

中国公众气候变化与气候传播认知状况 调研报告 2017



中国气候传播项目中心

支持单位：

能源基金会

中国绿色碳汇基金会

2017年11月1日

本次调研由中国气候传播项目中心主持设计并统筹协调，于 2017 年完成。中国气候传播项目中心成立于 2010 年 4 月，是发展中国家第一家聚焦于气候传播方向的智库类机构，致力于气候传播理论与实践的研究，以及国家气候变化政策制定、实施过程中的传播战略研究等。

本次调研数据收集和统计工作委托中国传媒大学调查统计研究所完成，该研究所是一家集教学、科研和媒体、市场调查服务于一体的研究机构，隶属于中国传媒大学，也是国内高校中最早获得中华人民共和国涉外社会调查许可证的机构。

本报告由能源基金会支持，但不代表能源基金会观点。

此报告版权由中国气候传播项目中心所有，未经许可，任何人或机构不得出于商业用途引用本报告内容。

调研总顾问：

郑保卫

中国气候传播项目中心主任
中国人民大学新闻学院教授

调研负责人：

王彬彬

中国气候传播项目中心联合发起人
北京大学国际关系学院博士后研究员

调研团队核心成员：

吕美、邢景丽、周沁楠
丁迈、沈雅婷

寄语

中国气候传播项目中心时隔五年再次开展气候变化公众认知调研，从报告中看到公众认知保持在高水平，受访者高度支持政府的各项气候政策，尤其是有超九成受访者支持中国落实《巴黎协定》，这是对我国应对气候变化工作的最大鼓励和肯定。

希望此次调研的数据和发现能够为社会各界提供有益的参考，为国家和公众的气候行动发挥更多实际的推动力。期望中国气候传播项目中心能够把这项有意义、有价值的调研工作继续下去，为我们向世界贡献中国智慧中国方案提供科学的数据支撑。



解振华

中国气候变化事务特别代表
2017年10月31日

序言

对气候变化的科学认识包含三个层次：一是对气候变化本身的认识，即气候到底在发生着什么变化。一方面，有许多观测事实、变暖趋势和极端天气频发等大量数据为依据，另一方面，有坚实理性认识的现代气候变化科学为理论基础。二是现代气候变化的原因包括人为因素和自然因素。人为因素是人为活动导致大气温室气体浓度升高；自然因素包括太阳活动的变化、海洋对 CO₂ 的吸收等等。气候变化是二者相互作用产生的结果。当代的气候变化研究注重人类活动因素，因为人为因素对气候变化的影响越来越明显和紧密。三是气候变化的影响与后果有利有弊，但气候变化对人类和地球造成的不利影响越来越严重，如不采取有力的应对措施，有可能导致发生灾变的临界点。

全球应对气候变化是大趋势和大方向。应对气候变化是为了全球和全人类的可持续发展，引导世界走绿色低碳发展道路。这个大趋势是改变不了的，这是人类命运共同体可持续发展本身的需求。

对于中国而言，应对气候变化既是中国对全世界做出的郑重承诺，也是我们实现自身发展的必由之路。从国际来看，中国在国际谈判和全球治理中，要与各国携手引领正确方向，为应对气候变化、建立国际新秩序做贡献者、推动者、建设者、促进者，实现合作共赢；从国内来看，继十八大后，党的十九大明确指出，加快生态文明体制改革，建设美丽中国，继续把生态文明建设作为重要的国家战略，同时进一步明确了绿色发展、循环发展、低碳发展的路径。

中国要实现低碳发展，除了节能提效、减少高碳能源和发展新能源等措施之外，还必须设计和实施低碳的消费模式。把低碳城市建设与智能城市建设结合起来，把低碳作为新型城镇化的约束性考核指标，使公众成为低碳发展和生态文明建设的主人。它的细胞是低碳社区、低碳企业、低碳村镇乃至低碳家庭。这不仅直接有利于美丽城市和美丽乡村的建设，而且会极大地

提高公民的素质和文明水平，这对于中华民族自强于世界民族之林具有基础性意义。

正因为这样，可以说每一个公众、每一个家庭，是促进低碳发展深入、推进低碳试点推广和造就低碳社会的根本驱动力。因此，了解公众对气候变化问题的认识现状，引导公众对气候变化的科学认知，帮助公众便捷地践行低碳生活，是中国发展低碳社会的起点。在这个角度上，可以说中国气候传播项目中心开展的 2017 年中国公众气候变化与气候传播认知状况调研是非常及时、有意义的工作。

我很高兴看到作为一个第三方独立机构，中国气候传播项目中心能够在 2012 年调研的基础上再次发力，为气候变化领域的同仁们呈上这样一份礼物，让大家更加了解公众对气候变化的认知；也期待通过各界人士的努力，让低碳发展越来越贴近公众的生活，一起实现我们的美丽中国梦。



杜祥琬

国家应对气候变化专家委员会名誉主任

中国工程院院士

2017 年 10 月 25 日

目录

前言	1
调研方法	3
报告概要	4
报告正文	7
A.对气候变化问题的认知度.....	7
B.对气候变化影响的认知度.....	13
C.对气候变化应对的认知度.....	18
D.对气候变化政策的认知度.....	22
E.应对气候变化行动的执行度.....	29
F.气候传播效力效果评价.....	34
附录一 人口统计指标	39

前言

应对气候变化离不开公众参与。及时了解公众对气候变化定义、影响和相关政策的认知和态度，可以帮助政策制定者更理性地制定相关政策，为企业、非政府组织、科研机构等利益相关方设计开展相关工作提供数据依据。

公众认知度调研是国际社会普遍采取的了解公众认知水平的方法。耶鲁大学气候传播项目和乔治梅森大学气候传播中心在美国已经进行了十余年这方面的认知调研，并于 2008 年提出了“六类美国人”理论，即基于调研将美国人对全球变暖的认知分成六大类，从而对美国公众气候变化的认知进行了细分研究。美国皮尤中心、盖洛普调查公司、英国广播公司、尼尔森等也曾在包括中国在内的不同国家开展过公众气候认知调研。纵观这些现有的公众气候认知调研可以发现，虽然有的调研覆盖中国，但大多只涉及中国的部分城市和/或少量农村地区，在样本设计上并不能体现中国城乡公众的整体认知情况。通过回顾国内文献可以看到，国内学者也分别对城市居民、农村居民、企业管理者、在校大学生及不同区域的公众开展过公众认知调研，但全国范围的公众认知调研并不多见。

2012 年，中国气候传播项目中心在中国内地开展公众认知调研，覆盖了城市和农村的 4169 位受访者，全面了解中国公众关于气候变化及相关议题的认知、态度及应对等信息。调研发现，中国公众完全没听说过气候变化问题的只有 6.6%，大多数公众认为气候变化正在发生，主要是由人类活动引起，而中国已经受到了气候变化的危害，这种危害对农村居民的影响更大，而且，中国公众高度支持政府采取的各项气候变化应对政策。这是第一次由独立第三方开展的全国范围公众认知调研，为国际谈判和国内政策制定提供了数据参考。

2012 年调研获取的公众认知数据得到政府相关部门的高度重视。时任国家发改委副主任解振华先生在为 2012 年调研报告撰写的序言中指出：“应对气候变化需要公众参与，只有每位公众关注气候变化问题，从自己做起，从身边的点滴做起，才能真正把解决之道落到实处”。2012 年的国家应对气候变化白皮书用专门篇幅介绍了这次调研。同时，调研数据也在国际层面产生了影响。2012 年 12 月联合国多哈气候大会（COP20）期间，联合国气候变化框架公约（UNFCCC）秘书处执行秘书长 Christiana Figueres 引用这次调研的数据，肯定中国举国合力在应对气候变化方面做出的努力。

时隔五年，国内和国际层面都发生了很多变化。国内层面，随着社会经济、政治和文化各个方面的发展，公众对气候变化问题的认知、态度和行为发生着改变。随着科技创新的日新月异，节能低碳产品更新迭代，共享产品来到我们身边，百姓的能源消费模式正在发生变化。国

际层面，随着美国宣布退出《巴黎协定》，全球气候治理出现不稳定因素。

特此，中国气候传播项目中心在五年后开展第二次全国公众调研，本次调研采用与五年前相同的调研方法，仍从“公众对气候变化问题的认知度”、“公众对气候变化影响的认知度”、“公众对气候变化应对的认知度”、“公众对气候变化政策的认知度”、“应对气候变化执行的执行度”及“气候传播效力效果评价”六个方面来设计问卷。不同的是，在问卷设计中结合五年来的最新变化增加了相应的题目。我们希望通过新一轮的调研，更新和完善相关数据，了解中国公众认知度的最新状况。

这次调研得到了社会各界的鼓励和支持。能源基金会为这次调研提供了资助，同时，能源基金会北京办公室总裁邹骥教授和传播总监荆卉女士带领的团队还在过程中提供了很多专业意见和支持。为了保证专款专用，中国绿色碳汇基金会特事特办为我们成立了气候传播专项基金。中国绿色碳汇基金会副理事长李怒云司长、秘书长邓侃先生、外联部何业云主任、苏迪先生、财务部何宇主任为调研的顺利开展提供了强有力的后勤支持。中国传媒大学调研统计研究所丁迈教授带领的团队高效完成了数据收集工作。来自国家发改委气候司、国家环保部宣教中心、国家气候变化战略研究与国际合作中心、国家气候中心、中国工程院、中国科学院、中国社科院、中国新闻社、中国天气网、北京大学、清华大学、美国耶鲁大学气候传播项目中心、联合国驻华系统、瑞士等国家驻华使馆、亚洲开发银行、汇丰银行、中节能、普华永道、世界自然基金会、自然资源保护委员会、绿色和平、乐施会、阿拉善SEE企业家联盟、桃花源基金会、梨视频、《风能》杂志社、绿色创新发展中心、创绿研究院、中外对话、摩拜单车等相关单位的领导和同仁在问卷设计、数据清理等不同阶段为我们提供了宝贵的意见。

中国气候传播项目中心在此衷心感谢大家的支持！

多元伙伴的全程参与让我们听到了不同的声音，也对这次公众调研的价值、方法和数据用途有了更多、更深入的思考。公众参与应对气候变化还有很多值得做的事，让我们心怀感恩，脚踏实地，砥砺前行。

本次调研负责人

王彬彬

调研方法

1. 调研对象：18—70 岁居民

2. 调研时间：2017 年 8 月—10 月

3. 调研范围：中国全境（港、澳、台除外）

4. 调研方法：鉴于中国内地的移动电话和固定电话普及率较高，调查主要采用计算机辅助电话调查(CATI)方式完成，按照移动电话 84.6%、固定电话 15.4%的比例进行抽样调查。

5. 样本数量：本项调查中 CATI 的样本量为 4025¹人。

6. 抽样方案：按照中国境内（港、澳、台除外）的 332 个地级行政单位（包括 291 个地级市²、30 个自治州、8 个地区、3 个盟）和 4 个直辖市将总人口分为 336 个层，根据“人口”比例在各层内分配样本单位数量，进行按比例抽样。此外，在抽样时按照年龄、性别、城乡、固定电话和移动电话拥有量比例进行配额以保证样本代表性。在抽取居民移动电话和固定电话号码进行电话访问时采用尾号随机方法，固定电话号码在受访者选择的环节采取不加选择法。

¹ 样本量在报告正文和图表中将用“n”来表示。

² 我国共有 334 个地级行政单位（包括 293 个地级市、30 个自治州、8 个地区、3 个盟），由于“三沙市”“儋州市”数据缺失，纳入抽样统计的只有 332 个地级行政单位（包括 291 个地级市、30 个自治州、8 个地区、3 个盟）。

报告概要

A. 对气候变化问题的认知度

A1. 在 4025 个受访者中，当听到“气候变化”的时候，有 2834 位受访者给出了第一反应的词汇或短语。其中数量位列第一的词是“热”，共出现 225 次；第二是“雾霾”，共出现 179 次；第三是“全球变暖”，共出现 170 次。

A2. 回答 A1 题的 2834 位受访者对其听到“气候变化”时给出的第一反应的词汇或短语进行了评价。80.4%的受访者认为他们第一反应的词汇或短语是负面的。

A3. 92.7%的受访者表示了解气候变化。其中 57.3%的受访者认为自己“只了解一点”，认为自己“了解一些”的受访者占比 31.5%，认为自己“了解很多”的占比 4.0%，还有 7.1%的受访者表示“从没听说过”。

A4. 94.4%的受访者认为气候变化正在发生，仅有 5.3%的受访者认为气候变化没有发生。

A5. 66.0%的受访者认为气候变化“主要由人类活动引起”，11.1%的受访者认为气候变化“主要由环境自发变化引起”，19.7%的受访者认为两方面的原因都有，还有 1.7%的受访者认为“根本没有发生气候变化”。

A6. 79.8%的受访者对气候变化表示担心，其中 16.3%的人“非常担心”气候变化，63.5%的人对气候变化“有些担心”，对气候变化“不太担心”或“完全不担心”的受访者分别占比 16.2%和 3.9%。

B. 对气候变化影响的认知度

B1. 75.2%的受访者认为其经历过气候变化，24.6%的受访者认为没有经历过气候变化。

B2. 在“动植物物种、子孙后代、本国公众、自己与家人”四个方面，受访者普遍认为气候变化对子孙后代和动植物物种的影响最大，而对本国公众和自己与家人的影响依次递减。

B3. 未来二十年，如果中国不采取措施应对气候变化，95.1%的受访者认为气候变化导致空气污染现象增多，其次依次是疾病（91.3%）、干旱（89.8%）、洪水（88.2%）、冰川融化（88.0%）、动植物种类灭绝（83.4%）、饥荒和食物短缺（73.4%）。

B4. 在“您最担心哪类气候变化影响？”的题目中，33.4%的受访者选择“空气污染加剧”，29.0%的受访者选择“疾病增多”，其次是干旱、洪水和冰川消融，占比分别为 10.9%、8.6%

和 6.8%。

B5. 七成以上的受访者认为气候变化与空气污染相互影响、有协同性(72.6%);此外,14.3%的受访者认为气候变化导致空气污染,还有12.8%的受访者认为空气污染导致气候变化。

C. 对气候变化应对的认知度

C1. 在气候变化应对策略认知上,大多数受访者认为应对气候变化减缓更重要(47.8%),还有45.3%的受访者认为减缓和适应一样重要,6.7%的受访者认为适应更重要。

C2. 在“政府、环保公益组织、企业/商业机构、公众(你我他)、媒体”五大行为体中,“政府”被认为在气候应对中应该发挥相对更多的作用,其次是“媒体”和“环保公益组织”。

C3. 关于中央政府应该关注的“空气污染、水污染、气候变化、生态保护、经济发展、教育、反恐、健康”8个问题中,超过70%的受访者认为中央政府应该对这些问题都予以高度关注。平均来看,所有问题中空气污染问题被认为是最重要的,其次依次是水污染、生态保护问题、健康问题以及气候变化问题。

C4. 在C3中具有非常高关注度的问题中,24.3%的受访者认为空气污染问题最重要,其次是生态保护问题(18.0%)和健康问题(17.2%)。8.8%的受访者认为气候变化问题最重要,高于经济发展和反恐。

D. 对气候变化政策的认知度

D1. 96.3%的受访者支持中国于2015年底加入《巴黎协定》的决定,其中,59.3%的受访者持“非常支持”的态度。

D2. 94.0%的受访者支持中国继续留在《巴黎协定》落实承诺,其中,持“非常支持”态度的受访者占52.5%。

D3. 96.8%的受访者支持中国政府努力开展应对气候变化国际合作,其中54.7%的受访者对此“非常支持”。

D4. 96.9%的受访者支持政府实施温室气体控排政策,其中有64.5%的受访者表示“非常支持”。

D5. 政府采取的各项减缓措施受到九成受访者支持,其中“非常支持”态度比例最高的是政府“引导适度消费,鼓励使用节能低碳产品,遏制铺张浪费”的措施。

D6. 政府采取的各项适应措施受到九成以上受访者支持,其中“非常支持”态度比例最高的是“制定气候变化影响人群健康应急预案”的措施,占66.4%。

D7. 98.7%的受访者支持学校开展气候变化相关教育。

E. 应对气候变化行动的执行度

E1. 73.7%的受访者愿意为购买气候友好型产品花费更多的钱。其中有 27.6%的受访者最多愿意多支付一成的价格，所占比例最大（27.6%）；25.1%的受访者愿意多支付二成的价格；而愿意多支付三成、三成以上价格的受访者分别为 12.9%、8.1%。

E2. 近三分之一的受访者愿意为自己产生的碳排放全价买单（27.5%）。

E3. 近半数受访者曾使用过共享单车（46.7%）。

E4. 超九成的受访者支持共享单车这种出行方式（92.6%）。

E5. 超半数的受访者表示听说过太阳能板发的电除了自用还可以卖给国家电网（55.6%）。

F. 气候传播效力效果评价

F1. 绝大多数受访者能够从各种渠道获取气候变化信息，最主要的获取信息的渠道依次为电视（83.6%）、手机微信（79.4%）、朋友和家人（68.1%）。超过三成被访者每周通过手机获取气候信息。

F2. 受访者对气候相关信息的了解期望普遍较强，均高于 90%。其中，希望多了解“气候变化影响和危害”信息的受访者最多（94.0%）。

F3. 中央政府是受访者最信任的信息源，其次是企业。

F4. 受访者最关心社会新闻（30.0%），最关心“环境新闻（如空气质量、水污染等）”的受访者占 12.3%。

F5. 97.7%的受访者表示愿意和周围朋友、家人分享气候变化的相关信息。

报告正文

A. 对气候变化问题的认知度

A1. 当您听到“气候变化”的时候，您的第一反应是什么？

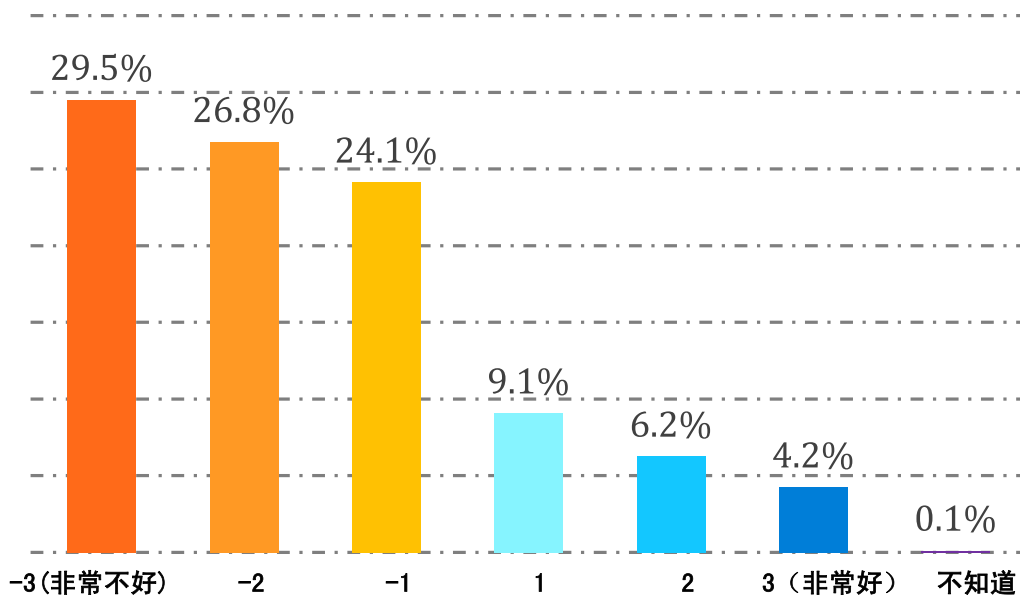
在 4025 个受访者中，当听到“气候变化”的时候，有 2834 位受访者给出了第一反应的词汇或短语。其中数量位列第一的词是“热”，共出现 225 次；第二是“雾霾”，共出现 179 次；第三是“全球变暖”，共出现 170 次。用词云图对受访者提及的词汇予以呈现，字号越大表示词频越高。



A2. 80.4%的受访者对“气候变化”的第一反应是负面的

有效回答中，80.4%的受访者认为他们第一反应的词汇或短语是负面的，其中 29.5%的受访者认为他们第一反应的词汇或短语是“-3 非常不好”，26.8%的受访者打分为“-2”，24.1%的受访者打分为“-1”。19.5%的受访者认为他们在听到“气候变化”时第一反应的词汇或短语是正面的。可见，气候变化在受访者心中的普遍印象是负面的。

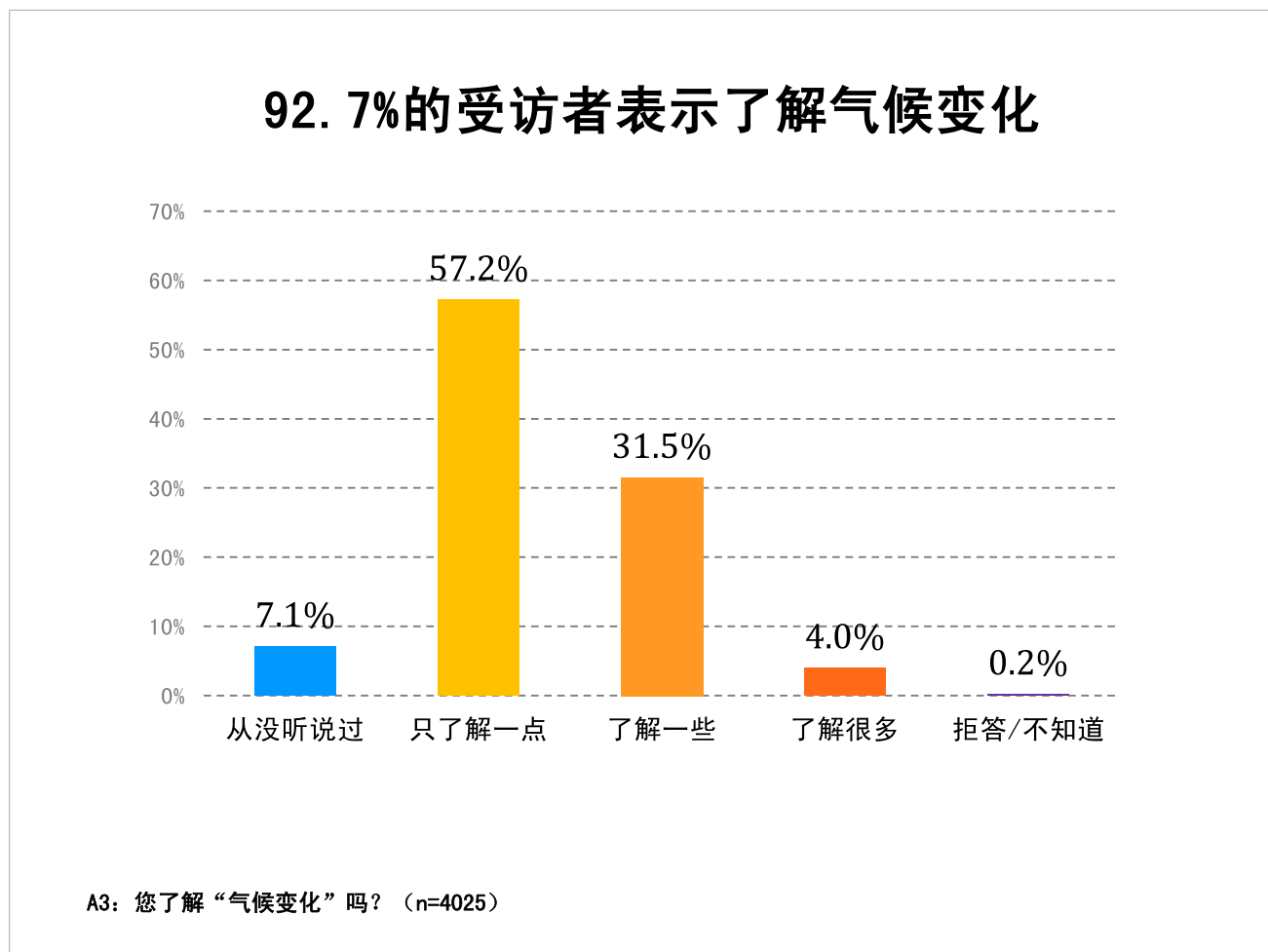
80.4%的公众对“气候变化”的第一反应是负面的



A2: 请您对A1题提到的词汇或短语，从-3（非常不好）到+3（非常好）来打分（n=2834）

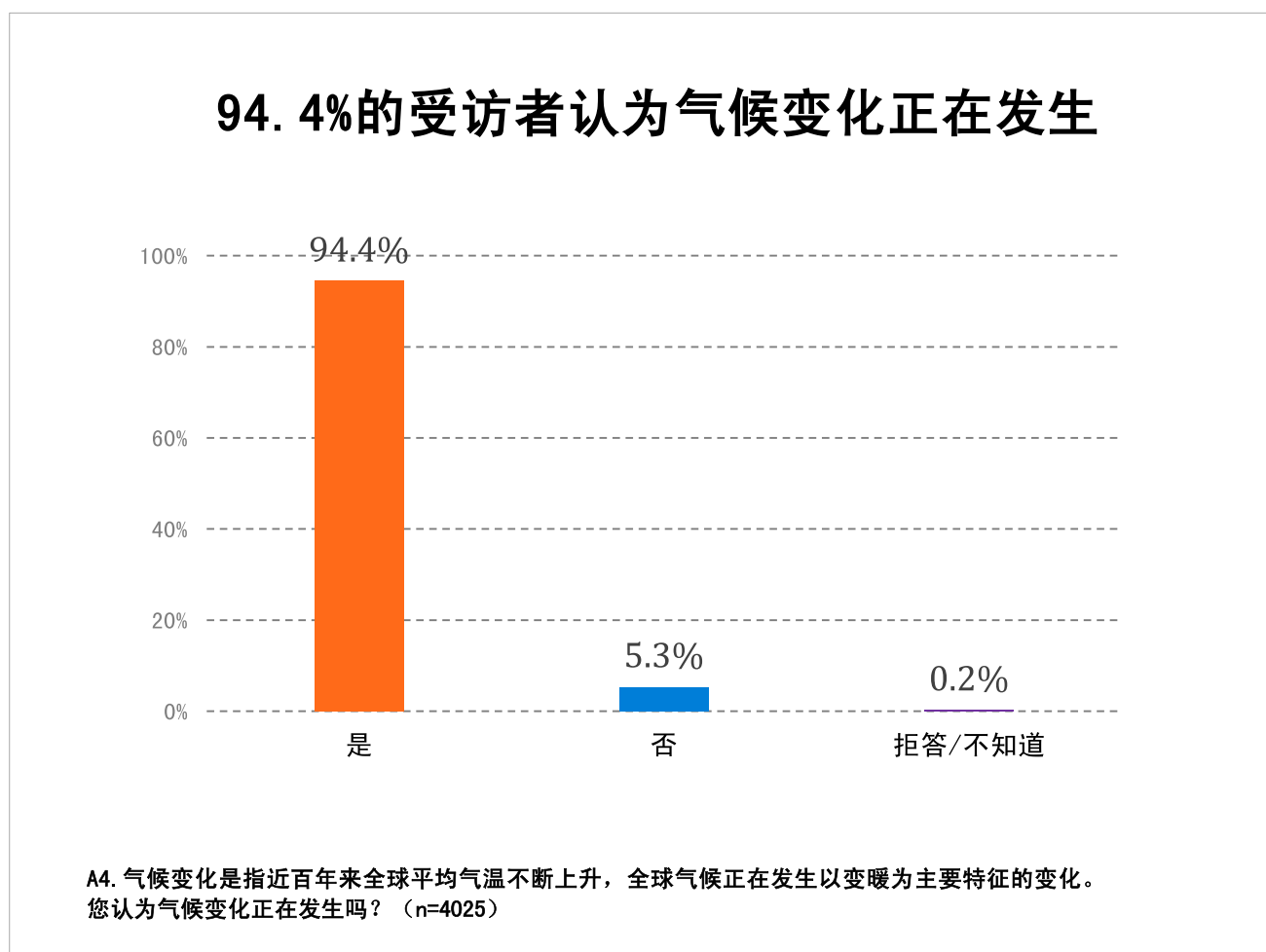
A3. 92.7%的受访者表示了解气候变化

92.7%的受访者表示了解气候变化，其中 57.2%的受访者认为自己“只了解一点”，认为自己“了解一些”的受访者占比 31.5%，认为自己“了解很多”的占比 4.0%。可以看出，在绝大部分受访者的认知中，“气候变化”并不陌生，但较为模糊。



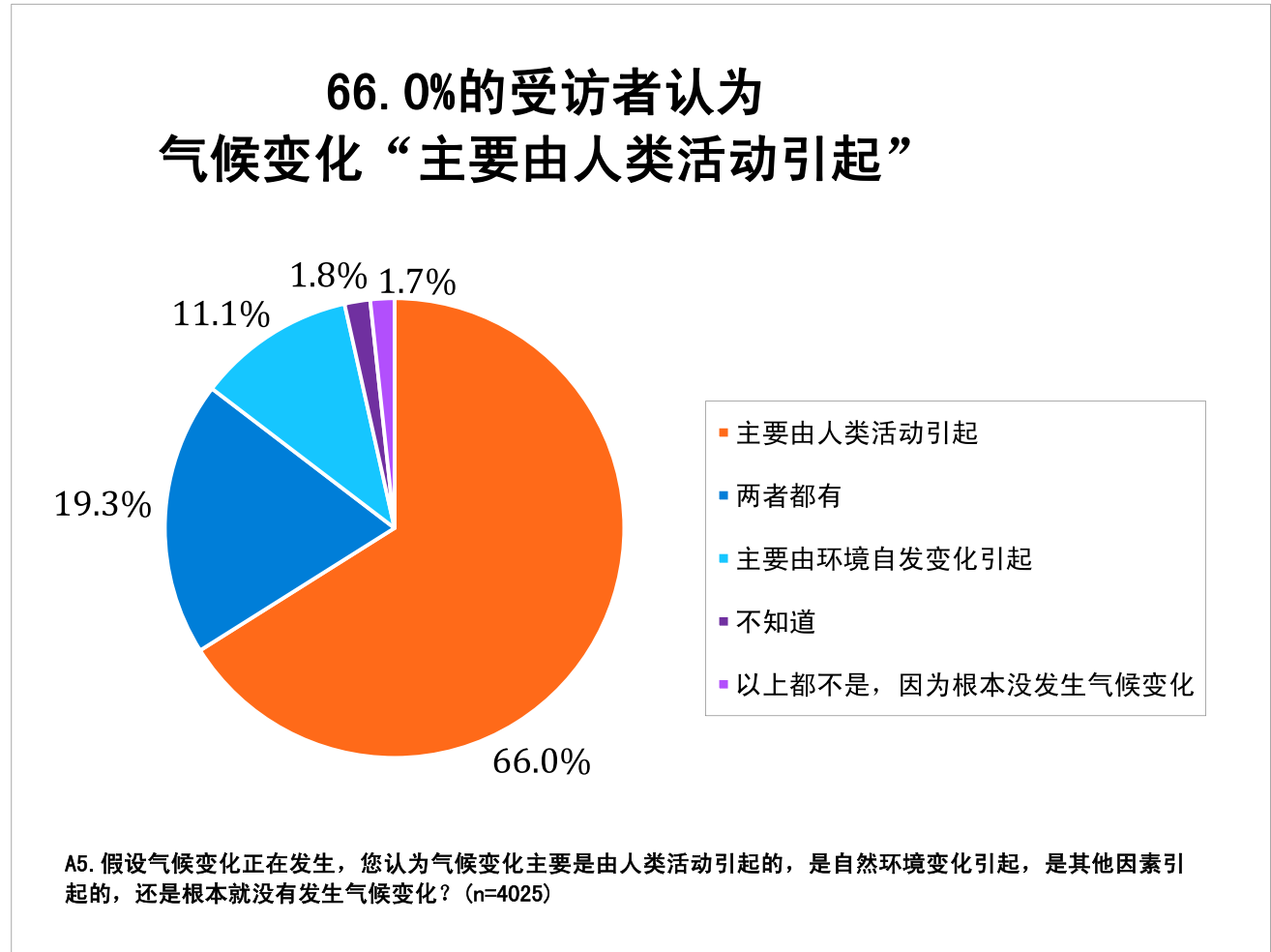
A4. 94.4%的受访者认为气候变化正在发生

94.4%的受访者认为气候变化正在发生，仅有5.3%的受访者认为气候变化没有发生。无论这种认知源自日常生活的体验、人际交流互动还是媒体的关注和报道，对绝大多数受访者来说，气候变化是一个正在发生的事实。



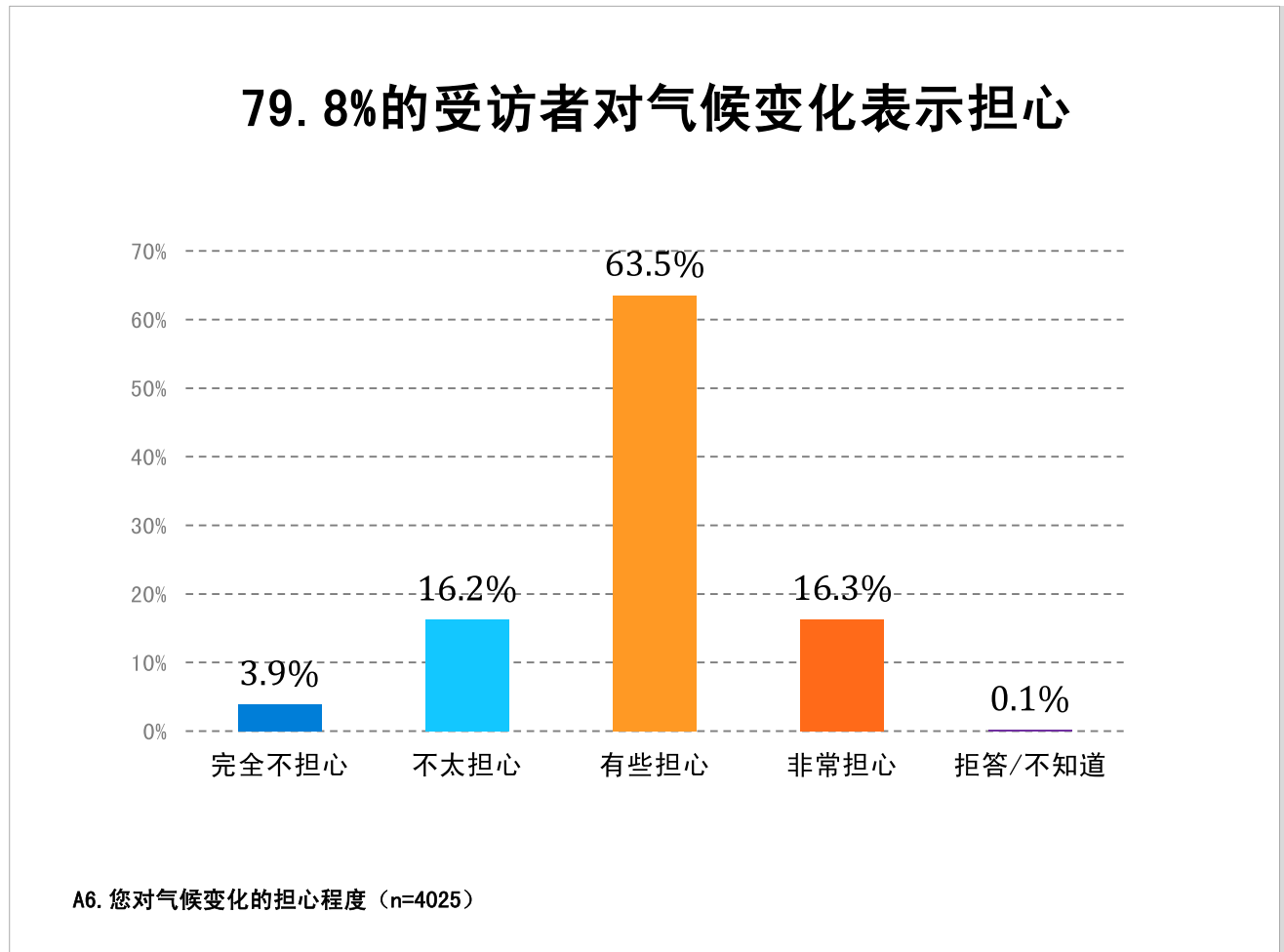
A5. 66.0%的受访者认为气候变化“主要由人类活动引起”

在对气候发生变化原因的认知上，66.0%的受访者认为气候变化“主要由人类活动引起”，11.1%的受访者认为气候变化“主要由环境自发变化引起”，19.3%的受访者认为两方面的原因都有，此外还有1.7%的受访者认为“根本没有发生气候变化”。



A6. 79.8%的受访者对气候变化表示担心

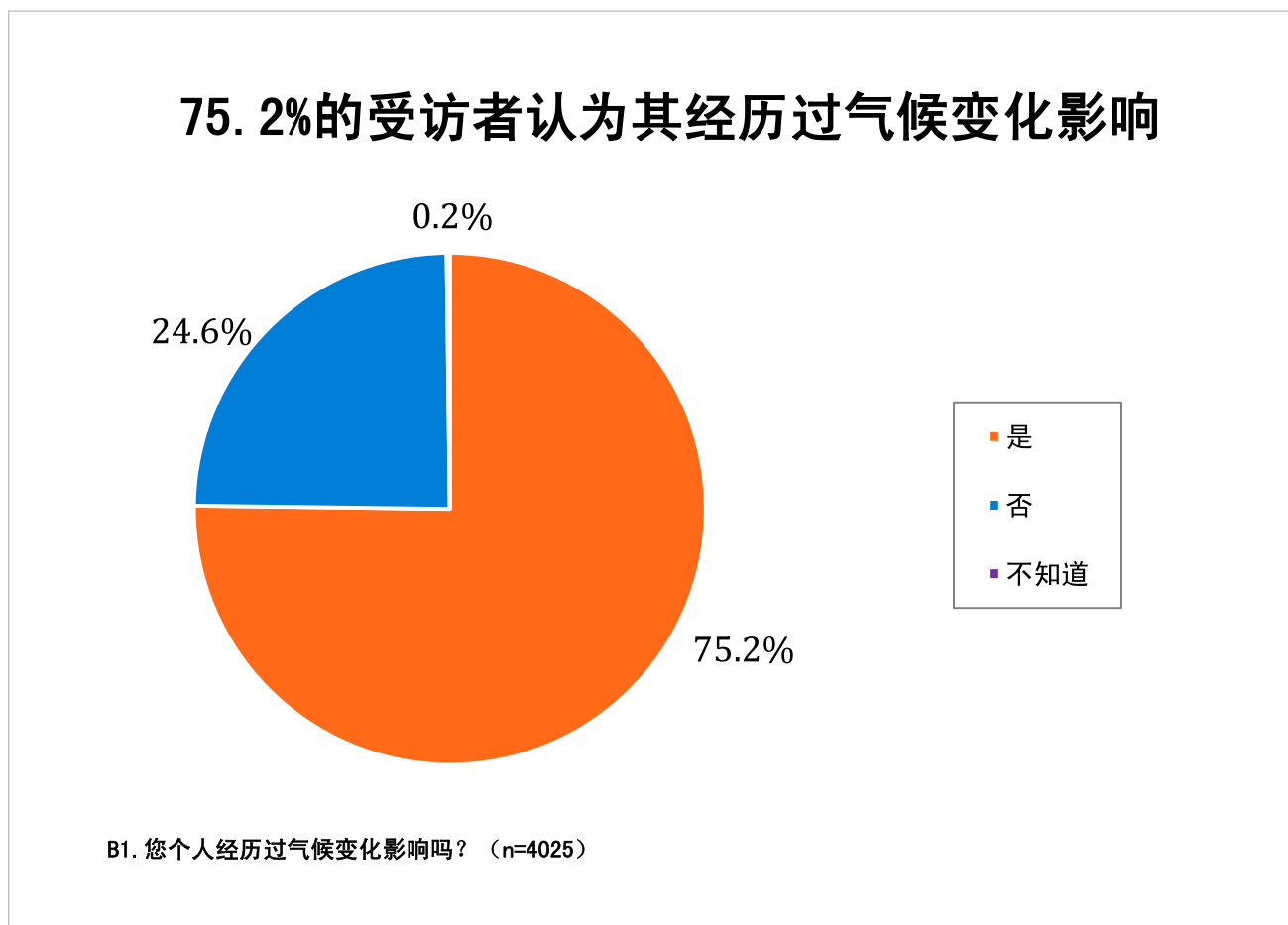
79.8%的受访者对气候变化表示担心，其中 16.3%的人“非常担心”气候变化，63.5%的人对气候变化“有些担心”，而对气候变化“不太担心”或“完全不担心”的受访者分别占比 16.2%和 3.9%。



B. 对气候变化影响的认知度

B1. 75.2%的受访者认为其经历过气候变化影响

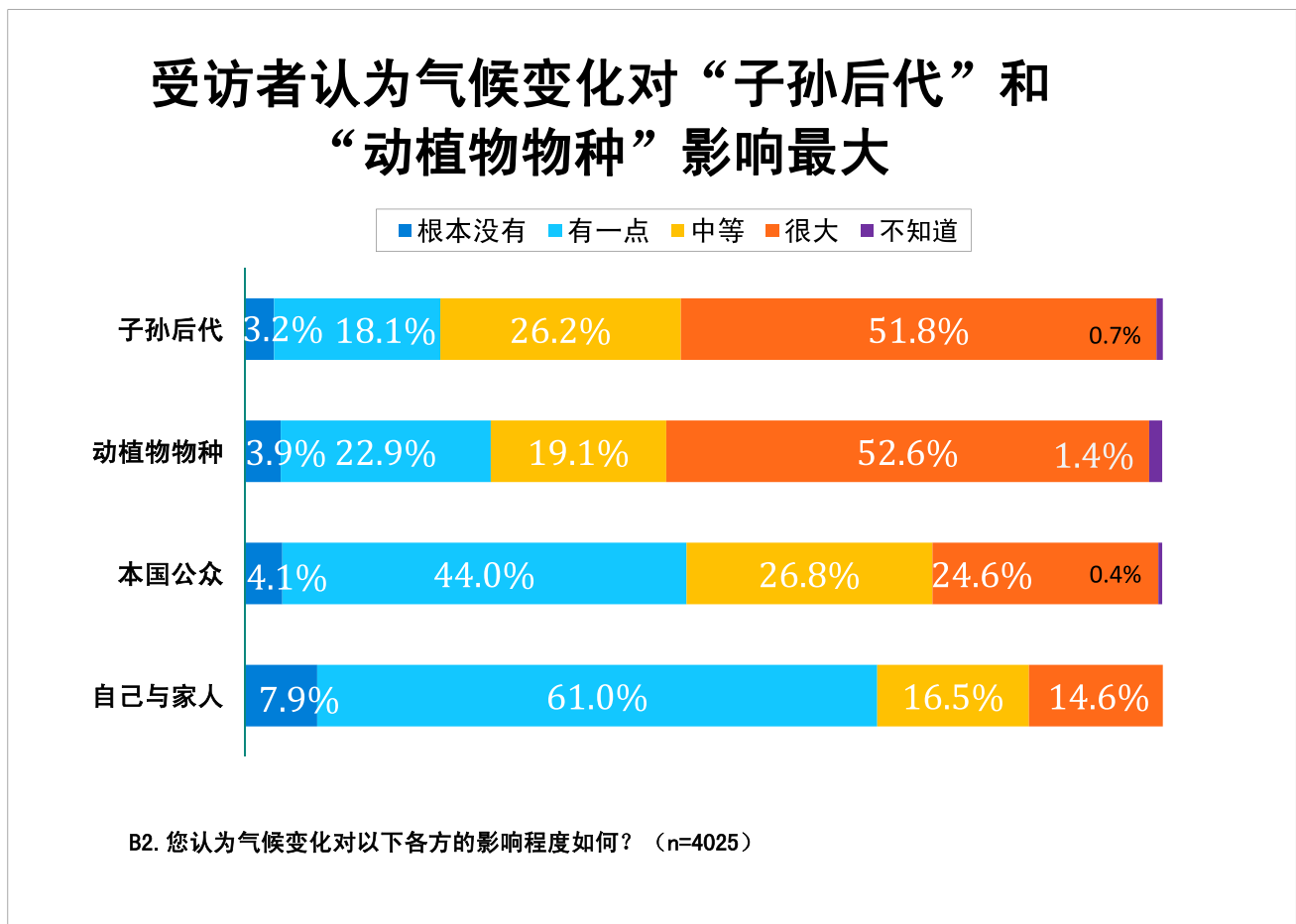
75.2%的受访者认为其经历过气候变化，超过受访者总数的四分之三。24.6%的受访者认为没有经历过气候变化。



B2. 受访者认为气候变化对“子孙后代”和“动植物物种”影响最大

受访者普遍认为气候变化对子孙后代、动植物物种和本国公众有中等或很大影响。其中，认为气候变化对子孙后代和动植物物种的影响最大，而对本国公众和自己与家人的影响依次递减。

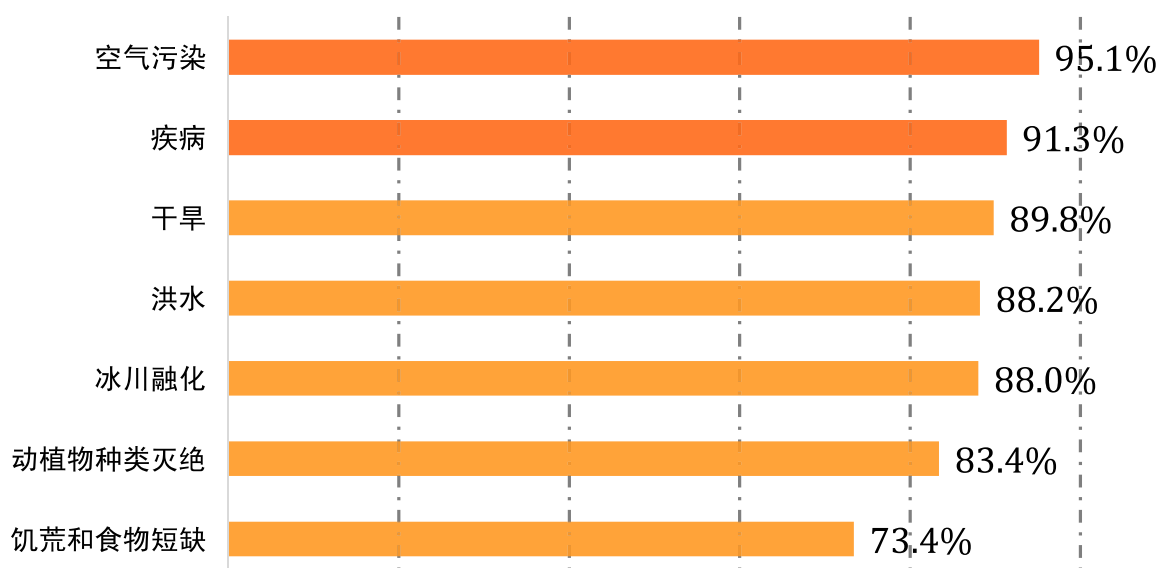
受访者认为气候变化有中等或很大影响的方面按比例大小排序分别是子孙后代 78.0%、动植物物种 71.7%、本国公众 51.4%、自己与家人 31.1%。



B3. 大部分受访者认为如果不采取气候变化措施，“空气污染”和“疾病”将增加很多

未来二十年，如果中国不采取措施应对气候变化，受访者认为气候变化导致空气污染现象增加最多，其次依次是疾病、干旱、洪水、冰川融化、动植物种类灭绝、饥荒和食物短缺。

大部分受访者认为如果不采取气候变化措施 “空气污染”和“疾病”将增加很多

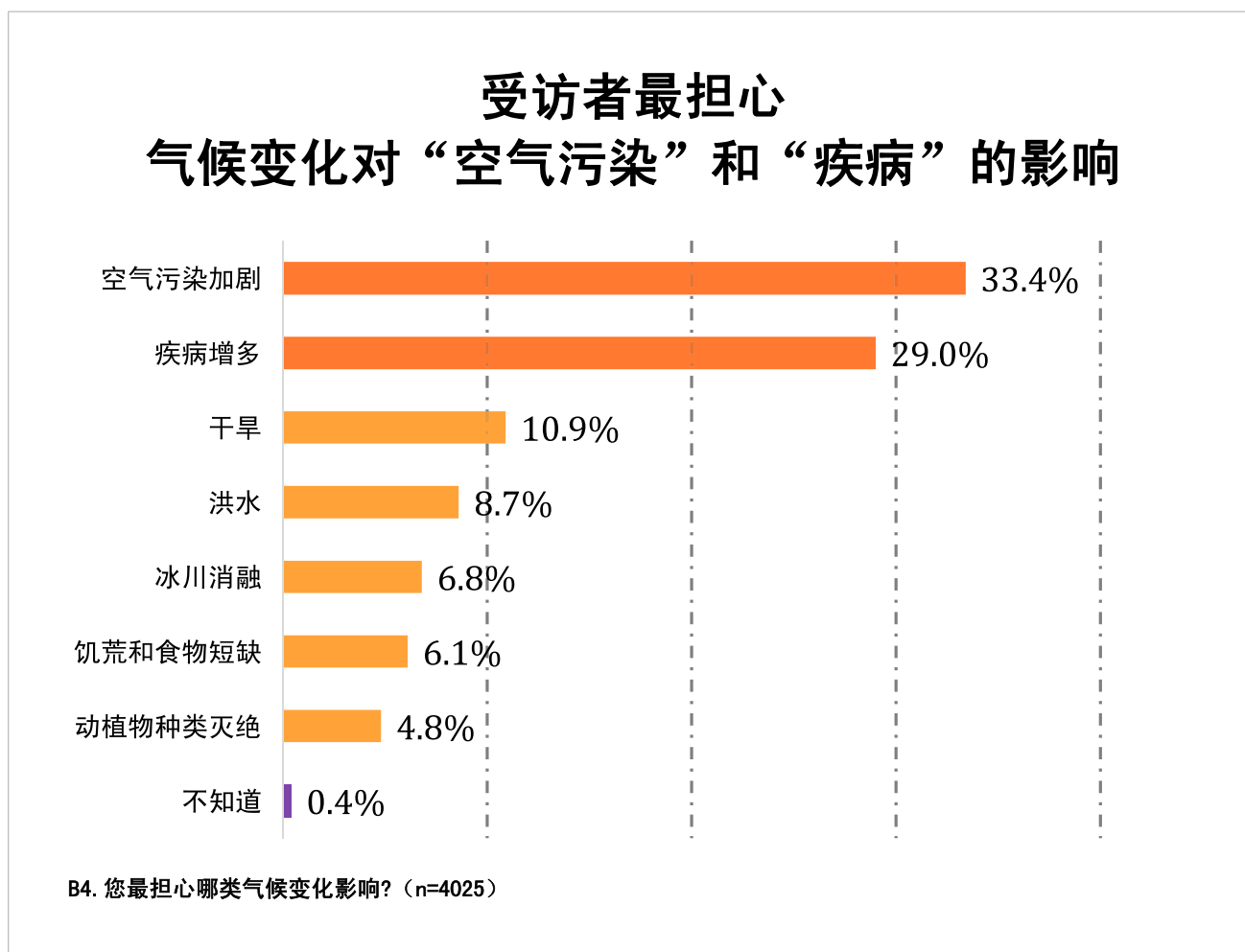


B3. 未来二十年，如果中国不采取措施应对气候变化，您认为气候变化会导致以下现象增多还是减少？
(n=4025)

注：本图是在将“增加很多、有些增加、有些减少、减少很多、没有变化”五个选项中，将“增加很多”和“有些增加”相加后求得受访者认为现象将增加的比例

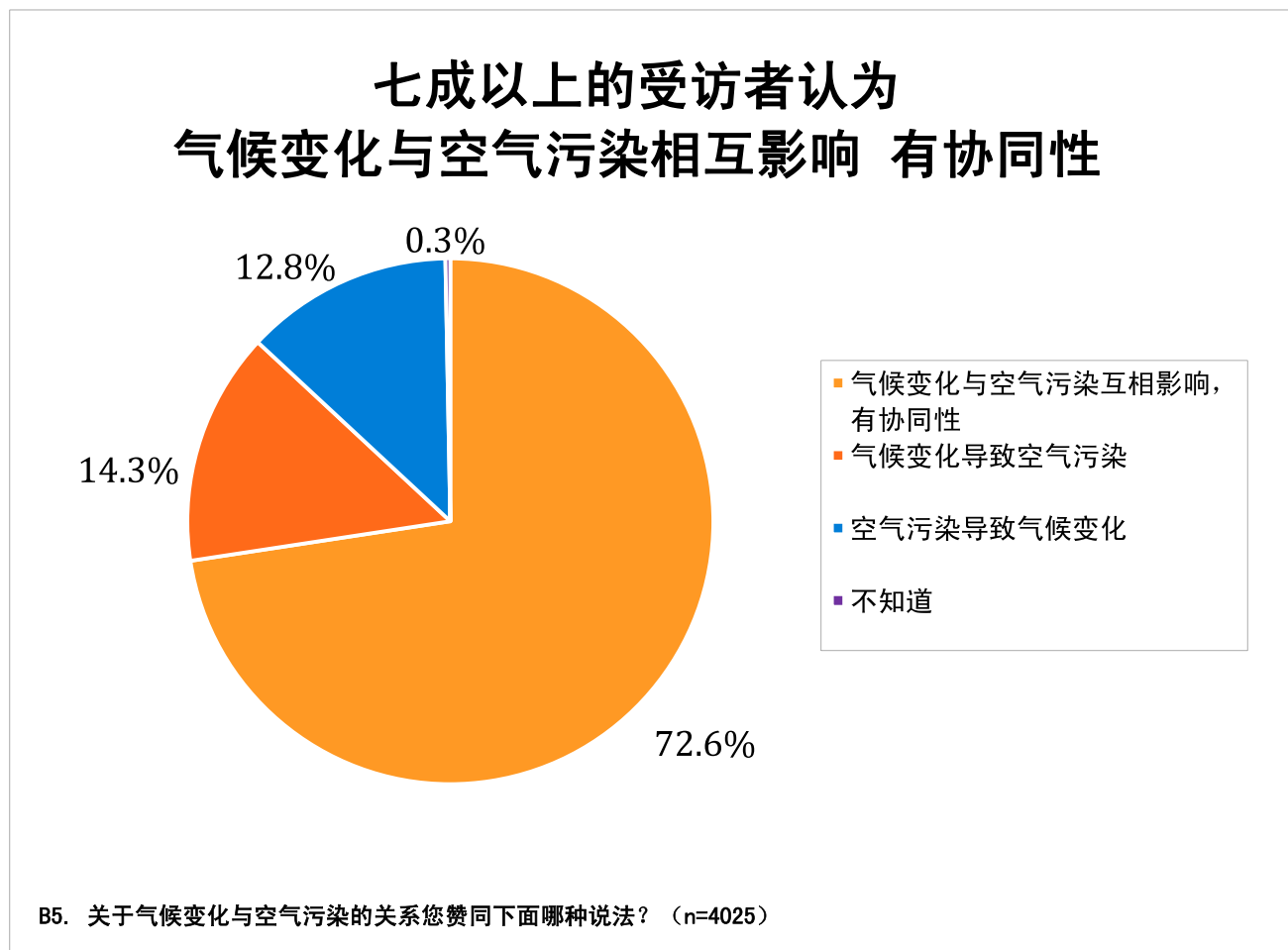
B4. 受访者最担心气候变化对“空气污染”和“疾病”的影响

在“您最担心哪类气候变化影响？”题目中，33.4%的受访者选择“空气污染加剧”，29.0%的受访者选择“疾病增多”，其次是干旱、洪水和冰川消融，占比分别为10.9%、8.7%和6.8%。



B5. 七成以上的受访者认为气候变化与空气污染相互影响，有协同性

关于气候变化与空气污染的关系，72.6%的受访者认为气候变化与空气污染相互影响，有协同性；此外，14.3%的受访者认为气候变化导致空气污染，还有12.8%的受访者认为空气污染导致气候变化。

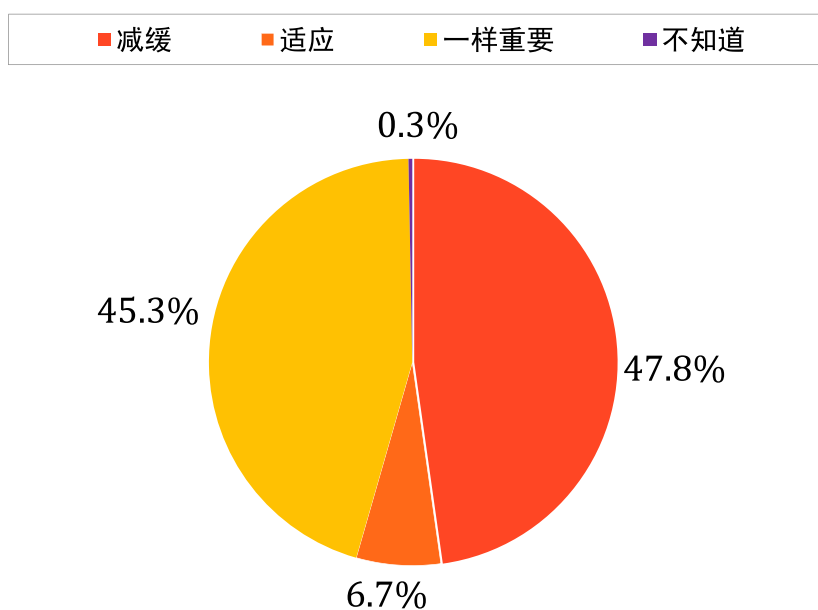


C. 对气候变化应对的认知度

C1. 近半数受访者认为应对气候变化减缓和适应一样重要

大多数受访者认为应对气候变化减缓更重要（47.8%），还有 45.3%的受访者认为减缓和适应同样重要。6.7%的受访者认为适应更重要。

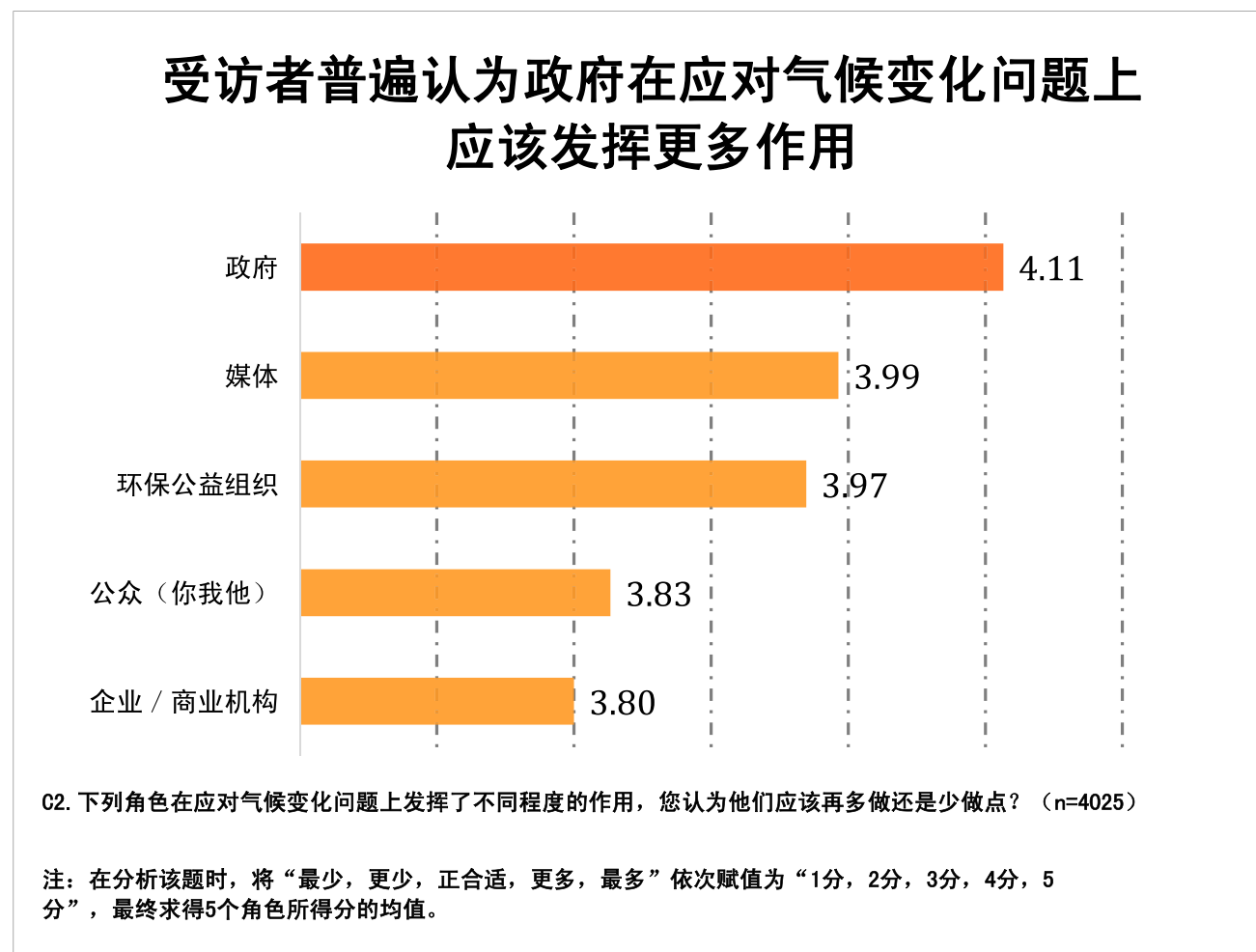
近半数受访者认为应对气候变化 减缓和适应一样重要



C1. 应对气候变化有减缓和适应气候变化两大对策。您认为减缓和适应哪个更重要？（n=4025）

C2. 受访者普遍认为政府在应对气候变化问题上应该发挥更多作用

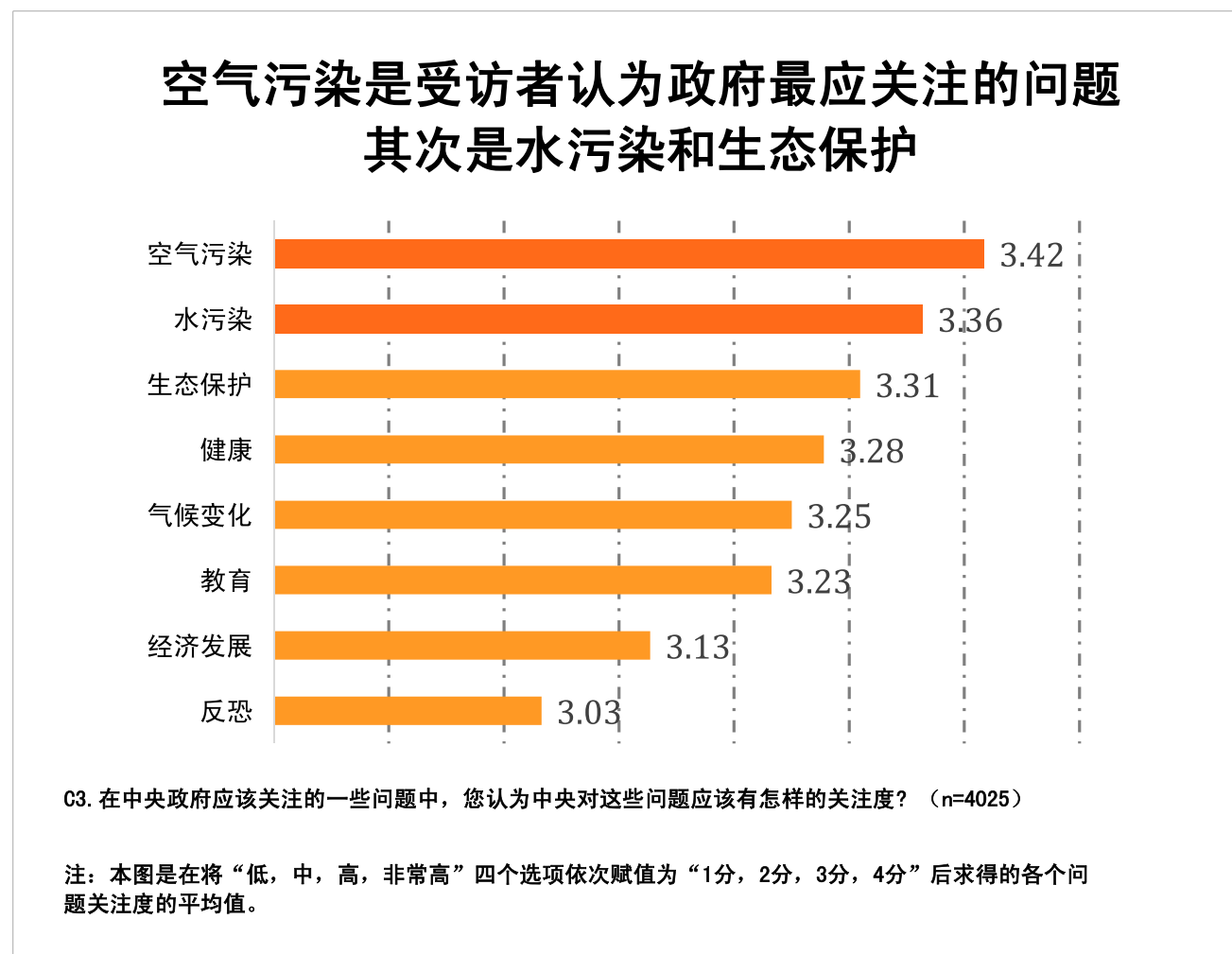
在应对气候变化问题上，受访者普遍认为“政府”应该发挥更多作用，其次是“媒体”和“环保公益组织”。



C3. 空气污染是受访者认为政府最应关注的问题，其次是水污染和生态保护

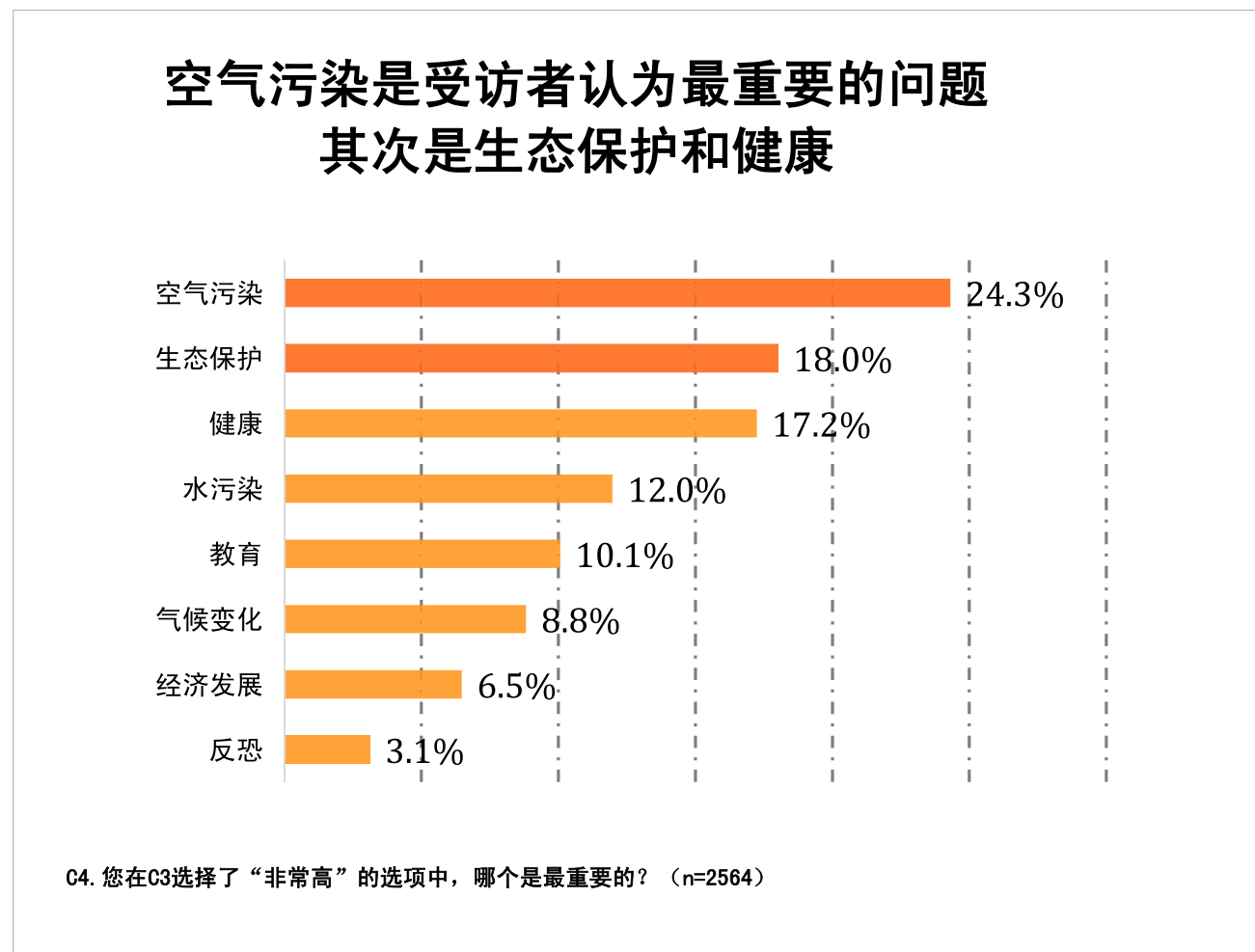
关于中央政府应该关注的“空气污染、水污染、气候变化、生态保护、经济发展、教育、反恐、健康”8个问题，超过70%的受访者认为中央政府应该对这些问题都予以高度关注。

平均来看，所有问题中空气污染问题被认为是最重要的(3.42)，其次依次是水污染(3.36)，生态保护问题(3.31)，健康问题(3.28)以及气候变化问题(3.25)。



C4. 空气污染是受访者认为最重要的问题，其次是生态保护和健康

在 C3 中具有非常高关注度的问题中，24.3%的受访者认为空气污染问题最重要，其次是生态保护问题（18.0%）和健康问题（17.2%）；有 8.8%的受访者认为气候变化问题最重要，高于经济发展和反恐。

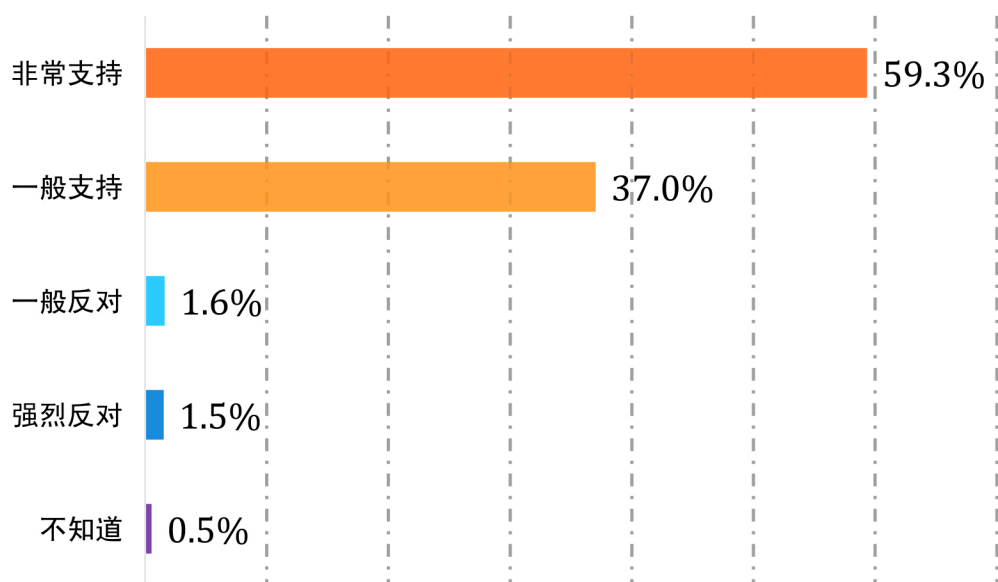


D. 对气候变化政策的认知度

D1. 96.3%的受访者支持中国于2015年底加入《巴黎协定》的决定

2015年底中国加入《巴黎协定》，96.3%的受访者持支持的态度，其中，59.3%的受访者持“非常支持”的态度。

96.3%的受访者支持中国于2015年底加入《巴黎协定》的决定

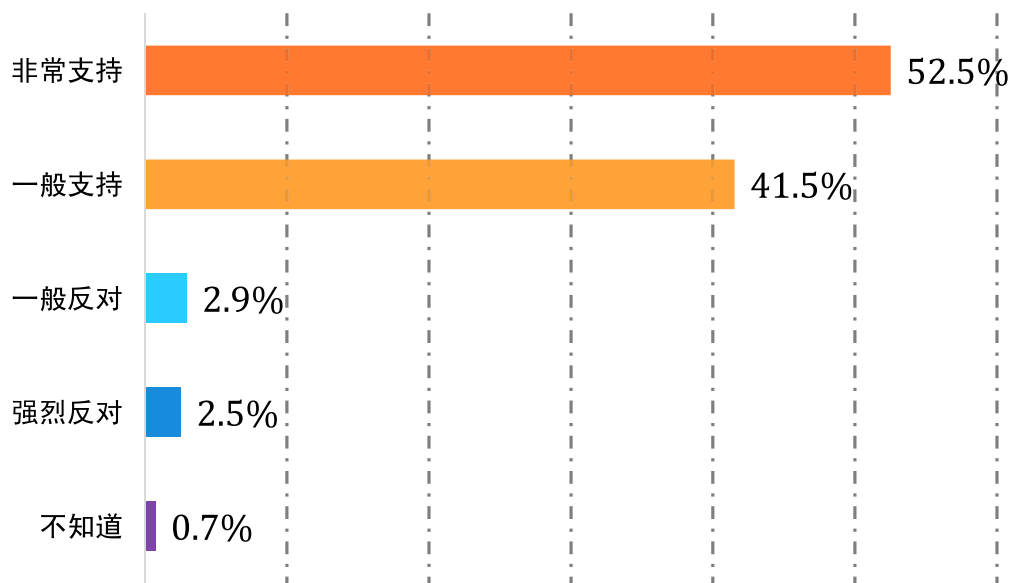


D1. 2015年底，中国于2015年底加入和其他195个国家在法国巴黎达成《巴黎协定》，共同应对气候变化的挑战。中国加入《巴黎协定》，您对此是非常支持、一般支持、一般反对，还是强烈反对？（n=4025）

D2. 94.0%的受访者支持中国继续留在《巴黎协定》落实承诺

在美国宣布将退出《巴黎协定》后，对于中国继续留在《巴黎协定》以落实应对气候变化承诺的决定，高达94%的受访者表示支持，其中持“非常支持”态度的受访者占52.5%。

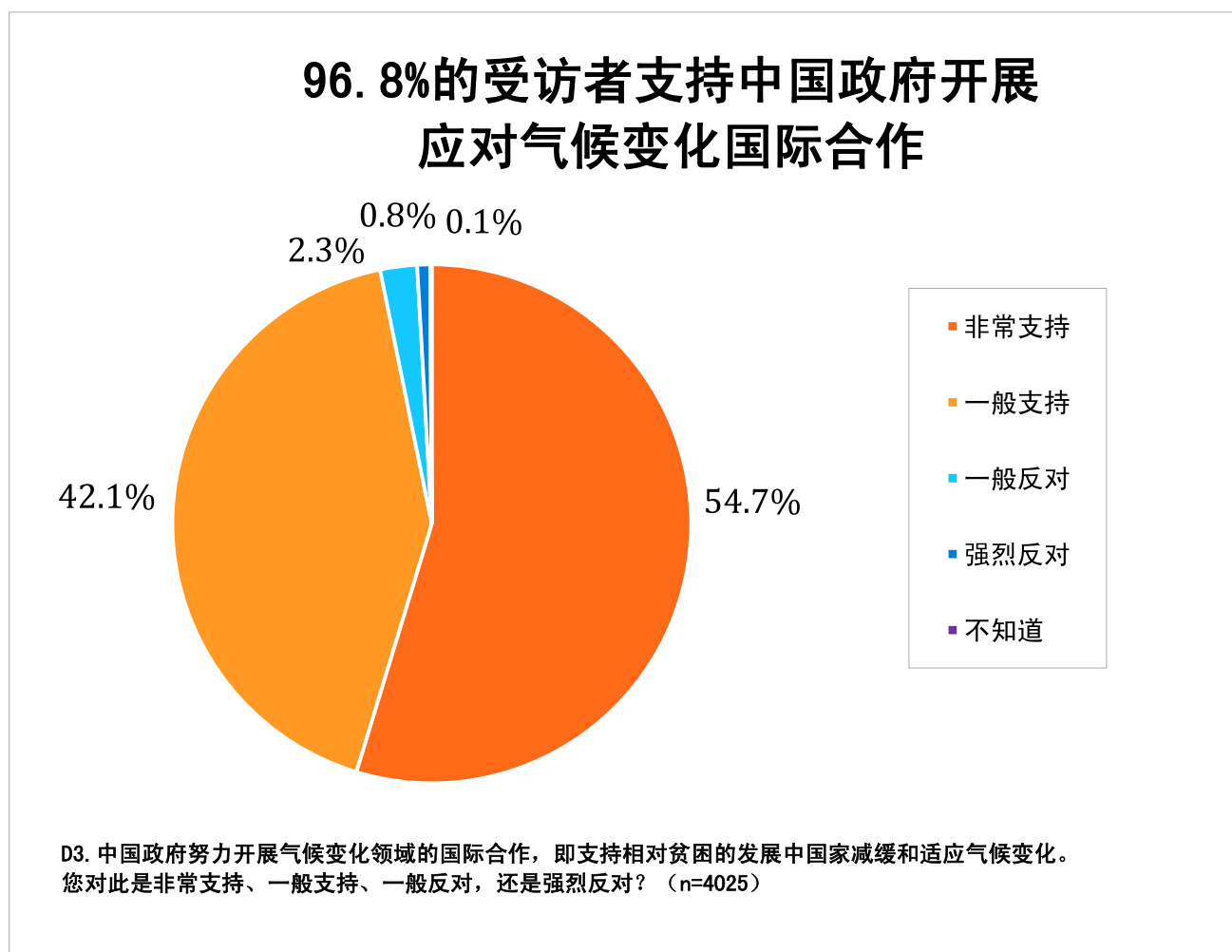
94.0%的受访者 支持中国继续留在《巴黎协定》落实承诺



D2. 美国是全球第二大温室气体排放国，近期，美国宣布将退出《巴黎协定》，中国决定继续留在《巴黎协定》落实应对气候变化的承诺。您对此是非常支持、一般支持、一般反对，还是强烈反对？
(n=4025)

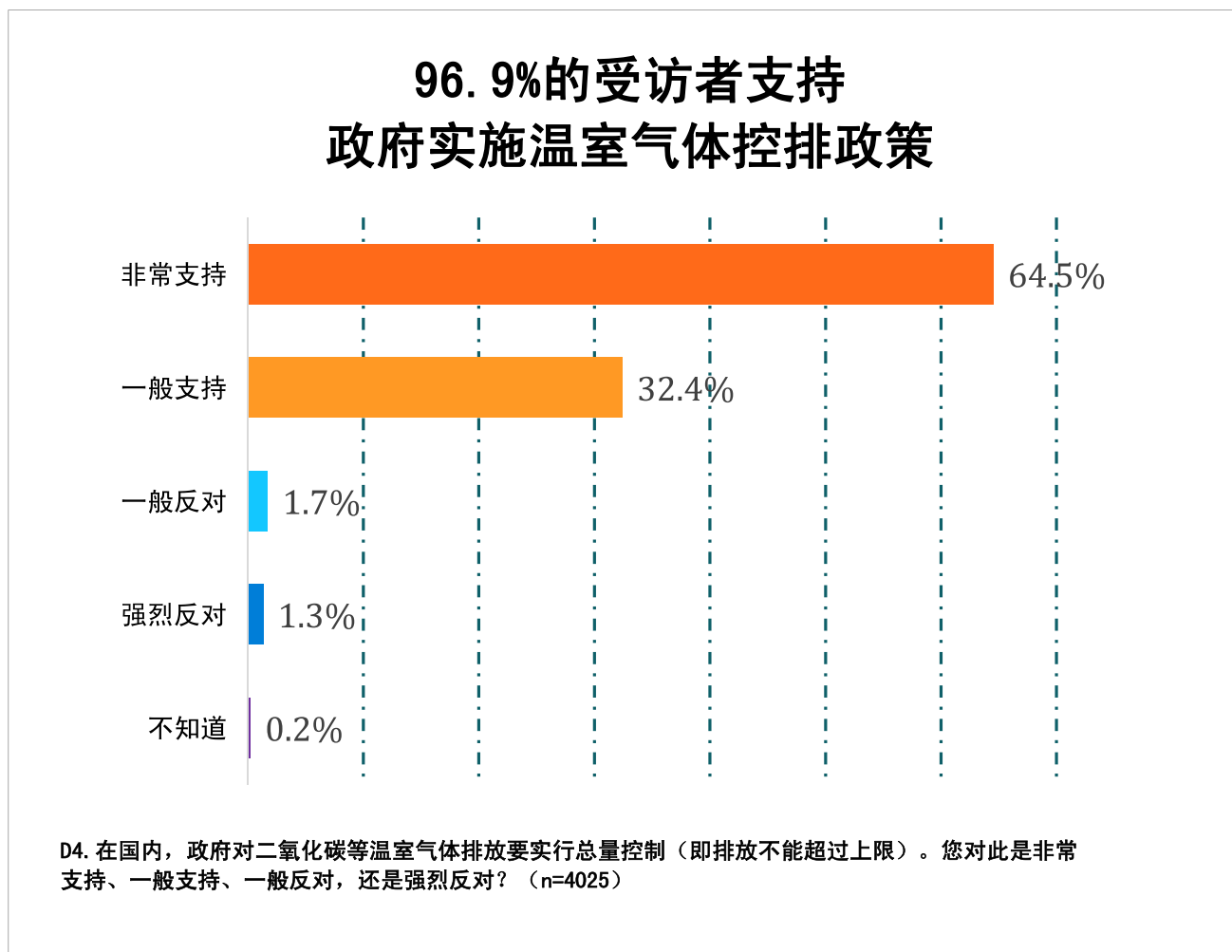
D3. 96.8%的受访者支持中国政府开展应对气候变化国际合作

96.8%的受访者支持中国政府努力开展应对气候变化国际合作，其中，54.7%的受访者对此“非常支持”。



D4. 96.9%的受访者支持政府实施温室气体控排政策

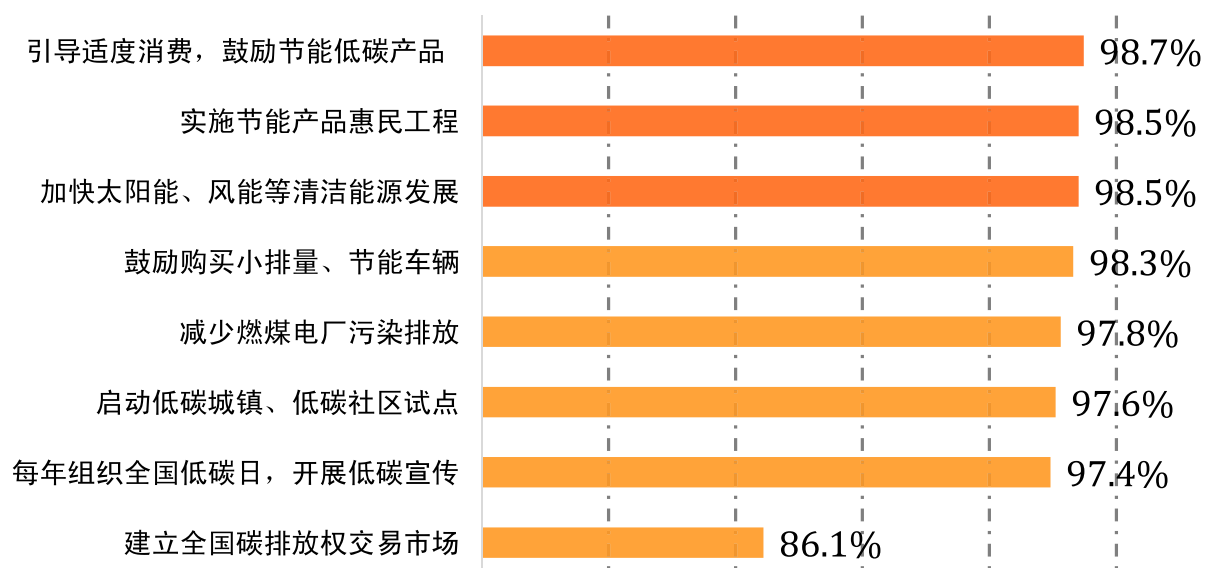
对于政府对二氧化碳等温室气体排放要实行总量控制的做法，96.9%的受访者持支持的态度，其中64.5%的受访者表示“非常支持”。



D5. 九成受访者支持政府采取的各项减缓措施

在问及对于政府采取的一系列减缓气候变化相关的政策措施，受访者是否支持的问题时，九成受访者普遍对政府采取的各项措施持支持的态度。

九成受访者支持政府采取的各项减缓措施

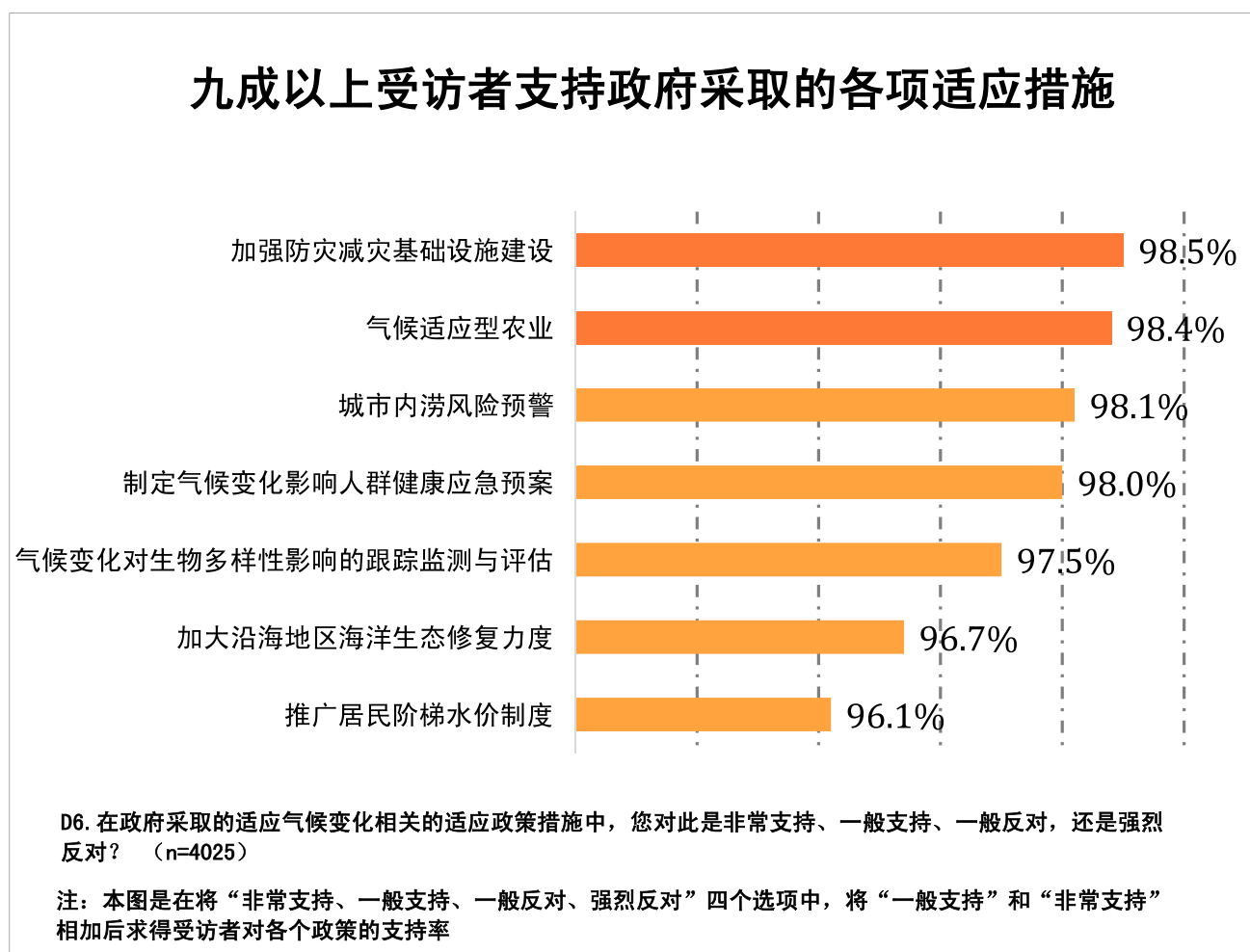


D5. 政府采取的减缓气候变化相关的减缓政策措施中，您对此是非常支持、一般支持、一般反对，还是强烈反对？（n=4025）

注：本图是在将“非常支持、一般支持、一般反对、强烈反对”四个选项中，将“一般支持”和“非常支持”相加后求得受访者对各个政策的支持率

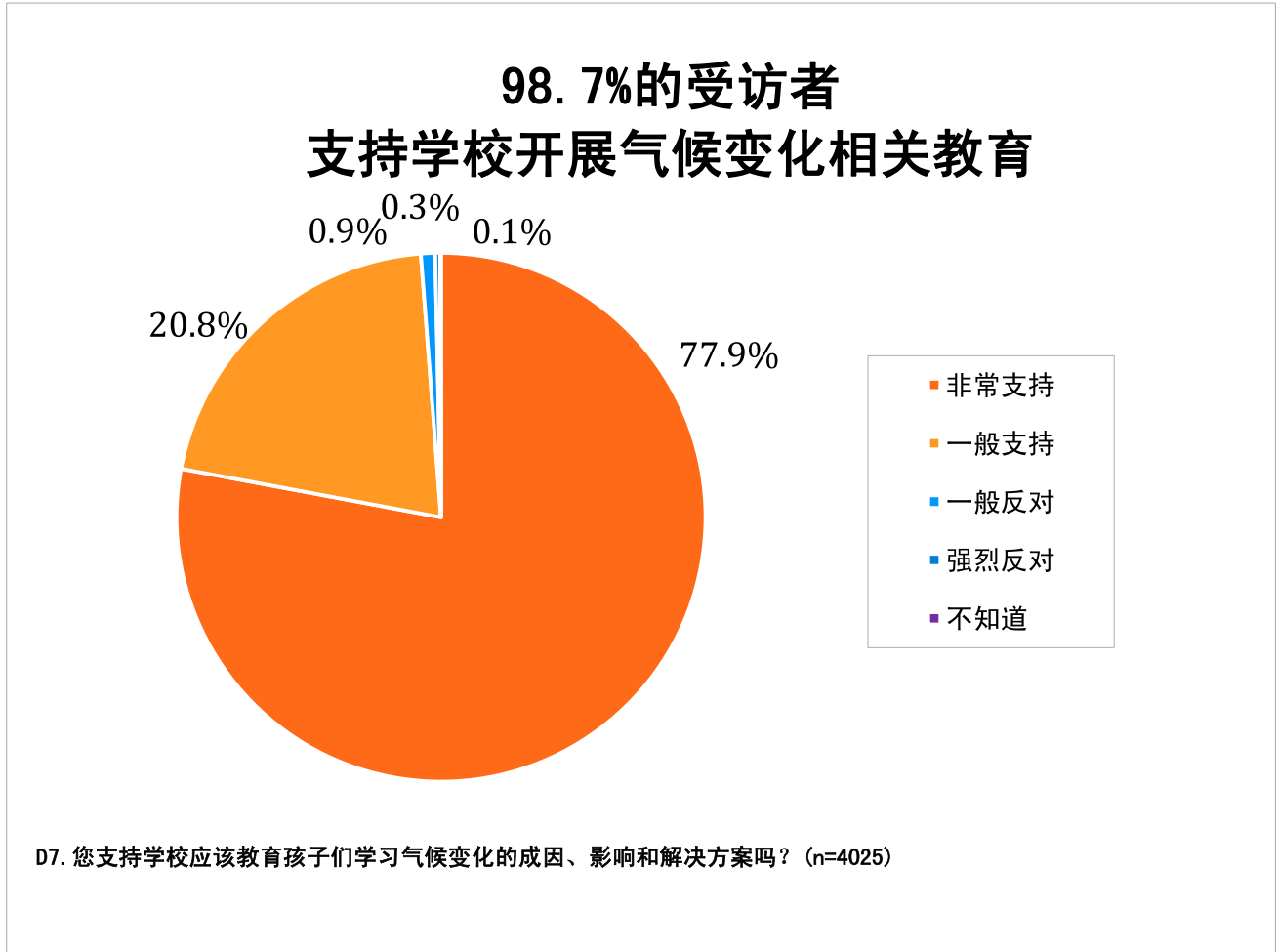
D6. 九成以上受访者支持政府采取的各项适应措施

在问及对于政府采取的一系列适应气候变化相关的政策措施，受访者是否支持的问题时，受访者普遍对政府采取的各项措施持支持的态度，各项措施的支持率均超过 96%。



D7. 98.7%的受访者支持学校开展气候变化相关教育

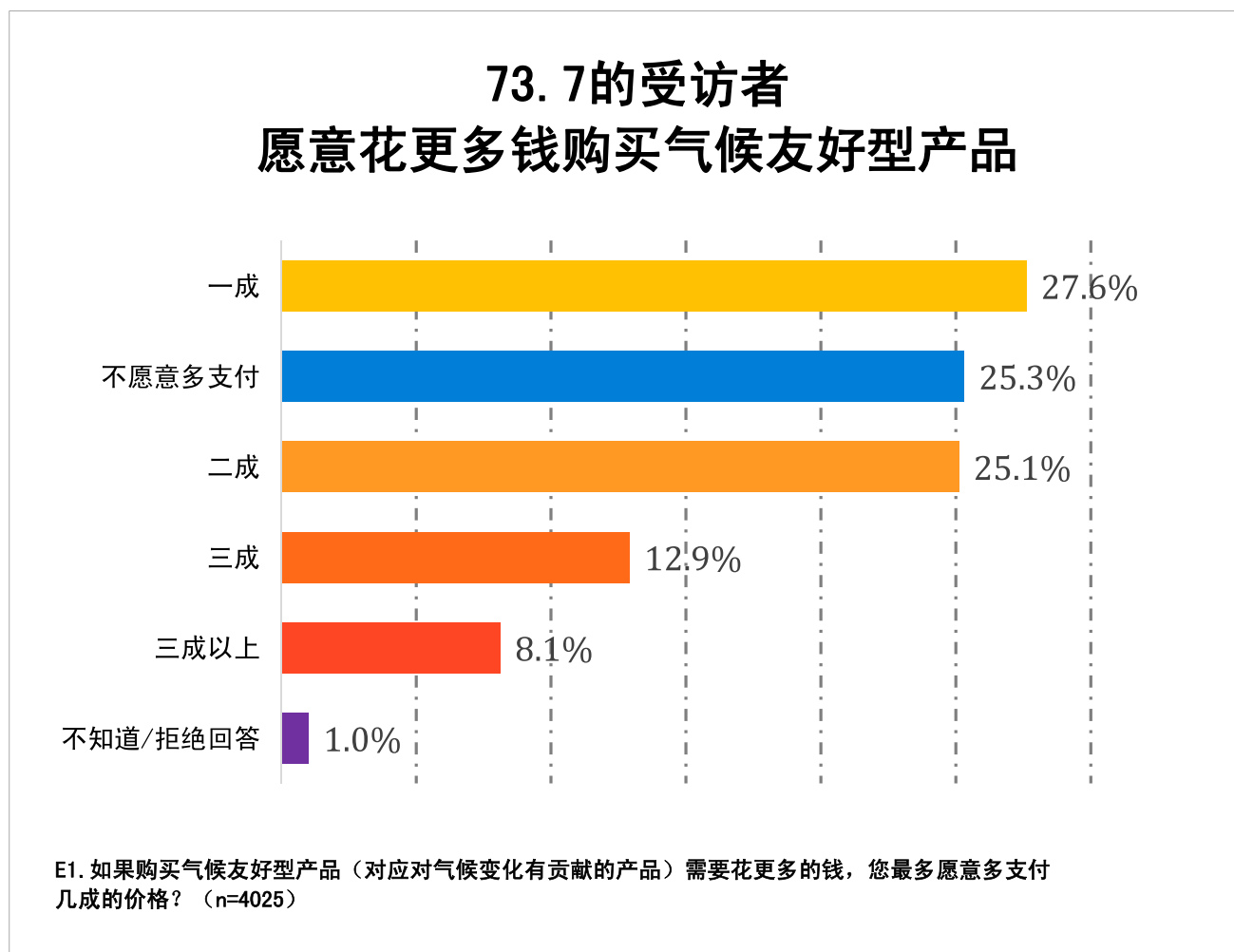
在问及是否支持“学校应该教育孩子们学习气候变化的成因、影响和解决方案”时，98.7%受访者持支持的态度，其中77.9%的受访者表示“非常支持”。



E. 应对气候变化行动的执行度

E1. 73.7%的受访者愿意花更多钱购买气候友好型产品

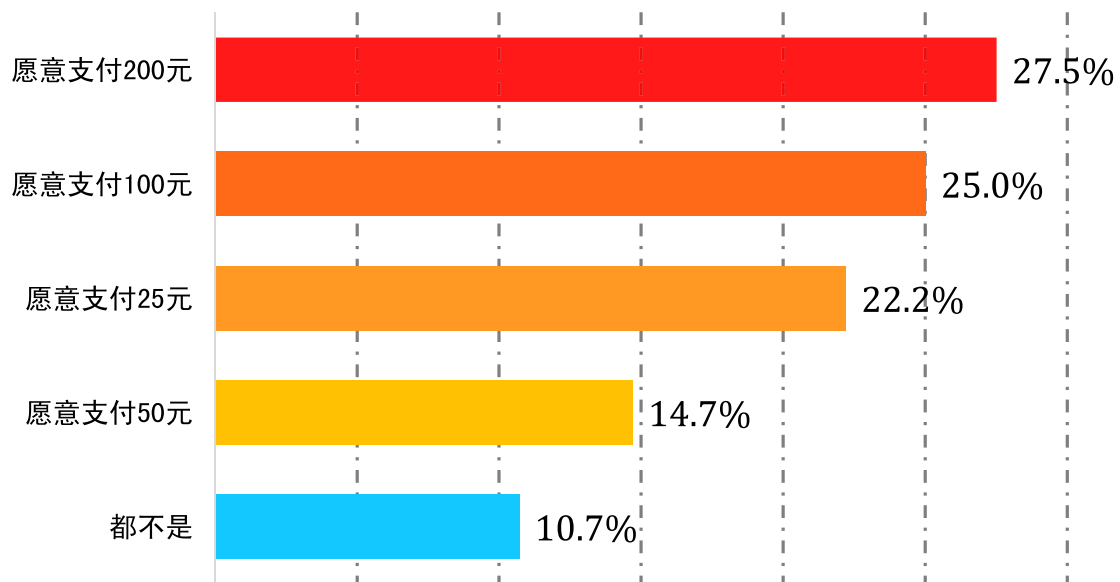
73.7%的受访者愿意为购买气候友好型产品花费更多的钱。其中，27.6%的受访者最多愿意多支付一成的价格，所占比例最大；25.1%的受访者愿意多支付二成的价格；愿意多支付三成、三成以上价格的受访者分别为12.9%、8.1%。



E2. 近三分之一受访者愿意为自己产生的碳排放全价买单

在问及是否愿意为自己全部的碳排放付费时，27.5%的受访者表示愿意全额支付 200 元，所占比例最大；其次是愿意支付 100 元的受访者，约占 25.0%；愿意支付 50 元、25 元的受访者分别占 14.7%、22.2%。

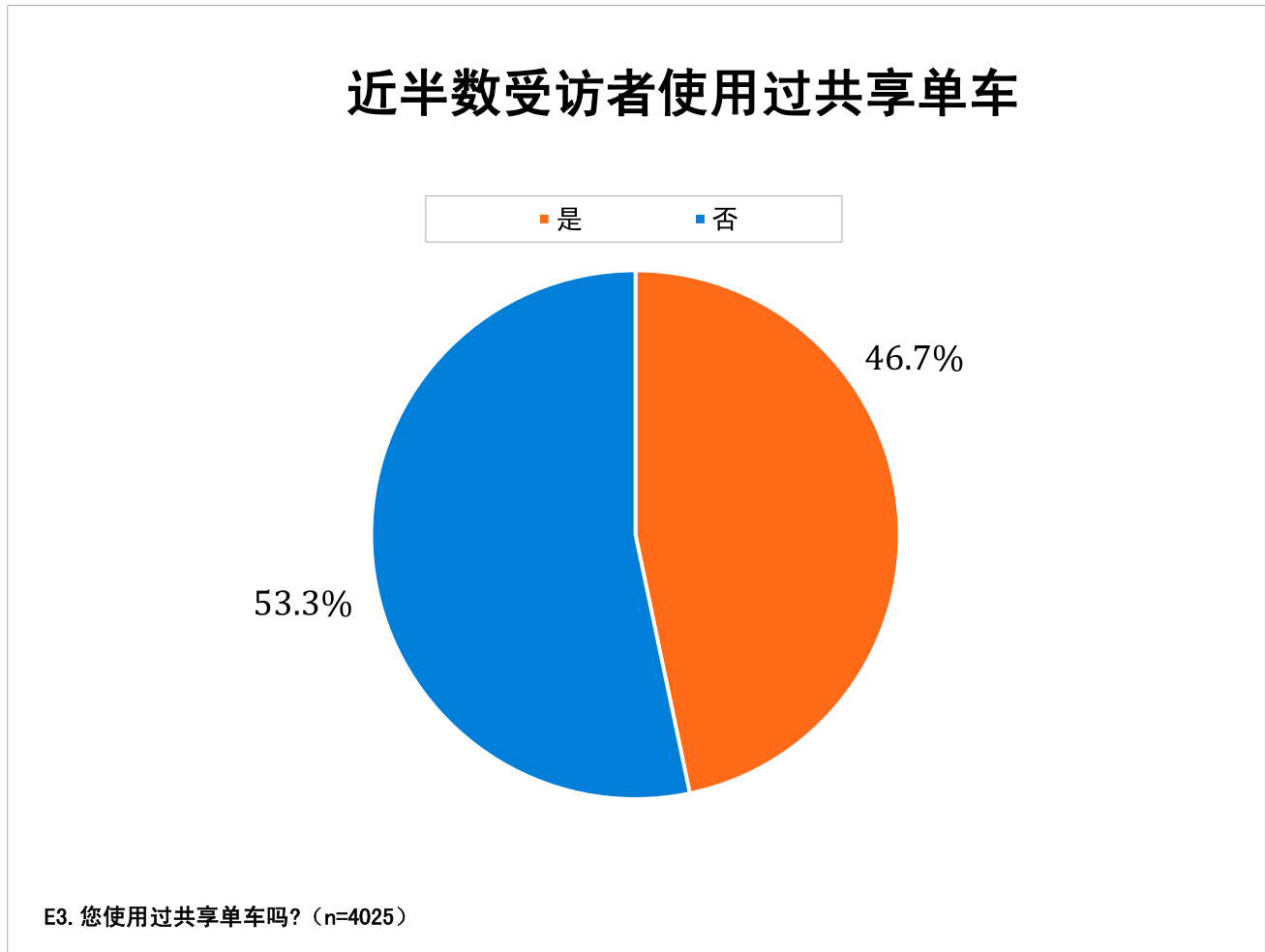
近三分之一受访者愿意为自己产生的碳排放全价买单



E2. 我们每个人平时坐车、乘坐飞机、购物都会产生碳排放，如果您全部的碳排放付费每年需要200元人民币，你个人愿意支付多少？（n=4025）

E3. 近半数受访者使用过共享单车

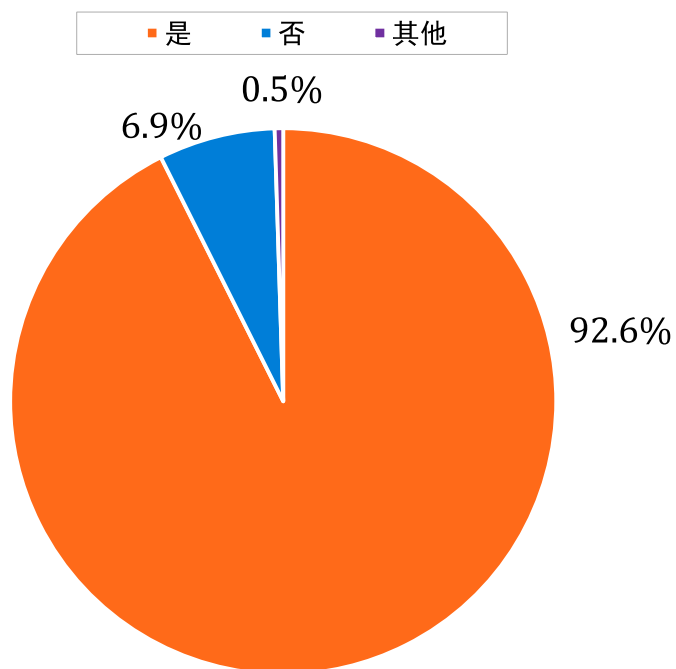
在问及是否曾经使用共享单车时，受访者中，46.7%的受访者表示曾经使用过共享单车，53.3%的受访者表示未使用过。



E4. 超九成受访者支持共享单车出行

在问及是否支持共享单车出行时，92.6%的受访者表示支持，6.9%的受访者表示不支持。

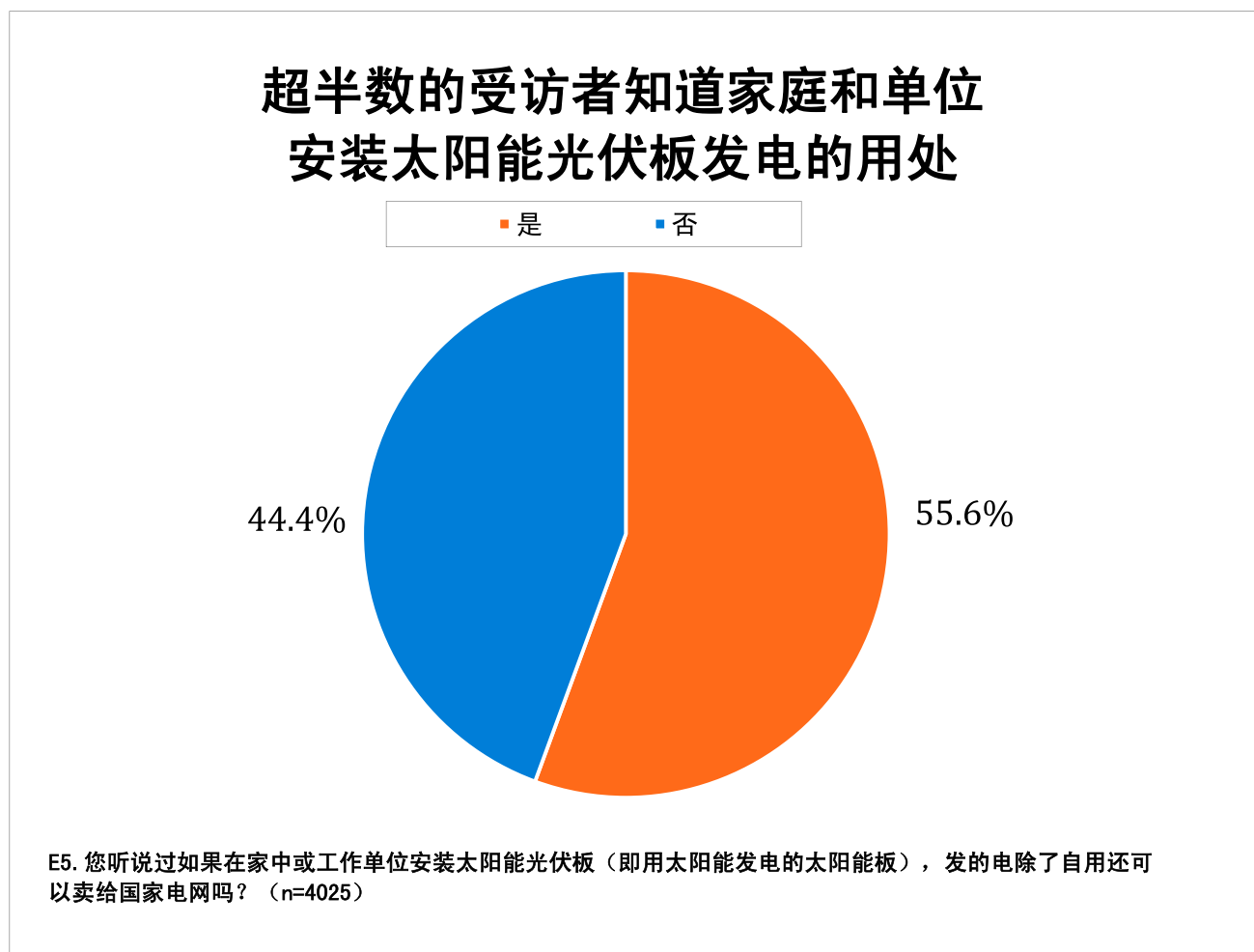
超九成受访者支持共享单车出行



E4. 您支持共享单车这种出行方式吗？（n=4025）

E5. 超半数的受访者知道家庭和单位安装太阳能光伏板发电的用处

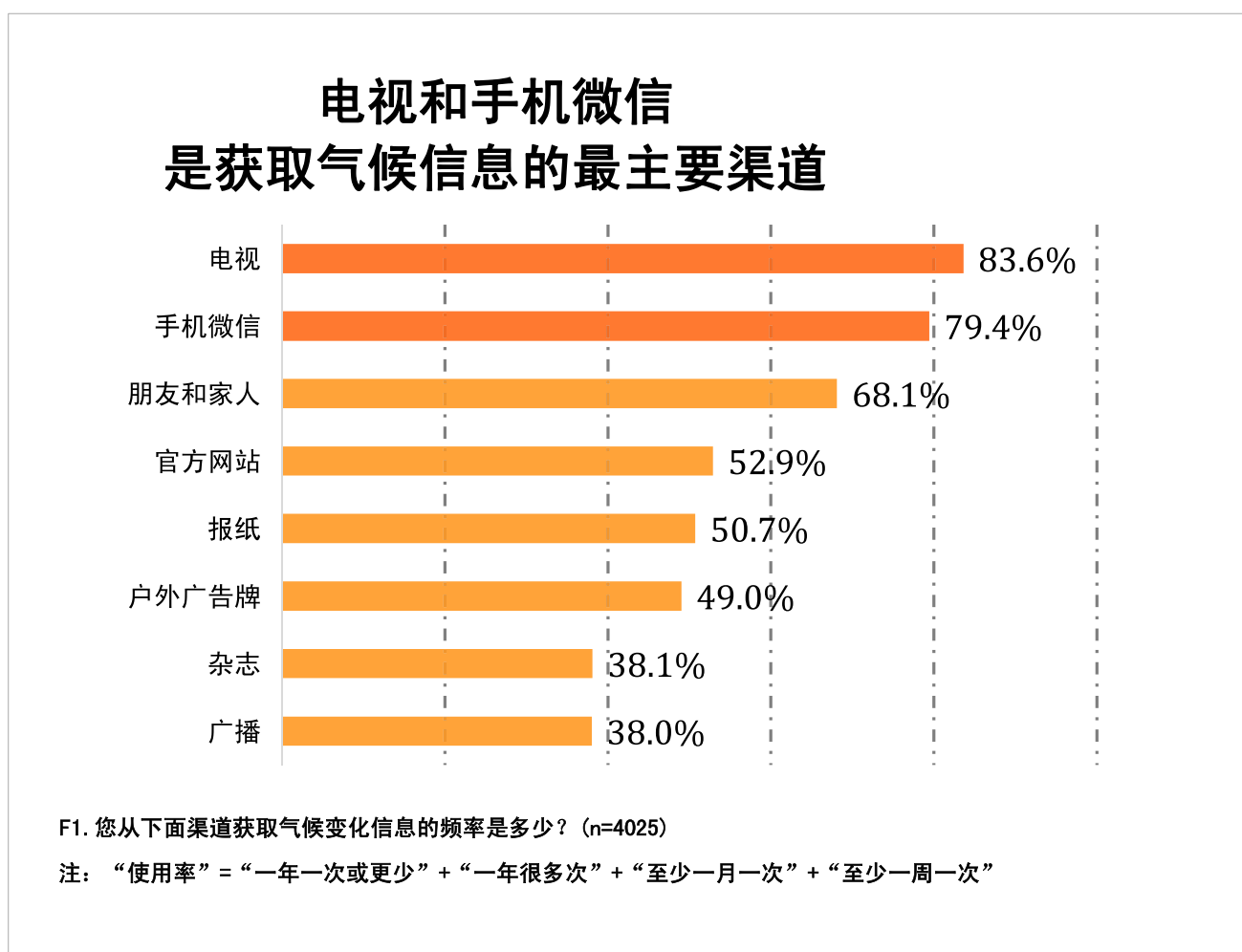
55.6%的受访者表示知道在家中或工作单位安装太阳能光伏板，除了自用发电还可以卖给国家电网时，占受访者总数的一半以上；44.4%的受访者表示不知道。



F. 气候传播效力效果评价

F1. 电视和手机微信是获取气候信息的最主要渠道

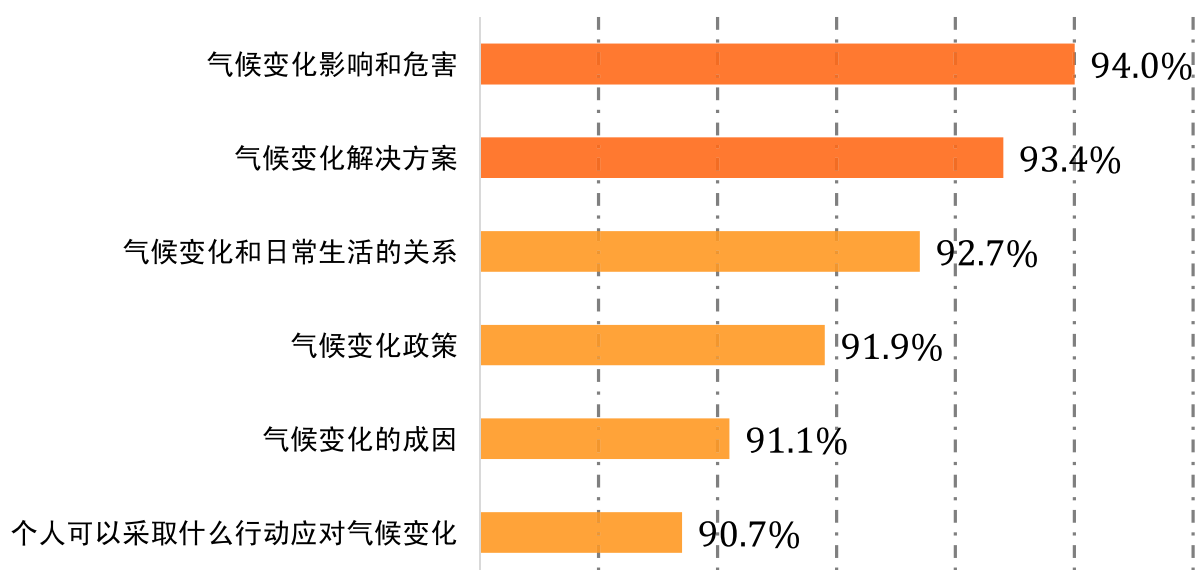
绝大多数受访者都能够从各种渠道获取气候变化信息，其中最主要的获取信息的渠道依次为电视（83.6%）、手机微信（79.4%）、朋友和家人（68.1%）；报纸和官方网站也是较为广泛的一种获取气候变化信息的渠道，均占50%以上；而通过户外广告牌、杂志、广播获取气候变化信息的受访者相对较少。



F2. 受访者对气候相关信息的了解期望普遍较强

本次调查中，受访者对气候相关信息的了解期望普遍较强。希望多了解“气候变化影响和危害”信息的受访者最多（94.0%），其次是“气候变化解决方案”（93.4%）。“气候变化和日常生活的关系”和“气候变化政策”也是受访者较为关心的气候变化信息。

受访者对气候相关信息的了解期望普遍较强

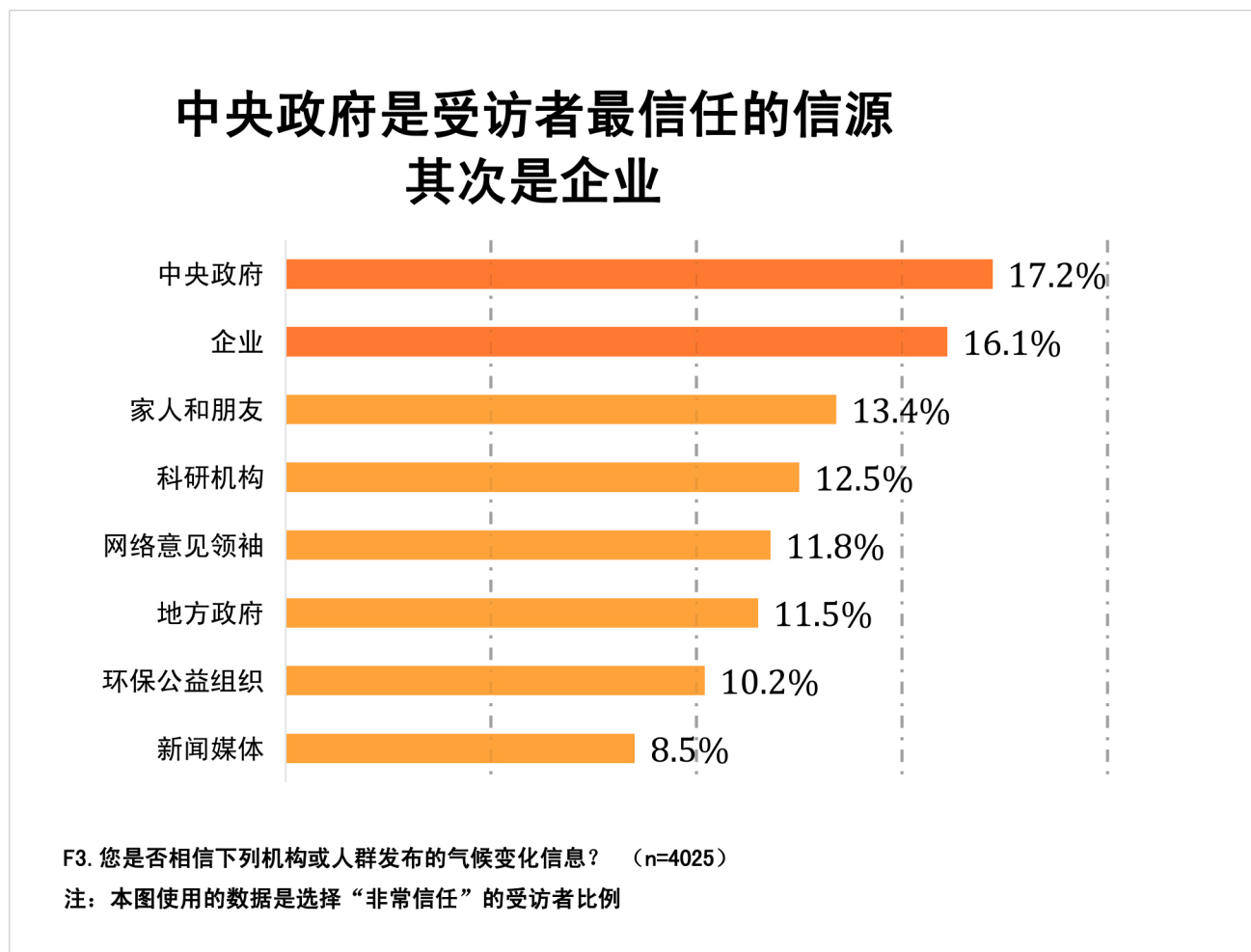


F2. 以下气候变化相关的信息，您希望了解的程度如何？（n=4025）

注：“期望了解比例”=“多一点”+“一般多”+“非常多”

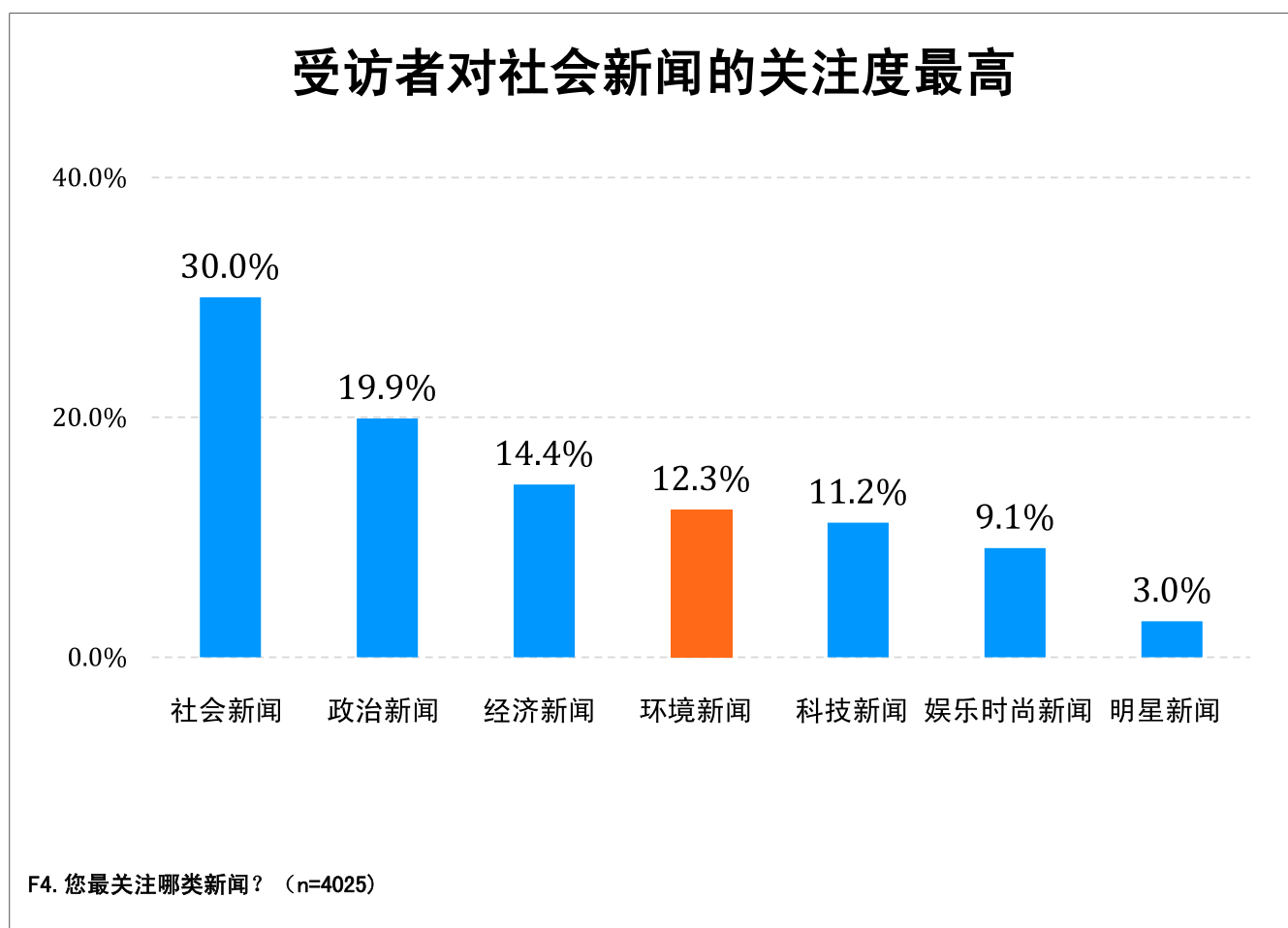
F3.中央政府是受访者最信任的信息源，其次是企业

17.2%的受访者非常信任“中央政府”发布的信息，有16.1%的受访者非常信任“企业”的信息。其次依次是“家人和朋友”（13.4%）、“科研机构”（12.5%），选择信任“新闻媒体”的受访者为8.5%。



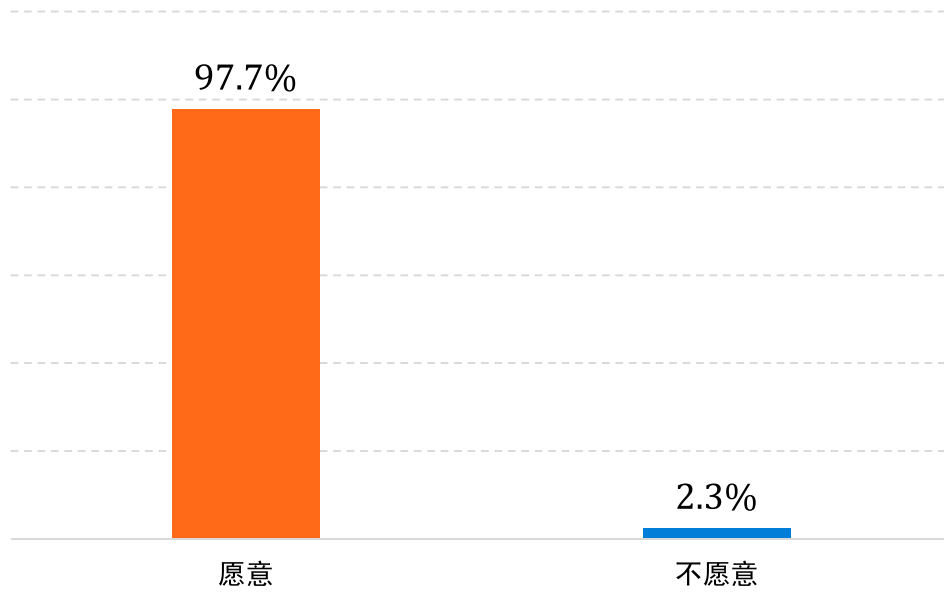
F4. 受访者对社会新闻的关注程度最高

在各类新闻中，受访者最关心的新闻是“社会新闻”（30.0%），其次是政治新闻（19.9%）；最关心“环境新闻（如空气质量、水污染等）”的受访者占12.3%。



F5. 97.7%的受访者愿意分享气候变化信息

97.7%的受访者愿意分享气候变化信息



F5. 您愿意和周围朋友、家人分享气候变化相关信息吗？ (n=4025)

附录一 人口统计指标

	频数	百分比 (%)
总计	4025	100
男	2054	51.0
女	1971	49.0
城市	2337	58.1
农村	1688	41.9
18-24 岁	515	12.8
25-34 岁	912	22.7
35-44 岁	852	21.2
45-54 岁	906	22.5
55-64 岁	645	16.0
65-70 岁	195	4.8
小学及以下	358	8.9
初中	649	16.1
高中	757	18.8
中专	369	9.2
大专	842	20.9
大学本科	924	23.0
硕士及以上	126	3.1
企业	1171	29.1
个体经营者	759	18.9
务农	521	12.9
事业单位	456	11.3
离退休人员	358	8.9
无业	259	6.4
学生	234	5.8
行政机关	99	2.5
其他非就业者	81	2.0
其他	68	1.7
军人	19	0.5