

中观消费 经济研究

余 颂 著

贵州人民出版社

ZHONGGUAN XIAOFEI JINGJI YANJIU

图书在版编目(CIP)数据

中观消费经济研究/余颂著. —贵阳:贵州人民出版社, 2002. 1

ISBN7-221-05681-1

I. 中... II. 余... III. 消费经济学: 中观经济学
IV. F014. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 087464 号

责任编辑 程 立

封面设计 徐学廉

书 名 中观消费经济研究

著 者 余 颂

出版发行 贵州人民出版社

社址邮编 贵阳市中华北路 289 号 550001

印 刷 贵州兴隆印务有限责任公司

850×1168 毫米 32 开本 11.75 印张 310 千字

2002 年 2 月第 1 版 2002 年 2 月第 1 次印刷

印 数 1—1000 册

ISBN7-221-05681-1/F·303 定价: 25.00 元

前 言

人类要生存与发展,首先就要进行物质生活消费和精神生活消费,因此,消费是人类存在和发展的永恒的、常青的主题。同时,消费也是经济发展、文化繁荣、社会文明和人类进步的结合点,是人类从事一切社会经济活动的出发点和落脚点。在 21 世纪,人类必将越来越重视对消费经济领域的研究与探索。

跨入 21 世纪,中国开始进入全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的新的发展阶段。不断提高城乡居民的消费生活水平和生活质量,不仅将成为党和政府的一项长期而重大的任务,而且是社会主义的本质要求和发展社会经济的根本目的。

21 世纪是知识经济大发展的时代,同时也是消费力和消费质量大提高的时代。为此,我国区域消费经济的蓬勃发展,居民消费生活的深刻变化,可持续消费模式的亟待勃兴,消费体制改革的不断深入,正强烈地召唤和催促着消费经济理论的繁荣及其向纵深拓展。《中观消费经济研究》一书,正是在这样的背景下作为一株“幼苗”破土而出的。

中国地域广袤,民族众多,人口 13 亿。人口最多的省级区域就有 1 亿人,人口最少的省级区域也有 250 多万人。整个中国的面积与拥有 40 多个国家的欧洲几乎相等。尤其是东、西、南、北、中等区域,无论自然条件(国土资源、自然资源和地理环境等)和社会条件(人口、教育、科技、历史文化、民族传统、宗教信仰、伦理道理、风俗习惯等),还是经济条件(生产力水平、经济发展程度、市场发育状况等)和对外条件(对区外和国外的经济联系、开放程度等),都存

在着显著差异。这些确定性因素与不确定性因素的长期交互作用和影响,共同导致了在同一国度里的各区域的消费千姿百态、变化多样,并产生出迥然不同的消费观念、消费心理、消费习俗、消费行为和消费方式,呈现出消费水平和消费结构层次盘根错节地混杂在一起的格局,其差异性为世界之最。可见,在这种区域消费状态千差万别的大国中,展开并加强对中观消费经济的研究,无疑具有现实性和迫切性。

长期以来,人们根据考察对象和研究范围的不同,把我国的消费经济分为宏观消费经济和微观消费经济,并对它们进行了深入的探讨和系统的研究,形成了相对完整的理论体系。然而遗憾的是,对中观消费经济则一直是一个十分薄弱的认识领域。有鉴于此,笔者经过多年的酝酿与耕耘,终于把《中观消费经济研究》这一科研成果奉献于读者面前。

1987年,笔者在湘潭大学消费经济研究所学习期间,就开始涉足中观消费经济领域的有关问题,并在导师尹世杰教授的指导下发表了一些学术论文;研究生毕业后,也一直在从事这一方面的教学与科研工作。本书就是笔者所承担的贵州省哲学社会科学规划研究课题的最终成果。

《中观消费经济研究》作为著述,在体系的构思、结构的设计、观点的提炼、理论的阐述、实证的分析等方面都带有探索性。同时,笔者也深知,对中观消费经济的研究尚有诸多没有深入或没有涉及到的方面。尤其是在研究过程中,倍感力所难及,水平有限,不妥之处,敬请同仁不吝赐教。

本书在写作过程中曾参考了国内外的有关文献资料,在此,仅向有关作者鸣谢!

作 者

2001年11月于贵阳

目 录

前 言	(1)
第一章 引 论	(1)
一、中观消费经济的一般特征	(2)
二、研究中观消费经济的必要性和重要性	(7)
三、研究中观消费经济的基本任务	(12)
四、研究中观消费经济的方法体系	(13)
第二章 中观消费与功能	(26)
一、中观消费规模	(27)
二、中观消费水平	(29)
三、中观消费结构	(39)
四、中观消费功能	(48)
第三章 中观精神文化消费	(52)
一、研究中观精神文化消费的重要性	(52)
二、精神文化消费的特点	(56)
三、中观精神文化消费的功能	(60)
四、中观精神文化消费领域存在的问题及原因	(64)
五、中观精神文化消费的引导与调控对策	(74)
第四章 中观消费经济运行的制约因素	(91)
一、自然条件	(91)
二、经济条件	(102)
三、社会条件	(112)

四、政治条件	(124)
五、外部条件	(124)
第五章 中观消费决策	(126)
一、中观消费决策的任务	(126)
二、中观消费决策体系及其作用	(128)
三、中观消费决策的原则	(132)
四、中观消费决策的方法与模型	(136)
第六章 中观消费发展战略	(148)
一、中观消费发展战略及其构成要素	(151)
二、中观消费发展战略的特征	(169)
三、中观消费发展战略的类型与选择	(171)
四、确定中观消费发展战略的依据	(173)
五、制定中观消费发展战略的原则	(177)
六、编制中观消费发展战略的程序	(179)
第七章 中观可持续消费	(183)
一、可持续发展理论的形成	(184)
二、中国可持续发展战略——《中国 21 世纪议程》	(186)
三、可持续消费的基本理论	(192)
四、中观可持续消费的内容和特点	(199)
五、中观可持续消费的实施对策	(203)
第八章 中观消费调控机制	(223)
一、中观消费调控机制的必要性	(223)
二、中观消费调控机制的地位与作用	(229)
三、中观消费调控的任务和目标	(234)
四、中观消费调控手段系统	(237)
五、各种调控手段的综合运用	(246)
第九章 中观消费政策	(252)
一、中观消费政策体系及其属性	(253)

二、中观消费政策的效用	(258)
三、制定中观消费政策的依据	(261)
四、制定中观消费政策的原则	(264)
五、中观消费政策的运作程序	(268)
六、各种消费政策及其协调方式	(272)
第十章 中观消费监督	(285)
一、中观消费监督及其构成要素	(285)
二、中观消费监督的内容	(293)
三、中观消费监督的必要性	(298)
四、中观消费监督的特性	(301)
五、中观消费监督的职能	(303)
六、中观消费监督存在的主要问题	(304)
七、强化中观消费监督的对策	(307)
第十一章 中观消费监测与预警	(320)
一、中观消费监测的内容	(321)
二、中观消费监测指标体系的设计	(325)
三、中观消费景气分析	(337)
四、中观消费监测评价方法	(338)
五、中观消费预警及其运作过程	(339)
附录一：构建中观消费调控机制的对策	(344)
附录二：关于构建中观消费经济学的几个问题	(352)
主要参考书目	(360)

第一章 引 论

长期以来,人们根据考察对象和研究范围的不同,把我国的消费经济分为宏观消费经济和微观消费经济,并对它们进行了深入的探讨和系统的研究,形成了相对完整的理论体系。但对中观消费经济,则一直是一个薄弱的认识领域。迄今,我们仍然可以毫不夸张地说,研究中观消费经济还是一个新开拓的领域。

一般说来,宏观消费经济是指一个国家的总体消费活动,涉及的是消费经济的总量和具有总量意义的重大比例结构、相互关系及其变化,以及整个国家消费关系的性质和运动发展规律等问题。微观消费经济是指个人、家庭和消费基层单位等的个体消费活动,涉及的是个体的消费行为、消费特点、消费个量问题及其发展变化趋势。然而,在现实生活中,我们还可以从介于宏观和微观之间的角度来考察我国的消费经济现象。比如:几个省或一个省的消费活动,或者省以下的地、市、县等地的消费活动,或者跨越行政区划的经济区的消费活动,等等。这就是我们所提出的中观消费经济——区域的消费活动。在实际工作中,区域消费活动的“空间范围”有多大,可因研究的目的和任务而异。具体地说,中观消费经济,是指以区域为基本单位的消费行为、运行规则、发展方位、变动趋势、内部联系,以及与微观消费经济和宏观消费经济相关联的经济有机体。这种中观层次上的区域消费活动,存在于相对独立的一定空间和范围之内,并同区域的生产活动、流通活动和分配活动一起,有机地形成了整个区域社会再生产的不断循环。

一、中观消费经济的一般特征

在我国,中观消费经济的一般特征主要表现在以下几个方面:

(一)相对独立性

区域消费经济是按照一定的规律由各要素、各部分和各环节协同配合而构成的一个有机整体。它拥有自身的空间和界限,具有自身的特殊功能和运行规律,并含有自身的属性、特色、发展方向等质的规定性和规模、水平、结构、比例、速度、效益等量的规定性;同时,又具有相对的稳定性(即在一定时期内和一定条件下,其自身所固有的质和量的规定性保持着内在的稳定状态,并非短期内就发生突变)。区域消费经济的这一特性,使它在整个消费经济系统中具有相对的独立性。因此,任何区域在进行消费决策时,都应当立足本地、面向全国,从本区域的特点和实际条件出发,本着扬长避短、发挥优势的原则,因地制宜地安排区域的消费活动。

(二)综合性

区域消费经济是全国消费经济的一个缩影,“麻雀虽小,五脏俱全”。它既关系到物质产品的生产,又关系到精神产品(包括文化服务)的生产;既要涉及到物质产品和精神产品的流通问题,又要涉及到生活资料的分配问题;既包括吃、穿、住、用、行等方面的物质消费活动,又包括从事诸如节日、信仰、文化、教育、娱乐和游艺等方面的精神文化消费活动。可见,从区域内部结构来分析,区域消费经济具有极强的综合性特征,是一个具有综合性的经济有机体。为此,在确定区域消费发展战略、制定区域消费政策和进行中观消费调控时,我们应把区域消费经济作为一个综合的有机整体,对其进行全面系统、深入细致的调查分析,并全面地研究区域内外

的各种经济联系,从而统筹安排区域内各方面的消费活动,做好综合平衡工作,促使区域消费经济的正常运行与健康发展。

(三) 枢纽性

从理论上剖析,我国的消费经济是一个错综复杂的巨型系统,其内部的各种要素、各个部分或各个层次,一方面各具自身的特殊功能和运行规律,另一方面又彼此相互依存、相互影响和相互制约,共处于一个统一体中。其间既有总量上的宏观消费经济,又有量上的微观消费经济,在宏观与微观之间还存在着块量上的中观消费经济。没有个人、家庭和各基层单位的消费,就没有区域的消费;而没有区域的消费,也就没有整个国家的消费。

从实践中透视,一方面,一个区域消费经济运行轨迹和运行状态的变化,不仅会辐射到其他区域的消费活动,而且会波及到全国的消费活动;另一方面,一个区域消费经济的运行态势,也会在不同程度上受到全国和其他区域消费活动的影响与牵制。一般地说,没有健康的个体消费活动,就没有正常的区域消费活动;没有正常的区域消费活动,亦就不会有秩序井然的全国消费活动。可见,中观消费经济正处在承上启下、普遍关联的中介地位,具有枢纽性的特征。因此,任何区域在制定自己的消费发展战略和进行中观消费调控时,都要明确自己在整个消费经济系统中所处的位置与功能。区域消费经济发展的任何决策既要以全国的有关消费决策作为指导,又要兼顾到同级区域之间的关系;同时,还要用于指导下级地区消费经济的发展。另外,对不利于宏观消费经济发展的微观活动,中观消费经济系统应通过其作用使之衰减削弱,以防止引起宏观消费经济的波动;对有利于宏观消费经济发展的微观活动,中观消费经济系统应通过逐层扶植放大使之成长增强,形成宏观消费经济系统结构演化的助推器,从而推动宏观消费经济顺利地发展。对于宏观消费经济系统的运行目标和要求,应针对各层次情况逐

层分解,从而成为微观消费经济系统的行动指南;对各项宏观消费经济的政策、方针、措施等,应逐层强化、充实以规范微观消费经济系统的行为,从而最终实现宏观、中观和微观消费活动的协同一致。

(四)开放性

在传统的经济体制下,各区域消费经济基本上是一个自然封闭和内向循环的系统。相应地,各区域间的人、财、物、信息的交流很少,区域之间的要素变动主要是通过国家直接调拨的方式进行。改革开放以后,对内搞活与对外开放的大潮,使区域紧闭的门窗豁然洞开。中观消费经济也随之进入了一个新的开放型的经济圈之中。一方面,区域与区域之间的消费品流通和科学文化交流日益加强;另一方面,各区域也相继和不同程度地与国外许多国家或地区建立了对外经济贸易关系。可见,当今物质消费品和精神消费品的流通已大大超越了区界和国界,输入与输出的消费品川流不息。尤其是步入新世纪,中国已加入 WTO,参与国际经济大循环。而中国加入 WTO 最实质、最根本的问题就是规模更大、范围更广、层次更深地开放,是由政策性开放步入全面的体制性开放。据统计,1978 年我国的进出口依存度不到 10%,1988 年上升到 26%,而 1998 年这一指标进一步提高到了 36%,这表明中国社会经济活动的三分之一已经融入了世界经济。今后,区域消费经济的开放程度必将更大、更深。

(五)差异性

我国地域辽阔,民族众多,人口 13 亿。北方与南方、沿海与内地、城市与农村,无论自然条件和社会条件,还是经济条件和对外条件,都存在着很大差别。这就导致了在同一国度里的各区域的消费千姿百态、变化多样,并产生出迥然不同的消费观念、消费心理、

消费习俗、消费行为和消费方式,呈现出消费水平高、中、低盘根错节地混杂在一起的格局。我国各地带、各省区之间的消费差异要远比当今世界上其他大国内部的差异大得多。从我国的三大经济地带上来看,1999年东部沿海较发达地带、中部次发达地带和西部欠发达地带的人均GDP分别为10102元、5459元和4172元,三者之比是1:0.54:0.41,而且这种差距仍在继续扩大。从表1-1中不难发现,1978年中国东部地区与中、西部地区之间人均GDP的绝对差距分别为153.6元和212.9元,到1990年分别扩大到700.1元和885.8元,1999年又分别扩大到4270元和5490.9元(按当年价计算)。从相对差距来看,在1985~1999年间,东部与中部地区之间人均GDP的相对差距系数($= \text{大值} - \text{小值} / \text{大值} \times 100\%$)由32.6%迅速上升到46%,而东部与西部地区之间的相对差距系数则由45.4%急剧增加到58.7%,二者分别扩大了13.4个和13.7个百分点。更值得注意的是,1999年居民消费水平和人均GDP最高地区的上海与最低地区的贵州相比,差额分别高达6.7倍和12.5倍;2000年底,全国城市贫困人口达3000万人,农村还有3000万贫困人口,他们大部分集中在西部地区。

从总体上来看,目前我国工业化进程已开始进入钱纳里所划分的工业化中期的期中阶段。其中,东部沿海地区已开始进入工业化中期的后半阶段;中部地区已进入工业化中期的前半阶段;西部地区至今仍处于工业化的初期阶段。从发展趋势来看,在2010年乃至2020年以前,中国东部与中、西部地区人均GDP的差距还不可能会出现逐年缩小的趋势。据预测,如果今后“三大地带”人均GDP增长继续保持“九五”以来的增长态势,那么到2005年,东部与中、西部地区间人均GDP相对差距系数将提高到46.6%和61.8%;到2010年,将增加到47.1%和64.3%,比1999年分别扩大1.1个和5.6个百分点。

1978—1999 年中国“三大地带”人均 GDP 差距

表 1-1

年份	绝对差距(元)		相对差距系数(%)	
	东部与中部间	东部与西部间	东部与中部间	东部与西部间
1978	153.6	212.9	33.1	45.9
1980	183.1	255.4	32.2	44.9
1985	341.0	474.1	32.6	45.4
1990	700.1	885.8	35.6	45.1
1995	3086.1	3832.1	45.5	56.5
1999	4643.0	5930.1	46.0	58.7

资料来源:黄速建、魏后凯,《西部大开发与东中部地区发展》,经济管理出版社 2001 年版,第 20 页。

从每条地带上来看,就是在同一地带里的各个省级区域的消费水平同样存在着显著差异。从表 1-2 中的资料可以看出,同属于东部地区的上海、北京、广东等地的消费水平就要比山东、河北等地的高;同属于中部地区的湖南、湖北等地的消费水平就要比河南、山西等地的高;同属于西部地区的云南的生活水平就要比陕西、甘肃、贵州等地的高。更为甚者,即使是在一个省里,其省城、地级市和县级市之间的消费水平也参差不齐。可见,我国在经济发展过程中面临着远比一般区域不平衡发展国家更多的困难。一方面要迎接世界新技术革命的挑战,抓住有利时机加快我国社会经济的发展,不断提高人们的生活水平和改善人们的生活质量,尽快缩小与发达国家及部分发展中国家的消费差距;另一方面,要充分发挥各区域的绝对优势和比较优势,逐渐改变国内各区域之间社会经济发展极不均衡的格局,不断缩小区域间过分悬殊的消费水平差异。

1999 年部分地区居民消费水平和人均 GDP 情况

表 1-2

单位:元

地 区		居民消费水平	人均 GDP	人均 GDP(美元)
东部	上海	10328	30805	3720
	北京	5784	19803	2391
	广东	4760	11739	1418
	山东	3194	8648	1044
	河北	2312	6913	835
中部	湖北	2691	6511	786
	湖南	2594	5227	631
	河南	1902	4899	592
	山西	1833	5117	618
西部	云南	2340	4444	537
	陕西	1884	4107	496
	甘肃	1650	3595	434
	贵州	1542	2463	297
全 国		3143	6546	790

资料来源:《中国区域经济统计年鉴——2000》。

二、研究中观消费经济的必要性和重要性

我国地域广袤,人口众多,民族繁杂。不仅有许多民族大杂居地区,而且有许多少数民族聚居地区。在中国管理一个省,就相当于在欧洲管理一个大国。加之我国地区之间的差异悬殊,经济层次复杂,市场发育不均,区域文化背景迥异,生活习俗不同,对外开放程度有别。这些经济因素和非经济因素的长期影响与制约,导致了我国各区域的消费千姿百态、变化多样。为此,在这种区域消费状况千差万别的大国中,展开并加强对中观消费经济的研究,不仅具

有必要性,而且具有重要的理论意义和现实意义。

(一)研究中观消费经济,是正确制定消费发展战略的先决条件

科学地制定消费发展战略,是社会主义经济运行与发展的内在规律和本质要求,它能充分体现社会主义的生产目的,并把经济建设与社会进步同人们的生活水平和生活质量自始至终地紧密联系在一起。而要科学地制定出消费发展战略,并使之最终得以实现,就必须深入地研究中观消费经济。只有深入地考察和剖析各区域消费的规模、结构、水平、方式、功能和特性等,国家才能在此基础上制定出一个长期的人民生活消费水平所要达到的总目标及其带有根本性的政策措施;另一方面,国家制定出来的消费发展战略也只有通过各个地区才能够贯彻实施,否则我国的消费发展战略就像建筑在沙滩上的海市蜃楼,可望而不可及。

(二)研究中观消费经济,可以为合理确定经济与社会发展布局提供重要依据

经济与社会发展布局是由众多因素支配和制约的。但是,在我们这样一个民族众多、疆域辽阔的大国里,其中一个非常重要的因素就是要充分考虑到各区域的消费差异性。因为,在社会主义市场经济条件下,任何一个生产部门和生产单位生产的商品、提供的服务都必须在市场上经受消费者的挑选和检验。只有既能满足消费者需要,又是消费者的购买能力承担得起的商品和服务,才能在消费市场上顺利地得到实现。所以,分析和研究各区域、各民族的消费差异性及其发展变化趋势,可以为我们在对经济与社会发展布局进行可行性分析和决策时,提供丰富的、准确的资料和科学的理论依据,以利于合理地利用各种消费资源,节约人力、物力和财力,并且有利于合理确定和调整生产布局。

（三）研究中观消费经济，具有促进横向经济联系的特殊功能

在我国，各区域、各民族之间虽然在消费活动中具有许多差异性，但同时也有不少相近或相同之处。特别是在社会主义市场经济条件下，区域与区域之间、民族与民族之间，甚至国家与国家之间，都存在着消费的示范作用，彼此之间的消费观念、消费行为、消费方式等也会相互影响，相互渗透，从而产生出一些新的消费趋同态势。因此，研究各区域、各民族的消费共性，可以使相互之间“知己知彼”、互通有无，在现有的生产力配置的格局下，各自充分利用对方的有利条件和优势，生产出丰富多彩的商品，各求所需，广泛而又合理地组织消费品流通，以及文化交流和技术协作等等。这对于调动各区域的积极性和主动性，挖掘内部潜力，突破“块块封锁”，加强横向经济联系，广泛地建立起开放性的消费市场，无疑有着特殊的推动作用。

（四）研究中观消费经济，是建立和完善各种消费法律和规章制度的客观需要

我国有 13 亿人口，50 多个民族。各个区域除了在自然资源、地理位置、经济发展程度等方面存在着很大差别以外，在宗教信仰、道德规范、民族传统、风俗习惯、生活方式等方面亦呈现出明显的差异，并各具其消费特色。比如：在饮食上，信仰伊斯兰教的各民族地区，就忌食猪肉，其他民族也各有自身的禁忌；在衣着上，有的地区和民族主要穿用动物皮毛制作的服装，有的只偏爱窄袖袒胸、腰间束带的长衣和紧身裤等等；在住的方面，有的地区属院落式住宅，有的地区为毡包式住房，还有的地区是窑洞式住居。此外，在婚姻消费风俗、游艺消费风俗和丧葬消费风俗等方面，各区域、各民族同样存在着很大区别。有鉴于此，国家在制定各种消费法律时，就不能“一刀切”，而必须要知晓并考虑到各区域、各民族在吃、穿、

住、用、行和娱乐等方面不同的消费特色和消费风格,才能有利于维护各民族的利益,保护他们的消费权益。同时,各级地方政府和立法机构也要以本区域消费特色和消费风格为依据,相应地制定出具有地方性质的各种消费法律和规章制度(国家不可能制定出面面俱到、包罗万象的消费法)。这样,才能在我国逐渐地建立起一个完整的消费法律体系,才能日臻完善各种有关消费的规章制度,从而更好地保护消费者的合法权益不受侵犯。这一切,无疑在客观上也要求我们必须认真分析和研究中观消费经济。

(五) 研究中观消费经济,是建立和健全消费调控机制的迫切要求

改革开放 20 多年来,我国曾出现过几次消费经济运行严重脱轨的现象。究其缘由,其中一个重要原因就是我国迄今还没有建立起一个能与市场经济发展相适应的新型消费调控机制系统。所以,当前迫切需要我们经济理论工作者加强对这一薄弱环节的研究。要建立起新型的消费调控机制系统,就必须研究中观消费经济问题。因为,在我国不仅容易出现个量上的消费问题和总量上的消费问题,而且还容易出现块量上的消费问题——区域消费问题。为此,我们除了要研究微观消费经济和宏观消费经济,相应地建立起微观消费调控机制和宏观消费调控机制以外,还必须研究中观消费经济,并建立起中观消费调控机制。这样,才能相应地建立起我国新型的消费调控机制系统——宏观、中观和微观消费调控机制,从而对我国的消费活动实行全方位、多层次的有效调控,经常地、长期地保证我国的消费经济运行沿着正确的轨道稳步前进和健康发展,充分发挥我国消费经济系统的总体功能——促进整个国民经济的良性循环,为社会主义市场经济的发展创造一个宽松的环境。