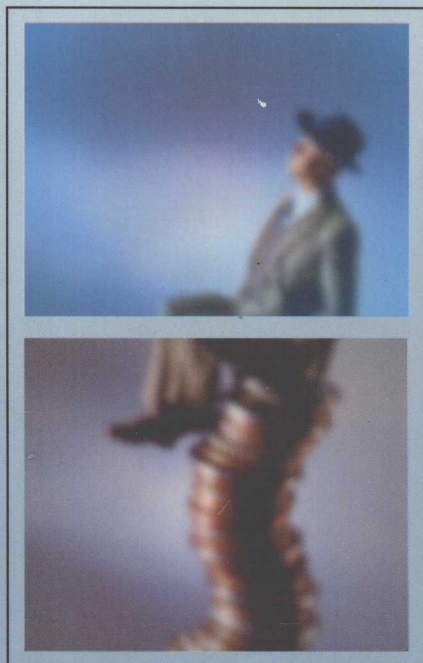


XIAOFEI
JIAO
YU

消费教育

河北省教育厅社科基金项目

©卢嘉瑞 吕志敏等



人民出版社

河北省教育厅社科基金项目

消费教育

◎ 卢嘉瑞 吕志敏等 著

人民出版社

责任编辑:汤丽琨 万 琪

图书在版编目(CIP)数据

消费教育/卢嘉瑞 吕志敏等著;

北京:人民出版社,2005.10

ISBN 7-01-005142-9

I. 消… II. 卢… III. 消费-研究 IV. C913.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 104810 号

消 费 教 育

XIAOFEI JIAOYU

卢嘉瑞 吕志敏 等著

人 民 出 版 社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京市双桥印刷厂印刷 新华书店经销

2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:13.375

字数:313 千字 印数:1-4,000 册

ISBN 7-01-005142-9 定价:26.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

前 言

这是国内第一部关于消费教育的专著。

撰写这部著作的想法由来已久。1995年，我和国内从事消费经济理论研究的几位资深学者同美、日、韩等国学者一道，共同创办了亚洲消费者和家庭经济学会（Asian Consumer and Family Economics Association）。这是一个国际性学术组织，每两年在不同的国家和地区开一次年会，第一、二、三、四、五届年会我都参加了。在同与会各国学者的交流中，我深深感到我国消费教育的落后。例如在美国，在中学和大学开设消费教育课程是一个普遍现象。对大学生的消费教育主要通过两门课程：消费经济学和个人理财。中学的消费教育主要在家庭和消费者科学的课上进行。美国一些州的法律规定教学计划中要有消费教育的内容。消费教育的内容包括经济学、消费者决策和消费者保护法。并且，美国有二十个州的法律规定了消费教育的标准、课程要求或考试要求。此外，美国政府许多部门和许多非营利组织也关心和积极支持中学消费教育，它们制定了许多辅助性教材，供任课教师选用。而在我国，只有个别的中学，才有消费教育的内容；至于大学，也只有少数专业的本科生和研究生开设消费经济一类的课程。

然而，消费是人类的一个永恒的主题，它不是一部分人的行为，而是全体人类在他们各自生命篇章里的一个基本内容。这样

一来,怎样满足消费、如何消费、如何实现可持续消费,就成了各国政府和国民都必须关注的重大问题;各国政府和社会各界对消费教育的使命和重要意义取得共识并付诸积极的实践,也是理所应当的。况且,就我国而言,同科学消费、健康消费和可持续消费相违逆的消费方式和消费行为大量存在,不仅影响了当代人的生活质量,也为后代人的生活质量留下了祸患。而 20 世纪 80 年代涌入我国的消费主义也随时随地地冲击人们的人生观和价值观。解决这些问题,自是需要多种手段和多种办法,但消费教育是绝对不可或缺的。

所谓消费教育,就是指有组织、有计划地向全体国民传授消费知识和技能,培养科学、文明的消费观念和维权意识,提高消费者自身素质的一种社会教育活动。全面系统地开展国民消费教育具有重大的理论意义和现实意义。

开展消费教育,有助于发展和完善消费教育理论和消费经济理论。消费经济理论同消费教育理论有着密切的联系。消费教育的实践是消费教育理论的源泉。总结消费教育实践的经验并将其提升为理论,不仅有助于丰富消费教育理论,也有助于促进消费经济理论的发展。

开展消费教育是确保人权的重要举措。《世界人权宣言》宣告:“人人享有受教育的权利”。谁都不会否认享受消费教育的权利同享受教育的权利的一致性。享受消费教育也是一种人权。每一个有生命的人都是消费教育的对象,他们都有权接受消费教育,有权享受一种与环境相和谐的富足而高质量的生活。

开展消费教育是提高国民素质的必经之路。我认为国民素质主要包括文化素质、科技素质、道德素质、消费素质、健康素质、理智素质。全面提高国民素质是实现现代化的需要,是实现

中华民族伟大复兴的需要，也是不断提高国民生活质量的需要。国民素质中的上述六个主要方面的提高，都同消费教育有着密切关系。

开展消费教育是促使消费者转变观念、扩大消费需求的重要手段。自1998年始，我国已进入过剩时代。消费需求不振、大量商品积压的主要原因，除了广大中低收入者的收入水平不高、预期支出增加、消费环境欠佳、消费政策滞后外，消费观念的偏向也是一个不容忽视的原因。不良的甚至错误的消费观念使国家扩大消费需求的政策难以收到预期效果。因此，消费教育就成为扩大居民消费需求的重要手段。

开展消费教育是增强消费者维权意识、伸张消费正义、保护消费者合法权益的有效方式。我国很多消费者在自己的合法权益受到侵害时，很少有人敢于理直气壮地进行斗争。为扭转这种局面，应大力开展消费教育，向广大消费者进行法律法规知识和维权意识的教育和引导，以增强维权意识和能力，敢于保护自身的合法权益。

开展消费教育是建立文明消费方式，实现可持续消费的需要。从总体上看，我国居民目前的消费方式还是一种不可持续的消费方式，既消耗大量稀有资源，又造成大面积污染，使资源、环境和生态遭到严重破坏，大大削弱了经济社会可持续发展的能力。从根本上改变这种破坏力极大的消费方式，建立一种与环境友好的，节约自然资本消耗的，坚持代际公平、确保生产和消费可持续的消费模式，就必须在广大城乡居民中广泛开展消费教育，在全社会形成文明消费和科学消费的风尚，提高消费的社会效益和经济效益，促进经济社会的持续发展。

这部专著，是我校经济管理学院副院长吕志敏教授主持的河

北省教育厅资助的项目的最终成果。由于她行政事务繁忙，把完成这个项目的任务交给了我。在我国，消费教育理论的研究历史还不长，也未成体系。我们的探索也只能说是初步的，希望奉献给理论界同仁和广大读者的这部著作能够成为引玉之砖，并请读者不吝赐教。

卢嘉瑞

二〇〇五年三月二十四日
于河北经贸大学(南院)寓所

目 录

前言	1
----	---

第一编 绪 论

第一章 消费与消费教育：理论意义和现实意义	3
一、消费与消费教育	3
二、消费教育：理论意义和现实意义	7
第二章 消费教育的内涵、目标和途径	12
一、消费教育的内涵	12
二、消费教育的目的和目标	13
三、消费教育的途径	14

第二编 消费教育的内容

第三章 掌握消费经济学常识	23
一、收入影响消费	23
二、人口影响消费	26
三、环境影响消费	29
第四章 树立正确的消费观念	36
一、消费观念左右人的消费行为	36
二、当前不良消费观念的表现	38
三、怎样树立正确的消费观念	42
四、消费未必是浪费	44
五、不必一概限制高消费	47

第五章 培养消费技能, 提高消费能力	53
一、消费技术教育的界定	53
二、消费技术教育的历史与现状	62
三、消费技术教育的改进	67
第六章 养成良好的消费习惯和消费方式	78
一、培养健康的、积极的、先进的消费习惯	78
二、培养良好的消费方式	80
第七章 把提高生活质量放在第一位	84
一、“生活质量”是一个内涵更丰富、更现实的概念	84
二、现代化对生活质量的影晌	88
三、生活质量指标体系评价与再设计	90
四、把提高人民群众的生活质量放在首位	98
第八章 坚持可持续消费	101
一、可持续消费的内涵	101
二、可持续消费的原则	104
三、可持续消费与可持续发展	107
四、中国可持续消费面临十大障碍	109
五、可持续消费的实施机制	116
第九章 鼓励消费与“消费主义”	122
一、问题的提出	122
二、消费主义的内涵和特点	126
三、消费主义在中国的表现	132
四、消费主义的危害	137
五、扩大消费仍需崇俭抑奢	140
六、扼制消费主义, 促进健康消费	142
第十章 花明天的钱, 圆今天的梦	144
一、发展信贷消费具有重大现实意义	144

二、外国人怎样利用消费信贷·····	147
三、我国居民利用信贷消费正逢其时·····	154
四、“入世”后怎样利用信贷消费·····	162
第十一章 消费决策教育·····	173
一、真实世界的消费者与消费决策·····	173
二、消费决策过程·····	174
三、影响消费决策的因素·····	179
四、消费决策中存在的问题·····	182
五、提高消费决策效益的途径·····	185
第十二章 消费者组织教育·····	189
一、消费者代表与消费者教育·····	189
二、消费者组织在消费教育中的地位·····	196
第十三章 消费法律教育·····	207
一、消费法律教育的界定·····	207
二、消费法律教育与消费者权益保护·····	212
三、消费者权益保护的几种途径·····	219
四、消费者依法维权的现状·····	222
五、消费法律教育的改进·····	225
第十四章 中国历史上的消费思想·····	229
一、黜奢崇俭：中国消费思想的主流·····	229
二、反俭尚奢：一种有相当影响的消费思想·····	245
三、俭奢统一论：一个功能完善的消费思想模式·····	246
四、奢侈与新式工商业：中国近代消费思想对传统奢 俭论的突破·····	253
第十五章 中外消费观念、习惯、方式比较·····	265
一、中外消费观念比较·····	265
二、中外消费习惯比较·····	279

三、中外消费方式比较·····	288
第十六章 消费教育效果的评价 ·····	302
一、消费教育效果的评价方法·····	302
二、我国消费教育的效果评价·····	305
第十七章 中外消费教育比较 ·····	320
一、中外消费教育的历史发展比较·····	320
二、消费教育的功能与内容的比较·····	323
三、消费教育实施主体的比较·····	333
四、消费教育途径与手段的比较·····	349

第三编 消费教育展望与建议

第十八章 二十一世纪消费教育展望 ·····	355
一、面向 21 世纪的消费新趋向：消费教育面临的 机遇与挑战·····	355
二、消费教育的全新功能·····	362
三、消费教育内容的创新·····	367
四、全方位的消费教育实施主体·····	375
五、消费教育途径与手段的现代化·····	384
第十九章 实施全民消费教育工程的对策 ·····	389
一、为什么要实施全民消费教育·····	389
二、实施全民消费教育工程需坚持的原则·····	391
三、实施全民消费教育工程的对策·····	393
附录 中华人民共和国消费者权益保护法 ·····	399
参考文献 ·····	410
后记 ·····	417

第一编 绪 论

第一章 消费与消费教育： 理论意义和现实意义

一、消费与消费教育

消费是确保人类生存和发展的生命线，是人们日常生活的基本活动。

消费是伴随人一生的主题，从生命的开始，到生命的结束，甚至生命逝去时，还要持续很长一段时间。当卵子与精子在母体中结合形成最小的生命时，这个小生命就开始消费了，母体不断供给着胎儿发育的营养需要。一般而言，人的生命结束，消费也即停止。然而后人的悼念性消费往往也还要持续很长一段时间，虽然这不是死人的直接消费，但也可以说是死人的“间接消费”。

消费与社会再生产有着不可分割的极为密切的关系。

首先，消费是社会再生产过程的一个阶段、一个重要环节，它与生产、流通、分配之间有着密切的联系。马克思指出：“我们得到的结论并不是说，生产、分配、交换、消费是同一的东西，而是说，它们构成一个总体的各个环节、一个统一体内部的差别。”^① 生产、分配、流通、消费，既有联系，又有区别。

其次，消费是社会再生产过程的完成阶段。在这一阶段不仅

^① 马克思：《〈政治经济学批判〉导言》，《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年版，第102页。

要消费所生产的产品，而且要产生新的需要，即“创造出生产的动力”^①。

马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中，科学与全面地论述了生产与消费的互相联系，从理论上揭示并论证了它们之间的辩证关系。他指出：“生产生产着消费（1）是由于生产为消费创造材料，（2）是由于生产决定着消费的方式，（3）是由于生产靠它起初当作对象生产出来的产品在消费者身上引起需要。因而，它生产出消费的对象、消费的方式和消费的动力。”^②

然而消费本身也不是消极的受制于生产。既然消费是社会再生产的完成阶段，即社会再生产的终点，那么消费便能积极影响这一过程的起点即生产本身，并且消费本身就是再生产过程的因素和条件：（1）只有在消费中产品才成为现实的产品，“例如，一件衣服由于穿的行为才现实的成为一件衣服；一间房屋无人居住，事实上就不成为现实的房屋；因此，产品不同于单纯的自然对象，它在消费中才证实自己是产品，才成为产品。消费是在把产品消灭的时候才使产品最后完成”。^③（2）“消费创造出新的生产的需要，因而创造出生产的观念上的内在动机，后者是生产的前提。”^④（3）“消费在观念上提出生产的对象，作为内心的意象、作为需要、作为动力和目的。消费创造出还是在主观形式上的生产对象。没有需要，就没有生产。而消费则把需要再生产出来。”^⑤（4）既然生产和消费是再生产过程两个密切联系的阶段，那么二者对于再生产过程都是不可或缺的，“生产是消费，消费

①②③ 马克思：《〈政治经济学批判〉导言》，《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年5月第1版，第94、95、94页。

④⑤ 马克思：《〈政治经济学批判〉导言》，《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年5月第1版，第94、94、95、97页。

是生产。”^①“消费，作为必需，作为需要，本身就是生产活动的一个内在要素。”^②

从上述可见，作为社会再生产过程完成阶段的消费，与这一过程的开始阶段即生产阶段密切相连，对确保整个再生产过程的正常进行起着重大的作用，它是再生产新周期开始的动因，它使再生产成为可能。

第三，消费是与利用所生产的社会产品（指生活用品）来满足居民需要相联系的一个特殊过程。作为满足需要的消费，是劳动力再生产和提高劳动力素质的必要条件，是整个社会再生产发挥职能的条件，是提高经济效益的条件，是推动经济社会发展的条件。

消费确保劳动力的再生产，消费水平的提高和消费结构优化，确保劳动力的全面协调的发展。原苏联经济学家 A·H·列文和 A·H·雅尔金说得好：“只有不仅积极消费物质财富，而且积极消费精神财富，才能确保劳动力的再生产达到一个新的、质量更高的水平。”^③而高水平、高质量的劳动力正是推动社会生产力发展的决定性力量，是提高经济效益的决定性条件。

消费需求是推动我国经济增长的主要动力。在消费、投资和净出口三大需求中，消费需求所占的比重最大，因而消费需求的增长对经济增长的贡献最大。

然而自 1998 年以来，我国经济总体上进入过剩时代，市场饱和，消费需求乏力，未能充分发挥对经济增长的拉动作用。鉴于此种情况，我国政府从 1998 年开始至今，一直实行积极的财

①② 马克思：《〈政治经济学批判〉导言》，《马克思恩格斯选集》第 2 卷，人民出版社 1972 年 5 月第 1 版，第 94、94、95、97 页。

③ A·H·列文、A·H·雅尔金：《消费经济学》，邓本中等译，西南财经大学出版社 1986 年 12 月第 1 版，第 31 页。

政政策和稳健的货币政策，虽已收到显著成效，但消费需求的扩大仍不尽人意，经济增长仍给人以“悬空”之感，一旦积极的财政政策稍有淡化、消费需求增长乏力，经济增长就有“坠落”之险，而当出现这种情况时，后果将不堪设想。因此，绝不能把扩大内需的政策作为权宜之计来对待，而必须当作一项长期的战略方针来贯彻，坚持扩大内需和稳健的货币政策，深化对扩大消费需求举措的研究，以确保我国经济持续高速稳定增长。

十多年来，针对如何扩大消费需求的问题，经济理论界发表了很多很好的意见，这些意见大多集中在财政政策、货币政策、收入政策、就业政策和社会保障政策等方面，很少有人把消费教育同扩大消费需求联系起来。诚然，大力开展消费教育的作用不仅仅在于指导人们扩大消费、科学消费，进而提高消费质量，而且还有助于提高消费者素质，促进人的全面发展。本书作为国内第一部研究消费教育的专著，其理论体系正是建立在这样一个基本观点的基础之上。

消费教育是消费和提高消费质量的前提条件。从理智与消费行为的关系而言，消费行为有三种表现：（1）本能性消费。即由人的本能引起的与生俱来的消费行为。这种消费行为不需要学习和诱导，天生就会。例如，初生的婴儿不用学习就会吃奶、饮水，就会抓住各种玩具和小器物玩耍，等等。（2）非理性消费。这是一种理智上未能控制的消费行为。例如，对于某些人而言，他们并非不知道“白色消费”（吸毒）、“黄色消费”（色情消费）的危害，只是理智上未能控制或已经控制不了而被诱发造成事实上的消费行为。这就是一种非理性消费行为。非理性消费行为还有多种表现，例如，炫耀性消费、奢侈性消费、愚昧性消费以及其他不良消费行为甚至违法消费行为等等。（3）理性消费。这是一种从理智上控制的消费行为。理智消费是一种高级消费行为，