

消费教育

作者：卢嘉瑞 吕志敏 等

出版社：人民出版社

内容提要

这是国内第一部关于消费教育的专著。

一、消费与消费教育的意义

消费是人类的一个永恒的主题，它不是一部分人的行为，而是全体人类在他们各自生命篇章里的一个基本内容。消费教育是指有组织、有计划地向全体国民传授消费知识和技能，培养科学、文明的消费观念和维权意识，提高消费者自身素质的一种社会教育活动。开展消费教育是促进消费者转变观念、扩大消费需求的重要手段，是增强消费者维权意识、伸张消费正义、保护消费者合法权益的有效方式，是建立文明消费方式，实现可持续消费的需要。

二、消费教育的内容

消费经济学常识：收入、人口、环境影响消费；树立正确的消费观念：消费未必是浪费；不必一概限制高消费；培养消费技能，提高消费能力；培养健康、积极、先进的消费习惯和消费方式；把提高生活质量放在第一位，生活质量指标体系评价与再设计；坚持可持续消费，可持续性消费的公平性、适度性、节约性、效益性原则，中国可持续消费面临的十大障碍及实施机制；鼓励消费与“消费主义”的内涵、特点、在中国的表现及危害；花明天的钱，圆今天的梦，中国居民利用信贷消费正逢其时消费决策教育：消费决策过程、影响消费决策的因素、提高消费决策效益的途径；消费者组织教育；消费法律教育与消费者权益保护的途径与现状；消费教育效果的评价。

三、消费教育展望与建议

（一）二十一世纪消费教育展望

消费教育面临的机遇与挑战：消费观念与方式的更新给消费教育提供的良好契机，非科学消费现象对消费教育的挑战；消费教育的全新功能：促进现代生产发展，提高消费层次和消费效益，消费教育是维护消费者主权的应有之义；消费教育内容的创新：树立消费合理化的规范，倡导健康文明的日常消费习惯，加强闲暇消费教育，提高精神消费力，培育消费者理性，提倡自主消费、合理适度消费；提倡可持续消费，发展信息文化、网络文化，排除“信息污染”、“网络垃圾”；进行法制化、国际化教育。全方位的消费教育实施主体：家庭和学校是实施消费教育的重要阵地；政府的消费教育职能；消费者组织与大众传媒相结合，将使消费教育活动走向快车道；消费教育是现代企业营销的重要手段。消费教育途径与手段的现代化：即知识化、信息化。

（二）实施全民消费教育工程的对策：

1. 建立消费教育体系，提高国民消费素质；
2. 充分利用媒体优势，拓宽消费教育渠道；
3. 发挥消协主导作用，建设“消费者之家”；
4. 明确政府定位，保护消费者利益；
5. 加快法律修订步伐，降低维权成本；
6. 企业积极参与，推进消费教育。■

[完]

卢嘉瑞 吕志敏 等, 人民出版社



<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.0/fr/deed.fr>