

论马克思消费理论的两个维度及其现实意义

刘凤义 曲佳宝

[摘要] 中国特色社会主义进入新时代,我国经济发展从高增长转向高质量发展阶段。扩大内需,发挥消费对经济增长的拉动作用既是我国转向高质量发展阶段的重要目标,也是满足人民日益增长的美好生活需要的必然要求。新时代,马克思的消费理论对推动我国经济高质量发展具有重要的指导意义。从社会再生产运动与满足个人需要两个维度深入认识马克思的消费理论,分析消费在其中的特殊地位与特殊属性。以此为基础,提出通过加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,为社会再生产顺利实现创造条件,发挥消费对经济增长的拉动作用;通过全面实现消费升级,满足人民日益增长的美好生活需要,促进人的全面发展。

[关键词] 马克思消费理论 社会再生产 满足需要 高质量发展

[中图分类号] A81 [文献标识码] A

[作者简介] 刘凤义,南开大马克思主义学院、南开大学·中国社会科学院大学21世纪马克思主义研究院教授、博士生导师;曲佳宝,南开大学经济学院博士研究生(天津 300350)。

中国特色社会主义进入新时代,我国经济发展从高增长转向高质量发展阶段。高质量发展的根本目的是为了人民日益增长的美好生活需要。在开启全面建设社会主义现代化国家新征程、实现第二个百年奋斗目标新的历史起点上,全面提升人民消费的品质,促进消费向绿色、健康、安全发展,发挥消费对经济增长的拉动作用,是构建新发展格局、坚持以人民为中心发展思想的重要体现。新时代如何运用马克思主义政治经济学的基本原理和方法,深入研究我国的消费问题,是一个值得开掘的课题。在《资本论》中,马克思对消费问题有一些研究,但由于在资本主义生产关系中,资本家阶级主导社会生产和再生产活动,工人阶级的消费要服从于资本增殖的需要,因此,对消费问题的研究也无需像对资本主义生产过程和流通过程的研究那样,独立出来展开分析。但是在社会主义制度下,社会生产的根本目的发生了变化,从资本主义满足资本增殖需要转变为满足人民生活需要,消费本身已经成为目的。这就要求我们在学理上深化对消费问题的研究,把消费从仅仅处于社会再生产的从属地位中解放出来,拓展对消费理论的认识。基于此,本文试从社会再生产和满足

个人需要两个维度认识马克思的消费理论，进一步认识消费在推动中国高质量发展中的关键作用。

一、消费在社会再生产运动中的特殊地位

在社会再生产运动中，消费既是终点，也是起点，在社会再生产四个环节中具有特殊地位。如果从一个生产过程来看，消费是生产、分配、交换的终点；那么从再生产的过程来看，消费则是起点，因为没有消费，就无法正常进行下一轮的再生产。因此，在市场经济中，消费在社会再生产中从两个方面发挥关键作用：一方面作为社会再生产运动的终点，消费使产品从物质形态转变为价值形态，实现包含在产品中的价值增值；另一方面作为社会再生产运动的起点，消费不断创造出新的需要，重新推动社会再生产运动。

第一，社会再生产的顺利进行是消费拉动经济增长的基本前提。从市场经济运行的一般原理来看，当不同部门生产的产品符合一定比例要求时，社会再生产就能够顺利实现，消费作为最终环节也就发挥了再生产的“起点”作用，重新推动新一轮的经济增长；而当社会范围的生产在部门之间不协调，造成生产过剩或者消费不足等比例失调的问题时，社会再生产难以顺利进行，消费与生产之间的循环运动也就中断了。因此，保障社会再生产能够顺利进行，维持宏观经济总量和结构的平衡，是发挥消费对经济增长拉动作用的前提条件。社会总资本再生产过程既包括资本本身的再生产过程，也包括以流通为媒介的消费过程；既包括生产消费，也包括个人消费，因而全部产品的消费是资本循环运动正常进行的条件。马克思将社会总资本分为生产消费所需要的生产资料和个人消费所需要的消费资料，相应地，社会生产部门分为生产资料部类和消费资料部类，进而在分析两大部类内部和两大部类之间的交换过程和交换条件的基础上，得出了社会再生产顺利进行的必要条件：两大部类要满足一定的数量上和结构上的均衡比例关系。

西方经济学中流行的观点认为拉动经济增长有“三驾马车”：投资、出口、消费，转变经济增长方式要依靠三者协同拉动。这种认识是基于投资与消费均构成一次性市场交易活动的需求，却没有从社会再生产运动的角度来看待二者的关系。在马克思主义政治经济学中，消费形成的需求应区分为生产消费和生活消费，且两种消费的性质是不同的。从一次性的交易活动来看，生产消费需要购买生产资料，属于投资活动，例如第一部类的内部交换也形成市场需求，能够实现一部分剩余价值。但是从再生产的角度来看，生产消费最终结果是产出产品，实际上增加了供给，而不是拉动了消费，因此增加投资和生产性消费，最终不仅不会扩大需求，反而会进一步加剧生产与消费之间的矛盾。因此，我们要透过交易活动中投资与消费的关系，从再生产的角度考虑生产和消费的“结构”问题，即生产资料部门和消费资料部门的生产“结构”，以及生产消费和生活消费的消费“结构”，才能处理好二者的均衡比例关系，才能实现宏观经济的协调平衡发展。

第二，扩大劳动者的消费需求是拉动经济增长的根本动力。扩大消费需求是发挥消费对经济增长拉动作用的根本动力，因为生产的最终目的是消费。但是人们在关于扩大消费需求的分析与探讨

中,往往忽略了从生产关系角度分析要扩大哪类消费群体的消费需求,以及如何能够可持续性地扩大这种消费需求这些关键问题。在社会再生产中,广大劳动者的消费需求是最重要的需求。马克思在分析资本主义经济时指出:“商品的出售,商品资本的实现,从而剩余价值的实现,不是受一般社会的消费需求的限制,而是受大多数人总是处于贫困状态、而且必然总是处于贫困状态的那种社会的消费需求的限制。”^{[1](P350)} 这其中的道理就是说劳动者及家庭的消费是扩大消费需求、拉动经济增长最主要的动力。

但是在资本主义制度下,由于资本逐利的本质,资本主义生产关系具有限制劳动力价值的内在趋势,社会消费力“是取决于以对抗性的分配关系为基础的消费力;这种分配关系,使社会上大多数人的消费缩小到只能在相当狭小的界限以内变动的最低限度”。^{[2](P273)} 从而产生了“资本既要求约束劳动者的消费水平又要求刺激劳动者的消费需求”这一矛盾。“关于自己的工人,每一个资本家都知道,他同他的工人的关系不是生产者同消费者的关系,并且希望尽可能地限制工人的消费,即限制工人的交换能力,限制工人的工资……除了自己的工人以外,其余的整个工人阶级对他来说都是消费者和交换者,不是工人,而是货币支出者。”^{[3](P403)} 对于个别资本家而言,他们要求劳动者的消费水平被约束在一定限度内,但是从社会范围来看,不同部类资本家生产出来的商品都要实现价值和剩余价值。因此,在资本主义制度下,资本为了再生产能够顺利进行,往往采取鼓励消费信贷、缩短产品更新周期、加大广告营销力度等多种方式,以力求克服这一矛盾。这些做法显然是按照资本的逻辑,而不是满足消费需要的逻辑进行的。资本家不从根本上提高劳动者的收入,而单纯从流通领域刺激消费的方式只能“治标不治本”,无法可持续性地扩大劳动者的消费需求,更无法从根本上解决剩余价值生产与实现之间的矛盾,周期性爆发经济危机也就成为必然。马克思主义的分析表明,要可持续地扩大劳动者的消费需求,不能只从流通领域刺激消费,而是要提高劳动者在生产关系中的地位,通过建立合理的分配关系以扩大社会上大多数消费群体的社会消费力。

第三,满足基于使用价值的需要是消费拉动经济增长的重要内容。消费能够为生产创造动力并拉动经济增长是基于社会再生产中生产与消费具有同一性。“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,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。”^{[3](P32-33)} 因此,消费需要既是生产的目的,也是生产的动力,从而满足基于使用价值的消费需要是消费拉动经济增长的重要内容。

从根本上来讲,基于使用价值的消费需要能否得到满足取决于生产。马克思认为在生产与消费的辩证关系中,生产在一定意义上就是消费,“劳动消费它自己的物质要素,即劳动对象和劳动资料,把它们吞食掉,因而是消费过程”。^{[4](P214)} 这种生产性消费是生产过程中对生产资料的使用和消耗,其生产结果既可以是生产资料,也可以是消费资料。从中可以看出,马克思认为社会再生产是一个循环运动的过程,生产性消费不只是生产资料的终结,也是新产品的产生。不管生产过程的历史形式如何,不论生产结果是生产资料还是消费资料,生产性消费的最终目的都是创造使用价值,满足

人们的需要，因此在生产过程中生产性消费应以创造或保存使用价值为目的。但是由于一定生产关系下的生产目的会与一般的生产目的发生背离，一些既不创造也不保存使用价值的生产性消费也有可能为某种形式的生产过程所必需。例如过度包装的问题。包装本是一种在流通过程中用以保护产品、方便存储的手段，适当的包装是为了更好地保存使用价值，因此也是生产过程中一个必不可少的环节。但是过度包装已经远远超过了保存使用价值这一目的，而是作为一种销售手段，刺激消费者的购买欲望，甚至喧宾夺主，大量的包装成本超过产品的使用价值所承载的价值。这种实际上是非必需的生产性消费不仅无法充分满足人们的需要，还必然会造成生产资源的浪费。因此，要满足基于使用价值的消费需要，在生产过程中要合理利用生产资料，以创造使用价值为目的，生产出真正能够满足人们需要，而不是仅仅满足资本增殖需要的产品。

二、消费在满足个人需要中的特殊属性

消费是社会经济活动中的基本行为，但西方经济学对消费的研究，往往只停留在消费者个人选择上。实际上，消费者行为并不只是“理性人”在不同的外部环境和内在动机下做出选择的个体行为，消费者始终是处于社会中并受到社会生产关系制约的个体。因此，马克思主义政治经济学研究的消费者是处于生产关系中的“现实人”，而不是脱离社会关系的“理性人”。个人消费不是简单的个人行为，而是始终处于一定社会生产关系下的消费。因此，社会生产关系影响着个人消费行为，进而影响到个人需要的满足程度。从满足个人需要的意义上，不仅要考虑内容上的消费结构问题，还要考虑消费受社会生产关系影响的各个方面，包括消费水平、消费质量、消费方式以及消费观念等。此外，在市场经济条件下一部分需要表现为需求，从而存在着“消费实现了需求却未必满足了需要”的情况。因此在社会主义市场经济中，满足美好生活需要的消费最根本和首要的是“基于使用价值的基本需要”，而不是“基于交换价值的市场需求”。

第一，满足个人需要的消费具有双重性质。在马克思主义政治经济学中，需要是一个经济范畴，是一种占有使用价值的欲望。马克思在《资本论》开篇就指出：“商品首先是一个外界的对象，一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。”^{[4](P47)}同时需要也是一个社会范畴，反映了一定生产方式下的社会生产关系。一方面，需要的表现形式以及满足方式都取决于社会生产条件，正如马克思所说，“饥饿总是饥饿，但是用刀叉吃熟肉来解除的饥饿不同于用手、指甲和牙齿啃生肉来解除的饥饿”。^{[5](P692)}另一方面，需要的形成和判断是由不同的社会群体在社会中所处的不同地位决定的，而这种社会地位又是由生产关系决定的。“我们的需要和享受是由社会产生的；因此，我们在衡量需要和享受时是以社会为尺度，而不是以满足它们的物品为尺度的。因为我们的需要和享受具有社会性质，所以它们具有相对的性质。”^{[6](P345)}

需要这一范畴的双重属性决定了消费作为满足个人需要的手段同样也具有双重属性。一方面，消费的自然属性在于消费是通过占有使用价值满足需要的过程，这一性质并不随着不同的社会制度

而改变。另一方面,消费的社会属性在于消费对社会条件的依从性,消费并不只是个人的选择性行为,还会受到社会生产关系的制约。正如马克思指出的:“消费者并不比生产者自由。他的意见是以他的资金和他的需要为基础的。这两者都由他的社会地位来决定,而社会地位却又取决于整个社会组织。当然,工人买马铃薯和妇女买花这两者都是根据本人的意见行事的。但是他们意见的差别就是由于他们在社会上所处的地位不同,而这种社会地位的差别却又是社会组织的产物。”^{[7](P86-87)}

第二,社会生产关系影响并制约个人消费行为。从个人角度看,似乎消费就是消费者自己的事,消费者是“上帝”,他可以凭借手中的钞票作出效用最大化选择,但事实上这只是一种假象,个人消费始终离不开社会生产关系。表面上看,个人消费首先面临的是有多少钱用来消费,也就是消费水平的问题;其次就是消费的东西怎么样,也就是消费质量的问题;再次要考虑通过什么途径购买消费品,也就是消费方式的问题;最后消费需要如何产生以及消费目的是什么,也就是消费观念的问题。但实际上,这些方面的背后都渗透着社会生产关系。首先,从消费水平看。居民的消费水平由收入决定,而直接决定居民收入的分配关系根本上是由生产关系所决定,因此消费水平实际取决于消费者本身所处于生产关系中的地位,是社会生产关系的表现。其次,从消费质量看。消费质量是指消费品本身的质量及特点,是满足一定用途的各种性能的综合及其满足使用者需要的程度。一般人们认为消费质量是由客观的技术水平决定的,诚然,客观的技术发展是由自然科学的进步所决定,但是采取和应用怎样的技术形式和相应的技术水平却由一定的社会制度及相应的生产关系决定,技术手段决定消费质量只是背后生产关系发展要求的外在表现。再次,从消费方式看。除了市场交易这种消费方式,消费者还可以通过共享、分享、交换等非市场交易行为来满足个人需要。但是资本积累的动机和资本逐利的本质,驱使资本将更多的非资本主义经济的流通领域纳入其范围内,从而越来越多原本不属于市场交易范围内的领域被侵蚀,最后消费者愈发依赖以资本为媒介的市场交易来满足自身需要,因此消费方式的变化也在一定程度上反映了社会生产关系的要求。最后,从消费观念看。西方消费经济理论通常认为需要是由人们的个人偏好决定的,但实际上需要的产生也受到社会关系的影响。除了物质生产和物质生活的消费需要,一定的社会关系还会派生出特定的消费需要。正如凡勃伦在《有闲阶级论》中所谈到的炫耀性消费——消费不再是以追求使用价值、满足需要为主要目的,而是追求其符号价值和社会意义,成为建构社会关系的方式和社会地位的反映。

因此,脱离社会生产关系谈消费升级只能解决表面问题,只有认识到社会生产关系对个人消费行为的影响与制约,并在此基础上全方面地进行消费升级,包括提高消费水平,提升消费质量,丰富消费方式,建立科学合理的消费观念,才能更好地满足人们的需要,促进人的全面发展,实现高质量发展的目标。

第三,市场经济中基本需要与市场需求的关系。消费作为满足个人需要的手段,满足需要是消费的目的,但是“需要”在一定的社会生产方式下具有不同的表现形式。在市场经济条件下需要以需求的形式表现出来,即市场需求。作为需要的社会关系的表现形式,需求只有在具有交换手段的条件下才有意义。现代市场经济中,一部分需要的满足是通过获取交换手段从而通过市场交换获得

的,也就是说,需要部分地以需求的形式得到表现和满足。市场需求区别于基本需要,前者追求交换价值,要求对商品具有一定的购买意愿和支付能力;而后者基于使用价值,要求在不同的历史条件下满足人们的生存和发展需要。由于市场需求与基本需要之间存在着一定差别,从而在市场经济中往往存在着“消费实现了需求却未满足需要”的情况。^[8]

首先是数量差别。基本需要与市场需求的数量差别体现在二者的交叉实现关系上。以住房为例,假定市场上有100套住房和100个消费者,1个消费者的基本需要是1套住房。在市场上最极端的情况可能是,这100套住房的价格极高以致于只有1个消费者愿意购买并具有支付能力,而剩余的99个消费者由于没有支付能力,其市场需求是0。最后的结果是住房的市场需求确实实现了100,但是这市场需求是由1个消费者对100套住房的需求构成的,而消费者的基本需要却只实现了1。^①因此市场需求的实现不一定代表着基本需要的实现,基于有无支付能力,二者可能存在交叉实现的数量差别。其次是质量差别。市场需求的满足只与购买意愿和支付能力有关,而基本需要更加注重商品的使用价值对人的需要的满足,因此二者存在质量上满足程度的差别。例如一件商品的质量上存在一定问题,但是因为商品的外在因素,也许是商品的包装、品牌或是宣传理念,消费者同样可能在商品质量存在一定问题的情况下产生购买意愿。在这种情况下,虽然基于购买意愿的市场需求得到满足,但是基于商品的使用价值的基本需要却没有得到充分满足。因此市场需求与基本需要在质量上存在满足程度的差别。最后是性质差别。市场需求是基于交换价值的,通过出售商品来获得利润,而基本需要是基于人们的使用价值,通过消费商品来满足需要。例如过度包装问题,一定程度的包装是保存商品使用价值的必要手段,因而也是为消费者完整地获得商品使用价值、满足基本需要所必要的,但是商品的过度包装实际上远远超过了保存商品使用价值的要求,而是作为商家刺激消费者购买意愿的一种手段,在对市场需求和利润的盲目追求中,往往忽略了这种消费实际上早已超出满足需要的目的。

因此,消费升级要以满足人们的需要为中心,在满足人们基本需要的基础上追求市场需求的实现,而不能使交换价值主导使用价值,使人们满足需要的目的服从于资本逐利的目的。例如“房子是用来住,而不是用来炒的”,住房作为人们基本需要中的重要内容,消费升级首先考虑的是怎样满足更多人对住房的需要,而不是如何扩大对住房的市场需求,进而从投机行为中获得高额利润。

三、以马克思的消费理论为指导推动经济高质量发展

马克思的消费理论对推动我国经济高质量发展、构建新发展格局具有重要的指导意义。总体来看,在社会主义市场经济中,生产的根本目的是在发展生产的基础上逐步改善人民生活,使全体人民共享发展成果,实现共同富裕,消费已经成为发展的目的本身。面对世界百年未有之大变局,世

^① 参见刘凤义,曲佳宝:《马克思主义政治经济学与西方经济学关于供求关系分析的比较》,《经济纵横》2019年第3期。

界经济依然低迷,全球需求市场萎缩,加之新冠肺炎疫情的不确定性,要满足消费需要,促进消费升级,必须坚持以马克思消费理论的基本思想为指导,从社会再生产和满足需要两个方面入手,拉动经济增长,提高人民消费水平。

第一,通过加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,为社会再生产顺利实现创造条件,发挥消费对经济增长的拉动作用。

其一,整体上注重生产消费和个人消费的均衡关系。社会再生产的顺利进行需要生产与消费保持一定均衡比例关系,既不能割裂生产与消费的相互联系,也不能单独看待生产或就消费而论消费,不然就会出现生产过剩或消费不足。在国民经济中,投资虽然形成了对生产资料的需求,在交易活动上增加了GDP,但其本质上是一种生产消费,最终的结果是生产出更多的产品。这实际上是增加了供给,而不是拉动需求,供需不平衡是生产与消费关系失衡在市场经济中的表现。这就要求政府在对国民经济的宏观规划中发挥积极的引导和调控作用,坚持供给侧结构性改革,保持国民经济中各个部门的平衡协调发展。

其二,完善收入分配制度以提高劳动者的收入,扩大劳动者的消费需求。马克思的消费理论告诉我们,在具有对抗性的资本主义分配关系下,无法可持续地扩大劳动者的消费需求。因此,必须从根本上建立相对合理公平的分配关系,提高劳动者在生产关系中的地位与收入。在我国社会主义市场经济中,我们的制度安排和政策方向为消费真正成为经济持续增长的动力创造了优越条件。坚持以人民为中心,坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展,坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存,这为扩大消费需求,满足人民需要创造经济制度基础。尤其在分配领域,强调增加劳动者的收入,扩大中等收入群体比重,增加低收入群体收入,合理调节高收入,取缔非法收入,形成中间大、两头小的橄榄型分配结构,促进社会公平正义,促进人的全面发展,使全体人民朝着共同富裕目标扎实迈进。

其三,生产性消费优先满足基于使用价值的基本需要,充分激发内需潜力。满足基于使用价值的需要是消费拉动经济增长的重要内容。我国居民消费率处于较低水平,其原因之一在于消费者对于使用价值的基本需要还尚未得到充分满足。这在住房市场中表现得尤为明显,当交换价值主导了使用价值,住房的价格被炒得超出了大多数消费者的承受能力时,其结果不仅是人们的基本需要没有得到满足,而且社会大多数消费者的消费潜力未得到释放。要充分激发内需潜力,尤为重要的一方面就是引导生产性消费以使用价值为基础,充分满足人们的基本需要。由此,政府不仅要引导企业投资用于生产满足社会整体的基本需要的产品,合理配置生产资源;还要发挥我国社会主义市场经济的制度优势,对市场中的投机行为加以监管和调控,在利用市场经济有效配置资源的同时,更要实现社会主义生产的根本目的。

第二,通过全面实现消费升级,满足人民日益增长的美好生活需要,促进人的全面发展。马克思的消费理论认为扩大内需,消费升级首先要以满足人们的基本需要为前提。同时,消费并不是完全独立的个体行为,社会生产关系总是影响着个人消费,包括消费水平、消费质量、消费方式

和消费观念。因此，促进消费主要包括以下四个方面。

其一，改善劳动收入，提高消费水平。在社会主义制度下提高消费水平，应将个人消费“从资本主义的限制下解放出来，把它扩大到一方面为社会现有的生产力（也就是工人自己的劳动作为现实的社会劳动所具有的社会生产力）所许可，另一方面为个性的充分发展所必要的消费范围”。^{[2](P991-992)}收入是支撑消费的物质基础，因此提高消费水平的关键在于增加收入。为此，在制度上要不断完善收入分配制度，扩大劳动报酬在国民收入分配中的比重，形成合理的收入分配格局。在此基础上，逐步缩小城市与农村之间的收入差距、高收入群体与低收入群体之间的收入差距，丰富劳动者获得劳动报酬的形式，使得社会整体的消费水平得到普遍提高，充分扩大内需。

其二，增加有效供给，提升消费质量。生产决定消费的对象，因此促进消费升级，提升消费质量首先要根据消费者的消费需要增加有效高端供给，更好地满足消费者对高质量产品的需要。中国特色社会主义市场经济应以商品的使用价值为主导，以满足人民需要为中心，尤其是公共消费领域，不能以资本的需要为主导过度追求交换价值，而要注重满足消费者对产品的使用价值以及对品质的追求。我国进行供给侧结构性改革，提出要增加有效供给，也就是增加能够满足人们真正需要的产品供给。因此，我国供给侧结构性改革应坚持以满足使用价值为主，以满足人民的基本需要为主，提升消费品质，进一步实现高端消费。

其三，创新交换媒介，丰富消费方式。丰富消费方式意味着创新交换媒介，扩大满足需要的途径，使得消费者可以相对自由地选择消费方式，而不是高度依赖以资本为媒介的市场交易。首先可以借助互联网信息技术，增加人们之间的社交联系，推进线上线下互动和创新，实现“线上社交—线下交易”的互助共享交易方式。其次加强社区文化建设，提高社区服务能力，以社区服务作为个人消费方式的补充。最后改善社会福利制度，提升社会福利水平，逐渐完善基础设施建设，减少公共消费品的收费，利用社会主义公有制的制度优势增加集体消费，以集体化消费作为劳动力收入的重要补充。

其四，引导消费观念，倡导健康消费。在中国特色社会主义制度下，经济发展的目的就是满足人们对美好生活的需要。因此，应引导消费者形成合理的消费观念，不是为了消费而消费，而是为了满足自身需要，实现人的全面发展。消费不是为了显示社会地位，满足虚荣心理的工具，消费的目的是满足个人需要，在此基础上适度而健康地追求心理满足。通过开展消费观念教育，大众媒体舆论引导健康的消费观念，营造良好的消费环境等方式改善人们的消费关系，形成合理的消费观念，实现绿色健康消费，才能更好地满足人民对美好生活的需要。

参考文献

- [1] 资本论，第2卷[M]. 北京：人民出版社，2004.
- [2] 资本论，第3卷[M]. 北京：人民出版社，2004.
- [3] 马克思恩格斯全集，第30卷[M]. 北京：人民出版社，1995.

- [4] 资本论, 第1卷 [M]. 北京: 人民出版社, 2004.
- [5] 马克思恩格斯选集, 第2卷 [M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [6] 马克思恩格斯选集, 第1卷 [M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [7] 马克思恩格斯全集, 第4卷 [M]. 北京: 人民出版社, 1958.
- [8] 刘凤义, 刘子嘉. 政治经济学视域下“需要”与“需求”的关系研究 [J]. 南开经济研究, 2021, (1).

The Two Dimensions of Marx's Consumption Theory and Its Practical Significance

Liu Fengyi Qu Jiabao

Abstract: In the new era of socialism with Chinese characteristics, China's economy has shifted from a stage of rapid growth to a stage of high-quality development. Expanding domestic demand and giving full play to the role of consumption in driving economic growth is not only an important goal of China's transition to a stage of high-quality development, but also an inevitable requirement to meet the people's growing needs for a better life. Under the new situation, Marx's consumption theory has important guiding significance for promoting China's high-quality development. The article interprets Marx's consumption theory from the social reproduction movement and the satisfaction of individual needs, and analyzes the special status and special attributes of consumption in it. Based on these two dimensions, taking consumption as the starting point, we further analyze the practical significance of Marx's consumption theory in promoting high-quality development.

Key words: Marx's consumption theory, social reproduction, meet needs, high-quality development

[责任编辑: 徐小梅]