

区域循环经济的生态动力主体建设研究

张艳萍

(陕西理工学院 经法学院, 陕西 汉中 723000)

[摘要] 生态动力是推动社会经济系统不断生态化,最终形成符合生态规律的“自然-经济-社会”复合生态系统的基本动力。区域循环经济的生态动力主体由政府、企业和社会公众构成,其中政府生态规制是主要推力、企业生态创新是基本动力、社会公众生态消费是重要拉力;相应地,分别形成了生态规制主导、生态创新主导和生态消费主导三类动力机制结构模式,并具有各自的运行特征。根据上述结论,论文最后提出了生态动力主体建设的简要对策。

[关键词] 区域循环经济; 生态动力; 主体结构

[中图分类号] F062.2

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-2936(2014)01-0070-05

2005 年至今,我国包括区域、园区和企业等层面的国家级循环经济试点达到 178 家,尤其是 2010 年以来,省级政府主导的省区、跨省区和地市级的区域循环经济建设规划纷纷出台并迅速实施,然而地方政府主导的循环经济建设,往往雷声大、雨点小,甚至是挂羊头卖狗肉,其基本动力仍旧是政绩考核、争取政策倾斜和吸引外投;作为生态创新主体的企业,发展循环经济的积极性不高、动力不足;企业、高校和科研机构的生态技术研发没有形成合力,循环经济发展长期受困于关键技术的瓶颈约束。从区域循环经济生态动力主体结构看,我国循环经济实践过分强调政府主导而忽视市场机制作用、企业和社会公众作为发展主体地位的不突出,短期政绩的刺激效应大于可持续发展的长期效应。因此,深入分析区域循环经济的生态动力主体功能、结构及其运行模式,对于解决我国循环经济生态动力软化、动力主体结构不合理问题具有现实紧迫性。

一、区域循环经济的生态动力主体功能分析

1. 政府生态规制是区域循环经济发展的主要推力

生态规制源于 20 世纪 90 年代欧盟对有机食品的生态规制及随后针对环境末端治理的环境规制。20 世纪 80 年代以来,生态规制逐渐成为国家或政府进行环境治理、生态保护、资源节约、产业促进的基本手段。生态规制一般包括循环经济法规制定及其执行监督、产业规划、宏观管理的一整套体系;生态规制是否法制健全、激励有效、执行有力,是决定区域循环经济发展的关键变量。虽然不同区域政府的生态规制的介入程度、推动方式有较大区别,但循环经济建设以生态规制为基本保障,是全球诸多国家几十年来的共同经验。

世界循环经济发展的成熟经验表明,生态规制对于推动区域循环经济模式的确立、迅速起步和快速发展,普遍起到了的基本支撑和主导发展的作用,尤其在市场作用机制不完善的落后区域,这一力量对

[收稿日期] 2013-11-13

[作者简介] 张艳萍(1972-),女,陕西铜川人,陕西理工学院经法学院副教授,研究方向为区域经济管理。

[基金项目] 陕西省教育厅人文社科项目(11JK0123);陕西省社科规划项目(11E060);陕西理工学院科研基金重点项目(SLGKY11-19)

于发展循环经济尤其不可缺少。(1) 生态规制为生态市场机制提供基本保障。例如,价格规制、产权规制和合同规制直接决定生态市场机制的形成和运行;(2) 对环境污染、节能降耗的规制构成循环经济的基本途径。诸如节能标识、新能源使用、排污配额以及治理污染所需要技术的推广政策等,通过对企业决策进行约束而影响市场配置机制的规制;(3) 宏观政策激励是循环经济发展的重要动力。例如取消小排量汽车的购置税、高新技术企业税收优惠等,通过税收、补贴及其他转移性支付等,通过影响消费者偏好或生产者决策引导生态创新和生态消费;(4) 政府的生态购买行为直接构成区域循环经济的组成部分。政府优先购买生态产品或服务,直接刺激生产创新并示范生态消费行为。

2. 企业生态创新是区域循环经济发展的基本动力

欧盟于 2004 年前后开始在欧盟及其成员国层面推动生态创新,2007 年将生态创新定义为:对产品、服务、生产过程、组织架构、管理或经营方法所采取的生产、应用或开发行为,这种行为不仅对企业或用户而言是新的,而且与其它方法比较能够在整个生命周期内有效降低环境风险、污染和资源使用所带来的负面效应。在理论上,生态创新作为能够带来环境与经济双赢的创新,可以在扩散过程中将负面环境效应内部化而带来正的溢出效应,体现为以企业为主体、以其它创新团体为支撑的网络化、复合型创新形式,是人类经济生态化实践的主要形式^[1]。同样,循环经济要贯彻“减量化、再循环、再利用”原则和实现物质能量闭环循环的效果,必须依靠从微观到宏观的全面生态创新推动。

在区域循环经济发展中,生态创新的功能在微观上表现为企业在产品设计、生产、营销及管理各环节推行生态化标准,实现清洁生产和绿色制造;中观上表现为以生态经济、规模经济、范围经济等形式实现产业体系生态化,形成生态园区或产业集群生态化;在宏观上表现为通过企业的生态技术创新,加快区域主体的制度创新和管理创新,促使区域经济、社会、政治、文化等领域的全面生态化。在这里,影响生态创新功能实现的主要因素有生态规制、生态消费、创新收益与公众压力。上级政府的生态规制对区域生态创新主体具有强制性约束力和法制压力;生态消费的拉力作为生态创新的需求因素,在供给意愿、供给价格和供给数量方面影响企业以及政府的生态创新空间;创新收益作为一种经济利益驱动,是创新企业及科研团体整合创新资源、提升创新能力的持续动力,一个能不断降低投入成本的创新环境,有利于推动企业进行生态创新;公众及其绿色发展团体作为一种民间压力,直接或间接地影响社会生态创新的理念形成、政策制定和企业社会责任的履行。

3. 社会公众生态消费是区域循环经济发展的重要拉力

美国生物学家 Myers(1997) 对生态消费的理解是:消费是人类对物质和能量的一种变换,若该变换减少了后代的能源和资源机会或者威胁到人类的健康、福利以及其他被人类认为是有价值的东西,则这种变换是不可持续的消费。生态消费的核心内容无疑是消费的可持续性,可持续消费是提供服务和相关产品以满足人类基本需求并提高生活质量,同时最小使用自然资源和有毒物质,使服务或产品的生命周期中生成的废物和污染物最少,从而不危及后代的需求(联合国环境规划署,1994)。因此,生态消费是一种全社会成员共同参与的消费行为,作为最终消费者的社会公众是生态产品或服务消费主体。

生态消费对效用最大化的个体消费理性加入了消费行为对个体与社会、人类与自然关系的自觉反思与自发改善,同时又受到生态规制与消费支出的硬性约束。因此,生态消费是一种既满足生存发展需要又不对生态环境造成危害的生态化的消费模式,它既符合社会生产力发展水平,又使得主体性的人在消费的过程中能够满足自身需求,同时又不危害人、社会与自然三者之间和谐关系。在循环经济系统中,生产与消费的平衡是整个系统保持协调均衡的重要支点。同其它经济发展模式一样,循环经济发展的终极目标依然是满足人类生存与发展的合理需求,社会公众的生态消费偏好变化,使得企业的生态创新意愿增强并最终实现其市场价值。无论在长期还是短期,生态消费都是拉动人们不断地进行生态创新的源动力,生态消费的空间决定着生态创新的空间。

二、区域循环经济生态动力主体的结构模式

1. 生态规制主导型动力机制

相对于社会经济系统,自然生态系统具有环境外部性、产权模糊性、自然资源公共性等特征,因此基

于传统产权的市场机制往往不能对生态环境问题自发地作用,需要政府规制以实现环境资源配置的帕累托最优。规范的规制理论以政府追求公共利益最大化为假设前提,即政府规制的发生理由在于对潜在社会净福利的追求,服从公众的需要^[2]。基于生态系统与循环经济的密切关系,作为推进动力的生态规制可以被理解为国家或各级政府为了实现经济发展和生态保护的双赢,针对企业、市场和公众等对象制定法规、实施规划和政策的行为总和。它由一系列的生态法规、发展规划、组织机构及其相应的执行活动构成,在区域经济社会中承担着理念传播、信息反馈、制度供给、强制约束等诸多职能。

在以生态规制为特征的政府主导型循环经济中,循环经济发展的动力机制一般呈现为“生态压力-生态规制-生态创新-生态消费”轨迹。面对环境污染、生态危机和资源浪费,如果区域政府认为生态规制有效、新的消费市场可以培育并最终给政府带来多方面的收益,生态压力就转化为政府生态规制的动力。这时,高污染、高能耗企业最先受到规制,或者符合循环经济要求的高新技术企业被创建,或者是有生态创新条件的企业被迫对生产环节进行技术创新或管理创新,或者是不符合新要求的老企业被淘汰;生态型企业为了出售产品、提升竞争能力,主动培育生态消费人群和市场,生态消费逐渐成为主流;生态供给与生态需求的范围不断扩大,促进循环经济企业、产业集群和产业园区以及循环型城镇不断发展,区域循环经济发展形成良性循环路径。这种动力机制的核心环节在于“生态规制”推动“生态创新”和引导生态消费的有效性。在企业层面上,政府生态规制必须为企业提供生态创新的条件和激励政策,从而增加生态规制的可执行性。同时,各级政府之间、政府与企业、政府与公众的良性互动也是政府生态规制有效性的关键环节^[3]。

2. 生态创新主导型动力机制

企业响应生态压力进行生态创新的动力来源可能基于长期的潜在收益、社会责任和创新文化。一是生态创新可能提升企业核心竞争力,使企业获得更大的竞争比较优势,因而获得的新材料、新产品、新市场或新工艺、新商业模式的潜在利益。二是当生态理念成为社会潮流,对于具有竞争力的企业来说,履行社会责任既来自社会的外在压力,也是提升企业形象、赢得更多顾客的内在需要。三是对处于某些特定环境中的企业,创新已经成为企业文化的核心和企业行为惯性,生态创新同其它形式的创新一样,是推动企业持续发展的核心和源泉。但生态创新作为一种系统性的高风险投资活动,容易受到来自内部或外部的诸多条件制约,且其收益具有高度波动的不稳定性,因此必须依赖于一种具有一定生态规模和知识扩散功能的复杂网络,这种网络能够有效地在企业与企业、企业与政府或研究团体、企业与消费者之间进行物质、信息和价值的流通与集合。对于企业来说,企业与政府、科研团体以及社会团体通过长期互动形成创新网络体系,且这个网络是稳定的、潜在收益可以被预期,是企业生态创新的必要条件。这表明包含多元主体的创新网络支持企业生态创新的前提条件,生态创新不能单纯依赖市场机制或企业网络。

生态创新主导型动力传导机制呈现为“生态压力-生态创新-生态消费-生态规制”轨迹,其中企业或企业集群是生态动力机制中的主体,消费者和政府是跟进者。最初是少数先进企业由于某种契机最先感受到生态压力并察觉到其潜在的盈利机会,通过生态创新创造或引领生态消费的理念或模式,然后更多的企业和消费加入,生态供给与需求市场逐步形成但处于无序竞争状态,进而迫使政府进行生态规制,最终形成上述动力传导链条。由于与传统意义的创新相比,生态创新不仅可以提高资源利用效率,而且能减少消费或技术对环境的负面影响,还能够通过展示企业文化、提升企业形象而产生示范效应,这种活动同时具有经济外部性、环境外部性、社会外部性等“三重外部性”特征,使得政府、企业、消费者、科研团体等多元异质组织都能从中发现活动空间和动力,构成了生态创新型动力机制构的源泉。

3. 生态消费主导型动力机制

作为区域循环经济发展的重要拉力,生态消费的主体不仅仅具有经济人理性,同时还具有尊重生态自然、遵守生态规律的生态人理性,因此生态消费应当实施公平、系统协调、效率与可控原则,其消费行为是一种经济-自然双向互利的模式^[4]。影响生态消费拉动力量的主要因素有:生态理念、生态规制、生态创新和收入增长。循环经济、低碳经济、生态经济及可持续发展等理论与实践的兴起,均受到绿色革命理念的影响和推动,生态理念则是改变生态消费偏好主要力量;对于一些没有形成生态理念的消费行

为,生态规制则作为强制力量迫使它们改善行为模式;生态创新作为供给因素,为生态消费提供现实对象和条件,其供应数量和价格决定生态消费需求;收入对消费的经济约束是硬性的,同时收入水平往往影响着生态理念、生态创新,决定着生态消费最终实现的可能性。

完整的生态消费体系包括生态消费意识和模式、法律与管理体系、生态产业,还包括生活细节的行动计划、绿色刺激消费政策、生态教育体系、节俭环保的生活消费习惯等。与生态创新主导型机制不同,生态消费主导型循环经济的动力传导机制表现为“生态压力-生态消费-生态创新-生态规制”的路径。这里对生态压力的最初认识,不是由受制于环境资源约束的企业、而是以消费者为主体的社会公众所感知并扩散到其它社会成员,这些公众个体或团体或是最早具有生态伦理和环境道德意识,或是直接受害于生态危机,自发地推动生态文明思潮和生态消费理念的发展壮大,然后嗅觉敏锐的企业家发现了生态消费的潜在利益并逐渐培育为商机,开展有针对性的生态创新以满足生态消费,最后激发政府主体作为守夜人的职能自觉,通过生态规制对生态消费和生态创新进行规范和扩展。其关键环节是生态消费一方面能有效响应生态规制,另一方面能有效拉动生态创新,从而形成由生态需求-生态供给-生态规制的动力环路。

三、区域循环经济生态动力主体建设的对策

1. 以生态规制有效性为目标的政府动态协同

运用政府力量促进现有经济系统的生态化,是现代国家或区域政府回应生态危机的普遍方式。生态规制的政府主体是具有层级结构和公共机构特征的区域发展主体,生态规制的发展动力主要源于生态压力响应、法制与行政约束、区际生态竞争等。一般情况下,地方政府是执行主体,但法律规则往往是国家或上级政府确立的,资源、环境和产业规制也往往由中央政府或较高级政府直接制定,因此生态规制必然涉及到规制主体之间的权限划分和分工协同,具体规制内容和方式也随着政府结构体系差异而表现出多样性。因此,生态规制的有效性决定于中央政府与地方政府的互动和协同。在区域层面,当地方政府与中央政府、地方政府之间的生态利益发生冲突时,通过政绩考核、法律惩罚、行政管理等工具的力量,法制与行政约束迫使地方政府执行生态规制。同时,地方政府作为区域发展的主体,一方面内在具有治理地方生态问题的父爱冲动,另一方面区际生态压力的转移与发展方式转型竞争也迫使他们对本区域进行生态规制。因此,在某个限度内,为实现生态资源环境的最优配置,依据区域经济发展程度不同而实施松紧程度不一的生态规制,既可为发达经济区提供产业转移升级的空间和时机,也可也为经济落后区合理利用其环境资源容量创造机会。

2. 以市场机制和政策激励促进企业生态创新

生态创新主导型机制模式的核心在于市场主导下的生态创新政策,关键环节是生态创新引导生态消费、生态规制约束生态创新与生态消费的有效性,即消费者对企业、政府对市场的及时有效的响应。生态创新引导生态消费主要依靠市场机制加消费政策的激励,其有效性一般与公民文明程度、收入水平、政府补贴水平正相关,因此需要要一个长期的、累积的培育过程。生态创新政策的效果主要取决于环境受益的期望值、改善环境的成本和政策对生态供求双方创新活动的激励程度^[5]。一旦进行生态创新的企业达到一定的集聚规模,就会形成创新知识网络或产业集群,生态创新就获得了一种自我复制、自我扩展的强化机制。如果此时的生态创新政策是有效的,政府主体则会加快生态规制的建立与完善,既为企业创新网络提供更多更稳定的法律、人才、公共资源等支持条件,也会利用舆论引导、财税优惠甚至行政手段激励社会公众的生态消费行为,强化区域循环经济良性发展的动力机制。

3. 以经济发展与公众教育的长效机制培育生态消费主体

生态消费主导型机制通过干预社会公众的消费偏好或支付价格,才能形成生态消费的长期效应:一是环境道德动机。消费者会认为自然环境的价值是无可替代的,资源和环境问题实际上是一种道德问题,人类的消费行为应当对环境承担起应有的责任。二是避免市场拥挤效应。随着收入水平和消费能力的提升,面对某些传统消费领域存在的市场拥挤现象,理性经济人通过进入环境相对宽松的生态消费领域,可以有效回避传统消费的拥挤效应。三是生态规制、社会偏好的外在挤出效应。在生态消费成为

生态规制的内容或成为大多数社会成员的消费偏好时,部分消费者的传统消费行为就受到了来自社会环境、消费条件等外在因素的挤入,迫使其逐渐进入生态消费领域。虽然短期内政府的环境保护宣传、鼓励消费者参与能够迅速确立环境道德,但从长期来看,必须依靠公民素质提高、社会经济文化水平发展或通过教育与立法强化环境道德的表达。因此,生态消费主导型机制必须依赖于一个社会团体活跃、民意表达畅通、学术探讨自由的民主社会氛围,其形成则需要较为发达的经济文化发展水平、完善的市场经济体制和高效的政府治理效率。

[参 考 文 献]

- [1] 聂洪光. 生态创新理论研究现状与前景展望[J]. 哈尔滨工业大学学报: 社科版 2012(5) .
- [2] 黄民礼. 基于生态服务理念生态规制构想[J]. 黑龙江社会科学 2008(2) .
- [3] 吴守蓉, 王华荣. 生态文明建设驱动机制研究[J]. 中国行政管理 2012(7) .
- [4] 姚永利. 生态消费问题研究[D]. 哈尔滨: 东北林业大学 2007.
- [5] 董颖. 企业生态创新的机理研究[D]. 杭州: 浙江大学 2011.

[责任编辑: 刘 英]

(上接第 69 页)

这些结论虽然是初步的、框架性的,但无疑对区域循环经济理论研究和实践创新具有较大的参考价值。下一步,如何结合我国体制环境和区域实际,更深入地研究区域循环经济生态动力系统的生成、演进、构建和有效运行,是一个更具有现实指导性和需要随着实践不断深入的重要课题。

[参 考 文 献]

- [1] 薛冰. 区域循环经济发展机制研究[D]. 兰州: 兰州大学博士论文 2009.
- [2] 王学荣. 从传统生产力到生态生产力: 扬弃与超越[J]. 武汉科技大学学报: 社科版 2013(2) .
- [3] 郑智, 汪勤峰. 循环经济内生机理的生态学诠释[J]. 商业时代 2009(28) .
- [4] 石林, 杨帆. 陕南循环发展的生态融资模式研究[J]. 陕西理工学院学报: 社科版 2013(2) .
- [5] 吴守蓉, 王华荣. 生态文明建设驱动机制研究[J]. 中国行政管理 2012(7) .
- [6] 韩玉堂, 李凤岐. 生态产业链链接的动力机制探析[J]. 环境保护 2009(28) .

[责任编辑: 刘 英]