

消费经济概论

王美涵 著

中国财政经济出版社

消费经济概论

王美涵 著

中国财政经济出版社

消费经济概论

王美涵 著

•

中国财经出版社 出版

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

重庆印制一厂印刷

•

850×1168毫米 32开本 9.375印张 1插页 222,000字

1985年9月第1版 1985年9月重庆第1次印刷

印数：1—11,000

统一书号：4166·607 定价：1.90 元

前 言

我国是一个十亿人口、八亿农民的社会主义大国。一要吃饭、二要建设，安排好人民的消费，是有关国计民生的大问题，应该成为我国社会主义经济建设的一项基本国策。

我国人民在中国共产党的领导下，努力实现社会主义四个现代化，就是为了要在生产发展的基础上最大限度地满足人民日益增长的物质和文化需要。这是斯大林所概括的社会主义生产关系的本质要求和基本经济规律的客观要求。这也是当年列宁所指出的：“只有社会主义才可能根据科学的见解来广泛推行和真正支配产品的社会生产和分配，也就是如何使全体劳动者过最美好，最幸福的生活。只有社会主义才能实现这一点。我们知道社会主义应该实现这一点，而马克思主义的全部困难和全部力量，也就在于了解这个真理。”^①列宁讲的要根据马克思主义的科学见解来了解的这一真理，实际上就是教导我们要认真研究社会主义的消费理论和实践，探索并寻找一条适合我国国情，更好地迅速发展社会主义经济的新路子，使整个国民经济真正走上以满足和保证社会成员物质、文化生活水平逐步提高，达到共同富裕为目标的正确轨道。因此，从理论和实践的结合上，加强对我国社会主义消费的机制、方式及其活动规律性的研究，是摆在经济理论工作和实际工作者面前的一项严重的任务。

^① 列宁：《列宁选集》，第3卷，第571页。

社会主义消费，同国民经济各部门的发展，特别是同农业、轻工业等消费品生产之间的相互制约的关系是十分明显的。认真研究和分析人们的消费状况、矛盾和发展趋势，从中找出内在发展的规律性，应该成为各个物质生产部门、行业和企业的一项重要任务。社会主义的商业和服务部门，是组织和指导城乡人民消费生活的流通和服务部门。满足广大消费者的物质和文化需要，是这些部门的基本职责。离开了对社会主义消费经济的研究，就不能真正做好社会主义的商业和服务工作。文化教育、科学技术等部门的发展，对于满足人民群众的日益增长的文化精神生活需要，意义就越加重要。计委、经委、财政、银行、劳动人事、工资、价格等部门是社会主义国家的消费发展战略、消费政策和消费计划的决策和执行机构。这些部门当然应十分重视并研究探索我国社会主义消费运动发展变化的内在规律性和特点。以马克思主义的消费观为理论指导，有计划地发展我国十亿人民的消费实践活动。同时还应学习并借鉴现代世界各国在消费经济方面的有益经验，为我所用。

应该指出，建国以来的一段很长时期里，由于“左”的思想的干扰，比较忽视了对社会主义消费的研究。这个状况直到党的十一届三中全会后才有了新的变化。这是同社会主义国家的消费实践经验还不够成熟，以及我们对消费领域中还有许多理论和实际问题一时还不容易完全研究清楚有关的。然而，在我国全面开创社会主义现代化建设新局面的新时期中，我们又不能等待在我国的消费领域实践经验完全成熟了才动手去研究。我国亿万人民的现实消费生活，是一个十分丰富而又复杂的社会经济现象，有许多新情况、新问题、新经验，现在迫切地需要及时地对它作出科学的解释和理论的说明，使它上升到理论，更进一步指导实践活动。

我在本书中对社会主义消费经济所作的一些理论概括和分析，只能是对这个新开拓的消费经济学领域的一个初步尝试。恩格斯说得好：“一门科学提出的每一种新见解，都包含着这门科学的术语的革命。”^①我在本书对社会主义消费经济方面如消费关系、消费力、消费水平、消费结构、消费方式、消费决策、消费信贷、消费者权利、消费信息、消费市场等等术语和范畴的运用，并对消费经济学理论体系概括上所作的努力，很难说不重复恩格斯批评的“局限于这些术语所表达的观念的狭小范围”。

消费经济是一门新兴学科，限于我个人水平，书中难免会有不少不当之处，希望得到经济理论界和实际工作者的批评指正。

本书在写作、修改和审定过程中，得到了南方十六所大学《政治经济学教材》编写组同志的帮助和鼓励。国家计委经济研究所副所长、研究员王积业同志对本书的出版给予了热情关怀和支持，先后对全书提出了许多宝贵的意见。在此，谨表示衷心的感谢。

作 者

一九八三年八月

^① 恩格斯：《资本论，恩格斯英文版序言》。《资本论》第1卷，第34—35页。

目 录

前 言	(1)
第一章 社会主义消费的实质和特征	(4)
一、社会主义消费关系是生产关系的一个组成部分	(4)
二、社会主义消费力的内涵和构成	(15)
三、社会主义消费在社会总生产过程中的地位和作用	(23)
四、社会主义消费的实质和特征	(27)
五、社会主义消费规律	(32)
第二章 社会总消费水平和城乡人民的消费水平	(34)
一、社会主义消费水平的涵义	(34)
二、社会主义总消费水平的确定	(38)
三、衡量和评价社会主义消费水平的指标	(41)
四、我国城乡人民消费水平的现状和特点	(44)
五、我国脑力劳动者和体力劳动者在消费水平上的差别	(53)
六、最低消费水平、合理消费水平和小康消费水平	(56)
第三章 消费决策的理论和目标选择	(66)
一、我国消费决策的理论原则	(67)
二、我国消费决策的目标选择	(72)
三、我国消费决策的层次和形式	(76)
四、我国消费决策执行手段	(86)
第四章 消费结构的宏观和微观考察、静态和动态分析	(94)
一、社会主义消费结构的涵义	(94)
二、消费结构与生产结构的关系	(99)

三、消费结构与人口结构的关系.....	(103)
四、消费结构与城乡居民的收入结构的关系.....	(107)
五、消费结构与价格结构的关系.....	(116)
六、消费结构与流通结构的关系.....	(118)
七、消费结构与基础设施结构的关系.....	(120)
八、消费结构与消费品技术结构的关系.....	(121)
九、合理的消费结构和我国消费结构的发展变化趋势.....	(124)
第五章 消费方式和消费社会化趋势.....	(134)
一、社会主义消费方式的选择和指导.....	(134)
二、消费服务与消费方式的关系.....	(139)
三、我国城乡人民消费服务的现状和矛盾.....	(146)
四、家庭消费方式.....	(148)
五、社会公共消费方式和消费社会化的发展趋势.....	(155)
第六章 消费者权利和消费信息.....	(163)
一、社会主义消费者权利范畴.....	(164)
二、要切实维护消费者利益.....	(168)
三、保护消费者利益组织.....	(173)
四、消费信息.....	(175)
五、消费广告.....	(185)
第七章 消费信贷和消费储蓄.....	(188)
一、社会主义消费信贷产生的客观经济条件.....	(189)
二、社会主义消费信贷的性质和特点.....	(194)
三、我国消费信贷的现状和发展趋势.....	(200)
四、我国城乡居民消费储蓄的性质.....	(206)
五、正确估量储蓄在宏观经济平衡中的作用.....	(214)
第八章 消费市场的考察和预测.....	(223)
一、社会主义消费市场的客观基础.....	(225)
二、我国消费市场的主要特点和作用.....	(229)
三、消费市场的供求平衡.....	(240)

四、消费市场的价格因素.....	(248)
五、消费市场的调查和预测.....	(252)
六、我国吃、穿、用、住四大消费市场的现状和消费 趋势	(258)
第九章 消费模式及我国社会主义消费的展望.....	(267)
一、社会主义消费模式的涵义、内容和理论原则.....	(267)
二、本世纪末我国城乡人民消费的展望.....	(270)
结束语	(287)

前 言

我国是一个十亿人口、八亿农民的社会主义大国。一要吃饭、二要建设，安排好人民的消费，是有关国计民生的大问题，应该成为我国社会主义经济建设的一项基本国策。

我国人民在中国共产党的领导下，努力实现社会主义四个现代化，就是为了要在生产发展的基础上最大限度地满足人民日益增长的物质和文化需要。这是斯大林所概括的社会主义生产关系的本质要求和基本经济规律的客观要求。这也是当年列宁所指出的：“只有社会主义才可能根据科学的见解来广泛推行和真正支配产品的社会生产和分配，也就是如何使全体劳动者过最美好，最幸福的生活。只有社会主义才能实现这一点。我们知道社会主义应该实现这一点，而马克思主义的全部困难和全部力量，也就在于了解这个真理。”^①列宁讲的要根据马克思主义的科学见解来了解的这一真理，实际上就是教导我们要认真研究社会主义的消费理论和实践，探索并寻找一条适合我国国情，更好地迅速发展社会主义经济的新路子，使整个国民经济真正走上以满足和保证社会成员物质、文化生活水平逐步提高，达到共同富裕为目标的正确轨道。因此，从理论和实践的结合上，加强对我国社会主义消费的机制、方式及其活动规律性的研究，是摆在经济理论工作和实际工作者面前的一项严重的任务。

^① 列宁：《列宁选集》，第3卷，第571页。

社会主义消费，同国民经济各部门的发展，特别是同农业、轻工业等消费品生产之间的相互制约的关系是十分明显的。认真研究和分析人们的消费状况、矛盾和发展趋势，从中找出内在发展的规律性，应该成为各个物质生产部门、行业和企业的一项重要任务。社会主义的商业和服务部门，是组织和指导城乡人民消费生活的流通和服务部门。满足广大消费者的物质和文化需要，是这些部门的基本职责。离开了对社会主义消费经济的研究，就不能真正做好社会主义的商业和服务工作。文化教育、科学技术等部门的发展，对于满足人民群众的日益增长的文化精神生活需要，意义就越加重要。计委、经委、财政、银行、劳动人事、工资、价格等部门是社会主义国家的消费发展战略、消费政策和消费计划的决策和执行机构。这些部门当然应十分重视并研究探索我国社会主义消费运动发展变化的内在规律性和特点。以马克思主义的消费观为理论指导，有计划地发展我国十亿人民的消费实践活动。同时还应学习并借鉴现代世界各国在消费经济方面的有益经验，为我所用。

应该指出，建国以来的一段很长时期里，由于“左”的思想的干扰，比较忽视了对社会主义消费的研究。这个状况直到党的十一届三中全会后才有了新的变化。这是同社会主义国家的消费实践经验还不够成熟，以及我们对消费领域中还有许多理论和实际问题一时还不容易完全研究清楚有关的。然而，在我国全面开创社会主义现代化建设新局面的新时期中，我们又不能等待在我国的消费领域实践经验完全成熟了才动手去研究。我国亿万人民的现实消费生活，是一个十分丰富而又复杂的社会经济现象，有许多新情况、新问题、新经验，现在迫切地需要及时地对它作出科学的解释和理论的说明，使它上升到理论，更进一步指导实践活动。

我在本书中对社会主义消费经济所作的一些理论概括和分析，只能是对这个新开拓的消费经济学领域的一个初步尝试。恩格斯说得好：“一门科学提出的每一种新见解，都包含着这门科学的术语的革命。”^①我在本书对社会主义消费经济方面如消费关系、消费力、消费水平、消费结构、消费方式、消费决策、消费信贷、消费者权利、消费信息、消费市场等等术语和范畴的运用，并对消费经济学理论体系概括上所作的努力，很难说不重复恩格斯批评的“局限于这些术语所表达的观念的狭小范围”。

消费经济是一门新兴学科，限于我个人水平，书中难免会有不少不当之处，希望得到经济理论界和实际工作者的批评指正。

本书在写作、修改和审定过程中，得到了南方十六所大学《政治经济学教材》编写组同志的帮助和鼓励。国家计委经济研究所副所长、研究员王积业同志对本书的出版给予了热情关怀和支持，先后对全书提出了许多宝贵的意见。在此，谨表示衷心的感谢。

作 者

一九八三年八月

^① 恩格斯：《资本论，恩格斯英文版序言》。《资本论》第1卷，第34—35页。

第一章 社会主义消费的实质和特征

一、社会主义消费关系是生产关系的一个组成部分

马克思说：“一个社会不能停止消费，同样，它也不能停止生产”。^①研究生产，要从生产关系和生产力的统一中进行考察，研究消费，也是一样，既应研究消费的社会形式方面，即人们在消费过程中结成的社会关系，又要研究它的物质内容方面，即消费力，并从两者的统一中才能对消费作出全面的说明。

消费是社会生产总过程四个环节中的一个重要环节。消费和生产、分配、交换，“它们构成一个总体的各个环节”。^②社会生产总过程中这四个环节，是互相依存、互相制约的有机统一整体。人类的消费活动，作为满足需要的行为，从来不是孤立的活动。马克思曾把消费区分为生产消费和个人消费两种消费，与此相应的生产也可分为物质资料生产和人类自身生产，即种的蕃衍两种生产。生产消费就是生产行为本身，是指生产过程中生产资料和劳动力的消费。这是生产中各种要素的消费。马克思说：“生产行为本身就它的一切要素来说也是消费行为。”^③这种生产消费，在资本主义条件下，就表现为工人把劳动力作为商品出卖

① 马克思：《资本论》第1卷，第621页。

② 马克思：《〈政治经济学批判〉导言》，《马克思恩格斯选集》第2卷，第102页。

③ 马克思：《马克思恩格斯选集》第2卷，第93页。

给资本家，并作为资本要素合并在生产资本中进行消费。这种生产消费的结果，就为资本家生产剩余价值，马克思也说这是“生产者物化”。^①而个人消费则不同。个人消费是生活资料消费，即工人把资本家购买他的劳动力所支付给他的货币用于生活资料。“人吃喝就生产自己的身体”，也就是“生产者所创造的物人化”。^②所以，资本主义条件下的生产消费和个人消费是完全不同的。生产消费的“结果是资本家的生存”，个人消费的“结果是工人自己的生存”。^③可见，对于社会生产总过程中的消费，马克思着重考察的显然不是生产消费，而是个人消费。因为，生产消费即生产行为本身。否则就与生产范畴重叠了。消费，总是具体地指个人消费，即“原来意义上的消费”。^④消费经济学的研究对象，是社会再生产过程中的个人消费。本书所考察的社会主义消费，指的也是这种个人消费。

应该指出，个人消费，作为社会的个人消费，有其自身运动的特殊规定性。消费，虽然它一方面“是在生产过程以外执行生活职能。”但是，“从社会的观点来看，工人本身通过他的个人消费进行的再生产，也属社会资本的再生产过程。”^⑤因为，工人为了维持自身劳动力的再生产，就得每天进行消费一定数量的生活资料，满足自身的物质和文化需要，才能生存下去，也才能维持社会的再生产活动。所以把个人消费置于全社会范围内不断进行的再生产过程来看，“工人的个人消费，不论在工场、工厂等以内或以外，在劳动过程以内或以外进行，都是资本生产和再生产的一个要素。”^⑥工人阶级不断维持自身劳动力再生产，始终是资本

①②④ 马克思：《马克思恩格斯选集》，第2卷，第93页。

③ 马克思：《资本论》，第1卷，第627页。

⑤ 马克思：《资本论》，第2卷，第231页。

⑥ 马克思：《资本论》，第1卷，第628页。

再生产的要素和条件。消费与生产、分配、交换活动不可分割地紧密联系在一起,是作为社会生产和再生产过程的最终完成和起点,成为社会再生产运动的必要条件。因此,对于消费质的规定性,首先应从个人消费的社会性质予以确定和阐明。

正是这样,这种独立于直接生产过程之外的个人消费状况所体现的消费关系,它在社会生产和再生产过程的地位和作用,就使得没有个人消费活动,就根本不可能有作为生产力主体的人和社会生产关系的存在,使得在消费和社会生产关系之间以至社会生产方式之间,存在着一种本质的内在联系。因此,人们在消费过程中形成的消费关系,连同直接生产过程中的生产关系(狭义的生产关系)、分配关系和交换关系,都是政治经济学研究的客观对象。马克思曾经明确地指出过:“人们能否自由选择某一社会形式呢?决不能。在人们的生产力发展的一定状况下,就会有一定的交换和消费形式。”^①这里,马克思是把消费形式和交换形式放在同等地位来论述的,阐明了消费的社会形式即消费关系。消费社会形式和生产、分配、交换的社会形式一样,反映了一定社会的生产关系内容,体现了生产资料所有制的性质。说明它是由生产力发展的一定状况所决定的。以上引述的马克思关于消费的社会规定性的一般原理,对于社会主义消费,如果撇开了消费的资本主义性质,同样是适用的。马克思所讲的消费社会形式,作为社会主义条件下人们在消费过程中结成的社会关系,是和直接生产过程的生产关系,分配和交换关系一样,都是客观存在的生产关系。

应该指出,人们的生产、分配、交换和消费的社会性质,是由生产资料所有制的性质决定的。生产资料所有制是生产关系的基础,而且它自身又是通过生产、分配、交换和消费四个环节来实

^① 马克思:《马克思恩格斯选集》第4卷,第320—321页。

现的。因此，消费关系又是生产资料所有制的最终体现和实现。人们在直接生产过程中的相互关系是狭义的生产关系。人们对生产出来之后的物质产品，按照一定的分配原则，规定各自分得的份额，这就在人们之间发生了分配关系。在存在社会分工的条件下，参加各种物质产品生产的劳动者所生产的具体产品，往往又不是他们直接所需要的产品。他们之间就要进行交换彼此需要的产品，以满足各自的消费，这就发生了人们之间的交换关系。可见，人们在生产物质产品之后，必须经过分配和交换，最后才能进行消费。人们在消费领域中结成的消费关系，就是具体反映人们在实际支配或取得消费资料中结成的经济关系。消费关系是社会生产关系的一个有机组成部分。离开了社会主义消费关系，就不可能全面了解整个社会生产、再生产过程和生产资料所有制的社会性质。离开了消费关系来研究生产、分配和交换关系，也就不能对社会主义生产总过程作出全面的正确估量，从而也就不可能深刻地揭示社会主义客观经济运动及其发展规律性。

那末，社会主义消费关系，究竟具体包括些什么内容呢？应该看到，在社会主义条件下，人们在生活资料的消费过程中，是存在着广泛的，复杂的经济关系。在社会各部分劳动者之间，在国家、社会集团以及作为消费的基本单位——家庭和个人之间，都有个消费什么、消费多少以及怎样组织消费等关系问题，这些都是社会主义消费关系的具体内容。^①社会主义消费关系的内容：

（一） 消费作为社会主义生产的目的和归宿，体现了社会主义生产关系的社会性质

人们在实际支配和取得什么消费资料，消费多少以及怎样组织好人们的消费关系等等，都是由一定社会的生产关系总和即所

^① 参见拙文《消费经济学(新学科介绍)》，《经济学周报》1982年第16期。

有制关系决定的。在私有制阶级社会里，人们的消费关系，是贫富根本对立基础上的消费关系。“朱门酒肉臭，路有冻死骨”，是那个社会人们消费关系的真实写照。在那里，正如马克思说的：“生产力越发展，它就越和消费关系的狭隘基础发生冲突。”^①劳动者处于被资本控制下的受剥削受奴役的地位，劳动者所创造的物质财富的大部分，都被资本家阶级无偿占用，劳动者只能取得维持生活的消费资料。这一点，即使在现代生产发达的资本主义社会里，劳动者的个人消费状况有了改善，但他们同资本家的奢侈性消费相对比，决没有改变他们之间的贫富根本对立的状况，劳动者受剥削受奴役的地位，并没有根本性的改变。

社会生产关系不同，就有不同的社会生产目的，也就有不同性质的消费关系。建立在社会主义公有制基础上的个人消费，由于社会主义的生产目的，就是为了人民的消费，消费同生产是直接联系在一起了。人们的消费关系，是一种没有剥削，消除了贫富对立和寄生性消费，是人们物质文化需要逐步得到满足，实现劳动者共同富裕为目的消费关系。在社会主义生产关系下，尽管在国家、社会集团以及家庭（个人）之间，在工人和农民之间、城市和农村之间、体力劳动与脑力劳动等之间的消费关系还存在着由于劳动差别带来的消费差别。但是，这种差别同资本主义生产关系下工人阶级和资产阶级两大阶级对抗性的消费关系是根本不同的。

（二）社会主义消费作为社会产品和劳动力再生产的实现，也是生产资料公有制的最后实现，体现了社会主义生产关系的社会性质

在社会主义生产关系下，劳动者共同占有生产资料，共同支

^① 马克思：《资本论》，第3卷，第273页。