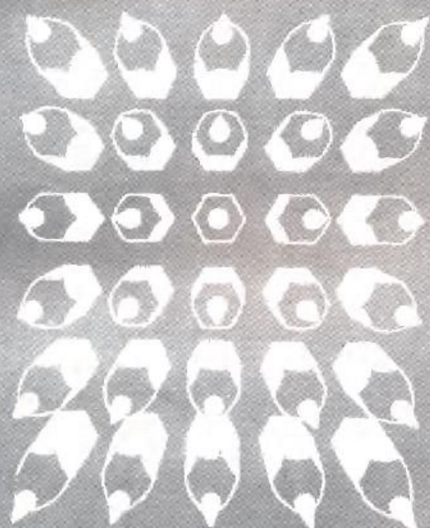


消费调控论

XIAO FEI TIAO KONG LUN

主编 郑必清 副主编 陈湘舸



暨南大学出版社

国家社会科学基金研究课题成果

消 费 调 控 论

暨南大学出版社

粤新登字 13 号

国家社会科学基金研究课题成果

消费调控论

郑必清 主 编

陈湘舸 副主编

*

暨南大学出版社出版

广东省新华书店经销

恩平市恩城镇印刷厂印刷

*

开本:850×1168 1/32 印张:10.75 字数:27 万

1994 年 12 月第 1 版 1994 年 12 月第 1 次印刷

印数 1—1000 册

ISBN7—81029—370—2

F·87 定价:18.00 元

导 论

社会主义市场体制建设呼唤着市场功能,也呼唤着宏观调控。社会主义市场经济是社会主义国家宏观调控下的市场经济。消费是社会经济生活中的一个相对独立的领域,消费调控自然是国民经济调控的重要组成部分。

消费调控的本质是社会对居民生活消费的管理。传统体制下的消费管理象整个国民经济管理一样,是在高度集权的计划经济模式中运行的。在由计划体制转向市场体制的过程中,如何重新构建适应于市场经济要求的消费管理体制和管理方式,是理论工作者和实际工作者当前面临的一项重要研究任务。

近些年,不少同志就居民收入分配作了大量的研究,取得了许多有益的成果。但是对居民消费调控涉足不多,更缺乏系统地研究。虽然消费和分配有着密切的联系,调控消费也必须调控收入。因为收入是消费的前提和基础,没有收入,就没有消费;而且调控收入的目的也是为了调控消费。但是二者又有明显的区别,不论在内涵或外延上都是不可等同的范畴。因此,对收入分配调控的研究代替不了对消费调控的研究。

消费作为社会生产的出发点和归属,它既是生产、分配和交换的结果,同时又反过来影响交换、分配和生产。在一定的经济发展水平下,如何在静态与动态中使消费与生产协调增长,这在任何时

候都是经济发展和社会进步的重要条件。特别是在市场经济中,只有对人们的消费行为进行有效地、合理地调控,才能真正调控好生产,实现社会资源的合理配置。这就意味着,对于市场经济来说,对于居民消费行为的调控是整个经济调控体系中的关键环节之一。

消费不仅是一个经济过程,还是消耗生活资料的自然过程和社会过程,它是在一定的经济环境、社会环境和自然环境中进行的。这就决定了消费必将产生四个方面的作用:一是满足消费需要,实现人类自身生产;二是制约社会经济,影响社会经济发展;三是作用于周围人群,影响消费群体之间的关系;四是作用于生活环境,影响生态环境协调。而消费需要、社会经济、不同消费群体之间的关系,以及生态环境,都有其自身发展的规律。如何遵循它们自身发展规律的要求,使消费资料的摄入和人类自身全面发展的需要相适应,使消费资料的消耗同经济增长相适应,使不同消费群体之间的消费与其相互关系相适,以及使消费和生态环境相适应,这就要求对居民消费进行必要的管理、调节和控制。通过消费调控,调整上述四个方面的关系,实现四个方面的平衡,达到经济稳定增长、社会安定团结、人类自身全面发展和生态环境协调发展的要求,这就是研究消费调控论的指导思想和基本任务。

消费调控是国民经济调控系统中的子系统,它在调控方向和基本手段方面与国民经济调控具有一致性,但在调控的范围、主体和方式上又有它自身的特点。因为直接的生活消费毕竟主要是个人经济行为,不象社会生产或流通那样,自始至终都是一种社会经济行为。而这种个人经济行为又要以取得货币收入为基础,并与市场交换结合在一起,所以它又是一种社会经济行为。同国民经济调控的其他子系统相比较,消费调控的范围不局限于本系统,不能就消费本身谈论消费调控。消费调控不仅包括对直接消费过程和消费活动的调控,还包括对居民收入分配再分配,以及和消费有关的交换,以至于广义的生产(同消费直接结合的生产)过程的调控。消

费调控的主体也不仅有代表社会中心的国家,还有直接执行分配职能的企业以及引导居民收入分流和消费支出分流的市場,还有消费者本人和消费者自组织。消费者的自我调控在消费调控主体系统中是不可忽视的一个层次。这表明消费调控不仅有宏观的、中观的,还有微观和亚微观的,即家庭对自身消费的调控。与此相适应,调控的机制不仅有经济的、法律的以及必要的行政的,还有社会意识和社会心理的作用。因此,完整的消费调控体系是包括以直接消费活动为中心的,还有与消费活动相关的分配、交换在内的整个消费领域的调控。其中既有经济方面的关系,也有社会关系,以及消费者和生态环境之间的关系。当然,后者也是以经济关系为纽带的。

基于上述认识,消费调控论从五个方面对消费调控进行了探索:

第一,对消费调控的必要性和消费调控与国民经济调控的关系进行了探索。消费调控的必要性来自于消费领域中的主要矛盾。消费领域的矛盾,实质上是消费与生产之间的矛盾在消费领域中的具体表现。揭示和协调这些矛盾,才能使消费的增长与改善同国民经济的增长与社会发展相适应,从而使消费水平逐步提高,社会经济稳步增长。

第二,对消费调控的目标进行了探索。消费调控目标内涵了总量目标、结构目标、差异目标和效益目标四个维度。总量目标是在质与量的统一中对消费总量所作的目标考察。消费总量的基础在于国民收入分配和再分配。在社会生产和物价水平既定的情况下,分配中的工资水平和非工资劳动者的收入水平,是决定消费总量的前提。因此,确定消费调控的总量及其增长,关键在于确定适度的工资增长率和非工资劳动者的生活费收入增长率。结构目标着重地探讨了不同时期的消费结构变化程度和发展趋势,揭示几种主要消费结构的演变状况。总量目标和结构目标的实现,是在收入

分配的基础上,通过市场对收入分流和消费支出分流完成的。差异目标分析几种主要消费群体之间的消费差异,阐明工农、城乡、沿海与内地等消费差异的依据和合理度。效益目标分析消费效益的表现、消费效益优劣的原因和实现消费效益目标的优化对策。通过对四维目标的内涵和调控方式的分析,以期实现消费与生产、消费与环境、消费与人体需要和消费群体之间的关系的协调发展。

第三,对消费调控机制进行了探索。对于调控机制的分析,除了考察经济、法律和必要的行政机制以外,着重论述了社会心理机制的作用,指出如何运用社会舆论规范和广告宣传等,引导居民的消费行为。

第四,对施控主体对消费的调控与实施进行了探索。这是进一步阐述消费调控的实际操作问题。在此分别叙述了中央、地方政府、企业(也含事业)单位、以及消费者和消费者自组织,各自在消费调控中的地位、功能作用,以及如何发挥其作用等内容。施控主体中的政府除对居民消费实施调控以外,还要对集团消费和社会消费进行调控,因为集团消费和社会消费是消费中的构成部分。同时,由于市场在消费实现中居于特殊重要的地位,故对市场调控消费进行了专门分析,提出了国家——市场——消费的消费调控运行机制。这是在充分运用消费信息作用的条件下,适合于社会主义市场经济要求的消费调控模式。

第五,对主要西方国家第二次世界大战以来消费调控的演变过程和现状,作了较为详尽地、系统地阐述、分析和比较,并以此为基础,提出了从中应当得到的某些启示和借鉴。

消费调控是一项系统工程,建设完整健全的消费调控体系是一个过程。我们的研究仅仅是一次初步尝试,完善它还有待于进一步探索和深化。

目 录

1

第四章 消费调控的差异和效益目标	(92)
第一节 消费差异调控的必要性	(92)
第二节 几种主要消费差异的具体实证	(100)
第三节 消费效益目标的调控	(115)
第五章 消费调控机制(上)	(129)
第一节 消费调控机制的理论问题	(129)
第二节 消费调控的经济机制	(138)
第三节 消费调控的社会心理机制	(150)
第六章 消费调控机制(下)	(160)
第一节 消费调控的法律机制	(160)
第二节 消费调控的行政机制	(178)
第七章 施控主体对消费的调控	(186)
第一节 政府对消费的调控	(187)
第二节 企业对消费的调控	(196)
第三节 消费者和消费者自组织对消费的调控	(203)
第四节 对集团消费和社会消费的调控	(211)
第八章 市场对消费的调控	(218)
第一节 市场在消费调控中的地位	(218)
第二节 市场调控的主要功能	(223)
第三节 发挥市场的调控作用	(231)
第四节 消费品外贸市场的调控	(239)

第九章 消费信息与消费调控	(247)
第一节 消费信息及其在消费调控中的功能与作用	(247)
第二节 消费信息收集加工环节中的问题与优化规则	(263)
第三节 消费信息传递反馈过程中的问题与优化对策	(269)
第四节 消费信息供求利用环节中的问题与优化措施	(277)
第十章 主要发达国家消费调控研究与比较	(285)
第一节 美国的消费调控	(285)
第二节 日本的消费调控	(294)
第三节 德国的消费调控	(306)
第四节 法国的消费调控	(315)
第五节 主要发达国家消费调控的比较与借鉴	(322)
后记	(334)

第一章 消费行为与调控

消费调控是对消费行为的调控,因此,研究消费调控必须从消费行为开始。什么是消费行为?消费行为由哪些基本要素构成?它受到哪些因素的影响?为什么要对它加以调控?这些都是首先应当明确的。本章从正确把握消费行为的涵义入手,通过对消费领域中矛盾进行剖析,来阐述消费调控的必要性等问题。

第一节 消费行为及其影响因素

一、消费行为的内容与特点

自从消费被纳入经济学的研究范围以来,学术界对消费问题的研究历经了两个阶段:第一个阶段是着重论述消费在社会再生产中的地位和作用,把消费(更准确地说是把消费主体用于消费的货币)当成一个流量融入国民经济循环流动中。消费主体用货币购买各种商品和劳务,通过货币的支出数量和支出方式带动商品和劳务的流动,从而推动国民经济的运行。这种研究基本上是遵循马克思主义经典作家有关消费的论述而展开的,也是顺应长期以来经济研究和实践中只讲生产、不讲消费而力图加以改变的情势而

产生的。随着研究的深入,对消费问题的探讨越来越集中在消费领域本身的各种问题和关系上,消费关系和消费力及其相互关系成为研究的重点,并且在许多方面(如我国消费结构研究,消费模式设计上)取得了一定的成果。这可以看成是研究的第二阶段。

实践呼唤理论的深入和发展。当对消费的地位和作用达成了共识,对消费领域中的一些问题有了较深层的了解后,必须使研究进入一个新的阶段,开辟一个新的领域。我们认为这个新阶段、新领域的主题应是研究消费调控。因为,既然消费在社会经济中有举足轻重的作用,那么,这种作用是积极的,还是消极的呢?以消费结构为例,历史的经验告诉我们,一定的经济发展程度并不总是对应一个固定的消费水平和消费结构。十一届三中全会以前,我国的工农业总产值增长速度和倍数不算低,但我国人民的生活水平并没有相应的提高,以致于改革前期来了一个“偿还历史欠帐”的大动作。那么,怎样维持一个合理的消费水平,形成合理的消费结构,使之能更好地促进经济的发展和繁荣与进步呢?当消费水平和消费结构偏离了合理的经济社会标准时,怎样加以改变呢?所有这些,都需要通过消费调控研究来加以解决。

说消费调控研究是消费研究的新阶段,还由于我们对消费有了更全面的、更新的理解。在此前的研究中,都不同程度地、自觉或不自觉地把消费当成一个纯粹的经济问题来看待,这样会导致消费研究中的片面化,甚至于严重的失误。当人们的消费受到呈极强刚性的收入约束,经济结构、经济发展呈超稳定态时,消费可以被看作一种纯经济现象,但当收入水平提高、经济发展波动性加强时,消费由原来的经济问题变成了经济、心理和社会等各种因素的综合体。对消费调控的研究就是在这样的理念上进行的。当然,把消费当成经济、社会、心理问题来研究,而且要经济学做到这一点,并不是要经济学去完成,甚至取代社会学、心理学时消费问题的研究,而只是要求经济学工作者转变观念,在以经济为主的前提下,

同时重视从心理、社会的视角去透析消费经济现象。

新思维的消费范畴,变成了消费行为范畴。那么消费行为内容如何?它又有什么特点?这里我们将在把它与消费的比较分析中加以揭示。

1. 从时间推进序列看,消费行为是一系列阶段的前后继起,消费只是其中的一个阶段

消费和消费行为都是一个动态范畴,是“过程”。消费是消费主体为满足需要而使用商品和劳务。尽管以往对消费的理解只局限于“使用”这一过程,但在论述消费在社会生产中的作用或与其他经济变量的关系时,人们都自觉或不自觉地把“购买”这一阶段,即货币的投向及其数量融入在里面,这也是自然的。在货币化经济条件下,要满足需要就必须有市场交易行为发生,即到市场上购买商品和服务。此外,这也与经典作家的论述相吻合。单纯“使用”意义的消费,在马克思看来是不属于经济学研究范围的。因而我们可以说,消费是“使用”、“购买”。而消费行为的“过程”的涵义比这广泛得多,比如消费主体要满足自己的需要,这些需要怎样产生?它用什么样的方式和条件满足?已经满足的需要如何评价?商品质量如何?服务态度是否称得上热情?等等,这些都是消费所不涉及的问题,而在消费行为里都必须考虑到。如果把这些问题加以归纳,可以把消费行为过程分为三个阶段:购买前活动、购买活动和购买后活动。

应该说明的是,一般的经济文献中,“购买”是属于流通的,但是这里所说的购买不等于流通,它只是流通过程的一个阶段,即货币——商品阶段。把它归入消费行为后,使原来的购买的侧重点发生了变化。流通里的“购买”侧重的是货币与商品位置的互换,是一种物质运动,而消费行为中的“购买”是从消费者这一主体出发,侧重把握消费者完成了这一过程。在消费行为科学里,消费行为主要是讲的购买行为。

2. 从横截面所涵盖的内容看,消费行为是由许多外显行为和内隐行为构成,而消费只是指外显行为中的部分内容

消费侧重的是看得见的活动,是身体的动作,如消费者为满足需要而准备消费品(如制作食物)、享用消费品,稍广一点还包括商品选择,购买等活动。总之,消费是一种外显行为。而消费行为除此之外还包括很多看不见的心理、思维活动,因为人是有思想、有情感、有计划、有决策、有经验的人。这些是属于内隐行为。消费行为是外显行为和内隐行为的综合体,而且更偏重于后者。

就内隐行为的主要因素而言,包括:需要、动机、个性和知晓。需要是人身体或情感上的一种渴求状态;动机是推动人们行动的一种动力源,使得人们知道自己的需要是什么,为满足需要去行动提供“理由”;个性是导致人与人差异的特质,它导致人们为满足需要的方式存在差异;知晓是一个意义广泛的概念,是指消费者通过看、听等手段对外界的感知而获取的知识,有的把它细分成知觉、态度和学习。

3. 从对消费者的设定来看,消费行为的分析把消费者当成“复合人”来研究,而消费的分析却只把消费者当成经济人

把人当成经济人是建立在满足程度最大化原则上的。它强调的是人对消费客体(消费品)的利用,关心的是消费品的人化,消费完全是收入的函数。而如果把人当成经济、社会和心理的复合人,那么除了重视消费的物化这一消费的根本内容之外,更强调消费主体对消费客体的关系以及消费主体对时空结构(如消费环境)的利用。就前者而言,人们消费行为的策划与安排,会在较大程度上受到社会舆论、商业宣传的影响,消费的示范作用明显加强。而就后者而言,消费支出则受到时间因素的制约,如在即期消费和长期消费之间的选择。当然这又是与社会经济政策、心理预期等状况联系在一起的。消费者也更重视消费环境,一方面消费要讲求场合,在不同的场合下选择不同的消费方式和消费品;另一方面会注意

消费对自然环境的影响。

4. 从所提出的背景看,消费行为是人类行为的一个组成部分,而消费是社会再生产的一个环节

消费是作为社会再生产的一个内在环节而提出的。如果考察整个再生产,那么消费就是它的内在环节,消费本身就是再生产过程的因素和条件,它与生产分配、流通一起构成社会再生产的四个环节。它们的顺畅循环和运行便形成国民经济的整体运行,它们之间是相互影响、相互制约的。

而消费行为是在人类行为这个大背景下提出来的,是与市场相联系的人类行为。作为一般人类行为反映到消费领域,其主要特点有:

(1)追求自身利益最大化。消费者利用尽可能少的花费购买尽可能多的消费品,最大限度地满足自己的需要,达到消费者均衡;

(2)偏好和能力的多样性。由于地理、人口、心理、行为的差异,人们的偏好是多种多样的,消费能力也是参差不齐的。尽管经济学家对人的偏好能否得到显示以及如何显示存在争议,但对偏好和能力的多样性是基本肯定的。

(3)有限理性。西蒙把它描述为“有达到理性的意识,但又是有限的”。人们在消费活动中总是力争做到有理性,但由于环境的因素和自身能力的制约,他们不可能知道关于未来活动的全部备选方案,不可能将所有的价值考虑到统一的、单一的综合性效用函数中,也无力计算出所有备选方案的实施后果。

(4)机会主义倾向。指人们借助于不正当手段谋取自我利益的行为倾向,也包括对未来消费的低估,等等。

二、消费行为影响要素分析

从上面的分析可以看出,消费行为具有差异性和变动性的特点,即不同地理、社会环境下,具有不同人口特征的消费者的消费

行为是不同的,而且,它随着时间的变化而变化。这种差异性和变动性来自于消费者的内在和外在因素。可以把它们分成:经济因素、社会因素、心理因素和自然因素四个方面,这里只择经济因素一端加以分析。

经济因素主要指收入状况,包括收入的形成、分配、支出等状况,这是影响消费行为的决定性因素。在市场经济条件下,没有(货币)收入就不可能有消费,也就不存在消费行为。以收入作为透视起点来分析经济因素,可以从两个不同角度来理解,静态地或用内涵的角度来看,可把经济因素分成多个与之相关的子因素,如工资、奖金、津贴、储蓄、价格,等等。动态地或从外延的角度看,即从收入的变动的层面来考察,则可将经济因素分成经济发展的不同阶段,经济发展是稳定持续还是发生周期性波动,经济体制和机制的选择,以及经济运行是在一国封闭条件下进行的还是与外国经济发生频繁交流的互动关系等四个方面。下面分析在这些不同的经济条件下消费行为的不同特征。

1. 经济发展阶段与消费行为

对经济发展阶段可作粗细不同的划分,美国经济学家兼经济史学家 W·罗斯托把人类社会分为传统社会,为起飞创造前提的阶段、起飞阶段、向成熟推进阶段、高额群众消费阶段和追求生活质量阶段。由于这种划分是以生产力和经济水平为标准的,因此,它实质上是一种经济发展(成长)阶段划分。罗斯托提及了每一阶段上消费的相关特点,特别是后两个阶段则完全是以消费为主要内容而论述的。他认为,在高额群众消费时代,人们的消费选择集中在小汽车、住房和各种家用电器设备上;而到了追求生活质量阶段,人们的消费追求发生了变化,不再满足于物质上的富有,而是向往优美的环境、新鲜的空气、舒适的生活以及精神的享受等。这是较早地把经济发展阶段与相应消费行为特征结合的论述。这是一种积极的尝试。

贝尔把经济发展阶段划分为：前工业化阶段、工业化阶段和后工业化阶段即信息社会阶段。而在当今国际经济关系中，用得较普遍的是：不发达国家、发展中国家和发达国家。现在的问题是必须对这三个阶段的一般经济特征作出界定，才能有利于展开各相应阶段消费行为特征的分析，不发达国家的经济活动主要是从自然界直接获取生活资源，农业、渔业、采矿业占主导地位，经济动力来自自然界，如风力、水力、人力、畜力。发展中国家的经济活动主要在制造业、农业方面占相当重要的地位，各种物品的生产（特别是耐用和非耐用消费品的生产）、基础设施的建设都有一定的基础，服务业水平有所提高，经济动力来自动力、煤、汽、石油和少量的核能。发达国家的经济活动以处理、再生为主，服务业、金融、贸易、健康、教育、保险成为经济活动的主导力量，经济动力为信息、电脑、资讯传播等系统。

处在不同经济发展阶段上的国家的消费行为是不同的，具体表现在以下几个方面：

(1)消费目标定位：处于不发达阶段的国家所生产的食品只能勉强维持国民的生存，在一些很不发达的国家，解决生存问题都存在困难，如果加上天灾人祸，饥饿现象就会很普遍、严重。非洲许多国家处于这种状况。进入发展中阶段后，国民的温饱基本解决，并有盈余，他们的消费目标选择是在满足生存需要的同时，追求较多的耐用消费品，追求发展和享受。在发达阶段，如现今发达的资本主义国家，国民拥有的高档耐用消费品数量多、质量高。他们的消费行为与发展中阶段不同的还有一点是可随意支配的收入增多，购买耐用消费品不必挤压其他开支，而且更注重拥有这些消费品所带来的社会心理效应。

(2)消费结构变动。与前一点相对应，不发达阶段居民的消费支出主要投向在农产品上，即谷物、蔬菜、瓜果、油料等。由于工业化和都市化程度很低，使得整体消费支出在农产品上的绝对量和