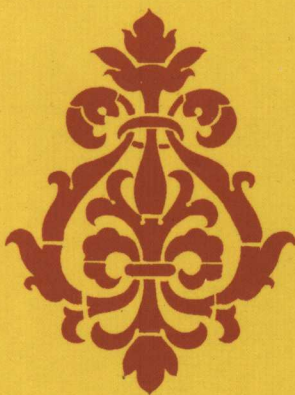


南方社会科学学科建设丛书
THE SERIES OF THE COURSE STUDY
ON SOUTHERN SOCIAL SCIENCES

消费经济学

李新家 · 著

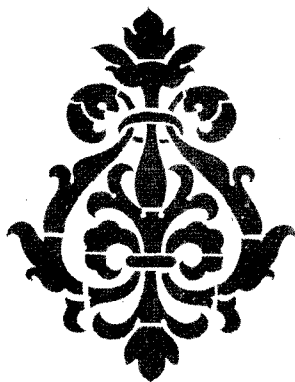


中国社会科学出版社

南方社会科学学科建设丛书
THE SERIES OF THE COURSE STUDY
ON SOUTHERN SOCIAL SCIENCES

消费经济学

李新家 著



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

消费经济学 / 李新家著. —北京: 中国社会科学出版社,
2007. 8

(南方社会科学学科建设丛书)

ISBN 978 - 7 - 5004 - 6355 - 9

I. 消… II. 李… III. 消费经济学 IV. F014. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 122854 号

责任编辑 韩育良

责任校对 石春梅

封面设计 王 华

版式设计 王炳图

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京奥隆印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2007 年 8 月第 1 版

印 次 2007 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 980 1/16

印 张 19.5

插 页 2

字 数 345 千字

定 价 38.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究



作者简介

李新家，男，1952年2月出生，湖南省桃江县人。1971年参加工作。1974年加入中国共产党。1977年考入北京大学。1979年9月考入中国社会科学院研究生院，1982年7月毕业获经济学硕士学位。毕业后在中国社会科学院马列主义毛泽东思想研究所工作。1983年7月调入湘潭大学经济学系。1984年任湘潭大学消费经济研究所副所长。1987年1月晋升副教授。1993年1月调入广东省社会科学院经济研究所。1994年初任广东省邓小平理论研究中心副主任，年底晋升研究员。1996年1月任广东省社会科学院党组成员，副院长；9月列入广东省宣传思想战线跨世纪优秀人才首批培养对象（十百千工程）第一层次。1997年考入中山大学管理学院，2004年6月毕业，获管理学博士学位。1998年被选为第九届全国人民代表大会代表；获国务院颁发的政府特殊津贴；受聘为国家哲学社会科学规划经济理论学科组成员。1999年9月获中共广东省委宣传部授予的广东省优秀中青年社会科学家称号。2004年受聘为中山大学管理学院兼职教授。现任广东经济学会、广东价格协会、广东第三产业研究会、广东消费者协会、广东生产力经济研究会副会长等。

李新家研究员主要从事理论经济学和企业管理和教学工作。1988年出版《中国消费结构的研究》（合作），国家社科规划项目，获湖南省首届优秀社会科学成果一等奖。1992年出版专著《时间经济学》，获广东经济学会1988—1992年度经济学优秀成果二等奖。1995年出版《消费经济学》，获广东省第六次优秀社会科学研究成果三等奖。1995年出版《邓小平市场经济理论与广东实践》（合作），国家社科规划项目，获第十届中国图书奖、广东省宣传文化精品奖。1997年出版《经济社会环境协调发展的研究》，列入广东省中青年社会科学家文库。1998年发表论文《十一届三中全会以来社会主义经济理论的若干发展》（合作），获全国报纸理论宣传优秀论文一等奖。2000年出版《企业集团——扩展动因模式与案例》（合作），获广东省政府颁发的首届哲学社会科学优秀成果一等奖。2003年出版专著《社会主义市场经济理论的发展》，省社科规划项目，获广东省政府颁发的首届哲学社会科学优秀成果三等奖。2004年中国经济出版社出版《网络经济研究》（主编），国家社科基金项目，2004年结项，鉴定等级为优秀。2005年中国财政经济出版社出版《跨国公司在华筹供策略》，国家自然科学基金重点项目子课题，成果结项获优秀。目前主要承担构建和谐、建设创新型国家以及文化经济等课题研究。

编辑委员会

主任：李子彪 梁桂全

副主任：田 丰（常务） 李新家 王经伦 刘小敏 谢名家
黎志华 杨 明

委员：（按姓氏笔画为序）

丁 力 王 杰 王金沙（女） 丘 杉 刘泽生

刘品安 刘 毅 向晓梅（女） 单世联

周 薇（女） 林平凡 罗繁明 郑梓楨

查 宁（女） 赵细康 钟晓毅（女）

温宪元

主 编：李子彪 梁桂全

副主编：田 丰 李新家 杨 明

总 序

当今世界，全球化的潮流席卷西方和东方，它深刻地改变着每个国家、民族、群体乃至每个人生存和发展的条件和方式，这种变化所产生的经济、政治、社会、环境、文化问题，经典的思想理论、思维模式都不能提供现成的说明、规范和引导。任何民族，想要在全球化背景下获得国际竞争的优势，必须依靠对世情的科学分析，对世界经济文化走向趋势的把握以及发展战略的重大调整。当今国际竞争与过去的区别，不仅在于竞争的激烈性，它对国家民族生存和发展的关联性，还在于竞争的焦点的转移，人的素质的较量、文化力的较量、创新能力的较量已成为决定国际竞争力高低的决定因素，而这种软性竞争力的提升无疑需要哲学社会科学的繁荣和发展，呼唤着哲学社会科学与时俱进，赶追世界潮流。

当代中国，在经历近 30 年的改革开放后呈现出一系列新特征：经济体制深刻变革，社会结构深刻变动，利益格局深刻调整，思想认识深刻变化，要顺利地推进社会转型和经济发展，离不开哲学社会科学的智力支持和精神支撑。中共中央《关于进一步繁荣发展哲学社会科学的意见》强调指出，在全面建设小康社会、开创中国特色社会主义事业新局面、实现中华民族伟大复兴的历史进程中，哲学社会科学具有不可替代的作用。必须进一步提高对哲学社会科学重要性的认识，大力繁荣发展哲学社会科学。要力争用 10 年左右时间，形成全面反映马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的教材体系，形成具有时代特点、结构合理、门类齐全的学科体系，形成人尽其才、人才辈出的人才培养选拔和管理机制，充分发挥我国哲学社会科学认识世界、传承文明、创新理论、咨政育人、服务社会的重要作用。

改革开放以来，广东省社会科学院对广东乃至全国的经济体制改革和现代化建设作出了积极贡献。特别是在社会主义商品经济、特区理论与实践、港澳台问题、物价改革、国有企业改革、区域经济发展与规划、广东山区发展、现代化进程中的精神文明建设、广东率先基本实现现代化的理论与实践、依法治省的理论与实践等领域的研究出了一批在全国有影响的成果，为促进政府科学

决策和马克思主义理论创新发挥了积极作用。广东省社会科学院在社会科学研究机构的转型改向上先走一步，着重研究现代化建设中提出的重大理论问题和实践问题，积极为物质文明、政治文明和精神文明建设服务，为各级党委和政府决策服务，已形成以科研为中心，集科研、教学、传播、咨询和决策服务为一体的多功能科研基地。时任中共中央政治局委员、广东省委书记的李长春同志曾明确指出，省社会科学院“要把研究重心放在研究地方经济社会发展问题上，要贴近地方发展的主题，体现地方特色，为省委、省政府决策提供理论支持和参考”，他高度评价广东省社会科学院的工作，指出：广东改革开放20年的发展，“每一步都离不开社会科学院的参与和介入”，特别是最近几年来，“在许多重大理论和实践问题上，省社会科学院都有所贡献，有所创造”。中共中央政治局委员、广东省委书记张德江也指出：“对于广东省经济社会下一步怎么发展，要发挥社会科学院的作用。不管是物质文明，还是精神文明，不管是总结过去，还是开拓未来，都需要加强研究。”语重心长，对我们既是热情的鼓励和支持，也是有力的鞭策和指导。

新世纪以来，为贯彻落实胡锦涛同志关于广东要抓住机遇，加快发展、率先发展、协调发展，当好现代化排头兵的要求，广东省社会科学院继续坚定不移地以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，贯彻科学发展观，坚持正确的科研方向，坚持理论联系实际的马克思主义优良学风，以“前沿、创新、务实”为特色，以问题为中心，以学科建设为基础，大力探索和回答改革和发展实践中提出的新问题，概括新经验，形成新理论，为广东省率先基本实现现代化提供理论先导、思想动力和智力支持，努力形成和保持与国内外学术前沿对话的能力和与社会实践互动的能力，形成和发展既有广东特色又面向全国，面向世界的学科体系。

《南方社会科学学科建设丛书》的出版，是广东省社会科学院落实中共中央《关于进一步繁荣发展哲学社会科学的意见》的一项决策，是全院科研人员近年来在理论前沿的创新成果的一次检阅，也是促进本院研究生教育事业的一个举措。希望这套丛书对广大科研工作者、理论工作者以及实际工作者起到增进知识、开拓视野、提升思维能力的的作用。为了这套丛书的出版，中国社会科学出版社社长孟昭宇同志、丛书责任编辑王浩同志和各书责任编辑以及有关人员付出了大量的心血和艰苦的劳动，在此表示深深的谢意。

《南方社会科学学科建设丛书》编委会

作者介绍

李新家，男，1952年2月出生，湖南省桃江县人。1971年参加工作。1974年加入中国共产党。1977年考入北京大学。1979年9月考入中国社会科学院研究生院，1982年7月毕业获经济学硕士学位。毕业后在中国社会科学院马列主义毛泽东思想研究所工作。1983年7月调入湘潭大学经济学系。1984年任湘潭大学消费经济研究所副所长。1987年1月晋升副教授。1993年1月调入广东省社会科学院经济研究所。1994年初任广东省邓小平理论研究中心副主任，年底晋升研究员。1996年1月任广东省社会科学院党组成员，副院长；9月列入广东省宣传思想战线跨世纪优秀人才首批培养对象（十百千工程）第一层次。1997年考入中山大学管理学院，2004年6月毕业，获管理学博士学位。1998年被选为第九届全国人民代表大会代表；获国务院颁发的政府特殊津贴；受聘为国家哲学社会科学研究规划经济理论学科组成员。1999年9月获中共广东省委宣传部授予的广东省优秀中青年社会科学家称号。2004年受聘为中山大学管理学院兼职教授。现任广东消费经济学会会长及广东经济学会、广东价格协会、广东第三产业研究会、广东消费者协会、广东生产力经济研究会副会长等。

李新家研究员主要从事理论经济学和企业管理研究与教学工作。1988年出版《中国消费结构的研究》（合作），国家社科规划项目，获湖南省首届优秀社会科学成果一等奖。1992年出版专著《时间经济学》，获广东经济学会1988—1992年度经济学优秀成果二等奖。1995年出版《消费经济学》，获广东省第六次优秀社会科学研究成果三等奖。1995年出版《邓小平市场经济理论与广东实践》（合作），国家社科规划项目，获第十届中国图书奖、广东省宣传文化精品奖。1997年出版《经济社会环境协调发展的研究》，列入广东省中青年社会科学家文库。1998年发表论文“十一届三中全会以来社会主义经济理论的若干发展”（合作），获全国报纸理论宣传优秀论文一等奖。2000年出版《企业集团——扩展动因模式与案例》（合作），获广东省政府颁发的首届哲学社会科学优秀成果一等奖。2003年出版专著《社会

主义市场经济理论的发展》，省社科规划项目，获广东省政府颁发的首届哲学社会科学优秀成果三等奖。2004年中国经济出版社出版《网络经济研究》（主编），国家社科规划项目，2004年结项，鉴定等级为优秀。2005年中国财政经济出版社出版《跨国公司在华筹供策略》，国家自然科学基金重点项目子课题，成果结项获优秀。目前主要承担构建和谐社会、建设创新型国家以及文化经济等课题研究。

内容提要

《消费经济学》系统介绍了国内外学术界对消费经济的研究，阐述了消费在整个社会经济系统中的地位与作用。研究了消费领域一系列范畴，包括消费需求、消费水平、消费结构、消费方式、消费环境、生活质量和消费市场以及它们的规律性；重视消费水平与生产水平的相互关系，生产结构与消费结构的相互适应机制。探讨了对消费进行调控的理论和方法，特别是结合当前消费主导型经济的特点，按照建设和谐社会的要求，研究了广大人民群众分享改革开放成果的利益协调机制和促进消费扩大内需的对策措施。

第一版序

1977年，我曾经提出要建立一门研究消费经济的理论学科。党的十一届三中全会以来，随着经济体制改革的深入和人民消费水平的提高，消费结构的演进和消费方式的变革，研究消费经济学的著作多起来了，在北京、上海、湖南、山东、广东、辽宁等地都先后出版过消费经济学的各类著作。可以认为社会主义消费经济学这样一门学科在我国已经基本建立起来了。广东省在全国率先进行了以市场为导向的经济体制改革，广东人民的消费水平在全国也相对较高。所以，在广东，消费经济学的研究和教学工作都应该得到特别的重视，而且也会有广阔的前景。广东省社会科学院为自己的研究生编写这本消费经济学教材，确实是做了一件有意义的事。

消费经济学在1977年提出时实质上就是与市场经济联系在一起。今天，我们确定了社会主义市场经济体制作为改革目标，这也就预示着消费经济学必然地还将获得新的发展。

新家同志在1979—1982年间是我的硕士研究生，那时他就开始注意学习和研究消费经济学方面的问题了，他的硕士论文就是研究社会主义生产目的的。后来他去了湘潭大学，在那里的消费经济研究所从事消费经济的研究和教学工作。现在他在广东省社会科学院工作，广东省的实践为他提供了深化消费经济学研究的条件。在他编写的这本教材中，体现了以市场经济作为基本的背景；研究了消费经济领域内的主要关系和范畴；注意了对生活质量的研究；而且提出了把对消费经济学研究和对消费的社会学研究结合起来。不过，对消费经济学的研究任务也是极其复杂的。比如说，对市场经济条件下社会公共消费的研究，对集团消费给予科学的调控和引导的研究，以及对我国社会主义条件下消费函数的研究，在我国的消费经济学中，一直都是相对薄弱的环节。特别是建立与市场经济体制相适应的消费经济学，还需要我们付出更多的劳动。希望作者和其他研究消费经济学的同志今后在这些方面拿出更多创造性的成果。

于光远

1995年6月

第二版序

1995年，广东人民出版社出版了我所在工作单位广东省社会科学院组织编著的第一批研究生教材，其中包括本人编著的《消费经济学》。当时，于光远先生为该书写了序言，对消费经济学发展的基本情况和未来的研究方向提出了非常正确的意见，直到今天，于老的这些教诲仍然是我研究消费经济学和其他经济问题的重要指南。

该书出版后，主要作为本院硕士研究生和研究生班学员的教材，有一万多人，其中包括广东地区经济管理部门和企业中的许多中青年干部都阅读过，对于普及消费经济学的基础知识起了一定的作用，并获得广东省第六次优秀社会科学研究成果著作三等奖。

现在出版的这本《消费经济学》可以算是1995年版的第二版。主要内容分为四部分：消费经济学理论史和消费经济学的研究对象与学科性质；消费在社会再生产中的地位与作用；消费领域主要的经济现象、范畴和规律；对消费的调控和引导。在第二版中比较重要的修改包括如下几个方面：第一，对章节的安排作了调整，每章每节都根据我国经济发展的实际情况和本人自第一版以来的思考重新写过。第二，在理论史部分，增加了外国经济学中有关消费经济理论相对系统的介绍。第三，适当介绍了公共消费研究方面的有关论述。第四，根据我国经济发展的实际情况和市场性质的变化，研究了消费主导型经济的形成、特征与对策。因为，20世纪八九十年代，理论界很关心消费基金膨胀的问题，21世纪以来这几年，关心的是怎样增加消费和扩大内需。第五，根据党中央提出的构建社会主义和谐社会的战略，补充了对社会主义经济目标和建立广大人民群众共享改革发展成果的利益协调机制的论述。当然消费经济学面临的研究任务还远未完成，书中也难免有许多错漏之处，衷心希望读者批评指正。

这次《消费经济学》第二版，仍然是由我院研究生部组织编写和资助出版的，得到本院党组和行政领导以及院内外许多学者专家的支持和帮助，在此表示衷心的感谢。

李新家

2006年12月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 马克思主义经典作家有关消费经济的部分论述	(1)
一 马克思论消费在社会再生产中的一般关系	(1)
二 马克思论资本主义下的消费	(4)
三 马克思主义经典作家论社会主义社会的消费	(8)
第二节 国外学者对消费与生产相互关系的部分论述	(10)
第三节 新中国成立以来我国消费经济研究的发展	(26)
一 改革开放前对消费经济的研究	(26)
二 党的十一届三中全会以来消费经济学研究的兴起	(31)
第四节 消费经济学的研究对象与学科性质	(38)
一 对消费过程的基本认识	(38)
二 消费经济学的研究对象	(42)
三 消费经济学的学科性质	(47)
四 建立从消费需求出发的理论经济学	(50)
五 市场经济条件下对消费经济的研究具有特殊重要 的意义	(54)
第二章 消费与生产、流通、分配的一般关系	(57)
第一节 消费与生产的关系	(57)
一 生产对消费的决定作用	(57)
二 消费对于生产的作用	(59)
三 消费与生产的同一性	(60)
四 消费与生产相互关系的变化及其决定因素	(61)
五 消费与生产关系的两种理论	(61)
第二节 消费与分配的关系	(62)
一 分配对于消费的作用	(62)
二 消费对于分配的作用	(63)

第三节 消费与流通的关系	(64)
一 流通对于消费的作用	(64)
二 消费对于流通的作用	(66)
第四节 生产、流通、分配、消费相互关系的总结	(67)
第五节 消费的时间形式与生产、流通时间形式的关系	(68)
一 消费的时间形式	(68)
二 消费、流通、生产时间形式的合理衔接	(70)
三 消费超前、需求不足与流通环节的作用	(73)
第六节 消费与劳动力再生产	(76)
一 劳动力再生产在经济增长中的作用	(76)
二 经济增长目标对劳动力再生产的要求	(77)
三 消费对劳动力再生产的影响	(79)
四 劳动力再生产目标及其对消费的要求	(80)
第七节 消费在国民经济良性循环和经济增长中的作用	(82)
一 消费不仅是生产的目的，而且是人类社会全部 经济活动的客观目标	(82)
二 消费是劳动力再生产的必要条件	(84)
三 消费规定资源配置和经济结构调整的基本方向	(84)
四 消费是经济发展和社会进步的表现和检验	(85)
第三章 消费市场	(86)
第一节 消费市场体系及其作用	(86)
一 消费市场体系	(86)
二 消费市场对于消费的重大作用	(87)
三 消费市场在整个市场体系中的地位与作用	(88)
第二节 消费市场价格	(89)
一 价格弹性	(90)
二 价格杠杆及其作用	(93)
第三节 消费者市场购买行为	(95)
一 消费者心理预期	(95)
二 消费者购买行为	(96)
三 消费市场信贷	(98)
第四节 我国消费市场的变化与发展	(99)
一 我国消费市场的变化	(99)

二	消费市场还存在的问题	(100)
三	未来消费市场的大趋势	(101)
第四章	消费需求	(103)
第一节	消费需要和消费需求的基本性质	(103)
一	需要与需求的联系与区别	(103)
二	消费需要的自然属性和社会属性	(104)
三	消费需要反映经济发展和社会进步状况, 反映 人们的经济关系和社会关系	(105)
四	消费需要和消费需求是调节社会生产 结构的重要因素	(106)
五	供求关系和消费需求的伸缩性	(107)
六	需要结构和消费需要的层次性	(109)
七	生产方式和满足需要的方式	(111)
第二节	需要体系通过市场需求转化为消费体系	(112)
一	需要体系、生产体系及其相互关系	(112)
二	需要体系的实现形态是消费体系	(115)
三	市场经济条件下有效需求的体系及其决定因素	(116)
四	社会经济制度在需要体系转化为消费体系过程中的作用	(121)
五	影响和决定消费需求的因素正在变化	(123)
第三节	必须努力满足不同层次消费需求	(124)
一	我国社会的消费需求正在发生重要变化	(124)
二	必须努力满足不同层次消费需求	(125)
三	重视发展需要的满足	(127)
四	注意对消费需求的校正	(129)
第五章	消费水平	(130)
第一节	衡量消费水平的指标和决定消费水平的因素	(130)
一	消费水平的定义	(130)
二	衡量消费水平的指标	(131)
三	决定消费水平的因素	(133)
第二节	消费水平与收入的关系	(134)
一	消费需求的收入弹性	(134)
二	消费函数	(136)
第三节	收入分配与消费基金增长的界限	(141)

一	消费品生产部门消费基金增长的界限	(141)
二	生产资料生产部门消费基金增长的界限	(143)
三	其他社会成员消费基金增长的界限	(146)
四	政府对消费基金增长的调节	(146)
	第四节 关于消费与生产的超前滞后关系	(147)
第六章	消费结构	(149)
	第一节 消费结构与恩格尔系数	(149)
一	消费结构的概念	(149)
二	恩格尔系数	(150)
	第二节 消费结构变化的一般趋势	(152)
一	商品消费比重上升	(153)
二	生存资料消费比重下降	(154)
三	消费领域不断拓宽	(155)
四	劳务消费比重上升	(155)
五	消费结构层次增多	(157)
六	农村消费城市化	(157)
七	公共消费结构发生重要变化	(158)
八	小康水平实现之后,消费结构变化出现新的趋势	(159)
	第三节 促进生产适应消费结构的变化	(160)
一	生产必须适应消费结构的变化	(160)
二	企业要形成新的生产决策机制	(161)
三	促进市场机制的完善与发展	(166)
四	建立经济转型和消费结构升级的互动机制	(167)
	第四节 公共消费及其结构	(170)
一	公共消费的概念与内容	(170)
二	公共消费的社会性质、动机与结果	(171)
三	公共消费的结构与目的	(173)
四	公共消费基金的来源	(179)
第七章	消费方式	(181)
	第一节 消费方式和生活方式	(181)
一	消费的自然形式、社会形式和组织形式	(181)
二	生活方式	(185)
三	消费方式正在发生变化	(186)

第二节 消费方式的选择	(187)
一 选取消费水平逐步提高和共同富裕的消费方式	(187)
二 选取资源节约型和效益型消费方式	(188)
三 选取国家和社会从宏观上给予指导的消费方式	(189)
四 选取需求导向型消费方式	(189)
五 选取开放型消费方式	(190)
六 选取注意时间的合理分配和具有合理的 闲暇消费的方式	(190)
七 选取物质生活和文化生活并重的消费方式	(191)
八 选取环境友好型消费方式	(192)
第三节 文化消费	(192)
一 文化发展对居民消费具有重要作用	(192)
二 文化消费的意义、特征与效果	(193)
三 积极扩大文化消费	(198)
第四节 信息消费和网络消费	(201)
一 社会经济活动信息化的趋势和信息消费的扩大	(201)
二 提供给消费者的信息和消费者提供的信息	(202)
三 消费信息既是消费资料, 又是经济资源	(203)
四 加强对消费信息的收集、加工和利用	(206)
五 必须向消费者提供更多的信息	(207)
六 必须把各种信息巧妙地运用于推销战略中	(208)
七 网络消费是信息消费的一种新形式	(208)
第八章 消费环境	(210)
第一节 消费环境是一个复杂的系统	(210)
一 消费的自然生态环境	(210)
二 消费的人工物质环境	(211)
三 消费的社会文化环境	(212)
第二节 环境在现代社会消费中的地位与作用	(213)
一 环境是一种生存资料	(213)
二 环境是消费的外部条件	(214)
三 环境污染从各方面降低消费水平和生活质量	(215)
四 环境消费是消费结构的重要组成部分	(217)
五 环境利益是消费者权益的重要组成部分	(217)