

论政治企业家*

刘洪军

摘要:新制度经济学由于沿用新古典理论中的利己主义理性人假定,对人类行为中的利他主义的存在性及其作用重视不够,因而无法在理论上解决有效制度供给不足的问题,也不能解释有些落后国家和地区通过制度创新摆脱贫穷的历史事实,本文认为具有创造性的政治企业家是推动制度创新的重要力量,而利他主义对人类社会的作用在政治企业家身上表现得尤为明显。

关键词:政治企业家 制度创新 利他主义

本人和陈柳钦同志在《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》(刘洪军、陈柳钦,2001)一文中,使用过“政治企业家”的概念,指出只有制度创新才能使落后国家跨越贫困陷阱,而政治企业家是进行制度创新重要力量。新制度经济学由于沿用了新古典经济理论中的理性经济人假定,无法解决落后国家有效制度供给不足的问题,既不能解释为什么有些落后国家或地区通过制度创新摆脱落后面貌,又无法找到落后国家摆脱落后的道路。本文在上文研究的基础上,进一步深化政治企业家理论,希望能够推动新制度经济学的发展。

一、为什么制度创新要由政治企业家来完成

制度创新是指一个社会以新的更富效率的制度规则(或组织)取代旧的缺乏效率的制度规则(或组织),包括产权制度、竞争规则、科技政策、政治制度等各种主要的正规规则的变革和新性质的交易组织的产生。在这里制度的效率主要从资源配置的角度理解,有效率的制度促使资源合理高效配置,从而促进经济发展,提高产出增长率,增进全体民众的福利;而低效制度则与此相反。制度创新概念不同于新制度经济学的制度变迁的概念,制度变迁虽然也指新规则取代旧规则,但认为是变迁主体成本-收益估计的结果,出于理性人的考虑,这种变迁可能只有利于变迁主体而于整个社会无益,这在落后国家的表现是少数权势集团操纵制度变迁进程并获取变迁收益,而不能引导全社会走出贫困陷阱,这说明增进少数人福利的制度变迁并不意味着制度效率的整体提高,因此除非进行有利于全社会的、提高制度整体效率的制度创新,否则落后国家无法摆脱均衡陷阱。

处于均衡陷阱的国家,制度的低效率是一种常态,改变制度的这种状态不能依靠制度自身的演进规律,因为任何一种制度一旦形成就有自我强化的机制,新制度经济学把制度变迁的这种特征称为路径依赖。根据诱致性制度变迁理论,技术进步、要素相对价格的改变、人的经济价值的提高等因素创造了新的收入流或潜在的获利机会,为分割新的收入流或实现潜在的利润,经济主体会提出制度变迁的要求,实际上诱致性制度变迁理论把制度变迁当成了经济社会自然演进的产物,尤其是个体理性选择的产物,它奉行哈耶克的自

由秩序原理。“诱致性制度变迁模型似乎认为,当某一新结构的收益超过制度变迁的成本时,就会产生新的制度;如果制度不发生变迁,那么就说明变迁的成本超过了收益”(布罗姆利,1996,28页)。但诱致性制度变迁理论无法解决落后国家的问题,因为这些国家的经验表明正是缺乏导致低效制度向高效制度变迁的诱导因素或虽然存在这些因素但却未能引致高效制度,所以制度安排处于低效均衡,而这反过来又把社会锁定在缺少成长因素的状态。诱致性制度变迁理论解释了长期制度变迁的内在诱因,但却无法说明为什么有些国家缺少导致高效制度的诱因,或为什么有些诱因没能导致高效的制度。正是在这个意义上,林毅夫认为“如果诱致性制度创新是新制度安排的唯一来源的话,那么一个社会中制度安排的供给将少于社会最优。”(林毅夫,1991)

林毅夫在诱致性制度变迁理论的基础上提出了强制性制度变迁理论,认为强制性制度变迁是指通过暴力革命、法律和政府命令的变化和执行来改变制度规则。强制性制度变迁理论丰富了制度变迁的类型和成因,而且尤其强调政府在经济增长中的影响,但对政府在经济增长中扮演的角色,该理论是矛盾的:它一方面可能通过安排激励系统来刺激经济增长,但另一方面可能因为统治者的偏好、意识形态刚性、官僚政治等因素而导致政府维持低效的制度。由于未能完全摆脱贫穷的追求个体效用最大化的理性人假定,在分析统治者行为和政府行为时过分强调利己主义使新制度经济学陷入了制度悖论。而有些国家(比如中国、新加坡)的发展经验表明,政治企业家的利他主义的制度创新行为对经济增长的积极的推动作用不容忽视。

正是政治企业家的制度创新行为使落后国家摆脱贫穷陷阱,而制度创新必须由政治企业家来完成。

首先,制度创新不是由一般的统治者来完成。一般的统治者服从新古典假定,追求个人效用最大化。这可能意味着他获取权力、财富和威望的目标是为了最大化其个人利益,他只推行那种能最终增进个人效用的制度安排。虽然有时这些制度能促进产出,但只有在统治者的预期收益高于制度变迁的预期费用时才发生(林毅夫,1991)。这说明只有当他的效用函数偶尔和民众的效用函数相同时,民众的福利才能因为它的制度安排而增进。由于一般的统治者追求个人效用,

* 本文在写作过程中得益于与邓宏图博士的多次交流,他提出了非常有益的修改意见,在此表示感谢!

即使出现了制度创新的诱因而且他已经预见到某种制度安排能够增进社会福利,由于契约刚性的约束,他可能担心修改契约会失去既得利益集团的支持而削弱权威,因此一般的统治者可能不是去创造新的制度安排,而是去维持旧的无效率的制度安排。所以诺斯虽然认为统治者的产权安排是一国经济兴衰的关键,但他说“统治者为了他们自己的利益会修正产权,交易费用会导致很普遍的无效产权”(诺斯,1995)。

其次,制度创新不能由官僚机构来完成。即使统治者的初衷是好的,致力于建立一种高效率的制度,但它的代理人——官僚机构却可能违背它的意志把一个本应有利于民众的制度安排过程扭曲成使官僚机构本身受益。在这种委托—代理关系中,统治者对官僚机构的信息是不完全的,他无法承担高昂的监督成本,因此官僚机构处于自身利益的理性考虑,对统治者意志的违背现象——道德风险总是存在的。消除这种道德风险的唯一条件是:统治者的效用函数=官僚机构的效用函数=官僚机构中个人的效用函数,遗憾的是现实生活中存在这种条件的概率是零。官僚机构缺乏制度创新的激励原因是存在“搭便车”现象,搭便车现象指在集体行动中,个人支付成本获得的收益被集体中其他成员免费分享的现象,由于个人支付全部成本而只享受较小份额的收益,因而集体中的理性个人没有动力去提供公共物品(奥尔森,1996,中译本)。官僚机构是一个集体,他进行的制度安排是一种公共物品,进行制度创新要消耗时间、努力和资源,而一旦制度被创新出来以后,每个受此制度约束的人都能从制度效率的提高中获得好处,而创新者的报酬却远低于其成本,因此,一般来说,官僚机构中的各部门或个人缺少激励去从事制度创新。由于存在以上原因,制度创新只能由政治企业家来完成。

二、政治企业家的含义与行为特征

这里的政治企业家是指具有强烈的制度创新偏好和利他主义行为特征的个人或团体,在现代社会它可能是政治家或政党组织。它来源于熊彼特企业家的概念,在熊彼特创新理论中,企业家的使命是完成企业创新活动,企业家的创新会打破经济所处的简单再循环状态,使经济走上动态发展的道路。创新行为造就了企业家,企业家担负创新职能,当创新活动结束时,从事创新活动的人就不再扮演企业家的角色。政治企业家继承了企业家的创新精神,通过制度创新领导一个社会跨越均衡陷阱走向繁荣与富庶,与企业家不同的是他从事的是社会制度的创新,而不是单纯的商业创新,他谋求的是社会经济的整体增长,而不是个别企业的超额利润。政治企业家与企业家的命运是相同的,因制度创新活动的开始而生,因制度创新活动的结束而亡。政治企业家具有如下的行为特征:

(1) 政治企业家是一个彻底的利他主义者,他不是一般意义上的统治者,他不服从新古典理性人的假定,它的效用函数和社会民众的效用函数相同,他个人效用的增进是以民众效用的增进为前提的,用公式可以表示为: $u_i = f(u_j)$, $du_i/du_j > 0$, 在这里 u_i 表示政治企业家的效用, u_j 表示社会民众的效用(该公式只表明政治企业家的利益与公众的利益的一致性,政治企业家的行为是以增进社会福利为目标,而并不表明社会个体的效用可以加总为社会总效用)。这样定义并不否定政治企业家以自然人的形式存在,但在进行制度创新时,他必须如此,而且也只有制度创新时,他才是政治企业家。之所以成为政治企业家,是因为他借助政治权力实现社会经济的发展,最大限度的激励人们创造财富和增加积

累,走出贫困陷阱。这里的政治企业家的概念,不同于诺斯(1991, 11~12页)和林毅夫(1991, 391页)提出的概念,在他们看来,政治企业家是一个利己主义者,理性人的寻利动机使他们“所从事的活动更多的是有利于促进再分配,而不是促进生产活动;他们所创造的是垄断而不是竞争性条件;他们限制机会,而不是增加机会”;正因为如此,“他们却是在使社会更具非生产性上更为有效,基本的制度结构选择很少有利于生产活动”;即使他们从事制度创新,也是评估个人成本收益的结果。

(2) 政治企业家不是盲目的利他主义者。利他主义是政治企业家的行为动机,但是政治企业家不是盲目的利他主义者,而是理性的利他主义者。盲目的利他主义者极为可能给他人带来负效应,产生利他行为的无效率,而政治企业家的利他行为是根据社会经济实际,规定发展目标并进行制度创新,在此过程中,政治企业家将对重新订立社会契约的成本和收益进行评估,这种利他主义行为是理性的。这里的理性不是指为自身利益进行成本—收益计算,并使其最大化的行为,而是一种企业家式创新理性。又可以理解为集体理性在个体身上的一种反映,即考虑集体的成本和收益。

(3) 政治企业家能够洞察经济发展的机遇并且有卓越的组织和动员社会力量的能力。只有能够观察到或捕捉到经济发展的机遇,意识到潜在的收入流,政治企业家才能明确制度创新的方向。政治企业家的这种特征符合诺斯的企业家心智模型,它的洞察力不完全受限于社会科学知识的积累,更多的取决于它在有限理性下获得的信息及根据经验对这些信息的判断。政治企业家推动制度创新的能力还依赖于其能有效地组织和动员社会力量。如果他是权威的统治者,他组织创新的费用会大大降低,如果不是他必须耗费个人无法承担的成本,社会民众甘愿承担这种巨额成本的前提是相信他创新带来的收益足以弥补成本,成本分摊可能产生跟随创新的民众个体所承担的成本小于其收益的现象,但在巨大的创新成本面前,政治企业家的理想信念、个人魅力、勇敢精神和组织能力显得无比重要。

(4) 政治企业家具有强烈的创新偏好,他能敏感地意识到低效制度的存在,并致力于革除低效的制度。强烈的爱国心和历史责任感使他完全区别于传统理论的理性人并不被传统理论接纳,但他确实存在并在一国的历史中和经济发展中扮演着极为重要的角色。在从事制度创新时,尽管他不可能彻底改变制度结构,但他的精心谋划为新制度的诞生创造了条件,他可能通过局部创新打开缺口,缓慢地推动制度变迁,也可能进行暴烈的革命向旧制度发动进攻,总之,它的存在就是为了进行制度创新。

三、为什么存在政治企业家: 一个理论上的说明

1. 利他主义行为的存在性。

政治企业家的彻底利他主义特征可能引起人们的怀疑,这里需要说明的是陷于新古典利己主义理性人的思维范式之中是难于理解政治企业家的存在性的。新古典的利己主义理性人的行为假定,把人类社会中的个体视为无差别的、行为具有同一性的原子,忽视了人的社会存在性,以及在社会相互作用的关系中人的复杂动机及由此决定的人的复杂多样的行为。尤为重要的是它抹杀了在社会实践中人的创造性,使人成为既定制度的奴隶。新古典的世界是个受机械理性支配的世界,在这个世界上个人俨然是台机器,这台机器运行的唯一目的是效用最大化。正是在这个意义上丹尼尔·贝尔说“现代经济理论是建立在关于人类行为及其社会环境的两

个特定假设上的。一个假设是把效用极大化作为行为的动机的基础,另一个是把市场作为进行交易的结构地区。这些假设合并为这样一个论点:个人和企业在不同市场上按最有利价格寻求他们的效用的极大化,这是推动所有的行动和交换的发动机。因此“(新古典)经济理论是建立在古典力学模型的基础上的并且是根据自然科学的设想发挥作用的”(丹尼尔·贝尔,1985,99,108页)。

由于坚持利己主义理性人的行为假定,虽然人类社会中存在利他主义的经济行为,但新古典经济学家认为,利他主义仅仅是经济生活中的次要现象(杨春学,2001)。但是能够在人类进化中存在下来,说明利他主义不仅有其存在的必要而且有其存在的可能性。社会生物学家把利他主义定义为:当某人(动物)通过损害其自身适应性以增加其他人(或动物)的适应性时,就把他(或它)称为利他主义者(Wilson,1975,3,117页)。利他主义之所以有存在的必要是出于保存生存基因的需要,这一点人类与动物界无异,无非人类打上了文化的烙印。最早利他主义存在于具有亲缘关系的小团体中,“对团体的忠诚也许给利他主义提供了最重要的基础”(Simon,1993),而后作为人类的一种道德规范被宣传和继承,并成为个体在社会生活中学习的结果,学习的过程是内化、服从或认同的过程。实际上利他主义一直是人类秩序的内在基础的重要组成部分。新古典理论之所以未把利他主义作为行为假定,是因为:(1)利他主义难于测度;(2)防范道德风险。

虽然利他主义具有存在的必要性,但如果利他主义者总比利己主义者获得少的收益,利他主义会在人类社会消失。为此威尔逊(Wilson)认为“社会生物学的中心的理论问题是:根据定义减少个人适应性的利他主义如何能够通过自然选择得以进化?”(威尔逊,1975,3页)对此贝克尔的利他主义的经济模型通过利他主义的优势说明了当存在自然与社会的相互作用时利他主义的存活:由于利他主义者的利他动机,利他主义者未必获得少的收益,原因在于:(1)为能够增加向别人转移收入,利他主义者会努力增加自己的收入;(2)利他主义者的受益人——利己主义者为保持利他主义者的收入转移能力从而不降低自己的收入而愿意增加利他主义者的收入,至少不损害他(贝克尔,1995)。同时在户主理论中,贝克尔的宠儿定理(the rotten kid theorem)表明如果户主是彻底的利他主义者,充分关心其他成员,那么即使受益者是自私的,他们也会使家庭收入最大化,而且他们会效仿利他主义者。宠儿定理证明了在团体中利他主义的存在性。实际上利他主义是集体理性的一种反映,人类进化的历史表明利他主义的集体理性与利己主义的个体理性相互作用推动着人类社会的进步,忽视任何一方都会削弱理论的解释力。

2. 政治企业家的存在性

具有利他主义的行为特征是自然人或公共组织(包括政党组织)成为政治企业家必要条件。自然人或公共组织的行为动机中既有利他主义也有利己主义,只是二者的比例因人因组织的不同而不同。所以亚当·斯密在《道德情操论》谈到人性时说:“无论人们会认为某人怎样自私,这个人的天赋中总是明显的存在着这样一些本性,这些本性使他关心别人的命运,把别人的幸福看成是自己的事情,虽然他除了看到别人幸福而感到高兴以外,一无所获”(斯密,1998,5页)。公共组织的利己主义表现为只为组织内部成员谋求利益,从而使公共组织的目标接近私人的组织目标,原因是公共组织的目标是由个人或集团的行为产生的(因此受个人或集团利益的

驱使),而不是,至少不全是由公共目的而规定的那些责任所产生的,查尔斯·沃尔夫称之为“内在性”,并认为这是政府失灵的主要原因(沃尔夫,1994)。个人或公共组织必须彻底摆脱其行为动机中的利己主义动机从而成为一个彻底的利他主义者才能成为政治企业家。

一个自然人要成为一个政治企业家只具备彻底的利他主义是不够的,他必须是杰出的并具有自我实现的动机。马斯洛在《动机与人格》一书中把人的需求分为五种递进的需求等级。第一等级也是最低等级是生理需要,如饮食、居住、睡眠等;第二等级是对安全的需要;第三等级是对友谊、爱情、和归属感的需要;第四等级是对尊重的需要;第五等级是自我实现的需要(马斯洛,1987)。马斯洛在对人的需求层次分析的基础上,提出了自我实现的理论。他把自己研究的杰出人物称为自我实现的人。普通人的动机来自于缺乏,即力图满足自己对安全、归属感、爱情、自尊等基本需要,而自我实现的人的动机主要来自于他对发展、实现的潜力及能力的需要即主要来自于自我实现的欲望。创造性是这类人的一个普遍特点,大多数人都属于自我实现的人。自然人要成为政治企业家必须是追求自我实现的人,而且在追求自我实现的过程中彻底摆脱利己主义。在这里他的自我实现过程是进行彻底的利他主义的制度创新过程。在这里人的创造性和利他主义实现了完美的结合。

政治企业家的利他主义在情感上的表现是上文提到的对祖国的热爱和社会责任感,这种情感的产生是不符合新古典理论理性人假定的。它产生于个体对所生存于其中的群体的依赖,群体的生存是个体生存的条件,这在群体与群体的冲突中表现的尤为明显,保证群体的生存是每一个体的责任。当这种认识和经验支配个体的情感时,当他所生存的群体被抽象为祖国和社会时,爱国之情和社会责任感就产生了。同时群体会以知识文化的形式传播,最后这种情感被代代继承,成为群体文化的重要组成部分,并深刻地影响人类社会的发展历程。政治企业家不仅是这种文化的继承者,而且是这种情感的实践者。这种情感对社会的作用在政治企业家身上凸显了出来。

对于一个政党组织,成为政治企业家必须具备如下条件(1)组织中已存在作为政治企业家的个人,这个人的角色类似于贝克尔户主理论中的户主,他的利他主义行为成为一种榜样力量,引领其他人(可能是利己主义者)采取利他主义行为。不过这里的利他主义并不是面向政党本身,而是面向社会民众。(2)组织中要存在利他主义的信仰,共同的利他主义的信仰是保证组织中的成员采取利他主义行为的精神推动力,也是组织团结一致进行制度创新的精神纽带,它有利于摆脱沃尔夫所说的“内在性”。(3)组织本身要富于“不期修古,不法常可”(韩非子·五蠹)的创新精神。(4)组织能够设计出推动社会进行帕累托改进的新规则。以上四个条件保证了政党组织以较低的组织成本从事制度的创新活动。

组织成为政治企业家相对于自然人政治企业家有可能延长政治企业家的生命并增强了政治企业家诞生的社会基础,从现代社会经济发展的历史过程来看,组织型政治企业家对经济、社会发展的作用更为突出。相对于自然人来说组织的生命周期较长,因此政治企业家以组织的形式存在较以自然人形式存在更能延长政治企业家的生命周期,这有可能推动自然人的政治企业家建立组织,以便使它的职能以组织的形式更长期的发挥作用。但是一旦组织产生,委托—代理问题会相应产生。任何一种组织都有因为搭便车现象而僵化或出现内在性的问题,这会缩短作为组织型政治企业家的生

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:《经济学与中国经济改革》,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:《经济学与中国经济改革》,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. W·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)