

## 德国日本的绿色消费:理念与实践<sup>〔\*〕</sup>

○ 於素兰, 孙育红

(东北师范大学 马克思主义学部, 吉林 长春 130024)

**〔摘要〕**近年来,德国和日本在生态主义、环境伦理、生态消费等绿色理念的指导下,在发展绿色消费方面进行了一些实践,如培育绿色产品,发展生态设计;加大绿色补贴,推行绿色采购;运用相关制度、法规,强制企业、消费者履行环保责任;发挥市场调节作用,实现废弃物处理产业化等等。这些实践为德、日两国带来了巨大的经济利益和社会效益,对我国绿色消费的发展具有重要的启示。

**〔关键词〕**绿色消费;德国;日本

### 一、引言

绿色消费是一种在消费前、消费中和消费后都综合考虑消费有可能给环境造成的负面影响,高效利用能源、资源,维护消费者权利的现代新型消费模式。绿色消费以绿色、自然、和谐、健康为宗旨,坚持在人与自然的和谐统一、人和人的相互关系的平衡中实现需求的全面、持续与最大化满足。<sup>〔1〕</sup>

从实践来看,20世纪80年代以来,伴随着生态环境危机的日益加深和人类消费理念及消费需求的变化,以崇尚自然、健康,注重环保、节能,与可持续发展相适应的绿色消费,在世界范围内迅速兴起。据相关部门统计,绿色产品已经在美国新开发产品中占到了80%的比重,在德国、日本等国也占到了60%以上。<sup>〔2〕</sup>

---

**作者简介:**於素兰,东北师范大学马克思主义学部马克思主义中国化专业2014级博士研究生,主要研究方向为马克思主义及其中国化理论研究;孙育红,博士,东北师范大学马克思主义学部教授、博士生导师,主要研究方向为生态经济。

〔\*〕本文系教育部人文社会科学研究规划基金项目“我国生态技术创新的实现路径及制度设计”(项目编号:12YJA790118)的成果。

绿色消费正日益在人类消费中扮演着重要的角色。

我国绿色消费虽正在迅猛发展,但与发达国家相比还有很大的差距,在迅速发展的同时还存在着诸多问题。政府、企业和个人在发展绿色消费的过程中往往都只注重增加对绿色产品的消费,忽视了在购买—使用—废弃的整个过程中对消费品的绿色化处置,绿色消费发展尚不够充分。他山之石,可以攻玉。德国和日本作为发达国家中绿色消费发展较为充分的两个国家,其多年的绿色消费实践对我国具有重要的启示。

## 二、德国、日本发展绿色消费的理念

### (一)德国发展绿色消费的理念

生态资本主义和生态社会主义两大生态主义理念是德国发展绿色消费的两大重要理念支撑。在德国,经过近 40 年的发展,两大生态主义理念已经外化为一种政治倾向,对政治运转产生了巨大影响,形成了独具特色的德国“绿色政治”。

#### 1. 生态资本主义理念

生态资本主义的本意是通过调整市场机制和运用市场原则来配置自然资源,在不改变资本主义制度的前提下解决生态环境问题。维基百科指出生态资本主义是绿色运动与绿党政治的诸多战略之一。<sup>[3]</sup>借用我国学者郁庆治将“绿色运动”划分为以生态中心主义哲学价值观为核心的“深绿”运动,以资本主义经济政治制度替代为核心的“红绿”运动和以经济技术手段革新为核心的“浅绿”运动的提法,生态资本主义是一种从现实出发并致力于解决现实生态问题的“浅绿”政治社会理论。<sup>[4]</sup>生态资本主义理念力图通过如下市场手段来保护生态环境:一方面,运用市场竞争机制对现实经济生活中的生态资源进行市场定价,企业或个人在获取自然生态成本和排放环境污染物时都要按规定收取相关费用;另一方面,上述收费制度会使得每个资源消耗者在使用和耗费自然生态资源时都必须进行经济成本的考虑和核算,从而珍惜和绝不浪费自然生态资源,在从事经济行为时优先考虑对自然生态环境造成污染和破坏时将会付出的沉重代价,减少对自然生态资源的耗费,提高资源利用效率。以上可以看出,生态资本主义理念倡导和从事环境保护的前提是维护资本主义制度,其所提出的各种环境经济机制和制定的相关环境政策都在回避环保是为了谁这个根本性的问题,而只关注在生态资本主义理念指导下政府所采取的各项措施对生态环境破坏现实的切实改善。所以,生态资本主义是资本主义在生态向度上所提出的一系列理念和制度,不是运用生态主义控制资本运营。

在生态资本主义理念的指导下,德国奉行包容性发展理念,实行人与自然包容共赢的生态治理。德国大力开发可再生能源,对所有人进行可持续生产和消费的教育,使可持续观念、精明增长观念、包容性观念普及到所有社会成员。

从具体理论内容来讲,20 世纪 80 年代初联邦德国的马丁·耶内克和约瑟夫·休伯等人曾提出生态现代化理论,指出“运用替代性办法来保护自然生态,

解决环境问题,将关注的重点从环境问题的政策法律监管和事后处理转向了如何实现环境问题的预防和通过市场手段克服环境问题”。<sup>[5]</sup>在之后的1998年,社会民主党和基督教民主联盟两大党在德国联合执政,生态现代化被写入联盟执政协议,并成为随后近8年联合政府的指导路线。

生态资本主义理念在德国的政治实践中一直有着重要影响。当今德国联合执政的两大政党中,社会民主党已于1986年修改了党章,重视经济增长的质量;而代表基督教民主联盟,并曾在科尔政府时期作为环境部长,代表德国签署《京都议定书》的默克尔总理也在2005年执政后制定了多项亲绿色政策,并支持绿色运动。此外,德国的民主社会主义党也主张进行环境保护;思想向来比较激进,对资本主义制度本身持批判态度的德国绿党也曾在1998年与社会民主党联盟执政。所以,在德国各大党派之间早已就绿色政策的制定和执行达成了共识。

## 2. 生态社会主义理念

生态社会主义是上世纪80年以来盛行于西方绿色生态运动中的新思潮,最早出现于德国,在思想内容的划分上属于上述郇庆治教授提出的“绿色运动”中“深绿”或“红绿”运动中的思潮,支持该思想或思潮的人在环境运动中思想和行为大都比较激进。与生态资本主义坚持维护资本主义制度的前提不同,生态社会主义对资本主义制度持批评态度,认为资本的增长是建立在对人和自然生态的掠夺和破坏基础之上的,并把现有的生态危机和社会危机都归咎于资本主义制度。生态社会主义否定资本主义的科层制,探索更理想、更合理的新社会制度,进行激进的经济、社会与文化结构变革,主张以生态社会主义取代资本主义,实现社会的平等与正义。

作为最早出现生态社会主义思潮的国家,在欧洲绿党中影响最大的德国绿党公开打出生态社会主义的旗号,并在1998年成功执政。德国绿党提出通过改革社会系统来协调自然系统,并在其竞选纲领中明确指出“令人们感到不安的,不仅仅是生态危机问题,社会危机也愈演愈烈,为此,我们必须运用生态思想来改变工业社会的发展理念和方式;必须实现人与人之间真正的民主与和平;必须通过妇女解放以及对多种文化形态的宽容态度来实现对社会的改造,等等。”<sup>[6]</sup>

值得注意的是,德国绿党虽极力抨击资本主义制度造成了资本主义国家经济、政治、社会、文化乃至意识形态和伦理道德方面的弊病,但由于其成员阶级构成的复杂性,德国绿党仍属于小资产阶级政党。此外,德国绿党所主张的生态学因素决定人们的政治行为和通过非暴力原则来实现社会变革的学说也都与马克思的科学社会主义有着本质的不同。

### (二) 日本发展绿色消费的理念

#### 1. 环境伦理思想

从总体上来说,日本和其它发达资本主义国家一样都走的是“先污染、后治理”的工业化道路。然而,日本从二战后“公害”问题最为严重的国家转变为如今“公害防治”典型国的现实,又表明日本独特的环境伦理思想在“公害”防治中

的先进性和有效性。日本的环境伦理思想产生于二战之后,其萌生的背景就是由于企业在工业化潮流中片面追求经济利益,而政府又没有对环境破坏和公害问题引起足够的重视,缺乏相应的治理机制,造成了全国范围内公害问题的日益恶化,促进了国民反公害运动的发展,也使得国内学术界对环境伦理问题日益关注,环境伦理思想逐步形成。在此后的20世纪60年代中期到70年代中期,环境和公害问题的防治得到了政府相关部门的关注和资金上的支持,开设了很多专门性的科研机构,环境伦理思想进入创立时期。如今,经过40年的不断发展,日本的环境伦理思想已经逐步成熟,形成了自己独特的理论体系,涌现出岩佐茂、山村恒年、丸山竹秋、池田大作等多位环境伦理思想的代表人物。

岩佐茂是日本著名的马克思主义学者,是日本环境伦理思想的集大成者,他从马克思对人与自然关系的研究入手,试图探索日本环境伦理思想的新领域,从人与人关系的角度分析人与自然的关系,并形成了独特的环境伦理观和生态社会主义观。传统环境伦理学从人与自然的关系入手,通过判断人和自然界到底谁是中心,得出人为自然立法的人类中心主义环境伦理观和自然崇拜的非人类中心主义环境伦理观。与上述传统环境伦理观不同,岩佐茂把人与人之间和谐关系条件下人与自然的关系确立为环境伦理的核心内容,认为人与人之间的和谐是达到人与自然和谐的前提。岩佐茂指出“人们应摒弃从前所持的通过主观判断自然界或某种自然事物是否对人有利而决定是否去征服它的征服自然观念,不能只看到眼前利益而忽视长远利益,对自然资源进行掠夺性消费,并提出了人应如何看待自然的伦理性规范,力求实现人类和谐共处下人与自然的互生互动。”<sup>[7]</sup>

此外,日本学界和政府都非常重视教育和女性在保护环境、树立环境伦理观中的作用。学者池田大作提出日本要对公民进行环境伦理观教育,培养公民协调人与自然正常的物质循环关系的自觉性和能动性。在现实的教育实践中日本政府也非常重视教育对培养公民环境伦理观念和实现环境保护的作用,在家庭教育、学校教育、社会教育中都设有专门对学生进行尊重生命,了解、热爱和敬畏自然教育的课程。由于日本的很多高知女性会因为抚养和教育下一代的原因而放弃自己原有的工作,做全职家庭主妇,所以日本学界普遍认为女性能够在对青少年学生的环境伦理观教育中发挥很大的作用,并从一个家庭影响到社会乃至整个国家,呼吁更多的人保护环境,珍惜自然界的一切资源,为推行绿色消费、适度消费提供理念上的引导。

## 2. 生态消费理念

“生活者”理念和节能理念是日本国内两种主要的生态消费理念。

二战后,日本为摆脱经济困难出台了《国民收入倍增计划》,力图通过“大量生产,大量消费”来拉动经济增长。在这一政策指引下,企业出于逐利的本性,生产了大量质劣价低的产品,导致市场上次品横行,居民生活质量下降。在这一背景下,一些社会责任感较强,不安于现状的家庭主妇于1965年创立了生活俱乐部,发起了生活者运动。俱乐部的会员拒绝做商家主导下的被动消费者,而主

张以生活者代替消费者,注重生活和消费的质量,在日常生活中主动思考和探索品质更高的生活方式,倡导充分考虑环境和自然,与自然和谐共存的“生活者”消费理念。生活者运动产生于20世纪60年代反对厂商欺骗消费者,维护消费者合法权益的消费者运动,但其活动范围和宗旨还涉及到政治、社会、环境等更多方面,追求环保、安全、健康的原则。生活者俱乐部在推行生态消费理念的同时还开展了以左邻右舍的五六户人家为单位,从厂家或生产基地直接购买纯鲜牛奶、鸡蛋、大米、蔬菜和肉类等食品的“共同购买活动”,以保证所购产品的生态性和安全性,并对所购产品采用能够循环使用的节约、环保性包装。

日本作为一个能源、资源极度紧缺的狭小岛国,一直都非常注重节能。多年来,日本凭借先进的节能理念带动技术研发和政策调整,成为全球能源效率最高的国家之一。日本自20世纪70年代以来就开始了节能事业,在这40多年中节能的目的经历了从降低能源对外依存度到解决环境污染,再到应对气候变化,又到今天提升国家竞争力,拉动经济增长、走出衰退的发展过程。此外,日本在节能的过程中还力求满足人的舒适性,遵循以人为本的原则,即使节能的目的是减少能源消耗,但服务水平和生活质量绝不可因此下降。在能源管理方面,日本一直秉承“能源为人服务”的宗旨,在节能过程中充分考虑人的主观感受,确保人们能够“在必需的场合、必要的时间内,使用必要的能源”。<sup>[8]</sup>

### 三、德国、日本发展绿色消费的实践

#### (一) 德国发展绿色消费的实践

##### 1. 大力培育环境标志产品,鼓励绿色消费

“蓝色天使”是在1978年由德国创立的环境标志,它开创了世界环境标志的先河,同时也是截至目前,世界上最严格、最成功的绿色标志制度。它在创立之初便明确了引导消费者绿色购买、鼓励企业绿色生产和以环境政策引导绿色市场的目标。

在管理方式上,“蓝色天使”标志由民间和官方共同管理,由德国联邦环境自然保护和核安全部作为标志持有者,联邦环境保护署负责评审产品种类的建议、起草技术报告和标准草案,并参与相关审批工作。而那些组织相关领域专家对技术报告和标准草案进行听证和拟定“蓝色天使”环境标志产品标准,以及通过了该环境标志产品认证的企业签订合同并负责日后管理的工作则由作为民间机构的德国环境标志评审委员会和质量与标牌研究会负责。为了确保决策能够充分反映民意,该组织的成员主要来自民间各行各业人员。

“蓝色天使”具有绝对的权威性并赢得了国民的认同。2004年,据德国《环保意识》杂志的相关调查数据显示,已有83%的德国民众认同“蓝色天使”标志产品。49%的德国民众愿意支付更高的价格购买“蓝色天使”标志产品,且每一个填写调查问卷的人都表示购买“蓝色天使”标志产品是科学正确的选择。

##### 2. 利用财政补贴,促进节能环保和鼓励新能源消费

德国于 2000 年初制定能源转型目标,预计在短短几十年内以绿色新能源替代 3/4 的传统能源。<sup>[9]</sup>为了实现这一目标,德国政府一直在通过立法和补贴等多种方式推动绿色能源的发展。在立法方面,德国于 1990 年颁布实施了一项强制电力运营商购买由自己供电范围内的居民生产的可再生能源电力的法律——《电力输送法》。这就从法律上保证了每度绿色电力都能进入电网。2000 年,德国又颁布实施《可再生能源优先法》,并出台一系列的生物燃料、地热能等有关可再生能源发展的联邦法规,促进可再生能源的发展。<sup>[10]</sup>截至 2011 年,德国已超过美国成为世界第二大清洁能源投资国。

### 3. 实行产品责任制度,扩大生产者环保责任

绿色消费要求产品及其包装符合环保要求,无害于生态平衡,无害于人类健康,并遵循重复使用、多次利用、分类回收和循环再生的原则。德国发展绿色消费的重要手段之一就是实行产品责任制,扩大产品生产者环保责任,并出台相应法规规定企业的绿色生产责任。

联邦政府于 1991 年 6 月开始施行《包装品条例》,该条例规定由生产者和包装商共同承担包装废弃物的收集、分选和处理费用,这在世界上是首例。<sup>[11]</sup>1996 年,联邦政府又颁布了《循环经济与废弃物管理法》,强制生产者从在包装环节承担环保责任拓展到最大化减少废弃物,致使生产者对自身产品的环保责任延伸至产品的整个生命周期。此外,生产企业还必须在产品出厂时事先承担所有相关费用。<sup>[12]</sup>事实证明,以上所有法规都起到了敦促生产者优先使用再处理后的废料或再生原材料,并尽量减少废料产生的作用。

### 4. 制定相关政策,敦促消费者履行环保责任

德国绿色消费的促进政策中除了垃圾分类之外,还有垃圾处理费征收和抵押金返还两项专门针对消费者的政策,且都取得了明显的成效。

在德国,任何垃圾,包括生活垃圾在内都不能随意排放,居民在丢弃垃圾之前必须缴纳相关的费用。垃圾处理费的征收主要有按户收费、以垃圾处理税或固定费率计算、按垃圾排放量计算三项标准。在此项收费政策实施后,德国每年能够减少大约 65% 的厨余垃圾。

此外,德国政府为最大程度回收商品包装还制定并实施了抵押金返还政策,强制顾客在购买一次性包装回收率低于 72% 的产品时再额外缴纳抵押金,且当包装或容器容量超过一定标准时还需要支付双倍抵押金,只有顾客按相应要求返还容器,才能收回押金。

### 5. 发挥市场调节作用,实现废弃物处理产业化

德国以市场化和产业化的运作方式对废弃物进行处理,目前已形成了 WEEE(废旧电子电器)回收处理和 DSD 包装废弃物二元回收两个完备的垃圾回收组织管理体系。

在废旧电子电器产品的回收处理方面,德国实行 WEEE 处理基金制度。该国国内有 500 多家 WEEE 回收处理企业,提供对废旧电子电器的分类、翻修或

简单拆解业务。同时,开展比较综合业务及对危险废物或特殊废物进行专业处理。在具体运作方式上,废旧电子电器的收集和循环体系采取集体竞争模式。废弃物由市政府负责收集,由生产者负责运输、处置和质量保证,并由专业的回收商提供遍布整个国家的回收网络。

DSD 包装废弃物二元回收系统又名绿点公司,是从事包装废弃物回收的专项处理公司。它以收费经营的方式使回收工作进行顺利,由包装产品制造商把包装卖给生产企业进行包装或罐装,生产企业在向 DSD 缴纳绿点费后将绿点标志印在其一次性包装产品上并送往商店销售。消费者消费后的废弃包装由 DSD 投资制作的垃圾收集箱回收,回收后由 DSD 或与其签约的回收商对其分类并用于再生产。<sup>[13]</sup>据相关资料显示,德国在 1990 年的包装材料回收利用率为 13.6%,但在实行上述废弃物处理产业化模式的情况下,德国在 2009 年的包装材料回收利用率上升到了 91%。<sup>[14]</sup>

## (二) 日本发展绿色消费的实践

近年来欧盟不断出台绿色贸易壁垒,对进入到欧盟市场的产品进行限制。很多国家的出口企业都因此受阻,但这些限制对日本企业似乎没有形成多大障碍,反倒彰显了他们雄厚的技术实力。这是因为上世纪五六十年代,随着国内环境公害事件的频发,日本政府开始研究并制定应对生态危机的策略。在这一过程中,日本充分发挥其强大的科技优势,着手进行生态设计,加大绿色消费补贴力度,推行绿色采购,明确消费者责任和义务,并制定有关环境问题的国内法规。具体来讲,日本发展绿色消费的实践主要有如下几个方面:

### 1. 充分发挥科技优势,发展生态设计

生态设计是为了提高环境效率,在设计和研发商品时融合了其在整个生命周期中环境方面的因素的商品设计。有学者指出:“设计阶段 5% 的投入可以决定 70% - 80% 的产品成本。”<sup>[15]</sup>因此,生态设计阶段是绿色产品生产的关键环节。

在日本,生态设计已得到广泛普及。目前,日本国内普遍以生命周期评估法作为生态设计的方法,力求使产品在整个生命周期内对环境的消耗和损害最小。1998 年,日本政府制定了生命周期评估项目的五年规划,并成功建立了生命周期评估的数据库系统。此外,日本国内的许多企业和科研院所也在此项目的基础上努力开发和应用新的评估方法。

在生态设计的成就方面,日本的环保节能车技术处于世界领先地位,并通过再生水处理技术的开发设计实现了水资源的循环利用,还通过运用将厨余垃圾分解制成肥料的技术,实现了废弃资源的有效利用。

### 2. 加大绿色补贴力度,以消费端补贴拉动绿色消费

为促进经济结构调整与技术创新,提升日本在全世界绿色产业领域中的竞争力,日本政府加强了对绿色消费领域的消费端补贴和政策拉动。

日本于 2009 年 4 月开始实施的绿色汽车减税政策和第一期绿色汽车购买

补贴制度,在短短几个月内就使新一代节能汽车的销售量由 2% 提升到 12%。该政策规定,对符合标准的新能源车给予 50% 以上的购置税和汽车重量税优惠,并对符合标准的新上牌照车辆给予 10 万日元的补贴,对轻型汽车给予 7 万日元的补贴。<sup>[16]</sup>在日本也有与德国类似的可再生能源发电剩余电力收购制度,主要对日本居民自家住宅可再生能源发电剩余电量进行收购,收购价格随机制定,并直接支付给供电居民。

此外,日本政府还对新建住宅和改造住宅实行绿色住宅生态返点制度,对符合节能法所规定的最高标准或与之相当的住宅发放每户 15 万点的生态返点,每点相当于 1 日元,可兑换商场代金券。

### 3. 推行绿色采购,发展政府、企业、个人的绿色消费

在日本,有一个由几乎国内所有大型企业结成的绿色采购网络,政府、企业和个人都通过这个网络来进行绿色采购。

在个人消费方面,绿色采购网络鼓励绿色采购的思想及行为,并为每类产品制定其采购指南,公布其环境报告,消费者根据其所提供的信息购买所需的绿色产品。有调查指出,在日本社会有 60% 以上的市民会时常留意购买环境友好型产品,有 40% 以上的市民会在同等价位下优先选购再生产品。

在企业生产性消费方面,作为绿色采购网成员的企业应在自己经营环保事业和产业的同时实现所购买原材料的绿色化,以吸引更多企业加盟绿色采购网。

在政府绿色采购方面,日本出台《政府绿色采购法》,以法律形式使绿色采购成为政府机构的责任和义务。由于日本每年的政府财政支出都能占到财政收入的 20%,通过立法强制政府机构进行绿色采购,就形成了一股庞大的绿色消费力量,既可获得直接的环保效益,又能产生强大的示范效应,引导和带动普通消费者的绿色消费。

### 4. 制定相关法规,明确企业和消费者的环保责任

日本于 1998 年出台并多次修订《特种家用电器循环法》。该法要求由消费者和厂家共同付费,对废弃的空调、电视、冰箱、洗衣机进行再商品化处理。生产者必须在规定的时间内对上述商品分别达到 60%、55%、50%、50% 以上的利用率,未达标的企业将被处以相应的罚款。自 2000 年起,消费者在购买上述家电时都要预先支付家电废弃后回收处理的费用,生产者和零售商则需承担家电废弃后的回收和再循环利用的责任和义务。

此外,日本政府还高度重视消费者个体的责任和义务,于 2003 年颁布了《家用 PC 回收法》,在消费者购买 PC 时每台收取 3000 - 4000 日元的回收费用。并于 2000 年 4 月出台了《推进建立循环型社会基本法》,以基本法的形式规定消费者以延长使用时间、使用再生产品、协助循环资源的分类回收等方式减少废弃物产生,促进产品循环利用的责任和义务。

作为世界上绿色消费和循环经济立法最全面的国家,日本通过建立和完善相关法律法规体系,创造了绿色消费发展的良好社会环境。



#### 四、德国、日本发展绿色消费的经验借鉴

我国的绿色消费起步较晚,与德国和日本较为成熟的绿色消费相比,还存在着很大的差距。我们不能将西方的经验和发展模式全盘照搬,但是它们在发展绿色消费方面的成功经验,为我国拓展绿色消费提供了有益的借鉴。

##### 1. 创立具有权威性的绿色标志,打造绿色品牌

从德国发展绿色标志的实践来看,集中发展某一种或几种绿色证明性商标,并在相关标准的制定中更多地参考企业、消费者和社会团体的意见,会使绿色标志得到更广泛的社会认同、更具权威性。但我国在绿色食品和中国环境标志认证产品两类绿色产品之外,还有着大量的诸如无公害农产品、安全食品、中国环保产品、森林认证产品等多种绿色产品。过多的认证标识模糊了消费者的双眼,人们很难弄清各种绿色产品之间的区别,也无法做出最适合自己的选择。最重要的一点是,这些绿色标志的审核标准差距较大,致使不同类别的绿色产品在质量上存在很大差别,绿色产品的权威性在公众中难以树立。鉴于此,考虑到我国绿色食品市场发展已较为成熟的现实,现阶段应重点培育中国环境标志认证产品,让企业、消费者和其它社会团体参与相关认证标准的制定,使其涵盖更多的产品种类,更具权威性。

##### 2. 扩大生产者责任,以产业化方式推动资源循环利用

企业是社会再生产和废旧资源循环利用的主体。在资源循环利用方面,德、日两国都出台相应法律,强制企业对产品的整个生命周期负责,集中回收废旧家电,确保回收利用率,并建立了专业化的资源回收处理系统,形成了废旧资源循环利用的产业链。借鉴两国经验,我国应大力发展静脉产业,整合国内废品收购行业,建立废品回收和分类处理的产业链,推动废旧资源利用和垃圾处理的产业化发展。同时,构建循环经济产业链,充分利用企业在生产过程中产生的废料,在国家的政策引导下主要通过市场配置资源,使一家企业的废弃物变成另一家企业的生产原材料。

##### 3. 明确消费者责任,规范绿色消费行为

绿色消费主要是指消费者在产品购买、使用以及废弃过程中的绿色化,并培养绿色环保的生活习惯。为了敦促消费者形成绿色化的生活方式,日本规定消费者在购买家电、PC产品时必须额外支付其回收费用,并以基本法的形式强制公民减少废弃物的产生。德国则实行针对消费者的垃圾处理费征收和押金金返还政策。然而,在我国却没有限制消费者的生活垃圾排放的相关法规或政策,少量生活垃圾的不合理排放甚至纯粹是道德问题,不受任何法律约束。基于此,我国应借鉴两国经验,早日制定并实施《绿色消费促进法》,明确消费者在推进绿色消费中应有的责任和义务,规范消费者绿色消费行为。

##### 4. 建立专门绿色消费指导机构,避免盲目消费

消费者绿色采购的前提是对绿色产品各方面的情况有比较详细的了解,并

找到能够满足自身需求的产品。从日本发展绿色采购的经验来看,建立专门的绿色消费指导机构,提供指导消费者选择绿色产品的购买指南,发布有关绿色产品的最新信息,并搭建绿色企业之间互相交流的平台,对于绿色消费的拓展很有必要。但现实情况却是,我国尚未建立像绿色采购网络那样的绿色消费指导机构,居民只能通过零散的绿色广告或在消费者协会等相关机构偶尔举办的宣传活动中了解部分绿色产品,缺乏对绿色产品总体上的把握。基于此,我国应尽快建立专门的绿色消费指导机构,在发挥已有认证机关对绿色产品和绿色食品的监督基础上,设立绿色消费品评价机构,定期进行评估、排名,并通过电视、网络、街头广告等大众传媒发布相关报告,使消费者清楚不同品牌产品的质量评价情况,避免盲目消费。

### 5. 加大绿色消费的政策支持力度

新能源的开发和利用面临着适应既有能源消费模式中能源供应方式、消费方式、相关配套设施建设的瓶颈,需要国家出台相关政策进行调节。借鉴德、日经验,基于我国在电力、交通和居民日常生活中大量消耗能源资源,空气质量也严重受损的现实,我国应大力发展太阳能、生物质能、风力、水力等新能源发电,提高发电并网技术,以法律形式规定可再生能源发电剩余电力收购和补贴制度。同时,在居民日常生活中注重节能宣传,鼓励建设生态住宅,并给予技术上的支持和财力上的补贴,对购买新能源汽车者进行价格补贴或税收减免。

### 注释:

- [1] 於素兰:《我国绿色消费拓展的制约因素分析》,《学术探索》2014年第10期。
- [2] 翁新汉:《绿色消费的兴起与绿色消费市场的培育》,《学习论坛》2003年第9期。
- [3] “Eco-capitalism”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Eco-capitalism>, accessed on 10 December 2011.
- [4] 郝庆治:《21世纪以来的西方绿色左翼政治理论》,《马克思主义与现实》2011年第3期。
- [5] Martin Janicke. Preventive Environmental Policy as Ecological Modernisation and Structural Policy. Science Center of Berlin IIUG Discussion Papers, 1985(2).
- [6] 鱼小辉:《论德国绿党的生态社会主义》,《人文杂志》1992年第5期。
- [7] [日]若佐茂:《环境伦理学:为了环境保护的伦理学》,《马克思主义与现实》2007年第5期。
- [8] 符冠云、郝聪:《日本节能理念和制度创新对我国的启示》,《中国能源》2012年第7期。
- [9] 谭焕新:《德国绿色政策和“最昂贵的错误”》,《学习时报》2012-06-11。
- [10] BMU. Gesetz für den Vorhang Erneubarer Energien (EEG2000). 2000.
- [11] 《民间组织篇:德国规定产品包装材料必须由专门公司回收》,新快网, <http://news.xkb.com.cn/guangzhou/2013/1029/290089.html>, 2013-10-28。
- [12] 郎芳、尹建中:《德日两国循环经济立法的比较研究及其对我国的启示》,《经济论坛》2008年第8期。
- [13] 孙育红:《循环经济引论——可持续发展的路径选择》,长春:吉林大学出版社,2010年,第84-85页。
- [14] 高辉清、钱敏涛、郝彦菲:《建立促进绿色消费的政策体系——日、德经验与中国借鉴》,《中国改革》2006年第8期。
- [15] 蔡军:《产品设计阶段的成本管理研究》,长沙:中南大学博士学位论文,2011年。
- [16] 陈红、郝维昌、王天民:《日本生态经济发展现状的启示》,《北京航空航天大学学报》2005年第1期。

[责任编辑:书 缘]