

消费经济学

苏志平

徐淳厚

编著

中国财政经济出版社

XIAO FEI JING JI XUE

消 费 经 济 学

苏志平 徐淳厚 编著

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费经济学/苏志平,徐淳厚 主编-北京:中国财政经济出版社,1997

ISBN 7-5005-3564-3

I. 消… II. ①苏…②徐… III. 消费经济学 IV. F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 18027 号

中国财政经济出版社出版

(版板所有 翻印必究)

社址:北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码:100010

通县西定安印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 9.75 印张 231 000 字

1997 年 10 月第 1 版 1997 年 10 月北京第 1 次印刷

印数:1- 45 50 定价:11.00 元

ISBN 7-5005-3564-3/F·3296

(图书出现印装问题,本社负责调换)

序 言

改革开放以来,我国的经济生活和社会生活都发生了历史性的深刻变革。在迅速发展的消费实践的带动下,我国消费经济理论的研究取得长足的进展。经过理论工作者的不懈探索,许多过去长期争论的问题或者变得明朗,或者随消费实践迎刃而解。特别是社会主义市场经济理论的提出和相关理论体系研究的迅速拓展,以及消费实践的深入和广泛,为我们进行消费经济理论的研究,为本书的撰写提供了比较成熟的理论依据和丰富的实践素材。市场经济条件下,消费实践的发展向人们提出一系列全新的课题,需要人们从新的角度,用新的方法加以研究和概括。这便是本书写作的背景。

经济理论和消费理论方面。

社会主义市场经济理论。这一理论的提出对消费经济理论的研究产生多侧面和整体性的影响。比如,适应建立社会主义市场经济体制,在消费经济领域内积极推进市场化进程;在消费结构中增加商品性消费的比重,减少供给分配性和自给性消费的比重;利用市场经济的范畴调节和引导宏观消费。

经济可持续发展理论。这一理论要求消费结构的安排及变化方向和节奏的把握、消费水平提高的速度都不能超过国力和生产发展提供的可能,不能形成对资源和能源的掠夺性开采和过度耗费,不能破坏自然生态系统的平衡;还要求必须高度重视消费者作为社会成员的素质的全面提高,以迎接新世纪的挑战和承担下个

世纪经济发展的重任。

经济增长方式转变理论。我国的经济的发展正经历着从粗放型向集约型转变的历史过程。这一转变将带来资源配置、资产及其他要素的调整和重组。它与消费经济领域有着互为因果的联动效应。经济增长方式既关系着消费需求的满足和实现程度,关系着消费水平的提高和消费结构的变化,同时又受着消费需求规模、扩展速度、指向及需求演变同步还是差别化的影响。充分发挥消费需求对经济增长方式转变的推动和制约作用,正确引导和培育新的消费热点,支持“主导产品”的开发和经济增长方式的转变,是企业的当务之急,也是消费经济理论工作者不容回避的研究任务。

宏观调控理论。我国的宏观经济调控理论的提出已有若干年,并不断加以完善。在这一理论的指导下,我国宏观调控的实践取得了积极的成果,宏观调控的方法和形式发生了新的可喜变化。从以行政命令、行政约束为主的直接控制,转变为以经济范畴和杠杆、配合产业政策导向来调整资源配置、产业结构和发展速度等的间接调控。宏观调控的重点由总量的调整和控制转变为结构的调整和优化,以改善投入产出比。就消费经济而言,宏观上的调控和引导今后将主要以消费政策导向及消费教育、消费示范等方式和手段为主,并发挥消费市场吸引消费指向、促进消费实现的功能。

社会主义精神文明建设理论。这一理论要求在全社会范围内树立新型的消费观念,培育科学的、文明的、健康向上的、节约(时间和资源)的消费方式,反对和抵制庸俗的、野蛮的、腐朽没落的消费方式。增加精神文化消费的比重,提高文化消费的质量和层次。通过消费,形成人与人之间和谐友善的新型关系,并把文化(消费)作为一项产业提到发展战略的高度来重视。

除了上述与消费相连的基本经济理论问题之外,消费经济学科自身的发展还遇到一些新的理论问题。

消费质量问题。包括消费质量的内涵;评价消费质量的量化指标(经济的、非经济的;物质的、非物质的);对我国消费质量状态的判定;经济发展不同阶段消费质量所呈现的状态和特征。我国消费质量提高的基本方向和可能轨迹。

消费环境问题。这是与消费质量研究有密切联系,又不完全等价的命题。在全球性环境问题日益突出的背景下,由森林资源和植被的遭破坏和城市过度扩张而导致的荒漠化及耕地减少,大城市住房紧张、交通拥挤,垃圾成灾、水质及噪音污染等无不对人们的生活消费产生影响,因而亟待深入细致地进行这方面的研究。

消费差异问题。这是消费水平研究中的专门论题,包括消费的地区差异、行业差异、阶层(或群体)差异、年龄差异。要进一步探讨其深层原因,从理性角度进行利弊分析,并调整相应政策及营销策略,建立统一的又是差别化的消费市场,在消费差异研究中尤其要注重“贫困消费研究”。要研究贫困消费产生的根源、演化的趋势及对外界的影响,根治贫困的行政、经济和科技措施以及宏观上的正确引导等。

消费监督体系问题。包括监督体系的构成;监督体系产生作用的机制;监督体系运作和产生作用的外部环境;以及政府、新闻媒介对监督体系的支持和参与。

消费畸形性问题。如畸形性消费(炫耀型消费、挥霍型消费、奢侈糜烂型消费、封建愚昧型消费和腐败型消费)的表现;畸形性消费产生的原因和带来的危害;传统文化糟粕的“遗传”和开放后西方消费方式引发的“变异”对畸形消费的深刻影响。对此问题的研究应注重个量研究即消费者素质研究和总量研究即宏观指导和约束措施研究相结合,纠正和预防各种畸形消费,使健康文明的、理性的、科学的消费在我国越加广泛,并在积极引导的同时建立相应的约束及惩处机制。

青年消费心理及行为研究。青年是社会消费群体中最活跃、最易变和充满躁动的一支消费生力军。他们的积极参与或退出,可迅速形成诸多消费领域的火爆或衰退。这方面的研究包括:青年消费心理产生的经济原因和非经济原因;青年消费心理的诸种表现;相关群体对青年消费心理和行为的影响;市场对青年消费心理的诱导;当前青年消费心理及行为的误区及其纠正。

中外消费比较研究问题。发达国家在其所谓“消费革命”前后所经历的消费阶段,无论是成功的方面还是偏差的方面,无疑都值得我们很好地加以研究、分析和借鉴。这方面的比较研究包括消费体制(制度)及政策方面的比较;文化差异的比较;经济基础和发展水平比较;法律约束比较;消费效益比较等。

消费实践方面。必须正视我们的消费理论研究仍落后于消费实践的事实。从实践看,现阶段的消费呈现出复杂、多元化、快节奏和多层面交叉等特征。消费实践越来越受到人们消费预期的影响。我国居民的消费目标预期在经历了百元或几百元级和千元或几千元级之后,正处在万元或几万元级消费的前夜。

消费行为长期化和理性化。表现为消费储蓄剧增,人们除了考虑即期的消费之外,更考虑远期的消费。我国居民个人储蓄总额达到1万亿共用了40余年时间,而从1万亿达到2万亿仅用2年时间,从2万亿到3万亿则仅用1年时间。部分高收入者的消费实践不仅成为新的市场热点,而且对其他收入阶层的消费者有很强的示范效应。随着住宅条件的改善,室内装饰热持久不衰。虽然对大多数工薪阶层消费者购置商品房仍然是一个“梦”,但人们这方面的意识越来越强,相应的准备如建立单位的及个人的住房基金等也在进行之中。

耐用消费品更新和旧货市场的开辟。我国家用电器在经历了1984年和1988年两次大的消费热潮之后,近年销售趋于平稳,供

略大于求的局面已经形成,消费者选择性明显增强。目前,我国家电更新高峰将至,如何帮助消费者合理地消化存量消费品,从而创造新的购买力,促进更新的顺利实现,是一个迫切的现实问题。分层次地举办旧货市场,开展旧货流通,创造新的消费力,不仅是启动消费市场的一项重要措施,更是培育我国新的经济增长点的一个实际可行的举措。国内贸易部已将其视为“流通领域的一项重要产业”。

在经济结构调整中出现下岗职工。这是改革开始至90年代初期所不曾遇到的。而且目前下岗人员数量在增加,影响在扩大。下岗职工生活困难、前景无望,对社会的安定形成潜在威胁。成为我们今后发展必须考虑的制约性因素。这是改革和结构调整、优化的某种代价,又是需要政府、社会各界及下岗职工本身积极解决的迫切问题。

消费者权益保护问题出现新的情况。消费者权益问题在各级政府、有关管理部门、消费者协会及新闻媒介的共同关注下,原有的一些问题和投诉热点逐步得到解决而不再成为“热点”,而新的问题又接踵出现。说明我们在保护消费者权益方面取得了一定成就,但形势仍不容乐观,任务仍相当艰巨。

消费闲暇时间问题。自1995年5月起我国城市劳动者实行每周双休日。它提出一系列新的课题:消费者闲暇时间增加与休闲产业发展的关系;近期可为消费者接受的休闲项目及附属配套项目或设施的开发。人们在满足了一般的物质需求后,迫切需要提高“休闲”的品味和档次(不一定非得多花钱),比如欣赏严肃音乐,参观博物馆、科技馆,参与群众文化广场、全民健身活动及双休日举办的各种岗位培训、技能培训,到郊野去寻求回归自然的感受等。为此,北京市提出“双休日行动计划”。应看到,双休日给人们生活带来的变化是巨大而深刻的,所提供的市场空间也是巨大的。

针对上述种种理论和实践问题,在本书撰写过程中,有些我们在占有资料的基础上作了较为系统的研究和分析,有些本书进行了初步的探讨,有的还仅仅是提出问题,有待今后继续与同行们共同就此进行研究。本书写作中力图在保持消费经济学学科体系完整的同时,吸收本学科的最新观点和研究成果,对新的理论和实践问题加以整理、提炼和概括,为指导消费实践的方方面面提供科学依据。

需要说明的是,消费经济的理论和实践都处在迅速发展和不断完善的过程中,许多问题都带有不确定性。此种背景加上作者研究水平、分析方法和占有资料所限,本书挂一漏万、不当之处在所难免,亦盼同行不吝指正。但作为理论工作者,我们研究消费经济理论、追踪和分析消费方面的新实践和新情况的初衷是不会改变的。

本书绪论、第一章至第六章、第十章由徐淳厚同志撰写,第七章至第九章由苏志平同志撰写,全书由苏志平同志修改定稿。本书撰写过程中,得到同行们的热情支持和帮助,在此一并表示谢忱。

作者

1997年5月

绪 论

一、消费经济学的学科性质、研究对象及内容

消费经济学在我国是一门年轻的经济科学。是随着我国改革开放以来生产的发展,人们消费实践的日益广泛和深入,为适应实践要求而产生和逐渐完善起来的。经过理论工作者的艰辛探索,不仅使这门科学最终从政治经济学中分离并独立出来,而且研究的问题在逐步深入,甚至出现专门研究某一消费经济范畴的如消费结构学、旅游消费经济学等。从研究的进展看,最新的著述包括了“初级阶段”理论,但没有市场经济条件下消费方面的理论和成熟的有价值的著作;从研究的体系看,目前尚不能完全确定,且差异较大;从研究的线索看,目前主要是从各个消费经济范畴的展开入手,说明层次较低;从研究的方法看多是以定性分析为主,对某些问题的阐述和论证明显地缺乏说服力。所以,在我国,消费经济学的建设任务仍相当艰巨。

消费经济学从其学科性质讲是一门独立的经济科学而不是什么学科的分支。它兼有理论经济学和应用经济学的性质。综合性与边缘性是其基本特点。我们称之为理论经济学,是讲它可以通过严密的分析、论证,把握和概括消费经济现象之间、范畴之间的联系及变化的规律性,从而建立相应的消费经济理论或学说;称之为应用经济学是讲它具有用以分析现状、调整有关消费政策、改进或完善某些消费制度的直接现实性。

借鉴国外对消费经济的研究,我们可以根据研究范围和侧重

点的不同把消费经济学划分为宏观消费经济学和微观消费经济学。前者是研究一国总体的消费状况、特征、制度、政策等,后者则主要是研究居民个人和家庭的消费情况。本书所分析、论述的内容着重于前者。

消费经济学的研究对象。任何一门学科都有自己特定的研究对象从而区别于其他学科,消费经济学同样有着自己特定的研究对象。长期以来理论界对此一直存在争议。概括起来主要有三种论点,根据其对研究对象的定义范围我们可称之为“窄派”、“中派”和“宽派”。“窄派”认为:消费经济学的研究对象是人们在生活消费中结成的整个经济关系,即消费关系和它的运动规律;“中派”认为:消费经济学除了要研究消费关系之外,也必须重视对消费力的研究,包括消费力的合理组织方面的内容;“宽派”认为:消费经济学的研究对象是消费过程,及由此涉及的消费力、消费关系乃至上层建筑包括政治历史、社会心理、政策制度、法律法规、文化习惯等。

我们的观点,把消费经济学的研究对象定义为消费关系,这种观点失之过“窄”,容易使我们只强调消费关系而忽视消费力的研究,从而导致分析问题过度抽象和对现实的认识产生偏差,不利于研究和解决消费领域的各种实际问题;而“中派”的观点尽管避免了上述不利,却把研究对象二元化了,不仅没能抓住研究领域的主要矛盾,反而为学科的分化创造了前提,二元的研究对象往往是学科分化的直接征象^①;“宽派”的论点强调研究消费过程是对的,但涉及的范围过“宽”,无法把握也不易建立逻辑严谨的学科体系。因此,我们提出对消费经济学研究对象的观点:它是研究消费过程中的内在矛盾及其发展规律性。由于消费作为一种社会性过程行

^① 袁培树、陈昕:《消费经济学批判》,学林出版社1988年版,第2页。

为,本质上统一着这样两个方面,即过程的经济内容和过程的社会形式。前者主要涉及消费力的合理组织问题,后者则可抽象为消费关系问题。这样,既可以使我们避免对象定义的二元化和过于宽泛难于把握,又可以使我们集中精力于实质问题的研究,所得出的结论也不致由于过度抽象而与现实的生活消费不相吻合。

在对消费过程的内在矛盾进行研究时,我们切不可忽视研究过程的经济内容即消费力的合理组织问题,它是消费得以实现并获得不断更新和发展的“载体”。历史实践已经告诉我们,不能脱离消费力去孤立地考察消费关系,否则会影响问题的深入分析和结论的客观性。关于消费力的内涵和构成,国内学者早在十多年前就给予剖析,认为其形态包括:①自然消费力;②有支付能力和购买能力的消费力;③消费者受社会分配关系的制约所形成的消费力,如城镇职工就医的大病统筹及尚未真正商品化的住房消费;④绝对消费力^①。其中,从消费经济学角度应着力研究第二和第三方面。第一方面是消费力经济学的研究内容,第四方面只能作为纯粹抽象分析问题的参照系。

消费经济学研究的内容。随着消费经济学本身的发展,其研究的内容在外延上越来越广泛,在内涵上越来越深入。作为理论体系其基本内容主要包括以下方面:

第一,消费在整个国民经济中的地位和作用。现在对此问题的研究已不仅仅停留在消费如何受生产、分配、交换的制约,又反过来对生产、分配、交换产生作用。而是深入到生产力与消费力(规模、水平)、生产结构与消费结构(状况、趋势)、生产方式与消费方式等深层问题的研究,以及为制定我国中长期经济发展战略包括消费战略和经济结构调整对策提供理论依据。

① 刘方斌:《消费经济学概论》,贵州人民出版社 1984 年版,第 69—71 页。

第二,消费需求问题。主要是研究社会成员的消费需求内涵、构成、产生原因、排列规则,以及需求和收入、价格、储蓄之间的数量关系。政府和社会在创造条件满足消费者合理需求的同时,如何根据经济发展基础和国情对消费需求进行引导。

第三,消费结构问题。主要研究社会成员消费构成变动的原因、结果和它的规律性;以及消费结构同产业结构的关系和相互作用,目的是建立与本国资源状况相适应的宏观消费结构。

第四,消费水平问题。研究消费水平的内涵、衡量标准;决定或影响因素及消费水平合理化的标志;研究国民经济增长与消费水平变动的数量依存关系;确定消费水平的最高界限和最低界限;在适度消费原则的指导下,探讨提高消费水平的多种途径。

第五,消费方式及消费社会化问题。着重分析在市场经济条件下人们消费观念以及行为方式变化的新特点和新情况;针对影响消费方式的诸种因素和社会化的趋势,探讨如何在全社会范围内不断创造和培养符合市场经济要求的新的消费方式。

第六,消费者权益问题。分析国外在维护消费者权益方面的有益经验、做法和有价值的理论;着重探讨我国消费者权益的内涵、各种损益行为发生的原因及管理对策;从法制建设和经济措施上切实保障消费者的权益。

第七,消费决策与消费效益问题。包括消费决策的内容、作用、依据;宏观消费决策与微观消费决策的关系;决策结果的评价方法;还包括消费效益的主要影响因素和评价方法;如何实现宏观消费效益和微观消费效益的统一;消费的社会效益和经济效益的统一,以及在我国最终提高消费效益的条件和基本途径。

第八,消费政策与消费模式问题。研究单项消费政策如住房消费政策与综合消费政策如适度控制消费需求增长的政策的关系;消费政策与国家货币投放政策、价格政策的关系;消费政策的执行

与监督;研究消费模式的内涵、选择模式的原则和决定因素,以及建立和完善我国的消费模式问题。

第九,主要研究在市场经济条件下,如何用符合市场要求的规范和手段指导和调节社会消费。

需要说明的是,消费经济学在我国还是一门年轻的学科,处在发展和完善过程中。对于这门学科的体系和内容,不同的消费经济著述中仁者见仁、智者见智。除上述基本内容外,还有不同侧重的添加。如:消费心理及与之相关的消费行为问题;消费质量与消费环境问题;消费流行与消费回归问题;闲暇消费问题;文化消费问题;家庭消费问题;与文化习俗相联系的消费习俗问题;消费信贷与消费储蓄问题;消费信息、消费预测与消费管理问题。举出这些问题的目的在于说明,吸收某些专题的研究成果放在学科体系内,对体系本身的完善及内容的充实是有积极意义的。此外,有些专题如旅游消费、住宅消费、消费心理等可随研究的深入另外构成独立的学科。

二、消费经济学的研究方法

每门学科都有自己的研究方法,把握好研究方法往往可使我们突破和摆脱传统方法的框架和束缚,得出新的结论,创建新的学说。

(一)辩证唯物主义和历史唯物主义的方法

这种方法具有方法论基础和指导作用。贯穿其中的普遍联系的思想,全面地、发展地、联系地看问题的思想,对消费经济学的研究有指导作用。要善于从一消费现象与它消费现象,从一消费范畴与它消费范畴的区别和联系中把握特质和规律,更好地掌握本学科的理论体系。

(二)抽象分析的方法

这是马克思主义经典作家成功地运用过的方法。它是研究复杂的社会经济现象和过程包括消费经济现象和过程的重要方法。马克思讲,“分析经济形式,既不能用显微镜,也不能用化学试剂。二者都必须用抽象力来代替。”^① 只有抽象分析,才能不为现象甚至假象所迷惑,才能准确把握事物各个侧面的特点及联系,把握事物的本质和发展趋势,把握消费力、消费关系及其矛盾运动。

这里有必要指出的是:不能把这种方法用过了头,形成“过度抽象”,从而产生形而上学。在消费经济学研究中把科学的抽象分析的方法绝对化、用过头往往会产生适得其反的结果。现实经济生活好比是多边形、多面体,如果我们硬是把它们无限抽象成圆、抽象成球。其结果或者得出的结论根本还原不回去,或者还原一次失败一次,丝毫解决不了现实经济生活中的任何问题。在这方面我们是有着深刻教训的,必须汲取。

(三)实证分析和规范分析的方法

这是由消费经济学的学科性质所决定的。它既有理论经济学的性质,分析方法就离不开规范分析;它既有应用经济学的性质,分析方法就离不开对状况、政策、制度等的实证分析。

在消费过程中无论是宏观方面还是微观方面都存在诸多规律,只有通过规范分析、揭示和描述这些规律,才能形成理论对实践的指导。应注意两种分析方法可互相补足却不能互相替代;孤立地使用一种方法往往得出的结论或者片面,或者没有深度。而当前亟待加强的是实证分析;对传统的规范分析方法要注意避免其形式主义、教条主义的东西。

(四)定性分析和定量分析

^① 马克思、恩格斯:《马克思恩格斯全集》,人民出版社1972年版,第23卷,第8页。

定性分析是我国经济理论界已往常用的方法,它对把握对象的性质、外部联系及变化有重要作用。但随着科技的不断进步,国际间的经济互渗及利益关系日益复杂化,生产、市场、需求、收入、价格、利率、汇率等经济参数的作用越来越重要,仅靠定性分析已经不够,必须借助定量分析的方法。马克思讲“一种科学只有在成功地运用数学的时候,才算达到真正完善的地步。”^① 消费经济学的研究也是如此。

从目前国内对消费问题的研究已有的著述看,定量分析的内容十分单薄——只有少量初等数学分析的内容,方法使用上亦十分局限。国外在这方面有许多值得我们借鉴之处。当前还要注意定性定量分析方法的结合使用。因为纯定量分析无法解释和说明经济生活中出现的量的不规则变化。

(五)比较分析的方法

比较分析的方法包括纵向比较(动态比较)和横向比较(与国外比较)。纵向比较(与历史比较),前事不忘,后事之师;横向比较(与国外比较),他山之石,可以攻玉。需要说明的是,两种方法的应用都要注意可比性的问题。与历史比较切忌妄自尊大;与国外比较切忌抽象掉各种条件的简单对比和妄自菲薄。在比较分析中,横向比较更有意义。这主要是由消费的示范效应所引起的,这种效应不受国界限制。研究人员不去比较,消费者自己也要去比。在这方面不正视现实不行,盲目照搬国外也不行。重要的是要通过比较研究趋势,探讨在我国应用的适宜性。

(六)系统分析的方法

系统分析的方法即把研究的对象如宏观消费结构视为一个封闭系统,首先抽象掉系统与外界的联系,抽象掉系统的动态演变,

^① 《回忆马克思恩格斯》,人民出版社 1957 年版,第 73 页。

从静态的角度研究系统的构造、要素、内部联系。然后再引入开放的概念,研究系统与外部环境的物质的、信息的、能量的输入输出关系,以及系统的功能、目的;再进一步引入动态的概念,研究系统运行、发展的条件和制约因素,从而完整地把握系统。这种方法不仅为消费经济研究提供了有效的帮助,也成为经济学研究中最一般和最常使用的方法。

(七)社会调查法和统计法

社会调查法和统计法消费经济学实证研究必须借助的方法同时又是工具和手段。社会调查法包括普查法、抽样调查法、典型调查法。不同方法获取的数据质量、可信度和决策价值不同,成本和代价也不同。其中,普查法得到的数据可信度最高,但须动用大量人力物力,费时费资,准备和整理工作量都比较大;典型调查法应用时要特别注意选好典型,使其具有代表性,能反映消费的某个侧面;抽样调查是介于两者之间的一种方法,数理统计学已经证明:子样充分大时,其均值可代表母体的均值,其分布可代表母体的分布。用抽样法得到的数据是可以说明总体消费情况的。统计方法包括统计分析和统计预测。统计分析是统计方法的精髓,通过对消费统计资料的分析,可以科学地判断消费的状态;而借助科学方法进行统计预测,又可对消费的未来发展趋势作出大致准确的量化描述,为我们的研究提供数据和分析。

(八)总量分析和结构分析方法

总量分析着重用于消费需求、消费水平的分析;结构分析着重用于消费结构的分析。

三、消费经济学研究面临的任务

消费经济学的研究近年在我国有长足进展,同时面临艰巨的任务。从进展看,主要表现在以下几个方面:一是消费经济学由作