

简明消费经济学

中国商业出版社

简明消费经济学

本书编写组编

中国商业出版社

简明消费经济学

本书编写组编

中国商业出版社出版

新华书店北京科技发行所发行 各地新华书店经售

二二〇七工厂印装

787×1092毫米 32开8.5印张191千字

1987年12月第1版 1982年6月北京第1次印刷

印数1—10000册 定价：1.85元

ISBN 7-5044-0101-3/F·58

编者的话

为了改革商业院校各管理专业课程设置还不尽完善的状况，根据邓小平同志关于“教育要面向现代化、面向世界、面向未来”的指示精神，1986年初我们两所商业管理干部学院商业经济教研室的同志共同酝酿，一致同意编一本《简明消费经济学》，并作为商业院校的必修或选修课教材正式开设这门课程。随后拟定了编写提纲（初稿）。我们在分工编写前向湘潭大学尹世杰教授汇报了本书编写设想，并聘请他为本书主审。尹教授欣然应聘，并对编写提纲（初稿）提出了具体、中肯的修改意见。在对编写提纲再次修改后，即由两院校有关同志协商分工编写本书。

本书的结构体例，参照尹世杰教授主编的《社会主义消费经济学》的体例。在章节安排上按照商业各专业管理教学的特点及要求作了调整与变动。在简化某些章节的同时，适当增加了新的内容。其中对与商业工作密切相关的部分予以足够重视，如“消费劳务市场”“消费者权益”“引导消费”三章就是新增的内容。在绪论及其他有关节、目中也尽可能地反映消费经济研究中的新成果、新资料，以便使本书尽可能有一些新气息、新特点。

参加本书编写的有湖南商业管理干部学院的廖九如（绪论、三、九章）、柳思维（六、七、八章），北京商业管理干部学院的刘志舟（一、二、五章）、董晓（四章）。全书

初稿出来后由廖九如、柳思维初步修改后送尹世杰教授审阅。尹教授在百忙中精心地审阅、批改。按照尹教授的修改意见，全书最后由柳思维改写部分章节并总纂定稿。

本书编写的全过程一直得到尹世杰教授的关照与支持，并承其作序，我们表示衷心感谢。北京商业管理干部学院的祁廷镛、湖南商业管理干部学院的王兴、邓蜀先、蒋早汉等同志也对本书编写给予了支持，周先林同志参加了第三章有关节的改写，在此一并致谢。在本书编写过程中我们还参考了尹世杰、厉以宁、刘方棫、金世和、罗正齐、袁培树等同志编著或主编的有关消费经济专著，吸收了他们有关的研究成果，特此表示感谢。

《简明消费经济学》的编写和出版，是我们将消费经济学纳入商业院校教学轨道的一种尝试和探索，旨在抛砖引玉。由于时间匆促及作者水平的限制，书中难免有不足之处，敬请读者不吝赐教。

《简明消费经济学》编写组

一九八七年三日

《简明消费经济学》序言

尹世杰

在我国，消费经济学还是一门很年轻的学科。在党的十一届三中全会路线的指引下，人们逐步认识消费在社会再生产中的重要作用，越来越重视对消费经济的研究。当前，消费问题已成为我们经济社会发展战略的重要组成部分。随着社会主义商品经济的发展，一方面，人们的消费需要不断上升，促进生产不断发展；另一方面，商品的供应也日益丰富，使消费需要的满足程度不断提高。在这新形势下，必然出现许多新情况、新问题，需要我们进行新的探索，总结新的经验，揭示消费领域的发展规律。这就是说，随着社会主义商品经济的发展，消费领域需要研究的问题越来越多，消费经济学作为一门独立的学科将更加显得重要。

消费经济学这门新学科，不仅有一个提高的问题，而且有一个普及的问题。长期以来，我们不仅对消费经济的研究很不够，对这方面的宣传也很不够。广大干部和群众，特别是和消费经济关系极为密切的商业干部，亟需学习、掌握消费理论和消费经济知识，以便更好地搞好自己的工作，更好地为消费者服务。

北京商业管理干部学院和湖南商业管理干部学院的同志编写的《简明消费经济学》一书，简明、通俗地介绍了消费

经济学的基本理论知识，并紧密结合商业工作的实际，对一些重大的消费理论问题进行了有益的探索，提出了自己一些见解，较好地反映了近年来经济体制改革中消费经济理论与消费实践的新变化，这对于提高经济工作干部、特别是商业工作干部的理论水平，普及消费经济的基础知识，指导消费者的消费活动，都将起到积极的作用。

北京商业管理干部学院和湖南商业管理干部学院将消费经济学正式作为管理专业的一门课程，纳入教学计划，这件事本身就是改革商业教学内容的一种可喜的尝试。商业作为生产与消费的中介，不仅为生产所决定，而且也为消费所制约。重视消费经济学的学习、研究与运用，对于更好地培养大批合格的商业管理人才，深入进行商品流通体制改革，加速实现社会主义商业现代化，也是具有重要意义的。这本《简明消费经济学》适应这方面的要求，将作出积极的贡献。

一九八七年五月于湘潭大学

目 录

绪论	1
第一节 消费经济学的研究对象	1
第二节 消费经济学的内容和方法	7
第三节 我国社会主义消费经济学的建立与 发展	12
第一章 消费的地位和作用	19
第一节 消费在社会再生产中的地位和作用	19
第二节 社会主义消费的性质	33
第三节 社会主义消费的特点	39
第二章 社会主义消费需要	47
第一节 社会需要与消费需要	47
第二节 影响消费需要的因素	53
第三节 合理确定社会主义的消费需要	63
第三章 社会主义消费水平	71
第一节 消费水平的含义及其差异	71
第二节 影响消费水平的主要因素	85
第三节 提高消费水平的主要途径	92
第四章 社会主义消费结构	99
第一节 消费结构的概念及层次	99
第二节 社会主义消费结构的变化	102
第三节 建立合理的消费结构	115

第五章	消费品市场	122
第一节	消费品市场的形成和作用	122
第二节	消费品市场的供求	129
第三节	消费品市场的价格	141
第四节	完善与开拓消费品市场	147
第六章	消费劳务市场	154
第一节	消费劳务市场的发展及作用	154
第二节	消费劳务市场的结构	163
第三节	消费劳务市场的供求平衡	173
第七章	消费方式与消费心理	182
第一节	消费方式	182
第二节	消费心理	198
第八章	消费者权益	215
第一节	社会主义消费者权益的范畴	215
第二节	切实维护消费者权益	223
第三节	商业部门尤应重视维护消费者的权益	232
第九章	引导消费	240
第一节	引导消费的意义及原则	240
第二节	引导消费的途经和方法	248
第三节	建立健康文明的社会主义消费模式	257

绪 论

自从政治经济学作为一门科学建立以来，尤其是自从詹姆斯·穆勒提出政治经济学体系的四个环节即生产、分配、交换、消费以来，①消费已经成为不可忽视的一个独立环节。马克思曾说：“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，就象人从出现在世界舞台上的第一天起一样，人在他生产以前和生产期间不能不消费。”②消费已经为大家公认是“一切人类生存的第一前提，也就是一切历史的第一个前提。”③消费包括生产消费和生活消费。生产消费同生产具有直接的同一性，不是本书所要研究的。本书所要研究的消费，是指生活消费。

第一节 消费经济学 的研究对象

消费经济学作为一门独立的经济学科尚处在形成阶段。因此，在它形成过程的一开始就应确定本学科的研究对象、

① 詹姆斯·穆勒（1773—1836）英国庸俗经济学家，主要著作《政治经济学要义》，第一次系统地论述了李嘉图的学说，但又使之庸俗化，第一次提出政治经济学的四分法，后来为一般经济学者所广泛运用。

参见《简明社会科学词典》，1984年上海辞书出版社，第1098页。

② 马克思《资本论》第一卷，法文版汉译本第153页。

③ 马克思《德意志意识形态》，《马克思恩格斯全集》第三卷，第31页。

任务及其在整个经济科学体系中的作用和地位。这是非常重要的。这样就可以避免今后与其他学科发生重复和雷同的现象，可以规定消费经济学领域正确的基本研究方向，而不致使研究工作分散，漫无目的地研究一些与本学科的研究对象没有直接关系的次要方面。

一、消费经济学的性质

谈到消费经济学的性质及其在整个经济科学体系中的作用和地位，就不能不指出它的特殊性，因为，“任何运动形式，其内部都含着本身特殊的矛盾。这种特殊的矛盾，就构成一事物区别于他事物的特殊的本质。这就是世界上诸种事物所以有千差万别的内在的原因，或者叫做根据。”^①消费经济学是与政治经济学和部门经济学有密切关系的科学，它兼有两者的某些特点，但又有区别于两者的地方，因而，不能简单地把它归属于政治经济学或归属于部门经济学。

政治经济学是研究社会再生产四个环节中所结成的人与人的经济关系，即生产关系的科学，消费经济学是只研究消费过程中的人与人的经济关系，即消费关系的科学。因为它们同是研究经济关系的科学，因此，消费经济学可以说是政治经济学的延伸和具体化。然而，它与政治经济学不同，消费经济学研究的不是整个生产关系，而只是与消费领域有关的那一部分生产关系即消费关系；同时，政治经济学主要从宏观上考察生产关系，消费经济学不仅着重从宏观上而且也从微观上考察生产关系。

部门经济学是研究某些相对独立的国民经济部门（如工

① 毛泽东：《矛盾论》，《毛泽东选集》1969年人民出版社横排本，第一卷，第283—284页。

业、农业、运输业、商业等)的生产关系以及这些部门的组织与管理的科学,而消费并不是国民经济的一个部门,是社会再生产的完成阶段,是相对独立的社会再生产领域,因而,消费经济学并不是部门经济学。

消费经济学是一门研究消费领域的经济关系,即消费关系的独立的理论经济学。

二、消费经济学的研究对象

(一)消费的两重属性

人们在生活中,消费一定的物质资料和劳务的过程,具有其自然属性和社会属性的二重性质。

消费过程的自然属性方面,主要有以下两个表现:第一,就消费品的使用价值满足人们某种特定的需要看,它具有生理学和心理学意义的自然过程的性质。例如,人们通过食物的消费,从中吸取各种营养要素,以满足人体新陈代谢的需要,这是一种生理上的满足。又如人们读小说、看电视、听音乐,从中得到精神上的满足。这都带有自然的性质。第二,从“消费一般”来看,消费是生产的起点和终点,生产为了消费,消费是生产的目的和动机,没有消费便没有生产,没有生产便没有消费,生产水平的提高,不管是哪一种生产方式,一般说来,都会带来消费水平的提高。这也带有自然过程的性质。

从消费过程的社会属性方面来考察,人们总是生活在一定的社会联系之中,任何人都不可离开社会而孤立地存在,即使是漂泊到孤岛上的“鲁宾逊”,在他控制当地土著民族“礼拜五”以前,他的消费也与前人、他人以及自己过去的消费手段、消费技能分不开,在他控制“礼拜五”之后,更

是发生了一系列的他与“礼拜五”之间在消费资料的生产、分配和消费过程中的经济关系。人的本质“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。所以说消费具有社会性。正如马克思指出的：“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，政治关系、阶级关系、民族关系、信仰关系、亲缘关系、经济关系等等，无不对消费发生影响，从而形成消费的各种各样的社会规定性。在消费经济学中所强调的只是人们的经济关系给消费过程带来的一系列经济意义上的社会属性。消费的社会属性，首先是由生产的社会属性决定的。不同的生产资料所有制性质，并由此决定的不同阶级或阶层的经济地位，全部会在消费上得到反映。资本主义私有制的生产性质，决定了无产阶级的个人消费，就像给机器加油，给牲口喂食一样，完全从属于资本主义生产目的最大限度地攫取剩余价值，就连资本家的个人消费也要服从他作为人格化的资本的这个职能。而社会主义制度下，生产资料的公有制性质，决定了最大限度地满足人民群众不断增长的物质和文化需要的生产目的，而人民群众物质文化生活水平的提高，也反映着劳动人民在社会主义社会中的主人翁地位。其次，是分配的社会属性决定了消费的社会属性。劳动者收入的性质，决定了劳动者的消费性质，劳动者的收入水平，决定了劳动者的消费水平。第三、交换的社

① 恩格斯：《费尔巴哈论纲》，《马克思恩格斯选集》1972年人民出版社，第一卷，第18页。

② 马克思：《雇佣劳动与资本》，《马克思恩格斯选集》，人民出版社1972年（版），第1卷，第368页。

会性质决定了消费的社会性质。只有在等价交换的情况下，劳动者的货币工资才能和实际工资保持一致。价格的变动对于消费水平、消费结构、消费心理、消费倾向、消费效果，以及消费者权益是否受到损害，都有直接的影响。

(二)消费力和消费关系

消费力是指人的消费能力。消费力和生产力一样，不因社会经济形态的变化而变化。消费力包括消费主体和消费客体两个部分。消费主体是指消费者，包括消费者的人口总量及其构成。消费客体是指消费对象和消费手段。消费对象包括实物消费品和劳务消费品；消费手段包括消费工具和消费设施。现实的消费力，必须是消费主体和消费客体的统一。

消费力可以分为绝对消费力和相对消费力。绝对消费力是指在社会生产力发展的一定阶段上，消费者消费消费资料的能力，这是潜在的消费力；相对消费力是指有支付能力的消费力，这是现实的消费力，又叫社会消费力。正如生产力不是政治经济学的研究对象一样，消费力不是消费经济学的研究对象。

消费关系是人们在消费领域结成的经济关系。消费关系的内容主要包括：(1)不同阶层、不同社会集团，在消费实践中所处的地位及其相互关系；(2)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，及其各自的发展趋势。消费经济学的根本任务就在于揭示消费关系自身发展变化的规律性。因此，消费经济学的研究对象是：人们在生活消费过程中结成的整个经济关系即消费关系及其运动规律。

为了能够透彻地理解消费经济学的研究对象，第一，必

须认真研究马克思主义关于“消费一般”的论述。马克思在《〈政治经济学批判〉导言》等著作中，关于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的论述具有普遍的理论意义。因为，社会主义消费关系，从某种意义上讲，只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而已。马克思主义的经典作家对于“消费一般”，有过许多深刻的论述，应该成为我们研究社会主义消费经济学的思想材料指南。第二、必须认真研究马克思主义关于资本主义消费的论述。马克思主义经典作家，对于资本主义消费关系的论述，尽管由于生产力向前发展了，科学技术进步了，劳动力再生产的必要消费资料范围扩大了，因而，工人的消费水平提高了，但是，马克思恩格斯在《资本论》以及《英国工人阶级状况》等著作中所揭示的资本主义消费关系的基本原理，仍然是正确的。对于我们今天研究资本主义的消费关系，仍然是直接的理论依据。第三、必须认真研究马克思主义对于社会主义消费的科学预见。马克思主义经典作家在《哥达纲领批判》、《反杜林论》等著作中，关于社会主义社会及其消费关系的科学论述，对于我们研究社会主义消费关系更有直接的指导意义。因此，我们在研究和学习社会主义消费经济学时，必须以马克思主义政治经济学的基本原理作为自己的理论基础，以辩证唯物主义和历史唯物主义的科学方法作为自己的方法。

第二节 消费经济学的 内容和方法

一、消费经济学的基本内容

根据消费经济学的研究对象，大体可以确定其基本内容是：以消费者的需要及其不断满足为主线，考察消费与生产、分配、交换诸要素之间的内在联系和相互作用，从消费领域的特殊矛盾中，揭示消费关系运动变化的规律性。目前，社会主义消费经济学在国内外都尚未形成一个比较完整成熟的理论体系，本书只安排了十章。主要内容大体上可概括为以下三个方面：

(一)关于消费的基础理论。包括绪论和第一章。主要是从经济科学体系中考察消费经济学的地位，以确定其性质、对象、任务和方法，进而在社会生产四环节的相互关系中考察消费与生产、分配、交换的互相依存、互相制约的关系，具体分析消费的运动规律，促成国民经济的良性循环。

(二)关于消费需求理论。包括第二、三、四、七、九章。主要是通过对影响消费需要、消费水平诸因素的分析，考虑消费需求变化的一般规律，以确定合理消费水平，建立合理消费结构，制定合理消费模式。

(三)关于消费市场理论。包括第五、六、七、八、九章。主要是通过对消费品市场、消费劳务市场、消费者心理、消费者权益的分析，考察消费需求不断满足的一般规律，以确定国民收入分配的合理比例，建立合理的产业结

构，保护消费者权益，对消费者行为进行科学的引导。

消费经济学和其他经济科学一样，是一门经世致用之学，必须以马克思列宁主义、毛泽东思想为指导，广泛研究和借鉴外国经验，认真总结我国消费实践，不断丰富和完善社会主义消费经济学的内容和体系，为党和国家制定有关人民消费的重要政策、方针、措施，提供科学的理论依据。

二、消费经济学的研究方法

消费经济学的研究方法和其他经济科学的研究方法一样，都必须采用马克思主义的唯物辩证法。马克思主义的唯物辩证法作为方法论的内容非常丰富，在消费经济学的研究中，主要是采用普遍联系的方法和科学抽象法。

(一)普遍联系的方法

消费经济学是由复杂联系的事物构成的复杂系统，在研究消费关系时决不能孤立地进行，而必须联系以下三个方面进行。

第一，必须联系消费的实物内容。恩格斯在论述政治经济学的对象与方法时指出：“政治经济学所研究的不是物，而是人和人之间的关系，……可是这关系总是同物结合着，并且作为物表现出来。”^①政治经济学对经济关系的研究，要联系经济关系的实物内容进行。如：研究价值关系，离不开价值的物质承担者——使用价值；对资本关系的研究离不开资本的实物构成——不变资本与可变资本。与此同理，消费经济学中研究消费关系，也离不开消费对象。如果离开了消费的实物内容，消费需求的满足无异于画饼充饥，如何根据

^① 恩格斯：《论卡尔·马克思〈政治经济学批判〉一书》《马克思恩格斯选集》人民出版社，1972年版第2卷，第123页。