



中南财经政法大学
青年学术文库

中国城市消费者绿色 消费行为的影响因素研究

马瑞婧 著

中国社会科学出版社



中南财经政法大学
青年学术文库

中国城市消费者绿色 消费行为的影响因素研究

马瑞婧 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国城市消费者绿色消费行为的影响因素研究 / 马瑞婧著.
北京: 中国社会科学出版社, 2011. 12

ISBN 978 - 7 - 5161 - 0390 - 6

I. ①中… II. ①马… III. ①绿色消费 - 研究 - 中国
IV. ①C913.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 259829 号

责任编辑 金泓

责任校对 刘娟

封面设计 久品轩

技术设计 王炳图

出版发行	中国社会科学出版社	出版人	赵剑英
社址	北京鼓楼西大街甲 158 号	邮编	100720
电话	010 - 64040843 (编辑)	64058741 (宣传)	64070619 (网站)
	010 - 64030272 (批发)	64046282 (团购)	84029450 (零售)
网址	http://www.csspw.cn (中文域名: 中国社科网)		
经销	新华书店		
印刷	北京奥隆印刷厂	装订	廊坊市广阳区广增装订厂
版次	2011 年 12 月第 1 版	印次	2011 年 12 月第 1 次印刷
开本	710 × 1000 1/16		
印张	10.5	插页	2
字数	175 千字		
定价	30.00 元		

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

本书受中南财经政法大学出版基金资助

《中南财经政法大学青年学术文库》 编辑委员会

主 任：吴汉东

副主任：郭道扬 张中华 陈小君

委 员：刘可风 卢现祥 熊胜绪 杨灿明

范忠信 罗 飞 朱新蓉 陈池波

齐文远 张新国 夏成才 姚 莉

杨宗辉 朱延福 向书坚

主 编：张中华

编辑部成员：姚 莉 陈敦贤 刘普生 朱冬生

本书主审：张新国

总 序

一个没有思想活动和缺乏学术氛围的大学校园，哪怕它在物质上再美丽、再现代，在精神上也是荒凉和贫瘠的。欧洲历史上最早的大学就是源于学术。大学与学术的关联不仅体现在字面上，更重要的是，思想与学术，可谓大学的生命力与活力之源。

中南财经政法大学是一所学术气氛浓郁的财经政法高等学府。范文澜、嵇文甫、潘梓年、马哲民等一代学术宗师播撒的学术火种，五十多年来一代代薪火相传。在世纪之交，在合并组建新校而揭开学校发展新的历史篇章的时候，学校确立了“学术兴校，科研强校”的发展战略。这不仅是对学校五十多年学术文化与学术传统的历史性传承，而且是谱写 21 世纪学校发展新篇章的战略性手笔。

“学术兴校，科研强校”的“兴”与“强”，是奋斗目标，更是奋斗过程。我们是目的论与过程论的统一论者。我们将对宏伟目标的追求过程寓于脚踏实地的奋斗过程之中。由学校斥资资助出版《中南财经政法大学青年学术文库》，就是学校采取的具体举措之一。

本文库的指导思想或学术旨趣，首先在于推出学术精品。通过资助出版学术精品，形成精品学术成果的园地，培育精品意识和精品氛围，提高学术成果的质量和水平，为繁荣国家财经、政法、管理以及人文科学研究，解决党和国家面临的重大经济、社会问题，作出我校应有的贡献。其次，培养学术队伍，特别是通过对一批处在“成长期”的中青年学术骨干的成果予以资助推出，促进学术梯队的建设，提高学术队伍的实力与水平。再次，培育学术特色。通过资助在学术思想、学术方法以及学术见解等方面有独到和创新之处的成果，培育科研特色，力争通过努力，形成有我校特色的学术流派与学术思想体系。因此，本文库重点面向中青年，重

点面向精品，重点面向原创性学术专著。

春华秋实。让我们共同来精心耕种文库这块学术园地，让学术果实挂满枝头，让思想之花满园飘香。

2009 年 10 月

Preface

A university campus, if it holds no intellectual activities or possesses no academic atmosphere, no matter how physically beautiful or modern it is, it would be spiritually desolate and barren. In fact, the earliest historical European universities started from academic learning. The relationship between a university and the academic learning cannot just be interpreted literally, but more importantly, it should be set on the ideas and academic learning which are the so-called sources of the energy and vitality of all universities.

Zhongnan University of Economics and Law is a high education institution which enjoys rich academic atmosphere. Having the academic germs seeded by such great masters as Fanwenlan, Jiwenfu, Panzinian and Mazhemin, generations of scholars and students in this university have been sharing the favorable academic atmosphere and making their own contributions to it, especially during the past fifty-five years. As a result, at the beginning of the new century when a new historical new page is turned over with the combination of Zhongnan University of Finance and Economics and Zhongnan University of Politics and Law, the newly established university has set its developing strategy as "Making the University Prosperous with academic learning; Strengthening the University with scientific research", which is not only a historical inheritance of more than fifty years of academic culture and tradition, but also a strategic decision which is to lift our university onto a higher developing stage in the 21st century.

Our ultimate goal is to make the university prosperous and strong, even through our struggling process, in a greater sense. We tend to unify the destination and the process as to combine the pursuing process of our magnificent goal with the practical struggling process. The youth's Academic Library of Zhongnan University of Economics and Law, funded by the university, is one of our specific

measures.

The guideline or academic theme of this Library lies first at promoting the publishing of selected academic works. By funding them, an academic garden with high – quality fruits can come into being. We should also make great efforts to form the awareness and atmosphere of selected works and improve the quality and standard of our academic productions, so as to make our own contributions in developing such fields as finance, economics, politics, law and literate humanity, as well as in working out solutions for major economic and social problems facing our country and the Communist Party. Secondly, our aim is to form some academic teams, especially through funding the publishing of works of the middle – aged and young academic cadreman, to boost the construction of academic teams and enhance the strength and standard of our academic groups. Thirdly, we aim at making a specific academic field of our university. By funding those academic fruits which have some original or innovative points in their ideas, methods and views, we expect to engender our own characteristic in scientific research. Our final goal is to form an academic school and establish an academic idea system of our university through our efforts. Thus, this Library makes great emphases particularly on the middle – aged and young people, selected works, and original academic monographs.

Sowing seeds in the spring will lead to a prospective harvest in the autumn. Thus, Let us get together to cultivate this academic garden and make it be opulent with academic fruits and intellectual flowers.

Wu Handong

摘 要

一

绿色消费是 20 世纪 70 年代以后进入我们生活的一种新的消费方式，但迄今为止，绿色消费的研究还十分缺乏，从现有资料来看，尚未发现以绿色消费行为为主题的全面深入的实证研究成果。20 世纪 90 年代以后，西方发达国家的学者开始对环境意识消费行为作相关的实证研究，例如：有的学者从人口统计变量方面研究了其对环境意识消费行为的影响；有的学者从心理变量和文化变量两个方面研究了其对环境意识消费行为的影响；有的学者从人口统计变量和心理变量两个方面研究了其对环境意识消费行为的影响；有的学者从人口统计变量、心理变量及个性变量三个方面研究了其对环境意识消费行为的影响。由此可见，他们的研究是从某一个或几个有限的角度来进行的，分析并不全面。

本书将在相关研究的基础上，综合考虑人口统计变量、心理变量及文化变量对绿色消费行为的影响，建立一个中国文化背景下研究绿色消费行为影响因素的理论模型，分析中国城市绿色消费行为的影响因素及其影响程度，为国家、环境组织及绿色企业在促使消费者采取绿色消费行为方面制定相关措施提供参考。

二

（一）本书的研究目的

第一，借鉴现有研究成果，设计出符合中国特征的、可行的绿色消费行为研究量表。

第二，在研究基础上构建研究中国城市绿色消费行为影响因素的理论模型，并通过实证分析进行验证。

第三,从多个角度提出影响中国城市绿色消费行为的因素,并确定各个因素对绿色消费行为的影响程度,以便为国家、环境组织和企业促使消费者采取绿色消费行为方面制定相关措施提供参考。

(二) 本书的研究意义

1. 理论意义

(1) 通过对中国城市绿色消费行为影响因素的实证研究,为完善和发展消费者行为理论和绿色营销理论作出贡献。

(2) 为进一步开展绿色消费行为的实证研究奠定基础。

2. 现实意义

(1) 为国家、环保组织和企业制定相关措施促进绿色消费提供参考。

(2) 为提高我国的绿色消费水平,从而推进可持续发展战略的实施、循环经济的发展与和谐社会的建立作出贡献。

三

本书采用实证研究法。在对湖北省武汉市、荆门市、钟祥市和冷水镇的 870 位消费者的面对面问卷调查的基础上,用 SPSS 软件对调查资料作了因子分析、相关分析和回归分析,最后确定了中国城市绿色消费行为的影响因素及其影响程度。研究流程见图 1。

四

本书的主要内容是:理论准备—实证研究—研究发现,分为相互关联的三个部分。

(一) 理论准备

理论准备部分包括第一章导论和第二章文献综述两章的内容。导论部分阐述了本书的选题背景;介绍了本书的研究目的、研究范围、研究流程与研究内容。

第二章文献综述包括两个部分:一是绿色消费和绿色消费者的内涵研究;二是绿色消费影响因素的研究综述。

在第一部分,笔者将不同学者及组织对绿色消费和绿色消费者的内涵作了归纳分析。

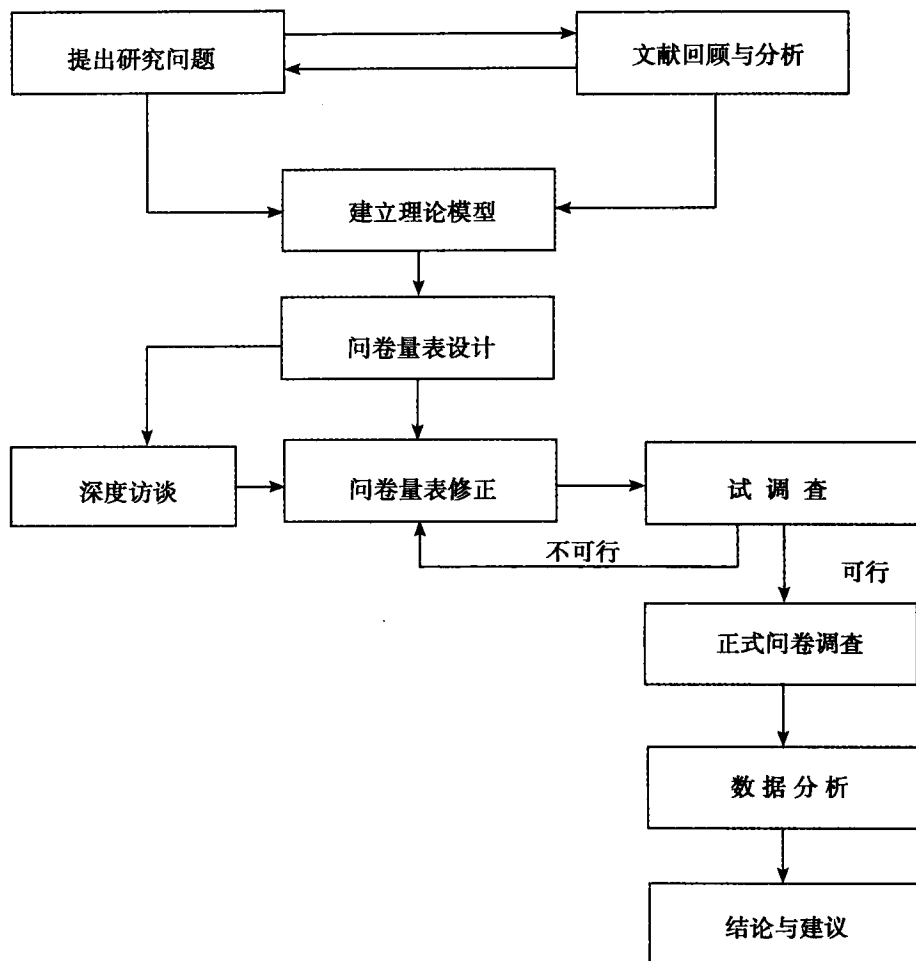


图1 研究流程图

对于绿色消费内涵的理解，笔者将其分成四类作了归纳分析，最后提出了自己对绿色消费内涵的理解：绿色消费的概念可以从两个角度来界定：狭义而言，绿色消费是指人们为了保护自身生存环境，使人与自然和谐相处，自觉采用绿色购买行为以及其他环保行为的一种生活消费方式。广义而言，绿色消费是指以实现人类社会的可持续发展为目标，以人类与自然的和谐发展理念，在产品的生产、分配、流通、消费各环节都注意对生态环境的保护的一种理性消费方式。其内容可概括为5R，即节约资源、减少污染（Reduce）；绿色生活、环保选购（Reevaluate）；重复使用、

多次利用 (Reuse); 分类回收、循环再生 (Recycle); 保护自然、万物共存 (Rescue)。

对于绿色消费者内涵的理解, 笔者在介绍了四位学者对绿色消费者内涵的理解后, 提出了自己的见解: 绿色消费者指具有绿色环保意识, 主动采取一般环保行为, 对绿色产品具有潜在或现实需求的消费者。

在第二部分, 笔者对绿色消费影响因素的研究进行了梳理, 归纳出影响绿色消费行为的七个因素: 人口统计特征、环境知识、环境态度、感知消费者效力、生态情感、个性特征及价值观, 并提出了八个理论假设。

(二) 实证研究

实证研究包括第三章和第四章两章内容。

第三章是研究设计。笔者首先将环境态度、价值观、环境知识、生态情感、感知消费者效力以及人口统计变量均纳入模型中, 建立了一个新的绿色消费行为研究模型 (见图 2); 其次, 设计了测定环境态度、价值观、环境知识、生态情感、感知消费者效力和绿色消费行为的量表; 最后, 进行了消费者调查设计。

第四章是分析与发现。笔者首先分析了样本特征和量表信度; 然后对所提出的假设进行了假设检验, 并得出了相应检验结果。

(三) 研究发现

研究发现即第五章内容。笔者首先在阐述本书主要结论的基础上, 对结论进行了讨论; 其次阐述了本书对国家的意义、对环境组织和企业促进绿色消费方面的启示; 再次, 阐述了本书的创新之处; 最后, 说明了本研究的局限性、提出了进一步研究领域。

1. 研究结论

通过问卷调查和运用 SPSS 软件对问卷资料作因子分析、回归分析和相关分析, 最后得出如下主要结论:

(1) 构建了中国城市绿色消费行为影响因素的理论模型; 确定了影响绿色消费行为的因素: 认为对环境问题应是“个人重视”的环境态度 (A1)、认为对环境问题应是“政府责任”的环境态度 (A2)、整体协调观 (B1)、环境资源知识 (C1)、绿色消费知识 (C3)、对环境关心的生态情感 (E) 和感知消费者效力 (F), 部分人口统计特征 (婚姻、年龄、职业); 确定了各因素对绿色消费行为的影响程度。

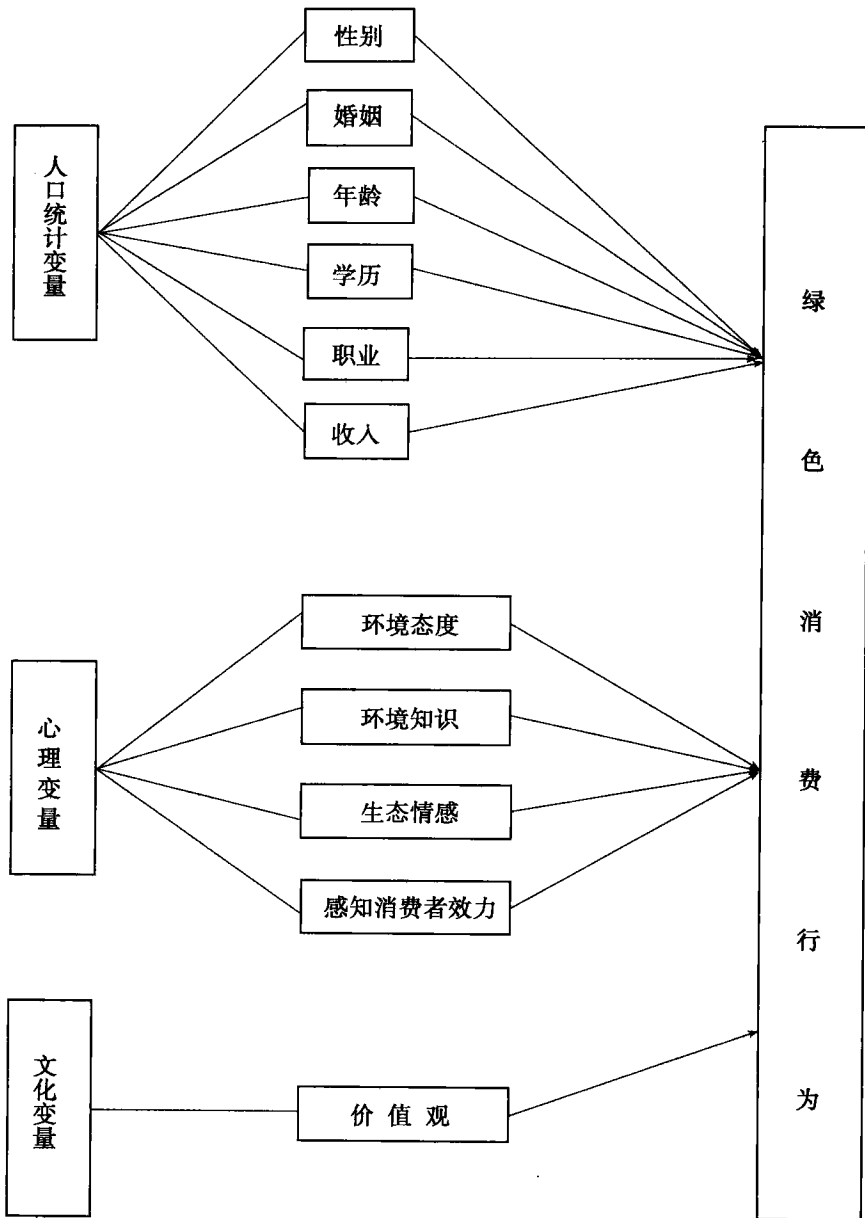


图2 绿色消费行为研究模型

(2) 对绿色消费行为的主要影响因素为：环境资源知识 (C1)、对环境关心的生态情感 (E)、认为对环境问题应是“个人重视”的环境态度

(A1)、绿色消费知识 (C3)、认为对环境问题应是“政府责任”的环境态度 (A2)。

(3) 对绿色消费行为的一般影响因素为：感知消费者效力 (F)、整体协调观 (B1)。

(4) 部分人口统计特征 (年龄、婚姻、职业) 对绿色消费行为有一定的影响。

(5) 对绿色消费行为完全没有影响的因素为：部分人口统计特征 (性别、收入和学历)，个体快乐观 (B2)、安全 (B3) 和绿色产品知识 (C2)。

具体结论如下：

① 各变量维度对绿色消费行为的影响程度 (见图 3)

根据第四章的分析，各种变量维度对绿色消费行为的影响程度不同，图 3 列出了各变量维度对绿色消费行为的影响程度。其中， r 代表相关系数；SC 代表标准化回归系数。

② 对绿色消费行为的主要影响因素为：环境资源知识 (C1)、对环境关心的生态情感 (E)、认为对环境问题应是“个人重视”的环境态度 (A1)、绿色消费知识 (C3)、认为对环境问题应是“政府责任”的环境态度 (A2)。

③ 对绿色消费行为的一般影响因素为：感知消费者效力 (F)、整体协调观 (B1)。

④ 部分人口统计特征 (年龄、婚姻、职业) 对绿色消费行为有一定的影响。

⑤ 对绿色消费行为完全没有影响的因素为：部分人口统计特征 (性别、收入和学历)，个体快乐观 (B2)、安全 (B3) 和绿色产品知识 (C2)。

2. 本书对国家的意义、对环境组织和绿色企业的启示

(1) 有利于国家可持续发展战略的推进；有利于国家循环经济发展战略的实现；有利于国家实现全面构建和谐社会的目标。

(2) 本书提供的分析结论可以启发环境组织从以下方面努力，以促使国民采取绿色消费行为：对国民进行广泛深入的环境教育，使国民重视环境问题，不要有“环境问题仅仅是政府的责任”的错误想法；对国民进行“天人合一”、“整体协调观”的价值观教育；加大环境知识的宣传力度，

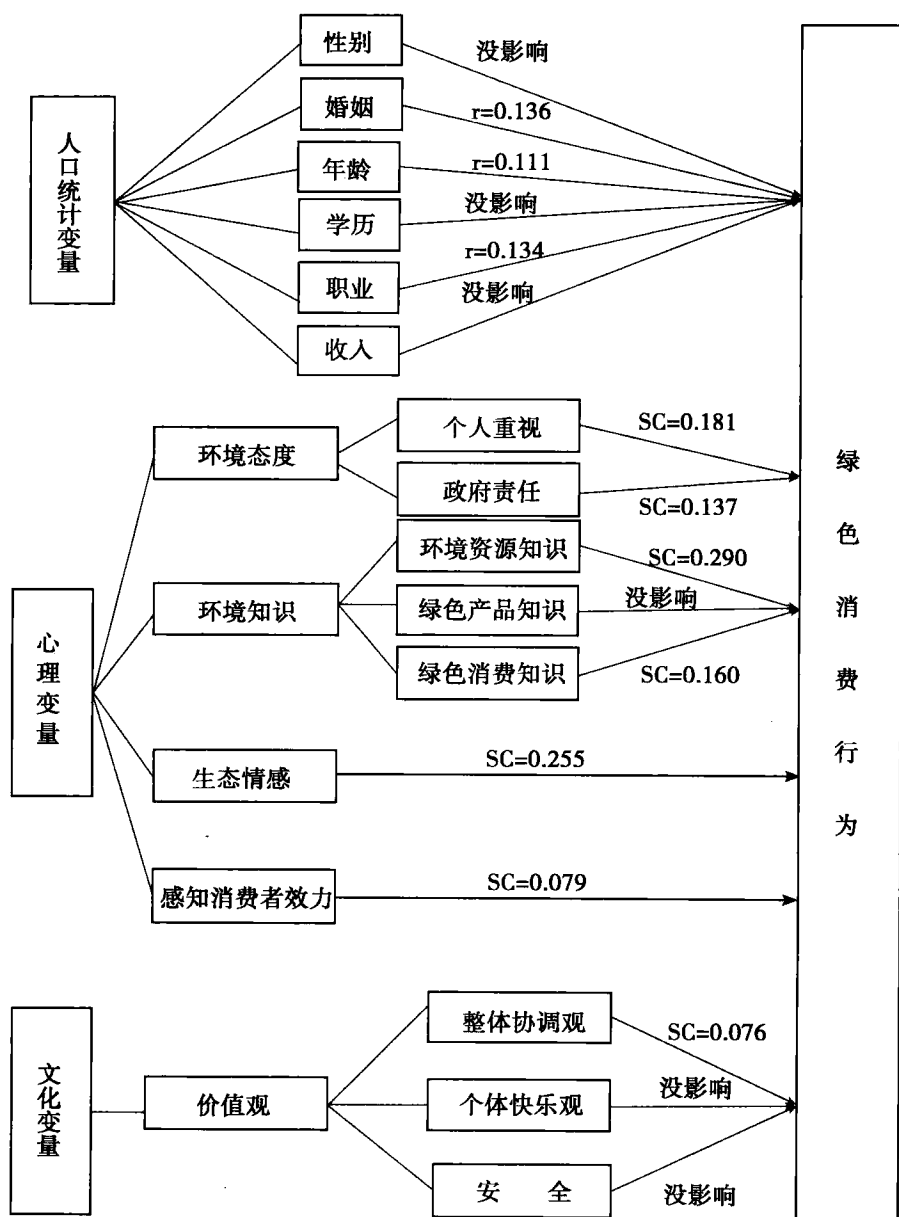


图3 各变量维度对绿色消费行为的影响程度

在国民中普及环境知识；号召国民关心环境，爱护环境；大力宣传个人的绿色消费行为对改善整个环境质量的重要作用。

(3) 本书对绿色企业的启示。绿色企业要实施必要的消费者教育,使越来越多的人树立绿色消费观念,扩大绿色需求市场,促进绿色产品的销售;绿色企业应该将年龄较大的已婚正规职业者作为目前绿色产品最主要的目标消费群体;绿色企业应针对各级学校重点开展“整体协调观”和环境知识教育,以开发潜在绿色需求市场。

3. 本书的创新之处

(1) 构建了研究中国绿色消费行为影响因素的理论模型,创建了测评影响绿色消费行为因素的量表。

至今,国内外还没有关于绿色消费行为研究的理论模型,只有少数关于中国绿色购买行为和环境意识消费行为的研究。本书首次创建了中国绿色消费行为的研究模型。

综观国内外研究现状,没有关于绿色消费行为的研究量表,笔者根据仅有的几个关于绿色购买行为和环境意识消费行为的研究量表,修改整理出了第一个研究绿色消费行为的量表。

(2) 用实证分析方法分析了影响中国城市绿色消费行为的因素

到目前为止,在国内乃至全球尚无一个学者以绿色消费行为为主题进行全面的实证研究,只有少数几篇文章对绿色购买行为、环境意识消费行为等相关问题进行了肤浅的实证分析。本书首次以绿色消费行为为主题,用实证分析方法较深入地分析了影响中国绿色消费行为的因素。

(3) 实证研究的变量范畴比以往相关实证研究的变量范畴要大

以往的有关绿色购买行为、环境意识消费行为的实证研究,其变量范畴不是局限于心理变量,就是局限于文化变量或人口统计变量,而本研究综合考虑人口统计变量、心理变量、文化变量等因素对绿色消费行为作了深入的实证研究。

(4) 探讨了影响中国城市绿色消费行为的因素,确定了这些因素对绿色消费行为的影响程度,为国家、环境组织和绿色企业在促使消费者采取绿色消费行为方面制定相关措施提供了参考。

4. 本书研究的局限性和进一步研究领域

本书存在样本选择和测量方面的局限。以本书的研究为出发点,在相关领域中还有很多问题值得进行深入研究,例如对绿色消费者进行细分研究,构建中国绿色消费者细分模型;对国内不同地区的绿色购买行为做比较研究等。