

加快建立扩大消费需求长效机制问题

杨圣明

内容提要:本文在学习十八大精神的基础上,从理论上分析了为什么要加快建立扩大消费需求长效机制的原因,提出了加快建立扩大消费需求的长效机制的政策建议,并且指出,深化消费体制改革是加快建立扩大消费需求长效机制的关键和体制保证。

关键词:消费需求 长效机制 体制改革

作者简介:杨圣明,中国社会科学院学部委员,中国社会科学院财经战略研究院研究员,100836。

中图分类号:F014.5 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-8102(2013)03-0005-08

党的“十八大”报告指出,“要牢牢把握扩大内需这一战略基点,加快建立扩大消费需求长效机制,释放居民消费潜力”,“使经济发展更多依靠内需特别是消费需求拉动”。这不仅总结了以往的经验教训,而且指出了今后经济发展的正确方向,是我们全面建成小康社会的重要指导方针。本文就此谈几点学习体会,欢迎指正。

一、为什么要加快建立扩大消费需求长效机制

为什么要加快建立扩大消费需求长效机制?笔者认为,主要理由在于:

(一)消费是生产的前提、对象、目的和动力

马克思对消费与生产的辩证关系作过精辟分析,明确指出消费是生产的前提、对象、目的和动力。他写道:“消费创造出新的生产的需要,也就是创造出生产的观念上的内在动机,后者是生产的前提。消费创造出生产的动力;它也创造出在生产中作为决定目的的东西而发生作用的对象。如果说,生产在外部提供消费的对象是显而易见的,那么,同样显而易见的是,消费在观念上提出生产的对象,把它作为内心的图像、作为需要、作为动力和目的提出来。消费创造出还是在主观形式上的生产对象。没有需要,就没有生产。而消费则把需要再生产出来。”^①马克思在这里阐明的消费与生产辩证关系的规律是人类社会发展的一条永恒规律。它是人类社会各个阶段上的共同规律。当然,它在不同阶段上的作用程度与形式都有各自的特点。在我们全面建成小康社会的过程中,必须尊重这条规律,并按照它的要求办事,更充分地发挥消费对生产、对整个国民经济的促进作用。

列宁特别强调了消费在社会主义社会的作用。他写道:“社会主义社会是一个为了消费而有计划组织生产的大消费合作社”。^②“只有社会主义才可能根据科学的见解来广泛推行和真正支配

^① 《马克思恩格斯文集》第8卷,第15页,人民出版社2009年版。

^② 《列宁全集》第9卷,第356页,人民出版社1959年版。

产品的社会生产和分配,也就是如何使全体劳动者过最美好、最幸福的生活。只有社会主义才能实现这一点。我们知道社会主义应该实现这一点,而马克思主义的全部困难和全部力量,也就在于了解这个真理。”^①我们党充分了解这个真理,并用于指导实践。1954年,周恩来总理在第一届全国人民代表大会上所做的《政府工作报告》中指出:“社会主义经济的唯一目的,就在于满足人民的物质和文化的需要”。1956年,党的“八大”通过的党纲中规定:“党的一切工作的根本目的,是最大限度地满足人民的物质生活和文化生活的需要”。几十年过去了,党的“十八大”仍然这样要求全党,把人民的消费需求作为党的战略基点。

(二)在扩大消费需求问题上,以往忽冷忽热,缺乏长效机制

扩大消费需求问题是在1998年东亚金融危机时首先提出来的。这次金融危机使中国的对外贸易出现了改革开放后的第一次下降。1998年比上一年,外贸进出口额由3251.6亿美元降至3239.5亿美元,降低0.4个百分点。其中,出口额由1827.9亿美元增至1837.1亿美元,增加0.5个百分点,而进口额则由1423.7亿美元降至1402.4亿美元,减少1.5个百分点。国内社会消费品零售额,1998年虽然名义上增长6.8%,但如果扣除物价上升因素,实际并没有增加。国内外贸易表明,中国的外需与内需都处于休眠(不振、疲软)状态。针对这个问题,中央提出了扩大内需的政策。2003年政府工作报告中又突出强调扩大消费需求的问题。至今已经10年了,这些方针政策的效果如何呢?消费水平虽然有显著提高,但是,它仍然明显落后于生产发展的速度;在国民收入分配中消费基金增长速度明显落后于积累基金的增长速度,因而积累率呈上升趋势,而消费率呈下降趋势;在消费基金的分配中,政府消费增长速度快于居民消费增长速度,因而政府消费率上升,而居民消费率下降;同世界各国相比,我国的居民消费率,不仅显著低于欧美日发达国家的居民消费率,也明显低于印度、印度尼西亚、菲律宾、越南、南非、巴西等发展中国家的居民消费率^②,甚至显著低于世界居民消费率的平均数。

对于上述问题,中国的学术理论界早已察觉,并再三呼吁,希望解决。但学术界也有人持相反意见,认为消费率不低,积累率不高,符合国情。今日党中央做出了决定,断明了是非高低。为了早日全面建成小康社会,我们一定要重视居民消费需求,提高居民消费率,加快建立扩大消费需求的长效机制。

(三)未来中国经济发展的基本动力是十几亿居民的生活消费需求,这是中国独有的比什么力量都强大的经济推动力

生产能不能快速发展?经济能不能更加繁荣?这样的问题在未来的中国主要取决于是否把十几亿居民的生活消费需求放在首位!果然如此的话,那将形成全世界最大的消费市场。否则,只强调生产,不重视消费,那就没有市场,没有生产的发展和经济的繁荣。居民消费有生存、发展和享受三个发展阶段或三种形态。目前,就全国而论,我们只是基本解决了生存问题,发展和享受还谈不上。“消费主义”、“消费社会”,我们并不赞同,但是居民消费中的发展和享受的内容应当是提倡的。随着社会生产的发展,居民消费将从目前的以生存为主的阶段发展到以发展为主、甚至以享受为主的阶段。党的“十八大”提出的城乡居民收入的“倍增”计划十分鼓舞人心,将促使居民消费需求再上一个新台阶。

应当指出,扩大内需的战略基点,既包括对生产建设的投资需求,又包括生活消费需求。这两种需求既有联系,又有区别。有的同志往往把二者混淆起来,过分强调生产建设需求而轻视生活消费需

^① 《列宁全集》第27卷,第385页,人民出版社1958年版。

^② 2009年中国的居民消费率是34.0%,而同年印度57.9%,印度尼西亚56.4%,菲律宾82.8%,越南63.4%,南非60.7%,巴西64.3%。(参见国家统计局编:《国际统计年鉴2011》第45页,中国统计出版社2011年版)。

求,甚至以牺牲群众的利益而搞所谓的建设。必须明确,我们不是为生产而生产,为建设而建设,不论何种生产、何种建设,其最终目的只能有一个,那就是满足亿万居民的生活消费的需要。因此,在制定生产发展计划尤其基本建设方案时,一定要从提高居民生活消费水平出发,把居民生活放在首位。

(四) 忽视消费、限制消费,最终将导致经济危机

马克思指出:“一切真正的危机的最根本的原因,总不外乎群众的贫困和他们的有限的消费,资本主义生产却不顾这种情况而力图发展生产力,好像只有社会的绝对的消费能力才是生产力发展的界限”。^① 目前尚未结束的这次经济危机充分证明了马克思这个论断的正确性。发达国家的居民消费不足及其有限性,是这次经济危机的深刻根源。这个事实给我们的启示是,群众的消费问题决不是件小事,而是治国理政的重大问题。笔者认为,必须尽快建立扩大消费需求的长效机制,充分发挥消费的正向能量,以利国家长治久安。

二、怎样加快建立扩大消费需求的长效机制

怎样加快建立扩大消费需求的长效机制? 本文提出以下几条建议:

我们反对低消费,也不提倡高消费,而是主张适度的、合理的、科学的消费。那么,适度、合理、科学消费的标准或界限在哪里? 这既可以从微观消费方面界定,也可以从宏观消费方面树立标准。

(一) 微观消费适度、合理和科学的标准与界限

所谓微观消费是指家庭和个人的消费。每个消费者或家庭的消费是否适度或合理,要以收入、消费、储蓄三者的关系来衡量。从静态上考察,收入大于消费,并有一定储蓄,此种状态的消费乃是合理的或适度的;从动态上考察,收入、消费、储蓄三者大体同步增长,或者说它们之间的比例关系保持着一种常数,这种状态的消费就是合理的或适度的。按这种标准来衡量我国居民家庭或个人以往 10 多年的消费,就会发现存在着严重的低消费与高储蓄的问题。

表 1 中国城乡居民人民币储蓄存款年底余额 单位:亿元

年份	年底余额	年增加额	年增长速度(%)	人均储蓄额(元)
2001	73762.4	9430.1	14.7	5779.5
2002	86910.7	13148.2	17.8	6766.0
2003	103617.7	16707.0	19.2	8018.3
2004	119555.4	15937.7	15.4	9197.4
2005	141051.0	21495.6	18.0	10787.3
2006	161587.3	20544.0	14.6	12292.9
2007	172534.2	10946.9	6.8	13058.0
2008	217885.4	45351.2	26.3	16406.8
2009	260771.7	42886.3	19.7	19540.8
2010	303302.5	42530.8	16.3	22619.2
2011	343635.9	40333.4	13.3	25504.5

资料来源:国家统计局编:《中国统计摘要 2012》,第 105 页。

表 1 的资料表明,中国城乡居民储蓄规模很大、增长速度很高。它的增长速度大大高于居民

^① 《马克思恩格斯全集》第 25 卷,第 548 页,人民出版社 1974 年版。

收入和消费的增长速度。2011年比2001年,人均居民储蓄额增长3.4倍。而同期,城乡居民人均收入分别增长2.2倍和2.0倍,城乡居民人均消费额分别增长1.9倍和2.0倍。可见,储蓄与收入、消费之间的比例关系已不协调、不平衡、不可持续。传统消费理论认为,储蓄=投资。所以,高储蓄必然形成高投资、低消费。这种问题不仅在近10年存在,即使改革开放30多年间都存在,只不过越来越严重。

应当明确指出,决不能把收入等同于消费,更不能把储蓄等于消费。这两种情况在中国的实践和理论中都是存在的。国家统计局尤其地方统计部门在年度、季度、月度的报表或公报中,往往以居民收入增加多少,说明居民生活消费改善的程度;以储蓄增加多少,说明居民消费提高多少。收入、消费、储蓄三者之间既有联系,又有严格的区别,决不能混淆。储蓄能不能转化为消费,收入能不能转化为消费,都要有一定的条件。缺乏必要的条件,它们之间不能转化。条件不具备时,储蓄不仅不能转化为消费,还必然转化为投资。中国的巨额投资绝大部分都是从储蓄转化而成的。长期存在的高投资的主要根源在于高储蓄。今后,要形成适度、科学、合理的消费,必须从解决高储蓄入手,深入研究如何将储蓄更多地转化为消费。

(二)宏观消费适度、合理和科学的标准与界限

中国的国民收入生产出来之后,经过分配、再分配过程,最终被用在生产与生活两方面。用在生产方面的称为积累基金(又称投资基金),用在生活方面的称为消费基金(又称福利基金)。国家最高层往往关注国民收入中积累基金应占多大的比重?消费基金应占多大的比重?或者说,积累率应多高?消费率应多高?这是关系国家全局的重大问题,也是国民经济综合平衡的核心问题。它的实质是国家的生产建设与人民生活的关系如何进行安排。为了建立扩大消费需求的长效机制,我们对国家宏观经济的这个核心问题,不能不特别重视。

中国近10年来,积累基金与消费基金的比例关系发生了明显的变化,的确出现了高积累、低消费的严重问题(详见表2)。

表2 中国积累与消费关系的变化(按支出法计算的GDP构成) 单位:%

年份	消费的比重			积累(投资)的 比重	货物和服务 净出口比重
	合计	居民消费比重	政府消费比重		
2000	62.3	46.4	15.9	35.3	2.4
2001	61.4	45.3	16.1	36.5	2.1
2002	59.6	44.0	15.6	37.8	2.6
2003	56.9	42.2	14.7	40.9	2.2
2004	54.4	40.6	13.8	43.0	2.6
2005	53.0	38.9	14.1	41.5	5.5
2006	50.8	37.1	13.7	41.7	7.5
2007	49.6	36.1	13.5	41.6	8.8
2008	48.6	35.3	13.2	43.8	7.7
2009	48.5	35.4	13.1	47.2	4.3
2010	48.2	34.9	13.3	48.1	3.7
2011	48.2	34.9	13.7	49.2	2.6

资料来源:国家统计局编:《中国统计摘要2012》,第36页。

从表2可以看出,消费比重(率)呈现明显下降趋势。而相反,积累比重(率)则呈现显著的上升趋势。2011年中国的消费率之低、积累率之高,比改革开放30多年任何时期都有过之。不仅如此,比1958—1959年“大跃进”时期也更加严重。这不是积累与消费关系的严重失衡又是什么呢?这种经济结构难道不需要大大调整?

上述问题是什么原因造成的?简言之,原因在于盲目追求和扩大投资规模,而忽视投资效果(投资效益)。让我们进一步说明这个问题。积累率(又称投资率)受许多社会经济因素制约,其中直接取决于三个因素:一是国民收入总额及其增长速度;二是积累(投资)效果,即单位投资(百元或万元)取得的国民收入新增额,又称投资效果系数;三是消费基金总额及其增长速度。根据以上这三个因素,可以写出计算积累率(投资率)的如下两个公式:

公式1:积累率=国民收入增长速度÷积累效果(投资效果)

公式2:积累率=(国民收入总额-消费基金总额)÷国民收入总额

以上两个公式的不同点在于,前一个公式侧重从生产领域表明积累率与国民收入总额及其增长速度、积累(投资)效果的关系;而后一个公式则侧重从分配领域表明积累率与国民收入总额、消费基金总额的关系。^①近10多年来,中国学术理论界讨论积累率问题时,多围绕第二个公式争论是非曲直,很少关注第一个公式。其实,中国的积累率出现过高的严重问题的根源恰恰在第一个公式中,即盲目扩大投资,而忽视投资效果(效益)。本文兼顾这两个公式,将生产与分配结合在一起进行分析。因此,下文将把国民收入与国内生产总值两个指标结合使用。

中国历年的固定资产投资效果系数,即每百元投资所换来的国民收入新增额,大致如下:1985年70.5,1990年37.1,1995年62.9,2000年29.0,2001年17.4,2002年17.2,2003年21.6,2004年27.5,2005年25.3,2006年24.5,2007年26.0。^②自2008年后,这方面的数据国家统计局不公布了。为什么?据个人估计,可能因为应对金融危机2009年注入了过多的投资,其效果大幅度下降,不宜公布了。为弥补这个缺口,本文不妨在这里试算一下(详见表3)。

表3 近几年中国固定资产投资效果概况

年份	国内生产总值 新增额(亿元)	固定资产 投资额(亿元)	固定资产投资 效果系数(%)
2008	48235.1	172828.4	27.9
2009	26857.4	224598.8	12.0
2010	60610.0	278121.9	21.8
2011	70050.9	311021.9	22.5

资料来源:根据《中国统计年鉴2012》的资料计算。

根据上述的数据,将改革开放30年划分两个时期,即前20年和后10年。可以看出,前一个时期的投资效果还是比较好的,而后一个时期的情况则令人担忧,尤其2009年的投资效果之低,创造了历史的新记录,比“大跃进”时代的还低。如果2009年的投资保持2008年的投资效果水平,那么2009年同样数额的固定资产投资所取得的新增国内生产总值将多出35805.7亿元,使国内生产总值的增长速度

将高出10.8个百分点。可见,投资效果好也出GDP的高增长速度。

经过上述分析可以得出这样的结论:不论国民收入,还是国内生产总值,其增长速度,既取决

^① 有关计算积累率的这两个公式问题,参见杨扬明著:《中国式消费模式选择》,第88~95页,中国社会科学出版社1989年版。为迎接中国社会科学院建院30周年,该出版社于2006年又将该书重印出版。上述积累率的计算公式问题,请见该书第69~75页。

^② 国家统计局编:《中国统计摘要2008》第52页。该《摘要》第216页上写道:“固定资产投资效果系数是报告期新增国内生产总值与同期固定资产投资额的比率,反映单位固定资产投资额所增加的国内生产总值的数量。其计算公式为:固定资产投资效果系数=报告期新增国内生产总值÷同期固定资产投资额”。

于投资规模及其增长速度,也取决于投资效果及其增长速度。国民经济要在两条轨道上前进。如果今后中国的积累效果(投资效果)有显著提高,那么取得同样的国民收入或国内生产总值,将会节省大量的投资,有可能逐步将投资率(积累率)降至40%以内。这样,就为增加居民消费基金,提高居民消费率,开辟广阔的天地,并成为扩大消费需求长效机制的坚实基础。只有在这个基础上,才能正确处理积累与消费的关系,国家生产建设与居民生活的关系。放眼未来,鉴于现代化建设需要大量资金,在中国梦实现之前,中国的积累率(投资率)宜于保持在35%~40%的区间内。也就是说,积累率要在2011年的基础上降低10个百分点,消费率则上升10个百分点。这一点要在5~10年内逐步实现,决不能毕其功于一役。

(三)消费增长速度要以社会劳动生产率提高速度为最高界限

在宏观经济中,如何正确处理消费增长速度与社会劳动生产率提高速度之间的关系,也是加快建立扩大消费要求长效机制的重要问题之一。生产是生活的基础。居民消费水平的提高,必须建立在社会生产发展的基础上,尤其要以社会劳动生产率的提高为前提。否则,不顾生产发展,不考虑社会劳动生产率的提高,盲目增加居民收入与消费,最终是难以兑现的,可能只是一张空头支票。

中国近10年来的居民消费水平与社会劳动生产率的情况如表4所示。

表4 中国社会劳动生产率与全国居民消费水平增长速度比较

年份	社会劳动生产率(GDP/劳动力人数)		全国居民消费水平(消费总额/居民人数)	
	绝对数(元/人)	比上年增长(%)	绝对数(元/人)	比上年增长(%)
2000	13699.0	7.3	3632	8.5
2001	14977.0	9.3	3887	7.0
2002	16440.4	9.8	4144	6.6
2003	18530.3	12.7	4475	8.0
2004	21652.5	16.8	5032	12.5
2005	25109.8	16.0	5596	5.2
2006	29703.6	18.3	6299	12.5
2007	35389.4	19.1	7310	16.1
2008	41815.8	18.2	8430	15.3
2009	45995.1	9.9	9283	10.1
2010	52929.3	15.1	10522	13.4
2011	60978.6	15.2	12113	15.1

资料来源:国家统计局编:《中国统计摘要2012》,第34、38、45页。本表的数据均按当年价格计算。

表4资料表明,社会劳动生产率近10年来有显著提高。2011年比2000年,由13699元增长到60978.6元,增长3.45倍,平均每年增长14.6%。分年份看,基本情况属于正常,只有2009年比较特殊,社会劳动生产率的增长突然减速。这是由于当年受到金融危机的影响,国内生产总值的增长速度有所降低。从消费方面看,全国居民消费水平的提高速度,虽然也比较快,但还是慢于社会劳动生产率提高的速度。2011年比2000年,全国居民消费水平由3632元提高到12113元,提高2.34倍,平均每年提高11.6%。将此同社会劳动生产率提高的速度相比,还是低了3个百分点。这说明低消费的存在,消费有进一步提高的余地。

三、深化消费体制改革是加快建立扩大消费需求长效机制的关键和体制保证

中国经济体制改革的深度和广度是空前的。它不仅包括生产领域、流通领域和分配领域的诸多体制改革,而且包括消费领域的体制改革。所谓消费体制是指消费领域中各种消费关系、消费权益、消费组织、消费安全、消费教育及其运行机制、调控手段、网络布局、信息传递的总称。消费体制是整个经济体制的重要组成部分。它同生产体制、流通体制、分配体制相互联系、互相制约、共同发展。任何一种消费都是在一定体制下完成的。消费不仅是个人生活问题,而且是在社会关系中进行的一种经济活动,它必然涉及到与其他经济活动的关系。消费领域中的社会关系,即消费关系是相当复杂的,矛盾也是很多的。例如,政府消费、集体消费与个人消费之间,虽然在根本上是一致的,但由于消费的主体不同,也存在一定矛盾。在国家的消费基金总额一定的条件下,政府和集体消费多了,居民个人消费必然减少;反之则相反。不同社会群体之间的消费关系,不同地区之间的消费关系,如果处理不当,也不利于调动积极性。还有时间序列的消费关系,即当前消费与未来消费的关系,近期消费与长远消费的关系,等等,都必须正确处理,以利于国家的长治久安。至于各种消费者组织、消费安全、消费教育、消费信息以及消费者权益保护等等更是消费体制中的重要组成部分。中国消费者协会,每年组织的“3·15”保护消费者权益的活动显示出消费体制的强大生命力。

当前,深化消费体制改革的任务是,进一步调整和完善各种消费关系,改进消费权力在不同层次的配置,建立健全各种类型的消费者组织,充分发挥市场机制、财政机制、法律机制在生活消费中的调控作用,兼顾各方面的消费利益,保障消费者的权益,以促进全面建成小康社会,使亿万人民的生活水平不断提高,生活质量日益改善。在这方面有许多工作要做。本文不可能逐一研究与分析,仅择其要者谈几个问题。

(一)建立和完善各种类型的消费者组织

在市场经济中,一般都实行小政府、大社会的管理模式。大量的社会生活问题并不是政府包办,而是由居民自主管理。千家万户吃、穿、用、住、行等各种消费行为所涉及的具有共性的消费问题只能由居民协商解决。而居民是分散的,其生活消费又千差万别,只有组织起来,形成集体力量,才能去解决消费者面临的诸多困难问题。因此,要大力倡导和成立各种类型的消费者组织。这种组织起着上下沟通的中介作用。一方面,它把政府的要求传达给消费者,使消费者理解有关精神;另一方面,又把消费者的要求反映给政府和有关部门、组织,帮助消费者解决困难问题。消费者组织的这种双重作用,可以化解许多矛盾,有力地促进社会和谐。

改革开放初期,1983年成立了中国消费者协会。这标志着中国的消费者组织正式诞生。截至1986年底,全国有县级以上消费者组织239个,其中165个是1985年成立的。后来,县及其以上的行政单位大多成立了消费者组织。这些组织有的还在开展工作,也有的销声匿迹,名存实亡,总的看来,不太兴旺,远远低于广大消费者的期望值。究其原因,主要在于这些组织太行政化、官僚化,实际上是行政机构,脱离消费者,没有解决好消费者关注的许多切身问题。解决的办法,首先要明确,这些组织只能民办,而不能官办,要从“国家工商行政管理局”中解脱出来,成为民间的“社团组织”,其工作人员除少量的专职者外,绝大部分都是志愿者;其活动经费应多元化,有国家资助、社会捐助等。这种组织只要按章程办事真正为消费者服务,声誉很好,其经费不会成大问题。

(二)大力加强消费的科学指导,提倡消费文明

人类文明的内涵极其丰富,消费文明是其中的重要组成部分。人人都要做文明的消费者。人的每一种行为都应文明。吃、穿、用、住、行,哪一种行为不需要文明呢?可是,在现实世界中,不文明的消费行为却还不少。应广泛开展消费教育,采用各种宣传、教育方式,大力加强消费的科学指

导、弘扬消费文明。

1984年10月12日,《人民日报》第一版登载了这样一条消息:河北省武邑县成立了青年消费引导协会。该报并为这条消息发表了题为《重视生活方式的变革》的评论员文章。同日,《光明日报》、《经济日报》也发表了这条消息和评论员文章。可见,当时对消费的引导多么重视!而今日,我们应该继续发扬这种精神,大力加强消费指导。

对消费进行指导,决不能横加干涉和指责,一定要以群众喜闻乐见的方式实行科学的为群众所接受的指导,切实尊重消费者的自主权和决策权。其中包括:(1)消费的选择权。要有符合各种各样偏好和兴趣的可供选择的商品。(2)消费的安全权。食品、药品、洗涤用品、卫生用品、交通工具、家用电器等要有安全保证。(3)消费的信息权。即对商品知识的充分了解,坚决抵制假冒伪劣商品,反对掺杂使假、蒙骗消费者的行为。(4)消费的反馈权。消费者有权把意见反映给司法机关、政府以及工商企业,有权要求给予赔偿。(5)消费者有权无条件退换商品。总之,消费者是“上帝”,握有商品生产经营者的生杀大权,即以货币的“投票权”行使此权力。

(三)进一步制定和执行有关消费的各种法规

如上所述,消费者的权力是很大的,但是,消费者的不良消费习惯也必须受到国家的法规约束。没有规矩不成方圆。因此,制定和实施有关消费的各种法规,以保护消费者的利益,必然是扩大消费需求长效机制的重要内容。

我国有关消费的专门法规甚少。涉及消费的法规大部分都隐含在工商管理、交通管理等有关的法规中,不便于消费者和消费组织查阅,也没有全覆盖消费领域。鉴于这种情况,为建设法治国家,有必要按照居民消费的基本要素(吃、穿、用、住、行、医以及文化消费中的听、看、说、唱)分门别类地制定和实施有关法规。这是国家法律建设的重要组成部分。在这方面,德、日、法等发达国家有比较成熟的法规,值得借鉴。即使像生活垃圾怎样处理,废旧电池如何处理,这些看起来是小事,其实大得很,都应有专门的法规。法规的可贵之处主要不在如何制定,而在于实行。知法犯法,违法不究,贪赃枉法等行为已严重毒害了社会,再也不能继续下去了。在消费方面亦是如此。在食品中掺杂使假,有毒食品满天飞,已使消费者不敢吃饭了。尽管政府三令五申打击这些不法行为,但效果不佳。主要原因还是执法不严。要充分发挥法律的威严,使违法者胆颤心惊,望而却步。让我们为建设法治国家、法治消费而奋斗吧!

On Speeding Up the Establishment of the Persistent Effect Mechanism of Expanding Consumer Demand

YANG Shengming (National Academy of Economic Strategy, CASS, 100836)

Abstract: Based on the spirit of 18th CPC National Congress, this paper analyzes why we should speed up the establishment of the persistent effect mechanism of expanding consumer demand theoretically, offers policy suggestions of how to speed up the establishment of the persistent effect mechanism of expanding consumer demand and points out that deepening the reform of consumption system is the key point and system guarantee of speeding up the establishment of the persistent effect mechanism of expanding consumer demand.

Keywords: Consumer Demand, Persistent Effect Mechanism, System Reform

责任编辑:晓欣