

城市舒适物与消费型资本

——从消费社会学视角看城市产业升级

王宁

(中山大学社会学与人类学学院, 广东 广州 510275)

内容摘要: 借鉴经济学中的“消费外部性”理论, 试图把舒适物系统、集体消费品与资本联系起来。为此, 文章剖析了经济学何以未能把集体消费品当作是资本的原因。原因之一在于从私人产权观出发, 消费所导致的正外部性流失到所有人之外了。为了解决消费的正外部性的“流失”问题, 有必要用社会产权观替换私人产权观。从社会产权观的角度看, 一个地方在集体消费上的投入, 带来了经济增值和社会增益。这种集体消费(舒适物系统)上的财政支出, 就不仅仅是一种福利支出, 而且同时是一种投资活动。这些集体消费品(舒适物系统)也因此是一种资本。但它不是传统的生产型资本, 而是一种消费型资本。

关键词: 舒适物; 集体消费; 消费型资本; 社会产权; 产业升级

中图分类号: C919 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-2804(2014)01-0001-07

在我们的日常理解中, “消费”一词仅跟市场发生关系, 它代表着消费者通过购买的方式来获取消费品以满足需求的活动。与此相对应, “消费品”指的是那些必须从市场购买而获得的用于满足消费者需求的终端消费品(包括物质产品、精神产品和服务)。消费品既可以是一次性耗费的产品, 也可以是耐用消费品。的确, 如果从“纯耗费性”的角度来理解“消费”或“消费品”, 那么, “消费”或“消费品”与“资本”之间显得风马牛不相及。

然而, 从“纯耗费性”的角度来理解消费或消费品, 是有局限性的。姑且不论住房、收藏(古董与名人字画等)、珠宝等等这一类既具有消费性质又具有投资性质的消费品能够成为增值的资本, 就是那些不具有投资性质和增值功能的消费品, 也都是具有外部性的(包括正外部性和负外部性)。消费的外部性的存在, 意味着我们对消费或消费品的分析, 不能仅仅停留在消费过程本身, 或消费品本身“被损耗”、“被耗费”、“被使用”, 而且必须延伸到消费的外部性问题上。消费活动不但具有满足个体需要的功能, 而且也对社会系统具有某种产出功能。很显然, 消费的外部性的存在, 意味着把消费或消费品看作是纯耗费性的活动或产品, 是片面的。经济学

中的“消费的外部性”视角为我们突破“纯耗费性”的消费观、从而把消费或消费品与资本联系起来, 提供了一个突破口。

但是, 在消费研究的文献中, 学者们更关注的是消费的负外部性(如: 对环境与生态造成负面后果)。关于消费的正外部性, 虽然不乏论述, 但这些论述大都集中在“消费为生产经营者提供了需求市场”、“消费成为拉动国民经济增长的动力”等观点上。关于消费的其他的正外部性, 则较少有人论及。

本文的目的, 就是从更广的视野, 来探讨消费或消费品的正外部性, 进而把消费或消费品同资本联系起来。长久以来, 阻碍人们把消费品看作是一种资本的因素, 在于人们往往把消费看作是个体消费。但消费不仅包括个体消费, 而且也包括集体消费。而集体消费的外部性与个体消费的正外部性的根源, 存在明显的差异。个体消费是个体与市场进行交换, 购买市场所供应的产品, 把这些产品私人化, 并进入排他性的私人使用过程, 在此基础上, 个体消费带来外部性。而集体消费则主要是通过公共财政来供给的(市场也参与集体消费品的供给)。它虽然不能避免排斥性, 但在大部分情况下, 集体消费品在很大的程度上是包容性的。原则上, 居民对许

收稿日期: 2013-11-15

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71103207)

作者简介: 王宁(1960—), 男, 福建宁化人, 博士, 教授, 博士生导师, 从事消费社会学、旅游社会学、制度社会学研究。

多集体消费品具有平等的摄取权和使用权(如:地铁等公共交通)。这种集体性的摄取权和使用权,是个体消费所不具备的。它也是集体消费的正外部性不同于个体消费的正外部性的关键因素之一。

从受益者的角度看,集体消费的正外部性和个体消费的正外部性也明显存在不同。从个体消费的角度看,我们往往不把消费者的消费品当作资本(如:食品或服装)(尽管它可以转换成消费者的符号资本)。之所以如此,是因为消费品的使用通常没有给其个体拥有者带来经济增值(住房、收藏等兼投资性质的产品除外)。但是,从集体消费的角度看,集体消费品的供给或获取,为集体消费品的所在地(如:城市)带来额外的经济产出和财富增值。

很显然,本文之所以认为集体消费或集体消费品是一种资本,是因为,一方面,资本的拥有者不是个体,而是集体、城市,甚至国家;另一方面,集体消费所带来的正外部性的享受者,不仅仅是个体,而且主要是集体、城市(地方)或国家。从这种宏观的视野看,集体消费品的供给和使用,就不再是纯耗损性的事情,而同时是一种具有经济和社会产出的活动。在这个意义上,集体消费品就是一种资本,一种可以为一个城市或地方带来经济增长和社会系统升级的资本。这种资本就是集体消费资本。

那么,集体消费品是如何为一个地方带来经济和社会产出,从而变成一个城市或地方的消费型资本的呢?它成为资本的条件和途径是怎么样的呢?这正是本文所要回答的问题。本文共分三个部分:1)文章借鉴西方的舒适物理论,把城市舒适物看作是一种集体消费品。2)文章分析城市舒适物为城市或地方带来经济与社会产出的运行机制。3)文章从社会产权观的角度出发,厘清围绕“集体消费品何以能够成为消费型资本”问题上所面临的理论问题。本文属于理论分析性文章,基于田野调查的经验性研究将随后展开。

一、城市舒适物作为集体消费品

要理解何以集体消费品是一种资本,可以从舒适物理论着手。舒适物理论揭示了消费品转换为资本的运行机制。从20世纪九十年代以来,西方的区域经济学、城市经济学、经济地理学等领域的学者越来越关注经济发展与舒适物的关系^[1-4]。尽管在有关究竟是经济发展导致舒适物的供给,还是舒适物的供给促进了经济发展的问题上存在着类似于“先有鸡还是先有蛋”的争论,学者们就经济发展与舒

适物之间的相关性达成了一致^{[2]1-17}。即便是先有经济发展,后有舒适物的建设,这些后建的舒适物也在随后的过程中构成促进经济进一步发展的积极因素。如果说,舒适物在是否促进经济发展的问题上尚有争论,那么,舒适物在促进产业结构升级,或促进高新技术产业方面的作用,成为显而易见的事实^{[2]221-234, [5-6]}。

所谓舒适物,就是使人感到舒心愉悦的环境、事物、事件、设施、行为或服务。相反,那些使人感到不舒适、厌恶、难受或痛苦的环境、事物、事件、设施或行为,就是反舒适物。介于二者中间的则是中性物,既不令人感到难受,也不带来舒适感。可以说,从人的感觉或生活体验的角度看,所有的东西都可以归入到这三个范畴中:舒适物、反舒适物和中性物。

在舒适物和反舒适物的划分上,既存在普适标准,也存在相对标准。就前者来说,有些东西会使所有的人都感到舒适(如:宜人的气温、清新的空气、美丽的风景等),而有些东西会让所有的人感到不舒服或难受(如:恶臭、溃烂的脓包、腐败的尸体、垃圾处理场等)。就后者来说,舒适物与反舒适物的划分标准具有文化的相对性。例如,就江浙一带的居民来说,臭豆腐是舒适物,但是对许多其他地方的居民来说,它是反舒适物或中性物。对不少中国人来说,吃狗肉是一种带来舒适感的行为,但对于西方人来说,则是一种令人厌恶的行为。不过,就一个具有相同的文化传统的共同体来说,舒适物与反舒适物的划分,则具有较大的普遍性。除了文化的相对性,舒适物与反舒适物的划分还存在阶层标准的不同。不同的阶层具有不同的经济资本和文化资本,形成不同的品味和体验性标准^[7],因此,各自对同一事物是否令人舒适的评价也不同。例如,对于许多白领或中产阶级的成员来说,咖啡是一种舒适物,但是对于许多农民或体力劳动者来说,喝咖啡如同喝中药,是一种导致身体不舒适的行为。

为了有效区分不同阶层和群体在舒适物体验的评价上的不同,有必要对舒适物进行分类。不同的学者按照不同的标准对舒适物进行分类。例如,Clark把西方城市舒适物分成以下四个类型:1)自然与物质舒适物;2)人造舒适物;3)社会经济构成和多样性;4)居民的价值观和态度^{[2]103-140}。Glaeser等则把城市舒适物做了另外一种分类:第一类,商业性的生活服务与消费品供应;第二类,自然与人造物环境的感觉效应;第三类,公共产品;第四类,交通便利和速度^{[3]177-183}。结合中国的实际,有必要把

朋友和人际交往圈也包括进来。与此同时，一些制度性因素也应归入舒适物（如：政府办事效率、办事作风和公正度、市民权利的包容度）。因此，对中国人而言，舒适物包括：第一类：自然环境舒适物（气候、气温、地形地貌、区位）；第二类：人造环境舒适物（建筑环境的特色、布局与外观、绿地与树木覆盖率、雕塑、自行车道等）；第三类：商业与生活舒适物（生活服务的配套供应、消费品供应的丰富度、多样性与便捷度，消费品价格，住房价格）；第四类：公共物品舒适物（医疗、教育、住房保障、公交服务、公园、博物馆、政府办事效率与办事作风以及政府公正度和清廉度）；第五类：基础设施舒适物（交通基础设施的发达、配套、便捷与出行速度，停车场，自来水，管道煤气，电力供应与价格）；第六类：社会舒适物（居民素质与态度、是否排外、私人朋友圈、普通话普及程度、社会治安等）。

不可否认，由于人具有适应能力，那些一开始让人感到不舒适的东西，会逐渐因为人的调适而逐渐变成中性物，其中有些甚至变成舒适物。例如，高原反应是一种不舒适的人体反应，但随着人们适应了高原生活，一些人回到低海拔地区反而产生了不适反应。于是，对这些人来说，高海拔从反舒适物变成了舒适物。但是，如果存在选择，人们宁愿选择一开始让他们感到舒适的东西，而不是去强迫自己适应令人感到不舒适的东西。

通常，就一个地方来说，并不总是只存在一种舒适物，也并不总是只存在舒适物或只存在反舒适物。因此，决定一个人是否选择一个地方作为定居点，并不能只根据单一的舒适物，而是要根据舒适物的总和或舒适物系统（包括各种类型的舒适物），以及舒适物与反舒适物的比例。既然一个地方往往同时存在舒适物和反舒适物，那么，人们在地方的选择上，就面临在舒适物和反舒适物中进行权衡选择的问题。一旦人们选择了某个地方作为定居地点，就意味着这个地方有足够吸引人们的舒适物，并且这些舒适物对人们显得如此重要，以致可以让人接受本地无法避免的反舒适物，并在随后享受舒适物的过程中，也通过自我调适来适应那些反舒适物，从而让反舒适物变成中性物，甚至在某些情况下变成舒适物。

城市舒适物是一种公共物品或集体消费品。或许有人会说，自然舒适物是大自然的恩惠，与人类无关。例如，宜人的气候、优越的地理位置、秀丽的风景、丰富的植物与动物种类，等等，都是大自然的禀赋。但是，在现代化的背景下，如果人类不对市场

化、城市化与工业化过程的负面影响加以限制，这些过程往往会造成对自然舒适物的破坏。为了保护自然舒适物，使其免遭市场化、城市化和工业化的破坏，就必须在公共财政上加以投入，设立相关机构，使其行使对自然舒适物（如：空气质量、水体质量、森林与绿地、珍稀植物与动物等）的保护功能。在这个意义上，自然舒适物得以保护下来，是公共财政投入的结果。因此，这种被保护的舒适物，在一定程度上就是一种公共物品或集体消费品。既然自然舒适物都可以是公共物品，那么，城市建筑环境、基础设施、公共福利性的医疗、卫生、清洁、交通服务、教育、治安等等舒适物，就更是公共物品或集体消费品。

商业性的生活服务与消费品供应也属于舒适物。尽管其供应主体是市场，但这一类舒适物也在一定程度上属于公共物品或集体消费品，理由如下：第一，城市商业性的生活设施与消费品的供应，在一定程度上涉及公共物品，如：城市规划决定了商业网点的布局；政府为市场提供信息（公共物品），使得市场行为获得了决策所需的数据和参考依据；政府依法对市场行为进行监督，维持市场秩序，而市场秩序也属于公共物品。第二，城市商业性的生活设施与消费品供应，对消费者不具有排斥性，具有广泛的可进入性，在这个意义上，它具有公共性，并可以看作是“准公共物品”。

很显然，作为一种公共物品或集体消费品，城市舒适物具有比较广泛的可进入性和非排他性。对于居住在城市里的居民来说，这种集体消费品是一种公共福利，一种无形资产，一种隐性收入，并在一定条件下促进自己的财富增长（如：地铁口和优质学校导致附近的房产升值）。可见，要评判消费生活质量，不但要看居民的私人消费水平，而且要看其集体消费水平，而舒适物指数是衡量集体消费质量的关键指标。人们迁移到某个城市生活，不但是因为这个城市提供了工作机会，而且也是因为这个城市提供了更好的舒适物或集体消费品。

二、舒适物系统作为集体消费资本

为什么说舒适物系统（集体消费品）是城市的一种资本呢？在全球化的今天，城市与城市之间的竞争变得越来越激烈。之所以如此，是因为全球化促进了资源在全球的流动。这些资源包括：资金、技术、公司、人力资源、旅游者与消费者。如何争取或获取这些具有流动性特征的资源，构成各个城市的

一大挑战。一个城市越是能吸引这些外来的资源来到本地,就越能促进本地经济的发展。而舒适物系统,就是城市提高其获取这些资源的竞争力或竞争优势的重要条件之一。在这个意义上,舒适物系统就不纯粹是一种消费品,而且同时是一种投资品,一种为本地经济发展带来回报的资本。城市舒适物系统促进经济的发展,是消费品的正外部性的一个典型体现。

(一)城市舒适物与公司选址行为

根据西方学者的研究,在其他投资环境和获利机会大体相同的情况下,公司总裁为公司的选址倾向于选择舒适物多或舒适程度高的地方。Gottlieb发现,公司总裁为公司选址的标准在于能够带来他个人的“心理收入”的最大化。从工人的角度看,他们也愿意为能够居住在舒适的地方而领取略低一些的工资。由于高技能工人和工程师具有更大的流动性,公司所在位置的舒适物状况,直接影响他们的去留。为了吸引和留住高科技人才、工程师和技工,公司总裁不得不考虑他们对舒适物的要求^[1]。Lund发现,舒适物在决定高科技公司的选址的六大因素中位居第一位^[8]。

就中国来说,高新科技产业往往集中在首都或直辖市、省会城市与沿海历史名城。之所以如此,主要是因为这些地方人力资源丰富,高新技术人才多。高新技术人才的聚居,很大程度上是因为这些地方的高校与科研机构多,而高校与科研机构本身也是一种舒适物。同时,高新技术企业选择留在这些地方,除了当地的优惠政策外,很大程度上是因为这些地方拥有更优质、更丰富的舒适物(集体消费品),如:高水平的医院、著名的学校、发达的交通、丰富的文化体育设施和文化事件、优越的购物环境与生活服务配套设施、靠近权力中心或省级权力中心(舒适物的配置往往向权力中心倾斜),等等。由于这些地方高新技术人才聚集,舒适物供给丰富,导致高新技术公司在选址上,倾向于选择这些地方。

(二)城市舒适物与人才移入

人力资源的丰富度决定了公司对地址的选择。换言之,高新技术人才的聚集在一定程度上决定了高新技术企业的选址。不可否认,人才的流动首先是就业取向的,哪里有更好的工作或更高的事业发展机会,人才就流向哪里。但是,在就业机会大体相同的情况下,舒适物成为吸引人力资源、尤其是高端人才的一个很重要的因素。

越是高端人才,或人力资本的市场价值越高者,越看重就业所在地的舒适物系统。因此,舒适物系

统越健全和发达的地方,高端人才就越多,后者反过来吸引高新科技企业在当地的落户。在这里,舒适物系统的作用在于吸引高科技人力资本的移入,从而间接地吸引了高新技术公司的移入。可见,城市舒适物系统具有提升本地高新科技产业所占比重、促进产业升级的作用。

就中国来说,农民工的流动方向主要是就业和收入取向的。与之相对,大学毕业生和研究生的流动方向就不仅仅是就业和收入取向,而且也看重工作所在地的舒适物系统。一个地方的大学毕业生和研究生越多,就意味着智力型人力资源越丰富,高端劳动力的供应越充沛,这不但意味着人力资源种类的齐全,而且也导致高端人才的市场价值的相对贬值,这两种后果,都构成外来高新技术产业移入的吸引力要素之一。

(三)城市舒适物与旅游、事件、会展与会议

城市舒适物系统使得城市本身构成一个大型复合型消费品,从而直接吸引外来的消费者前来消费,如:旅游者、购物者、就医者、求学者、文化消费者、会展客户、事件与会议参加者,等等。旅游让购买力在空间上重新配置,成为城市吸引外来购买力、从而促进本地就业和经济发展的一个重要手段。

综上所述,舒适物系统在城市吸引外来的资源上,发挥着重要的作用。舒适物系统让城市本身变成了一个消费品。对外来投资者而言,城市是生产者消费品,外来投资者消费作为公共物品的“投资环境”。对外来的移民而言,城市是一个生活者消费品,舒适物让城市变得适宜居住和生活,从而吸引了大量外来人才的移入。对旅游者而言,城市是旅游者消费品,舒适物让城市变成了娱乐天堂。不论是作为生产者消费品,还是作为生活者消费品和旅游者消费品,舒适物系统都是城市作为消费品的重要要素。舒适物提升了城市作为一个大型复合型消费品的品质,并因这种消费品的品质提升而促进了经济的发展和产业结构的转型升级。

在这个意义上,舒适物作为集体消费品,就不纯粹是消耗性的产品,相反,它具有正外部性,具有经济和社会产出的功能。这种能够带来经济和社会产出的集体消费品,就不纯粹是一种消费品了,它同时也是一种资本,一种城市资本。消费品不但在消费者身上创造了消费价值,而且为城市创造了额外的经济价值和社会价值。在这里,消费品和资本发生了“奇妙”的结合。对每个个体消费者而言,舒适物系统是消费品,但对城市总体而言,舒适物系统是一种资本。这种资本,就是消费型资本。

三、从生产型资本到消费型资本

从经济学的角度看，终端消费品是不能算作资本的，因为它是进入个人的使用价值领域的东西，而不是进入交换价值领域的东西，而资本必须是进入交换价值领域的东西。只有进入交换，资本才能增值。但是，我们却发现，舒适物同时是一种进入使用价值领域和交换价值领域的东西。那么，舒适物能否算作是一种资本呢？

要回答这个问题，必须解决资本的所有权问题。对于资本家来说，用于交换领域的东西可以算作资本，而用于家庭私用的东西，就属于私人消费品，而不是资本。在这里，不但用于私用的消费品的产权是私人，而且用于投资的资本的产权，也是私人。从私人产权的观点出发，凡是私人用于私人消费的消费品，就是消耗品，不能算是资本。只有用于交换领域、以增值为目的的产品或资金，才是资本。这种观点预设了资本的私人所有的属性。

之所以要做这种预设，是因为只有当资本的增值部分归资本所有者所有的时候，我们才可以觉察到资本的增值部分。否则，如果资本不是私人所有的，一旦资本增值了，这个增值的部分就无法归到某个具体私人身上，那么，增值的部分就在社会学的意义上变成“不可觉察”了。于是，从增值是否“可觉察”的角度看，经济学自然而然地把消费品当作消耗物来看待，因为进入私人使用价值领域的消费品没有给其所有者带来看得见的经济增值或直接的经济回报。与之相对，用于交换领域的产品就不同，其增值部分归私人所有者，因此，这种投入到交换领域并带来增值部分的投入，就可以看作是资本。可见，从私人产权观出发，只能得出消费品不是资本的结论。

从私人产权观出发，消费过程所导致的外部性，其中包括正外部性，往往会被忽视。正外部性也是一种收益，但是，由于它不为消费品的所有者所享有，因此，变得“不可觉察”。也就是说，消费的正外部性尽管是消费品带来的，但是，从私人产权观的角度看，由于这种正外部性找不到确切的获益单位，或者说，由于这种正外部性没有为其所有者所获取，因此，它就仿佛不存在。很显然，私人产权观导致了消费正外部性的“流失”或“失踪”。

但是，把一个存在的东西说成仿佛不存在，一定是因为其理论范式存在问题。为了给“失踪”的消费正外部性一个“说法”，我们必须修正理论范式。这个新的理论范式就是“社会产权”概念。上面说过，在

私人产权的理论范式中，私人的消费品和私人的资本是分属于两个不同领域的东西。前者是耗费性产品，后者是投资性产品。相应地，消费活动不是投资活动，因为它没有给其所有者带来直接经济回报。尽管消费活动具有正外部性，由于它不为其所有者所获得，因此，这部分收益“流失”到外部去了，或者说，“流失”到社会中去了。

如果我们借用经济学中的“公共资本”的理念，用社会产权观替代私人产权观，那么，原来那些在私人产权观里“失踪”的消费者的正外部性，就重新呈现在我们的视野中。从社会产权观出发，消费活动和投资活动的划分也就变得模糊了。从私人产权观出发，个体的消费所带来的正外部性不归个人所有者所有，便可以当它仿佛不存在。但是，从宏观的角度看，无数个体的消费所带来的正外部性的累积和相加，却是一个“社会事实”。无数的个体消费所导致的正外部性的累加，无疑是带给本地社会的一个显著的收益或回报，其中也包括经济回报和社会回报。这种回报是客观存在的。如果私人产权观对它“视而不见”，那么，社会产权观则必须正视它。

因此，从社会产权观的立场看，消费活动也可以是一种投资活动。更确切地说，在某种意义上，集体消费品、消费设施和常设的消费服务，也可以是一种资本，因为这些东西为本地社会带来了经济和社会回报，在本地社会的范围内实现了财富增值和社会增益。既然舒适物系统是一种集体消费品、消费设施和常设的集体消费服务，那么，它也可以看作是一种资本，因为它促进了本地经济发展和产业结构的升级换代。它创造收益的方式不同于私人资本。如上所述，它是通过吸引外来人力资本、进而吸引外来的投资而实现本地社会的经济和社会增益的。从社会产权观的角度看，在私人产权观那里“失踪”的消费者的正外部性，重新汇聚起来，并因此变得“可觉察”。产权范围的扩大（从私人产权到社会产权），使得原先“不可觉察”的收益，变得可以觉察了（同样道理，原先在私人产权观那里“不可觉察”的负外部性，如环境污染，也在社会产权观的范式中变得“可觉察”了）。集体消费作为一种社会投资所带来的收益，有了明确的受益者，这就是本地社会的集合体（至于这个收益在该集合体成员中的不均衡分配，是另外一个问题^[9]）。

可见，社会产权观颠覆了生产与消费，或投资与消费的区别。就一个城市来说，从事公共医疗保障、优质义务教育与名牌高校、住房保障、园林绿地、文博馆所、大众体育场地与设施、公共交通设施

与服务、清洁卫生、城市建筑群景观、普通话普及、居民公德、社会治安等方面的投入和建设,就不再是纯粹的消费性或福利性事业,而且同时也是一种投资性活动,因为这些投入会给该城市带来经济和社会回报。如果说,在私人产权观的范式中,消费是消费,投资是投资,二者分属于两种性质不同的活动领域,那么,在社会产权观的范式中,消费同时就是投资;要吸引外来的投资或高新科技公司的进入,离不开本地政府在本地的消费环境、消费服务和集体消费设施等公共物品上的必要的投入和改善。

在社会产权观中,消费环境和集体消费设施与服务是一种社会性的资本。但这种资本不同于生产型资本(以交换价值为目的),它是一种消费型资本(以使用价值为目的)。它有如下特征:第一,它不以交换价值为目的,而是以使用价值为目的。但是,它客观上带来了交换的后果,促进了当地经济发展和产业升级换代。第二,消费型资本创造经济回报的方式是间接的,而不是直接的,即:它通过吸引优质人力资源,从而吸引外来企业或资本前来投资或落户。第三,消费型资本所创造的经济回报,是综合性的、宏观的,要通过一个比较漫长的周期来得以充分体现。第四,消费型资本是复合型的,而不是单一的,因为它是一个涉及不同人群的多方面要求的系统,需要各个部分的配套。因此,消费型资本不仅仅靠量来取胜,而且要讲究其系统性和配套性。第五,消费型资本的产权通常是集体的,它所带来的回报的分享方式往往是开放的、非排他性的。

既然集体消费具有促进本地经济发展、产业升级和社会增益的目的,那么,市政府就应该大力把城市的集体消费搞好。但是,在这个问题上,地方政府层面在观念上存在一些误区。它们误以为政府只有积极投身于生产型投资,才能提升本地经济。它们忘记了,集体消费不但具有社会效益,而且具有经济回报。事实上,政府参与生产型投资活动的效率是不高的,这种经济活动可以交给市场来做。政府要做的主业,是服务,是为公众提供集体消费品,而

不是直接参与经济建设。之所以一些地方政府官员对集体消费的建设不大热衷,是因为他们未能认识到集体消费设施与服务也是一种资本,一种可以促进本地经济发展和产业升级的资本。由此可见,要使地方政府从生产型政府向服务型政府转变,就必须对私人产权观的资本观进行修正,倡导集体消费也是资本的观念。“消费型资本”概念的提出,有助于地方政府在环境保护、城市社会保障、社会福利和社会服务等方面投入更多资源。

四、结语

经济学提出了消费的外部性理论,并对消费的负外部性和正外部性问题予以充分的关注。但是,在消费的正外部性问题上,经济学没有解决“获益单位”的问题。从私人产权的理论范式出发,消费的正外部性“失踪”了,或“弥散”于匿名社会中。既然消费的正外部性无法找到明确的对应的获益单位,因此,尽管消费品可以带来正面经济效益(正外部性),它也不能看作是资本。但是,从社会产权观的角度看,一个城市或地方在集体消费领域的投入,就不仅仅是一种消费性支出,而且是一种投资活动,相应地,这些集体消费品也构成该城市或地方的资本,因为这些集体消费领域的投入导致经济增值和社会增益。这些经济增值和社会增益的获益单位,就是该城市或地方。不过,这种资本不是生产型资本,而是消费型资本,因为它不是投入于交换领域的资源,而是投入于使用价值领域的资源。但是,这种投入于使用价值的消费资源却带来了交换的效果,为本地社会带来了经济效益和社会效益。

集体消费品(舒适物系统)作为消费型资本的运行机制,体现为集体消费品为城市或地方吸引外来的生产要素(人力资本、资金、技术等)和外来公司、尤其是高新科技公司移入本地,发挥不可或缺的作用。集体消费品作为资本的运行模式遵循了如下的模式(图1):

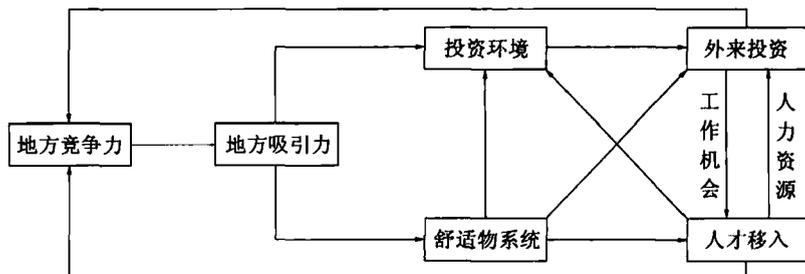


图1 舒适物系统作为消费型资本的运行机制

形象地说, 城市的舒适物系统就是“筑巢引凤”中的“巢”。不过, 这个“巢”不仅仅是一般性的投资环境和基础设施, 而且也包括生活环境、生活设施和生活服务, 即: 舒适物系统。不过, 舒适物系统对本地经济发展的作用, 更明显地体现在高新技术产业。原因在于, 高新技术人才比农民工等体力型工人更看重就业地的舒适物系统。如果说, 农民工往往是就业机会导向的, 那么, 高新技术人才则往往是就业机会和舒适物双重导向的。因此, 如果传统的投资环境理论可以有效解释对外来的低端产业的竞争, 则传统的投资环境理论难以充分解释对外来的高新技术产业的竞争。高新技术产业的选址行为是人力资源导向的, 而高新技术人才则是舒适物和就业机会双重导向的。这意味着, 一个地方或城市要促进产业

升级换代, 必须把舒适物系统看作是投资环境中非常重要的因素。在城市建设中, 消费与生产不是对立的, 而是统一的。把城市建设成消费型城市, 或建设成让人在生活上感到舒适的城市, 客观上有助于吸引优质人才的移入, 从而吸引外来高新技术产业前来当地落户, 促进产业结构的升级和优化, 提高本地的经济与社会竞争力。在这个意义上, 一个城市或地方在集体消费品(舒适物系统)上的财政投入, 就不仅仅是一种福利性的支出, 而且同时是一种投资性活动。这些集体消费品, 也因此可以看作是一种消费型资本。这种消费型资本的概念, 与“美丽中国”和“产业升级换代”的理念有着内在的亲合性。它在中国试图扭转以往那种粗放型、污染型的发展模式的努力中, 可以扮演一个关键词的作用。

参 考 文 献

- [1] Gottlieb P D. Amenities as an Economic Development Tool: Is There Enough Evidence?[J]. *Economic Development Quarterly*, 1994(3): 270-285.
- [2] Clark T N. *The City as an Entertainment Machine*[M]. New York: Elsevier, 2004.
- [3] Glaeser E L, Kolko J, Saiz A. Consumer and Cities[G]//Clark T N, ed. *The City as an Entertainment Machine*. New York: Elsevier, 2004.
- [4] Blair J. Quality of Life and Economic Development Policy[J]. *Economic Review*, 1998(1): 50-54.
- [5] Gottlieb P D. Residential Amenities, Firm Location and Economic Development[J]. *Urban Studies*, 1995(9): 1413-1436.
- [6] Edward B, Brian R, Philip M. Inducing High Tech: Principles of Designing Support Systems for the Formation and Attraction of Advanced Technology Firms[J]. *International Journal of Technology Management*, 1987(3/4): 337-356.
- [7] Distinction B P. *A Social Critique of the Judgement of Taste*[M]. London: Routledge, 1984.
- [8] Lund L. Locating Corporate R & D Facilities[M]. New York: Conference Board, 1986: 15.
- [9] 王宁. 城市舒适物与社会不平等[J]. *西北师大学报: 哲学社会科学版*, 2010(5): 1-8.

Urban Amenities and the Consumption-Oriented Capital: Upgrading of Urban Industries from the Perspective of the Sociology of Consumption

WANG Ning

(School of Sociology and Anthropology, Zhongshan University, Guangzhou 510275, China)

Abstract: Drawing on the theory of “consumption externalities”, this research explores the links between amenities system, collective consumption goods and capital. To this end, this article has analyzed why collective consumption goods cannot be taken as capital in economics. One reason is that from the perspective of private property rights, positive externalities leads to deadweight loss. To solve the problem, it is necessary to replace the concept of private property rights with social property rights. From the perspective of social property rights, investment in collective consumption goods leads to economic value added (EVA) and social gains. The financial expenditure over collective consumption goods (amenities system) is more than a welfare spending; it is a kind of investment activity; thereupon the collective consumption goods (amenities system) become capital, though it is not production-oriented but consumption-oriented.

Keywords: amenities; collective consumption; consumption-oriented; social property rights; upgrading of industry

(责任编辑: 贾 宜)