

城市居民的绿色消费理念——基于问卷调查的分析

周健颖¹

(江苏理工学院商学院，江苏常州 213001)

【摘要】绿色消费理念，是以与自然和谐发展为根本，指引消费者在生活中进行消费时引用科学合适的消费观，倡导崇高的消费品德和行为，尝试适度康健的消费方式，并且变革整个社会的生产模式，从而促使社会产业经济结构发生改变、绿色生态产业蓬勃发展的理念。目的：具体了解城市居民的绿色消费理念及其绿色行为。方式：采用网上问卷调查和城市居民小区随机访谈的方法，对江苏常州的在校大学生和小区居民进行调查。结果：在我国，绿色消费理念尚未得到所有居民的认可，绿色理念付诸实践还需要一个漫长曲折的过程，环保立法不完善、执法不严，贯彻实行绿色消费任重而道远。

【关键词】绿色消费理念；城市居民；问卷调查

【中图分类号】F126 **【中图分类号】**A

绿色消费理念，是以与自然和谐发展为根本，指引消费者在生活中进行消费时引用科学合适的消费观，倡导崇高的消费品德和行为，尝试适度康健的消费方式，并且变革整个社会的生产模式，从而促使社会产业经济结构发生改变、绿色生态产业蓬勃发展的理念。党的十八届五中全会重申，为实现“十三五”时期发展目标，必须牢固树立并切实贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念。

然而，即使近年来众多政府部门、相关专家学者提倡绿色消费的重要性，持绿色消费理念的居民仍占全民的少数，相关宣传推广落实工作任重而道远。为具体了解城市居民的绿色消费理念及其绿色行为，本研究采用网上问卷调查和城市居民小区随机访谈的方法，对江苏常州的在校大学生和小区居民进行调查，以分析城市居民的绿色消费现状及存在的问题，从而提出相应的应对措施。

本研究的调查内容为：①对常州市在校大学生、教师、个体经营户、公司职员、退休工人等不同的社会群体发放问卷，进行问卷调查，了解人们对绿色消费理念的知晓度。②到常州市某住宅小区通过张贴海报、出黑板报等方式宣传绿色消费，鼓励居民进行绿色消费；③在小区中观察生活垃圾的处置情况，提倡垃圾分类处理，指导居民可持续消费生活。④随机探访大型超市促进顾客绿色消费的方式。

1 调查结果

本研究随机邀请 100 名被试参与网上问卷调查，实际有效问卷 100 份，有效率为 100%。调查的范围是包括在校大学生在内的不同年龄、性别和职业的城市居民。其中，关于年龄，18 岁以下为 27%，18—30 岁为 47%，30—50 岁为 23%，50 岁以上为 3%；关于性别，男性占 28%，女性占 72%；关于职业，学生为 70%，教师为 21%，公司职员为 1%，个体经营户为 2%，退休工人为 2%，其他为 4%。

¹收稿日期：2017-09-14

作者简介：周健颖（1990-），女，江苏常州人，江苏理工学院商学院辅导员，硕士，主要从事思想政治教育研究。

在关于绿色消费定义方面，研究者安排了 3 个问题。在“您认为绿色消费理念应该包括？”的多选题中，97%的居民认为“节约资源，减少污染”是定义之一，而 77%的居民认为“勤俭节约，节省开支”是定义之一。这表明城市居民对于绿色消费理念的定义未了解充分，所以只能称作概念较为清晰。

在绿色消费的认知方面，研究者安排了 4 个问题。例如，针对“您在购物时较关心的问题有？”这个问题，城市居民最为关注的是“质量”，占总人数的 93%；关注“环保”的人数占 45%；最不被关注的是“服务”。购物是城市居民生活中不可缺少的一项活动，反映出城市居民的绿色消费理念对其生活的影响不明显。在进行绿色消费的实践方面，研究者安排了 5 个问题。鉴于实践活动方面涉及的范围较广泛，研究者将其缩小成“购买绿色产品”和“出门使用交通工具”两部分。关于“购买绿色产品”，城市居民购买最多的领域是“食品”，所占总人数比例为 88%，这正是“民以食为天”的反映；购买原因是“健康安全”和“产品对环境污染小”。在“出门使用交通工具”方面，68%的城市居民选择了“步行”，反映了绿色消费理念在一定程度上影响着城市居民的生活方式。

在对绿色消费的宣传方面，研究者安排了 2 个问题。选择“报刊文献”“电视网络”和“社会宣传”三种途径分别占总人数比例为 72%、75% 和 68%，这体现了当代社会网络的影响力和政府对绿色消费宣传工作的重视程度。对于“您是否会积极主动地向身边人宣传绿色消费理念？”，66%的被试表示“会”，体现出城市居民对绿色消费重要性的认知。

2 城市居民的绿色消费理念现状

影响居民消费理念及行为的根本因素取决于国家的经济发展。进入 21 世纪后，我国社会主义市场经济体制逐渐完善，社会生产力水平随之提高，不断影响着居民的消费认知及方法。人们早已不再仅仅满足于物质资料型消费，而是更多地去追求享受资料型消费。然而，依旧有较多数的居民秉持传统的消费观念，可持续发展意识薄弱。在我国，每个人从学生时代就开始学习“保护环境，绿色消费”的消费观。每年，国家和政府都会向社会宣传和呼吁绿色消费，但结果并不乐观。绿色消费仍难以推广。究其原因，主要有以下几个方面：

(1) 在我国，绿色消费理念尚未得到所有居民的认可。尽管绿色消费的浪潮及宣传运动在国外已进行了多年，国外民众已能适应绿色消费理念对自己日常生活的积极影响。可是，在我国绿色消费理念仍旧局限于少数人群中。造成这样结果的原因较复杂。最主要的是，想要普罗大众接受新的消费理念及习惯并且做出改变需要一个漫长的过程，不可能一蹴而就。其次，大众的社会责任感欠缺，愿意为了自身及家人的平安健康花费可能) 较多的绿色费用，却不太愿意为没有社会关系的其他人多承担社会绿色支出。再次，由于认识从提出到被大众真正接受认可需要漫长而曲折的过程，在这一过程中，民众往往无法在一开始就能预见无绿色消费意识的后果及对生存环境的损害。因此，加大对绿色消费的宣传力度迫在眉睫。

(2) 理念付诸实践还存在一定的难度。即使加大绿色消费的宣传推广，让民众知晓绿色消费的前瞻性，绿色产品较高的价格对于收入水平较低的民众而言仍是无法跨越的鸿沟。普通居民在面对价格高的绿色产品和有价格优势的非绿色产品时，常常会由于生活所迫而选择后者。另一方面，也影响了经营绿色产品的企业的可持续发展。出于生产成本和效益，大部分企业缺乏生产销售绿色产品的内外因。

(3) 环保立法不完善，执法不严。环保立法是提升企业、居民绿色消费理念的重要保障，重要性逐渐为国内外所关注。近年来，国内也制定并实施了多部环保法案，如《固体废弃物污染环境防治法》、《海洋环境保护法》等。然而，相关环保法案依旧不完善，在某些特殊领域无法发挥应有的作用。完善立法及法律方面的工作十分重要。

综上所述，绿色消费在我国得到贯彻实施的道路依然漫长而艰辛，这些问题如若不一一解决，那绿色消费终究只能是一纸空文。

参考文献

- [1]方钊. 我国绿色消费者的现状和未来[J]. 广州社会主义学院学报, 2012 (02).
- [2]梁风娟. 十七大以来中国共产党生态文明思想研究[D]. 绵阳: 西南科技大学硕士学位论文, 2016.
- [3]钟梅, 马宇龙, 银爱君. 关于在居民小区建立初级垃圾分类站的建议[J]. 北方环境, 2013 (10).
- [4]朱瑾璇. 浅谈两大经济体制下的效率与公平[J]. 改革与开放, 2015 (15).
- [5]徐占东, 樊茗玥, 徐秀娟等. 我国绿色消费者心理影响因素的调查与分析[J]. 现代商业, 2010 (09).
- [6]汤建霞. 全面推进食品企业绿色营销的战略[J]. 当代经济, 2007 (10).
- [7]文启湘, 何建奎. 关于我国发展绿色产业与开发绿色产品的思考[J]. 宁夏党校学报, 2003 (01).
- [8]彭本利, 李爱年. 新《环境保护法》的亮点、不足与展望[J]. 环境污染与防治, 2015 (04).