

# 中国可持续消费模式的战略选择 与政策建议\*

张建平 季剑军 晋 晶

**内容提要** 随着转方式、调结构和努力扩大内需,消费对中国经济增长的拉动作用日渐提升。面对庞大的人口与有限的资源,中国需要更合理的消费模式,即可持续消费模式。研究和探索中国的可持续消费模式,对中国和全球的可持续发展至关重要。本文在界定可持续消费模式及其内涵的基础上,分析了当前中国消费的不可持续性以及未来走向可持续消费模式的战略选择,并从战略规划、标准标识、政府采购、公众参与等方面提出了政策建议。

**关键词** 中国 可持续消费 战略

DOI:10.16304/j.cnki.11-3952/f.2015.08.007

在推动全球可持续发展的进程中,国际社会开始反思“重生产、轻消费”发展模式的局限性,越来越多的国家和国际组织展开了对可持续消费的研究和实践。可持续生产和消费共同被认为是实现可持续发展的根本途径,特别是可持续消费已成为全球发展的主流趋势。中国作为全球人口最多的国家,目前正处于转变经济发展方式和调整经济结构的关键时期。扩大内需和增加消费对经济增长的拉动作用对中国的经济发展至关重要,同时也对可持续发展带来了新的挑战。随着综合国力及居民收入水平上升,扩大内需长效机制逐步建立,中国在国际

国内市场的消费潜力正逐步显现,消费市场对全球增长与发展的重要程度也在增加。考虑到中国拥有13亿人口,2025年左右人口峰值可达14亿这一基本国情,中国的巨大消费能力将对所消费的国内外产品、服务及所依赖的资源与环境产生巨大压力。有限的自然资源与消费者不断膨胀的需求使消费与可持续发展相矛盾。面对更多的人口与更少的资源,中国需要更合理的可持续消费模式。研究和探索中国的可持续消费模式及重点领域,对中国和全球的可持续发展都是重大课题。

## 一、可持续消费模式的理论基础

### (一)可持续消费模式的概念和内涵

消费模式是对一定社会经济形态下,消费主体遵循的规范、准则及由此决定的消费特征的总体概括。消费模式的形成既受到经济因素、市场因素的影响,也与主体的消费习惯、群体的内在互动作用有关(李宝库,2005)。蔡德容(1991)指出经济运行是影响并决定消费模式的最基本因素,经济运行的规律、动力、调节体系、机制及其运行方式等,都直接影响消费模式;同时消费模式也反过来影响整个经济的运行。李

\*本文为2013年中国环境与发展国际合作委员会(CCICED)课题的研究成果。课题组组长:张燕生、张建平,成员:季剑军、田帅、李婧舒、周怡、李瑞、晋晶。张燕生研究员对研究框架与思路给予了指导。

慧明、刘倩和左晓利(2008)认为,合理的消费模式可以刺激社会生产,促进经济可持续发展,满足居民对物质文化生活的需要,提高居民生活质量。与传统消费模式相比,可持续消费模式具有三个重要内涵:

### 1、消费模式的经济可持续性

可持续消费模式是一种对资源利用效率高、能满足消费者日益增长的消费需求的经济型消费模式,是在一定收入水平、社会保障政策等因素制约下,能最大限度维持正常消费率和消费结构的消费模式。从经济可持续性看,中国居民长期低消费率、高储蓄率,导致了经济不平衡、不协调、不可持续。中国居民消费率从2000年的46.4%下降到2010年的33.8%,10年间对经济增长的贡献平均只有34%。2013年中国的消费率为49.8%,与全球主要经济体差距巨大。中国由“投资—出口”拉动的经济高速增长是不可持续的,消费拉动为主导的经济增长才是可持续的。

### 2、消费模式的环境可持续性

消费模式的环境可持续性随着工业化程度不断提升而对人类消费方式提出的新要求,意味着消费应当是不以环境破坏为代价的节约型、生态型消费模式,是以可持续发展为终极目标理念的消费。理论上,工业化程度提升引致国民经济主导产业部门及人们的消费模式发生变化。进入后工业社会后居民消费结构发生转型,经济增长、生活水平提高与物质消耗增长之间直接的强依赖关系弱化,循环消费和低碳消费是这一阶段的重要特征。根据中国环境与发展国际合作委员会、世界自然基金会《中国生态足迹报告2012》显示,从20世纪70年代初,中国就处于生态赤字状态。不断增长的消费是导致中国生态足迹总量增长的原因。可持续消费模式既有助于减轻国际社会对中国的舆论压力,也是中国自身发展的客观需要。

### 3、消费模式的社会可持续性

完善的社会保障体系是居民敢于消费的重要基础。中国目前失业、医疗、养老、子女教育等社会保障问题尚未解决,从心理上降低了居民的消费预期,导致高储蓄。如不通过改革收入分配制度,改善社会收入分配状况,消费发展状况难以实质性改变。消费市场不规范是制约消费的另一重要因素。政府在制定政策时如何更好地保护消费者权益而非生产者权益是重大挑战。如果消费模式的社会可持续性不能得到满足,消费模式的经济可持续性必然受到损害。

总之,中国作为一个人均自然资源相对匮乏的人口大国,一个发展迅速的新兴经济体,同时又是一个区域经济发展不平衡的国家,在资源环境约束日趋紧迫的时代背景中,要从经济、社会、环境三个方面来保证消费的可持续性。

## 二、中国消费模式演变和对可持续消费模式的需求

### (一)中国消费模式的演变

自新中国成立以来,中国消费模式随着社会经济发展经历了几个发展阶段:

第一阶段,改革开放前,低消费阶段。由于生产力水平较低,造成物资匮乏,居民整体消费水平较低,消费主要集中在吃穿用方面,消费结构不合理,同时整体消费依靠计划进行调节,市场化、商品化程度很低。这样的消费模式对于整体经济、社会的发展均造成了一定的阻碍。

第二阶段,改革开放后,消费逐渐增长阶段。居民收入有了改善,消费的市场化程度大大提高,消费日渐全球化、丰富化、个性化,成为推动经济发展的重要动力之一。随着中国经济与世界经济的接轨,西方发达国家高消费的生活方式在中国也日益受到消费者追捧,一定程度上带动了经济发展,但消费对经济增长的贡献有限,消费的不可持续性较突出。

第三阶段,进入21世纪,消费升级阶段。中

国居民消费能力持续提升,但贫富差距逐渐增大,消费结构不合理的问题逐渐显现,虽然消费年均增长达13.1%,但总体上呈现出总量不足、结构性消费过度的特征。消费模式弊端也日益凸显,尤其是对资源的掠夺式开发。改变现有消费模式,走可持续发展道路日益迫切。

(二)中国建立可持续消费模式的紧迫性和必要性

可持续消费有利于树立人们的可持续消费观,有利于建立可持续消费模式,有利于促进可持续生产,有利于制定符合中国实际的可持续消费战略策略和政策,这些都有助于促进中国与世界可持续发展的实现。

1、中国的低消费率在经济发展上具有不可持续性

消费率不仅是提高当期国民收入水平的重要动力,而且是决定经济长期增长水平的关键。从短期静态而言,在国民经济其他组成部分不变的条件下,消费的增加将会直接导致当期经济规模的扩大。从长期动态而言,用消费率衡量的资源在消费与投资之间的分配是决定经济均衡增长路径的关键因素。现代主流经济增长理论认为,消费率是决定长期生活水平的关键。同时,消费率也表明经济资源在消费与生产之间的配置,对于经济长期均衡增长路径有重要意

义。中国拥有世界最高的储蓄率,高达50%,却拥有世界最低水平的消费率。中国改革开放30余年来,消费率呈现出下降趋势(图1)。消费率已从20年前的70%左右下降到2014年的51.2%。这种现象全球罕见。目前发达国家消费率一般保持在75%—85%的水平,经济转型国家(俄罗斯)和发展中国家(巴西)消费率处于55%—75%。消费严重滞后于生产,在经济上不可持续,带来了宏观经济调控难题,造成了很多严重后果。经济增长过多依赖投资易使经济过热,过多依赖出口导致自身经济发展受到外部市场需求制约。美国金融危机和欧债危机都对中国出口和经济增长造成了重大打击。建立扩大内需的长效机制,增加消费对经济增长的拉动作用,促进可持续消费是中国面临的长期战略任务。利用消费推动经济增长,已成为中国面临的重大转型课题。

中国低消费率高储蓄率对全球可持续发展也有深刻影响。实证研究表明(付立春,2011),全球经济一体化背景下,原有高收入国家过度消费难以持续,全球经济再平衡的趋势是如果经济能够持续增长,全球及高收入国家的消费率趋于下降,对应东亚太平洋国家与中国等消费率回升,直到国际经济在新均衡点趋于稳定。在此国际经济条件下,中国经济增长的动力将

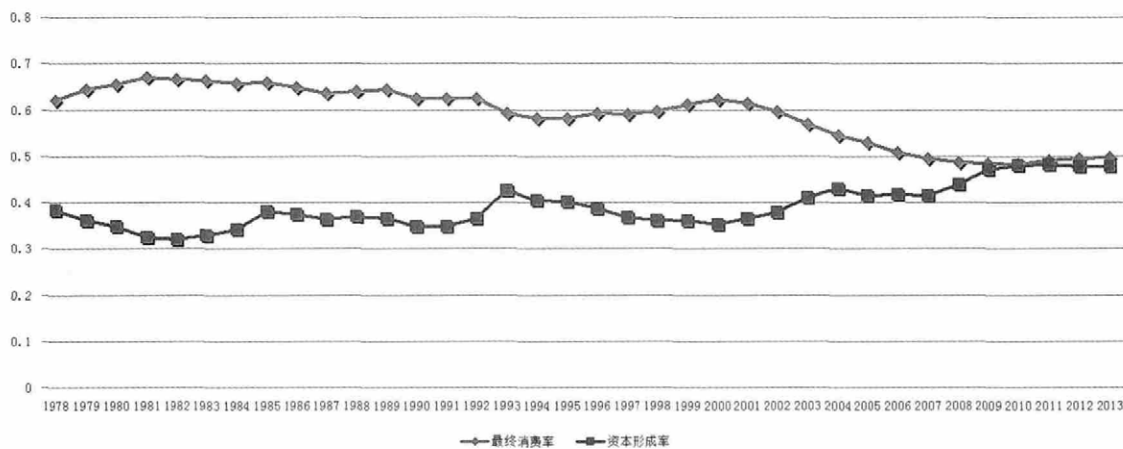


图1 中国最终消费率和资本形成率趋势对比



从外需转向内需。在开放的国际经济环境下,消费、投资与净出口将形成新的均衡模式,中国经济的驱动机制将更多地倾向于依赖消费拉动。

2、从全球化视角看,从强调可持续生产转向重视可持续消费已成发展趋势

20年前,里约首脑会议就全球21世纪议程形成共识,可持续消费就成为世界各国共同追求的目标之一。从全球化视角看,从强调可持续生产转向重视可持续消费已成发展趋势。过去中国更加专注于推动经济更快增长和更快发展,重积累、轻消费,推进可持续生产是更紧迫的任务,在推进清洁生产和发展循环经济方面取得了巨大成就,这体现在法制建设、政策完善、地方和企业实践等方面。目前中国已到了推进可持续消费的关键历史时期。一方面,工业化、城镇化和国际化进程加速,意味着中国消费模式将建立在全球配置资源要素的基础上。要可持续发展,必然要对中国未来的消费模式提出要求,如果中国人像美国那样消费,这种模式很难持续。另一方面,中国已成为世界第二大经济体,全球新的制造业中心和国际航运中心,世界最大货物贸易出口国和全球外汇储备最多国家,但中国经济发展面临着严重的不平衡、不协调、不可持续的问题。适应全球可持续发展的趋势,中国走向可持续消费迫在眉睫。中国需要借鉴其他国家可持续消费的经验 and 模式,研究和开发具有中国特色的可持续消费模式。

3、可持续消费将是新的历史阶段下推动中

国可持续发展大局的关键

对于中国这样的大型经济体而言,国内需求应对经济增长起主导作用。在国内需求中,消费需求是最终需求,投资需求则是中间需求,既是当期需求,又会在未来期形成供给,并需要未来期的消费需求加以消化。因此,消费需求应是国内需求的主要组成部分,并对投资需求具有引导作用。然而在中国,与快速扩张的经济总量相比,消费需求增速相对缓慢,其对经济增长的拉动力量逐步减弱,投资需求增长则较为迅速,并日渐成为拉动经济增长的主要动力(图2)。

目前低社会保障、低收入水平、消费市场环境差、资源浪费型消费、污染型和有害型消费都制约着中国的可持续消费。从消费主体上看,中国的政府消费比重逐年提升,居民消费比重逐年降低(图3)。根据中国人民银行全国城镇储户问卷调查,在居民的储蓄动机中,教育、养老、购房以及预防意外是主要储蓄动机,占比达到50%以上。没有可持续消费,中国的可持续发展就不能实现。目前对中国比较有利的条件是:环境与经济发展已经开始深度融合,不再像过去那样环境与经济两张皮。国家财力不断增强和鼓励消费的政策措施不断出台,中国消费正在逐步向前发展,另一方面,国家对环境保护的经济政策和经济手段的运用也在日趋娴熟,这就使得中国有条件有能力运用环境经济政策和手段,塑造中国的可持续消费模式,并在重点领域有针对性地采取措施。目前不利的条件是:中

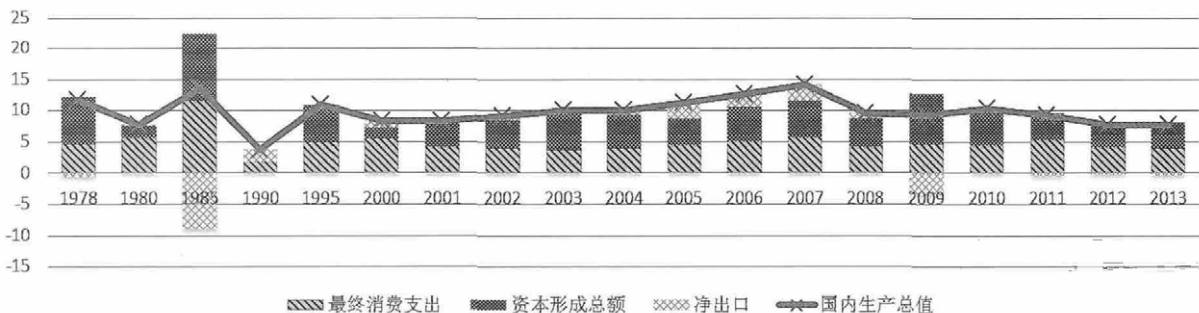


图2 三大需求对中国经济增长的贡献(%)

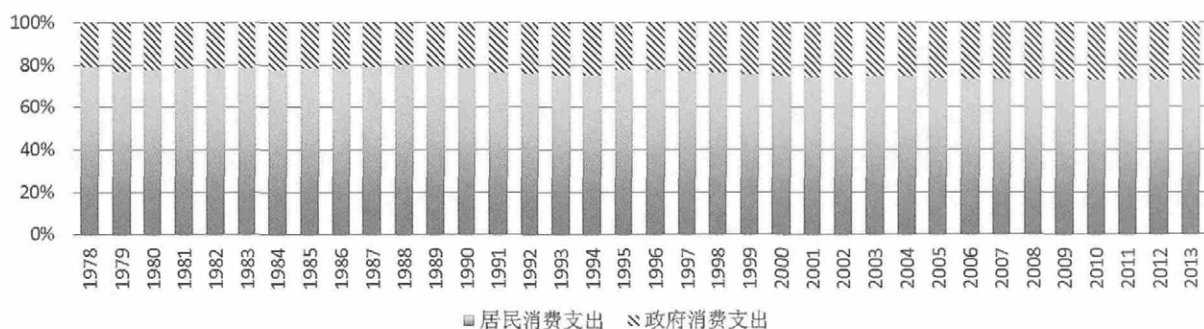


图3 居民消费支出与政府消费支出的比重

国30多个部门与消费有关,推进可持续消费面临高度复杂的体制机制问题,属于重大制度整合问题。研究探索中国可持续消费模式不是一朝一夕就能成功的,需要不断积累、逐步推进。

可持续消费将促进中国形成新的经济增长极,对推动中国低碳转型有重要意义。在市场经济条件下,消费行为会引导生产行为,可持续消费比可持续生产对社会的影响更为深远,转变现有的消费模式不仅是破解资源与环境困境的需要,更是从深层次推动可持续生产的市场驱动力。可持续消费模式将创造新的经济增长点。

4、中国从生产者为主要角色转向既是生产者也是消费者角色须走可持续消费道路

目前中国在全球的主要角色是生产者,重生产、轻消费模式既影响到中国的可持续发展,也影响到全球可持续发展。未来中国将从生产者为主要角色向既是生产者也是消费者的角色转变。据日本贸易振兴机构(JETRO)预测,中国可能形成5—6亿人口的中产消费群体,代表着边际消费倾向最高人群的市场规模,是全球消费增长潜力最大的国家。未来没有哪个国家敢轻视中国市场。“十三五”期间,中国将形成至少10万亿美元的货物进口规模,不仅满足自身消费需求,而且拉动全球经济复苏和增长。中国人的奢侈品消费已经位居全球第一,海外消费持续高涨。中国必须关注消费增长和升级对资源、环境带来的巨大压力,同时要以可持续消费提

升中国人的幸福感。中国若采用美国高收入—高消费的过度消费模式,将难以实现可持续发展。欧元区高收入—高福利—高消费模式的可持续已经受到挑战,但其绿色消费倡导和消费前景全球领先。北欧(瑞典)的社会福利型消费模式发展可持续性较好。日本资源节约型消费模式是资源、能源、国土空间紧约束的产物,可持续,但不够舒适。中国需要通过学习各国消费模式的优点,探索出中国特色的可持续消费战略和消费模式。

5、可持续消费模式的发展方向:中国需要走向绿色消费

绿色消费是有益人的健康和环境保护标准的消费行为和消费方式,是消费者对绿色产品(和绿色服务)的需求、购买和消费活动,其实质是“无公害消费”和“安全消费”,包括对绿色产品(绿色家具、绿色建材、食用林产品)的消费、物资的回收利用(木材)、能源的有效使用(减少薪柴、开发替代能源)、对生存环境和物种的保护(与林业有关)等。消费者对绿色产品的消费倾向,与发展阶段高度相关。据调查:82%的德国人和62%的荷兰人购物时预先考虑环保问题;66%的英国人愿花更多的钱购买绿色产品;80%以上的欧美国家消费者把环保购物放在首位,愿为环境支付较高价格。而在中国调查显示,只有53.8%的人乐意消费绿色产品,37.9%的人表示已购买过诸如绿色食品、绿色服装、绿色建

材、绿色家电等在内的绿色产品。如何在现阶段进一步推广可持续消费模式是当前面临的挑战。

6、可持续消费是建设资源节约型、环境友好型社会的重要途径

消费增长能直接促进国民经济增长,但不可持续的消费增长也将给资源环境造成严重负面影响。中国人口数量世界第一,人均消耗资源、产生的排放物日益增多。随着人民生活水平提高、中等收入人群的比重越来越大及城镇化快速发展,社会消费方式和消费行为也正在经历着升级和转型,消费规模也不断增大,资源、环境压力和挑战不断加大。大力推动可持续消费,不仅能够改变终端消费行为和方式,减轻资源和环境压力,同时消费行为的绿色转型也能够带动生产行为的绿色转型,最终实现整个经济的绿色化、生态化发展。中国需要重视可持续消费对绿色转型的贡献,以可持续消费方式带动和引领可持续生产体系建设,加快经济发展方式绿色转型。

### 三、中国可持续消费模式的战略选择和主要特征

构建中国可持续消费模式必须依据中国的经济发展状况、人口状况、自然资源状况、生态环境承载能力、传统消费文化、社会制度等基本因素,以可持续发展价值观为指导,以可持续生产为基础,以合理的分配格局为保障,以政府各种调控措施为手段,以“绿色消费者”为后盾,全面构筑可持续消费模式。

#### (一)中国可持续消费模式的战略选择

在比较借鉴世界主要国家消费模式的基础上,探索建立中国的可持续消费模式,应集发达国家不同消费模式的优点为一体:借鉴美国消费模式中的消费观念和方式,但要摒弃奢侈消费;借鉴瑞典模式的社会保障经验,但社会保障

不能养懒人;借鉴日本模式中的资源节约经验,但不能过度保守;最终形成以社会保障为基础、使居民敢于消费,以收入分配调节为手段,使居民有能力消费,倡导节约型消费和绿色消费的可持续消费模式。

1、借鉴瑞典模式中社会保障拉动消费的经验,提高政府公共服务支出,使居民敢消费

中国目前社保体系尚不完善,居民为应对失业、养老、医疗、意外等社会保障问题,不得不约束消费,加大储蓄。发达国家的高消费率有良好社会保障和政府公共服务保障作为基础,使居民敢于消费。瑞典的社会保障制度是这一模式的典型,特别是在养老保险、医疗保障、失业救济、教育补贴等方面,以人为本,保障了瑞典人对未来没有后顾之忧,勇于消费。中国政府应尽快完善社会保障制度,使居民敢于消费。

2、调整收入分配,提高中低收入阶层收入水平,使居民有能力消费

从发达国家看,居民消费率较高、消费对经济增长贡献率较高的国家,通常其居民平均收入水平较高,收入分配差距较小,形成了居民收入与消费之间的良性循环。中国居民贫富差距不断拉大,基尼系数在世界上处于较高水平,对消费增长和消费升级形成了较大约束,并制约了消费对经济增长的贡献。中国食品、衣着和用品这三项消费比重高,反映了消费结构还处于以实物消费为主的较低层次,与发达国家差距很大。政府应通过一次分配和二次分配改革,增加居民收入,提升居民消费能力。

3、学习美国的消费理念和消费方式,但不提倡过度消费

中国消费观念和消费模式类似日本,崇尚节俭。大部分居民“量入为出”,只有年轻人和收入较多家庭在学习西方人的超前消费模式。美国作为世界超级消费大国,其消费理念和消费方式全球领先。美国积极消费观念、适度超前消费意识和不断进步的消费方式,对中国提高消



费率具有重要借鉴价值,但应提倡适度合理消费,不鼓励奢侈消费。

#### 4、借鉴日本资源节约型消费模式,形成可持续消费模式

日本虽与美国同属发达国家,但消费模式与消费结构相对合理,消费方式呈现多样化,追求生活舒适性的同时相对俭约。特别是日本在经历两次石油危机后,引导居民节约型消费,政府通过节能节材宣传,节能设备推广、示范项目补贴等激励政策,推行设备能效标准和标识等,成为世界可持续消费典范。

中国环境资源基础薄弱,人均资源水平较低,政府引导居民选择科学的节约型消费模式,对中国经济社会可持续发展至关重要。中国作为人口大国和经济大国,在保证居民生活富足与温饱的前提下,建立适度消费、科学节约并符合本国国情的消费模式,不仅有利于全球可持续发展,也有利于缓解中国在资源环境领域面临的来自国际社会日益加大的压力。可持续消费模式对中国现有消费观念、消费习惯、消费结构和消费方式都提出了新要求。为了中国经济社会持续健康发展大局,既要反对过分节俭、只满足温饱而忽视消费的发展性和享受性,又要反对奢侈消费,只注重物质享受、忽视生态环境、忽视社会公正的消费,忽视消费的可持续性。建立可持续消费模式会使中国人民、国家及世界受益匪浅。

#### (二)中国可持续消费模式的主要特征

##### 1、推动可持续消费价值观的形成,促进消费文明化

可持续消费模式要求首先实现消费文明化。消费文明化意味着消费者在消费中能自觉遵守公共道德,维护公众利益;消费者消费公共产品时和消费私人产品一样,注重节约,避免浪费;消费者摒弃消费野生动植物的陋习,以保护生物多样性、避免破坏生态环境。

##### 2、可持续消费模式要求消费节约化

消费节约化意味着消费者在日常生活消费中自觉实行减量、节制、适度化、再利用、再循环的消费。消费节约化不是单纯为了省钱,并非简单地抑制消费,而是在生活消费水平极大提高、可持续发展挑战迅速提高的情况下,对损害可持续发展的消费尽量控制,而不损害后代人发展的消费需要扩大,以满足人民生活质量不断提高的要求。

##### 3、可持续消费模式要求实现消费低碳化、环保化。

引导公众的生活方式和消费模式转向低能耗、低污染、低排放的低碳方向成为可持续消费的重要目标。食品、衣着、家用电器的消费都会对生态环境产生或多或少的负面效应。消费生态足迹就是度量消费对生态环境系统影响的一个指标。在消费总量和消费水平不变的情况下,消费者应该适当多消费生态足迹小的产品,少消费生态足迹大的产品,以尽量减少对生态环境的冲击。同时,为防止全球气候变化,降低人类能源消费过程中的碳排放,成为人类自身生存和发展的客观需要。

##### 4、以转变城市居民消费模式为核心

目前中国农村居民消费比重低于城市居民,且差距仍在加大(图4)。娄峰和李雪松(2007)的实证结果表明:收入差距对消费具有显著的负向效应,城镇居民基尼系数的绝对值每增加0.01,消费平均减少约0.35%。为了扩大内需和促进消费,必须要采取有力措施,努力缩小城镇居民收入差距。

中国消费不足和过度消费并存。中国正在经历快速城市化过程,城镇化带来大量人口生产和生活方式的转变,将对国家的整个经济社会活动和生态环境产生深刻的影响。城市比农村消费更多的资源及服务,同时产生更多的废弃物。城市越大,越富裕,城市中的人消费水平越高。同时,城市的高消费、高物耗生活方式正逐渐向其周边甚至更偏远的地方渗透,城市居

民的生活方式也为农村居民所追求和向往,因此,城镇是促进可持续消费政策实施的最佳切入点。

中国城镇人均生活用能是农村的 1.83 倍。城镇化率每增长 1 个百分点,带来的城镇生活污水排放量将增加 11 亿吨,二氧化碳排放量、城镇生活垃圾产生量也呈上升趋势。中国应用绿色发展、生态文明的理念引导城镇居民消费。

四、促进可持续消费的政策建议

(一)规划先行与政策引导

规划与政策将塑造中国未来的可持续消费模式。可持续消费主体包括政府、企业和消费者。政府应对可持续消费制定规划,发挥政府绿色采购对全社会可持续消费的重要引导作用。一是将可持续消费法律化和制度化,明确可持续消费的法律地位。二是借鉴国际经验,如英国可持续发展委员会、韩国的可持续发展总统委员会,成立推进可持续消费的政府协调机构,负责管理、协调、监督可持续消费法律法规的贯彻执行。可持续消费法规政策需要多部委协调推进,发展改革委、商务部、环保部、消费者协会、财政部、税务总局、质检总局、教育部、中国企业联合会、可持续发展工商委员会等都起着举足轻重的作用。三是重视经济政策手段以及其他配套制度在推进可持续消费中的作用。发达国

家完善配套的绿色经济政策对绿色消费发挥了重要作用,中国要综合运用多种经济手段,激励利益相关群体进行可持续生产和消费,推动可持续消费的有效管理。政府所提倡的小排量汽车,节能产品的消费补贴等,都是对可持续消费行为的引导。政府政策要更多地保护消费者而非更多地保护生产者,通过消费者选择形成可持续消费模式。

(二)标准建立与行业示范

标准体系的建立与行业示范对企业和居民可持续消费的引导和规范作用巨大。第一,标准体系包括国际标准、国家标准、地方标准和行业标准等。有些标准是强制执行的,有些是自愿性标准。不同标准体系能弥补法律法规和政策规定的过度笼统,更加具体,适应本行业特殊性,并能够根据本行业发展趋势适时作出调整。第二,国家标准和地方标准,通常是有规范性法律文件的约束力,多属强制性标准;国际标准,如联合国 ISO 的标准体系,国际可持续发展联盟 ISEAL 的标准体系为自愿性标准体系(包括森林管理委员会 FSC、海洋管理委员会 MSC 等 20 多个标准体系),对企业和居民可持续消费行为能够起到约束和引导作用,明确可持续消费的标准和要求,鼓励采取可持续模式的企业发展,并成为行业领先企业。第三,标准体系和行业示范能够为企业提供正面信息,克服个体企业在履行环保责任中研究和发

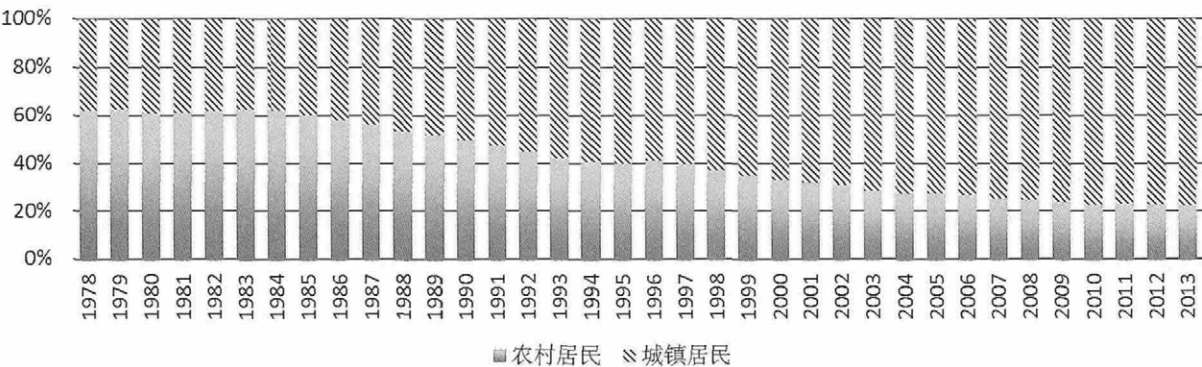


图4 农村居民与城镇居民消费支出占比



称的弊病,提高对行业发展趋势和产品市场的预测能力,增强可持续消费的可预测性。第四,通过企业试点或选取社会经济中可持续生产和消费进程较快的行业进行试点,再逐步推进,有利于循序渐进实现可持续消费模式。第五,企业利用标准体系有利于引进高效的绿色供应链管理,可以更加显著地提升资源利用效率和经济效益,增加其社会效益和品牌形象,促进可持续消费。

### (三)产品标识和宣传推广

实施环境标识认证,实质上是对产品从设计、生产、使用到废弃处理处置,乃至回收再利用的全过程的环境行为进行控制。环保标志认证为可持续消费提供了技术依据,不仅可以通过设定环保和能效最低标准,引导重污染、高能耗的企业进行技术改革和设备更新,而且可以以强制性产品分级的手段提高可持续产品的市场占有率,并进一步为消费者选择绿色环保产品创造条件。目前国内关于产品环保、节能的标识有四类,包括中国环境标识、II型环境标识、节能标识和能效标识。其中,除了能效标识为国家强制企业执行外,其余的标识都属于企业的自选项目。为培育和建立可持续消费模式,应努力推进中国环境标识认证体系的建立和完善,在产品绿色标准制定方面跟踪国际同类标准发展动态和趋势,协调有关的行业协会和企业,在环境标识产品认证制度方面与国际标准接轨。生态标识、绿色产品标识也是帮助消费者推进可持续消费的重要手段。目前中国消费者对绿色食品和有机产品的需求量迅速上升,但相关产品标识的公信力严重不足,制约了相关产品消费规模的上升。提升绿色产品标识和生态标识的公信力、建立相应的监督机制迫在眉睫。通过推行环境标志认证和低碳认证,推进节约型消费、低碳消费和可持续消费。中国需要加大能效标识、环保标志、绿色产品、生态标识宣传推广,使之成为消费者的主流选择。

### (四)政府采购与引导鼓励

政府绿色采购对全社会可持续消费模式的建立有重要引导和鼓励作用。政府采购作为一项有重大影响力的政策工具,在建设“环境友好型、资源节约型”社会的过程中,推行绿色政府采购必然能够节约资源、保护环境,也能引导和鼓励民间生产和消费的可持续性,促进整个社会可持续消费。要在《政府采购法》、《节能产品政府采购实施意见》、《节能产品政府采购清单》、《关于环境标识产品政府采购的实施意见》等法律法规指导下,完善政府可持续采购制度,制定政府绿色采购标准和清单,加强监管,进行可持续采购绩效评估。分地区、分行业、分产品,加强可持续采购对可持续消费的引导推动作用。推进与欧盟的政府采购协议谈判进程,加快推进各级政府实施绿色采购。

### (五)宣传培训与公众参与

提高消费者的可持续消费意识是由传统消费行为向可持续消费行为模式转变的先决条件。而公众能否参与到可持续消费中,发挥消费者的消费角色和监督作用,决定着可持续消费模式的成功与否。政府和行业协会、中介组织要向企业和居民宣传可持续消费的理念,使广大消费者理解可持续消费的意义,推动全民采取可持续消费模式。对产品的环境信息和环境标准进行公开,对污染严重、超标违规、损害消费者权益的企业进行曝光,并鼓励公众参与监督。建立可持续消费的教育和资源共享平台,使所有消费者可以在区域内或者跨区域共享可持续消费的教材与其他信息资源。在环保监督方面保证公众参与,保证可持续消费的管理实施公开透明。媒体、环境保护非政府组织(NGO)等民间机构也要发挥作用。

### (六)国际合作与经验交流

在经济全球化时代,各国的生产和消费已经紧密联系在一起。可持续消费已成为全球可持续发展的关键议题之一,并成为区域经

理的重要内容。全球供应链的建立和发展,使资源开采、中间原料的生产、分配、销售、消费、废弃物处理以及大量产品的重复利用无处不在,将世界各国经济紧密联系。一是在国际合作和地区合作平台上,中国要积极参与可持续消费和生产等框架的制定和执行,努力做好框架下中国资源承担和选择的可持续消费努力方式和路径,积极参与地区范围内或者全球范围内的环境治理和可持续消费倡导行动。例如,中国在WTO《政府采购协定》谈判进程中,应关注和推进促进可持续政府采购的优先领域。二是通过国际交流,借鉴他国成功经验,加强国际间的技术交流,推动可持续消费模式的建立。三是加强与国际标准化组织(ISO)和国际可持续发展标准联盟(ISEAL)的合作与交流。

#### 参考文献:

- ①蔡德容:《经济运行与消费模式》,《消费经济》1999年第5期。
- ②陈柳钦:《低碳消费:一种可持续的消费模式》,《环境保护与循环经济》2010年第9期。
- ③程浩:《资本结构、在职消费与企业投资——来自我国垄断企业的经验证据》,《宏观经济研究》2013年第2期。
- ④崔成、牛建国:《日本绿色消费与绿色采购促进政策》,《中国能源》2012年第6期。
- ⑤付立春:《中国消费率问题研究》,中国社会科学院研究生院博士学位论文,2011年。
- ⑥杭斌、郭香俊:《基于习惯形成的预防性储蓄——中国城镇居民消费行为的实证分析》,《经济研究》2009年第3期。
- ⑦李宝库:《基于耐用品市场营销的我国农村居民区域消费模式与特征》,《管理学报》2005年第1期。
- ⑧李慧明、刘倩、左晓利:《困境与期待:基于生态文明的消费模式转型研究述评与思考》,《中国人口·资源与环境》2008年第4期。
- ⑨娄峰、李雪松:《中国城镇居民消费需求的动态实证分析》,《中国社会科学》2009年第3期。
- ⑩孟艾红、李娜:《低碳消费文献综述》,《经营与管理》2012年第3期。
- ⑪潘家华、庄贵阳:《低碳经济的概念辨析及核心要素分析》,《国际经济评论》2010年第4期。
- ⑫王建明、贺爱忠:《公众低碳消费行为的心理归因和政策干预路径》,《南开管理评论》2011年第4期。
- ⑬王建明、王俊豪:《公众低碳消费模式的影响因素模型与政府管制政策——基于扎根理论的一个探索性研究》,《管理世界》2011年第4期。
- ⑭张浩、王永贵:《低碳消费偏好机理及其引导路径》,《消费经济》2010年第7期。
- ⑮张建平:《世界不同国家消费模式比较》,《中国党政干部论坛》2009年第2期。
- ⑯张新宁、包景岭、王敏达:《构建可持续消费政策框架研究》,《生态经济(学术版)》2012年第1期。
- ⑰Economy, E. and Lieberthal, K., Scorched earth: Will environmental risks in China overwhelm its opportunities?. Harvard Business Review, Vol.85, No.6, 2007.
- ⑱Fuchs, D.A. and Lorek, S., Sustainable consumption governance: A history of promises and failures. Journal Of Consumer Policy, Vol.28, No.3, 2005.
- ⑲Jackson, T., Motivating sustainable consumption: A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change: A report to the Sustainable Development Research Network. Centre For Environmental Strategy, University Of Surrey, 2005.
- ⑳Jappelli, T. and Pistaferri, L., Intertemporal choice and consumption mobility. Journal Of The European Economic Association, Vol.4, No.1, 2006.
- ㉑Kruowska, S., Sustainable consumption. International Journal Of Consumer Studies, Vol.27, No.3, 2003.
- ㉒Lane, B. and Potter, S., The adoption of cleaner vehicles in the UK: Exploring the consumer attitude-action gap. Journal Of Cleaner Production, Vol.15, No.11, 2007.

②③ Meghir, C. and Pistaferri, L., Income variance dynamics and heterogeneity. *Econometrica*, Vol.72, No.1, 2004.

②④ OECD, Toward sustainable consumption: An economic conceptual framework. OECD Environment Directorate 1999–2001 Programme On Sustainable Consumption Publications And Unclassified Documents, No. ENV/EPOC/WPNEP(2001)12/FINAL, 2002.

②⑤ Singh, N., Exploring socially responsible behavior of Indian consumers: An empirical investigation.

*Social Responsibility Journal*, Vol.5, No.2, 2009.

②⑥ UNEP, Introduction to sustainable consumption in Europe and Asia. Background Paper For SC, Asia Cross Learning Seminar, 2005.

(作者单位:国家发展改革委对外经济研究所、国家发展改革委对外经济研究所、中国人民大学经济学院)

责任编辑 徐敬东

(上接第47页)义的古迹、古树等物质文化遗产的保护,妥善发掘、合理保留有价值的民风民俗及其他精神文化。最后,培养城中村的可持续发展能力,确立城中村的主导产业;打造与区域经济有效衔接的产业链,拓宽城中村改造与发展的融资渠道,建立相对稳定的资金投入筹措机制;提高城中村的人才吸纳能力与人力资本投资水平,通过人才结构调整引领经济社会结构优化;坚持集约化与生态化的城中村改造模式,实现人与自然、社会、环境的和谐发展。

#### 参考文献:

①曹宗平:《中国城镇化之路》,人民出版社2009年版。

②方丹青、陈可石、崔莹莹:《基于多主体伙伴模式的文化导向型城中村再生策略——以深圳大芬村改造为例》,《城市发展研究》2015年第1期。

③傅明先:《基于生态城市建设的城中村改造研究》,中国海洋大学博士学位论文,2009年。

④甘露、马振涛:《新型城镇化的核心是人的城镇化》,《人民日报》2012年10月29日。

⑤高学武、魏国学:《城镇化视野下城中村治理困局的破解之策》,《宏观经济研究》2014年第3期。

⑥郭存芝、凌亢、白先春、胡振宇、梅小平:《城市可持续发展能力及其影响因素的实证》,《中国人口·资源与环境》2010年第3期。

⑦贺雪峰:《城中村改造:亟待包容性破题的人地矛盾》,《上海城市管理》2014年第2期。

⑧黄治:《城中村改造模式与策略研究——以深圳为例》,武汉大学博士学位论文,2013年。

⑨贾生华、郑文娟、田传浩:《城中村改造中利益相关者治理的理论与对策》,《城市规划》2011年第5期。

⑩简新华、黄锬:《中国城镇化水平和速度的实证分析与前景预测》,《经济研究》2010年第3期。

⑪马星:《“城中村”问题的形成与更新改造》,《特区经济》2007年第1期。

⑫彭红碧、杨峰:《新型城镇化道路的科学内涵》,《理论探索》2010年第4期。

⑬单卓然、黄亚平:《“新型城镇化”概念内涵、目标内容、规划策略及认知误区解析》,《城市规划学刊》2013年第2期。

⑭杨海坤、郝炜:《演进与超越:新型城镇化政府法治之维》,《江汉论坛》2014年第7期。

⑮赵晔琴:《“居住权”与市民待遇:城市改造中的“第四方群体”》,《社会学研究》2008年第2期。

⑯赵雨虹:《城市发展过程中城中村改造问题及对策研究》,中央民族大学硕士学位论文,2013年。

⑰周慧光:《“城中村”改造难题及解决方案》,《光明日报》2015年1月25日。

(作者单位:李润国:黄大铁路有限责任公司、华中师范大学,赵青:山东省经济和信息化委员会、华中师范大学公共管理学院,王伟伟:华中师范大学公共管理学院)

责任编辑 希雨