

文章编号:1002-980X(2007)04-0010-04

构建我国消费现代化水平测度指标体系研究

刘兴维, 汪燕敏, 李超

(安徽财经大学 经济发展研究中心, 安徽 蚌埠 233041)

摘要:对消费经济的研究在我国理论界已有较长一段时期,但是消费现代化的研究却鲜有研究。消费现代化是现代化的重要内容和基本标志。本文在深入探讨其内涵基础上,构建了我国消费现代化水平测度的指标体系。

关键词:消费现代化;指标体系;现代化

中图分类号: F063.2 **文献标志码:** A

1 现代化与消费

“四个现代化”是中国人民耳熟能详的名词,四个现代化即中国要在20世纪末实现工业现代化、农业现代化、国防现代化、科学技术现代化。1964年12月三届人大一次会议上,由毛泽东建议,周恩来在政府工作报告中第一次正式提出来的。1979年12月6日,邓小平在与日本首相大平正芳会谈时,把四个现代化量化为“到20世纪末,争取国民生产总值人均1000美元,实现小康水平”。十六大确立了全面建设小康社会和加快推进现代化的伟大目标,并要求“有条件的地方可以发展得更快一些,在全面建设小康社会的基础上,率先基本实现现代化。”现在已有不少地方(城市)按照中央的要求,提出了率先基本实现现代化的时间表。实现现代化已经成为全国各族人民的心声和强烈的愿望。

邓小平认为“四个现代化,最主要的是搞经济建设,发展国民经济,发展社会生产力。”但是,实现现代化不仅仅是实现“四个现代化”,它要求包括经济、社会、生态环境、政治、文化的现代化。实现现代化的途径也不仅仅是发展生产,我们知道,物质资料生产过程是在整个社会范围内不断重复和更新的再生产过程,它是生产、分配、交换、消费的集合。其中,生产起着决定作用,分配、交换和消费反过来促进、影响生产。因此,实现现代化也要充分发挥分配、交

换和消费的作用。

消费与生产有着密切的内在联系。消费对生产有重要作用,甚至在某种条件下,对生产还会起决定性的作用。这些作用主要表现在:第一,满足消费需要既是生产的出发点,也是生产的目的。马克思说:“没有需要,就没有生产。而消费则把需要再生产出来。”列宁也指出:“是什么东西维持了生产的正确的或大致正确的比例呢?是支配供给并先于供给的需求;生产是紧随着消费的。”第二,消费能促进劳动力素质的提高,促进劳动生产率的提高。消费是消费者使用消费资料满足自身物质和文化生活需要,生产出劳动者自身的活动。不仅使劳动者的体力得到恢复和发展,而且也使其智力得到恢复和发展,促进人的全面发展和素质的提高。

2 消费现代化的涵义

我们在鼓励消费的同时,要积极倡导消费现代化。现代化一词的英文是:Modernization,基本意义有两个:①现代化过程;②现代化(状态)。因此,消费现代化既是一个过程,又是一种状态。它是一个使消费成为具有现代特点的、适合现代需要的过程,或是一种具有现代特点的、适合现代需要的消费状态。通俗地讲,消费现代化是指人们的消费观念、消费行为符合可持续发展的要求,摒弃长期以来存在的一些庸俗的、落后的、不健康的消费习俗,鼓励

收稿日期:2006-12-04

基金项目:安徽省自然科学基金(04K2052)

作者简介:刘兴维(1962-),男,云南文山山人,安徽财经大学经济与发展研究所副所长,副教授,硕士生导师,主要研究方向:消费经济,人口、资源与环境;汪燕敏(1980-),男,浙江省衢州人,安徽财经大学经济发展研究中心助理研究员,劳动经济学硕士,主要研究方向:劳动统计;李超(1980-),男,安徽省合肥人,安徽财经大学经济发展研究中心讲师,统计学硕士,主要研究方向:数据挖掘、综合评价。

大众做文明消费者。它的本质特征在于符合可持续发展的要求。

消费现代化本质特征在于符合可持续发展的要求有两层含义：

2.1 符合社会的可持续性发展

支配社会形态变化的是经济体系的生产、分配、交换、消费的变化。在这个经济体系中,生产力的变化是最根本的,它决定着另外三项的变化,消费的变化是最直接的,它反过来促进、影响生产力的变化。历史的变迁说明消费现代化对于社会形态的变化有着重要的作用。皇朝的兴亡循环是中国历史的特点,它引起的不是革命,而仅仅是统治家族的更换。中国皇朝循环的原因在于统治集团经济管理模式变化的循环,直接原因在于统治集团消费模式的循环。在自给自足的小农经济占主导地位的封建社会经济结构中,由于生产力不发达,经济基础相对薄弱,因此要使社会的简单再生产不受破坏,就必须保持生产与消费之间的平衡。适应生产力发展水平的消费,可以促进社会生产的发展,而超越生产力发展水平的消费,则必然会阻碍社会生产的发展。皇朝前期,统治者往往能抑制自己的消费欲望,因此能够有效地统治国家,开创一个比较和平、繁荣的时期。皇朝后期,统治集团的奢侈性消费远远超过了当时的生产能力和生产力发展水平,破坏了生产与消费二者之间的平衡,造成社会生产的萎缩乃至停滞,最终内部起义和外来侵略相给合。这通常预示着新循环的开始——旧皇朝濒临灭亡,新皇朝日渐来临。

与中国不同的是,西方的商人拥有更高的社会地位和更多的政治权利,因此西方商品经济的发展最终能够冲破封建制度的桎梏。中世纪后期,欧洲经济中心从地中海盆地整个地转移到北方。这一转移的原因在于,北欧的生产力不断加速发展,使波罗的海——北海地区满足平民需要的大宗贸易(谷物、木材、鱼和粗布)能超越地中海传统的奢侈品贸易(香料、丝绸、香水和珠宝),而且大宗贸易的增长速度远远高于奢侈品贸易,这意味着一般平民能够享受到经济发展的成果,平民进行生产的积极性得到了保护,大大促进了生产力。随着欧洲经济的发展和水平的提高,西北欧于16世纪发生了“商业革命”,商业资本在社会经济生活中起着重要的作用,瓦解了封建的小农经济,确立了资本主义生产方式。这使西北欧国家能够从伊比利亚国家手中夺取大量的殖民地,进而征服海洋,最后征服世界,并把这种霸权一直维持到第一次世界大战。

2.2 符合自然的可持续发展

科学发展观的一个重要方面是实现人和自然的协调发展,使发展具有可持续性。而现代化消费应该是可持续发展的一个重要方面。但是,正如我们在发展观的许多方面出现偏差一样,消费观上也出现了许多误区,构成了对人类可持续发展的严重威胁。以损害环境为代价、以挥霍浪费为特征、违背科学和缺失理性、片面追求物质享受而忽视精神生活的种种不可持续的消费文化现象,不仅发达国家普遍存在,像我国这样的发展中国家也严重存在着。

“美国方式”的消费文化是现代消费文化的主流,其价值观便是“充分享受丰富的物质即为美”,其表现出来的消费文化便是:“高消耗性的消费文化”;“炫耀性消费文化”;“病态性的消费文化”;“超前性消费文化”等。美国式消费方式的追求是满足无限膨胀的物欲。这样便导致了人类消费与自然的矛盾。另一方面,现代社会的消费差距仍然十分明显,一方面是富人世界的享乐主义消费,不仅大大超出生活的基本需要,而且有大量的挥霍和浪费,因而是造成资源短缺和环境污染问题的根源之一。另一方面,穷人被迫消费不足,形成贫困与环境破坏之间的恶性循环。

消费现代化要求整个社会放弃片面的消费观念与增长模式,把注意力集中到提高大众生活质量的问题上来。这是一种可持续发展的消费观,是符合构建和谐社会的战略的。

3 构建消费现代化水平测度的指标体系

3.1 消费现代化水平测度的指标体系的构建目的

构建消费现代化水平测度的指标体系,一是评价我国的消费现代化水平,二是用于进行消费现代化水平的国际比较。而归根结底还是为了通过消费现代化水平的比较,找出我国与世界先进水平的差距,从而采取相应对策,促进我国消费现代化水平的提高。因此在指标的选取上既要结合国际标准又要考虑我国实际。

3.2 消费现代化水平测度的指标体系的构建原则

实现消费现代化是一项复杂的系统工程,因此,在构建消费现代化水平测度的指标体系时必须依据一定的原则。

3.2.1 科学性原则

科学性原则要求在设计消费现代化评价指标体系时,指标和指标体系能够反映消费现代化的内涵,

指标含义明确,计算方法规范,功能相对独立。运用其可以比较客观地反映我国消费现代化建设的进程、问题和特征。

3.2.2 全面性原则

全面性原则要求从不同侧面、不同角度对消费现代化建设做出全面反映。要依据现代化的内涵,设计出包括收入、满足不同需要的消费内容、消费差距等方面的指标。同时,既要考虑宏观的国民消费,也要考虑微观的居民消费。

3.2.3 层次性原则

层次性原则要求在设计消费现代化建设评价指标体系时应分为不同层次,以便反映我国消费现代化建设的程度和揭示消费现代化建设的结构性特征。对于居住与信息等方面的消费,我国城镇居民和农村居民差距非常大,因此在构建消费现代化水平测度的指标体系时应将城镇和农村区别对待。

3.2.4 可比性原则

各项指标的含义、统计口径、分类方法、计算公式,要力求规范化、标准化、统一化,不仅能够动态可比,反映消费现代化建设的快慢,而且还要注意能够静态可比,以揭示我国消费现代化建设与其他国家和地区的差异。

3.2.5 可操作性原则

作为一种统计分析手段,所设计的指标和指标体系在实践上必须是可行的,要求数据易于收集和整理。

3.3 消费现代化水平测度指标体系的构建

消费是由需求引致的。消费的层次性来自于需求的层次性。心理学家曾提出许多种需求理论,其中最著名的是马斯洛的动机理论。马斯洛将人的多种需求系统地、理论地归纳为五大类,并且这五类需求由低级到高级形成阶梯,即生理需求、安全需求、情感需求、自尊需求和自我实现需求。我们将根据这些需要逐个建立相应消费的指标。

3.3.1 满足生理需要的消费

这是人类维持自身生存的最基本要求,包括饥、渴、衣、住、性的方面的要求。如果这些需要得不到满足,人类的生存就成了问题。满足这些需要的消费我们可以选取食品消费和住房消费。

1) 食品消费。民以食为天,居民的食物支出能够充分反映居民的消费水平。随着经济发展和居民生活水平的提高,我国居民膳食结构发生了迅速的变化,膳食质量明显提高,营养状况明显改善。同时我国仍面临着营养缺乏与营养失衡的双重挑战。这

里选取国际通用衡量居民营养水平的指标:人均每天食物中的蛋白质含量,人均每天食物中的脂肪含量,人均每天食物中的热值。

2) 住房消费。从我国的实际来看,总体收入水平并不高,因此一些价值量大的耐用消费品如汽车等短期内难以走进普通老百姓的生活,但是住房消费与人们生活息息相关,拥有一套住房是许多人一生工作的主要目标之一。住房消费水平可以从居住水平和居住条件两方面来衡量

居住水平。根据国际惯例,反映居民居住水平的统计指标包括人均住房面积指标(主要指标),并同时辅设“户均套数”指标(辅助性指标)。从其计算方法上分析,人均住房建筑面积实质上是以套内的建筑面积来计算的,所表示的是人均拥有套内建筑面积的水平,能够较直接地反映出居民的实际居住水平。

居住条件。居住条件是反映人民居住生活质量重要的一个方面。这里我们选取的指标是住房中有浴室厕所的比例和抽水马桶普及率。

3.3.2 满足安全需要的消费

这是人类要求保障自身安全、摆脱事业和丧失财产威胁、避免疾病的侵袭、接触严酷的监管等方面的需要。也可以归结为生命安全的需要和财产安全的需要。我们选取的指标有每千人拥有医生数,每千人拥有病床,社会保障支出比重,财产保险支出比重。前三个指标是用来衡量满足生命安全的消费,最后一个指标是用来衡量满足财产安全的消费。

3.3.3 满足感情需要的消费

这一层次的需要包括两个方面的内容。一是友爱的需要,即人人都需要伙伴之间、同事之间的关系融洽或保持友谊和忠诚;人人都希望得到爱情,希望爱别人,也渴望接受别人的爱。二是归属的需要,即人人都有一种归属于一个群体的感情,希望成为群体中的一员,并相互关系和照顾。这方面的消费可以用信息消费来衡量,因为信息消费是为了交际而产生的。选取的指标有每人报纸杂志消费支出,个人计算机普及率,每万人中拥有互联网用户,移动电话普及率。

3.3.4 满足尊重需要的消费

人人都希望自己有稳定的社会地位,要求个人的能力和成就得到社会的承认。根据凡勃伦的观点,消费者往往通过炫耀性消费让他人了解自己的社会经济地位,从而博得荣誉,获得自我满足。因

此,我们这里根据我国国情选取一些介于必需品和奢侈品之间的消费品。具体指乘用车普及率和高级服装支出比重。

3.3.5 满足自我实现需要的消费

这是最高层次的需要,它是指实现个人理想、抱负,发挥个人的能力到最大程度,完成与自己的能力相称的一切事情的需要。这种消费往往是出于消费者的感情需要,不是生活必需品,这里我们选取旅游消费占总消费支出的比例和后续教育支出比重。

另外,正如前文所述,消费的现代化影响到国家的兴衰和历史的变迁,因此,消费绝对不仅仅是居民个人的事情,我们必须从战略的高度来考虑消费的现代化。从历史来看,政府的奢侈性消费往往会削弱国家竞争力(17—18世纪的法国在百年战争中输给英国),居民消费的两极分化会导致国家政局混乱,给外地入侵提供可乘之机。因此,这里我们还选取政府消费占最终消费比重、人均消费支出和基尼系数(这里以消费代替收入)作为衡量消费现代化的指标。

4 结束语

消费现代化测度指标体系的研究是一个崭新的领域,对于通常类似的研究,国内学者倾向于构建城

乡两套指标体系,我们认为,消费现代化的过程就是消除城乡差异的过程,把一国的居民消费按照两套不同的标准来衡量不是现代化的初衷和目的。因此,我们构建的消费现代化评价指标体系是统一的,适用于城乡地区。

由于资料的欠缺,本文在分析中实际使用的指标体系仅包含19项指标,都需要在进一步研究中加以完善。另外,此项研究是开放的,需要不断有新的研究成果问世,从不同角度提出指标体系和评价方法,最终使结论更为精确可靠。

参考文献

- [1] 马克思. 马克思恩格斯选集[M]. 北京: 人民出版社, 1972.
- [2] 列宁. 列宁全集[M]. 北京: 人民出版社, 1984.
- [3] 陈劲峰, 牛文元, 靳多资. 现代化指标体系的设计与测度[J]. 中国科技论坛, 2001(6): 53—56.
- [4] 梁玉山, 朱孔来. 现代化评价指标体系及综合评价方法[J]. 统计研究, 2002(1): 50—54.
- [5] 尹世杰. 关于消费环境的几个问题[J]. 消费经济, 2006(2): 9—12.
- [6] 魏大斌. 用马斯洛需求层次理论对“炫耀经济”的分析[J]. 特区经济, 2005(5): 310—311.
- [7] LODZIAK CONRAD. On Explaining Consumption[J]. *Capital & Class*, 2000(72).
- [8] CAMPBELL COLIN. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* [M]. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

Research on an Indicator System Building of Consumption Modernization

LIU Xing-wei, WANG Yan-min, LI-Chao

(Anhui Economy & Finance University, Bengbu Anhui 233041, China)

Abstract: Research on consumption economy has been conducted for a long time, while few people take consumption modernization into account, which is the main content and basic symbol of modernization. Based on an in-depth study on the connotation of consumption modernization the author constructed an indicator system to evaluate the level of consumption modernization.

Key words: consumption modernization; indicator system; modernization

(上接第9页)

Evolution Mechanism of Small and Medium-sized Commercial Enterprise Cluster in China

WU Yun-liang

(International Economics and Trade College, Anhui University of Finance and Economics, Bengbu Anhui 233041, China)

Abstract: It is common that the small and medium-sized commercial enterprises cluster. Cluster is the strategic choice for the development of the small and medium-sized commercial enterprises. The paper generalizes the characteristics of the small and medium-sized commercial enterprises, analyzes its life cycle, and points out three kinds of evolution mechanisms of the small and medium-sized commercial enterprises which includes industry interaction leading mechanism, natural evolution leading mechanism and as well as government leading mechanism.

Key words: small and medium-sized commercial enterprise; enterprise cluster; life cycle; evolution mechanism