

GUIZHOU XIAOFEI WENTI YANJIU

洪名勇 ● 著

消费对生产发展和经济增长意义重大，
贵州作为一个不沿边、不沿江、不沿海的省区，
如何通过扩大内需，
使经济持续增长成为我们十分关注的重大课题。

贵州消费问题研究



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



1490835

贵州消费问题研究

洪名勇 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

贵州消费问题研究/洪名勇著

北京: 中国经济出版社, 2012. 6

ISBN 978-7-5136-1301-9

I. ①贵… II. ①洪… III. ①居民消费—研究—贵州省 IV. ①F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 257901 号

责任编辑 戴玉龙

责任审读 贺 静

责任印制 石星岳

封面设计 巢新强

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京金华印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 14

字 数 215 千字

版 次 2012 年 6 月第 1 版

印 次 2012 年 6 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5136-1301-9/F · 9150

定 价 58.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010-68344225 88386794

贵州省长资金资助项目 [黔省专合字 (2009) 133 号]

贵州省“十二五”规划前期重大问题研究项目

贵州省第二次农业普查招标项目

贵州大学“211 工程”三期重点建设学科项目

本书为驻贵州省高校人文社科重点基地
中国西部发展能力研究中心期间完成

目 录

CONTENTS

第一章 消费理论研究 / 1

- 一、消费与生产：马克思理论的分析说明 / 1
- 二、消费、投资与经济增长 / 3
- 三、优化消费结构 推进产业结构战略性调整 / 5
 - (一) 消费结构优化对产业结构调整的理论现实意义 / 5
 - (二) 消费结构不合理制约着产业结构的战略性调整 / 6
 - (三) 当前优化消费结构的思路 / 8
- 四、居民消费支出流向·消费结构调整·消费结构升级 / 9
 - (一) 消费结构调整与消费结构升级 / 9
 - (二) 消费结构水平曲面与等消费结构水平曲线 / 10
 - (三) 现实经济生活中的层面关联分析 / 13
- 五、居民消费习惯及习俗理论 / 16
 - (一) 制度、行为与绩效：一个经济社会发展的分析框架 / 16
 - (二) 习惯、习俗与居民消费：一个理论模型 / 20

第二章 民族习俗与居民消费：一个实证分析 / 26

- 一、习俗、习惯与居民消费：一个计量模型 / 26
- 二、民族习俗与居民消费：一个描述性的分析 / 30
 - (一) 白酒的消费习惯 / 30
 - (二) 食品的消费习惯 / 35

- (三) 衣着的消费习惯 / 37
- (四) 居住的消费习惯 / 40
- 五、教育习俗 (习惯) 模型 / 45
- 六、其他消费习惯 (习俗) 模型 / 46
- 七、研究结论与政策含义 / 48

第三章 贵州苗族农户消费结构的实证分析:

以施秉县苗族农户为例 / 49

- 一、扩展线性支出系统模型介绍 / 49
- 二、扩展线性支出系统模型的运用及分析 / 51
 - (一) 各项消费支出的边际消费倾向 / 51
 - (二) 基本需求量与实际消费量的分析 / 52
 - (三) 各项消费支出的收入弹性 / 54
 - (四) 各项消费支出的需求价格弹性 / 55
 - (五) 各项消费支出的交叉弹性比较 / 56
- 三、研究结论与建议 / 58

第四章 贵州少数民族地区农户消费行为影响因素分析:

来自苗族侗族地区的调查分析 / 60

- 一、影响消费行为的因素分析 / 60
 - (一) 经济因素 / 61
 - (二) 非经济因素 / 61
- 二、收入因素对农户消费行为的影响分析 / 61
 - (一) 凯恩斯绝对收入假说消费理论 / 62
 - (二) 杜森贝利相对收入假说消费理论 / 62
 - (三) 弗里德曼持久收入假说消费理论 / 63
- 三、实证分析 / 63
 - (一) 基于绝对收入假说的分析 / 65
 - (二) 基于相对收入假说的分析 / 65

- (三) 基于持久收入假说的分析 / 66
- 四、非经济因素对农户消费行为的影响分析 / 66
 - (一) 消费习俗 / 66
 - (二) 消费观念 / 68
 - (三) 消费环境 / 68
- 五、结语 / 69

第五章 “十二五” 我省扩大消费需求的思路与对策研究 / 71

- 一、“十一五” 期间贵州省消费状况分析 / 72
 - (一) “十一五” 期间贵州省消费增长情况 / 72
 - (二) “十一五” 期间贵州省居民消费结构的变化趋势 / 77
 - (三) “十一五” 期间贵州省消费的特征 / 79
 - (四) “十一五” 期间贵州省消费中存在的问题及原因 / 84
- 二、消费增长对贵州省经济增长的贡献分析 / 87
 - (一) 消费增长对贵州省经济增长贡献的测算及评价 / 88
 - (二) 消费增长与城镇化、工业化相关性分析 / 91
- 三、“十二五” 国家消费政策取向分析 / 96
 - (一) 近几年国家消费政策回顾与评价 / 97
 - (二) “十二五” 国家消费政策取向 / 108
- 四、“十二五” 扩大贵州消费的有利条件与不利因素 / 112
 - (一) “十二五” 扩大贵州省消费需求的有利条件 / 112
 - (二) “十二五” 扩大贵州省消费需求的不利因素 / 116
- 五、“十二五” 贵州省消费需求及消费结构变动分析 / 124
 - (一) 贵州消费需求及消费结构 / 124
 - (二) “十二五” 贵州省消费需求发展目标 / 140
- 六、“十二五” 贵州省扩大消费需求的思路与对策 / 140
 - (一) “十二五” 贵州省扩大消费需求的总体思路 / 140
 - (二) “十二五” 期间贵州省重点消费领域发展潜力分析 / 144
 - (三) “十二五” 贵州省扩大消费需求、促进消费增长的
对策 / 147

第六章 扩大农民消费研究 / 160

一、消费及其对经济增长的拉动效应 / 161

(一) 消费和农民消费 / 161

(二) 消费是拉动经济增长的“三驾马车”中最稳定的动力 / 162

二、贵州省农民消费的历史变动和发展现状 / 162

(一) 贵州省农民消费的历史变动 / 162

(二) 贵州省农民消费现状分析 / 168

(三) 贵州省农民消费与全国其他地区比较 / 173

三、扩大贵州省农民消费的制约因素 / 176

(一) 收入水平及其分配制约 / 177

(二) 农民收入结构不尽合理 / 179

(三) 农村消费环境制约 / 180

(四) 传统消费文化制约 / 182

(五) 消费信贷制约 / 184

(六) 农村供给市场制约 / 185

四、贵州省农民消费发展态势和重点领域 / 187

(一) 农民消费变化的总体判断 / 187

(二) 农民消费发展态势 / 188

(三) 扩大农民消费的重点领域 / 194

五、扩大贵州省农民消费的思路和对策 / 198

(一) 扩大贵州省农民消费的总体思路 / 198

(二) 扩大贵州省农民消费的对策 / 200

主要参考文献 / 209

后 记 / 213

第一章 消费理论研究

消费是人类社会永恒的主题，是社会经济活动中最基本的经济活动。消费需求作为社会总需求的重要组成部分，对经济增长起着重要的拉动或导向作用。消费需求是拉动经济增长的“三驾马车”中最稳定的动力，消费增长也是刺激投资增长的直接动力，而且，消费结构的优化升级是产业结构调整、优化、升级的原动力。本章将着重分析消费、投资与经济增长的关系、消费对我省经济增长的贡献，同时还将分析城镇化、工业化与消费增长的相关性。

一、消费与生产：马克思理论的分析说明

生产与消费之间的关系是辩证统一的关系，一方面生产决定了消费，另一方面消费又决定着生产。对此，马克思指出：“生产直接是消费，消费直接是生产。”^① 马克思的这一重要判断包含以下原理：

第一，生产直接是消费。马克思在论述生产直接是消费时所指的消费不是一般意义上的消费，而是双重的消费。即一是“个人在生产过程中发展自己的能力，也在生产行为中支出、消耗这种能力，这同自然的生殖是

^① 马克思恩格斯全集 [M]. 北京：人民出版社，1995：32.

生命力的一种消费完全一样”^①；二是产生资料的消费，生产资料被使用和消耗。在马克思看来，生产从以下三个方面生产着消费：一是生产为消费提供对象。消费而无对象，不成为消费，在这方面，生产恰好能将消费的对象生产出来。二是生产使消费得以完成，生产给消费以消费的规定性，使消费得以完成。对此，马克思写道：“对象不是一般的对象，而是一定的对象，是必须用一定的而又是由生产本身所中介的方式来消费的。饥饿总是饥饿，但是用刀叉吃熟肉来解除的饥饿不同于用手、指和牙齿啃生肉来解除的饥饿”^②，正是在这种生产意义上，马克思认为，生产创造了消费者，生产决定消费的方式。三是生产不仅为需求提供材料，而且也为材料提供需求。

第二，消费直接是生产。消费为产品创造了主体，产品在消费中得以最后完成，正是从这个意义上讲，没有消费，生产就没有目的。在马克思看来，消费从两个方面生产着生产。一是产品只有在消费中才能成为现实的产品，例如，如果一条铁路没有通车、不被磨损、不被消费，它只是可能的铁路，不是现实的铁路；一件衣服，只有穿了才能成为现实的衣服；一间房屋无人居住就不能成为现实的房屋。因此，“产品不同于单纯的自然对象，它在消费中才证实自己是产品，才成为产品。消费是在把产品消灭的时候才使产品最后完成的”^③。二是消费创造出生产的动力。在马克思看来，消费创造出新的生产需要，也就创造出生产的观念上的内在动机，创造出在生产中作为决定目的的东西而发生作用的对象。对此，马克思指出：“消费在观念上提出生产的对象，把它作为内心的图象、作为需要、作为动力和目的提出来”^④。

综合以上分析，马克思认为，“生产不仅直接是消费，消费不仅直接是生产；生产也不仅是消费的手段，消费也不仅是生产的目的，就是说，每一方都为对方提供对象，生产为消费提供外在的对象，消费为生产提供想象的对象，两者的每一方不仅直接就是对方，不仅中介着对方，而且两

① 马克思恩格斯全集 [M]. 北京：人民出版社，1995：31.

② 马克思恩格斯全集 [M]. 北京：人民出版社，1995：33.

③ 马克思恩格斯全集 [M]. 北京：人民出版社，1995：32.

④ 马克思恩格斯全集 [M]. 北京：人民出版社，1995：33.

者的每一方由于自己的实现才创造对方；每一方是把自己当作对方创造出来”^①。

二、消费、投资与经济增长

经济学原理表明，经济增长既取决于社会总供给的水平又受到社会总需求的影响。从需求的层面来看，消费需求与投资需求、出口需求一起，构成了拉动经济增长的“三驾马车”。消费需求通俗讲是指人为了生存与发展所需的一切物质文化条件。每个人为了生存和发展都要产生适合个人的消费需求，个人消费需求加总，经过社会再生产过程（生产→分配→交换→消费）形成社会总有效需求，从而推动社会生产力发展和技术进步。另外，生产力发展进步了，人民物质财富积累了，反过来又会激发社会更大的、更高级的、新一轮的消费需求。由此可见，人作为社会经济活动的主体在整个社会再生产总过程中处于中心位置，人的消费需求即是社会生产发展和经济增长的出发点，又是其归宿点。这说明，消费需求在创造与更新人力资本以及推动生产力进步中的关键作用是不可否认的，作为社会经济活动主体的人的消费需求无疑是生产力发展的内在动力。

投资与经济增长之间同样存在着相互促进、相互制约的辩证关系，一方面投资对经济增长有着重要的不可替代的贡献，是经济增长的主要动力之一；另一方面经济增长又强烈地影响和决定着投资行为。同时，投资还具有乘数效应，乘数反映着经济系统的潜在投资效率。根据这一原理，投资的增减会引起收入增减，并能刺激或抑制消费的增长，进而影响收入水平。加速原理则说明收入的增减又反过来对投资产生影响，即收入的增加会使消费增加，对产品需求量的增加会导致生产产品所需资本设备的大增长，从而加速经济增长。反之，收入的微小下降会使消费下降，对产品的需求量下降将引起投资的迅速下滑。

我们常讲，投资对经济增长有“双刃剑”的作用。如果我们投资不当，会起到完全相反的效果。如在经济上升期间，产品需求增加，企业投

^① 马克思恩格斯全集 [M]。北京：人民出版社，1995：34。

资用于厂房、设备、招募员工,在乘数原理作用下,投资使得收入倍增。由于加速原理的作用,收入增加必将引导生产投资的再增加,从而不断地刺激消费增长,使本来就过热的经济再次升温,最终产生经济膨胀和泡沫。反之,在经济衰退期,如果减少投资,消费也会锐减,本来衰退的经济更是雪上加霜。由此可见,消费与投资都对经济增长具有重要的作用,而且二者具有联动的效应。同时,消费与投资的规模应该有一个合理的区域,否则就会引发负面效应。

在开放型经济条件下,一个国家或地区的经济增长需要多种拉力和推力,包括经济性的需求拉动力和非经济性的推动力,如制度的变革、观念的更新等属于非经济性的推动力,而经济性的需求拉动力主要表现在投资需求、消费需求和出口需求。根据支出法的国民收入核算方法,GDP等于消费支出(包括居民消费和政府消费)、投资支出、进出口支出三者的总和。消费需求、投资需求、出口需求在拉动经济增长方面既相互作用又相互制约。但从我国经济发展的轨迹来看,现在普遍意识到消费需求是最终需求,是拉动经济增长的三大动力中最重要的、最稳定的动力,据有关专家测算,消费需求对经济增长的拉动力或是贡献率一般在60%以上。

消费增长不仅直接拉动经济增长,而且会刺激投资增长从而间接拉动经济增长。首先,消费需求增长能直接拉动经济增长。我们知道,消费是GDP的重要组成部分,在生产能力的界限之内,消费需求的增长直接影响到经济的增长,消费需求增长多少,GDP就增长多少,在消费需求增长与经济增长之间没有中间环节或中间变量。其次,消费需求增长能间接拉动经济增长。消费需求的增长将会刺激投资的增加,投资需求被拉动起来后,就会如消费需求一样对经济增长起拉动作用,可以说,消费需求通过作用于投资需求间接拉动了经济的增长。此外,消费需求的增加能创造生产能力,从而拉动经济增长。一方面,消费的增加改善了劳动者的营养,增强了劳动者的身体素质,而且会激发他们在工作中的积极性,从而提高劳动效率,促进经济增长;另一方面,消费需求的增加有助于劳动者享受更多的接受教育的机会,这样一来,不仅教育消费会增长,而且劳动者通过教育,工作技能得到提高,教育消费的稳步增长和人力资本的提高成为了推动经济增长的重要力量。

消费结构优化升级是产业结构调整的原动力。市场经济是需求导向型经济,而市场需求首先是消费需求。因此,在市场经济条件下,消费的导向作用对产业结构的调整和优化作用尤为明显,消费结构的变化往往是产业结构调整的依据。消费结构变动已成为产业结构变化的原动力,消费结构的升级与优化可以带动产业结构的优化与升级,形成新的经济增长点,从而实现消费需求与经济增长之间的良性循环,促进整个国民经济的发展。

三、优化消费结构 推进产业结构战略性调整

在经济结构中,产业结构和消费结构是其中两项最重要的内容,而且二者密切相关。正如马克思在讲述生产与消费原理时所说的那样:不仅生产决定消费,反过来消费也决定着生产。鉴于此,在经济结构调整中,必须将二者结合在一起考虑。在“十二五”规划及今后很长一段时间,我们建议积极优化消费结构,推动产业结构的战略性调整。

(一) 消费结构优化对产业结构调整的理论现实意义

消费结构的变化,不仅意味着消费更新与升级的必然性,而且意味着产业结构调整必然性。现代社会经济发展的历程表明,增长较快的产业部门,常常是那些科技创新活动活跃的部门。但是,每一项重大科技创新之所以获得成功,不仅在于微观经济主体对预期收益的积极追求,更源于对消费结构变动趋势的及时把握。因此,消费结构的变化是产业结构调整的原动力。

消费结构优化尤其是其中的消费创新,不仅“创造出新的生产需要”,从而直接为经济增长做出贡献,而且还通过产业关联效应和收入效应间接推动经济增长,并反复循环下去,最终推动产业规模的增长和产业结构的升级换代。因此,没有消费结构的优化,就没有供给的创新和产业结构的优化,也就谈不上经济发展和社会进步。另外,人们对消费品的选择创新,即款式、花色和质量的变化也能推动产业结构优化和经济增长。美国经济学家罗森堡·小伯泽尔在《西方致富之路》一书中所说的“物品选择

范围的扩大就是财富的增长”，讲的就是这个道理。

考察一下消费结构演化的历程就会发现某种新产品、新服务的消费一旦被社会所接受，其需求规模的增长速度将远远快于供给增长的速度，消费示范和广告宣传往往借助各种媒体以几何方式孵化出新的需求。这种迅速增长的需求必然吸引大量投资和存量资产进入对应的生产领域，从而引起产业结构的调整。20 世纪发明的电灯、电视、冰箱和计算机等产品都是这样走入消费生活并引导产业结构变化的。

从当前我国国民经济的现状和长期发展规划来看，优化消费结构对于产业结构调整具有重大的现实意义：

第一，对未来消费结构的描绘为当前产业结构的调整提供了重要参考依据。“全面小康”的宏伟蓝图是借助消费结构优化和许多消费指标的升级描绘出来的，但“全面建设小康社会”意味着产业结构必须以该蓝图要求的供给结构和能力为标准不断进行自我调适，以便做到供给与需求的动态吻合。否则既会造成资源的浪费，又会导致生活质量的不达标。

第二，消费结构变动决定了产业结构调整的方向，也决定了经济增长的空间。消费需求的多样化和消费结构的高级化将促进生产和服务向纵深发展，从而大大改变产业结构的组成、匹配关系与运行方式。

第三，消费结构调整是产业结构调整的强大力量。消费结构的调整不但会迫使正在进行的投资决策改变方向，从而影响到整个社会投资结构的变动，而且将通过挤压成熟或衰退产品与服务的市场空间和利润空间，促进存量资本的流动。另外还会通过人为缩短某些产品和技术生命周期的方式，催生新产品和新技术，促进产业升级。

第四，空间消费结构的优化将大大减轻产业结构调整的压力。产业结构的调整主要还是靠增量调整来实施。但在过剩经济条件下，企业资金周转慢，投资回收困难，产业结构调整的难度很大。中国空间消费结构呈现明显失衡状态，尤其是农村和城镇在消费水平上存在着一个客观梯度。提升农村等低消费区域的消费水平对消化当前过剩的总供给进而优化产业结构大有好处。

（二）消费结构不合理制约着产业结构的战略性调整

改革开放以来，我国国民经济在总量不断增加的同时，产业结构也不

断向合理化方向演进。但从 20 世纪 90 年代中后期开始,我国经济运行状态发生了根本性变化,短缺经济结束,过剩经济开始。需求拉动力的减弱导致经济增长速度明显下降,扩大需求和优化产业结构成为促进经济增长、提升国民经济运行质量的两条基本工作思路。

从产业结构调整角度来看,在 20 世纪 80 年代初至 90 年代中期这段时间,我国的产业结构在不断充实和丰富的同时,也不断进行着调整。那时由于总需求大于或基本等于总供给,产业结构调整的难度不大。但是,在过剩经济条件下,产业结构调整的难度明显增加,已经严重影响到国民经济运行的质量。造成这一状况的原因是多方面的,其中消费结构的制约是其中格外重要的一个因素。当前,居民消费结构的不合理主要有如下四种表现:

首先,消费领域相对狭窄。2010 年我国人均 GDP 达到 29918.12 元,城镇居民消费的恩格尔系数为 35.7%,农村则高达 41.1%。包括旅游消费等在内的其他消费占消费支出的比率,世界中等收入国家在 20 世纪 90 年代初就达到了 26% 的水平,而我国城镇居民 2001 年仅为 5.35%,只相当于这些国家的 1/5。而保险消费、知识消费、体验消费等诸多领域更有待于进一步拓展。

其次,消费的层次低。与改革之初相比,居民消费的商品已相当丰富。但从居民消费需求的变化和国外居民消费结构演进的趋势来看,我国居民消费的商品品种相对较少,消费的层次较低,普遍存在着重数量、轻质量的问题。例如,人们虽然满足了“吃、穿、用、住、行”的基本需求,但在消费过程中对消费安全等问题并未引起足够的重视;又如,在“行”的消费方面,民航消费者占总人口的比率极低,家庭轿车拥有比率也不高。

再次,消费市场空间发育不均衡。空间发育不均衡表现在多个方面,但最突出的表现是城乡消费市场不均衡。城镇居民消费增长势头明显,农村消费市场增长乏力。

最后,服务消费数量不足、结构不合理。在我国的现实消费活动中,不少人重物质消费、轻服务性消费,服务性消费在消费总额中所占的份额较少。在已有的服务性消费中,重餐饮、洗浴等生活性服务消费,轻精神

文化消费；在已有的精神文化消费中，又存在重娱乐性消费、轻发展性消费，热衷于趣味消费、忽视高雅消费和健康消费的问题。

上述四个消费问题已经严重制约着产业结构的战略性调整，进而影响到国民经济的可持续发展和快速增长。

（三）当前优化消费结构的思路

为推动产业结构的战略性调整，当前在优化消费结构方面应当着重做好如下几方面的工作：

第一，拓宽居民的消费领域。从我国城乡居民的消费状况来看，应开拓的消费领域主要有以社会保险（人身保险、医疗保险、失业保险等）为核心的保障消费，以提高居民消费质量为目的的绿色商品消费和绿色服务消费，以促进经济增长和可持续发展为宗旨的绿色汽车消费、绿色住房消费和绿色旅游消费，以提高居民身体和文化素质为目标的健康消费、知识消费和教育消费，以增加信息量和改善生活与工作条件为核心的网络消费，以及理财服务、社区服务、家庭医疗服务等消费种类。

第二，调整城乡消费格局，发掘农村市场潜力。在努力增加农民收入的同时，要全面改善农村的基础设施条件，优化消费环境，增加农民对电器、电子、运输机械等耐用生产、消费品的需求；引导农村进行“居住革命”，增加农民对卫生设施等各种附加设备、器具、用品的需求；加强农村文化市场建设，促进健康的精神文化消费；研究在农村开展消费信贷业务；建立、健全农村社会保障制度，发展农业保险，消除农民消费的后顾之忧；尊重和维护农民的消费权利。

第三，搞好市场细分，针对各个消费群体制订不同对策。首先，城乡消费结构变化的主题不同。城镇消费结构升级的主题是增加居住、交通、通信、教育消费，而农村则是增加耐用消费品、教育、文化消费。其次，不同收入阶层的消费增长空间不同。低收入家庭主要集中在传统耐用消费品、医疗保健和娱乐文教服务上；中高等收入家庭主要是在医疗保健、交通、通信、娱乐文教、居住乃至奢侈品上消费。最后，不同年龄阶层的消费热点也不同，如中老年偏重医疗、保健、养老服务等消费，年轻人偏重于服装、娱乐、教育、时尚消费。要区别对待不同市场，分别加以引导和

扶持。

第四，破解影响消费结构优化的政策制约。我们在调查中发现，短缺经济时期制定的许多收费政策和法律法规正严重制约着消费需求的增长和消费结构的优化，这在住房消费、汽车消费、通信消费等方面表现得最为明显，以致于时常引起全国性大讨论。加快对这些政策和法律法规的清理已经成为优化消费结构和产业结构的一项重要工作。

第五，要尽快研究建立全面建设小康社会的消费指标体系。新的小康消费指标所包含的内容必须科学、全面，要反映出物质、精神、文化、体育、教育的全面进步，同时要更多地关注贫困地区、农村地区和西部地区的发展进程。这对引导消费结构向科学的方向演化，特别是推动消费领域的拓展大有好处。

四、居民消费支出流向·消费结构调整·消费结构升级

改革开放以来，消费结构升级和消费结构调整一直是消费经济学研究的重要内容之一。不过，人们在研究的过程中常常将消费结构升级与消费结构调整混为一谈，消费政策的实施也没有对消费结构升级和消费结构调整做出明确的划分。我们的目的在于在对消费结构升级和消费结构调整进行区分。把重塑的消费结构水平看成是居民消费支出流向消费结构调整与消费结构升级的消费额的函数，这种函数关系可以通过几何图形进行解释。具体来说，居民消费支出流向是联结消费结构变动、消费结构调整、消费结构升级的关联分析的关键概念，消费结构变动、消费结构调整与消费结构升级之间的关系主要是关联关系，而这种关联又表现为单向关联和复式关联，在影响复式关联的因素中制度具有重要作用。这对于一个国家或者地区制定有效的消费制度，引导居民消费结构的合理调整和消费结构升级具有一定现实意义。

（一）消费结构调整与消费结构升级

人们之所以没有对消费结构调整与消费结构升级进行严格的划分，一个重要的原因在于消费经济运行中消费结构调整与消费结构升级常常是混