

低碳经济背景下大学生绿色消费行为研究

李钰秀, 唐世辉, 李平

新疆师范高等专科学校(新疆教育学院), 新疆 乌鲁木齐 830000

DOI:10.61369/SE.2025070021

摘 要 : 绿色消费是推动我国消费模式转型的关键, 大学生作为未来消费的主力军, 其绿色消费理念和行为将会对我国绿色低碳经济的发展产生重要影响, 因此对大学生绿色消费行为进行研究具有现实意义。通过研究发现当前大学生对绿色消费的认识不足, 存在着消费时重点关注价格而忽视产品的绿色属性, 超前消费与过度消费频繁挤压绿色消费空间等问题; 影响大学生绿色消费行为的因素在于四个方面, 分别是个人内在因素、群体和社会文化环境因素、政策因素和市场因素。针对以上问题从大学生个人、学校、家庭及市场等角度提出了促进大学生绿色消费行为的建议。

关 键 词 : 低碳经济; 绿色消费; 消费意愿; 大学生

Research on Green Consumption Behavior of College Students under the Background of Low-Carbon Economy

Li Yuxiu, Tang Shihui, Li Ping

Xinjiang Teacher's College (Xinjiang Education Institute), Urumqi, Xinjiang 830000

Abstract : Green consumption is the key to promoting the transformation of consumption patterns in China. As the main force of future consumption, college students' green consumption concepts and behaviors will have a significant impact on the development of China's green and low-carbon economy. Therefore, it is of practical significance to study the green consumption behaviors of college students. Through research, it is found that current college students have insufficient awareness of green consumption. There are problems such as focusing on the price when consuming while neglecting the green attributes of the products, and frequent premature and excessive consumption squeezing the space for green consumption. The factors influencing college students' green consumption behavior lie in four aspects, namely, personal internal factors, group and social cultural environment factors, policy factors and market factors. In response to the above issues, suggestions for promoting green consumption behavior among college students are put forward from the perspectives of individual college students, schools, families and the market.

Keywords : low-carbon economy; green consumption; willingness to consume; college students

引言

在2025年政府工作报告中提到要协同推进降碳减污扩绿增长, 加快经济社会发展全面绿色转型。可见绿色低碳发展已是当前国家战略布局中的重要环节。2024年国务院发布的《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》中指出要推动消费模式绿色转型, 积极扩大绿色消费, 健全绿色消费激励机制。2022年国家发改委等七部门引发的《促进绿色消费实施方案》中强调, 要大力发展绿色消费, 增强全民节约意识, 反对奢侈浪费和过度消费, 通过财税支持、金融政策、价格机制等引导绿色消费。在宏观政策背景下, 绿色消费日益受到我国居民的重视, 尤其是在绿色食品和绿色家装等方面^[1]。但是绿色消费占城乡居民消费水平的比重仍然较低, “十三五”期间绿色消费的比重约为25.45%^[2]。

关于绿色消费的研究, 起源于西方国家对环境和资源问题的关注。英国学者约翰·埃里克顿和茱莉亚·哈里斯(1988)认为绿色消费是消费者不购买在生产过程中浪费资源、伤害动物、过度包装; 使用过程中对身体健康产生消极影响的商品, 这是首次对绿色消费进行了明确定义。随着研究的深入, 绿色消费逐渐从产品角度延伸至环保价值观和低碳生活等层面。国内学者魏明侠(2002)认为绿色消

基金项目:

①2023年新疆哲学社会科学基金研究项目:《丝绸之路经济带核心区建设背景下新疆绿色金融发展研究》(项目编号:2023VZX020)

②新疆师范高等专科学校(新疆教育学院)校级课题:《低碳经济背景下大学生绿色消费行为调查研究》(课题编号:XJJY202432)

作者简介:李钰秀(1997-),女,四川泸州人,硕士研究生,助教,研究方向:绿色金融。

费包括三方面，首先消费的产品在其生产环节中是绿色的；其次消费过程对生态环境是友好的；最后消费的结果不会留下对生态环境造成破坏的残留物^[3]。黄娟（2011）将绿色消费总结为节约能源、保护环境的消费模式，表现为节俭消费、文明消费、适度消费和合理消费^[4]。张芳（2025）认为绿色消费应当遵循勤俭节约的原则，在消费过程中降低能源消耗，减少污染排放和不必要的浪费^[5]。

大学生作为较高素质的社会群体，同时也是社会经济转向绿色发展方向的中坚力量，树立起绿色消费理念与开展绿色消费行为将对国家绿色低碳经济的发展产生重要影响^[6]。因此本文通过梳理大学生绿色消费理念和行为的相关研究成果，探究在低碳经济背景下，大学生群体的绿色消费行为的影响因素，以期找出针对性措施培养起大学生良好的消费习惯。

一、大学生绿色消费行为现状分析

当前大学生对于绿色消费的认识不够深入，且受限于便利性和价格等因素使得他们绿色消费的行为并不频繁，超前消费和冲动消费盛行也会制约其绿色消费的能力。

（一）大学生绿色消费认知浅表化

大学生群体对绿色产品的概念不是很了解，对绿色消费的认识仅限于绿色食品和绿色出行，对绿色认证标准、可持续材质、碳足迹、漂绿营销等深层概念的认识较为模糊，无法准确识别绿色环保标识。在校课程中也缺乏系统的绿色消费教育，相关宣传仅停留于张贴海报等形式，没有实践引导，无法让大学生在实践中践行绿色消费行为。由于大学生信息获取的渠道有限，主要通过短视频等社交媒体碎片化获取信息，且易受网络媒体的“伪环保”宣传误导，了解到的绿色消费信息不全面，导致缺乏系统的绿色消费知识体系。诸多因素使得大学生对绿色消费和绿色产品的了解比较匮乏，不利于养成绿色消费习惯。

（二）大学生消费重视价格忽视绿色属性

大学生消费时呈现出重视价格忽视绿色属性的显著特征，绿色消费潜力尚未得到充分发挥。大学生对商品价格、时尚性和个性化的关注度较高，热衷于追逐潮流，容易盲目跟风，倾向于购买新发售的电子产品、特价服饰等非绿色消费产品，且更新换代频率较高，造成了不必要的浪费。同时，大学生对产品的绿色属性关注甚少。他们往往不会在意消费的是否为无公害、无污染的绿色产品，也很少关心产品在生产时是否符合节能减排相关标准。这反映出大学生在消费决策时，绿色消费理念并未占据主导地位。

大学生的消费行为对价格的敏感性较强，而大部分绿色产品的价格相对较高，这就使得原本部分具有绿色消费理念的大学生受制于价格因素，而不得不放弃绿色消费行为。

（三）超前消费和冲动消费挤压绿色消费空间

调查研究显示，七成以上大学生赞同超前消费。大学生接受新鲜事物的能力强，偏好于使用消费金融，其中大部分是通过互联网金融产品实现超前消费，这种超前消费模式极易诱导大学生产生非理性消费行为。

从消费场景来看，大学生使用互联网金融产品主要是用于网络购物。如今，各大网购平台为吸引消费者都推出“双十一”等营销节日，这在一定程度上刺激了大学生的冲动性消费。超前消费与冲动消费的叠加效应，使得大学生没有多余资金用于购买

绿色产品，从而抑制了对绿色产品的购买力，挤压绿色消费的空间。

二、大学生绿色消费的影响因素分析

（一）个人内在因素

个人内在因素主要包括大学生的环境知识、环境态度、自我感知效能等对绿色消费行为的影响。环境知识会影响消费者对产品或服务的评价，环境知识与环境友好行为之间存在着必然的联系。具备较多环境知识的大学生对保护环境的认识更加深入，对绿色消费的关注度更高，愿意为绿色产品付出更多代价。环境态度会影响大学生对绿色生活方式的态度，从而影响对绿色产品的购买和消费。若大学生对能源问题关注度高，对环保持积极态度，那么他们就会认同绿色生活方式，进行绿色消费。自我感知效能是指消费者的环境保护行为对自身和社会产生影响的重要程度。自我感知效能高的大学生认为，通过自己的绿色消费行为能够对低碳经济的发展产生显著的正向影响。

（二）群体效应和文化环境因素

群体效应、校园和社会的低碳消费氛围会对大学生的消费行为产生影响。群体效应是指大学生易受周围群体行为的干扰，改变自身的消费行为。如大学生周围多数人采取环保行动时，个体会因从众心理而主动效仿。这种同辈之间压力会通过社交发挥作用，在日常交际活动中大学生的消费行为会相互产生影响。其次，校园内绿色消费氛围是否浓厚、绿色消费设施是否齐全、绿色消费场景是否丰富，都是影响大学生实施绿色消费行为的因素。此外，社会文化环境在无形中对大学生消费理念的形成产生影响。通过文化传播、价值引导等途径，持续地重塑着大学生对于消费的认识、态度与价值判断标准。这种文化氛围的影响会强化群体之间的示范效应和从众行为。

（三）政策因素

政府通过出台财政支持政策对大学生的绿色消费进行干预。政府合理的经济激励措施能够促使消费者提升绿色消费意愿，例如，政策鼓励消费者回收旧手机获取国家补贴等“以旧换新”模式来推动废旧电子设备回收再利用，从而减少资源浪费。但是也有研究表明这种物质激励起到的作用是短暂的，一旦政府停止激励措施，消费者对绿色产品的支持就会随之减少，原因在于这种激励是外部驱动而非内部动机。政府实施的财政补贴政策能够影响企业在绿色产品研发与生产环节的财务负担，从而直接影响绿

色产品的供应，促使企业向市场提供更多优质绿色产品，满足大学生的绿色消费需求。

（四）市场因素

市场是连接绿色产品供需两端的关键环节，市场对绿色低碳产品供给会影响大学生对绿色产品的可获得性、认可性和信任度。绿色产品的质量、口碑、生态标签和广告会对消费者的绿色消费行为产生影响。企业对于绿色产品的研发、生产和宣传力度会影响到绿色产品在市场上的占有率和知名度，从而影响消费者的选择。如市场上绿色产品种类丰富，能覆盖大学生高频消费场景，会直接影响其消费意愿，如市场仅提供小众绿色产品，会抑制消费行为。大学生对绿色溢价的接受程度较低，绿色产品在研发和生产过程中，为了达到更高的环境标准，会投入更多技术和人力成本，导致价格会高于传统同类商品，绿色产品的价格溢价会显著影响大学生消费决策。市场的绿色认证制度透明度是消费者的选择产品时考虑的重要因素，如果绿色认证信息透明度高，大学生能够清晰了解产品或服务的环保属性，做出更符合绿色消费理念的决策。

三、促进大学生绿色消费行为的建议

（一）大学生应该主动转变消费理念，养成绿色消费习惯

大学生应该主动了解绿色产品、低碳经济的概念，通过选修环保相关课程、参与校园讲座等方式，系统性地掌握低碳经济、循环经济和绿色消费的理念。同时，要培养起独立的消费思维，摒弃过度消费和盲目跟风消费，在购物前思考这件商品是否真正需要？是否有更环保的替代品？通过不断反思消费行为，形成理性、低碳的消费观念。在日常生活中，通过绿色低碳出行、拒绝使用一次性塑料制品等行为将绿色低碳意识落到实处。大学生作为社会未来的中坚力量，其行为具有很强的示范性。因此，还应当发挥出大学生群体的榜样作用，通过绿色消费宣传活动、社交媒体传播绿色消费经验、在暑期社会实践或志愿服务中，向社区居民普及绿色消费知识等方式，推动环保理念从校园走向社会，带动广大消费者共建绿色消费环境。

此外，大学生应当养成良好的理财习惯，合理分配自己的资金，减少不必要的开支，避免因冲动或盲目跟风而造成的非理性

消费行为，提升理财能力，改善消费习惯，逐渐培养绿色、生态的消费理念。

（二）调动社会各要素共同培育大学生绿色消费观

大学生绿色消费观念的培育需要学校、家庭和社会三方面的各类主体共同发力。首先，学校应当充分发挥教育主阵地的作用，通过绿色低碳宣传教育，增强大学生绿色消费意识，促进大学生正确消费习惯的养成。高校可以将绿色消费相关内容融入思政理论课、通识课中，邀请环保领域的专家学者开设专题讲座，帮助学生从理论层面理解绿色消费的重要意义。充分利用校园媒体定期推送“低碳生活小贴士”“绿色产品选购指南”等内容普及绿色消费知识，营造校园绿色消费氛围。学校还应当开展实践活动，通过可回收品兑换积分等活动为学生创造绿色消费场景，提升绿色消费便利性。开设“旧物改造工作坊”，通过案例展示、动手实操等方式，让学生直观了解循环经济和绿色生活方式的益处，增强大学生在绿色经济发展中的参与感与成就感。

家庭教育还需与学校教育形成合力，家庭成员的日常消费行为会深刻影响大学生的价值观形成。父母应当以身作则，选购环保产品、开展垃圾分类、注重物品循环利用等，通过言传身教让孩子在潜移默化中接受环保教育。家长要注重培养子女正确的消费价值观念，及时对大学生的过度消费、奢侈消费等错误观念进行纠正，让大学生自觉抵制非绿色消费行为。

政府要通过主流媒体和官方平台加强新时代中国特色社会主义思想中生态文明思想的宣传，引导大学生关注环境问题，树立绿色低碳的思维，减少破坏环境的行为，培养绿色消费观念；政府还应当积极制定绿色消费鼓励性政策，例如，可以采取折扣或补贴的方式让大学生积极参与共享经济、绿色出行、低碳旅行等绿色消费场景。

最后，市场要加大对绿色消费产品的供给力度，满足大学生对于绿色消费的个性化和时尚感需求。企业要充分利用财政补贴和税收优惠政策大力进行绿色创新，降低绿色产品边际生产成本，从而降低其市场价格，提高大学生对绿色产品的可获取程度。市场主体还应当积极推进绿色生产标准的制定与完善，严格规范生产流程，确保绿色产品在生产环节符合标准。使得大学生在选购绿色产品时，无需耗费额外时间和精力去甄别产品的绿色属性，能够便捷、放心地做出消费选择。

参考文献

- [1] 任勇. 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[J]. 中国环境管理, 2020, 12(05): 5-10.
- [2] 王晓萍. 基于供需视角的中国绿色消费结构特征及演变机制[J]. 商业经济研究, 2021, (18): 46-50.
- [3] 魏明侠. 绿色营销: 可持续发展的一个微观拓展[J]. 科技进步与对策, 2002, (09): 13-15.
- [4] 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(04): 93-96.
- [5] 张芳. 我国绿色消费发展现状、挑战与建议[J]. 西南金融, 2025, 1-11.
- [6] 孔德生, 冯爱敏. “双碳”背景下大学生绿色消费心理与行为研究——评《内蒙古大学生消费价值观念优化路径研究》[J]. 广东财经大学学报, 2023, (04): 117-118.