

# 消费

社会再生产的落脚点



XIAOFEI SHEHUIZAI  
SHENGCHANDELUAJIAODIAN

大众经济学丛书

● 谈民宪



# XF



中财 80048487

大众经济学丛书

0283/12

# 消 费

## 社会主义再生产的落脚点

谈民宪 编

中央财政金融学院图书馆藏书

总号 375420

分类号 F-51/12-1

陕西人民出版社

大众经济学丛书

**消费·社会主义再生产的落脚点**

• 谈民宪

---

陕西人民出版社出版

(西安长安路南段376号)

新华书店经销 陕西人民教育出版社印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32开 3.75印张 70千字

1990年12月第1版 1990年12月第1次印刷

印数：1—2,250

ISBN 7—5419—1756—7/F·25

---

定 价：1.80元

# 《大众经济学丛书》编委会

(按姓氏笔划排列)

顾 问 冯大麟 何炼成

欧阳毅

主 编 安德利 袁明仁

编 委 王新文 宋智一

安德利 周纪信

高 华 袁明仁

谈民宪 廖广洲

## 编者的话

读一本好书胜过读百本泛著。当今的世界，是知识爆发的时代，出版与印刷事业的蓬勃发展，各门各类的图书层出不穷，呈现在人们面前。而繁忙的工作，使众多的读者难以辩选，更难以一一浏览。在此，我们提醒爱好读书的读者，请记住这样的名言：书是永远读不完的，必须选择有价值的书去读。

什么是有价值的书？

有价值的书，它能够帮助您认识生活，认识世界，认识自己，认识前途，认识真理。它也许不那么时髦，甚至还缺乏刺激，不够味。但是，它有用而切实，可以使您受益无穷。

有价值的书很多。这里，为您奉献的《大众经济学丛书》，就是许多有价值的书中的一种。这套丛书专门讲述经济学方面的知识。经济学不象文学那么动情，历史那么恢弘，哲学那么玄妙。然而，经济是人生之本，国家之要，既与百姓生活息息相关，又对国家兴衰举足轻重。在五彩缤纷的社会生活舞台上，文化教育、政治军事、衣食住行、国力加强，所有的一切基础是经济；经济建设是一切工作的中心。

在经济面对改革，走向开放的进程中，人们关心、兴奋、疑惑、探索，改革开放已经把人民大众与经济学紧密结合起来。把经济学奉献给亿万群众，是时代的要求，也是经济学工作者的心愿。《大众经济学丛书》将陪您步入那并不神秘亦非深奥的经济大千世界。

您是工作在第一线的工人、农民、士兵、知识分子、干部吗？如果您在工作和生活中需要了解各种经济知识；

您是大学生吗？如果您在学习本专业之余，打算把兴趣扩展到经济领域中去；

您是退休职工或家庭主妇吗？如果您在闲暇之际，需要关心经济发展和改革问题；

您是中学生吗？如果您在毕业走向社会之前，准备初步探索经济之谜；

您是跃跃欲试的年轻人吗？如果您在商品经济的海洋中，决心游向成功的彼岸；

.....

那么，《大众经济学丛书》等待着您，它将助您一臂之力。

我们编辑这套丛书，虽然力有未逮，但执持着向广大读者提供一套代表人类智慧结晶、确属“开卷有益”书籍的理想，渴望各方的支持和指导。

《大众经济学丛书》编委会

1990.3.

# 前 言

在人生旅程中，每个人都在不停地消费。社会成员的职业分工各有不同，年龄有大有小，性别有男有女，或者其他种种差别，但有一点是相同的——都是消费者。在任何时代任何社会里，人们为了维持生存和求得发展，就得劳动和消费。

消费是社会经济生活中的一个重要的领域。消费和生产、分配、交换一起，共同构成社会再生产过程。因此，研究经济学或者了解和掌握社会经济发展的基本原理，必然要涉足消费这个领域。

在这本书里，我们想给读者朋友谈谈有关消费的一些基本知识，如消费的一般原理，消费需要，消费方式，消费水平，消费结构，消费心理，消费者权益等等，阐明消费在整个社会再生产过程中的地位和作用。在介绍基本原理的基础上，分析消费领域的一些“热点”问题。通过本书的浏览，我们想使读者了解消费领域经常发生哪些事情，有哪些规律在起作用，一些特殊的现象和矛盾是怎样产生的，消费的大趋势等等……

# 目 录

---

## 1 前 言

### 1 一.什么是消费

- 1 消费和人的生活息息相关
  - 2 消费者面面观
  - 3 人既是生产者又是消费者
  - 5 复杂纷乱的消费活动
- 

### 7 二.消费需要

- 7 需要是人对事物的追求和欲望
  - 9 周而复始又千变万化的需要
  - 12 马斯洛其人其说
  - 13 生产力、收入、价格、人口与消费需  
要
  - 16 需要有无“归宿”和终结
-



|    |                          |
|----|--------------------------|
| 19 | <b>三.消费的地位和作用</b>        |
| 19 | 消费属性的“二重奏”               |
| 23 | 贫困、温饱、小康、富裕“并驾齐驱”        |
| 25 | 生产和消费的相互作用               |
| 28 | 分配中的“一碗粥饭两家喝”            |
| 31 | 交换是连接生产与消费的“桥梁”和<br>“纽带” |

---

|    |               |
|----|---------------|
| 35 | <b>四.消费方式</b> |
| 35 | “吃肉是用手还是用刀叉”  |
| 36 | 消费方式的影响因素种种   |
| 39 | 说说公共消费和个人消费   |
| 42 | 家庭消费纵横谈       |
| 44 | 安排家务谈何容易      |
| 45 | 家庭消费受那些因素影响   |
| 46 | 人的“特殊”需要怎样满足  |

---

|    |               |
|----|---------------|
| 49 | <b>五.消费水平</b> |
| 49 | 何谓消费水平        |
| 51 | 合理消费水平有哪些标志   |
| 53 | 最低消费水平指什么     |
| 53 | 浅谈社会平均消费水平    |
| 54 | 消费平均化趋势       |

|    |                    |
|----|--------------------|
| 56 | “导弹和茶叶蛋”与“手术刀和剃头刀” |
| 59 | 从“怎样切蛋糕”说起         |
| 61 | 安然度日小康人家           |
| 62 | 勤于耕耘方能有所收获         |

---

## 64 六.消费结构

|    |                 |
|----|-----------------|
| 64 | 人们把钱都花到哪去了?     |
| 65 | “超前”与“滞后”消费一席谈  |
| 67 | 消费结构细分化         |
| 68 | 消费结构最终是怎样形成的    |
| 72 | “恩格尔定律”及其适用性    |
| 74 | 往后人们怎样吃、穿、住、用…… |
| 76 | 合理消费结构          |
| 78 | 发达国家消费结构        |
| 79 | 怎样改善和优化消费结构     |

---

## 81 七.消费心理

|    |                 |
|----|-----------------|
| 81 | 消费者心理活动之奥秘      |
| 84 | 千变万化的消费动机       |
| 87 | 千姿百态的消费个性       |
| 91 | 发型的“时髦”与服装的“流行” |

---

|     |                |
|-----|----------------|
| 95  | <b>八.消费者权益</b> |
| 95  | 什么是消费者权益       |
| 100 | 谁在侵害消费者权益      |
| 101 | 这是关系大家利益的事情    |
| 105 | “顾客是上帝?!”      |

---

## 一、什么是消费

**消**费就其本意来讲并不十分复杂，它可以简单地表述为人对社会提供的物品的占有或享用。人们常说：“出门七件事，油盐柴米酱醋茶”，这就和消费有关。政府要关心社会成员的衣食住行，这也和消费有关。银行储蓄增加，也可以说是消费者的潜在购买力增加，仍然和消费有关。可以说，消费是人们生活中最普通最常见的事情了。

但是，如果把消费放在特定的背景下进行考察，就可以发现问题远远不像我们平常想像的那样简单。

### 消费和人的生活息息相关——

**消**费是为满足人们物质文化需要消耗物质资料的行为。

广义的消费是把生产消费和生活消费都包括在内的。

人们从事任何物质生产活动，都要耗费一定的原材料，损耗生产工具，生产出一定的产品。因此，生产消费可以理解为生产过程中工具、原材料和燃料等生产资料和活劳动的消耗。它本身包含在生产之中。

生活消费是人们为满足家庭和个人生活需要，消费各种物质资料和精神产品。

人类的生存、繁衍、发展都和消费息息相关。因为，劳动力的生产和再生产要求消费粮食、衣物、住房、各种用品等等。生活消费是恢复和发展劳动力必不可少的条件，因而也是保证生产过程不断循环的前提。

通常所说的消费，一般是指生活消费。或者说家庭个人消费。生活消费本身的内容是十分丰富的，并且常常和个人的社会地位、经济状况、受教育程度、家庭成员及社会团体影响，甚至个人性格和爱好相联系。

在劳动还没有成为人们第一需要前，消费或许是人们生活中最重要的内容了。合理消费，幸福生活，努力工作尽情享受，组成一幅现代生活的画幅。

## 消费者面面观——

研究生产领域，涉及劳动工具、劳动力和劳动对象；  
**研**研究流通领域，接触较多的是购、销、调、存环节，而研究消费呢，首先联想到的就是消费者。

消费者就是行使消费行为的主体。

“消费者”是对人的购买和消费行为及结果的概括性称呼，并不意味着人们从事的某种社会职业。人只要占用或者消费商品和劳务服务，就成为消费物质产品和服务的消费

者。从这个意义上讲，一切社会或每个时代的人，只要是为维持生存和求得发展，就无条件的是一个消费者。但是，社会成员之间占有商品的数量和消费享用商品及劳务的质量，无疑是有天壤之别的。在有阶级存在的社会里尤其是这样的。

消费者有自己习惯和喜好的消费方式，有时候，一个民族、一个国家、或者一个地区的消费方式会很相似；有时候，它们之间的差异会很大。

消费者有一定的消费需求，既有对物质资料的追求，也有对精神享受的追求。一种需要得到满足，另一种新的需要又会产生出来。随着消费需要的不断满足，生产乃至整个社会经济都得到推动和发展。

一个社会或者一个家庭的消费状况，可以通过消费结构或者消费水平反映出来。这样，就可以清楚的得知消费者的各种消费需求满足到什么程度。

在消费过程中，消费者有自己的权益。它一方面得到社会的承认，另一方面更多的得到法律的保障。

消费者心理变化是非常复杂的，它使一般的消费活动或是购买行为更具有个性的特征。人各自特定的思维方式，以及本身形成和固有的认识、情感和意志，常常影响到消费动机的取舍和消费活动的实施。

### 人既是生产者又是消费者——

**任**何社会的消费者都要吃穿住用。而且，满足消费需要的顺序也是先基本生活，后享受和发展。消费者的需要可以说是源于人类生存需要和发展需要的。

消费者和生产者具有同一性。

人类是用生产工具进行生产的，与动物谋求食物和穴居地的方式和途径显然不同。今天人类消费的绝大多数物品都是劳动产品，而不是天成地就的自然物品。

在生产过程中，人作为生产者从事生产和加工劳动；而在消费过程中，人则作为消费者并消耗物质产品和享用劳务。这种人的一身兼二任的状况，体现了生产者和消费者的同一性。

未成年人似乎只是单纯的消费者，但实际注定要成为生产者；老年人好像也只是消费者，但不要忘记他们曾经是生产者。

生产和消费，或者说生产者和消费者是互为媒介和存在的。生产者在生产出劳动产品的同时，也“生产”出消费者。这是因为，消费的发展和实现程度大都取决于生产的供给状况和发展速度。例如，当电灯被发明出来，人们便吹灭蜡烛。当汽车被生产出来，便产生了驾车的人。因此，生产决定着消费，如果没有物质产品的生产，物质产品的消费也就无从谈起了。

消费者对物质产品的使用和对劳务的享受，并不是一种纯粹的“消遣”。消费使消费者补偿了自己作为生产者在劳动过程中的体力和精力消耗，也为进行下一个劳动做好必要的准备。

消费不仅是生产者自己的事情，而且包括传宗接代和培育子女的消费。也就是为社会提供新的生产者的消费。

在时间上对消费者和生产者身份的变更进行严格划分并无实际意义。因为生产者和消费者的存在是一个无可争辩的

事实。关键在于“每方都为对方提供对象，生产为消费者提供外在的对象，消费为生产提供想像的对象；两者的每一方当自己实现时，也就创造对方，把自己当做对方创造出来。”可以这样形容：没有生产，消费则成为无本之木；没有消费，生产将变成无的之矢。

### 复杂纷乱的消费活动——

**消**费者的种种活动并不仅仅局限于人本的范畴，也不是机械地与生产规模相适应，它受到社会的、经济的、政治的以及各方面因素的影响和制约。

社会生产力发展水平决定着消费方式。在历史发展各个时期，社会成员的消费方式有所不同。以吃为例，现代人和原始人的消费方式无疑有很大差别，马克思曾生动地比喻：饥饿总是饥饿，但是用刀叉吃熟肉来解除饥饿不同于用手、指甲和牙齿啃生肉来解除的饥饿。

即使在现代社会，发达国家和地区同不发达国家和地区之间，消费方式和消费水平也还有较大的差别。

社会产品和收入的分配方式决定着消费者的消费数量、消费水平、消费结构。

共同劳动，陶陶乐乐，各有所得，皆大欢喜。这些既是原始社会劳动与分配的特征，又是人们描绘“大同”社会的美好蓝图。当然，在共同劳动和平均分配的情况下，分配和消费的问题决不会像今天这般复杂。

在阶级社会中，消费方式、消费结构等等是有较大差别的，而且社会地位不同的消费者的需要的满足程度也不同。富人和穷人不会一样地拣垃圾，穷人和富人也不会一同去夜



总会。政治经济学研究消费时，是以社会形态的不同来划分这些差别，并认为穷和富本身还有本质的不同，并强调剥削是万恶之源。

交换或者说流通也会对消费产生重大影响。

消费者手中的货币只是商品交换中的媒介物。劳动者的工资收入是产品的价值表现，把收入的钱转化为自己适用合意的商品，主要经过市场这个“关口”。搞好流通环节的工作，真正做到货畅其流，对消费和生产无疑具有巨大的推动作用。