

消费统计学

主 编 云瑞群

副主编 万寿桥

吴明礼 王瑞兰 陆 军 陈年红

经济科学出版社

前 言

消费，曾经是长期受到忽视的一个经济领域。党的十一届三中全会以后，经济建设指导思想的拨乱反正，使消费在国民经济中的地位突出了，这就向统计学界提出了建立一门消费统计学科的重大研究课题。基于这一认识，当六年以前尹世杰教授所主编的我国第一部消费经济学专著——《社会主义消费经济学》出版后，我们就积极开展消费统计的研究。经过几年的努力，《消费统计学》的第一稿于1987年10月写成，用以作为计统系本科消费统计学课程的教材，经过两年试用，这次又作了力所能及的修改。

参加本书编写的有云瑞群、万寿桥、吴明礼、王瑞兰、陆军、陈年红等六人。各人分工如下：云瑞群担任主编，并撰写第一章及第四章1—4节，第六章1、2、3、5节；万寿桥担任副主编并撰写第三章及第四章第五节；吴明礼撰写第五章及第二章2—3节；王瑞兰撰写第二章第1、4、5、6节；陈年红撰写第七章及第六章第4节；陆军撰写第八章。全书由云瑞群总纂定稿。

本书的编写出版工作得到安徽财贸学院计统系、科研处和科技咨询开发公司的大力支持，经济科学出版社葛冰同志为本书的编辑作了大量的工作，特别是孙冶方著作奖首届获得者、著名消费经济学家尹世杰教授在百忙中为本书撰序，使我们深受鼓舞。在此谨致以衷心谢意。

消费统计学是一门新的学科，编者又受水平限制，本书无论在体系和内容方面都很不成熟，肯定会存在不少缺点以至错误，敬希广大读者和专家批评指正。我们希望，这本书的

出版能对建立和发展这门新学科起一点抛砖引玉的作用。我们期待，在不久的将来将会有更多的高水平的消费统计学方面的专著问世。

编者
1989年9月

序

在我国，消费经济学还是一门很年轻的新学科。建立在消费经济学理论基础上的消费统计学，更是年轻了。国内研究这门新学科的人还很少，这方面的教材、专著更属凤毛麟角。但随着商品经济的发展，消费问题的研究越来越重要。如何通过统计调查，为社会经济进行宏观决策提供必要的信息；如何通过统计分析来揭示人民的消费状况及其发展趋势；并进而揭示消费领域的运动规律。这些都需要加强消费统计工作，特别是加强消费统计学的研究。云瑞群等同志编写的这本《消费统计学》，就是适应这些迫切需要而问世的。

这本书的重要特点之一，是在马克思主义经济理论的指导下，将消费经济理论与统计理论紧密地结合起来。例如，在论证消费统计学的性质时，是以消费在社会再生产过程中的地位和作用以及消费与再生产其它环节的联系的阐述为基础，进而论述消费统计学是联系国民经济总体的一门综合性的统计学科。也基于这一点，书中所介绍的分析方法，不是孤立地就消费论消费，而是紧密联系生产、分配、流通领域进行综合分析；在消费统计指标的设计中，既以直接反映消费的统计指标为主，而又设置了必要的国民经济综合指标，以及生产、分配、流通领域各部门的有关指标，从而构造了一套从不同侧面观察、分析宏观和微观消费状况的指标体系。

这本书的另一重要特点，是根据商品经济发展的新情况、新问题，对统计领域的一些新课题作了新的探索，如精

神消费统计，闲暇消费统计，消费效益统计，劳务消费统计等，既是统计领域研究的空白或薄弱环节，又是消费经济领域亟需解决的课题。

这本书还有个重要特点，是突出了消费统计分析。消费统计分析和预测在本书中有较大的份量。许多统计理论和方法，均尽量使之落实到消费统计分析中去。书中还紧密结合我国实际，着力介绍那些经过实践检验证明行之有效的外国分析方法，如消费需求增量分析法，罗伦茨曲线和基尼系数，恩格尔双对数模型，线性和扩大线性支出系统等常用于消费水平、消费结构分析的函数。

总之，这本书能够深入浅出地阐述消费统计学的基本原理和方法，内容比较系统，分析比较清楚，它的出版将对消费经济的研究起到重要推动作用。

当然，这门学科毕竟处于初创阶段，许多问题还需要进一步研究，需要继续进行新的探索。消费经济学理论需要发展，需要提高。消费统计学这门年轻的学科，也需要发展，需要提高。我们相信，在这些学科领域里，将不断放出异彩，云瑞群等同志也将作出新的贡献。

尹世杰

1989年8月

于湘潭大学消费经济研究所

目 录

第一章 总 论	(1)
第一节 建立社会主义消费统计学的客观必然性	(1)
第二节 消费统计学的研究对象	(5)
第三节 消费统计学的内容和指标体系	(12)
第二章 居民家庭消费统计	(20)
第一节 居民家庭消费统计的意义	(20)
第二节 抽取样本单位的一般组织形式	(25)
第三节 居民家庭消费统计的抽样方法	(37)
第四节 居民家庭消费的统计分组	(50)
第五节 居民家庭消费统计的指标体系	(54)
第六节 住户调查统计资料的运用	(62)
第三章 消费需求统计	(68)
第一节 消费需求统计的意义	(68)
第二节 消费需求的分类和影响消费需求的因素	(71)
第三节 消费需求统计指标体系及计算方法	(75)
第四节 消费需求统计分析	(89)
第四章 人民生活水平统计	(102)
第一节 消费额统计	(102)
第二节 劳动报酬和福利统计	(109)
第三节 劳务消费统计	(116)

第四节	精神消费统计	(125)
第五节	闲暇消费统计	(131)
第五章	消费指数	(140)
第一节	消费指数的意义和内容	(140)
第二节	消费物价指数	(141)
第三节	消费能力指数	(158)
第四节	消费指数分析	(163)
第六章	消费统计分析	(169)
第一节	消费统计分析的基本问题	(169)
第二节	消费水平统计分析	(171)
第三节	消费结构分析	(178)
第四节	消费效益分析	(190)
第五节	消费需求增量分析	(195)
第七章	消费统计预测	(208)
第一节	消费统计预测的意义	(208)
第二节	时间序列预测	(215)
第三节	回归预测和消费预测模型	(229)
第四节	统计预测方法在消费预测中的运用	(240)
第八章	苏联及东欧国家的消费统计	(260)
第一节	苏联及东欧国家的消费统计指标体系	(260)
第二节	与消费有关的收入指标统计方法	(262)
第三节	消费统计指标统计方法	(267)
第四节	消费统计分析的一般方法	(276)
第五节	对苏联东欧国家消费统计的评价	(282)

第一章 总 论

第一节 建立社会主义消费统计 学的客观必然性

一、正确认识消费在社会再生产中的重要作用

马克思关于生产、分配、交换、消费四环节的社会再生产的理论，对于社会主义建设有着重大的理论意义和实践意义。马克思的再生产理论全面阐明了再生产过程四个环节的内在联系，阐明了生产同消费对立统一的关系。对此我们应该有一个全面的认识。

首先，必须认识到在两者关系中，生产对消费是起决定作用的。马克思说：“生产决定着消费：（1）是由于生产为消费创造材料，（2）是由于生产决定消费的方式，（3）是由于生产靠它起初当作对象生产出来的产品在消费者身上引起需要。因而，它生产出消费的对象、消费的方式和消费的动力”。①马克思的这段话包括以下几重含义：

第一，生产为消费提供对象，决定着消费的水平 和 结构。生产“为消费提供材料、对象，消费而无对象，不成为其消费，因而，生产在这方面创造出、生产出消费。”②

第二，生产决定着消费的方式。“饥饿总是饥饿，但是用刀叉来吃熟肉来解除的饥饿不同于用手、指甲和牙齿啃生肉来解决的饥饿。”③简言之，生产提供一定的消费对象，消费者消费这些对象时，对象本身就规定着一定的消费方式。

第三，生产生产出消费的动力和消费者能力。“生产不

①②③《马克思恩格斯选集》第2卷第94、95页。

仅为需要提供材料，而且它也为材料提供需要……生产不仅为主体生产对象，而且也为对象生产主体。”①这说明生产出来的消费品引起了消费者的需要，从而创造出消费的动力。生产越发展，提供的消费品越是丰富，消费的动力也就越大，消费者的消费能力也就越是全面和丰富，因此说生产生产出消费者。

其次，必须同时看到消费不是简单地被生产所决定，消费对生产还具有一定的反作用。这种反作用表现在以下方面：

第一，消费是生产的目的。不论社会生产方式如何，消费都是生产发展的动力。一切生产都是以消费为最终目的的生产。在资本主义下，攫取剩余价值满足资本家阶级寄生性的奢侈消费，是资本主义生产力的动力；在社会主义条件下，不断提高劳动者的消费水平，是社会主义的生产目的。

“没有消费，也就没有生产，因为如果这样，生产就没有目的。”②列宁有一句脍炙人口的名言：“社会主义社会是一个为了消费而有计划组织生产的大消费合作社”。③我国建国以来的社会主义建设实践使人们愈来愈清晰地认识到，组织生产必须讲究经济效益，归根到底是为了最大限度地满足人民群众不断增长的物质和文化生活需要。这是社会主义基本经济规律的客观要求。

第二，消费是生产的要素。一切生产都具有两个方面的性质。一方面，生产是物质资料的生产，消费成为生产的目的，消费是作为生产的对立统一方面出现的；另一方面，生产又是劳动力的再生产，消费的实现使得劳动者能够恢复和发展体力和智力，使生产得以延续。因此，马克思又说：

①《马克思恩格斯选集》第2卷95页。

②《马克思恩格斯选集》第2卷第102页。

③《列宁全集》第9卷356页。

“消费表现为生产的要素”，“消费直接也是生产”。①在社会主义下，生产资料公有制消灭了生产同消费的对抗性矛盾，生产者就是消费者，消费作为生产的要素这一重要性质就更加显而易见了。

第三，消费对生产具有积极的能动作用。在社会再生产过程中，生产表现为起点，消费表现为终点，分配和交换属于中间环节，生产决定着包括消费在内的其它三个环节。但是，生产的作用具有一定的相对性。“生产就其片面形式来说也决定于其他要素”。“消费的需要决定着生产”。②我们还应该看到，生产表现为起点，消费表现为终点同样也是相对的。如果从社会再生产周而复始运动的状态中去考察，消费既是前一过程的终结，又是后一过程的先导。生产和消费在一定条件下的这种位置转换，也是它们辩证统一关系的反映。

对于消费在社会再生产和国民经济建设中的重要性的正确认识，在我们国家，却是经历了一个曲折过程。在党的十一届三中全会以前，理论上的认识片面导致了实践中的失误。长期以来，重生产、轻消费成为社会主义经济建设的重要指导思想，经济建设的高速度，并没有产生实际的效益，相反地伴随而来的却是消费发展的滞缓。十一届三中全会以后，拨乱反正，人们经过了沉痛的反思，对消费在社会再生产过程中的重要作用，才有了深刻的理解。

二、建立社会主义消费统计学的客观必然性

我国在大力发展自然科学的同时，十分重视发展社会科学，加强政治经济学、部门经济学、管理学……等的研究。要求社会科学工作者努力阐明和解决我国社会主义现代化建设

①《马克思恩格斯选集》第2卷第9793页。

②《马克思恩格斯选集》第2卷第102页。

中提出的重大理论问题和重大实际问题。但长期以来,我国经济学界在“左”的影响下,对消费关系的研究,始终是一个薄弱环节。在粉碎“四人帮”以前,不仅没有发表过一本系统阐述社会主义消费关系及其变化规律的专著,就是在报刊上发表的研究消费问题的文章也是凤毛麟角。从另外一个方面来看。由于实行统购包销政策,生产厂家和商业部门都不重视消费者的要求,不重视对消费需求的调查研究,商品品种单调,质量不高,不适销不对路,库存严重积压。在国民经济宏观管理中,重积累轻消费,重速度轻效益,重生产轻生活,人民消费水平提高缓慢,消费理论研究的贫困,必然导致经济工作的失误。

党的十一届三中全会以来,我国经济建设适应社会主义有计划商品经济的需要,执行了对外开放对内搞活经济的方针,并持续深入地进行经济体制改革。在国民经济的长期计划中,确立了到本世纪末达到小康消费水平的战略目标。宏观管理战略方针的贯彻和战略目标的实施,都要求产生一门科学对消费规律进行深入的研究,对生产关系的一个重要侧面——消费关系中的一系列问题,从理论高度去给予说明。这样,一门崭新的理论经济学科——消费经济学就是在几年以前应运而生的。

但是,研究任何经济问题,仅有定性的研究而没有定量的分析,是不可能深入事物本质的。任何事物都存在着质和量两个对立统一方面,只有从质的研究出发,通过量的分析,才能达到对度的把握——掌握事物发展的数量界限。消费经济学作为理论经济学科,其主要任务是对消费关系、消费规律进行质的规定性的研究。对于消费量的分析,只能通过应用经济学科的统计学去承担。

我国的社会主义经济统计学是建国初期从苏联移植过来的,已经有三十多年的历史了。多年来虽然陆续建立起门类

众多的应用统计学，但是迄今为止，经济统计学科的各个分支仍然只停留在生产领域和流通领域，唯独没有伸进消费领域，上层建筑是经济基础的反映，这种现象实际上是僵化模式在统计学科建设上的反映。如今，建立一门对消费问题进行定量分析的新学科——社会主义消费统计学，条件已经成熟；第一，经过十一届三中全会以来思想理论方面的拨乱反正，消费在社会再生产和国民经济建设中的重要地位和作用已经得到确认，经济建设的发展和经济体制改革的要求使对消费问题的研究刻不容缓，因此，建立这样一门新学科已经成为当务之急；第二，消费经济学的建立，消费经济理论研究的广泛开展，又为建立一门社会主义消费统计学提供了必要的理论条件。

第二节 消费统计学的研究对象

一、消费统计学的性质

理论是实践的反映和升华。一切经济学科都是受它所研究的客观现象所制约的，因此消费统计学的性质是同消费的特点和性质紧密联系的。

（一）消费统计学是一门具有鲜明社会属性的学科。

消费是一个具有鲜明社会属性的经济范畴。任何时候，人们总是生活于一定的社会方式之中，任何人都不可能像鲁滨逊那样离群索居。马克思说：“我们对于需要和享受是以社会的尺度，而不是以满足它们的物品去衡量的。因为我们的需要和享受具有社会性质”。^①既然人们生活在社会之中，那么人们的生活需要必定要受到一定社会条件的制约。生产

^①《马克思恩格斯选集》第1卷第368页。

资料所有制形式，政治制度，民族传统文化，道德和习俗，宗教信仰等经济基础和上层建筑等多方面的因素，都会在不同程度上直接地或间接地影响着人们的消费。例如，社会主义同资本主义两种制度由于根本性质的不同，决定着两种生产方式下的消费性质、规模、水平和结构的差异；又如在我国条件下，不同时期经济方针、政策的变化，也会直接制约着人民的消费水平和消费的结构。可以说，社会条件、社会因素对消费的影响，几乎是无所不在的。综上所述，研究消费实际上是研究生产关系在消费领域里的反映，是把消费关系作为生产关系的一个重要方面来考察的，因此生产关系的社会性必然会通过消费反映出来。

（二）消费统计学是一门综合性的学科。

在社会统计学学科体系中，系统阐明统计基本理论与方法的学科是社会经济统计学原理，其他分支学科可分为两类；一类是以一定的经济部门为范围的学科，如工业、农业、商业、交通运输、基本建设等统计学，这类学科属于部门统计学；另一类是以涉及整个国民经济某些数量关系为研究对象的学科如经济统计学、国民经济综合平衡统计学等，这类跨部门的学科属于综合性的应用统计学。显然，消费统计学应该属于后者。众所周知，消费并不是一个国民经济部门。从再生产过程来看，它是一个环节；从它所处的地位来看，它是一个领域。消费具有强烈的渗透性，一方面人类要生存繁衍，离不开消费，消费是满足人们各种需要（包括生理上和精神上的需要）的唯一手段，因此消费渗透于每个人的日常生活之中；另一方面，消费还渗透于整个国民经济部门，任何一个物质生产部门要使再生产哪怕是简单再生产延续下去，都离不开生活消费，同样任何一个非物质生产部门如果离开了生活消费，就无法进行活动。消费这种无孔不入的渗透性，必然导致对消费的统计研究涉及众多的国民经济

部门，开展综合的研究分析。

在我国过去的统计实践中，对于消费领域的数量关系，并不是全无反映。例如国家统计系统中所组织的购买力统计，城乡居民生活调查，消费基金统计等均属消费统计范畴，但是这些统计分属于统计机构的不同的职能部门，往往口径不一，互不协调，零散而不系统。这就需要有一门统计学科把来自不同渠道的消费信息组织到一起进行综合研究，从理论高度对丰富的实践内容进行概括。

由此可见，消费统计学的综合性是以消费自身的性质和消费统计的实践为基础的。

（三）消费统计学兼有社会统计和经济统计的特性。

对消费的统计研究，可以从消费的基本单位——消费者个人和家庭来进行，也可以把整个国民经济即社会再生产过程作为研究对象，研究整个经济运行中的各类关系。传统的观点认为，社会经济统计学科有两大类，一类是以反映人民物质文化生活等社会现象为主的社会统计，如人口统计、教育统计、卫生统计等；一类是以反映经济活动为主的经济统计，如各个经济部门的统计。消费统计既反映人的消费状况，又反映消费的经济关系，消费统计学兼有社会统计和经济统计两重性质。因此消费统计学应该将举凡有关反映消费数量关系的内容兼收并蓄，精筛细选，按照这些内容的内在联系，组织起自己的体系。

二、消费统计学的研究对象

消费统计学是社会主义经济统计学科体系中的一个组成部分，它以消费关系的数量方面为研究对象。消费关系是生产关系的一个重要方面。对消费关系的研究可以从质和量两个方面分别进行。消费经济学是研究消费关系质的规定性的学科，而消费统计学则是以消费经济学对社会主义消费关系

本质的理论阐述为依据，从量的方面对消费关系进行研究。消费统计学研究消费数量关系，其内涵既包括社会主义下消费的规模、水平、结构、速度等消费的数量表现形式，也包括消费同国民经济中其他要素和环节的比例关系。

在以往关于统计学研究对象的讨论中，不少同志把学科的对象同学科的内容相混淆，以致认为社会经济统计学是以统计理论与方法为研究对象的学科。我认为学科的研究对象是学科指导思想的核心，是居于第一位的。内容和方法都要受对象的制约，自然科学领域是这样，社会科学领域也是这样，众所周知，数学以抽象的数量关系为研究对象，反映各种抽象数量关系的定理、公式、图象等则是其主要内容；数理统计学以随机变量为研究对象，对随机变量进行统计分析的理论和方法则是其主要内容，同样。消费统计学以消费的数量关系为研究对象，那么，揭示这种数量关系的理论和方法，当然也就顺理成章地成为这门学科的主要内容。由此可见，消费统计学是以社会主义消费的数量关系为研究对象的方法论学科。

消费统计学的研究对象具有广泛性和复杂性的特点，这是由消费同其他经济要素相互联系相互制约的关系所决定的。影响消费的因素是复杂的，离开这些复杂因素，孤立地研究消费问题，只能描述现象的表现，而不能开展实质性的分析。因此，必须从广泛的密切联系中去进行研究。

第一，联系生产领域和流通领域，从生产、分配、交换、消费四环节的联系中去认识消费运动的变化规律。

第二，联系消费外部有关国民经济重大比例关系，如社会总需求和总供给的平衡关系，积累和消费的比例关系，第一部类生产和第二部类生产间的比例关系等去考察这些比例关系对消费的影响。

第三，联系社会人口增长、城乡居民收入、工资政策和

工资水平、物价政策和价格水平等，研究这些因素同消费的变动关系。

第四，联系消费的主体——消费者的生理需求、心理状态、宗教习俗、文化素质和消费的客体——消费品的自然属性（使用价值）内在质量和包装等，掌握影响的规律，以更好地为消费者服务。

第五，还要联系上层建筑领域中某些方面，如教育、文化艺术、道德观念，审美观点等精神文明因素，研究这些因素对消费的影响等等。

三、消费统计学的研究范围

消费统计学的研究范围，从总的方面说，是经济运行的消费领域。这就是说其范围仅限于生活消费，不包括生产消费。那么消费统计研究是否包括劳务消费在内呢？这是界定消费统计学研究范围的一个关键问题。对消费统计学研究范围的探讨，实际上是消费统计学研究对象的延伸和深入。

消费统计学的研究范围应该包括劳务消费在内，这是因为：

第一，劳务是以提供劳动满足人们某种特殊需要的活动，生活消费离不开劳务活动。“任何时候，在消费品中，除了以商品形式存在的消费品以外，还包括一定量的以服务形式存在的消费品。”^①这就是说，在消费领域中，客观地存在着两种消费品，一种是物质形式消费品，一种是“活动”形式的消费品，显然，消费品一词的涵义中就已经包括消费劳务在内。

第二，“服务本身有使用价值，由于它们的生产费用，也有交换价值。”^②有些劳务直接参加商品价值的生产和实

①《马克思恩格斯全集》第26卷Ⅲ第160页。

②《马克思恩格斯全集》第26卷Ⅲ第160页。

现，如商业、服务业、公用事业等，有些劳务虽然不参与价值的生产和实现过程，如教育、医疗卫生方面的劳务，但把这些劳务又作用于劳动能力，间接地参加了价值的创造。

第三，非物质生产领域中的劳务领域是消费基金的一个重要分配去向，例如，用于发展科学，文化，教育方面的费用，是劳务生产的费用，因此必须相应地对劳务消费进行统计核算。

第四，劳务消费不断增长，它在整个消费中比重不断提高是社会经济发展的必然趋势。因此，研究总供给和总需求的平衡，必须将劳务消费纳入国民经济总体核算体系，解决劳务供给和劳务需求的平衡问题。这是总供给和总需求平衡的重要组成部分和必要条件。

附带指出，消费统计学所要研究的劳务消费，只限于作为商品的那部分劳务消费，它不研究属于自我服务性的家务劳动。

消费统计学的研究范围虽然仅限于生活消费领域，但由于生产是消费的前提，流通是消费实现的媒介，所以消费统计学的研究还必须联系生产领域和流通领域中影响消费的有关要素，据以进行全面系统的分析，以深刻揭示消费关系的本质及其运动规律。

四、消费统计学的研究方法

消费统计学对消费数量关系的研究是以确定社会现象质的特征为前提的，必须依据历史唯物论和马克思主义政治经济学所阐明社会经济现象的性质和发展规律来进行现象数量关系的研究，才能卓有成效。因此，辩证唯物主义和马克思主义政治经济学是社会主义消费统计学的理论基础。

科学研究，需要正确的方法，由于消费统计学是一门应用的统计学科，在整个经济学科体系中，它处于较高的层次，因