

一个不用投资不需要特殊技能，让普通人只通过消费行为
就可以赚大钱的全新商业模式

通过消费赚大钱

众赢模式

- 持卡消费者赢
- 加盟商家赢
- 政府和社会赢
- 世界经济赢

——众赢

于学义 著

众赢多网营销模式



——消费资本利润再分配机制及应用

 吉林大学出版社

众赢多网营销模式

——消费资本利润再分配机制及应用

于学义 著

吉林大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

众赢多网营销模式：消费资本利润再分配机制及应用/
于学义著. ——长春：吉林大学出版社，2012. 2

ISBN 978 - 7 - 5601 - 8125 - 7

I. ①众… II. ①于… III. ①营销模式 IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 014458 号

书 名：众赢多网营销模式——消费资本利润再分配机制及应用
作 者：于学义 著

责任编辑：刘冠宏 责任校对：崔小波
吉林大学出版社出版、发行
开本：787×1092 毫米 1/16
印张：18.875 字数：300 千字
ISBN 978 - 7 - 5601 - 8125 - 7

封面设计：崔艳红
长春市泽成印刷厂 印刷
2012 年 2 月 第 1 版
2012 年 2 月 第 1 次印刷
定价：35.00 元

版权所有 翻印必究

社 址：长春市明德路 501 号 邮编：130021
发行部电话：0431 - 89580026/28/29
网 址：<http://www.jlup.com.cn>
E-mail：jlup@mail.jlu.edu.cn

内 容 简 介

本书介绍了一个能够让普通人不用投资、不需要特殊技能，只通过消费行为就可以赚钱并赚大钱的全新商业模式——众赢多网营销模式。这是一个可以产生众赢结果的商业模式，它同时还可以使参与的加盟商家通过销售量的巨幅增加而实现总利润的增加。由于它是一个可以缩小贫富差距的模式，对于构建和谐社会也帮助很大，同时由于它可以自动地调节生产与消费之间的动态平衡，可以使社会再生产顺利地进行，避免经济危机的爆发，对解决世界经济难题、促进世界经济持续稳定健康发展也有很大帮助。

本书的实践部分介绍了众赢多网营销模式，理论部分分析了困扰世界经济运行难题的原因，构建了消费资本理论和消费资本利润再分配机制，模式本身就是对此理论的实践。

前言

为什么要写这本书

2004 年开始研究一个营销模式，当时的想法很简单，只想通过建立和运作一个比较新颖的营销模式来赚钱，当然，此模式研究截止到今天，就我自身来说，其主要目的仍然是用这个营销模式来赚钱。

但是，经过 7 年的研究，我发现此模式不只具有实现本人赚钱目的功能，它还有更多有利于人民生活水平提高、有利于和谐社会的构建、有利于拉动内需促进经济增长、有利于经济持续稳定健康发展等更加巨大的功能。

说此模式有利于提高人民生活水平，主要指的是可以提高普通人、低收入人群的生活水平，如何做到呢？这是因为此模式的运行可以实现让普通人、低收入人群在没有投资和不用投资的情况下，只通过消费行为，即在消费领域的一种“劳动”行为就可以赚钱并赚大钱，至于怎么赚钱，我将在后面的章节中阐述。当普通人、低收入人群在没有投资，不用投资的情况下赚钱，他们的生活水平自然就提高了。

说有利于和谐社会的构建是因为此模式能让普通人、低收入人群在没有投资，不用投资的情况下赚钱，自然就缩小了社会人群的贫富差距，而贫富差距过大是社会不和谐的主要根源，缩小贫富差距对构建和谐社会意义重大。那么，此模式是如何缩小贫富差距的呢？在总的经济增量不变的情况下，贫富差距的大小是由分配造成的，如果少部分富人分配了财富的大部分，而大部分普通人分配财富的少部分就会形成贫富差距过大，这是市场经济分配机制本身造成的。而众赢多网营销模式就是在市场经济的分配机制基础上，用经济方法而非行政方法，对社会财富实施再分配，让富人、有钱人主动地、心甘情愿地拿出一部分财富，通过模式的运行机制，分配给广大的普通人、低收入人群。

说有利于拉动内需促进经济增长，是因为既然通过消费就可以赚钱并赚大钱，自然就

打破了从前人们“主动生产、被动消费”的经济行为。内需不足正是由人们被动消费行为造成的，而此模式的运行是可以实现“主动生产、主动消费”的。既然通过消费行为可以赚钱，人们自然就踊跃投入到消费行为中，就可以拉动内需，从而促进经济增长。

说有利于经济持续稳定健康发展是因为此模式正是本人消费资本理论和消费资本利润再分配机制（此理论在本人的另一部书《主动消费经济学》中），在现实中的应用。经济社会的最大问题是周期性爆发的经济危机以及宏观反危机调控所带来的问题。如果能够避免经济危机的爆发，自然就不会有宏观调控，这样，这些困扰世界的经济问题就不会出现，世界经济自然就会持续稳定健康地向前发展。经济危机爆发的根本原因是“主动生产、被动消费”所造成的生产能力增长过快，消费能力增长相对缓慢，从而打破了生产与消费之间的动态平衡，而生产与消费的动态平衡正是社会再生产顺利进行的绝对条件。当生产与消费的动态平衡被破坏，社会总资本再生产经济规律就会发挥作用，用爆发经济危机的方法强行地、破坏性地实现生产与消费的动态平衡，从而使社会再生产能够在新的生产与消费的动态平衡条件下顺利进行。怎么解决这个问题，这还要先回答这个问题是怎么形成的，也就是说，“主动生产”、“被动消费”是如何形成的。我认为这完全是由利益决定的。

亚当·斯密当初设计市场经济机制时，出发点是如何增长国民财富，而其采用的方法是利用人们追求利益的本性来推动社会财富的增加。他认为，人们为了获取更大的利益必然使自己所创造的价值最大化，每个人都最大化自己所创造的价值，社会的总财富必然增加。

亚当·斯密的具体方法是把人们通过资本和劳动可以追求到的社会财富放到了生产领域，只要人们用资本和劳动努力进行生产就可以获得财富，原则是生产越多，所获得的财富也就越多，而这样就直接造成了人们“主动生产、被动消费”。直到亚当·斯密这位伟大的经济巨人辞世，世界经济还没有爆发一次真正的经济危机，斯密没有想到他所设计的市场机制推动生产发展会如此之快，在他辞世之后的1825年，英国就爆发了全面性的经济危机。

亚当·斯密之后的经济学家，没有一人可以真正的超越他，这样说的原因是他所设计的市场经济机制是极尽完美的，而只有这样一个小的缺欠，周期性地爆发经济危机，而就这样一个小缺欠，在这之后的200年中，却没有一个人能够弥补它。

亚当·斯密设计的市场经济机制这个小问题产生的原因是因为亚当·斯密把人们可以追求到的利益只放在了生产领域，而没有同时放一些到消费领域，如果放一些利益在消费领域，人们在追求利益时就不会全部涌向生产领域，而是会根据在哪个领域获利高就去哪

个领域追求利益的原则，在不同的时期进入不同的领域。这样，就真正实现了“主动生产、主动消费”，从而可以自动地调节生产与消费之间的动态平衡，社会总资本再生产就会在生产与消费的动态平衡的条件下顺利地进行，就不必通过爆发生产过剩的经济危机来强行实现生产与消费之间的动态平衡，（如要研究这些问题，请看本人的另一部书《主动消费经济学》）。

众赢多网营销模式，就是一个具体的把利益放到消费领域，并且让人们通过消费行为可以追求并获取这些利益的最新的商业模式，这个商业模式的全面运行，在理论上来看是可以避免经济危机的爆发的，避免了经济危机的爆发，世界经济自然就会实现持续稳定健康地向前发展，所以，此模式的实施和运行，其作用和意义都非常重大。

鉴于此模式在能够实现本人赚钱的目的之外，有这样巨大的作用和意义，可以为普通人的生活、政府和社会的和谐，以及世界经济的良性发展作出如此大的贡献，让我觉得有必要为此模式写一本书，让这个全新的好模式尽快地运行起来，为人类社会的福祉作出一点贡献。此书包括了对模式及运行方法的介绍及设计此模式的理论根据。

省钱与赚钱

在众赢多网营销模式的设计之初，并没有给这个模式制定出这样一个名字，那时，只是想商家和消费者之间构建一个中间环节，这个中间环节可以为商家和消费者双方提供一些有利于他们各方的服务，从而赚取一定的服务费用。

最初的想法是找一些不同行业的商家成立一个商业联盟，同时发行一种可以在这个商业联盟的加盟商家使用的会员卡，此会员卡的功能有二。一，在这个商业联盟的加盟商家消费时可以享受一定的折扣；二，在这些商家消费时可以享受一定的积分。在此情况下，加盟商家可以用给会员消费者提供一定的折扣优惠和积分来吸引更多的消费者，从而增加销售量，实现总利润的增加。会员消费者也会因为在消费过程中得到实惠而更多地选择使用会员卡，到这个商业联盟中的加盟商家进行消费。

在我当初设计这个模式的时候，携程旅行网已经开始运行，当时我也使用过携程网订过酒店，当时觉得携程的模式很好，是一个整合资源的好模式、好平台。携程网当时只整合了各地的宾馆、酒店和各航空公司的机票，而我设计的模式整合了各行各业。我认为，这个模式将会比携程为消费者提供更大的方便和实惠，所以，当时是非常期待。可是，就在我设计的这个模式还没有实施，就被银行、通信等行业抢占了先机，各银行的银行卡、信用卡等相继组织商家实施这种模式，但是其效果却并不怎么好。

这是为什么呢？经过一段时间的思索，找出一个根本性原因，就是这样的优惠对消费

者的吸引力不够大。在此期间，商业营销出现了很多新的方法，最典型的就是消费赠券，无论是大商场或是餐饮酒店，像消费满 200 元赠 200 元消费券的活动已风靡全国。相对于这样的营销活动，会员卡所获得的优惠已毫无吸引力可言。而任何一个营销活动或营销模式想要成功，其活动或模式本身的内容对消费者的吸引力都是决定性的。

在此期间，在书城无意间看到一本书《消费者也能成为资本家》，在此书中，作者称可以让消费者通过消费赚钱而成为资本家。这是一个很新的观念，虽然书中的方法最终并没有使消费者成为资本家，但此观念却促动了我在想，如果让消费者在消费过程中能够赚钱，那么，这个营销模式的吸引力一定会非常大。

我认为，在消费过程中给消费者打折、送券等营销方法，只能说是让消费者省钱，而不能称其为赚钱。像《消费者也能成为“资本家”》一书中说的，让消费者通过消费赚钱是不成立的，作者似乎不清楚省钱与赚钱这两个概念之间的区别。书中举了一个例子，说某消费者每年去一家酒厂消费 1000 元购买白酒，三年共消费 3000 元钱，而通过作者设计的营销模式，五年后，此消费者获得了 400 多元不到 500 元的返利，作者认为此消费者通过购买和消费白酒，三年赚了不到 500 元是赚钱了，按照这样赚钱不知这个消费者何时才能成为资本家。

赚钱，最简单的解释就是产出大于投入，虽然消费者在消费时已经获得了商品或服务，但概念是不能混淆的，省钱就是省钱，而不能称其为赚钱。在本书中我所说的赚钱就是产出大于投入，回报大于投资的那种赚钱。简单说，就是在消费者月消费 800 元的情况下，可能会获得 2000 元的奖金，对，就是这样的赚钱，而不是在消费 800 元的情况下获得 200 元的奖金。

赚钱与挣钱

这里想再说一下的是赚钱与挣钱。赚钱与挣钱都是一个获取财富的过程，但是这两个概念之间却有很大的不同，赚钱有一个必要的前提，那就是用资本与时间去创造另一种形式的劳动形态。比如创立公司，通过雇佣员工为自己盈利。换句话说，就是利用他人的时间和劳动为自己创造财富。而挣钱则是你自己直接靠出售自己的时间与劳动换取报酬的过程，很明确挣钱所获得的财富不是通过雇佣别人而得来的。接下来我要说明的是，任何一个普通人在没有资本和特殊技能的时候，是既不能赚大钱，也不能挣大钱的。这是因为，在没有资本的情况下，一个普通人是无法利用他人的时间和劳动的，这需要用资本去雇佣员工。那又为什么不能挣大钱呢？因为挣大钱需要有特殊的技能，如影视明星成龙、李连杰、周润发，体育明星老虎伍兹、贝克汉姆、舒马赫等。当然，在其它行业有特殊技能也

可以挣大钱。

这是一个什么样的模式

此模式是一个可以让一个普通人在既没有资本也没有特殊技能的情况下，只通过消费行为而赚大钱的营销模式，就只消费就可以赚大钱吗？当然没有这么简单，要赚钱并赚大钱，虽然不需要巨额投资和特殊技能，但是还是要按照此模式的运行方法而付出劳动的。此模式可以让一个普通人在不用投资和特殊技能的情况下赚钱并赚大钱的根据和原则，是此模式设计出了一套可以让普通人通过劳动赚钱并赚大钱的商业模式和分配系统。在这个系统中，只要普通人愿意付出劳动，而且是一种简单劳动，就可以去与富人参加财富分配，可以赚到大钱。

众赢多网营销模式是一个通过奖励消费者而吸引消费者，让消费者通过消费行为赚钱，满足消费者想要通过消费行为赚钱的消费者需要，从而实现商家通过增加销售量来增加总利润的双向整合营销模式。众赢多网营销模式一手连两家。一方面，通过整合商家资源，收取服务佣金，实现让消费者通过消费赚钱的目的；另一方面，通过整合消费者资源，使参与模式运行的加盟商家所拥有的消费者数量大幅增加，从而使商家的销售量大幅增加实现商家总利润增加的目的。

这将是接下来几十年引领经济发展的一个主流的商业模式，虽然，目前人们还没有真正的认识它。此话将通过时间得到验证。

于学义

2011年12月10日

目 录

绪言	1
----------	---

第一部分 能够通过消费赚大钱的营销模式

——众赢多网营销模式

第1章 通过消费如何赚钱	11
第2章 模式成功的关键是顾客需要	26
第3章 模式的合法性问题	47
第4章 模式的主要构成要素	67
第5章 模式的机制、结果和盈利	84

第二部分 长期困扰世界的难以解决经济难题

第6章 缺少产能过剩阶段的经济理论	95
第7章 宏观经济理论之前的经济问题	115
第8章 宏观经济理论之后的经济问题	146
第9章 用“另一只看不见的手”来解决问题	163

第三部分 一个全新的经济理论的诞生

——消费资本理论

第10章	消费资本	171
第11章	消费资本与剩余价值的分配	188
第12章	消费资本与国民收入	211

第四部分 填补市场机制空白的全新分配机制

——消费资本利润再分配机制

第13章	国民收入的分配	225
第14章	建立消费资本利润再分配机制	235
第15章	消费资本利润再分配机制的重大作用	258

绪 言

翻开本书，读者急切想看到的内容一定是如何通过消费去赚大钱，这不奇怪，通过消费赚大钱确实是一个全新的内容，不用投资，不需要特殊的知识和技能，只是通过消费行为就可以赚钱，而且还要赚大钱。设计出这样一个模式，有时让我自己都感觉到不可思议。

这并不奇怪，在这个世界上每个新事物出现之初，都不能够让人们马上去认识和理解它。飞机没出现之前，人们绝不会认识和理解航空这件事物。其实，直到今天我仍然对电话、电报、电视、传真等这样的事物抱有非常敬畏之心，到现在为止，我仍然无法想象声音、文字、图像是怎样传输到千里之外的。现在的人们享受着互联网和移动电话所带来的便利生活，大家对这些高科技是如何实现的都浑然不觉。但是，静下心来想一下，我至今为止仍然无法想象这样的事情是如何实现的。

在没有资本，又没有特殊知识和技能的情况下，让一个普通人只是通过消费行为就可以赚到钱并赚大钱，这无论如何都在冲击着人们的传统观念。但我认为，实现这样一件事情要比贝尔当年发明电话机简单不知多少倍。通过消费赚钱与发明电话机似乎没有可比性，一个是经济领域的事情，一个是科技领域的事情。那好，就让我探讨一下经济领域。

通过消费赚钱应该是一个经济领域的分配问题。其实，从分配的历史发展过程来看，每一次分配原则和规则的转变之初，人们也并不都十分理解。远古时期，由于生产力低下，人们的物质产品十分匮乏，生产方式是采摘和狩猎，这样的生产方式之下的分配原则和规则是平均分配，因为，只有平均分配产品，才有可能让群居的古人们生存下来。当生产力发展到产生剩余产品的时候，分配方式改变了。在奴隶社会和封建社会，产品的分配是按武力

绪 言

和权力分配。那时最富有的是君主和各地的诸侯。这一时期这样分配产品，人们认为那是理所应当的。

资本主义革命的胜利改变了分配原则和方式，资本占据了统治地位。不管人们理解与否，比尔·盖茨一个普通的没毕业的大学生比历任美国总统拥有的财富之和还要多。按资分配取代按权力、武力分配，说明社会进步了。

真正想说的是，封建君主社会以前的人们，无论是君主、诸侯，或是贫民、奴隶，都不会认识和理解这样一种分配方式，一个普通人可以拥有比君王家族还多的财富，而且这些财富还是神圣不可侵犯的。由此，可以推断，现在的人们不理解会出现一个可以让普通人不投资就可以赚钱并赚大钱的一个分配原则和分配方式、一个营销模式，是很正常的。

当互联网出现在中国之初，马云与他的团队集资 50 万在自己的家里创建了中国第一个电子商务网站——阿里巴巴。在当时，上过网的、没上过网的都不看好电子商务，没有人相信马云会成功。但是，十几年后的今天，电子商务已经成为人们现实生活中不可或缺的一部分，马云也借此成为中国著名的企业家。

消费，通俗的解释就是花钱。花钱是一个失去财富的过程，赚钱是一个获得财富的过程，花钱和赚钱是相反的过程。通过花钱去赚钱让人们无法理解。为了说明这一过程，我来说一个简单的自然现象。在自然界中，水往低处流是自然规律，这是由水的形态、地球引力、地球表面的形状所决定的。水是液态的，液态的水的主要特性是流动性，地球是有引力的，在地球引力的作用下，物质都有重量，地球表面的形状是高低不平的。在这种情况下，“水往低处流”是符合自然规律的，可以说是真理。但是，如果认为“水往低处流”的真理是无条件的，那就错了，无条件说的是在任何情况下，水都往地处流。水往低处流的前提条件是在自然状态下。

水是否可以往高处流呢？当然可以。在农业时代，人们为了灌溉农田，发明了水车，把低处河流里的水“流”到高处灌溉农田。工业革命后，人们又发明了水泵，使摩天大楼里的人们方便地使用着“流”向高处的水。水能够往高处流，是借助于人们发明的水车和水泵。

通过消费可以赚钱吗？这也需要发明出特殊的“水车”或“水泵”。众

赢多网营销模式就是这个特殊的“水车”或“水泵”，它将实现把不可能向高处流的水流向高处，它将实现让人们通过消费赚钱并赚大钱。

本书分为四个部分。

第一部分。能够通过消费赚大钱的营销模式——众赢多网营销模式。第一部分共分五章。第一章，通过消费如何赚钱，通过实例说明，对赚钱和挣钱的探讨、对一项伟大的分配方式的说明以及对商家的需要和消费者的需要的探讨说明了设计一个通过消费赚钱的营销模式的可能性、原理性和可行性。第二章，着重探讨了模式的关键要素：顾客需要，其中包括商家的需要和消费者的需要以及消费者需要的发展过程。第三章，通过对传销合法性的分析论述，阐述了模式合法性的问题。第四章、第五章，说明了模式的构成要素、运行机制和众赢结果。

本书的第二部分、第三部分、第四部分，要说明的问题是这个模式是可以长期的存在下去的，这是因为它可以解决困扰世界的经济难题，能够避免经济危机的爆发。

所有的经济难题的大部分都是因经济危机的爆发和宏观的反危机的政策的实施所造成的。只有避免了经济危机的爆发，才能解决这些经济难题。而这个模式是目前唯一一个能够在理论上明确说明可以避免经济危机的爆发的全新商业模式。因为这个商业模式的实施就是可以避免经济危机爆发的消费资本利润再分配机制在现实中的应用。也就是说，如果应用这个模式就可以避免经济危机的爆发，就可以解决困扰世界的这些经济问题。保持经济持续稳定地增长，那么，就必须实施这个模式，这个模式就会长期地存在下去。

本书的第二部分，分析了长期困扰世界的经济难题。这些经济难题包括：就业问题、贫富差距过大的问题、经济危机的问题、公平与效率的矛盾问题、通货膨胀的问题、危机过后经济回升乏力的问题。要解决以上这些问题，首先要做的就是找出形成这些问题的原因。

产生这些问题的根源可分为两个方面和两个阶段。一方面，是来自于古典经济学到宏观经济学之前这一阶段的经济难题，其形成原因是资本主义生产方式所决定的生产关系中的分配机制所造成的生产过剩的经济危机所带来的经济问题和社会问题。另一方面，是凯恩斯主义的宏观经济理论到现在这

一阶段由于实施宏观经济政策进行反危机所造成的经济问题。

造成这些问题，说明西方经济理论是有缺欠的，是市场经济理论和市场经济机制本身的缺欠造成了生产能力的过剩，造成了生产过剩的经济危机的爆发。而凯恩斯主义的宏观经济理论的缺欠，造成了在危机问题没有解决的情况下，反而形成了更加严重的“滞胀”现象。由于凯恩斯的宏观经济政策没有解决问题，“新自由主义”又占了上风，但是由于“新自由主义”并没有找出“旧自由主义”的问题的根源所在，所以无法克服“旧自由主义”的缺欠。可以断定，资本主义社会的经济在“新自由主义”的指导下，将必然继续爆发生产过剩的经济危机。

继续爆发生产过剩的经济危机是因为“新自由主义”并没有找出资本主义生产过剩的经济危机爆发的真正的根源性原因。资本主义生产过剩的经济危机爆发的真正原因是生产与消费之间的矛盾造成的。亚当·斯密所设计的资本主义的市场机制中的分配机制，即“一只看不见的手”，一方面推动着社会生产迅猛地向前发展，另一方面却造成了社会成员的收入差距逐渐拉大，而且是越拉越大，致使社会成员的贫富差距越来越大，这是造成生产能力过剩消费能力不足的原因之一。造成生产能力过剩消费能力不足的根源性原因是亚当·斯密所设计的市场机制中的分配机制，把社会财富的获得只放到了生产领域，财富的获得只能通过生产领域一条渠道，所以，造成了全社会人员的“主动生产、被动消费”现象。主动地生产，被动地消费，致使生产能力的增长速度远远地超过消费能力的增长速度。在生产能力和消费能力之间不能形成调节机制，使生产能力不受约束地增长，而消费能力却只能是缓慢增长，造成了生产能力的过剩，从而爆发了生产过剩的经济危机来强行调节生产与消费之间的动态平衡，使社会再生产在新的平衡条件下顺利地进行，“主动生产、被动消费”现象才是生产过剩的经济危机爆发的根源性原因。

要想解决长期困扰经济社会的难题，就必须要避免经济危机的爆发。经济危机爆发的实质作用是强行地、消极地调节生产与消费之间的动态平衡，因为生产与消费之间的动态平衡是社会再生产顺利进行的决定条件。这个平衡被破坏，社会再生产就无法顺利地进行，而社会再生产是不能停止的。在无法用积极有效的办法调节生产与消费之间的动态平衡的情况下，社会再生

产的经济规律就会通过爆发生产过剩的经济危机，通过破坏过剩的生产能力强行地调节生产与消费之间的动态平衡。所以，要想避免经济危机爆发，就必须找出一些良性的积极的调节生产与消费之间动态平衡的方法。

我所采用的方法是用“另一只看不见的利益之手”去解决问题，利益巨人有两只看不见的利益之手。亚当·斯密用其中的一只看不见的利益之手推动了资本主义经济的迅猛发展，而一只利益之手的缺欠就在于它在推动生产力发展的同时造成了生产能力过剩，破坏了生产与消费之间的动态平衡，使社会再生产无法顺利地进行下去。只有通过爆发经济危机才能解决问题，使社会再生产在新的生产与消费之间的平衡条件下进行下去。另一只看不见的利益之手的作用是在消费领域也放上利益，使社会成员对利益的获取从此不只在生产领域，在消费领域也可以获取利益，获取财富的渠道从此也不再只是通过生产这一条渠道，通过另一条渠道消费也可以获取财富。人们把资本和劳动投入于生产领域还是投入于消费领域，要看在哪个领域可以获得的财富更多。这样，通过“另一只看不见的手”就可以实现良性的积极的调节生产与消费之间的动态平衡，使社会再生产总是在生产与消费之间的动态平衡的条件下顺利地进行，从而也就不会再爆发生产过剩的经济危机了，不爆发生产过剩的经济危机也就不必再实施宏观经济政策来进行反危机的活动。这样，由经济危机的爆发所引起的经济问题和社会问题以及由实施宏观经济政策所形成的全部的经济问题和社会问题就都得到了解决，从而使困扰资本主义经济近 200 年的问题得到解决。

第三部分论述的是在世界经济理论中出现的一个全新的经济理论——消费资本理论。本人从日常营销和消费的打折现象中发现了消费资本的存在，并应用马克思主义政治经济学论述了消费资本在资本循环和资本周转中的作用，进一步认定消费资本也是职能资本，其职能是在产能过剩阶段与商业资本共同完成实现价值和剩余价值的职能。重新论述了在消费资本参与下的社会总资本对剩余价值的分配，阐述了消费资本与国民收入之间的关系。

消费资本理论是设计“另一只看不见的手”，即生产与消费之间的调节机制的理论根据。只有在产能过剩阶段，消费者手中用于购买消费品的货币才转化为资本，只有消费资本出现以后，才有在消费领域建立利益机制的可能，

绪 言

只有在消费领域建立了利益机制，才能够建立生产与消费之间的自动调节机制，“另一只看不见的手”才能够发挥作用。所以说，消费资本理论是解决一切问题的关键。

消费资本这个概念并不是由本人第一个提出的，但是本人却是对消费资本理论第一个进行了系统的论述的，本人对消费资本的论述是应用马克思主义政治经济学原理进行的。

消费资本理论的诞生必将使市场经济机制得到完善，使世界经济走出周期性经济危机的泥潭。这个由中国人创新的经济理论对经济的健康发展所作的贡献是不可估量的，这是继亚当·斯密之后，第一个对市场经济机制进行科学的完善和变革的经济理论，是目前为止最适合产能过剩阶段的一个全新经济理论。消费资本理论对世界经济的健康发展的作用是决定性的，是世界经济理论的一场革命。

本书的第四部分是本人新设计的一个全新的市场机制下的再分配机制——消费资本利润再分配机制。这个全新的再分配机制是对亚当·斯密所设计的市场经济机制，在产能过剩阶段的缺欠的补充和完善。亚当·斯密所设计的自由放任的市场机制，在产能不足阶段并没有暴露这个缺欠，因为这个缺欠必然是在产能过剩阶段才会暴露出来。在亚当·斯密生前，资本主义最发达的英国也没有进入产能过剩阶段。所以，亚当·斯密并没有遇到他所设计的市场机制在产能过剩时可能出现的问题。但是，他在去世之前还是朦胧地意识到了这个机制可能会出问题，据说他烧掉了《国富论》，而只留下了《道德情操论》。

在产能不足阶段，这位伟大的经济学巨人没有彻底地弄明白他亲手设计的市场机制可能会出现生产过剩的问题，这是可以理解的。可是到了后来，在英国全面的经济危机爆发，表明英国已经进入产能过剩阶段的1825年之后，直到今天，西方经济界的后人们却依然没有找出亚当·斯密所设计的推动社会生产迅猛发展的市场机制，在产能过剩阶段所出现的问题，所存在的缺欠，是我所震惊的。新古典经济学的代表马歇尔在《经济学原理》中依然在论述着市场机制的完善性。唯一看出问题的凯恩斯，却没有找出危机爆发的真正原因，而且也没有从市场机制本身去找出问题，没有找出市场机制的