

家庭消费艺术

潘益大

Jiating Xiaofei Yishu



消费是一门艺术
生存、享受、发展
精神消费的特点和功能
消费也要决策
诱人的消费世界

上海人民出版社



家
庭
消
费
艺
术

潘益大

上海人民出版社

责任编辑 倪为国
封面装帧 陆震伟

家庭消费艺术

潘 益 大

上海人民出版社出版

(上海绍兴路 54 号)

新华书店上海发行所发行 南通二甲印刷厂印刷

开本 787×960 1/32 印张 9 插页 2 字数 13,000

1987 年 2 月第 1 版 1987 年 2 月第 1 次印刷

印数 1—20,000

书号 17074·29 定价: 1.70 元

· 谨以此书献给家庭主妇和“主夫”们 ·

目 录

卷首语	1
A. 结构篇	5
“旧时王、谢堂前燕，飞入寻常百姓家”···	7
——消费结构及其发展趋势	
贾探春的治家之道	19
——消费结构与支出结构	
王素华为何成为读书“状元”？	34
——物质消费和精神消费	
B. 习惯篇	51
从访问学者的观感说起	53
——东西方消费习惯拾零	
红漆马桶是怎样进入高层住宅的？	64
——与不合理的消费习惯告别(上)	
从自缚的茧中挣脱出来	75

	——与不合理的消费习惯告别(下)	
C. 心理篇		87
	“购买决策”论	89
	——怎样购买最经济合理	
	“一次性处理”的诱惑	106
	——别受盲目消费心理支配兼谈 常用订价的奥秘	
	愿你有一个健康的消费心理	120
	——健康的消费心理是文明的标 志	
D. 效益篇		133
	从牛奶、蜂蜜煮沸吃想到的	135
	——消费资料利用率与消费效益	
	劝君莫做滑志明	150
	——消费能力与消费效益	

优化你的家务劳动方式	163
——家庭劳务与消费效益	
E. 道德篇	177
“麦琪的礼物”的启示	179
——家庭消费道德(上)	
“谁言寸草心, 报得三春晖”	189
——家庭消费道德(中)	
莫让孩子做“消费皇帝”	201
——家庭消费道德(下)	
F. 营养篇	213
餐桌上的学问	215
——学会“吃”是家庭消费中的一	
门科学	
“美食家”朱自洽与烹饪消费学	226
——建立一门烹饪消费学	

4 目 录

G. 储蓄篇 241

重视货币的时间价值 243

——家庭消费中的积累兼谈家庭
保险

温饱之家也能“富”起来 253

——储蓄“向标”与储蓄“诀窍”

H. 展望篇 265

笑着走向未来 267

——家庭消费发展趋势展望

后记 280

卷首语

平明。晨曦初露。沉寂的大地复苏了。

闹钟嘹亮的脚步声轻轻把你唤醒。匆匆梳洗一番，你提着菜篮赶往菜场，一天的消费生活就从选购鱼肉菜蔬开始了。

* * *

你——

或许是个操持家务的女工；或许是个初结伉俪的新郎；或许是个从教多年的教师；或许是个经验丰富的营业员；或许是个常年登台演出的文艺工作者；或许是个学识渊博、技能超群的医生、教授、工程师……

是啊，匆匆走向菜场的人流，他们彼此之间的职业性质迥然不同，文化程度悬殊各异，生活环境大不一样。然而，作为社会的一员，他们却都有一个难以摆脱的相同身份，那就是：消费者。

* * *

消费,这是人类在任何时代、任何环境条件下,都不可须臾离开的一种活动。

婴儿从呱呱坠地开始,就需要食物充饥,衣服蔽体,房屋栖身;老人即使到了垂暮之年,依然离不开衣、食、住、用。从一定的意义上说,一个人从生到死的历史,就是一部朝朝暮暮消费的历史,虽然你可能至今还没有自觉地意识到这一点。

* * *

讲消费,就离不开家庭。

生存所需要的各种物质资料虽然是由社会生产提供的,但是有了生活资料你还得有地方来进行消费。买了米、面、鱼、肉不能生吃,有了衣服不能赤条条在大街上换洗,如果没有一个理想的场所供你使用,即使是再高级的彩电、冰箱对你也会毫无价值。至于劳累一天之后,更需要一个温暖舒适的栖身休息之处。人们所需要的这一切,都只有在家庭中才能得到满足。不错,人类的社会公共消费生活已经很发达,一座设备齐全的现代化宾馆,就可以使你足不出户地得到一切生活享受。但是即便

这样，人们还是渴望有一个自己的小家庭。想一想吧，合家一起，围着小方桌，在相亲相爱的气氛中，自炊自饮，这种安闲自得的消费生活真是其乐融融，美妙无穷！即使是粗茶淡饭，即使是竹篱茅舍，也并不亚于高级豪华的宾馆。更何况，家庭消费不仅仅是单纯满足人类吃、穿、住、用等生理本能的需要，它还有着许多公共消费部门无法替代的更为深刻的内容。

* * *

消费作为家家户户朝夕进行的一个自然过程，似乎并无神秘之处。

于是，街谈巷议，茶余饭后，常可听到这样的议论——

“消费就是讲吃穿，吃穿还要学？”

“消费就是讲花钱，花钱谁不会？”

“消费就是讲娱乐，娱乐有何难？”

朋友，当你听到类似种种说法，是否对自己也如此自信？

* * *

入夜。星月明灭。喧闹的一天结束了。

此刻，你和你的家人正在灯下倾心交谈：或许是在计算今朝的花费，或许是在筹

4 卷首语

划明日的安排。那末好吧，请顺便打开这本专门奉献给你的小书。这里既无深奥特别的理论，也没有艰涩枯燥的概念，有的只是你在家庭生活中每日每时都会碰到的各种有趣的消费现象，以及对这种现象的浅显通俗的解释。如果通过阅读这本书，能引起你对家庭消费研究的一些兴趣，那对作者也将是极大的宽慰。

A. 结构篇

- ▲ 生存、享受、发展，人类消费的三个渐进层次。
- ▲ 农民买钢琴、装电话预示了我国消费结构的新趋势。
- ▲ 探春小姐精通家庭消费学，给凤辣子上了调整消费支出一课。
- ▲ 论家庭预算及“气管炎”之利弊。
- ▲ 家庭类型与家庭消费结构。
- ▲ 快乐方程式不能给你带来快乐。
- ▲ 你知道精神消费的特殊功能吗？它不能果腹、不能御寒，却能使你的心灵升华到全新的境界。

第 一 章

第 二 章

第 三 章

第 四 章

第 五 章

第 六 章

第 七 章

“旧时王、谢堂前燕，飞入寻常百姓家”

——消费结构及其发展趋势

造房子要设计，写文章要谋篇。所谓设计和谋篇，讲的都是结构问题。结构不同，面目迥异。用同样的水泥钢筋，不同的结构可以造出不同的房子；用同样的故事素材，不同的结构可以创作不同的作品。结构是十分重要的。

家庭消费也不能忽视结构。合理的消费结构可以使家庭生活幸福美满，健康发展；不合理的消费结构会使家庭失去平衡，乃至带来种种痛苦。

那末，什么是家庭消费结构呢？让我们从报上的一则具体消息讲起。

“牛年购物意向预测表”透露了一个 新公式：从“吃→穿→用”到“用→穿→吃”。

本报讯 市民的消费结构正在发生变化，传统的“吃穿用”序列已改变为“用穿吃”。

昨天下午由本报和本报读者服务公司举行的本市“吃穿用玩优质名牌产品评选金牛奖授奖大会”传出重要信息：市计委计算站对三十二万多张“牛年购物意向预测表”统计结果表明，今年本市居民准备购买的前二十种商品中“用”占十三种，“穿”占五种，“吃”仅光明牌啤酒一项，列居第十二位。金银首饰、电视机、羊毛衫、调频调幅立体声收录机、气压式热水瓶分别跃居第六至第十位。

这是1985年初刊登在晚报上的一则消息，透露了一个新信息：上海市传统的“吃穿用”的消费序列，开始向“用穿吃”的新序列发展。也就是说，过去一般家庭“吃”的消费支出最多，“穿”和“用”的支出依次递减；现在开始发生变

化，“用”的消费支出居首，“吃”的支出退居第三。从“吃>穿>用”到“用>穿>吃”，三方面的消费支出比重有所调整，这正反映了我国目前家庭消费结构变化的新趋势。

一个家庭的消费是怎样进行的呢？基本的前提是要有一定的消费资料，没有消费资料，消费就无法进行。由于人们的消费需要是多层次、多规格的，因此对消费资料的要求又是多种多样、不同类型的。比如，为了生存而要“吃”，于是消费各种食物；为了蔽体而要“穿”，于是消费各种衣着；为了生活上的其它需要而要“用”，于是消费各种日用品。如此等等。当然，由于消费水平的高低悬殊，“吃”、“穿”、“用”在不同的家庭和不同的个人之间，对质和量都有不同的要求，并且三者之间只有保持恰当的比例，才能更合理地满足人们多方面的需要。这种在消费过程中所消费的不同类型的消费资料的比例关系，在消费经济学上就称之为消费结构。

说得再通俗一点，家庭消费结构就是人们在“吃”、“穿”、“住”、“用”等诸方面上怎么安排，钱应该花到哪里去更好。相对国家的宏观消费结构来说，它属于微观消费结构的范畴。