

科学消费与人的全面发展

尹世杰

摘要: 江泽民同志在“七一”讲话中,把人的全面发展提到“马克思主义关于建设社会主义新社会的本质要求”的高度,说明这问题的极端重要性。而科学消费,有利于提高消费质量,提高人的素质,提高消费力和生产力,促进社会文明和社会全面进步,是促进人的全面发展的重要条件。文章接着论述如何加强科学消费,提出:要树立科学消费观念,用先进文化引导消费行为;要提高消费中的科技含量和文化含量;要创造、培育良好的消费环境;要发展文化教育,从根本上提高人的素质。文章最后强调:需要政府、生产经营者、消费者共同努力,发展科学消费,从而促进人的全面发展。

关键词: 人的全面发展 科学消费 先进文化

中国消费者协会确定今年的主题是科学消费。这问题具有重要的理论意义和实践意义。加强科学消费,对人的全面发展、社会经济文化的发展,对社会文明和社会全面进步,均具有重要的作用。在这里,仅就科学消费对人的全面发展的作用,作些初步的探索。

一、人的全面发展是建设社会主义新社会的本质要求

马克思主义经典作家,对人的全面发展有一系列的重要论述。马克思在谈到人类社会发展的阶段时,提出:“建立在个人全面发展和他们共同的社会生产能力成为他们的社会财富这一基础上的自由个性,是第三个阶段”。把人的全面发展作为未来社会发展的“基础”。恩格斯在谈到未来社会时指出:“在这种社会制度下,一切生活必需品都将生产得很多,使每一个社会成员能够完全自由地发展和发挥他的全部力量和才能”。只有实现了人的全面发展,才能使人“完全自由地发展和发挥他的全部力量和才能”;才能使人成为真正的人,体现人的本质,正如马克思所说的“人本身是人的最高本质”。马克思在描述未来社会排除了人的异化,实现人的全面发展的理想社会时指出:“……通过人并且为了人而对人的本质的真正占有;因此,它是人向自身、向社会的(即人的)人的复归……它是人和自然界之间、人和人之间的矛盾的真正解决……”;“人以一种全面的方式,也就是说,作为一个完整的人,占有自己全面的本质”。人的全面发展,是“占有自己全面的本质”充分发挥人的作用,促进社会全面发展的基本前提。这些都说明人的全面发展的极端重要性。

在新的历史条件下,江泽民同志在“七一”讲话中,进一步论述了人的全面发展的问题,并把人的全面发展提到“马克思主义关于建设社会主义新社会的本质要求”的高度。强调指出:“……要在发展社会主义物质文明和精神文明的基础上,不断促进人的全面发展”。“要努力提高全民族的思想道德素质和科学文化素质,实现人们思想和精神生活的全面发展……使人们的精神世界更加充实,文化生活更加丰富多彩。”而且还指出:“社会生产力和经济文化的发展水平是逐步提高、永无止境的历史过程,人的全面发展程度也是逐步

提高、永无止境的历史过程。”在这里,不仅指出了人的全面发展的重要内涵是“实现人们的思想和精神生活的全面发展”,而且提出了人的全面发展的基础是“发展社会主义物质文明和精神文明”;要努力“使人们的精神世界更加充实,文化生活更加丰富多彩”;不仅提出人的全面发展是“逐步提高、永无止境的历史过程”;而且指出了社会生产力和经济文化发展与人的全面发展之间相互促进、实现良性循环的美好前景,给人们以很大的鼓舞和力量。这些都是在新的历史时期对马克思主义的人的全面发展理论的具体化和新的发展。

人的全面发展,牵涉到社会、经济、文化等各个方面,需要作的工作很多。我认为,不断满足人们日益增长的物质文化需要,不断提高消费质量,从根本上提高人的素质,是促进人的全面发展极重要的方面。因此,我们在这里,着重从加强科学消费来论述人的全面发展问题。

二、科学消费对人的全面发展的作用

消费是人们生存和发展的最基本、最重要的条件。而消费是否合理,是否科学,对人的身心健康和全面发展,具有重要的作用。这里首先要说明的是:什么是科学消费?我认为:所谓科学消费,就是人们通过科学的消费观念、消费方式和消费行为,促进人的身心健康和全面发展的消费。它的出发点和落脚点,都在于促进人的身心健康和全面发展。具体说,它的作用主要在于:

第一,科学消费有利于提高消费质量。

随着社会经济的发展,消费领域不断扩大,消费内容日益丰富多彩。不仅要满足生存需要,还要满足享受和发展的需要,不仅要满足物质需要,还要满足精神文化需要。正如马克思所说:“在社会主义的前提下,人的需要的丰富性,从而某种新的生产方式和某种新的生产对象具有何等的意义:人的本质力量的新的证明和人的本质的新的充实”。人的需要,主要是消费需要。面对丰富多彩的消费需要,必须进行科学消费,提高消费的选择性,提高消费中的科技含量和文化含量,优化消费结构,提高消费质量,使人们的物质需要、精神文化需要都能得到更好的满足,才能体现“人的本质力量”,体现“人的本质的新的充实”,才能促进人的全面发展。

否则,即令“形成普遍的物质变换,全面的关系,多方面的需求以及全面的能力体系”,但由于“以物的依赖性为基础”,难以体现“人的本质力量”,难以真正促进人的全面发展,甚至会出现人的异化。正如马克思恩格斯所说的:“当人们还不能使自己的吃喝住穿在质和量方面得到充分供应的时候,人们就根本不能获得解放”。科学消费,才能使人们的吃、喝、住、穿、用不仅在数量上而且在质量上得到“充分供应”,才能使人们“获得解放”。特别是我国当前,正面临着消费的升级,即将全面进入小康社会。小康消费的重要特点,是由以追求数量为主转变为以提高质量为主,更要求不断提高消费质量,促进人的全面发展。

第二,科学消费有利于从根本上提高人的素质。

科学消费既然有利于提高消费中的科技含量和文化含量,提高消费质量,提高“人的享受的感觉,实践感觉(意志、爱等等)……创造同人的本质和自然界的本质的全部丰富性相适应的人的感觉”,就能提高人的政治思想素质和科学文化素质,就会像马克思所说的:“作为一个完整的人,占有自己全面的本质。”人的素质提高了,就会进一步发挥每个人的力量和才能,进行各种创造性活动,进一步促进人的全面发展。马克思在谈到人类从必然王国向自由王国飞跃时指出:“在这个必然王国的彼岸,作为目的本身的人类能力发展,真正的自由王国,就开始了”。加强科学消费,促进“人类能力的发展”,促进人的全面发展,这正是进入人类理想王国的基本条件。

第三,科学消费有利于提高消费力和生产力。

科学消费,既然有利于提高人的素质,发展人的才能,提高消费力,从而提高生产力。马克思早就指出:“……消费的能力是消费的条件,因而是消费的首要手段,而这种能力是一种个人才能的发展,一种生产力的发展”¹⁰。消费力和生产力是相对应的,消费力提高了,有利于提高生产力;生产力提高了,反过来有利于提高消费力。通过科学消费,就能实现消费力与生产力之间的良性循环。具体说,消费力提高了,通过科学消费促进消费结构的优化和升级,从而促进产业结构的优化和升级,形成新的经济增长点,促进经济的增长,促进生产力的提高。生产力提高了,反过来又促进居民收入的提高,促进消费需求的扩大,进一步促进消费结构的优化和升级,促进消费力的提高。在生产力与消费力的良性循环中,在消费结构与产业结构的相互促进和良性循环的过程中,正是提高消费质量,促进人的全面发展的过程。马克思在谈到由必然王国向自由王国飞跃时还指出:“社会化的人,联合起来的生产者,将合理地调节他们和自然之间的物质变换,把它置于他们的共同控制之下,而不让它作为盲目的力量来统治自己,靠消耗最小的力量,在最无愧于和最适合于他们人类本性的条件下来进行这种物质变换”¹¹。这是“物质变换”的理想模式(也可以说是生产力与消费力良性循环的模式),这里所说的“合理调节他们和自然之间的物质变换”,“最无愧于和最适合于他们人类本性”,正意味着人的全面发展。要实现这种理想模式,就必须进行科学消费。

第四,科学消费有利于促进社会文明和社会全面进步。

马克思在谈到人与动物的区别时指出:“……人却懂得……怎样处处都把内在的尺度运用到对象上去,因此,人也按美的规律来建造”¹²。我国有些学者早就提出:全面发展的人的生存方式是“艺术化生存”。著名美学家宗白华指出:“什么叫艺术的人生态度?这就是积极地把我们人生的生活,

当作一个高尚优美艺术品似的创造,使他理想化、美化。”“艺术创造的作用,是使他的对象协和、整饰、优美、一致。总之,艺术创造的目的是一个优美高尚的艺术品,我们人生的目的是一个优美高尚似的人生。这是我个人所理想的艺术的人生观”¹³。个人“艺术化生存”,是社会文明进步的基础。从全社会来说,人们有了科学消费理念,就能“按美的规律来建造”各种消费资料和消费方式,发展“艺术化生存”,就能正确处理人与大自然的关系,自觉保护生态环境,积极培育优美的生态环境,实现可持续发展;就能自觉地提高消费中的文化含量,美化自己的生活,从而提高整个社会文明程度,移风易俗,培育优美的社会文明环境,会大大有利于促进社会文明和社会全面进步,促进两个文明建设协调发展。

三、如何加强科学消费

搞好科学消费,是长期的重要任务,要做的工作还很多,主要是:

第一,树立科学消费观念,反对不科学的消费行为。

我们现在,有不少消费者消费观念还很很不科学,存在一些误区。今年1月初至2月底,“中消协”联合上海、天津、大连、深圳等19个大中城市的消费者协会或消费者委员会完成了“中国城镇消费者科学消费状况调查”。通过调查发现,无论是对有悖科学消费的商品和服务,还是在吃、住、穿、用、文化娱乐、商品标签、医疗、环保等方面,消费者采取不科学消费态度和作法的仍然占有相当的比例。它们分别是:吃:19%;住:28.1%;穿:29.9%;用:44.8%;文化娱乐:27.2%;商品标签:35.6%;医疗:36.8%;环保:53%。例如,在吃的方面,15.7%的消费者认为“好吃的就多吃,不好吃的就不吃”,近1/4的消费者认为口味比营养更重要;有19.5%的消费者“每逢节假日都要大吃一顿”;有30.4%的消费者不知道“有些猪肉含有瘦肉精”;有30.1%的消费者不知道“环境污染、不良的膳食结构可导致癌症。”在穿的方面,有11.7%的消费者认为“衣着美观是第一位的,是否舒适或有利于健康是第二位的”;只有71.9%的消费者知道“一些衣服中含有某些有害物质,不利于健康”;在住的方面,有近两成的消费者认为家庭装修中,安全健康不是第一位的¹⁴。大中城市尚且如此,农村情况可想而知了。事实上,我们现在有不少人的消费观念、消费行为,还有不少问题,还存在一些不科学、不文明甚至反科学、反文明的东西。我们必须用科学消费的理念和科学知识来指导广大消费者的消费,树立科学消费的价值观念、消费观。

这里需要强调的,必须用先进文化来引导人们各项消费活动,用高层次的精神支柱来充实人们的消费生活。要划清科学消费和不科学、反科学消费的界限。要反对片面强调节约、不敢鼓励消费的传统观念,也要反对铺张浪费、鼓吹享乐主义的消费观念;要强调可持续发展,反对浪费资源,污染环境;要强调高层次的精神文化消费,反对低级庸俗的东西。总之,要用科学的消费观念,来指导我们各项消费行为。

第二,要提高消费中的科技含量和文化含量。

在消费结构中,要不断提高享受资料、发展资料消费的比重,特别要提高高层次的精神文化消费的比重,促进消费结构的优化和升级,促进消费质量的提高。像我们前面说的,消费结构的优化、升级,会进一步扩大消费需求,促进经济增长。消费质量提高的过程,正体现人的全面发展的过程,也正体现社会、经济、文化协调发展的过程。正如江泽民同志在

“七一”讲话中所指出的：“人越全面发展，社会的物质文化财富就会制造得越多，人民的生活就越能得到改善。而物质文化条件越充分，又越能推进人的全面发展。”

在这里要强调的是：人的闲暇消费如何，对人的发展关系很大。闲暇消费，是人们在闲暇时间进行的各种消费活动。现在人们的闲暇消费时间越来越多，提高闲暇消费质量，是促进人的全面发展的关键环节。马克思把闲暇时间称为“自由时间”，是“使个人得到充分发展的时间”，“为个人发展充分的生产力，因而也为社会发展充分的生产力创造广阔余地”的时间¹⁵。我们现在，有些人在闲暇消费中还存在一些误区，有的搞些非理性的甚至低级庸俗的消费活动，有的甚至搞“黄色消费”、“黑色消费”、“灰色消费”，搞些反科学、反文化的消费行为。这就要在闲暇消费中，坚持科学的消费观和消费行为，开展一些“使个人得到充分发展”的闲暇消费活动，提高闲暇消费的科技含量和文化含量，排除一些低层次、无文化、反文化的消费行为，促进人的身心健康和全面发展。要像恩格斯所说的：“……使每个人都有充分的闲暇时间从历史上遗留的文化——科学、艺术、交际方式等等——中间承受一切真正有价值的东西；并且不仅是承受，而且还要把这一切从统治阶级独占品变成全社会的共同财富和促使它进一步发展”¹⁶。这就要求更高了，应该是我们坚持不懈的重要任务。

第三，要创造、培育良好的消费环境

人们的消费，总是在一定的客观环境中进行的。这首先是生态环境。如果生态平衡遭受严重破坏，生态环境遭受严重污染，直接影响人的生存和发展，科学消费就无从谈起。因此，不仅要保护生态环境，而且要培育优美的生态环境。只有真正实现可持续发展，处理好人与自然的关系，使人们生活在优美生态环境中，才能享受大自然的丰厚赐予，才能促进人的身心健康和全面发展。正如马克思所说的：“它是人和自然之间、人和人之间的矛盾的真正解决”，反映“人的复归”，“是通过人并且为了人而对人的本质的真正占有”¹⁷。也正如江泽民同志在“七一”讲话中所指出的：“努力开拓生产发展、生活富裕和生态良好的文明发展道路。”这就必须坚持可持续发展战略，发展绿色消费，弘扬绿色文明。

人们还必须在一定的社会环境中进行各种消费活动。必须创造、培育良好的社会环境，包括市场环境。我们现在市场环境还很不干净，伪劣假冒，充斥市场，不仅对消费者造成经济损失，甚至影响人的生存和发展。据国务院发展研究中心一项调查报告估计：1998年市场上仅限于加工制造的假冒伪劣产品就有1339亿元，加上其他方面的假冒伪劣产品，为数就更大。仅以食品为例，这几年伪劣假冒食品，随处可见，食物中毒造成消费者大量伤亡的事件，层出不穷。据有人估计：我国每年发生食物中毒的达20~40万人¹⁸。从1998年到2001年，全国消费者关于食品安全的投诉达50多万件，占总投诉量的20%左右。这些都说明：我们现在市场环境还很不干净。市场经济是消费者主权的经济。市场上充满伪劣假冒商品，危害人们，那还怎么进行科学消费？怎么谈得上科学消费？这就必须加强对消费领域和消费市场的管理，整顿市场经济秩序，打击制售伪劣假冒商品和服务。还要净化文化市场，加大扫黄打非的力度，从根本上保护消费者合法权益。只有净化了消费市场，优化了消费环境，扫除了文化垃圾，培育了优良的社会机体，才能谈得上科学消费，促进人的全面发展。

第四，关键是提高人的素质。

没有高素质的人，就不可能发展高层次、高质量的消费生活，就不可能提高消费质量，提高消费力。马克思早就说过：一个人“要多方面享受，他必须有享受能力。因此，他必须是具有高度文明的人”¹⁹。人的全面发展，首先是人的素质的全面提高，人的能力的全面提高。“全面发展的个人……不是自然的产物，而是历史的产物。要使这种个性成为可能，能力的发展就要达到一定的程度和全面性”²⁰。这就要发展文化教育消费，提高消费者的政治思想素质和科学文化素质。我国近年来，很多居民家庭教育消费不断增加。据调查，2001年31个城市居民家庭为子女教育总支出接近600亿元；成人教育支出将达100亿元，子女教育支出为户均5900元，成为家庭“日常消费”的第二大经济项目²¹。这是良好的开端，是可喜的。

除了正规的各级学校的教育外，还要加强消费教育，包括消费观、消费知识、商品知识、市场经济知识以及生态环境的教育，要逐步建立消费教育的体系，把消费教育纳入各级学校教育之中，作为素质教育的内容。这样就使家庭教育、学校教育和社会教育有机地结合起来，从各方面提高人的素质，为科学消费创造基本条件。

四、加强科学消费，促进人的全面发展

搞好科学消费，不是一朝一夕之功，需要创造各方面的条件，需要加强各方面的工作，从政府到生产经营者、消费者都要发挥各自的作用。

从政府来说，除了发展科学文化教育、从根本上提高全民素质，树立良好社会风尚外，还要进一步整顿市场经济秩序，净化消费环境。要完善有关法规，特别是保护消费者权益的法规。我国已加入世界贸易组织，急需制定、完善有关加入世界贸易组织的法规，并与国际接轨。今后对外开放的领域和范围不断扩大，市场竞争环境更为复杂，对一些进口产品和外商经营的企业和服务，如何加强对消费者权益的保护，诸如此类的问题，也越来越重要。需要制定维护国家经济安全和保护消费者权益的法律、法规，加强市场监督管理，都是急待解决的问题。

从生产经营者来说，应当树立科学消费理念，不断提高消费品和服务的质量，开拓创新，开发新产业、新产品，更好地满足消费需要。要进一步树立商业道德，提高商业信用，更好地为消费者服务，不仅不生产、不经营有悖于科学消费的商品和服务，而且要团结起来，打击伪劣假冒，保护消费者的权益，也保护生产经营者自己的权益，共同营造良好的市场经济秩序和消费环境。有些发达国家的一些企业为了维护自己的品牌，为了维护自己的利益，联合起来打假。如法国早就成立了一个打假联合会，包括50个行业协会800多家著名厂商。这种联合打假，还超越了国与国的界限。如西欧成立了一个由1400多家企业联合组成的“反假冒产品委员会”，严打制假售假者。我国最近也有不少企业为加强科学消费努力多作贡献。如发展“绿色消费”，是科学消费的重要内容。前不久，就有18家知名企业，联合发表“绿色宣言”，大力支持科学消费、绿色消费，提出了一些承诺和保证，提出“使绿色食品成为我国食品的主流”，“为提高国民生活质量、保证国民身体健康作出自己的贡献”²²。这是很好的举措。生产经营者起来支持科学消费，这样科学消费就有深厚的根基了。我们在这方面的工作，还需要进一步加强。（下转第24页）

命周期,而且组织的产生会影响作为自然人的政治企业家的行为,组织的蜕变可能会改变他的性质,或为防止组织的蜕变,他可能提供信仰、改变组织内的激励机制等(关于政治企业家的生命周期以及政治企业家与组织的关系是需要深入研究的问题,在此仅是粗略涉及)。

四、概括性的结论

政治企业家是落后国家从事制度创新,解决有效制度供给不足的重要力量,理解政治企业家不能遵循新古典的行为假定,利他主义不仅在人类社会发展的历史中存在,而且体现在政治企业家身上的创造性的利他主义是推动人类历史发展的重要动力。

参考文献

1. 刘洪军,陈柳钦,2001:《制度创新与经济增长——对落后国家跨越贫困陷阱的道路的思考》,载《经济科学》,2001(4)。
2. 杨春学,2001:《利他主义经济学的追求》,载《经济研究》,2001(4)。
3. 林毅夫,1991:《关于制度变迁的经济学理论:诱致性变迁与强制性变迁》,见诺斯等著:《财产权力与制度变迁》,上海,上海三联书店,1991。
4. [美]贝克尔,1995:《人类行为的经济分析》,中文版,上海,上海三联书店,1995。
5. [美]劳伦斯·A·博兰,2000:《批判的经济学方法论》,中文版,北京,经济科学出版社,2000。
6. [美]查尔斯·沃尔夫,1994:《市场或政府》,中文版,北京,中国发展出版社,1994。
7. [美]丹尼尔·W·布罗姆利,1996:《经济利益与经济制度——公共政策的理论》,中文版,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1996。
8. [美]丹尼尔·贝尔,欧文·克里斯托尔,1985:《经济理论的危机》,中文版,上海,上海译文出版社,1985。
9. 诺斯等,1988:《西方世界的兴起》,中文版,北京,学苑出版社,1988。

10. 诺斯,1992:《经济史中的结构与变迁》,中文版,北京,商务印书馆,1992。
11. 诺斯,1995:《制度变迁理论纲要》,见北京大学中国经济研究中心:《经济学与中国改革》,上海,上海人民出版社,1995。
12. 奥尔森,1996:《集体行动的逻辑》,中文版,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1996。
13. 哈耶克,1997:《自由秩序原理》,中文版,北京,生活·读书·新知三联书店,1997。
14. 盛洪,1995:《制度经济学面临的新问题》,见北京大学中国经济研究中心:《经济学与中国改革》,上海,上海人民出版社,1995。
15. T·W·舒尔茨,1991:《制度与人的经济价值的不断提高》,见诺斯等:《财产权力与制度变迁》,中文版,251~263页,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1991。
16. L·E·戴维斯,D·C·诺斯,1991:《制度变迁的理论:概念与原因》,见诺斯等:《财产权力与制度变迁》,中文版,上海,266~291页,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1991。
17. L·E·戴维斯,D·C·诺斯,1991:《制度创新的理论:描述、类推与说明》,见诺斯等著:《财产权力与制度变迁》,中文版,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1991。
18. V·W·拉坦,1991:《诱致性制度变迁理论》,见诺斯等:《财产权力与制度变迁》,中文版,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1991。
19. [美]马斯洛,1987:《动机与人格》,中文版,北京,华夏出版社,1987。
20. 韩非子,1995:《韩非子》,北京,燕山出版社,1995。
21. Wilson, E.O., 1975, Sociobiology, Cambridge: Harvard University Press.
22. 亚当·斯密:《道德情操论》,中文版,北京,商务印书馆,1998。
23. 熊彼特:《经济发展理论》,中文版,北京,商务印书馆,2000。
24. 诺斯:《制度、制度变迁与经济绩效》,中文版,上海,上海三联书店,1995。

(作者单位:南开大学经济研究所 天津 300071)
(责任编辑:J)

(上接第20页)

从消费者来说,应当树立科学消费观念,并贯彻到消费生活中去,不断提高消费中的科技含量、文化含量,提高消费质量;如何加强科学文化学习,提高自己的素质,丰富自己的消费知识、市场经济知识,提高自己的能力,把自己培养成为身心健康和全面发展的新人,成为文明的、科学的现代消费者,这是我们每个消费者应该自觉追求的重要任务。这也就是说,要提高消费者的消费力,特别是精神消费力。10年前,我在开始研究消费力经济学时,感到提高消费力特别是精神消费力,对人们的消费生活、对人的身心健康和全面发展,关系很大。提出:生产力可以分为物质生产力和精神生产力,消费力也可以分为物质消费力和精神消费力,要特别重视精神消费力的作用。要发展精神文化消费,要提高精神文化消费在消费结构中的比重,要扩大精神文化消费领域,要提高精神文化产品的质量。强调精神消费力对人的发展、社会经济发展的作用²⁴。我还提出:文化教育是第一消费力,强调发展文化教育对优化消费结构、提高消费质量、提高劳动力素质、促进消费智能化、促进社会经济发展的作用。我们现在,还要进一步提高消费力,特别是精神消费力,还要进一步发挥文化教育作为第一消费力的作用,这是加强科学消费、促进人的全面发展一项长期的基础工程。

注释:

- 19 20《马克思恩格斯全集》,中文版,第46卷(上),104、104、392、108~109页,北京,人民出版社,1979。
- 《马克思恩格斯选集》,中文版,第1卷,217页,北京,人民出版社,1972。
- 《马克思恩格斯全集》,中文版,第1卷,217页,北京,人民出版社,1956。
- 12 17《马克思恩格斯全集》,中文版,第42卷,120~123、132、368、126、97、120页,北京,人民出版社,1979。
- 11 马克思:《资本论》,中文版,第3卷,926~927、926~927页,北京,人民出版社,1975。
- 10 15《马克思恩格斯全集》,中文版,第46卷(下),225、225、221页,北京人民出版社,1980。
- 13 宗白华:《美学与意境》,33、34页,北京,人民出版社,1987。
- 14《中国消费者报》,2002-03-19。
- 16《马克思恩格斯全集》,中文版,第2卷,479页,北京,人民出版社,1972。
- 18《中国工商报》,2001-10-08。
- 21《中国消费者报》,2002-03-01。
- 22《中国消费者报》,2002-01-29。
- 23 尹世杰:《发展精神消费力》,载《求索》,1992(6);《论精神消费力》,载《经济研究》,1994(10)。
- 24 尹世杰:《文化教育是第一消费力》,载《消费经济》,1992(5)、1992(6)。

(作者单位:湖南师范大学消费经济研究所 长沙 410081)
(责任编辑:Q)