



生活性消费、经济增长 与消费伦理嵌容

Living Consumption, Economic Growth
and Consumer Ethics

孙世强 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



生活性消费、经济增长 与消费伦理嵌容

Living Consumption, Economic Growth
and Consumer Ethics

孙世强 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

生活性消费、经济增长与消费伦理嵌容 / 孙世强著

· -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018. 8

国家社科基金后期资助项目

ISBN 978 - 7 - 5201 - 3031 - 8

I. ①生… II. ①孙… III. ①消费 - 关系 - 经济增长
- 研究 - 中国 IV. ①F126.1 ②F124.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 146878 号

· 国家社科基金后期资助项目 ·

生活性消费、经济增长与消费伦理嵌容

著 者 / 孙世强

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 张丽丽

责任编辑 / 张丽丽

出 版 / 社会科学文献出版社 · 区域发展出版中心 (010) 59367143

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市龙林印务有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 19.25 字 数: 229 千字

版 次 / 2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3031 - 8

定 价 / 68.00 元



本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

▲ 版权所有 翻印必究

国家社科基金后期资助项目 出版说明

后期资助项目是国家社科基金设立的一类重要项目，旨在鼓励广大社科研究者潜心治学，支持基础研究多出优秀成果。它是经过严格评审，从接近完成的科研成果中遴选立项的。为扩大后期资助项目的影响，更好地推动学术发展，促进成果转化，全国哲学社会科学规划办公室按照“统一设计、统一标识、统一版式、形成系列”的总体要求，组织出版国家社科基金后期资助项目成果。

全国哲学社会科学规划办公室

序

消费滥觞于人的需求。消费按其用途划分为生产性消费和生活性消费。生活性消费是指为满足个人生活的各种物质和精神需要的消费。政府社会性消费具有改变个人生活消费条件的服务功能和决定政府公职人员直接消费能力的功能，直接影响个人消费水平。所以，本书研究的消费范围涵盖个人（家庭）生活性消费和政府社会性消费两部分。

消费主观满足需求，客观上成了拉动经济增长的原动力，哲学层面上表现为“动力”与“结果”的关联。扩大消费需求意味着经济增长动力加大。但让人费解的是人类对消费及经济增长存在错误取向，人为淡化了消费的应有本质，过多注重的是消费推动经济增长动力的工具功能。当然，这与新自由主义思想下的消费主义和“经济人”泛化等直接相关，更与西方居民消费理论和经济增长理论的伦理缺失相关。单一注重消费动力的工具功能导致了无论消费领域，还是经济增长领域的诸多问题，也导致了即便是高速的经济增长也没能实现甚至是掣肘了人的需求满足效应。

遵从消费的必要约束，实现消费的理性回归是必要的。自人类产生之日起，消费就存在各种约束——生产力约束、显性制度约束

和隐性消费伦理约束。其中，生产力约束是贯穿历史的约束，制度约束是伦理约束的升华，而消费伦理约束才是最基础层次的约束，体现的是社会的自律性。各种约束无外乎作用于两个维度：“量的规定性”和“质的规定性”。如果说前者是严格来源于生产力硬约束的话，制度约束和消费伦理约束则是经过“两次提升”后的人类的“应该”约束。就消费和经济增长理念及方式选择而言，未必会违反制度，但却可能会违背伦理。所以相对于显性制度约束，隐性消费伦理约束具有作用效度的全面性、自发性、前控性、弥补制度失灵和低成本等特征。

任何时期的消费客观上都存在并应遵循两种“规定性”。任何社会主体，包括政府的消费，与“规定性”的差异反映着人类是否本着实事求是的原则消费，是否本着“道”和消费规律消费。超前消费或滞后消费都对应着必然衍生的一系列问题。有了伦理规定性，就可有效评测人类消费合宜与否。

遵从消费的“规定性”是构建和谐关系的必要前提。消费承载着人与环境、人与社会及人与人之间的关系。关系不和谐反制消费发展。客观分析中国现实消费，发现诸多与“道”或规律规定的“应该”间的差距，反衬出了现代社会消费各维度，如消费结构、消费制度、消费理论，及经济增长各维度，如经济增长方式、经济增长理论及实践，与伦理要求存在较大差距。

现实中国消费体现着“消费总额滞后”“双低于”“双二元”结构，消费制度绩效低和消费违背伦理的诸多明显特征。本书根据这些特征并结合消费推动可持续经济增长的内在要求，重点进行以下研究。

第一，阐明消费要本着实事求是的消费理念，论证节约消费和

奢侈消费伦理的现代非适应性。

第二，分析德国和日本等国消费与经济增长的关系，尤其是总结了政府的社会性消费的控制经验及教训，为实现中国消费发展和质量型经济增长提供重要参考。

第三，诊断和评测现行中国消费推动经济增长动力不足的原因。重点从现代经济增长理论中的消费伦理因子缺失、居民消费决策理论中的消费伦理因子缺失、经济增长方式哲学基础背离、消费自然属性与社会属性分离等方面寻找原因，提出中国乃至世界产生消费问题及可持续经济增长无法实现的根本原因。

第四，评测消费伦理对消费力及推动经济增长能力提升的修正效应。将消费伦理上升到可积累的道德资本角度，纳入推动经济增长能力提升的参数分析，评测其对消费力及经济增长能力所产生的效应的同时，修正现代消费理论和经济增长理论的不足。

第五，扩展合宜性消费促进质量型经济增长的动力保证策略。立足于合宜性消费促进经济增长引擎动力稳中有升、给消费主义加上条件、改变人性结构、规范单一的经济人性发挥、发挥宗教导向功能——净化非伦理性消费、拓展消费伦理约束的新消费增长点几个方面，完善政策供给。重点是突出完善扩展消费伦理约束下的新消费增长点的政策供给。按照“伦理缺失必补”的原则，采取“弥补”和“延展”两种战略，以抓住提升农村居民消费水平和扩大有质量保证的消费类型，补足与提升边际消费力为主要切入点。要注重以家庭传统用品升级提升传统消费水平。现代消费方面，在积极开发与扩展信息消费、银发消费的同时，重点要基于文化消费、教育消费、娱乐消费、健康养生消费、绿色消费、旅游消费、新能源消费、智能消费、汽车消费九大方面扩展升级版的发展型与

享受型消费，以实现消费边际力增强，这是实现合宜性消费与质量型经济增长正相关的核心保证。

本书内容汇集了笔者多年的研究成果，成果内容体现在发表的文章、著作和研究报告之中。在研究过程中，河南大学图书馆王玉晶副研究馆员，河南大学经济学院硕士研究生刘怡琳、施雨竹、陈亚茹、马文珂、王茜和经济学专业学生张妍妍，吉林财经大学经济统计学专业学生张贺及浙江大学孙莹博士，在资料搜集、文献翻译、调研、模型制作、统计分析等方面，做了很多工作，相信全体研究人员的辛勤汗水能够汇聚成社会的正能量，对消费意识的引导、选择行为的矫正，尤其是科学的经济增长动力观的树立，定会彰显一定意义。

目 录

第一章 绪论.....	001
第一节 研究背景.....	001
一 研究消费范围界定.....	001
二 消费的本质是满足人本需求.....	004
三 社会体现对消费合理性的关注.....	006
四 中国消费现状.....	008
第二节 研究价值.....	018
一 理论价值.....	018
二 实际应用价值.....	020
第三节 研究内容、方法安排与前提假设.....	021
一 研究内容.....	021
二 研究方法.....	024
三 前提假设.....	025

第二章 文献综述	026
第一节 经济增长与消费伦理嵌融缘起	026
一 可持续经济增长需要消费伦理因子驱策	026
二 基于社会发展看待消费伦理与经济增长的天然统一	031
第二节 可持续消费——消费与伦理结合的模式探讨	035
一 国外研究可持续消费的理论与实践考察	036
二 国内研究可持续消费的理论与实践	037
三 可持续消费与可持续经济增长关系	039
第三节 消费伦理对经济增长动力保证的价值研究	041
一 消费伦理支撑可持续经济增长动力保证的工具价值及评论	041
二 消费伦理作为道德资本（社会资本）可有效提升消费质量	043
第三章 消费主导型经济增长与消费伦理的动态拟合	045
第一节 消费主导型经济增长的提出、分歧与归一	045
一 经济增长的动力来源于消费需求	045
二 消费主导型经济增长方式源起	048
三 拉动经济增长的主要引擎是消费	061
四 消费主导型经济增长认同存在的诸多分歧及认识趋同	064

第二节 消费、消费伦理与经济增长融合的必要性·····	075
一 消费主义的目的倾向·····	075
二 消费主义促进经济增长的实践困惑伦理原因·····	076
第三节 消费、消费伦理与经济增长嵌融可行性的 实证研究·····	078
一 德国的消费、消费伦理与经济增长·····	078
二 日本消费、消费伦理与经济增长·····	085
 第四章 消费推动经济增长功能变异的病象观察·····	105
第一节 消费主义主导下的经济增长背离消费伦理 ·····	105
一 金钱至上的“拜金”消费盛行 ·····	106
二 精神消费的颓废·····	108
三 “跟风”消费突出，社会浮躁情绪加重 ·····	109
四 “符号”消费主流化，社会价值观扭曲 ·····	111
五 “面子”消费严重，引发资源浪费和环境破坏 ·····	112
六 政府社会性消费支出绩效低·····	113
第二节 消费推动经济增长畸形化分析·····	115
一 病态消费下的经济增长与人本需要相背离·····	115
二 病态消费下经济增长与人类信仰相背离·····	117
三 病态消费下经济增长与生态学理念相背离·····	120

第三节	病态消费下的经济增长对经济发展的冲击·····	123
一	环保消费意识缺失难以保证可持续经济增长·····	123
二	消费信仰缺失的经济增长背离人本目的·····	124
三	消费结构失衡的经济增长有悖社会和谐·····	126

第五章 消费推动经济增长动力紊乱的病因诊断····· 130

第一节	消费文化导向扭曲·····	130
一	早期节俭消费文化与经济增长·····	131
二	奢侈消费文化与经济增长·····	134
三	适度消费文化与经济增长·····	137
第二节	消费伦理维度下的现代经济增长理论评析·····	141
一	经济增长理论“症疴”——消费伦理因子缺失 ·····	142
二	居民消费决策理论的消费伦理因子缺失·····	149
第三节	经济增长方式哲学基础的背离·····	154
一	“以物为本”与“以人为本”的单一倾向·····	155
二	“生产”核心和“消费”核心的极化·····	158
三	人的生存目的与实现手段的背离·····	160
第四节	消费的自然属性与社会属性分离·····	164
第五节	政府供给消费伦理公共产品不足·····	167
一	消费伦理是公共需求·····	167
二	消费伦理供给不足原因分析·····	171

第六节 非公经济治理不足导致分配伦理和消费伦理缺失	172
一 私有资本属性发挥天然具有违背分配伦理的倾向	173
二 资本属性发挥破坏消费伦理	177
第六章 消费推动可持续经济增长的动力保证的理论指导	179
第一节 坚持马克思的消费伦理观	179
一 文本意义上的马克思消费伦理思想内涵	182
二 马克思消费伦理观的现代意义	192
第二节 现代消费伦理原则的凝练与归一	196
一 曼德维尔悖论与消费伦理原则本质要求的新悖论	196
二 规制消费秩序客观需要消费伦理原则	197
三 现代消费伦理原则何以凝练为单一的外部效应原则	199
四 消费的外部效应如何升华为现代消费伦理原则	204
五 确立规范消费的外部效应范式	206
第三节 消费伦理约束下的消费增长的实践拓展	207
一 价值维度：正确对待“两种矛盾”和“一个结合”	207

二	消费内涵维度：实现三种因子要素的统一·····	211
三	创新维度：技术创新与消费边际扩展相结合·····	214
第七章	经济增长的合宜性消费动力保证策略·····	217
第一节	解除消费压抑推动经济自然增长·····	217
一	解除消费压抑的现行对策及其评价·····	218
二	解除消费压抑的本源性对策的提出·····	225
第二节	给消费主义加上条件·····	233
一	共生消费——本体论诉求·····	234
二	中性及正外部性消费——实现本体论诉求的 必然选择·····	235
第三节	改变人性结构——唯一实现消费正义的 隐性路径·····	236
一	经济人性正义化与消费正义·····	236
二	消费正义是促进可持续经济增长的 “理想动力器”·····	238
三	消费正义促进可持续经济增长的机理分析·····	241
四	构建消费正义工程·····	243
第四节	发挥宗教导向功能——净化非伦理性消费·····	244
一	宗教作用于消费的机理·····	245
二	宗教归属于消费并具有扩展消费的效用·····	246

第五节 拓展消费伦理约束下的新消费增长点	248
一 提升农村居民消费水平	250
二 信息消费扩展空间巨大	257
三 银发消费发展前景广阔	260
四 提升发展型消费与享受型消费	262
参考文献	275

第一章

绪论

第一节 研究背景

一 研究消费范围界定

按消费主体划分，消费性支出包括社会性消费和家庭消费，社会性消费主要是政府消费，包括公共消费和公职人员个人消费两类。这些消费名义上是为执行国家政治、经济、文化和社会职能，最终形成购买性支出和转移性支出，但却直接和间接影响经济增长。实践证明这项消费支出是不断增长的。英国政治家、哲学家托马斯·霍布斯（Thomas Hobbs, 1588 - 1679）指出原因在于，政府是具有消费自我增长倾向的“利维坦”，政治家具有强烈的个人偏好，不管是出于个人的价值追求，还是出于约束机制不健全下的个人经济利益的考虑，政府的消费性支出总是具有扩张的内在冲动，客观上也具有促进经济增长的功能。但是，这些消费性支出因为来自人民，是“百姓的钱”，所以，使用的合法性自不必说，伦理道

德之维的合理性、合宜性评判更为必要，但在现实社会中，不仅是对社会性消费，也包括对家庭消费支出的伦理道德之维的评判往往都被忽视。

消费按其用途可以划分为生产性消费和生活性消费。生产性消费是满足生产过程中物化劳动和活劳动的消费，如为生产对厂房、土地、机器设备、劳动力、原材料、水、电、气等的消费。生活性消费是指为满足个人生活的各种物质产品和精神产品需要的消费，如个人住房及装饰品、办公室及装饰品，政府部门和私人的汽车及耗用品、新潮家用电器、电子信息产品，食品、水电、天然气、衣着、日杂用品，医疗、教育、娱乐、旅游、餐饮，家庭服务消费、社区服务消费、信息服务消费、体育服务消费等。

本研究中消费的范围仅指生活性消费，即个人、家庭消费和保证生活正常进行的社会性消费，见图 1-1 中的虚线内的消费内容，即包括家庭个人消费、社会性消费中的政府公共消费和公务人员个人消费三部分。研究这三部分消费的目的就在于在法律允许的条件下剔除有违道德成分的消费，也就是保证合法性与合宜性条件下的消费种类、消费结构、消费能力和消费方向，并以此研究合法性与合宜性消费下对应的经济增长水平，以此探索出质量保证下的消费与质量保证下的经济增长的关联机制。

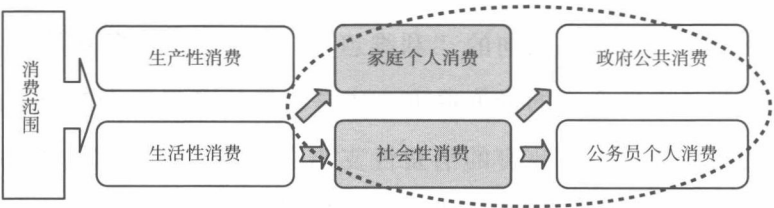


图 1-1 项目研究消费范围界定