

# 现阶段我国居民消费心理浅析

孙 义 云

消费心理决定消费行为。在社会主义商品经济条件下，认真研究消费者的消费心理，生产出更多更好符合人们消费需要的消费品，不仅有利于企业的生存和发展，同时也有利于人们消费水平的不断提高。

当前我国经济面临的一个矛盾是：一方面，市场疲软；另一方面，居民手中又有过量的结余购买力。如何解决这一矛盾，固然有多种途径和措施可供选择，但认真研究现阶段我国居民的消费心理，有针对性地制定出开拓市场的有效措施，应当说对于启动我国市场，尽快摆脱经济困境，有着重要的现实指导意义。

## 一、现阶段我国居民消费心理的主要特征

消费者的消费心理，除了受气质、性格等遗传因素的影响外，还要受消费者所处的政治、经济、文化、地理环境、民族、团体等客观因素的影响。而经济因素中的社会生产力发展状况和货币收入的多寡，则更直接地影响着消费者消费心理的形成、发展和变化。十一届三中全会后，我们党把工作的重点转移到社会主义现代化建设上来，坚持对内搞活，对外开放的方针，在经济上取得了举世公认的成就，人民的收入水平有了较大的提高，我国居民的消费心理也相应发生了明显变化，呈现出以下几个主要特征：

### 1. 讲究实惠的心理

党的十一届三中全会坚决纠正了长期存在的“重生产、轻消费”的错误倾向，居民的收入与过去历年相比，有了显著增加。但是，我们必须客观地看到，我国人民的收入水平还是很低的。1985年全国居民平均消费水平不过407元，每月不足34元；而农民更低，每月不足27元<sup>①</sup>。有限的收入和勤俭持家的光荣传统，使我国居民形成了讲究实惠的消费心理。具有这种消费心理的消费者，在购买商品时，虽然也要对商品的外观、款式、颜色等进行比较，但他们更注重商品的实际利用价值。同时，对商品的价格尤为敏感，力求用较少的钱购买到更多更好的商品，使有限的收入能够最大限度地满足自己的需要，即企求消费效益最大化。因此，价格相对低廉的商品，往往是他们购物时首先选择的对象。随着经济发展和人均收入的增加，人们对商品外观、款式、颜色、装璜等外在质量也越来越重视。但是，由于我国社会生产力水平短时期不可能有很大提高，人均收入低的情况也不可能很快得到改变，因此在一个较长时期内，“讲究实惠”仍将是我国居民主要的消费心理特征。针对这种心理，生产

部门一方面要注意提高产品的质量和多用功能，另一方面要努力降低成本，薄利多销，以满足广大消费者的实际需要。切忌脱离消费者的购买能力，盲目大上高档产品。

## 2. 追求新、美的心理

长期以来，由于我国实行“低收入”政策和“左”的思想影响，人们的消费处于一种压抑状态。随着改革开放的不断深入和发展，人们长期被禁锢的思想得到了解放，居民的收入也有了大幅度增加。同时，对外交流的扩大，又使发达国家的消费方式在我国居民中产生了很大影响。人们的消费不再停留于“吃饱穿暖”的低水平，而是逐渐向多样、新颖、美观的方向发展。追求新、美商品已成为我国消费者，特别是青年消费者的普遍心理。在现实生活消费中，新颖别致又具有艺术性的商品，即使价格较高，实用价值并不大，购买者仍很踊跃，十分畅销。价格虽然低廉，但款式陈旧，包装粗劣的商品，则很少有人问津，成为滞销商品。其原因在于，新产品给人一种新奇感、时髦感，容易激发消费者“尝试消费”的欲望。而“美”对人们来说则是一种精神享受，使人的审美情趣得到满足。消费者追求新、美的心理，将在经济不断发展和居民收入不断增加的前提下逐渐强化。因此，生产部门在产品的设计过程中要力求做到新与美的有机统一。同时，要充分考虑到“新”和“美”的时间性。任何新产品，经过一段时间后，都会变得过时与陈旧。所以，生产部门一定要防止产品几年、甚至几十年“一贯制”，不断设计和推出更新、更美的产品，以满足市场的需要。

## 3. 保值心理

如前所述，现阶段我国居民的收入还十分有限，作为消费者不仅会顾及到近期消费的需要，而且还必然要考虑到中长期消费以及突发性消费的需要。因此，居民在保证基本生活消费的前提下，会尽可能把余下的钱积蓄下来。在物价稳定的情况下，居民的保值心理不甚突出。由于近几年物价连续上涨超过了居民的心理承受能力，造成了居民的恐慌感，保值心理迅速强化。这时，消费者尽管收入有限，还是力求尽可能增加储蓄。当他们感到储蓄也难以保值时，就会产生购物保值的心理。1989年城镇居民人均收入比1988年仅增长4.9%，远远低于1984年至1988年每年增长15.8%的速度，农民的人均收入也比1988年低11.3个百分点，与此同时全国零售物价又比1988年上涨了17.8%，但是，由于银行采取了提高存款利率，实行保值储蓄，有奖储蓄等措施，到1989年11月底居民储蓄存款达5021亿元，比1988年同期还增长了36.2%<sup>②</sup>。这一事实，突出表明居民保值心理的强烈。1988年的“抢购风潮”中，消费者从几分钱一盒的火柴到价值几千元的钢琴、进口手表、金玉制品等，无不争相购买。北京隆福大厦3000元一只的瑞士手表，一上柜台就抢购一空，有位顾客一次就买了三只，<sup>③</sup>反映出居民强烈的购物保值心理。随着市场商品供应量的增加和物价的基本稳定，居民的购物保值心理将逐渐淡化。但受前几年物价上涨过快的影响，居民对通货膨胀的预期心理还会存在。节制消费，增加储蓄，以求货币保值的心理还会有所强化。因此，一方面，国家要采取积极有效的措施，调整利率，调整产业结构和产品结构，增强企业活力，努力增加具有时代感和符合居民收入水平的消费品供应市场，促进货币的商品回笼；另一方面，物价管理部门要采取坚决果断的措施，制止乱涨价、变相涨价、搭车涨价等现象，保持物价的基本稳定。

## 4. 仿效同步心理

每一个消费者总是生活在一定的社会关系中，受职业、年龄、环境等因素的影响，他们总是隶属于某一个“生活圈子”。因此，消费者的消费支出不仅受自身收入的限制，而且受

所属生活圈子其他消费者的影响，这就是消费的示范效应。由于人均收入多寡不同，消费者的消费又必然有高中低层次之分。具有仿效同步心理的消费者，总要尽可能调节自己的消费方式，使之与所属生活圈子的消费行为保持协调。别人买了什么样的商品，也跟着去买什么样的商品。高收入层次的消费方式，又往往成为中低收入层次消费者追求的目标而竞相仿效。近几年来，居民的仿效同步心理在购买高档耐用消费品问题上表现特别明显。1986年城镇居民平均每百户耐用消费品拥有量，高收入户有电冰箱14.11台，中收入户有9.83台，低收入户有7.47台；彩色电视机分别为37.76台，25.31台，17.47台；立体录音机分别为30.75台，23.69台，17.41台；洗衣机分别为63.04台，60.56台，49.84台<sup>④</sup>。可见，在仿效同步心理的影响下，不仅中收入户耐用消费品的拥有量与高收入户相差不多，就是低收入户与高收入户相比，相差也不悬殊。在社会主义制度下，随着社会生产力和商品经济的发展，人们消费需要的满足程度会不断提高，仿效同步心理也将会长期存在。消费者这种心理有利于缩小消费者之间在消费水平上的差异，推动社会整体消费水平的提高。

### 5. 企求消费效益最大化心理

由于现阶段我国居民的收入水平较低，要添置一件高档耐用消费品十分不易。如，彩色电视机和电冰箱，一般价格要1000元以上，而我国城镇居民家庭人均收入1985年为821.4元，扣除生活消费支出732.4元，仅能储蓄89.16元，按家计调查平均每户家庭人口3.82人计算，一年可积蓄额340.59元。按此计算，一户家庭要购买一件高档耐用消费品，必须储蓄三年以上<sup>⑤</sup>。加之高档耐用消费品维修不便和维修费用较高，消费者必然特别注意消费效益，企求消费效益最大化。并把选择的目标集中在名牌产品上。名牌产品之所以为广大消费者所青睐，在于它的质量好，生产技术水平高，不合格的概率比其它同类商品低。购买名牌产品这对于收入有限，又缺乏对选购商品有关知识的消费者来说，是一条提高消费效益的捷径。因此，出于对名牌产品的信任，消费者就会产生“非此牌不买”的心理，即使名牌产品价格高些也不过多计较。如果名牌产品暂时缺货，消费者就会暂缓消费而持币待购。当前，我国居民中出现的追求发达国家高档消费品的现象，其原因与追求国内名牌产品的心理大体相似。当然，也应当看到在现时生活中，追求消费效益最大化的心理又同一些消费者的自尊心理、虚荣心理联系在一起，即通过对名牌产品的选择和拥有，借以表现自己的某种优越感，以期带来其他消费者的羡慕尊重。居民收入的不断增加，对消费品在数量和质量上都会提出更高要求，企求消费效益的心理也将不断强化。生产部门应该采取切实可行的措施，努力增加名牌产品的产量，以满足市场的需要。同时还应该积极组织技术力量，争创新的名牌产品。在处理国内产品和国外产品的关系上，一方面，国家要限制国外高档消费品的进口，以免冲击国内刚刚发展起来的民族工业，对一时还不能解决的技术和元件问题，也应把引进和改造创新相结合，尽快实现国产化；另一方面，努力提高国内产品的质量，加强经营管理，提高服务质量，以赢得广大消费者的信任。

## 二、现阶段我国居民反常消费心理的表现

长期以来，我们采取了“重生产、轻消费”，甚至压抑消费的做法。自50年代中期开始，对居民所需的消费品基本实行凭票供应，消费者没有消费决策权和自主权。十一届三中

全会后，一方面，消费者在很大程度上有了一定消费决策权和自主权；另一方面，国家又从归还生活方面的“欠帐”出发，加快了改善人民生活步伐。长期被压抑的消费开始迅速膨胀。人们急于改变低消费的思想与片面主张“刺激消费、鼓励消费”的宣传相呼应，形成了前所未有的“消费热潮”。在这股超越了我国社会生产力实际的“消费热潮”的冲击下，我国居民中产生了一些不正常的消费心理。主要表现在：

### 1. 短期行为心理

改革开放活跃了经济，增加了居民收入，消费开始由保守型转向开放型。部分居民在迫切要求提高生活水平思想的推动下和市场商品供应增加的吸引下，消费无计划的短期行为心理暴露出来。而消费支出面过窄，购买力过于集中又助长了短期行为心理的强化。据有关部门计算，城镇职工每人每年享有房租补贴、公费医疗、社会保险以及免费教育等各种福利待遇大约500元左右，相当于职工每年工资收入的80%<sup>⑥</sup>。这就意味着有80%以上的购买力，将用于吃、穿、用等实物消费。具有短期行为心理的消费者，在购物时往往心中无数，在情感的冲动下，盲目购置，重复添置。不考虑商品的实际利用价值，有用的买，无用的也买。甚至忽视中长期消费的需要，只图一时心理上的满足与平衡。消费的短期行为心理还表现在储蓄的动机和目的上。有人调查，现有居民的储蓄中，准备用于购买高档耐用消费品的比重高达54%<sup>⑦</sup>。不难看出，居民的储蓄在很大程度上是从短期行为心理出发的。短期行为的消费心理在农村居民中也很突出。农村经济的迅速发展，使农民的收入有了较大增长。但农民手中的钱不是首先用于增加生产性投资，改善生产条件，而是热衷于改变住、吃、用等生活条件。一般讲，人的消费欲望是无止境的。但消费应根据自己的经济能力，有一个先后顺序的安排。短期行为心理支配下的消费，不仅不会实现消费效益最大化，反而会给消费者造成经济上的困难，给国民经济的发展带来不利影响。

### 2. 盲目攀比心理

盲目攀比心理是消费者在自尊心理的支配下，不顾自己的经济条件，盲目向高收入层次的消费水平看齐形成的。他们在消费上不甘落后，总是力求做到人有我有，人有我新。当前，具有盲目攀比心理消费者的消费热点集中在高档耐用消费品上。1985年与1984年相比，我国平均每户耐用消费品拥有量，电冰箱增长197.2%，彩色电视机增长242.6%，录音机增长41.7%，照相机增长35.5%，洗衣机增长31.6%。<sup>⑧</sup>其增长速度之快确属罕见。这种盲目攀比的消费，甚至波及到困难户。1986年城镇居民困难户平均每百户耐用消费品拥有量，电冰箱4.61台，彩色电视机10.82台，立体录音机10.98台，照相机3.81架，洗衣机33.82台<sup>⑨</sup>。这部分连维持基本生活都颇感困难的户，高档耐用消费品拥有量竟占有如此大的比重，其攀比心理之强烈就可想而知了。在盲目攀比心理驱使下引出来的对高档耐用消费品的高需求，必然带来高档耐用消费品的低使用率。据调查，人均70元以下的用户中，只有25.8%的用户电冰箱使用率为50%至70%，余者电冰箱使用率不足50%，而且储存的多是一些低价食品和剩饭菜。还有占调查总户数9.7%的家庭，购买电冰箱已一年多，至调查时止还没有起用<sup>⑩</sup>。用上的“高攀”，是直接以消费者压低基本生活需要，牺牲自己的体力和脑力的代价的。同时又给企业以错误的讯号，使很多地方和企业盲目大上高档耐用消费品生产线，造成产品滞销积压，使我国经济受到不应有的损失。

### 3. 期望效应心理

在价格问题上，为了保证人民生活不断改善，我国长期执行稳定物价的政策，并用行政手段控制物价上涨。1950年至1980年我国零售物价指数平均每年仅上升1.1%。人民已习惯于在物价稳定的环境中生活。同时，由于生存资料具有刚性，凡是生存资料在生活资料中所占比重大的国家和地区，人民对物价上升的承受力就小。我国居民家庭生活费中，吃、穿、用三项约占全部生活费的80%左右。可见，我国居民对物价上升的承受力是很低的。所以，1986年至1988年当物价如断线风筝，急剧上升时，抢购风就迅速蔓延全国大多数城市。虽然国家立即采取多种有效措施，控制了物价上涨幅度，但物价上涨过快的阴影，在居民心理上的影响却是很深的，并由此产生了期望效应的心理。所谓期望效应，是指消费者对一定时期内商品价格随市场变化而变化的预测。消费者这种期望效应心理，对消费者的购买行为有很大影响。当某种商品开始涨价时，消费者出于这种商品可能会继续涨价的心理，即使实用价值不大，也会争相购买；当某种商品开始降价时，消费者又出于可能还要降价的心理，即使急需消费，也会暂时抑制对这种商品的消费需求而等待观望。这种消费心理的形成和影响，使居民的消费步入了“物价上涨—抢购—物价再涨—再抢购”和“物价回落—不买—物价再回落—再不买”的怪圈。在期望效应心理影响下的消费行为，必然会带来两个方面的恶果：一是不利于市场的健康发展和完善，使国民经济难以顺利发展。二是容易诱发商品经济中的不法行为，使消费者遭受不必要的经济损失。

#### 4. 炫耀心理

改革开放以来，人民收入有了较大幅度的增长。但是，手中的钱应该怎样花的问题，也尖锐地摆在消费者面前。由于我们忽视了对消费的科学指导，在封建意识和社会上不良风气的影响下，居民中炫耀性消费心理逐渐强化。他们通过大吃大喝、请客送礼、大操大办红白喜事，捐款修庙建寺等活动来显示自己的支付能力，使自己的自尊和虚荣心理得到满足。如：近几年来，农村请客送礼之风尤为盛行。据沅江县30户典型调查反映，1987年1—6月户均送礼15.4次，最多一户达46次，平均每4天送礼一次，平均每次花费25.8元。有的农户不仅送电视机、收录机、电风扇等高中档消费品，而且还用高额人民币贴成“喜”或“寿”字赠送亲友<sup>①</sup>。温州地区部分农村居民不仅不断翻盖新修豪华气派的楼房，而且大修坟墓，既给死者修，又给生者修，场面之壮观，花费之巨大，令人叹为观止。这种炫耀性消费给消费者带来了严重的后果。有的人不得不四处举债度日，也有的人因此而走上犯罪道路。更严重的是，毒化了社会风气，危害了社会主义精神文明的建设。

#### 5. 物质偏向心理

我国居民长期存在着重物质生活消费，轻文化精神生活消费的物质偏向心理。如，我国城市职工平均生活费支出中，食品支出部分1957年、1964年、1981年、1982年、1983年、1984年、1985年分别为129.72元、130.68元、258.84元、276.24元、299.52元、324.24元、390.36元，分别占生活费总支出的58.43%、59.22%、56.66%、58.65%、59.20%、57.97%、53.31%。其次是衣着和日用品。而文化精神生活中的书报杂志支出分别为1.32元、2.52元、4.32元、4.20元、4.92元、5.88元、6.96元，占生活费总支出的比重分别为0.59%、1.14%、0.95%、0.89%、0.97%、1.04%、0.94%<sup>②</sup>。以上材料表明，我国居民书报杂志费用支出不仅过于偏低，而且还有下降的趋势。这种物质偏向心理形成的原因是多方面的：首先，工资水平的限制。虽然我国人民的生活不断有所改善，但从总体看，工资水平还是比较低的，在满

足了物质生活消费后，能用于文化精神生活消费的部分就不多了。其次，工资政策上平均主义严重。我国的工资政策长期未能较好地体现脑力劳动与体力劳动，复杂劳动与简单劳动的差别。家庭的生活状况，主要取决于就业率和人口数量。高收入家庭不一定对文化精神生活有迫切的要求。再次，受社会上不正之风的影响。某些高收入消费者在物质生活上摆阔气、讲排场，而在精神生活上都十分空虚贫乏<sup>③</sup>。最后，居民整体文化素质低。一般说来，文化素质较高的人对文化精神生活消费的要求比较迫切，而文化素质较低的人往往更偏重于物质生活需要的满足和享受。当前，我国社会主义现代化建设对劳动者在思想素质、文化素质和身体素质等方面都提出了越来越高的要求。而物质偏向心理容易使消费者过分追求物质生活的舒适，沉溺于享受。其结果，既使消费者失去艰苦奋斗、勤俭持家的优良传统，又不利于我国社会主义现代化建设的顺利发展。

### 三、加强对居民消费心理的正确引导

在过去高积累、低消费时期，一方面，人们的温饱问题尚未解决；另一方面，人们的消费又处于压抑状态。在这种情况下，根本不可能提出对居民消费心理进行正确引导的问题。近几年，随着社会主义商品经济的发展和居民收入的增加，居民中长期被淡化了的消费心理不断强化，在消费心理影响下的消费行为，不仅关系到居民消费水平的提高，而且关系到国民经济能否持续、稳定地向前发展。当前，我国经济正处于治理整顿的关键时期，它将为二十世纪后十年经济的迅速发展奠定坚实的基础。因此，加强对居民消费心理的正确引导，促进消费行为的合理化，就成了现阶段一项十分重要而又迫切的任务。

1. 加强树立正常消费心理的宣传教育。消费行为是在消费心理的影响下进行的。消费行为是否科学、合理，取决于消费心理是否正常。因此，要发挥消费行为对社会经济发展的促进作用，必须使居民树立正确的消费心理。正常消费心理有利于消费者提高消费效益，使社会主义生产目的不断得到体现；有利于移风易俗，抵制各种腐朽思想的侵蚀，促进社会主义精神文明建设；有利于消费者德、智、体、美、劳全面发展，提高劳动者素质；有利于国民经济有计划按比例发展，促进社会生产力水平的不断提高。因此，各级政府和宣传部门应充分发挥报刊、广播、电视等宣传工具的作用，积极开展树立正常消费心理的宣传教育，使广大消费者自觉克服不正常的消费心理，实现消费心理正常化，正是我们促使消费行为合理化、科学化的首要前提。

2. 坚持搞好基本国情的教育。生产决定消费，消费反作用于生产。消费对生产的反作用表现在两个方面：一是合理的消费促进生产发展；二是不合理的消费阻碍生产发展。消费是否合理，又取决于人们的消费心理是否符合现实生产力的发展水平。“人口多，底子薄”是我国的基本国情，“一要吃饭，二要建设”是我国经济建设长期的指导思想。这就从根本上决定了我国经济发展和人民消费水平提高的总趋势，只能是一个长期的渐进过程。即使在本世纪末，我国消费从总体上由温饱型进入了小康型，也只能是低层次的小康水平。所以，高工资、高消费的消费心理和行为，是不符合我国基本国情的，它既超越了我国现阶段的生产力发展水平，又为一般家庭经济收入所不允许。因而是注定行不通的。正如邓小平同志指出的“在我们国家情况有所不同，现在没有条件实行高收入高消费的政策。”<sup>④</sup>

3. 继续发扬勤俭节约、勤俭持家的优良传统。勤俭节约、勤俭持家是我国劳动人民的优良传统,也是我国劳动人民的消费美德。古人曰:“勤与俭,治生之道也。不勤则寡入,不俭则妄费,则财匱,财匱则苟取,愚者为寡廉鲜耻之事,黠者入行险侥幸之途。”<sup>⑮</sup>可见,勤俭不仅是治家之根本,而且对人的品行也有很大的影响。十年动乱期间,少数人宣扬“越穷越革命”,富了就会滑向资本主义的理论,这是极端荒谬的。邓小平同志说得好:“社会主义就是要消灭贫穷。贫穷不是社会主义,更不是共产主义。”<sup>⑯</sup>发展社会主义经济的目的,就是要不断满足人们日益增长的物质和文化生活的需要。但这决不是要人们去追求脱离社会经济发展实际的高消费,更不等于提倡浪费和奢侈。浪费和奢侈,无论社会经济水平和居民收入水平有多高,都是对人们劳动的亵渎,为社会所不耻。当然,随着社会生产力的发展,消费品的日益丰富,人们在生活上要求吃得好一些,穿得更漂亮一些,用的更现代化一些,只要不超出自己的经济能力,也是无可非议的。

4. 克服旧的消费观念,实现消费合理化。由于过去经济建设中的失误和“穷革命”、“穷光荣”等“左”的思想影响,使部分消费者至今仍心有余悸。他们依靠诚实劳动致富后,又怕露富,仍然过着穷凑合的日子。武邑县赵桥乡一青年,搞加工工业收入5万元,但他富了不敢讲,有钱不敢花,依旧住着坯砖房,睡土炕,铺破席<sup>⑰</sup>。还有的消费者,手中有钱后,生活却一如既往,节衣缩食,省下的钱全部存入银行。这两种倾向都是旧消费观念在现实生活中的反映。消费不能一成不变,消费者应根据自己的收入和社会经济发展水平,不断改善生活条件。这是社会主义制度优越性的体现,也是人们辛勤劳动的目的所在。对于一个家庭而言,致富的真正含义在于提高家庭的消费水平,而决非是储蓄的多少。家庭的经济收入,除了维持再生产费用和必要的储蓄外,应该用于物质和文化精神生活消费水平的提高。这不仅有利于消费者的全面发展,而且也是繁荣社会主义商品经济的必要条件。死抱着节衣缩食的传统消费观念不放,显然是不符合社会发展趋势的。

市场疲软,工业生产下降过猛,是当前我国经济遇到的一个困难。只有努力创造条件启动市场,国民经济才可能持续、稳定地向前发展。如何启动市场问题,李鹏同志在今年全国工业生产工作会议上的讲话中指出:“单纯地依靠增加流动资金不是办法,如果没有市场,光增加流动资金,就会造成成品新的积压。”<sup>⑱</sup>所以,启动市场不仅要适度放松银根,增加流动资金,而且更重要的是必须努力开拓市场。就开拓国内消费品市场而言,关键在于认真研究和掌握我国居民的消费心理,搞好市场预测,并以此为依据,生产出质量好、功能多、款式新、装璜美、具有强烈时代感的新产品。如果企业不改变长期形成的只顾生产,不考虑消费需要的旧观念,不去努力调整好产品结构,继续生产过时的,甚至已经淘汰的老产品,市场仍然是启动不了的。同时,我们还必须看到,现阶段我国居民的结余购买力已达7000亿元,如果不能通过商业回笼的有效形式加以吸纳,一旦冲向市场,其后果是不堪设想的。1988年的抢购风中,居民投入的结余购买力仅1000亿元,已如猛虎下山,搞得银行取款紧张,市场一片混乱的教训,是值得我们认真吸取的。

## 注释:

- ①②⑦杨圣明:《中国式消费模式选择》,第107、205-207、380页。
- ②桂世镛:《学习七届人大三次会议(政策工作报告)辅导》,第167页,中共中央党校出版社,1990年版。
- ③陈宪鑫:《抢购风的痛定思痛》,《消费者》1988年6期。
- ④⑨山东大学经济系消费结构合理化与产业结构调整课题组:《我国居民的食品选择和副食品的供需矛盾》,《经济研究》,1988年第10期。
- ⑤⑥⑩林白鹏等:《中国消费结构学》,第554、552、117页,经济科学出版社,1987年版。
- ⑦中国社会科学院经济研究所居民行为课题组:《居民的消费选择与国民经济成长》、《经济研究》,1988年第1期。
- ⑧刘棠渝:《对恩格尔定律与我国实际消费水平出现逆反的认识》,《消费经济》(长沙)1987年第6期。
- ⑩王晓民:《对锦州市居民家庭电冰箱使用状况调查》、《消费者》1987年第4期。
- ⑪李瑞颜:《引导农民合理消费刻不容缓》,《消费者》1987年第5期。
- ⑫邓小平:《建设有中国特色的社会主义》,第26页,人民出版社,1984年版。
- ⑬马小风、王玲玲:《家庭·消费者》,第19、21页,能源出版社,1987年版。
- ⑭同⑩,第53页。
- ⑮李鹏:《努力启动市场促进生产适度发展》,《求是》1990年第20期。

## · 书讯 ·

### 校友华学诚出版论文集

本校1988届汉语史专业硕士、现任扬州师范学院中文系讲师华学诚所著学术论文集《潜斋语文丛稿》,最近由南京大学出版社正式出版。作者的导师、本校刘君惠教授为该书封面题字并作序,同时为该书作序的还有扬州教育学院教授赵航先生。

《潜斋语文丛稿》约23万字,收入十六篇文章,分为四个单元:(一)“反训”专题研究,共四篇,其中《反训研究三题》一文,反映了作者对“反训”问题的基本观点。已故郭在贻先生致意作者称:“大作明晰透辟,有摧陷廓清之功”,(二)《说文》专题研究,共两篇,分别探讨了“一曰”和“某与某同意”两个条例,材料翔实,观点独到。(三)上古语法和古籍校释,共两篇,分别论述了上古汉语里的句中“也”字和《饮膳正要》的标点、校勘、注释,作者虽着眼于微观分析,但是同时也涉及到方法论问题。(四)《方言》注家研究,共八篇,这组文章从训诂学的角度,深入讨论了郭璞《方言注》、戴震《方言疏证》、卢文弨《重校方言》、刘台拱《方言补校》、王念孙的《方言》研究、钱绎《方言笺疏》和周祖谟《方言校笺》。其中《论钱绎〈方言笺疏〉》是作者的硕士学位论文,王宁先生在《审查意见书》中说:这是一篇“在立意上和方法上都很有特色的论文。”周祖谟先生在《审查意见书》说:“其主要优点在于一一从实际材料出发,条分缕析,解剖入微,不为空言,不持偏见,更能进一步发掘钱氏所以陷于疏失之缘由,尤为可贵。”

作者从1980年读大学三年级时开始学习研究汉语,1985年考入本校。收入该书中的文章,除《读(反训探原)》一篇以外,都是1985年以来先后写成的。这是一本有较高学术价值的论文集。

(闻东讯)