

劳动人事干部专修科试用教材

消费经济学

劳动人事部干部教育局组织编写

劳动人事出版社

7.3

消费经济学

劳动人事部干部教育局组织编写

劳动人事出版社出版

(北京市和平里中街12号)

北京印刷二厂印刷

850×1168毫米 大32开本 8印张 190千字

1985年9月北京第1版 1985年9月第1次印刷

印数1—20,000

书号: 7229·0124

定价: 1.65元

前 言

为了适应劳动人事干部专业学习的需要,加快劳动人事干部队伍的“四化”建设,由劳动人事部干部教育局组织并吸收北京经济学院、中国人民大学劳动人事学院组成了劳动人事管理专业干部专修科教材编写领导小组。广泛征求了各省、自治区、直辖市劳动人事厅(劳动局、人事局)对课程设置的意见,约请了部分专家、学者和教师,编写了这套劳动人事干部专修科两年制大专教材。

这套教材以马克思列宁主义、毛泽东思想为指导思想,以《中共中央关于经济体制改革的决定》为指针,力求准确地阐述和介绍劳动、人事管理专业各门学科的基本原理和知识,注意到内容的科学性、系统性和相对稳定性,并本着改革的精神,尽可能地吸取了劳动、人事工作实践的新经验。

这套教材除供全国劳动人事干部专业学习外,对于大专院校、科研单位从事劳动人事教学、研究工作的人员也有参考价值。

协助编写这套教材的主要单位有:中国人民大学劳动人事学院、北京经济学院、中国社会科学院、湘潭大学、中国人民大学、北京大学、中国政法大学、国家经委、国家统计局、中央党校和劳动人事部劳动科学研究所等。对上述单位给予的大力支持,谨表谢意。

《消费经济学》是这套教材中的一种。由尹世杰主编。参加编写者有尹世杰、郑必清、李新家、袁培树、蔡尤礼、国世平、蔡畅元、蔡德蓉、熊学刚。本书由刘方域和杨圣明审稿,劳动人事管理专业干部专修科教材编写领导小组集体讨论并提出修改意见后由主编定稿。庄静和练岑作了编辑加工工作。

由于劳动人事专业长期被忽视，基础较薄弱，加上我们水平有限，时间短促，缺点和错误在所难免，欢迎广大读者批评指正，以便在今后的修订中不断提高，日臻完善。

劳动人事部干部教育局

一九八五年三月

目 录

绪论	(1)
第一节 消费过程的二重性和消费关系	(1)
第二节 消费关系及其运动规律是消费经济学研究的对象	(4)
第三节 社会主义消费经济学的研究方法	(12)
第四节 学习和研究消费经济学的意义	(16)
第一章 消费在社会再生产中的地位 and 作用	(19)
第一节 消费与生产的关系	(19)
第二节 消费与分配的关系	(24)
第三节 消费与流通的关系	(27)
第四节 消费对实现国民经济良性循环的作用	(31)
第二章 消费需要	(38)
第一节 社会需要与需求上升规律	(38)
第二节 消费需要的发展趋势	(47)
第三节 消费需要的结构与生产结构	(52)
第三章 家庭消费	(59)
第一节 家庭消费的地位和作用	(59)
第二节 家庭收入和支出	(64)
第三节 家庭消费关系的特点	(71)
第四节 家庭消费的组织	(77)

第四章 社会公共消费	(80)
第一节 社会公共消费的客观基础与作用	(80)
第二节 影响社会公共消费的主要因素	(89)
第三节 社会公共消费发展的一般趋势	(94)
第五章 消费水平	(102)
第一节 消费水平是消费状况的综合反映	(102)
第二节 影响消费水平的主要因素	(104)
第三节 消费水平的几种主要类型的差异	(108)
第四节 合理消费水平的确定	(116)
第五节 小康水平和提高消费水平的途径	(121)
第六章 消费结构	(127)
第一节 消费结构及其研究的意义	(127)
第二节 影响消费结构的主要因素	(130)
第三节 消费结构变化趋势和规律性	(135)
第四节 消费结构合理化	(142)
第七章 消费方式	(148)
第一节 消费方式及其制约的因素	(148)
第二节 社会主义消费方式的基本特征	(152)
第三节 进一步健全和完善我国的社会主义消费方式	(157)
第四节 建设文明健康科学的生活方式	(164)
第八章 消费者心理	(169)
第一节 消费者心理的一般活动和研究 消费者心理的意义	(169)
第二节 影响消费者心理的因素	(176)
第三节 消费者心理变化的规律性	(182)
第九章 消费决策	(187)

第一节	消费决策的含义与作用	(187)
第二节	宏观消费决策的客观依据	(191)
第三节	宏观消费决策的主要内容	(194)
第十章	消费者权益	(205)
第一节	社会主义制度下消费者权益的客观依据	(205)
第二节	消费者权益的内容	(208)
第三节	如何维护消费者权益	(212)
第十一章	消费效益	(517)
第一节	消费效益的内涵及其评价	(217)
第二节	影响消费效益的主要因素	(226)
第三节	提高消费效益的主要途径	(231)
第十二章	消费引导	(235)
第一节	为什么必须引导消费	(235)
第二节	引导消费的基本原则	(238)
第三节	消费引导的途径和方法	(244)

绪 论

人们在生产和生活中，总要消耗一定的物质资料和劳务。除了有些物资是直接由自然界提供的以外，人们消耗的绝大部分物质资料和全部劳务，都是在生产中创造的。为了获得产品，必须耗费燃料、原材料，造成生产工具的磨损，还要耗费活劳动。这些是生产性消费。它和生产具有直接的同一性，不是本书所要研究的。除此以外，为了人类本身的生存和发展，人们还必须吃食物、穿衣服、住房子，满足各种生理上和精神上的需要，这些就是生活消费。本书所研究的消费，是指生活消费。

第一节 消费过程的二重性和消费关系

人们在生活中，消费一定的物质资料和劳务来满足自己各种各样的需要，这个过程具有二重性质。一方面，它具有自然过程的性质。表现在如下三方面，第一，就消费品^①的使用价值满足人们某种特定的需要来看，它具有生理学 and 心理学意义上的自然过程的性质。例如通过消费食物来摄取人体所需要的各种营养素，这是人体内新陈代谢的生理过程。人们观看文艺节目，从中获得艺术上的享受，这与人们的精神和心理活动作为一个自然过程密切相关。第二，消费是在一定的自然条件和自然环境中进行的，自然地理条件，气候、空气和水源是否受污染、生态系统是

① 如果不是分别地考察物质消费品和劳务消费品，本书中讲消费品时，一般都包括这两个方面的内容。

否平衡等等都会在不同程度上以不同方式影响消费，这些也主要地具有自然过程的性质。第三，需要特别指出的是，如果我们把生产力理解为人和自然界的关系，那么即使生产力与消费的关系极为密切，就这些联系本身而言，在消费过程中也不表现出某种特定的社会规定性。例如生产力发展了，一般说来会提高人们的消费水平，但是怎样提高，提高多少，提高哪些人的消费水平，则要受到生产力和消费本身之外许多因素的制约。

另一方面，人们总是生活在一定的社会联系之中，任何人都不是离开社会而孤立地存在的。人的本质就是“一切社会关系的总和”^①，因而消费也总是在一定的社会关系下进行的，是人们的一种社会的行为和过程。马克思一贯强调消费的社会性，认为“我们对于需要和享受是以社会的尺度，而不是以满足它们的物品去衡量的。因为我们的需要和享受具有社会性质”^②。人们的社会关系是多方面的，政治制度、阶级斗争、种族、战争与和平、民族、文化传统，风俗习惯、道德、哲学与宗教等等都会不同程度地影响人们的消费。例如，在旧中国，广大的劳动群众过着饥寒交迫的生活，这是与当时黑暗的政治制度、国外帝国主义的侵略，国内军阀混战有很大关系。又如许多少数民族都有自己特殊的消费习惯：信仰宗教的人要消费宗教活动用品。他们的闲暇时间也要有一部分用于进行宗教活动；等等。这些都表明人们的消费要受到各种社会关系的影响，或者说，人们的各种社会关系会不同程度地在人们的生活消费中反映出来，形成消费的各种各样的社会规定性。在这里，我们强调的只是人们社会关系中一个特定的方面，那就是人们的经济关系。它们自然更加明显地在消费领域中表现出来，给消费过程带来一系列经济学意义上的社会属性。这可以从以下几个不同的侧面来考察。

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1972年版（下同），第18页。

② 《马克思恩格斯选集》第1卷，第368页。

首先，社会经济活动总是一定的物质再生产过程，正如马克思所指出的，它包括生产、分配、交换和消费四个环节，缺一不可，在整个再生产过程中，“生产的一切时代有某些共同标志、共同规定。”^①例如生产决定消费，消费又反作用于生产等等，它们在任何社会经济形态下都是适用的，是人类社会经济中的普遍联系。既然消费是社会再生产的一个内在的环节和要素，这些一般的联系全在消费领域中表现出来。这些在后面还有较为详细的论述。

其次，任何社会物质生产过程，无论是自给自足的经济，还是商品经济形式。它们中间的经济联系也会反映到消费过程中来。商品生产和商品交换存在于不同的社会经济形态下面，我国的社会主义生产同时又是商品生产，它给消费带来一定的特点。例如，由于商品生产的存在，人们可能得到满足的需要，就表现为有购买力的需求，消费也就可以分为商品消费和非商品（自给消费品）消费两部分，消费结构也就有了相应的区分。消费品价格的变化还会引起人们消费需求和消费结构等方面的变化，等等。这一切都表明消费过程在商品生产下具有一系列由商品生产带来的属性。

第三，“社会生产过程既是人类生活的物质生存条件的生产过程，又是一个在历史上经济上独特的生产关系中进行的过程。”^②历史上任何一种特定的生产关系都会使社会物质再生产过程带上特殊的历史规定性。这就使得例如资本主义制度下的再生产过程同社会主义制度下的再生产过程具有根本性的区别，因而使处在两种不同制度下的消费过程也就具有根本的区别。在资本主义制度下，个人消费完全从属于资本主义生产目的——资本家攫取最大限度的剩余价值。资本家的个人消费也是服从于他作为人格化的资本这个职能的，而工人的消费则完全象给机器添油，给牲口喂饲料一样从属于资本主义生产。因而在个人消费领域中，资

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，第88页。

② 《马克思恩格斯全集》第25卷，第925页。

本主义社会的阶级对立，不同阶级的经济地位，他们对于生产资料的关系和在生产中的地位和作用，全都在消费上得到了一定的表现。而在社会主义制度下，最大限度地满足人民群众不断增长的物质生活和文化生活的需要是生产的目的。人民群众生活消费状况的稳定而又持久地获得改善，反映出社会主义生产关系的根本要求，表现人民群众在社会主义社会中的经济地位和经济利益。因此，在消费中，表现出一定社会生产关系的特征。

第四，社会主义生产关系的根本方面还会表现为一定的经济体制，不同的经济体制对于满足人民群众不断扩大的消费需要有不同的作用。基本上相同的体制在不同时期也会有不同的作用。建国三十五年来，人民生活消费的状况从一定程度上反映了我国社会主义经济体制方面的情况。在人民的消费中有些规定性是由经济体制带来的。例如人民消费水平之处于相同的层次就在一定程度上反映出过去分配体制上的某种平均主义倾向。

从以上的分析可以看到，人们在社会生产中所结成的各方面的经济联系，他们的社会生产关系的各个层次和各个侧面都会不同程度地表现在甚至是最终实现在人们的生活消费领域。我们把人们在消费领域里结成的全部经济关系，或者说人们的社会生产关系在消费领域中的表现称作消费关系。一定的生产关系总是形成一个完整的体系和再生产的物质技术过程相结合而表现在现实的经济过程中。社会主义生产关系表现为直接生产过程中的关系、分配关系、交换关系和消费关系。要具体地研究社会主义的生产关系，就必须研究它的所有这些方面。

第二节 消费关系及其运动规律是 消费经济学的研究对象

消费过程既然具有二重性，其中体现出各种关系，那么，哪

些关系是消费经济学的研究对象^①呢？我们认为，社会主义消费经济学的研究对象是：社会主义条件下，人们在生活消费过程中结成的整个经济关系，即消费关系和它的运动规律。它主要包括：（一）社会主义社会不同阶层、不同社会集团以至不同劳动者，在消费实践中各自的地位及其相互关系；（二）社会主义社会不同阶层、不同社会集团在消费水平、消费结构、消费方式等方面的差别和联系及其发展趋势；（三）从全社会来说，消费水平、消费结构、消费方式等方面各自的发展趋势和规律性，等等。这些方面最终反映出人民群众在社会主义社会中的经济地位，反映出社会主义生产关系其中包括人民群众所获得的物质利益的最终实现。

对消费关系可以从纵横两个方面来分析。纵的方面是：把个人和社会的生活消费摆在社会再生产四个环节的总体联系中来考察，考察消费关系在社会主义生产关系中的地位与作用。在一定的生产、分配和交换关系的制约下，应当产生怎样的消费关系或只能实现怎样的消费关系；消费关系又怎样对直接生产过程中表现出来的生产关系，分配领域和流通领域中表现出来的生产关系的形成、发展和变化所起的巨大作用。这里还要分析社会主义消费关系对于社会主义经济增长的作用，它在整个社会主义经济、社会发展战略中的地位以及对于社会主义生活方式的形成、发展和完善所起的作用。总之，这里要揭示出消费关系怎样作为社会主义生产关系的整个体系的一部分，而表现出其中那些根本的方面，同时它又怎样作为最终表现和实现形态起着完善社会主义生产关系的作用。从横的方面来分析，就是要在一定的社会生产基础上，以一定的生产、分配、交换诸环节中表现的生产关系为前

① 关于消费经济学的研究对象，目前在学术界尚有各种不同的观点，例如，有的认为消费经济学研究的是消费力、消费关系及其相互关系；有的认为，是研究消费力的合理组织等等。

提，研究消费环节本身内部各方面的联系，揭示社会主义消费关系自身发展变化的规律性。这里要研究消费需要、消费水平、消费结构、消费方式与消费效果等一系列范畴。它们是只有在消费领域里才表现出来的。例如人们消费些什么种类的消费资料和劳务，每种消费多少，表明消费结构的状况。研究消费结构，首先应该把它摆在社会再生产四个环节的纵向联系中，来考察它所处的地位和所起的作用。这包括生产、分配、交换关系对消费结构的形成、变化和发展起什么作用，通过什么机制对消费结构发生作用；反过来，消费结构与产业结构有什么内在联系；怎样根据消费结构来调整产业结构；产业结构的合理化又怎样促进消费结构的合理化；消费结构对消费品的分配结构有什么要求；对流通又有什么要求；如何根据消费结构的变化来设置商业网点，组织商品供应以及调整流通渠道和环节等等。只有具体地、深入地分析上述问题，消费结构在社会再生产纵向联系中的地位与作用，才能得到全面的说明。其次，既然消费是社会再生产一个相对独立的环节，那么，在生产、分配、交换对消费一定作用的前提下，消费环节本身内部的特殊矛盾，对消费结构的形成、变化和发展趋势也起着巨大的作用。诸如个人收入的高低、消费品价格、消费水平、消费方式、消费心理和习惯等等，都在不同程度上决定和影响着消费结构。

当然，研究消费关系不仅是为了揭示它本身的规律性。同时也是为了揭示整个消费关系对于社会再生产运动，对于社会主义经济建设和社会发展，对于社会主义生活方式的作用，揭示消费关系对于促进社会生产力发展的作用，对于完善社会主义生产关系的作用。

社会主义消费经济学还要研究社会主义制度下和资本主义制度下消费关系的根本区别。通过二者的对比，说明社会主义消费关系所体现的社会进步以及劳动群众所获得的物质利益。从而论

证和宣传社会主义制度的优越性。同时，人民生活消费状况如何，也表现出一定的经济体制对于满足人民的需要方面的职能和效率。因此通过建国以来人民消费状况变化的历史考察，总结正反两个方面的经验，可以为经济体制的改革提供一定的依据。

此外，消费领域中还有各种特殊矛盾、特殊规律，例如：社会主义国家与企业（集体）以及作为消费的基本单位的家庭之间的矛盾；消费品供求矛盾；消费的国民差异、地区差异和民族差异；等等。如何使这些矛盾得到合理的解决，使消费关系不断完善。如何通过消费关系的不断完善来促进整个社会主义生产关系的不断完善；这些都是消费经济学应该研究的问题。

把消费关系确定为社会主义消费经济学的研究对象，很可能引起不同的意见。有人引用马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中的一段话：“……消费这个不仅被看成终点而且被看成最后目的的结束行为，除了它又会反过来作用于起点并重新引起整个过程之外，本来不属于经济学的范围。”^①并据此认为：消费不属于经济学范围。这是一种误解。联系这段话的上下文来看，马克思是在批判资产阶级经济学把资本主义生产看作“生产一般”，看作合乎自然的永恒的一般生产过程的观点；批判所谓“消费是个别”，把资本主义社会的消费说成是与社会制度无关，从而否认资本主义生产与消费之间对抗性矛盾的观点。资产阶级经济学把消费看成是纯粹生理性的一种自然过程，故意避开消费的社会性，把它描述为“在消费中，产品脱离这种社会运动，直接变成个人需要的对象和仆役，被享受而满足个人需要。”^②按照这种“肤浅的表象”来看，消费当然“不属于经济学的范围”了。其实，马克思在这里讲得很清楚，消费是社会再生产内的环节之一，对生产以及整个再生产来说作为“终点”，作为“最后目的的结束行为”，不仅仅作

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，第92页。

② 《马克思恩格斯选集》第2卷，第91页。

用于生产(“反过来作用于起点”),而且反作用于包括分配、交换在内的整个社会再生产过程(“并重新引起整个过程”)。马克思正是从生产、分配、交换、消费的内在联系来批判资产阶级经济学关于这个问题的肤浅认识,从而揭示了资本主义生产关系的实质。马克思正确地揭示了消费在社会再生产中的地位与作用,并且通过分析资本主义条件下消费的特点,指明了消费关系的阶级属性和社会属性。这里,我们把消费关系确定为消费经济学的研究对象,正是要在社会再生产运动中,在人们的经济联系中,研究消费的社会属性、社会形式,这是符合马克思主义经济学的基本原理的。

为了能够透彻地理解社会主义消费经济学的对象,必须研究消费关系中作为一般的、在任何社会经济制度下都存在的那些普遍联系。因为社会主义消费关系,从某种意义上讲,也不过是这种一般联系在社会主义经济制度下所采取的特殊形式。消费领域中的一般联系以及消费与社会再生产各环节的一般联系,马克思主义经典作家有许多深刻的论述,应该成为我们研究消费经济学时由以出发的思想材料和指南。其次,马克思主义经典作家对于资本主义社会的消费关系可以说有完整的论述,这些集中地体现在《资本论》、《英国工人阶级状况》等著作中。尽管由于科学技术的进步和生产力的发展,提高了劳动力再生产的费用,从而提高了工人的消费水平,但是马克思恩格斯所揭示的资本主义消费关系的基本原理,个人生活消费中所表现出来的阶级关系仍然没有变。这些为我们对比研究资本主义条件下的消费关系直接提供了理论上的依据。马克思主义经典作家关于社会主义社会及其消费方面的科学论述对于我们的研究更具有直接的指导意义。因此,在研究和学习社会主义消费经济学时,必须以马克思列宁主义政治经济学的基本原理和科学方法为指导。

消费关系是消费领域中表现出来的经济关系,除经济关系以外的其他关系,不是消费经济学的对象。例如我们在第一节中分

析过的，人们作为消费者与消费品的使用价值之间的关系，消费与自然环境与自然条件的关系，不属于人们之间的经济关系，当然不属于消费经济学的研究对象，而是生理学、心理学、营养学、商品学、环境保护、生态平衡等学科所要研究的。但是如果我们只看到消费作为自然过程的方面，看不到消费作为社会过程的方面，因而认为消费仅仅是上述学科所要研究的，不是经济学的研究对象，那就不对了。

虽然消费经济学不以消费作为自然过程的方面为对象，但是过程的这一方面与消费过程中表现出来的经济关系极为密切。因为，虽然“经济学所研究的不是物，而是人和人之间的关系……；可是这些关系总是同物结合着，并且作为物出现”^①，例如，人体对食物中所含营养素的要求有一定的科学标准，这个标准和人口的数量与构成规定着社会总人口所需食物的数量和构成，这是确定食品生产，包括农业生产和食品工业生产的任务和目标的一个科学上的依据。社会可以依据自然资源和生产力的结构等，选择不同的方案以满足人们对食物的需要，但是这些可供选择的方案，乃至发展的战略都必须能够达到上述目标。又如，消费的自然环境是影响消费质量的一个重要因素。因此，消费经济学在研究消费领域中的经济关系时，是必须联系消费作为自然过程这一方面的。

其次，研究消费关系必须联系社会生产力，生产力决定生产关系，决定消费关系。离开了生产力的一定水平和状况，研究消费关系就失去了客观基础；同时也不利于根据生产力的发展变化及时地调整消费关系，以推动生产力更快的发展。例如，怎样根据我们生产力水平低并且多层次的情况，来确定各阶层人民（包括工农之间、城乡之间、脑力劳动者和体力劳动者之间）的消费水平及其提高速度的对比关系？如何根据不同层次的生产力来研究各

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，第123页。

阶层人民的消费结构及其发展趋势和规律性？在不同层次的生产力基础上，如何确定社会公共消费与个人消费增长速度的对比关系？另一方面，如何确定居民消费水平等方面的合理差别，使这种差别既能保证全体人民生活水平的提高，又最有利于调动劳动者的积极性。如何在可能的情况下，把消费水平提高到一定的程度，把消费结构作某些适当的调整，使之最利于提高劳动者的素质，改变社会总体劳动力的知识结构和技术结构，使之符合生产力发展的要求，促进生产力的发展。对于这类问题，离开了生产力的发展水平和状况的研究，是无法进行科学探讨的。

与此同时，生产力与消费力具有一种内在的联系。不论把消费力理解为消费者（或者他们全体）消费各种物质资料和劳务的能力，还是理解为有支付能力的消费力，消费力归根结底由生产力的发展水平所决定。因为正是生产力的发展，生产力内在结构和产业结构的改变，为人们提供了不同的消费品，规定着不同的消费水平，因而最终规定着人们的消费能力，也规定着一定的社会生产满足需要的程度和能力。在存在商品生产的情况下，在一定生产力发展水平上有可能实现的消费能力表现为支付能力或购买力。不同部门间生产力发展的不平衡改变了消费品之间的比价，从而引起价格的变动，最终引起消费力的变动和消费水平、消费结构、消费方式等的改变。

消费力与消费关系的联系是极其密切的。作为消费者消费各种消费资料和劳务的能力，对于他们的消费结构、消费水平和消费效果有很大的作用。社会生产所能满足社会成员消费的程度和能力，与整个社会再生产、与生产关系都是密切相联的，它对宏观消费结构、消费水平和效果等具有决定性的意义。同时消费关系的改变也会引起消费力的改变。如果说消费关系是生产关系的一定方面，消费力又是生产力一定方面的反映，那么消费关系和消费力的联系，则是生产关系与生产力的联系在一定意义上的表现。