“十四五”推动绿色消费和生活方式的政策研究

国合会“绿色转型与可持续社会治理专题政策研究”课题组
（生态环境部环境发展中心，北京 100029）

【摘　要】 当前，中国消费规模持续快速扩张，居民消费已从温饱向小康转型升级，消费对中国经济增长的贡献率快速提升，成为驱动经济增长的重要引擎。前期研究表明，消费领域的绿色转型有助于引导和倒逼生产的绿色化，促进形成绿色生产生活方式，带动公众积极践行绿色理念，改善社会绿色转型的治理体系，将对中国整体绿色转型和高质量发展发挥决定性作用。在此基础上，本文研究提出了中国“十四五”时期推动绿色消费的总体目标、指标体系和重点领域，认为中国政府应将绿色消费放在更加突出的战略位置，通过“十四五”规划全面推动相关实践，按照供给侧与需求侧共同发力、激励约束并举、政府企业消费者共建共治共享的原则，构建绿色消费政策体系，并针对建筑、汽车、电力、物流等重点行业提出了具体的政策建议。

【关键词】“十四五”；绿色消费；高质量发展；绿色转型
【中图分类号】F124.5　　【文章编号】1674-6252（2020）05-0005-06
【文献标识码】A　　【DOI】10.16868/j.cnki.1674-6252.2020.05.005

引言

“十四五”是中国迈向高质量发展、实现美丽中国宏伟目标的关键阶段。消费是拉动经济增长的主要动力，也是推动高质量发展的重要动能，无论是从国内实践还是国际经验看，大力推动绿色消费对转变发展方式、生活方式以及改善生态环境质量具有非常显著的正向作用。

1 中国绿色消费现状与趋势

1.1 中国消费总体状况

近年来，中国消费一直保持平稳较快增长。根据国家统计局数据，2019 年社会消费品零售总额达到 41.2 万亿元，规模比 2012 年的 21 万亿元增长了近一倍；社会消费品零售总额增速为 8.05%，比 2018 年的 4.02% 翻了一倍，高出 2019 年 GDP 增速近 2 个百分点；2019 年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 57.8%，比资本形成总额高 26.6 个百分点。同时，消费发展进入新阶段，居民消费能力快速提升，消费升级态势更加明显，中高端消费需求不断释放，服务消费较为活跃。2019 年全国居民人均服务性消费支出占全国居民人均消费支出比重为 45.9%，比上年提高 1.7 个百分点；全国居民恩格尔系数为 28.2%，下降 0.2 个百分点。同时，城镇化水平进一步提高，2019 年末常住人口城镇化率首次突破 60%，为投资增长和消费扩容创造了巨大空间。

1.2 消费带来的资源环境影响

由于规模、结构以及消费方式等原因，中国消费领域对资源环境的压力持续加大、问题凸显 [1]。一方面，消费对资源能源的需求持续刚性增长，预计到 2035 年，居民消费引致的综合能耗占能源消费总量的比重将超过 40%；另一方面，过度型、浪费型等不合理消费方式加剧了资源环境问题，已成为诸如城市垃圾、污水、甚至大气污染等环境污染的主要来源。

定量评估发现，从 2012 年左右开始，中国消费领域资源环境绩效的下降部分抵消了生产领域资源环境绩效的改进（图 1），从而拖滞了整个经济绿色转型的速度，而且随着消费规模的不断扩大，这种效应更加明显。也就是说，消费领域对资源环境领域的压力持续快速增加，对此，需要警惕。

资助项目： 国合会绿色转型与可持续社会治理专题政策研究（2019-2020）。
作者简介： 本文内容由任勇、陈刚、俞海、张建宇基于专题政策研究报告综合起草，责任作者为任勇。课题组全体成员名单及报告全文见国合会网站：http://www.cciced.net/zcyj/yjbg/zcyjbg/。
*** 责任作者：** 任勇（1965—），男，博士，研究员，生态环境部环境发展中心主任，主要从事环境保护战略与理论、环境经济政策、生态文明体制改革、国际环境政策等研究，Email: ren.yong@prcee.org。

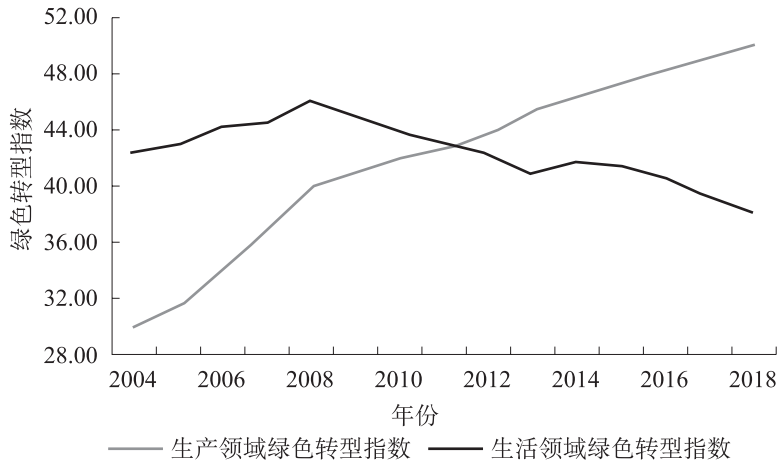

图1　2004—2018 年生产领域和生活领域绿色转型指数变化趋势

注：指数越高说明资源环境绩效越好

1.3 绿色消费具有正向拉动效应

近年来，最终消费持续成为拉动中国经济增长的第一动力，作为供给侧的生产领域的高质量发展离不开作为需求侧的消费领域的转型升级。本研究利用 CGE 模型分析表明，如果实施绿色消费，对经济增长和就业都有长期的正效应，特别是涉及衣食住行方面的绿色消费，会成为这些行业较快增长的新动能（图 2）。其中，食品制造、电动汽车、批发零售绿色化对相应行业的绿色发展带动效果最为显著。同时，绿色消费带来的资源环境效益是显著的。这一结论对新冠疫情后的绿色复苏有重要启示意义。

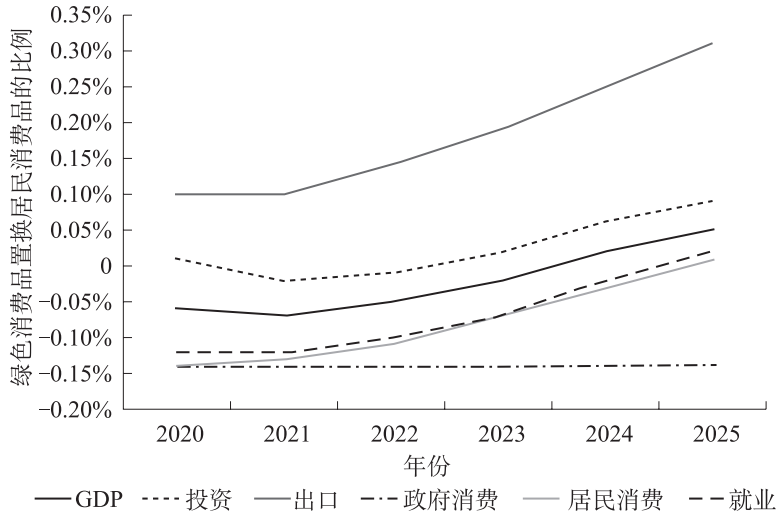

图2　居民消费被绿色消费品置换的宏观经济影响

1.4 中国绿色消费趋势与特点

《中国公众绿色消费现状调查研究报告（2019 版）》[2] 显示，绿色消费的概念在公众的日常消费理念中越来越普及，83.34% 的受访者表示支持绿色消费行为，其中 46.75% 的受访者表示“非常支持”。《2019 绿色消费趋势发展报告》显示[3]，2019 年京东平台上绿色消费相关商品销量同比增幅较平台上所有商品销售增幅高出 18%。在新冠疫情中，公众对人与自然关系的反思比以往任何时期都普遍和强烈，会进一步提升绿色消费的意愿。《中国公众绿色消费现状调查研究报告（2019 版）》发现，绿色消费的概念在公众的日常消费理念中越来越普及，83.34% 的受访者表示支持绿色消费行为，其中 46.75% 的受访者表示“非常支持”。另外，企业采购、使用和销售环境友好的绿色产品和消费者购买安全放心的绿色产品的意愿不断增强，公众对绿色食品、绿色家装的关注度显著提升，消费者不仅愿意购买高品质的绿色产品，同时也关注生产方式对生态环境的影响。

中国全面推动形成绿色消费具备了良好社会基础。消费是每位公民和所有团体的共同行为，绿色消费是所有人践行生态文明建设的具体行动（图 3）。推动形成绿色消费和生活方式，无疑是构建共建共治共享治理体系的有效举措。

2“十四五”中国推动绿色消费的目标指标、重点领域

“十四五”是中国迈向高质量发展、实现美丽中国宏伟目标的关键阶段。消费是拉动经济增长的主要动力，也是推动高质量发展的重要动能，无论是从国内实践还是国际经验看，大力推动绿色消费对转变发展方式、生活方式以及改善生态环境质量具有非常显著的正向作用。为此，本研究提出“十四五”推动绿色消费的总体目标、指标体系以及重点领域。

2.1“十四五”绿色消费的目标指标

中国目前总体上还没有建立专门、明确、系统的关于绿色消费的中长期目标及具体的监测衡量指标。根据当前绿色消费政策和实践进展，以及高质量发展和生态文明建设要求，中国“十四五”推动绿色消费的总体目标可考虑

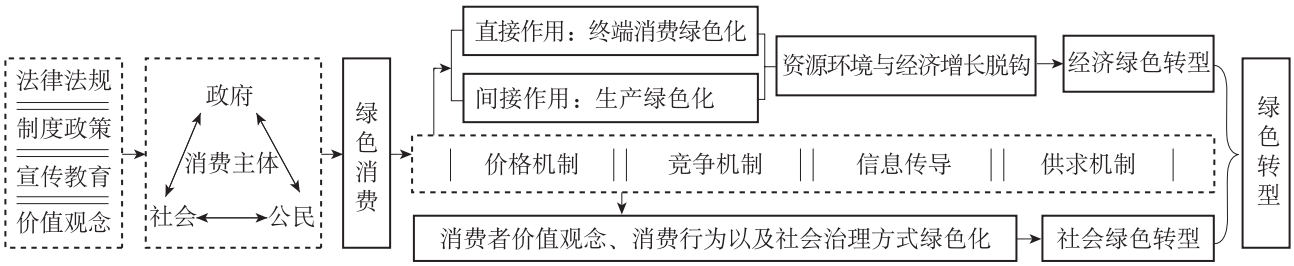

图3　绿色消费作用机理

确定为：坚持生态文明理念，大幅提升绿色消费水平，加快推动形成绿色生产方式，为改善生态环境质量、实现高质量发展提供新的内生动能。具体可包括：全社会绿色消费意识大幅提升，绿色消费产品市场供给大幅增加，绿色低碳节约的消费模式和生活方式初步形成，激励约束并举的绿色消费政策体系基本建立。

结合联合国 2030 年可持续消费目标，参考德国、瑞典等国家做法，中国应建立绿色消费指标体系，用定性定量相结合的方法，监测评估绿色消费整体状况和水平指标，也可以根据这些指标来确定“十四五”的具体目标值。绿色消费指标可以分为总体性指标和领域指标。总体性指标可采用人均生活二氧化碳排放增长率、人均日生活用水量、主要绿色产品产值、政府绿色采购比例等；领域指标可按衣、食、住、行、用、游等领域分别选择能够反映主要资源环境绩效状况的、可获取数据的指标（表 1）。

2.2“十四五”推动绿色消费的重点领域

在中国，衣、食、住、行（及通信）、用（生活用品及服务）占居民消费的 76%。本研究 CGE 模型分析表明，这一结构在未来 15 年内不会有明显变化；这 5 个领域是居民消费中资源环境影响较大的领域；同时，在食品、居住、生活用品及服务、交通通信领域，一个单位的绿色产品消费对经济产出的拉动系数分别是 2.5、3.0、3.8、2.7，经济拉动和资源环境绩效明显（表 2）。德国、瑞典等国家基于 CO_2 的排放贡献，一般将食品、住房和交通（包括旅游）确定为可持续消费的重点领域。

为此，中国应将衣、食、住、行、用、游等领域作为“十四五”及未来一个时期推动绿色消费的重点领域。主要任务是优先提高相关领域的绿色产品和服务的有效供给，同时，做好减量、再利用和循环。

一是推动绿色饮食。开展从仓储—运输—零售—餐桌全链条的反食物浪费行动，全面实施餐饮绿色外卖计划，统一和强化绿色有机食品认证体系和标准，扩大绿色食物有效供给。

表1　中国绿色消费指标体系框架

一、总体指标	当前状态
1. 人均生活能源消耗增长率	6%
2. 人均生活二氧化碳排放增长率	6%
3. 人均日生活用水量 /（升 / 人）	179.7
4. 主要绿色产品产值 / 亿元	—
5. 政府绿色采购比例	90% 左右
二、领域指标	当前状态
6. 衣：废旧纺织品再生利用率	30% 左右
7. 食：食物浪费率	12%
8. 住：城镇新建建筑中绿色建筑面积占比	50%
9. 住：公共机构单位建筑面积能耗下降比例	五年累计下降 10%
10. 用：城乡生活垃圾回收利用率	15% 左右
11. 行：城市绿色出行比例	70% 左右
12. 行：新能源汽车销量占当年汽车总销量的比重	
13. 游：绿色酒店与餐馆比例	

注：①人均生活能源消耗增长率和人均生活二氧化碳排放增长率的当前值采用 2016—2018 年的年平均增长率；②人均日生活用水量、政府绿色采购比例、废旧纺织品再生利用率、食物浪费率、城乡生活垃圾回收利用率当前值采用 2018 年数据；③城镇新建建筑中绿色建筑面积占比、公共机构单位建筑面积能耗、城市绿色出行比例等指标当前值为 2020 年预期值；④城市绿色出行当前值指标为大中城市中心城区绿色出行比例；⑤主要绿色产品产值主要包括节能节水认证产品、绿色标志认证产品、绿色有机食品等；⑥政府绿色采购比例是指政府采购的同类产品中绿色产品占比；⑦本指标体系是全民口径，未分城镇和农村

表2　八大类消费中的绿色消费增长的经济拉动效果

类别	占居民消费比重	单位绿色消费经济拉动系数	综合拉动效应
食品烟酒	28%	2.5	0.7
衣着	6%	—	—
居住	23%	3.0	0.7
生活用品及服务	6%	3.8	0.2
交通通信	13%	2.7	0.4
教育文化娱乐	11%	—	—
医疗保健	8%	—	—
其他用品及服务	2%	—	—

二是推动绿色建筑。引导有条件地区和城市新建建筑全面执行绿色建筑标准，扩大绿色建筑强制推广范围；在老旧小区改造中推行绿色建筑标准。实施绿

色建材生产和应用行动计划，全面推动绿色建筑设计、施工、运行，强化绿色家居用品环境标志和能效标识认证，扩大高能效绿色家居产品有效供给。

三是推动绿色出行。鼓励步行、自行车和公共交通等低碳出行方式，加大新能源汽车推广力度，鼓励公交、环卫、出租、通勤、城市邮政快递作业、城市物流等领域新增和更新车辆采用新能源和清洁能源汽车，推进国家生态文明试验区、大气污染防治重点区域等加大新能源汽车推广和使用力度。

四是推动绿色家用。鼓励消费者选用节能家电、高效照明产品、节水器具、绿色建材等绿色产品，鼓励企业提供并允许消费者选择可重复使用、耐用和可维修的产品，支持发展共享经济，鼓励个人闲置资源有效再利用，完善社会再生资源回收体系，推进快递包装的绿色化、减量化和可循环，严格执行政府对节能环保产品的优先采购和强制采购制度，扩大政府绿色采购范围和规模。

五是推动绿色穿衣。开展旧衣“零抛弃”活动和“衣物重生”活动，抵制珍稀动物皮毛制品，保护生物多样性，支持和促进纺织服装企业构建绿色供应链，提高废旧纺织品在土工建筑、建材、汽车、家居装潢等领域的再利用水平，强化纺织品和衣物的环境标志认证，大幅提高绿色纺织品和衣服的有效供给。

六是推动绿色旅游。制定发布绿色旅游消费公约和消费指南，鼓励旅游饭店、景区等推出绿色旅游消费奖励措施，制修订绿色市场、绿色宾馆、绿色饭店、绿色旅游等绿色服务评价办法，星级宾馆、连锁酒店要逐步减少一次性用品的免费提供，试行按需提供，将绿色旅游信息整合到相关旅游推广网站和平台，鼓励消费者旅行自带洗漱用品，推动将生物多样性保护纳入旅游相关标准和认证计划。

3 政策建议

结合国内建筑、汽车、电力、物流[4]等行业和数字化低碳生活方式平台等案例分析，以及欧盟[5]、德国[6]、瑞典[7]、日本等推行绿色消费的国际经验，本研究提出如下宏观性、具体性的研究结论和政策建议。

3.1 宏观性研究结论与政策建议

3.1.1 中国政府应将推动绿色消费和生活方式放在更加突出的战略地位

综合考虑推进高质量发展和生态文明建设，以及新冠疫情后绿色复苏的形势，中国政府应将绿色消费和生活方式问题放在更加突出的战略地位。抓住消费升级转型的窗口期和“十四五”规划编制的机遇期，通过“十四五”规划全面推动相关实践，将中央政府对推动形成绿色消费和生活方式的强烈政治意愿，全面付诸下一个五年绿色发展和生态文明建设的具体实践中。

3.1.2 按照供给侧与需求侧共同发力、激励约束并举、政府企业消费者共建共治共享的原则，构建绿色消费政策体系

对供给侧而言，政府通过制定法规标准，形成推动绿色消费的制度安排。通过产业政策、财税政策、价格政策等，激励或调动消费者的绿色消费意愿和行为；通过制定并实施技术、产品、质量等标准体系，尤其是“领跑者”标准制度，引领产品和服务水平的不断提高；通过检查、监督和管理，保证市场的公开、公平和公正，规范市场运营。

从需求端来说，通过政府主导、企业主体和公众行动，绿色消费政策体系将为社会提供高效、环保和低碳的绿色产品与服务消费。在良好的政策激励与约束下，在良好的社会氛围和市场环境中，消费者自觉或不自觉地履行保护生态环境的责任与义务，践行绿色消费行为和培育形成绿色生活方式。

3.1.3 建立权责明确的绿色消费推进体制机制和技术支持机构，重视发挥女性、青年、社会组织在推动绿色生活方式中的特殊作用

中国政府应进一步明晰经济综合、行业主管和生态环境等政府机构在推动绿色消费中的职能定位，制定绿色消费政府部门责任清单，建立跨部门的联动机制，形成推动合力。同时，建立或明确专门推动绿色消费工作的技术支持机构，负责绿色消费研究、信息公开、监测评估、宣传教育、能力建设等具体事务。同时，充分发挥诸如中国消费者协会等社会组织在推动绿色消费中的重要作用。

应重视发挥女性和青年人在推动绿色生活方式中的特殊作用。有关调查显示，80% 家庭的消费决定是由女性做出的，女性消费者成为绿色消费的先锋和主力军。青年人对生态环境保护和绿色消费有较强的敏感性，是践行绿色生活方式不可或缺的力量。

3.1.4 抓住民众对新冠疫情的反思和记忆，倡议发起全国性绿色生活运动

充分发挥形象正面的明星和社会名流在推动绿色生活方式中的示范引领作用，引导绿色消费成为社会时尚。将绿色消费理念融入家庭、学校、政府、企业等各类各级机构的相关教育培训中。加强宣传，把绿

色消费倡议纳入全国节能宣传周、科普活动周、全国低碳日、环境日等主题宣传教育活动中。建立面向社会公众的绿色消费激励和惩戒制度，加强绿色消费信息披露和公众参与，倡导简约适度、绿色低碳的生产和生活方式，反对奢侈浪费和不合理消费，提高全社会的绿色消费意识。

3.1.5 加强绿色消费的基础设施和能力建设

构建绿色消费统计制度，开展绿色消费的监测、数据收集、统计和评估报告。建立全国统一的绿色消费信息平台，发布绿色产品和服务信息情况，提高绿色产品生产和消费的透明度，鼓励相关方采信绿色产品和服务认证 / 评价结果。加强对政府、社会组织、企业和公众关于绿色消费的能力建设和培训，构建各利益相关方的合作伙伴网络建设，促进多方利益相关者参与。

3.1.6 进一步制定绿色消费国家行动计划

根据德国、瑞典等国经验，除了用“十四五”规划统领相关任务外，有必要进一步制定配套的绿色消费专项国家行动计划，形成更全面、更深入、更系统推动形成绿色消费和生活方式的中长期行动方案。

3.2 有关领域的研究结论与政策建议

3.2.1 高度重视发展绿色建筑问题，实施绿色化改造

建立完善绿色建筑标准，将节能环保要求纳入中国正在推进的老旧小区改造，实施绿色化改造，并融入“智慧城市”“无废城市”等创建活动中；新建建筑全面推行绿色建筑标准。抓住目前正在大规模开展的老旧小区改造的机会，全面实施绿色改造，具体可从建立完善老旧小区改造的治理机制、完善绿色化标准体系和监管制度、以智能化手段大幅提升绿色化改造质量等方面着手。

3.2.2 全面研究制定汽车行业绿色生产与消费政策体系

本研究分析结果表明：中国新能源汽车产业政策整体有效，其中，购置补贴对新能源汽车产业发展的综合贡献度最高，接近 50%；在促进技术进步、成本下降、市场增长方面作用均最为显著。未来改革方向应针对汽车全产业链建立健全绿色消费与生产的支持政策体系：在生产环节，应鼓励开发和使用非 HFCS 类替代品和替代技术；在购置环节，推动税制改革，加强税收对节能减排引导作用，同时降低绿色汽车产品购置成本，鼓励绿色消费；在使用环节，应增加绿色汽车产品的使用便利性，降低使用成本；在报废回收环节，推动完善动力蓄电池回收政策和标准，完善再制造产业相关政策以及与保险产业的融合发展，推动再制造产业发展。

在税制改革方面，可考虑：2021—2025 年对现有新能源汽车车辆购置税免税政策逐步退坡；2026 年后开始实施基于油耗的税收优惠政策，并根据油耗法规调整建立优惠政策动态调整机制；2031—2035 年优惠政策门槛提升，同时引入罚税制度。

3.2.3 加大绿色电力消费市场改革力度

创建绿色电力消费市场，释放企业等用户对绿色电力的需求有重要意义。具体可采取如下措施：一是推广购电协议（PPA）和虚拟购电协议（VPPA），进一步明确包括可再生能源在内的各类电力参与市场化交易的具体规则；二是减少地方政府的不当行政干预，放开发电用电计划和用户选择权；三是引导和推动电力用户与水电、风电、太阳能发电等清洁能源发电企业开展市场化交易；四是完善各类用户共同开发使用分布式可再生能源发电的政策和市场环境；五是逐步扩大可再生能源电力直接交易试点；六是明确可再生能源证书的环境属性，增强企业交易信心；七是建立包含各类利益相关方的交流平台，加强沟通与合作。

3.2.4 制定国家绿色物流业发展专项行动计划

近几年，中国出现了不少创建绿色物流的好做法，积累了一定经验。但总体上看，缺乏系统的政策支持是制约绿色物流业发展的主要原因。具体表现为：相关立法滞后，政府主管部门职责分散，相关市场主体责任不明确，宏观指导多、具体政策少，相关标准和评价制度以及实践指南缺失，有关试点力度不够等。为此，推动中国绿色物流业发展的政策方向，就是通过在国家层面制定专项行动计划，一揽子解决上述政策问题，从而全面推动行业的绿色发展，系统解决行业迅猛发展带来的资源环境问题。

3.2.5 充分利用数字化技术，支撑绿色低碳生活方式

近年来，中国有关数字化绿色低碳生活类项目（平台）多有探索，基于这些经验，中国可以在政府支持下搭建具有全国性影响力和统一适用标准的数字化绿色低碳生活方式平台，支撑所有消费者个体和团体的绿色低碳行为。通过统一的平台解决目前自主自发搭建的分散性小平台所面临的一系列困难，例如，由于缺乏专门政策支持，单纯依靠企业运营平台的不可持续问题；出于个人隐私和数据安全性保护的考虑，现有平台无法获取大批量的、有效的减排数据的问题；由于绿色低碳核算标准不一、缺乏统一监管，

造成用户低碳行为产生的碳减排量可能被重复计算的问题等。全国统一的数字化平台还可以为政府和团体的较大规模绿色消费行动提供技术支撑，如会议活动的碳中和计划等。

3.2.6 加快绿色产品与服务的标准建设，加大认证认可力度，提高绿色产品与服务的有效供给

绿色产品与服务是绿色消费的基础，加快环境标志、节能、节水、绿色建筑等绿色产品与服务的标准建设和加大相关认可认证力度是当务之急，绿色产品与服务的标准与认可认证一端连着消费者、一端连着生产者，可以同时撬动绿色消费和绿色生产，必须给予高度重视。

3.2.7 政府等公共机构和国有企业应率先在绿色采购和碳中和等方面发挥更多的示范引领作用

修订《中华人民共和国政府采购法》，将各级政府部门、事业单位、国有企业等主体纳入绿色采购范畴，并扩大绿色采购产品和服务范围，探索实行强制绿色采购制度；建立鼓励其他社会团体和企业绿色采购的激励政策。探索建立各级政府部门、事业单位和国有企业举办大型活动（会议、赛事）时采取碳中和行动的制度，鼓励其他主体采取碳中和行动。利用全国数字化绿色低碳平台和设立碳中和基金，支持各类碳中和行动。

3.2.8 倡议发行绿色消费券，刺激和引领绿色消费

中国有必要研究发行绿色消费券问题，不仅是刺激新冠疫情下的绿色复苏，还可以考虑将各种形式的消费优惠券常态化，发放的主体可以是政府、产品生产商和销售商、甚至其他有意愿的团体，优惠的范围限定在绿色产品与服务上，给消费者以定向的绿色引导，对绿色消费发挥撬动作用。鼓励有推动绿色消费意愿的团体开展试点。

参考文献

[1] 国合会“绿色转型与可持续社会治理专题政策研究”课题组，任勇，罗姆松，等 . 绿色消费在推动高质量发展中的作用 [J]. 中国环境管理，2020, 12(1): 24-30.

[2] 中环联合认证中心，中国生态文明研究与促进会 . 中国公众绿色消费现状调查研究报告 [R/OL]. (2019-11-05). http://www.mepcec.com/upload/201911/05/201911051721133765.pdf.

[3] 京东大数据研究院 . 2019 绿色消费趋势发展报告 [R/OL]. (2019-11-05). https://www.sohu.com/a/363240287_694904.

[4]《中国邮政快递报》《快递》杂志、国邮智库 . 中国快递领域新能源汽车发展现状及趋势报告、中国智能快件箱发展现状及趋势报告 [R/OL]. (2019-11-05). http://www.cn156.com/article-53148-1.html.

[5] Council of the European Union. Review of the EU sustainable development strategy (EU SDS)- renewed strategy[EB/OL]. (2006-06-26). https://register.consilium.europa.eu/doc/srv?l=EN&f=ST%2010917%202006%20INIT.

[6] Federal Ministry for the Environment. Nacure conservation and nuclear safety[EB/OL]. (2006-02). Germany, National Programme on Sustainable Consumption. https://www.bmu.de/en/publication/national-programme-on-sustainable-consumption.

[7] Ministry of Finance Sweden. Strategy for sustainable consumption [EB/OL]. (2006-10). https://www.government.se/4a9932/globalassets/government/dokument/finansdepartementet/pdf/publikationer-infomtrl-rapporter/en-strategy-for-sustainable-consumption--tillganglighetsanpassadx.pdf.

Promoting Green Consumption and Lifestyle During the 14th Five-Year Plan Period

CCICED Special Policy Study on Green Transition and Sustainable Social Governance
(Environmental Development Center, Ministry of Ecology and Environment, Beijing 10029, China)

Abstract: The consumption scale of China is undergoing fast expansion at the current stage, marking the update of consumption mode from subsistence to well-off pattern for its residents. As the share of contribution towards economic growth of consumption witnesses rapid increase, consumption has already become the key engine for economic development. Previous studies have shown that green transformation in the field of consumption is conducive to guide and trigger the greening of production, promote the cultivation of green production mode and green lifestyle, mobilize the general public to actively practice green conception and improve the governance system highlighting social green transformation, thus playing a decisive role to the overall green transformation and high-quality development of China. Based on this, this paper puts forward the overall target, index system and major areas for promoting green consumption during the 14th Five-Year Plan period. In specific, it proposes that the Chinese government should elevate the strategic position of green consumption and establish the green consumption policy system in line with the principles of equal emphasis on both the supply and demand side, initiating both incentives and constraining measures as well as joint construction, governance and sharing among the government, private sector and the consumers by comprehensively unfolding relevant practices through the 14th Five-Year Plan. In addition, specific policy recommendations have also been staged targeting key industries of construction, automobile, power generation and logistics.

Keywords: the 14th Five-Year Plan; green consumption; high quality development; green transformation