

· 99广州维护消费者权益
与经济增长研讨会

论
文
集

广州市消费者委员会编印

序

广州市消费者委员会成立15周年之际，与广州市工商行政管理局、广州市社会科学院联合主持召开了一个关于维护消费者权益、消费经济、消费教育诸问题的大型研讨会。邀请到会的有国际消联主席、香港消委会总干事陈黄穗、中国著名经济学家于光远、中国著名消费经济学家尹世杰、消费者法律国际协会副会长、马来西亚大学法律分院院长苏蒂·拉查甘等国内外数十名专家学者。会议始终呈现出务实、认真的研究作风，学术气氛浓厚。对广州乃至全国消费者运动的开创进行了具有历史意义的总结，也为消费者运动的发展方向作了具有跨世纪意义和前瞻性的深层次探讨。到会的中国消费者协会秘书长助理、投诉部主任武高汉对会议给予高度评价：是我国消费者运动开展15年来最高层次的一次研讨消费者运动的大型会议。

这个研讨会共收集到53篇论文，我抽空阅读了其中的大部分。总体印象是：一、内容丰富。既探讨了消费领域的宏观和微观方面的种种问题，还涉及到法制建设、政体改革、市场经济、网络交易、学校教育、资源开发和货币政策等等问题。二、主题鲜明。大部分论文紧紧围绕党和国家的大政方针、经济发展的总体精神，结合消费领域的实际问题，探讨了消费政策，消费教育、消费结构、消费需求和消费水平等问题，同时突出研究和总结了15年来我国消费者运动创立和发展的历史轨迹。三、指导性强。不少论文在总结消费者运动、探讨消费经济发展状态的基础上，从深度和广度上提出了具有积极意义的发展途径。对进入21世纪的知识经济时代作了前瞻性的理论预测。其预测亦非“空中

楼阁”，而是具有一定的历史经验和过去的实践佐证。四、学术性强。这批论文凝结了作者们数年乃至数十年的实践与理论相结合的研究心血，理论架构严谨、说理透彻，论点鲜明，论据充足。为消费者运动和消费经济增添了大笔珍贵的理论“财富”。

广州市消委会将其中34篇论文编辑结集成书，是一件大好事，我深信，这本论文集将为广州乃至全国消费者运动的发展起到很好的指导作用；将对消费经济的发展有积极意义的推动作用。

王守初

2000年2月28日

（《序》作者是广州市委常委、广州市副市长、广州市消委会名誉会长）

第一部分

关于「消费教育」问题

目 录

第一部份：关于[消费教育]的问题

谈谈国民消费教育问题.....	1
知识与消费教育.....	7
国民消费教育的内容和途径探讨.....	19
论国民消费教育.....	29
从日本的经验看我国学校消费者 教育的必要性和可能性.....	41
论开展国民消费教育.....	57
论消费教育与启动消费.....	66
创办消费教育学校的实践与思考.....	72

第二部份：关于消费者组织及消费者 运动的发展方向问题

发挥消费者组织推动经济增长和社会进步的作用.....	77
扩大内需，促进消费，推动经济增长 ——兼论消费者组织的任务和作用.....	91
行业垄断与消费者权益.....	100
产品质量与消费意识.....	108
重新认识市场经济发展中的消费权益问题.....	111
关于进一步维护消费者人格权益的法律思考.....	119
关于消费者组织若干问题的探讨.....	124
浅析广州市消费者组织创立的意义、作用及其现状.....	130
试论产品责任法与消费者权益保护.....	142

当前贯彻《消费者权益保护法》中应着重解决的问题.....	151
------------------------------	-----

第三部份：关于扩大需求及消费政策诸问题

我国居民消费水平、消费结构分析

及启动消费需求的对策选择.....	156
-------------------	-----

论消费政策在宏观调控中的地位与作用.....	171
------------------------	-----

居民消费——储蓄选择行为分析

及启动消费需求的对策选择.....	178
-------------------	-----

网上消费——消费的新方式.....	199
-------------------	-----

消费者合理预期心理的形成及其现实意义.....	210
-------------------------	-----

启动区域信息消费研究.....	218
-----------------	-----

扩大内需的新生力量——消费信贷.....	224
----------------------	-----

引导消费与扩大内需.....	229
----------------	-----

消费经济决定着中国经济的发展走向.....	236
-----------------------	-----

促进中小型企业发展，是解决就业问题、

扩大内需和拉动经济增长的关键.....	244
---------------------	-----

探讨隐性文化消费.....	248
---------------	-----

潜在需求何以变为现实消费

——试析消费需求的开发及消费政策的选择.....	255
--------------------------	-----

开拓农村市场的思考.....	267
----------------	-----

在消费不足的背后.....	275
---------------	-----

论消费在国民经济发展中的地位与作用.....	281
------------------------	-----

解放思想 大胆实践 努力探索国民消费教育新途径.....	286
------------------------------	-----

谈谈国民消费教育问题

曹天玷

消费是一个永恒的主题。有的人认为人从母体中出生下来到年老逝去这一生中都不能离开消费，也有的人说远不止上面的表述，还需要延伸，也就是从母体中卵子与精子结合小生命开始就产生消费，母亲怀胎需要增加营养，维持胎儿发育时的需要，直至年老逝去时，后人的悼念性消费也还要持续很长一段时间，虽然不是直接消费，但可以说是间接消费。消费是社会发展和社会进步的推动力和奠基石。

建国五十年来，前三十年是学习前苏联，推进传统计划经济体制，这种体制由于从资源到价格，从分配到个人收入，都纳入大的政府计划当中，缺乏活力和竞争，因为凡是实行计划经济体制的社会主义国家都出现了短缺经济现象，城乡居民的基本生活资料不得不依靠于市场分配，凭票证开始，邓小平同志倡导改革开放，探索在中国建立社会主义市场经济的伟大实践，形成了改革开放的二十年。这二十年中我国的经济总量翻了好几番，人均收入增加了好多倍。据有关方面的统计资料表明：

1. 在人均收入方面：城镇居民人均可支配收入，1978年时只有343.4元，到1997年已达到5160.3元，扣除价格因素，实际增长2.1倍。农民家庭人均纯收入，1978年时只有133.4，到1997年时已达到2090.1元，扣除价格因素，实际增长3.4倍。

2. 在消费支出方面：城镇居民消费支出1997年达到4186元，比1978年增加2.1倍格因（扣除价素，下同）。农村居民消费支出1997年达到1617元，比1978年增加了2.7倍。

3. 在消费结构方面：反映和衡量消费结构的主要指标是恩格尔系数（指人的食物性消费生活消占费总支出的比例）。城镇居

民消费恩格尔系数，已由1978年的57.4%降为1997年的46.4%，下降了11个百分点，农村居民消费恩格尔系数则由1978年的67.7%降为1997年的55.1%，下降了12.6个百分点。与此同时，农村居民的消费已从自给、半自给的方式开始大踏步地向商品化、市场化方向转变。1978年时，农村居民的自给比重为59%，到1997年则已经降至30.3%，下降了28.7个百分点。城乡居民的人均住房面积成倍地增长，他们拥有的耐用消费品已由自行车、缝纫机、手表、收音机等传统四大件，过渡到彩电、洗衣机、电冰箱、音响等新的四大件，进而电话、空调器、家用电脑、轿车也将逐步进入千家万户。

一、关于开展国民消费教育的重要性的必要性的问题

如何系统地对国民开展国民消费教育，我认为应该提到政府的议事日程上来，政府应给予高度重视和支持，宣传、教育部门和消费者协会组织应予积极行动并配合组织实施。在这里，我想就开展国民消费教育的重要性的必要性，消费教育的基本内容和组织实施国民消费教育的形式和途径等问题，简要地谈谈我的看法。

我认为有必要从三个方面去认识：

第一、开展国民消费教育是确立市场经济体制、促进经济发展的客观要求。1992年党的十四大明确了我国的改革开放的目的是要在我国建立社会主义市场经济体制，中国要富强起来，要走向世界，就要走建设有中国特色的社会主义的道路，这条道路就是摒弃传统计划经济体制转而建立社会主义市场经济体制的道路。随着经济总量的增加和社会的进步，对消费者素质的要求也相应提高。现代社会的大生产培养了现代生产者，同样也需要有现代的消费者与之相适应。没有现代的消费者，现代的大生产也

维系不了，大生产没有大消费的支撑也实现不了。最近几年来市场相对疲软，工业消费品和农副产品相对过剩卖不出去，部分企业开工不足，处于停产半停产迫使我们更好地研究消费，采取措施刺激消费，扩大消费，使我们的经济能走上良性循环的状态。从另一方面看，市场经济是多元化主体平等竞争的经济，也是法制经济。但是，目前消费者的自我保护意识与市场经济的发展要求相差甚远，消费者与经营者之间的平等主体地位还远远没有确立起来，在市场经济条件下，买卖双方应是平等的主体，遵循的是等价交换的原则。但是由于一些消费者权利意识差，受到损害不能理直气壮地与经营者进行交涉，往往是忍气吞声，自认倒霉，有的则是怕麻烦，吃亏了事。这就助长了那些不法经营者的违法行为，显然是不利于市场经济有序健康发展的。

第二、开展国民消费教育，也是扩大消费，实现投资和消费对经济增长双重推动的需要。朱镕基总理在今年三月召开的全国九届人大二次会议的《政府工作报告》中对此有重要论述，这就是在扩大投资需求的同时，要采取有力措施引导和扩大消费需求。要在增加城乡居民收入；加快发展消费信贷，支持居民购买住房和大件耐用消费品；积极引导居民增加文化、娱乐、体育健身和旅游等消费，拓宽服务性消费领域以及大力开拓农村市场等方面，都作了明确指示。据有关方面测算，我国国民生产总值的实现，有60%左右是依赖于国内市场来实现的。不然的话，为什么那么多的外商要到中国来投资呢？他们也是看中了中国有巨大的市场潜力，12亿消费者的中国市场。所以说扩大内需已不是什么权宜之计，而是一个长远的方针。对此，抓国民消费教育，是历史赋予我们的责任，这仅仅是开始，还要长期抓下去。

第三、开展国民消费教育是提高国民素质的重要内容，也是社会主义精神文明建设的重要组成部分。党的十五大报告明确提

出要“提高国民素质”。而国民素质包含方方面面，应该是全方位的，如有理想、有文化、守纪律等等。就消费领域而言，人们追求的是物质的和精神的消费，提高生活质量，现代的商品和服务，需要有掌握现代消费技能的消费者。面对琳琅满目、科技含量日益增多、品种和范围不断扩大的商品和服务，许多消费者感到难以适应，深感自己知识的缺乏。特别是市场形势的变化以及经营者经营手段的变化，都对消费者的素质提出了更高的要求。只有对他们加强消费教育，使其掌握必要的市场、商品、科技知识和消费常识，才能适应市场经济发展的需要。同时，我们也必须看到，一些逐渐富裕起来的消费者在消费过程中受各种影响也还存在不良的消费行为和消费习俗。如：浪费性消费、迷信性消费、炫耀性消费、愚昧性消费、还有诸如吸毒、嫖娼等国家法律禁止的，都有屡屡发生。有的要通过消费教育来引导，有的要加大打击力度。因此说，开展消费教育是提高国民素质必不可少的内容，各行各业都有责任。作为以保护消费者合法权益为己任的消费者协会更要尽力去做。综上所述，在我国开展消费教育已势在必行。它既是经济发展的需要，是保护消费者权益的需要，也是提高国民素质，建设社会主义精神文明的需要。

二、开展国民消费教育的基本内容

改革开放以来，在比较短的时间内，我国经济发展突飞猛进，取得了为世人瞩目的成就，这已为世人所共识。在当前出现商品买方市场的情况下，如何扩大内需，进一步启动市场，这是一个至关重要的问题。所以说，我们要研究消费问题，其中就有一个国民消费教育问题。急需集中一批对这方面有研究的专家、学者尽快编写出一套在邓小平理论指导下的符合我国国情的国民消费教育普及教材，初步考虑有以下主要内容：

1. 消费在国民经济发展中的地位与作用

- 深刻阐述马克思在《政治经济学批判导言》中的经典论述。
- 阐述在市场经济体制下消费对生产起的决定性作用。
- 阐述社会再生理论，重现消费这个最终环节，建立起经济发展的良性循环。

2. 消费结构的改善和消费结构的合理性。

- 家庭消费结构的内涵。（以12字概括：即衣，食，用，住，行，医（医疗，保健），保（险），教（育），娱（乐），礼（送礼支出），特（特别支出），杂（杂项开支）及家庭消费结构的合理性。
- 在消费总支出中除衡量的恩格尔系数以外，还应建立一些应该建立的指标考核体系，如住房、轿车、家用电器及家庭教育和家庭医疗保健等。
- 分别城镇和农村的不同类型提出不同要求。

3. 消费生活质量提高的含义和实现途径。

- 阐述生活质量的提高表现在：饮食、居住、出行、教育和健康等五个主要方面并分别提出不同的标准。例如城镇人均住房达到的面积。
- 实现途径中分别城乡提出提倡什么，注意什么，反对什么。

4. 消费观念的更新。诸如：

- 提倡能赚会花的消费观念，改变攒足了钱再消费的观念。
- 提倡适度、合理、科学、健康消费的八字方针。
- 推行信贷消费，购买大件商品及住房。欧美国家消费者先消费再赚钱还债的观念是否在我国也可逐步推行。
- 要为自己的孩子的身体健康积累知识，提高自己技能而舍得花钱投资观念。
- 树立投资也是消费的观念。

5. 消费者权益的法律保护。

以《消法》及各省、市、区人大通过的实施办法（法规），国务院有关部、委、局发布的规章为依据，系统地解释《消法》条款，提高消费者的熟知程度，达到依法护权。

6. 家庭消费和家庭理财。

——阐述家庭消费和家庭投资、家庭理财的辨证关系。

——推广介绍多种类型的家庭消费好典型。

——正确处理家庭的近期安排和长期投资的关系。

三、关于组织实施国民消费的形式和途径

在我国组织实施对国民进行消费教育，这确是一件崭新的工作，没有现存的经验可以借鉴，但在些发达国家，如日本，早在60年代初期，日本国会曾经通过专门的法案，专项拨巨款建设（日本国民生活中心）（即消费教育中心），欧美一些国家也有这方面好的经验与做法，我们可以学习与借鉴。

我认为组织实施国民消费教育可分为两个部分来做：一部分是在校的学生正规消费教育，就是通过国家教育部立项，列入大、中、小学教育课程，使在校学生从小就接受消费教育，另一部分是面对社会成人的消费教育。社会成人教育涉及面广，有城市、农村之分，有当家的和不当家的之分，教育形式应多种多样。从近几年我国各级消费者组织开展消费教育的试点探索来看，主要有以下两种比较好的形式和途径。

1. 在大中城市由消费者协会牵头，有关部门协办，政府支持，建立国民消费教育中心或消费咨询服务中心。这个机构是一种社会公益事业机构，类似城市中的图书馆，文化馆，消费者可以来查阅资料，看录像，听专题讲座和咨询某方面的疑难问题。

2. 建立消费教育学校。此类学校可与大型商场或工会系统的

文化宫联办，采取讲座形式，广泛对消费者进行教育，包括法律知识、商品知识、识别假冒、家庭理财等等内容。

总之，在我国开展国民消费教育是一件新事，难度大、困难多、需要认真地探索。而消费者协会是一个非营利的社会监督团体，人员，经费都不足。因此，这项工作的开展应受到政府的支持，特别是人力，财力上的支持。

作者单位：中国消费者协会

知识经济与消费教育

尹世杰

一、知识经济为居民消费开拓了新的领域

21世纪是知识经济的世纪。知识经济是以知识为基础、以高科技为支柱、以智力资源的优化配置和合理使用的不断创新的经济。知识、智力、无形资产起着决定作用。在当代，高科技不断发展，使整个社会面貌发生根本性变化。

从消费领域来说，由于高新技术渗透到消费领域，人们有了更广阔、更丰富的生活空间，将极大地改变消费方式、人们交往的方式和消费的内容，将使居民消费发生一系列的新变化。

一是消费的智能化。在知识经济时代，高科技、特别是信息科学技术渗透于消费领域，各种消费品（包括物质产品 and 精神文化产品）都是高科技的丰硕成果，都体现智能化。例如，信息高速公路的发展，就会出现人们所说的五个“W”即：任何人（Whoever），在任何时间（whenever）、任何地点（wherever）、以任何方式（whatever）、和任何人（whomever）进行各种信息传递，开展各种消费活动。这就需要各方面的科学技术知识。消费智能

化，是发展的必然趋势。消费者要享受现代科学技术的丰硕成果，进行智能化消费，必须使自己成为智能化的人。

二是消费的健美化。人们的消费，越来越追求身心健康，增加美的享受。在知识经济下，随着高科技的发展，随着知识产业的发展，人不断满足人们对健美的要求。这不仅表现在人们的物质文化生活方面，内容、形式越来越丰富多彩，生活越来越方便、舒适，消费层次不断提高；而且表现在消费环境的不断优化不断美化。我一直认为“人们的消费需要，不仅包括物质需要和精神文化需要，还应该包括生态需要在内”。“生态需要对人们的生存和发展，对满足人们消费需要具有极端重要性”，要建立对人，对满足人的生态需要有利的生态平衡”（1）在知识经济条件下，经济的增长主要依靠知识的投入，依靠无形资产的投入，很少投入甚至不投入物质资源，就可增加大量财富，从根本上改变了传统技术无情掠夺自然资源和大量消费能源的状况，大大有利于促进生态平衡。知识经济时代将出现一种新的生态文化、生态文明。因此，以知识化、生态化紧密结合的知识经济，有利于满足人们的生态需要，有利于促进消费的健美化。

三是消费的个性化。发展人的个性，有利于发挥人的能力，丰富人的知识。在知识经济条件下，消费品和劳务更加丰富多彩。特别是信息高速公路网、计算机和多媒体技术的出现，可以根据自己的爱好，甚至坐在家可以选择并获得自己喜爱的商品和服务。这不仅节约了很多时间，而且使消费的选择性更加增强，更能实现消费个性化，发展人的个性，开拓人的视野，提高自己的智力。消费个性化是发展的必然趋势。

四是消费的世界化。在知识经济条件下，信息技术和交通运输的发展，特别是信息高速公路的发展，各国之间商品和劳务的交流，人们之间的交往，越来越便当。比如，通过互联网，不仅

物质消费品的消费可以世界化，精神文化消费也是世界化，人们不仅可享受本国科学技术和优秀文化的丰硕成果，也可以享受各个国家科学技术和优秀文化的丰硕成果。消费的世界化，早已出现，今后更将频繁，成为必然的趋势。

在知识经济条件下，无论消费水平、消费结构、消费方式都会出现重大的变化。反映“知识文明”，反映了消费层次和消费质量的提高，反映了消费的文明程度的提高，这是巨大的进步。这些新变化、新趋势，给每个消费者提出了无法回避的问题：如何适应这些新变化，如何掌握这些新趋势，给每个消费者提出了无法回避的问题：如何适应这些新变化，如何掌握这些新趋势，如何不断提高自己的科学文化素质，不断提高消费力，提高消费层次和质量，促进人的全面发展？也给社会和政府提出一个很重要的问题：如何加强消费教育，提高消费者的素质，提高消费者对这些新变化、新趋势的适应能力，使其成为现代的、文明的、智能化的消费者，迎接知识经济的来临？这是历史赋予我们的一项重要任务。

二、知识经济居民消费提出新的要求

随着知识经济的发展，也会给居民消费带来很多新问题。需要站在可持续发展的战略高度，及时加以引导，才能充分发挥消费对社会经济、文化的作用，促进知识经济的健康发展。否则也可能出现一系列的不良后果。例如，如何处理好扩大消费与发展生产的关系，使丰富多采的消费品和劳务产品及时地为消费者所享有，实现生产与消费之间、消费扩大与经济增长之间的良性循环？如何处理好高科技与高文化之间的关系，用高文化引导高科技，实现经济文化一体化，实现物质消费、精神文化消费与生态的统一，实现两个文明建设的协调发展？如何处理好社会消费与

家庭的关系，在不断发展，提高社会消费的同时，提高家庭消费的文化含量，优化家庭消费结构，使家庭成为两文明建设的重要基地？诸如此类的问题，都是很值得研究研究的。

而对一系列新情况、新问题，对消费者需要提出一些新要求：

一要敢于消费。生产为了消费，生产丰富多彩的物质消费品和劳务产品，为了满足人们日益增长的消费需要，提高消费质量。“没有消费，也就没有生产。因为如果这样，生产就没目的。”“消费的需要，决定着生产”（2）。因此，要转变传统观念，要鼓励消费，扩大消费，不能限制消费，压抑消费。我在十多年前就提出：消费是促进国民经济良性循环的关键，提出要“积极鼓励消费”，“要开拓新的消费领域，使消费结构不断合理化”，提出要发展科学、文化、教育、卫生、旅游等事业，加速住宅商品化等（3）。过去要鼓励消费现在也要鼓励消费，在知识经济时代，更要鼓励消费。我国现在已由传统的供给导向型经济转变为需求导向型经济，要充分发挥消费需求的拉动作用，要克服传统消费观念，敢于消费，不断扩大消费需求，提高消费水平。

二要善于消费。我们说鼓励消费，不是鼓励高消费，而是鼓励合理消费，鼓励居民消费升级过程中一些合理的消费，高层次高质量的消费。因此，就要善于消费，要优化消费结构，提高发展性、智力性消费，特别是高层次的精神文化消费的比重，这样才能提高消费质量，提高消费效益。要减少以至排除那些低层次、低质量的愚昧落后的消费，特别要反对那些庸俗腐朽的东西。在知识经济条件下，消费领域千姿万态，消费者在错综复杂、变化难测的消费海洋里，更要善于消费，用有限的收入，投在最能提高知识、智能等消费方面，才能得到最大的消费效益。

三要文明消费，文明消费是任何社会里消费的本质要求，知识经济是文明社会，更应文明消费。但在某些发达国家，也有很多不文明的消费。如美国早已出现一些“社会病”，出现“文化矛盾”。有些人物质生活丰裕了，产生了“享乐主义”，“消费主义”，醉心于物质享受，造成精神空虚，甚至滋生各种社会犯罪。美国著名经济学家丹尼尔·贝尔在《资本主义文化矛盾》一书中深刻揭露了西方社会“提倡享乐型生活方式，诱导人们去满足骄奢淫逸的欲望”，“已使文化日趋粗鄙无聊”，出现了“围困着资产阶级社会的文化危机”（4）贝尔所说的“文化矛盾”、“文化危机”，是主指现代西方国家、特别是美国，社会生产力高度发展、物质生活大提高以后，享乐主义盛行，很多人以追求个人生理和心理上的享受、追求感官的快乐作为人生的价值所在，造成资本主义社会严重的精神堕落和社会危机。美国著名经济学家加尔布雷斯谈到美国的情况时早就指出：“现在不是经济危机，而是人的道德和精神上的危机”。西方国家出现的“文化矛盾”，“文化危机”、“精神危机”，很值得我们深思：我国改革开放以来，社会文明出现良好的势态，消费领域也出现很多健康向上的东西，但近年来也出现了一些不文明、不健康的东西。在一些人的生活中，出现了享乐主义和奢侈之风。有的人重物质消费，轻精神文化消费，重视娱乐性、消遣性消费，忽视智力性、发展性消费；有的人精神文化消费层次不高，格调不高，热衷于低层次的精神文化娱乐活动，有的甚至腐化堕落，不能自拔，败坏了社会风气，败坏社会主义精神文明。这都是反文化的、反文明的，必须加以引导，甚至加以抑制。

文明消费，还表现在保护生态环境方面。要树立环保观念。就以消费过程来说，对空气、水、固体废弃物的处理，都不能污染环境，而要培育一个优美的生活环境，养成保护环境的良好