

消费心理学视域下助推“双碳”目标实现的路径探析

宋碧文

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2023年12月15日; 录用日期: 2024年1月22日; 发布日期: 2024年2月5日

摘要

如期实现碳达峰碳中和, 是我们立足新时代作出的重要战略擘画, 是推动实现中国式现代化的重大顶层设计。“双碳”目标是一场涉及领域广泛的大变革, 借助消费心理学工具, 发挥绿色消费心理作用是助推“双碳”目标的关键一环。基于此, 从群体生活消费过程中的心理活动规律及个性心理特征出发, 更好地发挥绿色消费对“双碳”目标实现的积极作用, 应从重塑个人消费观念认知、规范群体社会性消费行为、推进消费产业体制改革等路径采取有效措施, 为积极稳妥实现“双碳”目标提供重要方向。

关键词

“双碳”目标, 消费心理学, 绿色消费

Exploring the Path to Achieve the “Dual-Carbon” Goal from the Perspective of Consumption Psychology

Biwen Song

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Dec. 15th, 2023; accepted: Jan. 22nd, 2024; published: Feb. 5th, 2024

Abstract

Achieving carbon peak and carbon neutrality on schedule is a crucial strategic initiative deeply embedded in the new era, serving as a significant top-level design to advance Chinese-style modernization distinctively. The “dual-carbon” goal necessitates a comprehensive transformation

across diverse sectors, and leveraging consumer psychology tools to harness the impact of green consumption mentality emerges as a critical driver for the “dual-carbon” goal. Based on this, from the psychological activity law and individual psychological characteristics in the process of group life consumption, to better play the positive role of green consumption in the realization of the “dual-carbon” goal, effective measures should be taken from the path of reshaping individual consumption concepts and cognition, regulating the social consumption behaviors of the group, and pushing forward the reform of the consumption industry system, so as to contribute to the active and steady realization of the “dual-carbon” goal.

Keywords

“Dual-Carbon” Goal, Consumer Psychology, Green Consumption

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“双碳”目标，既是以习近平同志为核心的党中央统筹国内国际两个大局、应对气候变化的全球性挑战作出的重大战略决策，又是推进人与自然和谐共生加快实现中国式现代化的顶层设计。2020年9月22日，习近平总书记在第七十五届联合国大会上郑重宣布，“中国将提高国家自主贡献力度，采取更加有力的政策和措施，二氧化碳排放力争在2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和。”这是中国首次提出实现碳达峰与碳中和的目标，即“双碳”目标。实现“双碳”目标是一场广泛而深刻的经济社会系统性变革，它不仅涉及地方经济的产业转型与发展变革，更与个人消费心理的改变等多方面问题紧密相关。基于此，借助消费心理学工具，运用恰当的消费心理策略助推“双碳”目标实现具有重要的理论与现实意义。

2. 消费心理学的基本解读

消费心理学是一门新兴学科，它以市场活动中消费者心理现象的产生、发展及其规律作为学科的研究对象，旨在揭示消费者在商品或服务消费过程中的心理活动规律及个性心理特征，是心理学的一个重要分支。

2.1. 消费心理学的发展阶段及社会意义

20世纪初工业革命和现代经济体系的兴起，市场经济开始取代自然经济和手工业经济成为社会经济体制的主体。商品生产速度提高，市场出现供大于求的现象，引发了企业间的竞争激烈。在这样的情况下，学者们开始着手研究消费者的需求与商品销售的相关问题，进而转向消费者行为和心理过程的研究，消费心理学得到初步发展。

20世纪30到60年代，消费心理学开始成为学术研究的一个重要领域，而且研究的理论被广泛地应用于企业的市场营销中，发展迅速。1929年西方资本主义国家爆发的世界性经济危机使得生产力严重过剩。在供大于求的市场形势下，商品销售艰难而产品更新速度加快，企业对消费者的消费心理和行为难以把握，迫切需要预测消费需求、扭转经济局面，客观上为消费心理学研究的发展提供了良好的社会条件。

20 世纪 70 年代到现在, 消费心理学的发展进入变革时期, 相关的研究得到了较快的发展, 不仅参与研究的学者越来越多, 研究方法也逐渐变得科学, 质量也得到提高(费璇, 陈林, 2019)。随着市场经济的发展, 消费心理学的研究不断深化, 涉及的学科门类也逐渐增多, 且与市场营销的关系也日益密切。到目前为止, 信息技术的快速发展和互联网的普及, 使得消费心理学进入了一个全新的发展阶段, 主题更加广泛, 如可持续消费、绿色消费心理等。这些演变和拓展使得消费心理学成为一个持续发展和日益重要的领域。

从消费心理学产生和发展的过程可以看到, 消费心理学的研究范围正不断扩大, 科学依据日益充足, 学科体系日臻完善。因此借助消费心理学工具, 对消费者心理和行为进行观察、记述、分析和预测, 探索其规律性, 有其重要的社会价值。具体来说, 有以下几个方面的意义。第一, 消费是企业营销管理的基础, 了解消费者的消费心理和行为能够帮助企业的经营管理者进行经营决策, 为营销研究人员提供分析消费者的知识基础, 从而加强企业的经营管理和服务水平。第二, 消费者心理与行为的变化会直接引起市场供求状况的改变, 从而对国民经济产生影响。高度重视消费者心理与行为的研究, 分析预测消费者的心理承受能力、心理预期倾向以及行为反应的方式、强度和持续时间等, 有助于政府提高宏观经济决策水平, 促进国民经济的发展。第三, 消费是以消费者为主体进行的经济活动, 加强这一领域的研究, 有助于消费者提高自身素质, 科学地进行个人的消费决策, 使其消费行为更加合理, 从而引导社会消费向文明、绿色、适度的方向发展。

2.2. 消费心理的内涵

消费心理是指消费者在购买商品或服务时所表现出的心理活动和心理状态。它涉及到消费者的需求、欲望、态度、信念、情感等因素, 涵盖了消费者在购买过程中的各种心理活动和心理状态, 深刻影响着消费者的态度、偏好和行为。

消费心理对于消费行为具有决定性作用, 支配着消费者消费什么、消费多少、何时何地以何种方式消费。消费心理具有两面性, 良好的消费心理对于规范人的消费行为、优化消费供给、促进经济回升有着不容忽视的现实意义。但消费心理作为一种个人偏好心理, 易受心境状态的影响产生一系列不良影响, 特别是即时消费心理占据主导时, 消费者会在求名虚荣、攀比炫耀等心理的驱动下冲动消费, 进而造成个人财务困境、心理压力增加等不良后果。同时, 消费心理也具有高度的社会性, 与社会消费状况息息相关, 若不良消费心理占据社会消费主流, 不仅会使社会发展陷入停滞、衰退的境地, 而且可能会导致一些大规模的社会事件。尤其是消费者受从众流行、求异猎奇、贪婪投机等心理的影响造成消费行为失控时, 会引发系统性危机导致市场失调、资源浪费, 对经济和生态的可持续产生负面影响。

因此, 形成健康的消费心理、营造积极的消费氛围、树立绿色消费心理观, 处理好消费和生产、流通、分配等各环节的关系, 对于推动“双碳”目标系统工程中重大关系的统筹落实具有重要意义。

2.3. 新时代我国消费心理状况的转变

党的十八大以来, 中国特色社会主义进入新时代, 这是我国发展新的历史方位。我们党在牢牢把握社会主义初级阶段基本国情的基础上, 准确把握我国社会主要矛盾的变化, 指出我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。在新时代, 这一主要矛盾的形成和出现体现了我们所面临的诸多矛盾和问题, 也催生出推进中国特色社会主义发展的诸多新要求。消费作为人民群众美好生活需要的重要标准之一, 在物质形态的需要得到一定程度的满足后, 人们开始更加趋向于绿色低碳的消费方式, 消费需求也由大众化消费向中高端消费转变。

为了适应新时代消费由数量满足阶段到质量满足阶段的转变, 要善于贯彻新发展理念, 借助绿色消

费倡导机制,适时推动消费发展的方向、思路、理念以及策略等相应变化,从而满足人们对于品质与个性、健康与环保等消费新要求,深刻到绿色消费心理是消费健康发展的内在要求,加快形成绿色低碳的生产生活方式,积极稳妥推进碳达峰与碳中和适应于我国社会主要矛盾的变化。

3. “双碳”目标提出的主要理论依据

实现碳达峰碳中和,是贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展的内在要求,是党中央统筹国内国际两个大局作出的重大战略决策。马克思主义的环境保护理论是由马克思、恩格斯共同提出的科学理论,认为环境是影响社会进步和发展的重要力量。这一理论分析说明了人类在面临环境危机时如何处理好人与人、人与自然之间的关系,强调这既是环境领域的道德选择问题,也是人与自然和谐共处的内生逻辑问题。

3.1. 环境正义论

作为正义论在环境领域的集中体现和表达,环境正义论诠释了人与自然和谐共处的理论基础。“双碳”目标的提出是为了解决环境利益社会分配的相对均衡问题,即在气候环境变化背景下如何协调人与人之间的关系,以实现环境利益分配的公平公正。环境利益是社会群体对环境质量的客观评价以及对良好生态环境的现实需求。应对全球气候变化,我国提出的“双碳”目标是基于破解当前面临的气候突出问题、实现可持续发展的迫切需要作出的人与自然和谐共生重大战略决策,是为了满足所有人对于基本环境利益需求,从而保证每个人追求不同层次环境利益的机会均等的成功实践,这也是环境正义论的核心价值所在。环境正义理论因其生态性与科学性,对于“双碳”目标的提出亦具有重要指导意义。

3.2. 法律正义论

环境正义属于基本公正,法律公正为其上升层面。法律的目的是为了在资源稀缺的情况下,通过合理分配,能够最大化满足人类生存发展的基本利益需求。具体到“双碳”目标,我国“双碳”目标的制定是为了实现经济社会健康可持续发展,通过对气候资源的合理规划增加社会整体福利。“双碳”目标的立法是环境正义的法律表达,当符合法律正义的法规得到实施,就能从法律层面对自然生态环境进行保护。

3.3. 共同构建人与自然生命共同体理念

共同构建人与自然生命共同体理念作为习近平新时代中国特色社会主义思想的重要内容,其内涵是通过加强国际间合作共同应对日益严峻的全球生态环境问题,以此重塑人与自然和谐共存的关系。其价值在于以人与自然和谐相处为目标实现世界的可持续发展和人的全面发展。“双碳”目标是我国切实履行国际公约规定的具体表现,实现“双碳”目标有助于我国生态治理体系和治理能力得到全面提升,同时为全球气候治理贡献更多力量。

4. “双碳”目标的本质

作为一项重要的战略决策,我国提出的碳达峰碳中和即“双碳”目标不仅是技术问题,而且是一个影响广泛和复杂的经济社会问题。“双碳”目标正加快成为引领我国经济社会高质量发展的绿色引擎和规范全球气候问题高水平治理的战略统筹。质言之,“双碳”目标,向绿生,沿绿行。

4.1. 践行可持续发展理念,应对气候变化的中国方案

近年来极端天气频发、自然灾害强度增加,温室气体引发的全球气候问题已成为人类发展的巨大挑

战，对人类社会构成重大威胁。为了解决这一问题，“双碳”目标应运而生。该目标本质上是一种应对全球气候变化的行动计划，旨在通过各种手段减少温室气体的排放，减缓气候变化的速度和程度，进而促进经济社会健康发展，生态系统良性循环，为人类未来提供可持续的发展方向。

推动可持续发展是实现“双碳”目标的关键。可持续发展的核心在于满足当前人们需求的同时不损害子孙后代的发展权益，实现中华民族的永续发展。通过实行低碳经济，转型清洁能源，提高资源利用效率以及促进绿色技术创新等举措，可以实现经济的可持续增长，生态环境的高水平保护和人民生活质量的显著提高，从而实现社会的可持续发展，创造经济发展和节能减排并驾齐驱的两大奇迹。

实现“双碳”这一目标，既与经济调节、技术改进、政策引导有关，也与观念更新、消费理念、文化发展有关(郑海富，夏勋荣，顾佳雨，2023)。树立减碳观念，培养社会责任意识，践行绿色采购、节水节电和“光盘行动”，加快形成绿色低碳的生产生活方式，将有助于推进能源转型和低碳发展，早日实现“双碳”目标。

4.2. 贯彻人与自然和谐共生理念，推动生态文明建设的世界蓝图

“天不言而四时行，地不语而百物生。”生态文明建设关乎人类未来，保护生态环境、加强污染治理已成为世界各国人民民心所指。我国作为一个世界上最大的发展中国家，在经济迅速崛起的同时，我国二氧化碳、二氧化硫等排放量也居世界前列，对此，习近平主席明确向世界作出“双碳”的政治承诺，用务实行动展现出大国担当。

党的十八大以来，中国把生态文明建设作为关系中华民族永续发展的根本大计，站在人与自然和谐共生的高度谋划开展了一系列开创性工作，取得了一系列显著成效。我国已经成为世界上空气质量改善最快的国家，全国地表水优良断面比例接近发达国家水平，全国土壤污染风险得到有效管控，人工林面积积居世界首位，人民群众的生态环境获得感、幸福感、安全感不断增强(俞海，2022)。在续写新时代十年伟大变革的新征程上，党的二十大报告对推动绿色发展，促进人与自然和谐共生作出了新的重大安排部署，明确了建设人与自然和谐共生现代化的战略路径和任务要求，进一步把碳达峰碳中和纳入生态文明建设整体布局和经济社会发展全局，在发展要安全、能源要安全、生态环境要安全的前提下，积极稳妥推进碳达峰碳中和(寇江泽，丁怡婷，2023)，彰显了构建人类命运共同体的责任和担当。

4.3. 促进经济社会发展全面升级，倒逼生产生活方式绿色转型的行动指南

党的二十大提出，推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节。中国特色社会主义进入了新时代，我国经济发展也进入了新时代。协同推进经济高质量发展和生态环境高水平保护是解决新时代新征程我国社会发展面临诸多挑战的重要抓手，对此，做好碳达峰碳中和工作，要依法依规淘汰落后产能和化解过剩产能，将“双碳目标”作为考核地方政府政绩的重要依据，形成强有力的绿色发展约束，从而帮助企业树立并承担绿色生产和绿色发展的社会责任，大力发展战略性新兴产业，实现传统产业绿色低碳改造，助力生产方式的绿色转型。同时，让制度成为绿色发展的硬约束，将绿色生产生活方式的标准、规范和奖惩措施上升到法律层面，坚决遏制高耗能高排放项目盲目发展，加大生态破坏问题监督和查处力度，改变过去那种以牺牲环境换取经济增长的发展方式，使绿色成为普遍形态的发展(徐嘉祺，余升翔，刘雯，2021)。

环境保护和经济增长是辩证统一、相辅相成的。“双碳”目标作为我国经济社会发展的硬性约束，不仅有利于改变传统高投入、高消耗、高污染的产业模式和消费模式，推动形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式、生活方式，而且有利于全党全社会形成绿水青山就是金山银山理念的共识和行动，为实现绿色生活变革提供了良好契机，促进经济高质量发展和生态文明建设协调推进。

5. 绿色消费心理与“双碳”目标的内在关联

如果说，绿色消费心理贯穿于“双碳”目标实现过程的始终，那么“双碳”目标的实现则是绿色消费心理形成的充分彰显。绿色消费心理观的形成有助于实现“双碳”目标，促进经济繁荣与环境保护的良性循环，“双碳”目标的实现为绿色消费心理观的形成提供良好契机，二者相辅相成，相得益彰。

5.1. 绿色消费心理观是助推“双碳”目标实现的重要内容

习近平总书记在党的二十大报告中指出：“增强消费对经济发展的基础性作用”。消费是经济活动的起点和落脚点，消费对生产具有能动的反作用，消费观念和行为的持续优化能够为经济发展提供规范导向。当前，随着消费水平和消费结构的升级，消费者不仅注重物质消费，而且注重休闲消费、文化消费、绿色消费等，其中绿色消费、低碳消费所占比重显著提升。观念是行动的先导，形成绿色消费心理观是助推“双碳”目标实现的应有之义。

一方面，绿色消费心理观对于减少资源浪费和环境污染具有积极作用。当环保意识和责任感内化为消费者自觉时，他们在购物时会更多地考虑产品的环保性能、生产过程中的碳排放情况等因素，从而减少对资源的浪费，降低环境污染。另一方面，绿色消费心理观有利于推动市场向环保方向发展。消费者对绿色产品的需求将激励企业加大环保技术研发和生产投入，推动更多环保产品和服务的推出，从而推动整个市场向着更环保、更可持续的方向发展。对于人类社会而言，当更多的消费者拥有绿色消费心理观，他们将更加重视环保、健康、可持续性等价值观，并通过自己的消费行为来支持这些价值观，从而推动社会朝着更加可持续的方向发展。

可见，绿色消费心理观不仅是个体层面的消费选择，更是对整个社会、经济和环境的积极影响。通过引导和培养绿色消费心理观，可以更有效地推动“双碳”目标的实现，为构建更加环保、可持续的社会和生活方式做出贡献。因此培育绿色消费心理观，倡导低碳生活方式，形成全民自觉践行绿色低碳生活的良好社会氛围，是推动企业可持续转型，减少个人碳排放，助推“双碳”目标实现的关键一环。

5.2. “双碳”目标的实现为绿色消费心理观的形成提供滋长土壤

如期实现碳达峰碳中和、达成美丽中国建设目标，为人民群众形成绿色消费心理、实现绿色生活变革提供了良好契机。

实现“双碳”目标有助于推动绿色消费心理的形成和发展。在应对气候变化和推动可持续发展的过程中，绿色消费成为了一种重要的行动方式。“双碳”目标的宣布和执行将引导企业和个人更加关注环境保护和可持续发展，促使他们采取更多的绿色消费行动。当人们意识到自己的消费选择对环境 and 气候产生直接影响，进而妨碍“双碳”计划推进时，他们更倾向于选择环境友好型产品和服务，以团体意识规范个体行为，形成低碳、环保的消费模式和生活方式，促使绿色消费意愿的迸发于更高层次。

此外，实现“双碳”目标是政府、企业和公众之间合力互助的最佳范式。在这一进程中，政府一方面通过政策引导和支持，帮助建立绿色消费的法律法规和制度机制，鼓励和引导企业与个人采取绿色消费行动。另一方面，企业通过开发和推广绿色产品和服务，不同程度的满足了消费者对绿色消费的需求。因此公众在潜移默化中了解和认同到“双碳”目标的重要性，受到社会规范的影响后，会更加积极参与到绿色消费中来，如此一来，“双碳”目标和绿色消费心理的形成了可持续发展的良好循环，达到更高层次的辩证统一。

质言之，实现“双碳”目标为绿色消费心理观的形成提供了滋长土壤，促进了绿色消费理念的普及和绿色消费行动的增加，从而让消费者不断地树立绿色消费心理。

6. 新时代“双碳”目标融入消费心理因素的可行路径

党的十九大首次提出绿色生产与消费，将绿色发展理念贯穿整个经济系统之中。“绿色”已然成为我国各行业企业谋求发展的共同行动纲领，绿色消费心理也成为了我们在新时代助推“双碳”目标实现的重要抓手。

6.1. 重塑个人消费观念认知，树立绿色低碳消费价值观

消费者的价值观和认知是影响其消费行为的主要因素之一。现阶段我国居民的绿色消费观念有所建立但还仅仅处于初始阶段，人们开始注重选择环保型家居产品、有绿色标志的食品、不含有毒农药的蔬菜、棉麻服装等等，但是大多数人对“绿色”的理解更多地还只是停留在形式上，对其消费行为的导向性不明显。因此在实现“双碳”目标的过程中，系统性地重塑个人绿色消费观念认知，以绿色消费观念为切入点，使消费者深刻意识到自己的行为对于环境和气候变化的影响，并且愿意为此做出改变、贡献个人力量是推动“双碳”实现的基础。在此过程中，借助宣传和教育手段，向公众传递环境保护的重要性和紧迫性，引发他们对环境问题的关注和认同来达到减少碳足迹、提供碳抵消或碳补偿是切实可行的(杜欢政, 宋淑苇, 陆莎, 2023)。同时，消费行为往往与其生活方式和消费习惯紧密相关。政府可以通过倡导绿色消费理念，鼓励个体将环保、低碳作为购物的重要考量因素之一，激发个体的绿色消费意愿，帮助消费者采取低碳的生活方式，建立起低碳购物的习惯进而间接影响他们的消费行为，使他们更倾向于选择低碳环保的产品和服务进而达到绿色生活变革的目的。

6.2. 规范群体社会性消费行为，形成绿色消费社会合力

消费者始终是处于生产关系中的“现实的人”，是一定社会关系的总和。绿色消费心理大体上可以通过政府和社会的绿色消费教育实现形成，但仍可能面临动机不足的难题，其主要原因在于消费者感知绿色消费社会性不足(黄韞慧, 杨璐, 2023)。因此加快形成绿色消费新风尚，赋能社会全方位减碳是推动“双碳”实现的关键。

社会消费心理的形成是一个群体性的过程，社会规范对个体的行为起着重要的影响作用。

绿色消费、低碳共识的达成有助于形成合力，推动整个社会向低碳、环保方向迈进，从而为“双碳”目标的实现提供了必要的社会基础和支持。因此，作为绿色消费的主要推动者，政府可以通过倡导和塑造良好的社会价值观，发挥舆论的积极导向，鼓励人们形成对环保、低碳生活的认同，并通过社交媒体等渠道扩大群体影响，从而推动“双碳”实现。此外，教育是培养环保意识和消费观念的重要途径。政府可以加强环保、低碳教育，将环保知识融入学校教育体系，培养学生的环境保护意识和绿色消费观念，通过开展宣传讲座、展览、培训等形式的公众意识提升活动提高公众对于环保、低碳问题的认知水平，增强消费者主动选择环保产品和服务的能力，形成良好的消费环境和价值观，提升绿色消费社会性。

6.3. 推进消费产业体制改革，强化绿色消费产业供给

生产为了消费，企业要以满足消费者的绿色消费为出发点，推动产业结构转型升级，加大新兴技术培育力度，赋能传统行业低碳化改造，为助推“双碳”目标的实现提供重要驱动。

目前，阻碍我国绿色消费心理形成的主要原因在于绿色产品价格普遍偏高，消费成本高于普通成本(张玉艳, 2020)。所以即使民众绿色消费意愿有所增长，但仍未显现明显优势，因此，创新绿色生产模式，鼓励企业向低碳环保方向发展，通过提升生产技术牢牢保障生产环节的可持续供给，进而满足消费者对环保、低碳产品的“低价”需求，是破除我国绿色消费心理形成限制的有效机制。现阶段我国企业在绿色产品开发上注重将环保要求纳入产品质量、产品生产及使用的方方面面，在产品开发的每一个环节都

着重增加产品的绿色含量，同时利用多种促销手段，发布绿色信息，宣传绿色产品，树立绿色形象，积极参与环保公益活动，在满足民众绿色需求、促进销售方面已有所成效。此外，消费结构的绿色升级离不开政府的大力支持，政府要继续加大对节能减排环保产业的补贴力度，提供资金、技术、政策、税收等多方面的支持，对高耗能、高污染的企业加大处罚力度，营造良好的市场环境，促进整个供应链的绿色化和低碳，双管齐下，保障企业和消费者的合法权益，发挥绿色消费对产业结构转型升级的激励作用，进而助推“双碳”目标的实现。

7. 结语

消费心理学作为心理学的一个重要分支，揭示了消费者在消费活动中的心理现象和行为等最一般的本质规律，在消费心理学视域下促进经济社会系统性变革、实现“双碳”目标具有严密的逻辑内核。因此，在新时代积极稳妥推进“双碳”目标的实现，需要深刻把握个人消费观这一关键环节，践行绿色低碳的环保理念，引导消费者的行为转变，构建全社会共同参与的环境治理体系，让生态环保思想成为社会生活中的主流文化，探索达成经济效益与生态效益双赢的可持续发展路径，为推进和实现“双碳”总体目标打下坚实基础。

参考文献

- 杜欢政, 宋淑苇, 陆莎(2023). 论协调绿色消费在“双碳”工作推进中的六大关系. *中国发展*, 23(4), 71-75.
- 费璇, 陈林(2019). *消费心理学*. 南京大学出版社.
- 黄韞慧, 杨璐(2023). “双碳”背景下的绿色消费转型: 动因、困境与路径. *江海学刊*, (4), 79-85+255.
- 寇江泽, 丁怡婷(2023-04-06). 积极稳妥推进碳达峰碳中和. *人民日报*, p. 2, 3.
- 徐嘉祺, 余升翔, 刘雯(2021). “双碳目标”引领生产生活方式绿色转型研究. *理论探讨*, (6), 132-137.
- 俞海(2022-12-27). “中国式现代化”为何强调“人与自然和谐共生”. *光明日报*, p. 11.
- 张玉艳(2020). 绿色发展理念下推进绿色消费行为的路径研究. *中国商论*, (21), 82-84.
- 郑海富, 夏勋荣, 顾佳雨(2023). “碳达峰”“碳中和”目标下的社会面发展现状、变革及对策. *工业计量*, 33(2), 55-60.