

消费经济辞典

XIAOFEI JINGJI
CIDIAN

林白鹏 主编



经济科学出版社

消费经济辞典

主 编

林 白 鹏

副主编

张东辉 阎 正 臧旭恒

(以姓氏笔画为序)

经 济 科 学 出 版 社

一九九一年·北京

责任编辑:武士靖
责任校对:施明珠
封面设计:卜建晨
版式设计:王东萍

消费经济辞典

林白鹏主编

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

一二〇一工厂印刷

*

850×1168毫米 32开 12.25印张 420000字

1991年6月第1版 1991年6月第1次印刷

印数:0001—2500册

ISBN 7-5058-0398-0/F·324 定价:9.50元

编写者：(以姓氏笔画为序)

丁世和	吕志勇	张东辉
张延平	杨蕙馨	武士靖
林白鹏	赵梦涵	阎正
臧旭恒		

前 言

《消费经济辞典》是一部经济专科辞典。它以马克思主义经济理论为指导思想,以消费经济为主要内容,兼顾与消费经济密切相关的其他学科,在辞目的选收和撰写上,力求汲取国内外关于消费经济研究的最新成果,阐释现代经济、文化生活中的新现象、新问题,其中相当一部分辞目第一次以辞典条目的形式出现。

本辞典共收辞目 1260 余条,分为 18 大类。我们在辞条选收和阐释上把科学性和学术性放在首位,力求使其成为一部学术价值较高的辞书。在此基础上适当兼顾知识性和实用性。因此,本辞典主要为经济理论研究人员,大专院校财经类各专业的教师、研究生和本专科学生从事教学和研究服务。

广阔的消费领域是它汲取词汇的源泉。消费领域是各种社会经济现象交织汇聚的地方,生产、分配、交换、消费各自的状况以及它们之间的对立统一关系均在这个领域集中地反映出来。因此,对消费领域中的经济现象和经济问题的研究越来越引人注目。我们试图以辞典的形式,综汇、提炼经济理论界有关消费领域中社会经济现象研究的成果,其中主要涉及消费力、消费关系、消费需求、消费对象、消费方式、消费水平、消费结构、消费效果、消费模式等,为消费经济理论的进一步发展而尽力。

消费是人类生存和发展的基本条件,人人离不

开消费。随着商品经济的发展,消费者进行消费选择的范围拓宽,在这种情况下,作为消费者,如何把握住自己的消费心理和消费行为,做出科学的消费决策;作为从事消费品流通的商业企业,如何摸准消费者心理和行为变化的脉搏,使消费品物畅其流。本辞典选收了系统的有关消费心理、消费习俗、消费流行和消费行为方面的辞目,揭示了其中的规律性的东西。因此,这些辞目一方面反映着这些学科理论研究的进展,另一方面将帮助广大消费者了解自己,提高科学的消费意识,从而成为一个自主的聪明的消费者。

消费是生产的目的,是产品的最终实现。消费者花费自己收入的方式以及收入的多少,会对经济生活,特别是商品的流通和再生产过程产生极大的影响。正因为如此,政府各级计划、经济综合管理部门和工业商业企业十分关注消费需求的变化,经常做消费调查与预测,选择恰当的消费市场与营销的策略。本辞典从消费的角度,选收了有关消费需求与供给、消费调查与预测以及消费市场与营销方面的辞目。这对于有关部门调节、规划消费品生产,对于企业开发消费市场提供科学依据。

消费者运动已在全世界范围内蓬勃兴起。我国已经成立了消费者协会,并成为国际消费者组织联盟的正式成员。消费者协会的宗旨是保护消费者的合法权益,启迪消费者的权利意识和自我保护意识。本辞典选收了关于消费者权利及其保护方面的辞目,我们希望它能够推动我国消费者运动的进一步发展。

古为今用,洋为中用,这是我们编纂工作的指导思想之一。本辞典较为详尽地选收了上下几千年的中国消费思想史的辞目和外国消费经济理论的辞目,力求能起到中洋并蓄、溯古探今的作用。

值得一提的是,开展消费教育,已成为提高消费效益,从而提高国民素质的重要途径之一。我们希望本辞典在推动开展消费者教育方面起到积极作用。

在编纂这部辞典时,我们充分利用了国内外,尤其是国内近几年消费经济研究的成果(包括专著、教科书、论文,以及其他各类辞书中与消费经济相关的条目)。在此,恕不一一列举,谨表示衷心的感谢。

需要特别说明的,本辞典是编纂者和出版社真诚合作的结晶。经济科学出版社竭尽所能,保证了本辞典的问世。一些有关部门和朋友也为本辞典得以成书做出贡献,他们不但给予热忱的支持,还惠赠许多宝贵的资料。

本辞典编纂工作始于1987年,从拟定辞目到定稿付梓,数易其稿,刻意追求释义准确、精练,但不妥之处仍在所难免,请专家学者、实际经济部门的同志和广大读者批评指正。

编 者

1990年7月15日凌晨
于北京沙滩一隅

凡 例

一、 本辞典所收辞目以消费经济学科常见的、重要的名词术语为主,兼收一些其他学科中同消费经济关系比较密切的名词术语。不稳定或缺乏特定含义的词目不收。

二、 辞目释文按专题分为 18 类。遇有辞目同几个专题都有关系时,按主要内容归类。对内容上相关的辞目,在辞目释文之后列出参见条目,供进一步参阅。如:“商品性消费品”辞条释文后,列“〔参〕非商品性消费品”。

三、 遇有几个不同辞目,但其概念内涵相同时,以其中常见的或较恰当的为实条,其他则列为虚条。如:“非商品性消费品”为实条,“非购买性消费品;即非商品性消费品。”为虚条。

四、 历史纪年,一律采用公元纪年。

五、 书末附有辞目笔画索引,以供检索。索引按辞目首字笔画数划分。首字为同一字的诸辞目,首先,以辞目字数多少先后排列,数字少者在前,多者在后;其次,同一字数的条目,以第二字笔画数多少先后排列,笔画数少者在前,多者在后。如第二字笔画数相同,则按第三字的笔画数多少排列其顺序,余类推。

六、 辞目的字数,以其组成的汉字数为准。标点不占字数。如:“消费支出系统(模型)”,为 8 字;“收入——消费曲线”,为 6 字;“重则至,轻则去”,为 6 字。

总 目 录

凡例	1
分类辞目表	2
目录	1
正文	1
辞目笔画索引	331
汉语拼音索引	351
附录：中国消费者协会及直辖市、省、自治区、 计划单列市消费者组织一览表	357
后记	361

分 类 辞 目 表

一、总论	1
二、消费力与消费关系	17
三、消费对象	27
四、消费方式与消费模式	40
五、消费水平与消费效果	57
六、消费结构	72
七、消费需求与消费供给	90
八、消费基金与购买力	106
九、社会福利与收入分配	113
十、消费品价格	131
十一、消费市场与营销	144
十二、消费调查与预测	161
十三、消费心理与消费习俗	170
十四、消费行为与消费流行	188
十五、家庭消费	199
十六、消费者权益保护与消费者组织	224
十七、外国消费理论	239
十八、中国消费思想史	289

目 录

一、总 论

消费.....	1	消费的信息功能.....	8
消费经济.....	1	消费的检测功能.....	8
消费领域.....	1	消费的联结功能.....	8
消费过程.....	2	消费的制约功能.....	9
消费环节.....	2	消费趋势.....	9
消费活动.....	2	消费环境.....	9
生活消费.....	3	消费风气.....	9
生产消费.....	3	消费攀比.....	9
消费形式.....	3	消费膨胀.....	10
消费规范.....	3	消费基金膨胀.....	10
消费性质.....	4	消费需求膨胀.....	10
消费特点.....	4	结构性消费膨胀.....	11
消费信息.....	4	社会集团消费膨胀.....	11
消费服务.....	5	消费萎缩.....	11
消费主体.....	5	消费社会.....	11
消费客体.....	5	消费引导.....	12
消费过程的同步关系.....	5	消费文明.....	12
消费——		消费指导.....	12
生产活动节奏的同步关系.....	5	消费价值观.....	12
社会主义生产目的.....	6	消费节日.....	12
消费资料生产.....	6	生活制度.....	13
精神产品生产.....	6	生活费用.....	13
消费功能.....	6	消费费用.....	13
消费的动力功能.....	7	消费费用的构成.....	13
消费的生产功能.....	7	消费费用的技术构成.....	14
消费的调节功能.....	7	消费费用的价值构成.....	14

消费支出的乘数效应	14	消费经济学学科体系	15
消费经济学	14	社会消费经济学	15
宏观消费经济学	15	消费统计学	15
微观消费经济学	15		

二、消费力与消费关系

消费力	17	消费关系的质的规定	21
消费力主体	17	消费关系的量的规定	21
消费力客体	17	消费关系系统	21
消费力实体	17	消费过程的内部矛盾	22
自然消费力	17	消费资料所有制	22
绝对消费力	18	消费资料个人所有制	22
相对消费力	18	消费体系	23
社会消费力	18	消费体系的质的规定	23
消费力自然属性	18	消费体系的量的规定	23
消费力社会属性	18	消费体制	24
消费力的质的规定	19	我国消费管理体制	24
消费力的量的规定	19	我国消费基金管理体制	24
消费力内部结构	19	我国消费品供应体制	25
消费力总系统	20	我国消费品价格政策管理体制	25
消费力发展运动的规律性	20	我国储蓄政策管理体制	25
消费关系	20	消费政策	25

三、消费对象

消费对象	27	消费品加工	28
消费资料	27	必要消费品	29
基本消费资料	27	必需消费品	29
非基本消费资料	27	奢侈消费品	29
生存资料	27	日用消费品	29
发展资料	27	商品性消费品	29
享受资料	28	非商品性消费品	29
消费品	28	非购买性消费品	30
消费品价值	28	相关消费品	30
消费品使用价值	28	非相关消费品	30

互补性消费品	30	消费品供应结构	34
替代性消费品	30	消费品更新换代	34
耐用消费品	30	消费品通用化	35
非耐用消费品	30	消费品多能化	35
低档消费品	30	消费品微型化	35
高档消费品	31	消费品多样化	35
易耗消费品	31	消费品服务性	35
疲软消费品	31	消费品装饰性	35
冷背消费品	31	消费品安全性	36
紧俏消费品	31	劳务	36
特需消费品	31	劳务消费品	36
民族特需消费品	31	劳务存在形式	36
重点消费品	32	劳务价值	36
一次性消费品	32	劳务产品使用价值	37
长远性消费品	32	精神产品	37
自由选购商品	32	社会化消费服务	37
平价消费品	32	自给性消费服务	37
高价消费品	32	社会公共消费服务	37
议价消费品	33	文化娱乐	38
牌价消费品	33	消费工具	38
市价消费品	33	公用事业	38
系列消费品	33	服务业	38
消费品质量	33	生活消费设施	38
消费品规格	34	文化消费设施	39
消费品使用周期	34	文化生活服务设施	39
耐用消费品更新周期	34	消费性建设	39
消费品生产结构	34		

四、消费方式与消费模式

消费方式	40	集体消费方式	41
居民个人消费	40	社会集体消费的基本特征	41
社会集团消费	41	社会主义消费方式的发展趋势	42
公共消费	41	消费方式合理化	42
社会消费	41	物质生活消费	42
集体消费	41	劳务消费	42

精神生活消费	43	同步型消费	51
生活性精神消费	43	超前型消费	51
生产性精神消费	43	福利性消费	51
文化生活消费	43	寄生性消费	51
耐用消费品消费	43	浪费型消费	51
随意消费	44	节约型消费	51
闲暇消费	44	奢侈型消费	51
节日消费	44	消费本位	52
消费者取得消费品和劳务的方式	45	个体消费本位	52
生活方式	45	家庭消费本位	52
城市生活方式	45	集体消费本位	52
消费时间	46	社会消费本位	53
消费时间功能效益	46	消费本位内在效益	53
消费时间内部结构	46	消费本位内在非效益	53
消费者时间预算	47	消费本位外在效益	53
消费者时间预算结构	47	消费本位外在非效益	53
消费者自然时间内部结构	47	消费劳务社会化	54
不同收入水平消费者消费时间差	48	消费现代化	54
城乡消费者之间的消费时间差	48	消费内涵化	54
消费活动时序选择	48	消费信贷	54
我国居民时间预算结构总体特征	48	消费信用	55
消费模式	49	分期付款	55
社会主义消费模式	49	消费信用卡	55
资本主义消费模式	49	储币选购	55
适度消费	49	活期储蓄	55
过度消费	50	定期储蓄	55
早熟型消费	50	自愿储蓄	56
滞后型消费	50	储蓄、借贷收支	56
		自愿保险	56
		强制保险	56
		消费革命	56

五、消费水平与消费效果

消费水平	57	宏观消费水平	57
个人消费水平	57	社会消费水平	58

绝对消费水平	58	生活费标准	64
相对消费水平	58	最低生活费	64
农民消费水平	58	基本生活费	65
非农民消费水平	58	理论生活费	65
全国居民平均消费水平	59	社会负担系数	65
现实消费水平	59	消费效果	65
合理消费水平	59	消费效益	65
理想消费水平	59	宏观消费效果	65
劳务消费水平	59	微观消费效果	65
消费层次	60	直接消费效果	66
消费水平的层次性	60	间接消费效果	66
消费水平的最高限	60	当前消费效果	66
消费水平的最低限	60	长远消费效果	66
消费水平衡量尺度	61	消费效果的评价	66
贫困水平	61	消费效果指标	67
小康水平	61	消费效果指标体系	67
贫困线	61	消费资料利用度	67
消费不足	62	劳务消费利用度	68
消费定额	62	消费资料有效利用率	68
商品消费水平	62	消费服务利用率	68
衡量消费水平的指标体系	62	专题消费效果分析	68
影响消费水平的因素	63	消费效用	68
消费量	63	潜在消费效用	69
人均消费量	63	消费规模效益	69
社会消费量	63	生活革新指数	69
价值消费量	63	消费质量	70
实物消费量	64	生活质量	70
劳务消费量	64	外延型消费增长	70
劳务消费质量	64	内涵型消费增长	70

六、消费结构

消费结构	72	狭义消费结构	73
社会主义消费结构	72	广义消费结构	73
资本主义消费结构	72	交叉分类法	73
消费结构学	72	基本消费结构	74

消费形式结构	74	限制型消费结构	78
消费价值构成	74	消费结构的层次性	78
消费实物构成	74	消费结构的动力性	78
消费客体结构	74	消费结构的目的地性	79
消费主体结构	75	消费结构的环境质量	79
宏观消费结构	75	消费结构的经济效率	79
微观消费结构	75	消费结构合理化	80
生活要素消费结构	75	消费结构的变化趋势	80
消费结构的类型	75	消费结构发展变化的序列规律	81
商品型消费结构	75	宏观消费结构类型	81
自给型消费结构	76	宏观消费结构层次特征	82
自理型消费结构	76	宏观消费结构城乡差异	82
半供给型消费结构	76	宏观消费结构地区差异	83
饥寒型消费结构	76	宏观消费结构民族差异	84
温饱型消费结构	76	宏观消费结构职业差异	84
小康型消费结构	77	宏观消费结构类型	
雷同型消费结构	77	差异的制约因素	85
多样型消费结构	77	宏观消费结构类型	
舒展型消费结构	77	差异的调控机制	86
集约型消费结构	77	宏观消费结构发展的基本规律	87
粗放型消费结构	77	微观消费结构发展的基本规律	87
简朴型消费结构	78	消费支出结构	88
疏导型消费结构	78	消费结构内部存量效应	88

七、消费需求与消费供给

消费需求	90	基本生活需要	92
消费需求的层次性	90	全面发展需要	92
消费需求结构	90	自然需要	93
消费需求变动趋势	91	绝对需要	93
生存需要	91	现实需要	93
享受需要	91	理想需要	93
发展需要	91	合理需要	93
生理需要	92	个人消费需要	93
物质需要	92	社会集团消费需要	93
精神需要	92	社会消费需要	93

效率消费需要	94	二次性需求	98
非效率消费需要	94	同步心理需要	98
有支付能力的需求	94	优越心理需要	98
无支付能力的需求	94	需求特点	98
已实现的需求	94	需求增长	99
未实现的需求	94	需求预测	99
未满足的需求	94	潜在需求研究	99
形成中的需求	95	消费需求饱和规律	99
日常需求	95	需求饱和点	100
定向需求	95	需求激活点	100
转向需求	95	消费需求上升规律	100
饱和需求	95	需求不满耐受性	100
超饱和需求	95	消费需求梯度理论	101
退却需求	95	需求极限	102
病态需求	95	需求极限率	102
定期需求	96	消费品供给	102
实际需求	96	劳务消费供给	102
最终需求	96	精神消费品供给	102
消费品需求	96	消费品免费供给	102
稀少的需求	96	消费品有偿供给	102
不规则需求	96	消费品供给量	103
渐增或渐减需求	96	全部商品供应量	103
固定性需求	96	当年商品供应量	103
选择性需求	97	结余商品供应量	103
稳定性需求	97	消费品供求规律	104
自发性需求	97	消费品供求平衡	104
季节需求形态	97	消费品供求率	104
功能型消费需求	97	消费品供不应求	104
成人型消费需求	97	消费品供过于求	105
地位型消费需求	97	消费品货源与	
内生型需要	97	消费品购买力平衡表	105
外生型需要	98	主要消费品产销平衡	105
一次性需求	98		