

SHEHUIJITUANXIAOFEI
GUANLIYANJIU

社会集团消费管理 研究

主编 陈利君 副主编 谢承安 王崇理

13.53

中国财政出版社

责任编辑：王静波
责任校对：于 玲
技术设计：桑崇基

图书在版编目 (CIP) 数据

社会集团消费管理研究/陈利君主编.

北京：中国税务出版社，1996.4

ISBN 7-80117-044-X

I. 社…

II. 陈…

III. 组织机构-消费-经济管理-研究-中国

IV. F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 01605 号

社会集团消费管理研究

陈利君 主编

中国税务出版社 出版发行

(北京市宣武区槐柏树后街 21 号 邮政编码：100053)

各地新华书店经销

中央党校印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开 8.5 印张 220 千字
1996 年 4 月第 1 版 1996 年 4 月北京第 1 次印刷
印数：1~2800 册

ISBN 7-80117-044-X/F·040 定价：18.00 元

如发现有印装错误 可随时退本社更换

序

社会集团消费指的是国家机关、团体、部队、学校、企业和事业等单位用公款购买非生产性公用消费品以及开展公务活动所形成的消费。它与居民个人消费和生产消费一样，都是社会消费的重要组成部分，是影响社会总供给与总需求之间平衡的一个重要方面。一般说来，在社会消费品总量不变的情况下，如果社会集团消费水平过高，必然会影响居民个人消费和生产消费，造成社会消费品有效供给不足，导致消费品价格上涨，影响经济稳定。因此，党和国家一直把控制社会集团消费作为保持国民经济健康、稳定、快速发展的一项重要措施。

社会集团消费的一个基本特点是公款消费。近几年来，由于社会集团消费缺乏有效的约束机制，一些社会集团之间竞相攀比，讲排场、摆阔气之风久禁不止；借集团消费之名，行个人消费之实屡见不鲜；请客送礼、豪酌华宴、挥霍浪费，令人咋舌。在我们这样一个经济尚不发达，还有数千万人尚未解决温饱问题的国家里，豪华宾馆、办公楼鳞次栉比，高级进口小汽车比比皆是，实在不能说是一个正常的消费现象。它既浪费大量的国家资金，加剧了国家财力不足的矛盾，也滋长了奢靡之风，影响了党群关系。因此，控制社会集团消费不仅是一个经济问题，也是一个重大的社会、政治问题。江泽民同志在党的十四届五中全会上明确指出：“务必要在全社会继续发扬艰苦奋斗的优良传统，提倡勤俭，崇尚节约，防止和纠正脱离经济发展水平的高消费。”江泽民同志的这段重要讲话，有的放矢，切中时弊，为我们控制社会集团消费指明了方向。

应该指出，在世界上任何国家里，不管其政治制度、经济制度及经济结构如何，控制公款消费都是一种普遍政府行为。我国是

以公有制为主体的社会主义国家,社会集团消费在社会总需求中所占的比重比资本主义国家要大得多。从这样的国情出发,我们应该比一般市场经济国家更加重视控制社会集团消费。由于我国正处于社会主义建设的初级阶段,有效供给不足的矛盾仍很突出,国家财力不足和资金短缺问题仍很严重,治理通货膨胀的任务非常艰巨。保持社会集团消费的适度规模和合理结构,对于加强宏观调控,改善经济质量,减轻财政压力,发扬艰苦奋斗作风,贯彻勤俭建国方针,促进廉政建设都具有重要意义。这绝不是一时的权宜之计,而是一项必须长期坚持的重要方针和必须做好的重要工作。

目前我国正处于由计划经济向社会主义市场经济体制过渡和转轨的时期,社会集团手中掌握的财权比过去大了。在这种情况下,如何健全国家对社会集团消费的宏观调控机制,健全社会集团内部的自我约束机制,保证将有限的资金用到最需要的方面,还是一个没有完全解决的问题。随着我国由计划经济向社会主义市场经济体制的转变,过去的一套控制社会集团消费的管理模式也已不能适应经济发展的需要,对社会集团消费一味靠行政手段进行控制和压缩已难以奏效。必须探索适应社会主义市场经济要求的新路子。我们既要承认社会集团消费的合理增长,又要避免造成不必要的浪费。必须把社会集团消费问题放在市场经济大环境中去思考,研究社会集团消费增长的合理界限,建立具有中国特色的社会集团消费管理模式。要解决好这些问题,必须加强对社会集团消费理论研究,建立起一套完整的、系统的、适应社会主义市场经济体制要求的社会集团消费理论体系和工作体系,用科学的理论指导我国的控制社会集团消费工作。这是摆在财经理论工作者和实际工作者面前的一项重要任务。

云南省社科院和云南省控制社会集团购买力办公室在社会集团消费的理论研究方面迈出了可喜的一步。经过一年多的潜心研究,他们写出了《社会集团消费管理研究》一书。本书运用马克思主义政治经济学的基本原理,结合我国的实际,把社会集团消费作为

经济科学的一个对象,采用定量分析和定性分析、宏观分析和微观分析相结合的方法,对传统的管理办法进行了深刻的剖析,对在社会主义市场经济条件下,加强社会集团消费管理的必要性和重要性进行了深入的阐述,并就建立新的社会集团消费管理模式,包括转变政府职能、加强国有资产管理、建立现代企业制度和健全社会集团自我约束机制,以及加强社会集团消费的财务监督、审计检查和统计监测等问题进行了有益的探讨,对控制社会集团消费的新旧管理模式如何接轨也做了深入的研究,在理论上有一定的深度,有些观点很有新意,对指导我们做好控制社会集团消费工作有重要的参考价值,有利于提高控制社会集团消费工作者的理论水平。我热切地希望有更多的同志能卓有成效地开展这方面的理论研究。

值此书出版之际,我衷心感谢云南省社科院和云南省控办的辛勤劳动,并希望看到他们有更多的研究成果出来。

高纯

1995年12月19日

前 言

对社会集团消费的管理是世界各国对经济进行宏观管理的一个重要组成部分,它并不是中国独有的现象。但由于各国在社会制度、经济制度等方面存在差别,因而管理的手段、内容和方法等各不相同。我国对社会集团消费的管理是以“控制社会集团购买力”的形式出现的。它产生于 50 年代末、60 年代初,完善和加强于 80 年代。在这 30 多年中,其发展尽管十分艰难,经历了几起几落的过程,但最终还是坚持了下来,并取得了显著的成绩。它对节约开支、平衡财政收支、缓解社会总供给与总需求的矛盾、调节消费结构与生产结构、加强廉政建设、端正党风、密切党群关系、发扬艰苦朴素、勤俭节约的优良传统等起过重要作用。

但是,随着经济体制改革的深化,社会经济的发展,特别是 1992 年党的十四大和 1993 年十四届三中全会提出建立社会主义市场经济体制和现代企业制度后,整个经济运行机制发生了根本性的变化。在传统的高度集中的计划经济体制下建立起来的“控购”管理办法已经不适应经济发展的需要,有的手段由于逐步失去了其发挥作用的基础而显得过时了。如果再沿用传统的管理手段,其效果必然会大大下降,而且还会产生许多新的问题。因此,必须对传统的社会集团消费管理范围、管理模式以及具体的管理办法等加以改革。而改革的方向是建立适应社会主义市场经济体制和现代企业制度要求的新型社会集团消费管理模式。

在任何国家里,不管其政治制度、经济制度及经济结构如何,对公款消费的管理都是一种普遍的政府行为。我国是以公有制为主体的社会主义国家,这就决定了其建立的市场经济体制是以公有制为基础的社会主义市场经济体制。在这种情况下,社会集团消

费的最大特点是公款支出和公款消费,而公款支出和消费比私人支出和消费更具扩张力,更容易引起不合理的消费。在经济尚不发达的我国,当前的主要任务是集中有限的资金发展社会生产力,不允许社会集团脱离实际搞高消费或超前消费。但是由于目前我国正处于新旧体制交替的过程中,许多新的管理办法没有出台或不到位,以致形成许多管理的“真空”,加之社会集团产权关系模糊、自我约束力差,又存在大量预算外资金,社会集团不合理消费的现象大量存在。大吃大喝、公款旅游、铺张浪费、慷国家之慨、贪图享受、攀比奢华之风近年越演越烈,以致社会集团消费持续攀升,不仅增加了财政的负担,而且引起了群众的不满。因此,在当前及将来较长一段时期内,都应对社会集团消费加强管理,促使其更加合理化、科学化。

目 录

关于社会集团及其消费的理论

第一章	关于社会消费的经济学理论	(1)
第一节	消费与生产.....	(1)
第二节	消费政策和消费基金.....	(6)
第三节	购买力与购买行为.....	(12)
第二章	社会集团与社会集团消费	(18)
第一节	社会集团与社会集团购买力.....	(18)
第二节	社会集团消费及其性质.....	(23)
第三节	社会集团消费的作用及其对国民经济的影响	(30)
第三章	社会集团消费模式探讨	(37)
第一节	国民收入分配和社会集团消费.....	(37)
第二节	社会集团消费的基本特征.....	(48)
第三节	所有制、产权与社会集团消费	(54)
第四节	科学合理的集团消费模式.....	(61)

对社会集团消费的管理

第四章 社会集团消费管理概述	(69)
第一节 社会集团消费管理的目的和对象.....	(69)
第二节 社会集团消费管理的作用和必要性.....	(77)
第三节 社会集团消费管理的形式.....	(87)
第四节 国外有关理论的讨论.....	(92)
第五章 我国社会集团消费管理的形成和发展	(102)
第一节 社会集团消费管理的历史沿革.....	(102)

第二节	现行控制社会集团购买力的规定、制度	(117)
第三节	现行社会集团购买力管理办法的评述	(122)
第四节	经济体制转轨时期的社会集团消费管理	(130)
第六章	新形势下社会集团消费管理体制的改革	(138)
第一节	市场经济与社会集团消费管理的目标模式	(138)
第二节	建立调控系统的必要性	(143)
第三节	控制手段和管理办法的改革	(147)
第四节	指标控制和控制范围的改革	(152)
第五节	对社会集团消费的财务监督、审计检查和 统计监测	(158)
第六节	社会集团消费管理的机构建设及其职能划分	(173)

社会主义市场经济条件下的社会集团消费管理

第七章	市场经济与政府职能	(177)
第一节	政府职能转变与社会集团消费	(177)
第二节	社会集团消费与国有资产管理	(181)
第三节	政府职能及其社会集团消费管理体系的 建立	(188)
第四节	社会集团消费的法制管理	(193)
第八章	市场经济与企业行为	(197)
第一节	国有企业的资产增值问题	(197)
第二节	国有企业资产的管理	(205)
第三节	现代企业制度与企业自我约束机制	(211)
第四节	企业债务与消费约束	(216)
第九章	社会主义市场经济与社会集团消费管理	(222)
第一节	社会集团消费发生和增长的客观必然性	(222)

第二节	社会主义市场经济条件下的社会集团 消费的特点·····	(226)
第三节	社会主义市场经济体制下社会集团消费 管理存在的辨析·····	(232)
第十章	控制社会集团购买力管理工作的历史使命·····	(238)
第一节	对社会集团消费管理的必要性、长期性的 再认识·····	(238)
第二节	实现过渡,完善自我约束机制 ·····	(248)
第三节	关于社会集团消费高级管理形态的建立 ·····	(253)
后记·····		(258)

关于社会集团及其消费的理论

第一章 关于社会消费的经济学理论

消费问题,是经济理论中一个十分重要的问题。消费关系是生产关系的一个重要方面。本章主要阐述消费的经济学基本理论,确立研究和分析社会集团消费管理的理论依据和分析方法。

第一节 消费与生产

一、生产与消费的辩证关系

所谓消费是指使用物质资料及劳务用以满足人们的某种需要的行为过程。人们习惯上把这一行为过程划分为两大类:生产性消费和生活性消费。生产性消费是指生产过程中物的耗费,这种生产资料和劳动者体力与智力的消费,属于生产过程,包含在生产过程内。生活性消费指消费者使用消费资料和劳务,以满足个人生活需要和社会生活需要的行为过程。通常人们所讲的消费,就是指消费品的消费。本书所讨论的社会集团消费,主要指社会集团用于非生产性的消费,它包括为保证社会集团正常活动所需的不进入生产过程的所有物质资料和非物质资料的消费,并与个人生活所需的消费品消费相区别。

社会再生产过程是生产、交换、分配和消费四个环节相互衔接而组成的一个有机的周而复始的运动过程。在这一过程中生产为

起点,消费是终点,生产与消费之间存在着密切的关系。生产创造出消费的对象,决定消费的方式、消费的水平 and 结构,因此,消费是由生产决定的;但是,通过消费才能使产品成为现实的产品,消费又构成生产的目 的,消费能创造出生产的动力,促进生产的规模和影响生产发展的方向。所以,消费又规定、制约和决定着生产。

在消费品的生产和消费的关系上,生产决定消费。人们要消费就必须有消费的对象,要有食品、衣服和房屋等。没有生产,也就没有消费资料,所以生产为消费创造材料,生产的水平和规模决定消费的水平 and 规模,生产的结构决定消费的结构。生产还规定着消费的方式,原始人用手抓生肉吃,现代人则使用餐具食用经过烹调的熟肉。生产还引起新的需要的产生,新产品的不断开发,使人们不断产生新的消费欲望。现代社会生产出照相机、摄影机等新的消费材料,同时也规定了这些新的消费方式。

生产决定消费,消费是生产的目 的,因而消费对生产也具有制约和决定的作用。消费创造出生产的动力,生产的最初动机和目 的都在 于消费,生产实际上是人们实现其消费目 的手段。正是人们不断增长的物质和精神需要,才对生产提出不断增长与发展的要求。特别是到了商品经济的时代,商品生产的消费含义就更为突出。商品本身已成为为了满足人们某种需要(消费)而用于交换的劳动产品。从这个意义上讲,消费对生产同样具有决定意义。没有消费也就没有生产。消费使生产的产品得以最后成其为现实的产品。人们生产的产品,只有人们去消费,才证实它是有效的产品,没有人们的消费,生产出的产品不能实现其使用价值,再生产就不能顺利进行。特别是在现代社会买方市场形成的条件下,消费更具有决定的意义。因此,马克思早有预见地提出了第二种社会必要劳动,即只有能卖得出去的商品(消费)才构成社会的必要劳动。不能卖掉和积压在仓库里的产品不是社会必要劳动。消费对生产和社会再生产具有重要的作用。它是国民经济循环的枢纽点,是社会再生产总成果的最终检验。

二、生产力发展与消费水平

消费是人们利用消费资料满足消费需要的活动。人们的需要是多种多样的。但在特定的社会生产水平下,人们消费需要的满足程度是确定的,即并不是所有的消费需要都能够得到满足。消费水平就是从总体上反映消费需求满足程度的经济范畴,其具体含义是指一定社会中人们消费生活资料和劳务的实际状况。消费水平是消费数量和质量有机统一。

消费水平的数量特征,表现为人均消费生活资料和劳务的数量,通过实物消费指标、价值消费和劳务消费指标来表示。消费水平的质量特征表现为消费的合理化程度。具体表现为消费品的质量、生活环境和生活条件、闲暇时间的利用程度、人们的健康状况和寿命等等。

消费促进生产,生产决定消费,这是马克思主义的基本常识。因此,在确定消费水平时,必须以生产力水平为依据。消费水平是否与生产发展水平相适应,是衡量消费水平合理与否的根本标准。生产力水平决定消费水平,决定需要的满足程度。消费需要的满足,消费水平的提高,不取决于人们的主观愿望,而取决于生产力水平。马克思说:“在文化初期,已经取得的劳动生产力很低,但是需要也很低,需要是同满足需要的手段一同发展的,并且是依靠这些手段发展的^①。”没有这些手段的发展,没有生产力水平的提高,消费水平的提高,需要的满足,就会成为无本之木,无源之水。当然,在生产力发展之后,人为压低消费水平也是不利于生产发展的。但是,人们的消费需求,通常表现为一种“不断增长”的愿望,在消费的社会构成方面也有一个合理分配的问题。这就容易造成消费需求的主观愿望超越生产力发展水平的趋势。因此,人们对消费需求,对改善物质文化生活,可以有理想的要求,有长期的奋斗目标,但这最终要通过生产力的发展才能成为现实。

影响和制约消费水平的因素是多方面的,概括地讲主要有国民收入总额及其增长速度;积累与消费的比例;积累基金和消费基

金的使用；人口总量及其增长速度；价格水平和产品质量与档次等六大因素。发展生产，增加国民收入是提高消费水平的根本途径。消费水平的提高最终受制于社会财富的增加，只有不断发展生产，才能使国民收入不断提高，带来消费水平的提高。否则即使消费水平提高了，也只能是牺牲其他支出，影响生产的发展，最终不能持久地保持下去。

总之，消费水平和消费需求的提高，取决于生产力水平，要以生产力水平为依据。随着社会生产力的不断发展，会不断产生新的消费需求，消费需求不断得到满足，又会成为进一步发展社会经济和提高生产力水平的动力。如此循环往复，人们的消费水平就会在发展生产的基础上，一步一步地得到提高。

三、社会总供求与消费结构

在总需求中，消费是最大的子项。消费的变化势必对总需求的规模和总供求关系的状态有直接影响。为此有必要弄清社会总供求及其与消费结构的关系。

社会总供求是指一国一定时期内物质生产部门向社会提供的、可供最终消费和使用的物质产品和生产性劳务的总和。社会总供给有广义和狭义两种含义：广义的社会总供给同社会总产值相适应；狭义的社会总供给同社会净产值相适应。决定社会总供给的数量有三个基本因素，即投入物质产品和生产性劳务生产的劳动量、劳动生产率、投入物质产品和生产性劳务生产的生产资料消耗数量。

社会总需求是指在一定的支付能力条件下社会上对生产出来供最终消费和使用的物质产品和生产性劳务的需求的总和，简单地说，就是社会的消费需求和投资需求的总和。

习惯上，人们常常把社会总需求等同于社会的购买力，它包括城乡居民个人、企事业单位和行政部门的购买力的总和；把社会总供给等同于社会可供购买的商品总量，它包括各个生产部门生产出来可供购买的商品的总和。这样的理解是不够完整的，因为在理

解社会总需求时,使用的是价值形式,而理解社会总供给时,使用的则是实物形式。完整的表述应该是,从价值形式上看,社会总需求等于一定社会购买力条件下社会要购买的商品的價值,社会总供给等于社会提供的可供购买的商品的價值;从实物形式上看,社会总需求等于社会要购买的商品总量,社会总供给等于社会提供的可供购买的商品总量。

社会总供求的平衡是国民经济协调发展的客观要素。从产品的最终用途看,可以把总供给看成是投资品的供给与消费品的供给之和;总需求是投资品的需求与消费品的需求之和。社会总供求平衡的主要内容就是消费品的供给与消费品的需求的平衡,消费品的生产结构与需求结构(消费结构)的相互平衡;投资品的供给与投资品的需求的平衡,投资品的生产结构与需求结构的相互平衡。按照马克思主义的观点,人们对消费资料的需求,是初始的需求,对生产资料的需求,是由于需要消费资料而产生的。生产资料的发展规模、速度和结构,不仅取决于当前的生产力水平,而且取决于消费的发展规模、速度和结构。生产需要应以消费需要为转移,“间接需要”是为实现“直接需要”服务的。因此应该从满足消费需要出发,通过发展消费资料生产来促进生产资料生产的发展,从而促进整个国民经济的发展。我们发展经济的根本目的,是为了提高人民的物质和文化生活水平,所以生产结构、产业结构必须适应人民的消费需要。只有经济结构、产业结构合理化,才能实现消费结构的合理化。

所谓消费结构,是指各类消费支出在消费支出总额中所占的比重及其相互关系。消费结构又分为居民家庭消费结构和社会消费结构。为阐述方便,这里仅以居民家庭消费为例来作说明。恩格斯曾经根据消费需求的不同层次,把消费资料分为生存资料、发展资料和享受资料。其中,生存资料是较低的层次,人们的消费首先从这一层次开始,只有当这一层次的需求满足后,才会向更高层次延伸和发展。在实际生活和统计工作中,一般把消费资料划分为

吃、穿、用、住等几大类。其中用于食物方面的消费支出,属于最基本的层次,它是劳动者维持基本生存最首要的条件。

消费需求本身和与之相联系的消费结构是不断变动的。从长期看,消费结构变动的一般趋势是循着生存资料——发展资料——享受资料的顺序发展的;居民家庭收入越少,全部消费支出中用于购买食物的开支所占的比重就越大;随着收入的增加,全部消费支出中用于食物的开支所占的比重会越来越小。表明这种食物支出与消费支出之间比例关系的系数叫作恩格尔系数,其公式是:

$$\text{恩格尔系数} = \frac{\text{食物支出额}}{\text{总消费支出额}} \text{ 或 } = \frac{\text{食物支出额}}{\text{总收入额}}$$

一定的收入水平决定了一定的消费结构,而一定的消费结构则反映着一定收入下的消费水平。联合国以恩格尔系数为依据,所划分的消费水平的标准是:恩格尔系数在59%以上为最贫困状态的消费;50%—59%,为度日状态的消费;40%—50%为小康水平的消费;20%—40%为富裕状态的消费;20%以下为最富裕状态的消费。根据上述标准来考察我国消费结构变动的趋势,目前我国消费结构正处于从度日状态的消费向小康水平的消费过渡的阶段。

影响消费结构变动的主要因素除了居民的收入水平外,还有居民的收入结构,消费品的价格,商品的品种、数量、质量、包装等因素,以及消费者个人因素和社会对消费行为的引导等因素。然而,居民消费什么和消费多少,最终要受到消费品生产状况和供应状况的制约。

第二节 消费政策和消费基金

一、消费政策

消费是实现国民经济良性发展的枢纽,它是决定国民收入最终使用方向的重要因素,是确定国民经济内部比例关系和实现国

民经济综合平衡的出发点。消费需求是总需求的最主要构成部分，一般要占到总需求的三分之二左右，因此总需求的稳定增长有赖于消费需求的稳定增长。消费需求与总需求的这种内在关系，使得消费政策对于保障总需求的稳定增长具有重要的意义。

消费政策作为调整消费需求总量变动的行为准则，可以直接约束或扩张消费需求总量，通过消费需求的变动来影响总需求的变化，从而对总需求增长起到调节作用，实现总供给与总需求的平衡。消费政策作为宏观经济政策中重要的总需求调节政策，既可以使消费需求的增长过快地超过供给的增长，也可以使消费需求增长严重地落后于供给的增长或同供给增长大体平衡。按照消费政策所形成的消费需求同供给增长的这些不同关系，消费政策可以划分为三种类型，即滞后消费政策、超前消费政策和适度消费政策。

滞后消费就是片面地强调生产和积累，不注重人民消费水平的提高，使消费增长速度落后于生产的增长速度。在实践中表现为只注重扩张生产资料的生产而不注重发展消费品的生产，或者说只注重发展某些低档的必需消费品的生产，而不注意随着生产的发展不断提高消费结构的层次。滞后消费会使消费需求对生产发展失去应有的拉动力，从而把生产限制在低水平上，严重地限制生产的发展；其次，它会限制消费需求的合理增长，结果是既压抑和破坏了劳动者的生产积极性，又造成了生产上的极大浪费；再次，它会破坏国民经济的重大比例关系，不仅使积累和消费的正常比例遭到破坏，也会使两大部类及各产业的比例关系难以协调。十一届三中全会以前，我国基本上实行的是滞后消费政策，再加上自然经济的抑制消费观念的长期影响，造成了消费不足的局面，从而给整个国民经济的发展造成了很大危害。以至直到今天，消费不足仍然是困扰我国经济发展的主要问题或问题的主要方面。

超前消费也称消费的早熟，其主要表现就是消费需求的增长速度超过了生产发展速度、劳动生产率增长速度 and 经济效益提高