此探讨供给和消费的关系并提出治理思路。张敦福、杨春华强调消费品和服务供给的影响,认为中国消费品及相关服务供给模式的社会变迁,造成了不同模式下社会成员的生态环境、权利义务关系、消费者身份认同及其环境后果间的明显差异^④。朱迪等提出由供给系统、社会习俗和生活方式构成的一个立体分析框架:生活方式视角关注审美、认同、符号等,属于消费的水平分析方法,但忽略了产品的“历史”,即生产—消费循环过程的起源,需要引入消费的垂直分析方法——供给系统视角,研究揭示了供给系统和社会文化习俗如何同时推动和约束中国背景下的饮食习惯变迁^⑤。

然而,实践视角下的治理思路也有局限性:一是某种程度上将“消费者”外部化,将行动者(人)看作实践的承担者来考察实践的社会经济区分,消费者的能动性在某种程度上被弱化了;二是理论性较强,难以与现有政策思路对话并提出具有建设性的治理模式。

接下来本文将重点考察我国绿色低碳消费的发展战略和政策体系。本文试图强化治理思路的实证性和应用性,借鉴当代消费社会学的理论成果,也考虑到我国当前的政策体系 and 高质量发展的社会背景,提出一种新的治理思路和治理体系。

二、我国关于绿色低碳消费的政策体系梳理

在我国的绿色低碳治理中,政府的“指挥棒”作用尤其重要,可以说是上述“强调政府主导性”治理思路的集中体现。本节将分析我国关于绿色低碳消费的战略定位和政策体系,有助于了解我国当前绿色低碳消费治理体系的不足并提出对策建议。我国对绿色低碳消费的认识不断深化,“双碳”目标下绿色低碳消费作为生态文明建设的重要部分,构成了中国式现代化的重要内容,并且更加强调覆盖产品全生命周期、物质精神双重内涵的绿色低碳“生活方式”。我国当前的低碳消费政策体系也较为丰富全面,政策工具随着发展阶段的变化不断迭代,但是仍存在一些问题,需要在新的理论视角下进一步发展。

① Warde A., *Consumption: A Sociological Analysis*, London: Palgrave Macmillan UK, 2017, pp.87.

② Spaargaren G., “Sustainable Consumption: A Theoretical and Environmental Policy Perspective”, *Society and Natural Resources*, 2003, 16(8), pp.687-701.

③ 理查德·泰勒、卡斯·桑斯坦:《助推:如何做出有关健康、财富与幸福的最佳决策》,刘宁译,北京:中信出版社,2015年,第1—110页。

④ 张敦福、杨春华:《消费品和服务的供给模式与中国消费方式的变迁:可持续消费的视角》,《福建论坛(人文社会科学版)》2015年第4期。

⑤ 朱迪、Browne Alison、Mylan Josephine:《供给系统、社会习俗与生活方式——中产阶级日常生活中的饮食消费变迁》,《山东社会科学》2020年第3期。

（一）绿色低碳消费的战略定位

要了解绿色低碳消费在我国战略定位,首先要了解生态环境保护在我国战略定位。可持续发展和生态文明建设明确纳入我国发展战略以及相关政策出台,始于2000年前后^①。首先,文明发展道路思想从21世纪初被提出并一直贯彻至今。党的十六大报告正式提出“推动整个社会走上生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路”^②,党的十七大、十八大、十九大和二十大报告中更加突出强调绿色发展,同时形成更加丰富全面的创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念。其次,生态文明建设不断得到强调,构成了中国式现代化的重要内涵。党的十七大报告首次将生态文明建设纳入全面建设小康社会的奋斗目标^③,党的十八大报告提出“全面落实经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设五位一体总体布局”^④,党的二十大报告进一步将生态文明发展作为中国式现代化的重要内涵,强调“中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化”^⑤。第三,党的十八大以来的生态目标更为丰富具体。在美丽中国、生态环境好转等生态目标基础上,2020年我国明确提出“二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值,努力争取2060年前实现碳中和”^⑥的“双碳”目标,体现了积极应对全球气候变化、作为负责任大国的使命担当。在生态文明发展的实践中,我国也逐步认识到可持续发展不仅同生产领域的节能减排、资源循环、生态保护有关,消费和消费者对于可持续发展也有重要作用,并且绿色低碳消费的发展战略也从“消费模式”改变逐步深化到购买、使用、处置全生命周期更有深度的“生活方式”的引导。特别是在“双碳”目标提出之后,中央政策文件屡次使用“绿色低碳生活方式”的提法,更加强调引导居民生活方式转型对于实现“双碳”目标的重要作用。《中共中央 国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》中,在“加快形成绿色生产生活方式”专题下提到“扩大绿色低碳产品供给和消费,倡导绿色低碳生活方式”^⑦,《2030年前碳达峰行动方案》将“推广绿色低碳生活方式”作为专题,具体包括坚决遏制奢侈浪费和不合理消费、倡导节约用能、营造绿色低碳生活新风尚、大力发展绿色消费、提升绿色产品在政府采购中的比例等^⑧。党的二十大报告明确指出,“倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式”^⑨。

（二）绿色低碳消费的政策体系

近二十年来,国家在发展循环经济、发展新能源产业、节能减排、能源革命和促进绿色消费和绿色生活的政策框架下,出台一系列措施,逐步形成推动绿色低碳消费的政策体系。通过梳理这些政策文件,笔者发现几个重要变化:一是从集中在供给端逐渐延伸至消费端,二是从集中在行政执法手段延

① 朱迪:《我国可持续消费的政策机制:历史和社会学的分析维度》,《广东社会科学》2016年第3期。

② 江泽民:《全面建设小康社会,开创中国特色社会主义事业新局面——在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告》,《人民日报》2002年11月18日,第1版。

③ 胡锦涛:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗——在中国共产党第十七次全国代表大会上的报告》,《人民日报》2007年10月25日,第1版。

④ 胡锦涛:《坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进 为全面建成小康社会而奋斗——在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告》,《人民日报》2012年11月18日,第1版。

⑤ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第23页。

⑥ 《习近平在第七十五届联合国大会一般性辩论上的讲话》, http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/22/content_5546169.htm, 访问日期:2023年1月25日。

⑦ 《中共中央 国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》, http://www.gov.cn/zhengce/2021-10/24/content_5644613.htm, 访问日期:2023年1月19日。

⑧ 《国务院关于印发2030年前碳达峰行动方案的通知》, http://www.gov.cn/zhengce/content/2021-10/26/content_5644984.htm, 访问日期:2023年1月19日。

⑨ 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,第50页。

伸至经济手段,三是从依靠补贴转变为依靠税收、金融、碳排放交易等更加市场化的手段。表1从政策类型和实施对象方面整理了我国推动居民绿色消费的政策体系。供给端主要包括生产、流通、物流等环节,企业是市场供给的主体,此外还有政府作为公共产品(比如基础设施、制度体系构建)的供给主体;消费端主要指终端消费,表1梳理的主要是针对以居民消费者为主体的终端消费政策。

表1 21世纪以来我国推动居民绿色消费的政策体系

推动措施	供给端	消费端
经济手段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 财政补贴 2. 提供奖励 3. 税收优惠 4. 能源分级定价 5. 金融支持(信贷优惠、鼓励融资、发行债券等) 6. 碳排放权交易 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 财政补贴 2. 提供奖励 3. 税收优惠 4. 价格优惠(能源分级定价、绿色消费积分、发放绿色消费券等) 5. 信贷优惠 6. 碳排放权交易
行政执法手段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定发展规划 2. 政策引导 3. 加强基础设施建设 4. 提升公共服务 5. 市场监管、打击整治 6. 修订法律、落实和加强执法 7. 完善标准和认证体系 8. 开展试点示范 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 政策引导 2. 公共机构带头示范 3. 建立绿色消费信息平台
教育引导手段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 强化企业社会责任 2. 弘扬企业家精神与工匠精神 3. 举办论坛、展览交流经验 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全民绿色消费教育 2. 绿色消费主题宣传 3. 创建节约型机关、绿色家庭、绿色社区、绿色出行等 4. 发出行动倡议 5. 举办论坛、展览等交流经验

资料来源:作者整理。

从经济手段来看,针对供给端和消费端的政策十分相似,都是运用补贴、奖励、税收优惠、价格优惠、金融支持等手段激励绿色生产和绿色消费,企业之间和消费者之间的碳排放权交易机制还在探索过程中,仅在2022年印发的《促进绿色消费实施方案》中提到“研究在排放量核算中将绿色电力相关碳排放量予以扣减的可行性……加快提升居民绿色电力消费占比”^①。相较而言,对于供给端的金融支持手段较丰富,包括发展绿色信贷、发行绿色债券、发展绿色保险、支持符合条件的绿色产业企业上市融资等;对于消费端的价格手段较丰富,包括用水用电用气阶梯价格、绿色消费积分、发放绿色消费券等,此外,财政补贴和税收优惠(如免征新能源车购置税)实质上也是通过影响价格来促进绿色消费。

财政补贴政策的变化,突出体现在鼓励新能源车生产和消费的政策上。2014年相关政策还是“对消费者购买符合要求的纯电动汽车、插电式(含增程式)混合动力汽车、燃料电池汽车给予补贴。中央财政安排资金对新能源汽车推广应用规模较大和配套基础设施建设较好的城市或企业给予奖励”^②,而新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)则更强调积分和碳交易手段,“完善企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法,有效承接财政补贴政策,研究建立与碳交易市场衔接机制”^③。

① 《国家发展改革委等部门关于印发〈促进绿色消费实施方案〉的通知》(发改就业〔2022〕107号),http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-01/21/content_5669785.htm,访问日期:2023年1月19日。

② 《国务院办公厅关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》,http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-07/21/content_8936.htm,访问日期:2023年1月19日。

③ 《国务院办公厅关于印发新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)的通知》(国办发〔2020〕39号),http://www.gov.cn/zhengce/content/2020-11/02/content_5556716.htm,访问日期:2023年1月19日。

这是在我国新能源车产业有了一定发展、财政补贴政策积累了一些问题之后的政策调整。

行政执法手段大多应用在供给端,而在消费端应用较少,政策逻辑的区别也较大。行政执法手段首先包括与政府的规划管制职能有关的政策,通过政策制定引导发展方向,这在供给和消费层面所展现的政策逻辑接近。面向供给端的政策主要包括制定发展规划——发展什么、不发展什么、如何发展以及政策引导,比如放宽市场准入、完善用地政策、完善绿色供应链制度体系建设、通过国家科技计划支持技术创新等,通过“给政策”或者“取消政策”来引导生产、流通、配送各个供给环节。消费层面主要通过政策引导和支持,比如取消二手车限迁、限塑令以及新能源汽车在牌照额度拍卖、限号行驶、购车配额等政策上的优惠对待。

行政执法手段还包括将政府作为供给主体或消费主体促进绿色消费,比如在供给端加强基础设施建设和提升公共服务(比如交通服务水平),公共机构则在绿色消费方面带头示范。此外,行政执法手段还包括监督管理、统筹协调、立法执法,这类政策主要针对供给端,政策措施也最为丰富,比如严厉打击虚标绿色低碳产品行为,完善并强化绿色低碳产品和服务标准、认证、标识体系,修订节能法、循环经济促进法等法律。除了以上措施,2022年《促进绿色消费实施方案》还提出“推动建立绿色消费信息平台”,“统筹指导并定期发布绿色低碳产品清单和购买指南,引导并便利机构、消费者等选择和采购”^①,这种行政统筹措施对于消费者的信息赋能非常重要。

第三类是教育引导手段,在供给端和消费端都有所应用。供给端的相关政策包括强化企业社会责任,比如“鼓励企业推行绿色供应链建设”^②“强化环境责任意识”^③;弘扬企业家精神与工匠精神,比如“鼓励科研人员开发新能源汽车领域高价值核心知识产权成果”^④。针对消费者的教育引导手段就更丰富,包括绿色消费教育、主题宣传、绿色家庭创建、行动倡议等,经过各级政府、社会组织、媒体等的组织宣传,“光盘”行动、地球一小时等倡议深入人心。另外,举办论坛、展览交流经验也在《促进绿色消费实施方案》中被提出,也是针对供给端和消费端的重要教育宣传手段。

当前我国的绿色低碳政策体系比较丰富全面,然而,结合已有研究和上文梳理,相关政策体系仍存在问题:一是面向消费端的政策强调教育宣传、转变消费者观念,忽视消费决策实质是多个利益相关者集体性行动的产物并受到结构性的约束。二是强调政府、企业的能动性和影响力,认为消费者的作用仅在于消费环节,这种思路的片面性体现在,消费者对于消费的能动性没有想象中那么强,同时消费者和消费行为也对生产、治理、文化构建等相关实践具有不可忽视的影响和作用。三是当前的政策机制和治理体系仍以政府为主导,如已有研究指出的,未能充分发挥企业、消费者等利益相关体的能动性,未能建立起政府—市场—社会的协同和互动机制。

三、GICL: 一个治理体系的提出

上文论述了推动低碳消费生活方式的不同治理思路,以及我国关于绿色低碳消费的发展战略和政策体系。在当前我国努力实现高质量发展的背景下,针对现有治理体系和相关政策不足,基于当代消费社会学的理论成果,本文提出一种多重实践协同的治理体系,下文将从结构机制、独特优势、对策

① 《国家发展改革委等部门关于印发〈促进绿色消费实施方案〉的通知》(发改就业〔2022〕107号),http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-01/21/content_5669785.htm,访问日期:2023年1月19日。

② 《国家发展改革委等部门关于印发〈促进绿色消费实施方案〉的通知》(发改就业〔2022〕107号),http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-01/21/content_5669785.htm,访问日期:2023年1月19日。

③ 《国务院关于印发2030年前碳达峰行动方案的通知》,http://www.gov.cn/zhengce/content/2021-10/26/content_5644984.htm,访问日期:2023年1月19日。

④ 《国务院办公厅关于印发新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)的通知》(国办发〔2020〕39号),http://www.gov.cn/zhengce/content/2020-11/02/content_5556716.htm,访问日期:2023年1月19日。

建议等方面进行讨论。

(一)GICL 治理体系

针对如何推动生活方式绿色转型,本文不仅关注消费端和消费者的特征,也关注消费者外部的物质和文化环境的改善^①,并结合当下经济社会高质量发展的主要实践,提出GICL治理体系(如图1所示)。该体系由社会治理(governance)、社会创新(innovation)、社会文化营造(culture)和社会生活方式(lifestyle)构成一个结构动力系统,发挥政府、企业、科研机构、媒体、社会组织、消费者等多个主体的能动性,作为推动可持续消费和高质量发展的实践路径。已有文献中,社会治理通常指如何通过共建共治共享实现整个社会的健康有序运行^②。在GICL治理体系中,社会治理特指以政府为主体的社会治理机制,提供由公共供给、制度架构和管理模式构成的治理方案,致力于提供政策引导和社会协同力量,以政府为主体并协调其他利益主体,发挥政府的监管、规制和协调作用。社会创新特指以企业为主体的社会创新,如前文提到,指企业通过持续完善主营业务服务社会和解决社会问题;社会创新提供由产品、技术、传播构成的市场方案,致力于提供商业和经济的驱动力,以企业为主体并链接其他利益主体,尤其推动产学研结合,强调商业、技术和价值三个维度的创新,社会创新是该系统中最具突破性和潜力的结构。社会文化营造相关研究较少,本文借此概念强调文化通过塑造绿色低碳社会习俗来影响消费,而非通过改变个体的态度观念来影响消费。具体来讲,社会文化营造提供塑造习俗、仪式、规范的文化方案,以媒体、社会组织、社区等社会力量为主体,政府、企业、消费者也是重要主体,发挥文化的规范性、引导性和支持性的力量。社会生活方式即人们依据一定的规范、习惯和供给体系组织起吃穿住行、工作、社交、养育子女等生活实践,而绝大多数生活实践都离不开消费,借用实践理论的话语,消费作为重要的时刻组织起社会生活实践,其也是社会生活方式的重要构成。

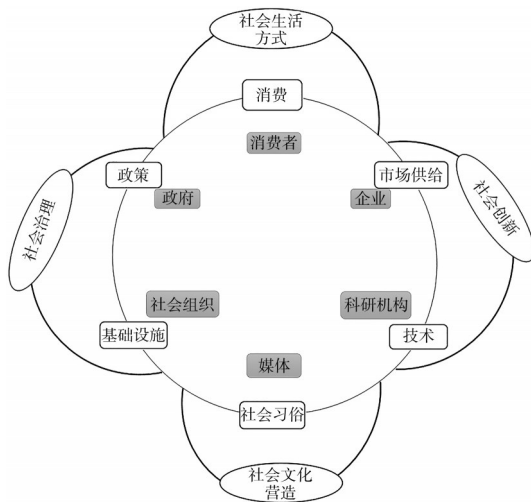


图1 GICL治理体系
(资料来源:作者绘制。)

在GICL体系中,社会治理的主体主要是政府,社会创新的主体主要是企业,社会文化营造的主体主要是媒体、社会组织等社会力量,社会生活方式的主体是个体消费者,不同行动都具有能动性,也对其他行动有制约性,可以说是互为结构、互相依存的关系。

① 朱迪:《“宏观结构”的隐身与重塑:一个消费分析框架》,《中国社会科学》2023年第3期。
② 黄晓春:《党建引领下的当代中国社会治理创新》,《中国社会科学》2021年第6期;李培林:《社会治理与社会体制改革》,《国家行政学院学报》2014年第4期;冯仕政:《社会治理与公共生活:从连结到团结》,《社会学研究》2021年第1期。

首先,GICL治理体系能够弥补我国当前可持续消费治理体系的不足。该体系中,消费转型不仅依赖于消费者能动性,也在于供给、文化、制度等外部环境的改善,而且消费者的作用不仅在于消费环节,其行动后果对于供给、政策制定都具有一定影响,特别是在数字时代,消费者的表达渠道更加丰富多元、话语权增强,也是塑造社会文化的重要主体,对社会文化营造拥有较强的能动性。GICL体系区别于传统的以政府或企业为主导的思路,建立起多个主体、多重实践构成的整体性框架。政府致力于社会治理、完善公共供给,企业致力于社会创新、完善市场供给,社会力量致力于营造文化习俗,在互动协同中推动消费行为改变和低碳生活方式转型,同时这一转型也有助于形成高水平的供给体系、塑造积极健康的社会文化。

其次,GICL治理体系区别于现有主流的治理模式,如图2所示。以ABC模式和“助推”为代表,现有主流的治理体系主张政府、企业、媒体、社会组织等利益相关者努力引导,根本目的还是改变消费者,治理思路是通过改变消费者的态度观念、消费习惯等促进可持续消费转型。而GICL治理体系是一种“去中心化”的体系,将政府、企业、社会组织、媒体、消费者视为一个共同体,这些不同主体都具有能动性,其各自的行动(performance)——比如产品研发供给、政策制定、消费、日常生活等,能够形成一个结构动力系统,治理思路是通过促进可持续消费推动整个系统的高质量发展。比如企业社会创新通过完善主营业务和商业模式服务社会、解决社会问题,本身并不一定能够迎合消费需求或者短时间内符合消费需求,但这种具有社会价值的商业实践对人们的生活方式具有引领作用,使得绿色低碳生活方式更可行,如垃圾分类更方便、绿色出行更友好,有力促进了人们消费行为的改变。这是“去中心化”的GICL治理体系区别于以消费者为“核心”的现有主流治理体系的关键所在。此外,现有主流的治理模式往往强调不同主体的不同作用及差异化的利益所在,而GICL治理体系更强调不同主体的利益整合及其所促成的不同实践,社会治理、社会创新和社会文化营造等实践与行动主体并非一一对应,为了达成某一目标,不同主体利益的整合更具开放性、更加多元化,通过多重实践协同促进经济社会高质量发展。



图2 利益相关主体的关系:GICL治理体系(左)与现有治理体系(右)的对比

(资料来源:作者绘制。)

此外,相比实践视角下的治理思路,GICL治理体系也具有优势:第一,将消费者能动性引入治理体系。消费行为一方面被供给、技术等宏观外部条件所制约,另一方面对于社会治理、社会创新、社会文化营造也具有约束性,特别是在生活方式实践和社会文化营造中具有能动性。第二,实证性较强。社会治理、社会创新、社会文化营造、生活方式既可以通过定量数据测量,也可以从我国的发展实践中获取大量案例材料支持,有助于加强消费和经济社会发展的实证分析。第三,应用性较强。社会治理、社会创新、文化营造、社会生活方式都是当下社会各界关注的焦点议题,使用类似的话语体系有助于同现有政策体系进行对话,并进一步构建基于我国发展实践的话语体系。

(二)GICL体系的结构动力分析

GICL体系的显著特点是社会治理、社会创新、社会文化营造和社会生活方式构成了一个结构动力系统,对可持续消费转型和高质量发展具有较强的启示。低碳治理体系的系统性也在现有研究中

得到强调。如张永生提出,只有将碳中和纳入生态文明建设的整体布局,促进生产和生活方式的系统性转变,让减碳成为促进生态环境改善和资源节约的推动力,碳中和才能够促进可持续发展这一根本目标的实现^①。

首先,完善社会治理、社会创新和社会文化营造,有助于推动绿色低碳生活方式。社会治理维度,完善基础设施和公共服务、引导绿色生产、鼓励社会和公众参与,构建促进低碳生活方式的协同治理体系;社会创新维度,研发推广绿色低碳产品、鼓励商业创新,丰富低碳产品和服务供给,同时借助主流媒体和社交媒体实现可持续价值传播,在商业层面形成业态创新、在社区层面形成文化引导、在个体层面转变消费行为;社会文化营造维度,塑造低碳消费新风尚、引领低碳社会潮流,重视发挥中等收入群体和青年的文化引领作用,发扬我国历史文化精神特质,打造具有本土性和内生性的绿色低碳话语体系。这些努力有助于改善消费的宏观外部环境,促进可持续生活方式转型。

其次,绿色低碳消费和生活方式的转型也有助于社会治理、社会创新和社会文化营造的完善。绿色低碳生活方式主要体现在绿色低碳消费组织起人们的工作、社交、家庭生活等日常生活实践。比如,社交不再一味讲求面子,合理点菜、避免浪费,日常生活不再“偷懒”,尽量使用可循环利用材料、避免使用一次性用品、洗澡洗衣服注意节水节电。伴随人们的生活方式转型,消费在购买、使用、处置不同环节的低碳化需求,以及功能性、符号性、精神性不同类型消费动机与低碳消费的交叉,能够推动政府加强规划完善绿色出行、垃圾分类等基础设施,激发企业注重绿色产品研发和可持续业态创新,也有助于塑造整个社会的绿色低碳文化氛围,从而完善社会治理、社会创新和社会文化营造。GICL治理体系不仅为推动绿色低碳消费提供了一种新的治理思路,也有助于更好地理解 and 优化供给—消费关系,推动供需在更高水平上的动态平衡,促进人的全面发展和社会全面进步,从而对于实现经济社会高质量发展有重要启示。

此外,社会治理、社会创新和社会文化营造之间也有相互促进的作用。基础设施、公共服务和社会政策等的优化完善能够引导支持绿色生产研发、塑造绿色低碳文化,从而推动社会创新和社会文化营造。商业、技术、价值层面的创新完善能够促进新业态新技术领域的协作和治理、促进社会习俗的引导和支持,从而有助于完善社会治理体系,推动社会文化营造。比如课题组在相关企业调研时发现,在这一新兴领域企业常遇到单个企业难以解决的问题,需要行业性、社会性的布局和协同,当相关问题通过组织或渠道进行反馈并不断论证,政府就能够出台相关政策或协调措施,但这一过程和机制不同于依靠政府给政策的所谓“政府主导性”治理体系,而是有助于优化和完善社会治理。此外,绿色低碳的社会文化能够增强政府、企业、媒体、社会组织、消费者等利益相关者对环境和社会的责任感,有助于推动社会治理和社会创新的不断发展完善。

我国近些年大力发展新能源汽车产业、鼓励新能源车消费,其发展过程集中体现了社会治理、社会创新和社会文化营造对绿色低碳生活方式的推动。治理层面,政府先是采取补贴和奖励手段。后来逐渐过渡到金融信贷手段为主,鼓励企业的新能源汽车生产研发,加强生产供给,同时在牌照额度拍卖、限号行驶、购车配额、购置税减免等方面采取优惠鼓励购买措施,并协同市场力量规划充电桩建设和维护,提高新能源车消费的优先性和使用的便捷性。创新层面,越来越多企业加入“造车”行列,不仅有传统汽车企业,也有互联网和其他行业企业^②,并且在快速充电、智能驾驶、舒适性配置等方面不断进步,产品研发设计中也注重贯彻低碳环保理念,多个方面发力促进供给的丰富性和可行性,同时加强价值引领。新能源车企业的一个突出特点是重视生活方式引导,这也是新能源车营销区别于

① 张永生:《为什么碳中和必须纳入生态文明建设整体布局——理论解释及其政策含义》,《中国人口·资源与环境》2021年第9期。

② 《新能源汽车“跨界”加剧 产业结构迎来重大改变》, http://www.caam.org.cn/chn/38/cate_413/con_5235281.html, 访问日期:2023年1月19日。

传统汽车的地方。比如,打造“奶爸车”“露营车”,聚焦细分消费群体和新兴消费需求,并形成车友社群,分享个性化的使用攻略。这些商业创新带来了汽车文化变迁,挑战了私家车主等同于“成功人士”的刻板印象,而是为新能源车消费贴上了“年轻”“潮流文化”“亲子家庭”“休闲”等标签,同时通过车友社群加强共同体感,即通过塑造新能源汽车社会文化扩大了新能源汽车消费。2022年前10月我国新能源车产销分别达到548.5万辆和528.0万辆,同比均增长1.1倍,产销连创历史新高,市场渗透率达24%^①。可以看出,新能源车消费的增长离不开宏观外部环境的改善,包括公共供给和市场供给的完善创新以及文化习俗的推动。

四、结论

通过梳理推动绿色低碳消费的不同治理思路,针对我国当前相关治理体系和政策体系的特点和不足,本文提出GICL低碳消费治理体系,由社会治理、社会创新、社会文化营造和社会生活方式构成一个结构动力系统,发挥政府、企业、科研机构、媒体、社会组织、消费者等多个主体的能动性,作为推动可持续消费和高质量发展的实践路径。

相对于现有的治理思路和治理体系,GICL体系具有一定优势。一是在供给、制度、技术、文化的系统中理解消费,重视破解绿色低碳消费的结构制约,更有效推动全民绿色低碳消费和生活方式,也有助于完善优化供给—消费关系和促进经济社会高质量发展。二是“去中心化”的系统配置强调发挥多个主体能动性、多重实践协同,既区别于以政府或企业为主导、其他利益相关者依靠“信号”来行动的治理体系,也不同于以消费者能力和态度作为消费根本原因的治理思路及其所主张的以消费者为“核心”的治理体系,更有效促进治理体系现代化。三是对消费者能动性进行了较妥善安置,政策建议认为个体消费者在绿色低碳社会文化营造和日常生活实践中都具有能动性,应特别发挥中等收入群体和青年的积极作用,这一思路既不同于现有治理体系认为消费决策是消费者主权性和个体性的选择,也不同于实践视角下过于弱化消费者的个体能动性,更合理有效发挥消费者能动性。四是该体系具有较强的实证性和应用性,较易于通过定量和定性数据测量,也能够与现有的低碳消费治理思路和治理体系对话,促进我国低碳消费治理体系不断完善,有助于构建基于我国发展实践的低碳话语体系。落实到政策建议方面,虽然政策制定和实施的主体是政府,但是政策制定的思路和逻辑不一定是以政府为主导、完全自上而下的,本文提出的政策建议试图通过政府的指挥棒、利用多种政策工具整合不同主体的利益、激发相关利益主体能动性,推动社会治理、社会创新和社会文化营造的协同及良性互动,促进全民低碳生活方式转型。

当然,本文提出的GICL治理体系目前还停留在一种理论上的治理思路,对于不同经济社会背景的适用性还有待探索验证,比如针对我国不同类型地区的适用性,未来的研究可进一步探讨该体系的差异化实践经验。未来也希望发展出更具体、更为工具性的行动框架,提供行动策略和对策建议,在应用中探讨该体系的适用性和局限性并进一步发展该体系。比如在相关应用研究中,可探讨该体系在不同类型的生活实践、消费的不同环节以及不同社会经济群体中,如何转变人们的生活方式并促进社会系统的发展,积累更多应用经验后甚至可开发出应用工具箱,比如具体的流程步骤、合作机制、应用场景等,通过这些应用不断完善更新该体系。

^① 《前10月新能源汽车产销均超500万辆》, http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-11/15/nw.D110000renmrb_20221115_5-01.htm, 访问日期:2023年1月19日。

GICL Governance System for Constructing a Green and Low Carbon Lifestyle

Zhu Di

(Institute of Sociology, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, P.R.China)

Abstract: In the practice of ecological civilization development, China has gradually realized that sustainable development is not only related to energy conservation, emission reduction, resource circulation, and ecological protection in the field of production, but consumption and consumers also play important roles in sustainable development. The governance strategies of promoting green and low-carbon consumption have also gradually developed from a change in “consumption modes” to a further guidance of “lifestyle” throughout the entire life cycle of purchase, use, and disposal of material goods. Especially after China has proposed the “dual carbon goals”, central government policies have repeatedly used the term “green and low-carbon lifestyle”, emphasizing the important role of people’s lifestyle transformation in achieving the “dual carbon goals”. The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China points out in the special topic of “promote the green transformation of development” that, promoting green and low-carbon economic and social development is a key link to achieve high-quality development, and the report emphasizes the promotion of green consumption as well as the formation of green and low-carbon production and lifestyle. In the past two decades, China has introduced a series of policies within the framework of developing circular economy, developing new energy industry, energy conservation, emission reduction, energy revolution and promoting green consumption and green lifestyle, gradually forming a policy system to promote green and low-carbon consumption. Existing widely used governance strategies often emphasize agency of individual consumers, with stakeholders such as the government, businesses, the media, and social organizations. All strategies aim to guide consumers, with the ultimate goal of changing consumption behavior by altering consumers’ attitudes, perceptions, and consumption habits. This kind of governance strategy, however, overlooks that consumer decisions are social and collective products and are constrained by structural factors. The GICL governance system emphasizes systematic and structural dynamics, mobilizing the agency of multiple stakeholders including the government, businesses, research institutions, media, social organizations, and consumers. By activating the structural dynamic system composed of social governance, social innovation, social culture construction, and social lifestyle, the GICL governance system promotes high-quality development of the entire system through the advancement of green and low-carbon consumption. The “decentralized” system configuration emphasizes the active participation of multiple stakeholders and collaboration of multiple practices. Thus, the GICL system is different from existing governance systems which are either consumer-centered ones that aim to change consumer behavior to achieve green consumption of the society, or government-led ones where the government is in dominant position and all other stakeholders can only be mobilized or instructed by government policies. This “decentralized” system, therefore, has strong empirical and applicable features, capable of engaging in dialogue with the existing low-carbon consumption governance concepts and systems, and helps to promote continuous improvement of China’s low-carbon consumption governance system and to construct a low-carbon discourse system based on China’s development practices.

Keywords: Low-carbon lifestyle; Low-carbon consumption; Social governance; Corporate social innovation; Social cultural construction.

[责任编辑:陆 影]