

双碳背景下江苏省城镇居民低碳消费行为影响因素研究

李珺瑶¹, 孙 会¹, 秦心怡², 刘智慧¹

¹江苏海洋大学商学院, 连云港

²江苏海洋大学文法学院, 连云港

收稿日期: 2025年3月28日; 录用日期: 2025年4月28日; 发布日期: 2025年5月13日

摘 要

在全球积极应对气候变化、中国全力迈向碳达峰碳中和目标的关键时期, 城镇居民的低碳消费成为时代主题。本文以扎根理论为基础, 研究城镇居民低碳消费行为影响因素。研究结果表明江苏省城镇居民低碳消费行为受到经济因素、基础设施因素、产品性能和质量的作用。同时, 个人知识水平、法律与道德因素、低碳消费的关注度、个人规范因素、宣传教育、主观规范、低碳消费行为习惯还以个人履行低碳消费行为的意愿为中介, 对江苏省城镇居民低碳消费行为产生影响。此外, 市场环境因素和政府引导与管制在履行低碳消费行为的意愿和低碳消费行为之间起调节作用。研究完善了江苏省城镇居民低碳消费行为影响因素的理论研究模型, 对城镇居民低碳消费行为的转变, 碳减排与可持续发展目标的实现, 政府政策制定有一定的借鉴意义。

关键词

低碳消费行为, 城镇居民, 扎根理论, 影响因素

Study on the Influencing Factors of Low-Carbon Consumption Behavior of Urban Residents in Jiangsu Province under the Background of Double-Carbon

Junyao Li¹, Hui Sun¹, Xinyi Qin², Zhihui Liu¹

¹School of Business, Jiangsu Ocean University, Lianyungang Jiangsu

²College of Literature and Law, Jiangsu Ocean University, Lianyungang Jiangsu

Received: Mar. 28th, 2025; accepted: Apr. 28th, 2025; published: May 13th, 2025

文章引用: 李珺瑶, 孙会, 秦心怡, 刘智慧. 双碳背景下江苏省城镇居民低碳消费行为影响因素研究[J]. 可持续发展, 2025, 15(5): 125-133. DOI: 10.12677/sd.2025.155131

Abstract

In the critical period of global efforts to combat climate change and China's full-scale push towards its carbon peak and carbon neutrality goals, low-carbon consumption among urban residents has become a defining theme of the era. This paper, based on grounded theory, examines the factors influencing low-carbon consumption behavior among urban residents. The research findings indicate that the low-carbon consumption behavior of urban residents in Jiangsu Province is directly influenced by economic factors, infrastructure, product performance, and quality. At the same time, personal knowledge levels, legal and moral considerations, attention to low-carbon consumption, personal norms, education and publicity, subjective norms, and habits of low-carbon consumption behavior, as well as the willingness to engage in low-carbon consumption, serve as mediating factors that impact the low-carbon consumption behavior of urban residents in Jiangsu Province. Additionally, market environment factors and government guidance and regulation act as moderating roles. The study improves the theoretical model of the factors influencing low-carbon consumption behavior among urban residents in Jiangsu Province, providing valuable insights for the transformation of urban residents' low-carbon consumption behavior, achieving carbon reduction and sustainable development goals, and informing government policy-making.

Keywords

Low-Carbon Consumption Behavior, Urban Residents, Rooted Theory, Influencing Factors

Copyright © 2025 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

当前全球气候危机加速演变，中国作为负责任大国主动顺应国际低碳治理趋势，科学确立碳达峰与碳中和的战略愿景，系统推进经济社会发展的全面绿色转型。根据共研网的统计数据，2022 年度我国二氧化碳排放总量录得 11,480 万吨，较上一年度增幅达 9.1 个百分点。其中，城镇居民的生活与消费方式对碳排放有着直接且重要的影响，因此从消费者角度深入探究低碳消费行为的影响因素，对于节能减排工作至关重要。然而，当前学术界的研究多侧重于生产驱动层面，聚焦企业与政府在碳减排中的主导作用，对居民消费行为在全球变暖进程中的潜在影响研究相对薄弱。同时，实证数据显示，尽管消费者对低碳行为的感知度达到 76%，但其践行度仅为 32%，存在明显的知行差距[1]，这进一步凸显了深入研究居民低碳消费行为影响因素的迫切性。鉴于人类行为的复杂性和个体差异，单一的模型构建难以全面揭示居民低碳消费行为的内在动机与变化规律。因此，本研究采用扎根理论这一本质性研究方法，深入挖掘影响城市居民低碳消费行为的关键因素，细致分析各种因素之间的复杂关系。为更准确地分析和预测居民低碳消费行为模式，提供应对气候变化挑战的全新视角和有效策略，构建全面的理论框架，综合阐释低碳消费行为的影响因素机制。

2. 研究方法 with 数据来源

扎根理论(Grounded Theory)是透过现象(资料)看本质(构建新的理论)。它出自于美国学者格拉塞和斯特劳斯于 1967 年共同撰写的《扎根理论的发现：质化研究策略》，其方法形成和哲学与社会学的理论思

想有关：一是美国的实用主义，二是芝加哥社会学派的实证主义。在定性研究的领域中，扎根理论方法论被公认为具有最高科学效度的研究路径。同时，该理论建构方法在社会学经典研究框架中展现出独特的理论生成优势。其具体操作如图 1，图 1 展示了扎根理论的研究流程，包括开放式编码、主轴编码、选择编码和理论饱和度检验四个阶段。

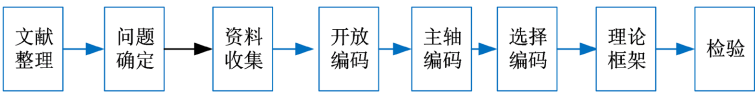


Figure 1. Research process of grounded theory
图 1. 扎根理论的研究流程

为了让收集到的资料切实贴合实际状况，本研究遵循理论抽样的标准来开展工作。由于研究对象存在一定的理论特性，所以把众多专家学者作为重点访谈对象。同时，也兼顾选取本科及以上学历，思维活跃、信息储备丰富，并且对低碳消费行为有深刻理解的政府公务员与企业管理人员。依据理论饱和原则，经过仔细筛选，确定了 36 位有代表性的样本，其基本信息在表 1 中列出，后续将针对这些样本深入开展访谈，尽管 61.1%的样本为江苏城镇居民，但北京、上海等地的受访者也具有长期在江苏生活的经历，因此其消费行为显著受到江苏本地政策与市场环境的影响。同时，样本的职业分布以教育科研人员为主(占比 47.22%)，这部分群体对低碳议题的关注度较高。然而，研究通过分层抽样方法，确保了样本的多样性，包括不同收入水平和年龄层次的群体，从而提高了研究结果的代表性和准确性。

Table 1. Sample basic information
表 1. 样本基本信息

样本属性		人数	比例(%)	样本属性	人数	比例(%)	
性别	男	16	44.44	年龄	20~30 岁	9	25
	女	20	55.56		31~40 岁	15	41.67
职业	政府公务员	6	16.67		41~50 岁	8	22.22
	教育科研人员	17	47.22		51 岁以上	4	11.11
	企业管理人员	6	16.67	受访者居住地	江苏	22	61.10
	在校学生(研究生及以上)	7	19.44		北京	2	5.56
受教育程度	本科	6	16.67		上海	2	5.56
	硕士	20	55.56		浙江	3	8.33
	博士	10	27.77		辽宁	2	5.56
访谈方式	面对面访谈	15	41.67		河南	3	8.33
	网络访谈	21	58.33		河北	2	5.56

在正式着手访谈工作前，为使访谈对象透彻领悟低碳消费行为的实质，研究者向其深入讲解了低碳消费行为的内在意义。鉴于全面收集访谈参与者丰富信息的考量，在访谈进程中，为每位受访者精心规划了 40 至 60 分钟时长的专属交流时段。待访谈结束并完成细致整理后，最终收获了约 3.6 万字的访谈素材。本次研究使用的访谈提纲见表 2。

Table 2. Interview outline
表 2. 访谈提纲

访谈主题	具体问题
对低碳消费的态度	您了解低碳消费吗？您对低碳消费怎么看？
低碳消费的具体实践情况	您平常在日常生活实行了哪些低碳消费行为？
影响低碳消费行为的因素	您认为开展低碳消费行为有哪些动力和阻碍？ 对于这个影响因素，您能再深入谈一谈吗？ 您认为“...”是否能促进/阻碍低碳消费行为的开展？

3. 范畴提炼与模型构建

(一) 开放式编码

开放式编码(Open Coding)要求研究者首先对经验性材料进行逐行解析，赋予理论简洁化概念，继而依据逻辑关系对其进行系统性整合，使之概念化和模式化的过程。其中概念化环节需完成两项关键任务：一方面对多元刺激要素进行跨情境归纳，提取具有普适性的核心范畴；另一方面通过持续比较分析，建立概念间的因果网络与层次结构，最终形成具有解释效力的统一分析框架。在这个过程中，人们通过收集和概括刺激信息，使用语言进行概括，从而形成对事物的认知。范畴指将事物或概念按照其共同的特征、性质和本质进行归类。

为了深入研究江苏省城镇居民低碳消费行为影响因素，为了得到更多的信息和数据去分析影响因素，研究者首先整合江苏城镇居民对低碳消费行为的多元认知视角，转录访谈数据，运用开放式编码策略从受访者陈述中提取核心编码要素，并形成初始概念。经二级凝练程序(抽象概念－范畴命名)，最后获得 34 个范畴，囿于篇幅限制，此处仅罗列部分典型语句。江苏省城镇居民低碳消费行为影响因素概念化和范畴化结果具体如表 3 所示。

Table 3. Conceptualization and categorization process
表 3. 概念化和范畴化过程

访谈文本中的代表语句	概念化	范畴化
应该尽快拿出让所有老百姓可以参与的实质性、可操作性的方案，而不是民众照样想怎么做就怎么做，这样的低碳消费发展的效果肯定不会很好的。	法律法规要求	法律法规要求
要是国家立法惩罚高碳消费，大家购物时肯定会更留意。 现在有些人买东西只图便宜方便，不管是不是环保。 有了法律约束，为了不被罚，大家就会主动选低碳产品。	加强立法	立法更新
要想在促进低碳消费上取得成果，道德规范同样重要。要是大家都发自内心觉得浪费资源、高碳消费没素质，肯定会自觉很多。	道德规范	道德规范
那些虚假宣传自己产品是低碳的商家，被查出来后罚款也没多少。这点罚款对他们来说根本不算啥，反正违法成本这么低，他们就还接着弄虚作假。	利益至上 政府执法力度不够	利益至上 政府执法力度
买低碳产品时好多人就因为贵而犹豫，我前段时间买车，普通燃油车比同配置新能源车要便宜好几万，这多出来的钱对咱普通人可不是小数目。要是政府补贴多些，缩小新能源车和燃油车的差价，大家肯定更愿意买新能源车。	政府补贴的力度	政府补贴
政府决策和规定影响着人们的生活，引导人们关注并履行低碳消费行为。	政府引导	政府引导

续表

媒体宣传推广低碳产品时，一大堆专业术语说明产品原理，我们看不到直接效益，没有购买欲望。	市场营销效果不佳 低碳信息认知缺失	媒体表达与受众理解矛盾 低碳信息认知障碍
咱都知道要环保，也知道低碳产品好，可每次想买的时候，一看到价格比普通产品的贵不少，就有点犹豫。	性价比权衡 低碳产品价格 环保意识觉醒	价格差异敏感度 低碳产品价格 环保知识认知
我收入一般，很多低碳产品都都不太能消费得起。	个人收入水平	个人收入水平
考虑过低碳生活，但是很难做到和坚持，比如公交线路少，我上班坐公交很不方便，只能开私家车。	基础设施建设短板	基础设施短板
我不太习惯运用低碳产品，很多东西我已经用习惯了。	消费行为固化 改变意愿缺乏	消费习惯形成与稳定性 认知惰性
我没啥文化，低碳什么都没考虑，平常也没关注，就知道开电车，不用加油能省不少钱，开起来也挺好的。	低碳概念的认知局限 低碳产品性能 基础设施的潜在保障	低碳知识匮乏 产品性能 基础设施的隐性影响
现在好多大 V、明星在网上分享低碳生活。比如有的明星说自己出门都带可重复用的水杯，不用一次性的，粉丝们一看，觉得偶像都这么做，自己也跟着学。	社会舆论引导 粉丝身份认同驱动	社会舆论引导 身份认同心理
如果社会上一直在弘扬低碳，并且我周围的人也都在践行的话，我想我应该也会去做。	低碳文化氛围 从众行为表现	社会低碳文化氛围 从众行为
市场上，低碳产品的种类实在是太少了，没有激发我的购买欲，而且，就算买了一些，其中很多都踩雷了，商家存在虚假宣传，总而言之，低碳市场需要整改整改。	低碳产品供给少 市场监管缺失 负面消费体验	市场供给不足 市场监管不力 负面消费体验
低碳产品如果实用性强，体验感好，质量好，我会买	体验与质量增值 个人需求满足导向	低碳产品质量属性 需求导向决策
已经认识到低碳消费的重要性，低碳消费是减少资源浪费的一种方式，践行低碳消费行为是一件有责任感的事。	责任意识觉醒 内在动力激发	个人社会价值认知 行为引导
如今，公众对低碳消费的关注已渗透到各个角落，从食品到服饰，从住行到娱乐，无一例外。	低碳意识泛化与内化 消费习惯的重构	低碳意识普及影响消费决策 消费习惯的重构
城镇居民低碳消费行为既指基于数据对比选低碳产品，遵循环保知识与政策消费。又指受环保情感与价值观驱使，受社会氛围和他人影响，被环保宣传触动而选择低碳消费。	理性低碳消费行为 感性低碳消费行为	理性低碳消费行为 感性低碳消费行为

(二) 主轴编码

在初始编码阶段，通过开放式编码资料构建现象的基础认知框架，同时建立概念并发展范畴。接下来需要对这些范畴进行联结，即主轴编码。主轴编码的重点是探求各范畴之间的相关性。进入主轴编码阶段后，研究者采用单维度聚焦策略，仅解析一个范畴，以该目标范畴为逻辑支点，在概念层面上考察各个范畴之间的潜在交互作用机制。文章对上述的 34 个范畴进行了演绎与归纳，通过不断比较的方法将近似编码链接在一起，重新组织出了 14 个主要范畴，见表 4。

(三) 选择编码

在选择性编码阶段，重点是构建核心范畴与其他关联范畴的系统性联结，考察检验各范畴之间的逻辑关联强度，从而揭示江苏省城镇居民低碳消费行为的影响因素。本文通过对主范畴和其他范畴与城镇居民低碳消费行为之间关系的分析，构建联结关系，具体如图 2。首先确定“双碳背景下城镇居民低碳消费行为影响因素”为核心范畴；其次确定与核心范畴有联结关系的其他范畴，即影响城镇居民低碳消费行

Table 4. Main categories formed by the spindle code
表 4. 主轴编码形成的主范畴

范畴	主范畴	范畴	主范畴
法律法规要求 加强立法 道德规范	法律与道德因素	低碳信息认知障碍 低碳知识匮乏	个人知识水平
政府执法力度 政府补贴 政府引导	政府引导与管制	低碳意识普及影响消费决策	低碳消费的关注度
社会舆论引导 社会低碳文化氛围 媒体表达与受众理解矛盾	宣传教育	从众行为 身份认同心理	主观规范
市场供给不足 市场监管不力 利益至上	市场环境因素	个人社会价值认知 环保知识认知	个人规范
基础设施短板 基础设施的隐性影响	基础设施因素	消费习惯形成与稳定性 消费习惯的重构	低碳消费行为习惯
低碳产品价格 价格差异敏感度 个人收入水平	经济因素	认知惰性 负面消费体验 需求导向决策 行为引导	低碳消费行为意愿
低碳产品质量属性 低碳产品性能	产品性能和质量	理性低碳消费行为 感性低碳消费行为	城镇居民低碳消费行为

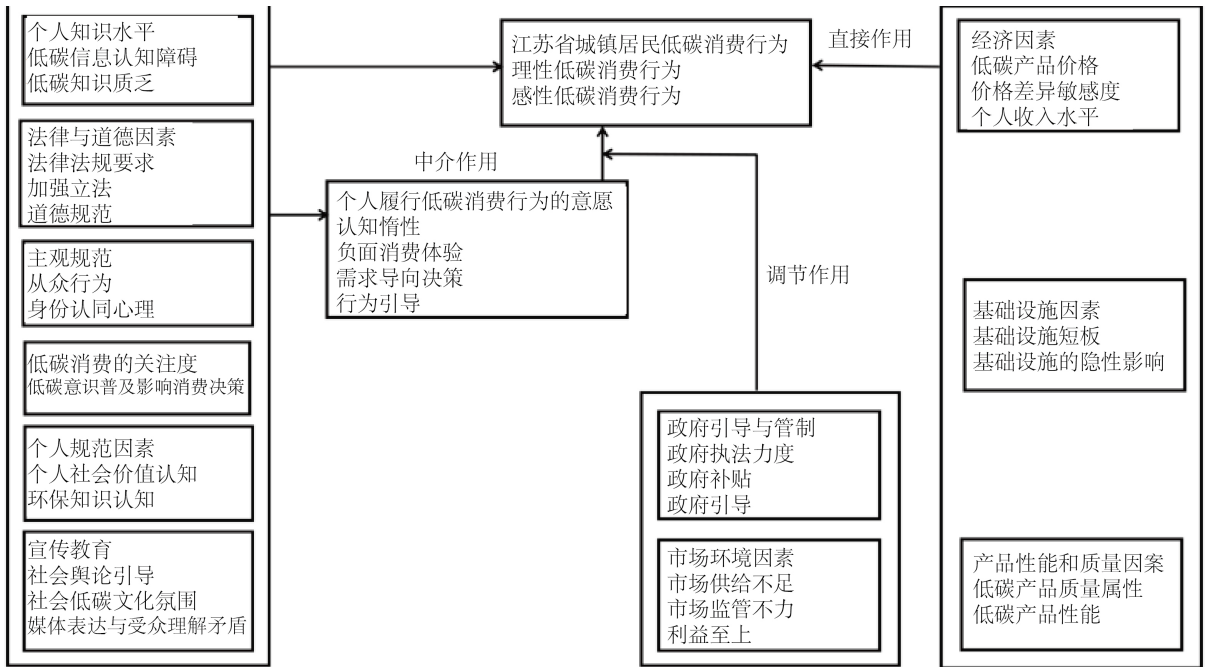


Figure 2. Model of influencing factors of low-carbon consumption behavior of urban residents
图 2. 城镇居民低碳消费行为影响因素模型

为的因素包括个人知识水平、法律与道德因素、主观规范、低碳消费的关注度、个人规范因素、宣传教育、经济因素、基础设施因素、产品性能和质量因素、个体履行低碳消费行为的意愿等。其中，低碳消费行为意愿作为中介，向上承接法律、经济等外部因素，向下驱动具体行为实践。其形成机制呈现“外部刺激－内在评估－意愿生成”的三阶段特征。同时，个体履行低碳消费行为的意愿对城镇居民低碳消费行为的影响又受到政府引导与管制以及市场环境因素的调节。这两个因素是城镇居民低碳消费行为的驱动强化因素，影响前置因素与城镇居民低碳消费行为之间关系的方向和强度。综上，构建了如图 2 所示的江苏省城镇居民低碳消费行为影响因素模型。

(四) 饱和度检验

当未再有新数据被搜集及分析时、不存在更高级别或更高层次的抽象框架来解释已知现象之际，一种学说达到了饱和性阶段；这就是所谓的理论饱和度。理论饱和度检验是确保扎根理论研究中理论模型完整性和可信度的重要手段。本研究运用余下的样本资料进行饱和度检验，不再揭示模型之外的理论属性或范畴。本研究构建的“双碳”战略背景下城镇居民低碳消费行为影响因素模型未出现新的理论维度或范畴，这充分证实了理论模型已达到饱和标准，具有可靠的理论解释力。

严格遵循扎根理论方法论程序，采用随机分层抽样技术，本文在整理后的访谈记录中随机挑选了 24 份(2/3)样本，以进行扎根分析，而剩余的样本作为理论饱和度检验的验证集，用于确认范畴模型的解释力边界及理论完备性。

4. 模型阐述与研究发现

研究结论表明，本研究基于扎根理论方法论探索构建的系统整合模型实现了对计划行为理论的范式拓展与方法论创新。该模型能为政府部门或社会机构设计、引导或出台干预城镇居民低碳消费行为模式的相关政策和制度、完善低碳消费行为促进机制、构建多方协同治理体系，提供了兼具理论深度与实践价值的决策依据。同时 TPB 理论强调“态度－意愿－行为”的线性路径，但扎根理论发现，基础设施可能直接跨越意愿驱动行为，这拓展了 TPB 的边界。

个人规范因素、个人知识水平和低碳消费行为习惯是江苏省城镇居民低碳消费行为的内因。由于个人价值观衍生的个人规范因素、信息获取及社会交往实践的差异衍生的个人知识水平、长期形成的消费行为习惯的不同，使得江苏省城镇居民对低碳消费行为的态度表现有所差异，这通过低碳消费行为意愿间接影响到城镇居民低碳行为的产生。对低碳消费的关注度也是低碳消费行为的内因，其源于个体内心的价值观以及对环境问题的认知等内在因素产生。江苏省城镇居民低碳消费行为的外因为法律与道德因素、宣传教育、主观规范因素、基础设施因素、产品性能和质量因素、经济因素，同时也受到低碳消费行为意愿的引导。《Evaluating the Impact of Indonesia's Instagram》中指出，行为意愿主要是指个体采取某种行为的动机和倾向。江苏省城镇居民履行低碳消费行为的实践进程，本质上是多元主体(政府、消费者、社会、媒体等相关利益主体)不断进行博弈的过程。但因为这些主体之间缺乏制度化的协同治理框架，如存在政策执行不力、消费者受个人知识水平和消费习惯等限制、因媒体宣传教育不到位而不足等问题，相应的行为不会因存在相应的低碳消费行为意愿而被引发。江苏省城镇居民低碳消费行为的情境因素有市场环境因素和政府引导与管制因素。

市场环境因素可以调节江苏省城镇居民低碳消费行为意愿和行为之间的关系，即当低碳市场环境越好时，市场中低碳产品种类丰富、价格合理、竞争有序，其履行低碳消费行为的意愿对其履行低碳消费行为的影响愈发强烈；反之，市场环境不佳时，这种影响则会被削弱政府引导与管制会调节经济因素对实际低碳消费行为影响的效果，正如《Measurements and Factors That Influence the Carbon Capability of Urban Residents》[2]研究发现，政策因素对 46.93%的江苏居民在碳知识、行为和动机方面有正面影响。

政府补贴通过降低低碳产品的市场价格,有效地刺激了市场需求,推动了低碳产品产业的产能扩张与创新发展。同时,政府加强执法力度提高了违规成本从而抑制了非环保消费行为,有效的市场监管能更好地规范市场环境。法律与道德因素间接影响江苏省城镇居民低碳消费行为。法律法规要求(如限制高碳消费、为低碳产品设定标准等)和道德规范(如社会倡导的碳道德)为居民提供了低碳消费的外部框架。据研究报告指出[3],居民普遍认同通过法律约束实现低碳生活的重要性,有 83.89%的居民表示愿意接受法律约束以实现低碳生活。而道德上对后代环境负责的观念会促使他们更倾向于选择低碳产品。宣传教育、主观规范也是间接因素,以低碳消费行为意愿为中介,从而影响低碳消费行为。社区宣传、媒体广告、学校教育等宣传教育能够提高个人的环保知识认知,从而增强个人的社会价值认知,促使个人更倾向于低碳消费。主观规范包括社会舆论引导、身份认同心理等。当社会舆论大力倡导低碳消费、公众人物带头宣传低碳生活方式时,居民会受到这种舆论的影响。在集体主义文化浓厚的地区,社会舆论引导、社会低碳文化氛围等因素对个人的影响可能更大,因为个人会更注重群体的认同和社会规范。正如马馨、门宇指出社会文化因素是指影响绿色低碳生活方式的社会整体价值观,其通过影响个体认知而影响人们的消费行为[4]。法律与道德、个人知识水平、低碳消费的关注度、低碳消费行为习惯、个人规范因素等因素通过低碳消费行为意愿影响城镇居民低碳消费行为,这一结论与 Ajzen 等学者提出的计划行为理论形成理论呼应,系统验证了该理论关于前因变量作用机制的核心命题:即影响行为的法律与道德、个人知识水平、低碳消费的关注度等因素并非直接作用于行为实践,而是通过行为意向这一中介变量,间接影响个体的实际行为表现。经济因素直接影响江苏省城镇居民低碳消费行为,石洪景指出低碳产品价格对城市居民的低碳消费意愿产生一定的负向影响作用,且影响系数为-0.530 [5]。经济因素包括个人收入水平、低碳产品价格等。当居民实际收入提升且低碳产品价格呈现下降趋势时,消费者的经济压力将得到显著缓解。这种双重效应共同降低了可持续消费的经济门槛,为低碳产品的市场扩展创造了有利条件。基础设施因素、产品性能和质量因素也是低碳消费行为的直接影响因素。这些因素共同作用,推动或阻碍了消费者向低碳生活方式的转变。

5. 结论与启示

本文严格遵循扎根理论方法论程序,对江苏省城镇居民低碳消费行为展开系统性探究,构建了江苏省城镇居民低碳消费行为影响因素的系统整合模型,强调“拓展了 TPB 理论在低碳消费领域的适用性”,要求建立多维干预框架,系统揭示了江苏省城镇居民低碳消费行为的影响因素:法律与道德因素、个人知识水平、低碳消费的关注度、政府引导与管制、宣传教育、主观规范、市场环境因素、个人规范因素、基础设施因素、低碳消费行为习惯、经济因素、低碳消费行为意愿、产品性能和质量因素等 13 大因素。

基于构建的影响江苏省城镇居民低碳消费行为因素模型,提出多维干预框架以有效引导江苏省城镇居民履行低碳消费行为,具体包括:

政府角度:第一,建立低碳产品“白名单”认证体系,要求电商平台标注碳足迹,2025 年前覆盖 80% 消费品类[6],同时让居民能够清楚地识别低碳产品。第二,对高碳消费行为(如过度包装商品的销售)进行限制,对高碳产品征收阶梯式环保税,税收反哺低碳技术研发。第三,政府机关单位以身作则,优先采购低碳产品,起到示范引领作用,引导居民消费观念的转变,这种做法不仅提高了低碳产品的市场认可度,也促进了低碳生活方式的普及[7]。第四,通过行为经济学干预(如默认选项设计)缩小知行差距。第五,倡导绿色低碳出行,发展城市公共交通,完善城市慢行交通系统推动铁路装备升级和电气化改造,优先发展公共交通,优化线路布局,减少城市拥堵。良好的基础设施建设可以为低碳消费提供便利条件,而低碳消费的普及又反过来推动了基础设施的进一步优化和完善。

公众角度:第一,在中小学课程中增设“低碳生活实践模块”。第二,街道办每月举办“低碳家庭评

选”，获奖者获物业费减免，从而构建“学校－社区－媒体”分层级知识传播网，传播低碳消费宣传教育，强化公众对低碳消费的价值认知与行为认同，从而提高居民履行低碳消费行为的意愿，提高他们积极参与低碳生活的积极性。第三，培育与强化消费者低碳规范，在日常消费抉择中，优先购置本地生产、减少运输里程的物品，优先选用高能效等级电器，推行可持续消费物资替代方案，建立一次性高耗用品的负面清单管理制度，构建“步行＋骑行＋公交”立体化低碳出行网络，以个体微观消费行为汇聚低碳消费宏观潮流[8]。

企业角度：第一，企业应不断加大对低碳产品的研发投入，推出更多种类的低碳消费品，满足居民不同的消费需求，同时响应国家号召：家电企业在 2026 年前将能效等级提升至国家一级标准，政府提供研发补贴(如销售额的 5%)。第二，优化产品包装：采用可循环材料、可降解的包装材料，减少过度包装，降低成本，提升再利用价值，第三，采取差异化价格激励措施，并且推广“碳积分”制度，消费者购买低碳商品可兑换公共交通优惠券，形成消费闭环，构建绿色消费的正向反馈系统，从而提升消费者对低碳产品的认可度和购买意愿[9]。

综上所述，低碳消费模式的构建与普及，绝非单一主体能够独立达成，而是依赖于多元主体在多个维度协同发力、深度协作，方能得以有效推进。因此，需构建政府主导、企业响应、公众参与的协同治理框架，低碳消费才能挣脱发展桎梏，实现规模性、持续性拓展，于全社会筑牢低碳消费根基，助力碳减排目标达成，驱动绿色发展转型。

参考文献

- [1] 李琳, 王芳. 低碳消费行为的影响因素及引导策略研究[J]. 生态经济, 2023, 39(5): 156-160.
- [2] 王宁, 赵琳. 低碳消费行为的影响机制及政策干预研究[J]. 管理世界, 2022, 38(7): 185-187.
- [3] 陈华, 张宇. 居民低碳消费行为影响因素的实证研究[J]. 统计与决策, 2022, 38(18): 102-106.
- [4] 马馨, 门宇. 低碳背景下消费价值观、社会消费文化对公众低碳消费行为的影响[J]. 商业经济研究, 2022(24): 69-73.
- [5] 石洪景. 基于 Logistic 模型的城市居民低碳消费意愿研究[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2015, 17(5): 25-35.
- [6] 江苏省市场监督管理局, 等. 江苏省产品碳标识认证工作实施意见[J]. 江苏省人民政府公报, 2024(12): 15-18.
- [7] 周扬, 陈晨. 绿色消费转型的困境与突破路径研究[J]. 中国人口·资源与环境, 2023, 33(11): 156-164.
- [8] 朱迪. 构建绿色低碳生活方式的 GICL 治理体系[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2023(5): 84-96.
- [9] 中国共产党第二十次全国代表大会报告[R]. 北京: 人民出版社, 2022: 15-18.