



市场消费引导

张少龙 著

SHI CHANG XIAO FEI YIN DAO

华工商联合出版社

(京)新登字 301 号

责任编辑:邢厚田 魏鹤冬

封面设计:徐 宏

图书在版编目(CIP)数据

市场消费引导/张少龙著.-北京:中华工商联合出版
社,1995.8

ISBN 7-80100-102-8

I. 市… II. 张… III. 市场经济-消费心理-消费经济学
IV. ①F713.55②F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 13333 号

中华工商联合出版社出版 发行

(北京市朝阳区西大望路甲 27 号 邮编 100022)

河北香河第二印刷厂印刷

新华书店总经销

1995 年 8 月第 1 版 1995 年 8 月第 1 次印刷

850×1168mm 1/32 印张 9.25 220 千字

印数:1—3000 册

定价:15.00 元

序 言

张少龙写了《市场消费引导》，要我写一篇序言。我对这个问题没有作过系统的研究，也没有时间对全书作很好的琢磨，在这里只能就全书的框架与某些要点讲些一般的道理。

这本书是分八个部分来展开论述的，标题《市场消费引导》也可以说是画龙点睛，开宗明义。消费引导是现代市场经济的重要课题，作者在第一部分就把市场消费理论与市场经济理论接轨，这是适应我国经济体制正在从计划经济向市场经济转换这一形势要求的，在立论上赋有新意。因为，作为研究市场消费的理论，既可以从消费经济一般说起，也可以从市场经济一般说起。个人认为，从某种意义上说，市场经济也就是以消费为导向的消费者至上经济，因而也就比较欣赏作者在著述中的安排。在这一基础上，作者文随题转，逐段展开了对消费行为、消费心理、消费者接受、消费者权益、消费体制、消费战略等方面的分析研究，也就起到了引人入胜的作用，这是我要讲的第一点。

再说，在展开论述时，张少龙把对消费主体的研究放在第一位，也是颇有道理的。作者认为：“消费主体行为观察是确定总体消费发展战略的基础”。从上述认识出发，他在第二部分率先研究消费主体，在最后一部分才研究消费发展战略。应该说，这是在经济发展战略研究中的一种新思路。大家知道，在传统的计划经济体制下，我们总是把确定发展速度作为制订长远规划与发展战略的出发点；在制订消费品发展战略时，也就把消费品生产与出口发展速度作为它的出发点，迄今也还是如此。现在看来，这种规划工作方法很需要尽快改一改。不仅要改变从速度出发来制订整个经济社

会发展战略的旧习惯,也要改变从消费客体——消费品生产出发来制订消费发展战略的老方法。因此,本书作为一家之言,在这一方面给读者以启发,也就值得我们重视。这是我要讲的第二点。

第三点,对具体情况作具体分析,这是本书的又一个特点。在研究消费主体的时候,作者把生活消费划分为个人消费、居民家庭消费和社会集团消费三大块作分类分析,条理比较清晰。在对这三类消费主体的分析中,作者又分别对它们各自的具体特征和变化趋向作进一层的分析。这种分类解剖、逐层分析的写作方法贯穿于全书的各个部分与段落,给人们以深刻的印象,值得欢迎。

最后,讲一讲我与张少龙的合作过程与合作领域。我与张少龙大体是在十年前认识的。当时我是轻工业部的研究人员,他是新分配到轻工业部干部学院的年轻教师,在我到学院每次讲课的时候,他经常前来听课并帮我备课,因而也就成为我讲述轻工业经济管理课程的重要助手,也是我正在写作的《现代企业制度原理与实务》和《消费品生产与流通经济学》的重要合作者。此外,在消费经济学领域,他还是北京大学的刘方斌教授与中国社科院的杨圣明研究员的助手与合作研究者。但是,在我与他接触过程中,发现他从来不照抄照搬我们某一个人的观点,而是兼收并蓄,形成自己的特色。应该说明,我与张少龙的合作领域还有一个重要方面,就是共同开展对经济发展与体制改革中的各种实际问题的调查。这类调查不限于消费经济学或消费品生产领域,而是广泛涉及许多方面,诸如对城镇集体企业试行股份制与股份合作试点的调查,对企业技术引进与技术改造的调查,对经济管理部门职能转换过程的调查等等。在这一方面,我们配合也是较为成功的。他是我与青年理论工作者中合作面较宽的一个,也是理论联系实际比较紧密的一个。这一点在本书中也有所体现,值得读者注意。

当然,这本书也还存在着一些值得商榷的地方。如文中提到“影响家庭消费的基本因素之一就是家庭本身,具体包括家庭职

能、家庭结构、家庭地位、家庭生命周期等”，我认为这一论断是不合逻辑的。在他列举的诸多因素中确实都会在某一方面影响家庭消费的变化，但是不宜把它们归纳为家庭因素本身。总之，现代市场消费问题，涉及到的内容很多，希望作者继续研究，深入探讨，多出成果。自古英雄出少年。后继有人，后来居上，对此，我充满信心。

戎文佐

一九九四年一月十八日

目 录

序	戎文佐
第一章 市场经济与市场消费	(1)
市场经济 ABC	(1)
市场经济的提出	(1)
市场经济的特征与功能	(6)
市场经济下的消费	(10)
向市场消费转变	(10)
消费将成为市场经济下的热点问题	(13)
市场消费及其实现	(18)
对市场消费的理解	(18)
实现市场消费的主要对策	(22)
第二章 市场消费行为主体	(25)
个体消费行为	(25)
个体消费行为特征	(25)
我国个体消费行为特征的实证分析	(38)
居民家庭消费行为	(47)
居民家庭消费变化的主要因素	(47)
我国居民家庭消费行为分析	(52)
集团消费行为	(58)
集团消费行为的基本特征	(58)
集团消费行为状况的实证分析	(63)
第三章 市场消费心理分析	(73)
消费心理行为过程	(73)

消费者需要	(73)
消费者动机	(79)
消费者态度	(83)
消费者决策	(88)
消费者的评价	(94)
影响消费心理行为的基本因素	(97)
自然因素对消费心理的影响	(97)
经济因素对消费心理的影响	(100)
社会文化对消费心理的影响	(107)
第四章 消费者接受及其营销策略	(111)
消费者接受	(111)
消费者接受的基本涵义	(111)
消费者的拒绝	(118)
消费者接受的模型	(120)
促进消费者接受的营销策略	(124)
必须重视商品营销中的心理因素	(124)
必须充分发挥广告的心理功能	(129)
必须搞好商品的设计、商标、包装和订价	(134)
第五章 消费者权益及其保护	(139)
消费者主权论	(139)
消费者主权论的提出	(139)
消费者主权论和生产者主权论	(141)
消费者权利	(142)
消费者权利的概念	(142)
国外对消费者权利的规定	(143)
我国对消费者权利的规定	(144)
消费者权益保护	(146)
消费者权益保护问题的提出	(146)

保护消费者权益的途径·····	(148)
我国保护消费者权益状况·····	(151)
市场经济下的消费者权益保护问题·····	(153)
第六章 市场消费引导与适度消费政策 ·····	(163)
市场消费引导的必要性·····	(163)
变异:市场消费引导之缘由 ·····	(163)
结论:必须加强市场消费引导 ·····	(166)
市场消费引导方式·····	(169)
消费者的教育·····	(169)
企业行为引导·····	(173)
坚持适度消费政策·····	(177)
第七章 市场消费体制改革 ·····	(189)
对市场消费体制的界定·····	(189)
什么是消费体制·····	(189)
市场消费体制包括的内容·····	(190)
市场消费体制改革·····	(196)
市场消费体制改革的必要性·····	(196)
市场消费体制改革思路·····	(198)
第八章 市场消费战略 ·····	(203)
小康消费战略·····	(203)
小康战略的提出·····	(203)
小康消费战略提出的意义·····	(206)
我国消费发展战略框架设计·····	(211)
改革开放以来我国居民消费状况回顾·····	(211)
我国居民消费变化趋势·····	(214)
我国消费发展战略思路·····	(226)
居民消费对经济发展的影响·····	(226)
我国今后一个时期的消费政策思路·····	(230)

附录一	我国现行消费品市场疲软成因与对策·····	(238)
附录二	邓小平同志的消费经济理论·····	(271)
后记	·····	(285)

第一章 市场经济与市场消费

市场经济是消费者至上经济。在市场经济条件下,消费在社会再生产过程中的先导和枢纽作用将日显突出。市场消费问题自然被提到议程,需要我们予以回答。

一、市场经济 ABC

(一)市场经济的提出

1. 邓小平同志六论市场经济

“市场经济”的提出被公认为我国继 1978 年“实践是检验真理标准”讨论后的又一次思想解放运动。作为中国改革的总设计师——邓小平同志则又一次成为“市场经济”理论的先驱者。根据有关资料表明,小平同志曾六论市场经济问题^①

一是 1979 年 11 月 26 日同《大不列颠百科全书》副总编吉布尼等人的谈话。在谈话中邓小平同志指出,说市场经济只限于资本主义社会,资本主义的市场经济,这肯定是不正确的。社会主义为什么不可以搞市场经济?这个不能说是资本主义。我们是计划经济为主,也结合市场经济。他说,市场经济在封建社会时期就有了萌芽。社会主义也可以搞市场经济。他还说,社会主义的市场经济方法上基本上和资本主义相似,但也有不同。这是全民所有制之间的关系,当然也有同集体所有制之间的关系,也有同外国资本主义

^① 参见《著名学者论社会主义市场经济》中龚育之的文章。

的关系。但是归根到底是社会主义的，是社会主义国家。

二是1984年10月22日在中央顾问委员会第三次全体会议上的讲话。十二届三中全会的《决定》，突破了把商品经济同资本主义等同起来，同社会主义计划经济对立起来的传统观点，确认了“社会主义计划经济必须自觉依据和动用价值规律，是在公有制基础上的有计划的商品经济”的新观点，提出了“发展社会主义商品经济”的新方针。小平同志称赞说，“这次文件好，就是解释了什么是社会主义，有些是我们老祖宗没有说过的话，有些新话。我看讲清楚了。过去我们不可能写出这样的文件，没有前几年的实践不可能写出这样的文件。写出来，也很不容易通过。我们用自己的实践回答了新情况下出现的一些新问题。”

三是1985年10月23日同美国企业家代表团的谈话。小平同志说，“过去我们搞计划经济，这当然是一个好办法，但多年的经验表明，光用这个办法会束缚生产力的发展，应该把计划经济和市场经济结合起来，这样就能进一步解放生产力，加速生产力的发展。”

四是1989年6月9日在接见首都戒严部队军以上干部时的讲话。小平同志说：“我们要继续坚持计划经济和市场调节相结合，这个不能改。实际工作中，在调整时期，我们可以加强或者多一点计划性，而在另一个时候多一点市场调节，搞得灵活些。”

五是1990年12月的一次谈话。小平同志指出，必须从理论上搞懂，资本主义与社会主义的区分不是计划，市场这样的内容，社会主义也有市场调节，资本主义也有计划控制……不要以为搞市场经济就是资本主义道路，没那回事。计划经济和市场调节都得要。不搞市场，自甘落后，连世界信息都不知道。

六是1992年1月至2月的南巡讲话。小平同志说：“计划多一点还是市场多一点，不是社会主义与资本主义的本质区别。计划经济不等于社会主义，资本主义也有计划；市场经济不等于资本主义，社会主义也有市场，计划和市场都是经济手段。

2. 十四大明确提出建立社会主义市场经济体制

江泽民同志在党的十四大报告中强调指出,我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。

江泽民说,我国经济体制改革确定什么样的目标模式,是关系整个社会主义现代化建设全局的一个重大问题。这个问题的核心,是正确认识和处理计划与市场的关系。传统的观念认为,市场经济是资本主义特有的东西,计划经济才是社会主义经济的基本特征。十一届三中全会以来,随着改革的深入,我们逐步摆脱这种观念,形成新的认识,对推动改革和发展起了重要作用。邓小平同志今年初重要谈话进一步指出,计划经济不等于社会主义,资本主义也有计划;市场经济不等于资本主义,社会主义也有市场。计划和市场都是经济手段。计划多一点还是市场多一点,不是社会主义与资本主义的本质区别。这个精辟论断,从根本上解除了把计划经济和市场经济看作属于社会基本制度范畴的思想束缚,使我们在计划与市场关系问题上的认识有了新的重大突破。

报告提出,改革开放十多年来,市场范围逐步扩大,大多数商品的价格已经放开,计划直接管的领域显著缩小,市场对经济活动调节的作用大大增强。实践表明,市场作用发挥比较充分的地方,经济活力就比较强,发展态势也比较好。我国经济要优化结构,提高效益,加快发展,参与国际竞争,就必须继续强化市场机制的作用。

江泽民说,我们要建立的社会主义市场经济体制,就是要使市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用,使经济活动遵循价值规律的要求,适应供求关系的变化;通过价格杠杆和竞争机制的功能,把资源配置到效益较好的环节中去,并给企业以压力和动力,实现优胜劣汰;动用市场对各种经济信号反应比较灵敏的优点,促进生产和需求的及时协调。同时也要看到市场有其自身的弱点和消极方面,必须加强和改善国家对经济的宏观调控。

社会主义市场经济体制是同社会主义基本制度结合在一起的,在所有制结构上,以公有制包括全民所有制和集体所有制经济为主体,个体经济、私营经济、外资经济为补充,多种经济成分长期共同发展,不同经济成分还可以自愿实行多种形式的联合经营。国有企业、集体企业和其他企业都进入市场,通过平等竞争发挥国有企业的主导作用。在分配制度上,以按劳分配为主体;其他分配方式为补充,兼顾效率与公平。动用包括市场在内的各种调节手段,既鼓励先进,促进效率,合理拉开收入差距,又防止两极分化,逐步实现共同富裕。在宏观调控上,我们社会主义国家能够把人民的当前利益与长远利益、局部利益与整体利益结合起来,更好地发挥计划和市场两种手段的长处。

江泽民指出,建立和完善社会主义市场经济体制,是一个长期发展的过程,是一项艰巨复杂的社会系统工程。既要作持久的努力,又要有紧迫感;既要坚定方向,又要从实际出发,区别不同情况,积极推进。要大胆探索,敢于试验,及时总结经验,促进体制转换的健康进行。建立社会主义市场经济体制,涉及到我国经济基础和上层建筑的总体规划,有计划、有步骤地实施。我们相信,社会主义条件下的市场经济,应当也完全可能比资本主义条件下的市场经济运转得更好。

3. 十四届三中全会作出建立社会主义市场经济体制的决定

为贯彻落实十四大提出的经济体制的改革任务,加快改革开放和社会主义现代化建设步伐,党的十四届三中全会讨论并通过了《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,进一步明确了我国经济体制改革面临的新形势和新任务。《决定》指出:社会主义市场经济体制是同社会主义基本制度结合在一起的。建立社会主义市场经济体制,就是要使市场在国家宏观调控下对资源配置起基础性作用。为实现这个目标,必须坚持以公有制为主体、多种经济成份共同发展的方针,进一步转换国有企业经济机

制,建立适应市场经济要求,产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度;建立全国统一开放的市场体系;实现城乡市场紧密结合,国内市场与国际市场相互衔接,促进资源的优化配置;转变政府管理经济的职能,建立以间接手段为主的完善的宏观调控体系,保证国民经济的健康运行;建立以按劳分配为主体,效率优先、兼顾公平的收入分配制度,鼓励一部分地区一部分人先富起来,走共同富裕的道路;建立多层次的社会保障,促进经济发展和社会稳定。这些主要环节是相互联系和相互制约的有机整体,构成社会主义市场经济体制的基本框架。必须围绕这些主要环节,建立相应的法律体系,采取切实措施,积极而有步骤地全面推进改革,促进社会生产力的发展。

《决定》强调:建立社会主义市场经济体制是一项前无古人的开创性事业,需要解决许多极其复杂的问题。十五年来,我们已经走出一条卓有成效的改革之路,积累了丰富的经验。实践证明,毫不动摇地坚持邓小平同志建设有中国特色社会主义的理论,坚持党在社会主义初级阶段的基本路线,我们就能够经受各种考验,顺利实现改革开放和现代化建设的宏伟目标。在建立社会主义市场经济体制的进程中,我们应当在党的基本理论和基本路线指引下,始终坚持以是否有利于发展社会主义的生产力,是否有利于增强社会主义国家的综合国力,是否有利于提高人民的生活水平,作为决定各项改革措施取舍和检验其得失的根本标准,注意把握好以下几点:

——解放思想,实事求是。要转变计划经济的传统观念提倡积极探索,敢于试验。既继承优良传统,又勇于突破陈规,从中国国情出发,借鉴世界各国包括资本主义发达国家一切反映社会化生产和市场经济一般规律的经验。要警惕右,主要是防止“左”。

——以经济建设为中心,改革开放、经济发展和社会稳定相互促进,相互统一。发展是硬道理。只有抓住有利时机,深化改革,扩

大开放、大发展,才能巩固安定团结的政治局面。只有坚持四项基本原则,坚持两手抓,保持社会政治稳定,才能有力地保证改革开放和经济发展的顺利推进。在积极发展经济和改革开放的过程中,注意稳妥,避免大的损失和社会震动。

——尊重群众首创精神,重视群众切身利益。及时总结群众创造出来的实践经验,尊重群众意愿,把群众的积极性引导好、保护好、发挥好。在深化改革和发展经济的过程中,妥善处理积累和消费、全局和局部、长期利益和近期利益的关系,不断提高群众生活水平,使改革赢得广泛而深厚的群众基础。

——整体推进和重点突破相结合。改革从农村起步逐渐向城市拓展,实现城乡改革结合,微观改革与宏观改革相配套,对内搞活和对外开放紧密联系、相互促进,是符合中国国情的正确决策。重大的改革举措,根据不同情况,有的先制订方案,在经济体制的相关方面配套展开;有的先在局部试验,取得经验后再推广。既注意改革的循序渐进,又不失时机地在重要环节取得突破,带动改革全局。

(二)市场经济的特征与功能

1. 市场经济的基本特征

社会主义市场经济,就是在社会主义国家的行政管理、政策约束和宏观调控下,在生产资料公有制为主体的条件下,按照市场规律进行活动的经济运行方式和经济调节手段。一般来说市场经济具有五大特征:

第一,自主性,市场经济的主体是按照市场经济自主性的要求,参加市场经济活动的每个企业,都必须具备生产经营的自主权,包括生产经营决策、投资决策、产品定价、进出口经营、人事劳动、工资奖金分配、生产设备处置、横向经济联合、内部机构设置权等。每个企业都必须自负盈亏。实现市场经济的自主性和企业的自主权,关键是政企分开。政府必须转变职能,不再干预国营企业

的生产经营活动。

第二,开放性。市场要向所有的商品生产者、经营者、购买者开放,向不同所有制的企业开放,向外地开放,向国外开放。开放性是商品经济的要求,也是社会分工和协作的要求。

第三,平等性。市场经济的平等性的表现,一是参加市场活动的任何商品当事人,没有高低贵贱之分,没有社会地位的差别,这里通行着等价交换的原则。二是从个别商品来说,价格是不断变动的,但从市场总体看,总价格与总价值相等,交换是等价的,任何人不能通过非经济的方式和手段占有其他商品当事人的劳动。三是在市场活动中,买卖双方都是自愿的,反对任何强买强卖和欺行霸市。

第四,竞争性。竞争是市场经济的突出特点。在市场活动中,竞争表现在许多方面,有买者之间的竞争,卖者之间的竞争,买卖双方的竞争;有部门内部的竞争,部门之间的竞争;有质量竞争、价格竞争、服务竞争等。竞争对商品当事人既是压力,又是动力。在“生存危机”的逼迫下,迫使每个企业必须花大力气研究市场形势、了解市场需要、提高产品质量、降低产品成本。这无论对国家、对企业、对广大消费者都大有好处。当前的主要问题是,必须为参加市场活动的商品当事人提供平等的竞争条件,必须扫除市场竞争中存在的各种人为障碍。平等的竞争条件是通过市场发育、通过竞争实现的,不能指望通过一纸公文、一声号令就可以扫除竞争的障碍、提供平等的竞争条件。

第五,分化性。市场竞争是无情的。这里没有“铁饭碗”、没有“大锅饭”、没有保护伞。适者生存、优胜劣汰是以人们的意志为转移的客观必然。由于每个商品生产者的生产条件不同,因而生产单位商品的个别劳动时间不同,但商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定,那些生产条件较好、个别劳动时间低于社会必要劳动时间的生产者,在竞争中处于有利地位,能够通过竞争得到

发展;相反,那些生产条件较差、产品的个别劳动时间高于社会必要劳动时间的生产者,在竞争中就处于劣势。除了生产条件差别外,各个商品生产者面临的市场条件也不同。有的人生产的商品适销对路,供不应求,价格高于价值;有的人生产的商品不对路,供过于求,价格低于价值。因而有些企业发展,有些企业破产是必然的。市场经济的分化性,有利于降低产品成本,优化企业结构,调节社会供求,提高社会总体经济效益。

上述特征,在社会主义市场经济和资本主义市场经济中都存在。

这是市场经济的一般性和共同性。社会主义市场经济与资本主义市场经济的不同在于,由于社会主义以公有制为主体,社会主义国家掌握着强大的经济力量,因而,国家的宏观调控作用更大,更有成效;市场竞争更有秩序,商品当事人矛盾一般不会激化;贫富差别虽然存在,分化虽然不可避免,但一般不会出现两极分化,不会像资本主义那样,财富在一极积累,贫困在另一极积累。

2. 市场经济的主要功能

市场经济具有积极作用和消极作用。其消极作用主要是自发性、盲目性、投机性。在发展市场经济中,我们要通过宏观调控、政策约束和行政管理,把其消极作用限制在最小的限度内。市场经济积极作用是主要的。对于像我国这样一个商品经济和市场经济不发达,人们对市场经济还不十分熟悉的国家来说,强调市场经济的积极作用,有着特别重要的意义。

第一,市场经济是合理配置资源的有效形式。从宏观方面看,社会生产和社会需求是在不断变化的,通过市场配置资源,可以较充分、较合理地发挥各种资源的作用,减少和避免资源的浪费。多年以来,我国基本建设方面存在盲目投资、重复建设,其原因当然很多,但是,不是通过市场、而是通过行政的方式配置资源,是一个重要原因。从微观方面看,市场经济要求每个生产单位都要以最少