

推进绿色消费及其监管研究的历史演进与发展脉络

王建明¹, 赵婧²

(1. 浙江财经大学 工商管理学院, 浙江 杭州 310018;

2. 浙江财经大学 中国政府管制研究院, 浙江 杭州 310018)

[摘要] 借助 CiteSpace 软件的可视化效果, 文章对国内外推进绿色消费及其监管的相关研究进行了全景式描绘与可视化展示, 梳理该领域国内外研究现状和趋势等信息, 提炼其阶段性历史演进特征与发展脉络, 并将国际、中国两个视角进行综合, 总结该领域研究的演进和脉络的整体框架。国际相关研究遵循从基于效率提升到基于行为改变的推进绿色消费的研究演进路线, 并且存在向体系化研究演进的趋势; 中国相关研究的演进遵循这样的脉络: 从点式推进——市场导向的绿色消费理念提升研究阶段(1994—2006 年), 到链式推进——政府导向的绿色消费实现路径研究阶段(2007—2011 年), 再到全面推进——社会导向的绿色消费升级转型研究阶段(2012—2019 年)。综合国内外研究, 推进绿色消费及其监管研究是从消费者行为机制到政策干预再到消费者行为反馈的完整回路, 其贯穿宏观发展, 是行为过程、社会结构、制度设计的三重建构。研究结论为后续定位研究问题、拓宽研究边界以及更针对性和创造性地推进绿色消费提供参考。

[关键词] 绿色消费; 绿色消费监管; CiteSpace; 可视化知识图谱; 演进脉络

[中图分类号] F126.1

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6973(2021)04-0069-15

一、引言

随着中国经济社会发展和居民消费水平提高, 大量污染性、破坏性、浪费性、不合理消费等非绿色消费问题也逐渐显露并日趋突出。近年来, 国家出台了一系列监管政策来推进绿色消费, 如《关于加快推动生活方式绿色化的实施意见(环发[2015]135 号)》《关于促进绿色消费的指导意见(发改环资[2016]353 号)》《绿色生活创建行动总体方案(发改环资[2019]1696 号)》等。十九届四中全会将推进绿色消费上升到制度层面, 强调要完善绿色生产和消费的法律制度和政策导向。在这一现实背景下, 有必要对推进绿色消费及其监管研究进行全面梳理, 把握其历史演进与发展脉络, 进而找到完善绿色消费的法律制度和监管政策的方向和路径。

本文基于 CiteSpace 的可视化知识图谱分析方法, 对国内外推进绿色消费及其监管的文献进行全面梳理。鉴于推进绿色消费及其监管是横跨多学科、多领域的社会问题^[1], 本文不只聚焦在某一学科背景下来综述绿色消费, 如西方经济学视角^[2], 也不仅仅局限于绿色消费影响因素的回顾^[3-4], 更不是

[收稿日期] 2020-07-25

[基金项目] 国家社科基金重点项目“全面推进绿色消费 3.0 的现代监管政策研究”(18AZD015)。

[作者简介] 王建明(1979—), 男, 江苏靖江人, 浙江财经大学工商管理学院教授, 博士生导师, 主要研究领域为绿色消费及其监管; 赵婧(1983—), 女, 黑龙江牡丹江人, 浙江财经大学中国政府管制研究院博士生, 主要研究领域为绿色消费及其监管。

仅对某一类绿色行为的监管策略评估,如信息型监管策略的干预效果评估^[5];而是将可视化知识图谱分析方法应用在绿色消费领域,且将有关推进绿色消费及其监管研究放在跨学科框架内进行梳理,综合管理学、经济学、环境学等多学科视角,分别从国际、国内两部分进行阐述,以展现该领域研究的全貌。本文不仅要展示研究现状和趋势等信息,还要尝试回答:国际、国内的相关研究是否有其各自的阶段性研究特征?与国际相关研究相比,中国相关研究的特色是什么?综合国际、国内研究,推进绿色消费及其监管研究的历史演进与发展脉络的整体框架是什么?本文可能的创新点在于:第一,研究工具和方法创新,创新性地知识图谱方法应用在推进绿色消费及其监管研究领域;第二,研究视野和框架创新,创新性地涵盖从消费者行为机制到政策干预再到消费者行为反馈的完整回路。

二、数据来源与研究方法

国际的研究数据来源于 Web of Science,数据库选择核心合集 Social Sciences Citation Index(SSCI)类期刊,检索主题词“绿色消费(Green Consumption)”“绿色消费监管(Green Consumption Intervention)”,起止时间从 1998 年 1 月 1 日到 2019 年 8 月 21 日,共检索获得 931 篇文献;国内的数据来源以中国知网的期刊数据库为基础,对 1994 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日发表的 CSSCI 核心期刊与北大中文核心期刊进行主题梳理,检索主题词包括“绿色消费”“可持续消费”“低碳消费”“绿色生活方式”“消费升级”“消费转型”以及与监管相关的主题词“监管政策”和“干预政策”,通过筛选,共获得相关核心期刊文献 3615 篇。

再借助 CiteSpace5.3.R4 软件,对该领域研究文献的时间分布、国家和地区分布、作者及期刊分布、研究热点、热点研究演化趋势等信息进行分析与可视化展示,客观地揭示出国内外推进绿色消费及监管研究的知识结构及规律,以从整体上全面认识本领域的研究现状和趋势。同时,我们还对搜索出的文献进行筛选、整理、分类,并有重点地研读,在 CiteSpace 软件量化分析的基础上做深度分析,总结该领域的历史演进与发展脉络。

三、国际推进绿色消费及其监管研究的历史演进与发展脉络

(一)研究文献的时间分布

时间区间选择所有时间,时间切片为 1,选择 Top N=50 的数据进行分析,裁剪类型选择 Pathfinder。如图 1 所示,1998 年至 2019 年该领域的文献数量总体上呈现快速增长的趋势(注意 2019 年的文献数量并非全年数据),前 10 年的文献数量有一定的波动且增长缓慢,近 10 年数量增长较快。学术界对绿色消费的关注,除环境污染等现实问题的驱动外,与国际上对可持续发展、推进绿色消费采取持续行动是紧密联系的。

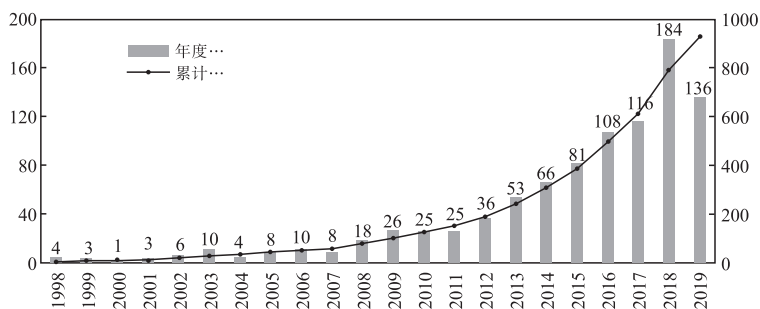


图 1 1998—2019 年国际期刊研究文献时间分布图

(二)研究文献的国家(地区)分布

节点类型选择国家,可以分析出该领域各个国家或地区的发文数量。由表 1 可知,发文数排名前

十的国家或地区有中国(未包含中国台湾的数据)、美国、英国、德国、澳大利亚、荷兰、意大利、西班牙、加拿大、中国台湾。这些国家或地区在该领域的发文总量为 805 篇,从数量占比上看,排名前三位的中国、美国和英国发文数量约占 60% 以上,对这一领域的研究贡献较多;从地区分布上看,对该领域关注较多的国家主要集中在欧洲,研究文献的数量约占 36%,其次是亚洲、北美洲、大洋洲;从单个国家的发文贡献来看,中国学者(包括中国大陆和中国台湾)在该领域的研究文献数量最多,共有 259 篇。

表 1 国家(地区)发文数排名前十

序号	国家(地区)	发文数(篇)
1	中国,未包含中国台湾数据(PEOPLES R CHINA)	234
2	美国(USA)	174
3	英国(ENGLAND)	104
4	德国(GERMANY)	60
5	澳大利亚(AUSTRALIA)	57
6	荷兰(NETHERLANDS)	44
7	意大利(ITALY)	42
8	西班牙(SPAIN)	38
9	加拿大(CANADA)	27
10	中国台湾(TAIWAN)	25

(三)主要研究热点图谱

以 CiteSpace 软件运行分析得到的高频关键词可以在一定程度上反映该领域的研究热点。高频关键词中心性表示该关键词在整个共现网络中的重要程度,中心性越大则其与其他关键词的联系越紧密,其研究的关联度越高。^[6]如表 2 所示,能源消费、可持续性等频数排序居中,但是中心性数值很大,是研究的热点问题。从关键词频数统计来看,可以略见国际上关于推进绿色消费及其监管研究内容的扩展程度和聚焦的研究领域,研究内容覆盖微观态度、消费模式、政策干预模式等的研究,并且侧重于影响研究,此外,围绕能源消费领域的研究也较多。但是,值得注意的是,关键词“中国”出现的频数高,但是中心性却为 0,说明我国的相关研究数量大,但是并没有在国际上形成影响。

表 2 关键词频数排名前十

序号	关键词	频数	中心性
1	消费(Consumption)	282	0.05
2	政策(Policy)	186	0.11
3	绿色(Green)	109	0.09
4	影响(Impact)	93	0.2
5	中国(China)	89	0
6	能源消费(Energy Consumption)	83	0.28
7	可持续性(Sustainability)	80	0.2
8	二氧化碳排放(CO2 Emission)	74	0.04
9	态度(Attitude)	71	0.14
10	模式(Model)	71	0.12

基于对高频词的统计分析,进一步对关键词聚类发现,国际期刊上该领域的研究热点主要分布在生活方式(Lifestyle)、公共政策(Public Policy)、治理(Governance)、社会实践(Social Practices)、环境可持续性(Environmental Sustainability)、炫耀性消费(Conspicuous Consumption)、绿水(Green Water)、战

略(Strategy)、环境库兹涅茨曲线(Environmental Kuznets Curve)等 13 个细分研究领域(见图 2)。

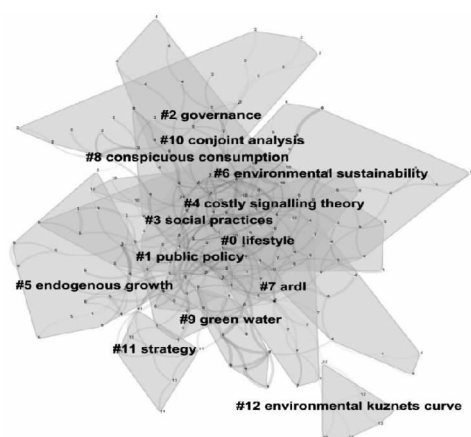


图 2 关键词聚类图谱

上述 13 个研究热点群组进一步详细呈现如表 3 所示。整体而言,这些关键词聚类构成了国际期刊中该领域的研究热点框架。结合文献进一步分析聚类结果,可以按照研究主题将 13 个细分研究领域划分为三大研究主题(见表 3),分别为绿色市场、绿色经济和绿色行为主题。在绿色市场的主题研究中,市场通过提供“吸引人”的绿色产品和持续创新的市场机制来激活绿色市场,进而激励绿色消费。研究涉及如何更好地衡量供应链和产品生命周期,提升供应效率与产品能效,如发展碳足迹、生命周期影响的计算、虚拟水计算和特定行业的环境影响测量工具等。绿色市场的核心强调企业的社会责任,绿色消费的推进得益于效率的提升^[7],研究主要解决信息不对称的问题,即通过向消费者提供绿色产品的环境效益和影响的信息^[8],从而依靠市场的自觉力量来推进绿色消费。在绿色经济的主题研究中,基于效率提升的推进逻辑,关注经济增长与环境问题,从产品非物质化到生态替代、节能、集约生产、服务化等使消费和环境影响脱钩^[8],达到经济发展与环境改善的双赢。围绕绿色行为的研究试图转变消费者的消费模式,进而促使消费行为向绿色化转变,因为仅依靠提高效率不足以改善因人口和消费水平的增长而引发的环境问题。如研究者认为消费的动力还在于彰显社会地位,进行炫耀性消费,由此利用消费所带来的社会影响就构成对绿色消费行为进行干预的路径之一。^[9]

表 3 关键词聚类











研究主题	聚类编号	聚类标签	轮廓值	关键词(部分)
绿色市场	#4	高成本信号 (Costly Signaling)	0.755	信息、农业贸易、水资源、虚拟水贸易、自恋、分解分析
	#5	内生增长 (Endogenous Growth)	0.874	青少年、碳捕获和储存、饮食行为、健康食品、饮食习惯、碳捕获和储存补贴、绿色基础设施
	#9	绿水 (Green Water)	0.817	虚拟水、经济学、比较优势、水资源利用率、水压力、生命周期评价
	#10	联合分析 (Conjoint Analysis)	0.772	节能行为、可持续食品、绿色电力、价值取向、节能产品
	#11	战略 (Strategy)	0.874	条件估值法、企业社会责任、问责制、支付意愿、可再生电力
绿色经济	#2	治理 (Governance)	0.91	城市化、绿色经济、面板向量自回归、全球 Malmquist-Luenberger 指数
	#7	ARDL 模型 (ARDL)	0.782	经济增长、用电、气候政策、化石能源、方差分解、人口密度
	#12	环境库兹涅茨曲线 (Environmental Kuznets Curve)	0.97	经济增长、能源消耗、环境污染、碳排放、工业经济增长、综合研究

研究主题	聚类编号	聚类标签	轮廓值	关键词(部分)
绿色行为	# 0	生活方式 (Lifestyle)	0. 749	环境供应链管理、创新扩散理论、因素分析、消费者行为
	# 1	公共政策 (Public Policy)	0. 675	住房、计划行为理论、气象、消费评估、食品消费、低能耗建筑
	# 3	社会实践 (Social Practices)	0. 788	行为改变、环境责任、亲环境行为、批判话语分析、社会变化、低碳生活方式
	# 6	环境可持续性 (Environmental Sustainability)	0. 886	生命历程方法、减少工作时间、主观幸福感、政策设计、可持续发展、可持续性
	# 8	炫耀性消费 (Conspicuous Consumption)	0. 799	个人规范、创新性、创新特点、社会规范、节能降耗、消费者细分、环境实践

(四)研究热点的演化趋势

根据某一时段关键词出现的频次,将某一时间段内研究热度突增的关键词从中探测出来,分析它们在不同时间、区间内出现频率的突然变化,可以识别出研究的阶段特征和趋势,确定研究主题的历史演进与发展脉络。表 4 展示了该领域国际文献突显词强度前十的关键词。可以看到从 2005 年开始,“消费”出现的频率激增,“经济学”的突显强度最高,其次是“环境政策”“可持续消费”。其中,“环境政策”的影响周期相对最长,从 2008 年持续到 2016 年,且突显词表征的研究视域集中在对微观行为的研究上,如环保行为、消费行为等研究。在 2005 年之前,该领域国际文献并没有突显词显现,通过对文献分类整理,我们发现 2005 年之后,国际针对此领域的研究更加集中地转向以转变消费行为的途径来推进绿色消费,因为无论是环境技术、生产制度、经济政策还是社会倡议对推进绿色消费的贡献,都要以改变消费模式和行为为基础^[10],所以相关研究不再仅仅以基于效率提升的推进逻辑来推进绿色消费。此外,近两年“可持续发展”关键词突显,可见推进绿色消费的研究呈现出融入可持续发展大框架的趋势,研究视域逐渐放宽。

表 4 突显词强度排名前十

序号	关键词	突显强度	开始年	结束年	1998—2019
1	消费(Consumption)	3. 6838	2005	2007	
2	环境政策(Environmental Policy)	5. 2801	2008	2016	
3	可持续消费(Sustainable Consumption)	4. 6591	2008	2013	
4	战略(Strategic)	4. 4552	2010	2015	
5	经济学(Economics)	5. 6198	2011	2015	
6	政治学(Politics)	4. 5607	2013	2015	
7	环保行为(Pro-environmental Behavior)	4. 1047	2015	2017	
8	节能(Energy Conservation)	3. 8744	2016	2017	
9	消费者行为(Consumer Behavior)	3. 4362	2017	2019	
10	可持续发展(Sustainable Development)	4. 1097	2017	2019	

基于行为转变的推进逻辑下的消费行为主题的研究内容包含两类:一类主要围绕行为驱动因素与干预机制进行研究,侧重于绿色消费行为的影响因素以及相互关系、作用路径研究;另一类集中于政策工具与效果评估研究,主要围绕对绿色消费行为的政策干预效果评估,特别是深入某一具体的绿色消费领域,对监管政策进行修正与创新。

具体来说,对第一类研究,研究者更关注消费动机与消费行为如何受消费过程的心理因素以及社会 and 情境因素的影响^[11],探究对绿色消费行为进行干预的内在机理,进而进行政策设计。该阶段打破

基于效率提升的推进逻辑中消费者是“理性的”假设,取而代之的是消费者不是完全理性的行动者,社会层面因素(如道德与社会规范^[12])、个体层面因素(如价值、责任、情感^[13])、群体层面因素(如社群规范、社群压力^[14]),以及心理层面因素(如认知和态度^[15-16]、知识^[17]、感知效力、感知控制^[18])等影响着消费者决策。学者探究传统监管手段如何充分利用消费者“非理性”因素来促进行为的转变,以及这些“非理性”因素如何改变了政策设计思路。例如:传统的生态标签制度,不只是承载告知消费者产品信息的目的,其标签呈现的内容框架、呈现方式都会对消费决策产生影响^[19];为消费者提供能源消费反馈信息的不同内容维度(如承诺、比较信息等)也会诱发不同的心理机制进而影响消费行为^[20],而且信息反馈的内容要依据情境、个体的不同做到定制化^[21];对消费者进行经济激励可能并不会促进绿色消费,因为经济激励会挤出消费者内在亲环境动机^[22];通过改变消费者的选择架构来助推消费者做出绿色选择^[23]等。另一方面,学者试图分析社会 and 情境因素对绿色消费模式转变的影响,如分析和量化不同的生活方式等因素对能源消费的影响,这些因素包含支出方式^[24],时间分配方式^[25]等,并提出通过减少工作时间来改变生活方式和消费模式来促进消费的绿色化^[26]。

第二类研究深入某一具体的绿色消费领域,关注政策的实施效果,主要围绕政策对行为转变的效果及效果持续的时间、政策有效性的影响因素等展开研究。Ferraro 和 Price 比较了规范信息、社会比较信息、亲社会信息、技术信息对家庭水消费的影响,研究发现比较信息使行为转变最大,但持续时间不长,有关新技术的信息可能使行为发生长久改变,但是覆盖面很小。^[27] Ito 研究了政府补贴对家庭电力消费的影响,发现激励措施对沿海地区的能源节约行为没有任何影响,相反,在内陆地区,激励措施导致了能源消费的下降,并且无论是对短期还是长期均有影响,研究认为政策作用对象的异质性会影响政策有效性。^[28] Homonoff 研究激励的不同形式对政策有效性的影响,研究将激励分为两种形式:采取不良行为收费或良好行为奖励的形式。研究发现税收使一次性袋子使用减少了 40 多个百分点,奖金对行为几乎没有影响。^[29] 此外,也有研究关注对某一类绿色行为的干预是否会影响其他绿色行为,如垃圾分类行为是否会促进节能行为^[30],探索能够带来积极溢出影响的政策设计。

总体来看,国际上关于推进绿色消费及其监管的研究遵循从基于效率提升到基于行为改变的演进路线,并有融入可持续发展大框架进行体系化研究的趋势,主要聚焦在三大研究主题,分别是绿色市场、绿色经济、绿色行为主题。其中,绿色市场和绿色经济主题是基于效率提升的推进逻辑,而绿色行为主题的研究是基于消费行为改变的推进逻辑。基于行为改变的绿色行为主题研究可以分为两类:一类主要围绕行为驱动因素与干预机制进行研究;另一类则深入某一具体的绿色消费领域展开政策工具与效果评估研究。

四、国内推进绿色消费及其监管研究的历史演进与发展脉络

(一)研究文献的时间分布

由图 3 可以看出,虽然于 2001 年、2007 年和 2011 年前后我国在推进绿色消费及其监督研究领域的发文数量有起伏,但是 1994 年至 2019 年该领域的文献数量总体上呈现增长的趋势,并在 2011 年出现一个小的峰值,达到 265 篇。虽然整个期间文献发表数量有一定的波动,但近几年其数量已趋于稳定,核心期刊论文数量每年在 260 篇左右。从 2001 年中国首次启动“绿色消费年”,到目前已有近 20 年,推进绿色消费及其监管的研究一直得到学界的关注。

(二)研究文献的作者、期刊分布

如图 4 所示,图中节点大小代表作者发表的文献数量,节点越大表示该作者发表的文献数量越多;连线代表作者之间的合作情况,连线的粗细表示作者间合作的强度。可以看出,该领域的高产作

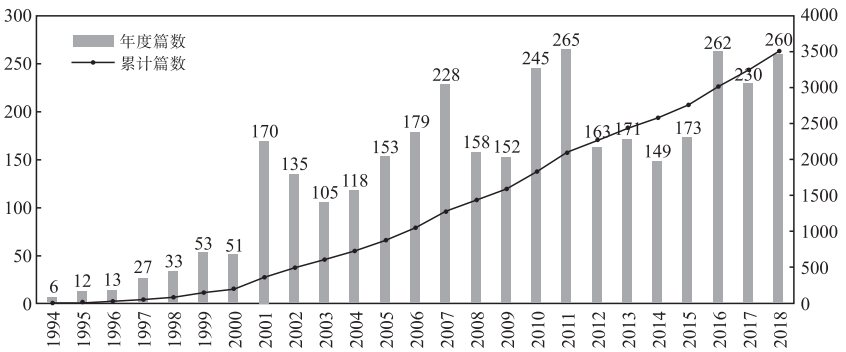


图3 1994—2018年国内研究文献时间分布图

者有杜建国、王建明、陈凯、盛光华、吴波、王财玉、司金銮、严先溥、靳明、文启湘、高键等人。从作者合作情况来看,主要以双人或三人合作为主,诸如王建明和贺爱忠、高键和盛光华、朱庆华和胡蓉、刘长进和滕玉华等双人合作团队,吴波、王财玉和李东进等三人合作团队。此外,从发表的期刊来看,该领域的文献多发表在经济管理类、环境类期刊上。其中,载文数量排名前列的期刊有《消费经济》《生态经济》《商业经济研究(商业时代)》《商业研究》《环境保护》《中国人口·资源与环境》等。

(三)主要研究热点图谱

从图5可以看出,除绿色消费和可持续消费,节点较大的关键词还有绿色营销、可持续发展、消费升级、循环经济、生态文明、低碳消费等,这些关键词代表了该领域的一些研究热点。

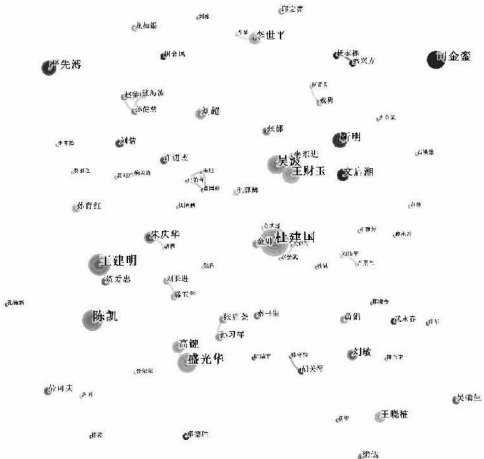


图4 作者分布及合作图谱

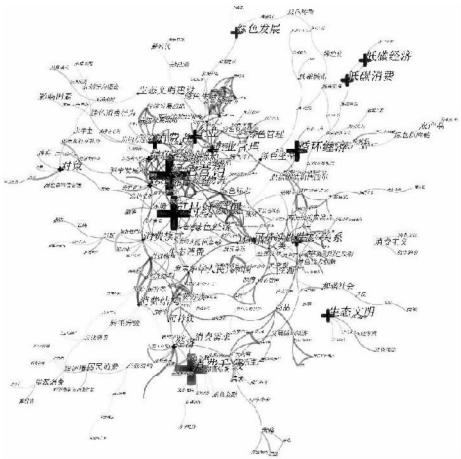


图5 关键词共现图谱

表5列出了前二十位高频关键词和高中心性关键词。可以看出,中心度较高的关键词有经济、居民消费、绿色产品、可持续性发展等。

表5 研究热点词汇

序号	高频关键词	频次	高中心性关键词	中心度
1	绿色消费	602	经济	0.38
2	可持续消费	403	居民消费	0.38
3	绿色营销	308	绿色产品	0.35
4	可持续发展	282	可持续性发展	0.32
5	消费升级	241	消费者	0.31
6	消费	215	绿色消费	0.3
7	循环经济	171	生产关系	0.26
8	企业	143	资源	0.25

序号	高频关键词	频次	高中心性关键词	中心度
9	生态文明	140	生态文明	0.24
10	消费者	138	环境	0.24
11	低碳消费	122	绿色营销	0.23
12	企业管理	121	环境意识产品	0.19
13	低碳经济	118	消费模式	0.18
14	生产关系	118	消费需求	0.18
15	绿色发展	105	城镇居民	0.15
16	绿色产品	102	产业	0.15
17	对策	88	消费方式	0.14
18	经济	78	外部性	0.14
19	消费结构	69	环境行为	0.13
20	消费模式	68	环境态度	0.13

通过对关键词聚类可以进一步展现该研究领域的知识结构。关键词聚类得到的研究热点共有 15 个群组,分别是生态文明、新时代、消费升级、低碳经济、绿色营销、经济、环境会计、环境意识产品、物质闭环流动型经济、低碳城市、绿色金融、企业管理、发展、非再生资源、可持续旅游等(见图 6)。

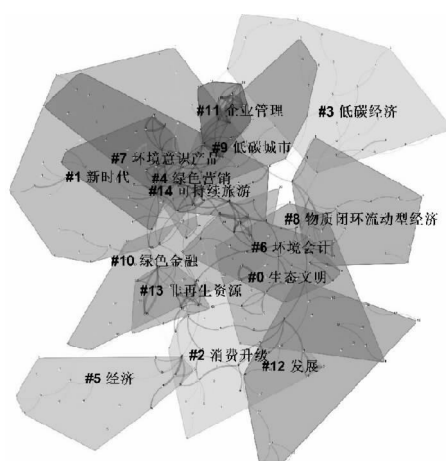


图 6 研究热点聚类图谱

通过对聚类信息进行整理,得到研究热点词汇聚类及分布情况(见表 6),结合相应的文献信息进一步分析,可以发现研究热点的聚类结果呈现明显的政策导向特征,如“生态文明”“新时代”“消费升级”,并且服务于宏观政策推动下的经济转型研究,如“低碳经济”“循环经济”“绿色经济”等,也可略见推进绿色消费的研究视角,如“低碳城市”“绿色金融”“可持续旅游”“绿色营销”“环境意识产品”“企业管理”等。

表 6 热点词汇聚类及分布

聚类	标签	平均轮廓值	关键词(部分)
#0	生态文明	0.878	绿色消费、低碳经济、资源、可持续消费
#1	新时代	0.901	对策、发展模式、绿色经营、绿色技术、机遇
#2	消费升级	0.794	扩大内需、消费需求、分享经济、需求弹性
#3	低碳经济	0.889	低碳消费、低碳产业、低碳城市、低碳农业
#4	绿色营销	0.91	环境标志、绿色标志、绿色发展战略、绿色通行证
#5	经济	0.934	能源消费、经济新常态、产业升级、生态科学意识
#6	环境会计	0.896	绿色会计、绿色审计、生态经济、绿色经济

的通知》,提出可持续发展战略、政策和行动框架,将自80年代以来纳入基本国策的环境保护问题上升到可持续发展的战略高度。1996年,国务院办公厅发布《关于进一步推动实施中国21世纪议程意见的通知》,将可持续发展战略落地,明确在社会和经济发展中要减少资源的占用与消耗,提高能源的使用效率,消除生产过程中的污染。进入2000年后,中国经济迎来高速发展期,环境压力逐渐增大,在统筹人与自然和谐发展的科学发展观的指导下,国家的战略导向由生产方式的节能、去污化逐步转变到增长方式的节约化,在这一基础上,首次提出推进绿色消费方式,但推进绿色消费方式仅触及生产、销售、消费、回收等过程的一个点或某几个点,没有形成联动,属于片面、孤立的点式推进阶段。

这一阶段的研究体现了国家的战略导向,聚焦可持续发展,但研究视野局限在生产端的绿色化。研究涉及绿色渠道、供应链策略^[31],针对消费端的研究也是基于企业视角,主要围绕提升消费者环保意识的绿色营销策略^[32]。总之,这一时期,推进可持续消费、绿色消费的政策路径是以企业为导向、以规范企业生产方式和创新营销策略为主要逻辑。^[33]此外,由于绿色消费方式在这一阶段提出,学者们开始围绕绿色消费模式展开研究^[34]。

第二阶段:2007—2011年,链式推进——政府导向的绿色消费实现路径研究。

中国经济社会发展进入新阶段,居民消费结构逐步升级,消费对经济增长的拉动作用增强。这一时期,国家将发展循环经济作为建设资源节约型、环境友好型社会和实现可持续发展的重要途径。虽然针对绿色消费的推进仍在节能减排战略框架内,但是关于推进绿色消费的政策出台频次与监管力度都在加强。一系列推进循环经济、倡导绿色生活的政策出台,并运用强制手段、经济激励手段与引导类手段加大干预力度,对企业限制销售高碳产品,对节能企业实行财政税收激励,消费端对购买节能产品予以补贴。政府布局低碳城市试点,一方面倡导绿色生活,使绿色消费突破场景、时间等的限制,推进行为链的绿色化,另一方面将企业生产、销售等的绿色化提升至产业发展的绿色化,推进产业链的绿色化,进入链式推进阶段。

这一阶段的研究开始与国家政策相结合,研究视野也拓展到政府导向的绿色/低碳消费的实现路径研究^[35],例如:有学者强调政策工具的创新^[36],有学者开辟了对行为进行干预的绿色消费监管思路^[37],有学者将低碳建筑、低碳能源以及围绕电器节能、能源消耗的低碳消费融合进低碳城市的研究中^[38],也有学者对政府干预下的绿色供应链展开思考、研究^[39]。

第三阶段:2012—2019年,全面推进——社会导向的绿色消费升级转型研究。

党的十八大以来,中国经济发展进入了“新常态”,提升经济发展质量和效益、加快转变经济发展方式是这一时期主线,贯穿于经济社会发展全过程和各领域。绿色消费成为加快实现发展方式转换的动力之源,倡导以生活方式绿色化带动供给侧生产方式的绿色水平提升。绿色消费也被赋予了新的内涵,是一种发展方式,也是全民行动体系。这一时期,强调建立长效的驱动机制来引导企业自治、行业自律、个人自觉,实现社会监督和政府监管相结合的消费共治治理机制,通过顶层设计、管理理念、治理范式变革来全面推进绿色消费。

这一阶段的研究主要集中在消费升级、绿色转型升级方面,研究视野也上升到社会导向的绿色消费升级转型。有关消费升级的论证研究包括:是否已经实现了消费升级的实证研究^[40];消费升级的路径研究^[41];关于绿色转型研究,从以往供给侧带动需求侧转变为消费升级带动产业升级^[42];对绿色消费的监管,从政府监管为主体向多元监管主体过渡,倡导协同推进机制^[43]。

总体而言,早些年我国推进绿色消费带有很强的从属性,从属于生产端节能减排的一部分。通过生产端的绿色化、能源利用效率的提高,在市场的推动下“吸引”具有绿色消费意识的消费者购买绿色产品,因此,培育消费者的绿色意识、提供绿色产品信息至关重要。但随着我国居民消费结构的逐步

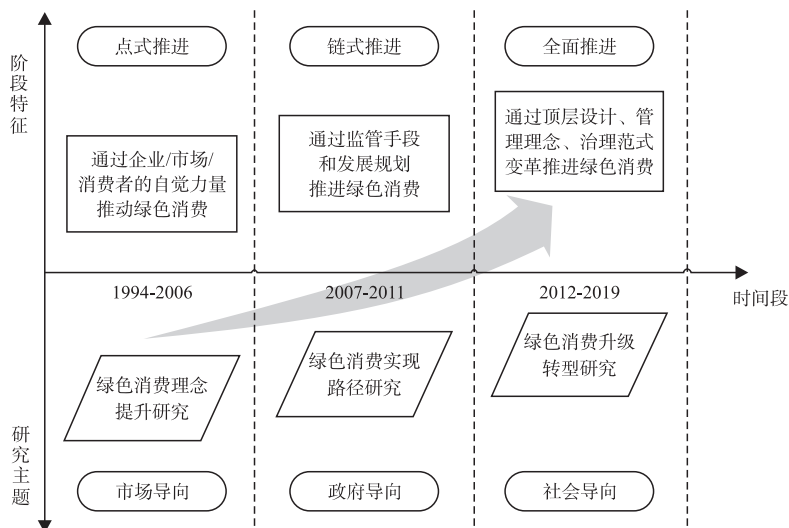


图7 国内推进绿色消费及其监管研究的阶段特征与研究主题

升级,对经济拉动作用的增强,推进绿色消费的主体性日渐显现,政府开始全方位布局绿色消费的推进;从加大监管政策工具的运用力度,促进生活方式带动生产方式的绿色化,到通过完善监管制度体系、变革绿色治理范式来寻求长期、稳定的驱动机制从而构建绿色消费的社会行动体系,是一种自上至下的推进路线,相关的研究能从更为宏观、体系化的视角审视和思考绿色消费行为的推进。

五、推进绿色消费及其监管研究的结论与展望

(一)研究结论

本文基于 CiteSpace 的可视化知识图谱分析方法,对推进绿色消费及其监管研究进行了梳理、提炼、总结。梳理该领域国内外研究现状和趋势等信息,提炼其阶段性历史演进特征与发展脉络,将国际、中国两个视角进行对比、整合分析,总结推进绿色消费及其监管研究的中国特色和该领域研究的演进和脉络的整体框架。

分析国际相关研究的历史演进与发展脉络可以发现:(1)从研究主体看,中国学者在该领域的外文发文量占据重要比例,但在国际上的影响力较小,研究主体仍以欧美发达国家学者为主。(2)从研究热点看,政策研究和可持续性研究在该领域受到众多学者的高度关注。本文将其分为三大研究主题,分别为绿色市场、绿色经济和绿色行为研究。三大主题关于推进绿色消费的研究视角不同,绿色市场主题强调企业的社会责任,通过企业节能、集约生产等减少产品的环境影响;绿色经济主题关注经济增长与环境问题,分析和论证经济增长和环境改善共存的路径;绿色消费行为主题的研究强调消费者的社会责任,探讨促使消费行为向绿色化转变的行为干预途径。(3)从历史演进与发展脉络看,遵循从基于效率提升到基于行为改变的推进绿色消费的研究演进路线。围绕效率提升的推进研究主要集中于绿色市场和绿色经济的研究主题,其基本假设是消费者是“理性的”“用钱投票”,推进手段主要是效率标准、信息提供、公共教育等“弱”工具^[44];而基于行为改变的推进研究主要集中在绿色行为的研究主题,其基本假设是消费者不是完全理性的行动者,受心理过程、社会 and 情境因素的影响,监管手段包括充分利用消费者的“非理性”因素和社会结构的变革来改变消费者行为等“强”工具^[44]。

通过分析中国相关研究的历史演进与发展脉络可以发现:(1)从研究主体看,该领域的高产作者多集中在经济管理类学科背景下,合作团队以双人或三人为主,学科内的联系较多,跨学科的合作相对不多。从节点分析结果看,营销学者的发文数量较多,发文的期刊主要是经济管理类和环境类期刊,应进一步加强跨学科的沟通与合作,以增强该领域的学术影响力。(2)从研究热点看,“绿色消费”

一直是国内备受关注的热点问题,其次是与“可持续消费”“绿色营销”“可持续发展”密切相关的消费领域问题。中国在该领域的研究带有明显的政策导向性,政府的作用显得更为重要。中国制度体系的最突出优势在于政府具有强大的动员、整合、协调资源的能力,而由于政策的演进,相关研究必然会呈现阶段性特征,研究的视角会随之变化,但是推进绿色消费的研究始终服务于宏观政策推动下的经济转型研究。(3)从历史演进和发展脉络来看,中国相关领域的研究与国家层面推进绿色消费的政策导向是相辅相成的,具体表现为三个阶段,分别是点式推进——市场导向的绿色消费理念提升研究(1994—2006年)、链式推进——政府导向的绿色消费实现路径研究(2007—2011年)以及全面推进——社会导向的绿色消费升级转型研究(2012—2019年)。

将国际与中国的推进绿色消费及其监管研究的历史演进与发展脉络进行对比、整合分析可以发现:(1)从国际与国内对比来看,在推进绿色消费的最初阶段,无论国际上还是中国都将绿色消费作为单纯的经济行为,依靠市场机制推动消费的绿色化,但是接下来却呈现了不同的研究轨迹。国际研究方面,由于产品效率提升导致的过量消费问题以及因人口和消费水平的增长而引发的环境问题,促使国际学者对消费水平和消费驱动力进行再思考,研究更多地转向通过消费者的心理过程、社会 and 情境因素来干预消费行为,设计政策工具促进消费模式、消费行为向绿色化转变。然而,由于影响消费的因素具有多样性,仅仅着眼于消费者行为还远远不够,学者开始将绿色消费嵌入更广泛的社会结构中进行审视,呼吁更强有力的政府干预^[45]。近两年国际研究有朝向体系化发展的趋势,强调连贯的宏观框架设计,由于具体细分领域的绿色消费行为不断深化,虽然一方面对行为的洞察越来越细致,但另一方面也会导致监管政策缺乏普适性,增加政策实施的成本,所以必然要通过社会结构、文化、制度来增加它的普适性^[45]。总体来说,国际研究是自下而上的推进路线。中国研究方面,在推进绿色消费的进程中,中国政府发挥了强大的引导和推动作用,布局低碳发展、引领消费升级、构建全民行动体系以及将绿色消费纳入生态文明制度体系建设,使中国的研究者从更为宏观的视角切入,通过监管的社会机制、监管模式、制度设计来最终推进消费行为、消费模式的绿色化,是自上而下的推进路线。这种自上而下的推进路线,在某种程度上,也导致政策对行为作用效果的评估不及国际研究深入。(2)从国际与国内整合来看,本文将该领域的研究融合进包含推进方向、推进手段的二维框架内,国际的自下而上与中国的自上而下的推进路线,构成了推进绿色消费及其监管研究从消费者行为干预机制到监管政策工具设计的社会机制,再到制度体系建设、监管模式等制度运行机制研究的完整回路(图8)。其中,行为干预机制研究侧重于绿色消费行为转化的驱动因素、转化路径研究,以及行为干预/监管手段对促进绿色消费行为转化的效果研究;社会机制研究主要指促进绿色消费行为的政策工具设计,如政策工具的激励约束机制,以及绿色消费与绿色生产、绿色发展等其他社会领域的嵌入与协同研究;制度运行机制研究强调制度层面宏观框架的设计,涉及推进绿色消费的制度体系建设、监管理念与监管模式等研究。同时,无论是基于制度设计的监管理念、监管模式研究还是基于社会机制的政策工具设计研究,最终是要达成促进绿色消费的目标,完成绿色消费行为的转化,而对行为干预机制与行为干预效果的研究又为制度、政策设计优化提供反馈。因此,推进绿色消费及其监管研究是从消费者行为机制到政策干预再到消费者行为反馈的完整回路。总之,推进绿色消费及其监管贯穿宏观发展,是行为过程、社会结构、制度设计的三重建构。中国在该领域的研究是国际研究的有力补充,贡献了发展中国家推进绿色消费的宝贵经验。

(二)未来展望

推进绿色消费是一个长期的、复杂的过程,也是一个不断学习和演化的过程。当前新经济、新技术、新商业、新消费等不断涌现,对绿色消费提出了新的挑战,推进绿色消费及其监管研究理所应当迎

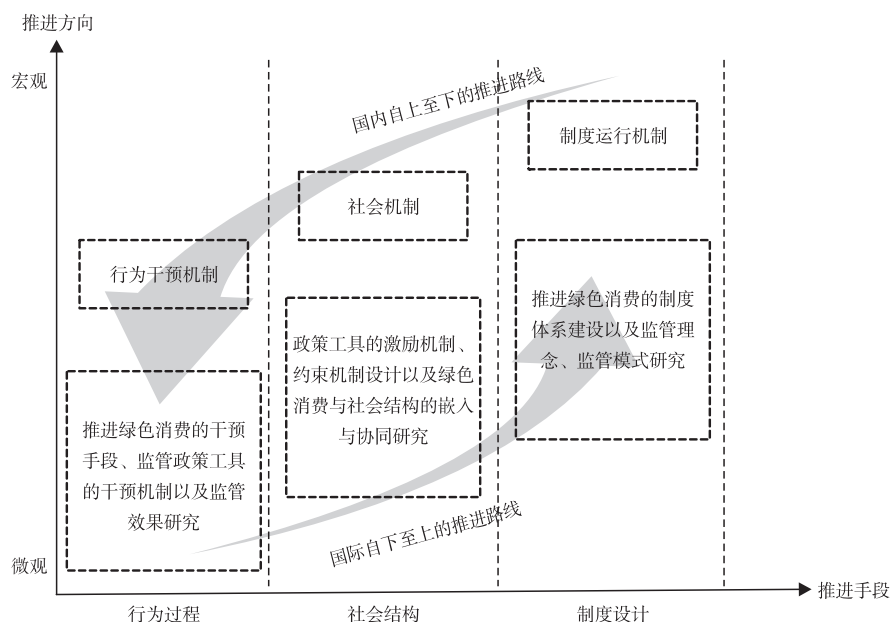


图8 推进绿色消费及其监管研究的演进与脉络框架

接新挑战,顺应时代发展趋势。特别是当前以人工智能、大数据技术为特色的数字经济正深刻影响着人们的消费模式,人们的消费观念、消费内容、消费场景等都在发生变化,消费行为越发网络化、平台化;同时,利用新一代信息技术,监管工作能够对需求做出智能响应,导致监管方式从单向运作向双向互动转变,这种互动机制使推进绿色消费的监管比以往更贴近消费者的决策过程,也比以往更加深入地影响个体消费这个私人领域。因此,决策者和研究者还需考虑政策手段的可接受性,可以通过设计政策制定过程的参与机制来增加政策的可接受性,识别具有不同政策偏好的群体并配套差异化的监管政策进行分类施策,将更利于监管效果的实现。此外,数字经济时代的消费已从单一产品消费到联网型消费、从个体消费到社群消费,目前的研究多将消费者作为个体而不是作为群体进行研究,今后消费者可能会更多地以群体成员的身份对干预进行回应,所以未来关于绿色社群的研究或成趋势,并且绿色社群必然会突破地域的限制,地区之间、国家之间的紧密互动将催生更多的跨地域、跨文化研究。

〔参 考 文 献〕

- [1] 赵金亮,杨丽梅.当代我国可持续消费问题研究综述[J].河南社会科学,2010,18(1):72—75.
- [2] 贺爱忠,宋友.西方经济学界可持续消费研究综述[J].经济问题探索,2013(5):177—184.
- [3] 湛泳,汪莹.绿色消费研究综述[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2018,42(6):46—48.
- [4] 吴波.绿色消费研究评述[J].经济管理,2014,36(11):178—189.
- [5] 半凌云,杨洁,俞学燕,等.信息型策略对居民节能行为的干预效果研究——基于Meta分析[J].软科学,2016,30(4):89—92.
- [6] 陈超美,陈悦,侯剑华,等.CiteSpace II:科学文献中新趋势与新动态的识别与可视化[J].情报学报,2009,28(3):401—421.
- [7] HOBSON K. Competing discourses of sustainable consumption: Does the ‘rationalization of lifestyles’ make sense? [J]. Environmental Politics, 2002,11(2):95—120.
- [8] OROURKE D, LOLLO N. Transforming consumption: From decoupling, to behavior change, to system changes for sustainable consumption[J]. Annual Review of Environment and Resources, 2015,40(1):233—259.
- [9] SALAZAR H A, OERLEMANS L, VAN STROE-BIEZEN S. Social influence on sustainable consumption: Evidence from a behavioral experiment[J]. International Journal of Consumer Studies, 2013,37(2):172—180.

- [10] PEATTIE K. Green consumption: Behavior and norms[J]. *Annual Review of Environment and Resources*, 2010,35(1):195—228.
- [11] STEG L, VLEK C. Encouraging pro-environmental behavior: An integrative review and research agenda[J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2009,29(3):309—417.
- [12] SCHULTZ P W, NOLAN J M, CIALDINI R B, et al. The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms[J]. *Psychological Science*, 2007,18(5):429—434.
- [13] THØGERSEN J, OLANDER F. Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study[J]. *Journal of Economic Psychology*, 2002,23(5):605—630.
- [14] GUPTA S, OGDEN D T. To buy or not to buy? A social dilemma perspective on green buying[J]. *Journal of Consumer Marketing*, 2009,26(6):376—391.
- [15] HANSMAN R, BERNASCONI P, SMIESZEK T, et al. Justifications and self-organization as determinants of recycling behavior: The case of used batteries[J]. *Resources, Conservation and Recycling*, 2006,47(2):133—159.
- [16] LEE S, PAIK H S. Korean household waste management and recycling behavior[J]. *Building and Environment*, 2011,46(5):1159—1166.
- [17] PRESS M, ARNOULD E J. Constraints on sustainable energy consumption: Market system and public policy challenges and opportunities[J]. *Journal of Public Policy & Marketing*, 2009,28(1):102—113.
- [18] TANG Z J, CHEN X H, LUO J H. Determining socio-psychological drivers for rural household recycling behavior in developing countries: A case study from Wugan, Hunan, China[J]. *Environment and Behavior*, 2011,43(6):848—877.
- [19] HORNE R E. Limits to labels: The role of eco-labels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption[J]. *International Journal of Consumer Studies*, 2009,33(2):175—182.
- [20] ABRAHAMSE W, STEG L, VLEK C, et al. A review of intervention studies aimed at household energy conservation[J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2005,25(3):273—291.
- [21] ABRAHAMSE W, STEG L, VLEK C, et al. The effect of tailored information, goal setting, and tailored feedback on household energy use, energy-related behaviors, and behavioral antecedents[J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2007,27(4):265—276.
- [22] BENABOU R, TIROLE J. Incentives and prosocial behavior[J]. *The American Economic Review*, 2006,96(5):1652—1678.
- [23] THALER R H, SUNSTEIN C R. *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*[M]. New Haven & London: Yale University Press, 2008.
- [24] KERKHOF A C, NONHEBEL S, MOLL H C. Relating the environmental impact of consumption to household expenditures: An input-output analysis[J]. *Ecological Economics*, 2009,68(4):1160—1170.
- [25] BRENCIĆ V, YOUNG D. Time-saving innovations, time allocation, and energy use: Evidence from Canadian households[J]. *Ecological Economics*, 2009,68(11):2859—2867.
- [26] SCHOR J B. Sustainable consumption and worktime reduction[J]. *Journal of Industrial Ecology*, 2005(9):37—50.
- [27] FERRARO P J, PRICE M K. Using nonpecuniary strategies to influence behavior: Evidence from a large-scale field experiment[J]. *Review of Economics and Statistics*, 2013,95(1):64—73.
- [28] ITO K. Asymmetric incentives in subsidies: Evidence from a large-scale electricity rebate program[J]. *American Economic Journal: Economic Policy*, 2015,7(3):209—237.
- [29] HOMONOFF T A. Can small incentives have large effects? The impact of taxes versus bonuses on disposable bag use[J]. *American Economic Journal: Economic Policy*, 2018,10(4):177—210.
- [30] SINTOV N, GEISLAR S, WHITE L V. Cognitive accessibility as a new factor in pro-environmental spillover: Results from a field study of household food waste management[J]. *Environment and Behavior*, 2017,51(1):50—80.
- [31] 蒋洪伟,韩文秀.绿色供应链管理:企业经营管理的趋势[J].*中国人口·资源与环境*,2000(4):92—94.

- [32] 朱成钢. 绿色消费驱动下的绿色营销策略及其启示[J]. 商业经济与管理, 2006(11):48—51.
- [33] 孙敬水. 全新的企业管理理念——绿色管理[J]. 科学学与科学技术管理, 2002(8):100—102.
- [34] 陈启杰, 楼尊. 论绿色消费模式[J]. 财经研究, 2001(9):25—31.
- [35] 于小强. 低碳消费方式实现路径分析[J]. 消费经济, 2010, 26(4):80—82.
- [36] 宋德勇, 卢忠宝. 我国发展低碳经济的政策工具创新[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2009, 23(3):85—91.
- [37] 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[J]. 管理世界, 2011(4):58—68.
- [38] 李迅, 刘琰. 中国低碳生态城市发展的现状、问题与对策[J]. 城市规划学刊, 2011(4):23—29.
- [39] 朱庆华, 窦一杰. 基于政府补贴分析的绿色供应链管理博弈模型[J]. 管理科学学报, 2011, 14(6):86—95.
- [40] 石明明, 江舟, 周小焱. 消费升级还是消费降级[J]. 中国工业经济, 2019(7):42—60.
- [41] 牡丹清. 互联网助推消费升级的动力机制研究[J]. 经济学家, 2017(3):48—54.
- [42] 周国梅, 李霞. 以可持续消费促进绿色转型[J]. 环境保护, 2012(11):16—19.
- [43] 张雅静, 胡春立. 消费模式绿色化的协同推进机制研究[J]. 科学技术哲学研究, 2016, 33(3):100—104.
- [44] FUCHS D A, LOREK S. Sustainable consumption governance: A history of promises and failures[J]. Journal of Consumer Policy, 2005, 28(3):261—288.
- [45] AHVENHARJU S. Potential for a radical policy-shift? The acceptability of strong sustainable consumption governance among elites[J]. Environmental Politics, 2019, 29(1):134—154.

(责任编辑:蒋萍)

Research on Promoting Green Consumption and Its Regulation: Historical Evolution and Development Process

WANG Jian-ming¹, ZHAO Jing²

(1. School of Business Administration, Zhejiang University of Finance & Economics, Hangzhou, Zhejiang 310018;

2. China Institute of Regulation Research, Zhejiang University of Finance & Economics, Hangzhou, Zhejiang 310018)

Abstract: With the help of the visualization effect of CiteSpace software, this study gave a panoramic description and visual display of the international and domestic research on promoting green consumption and its regulation, combed the research status and trends in this field at home and abroad, refined its periodic historical evolution characteristics and development context, and summarized the overall framework of the evolution and context of the research in this field from the international and Chinese perspectives. International relevant research follows the evolution route of promoting green consumption research from efficiency-based upgrading to behavior-based change, and there is a trend of evolution towards systematic research. China's relevant research follows this sequence: point promotion stage-market-oriented research on green consumption concept promotion (1994—2006); chain promotion stage-government-oriented research on green consumption realization routine (2007—2011); comprehensive promotion stage-social-oriented research on green consumption upgrading and transformation (2012—2019). Combining the international and domestic research, the research in this field is a complete circuit from consumer behavior mechanism to policy intervention and then to consumer behavior feedback, running through macro and micro development. It is a triple construction of behavior process, social structure and institution design. The conclusions provided reference for positioning research questions and widening research boundaries in the face of promoting green consumption more pertinently and creatively.

Key words: green consumption; green consumption regulation; CiteSpace; visual knowledge map; evolution and development