

论知识经济与生态消费

尹世杰

发展,促进社会经济的发展,促进社会文明和社会的全面进步。

一、生态消费是人们最基本、最重要的消费

众所周知,空气、水及生态环境,是人们最基本、最重要的消费资料,生态消费是人们最基本、最重要的消费。我一直认为,“人们的消费需要,不仅包括物质需要和精神文化需要,还应包括生态需要在内”。“生态需要对人的生存和发展,对满足人的消费需要,具有极端重要性”。人是社会的主体,不仅要处理好人与人之间的关系,还必须处理好人与自然之间的关系,才能经常受到自然界的赐与,避免受到自然界对人类的惩罚。应该说,生态需要,不仅是最基本、最重要的生存需要,也是很重要的享受需要和发展需要。优美的生态环境,不仅使人享受大自然的丰厚赐予,能开拓人的胸怀,陶冶人的情操,而且能启迪人的思维,发展人的智力、体力,大大有利于人的身心健康和全面发展。

工业社会,实质上是高熵社会。丹尼尔·贝尔在《后工业社会的来临》一书中早就指出:“清洁的空气和水已越来越成为稀缺的物品。”在工业社会,人们采取不可持续的生产方式和消费方式,环境遭受严重污染,生态平衡遭受严重破坏。正如几年前《中国环境报》发表的一首小诗中所描述的:“烟囱擎天而立,大树倒地而泣,高楼冲天而起,绿地凄然而逝,刀斧的痕迹日深一日,地球的表面斑驳陆离。”由于环境污染严重,人们的身心健康受到严重威胁,甚至夺去一些人的生命。半个多世纪以来出现很多的“事件”,已引起全世界很多人的注意,也说明生态消费的极端重要了。

这就说明,人类的头等大事是要处理好人与自然的关係,促进生态平衡。生态消费得到较好的满足,正反映了人与自然的协调发展,反映了人的本质要求,正如马克思所说的,反映“人的复归”,是“对人的本质的真正占有”,“它是人和自然之间、人和人之间的矛盾的真正解决。”恩格斯也早就提出:我们要“学会正确地理解自然规律”,“认识到自身和自然界的一致”,反对那种“把精神和物质、人类和自然、灵魂和肉体对立起来的荒谬的、反自然的观点”。过去,在经济学研究中,不谈生态问题,不研究人的生态消费,很多人认为这是自然科学的问题。实际上,经济学不仅要研究物,而且要研究人,应该研究人的生存和发展,应该研究人的消费需要,特别是生态需要,应该研究如何利用生态规律,协调人与自然的关係,促进人的全面

二、知识经济为生态消费创造良好的条件

在知识经济条件下,经济要素发生了重大的变化。知识、智力资源、无形资产成为最重要的资本和首要的财富。目前,美国许多高新技术企业的无形资产已超过总资产的60%。1996年7月美国国家技术委员会提出的报告中指出:“技术和知识的增加占生产率增长总要素80%左右”。经济合作与发展组织(OECD)成员国中,知识、技术所创造的价值已占其国内生产总值(GDP)50%以上。这样,就使经济增长方式发生了巨大的变化。在工业经济时代,经济的增长,主要依靠物质资本的投入,消费大量的资源、能源,结果不仅污染了环境,也浪费了大量的资源、能源,出现了“三高”:高投入、高消耗、高污染。知识经济大大有利于转变经济增长方式,一方面,主要依靠知识的投入,依靠无形资产的投入,很少投入甚至不投入物质资源,就可增加大量财富,完全不影响生态环境。这就出现了“三低”:物质资源低投入、低消耗、低污染。另一方面,依靠高科技的作用,如采用微电子和计算机技术、生物技术、新能源、新材料等,合理、高效利用现有资源,从根本上改变了传统技术无情掠夺自然资源和大量消耗能源的状况。有人估计,到2030年太阳能利用将达世界能源总量的20%,核电将达35%。还可利用生物的新技术,包括基因工程、细胞工程、酶工程、微生物工程等,使人类用人工来创造新的生物或新的功能。这样就会大大改变工业经济时代大量消耗物质资源和能源的状况。此外,还可大力开发有益于环境的高新技术,并使之产业化,形成巨大的环保产业(生态产业)。目前世界环保市场总额已达2500亿美元,“经合组织”国家占市场总额的80%。早在1992年,美国为850亿美元,日本为300亿美元,法国为100亿美元,英国为80亿美元,而且均以5%~10%的年率增长。这样使人类能充分利用知识,使科学技术成为第一生产力。可以说,物质资源是有限的,知识资源是无限的;物质资源的使用,容易造成环境污染,知识资源的使用,不会造成环境污染。这就大大有利于促进生态平衡。

高科技的发展,使产业结构发生巨大的变化,由劳动密集型产业向技术密集型、智力密集型产业转变。信息化、智能化、生物化等种种新兴产业蜂涌而起。近年来,一些发达国家,特别是美国,加速发展智力密集型的高科技产业,特别是信息产业。1997年全世界信息产业总投资6100亿美元,美国就占

41.5%。美国信息产业已占国内生产总值 10% 以上,成为头号产业。预计 2007 年将达 20% 以上。1990 年到 1996 年,美国信息产业的销售额增长了 57%,达到 8 600 亿美元。据有人估计:20 世纪末美国信息高速公路大约有 4 000 亿美元的市场。信息高速公路的建成,将使产业结构大为改观,不断优化。很多高科技产业发展很快,特别是知识产业(有人称为“智业”)不断发展。就以服务业来说,知识经济越发展,服务业就增长越快。美国近年来,服务业产值占 GDP 中的比重已达 53%。美国从第二次大战以来,私营机构增加了 6000 万个就业机会,其中的 90% 来自服务业。欧盟统计局 1998.6.22 公布的报告中指出:在创造财富与就业上,服务业如今已成为支配欧盟经济的主要行业。据该局统计,欧盟服务业创造的产值已占其 GDP 的 64%,就业人数达 66%。

上面这些都说明了:知识经济的发展,高科技的大量应用,经济增长方式的变化,产业结构的变化,都大大有利于保持生态平衡,满足人们的生态消费。有人说,知识经济是“绿色革命”,通过高科技的作用,使人与自然和谐共处的好梦成真。

三、如何建立、完善生态消费体系

要满足生态消费需要,发展生态消费,一个最重要的问题,就是要利用高科技,发展生态产业,建立完整的生态消费体系。前不久,我在一篇文章中提出:“发展生态消费,开拓生态消费品。这就要发展生态产业,发展生态农业、生态工业和其他生态产业,形成生态化产业体系”,“建立全国性的绿色产品开发体系和销售网络,发展绿色市场,更好地满足生态需要。”现在,世界各国都在大力开拓生态产业,发展生态产品。从食品、服装、用品、住宅以及汽车等,无一不有。美国现在市场上的绿色产品已占 10% 左右,德国已有绿色食品 800 多种,有统一的“绿色标志”。有些国家,以天然植物材料采取无污染方法进行加工,生产生态服装;有的国家以天然材料构筑生态住宅。1997 年,我国已有绿色食品企业 550 个,开发出 890 个绿色食品产品,食物总量 400 多万吨。据有关部门规划:到本世纪末,全国将生产及改装液化天然气和液化石油气汽车 50 000 辆。根据 1996 年 5 月发布的全国环保产业(生态产业)基本情况的调查材料:我国共有从事环保产业(生态产业)的单位 8651 家,其中从业人员 188.20 万人,固定资产 450.11 亿元,年生产总值 311.43 亿元,创利润 40.91 亿元。

建立生态化产业体系,首先必须选准产业。要考虑该产业的资源、能源、如何进行清洁生产,减少废弃物;要考虑废物的处理与循环利用,建立良性循环体系;要开发无废、少废、节能、节水的高新技术,提高资源、能源利用率;开展核能、太阳能、地热能、海洋能的开发利用。这就要发展高科技,用高科技培育生态产业,建立“清洁生产”的完整体系,提高产品的科技含量。例如,开发绿色食品(生态食品),不仅在农作物种植、饲养及食品加工全过程,必须符合绿色食品的生产操作规程,而且产品的主要原料产地,必须符合绿色食品的生态环境标准,没有工业的直接污染和污染源,符合绿色食品的大气标准、土壤标准、水质标准。其次,要开展基地建设,培育主导产品,并促进产品的

系列化。有些生态产品如食品,就要从初级产品向深加工方向发展,既能增加产品的花色,又能增加产品的附加值,提高经济效益。我国现在已有生态农业试点村和农场 1 000 多个,试点乡 300 多个,试点县 100 多个,还需要继续提高生态科技水平,提高基地的专业化水平。第三,要向专业化、集团化方向发展。我国现在虽有“环保企业”(生态企业)4 000 余家,但大多是中小型企业 and 乡镇企业,技术素质不高,产品结构不合理,质量也不高。因此,必须向专业化、集团化方向发展,有些中、小企业,要采取联合、兼并等方式,提高企业整体素质。也只有形成规模经济,才能更好地利用高科技,取得规模效益。

还要发展“绿色市场”。发展生态产业,不止于发展生产企业,而应该包括营销企业在内。当代生态产业越来越发展,市场规模越来越大。早在 1994 年,世界生态产业市场规模已达 4 080 亿美元,1995 年达 5 000 亿美元,预计本世纪末可达 6 000 亿美元。在德国,绿色产品占商品的 30%,新加坡贴上绿色标签的食品达 540 多种,日本已评的绿色产品已达 2 600 种。要开拓市场,除了建立全国性的“绿色产品”开发体系外,还要建立营销网络,使“绿色市场”不断扩大并使之规模化、法制化。我们有些生态产品发展了,但市场没有扩大,在消费者中还没有形成消费群体。不少企业,生产不少“绿色食品”,但在食品商店中很少看到,没有“绿色食品”销售网点。很多消费者还不知什么是“绿色食品”,不知道“绿色食品”是否真正可靠,对身体是否真有好处?很多人不愿买。因此,除了加强生态知识宣传、降低“绿色食品”的价格外,还必须充分利用市场机制,打破地区封锁和部门分割,建立生态产品的开发体系和营销网络,疏通流通渠道,包括开拓国际市场。

要满足生态消费,必须有良好的生态环境。很多国家,花很大的力气培育绿色环境。如新加坡从 1967 年开始从各方面培育绿色环境,实施花园城市计划,现在新加坡已成为一座处处绿意盎然的世界著名的花园城市。培育良好的生态环境,不仅要治理已污染的环境,而且要从源头上培育良好的生态环境,比如,当代水污染很严重,我国也把防治水污染作为全国性重点任务。当务之急是要解决水源污染问题,大气污染、固体废弃物污染、水污染,都要从源头加以治理。这除了依靠科技进步,转变经济增长方式、节约资源与能源,减少废物排放外,还必须采取有效措施培育生态化的农村环境和城市环境。要提高森林覆盖率,从源头上保持良好的空气、水、土。我国已制定了《中国跨世纪绿色工程规划》,问题是如何具体落实,使规划成为千百万人民的具体行动。

四、提高对生态消费的认识,树立生态环境观念

江泽民同志在第四次全国环保会议的讲话中指出,环境意识和环境质量如何,是衡量一个国家和民族文明程度的一个重要标志。因此,要把生态消费提到文明、提到生态文化、生态文明的高度来认识。保护、培育生态环境,实现生态消费,实现人与自然的共同繁荣,反映了高层次的生态文化,反映了新的生态文明。有人说:“环境污染是文化上的熵污染,生态危机是文化上的熵危机。”破坏生态平衡,破坏生态消费,不仅是“反自

然”的,也是“反文化”、“反文明”的。我们讲发展,不能只讲经济的发展,还必须讲社会文化、社会文明的发展。发展经济学家E·佩鲁指出:“企图把共同的经济目标同他们的文化环境分开,最终会以失败告终”,“如果脱离了它的文化基础,任何一种经济概念都不可能得到彻底深入思考”。罗马大学教授E·玛西妮进一步认为,以前的发展理论首先考虑的是经济,却忽视了人类生活的最终层面即文化层面……文化层面包含了人们最坚定不移的一部分信息,由于它们的价值观念赖以形成的基础,因而它成为认识发展问题及主要方面的基点。要从文明的高度、从文化的高度、从两个文明建设协调发展的高度来对待生态环境和生态消费。

到目前为止,我们很多人的环保意识、生态意识还是很薄弱的。特别是农村,还有很多人不知环保是怎么回事。据有人调查:我国城乡居民有67.6%的人根本不知道“世界环境日”这回事,有52.4%的人没听说过“酸雨”这个名词。因此,需要大力宣传生态环境知识,需要更新观念,提高全民环境意识、生态意识。近年来,我国已有一些学者提出:“要改变观念,首先要树立人与自然必须持续协调发展的意识”,需要“全面的思想革命和观念更新”。¹⁰

要提高全民环境意识、生态意识,除了加强价值观的教育外,还需要加强环保教育和生态文明教育。1992年6月联合国环境与发展大会上通过的《21世纪议程》中有一章专讲环境教育问题,提出:“从小学学龄到成年都接受环境与发展的教育”,“鼓励大学设立对环境有影响的跨学科课程”。我们应该把生态环境教育内容逐步落实到教育体系和教育计划之中,落实到地区的社会发展计划之中。最近,我国不少省市已开始认识提高全民环境意识、生态意识的重要性,并采取具体措施。如最近上海提出,在2010年以前“基本形成以人的全面发展为中心的社会发展体系和人与自然高度和谐的生态环境。实现经济效益、社会效益和环境效益的可持续发展基础上的协调统一,实现精神文明和物质文明的高度统一。”

还有个值得研究的问题:人的生态需要既然是最基本、最重要的消费需要,那就应该把它作为消费者的一项基本权利,加以保护。十多年前,我曾经提出:消费者还应该“有‘保障有益于健康的环境的权利’”。把“保障人的生态需要”作为消费者应享的权利,不仅有利于加强消费教育,把环境教育、生态教育纳入消费教育之中,充实消费教育内容,而且有利于树立全民的可持续发展的观念,树立文明消费和生态文明的观念。因此,我们的消费教育的内容,除了消费观念、商品知识、消费知识以及消费法规等方面的知识外,还应该包括生态环境和生态消费知识。

这里还要强调的是:落实生态环境的战略目标,必须强调法制化,严格执行有关法规。中国古代对保护环境,历来是峻法严刑。西周颁发了《伐崇令》。规定“毋坏屋,毋填井,毋伐树木,毋动六畜。有不如令者,死,无赦。”可见要求很严格。我国这几年,已制定了一系列有关环境保护的法规,还提出了《跨世纪绿色工程规划》。我们要像中国古代那样,严厉执法,真正做到有法必依,执法必严,违法必究!在落实生态法规的基础上,建立

生态经济新秩序,形成生态文明的社会规范。

人是社会的主体,是经济文化的主体。社会发展应该充分体现主体的能力,一切经济、文化活动应该以人为中心。1994年9月在埃及首都开罗召开的世界人口与发展首脑会议上,通过了《宣言》和《行动纲领》,提出社会发展“以人为中心”,“社会发展的最终目标是改善和提高全体人民的生活质量”,“人民是可持续发展的中心课题”(见《行动纲领》第8条、《宣言》第8条)。我在前几年也提出:“这种以人为中心的发展,使一切经济活动的目的为了人,落脚点在于人,这才是社会经济发展的最终目的”,“经济学的研究,决不是只局限于经济增长……必着重研究人,研究人的全面发展,社会的全面进步,这才是当代经济学的发展方向”¹²。这些都说明,社会、经济的发展的最终目的在于人的发展,在于满足人的需要,包括生态需要在内。知识经济正是人的作用得到空前发挥的时代。随着人的物质文化需要和生态需要不断得到满足,消费质量不断提高,人的素质不断提高,正体现了以人为中心的知识经济时代的客观要求。

马克思说:“任何一种解放都是把人的世界和人的关系还给人自己”¹³。知识化、生态化紧密结合的知识经济,正适应人类满足生态消费的要求。我们要发展生态产业,促进生态平衡,发展生态消费,满足人们的生态需要,实现马克思所说的获得人的“解放”,实现生态环境、社会、经济协调发展,实现由必然王国向自然王国的飞跃,迎接知识经济的到来。

注释:

- 尹世杰:《消费需要论》,267、269页,长沙,湖南出版社,1993。
- 《马克思恩格斯全集》,中文版,第42卷,120页,北京,人民出版社,1979。
- 《马克思恩格斯选集》,中文版,第3卷,518页,北京,人民出版社,1972。
- 吴季松:《21世纪社会的新趋势——知识经济》,110页,北京,科学技术出版社,1998。
- 陶德言:《知识经济浪潮》,515页,北京,中国城市出版社,1998。
- 尹世杰:《论生态需要》,载《光明日报》,1998-01-28。
- 转引自:李悦主编:《产业经济学》,597页,北京,中国人民大学出版社,1998。
- 佩鲁:《新发展观》,中文版,185~186页,北京,华夏出版社,1987。
- 《世纪话题说环保》,载《中国消费报》,1996-06-08。
- 10周光召:《将绿色科技纳入我国科技发展总体规范中》,载《绿色周刊》,1995(10)。
- 11尹世杰:《关于维护消费者权益的几个问题》,载《河北学刊》,1985(6)。
- 12尹世杰:《当代经济学应加强对人的研究》,载《经济学动态》,1996(8)。
- 13《马克思恩格斯全集》,中文版,第1卷,443页,北京,人民出版社,1956。

(作者单位:湖南师范大学消费经济研究所 长沙 410081)
(责任编辑:曾国安)