



马克思消费思想 及中国化研究

曾 薇 ■ 著

Research on Marx's Consumption Thought
and Chinazation



东北大学出版社
Northeastern University Press

马克思消费思想及中国化研究

Research on Marx's Consumption Thought
and Chinazation

曾 薇 著

东北大学出版社

· 沈 阳 ·

© 曾 薇 2015

图书在版编目 (CIP) 数据

马克思消费思想及中国化研究 / 曾薇著. —沈阳: 东北大学出版社, 2015. 12
ISBN 978-7-5517-1175-3

I. ①马… II. ①曾… III. ①马克思主义—消费经济学—研究 ②消费经济学—研究—中国 IV. ①A811.62 ②F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 307533 号

出 版 者: 东北大学出版社

地址: 沈阳市和平区文化路 3 号巷 11 号

邮编: 110819

电话: 024 - 83687331 (市场部) 83680267 (社务室)

传真: 024 - 83680180 (市场部) 83680265 (社务室)

E-mail: neuph@neupress.com

http: //www. neupress. com

印 刷 者: 沈阳市第二市政建设工程公司印刷厂

发 行 者: 东北大学出版社

幅面尺寸: 170mm × 228mm

印 张: 10

字 数: 159 千字

出版时间: 2015 年 12 月第 1 版

印刷时间: 2015 年 12 月第 1 次印刷

组稿编辑: 刘振军

责任编辑: 潘佳宁

封面设计: 唯 美

责任校对: 王 宁

责任出版: 唐敏志

ISBN 978-7-5517-1175-3

定 价: 30.00 元

前 言

理性的消费行为需要科学消费思想进行指导。中国特色社会主义建设中消费实践的变化和扩大消费需求重要性的凸显，对阐明马克思主义消费思想提出了现实诉求和理论呼唤。马克思虽没有对消费进行集中论述，但其消费思想散见在很多重要的著作、笔记和手稿中。本书通过梳理马克思消费思想形成的历史理路，挖掘马克思消费思想的逻辑体系和主要内容，进一步研究中国化马克思主义消费思想的主要内容、历史地位及作用，从而阐明中国化马克思主义消费思想与马克思消费思想既一脉相承又与时俱进的关系，体现了中国化马克思主义消费思想鲜明的特征。

本书共包括七章，分为五个部分。第一部分即第一章“绪论”，概述了问题的提出和研究意义、国内外研究现状，对已有研究进行评价，分析其中存在的不足与局限，明确本书的研究思路及方法。第二部分为第二章至第三章，在梳理马克思消费思想形成的历史背景、理论来源的基础上，通过文献分析法阐明马克思早期消费思想的萌芽、唯物史观形成时期消费思想的发展、重新研究经济学后消费思想的丰富这一历史理路，从而厘清马克思对消费概念一般性和特殊性的认识，着重论述了马克思消费思想的逻辑体系和主要内容。第三部分为第四章至第五章。将中国化马克思主义消费思想进行历史分期，从改革开放前和改革开放后两个历史时期考察了中国化马克思主义消费思想形成的影响因素、主要内容、历史地位和重要作用。第四部分为第六章“中国化马克思主义与马克思消费思想的一脉相承与与时俱进”，全面分析了中国化马克思主义消费思想对马克思消费思想的继承与发展，该思想蕴含的精神实质，阐释了中国化马克思主义消费思想所具备的科学性、继承性、时代性、创新性、实践性、历史性、人本性、开放性、全面性和原创性等特征。第五部分即第七章“结论”，总结全文，包括马克思消费思想的演进及逻辑体系解读、中国化马克思主义消费思想理论分析两个部分，形成结论性观点，为论题的深入研究拓展了空间。

Abstract

The rational behavior of consumption needs the guidance about scientific consumption thought. In the process of building socialism with Chinese characteristics, the changes in consumption practice and the importance of expanding consumption demand need to clarify Marx's consumption thought. We can detect many consumption thoughts in Marx's important books, notes and manuscripts, even though he didn't concentrate on consumption. On the basis of teasing the evolution of Marx's consumption thought, the paper is to unearth the logic system and main content of Marx's consumption thought, to research on the main content, the historical position and effect about Marxist consumption thought in China, to illuminate the relationship of Marx's consumption thought and Marxist consumption thought in China, and to reveal the distinctive features of Marxist consumption thought in China.

The paper consists of seven chapters, which can be further divided into five parts as follows:

Chapter one "Introduction" is the first part, in which the author tries to summarize the purpose and the significance of the topic, to analyse the present situation of the study at home and abroad, to evaluate the informed research, to indicate the existing problems and limitations of the informed research, and to confirm methods and train of thoughts about this paper.

Chapter two to three is the second part, in which on the basis of teasing the historical background and theoretical source, the author tries to expound the historical logic of budding, developing and enriching about Marx's consumption, to sort out Marx's understanding of generality and particularity about consumption, and to focus on logic system and main content of Marx's consumption thought.

Chapter four to five is the third part, in which the author divides the progress of

Marxist consumption thought in China into different period; before the reform and opening up and after the reform and opening up, to inspect the Influence factors, main content, historical status and effect of Marxist consumption thought in China.

Chapter six is the fourth part, in which the author tries to analyse the inheritance and development of Marx's consumption thought in Marxist consumption thought in China, to interpret the spiritual essence of Marxist consumption thought in China, to discuss the scientificity, succession, temporal spirit, innovativeness, practicality, historic, significance, human nature, openness, comprehensiveness and originality of Marxist consumption thought in China.

Chapter seven "Conclusion" is the last part, including the interpretation of evolution and the logic system about Marx's consumption, and the theoretical analysis of Marxist consumption thought in China, in which the paper comes to the conclusion broadening the research space for in-depth study.

目 录

第一章 绪 论.....	1
第一节 问题提出与研究意义	1
一、问题的提出	1
二、研究意义	3
第二节 文献综述	4
一、国内学者对马克思消费思想的研究	4
二、国外学者对马克思消费思想的研究	9
三、对中国化马克思主义消费思想的相关研究	13
四、国内外已有研究的综合述评	16
第三节 研究思路和方法	18
一、研究思路	18
二、研究方法	18
第四节 创新点	19
第二章 马克思消费思想的生成	20
第一节 马克思消费思想产生的社会背景	20
一、物的依赖关系在资本主义社会的表现	20
二、城市化进程中工人的消费方式畸形发展	21
三、消费的有限性与经济危机的周期性爆发	22
第二节 马克思消费思想产生的理论来源	23
一、古典政治经济学家消费思想的研究与吸收	23
二、德国古典哲学异化理论的批判与发展	28
三、英法空想社会主义者消费思想的借鉴与超越	31
第三节 马克思消费思想形成的历史理路	33

一、早期消费思想的萌芽	33
二、唯物史观形成时期消费思想的发展	36
三、重新研究经济学后消费思想的丰富	39

第三章 马克思消费思想的理论体系..... 45

第一节 马克思消费概念的界定	45
一、消费一般性的认识	45
二、消费特殊性的认识	48
第二节 马克思消费思想的逻辑体系	50
一、马克思消费思想的逻辑起点	50
二、消费思想论述的主题：资本主义制度的批判	52
三、消费思想研究的方法：动态的整体性分析	54
四、消费思想解析的旨趣：人的自由而全面的发展	56
第三节 马克思消费思想的基本内容	58
一、消费结构思想的阐释	58
二、消费功能思想的解析	62
三、消费异化思想的批判	65

第四章 改革开放前中国化马克思主义消费思想..... 70

第一节 改革开放前中国化马克思主义消费思想的影响因素	70
一、马克思主义消费思想是改革开放前中国化马克思主义消费思想的理论 基础	71
二、中国传统消费经济思想是改革开放前中国化马克思主义消费思想的思 想渊源	73
三、国际政治经济条件是改革开放前中国化马克思主义消费思想的外部环境 ...	74
四、经济社会发展状况是改革开放前中国化马克思主义消费思想的实践条件 ...	75
第二节 基本完成社会主义改造时期中国化马克思主义消费思想的萌芽	76
一、树立合理的消费理念：节俭建国持家与贪污浪费是极大的犯罪	76
二、确定消费发展的方针：积累和消费统筹兼顾及均衡发展	77
三、表明消费的地位和功能：消费水平提高是党的宗旨和制度优越性的体现 ...	79

第三节 全面建设社会主义时期中国化马克思主义消费思想的曲折发展	80
一、全面建设社会主义时期中国化马克思主义消费思想的特征	80
二、全面建设社会主义时期中国化马克思主义消费思想的内容	81
第四节 “文化大革命”时期中国化马克思主义消费思想的偏离	84
一、“文化大革命”时期的主要消费观点	84
二、“文化大革命”时期的消费观点对中国化马克思主义消费思想的启示	86
第五节 对改革开放前中国化马克思主义消费思想的评价	87
一、改革开放前中国化马克思主义消费思想的主要内容	87
二、改革开放前中国化马克思主义消费思想的重要意义	89
三、改革开放前中国化马克思主义消费思想的不足	90
第五章 改革开放后中国化马克思主义消费思想	92
第一节 改革开放后中国化马克思主义消费思想影响因素的变化	92
一、西方思潮涌入对改革开放后中国化马克思主义消费思想的新挑战	92
二、社会转型为改革开放后中国化马克思主义消费思想提供的新环境	94
三、国民经济发展对改革开放后中国化马克思主义消费思想的新要求	96
第二节 改革开放后中国化马克思主义消费思想内容的发展	97
一、消费理念系统化——形成节俭、文明、适度、合理的消费理念	98
二、消费实现平等化——从差异消费到公平消费的新理解	101
三、消费模式科学化——从以人为本到生态消费的新变化	107
四、消费政策制度化——从鼓励消费到构建扩大消费的长效机制	110
第三节 改革开放后中国化马克思主义消费思想的实践经验及历史地位	117
一、改革开放后中国化马克思主义消费思想的实践经验	117
二、改革开放后中国化马克思主义消费思想的历史地位	118
第六章 中国化马克思主义与马克思消费思想的一脉相承与与时俱进	121
第一节 中国化马克思主义与马克思消费思想的一脉相承	121
一、共同的政治立场	121

二、共同的发展目标	122
三、共同的观点方法	122
四、共同的消费理念	123
第二节 中国化马克思主义与马克思消费思想的与时俱进	124
一、与时俱进是马克思消费思想的理论品格和实践品格	124
二、中国化马克思主义消费思想与时俱进的历程及成就	125
第三节 中国化马克思主义消费思想的内涵与特征	128
一、中国化马克思主义消费思想的内涵	128
二、中国化马克思主义消费思想的特征	128
第七章 结 论	131
第一节 马克思消费思想的演进及理论体系解读	131
第二节 中国化主义马克思消费思想的理论分析	133
参考文献	137

第一节 问题提出与研究意义

一、问题的提出

有学者根据社会发展主导因素的变迁对当代资本主义社会发展阶段进行判断，提出资本主义已经从过去那种以生产为主导的经济社会发展范式进入到以消费为主导的发展范式，资本主义处于以“消费”作为社会运转主轴的后工业时代。从生产到消费这一中心视角的转变具有历史必然性，自新古典政治经济学派开始就已出现。凡勃伦“奢侈性消费”概念的提出，马尔萨斯等法兰克福学派对文化工业的批判，都体现了消费的重要性。而当商品使用价值的意义和真实性被逐渐忽略，变成了符号与影像解释的产物时，消费就进入了文化的视域，社会发展到“这样一个时期：人们一向认为不能出让的一切东西，这时都变成了交换和买卖的对象，都能出让了”^{[1]79}。在物质丰盈、传媒技术推波助澜的消费社会，消费方式已经成为引领时尚、带动潮流、塑造生活方式、区分身份、引导价值理念的重要方面。

在这种国际背景下，中国正处在重要的发展战略机遇期。在全面建成小康社会的过程中，2007年党的十七大首次高度重视消费在国民经济发展中的重要性，明确提出转变经济发展方式要做到“两个坚持”和“三个转变”。实现“两个坚持”和“三个转变”进路有很多，其中扩大消费需求是其应有之义，充分满足了“两个坚持”和“三个转变”的具体要求，可以成为一个实现国民经济又好又快发展的重要路径。第一，消费的提高可以扩大内需，拉动经济增长；第二，

马克思消费思想及中国化研究

消费结构的调整 and 消费需求的多样化需要丰富的产品和服务，这是促进我国三大产业协同拉动经济增长，特别是第三产业由慢到快的基础工程。它客观要求第三产业做大做强，产业拉动力明显提升。第三，消费不但包括物质消费，还包括文化消费。文化消费的发展可以充分提高劳动者素质，促进人的全面发展，还可以发掘并增强地区和民族的文化底蕴，提升中国的文化软实力。文化消费是消费的重要组成部分，其行为由于具体的消费内容而具备引导和示范作用。文化产业发展将成为物质文明和精神文明协同发展的有效载体。可见，消费是链接第二、三产业的关键纽带。

继党的十七大之后，党的十八大又明确提出“使经济发展更多依靠内需特别是消费需求拉动”“加快建立扩大消费需求长效机制，释放居民消费潜力”的政策，国务院总理李克强在2014年政府工作报告中进一步指出“要增强内需拉动经济的主引擎作用”。在促消费、调结构、转变经济发展方式的紧迫性、重要性日益凸显的国情下，反观我国的消费状况，自改革开放以来的消费领域发生了很大的变化。消费产品日益丰富，消费方式逐渐多样，消费热点不断涌现。人们在物质需求逐渐满足后，对精神文化需求的要求越来越高。但消费在国民经济中的贡献率仍明显不足。同时，炫耀性消费、奢侈性消费、消费活动中的浪费行为在不同地区也不同程度地出现。

中国是否进入到了消费社会？有没有出现西方消费社会的特征？一些发达国家消费主义引导下的消费行为对中国产生了哪些影响？中国在进行个人消费或公共消费时，究竟应秉承什么样的消费观？作为社会主义国家的典型代表，我国的消费思想、消费理念又有哪些不同于西方的本质特征？是否形成了具有中国特色的社会主义消费思想？

理性的消费行为需要科学消费思想进行指导。中国特色社会主义建设中消费实践的变化对于马克思主义消费思想提出了现实诉求和时代呼唤。作为马克思主义的创始人，马克思虽没有对消费进行集中论述，但其消费思想散布于《1844年经济学哲学手稿》《德意志意识形态》《共产党宣言》《雇佣劳动与资本》《1857—1858年经济学手稿》《1861—1863年经济学手稿》《资本论》等重要的著作、笔记和手稿中。而且，将马克思消费实践局限于经济领域定然行之不远，作为批判和分析的经济学，马克思消费思想以异化理论为哲学基础，从整个经济循环过程分析消费，达到国民经济学家难以企及的深度和高度^{[2]²⁹}。因此，全面梳理在马克思思想发展中消费思想的内容和逻辑体

系，为中国的消费思想提供理论指导，是本书研究的理论基础。以此为前提，在中国化马克思主义消费思想的演进过程中挖掘其与马克思主义消费思想一脉相承的精神实质和理论内核，探寻其与时俱进的内容与发展趋势，对指导我国消费科学发展具有重要的理论价值和现实意义。

二、研究意义

1. 理论意义

第一，挖掘马克思著作中关于消费思想的论述，丰富马克思主义消费理论。马克思主义的创始人马克思、恩格斯并未对消费进行过集中论述。他们研究消费的目的是把消费纳入资本主义社会化大生产的运动中，以揭示资本主义生产关系的实质。只有将马克思消费思想的演进放在马克思思想的发展历程中去考察，才能真正触及马克思消费思想的灵魂，理解马克思消费思想的发展脉络及在马克思思想中的地位。深入挖掘马克思消费思想是对马克思主义消费理论的一大贡献。

第二，归纳中国化马克思主义消费思想的内容和特点，为马克思主义中国化的研究提供理论依据。中国化马克思主义是马克思主义基本原理同当代中国实践和时代特征相结合的产物，是科学的理论体系。一方面，中国化马克思主义消费思想的研究内容来源于这一理论体系中关于消费内容的具体论述；另一方面，中国化马克思主义消费思想的发展又推动该理论体系的丰富和完善，具有重要的理论意义。

第三，探究中国化马克思主义消费思想是对马克思消费思想的继承与发展，为中国化马克思主义消费思想的进一步发展奠定了理论基础。中国化马克思主义消费思想与马克思消费思想在理论内核上是一脉相承的，其精髓就是对马克思消费思想的继承。同时，在不同的时代背景和实践基础上，中国化马克思主义消费思想又是对马克思消费思想的创新性发展。探寻这种继承性与创新性关系为中国化马克思主义消费思想的进一步发展提出了原则和方向。

2. 实践意义

第一，为中国特色社会主义建设提供指导思想。当前，中国正处在全面推进扩内需、调结构的经济发展方式转变时期。消费需求是内需的重要组成部分，消费需求的提高是扩大内需的有效途径之一，是中国特色社会主义建设当前的重点任务之一。马克思消费思想及其在中国的发展是中国特色社会主义建设指导思想的有机组成部分，具有

——马克思消费思想及中国化研究

重要的指导作用。

第二,用不断发展的马克思主义消费思想引导理性的消费行为。时代性与实践性是马克思主义科学性的两个显著特征。没有理论指导的实践将是盲目的实践,不根据情况变化而发展的理论也必然没有生机和活力。本书梳理随着时空变化而不断发展的马克思主义消费思想的基本内容,以此来为我国的消费行为提供理论借鉴,使消费更加理性化、科学化,价值取向、人文取向更加明确。这对于制定合理的消费发展政策,优化经济发展理念、发展战略具有很强的现实意义。

第二节 文献综述

一、国内学者对马克思消费思想的研究

近年来,由于中国特色社会主义建设中消费作用的日益凸显及消费实践中问题的不断涌现,促使学界对马克思消费思想的研究不断深化,其研究主要围绕方法研究、视角研究、内容研究和当代价值与启示研究四个方面展开。

1. 马克思消费思想研究的方法

对马克思消费思想进行研究时,李长春提出:马克思从社会生产关系的角度出发,运用科学的抽象方法、历史与逻辑相统一的方法、制度的分析方法依次研究了资本主义直接生产过程、流通过程和总过程中的消费问题,形成了一个既不同于古典经济学,也不同于新古典经济学的系统完整的消费理论体系。^[3]这是对马克思消费思想方法的较全面的阐述。

更多学者运用对比研究法对马克思消费思想进行研究,主要是马克思与西方马克思主义者之间消费思想的对比研究、与中国思想家消费思想的对比研究或与西方经济学流派的对比研究。魏红娟将马克思与马尔库塞关于人的异化理论进行比较研究,提出:“马克思与马尔库塞都很关注人的本质、人的异化以及人类的解放。马克思从对劳动的分析入手,认为人的本质是自由的有意识的活动,提出通过社会革命、改变生产方式来克服人的异化,达到人类的自由与解放。马尔库塞认为爱欲是人的本质,但资本主义社会却利用技术理性使人们仅仅满足于虚假需要,出现了消费异化。他主张通过艺术和审美形式来实现人

类解放，但由于缺乏现实依据而陷入乌托邦的境地^[4]。

王学荣认为马克思与墨子消费观存在内在通融。马克思的适度消费观作为一种科学结论，是建立在对资本主义社会生产与消费进行深度剖析的基础之上的；而中国墨家合理消费思想则是在“中国文化土壤”中生长出来的。二者生长的“文化土壤”相去甚远，但却在消费问题上得出了相似的结论，从根本上来讲是彼此通融、内在璧合的^[5]。刘小怡提出马克思主义和新古典主义的消费理论是形式上的不同与内容上的补充^[6]。

消费社会是一个研究热点，且马克思与鲍德里亚理论之间存在密切关系，因此将二者进行对比研究的较多。吴玉彬提出二者在不同历史背景从不同角度研究消费社会：马克思描述的是生产者的社会，由资本统治并重组社会，资产阶级通过媒体和文化意义构建了与生产系统对应的消费系统，消费成为一种制度和统治策略，但马克思没有关注如何理解私人消费策略。鲍德里亚从对物的有用性（使用价值）视角解读现代消费社会，通过关注物的使用价值的意义性和区分性，把物体系统升华到意义的符号系统来关照人的生存状况。他认为人已经丧失真实性，从被生产奴役步入被消费奴役。马克思以生产过程定义人，而鲍德里亚认为人们通过商品来定义自身、文化和世界^[7]。还有学者指出：鲍德里亚的消费理论从符号学的角度研究消费社会，它与马克思的生产理论一样强调了生产的重要性，同时二者在理论批判对象、批判角度、理论立足点和理论走向等方面都有较大分歧^[8]。

2. 马克思消费思想研究的视角

学界对马克思消费思想研究的视角主要围绕在经济学、哲学和伦理学三个方面。其中：吴薇从消费与生产的关系、消费和谐、自由时间与休闲三个方面解读了马克思的消费经济理论^[9]。

魏红霞从经济学和伦理学两个维度进行研究，提出两个维度的内涵和相互关系：马克思消费理论阐述了消费与生产的辩证关系，肯定了消费在社会再生产中的作用和地位，体现了消费的经济价值维度。同时马克思也高度关注消费的伦理维度，在对资本主义制度下消费需求异化批判的基础上，提出了“属人”的消费价值取向，体现了消费的人本关怀。这两个维度之间具有辩证统一的关系：一方面消费的伦理价值离不开消费的经济价值；另一方面，消费的伦理价值对消费的经济价值起着一定的范导作用^[10]。

洪波从马克思主体性的视角来考察消费的本质及价值旨归，提出：

马克思消费思想及中国化研究

人的主体性是人在主客关系中的能动性、创造性或主导地位；而消费是满足人的需要的活动，其实质就是人的主体性的实现过程。在马克思看来，无论是在生产领域还是在消费领域，人都应该是作为“真正的人”“社会的人”而存在，人都应该体现出人作为人应具有的主体性^[11]。

梁爱强阐述了马克思消费思想中的人学意蕴，提出：马克思在对消费问题的论述中谈到消费活动中人的需要、人的社会本质、人的全面发展、人与自然的和谐等问题时彰显出他消费思想中的人学意蕴。在马克思看来，消费的目的是满足和创造人的需要；消费活动是人的社会本质的确证；消费的价值目标是促进人的全面发展；消费要以人与自然的和谐为前提^[12]。

也有学者从伦理学视角研究马克思消费思想。其中，孙世强认为马克思消费伦理思想是立足于生活消费角度进行的，包括一个核心、一个目标、两个保证和一个实现方式等五个方面内容：注重人本消费是马克思消费伦理的核心，也是其消费伦理研究的切入点；马克思消费伦理目标是实现人的立体消费；马克思消费伦理科学性的方法论是动态演进的互适性；马克思消费伦理科学性的内容保证是关系标准；马克思消费伦理目标的实现方式是制度变革。马克思消费伦理思想是一个立足于批判与构建两个维度，涵盖切入点、保证机制和实现方式的完整理论体系^[13]。

陈爱华和沈明挖掘马克思《1857—1858年经济学手稿》生产—消费的伦理观中蕴涵的生产主体与消费主体内在利益的相关性，进而使我们对生产—消费伦理本质的理解有了一个全新的视域：生产直接也是消费，其中既有主体的方面，又有客体的方面；消费直接也是生产，因为人需要通过吃喝这一种消费形式生产自己的身体。生产与消费的每一方直接是它的对方，因而，同时在两者之间存在着一种媒介运动^[14]。

3. 马克思消费思想的内容研究

国内对马克思消费思想的内容研究主要围绕两个方面：一方面是从整体上论述马克思消费思想所包含的理论观点；另一方面是对马克思消费思想的主要观点进行详细阐述。

谭顺和程东杰认为马克思消费观具有三个逻辑层次：工具层次——作为社会产品的物质性消耗，消费是生产的手段；价值层次——作为社会生产的根本目的，消费成为社会生产的价值评判标准；本质

层次——消费推进人的需要的发展及满足，其本真意义体现为人本质的确证及实现。马克思消费观是一个层次分明、逻辑严密的理论体系，对消费的作用、地位及本质的系统性、整体性认识，拓展并深化了消费的科学内涵^[15]。

赵振华认为马克思消费理论的主要内容包括消费进行的分类、对生产与消费关系的论述以及对资本主义制度下生产与消费的矛盾分析^[16]。

白雪秋、谭祖开认为马克思主义消费理论不仅对消费进行了科学的分类，深刻分析了消费与生产之间的相互作用，而且明确提出了适度消费观，并深入探讨了影响消费的制度因素。其消费理论的社会主义指向是作为生产的目的，消费是为了实现人的生存和发展，特别是实现人的自由而全面的发展；公平分配是实现消费目的之基础；适度消费是其必要条件；消费通过对生产的反作用促进消费目的更好实现^[17]。

王黎明分析了马克思消费观的多维向度，即生活需要及其满足：马克思消费观的发生学向度；异化劳动和异化消费：马克思消费观的批判向度；消费公平与消费正义：马克思消费观的制度安排；人的全面发展与解放：马克思消费观的人本向度^{[18]19-23}。

董立清分析《资本论》及《政治经济学批判》中马克思对消费观的论述主要包括消费与生产、分配、交换的辩证关系，消费与人的素质和发展的辩证关系，消费与环境的辩证关系等^[19]。

朱晓认为马克思消费思想深刻地揭示了消费与生产的辩证统一关系，提出了消费力的科学范畴，阐述了人的自由时间及其重要作用^[20]。

一些学者对马克思消费思想中蕴含的重要的理论意义和现实价值较强的观点进行了详细阐述。比如对生产与消费的关系，邹广文、宁全荣提出马克思以资本逻辑为轴心展开对资本主义社会中的生产与消费的辩证分析。认为生产与消费具有同一性，是相互决定、互为中介的，二者相互作用的辩证运动表现为社会的发展变化。在当代，虽然资本逻辑的表现形式出现了极大的变化，消费的需要对于生产越来越具有决定性的作用，但这种变化本身并未从根本上超出马克思的消费理论^[21]。

在奢侈消费方面，马伯钧认为马克思在《资本论》中阐述了奢侈品生产和消费的宏观结构论、微观动力论、社会经济条件论和生产效