

# 可持续性消费经济

(两个循环，一个手段)

2004年11月原作 2005年4月修改

## 摘要

消费经济是指“人工”的推动消费。消费经济的目的不在增加消费，而在建立消费与生产的循环互长。消费经济在中国的可行性有以下的结论。

( i ) 消费增加确会带动生产的积极性。( ii ) 生产因素是问题。天然资源的极限不易打破；劳动力素质的培养仍需时日；资本（资金）供应与消费和生产节奏的配合将是关键。( iii ) 生产技术颇有弹性，但技术转移的社会与经济代价颇大。( iv ) 生产结构应可承受消费经济的转向，但也要付出社会代价。( v ) 由于消费模式是仿效西方，部分经济效益难免外泄。

可持续的消费经济必须包括资源循环和供求循环。前者延长天然资源的可持续使用，有赖“消而不耗”的实践。后者保证生产与消费的可持续增长，有赖供求信息沟通。

一个扭转乾坤的实际办法是以“合约使用”去取代“买断、卖断”的交易模式。“合约使用”直接、有机和积极地把消费者和生产者连接起来。通过产品回收，生产者可以集腋成裘地把产品重用、翻新、改造、提升和再造，保证天然资源得到最高效的使用。通过产品的保养、维修、更换、提升和改造，消费水平得以提高，消费成本得以减低。同时，也保证生产者的资金周转，减低资源投入，使供求双方一唱一和地互相增长。宏观层面上，经济周期放缓，升降幅度放轻，经济稳步发展。

最有效的实践办法是政府利用本身是市场大客户的力量，在购买产品和服务时选择“合约使用”模式，值此引发市场的反应。

## 本 文

本文是作者经济三部曲的第二篇。第一篇是“社会主义市场经济是甚么”，第三篇是“经世济民”。

### 前言：

“经济”是分配有限度的生产因素去满足人类无限度的物质追求。以日常的话去说，这就是指如何把有限的天然资源、劳动力和资本用来生产多少的住房、汽车、家具、冰箱、太阳眼镜、高尔夫球鞋、大白菜、水蜜桃、干炒牛河、过桥米线等等巨细无遗的生活所需。“分配”有取舍的意义：多生产某些消费就得少生产别的消费。

市场经济理论认为市场竞争是最好的分配办法，而这竞争是通过市场价格去决定优劣。逻辑是这样的。每样产品（包括服务）的市场动态反映着产品的供求情况（生产者愿意制造多少，消费者愿意购买多少）。求过于供带来消费者的竞争，市价必上升，直升到某一个价位，供求量达到平衡。这价位和需求量代表这产品的最优消费。供过于求带来生产者的竞争，市价必下降，直降到某一程度，供求量达到平衡。这价位和生产量代表这产品的最优生产。因此，当前的市价，就是反映了当前的供求平衡点。如果市场竞争不被干扰，整个价格制度就同时反映和保证了整个社会的最效率

生产分配和最高度消费满足。

## 消费经济可行吗？

消费是人类社会的必需。消费增加有“自然”的，例如人口增加或长期压抑的消费需求突然得到解放（如战争结束后复员）。但是，消费经济是指“人工”的推动消费，例如鼓励人民动用储蓄去增加消费，和发动科技去提升消费素质等。消费经济的目的是想通过增加消费去发展经济。

二十多年来中国的政策方向是想从低收入、低消费走上高收入、高消费。也就是西方的模式（最低限度，是西方模式的理想化）。在进度上，有以下的过程。

1. 有些人先富起来。他们的消费量会增加。
2. 他们的消费增加会带来生产增加。
3. 生产增加会增加就业人数和提高工资。就业增加和工资提高就有更多消费者和更大消费力。这会带动更多的生产。
4. 同时，消费者和消费力的增加也会带来消费选择的追求。要满足这追求生产者就会提升和开拓新消费。这也会带动更新的产品。因此，消费经济的成败有赖消费与生产之间的互相增长。

如果生产追不上消费，短期内消费品价格必上升。如果价格上升刺激生产，价格会回落。轻微的上升和轻微的回落是经济发展的节奏。一唱一和，经济循序渐进地从低收入、低消费转向高收入、高消费。但是，如果生产长期未能追上消费的增加，就会产生通货膨胀，带来两种现象。（i）通货膨胀引发工人加薪的要求（实质上，通货膨胀就是工人的购买力下降）

如果工人的加薪不能追上通货膨胀，他们的消费力也就没有实际增加，因此，也不会刺激生产，经济就不会增长。( ii) 有钱的仍可买得起；籍通货膨胀发了财的更加买得起。但是有些从前买得起的人现在因通货膨胀就买不起了；从前买不起的就更没有希望了。这会使社会不均恶化。因此，消费经济的关键不在增加消费，而在建立消费与生产的循环互长。如果消费未能刺激生产，或者生产乏力追赶消费，又或者增产的经济效益外泄，消费经济就算失败了。

### 1. 消费未能刺激生产

如果生产者得不到消费增加带来的价格上升的好处，他们就不会增产。例如在承包制度或固定合同下生产者所得的回报未能因产品的市价上涨而增加，生产者就没有增产的积极性。

### 2. 生产乏力追赶消费

( i) 生产因素（天然资源、劳动力和资本）短缺，就不能增产。

( ii) 生产技术硬化也不能增产。生产技术的经济定义是生产因素的组合。例如，同一个产品可以使用劳动力密集技术，也可以使用资本密集技术。但如果生产技术因为老化，僵化或政治化而不能变动，增产就有困难。

( iii) 产业结构单调也很难增产。一个多元化的经济体里，每件产品和每个工序会互助互补。但如果经济结构单调，产业的适应力就有限。产品和工序之间不能互相弥补和牵引，增产自然缓慢。

### 3. 增产的经济效益外泄

如果生产者的利润不带来更多的就业、更高的工资，增产也不会带动经济。最明显的例子是外企。它们虽然在发展中国家生产，但它们的经营原则是尽量把利润套出，当然不会积极地为当地人提供就业和提高工资。当地经济也就发展不来。

因此，如果中国要利用消费去带动生产，籍而发展经济，就得考虑五个问题：

1. 生产的积极性
2. 生产因素的投入
3. 生产技术的弹性
4. 产业结构的适应力
5. 经济效益的外泄

这五个问题能否得到解决？

#### 1. 生产的积极性

市场经济的竞争动力来自回报，但回报可以被扭曲，特别是被供求之间的市场“中介”扭曲。[“中介”扭曲可以是商业性的（例如固定的批发、零售合约扭曲了市场价格），也可以是政府（例如定量定价的统购和专卖会扭曲供求规律）。]这样，供求的关系就会出现脱节。像“大锅饭”一样，生产者就不会积极多干。中国的市场制度日趋明朗，价格扭曲日渐消失，生产积极性的问题不大。

#### 2. 生产因素的投入

这是致命。生产因素分三类，自然资源、劳动力和资本（资金）。

（i）中国的天然资源不足是有目共睹。天然资源短缺，首先反映

在资源的价格上。这是世界性的价格，非但影响中国的生产成本，也影响全世界的生产成本。因此，中国消费经济的推展将会被天然资源价格上升拖慢（不能高幅度的增产）。再者，如果中国的消费经济是要建筑在出口贸易的利润上，就有两个相关的考虑。（a）高资源价格会推高出口产品的价格，削弱出口的竞争力或利润，间接削弱国内的消费力。（b）世界性的高资源价格也会影响从西方进口产品的价格。如此，中国赚的钱少了，买人家东西贵了，两者都会影响中国消费经济的持续力。最后，天然资源量是有其极限的，而且存量往往不在使用国的国境内。为此，保护天然资源来源往往成为国际纠纷的导火线，是打仗的事情。

- （ii）劳动力资源可分质和量去考虑。生产高质消费品有赖高质劳动力。目前，中国高质劳动力短缺，短期内难望解决，仍得依靠西方。最明显例子是知识产权。知识来自高质脑力劳动。世贸保护知识产权会带来两种现象。（a）高档消费的生产，要借助人家的高质劳动力，报酬也属人家。（b）中国高质劳动力的培训和成形，必会跟随人家的模式（学人家的东西就自然会走上人家的路线）。成功了，都是直接或间接的推广人家的消费模式，得益最多的仍是人家。人家是高值的知识产权，我们是低值的廉价劳力。因此，成功的消费经济必须有能力带动中国培养的高质劳动力的成长。高质劳动力非但是高值生产的条件，也是高值消费品的顾客。

( iii ) 中国的民间储蓄多，如果不投入经济活动，就是浪费了。

储蓄可用作消费、投产或投机。目前，中国的资金市场很不完善，(特别是证券买卖)。炒卖的多，融资的少。可是，长远来说，中国的资金来源(储蓄)应不是问题。[关于如何打破储蓄与投资之间的瓶颈，我在“社会主义市场经济是甚么”一文中已谈过。]重要的是储蓄用于消费与投产之间必须平衡。最理想的是适量的储蓄投入消费，刺激生产；跟着是适量的储蓄投入生产，满足消费。关键是协调储蓄投入消费和投入生产的节奏：怎样诱发部分储蓄投入消费，再通过市场价格信息吸引其余的储蓄投入生产；然后经由增加生产去增加工人就业和提高工人收入，来创造新的消费，旋转地走上高一台阶的消费与生产循环。理论上，如果消费与生产节奏得宜，投入消费和投入生产的资金都不成问题。“得宜”牵涉到两个层面：质和量——既能满足消费者需求又能配合生产者能力的产品，与及消费者可以支付和生产者可以供应的产量。不然，供求就脱节，经济周期就会加速和加剧，导致生产因素浪费和社会不安。“得宜”有赖消费者与生产者之间信息的沟通。

结论有三。第一，消费经济的极限是天然资源，是不能打破的。科技或可延长资源消耗，甚至发明/采用新资源。但这只是个设想，是没法保证的。更重要的是，如果我们假设仿西方的消费模式是不能，或不应改变，而且在这假设下把我们子孙的未来作赌注去维

持我们的消费，这有点不负责任。第二，劳动力的极限确实可以通过教育和训练去提高，而且是必须提高来维持消费与生产能力的互长。但这是长远的事，而且也很受我们对消费模式和生产模式选择的影响。第三，资本来自储蓄，中国不缺。而且，经济发展中资本是可以创造和积聚，是没有极限的。但资本的运用，尤其是中国要动员的民间储蓄，一定要配合消费与生产的节奏，不然，非但徒劳无功，而且制造经济与社会动荡。

### 3. 生产技术的弹性

在中国，生产技术虽然仍是依赖西方，但企业之间（包括中、外和合资）的竞争剧烈，生产技术不容许，也不容易硬化，对市场的反应很有弹性。但这也是有代价的。每趟技术转移（改进）去增加产量或改变产品，都会影响就业（不能跟上的工人），和废弃资源（不能再用的机器和厂房）。这些是消费经济的代价。

### 4. 产业结构的适应力

中国的产业结构，无论是产业组织，地理分布，供求网络，劳动力的需求和来源，和天然资源的配套，都有其历史因素。新的产业结构也不能脱离这些因素。二十多年的改革开放，加上外资、外劳、外企的加入。去芜存菁，新陈代谢得很快。再经历三趟的宏观调控，产业结构的适应力也变强。但每次适应中被淘汰的也很苦。贫富不均、东西不平、城乡不调的问题确实日深。产业结构的适应力与中国人民的吃苦肯干不无关系。新经济的产业结构底子不深。好处是改变不难；坏处是每次宏观调控都会伤点元气。中国推行消费经



济非但考验产业结构的承受力和转向力，也要付出社会代价的。

## 5. 经济效益的外泄

如果中国的消费经济是西方消费模式的抄袭和扩大，效益外泄会加速加剧。非但如此，由于消费者在中国，生产者在外国（或国内的外资），消费与生产的经济循环就有了缺口。要维持消费与生产循环（这也是经济增长的必备条件）的唯一办法是生产模式（劳动力、资本与生产技术）“中国化”。这也是间接的消费模式“中国化”。但今天，处处要与世界（西方）接轨，“中国化”谈何容易。而且，西式的消费模式和生产模式积习渐深，也改不了。某些消费，由于未被外资支配，也许仍有可为，如密集农业、中药和旅游。但消费经济的效益外泄恐怕难免。可考虑是如何把缺口收紧些罢了。

以上谈的是消费经济在中国的可行性。首先考虑的是消费能否带动生产。结论如下：

1. 消费增加确会带动生产的积极性。
2. 生产因素是问题。天然资源的极限不易打破；劳动力素质的培养仍需时日；资本（资金）供应与消费和生产节奏的配合将是关键。
3. 生产技术颇有弹性，但技术转移的社会与经济代价颇大。
4. 生产结构应可承受消费经济的转向，但也要付出社会代价。
5. 由于消费模式仿效西方，部分经济效益难免外泄。

## 消费经济能否持续？

可持续发展是什么？《我们共同的未来》一书中，“可持续发展”的定义是：“在不危及后代人需要的前提下，寻求满足当代人需要的发展途径。”但怎样才达到这？生态学有所启示。一个经济系统就像一个生态系统，它的发展是从原始走向成熟，从开拓走向持续。

拓荒期的“工业经济”是这样的。

1. 量的增长。
2. 增长率迅速。
3. 产业类型少而简单；少数的产业支配其他产业。
4. 产业竞争，绝少“互长”的情况（互相扶持的增长）。
5. 产业生命周期短而简单。
6. 生产因素使用效率偏低。
7. 生产因素的使用快速、单向。
8. 生产过程中资源的流量大，渠道简单，流向成直线。
9. 废弃产品的资源重用或再生不被重视。
10. 经济结构松，规律也松，效益流失大。
11. 经济稳定性易受外界干扰。

成熟期的“生态经济”是这样的。

1. 质的增长。
2. 复杂的反购系统控制着增长率。
3. 产业类型多样；产业之间相对平等。

4. 产业合作，很多“互长”的情况（互相扶持的增长）。
5. 产业生命周期长而复杂。
6. 生产因素使用效率高。
7. 生产因素使用循环缓慢和成圆线。
8. 在生产过程中资源的流量较少，渠道多样，流向成圆线。
9. 废弃产品的资源重用或再生被重视。
10. 经济结构紧，规律也紧，效益流失少。
11. 经济稳定性不易受外界干扰。

“生态经济”的特色就是产业多样化，产业之间合作互长，产业结构紧密，经济周期长而稳定，生产与消费（供与求）之间多渠道反馈，资源高效使用、重用与再生。归纳出来是两个主题：天然资源的可持续性使用，和生产与消费的可持续性增长。

### 天然资源的可持续性使用

凡生物一定要消费，但消费不一定要消耗和浪费。消而不耗，才可持续。

中国目前处于开拓期，离成熟期尚远，但端倪已现。中国要行消费经济，就要首先明白绝不能模仿西方（无论是有意、无意或被迫）。否则，是条死路。西方社会已觉察它们现在的消费模式（消耗式和抛弃式的消费）和生产模式（建筑在无限和廉价资源基础上的生产）是不可能持续的，想转向到“生态经济”。但它们已经泥足深陷，积习难改。

且看天然资源在生产和消费间的旅程（以电脑为例）。生产者购买天然

资源（如塑料、贵金属等），用在生产过程上和放在产品中，然后把产品卖给消费者。电脑坏了或过时了，消费者就把它作为日常垃圾抛弃（政府要找地方安置）。政府或会把废弃电脑当作特殊垃圾来收集，集中处理，或转卖给资源再造商。也可以由消费者直接卖给资源再造商（由收购贩逐户收购，或由消费者带到收购处）。可是，在处处讲求功利和方便的消费社会，哪有消费者会把一台过时的电脑老远地拿到再造商收购处，换取一点可能比交通费还要少的钱；或专程带到政府的特别垃圾收集站，连交通费也要自己付。至于上街逐户收购的收购贩，都是小本经营，起不了大的作用。

再造商收购得来的，或间接从政府垃圾处理站买来的废弃电脑，一般是拆散配件转卖给电脑修理商（但消费经济的文化是用完就扔，坏了就换，“修理”越来越不合潮流了），或溶化和提取天然资源，如塑料，贵金属，去卖给资源商。无论是政府，再造商或收购商，整个“资源再造”产业的结构是为了要从无数的小消费者手中收集或收购废弃的产品，集中起来，从中提取有用的天然资源再转卖给资源商。这产业的运作原则是：

1. 原材料来自垃圾（对消费者没有价值的东西）。
2. 垃圾的个别来源是细小和分散的，需要集中起来才有经济价值。
3. 垃圾的唯一价值是它内含的天然资源。
4. “资源再造”产业的专长是提取（再造）资源，不是再用资源。资源怎样再用是别人的事情了。

对他们来说，废弃电脑是有价值的垃圾，因为从中可提取塑料和贵金属。但仍然是垃圾，与其它含有塑料和贵金属的垃圾，如废弃的手机、电视，是没有分别的。同样，他们也不会分开将从电脑中提取的资源卖给电

脑厂家；从手机中提取的资源卖给手机厂家。对他们来说资源就是资源。怎样使用不管。他们只是从垃圾堆里粗略地提取资源，绝对不是做消费与生产之间资源循环的媒介。他们并不在乎，也没有能力去考虑这些废弃电脑的重用、翻新或改造将会节省多少资源。要达到“真正”的资源循环就需要电脑消费者改变“用完就丢”的消费行为，也需要电脑生产者改变“卖出就了”的交易模式。

目前，“资源再造”只是资源循环使用中一个很小的环节，但以上对这个产业运作的分析带来一个重要的启示。消费是分散的，生产是集中的。消费与生产之间的资源循环需要集腋成裘。这有赖打破消费者“用完就丢”，生产者“卖出就了”的交易模式。

## 生产与消费的可持续增长

消费与生产的供求节奏构成经济周期。经济周期（供求周期）反映出消费与生产的物质和心理层面。

每件产品从生产者的筹划、投产、推销，到消费者的接受、追求、厌倦，再到生产者的减产、清存、创新，都需要时间，需要投入。这是供求运作的物质层面。消费者与生产者都是“跟风”的多。这造成一窝蜂的追求，一窝蜂的投产，一窝蜂的厌倦，一窝蜂的脱产。这是供求运作的心理层面。心理与物质往往是背道而驰的。心理变化是瞬息的，物质变化是有时空限制的。两者不连接是供求周期的成因；两者的脱节程度与供求周期的频率和幅度成正比。

消费经济有赖多销售。要多销售就得不断创新，用完就丢，追求时尚，

不断提升和不断提高消费底线。这些都会加速供求周期的频率和加剧供求周期的幅度。逻辑如下。

1. 消费急速增加，求过于供。消费者兴致勃勃，争先恐后抢购，夸张了需求的升幅。
2. 供不应求会启动增产。投资增产需要时间。首批增产者货如轮转，其他生产者不甘落于人后，纷纷投资增产，推升了供的升幅。
3. 消费开始饱和，但投产却陆续上市。很快地，供过于求。消费者兴致阑珊，人人举步不前，夸张了需求的降幅。
4. 增产继续，存货积压。供求的差距日益扩大；生产者的亏损日益加深。减产、停产甚至破产，生产者但求脱身，加深了供的降幅。
5. 供不应求重现（包括新产品登台），周期重复。

每一周期，都始于求过于供，终于供过于求。过程中一定有若干资源与资金被浪费，也带来一定的社会不安（特别是就业问题）。但这也是市场经济的必然现象。如果周期的频率缓和，幅度轻微，供与求的步伐（大、小）与旋律（快、慢）一唱一和地把社会从低收入、低消费带到高收入、高消费，也实在是消费经济的理想。

若是供求周期的频率速、幅度大，社会与经济的损耗也大。甚至周期翻不过来，经济发展中断，社会动荡。那就不值得了。消费经济的供求节奏（步伐与旋律）必须配合，才可以持续增长。供求循环的和谐与畅顺有赖消费者与生产者的信息沟通。[如果有金融中介加入，消费者与生产者的信息沟通问题会更严重。（注）]

## 一个手段

资源循环与供求循环都需要把消费者行为与生产者行为有机地紧密结合起来。在现今的市场制度下，有两个相连的瓶颈：交易模式和供求信息。其中，交易模式是关键。

现在的交易（买卖）模式是大部分的产品买卖，无论是一次付款还是分期付款，都是“买断、卖断”。生产者把产品卖给消费者，银货两讫。生产者把产品卖出收银后，与产品和消费者的关系就了断。消费者把产品买来付款后，与生产者的关系也是了断。

这种“买断、卖断”的交易模式（i）中断了消费与生产之间的资源循环使用；（ii）夸张了供求周期频率和幅度。

消费经济中产品日新月异。消费者力追时髦，生产者力求创新。因此，消费经济的发展一定会强调享受。而且，这享受一定要是短暂的，不断有更高、更新的享受去追求。否则，如果每件消费品的享用价值（相对于层出不穷的新消费）永不下降，哪来增加消费？

产品享用完或是消耗尽，不是废就是弃。因此，在“买断、卖断”的交易模式下，消费者手里“拥而不用”的废弃消费品越来越多，积压着大量可重用和再用的天然资源。消费者付的买价，肯定包括这些资源在内。他的享用是短暂的，但他却支付了，及永远地拥有和冻结了这些对他绝无享用价值，但是对社会极有生存价值的天然资源。同时，因为越多资源被冻结，生产者就要付越高的代价去买新的天然资源来维持生产。这肯定增加生产成本，影响经济增长。

资源循环使用是可持续性消费经济的必须条件。那么，如何打破“拥

而不用”的资源积压？打破“短暂享用，永久拥有”的交易模式？答案是，如果是“短暂享用”就只需要“短暂拥有”。租、赁、借等都是合约化的短暂享用。因此，最适合“短暂拥有，短暂享用”的交易模式是“合约使用”。

在资源循环和供求循环的前提下“合约使用”的意义如下：短暂享用就无需永久拥有，享受完不用废弃，消耗完再可以还原，只需把享用完的产品交回生产者，或由生产者收回就得了。这保证资源循环。同时，在“合约使用”的交易模式中消费者不用买断那些积压的资源，他们付的消费代价也跟着降低了，他们的消费能力也就跟着提高了。这肯定会提高经济增长。“合约使用”更保证消费者在合约中享受产品的保养、维修和提升。这会大大增加消费兴致。享用完又不用处理废物，把产品交回生产者就得了，这对消费者也方便。还有，通过“合约使用”，按期付费，他们可以真正的一边收入，一边消费，无需求助金融中介和抵押未来。因此，“合约使用”有助消费增长。

消费者按合约期限享用产品，期满把产品归还生产者。这办法将会同时满足可持续性消费经济的两个条件，(i) 有机性的资源循环（天然资源可持续使用）；(ii) 有机性的供求循环（生产与消费可持续增长）。

“合约使用”不是新的交易模式，特别在社会主义的产权意识下应该容易被大众接受。当然，不是每种消费品都可以采用这种交易模式。但是，吃饭、看戏，甚至坐出租车，都可以有套票，月票的安排。这些都属“合约使用”。买房、买车、甚至去旅行都可以分期付款，这些也属“合约使用”。从供求循环的角度去看，“合约使用”可用于任何种类的消费。在资源循环的角度去看，“合约使用”比较适宜用于可以重用、翻新和改造，或品味与



素质瞬息万变，不断提升的消费品上，如电脑、手机、家电等。当然也要考虑消费者的心理。很多人不认为住房、汽车是消费，视为财产，必须拥有。因此，“合约使用”要因时制宜推广。

合约内容可包括生产者的责任，如保养、维修、更换、提升、回收；消费者责任，如使用规则，交回协议、转让手续、损坏补偿等。使用费可以一次付清，固定期付费，不固定期（按保养、维修、提升需要）付费等。合约期可以是时间性（一周、一月、一年、十年或某年某月到某年某月等）；产品性（直至下一代产品上台、下趟提升、下个花式等）；或消费意图（享用完了，想更换了，想提升了等）。

## 资源循环

“合约使用”产品用完回收，生产者有积极性去循环资源使用，理由如下：

### 1. 重用

对某些消费者来说，产品交回给生产者只是因为他已经享用够了，或者合约期限到了又不想续约。这并不表示产品已经完全没有享用价值。对某种类型的消费者（特别是收入较差，追求时尚较慢，或享受要求较低的消费），或某处地方的消费者（特别是消费能力较低，消费信息较慢的地方），这产品可能仍有很大的吸引力和享用价值。因此，只要价钱合适，产品仍会有销路。对生产者来说，回收产品的重用是差不多无本生利的生意。

### 2. 翻新（包括再装和补充）

翻新是成本最低的生产方式。非但资源可以差不多完整的循环，劳动力和资本的投入也低。虽然翻新产品的卖价会低于全新产品，但仍是本小利大的生意。

### 3. 改造与提升。

(i) 这比全新产品的成本较低。因为这是针对性和局部性的加、减或修改（不然就是新产品），资金、资源和劳动力的投入都比新生产低。对生产者来说，改造与提升也是本少利大的生意。

(ii) 它打通了生产者和消费者之间的信息渠道——消费者需要什么？生产者可提供什么？生产者非但可得到消费信息，更可以利用改造与提升的承诺去建立顾客的忠心。

### 4. 再造。

如果产品不能重用、翻新或改造，生产者仍可在回收产品中抽出可供使用的资源，投入新生产。这会减低生产成本，也保证资源来源（在资源短缺的前景下这将很重要）。当然，如果不成，仍可以把废弃产品卖给专门的资源循环再造商。

“合约使用”也同时解决在市场经济中资源循环所需的“量”的问题。单一个消费者（无论是个人还是企业）的消费量有限，废弃量也是有限，不足支撑有经济价值的重用、翻新、改造和废物处理。消费者之间也不可能组织性地去收集处理和利用废弃的消费品。“合约使用”是个集腋成裘的机制——集合足够的量去创造有经济规模的重用、翻新、改造和废物处理。“合约使用”规范消费者必须按期交还，生产者必须依约回收。这样，

生产者就可以预先知道回收的时间和数量，更高效地循环资源。

## 供求循环

生产与消费的供求节奏（经济周期的频率和幅度）支配消费经济的可持续性。节奏太快和幅度太大都会阻碍经济发展和制造社会不安。节奏协调的关键在于沟通消费与生产的供求信息。“合约使用”可以作出很大的贡献。

1. 消费者会积极提供信息给生产者，理由如下：

(i) 在合约期内，生产者要依约保养、维修、或更换。消费者为了维护自己的权益，有损坏必定通知生产者。这给生产者监测产品素质（消费者对品质要求的上限和下限）带来准确的信息。生产者就会按照这些信息去改良产品，这是“对应式”的供求唱和，一步一步地提高消费与生产的水准。

在“买断、卖断”的交易模式下，消费者没有机会，也没有积极性，去把他们对产品的评价告诉给生产者。生产者要等到产品卖不掉时，才知道产品的品质出现问题，再改良已经是太迟了。投入生产的人力和物力也浪费了。如今，通过有机和适时地沟通消费者对产品的评价和生产者对产品的改良，“合约使用”维持了产品供求的稳定。宏观的经济周期也因此变得顺畅。

(ii) 合约期内，生产者要依约提升或者改造。消费者为了维护自己的权益，一旦知道有更先进的产品（先进产品可以是合约

生产者出产的，也可以是别的生产者生产的)必定会要求生产者提升或改造消费者手头上的产品。这给生产者监测消费行为(消费者追求时尚的方向和速度)带来准确的信息。生产者就会按照这些信息去开发产品。这是“渐进式”的供求唱和，一步一步提高生产与消费的质与量。

在“买断、卖断”的交易模式下，消费者没有积极性和机会来把他们对新产品的追求告诉生产者。生产者要等到消费者买新的产品或者光顾别的生产者才知道自己出产的东西已经落伍。要追赶就已经太迟了。如今，通过有机和适时地沟通消费者的新追求和生产者的新发展，“合约使用”协调了产品供求的增长。宏观的经济周期也因此变得和顺。

2. 生产者也会积极提供信息给消费者，理由如下：

- (i) 生产者要维持顾客的忠心，一定会依约保养、维修和更换。消费者既有保证就不会变心。
- (ii) 生产者要开拓市场，一定会依约提升或改造。消费者的追求得到满足，便乐于继续光顾。生产者也就是会安心地投资提升和创新。

通过“合约使用”，供求双方直接、积极和有机地交流信息。消费者把需求的信息交给生产者，生产者就会按照需求去调节生产。生产者把创新的信息交给消费者，消费者就按照这些新意去调节消费。这不是替代市场竞争，而是拓宽和加深竞争的意义。“合约使用”比“买断、卖断”更能淘汰服务差和反应慢的生产者，和约束无度和妄求的消费者。就是因为供求

信息直接和有机性，生产者对消费者需求的质和量，与及消费者对生产供应的质和量，都不用太多揣测，也不会太多投机。因此生产和消费过热和过冷的情况就会减少。供求（通过信息交流）的循环培植了消费经济在质和量上按部就班的持续发展。

在“买断、卖断”的交易模式下，很多消费者不能一次付清，就得贷款，分期偿还。从消费者的角度去看，这与“合约使用”的按期付费，有相同的地方：都是一边享用、一边付钱，过期不付，就被收回。但也有不同之处。如果是贷款消费，还清本利之日，产权就归己；如果是“合约使用”，产权永属生产者。

可是，在“买断、卖断”的交易下，消费者往往需要贷款消费。贷款就要纳息，增加了消费成本。而且本利清还，产权归己之日，产品已旧，享用价值大不如前。如果产品失去享用价值，拥有产权非但没有意义，而且更要处理废物。相对地，“合约使用”非但降低消费成本（产品不用一次买断，消费者就无需向金融中介贷款，也就不需要纳息了），更有生产者保证维修、保养和提升，产品的享用价值就不断持续下去。当然，如果消费者把产权放在首位，就会选择“买断、卖断”。如果消费者把享受放在首位，就会选择“合约使用”。从政策角度去看，要发展消费经济就要强调享受，不是强调拥有。因此，应尽可能在更多的消费领域中推行“合约使用”。

对生产者来说，“合约使用”交易下，消费者按期付费，保证了生产者的现金周转。生产者可以按现金的流转去调节生产，提高了资金的使用效率（同时提高配合资金的劳动力和天然资源的使用效率）。现金周转有了保证，就增强生产者融资增产的实力（生产者的现金周转情况是投资者决定

投资与否的主要考虑),使他更有能力去控制消费与生产的周期(包括产品的改良和提升)。宏观的意义是经济周期频率放缓,幅度减低。

有人会说,“合约使用”或会增加“交易成本”,加重生产者和消费者的负担。这是可能发生的事情。与“买断、卖断”的交易模式比较,“合约使用”会增加物流、收发、资讯等的成本,但也会节省许多宣传、包装的成本。因此,很难说哪种模式的交易成本高些。应该是差不多。更重要的是,如果消费者可以任意选择“买断、卖断”或“合约使用”,那么,这两种交易模式就发生竞争。结果得益的是消费者。因此,在中国的市场经济中引入“合约使用”交易模式是百利而无一害的。

## 政策支持

“合约使用”的好处虽然多,但有些消费者仍是把产权放在第一位(永久拥有),有些担心生产者不遵守合约提供服务。消费经济的目的是增加消费者的选择,包括交易模式的选择。国家政策须同时容许“买断、卖断”和“合约使用”,但可鼓励“合约使用”。国家政策必须保证“合约使用”中消费者的权益。如果管理谨慎和宣传得宜,“合约使用”对消费者和生产者的好处会远超过“买断、卖断”。从宏观经济的角度去看,“合约使用”的消费推动力也远超过传统的“买断、卖断”。而且,“合约使用”很配合社会主义的公平与合作意识。

目前在西方“长周期”的消费(如住房、汽车、冰箱等)大都是通过金融中介以抵押和分期付款的形式去“买断、卖断”的。(虽然也有“交换”,如旧汽车、旧冰箱可以由生产者买回。但这不是“合约使用”下的规定回

收，而是个别生产者招揽顾客的噱头而已。)“短周期”的消费(如电脑、手机等)才有多些“合约使用”，但仍是“买断、卖断”居多。只有企业消费才有大量采取“合约使用”，(企业消费种类很多，从复印机到汽车，甚至飞机)。企业消费固然重要，个人(包括家庭和团体)消费才是经济主体。如果要推广“合约使用”就得从个人消费着手。

其实，“合约使用”可用于任何产品。举例来说，住房的经济寿命虽然很长，但住户对住房的要求(无论是面积、区位或设备)都会随着住户成员的人数、年纪和关系的变化而改变。如果是“买断、卖断”就很难适应这些改变，除非是把住房卖掉，再买新房子。对很多人来说，这是浪费和麻烦的事情。但如果是“合约使用”，而生产者又能提供多种不同面积、区位和设备的住房，供住户选择和更换，那就更能满足住户们在不同时期的不同需要了。当然，有很多人仍会对“合约使用”不大放心，或者他们把住房视为“资产”。因此，要推行“合约使用”住房就得建立明确和严谨的法律规范去保障住户的权益。也要考虑消费者的心理和能力，去增强他们的信心和信任(例如，住房的“合约使用”可以效仿抵押。住户交满若干期使用费后，可以永远使用，包括更换和提升，直到户主去世，到时又可以重新订约)。

“合约使用”不限于产品，而限于消费者——抱着“不求天长地久，但求曾经拥有”心态的消费者。国家应因地制宜，按不同的消费者类型去制定合度的“合约使用”消费者权益保障。

要保证资源循环，“合约使用”还要配上环保政策。享用完或消耗尽的产品经生产者回收后仍需要消化、再造和再度投产。这要有适度的赏、罚

政策去支持和推动。可考虑以下。

1. 优惠资源循环使用
2. 加征新资源投产税
3. 开拓资源再用市场
4. 资助和推广资源循环使用科技
5. 加强垃圾管理（不准工业产品如电视、手机、自行车混入一般市政垃圾场）。这是环保的底线。

其实，最有效和最简便的方法去开启“合约使用”还是通过政府利用其自身的运作去发挥带头作用。政府是市场上的大主顾。如果各部委、国企和各层政府在市场上购买产品和服务时优先考虑采用“合约使用”的交易模式，那么，一定有很多供应者会迁就政府的选择。当其他消费者和生产者见到这个交易模式的诸多好处时，他们也会往这方向走。当然，不是所有的市场交易都可以、或适宜采用“合约使用”。但增加市场选择永远是好的事情。这比任何行政手段或直接投资高明得多。利用市场经济竞争逻辑去倡导“合约使用”是本小利大的杠杆手段。

## 结语

消费经济是以多消费去带动多生产，籍此循环去把低收入、低消费的中国经济带上高收入、高消费的西方经济台阶。

西方消费模式与生产模式确实是不可持续的：资源消耗越来越无法弥补，经济周期越来越失控。消费的英文是 consumption。它的一个意义是痨病，患者终会筋疲力尽而亡。中国要行消费经济，只可以是暂时之策。



希望籍此刺激人民动用储蓄去消费和投产，把不可持续的“工业经济”提升上可持续的“生态经济”。

可持续的消费经济必须包括资源循环和供求循环。前者延长天然资源的可持续使用，有赖“消而不耗”的实践。后者保证生产与消费的可持续增长，有赖供求信息沟通。一个扭转乾坤的实际办法是以“合约使用”去取代“买断、卖断”的交易模式。“合约使用”直接、有机和积极地把消费者和生产者连接起来。通过产品回收，生产者可以集腋成裘地把产品重用、翻新、改造、提升和再造，保证天然资源得到最高效的使用。通过产品的保养、维修、更换、提升和改造，消费水平得以提高，消费成本得以减低。同时，也保证生产者的资金周转，减低资源投入，使供求双方一唱一和地互相增长。宏观层面上，经济周期放缓，升降幅度放轻，经济稳步发展。

消费经济有点像“火中取栗”，报酬高，危险性也大。二十多年来，世界大部分地区都解决了温饱问题。“饱暖思淫欲”。欲是官能的满足；淫有泛滥之意，也就是无止境的官能享受。这也是消费经济的动力。

社会追求享受，商人鼓励消费，于是就产生一种喜新厌旧的消费文化。它由四个特征：(1)崇尚奢华和炫耀，奢侈品迅速变成必需品。(2)消费口味日新月异。商人和社会精英分子不断创新，普通民众一窝蜂的去跟随。(3)追求方便。产品被设计得不容易维修，换了就要扔掉。(4)追求时尚。产品被设计得容易过时，但又难于翻新或升级，瞬间就落伍。

消费文化造成消费文明——以消费能力来衡量社会价值的文明。价钱越高的消费品越有社会价值；消费能力越高的人越有社会地位。社会大众

关注的是“这值多少钱？”（有没有用倒无所谓，反正值钱的东西一定有用）和“他赚多少钱？”（钱怎样赚来倒无所谓，反正有钱就被人尊重）。

人是消费的动物。问题不在消费，而是怎样超越物质享受的追求去发挥人性的全面，去协调人和人的关系，人和自然的关系。社会主义市场经济是个大胆的尝试。有人说这只是个空口号。我认为它不但符合中国的历史进程，而且是道德的，因为它肯定经济的社会性并填补资本主义的自我和功利；是理智的，因为它适合中国的需要、能力和条件，并且它对世界持续发展有重大的意义。

经济，实在是“经世济民”。它超越窄意的生产资源分配和庸俗的官能满足。饱暖不一定要“思淫欲”，也可以“知荣辱”，“张四维”。在中国受西方文化与文明冲击之际，经世济民的理论和实践，仍待探讨。

### （注）

消费者要贷款消费，生产者要融资生产，就得求助金融中介（包括银行、财务公司等等中介，也包括信用咭、抵押、透支等等方式）。金融中介也有其运作的原则。

1. 产品畅销，反映消费者愿意多付，包括付贷款利息。金融中介自然乐意多借。这间接夸张了需求和市价的升幅。
2. 产品畅销，生产者想融资增产，金融中介见市道好，自然乐意多借，甚至投资入股。这间接催谷了供的升幅。
3. 消费饱和，消费者踌躇不前。生产者降价吸引消费，金融中介降息吸引消费贷款。这隐昧了市场供求的真相。延长了好市的幻象。
4. 稍后，市道不好，存货积压，金融中介担心生产者无力还款，一方面收紧尚未借出去的钱，一方面催还已借出去的钱。这加剧了生产

者的困难，也加速了他们的崩溃。

5. 生产者破产，金融中介按合同接收产品。但金融中介并不懂搞生产，得物无用，贱价变卖。加深了市场的不景和社会的不稳（包括失业工人问题）。并浪费了投入的生产因素。

供求周期的前半段是供不应求。金融中介追求回报的行为使供和求都超高，并延长了好市的现象。周期的后半段是供过于求，金融中介保护投资的行为加速生产的崩溃和延长了市场的不景。金融中介的投机性强，他们是制造经济泡沫和刺破经济泡沫的能手。无论是有意、无意，金融中介分隔了消费与生产之间的供求信息。它们推波助澜，加速供求周期的频率和加深供求升降的幅度。为此，要恢复供求信息的沟通有赖减低金融中介扭曲供求的实况。