



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等院校精品课程教材

# 消费经济学

(第二版)

C  
onsumption Economics  
(Second Edition)

主编 伊志宏



中国人民大学出版社

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等院校精品课程教材

# 消费经济学

(第二版)

C onsumption Economics

(Second Edition)

主编 伊志宏

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

消费经济学/伊志宏主编. —2 版. —北京: 中国人民大学出版社, 2012.9  
高等院校精品课程教材  
ISBN 978-7-300-16398-7

I. ①消… II. ①伊… III. ①消费经济学-高等学校-教材 IV. ①F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 217274 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材  
高等院校精品课程教材  
消费经济学 (第二版)  
主编 伊志宏  
Xiaofei Jingjixue

---

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a> <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京宏伟双华印刷有限公司	版 次	2004 年 9 月第 1 版
规 格	185 mm×260 mm 16 开本		2012 年 9 月第 2 版
印 张	17.5 插页 1	印 次	2012 年 9 月第 1 次印刷
字 数	430 000	定 价	32.00 元

---

## 出版说明

随着改革开放的不断深入，中国经济逐步与世界接轨，成为世界经济大潮中一支重要的生力军。经济发展的现实，对高素质管理人才提出了越来越迫切的需求，也对培养高素质管理人才的高等教育的质量提出了更高的标准。

中国人民大学出版社作为全国高校文科教材出版中心，长期致力于高等教育精品教材的开发和出版工作。我们认为，高等管理教育的发展，不仅需要一批高素质的教学科研人才，而且需要较为完善科学的教学体系，以及一批高水平、高质量的教材和教学辅助资源。为此，我们希望集全国各高校之力，编写一套高起点、高质量的教材。

首先，本套教材的开发将真正贯彻以学生为本。一方面提供给学生科学的、规范的、完整的、适合 21 世纪中国和世界经济发展需要的知识体系；另一方面以适合学生接受的方式传授知识，改变过去本版教材呆板的编写方式，以不同背景学生的不同需要作为教材开发的出发点。

其次，坚持国际视野。20 世纪 80 年代以来，我们引进了不少国外经管教材，对促进我们学习掌握国外经济管理的经典理论、最新理念和研究方法起到了十分重要的作用。本套教材将吸收国外优秀教材的精华，采取国际惯用的研究方法和通用的研究语汇，反映国际管理教育的前沿动态。

再次，加强本土意识。这是一套本土化的教材！中国经济改革和发展的理论与实践，为我们提供了鲜活的内容，也向我们提出了不同于欧美和众多发展中国家的问题，中国丰富的文化底蕴和管理智慧为我们提供了广泛的教学资源，这一切必将催生出一套有特色的本土化教材。

最后，体现现代理念。本套教材不仅以纸质形式展现其内容，同时也是一套基于网络和多种媒体的，包括案例、模拟训练、题库等内容的学习包，使老师有更加丰富的教学资源，使学生有更加生动、能实时更新、可自主学习的内容。

我们希望这套“高等院校精品课程教材”能得到广大师生的认可，并通过不断的修订、锤炼，一版再版，打造成影响几代人的经典教材。

让我们共同努力，为中国管理教育的发展做一些基础性的、扎扎实实的工作。

## 第二版前言

本书自 2004 年 9 月问世以来，收到使用单位和读者的积极反馈，曾多次重印，并被列入普通高等教育“十一五”国家级规划教材。中国人民大学出版社从 2008 年开始催促修订，但笔者未能按期完成任务，除了一些客观原因外，主观上希望将近年来经济学的最新发展成果、美国金融危机爆发后对其消费模式的反思以及对中国经济快速发展和经济增长方式转型中有关消费问题的最新认识反映到教材中来，也是一个重要原因。

20 世纪 70 年代末，一门介于心理学和经济学之间的边缘学科——行为经济学逐渐形成，它试图根据心理学的研究成果，将“非理性”等人类行为分析纳入标准的经济理论之中，对传统经济学的理性“经济人”假设和效用最大化模型进行修正。20 世纪后期，行为分析在经济学的各个领域得到应用和拓展，也使得经济学对消费者的分析更接近于现实。消费者的非理性在其决策中有哪些表现？这些非理性行为对宏观经济、金融市场会有怎样的影响？

2008 年发端于美国并波及全球的金融危机，其祸根恰恰是消费者过度负债和过度消费引发的次贷危机。这场危机正在挑战整个美国社会的生活方式，挑战发达国家以借贷消费支撑的经济模式和美国金融资本主义模式。这种消费模式会终结吗？有没有替代模式？

与美国的消费模式和经济增长模式相反，中国近 30 年来经济的高速增长是以高储蓄低消费、扩大投资和出口来拉动的，这样的经济增长模式可持续吗？如何刺激消费需求带动经济增长？随着收入水平的提高，居民的消费观念、消费行为和消费方式发生了很大的变化，特别是年轻的一代。在中国经济增长方式转型和经济结构调整中消费扮演何种角色？与西方发达国家相比，中国的消费有何特点？消费者在经济社会可持续发展中有何责任？

上述这些问题是我们当前研究消费问题必须面对和思考的。在本书修订过程中，笔者试图将这些思考体现出来，欢迎读者批评指正。

本书修订工作由伊志宏、岳俊芳、王洪耘完成。

伊志宏

2011 年 7 月

于中国人民大学

# 第一版前言

对消费问题的研究在经济学中一直占有一席之地，上可追溯到几个世纪前的古典经济学，近可延伸到近几十年来的当代经济学研究。20世纪80年代以来，若干位诺贝尔经济学奖得主的研究均与消费有密切关系<sup>①</sup>，但是，冠以“消费经济学”名称的出版物（教材或专著），无论在西方国家还是在中国，都还没有一个得到普遍认可的体系。与国内已有的消费经济学教材相比，本书有以下几个特点：（1）以经济学（而非政治经济学）的视角来研究消费问题。（2）将微观消费与宏观消费问题的研究结合起来，使本书的体系独具特色。作者关于消费问题研究一个非常明确的想法是：研究消费者决策和消费者行为要为研究宏观消费问题服务；宏观消费的研究要以消费者决策和消费者行为研究为基础。（3）消费者将追求整个生命周期的效用最大化，本书对消费者行为的理解不仅包括消费者的消费决策，还包括消费者的储蓄、投资、信贷、劳动供给决策。后几方面不仅影响消费决策，而且将与消费决策一起对总需求、产业结构演变、产业发展等宏观经济现象作出解释。

本书的基本框架形成于1995年<sup>②</sup>，并在2000年进一步完善<sup>③</sup>。本次修改，集中了若干位从事经济学和消费经济学教学的教师的力量，不仅对原书的若干章节进行了调整，对原有内容进行了补充，而且在体例上作了比较大的改动，增加了“背景资料”、“政策分析”、“名人专栏”、“新视角”、“应用”等专栏，并在各章后附若干思考题。其目的一是增加可读性；二是使学生能够理论联系实际，用经济学的理论与方法来理解和分析现实问题。本书的主要对象是经济学和应用经济学各专业的高年级本科生。

本书通过严格评审被列为普通高等教育“十五”国家级规划教材，2000年也曾通过专家评审被指定为全国高等教育自学考试教材。在此向曾经参加评审的专家表示衷心的感谢。他们是：徐从才（南京财经大学校长、教授）、李金轩（中国人民大学教授）、郭冬乐（中国社科院财贸所研究员）、陈级（北京工商大学教授）。

伊志宏

2004年4月

于美国密歇根大学

① 包括米尔顿·弗里德曼（1976），弗朗哥·莫迪利亚尼（1985），加里·贝克尔（1992）等。

② 参见伊志宏：《消费经济学》，北京，机械工业出版社，1995。

③ 参见伊志宏主编：《消费经济学》，北京，中国人民大学出版社，2000。

# 目 录

<b>第 1 章 导 论</b>	<b>1</b>
1.1 经济学对消费问题认识和研究的历史演变	1
1.2 消费经济学的研究对象	7
1.3 消费者及其行为	9
<b>第 2 章 消费者的消费决策</b>	<b>15</b>
2.1 消费者的消费决策及其预算约束	15
2.2 收入与消费	20
2.3 价格与消费	23
2.4 效用与满足程度	30
2.5 影响消费决策的其他因素	33
附录：替代效应与收入效应	45
<b>第 3 章 消费者的储蓄决策</b>	<b>49</b>
3.1 储蓄的动机分析	49
3.2 预算约束、利率与储蓄	54
3.3 影响储蓄的其他因素	57
<b>第 4 章 消费者的信贷决策</b>	<b>70</b>
4.1 预算约束与信贷决策	70
4.2 消费信贷的种类	74
4.3 影响消费者信贷决策的因素	77
4.4 消费信贷决策的风险	82
4.5 消费者的信贷管理	84
<b>第 5 章 消费者的投资决策</b>	<b>89</b>
5.1 消费者投资的主要类型和方式	89
5.2 投资收益	96
5.3 投资风险	101
5.4 投资管理决策	105
<b>第 6 章 消费者的劳动供给决策</b>	<b>110</b>
6.1 劳动供给决策	110

6.2	劳动供给决策的扩展	120
6.3	人力资本与教育	129
6.4	家庭规模决策与长期劳动供给	135
<b>第7章</b>	<b>消费函数理论</b>	<b>139</b>
7.1	绝对收入假定	140
7.2	相对收入假定	142
7.3	持久收入假定	144
7.4	生命周期假定	146
7.5	其他消费函数理论	148
7.6	对西方消费函数理论的简单评价	150
<b>第8章</b>	<b>消费与经济增长</b>	<b>155</b>
8.1	社会总需求的构成	155
8.2	消费需求与经济增长	159
8.3	消费水平	169
<b>第9章</b>	<b>消费结构</b>	<b>181</b>
9.1	消费结构的含义及其影响因素	181
9.2	消费结构演变的一般规律	190
9.3	消费结构与产业结构	196
<b>第10章</b>	<b>消费方式</b>	<b>208</b>
10.1	消费方式的含义及其变化趋势	208
10.2	消费服务商品化	214
10.3	可持续消费	223
<b>第11章</b>	<b>消费政策</b>	<b>229</b>
11.1	消费政策的含义及内容	229
11.2	消费政策实现的手段	232
11.3	经济周期与宏观经济政策	235
11.4	开放经济中的消费政策	239
<b>第12章</b>	<b>消费者权益与消费者责任</b>	<b>252</b>
12.1	消费者权益的内涵	252
12.2	消费者权益的保护	256
12.3	消费者运动与消费者组织	259
12.4	消费者责任	265



# C 第 1 章

## Chapter 1 导 论

### 学习目的

消费是人类赖以生存和发展的最基本功能，也是人类社会不断进步的基本动力。随着社会的不断发展，不仅消费的内容、结构、方式和影响消费的因素发生了极大的变化，而且消费对社会经济的影响也越来越大。本章将通过回顾经济学对消费问题认识的历史演变过程，说明消费经济学应从研究消费者行为出发，来解释和说明宏观消费现象，因此消费经济学的研究对象既包括微观消费问题也包括宏观消费问题。消费经济学所研究的消费者行为是指与消费者的资源分配（收入、时间等）相关的一系列决策，包括消费决策、储蓄决策、投资决策、消费信贷决策、劳动供给决策等。

## 1.1 经济学对消费问题认识和研究的历史演变

消费经济学的产生与发展，与消费在社会经济中所起的作用以及人们对消费认识的发展密不可分。

### 1.1.1 古典经济学对消费问题的认识

英国古典政治经济学创始人威廉·配第是最早对消费问题进行理论分析的经济学家。在他生活的时代，英国正处于资本主义工场手工业建立和迅速发展的阶段。为了加快资本主义的发展，资本积累被提到首要地位。在此背景下，配第对消费有一个基本观点，即主张节制不必要的消费，以保证资本积累和财富的增值。他认为赋税是实现这一主张的有力手段。通过对那些不利于生产的消费支出征税，可以达到节制消费、增加积累的目的。此外，配第还认为，消费品丰裕会使人们消费过多，消费过多则会使人们变得懒惰。因此，他主张对

过剩的产品加征赋税,以节制过多的消费。<sup>①</sup>配第的思想被古典经济学的创始人亚当·斯密和大卫·李嘉图继承下来。他们认为,消费特别是奢侈性消费是非生产性的,不利于国民财富的增加,因此需要通过赋税加以节制。亚当·斯密指出:人们有两种欲望,一种是“现在享乐的欲望。这种欲望的热烈,简直难以抑制”;另一种是“改良自身状况的愿望。这种愿望虽然是冷静的、沉着的,但我们从胎里出来一直到死,从没一刻放弃过这愿望”。<sup>②</sup>在亚当·斯密看来,就一个人而言,这两种欲望往往是相互冲突的。前一种欲望占上风,就有奢侈性消费;后一种欲望占上风,就会节制消费,促使人们节俭。但对整个社会而言,在这两种心理状态中通常总是节俭占上风。正因为如此,才促进了社会的进步和国民财富的增长。英国古典经济学家对消费的认识,反映了当时产业资本家积累资本的客观需要。

法国古典经济学的产生和发展与英国几乎是同时的。但在17世纪末到18世纪后期的法国,封建生产关系仍占统治地位,资本主义生产关系的发展受到严重阻碍。在这种背景下,法国古典经济学家对消费问题的认识有着自己的特点。对消费问题有较多论述的经济学家包括魁奈和西斯蒙第。魁奈是重农学派的代表人物。他把消费品区分为生活必需品和奢侈品。他认为农业提供的是生活必需品,而工业中的有些工场则生产奢侈品。由于必需品的消费会增加财富和收入,而奢侈品的消费不利于财富和收入的增加,因此,他主张减少奢侈品的生产和消费,保护农业,以保证必需品的供应。此外,针对当时法国农业衰败、农民生活贫困的状况,魁奈认为只有让农民富裕起来,让他们消费更多的产品,才能促进社会的繁荣。<sup>③</sup>把消费水平的提高看成一国繁荣昌盛的保证,不仅是魁奈对经济学理论的贡献,而且在当时具有现实意义。但是,由于魁奈对消费的分析建立在他的“纯产品”学说的基础上,因此具有非科学的一面。

西斯蒙第作为法国小资产阶级的代表,对资本主义的生产危机有所认识,对消费的认识也有所发展。在他看来,生产的目的是满足消费者的需要,消费决定和创造着生产。因此,生产者必须面向市场进行调查研究,了解消费者的需要和收入状况。从消费决定生产这一前提出发,西斯蒙第看到了资本主义社会中生产和消费之间的尖锐矛盾,以及由此而引起的经济危机,并用消费不足来阐释经济危机产生的原因。为了延缓和减轻危机,他主张政府应当采取措施关心消费者的利益和过问消费方面的事务。<sup>④</sup>西斯蒙第对消费的认识,无疑是在资本主义发展到一定阶段后经济危机已经显现,小生产者出现两极分化的历史背景下产生的。虽然他认识到了消费在社会再生产过程中的重要地位,并看到了资本主义制度下生产过剩危机的必然性,但他站在小资产阶级的立场上来阐释危机产生的原因并提出消除危机的方法,造成了其理论的缺陷。

① 参见威廉·配第:《政治算术》,42页,北京,商务印书馆,1978。

② 参见亚当·斯密:《国民财富的性质和原因的研究》(上卷),314页,北京,商务印书馆,1979。

③ 参见魁奈:《谷物论》,见《魁奈经济著作选集》,39~40页,北京,商务印书馆,1979。

④ 参见西斯蒙第:《政治经济学新原理》,273页,北京,商务印书馆,1977。

### 1.1.2 19世纪中期至20世纪30年代前的经济学对消费问题的认识

19世纪中期以后,庸俗经济学取代了古典经济学,对消费的研究较以前也有所重视。这个时期,经济学家们从各种角度对消费进行了分析。这些研究不仅奠定了当代经济学的基础,而且对消费经济学以后的发展产生了重要影响。其中,影响较大的有庞巴维克的“边际效用价值论”、马歇尔的“需求理论”及凡勃仑的“社会阶层消费学说”等。但是在对消费地位的认识上,庸俗经济学家并没有超过前人。例如,19世纪初,作为贵族僧侣阶级代表的马尔萨斯,在西西蒙第理论的基础上,试图论证社会消费的不断增长是促进社会财富增长的源泉。他看到了资本主义社会商品销售危机的存在,却错误地认为,只有贵族和僧侣阶级不从事生产却一味地消费,因而能有效地缓解社会商品销售的危机和剩余产品的实现问题。<sup>①</sup>凡勃仑在其《有闲阶级论》一书中,创造了“显形消费”一词,批评有闲阶级的炫耀性消费,抨击经济自由主义和大商业对社会的影响。其思想为政府加强对经济的干预开辟了道路。<sup>②</sup>

19世纪末20世纪初,对消费问题的研究在新古典经济学的主要创始人马歇尔的经济理论中占有重要地位。在他看来,经济学既是一门研究财富的学问,也是一门研究人的学问,因此,关于人的欲望和满足欲望的程度与方式,即消费问题,自然就成为经济学研究的重要课题。马歇尔继承了前人的观点,把需求看作人们主观欲望所决定的一种心理状态,并在此基础上发展了他的消费学说——需求理论。需求理论包括欲望饱和理论(效用递减规律)、需求规律、需求的价格弹性、消费习惯的作用和消费者剩余等。这些理论不仅成为西方经济学的基础,而且对此后消费经济研究中的数量化倾向有重要影响。此外,马歇尔还对社会消费发展的长期趋势作了分析。他认为,社会消费水平会随技术进步而提高,因为技术发展提供了比较充裕的廉价消费品。他还意识到,消费信贷制度的发展以及工业发展到一定阶段后,人们对闲暇的重视都可能对消费支出格局产生较大影响。<sup>③</sup> 这些都被后来的实践所证实。在20世纪初的资本主义时代,马歇尔有关消费的研究建立在这样的理论基础之上,即认为:资本主义市场经济本身是完善的,市场机制的自发调节可能实现充分就业的均衡状态,全面的生产过剩和经常性的失业是不会发生的。但这个神话很快就被资本主义世界普遍发生大危机的事实所打破。

### 1.1.3 消费在凯恩斯经济理论中的地位

20世纪30年代,爆发了资本主义历史上持续时间最长、波及面最广、影响

<sup>①</sup> 参见马尔萨斯:《政治经济学原理》,328页,北京,商务印书馆,1962。

<sup>②</sup> 参见凡勃仑:《有闲阶级论》,北京,商务印书馆,1981。

<sup>③</sup> 参见马歇尔:《经济学原理》,北京,商务印书馆,1981。

程度最深的一次经济大危机,凯恩斯经济学应运而生。根据资本主义经济的现实,凯恩斯指出,资本主义市场经济的自发调节不能够达到充分就业均衡,因此必须加强政府对经济活动的调节和干预。

在凯恩斯经济学中,有效需求理论是其整个理论的基础,因此可以说,对消费问题的研究,在凯恩斯经济学中占有相当重要的地位。凯恩斯认为,资本主义经济危机的原因在于有效需求不足,而有效需求不足的根源在于人们心理因素的作用,如人们的消费支出并不随收入的增长而同比例地增长;人们所预期的利润率将随投资的增加而递减;人们乐意持有现金,达不到一定的利息率水平就不愿把钱存入银行——这就是“消费倾向递减”、“资本边际效率递减”和“流动偏好”三大心理规律的作用。据此他提出,政府要通过财政政策和货币政策人为地刺激需求,以达到消除危机和失业,保持社会稳定的目的。尽管凯恩斯的有效需求理论在相当程度上承袭了马尔萨斯的消费理论,并用心理因素来解释资本主义经济危机,但他看到了消费在社会经济运行过程中所起的重要作用,并最早建立了消费函数理论。他提出的政策主张对于缓解资本主义经济危机也具有很强的现实意义。因此,凯恩斯经济学说在其后几十年的时间里,对西方经济理论的发展和政府经济政策的制定影响甚广。

在消费经济学研究的发展史上,凯恩斯学说不仅在内容上,而且在研究方法上都具有重要的意义。凯恩斯首先建立了消费函数理论,对消费函数中的主观因素和客观因素进行了分析,提出了边际消费倾向递减规律,并对资本主义社会的长期消费趋势进行了分析。从研究方法来看,凯恩斯建立的收入决定理论体系,采用的是短期的、静态的分析方法;而在考察资本主义社会的发展演变趋势时,又较多地运用了规范分析的方法。对消费的研究,兼用实证方法和规范方法,对其后消费经济学的研究亦有重要影响。

#### 1.1.4 当代经济学对消费理论的贡献

尽管凯恩斯主义在经济学和主要西方国家经济政策中占据统治地位长达几十年,但第二次世界大战后经济环境的变化,特别是20世纪60年代末70年代初西方国家普遍出现的经济衰退,使更多的经济学家在凯恩斯理论之外寻找答案。消费在经济学中仍然占有重要地位,1976—1992年间,有三位诺贝尔经济学奖得主的获奖都与消费研究有直接的关系。<sup>①</sup>对消费问题的研究出现了一些新的特点,可以概括为以下几个方面:(1)更加重视对消费者行为的研究。这其中,一个方面是运用经济学及社会学和心理学研究消费者的购买行为;另一个方面是研究消费者在整个生命周期的消费、储蓄行为,即跨时期的消费者资源分配;再一

<sup>①</sup> 即1976年米尔顿·弗里德曼因“在消费分析、货币史、货币理论及对稳定政策复杂性的实证研究方面所取得的成绩”而获奖;1985年弗朗哥·莫迪利亚尼因“对储蓄和金融市场所作的开创性的分析”而获奖;1992年加里·贝克尔因“把微观经济学分析的范围扩展到人类行为及其相互作用的更广泛领域”而获奖。

(1971)、《人类行为的经济分析》(1976)、《家庭论》(1981年第1版,1991年扩大版),等等。

丹尼尔·卡尼曼(Daniel Kahneman, 1934—),美国普林斯顿大学心理学和公共事务教授,行为经济学代表人物,2002年获诺贝尔经济学奖,对经济学的贡献在于“将心理学的前沿研究成果引入经济学研究中,特别侧重于研究人在不确定情况下进行判断和决策的过程”。20世纪70年代,卡尼曼和特维斯基(Tversky)发表了一系列震撼人心的研究成果,通过吸收认知心理学等领域的最新成果,以效用函数的构造为核心,把心理学和经济学有机结合起来,提出了基于前景理论的价值函数和概率权重函数。卡尼曼和特维斯基的开创性研究引发了大量的后续研究,1994年诺贝尔经济学奖得主泽尔腾教授、2001年诺贝尔经济学奖得主阿克洛夫教授、2002年诺贝尔经济学奖得主史密斯教授等都相继投入到该领域中,最终在20世纪80年代中期到90年代后期形成了现代行为经济学基本稳定的理论内核和构架以及研究阵营,对经济学的方方面面产生了巨大的影响,并激发了其他行为经济学家把相关研究领域拓展到经济学的各主要分支,从而形成了真正意义上的“现代行为经济学”流派。卡尼曼的主要代表作包括:《预测的心理学》(与特维斯基合著,1973)、《前景理论:风险条件下的决策分析》(与特维斯基合著,1979)、《不确定条件下的判断:直观推断和偏误》(与特维斯基等合著,1982)、《公平和经济学的假设》(与塞勒等合著,1986)、《原则式效应的试验检测及科斯定理》(与塞勒等合著,1986)、《谨慎选择以及大胆预测:风险的认知前景》(1993)、《投资者的心理侧面》(1998)。

### 1.1.5 马克思主义经济学对生产与消费关系的分析

马克思在批判地吸收古典经济学的消费思想的基础上,科学地论述了在社会再生产过程中消费所处的地位及其与生产的关系。马克思把经济看成由生产、交换、分配、消费诸要素构成的有机统一体。从再生产过程分析,这些要素是先后有序的一个个链环,首先是生产,然后是分配,再经过交换,最后进入消费。结束了一个经济过程后,又进入下一个经济过程。在社会中,人是主体,要使社会能够生存和发展,就要使社会的主体——一定经济关系下的人能够维持生命、成长和繁衍,这就需要消费。要消费,首先要创造可供人们消费的对象——产品,这就需要生产。通过生产,人们创造出能够满足社会消费需要,具有使用价值的产品。人们在消费这些产品前,还必须确定这些产品归谁所有,确定人们占有社会产品的份额,这就是分配。分配规定社会成员在社会产品的总量中所占的份额,人们只能在这个限度内支配它。但是,这只是产品转入消费的前提。要使产品能够真正转入消费,还必须使人们能够在所分得的份额内获得他们所需要的产品,这就有赖于交换。通过交换各自占有的产品,人们得到自己所需要的产品并进行消费,从而实现了生产的目的。

在分析了经济运行过程的基础上,马克思认为,生产首先决定消费,“生产

为消费创造作为外在对象的材料”；生产为消费提供对象；生产力水平决定消费水平，生产的发展速度决定着消费的提高速度；生产决定着消费的方式和结构；生产创造着人们对物质产品的需求，对消费对象的需要。因此，没有生产就没有消费。其次，消费对生产具有积极的反作用。在社会再生产四个环节的序列运动中，生产是消费的基本条件，它决定消费；但另一方面，生产归根结底要以消费为转移，要以消费为最终归宿。消费不仅为生产过程提供生产者主体，还“在观念上提出生产的对象”，创造出新的需求，并且消费作为生产的目的和归宿，关系到社会产品的最终实现。因此，“没有消费就没有生产”，社会再生产就不能良性运行。<sup>①</sup>

## 1.2 消费经济学的研究对象

消费经济学是以消费为研究对象的经济学。作为经济学的一个分支，消费经济学是在20世纪30年代以后得到发展并在50年代以后逐步成熟的。随着消费在社会经济运行中的地位不断提高，消费经济学研究的问题也受到越来越多的重视。经济学按照考察对象和分析立足点的不同，分为微观经济学和宏观经济学（近年来有相互渗透和融合的趋势）。微观经济学以单个经济单位作为考察对象，研究单个企业、消费者和市场的经济活动；宏观经济学以国民经济总体活动作为考察对象，研究经济运行中各个经济总量的变化及其相互关系。消费经济学对消费问题的研究在第二次世界大战以后也逐渐分化为两个方向。其一，从宏观的角度考察全社会的消费活动、总消费支出的变化、社会消费结构和消费方式的变化及其对经济的影响。宏观消费研究更多地运用实证分析的方法，通过定量分析，解释宏观消费现象，并为政府的经济政策的制定提供依据。其二，从微观的角度研究消费者行为。从经济学的角度研究消费者行为，更多地侧重于对消费者与收入分配决策相关行为的研究，包括消费者的消费行为、储蓄行为、劳动供给行为等（新家庭经济学亦研究消费者的时间分配）。较多地采用规范分析的方法，通过经济模型及相关假定分析消费者的行为。由此，消费经济学的研究对象大致可分为两部分：宏观消费问题和微观消费问题。

### 1.2.1 宏观消费问题

第二次世界大战以后，由于科学技术的发展和生产力水平的提高，西方主要发达国家陆续进入买方市场阶段，经济发展由资源约束型转为需求约束型，需求不足成为制约经济发展的主要因素。由此，消费成为宏观经济分析中的一个重要变量。

<sup>①</sup> 参见《马克思恩格斯选集》，2版，第2卷，11页，北京，人民出版社，1995。

研究宏观消费问题,首先要考虑消费需求对社会总需求和经济增长的影响。消费需求是社会总需求的重要组成部分,它不仅直接影响总需求,而且通过拉动投资需求对总需求产生进一步的影响(当然投资需求也会反过来带动消费需求)。对消费需求的研究要结合特定的经济发展阶段,这就涉及消费水平问题。其次是消费结构和消费方式。作为一定的经济发展阶段中消费者选择的结果,消费结构和消费方式会受到经济、社会、文化等因素的影响,对产业结构的形成、演变和升级具有引导作用。最后是消费政策、消费者保护与消费者责任。消费政策作为宏观经济政策的组成部分,旨在通过多种手段保证消费需求的适度增加,促进社会经济的可持续发展。消费者保护与消费者责任一方面强调要通过社会机制保护消费者权益,改善消费品的生产和流通环境;另一方面则强调消费者在促进社会经济的可持续发展中也要有责任意识。

### 1.2.2 微观消费问题

微观消费问题是从微观消费主体——消费者的角度来研究消费者的资源分配的。消费者行为中最基本的是消费行为和储蓄行为,即消费者如何将其收入在消费和储蓄之间进行分配,影响这种分配的主要因素是什么。在现代市场经济中,随着金融市场的不断发展,消费者的收入分配行为将极大地受金融市场的影响。比如,消费者可以通过借贷来增加当期可支配收入,也可以通过对金融工具的投资来增加未来的财富,因此消费信贷决策和投资决策也成为经济学对消费者行为分析的重要内容。同时,随着劳动力市场的发展,消费者对其劳动供给决策的选择不仅影响其当期收入,还影响其一生的收入和消费,也影响其时间分配,进而影响其消费方式。因此,劳动供给行为也被纳入了微观消费问题研究的范畴。

特别需要说明的是,行为经济学的发展突破了传统经济学理性“经济人”假设和效用最大化的前提,我们在微观消费者行为的分析中力图体现这些成果。

### 1.2.3 微观消费研究与宏观消费研究的关系

微观消费和宏观消费都是消费经济学的研究对象,两者的关系如下:

首先,微观消费研究是宏观消费研究的基础。由于总量消费是成千上万个微观消费主体选择的结果,因此宏观的消费经济现象总能从微观消费者行为中得到说明。比如,对特定时期消费者消费倾向和储蓄倾向的研究可以对消费需求进而社会总需求及私人储蓄进而社会总储蓄进行解释;社会产业结构的调整除技术进步和政府产业政策原因以外,也能从家庭消费结构的变化得到说明;个人和家庭消费方式的变化也会对产业结构、就业结构等产生重大影响;消费者自我保护意识的增强是消费者运动产生的基础,消费者保护运动的兴起和发展会推动社会生产与流通环境发生重大变化。

其次,宏观消费研究是微观消费研究的目的。消费经济学属于应用经济学的

范畴,要研究作为宏观经济变量的消费需求、消费结构、消费方式等与其他经济变量的关系,及其对经济增长和产业结构调整的影响等宏观经济问题。从应用经济学的角度对消费者行为进行研究,是为分析宏观消费现象和解决宏观消费问题服务,而不是为厂家和商家的经营决策服务。

最后,消费者行为与宏观消费现象之间存在复杂的关联关系。消费者行为要受收入水平、年龄、性别、受教育程度、文化等多种因素的影响,消费者的个人行为与家庭行为亦有不同。因此,针对特定的消费现象,不仅需要消费者对行为进行分类研究,而且需要对在多大程度上能从消费者行为中找到依据以及相应地采取何种消费政策进行定量的研究。

正确认识两者的关系,有助于全面把握消费经济学的研究对象。

## 1.3 消费者及其行为

### 1.3.1 消费经济学所研究的消费者行为

要研究消费问题,首先要明确消费者的含义。经济学所考察的消费者,是指能够作出独立的消费决策的基本经济单位。它可以是个人,可以是家庭,也可以是团体。<sup>①</sup>由于通常情况下消费活动都是在家庭内部进行的,因此,消费者也就主要是指个人和家庭。<sup>②</sup>常识告诉我们,消费者在实际生活中往往扮演多重角色,他不仅是商品市场的购买者和消费者,而且是金融市场的购买者和消费者,多数人还是劳动市场的供给者。经济学研究人类的经济活动,消费经济学则研究与消费有直接关系的人类经济活动。

作为消费者,其经济活动最一般的特征是:在获取了可支配的资源(包括收入、时间等)<sup>③</sup>以后,通过一系列的选择和决策,最终将这些资源分配在不同的用途上,从而最大限度地满足自己的需要(当期需要和未来需要)。在这个过程中,消费者的决策大致包含了三个层次:(1)消费者的资源初次分配选择;(2)消费者的资源再分配选择;(3)消费者的资源消费—购买选择。

消费者的资源初次分配选择是指消费者将可支配收入在消费与储蓄<sup>④</sup>之间进行的分配;消费者的资源再分配选择是指消费者将其可用于消费部分的收入在各类消费项目(食品、衣物、住房、交通、服务、日用品、娱乐休闲、旅游等)之间进行分配,以及将可用于储蓄部分的收入在各类金融资产(银行存款、国债、

<sup>①</sup> 团体消费(或称集团消费或公款消费)在20世纪80年代中期到90年代前期曾经对中国的消费产生过重要影响,这种影响至今仍然存在。

<sup>②</sup> 本书对作为消费者的个人和家庭并没有作专门的区分,尽管在进一步研究时这种区分是必要的。

<sup>③</sup> 本书提到消费者的资源时主要指收入,只在特定章节专门研究消费者的时间分配。

<sup>④</sup> 本书提到的储蓄,如无特别说明,均指广义储蓄,即当期收入减去当期消费的剩余。这与人们习惯上说的储蓄不同,后者是指银行的储蓄存款(可以称为狭义储蓄),只是广义储蓄的一部分。



公司债券、股票、基金、保险等)和实物资产之间进行的分配;消费者的资源消费—购买选择则是消费者将分配于各类消费项目的资源用于最终购买时,对具体商品、品牌、规格以及购买时间、地点和购买方式的选择。消费者行为的三个层次可以用图 1—1 表示。

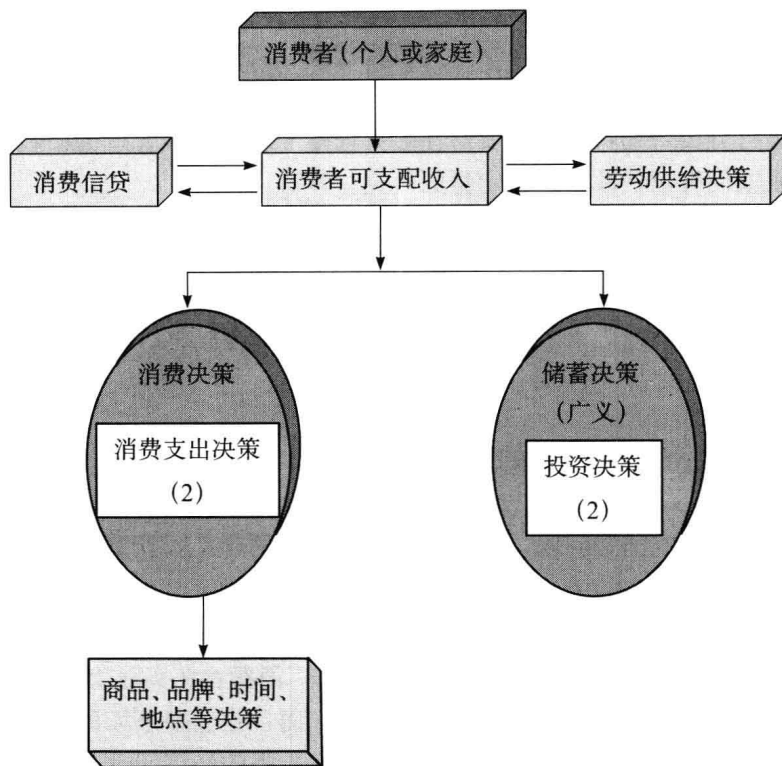


图 1—1 消费者行为的三个层次

把消费者行为划分为以上三个层次,主要是从消费者可支配收入的分配及使用的角度来考虑的。很显然,消费者行为的第三个层次是市场营销学所要研究的内容,前两个层次则是消费经济学所要研究的内容。此外,消费的借贷和劳动供给行为还会对消费者可以支配的收入产生影响。因此,概括地说,消费经济学所研究的消费者行为,是指消费者将其收入在各项消费支出和投资支出之间进行分配选择的全部活动过程。它包括消费者的消费行为、储蓄行为、投资行为、消费信贷行为和劳动供给行为。

消费经济学和市场营销学都研究消费者行为,但两者研究的角度、出发点和侧重点有所不同。站在生产者的角度,关心的是自己的产品能否卖得出去以及在什么样的情况下能够顺利地卖出去。因此,通过对消费者的购买决策过程进行研究,企业可以通过各种营销努力,对消费者的购买决策施加影响,达到影响消费者选择结果的目的。而消费经济学关心的是消费者的收入在消费与投资的各项支出之间的分配对宏观经济运行将产生什么样的影响。因此,消费经济学对影响消费者收入分配的各种因素进行研究,目的是为制定宏观经济政策服务。