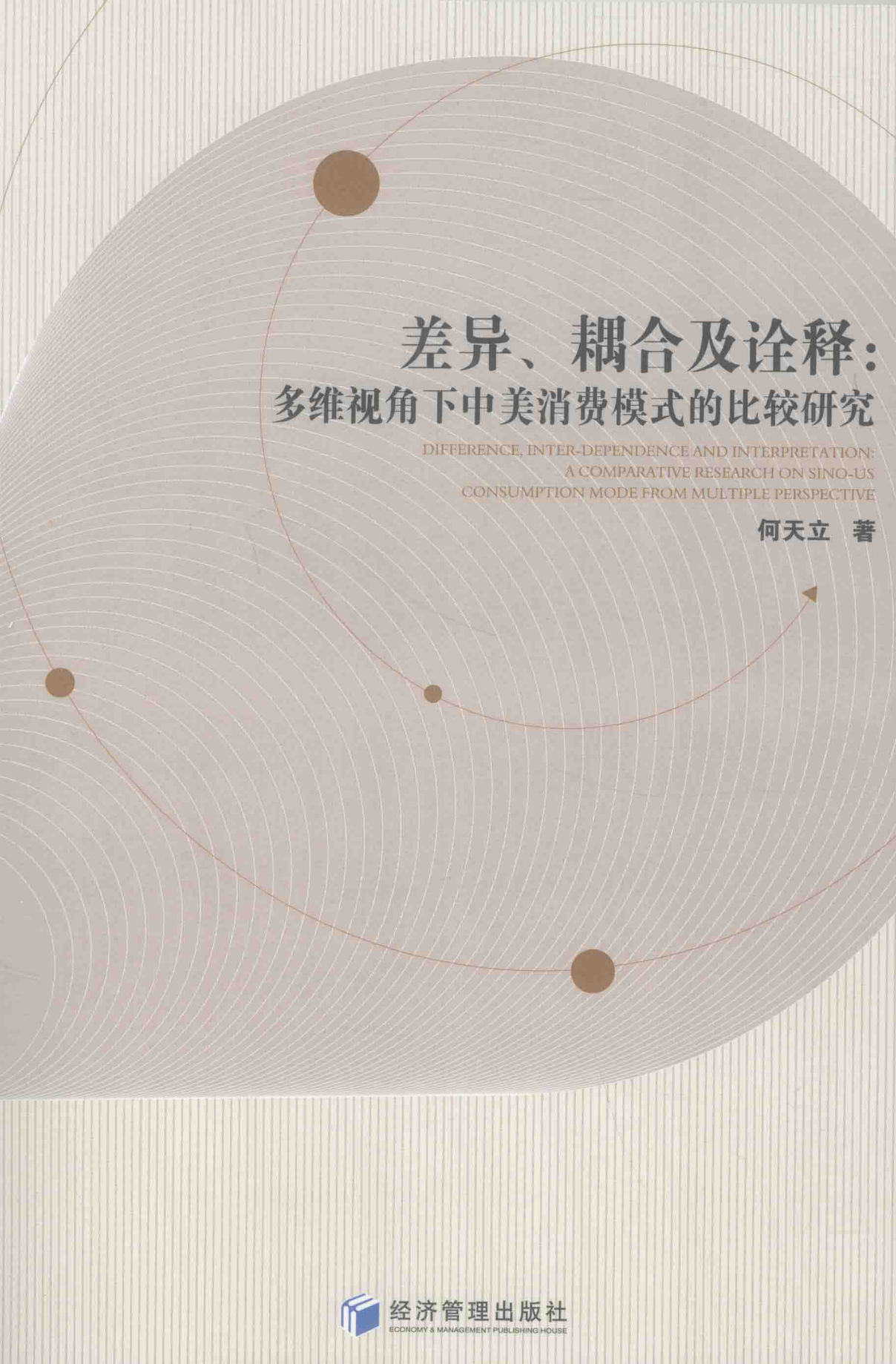




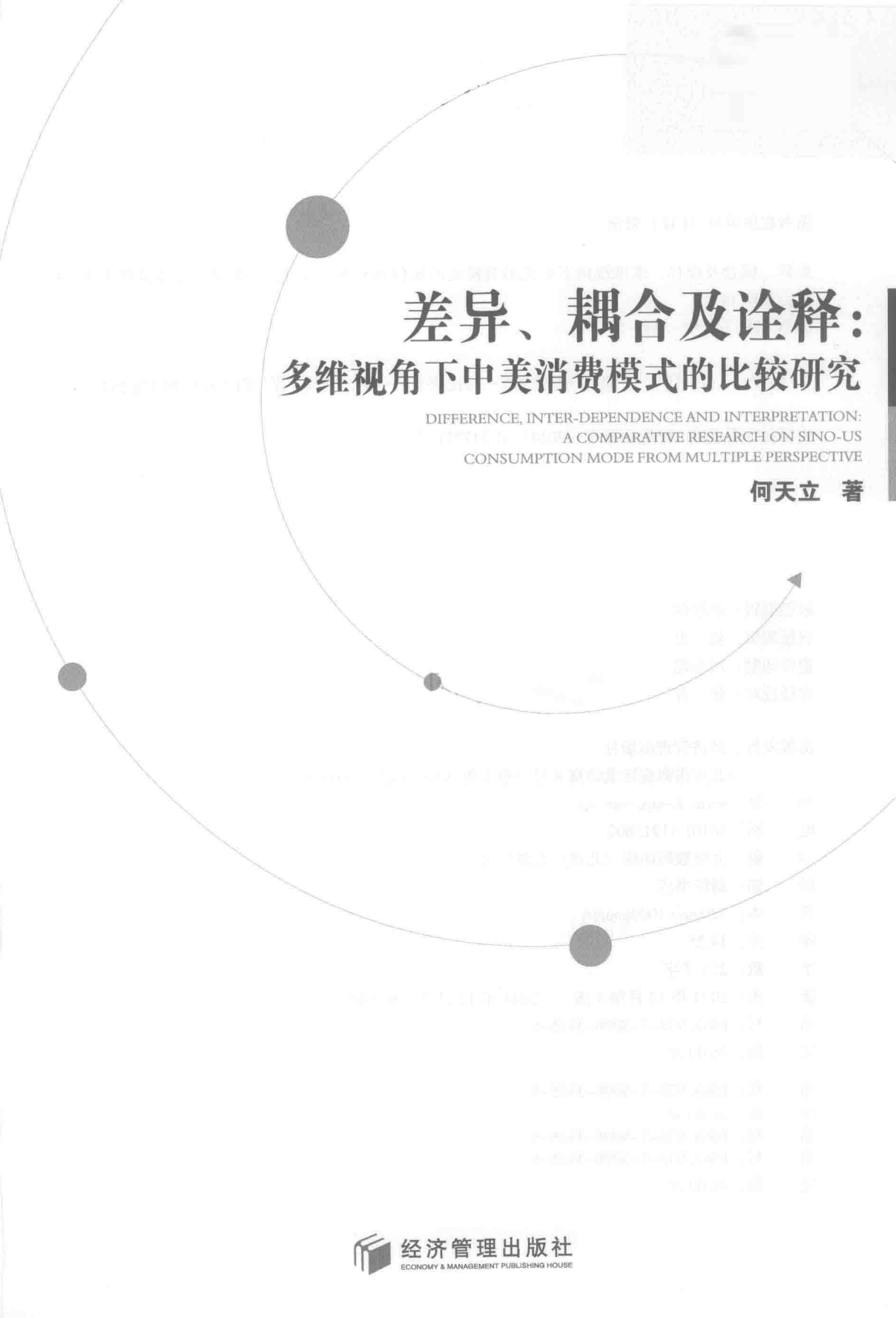
差异、耦合及诠释： 多维视角下中美消费模式的比较研究

DIFFERENCE, INTER-DEPENDENCE AND INTERPRETATION:
A COMPARATIVE RESEARCH ON SINO-US
CONSUMPTION MODE FROM MULTIPLE PERSPECTIVE

何天立 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



差异、耦合及诠释： 多维视角下中美消费模式的比较研究

DIFFERENCE, INTER-DEPENDENCE AND INTERPRETATION:
A COMPARATIVE RESEARCH ON SINO-US
CONSUMPTION MODE FROM MULTIPLE PERSPECTIVE

何天立 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

差异、耦合及诠释: 多维视角下中美消费模式的比较研究/何天立著. —北京: 经济管理出版社, 2014.11

ISBN 978-7-5096-3445-5

I. ①差… II. ①何… III. ①消费模式—对比研究—中国、美国 IV. ①F126.1 ②F171.247

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 247721 号

组稿编辑: 申桂萍

责任编辑: 刘 宏

责任印制: 司东翔

责任校对: 张 青

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 大恒数码印刷 (北京) 有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 14.25

字 数: 255 千字

版 次: 2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3445-5

定 价: 48.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

谨以此书献给我的母亲钟职清！

前 言

2008 年至今,美国金融危机带来的全球经济寒冬未退,探寻后金融危机时代的国际格局和经济模式,反思金融危机原因与教训的说法不一。一些权威学者从消费视点来分析金融危机发生的原因。

主流经济学家伯南克认为:美国金融危机的产生,与全球特别是亚洲地区国家储备过剩,美国国民储蓄率过低,消费过度有关。^①

美国前国务卿基辛格博士在接受中央电视台记者采访时指出:此次金融危机的发生与美国人过度消费的生活方式有关。为了支撑过度的消费方式,美联储不得不增发货币(美元),大量进口石油和日用消费品,以填补国内供给缺口,由此导致美国长期存在外贸逆差局面,进而使其成为世界上最大的债务国。

国内天则经济研究所学术委员会主席张曙光研究员和张弛认为:长期以来,美国人依靠举债来投资和消费。随着储蓄率的下降和债务率的上升,这种寅吃卯粮、举债度日的经济生活方式必然潜藏着很大的风险,成为这次危机的原因。

将美国金融危机的发生归因于国民过度消费方式后,一些追问自然生成:美国自己能够支撑本国国民的过度消费吗?如果美国是过度消费的国家,那么它是一个过度性的生产大国吗?

对此疑问,美国哥伦比亚大学教授兼地球研究所主任杰弗里·萨克斯认为,本次金融危机最基本的一个问题,就是美国居民过去几年消费过多。美国通过从中国、全球的金融机构借款来为本国居民的消费提供融资,并且美国居民对未来很乐观,认为可以非常容易地获得借款,特别是房贷,以及耐用消费品贷款。

杰弗里·萨克斯思考路径,使得人们自然而然地回望与美国相对应的中国谨慎消费模式。《货币战争》的作者宋鸿兵在接受《第一财经日报》的专访中认为,美国危机的本质是资产膨胀性消费模式的不可持续性。如果将膨胀表达为“过度”的话,那么我们完全可以这样认为:美国的过度消费模式是以中国的过剩生产型增长模式为物质供应的;中国过剩的生产型增长模式又是与中国多年来形成的谨慎消费模式特征相适应的。因此,可以得出这样的论断:美国的过度消费模

① 周立人. 现代英文经济文献选读 [M]. 上海:立信会计出版社, 2007: 17.



式与中国谨慎的消费模式是在全球范围内出现的彼此对应的消费模式。因此，如果说次贷危机使得美国的消费模式难以为继，那么中国的谨慎消费模式也该有所改变了。

然而，当人们为中国的谨慎消费模式向何处去忧虑的同时，又有一个新出现的消费现象与事实，使人不得不怀疑对中国消费模式加以“谨慎”的描述是否适当！2010年5月20日，《法制晚报》上刊登了中国社会科学院的一份报告，报告指出截至2009年12月，在全球金融危机冲击下的奢侈品市场萎靡不振的市场状态下，中国奢侈品销售却逆势大涨三成以上。中国境内奢侈品消费总额已增至94亿美元，全球市场占有率为27.5%，首次超越美国而仅次于日本。考虑到经济的增长以及庞大的人口，专家认为第二只不过是中国人暂居的位置。报告还预计未来5年，中国消费者将掏出146亿美元用于购买各种奢侈品，届时中国将超越日本，成为全球奢侈品消费最大的市场。奢侈品在中国热卖的势头，引致目前80%的世界知名奢侈品品牌登陆中国内地市场，且总销售额不断上升。

奢侈品热卖与谨慎消费现象矛盾的背后，一个不能回避的事实是，中国人均GDP世界排名远远落后于欧、美等发达国家。国际货币基金组织2010年4月公布的数据显示，我国人均GDP是3678美元，排第100位；2005年是第112位；2006年是第139位；2013年排名第89位。

奢侈品消费如此，除生活必需品外的其他一般商品的定价也不尽如人意。知名学者郎咸平在他的新书《郎咸平说：我们的日子为什么这么难》中，有这样一段文字：“在中国，似乎只有麦当劳这种一般社会大众都吃的快餐，天然气这种一般社会大众都要用的产品，我们和美国的价格差不多之外，其他稍微上点档次的东西，我们都比人家贵。”^①郎咸平先生的上述文字无非说明了这样一个事实：在中国广为存在一种物价泡沫，物价泡沫的存在与中国人的心理泡沫的存在有关，心理泡沫引起的消费现象被凡勃伦称为炫耀性消费。

对金融危机引发的美国过度消费模式的反思，以及这种消费模式相对应的中国消费模式谨慎性特征的一般描述，进而对我国消费模式内在的谨慎性与炫耀性矛盾并存的思考，是本书希望回答并揭示给读者的部分。当今，金融危机下的美国过度消费模式面临转型，与美国过度消费紧密相连的中国消费模式也需要探索新的方式。未来替代的消费模式将是体现社会和谐、人类大同的融合模式。探寻并展望未来新模式是本书竭力揭示的内容。

本书的基本架构与主要内容如下：

第一章是本书的逻辑起点，界定了基本概念，划定了研究的边界，阐述了本

^① <http://roll.sohu.com/20101207/n300950809.shtml>.

书可能涉及的相关理论。本章阐明了运用跨文化研究的视角来分析中美消费模式特征上的差异,揭示中美两国消费模式特征之间的耦合关系是本书研究的逻辑起点与宗旨。

第二章诠释美中两国消费模式的经济特点是过度性和谨慎性,揭示过度性与谨慎性之间的耦合关系以及两种消费模式形成与发展的必然性。2008年次贷危机在美国发生,显示了美国过度消费模式的问题与非持续性,美国过度消费模式的收敛将意味着中国谨慎消费模式的未来转型。

第三章从文化的界面分析了两种消费模式的不同特质形成的文化因素。儒家文化与基督教文化在世界观、本体论、时间观、未来观等方面的差别是形成两种截然不同的消费理念,进而演化成不同消费行为模式特质的文化归因。

第四章从经济因素的不同层面分析产生中美两国不同特质的消费模式的原因。自然资源禀赋的不同是物质基础;经济制度与经济政策之间的差别是诱导性因素,塑造了中美各自的消费模式特征。

第五章是对未来消费模式的展望。中美消费模式都是特定经济条件下的产物,是不可持续的消费模式。未来的有利于社会经济与环境发展和谐统一的消费模式是两种消费模式的折中形式。

目 录

第一章 分析的基础	1
第一节 视角与方法	1
一、研究视角：跨文化视域	1
二、研究方法：系统动力学建构方法	2
三、研究目的	4
第二节 消费模式的研究现状	5
一、概念界定	5
二、消费模式研究现状	13
第三节 理论基础：消费经济学理论	17
一、西方消费理论演变	17
二、东方消费理论沿革	35
第二章 中美消费模式特征	39
第一节 美国过度消费模式特征	39
一、美国消费模式的过度性与特殊性	39
二、过度性消费模式的终结	50
三、过度消费模式的辩证思考	56
第二节 中国谨慎消费模式特征	61
一、谨慎消费模式的经济表象	62
二、谨慎消费模式的发展困境	73
三、谨慎消费模式现象背后的异化问题	76
第三章 中美消费模式的文化解读	81
第一节 文化原始词义及其内涵表述	81
一、西方的界定	81
二、东方的解读	83



三、不同文化界定的认识	84
第二节 文化的维度及其模型	86
一、跨文化研究中的时空维度	86
二、文化维度模型：霍夫施泰德的文化维度论	87
第三节 比较文化与消费模式	89
一、儒家文化与基督教文化的对比	90
二、中国文化特征与谨慎消费模式	103
三、西方文化与美国消费模式	110
第四章 经济要素与消费模式	117
第一节 经济基础与消费模式	117
一、自然资源禀赋与美国过度消费模式	117
二、自然资源禀赋与中国谨慎消费模式	131
第二节 消费政策与消费模式	139
一、美国消费政策目标演变与消费模式	139
二、中国消费政策演变与谨慎消费模式	143
第三节 经济制度与消费模式构建	147
一、美国经济制度与过度消费模式	148
二、中国经济制度变迁与谨慎消费模式的关联性	153
第四节 消费模式之经济理论归因	161
一、美国消费模式归因	161
二、中国消费模式理论归因	163
第五章 合宜性的未来消费模式	171
第一节 消费模式的更替	171
一、原始社会的生态消费模式	171
二、农业社会中的简约消费模式	171
三、工业社会中的线性消费模式	172
四、循环消费模式	172
五、可持续消费模式	173
第二节 合宜性的内涵	173
一、中西方的语义诠释	173
二、哲学诠释：折中性	177
三、中国从谨慎向适度模式转变的现实可能性	178

第三节 合宜性未来消费模式的构建要素	180
一、绿色性与自然性	180
二、社会性与公正性	185
三、可持续性与发展性	186
四、适度性与折中性	188
第四节 中国适度消费模式的现实路径	191
一、政府扩大公共支出，刺激公共消费	191
二、转变经济增长方式，推动消费结构的转型	193
三、推广消费信贷手段，适度扩大消费需求	195
四、重点加强社会保障制度，降低预防性储蓄	199
五、政府引导消费，实现和谐社会理念	201
参考文献	205

第一章 分析的基础

第一节 视角与方法

一、研究视角：跨文化视域

进入 21 世纪，人们在探寻纷繁复杂的经济问题时，发现越来越多的宏观与微观的经济现象都与文化有关联。法国经济学家弗朗索瓦·佩鲁（Fransols Perroux）在《新发展观》一书中指出：经济体系总是沉浸于文化环境里，每个人都遵守自己所属群体的规则、习俗和行为模式，尽管未必完全为这些东西所决定。经济体系如此，消费行为亦是如此。而东西方文化的差异呈现出来的消费现象的特异性，也越来越多地被世人所认识。

本书以文化的时空观为主线索，以文化间的差异为背景，以消费模式为研究对象，对比分析在不同文化背景下不同特征消费模式所带来的消费行为和消费现象的差异。这里，所谓的文化时空线索是指：第一，时间线索。它是纵向的历史发展线索，即以时间为轴线，以消费现象在一国或多国的变化为样本，记录并分析文化的演变与消费行为的演变间的关联性。第二，空间线索。这是指横向的对比研究。在对比不同文化语境下，国别与区域消费行为的异同，寻找异同现象背后的文化与心理因素。时空视角的选取，源于语言学中术语 Emic 与 Etic，演绎后翻译为普遍性与特殊性的词义。本书引用并延展成为分析视角。

（一）客位（Etic）视角

客位研究是研究者以文化外来观察者的角度来理解文化，以科学家的标准对其行为的原因和结果进行解释，用比较的和历史的观点看待民族性的材料。对于消费行为来说，就是运用某一外部标准来描述和比较不同文化背景下的消费行为，揭示选定外部标准的适用性的广泛程度。在确立比较的标准时，往往需要寻找非文化的普世的标准与概念进行横向比较。



（二）主位（Emic）视角

主位研究是指研究者不凭自己的主观认识，尽可能地从当地人的视角去理解文化，通过听取当地提供情况的人，即报道人所反映的当地人对事物的认识和观点进行整理和分析的研究方法。主位研究将报道人放在更重要的位置，把他的描述和分析作为最终的判断。同时，主位研究要求研究者对研究对象有深入的了解，熟悉他们的知识体系、分类系统，了解他们的概念、话语及意义，通过深入地参与观察，尽量像本地人那样去思考和行动。可见，主位视角是描述、分析一种特定文化背景下的消费行为的特殊性。在这个视角中，文化被当作一种观察具体消费行为与现象的镜头。在这里，行为研究被赋予文化色彩，文化被广泛地借用，用以说明一种行为特殊性的文化背景。

Emic 和 Etic 视角是比较文化研究常用的分析方式。而比较不同文化背景下的事物是跨文化研究的主旨。寻找不同文化背景、消费行为和消费模式中的异同是跨文化研究的又一目标。就本书而言，中美消费模式中哪些是文化带给消费模式的印记，哪些是生产力水平不同带给不同国家消费阶段不同而滋生的共性消费现象，是跨文化研究想要揭示的内容。例如，就中国的炫耀性消费现象而言，当下中国的炫耀性消费是为了获得群体价值认同而表现出来的群体（集体认同）心理的外化，还是社会在某个经济发展水平下所出现的人类消费心理的共同现象！这是跨文化研究试图解释的内容。

二、研究方法：系统动力学建构方法

（一）基本分析方法介绍

系统动力学是由美国麻省理工学院的教授 W.弗里斯特于 1956 年开发的一项关于现代企业系统管理的新技术和新方法。此方法被广泛用于解决复杂的经济系统和社会系统的管理和决策。该方法以系统结构、自动控制和信息传递为基础，运用系统结构决定系统功能的原理，将系统构成为结构、功能的因果关系图式模型，并利用反馈、调节、控制等原理设计出反映系统行为的反馈回路。最终形成动态仿真模型。

系统动力学分析方法的优势在于：能对系统内外各个因素的相互关系予以明确的认识和确定；能对系统内隐含的反馈回路予以明确的确定和认识；能对系统的发展过程及其趋势进行动态的考察；能在系统中设定各种控制因素作为参数，当系统参数发生变化时，可以观察系统行为及其发展变化；能够考察各种因素输入后所发生的行为和趋势，对各个因素的作用机制进行仿真模拟。

在构建本书的分析系统体系时，借用系统动力学分析方法，将影响国别集体消费行为特征的规律——消费模式作为分析对象，设定经济、文化、社会、制度



等要素作为影响消费模式的参数的变量。由于其中的一些因素，比如文化、社会等，具有模糊性和非确定性特征，所以，本书中运用该分析方法构建模型旨在对变量之间的关系做解释性的、趋势性的分析，而不在于对消费模型各个变量之间的关系做逐一定量分析。这与国外以定量分析消费行为有所不同。

（二）变量、反馈回路的设置与说明

目前，西方在设置影响消费行为的变量上，有二分法和四分法等多种方法。卡托纳采用了经济因素和心理因素二分法来建立分析模型。霍华德（J. V. Howard）从系统发生学角度将变量设置为输入、知觉、学习、外因四种变量。

本书在兼顾时间维度和类别维度的同时，将模型中的变量因素设定为以下项目：经济因素、文化因素、制度因素、社会因素。其中，经济因素分为宏观经济因素和微观经济因素。宏观经济因素包括经济制度、经济政策、分配政策等；微观经济因素包括消费者的个人收入、消费习惯、消费心理等因素。文化因素包括宗教、价值观等因素。制度因素主要指代经济制度因素对消费的影响，比如：美国市场经济制度与中国旧有的计划经济制度，城乡二元经济、社会保障制度等。具体设想如图 1-1 所示。



图 1-1 研究对象及其参量设计

外圈是影响消费的宏观因素，包括受到政治制度影响的经济制度安排、经济体制、经济政策、文化因素。根据消费行为研究的结果，某个国家和地区的消费模式有规律性和共性特征，对共性形成的主导因素基本上是宏观的政治、经济、文化习俗等，因此，将某一国家或者地区的政治—经济—文化因素放在外圈。其中，文化因素作为社会成员所共有的价值观，是一个国家和民族历史的积淀，对消费心理和行为的共性有较大影响。



中间是居民、消费者受到宏观因素影响后的个人经济环境因素，包括消费心理、个体收入、个体消费、个体储蓄投资安排、参照群体等。参照群体是指个体在心理上所从属的群体。参照群体对个体具有规范功能和比较功能，规范的参照群体影响一个人的一般价值和行为。L. G. 西弗曼认为，影响消费行为主要的参照群体依次为：家庭、朋友、所属工作团体或正式的社会团体、购买团体等。西方社会强调个性，对集体和团体的认同没有东方社会强烈，因此，参照团体在本书中更多的是选取了以家庭为核心的朋友群体作为参照群体。

核心是研究的对象消费模式的形成。消费模式是描述和归纳个体消费行为上的群体共性和规律性的总结，因此，探寻一种消费模式的特征，要通过从宏观回望到微观介入两方面进行。最终比较总结消费模式的差异性和规律性。

（三）其他分析方法的使用

1. 交叉学科研究理论的运用

本书运用经济学、心理学、社会学的基础理论，以及经济社会学交叉学科的一些理论分析消费模式形成的原因和特点，解释群体消费行为中的普遍规律以及特殊表现。

2. 比较研究运用

本书运用比较研究的方法，对比分析了中美两国消费模式和消费行为的对应性和对称性。分析中包括了对不同国家消费、储蓄等数据的分析，通过横向对比揭示中美消费模式各自的特性；在对中国消费模式的分析中，对我国谨慎消费行为的连续性作了历史性的回顾和梳理。本书比较分析方法的运用多是在对大量数据进行了分析的基础上的。历史数据的运用对于总结规律、挖掘问题受益很大，能对论点、论据提供最具说服力的帮助。

三、研究目的

（1）揭示以美国为首的西方国家，由于过度消费而导致全球经济危机现象背后的文化心理因素。

（2）分析以中国为代表的儒家文化影响下的消费行为的特异性。中国消费者如何摆脱不健康的消费观念，使拥有 13 亿人口的中国居民获得可持续的消费与经济增长、消费与自然和谐的发展模式。

（3）在全球能源短缺的国际大背景下，寻找导致能源短缺问题发生的消费模式背后的文化因素，为全球经济可持续性发展和人类摆脱经济发展中的“瓶颈”找寻以文化为底蕴的新增长模式。



第二节 消费模式的研究现状

一、概念界定

消费模式特征抽象,是对个别消费行为的共性的总结。犹如消费具有动态性一样,消费模式也具有历史性和时代性,回顾消费的作用在人类社会经济历史中的变化,有助于帮助我们理解消费模式特征的历史性。所以,对消费模式的研究,有一部分是从对消费和消费行为的研究开始的。

(一) 消费内涵的多重界定

从生物学角度来看,消费犹如所有生命体的代谢功能,是人类社会存在与发展的基本性功能。只要有生命迹象,消费现象就必不可少。但是,人们对消费作用的认识,不是原发性的,而是随着社会生产力的发展而不断丰富的。至今,大量的中外词典、经济学词典、消费经济学词典及消费经济学教科书,仍未能对“消费”这一经济学的基本范畴做出一致的界定。

《标准汉语词典》2000年版的界定是:消费“是为了生产或生活需要而消耗物质财富”。^①

《辞海》1999年版、2006年1月第5次印刷版本中的释义是:“消费:人们消耗物质资料以满足物质和文化生活需要的过程。”这种界定也与《现代汉语词典》中的界定一致。^②

尹世杰教授等消费经济学专家,在由他本人主编、西南财经大学出版社1991年出版的《当代消费经济词典》中,对“消费”的界定是:“人们在物质资料和劳务的生产与生活中,对物质产品和劳动力的消耗过程。包括生产消费和生活消费。”1999年尹世杰教授主编出版的《消费经济学》著作中将消费看成“是人类社会经济活动的重要行为和过程。广义的消费,包括生产消费和生活消费两个方面……生活消费,是指人们为满足个人生活需要而消耗各种物质资料和精神产品”。2003年高等教育出版社版本的《消费经济学》对消费(生活消费)给出的定义做了简单补充。即“消费已生产出的消费资料(包括劳务消费)来满足自己的物质文化需要的消费行为,它直接与劳动力再生产相联系”。后一个定义在

① 张谦亨. 标准汉语词典 [M]. 长春:吉林人民出版社, 2000: 1042.

② 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典 [M]. 北京:商务印书馆, 2002: 1380.



消费资料的界定上多了一个“劳务”，是一个补充。

林白鹏教授等主编、经济科学出版社 2000 年出版的《消费经济学大辞典》中对消费的界定是：“人们通过对各种劳动产品（包括劳务和精神产品）的使用和消耗，满足其多方面的需要，以实现人本身的生产和再生产的过程和行为。广义的消费包含生产消费和生活消费。”其中“生活消费”是：“人们为满足生活需要消费多种物质、精神产品的过程。生活消费具体包括：物质产品消费和精神产品消费。前者包括吃饭、穿衣、住房、交通等；后者包括阅读书报、看电影电视剧等。两种消费分别满足了不同的需要，并且都包括一部分劳务消费。”如果把上面关于“消费”、“生活消费”的这两段定义联系起来看，除了认为消费（“生活消费”）是“消耗”外，还增加了“使用”的内涵。

《牛津袖珍词典》认为消费就是“消耗”。Consumption 就是毁掉、用尽、吞掉，吃光或喝光的意思。杨圣明教授撰写的《中国消费结构研究》中，也把“消费”定义为“消耗”：“消费既是人们消耗各种消费资料（包括劳务）的生物、生理的自然过程，又是人们之间发生一定关系的社会过程。”^①此外，在温孝卿等主编的《消费心理学》一书中，也把“消费”定义为“消耗”。书中写道：“在生活过程中，人们为满足某种需要，在消耗物质产品的过程中所表现出的行为活动……成为生活过程中的消费，即生活消费。”

美国消费经济学家就职于罗德岛大学终身教授肖经建认为：消费即“使用”。“消费”一词是指“用于那些强调物品和服务使用过程的活动”。^②

可见上述对消费内涵的认识各异，但是如果抛开消费的外在形式，寻求内在实质，则消费最后可以蜕变成两种层面的消费。如果把消费看做是对物质消费，那么消费是自然物质、商品物质的减少，或者是器用等磨损的过程；如果把消费看做是精神层面的消费，那么消费又是获取某种物质感官快乐的愉悦过程。美国经济学家简单地将消费总结为物品和服务使用过程的活动。作者认为，比较适合描述多层面意义中的消费过程。

如果把消费和生产看做是社会再生产的循环过程，那么消费与生产是互为目的的循环过程。其中的辩证思想深邃且值得认识。

（二）马克思消费内涵中的辩证思想

恰如 Williams 指出的那样：从词源上看，Consumption 就是辩证关系的统一。因为“一件物品的使用或挪用，通常既是消费，又是生产；既是破坏，又是生

^① 杨圣明. 中国消费结构研究 [M]. 太原: 山西经济出版社, 1986: 11.

^② 肖经建. 现代家庭经济学 [M]. 上海: 上海人民出版社, 1993: 9.



成；既是解构，又是建构。”^①对于消费与生产的辩证关系，马克思的理解很深刻。

1. 消费与生产之间是合二为一的统一关系

生产与消费互为目的性。这就像人的身份有二重性一样，人的生产者身份与人的消费者身份是合二为一的。当生产时，人（生产者）的体力消费过程就是生产；当消费时，人（消费者）的消费就是再生产劳动力的过程，也是为了生产。消费与生产，消费者与生产者本身是一个事物不可分开的两个方面。马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中，提出了“生产的消费性”与“消费的生产性”。他说，生产直接也是消费。双重的消费，主体的和客体的。这是因为：

第一，个人在生产过程中发展自己的能力，也在生产行为中支出和消费这种能力，这与自然的生殖是生命力的一种消费完全一样。第二，生产资料的消费，生产资料被使用、被消费，一部分（如在燃烧中）重新分解为一般元素。原料的消费也是这样，原料不再保持自己的自然形状和自然特性，而是丧失了这种形状和特征。因此，生产行为本身就它的一切要素来说也是消费行为。不过，这一点是经济学家所承认的，他们把直接与消费同一的生产，直接与生产合一的消费，称作生产的消费。消费直接也是生产，正如在自然界中的元素和化学物质的消费是植物的生产一样。例如，在吃喝这一种消费形式中，人生产自己的身体，这是明显的事。而对于以这种或那种形式从某一方面来生产人的其他任何消费方式也都可以这样说。^②

2. 消费与生产又是对立统一的关系

从经济发展的历史上看，消费在社会生产中的角色变化说明了消费与生产的对立统一。对立与统一关系是一个哲学层面上的对消费与生产关系的描述。这种对立统一关系的发生与社会生产力水平密切相关。当社会生产力水平低下时，整个社会关注的是如何生产，提高生产力水平，在这样的社会里人们对消费是不关注的或者说是否定消费的。而当社会的物质生产能力达到了一定水平后，生产与需求之间的矛盾不再是生产不能满足需求，而是生产的相对过剩，即马克思说的相对于人的需求，或者说购买力过剩之后，消费作为可能影响生产持续发展的力量才进入了人们的研究视野。在这样的相对丰裕的社会中，消费被看做是促进生产的积极力量。消费问题真正进入人们的视野，消费作为肯定意义存在于人们的意识中。

总之，在马克思主义的政治经济学理论中，生产与消费的对立统一是被置于社会再生产的连续过程中来考量的。在社会再生产的过程中，生产是起点，消费

① [英] 西莉亚·卢瑞. 消费文化 [M]. 张萍译. 南京: 南京大学出版社, 2003: 1.

② [德] 马克思、恩格斯. 马克思恩格斯选集 (第二卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1995: 8.