

中国居民

高志英◎著

可持续消费研究

Z HONGGUO JUMIN
KECHIXU XIAOFEI YANJIU



湖北长江出版集团
湖北人民出版社

中国居民

可持续消费研究

高志英◎著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

中国居民可持续消费研究/高志英著.
武汉:湖北人民出版社,2011.3

ISBN 978 - 7 - 216 - 06662 - 4

I. 中…

II. 高…

III. 居民—消费—研究—中国

IV. F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 237443 号

中国居民可持续消费研究

高志英 著

出版发行: 湖北长江出版集团
湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

印刷:武汉贝思印务设计有限公司

印张:8.375

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32

插页:2

版次:2011 年 3 月第 1 版

印次:2011 年 3 月第 1 次印刷

字数:215 千字

定价:25.00 元

书号:ISBN 978 - 7 - 216 - 06662 - 4

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

摘 要

改革开放以来,我国经济快速增长,人民生活显著改善。然而,在经济快速增长的同时,伴随着的是环境污染、资源耗竭和生态破坏。从消费领域看,物质主义、奢侈消费、浪费和非理性消费在消费系统中凸显了出来。当消费不断拉动经济增长,经济增长又进一步提升消费水平的过程中,如果忽视消费系统对环境的影响,则势必出现环境污染和生态破坏的加剧。党的十六届五中全会明确提出了“建设资源节约型、环境友好型社会”,并首次把建设资源节约型和环境友好型社会确定为国民经济与社会发展中长期规划的一项战略任务。建设环境友好型社会要求全社会都采取有利于环境保护的生产方式、生活方式、消费方式,建立人与环境良性互动的关系。特别在发展低碳经济已经成为全球潮流的今天,着眼于居民低能耗、低污染、低排放消费的可持续消费研究,具有十分重要的意义。早在1995年,中国理论界就开始关注可持续消费问题,在随后的时间里,取得了大量研究成果。本书正是在前人研究的基础上对中国居民可持续消费展开讨论。

中国作为一个发展中国家,生活水平还远远落后于发达国家,有必要进行可持续消费吗?本书运用价值量以及实物量分析法,系统全面地研究了中国居民消费造成的生态环境压力,从而给出了肯定的答案。实际上,保护生态环境是可持续消费的内在规定性,而保护生态环境要求我们每个微观个体努力减少资源与能源的消耗,从而减轻生态环境的压力。然而,当我们每个微观个体都在努力这么做的时候,经济增长不会受到影响吗?因此,本书针对理论界在这些方面研究的不足,分别从微观和宏观两个视角对可持续消费的影响因

素和实现条件进行了理论和实证分析,为消费行为向可持续方向转变奠定了理论基础。其主要内容包括:

导论,首先介绍论文的研究背景、目的和意义;接着阐述可持续消费的理论依据;然后对与本研究相关的文献资料进行综述和评述;最后总结本书可能的创新点,指出需要进一步研究的方向和问题。

第一章,在探讨可持续消费伦理基础的前提下,分析消费的本质,提出可持续消费的微观基础。人的生存和发展离不开消费,作为人的消费,其本质无非是获得自身的福利满足或幸福快乐。然而,福利满足或幸福快乐并不是一个简单的问题,因为幸福快乐是个体需要的满足或目的的实现所带来的一种心理体验状态。正是由于幸福快乐是一种心理体验,不同的人消费同一件商品可能得到不同的满足。关于可持续消费,理论界普遍接受了挪威奥斯陆会议提出的定义——“提供服务以及相关的产品以满足人类需求,提高生活质量,同时使自然资源和有毒材料的使用量最少,使产品或服务的生命周期中所产生的废物和污染物最少,从而不危及后代的需求”。该定义是一个与可持续发展相联系的宏观动态概念。在强调生活质量提高的同时,又强调自然物质消耗和废弃物排放的减少;在强调当代人需求时又要兼顾后代人的需要。然而就目前的现状来看,生活质量的提高,意味着物质消耗的增加,当大多数人的生活质量都提高时,环境的压力也将随之增加。因此,就其定义本身,可持续消费存在着权衡取舍的矛盾关系。如何认识可持续消费的本质内涵?首先,可持续消费概念的提出是基于生态环境问题的解决,因而保护生态环境是可持续消费的内在规定性;第二,可持续消费不能放弃福利满足或幸福快乐的消费本质;第三,可持续消费是一个动态概念。因此,可持续消费的实质是要在消费者福利满足与保护生态环境之间寻找平衡点,在保证消费者福利满足的同时使物质、能源消耗以及废弃物排放最小化。作为宏观总体的可持续消费,需要微观个体可持续消费行为作为支撑,而宏观总体的可持续消费包含福利满足与环境保

护两个方面,与之相应,可持续消费的微观基础为,个体福利满足与体现环境保护的物质减量化消费。物质减量化有两个途径:一是选择替代,即在不减少消费量的情况下,选择物质含量低的物品或服务进行消费。二是节俭或减少消费,即直接通过减少消费量或节俭来降低资源和能源的消耗。物质减量化消费的目的是减轻生态环境的压力,因此也称之为环境友好型消费。

第二章,回答中国居民进行可持续消费的必要性。从价值指标考察,按照恩格尔系数的划分,中国城乡居民从1978年到2007年,总体消费水平实现了绝对贫困、勉强度日、小康水平向生活富裕的转变,消费内容的扩大和消费数量的增加,伴随着的则是能源、资源消耗的不断上升。由扩展线性支出系统模型计算的1998—2007年中国城镇居民边际消费倾向、基本消费支出以及收入弹性指标也得出了相同的结论。

运用家庭物质代谢法,从实物量指标考察:居民家庭消费的物质存量和流量、家庭废弃物平均排放量都在迅速增长。2008年我国城镇居民家庭平均每百户彩电、电冰箱、洗衣机和空调年底拥有量比1990年分别增长了1.3倍、1.2倍、0.2倍和293.6倍;同期,农村居民的电视机(包括黑白和彩色)、电冰箱、洗衣机和空调的拥有量2008年比1990年分别增长了1.5倍、23.7倍、4.4倍和53.6倍。一些新的耐用消费品如家用电脑、摄像机、微波炉、移动电话和家用汽车等近年来增长迅速。平均每人生活能源消费量,1983—2007年每年以2.7%的速度增长,其中2007年电力消费是1983年的20.5倍。在水资源消费方面:生活用水所占比重由2000年的10.5%,上升为2008年的12.3%。家电报废量不断增加,从2003年起我国每年至少有500万台电视机、400万台电冰箱、600万台洗衣机需要报废,每年手机报废量约7000万部,旧电脑500万台。我国家庭固体垃圾的产出量也逐年增加,城市人均日产垃圾约1公斤,垃圾人均年产量达440公斤,600座城市目前已堆放或填埋各类垃圾80亿吨,有三分之

二的城市被垃圾群包围,全国垃圾产量达到了1.8亿吨,每年以8%到10%的速度增长,与GDP增速相匹敌。

从生态足迹和生态赤字的变化趋势可知,中国居民家庭人均生态足迹呈现上升趋势,特别是自1998年开始,这种上升态势尤为明显。家庭人均生态赤字基本趋于递增,2007年是生态赤字最为严重的一年。

第三章,首先在理性和有限理性两大分析框架内,运用理性选择模型、调整预期价值理论、道德行为规范理论、习惯理论等分析了影响环境友好型行为的因素和条件。环境友好型行为的内部影响因素包括:价值观、态度、个人规范以及个人消费习惯。环境友好型行为的外部影响因素包括:社会规范、消费者的收入水平、商品价格、消费选择信息、产品供给、制度安排以及时间因素等。第二,建立可持续消费内部影响因素的结构方程模型并进行验证。本书依据中国的具体情况,建立了物质主义—环境信念—环境关心—环境友好型行为的结构方程模型。模型的理论逻辑是:只有对环境的关心才会产生环境友好型行为,而对环境的关心又受到环境信念和物质主义价值取向的影响,由于环境关心和环境信念的作用,减弱了物质主义对环境友好型行为的负面影响。本书运用问卷调查的样本资料,对模型关系进行了验证。总的结论是:在中国,物质主义对环境信念和环境关心有显著性的负面影响,环境信念对环境关心有显著性的正向影响,环境关心对循环替代行为具有显著性的正面影响,但是,环境关心对节约行为不具有显著性的正面影响。在中国,物质主义的价值取向突出表现在,人们普遍把物质拥有等同于享受生活。随着年龄的增长,生活经验的积累,物质财富与成功、物质财富与幸福的关系被强化。中国居民普遍具有很高的环境信念,对环境也表达了较强的关心,但这种关心更多是一种概念。虽然人们赞成政府应该采取强有力的措施来管理环境,但同时也反对通过减少消费来保护环境。从消费行为看:人们对购买绿色或有机食品并未表现出积极的行动;

更在意如何节电,而在节水上,尽管认为水的循环使用比较容易做到,但做的人却很少;自带购物袋购物的人数比例较低,但塑料袋循环使用者人数较多。第三,主要从环境友好型产品的供给以及管理制度等方面,对中国居民可持续消费的外部因素进行分析。一方面,环境友好型产品和基础设施供给不足,另一方面,管理制度缺失。

第四章,从宏观尺度对中国居民可持续消费与经济增长之间的关系进行分析。在经济增长中,消费或人均消费非下降的弱可持续消费条件如何实现?本章分别运用新古典增长模型和内生增长模型,讨论了在可耗竭资源约束下、在可耗竭资源与环境质量的共同约束下,经济增长中的弱可持续消费影响因素。结论是:时间偏好率越低,环境的管制标准越高,技术进步对资本边际产量递减的抵消作用越大,就越有利于可持续消费。关于减少消费或节俭的强可持续消费在经济增长中的作用,本章从18世纪英国经济学家伯纳德·孟德维尔《蜜蜂寓言》中所阐述的思想开始,分析了理论界关于节俭与经济增长之间的关系。不同的社会经济背景对经济增长有不同的要求,节俭有利于长期增长,而阻碍短期增长。21世纪的经济背景与以往已经大不相同,资源耗竭、环境污染、生态破坏等生态环境问题已经成为经济增长不能不考虑的问题。因此,短期增加消费促进经济增长时,除了要考虑经济的充分就业外,还应关注资源环境限制。

从可持续消费与经济增长的关系看,中国居民的可持续消费既有有利因素也有不利因素。不利的一面表现在:第一,中国面临着巨大的物质消费增长空间。第二,我国技术创新能力仍然较低。专利发明的重点集中在中药、非酒饮料、食品以及中文输入法等有关产品结构改进和创新的实用新型和有关产品造型的外观设计上。有利因素表现在:政府有一定力度的环境管制,中国居民的时间偏好率比较低,特别是经济增长与福利满足或幸福快乐的非高度相关性,给我们通过减少消费或节俭的方式减轻环境压力提供了新的思路。有一些证据显示:当一个人经济上更安全时,他更可能关心后代的福利和生

态环境问题。经济更安全,并不一定是指经济上更富有,而是指社会能够为个人提供就业保障、医疗保障、养老保障和最低的收入水平。

第五章,从演化和消费者博弈角度探讨可持续消费行为的演化条件。人的行为由过去的习惯、当前的情境和对未来的期待所共同决定。行为主体常常受制于自身内在的和外在背景条件的相互协调、相互适应、相互作用。因而,可持续消费行为的转变是一个连续、缓慢、渐变的过程。消费者在目前的历史时点处,能否采取有利于生态环境的消费选择?消费者的福利满足以及消费者之间的相互博弈起着重要作用。个人福利满足与价值取向密切相关。具有不同价值取向的消费者,尽管消费了相同的商品,但所感受到的满足程度并不相同。以物质福利为中心的消费者,因为消费了更多的经济物品而感到幸福;同样地,以非物质福利为中心的消费者并未消费更多的经济物品,只是由于实现了他的价值目标而感到幸福快乐。在一个只有少数消费者持有非物质福利环境关心、普遍以物质福利为中心的社会中,消费者采取不利于生态环境的炫耀策略是最优选择。因此依靠政府行动改变消费选择是必不可少的。虽然一次性的消费博弈结果对生态环境不利,消费者之间的反复消费博弈以及消费者与政府之间的反复博弈,其长期的稳定趋势是否朝着有利于环境的方向演化?凡勃伦效应模型表明,演化方向趋向于全部消费者都采取对环境不利的炫耀策略。羊群效应模型表明,演化方向是否趋向于对环境不利的非环境友好型策略,取决于初始时采取非环境友好型策略人数的比例,如果比例大于 $1/2$,结果只能是全部消费者采取非环境友好型策略。在消费者群体与政府的非对称博弈中,能否出现有利于环境的结果,取决于消费者采取环境友好型策略付出的代价以及政府的支持力度和收益。消费者付出的代价越小,政府的支持力度越大,同时政府由于对环境友好型行为的支持而获得的收益能远远大于他的支持代价,则出现对生态环境有利的结果的可能性就越大。

第六章,提出推进可持续消费的政策建议。中国居民的可持续消费面临着极其严峻的困难,一方面生态足迹的扩大已经导致生态赤字,另一方面有大量并不富裕的人口,仍然需要继续增加物质财富的消耗。在影响可持续消费的诸多因素中,比如物质主义价值倾向和行为规范、绿色产品以及基础设施的供给不足等,都使可持续消费演化变得异常困难。因此,可持续消费的形成需要多种措施综合作用。第一,建立可持续消费文化。可持续消费文化是指与可持续消费目标相一致的信念、价值观、行为规范等以及由此确定的社会评价和认同标准。按照可持续消费的内在要求,其文化特征表现在消费者对生态环境的关心、对后代的关心、对社会的关心,即利他性上。第二,提供可持续消费技术。可持续消费技术包括生产产品和服务的生产技术与提供实现产品和服务的基础设施及其布局。如果没有环境友好型产品和服务的供给,缺乏布局科学、合理的基础设施系统,有利于生态环境的可持续消费就难以形成。第三,制定可持续消费政策。在微观政策方面:主要是通过补贴和税收政策引导消费者的消费行为向可持续方向转变。宏观政策方面:建立绿色 GDP 核算体系,采取结构性拉动消费的政策、缩小收入的差距。第四,完善可持续消费法律。通过制定相应的法律、法规或条例,规范和引导人们改变不良的消费习惯,实现消费行为的转变。

目 录

导 论	1
第一节 研究背景、目的与意义	1
一、研究背景	1
二、研究目的	3
三、研究的意义	4
第二节 理论依据与相关研究综述	6
一、理论依据	6
二、相关研究综述	13
第三节 研究方法、研究结构与创新点	21
一、研究方法	21
二、研究结构	22
三、可能的创新点与不足	23
第一章 可持续消费的伦理及微观基础	26
第一节 可持续消费的伦理基础	26
一、人类中心主义与非人类中心主义	26
二、可持续消费的伦理基础——人与自然的和谐	28
第二节 消费的本质	31
一、消费的多重含义	31
二、消费的本质：福利满足或幸福快乐	34
第三节 可持续消费的微观基础	40
一、可持续消费的内涵	40
二、可持续消费的微观基础——个体福利的满足与物质 减量化	45

本章小结	48
第二章 中国居民消费支出与生态环境压力的变化分析	50
第一节 中国居民生活消费支出的变化	50
一、消费品的特征	50
二、居民生活消费水平的变化	52
三、居民消费结构的变化	53
第二节 居民消费的生态环境影响研究方法	58
一、生态足迹方法	58
二、家庭物质代谢分析法	61
三、生命周期法	62
四、环境经济投入—产出法	64
第三节 中国居民消费的生态环境压力变化	66
一、关于中国居民消费的生态环境压力研究现状	66
二、中国居民家庭消费物质代谢分析	66
三、中国居民家庭生态足迹分析	72
本章小结	78
第三章 中国居民可持续消费微观因素分析	80
第一节 可持续消费行为的内、外部因素分析	80
一、理性选择理论基础的可持续消费因素及条件分析	80
二、有限理性基础的可持续消费因素及条件分析	86
第二节 中国居民可持续消费内部因素的结构方程模型实证 分析	98
一、物质主义—环境信念—环境关心—环境友好型行为模型 假设与验证	98
二、中国居民可持续消费行为与内部因素实证分析	107
第三节 中国居民可持续消费外部因素分析	114
一、环境友好型产品的供给	114
二、制度安排	116

本章小结.....	119
第四章 中国居民可持续消费宏观增长分析.....	121
第一节 经济增长与弱可持续消费.....	121
一、新古典增长模型与弱可持续消费	122
二、可耗竭资源约束下的新古典增长模型与弱可持续消费	130
三、可耗竭资源、环境约束下的新古典增长模型与弱可持续 消费	133
四、可耗竭资源、环境约束下的内生经济增长模型与弱可持 续消费	136
第二节 经济增长与强可持续消费.....	141
一、节俭与长期经济增长	141
二、节俭与短期经济增长	144
三、长、短期经济增长的平衡.....	147
第三节 中国居民可持续消费的障碍与可行性.....	150
一、中国居民可持续消费的障碍	150
二、中国居民可持续消费的可行性	159
本章小结.....	169
第五章 可持续消费演化博弈分析.....	171
第一节 可持续消费的演化范式.....	171
一、演化论的基本思想	171
二、经济演化论范式及特征	174
三、可持续消费行为转变的演化论范式	177
第二节 可持续消费的静态博弈分析.....	181
一、不同价值取向的消费者可持续消费选择	181
二、相互依存的消费者之间的可持续消费博弈分析	186
第三节 可持续消费的演化博弈分析.....	192
一、演化博弈分析框架	192

4 中国居民可持续消费研究

二、消费者群体内的复制动态博弈与演化稳定解	195
三、消费者群体与政府部门的复制动态博弈与演化稳定解	201
本章小结	205
第六章 推进中国居民可持续消费的对策建议	207
第一节 可持续消费文化的建设	207
一、可持续消费利他性文化特征	207
二、中华民族传统节俭文化的传承与新的内涵	209
三、实施全民可持续消费教育	211
第二节 可持续消费技术与绿色产品的供给	214
一、推动技术进步、供给绿色产品	214
二、创新基础设施布局、提供绿色基础设施	217
第三节 可持续消费微观与宏观政策的制定	220
一、微观政策	220
二、宏观政策	222
第四节 可持续消费法律体系的完善	227
一、借鉴国外法律制度	227
二、建设我国法律制度	229
本章小结	230
参考文献	233
附 录	247
后 记	252

大气污染已使我国 600 多座城市的大气质量符合国家标准的不到 1% (应启肇, 2008)。党的十六届五中全会明确提出了“建设资源节约型、环境友好型社会”, 并首次把建设资源节约型和环境友好型社会确定为国民经济与社会发展中长期规划的一项战略任务。环境友好型社会, 要求全社会都采取有利于环境保护的生产方式、生活方式、消费方式, 建立人与环境良性互动的关系。反过来, 良好的环境也会促进生产、改善生活, 实现人与自然和谐。在 2006 年, 中国政府开始痛下决心, 强力推动由“以牺牲环境换取经济增长”向“以保护环境优化经济增长”的转变。2006 年 4 月 17—18 日在北京召开的第六次全国环境保护大会上, 温家宝总理提出要实现“三个转变”, 即从重经济增长轻环境保护转变为保护环境与经济增长并重, 从环境保护滞后于经济发展转变为环境保护和经济发展同步推进, 从主要用行政办法保护环境转变为综合运用法律、经济、技术和必要的行政办法解决环境问题。普通公众的环境意识也有很大增强。中国环境意识项目《2007 年全国公众环境意识调查报告》^①显示, 中国公众认为环境问题是中国社会最为重要的问题之一。居民消费, 既利用环境, 又影响环境; 既在向环境索取, 又在不断地改造环境; 既在美化环境, 又在破坏环境。利用和影响, 索取和改造, 美化和破坏都在同时进行。没有人类, 就没有人类对环境的改造, 就没有当今的物质世界。但同时, 人类在改造环境的过程中也在破坏环境, 致使环境问题成为当今的一大“公害”。消费和环境的关系不是消费结构本身的问题, 但环境是资源、是消费的场所和空间。它影响和制约着消费结构。好的环境促进消费结构合理化, 恶劣的环境扭曲消费结构, 降低消费质量。

① 中国环境意识项目组:《2007 年全国公众环境意识调查报告》, 2008 年 4 月 3 日, <http://www.sdetn.gov.cn/jnb/rootfiles/2008/06/20/1213924957452226-1213924957454655.pdf>。

二、研究目的

全球市场经济国家统一使用的 SNA 国民账户体系的核心概念,就是以货币计量的 GDP,我们的现行理论以及衡量指标无不反映出经济增长的重要。改革开放以来,我国经济快速增长,1979 年至 2007 年,国内生产总值平均增长速度为 9.8%;人民生活显著改善,城镇居民人均可支配收入由 1978 年的 343 元提高到 2007 年的 13786 元,农民人均纯收入由 134 元提高到 4140 元^①。然而,在经济快速增长的同时,伴随着的是人口膨胀,资源大量消耗,环境污染加剧,自然生态系统遭受破坏,大量宝贵的“国土”损失,以及由此而引发的各种环境问题。“经济增长了,环境污染了。”从消费领域看,美国式的大消费,个人主义生活方式由于“符合”自由、方便、自立、卫生等现代化标准,在我国受到广大民众的青睐,也得到了经济学理论的“支持”。物质主义在中国的流行,奢侈消费、浪费和非理性消费在消费系统中的凸显,无一例外都对环境造成了冲击。当消费不断拉动经济增长,经济增长又进一步提升消费水平的过程中,生产与消费的相互作用势必导致环境污染和生态破坏的加剧趋势。

本书研究的目的就是通过实证分析揭示中国居民消费的生态环境压力,从而进一步论证中国居民可持续消费的必要性。从微观和宏观两个层面全面探讨可持续消费的影响因素和实现条件,为中国居民消费向可持续方向转变提供理论依据和政策支持。

^① 中华人民共和国国家统计局:《中国统计年鉴》, [http://www. stats. gov. cn/tjsj/ndsj/1996-2008](http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/1996-2008), .

三、研究的意义

中国这样一个发展中国家,与发达的西方国家相比,满足其基本需要的物资消费水平还远远处于落后位置,经济增长似乎仍然是解决一切社会问题的关键。然而生态环境问题却日益严重,依据发达国家的经验教训,仅仅依靠生产方面的努力不足以解决环境问题,着眼于居民消费对环境影响的可持续消费研究,无论在理论和现实上都有十分重要的意义。

(一) 理论意义

1992年里约地球峰会之后,消费过程作为可持续发展的前提条件逐渐被人们所认识,1994年1月联合国环境署在挪威奥斯陆召开的“可持续消费专题研讨会”上明确给出了可持续消费定义,之后学术界对可持续消费进行了广泛的研究。本书在前人研究的基础上,从微观和宏观两个角度,通过理论和实证分析,揭示中国居民可持续消费的影响因素和条件,为居民消费向可持续方向转变提供理论依据。首先,中国作为一个并不富裕的发展中国家,有必要采取有利于生态环境的可持续消费吗?本书试图从居民家庭消费的生态环境压力方面加以解释,弥补理论界在这一方面研究的不足。第二,可持续消费是与可持续发展相关联的宏观意义的概念,其微观基础理论界很少论及。而可持续消费微观基础的建立,对于把握可持续消费的本质,深入研究可持续消费问题具有重要的理论价值。第三,理论界关于微观个体可持续消费行为影响因素的研究,要么着眼于内部因素,要么着眼于外部因素,本书试图从多种消费行为理论,对内、外部因素及条件进行全面详细的分析,对于拓展可持续消费行为影响因素研究的理论视野具有一定作用。第四,本书试图运用结构方程模型对中国居民可持续消费行为影响因素进行实证分析,对于丰富可持续消费的研究方法具有积极作用。第五,对经济增长与可持续消