

论我国居民消费特点及其影响

国世平 国 庆 宋一陵

由于历史、地理环境、文化、心理、政策等诸多差异,必然会形成我国特殊的消费特点,分析这种特点,评价它对社会、经济造成的影响,无疑有助于我们进行合理的消费选择,制定正确的消费政策。

一 我国消费的基本特点

(一)消费的平均性和攀比性。这是我国消费的基本特点。我国消费之所以具有这种特点,主要由于我国长期以来执行收入均等化政策以及平均主义政策所致。

(二)消费的炫耀性和虚荣性。消费的炫耀性和虚荣性是指消费主要不是为了满足自身的需要,而是让别人左右和评估自身消费,从而使消费失去自身意义。我国炫耀性和虚荣性消费主要表现在:1、消费支出上讲排场,往往超出自身支付能力;2、消费不考虑自身经济实惠,消费效益低下;3、消费上没有自主性,而是赶时髦,模仿别人消费。

(三)消费的节俭性和求实性。我国消费在存在炫耀性和虚荣性同时,又有着节俭性和求实性的特点。这种特点具体表现在:1.量入为出,制定日常消费计划;2.崇尚俭朴;3.追求实用。我国消费的炫耀性、虚荣性和节俭性、求实性表面上看似矛盾,实际上并不如此,而是十分和谐地交融在一

起。我国人民消费水平毕竟有限,不能保证消费的各个方面都炫耀,因此在某些方面则必须是节俭与求实。一般说,外化消费是炫耀和虚荣,内化消费才是节俭和求实,以保持最低消费得以延续。

(四)消费的等级性和特权化。我国消费的等级性和特权化表现在各个方面。例如领导干部、高知、残废军人等便大量享受消费上的特权,其货币含金量要远远高于一般消费者,此类例子不胜枚举。

(五)消费的人情性和迷信色彩。这具体表现在人情送礼名目繁多,送礼数额巨大,婚丧消费迷信色彩浓厚等。

另外我国消费还存在开放性和封闭性并存的局面。

二 消费上的特点对我国社会、经济生活的影响

消费特点制约着人们的消费行为和消费支出的趋向,必然会对社会生活、经济发展产生广泛而深远的影响,这种影响主要表现为不利方面。

(一)对产业结构,产品结构产生重大影响

我国人民的收入平均化程度很高,消费的平均性和攀比性必然会导致消费需求的无层次性,这给生产的发展、市场的发育带来

一系列矛盾。产品的生产带有周期性,一般可分为试制、大批量生产、老化等三个阶段。产品在市场上销售也要经历发育、旺盛、衰退等几个过程。而消费的无层次性既不能适应生产周期的变化,也不能适应销售市场发展的要求。在生产的试制阶段,企业生产能力小,成本高,销售市场也处于发育阶段,新产品问世,批量小,价格高。而这时,几乎全体消费者都因价格高昂而无人问津。这样既使得新产品发展缓慢,推迟了产品从第一阶段向第二阶段的转化;同时由于新产品打不开销路,市场迟发育不起来。一旦产品进入第二阶段,价格适中,质量稳定,而全体消费者的需求几乎全部集中在这一阶段,销售市场也开始转入盛期。由于产品供不应求,要么断档脱销,要么价格暴涨,人民的消费需求难以得到满足,这种状况使得本来短缺的消费资料变得更为短缺。到了第三阶段,产品开始老化,更新的产品逐渐取代旧产品,销售市场因产品无人购买而迅速由旺盛阶段转入衰退阶段。消费需求同产品生产周期和产品销售周期的矛盾,形成了消费需求跳跃式和生产发展跳跃式的恶性发展。一方面导致我国产业结构、产品结构的畸形化。一是生产跳跃式发展由于多种条件的限制,难以满足跳跃式的消费需求而造成严重短缺;二是盲目投资、重复建设造成产业结构、产品结构的比例失调。另一方面大大缩短了产业、产品的发育成长期,影响产业结构、产品结构的稳定,造成社会生产的极大浪费。如收音机、缝纫机、自行车、手表等老四件的生产周期远远短于外国。现在新六件(电视机、照相机、洗衣机、电冰箱、电风扇、录音机)又开始面临同样的局面。这对我国这个社会生产力水平较低,资源严重缺乏的发展中国家的经济发展和稳定是极为不利的。

(二)对消费品质量要求过高,工业企业

面临严重挑战。

由于中国人消费的平均性和攀比性,炫耀性和虚荣性的特点,使得消费者对消费品质量提出过高的要求,人们往往崇拜外国货和名牌商品,对质量稍劣的商品不屑一顾。这种要求完全超出我国目前生产力的发展水平,使民族工业和大多数企业面临着十分严峻的挑战。我们不应该忽视这样一个现实,我国的社会主义生产力脱胎于半封建、半殖民地社会,发展水平较低,加之社会经济发展很不平衡,必然会导致生产力水平的多层次性。这就决定了生产出来的消费品质量也是多层次的,不同产品质量不同,同一产品质量不同,这就是我国的基本国情。可是由于我国消费特点的影响,消费者往往对商品质量提出过分脱离实际生产力水平的要求,即购买力过于集中在高质量的商品上,这种状况除直接导致了名牌商品紧俏外,而其他非名牌商品大都滞销,大多数企业处于不景气的状况。前几年,想吸收一部分购买力而大量输入外国高质量消费品。再加上国外消费示范,广大消费者都将眼光盯在国外高质量的商品上面,而我国消费品却缺乏市场,中等质量以下的消费品生产企业更是受到国外高质量消费品和国内名牌商品的两面夹击,严重阻碍了我国民族工业的发展。有人提出,我国消费品质量不高,应保持一定的淘汰率来迫使企业改进质量,这种提法值得商榷。要求改进质量的用心是好的,但必须控制在合理的范围内。如果要求超越我国生产力发展水平而一味追求一般生产企业无法达到的高质量,其结果只能是妨碍和扼杀我国民族工业的发展。同时过高的淘汰率也不妥,超越企业自身能力的淘汰率不仅不能促进企业改进质量,反而会影响企业的正常发展。

消费者对消费品质量要求过高,将给企业造成以下恶果。一是企业受到过高的市场

压迫,常年处于不景气的状况;二是企业为了适应消费者的过高要求,必须不惜血本试制新产品和改进质量。从而增大了产品成本,提高了价格,而消费者又买不起,使得企业处于进退维谷的境地;三是高质量水平的企业常年吃不了,产品供不应求。容易产生拼设备的短期行为,或降低质量来提高产量,以满足消费的需要,同时固步自封,不思改进,难以得到进一步发展。而低质量水平的企业经常吃不饱,产品滞销积压。只得增大流通费用进行推销,造成不必要的浪费。这种状况势必加剧两者不平衡的发展。

(三)加剧通货膨胀,阻碍经济体制改革的顺利进行。

我国近年来出现消费需求和投资需求双膨胀的局面,造成社会总需求过度膨胀,货币超量发行,这当然是许多因素酿成的。其中我国的消费特点也是造成这种状况的重要原因之一。由于消费的平均性和攀比性特点作祟,人们往往喜欢将自己的收入与别人进行横向比较,如果发现吃了亏,各企业之间,个人之间不平均,就会产生严重的抵触情绪。经济体制改革以后,削弱了消费增长约束的宏观机制,而消费增长约束的微观机制尚未健全,在平均主义和相互攀比浪潮的猛烈冲击下,使得企业的大部分留利以各种形式流向消费,成为消费需求膨胀的极为重要的根源,从而导致需求拉动型的通货膨胀。

目前,大多数企业并未认真实行“没有效益就不能增加收入。”他们不愿与别的企业比经济效益,而是乐于相互攀比工资收入,造成工资收入的增长幅度大大超过劳动生产率的提高速度,而经济效益却日益下降,工资收入的增加,经济效益的降低,必然会导致成本提高。对此,大多数企业往往通过提价来转嫁给消费者,这样又造成成本推进型的通货膨胀。

当产品处于生产周期的第二阶段时,因

为供不应求,产品价高利大,各级政府和企业在经济利益的驱动下纷纷向这些行业投资,而基础产业却无人问津。必将出现严重短缺而价格暴涨,这些重要产品的价格上涨必然会带动其他商品价格上涨,从而形成结构型的通货膨胀。如粮食生产,政府投资减少,而农民因价格过低,又因炫耀性消费,人情性消费,迷信性消费的增加而减少对粮食生产的投入,粮食处于供不应求的状况,粮价必然上涨,这样势必带动其他农副产品价格的上涨。

由于价格改革放开了某些重要的紧俏商品的价格(如彩电、电冰箱等)这些商品价格因严重供不应求而急剧上涨,从而打破了原来的比价关系,进而推动其他商品价格的上涨,由于收入的平均化而使消费需求处于同一层次,所以在抢购风中,其购买支出全部集中在同一类商品(如广东主要抢购彩电、冰箱等高档耐用商品,湖南则抢购粮食、食盐及日用生活品)因而引起严重的供不应求,导致物价全面上涨。通货膨胀的加剧,使本来举步维艰的经济体制改革面临极为严峻的局面,不得不延缓改革的进程。

(四)消费的上述特点是消费早熟产生的重要根源,对我国的社会经济生活产生巨大的冲击波。

近几年来,我国出现消费早熟的趋向。所谓消费早熟就是指消费力水平超越了本国生产力发展水平。我国的消费早熟有不同于其他一些发展中国家在经济起飞阶段所出现的消费早熟,它是一种结构性的消费早熟。其具体表现为:一是出现不适当地过度追求高档耐用消费品的高消费倾向,从而导致消费供求的结构性失衡;二是低层次的基本生活需要尚未得到充分满足,就越级追求高层次的高消费,三是政府消费和社会集团消费呈现出超越本国应有消费水平的发展。产生消费早熟的原因固然较多,但其中不能忽视

的一个重要根源就是中国人民的消费特点,由于消费的平均性和攀比性、消费的炫耀性和虚荣性,使得消费者过于讲究面子。这两个特点导致了消费者对消费品质量提出苛刻的要求,导致了超越我国生产力能力的高消费。

中国消费的炫耀性,虚荣性及攀比性,导致我国的消费发展序列呈异常状况。我国消费者在基本生活需求尚未充分满足的情况下,就开始追求高层次的消费。它集中表现为:第一,在基础性食物消费还未充分满足时,就迅速向具有发展性和享受性的耐用品消费方面发展。据世界银行估计,1985年我国人均国民收入约350美元,城市约为400至500美元,但该年我国城市居民的电视机、收录机、洗衣机、电冰箱的普及分别达到95%、47.2%、51%、和9%,相当于日本1966年人均国民收入超过一千美元所达到的普及水平,而同年我国人均动物蛋白的摄入量却远远低于人体的正常需要。城市居民人均奶、肉消费量分别为7公斤和21.5公斤,远远低于1984年世界平均的52公斤和30公斤。1966年至1985年,城市居民人均肉、蛋、奶、水产品等的消费量仅增长61.3%,而耐用消费品却成倍增长。第二,低档耐用消费品尚未普及,便迅速向高档耐用品发展。如电视机,在9吋、12吋黑白电视机普及率很低的情况下,人们便向14、17、20吋的黑白电视机方向发展。在黑白电视机普及率很低的情况下便过早地向彩色电视机方向发展。第三,人们对高层次产品的需求量与社会技术水平不相适应。1985年,轻工部确定有能力生产电冰箱的企业为42家,年生产能力不到100万台,而社会对电冰箱的需求量为300—400万台。目前我国还没有一家企业能全部用国产零件生产彩电、而彩电的需求量却达500万台。

不仅如此,消费的等级性、特权性使

政府消费和社会集团消费超越本国的消费水平,导致消费早熟。第一,政府行政开支增长迅速。1、社会集团购买力迅速增长,1977年全国社会集团购买力为134.7亿元,至1987年激增至553亿元,增长3倍有余。

2、政府行政开支急剧增加,1982年行政开支为81.6亿元,1985年达132.9亿元,增长63%,政府行政开支和社会集团购买力的增长速度大大超过同期国民收入的增长速度。

3、政府消费层次过高。各城市主要供政府和公共用的大、中型高级豪华宾馆纷纷投建。北京市1984年已有宾馆、客店13000多个,1985年又投资兴建宾馆24000多间。但其床位仍供应不足。支付这些住房费的开支一般由社会集团消费和政府消费支出,这些支出,远远超出我国的国力,豪华、优质的住宿水平也大大超过正常水平。4、会议伙食费大大超过正常标准,不仅如此,不少会议还巧立名目,发给代表各种纪念品,不仅吃得好,而且还带着走,损公肥私。5、小汽车大量普及,各机关竞相购买豪华、高级小轿车,仅1985年就进口20多万辆,耗费近50亿美元。另外各种名目的考察、参观,更是耗资巨大。

消费早熟带来的严重后果显而易见,简而言之,一是使消费与生产经常产生矛盾,陷入消费需求跳跃式与生产发展跳跃式的恶性循环;造成产业结构的畸形化;二是消费者对消费品质量要求过高,致使一些产品找不到销路而导致一部分生产能力闲置,民族工业受到严峻挑战;三是推动社会总需求过度膨胀。经济短缺,加剧了生产结构调整的困难。同时使得以加强经济调节机制调控为基本特征的各项改革计划难以实行;四是造成严重的通货膨胀,它以需求拉动,成本推进及结构型三个方面促使货币投放过多。正是这些因素,给我国的社会生活和经济生活带来严重的消极影响。

(五)导致不合理的消费行为,造成社会财富的巨大浪费。

我国许多不合理的消费行为,造成了社会财富的极大浪费。而这些不合理的消费行为往往与中国人的消费特点有着千丝万缕的联系。具体说来,表现在以下几个方面。

1. 迷信消费较为严重。迷信消费是中国人的消费特点之一,迷信消费本身就是一种浪费性的消费。近年来,由于各种因素的交织影响,迷信消费不但开始上升,而且愈演愈烈。城市中看相、算命成了某些游手好闲的专门职业,甚至还出现了五花八门的“科学”算命法。城乡清明“上坟”祭祖,排场越摆越大,过去烧纸钱,现在却烧纸制彩电、冰箱、各式家具。从事制作这些祭物的业行生意兴隆,财源茂盛,大量的社会财富毁之一炬。农村迷信消费更盛,烧香拜佛、求神许愿乃是司空见惯之事。甚至不惜长途跋涉,乘火车,坐汽车寻找名刹古寺,一步一磕头,以示虔诚,庙里菩萨坐享人间烟火,香火旺盛,连绵不绝。不少村民勒紧裤带,从口中省出粮食建造庙宇,为诸路神仙再塑金身。生病不愿求医,拱手将钱物交给巫婆神汉,由他们来驱鬼避邪。一旦人死,更是倾其所有,请和尚念经作道场,超渡亡魂。诸如这些,真是枚不胜举,造成社会财富的巨大浪费。

2. 消费陋习有增无减。旧社会赌博,吸毒是两大消费陋习,建国后,我国政府广为宣传,严法禁止,决心彻底革除吸毒和赌博这两种严重危害人民身心健康的消费陋习,收到了很大成效。近年来,吸毒尚属罕见,但赌博风日盛,甚至一些不法之徒竟敢在火车、街头等公众场所开设赌场,有的诱赌,有的挟赌,大胆妄为之徒竟敢敲诈财富,甚至持刀胁迫,严重扰乱了社会秩序。土葬比起火葬来,当然是一种消费陋习,中国人有一种“入土为安”的传统说法。土葬

不但导致死人与活人争地,这对我们这个人口多、地少的国家来说是一种极大的资源浪费。另外入殡期间大肆铺张,造成人力物力的巨大浪费。近年来更出现“活人塚”的咄咄怪事。一些人尚在盛年,却大力营造陵墓,广占土地,并建造得堂皇、富丽,以便死后仍享人间之乐。这一切都是触目惊心,令人喟叹不已。

3. 铺张浪费、耗费钱财。我国是个人口多,底子薄的穷国,可是摆排场,比阔气,铺张浪费成风,过去那种勤俭节约的好传统不说是荡然无存,但已失去不少。有的贫困地区,农民人均年纯收入仅100多元,可是操办一次红白喜事,竟要吃掉上千斤猪肉,七、八百斤米酒,不少农民为此负债累累。各地行政事业机关、企业摆宴请客为家常便饭,并在请客档次上竞相攀比,规格越来越高,竟有一桌酒席耗资数千元之巨。名为“学习”、“检查”的各种团体,大慷公家之慨,不但公费旅游,而且走到哪儿吃到哪儿,一文不付,反而酒醉饭饱。据有关调查,一些学校每日倒掉的米饭达数百公斤,某城市各种宾馆每天倒掉的高级泔水达千余斤,有人粗为计算,每年大吃大喝就用去800亿元,为全国每年教育经费的3倍。这种铺张浪费的现象真叫人痛心疾首,俗语说得好,“由俭入奢易,由奢入俭难。”铺张浪费一旦形成风气就一时难以扭转,这会给整个社会经济生活造成严重的破坏。古罗马帝国,中国历代皇朝,哪一个不是因为统治阶级骄奢淫逸,暴殄民财而导致亡国之祸的。殷鉴不远,如果任凭这种铺张浪费的风气蔓延下去,就一定会坐吃山空,社会主义经济建设必将成为泡影。

4. 消费效果欠佳,消费资料没有得到最充分的利用。如对电冰箱的使用,据大连市抽样调查50户居民,使用期平均每户冷冻藏食品仅占冰箱容积的40%,80%的用户使用

期在9个月左右,甚至许多家庭在电冰箱里贮存剩饭剩菜,昂贵的冰箱竟成了碗柜。^①我国动物性食物严重不足,但却不能很好地发挥它的最佳营养效益,居民的肉类消费分布得很不均匀,平日吃肉不多,逢年过节,摆宴请客则大吃特吃,愈是肉食品消费水平低的地区,对其消费就愈加集中,因此,不是营养过剩,就是营养不足,这种状况也是对消费品的巨大浪费。

(六)败坏社会风气,导致腐败现象。

社会风气的形成在很大程度上和本国的消费特点有关。消费特点有好的,也有不好的,因此,要善于发扬好的消费特点,抑制、消除不好的消费特点,培养出一个良好的社会风气。但是近年,我们对消费引导缺乏足够重视,宣传工作抓得不力,而是听之任之,使得社会风气每况愈下,腐败现象随机而生。本来勤俭节约,讲究实用是我国人民的美德,但近年来却不太讲了,相反不合时宜地提倡高消费。随着人民生活水平的提高,长期被压抑着的炫耀性、虚荣性的消费特点日益暴露,逐渐占了上风,节俭性、求实性的消费特点反倒日渐淡化,这对社会风气产生了消极的影响。具体表现在:

1、不少人为了炫耀自己的尊贵,满足其虚荣心,任意暴殄天物。一是随便浪费粮食和其他食物;二是对款式陈旧的衣物但仍有用途的衣服、鞋袜等毫不可惜地扔掉;三是虽派不上用途的消费品不加限制地购置,如添置电冰箱、过多的嫁妆、奢侈品的摆设等;四是大摆宴席。铺张浪费之风弥漫全国。一些外国报纸评价我国是世界上最穷的大国,又是世界上最浪费的大国,难道这不令每一个有良知的中国人汗颜?!

2、鄙视劳动,损人利己。不少姑娘、小伙子身着华服到处炫耀,怕弄褶、弄脏衣服,什么劳动都不敢做,甚至坐也不是,站也不是,长期下去则养成鄙视劳动,不劳而

获的心理。许多人对自己家中的摆设、自身的打扮十分热心,但却不顾他人身体健康,随便在公共场所倒垃圾、扔果皮、烂菜叶及食物包装品等,污染空气和环境。

3、企图不劳而获、贪图安逸,既想日子过得舒服,又不愿卖力气。费力不赚钱,赚钱不费力。于是算命盛行,聚赌成风。不少人借此谋生添财。

4、送礼成风。对大多数人来说,讲排场,比阔气,仅靠自己菲薄的工资收入是远远不够的。于是又结合人情性的消费特点,才使得铺张浪费“打肿脸充胖子”的高消费繁衍并持续下去。一是出于对别人赠礼的回报,二是借机保本捞财,不但要将原来的赠礼赚回来,而且还成为一种生财手段,这样送礼名目不断翻新,数额越来越大。甚至使得人忙不过来,还得请“帐房先生”帮助记帐。进一步助长了不正之风。

5、腐蚀干部队伍,败坏党的声誉。一些党员干部抛弃艰苦奋斗的优良作风,忘记了自己是人民的公仆和应该全心全意为人民服务的宗旨,一味追求享受,养尊处优,为显示自己的特权和等级,不惜动用建设资金及扶贫款财物,广建楼堂馆所,购置高级小轿车,到处炫耀。甚至动用公款替自己营建安乐窝。某些蜕化变质分子公然宣称,“有权不用,过时作废,”于是不惜以身试法、大肆利用手中权职为自己谋取私利,或倒买紧俏物资,或接受回扣、贿赂,或贪污挪用,这些不法行径深为广大群众所痛恨,严重败坏了党的声誉。

消费特点对社会、经济生活产生了广泛和深远的影响,对此我们不能小视,应该不失时机地加以引导,以利于经济的发展和培养良好的社会风气。

注释

^①见《消费经济》1988年第2期,第53页。

(责任编辑 沈晓冰)