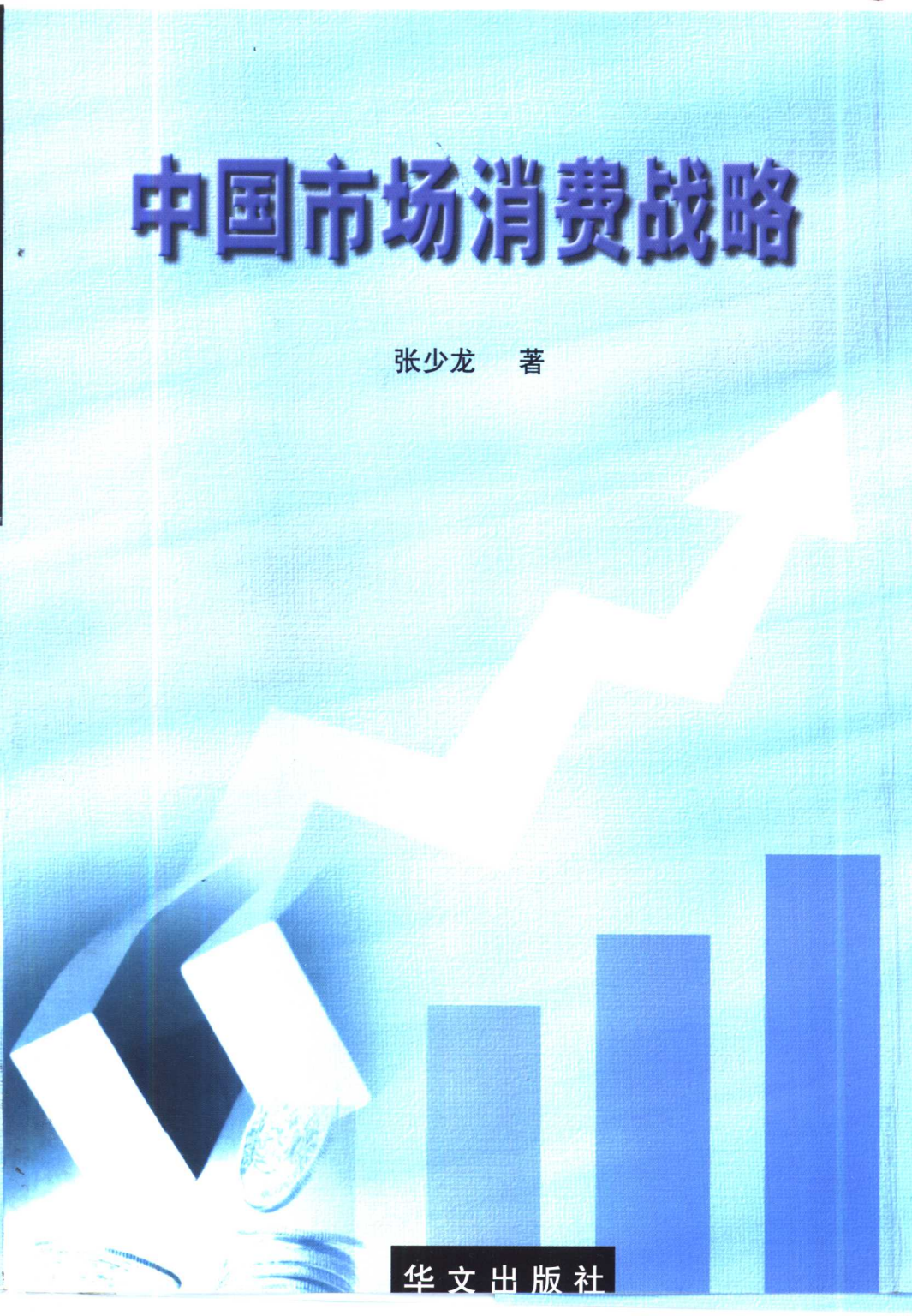


中国市场消费战略

张少龙 著



华文出版社

中国市场消费战略

张少龙 著

华文出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国市场消费战略/张少龙著. -北京:华文出版社,
2001.1

ISBN 7-5075-1131-6

I. 中… II. 张… III. 消费-市场经济-经济战
略-研究-中国 IV. F123.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 88253 号

华文出版社出版

(邮编 100800 北京市西城区府右街 135 号)

网址:<http://www.hwchs.com>

电子信箱:webmaster@hwchs.com

电话(010)83086853 (010)83086663

新华书店经销

河北省廊坊市万隆胶印厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 15.25 印张 350 千字

2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

*

印数:0001—5000 册

定价:26.00 元

序 全面进入后小康社会

刘方棫^①

党的十五届五中全会《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十个五年计划的建议》指出：经过努力，我们即将实现了既定的现代化建设的前两步战略目标，经济和社会全面发展，人民生活总体上达到小康水平，开始实施第三步战略部署。从新世纪开始，我国将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。

改革开放以来，我国国民经济成功地实现了“软着陆”后，又实现了令世人瞩目的“低通胀——高增长”、“通货紧缩——适度增长”，我国经济运行呈现出一些新的特点：一是市场，以前主要是卖方市场，现在则是买方市场天下，市场供应过剩已不再是一种端倪；二是经济运作，以前主要依靠总量扩张和扩大投入，现在则主要依靠结构调整和产品优化来推动，商品质量、品牌、价格已成为企业优胜劣汰的关键；三是消费者的心理行为，以前消费者支出的基本投向是以温饱型为代表的基本生活必需品，选择性较窄，主要是追逐数量上满足。现在随着居民收入和金融资产的增加，消费的基本投向已从生存资料转向发展资料和享受资料，选择性强，关注和追求的是质量、档次和精度；四是消费者的市场选择和购买行为已成为企业再投入和再产出的方向标志，消费的热点已成为经济的新增长点。同这一变化的背景相适应，我国城乡居民的生活

^① 刘方棫，男，北京大学经济学院教授、博士生导师，中国经济规律研究会会长，中国生产力研究会副会长，著名经济学家。

也发生了历史性巨变,其表现为:

一是我国城乡居民收入有了明显的提高。1996年城镇家庭人均生活费收入4377元,比1991年提高了41.6%(已扣除物价因素)5年年均增长7.2%。农村家庭人均纯收入1926元,比1991年增长28.3%(已扣除物价因素)年均增长5.2%。1997年全国城镇人均可支配收入5160元,1998年增长到5425元,1999年又增加到5854元,比1952年分别提高了33.8倍和35.1倍,农村居民家庭人均纯收入由1952年的57元提高到1998年的2162元,1999年又提高到2210元,分别增长了36.9倍和37倍。

二是居民消费水平的逐年提高,消费层次也逐渐拉开。城乡居民的消费水平已从1978年的184元提高到1998年3094元,按可比价格计算,消费水平1998年比1978年增长了3.0倍,其中农村居民从1978年人均138元提高到1998年的1945元。按可比价格计算,消费水平1998年比1978年增长2.77倍,城镇居民的消费水平支出从1978年的405元提高到1998年的6528元。按可比价格计算,消费水平1998年比1978年增长2.5倍。根据我国城镇居民生活的有关资料,现在我国年收入在5000元以下的贫困型家庭,约占城镇家庭总户数的4%,年收入在5000至10000元的温饱型家庭,约占总户数的34%,年收入在10000至30000元的小康型家庭,约占总户数的55%,年收入30000至10万元的富裕型家庭,约占总户数的6%,年收入10万元以上的富豪型家庭,约占总户数的1%,和收入水平相对应,消费层次也明显拉开。5万~10万元以上的高价位商品(如汽车、住宅)的主要消费者是约占7%(6%+1%)的城镇富裕家庭;1万元级的家用电脑、家庭影院、移动电话等商品的主要消费者,是占总户数60%的城乡小康型和富裕型家庭;5000元级的家用电器、电话、家具等则是温饱型以上的消费者群体追求的对象。

三是消费水平的提高,不仅表现为一定时期居民消费总额和

人均价值消费量的增长,而且也反映在居民的消费结构的改善上。即:在吃穿用住行等消费支出中,吃的比重下降,用、住、行的比重上升;在穿着消费中,非高档品比重下降,丝绸皮革高档品比重上升;在用品消费上非耐用品比重下降,耐用品比重上升;在消费支出总额中实物消费比重下降,精神品和劳务消费比重上升,等等。我国城乡居民消费结构,从温饱型消费已向小康型消费转进。

准确地把握我国近年来消费品市场的变化和居民消费水平、消费结构的变动,对遵循市场导向、调整不合理的产业结构、优化产品结构,求得供给和需求的吻合,缓解和改善目前的生产相对过剩,具有重要意义。但我们必须清醒地认识到,当前的“过剩”是相对于居民收入和消费水平不高情况下出现的,局部发生于第二产业中某些传统制造业方面的过剩,不是全局性的(例如高科技和第三产业仍然滞后),更多地表现结构性的过剩,生产结构和产品结构不适应消费结构的变化,各地产业结构趋同,低档产品过多,市场旺销,特别是科技含量高的产品、附加值高的产品仍然供给不足,有赖进口解决。因而,只要我们使产业得到结构调整和产品优化升级,把大力开拓市场和扩大有效内需正确地结合起来,结构性的过剩就会逐步缓解。常规性财政扩张政策及利率调整作用屡不见效的情况下,从政策调整转向体制创新,将体制朝着有利于多种所有制共同发展和居民收入协调增长的方向,无疑是推进经济回升的正确选择。当前,为使政策及体制调整到位,必须重点解决宏观上的市场消费需求疲软问题:

首先,遵循收入是消费的函数的规律,提升居民收入预期。收入是消费的函数,是影响和左右居民消费趋势的重要因素,消费需求的大小直接取决于居民收入水平的高低。近几年来,居民消费需求不旺、热不起来,是经济持续低冷、回升困难的重要原因。因此,应该在人们预期支出增大的情况下,大力提高人们的收入水平,尤其是要充分利用积极的财政政策和货币政策,继续提高人们

的收入增长预期。

其次,依据启动消费拉动有效需求的规律,实现消费主导型经济,必须扩大内需、转变结构、更新观念和调整消费政策。消费学的研究表明,消费革命有一个发展和升级的周期,从追求基本生活资料,到追求以家电为代表的耐用消费品的消费,存在一个消费力的蓄能期,即收入的蓄积过程。从亚洲各发展中国家的经验看,这个阶段大约是7年左右,我国也经历过从70年代末追求基本生活资料的满足,到80年代追求生活质量提高的消费转型和升级的过程。从追求耐用消费品的消费到追求扩展居住面积、高档装修、厨卫革命以及现代交通通讯工具,更需要一个“蓄势待发”的新的消费革命。我国从80年代中后期的90年代中后期已经经历了大约10年左右的蓄积消费力的过程,完成这一过程以突破制约消费的临界点,在于消费收入的稳定增长。我国目前最大的收入增长源之一是储蓄的收入,连续降息无疑降低了最广大人民的收入源,削弱了消费革命的势能,延长了蓄势待发的周期,使新一轮消费周期难以在短期内完成。实践证明,近年来连续降息并没有刺激消费,根源就在于消费革命在蓄势过程中,储蓄是消费者投资的最佳选择,也是工资外的主要收入增长源。降息使居民收入下降,反而降低了消费者的边际消费倾向。

再次,应大力更新消费者的观念,增大消费倾向。过去短缺经济时代我们曾大力提倡约束性消费,即在满足基本生活需要基础上,鼓励积累和投资,反对消费超前和消费需求膨胀,所谓“新三年,旧三年,缝缝补补又三年”,“清心寡欲”,“省吃俭用”,“量入为出”,“不寅年吃卯粮”,就是我国70年代改革开放前消费者普遍心态和消费准则。进入80年代后,计划经济逐步让位于市场经济,短缺逐步让位于物资丰富,消费规模逐步扩大,经济增长由生产导向逐步转为消费导向。在这种格局下,消费者的消费观念逐步转变为适中型消费。所谓适中型消费,是指消费结构和消费规模既

不超前也不滞后,消费收入和消费行为相对协调化。当前消费者的观念正在从适中型消费演进而为拓展型消费。拓展型消费是适应买方市场产品相对过剩的状况,开发信用消费,求得信贷生产与信贷消费的相对均衡和消费质量的提高,其基本含义是通过信贷方式实现某些超前消费,使消费者实现对暂无支付能力的某些大件商品和贵重商品的消费。我国目前正进入拓展型消费阶段,消费观念也应适应时代要求,适度地“更新换代”。过去在计划经济体制下,由于商品短缺谈不上消费信贷问题。买方市场出现后,逐步放开消费信贷已是国际上一种通用手段。发展消费信贷应根据信贷种类范围,简化信贷手续,建立配套的个人资信评估体系和担保抵押制度,鼓励居民消费信用化,发展分期付款和租赁服务等消费方式,合理地提前释放居民的潜在需求,使居民的消费欲望得到信贷的有力支持。目前尤其应该在汽车、住房和大宗电器上开展消费信贷,鼓励消费者善于且敢于“用明天的钱圆今天的消费梦”,促进消费热点的形成。

最后,应努力改革消费体制,推进市场消费,降低城乡居民的预期支出。主要是加快住房、医疗保障和教育及其他之福利制度的改革,增加改革的透明度和到位率,减少不确定性。要杜绝各类不合理定价和垄断价格,调低服务收费,降低住房价格,兑现职工住房的优惠政策。此外,还应加强城镇基础设施和公路建设,大力推进个体、私营服务经济的发展,改善消费环境和消费设施,大力发展文化消费、知识消费,提高低收入阶层的职业素质和就业技能,从而增加该阶层居民的收入,这对于二元结构下的农村居民尤其重要。

世纪之交,千年更替。从新世纪开始,我国将进入全面建设小康社会,加快推进现代化的新的发展阶段。长江后浪推前浪,江山自有后来人。消费经济研究在我国是前沿学科,也是相对冷门学科,潜心研究者不多。少龙同志十多年来咬定青山不放松,不论环

中国市场消费战略

境发生什么样的变化,始终致力于消费经济研究和消费经济学科建设,注重市场消费战略研究,涉猎宏观消费理论、微观消费行为,由消费品工业到农业产品加工业,从食物消费到城镇住房改革,特别是对小康和后小康的研究,具有实用价值和超前意识,学界影响很大。天道酬勤,功夫不负有心人,积其心血多年的又一部学术专著——《中国市场消费战略》一书出版之际,作为他的导师,我深感欣慰。写上这些话,是为序!

2000年11月25日于北京大学燕北园

目 录

序 全面进入后小康社会 刘方棫(1)

市场消费战略总论

中国改革的重要任务就是要从根本上改变束缚生产力发展的传统经济体制,建立起充满生机和活力的新的社会主义市场经济体制。在这种背景下,向市场消费转变已成为客观的必然。

一、市场消费——中国消费战略取向 (3)

二、中国市场消费结构的演进分析 (12)

三、中国居民消费战略研究 (24)

四、市场消费若干战略课题 (43)

住房制度改革战略

在社会主义市场经济条件下,住房是一项重要的消费。以福利性为主要特征的住房制度,不仅不能适应老百姓对住房消费的渴求,而且严重妨碍住宅业成为新的支柱产业和新的经济增长点。

- 五、中国城镇住房制度改革…………… (117)
- 六、城镇住房货币化分配大思路…………… (155)
- 七、我国消费信贷发展对策研究…………… (209)

食物生产与消费战略

“民以食为天”,此乃古今中外治国安邦之首要。食物消费是人类生存和发展的第一位活动。食物生产关系国计民生,不断更新的食物消费是农业生产和食品工业的巨大动力。以食物消费刺激农业产业和食品工业的发展,是一项具有战略意义的举措。

八、中国食品工业发展战略·····	(245)
九、轻工业跨世纪发展战略·····	(269)
十、农产品加工业战略选择·····	(285)
十一、农业现代化的若干思考·····	(327)

后小康消费战略

从小康的起点到富裕,中间还需经历一较长阶段,这就是后小康阶段。在后小康阶段,中国经济将进入新的高速发展阶段,如何把握机遇,以消费拉动市场,是扩大内需的重要举措。我们已经落后了,但这并不可怕,可怕的是可能再次丧失机遇。

十二、对中国后小康消费的战略思考·····	(363)
十三、中等发达国家与中国后小康消费·····	(404)
十四、中国后小康消费战略的若干对策·····	(419)

市场消费战略理论

不断提高城乡居民的物质和文化生活水

平,是发展经济的出发点和归宿。邓小平消费经济理论是邓小平理论的重要组成部分。归纳起来,至少包括三个方面的内容,即:消费动力论、消费战略论和消费政策论,它们构成了一个完整的、独具特色的消费经济思想体系。

十五、邓小平消费经济理论·····	(441)
十六、科尔内消费经济思想评述·····	(455)
十七、党的十五届五中全会描绘新世纪蓝图·····	(468)
后 记·····	(472)

市场消费战略总论

- 市场消费——中国消费战略取向
- 中国市场消费结构的演进分析
- 中国居民消费战略研究
- 市场消费若干战略课题

一、市场消费——中国 消费战略取向

A. 向市场消费转变的客观必然性

按照国际国内形势的发展变化,中国改革的重要任务就是要从根本上改变束缚生产力发展的传统经济体制,建立起充满生机和活力的新的社会主义市场经济体制。在这种背景下,向市场消费转变便成为一种客观必然。

首先,市场经济的发展客观上要求向市场消费转变。市场经济是人类社会进入社会化大生产以后产生、发展并发生作用的社会经济运行形态,是自然经济的对称。自然经济作为一种自给自足经济形态,它是与生产力水平低下和社会分工不发达相适应的。从原始社会末期到奴隶社会和封建社会这样一个相当漫长的历史阶段,自然经济始终占统治地位。在一些不发达国家,即使是建立了社会主义制度以后,自然经济的影响还存在。1921年,列宁就指出:“小生产者的分散性和散漫性”,“工农业间的缺乏流转,缺乏联系和协作”等决定了苏维埃经济必须“善于考虑那些便于由宗法制度,由小生产过渡到社会主义的中间环节”。^①中国在解放前,商品经济很不发达,特别是广大农村还处于自给或半自给的小生产状态之中。解放后,中国的小生产者的习惯势力仍然存在,并产生影响。市场经济作为一种占主要地位的取代自然经济的经济形态,是伴随着资本主义社会化大生产的产生、发展而逐步形成的。

^① 《列宁选集》,第四卷,第525~526页。

只有在商品经济发展到相当发达的程度,整个社会的生产实现了社会化和商品化,不仅物质资料商品进入市场,而且各种生产要素都已进入市场,这时的市场才能在社会资源分配方面起调节作用而成为比商品经济更高一筹的市场经济形态。市场经济得以产生、发展的根源并不在于生产资料的私有制,它只是商品经济发展到生产社会化程度时才必然产生的。只要商品经济的发展已经达到了生产社会化的程度,不论其所实行的是生产资料的私有制,还是生产资料的公有制,都可以搞市场经济。“说市场经济只限于资本主义社会”,这“肯定是不正确的”,“社会主义也可以搞市场经济。”^①在我国,对市场经济的认识已基本统一,形成共识。自然经济和市场经济是人类社会的两种基本经济形态。由此推论,自然经济型的消费和市场经济型的消费是人类社会生活消费的两种基本类型。我国目前正从自然经济与产品经济下的“温饱”,过渡到市场经济基础上的“小康”,这是中国消费战略的重大转折。与此相适应,向市场消费转变也必然成为我国人民生活的选择。

其次,市场取向改革将促使消费向市场化转变。社会主义经济中计划与市场的关系问题,历来是社会主义经济理论中争论的焦点。在党的十一届三中全会以后,首先提出了“计划经济与市场调节相结合”的命题。这以后的几年又经历了反复,一直持续到1984年,在党的十二届三中全会通过的《关于经济体制改革的决定》中,明确提出社会主义经济是在公有制基础上的有计划的商品经济。商品经济的充分发展是社会主义经济发展不可逾越的阶段,是实现我国经济现代化的必由之路。之后,党的十三大报告又进一步提出要善于运用计划调节和市场调节这两种形式和手段。社会主义商品经济的发展要依靠市场的发育和完善。利用市场调节决不等于搞资本主义,计划和市场的作用范围都是覆盖全社会

^① 《邓小平文选》第三卷,第373页。