

耐用消费品供求分析与对策

张 平

目前,我国人民的消费需求随着消费水平不断提高,正逐步从“生理性需求占统治地位阶段”转向“追求便利和机能的阶段”,人们消费支出越来越多地用于文化教育,劳务,衣着,特别是耐用消费品方面。大量耐用消费品进入人们的消费领域,在人们消费生活中占有日益重要的地位,已成为我国经济生活中的一个重要因素。本文通过耐用消费品供求的理论分析,进而探讨耐用消费品对我国国民经济的影响。

一、耐用消费品供求关系的理论分析

现代发达国家的耐用消费品普及化过程已基本完成,发展中国家正在走普及化道路,但其供求关系有别于发达国家。

发达国家(指美国,日本,西欧)在耐用消费品普及过程中,供求关系表现为,需求是供给的函数,即“生产生产着消费”。在那里,一般说来,耐用消费品生产出来后,才能在消费者身上引起需要。如电视机制造后,才会相应地创造出电视观众,引起消费者对电视机的需要。反过来,消费需求又是耐用消费品工业成长的必要条件,即市场条件。因此发达国家耐用消费品供求基本上是相协调的,一般不会出现生产技术能力滞后于耐用消费品需求的问题。开放的发展中国家则大不一样。在耐用消费品普及化过程中,受发达国家“消费示范”的作用,产生“消费模仿”。新的消费方式的传播比先进生产技术的推广更加容易,使消费需求可以不依赖于本国生产技术水平而产生阶跃^①现象。以电视机为例,消费者需求可以跃过消费黑白电视机阶段,直接消费彩色电视机,而国内可能只有生产黑白电视机的生产技术水平,这就产生了耐用消费品的需求档次阶跃;还有一种是品种阶跃,即国内没有生产某类耐用消费品的能力,但国外已有,国内受到“消费示范”作用,直接对新品种的耐用消费品产生需求。例如过去我国没有生产家用洗衣机能力,但消费者受到国外消费方式的影响,对家用洗衣机产生需求。这种生产能力滞后于消费需求所引起的耐用消费品的供给和需求的矛盾,是开放的发展中国家所特有的一种现象。

早在50年代初,拉丁美洲经济委员会的劳尔·普雷维什等人就指出了模仿消费对穷国的影响,国内生产能力与消费水平之间差距日益扩大,造成国民储蓄和投资的负趋势以及经济结构侧重于奢侈性消费品。70年代,一些拉丁美洲国家——阿根廷、乌拉圭和智利着手实施基于新古典学派原理的经济政策,推行进口自由化,取消了高级消费品的进口限制。在短短几年内,三个国家的耐用消费品进口就翻了几倍。(见下页表)

在这种消费高潮中,国内生产能力满足不了消费者需求,只能用外汇弥补供需缺口,致

^① 阶跃,是描述事物不连续的运动过程。物理学中它用来描述量子的能级跃迁现象。在日常生活中阶跃现象亦是常见的,如公共汽车票价,五站后票价从五分一下子变到一角,十站后,票价变到一角五分等。阶跃现象用阶跃函数表示。本文用阶跃描述发展中国家,消费需求受到国际消费示范作用,消费需求可以不依赖于国内生产水平而产生阶跃,使生产能力滞后于高的消费需求。

耐用消费品的进口①

(单位: 百万美元, 按1979年不变价计算)

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
阿根廷	21.2	39.5	28.7	17.6	27.7	36.7	112.0
智利	17.6	13.8	31.4	29.4	73.5	86.9	—
乌拉圭	1.5	2.7	10.2	10.1	18.1	17.2	—

使外债连年增加。如智利, 外债从1972年36.02亿美元直升到1980年的112.8亿美元。 “从而加强了外围国家经济的一个突出特点: 消费跑在生产能力的前面。”^② 这就是发展中国家耐用消费品供求关系不同于发达国家的重要特征。

对耐用消费品供给和需求的理论分析。从耐用消费品供给角度看, 现代工业社会中, 任何一件消费品都凝结着其他产业的成果, 但不同消费品对其他产业依赖性存在很大差异。耐用消费品的生产技术高和生产工艺复杂, 对其他产业的依赖性大, 形成的产业链条长, 因此耐用消费品的生产能力形成, 需要一个相当长的时间。要使整个生产技术水平提高, 生产出满足阶跃性需求的高档耐用消费品, 更不是一朝一夕的事情, 短期内只能用外汇进口成品或零件及一些设备, 才能够缓解国内消费需求的压力。缩短高档耐用消费品国产化进程, 采用进口替代战略是非常必要的, 它有利于缩短国内和国际的技术、生活水平的差距。但如果忽视生产技术成长需要一定时间, 人为地刺激消费, 使消费需求压力过大, 需求不但不能带动生产, 还会产生产业断层, 恶化外汇收支状况。如1985年我国进口消费品使用的外汇相当于进口总额的四分之一, 其中彩色电视机进口474万部, 超过当年国产409万部水平, 而且国内配套能力只有100万部, 四分之三靠进口散件组装。这种状态难以持久, 当外汇紧张时, 耐用消费品的生产能力远不能满足消费需求, 这就引起消费和供给的尖锐矛盾。

现代耐用消费品的使用都不是孤立的, 它们的消费涉及一系列互补性需求。如耐用消费品的售前售后服务; 家用电器对电的需求; 洗衣机对给水排水设施的需求; 小汽车对汽油、公路的需求等等。这些耐用消费品的互补性需求得不到较好的满足, 耐用消费品的需求同样会受到抑制。耐用消费品的消费需要一系列互补品, 一方面可以促进很多行业的发展, 如耐用消费品维修服务业, 基础设施的改善等; 另一方面, 这些互补品的生产需要大量的资金投入, 对发展中国家来说不易筹集。如发展小汽车, 就需修建很多公路以至高速公路, 需大量投资, 国家难以满足。耐用消费品互补性需求短期难以满足, 可能导致消费挤生产, 加剧不平衡状态。如我国“六五”时期, 十种主要家用电器社会拥有量年递增率都在40%以上。1986年家用电器总负荷在一百万瓦以上, 成为工农业生产用电的强有力的竞争者, 使电力供应更加紧张。

从耐用消费品的需求看, 耐用消费品的购买能力受到消费者收入和消费品的价格影响。耐用消费品一般价格较高, 而且消费中所需附带很多其他项目的支出, 如电费、维修费等。所以人们需要通过一定时间的储蓄, 才能购买。耐用消费品购买后使用的一段时间, 构成消费周期。消费周期的长短取决于两个方面: 一方面是耐用消费品的耐用年限, 即耐用消费品的自然周期; 另一方面, 新型的同类消费品的出现, 加快淘汰现有的旧型耐用消费品, 使之更新换代。耐用消费品的使用年限低于其自然周期, 我们称为调整性消费周期。在人们收入水平平均, 产品供应结构比较单一的情况下, 耐用消费品的购买和消费周期大致相同, 生产

① 联合国1979年《拉丁美洲统计年鉴》。

② 引自《消费主义与拉丁美洲的新正统》, 见《世界经济译丛》1985年第3期第16页。

与消费的矛盾运动采取了陡峭和平滑交替形式。耐用消费品的购买除受到经济制约,还受需求欲望的影响。耐用消费品不但是家庭消费的重要组成部分,新的产品还具有现代的气息,成为家庭社会地位的象征。因此耐用消费品的需求欲望很大程度上受家庭所处社会阶层或生活圈的消费特征影响,不断调整家庭耐用消费品的存量(包括品种、款式、牌子)。要指出的是,开放的发展中国家的消费需求欲望受到发达国家消费示范的强烈影响,当带有先进社会象征的大量消费品到达发展中国家时,无疑增强了人们需求心理效果。

发展中国家的消费需求由于受到消费示范作用而产生的阶跃,是消费需求心理和购买耐用消费品能力共同作用的产物。由于社会阶层的差异性,消费者需求欲望也存在着层次性;受不同收入水平及消费品价格差异的影响,消费支出能力也有层次性。因此需求阶跃表现为一定时期内一部分人的阶跃,而另一部分人还不会产生阶跃需求。这种需求阶跃人数占总人数的百分比,称为阶跃度。需求阶跃度从小变到大,它的初始大小及其变化速度,在很大程度上取决于层次性,即社会层次性和收入层次性及消费品供应价格的层次性。层次越明显,需求阶跃度初始值小,变化较慢;层次越不明显,需求阶跃度初始值很小,变化速度很快,需求超过生产能力的度就很难把握。“层次性”是耐用消费品供需协调的一个重要参数。

二、中国耐用消费品供求矛盾产生原因

耐用消费品生产能力无法满足消费者需求,是任何一个开放的发展中国家在“赶超”过程中所面临的矛盾,中国也不例外。我国对外开放以来,国际间交往增多,发达国家的消费“示范作用”,已产生的“消费模仿”,加上一些政策的不合理,引起了需求阶跃。它主要表现为品种的扩张。1982年以前,我国居民耐用消费品购买主要为:黑白电视机、自行车、手表、收音机、缝纫机。1983年后逐步增加电风扇、洗衣机、录音机、电冰箱、照相机。1984年后,消费支出投向从黑白电视机、单门电冰箱、单卡录音机、单缸洗衣机迅速向“一彩三双”(彩色电视机、双开门电冰箱、双卡录音机、双缸洗衣机)转移。档次要求高,耐用消费品更新换代快。据全国30个大型百货商店统计,1986年比1985年彩色电视机占电视机零售量的比重,由18.5%上升到46.5%;双缸和全自动洗衣机占洗衣机零售量的比重,由36.1%上升为52.6%;双开门和多开门电冰箱占电冰箱零售量的比重,由7.8%上升为22.8%。而这些高档耐用消费品产业链条长,技术水平要求高,生产技术体系成长慢,购买高峰来的迅速,使生产不能满足阶跃性的消费需求,加剧了市场结构的矛盾。耐用消费品的生产能力滞后于消费需求,似乎问题出在消费者行为的不合理。仔细分析这一矛盾的产生原因,是在我国改革、开放,实行新的经济政策这一大背景下,由一系列相互关联的因素共同发生作用的结果。

1. 经济开放 近几年来,人的流动,特别是超越国界的流动,明显增加。发达国家的生活方式通过人和其他不同的媒介向我国传播,人们的心理发生了变化(示范效应)。人们对耐用消费品的需求欲望加强,耐用消费品的进口限制的放宽,使得高档耐用消费品较便宜和较易买到。但更为重要的是,这些国外的耐用消费品的涌入,改变了人们对高档耐用消费品需求的心理状态,从而进一步刺激了消费需求,使高档耐用消费品的购买扩大。

2. 收入增长快 党的十一届三中全会以来,纠正了过去相当长的一段时期片面强调生产,忽视人民生活的偏向。国家为改善人民生活作出了极大的努力。几年来,城乡人民的收入持续增长,1985年我国消费基金为4,820亿元,比1978年的1,888亿元增长了近1.6倍,平均年增长14.3%。收入连年快速增长,使人们有了购买耐用消费品的能力。大量的货币购买力给消费品市场以极大的压力。国家动用大量外汇进口耐用消费品及装配线和零配件,不但

难补供需缺口,反而更加刺激了人们对国外生活方式的模仿,高档耐用消费品的需求压力继续增大。在外汇短缺,消费基金难以控制的条件下,供需矛盾加剧。

3. 生产能力提高慢 在双重经济体制下,旧体制在我国经济生活中仍具有很大作用,企业仍受到旧体制的束缚,市场关系远没有理顺,市场机制难以充分发挥作用,这就使企业对市场反映不敏感,资源转移,结构调整都比较困难。加上外贸体制的不合理,地方行为为不合理,导致耐用消费品的引进与生产“一哄而起”,盲目引进生产线,大量进口零配件,以获高利。如彩色电视机生产线,各地竞相引进达一百多条,造成重复性建设,资源浪费。这种引进,治标不治本,它非但不是真正意义上的进口替代,而且还阻碍了国内配套生产能力提高,挫伤了国产化的积极性。当外汇供给受到限制,大量的零配件供给难以为继,生产装配线只得停下来,国内耐用消费品的生产能力迟迟不能满足消费者需要。

4. “层次性”差 我国是社会主义国家,克服了资本主义国家的社会阶层差异过大,贫富悬殊。我国通过三十多年的经济建设,基本上解决了人民的温饱问题。但平均主义也使人们收入水平差异过小,长期生活水平低下加之半供给制,消费领域狭窄,人们的生活方式单一,价格体制的不合理,价格难以反映供求关系,又造成了产品差价不明显。这就使我国整个社会经济生活缺乏“层次性”,使得耐用消费品购买很集中,消费周期大致相同,需求阶跃度初值不大,但变化速度很快,供给难以适应。

5. 消费引导 我们在改革初期总结了重积累、轻消费的历史教训,制定了重视消费的新发展战略,这无疑是非常重要的。1982年我国经济形势出现了可喜的局面,有人提出了“高消费”,“刺激消费”的口号,忽视了我国的国情,忽视了国外消费示范作用的一些消极影响。加上我国消费领域狭窄,社会生活结构单一,人们互相攀比购买具有新生活方式特征的耐用消费品,导致了耐用消费品供需缺口进一步扩大。消费引导没有起到引导消费带动生产的作用,反而使耐用消费品的供需更为脱节。

以上五个因素作用的结果加剧了生产与消费的不协调,从不同侧面刺激了需求阶跃和延缓了耐用消费品的国产化进程,使我国耐用消费品的供给和需求矛盾向不利方向发展。

三、耐用消费品供需矛盾转化对策

首先,必须采取有选择地进口耐用消费品的政策。不加区别的进口自由化会挫伤耐用消费品国产化的积极性,而有选择的进口替代会使发展中国家得到很大利益。例如,巴西在汽车工业中之所以取得效益,原因就在于把生产集中于特定的一种牌子和一种型号,同时还限制其他型号的汽车进口,这样使得规模经济 and 专业化协作得到充分利用,对带动国内工业化起到了积极作用。而我国在耐用消费品引进中毫无选择,各式各样的耐用消费品引进,阻碍了国内引进、吸收、消化进行进口替代的进程。耐用消费品进口替代的选择性有利于集中国内的力量较快地提高耐用消费品的供给能力,促进国内工业化,使耐用消费品的互补性需求较易得到充分满足。因此,要获得有活力的比较利益,使耐用消费品需求带动国内生产,国家必须进行干预,对耐用消费品的进口替代水平和结构进行选择,采取一定的工业保护政策,加快耐用消费品的进口替代,以满足消费需求。

第二,使需求阶跃度与进口替代相适应。需求能否带动生产,主要看需求阶跃度的变化。需求阶跃度随着消费支出能力提高和消费示范的传播,由小变大。当收入既定时,决定耐用消费品购买力的是耐用消费品的价格。不同档次、质量的价格差,对需求阶跃度变化速度起着很大的影响。当价格不变时,耐用消费品的购买能力同收入水平差异有很大关系。由于耐

用消费品的价格较高,购买决策不仅受现期收入量的影响,而且受几年收入累积的影响。收入增加速度对耐用消费品的需求阶跃度的影响很大。尤其我国收入较均等,收入增加速度的影响就更为重要。当收入和价格同时变化时,收入的增加速度与耐用消费品价格下降(上升)速度的比,收入累积差距和各种档次、质量、牌号的耐用消费品的价格差之比,都从动态上决定着需求阶跃度的变化速度。控制阶跃度的变化,使其与进口替代过程相吻合,拉动国内经济发展,一是要控制消费基金连年的过快增长,使收入增长的速度低于劳动生产率增长速度。通过体制改革打破两个“大锅饭”,适当拉开人们收入差距。二是要改革价格管理体制,使价格真正反映产品的差异情况,调节供需关系。三是管理好外汇的使用,不能因一时的需求压力,就大量动用外汇进口耐用消费品,这样无助于改善供需矛盾的尖锐状况,反而使国内生产水平与阶跃性需求更长时间的不适应。

第三,加强消费引导。消费引导要有明确的耐用消费品普及化的目标模式。应大力发展对节约人们劳务时间,增加闲暇消费,丰富生活有较大作用的耐用消费品,如电视机、洗衣机、电冰箱等。控制高耗电的电炉等电器产品。对基础设施要求较高的消费品如小汽车也不易发展。我国是发展中国家,在耐用消费品普及化过程中,要多注重耐用消费品的功能,一味追赶国外高档同功能的消费品,只会加剧供需矛盾。我们还要面对信息社会的召唤,有意识选择能为信息社会来临打下物质基础的耐用电器,如电话、家用计算机的发展。总之,消费引导的关键是要有明确的目标和有力的手段。国家通过间接的手段,如依靠消费者组织,宣传媒介等,来引导购买力投向,使需求与生产相衔接,带动生产的发展。

第四,推进改革,搞活企业。为使企业真正成为独立的商品生产者和经营者,应让企业置身于市场之中,使企业面对消费者需求,努力开拓新产品、新技术,为推出新型耐用消费品做技术与生产的准备,从积极的意义上满足消费需求。但中国毕竟是发展中国家,在“追赶”过程中不可能一下子就赶上发达国家,消费示范作用依然存在。因此,增加企业的创新精神,推出新产品是弱化需求阶跃与生产能力滞后矛盾的一个重要途径,但不可能彻底解决这一矛盾。

总之,耐用消费品的普及化过程中,使其需求与供给的矛盾向有利方向转化,即耐用消费品需求带动本国工业化,必须处理好“管”与“放”的关系。在供给因素中,要“管”好外汇使用,有目的选择耐用消费品的进口替代的规模与结构;放“活”企业,使资源配置能符合消费需求。在需求因素中,要“管”好消费基金的增长速度;放“活”价格,使价格真正地起到调节耐用消费品生产与需求的作用。在消费引导(刺激因素)方面,要大力发展民间消费组织和其他消费引导媒介,关键也在“活”字;国家应有明确的耐用消费发展的目标,使耐用消费品的普及适合我国的国情、国力,带动我国经济发展。

“一个社会在某一个特定的时刻达到的生活水平是不易逆转的。将任何社会阶层在任何时刻所达到的消费水平降低的任何企图,将不可避免的是一个根本性错误。”^①我国耐用消费的普及化过程还远未结束,耐用消费品的供需矛盾不是暂时性现象,而是一个长时期的问题。本文对耐用消费品供需关系的理论分析和关于我国这几年耐用消费品供需矛盾的反思,旨在探求耐用消费品普及化过程中,如何带动我国工业化提供一条思路。

(作者系中国社会科学院研究生院1985级经济系研究生)

① 摘自《消费主义与拉丁美洲的新正统》,1985年,第3期《世界经济译丛》第20页。