

# “两山理论”视域下绿色电商的发展探赜

吴峰

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年6月26日; 录用日期: 2024年7月12日; 发布日期: 2024年8月13日

## 摘要

绿色电商作为数字经济与实体经济深度融合的产物, 致力于发展绿色产业, 推广绿色消费模式。这与“两山理论”强调的经济发展与生态环境保护协同共生的核心理念具有高度契合性。本文从理论、实践两重维度深入探析“两山理论”与绿色电商的耦合效应。在理论层面, “两山理论”为绿色电商提供了思想遵循。在实践层面, “两山理论”指明了电商发展与生态保护协同共生的新路径, 构建了生态保护与经济的双赢格局。然而“两山理论”指导下的绿色电商仍面临着生态环保观念缺失、基础设施建设存有短板、绿色物流亟需提升的发展困境。为此, 需要从认知转变、基建布局、绿色物流三重维度优化绿色电商发展道路, 推动绿色电商稳步健康发展。

## 关键词

两山理论, 绿色电商, 耦合效应, 实践困囿, 纾解路径

## Exploring the Development of Green E-Commerce from the Perspective of “Two Mountains Theory”

Feng Wu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 26<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jul. 12<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 13<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

Green e-commerce, as a product of the deep integration of the digital economy and the real economy, is committed to the development of green industries and the promotion of green consumption patterns. This is highly compatible with the core concept of synergistic symbiosis between

文章引用: 吴峰. “两山理论”视域下绿色电商的发展探赜[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 6675-6680.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133826

economic development and ecological environment protection emphasized by the “Two Mountains Theory”. This paper analyzes the coupling effect of the “Two Mountains Theory” and green e-commerce from the theoretical and practical dimensions. At the theoretical level, the “Two Mountains Theory” provides the ideological guidelines for green e-commerce. At the practical level, the “Two Mountains Theory” points out a new path of synergy between e-commerce development and ecological protection, and builds a win-win pattern of ecological protection and economic development. However, the green e-commerce under the guidance of the “Two Mountains Theory” is still facing the development dilemma of the lack of ecological and environmental protection concepts, short boards in infrastructure facilities, and the urgent need to improve green logistics. For this reason, it is necessary to optimize the development of green e-commerce from the cognitive change, infrastructure layout, and green logistics three-dimensional optimization of green e-commerce development path, to promote the steady and healthy development of green e-commerce.

## Keywords

Two Mountains Theory, Green E-Commerce, Coupling Effect, Practical Difficulties, Path to Relief

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

党的十八大以来，党中央高度重视经济社会发展与生态环境保护的协调共生。为深刻阐释经济社会发展与生态环境保护的关系，“两山理论”应运而生。在数字化蓬勃发展的大背景下，经济发展与生态保护的协调共生已然成为推进中国式现代化的内在要求，并与信息技术应用呈融合之势。2023年7月，习近平总书记在全国生态环境保护大会上强调：“深化人工智能等数字技术应用，构建美丽中国数字化治理体系，建设绿色智慧的数字生态文明。”[1]绿色电商是以互联网技术为底层支撑的新兴产业，是实体经济与数字化经济深度融合的产物。它能够利用现代信息技术，有效地提高资源的生产率和利用率，推动产业结构优化升级，助力清洁能源的发展与使用，降低碳排放量。我国《“十四五”电子商务发展规划》指出：“践行绿色发展理念，贯彻落实碳达峰、碳中和目标要求，提高电子商务领域节能减排和集约发展水平。”[2]这深刻表明绿色电商产业肩负着推动经济绿色化转型，助力经济与生态协同共生的使命任务。在“两山理论”的指引下，绿色电商不仅会助推经济效益蓬勃发展，更将绿色发展理念融入电商产业全链条，助力经济与生态协同共生的实现。因此，系统探赜“两山理论”与绿色电商发展的耦合效应，明晰“两山理论”视域下绿色电商的实践困囿与纾解路径，对助力经济社会繁荣发展与生态环境保护协同共生具有重要意义。

## 2. “两山理论”与绿色电商的耦合效应

经济发展与生态建设并非矛盾冲突，恰恰相反二者内在勾连，存在密切联系。随着近些年生态文明建设的持续高质量推进，如何融合时代新兴技术，以数字经济赋能生态保护成为亟待解决的重大课题。

“两山理论”的核心思想是追求经济发展与生态保护的和谐共生，致力于构建经济效益增长与生态环境保护双赢的发展新格局。绿色电商作为新时代绿色经济发展的重要推动力，致力于推广绿色消费理念、助力中华文明的可持续发展。二者在理念与实践层面上具有高度契合性，搭建起生态文明建设与电商产

业协调发展的桥梁。

## 2.1. 理论指引：“两山理论”为绿色电商提供思想遵循

“两山理论”深刻阐释了经济发展与生态环境保护不是相互对立的两个层面，而是相互依赖、相辅相成、共同发展的关系。“我们既要绿水青山，也要金山银山。”<sup>[3]</sup>保护环境就是保护生产力，而改善生态环境就是发展生产力，这既是中华文明可持续发展的重要理念，也指明了电商发展与生态保护协同共生的新路径。绿水电商作为电商行业一种可持续发展的新模式，要积极践行“两山理论”。首先，在追求经济效益时要充分考虑经济活动对生态环境的影响，坚持生态保护优先原则。其次，要贯彻绿色发展理念，积极推动产业结构优化调整，发展绿色产业。最后，要树立人与自然和谐共生的发展目标。绿色电商发展要尊重自然、顺应自然、保护自然，通过发展绿色产业形成绿色低碳、循环发展的生产生活新模式。绿色电商发展要始终坚持以“两山理论”为重要思想指引，从而更好助推电商行业的绿色转型和可持续发展。

## 2.2. 实践应用：绿色电商是“两山理论”的生动实践

“生态兴则文明兴，生态衰则文明衰。”<sup>[4]</sup>生态环境变化直接影响到文明的接续更替。绿色电商作为新时代商业模式的创新典范，在助力绿色经济发展方面具有天然优势，已然成为绿色经济的一部分。在绿色经济发展模式中：一方面，电商企业积极践行生态环保理念，通过优化产业结构发展绿色产业、革新绿色物流技术发展清洁能源、推行环保包装等方式，降低经济活动对环境的负面影响。同时，电商企业还致力于绿色消费观念的推广，通过改造创新绿色产品的方式，引导消费者选择绿色环保产品，进而推动绿色消费市场的蓬勃发展。另一方面，从绿色电商自身优势来说，绿色电商以互联网信息技术为基底，使得其可以突破时间和空间的限制。让消费者和生产厂家直接对接，减少了中间过程的能源消耗和资源浪费，从而更好助力绿色经济的可持续发展。同时，绿色电商具有严格的商品准入制度和质量监管机制。这与“两山理论”中强调的生态优先、保护优先的核心理念相一致。电商平台会对入驻商家及产品进行严格审查，确保商家的产品符合绿色环保标准。这种严格的监管制度既助力电商企业绿色品牌的树立，也提高了企业和消费者的生态环保认知。因此，绿色电商是“两山理论”在数字经济领域的生动实践，它通过技术创新、产业优化、产品监督等方面助推绿色产业发展，打造绿色消费新模式，助力生态保护与经济发展双赢格局的形成。

## 3. “两山理论”视域下绿色电商发展的实践困囿

“两山理论”视域下，绿色电商作为生态文明建设的重要助推力，其发展对于“美丽中国”建设，实现经济发展与生态环境保护良性循环具有重要意义。然而，在实际发展过程中，绿色电商发展道路并不是一帆风顺的，仍然存在着实践困囿。这些困囿不仅制约绿色电商的健康发展，也影响生态文明建设的整体进程。

### 3.1. 主体维度：生态观念认知不足

“低碳经济以降能减排为主要目标。这一理念下，电子商务发展理念也会相应发生革新。”<sup>[5]</sup>“两山理论”深刻阐明了经济发展要与生态保护协同共进的道理。但是，在绿色电商发展的实践道路上，生态文明理论欠缺，环境保护观念淡薄成为“两山理论”视域下绿色电商发展的实践困囿之一。一方面，部分企业生态保护观念欠缺，依然停留在以牺牲生态环境为代价来换取经济利益的落后发展模式。它们为了追求短期的经济效益，而不管不顾自身的经济活动对生态环境造成的负面影响。同时，企业对绿色电商的认知与理解停留在字面意义中，没有深入探析绿色电商的发展意义和模式，而是将其作为传统

电商的补充,因而未能充分发挥绿色电商在提升经济效益与促进生态环境保护方面的优势,使得绿色电商的发展失去了原本意义。另一方面,企业和消费者对绿色产品的认知也停留在表面,缺乏更深层次的了解和认同。在他们的固有观念中,绿色产品仅仅是指向水果、蔬菜类的产品。因此,消费者对绿色产品的需要不高致使企业忽视了对绿色产品的改造创新,这更加制约了绿色电商的发展道路。要促进“两山理论”视域下绿色电商的健康发展,首先要提升企业与消费者的生态环保意识,加深他们对绿色电商的理解与认同。

### 3.2. 设施维度：基础设施建设存在短板

“两山理论”指导下的绿色电商发展不仅要实现经济效益又快又好的提升,而且更强调在经济发展过程中注重生态环境的保护。然而,绿色电商发展道路上,除生态环保理念缺失外,基础设施建设方面也存在着明显的短板。这些短板既抑制了绿色电商的持续发展,也对“两山理论”在绿色电商领域的深入实践产生了消极影响。绿色电商的兴起与发展是以互联网信息技术为底层支撑的,互联网技术赋予绿色电商高效率、低延迟、低成本等特点,使得绿色电商能够充分发挥自身优势助力绿色经济的发展。但是随着绿色电商规模逐渐扩大,其对与互联网相关的基础设施的依赖也愈来愈强。为保证绿色电商稳步向前发展就必须要有庞大的互联网基础设施作支撑。虽然我国较早地捕捉到了互联网信息技术对实现经济跨越式发展的重要机遇,并制定了发展规划,开始了互联网基础设施的建设与普及。但是,从发展全局来看,我国互联网基础设施建设还存着地区发展不平衡、建设资金短缺、技术融合发展欠缺等短板。尤其是在基础设施地区失衡方面,由于资金、技术等限制,乡村明显落后于城市、西部明显落后于东部。这严重制约了绿色电商的综合建设与发展,在带来地区经济发展不平衡后果的同时,也使得全国良好生态文明建设难度加大。因此,补齐互联网基础设施短板对保障绿色电商稳步持续发展具有重要意义。

### 3.3. 运输维度：绿色物流亟待提升

“两山理论”强调经济社会发展与生态环境保护的协调共生,为绿色电商发展提供重要理论支持和实践导向。走好绿色电商稳步发展道路除了在生态理念认知和互联网基础设施上下功夫外,也要提升物流运输的绿色化水平。“绿色电商物流作为一种新兴的物流模式,旨在通过采用环保、节能、低碳的方式,实现电商物流的可持续发展。”[6]绿色电商与绿色物流紧密相连,二者是相互依赖、共同发展的关系,你中有我、我中有你。随着绿色电商快速发展,绿色物流成为至关重要的环节。然而,我国绿色物流却也存在着些许问题。一方面,绿色物流技术有待优化与更新。由于新能源技术发展的限制,我国物流配送主要交通工具还是以燃油车为主,采用电动车、氢能源等新能源车辆进行物流配送所占比重较少。但燃油车、飞机的废气排放问题是不可忽视的。不仅影响了空气质量,也与绿色电商追寻的经济与生态协调共生的发展理念相悖,增加绿色电商在环保方面的挑战。另一方面,包装材料方面也是绿色物流面临的一大难题。在绿色电商业务中,绝大部分商品是需要经过包装后才能运输。传统的包装材料,如纸质箱、塑料袋、泡沫等被广泛使用,这些材料在使用后往往会变为废弃物,给生态环境带来巨大压力。此外,部分企业为吸引消费者眼球,往往会使用更多不环保的材料将产品包装的美观和高档。这不仅违背了“两山理论”中“资源节约、环境友好”的发展理念,也严重影响了绿色电商的可持续发展。

## 4. “两山理论”视域下绿色电商发展的纾解路径

绿色电商作为电子商务与绿色发展理念深度融合的产物,旨在通过技术创新和模式创新,实现电商产业的绿色化、低碳化转型。然而,绿色电商发展仍然面临着诸如生态观念认知不足、基础设施建设存在短板、物流配送绿色程度不高等一系列困境。因此,深入探索“两山理论”视域下绿色电商发展的有效路

径，不仅具有重要的理论价值，更对推动电商产业绿色化转型、实现可持续发展有深远的实践意义。

#### 4.1. 培育新发展理念，推动认知优化

“两山理论”深刻揭示了经济社会发展与生态环境保护之间的辩证统一关系，强调生态环境不仅是宝贵的自然财富，也是经济社会繁荣发展的重要支撑，为绿色电商发展提供了理论指导。要培育绿色发展理念，提升我国传统电商企业和消费者对绿色发展的重视和认同程度。一方面，政府要加强宣传教育，提高电商企业生态环保理念认知水平。政府可以通过举办绿色发展论坛、生态文明理论知识普及活动等方式，普及绿色电商的基本知识，增强传统电商企业与消费者对绿色电商的认知和理解。同时，政府可以利用电视、广播、报纸、网络等媒体传播渠道广泛宣传报道绿色发展理念和绿色电商的实践成果，提高绿色电商的知名度与影响力，从而激发传统电商企业与消费者参与绿色电商发展的热情。另一方面，“我国传统企业要充分认识到发展电子商务的重要性”[7]电商企业自身要牢固树立绿色发展理念，将经济社会发展与生态环境保护协同共生作为经济活动的基本准则。为此，电商企业要加强绿色发展理念的学习，提高员工的绿色化认知水平，使绿色化发展在员工心中生根发芽并落实到实际的生产活动中。同时，电商企业可通过建立绿色消费鼓励机制、定期举办绿色主题宣传活动，如绿色购物主题节、生态环保知识竞赛等，鼓励消费者购买绿色产品，增强其生态环保意识，引导其形成绿色健康的消费习惯。

#### 4.2. 牢固生态导向，完善基础设施

“完善的电子商务基础设施有利于保障各类电子商务活动顺利进行。”[8]绿色电商以互联网信息技术为底层支撑，其稳步持续发展离不开完善的互联网基础设施的支撑。因此，“两山理论”指导下的绿色电商发展必须补足互联网基础设施的短板。一方面，政府要加大互联网基础设施建设，增加互联网网络建设资金，提升绿色电商网络的速率和通达度，为绿色电商企业提供完善的互联网技术支持，保障绿色电商的良好发展。同时，政府还应当大力帮扶落后地区互联网基础设施建设。要完善农村地区和欠发达西部地区的信息网络基础设施建设，深入推进这些地区的无线网络、宽带网络等信息化基础设施建设。政府也要有意识地帮助这些地区引入具备电商发展专业知识和技术的人才。这些人才既可以促进当地互联网基础设施建设，也可以向当地人民普及绿色电商的相关知识。从而更好推动绿色电商的可持续发展。另一方面，电商企业要加大互联网设备采购力度，保证电商业务运营的通畅迅速。在保证设备通畅运行的前提下，要选择效率高且能耗低的设备，这不仅降低了电商业务运营成本，也更加契合绿色发展理念。同时，发达地区的电商企业要秉持协同发展理念，主动帮助欠发达地区的互联网基础设施建设。具体可通过提供技术指导、资金援助、设备援助等方式帮助欠发达地区绿色电商的健康发展。

#### 4.3. 推广绿色配送，打造绿色物流新模式

绿色物流是推动绿色电商发展的重要助推力，“虽然电商物流在逐步发展绿色化、清洁化和智能化的物流运输，但现阶段电商绿色物流水平仍然较低”[9]要进一步提高绿色物流水平，推广绿色配送方式。首先，要强化绿色物流配送技术的创新与应用。绿色物流技术的应用是打造绿色物流新模式、提升物流配送绿色水平的重要手段。绿色物流技术涵盖面广泛，其中节能减排技术是重中之重。这项技术可以显著减少物流配送过程中的能源消耗与污染物质排放，从而降低对生态环境的负面影响。例如，采用电动车、氢燃料车等环保型交通工具进行物流配送，能够大幅削减碳排放量，达到资源节约、环境保护的功效。同时，智能化与自动化技术的广泛运用，也在绿色物流领域发挥着举足轻重的作用。它们不仅优化了物流流程，提高了配送效率，还显著降低了能源消耗与物流成本，从而减轻了物流活动对生态环境的压力。其次，电商企业要优化包装材料，提高产品包装的绿色化水平。绿色电商企业要采用可循环使用的包装

材料,减少使用或者不使用塑料袋、泡沫等传统包装材料。同时,绿色电商企业也要推广使用可生物降解材料、可回收材料等环保材料,替代传统的不可降解、污染性较大的包装材料,从而减少包装废弃物对环境的污染。此外,绿色电商企业还可以建立产品包装回收体系,鼓励消费者参与包装回收,实现资源的循环利用。

### 参考文献

- [1] 全面推进美丽中国建设加快推进人与自然和谐共生的现代化[N]. 人民日报, 2023-07-19(001).
- [2] 商务部中央网信办发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》的通知[C]//中国企业改革与发展研究会. 中国企业改革发展 2021 蓝皮书. 2021: 503-514.
- [3] 习近平. 习近平关于社会主义生态文明建设论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2017: 374.
- [4] 习近平. 习近平谈治国理政(第三卷) [M]. 北京: 外文出版社, 2020.
- [5] 裴雪. 电子商务发展与低碳经济理念的契合性研析[J]. 环境工程, 2023, 41(4): 247.
- [6] 王志良. 绿色模式下电商物流发展探析[J]. 中国储运, 2023(7): 100.
- [7] 段玫竹, 林冬冬. 我国传统企业电子商务化发展策略探讨[J]. 商业经济研究, 2020(12): 85-87.
- [8] 王小莉. 农村电商助推科技振兴乡村作用机制研究[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 166-169, 204.
- [9] 赵平, 李恺怀, 王玉华. 电子商务助力绿色经济发展的策略[J]. 学术交流, 2023(3): 130-147.