# 我国企业执行低碳战略的动力及政策

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-06-16

*2024年召开的哥本哈根会议上，中国政府向国际社会作出了碳减排的庄严承诺，自此，低碳发展成为我国的宏观经济战略之一。此后，十二五规划将发展低碳经济作最核心的理念，李克强总理在南非德班举行的联合国气候变化峰会上表示节能和环保不仅是一个长期战...*

2024年召开的哥本哈根会议上，中国政府向国际社会作出了碳减排的庄严承诺，自此，低碳发展成为我国的宏观经济战略之一。此后，十二五规划将发展低碳经济作最核心的理念，李克强总理在南非德班举行的联合国气候变化峰会上表示节能和环保不仅是一个长期战略，同时还是中国一个迫切的实际选择。中国共产党十八届三中全会也将深化生态文明体制改革作为全面深化改革的重大问题之一。然而，低碳发展战略这一国家意志要得到执行，还必须调动微观主体的积极性。当市场动力不足时，对政策干预路径的选择至关重要。

一、低碳战略的执行需倚重市场动力

低碳发展与绿色清洁发展既有一致的价值取向，又有一些新特点。一方面，低碳经济强调节约能源、向可再生能源转换，加之温室气体与污染物排放往往具有同根同源的特征，因此，低碳发展是从能源领域向绿色发展模式的趋近。另一方面，二者在产生背景上又有较大差异。绿色清洁发展的提出更多地是为了突破我国经济发展中日益收紧的资源环境约束，而这种约束直接反映在日益提高的资源进口比率、日趋上涨的原材料价格、国内环境污染对公众健康造成的明显影响等方面，公众、企业、政府的共同要求，使绿色发展的合力较易形成。而低碳经济产生于人类应对气候变化的集体行动，它由学术界倡导，靠国际协议对各国政府共同但有区别的责任原则来约束，更多地是一种自上而下的路径。

尽管低碳经济是国家意志的体现，但它作为一种公共管理事务而非单纯的行政事务，又必须依靠公众和企业的协同配合才能得到实施。发达国家碳排放的2/3左右是发生在建筑、交通等消费领域，而中国碳排放的70%以上是在工业生产领域，因此，工业企业的碳减排行为对于我国碳减排目标的完成具有关键作用。同时，企业还是低碳产品与服务的主要提供者，对于引领低碳消费具有重要作用。当前，我国的碳强度控制与经济结构调整战略并行，体现在微观层次就是要求企业通过创新这一创造性毁灭过程，向低碳化转型。

从环境友好的广义角度，企业采取绿色行为并获得竞争优势的源泉来自于三重许可证，即政府管制形成的管制许可证、利润动机形成的经济许可证和社会反响形成的社会许可证。然而，绿色技术、环境保护、生态友好等概念在内涵和外延上与低碳经济并不完全一致，加之低碳经济的战略性质及规制现状，使得低碳经济的执行动力更为倚重经济许可证，即市场激励。

首先，政府监管的威慑作用对于保证最低环境质量是不可或缺的，但由于二氧化碳具有不同于污染物的属性，加之我国作为发展中国家，开展碳减排只是道义行为而非法律义务，因此，现阶段针对碳排放的全面法律规制难以操作。近年来，随着节能减排在我国政绩考核中由软指标上升为硬指标，签订军令状式的行政手段成为各地推进节能减排的强大动力。行政监管在强制淘汰落后产能方面确实发挥了不可替代的作用，但也导致一刀切式拉闸限电、数字掺水、阴奉阳违等非正常现象，且不能激励企业在达标之后进一步提高能效。这样，管制许可证对低碳经济的刺激处于疲软状态。

其次，由于温室气体排放对居民健康与生活的影响是缓慢的、间接的，不像污染防治那样容易引发公众的切肤之痛和强烈的参与动机，因此，社会许可证借助声誉机制对低碳经济的监督与激励作用可谓微乎其微。

作为市场经济中的赢利性组织，市场激励是企业执行低碳战略的最为强大、效力最持久的动力源。现代公司治理已由为股东负责的单向模式，转向以利益相关者(供应商、债权人、客户、社区、员工絮为基础的共同治理模式，多元化的利益相关者推动着企业将低碳纳入经营目标。具体而言，消费者基于对低碳产品和服务的偏好而用货币投票，构成了引导企业低碳化生产的源动力;投资者基于融资企业的碳排放、环境经济绩效等信息而决定是否投资，决定了企业能否顺利获得金融资本;同业竞争者为获得先动优势而率先行动的标杆效应及其对供应链的连锁效应，构成了企业实施低碳战略的竞争压力。在上述动力体系的作用下，会有一大批企业通过成本一收益的权衡，将低碳战略转变为实实在在的行动，将其视为对市场压力的一种积极响应。

对江浙部分地区的调查显示，制造业企业进行低碳技术创新的动力源，93.1%是为了获取经济利益和竞争优势，78.2%是出于自发环保和社会责任，应对政府监管的动机从1994年的接近400Ic下降到2024年的10%以下，具有自发环保意识的企业比例大大提高。这既反映出企业环境创新动力的演变规律，又指明了我国低碳战略的执行重点。

二、我国企业低碳化动力不足及原因

2024年11月，我国十大行业领军企业启动为期3年的低碳企业责任行动，揭开了企业实施低碳战略的大幕。此后，广东省南方低碳年度标杆企业推选、浙江省绿色低碳经济标兵企业评选等活动的开展，标志着企业在低碳经济中的主体地位开始发挥。但总体来看，对低碳战略作出积极响应的企业还限于少数试点企业和出口明星企业，多数企业仍持观望态度，根本原因在于低碳战略所需要的市场条件尚不完全具备，多数企业从国内市场上感受到的低碳化压力和动力还不大。

1.能源比价不合理。受资源无价、原料低价的思维惯性和政府管制的影响，我国非再生能源的价格长期以来低于其真实成本，从而刺激了对化石能源的过度使用。近年来煤炭、石油等传统能源价格数度攀升，但定价机制尚未理顺。处于萌芽阶段的新能源和节能产品则因达不到规模经济要求，成本和价格居高不下。

2.消费市场不成熟。从个体消费心理看，我国大众普遍存在而子消费、奢侈消费心理，对小排量汽车和自行车等低碳产品持歧视和排斥态度;从社会参照规范看，低碳概念在我国公众中虽基本普及，但低碳阴谋论还有不少追随者气对天津市民的问卷调查显示，大部分市民(约62%)意识到低碳消费是与个人息息相关的，近半数的市民在相同条件下会优先购买低碳环保型产品，59%的市民愿意为购买有认证的低碳商品而付出稍高的价格。然而，就客体而言，目前市场上关于产品、服务的碳排放信息缺乏统一标准和权威简明的发布媒介，个别。商对低碳概念任意炒作和滥用，形成真假莫辨的混乱局面，抑制了广大消费者对低碳产品的选择偏好。在主客观因素的共同作用下，消费者用货币投票来引导企业低碳发展的动力就被削弱，甚至形成对低碳经济的逆向激励。

3.金融市场不完善，低碳资金筹集难。低碳技术的采用、IS014000环境管理体系的建立与认证等，都需要数额可观的固定投资，且资金回收周期较长，资金缺口成为广大企业实施低碳战略的拦路虎。据科技部报告显示，我国92%的节能服务公司面临融资困难，如果能够顺畅融资，至少一半以上的节能服务公司发展速度会提高1倍。在投资主体尚不成熟、市场运作不规范的背景下，资本市场对环境信息的反弹也不敏感。

4.技术市场不完全，低碳技术的可得性差。据分析，中国实现低碳经济的目标至少需要60多种骨干技术支持，其中42种核心技术被发达国家所垄断。由于国家利益和知识产权等方面的羁绊，低碳核心技术的转移极其缓慢。而要实现自主创新，又存在成本高、风险大和收益不确定等重重困难。从国内技术市场看，我国的低碳科技服务业还很不成熟，低碳咨询业刚刚起步，导致低碳技术传播、转移和成果应用渠道不畅。低碳技术的供给远远滞后于需求，成为各行业低碳化发展的首要难题。

5.行业竞争低端化。我国许多行业处于产业链和价值链的低端，企业在同质化竞争的红海中搏杀，只有采取低成本扩张、以量取胜的策略。低碳化转型作为一种机遇与风险并存的重大创新行为，往往因偏离短期利润最大化目标而不被经营者采纳。同时，产品标准和贸易规则中没有碳排放的相关内容，行业领跑者凭借低碳品牌溢价来提高核心竞争力的动力被削弱。

三、企业实施低碳战略的政策选择

既然低碳经济战略势在必行，要克服其在微观层面遭遇的重重阻力，就需要创新政策工具，以弥补市场失灵，增强企业执行低碳战略的动力。从政府行为角度，环境政策工具可以分为三种基本类型:命令控制、经济激励、商业政府合作。笔者认为，鉴于命令控制手段的诸多局限性，低碳战略的执行工具主要是后两种方式的有机结合。

(一)积极创建基于市场的环境政策工具

为充分发挥企业的主动性，需要更多地采用基于市场的环境政策工具，给予受规制企业以竞争压力和提高能源效率的正而诱因。

1.理顺能源比价关系。应进一步理顺煤炭、石油、天然气等非再生能源价格体系，实现全成本定价，严格执行差别电价、惩罚性电价政策，尽早开设碳税，通过成本倒逼机制促使企业自觉节能。

2.完善低碳消费鼓励制度。培育消费者对低碳产品的选择偏好，是低碳产品获取差别化优势的重要源泉，也是当前扩内需、调结构、转方式的宏观战略所急需的。要大力加强低碳知识的宣传普及，比如，在城市街道、机关、学校、社区和家庭推行简易的碳排放核算表，直观动态地显示人们日常活动的碳排放情况，唤醒公众自觉维护生态公共产品的价值理性，从而逐步减少高耗能的便利消费嗜好，提高对低碳产品的支付意愿。政府采购也要优先选择低碳产品和服务，通过不断扩张的市场为低碳企业创造干中学的机会。从消费客体角度看，有必要引进碳标签等制度，使顾客能够以较低的成本乃至零成本识别产品的低碳化程度。在上海进行的一项假想选择实验表明，消费者在选择空调和冰箱时，更为关注带有能源效率标签的产品，并且。商提供的节电信息越多，越会受到消费者的偏爱。我国环境保护部已开展低碳产品认证，对通过认证的产品授予中国环境标志低碳产品，《低碳产品认证管理暂行办法》也已发布，这有望促成以顾客为导向的低碳产品采购和消费模式，加速企业低碳化转型。

3.创设鼓励低碳创新的产业政策。低碳经济作为一种涵盖技术创新和管理再造的全新模式，要求转变以扶优为导向的传统产业政策，以选优为核心，着重筛选和培育有创新潜能、符合低碳化趋势的企业和项目。针对我国中小企业量大面广的现状，应从完善金融市场和技术市场入手，帮助企业克服低碳化发展的资金、技术障碍。一是细化绿色信贷操作细则，优先支持低碳项目;二是尽快建立上市公司的环境信息披露制度，发挥资本市场对碳减排的监督和激励作用;三是扩大推进碳交易试点，使企业能凭借碳资产的创造来获取金融收益;四是积极运用税收减免、财政贴息等手段，对执行低碳战略的企业给予经济援助和鼓励;五是大力发展低碳科技服务业，为低碳技术的研发、扩散和应用扫清障碍。在《京都议定书》框架下，清洁发展机制为发展中国家提供了促进可再生能源项目和提高工业能效项目的资金和技术转让机制。应进一步引导、支持企业参与CDM机制，利用国际平台实现低碳技术的跨越式发展。

4.发挥行业竞争的激励作用。一个企业的分布越广泛，其行为越透明，来自于利益相关者的关注越多，越会积极采取环境管理措施以应对各方压力。因此，充分的全球竞争有助于诱导企业实施低碳战略。当前，发达国家对碳排放的相关规定乃至碳关税的实施，对发展中国家无异于一道贸易壁皇，但它同时也迫使企业自愿提高能效管理水平，通过创新抵偿赢取新的竞争优势。要因势利导，化危为机，将碳壁垒变为促进产品升级和贸易转型的动力。在国内市场上，则应注重行业竞争的标杆效应和供应链效应的激励作用，将大型企业和国有企业作为重点，开展低碳标兵企业评选之类的活动，发挥其榜样作用。

(二)通过自愿减排协议培育低碳经济的内生动力

企业基于长期利润最大化和社会责任感的内在动机而进行自愿减排，是环境管理的最高层次，已成为一些欧洲国家主要的温室气体减排手段。它不仅可以降低管制成本，而且能有效地鼓励企业持续改进，完成超越环境法规的目标。我国自1999年后启动了自愿协议项目，取得显著成效，应在此基础上进一步完善。

1.把低碳理念融入企业文化，克服低碳创新的组织障碍。自我规制需要企业家具有战略眼光、较强的社会责任感和对低碳经济的价值认同，为此，各级行业主管部门和行业协会应通过宣传倡导、组织培训等形式，提高企业家对低碳经济的认知水平，引导经营者走出短期利益最大化的理念误区，在低碳经济浪潮中争做急先锋。

2.落实《温室气体自愿减排交易管理暂行办法》，研究制定节能减排自愿协议实施办法，明确自愿协议的政府主管部门，探索可行的操作模式。从山东钢铁企业的试点情况看，单边承诺或道德劝说并不符合国情。要建立政企相互信任基础上的商业政府合作伙伴关系，须在自愿协议签订前做到程序透明化和公共参与;协议履行中给予经济刺激或某种便利，比如对参与企业缩短审批时问、简化许可程度、减少检查频率、简化报告要求、开展能效评级、授予荣誉称号等，违反协议则要受到行政惩罚，更有效地推动企业参与自愿协议行动，取得预期效果。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找