

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓名：盛斌

资格证号：71041208

专业名称：企业经济

拟定学位论文题目：农村居民低碳产品消费行为影响因素研究

报告日期：2022年1月2日

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义  为了在我国当前全新的低碳经济环境形势下，掌握广大农村地区的低碳产品消费意愿和特征，更好的普及推广低碳产品在农村地区的购买与应用，降低环境污染，全面建设低碳环保型社会，推动农村地区新型生态文明建设，本文立足现实，从微观角度进行研究与分析及论述，综合了理论探索及实际情况，拟通过实证调查数据分析当前影响我国农村地区居民购买低碳产品的意愿的成因以及低碳产品购买意愿与实际行为之间的关联性，研究各影响因素的作用方式以及作用程度并进行比较，研究在低碳消费行为模式中中介效应是否存在，并得出具体的结论，为政策提供参考，为相关普及低碳产品推广者提供建议。  研究意义体现在理论意义与现实意义两个方面：  理论意义：本文针对目前国内相关低碳产品的研究大部分集中在产业改造等技术应用领域的现状，把研究视野拓宽到研究农村居民的具体能源消费行为领域，深入研究低碳产品在农村的推广普及。本文将以对S生态文明先行示范区的低碳产品消费情况调查结果数据为基础，综合各相关能源消费影响因素进行分析，探讨各因素对于低碳产品购买意愿及购买行为的作用大小以及作用方向，研究中介效应在其中的影响程度。  现实意义：中国是一个农业大国，根据 2015 年中国人口调查数据显示，我国农村的常住人口约为 6.2 亿。因此在我国低碳经济的发展中，农村地区占有举足轻重的地位，而如何转变农村居民的能源消费模式，是低碳经济进行推广必须的解决的问题。本文通过对S生态文明先行示范区的实际的大量样本调查数据，可以深入系统的了解当地农村人口的能源消费意愿及行为，有助于当地相关政策的制定与选择，引导当地农村居民实现从意愿到行为的转化。对于推进S生态文明先行示范区的低碳经济建设有着积极的现实意义，也可以为我国其他农村地区的相关低碳产品推广实施提供借鉴。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述  **国外研究综述**  一是关于能源消费的研究综述。近年来，随着世界经济的发展和人口的急剧增涨，人类生存的环境遭到了前所未有的破坏和污染。二氧化碳的过量无限制排放导致了地球温室效应的产生，发生了如冰山消融，海平线上涨，气候变暖，生物链遭到破坏等等一系列严重后果。在这严峻的环境背景下，有许多国家的政府和专家都认识到了环境问题的严重性，纷纷加入了对其的探索与研究。而居民是能源消费的终端，研究居民的能源消费行为对于解决环境问题占有举足轻重的地位。对能源消费行为的研究多为在宏观层面进行，以特定集体为研究对象，根据供求、认知、价位等影响因素进行研究，分析各因素对整体能源消费量的作用方向及作用大小，根据研究结果做出各环境平稳条件下的未来能源消费量走势预期。Nesbaken（1997）运用实证分析对挪威1993-1995年间随着能源价格的变化，居民能源消费量的变化进行了研究，得出的结果显示随着能源价格的上涨，居民能源消费量将会显著降低。Lenzen（2007）通过对多个国家的经济样本数据进行了调查研究，收入上升并不会必然导致能源消费量的上升，不同经济环境内上升程度各有高低；而对于某个经济环境类似的地区进行单独研究，则居民收入越高，能源消费就会越高。  二是关于低碳消费行为的研究综述。MacKerron（2009）的研究表明，消费者对碳冲抵方案的了解程度对消费者自愿碳冲抵的积极性具有显著影响。Upham等（2011）研究发现公众“碳标签”认知能够对家庭碳减排产生积极影响，促进这一行为的实施。ChenHong等（2014）细分了认知产生的影响作用效果，他们在分析态度形成过程的基础上，从认知过程到情感过程和最终的行为选择倾向，实施了一项关于个人关键消费条件的研究。结果表明，个体的环境认知与自我低碳消费偏好会对其消费行为知觉（消费者因为外表各种刺激，再加上消费过程中加以选择使其具有机会化：如绿色新颖的包装让消费者认为产品更绿色，更健康）造成不利的影响。与此同时，消费者对环境的观念、对低碳消费的了解，对他人低碳消费所带来的社会影响等方面的知识了解越多，则该消费者越容易在消费过程中，选择低碳消费。Sandra Bichler（2015）等在德国4000个私人家庭里进行了调查，认为在自动洗碗中提高可持续性和环境友好行为不仅决于技术进步，还取决于人们的生活习惯以及其对生活低碳化的主观选择。在德国，消费者们选择洗碗机时对洗碗机性能、品牌、产品能耗的选择趋势同样对他们的行为是否属于低碳行为发挥了关键的作用。Ouyang（2009）研究了杭州居民低碳消费行为的影响因素问题，通过调査数据的检验后发现，家庭生活方式改为低碳化后可以帮助家庭节省约10%的耗电。Steg（2008等）在各自的研究文献中对居民低碳消费行为相关问题进行了探究，并得出研究结果：有效节能知识能促使人们选择低碳行为，并减少家庭能源的损耗。而实现有效节能知识传播时，结构性政策宣传效果较差，教育和信息宣传节能知识的效果更好。经过研究发现，居民缺乏节能的有效方法知识是造成家庭减少能源使用的重要原因之一，而教育和信息宣传手段比一些结构性政策，能较好的改善家庭能源使用行为，起到引导居民节能行为的作用。  **国内研究综述**  一是关于低碳消费行为影响因素的研究综述。人口统计学特征与个体低碳消费行为存在关联性这一观点在国内也得众多研究者的认可。2013年谢守红、陈慧敏、王利霞三人共同发表的论文《城市居民低碳消费行为影响因素分析》中，采用Ｔ检验方法研究并提出男女性别因素的差异，会促使其在低碳产品的购买行为中表现出明显差异。而多数个体的低碳产品的购买行为并不会因为是否婚姻而发生明显改变。但是此结果并不适用于其他的一些研究中，杨波（2012）用LPM模型分析进行实证研究后，发现个体的低碳商品消费中收入情况最重要，其他的个体本身因素作用效果并不大。他认为一方面有可能消费者收入越高，对于低碳商品的消费能力和意愿就越强烈；另一方面，也有可能是因为高收入消费者所处的职业和在社会中的层级导致其容易接受新事物。王梦怡和姚兆余（2014）将消费行为分解为多方面进行观察，基于在南京市获取的783份结构式调查问卷结果分析后得出，收入状况与行为中的衣着消费之间负相关，与医疗消费、娱乐支出之间正相关，与食品消费、居住消费之间不存在相关性；婚姻状况对于其食品支出、居住支出、娱乐支出有一定的影响；年龄与居住消费、衣着消费之间正相关；性别与娱乐消费负相关，与医疗消费正相关；文化程度与消费行为之间显著正相关。  江捧、汪兴东（2015）根据实证数据并经过低碳消费行为影响因素结构方程模型检验后，得到农村居民低碳消费知识对他们是否拥有低碳消费趋势的标准化路径系数是—-0.142，这表明在农村，人们往往会因了解和思虑过多而对低碳产品市场缺乏信任，以至于对低碳消费的积极现实意义丧失信心。张松梅（2015）通过在青岛的实地问卷调查，调查了青岛社区居民与部分在校大学生也得出了相似的研究结果。从众心理和炫耀心理在一定程度上，是刺激居民产生高碳化消费倾向的重要原因。于君华（2013）他发表的论文中，运用计划行为理论采用文献资料法进行研究分析，并得出研究结果：由于低碳消费不能深入人心，随着物质生活水平的发展，以攀比、推动消费为主的不良消费观会误导人们，从而使人们的消费行为趋向高碳消费。巢桂芳（2010）的研究中，经过对居民低碳消费行为的实证分析提出：政府是否宣传低碳消费知识会对全国的居民产生低碳消费行为的程度造成较大的影响。  王继红（2011）在研究农村居民购买家电产品，是否会自发产生低碳消费行为时得出研究结论：在我国农村仅有27.3%的农村居民会把产品能耗及环保因素纳入购买家电产品的决策中。更多情况下，选购家电是否能满足其自身需求才是居民做出消费决策的主要因素。王璐（2014）在对城市居民低碳消费行为选择及其影响因素研究中，采取分层回归分析方法对各类情境结构因素的调节作用依次分析和验证后，发现经济成本显著影响服装消费和居住消费等相对长期的消费行为，但对饮食等随机性较大的消费行为则无调节作用。贺爱忠等（2011）通过建立农村居民低碳消费行为的影响因素模型进行实证研究后，认为消费信贷等相关政策并不直接作用于个体的低碳消费行为，而是对农村居民的意向产生作用，积极的政策效果能够刺激农村居民的低碳消费意向的产生。  二是关于低碳消费行为研究方法的研究综述。谢守红等（2013）以无锡市居民为问卷调查对象，先通过因子分析法分析城市居民低碳消费行为的影响因素，提取出了9个主因子。再结合多元逐步回归分析方法，有效的筛选出最少的自变量来建立回归模型，剔除了4个自变量后最终得到责任感和生态价值观、便捷性、低碳认知、产品价格、政策感知效果５个主要影响因素。石洪景（2015）也是对城市居民进行了问卷调査，以多元线性回归模型筛选影响因素，研究了人口统计学变量的作用路径，得出这一变量对居民低碳消费行为并无显著影响的结论，还认为低碳消费行为主要受心理因素、法规政策及外部因素等影响。众多研究中普遍将因变量用低碳消费行为来表示，但也有部分学者将这一行为细化，将低碳购买行为和使用行为设为因变量来探究个体的低碳消费问题。基于此，彭迪云等（2014）以人口统计因素和社会环境因素等为自变量，使用了多元逐步回归统计方法，对南昌市城镇居民低碳消费行为影响因素进行了实证研究，并针对研究结果提出要提高居民的社会责任意识、强化青年群体的低碳消费教育和提升低碳产品的性能等相应政策意见。马诗怡（2014）同样是以购买行为和使用行为为因变量，利用多元逐步回归统计方法对此问题进行了研究。  三是关于能源消费的研究综述。张欣等学者（2011）对于中国城市居民和农村居民的能源消费情况进行了整理研究，认为在2000至2007年间，城市居民能源消费量的增长程度大于农村居民，应引领城市居民将能源消费观念从传统观念转为低碳经济消费观念。刘虹（2002）运用投入-产出的基础模型，对中国居民的能源消费行为进行了研究，得出了影响能源供求关系的变量。定光平（2008）对农村相关政策能源补贴落实情况进行了研究，发现补贴政策并不能完美适用于所有农村，部分农村居民对能源补贴政策缺少认知，政策补贴难以顺利实施，农村居民能源消费情况难以得到根本性改变。姜美竹等（2011）对于农村低碳能源消费的结构进行了解析与研究，认为农村低碳能源消费具有鲜明的地域性特征，并受诸多外部性因素制约。  本文选择前人研究较少的农村低碳产品消费行为领域进行研究，通过随机问卷调查的方式取得S生态文明先行示范区内部分样本的详实数据，采用统计学方式对调研数据进行分析；在此基础上，采用实证分析的方法对农村低碳能源消费行为进行研究，以实际数据分析农村居于对于低碳产品的购买意愿及购买之间的影响因素的程度及方向，基于中介效应的检验，从数据出发解释在农村居民在现实中表现出的购买意愿与行为的不一致性。最后总结文中得到的结论，为现实中制定合适的低碳产品推广方式提供参考。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源  文献分析法：查阅大量的相关文献资料和理论著作来夯实本研究理论基础，通过多种途径获取居民低碳消费方面的政策性和理论性资料作为写作的参照。本研究将在广泛阅读相关文献和参考许多学者的观点和思想的基础上形成，并对所搜集的文献进行概括整理以及归纳分析，最终形成比较科学的、系统的、行之有效的研究成果。  问卷调查法：首先通过文献查询和相关知识的研究，初步设计调查问卷，随机选择当地农村居民填写初步问卷，并对回收的问卷进行分析，根据得到的结果对问卷中的重复性高的问题进行精炼、删改，并以此制定完成版的调查问卷。调查问卷确定后，通过随机选取的方式从S生态文明先行示范区选出数个农村地区进行投放问卷，为本文实证分析提供了坚实的数据基础。  因子分析法和回归分析法：本文将通过 SPSS 22.0 对回收的问卷调查结果进行因子分析，对各相关题项进行皮尔森相关性检测，得出结果，对于 KMO 值大于 0.6 的项目进行合并分析，并进行降维处理。因子分析完成后，将降维得到的新的因子分别与农村居民低碳能源的购买意愿和购买行为分别进行回归分析，进行中介效应检测，得出回归分析结果，通过横向比较得出最终结论。 |
| 2.核心观点  第一，提高农村能源消费者的总体素质及收入水平是从根本上解决低碳产品推广问题的关键。在对消费者消费行为的研究中，一切的影响因素的作用的终端都是消费者。无论农村能源消费者受到怎样的因素影响，最终采取购买行为时最重要的仍是经济因素，假如经济条件不允许，将会否决绝大部分的购买行为。因此提高农村居民的收入水平，是提高低碳产品购买行为的根本。从现实情况看，如果经济情况允许的条件下，大部分人都会选择相对更加有利于国家发展、经济建设的低碳产品。  第二，农村能源消费者的低碳认知程度对低碳产品购买的影响并不十分明显，并且可能存在着边际效应。即当个体受到一定程度的低碳知识宣传教育影响时，其低碳产品购买意愿及行为会受到一定程度的正面影响，但当其低碳知识越丰富全面，这个影响程度就越低，极端情况下甚至会降低其购买行为。这在现实中也是普遍存在的现象，即当最初受到媒体宣传、政策教育及周边其他人从各方面对某产品进行的宣传推荐时，由于主观判断上受到这些因素的影响，从而产生了购买意愿，购买了产品，这属于心理学中的从众心理，即购买时并没有对产品进行全面认知，而是跟随他人的意识而进行；但如果没有第一时间购买，而是从各方面对该产品进行了全方面的了解，就会开始根据自己实际情况对产品进行匹配，匹配的结果可能与自己实际情况并不适应，因此并不会进行实际购买。 |
| 3.创新之处  研究对象创新：本文理论研究方面将引入社会心理学范式和行为经济学的理论，并试图将消费者行为模式的研究理论代入到农村居民低碳能源消费的领域，拓展了过去的研究大多将对象作为城市居民的不足，拓展了理论的应用范围，将研究对象定位为农村能源消费者，完善了相关理论的覆盖程度。研究主要基于中介效应理论为核心进行，对各影响因素进行多元回归，根据回归结果做出判断分析。同时本文具有鲜明的时代特征和地域特征，立足S生态文明先行示范区进行研究，分析各个影响因素对当地农村居民低碳消费行为的影响，达到明确各影响因素作用方向及程度的目的，为政府制定政策提供参考，具有明确的现实意义。  研究方法创新：本研究依据消费者综合行为理论等经典的理论研究，构建了农村居民低碳消费行为影响因素的概念模型，通过结构方程来对模型进行验证和校正。采用结构方程模型，可以综合回归分析、因子分析和路径分析等多种方法，处理变量多重相互关系，更为简便的验证性分析和检验变量关系，还允许自变量和因变量存在测量误差，为分析潜在变量之间的结构关系提供了可能。因此，选用结构方程模型来揭示某些低碳消费行为影响因素对低碳消费行为的影响程度，更比多元回归分析等方法对农村居民低碳消费行为的内在原因显示出较强的解释力。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献  [1]李献士.绿色购买行为影响因素分析及促进策略构建[J].商业经济,2022(01):73-74+142.  [2]江芳.绿色低碳发展背景下我国汽车行业与居民消费水平耦合协调关系研究[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2021(12):130-133.  [3]吴粹中.消费者健康关注、舆情感知与绿色食品消费意愿：不同消费群体的比较研究[J].商业经济研究,2021(23):58-61.  [4]张琰.加快绿色农业经济发展的思考[J].山西农经,2021(22):162-164.  [5]薄凡,庄贵阳.“双碳”目标下低碳消费的作用机制和推进政策[J].北京工业大学学报(社会科学版):1-13.  [6]邓茗文.把握消费新趋势 升级消费助力高质量发展[J].可持续发展经济导刊,2021(11):37-39.  [7]朱琳.低碳消费：电商行业用绿色妆典“双11”[J].可持续发展经济导刊,2021(11):40-43.  [8]敖芬芬,李敏.绿色发展理念下消费者绿色消费行为的培育路径[J].市场周刊,2021,34(11):21-24+65.  [9]薛冰晓,纪薇.碳达峰目标下顾客绿色消费行为的形成机理分析[J].商业经济研究,2021(20):83-86.  [10]张晶飞,秦耀辰,张丽君,王坤,段杰冉.建成环境对居民绿色消费意愿的影响——来自郑州的实证研究[J].地理研究,2021,40(10):2914-2929.  [11]古璇.绿色消费的实践价值——绿色消费伦理系列研究二[J].大陆桥视野,2021(09):45-48.  [12]李鹏翔.绿色消费中态度-行为差距影响因素分析[J].当代经济,2021(09):82-85.  [13]杜瑛瑛. 产品绿色属性信息对消费者绿色购买意愿影响研究[D].山东大学,2021.  [14]林淑颖. 我国居民绿色消费意愿水平测定及影响因素分析[D].浙江大学,2021.  [15]唐琪,王志强,王润沛.低碳经济背景下新疆农村居民消费现状分析[J].农业展望,2021,17(03):126-130.  [16]陈凯.信息干预对绿色消费行为的影响分析[J].中国特色社会主义研究,2020(Z1):126-131+161.  [17]岳书敬,高鹏.以绿色创新走出生态优先绿色发展新路子[J].群众,2020(24):21-22.  [18]郑婧伶,徐炳全.绿色发展理念下我国绿色消费的应然路径[J].商业经济研究,2020(23):61-63.  [19]付伟,杨丽,罗明灿.我国绿色消费路径依赖探析[J].西南林业大学学报(社会科学),2020,4(06):57-62.  [20]孙时进,孔云中.进化心理学视角:童年环境、价值观影响绿色消费行为的实证研究[J].心理学探新,2020,40(06):552-561.  [21]刘艳艳,马培衢,殷政伟.绿色农产品生产与绿色消费演化博弈分析的文献综述[J].内蒙古科技与经济,2020(21):149-150.  [22]徐丰伟,丁昱丹,张震芳.政府调控下绿色消费与绿色供应链实施的演化博弈分析[J].生态经济,2020,36(11):60-65+117.  [23]李忱,乔世君.我国城市中产阶层消费观念与消费模式研究[J].商业经济研究,2020(21):45-49.  [24]但秀丽.我国消费者绿色消费行为倾向及驱动因素研究[J].商业经济研究,2020(21):53-56.  [25]张玉艳.绿色发展理念下推进绿色消费行为的路径研究[J].中国商论,2020(21):82-84.  [26]郑勇. 消费者绿色营销感知对消费者响应的影响研究[D].辽宁大学,2020.  [27]国合会"绿色转型与可持续社会治理专题政策研究"课题组,任勇.“十四五”推动绿色消费和生活方式的政策研究[J].中国环境管理,2020,12(05):5-10.  [28]杜鑫.消费者创新性与绿色消费行为:理论机制与实证研究[J].商业经济研究,2020(19):56-58.  [29]周江燕.论绿色消费方式与生态环境保护——以上海市经济发展为例[J].绿色科技,2020(18):260-261.  [30]王微,彭立学.绿色消费经济视域下大学生绿色消费教育路径[J].现代企业,2020(09):130-131.  [31]胡小明. 新时代绿色消费模式构建研究[D].中共黑龙江省委党校,2020.  [32]胡静. 引导用语对绿色消费行为意愿影响机制研究[D].北京林业大学,2020.  [33]马国骏. 认知偏差、知情度与低碳消费的关系研究[D].广西大学,2020.  [34]翟亚楠,谈存峰,吴平肖.甘肃农村居民碳消费结构分析[J].经济研究导刊,2019(25):21-23+29.  [35]虞义华,邓慧慧.基于空间Probit模型的农村家庭低碳产品购买决策研究[J].求索,2017(12):45-53.  [36]焦顺子. 乡村旅游低碳消费行为影响因素研究[D].厦门大学,2017.  [37]杜宇,马蓓蕾.安徽省城镇居民低碳消费行为影响因素及路径研究[J].安徽理工大学学报(社会科学版),2017,19(03):51-56.  [38]孙锐敏. 江苏农村居民低碳消费行为影响因素的实证研究[D].扬州大学,2017.  [39]熊开容,刘超.消费者的碳标签认知及对其低碳消费行为的影响[J].广东外语外贸大学学报,2017,28(01):101-106+137.  [40]周水平,汪兴东,曲振辰.农村居民低碳产品消费行为影响因素研究——消费意愿的中介作用[J].企业经济,2016,35(12):40-44.  [41]曲振辰. 农村居民低碳产品购买行为影响因素实证分析[D].江西农业大学,2016.  [42]李惠芳. 中国低碳消费模式的建构[D].集美大学,2016. |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲  第1章   * 1. 研究背景与意义      1. 研究背景      2. 研究意义   2. 国内外研究现状      1. 国内研究现状      2. 国外研究现状      3. 研究述评   3. 研究思路与方法      1. 研究思路      2. 研究方法   4. 研究内容与创新      1. 研究内容      2. 研究创新  1. 概念界定与理论基础   2.1 概念界定  2.1.1 低碳消费  2.1.2 消费意愿  2.2 理论基础  2.2.1 消费者行为理论  2.2.2 可持续发展理论  2.2.3 感知风险理论  第3章 研究假设与模型构建  3.1 研究假设  3.1.1 感知风险对低碳消费意愿具有正向影响  3.1.2 个人认知对低碳消费意愿具有正向影响  3.1.3 消费信念对低碳消费意愿具有正向影响  3.1.4 中介变量对消费行为具有正向影响  3.1.5 人口统计变量对低碳消费意愿具有正向影响  3.2 模型构建  第4章 农村居民低碳消费行为影响因素实证分析  4.1 调查问卷设计  4.2 问卷信效度检验  4.3 数据描述性统计分析  4.3.1 人口统计变量描述  4.3.2 低碳产品消费意愿统计分析  4.3.3 低碳产品消费行为统计分析  4.3.4 各变量的统计分析  4.4 相关性分析  4.4.1 感知风险与低碳消费意愿的相关性分析  4.4.2 个人认知与低碳消费意愿的相关性分析  4.4.3 消费信念与低碳消费意愿的相关性分析  4.4.4 中介变量与消费行为的相关性分析  4.4.5 人口统计变量与低碳消费意愿的相关性分析  4.5 回归性分析  4.5 研究假设验证分析  第5章 研究结论与建议  5.1 研究结论  5.2 研究建议  5.2.1 完善相关政策法规，健全低碳产品消费市场管理机制  5.2.2 加强低碳产品的宣传，培育消费者偏好  5.2.3 打造低碳产品品牌，提升消费信任度  5.3 研究不足与假设  参考文献  附录  致谢 |