

LÜSE XIAOFEI XINGWEI YINGXIANG JIZHI
YU FALÜ KUANGJIA YANJIU

绿色消费行为影响机制 与法律框架研究

张新宁 王敏达 ◎ 著

南开大学 出版社

河北省高等学校社科研究 2013 年度基金项目 编号：

绿色消费行为影响机制与 法律框架研究

张新宁 王敏达 著

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

绿色消费行为影响机制与法律框架研究 / 张新宁, 王敏达著. — 天津: 南开大学出版社, 2014.10

ISBN 978-7-310-04672-0

I. ①绿… II. ①张… ②王… III. ①绿色消费—研究—中国 ②绿色消费—法规—研究—中国 IV. ①D669.3
②D922.290.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 228967 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 孙克强

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

天津午阳印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 16.625 印张 305 千字

定价: 34.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

前 言

党的十七大报告提出了建设生态文明的目标，党的十八大报告把生态文明建设提高到了同经济建设、政治建设、文化建设、社会建设同等的战略高度。绿色消费行为是生态文明在消费行为领域的具体体现，是公众参与生态文明建设最直接、最有影响力的实践方式，是落实科学发展观、成功建设生态文明、最终实现社会可持续发展的切入点和突破口。为了更好地引导、促进公众消费者进行绿色消费，出台《绿色消费促进法》就成了必然。

鉴于目前针对国内公众群体的绿色消费行为开展的研究还不多见，尤其是从政策工具和法律框架角度构建绿色消费行为影响机制模型还尚属首次。由此本书在系统梳理了近 30 年的相关文献的基础上，结合相关领域专家学者的访谈结果，主要采用调查研究法和统计分析法，对政策工具、绿色消费态度对绿色消费行为影响机制进行了深入探讨，并在此基础上，构建了《绿色消费促进法》框架，提出了《绿色消费促进法》草案的建议内容要点。

本书的主要贡献和创新点如下：

(1) 理论研究方面。首次清晰地界定了绿色消费的法律定义，对公众更好地把握绿色消费的法律内涵具有重要意义。首次开发了一套包含政策工具量表、绿色消费态度量表和绿色消费行为量表在内的绿色消费行为影响机制测评量表，完成了量表的信度和效度检验，进而通过系统的量化分析，对政策工具、绿色消费态度和绿色消费行为的结构假设和影响关系假设进行了严谨的验证。这方面的研究进一步丰富了我国的绿色消费行为理论体系，对我国的绿色消费行为影响机制的测评研究具有一定的理论价值。

(2) 方法研究方面。首次将多重变量统计分析方法——结构方程模型应用于基于立法框架的绿色消费行为影响机制的研究，弥补了国内相关研究的不足。首先应用“分层次抽样调查法”对自我开发的《绿色消费行为影响机制测量量表》先后进行了两次大样本实证调查，运用统计分析软件 SPSS 和 LISREL 进行数据分析处理，进行了量表的信度和效度检验，保证研究的真实性和可信性，为后续的相关研究提供了一种新的方法。

(3) 实践成果方面。首次构建了《绿色消费促进法》框架，并提出了《绿色消费促进法》草案的建议内容要点，为我国尽快出台《绿色消费促进法》提

供了立法基础。

(4) 现实启示方面。实证的研究结论给予政策制定者在出台相关政策时以启示：首先，本研究采用大样本、“分层次抽样调查法”对中国公众进行了实证调研，对中国公众绿色消费行为水平进行了相对科学的测量与评估，有利于我国政府和政策制定者们更有针对性地出台政策措施促进中国公众实施绿色消费行为；其次，本研究开发出的量表因其是针对中国公众这一大样本群体的，具有广泛的适用性，能为测量特定地区公众或不同群体的绿色消费水平的调研提供可借鉴的测量工具；再次，本研究首次将政策工具变量纳入到绿色消费行为影响机制模型中，得出的政策工具的三个维度与绿色消费态度的三个维度、绿色消费行为的五个维度的最优组合，为政策制定者更有针对性的综合运用不同政策工具，提高公众绿色消费意识起到了重要的促进作用。

张新宁 王敏达

2014年3月16日

南开大学出版社网址: <http://www.nkup.com.cn>

投稿电话及邮箱: 022-23504636 QQ: 1760493289
QQ: 2046170045(对外合作)

邮购部: 022-23507092

发行部: 022-23508339 Fax: 022-23508542

南开教育云: <http://www.nkcloud.org>



App: 南开书店 app



南开教育云由南开大学出版社、国家数字出版基地、天津市多媒体教育技术研究会共同开发, 主要包括数字出版、数字书店、数字图书馆、数字课堂及数字虚拟校园等内容平台。数字书店提供图书、电子音像产品的在线销售; 虚拟校园提供 360 校园实景; 数字课堂提供网络多媒体课程及课件、远程双向互动教室和网络会议系统。在线购书可免费使用学习平台, 视频教室等扩展功能。

目 录

第 1 章 绿色消费理论及绿色消费行为测评方法的研究背景	1
1.1 研究背景与意义	1
1.2 研究目的	6
1.3 拟解决的关键问题	7
1.4 研究思路与内容	8
1.4.1 研究思路	8
1.4.2 研究内容	10
第 2 章 文献综述	11
2.1 绿色消费行为的概念界定	12
2.1.1 绿色消费的由来	12
2.1.2 绿色消费的定义	13
2.1.3 绿色消费行为的定义	15
2.1.4 小结	17
2.2 绿色消费态度的界定	17
2.2.1 态度的界定	17
2.2.2 绿色消费态度的界定	18
2.3 政策工具的界定及分类	19
2.3.1 政策工具的界定	19
2.3.2 政策工具的分类	20
2.3.3 小结	21
2.4 绿色消费行为相关影响因素综述	21
2.4.1 绿色消费态度及其维度对绿色消费行为的影响综述	22
2.4.2 政策工具及其维度对绿色消费态度及行为的影响综述	26
2.4.3 社会人口统计变量对绿色消费态度、行为的影响	31
2.5 绿色消费行为相关模型综述	33
2.5.1 态度改变的理论依据	33

2.5.2	绿色消费行为研究相关的模式	35
2.5.3	小结	41
第3章	理论建构与研究假设	42
3.1	研究模型与构念定义	42
3.1.1	研究模型的提出	42
3.1.2	构念定义	43
3.2	研究假设	44
3.3	本章小结	50
第4章	研究设计与数据收集	52
4.1	调查工具与预调查问卷的检验	52
4.1.1	量表的开发	52
4.1.2	预调查与量表检验	56
4.1.3	正式量表的生成	60
4.2	数据收集过程	61
4.2.1	调查对象	61
4.2.2	问卷发放及回收情况	62
4.3	数据分析方法	62
4.3.1	描述性统计	62
4.3.2	独立样本 t 检验、单因素方差分析和一般线性模型分析	63
4.3.3	相关性分析	63
4.3.4	结构方程模型分析	63
4.3.5	测量的误差控制	65
4.4	本章小结	66
第5章	数据统计分析	68
5.1	样本和量表的特征及信效度分析	68
5.1.1	样本特征	68
5.1.2	量表题项及维度的特征	70
5.1.3	量表信度	71
5.1.4	量表效度	74
5.2	变量结构验证	75
5.2.1	政策工具的验证性因子分析	75

5.2.2 绿色消费态度的验证性因子分析	77
5.2.3 绿色消费行为的验证性因子分析	79
5.3 社会人口特征变量的影响分析	81
5.3.1 绿色消费态度的差异性分析	81
5.3.2 绿色消费行为的差异性分析	89
5.4 变量间相关分析	99
5.5 假设关系检验	101
5.5.1 政策工具对绿色消费态度的因果关系检验	101
5.5.2 政策工具对绿色消费行为的因果关系检验	108
5.5.3 绿色消费态度对绿色消费行为的因果关系检验	116
5.5.4 绿色消费态度在政策工具和绿色消费行为 之间的中介作用检验	124
5.6 数据结果分析	128
5.6.1 政策工具、公众绿色消费态度和绿色消费行为 量表具有较高的信度和效度	128
5.6.2 公众绿色消费行为影响机制模型具有科学性	129
5.6.3 目前国内公众的绿色消费态度和行为之间存在差距, 且态度、行为在水平上存在差异性	132
5.7 本章小结	134
第 6 章 《绿色消费促进法》框架构建	137
6.1 我国促进绿色消费的主要政策及法律法规的现状	137
6.2 我国绿色消费政策法规方面存在的不足	141
6.3 本研究成果及国外绿色消费推行经验对中国的启示	143
6.4 《绿色消费促进法》立法框架	146
6.4.1 《绿色消费促进法》的定位	146
6.4.2 《绿色消费促进法》框架的构建思路	151
6.5 《绿色消费促进法》草案建议的内容要点	156
第 7 章 结 论	163
7.1 研究贡献	163
7.1.1 理论贡献	163
7.1.2 方法贡献	163
7.1.3 现实意义	164

7.2 研究启示	164
7.2.1 政策基础	164
7.2.2 政策工具	165
7.2.3 政策评估	168
7.3 研究局限和展望	169
7.3.1 研究局限	169
7.3.2 研究展望	170
参考文献	172
附录 A 正式调查问卷及指导语	189
附录 B 预调查数据的分析	194
附录 C 正式调查数据的统计与分析	196
附录 D 三部促进法内容对照	249
后 记	254

第1章 绿色消费理论及绿色消费行为测评方法的研究背景

1.1 研究背景与意义

社会经济的发展和技术进步为人类创造了莫大的物质财富，极大地提高了人们物质生活水平，然而就在人类为经济上取得的“飞跃”而欣喜不已之际，却意外地遭遇了诸多环境问题，甚至是打击。人类发展的过程是以过度消耗自然资源、严重破坏生态环境为代价的，人类的发展与自然环境之间的矛盾日益突出，具体表现为全球气候异常、臭氧层破坏、酸雨、野生生物种减少、不可再生资源的快速枯竭等。这些环境问题不仅已经制约了人类社会发展的速度，而且已经危害到人类的健康生存，人类能否改变对待生态环境的态度与行为、能否重塑人与自然本应有的和谐关系，对人类未来发展的顺利与否起着至关重要的作用。

面对人类社会发展与生态环境被破坏的矛盾，人们意识到必须在发展经济的同时，做到与自然环境和谐相处。环保运动最早是从20世纪六七十年代的发达国家开始的，而在环保运动中让人们猛醒并意识到一定要提高保护环境意识的则是《寂静的春天》这部著作。1962年，身患癌症的美国女海洋生物学家Reachel Carsen出版了《寂静的春天》一书。在书中，Reachel Carsen分析了从第二次世界大战以来一直被广泛使用的高效杀虫剂——DDT的聚集过程，并揭示了DDT对自然环境的破坏。该书引发了公众对环境问题的广泛关注，促使各国政府开始面对日益严重的环境问题。为了保护环境，各地纷纷成立了环境保护组织。为了响应各国保护环境的呼声，第一次国际环保大会——联合国“人类环境大会”于1972年6月在斯德哥尔摩召开，并签署了《人类环境宣言》，该会议正式拉开了人类保护环境的序幕。同年，美国麻省理工学院Dennis L. Meadows等多位教授共同撰写了《增长的极限》一书，该书猛烈批评了西方发达国家高消耗、高消费、高排放的经济发展模式和生活方式。该书的理论为之后的环境保护与可持续发展理论奠定了基础。正是源于“把经济、社会和环境割裂开来

谋求发展，只会给地球和人类社会带来毁灭性的灾难”这种危机感，可持续发展思想的逐步形成，1980年国际自然保护同盟制订的《世界自然保护大纲》首次提出了“可持续发展”一词。1983年11月，联合国成立了世界环境与发展委员会（WECD），随后，联合国环境与发展委员会于1987年发表了《我们共同的未来》的报告，该报告正式提出了“可持续发展”（sustainable development）的概念和模式，并将可持续发展定义为“既能满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展。”可持续发展理论得到了全世界不同国家的普遍认可，并为1992年联合国环境与发展大会通过的“世界范围内可持续发展行动计划”——《21世纪议程》奠定了理论基础。该议程用整章的篇幅（第一部分第4章）研究了消费模式的问题，指出了“全球环境不断恶化的主要原因是不可持续的消费和生产模式，尤其是工业化国家的这类模式”，《21世纪议程》是将环境、经济和社会关注事项纳入一个单一政策框架的具有划时代意义的成就，用长达八百页的篇幅提出了鼓励发展的同时保护环境的全球可持续发展计划的行动蓝图。根据形势需要，联合国在1993成立了“联合国可持续发展委员会（CSD）”。1994年联合国在奥斯陆召开专题研讨会，该会议第一次正式提出“可持续消费”一词。同年联合国环境规划署在内罗毕发表《可持续消费的政策因素》报告，该报告首次把“可持续消费”定义为“提供服务以及相关的产品以满足人类的基本需求，提高生活质量，同时使自然资源和有毒材料的使用量最少，使服务或产品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”。2002年，联合国环境规划署在布拉格召开的第七次清洁生产会议上，对可持续消费的概念作了进一步规范，指出“可持续消费是指在产品或服务的整个生命周期中自始至终最小化对天然资源和有毒材料的使用，最小化废物与污染物的产生，从而既满足了对服务与产品的基本需求，带来高质量的生活，同时又不会危害后代人的需要。”同年，联合国在约翰内斯堡召开的世界可持续发展峰会，提出了《可持续消费与生产项目十年框架》，其核心要求是改变不可持续的消费和生产方式。2003年联合国在马拉喀什会议上制定了可持续消费和生产十年发展进程，即《马拉喀什进程》。2005年，欧洲委员会、联合国环境规划署和中国国家环保总局共同主办了“中国可持续消费和生产圆桌会议”，该会议主要就可持续消费和生产：国际和国内的机遇；中国实现可持续消费和生产模式的步骤；生命周期思想和废弃物管理；可持续采购与可持续建筑等主题进行了讨论，会议进一步就中国可持续生产和消费的发展潜力及下一步行动进行了讨论，明确了中国开展可持续生产与消费的优先领域、合作方式与合作重点。其中，在可持续消费方面：绿色采购特别是政府绿色采购的立法及技术保障体系研究被列入优先发展领域。

近20年来,我国经济快速发展,资源大量消耗,中国越发地意识到传统经济增长模式已经使得高速增长的经济与自然资源之间的矛盾日益突出,环境问题已经成为制约经济发展、影响社会稳定、危害公众健康的大问题。尽管我国的环保工作早在20世纪70年代初就已初见端倪,但长期以来,经济发展至上的主趋势未能让环境保护的效果充分显现出来。随着环境对我国经济发展的制约和人们健康生存环境的破坏越加明显,当环境问题已经成为我国社会发展刻不容缓必须解决的问题时,中国政府开始了保护环境之旅。中国政府对于环境保护工作的重视始于1972年6月在斯德哥尔摩召开的第一次“人类环境大会”。1973年8月,国务院召开第一次全国环境保护会议,审议通过了“全面规划、合理布局、综合利用、化害为利、依靠群众、大家动手、保护环境、造福人民”的环境保护工作32字方针和中国第一个环境保护文件——《关于保护和改善环境的若干规定》。这标志着中国环境保护事业开始起步。1974年10月,中国成立了国务院环境保护领导小组,之后,各省、自治区、直辖市和国务院有关部门也陆续建立起环境管理机构和环保科研、监测机构,并在全国逐步开展了以“三废”治理和综合利用为主要内容的污染防治工作。1979年9月,中国第一部环境保护基本法——《中华人民共和国环境保护法(试行)》的确立,标志着中国的环境保护工作走上了法制化轨道。1994年3月,中国政府通过了《中国21世纪议程》,将其作为中国21世纪人口、资源、环境与发展白皮书。该议程提出了人口、资源、环境、经济和社会相互协调发展的战略、对策和行动方案,首次把“可持续发展战略”纳入到我国经济和社会发展的长远规划。之后,1997年中共召开的“十五大”把“可持续发展战略”确定为我国“现代化建设中必须实施”的战略。2002年中共的“十六大”把生态良好列为全面建设小康社会的主要目标。2003年中共的十六届三中全会明确提出科学发展观,即“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续的发展观,促进经济社会和人的全面发展”。2005年,中国政府把“加快建设资源节约型、环境友好型社会”明确写进了《国民经济和社会发展第十一个五年计划》,首次将资源节约型和环境友好型社会确定为国民经济和社会发展中长期规划的一项战略任务。

2007年中共“十七大”报告提出:“要建设生态文明,基本形成节约能源、资源和保护生态环境的产业结构、增长方式、消费模式。”并明确提出“必须把建设资源节约型、环境友好型社会放在工业化、现代化发展战略的突出位置,落实到每个单位、每个家庭”。其中倡导绿色消费正是节约能源、资源和保护生态环境的消费模式在生活中落实到每个单位、每个家庭的具体体现。

2011年4月中国环境保护部公布了《中国环境宏观战略研究》报告,显示中国环境形势是“局部有所改善、总体尚未遏制、形势依然严峻、环境保护的

压力依然在加大”，而且环境压力比世界上任何国家都大，环境资源问题比任何国家都突出，解决起来比任何国家都困难，因此中国仍需加大环境保护的力度。

2011 年中国民间环境保护组织“自然之友”发布了《中国环境发展报告(2010)》，该报告指出：绿色消费的理念和行动在国内依然严重不足，奢侈性消费进一步蔓延，各种不可持续的消费行为并未受到遏制，反而继续大行其道，丝毫没有放缓的迹象。报告认为，绿色消费是社会可持续发展的先决条件。报告提出五大建议来推动绿色消费，包括：通过政府加强示范和引导作用，广泛持续地开展全民消费教育并且政府应将其纳入全民教育体系以提升可持续消费意识，大力支持民间机构、社会团体（如消费者协会）、营销企业的消费者教育活动；鼓励社会团体或商业机构组织发起；消费者积极参与各种绿色消费公众活动、完善相应的政策及法规；运用经济手段调节消费行为、构建绿色物流渠道；促进可持续贸易、抵制消费主义的生活方式，提高绿色消费的积极性。

根据麦肯锡发布的《2011 年度中国消费者调查报告》显示，中国已经进入消费的时代，中国消费者日常使用的产品、服务和品牌已达成千上万种，预计到 2020 年，中国的个人消费总额将翻一番。届时，中国将成为仅次于美国的全球第二大消费市场。如此庞大的消费总额再加上不可持续的消费模式势必会带来更多的环境问题，由此可见，改变人们的消费模式刻不容缓。

根据 2012 年 6 月发布的《中国环境状况公报》再次显示中国生态环境的基本状况是：总体在持续恶化，局部有所改善，治理能力远远赶不上破坏速度，生态赤字逐年加大。主要表现为：水土流失严重、沙漠化迅速扩展、草原退化加剧、森林资源骤减、生物种类加速灭绝、地下水位下降、湖泊面积缩小、水、大气污染都在加重。

2012 年，中共“十八大”报告用整个第八章系统阐述了推进生态文明建设的重要意义及举措，明确提出要把生态文明建设同经济建设、政治建设、文化建设、社会建设一起纳入中国特色社会主义事业“五位一体”的总布局。报告要求把生态文明建设放在突出地位，融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设各方面和全过程，努力建设美丽中国，实现中华民族永续发展。

那么在中国将资源节约型、环境友好型社会放在突出位置的战略部署下，将生态文明提升到与经济建设、政治建设、文化建设、社会建设并列的战略高度的形势下，如何建立资源节约型、环境友好型社会，如何进行生态文明建设就成了当下必须找到答案的问题。

资源节约型社会是指在生产、流通、消费等领域，通过采取法律、经济和

行政等综合性措施,提高资源利用效率,以最少的资源消耗获得最大的经济和社会收益,保障经济社会可持续发展的社会。环境友好型社会是一种人与自然环境和谐共生的社会形态,其核心内涵是人类的生产和消费活动与自然生态系统协调可持续发展。环境友好型社会就是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。建设环境友好型社会,就是要以人与自然环境和谐相处为目标,以环境承载力为基础,以遵循自然规律为准则,以绿色科技为动力,倡导环境文化和生态文明,构建经济、社会、环境协调发展的社会体系,实现可持续发展。环境友好型社会的基本内容是按生命周期原理建立起有效的可持续生产和可持续消费模式,实现社会生产和再生活中资源流动方向的无害化,充分提高生产和再生产活动的生态效率,以最少的资源能源消耗和最低的污染排放实现最大的经济产出,实现经济社会和环境效益、社会效益的统一。

而生态文明则包括生态意识文明、生态制度文明和生态行为文明。其中生态意识文明要求人们树立人与自然环境和谐发展的价值观。生态制度文明是指为实现生态文明而形成的适应生态文明理念要求的制度,生态文明制度建设是推进生态文明建设的重要保障。生态行为文明指个体从事的行为不会直接或间接对生态环境造成破坏,或其行为有利于解决或改善生态环境问题。

进行生态文明建设就要以尊重和维护生态环境为前提,以人与人、人与自然、人与社会和谐共存为宗旨,以建立可持续的生产方式和消费方式为内涵,以引导人们走上持续、和谐的发展道路为最终目标。生态文明建设是一项长期的、复杂的、系统的社会工程,要成功高效地建设社会主义生态文明就要找到最有效的切入点和突破口。绿色消费行为是生态行为文明在消费领域的具体体现,绿色消费模式是生态文明建设的内在动力,绿色消费的生活方式是公众参与生态文明建设最直接、最有影响力的实践方式,由此生态文明建设应以引导公众进行绿色消费为切入点和突破口,为了更好地引导、促进公众消费者进行绿色消费,《绿色消费促进法》就成了必然。《绿色消费促进法》是生态文明制度建设的必要组成部分。

由此可见,建设资源节约型、环境友好型社会,进行生态文明建设的核心决定了可持续生产和可持续的绿色消费体系是我们当前需要研究的两个重要领域和基本任务。目前,我们在可持续生产领域已经做了大量的研究和工作的,而且出台了相应的政策和法规,如针对生产环节的《清洁生产促进法》、《循环经济促进法》、《环境影响评价法》等法律法规及相关产业政策,可以构成较为完整的绿色制造业体系。而对于消费领域,虽然《循环经济促进法》中的部分内容以及《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》等管理条例有所涉及,但

就整个消费过程和回收利用过程来说,目前尚无具有约束力的政策法规条例予以保障。将消费纳入政策领域,是因为考虑到现行的消费模式给环境带来了巨大的压力和危害,因此国家急需出台政策促进可持续消费模式的产生和发展,急需出台相应的法律法规对绿色消费行为进行规制,推进公众参与环境保护,以便更好地实现节约资源,保护环境的目的,《绿色消费促进法》就是对此形式的法律回应。

2008年3月,包景岭教授在出席十一届全国人大一次会议时提交了“要尽快开展《绿色消费促进法》的立法前期准备工作,早日促成《绿色消费促进法》的实施”的建议案,当时人大常委会给予积极回答并指出,“目前该法的执法部门还有待商榷,并需要深入研究”。有鉴于此,再加上《绿色消费促进法》是生态文明制度建设的必要组成部分的重大意义所在,我们对《绿色消费促进法》相关议题开始了深入研究。

由上所述可见,本书研究选取的主题符合科学发展观的具体要求,有益于生态文明制度建设的完善,是实现生态文明建设和资源节约型、环境友好型社会的核心。因此,本书研究主题具有重要的研究价值和现实意义。

1.2 研究目的

本研究的理论目的在于:建立公众绿色消费行为影响机制模型并进行实证。综合对绿色消费行为研究的不同视角,通过梳理文献,界定与本研究相关的概念、提出假设、初步构建影响绿色消费行为机制的模型,再通过问卷调查等方法进行实证研究,验证假设、调整模型。本研究将开发影响绿色消费行为的政策工具量表、测量绿色消费态度的量表和测量绿色消费行为的量表。

本研究的实践目的在于:确定政策工具及绿色消费态度对绿色消费行为的影响及作用机制。通过对公众绿色消费行为的实证研究,找到政策工具影响绿色消费行为的路径以及影响绿色消费行为的态度中的关键变量,有针对性地根据政策工具类型调控这些变量,有效地提高公众的绿色消费意识、影响和改变公众的绿色消费态度,进而引导公众实行绿色消费行为,并以此为基础,构建《绿色消费促进法》的框架,提出《绿色消费促进法》草案的建议内容。

1.3 拟解决的关键问题

为了实现上述的理论和实践目的,本研究需解决五个关键问题。

1. “绿色消费行为”概念界定和测量

绿色消费行为的清晰界定是进行本研究的基础。现有的文献大部分以绿色购物、垃圾管理等某一具体的绿色消费行为为研究对象,而对绿色消费行为进行综合研究并进行准确分类的研究并不多,尤其是从立法角度界定绿色消费还属空白。对于绿色消费行为的研究,西方学术界没有更多的关注绿色消费行为的概念,而是更多地在探讨影响可持续消费行为的形成机制、影响可持续消费行为的因素等,国内对绿色消费行为的研究还处于起步阶段,相关研究还不足以对绿色消费行为的概念进行统一的解释和界定,更缺乏深入的探讨。

本研究将对已有的文献进行梳理和总结,确定本研究绿色消费行为的范畴,开发符合我国国情和公众特点的绿色消费行为量表。此问题的解决为构建绿色消费行为影响机制模型奠定了基础。

2. “绿色消费态度”概念界定和测量

尽管态度影响行为模式一直是行为学研究的热点,但就绿色消费行为研究而言,大多数研究者构建的模型基于不同的视角、研究背景和方法,如绝大多数研究者研究的是环境态度对绿色消费行为的影响,因环境态度是一般的态度而非具体态度,因此其结论并不带有普遍性。同时,其研究开发的量表也主要用于测量环境态度这一变量,而不能应用于测量绿色消费态度这一具体变量。

鉴于此,本研究旨在研读现有的文献资料的基础上,拟开发测量绿色消费态度的量表。

3. “政策工具”概念界定和测量

有关政策工具的研究在国内外都非常普遍,但政策工具对绿色消费行为影响机制的研究在国内外都尚属首次,这就增加了本研究的重要性和难度。

本研究在梳理有关政策工具相关文献的基础上,拟界定政策工具的概念、探讨政策工具的维度并开发测量政策工具的量表。

4. 探讨政策工具、绿色消费态度和绿色消费行为之间的关系并进行实证研究

政策工具能否影响绿色消费态度?绿色消费态度能否影响绿色消费行为?政策工具是直接影响绿色消费行为还是通过绿色消费态度作为中间变量影响绿