



全民共治 全民共享

——中国第一个环境日特刊



南开大学经济研究所教授、博士生导师钟茂初

绿色消费：你的选择决定未来

◆本报记者郭婷

中国环境报：消费对于每个人来说再寻常不过，那么，我们每天的消费行为与可持续发展之间有何关系？绿色消费对于环境保护和可持续发展具有怎样的意义？

钟茂初：实现可持续发展，就是要让我们的经济活动规模限定在地球生态承载力的范围之内。消费是经济活动的动力源头，只有通过消费行为的改变，才能有效引导企业从事环境友好型生产。所以，消费与可持续发展有着至关重要的关联。

每一个社会成员都希望自己生活在空气质量、水体质量、居住环境优良的条件下，不希望总是生活在各种污染之中。全球生态环境是一个相互关联的整体，每个人都是影响地球生态环境的行为人，也是承受者。所以，人人都有责任减轻自身消费活动对生态环境带来的影响。这就是可持续发展的逻辑基础。

如果每个人都减少消费一份不必要的物质产品，减少一次影响环境的消费活动，那么，周边环境承受的压力就会减轻一分，地球承受的环境压力也会减轻一分。综合起来，就是生态环境得到保护。

每个社会成员的需求可以划分为物质需求、精神需求和生态需求。绿色消费意味着社会成员在满足基本物质需求的前提下，放弃一些其他物质需求，以换来更多的精神需求和生态需求的满足。

中国环境报：您刚刚谈到的是宏观的环境效益。作为消费者，公众很关心一个问题：绿色消费对我有什么好处？绿色消费能够让公众获得的最直接利益是什么？

钟茂初：不妨反过来问一问：不计生态环境影响的消费，对我有什么好处？或许可以作一个比喻：人们共乘一条船，船只在大海中行进时，大家不断地往船上加载打捞到的海鲜，结果发现船只的负载不

断加大，越来越接近承载极限。此时，需要共同决定：是不是应该不再增加不必要的负载，并丢弃一些不重要的东西？只要是理性人，遵守这样的约定是必然的。这种情况下，不让船只超载而保证船只顺利到岸，就是大家得到的最大好处。

还可以反过来问一问：绿色消费，你我损失了什么？绿色消费是节制自己不再进行那些不必要的浪费，不再进行那些纯粹出于虚荣、面子考虑的奢侈消费、炫耀消费。如果多数人都及时改变虚荣心理的话，我们什么损失都没有，反而获得了精神层面的轻松和满足。

中国环境报：由此看来，绿色消费需要全民参与，但目前很多公众对于绿色消费的理解还很片面，认为绿色消费就是购买绿色产品。那么，推进绿色消费，我们每个人在日常消费过程中能做什么？

钟茂初：绿色消费是基于前面所述的可持续发展理念，关注当代人的生态环境和后代人的生态环境。所以，推进绿色消费，应当秉持这样的消费观：在基本生存需求之外，不过分追求物质消费和物质财富的增长；不过分追求消费的更新换代；不追求以物质财富占有为标志的社会地位，也不追求以拉大社会差距或损害他人利益为手段获取的社会地位；不追求以牺牲休闲等精神满足为代价的高收入生活；不追求以高耗能、高耗物、高排放为代价的“高水平”生活。

具体来说，我们可以反省一下自己过往的消费行为、处置废弃物行为，在哪些方面存在不必要的浪费，并在今后的消费活动中加以改进。对物质产品的消费，以实用为选择依据，对于一些浪费、炫耀、奢侈的群体活动，尽可能不参与。不购置与自身需要不相适应的大面积住房，不空置住房。拥有大量空置的住房，实际上是无谓的资源环境损耗。当步行或搭乘公共交通工具比较便利时，尽可能不开车，减少不必要的交通和运输需要。消费时，尽可能选择比较有环境社会责任感企业的产品服务，通过消费

者的消费偏好引导企业的行为。每个人节约一度电、一吨水、一升汽油，全民加起来节约效果惊人。可以循环利用的物品尽量循环利用，如盥洗用水可以用于拖地、浇花等；废物可以改造利用，尽可能减少垃圾的产生，尽可能不使用一次性物品。

中国环境报：目前，在推进全民参与绿色消费的过程中可能存在哪些阻碍？如何解决这些问题？

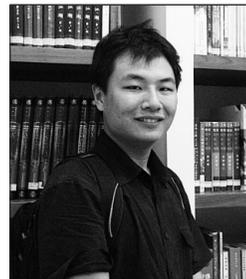
钟茂初：一个很大的阻碍，恐怕还是在践行绿色消费时遭遇传统理念群体对于这一行为的不认同甚至嘲讽。对于这个问题，每个社会成员不妨树立这样的理念：消费，是满足自身的真实需求，不是给别人看的。同样，践行绿色消费，也要服从内心的价值观，而不必在意他人的评价。对于生态文明这一公益理念，应当理直气壮地坚持。

此外，还有一个很大的阻碍，就是政府部门实际有效的制度机制尚未真正形成。出于经济增长目的的制定的政策、法规往往与生态文明建设的政策、法规有所冲突。

对此，政府部门可以从一些最简便、有效的规制做起，如对环境不友好的产品服务作出明晰标识，并向消费者做出消费警示。

例如针对那些对大气、土壤、水资源影响较大的产品，如含氟利昂制冷设备、含磷洗涤剂、含铅汽油等产品，过度包装的产品，以珍稀动植物资源制造的产品，在制造和使用过程中对资源及环境造成较大影响的产品，一次性或使用寿命过短的产品，消费后无废弃物处置责任的产品等，要明确产品服务供给者，在所有产品和服务的标识上，明确标明此产品为环境不友好产品。这就如同在烟草制品上标明“吸烟有害健康”一样。

再如针对可能导致奢侈消费、盲目消费、虚荣消费行为的产品及服务，明确要求产品服务供给者从消费能力、消费取向、消费风险等方面，向消费者作出“慎重消费”的警示告知。这对于消费者是一个有效的引导，对于生产供给者也是一个有效的遏制。



◆本报记者杨奕萍

中国环境报：您认为，目前我国公众参与存在哪些阻碍？

张伯驹：首先，公众参与需要足够的推动力量，其中环保社会组织的作用不可替代。但现实是中国有十几亿人口，有200多个地级市和上千个县，注册的环保社会组织只有几百家，活跃的社会组织数量就更少，一些市县甚至连一个环保组织都没有。

其次，公众参与环境保护的行动需要更持续，这也是重要的挑战。现有的公众参与，很多还是活动式或运动式，来得快去得也快。要实现真正持续、有效的公众参与环境保护，还有较长的路要走。

此外，公众参与环境保护，不仅需要更大的空间和可持续，参与的有效性也很重要。不少地方制约着公众有效参与，如很多政策和重要环境信息（如环评公示），在各地相关政府部门网站的二级、三级甚至四级页面中，普通百姓很难有能力和耐心接触到，也就失去了很多参与的机会。

中国环境报：那么，针对上述问题，我们应该如何切实地去做？

张伯驹：针对公众参与行动的短暂性，自然之友近几年采取了一项重要举措，就是把大量由专业人员执行的环保项目转型为公众参与和公众组织。比如之前很多年的教育类项目都是由环保组织筹备和组织课程，市民前来参加，下一次换人继续上课。如此循环往复。但从两年前开始，自然之友的盖娅自然学校结合我国台湾等地的经验，开创性地打造了盖娅自然教育亲子团新模式，通过培训参与自然教育活动的家长，鼓励他们以自我组织、自我管理。通过有效的支持，公众有足够的热情和能力通过自我组织的方式参与到环境保护进程中，并且这样的参与可持续性更强。

此外，为了帮助公众参与到意见征集集中，5年前自然之友开始每周编辑“环保公示信息简报”，通过编辑整理各级环保部门、政府法制办网站上的重要公示信息，提醒当地环保组织、学者和民众积极参与意见反馈。

最近几天，我很高兴地看到环境保护双微（中国环境新闻微博、微信，中国环境宣传教育微博、微信）正式上线开通。各级环保部门的微博、微信平台也陆续升级、更加活跃，希望这一积极举动能够为公众参与平台和渠道建设贡献更大的力量。

中国环境报：今年的环境日主题是践行绿色生活，您所在的环保组织在绿色生活和绿色消费上开展过哪些活动，成效如何？

张伯驹：首先在教育方面，自然之友新成立了盖娅自然学校，开发的多门新课程都和绿色生活与绿色消费有关。如新开发的“绿色生活夏令营”，就是让青少年真正体会人与自然的关系，找到绿色生活的价值基础和方法，让更多的家庭注重绿色生活和环境友好型的消费选择。

在科普层面，帮助公众了解雾霾、科学地与雾霾相处、提高自我防护能力。我们从去年开始做了一个叫“蓝天实验室”的项目，连接青年科学家、专业人员和普通公众，让公众一起参与进来，做了很多实验和科普类的研究、视频。希望把枯燥的数字转化为生活的点滴，帮助大家科学、积极地与雾霾相处。

除此之外，我们还有一些项目，是为了让公众身体力行地参与到绿色生活实践和推动当中。这些行动包括“低碳家庭”、“春泥家庭”等。我们积累了大量不同户型构造、不同人员构成、不同朝向的家庭节能减排案例，并且证明了家庭通过能效提升改造，平均可以节电超过30%。这些都是绿色生活和绿色消费最扎实的成果，可以进行复制和推广。

从2009年开始，自然之友就成立了可持续消费研究小组，对绿色生活和绿色消费进行一系列的研究和实务推动。我们在《中国环境发展报告》等书籍和杂志发表了一系列研究报告，并且针对北京市奢侈性水消费的问题做了多次专项调研和政策倡导，获得了主管领导及专业人士的重视和支持，也促进了北京市节水条例等政策法规的修订完善。最近我们也在针对绿色生活和绿色消费相关文件建言献策，并且和多家环保组织一同倡导公众“更负责任的消费选择”。

中国环境报：对于全民共享、全民共治，您有何看法和建议？

张伯驹：公众参与监督的有效核心就是共治，即多方参与、利益协调、最终达成共识。由于在环境问题解决过程中政府、企业、公众处于不同的角度，需要努力建立一个对话平台，平心静气地对话。要强化与公众间的沟通，听取公众意见，畅通公众参与环境保护渠道。

此外，应当加强环境评估、环境审批的有效性，提升公众、社区、公益性环保组织在环保领域的参与程度。环境问题的解决，最终需要耐心和韧性，需要专业且持久的行动，需要保障公共利益在博弈中不被弱化，真正做到全民共治。

公众参与：让大家平心静气对话

自然之友总干事张伯驹



清华大学公共管理学院副教授贾西津

信息公开：公民权利的回归

◆本报记者黄婷婷

中国环境报：这几年来，虽然一些因为环境问题导致的群体性事件还在发生，但政府管理能力和公民意识都有了一定提升。您觉得公众参与与环境事务方面，最大的变化或者趋势是什么？

贾西津：最大的变化应该是我们进入了新媒体时代，网络更发达了。新媒体发展速度很快，对公众参与环境事务有很大影响。新媒体提升了信息公开程度，公众知情权得到了有力保障。新媒体的兴起，使公众对环境事务的表达更加快速、及时、充分。政府也可以通过新媒体了解到公众的意愿，从而影响到政策的制定。

中国环境报：公众参与不仅表现在个人对绿色生活的践行，还应包括积极参与环境事务。从广义上看，您认为当前环境保护公众参与程度如何？

贾西津：当前公众参与环境事务的程度还比较低，特别是组织化程度不足，这就需要更多的民间组织去推动，让公众参与更理性、更有序、更专业。这比单纯的个人参与途径要好。环境问题是国际话题，公众参与还需要更广阔的视野。

中国环境报：网络是不是一定程度上起到了组织化作用？

贾西津：网络天然具有组织化的功能，是一种非NGO形式的组织化参与。但是也要看到，网络具有分散性，很难汇集意见。公众参与的主要途径是结社，不能是一个个孤立的个体，应该以组织的形式，进行多个回合的讨论。网络只是公众参与的一种方式，还是要同社会组织相呼应。

中国环境报：现在很多政府部门都有微博、微信，环境保护双微近日上线。您个人怎样看待新媒体？

贾西津：新媒体是非常好的途径，及时性、互动性、扩展性特别强，易于实现公众意见的表达。同时，对政府部门来说也会形成一定压力，倒逼政府管理能力提升。当然，政府部门利用新媒体要看是不是能理

解和适用新媒体的特性。新媒体不仅是多了一种传播途径，它是一种新的理念，是开放的、平等的、参与的、表达的、互动的。简单地把传统宣传拿到新媒体，未必就能吸引更多公众。

中国环境报：新环保法对地方各级人民政府、企事业单位和其他生产经营者、公民、新闻媒体的责任都做了规定。您觉得对于环境保护而言，这几方面做得如何？哪方面较为薄弱？

贾西津：环境保护是社会发展的一个维度，是社会价值观的一种选择。党的十八大提出经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设“五位一体”，将环境作为社会发展的一个重要维度，把环境保护作为社会发展的价值，这是一种思路上的转变。很多地方也开始改变唯GDP的政绩观，更加重视和推动环境保护。但这只是开始认知环境问题，真正的环境价值是人对自己生存价值、发展目的、生命与其外关系的思考，人只是生态系统中的一员。所以这涉及公众认知，涉及社会发展方式的转型。经济发展当然是其中的一个重要因素。

企业本身是政府和公众环境监督的对象，又是环境保护的资金来源和参与力量。当然，不同产业的企业角色是不一样的。对于处于污染行业的企业来说，环境问题与企业发展和企业自身生存息息相关，当然是很大的挑战。环保行业的企业或关注环境价值的企业已经开始增多，它们通过资金和人员、活动的参与，加入到环境议题中来。不过中国企业对环境的参与，相比国际水平来说，显然还是低的。

环保民间组织有活跃度，但体量较小、资金量也小，专业性和自身能力建设还有欠缺，仍然属于发展初期。虽然已经有民间组织参与环保公益诉讼，存在典型性，但不存在普遍性。现在环境污染事件多发，民间组织力量与之不匹配。

新闻媒体近几年对环境保护关注度升高，也起到了一定的监督作用。未来，传统媒体、新媒体以及专业NGO的互动，值得进一步拓展。

公众环境意识开始形成，参与环境保护的意愿在增强，不过对大多数人而言，环保还是一种额外价值，像看美术展、音乐会，是在陶冶情操，但还不能够成为一种日常生活方式。在国际上，环保是一种很强的声音，并且，好的环境教育是

融入生活的。

中国环境报：环境保护是社会发展的一个维度，经济发展是另一个重要维度。比如项目到底该不该上、上下游之间经济和环境利益怎样平衡等，这些问题困扰着地方发展。对此，您怎样看待？

贾西津：这涉及的还是价值选择的问题。我们以为是地方发展不注重环境保护，其实本地人是最爱自己的家乡的。很多时候发展地方经济，是自上而下的指标导向所致。一些大的工程，更是因公共性而以本土的环境为代价。价值体系如果是自下而上的，更加重视本土价值、社区价值，那么公共价值就是由本土、社区价值组成的。因此更多决策形成时应该更加尊重本土居民的意见。本土居民如果拥有自主决策权、广泛参与权、发言权，一定会比外来的决策者更爱惜自己的土地。从国际经验上看，本土价值是环境保护的促进要素。

对于上下游等相邻地区来说，应该遵守的是交易和补偿原则。两个地区建立谈话机制，进行协商谈判，比国家建立一个普遍适用的标准更为重要。

中国环境报：很多地方有这样的疑惑：信息公开固然重要，但公开之后又怕影响到社会情绪。您怎样看待？

贾西津：公开和稳定是两个维度，就像X轴和Y轴。不公开不一定就稳定，公开也不代表不稳定。当然，如果之前信息是封闭的，突然释放一个信息可能会引起恐慌。这种恐慌不是由于公开引起的，而是强烈变化引起的。

首先，应该明确公开的方向。环境信息公开是公民知情权的回归，而不是基于结果的考量。也就是说，不是出于某种需要才把信息公开，而是信息公开本身就是公民的权利。把知情权、决策权还给每个人，是政府的责任。而信息公开后，公民要正确理解并做出选择和判断，这涉及公民教育的问题。公民要学会享有知情权，把握自由和权利，而不是埋怨政府。

其次，如何逐步增强公开性，是具有技术性、专业性的问题。比如哪些应该首先公开、公开的方式是什么、途径是什么，怎样才能让公众更容易理解和接受。这些都要仔细考量。