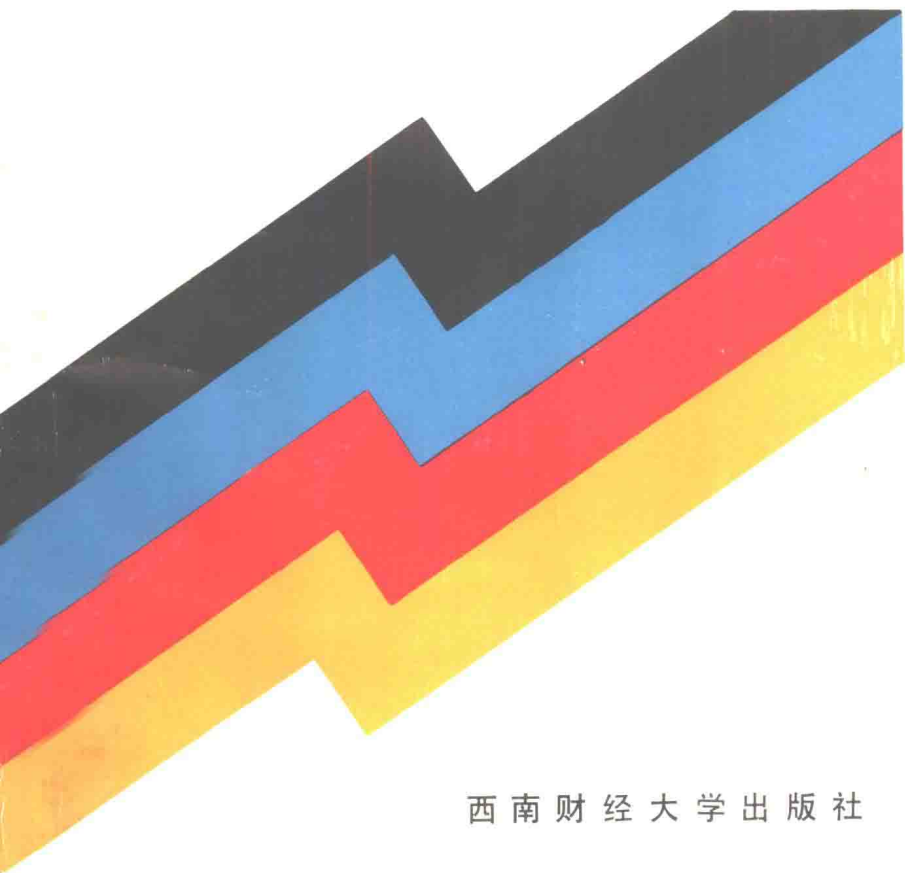


消费经济学

〔苏〕А·И·列文 А·П·雅尔金著 ● 邓本中等译

XIAOFEI JINGJI XUE



西南财经大学出版社

消 费 经 济 学

（理论、管理、预测问题）

〔苏〕А·И·列文 А·П·雅尔金著

邓本中 李兆国

李大成 王裕国

李达昌

译

校

西南财经大学出版社

一九八六年十二月 成都

责任编辑：吴定光

封面设计：潘令宇

消 费 经 济 学

西南财经大学出版社出版

(成都市光华村)

四川省新华书店发行

成都百科印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 印张10.125 字数180千字

1986年12月第一版

1986年12月第一次印刷

印数：1~6,800册

书号：4479·5

定价：1.60元

译者说明

苏联经济学家A·И·列文和A·П·雅尔金合著的消费经济学（理论、管理、预测问题），论述了消费经济学的研究任务、对象和方法，探索了消费发展的规律性以及消费同社会主义其它经济范畴的相互联系，指出了有计划地管理消费、实现消费合理化的途径，是一本从方法论上研究消费经济学的著作。虽然苏联的国情与我国有所不同，但它仍可供我们学习参考。它的翻译出版，对于进一步开展消费经济学问题的研究也是有所补益的。

原书中用的斜体字，译文中改用圆点标在文字下面，以示区别。原书中的注释按下述几种办法处理：一、经典作家的语录，都查对了经典作家著作的中译本文字，补注了中译本页码；二、与内容关系密切的注释，全部译出；三、因参见书目太多，多数与本书关系又不太大，为节省篇幅，不再注出。

参加翻译的人员及分工：

第一篇各章和第二篇第六章由邓本中译；

第二篇第五章和第四篇各章由李兆国译；

第三篇各章和第五篇各章由李大成译。

在组织翻译时，王裕国译了第二篇第五章的部分内容。

由于水平的限制，译著中错误疏漏之处在所难免，恳请读者批评指正。

一九八六年七月十九日

序 言

居民消费是标志人民福利水平的主要特征之一，而苏维埃国家社会经济政策最重要的任务就在于确保提高人民的福利水平。苏共二十六次在规定确保提高人民的福利水平的具体措施时指出：必须提高物质财富和服务的消费水平，完善消费结构，改进消费质量，扩大消费种类。苏共中央（1983年）六月全会十分重视人民的消费问题，特别强调必须提高消费修养，做到饮食合理；必须从完全符合德育和美育要求的角度出发利用闲暇时间；还强调了完善分配关系的重要性，因为分配关系归根到底在相当大的程度上决定着居民的消费。

研究个人消费领域的发展过程在这方面具有特殊的意义。这完全是理所当然的。因为个人消费领域要有效地起作用，在很大程度上取决于苏联人民的需要能否充分满足，满足的质量如何。这也是提高整个社会主义社会生产效益的重要因素。

可以毫不夸张地说，由于我们对人民消费的问题缺乏深刻而认真的研究，目前实际上还不可能正确地指导社会生产的发展，不可能规定和计划社会生产发展的最佳速度和比例，不可能找到具体而又最有效的办法以提高人民的福利水平，确保更充分地满足人民不断增长的需要。

这一切说明，有必要进一步深入而广泛地研究人民消费的问题，完善分析人民消费的方法论和具体的方法，更深入地、有充分根据地研究消费理论问题。鉴于上述问题十分现实，而且对国民经济具有重大的意义，我们完全有理由认为：必须把居民消费领域的研究作为一门独立的经济科学，即应建立一门专门的科学——人民消费经济学。

这样做不仅能把这一知识领域，而且能把整个经济科学大大推向前进。因为我们认为，消费经济学应当成为经济科学的一个重要层次。正是这一层次，与用以形成社会主义基本经济规律的社会主义社会生产的最高目的有最紧密的联系。消费经济学作为一门独立的科学，应当有助于为实现这一目的的最有效的途径确立方向。

把消费经济学作为一门独立的经济科学分离出来的必然性，其理由还在于：目前这一领域的种种研究都是孤立进行的，即分散在政治经济学、国民经济计划与管理、商业经济学等各个经济科学的分支中进行研究，结果不能明确提出人民消费最迫切的问题，而对这些问题所进行的研究，往往要么是片面分析消费的动向，要么是走向另一极端去研究消费的方法论结构。当然，不应否定研究方法论结构的重要性，但是必须始终记住，虽然方法论结构也是重要的，但它毕竟只是分析个人消费领域中更重大更深刻的诸社会经济过程和现象的辅助工具。理解并解释这些现象和过程，明确其间的因果联系，最终指出解决人民消费中具体的社会经济问题的途径，这才是《消费经济学》这门新兴科学应集中全力解决的基本任务。

当然，本书作者不敢企求把该科学研究领域（一个极广阔的领域）的所有问题都讲清楚，本书只考察我们认为是最

带根本性的重大问题。我们认为，如果不分析这些问题，消费经济学便不可能成为一门独立的学科。自然，在进一步的研究过程中，随着对这门科学及其相关的经济科学认识的深化，这些问题的范围会大为扩大，问题的提法本身也会有所变化；不过这也将只是说明，该经济研究领域不能局限于某些现在已知的方面，而应不断地深化和完善。

目 录

序 言.....	(1)
第一篇 消费经济学是一门科学	
第一章 消费经济学的对象和方法.....	(1)
第一节 消费经济学在一般的经济学和部门经济学中 的地位.....	(1)
第二节 消费经济学的研究方法.....	(4)
第二章 研究消费经济学概念术语结构的理论和 方法论原理.....	(9)
第一节 消费经济学术语的现状 (简述)	(9)
第二节 研究消费经济学概念术语结构的逻辑和原则	(13)
第三节 消费经济学概念术语的总轮廓和结构	(19)
第三章 消费经济学基本的专门范畴和概念.....	(24)
第一节 概述居民消费是一个经济范畴	(24)
第二节 消费的种类及其划分.....	(32)
第三节 消费的基本社会经济特征.....	(37)
第四章 消费经济学体系中居民的需要和有支付 能力需求.....	(46)
第一节 需要是一个经济范畴.....	(46)

第二节	关于居民需要的分类.....	(58)
-----	----------------	--------

第三节	居民的有支付能力需求(某些理论方面的分析)	(66)
-----	-----------------------------	--------

第四节	概述居民需求的种类及其划分	(73)
-----	---------------------	--------

第二篇 现阶段居民消费发展的特点和问题

第五章	消费发展的某些规律性.....	(87)
-----	-----------------	--------

第一节	概述消费发展的规律性及过程	(87)
-----	---------------------	--------

第二节	现阶段消费发展的主要动态规律性	(91)
-----	-----------------------	--------

第三节	居民消费的社会经济和地区间差别及其消除的途径.....	(95)
-----	-----------------------------	--------

第六章	消费合理化的问题.....	(103)
-----	---------------	---------

第一节	问题的一般情况	(103)
-----	---------------	---------

第二节	合理的需要和合理的消费	(105)
-----	-------------------	---------

第三节	消费合理化的途径.....	(121)
-----	---------------	---------

第四节	需要的形成与消费的合理化.....	(135)
-----	-------------------	---------

第三篇 消费领域和消费过程的计划管理

第七章	消费领域管理在国民经济计划管理体系中的地位.....	(149)
-----	----------------------------	---------

第八章	计划化是计划管理消费领域的基础.....	(157)
-----	----------------------	---------

第一节	居民消费中可能采用的指令性计划的限度	(157)
-----	--------------------------	---------

第二节	居民消费的主要计划指标及其计算特点.....	(160)
-----	------------------------	---------

第三节	完善人民消费计划化的某些途径和问题.....	(166)
-----	------------------------	---------

第九章	管理居民消费的经济方法.....	(170)
-----	------------------	---------

第一节 社会再生产的比例及其对消费动态的影响	(170)
第二节 完善分配关系的某些问题	(173)
第三节 居民消费计划管理体系中的零售价格机制	(180)

第四篇 居民消费预测

第十章 居民消费预测的理论与方法论问题	(191)
第一节 居民消费预测在国民经济预测和管理系统中的地位和作用	(191)
第二节 居民消费预测的种类及其划分	(201)
第三节 预测方法科学分类的原理	(205)
第四节 居民消费模拟和预测的方法论原理	(209)
第十一章 以经济数学模型为基础的居民消费和需求预测	(221)
第一节 生活水平模型体系中的消费预测模型	(221)
第二节 用经济数学模型预测居民消费的若干方法特点	(225)
第三节 关于各种居民消费预测方法的结合	(233)
第四节 居民消费的结构模拟和预测的方法	(243)
第十二章 预测居民某些特殊需求和消费的特点和方法	(248)
第一节 居民未满足的需求的计算和预测方法	(248)
第二节 新商品的需求和消费预测的特点	(256)
第三节 预测居民耐用品供应量的经济数学模型和方法	(261)

第五篇 居民消费研究的信息方面

第十三章 居民消费信息的基本概念及其评述	(267)
第十四章 使用抽样法收集居民消费和需求信息的特点	(274)
第一节 抽样法理论的一般问题	(274)
第二节 对居民抽样调查是研究消费和需求的一种手段	(284)
第十五章 居民消费信息的系统化问题	(296)

第一章 消费经济学的对象和方法

第一节 消费经济学在一般的经济学和部门经济学中的地位

消费经济学作为一门独立的科学正处在形成阶段。因此，从其形成的初期起就确定该学科的对象、任务、作用及其在其它经济学体系中的地位是很重要的。这必将有助于进一步避免把它和其它学科重复和平行起来，有助于提出消费经济学研究的正确的基本方向，以清除漫无边际地研究与这门科学的对象没有直接关系的那些次要方面的可能性。

在评论消费经济学这门科学的性质、作用及其在其它科学体系中的地位时，不能不指出它的特殊性。这种特殊性在于：消费经济学作为一门科学，既不能归入一般的经济学，也不能归入部门经济学。消费经济学与一般的经济学的不同之处在于：它实质上只是一般的经济学的一部分，正在逐步发展成为一门独立的科学。

例如，消费经济学可以作为政治经济学特殊的一个“分支”，只不过它不是要通盘考察四个环节（生产——分配——交换——消费）上的社会再生产的问题，而只是考察消费完成阶段的社会再生产问题。

无疑，在这方面消费经济学与政治经济学密切相关，其关系之密切简直可以说消费经济学仿佛就是政治经济学的续篇。但是，它又与政治经济学不同，消费经济学的对象不是整个生产关系，而只是涉及消费领域的那一部分生产关系①。

同时，消费经济学也不同于通常所讲的部门经济学。一般而论，部门经济学研究国民经济相对独立的各部门（例如，工业、农业、运输业、商业等）及其管理的组织和计划化的特点等。然而消费却不是国民经济的一个部门，它是社会再生产的完成阶段，是社会再生产的一个独立的领域。同社会再生产的其它领域一样，消费也要表现该社会制度所具有的生产关系。前面已经指出，涉及消费领域的生产关系也是消费经济学的研究对象。

至于说到部门经济学，它们既不研究整个社会生产方式范围中的生产关系，也不研究社会生产各个领域中的生产关系。一般而论，部门经济学的对象是国民经济某一部类发展过程中出现的具体的组织、计划和管理问题。但是应当指出，作为社会生产领域的消费也有一定的组织结构，此种结构也会是计划管理的对象。

此外，消费作为满足需要的过程，具有一定的指标体系，这些指标也会是直接计划的对象。

换句话说，消费过程的计划化和消费领域本身职能的组织管理，是对居民消费活动实行计划管理不可分割的因素。

①虽然我们这样讲，但我们当然清楚地意识到，应当把生产关系看作统一的整体。然而不能否认，分析社会再生产每个阶段的生产关系都具有自己的特殊性，分析消费阶段的生产关系尤其是如此。

上述各因素都包容在消费经济学的对象之中，乃是理所当然的。消费经济学这门科学可以说在这点上与部门经济学很相似，后者也是研究相应的国民经济各部门的组织结构和计划管理问题。

可见，消费经济学这门独立的科学仿佛处在一般的经济学（尤其是政治经济学和国民经济计划与管理）同部门经济学的接合点上，它吸收有这两者的若干成分。

消费经济学所处的这种“地位”，更确切地说是它的特殊性，在很大程度上决定了这门科学的任务。其基本的任务是：研究居民消费领域和消费过程的发展途径，以便实现社会主义社会生产的主要目的——更充分地满足人们不断增长的物质和精神的需要。

《消费经济学》这门科学的这个总的任务也就决定了它所面临的其它一切带局部性质的任务和问题。其中包括：

研究消费效益问题（包括评价效益的经济和统计指标体系）；

完善制订消费计划的方法；

分析和预测居民消费发展的规律（包括数量评估）；

分析个人消费领域的具体过程；

研究和论证消除居民消费水平和结构方面所存在的社会经济、地区和其它差别的途径；

研究消费的合理化问题；

分析流通领域和消费领域接合点上发生的过程（包括居民有支付能力需求的形成和满足的过程）；

研究个人消费领域的管理问题。

当然，上述问题远远没有把消费经济学的所有问题都囊括无遗，还有不少更带局部性质的问题，下面我们还将更详

仔细地加以考察。然而所有这些带局部性质的问题，无论如何都与上面提出的问题有关，或者简直就是其中的一部分。

从这里提出的消费经济学的目的和任务出发，可以对这门科学作出如下的定义：消费经济学是论述消费领域所形成的经济关系的一门科学。它研究支配消费的经济规律，研究消费领域发生的过程，并把它们同社会生产的其它领域即生产和交换领域所发生的、对它们起着决定性作用的因素和过程密切联系起来研究。同时，消费经济学把消费不仅看作是满足需要的某种特殊的过程，而且还看作是社会再生产一个独立完成的阶段和领域。

第二节 消费经济学的研究方法

消费经济学如同其它任何一门论述社会和社会关系的科学一样，是在社会主义生产方式中发展起来的，运用的是马克思主义的唯物辩证法。这门科学的发展使用如下的分析方法和原则：科学抽象、分析和综合、质量和数量分析、逻辑和历史的统一、试验方法、用社会实践检验理论。

让我们略微详细地来揭示在消费经济学这一具体的研究领域运用这些分析方法和原则的一般特点。消费经济学中的科学抽象，既用于对消费领域发生的过程从质上进行理论分析，也用于对这些过程从量上进行研究，以便揭示消费和决定消费的诸因素之间量的相互关系和依从性。而且科学抽象对研究经济现象和过程（其中也包括消费过程）的作用特别大，因为分析这些现象和过程不能用自然科学所拥有的技术手段。

用科学抽象法研究消费最明显的例子就是建立消费的经济数学模型。用数学符号组成的抽象的数学公式，表现了消费和决定消费的诸因素之间的依从性和相互联系。同时，消费的经济数学模型不可能把实际影响消费的种种因素都计算在内，而只能考虑到对消费影响最大的诸因素。

借助于这些模型，依据实际数据便可计算出所谓消费的理论意义，用以表明某种商品和某几类混合的商品的消费过程或居民消费的一般过程，假如决定消费的诸因素的作用是已知的话。这些模型的参数说明消费对于影响它的诸因素的量的依从性，并且可以用来预测今后消费的发展。

指出如下一点很重要：消费的经济数学模型不仅可以用于对消费发展中正在发生和形成的过程和相互联系进行“纯”数量研究，而且可以用于精深的理论研究，因为借助于这种模型可以模拟现实中发生的过程，而且也正是通过模型来研究这些过程的。

当然，消费发展过程的数学模型不是该研究领域运用科学抽象法的唯一形式。

科学抽象法在研究消费经济学的概念结构时也广泛地被采用。众所周知，这就要求提出这门科学所用的基本概念的定義，每一个定义都要说明用相应概念表现的某种现象最根本的特征，而这些概念本身可以看作是抽象思维的具体形式。在这种场合下，即在研究消费经济学的各个概念和表述它们的定义时，科学抽象法被用于纯粹质的研究（不用由经济数学模型所揭示的量的特征）。这完全是显而易见的，因为一般而论，任何量的评估在这里都是多此一举。

借助于科学抽象法（无论这种抽象以什么形式表现出来，即无论是通过研究概念和概念的定义对消费现象和过程

作质的分析，还是运用经济数学模型对消费过程进行量的研究），研究人员能充分地揭示所研究的过程和现象的实质，更深刻地认识它们的特点，弄清“肉眼”看不清楚的规律和依从性。可是，与此同时也不允许把科学抽象过度，因为如果这样的话，科学抽象有可能同实际的消费过程脱节，甚至可能歪曲这些过程的实质。

总起来讲，科学抽象法是以抽象的形式再现消费的某个具体过程或方面，科学抽象本身是以经济范畴和经济概念术语的形式出现的，其中每一范畴和概念术语都表现了消费过程中所形成的经济关系的某个方面，而这些经济关系则又是该社会生产关系总体系中的一个独立的部分。

消费经济学所用的范畴、概念和术语包括：消费方式和形式、社会消费基金、个人消费、非生产性消费、消费质量和消费效益等。

在研究消费经济学的这一切范畴时，要运用分析综合法。这种方法也是马克思主义唯物辩证法的组成部分。分析作为认识现象的一种方法，要求把作为统一的整体现象（这里是指居民消费）分解为各个成分，从具体上升到抽象，并对这些成分逐个进行研究。

例如，居民消费作为一个复杂的类概念，可以分成各种消费，其中每一种都可以单独加以考察，但同时它又是总体必不可少的一部分，这里的总体就是整个居民消费。

但是，分析仅仅是研究消费过程的一个部分、一个方面，分析之后还必须把通过分析所分解开来的消费过程或各类消费重新还原为统一的总体，根据已经研究过的诸成分之间的相互联系将其结合起来。换句话说，必须对各个成分进行综合，因为综合才能把已经研究过的现象或过程重新看作