

指导小组成员名单

邱柏生 教授

顾东辉 教授

周志成 研究员

张华青 副教授

董志敏 副教授

刘春荣 副教授

目 录



摘 要.....	1
Abstract.....	3
第 1 章 绪 论	5
1.1 选题背景.....	5
1.2 有关研究综述.....	6
1.3 研究方法思路.....	9
第 2 章 “适度消费”问题及其研究	10
2.1 “消费”与“适度消费”	10
2.1.1 消费的概念.....	10
2.1.2 消费“适度性”的界定.....	12
2.2 消费主义批判.....	13
2.2.1 “消费主义”的产生.....	13
2.2.2 消费主义的弊端.....	14
2.3 过度消费导致的环境问题.....	15
2.3.1 生态环境恶化.....	16
2.3.2 资源不可持续.....	16
2.3.3 落后国家（地区）环境进一步恶化.....	17
第 3 章 过度消费的实证研究:以汽车消费为例	18
3.1 汽车消费的案例.....	18
3.1.1 汽车消费的阶段性.....	18
3.1.2 我国汽车消费情况.....	19
3.1.3 汽车消费的环境影响.....	20
3.2 过度消费的行为表现.....	22
3.2.1 过度购买.....	22
3.2.2 过度炫耀.....	23
3.2.3 过度配置.....	24
3.2.4 过度保养.....	25
3.3 适度消费对于环境治理的重要性分析.....	25
3.3.1 减少油品消耗.....	26
3.3.2 控制土地占用.....	26
3.3.3 避免空气污染.....	27

第4章 社会群体适度消费的观念更新	30
4.1 绿色的消费观念	30
4.1.1 减少汽车使用	31
4.1.2 使用绿色汽车	32
4.2 可持续的消费观念	33
4.2.1 开发环保汽车	34
4.2.2 使用新型能源	35
4.3 新型消费文化的可能性	36
4.3.1 健康消费	36
4.3.2 科学消费	37
4.3.3 文明消费	37
第5章 政府鼓励适度消费的管理机制	39
5.1 政府加强适度消费的导向	39
5.1.1 鼓励适度消费是政府的责任	39
5.1.2 提倡适度消费的伦理观	41
5.1.3 营造关注适度消费的舆论场	43
5.2 政府完善法规政策	43
5.2.1 规范消费秩序	44
5.2.2 制定法律法规	44
5.3 政府率先垂范进行适度消费	46
结 语	48
参考文献	49
后 记	52

摘 要

最近几年,我国环境污染事件不断涌现,且愈演愈烈。究竟是什么导致了环境恶化呢?很重要的一个原因就是当前社会出现的消费主义行为。消费主义造成了资源的巨大消耗,人类为改变自己的生活环境,不断地改造环境,开采资源,破坏森林,不断扩大耕地和居住面积,导致了沙尘暴、酸雨、泥石流等的侵袭。上一代人还带给后代一些不易发觉的、间接的污染,如:温室效应、臭氧层破坏、雾霾等。

消费是人类存在和发展的永恒主题,我们如何协调社会发展和环境治理呢?适度消费才是消费行为的伦理准则。本文从环境治理的角度辩证地批判了消费主义,以汽车消费为例,提出了社会群体适度消费的观念更新和政府倡导适度消费的管理机制。适度消费是历史的、具体的、相对的。既与经济发展水平、个人收入水平相一致,同时受生产力水平、风俗习惯等社会条件的制约。不同的国家应将现实国情、生产力发展水平、社会发展的整体利益等等因素加以综合考虑,建立与之相应的消费观。

希望通过本文的研究,有助于我们对消费行为产生更深层次的认识,理顺其与环境治理之间的相互关系,引导人们自觉地树立正确的消费观和价值观。我们只有倡导适度消费,从根本上摒弃过度消费理念,才能从现存消费方式导致的环境治理问题和人类的生存困境中逃离出来,做到适度消费,从而在发展的同时,保护好地球环境。

关键词: 环境;治理;消费主义;适度;管理

中图分类号: X24

Abstract

In recent years, incidents of environmental pollution are constantly emerging and are growing in intensity. What is the root cause of environmental pollution today? In my view, the chief culprit of environmental pollution is the consumerism that prevails in the present society, resulting in over-consumption of enormous natural resources. To improve their living conditions, too much has been done for the transformation of natural environment, the exploitation of mineral resources, the destruction of forests, the broadening of agricultural acreage and living spaces, and as a consequence, disasters such as sand storm, acid rain, mud-rock flow occur occasionally every year. The older generation has left behind their backs certain indirect and invisible pollution problems, such as the greenhouse effect, the devastation of the ozone layer, extensive mist and so on.

Material consumption is an eternal theme for human existence and development. What should we do to coordinate the relationship between social development and environmental pollution control? The only answer lies in proper consumption of natural resources. This paper dialectically criticizes consumerism from the standpoint of environmental pollution control. The concept of proper personal consumption and the policy of proper consumption advocated by the government were also discussed in the paper. In my opinion, the so-called proper consumption is historical, specific and relative. That is to say, consumption should agree with the levels of economic development and personal income. At the same time, it is restricted by productive forces, social customs and other social conditions. Different countries have their own different conditions. In developing a certain policy, policy-makers should consider comprehensively from the standpoints of the present state conditions, the level of productive forces, the overall interests of social development, and other factors. And the correct concept of consumption, which is compatible to social development, should be established.

It is hoped that this research paper will enable us to have a more intimate knowledge about the correct consuming activities, and straighten up the relationship between consumption and environment protection, and guide people to establish a

right concept of consumption and a correct view on values. Only through advocacy of proper consumption concept, can we abandon once and for all the concept of excessive consumption, and free ourselves from the dilemma of environmental protection and human existence, which were caused by the present consumption habits. What should be done right now is to protect global environment with right and proper consumption.

Key words: Concept of consumerism; Proper; Pollution; Environmental protection; Manage

CLC: X24

第1章 绪论

1.1 选题背景

最近几年,我国环境污染事件不断涌现,且愈演愈烈。中东部许多大、中型城市都出现了严重的雾霾天气,城市陷入污染,居民呼吸道疾病的发病率急速上升,人们健康受到威胁。数据显示,2013年黄淮、江南地区,都遭遇了大范围的严重污染,许多地方雾霾笼罩,多个城市空气质量是严重污染级别。

2013年几次严重的雾霾污染天气,影响范围达到了13个省市区、143万平方公里、浓度最高达1000微克,受影响人群达6亿人口,是中国环境污染史之最。原本中原地区很少见的雾霾也开始大面积出现。早上出行,天总是灰蒙蒙的,洁净的空气,清亮的蓝天竟成了奢侈品。

2013年我国环境分析报告称,达到世界卫生组织推荐空气质量标准的,只有不到1%的城市;全球污染最严重的十个城市有七个在中国^①。

中国工程院院士钟南山也说,大气污染比非典还要可怕,非典可以隔离,但是大气污染任何人都逃不掉。2013年,日韩媒体频繁指责中国的雾霾和环境污染问题。日本媒体担心在华日本人的健康状况,韩国媒体则直接宣称中国雾霾是人类史上最严重的污染。

到底是什么原因导致了我们今天的环境恶化呢?很重要的一个原因是我们现在存在消费主义的行为。消费主义造成了资源的巨大消耗和环境污染,人类为改变自己的生活质量,不断地改造自然,开发环境,开采资源,破坏森林,不断扩大耕地和居住面积,导致了沙尘暴、酸雨、泥石流等自然灾害的侵袭。上一代人还带给后代人一些不易发觉的、间接的污染,如:温室效应、臭氧层破坏、雾霾等,这些就是由大气污染而衍生出来的,这些污染虽不易被发觉到,但被发觉时,就表明环境的污染程度已经非常严重。

我们要如何改善生存环境呢?本文通过对消费主义的批判,分析消费主义的种种弊端和过度消费导致的环境治理问题,从而让人们重新审视社会消费行为,营造文明健康的消费文化,政府有效履行管理职能,实现社会的适度消费,促进环境污染问题的解决。

需要指出的是,本文是从环境治理的视角来讨论适度消费,因此,本文探讨的适度消费是侧重于指自然资源和环境领域的适度消费,如对水资源的消耗要适度,对土地资源的消耗要适度等,而不是局限于指金钱的适度消费。

^① 张庆丰,罗伯特·克鲁可斯. 迈向环境可持续的未来中华人民共和国国家环境分析[M]北京:中国财经出版社,2012:3.

适度消费是这样一种消费状态,它首先是符合本国国情、生产力水平和自然资源状况,同时又要满足本国居民基本生存需要。适度消费,是在资源条件约束下的最优化消费。从宏观看,适度消费不仅要适应一定时期经济发展和国民收入水平,而且要与劳动生产率提高和经济发展的水平相匹配。人类应该把自己的消费需求控制在地球的承载能力以内,绝不能以破坏地球的生态平衡为代价。从微观看,适度消费要量力而行,要求消费者个人的消费规模应与其收入水平相适应,还要求人们的消费方式健康文明,应减少对健康生存有害的消费,如炫耀性消费等不健康的消费方式。

1.2 有关研究综述

通过对本研究相关资料的查阅,笔者认为国内外已经有学者对适度消费以及特殊消费领域对环境造成的压力进行了相关研究。学者们从不同的角度对适度消费的概念进行了界定:以汽车消费领域为例,学者们运用生态足迹分析法,分析了汽车保有量增加对环境产生的影响。

(1) 关于环境领域的适度消费研究

在我国理论界,适度消费理论是在上世纪八十年代提出的。它的提出最早是针对经济领域的消费超前和消费不足问题,之后也针对环境领域的环境保护问题。到底什么是适度消费?到目前为止,理论界对适度消费的理解还没有一种统一的说法,有代表性的观点大体有如下几种:

吴振铎认为适度消费是指一个国家的消费状态要与当前本国的资源开发、使用现状相适应。^①它是一种合适的、恰当的消费,倡导消费的同时不牺牲别的国家的资源和利益,不牺牲后代人的生存发展条件和权利,不提倡过度消费。

童玉贤认为适度消费是一种中庸状态,是一种恰到好处的消费。^②它是在特定的社会生产力发展水平及资源保有状况下,相对于过分节俭和奢侈浪费而言的。适度消费不是绝对的,而是一个相对的概念和状态,不同的生产力和生产关系状况下,适度消费是不同的。即使是同一个国家,从不同时间点来看,不同的生产力发展水平和资源保有状况下,适度消费反映在消费量上是不相等的,它是一个动态的变化的概念;同一个时间点上,不同的社会关系人,适度消费反映在消费量上还是不相等的。适度消费是一种平衡的状态,它不是要求人们一味地节约、吝惜能源和财富,也不提倡人们毫无节制地消耗、滥用能源和财富。它是一种既能较好地满足个人生活需要,又不奢侈浪费的消费,是一种恰到好处的消费。

洪大用认为过度消费会对环境造成负面影响,它是从环境保护视角来探讨该

^① 吴振铎. 21世纪的适度消费与环境保护[J]. 技术经济, 2001(1): 17-19.

^② 童玉贤. 适度消费是实现可持续发展的重要途径[J]. 生态经济, 1998(2): 30-31.

问题的。但是贫困导致的消费不足会引起人们个人生活需要得不到满足,人们迫于生计,对环境的掠夺更会不择手段,进而会造成自然环境的污染、破坏。所以,过度消费和消费不足都是不理想的,要促进社会均衡消费,既要反对和抵制消费主义,也要解决消费不足的问题。^①

王子彦等建议用可持续消费的概念来替代适度消费的概念。^②联合国环境规划署于2002年在布拉格召开的第七次清洁生产会议上,对可持续消费概念作了规范,指出“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,又不会危害后代人们的需要,这就是可持续性消费”。建议用可持续消费概念来替代适度消费概念,主要是因为可持续消费比适度消费概念清晰,较容易被人们理解接受。可持续消费倡导的消费理念与可持续发展战略思想是一致的。它不是要限制人们的消费水平,降低人们的生活水准,而是主张将消费和生产的可持续性联系起来,将消费和对环境造成的压力联系起来,将消费和对后代的责任联系起来。

综上所述,学者们提出适度消费的目的是倡导一种新的消费方式,缓解环境压力。用日本学者的话说:就是要降低人们的消费欲望,让人们的欲望休眠。^③从上述学者们的观点来看,他们都关注到了过度消费对环境造成的压力及影响,认为过度消费是不可持续的。

(2) 关于汽车保有量增加对环境影响的研究

面对我国汽车消费高速增长,保有量持续上升的现状,我们不得不关注汽车保有量增加对能源和环境造成的影响问题。学者们借助生态足迹分析方法,对我国汽车产业生态足迹进行分析,对汽车产业面对的能源和环境压力进行了定量研究,相关研究成果对分析汽车消费增加对我国能源和环境的压力具有较大的参考价值。

生态足迹分析由生态足迹和生态承载力两大部分构成,生态足迹是指在一定的生产力水平和科学技术条件下,为维持一定消费水平下的一个区域、国家或者全球的人口持续生存,所需要消费的所有资源以及吸纳人类所产生的所有废弃物,所必需的生物生产性土地面积;生态承载力则是一个区域、国家或者全球所能够提供给人类的生物生产性土地面积^④。在生态足迹和生态承载力的计算中,均需要计算生物生产性土地面积,所谓生物生产性土地是指具有生产生物能力的土地或水域,是生态足迹分析法为方便计算各类自然资源所需生物生产性土地面

① 洪大用. 关于适度消费的若干思考[J]. 社会科学研究, 1999(6): 51-56.

② 王子彦, 李宁. 对“适度消费”概念的不同理解[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2005, 7(2): 84-86.

③ 失内裕幸. 环境哲学[M]. 东京: 日刊工业新闻出版社, 1992: 24-28.

④ 金书秦, 王军霞, 宋国君. 生态足迹法研究述评[J]. 环境与可持续发展, 2009(4): 26-28.

积而提供的一种度量工具。在生态足迹分析法中,生物生产性土地被分为六大类:耕地、林地、建筑用地、化石能源用地、草地和水域。

生态足迹分析法作为度量区域可持续发展状态的一种新的理论与方法,由于具有完善的理论基础、符合现行统计方法、统一的指标体系、能定量计算,提出后在世界各国引起了强烈反响,近年来在国内外的不同地域空间、不同社会领域得到广泛实践与应用。

王小霞博士在国内机动车保有量预测和机动车尾气控制的研究基础上,对我国机动车尾气污染物的现状、未来发展趋势以及控制措施进行了相关研究,建立了以建筑用地生态足迹需求、化石能源用地生态足迹需求为主的道路交通生态足迹需求与道路交通区域生态承载力构成的道路交通生态足迹模型:^①

$$ED = (r_1 \times N' \times \sum (S_i / N') + r_2 \times \sum \frac{C_i A_i}{K_i}) - [(1 - 12\%) N \times \sum (r_j \times y_j \times a_j)],$$

$$ES = [(1 - 12\%) N \times \sum (r_j \times y_j \times a_j)] - (r_1 \times N' \times \sum (S_i / N') + r_2 \times \sum \frac{C_i A_i}{K_i})$$

以我国道路机动车保有量为计算依据,说明了道路交通生态足迹模型的计算过程,得出我国 2000 年以后的道路交通生态足迹均处于 ED 状态,其已不符合道路交通可持续发展的要求并且具有持续恶化的趋势。因此,汽车的能源消耗与污染物排放必须有效控制。

姚猛等利用生态足迹分析方法,对我国汽车产业将要面对的能源和环境压力进行的定量研究表明,汽车使用阶段的生态足迹所占比重最大,占到历年总生态足迹的50%以上,其次是原材料生产阶段,约占历年总生态足迹的30%,汽车制造阶段占用的生态足迹最少;化石能源用地占到历年总生态足迹的80%以上,其中汽车使用阶段所占的化石能源用地比重最大,占全部化石能源用地的60%以上,占全部汽车生态足迹的50%以上。我国汽车生态足迹仍然保持高速增长态势,到2030年将达到2010年的6倍以上。^②所以,如何削减原材料生产和汽车使用是控制汽车对环境影响的关键所在。

史占国等采用我国资源利用和环境统计数据进行汽车足迹分析结果显示,汽车使用阶段的生态足迹最大,占61.06%;其次为原材料生产阶段,占24.04%,汽油生产阶段占13.62%,汽车制造阶段最小,占1.29%^③。

以上研究结果均表明汽车使用阶段对环境的影响最大,这为控制和减小汽车消费对环境的影响提供了研究方向。

① 王小霞. 道路机动车尾气污染物排放量的预测与控制措施研究[D]. 西安:长安大学, 2012:1.

② 姚猛, 韦保仁. 我国轿车产业的生态足迹分析[J]. 汽车工程, 2009, 3(31):287-292.

③ 史占国, 张国方. 汽车生态足迹探讨[J]. 汽车工业研究, 2006(11):42-44.

1.3 研究方法及思路

本文主要采用文献研究、案例研究和经验总结相结合的研究方法。

通过文献研究法获得资料,全面了解掌握适度消费和当前环境治理中存在的问题,然后采用案例研究法围绕汽车消费案例分析了当前存在的过度消费行为,最后利用经验总结法提出了促进社会群体适度消费观念更新和落实政府适度消费管理机制的建议。

文章开篇首先介绍了选题背景、研究目的和思路;然后界定了消费、适度消费的概念和内涵,分析了消费主义产生的原因和弊端,重点阐述了过度消费导致的环境问题;接着,以汽车消费为例,做了消费样本的调研及分析,通过总结汽车消费理论和我国汽车消费概况,分析了汽车消费对环境的影响,总结了过度消费的行为表现和特征;通过上述分析,阐述了如何通过消费群体消费观念更新,来解决适度消费的问题,提出了绿色消费和可持续消费,以及健康、科学、文明的新型消费文化;最后,分析了改变消费方式,政府应该有所作为,政府应首先转变观念、强化意识,率先垂范,实施绿色采购,并建立行之有效的引导适度消费的法规政策。

总之,消费是人类存在和发展的永恒主题,不同的国家应将现实国情、生产力发展水平、社会发展的整体利益等等因素加以综合考虑,建立与之相应的消费伦理观。

第2章 “适度消费”问题及其研究

消费的概念,最初是从经济学的角度进行阐述的。在经济学中,“消费”分为:个人消费和社会公共消费。个人消费是指个人对日常生活用品的使用。个人消费行为与经济发展有关,遵循“量入为出”的原则,支出与收入水平匹配,且不对他人、社会造成负面影响,即被认为正当、合理;而公共消费是指“公共财政的消费,与公共财政所支配的服务价值量如教育、内外安全、文化相吻合”^①。公共消费也是消费生活必不可少的部分。公共消费的主体不同,评判其消费适度的标准也不同,如政府适度消费的原则是既要体现人民群众的利益,又要与经济发展水平保持一致;企业适度消费的原则是消费要与企业生产经营及效益状况相适应。但无论是上述哪种主体,都要推行适度的原则。消费不单是一种经济行为,“消费这个不仅被看成终点而且被看成最后目的的结束行为,除了它又会反过来作用于起点并重新引起整个过程之外,本来不属于经济学的范围”。^②由此可见,消费还是一个社会学的研究对象。适度消费是众多消费心理和消费行为的一种,要研究其内涵,就需要从消费入手,掌握消费的概念,理解消费的属性及意义,这是研究适度消费的理论前提。

需要指出的是,本文是从环境治理的视角来讨论适度消费,因此,本文探讨的适度消费是侧重于指自然资源和环境领域的适度消费,如对水资源的消耗要适度,对土地资源的消耗要适度等,而不是局限于指金钱的适度消费。

2.1 “消费”与“适度消费”

2.1.1 消费的概念

消费活动遍及我们的日常生活,是人类生存和发展的基本条件,是人类社会最基本的活动之一。“消费”的概念出现在四世纪的英国,是用光、浪费、摧毁、耗尽的含义,十八世纪中叶之后成为了和生产相对应的词汇。消费有广义、狭义之分。广义的消费,包括了生产及生活消费。生产消费,指人们从事物质生产的过程中对原材料的耗费,工具的磨损等;生活消费就是人们平时的日常生活中所指的消费,包含了吃、穿、用等行为或过程,也就是狭义的消费。

消费是社会再生产良性循环的重要枢纽。消费是社会再生产过程中的一个关键部分,他们之间互为条件、相互制约、互相影响。“生产决定消费、分配、交

^① 王森洋.经济伦理学大辞典[M].上海:上海人民出版社,2001:247.

^② 马克思恩格斯全集(第2卷)[M].北京:人民出版社,1975:92.

换及这些要素间的关系”。^①消费是生产的目的和归宿，更是生产的动力。“消费创造出生产的动力；它也创造出在生产中作为决定目的的东西”。^②消费作为国民经济循环中的一环，对国民经济良性循环或不良循环的形成是至关重要的。消费是前一个再生产过程的终点，又是下一个社会再生产过程的起点。通过旧的消费产生新的消费，进而促进生产不断向前发展。“没有需要，就没有生产，而消费则把需要再生产出来。”^③消费是现代市场经济增长的主要推动因素。一个国家或地区的经济发展需要多种驱动力，最重要的驱动力是出口、投资和消费，他们相互区别又紧密联系，对于推动经济增长的力度而言，消费需求是最终需求，是具有决定意义的需求，对经济增长的拉动力或贡献率一般在60%以上。^④由此可见，消费在整个社会生产过程中起着至关重要的作用。

消费活动是消费的自然过程和社会过程的统一，是消费自然属性与社会属性的统一。消费与人的需要和社会生产活动紧密相连，是通过消费者需要的满足以及社会产品价值的实现来体现出来的。单从经济学角度来看，消费体现的是一种经济关系。但从社会学角度来讲，又不仅仅是产品的使用，它还是一种社会关系的反映，本质上体现出来的是社会沟通、社会交往与社会竞争。恩格斯曾指出：“经济学所研究的不是物，而是人和人之间的关系，归根到底是阶级和阶级之间的关系，可是这些关系总是和物结合着，并且作为物出现。”^⑤各种经济关系以及非经济的关系都会影响着人们的消费行为和消费习惯。不管是个人消费还是集团消费，都不只是消费者纯粹的、自发的行为，它同时受到经济制度、政治制度以及法律制度等因素的影响，也会受到历史传统、社会规范、风俗习惯等因素的影响。

消费的本质是需求的满足。人们的生活消费需求是多种多样的。根据不同的消费需求，从满足层次上来看，可划分为生存性消费、享受性消费和发展性消费三种消费需求。生存性消费是为了满足最基本的物质生活资料的需要而进行的消费。这类消费是一种保障性消费，它主要是为了满足消费者生命得以维持和延续而进行的消费。享受性消费是对生活舒适性的需要，它主要是为了使消费者在生理、心理上获得享受而进行的消费。发展性消费是为了使消费者的潜能得到释放，价值得到体现，主要表现为对知识、修养、技能等的需要。这三种消费需要的层次是逐渐提高的。

按照不同的消费客体来分类，可以将消费需求划分为生理消费、精神消费和社会消费。生理消费是指个体为维持生命和延续后代而产生的消费，如喝水、吃

① 周道华. 黜奢崇俭的消费观及时代意义[J]. 华夏文化, 2001(1):19-21.

② 王宁. 传统消费行为与消费方式的转型[J]. 广东社会科学, 2003(2):148-153.

③ 周建珊. 构建和谐社会必须加强对消费的调控与引导[J]. 消费经济, 2007(4):71-73.

④ 李金蓉. 过度消费的伦理文化缺憾[J]. 道德与文明, 1997(3):34-36.

⑤ 王忠武. 科学消费与人的全面发展[J]. 东岳论丛, 2002(6):18-21.

饭、排泄等。精神消费是指伦理、认知、道德、审美、交往等消费。社会消费包括荣誉、社交等，它是人类为维护社会的存在和发展而产生的消费。不同的时代、不同的阶级、不同的文化，造就了不同的社会消费，它是人类特有的。正如马克思所说：“既然人天生就是社会的生物，那他就只有在社会中才能发展自己的真正天性”。^①人是社会人，只有被集体和社会接纳，才有安全感及归属感。由此可见，生理消费是人类最基本的需要，精神消费是为了满足心理上的需求而进行的消费，社会消费是人类特有的消费。

2.1.2 消费“适度性”的界定

消费是一种社会化了的个人行为，会产生社会效应。我们每个人在消费的时候，首先考虑的是自己的需要，其次才考虑他人、社会以及人类的利益；首先考虑的是当前利益的满足，其次才考虑长远利益。所以，当判断一个消费是否适度时，除了看它是否满足了自身的现实需要外，还要看它是否符合人类社会发展的长远利益。

传统消费经济理论关于消费“适度性”的界定可归纳总结为“三标准”：生理标准、经济标准、社会标准。生理标准，指人们为了满足生理需要而进行的消费。经济标准是指社会的消费力要与生产力发展水平相适应。社会标准指消费要能满足消费者的心理需求以及符合消费伦理。从量化的角度看，包括：消费和积累的比例，消费水平的提高与国民收入增长适度的比例。这些消费适度理论概括的是社会经济系统内部的主要标准。而经济系统作为社会大系统的子系统，适度性的研究还需要考虑以下几个关键问题：

第一，传统的社会消费观念将消费活动游离于生态系统之外，而实际上，消费作为整个自然生态系统的必然过程，与生态系统紧密相连，无法脱离生态系统而存在；第二，传统的社会消费观念将劳动成果看成是有价值的消费对象，而不把环境和资源认为是消费对象，忽视了生态系统。第三，传统的社会消费观念仅注重了物质资料的再生产，而忽视了人口再生产、自然环境再生产过程。实际上，人类的消费和生态环境是互动共生的，它们之间是相互交换物质的能量过程，同时也是一个完整的可持续性的社会再生产过程。适度消费理论首先是就生态系统而言的，即首先在生态经济大系统基础上研究其规律性，然后才能深入到社会经济系统。为此，现有的适度消费理论必须加以补充和调整，应在原来的“三标准”基础上增加自然标准。

自然标准要求消费控制在生态环境吸纳和再生范围内，实现最佳规模。规模的衡量标准则是生态可持续性。正如分配的准则是公平一样，规模和公平二者都

^① 李兰芬. 消费的困惑与困惑的消费[J]. 道德与文明, 2001(5):31-34.

不属于市场机制的范畴,而属于生物物理和文化的范畴。从严格意义上讲,如果地球的资源利用没有上限,资源就是免费的物品,分配免费的物品的所有权没有任何意义。只有实现了给定“规模”和分配的社会决策,市场才能通过配置形成有效的价格,这些价格也就间接地反映了“规模”和分配形式,这个过程就是可持续性、公平价值的一种“内生性”。理想化的情况下,完全内生性后,如果设定不同的规模上限、不同的方式分配所有权,对应的帕累托最优配置价格就有所不同,因此,在众多的社会经济目标组成的“目标束”中,经济系统的规模限制是第一位的目标。

2.2 消费主义批判

2.2.1 “消费主义”的产生

消费主义最早产生于美国。上世纪三十年代,受资本主义原始积累阶段消费观念的影响,在美国,紧缩性消费观念盛行,人们积攒资金,不去消费,或把资金投入再生产中。经济学家和商人们发现,再生产出来的产品卖不出去。究其原因,发现此时人们对生活必需品的需要已经感到十分满足。这种现象引起当时美国经济和社会的发展趋缓,经济学家认为此时消费是不足的。于是,二战后,美国开始大肆宣扬鼓励大众大量消费的思想,“消费的民主化”在美国经济中产生了。消费主义开始盛行,经济在消费刺激下开始复苏,物质资料生产空前繁荣,物质极大丰富。消费民主化的政策带来了经济的繁荣,与此同时,产生了“消费主义”。

消费不只停留在满足生存的基本需要,它发展成为区分人们社会地位的标志。“流通、购买、销售对做了区分的财富即物品、符号的占有,这些构成了我们今天的语言和编码,整个社会都依靠它来沟通交流”。^①资本家通过刺激人们的市场需求,让人们购买、消费,来拉动经济增长,获得巨额利润。消费主义产生的根源是资本追逐利润的本性。商人们不断地生产更多的商品,追求经济的不断增长。早在《1844年经济学哲学手稿》中,马克思就指出,商人们为了赚钱,不惜想尽办法激起消费者的欲念,然后让消费者主动地掏钱。^②

消费主义出现在资本主义物质生产相对过剩的时期,随着消费主义的发展,以及经济全球化和资本的世界性扩张,蔓延到众多发展中国家,消费主义开始在全世界范围内盛行。^③

虽然科技在进步,经济在发展,生活水平在提高,但我们还不能摆脱对物的

① 让·鲍德里亚.刘成富、全志刚译:《消费社会》[M],南京:南京大学出版社,2001:71.

② 《马克思恩格斯全集》[M],北京:人民出版社,1972:23-191.

③ 《马克思恩格斯全集》[M],北京:人民出版社,1995:79-80.

依赖。社会活动中，人会不自觉地受物的驾驭，以物来衡量人的价值，消费极易发生异化。

2.2.2 消费主义的弊端

消费主义的产生以及在全球的蔓延，给人类社会带来了诸多弊端，最主要的弊端有如下三种。

(1) 加速人类代际分化

人类的代际分化在社会转型或社会剧变时期表现得最为明显，这是因为社会转型时期消费主义盛行，两代人陷入了相互争抢资源的境地。过度消费使当代人把资源过度消耗掉了，造成后代人的资源紧张，它打破了自然资源和生态环境系统的平衡，加快了人类的代际分化。导致人类代际分化的原因可归纳为以下几点：

首先，因为某些资源在一定时间内是不可再生的，因此当代人如果超出正常需要地滥用资源，势必会抢夺后代人的生存资源，对后代人的生存状况造成不利影响。

其次，后代人在资源的分配和利用上面没有与上一代平等的发言权，上代人如何利用资源，后代人就只有被动地接受前辈留下的资源环境。每一代人都应该保证地球的质量，要消除代际不公平的现象，就只能寄希望于当代人的自省和自律了。然而处在这种消费主义泛滥的社会当中，当代人很难真正地审查自己做的到底对不对，很难自省。只要有异化消费的存在，人类的代际分化就永不停息，分化也会越拉越大。

(2) 加剧贫富两极分化

贫富的两极分化造成了消费结构的差异。商品的价格决定于需求，而这个需求量的大小，是由财富决定而不是人数。商人逐利的本性决定了生产结构的偏好，就使得他们将更多的资源投入到少数的富人身上。商人提供给富人各种奢侈品的价格令人咋舌，于是大量的资源被集中起来为富人生产他们所需要的奢侈品。

由于过度消费所消费的是物品的附加值，而不是使用价值，于是造成了贫富的两极分化，造成了消费结构的差异，大量的资源被集中起来为富人生产他们所需要的奢侈品和服务。穷与富被异化消费这只无形的手划分开来，并逐渐拉大它们的距离。这里的富人也作发达国家，穷人也作发展中国家讲。

一方面，富人有权占有大量的物质和社会资源，而穷人因贫困陷入了消费不足的境地，被迫迎合富人的过度消费去破坏自己的生存环境资源来维持生存。先进地区、发达国家消耗着大量的资源，大部分是来自落后的地区和国家的。其实，富人和穷人都共同置身于同样的一个地球、一个大环境里，都无法躲避由于自身追求财富的欲望和过度消费造成的压力，短时期内看到的只是经济困难的个

人或落后的国家承受了环境的压力，可是我们在长时间地跟随时间车轮之后，任何客观的观察者都会发现所有的人类都是一个共同体，一并承担着异化消费的恶果，环境是属于全世界的。^①

另一方面，发达地区、发达国家要进行奢侈消费，就会从不发达地区大量购买珍稀动植物产品，发达国家同时利用先进的技术壁垒和经济手段从发展中国家掠夺资源和转嫁污染。这样的消费行为损害了别国的利益，造成不发达地区生态环境的恶化，进一步加剧了当地的贫困。不发达国家和地区受限于资金的匮乏和技术的低水平，只能采用落后的污染严重的粗放型生产方式，这样就又进一步造成了环境的恶化，不发达国家和地区陷入恶性循环当中，这些都是不公平消费的典型例子，无形地拉大了贫富间的差距。可见，要想真正消除这种差距，根源就在于消除过度消费。

(3) 虚假繁荣假象蒙蔽大众

消费主义表面上为大众提供了一个自由、平等、民主的消费平台，从表面上看，每个人在消费过程中，只要拥有足够的金钱就可以购买任何东西，甚至是珍贵的动植物、稀少的资源，打破了过去人们只有处在某一阶级才能购买一定物品的界限。这就给大众提供了一个假象，认为穷人与富人不再有任何区分，富人能买到的东西，普通人也可以购买拥有。人们表面上看到的是民主，阶级性被巧妙地隐藏起来了。其实不是没有阶层了，只是异化消费把阶级性的表现形式展现得更为隐蔽化。人们在认真思考过后发现，因经常性购买物品的档次，无形中把人划分了层次，人们自己不自觉地心理上把自己放到某一个阶级中去，阶级的划分在大众的潜意识中诞生了。正如马尔库塞指出，满足这种平等或许会使个人感到高兴幸福，但这却是为了特定社会利益从外部强加给个人身上的民主假象，实质上会妨碍自己与他人，会使大众处于艰辛、痛苦和非正义中。^②

实际上，社会不仅分层，而且每个阶层都有自己特定的消费方式和消费水准，哪怕是浪费性的，纯粹荣誉性的。异化消费让不同阶级层次的民众在有限的经济基础上，除了追求最基本的消费外，还追求具有阶级标志的消费，努力使自己向更高一级的阶层靠近，模仿上层人的消费方式。同时，顶层人群感觉到了自身的标志性消费被不断模仿，感受到了自己的阶层地位受到威胁，社会风气变成大家都要争取消费更高一级标志性意义的物品。

2.3 过度消费导致的环境问题

人类虽然在每一次改造自然中都取得一些收获，可是这些收获与我们的损失

① 施里达斯·拉夫尔. 我们的家园—地球[M]. 北京: 中国环境科学出版社, 1993: 160.

② 马尔库塞, 张峰, 吕世平译. 单向度的人[M]. 上海: 上海译文出版社, 1989: 6.

相比,简直微乎其微,每一次对自然的改造,自然界无不一一报复了我们。长期看来,我们今天以破坏环境带来的利益,就是明天环境对人类的惩罚。

2.3.1 生态环境恶化

历史可以从两个方面来考察,自然史和人类史。人与自然是相互依存的,人类应该与自然和谐相处。人类从一出生开始就为自身的发展不断地改造自然,使自然更适合人类居住的环境。人类欲望超越了地球生态圈的承受限度,导致现在环境发生恶化,出现全球变暖、物种灭绝等现象。我们应该开始反思,找出导致环境恶化的根源,不应该是只注意环境恶化的表面因素,而忽略了造成这种局面的真正原因——过度消费。

对待过度消费这个问题,生产商和消费者都是自私自利的。它们很少或根本不去考虑环境、资源的承载力,宣扬大量生产、大量消费、大量废弃的现代生活方式,却不愿为维持环境支付必要的代价。这样就导致了全球性的生态危机,必然造成自然资源的破坏和生态环境的恶化。消费者崇尚的消费状态,即摧毁或毁掉、浪费或滥用、用光或用尽。而那些经济学家,他们迎合全球消费者,应该为地球资源遭受的损害负责任。人们在认真的思考之后,可以看出消费主义的背后是“人口和资本的指数的增长,并未考虑对环境的污染,随之而来的是环境和资源的崩溃”。^①如果人类还是这样盲目地为自己的消费而继续开采和破坏自然,那自然必将会蓄积更大的力量还击给人类。

2.3.2 资源不可持续

过度消费带来了资源的不可持续发展。一方面,在消费主义影响下,生产者认为自然、能源等生产资料是取之不竭、用之不尽、任意索取的;另一方面,消费主义又引导个人等社会群体进行无节制的消费。结果导致了生产对自然环境资源的无限索取,人均消耗资源量和资源消耗总量增加。在消费主义观念的刺激下,人们陷入了一种误区,认为对自然无限制的掠夺、使用不会受到自然环境的惩罚,因此人们对各种自然资源的开发和使用呈现为一种超越理性的疯狂和贪婪状态。

“一方面,消费主义倡导高档消费、过度消费、时尚消费、超前消费、一次性消费等等,既宣扬企业加快产品更新换代观点,消耗了大量自然资源,又倡导消费者将仍具有使用价值的大量产品丢弃;另一方面,许多的自然资源在人类开发利用过后,在相当长的时期内,是不可再生的,这导致了自然资源的巨大浪费,更加重了资源危机”。^②

① 丹尼斯·米都斯. 增长的极限—罗马俱乐部关于人类困境的报告[M]. 长春:吉林人民出版社, 1997:107.

② 毛世英. 走出消费主义陷阱: 建设和谐型消费文化[J]. 济南大学学报, 2003:4.

由消费主义刺激起来的人的消费欲望不断膨胀,已经远远超出了自然环境的承载力,造成了全球范围内的资源消耗量急速上升,导致了环境污染、生态失衡、物种灭绝等一系列环境资源危机。这些都是消费主义思想泛滥的恶果,不仅造成了生态环境资源的大量挥霍和浪费,更造成了不可再生资源的无法更新和迅速减少。消费主义倡导的能富则富,不顾环境资源的消费,是不可持续的、不负责任的消费。

2.3.3 落后国家(地区)环境进一步恶化

发达国家与发展中国家在生态环境问题上的地位是不平等的。主要表现为:第一方面,发达国家虽然占有世界上较少的人口,却消耗着世界上大部分的资源,特别是来自发展中国家的大量资源都被福师大国家消耗掉了。发达国家排放大部分的废物到落后地区,为自身的发展创造良好环境,却造成了落后国家生态环境的恶化,世界上最穷的20%人口只消费相当于富人1/15的能源、1/50的通讯、1/87的车辆等等。^①第二方面,又以邻为壑,将本国的垃圾废物转移到国外,或者把污染严重的产业转移到发展中国家,中国不断出现的进口洋垃圾事件就是一个典型的例子。^②造成不发达地区生态环境不断恶化,进而陷入恶性循环,这些都是不公平消费的典型例子。

就我国地区环境而言,随着产业梯度转移的加速,环境污染正从发达地区向欠发达地区加速转移。随着经济的发展,不论是发达地区还是欠发达地区都面临着一个问题,就是产业结构调整。产业结构调整包括两个方面。一是建立新兴产业;二是淘汰陈旧产业。在东部沿海城市、地区调整产业结构的进程中,由于新兴产业科技含量高、附加值高,政府必然会加快对它的发展,而那些污染环境、低附加值的陈旧落后产业,就会向欠发达地区发展转移。与发达地区产业结构相比,欠发达地区产业结构层次低、技术创新能力欠缺,建立新兴产业目前还尚处在依靠引进技术与接纳产业转移的途径来实现。这就导致了欠发达地区在目前的产业结构调整中处于非常不利的地位,对发达地区转移过来的高污染产业不得不接收。在此过程中,欠发达地区环境质量面临着不断恶化的问题。

① 俞海山. 可持续消费模式论[M]. 北京: 经济科学出版社, 2002: 82.

② 肖显静. 消费主义盛行对世界环境的影响[J]. 前线, 2002(9): 22-24.

第3章 过度消费的实证研究:以汽车消费为例

消费者每天都在进行各种各样的消费,本文选取汽车为案例,主要是因为汽车行业是一个复杂而庞大的行业体系,它的设计、生产、消费和后续的处理都涉及到能源的消耗和环境的污染问题。并且,随着人们收入水平的提高,我国汽车保有量大幅上升,汽车消费造成的能源匮乏和环境污染问题日趋严重。在汽车行业领域,如何进行适度消费,成为了人们日益关注的问题。

3.1 汽车消费的案例

我国国家标准把汽车分为乘用车和小汽车,“轿车”是大家日常生活中对小汽车的特定称谓。为了保证概念的一致性和论述上的方便,本文研究的“汽车”主要是指国家标准中的“小汽车”和所谓的“轿车”。

汽车消费主要是指针对汽车及其相关或由其衍生的产品和服务的支出。汽车消费不只停留在民众买车的行为层面上,购买车不是汽车消费的结束,自购买汽车之后后续的各种消费如交纳汽车保险费、燃油费、汽车修理费、过路过桥费,以及随之攀升的交际费用等都属于汽车消费;汽车消费成为了一种“符号的系统化操控活动”^①;汽车消费对资源的占有和消耗,反映出的不仅是人和物即消费者和汽车之间的关系,也反映了人和集体即消费者与社会之间的关系,甚至反映了人与世界即消费者与自然之间的关系。

3.1.1 汽车消费的阶段性的

汽车作为一种超越了人力、畜力的交通工具,它的发明体现了人类的智慧。汽车文化是指在制造和使用汽车的一系列过程中,形成的行为、态度、逻辑和价值观。人文学家伽特曼指出,汽车文化在上个世纪大体上经历了以下三个发展阶段:“阶级区隔”阶段、“大众化消费”阶段和“个性化差异”阶段。^②

(1) “阶级区隔”阶段

在“阶级区隔”阶段,汽车被人们看成是一种地位的标志。

汽车于十九世纪末进入美国社会,当时昂贵的价格(600-7500美元,相当于美国工人阶级2-10年的收入)使汽车成为那些上层中产阶级的专属消费品,远非其他阶层的人所能承受。汽车消费从一开始就不同于其他日常生活用品的消费,这些高档汽车一般不是用来满足交通便捷的需要,而是被当作一种奢侈品来炫

^① 布希亚. 林志明译. 物体系[M]. 上海人民出版社, 2001:66.

^② Gartman, David. Three Ages of the Automobile: The Cultural Logics of the Car[J]. Theory, Culture & Society 2004, 21(7):69-70.

耀，以体现自己的社会地位，这其中带有浓厚的阶级色彩。普通民众对高档汽车以及高档轿车体现出来的社会地位充满了艳羨与嫉妒。这种消费活动制造了阶级区隔，下层阶级为了获得物质和尊严与上层阶级展开了无形的竞争。因此，汽车消费在这一阶段被认为是阶级区隔阶段。

(2) “大众化消费”阶段

在“大众化消费”阶段，汽车日益成为普通民众的消费品。

二十世纪初，美国在一战中积累的大量财富，使其迅速成为经济强国。通过开展生产合理化运动，技术革新和机器设备更新，提高生产管理水平和劳动生产效率，美国汽车工业逐渐发展成为较大的制造业与工业部门，这使得汽车消费的大众化成为可能。由于制造成本降低，汽车产量提高，汽车的销售价格开始更亲民，提高收入后的工人阶级有能力也愿意购买汽车，此时汽车消费所带来的阶级色彩开始逐渐淡化。下层阶级通过购买以往羡慕但无法购买的汽车，满足了自身提高社会地位的需要。同时，社会学家和资本家们认为，通过汽车消费可以使工人阶级认为得到了自我实现，从而缓和阶级矛盾。因此，由于利于经济发展且得到了社会支持，汽车开始成为大众消费品。大众化消费阶段的汽车消费不仅有利于经济发展，同时也是构建和谐社会的重要途径。

(3) “个性化差异”阶段

在“个性化差异”阶段，汽车表达的是一种个性化差异。人们开始追求品味与个性，阶级区分逐渐淡化。汽车的制造、购买、使用不再仅仅用来表达阶级区分，而是多种生活风格圈中的身份认同，没有高低优劣之分。^①

二十世纪中期的美国，汽车消费市场开始针对特定的市场群体生产出运动型、迷你型等不同款式和风格的汽车。二十世纪末，购车者为了显示自身生活方式的不同和品味的独特，出现了汽车加改装、部件定制等个性化服务。

从二十一世纪开始，人们开始注重环保和生活环境质量，也逐渐关注到了汽车消费对自然环境和社会的影响。汽车消费为大家带来便捷的同时，也带来了对环境和社会的挑战。

3.1.2 我国汽车消费情况

我国的汽车消费大致可以分为三个阶段：

第一阶段 改革开放以前：汽车行业从无到有，这一阶段初步奠定了我国汽车工业的经济和技术基础。

第二阶段 改革开放到上世纪末：这一阶段汽车工业取得了较快发展，形成了我国较完备的汽车工业体系。早期，汽车厂家生产的大多是载货车，“大解放”

^① 詹明信. 晚期资本主义的文化逻辑[M]. 北京：三联书店, 1991:396.

体现了那个时期的特征，小轿车的产量很少，购买者一般是政府机构。九十年代后，商务车开始出现，汽车行业开始出现产能过剩。

第三阶段 本世纪开始：我国加入WTO后，汽车市场迎来了“井喷”。由于市场规模的扩大以及普通民众购车的普及，国外汽车厂商开始与中国合资在我国生产、销售汽车，同时，国内自主汽车品牌出现并迅速成长。汽车产、销量快速增长。汽车行业发展的分水岭出现在2004年。2004年，受国家宏观调控的影响，轿车库存量开始攀升。汽车厂商不得不通过降价、广告等营销手段刺激消费，车市“井喷”逐渐结束。之后，汽车生产厂商开始降低产量，变化营销策略。汽车生产市场进入理性阶段，汽车销售市场逐步复苏。2006年汽车总销量达到七百万辆，2007年达到八百万辆，而到2013年竟达到了二千一百万辆。

3.1.3 汽车消费的环境影响

汽车是现代文明的标志之一，发达国家的家庭已经普及；而像中国这样的发展中国家，城市里也有越来越多的人拥有汽车，政府鼓励汽车行业的发展，拥有汽车被看成是身份地位的象征。汽车给人们生活带来便利的同时，也带来了许多问题，下面具体分析汽车消费给资源环境带来的压力。

汽车消费需要一系列的资源环境支撑，车身需要钢铁，动力需要石油，汽车的行驶需要道路，停放需要停车场，且后两者是以土地资源作为最终支撑。汽车在使用的过程中会有废气等的排放，这会造成空气污染。汽车的生命周期分为原材料生产阶段、制造阶段和使用阶段三个阶段，每个阶段都有对资源的消耗和对环境的污染。在原材料生产阶段，消耗的能源包括电力、煤炭和汽油等；原材料包括钢、铁、铝合金、铜、油漆、塑料、橡胶、玻璃等；废弃物分为废水、废气和固体废物，如废气包括烟、一氧化碳、二氧化碳、硫化氢等。在制造阶段，表面处理、电镀、涂装等工艺会产生大量的含重金属的废水，还会产生毒害性有机废气以及含重金属的废渣、污泥等环境污染物。在使用阶段，汽车尾气中包含碳氧化合物、碳氢化合物、氮氧化合物、硫化物等多种废弃物。汽车在维修和清洗过程中也会产生污染物。上述这些废弃物对人体和气候、土壤、植被均会产生危害。汽车生命周期的资源消耗和污染物排放情况如图1所示。

随着汽车数量的增长，汽车给城市道路交通带来的问题也不容忽视，拥挤的道路、嘈杂的噪音已经成为“城市病”。我国人多地少，汽车的增长需要道路和停车场作为支撑，而这些必然又以耗用土地资源为代价。现在，日本平均每两人就会拥有一辆汽车，欧洲平均每辆汽车占用两百平方米的土地，照此推算，如果中国人均汽车保有量和汽车平均占地面积也达到这个水平，那么，中国的汽车保有量将达到约六亿四千万辆，占地约一千三百万公顷，这其中大多是耕地。姚

猛等利用生态足迹预测了我国汽车高速增长情景下的生态足迹，结果如表 1。^①如果不有效控制汽车消费的高速增长态势，到 2030 年需要的资源和由此产生的环境影响将是 2010 年的 6 倍以上。

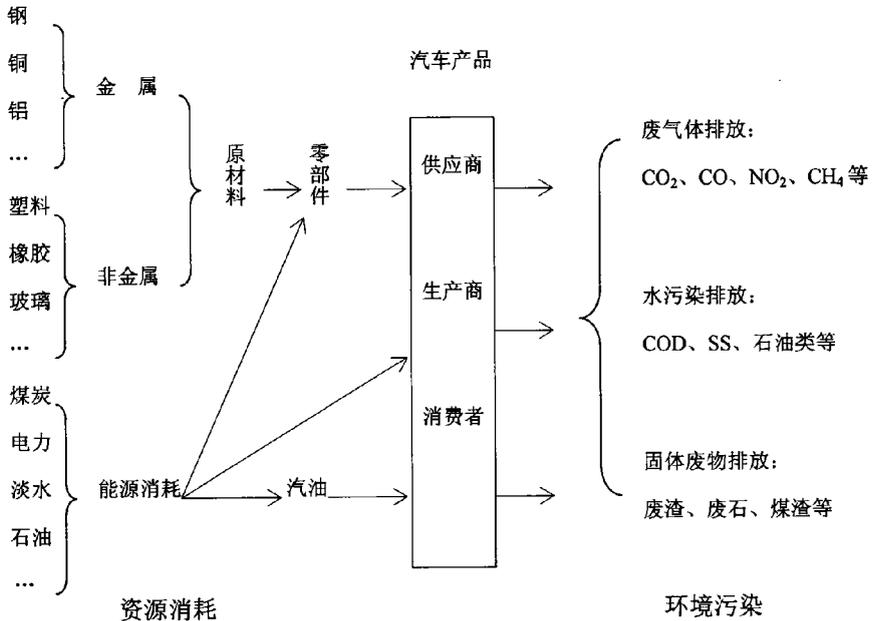


图 1 汽车生命周期的资源消耗和环境污染

我们以汽车这一种消费品为例看到了它给资源环境带来的压力，而我们的生活中还有许多类似汽车这样的给环境带来沉重压力的消费品。人们总是在不断地追求更多更好的消费，这被看成是生活的目标。在我们生活的地球上，不同国家的人、同一个国家中不同收入的人，他们的消费水平是完全不同的。发达国家比贫困国家消费了更多的资源，他们应该为环境问题负起更多的责任。发达国家的人们消费掉地球上大多数资源。发达国家居民能源的平均消费量是发展中国家居民的十倍，水是三倍。占不到世界 5% 人口的美国人，消费了近 1/4 的世界能源。虽然依靠科学技术的进步，美国 GDP 能耗在不断降低，一些高能耗的工业产品不再依靠本国生产，而是变为从他国进口，但美国的能源消费总量与人均消费量仍在持续上涨。美国等发达国家的消费模式会对整个世界的资源环境带来巨大压力，他们的资源供给不能仅仅依靠国内，还从别国进口。他们消费的环境代价转移给发展中国家，将消费后产生的废弃物以各种方式向世界其它国家转移。美国每年都会向国外出售大量的垃圾，消费中排放的二氧化碳等气体对全球气候变暖、环境恶化影响很大。

① 姚猛, 韦保仁. 我国轿车产业的生态足迹分析[J]. 汽车工程, 2009, 3(31):287-292.

表 1 高速增长情景下汽车生态足迹 万公顷

高速情景		2010 年	2015 年	2020 年	2025 年	2030 年
原材料生产阶段	化石能源用地	2481.13	5370.30	8213.40	12017.36	17374.50
	水资源用地	542.88	1175.04	1797.12	2629.44	3801.60
	合计	3024.01	6545.34	10010.52	14646.80	21176.10
汽车制造阶段	化石能源用地	282.18	632.40	967.20	1415.15	2046.00
	水资源用地	62.21	134.64	205.92	301.29	435.60
	合计	354.38	767.04	1173.12	1716.44	2481.60
汽车使用阶段	化石能源用地	5769.74	12299.61	18378.17	26045.15	33006.60
	水资源用地	13.70	29.65	45.34	66.34	95.91
	建筑用地	1040.93	2253.04	3445.83	5041.73	7289.25
	合计	6824.36	14582.30	21869.34	31153.22	40391.76
汇总	化石能源用地	8543.05	18302.31	27558.77	39477.66	52427.10
	水资源用地	618.79	1339.33	2048.38	2997.07	4333.11
	建筑用地	1040.93	2253.04	3445.83	5041.73	7289.25
	总生态足迹	10202.77	21894.68	33052.98	47516.46	64049.46

发达国家的高消费会通过不平等的世界分工和交换体系将环境代价进一步转移给发展中国家，因为后者除了自然资源外没有其他可供交换的商品。他们往往会牺牲自然资源和环境来换取当下的生存，而发达国家的技术在国际分工和贸易上占有优势，发展中国家将自然资源以极低的价格与发达国家的高科技产品进行交换，这又必将进一步加重发展中国家的资源环境问题。

3.2 过度消费的行为表现

改革开放以来，我国的社会经济持续快速发展，汽车消费能力日益增加，销售量年年攀升。人们产生了较多的过度消费行为，表现在代步交通工具的选择、购买车型的选择以及日常使用过程等诸多方面，这势必给国家和社会的发展造成不利影响。所以，深入分析当前我国的汽车过度消费行为及其由此产生的不良影响具有重要的理论和实践价值。

3.2.1 过度购买

消费者选择乘坐公共交通还是自己买车，在经济角度上主要取决于效用和成本之比。假如自己买车的效用和成本之比小于乘坐公共交通的效用和成本之比，那么消费者就会选择乘坐公共交通，反之就会选取前者。对于经济能力强的消费

者，自己买车的成本相对较小而效用很大，他就会选择自己买车。而对于经济能力弱的消费者，由于乘坐公共交通的效用和成本之比远远大于自己买车的效用和成本之比，他就会倾向于乘坐公共交通。近年来，随着经济的快速发展，我国居民家庭收入快速增长，购买轿车的家庭越来越多，这直接体现在汽车保有量上。

2005-2012年，我国汽车保有量逐年上升，汽车保有量同比增长率在13.00%-21.00%之间，年复合增长率达到15.80%。2012年底的统计数据显示，我国家庭轿车保有量将近六千万辆，同比增长20.70%。2013年底，我国汽车产销量已经突破了二千一百万辆。虽然不排除很多家庭对汽车消费是刚性需求，但也有很大一部分家庭的购车行为是过度消费。现在有许多身边的朋友，他们选择购车，并不是为了上下班出行方便，而是因为身边的朋友都已经购车，并且现在车价便宜，自己也有经济实力，选择购车就是为了随大流，否则觉得没面子。

有些学者对我国未来汽车的保有量进行预测，沈中元利用收入分布曲线预测了我国家庭家用汽车保有量，并在此基础上进一步预测了汽车和机动车保有量^①，马艳丽分别采用趋势外推法、弹性系数法和国外情景类比法对我国汽车保有量作了情景预测^②，韦保仁利用人均GDP和城市化率作为自变量，同时考虑汽车价格和我国汽车政策对汽车保有量的影响^③，姚猛等采用生态足迹分析法，对我国2002年到2007年的汽车生态足迹进行核算，构建了汽车保有量以低、中和高三种速度增长的情景预测^④，相关结果见表2。可见，在不久的将来，汽车保有量还会高速增长。

表2 我国汽车保有量预测

万辆

预测年份	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	
沈中元	4928		11682		22789	
马艳丽	5000~6400		12000~16000		23000~33000	
韦保仁	6191	9937	15142	21343	28253	
姚猛	低速	3190	6120	10140	16600	22880
	中速	3480	6800	11700	17430	24640
	高速	3770	8160	12480	18260	26400

3.2.2 过度炫耀

消费者买车前，首先思考的是买高档豪华车还是经济型车呢？在这个问题

① 沈中元. 利用收入分布曲线预测中国汽车保有量[J]. 中国能源, 2006, 28(8): 11-15, 46.

② 马艳丽, 高月娥. 我国未来汽车保有量情景预测[J]. 公路交通科技, 2007, 14(1): 121-125.

③ 韦保仁. 中国能源需求与二氧化碳排放的情景分析[M]. 北京: 中国环境科学出版社, 2007: 110-153.

④ 姚猛, 韦保仁. 我国轿车产业的生态足迹分析[J]. 汽车工程, 2009, 3(31): 287-292.

上,起决定作用的是消费者的经济能力。富裕的消费者通常会买高档车,经济条件一般的消费者通常会买经济型车。还有一些消费者,他们的经济能力刚刚发展起来,还不算太富有,他们有经济实力买经济型车,也有经济实力买高档型车,只是购买高档型车时存在支付压力。于是这一部分消费者开始关注轿车税率等外部因素。假如政府部门对高档车征收的税率明显高于经济型车,那么消费者就会较多的选择购买经济型车,反之就会较多的选择购买高档车。

近几年来,中国高收入阶层逐渐壮大,这个阶层中的一部分消费者在虚荣心的驱使下,出于炫耀的目的,购置豪华高档车。频繁被媒体报道的煤老板组团购豪车事件,反映出来的正是这部分民众对于高档车的过度消费。被采访的煤老板直言,别的老板买的起,我就买的起,否则掉价。这种心态下,车已经作为了一种身份和地位的符号,不只体现在车辆的实际使用价值上。2013年保时捷、奥迪等高档车在中国的销售量比往年均大幅增长,中国已成为了继美国之后的世界第二大豪华车市场。

3.2.3 过度配置

随着人们经济实力的提高,许多普通家庭也购买了自己的汽车。在消费者购车过程中,导购员会将各种车型的配置向消费者介绍,出于逐利的心态,往往还会推荐配置高的车型。于是出现了车辆的过度配置问题。

许多消费者在购车时存在一个误区,认为汽车的配置越全面越好,但在实际使用过程中,有些配置的使用频率却很低,由此产生了过度配置的现象。网络媒体在2013年进行了一项专门针对汽车配置及其使用情况的调查,总结出了一些具有代表性的过度配置,比如驾驶模式选择、分区空调、座椅加热、车道偏移辅助系统、车载电视等。调查结果显示,消费者花高价买下的这些高配置使用情况却不是乐观。其中每10位拥有驾驶模式选择系统配置的消费者中,仅3人频繁使用、物尽其用,大多数人很少使用这些配置。

表3 汽车配置未使用率统计

序号	配置内容	配置未使用率
1	驾驶模式选择	70.6%
2	自动泊车系统	68.4%
3	座椅加热	63.7%
4	车载电视	54.9%

表3是调查的部分配置未使用率情况。经过数据分析可见,驾驶模式选择、自动泊车系统、座椅加热、车载电视这些配置在很大程度上存在消费过度的问题。

显然，汽车配置越高、越贵、越全面不一定就越好，消费者购买汽车的相关高档配置时，要综合考虑其性价比，买实用的、适合自己的配置，这样买到的汽车才是既舒适又经济。

3.2.4 过度保养

汽车对于普通车主来说是个非常复杂的机器。有车族给车做保养或以养代修越来越普遍，但这种盲目养护也造成了一定程度的浪费。常见的过度保养问题有：保养过勤、加高标号汽油、轮胎气压过足、加机油过多等。

保养过勤。五千公里是汽车的首次保养里程，之后保养周期会随着汽车使用年限及用车里程的增加而变化。新车的保养周期较长，老车的保养周期会逐渐缩短。保养频率不是越高越频繁越好，还要综合考虑车辆的各项性能和技术状况。在必要的时间进行科学保养，才能既节省保养和修理费用，又使爱车保持良好的性能。

加高标号汽油。不少车主喜欢加高标号汽油，认为汽油标号越高对汽车的内部零部件越好，不容易产生爆震等问题，能延长发动机使用寿命。其实，汽油标号也不是越高越好，什么型号的汽车使用什么标号的汽油，出厂说明已经写的很明确，用何种标号的汽油需依据汽车本身的品牌和型号而定。

轮胎气压过足。有些车主认为轮胎气压要加足一些，因为如果轮胎气压不足，会感觉车开起来很沉，就要加大油门，增加油耗。事实上，轮胎气压并不是越足越好，过高的胎压下，轮胎胎面中间磨损加剧，会影响轮胎抓地的性能。而且，现在市面上的轮胎分低压胎和真空胎，低压胎除了外胎里面还有一个内胎，但真空胎没有内胎，胎内壁紧贴了一层内膜，这样外胎就兼起了内胎的作用，真空胎压过足会大大降低轮胎的使用寿命。

加机油过多。汽车最佳加机油量是在发动机油底壳中的机油尺上下刻度线之间。任何一项事物都是过犹不及，汽车加机油太多，反而容易导致汽车烧机油故障。

3.3 适度消费对于环境治理的重要性分析

过度消费在经济上的表现主要有两种情况：第一种是超越了国家和地区现实经济能力的消费。这种消费水平超过了当前本地区的社会经济发展水平，提前实现了未来的需求，这必将给消费者带来沉重的负担，造成精神压力，不利于消费水平的逐步提高。第二种是造成了资源浪费的消费。过度消费破坏了自然资源和生态环境，以牺牲自然资源为代价，不顾自然的承载力。通过过度消费来拉动经济增长，而全然不顾对自然资源的浪费、对地球生态环境的破坏，以及对人类身

体健康的严重损害,这种消费是有害的。而适度消费恰恰是根据现实经济、资源条件和真实需求的消费,与经济发展状况及资源状况相匹配的消费。下面,我们就以汽车消费为例,探讨适度消费对于环境治理的重要性。

汽车消费过程中影响环境治理的因素很多,其中有一些是经济因素,还有一些是自然资源因素,但最值得人们关注的应是自然资源和空气污染因素。

3.3.1 减少油品消耗

目前我国的石油生产和石油消费有以下几个特点:(1)石油的地质储量逐年减少,产量增速也在减缓,年产量的上升空间已经非常有限;(2)产销缺口越来越大。我国的石油需求量已经大大超过产量,消费量的增长速度也超越了产量的增长速度;(3)石油进口量逐年增长,对国外的依赖度越来越高。自1993年以来,随着原油、成品油和燃料油的进口量逐年递增,我国成为了石油纯进口国。据国家相关职能部门预测,2020年,我国国内石油可供量只有约一亿八千万吨至二亿吨,但是消费量却要达到约四亿五千万吨。不难算出,这其中的缺口将可达到约二亿五千万吨,届时我国的石油对外依赖度将提高至60%,这个数字出现在人口众多、幅员辽阔的中国,确实相当惊人。

有资料表明,每年,我国自产汽油的86%和自产柴油的20%是被国内的汽车“吃”掉了。到2020年,机动车的燃油需求将突破二百五十亿吨,占全国石油总需求量的一半还要多。显然,到那时超过一半的进口和自产石油都被汽车消耗掉了。当前中国的石油可采储量非常低,储采比大大低于世界平均水平,石油人均占有量列世界第41位,仅10吨,与世界平均水平相比,约相当于世界水平的十分之一。我国油田主要分布在东部、西部和其他地区,其中最主要的东部主力油田已开始老化,开采的产量逐年减少。如大庆等油田已面临着油品逐年下降、后续储量有限的问题。西部如塔里木盆地等油田受位置偏僻、交通闭塞的影响,运输成本颇高,虽然预计储量比较丰厚,但是目前还无法大量开采使用。其他地区的零星油田大多不太成规模,油层厚度远不及胜利等大型油田,产量还较低。因此,在未来的几年里,我国石油的总产量不太会大幅增长。由于汽车使用量在不断增加,能源消耗必然会随之增加,假如能源危机产生,势必会对我国的社会和经济发展造成威胁。我们应该通过汽车的适度消费,减少油品的消耗。

3.3.2 控制土地占用

我国人多地少,土地资源尤其是耕地资源非常稀缺。国内汽车保有量的持续增长,必然会挤占已十分稀缺的耕地,威胁到我国人民的基本生活和生存安全。为了保证不断增加的汽车能够正常行驶,政府就需要配套修建更多的公路、车库

和停车场,大量农田要被占用。我国总的耕地面积占世界耕地面积的7%,由于农田不断被占用,这个数字还在不断减小。我国人口是世界总人口的21%,这是十几年前的教科书上对我国人口占世界人口比重的描述,随着我国二胎政策的逐步放开,国内人口基数在不断增加,但西方国家却面临人口负增长,因此,21%这个比例已经突破。本来我国的人均耕地占有量就不到世界平均水平的一半,根据以上推算,我国的人均耕地占有量就显得更加少。

耕地和农田是不可再生资源,它无时无刻不在做减法,修路等其他建设占用耕地越多,耕地总量就越少。

保住耕地数量不再减少是保障我国粮食安全的一道有力屏障。联合国粮农组织对世界人均耕地面积有确定的警戒线,如果我们还不能及时意识到耕地递减问题的严重性,迅速控制住耕地递减的趋势,警戒线很快就会被我国突破。到那时,粮食安全问题就会变为一个非常棘手的问题。所以说,保障全国人民能够吃饱饭是我国未来发展中面临的最基本的问题,这个问题解决不好,任何经济和社会发展问题都是空谈。也就是说,从目前我国耕地资源现状来看,过度增加汽车保有量显然是不妥当的。因此,只有进行汽车的适度消费,才能控制土地占用,保护有限的耕地资源。

3.3.3 避免空气污染

在北京、上海、广州等大型城市,车多、人多、绿化少,汽车尾气已成为城市空气污染的主要来源,约占总的大气污染物的一半。全国面临大气污染的城市越来越多,污染程度越来越严重。大家对媒体报道的京津冀城市污染已经觉得麻木,现在居然连昆明这样的城市都被雾霾困扰,这让民众开始意识到雾霾问题已经到了何等严重的地步。汽车尾气作为空气污染物的主要来源,已经严重威胁到了城市居民的生命健康。

机动车尾气污染物主要是指燃料不完全燃烧产生的有害氧化物,机动车尾气的成分非常复杂,往往含有数百种不同的物质,主要包括一氧化碳(CO)、碳氢化合物(HC)、氮氧化物(NO_x)、二氧化硫(SO₂)、颗粒物(PM)和醛类等。由于汽油发动机和柴油发动机的燃烧机理不同,所以他们排放的尾气污染物的成分也不同,汽油发动机的污染物主要有一氧化碳(CO)、碳氢化合物(HC)和氮氧化物(NO_x);柴油发动机的污染物主要有碳氢化合物(HC)、氮氧化物(NO_x)和颗粒物(PM)。^①

一氧化碳是在空气供给不足时,燃料没有完全燃烧形成的产物,是无味、无色、无臭的易燃有毒气体。当车辆负重大、慢速行驶或空挡运转时,由于燃料不

① 济南市环境监察支队.汽车尾气污染物种类及其危害[EB/OL], <http://zhuanti.e23.cn/2011/0224/35.html>.

能够充分燃烧，废气中一氧化碳含量会明显增加。城市中的一氧化碳水平对植物及有关的微生物均无害，但对人体则有害，因为一氧化碳由呼吸道进入人体后，很容易与血液里的血红蛋白相结合形成碳氧血红蛋白。光化学烟雾是机动车排放到大气中的HC和NO_x在太阳光照射作用下进行光化学反应生成臭氧、醛类等形成的浅蓝色烟雾。光化学烟雾是一种强刺激性有害气体的二次污染物。城市中每天一氧化碳含量的变化情况，随城市交通量和车辆的技术状况而异，但一般都具有如图2所示的变化规律，光化学烟雾各成分含量随时间的变化规律如图3所示。^①

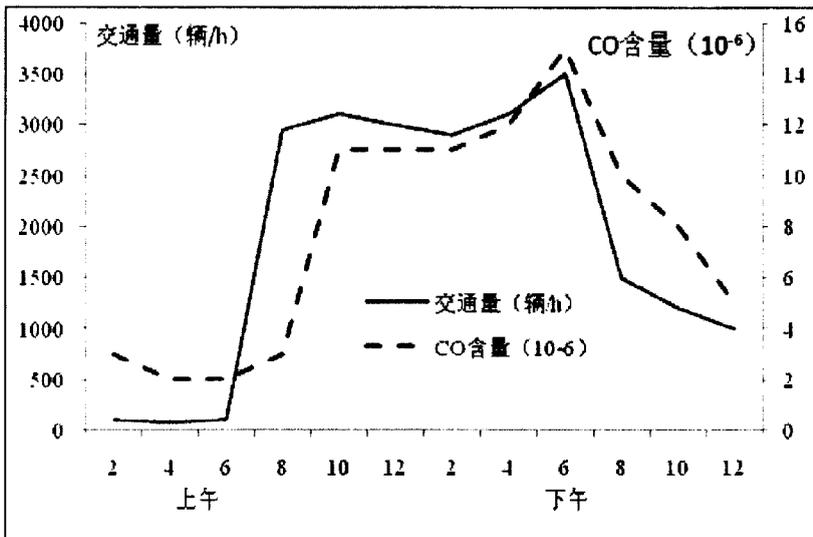


图2 城市中CO含量与交通量的关系

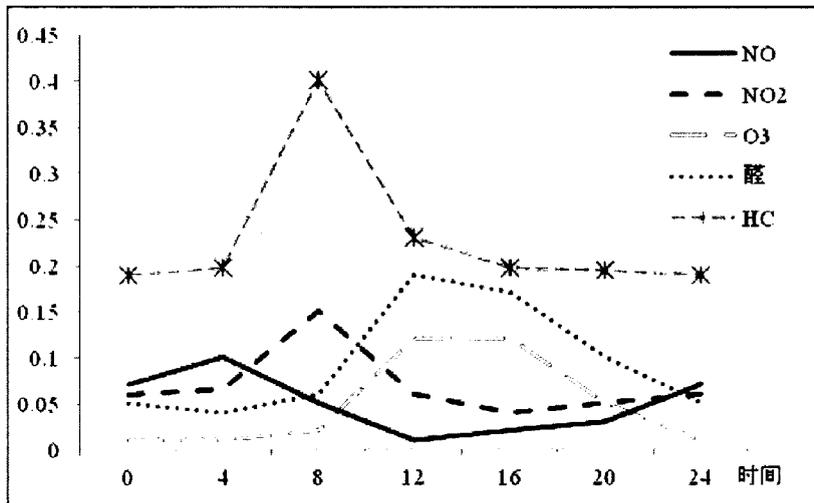


图3 光化学烟雾各成分随时间的变化规律

① 王小霞. 道路机动车尾气污染物排放量的预测与控制措施研究[D]. 西安:长安大学, 2012:28.

在早晚上下班交通高峰期一氧化碳含量和光化学烟雾会分别出现峰值。尤其是在大城市的交叉路口和交通繁忙的路段上,常常出现高含量的一氧化碳和光化学烟雾污染,因此消费者减少汽车使用将有助于降低城市空气污染物浓度。

城市居民肺部等呼吸道疾病的发病率呈逐年上升的趋势,这与城市污染的加重存在直接的联系。空气是人们生活中最不可缺少的必需品,人们需要洁净的空气。面对这种最基本的生活质量需求,首先,我们每个人都要从观念上觉醒,保护化境,从自身做起;其次,我们的政府有责任也有义务在大气污染治理和汽车尾气治理上采取强有力的措施。

目前,我国的空气污染问题已经到了非常严峻的地步。如果还不重视汽车尾气对城市空气造成的污染,势必会导致城市乃至全国的空气质量不断恶化。而在大气污染物构成中,由轿车尾气排放的氮氧化物、二氧化硫等所占比例有逐年升高的趋势。在解决空气污染这个问题上,我们一定不能忽视汽车尾气这个元凶,绝不能存在先污染后治理的侥幸心理,坚持科学发展和可持续发展才是根本原则,只有人们从自身做起,比如从汽车消费做起,全社会都能做到适度消费,就可以有效的控制和减少空气污染,逐步改善我们的生存环境。

第4章 社会群体适度消费的观念更新

适度消费要求消费所得到的服务和产品既要满足人们的基本需求、提高生活质量,同时又要使服务和产品在产生的过程中自然资源的使用量最少,使服务或产品在使用过程中产生的废物、有毒材料和污染最少,不危及后代人的利益。适度消费从某种意义上来说是一种绿色、可持续的消费。

当代人在考虑自己需要的同时,也应对未来各代人的需要与消费负起历史的责任。当代人在消费的时候,除了要考虑满足自己的需要外,还不能忽视消费对后代产生的影响。相对于后代人而言,当代人在自然开发和资源利用上具有优先权。适度消费是这样一种消费,它要求当代人的消费应自觉地从人类的长远生存利益出发,在维持自身生存和发展的同时,尽量减少对后代子孙利益的损害,保证各代人对资源的支配权相对公平合理。这里指的当代人与后代人的关系,不局限于家族、城市与国家,它是一个国际范畴,是指全人类范围内的当代人与后代人。适度消费的模式有利于维护代际公平和国际公平公正,它倡导的是一种人们自觉体谅关心他人、他国和后代子孙的消费观。它提倡人们以全人类的利益为出发点,自觉的做到适度的、和谐的绿色消费和可持续消费。

4.1 绿色的消费观念

绿色消费是一种全新的消费观念,它倡导的消费要充分考虑到人与自然之间关系的和谐统一,把人和社会的全面、可持续发展视为目标。绿色消费观念提倡保护生态和自然环境、保障人的健康权益,消费需求的满足要与环境保护和人类健康发展相协调。绿色消费观念的产生带来了一种变革,它从一定意义上来说改变了人们的消费方式和生存方式。

在我国当前的资源状况和环境状况下,绿色消费观念应灌输到每个消费者的理念中。绿色消费需要大家在社会消费的过程中,要充分考虑当代人和子孙后代的消费需要和安全、健康,使各代人都有相对平等的选择空间。绿色消费有三层含义:一是倡导消费者在消费时选择未被污染或有助于公众健康的绿色产品;二是重视消费过程中的垃圾处理,尽量减少对自然环境的污染和损害;三是引导消费者转变消费观念、重视环保,在生活需求得到满足的同时,节约资源能源,追求健康自然。

随着我国社会经济的发展,一方面,汽车产业发展迅速,汽车价格逐渐平民化;另一方面,人们的经济支付能力不断增强,汽车保有量快速增长,给资源和环境带来沉重的负担。因此,普及和灌输给公众合理、科学使用汽车的理念,变

得非常必要,这有望成为治理城市环境和空气污染的重要途径。绿色消费观念下,人们会自觉地限制无节制的消费意愿,做到合理消费,在消费过程中注重生态效应。树立汽车的绿色消费观念可以从几个方面入手。

4.1.1 减少汽车使用

要做好汽车的绿色消费,从目前的情况来看,消费群体应尽量减少汽车的保有量和使用量,使用汽车的共用服务和公共交通。

(1) 共用服务

西方某些国家已经出现了汽车共用服务,这类似于我们国家的汽车租赁服务。汽车共用即汽车租赁是指租车公司利用自身拥有多种车型和大量车辆的优势,向公众提供使用汽车出行的服务,公众根据所使用汽车的型号、时间长短、性能状态付费给汽车共用或汽车租赁公司。这项业务目前已经在一些国家和地区兴起,国内的一嗨租车等成功的实施了商业化运作。民众有使用汽车的需求,但有相当一部分的家庭并不需要经常用车,买车只是为了周末到周边地方旅游,于是就存在汽车闲置的问题,这加速了汽车总保有量的增长,消耗了能源,但使用效率却很低。发展汽车共用或租赁服务能有效的解决这个问题,既减少了汽车保有量,又满足了公众的出行需求。放弃拥有家庭汽车,使用汽车共用和租赁服务,不仅节约了财富、节省了能源,还会隐形的减少耕地占用,对环境保护是十分有利的。

(2) 公共交通

在西方,有一些人被称之为环保主义者,受到民众尊敬。他们为了保护自然环境、改善空气质量,自觉的选择少开车或不开车,尽量乘坐公共交通,或者选择骑自行车或走路、跑步上下班。它们以乘坐公共交通为荣耀,从自身做起,为减少汽车的尾气排放,尽自己的一份力量,并希望可以影响和带动更多的人减少驾车、保护环境。美国媒体鼓励大家每次去超市可以多买一些生活品,提倡公众去超市购物的次数要适当减少,从而减少汽油用量,减轻空气污染。许多国家和地区规定了无私车日,倡导公务人员和市民在这天乘坐公共交通上班。这些实际行动都是各国人民为绿色消费观念的施行做出的努力。

梁勇等比较了北京市采用不同交通工具出现的人均生态足迹,从乘客角度来分析,私家车乘客的平均生态足迹最大,而使用公共电汽车和地铁的乘客人均生态足迹最小,见表4^①。

① 梁勇,成升魁,闵庆文.生态足迹方法及其在城市交通环境影响评价中的应用[J].武汉理工大学学报(交通科学与工程版),2004(6): 821-824.

表4 使用交通工具的乘客的人均生态足迹

交通工具	公共电汽车	小公共汽车	地铁	出租车	私家车	微型车
生态足迹 (万 m^2)	158797.5	70854.61	31703.41	241960.16	727560.27	157270
总运客量 (万人)	434606	9274	48242	59839	50151	26747.2
人均生态足迹 ($m^2 \cdot 人$) ⁻¹	0.37	7.64	0.66	4.04	14.51	5.88

4.1.2 使用绿色汽车

绿色汽车的特点主要包括对环境产生的污染少、动力能源较原有的汽油柴油有根本的改进。开发、推广绿色汽车，让公众使用绿色汽车，减少汽车对环境 and 空气的损害，是营造汽车绿色消费观念的一个努力方向。绿色汽车的类型主要包括以下几种：

(1) 清洁燃料机动车

①压缩天然气汽车 相关调查机构统计的数据资料表明，目前全球已生产压缩天然气汽车一百五十万辆，建成并投入使用的加气站四千五百多座。但相对于目前我国一亿四千万辆的汽车保有量而言，这个数字还是杯水车薪。像美国、新西兰这样的发达国家，在用的天然气汽车也仅有约四万辆，加气站只有四百多座。在我国，试点城市西安已决定在今后几年内大力推广天然气汽车，并逐步将公交车、市内出租车、政府机关用车全部改成天然气汽车，进而引导大众使用天然气汽车。

②LPG(液化石油气)汽车 二十世纪八十年代，法国的雷诺公司开发出了使用液化石油气的汽车。梅甘娜风景车是其具有代表性的新型汽油、液化石油气双动力车。在我国，被选定为第一批推广、应用燃气汽车的示范城市包括北京、西安、上海、深圳、哈尔滨、海南、重庆等九个城市，倡导民众接受并推广使用LPG(液化石油气)汽车。

③醇类汽车 用于汽车燃料的醇类主要有甲醇和乙醇。早在二十世纪八十年代，巴西政府就开始意识到发展甲醇、乙醇汽车的必要性，八十年代末就已经达到了年产百万辆级的量产。同样重视汽车醇类燃料的美国专门针对甲醇燃料颁布有甲醇能源开发计划，并下大力度投资，用于资助甲醇燃料用于汽车的实验室研究和推广使用。福特和丰田公司在此领域的研究已初见成效，甲醇与汽油间实现自由切换的灵活燃料汽车已经成功开发出来。

④沼气汽车 沼气的主要成分是甲烷。美国八十年代中期利用五年的时间投资了七千多万美元用于资助沼气汽车的实验室研究和开发相关工作。上世纪八十年代罗马尼亚就开发出了沼气燃料拖拉机。第五届北京国际汽车展上，首次展出

的甲烷汽车由沃尔沃公司制造，吸引了众多媒体的目光。

⑤氢汽车 氢汽车排放的污染物只有少量的润滑油、二氧化碳和氮氧化合物，并且氢可以通过电解水很便利的得到。因此各国都在积极的开发氢燃料汽车。

(2) 电动机动车

电动汽车的优点是能源终端利用效率高，无尾气排放，行驶噪声小。在美国，克莱斯勒、福特和通用三大汽车公司在政府的支持下，共同研制开发新型、实用的电动汽车，以有效减少汽车尾气对大气的污染。1997年初通用公司首批实用型：EVL电动汽车已行驶在美国街头。

综上所述，汽车绿色消费理念提倡个人应注重节约能源、保护环境。它是人类为了拯救地球，保护自身生存环境而倡导的一种人与自然和谐发展的新型消费价值观念，是消费观念、消费方式乃至生存方式的革命。汽车绿色消费的价值观念和消费观倡导人与自然协调发展，反映生态文明、生态文化的重要内容，同时也是一种从伦理角度对消费进行审视的理性消费意识，反映了时代的要求。

4.2 可持续的消费观念

当前人类面临着的环境污染问题和生态破坏问题已经不是某个国家或地区的局部问题，保护地球、保护我们赖以生存的家园已经成为一个全球关注的问题，树立可持续的消费观念，实施可持续发展战略，变得迫在眉睫。可持续的消费指的是当代人在满足自身消费需求的同时，不损害或少损害子孙后代的利益，维护生态平衡，促进自然环境和人类社会的和谐、长远发展。本世纪初，可持续发展的理念就已在全球达成共识，可持续消费观念的推广将成为环境保护史上的一项重要变革。

汽车的发明和出现是人类历史上的一项重大突破。它给人们带来了便捷的交通方式，对世界文明、世界经济的发展起到了极大的促进作用。现代人的生活中已离不开汽车，已经拥有家庭汽车的人们甚至无法想象，如果没有了汽车，每天的上班、出行要如何应对。本世纪是汽车的时代，汽车工业已经发展到成熟阶段，并且对全球经济的发展起着不可忽视的作用。在人们享受汽车给生活带来便利的同时，环境污染、能源消费的问题随之出现。汽车的生产、使用、保养、后续报废处理都要消耗能源，对环境的污染也是必然存在的。环境是人类社会生存和发展不可或缺的条件，没有适居的环境，人们甚至都无法在地球上生存，更无法谈及发展。我们的能源有许多都是不可再生的，在不久的将来，就要面临资源枯竭的问题。当能源匮乏之时，我们再秉承着以前汽车发展的老观念，就要步入社会发展的瓶颈，是不利于社会持续稳定发展的。因此，变革汽车发展战略，扭转民众的观念，把可持续发展的观念意识灌输到每个民众的心中变得尤为重要。汽车

的可持续发展战略可以从环境的可持续和能源的可持续两个方面来分析。

4.2.1 开发环保汽车

逐渐恶化的全球环境、日趋匮乏的能源资源，都让人们认识到了解决汽车工业发展问题的急迫。现在世界上的大多数国家都已经意识到了汽车可持续发展的必要性，认为坚持可持续发展的道路才是解决环境、能源和社会协调发展的途径。保护环境、节约能源与汽车工业的发展在一定程度上是一对矛盾的主体，但是它们又不是绝对的对立体。人们开始尝试开发环保汽车，利用技术创新，找到保护环境与经济发

(1) 降低汽车排污

利用高新技术创新，如电子控制技术，可以实现汽车对环境污染程度的有效降低和控制，减少汽车的污染排放。现在，曲轴箱废气回收技术、稀薄燃烧技术、活性炭罐蒸发污染控制技术、废气再循环技术、电喷技术、废气三元催化转化技术、二次空气喷射技术等，已成功完成了实验室到汽车实际应用阶段的转化，为减少汽车的污染排放奠定了技术基础。

利用新技术降低汽车排污和提高汽车排放标准是互相促进、相辅相成的。技术创新降低了排污标准，必然会导致汽车排放标准提高；排污标准提高又促进了技术的进一步创新，实现了良性循环，最终实现汽车排污的零排放。

(2) 发展电动汽车

电动汽车主要有纯电动汽车、混合动力电动汽车和燃料电池电动汽车。

其中，纯电动汽车的动力源是电能，蓄电池为汽车提供动力，在行驶过程中基本无污染物排放，是零排放汽车。混合动力电动汽车的动力源是普通的燃油和电力混合使用，可自行切换。较传统汽车相比，可有效延长行驶的里程，油耗低、排放少，已在发达国家逐步推广。燃料电池电动汽车的动力源是燃料电池组。它与传统汽车的最大不同是，完全不依赖汽油柴油，实现了零排放、零污染。以上三种类型的汽车都能够不同程度的减少污染排放。

(3) 提倡绿色设计

汽车的绿色设计已在欧洲兴起。绿色设计是一种新的设计理念，它推崇设计产品的过程和使用产品的周期内要对人类无伤害。体现在汽车的绿色设计上，就是说设计出来的汽车要在不影响使用的前提下无污染，不损害人类健康。

汽车的生命周期包括设计、制造、使用、报废、再利用、降解等环节。设计是生命周期的开始，也从源头上制约着其他环节，汽车的绿色设计影响到其整个生命周期的管理。设计环节做好了，后续环节自然跟进，如果第一个环节没有设计好，必然会对后续各环节产生不利影响。汽车的绿色设计要求在设计过程中，

充分考虑到汽车工艺对环境的影响,尽量减少汽车对环境产生的影响。发展绿色设计是我国汽车领域的新命题,对汽车行业可持续发展有着十分重要的意义。

4.2.2 使用新型能源

我国汽车保有量每年都在增加,且增长速度还在不断加快。传统汽车消耗的汽油柴油都是从石油提炼出来的,从1993年开始,我国就成为了石油纯进口国,国内开采的石油已经远不够本国使用。全球石油供应形势同样不乐观,初步估算,地球上的石油只够使用五十年。在不久的将来,我们就要面对石油能源匮乏的问题,开发新能源是解决目前石油能源困境的一个关键措施。在汽车能源的使用上,改变传统的老观念,使用新能源,实现汽车行业的可持续发展,对我们子孙后代的生存发展有着至关重要的意义。

(1) 电池能源

电池能源包括两种类型:蓄电池能源和燃料电池能源。蓄电池可以多次充放电,燃料电池和蓄电池从外表看几乎没有什么区别,但它却不能储电,只放电。燃料电池的工作原理是利用化学反应,把化学能转化为电能的过程。蓄电池的能源利用率比传统的石油能源要高出近七成,大大提高了能源效率。燃料电池主要有以下几个种类,如氢氧类、碳氢类、氯类等。发展较成熟的是质子交换膜氢氧燃料电池,它有望今后广泛应用于汽车领域。

(2) 太阳能

太阳能电动汽车具有取之不竭,用之不尽的能源——太阳能。与其他能源相比,太阳能在地球上随处可以获得,且无需耗费物质财富,如果能将它很好的应用于汽车能源,对汽车能源的发展将是一个重大突破。科学家已经在这一领域进行了深入研究和探索,也取得了突破性的进展。今后还要在如何进一步减少电池体积和提高光电能量转换效率等关键技术问题上,展开更深层次的研究。

(3) 混合动力

混合动力汽车是指汽车的能量动力源是由两种或以上不同种类的能源动力组成的,必要时实现动力源的切换。不同动力源的联接方法有并联和串联两种。

(4) 其它新型能源

人类的智慧是无限的,正如当年人类发明了蒸汽机车,后来又发明了使用汽油、柴油的汽车,现在人们更多的关注到了核能、风能等新型能源。汽车研发的进程还在继续,超导技术和电磁技术的进步推动了电传导汽车和电磁汽车的研发。未来的汽车能源范围非常广,新型能源的开发和使用必将改变现在汽车能源的格局。

要实现新型能源对传统能源的替代,是一个渐进的过程,短期内要彻底改变

汽车对石油的依赖是不现实的。科学的进步不可能一蹴而就，而且还要实现从实验室阶段到实际应用阶段的转换。但是，可以确信的是，发展新能源汽车是顺应历史潮流，可以造福人类的创举。虽然现在技术还有待完善、现有的车身品质还不够高，但是，只要人们从观念上认识到了使用新型能源和实施汽车可持续发展的重要性，在不久的将来，汽车的能源一定会变得更加丰富更加环保。

可持续性的消费并不会因为资源的有限性而单纯地、保守地取消对消费要求的满足，而是要在坚持发展的基础上，通过高新技术寻找新能源与资源，延长产品的使用寿命，增加资源的利用率，通过应用技术控制和消除污染物的排放，缓解人类发展与自然生态环境之间尖锐的矛盾。在代际关系的处理上，可持续消费是从可持续发展的高度和满足人类长远的消费需求的角度出发。要求当代人考虑资源的代际配置问题，既满足当代人的需要，又不对后代人的需要构成危害，以保证后代人和当代人拥有同样的消费权利。

4.3 新型消费文化的可能性

健康、科学、文明的消费是合乎人的自我价值实现的消费需求。在现实生活中，随着人们观念的更新，人们的消费文化也在不断变化。在汽车消费领域，社会群体的消费文化已经从传统的自我需求中转变，上升到了健康消费、科学消费、文明消费的层次。物质财富的增加、伦理修养的提升促进了人们博爱全人类的意识的觉醒。

4.3.1 健康消费

健康是一个意义广泛的概念。世界卫生组织(WHO)提出，健康不仅指身体无疾病，而且还指生理、心理与社会适应都臻于完满的状态。健康是包括生理健康和心理健康。“健全的心理与健康的身體是相互依赖、相互促进的”。^①

健康是人的生活需要，人们期望良好的健康状态，希望通过消费来维护自己的身心健康。“花钱买健康”反映的正是现代人的基本生活理念和美好愿望。但事实的情况是，没有足够的钱、没有必要的消费支出，人不一定能够健康；但如果有了足够的钱却消费不当，人也未必能够健康。

在当前的汽车消费领域，买车的消费者在开车的过程中无形的呼吸着马路上许多的尾气和灰尘，这对消费者的健康是非常不利的。假如我们每个人都意识到这个问题，开始反思这个问题，自觉选择少开车或不购车，这将对环境起到很大的改善作用。一个人的力量是有限的，假如这种消费文化传递给地球上所有的人，大家共同践行健康的消费文化，这个效应就是无穷的。

① 段鑫星,赵玲.大学生心理健康教育[M].北京:科学出版社,2003:1-10.

因此,为了自己的健康,为了人类的生存与发展,养成良好的消费习惯既是一种道德规范,也是人的道德自觉。

4.3.2 科学消费

用科学知识来指导和规范消费,要求人们的消费行为必须合乎理性。消费者在消费前要对自己真实的消费意愿和消费目的审慎揣度。假如要购车,就要先认清购车的目的是为自身的出行提供便利呢,还是由于周围人都买了车,如果自己不买觉得丢面子。受面子文化的影响,国人在消费时往往会坠入炫耀、攀比性消费的漩涡之中,这种摆阔气之举极不理智。炫耀与攀比消费必然产生奢侈与浪费,其消费行为本身就是对商品使用价值的真实背离。挥金如土的放荡行为在误导整个社会的经济发展,造成经济发展严重扭曲的同时还将污染社会风气。真正的科学消费是摆脱了炫耀攀比心态的消费。人不是物的奴隶,即使别人都选择购车,假如本身不需要,也可以坦然的选择不购车。

攀比、炫耀消费的虚荣心理是病态的心理,它夸大消费的象征意义而将奢侈、浪费作为荣誉,却将俭约、克制作为耻辱,使消费与人的实际需要相脱节。所以,科学的消费应当是消费者在消费过程中综合考虑自己的真实需要,基于自身的收入水平,充分考虑道德良心和引起的消费后果以后的消费。

4.3.3 文明消费

文明具有“积极”“进步”的含义。文明的消费方式是对社会进步和个体自我完善有积极的促进作用的消费方式。人的需要是多方面的,“因为要多方面享受,他就必须有享受的能力,因此他必须是具有高度文明的人”。^①人的消费不应停留在物质的满足层面,而应着眼于不断提升自身的文化修养,使自身成为充满内在文明内涵和气质的人。对一个社会文明程度的考察,往往要从物质文明、精神文明及政治文明三个层面全面权衡;对居于这个社会中的人的文明程度的考察,则主要从其精神文明状况,即科技文化的进步和思想道德的进步状态加以评析。

对于一个文明的、全面的人来讲,物质需要固然重要,但精神文化消费作为一种更高层次的消费,作用也不可忽视。它有利于提高人的道德品质,健全人的心理素质,是人的更高层次的需求。当前,国人在汽车消费的消费结构方面还存在着不甚合理的地方。从目前的汽车消费结构看,已经有部分消费者放弃豪华车选择小型车,放弃便宜的传统燃料车选择价格稍高的电能车,为节能环保和推动汽车工业的革新进步,从自身做起,进行文明的消费。要使汽车的消费结构趋向

^① 马克思恩格斯全集(第46卷)[M].北京:人民出版社,1972:392.

更为合理，必须重视公众伦理道德观念的调节，加大精神文化教育，培养新型的、文明的消费文化和理念。

总之，健康、科学、文明的消费是人类向人本的价值复归，不仅能实现和满足人的需要的丰富性，而且能使人的精神生活更加充实。

第5章 政府鼓励适度消费的管理机制

建设节约型适度消费的社会,需要切实提高有限资源的使用效率,以较少的资源消耗获得最大的经济效益和社会效益,促进社会的协调、可持续发展。可是当前我国经济的快速增长主要还是依靠物质资源和能源的高消耗等粗放的形式来实现的,由此引发了消费不适度的问题。消费伦理作为社会意识形态的一个重要组成部分,可以发挥其价值导向的作用,引导人们的消费行为,促进社会的可持续发展。当然,消费群体在观念上改变的同时,政府也要制定公共政策,发挥价值观和舆论的导向性作用,完善促进适度消费的政策法规,率先垂范进行适度消费,为适度消费的实施提供政策保障。

“公共政策是公共权力机关为解决公共问题、达成公共目标、实现公共利益,经由政治过程所选择和制定的方案。其作用是规范和指导有关机构、团体或个人的行动;其主要功能包括管制功能、引导功能、调控功能和分配功能”。^①面对有限的自然和环境资源,政府要发挥好调配作用,促进社会的可持续发展,就要制定合理的公共政策,为适度消费的实施政策保障。

5.1 政府加强适度消费的导向

处于转型时期的中国社会,在消费主义影响下,消费领域出现了诸多问题。要解决这一问题,在更新社会群体消费观念的同时,政府要有所作为,利用政府的管理机制,协调经济发展与消费的可持续增长,协调人与自然,人与社会间的矛盾。政府要协调的关系包括消费主体的价值理念、社会整体的消费模式、以及消费环境三者的利益关系。消费主体间树立了绿色、文明、理性的消费理念,政府就要引导消费主体坚持这种可持续的消费方式,为消费主体创造更加良好的消费环境。

5.1.1 鼓励适度消费是政府的责任

杜宁说过,“当大部分人看到一辆汽车,首先想到的是它所导致的空气污染而不是它所象征的社会地位的时候,环境道德的时代就到来了”。作为国家管理的职能部门,政府在加大环境治理和生态保护力度的同时,还必须倡导民众树立恰当的消费理念,加快建设资源节约型、环境友好型社会,解决消费领域出现的诸多问题。鼓励适度消费是政府的重要责任,政府首先应倡导绿色、文明、理性的消费理念。

^①公共政策. 商务培训网[EB/OL], <http://training.mofcom.gov.cn/isp/sites/site?action=show2&id=19202>.

(1) 绿色消费理念

倡导绿色消费理念是针对我国经济快速发展过程中对自然资源的掠夺和生态环境的大肆破坏等问题提出的，是解决人与自然矛盾的根本途径之一。在这种理念的引导下，人与自然协调发展。绿色消费理念引导人们在社会发展的过程中重视自然环境承载力，谋求经济与环境的动态平衡。

倡导绿色消费理念是对消费主义价值观的摒弃，是对消费主义影响下的人们追求过度式消费和占有式消费行为所造成的自我膨胀的“虚假需求”价值观念的抵制。我们要纠正日常生活中不合理的消费价值理念，提倡环保节能，追求绿色健康，树立可持续的消费方式。近年来出现的绿色家园建设，新能源汽车的兴起等，这些绿色消费理念中生态价值观的注入，一方面激发了社会成员中的个体潜能，加强了人们社会道德自律和精神文明的提升；另一方面也为我国环境友好型社会的构建起到了推动作用。

(2) 文明消费理念

倡导文明消费理念的背景是全球化背景下知识经济时代的到来。它突显了人力资本的科技化和信息化元素，把高新技术产业作为经济发展的核心，注重智能资源在社会发展中的合理有效配置。

坚持树立文明消费理念是对消费主义思潮的有力回击。首先，文明消费理念所遵循的适度性原则，规范了社会成员和家庭群体间的收入和支出尺度。不仅对于奢侈浪费的消费行为给予了约束，而且一定程度上鼓励了正当的消费，促进了经济增长。其次，它遵循的正当性原则，规范了消费者的合法收入途径和消费行为，提高了我国居民的社会公德素养，维护了社会生活的稳定。再次，它所遵循的科学性原则，科学的规范了消费者的生活消费方式，培养了我国居民良好的消费习惯，构建了良好的生活消费环境，保障了人们全面自由的发展。总之，以科学发展观为指导，倡导文明消费理念，既提高了居民的生活消费水平，又有力阻挡了消费主义洪流在中国社会的蔓延。

(3) 理性消费理念

倡导理性消费理念，就是针对转型时期的中国居民在消费生活过程中由于消费主体的差异性和多样性所造成的消费状况的异同而提出的科学性的消费观。理性消费理念是指消费者应依据自己的实际收入状况，根据自身实际需要的情况进行合理性的消费行为。

倡导理性消费理念，是对“消费异化”现象的抵制，是对消费主义价值观的否定。它坚持消费行为中以人的生存和发展为前提，鼓励健康文明，可持续发展的消费方式，其遵循的消费本质是消费的人性化理念。消费作为人的基本社会行为，首先是为了满足人们最基本的生存需要，合理的消费理念不但能提高人们的

消费能力,更重要的是它改善了人们不健康的生存状态,是人们自由发展的理论前提。对于社会转型中,存在的一部分人,它们无所顾忌的拜金式、炫耀式、享乐主义的消费价值观,严重腐败堕落式的生活方式,我们都通过合理的消费价值观念给予了正确的引导和纠正。

5.1.2 提倡适度消费的伦理观

我们今天倡导的适度消费不是要求人们消费紧缩或不消费,更不是会给生态环境、社会及个人的发展带来负面影响的过度消费,而是为了人们自身的幸福与利益展示一种可供选择的人生哲理。众所周知,仅通过物质富裕并不能使人民变得幸福,美国科学家本杰明·富兰克林曾指出“金钱从没有使一个人幸福,也永远不会使人幸福。在金钱的本质中,没有产生幸福的东西。一个人拥有的越多,他的欲望越大。这不是填满一个欲壑,而是制造另一个。”^①不可否认,消费已经成为人们日常生活中的重要活动,人类的消费水平、消费内容较以往任何时代都有明显的改善。但是,人类并没有从中感受到幸福。“生活在90年代的人们比生活在上一个世纪之交的他们的祖父们平均富裕四倍半,但是他们并没有比祖父们幸福四倍半”。^②

消费不足或消费过度都会给我国的现代化建设带来诸多问题。消费不足会导致人们的生活必需品得不到满足,影响人的健康,也阻碍和影响生产的发展和经济增长,最终危及人类社会的健康发展。消费过度会促使人们陷入消费的漩涡,为了消费而进行消费,误判了消费的最终目的,造成不必要的金钱和资源的浪费。在整个消费过程中,完全丧失了人的主体地位,人沦为了物的奴隶。可见,人们需要对自身的消费伦理观念做一个重新认识。消费不足不利于社会生产力的发展和经济发展,消费过度又会造成资源浪费和奢侈炫耀的社会风气,这两者都是不可取,不值得提倡的。过分节俭和过分奢侈浪费是消费的两个极端,适度消费的伦理观需大力提倡。孔子将中庸作为最高的境界,他说“中庸之为德也,其至矣乎民鲜久矣”。^③孔子所谓中庸,其意在说明人的行为要做到恰如其分,无过无不及,切不可过“度”。亚里士多德明确提出:“过度与不及是过恶的特征,适度是德性的特征”。^④黑格尔也说:把握度对于实际生活,“特别是对伦理关系也异常重要。比方说,在金钱的使用方面,在一定程度上,花钱多或者花钱少,无关紧要,花的太多,或者花的太少,就会引起质的改变。而原来可以认作节俭

① 艾伦·杜宁.多少算够——消费社会与地球的未来[M].长春:吉林人民出版社,1997:109.

② 艾伦·杜宁.多少算够——消费社会与地球的未来[M].长春:吉林人民出版社,1997:6.

③ 杨伯峻,杨逢彬注释.论语·雍也篇第六[M].长沙:岳麓书社,2000:65.

④ 北京大学外国史教研室编.古希腊罗马哲学[M].北京:三联书店,1957:321.

的行为，就会变成奢侈或吝啬了”。^①

适度消费才是消费行为的伦理准则。“适度消费”应该与当期的经济发展水平和个人收入水平相适应。从宏观角度看，适度消费是指与不同国家的国情和特定时间的经济发展水平相适应的消费。微观上来讲，适度消费是指消费者个人或家庭的消费状况要和个人或家庭的收入水平相适应，同时要与本国本地区的自然资源和环境状况相适应的消费。适度消费要求消费者量力而行，立足于自身的经济水平，避免超前消费。

从伦理的角度来理解“适度消费”应该包含三个方面的内容：首先，要根据自己的实际收入水平量入而出。消费的前提是必须有物质财富的支撑，否则，人就不能随心所欲的消费。但是，消费者必须根据其收入的多少进行花费，切不可盲目地过度消费，使自己陷入负债累累的窘境。即便是信贷消费也必须考虑自己的实际偿还能力，以不影响今后的生活质量为前提。其次，抑制欲望，合理发展。人的需要、欲望的满足与实现都是要通过消费。欲望本身本无好坏善恶之分，适度的欲望是善的；但出于私心而放纵欲望，以及过分克制压抑自身合法合理的欲望就是恶的，我们不鼓励恶的欲望，也不提倡抹杀扭曲善的欲望。抑制欲望不是让人们消灭自己的欲望。它是引导消费者抑制过度的欲望，满足合理的欲望。消费者要审慎的考量自己的真实消费需求，正当的合理的需求就满足，放纵的奢侈的浪费的需求就限制或放弃。再次，公平的占有社会资源。人类不顾生态承载力、资源有限性而进行的过度消费已经导致了当前的生态危机，适度消费原则要求根据自然资源的实际情况进行消费。人类应该谨慎地考虑自己需要的合理性，走创新发展相结合之路，在基本消费需要满足的基础之上限制不正当的消费需要，限制对生态环境的破坏，合理利用科学技术为人类的持久发展寻求更加丰富的资源。人们应站在宏观的、全局的、长远的角度上，正确处理好人与自然、当代人与后代人之间的关系，实现人类社会的持续发展。

应当指出，适度消费中的“度”不是固定的，它是个变量，在不同的历史条件下，在不同的经济时期，在不同的风俗习惯制约下，适度的程度是不同的。它总是历史的、具体的、相对的。在改革开放初期买一台车是一件非常不寻常的事情，但是到了二十一世纪买一台车就已经稀松平常了。美国人经济支付能力强，买车经济负担轻，但在尚且贫困的亚非拉某些国家，买车就是一件非常奢侈的消费。一般而言，一个国家在社会经济发展的初期往往采取节俭的消费方式，因为经济发展面临着资金不足、社会生产力水平不高的情况。不过，只为节俭而节俭，从而难以为生产发展提供动力，也背离人们生活的目的。因此，在确定这个“度”时，不同的国家应将现实国情、生产力发展水平、社会发展的整体利益等等因素

^① 黑格尔. 小逻辑[M]. 贺麟译. 商务印书馆. 北京: 1980:237.

加以综合考虑，建立与之相应的消费伦理观。

5.1.3 营造关注适度消费的舆论场

当前我们日常生活中的大众传媒，包括电视、网络、广播、报纸和图书等。大众传媒是一种媒体，它可以在一定时间内将信息有效传播给受众，这些受众包括个人和群体，且分布在不同的地区。在我国社会主义市场经济体制的影响下，大众传媒的经营方式发生了翻天覆地变化，由计划经济下的政府统管，变为民间资本融入；由财政全额拨款变成企业化运营。大众传媒承载着意识形态的传播功能。借助现代的网络、电视等传播工具和传播手段，信息十分快速的扩散到社会的每一个角落。现在，大众传媒的传播速度和方式较之前有了非常大的改变，对民众的影响也达到了空前的状态。

在当前市场经济体制下，有些制造商们为了牟利，就通过大众传媒，千方百计的驱使消费者不断消费，并热衷于推陈出新，开发、推广新产品。这些新产品在一定程度上是超越了消费者当前实际需求的。通过大众传媒的巨大作用，现代消费者的欲望闸门被撬开了，凭借形形色色的艺术化乃至魅力化的感官刺激和宣传鼓动，激起了人们潜在的心理欲望。大众传媒将消费者有限性的生理需求转化为了内心潜在的无限心理欲求。因此，研究和探索大众传媒在传播过程中对大众的影响和作用，首先要研究大众媒体的公众伦理精神和道德标准。

大众传媒塑造着人的新的思维方式和生活模式。在从众的消费心态和消费文化影响下，消费者产生的消费需求有许多是不真实的。消费者面对琳琅满目的商品，失去了理性和判断选择的能力，消费者作为顾客已被冠之为“上帝”之名。事实上，这一“表象”背后的“真相”似乎更像叔本华所说的那种“鲸吞一切，永无满足”的欲望。

部分消费者在空前丰富多样、富有诱惑力的消费选择面前，享受的是消费的过程和心态，而非产品本身。虽然现在政府不在一揽子统管大众传媒，但是政府对大众传媒的监管不能放松，特别是在对公众价值观、伦理观的塑造等关键问题上，要充分发挥媒体作为政府喉舌的作用，利用舆论的导向性作用，引导公众绿色、科学、文明的消费，树立适度的消费观。因此，营造适度消费的社会舆论场是每一任政府义不容辞的责任。

5.2 政府完善法规政策

消费体现着人们物质利益的实现和生活资料的分配。针对不同的国家和不同的个体，判断其消费是否适度，体现在量上是不相同的。要实现全人类的公正公平，逐步缩小不同国家和地区的消费差距，各国就要从制度上规范各自的消费秩

序、制定完善消费的法规政策。

5.2.1 规范消费秩序

人人生而平等，地球上的环境和自然资源是大自然给全人类的财富，每个人都有平等享用的权力。自然资源是有限的，环境资源的使用也是有极限的。假如，当代人和后代人、不同国家的人、富人和穷人，这些消费者都使用相同份额的世界资源，地球上的每个人就能获得相同的地球资源财富份额和利益。显然，这是一种不切实际的理想和奢望，是一个无法衡量的问题。因为历史时期不同，国家地区不同、财富状况不同，人们的消费状况千差万别。

上世纪 80 年代末，占全球人口 25% 的工业化国家，消耗着地球上 40-86% 的各种自然资源。具体的说，在拥有全球人口 1/4 的工业化国家，排放了占总量 75% 的氮氧化物和硫化物、66% 的二氧化碳。而同时世界上还有数以亿计的居民在贫困中生活，每 5 个人就有 1 个人因为得不到足够的食物而无法正常工作，有 1/4 人口得不到干净的饮用水。有些发达国家利用不平等的方式掠夺不发达国家的石油等资源，把污染密集型的冶炼、电镀等企业建在不发达国家，这进一步加重了不发达国家的资源消耗和环境污染。有的发展中国家无法得到哪怕是最低的消费需要，但却负担着发达国家因过度消费造成的污染后果。发达国家的这种扩张的高消费，正是把自己的享受建立在别国、他人和万物的环境权和生态空间受侵害的痛苦之上。有统计称 1 个美国人消耗的资源相当于 60 个印度人消耗的资源。大多数发展中国家的人们包括最穷的 10 亿人仅仅勉强糊口。

对全世界所有国家和人民做同样的消费要求是不恰当的。不同的国家应针对自身的实际状况，规范本国消费秩序。按照不同的消费主体，消费秩序分为个人消费秩序和社会公共消费秩序。个人消费秩序约束的是个人消费的行为。社会公共消费秩序约束的是政府、企业和社会团体的消费行为。随着经济发展和社会进步，个人消费和社会公共消费的支出都是一个变化的数量值。因此，各国都要根据本国国情，量入为出，规范本国个人消费和社会公共消费。

5.2.2 制定法律法规

制度是秩序、是规范、是他律，是对社会行为的约束。法律制度是行为准绳，制定环境保护和反对浪费的法律法规，是构建和谐消费伦理，促进适度消费的重要保障。法律和道德都是规范人们消费行为的重要手段，但仅仅依靠道德感化很难达到预期目标，这就必须在自律的同时，加强他律，内在约束的同时，加强外在约束，充分运用法律法规来增强对消费的约束力，以此促进社会主义和谐社会的健康有序发展。

从表面上看,消费活动尤其是居民的生活消费行为,好像完全属于私人领域,是个人的生活习惯,顶多涉及个人道德素质问题。然而,消费行为在本质上反映的是作为整体的人类群体同自然资源和环境的互动关系,个体的浪费行为,尽管可能是合法劳动和分配所得,但却是对资源享用权利的滥用,直接危害到了人类群体和后代人的资源享用权。所以,制定消费税、以及环境保护税的法律法规,合理规范人类的消费行为,不仅是健全社会主义文明的内在要求,也是防止和杜绝浪费、促进经济和环境良性循环的强有力保障。

税收法律政策是一种最直接且最有效的经济调节手段。税收法律政策作为调节经济的重要杠杆之一,可以渗透到汽车产业体系的各个环节。对于汽车行业而言,涉及到的相关产业多、范围广,需要配套科学完善的税收法律政策。税收法律政策具有导向性作用,针对不同类型、价格和性能品质的汽车,要制定不同的税率标准。要通过税率的调节,引导汽车消费行为。对豪华车、大排量车、传统能源车等要适当提高消费税率和生厂商环境保护税率,对经济性、小型、绿色环保新能源车要降低消费税率和生产商环境保护税率。要通过税收政策法律法规的制定,调节消费者和生产商的行为。通过不同的税收措施,引导汽车消费的方向和速度,从而影响汽车行业的技术创新和结构调整速度,加快绿色环保新能源车的全面科学发展。切实把汽车产业的消费定位到自然环境和能源的承载范围内,促进汽车产业持续健康稳定发展。

我国目前现行的环境保护法颁布于 1989 年,至今无大的实质性修改,在当前国内环境急剧恶化的现状下,有必要抓紧进行全面的修改。环境保护法是环境保护领域的一部根本法。它需要在其中约束多方的责任,包括中央与地方、部门之间、企业和公众之间、污染企业和治理企业之间等多种复杂的责任。需要把这些关系理清,把各方责任明确。

2014 年的两会上,已经有代表提出来要尽快修订环境保护法,同时还要加快环境保护税的立法。我国目前还没有独立的环境保护税,治理环境污染还是靠收取排污费的方式。首先排污费现在主要是企业交纳,暂未将个人排污纳入交纳主体,个人的排污、碳排放等行为未来也要纳入环境税的征收范围内;其次,排污费金额很少,比治理污染的费用要低的多,企业出于逐利的目的,宁愿交排污费,也不愿意进行污染物处理。所以,要通过本次环境保护税法的拟定,进一步规范企业和个人的消费行为。

因此,国家要下大力气,彻底改变污染环境、无序消耗能源的经济增长方式,要切实落实谁污染谁交税的原则,制止盲目排放,加大产业转型升级力度,引导个人的消费行为。在汽车行业领域,通过新增税种、差别税负、税收优惠、调整税目、税率等税收法律措施,对具有节约能源、保护环境功能的税种,加以补充

完善,充分发挥其有益作用,改进现行税制中有关环保的法律规定,抑制汽车消费污染,促进汽车消费与节能减排、降低污染、保护环境协调发展。

综上所述,建设节约型社会条件下的消费伦理,既要抓好思想教育,又要着力制度建设。思想教育是基础,制度建设是保障。政府要制定和颁发具有针对性的规章制度,用制度的强制性和约束性规范和引导消费行为。扶植绿色环保产业的发展,运用经济杠杆调节消费行为,使我国尽快发展成为和谐、节约、适度消费的社会。

5.3 政府率先垂范进行适度消费

要扭转过度消费现象,在引导全社会进行适度消费的过程中,政府应率先垂范,例如实施绿色采购等。

在绿色采购方面,政府要率先垂范。首先要建立政府绿色采购制度,明确对节能环保的绿色产品优先采购。其次要严格执行这一制度,制定采购计划,进行采购活动,报告采购结果,将绿色产品的采购落到实处,逐步提高政府采购绿色产品的比例。

现在,越来越多的国家和地区开始重视政府的绿色采购,并把它作为可持续发展战略的一项重要实施内容。政府进行绿色采购是国际趋势,美国、日本、丹麦等一系列国家已就政府的绿色采购问题进行了立法,内容主要包括经过环境认证的绿色产品要优先采购或强制采购;联合国等国际组织已成立了绿色采购联合会,从事绿色产品的采购和推广工作。在我国,绿色采购虽然还没有立法,但在实际工作中,我国政府已经在推广绿色采购。以汽车消费领域为例,北京、上海和广州等城市的政府已经在公车采购中加大了电车等环保绿色汽车的采购比例。

不同的国家和政府绿色采购的模式是不同的,有的是实行国家统管的自上而下的模式,有的是实行自下而上的模式。

日本和丹麦等国实行自上而下模式,政府制定政策后,指导下级部门实施。日本在2000年颁布了《绿色采购法》,制定了绿色采购的基本准则。对计划的制定、活动的进行以及结果的报告等操作性细节都进行了详细的规范和约束。

欧盟实行的是自下而上的模式。负责整体和全局协调指导的是欧盟,但占主导地位的是各成员国。各成员国将各自绿色采购的资料和法规内容进行信息交流,且这种交流日益密切。欧盟在此基础上收集汇总,并发布《政府绿色采购手册》,以协调各国政府的绿色采购行动。

各国政府都意识到了绿色采购在节约能源、保护环境中的作用,都开始重视政府的绿色采购。由于国情不同,各国的做法也不尽相同。对于我国政府而言,要完善政府绿色采购制度,还要从以下几个方面入手。

制定法律法规。我国政府已在实际工作中开始推广绿色采购，但是还未制定明确的法律法规。实施政府绿色采购制度是一项长期复杂的工作，单靠政治自觉是很难成功施行的。法律法规既是一种规范和约束，同时也是一种制度的保障。要想在我国彻底的完善的实施政府绿色采购制度，制定完备的法律法规是必不可少的环节。

明确采购标准。对于不同的行业和商品，其绿色采购的标准是不同的。绿色采购不可能一蹴而就，全面铺开需要一个长期的过程。政府应该根据自身的财政状况、环境现状选择优先领域。比如，是决定优先推广绿色电动汽车进入公车领域，还是决定要将建筑材料选择绿色产品，都要根据实际情况权衡后进行选择。优先领域确定好了，就要制定明确的采购标准。例如明确首选的绿色电动汽车的续航里程是 150 公里，还是 250 公里等，各个明确的技术指标都要体现在采购标准中。伴随着越来越多不同行业和商品采购标准的完善，绿色采购制度才能日臻全面和完备。

成立专门的采购组织。政府首先要在思想上提高认识，重视绿色采购工作。要成立专门的采购组织，负责协调政府的绿色采购工作。该组织可以作为一个信息平台，与政府内部各部门交互分享采购的信息数据、经验等。

扶植绿色产业发展。绿色产业的发展在早期是离不开政府扶植的。例如，在我国，目前电动车按照不同的续航里程享受政府绿色补贴，补贴金额 6.3 万元到 10.8 万元不等。绿色产品是个新兴行业，从事该行业的厂商在发展初期，都面临着技术不甚成熟、公众知晓度和接受度低、价格无优势等现实问题。政府要对关系国计民生的绿色产品行业下大力度扶持。政府配套价格补贴、财政补贴，以及相应税收政策的倾斜，厂商们就能顺利度过发展之初的困难时期。

政府率先垂范。政府要发挥自身的导向作用，在绿色产品消费领域带好头，给公众做好榜样，以身作则，率先垂范，引领公众绿色消费。

以上五个方面，是实行政府绿色采购的关键所在。政府率先垂范实施绿色采购，通过自身的实际行动，为促进经济和社会环境的可持续发展发挥示范作用。

结 语

消费是人类存在和发展的永恒主题，正如杜宁所言：“我们的子孙要继续生存在一个同我们现在所拥有的星球同样充裕和美丽的星球上，我们可以过充裕的生活但不要过度地消费。我们使用能源和材料来满足饮食、交通，同时还要寻找先进、清洁的技术。惟有如此，适度消费才能真正实施，我们才能重返人类的家园”。

适度消费才是消费行为的伦理准则。本文从环境治理的角度辨证地批判了消费主义，提出了社会群体适度消费的观念更新和政府倡导适度消费的管理机制。适度消费是历史的、具体的、相对的。既与经济发展水平、个人收入水平相一致，同时受生产力水平、风俗习惯、自然资源状况等社会条件的制约，不同的国家应将现实国情、生产力发展水平、社会发展的整体利益等等因素加以综合考虑，建立与之相应的消费观。

希望通过本文的研究，有助于人们对消费行为产生更深层次的认识，理顺其与环境治理之间的相互关系，引导人们自觉地树立正确的消费观和价值观。我们只有倡导适度消费，从根本上摈弃过度消费理念，才能从现存消费方式导致的环境治理问题和人类的生存困境中逃离出来，做到适度消费，从而在发展的同时，保护好地球环境。

参考文献

- [1] 王宁. 传统消费行为与消费方式的转型[J]. 广东社会科学, 2003(2): 148-153.
- [2] 周道华. 黜奢崇俭的消费观及时代意义[J]. 华夏文化, 2001(1): 19-21.
- [3] 周建珊. 构建和谐社 会必须加强对消费的调控与引导[J]. 消费经济, 2007(4): 71-73.
- [4] 李金蓉. 过度消费的伦理文化缺憾[J]. 道德与文明, 1997(3): 34-36.
- [5] 王忠武. 科学消费与人的全面发展[J]. 东岳论丛, 2002(6): 18-21.
- [6] 李兰芬. 消费的困惑与困惑的消费[J]. 道德与文明, 2001(5): 31-34.
- [7] 吴振铎. 21 世纪的适度消费与环境保护[J]. 技术经济, 2001(1): 17-19.
- [8] 童玉贤. 适度消费是实现可持续发展的重要途径[J]. 生态经济, 1998(2): 30-31.
- [9] 洪大用. 关于适度消费的若干思考[J]. 社会科学研究, 1999(6): 51-56.
- [10] 王子彦, 李宁. 对“适度消费”概念的不同理解[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2005, 7(2): 84-86.
- [11] 毛世英. 走出消费主义陷阱: 建设和谐型消费文化[J]. 济南大学学报, 2003: 4.
- [12] 肖显静. 消费主义盛行对世界环境的影响[J]. 前线, 2002(9): 22-24.
- [13] Gartman, David. Three Ages of the Automobile: The Cultural Logics of the Car[J]. Theory, Culture & Society 2004, 21(7): 69-70.
- [14] 张玲泉, 邬沧萍, 段世江. 解读农村老年人的“零消费”现象[J]. 甘肃社会科学, 2008: 1-15.
- [15] 张任远. 论和谐社会条件下我国消费伦理的重构[J]. 郑州航空工业管理学院学报, 2013(2): 40-43.
- [16] 罗欣. 生态伦理视野下的适度消费[J]. 大观周刊, 2012(8): 95-96.
- [17] 王学荣. 马克思主义适度消费观与中国墨家合理消费思想比较 [J]. 中国四川省委党校学报, 2013(3): 17-19.
- [18] 张臣. 可持续发展观下居民消费方式的转变[J]. 消费导刊, 2013(6): 12.
- [19] 金书秦, 王军霞, 宋国君. 生态足迹法研究述评[J]. 环境与可持续发展, 2009(4): 26-28.
- [20] 姚猛, 韦保仁. 我国轿车产业的生态足迹分析[J]. 汽车工程, 2009, 3(31): 287-292.
- [21] 史占国, 张国方. 汽车生态足迹探讨[J]. 汽车工业研究, 2006(11): 42-44.
- [22] 沈中元. 利用收入分布曲线预测中国汽车保有量[J]. 中国能源, 2006, 28(8):

11-15, 46.

- [23] 马艳丽, 高月娥. 我国未来汽车保有量情景预测[J]. 公路交通科技, 2007, 14(1): 121-125.
- [24] 梁勇, 成升魁, 闵庆文. 生态足迹方法及其在城市交通环境影响评价中的应用[J]. 武汉理工大学学报(交通科学与工程版), 2004(6): 821-824.
- [25] 王森洋. 经济伦理学大辞典[M]. 上海: 上海人民出版社, 2001: 247.
- [26] 马克思恩格斯全集(第2卷)[M]. 北京: 人民出版社, 1975: 92
- [27] 黑格尔. 小逻辑[M]. 贺麟译. 商务印书馆. 北京: 1980: 237.
- [28] 矢内裕幸. 环境哲学[M]. 东京: 日刊工业新闻出版社, 1992: 24-28.
- [29] 让·鲍德里亚. 刘成富、全志刚译: 《消费社会》[M], 南京: 南京大学出版社, 2001: 71.
- [30] 北京大学外国史教研室编. 古希腊罗马哲学[M]. 北京: 三联书店. 1957: 321.
- [31] 《马克思恩格斯全集》[M], 北京: 人民出版社, 1995: 79-80.
- [32] 施里达斯·拉夫尔. 我们的家园—地球[M]. 北京: 中国环境科学出版社, 1993: 160.
- [33] 马尔库塞, 张峰, 吕世平译. 单向度的人[M], 上海: 上海译文出版社, 1989: 6.
- [34] 丹尼斯·米都斯. 增长的极限—罗马俱乐部关于人类困境的报告[M]. 长春: 吉林人民出版社, 1997: 107.
- [35] 俞海山. 可持续消费模式论[M]. 北京: 经济科学出版社, 2002: 82.
- [36] 詹明信. 晚期资本主义的文化逻辑[M]. 北京: 三联书店, 1991: 396.
- [37] (法)让·波德里亚. 刘成富、全志钢译, 消费社会[M]. 南京: 南京大学出版社, 2001: 25.
- [38] 段鑫星, 赵玲. 大学生心理健康教育[M]. 北京: 科学出版社, 2003: 1-10.
- [39] 马克思恩格斯全集(第46卷)[M]. 北京: 人民出版社, 1972: 23, 191, 392.
- [40] 艾伦·杜宁. 多少算够——消费社会与地球的未来[M]. 长春: 吉林人民出版社, 1997: 6, 109.
- [41] 杨伯峻, 杨逢彬注释. 论语·雍也篇第六[M]. 长沙: 岳麓书社, 2000: 65.
- [42] 布希亚. 林志明译. 物体系[M]. 上海人民出版社, 2001: 66.
- [43] 张庆丰, 罗伯特·克鲁可斯. 迈向环境可持续的未来中华人民共和国国家环境分析[M]北京: 中国财经出版社, 2012: 3.
- [44] 韦保仁. 中国能源需求与二氧化碳排放的情景分析[M]. 北京: 中国环境科学出版社, 2007: 110-153.
- [45] 王小霞. 道路机动车尾气污染物排放量的预测与控制措施研究[D]. 西安:

长安大学, 2012:1, 28.

[46] 濮存昕:《豪华剧院为谁建》[N],《南方周末》民生版,2008年9月4日.

[47] 济南市环境监察支队.汽车尾气污染物种类及其危害[EB/OL],<http://zhuanti.e23.cn/2011/0224/35.html>.

[48] 公共政策.商务培训网[EB/OL],<http://training.mofcom.gov.cn/jsp/sites/site?action=show2&id=19202>.

后 记

我第一次踏进复旦校园仿佛就在昨天，然而转瞬，就到了毕业的季节。在这两年多的时间里，在来去匆忙的课堂中、在快乐趣味的同学活动中，在与同学们推心置腹的沟通交流中，我学到了许多工作中学不到的知识，感觉到了复旦 MPA 大家庭的友谊和温暖，也增强了使命感和责任感，这将成为让我受益一生的宝贵财富。

论文是在我的导师肖巍教授的指导下完成的。从论文的构思、框架、提纲到文献的收集、成文定稿等论文写作的整个过程中，肖教授通过电话、电子邮件和面对面的方式与我讨论，对我进行悉心指导，论文经过肖教授四次修改才最终定稿。肖教授严谨的治学精神、渊博的知识和创新的思想，极大的激发了我的学习和工作热情，也成为我终生受益的精神财富。在此，谨向恩师表达我最诚挚的感激之情！同时，感谢给予我的支持和帮助的诸位老师和同学，还要感谢我的爱人，在我学习和论文写作过程中给予的支持。谢谢你们。

论文独创性声明

本论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。论文中除了特别加以标注和致谢的地方外，不包含其他人或其它机构已经发表或撰写过的研究成果。其他同志对本研究的启发和所做的贡献均已在论文中作了明确的声明并表示了谢意。

作者签名： 张圣军 日期： 2014.6.12

论文使用授权声明

本人完全了解复旦大学有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留送交论文的复印件，允许论文被查阅和借阅；学校可以公布论文的全部或部分内容，可以采用影印、缩印或其它复制手段保存论文。保密的论文在解密后遵守此规定。

作者签名： 张圣军 导师签名： 肖嘉 日期： 2014.6.12