

Outline of Consumption Capital

消费资本论纲

应光荣 刘方棫 姜奇平 李德深 著



经济科学出版社
Economic Science Press



Outline of Consumption Capital

消费资本论纲

应光荣 刘方棫 姜奇平 李德深 著



经济科学出版社
Economic Science Press



图书在版编目 (CIP) 数据

消费资本论纲/应光荣, 刘方棫, 姜奇平,
李德深著. —北京: 经济科学出版社, 2011. 5

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0656 - 5

I. ①消… II. ①应… III. ①消费经济学 - 研究
IV. ①F014. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 078901 号

责任编辑: 范 莹

责任校对: 刘欣欣

技术编辑: 李 鹏

消费资本论纲

应光荣 刘方棫 著
姜奇平 李德深

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

经济理论分社电话: 88191417 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京中科印刷有限公司印装

880 × 1230 32 开 7.75 印张 170000 字

2011 年 6 月第 1 版 2011 年 6 月第 1 次印刷

印数: 0001—6000 册

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0656 - 5 定价: 28.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序

我初識《消費資本論綱》的第一作者應光榮教授是一九八九年《中國傳統文化叢書》的編寫及隨後“大道書院”的創建中。他當時給我留下深刻印象的除了他寒冬臘月短袖單衣戶外信步的奇人風骨外，更有年輕人獨具的探討真理時的勇氣和痴迷。應光榮教授二〇〇三年五月五日上書溫家寶總理為中醫“突圍”進入抗擊“非典”主戰場請纓的壯舉，突現了他對社會的關愛，在志同道合的圈子內頗受稱頌。

中國文化教導人們做學問，絕不限於各學科、各專業，從來不會認為科學僅僅是科學、藝術僅僅是藝術、管理僅僅是管理、經濟僅僅是經濟……中國文化總會啓迪和教化人們從科學、藝術、管理、經濟等背後悟出個“道”來。應光榮教授就是憑借着他對中國文化的扎實功底，硬是以非經濟學專業視角悟出了“經濟學之道”。我至今仍清楚記得七年前我們在一次論壇中不期而遇後他迫不急待徹夜向我講述“太極雙向逆反，德道變易歸一”和他設計的“大道和諧消費系統”時無可掩飾的自信和狂喜。

他的自信是有底氣的，需要的是將這個理論付諸實踐；而實踐這個理論也是有堅實基礎的，需要具有公信力的公權力的介入和指導。利用好消費資本這個杠杆。當今世界範圍內，市場經濟中諸多難題都會迎刃而解，真正可以達到社會的可持續及和諧發展。應教授的研究成果之一《消費資本論綱》就要問世了，它給整個經濟界帶來的震撼將是無法估量的；它將為古代文明與現代文明的珠連及東方文化與西方文化的璧合的偉大社會實踐帶來充滿希望的福音，是為序。

歐洲—中國交流促進會創始會長

齊繼義

二〇一一年六月於北京

Preface

I first met the lead author of *Outline of Consumption Capital*, Professor Ying Guangrong, during the compilation of the *Traditional Chinese Culture Series* in 1989 and the subsequent founding of the Dadao College. The deep influence he left on me was in part due to his extraordinary strength of character, demonstrated by his walks outside in the bitter winter's chill, wearing only a short sleeved shirt; but even more so because he possessed a unique young mind, courageous and obsessive in the search for truth. On May 5th, 2003, Professor Ying Guangrong submitted a proposal to Premier Wen Jiabao, which allowed Chinese Medicine to break through the previous consensus and enter into the main anti-SARS battlefield. This heroic action highlighted his concern and love for society, and received praise from his peers.

In Chinese culture, people are taught that learning cannot be limited to each specific discipline; it is never believed that science is limited only to science, art only to art, management only to management, economics only to economics, etc. Chinese culture enlightens and educates people to think of *Dao* (Principles) behind science, art, management and economy. Based on his fundamental understand-

ing of Chinese culture, Prof. Ying Guangrong, in *Principles of Economics*, explains from the perspective of a non-economist, how the economy works. I can still remember clearly how we met by chance in a forum seven years ago, and how he talked eagerly to me about “Taiji’s two-directional opposing attitude, together with Dao’s moral transactions” and his design of a “moral and harmonious consumption system” all night; unable to conceal both the confidence and the joy these subjects gave him.

He has abundant confidence, and looks to put his theories into practice. However, a solid foundation is needed for the practice of the theory. Intervention and guidance with the public’s trust and authority, and the proper utilization of the lever of consumer capital are both needed. Problems in every existing market on earth today can be solved, and the advancement of a harmoniously developing society can truly begin. The publishing of *Outline of Consumption Capital*, one of the results from Prof. Ying’s research, will undoubtedly have not only a great influence on the world economy, but will provide invaluable insight to its readers. Its fulfillment will link the ancient and the modern, the east and the west in the new hope it brings. This, is it’s Preface.

Founding President of the European-Chinese Exchange &
Promotion Association

Qi Jiye

In Beijing in June, 2011

前 言

18 世纪，世界逐渐从农业文明步入工业文明，世界的中心也由中国转向了由英美为代表的西方世界。20 世纪 40 年代第一台计算机的诞生，标志着世界逐渐进入了信息文明时代，尤其是 21 世纪互联网的广泛应用加速了这一进程。信息文明时代的经济模式是什么呢？本书为适应时代发展提出新的理论基础，即“消费资本论”。

简单地讲，商品价值是由生产者与消费者共同创造的，但现有经济学（西方经济学）的分配原则只是生产者能够分享利润，而消费者却被排除在利润分享之外，所以说它是“损不足而奉有余”（消费者相对于生产者不足者；生产者相对于消费者是有余者）。西方经济学的分配原则使得生产与消费严重的失衡，其不符合经济活动的根本规律，所以必将是不可持续的，那么出现经济危机也就是必然的。

笔者经过多年不断探索和深入研究，将中国传统文化——太极双向逆反之精髓与现代信息知识有效地结合，提出了以消费资本化理论为基础的“大道双向互动经济模

型”（即大道消费系统），这是遵从自然法则改变社会的、科学的双向运转的系统。它是消费者与生产者共同参与利润分配的经济模型。该模型揭示了经济发展的根本规律，完全符合信息时代的技术与核心价值的经济模式。

当今，“回到消费本身”是国际目前流行的“回到古典主义”潮流中的一个具体命题。鉴于以经济人理性为前提假设的新古典主义经济学，在整个工业化过程中，不断表现出“为生产而生产”的“生产中心”倾向，造成一次又一次经济危机。人们不得不对为“生产而生产”的现时代工具理性进行深入反思。在工业经济转向知本信息经济的背景下，国际经济学界出现了“回到古典主义”的呼声。之所以要回到古典，不是为了复古，而是要回到古典主义当初设问的状态——从农业经济转向工业经济带来的话语转变——去思考这一轮现代化话语转换中的“元”问题。

在这个背景下重新审视新古典主义经济学，就会发现，以生产为中心的西方主流经济学中，消费概念从根本上是依附性的，它从来没有取得与生产概念平等的独立地位。新古典主义经济学的体系本身，在消费问题上存在某种与信息经济前提下的假设不相符合的重大缺陷。具体表现为：生产价值论中缺乏抽象消费和消费价值概念；生产资本论中缺乏消费增值概念；生产目的论中缺乏自主消费概念。

因此，以经济学的视角观察，“回到消费本身”从以

往的工具理性转向消费目的，即向“以人为本”的方向转型。“回到消费本身”，就是要回到消费“元”概念上，找回被新古典主义遗弃的、作为体系根据的东西，重建与时代发展相适应的理论和实践体系。具体来说包括：复归消费的经济学理论；提出与抽象生产价值相对应的抽象消费价值；提出与生产的资本化对应的消费资本化，以及与利润对应的消费者剩余；提出与生产的工具理性目的对应的消费终极性目的。

消费资本论的应用和推广将具有跨越时代的意义：

第一，就全球而言，它使人类社会的经济活动因遵从自然的法则，从而各国之间的经济活动更为有序、平衡，全球经济走向良性循环，使个人、社会及自然三者之间的关系更趋和谐。

第二，就中国而言，它可以让中国在信息文明时代率先制定全球的经济和市场规则，随着中国经济地位的提升而进一步输出中国的文化价值，从而开启由中国主导全球经济以及全球文化的新时代，为实现中华民族的伟大复兴奠定坚实的基础。

第三，从社会层面讲，它可以使经济结构更趋合理，改变经济增长的方式，增加就业机会，缩小东西部差距；改善城乡“二元”结构、缩小个人贫富差距，实现和谐社会。

第四，从民生层面讲，它可以为社会创造更多的有效财富，使得民富国强，为社会的安定、团结起到至关重要

的作用。

本书提出以消费为资本的消费资本化理论的动因，在于推动经济发展从生产向消费的复归；恢复消费问题在经济学中与生产问题的平等地位；并以“大道双向互动经济模型”的方式，实现经济学现代性向后现代性的转变。

本书是由独立学者应光荣、北京大学著名教授刘方棫、中国社会科学院数量经济与技术经济研究所副研究员姜奇平、中共中央党校研究员李德深共同完成。由于时间仓促等原因，在此提出的新理论，有待完善和继续探索，欢迎各界人士、专家、学者不吝赐教！

应光荣

2011年2月于北京

CONTENT

Part I Overviews of Overview of Consumer Economic Theory of Traditional Economics

Chart 1 Consumer attitudes of Chinese Ancient

- 1. 1 A number of influential consumer thinking in Chinese history
- 1. 2 Inquisition of China ancient demand thought

Chart 2 Consumer attitudes of Western economics

- 2. 1 The development of Western consumer theory
- 2. 2 The main issues and perspectives of contemporary Western consumer economy
- 2. 3 Consumer research tools of consumer economic theory
- 2. 4 Forecasting of social consumer trends

Part II Principles of Consumption Capitalization

Chart 1 Consumption value theory

- 1. 1 Background of concept of consumption value
- 1. 2 The consumption value
- 1. 3 The magnitude of consumption value
- 1. 4 The consumption value and use-value
- 1. 5 The general equivalent of consumer; the emergence of third-party
- 1. 6 Consumption national income

Chart 2 Consumption capitalization

- 2. 1 The nature of consumption capitalization
- 2. 2 Appreciation of consumption in the physical form

2.3 Appreciation of consumption in the monetary form

Part III Economic Analysis of DA DAO Consumption System

Chart 1 Market system of DA DAO consumption system

- 1.1 Consumption goods market
- 1.2 Consumption money market
- 1.3 Consumption capital market
- 1.4 Consumption capital and money market
- 1.5 Consumption income

Chart 2 Cyclic process of DA DAO consumption system

- 2.1 Established basement of DA DAO consumption system
- 2.2 Consumption capital appreciation and cyclic process of DA DAO consumption system

Part IV Forefront Dynamic of Consumption Capitalization

Chart 1 Capitalization tendency of consumers

- 1.1 Value basis of consumers: economics research of consumer behavior
- 1.2 Tierarchy of values of consumers: the level of simple reproduction and the level of capital

Chart 2 As a free “consumer capitalism”

- 1.1 Capacity theory
- 1.2 The other theories which characterize consumption capital by choosing

Chart 3 Unity of labor and capital and production and sell the in the heterogeneity tendency of consumption capitalization

- 1.1 Tendency of consumption capitalization of unity of production and sell

- 1.2 Tendency of consumption capitalization of unity of labor and capital
- 1.3 Tendency of consumption capitalization which based on personal knowledge

Part V Consumer Capital and Economic Development

Chart 1 Trend of China's economy and advent of Consumer Capital

- 1.1 Growth model of economy and consumption dilemma
- 1.2 Playing role of consumption actively for long-term China's economic development

Chart 2 Meaning of Consumer Capital which spending on economic sustainable development

- 1.1 Formatting the quality growth model of economy
- 1.2 Helping protection of consumers' rights
- 1.3 Promoting development of domestic market and economic security
- 1.4 Reducing of international trade friction; influencing world by domestic consumption
- 1.5 Promoting realization of China's harmonious of production and consumption by using of consumer capital theory

Chart 3 Support actively of DA DAO consumption system

- 1.1 Background and significance of DA DAO consumption system
- 1.2 DA DAO consumption system; a new and advanced consumption concept
- 1.3 Interpretation of operation principle of DA DAO consumption system
- 1.4 Supportive polices and strategic recommendations of DA DAO consumption system



| | |
|----------------------------|-----------|
| 第一章 传统经济学中的消费经济理论概览 | 1 |
| 第一节 中国古代消费思想 | 2 |
| 一、中国历史上若干有影响的消费思想 | 2 |
| 二、中国古代需求思想探究 | 13 |
| 第二节 西方经济学中的消费思想 | 18 |
| 一、西方消费理论的发展 | 18 |
| 二、当代西方消费经济学研究的 主要问题及观点 | 29 |
| 三、消费经济理论研究的相关工具 | 37 |
| 四、社会消费趋势预测 | 61 |
| 第二章 消费资本论原理 | 69 |
| 第一节 消费价值论 | 69 |
| 一、消费价值概念的背景 | 69 |
| 二、消费价值 | 71 |
| 三、消费价值量 | 77 |
| 四、消费价值与使用价值 | 79 |
| 五、消费货币：消费第三方的出现 | 82 |
| 六、消费国民收入 | 83 |
| 第二节 消费资本化 | 84 |
| 一、消费资本化的性质 | 84 |
| 二、实体形态的消费增值 | 86 |
| 三、货币形态的消费增值 | 90 |
| 第三章 大道消费系统的经济学分析 | 96 |
| 第一节 大道消费系统的市场体系 | 97 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 一、消费商品市场 | 97 |
| 二、消费货币市场 | 98 |
| 三、消费资本市场 | 103 |
| 四、消费资本货币市场 | 106 |
| 五、消费收入 | 108 |
| 第二节 大道消费系统的循环过程 | 110 |
| 一、大道消费系统的成立基础 | 110 |
| 二、大道消费体系的消费资本增值和循环过程 | 112 |
| 第四章 消费资本化的前沿动态 | 114 |
| 第一节 消费主体的资本化倾向 | 115 |
| 一、消费的主体价值基础：对消费的行为经济学研究 | 115 |
| 二、消费主体的价值层次：简单再生产层面 与资本层面 | 139 |
| 第二节 作为自由的“消费资本” | 151 |
| 一、能力理论 | 153 |
| 二、以选择来刻画“消费资本”的其他理论 | 166 |
| 第三节 劳资合一、产销合一中的异质消费资本化倾向 | 175 |
| 一、产销合一的消费资本化倾向 | 175 |
| 二、劳资合一的消费资本化倾向 | 184 |
| 三、基于个人知识的消费资本化倾向 | 188 |
| 第五章 消费资本论与经济发展 | 197 |
| 第一节 中国经济发展趋势与消费资本理论的问世 | 198 |
| 一、经济增长模式的转变与消费困境 | 198 |
| 二、积极发挥消费力对中国经济长期发展的作用 | 200 |
| 第二节 消费资本论对经济可持续发展的意义 | 203 |
| 一、形成有质量的经济增长模式 | 203 |
| 二、有助于保护消费者权益 | 203 |
| 三、促进国内市场的发育和经济安全 | 204 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 四、减少国际贸易摩擦：通过国内消费影响世界 | 205 |
| 五、利用消费资本论，促进中国“和谐生产 与消费”的实现 | 207 |
| 第三节 积极扶持大道消费系统 | 209 |
| 一、大道消费系统产生的意义 | 209 |
| 二、大道消费系统：一种崭新的、先进的消费理念 | 211 |
| 三、大道消费系统运行原理的解读 | 212 |
| 四、大道消费系统的扶持与策略建议 | 217 |
| 参考文献 | 219 |
| 后 记 | 221 |