

## “超高消费”现象琐议

李 鸿 飞

改革开放以来,我国人民生活发生了巨大的变化。在社会主义现代化步伐加快,经济持续稳定增长的同时,我国城乡人民的消费水平也不断提高,消费结构更加合理,消费内容更加丰富。现在是我国建国以来人民生活水平提高得最快、得到的实惠最多的时期。但如同在经济领域中出现过“过热”现象一样,在消费领域也出现了“过热”现象,即某种程度的“超高消费”。所谓“超高消费”是指消费的规模和水平超过了工资收入和当前社会经济条件可能提供的水平,是发展中国家在生产水平尚低时,就出现经济发展水平较高阶段的消费方式。

消费品是满足人们生理和社会需要的产品。它分为必需品、舒适品和奢侈品。奢侈品价格昂贵,由于其稀缺或投入的社会劳动多而成为贵重物的消费。在我国尚处于社会主义初级阶段、社会生产力还不很发达的今天,奢侈品的消费还不能成为消费的主流。过多消费奢侈品或消费过程奢侈化是盲目和浪费的消费行为。现在某些地区某些阶层讲排场、摆阔气之风盛行。他们相互攀比,任意挥霍金钱,不断掀起“超高消费”的“新潮”。有的政府工作人员慷国家之慨,致使社会集团购买力越来越高。奢侈性消费不仅造成消费市场物价的高涨和供给的紧张,在社会行为中也产生了巨大的“负向效应”。它诱导人们去追逐和获取奢侈品,盲目追求西方发达国家的以金钱为后盾的消费生活模式。主要在高收入阶层中盛行的“超高消费”与“工资收入族”发生了激烈的心理碰撞。为了达到心理平衡,他们便采取各种手段获取“黑色收入”或“灰色收入”。在我国以盗窃为主的贫困型犯罪居高不下,不能不说与高消费的诱导无关。收入的反差使一部分公职人员开始铤而走险,以权谋私,贪污腐化,进行经济犯罪。超高消费还诱发了人们的享受欲。在我国实行社会主义市场经济初期,除了较发达的消费市场外,生产资料市场、金融市场等尚未全部放开,人们手中的货币只能流向单一的消费市场。于是不仅出现了挥金如土的浪费性消费,还出现了嫖娼、吸毒、赌博等丑恶的“畸型消费”。“超高消费”在不同收入阶层之间拉大了差距,使社会成员之间的关系趋于紧张,不利于社会的稳定和整合。

“超高消费”的形成是一种历史现象。它既有深刻的经济原因,也有心理和社会的原因。

从经济原因上看,超高消费是由于收入增加,人均保有的货币量增加而引起的。收入增加后;从消费饥渴状态中挣脱出来的消费者纷纷把货币投向消费市场。在生活必需品得到满足后,又趋向消费舒适品。一部分人率先转向消费奢侈品。

从社会原因上看,消费阶层间和阶层内参照群体的示范对超高消费起了引导作用,也产

生了无形的“攀比效应”。国外某些研究理论认为，人们的消费支出不仅考虑到自己和家庭的工资收入，也考虑到别人的消费行为；既考虑到目前的消费水平，又考虑到以往的消费水平。在经济改革中，一部分人首先富裕起来，这部分形成了高收入阶层。他们在经济生活中居于主要的地位。按照社会学“中心互动理论”，处于中心地位的社会成员能够影响处于边缘地位成员的行为。这种权威意识使消费方式呈同心圆式扩散。他们的消费方式成为消费文化的主导，他们的消费方式在带动整个社会的消费方式变革中起了先导的作用。在阶层内部，超高消费的示范也起了很大的作用。

从社会心理上，消费方式是一种礼仪的表现。超高消费是消费者博取荣誉的一种表现方法。超高消费的重要表现就是炫耀性消费比例增大。对奢侈品的追求和享受，不仅使消费者达到心理满足，而且也包含向他人显示自己的支付能力和财富拥有的炫耀性目的。在消费中出现的反主流文化性消费，标新立异的个性化消费，在延迟性消费和即时性消费中寻求即时性消费，在社会互动中显示自己身分的消费等等，都是消费者希求获得心理满足和个人价值实现的动机和行为。社会认同也是超前消费的重要心理原因。当社会流行某种时尚，它在人们心理产生一种信息沟通，会引起“心理谐振”。有些消费者即使没有超高消费的能力，但为了减轻群体的压力，也力图通过模仿行为来达到实现群体归属。反之，就认为与具有相同收入的其他人相比，自己处于低消费的地位，有一种被剥夺感和被排斥感，所以要加入到高消费者的队伍中来。低估未来，也是产生超高消费的重要心理原因。庞巴维克认为，人们往往不是根据目前的供求估价未来的消费，而是根据未来的供求来估价未来的消费。产生这种认识主要是（1）知识缺乏；（2）人生短暂，不能活着看到未来；（3）高估现在，低估未来。中国传统文化中的“入世”哲学和现在某些人崇尚的“及时行乐”都属于这种心态。

消费既然是一种社会行为，它必然要受到社会经济、文化和人口等因素的制约，其中，生产力的发展水平是决定性的因素。保持适度消费是刺激生产良性运转的重要机制，也是促进经济健康稳定增长，从而逐步提高人民消费水平的重要环节。我国是发展中国家，社会生产力水平还不高，人民生活尚达不到超高消费的程度，我国的消费必须从中国的国情出发，保持适度的合理的消费。为此，应做到：

1. 遵循消费规律，制定符合国情的消费目标。消费发展的规律是，随着生产的发展提高，消费欲望越来越高。但消费需要的满足只能以现在生产力所能提供的消费资料的多寡为基础。根据我国生产发展和消费发展的实际需要，党和政府提出了到本世纪末，实现城乡人民不仅吃得饱、穿得暖，能维持基本生活需要，而且在满足享受和发展方面也有显著的变化的小康社会消费水平的目标。经济学家将消费类型依次分为简朴型、粗放型、集约型和舒展型。小康消费水平就是集约型消费。90年代人民的消费倾向应循序渐进地按此目标前进，逐步实现从以温饱为主的简朴和粗放型消费向小康集约型消费模式发展。这是适度消费的总体发展战略。

2. 实行正确的消费政策，采取各种措施，引导人们特别是青少年建立健康科学文明合理的生活方式（包括消费方式）。在个人消费方式、家庭消费方式和大众消费方式三个不同消费层次上，都要提倡适度的消费，避免奢侈的超高消费。不要说我们这样的发展中国家，就是在一些发达国家也力图改变超高消费的现象。国外一项调查表明，美国有79%的人希望“教育人民靠基本需要过生活”。正确的消费政策，要实现最佳的消费效果。消费效果是指在消费过程中投入与产出、消耗与成果、消费支出与达到消费目的的效果之间的对比。

$$\text{消费的经济效果} = \frac{\text{消费行动的效果}}{\text{消费支出}}$$

强调消费的经济效果就是实现消费最优化的决策。

消费是生产的目的，生产是消费的前提。正确的消费政策不仅引导消费，也引导生产。要从实际出发来进行消费品的生产，实现消费品和劳务在社会成员之间的合理分配。政府要运用价格和商品存量来调节消费市场，控制某些奢侈消费品的价格，缓解消费市场的紧张状态，起到消费引导的作用。尽管我们提倡共同富裕，但由于分工的存在，商品规律和按劳分配规律还发挥作用。在不同收入阶层的需要之间，在实现这种需要的方式上，在实际获得消费品的数量上和质量上还会有一些差别。因此，要运用宏观决策和调控的力量，实行货币和消费品在不同阶层间的合理分配，防止收入和消费的两极分化。

3. 在大众消费方式中树立模范行为。大众传播媒介在消费方式的导向中起着不可忽视的作用。现在文化的横向和纵向传递、信息的内部和外部传播、人们社会行为模仿和参照，都离不开大众传播媒介。人们的购买动机和行动也大都起源于大众传播媒介的广告。日本学者曾将消费行为列图为：

广告→消费者→了解商品→改变态度（唤起需求）→购买行动

政府要通过大众传播媒介向人们灌输科学健康合理的消费方式，引导人们在追求物质消费高档化的同时，追求精神生活的高尚化。模范行为的体现也包括政府行为。政府的消费行为对整个社会的消费行为有很大的示范作用。我们目前的社会仍是崇尚权威的社会。政府廉洁必带来世风的清明。公务人员角色偏差，带头进行超高消费，不仅会引起消费导向的紊乱，也会产生腐败行为，导致社会风气不正。

4. 提高消费者的素质。建立科学健康合理的生活方式和消费方式需要消费者具有较高的心理和文化素质。提高消费者的素质首先要教育消费者树立正确的价值观念和消费观念。一个人的审美观点、兴趣和爱好，与这个人的价值观念和消费方式有较高的相关关系。有正确价值观的人首先将消费看成是促进身心的全面发展，以便更精力充沛地为祖国富强和人民幸福做贡献。他不追求奢侈的享受，而追求科学健康的生活方式和消费方式。即使在物质生活条件比较富裕时，也能保持适度消费而不铺张浪费。

其次，要提高消费者的文化水平。一个消费者对消费对象的选择、对消费方式的寻求与他的文化素养有很大的关系。国外关于购买理论认为，购买过程分为认知→寻求解决方案→评价解决方案→决策→购买后评价等过程。而要有效地实现这个过程，与人的能力是分不开的。从现实生活中人们也可以观察到，从消费投向上，文化素质较高阶层比较偏重于精神消费，比如在闲暇时间喜欢从事一些有助于身心发展的活动；而文化水平较低阶层的人则偏重于物质享受。这种由文化教养不同而形成的生活社交圈和消费方式的差异，反映了文化素质在消费活动中的指向作用。

5. 加快发展社会主义市场经济。消费水平的提高，消费结构的合理化，物质消费和精神消费跃到高层次，都必须依赖经济的发展，依据社会生产能提供多少消费品和多少闲暇时间。因此，首先必须增加社会产品的总量。同时，要调整产业结构。要加快传统产业向新兴产业的改造和转变，大力发展轻纺工业和第三产业。这样才能使我国经济走上稳定、协调、健康发展的轨道，为我国人民尽快实现小康社会的消费水平提供更多的消费资料和闲暇时间。

（责任编辑：程镇岳）