

普通高等教育“十二五”规划教材

经济学系列

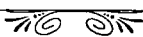
消费经济学概论

Introduction to Consumer Economics

主 编 陈承明 李 巍
副主编 王宝珠 赵 妍



“十二五”规划教材·经济学系列



消费经济学概论

主 编 陈承明 李 巍
副主编 王宝珠 赵 妍

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费经济学概论/陈承明,李巍主编. —上海:上海财经大学出版社,2012.8

(普通高等教育“十二五”规划教材·经济学系列)

ISBN 978-7-5642-1394-7/F·1394

I. ①消… II. ①陈…②李… III. ①消费经济学-高等学校-教材
IV. ①F014.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第124969号

- 责任编辑 王 昊
- 封面设计 钱宇辰
- 责任校对 廖沛昕 卓 妍

XIAOFEI JINGJIXUE GAILUN

消费经济学概论

主 编 陈承明 李 巍

副主编 王宝珠 赵 妍

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路321号乙 邮编200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

同济大学印刷厂印刷

上海叶大印务发展有限公司装订

2012年8月第1版 2012年8月第1次印刷

787mm×1092mm 1/16 16.25印张 416千字

印数:0 001—3 000 定价:42.00元

绪论/1

第一篇 消费理论

第一章 消费在经济发展中的地位和作用/7

第一节 消费的特征、构成及其分类/7

第二节 消费在经济发展中的地位/10

第三节 消费在经济发展中的作用/12

第四节 研究消费的重大现实意义/14

复习思考题/17

第二章 马克思主义经济学中的消费理论/18

第一节 马克思和恩格斯的消费理论/18

第二节 列宁和斯大林的消费理论/23

第三节 毛泽东和邓小平的消费思想/27

复习思考题/32

第三章 西方经济学中的消费理论/33

第一节 忽视消费的经济理论/33

第二节 重视消费的经济理论/35

第三节 质和量相结合的消费理论/36

第四节 基于确定性分析的消费理论/38

第五节 基于不确定性分析的消费理论/41

复习思考题/43

第四章 中国特色社会主义的消费理论/44

第一节 社会主义初级阶段的消费特征/44

第二节 社会主义市场经济的消费目标/47

第三节 转变发展方式与扩大消费规模/51

复习思考题/54

第二篇 消费模式

第五章 世界各国主要消费模式比较/57

- 第一节 发达国家的消费模式及其特点/57
- 第二节 发展中国家的消费模式及其特点/61
- 第三节 新兴经济体国家的消费模式及其特点/64
- 第四节 比较各国主要消费模式的启示/67
- 复习思考题/69

第六章 中国特色消费模式的依据和特点/70

- 第一节 决定消费模式的主要因素/70
- 第二节 中国特色消费模式的依据和意义/73
- 第三节 中国特色消费模式的主要特点/76
- 第四节 必须正确处理的几个消费关系/79
- 复习思考题/82

第七章 中国特色消费模式的主要内容/83

- 第一节 提高中低收入阶层的消费水平/83
- 第二节 改善消费结构和拓宽消费领域/87
- 第三节 扩大有效供给和鼓励供给创新/89
- 第四节 倡导可持续的消费方式/92
- 复习思考题/94

第八章 发展中国特色消费模式的途径/95

- 第一节 发展生产力为扩大消费奠定物质基础/95
- 第二节 完善生产关系为扩大消费提供制度保障/98
- 第三节 健全市场经济为扩大消费创造持久动力/101
- 第四节 加强宏观调控为扩大消费完善政策体系/103
- 复习思考题/107

第三篇 消费政策

第九章 扩大消费的产业结构政策/111

- 第一节 消费结构与产业结构的相互关系/111
- 第二节 我国产业结构和消费结构调整的历史与现状/114
- 第三节 限制消费的产业结构因素及其根源/118
- 第四节 扩大消费的产业结构政策/120
- 复习思考题/123

- 第十章 扩大消费的财政政策和货币政策/124**
- 第一节 财政政策、货币政策与居民消费的关系/124
 - 第二节 财政政策对消费的现实影响/126
 - 第三节 货币政策对消费的现实影响/128
 - 第四节 财政政策和货币政策的有机结合/130
 - 复习思考题/132

- 第十一章 扩大消费的收入分配政策/133**
- 第一节 居民消费与收入分配的关联效应/133
 - 第二节 改革中收入分配政策的演进/136
 - 第三节 收入分配中的问题及其抑制消费效应/139
 - 第四节 构建“三维”型收入分配的政策体系/143
 - 复习思考题/145

- 第十二章 扩大消费的社会保障政策/146**
- 第一节 居民消费能力与社会保障/146
 - 第二节 实施社会保障政策的重大意义/152
 - 第三节 社会保障制度建设与中央政府的作用/153
 - 第四节 完善扩大消费的社会保障政策/156
 - 复习思考题/159

第四篇 消费措施

- 第十三章 关注民生问题和提高物质消费水平/163**
- 第一节 改善民生与物质消费/163
 - 第二节 城镇居民的物质消费状况/167
 - 第三节 农村居民的物质消费状况/170
 - 第四节 提高物质消费水平的途径和措施/175
 - 复习思考题/178

- 第十四章 提高消费层次 扩大文化消费/179**
- 第一节 文化消费的地位及其特点/179
 - 第二节 逐步提升文化消费水平/181
 - 第三节 不断完善文化消费结构/186
 - 第四节 扩大文化消费的途径和方法/188
 - 复习思考题/192

- 第十五章 维护消费者权益的制度和法律/193**
- 第一节 消费者权益及其保护/193

第二节 政府机构在消费者保护中的作用/196

第三节 民间组织在消费者保护中的作用/198

第四节 维护消费者权益的法律法规/201

复习思考题/204

第十六章 提升消费理念和调节消费心理/205

第一节 消费意识与经济关系的相互关系/205

第二节 努力提升消费理念/207

第三节 积极调节消费心理/210

第四节 完善消费观与促进经济发展/214

复习思考题/217

复习自测题/219

参考文献/253

后 记/254



绪 论

改革开放以来,随着国民经济的迅速发展,人们对消费重要性的认识不断深化,人们的物质和文化消费水平也有显著的提高。但是,从总体上讲,消费在国民经济中的地位仍然偏低,其作用还没有充分发挥出来。因此,认真总结和吸收国内外的先进经验,不断深化对消费经济学的理论研究和实际运用,促进中国特色消费模式的建立和完善,已经成为加快我国现代化建设的当务之急。

一、消费理论

理论来源于实践,并能指导实践。为了充分发挥消费理论对经济发展的促进作用,我们不仅要认识消费在经济中的地位和作用,了解马克思主义消费理论和西方经济学中的消费理论,更要大力发展和不断完善中国特色的消费理论。

首先,要正确认识消费在经济发展中的地位和作用。消费是社会再生产的起点和终点,也是社会主义生产的目的和动力。消费在转变经济发展方式、促进产业结构调整、实现劳动力的再生产和人的全面发展中,都具有不可忽视的重要作用。为了使消费更好地促进我国经济发展,需要在坚持马克思主义消费理论的同时,对西方经济学中的消费理论进行全面的梳理,取其精华、去其糟粕,为发展和完善中国特色的消费模式提供理论指导。

其次,关于马克思主义的消费理论。消费理论是马克思主义经济学的重要组成部分,其中包括再生产中的一般消费理论、资本主义和帝国主义时期的消费理论、社会主义时期的消费理论三大部分。马克思主义的消费理论,是我们分析资本主义消费关系和促进社会主义消费发展的指导思想和理论武器。马克思、恩格斯创立了马克思主义的消费理论,丰富和完善了政治经济学的思想体系;列宁、斯大林继承和发展了马克思主义的消费理论,创立了帝国主义时期的消费理论,并在实践中推进了苏联的社会主义建设;毛泽东、邓小平继承和发展了马克思主义的消费理论,创立了中国特色的消费理论,并在指导中国的社会主义建设中取得了伟大的成

就。因此,发展和完善马克思主义的消费理论,对健全社会主义制度和实现共同富裕目标,具有重大的理论意义和实践价值。

再次,关于西方经济学中的消费理论。消费作为经济运行体系的重要组成部分,一直是西方经济学的研究对象。围绕生产与消费、收入与消费、储蓄与消费等问题,西方学者进行了深入的研究,并经历了三个重大的历史变化:(1)由忽视消费到重视消费的转变;(2)由单纯质的研究转到质与量相结合的研究;(3)由确定性条件下的分析深入到不确定性条件下的分析。这些消费理论经过西方学者的长期探索,得到了不断的提高和深化。虽然西方的消费理论与马克思主义的消费理论相比,具有注重表象和偏重实证的特点,但是,它对研究和解决我国的消费问题仍有参考和借鉴意义。

最后,关于中国特色社会主义的消费理论。具有中国特色的消费理论,揭示了社会主义初级阶段和市场经济条件下居民消费的本质特征、根本目标和现实基础,为我们正确认识和把握消费规律指明了方向。这里的中国特色集中体现在两个基本国情上:一是社会主义的初级阶段,二是市场经济的改革方向。正是这两个出发点和落脚点共同决定了现阶段消费的性质和特点,对中国特色消费模式产生了决定性的影响和制约作用。因此,只有紧紧抓住这两个基本国情,才能为发展和完善中国特色的消费模式奠定思想基础和提供理论指导。

二、消费模式

为了在正确理论指导下发展和完善我国的消费模式,必须充分认识中国特色消费模式的特殊性质和重要地位,了解它形成的客观依据和本质特点,阐明它的主要内容和关键环节,从而揭示实现它的基本途径和有效方法。

首先,要正确理解中国特色消费模式的性质和地位。不同的国家由于国情不同,会形成不同的消费模式,其中包括发达国家的消费模式、发展中国家的消费模式,以及新兴经济体国家的消费模式。中国特色的消费模式与其他国家的消费模式,既有区别又有联系。在探索中国特色消费模式的过程中,不可避免地要借鉴世界各国消费模式中的有益经验,博采众长,为我所用;同时,更要从国情和初级阶段的实际出发,揭示中国特色消费模式的产生、发展和变化的规律。

其次,要正确了解中国特色消费模式的客观依据和本质特点。中国特色的消费模式是有深厚的理论渊源和丰富的实践基础的。因此,我们要从社会主义的本质要求、初级阶段的现实状况、现有的经济资源、深厚的文化底蕴等方面出发,全面阐明中国特色消费模式的客观依据。同时,还要准确把握中国特色消费模式在其形成过程中体现出来的本质特点,具体表现在以下方面:一是消费增长空间巨大;二是消费结构优化明显;三是消费质量提高显著;四是消费方式的科学性不断增强等,反映了中国特色消费模式的发展趋势。

再次,要正确把握中国特色消费模式的主要内容。我国的居民消费正处于从温饱型向小康型过渡的阶段,在收入差距、产品结构和地区差别等的影响下,表现出一定的不平衡性。但是,改革开放和经济发展的前景使人们对提高消费水平和追求新型消费的愿望不断增强。因此,揭示中国特色消费模式的主要内容,对于促进国民经济的良性循环和提高人民群众的生活水平具有十分重要的现实意义。中国特色消费模式的内容极其丰富,主要体现在以下几个方面:提高中低收入阶层的消费水平,改善消费结构和拓宽消费领域,扩大有效供给和鼓励供给创新,以及倡导可持续的消费方式等,成为当前亟待解决的理论课题和现实使命。

最后,要正确认识发展中国特色消费模式的途径和方法。建立和完善中国特色消费模式,

是加快社会主义经济建设与构建和谐社会的关键环节。我国城乡居民家庭普遍进入了消费升级的阶段,消费活动日趋活跃,这些都为扩大消费需求和完善中国特色消费模式提供了契机。因此,我们要通过发展生产力,为扩大消费奠定物质基础;通过完善生产关系,为扩大消费提供制度保障;通过健全市场经济,为扩大消费创造动力机制;通过加强宏观调控,为扩大消费完善政策体系等途径,来全面培育和发展中国特色的消费模式。

三、消费政策

在社会主义市场经济条件下,我们要充分依靠政府的宏观调控功能,综合运用多种政策工具,包括产业结构政策、财政政策、货币政策、收入分配政策、社会保障政策等,来扩大居民消费和促进国民经济的健康发展。

首先,要制定有利于消费的产业结构政策。消费是拉动经济增长的主要引擎,也是经济发展的根本目的。由于消费总量的增加和消费结构的调整都与产业结构密切相关,深入研究产业结构优化和升级的规律,不断提高行业和企业对市场的有效供给,对于促进消费规模扩大和消费水平提高都有积极的现实意义。因此,我们要在阐明消费结构与产业结构相互关系的基础上,深入分析限制消费增长的产业瓶颈因素及其根源,从而提出扩大消费的产业政策和相关的改革措施。

其次,要制定有利于消费的财政政策和货币政策。随着全球经济一体化进程的加快,外部冲击对消费的影响也日益突出。我国现有的财政政策和货币政策对消费的刺激作用未能充分发挥出来。国内金融制度存在的诸多问题,加之税收政策的不完善,导致居民的可支配收入减少,消费增长不明显。因此,我国必须优化金融资源配置,促使财政政策和货币政策的有机结合,通过不断扩大消费需求的途径,促使经济向健康和可持续发展的方向发展。

再次,要制定有利于消费的收入分配政策。收入分配是影响居民消费的一个基本因素,而扩大居民消费必须有正确的收入分配政策作保障。目前,我们要顺应广大群众提高消费层次的新企盼,深入探究居民消费与收入分配的内在规律,切实厘清收入分配中抑制居民消费的诸多问题。在改革开放取得显著成效和劳动生产力得到持续提高的基础上,科学构建收入分配的政策体系,以便更好地缩小不同地区、不同部门、不同行业、不同阶层的收入差距,有效实施改善民生和扩大消费的发展战略。

最后,要制定有利于消费的社会保障政策。社会保障是扩大居民消费的重要因素,它的实施必须有相应的政策支持。在市场经济条件下,我们要以保障和改善民生为本,依靠政府特别是中央政府在社会保障中的职能,在强化公共财政和完善社会保障制度的基础上,充分发挥社会保障政策对缩小收入差距、增加中低收入家庭消费能力、提高整体消费水平等方面的积极作用,以达到扩大居民消费和促进经济发展的目的。

四、消费措施

为了完善中国特色消费模式,需要有正确的途径和方法:从改善民生出发,提高物质消费水平;从精神文明出发,优化文化消费结构;从加强法制出发,维护消费者权益;从意识形态出发,提升消费理念和调节消费心理等。

首先,要大力提高全体人民的物质消费水平。中共十七届五中全会提出,要坚持扩大内需的发展战略,建立扩大消费需求的长效机制,加快形成消费、投资、出口协调拉动经济增长的新局面。提高人们的物质消费水平是与改善民生密切联系的,没有民生的改善和物质消费水平

的提高,国内的消费需求很难持续扩大。因此,要以党中央提出改善民生的战略要求为契机,不断提高全体人民的物质消费水平,以形成经济发展与消费增长相互促进的长效机制。

其次,要大力提高全体人民的文化消费水平。人是有意识的社会动物,对精神生活即文化消费的要求更高。因此,相对于物质消费来说,文化消费是人类在更高层次上的精神消费,特别是在经济较快发展和收入显著提高以后,更受到社会的关注和重视。因此,我们要在正确认识文化消费的性质和特点的基础上,深入分析我国文化消费中存在的问题及其原因,从而提出提高文化消费水平和优化文化消费结构的途径和方法。

再次,要加强维护消费者权益的制度和法律建设。健全维护消费者权益的制度和法律,将有利于中国特色消费模式的形成和完善。目前,消费者权益保护制度的不健全,在相当程度上影响了居民的消费意愿,限制了他们的消费能力和消费效用的提高,从而影响了经济的稳步增长和社会的安定团结。因此,我们要从维护消费者权益的重要性出发,探讨政府部门以及社会组织在其中的积极作用,并提出加强和健全法制的有效措施与办法。

最后,中国特色消费模式的形成与发展,离不开消费理念的提升和消费心理的调节。我们不仅要坚持唯物论,正确认识经济发展对消费意识的决定作用,而且要坚持辩证法,正确认识消费意识对经济发展的反作用。特别是在深化经济体制改革、加快转变经济发展方式,积极应对国际金融危机的关键时期,我们更需要提升消费理念、调节消费心理、树立科学的消费观,充分发挥消费意识在促进消费中的积极作用。

总之,只有从消费理论、消费模式、消费政策和消费措施等多方面入手,才能自觉遵循中国特色的消费规律,真正实现产业结构的优化和经济发展方式的转变,实现经济社会的可持续发展和全面建设小康社会的目标。

第一篇

消费理论

消费是社会再生产的起点和终点,也是社会主义生产的目的地和动力。消费在转变经济发展方式、促进产业结构调整、实现劳动力的再生产和人的全面发展中,都具有不可忽视的重要作用。为了使消费更好地促进我国经济的发展,需要在坚持马克思主义消费理论的同时,对西方经济学中的消费理论进行全面的梳理,取其精华、去其糟粕,为发展和完善中国特色的消费模式提供理论指导。

本篇是消费理论的概述,共分为四章,分别阐述了以下问题:(1)消费在经济发展中的地位和作用;(2)马克思主义经济学中的消费理论;(3)西方经济学中的消费理论;(4)中国特色社会主义的消费理论。





第一章

消费在经济发展中的地位和作用

消费是社会再生产的起点和终点,更是社会主义生产的目的和动力。消费在转变经济发展方式、促进产业结构调整、实现劳动力的再生产和人的全面发展中,都具有不可忽视的重要作用。改革开放以来,我们对消费重要性的认识不断深化,人们的物质和文化消费水平也有了显著提高。但是从总体上讲,消费在国民经济中的地位仍然偏低,其作用还没有充分发挥出来。因此,总结和借鉴国内外的先进经验,深化对消费地位和作用的研究,以及促进消费规模扩大、质量提高和可持续发展已成为当务之急。

第一节 消费的特征、构成及其分类

要明确消费在经济发展中的地位与作用,必须先了解什么是消费,而要回答这一问题,则需要从消费的含义、特征、构成和分类等方面进行阐述。只有这样,才能为全面认识消费的地位和作用打下坚实的理论基础。

一、消费的含义与特征

我们研究的消费是经济学意义上的消费,是人们为了满足物质和精神生活的需要,而对物品及服务的消耗和花费。消费有广义与狭义之分,广义的消费包括生产消费和生活消费,而狭义的消费仅指生活消费。生产消费是生产中对生产资料及劳动力的消耗,即马克思所说的“与生产同一的消费”^①;生活消费是为满足个人或家庭的生活需要,而对产品及劳务的使用与消

^① 马克思恩格斯全集(第30卷)[M]. 人民出版社,1995:31.

耗,它属于最终消费,即马克思所说的“原来意义上的消费”^①。本书研究的是狭义消费,即生活消费。

无论社会形态如何,消费都具有以下特征:一是消费的多样性。由于消费主体的多元化以及差异性,会形成不同的消费需要。即使是同一消费者,也会因所处年龄段的不同,以及经济、社会和环境的变化而有所不同。二是消费的层次性。人们的消费是不断发展的,因而具有层次性,一般可分为生存、发展和享受三个层次。三是消费的有限性与无限性。有限性是指由于受经济条件和消费能力的限制,人们的消费总是有限的。然而,从社会发展、技术进步以及人们的欲望来看,消费又具有无限性,它是不断进步和提高了。四是消费的广泛性。任何个人或群体都离不开消费,因而消费具有广泛性和普遍性。五是消费的社会性。任何人的消费都不是孤立的,人们会相互影响和相互制约,并形成一定的消费关系。因此,只有全面了解消费的这些特征,才能深刻理解消费的内涵和本质。

二、消费的构成要素

要全面了解消费过程及其规律,必须首先认识消费的构成要素,其中包括消费主体、消费客体、消费工具、消费环境四个方面。

消费主体是作为消费者的个人、家庭或集体。个人消费和家庭消费被称为个体消费;集体消费被称为群体消费。作为消费主体的个人,在年龄、职业、文化、资历等方面具有很大差异,这些会直接或间接地影响他们的消费方式和消费行为。例如,消费者在不同的年龄阶段,往往会有不同的消费选择,住房、家用电器等耐用消费品,主要是30~50岁年龄段人口的需求;而医疗保健用品则主要是老年人口的需求。家庭是以婚姻、血缘为纽带而结成的生活单位,家庭消费的内容具有多样性,涉及生存、享受、发展等各个方面。由于收入、人口等的不同,不同家庭的消费也有很大差异。个体消费只能满足人们的部分需要,还有一些需要得依靠群体消费来实现。群体消费按主体又可分为政府消费、企事业单位消费以及其他社会团体消费。随着经济发展和消费水平的提高,群体消费的比重将呈上升趋势。

消费客体又称为消费对象,是消费者进行消费时作为目标的事物。随着生产力发展和消费水平的提高,消费客体的数量和品种会越来越多,结构也越来越复杂。在不同的历史时期,主要的消费对象即所谓的消费热点也在不断变化。改革开放30多年来,我国的消费热点从“老三件”到“新三件”,再到住房、家用轿车,以及教育文化、医疗保健、旅游休闲等的变化,反映了消费水平的提高与消费结构的升级。未来消费的趋势将是非物质类消费即服务业的比重上升,物质类消费中,“衣、食”比重下降,而“住、行”比重上升。总之,消费对象不断推陈出新,品质也不断提高,以满足居民越来越丰富的物质和文化生活需要。

消费工具是消费者为了取得和使用消费对象,完成消费活动所需要的用具、用品和设施等。消费工具与消费对象不同,消费对象强调的是消费的目标,而消费工具强调的是消费的手段。随着经济社会发展、技术进步,消费工具的种类不断增加、范围不断扩大,并且不断升级换代。例如,现代社会使用电脑、手机和网络等,比传统的消费手段更加快捷方便。

消费环境是影响和制约消费的自然、经济、社会、文化等因素的统称。消费环境可分为有形和无形两类。有形环境是指自然的、物质的要素,表现为消费活动的空间和场所,如地理位置、气候和地形等;无形环境是指经济、社会、文化等因素,如社会关系、法律制度、文化背景等。

^① 马克思恩格斯全集(第30卷)[M]. 人民出版社,1995:31.

消费环境还可分为宏观环境与微观环境。宏观环境是指影响众多消费者的各种因素,如生态环境、法律制度等;微观环境是指个体或部分消费者的境遇,如居住条件、购物环境等。消费环境不仅是消费的空间,也是消费的条件,消费环境对居民的消费结构、消费质量和消费水平有着重要的影响。良好的消费环境(如和谐的生态系统、健康的价值观念、合理的消费政策等)可以激励消费,而恶劣的消费环境则会抑制消费。可以说,消费环境制约了消费活动,因此,要促进消费和满足需要,则必须重视优化消费环境。

三、消费需求的分类

人们的消费是多方面、多层次的,随着社会经济的发展,消费的内容日益丰富。从不同角度划分,我们可以将消费分为以下类型。

根据消费的目的,可将消费分为生产消费和生活消费。生产消费是指生产过程中耗费一定的物质资料及劳动力。在生产消费中,旧的物质资料被改变形态,新的物质产品被制造出来。在生产消费中,还必须耗费劳动者的体力和脑力。生产消费是一种中间消费,其结果是生产出新的产品和服务。生活消费是最终消费,是实现人自身再生产的过程,一般是指为满足消费者物质生活与精神生活的需要而使用各种产品及劳务的过程。

根据消费的主体不同,可将消费分为个人消费和公共消费。个人消费是以个人或家庭为单位的消费,是生活消费的基本方式。个人消费在使用工具、享用对象、进行决策方面都是分散、自主、自由的。公共消费是以社会组织为主体的消费,其中包括企事业单位、政府机关等,因而是许多人在同一时间、同一空间内有组织地进行消费。在公共消费中,个人是作为整体的一员参与其中的。

根据消费品获得的途径,可将消费分为自给性消费、商品性消费、福利性消费。自给性消费是消费者用自己的劳动产品直接满足个人或家庭的需要,我国农村的自给性消费比重较高。商品性消费是指通过市场交换,用货币购买生活资料而进行的消费。随着商品经济的发展,商品性消费的比重不断上升。福利性消费是指消费者取得的生活资料既不是自己生产的,也不是通过货币购买的,而是由国家、团体和个人无偿提供的。福利性消费的形式包括直接向消费者发放生活资料以及提供救济金和补贴等。

根据消费满足的层次,可将消费分为生存消费、发展消费、享受消费。生存消费是指消费者维持生存和延续生命的消费,是所有人的最基本需要。发展消费是指为了提高个人的体力和智力而进行的消费。随着社会发展和消费水平的提高,发展消费的内容也不断丰富。享受消费是指满足人的精神需要而进行的消费,是使人取得愉悦的途径和方式。

根据消费的内容,可将消费分为物质消费、精神消费、生态消费。物质消费指消费者对以物质形态存在的商品消费,反映了消费者在生物属性上的需求。精神消费是人类所特有的需要,是人对智力、道德、审美等方面的追求,反映了消费者在观念形态上的需求。生态消费指居民与自然和谐相处的理想及要求,表现为对绿色食品、绿色服装等生态消费品的需要和追求。

根据消费的实现程度,还可将消费分为实际消费与潜在消费。实际消费指消费者在其支付能力范围内已经发生了的消费。潜在消费指消费者仅有消费欲望但尚未实现的消费。

此外,还可将消费分为实物消费与劳务消费、现实消费与未来消费、短期消费与长期消费等不同的类型。通过不同角度对消费的分类,有助于我们研究的深入,更具体地认识和揭示其中的规律性。

第二节 消费在经济发展中的地位

正确认识消费在经济发展中的地位,对于揭示消费规律和形成中国特色的消费模式,具有重要的理论和实践意义。消费是社会再生产的起点和终点,在再生产的诸环节中居于关键性的地位。消费又是社会主义再生产的目的,也就是说,满足消费就是要满足全体人民日益增长的物质和文化需要。因此,满足消费是我国经济发展和社会和谐的出发点和归属点。

一、消费是社会再生产的起点和终点

马克思认为,社会再生产可分为生产、分配、交换、消费四个环节,它们之间是互为条件、互相制约的关系。一般而言,生产决定分配、交换和消费,而分配、交换和消费又会反作用于生产。以下将通过消费与生产、消费与分配、消费与交换之间关系的具体分析,来阐明消费在社会再生产中的重要地位。

1. 消费与生产的关系

一方面,生产对消费起决定作用。首先,生产力是消费的物质前提。生产力的水平决定社会消费的水平,也就是说,消费不可能超越生产所能提供的产品而达到更高的程度。其次,生产结构决定消费结构。生产结构要通过产品结构才能体现出来,生产结构的不断调整,使旧的消费品被淘汰,新的消费品被开发,从而使消费结构不断优化和升级。再次,生产的产品决定着人们的生活方式。产品的性质、性能和特点制约着人们的生活方式,因此,文明、健康、科学的生活方式同样是生产发展的产物和结果。最后,生产能创造消费和提高消费能力。通过生产出新产品,不仅创造出消费者的新需求,而且能使人们掌握新知识和新技术,提高他们的消费水平和能力等。

另一方面,消费对生产又有反作用。一是消费使生产得以实现。市场要获得发展,必须满足消费者的需要,不适合消费的产品将被淘汰,适合消费的产品将增加生产。因此,消费需求反过来决定了产品结构,进而制约了生产结构。二是消费创造出新的生产供给。消费不仅使产品得以实现,而且引发对新产品的需求,使其作为生产的目的和动机,推动着生产力的发展和新产品的增加。

2. 消费与分配的关系

一方面,分配对消费有决定作用。一是生产条件在各部门之间的分配,决定着不同消费品在社会中的份额,从而决定消费品生产的总量和结构;二是国民收入在积累和消费之间的分配,决定着一定时期社会消费的总水平,并且影响着消费的长远发展;三是消费基金分为个人消费和公共消费的比例,决定着个人消费和公共消费的水平;四是个人消费基金采取何种方式在劳动者之间分配,决定着不同劳动者在消费水平、结构、方式等方面的差别以及它们的合理程度。

另一方面,消费又反作用于分配。一是消费使分配方式得以实现,并构成对它的检验。一定的分配方式体现一定的生产方式,反映出社会成员各自的利益差别,并通过消费差异而表现出来。二是消费是分配的最后实现。国民收入分配分为积累基金和消费基金。积累基金分为生产性基金和非生产性基金。消费基金分为公共消费基金和个人消费基金。这些分配,一方面要根据消费需要来调整,另一方面都要通过消费来实现。三是消费是衡量分配制度合理与