# 对碳排放标签政策的实施进行研究

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-01-21

*1 引言 碳标签是指把商品在其整个生命周期中所产生的碳排放量信息以标签的形式标识出来，以告知消费者单位产品的碳排放量，也称为碳足迹。由于有了产品上的碳标签信息，利用商品上加注碳足迹标签的方式可以引导消费者选择更低碳排放的商品，从而达到减少...*

1 引言

碳标签是指把商品在其整个生命周期中所产生的碳排放量信息以标签的形式标识出来，以告知消费者单位产品的碳排放量，也称为碳足迹。由于有了产品上的碳标签信息，利用商品上加注碳足迹标签的方式可以引导消费者选择更低碳排放的商品，从而达到减少碳排放、缓解气候变化的目的。目前，已有 12个国家及地区通过立法要求其企业实行碳标签制度，全球有一千多家著名企业将低碳作为其供应链的目标之一。如日本已于 202\_ 年 4 月开始实施农产品碳标签制度，要求摆放在商店的农产品通过碳标签向消费者显示其生产过程中排放的二氧化碳量 ;美国加利福尼亚州在 202\_ 年通过了202\_ 年碳标签法令，以法律的形式确立了碳标签制度;家乐福、IBM、宜家等均已要求其供应商提供碳标签。

为了能将碳标签体系推广到世界各国以降低全球碳排放，以欧盟为首的发达国家正在积极考虑将气候变化与国际贸易挂钩，着手要求发展中国家在出口商品时加注碳标签。在这样一个碳标签应用大背景下，碳标签已经成为部分国家，尤其是走完工业化进程的发达国家，如英国、美国、日本等国贸易保护的一种手段，会给我国经济带来各种不利的冲击，比如出口产品的竞争力减弱、国际市场进入门槛提高、市场份额减少以及多边贸易冲突加剧等。

这种情势意味着我国发展碳标签体系政策已迫在眉睫，基于此，我国一些学者已经开始等借鉴国际标准组织已经发布的标准和英国 Carbon Trust 的 PAS2050 标准，尝试搭建中国碳标签体系的框架。在具体的实施上，202\_ 年 6 月，中国标准化研究院和英国标准协会在北京共同主办了 PAS2050 中文版发布会，以推动建立碳标签制度在我国的试点工作。在现有的国内外关于碳标签的研究中，与本文相关的文献体现在碳标签对消费者的影响上。部分学者从碳标签对消费者及生产厂家行为影响上进行了研究，学者 Shane等认为碳标签的市场接受程度主要取决于消费者对碳标签的认知程度和标签公信力等方面，在此基础上，我国学者帅传敏等通过实证方法发现碳标签会对不同类型的消费者对贴有碳标签的低碳产品的消费行为产生影响。尤其是对于学历层次和月收入水平等人口变量对消费者低碳标产品的支付意愿具有显著影响。

而且从产品替代性方面，与没有碳标签的同类产品相比，拥有更多产品信息的产品具有更高的替代弹性。据统计，67% 的顾客更倾向于购买低碳足迹产品，约 44% 的顾客愿意转向购买低碳足迹产品。本文在前人分析的基础上做进一步研究，考虑产品贴上碳标签后对消费者行为的影响，主要体现在以下两个方面 ：第一，考虑低碳消费者、企业、政府(环保机构)之间的博弈行为，解决碳标签标准的设置问题 ;第二，碳排放标签政策实施中可能存在的问题。

2 模型说明及相关假设

2.1 碳标签

当前市场上的碳标签主要有两种类型，分别为二氧化碳当量标签和分级标签，其特征见表 1。相对于具体的碳足迹数据标签，分级标签具有直观，更易于实施的特点。二氧化碳当量标签以英国碳标签为代表 ;而碳等级标签以美国的 Climate Conscious Carbon Label、香港地区的LCMP 标签为代表。而这两种标签关于低碳标准(碳等级)所对应的碳足迹高低的制定则是企业最为关注的。只有自身产品的碳排放能够达到标准，那么其所付出的努力才能够得到市场的认可，否则减排努力就无法为企业创造收益。而碳标签划分级别的方式可以使消费者对于产品的单位碳产出率有直观的了解，可以更清晰地引导消费者进行低碳产品的消费，如家电行业的能效分级。本文将考虑碳标签达标标准如何设定才能使社会效益最大化。

2.2 消费者需求

碳标签可以直观地引导购买者和消费者选择更低碳排放的产品，从而达到低碳和节能的目的。碳标签只是标示了单位产品所产生的碳排放(环保程度)，要真正发挥效果，一个重要的条件是消费者具有保护气候和环境的倾向，即拥有足够的环保意识，对于更加环保的产品拥有更高的支付意愿，这一方面需要政府加强对消费者消费观念的引导;另一方面也需要政府给予一定的政策支持。对于消费者需求提出以下假设 ：消费者需求与产品碳排放的负相关关系。碳标签将影响消费者的支付意愿，绿色程度更高的产品消费者支付意愿更高，绿色程度更低的产品消费者支付意愿更低。如电饭煲、电风扇等四类生活小家电在贴上新能效标识后，相比未贴新能效标识的产品增加 20% ～ 30%。

因此，我们假设产品的绿色程度与消费者的支付意愿呈正相关的关系，即某一产品的单位碳排放越低则消费者的支付意愿越大(与碳减排正相关)。本文中考虑的减排主要是通过技术投资减排，主要考虑企业技术投资减排，这是因为技术投资减排已经成为我国直接减少碳排放来的主要方式。202\_ 年 8 月，国务院印发了《节能减排十二五规划》明确我国将有 2.366 万亿资金投向节能减排领域。洁净煤技术、火电行业中的脱碳技术和投资于可再生能源等碳减排的方式是从源头控制碳排放的主要方式。

3.结束语

当需求对产品的碳足迹敏感时，企业的产量决策就转化为了对产品减排的决策，企业的减排决策与消费者对碳足迹的敏感度，以及企业自身的技术减排能力密切相关。消费者越注重消费低碳排放的产品，企业自身的技术减排能力越强，那么单位产品的碳排放量就越低。在碳标签政策的有效实施分析中，可以得到如下管理启示 ：第一，选择合适的碳排放标准至关重要。某一个碳标签标准对于一部分群体来说可能是最优的策略，但是如果综合考虑到社会效益、经济效益和环保效益，则很可能不是最优的碳标签标准。所以在制定碳标签时，需要明确当时社会阶段所需要追求的目标，以此为准则进行决策 ;第二，考虑碳的排放的处理成本，靠单纯的碳标签政策并不能够完全解决碳排放的问题，即使通过碳标签的激励方式也不能够有效提升该产品的社会福利，对于不增加社会福利的产品，政府应予以禁止销售或者关闭，如小作坊的火电厂、钢铁厂等。

企业碳排放总量由两个因素决定 ：单位产品的碳排放量和产品的产量。除非达到极高的技术减排水平，否则一般情况下，随着单位产品碳排放的降低，企业的销售量会增加，通过技术投资降低单位产品碳排放能否降低企业的总体碳排放量存在着较大的不确定性，所以碳标签的政策无法有效解决碳排放总量的问题，需要引入对总量的控制规制。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！