

消费主导论

XIAOFEI ZHUDAO LUN

买方市场条件下消费的理论分析

刁永祚 著



经济科学出版社

消费主导论

——买方市场条件下消费的理论分析

刁永祚 著

经济科学出版社

责任编辑：王柳松
责任校对：杨晓莹 董蔚挺
版式设计：代小卫
技术编辑：王世伟

消费主导论

——买方市场条件下消费的理论分析

刁永祚 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

北京天宇星印刷厂印刷

新路装订厂装订

850×1168 32 开 11.375 印张 300000 字

2003 年 8 月第一版 2003 年 8 月第一次印刷

印数：0001—1000 册

ISBN 7-5058-3659-5/F·2965 定价：22.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

消费地位篇

第一章 消费：人类社会永恒的主题	(3)
第一节 人类生存的基础性条件	(3)
第二节 生产目的与经济增长	(11)
第三节 物质转换与人力资本再造	(19)
第四节 消费的社会关系	(23)
第二章 消费：经济发展的主导力量	(31)
第一节 消费的经济功能	(31)
第二节 发展阶段转换与消费启动	(38)
第三节 消费增长与主导效应	(48)

第三章 消费：中国经济的现实问题	(55)
第一节 扩大内需的消费背景	(55)
第二节 扩大内需中的供给与需求约束	(65)
第三节 扩大内需的消费政策选择	(75)

消费功能篇

第四章 消费主导产业结构	(83)
第一节 由生产导向型向消费导向型转变	(83)
第二节 买方市场条件下的产业结构调整	(87)
第三节 消费变动与产业投资	(96)
第四节 消费需求对产业结构调整的主导作用	(102)
第五章 消费主导市场运行	(106)
第一节 市场形成的消费动因	(106)
第二节 消费需求与市场结构	(110)
第三节 消费需求与市场机制	(117)
第四节 消费演变与市场经济运行	(122)
第六章 消费主导生活质量	(128)
第一节 社会发展与生活质量	(128)
第二节 消费与生活质量	(138)
第三节 小康社会建设与生活质量	(146)
第七章 消费主导经济创新	(151)
第一节 消费增长与技术创新	(151)

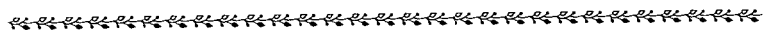
第二节	消费发展与制度创新·····	(156)
第三节	消费演变与观念创新·····	(159)
第四节	消费提升与生活方式创新·····	(164)

消费主体篇

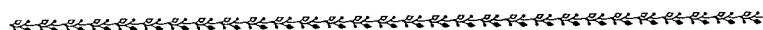
第八章	家庭消费 ·····	(173)
第一节	家庭的消费功能·····	(173)
第二节	家庭的消费行为·····	(180)
第三节	家庭储蓄与投资·····	(186)
第九章	企业消费 ·····	(196)
第一节	企业的消费属性·····	(196)
第二节	企业消费的经济功能·····	(206)
第三节	企业创新与消费增长·····	(209)
第十章	政府消费 ·····	(216)
第一节	政府职能与消费行为·····	(216)
第二节	政府消费的经济功能·····	(224)
第十一章	公共消费 ·····	(238)
第一节	公共经济与基础设施·····	(238)
第二节	教育消费·····	(245)
第三节	环境消费·····	(249)
第四节	安全消费·····	(254)

消费运行篇

第十二章	消费结构与消费层次	(265)
第一节	消费结构的演变与发展	(265)
第二节	现阶段消费层次分析	(274)
第三节	层次差异与发展势能	(280)
第十三章	消费热点与消费方式	(289)
第一节	市场需求与消费热点	(289)
第二节	消费方式与需求增长	(296)
第十四章	消费主权与利益保护	(312)
第一节	市场交换与消费者权益	(312)
第二节	消费风险与消费安全	(318)
第十五章	消费引导与消费调控	(328)
第一节	消费引导与消费教育	(328)
第二节	消费管理与消费调控	(337)
	主要参考文献	(349)
	后 记	(355)



消费地位篇



第一章

消费：人类社会永恒的主题

当今人类生活在一个庞大的商品堆积的世界，同时也生活在一个巨大的消费世界。社会的经济活动在一般情况下是由生产来决定的，但在买方市场条件下，消费也起着重要的主导作用。生产活动是人类最基本的实践活动，是具有决定意义的活动，在此基础上消费活动也构成人类社会活动的基本内容。生产与消费是人类社会生存与发展永恒的主题。

第一节 人类生存的基础性条件

人类作为一个特殊的社会主体，是生产者和消费者的统一，人类在创造巨大物质财富的同时，也在消费着巨大的物质财富。从根本上说，劳动创造了世界，生产是消费的物质前提。但消费又决定和影响生产的动机，劳动力的再生产和人类的延续，又是通过各种消费活动来完成的。正因为如此，消费也就成为人类

生存与发展的基础性条件。

一、消费是人类生存的必要条件

人们要想维持生存就必须进行消费，消费是人类存在的必要的物质前提。这是一个再简单不过的道理。在人的一生中，要消费许许多多的物质的和非物质的产品。对于这些产品的消费，有的是基于生理的需要，即为了维持自身生存和繁衍后代所必需的，有的则是为了享受和发展等社会的需要。基于生理需要的消费是一种本能的消费，它是人类全部消费活动的基础；基于享受和发展需要的消费，则是一种社会性消费，它源于本能消费的需要，但又高于本能性消费。随着社会经济的发展，无论是本能性消费，还是社会性消费，其消费的对象和消费内容也变得越来越丰富，消费的领域也越来越广阔。

在社会生产力不发达，物质产品十分有限的条件下，人类的消费活动主要表现为是一种维持基本生存的本能性消费，作为享受和发展需要的社会性消费被极大地限制和压抑了。经济发展的不足和物质产品的短缺，使人们不得不用绝大部分精力去从事直接的物质生产活动，在人的一生中，进行生产和劳动的时间占有绝大的比重，而单纯从事消费的时间则十分有限。社会消费表现为是以基本生存性消费为主。随着经济的发展和社会的进步，生存性消费的意义逐渐开始淡化，而享受和发展消费的需求变得越来越突出了，消费的社会性才在真正的意义上表现出来。在现代社会中，毫无疑问，生存性消费仍然成为人们消费的最基本内容，但是，由于物质财富的丰富，人们的消费已经超越了简单的生存消费的层次，而向更高的领域和层次过渡，又赋予消费更深刻的社会内容。在现代消费社会中，消费作为人类生存的必要条件，仍然是一个十分简单但却极其重要的基本道理。

二、消费是社会活动的基本内容

人类社会活动包含着丰富的内容，既有物质活动，也有精神活动；既有经济活动，也有政治活动。从宏观的层面来看，消费活动是构成社会再生产活动的重要组成部分，直接影响着整个社会经济的发展。从全社会的角度看，消费活动直接关系到整个社会经济发展所需要的资源配置，影响着国民经济的产业格局和宏观政策，甚至在一定条件下决定和影响社会经济发展的方向。在现实中，社会成员的消费支出在总收入中所占的比重，为今后生活消费的储蓄份额，集中的消费热点和哪些产品购买支出的最多等，这些都是从宏观的角度或者是经济学的角度所要重点分析和把握的问题，是保证宏观经济运行所必需的。

从微观的角度看，消费者的行为及其选择也体现着消费活动的社会内容。一般来说，消费者的个人行为表现出以下特点：

1. 消费行为是人们满足自身需求或欲望的实现手段

人的需要是一种客观存在，是人类追求的永恒的东西。一个人为了生存，需要食物、衣服、房屋、安全感、尊重和其他一些东西。这些需要存在于人本身的生理需要和自身状态之中，并不是生产者和市场所能凭空创造的。欲望是人本身所具有的，它是为满足基本需要所渴望的特定方式。人的欲望的形成并不完全取决于主观愿望，还要受到客观条件和生活环境的影响和制约。消费需要往往通过各种有形的物质产品和其他的服务来实现，在这一过程中，也就体现了人们的需求欲望同实现欲望的消费手段的统一。

2. 消费行为还是消费者心理活动的过程

在市场经济条件下，消费者一般是在市场上获得满足其需要或欲望的消费品和服务。而市场上的产品并不只是一种，往往存

在多种可供消费者选择的产品，消费者在选择购买时只能选择其中的一种或几种。不过消费者对这些产品并不是随意挑选的，而是有目的的选择的。消费行为过程也是消费者一系列心理活动的过程。消费行为选择是在一定的动机驱使下形成的，需要经历一个心理活动过程。心理活动过程包括思考过程和情感过程。在消费者行为选择的过程中，不仅要受到产品实用性方面的影响，还要受到消费者主观心理因素的影响，而且在一定条件下，个人心理因素作用对消费行为的选择和整个的消费过程的影响作用还十分巨大。同时消费过程还要受到自然环境和社会环境的影响。由于消费者自身特点和所处环境的不同，每一消费者的心理活动过程也是存在较大差异的。

3. 消费活动是一个完整的过程

消费是人类生存的必要条件，人类不能停止生存，当然也就不会停止消费。因此，消费就表现为一个连续不断永不停止的过程。即便是单个的消费者的消费活动，也体现了消费的过程性。在市场上消费者的购买活动，不仅是消费者个人满足消费所需要的，而且还直接影响着生产者的行为选择。现代企业已经认识到消费者行为是一个持续的过程，而不是单纯的一次购买活动，应该从更广的意义上理解消费。广义的消费行为注重的是整个消费过程，包括在购买前、购买时、购买后影响消费活动的所有问题，并十分注重对各个环节问题的解决，以保证消费过程的连续性和完整性。消费活动的过程性赋予了消费活动更广泛的社会内容。

4. 消费行为还体现了市场交换活动

在社会生产力水平极其低下的时期，由于社会分工的不发达和产品的有限，消费活动是同生产活动直接联系在一起的，生产的发展只能满足低水平的消费需要。随着生产的发展和社会的进步，消费方式发生了深刻的变化。在现代社会中，消费行为是通

过市场交换来实现的，商品交换成为实现消费的基本形式。从经济学的角度看，人们参与市场交换的目的在于提高自己所拥有的资源的整体效益，以实现效用的最大化。交换是实现这一目的的最佳方式。一个企业所生产的产品，对企业本身来说并没有多大的使用价值，但是这一产品一经被消费者所拥有时，其作用就完全不同了。消费者通过购买产品满足自己的需要或欲望，从而增加总效用。企业向消费者提供消费产品，获得利益，从而也提高了资源的总效用。市场交换已经构成现代社会活动的重要内容，它是消费实现的前提，也是提高社会整体效益的有效途径。

5. 消费活动具有广泛的参与性

消费是个人生存的必要条件，也是社会活动的基本内容。由于社会成员众多和消费主体选择的多样化，消费行为也呈现出丰富多彩的表现形式。从个人来看，即便是单纯属于个人的消费行为，也不可能绝对的单独的来完成。如一个人在选择购买和消费时，除了本人的消费动机以外，还可能受到亲人、家庭、朋友和其他因素的影响，在多种参与意见的综合作用下最终选择自己的消费方式。一个人的消费活动是如此，整个社会的消费行为就更是这样，现实中的许多公共的社会性的消费活动，都具有十分广泛的消费者的参与。消费者参与的广泛性不仅影响了消费者自身选择的理性和合理，而且也极大地提高了整个社会消费的层次和品位。

6. 消费主体的多元化和消费层次的多样化

在现代社会中，消费者主体呈现出多元化的格局。既有以家庭为主体的基本消费活动，也有以企业为主体的主体消费行为，同时还存在政府为主体的消费行为。家庭、企业、政府构成社会消费活动的行为主体，是消费活动的主要承担者。同时在此基础上还形成了公共性消费的领域和活动。消费主体的多元化，使消费行为也表现出不同的层次和范围。消费领域和消费目标的不

同，使社会的消费活动变得丰富和多样化。

三、消费体现社会经济关系

首先，消费使生产关系得以最终实现。马克思主义政治经济学早就揭示了社会生产关系包括四个环节，即社会的生产、分配、交换、消费。这四个方面是完整的统一，缺一不可。在生产关系的构成中，生产是主要的起决定作用的因素，这是必须肯定的，但消费也不可忽视，其作用也非常重要。生产是为了消费，消费是对生产的最终实现，同时消费关系也是对生产关系的最终完成。没有消费关系，生产关系就是不完整的。消费也是生产关系的重要构成内容，消费活动也体现着生产关系，这是一个基本的原理。在生产关系的运行系统中，以生产为起点，以消费为终结，这是一个完整的系统。考察生产关系及其运行规律，就必须分析消费活动和消费关系。消费关系也是生产关系的重要表现形式，并且是社会生产关系的完成形式。

其次，消费使社会经济关系及其联系变为现实。在社会分工的条件下，个人或企业的生产活动虽然也是整个社会劳动的组成部分，但这种劳动的社会属性是不能直接表现的。企业和企业之间的经济关系只有通过市场交换才能表现出来。而决定企业和企业发生联系的根本原因，是由于以消费为目的的交换行为。消费为交换创造动机，交换使各种经济联系成为现实。这种联系已经超越了直接的生产过程，把社会的生产活动和经济活动联系在一起，使社会经济整体运行成为可能。

再次，消费使社会的经济关系得以延续和保留下来。社会的经济活动是一个连续不断永不停止的过程，人类不能停止消费，当然也就不能停止生产。社会的生产也就表现为是一个再生产过程。进一步地分析就会看到，无论是物质产品的再生产，还是劳

动力的再生产，以及生产关系的再生产，都是通过消费行为和消费过程来完成的，没有消费作保证，这些再生产内容也就无从谈起。正是消费活动，使生产要素再生产出来，也使社会的生产关系保存并延续下来。并在此基础上维系着更为广泛的社会经济关系。

最后，消费还影响着经济关系之外的其他关系。在现实社会中，人们不仅进行物质消费，而且还从事精神方面的消费，不仅有维持生存的本能性的消费，而且还有体现享受和身份地位的社会性的消费。在不同的消费行为和消费层次的过程中，也就表现出来不同的消费关系，这些关系的形成有的已经超越了单纯的经济性质，使其具有了经济之外的内容。社会关系构成的丰富和多样化，是由消费行为和消费活动的多样化所影响的。从这个意义上说，消费活动已经不是简单的个人行为，也不是一个纯经济的过程，而是一个更广泛的社会关系的结合点，其消费行为过程还涉及和影响其他方面的社会关系。

四、消费体现社会发展的程度和水平

在当今社会，消费不仅仅是一种行为和过程，消费还是一种标志和衡量尺度。消费水平和消费质量的高低，已经成为衡量一个国家经济发展水平的重要标志，成为人们关注的重要内容。

消费反映社会生产的发展水平。任何社会消费都是建立在一定的生产力发展水平的基础上的，生产力的发展状况对消费具有直接决定的作用。同时，消费的状况也客观地反映出生产力的发展水平。消费是分层次和阶段的，既有生存性消费，又有享受性消费和发展性消费。从社会消费的演变进程看，最初的本能性的生存消费，是以社会生产力水平的极其低下为背景的，由于物质产品的极其缺乏，人们只能维持最基本的生存性消费的需要。而

人们开始追求享受性消费和发展性消费的现实，又是建立在社会生产力有了相当发展的基础之上的。生产力的发展为消费阶段的推进创造了充分的物质条件，同样，社会生产力的发展和进步也通过消费的变化得到了直接的体现。消费水平和消费程度也是社会生产力发展水平的客观尺度。人类社会离不开生产，人类社会也离不开消费。消费不仅是人类生存的必要条件，也是检验社会生产力发展水平的客观标准。

消费反映生活质量。随着社会的发展和消费水平的提高，消费作为社会生活的基本内容已经超越了单纯的物质生活的范围，而是在更高的层次上展开。在当今社会，对消费程度的一个重要界定，就是不仅要反映消费水平，而且更要体现生活质量。生活质量是比消费水平更高层次的范畴，体现了更大的综合性。提高和不断地改善生活质量是人类追求的共同目标，是社会发展的共同主题。尽管对生活质量内涵的界定和标准，在现实中还不尽统一，但是对于提高生活质量的主题则是人们都能接受的。生活质量的改善和提高是通过消费来完成的，消费又是分层次的。人们追求生活质量的过程是永远不会停止的，因此消费也就成为生活质量最直接最有代表性的反映。

消费还体现一个国家的综合实力和发展程度。消费总是社会性的，消费水平也体现一个国家的经济实力。在当今世界上，综合消费水平较高的国家，同时也就是经济实力较强的国家。国家的综合实力最终也体现在消费上。国际之间的比较和竞争，不仅体现在生产力上，也体现在消费力上。消费也是一种力量，消费也是一种实力的象征，消费也是一种资源，是一个国家经济发展的市场条件。中国目前还是一个中低收入水平的国家，现实的国情决定了中国人民的绝对消费水平还比较低，这也是国家经济实力还不够强的具体反映。但是从长远的战略性的角度看，中国又具有潜力巨大的极为广阔的市场条件，在走向市场经济的过程