

消费经济 理论研究

XIAOFEI JINGJI | (2016)
LILUN YANJIU

■ 吴炳新 主编



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

消费经济理论研究 (2016)

吴炳新 主编

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

消费经济理论研究. 2016 / 吴炳新主编. —北京:
对外经济贸易大学出版社, 2017. 7

ISBN 978-7-5663-1793-3

I. ①消… II. ①吴… III. ①消费经济学-研究-中
国 IV. ①F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 142633 号

© 2017 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

消费经济理论研究 (2016)

吴炳新 主编

责任编辑: 高 卓 王园园

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京时代华都印刷有限公司印装 新华书店经销

成品尺寸: 185mm×260mm 17.25 印张 378 千字

2017 年 7 月北京第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1793-3

印数: 0 001-2 000 册 定价: 56.00 元

前 言

中国消费经济研究院成立于2013年，吴炳新博士任院长，组织和带领着全国最优秀的消费经济研究方面的专家团队，结合中国的实际，专志于消费经济理论研究，并取得了一批优秀成果。

中国消费经济研究院的研究有四个特点。

一是从消费切入，把消费作为经济研究的突破口。研究院的专家学者们对消费研究的视角是独特的。

二是运用多学科进行研究。消费经济研究院的专家们大多是运用多学科交叉进行理论研究。他们从经济学、管理学、哲学、社会学、文化学及历史学的视角研究消费，借助系统、科学的理论与方法研究消费，把消费作为一个复杂的动态的系统来进行研究。在很多方面采用了定量分析的方法，描述消费在整个经济领域乃至社会生活的诸多方面的地位、影响和决定意义。

三是从历史、现实、未来三位一体研究消费的产生、发展、功能以及不断发生的新变化。吴炳新院长强调要注意运用追根溯源的方法进行研究，从探源生命的诞生，到人类社会的形成，直到对现实经济的研究。

四是对古今中外关于消费的学说大胆扬弃、积极借鉴，非常理性、批判性地吸收。

作为一门科学，其学说构成必须是准确而科学的，这是学科得以成立的基础。但仅仅如此还不够，还必须具有一定的创新性。学术创新是新理论的生命和灵魂，同时也是理论的根本立足点。现在我们已经步入了经济发展的新常态，对于消费经济学的研究也必须不断地有所创新。几年来，消费经济研究院坚持学术创新，取得了一定的成就。

(1) 坚定从消费的角度解读中国经济持续高速发展的原因，探讨、预测未来中国经济发展的走向。研究院的学者们认为，消费和消费社会生产力作为中国经济发展拉动力的消费将成为经济新常态下的一个显著特点。现在，中国有了越来越成熟的消费经济理论，在这种理论的指导下，中国的经济增长将是稳定而持续的。“新常态”下的中国经济，消费增长带动结构调整，在促就业和稳增长过程中将会发挥重大作用。所以新常态下的消费经济学研究要坚定地为消费正名，还原其在经济循环中的价值，赋予其应有的学术地位，唤起人们消费理念的革命。也就是说，我们不仅要强调消费的价值，而且要赋予消费研究以崇高的学术地位，把消费作为经济社会研究的基点，把消费作为一个复杂的动态系统。

(2) 消费经济研究院坚定地重新对人类消费进行了划分。这要源于吴炳新院长的理论勇气，他提出了要对消费重新进行分类，并把消费分为三类，即生活消费、科研生产消费、社会消费。这种分法较之过去的分法有创新，是一个重要的学术突破，具有重

要的学术意义。对于这一分类,许多中国学者和美国学者不约而同地予以了肯定。

(3) 把消费作为一种重要的经济增长力量,加强了对消费生产力的研究。消费生产力的基本意义就是把消费作为一种重要的经济增长力量,是消费行为和消费结果的转化。消费对经济增长具有强大的拉动作用,没有消费就没有生产,而要进行生产,就必须根据社会消费需求来进行。以消费力来拉动增长率,包含了创造消费和创造消费者新需求两方面的含义。中国改革开放的30多年中,消费作为拉动力表现的是一条不断向上的运动曲线。一开始它的拉动作用并不明显,但是随着改革的深化和居民购买力的不断增加,它的拉动作用越来越强,于是图像曲线出现了强劲上升的趋势,而且这个强劲上升趋势直到今天也没有停止。因为富裕起来的中国消费者的强大需求仍然在不断发展和提升。

(4) 针对现代社会进入了“链”时代,消费经济研究院加强了对消费链的研究。消费经济研究院曾把消费链研究作为一项重要课题进行立项研究。研究院的学者们认为,现代社会进入了“链”时代,没有一个孤立的产业和行业,现代经济已进入了消费链时代,任何一种消费品都不可能只单独依靠一个行业一个部门来完成,它一定涉及一系列的相关行业和部门,由此形成一个产业链、价值链。消费链是消费系统的“链”,消费是消费链的起点和终点。消费链必须建立在可持续消费的基础上。消费链分为上游消费链和下游消费链、宏观消费链和微观消费链。研究院的学者们提出了消费链分析法,建议把消费链、产业链、价值链三位一体地进行研究。

(5) 针对社会上的不合理、不健康、不科学的消费现象,消费经济研究院重点对消费行为进行了研究,特别重要的是提出了科学消费观理论。

现在社会上出现了许多不合理、不健康、不理智的消费,这种价值观使人们成了金钱和欲望的奴隶,成了没有精神和思想的躯壳,使人们失去了对商品的理性判断能力,抛弃商品本身的使用价值,而只关注商品作为一种“符号”的价值,而从商品的这种“符号”价值中满足自己无度的欲望。吴炳新院长认为,构建科学消费观是十分必要的,因为消费者只有树立一个正确的科学消费观,才能知道什么是科学消费和怎样进行科学消费。它是科学消费的前提,指导着人的消费心理、消费方式、消费结构和消费行为。研究院的学者们在此基础上提出了一个相当完备的消费科学观理论体系。

(6) 中国消费经济研究院从哲学高度加强了消费主体和客体的研究。关于消费,人们从经济学角度、社会学角度研究的较多,而从哲学角度的研究比较少。消费经济研究院从哲学角度来透视人类消费,认为消费是人类社会生活中的一种实践行为,消费实践活动是人类的实践活动所内含的主体性原则与客体性原则矛盾的对立统一,在实践过程中发生着主体客体化和客体主体化的双向转化过程。所以消费过程也是客体价值的实现过程,因为只有在特定主体的消费中,客体的价值才能得到实现。

(7) 针对现代社会特点,中国消费经济研究院加强了对消费方式和消费内容新变化的研究。随着经济社会的发展和信息技术的发展,人们的消费方式和消费内容发生了天翻地覆的变化,如信息消费、服务消费、精神文化消费、网络消费等,这些都是传统

消费经济学所没有涉及或是很少涉及的，即使涉及也鲜见从深层次进行论述的。

(8) 针对社会高端人群，中国消费经济研究院加强了对高端消费的研究。中国消费经济研究院针对一部分人的高端消费，专门立项对高端消费进行了研究。消费需求是有支付能力的消费需要。消费需求的本质是有支付能力，它是实现需要的条件，没有消费能力，不管有多大的消费需要，都无法实现这种需要。在既定的期间内，消费需求与其他投资需求共同构成社会总需求，而社会的消费总需求则是经济发展的动力。在这种总需求中，高端消费占有越来越大的比例。高端化要求不仅仅体现在物质层面上，也体现在物质与精神的统一、前瞻性的生活理念及功能多元化统一等方面，还体现在对健康、人文内涵、生态环境、私密性、服务等方面的特别关注。此外，高端人群对于社交、商务、时尚、休闲、娱乐等上层生活的需求也会越来越高。高端消费并不是高收入人群所特有的现象，而是中间社会阶层追求高质量生活的一种表现。

(9) 针对企业的消费动向，中国消费经济研究院加强了企业中的消费研究。企业是经济社会的主体。企业的领导者们几乎是天天在研究国家的消费政策、消费市场、消费趋势、消费需求、消费者心理和消费者行为。他们不仅研究国内的，还研究国际的；不仅研究当前的，还研究未来的；不仅研究明显的，还研究潜在的。应该说他们是研究消费经济学的前沿队伍。当今有更多的学者包括那些有作为的学者走到企业中，他们有理论、有实践、有经验、有教训，他们对国内外的市场需求和消费态势的把控往往是非常准确而独到的，在中国乃至世界的消费问题上，他们知道更多的内情，更有发言权。

近年来，中国消费经济研究院虽然取得了一些成绩，但是还存在一些不足，有许多理论研究有待于深化；在科研组织上，还存在一些尚待完善的地方；在课题社会化方面，还有待于继续努力。

感谢对外经济贸易大学出版社领导的大力支持。他们一贯支持研究院的工作，在编辑方面尤为用心。

本书是消费经济研究院第一批研究成果的精选，今后我们将陆续编辑出版第二辑、第三辑，敬请社会各界同仁、专家学者批评指导。

编 者

2017年5月

目 录

消费经济研究的重大突破	戴国晨 (1)
《消费经济学》的学术价值值得重视	施建军 (5)
消费综合理论系统的形成及学术贡献	劳 犁 (11)
消费综合理论系统的适用性和普遍性	李鑫生 (33)
中国理论走向了世界	王吉府 (37)
消费经济与宏观调控研究	吴炳新 (43)
中国奢侈品消费者行为报告 2015	洪俊杰 张梦霞 (69)
中国居民消费动力研究	孔淑红 (121)
中国信息消费对经济增长的影响研究	周 梦 等 (151)
中国食品安全消费研究	蓝庆新 韩 萌 (185)
我国城乡居民消费与经济发展研究	胡若痴 等 (219)
消费、供给、调控相对平衡论	吴炳新 李 锦 (257)

消费经济研究的重大突破

戴园晨

吴炳新先生在古稀之年成书《消费论》，我有幸先睹，感触良多。

在北京大学的一次消费论的研讨会上，我听了他的关于消费论的发言，看了他写成的论文，后来又阅读了他之前出版的《吴炳新文选》，对他这个人和他的书有了很深刻的印象。我攻读社会发展史，深深感到几千年来人类社会的进步在于人们渴望活得比过去好、比前人好。一代代人的消费改善、生活改善的愿望与实现成为社会积累更多财富、创造更多财富的动力，如此反复循环，令人胜了前人，后人将更胜于今人。人类的历史是一部创造的历史，一个社会的崛起是创造的崛起。因此，对吴炳新先生重视研究消费理论，我认为是抓住了社会发展的动力源。

吴炳新是一个有胆有识的人，首先表现在他对市场经济的认识上。他从经济规律在人类经济生活中的产生、发展等方面全面阐述了这一问题。他认为消费是生产竞争的牵引力，消费创造了生产和财富，消费是经济发展最重要的动力。

于是，30多年前，吴炳新就把消费定为自己长期的研究课题。

消费是人类社会经济活动的重要行为和过程。传统的消费分为生产消费和生活消费两大类。吴炳新把消费分为三大类，即生活消费、生产消费和社会消费。社会消费主要是指国家行政消费、国防、科研、教育等公共消费。这种分法较之过去的分法有创新，有进步。

众所周知，社会生产总过程分生产、分配、交换和消费四个环节。生产是最基本的一环，它不仅决定分配和交换，而且也决定消费；社会生产出来的产品品种、质量和数量客观地规定了消费的对象、结构和方式；没有生产就没有消费。但是消费在生产和再生产过程中也具有重要的地位和作用。从静态上看，消费是社会生产过程的终点，它起着对再生产经济效益的最终检验作用；从动态上看，它又是下一生产过程的先导，为新的生产过程提出目标、要求和动力。另外，消费通过商品流通和市场对生产和再生产提供重要的信息反馈。

由此而得知，消费是社会生产的最终目的，也是社会再生产过程的一个环节。消费是人们生存和恢复劳动力的必不可少的条件，而人们劳动力的恢复又是保证生产过程得以继续进行的前提。生产对消费的决定作用表现在它为消费提供对象，决定消费的方式，并引起人们新的消费需要；而消费反过来又影响生产，促进或阻碍生产的发展。在

资本主义制度下,工人受资本家的残酷剥削,生产的巨大增长同劳动人民有支付能力的需求相对缩小之间的对抗性矛盾,使生产过剩的经济危机成为不可避免。人民的物质和文化生活水平随着生产的发展而逐步提高,人民消费水平的提高,反过来又不断促进社会主义生产的不断发展。

由此可见,消费是一个非常重要的环节,在某一程度上来说,它对整个经济的作用不但是巨大的,而且是起着关键作用的。当然消费是与生产和科研分不开的,他们之间相辅相成、相互促进。

一般来说,一个企业家比较感兴趣的问题是生产和流通。因为生产过程是一个基础过程。生产过程采用什么样的现代设备,运用什么样的手段使生产出来的产品更能适合市场的需要,这是最重要的。流通主要是指市场,企业生产的产品最终要通过市场来实现其价值。如果在市场上站不住脚,或被市场淘汰,那企业就意味着要发生危机。所以对一般企业家来说,他的注意力总是在市场和生产这两个方面,而很少花大精力去关注和研究消费,因为消费在整个社会生产过程中处在最后一个环节。

吴炳新认为消费绝不是被动消极的,真正起决定作用的不是生产,而是消费。他看到了消费对于生产、流通、分配的巨大的反作用,因而他着意要研究这一问题。吴炳新是从消费开始,对整个社会消费的方方面面进行了论述,涉及生产、科研、税收、金融、价格、价值、货币、信贷等诸多经济问题,反映了他刻苦钻研获得的丰富理论功底和独到的研究经济问题的方法。

吴炳新把消费作为经济学研究的突破口从而进行长期的专题研究是极具学术眼光的。该研究在以下几个方面有新意、有突破。

(1) 利用多学科较系统、全面研究消费问题。不仅从经济学、管理学、营销学的视角研究消费,而且从哲学、社会学、文化学、历史学的视角研究消费,特别是借助系统的、科学的理论与方法研究消费,把消费作为一个复杂的、动态的系统来进行研究,而且在很多方面采用了定量分析的方法,描述消费在整个经济领域乃至社会生活诸多方面的地位、影响和决定意义。

(2) 从历史、现实、未来三位一体研究消费的产生、发展、功能以及不断发生的新变化。从探源生命的诞生,到人类社会的形成,直到对现实的研究,吴炳新指出,整个人类发展,都因消费而产生的动力推动着人类生命的延伸和社会的发展。正如他所说:“人类的全部经济发展史表明,每个社会细胞的经济行为的终极目标都可归结为消费,任何产品的最终指向也都是消费。因而一切庞大的社会活动都在围绕消费而展开。社会机器只要一运转,就有消费。人们只要一出生,就有消费。从宏观到微观,从局部到全局,从个体到群体,整个人类社会只要存在着活力,就一定是在消费和创造消费的过程之中。”

消费是经济学中永恒的核心话题,历来为经济学界所关注,更为国家相关部门和决策者所重视。消费的机理表明,消费运行的好坏,对国民经济的整体运行和功效有着决定性的意义。

(3) 在宏观层次上, 通过从不同角度对消费的深入研究, 弄清了消费在整个国民经济发展中的地位、作用及其消费的不断延伸而创造的新的社会发展动力。吴炳新认为, 国民经济发展的主要拉动力不是投资, 也不是外贸, 而应该是消费。改革开放来, 消费对国民经济的拉动第一次超过投资和外贸, 成为经济发展的主导力量。历史的发展完全符合吴炳新的研究结论。

(4) 提出了许多关于消费的新见解。吴炳新围绕着消费提出了许多新概念、新思想, 如消费链的构成、价值链的构成、消费的价值规律、消费的贡献性、消费的投资性、消费是扩大再生产的动力、消费是消费者的货币选票投向等。这些创新性见解, 不仅可以让读者认识消费的价值所在, 而且能从宏观上扩大我们的经济学视野。吴炳新认为, 消费是生产的起点, 也是终点。消费—生产—分配—交换—消费既是运行规律, 又是一个逻辑过程。消费是生产的动机, 但生产过程也是消费, 生产不仅创造了消费产品, 而且还不断创造着新的消费需求和新的消费方式。这些学术思想对我们围绕着消费的学术研究会有新的启示。

(5) 对古今中外关于消费的学说不是照搬照抄, 而是进行理性分析, 批判性地吸收。如书中对孔子的消费等级说、道家的无为消费说以及管子的侈靡消费说等都做了深入剖析, 虽是老问题, 但却令人有耳目一新的感觉。比如, 吴炳新认为老子及道家主张无为消费, 提倡知足常乐, 安于现状, 就是否定消费的享乐性, 抑制人的消费欲望, 老子及道家是以心理上的不欲和观念上的知足来抑制人们自发的不断增长的消费需求。又如对管子的消费思想, 吴炳新非常赞赏他的侈靡消费主张。《管子》既有节制消费的主张, 也有侈靡消费的内容。其节制消费原则是普遍适用的基本准则, 而侈靡消费主张则是在特殊情况下为刺激社会生产而提出的, 这是应该肯定而赞赏的。

吴炳新在书中对亚当·斯密的《国富论》、凯恩斯的《就业、利息和货币通论》、萨缪尔森的《经济学》也做了精彩分析, 有赞赏有批判, 有抛弃有汲取。书中对于马克思的《资本论》的消费思想做了系统简述。《资本论》没有专门的消费篇章, 但是在《资本论》许多章节都有关于消费的论述, 吴炳新联系到马克思的其他论著, 归纳出了马克思的消费思想, 这是难能可贵的。对邓小平的消费思想, 包括消费战略的目标、消费战略重点、具体的消费政策等也做了比较系统的概括。这使人感到吴炳新有深厚的理论功底, 更感到《消费论》这部书不是无源之水, 而是建立在深厚的理论基础之上的。

《消费论》的问世, 有其外部原因, 也有其有内部原因。从宏观上说, 它是在中国改革的年代里发展起来的, 它顺应了改革的历史大潮; 从微观上来说, 它是吴炳新精心研读的结果, 是不断思索的结果。该书汲取了前人和西方的优秀学术成果的精华, 又有马克思、邓小平等伟人的经济思想, 加上自己的不断实践, 形成了自己的观点, 既继承了传统的、优秀的经济理论的合理因素, 又在新形势下的经济工作实践中摸索、探讨、总结出了新的经济理论, 其中不乏新的突破、新的见解和新的思维方式。

综观全书, 可以看出《消费论》绝不是闭门造车的产物, 而是理论和实践相结合的产物。作者吴炳新曾在国有企业工作 30 多年, 有着丰富的关于计划经济时代的实践

和体验,又有改革开放后 30 多年民营经济的实践和体验,在这样的基础上写成的东西不仅内容扎实,而且在比较性研究方面有许多独到见解。吴炳新是全国工商联执行委员、中国民营科技实业家协会副理事长、山东省政协委员、济南市政协常委、山东省个体私营经济工会会长、济南工商联副主席等,这些职务使他的研究有了更多的宏观层面的依据。

作为研究,吴炳新的理论毕竟是一家之言,有许多问题尚待于进一步研究,但作为一家之言,如果能对大家有所启发,或在研究方法上有所启发,就能为理论发展添砖加瓦,做出贡献。在科学研究领域里,从来没有哪一个人能穷尽真理、结束真理,也没有哪一个人能完成一种体系理论的全部,而只能为真理的研究和探索开辟道路。

在和吴炳新的交往中,让我深感钦敬的是已属古稀之年的吴炳新老而益坚,不坠青云之志。他在处理繁杂的事务时,千方百计挤出时间,勤勤恳恳地进行研究。这部书出版后,得到了政府、企业以及从事研究和教学等方面工作的有识之士的认可和重视。这里,我可以以一个多年从事经济理论研究工作者的身份说:《消费论》是一部好书,值得一读。

(作者简介:戴国晨,中国社会科学院荣誉学部委员,中国社会科学院经济研究所研究员、教授,经济学家)

《消费经济学》的学术价值值得重视

施建军

吴炳新先生在近耄耋之年时编写了《消费经济学》，有幸先睹，颇多感触。

消费经济学是一门新兴学科，是研究人类消费活动及其运动规律的经济学科。吴炳新先生以其消费综合理论系统为依据，在继承发扬其精华的基础上又进行拓展和深化。在吴炳新先生的主持下，经过多所大学和研究机构的专家共同努力，编写出了一部具有时代特点和较高学术水平的教科书，为大学消费经济学的教学提供了一部好教材。

30多年前，吴炳新就把消费定为自己长期的研究课题，并且在几十年的研究生涯中著述甚丰。他先后出版了150万字的3卷本，即《消费论》《消费通论》和在英国出版的《消费与管理》(Consumption and Management)。他的著作出版后，曾引起社会的巨大反响，国务院政策研究中心、北京大学、清华大学、复旦大学、中央财经大学、中央党校、国家行政管理学院等单位的许多专家、学者、教授都纷纷撰文给予高度评价，《人民日报》《经济日报》《文汇报》、中央电视台、新华社、凤凰卫视等30余家新闻媒体多次进行连续报道。《消费与管理》被休斯敦大学商学院纳入教材。英国牛津出版社总编格伦先生说：“这是非常绝妙的一部书！我想要传达我对吴炳新著作的由衷赞赏之情。这是一部相当优秀的著作。”中央党校原副校长刘海藩教授题词：“新思想，新理论，对改革发展的新贡献。”中国社会科学院荣誉学部委员戴园晨认为：“《消费论》发展了马克思主义经济理论，发展了传统经济理论，是一本好书，值得精读。”上海社会科学院原副院长、邓小平理论研究中心主任夏禹龙教授认为，吴炳新理论是对时代的贡献。他在为吴炳新的《领导科学管理新论》所写序言中写道：“吴炳新先生已逾古稀之年，仍能在对企业繁忙的领导管理工作之余，挤出时间来从事如此繁重的研究工作，其勤奋和执着，其视野之宽和知识之博，都是难能可贵的，可敬可佩！”

作为一门学科，其学说构成必须是准确而科学的，这是学科得以成立的基础。但仅仅如此还不够，还必须具有一定的创新性。

学术创新是新理论的生命和灵魂，同时也是理论的根本立足之点。《消费经济学》至少具有如下创新意义。

一、赋予消费以崇高的中心地位

该书不仅强调消费的价值,而且赋予其崇高的中心地位。它把消费作为经济社会研究的基点,第一次把消费作为一个复杂的动态系统进行研究。

西方主流经济学从来都是以生产为中心的,消费从来都是依附性的。在工业经济向信息经济转化过程中,这种对消费价值的习惯性忽视已经成为西方主流经济学的重大缺陷。该书坚定地消费正名,还原其在经济循环中的价值,赋予其应有的中心地位,唤起人们对消费理念的认识。我感到这不仅是个学术概念问题,而且是经济增长方式转变的现实问题。

二、对消费重新进行了分类

传统经济学把消费分为生活消费和生产消费两部分,吴炳新提出二者之外还存在一个社会消费。这样消费分类就成了三大部分。社会消费主要是社会公共消费,包括国家行政、国防、战争、科研、教育、公安、司法、医疗卫生、体育、城市建设、航空航天和科学考察等公共消费。这种分法较之过去的分法有创新。据我所知,对于这一分类,许多中国学者和美国学者不约而同地予以肯定。

三、提出了消费社会生产力的命题

该书第一次提出消费社会生产力概念。吴炳新认为,消费社会生产力是在人类创造消费产品的消费过程中形成的。社会生产力的基本意义就是把消费作为重要的经济增长原动力。消费对经济增长具有强大的拉动作用,没有消费就没有生产,而要进行生产,就必须根据社会消费需求来进行。以消费来拉动增长包含了创造消费和创造消费者新需求两方面的含义。

这种理论和基于这种理论下的产业模式不仅对中国经济的增长具有现实意义,而且对金融危机下的企业突破同样具有全球性的指导意义。

四、提出了消费链的问题

现代经济已进入了消费链时代,任何一种消费品一定涉及一系列的相关行业和部门,从而形成了消费链、产业链、价值链。人类的消费作为一个完整的过程,不是孤立的、单一的,每一个环节都是相互关联的,形成一个完整的链条。消费链是消费系统的“链”,消费是消费链的起点和终点。消费链是消费系统结构性耗散规律的无形的链条,不管是纵向或横向的消费链,都是以某种消费形式为起点,又以某种消费形式为终点,

螺旋式地向更高层次发展的。消费链通俗理解就是由一种消费引发的一连串消费。

消费链必然牵涉产业链，几乎每一条消费链的后面都有产业链，而产业链则会相应地产生价值链，于是消费链、产业链、价值链就形成了一个完整的链条。这是现代经济的一个重要特征。

该书不仅提出了消费链的概念，还把消费链分为微观和宏观两类。在阐述微观消费链和宏观消费链的基础上，探讨了消费链与营销方式的关系，提出了消费链分析法，同时也认为消费链必须建立在可持续消费的基础上。这些理念都是非常新颖的。

五、第一次提出了完整的科学消费观理论

现在社会上出现了许多不合理、不健康、不理智的消费，尤其是受西方消费主义的影响，许多人把奢侈消费、过度消费作为人生的一种价值体现。消费主义的这种价值观使人们成了金钱和欲望的奴隶，成了没有精神和思想的躯壳，使人们失去了对商品的理性判断能力，抛弃了商品本身的使用价值，而只关注商品作为一种“符号”的价值，从商品的这种“符号”价值中满足自己无度的欲望。

这就带来一个问题，中国人如何科学消费？什么是科学消费？书中首先对西方消费主义进行了批判，而且提出了一个重要命题，那就是必须构建科学消费观。因为只有树立科学消费观，才能知道什么是科学消费和怎样进行科学消费。科学消费观是符合人的身心健康和全面发展要求、促进社会主义经济精神文化发展、追求人与自然和谐进步的消费观念。它是科学消费的前提，指导着人的消费心理、消费方式、消费结构和消费行为。我对这个观点是非常赞赏的。

六、关于消费哲学的论述

人们从经济学、社会学角度对消费研究较多，而从哲学角度的研究比较少。哲学是观察、研究社会的最高层次。该书从哲学的高度研究消费，对消费进行了全方位的哲学描述和分析，提出消费哲学新概念。人类消费哲学是从人类消费高层次认识自己、认识社会、认识自然、认识自己与社会及自然关系的规律，是改造自然、利用自然过程最高层次的悟性灵感和思维方法，是自然科学和社会科学的智慧结晶，是意识、智慧最高层次的体现形式。从哲学角度来说，消费是人类社会生活中的一种实践行为。消费实践活动是人类实践活动所内含的主体性原则与客体性原则矛盾的对立统一，在实践过程中发生着主体客体化和客体主体化的双向转化。所以消费过程也是客体价值的实现过程，因为只有特定主体的消费中，客体的价值才能得到实现。

该书对消费主体和消费客体以及二者的辩证关系进行了透彻的论述。传统消费经济学把消费主体只认定是个人，而这里所说的消费主体是指进行消费活动的个人、家庭和

组织。在认定个人、家庭和组织是否是消费主体时,主要看其是否发生了消费行为。消费客体在传统经济学中只认定是生活资料的消费,而该书认为消费客体是指主体消费的对象,包括消费主体购买、使用、消耗的产品以及所接受的服务,有有形的,也有无形的,有实体的,也有非实体的。主体是相对于客体而言的,主体和客体是有机联系不可分离的,而主体和客体又总是在一定的环境中存在的。

七、关于消费方式和消费内容的创新性见解

随着经济社会的发展和信息技术的发展,人们的消费方式和消费内容发生了天翻地覆的变化,如信息消费、精神文化消费、网络消费等。这些都是传统消费经济学所没有或是很少涉及的,即使涉及也鲜见从深层次进行论述。

比如网络消费。互联网的发展使网络消费越来越成为一种重要的消费方式。网络消费是指人们以互联网为工具手段而实现其自身需要的满足过程。现代信息技术和互联网的发展,使得一个与传统商业模式有很大区别的新型商业模式——电子商务应运而生。电子商务不仅发展势头迅猛,而且对传统商业模式构成了极大的挑战,从而为消费者实现消费及消费方式的根本变革提供了可能性。从网络消费的群体特点看,消费者行为以及购买行为是营销者关注的一个热点问题,对于网络营销者也是如此。网络用户是网络营销的主要个体消费者,也是推动网络消费和网络营销发展的主要动力,其现状决定了今后网络消费和网络营销的发展趋势和道路。

八、关于消费需要与消费需求的创新性论述

在以往的消费经济学中,几乎无一例外地都对消费需要和消费需求进行过论述,该书当然也把二者的概念表述得非常清晰。该书明确指出消费需求和消费需要也有联系也有区别。消费需求是有支付能力的需要,消费需求的本质是有支付能力,是实现需要的条件。没有消费能力,不管有多大的消费需要,都无法实现这种需要。

该书的独到之处是对消费需求的地位与经济增长的关系表述得非常精彩,指出消费需求的水平及其满足程度代表该国居民达到的生活水平和生活质量。在既定的期间内,消费需求与其他投资需求共同构成社会总需求,而社会的消费总需求则是经济发展的动力。

消费需求是最终需求,能够诱导或制约经济增长过程及其方向,是社会生产能否最终实现的标志。消费需求的地位表明,重视消费需求,充分考虑消费需求的形成特点,注意按照消费需求的规模、结构组织和发展生产,是顺利实现消费社会生产的重要条件。消费需求的形成过程是多种因素共同作用的结果。

对于消费需求的变化趋势,书中也分析得非常具有现代性。这种消费需求变化首先表现在消费结构升级上,如新型城镇化战略加速推进,统筹城乡发展和城镇化质量不断

提升，最大限度地提高居民的消费力和撬动内需、不断加快完善社保体制，都是加快消费结构升级的重要因素。在这种情况下，人们的消费范围会不断扩延，心理需求层次会不断提高，健康、绿色消费理念会不断加强，科技化、智能化、高端化、数字化消费会不断拓展，尤其是高端消费会呈现出明显的强劲趋势。高端化要求不仅体现在物质层面上，也体现在物质与精神的统一、前瞻性的生活理念及功能多元化统一方面，还体现在对健康、人文内涵、生态环境、服务等方面。此外，高端消费人群对于社交、商务、时尚、休闲、娱乐等生活的需求也会越来越高。

另外，该书对古今中外的关于消费的学说非常理性，大胆借鉴，批判性吸收。如对孔子的消费等级说、道家的无为消费说以及管子的侈靡消费说等都做了深入的剖析。这令人有耳目一新的感觉。书中对马克思的消费思想做了系统的简述。吴炳新对马克思的消费思想进行了归纳，对邓小平的消费思想也做了比较系统的概括，这是难能可贵的。

《消费经济学》这部书不是无源之水，而是建立在深厚的理论基础之上的。

(作者简介：施建军，对外经济贸易大学原校长、教授)

