

XIAO FEI LI JING JI XUE

消费力经济学

尹世杰□著



中国财政经济出版社

消费力经济学

尹世杰 著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

消费力经济学/尹世杰著. —北京:
中国财政经济出版社, 2001.1

ISBN 7-5005-4873-7

I. 消… II. 尹… III. 消费经济学 IV. F014.5
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 56826 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@drc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

发行处电话: 64033095 财经书店电话: 64033436

财经图书发行中心电话: 88119132 88119130 (传真)

涿州市新华印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 5.75 印张 104 000 字

2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月涿州第 1 次印刷

印数: 1-1 500 定价: 11.50 元

ISBN 7-5005-4873-7/F·4374

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

绪 言

近 20 年来，我在研究消费经济的过程中，感到消费力问题很重要。它不仅直接影响人们的消费水平、消费结构和消费质量，而且影响生产、流通、分配各个方面。市场经济越发展，消费力的作用就越大，消费力问题的研究也就越重要。特别是在知识经济条件下，高科技不断渗透于消费领域，人们的消费已超越时空界限，发生根本性变革。生产领域智能化，消费领域也要求智能化，这就必须不断提高消费力。只有高素质的消费者，才能充分享受现代科学文化的丰硕成果。这更说明研究消费力问题的重要性。

90 年代初，我开始着重研究消费力问题，认为生产力可以分为物质生产力和精神生产力；而消费力与生产力是相对应的，消费力也应该可以分为物质消费力和精神消费力，并作了一些论证，发表了一些文章。当时还认为：提高消费力的基础，要从根本上提高人的素质，提高人的文化教育水平。邓小平同志提出了科学技术是第一生产力的科学论断，这给我很大启发，因而提出文化教育是第一消费力的观点，并作了一些论证，发表了一些文章。这些观点提出后，引起了学术界和舆论

界的重视，几年来，先后有很多报刊对这些问题进行了专题讨论。这使我更加感到消费力问题的重要性，感到研究消费力问题意义重大。促使我对这些问题进行更加深入的探索，并试图把它作为一门新的学科进行系统的研究。

在结合实际研究消费力发展变化的过程中，我感到我国还存在很多束缚消费力发展的因素，除牵涉到生产、分配、流通领域等一些问题上，消费领域问题也很多，有传统观念的问题，有经济体制特别是消费体制的问题，有消费环境的问题，因而提出解放消费力、发展消费力的命题。我进一步提出：要破除传统观念，改革传统的福利性消费体制，包括住房、文化教育等领域，促进消费的社会化、货币化、市场化，以扩大消费需求，提高消费层次和质量，促进经济增长，这又牵涉一系列的新问题，需要系统研究。

随着知识经济的发展，问题就更多了。信息经济的发展，信息网络的发展，电子商务的发展，大大扩展了消费领域，提高了商品和劳务的科技含量，开拓了人的智能，给人们的消费带来极大的变化。但它是一把“双刃剑”，也带来了一些反文化的东西，如电脑“黄毒”四处泛滥；网络“黑客”经常作怪，各种诈骗，甚至犯罪现象不断出现。正如一些学者所指出的：这种新的“文化矛盾”，这种“价值体系的扭曲”，这种对消费者权益的损害，很值得我们深思。2000年8月21日江泽民同志在第十六届世界计算机大会开幕式上的讲话中指

出：“因特网上也存在一些令人不安的问题：反科学，伪科学，不健康的甚至十分有害的信息垃圾泛滥”，“我们主张制订国际因特网公约，共同加强信息安全管理，充分发挥因特网的积极作用。”这说明，高科技必须与高文化相结合，消费力要以先进的文化来指导，才能成为先进的消费力，充分发挥其对人的发展、社会经济发展、社会文明和社会全面进步的作用。这更充分说明了研究消费力特别是精神消费力的重大意义。

如何提高消费力？这除了不断提高消费力的客体（消费品和消费服务）的质量外，还要不断提高消费力的主体和消费环境的质量。提高消费力主体的质量，主要是提高消费者的政治思想素质和科学文化素质，使之成为现代的文明的消费者。这就要像江泽民同志在党的十五大报告中所强调的：“提倡健康文明的生活方式，不断提高群众精神文化生活的质量。”提高消费环境的质量，就要从可持续发展的战略高度，不仅要治理已污染的生态环境，而且要培育优美的生态环境；还要培育优良的社会机体，树立文明新风，促进两个文明建设协调发展。

我们对消费力进行研究，是把它纳入社会主义市场经济运行轨道进行考察，从消费力与生产力的矛盾运动中，分析影响消费力的因素，分析消费力的内部结构，分析文化教育作为第一消费力的作用，从而揭示消费力的发展趋势和内在规律。在这基础上，提出如何提高消费力，如何在发展高科技、高文化的条件下，提高消费

力主体、客体和消费环境的质量，如何增加居民收入、扩大消费需求、扩大消费市场、培育消费热点，形成新的经济增长点，并着重分析了信息消费、旅游消费与消费力的关系，提出如何发展信息消费、旅游消费，促进消费力的发展。随着消费力的提高和消费结构的优化和升级，促进产业结构的优化和升级，从而实现消费需求与经济增长之间的良性循环，实现消费力与生产力之间的相互促进。在这发展、变化过程中，出发点和落脚点都在人，在于人的消费力水平不断提高，在于人的消费需要得到更好的满足，促进人的全面发展。在这些问题上，我们强调马克思所说的“通过人并且为了人而对人的本质的真正占有”，“人的复归”^①，强调在高科技不断发展的情况下，既要发扬科技理性，又要发扬价值理性；既要提高消费的科技含量，又要提高消费的文化含量；既要不断提高物质消费力，又要不断提高精神消费力。只有这样，才能促进人的全面发展，促进社会经济的健康发展，促进社会文明和社会全面进步。这正是发展消费力的根本目的。

我们在研究过程中，力图揭示消费力的发展趋势和内在规律，但由于社会主义市场经济和经济体制改革发展很快，科学技术发展很快，新情况、新问题不断涌现，加之个人水平有限，很难适应新情况的发展。消费力经济学作为一门最年轻的新学科，还是刚长出的幼

^① 《马克思恩格斯全集》，第42卷，120页，北京，人民出版社，1979。

芽，需要进一步研究新情况，总结新经验，需要更多的同志耕耘这块沃土，需要雨露滋润，使其开花结果。这本书只是起着抛砖引玉的作用而已。

目 录

第一章 消费力经济学的研究对象和方法 ·····	(1)
第一节 消费力及其分类·····	(1)
第二节 研究消费力的意义·····	(9)
第三节 消费力经济学的研究对象·····	(12)
第四节 消费力经济学的研究方法·····	(14)
第二章 消费力在社会主义市场经济运行中的 作用 ·····	(17)
第一节 消费力与生产力及其矛盾运动·····	(17)
第二节 消费力内部的矛盾运动·····	(20)
第三节 解放消费力, 发展消费力, 促进 社会主义市场经济的发展·····	(23)
第三章 影响消费力的因素 ·····	(31)
第一节 居民收入与消费需求·····	(31)
第二节 消费品和劳务的供应总量及结构 ·····	(34)
第三节 居民的科学文化水平·····	(36)
第四节 消费环境·····	(39)
第五节 上层建筑对消费力的影响·····	(43)
第六节 消费者权益的保护能力·····	(45)

第四章 文化教育是第一消费力	(48)
第一节 为什么文化教育是第一消费力.....	(48)
第二节 我国传统体制下文化教育未能发 挥第一消费力作用的原因.....	(54)
第三节 加速发展文化教育产业,充分 发挥第一消费力的作用.....	(57)
第五章 物质消费力	(66)
第一节 物质消费力对社会经济发展的作 用.....	(66)
第二节 科技进步与物质消费力.....	(69)
第三节 物质消费力与生态需要的满足.....	(74)
第四节 物质消费力与精神消费力要协调 发展.....	(78)
第六章 精神消费力	(85)
第一节 精神消费力对人的发展和社会全 面进步的作用.....	(85)
第二节 精神消费的内部结构要合理.....	(88)
第三节 如何发展精神消费力.....	(93)
第七章 消费市场与消费力	(100)
第一节 消费需要与消费力.....	(100)
第二节 消费倾向与消费力.....	(104)
第三节 拓展消费市场,发展消费力.....	(108)
第四节 消费的国际化 and 消费力.....	(117)
第八章 信息消费与消费力	(120)
第一节 信息消费的作用.....	(120)

第二节	信息消费与信息产业的发展趋势	(125)
第三节	发展信息消费，提高消费力	(128)
第九章	旅游消费与消费力	(135)
第一节	旅游消费对消费力的作用	(135)
第二节	我国近年来旅游消费的情况和问 题	(139)
第三节	我国旅游消费的发展趋势	(143)
第四节	发展旅游消费，提高消费力	(145)
第十章	以人为中心发展消费力	(150)
第一节	提高消费力的主体	(150)
第二节	发展消费力的客体	(154)
第三节	提高消费环境的质量	(158)
第四节	改革分配体制和消费体制以提高 居民收入	(161)
第五节	以人为中心对消费力进行正确引 导	(166)
后 记		(174)

第一章 消费力经济学的 研究对象和方法

第一节 消费力及其分类

所谓消费力或消费能力，是指消费者为了满足自己的物质文化需要对消费资料（包括劳务）进行消费的能力。亚当·斯密把消费力仅仅看作个人的购买力，他说：“我们常用一个人每年领受的金额，来表示这个人的收入……这个金额，可以支持他的购买力……构成他的收入的，是这种购买力或消费力……。”^①应该说，消费力包括购买力，因为没有购买力，人们就无法进行消费；但消费力的内涵绝不止于购买力。马克思说：“绝不是禁欲，而是发展生产力，发展生产的能力，因而既是发展消费的能力，又是发展消费的资料。消费的能力是消费的条件，因而是消费的首要手段，而这种能力是

^① 《国民财富的性质和原因的研究》，上卷，267页，北京，商务印书馆，1972。

一种个人才能的发展，一种生产力的发展。”^① 马克思在这里把“发展消费的能力”与“发展消费的资料”并列，强调指出是“消费的首要手段”，而且把消费能力看成是“一种个人才能的发展”，看成是“一种生产力的发展”，这是对消费力的内涵的极好的概括。在这里，马克思把发展消费力提高到发展生产力的高度，说明发展消费力的重要性。

我们在十多年前就认为，消费力不等于购买力，还应该包括消费者的知识、才能等。“这里所说的消费能力，指的是消费者所具备的关于如何消费、使用消费对象的知识 and 才能。只有消费者具备了使用消费对象的科学知识，消费对象的使用价值才能够得到充分的合理利用。”^② “消费者的消费能力，在很大程度上取决于消费者的素质的高低，特别是科学文化水平”，“消费者必须不断提高自己的素质，提高科学文化水平，增长消费知识，才能充分享受现代科学文化给消费生活带来的一些成果，才能提高自己的消费能力”^③。

这里引申出一个问题：消费力到底由哪些因素构成？在我国 80 年代的不少消费经济的论文和著作中较多的认为，消费力由消费的主体和客体两要素构成，即

① 《马克思恩格斯全集》，第 46 卷，下册，225 页，北京，人民出版社，1980。

② 尹世杰主编：《社会主义消费经济学》，288 页，上海，上海人民出版社，1983。

③ 尹世杰：《解放消费力，发展消费力》，载《消费经济》，1992（4）。

由人和消费资料构成。人是消费力的主体，消费资料是消费力的客体。没有消费对象，消费者就无从消费；没有消费者这个主体，消费对象也就失去了意义。消费者是消费力依存的主体，消费对象则是表现消费力的客体或物质承担者^①。还有人认为，消费力的构成要素包括两个层次的内容，即（1）消费力实体包括消费主体（消费者）、消费客体（消费资料、消费服务）；（2）消费力实体诸因素的结合比例和结构——消费力组织的合理程度。比例和结构组织得合理，则消费力强；反之，则消费力弱^②。还有人认为，消费力除包括消费主体（消费者）、消费客体（消费对象、消费工具、消费设施，通常称为消费资料）外，还应包括消费力运行的调控机制（市场机制、计划机制、行政机制）^③。上述观点都有可取之处，但都不完整。消费力的内涵，包括消费主体和客体，这是无异议的，但除这二者以外，是否还有独立的要素决定消费力的实现和发展？我们认为，消费力的构成要素，应该是并列的几个要素，而不能是两个不同的层次。“消费力组织的合理程度”，是把消费力的主体和客体如何合理组织起来，使消费力得以实现，得以发展，但不是消费力本身，不能成为构成消费力的要素。“消费力运行系统”也同样存在这种问题。

① 易然：《谈谈消费力范畴》，载《湘潭大学学报》，1981（4）；罗正齐、李宗茂：《略论消费力》，载《求索》，1983（3）。

② 刘方斌：《消费经济学概论》，72页，贵阳，贵州人民出版社，1984。

③ 袁培树、陈昕：《消费经济学批判》，40页，北京学林出版社，1988。

它对消费主体、消费客体的运行进行调控，影响消费力，促进消费力的发展，但也不是消费力本身，不能构成消费力的要素。

我们认为，构成消费力的要素除消费主体、消费客体外，还有消费环境。因为消费主体在消费消费客体的过程中，其任何消费活动都离不开一定的消费环境。消费环境，既影响消费主体，也影响消费客体。优美的消费环境，既能促进消费主体的身心健康，又能提高消费客体的质量；恶劣的、受污染的消费环境，既影响消费主体的存在和发展，又会影响甚至败坏消费客体的质量。消费力就是消费主体、消费客体、消费环境三者的有机结合，就是在三者有机结合中不断形成和发展的。十多年前，我们在分析消费质量时就提出，除了消费主体、消费客体的质量外，还应该包括消费环境的质量。“消费质量是在消费者和消费资料、消费环境相互联系中表现出来的一种规定性，它只有在这种联系中才表现出来。”“环境污染从各方面影响着消费结构，降低消费水平和消费质量”，“防治环境污染对提高人民的生活质量和生活水平具有战略的意义”^①。应该说，消费主体、消费客体、消费环境三者组成消费力的要素，各自提高质量，并协调发展，才能使消费力处于最佳状态。

这里还牵涉到消费力的分类问题。

^① 尹世杰主编：《消费经济学》，91页，北京中央广播电视大学出版社，1987；尹世杰：《中国消费结构研究》，478页，上海，上海人民出版社，1988。

马克思在分析资本主义生产与消费的关系时，曾提出“绝对消费力”、“社会消费力”等问题。马克思说：“……社会消费力既不是取决于绝对的生产力，也不是取决于绝对的消费力，而是取决于以对抗性的分配关系为基础的消费力……这个消费力还要受到追求积累的欲望的限制，受到扩大资本和扩大剩余价值生产规模的欲望的限制；”^①“资本作为生产出来的产品会遇到现有消费量或消费能力的限制；”^②“一切真正危机的最根本的原因，总不外乎群众的贫困和他们的有限的消费，资本主义生产却不顾这种情况而力图发展生产力，好象只有社会的绝对的消费能力才是生产力发展的界限。”^③在这里，马克思不仅指出了社会消费力与绝对消费力的区别，还指出了资本主义制度下限制社会消费力的因素。资本家为了追求剩余价值，尽力压低工资，造成“群众的贫困和他们的有限的消费”，从而使资本主义生产无限扩大的趋势与劳动者有支付能力的需求相对缩小的矛盾愈益激烈，最后不得不爆发经济危机。在社会主义市场经济条件下，生产的目的是为了满足不同层次人民群众日益增长的物质文化需要，已经没有“对抗性的分配关系”，“绝对消费力”、“社会消费力”都随着生产的增长而增长，成为发展生产的动力，而不是阻力。这样，“绝对消费力”、“社

① 《资本论》，第3卷，272～273页，北京，人民出版社，1975。

② 《马克思恩格斯全集》，第46卷，上册，387页，北京，人民出版社，1979。

③ 《资本论》，第3卷，584页，北京，人民出版社，1975。

会消费力”的区分也就没有多大的实际意义了。

从我国社会主义市场经济的实际情况来看，我们可以把消费力进行一些新的划分。

从人的消费需要的层次来看。美国著名经济学家约翰·肯尼思·加尔布雷斯把人的需要分为自然需要（如吃、穿、住、减少痛苦等）和心理需要（如人的虚荣心、舒适感、美感等）。他认为，从发展趋势来说，生产出来的用来满足人的自然需要的商品在总产品中所占比重会越来越小，用来满足人的心理需要的商品在总产品中所占的比重会越来越大^①。他这里讲的自然需要，也就是我们通常所说的生理需要。很多人把消费需要分为生理需要和心理需要两个层次。我们认为，还应该有第三个层次，即文明需要。随着社会经济的发展和居民收入水平的提高，人们对享受资料、发展资料的需要越来越多，要求提高消费的文明程度，满足文明需要。社会越发展，对文明需要的要求就越高。根据（生理需要、心理需要、文明需要）这三个层次，我们可以把消费力分为满足生理需要的消费力、满足心理需要的消费力、满足文明需要的消费力。这里的关键是如何提高满足文明需要的消费力。马克思说：“……因为要多方面享受，他就必须有享受能力，因此他必须是具有高度文明的人。”^②“对于没有音乐感的耳朵来说，最美的音乐

① 《新工业国》，第2版，201—202页，波士顿，1972。

② 《马克思恩格斯全集》，第46卷，上册，392页，北京，人民出版社，1979。