

消费文明：一个探索性研究

郭守亭 赵丽

摘要：中国消费者对消费文明的无意识状态引发了众多消费问题，本文对消费文明的运行模型、结构、内涵、形成机制及研究价值进行了系统探讨。消费文明是人类作为消费主体在消费文化的引导及消费机制的作用下，购买、使用或拥有消费资料以满足自身需求的思想意识及行为过程，以促进社会可持续发展。消费文明依赖于生存系统、逻辑系统、引导系统、知识系统、交流系统和权力系统，能够自动形成，而且在形成过程中，文化、政策、法律等能提升形成速度和质量。探索消费文明为研究消费经济学及发展经济学提供了新思路。

关键词：社会文明 消费文明 消费经济 可持续发展

中图分类号：F270

文献标识码：A

文章编号：1004-0730(2014)06-0005-09

一、当前非理性消费困境的多维审视

市场经济的消费逻辑认为，为了实现经济繁荣，需要不断激发人们的消费需要和消费欲望，不断创造新经济增长点。鼓励消费、刺激消费是市场扩张的重要方法，这种经济运行思维使消费成了消费者的一种生活方式。消费能力的大小、水平的高低在某种程度上成为判断主体价值的标准，那些消费大量物质财富的人被视为成功的典范。这一社会现象强化了消费者的非理性选择，使经济繁荣背负沉重代价，如资源过度消耗造成环境污染、极端天气、地质灾害，追求豪华高端消费致使高强度工作，造成信仰缺失、亚健康，消费水平差距过大导致心理失衡，社会报复、社会对立等有愈

演愈烈之势。由非理性消费带来的众多社会问题引发了人们对消费的再思考：究竟什么样的消费才能实现经济可持续发展与社会和谐？

在观察到消费数量上的极度扩张后，社会学家们呼吁要勤俭节约，适度消费，但是单纯减少消费数量的方法一方面不能满足消费者对丰裕生活目标的追求，另一方面也不能抑制一些不合理的供给，如白色污染。对此，营销学家们从产品供给角度提出绿色消费，通过绿色营销增强消费者对绿色产品的购买意愿。这一理念增强了消费者的环保意识，但是消费产品和服务的多元化使消费呈现结构化特征，并不是所有消费对象的绿色化都受到消费者实际消费行动的支持，绿色消费意愿与绿色消费行为存在差距。这将研究者的目光转向寻找消费者消费决策的内在动因，即消费者

的消费行为不仅受消费能力、消费预期、消费意愿、消费环境的制约,还受消费者道德观念的影响。哲学家们倡导伦理消费,其中缺口模型为消费者行为理性与经济性的差异提供了很好解释。但是,伦理消费只反映了消费者自身的消费观念和价值,并没有考虑到消费关系,即消费者的个人消费行为不仅影响自身,也会影响其他人乃至整个社会的福利。因此,经济学家们提出可持续消费理念,实现消费“发展性”与“可持续性”的双赢。然而,国外学者研究的侧重点多从宏观层面上提出“改变传统消费模式”及其政策框架,缺乏对可持续消费的质量、结构、模式等的实证分析与系统研究,相对于可持续消费,国内研究更偏向经济可持续发展问题的研究。

理论界对消费问题的思考与探索为引导理性消费观念起到了积极作用,但是,相关概念的提出缺乏概括性和系统性,并没有对理性消费行为产生思想意识上的震撼,也没有广泛触发消费者的理性消费行为,这引发了我们对中国消费问题的深度思考。理性消费行为和现象的存在,表面看是生产和供给方面出了问题,实质是消费层面出了问题,因为生产的目的是消费,社会群体“不文明”的消费行为是上述问题形成的根源。社会“不文明”消费行为不是有组织的群体行动,而是自发相似行为的偶合。自发相似行为集中呈现,反映了行为主体拥有近似的消费思维意识以及将这一意识转变为消费决策的客观环境。消费思维意识的形成受消费价值观念的引导,是社会文化与制度的综合反映;而个体消费决策的客观制约是经济收入与支出,经济收入与支出映现了生产力水平下的物质价值。文化、制度与物质的结合,构成了社会文明。消费文化、消费机制与消费对象的融合,形成了消费文明。中国现存的消费问题反映了中国的消费文明处于较低层次,这是理论和实践长期关注消费经济行为,忽视消费行为社会背景的

结果,其后果造成消费者对消费文明的无意识状态,引发众多“不文明”消费行为,对经济及社会和谐发展产生了负面作用。那么,究竟什么是消费文明呢?

二、消费文明:一个基于社会文明系统的分析框架

(一)引入性思考:关于文明

尽管文明至今没有一个公认的定义,但文明的形成离不开经济的发展。当人类聚集在一起,为满足自身需求而产生了专业分工时,就诞生了文明。Laina Farhat-Holzman(2000)认为,一种文明集中在一个或多个城区,它有专业化的劳动分工,以及有满足专业化分工(如军队、祭祀、政府)的剩余食物(财富)。该定义关注了社会分工、区域经济及财富积累在文明中的重要作用。Matthew Melko(1969)认为文明是经济和文化在不同程度上集成的自治的大社会。Carroll Quigley(1979)认为当有文字和城市生活时,文明才存在,而且他认为文明是一个社会机制,通过各种各样的社会组织提供群体安全、人际权利关系、物质财富、友谊关系、心理确定性和理解来满足人类需求。Timur Kuran(2009)认为文明是持久的互补的社会系统,“文化-物质”是常用的互补属性,通过“文化-物质”的因果关系,可以识别文明形成机制的轨迹。尽管这些定义有时代局限性,但它一方面从宏观上说明文明与社会经济发展紧密相联,另一方面也从微观上说明文明与物质生活密切相关。

(二)消费文明及其运行模型

消费文明是社会文明系统的一个重要组成部分,是人作为消费主体在消费文化的引导及消费机制的作用下,购买、使用或拥有物质(即消费客体),以满足自身需求的思想意识及行为过程。这些思想意识及行为过程在一定的区域和时间段占

主导地位，能够理顺人类自身以及人类与自然的关系，促进社会发展进步。消费文明运行模型用图 1 表示：

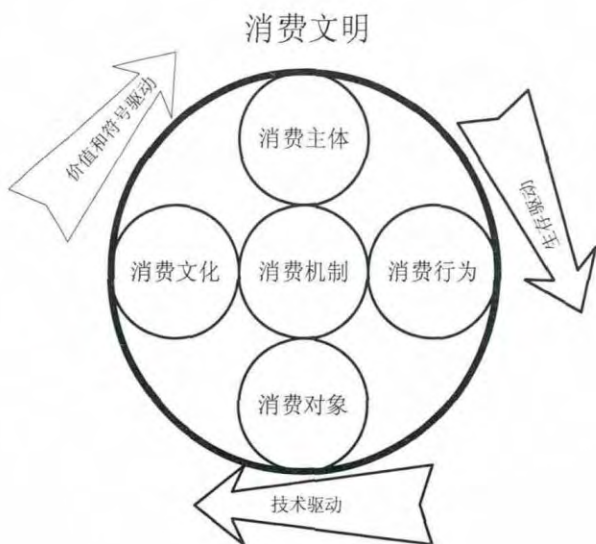


图1 消费文明运行模型

消费文明主体归属于某一自然区域或行政中心，共享同一知识系统。为寻求自身生存及发展，消费主体在消费文化熏陶下，按照即成的价值观引发需求，这些需求受消费机制（分配政策、社会保障等）的激励或约束，通过消费行为作用于消费对象获得满足。消费行为是消费主体对消费对象的作用力发生转移的过程，这种作用力有两个截然相反的方向，正或负。正作用能够促进人类自身健康、人际关系和谐、自然资源倍受保护；负作用则完全是一种无效的损耗。消费对象是工业化产品或自然物质，工业品在技术的作用下被个性化、细分化、智能化和规模化，它们消耗并改造了自然资源，与自然物质一起形成物质财富。

生存驱动、技术驱动和价值与符号驱动是消费文明发展的源动力，并使消费文明表现出层次性特征。其中，生存驱动是低层次的动力，消费者为满足生理需要，对物品的使用价值进行消费，追求物品的有用性。在这个层面上，经济理性是权衡消费适当与否的原则，任何不从实用或者使用价

值角度进行的消费，往往在经济上是不合理的或者非理性的，在消费伦理上是浪费。技术驱动是第二层次的动力，由于消费者个人禀赋、能力、资源等因素使部分消费者总是能比其他消费者使用更多物品，在消费水平差距的刺激下，获取物品较少的消费者注重个人技能的提高，产生对知识、技术等非物质产品的消费需求，驱动文化消费。技术驱动的消费者不再单纯地从即期经济角度消费物品，而是考虑未来消费水平，甚至愿意牺牲当前消费以实现更高水平的跨期消费。此时，消费者成为“理性人”，消费理性的标准是可持续消费。价值与符号驱动是第三层次的消费，当企业生产的产品超过了消费者需要，为了获取更多市场，必须对产品附加必要使用价值以外的属性，从而实现差异化。商品成为一种符号体系，对商品的消费是社会结构和社会秩序建立及其区分的主要基础。波德里亚(2001)认为，消费品事实上已经成为一种分类体系，对人的行为和群体认同进行着符号化和规约化。在商品的极大丰盛中，物品经常以差别化的形式被消费，消费几乎成了划分阶级的重要标准。价值与符号驱动的消费使物转变为系统化的符号，当消费成为系统化的符号操作行为时，人们之间的相互关系也随之转变成一种消费关系，即被消费的不是物，而是关系本身，这种关系延伸至世界中的任何关联者，包括人与自身、人与社会、人与自然，由此，生态文明中的文明消费是消费行为的标准。

生存驱动、技术驱动、价值和符号驱动在文明的发展进程中产生作用力，这三种作用力亦非此消彼长，而是共同存在，只是在不同社会中，作用力的比重存在差异。而且，这三种作用力并不必然引导消费大众履行好的消费行为标准，这需要制度制定者及早认识消费文明的发展规律，引导正确的消费文明价值观，尤其在中国这样的发展中国家。

(三) 消费文明结构

消费文明运行模型从消费活动本身出发, 是一般化的概念介绍, 比较笼统。为了清晰理解这一概念, 必须回答消费文明的消费主体、消费文化、消费机制、消费行为及消费对象包含的具体内容。对这一问题的回答依然从文明角度出发, 参考 Andrew Targowski(2003)对文明构成的界定, 本文尝试性地概括出消费文明结构, 如图2所示:

通过消费文明结构图可知, 消费文明的范畴可大可小。当消费文明主体作为个体为满足自身需求进行消费活动时, 消费文明是微观层面的, 反映了个人的文明消费行为; 当消费个体构成一个群体时, 消费文明是中观层面的, 反映了某个组织的文明消费行为; 当消费群体构成国家或社会整体时, 消费文明是宏观层面的, 反映了一个大的消费文明系统。

消费文明结构图说明了消费文化由发展文

化、启蒙文化、交流文化和休闲文化构成。消费文化是人类消费活动模式的符号化结构, 包括社会发展背景下人类的消费知识系统、消费交流方式及消费生活方式。消费与生活方式密切相关, 生活方式影响着消费结构。

消费机制是组织政策, 对消费主体的消费能力产生作用。分配政策决定消费者收入, 社会福利和社会保障影响消费支出。收入与支出的剩余决定了消费水平。消费行为是一个完整的消费过程, 消费体验影响二次消费, 消费评价影响他人消费。消费对象不仅包含私人物品的消费, 更包含公共物品的消费。

(四) 消费文明内涵

消费文明模型及结构界定了中性的消费文明, 是对社会消费活动的总括。然而, 当人类主体有自我发展、自我完善的向上驱动力时, 消费文明必须是褒义的, 即消费文明是先进的消费活动。其

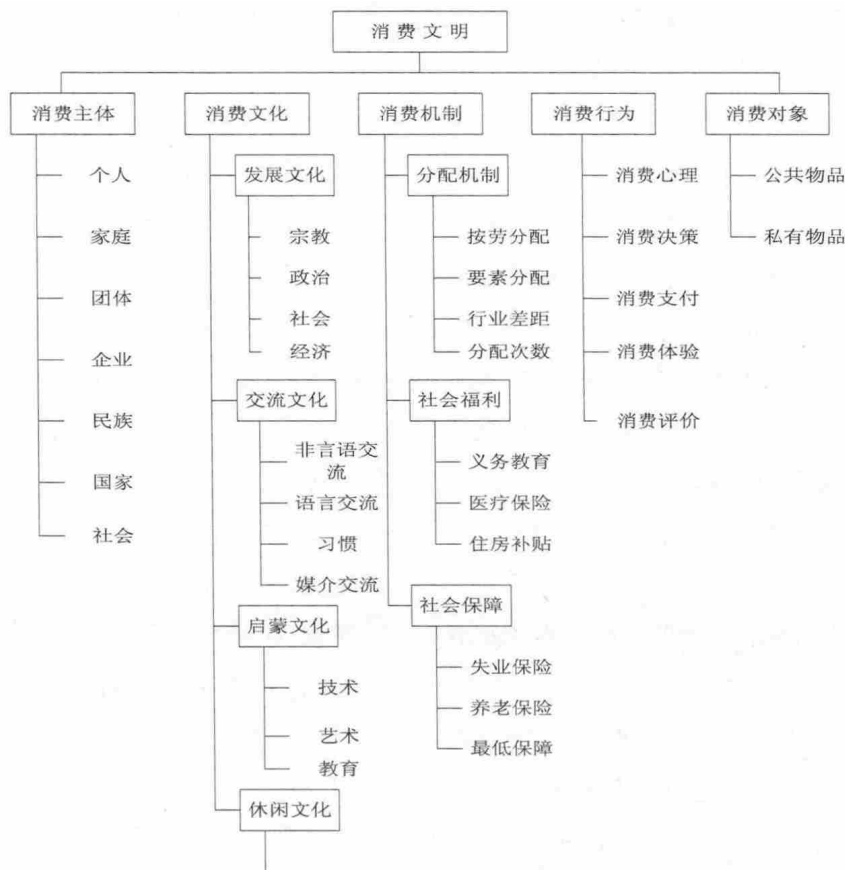


图2 消费文明结构

先进性在当前中国国情下，是指人类的消费活动能够维持社会和谐、践行生态文明建设、促进可持续发展。为达到这一目标，社会主体必须是文明的消费者，崇尚集体主义，具有利他主义精神，注重长远利益，追求平等，政府给予消费主体一定社会保障，使其在合理分配机制下，能够有较多收入用于消费；同时，政府采用价格杠杆、限令政策等调节消费行为，使其向适度消费、伦理消费、可持续消费发展，享用对环境有利的产品或服务。

(五) 消费文明形成机制

消费文明内涵给出了概括性的消费文明标准，那么消费文明通过什么机制达到这一标准？这需要考察消费文明的形成过程。消费文明能够自发形成，这依赖于一套相互作用的循环系统，这套系统由生存系统、逻辑系统、引导系统、知识系统、交流系统和权力系统组成。

引导系统是消费文明形成的起点，将消费价值观传递给生存系统和知识系统；知识系统生成

消费意识，反馈信息给引导系统；引导系统又激发生存系统，形成消费决策；生存系统将消费决策传给逻辑系统，逻辑系统执行消费行为。当遇到消费冲突时，交流系统与知识系统和逻辑系统沟通，修正消费行为。当冲突较大，消费个体自身不能解决时，权力系统启动功能，识别消费问题，并影响引导系统、生存系统和逻辑系统。微观消费文明通过引导系统激发运行，宏观消费问题之间的抗衡通过权力系统激发。每个文明的消费主体都能被这两套系统捕获。在民主制中，权力系统隶属于引导系统，在其他政治体中，引导系统通常隶属于权力系统(Andrew Targowski 2004)。消费文明进程发生在集成的基础设施中。如图3：

这套循环系统通过反馈结构保持消费文明功能的平衡。引导系统有两层，消费文明的第一层通过知识系统分析消费问题并应对挑战。消费知识系统越成熟越有经验，对消费问题越敏感。当问题应对意识传导给了引导系统，便激发反应，这是对

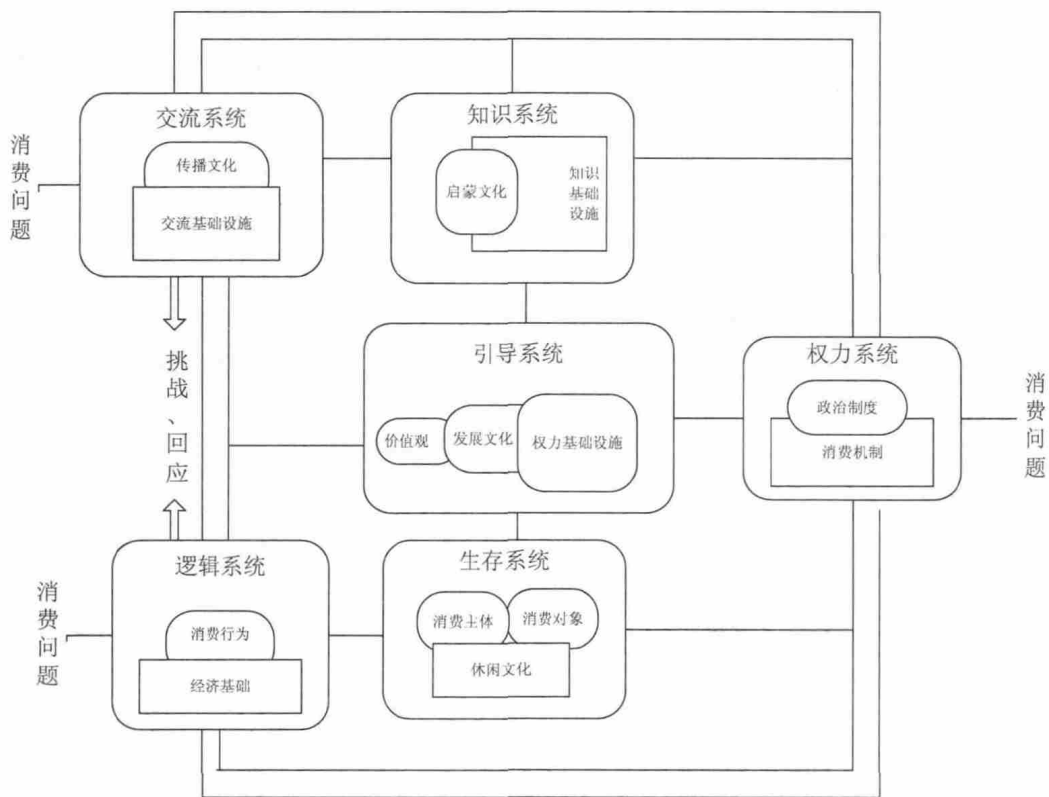


图3 消费文明形成机制

刺激的一个回应。消费文明的第二层通过权力系统引导消费者产生消费意识,构建经济发展与分配机制,形成消费逻辑。第一层是消费者个体消费文明的形成过程,第二层是国家消费文明的形成过程,这两层共同存在,相互影响。一个弱的消费文明系统不能生成强反馈,不能与知识系统、交流系统和权力系统沟通,这意味着消费文明的衰落。一个好的消费文明系统,能够回应挑战并具有反射反应。由此,只要消费文明的内容符合其所在时代社会经济发 展的趋势,就能通过消费文明进程机制形成良性扩散,从而形成主流消费文明。

通过消费文明的形成机制,可以发现消费文明有自动生成功能,但一个好的消费文明并不是自然天成的,需要研究部门提出消费文明知识,经由传播部门进行知识传播,帮助消费者树立正确的消费价值观,需要政府部门出台合理的政策,利用经济、行政、法律等手段,引导居民文明消费,促使企业提供绿色产品和服务,营造消费者文明消费的客观条件。

三、消费文明研究的理论意蕴及价值理想

在当前经济发展结构型矛盾突出的背景下,研究消费文明是实施可持续发展、生态文明建设、缓和社会冲突的重要选择。消费文明与国家政策、资源环境及社会关系密切相关,正确理解消费文明的内涵及形成机制,是研究消费文明对消费结构的影响以及消费文明对经济发展作用的前提,具有深刻理论价值与实践价值。

(一)消费文明具有高度概括性和系统性

消费文明概括化和系统化了适度消费、伦理消费、可持续消费、绿色消费等概念,这些概念零碎且难成体系,在理论研究的深度和广度上皆受局限。而且,众多概念体现了消费的复杂性,对其界定也反映了不同学科的特性,让消费者和政策

制定者在不同的语言环境下无所适从,难以系统性地规范非理性、不健康消费行为。消费文明概念的提出,使消费理念有了清晰的逻辑,如“价高者得”的市场逻辑或经济逻辑,未必适应消费文明逻辑,使消费行为有了明确的判断依据和标杆,它将消费经济活动与日常行为结合,促进消费者自觉地文明消费。这也为绿色经济政策的制定提供了社会规范,使能源价格改革等措施具有了价值合理性依据,有利于水、电等能源阶梯定价政策的推广执行。

(二)消费文明蕴含了和谐的消费关系

消费文明既有物质性的内容,又有精神性和制度性的内容,它在一定程度上决定着生产方式、经济运行方式和生活方式,树立和培育着人们的消费价值观、消费伦理观、消费发展观及其相关的消费文化,能够进一步完善经济、政治、法律等制度,促进社会和谐发展。同时,在经济学领域,消费关系虽然被提及,但真正将其作为一个研究方向的较少,国外文献中没有“consumption relationship”的关键词。国内以往的消费关系研究主要从消费要素之间的关系出发,研究影响消费水平的因素,比如投资与消费的关系、政府支出与居民消费的关系、城市化与能源消费的关系等;从关系本身出发的研究,经济类文献非常有限,近十年只有9篇文章关注消费关系建立的基础,比如权力、经济、资源等,其中有2篇文章从经济交换理论角度研究社会养老保险、代际财富转移问题,有8篇文章关注消费关系建立的原则,探讨市场经济等价交换理论的成立范畴问题。这些研究对人们认识消费关系的存在起了重要作用,但关于消费关系对和谐的消费关系的研究非常欠缺。与此同时,在管理学及社会学领域,出现了丰富的社会关系研究文献,如市场营销的客户关系管理、人力资源的雇主——员工管理等,产生了丰富的理论,如社会交换、合理性选择、公平理论等,不论从组织层面

还是从个体层面,对关系的建立、保持及绩效都进行了较深入的研究。在消费关系也是生产力的消费社会中,研究和谐的消费关系即是研究内生经济增长的新方式,消费关系的研究需要从消费文明角度扩展更深层次的内容。

(三)消费文明是生态文明建设的重要措施

生态文明是人类在社会发展过程中,特别是在人与自然、人与社会的发展中所取得的既有利于人及其社会的进步和发展,又有利于自然进化和发展的一切成果和财富。生态文明的建设目标亦是消费文明的发展目标,并通过文明的消费活动实现。消费文明践行着生态文明在消费领域的实践,是生态文明建设的重要路径。但是在生态文明研究的相关文献中,从消费角度进行的研究并不多见,而且只关注一个角度,即消费模式。如生态文明贵阳国际论坛秘书长章新胜(2013)认为生态文明是商业文明和工业文明的延升,需要改变我们的生活方式、生产方式和消费模式;而内蒙古大学教授包庆德(2011)认为,消费模式转型是生态文明建设的重要路径。围绕这一主题,众多学者表达了不同但相关的观点,认为生态文明下消费者应采取绿色消费、低碳消费、合理消费、可持续消费,这些观点开启了生态文明下消费问题思考的先河,但是,纷杂的概念限制了研究的深入开展,仅仅停留在观点陈述阶段,对于消费模式影响生态文明建设路径的探讨并不详细,比如影响消费者文明消费的因素有哪些、如何引导消费主体建立生态文明的消费价值观、消费文明行为对生态文明建设水平的影响程度如何等问题并没有研究。因此,有必要统一生态文明下的消费观,即生态文明下的消费模式是文明消费,是消费主体、消费文化、消费机制、消费行为、消费对象综合作用的结果。研究消费文明对完善生态文明理论具有重要意义。

(四)消费文明包含了可持续消费的标准

可持续消费是消费文明的要求之一,在资源、环境、生态容量对人类经济总规模的限制下,消费文明通过消费机制(如产业政策、分配机制等)协调人类的经济活动,保持消费的可持续性;在消费主义抬头的社会氛围中,消费文明通过消费文化的重塑,维护可持续消费的价值观。诸如此类,在消费文明中,可持续消费不仅是消费方式,也是消费标准;不仅是经济行为,也是社会行为,消费文明建设能够将可持续消费提升到新的层次。国外对可持续消费的研究目前集中于四个方面:一是可持续消费的原因分析,如Ping et al(2013)发现影响中国农村可持续消费的因素有行为意图、环境知识、环境责任、环境价值、环境敏感、回应效率及情境因素;二是可持续消费的标准,如Seonaidh et al(2009)认为消费者对不同产品类别的可持续消费标准包括环境标准、道德标准和社区标准;三是可持续消费的路径,Ulrich(2011)认为需求、需求满足及创新追求驱使消费者自动向可持续消费模式转变;四是可持续消费的治理,如Sylvia & Doris(2013)认为弱可持续消费需要更好的产品和更智能的消费,强可持续消费需要处理好个人消费与资源管理的关系。尽管国外对可持续消费的原因、标准、路径及治理进行了比较丰富的研究,但这些研究多属于定性研究,一方面由于研究者将目光局限在消费领域,而且偏向环境问题;另一方面由于可持续消费是若干代际的永续消费问题,难以获取数量指标,而消费文明是在消费者生命周期内的消费,在微观上可从消费者个体角度量化消费者行为,在宏观上可从区域消费结构与经济增长的对比测量整体消费文明程度,为可持续消费的实证研究提供切入点。

(五)消费文明体现了可持续发展的要求

从生产角度讲,消费文明方式传递的信号,使厂商的生产和供给方式发生改变,将促进产业结构的调整和经济发展方式的转变,使厂商承担社

会责任有了坚实的基础,使整个社会向生产发展、生活富裕、生态良好的道路上文明发展,最终实现资源节约型、环境友好型社会。可持续发展是经济学、社会学、资源环境学共同探讨的主题,只是每个学科的侧重点不同,一致的观点是可持续发展在发展目标上不仅包括经济发展,还包括社会发展及自然环境发展;在发展时间跨度上是代际间的长期发展,在发展评价上是多类指标的综合测量;有分歧的观点是发展方式,保守派认为应放慢经济发展速度(Sylvia,2013),改良派认为应从政策上消除经济发展中遇到的环境污染、能源消耗等问题(Nora,2009),激进派认为应对现有的社会体制、经济增长方式进行改革,应反思现行的经济制度和人类福利诉求(sander,2012)。这些研究从思想观念上进行探讨,比较宏观,依据某一具体问题进行深入研究的,多从文化价值(David et al, 2013)、环境意识(Yuli et al,2013)、技术合作(Alexandra,2013)、经济政策等角度进行,尤其从经济政策角度进行的研究,文献较丰富,具有代表性的政策包括税收政策、财政政策、排污权交易制度、押金制、执行鼓励金以及环境损害责任保障制度(范柏乃等,1998)、阶梯定价政策。这些研究从增长角度对可持续发展问题进行了探讨,但是从消费角度对可持续发展的研究较少。从消费角度对可持续发展的研究主要从消费模式转变的角度介入,一方面缺乏消费过程的深入,比如文明消费中资源的节省(阶梯定价对水、电的节约)、和谐消费关系避免的经济损失等;一方面在消费对经济增长的关系论证中,多采用统计年鉴数据,采用不同方法验证能源消费、居民消费对GDP的贡献,缺乏绿色消费水平(如节能产品)对经济增长作用的实证研究;另一方面,在信息技术日益发达、消费者需求为主导的市场中,文明消费如何带动产业结构发生变化,如何使产业链条上的消费通过信息技术降低能耗等都是可以深入探讨的课题。

综上所述,消费文明是消费者或组织行为的价值观、愿景,也是激励消费者或组织执行文明消费行为的重要手段。消费文明具有丰富内涵,本文从宏观上探索了消费文明的内涵及形成机制,是消费文明研究的开端。

参考文献:

- [1]赵玲:《消费合宜性的伦理意蕴》,北京,社会科学文献出版社,2007年。
- [2] Laina Farhat-Holzman. Strange Birds From Zoroaster's Nest, Oneonta NY, *Oneonta Philosophy Studies*. A Creationists view, Zoroaster being the creator,2000.
- [3] Matthew Melko. *The Nature of Civilizations*. Boston, MA:Porter Sargent Publisher. 1969.
- [4] Carroll Quigley. *The Evolution of Civilizations*. Indianapolis:Liberty Press Edition. 1979.
- [5]Andrew Targowski. *A Dynamic Model of an Autonomous Civilization*. Dialogue And Universalism, 2004(1).
- [6]Timur Kuran. Explaining the economic trajectories of civilizations:The Systemic Approach. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2009(71) .
- [7]张筱蕙、李勤:《消费 消费文化 消费主义——从使用价值消费到符号消费的演变逻辑》,《学术论坛》,2006年第9期。
- [8]骆建建、聂家昕:《符号消费理论研究——解析波德里亚的“消费社会”》,《北方论丛》,2005年第4期。
- [9](法)波德里亚:《消费社会》,南京,南京大学出版社,2001年。
- [10] Andrew Targowski. A Grand Model of Civilization. Dialogue and Univesalism,2003(1):81-106
- [11]吴先满、蔡笑、徐春铭:《中外投资、消费关系的

比较研究》,《世界经济与政治论坛》,2006年第1期。

[12]姜洋、邓翔:《替代还是互补?——中国政府消费与居民消费关系实证分析》,《财贸研究》,2009年第3期。

[13]刘耀彬:《中国城市化与能源消费关系的动态计量分析》,《财经研究》,2007年第11期。

[14]左冬梅、李树茁、吴正:《农村老年人家庭代际经济交换的年龄发展轨迹——成年子女角度的研究》,《当代经济科学》,2012年第7期。

[15]张开:《等价交换、等量劳动互换与干预分配》,《经济学家》,2011年第5期。

[16]赵成:《生态文明的内涵释义及其研究价值》,《思想理论教育》,2008年第5期。

[17]包庆德:《消费模式转型:生态文明建设的重要路径》,《中国社会科学院研究生院学报》,2011年第2期。

[18] Wang, Ping, Qian Liu, and Yu Qi. Factors Influencing Sustainable Consumption Behaviors: A Survey of the Rural Residents in China. *Journal of Cleaner Production*, 2014(63).

[19] McDonald, Seonaidh, Caroline Oates, Maree Thyne, Panayiota Alevizou, and Leigh-Ann McMorland. Comparing Sustainable Consumption Patterns across Product Sectors. *International Journal of Consumer Studies*, 2009(2).

[20] Witt Ulrich. The dynamics of consumer behavior and the transition to sustainable consumption patterns. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 2011(1).

[21] Lorek, Sylvia, Doris Fuchs. Strong Sustainable

Consumption Governance – Precondition for a Degrowth Path? *Journal of Cleaner Production*, 2013(38).

[22] Mzavanadze, Nora. Building a Framework for National Sustainable Development Assessment and Application for Lithuania: Sustainability in Transition. *Journal of Environmental Assessment Policy & Management*, 2009(1).

[23] Happaerts, Sander. Sustainable Development in Quebec and Flanders: Institutionalizing Symbolic Politics? *Canadian Public Administration*, 2012(4).

[24] Bole, David, Primo Pipan, and Bla? Komac. Cultural Values and Sustainable Rural Development: A Brief Introduction. *Geografski Zbornik / Acta Geographica Slovenica*, 2013(2).

[25] Priyanto, Yuli, Zaenal Fanani, and Soemarno Sasmitojati. Environmental Awareness as an Education Paradigm for Sustainable Development in Vocational High School of Kediri, East Java. *International Journal of Academic Research*, 2013(5).

[26]Mallett Alexandra. Technology cooperation for sustainable energy: a review of pathways. *WIREs Energy and Environment*, 2012(2).

[27]范柏乃、汪涛、马庆国:《国际可持续发展经济政策综述》,《中国人口·资源与环境》,1998年第3期。

作者简介 郭守亭,中南财经政法大学工商管理学院教授,博士生导师,湖北武汉,430072;赵丽,中南财经政法大学博士生,贵州财经大学信息学院副教授,贵州贵阳,550005。

(责任编辑:曹晷)