

财富丛书

财富阶梯

人民日报社市场报财富周刊编著

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

财富阶梯

中国青年出版社

财富丛书

财富阶梯

人民日报社市场报财富周刊编著

中国青年出版社

(京) 新登字 083 号

图书在版编目 (CIP) 数据

财富阶梯/人民日报社市场报财富周刊编著. —北京:
中国青年出版社, 1999

ISBN 7-5006-3439-0

I. 财… II. 人民日报… III. 家庭经济学—普及
读物 IV. F063.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 10379 号

*

中国青年出版社出版 发行

社址: 北京东四 12 条 21 号 邮政编码: 100708

北京小红门印刷厂印刷 新华书店经销

*

850×1092 1/32 10.5 印张 2 插页 210 千字

1999 年 9 月北京第 1 版 2000 年 8 月北京第 2 次印刷

印数: 6,001—10,000 册 定价: 15.00 元

策 划:刘宏昌 孙大胜

主 编:田晓明 严鹏程

编撰人员:吴建群 赵秀芹 朱悦华
 陈 辉 富子梅 刘 勇
 陈哲源

多彩人生总是金

孙大胜

智慧是财富的阶梯。这本呈现在读者面前的《财富阶梯》一书，是人民日报社《市场报·财富周刊》的编辑和记者奉献给读者的一本关于如何进行家庭财富创造与安排的通俗读物。为了得到读者的认可，《财富周刊》全体同仁在编报之余，最大程度地远离学院式的谈经论道，大至结构篇章，小至文法用语，他们无不从自己过日子的经验和采编积累的感悟出发，来回往复地进行精雕细琢，力求奉献给读者运用财富、创造财富、享受财富、积累财富的经验和阶梯。

过日子需要财富，算计过日子能积累财富。尽管“日子”谁都会过，难的是如何过上一种称心如意的“日子”，寻觅到一种即使面对无限艰难，也充满了欢愉与光明期待的生活——我们每个人，无论贫与富，无论尊与卑，都有自己一本难念的经。以民众过日子为视点，想读者居家过日子之所想，解民

众财富创造运用中所惑所急,便成了编写这本《财富阶梯》的初衷和理由。

《财富阶梯》以过日子为主题,以可读性、启发性为特色。为了突显本书的服务性,我们不仅荟萃了财富周刊近两年曾经刊发的、最受读者欢迎的投资理财类作品,而且还特意为本书组织了一些新的精品力作。读者在翻阅中会发现,篇篇都会给人以启迪。

尽管我们为此书出版付出了极大的努力,但囿于编写水平有限,出书时间仓促,编采校检过程中难免疏漏,恳请读者予以批评指正。

1999年5月20日

责任编辑 赵长敏

封面设计 张 朋

目 录

第一篇 日子怎么过,五彩斑斓各不同 (1)

- 俯瞰中国社会的收入与消费..... (3)
- 浏览都市的高消费场所 (10)
- 社会名流品人生 (14)
- 百姓追求的新潮玩乐 (19)

第二篇 假如会失业,前面何处是生路 (37)

- 未雨绸缪话下岗 (39)
- 走向成功的下岗人 (44)
- 有点钱就去当老板 (60)
- 新鲜财路任你选 (69)

第三篇 居家多算计,劝君莫忘理好财 (97)

- 钱进钱出学问多 (99)
- 学会一两招会受益匪浅..... (104)
- 成功的人都会为明天算计..... (108)
- 无志之人常立志,有志常在不言中 (116)

拒绝欺诈,理财小窍门	(121)
------------------	-------

第四篇 君子如爱财,取之有道机会多 (163)

走出家庭投资误区.....	(165)
国债投资.....	(169)
股市投资.....	(178)
基金投资.....	(201)
邮市投资.....	(219)
储蓄的艺术.....	(234)
你也能成为一名投资专家.....	(243)

第五篇 收藏巧投资,保值添财精神爽 (255)

闲人不闲钱.....	(257)
收藏的诀窍.....	(266)
收藏与揭秘.....	(291)
读书与藏书.....	(299)

第六篇 防患于未然,要为明天买保险 (307)

保险“骗人”,买保险“不吉利”吗?	(309)
您生活中没有风险吗?	(313)
“保险”与“储蓄”的不同作用.....	(318)
如何与保险营销员打交道.....	(321)
谁是家庭中最需要保险的人.....	(325)

第 一 篇

日子怎么过，五彩斑斓各不同

俯瞰中国社会的收入与消费

在山西静乐一个小山村里,记者发现有的全家居住在一个破旧的窑洞里,三分之二左右的土炕上只有一床旧被子,一张破席子。寒来暑往,一家几口人就挤在这土炕上,吃的是土豆、馒头。“屋子”里除了土灶和一张桌子再加上土炕便是全部的家当。在甘肃一些贫困山区记者发现的一幕幕与此地相比几乎差不多。

改革开放 20 年来,我国经济发展在历史上是前所未有的。但是,我们也要清醒地看到,有的地区有的人腰缠万贯,有的地区有的人一贫如洗。截止到 1999 年 4 月,我国仍有 4000 万人口(城乡)挣扎在贫困线上。

尽管如此,我们也欣喜地发现 1978 年至 1997 年我国农村居民家庭人均纯收入由 133.6 元增长到 2090.1 元,城镇居民家庭人均可支配收入由 343.4 元增长到 5160.3 元,1978 年至 1998 年城镇居民储蓄存款余额由 210.6 亿元增长到 5.2 万亿元。可以说,除去国家级贫困县之外,我国人

民千百年来所渴求的丰衣足食在一定程度上实现了。

但是,在收入普遍增长的基础上,随着改革的深入,我国社会的收入分配越来越不均等。按目前的国际标准衡量,我国的收入不均达到了中等程度。(见表)1981年,我国的基尼系数(对收入分配不均的一种测算方法。0指绝对平均,100指绝对不平均)为28.8,1995年为38.8(多数专家认为,这个数字可能在一定程度上低估了不平等程度),这一系数低于大多数拉丁美洲国家、非洲国家,甚至是东亚国家,但高于东欧大多数转轨国家和西欧许多高收入国家。

中国收入分配平等程度的国际比较(基尼系数)

地区或国家	1995年	1981年
东欧	28.9	25.0
中国	38.8	28.8
高收入国家	33.8	33.2
南亚	31.8	35.0
东亚和太平洋地区	38.1	38.7
中东和北非	38.0	40.5
撒哈拉沙漠以南非洲	47.0	43.5
拉丁美洲和加勒比地区	49.3	49.8

我国城乡居民收入分配不平等的表现在:

城乡收入差别

1978年以前,我国城乡居民收入之间就存在着较大的差异;1978年以后,这种情况在一定的时期内(1980~1983年)有所改变,但是,从1984年开始,城乡居民收入差距又

继续呈不断扩大之势。一般地说,农村居民收入为城市收入的 66% 或更多一些(世界银行,1998 年)。而 1996 年,我国农村居民收入只有城市居民收入的 44%。

地区收入差别

1985 年,我国内地居民的收入只有沿海居民的 75%; 到 1995 年,这一比例下降到 50%。

不同所有制经济单位职工工资差别

1985~1996 年,国有经济单位和除城镇集体以外的其他经济单位职工平均工资之比由 1:1.18 扩大到 1:1.32。

不同行业职工工资差别

我国工资最高行业的职工平均工资与工资最低行业的职工工资之比,1978 年为 2.17:1,1985 年为 1.81:1,1994 年为 2.28:1,1996 年为 2.18:1。

不同社会群体收入差距

在私营企业中,雇主的收入一般是普通雇工的 10 倍以上,有的企业高达 100 倍以上。改革开放催生了一批百万富翁、千万富翁,乃至亿万富翁。据估计,我国的百万富翁已超过 100 万,这与 4000 万生活在贫困线以下的人口形成了鲜明的对比。

城乡收入差别究其原因,我们不难发现,城乡收入差距与城乡经济改革的不同进程相关的。家庭联产承包责任制在我国农村的广泛推行,一方面解决了农村收入分配的平

均主义问题,另一方面通过提高农副产品收购价格,调整了农村产业结构,使农业生产劳动率得到了提高,加上农村乡镇企业的迅速崛起和发展,使农民收入大幅度增加。

但是自 1984 年以来,由于我国家庭承包经营的局限性,农业产业化经营与发展农民新型的合作经济组织得不到结合,以致调整产业和产品结构等问题不能解决,这便又使城乡居民收入差距继续呈不断扩大之势。要改变这一局势,中国社会科学院社会学所一位社会学家认为,要学会通过调整社会结构来解决问题,注意合理调整城乡经济结构,建立城乡统一的大市场。

地区收入差距究其原因,改革开放以来,我国采取的是优先发展东南沿海的经济政策,在投资、财税、外贸等方面都给了东南沿海地区很大优惠。国家计委社会发展研究所社会保障室主任杨宜勇认为,我们在发展东部地区的同时,也部分地牺牲了中西部地区的利益,包括中西部人民的收入。

不同行业职工工资差距大,究其原因在于垄断。垄断与市场经济的发展是相悖的,但我国有的行业正在打破这一格局,如电信业等。

一般来说,居民消费需求及其结构变化一般要经过三个阶段,第一阶段以解决“吃、穿”等消费需求为主;第二阶段以解决“住、行和服务”等消费需求为主。根据这一发展趋势,从总体上看,目前我国城镇居民正在由第二阶段向第三阶段发展,农村居民的消费需求则正在由第一阶段向第二阶段转变。

在 80 年代中期以前,我国城镇居民的消费需求基本上

是以满足“吃、穿”为主的。从1978年~1984年,城镇居民用于“吃”和“穿”的支出占消费总支出的比重一直都在逐步提高,在1984年均达到了最高点,其中“吃”的比重(即恩格尔系数)为59.97%，“穿”的比重为15.53%。后来,这两个比重均开始下降。这说明我国城镇居民以满足“吃、穿”为主的消费需求阶段已经基本结束。

从80年代中期到90年代中期,城镇居民的消费需求基本上是以满足“用”(尤其是耐用消费品)为主。也就是说,我国消费品市场由长期的卖方市场转变为买方市场,实现了消费品市场的质的飞跃。1996年的市场有93.8%的商品供求平衡和供大于求,其中工业品为99.8%。

80年代我国的生活消费曾有过老三大件和新四大件的更替,进入90年代以后新的消费热点已进一步升级,转向“私人新四件”,即私人住房、私人汽车、电子信息产品和新潮家电用品。

在90年代中期以前,我国农村居民的消费需求基本上位于第一个阶段,即以满足“吃、穿、住”等生理性消费需求为主的阶段(“住”的消费需求也包括在第一个阶段之内,这是我国农村居民消费性的特殊性)。从耐用消费品城乡拥有量之比看,1997年底农村居民家庭平均每百户拥有彩电27.3台、电冰箱8.8台、洗衣机21.9台,基本相当于1986年城镇居民家庭的平均拥有水平,相差11年左右;1997年农村居民恩格尔系数为55.1%,相当于城镇居民80年代初期的水平。从农村居民的收入与家电产品的价格比看,与10年前城镇居民的收入与家电的价格比基本接近,多数农村居民对家电商品的价格承受能力已有所增强。

当前,我国农村居民消费需求的重点已经开始转向工业消费品,家电的普及率和需求档次都在迅速上升。1998年我国农村居民对家电产品选择比例最高的有影碟机、电视机、电话、洗衣机和电冰箱五种。

农村家电市场的需求潜力是巨大的。到1998年底,我国农村人口达到8.7亿人,占全国总人口的70%,如果家电普及率每提高一个百分点,就可以增加约230万台的消费需求。

在服务消费方面,近年来,随着我国城镇居民收入水平和消费水平的提高,需求多样化、社会化的趋势已越来越明显,服务消费占整个消费支出的比重在迅速提高,尤其用于旅游、餐饮、医疗、教育、娱乐文化等服务消费比重加大。而在农村,服务消费支出比重也呈现出上升的势头,如医疗保健、交通通讯,文化教育等等。

就目前买方市场的条件下,完善金融服务,倡导信用消费是培育新的消费增长点的政策选择。信用消费对于老百姓来说,就是“用明天将要挣到的钱来安排今天的生活”。信用消费是在市场经济条件下货币信用关系发展到较高水平时,缓解生产与消费之间矛盾的必然产物。

我国目前投资需求不足的主要矛盾,不是利率问题,而是投资收益问题。那么,在目前扩大投资信贷规模和降低利率都难以刺激总需求的情况下,应当用什么手段来刺激需求呢?除了扩大政府财政投资的办法外,还可以通过增加消费信贷的办法。这种办法,不仅可以刺激居民消费,扩大社会总需求,促进经济增长,而且能够使目前银行的大量资金找到投资去向。