



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

王 微,毕昌萍

(浙江理工大学马克思主义学院,杭州 310018)

摘 要: 习近平总书记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。深刻领悟习近平总书记绿色消费理念,需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,习近平总书记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,习近平总书记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。

关键词: 习近平;绿色消费;生成逻辑;科学内涵;实践价值

中图分类号: D616

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2024)04-0136-09

The generative logic, scientific connotation and practical value of General Secretary Xi Jinping's green consumption concept

WANG Wei, BI Changping

(School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: General Secretary Xi Jinping's concept of green consumption represents a theoretical achievement that combines Marx's theory of consumption with the current realities in China. To deeply comprehend General Secretary Xi Jinping's green consumption concept, it is essential to systematically grasp its generative logic, scientific content, and practical value. In terms of its generative logic, the evolution of Marx and Engels' consumption theories serves as the starting point of its theoretical logic, and the inheritance and innovation of consumption civilization thoughts among Chinese Communists form the main narrative of its historical logic, the path choices for addressing the questions of the era and meeting practical needs constitute the distinctive theme of its practical logic, and the ecological wisdom found in China's outstanding traditional culture contributes to the profound roots of its cultural logic. Regarding its scientific content, General Secretary Xi Jinping's green consumption concept encapsulates the core characteristic of harmonious coexistence between humans and nature. It also emphasizes a human-centered approach, where green consumption enhances people's well-being. Moreover, it underscores the basic

收稿日期:2023-05-27 网络出版日期:2023-12-13

基金项目:国家社会科学基金项目(20BKS071)

作者简介:王 微(2000—),女,杭州人,硕士研究生,主要从事马克思主义中国化方面的研究。

通信作者:毕昌萍,E-mail:bcp0309@126.com

principles of complementarity and balance between material and spiritual consumption. In terms of its practical value, General Secretary Xi Jinping's green consumption concept holds significant importance in driving green consumption towards becoming the mainstream consumption pattern to provide impetus for supply-side reforms and construct a new framework for green development, promote the overall greening of society based on ecological principles and contribute to the realization of a "Beautiful China", and propel the transformation of production technology towards eco-friendliness and contribute to the achievement of the "dual carbon" goals.

Key words: Xi Jinping; green consumption; generative logic; scientific connotation; practical value

新时代,我国高度重视生态文明建设,绿色已然成为美丽中国的主色调,绿色消费模式成为助推生态文明建设迈进新征程、经济社会实现高质量发展的必要路径。党的二十大报告指出:“实施全面节约战略,发展绿色低碳产业,倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。”^[1]习近平总书记强调的“倡导绿色消费”,实质上是从生产到消费各个环节均贯彻绿色发展理念的系列“绿色行为”,以此推动生产方式和生活方式实现“绿色化”转型。学习贯彻党的二十大精神,须深刻领悟习近平总书记绿色消费理念的宏大格局和广阔愿景,推动形成全民践行绿色消费的社会新风尚。

梳理相关文献发现,学界主要聚焦于习近平总书记关于消费的重要论述及实践研究^[2]、习近平总书记关于绿色发展思想背景下的绿色消费^[3]、用新发展理念来阐述习近平总书记消费思想^[4],以及中国共产党关于消费经济以及绿色消费的重要论述^[5-7]。总体而言,关于习近平总书记绿色消费的相关研究已取得一定的成果,但依然存在较大的研究空间。如研究内容上,相关研究多侧重于习近平总书记绿色消费论述,鲜少解读绿色消费理念的科学内涵;研究视角上,多倾向以习近平总书记绿色发展思想为切入点,囿于绿色发展时代背景下阐述绿色发展和绿色消费的关系,研究视角相对单一;理论价值上,多聚焦习近平总书记提倡绿色消费有利于推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式,其实践价值的广度有待进一步拓展;实施路径上,多侧重从宏观层面探究新时代绿色消费的痛点及发展路径,且不够深入和具体。鉴于此,本文尝试以习近平总书记绿色消费理念的生成逻辑为主线,紧扣消费观念的绿色化这一核心内容,深入剖析习近平总书记绿色消费理念的生成逻辑、科学内涵及其实践价值,以此深化当代中国的绿色消费理论,促进我国绿色消费实践的发展。

一、习近平总书记绿色消费理念的生成逻辑

习近平总书记绿色消费理念的产生与发展,具有鲜明的理论逻辑、历史逻辑、现实逻辑与文化逻辑。

(一)理论逻辑:对马克思恩格斯消费理念的继承发展

习近平总书记绿色消费理念以马克思主义为根本指导思想,既强调经济社会发展和生态自然的保护,又重视人的主观作用的发挥,是自然科学、社会科学和人文科学的有机统一。马克思主义消费理论蕴含着消费引导生产、适度消费、生态保护思想和消费促进人的发展等观念,为习近平总书记绿色消费理念提供了坚实的理论基础。习近平总书记绿色消费理念是21世纪马克思主义消费理论的最新成果。

首先,马克思强调消费与生产的内在统一性。马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中阐释了生产、分配、交换、消费的相互关系,指出“生产是消费;消费是生产;消费的生产,生产的消费”^[8]。在马克思看来,消费与生产具有同一性、相互依存性,从而揭示了“消费也是生产”的本质。马克思在《1857—1858年经济学手稿》中进一步论述消费与生产之间的同一性,明确提出消费和生产是直接同一、同等重要的,且在一定的条件下二者可以相互转换、相互创造。他指出,消费与生产“每一方都为对方提供对象,生产为消费者提供外在的对象,消费为生产提供想象的对象”^[8]。显然,马克思主义消费理论认为,消费与生产相辅相成,且在社会经济运行中消费与生产同等重要。

其次,马克思深刻揭示了消费与自然之间的辩证关系。消费作为人类社会生存发展的实践形式之一,实施消费行为必须要考虑自然环境的承载力,在保护生态环境的基础上,践行环境友好型消费理念。恩格斯指出,人类在实践中“使自然界为自己的目的服务,来支配自然界”的时候“对于每一次这样的胜

利,自然界都对我们进行报复”^[9]。另外,马克思对循环可持续理念也进行了相关阐释:“教人们把生产过程和消费过程中的废料投回到再生产过程的循环中去。”^[10]马克思强调,要合理调整人与自然之间的物质变换,在生产和消费的过程中实现物质的循环利用,从而实现生产和消费过程的绿色化。

最后,马克思充分肯定消费对于人的自由全面发展的积极意义。马克思认为,合理、适度的消费是促进人的发展、推动社会历史进步的重要推动力,而过度、奢侈的消费不仅对人类自身危害极大,也不利于社会发展。为此,马克思强调,“仅仅供享受的、不活动的和供挥霍的财富的规定在于:享受这种财富的人,一方面,仅仅作为短暂的、恣意放纵的个人而行动,并且把别人的奴隶劳动、把他人的血汗看做自己的贪欲的虏获物,所以他把人本身,因而也把自己本身看做可牺牲的无价值的存在物。”^{[11]233}在马克思看来,过度、不合理的消费不仅是对消费者本身的否定,是一种纵容个人的欲望、满足自己虚荣心的任意行为,更是践踏他人的价值,伤害他人的生存和发展,对人的身体底线和精神底线都造成了不同程度的伤害^[12]。关于此,马克思恩格斯在《资本论》等著作中进一步揭示了工人悲惨的工作现状,以及由此造成的身心伤害。他们指出,工人不仅在聒噪、紧凑、狭小的环境中超时工作,还住在肮脏、阴暗、闷热的环境中。马克思批判到:“人的这种腐化堕落,文明的阴沟,成了工人的生活要素。”^{[11]225}资本家无视工人长久的生存发展,把他们“工具化”,对工人的身心健康造成严重伤害。反过来,这种不利于生态可持续发展的生产、生活方式必将对环境造成不可逆转的损害,影响人类社会的可持续发展。此外,奢侈、过度、不合理的消费方式影响社会秩序,不利于社会的公平正义。马克思着重指出了不合理消费对人类发展的负面影响,要求消费应发挥促进人解放的积极作用,从而迎来人自由而全面的发展。

(二)历史逻辑:对中国共产党人消费文明思想的传承创新

中国共产党自成立以来,其优良传统就蕴含着“勤劳奋斗、勤俭节约”“适度消费”等生活理念,以及“尊重自然、爱护自然”“取之有度”的生态智慧和环保意识。上述理念虽然未具体谈及“绿色消费”,但其实质上包括绿色消费的内涵。中国共产党历代领导人消费思想的传承与升华是习近平总书记绿色消费理念形成的历史逻辑。

新中国成立初期,由于经济水平落后、科学技术

水平低下,加之受到战争破坏,我国环境污染问题严重。在此背景下,毛泽东同志于1955年提出“绿化中国”的目标。1973年又制定了我国首个生态环境保护标准《工业“三废”排放试行标准》,规定了工业“三废”的硬性排放标准,以减轻对环境的污染,促进生态环境好转。此外,毛泽东同志还强调“务必使同志们继续保持谦虚、谨慎、不骄、不躁的作风,务必使同志们继续保持艰苦奋斗的作风”^[13],要求保持战争时期低调、勤俭、艰苦的优良作风,对每一种资源都应当充分合理利用,切勿浪费,无不体现出勤俭节约的消费思想。

20世纪80年代初期,我国在改革开放的过程中经济飞速崛起,社会经历巨变,与此同时,传统粗放型发展模式导致环境污染和资源浪费问题愈发凸显。在此背景下,1983年第二次全国环境保护会议把保护环境确立为我国的基本国策。邓小平同志对生态环境问题高度重视,提出“绿化祖国,造福后代”^{[14]21}的理念,其后中央陆续出台《中华人民共和国环境保护法》等生态环境保护方面的法律。邓小平同志在对历史经验教训进行深刻总结的基础上,以构建社会主义市场经济为出发点,富有远见卓识地提出了重视消费的作用,强调消费不仅是社会发展的动力,也是衡量各项工作成效的重要准则。同时,他坚决反对超前的过高消费,提倡适度消费^{[14]52}。这里的适度消费是指既能兼顾社会经济的发展,又能满足消费者自身的消费需求。此外,邓小平同志十分注重精神文明的建设,强调物质消费和精神消费并重,既要重视物质消费,也不能忽视精神消费^[15]。从邓小平同志关于消费的言论可以看出,这个阶段居民消费不再局限于传统的消费,其内容不断丰富,范围不断扩延,消费思想也得到进一步发展,为后面绿色消费理念的成型奠定了基础。

20世纪90年代,我国经济持续高速增长,但同时面临更为严峻的生态环境问题。在此背景下,江泽民同志1996年在第四次全国环保工作会议上的讲话中提出:“保护环境就是保护生产力”^[16],要求节约资源、认识自然并明确环境保护与经济发展的关系,并且提出:“我们反对的是脱离当前经济发展水平的过高的消费”^[17]。1997年,党的十五大报告明确将“可持续发展理念”作为经济发展战略的重要部分。由此,我国对经济发展与环境保护的利弊权衡态势变得更加明确。

21世纪初期,我国经济快速增长与城市化进程加快,进一步加剧了生态环境恶化。基于此,2006

年胡锦涛同志提出,建设资源节约型和环境友好型社会。“两型社会”的提出,表明胡锦涛同志在高度重视可持续绿色低碳发展的基础上,创新了前人对生态环境保护理念的解读,具有更为深刻的意蕴。同时,他提出:“在全社会倡导节俭、文明、适度、合理的消费理念,倡导绿色消费等现代消费方式。”^[18]胡锦涛同志在重视经济和生态协调发展的基础上,倡导绿色消费,更加注重消费的绿色化、生态化。

进入新时代,中国特色社会主义发展迈上了新台阶,我国经济社会发展已进入加快绿色化、低碳化的高质量发展阶段,但生态文明建设仍处于压力叠加、负重前行的关键期^[19]。在消费环节,存在奢靡消费、攀比炫耀性消费等不良消费行为,过度重视物质消费而轻精神消费,使得部分生态问题和社会问题接踵而至。在此背景下,习近平总书记要求弘扬勤俭节约的优良传统,多次呼吁提倡绿色消费,要求形成节约适度、环境友好、文明健康消费模式,批判资本主义的消费主义、享乐主义,强调“我们追求人与自然的和谐,经济与社会的和谐,通俗地说就是既要绿水青山,又要金山银山”^[20],深刻揭示了生态与民生、经济社会可持续发展之间的重要关联。此外,习近平总书记还明确强调“拒绝奢华和浪费”^[21],要求“倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式”^[1]。基于我国经济、生态和社会等领域多元并茂、和谐发展的需要,习近平总书记在深刻总结经济社会发展中现实难题的基础上,形成了富有创新性和科学性的消费理念。

(三)现实逻辑:是破解时代之问、实践之需的路径选择

我国作为社会主义国家,要扬弃西方资本主义“大量消费,大量浪费,大量生产”的消费理念和模式,秉持“实现人自由而全面的发展”的目标宗旨,倡导消费应满足人民对美好生态的需要,弘扬社会主义核心价值观,同时促进经济发展提质增效,实现绿色发展转型。

1. 匡正消费理念:摒弃束缚人类发展的不良消费理念

绿色消费是属于社会主义性质的理性、科学的消费方式,它扬弃和超越资本主义的消费主义、享乐主义等消费观,与资本主义倡导和强调“自由”“个人”的消费方式形成对立^[22]。目前,我国部分民众在消费过程中存在过度消费、盲目消费、不健康消费等问题,这不仅不利于个人的身心发展,更不利于人类社会的可持续性发展与和谐发展。为有效解决上

述问题,规避不良消费理念对人的发展带来的负面影响,必须以习近平总书记的绿色消费理念为指导,引导人们在日常生活中主动践行绿色消费理念,并将其推行为主流消费模式。

我国“十四五”规划纲要中明确指出:“顺应居民消费升级趋势,把扩大消费同改善人民生活品质结合起来,促进消费向绿色、健康、安全发展,稳步提高居民消费水平。”^[23]习近平总书记绿色消费理念始终把促进人的自由全面发展作为价值旨趣,关注人的身心健康、生态生活需要,使消费在这个过程中“肯定”而非“否定”人的价值,从而促进人自由而全面的发展和社会和谐进步。因此,习近平总书记绿色消费理念是一种更为理性、科学的消费观,是建立在生态良性循环的基础之上,综合国内国际视野,否定了西方资本主义社会的不合理消费和过度浪费行为,强调适度消费、反对浪费,注重人的精神性消费,追求人的自由全面发展。习近平总书记绿色消费理念旨在通过消费主体的友好消费行为不断提高人们的生活水平,促进社会健康发展,最终造福人类社会。从这个意义上讲,习近平总书记绿色消费理念是一种体现社会主义社会本质的、可持续的消费观。

2. 突破发展瓶颈:实现经济高质量发展的关键之策

作为经济稳定增长的驱动力,消费不仅能优化社会资源配置,还可以推动经济高质量发展。目前,我国经济处于步入“消费主导型”初级阶段,消费驱动成为现阶段至关重要的经济增长新动力^[24]。党的十八大以来,随着我国经济发展进入新常态,尤其是可持续发展理念在各个领域的贯彻,绿色消费已成为打造宜居环境、助推我国经济朝着可持续发展方向迈进的重要途径。当前,绿色消费的潜力尚未充分释放,迫切需要倡导推广习近平总书记绿色消费理念,释放绿色消费潜力,从而提升消费质量、促进经济增长,实现可持续发展。随着绿色消费成为一种“新风尚”,绿色消费能力和技术水平的提高,将会对生产的绿色转型发挥重要的风向标作用,以此推动绿色生产与绿色消费良性互动循环,进一步提高绿色生产的要求、加快制造业转型升级的步伐、推动供给侧“绿色”结构性改革、加快发展方式绿色转型,从而实现社会整体发展的“提质”和“增绿”。

3. 解锁生态困局:提振生态质量的创新之举

当前,我国正处于加快实现经济社会绿色转型、提升生态环境质量的关键阶段,面临着工业发展和资源浪费带来的大气、土壤、水体以及生态系统退化

等多种生态环境问题。与此同时,过度消费、奢侈浪费等现象依然存在,绿色的生活方式和消费模式还未完全形成,加剧了资源环境瓶颈约束^[25]。要从根本上解决这些生态环境问题,使生态重新焕发“绿色”生机,迫切需要增强人们的环境保护和可持续发展意识,避免“唯发展论”,倡导绿色消费。绿色消费有利于缓解经济领域和生态领域存在的深层次矛盾,形成经济发展与生态保护的良性互动、协调发展。绿色消费切入点为消费,要求进行环境友好型消费,再由消费引导生产,带动各行各业实行绿色改革从而促使整个生态系统“绿色”平衡发展。绿色消费不仅成为加强生态文明建设和促进经济社会健康发展的必由之路,还是建设天更蓝、地更绿、水更清的“绿色”中国的必然选择。

(四)文化逻辑:体现中华优秀传统文化蕴含的生态智慧

习近平总书记绿色消费理念扎根于在中国优秀传统文化土壤中,中国传统消费思想为习近平总书记绿色消费理念的生成提供了丰富的文化土壤和人文底蕴。

自古以来,中华民族就尊重自然,注重处理人与自然的关系。《孟子》中的“不违农时,谷不可胜食也;斧斤以时入山林,材木不可胜用也”^[26]以及“仁民爱物”思想,揭示了自然是人类赖以生存和发展的基础,人类要爱护自然,依照自然规律办事、取用有节,自然方能反馈以造福人类社会。儒家孔子言“礼,与其奢也,宁俭”^[27],道家“知足之足常足矣”^[28],均强调生活中要知足节俭,不要过分追求物质享受,杜绝浪费和奢侈的思想。《孟子集注》有载:“物,谓禽兽草木;爱,为取之有度,用之有节”^[29],告诫人类有计划地索取、有节制地消费,方能常保富足。无论是自然生长之物,还是人力创造之物都是有限度的,在使用中要有节有度。“惟俭养德,惟侈荡心”强调节俭能修养品德,提高人的精神境界,奢侈则会败坏心性,使人沉迷于物质享受。墨子提出“节俭则昌,淫佚则亡”的警示格言,强调勤俭才能更好治理国家,使国家繁荣昌盛。《荀子》“强本而节用,则天不能贫”^[30],更是直接强调人们在加强生产的同时要节约用度的生存之道。《庄子·齐物论》“天地与我并生,万物与我为一”^[31]、“道生万物”这些观念都强调人类与自然是一个整体,应和自然和谐相处,天人合一。中华优秀传统文化中蕴含了自然无为、天地共生的生态智慧和勤俭节约、强本节用、知足常乐的环保生活理念,注重人与自然的和谐共生

以及事物可持续的发展。这些中华优秀传统文化和生活观念对于习近平总书记绿色消费理念的形成具有深刻的启示意义。

二、习近平总书记绿色消费理念的科学内涵

习近平总书记绿色消费理念是基于反思传统消费观的利弊得失与危害提出的一种崭新的消费理念。习近平总书记倡导人类在生活生产中自觉践行健康适度、绿色低碳、环境友好的消费方式,从而使人类与自然的和谐发展。绿色消费作为一种绿色、健康、科学的消费理念,它超越了局限在“生产”框架下的“消费”,承载着个人、社会、自然对“善”的诉求,旨在达到人与人、人与社会、人与自然和谐共生的目的。习近平总书记绿色消费理念具有丰富的内涵。

(一)核心特征:人与自然和谐共生

习近平总书记注重协调人与自然关系,强调人与自然是一种共生关系,要和谐相处。在党的二十大报告中,习近平总书记明确提出,人与自然和谐共生是中国式现代化的重要标志^[1],在现代化的进程中再次凸显人与自然和谐相处的重要性。习近平总书记绿色消费理念也着重突出了这一点,强调绿色消费不是为了环保而放弃或减少消费,更不是在经济消费与生态环境保护之间制造出新的对立,而是坚持从人与自然之间关系的角度出发,倡导绿色消费方式,以绿色消费代替不合理消费方式,维护生态系统平衡,促进人类社会健康稳定发展。

习近平总书记绿色消费理念蕴含着“人与自然和谐共生”的价值追求,主要体现在两个层面:一是从绿色消费本身来看,它以节约资源和保护环境为特征;二是绿色消费需要绿色生产,促使供给侧也实现绿色化。这两个层面体现了从绿色消费到绿色生产领域的生态化转向,排除了“大量消费、大量生产、大量排放”带来的生态困境,体现了节约资源、保护生态环境的价值追求。此外,习近平总书记强调:“要倡导推广绿色消费。生态文明建设同每个人息息相关,每个人都应该做践行者、推动者。要加强生态文明宣传教育,强化公民环境意识,推动形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式。”^[32]³⁹⁶可见,习近平总书记对公民个体的绿色消费意识的养成和绿色消费行为的践行提出了更高更新的要求,强调了绿色消费在生态文明建设中的重要性,呼吁公民强化环境意识,践行绿色消费,妥善处理好人与自然的关系,实现人与自然的协调发展、双赢共生。

(二)人本取向:以绿色消费增进民生福祉

习近平总书记绿色消费理念始终站稳人民立场,坚持以人民为中心的发展思想,旨在满足人民不断增长的美好生活需要。在当代社会,人们追求的不仅限于物质层面的满足,更注重精神层面的提升,对美好环境的期待也日益增长。习近平总书记绿色消费理念是对中国社会发展现状和人民实际需求的深刻洞察,是对人民期盼和需求的积极响应。

居民消费与民生问题息息相关、相互促进。一方面,“做好保障和改善民生工作,可以增进社会消费预期,有利于扩大内需”^[32]³⁶¹⁻³⁶²,从而扩大绿色消费的需求;另一方面,满足居民多样化的绿色消费需求后,可以更好地解决民生问题,提高人民的幸福感。当前,党中央在民生消费领域不断深化改革,“以人民为中心”的发展理念贯穿于绿色消费经济发展的全过程。产品方面,扩大绿色产品销售,建立绿色产品多元化供给体系,丰富节能环保产品、资源再生产品、环境保护产品、新能源汽车等绿色消费品生产,丰富人民的绿色产品选择;能源方面,习近平总书记强调“推动能源消费革命,抑制不合理能源消费”^[33],从而推动能源的“绿色化”;媒介方面,利用“互联网+”促进绿色消费,将互联网的创新成果与经济社会的发展要素相融合,让绿色消费呈现新的属性,打破人们进行绿色消费的时空限制。由此可见,居民消费与民生福祉“不断打通民生保障和经济发展相得益彰的路子”^[32]³⁶²。

在民生福祉达到新水平的基础上,习近平总书记绿色消费理念不仅关注当前人们的消费需求,而且注重代内和代际的消费公平,致力于为人类提供可持续的消费红利。习近平总书记从全局和战略的高度,承担起对人民群众和子孙后代的高度责任与使命,采取坚决行动解决相关问题。近年来,国家有关部门陆续出台政策文件推动绿色消费,使得绿色消费的顶层设计逐渐完善。2021年2月22日,国务院发布《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》;2022年1月18日,国家发展改革委等七部门联合发布《促进绿色消费实施方案》。国家的相关政策文件通过对绿色消费的规范化和制度化,旨在打造健康绿色、舒适安心、可持续的消费环境,来破解现存的资源、环境和消费问题,为人们构建优美的生态生活生产环境,确保人们的幸福感、获得感不断提高,并为子孙后代留下良好积淀,提供可持续的消费红利。可见,绿色消费始终以

民生福祉为导向,不断满足民生之需,不断增进民生福祉。

(三)基本遵循:物质消费与精神消费的互补与平衡

正如习近平总书记强调的“人民群众物质生活和精神生活都富裕”^[34],物质和精神生活的富裕自然离不开物质消费和精神消费的平衡与协调。物质消费和精神消费是促进物质和精神生活富裕的重要手段。进入新时代,物质消费仍然是生活的重要组成部分,但精神消费的重要性也愈发凸显出来。

习近平总书记绿色消费理念中的绿色消费涵盖了物质消费和精神消费,但这两者并非对立的,而是相辅相成,具有内在统一性。一方面,物质消费为精神消费奠定基础,物质消费为人们提供了日常所需的物质基础,包括食品、衣物、住房等,人们普遍会在满足物质需求的基础上再进行精神消费;另一方面,精神消费为推进物质消费激发巨大的创造性和主观能动性,精神消费更侧重于提升心灵的满足感和内在幸福感,包括文化艺术、教育知识、休闲娱乐。习近平总书记指出:“我们要建设的社会主义现代化强国,不仅要在物质上强,更要在精神上强。精神上强,才是更持久、更深沉、更有力量的。”^[35]可以看出,人们在追求物质生活现代化的同时,更要高度重视精神生活和精神消费,做到精神富足。精神消费是丰富精神生活、促进人全面发展的内在主动的需要,如果缺少或忽视相应的精神消费,人们的精神需要就无法得到满足,精神素质自然无法提升,人们精神生活就会停滞不前,最终走向物质化、片面化。

物质消费与精神消费的平衡有助于个体更全面地发展,但平衡不是平均,需要个人在日常生活中理性选择,根据自身需求和价值观权衡物质和精神层面的满足。此外,习近平总书记绿色消费理念中的物质消费与精神消费关系不仅影响个人,还对社会文明与进步产生影响。平衡好物质消费与精神消费的关系有助于构建消费文明社会,推动社会朝着更健康、更可持续的方向发展。

三、习近平总书记绿色消费理念的实践价值

习近平总书记绿色消费理念对于推动绿色消费成为主流消费、倒逼供给侧结构性改革、加速美丽中国建设和“双碳”目标的实现具有极为重要的实践价值,是新时代构建绿色友好消费的行动指南,也为促进全球绿色消费的发展贡献了中国智慧和中国方案。

(一)引领公众消费观念升级,推动绿色消费成主流消费模式

当前,我国正处于推进绿色消费的转折期,人们的环保意识持续增强,但总体上呈现出“高认同,低践行”的特点,绿色消费理念不能切实落到具体行动上,趋利化迹象依然明显^[36]。在实际生产生活中,不合乎绿色发展的消费品和消费行为依然存在,对经济发展和生态环境造成了很大的冲击和负面影响。面对消费观念和消费行为与绿色发展极不协调的问题,亟需从源头上彻底转变人们的消费观念,纠正人们不合理的消费行为。

习近平总书记着眼于当前发展难题,指出:“要大力弘扬生态文明理念和环保意识,使坚持绿色发展、绿色消费和绿色生活方式,成为每个社会成员的自觉行动。”^[37]习近平总书记给我们指示了一条从“认知”层面到“行为”层面,兼顾“发展、消费与生活”的绿色实践路径。这就要求,作为消费主体的人民要自觉掀起绿色消费浪潮,在消费选择中,要以习近平总书记绿色消费理念为指导,选择绿色、环保、低碳的消费产品;在消费行为中,要重视生态环境的保护和可持续发展,而非一味地追求满足自己的物质欲望。同时,要在全社会宣传推广绿色消费以及由此所带来的发展价值,使其成为主流消费模式以及引领新时代消费的“指南针”。

(二)为供给侧结构性改革提供驱动力,从而构筑绿色发展新格局

“绿色”是新发展理念的要素之一,绿色不仅是生态底色,也是人们生活和生产的底色。要促进绿色转型、实现社会“绿色化”,绿色消费发挥着至关重要的作用。绿色消费是我国处于社会主义初级阶段解决经济发展与环境保护矛盾、促进传统发展模式实现绿色转型的必由之路。

习近平总书记绿色消费理念聚焦消费,同时将生态文明理念和共享理念融入消费领域,旨在通过消费的“全民绿色化”,推动生活方式和生产方式的绿色转型。在此过程中,绿色消费通过促进消费升级、生产技术更新、产业升级和环境保护,从而推动绿色发展,实现社会发展模式转型升级。说到底,构筑绿色发展新格局关键在于生产技术的“绿色化”,也就是说通过节能、减排、绿色、清洁等生产技术引领制造生产,使整个社会生产朝着可持续的方向发展,实现绿色转型。显然,绿色发展和绿色消费的经营理念具有一致性。绿色消费必然能引导生产的绿色化发展,因为绿色消费要求“消费”按照经济效益

和生态效益相统一的原则,合理利用资源,以简约、高效、绿色的方式进行,再由消费活动的经济效益、生态效益及人自身的发展效益辐射和引导生产等其他领域高质量发展,实现部分引领全局优化发展,推动整个社会的绿色转型。

诚然,这不仅要求公民大力弘扬习近平总书记绿色消费理念,积极倡导绿色消费,而且要推动政策创新,鼓励企业进行绿色生产,供给绿色产品,打造集约化、绿色化的生产模式,在提高生产效率的同时,减少生产活动对自然环境和资源的负面影响,努力实现生产活动的绿色化,最终实现社会发展的绿色转型。

(三)推动以生态为基础的社会整体绿色化,助力建设“美丽中国”

习近平总书记在党的二十大报告中指出,从2020至2035年基本实现社会主义现代化,“广泛形成绿色生产生活方式,碳排放达峰后稳中有降,生态环境根本好转,美丽中国目标基本实现”^[1]。在此基础上继续奋斗,“到本世纪中叶把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国”^[1]。“两个十五年”远期规划直接或间接与“美丽中国”建设目标关联,“美丽中国”成为社会主义现代化的标配内涵之一,尤其是“第一个十五年”明确将“绿色生产生活方式”界定为美丽中国目标实现的前置条件。同时,习近平总书记更是强调美丽中国建设的近期目标,指出未来5年的目标是“城乡人居环境明显改善,美丽中国建设成效显著”^[1]。

美丽中国是建设现代化强国的题中应有之意,习近平总书记强调的“美丽中国”是以绿色生态为底色,包含环境美、人美、社会美,达到整体美的系统概念。另外,习近平总书记的讲话也十分明晰地将生产方式、生活方式的绿色转型与美丽中国目标的实现紧密联系在一起。绿色消费作为促进生产生活方式绿色转型的重要桥梁,具有划时代的现实意义。与此同时,绿色消费是推动生态良好发展、构建和谐的宜居环境以及实现绿色生产和制造的重要的驱动力。在满足人民日益增长的生态需要、建设美丽中国的进程中,弘扬习近平总书记绿色消费理念,推动人们形成绿色环保共识和“消费—生态”文明观念,继而带动社会各界参与绿色消费和绿色生产,最后形成环境美、观念美和社会美的“大美中国”。也就是说,绿色消费不仅能直接考虑到生态需要,促进生态良好,还间接通过消费引导生产、促进人的发展等其他方面来实现美丽中国目标。

(四)推动生产技术绿色化转型,助力实现“双碳”目标

当前,温室气体的大量排放导致气候变化异常,生态环境遭到严重破坏,已演变为全球性难题。为应对全球气候变化危机,习近平总书记在2020年第75届联合国大会上提出“力争2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和”的“双碳”目标^[38]。继而,习近平总书记在党的二十大报告中强调:“积极稳妥推进碳达峰碳中和,立足我国能源资源禀赋,坚持先立后破,有计划分步骤实施碳达峰行动。”^[1]然而,我国“双碳”目标的实现任重道远,目前我国是全球碳排放量第一大国,对此需要承担相应的大国责任并付出切实行动。

近年来,随着环境污染问题的加剧,人们越来越意识到消费对环境和气候变化的重要意义。这就决定了推动传统消费“绿色化”转型成为实现“双碳”目标的重要途径之一。因此从消费端发力,推动消费绿色化,可以有效改变过去大规模消耗和排放的粗放式生产和消费方式,加快经济结构不断向绿色低碳方向转型与升级,实现对经济效益、质量和可持续性发展多方面的兼顾,从而更好地实现碳减排和碳利用。当然,传统消费的绿色化转型必须基于技术和产业的绿色转型与发展,即我国实现“双碳”目标的关键在于,推动绿色技术的发展和产业的绿色转型,更新升级传统生产消耗和排放方式,攻克绿色技术难题和加快绿色产业的结构调整。此外,在实现“双碳”目标的过程中,还需要平衡经济发展、环境保护和各国诉求的多方需求,以确保可持续发展的实现。

必须指出的是,习近平总书记绿色消费理念助推绿色消费新风尚蔚然成风,这关乎中华民族的未来,它不仅能为广大发展中国家走绿色可持续的现代化道路提供重要的借鉴,而且能为发达国家解决工业文明带来的矛盾提供中国样板,为解决全球生态问题贡献中国力量和中国智慧。

四、结 语

习近平总书记绿色消费理念基于建设美丽中国的时代背景,牢牢抓住经济领域和生态领域良性健康发展这一主线,紧密围绕政治、经济、文化、社会、生态等多个层面,倡导消费者适度、理性消费,旨在促进公平、实现共享,是最终建成具有社会主义性质的消费风向引领。本文阐述了习近平总书记绿色消费理念的

生成逻辑,并剖析了在新发展阶段背景下的实践价值,但本文尚不能完整呈现习近平总书记绿色消费理念的时代价值,有关习近平总书记绿色消费理念的理论价值还可以进一步深入研究。在中国式现代化新征程中,在大力弘扬习近平总书记绿色消费理念的基础上,在绿色消费渐成主流消费的背景下,推动绿色消费还需要社会各界的共同努力,多措并举,全面探索,从需求端(消费者)、供给端(生产者)和顶层设计(政府)等方面提出促进绿色消费发展的实现路径,从而推动绿色消费成为新时代的主流消费模式,进而形成独具中国特色的绿色消费模式。

参考文献:

- [1] 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[N]. 人民日报, 2022-10-26(001).
- [2] 陈啸凯. 十八大以来习近平关于消费的重要论述及实践研究[D]. 扬州:扬州大学, 2022:36-65.
- [3] 秦书生,杨硕. 习近平的绿色发展思想探析[J]. 理论学刊, 2015(6):4-11.
- [4] 毛中根,谢迟. 习近平关于消费经济的重要论述:现实依据、理论基础与主要内容[J]. 消费经济, 2019,35(3):3-11.
- [5] 黄娟,贺青春,高凌云. 绿色消费:我国实现绿色发展的引擎:十六大以来中国共产党关于绿色消费的重要论述[J]. 毛泽东思想研究, 2011,28(4):93-96.
- [6] 曾薇. 中国化马克思主义消费思想的历史演进[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2015,17(1):93-98.
- [7] 毛中根,贾宇云,叶胥. 中国共产党领导的百年居民消费:进程回顾、思想变迁与民生实践[J]. 改革, 2021(9):50-64.
- [8] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯全集:第12卷[M]. 北京:人民出版社, 1962:743.
- [9] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集:第9卷[M]. 北京:人民出版社, 2009:560.
- [10] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集:第5卷[M]. 北京:人民出版社, 2009:698.
- [11] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集:第1卷[M]. 北京:人民出版社, 2009.
- [12] 曾建平. 马克思恩格斯视野中的“消费—生态”悖论[J]. 桂海论丛, 2014,30(6):4-8.
- [13] 毛泽东. 毛泽东选集:第4卷[M]. 北京:人民出版社, 1991:1438-1439.
- [14] 邓小平. 邓小平文选:第3卷[M]. 北京:人民出版社, 1993.
- [15] 邓小平. 邓小平文选:第2卷[M]. 北京:人民出版社,

- 1994:208.
- [16] 王爱冬. 试论保护环境就是保护生产力[J]. 中国环境管理干部学院学报, 1996(3):1-4.
- [17] 中共中央文献研究室. 江泽民论有中国特色社会主义: 专题摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2002:107.
- [18] 胡锦涛. 把节约能源资源放在更突出的战略位置加快建设资源节约型、环境友好型社会[N]. 人民日报, 2006-12-27(001).
- [19] 本报评论员. 谱写新时代生态文明建设新篇章[N]. 人民日报, 2023-07-20(001).
- [20] 习近平. 之江新语[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2013: 153.
- [21] 习近平. 共谋绿色生活, 共建美丽家园[N]. 人民日报, 2019-04-29(002).
- [22] 刘乃刚. 习近平关于绿色生活方式的重要论述研究[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2021, 20(5):40-48.
- [23] 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要[N]. 人民日报, 2021-03-13(001).
- [24] 孙豪, 曹肖烨. 消费主导型经济的演进逻辑、典型特征与政策取向[J]. 经济学家, 2023(6):24-35.
- [25] 国家十部委联合提出关于促进绿色消费的指导意见[J]. 有色冶金节能, 2016, 32(3):1-3.
- [26] 孟子. 孟子[M]. 郑红峰, 译. 北京: 中国言实出版社, 2011:39.
- [27] 陈晓芬, 徐儒宗. 论语·大学·中庸[M]. 北京: 中华书局出版社, 2015:28.
- [28] 黄克剑. 老子疏解[M]. 北京: 中华书局出版社, 2017: 448.
- [29] 朱熹. 四书章句集注·孟子集注[M]. 上海: 上海书店出版社, 1987:194.
- [30] 王先谦. 荀子集解[M]. 北京: 中华书局出版社, 1988: 306.
- [31] 郭庆藩. 庄子集释[M]. 中华书局出版社, 2006:3.
- [32] 习近平. 习近平谈治国理政: 第 2 卷[M]. 北京: 外文出版社, 2017.
- [33] 习近平. 习近平谈治国理政: 第 1 卷[M]. 再版. 北京: 外文出版社, 2018:131.
- [34] 习近平. 扎实推动共同富裕[J]. 理论导报, 2021(10):1.
- [35] 习近平. 在纪念五四运动 100 周年大会上的讲话[J]. 中国青年, 2019(5):1-5.
- [36] 黄韞慧, 杨璐. “双碳”背景下的绿色消费转型: 动因、困境与路径[J]. 江海学刊, 2023(4):79-85.
- [37] 习近平. 携手推进亚洲绿色发展和可持续发展[N]. 人民日报, 2010-04-11(001).
- [38] 陆娅楠. “双碳”工作取得良好开局[N]. 人民日报, 2022-09-23(002).

(责任编辑:陈丽琼)