

中国农村消费需求趋势研究

Zhongguo nongcun xiaofei xuqiu qushi yanjiu



Handwritten signature of Wang Xiaohong.

王晓红 著

消费是人类社会永恒的主题。消费是促进社会经济发展的重要力量。而我国农村人口占总人口的70%左右，农村消费市场前景广阔。本书主要围绕农村消费水平、农村收入变化状况、农村消费结构变动、城乡农村消费水平比较、产业结构变动对农村消费的影响等方面进行研究，并对农村消费需求趋势做出分析和预测。本书对农村市场的消费引导具有指导意义。



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都



中国农村消费需求趋势研究

Zhongguo nongcun xiaofei xuqiu qushi yanjiu

王晓红 著



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

中国农村消费需求趋势研究/王晓红著. —成都:西南财经大学出版社,
2015. 12
ISBN 978 - 7 - 5504 - 2045 - 8

I. ①中… II. ①王… III. ①农村市场—消费趋势—研究—中国
IV. ①F723. 82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 284580 号

中国农村消费需求趋势研究

王晓红 著

责任编辑:杨琳

助理编辑:胡莎

封面设计:杨红鹰 张姗姗

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www. bookcj. com
电子邮件	bookcj@foxmail. com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785, 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170mm × 240mm
印 张	14. 5
字 数	264 千字
版 次	2015 年 12 月第 1 版
印 次	2015 年 12 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 2045 - 8
定 价	68. 80 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

前言

消费是关系到我国人民切身利益的问题，也是关系到我国社会经济平稳发展的重大问题。长期以来，我国理论研究和建设实践存在着重生产、轻消费的倾向。对于经济增长的驱动力，主要考虑投资和出口，忽视消费对生产的促进作用。在研究和调查国民经济产业结构时，也往往只重视生产因素，忽视消费因素，特别忽视农村消费因素。我国经济增长一直未能摆脱传统的高投入、高消耗、低产出、低质量、低效益的粗放型经济增长模式，这种经济发展模式在现阶段已经遇到严重阻碍。现阶段多种问题频发：传统产业经济增长缓慢甚至滞胀，固定资产投资过大，外贸出口不畅，资源紧张匮乏，环境污染严重。可见，转变经济增长方式已经成为我国经济发展的首要问题。

国务院制定的“稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险”经济运行政策，就是要通过改善民生、扩大内需、促进消费来带动经济发展。消费对经济增长和经济发展有着重要影响，对社会再生产起着导向作用，是经济可持续发展的持久动力，扩大消费对我国经济发展具有极为重要的意义。扩大消费特别是扩大农村消费，不仅是应对我国努力扩大国内市场的政策措施，而且是关系到我国经济结构成功转型、经济发展水平提升档次的战略性决策，关系到整个社会的稳定、健康、和谐发展。

从消费与生产的相互转化和相互促进关系来看，消费需求能否带动供给，供给能否创造出消费需求并顺利进入消费环节，对国民经济健康平稳运行至关重要。在市场经济条件下，特别是我国进入买方市场后，消费不仅在微观领域对企业的生产和投资具有引导作用，而且还在宏观领域对整个经济增长也发挥着重要作用，成为推动或制约经济增长的关键因素。换句话说，市场的消费需求已成为矛盾的主要方面。

我国幅员辽阔、人口众多。我国农村人口占60%左右，是国内市场庞大的消费群体，因此要研究消费领域问题，就必须研究农村消费问题。本书就是围

绕着我国农村居民消费水平、消费结构、消费需求变化及发展趋势而写的。全书分十三章。第一、二、三章主要介绍消费的定义，解释消费水平、消费结构、消费方式、消费需求在消费经济学中的内涵，并阐述消费在社会再生产中的地位和作用。第四章运用大量的统计数据和相关资料，全面系统地反映我国农村居民消费水平、消费结构的历史和现状。第五、六章，通过不同地区农村居民消费差异比较以及城乡居民消费水平比较，提出提高农村居民消费水平和优化消费结构的对策。第七章详细分析了影响农村居民消费的因素，力求从这些因素的相互作用中探求农村居民消费的发展规律。第八、九章围绕农村居民消费需求的引导、消费权益的保护，引导农村居民树立正确的消费观。第十章提出构建新型现代农村商贸体系，为农村居民消费提供更加便利的条件，促进农村消费市场的繁荣发展。第十一章、第十二章分析农村社会保障体系和消费信贷体系建设中存在的相关问题，并提出应对措施，为农村居民消费提供有力支撑和保障。第十三章介绍国外消费模式及其对我国的启示。

在本书的写作过程中，不少专家、学者提出了许多宝贵的意见，在此表示感谢。

王晓红

2016年4月

目 录

第一章	消费的定义及内涵 / 1
第一节	消费的定义及其分类 / 1
第二节	消费在国民经济中的地位 / 5
第二章	消费的相关概念 / 13
第一节	消费水平 / 13
第二节	消费结构 / 18
第三节	消费方式 / 23
第四节	消费需求 / 27
第三章	消费对经济增长的促进作用 / 34
第一节	正确认识消费在经济生活中的位置 / 34
第二节	消费变动与产业结构调整的关系 / 37
第三节	消费变动对产业投资的影响 / 43
第四节	消费需求对产业结构调整积极作用 / 47
第四章	我国农村居民消费的历史考察 / 50
第一节	改革开放前我国农村居民消费状况 / 50

第二节	改革开放初期至 20 世纪 80 年代末我国农村居民消费状况 /	55
第三节	1990—2010 年我国农村居民消费状况 /	66
第五章	不同地区农村居民消费水平分析 /	77
第一节	不同地区农村居民消费水平状况 /	77
第二节	不同地区农村居民消费结构特点 /	80
第三节	不同地区农村居民消费结构差异的成因 /	83
第六章	城乡居民消费水平差异比较 /	88
第一节	城乡居民消费水平差异现状 /	88
第二节	以四川省为例,分析城乡居民消费水平差异的形成原因 /	95
第三节	提高农村居民消费水平和改善消费结构的对策建议 /	103
第七章	影响农村居民消费水平提升的因素 /	107
第一节	社会生产力发展水平对农村消费起决定性作用 /	107
第二节	影响农村居民消费的主要因素 /	108
第三节	影响农村居民消费的其他因素 /	117
第八章	我国农村市场消费导向 /	121
第一节	农村市场的消费引导 /	121
第二节	农村市场消费需求与消费热点分析 /	127
第九章	农村居民消费权益的保护 /	132
第一节	消费者权益的概念及内涵 /	132
第二节	消费者在消费及维权中存在的问题 /	136

第三节	农村消费者权益保护问题 /	143
第十章	构建新型农村流通网络，拉动农村消费 /	153
第一节	农村商品流通领域存在的问题 /	153
第二节	构建我国农村现代商贸流通体系 /	155
第十一章	我国农村社会保障体系的建立 /	161
第一节	社会保障体系的概念及内涵 /	161
第二节	农村社会保障体系现状 /	162
第三节	农村社会保障体系存在的问题 /	166
第四节	建立和完善农村社会保障体系的建议 /	170
第十二章	我国消费信贷的发展历程 /	175
第一节	消费信贷在我国产生过程 /	175
第二节	我国消费信贷存在的问题 /	181
第三节	推进农村消费信贷快速发展 /	185
第四节	促进我国消费信贷进一步发展 /	191
第十三章	国外消费模式简介 /	195
第一节	美国消费模式 /	195
第二节	日本消费模式 /	203
第三节	瑞典消费模式 /	207
第四节	国外消费模式对我国的借鉴作用 /	217
参考文献	/	223

第一章 消费的定义及内涵

消费是人类社会永恒的主题。消费是促进社会经济发展的重要力量。随着经济改革的推进和市场经济的发展,我国商品市场已实现由卖方市场向买方市场的转变。在买方市场格局中,消费对经济的促进作用变得越来越突出。寻求消费需求的有效扩大,已经成为拉动经济发展的主导性因素。

第一节 消费的定义及其分类

一、消费的定义

消费通常情况下是指人们满足自身各种需要的行为,是指人们在日常的生产与生活中,对物质产品和劳动力逐步消耗的过程。消费主要包括生活消费和生产消费两大领域。生活消费是指为满足居民家庭或个人需要,对物质产品、精神产品及劳务的使用与消耗。生活消费属于最终消费。产品一旦经过生活消费,其使用价值就消失了。马克思指出,吃喝是消费形式之一。人吃喝就是生产自己的身体,这是明显的事。而对于以这种或那种形式从某一方面来生产人的其他任何消费形式也都可以这样说。^①也就是说,凡耗费消费资料(包括物质产品、精神产品和劳务),以实现人自身再生产的行为与过程,就是生活消费。马克思把前者称为“与生产同一的消费”;把后者称为“原来意义上的消费”。一般情况下我们所说的消费,就是指生活消费。而生产消费主要是指生产产品过程中所发生的原材料、工具、设备、燃料等生产资料的消耗以及劳动者体力和脑力的消耗。这是生产主体与客体的消耗,完全属于生产行为和生产过程本身,从而包含在生产之中。生产消费属于中间消费,目的是生产出满足人们生活消费需要的各种物质产品、精神产品和劳务。本书研究的消费内容主

^① 马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集:第2卷[M].北京:人民出版社,1972:93.

要指生活消费。

消费是人类社会基本的经济活动之一。人类作为一个特殊的社会主体，是生产者和消费者的统一。人类在创造巨大物质财富的同时，也在消费着巨大的物质财富。消费既是一个生理过程，又是一个心理过程；既是一个物质转化过程，又是一个精神享受过程。消费不仅是把物质资料消灭掉，而是一种转化与升华。从根本上说，劳动创造了世界。生产是消费的物质前提，但消费决定和影响着生产的动机。劳动力的再生产和人类的延续，又是通过各种消费活动来完成的。正因为如此，消费也就成为人类生存与发展的基础性条件。

在社会主义市场经济条件下，满足广大人民物质消费和文化消费的需要，是组织和发展生产的目的。人民群众的生活消费需要，是最终需要，是商品市场兴旺发达和社会经济活跃的动力源泉。

二、消费的分类

消费是一个具有多层次、多角度定义的经济范畴。从不同的层次、不同的角度，可以得到不同的消费类型划分。

第一，按消费资料划分，消费可分为三部分，即生存资料、享受资料、发展资料。恩格斯指出，通过有计划地利用和进一步发展现有的巨大生产力，在人人都必须劳动的条件下，生存资料、享受资料等一切体力和智力所需的资料，都将同等地、愈益充分地交归社会全体成员支配。人类的生产在一定的阶段上会达到这样的高度：不仅能够生产生活必需品，而且能够生产奢侈品。即使最初只是为少数人生产。这样，生存斗争就变成成为享受而展开的斗争，不再是单纯为生存资料展开的斗争，而且也是为发展资料，为社会的生产发展而展开的斗争。到了这个阶段，动物界的范畴就不再适用了。^① 在这里，恩格斯把人们的消费需要划分为生存、享受、发展三个层次。在一定生产力水平条件下，人们总是先满足基本的生存需要，再满足享受、发展需要。而且，随着经济收入的不断增加，社会的不断进步，人们不断地追求更高层次的享受。消费需求由简单到复杂、由低层次向高层次的不断变化，反映出人们消费质量的不断提高和社会经济水平的不断发展。

(1) 生存资料是指维持劳动力简单再生产，补偿必要劳动消耗所必需的消费资料。生存资料是人们最基本的需要。要延续人类的生命，就必须解决吃、穿、用、住、行等方面的问题。生存资料包括维持人类生命所必需的食

^① 马克思，恩格斯，马克思恩格斯选集：第一卷 [M]，北京：人民出版社，1972：349。

物、饮料、衣服等基本消费资料以及人们休息以使体力、脑力得到恢复所必需的住房等其他消费资料。

(2) 享受资料是指人们在娱乐活动、旅游活动、体育活动等方面消耗的物质资料以及各种高级消费品和奢侈品。人们在基本生活得到保证以后,就要求提高其生活的质量和水平,以满足他们对物质资料和精神产品的需要。它包括高级食品、饮料、耐用品以及旅游娱乐、观看艺术表演和体育比赛等所必须具备的设施和条件。享受资料的消费水平同人们的生活舒适度及获得的生活乐趣成正比。

(3) 发展资料是指人们在接受教育、进行科学研究、参与社会公共生活等方面消耗的物质资料。这些消费资料主要用于人口和劳动力的扩大再生产,以提高人口的素质。人类社会的历史发展过程,既是物质资料生产的发展过程,又是人类自身的发展过程。人们要求自己的体力、脑力能获得全面的发展,以充分发挥自己的智慧和才能。因此,人们需要拥有接受教育、从事科研及文体活动、进行社会交往等所必需的消费资料和保障条件,以保证人们不断拥有高超的生产技能和充沛的体能。

生存资料、享受资料和发展资料的界限是相对的。它们在内容上多处交叉,并具有相互的接合性。随着社会生产力的发展和人民生活水平的提高,某些属于发展资料和享受资料的消费品将转化为生存资料。例如,某些交通工具如汽车、摩托车在几十年前曾经是享受资料,目前已成为我国普通劳动者谋生和就业的必不可少的生存资料。

第二,按照消费的功能,可以将人们消费支出划分为吃、穿、用、住、行、劳务消费等不同方面,并按照人们消费需求的不同目标分为实物消费、服务消费和精神消费。

可对消费进行较为简单的概括,即把消费资料划分为生存资料、享受资料和发展资料。在实际生活中,还有必要把它们具体划分为各种不同生活消费方式的消费,也就是吃、穿、住、用、行、劳务等细分项目。这种划分可称为消费的功能结构。由于消费的功能结构分类和自然属性具有明确的对应关系,而且和消费品的产品结构分类是统一的,因此它成为消费研究中最常用的分类方法。我们把吃、穿、住、用、行、劳务等具体项目归纳总结为实物消费、服务消费及精神消费。

(1) 实物消费主要包含食物消费、耐用消费品消费、服装消费、住房消费。

①食物消费。食物消费主要是指消费者平均食物消费量指标,主要包括营

养构成和食物构成两个方面：一是食物构成，主要考察消费者人均主食和副食品的占有量。例如，消费者人均占有粮食、猪肉、牛羊肉、禽肉、蛋奶、水产品、蔬菜、水果等消费数量；二是营养构成，主要考察消费者所消费食物的发热量、食物所含蛋白质含量和食物的脂肪含量以及各种我们人体所需要的多种维生素含量等。

②耐用消费品消费。耐用消费品主要是指消费者所购买的非易损家电产品。耐用消费品指标主要考察每百人拥有手表、自行车、彩电、冰箱、电话、摩托车、汽车等耐用消费品的数量。不同时期和不同年代所指的耐用产品对象不同。20世纪80年代中期以前，我国城乡居民家庭的耐用消费品拥有水平很低，种类单一，许多家庭甚至没有耐用消费品。改革开放以后，城乡居民的消费生活水平提升很快；耐用消费品从无到有，从低档型向高档型发展。20世纪80年代末，我国居民耐用消费品消费开始由基本型向享受型转变。到目前为止，我国消费品市场已掀起五次耐用消费品高潮。这五次耐用消费品高潮分别是：第一次（1978—1984年），热点是手表、自行车、收录机、录像机；第二次（1985—1991年），热点是彩电、电冰箱、洗衣机、录像机、组合音响；第三次（1992—2001年），热点是电话、高档电视、空调、电脑；第四次（2002—2005年），热点是住房、汽车、家庭装修、高档商品；第五次（2006—2014年），热点主要是中高档汽车、智能家电、改善性住房等。

③服装消费。服装消费主要考察居民消费者在棉布、化纤、丝绸、皮毛等方面的人均占有量。

④住房消费。住房是商品使用价值和价值较高的消费品，也是我国消费者非常重视的主要耐用消费品。住房消费主要通过消费者人均占有住房面积来衡量。改革开放以来，国家十分重视居民的住宅保障问题，投入巨资修建住房，并在住房体制上进行了改革，实行住宅商品化，使城乡居民的住宅条件迅速得到改善。目前我国人均住房面积达到约40平方米。

（2）围绕消费者自身的各种服务及精神消费。它主要包括教育、咨询、文娱、体育、保健、医疗、信息以及日常生活的理发、照相、饮食、修配等各种服务修理行业。围绕人的各种服务及精神消费具有商品属性。服务及精神消费主要以劳动者的活劳动形式体现，而不是主要以实物形式为人们提供使用价值。消费者的服务及精神消费，不是对实物商品的消费，而是消费服务所具有的某种使用价值，是对活劳动的消费。服务及精神消费主要包括以人为服务对象的服务消费、以科学技术文化创意为主体的服务消费、实物产品型的服务消费。

①以人为服务对象的服务消费。其主要特点是，这种劳动对象是人，而不是一般的有形物；劳动产品也不表现为有形物体，而表现为一种生产过程和消费过程的统一。以人为服务对象的消费服务，在生产和消费时空上是一致的。提供这些服务的过程，也就是这些服务的消费过程。它一方面被生产出来，另一方面又被消费者消费掉。服务这种商品的使用价值随着其被提供而消失，其价值也随产生而消亡。如，医生护理、艺术表演等均属以人为服务对象的服务消费。

②以科学技术文化创意为主体的服务消费。也就是指科学文化知识的创造性生产。之所以把它列为服务的一部分，是因为它一方面是人们劳动的支出过程；另一方面，它的劳动对象不是有形物体，而是对象化在无形的科研及文化创意专题上。以科学技术文化创意为主体的服务消费的典型特点是，这种服务是人们脑力劳动的结果。其表现形态为某种知识或信息的产生和实现。我们现在所处社会是信息社会。除了“时间是金钱”的口号外，“信息是金钱”“知识是金钱”的口号也将愈显重要。知识型服务主要是一种间接服务。它通常需要进入物质生产过程或借助于其他类型的服务生产才能最终成为消费品。例如，生产企业的经营规划、战略策划，科学家的科研工作，教师讲课前的备课与研究，书籍印刷前的创作等。对这类服务的消费，都属于知识型服务消费的范畴。

③实物产品型的服务消费。实物产品型服务消费的主要特点是人力服务和知识服务的实物化。它既是一种服务产品，又是一种最终产品。比如，加工的食品、书籍、唱片、录音带等。实物服务消费把提供的服务追加到商品的价值中去，是无形的服务产品和有形的物质产品的结合，完成了服务商品的有形化。例如我们看小说、杂志、报纸，就是对作家、记者所提供的服务进行消费。人们在对其进行消费时需要的是动人的故事情节、及时的新闻信息，而不是要这本书或这张报纸的纸张本身。

第三，按消费满足需要的不同方式，可以分为个人消费和社会集团消费。它们之间的比例关系对消费支出和生活质量的影响是不同的。个人消费由居民及其家庭支配，满足个人生活消费需要；社会集团消费则由国家或集体支配，满足社会集体生活的需要。

第二节 消费在国民经济中的地位

我们知道，消费是社会再生产过程中的一个重要环节。它与生产、分配、

交换之间存在不可分割的紧密联系。对于社会再生产中的生产、分配、交换和消费，“它们构成一个总体的各个环节、一个统一体内部的差别”，“不同要素之间存在着相互作用。每一个有机整体都是这样”。^① 根据这种整体性，我们来认识一下消费在社会再生产过程中的地位和作用。

一、消费是社会再生产的重要组成部分

消费是社会再生产的四个环节之一，是社会再生产的组成部分。

马克思在《资本论》中指出，消费是社会再生产过程的一部分，与社会再生产过程中的生产、分配、交换环节，互相联系、互相制约，又互为条件、互为依存。但每个环节都不相同，都有其独立的地位和独特的作用；作为社会再生产的不同阶段，都有其自身相对独立的活动、独立的运行方式和独特的运动规律。在社会再生产过程中，生产是起点，消费是终点，分配和交换是中间环节，消费取决于生产，并受分配、交换的制约。但消费不是消极、被动的，对生产、分配和交换起着能动的反作用。它与生产、分配、交换共同构成社会再生产过程，使社会生产和再生产能正常进行。消费是社会再生产过程的内在要素、必要条件、最终完成环节。并且，消费是一切社会形态中生产的最终目的。

(1) 生产、分配、交换和消费作为社会生产的内在环节，成为社会生产的内部结构。社会再生产内部的各部分——生产、分配、交换和消费，也各有其内部结构。马克思在阐述资本主义再生产过程时，就曾把生产划分为生产资料生产和消费资料生产，揭示出生产的内部组织形式和在一定社会形式规定下的运行机制。马克思还从揭露资本主义制度下消费的对抗性质的角度，把消费资料进一步划分为必要生活资料和奢侈生活资料，从不同的角度揭示消费的内部结构。由此可见，可以把社会再生产中的生产、分配、交换和消费看作相互衔接、相互影响、相互作用的关系。

(2) 在社会再生产中，消费同生产之间的相互关系，通常具有生产同消费的一般关系的规定性。一方面，生产决定消费；另一方面，消费又反作用于生产。

生产决定消费主要表现在：

①从总量上看，生产决定着可供消费产品的总量。生产是由生产资料生产和消费资料生产组成的。在生产资料生产和消费资料生产中，只有消费资料生

^① 林白鹏，中国消费结构学 [M]，北京：经济科学出版社，1987：36。

产提供社会可用于生活消费的产品。虽然生产资料生产在总商品产品的价值中,有一个组成部分和该部门生产者的劳动报酬的价值相等,但是它是作为生产者所生产的生产资料的一定部分而存在的。这一部类生产者的劳动,既没有为自己,也没有为别人生产可供消费的产品。因此,社会生产两大部类的构成决定着消费基金的总量,从而决定着在这一水平下的消费水平。

②生产所决定的物质产品构成规定了消费物质一定的比例关系。物质产品的构成决定了消费结构的实际变化情况。在既定条件下,消费可以在生产的某个限度内有所变化。

③生产可以促使消费者不断优化消费。随着社会的不断进步,经济的高速发展,生产结构中工业内部结构的变化,也带动了消费结构的优化,提高了食品深加工工业所占比重,客观上使人们食品消费构成的水平得到提高。

消费反作用于生产表现在以下几个方面:

①生产中的产品,只是在消费中才能够成为现实的产品。因此,生产的运动只是在消费中才最后完成。“产品不同于单纯的自然现象,它在消费中才证实自己是产品。”例如,一件衣服只有被人穿了,它才成为现实的衣服。从这一点来看,消费又从生产的实现上制约着其内部构成。

②消费创造出不断调整生产的需要。消费虽然不像生产那样创造出一个外在的产品来,但是却创造了一个生产的前提,一个“生产的观念上的内在动机”,即人们对消费的客观需要,从而成为生产进一步发展的动力和目的。我国实行改革开放以来,消费变化的一个明显趋势,就是耐用消费品迅速普及。这种趋势促使传统的生产资料的机器制造业中越来越多的部门转向生产各种耐用消费品和文化用品。因此,马克思指出:“没有消费,也就没有生产,因为如果这样,生产就没有目的。”“消费本身就是生产活动的一个内在要素。”^①

二、消费是社会再生产总体结构中的基本环节之一

(1) 消费是社会再生产运动的两极。

马克思在《政治经济学批判导言》中分析生产、分配、交换和消费之间的关系时,首先分析了生产和消费之间的关系。这不是偶然的。再生产过程总是从生产重新开始,而再生产过程的产品在消费中才能最终完成。消费的重要性在于它关系着社会再生产的实现。对于社会再生产产品,不论是生产资料,还是消费资料,如果实现不了,就会造成整个社会再生产的突然停顿。马克思

^① 马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集:第二卷[M].北京:人民出版社,1972:94.

提出的非常值得重视的思想是，产品的实现不仅仅是在流通过程中的实现，从根本上说，是在最终消费中的实现。不论生产和消费之间的中介环节如何，生产和消费始终是作为社会再生产过程的两个极限，始终从两极规定着社会再生产运动的量和结构。

作为社会再生产运动的两极，生产和消费之间存在着一种媒介运动。两者都“以对方为媒介，这表现为它们的相互依存；这是一个运动，它们通过这个运动彼此发生关系，表现为互不可缺，但又各自处于对方中心。”^① 这种媒介运动，可以说是社会再生产总体结构自我调节的核心。

从近代各国经济史来看，在生产和消费变化的趋势和相互作用中确实存在着与这种媒介运动相关的作用力，即新的技术革命引起生产的变化，而生产的变化为消费的变化创造了物质基础，消费的变化又产生出新的消费需要。

第二次世界大战后日本的两次“消费革命”导致消费—生产变化的情况，很能说明这种自我循环运动。第二次世界大战后，日本一方面大量引进国外先进技术，另一方面依靠其雄厚的科技力量自主开发新技术，使其在家用电器、化学纤维等与消费资料有关的技术项目上取得显著成果，从而生产出大量适销新产品。这些不断进入消费领域的新产品从品种、数量、质量、成本等方面为消费水平的提升提供了物质基础。

随着生产的发展和收入水平的提高，日本国内市场对耐用消费品的需求迅速扩大。20世纪50年代后半期，以“三种神器”（即电视机、洗衣机、电冰箱）迅速地进入人们消费生活为标志，日本进行了“第一次消费革命”。20世纪60年代后半期至20世纪70年代初消费重点又转向“新三种神器”（即小汽车、彩色电视机、空调机），这便是“第二次革命”。消费结构的这种变化，极大地促进了电气机械、汽车等新型工业的发展。据统计，电气机械工业产值1970年比1955年增加35倍多，年平均增长率高达27%；轿车产值增加150多倍，年平均增长率高达40.2%。正是这些工业部门的发展，促使日本重工业、化学工业的产业结构的迅速形成。

（2）消费和生产相互作用，产生社会再生产的结构型变化。

消费结构变化是引起生产结构变化的重要原因。在社会再生产总体结构的自我循环中，消费结构和生产结构相互作用，引起社会再生产的结构型变化。以发达资本主义国家（包括美国、英国、德国、法国、日本等国）为例，其1955—1974年工业生产结构的变化如表1-1所示：

^① 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯选集：第二卷 [M]. 人民出版社，1972：95.

表 1-1 1955—1974 年发达资本主义国家工业生产产值的动态和结构

工业部门	年平均增长速度 (%)	比重 (%)			
		1955 年	1963 年	1970 年	1974 年
所有部门	5.0	100	100	100	100
采掘工业	1.9	8.3	6.6	4.9	4.2
煤炭工业	-1.9	2.7	1.8	1.2	0.8
石油和天然气开采工业	2.9	3.3	2.7	1.8	1.7
矿产采掘工业	3.1	1.0	1.0	0.9	0.7
电力和煤气的生产	7.4	4.3	5.4	7.1	7.6
加工工业	5.0	86.3	86.3	88.0	88.0
重工业	5.7	54.9	56.9	59.0	60.4
机器制造业	5.6	31.3	32.3	35.6	36.2
冶金工业	3.9	8.5	7.0	7.3	7.2
化学工业	8.0	9.0	11.7	12.2	13.2
轻工业	3.8	31.5	29.8	29.0	27.7
纺织工业	3.2	5.2	4.7	4.0	3.7
缝纫和制造工业	2.7	4.3	4.1	3.5	3.1
食品工业	3.7	11.4	10.8	9.7	9.3

数据来源：[苏]伊·普·法明斯基，科学技术革命对资本主义世界经济的影响[M]，戴有振，等，译，北京：北京出版社，1979：53。

表 1-1 中的数字表明，这些国家在 20 年间发展最快的工业部门是机器制造业和化学工业等。机器制造业和化学工业产值的年平均增长速度分别为 5.6% 和 8%，均超过工业部门 5% 的平均增长速度，以致在工业中所占的比重显著提高，分别从 1955 年的 31.3% 和 9% 上升到 1974 年的 36.2% 和 13.2%。这两个工业部门产值的迅速增长与生产结构的变化及消费结构的变化有很大关系。如机器制造业跟消费结构中耐用消费品比重的提高密切相关。目前这些国家消费品的总产量中至少 1/5 是由机器制造业生产的。化学工业也是如此。在这些国家居民的消费构成中，化学制品的作用增大了，越来越广泛地用塑料来生产碗碟、家具和其他各种生产用品。合成洗涤剂、化学去污剂等的生产量逐