

中國人面臨的 消費選擇

國世平
宋一陵 著
國慶



勵志出版社

中國人面臨的消費選擇

國世平
宋一陵 著
國慶

勵志出版社
1993・香港

中國人面臨的消費選擇

著者 國世平 宋一陵 國慶

出版 勵志出版社

(香港北角英皇道 14 號僑興大廈 18B)

經銷 三聯(香港)書店

國際書號 ISBN 926-7473-06-5

初版 一九九三年二月

封面設計 譚仁杰

定價 港幣五十五元、美金八元、人民幣五十二元

本書版權為勵志出版社所有・不得翻印

序

現時，我國的經濟生活中存在着一個矛盾而又使人感到迷惑的現象：一方面，全國的消費基金在急速地增長；它甚至超過了勞動生產率的增長和經濟的增長；另一方面，在居民的儲蓄和手持現金也急速增長的同時，市場卻持續在疲軟。按照正常的情理應當是供給不足，而現實卻是需求的不足。市場上擺放着的豐富的、各式各樣的、多姿多彩的商品，同居民對它們的購買熱情，似乎形成鮮明的反差。過去，人們曾經為市場商品短缺而不滿，現時，人們又為市場商品的過剩而煩惱。在這種反差和煩惱和背後，實際上給經濟的發展造成了嚴重的困擾與障礙。

人們好象在同市場開玩笑，有意跟市場作對和過不去。回顧這幾年來，一個時期居民的消費需求（自然表現為貨幣購買力）就象潰堤的洪水，猛烈而無情的沖擊着市場，令市場使盡了渾身解數，動員了一切可能的、多年的庫存物資，才勉強予以抵擋住；但是，時隔不久，居民的這種旺盛的消費需求突然又象夢幻般的消退得無影無踪，以致工商廠家急速為市場充填起來的大量商品找不到它們的消費者。居民消費需要的這種巨大的、無規則的震蕩，的確給生產和經營造成了極大的混亂和被動。現在，當居民的貨幣儲蓄和手持現金在急劇地增長，而市場卻持續疲軟的時候，人們不竟又在暗自擔心，不知在哪一天，這龐大的潛在的貨幣購買力又會象火山突然爆發一樣，猛然沖擊着市場。

為什麼會出現這種變幻無常的、不規則的、令人迷惑而煩惱的現象呢？人們已經不限於從生產和經營的角度，諸如生產的水平、產業結構和產品結構、產品質量和款式、以及產品是否適銷對路等等方面，來尋求可能的答案，而直接從消費的角度，從消費同生產的一般聯系、消費的結構及其變動趨勢、中國消費的特點以至人們的消費心理和消費傾向、消費選擇等等方面，來祈求合理的解答。人們越來越感到，消費對生產的反作用是怎樣的巨大，消費對經濟發展的影響是如此深遠，以至可

以說，沒有生產固然沒有消費，如若沒有合理的消費，也不會有生產的進一步發展。

中國的消費的確有自身的特點。我們常常聽一些從國外回來的人說，在國外（當然是那些資本主義發達的國家），人們往往會把一些舊的、但還是完好可用的彩電、冰箱、家俱沙發之類耐用消費品當作垃圾扔掉，感到不好理解，因為在中國，即使是破舊衣服，人們也還不舍得把它扔掉。其實，這並沒有什麼奇怪。如果一個人的月工資收入除了吃飯穿衣以外，還可以購買一臺或數臺彩電、冰箱之類的商品的話，那麼，對這類商品的不斷更新、即產生新的消費需求就不是什麼新奇的事情。一旦出現新的、功能更齊全的產品，即使原有的產品還是完好可用的，人們也會不太困難地進行這種更新，而把舊的扔掉，因此，從經濟的社會的意義上而不是從自然的意義上看，這類所謂耐用消費品，並不是“經久耐用”的。但是，如果一個人需要用他一年甚至一年以上的工資收入，在既不吃飯也不穿衣的情況下才可購得一臺彩電、冰箱之類的“高檔”消費品，那麼，對這類商品的更新就是十分困難的，除非商品已完全損壞不能使用，或者有某種意外的因素，或者對極少數非常富有的家庭。在一般情況下，即使人們也具有更新這類消費品的經濟實力，只要它還能繼續發揮作用，人們也會不舍得輕易地去更新它，因此，對絕大多数的，甚至是“一次性”的消費品，這裡的“一次性”當然不是“只使用一次就扔掉”的意思，而是說在他一生（至少在相當長的歷史時限內）或許就是屬於“只購買一次”的商品。

這也許可以說是我們從當今到今後一個相當時期在消費問題所表現出來的一個特點，正是這個特點，它使得在一個時期內、即絕大多數人還未擁有某類現代化高檔消費品時期，由於消費的攀比心理，會形成人們對某類消費品的突發性膨脹的消費需求，而在人們基本上實現對某類消費品的“第一次”（或許就是最後一次）購買以後，又會出現對該類消費品的長時期的消費需求萎縮。如果我們不能正確認識我國消費需求的這個特點，它必然會給生產的發展帶來巨大的波動。當人們對某一消費品有社會消費需求突發性膨脹的時候，由這種市場需求的導向，我

們的生產能力(對該類消費品)也必然會跟着急劇地膨脹起來，一時間會顯得生產朝氣蓬勃、蒸蒸日上，但是，一旦人們的“第一次”購買實現，社會消費需求飽和，從而形成消費需求的長期萎縮，在這種情況下。如果不能開拓新的市場，那麼，急劇膨脹起來的生產能力也必然會跟着變為多余，造成生產能力的大量閑置和浪費，同時使產成品大量積壓。我國消費的這個特點表明，人們對某些高檔耐用消費品的需求，特別是對它們的第二次需求，不是取決於人們的實際購買能力，而是取決於商品價格與其工資收入的相對比較。

因此，把中國人民的消費問題作為一個重要的經濟理論問題加以研究，具有巨大的現實意義。當然，這種研究不應局限於消費同生產的一般聯系以及我國消費究竟是超前消費還是消費不足這類一般性問題上，而應當進入到諸如中國人民的消費特點、消費結構變動趨勢、以及居民的消費心理、消費傾向、消費選擇等等更深層次、也更接近實際的領域。

可喜的是，改革開放十年來，我國學術界對消費經濟的研究在理論上取得了長足的進展和豐碩的成果，而這種研究正在向更深層次展開；同時，在老一輩經濟學家的帶領下，一批年青的研究消費經濟的經濟學家也在逐步成長起來。

武漢大學經濟學院青年教師、副教授、國世平先生，最近由他主持撰寫了《中國人面臨的消費選擇》一書，即將出版。他請我為該書作序，作為他的博士導師，我自然非常樂意。盡管我過去對消費經濟學未曾作過深入的研究，但從社會主義經濟發展的現實來看，我認為中國人面臨的消費選擇的確是一個具有重要現實意義的課題。我們知道，消費選擇實際上是整個經濟發展選擇中的一個重要內容，如果缺乏對消費選擇的研究，整個經濟發展的選擇也將無法深入；而且，研究中國人的消費選擇，還有利於我們對未來消費進行預測，以制定合理的消費政策，不僅有利於對消費者進行合理引導，同時，也有利於對生產進行有效的引導，防止生產的過份盲目性和波動；此外，消費者的消費是否合理，實際上也直接關係到國民經濟的運行能否呈良性循環，所以，研究消費選擇

也將有助于促進國民經濟的良性循環。目前，在國際上，有關消費選擇的研究，早已成為經濟學家們研究的熱點之一，而在我國，對有關消費選擇問題的研究，卻還處于非常薄弱的狀態，特別是中國作為消費者人數最多的國家，理應將消費者的消費選擇問題作為研究的重要課題。我希望《中國人面臨的消費選擇》一書出版，將能推動我國學術界和經濟界人士對這一課題的研究。

《中國人面臨的消費選擇》一書也有着它的自身一定的特點。該書試圖將消費經濟學引入對我國實際問題的研究，而不是停留在純理論的分析；同時，將消費問題納入整個國民經濟中通盤考慮，而不是局限在消費領域；另一方面，該書雖然偏重于對消費實際問題的研究，卻也沒有忽視對消費及其它重大經濟理論問題的探討，而且，所有結論和分析都是在占有和分析大量的實際資料上得出來的，具有較強說服力。該書介紹了大量西方及發展中國家的消費經驗，但決無盲目照搬，而是有分析地借鑒，緊密聯系中國的實際。該書的這些特點，也可以說是作者在研究中國人面臨的消費選擇時所作的嘗試，很難說這些嘗試都取得了完美的效果，但這些嘗試無疑是可貴的。

1991年10月中旬，全國高校社會主義經濟理論與實踐研討會第六次大會在湖南湘潭大學召開，《消費經濟》雜誌利用會議期間，邀請部分與會同志舉行了一次小型座談會，我在座談會上作了一個簡短的發言。所有座談會發言都已發表在《消費經濟》1991年第6期上。對那個發言我一直感到不盡為人意，自己的意思未能完整地表達出來。因此，我想就這個“序”中所表達我對消費經濟的某些觀點，作為我那個發言的補充。

我期待着《中國人面臨的消費選擇》一書早日與讀者見面。

劉光杰于武昌珞珈山

1992年11月5日

目 錄

序	(1)
第一章 總 論	(1)
第一節 經濟選擇、消費選擇是中國經濟發展的重要組成部分	(1)
第二節 消費選擇研究的重要性和消費選擇的主要內容	(8)
第三節 消費選擇研究亟待解決的理論問題	(13)
第二章 中國人消費的歷史考察	(26)
第一節 1949 年前中國消費狀況及特點	(26)
第二節 1949 年後中國消費狀況的變化及特點	(35)
第三章 中國人消費的變化趨勢	(49)
第一節 中國人的消費所處的層次	(49)
第二節 中國人消費發展變化的三個階段及變化趨勢	(50)
第三節 中國人消費中吃穿住燒用的三個階段及變化趨勢	(62)
第四節 幾點思考	(75)
第四章 中國人消費的基本特點及影響	(79)
第一節 中國人消費的基本特點	(79)
第二節 中國人消費特點形成的基本原因	(89)
第三節 中國人的消費特點對中國社會、經濟生活的影響	(97)
第五章 中國人與外國人消費對比分析	(106)
第一節 中外消費對比角度問題	(106)
第二節 外國人消費的基本情況	(111)

第三節	中國人消費模式的大致選擇.....	(126)
第六章	中國人合理食物消費的選擇.....	(142)
第一節	選擇合理食物必須考慮的幾個因素.....	(142)
第二節	中國食物消費的現狀和利弊分析.....	(148)
第三節	國外發達國家食物消費的現狀及利弊分析	(162)
第四節	恰當解決選擇動物植物并重型和中國國力的 矛盾.....	(169)
第五節	動植物并重型食物消費還應具備食醫結合的 特色.....	(173)
第六節	合理食物消費量的確定.....	(177)
第七章	中國人服飾消費的選擇.....	(180)
第一節	服飾消費水平大幅度提高,具備了選擇的條件	(180)
第二節	中國人服飾消費的特點及面臨的宏觀選擇	(185)
第三節	中國人服飾消費的變動趨勢及面臨的服裝內 部結構的若干選擇.....	(194)
第四節	關於服飾消費模式的選擇.....	(199)
第八章	中國人住宅消費的選擇.....	(203)
第一節	中國居民住宅消費現狀及特點.....	(203)
第二節	中國人住宅消費面臨的多種選擇及難點.....	(207)
第三節	緩解中國住宅緊張狀況,為居民住房提供多種 選擇的關鍵是住宅體制改革.....	(212)
第四節	中國人對住宅消費體制模式的選擇.....	(217)
第九章	中國人交通消費的選擇.....	(229)
第一節	中國人客運消費的現狀及存在的問題.....	(230)
第二節	中國城市外(遠距離)交通消費的選擇.....	(241)
第三節	中國城市內(近距離)交通消費的選擇.....	(258)

第十章	中國人用品消費的選擇.....	(268)
第一節	中國人用品消費在整個消費支出中的比重選擇	(268)
第二節	中國人日用品消費和耐用品消費的發展趨勢 及兩者比例關係.....	(274)
第三節	中國人各類用品消費的序列與比例的選擇	(287)
第十一章	中國人勞務消費的選擇.....	(292)
第一節	中國人勞務消費滯后,不符合消費發展的一 般趨勢.....	(292)
第二節	中國人勞務消費的變化趨勢及面臨的若干選擇	(299)
第三節	達到勞務消費合理選擇面臨的困境以及所 采取的對策.....	(312)
第十二章	中國消費政策的選擇.....	(326)
第一節	建國以來的消費政策回顧.....	(326)
第二節	建國以來的消費政策評價.....	(335)
第三節	選擇正確的消費政策,完善消費品市場	(343)
后記		(349)

第一章 總 論

中國是世界上消費者數量最多的國家，可我們對消費問題的研究還處在起步階段；消費作為社會再生產過程中的起點和終點，有着極為重要的地位，可我們很少看到和研究消費對經濟發展的反作用；社會主義基本經濟規律要求中國經濟活動是為消費服務，可長期以來一直沒給消費以應有的重視；中國經濟發展的選擇，離不開消費的選擇，可我們卻一直沒有對此進行研究。理論與實際的差距是何等巨大，這種狀況正說明開展對消費問題，並包括對消費選擇問題的研究已刻不容緩。

中國正朝現代化邁進，經濟發展無疑要面臨多種選擇。然而消費選擇顯然是經濟發展選擇的基點和重要組成部分，因此，探討中國人面臨的消費選擇其意義是多方面的。

第一節 經濟選擇、消費選擇是中國經濟發展的重要組成部分

一、各個國家都重視經濟選擇

任何一個國家在致力於經濟發展的時候，都會根據自己國家的具體情況選擇經濟發展的模式。在世界上各個不同國家的不同時間經濟發展的不同選擇中，雖然還沒有一個完全成功的範例，但是各國都取得了不同成就，其中少數國家（和地區）開始進入中等發達國家行列；多數國家還存在不少問題有待繼續解決；也有些國家收效不大，貧窮、失業、分配不均等問題仍舊十分嚴重，甚至與發達國家的差距不是縮小而是更加擴大了。一般說來，各國在不同的經濟發展中，選擇不同的發展模式經歷了兩個或三個不同的階段。

第一，選擇“傳統的”或“舊的”經濟發展模式。許多國家在取得獨立之初，發展經濟缺乏經驗，往往照搬發達資本主義國家早期采取的經濟

發展模式。這種發展模式是：以國民生產總值或國民收入的增長為主要目標，以工業化為主要內容，求得國家的富裕和強大。選擇這種發展模式，往往會片面提高積累率，忽視農業生產和人民福利，帶來分配不均、財政赤字、外債劇增、通貨膨脹、物價波動、環境惡化等後果。

第二，選擇“改良的”或“變通的”的經濟發展模式。不少發展中國家鑒于以上教訓，60年代以來，開始着手改變原來的作法，選擇了變通的經濟發展模式。其主要表現是：強調平衡發展，重視經濟結構；強調農業生產，開展“綠色革命”；強調人口控制，注意智力開發；強調獨立自主，改進對外貿易，等等。最初看，這種發展模式的選擇，有利于減少傳統發展模式的弊端。但是以上發展模式由于只是在傳統發展模式的基礎上加以改良，並且受到社會制度的局限，不能從根本上解決問題。

第三，選擇“新的”“經濟發展模式”。70年代以來，世界經濟形勢愈益嚴峻，多數發展中國家的經濟發展並不順利，于是出現了一種呼聲，要求改弦易轍，採取新的發展模式。這種模式，強調從發展中國家的實際情況出發，以滿足人們的“基本需要”為最低目標，並探索新的衡量尺度，具體化為不同的成套指標，包括提高就業率、識字率，平均壽命等。有人認為要保證生活的物質質量，有人認為要重視分配的公平。這些主張，在某種程度上符合了群眾的願望，但在許多發展中國家當前的社會條件下，真正貫徹是不容易的。

盡管每個國家不可能選擇一個完美無缺的經濟發展模式，但是這並不等於說經濟發展選擇就無必要。事實上，各個國家在自身的發展中，不管他們自己意識到的程度怎樣，則總是在進行各種不同的選擇。同時，由于選擇的發展模式相對合理並能適合本國國情，經濟便發展得快一些，否則便發展得慢一些。因此，每個國家都十分重視本國經濟發展模式的選擇。

中國在建國後的幾十年經濟建設實踐中，對經濟發展模式的選擇有比較正確的時候，也有重大失誤的時候。例如在“一五”時期，選擇的經濟發展模式為：逐步實現社會主義工業化；逐步實現農業、手工業和資本主義工商業的社會主義改造；在發展生產和提高勞動生產率的基

基礎上逐步改善人民的物質文化生活。為實現上述目標模式所選擇的經濟措施為：優先發展重工業，相應發展輕工業的農業；集中財力、物力、搞好以 156 項重點工程為骨干的基本建設；正確處理建設與生活、積累與消費的關係，注意綜合平衡，等等。選擇這種發展模式是恰當的，它保證了經濟高速增長。但後來則犯了錯誤，主要是盲目變革生產關係，不注重積累與消費的比例關係，不注重經濟效益的提高，長期選擇經濟過熱的發展模式，導致經濟上的很大失誤。總結中國關於經濟發展模式選擇的歷史，我們可以看出，當經濟發展模式選擇相對正確時，經濟便會蓬勃發展，人民生活得以改善，而當經濟發展模式選擇失誤時，經濟發展就會受挫折，人民生活就不能得到改善。

從世界發展中國家和中國經濟的選擇中可以總結出一條，即任何經濟發展模式要能夠相對合理，便不能忽視消費，忽視人民的福利。發展中國家在最初選擇“傳統”經濟發展模式時，就忽視了消費，僅重視工業化，結果導致經濟發展的失誤。蘇聯等東歐國家在選擇經濟發展模式時，片面強調重工業生產，忽視農業、輕工業的發展，也就是說忽視消費資料的生產，結果由于消費的落后而制約了蘇聯東歐國家的經濟發展。戈爾巴喬夫執政的年代，便一直呼吁應把消費資料生產放在首位。這種情況表明，各國在選擇自身經濟發展模式時，必須重視消費的選擇。

二、消費選擇是中國經濟總體選擇中的一個重要組成部分

消費選擇是中國經濟總體的一個重要組成部分這一命題，具體包括兩個方面的含義：一是消費選擇是經濟總體選擇中的一個重要內容；二是消費選擇是經濟總體選擇的基本環節。

（一）消費選擇是經濟總體選擇中的一個重要內容

一個國家的經濟作為一個有機的整體，顯然不是機械的部分之和，而是多因素相互作用的系統。象其社會形態一樣，經濟具有三大特征：整體性、轉換性和自我調節性。經濟的整體性是說經濟內部具有融貫性，各成分在整個經濟中的存在是有機的聯系，而不是獨立成分的混合，整體與成分都由一個內在規律所決定。轉換性是說經濟並不是靜止的，有一些內在的規律制約經濟內在因素的運動發展。自調性是指經濟

由于本身的規律而自行調整，經濟內某一成分的改變必將引起其他相關成分的改變。經濟這種特性決定了經濟的選擇必須與其他內在因素同步考慮。

在選擇一個國家經濟發展模式和發展戰略時，是離不開對消費進行合理選擇的。例如，當我們選擇集中財力、物力、人力全力進行工業化的發展模式時，就必須選擇超節約型消費模式，從而保證有較高的積累率。中國從1957年至1979年就屬於這種情況。當我們選擇經濟適度發展，各方面的比例相對平衡的發展模式時，就必須選擇適度的消費模式，而消費過熱和過份的消費節約都將不利于經濟的順利發展。可見，消費選擇是否合理和恰當，都直接关系到經濟選擇的成功與否。

消費選擇作為經濟選擇的重要內容，具體表現在以下幾個方面：

第一，在進行最優產業結構選擇時，離不開對消費的選擇。產業結構盡管可以從多層次分類，但每一種分類都與消費有關。例如，根據兩大部類劃分產業結構，分為生產資料生產和消費資料生產。其中消費資料生產就與消費有很大關係。消費什麼、消費多少、怎樣消費等選擇就直接影響到生產資料的生產。因此，我們在確定兩大部類合理發展時，視消費選擇而不顧，顯然是不現實的。再例如，根據農輕重劃分產業結構，由于農業和輕工業部較多地是消費資料生產，因此，與消費選擇有很大關係。農業部門是直接生產糧食供給消費者，還是更多地將糧食轉化為飼料，再轉化為肉類食物供給消費者，便決定着農業的發展方向，而這實際上也是消費選擇的重要內容，即究竟選擇肉類食物為主，還是選擇植物食物為主。輕工業是多生產日常用品還是多生產耐用品比例的合理選擇。目前，中國耐用消費品人均普及率過高，導致基礎性消費得不到滿足，便是消費選擇不恰當所致。又例如根據三次產業劃分，將產業結構劃分為第一次產業、第二次產業、第三次產業。第三次產業中的飲食業、商業、服務業、旅遊業便與消費有直接關係，同樣第二次產業中的消費品生產，以及第一次產業中的糧食作物生產也和消費有很大關係，因此消費選擇怎樣，便與三次產業之間協調發展，以及各個產業內部各要素的協調發展息息相關。

在進行產業結構優化選擇時，消費選擇是否合理也起很大作用。優化產業結構的選擇，首先考慮的是產業結構與社會總需求結構相適應，而社會總需求結構中很大一部分便是消費需求結構，消費需求結構要保持合理，便離不開消費的合理選擇。同時優化產業結構的選擇還要考慮到各部門之間相互銜接，緊密配合，這也要求消費的合理選擇，來保持消費結構適應產業結構的順利發展。另外，優化產業結構選擇還應考慮到本國國情以及資源的最佳配置，這都與消費選擇關係甚密。例如中國煤資源相對豐富，石油較多地用于出口，這就使得我們進行消費選擇時，必須選擇以燒煤為主的消費方式，即居民的燃料結構不是以電、石油為主，而是更多地用煤和煤氣。

第二，在生產力布局的選擇中，離不開消費的合理選擇。1979年以前，中國選擇以發展內地為主的模式時，消費選擇較多地是封閉的，與外國消費較少有聯系。1979年以後，中國選擇以發展沿海地區為主的模式時，消費的選擇日趨帶有開放性，與外國消費聯系越來越密切。交誼舞、搖滾樂、牛仔褲、生日蛋糕等各式各樣的消費方式、消費內容紛紛涌進中國，這樣，消費選擇中便必然要考慮到既要充分吸收國外消費的精華部分，又要適合中國特色，使得消費更好地促進生產的發展。另外，由于沿海地區的消費與國外消費聯系甚密，國外消費市場信息十分容易傳進沿海地區，因此，沿海地區安排一些適應國際市場需要的服裝工業、電子工業、玩具工業等，便能使產品較容易打進國際市場，生產力布局應該考慮這一特點。

第三，在經濟增長選擇中，也同時要考慮消費的選擇。我們知道，在確定經濟增長模式時，必須考慮到經濟增長的制約條件，這些條件主要有：一是作為決定經濟增長的直接因素的勞動就業增長率，要受勞動力供給狀況的制約。勞動力的供給狀況關鍵是符合質量的勞動力供給。中國目前的狀況是，盡管勞動力資源十分豐富，但真正符合質量的勞動力卻不多。而勞動力質量的提高關鍵在于消費者質量的提高，為此，就必須做到：(1)保證供給勞動者自身生理需要的消費資料，來促使勞動者體力和智力充分發展；(2)保證消費朝健康方向發展，從而有利于勞動

者身心健康；(3)提供勞動者足夠的教育消費，保證勞動者工作素質的提高。而這一切又離不開消費的合理選擇。在勞動者的所有消費開支中，究竟多大比例用于基礎性消費，多大比例用于發展性(教育)消費，才能保證勞動者素質最大限度的提高，值得研究。在中國，勞動者的消費支出中，用于發展性(教育)消費的比例太低，用于購買書報費的比例太低，致使一些勞動者得不到應有的教育，因而勞動者素質的提高也很緩慢，這說明，中國消費選擇還很不合理。二是決定經濟增長率的主要因素積累要受必要的消費增長的制約。而消費的合理增長也是消費選擇的一個重要內容。選擇過快或過慢的消費增長速度都不利于經濟的合理增長。中國一度出現的消費基金膨脹、消費過剩，就是沒有選擇好消費的合理增長。三是在對外開放的條件下，經濟增長率還要受到對外貿易狀況的制約。對外貿易包括出口與進口，而出口、進口中既有消費資料，也有生產資料，這就有一個恰當選擇的問題。中國曾一度不恰當地進口國外高檔耐用消費品，既浪費了國家寶貴的外匯，同時又給民族工業以很大沖擊，這種消費選擇的不恰當，無疑妨礙了經濟增長。

(二)消費選擇是經濟總體選擇中的基本環節

一個社會的經濟發展過程表現為社會再生產的良性循環過程。在社會再生產過程中，消費作為其中一個內在的環節，不僅對生產，而且對分配和交換都有反作用。

消費對生產的反作用主要表現在三個方面：一是消費使得生產的產品得以實現。產品顯然不同于單純的自然對象，它在消費中才能證實自己是產品，才成為產品。生產出來的產品，無論是衣服還是房屋，如果沒有人去消費它，就失去了產品存在的意義。消費對生產的這種反作用，說明生產必須以消費為目的。同樣，在進行生產選擇時，就必須充分考慮到消費的選擇，以消費選擇為依據。這是因為，在社會主義條件下，消費是使社會生產的產品是否符合社會需要，是否為社會所承認得到檢驗，即生產的產品的有效性得到檢驗，從而為確定社會主義經濟效益的有無或高低提供科學依據。二是消費創造出新的需要，創造出生產的動力。消費的這種反作用說明經濟發展的動力來自消費，因此消費發展

的方向怎樣直接影響到經濟發展的方向。選擇合理的消費規模、消費方式、消費怎樣直接影響到經濟發展的方向。選擇合理的消費規模、消費方式、消費結構，就能為生產創造出合理的需要，從而促使經濟的順利發展。三是消費直接也是生產，即勞動力的再生產。這一點前面已作了闡述，不再贅述。

消費對分配和交換的反作用，具體表現為：(1)消費可以反作用分配。儘管消費總是社會分配關係的消費，分配介于生產與消費之間，按照不同社會的性質，規定產品歸生產者個人的比例，但是，消費又是分配的最終實現。因為分配如果不考慮消費，分配將失去意義。不僅如此，消費在一定程度上規定分配的界限，即積累與消費比例的界限。在一定時期國民收入總量既定的條件下，消費如果超過或不足到一定限度，都會引起分配關係的失衡，從而影響經濟的順利發展。所以，選擇恰當而又科學的消費規模，對經濟的發展是十分重要的。(2)消費還可以反作用于交換。交換作為生產與消費的中介，其意義是無法低估的，因為產品沒有交換中介，就不能進入消費領域。但是，交換的實現又必須在消費中完成，離開消費，交換既無意義，也不能存在。消費的需求結構規定交換的結構，消費的規模規定着交換的規模。正因為如此，選擇好合理的消費結構與消費規模，則會有利于經濟中各環節的良性循環。

消費選擇作為經濟總體選擇的基本環節，實質上是消費作為國民經濟樞紐點這一特征決定的。在社會再生產過程中，只有消費有着兩極這一特征，它既是社會再生產過程的終點，又是社會再生產過程的起點。消費先于生產，同時又是生產的完成。消費與生產之間存在着一種媒介運動，這種媒介運動，可以說是社會再生產總體結構自調性的軸心。從近代各國經濟發展情況看，在生產和消費變化的趨勢和相互作用中，確實存在着與這種媒介運動相關的作用力，即：新的技術革命引起生產的變化，生產的變化為消費的變化創造了物質基礎，消費的變化產生出新的消費需要。新的消費需要又反過來促進技術的進步和生產的變化。生產和消費這種互為媒介、相互依存、相互促進的運動，實質上是整個經濟中社會再生產結構的自我循環。第二次世界大戰后日本的兩