

岳俊芳

# 消费经济学

中国建材工业出版社

# 消费经济学

岳俊芳

中国建材工业出版社

---

(京)新登字 177 号

### 内容提要

本书从微观和宏观两个角度研究消费问题,既保留了传统的研究方法和内容,又对我国的消费者行为及其宏观消费问题进行了阐述和实证分析,有一定创新性。

本书熔理论性和实践性于一体,通俗易懂,又不失理论水平。适合高等院校师生使用,也适合经济工作者参考。

### 在版编目

图书在版编目(CIP)数据

消费经济学/岳俊芳编著. --北京:中国建材工业出版社,

1997.4

ISBN 7-80090-573-X

I. 消… II. 岳… III. 消费经济学 IV. F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 05213 号

\* \* \*

## 消费经济学

岳俊芳 编著

\*  
中国建材工业出版社出版(北京海淀区三里河路 11 号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

国防大学第一印刷厂印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:9.375 字数:242 千字

1997 年 4 月第 1 版 1997 年 4 月第 1 次印刷

印数:1—1000 册 定价:18.00 元

ISBN 7-80090-573-X/F·84

## 编者的话

消费,在个人生活中历来受到重视,但在理论研究和实际部门却并非如此。实际上,消费作为社会再生产的一个重要环节,在国民经济中发挥着举足轻重的作用。消费是生产的目的,没有消费,生产就失去了意义。我们发展生产,发展市场经济,根本目的就是要满足人民日益增长的物质和文化生活需要,不断提高人民的消费水平。因此,研究消费问题是社会经济发展的客观要求。随着市场经济的发展,消费问题将越来越受重视。

消费经济学这门学科诞生于本世纪 30 年代以后的西方,但在我国还是一门崭新的学科,无论从理论体系还是从研究内容上都有待进一步发展和完善,特别是对我国消费领域的普遍性问题的研究还有待进一步深化。本书在继承西方消费经济学基本思想的基础上,从我国的消费实践出发,对消费经济的基本理论进行比较系统的阐述。本书可作为高等院校贸易经济专业、市场营销专业及其它经济类专业的教材,也可作为消费经济学高等教育自学考试参考教材,亦可供经济理论工作者、业务部门人员以及对消费问题有兴趣的人士阅读。

本书在写作过程中参考了多种版本的消费经济学教材以及有关的报刊杂志,受益匪浅,在此对书籍报刊的作者和本书的出版单位及编辑李澈一并表示感谢。由于作者水平有限,不当之处尚请读者赐教。

作者 1996 年 3 月

---

## 绪 言

### 一、消费的概念

消费,是个人人都接触的问题,也是人人都关心的问题。人要生存,就必须吃、穿、住、用,所谓“开门七件事,油盐柴米酱醋茶”,此乃物质消费;人又要发展,要增长智力,提高才干,实现个人价值,所以又必须接受教育,看书、学习,此乃精神文化消费。人类的生存、繁衍、发展都和消费息息相关,马克思曾指出:“任何人,即使是未来的音乐家,都不能靠未来的产品过活,也不能靠尚未生产好的使用价值过活。今天,就像人从出现在世界舞台的第一天起一样,人在他生产以前和生产期间不能不消费。”从一个社会来看,倘若民众的消费不复存在,生产就难以为继;如若劳动获得的报酬不用来进行消费,或者无法进行消费,这就很难说社会分配真正得以实现,商品流通恐怕也要中断,商店也该关门歇业,整个国民经济运行也要中断了。由此可见,消费既是决定一个人生死存亡的大问题,又是决定社会生存和发展的大问题。一个国家的国民经济是否运转良好,关键要看它是否合理地解决了消费问题。

消费,是指人们为满足物质文化需要消耗和使用物质资料的行为。从广义上看,消费包括生产消费和生活消费。生产消费是指物质资料生产过程中的生产资料和活劳动使用的消耗,它通常被包括在生产范畴中,与生产具有直接的同一性。生活消费,是指人们生存和发展过程中为满足个人和家庭生活需要对物质资料和精神产品的使用和消耗,它属于“生产过程以外执行生活职能”,“原来意义上的消费”。本书要研究的消费即生活消费。

在消费过程中,人要消耗和使用一定的物质资料来满足自身的各种需要,这一消费过程具有自然和社会两重属性。消费过程的

自然属性表现为:其一,人们通过使用消费品来满足其生理和心理各方面的需要,这具有自然过程的属性。如:当人们饥饿时通过消费食物,从中摄取各种营养物质,以满足身体的需要,这是人体新陈代谢的生理过程。人在紧张工作之余,听音乐、看小说、从事各种娱乐活动,以松弛神经、调节精神,并获得艺术上的享受,这些都与人们精神和心理活动这一自然过程有关。其二,人的消费总是以一定方式进行的,而某种消费方式具有自然的属性,亦即它并不是由社会关系决定的,而是由消费品的使用价值的特点所决定的。如:交通工具这一消费方式上的选择和演进,是由消费资料使用价值的本身属性所决定的,与社会制度的性质没有直接的关系。现代社会人们普遍以汽车作为交通工具,而在几百年前恐怕就是统治阶级也只能享用马车。其三,消费总是在一定的自然条件和自然环境中进行的。有景致的地方才能吸引游客,尽管消费在某种程度上是消费者主动的选择行为,但总有一定的自然因素在起作用。消费的自然过程反映人和物、消费主体和消费客体的关系。

人们总是生活在一定的社会联系之中,因此,人们的消费活动也不能离开社会而孤立地进行,它总要受到社会关系和社会制度性质的约束,此即消费过程的社会性。其一,消费作为社会再生产的一个环节,必然受到其它环节的制约和影响。如:社会生产和分配状况,直接决定着整个社会 and 不同社会所属的消费水平、消费结构和消费方式。其二,特定的生产关系影响消费的性质。特定的生产关系影响到社会再生产过程,通过它又间接地对消费产生影响。在资本主义制度下,个人消费完全从属于资本家榨取剩余价值的目的,工人的消费就体现为像“给机器添油,给牲口喂饲料”一样的性质。其三,不同类型的经济体制也影响消费。传统的计划经济体制下,社会产品的生产和流通都被纳入严格的计划轨道中,分配上则奉行平均主义的分配原则,这就使当时的消费一方面带有明显供给制的特征,另一方面居民在消费水平、消费结构上也呈现出相似和雷同的特点。经济体制的改革促使社会生产、分配和流通发生

重大变化,它一方面给经济的发展注入了活力,另一方面也促使人民的消费产生深刻的变化,消费水平差异出现了,消费结构雷同化趋势缩小了,消费方式多样化了……

消费的社会过程反映的是人与人之间的关系。本书研究的正是消费的社会过程,即消费的社会属性。它主要包括消费在社会再生产中的地位 and 作用,在一定的社会生产基础上,由社会生产所决定的消费领域内部各方面的联系,以及消费自身发展变化的规律性。

## 二、消费在社会再生产中的地位

消费在社会再生产过程中居于重要地位,发挥着重要作用。社会再生产过程由生产、分配、交换和消费四个环节组成,马克思指出:“一定的生产决定一定的消费、分配、交换和这些不同要素相互之间的一定关系。当然,生产就其片面形式来说也决定于其它要素。”<sup>①</sup>可见,消费和生产、分配、交换有着不可分割的内在联系。

从生产和消费的关系来看,按照马克思主义的基本原理,生产是整个经济活动的起点和居于支配地位的要素,它决定消费;而消费的增长又产生新的社会需求,促进生产的更大发展,在这个意义上消费又决定生产。

生产决定消费。马克思曾经指出:“任何一个民族,如果停止了劳动,不用说一年,就是几个星期,也要灭亡,这是每个小孩都知道的。”<sup>②</sup>“没有生产,就没有消费。”<sup>③</sup>生产创造出可供消费的对象,生产为消费提供衣、食、住、行等物质对象,如果没有生产,消费就失去了基础,成为无源之水,无本之木。

生产决定消费方式。从消费的自然方式来看,现代人用刀叉享用加工过的食品,要比原始人用手、指甲和牙齿吞食生肉野食进步,这种消费方式的区分,是由不同的社会生产水平决定的。从消

---

① 《马恩选集》第2卷,人民出版社1972年版,第102页

② 《马恩选集》第4卷,人民出版社1972年版,第368页

③ 《马恩选集》第2卷,人民出版社1972年版,第94页

费的社会形式来看,是采取公共消费,还是采用个人消费的形式;是以社会化服务为主,还是以自我服务为主,并不完全由消费者任意选择,归根到底取决于当时的社会生产力水平。

生产创造出消费的动力。生产提供各种产品,由此产生了对相应产品的消费需要。例如:一辆自行车生产出来后,就会相应地创造出自行车的用户,引起对自行车的需要。生产越发展,消费品越丰富,越能引起人们的消费需要。可见,“生产生产着消费”,“生产出消费的对象、消费的方式和消费的动力”。

消费也决定生产。生产归根到底要依消费为转移,以消费为最终归宿,因此,消费绝不是对生产不起积极作用的被动因素,它对生产有巨大的能动作用。“消费直接是生产”,“没有消费,也就没有生产”。

消费是生产的目的和归宿。产品不同于单纯的自然现象,它只有在消费中才证实自己是产品。马克思指出:“因为只是在消费中,产品才成为现实的产品。”<sup>①</sup>一件衣服只有被人穿上才现实地成为服装,否则它的存在是毫无意义的。可见,生产的目的是为了消费,如果一个社会的生产难以符合社会的消费需要,这种生产只会是盲目而无效的。

消费为生产的进行创造基本的条件。社会再生产的持续进行需要劳动力、劳动资料和劳动对象的不断投入,这其中劳动力又是占主导和决定地位的因素。消费则可以实现劳动力的再生产,即“把自己再生产”出来。消费对劳动力再生产的意义不仅表现为延续劳动力的生命,恢复劳动力的体力和智力,更表现为提高劳动力的素质,通过劳动者的物质和精神生活消费,生产出更高素质的劳动力。

消费不断产生新的需求,同时促进生产的发展。马克思指出:“没有需要,就没有生产,而消费则把需要再生产出来。”<sup>②</sup>生产取

---

① ②《马克思选集》第2卷,人民出版社1972年版,第94页



决于需要,而需要必须通过消费才能得到满足。人们的需要是不断发展的,人们的消费也不断由低向高发展,人们需要的层次性发展是通过消费的层次性变化而实现的。如此,消费不断发展,使得消费需要不断得到满足,从而产生新的需要,又促使新的消费去满足。

从某种意义上讲,人们的消费需要是无止境的。正因为如此,生产总是面临着来自消费的压力,这种压力又转化为生产发展的动力,促使生产向纵深发展。

从消费和分配的关系来看,分配决定着消费,消费同时制约着分配。

分配是社会再生产过程中联结生产和消费的中间环节,不管在何种社会制度下,生产出来的消费品都要经过一定的分配以后,才能最终进入消费领域。可见,一定的消费总是在一定社会分配关系基础上的消费,并由社会分配关系所决定。分配决定消费,表现为分配决定消费水平、影响消费结构的形成和消费方式的选择。国民收入经过分配,分成积累基金和消费基金,在国民收入既定的情况下,积累基金和消费基金存在着此消彼长的关系,因此两者分配比例的变化会影响消费水平和消费结构的变动。我国以按劳分配为主的分配原则决定了我国人民的消费方式不同于其它社会形态下的消费方式。

消费也制约和影响分配。消费是分配的最终实现。国民收入经过分配后形成的积累基金和消费基金是否真正实现,关键是看积累基金是否用于扩大再生产,消费基金是否用于个人消费和社会消费。如果它们没有用于消费,或消费环节出现障碍,分配就无法实现。不仅如此,分配是否合理最终还要受消费的检验。一个社会消费水平、消费结构、消费方式合理与否,不仅影响社会生产能否顺利进行,更能反映出分配制度是否合理。分配制度若不完善,消费必定是不完善的。随着社会生产的发展,国民消费水平的提高,消费对象不断丰富,消费方式不断科学化,客观上也会要求

分配环节进行适应性调整,不断完善分配结构。可见,分配对消费的作用是生产对消费的作用的一定方面或一定形式,而消费只是分配的实现。

从消费与交换的关系来看,消费和交换是相互制约的。

交换制约着消费,没有交换就没有消费的实现。首先,交换实现消费的需要。在商品经济条件下,人们对产品和劳务的需求,必须到市场上去购买,如果没有交换作为媒介,产品不通过市场,就不能进入消费。其次,交换制约着消费的规模、水平、结构和方式。人们的消费必须以市场上的消费品作为基础,有什么样的流通规模就有什么样的消费水平,很难想象狭小的市场、短缺的商品供应能够造就很高的消费水平。交换还通过它组织流通的消费资料的数量和内容影响居民消费结构的比重变化。交换的发展和深化,还会引起人们消费方式的变革。商品经济越发达,市场越扩展,人们的消费商品化程度越高,消费社会化现象也越突出。交换对消费还有一定的引导作用。

同时,消费也制约着交换。消费是交换的目的和动机,交换是由人们的消费需要引起的,没有消费也就没有交换。消费的规模、速度、水平和结构制约着交换的规模、速度、水平和结构,交换是联结生产和消费的桥梁和纽带,交换的规模、速度、水平和结构一方面受生产的规模、速度、水平和结构的制约,另一方面也要受消费的规模、速度、水平和结构的制约。消费的规模大,市场的规模也大;消费呈现出一种结构性的要求,必然要求市场供给结构与之相适应,否则购买力就难以实现,消费也实现不了。消费对生产的反作用,一般也要通过市场交换表现出来。

如果我们从社会再生产的循环上来看消费,它的地位和作用就更不可忽视了。消费既是上一个社会再生产过程的终点,又是下一个社会再生产过程的起点,承上启下,处于关键性的地位。因此,可以说消费是国民经济“比例的要素之一”(列宁语),是确定国民经济比例、实现社会生产良性循环的出发点。如果一个社会消费问

题解决得好,就能促进国民经济良性循环,使之持续、稳定、协调地发展;反之,则会影响国民经济的发展,这在我国 60、70 年代的社会生活中已经得到过验证。

### 三、消费经济学的研究对象和研究内容

消费经济学以生活消费作为研究对象,揭示消费领域的经济关系及其运动规律,即消费关系及其运动规律。消费关系是生产关系的一个重要方面,消费关系在社会再生产过程中表现为消费与生产、分配和交换的关系;在消费领域内部表现为不同社会阶层、不同居民集团及个人在消费中的地位及相互关系;不同社会阶层、不同居民集团和个人在消费水平、消费结构和消费方式等方面的差异;消费者个体、不同社会阶层、不同居民集团在消费水平、消费结构、消费方式等方面的发展变化趋势及规律性。

研究消费关系不能脱离消费力。消费力是指消费者消费生活资料 and 劳务的能力。消费力有自然消费力、绝对消费力和社会消费力之分。自然消费力是消费者为了满足自身的生理需要,消费生活资料 and 劳务的能力;绝对消费力,是在一定的生产力发展水平条件下,能满足人们的消费需要而消费生活资料 and 劳务的能力;社会消费力则是在一定的生产力发展水平上,受社会分配关系所决定的能满足消费需要以保证劳动力再生产的能力。在商品经济条件下,它表现为有支付能力的消费力。消费经济学也研究消费力,但重点在社会消费力方面,它主要研究如何实现社会消费力,更好地满足人们的消费需要。当然,绝对消费力的研究也是不可忽视的,而要考察绝对消费力,又必须联系生产力。自然消费力虽然只涉及消费的自然过程,但是撇开消费的自然过程,撇开消费的实物内容,也就无所谓消费关系了。因此,研究消费关系还需要联系消费的自然过程。

研究消费关系还要联系上层建筑。人们的消费活动并不是纯粹自发的行为,它要受社会意识形态、政治法律制度等方面深刻的影响,社会也会通过政治、法律、行政等手段来引导消费。因此,研

究消费关系不能脱离上层建筑而孤立地进行。

消费经济学的主要内容可作如下概括：

消费者行为问题。这是从微观角度来研究消费。对消费者行为的研究有多种方法，本书主要从经济学和社会、心理学的角度来进行研究。从经济学的角度，主要探讨消费者选择、消费和储蓄行为的基本理论；从社会、心理学的角度，主要研究消费者的购买动机和购买行为，考察影响消费者行为的各种社会、心理因素，比较不同社会群体的购买行为，探讨消费者行为发展变化的客观趋势。

家庭消费问题。多数的个体消费是在家庭中进行的。这里主要分析家庭消费的地位、内容，家庭消费结构以及家庭消费决策问题，并探讨我国的家庭消费问题。

消费者权益问题。这虽是微观问题，但又需要从宏观上进行研究。主要探讨消费者权益的一般内容，消费者应享有的权利和利益，如何维护消费者的权益。

消费水平问题。是从宏观角度研究消费。主要分析衡量消费水平的标准，决定消费者消费水平的主要因素，以及合理消费水平的标志，探讨如何提高我国人民的消费水平。

消费结构问题。主要研究社会消费结构发展变化的一般趋势，揭示社会消费结构变化的原因，考察合理消费结构的客观标准，探讨实现我国社会消费结构合理化的主要途径和方法。

消费方式问题。主要研究社会消费方式的基本类型、各自特点和发展趋势，并分析我国现阶段的消费方式特点，研究其未来的发展方向。

消费市场问题。主要研究消费市场的构成、特点、发展规律，分析我国消费市场的现状和特点，并探讨完善和开拓我国消费市场的途径和措施。

消费趋势问题。主要介绍西方消费经济学家对消费趋势问题的研究成果，在此基础上对我国社会消费趋势进行初步研究。

# 目 录

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 绪言 .....                      | (i)   |
| 第一章 消费行为(上)——来自经济学的分析 .....   | (1)   |
| 第一节 消费需要和消费需求 .....           | (1)   |
| 第二节 消费者选择 .....               | (6)   |
| 第三节 储蓄和消费 .....               | (23)  |
| 第二章 消费行为(下)——来自心理学和社会学的分析 ... | (38)  |
| 第一节 购买动机 .....                | (38)  |
| 第二节 消费者行为 .....               | (44)  |
| 第三节 消费者行为变化的趋势 .....          | (67)  |
| 第三章 家庭消费 .....                | (74)  |
| 第一节 家庭消费——个人消费的基本单位 .....     | (74)  |
| 第二节 家庭消费结构 .....              | (79)  |
| 第三节 家庭消费决策 .....              | (86)  |
| 第四章 消费水平 .....                | (93)  |
| 第一节 消费水平的测定 .....             | (93)  |
| 第二节 合理消费水平 .....              | (101) |
| 第三节 消费水平的平均化和差异化 .....        | (107) |
| 第四节 消费水平的提高 .....             | (114) |
| 第五章 消费结构 .....                | (127) |
| 第一节 消费结构的概念及其类型 .....         | (127) |
| 第二节 消费结构的层次和模式 .....          | (130) |

|            |                       |              |
|------------|-----------------------|--------------|
| 第三节        | 社会消费结构的变化·····        | (132)        |
| 第四节        | 我国社会消费结构·····         | (141)        |
| 第五节        | 消费结构合理化·····          | (149)        |
| <b>第六章</b> | <b>消费方式·····</b>      | <b>(166)</b> |
| 第一节        | 消费方式及其影响因素·····       | (166)        |
| 第二节        | 社会公共消费与个人消费·····      | (172)        |
| 第三节        | 消费社会化·····            | (177)        |
| 第四节        | 消费方式的发展趋势·····        | (182)        |
| <b>第七章</b> | <b>消费市场·····</b>      | <b>(194)</b> |
| 第一节        | 消费市场的构成和作用·····       | (194)        |
| 第二节        | 消费劳务市场·····           | (197)        |
| 第三节        | 消费市场的完善与开拓·····       | (205)        |
| 第四节        | 零售商业与消费市场·····        | (226)        |
| <b>第八章</b> | <b>消费者权益·····</b>     | <b>(238)</b> |
| 第一节        | 消费者权益的一般内容·····       | (238)        |
| 第二节        | 消费者权益保护·····          | (246)        |
| 第三节        | 消费者运动与消费者组织·····      | (254)        |
| <b>第九章</b> | <b>消费趋势·····</b>      | <b>(265)</b> |
| 第一节        | 历史上关于消费趋势的研究·····     | (265)        |
| 第二节        | 当代西方经济学家对消费趋势的研究····· | (269)        |
| 第三节        | 我国社会消费趋势·····         | (274)        |

# 第一章 消费行为(上)

## ——来自经济学的分析

消费经济学首先从研究微观消费问题入手,它主要包括消费者偏好、消费者的动机和对商品的选择、家庭消费、消费者权益维护等等,它们主要揭示消费者的行为及其变化规律。

### 第一节 消费需要和消费需求

一切经济活动都是从需要开始的。大而观之,社会生产、分配和交换取决于社会需要;小而观之,消费者吃、穿、住、用、购物,也源于其生理需要和精神需要。由此,对消费领域进行研究,必须从消费需要入手,这也是我们研究消费行为必须涉及的内容。

#### 一、消费需要的内容及其作用

##### 1. 消费需要的内容

需要,是指人们对事物的欲望和要求。具体来说,它是人们对赖以生存的客观条件的要求,以及为了满足自身享受的一种欲望。

人的需要大致有两类,生理性需要和社会性需要。生理性需要是指人体自身发展过程中产生的种种要求,如:吃、穿、睡、安全、健康、性等,它们是维持和延续生命,保持人体生理平衡所必需的,是人的本能需要。如:人感到口渴时就想喝水,感到疲惫时就想休息。社会性需要是指人类社会发展过程中形成的需要,如:社会往来、爱、自尊、自我实现等,它是一种高层次的需要。当人们的生理需要得到满足后,就会产生这种社会性的需要。如:人们在进行社会生产时就会产生对劳动工具、劳动资料以及劳动技能等的需要;在参与社会生活时形成对尊严、地位、成就以及娱乐等的需要;在个人

的人际交往中产生友谊、爱情和归属的需要。社会性需要比生理性需要更广泛、复杂,更具弹性。

对于需要的划分有着多种方法。马克思曾把人的需要分为“自然需要”或“必不可少的需要”、“精神需要”和“社会需要”。美国著名心理学家马斯洛把人的需要划分为五个层次:第一层,生理的需要,这是人类基本的需要,它包括人们的衣、食、住、行、性等需要。如果这些需要得不到适当的满足,就会影响消费者的健康乃至生命。第二层,安全的需要,它包括生命上的安全、心理上的安全以及经济上的安全等需要,这种需要实际上可以看作是生理需要的延续。第三层,社会的需要,即爱的需要、友谊的需要和归属的需要等。人是“社会性”的动物,希望自己归属于某一集团或阶层,希望与别人正常交往,爱与被爱,这种爱体现为人与人之间健康亲密的关系,以及相互间的信任和依赖。这是作为“社会人”所具有的正常需要。第四层,尊重的需要,包括自尊与来自别人的尊重。自尊包括对获得信心、能力、本领、成就、独立和自由的愿望。来自别人的尊重包括威望、承认、接受、关心、地位、名誉和赏识。第五层,自我实现的需要,即培养、发展、利用自己潜力的需要。这种需要包括对真、善、美的追求,对完善自我的希望,以及实现自己的理想与抱负的欲望。这是人的需要的最高境界。马斯洛认为,人的需要是有层次的,需要的层次越低,越不可缺少,越重要。人们一般按照需要的顺序,先满足低层次的需要,再向高层次推进。社会越发展,人们的需要层次就越高。

消费需要是与人们的生活消费有关的欲望和要求,也指消费者通过消费物品和劳务才能得到满足的需要。消费需要有多种类型,从消费需要的满足顺序来看,它有基本生活需要和全面发展需要之分。基本生活需要是劳动者维持劳动力再生产、保证劳动者生存所必需的最起码的消费需要,它应该得到优先满足,如:一定的食物消费需要、一定的穿着消费需要及一定住房消费需要,等等。全面发展需要是促进劳动者的智力和体力得到全面发展的消费需



要,它既包括满足劳动力再生产所需要的高一层次的生存需要,又包括对享受和发展的需要。

从消费需要的实际内容来看,它有物质需要和精神文化需要之分。物质需要是人类最基本、最直接的需要,如:食品、衣着、生活用品、住房、交通工具等,它是维持劳动力再生产的必要条件。精神文化需要是人类发展体力和智力的需要,如:看书、学习、进行文体和社交活动,它是提高劳动者素质不可缺少的条件。从消费实践来看,很多消费行为往往是物质需要和精神需要共同促成的,因此,有些时候很难把两者区分开来。

从消费需要的形式来看,它有实物需要和劳务需要之分。实物需要是通过有形消费品的消费才能满足的需要,劳务需要是通过“服务形式”的消费才能满足的需要。在很多情况下,劳务需要是一种更高层次的消费需要。随着商品经济的发展,人们对劳务消费的需要将不断增长。

从消费需要满足的途径来看,有个人消费需要和社会公共消费需要之分。个人消费需要,是通过个人或家庭的消费形式得以满足的需要,在我国这种需要主要通过按劳分配得到的收入来实现。社会公共消费需要,主要是由国家或集体通过分配公共或集体消费基金而实现的需要。

## 2. 消费需要的作用

消费需要是人们初始的、直接的需要,消费需要的满足是人类生存和发展的基本前提。马克思说过:“我们首先应当确定一切人类生存的第一个前提也就是一切历史的第一个前提,这个前提就是:人们为了能够‘创造历史’,必须能够生活。但是为了生活,首先就需要衣、食、住以及其它东西。因此,第一个历史活动就是生产满足这些需要的资料,即生产物质生活本身”。<sup>①</sup>可见,正是人们有了消费需要,才产生了消费资料的生产,进而产生生产资料的生产。

---

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1972年版,第32页。