

巫仁恕 著

品味奢华

晚明的消费社会与士大夫

中华书局



道人初日侍君王宴

何不知人已去年商榷

士每於宮中累小中命宮北

衣冠蓮花冠日尋花相

晏蜀之謠已溢五英而

江之竟至淑慝俾後格

合不無托厥言

品味奢华： 晚明的消费社会与士大夫

巫仁恕 著

中华书局

图书在版编目(CIP)数据

品味奢华：晚明的消费社会与士大夫 / 巫仁恕著.
—北京：中华书局，2008.7
ISBN 978-7-101-06162-8

I. 品… II. 巫… III. 消费生活—研究—中国—
明代 IV. D691.93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 071815 号

-
- 书 名 品味奢华——晚明的消费社会与士大夫
著 者 巫仁恕
责任编辑 王 芳
出版发行 中华书局
(北京市丰台区太平桥西里 38 号 100073)
<http://www.zhbc.com.cn>
E-mail: zhbc@zhbc.com.cn
- 印 刷 北京未来科学技术研究所有限责任公司印刷厂
版 次 2008 年 7 月北京第 1 版
2008 年 7 月北京第 1 次印刷
规 格 开本/700×1000 毫米 1/16
印张 22½ 插页 2 字数 350 千字
- 印 数 1—4000 册
国际书号 ISBN 978-7-101-06162-8
定 价 43.00 元
-

目 录

导 论 从生产的研究到消费的研究	(1)
第一节 明清消费文化研究的兴起	(2)
第二节 西方消费文化研究的脉络	(10)
第三节 本书的主旨、方法与结构	(15)
第一章 消费社会的形成	(23)
第一节 奢侈消费的风气	(24)
第二节 消费社会的形成	(27)
第三节 消费社会兴起的背景	(40)
第四节 士大夫身分地位的变化	(55)
第二章 消费与权力象征——以乘轿文化为例	(65)
第一节 明代前中期的乘轿	(67)
第二节 晚明乘轿的流行与普及	(79)

第三节	官方因应的对策	(88)
第四节	乘轿的象征意义	(96)
结 论	(111)
第三章	流行时尚的形成——以服饰文化为例	(115)
第一节	明初的平民服制与社会风气	(116)
第二节	晚明平民服饰的流行时尚	(125)
第三节	流行时尚的作用	(133)
第四节	士大夫对服饰风尚的反应	(143)
第五节	士大夫批评服饰风尚的言论	(155)
结 论	(164)
第四章	消费品味与身分区分——以旅游文化为例	(169)
第一节	士大夫旅游风气的兴盛	(171)
第二节	大众旅游的盛行	(179)
第三节	旅游的普及与社会竞争	(185)
第四节	品味的塑造与身分区分	(190)
结 论	(200)
第五章	物的商品化与特殊化——以家具文化为例	(205)
第一节	家具的消费与商品化	(207)
第二节	大众的家具消费：以徽州为例	(216)
第三节	高级家具的消费	(225)
第四节	文人化的家具消费	(230)
第五节	书房、家具与文人品味的特殊化	(236)
结 论	(244)

第六章 文人品味的演化与延续——以饮食文化为例	(247)
第一节 饮食消费的奢侈风尚	(249)
第二节 饮食风尚与食谱的刊行	(258)
第三节 饮膳书籍中感官描述的演化	(265)
第四节 品“味”与身分:文人化食谱的味觉理论	(276)
结 论	(285)
结 论	(289)
从消费看晚明在世界史上的地位	(289)
流行时尚与社会仿效的作用	(291)
社会变动与“士商竞合”的关系	(293)
士大夫的消费文化与身分认同	(294)
士大夫的消费文化与时尚的速度	(295)
“消费”观在中国史上的定位	(298)
附 录	(303)
参考书目	(307)
后 记	(341)
索 引	(345)

导 论

从生产的研究到消费的研究

何谓“消费”？现代人常将之视为有别于生产与投资的相对物，然而若要为“消费”一词下定义的话，因为牵涉甚广，往往无法一言以蔽之。一般人的观念中，消费通常接近“购买”的意义，也会想到“使用”与“服务”；除此之外，消费还可以分为维生的基本需求，以及享乐的其它花费，后者更常成为我们观念中的消费定义。

20世纪以来当代生活的现代性(modernity)特征之一，就是大众消费的兴起。正由于消费在当代社会经济与文化生活中日益重要，并且具有显著的影响作用，故而近二十年来，对消费文化的研究，乃逐渐从学术研究的边缘进入到核心地位，受到历史学与其它不同学科的关注，于是“消费文化”(consumer culture)成了众学科中的重要名词。

不过，“消费文化”和“消费”一词同样都有许多不同的面向与定义。经济学的观点认为消费即是因为人的欲望，有需要而购物。然而，消费并不只是满足需求而已，文化人类学观点下的消费文化，强调人类的欲望是受到文化的影响，物品消费的本身就是一种人际关系、社会义务。社会学者认为研

究消费文化，与社会竞争、社会阶级或社会阶层、社会化以及身分地位等等因素息息相关。政治学的观点主张高度市场化的消费文化，系为文化帝国主义或是具有文化霸权的统治阶级所服务，作为宰制或操纵大众文化的工具^①。由此可知，消费文化的研究是一门非常复杂的领域，牵涉的因素与面向很广。

对历史家而言，消费文化与消费社会绝非只是 20 世纪晚期资本主义的产物，而应该从更长远的历史发展脉络去找寻其源头。西方史学界关于近代早期(early modern)的研究中，消费文化已成为一重要的研究领域；同样地，明清史学界对消费的研究也方兴未艾。在进入本书主题之前，有必要厘清中、西史学界关于消费研究取向转变的脉络。

第一节 明清消费文化研究的兴起

中国大陆的明清史学界从 1950 年代开始流行“资本主义萌芽”的讨论，但是在“资本主义”的概念和理论并不清晰的状况之下，出现五花八门的“萌芽论”。在研究上有几个大方向，一是侧重在明清商业扩展与商品化的现象，藉以证明国内市场的形成，标志着封建主义向资本主义过渡；另一方面侧重“封建”生产关系的松弛和衰落，而有新的资本主义生产关系的发展，尤其是雇佣劳动关系的出现；还有学者研究明末清初“启蒙思想”的出现，认为这是资本主义萌芽；也有学者研究明清江南城镇中“市民阶级”的形成，当作资本主义萌芽等等。这些研究在本质上是把生产关系当作资本主义形成的要件，无意识地成为了“唯生产关系”论者。在这类研究中，生产力实际上并

^① 有关消费文化的不同观点，参考陈坤宏《消费文化理论》(台北：扬智文化事业股份有限公司，1998)一书。

没有太大的地位。随着 80 年代改革开放的影响,学界才开始转而重视生产力^①。西方学界在 1980 年代有一批研究“近代早期”(early modern)的学者,也开始强调明清经济的大规模商品化^②。然而以上的这些研究模式,无论是侧重交换的市场与商品化,或是生产关系与生产力,仍然都是站在供给的一方面,而忽略了需求面的研究,也就是消费方面的研究。

值得一提的是,在此时期研究明清社会经济史的学者,有两位专家已意识到消费面的重要性;他们就是在大陆的傅衣凌和在美国的杨联陞,两位先生几乎是在同时都注意到明人陆楫(1515—1552)有关奢侈的言论。前者认为陆楫的言论主张奢侈可以助长社会经济的发达,反映出“启蒙思想的特点”,“和当时资本主义生产萌芽的历史条件相适应”。后者认为陆楫的言论提出鼓励奢侈消费的主张,可以说是最接近“经济分析”的思想内容^③。

从 1980 年代开始,两岸明清史学界不约而同地都开始关注到奢侈消费的问题。台湾在 1980 年代以来经济空前繁荣,对政治民主化造成相当程度的影响,引起历史学者探索明清消费文化的兴趣。大陆自从改革开放之后,也因为消费经济抬头,推动了消费文化的探索。于是近十年来,兴起一股明清奢侈风气的研究风潮,过去所作的讨论与关注的议题,包括明清奢侈风气的时空变化、奢侈风气风行与普及的程度、奢侈风气兴起的原因、奢侈风气

① 石锦《中国资本主义萌芽——研究理论的评介》,收在氏著《中国近代社会研究》(台北:李敖出版社,1990),页 101—137;仲伟民《资本主义萌芽问题研究的学术史回顾与反思》,《学术界》2003 年第 4 期,页 223—240。

② 黄宗智《中国研究的规范认识危机:论社会经济史中的悖论现象》(香港:牛津大学出版社,1994),页 2—6。

③ 傅衣凌《明代江南市民经济试探》(上海:上海人民出版社,1957),页 106—108;Lien-sheng Yang,“Economic Justification for Spending - An Uncommon Idea in Traditional China,”*Harvard Journal of Asiatic Studies* 20.1/2(June 1957),pp. 48,50 - 52. 杨联陞该文后来又收入他的 *Studies in Chinese Institutional History*(Cambridge, MA: Harvard University Press, 1961), pp. 70, 72 - 74.

的带动者，以及奢侈风气的历史作用^①。这类的研究把消费视为一种“社会风气”或“社会风尚”，因为是在既有的社会经济史研究范畴下所衍生出来的新方向，故在方法论方面与原有社会经济史的研究取向，不致有太大的断裂；然而所得出的结论，彼此之间却呈现很大的差异。

有关明清奢侈风气的研究讨论中，有些议题在观点和立场上是颇有争议的，特别是关于奢侈风气的普及问题及其历史作用，呈现了非常两极化的看法。有些学者持较保守的态度，例如刘志琴认为奢侈消费在城乡之间呈现两极分化，奢侈风气主要集中在商业繁荣、消费人口集中的江南及沿海的城市与市镇，而广大的农村则仍沿袭着故有的生活方式^②。即使是在这些城市中，谋食的众多下层人民仍是生活在最低水平线上，他们用繁重劳动换取的是仅供维持生存的消费品^③。王家范就主张明清江南的高消费，“仍具有传统的贵族奢侈消费的性质，它与宫廷消费相互激荡，形成病状的畸形消费，只能导致商品经济的虚假繁荣，无益于社会经济的健康发展”^④。虽然有学者批评上述的观点是因为还没有从传统农本思想的框框跳出来的缘故，但是仍认为由于社会条件的限制，使得奢侈风气朝向负面的恶性膨胀，尤其是加剧了统治者的腐化^⑤。不过，另有学者对奢侈消费风气的探讨，显示这类现象不该如此简单地化约。如徐泓根据明末江浙地区的地方志记载，指出当时的奢侈风气其实不限于城市，也不局限在富商大贾与豪家巨室，城郊市镇与一般小民即便是“仆隶卖佣”、“娼优贱婢”亦是如此；进而影响既有的

① 有关明清奢侈风气研究成果的介绍，参见林丽月《世变与秩序——明代社会风尚相关研究评述》，《明代研究通讯》期4（2001年12月），页9—19；钞晓鸿《近二十年来有关明清“奢靡”之风研究评述》，《中国史研究动态》2001年第10号，页9—20。

② 刘志琴《晚明时尚与社会变革的曙光》，《文史知识》1987年第1期，页55；刘志琴《晚明城市风尚初探》，《中国文化研究集刊》（上海：复旦大学出版社，1984）辑1，页205。

③ 刘志琴《商业资本与晚明社会》，《中国史研究》1983年第2期，页81。

④ 王家范《明清江南消费风气与消费结构描述——明清江南消费经济探测之一》，《华东师范大学学报》（哲学社会科学版）1988年第2期，页41。

⑤ 刘和惠《论晚明社会风尚》，《安徽史学》1990年第3期，页25。

社会秩序之安定，且对传统社会的等级制度也造成冲击^①。也有学者强调这波风气的散播形式是由城市为中心，再往乡村传布，所以乡村亦受影响^②。

对奢侈的历史作用也出现对立的看法，有些学者的评价是负面的，认为奢侈消费只限于流通领域而未转化到生产领域，对社会经济并没有帮助；或是认为这种奢侈性消费把更多的人吸引到奢侈品的生产和奢侈服务业上来，而对小农经济是严重的冲击，也对国家赋税财政造成极负面的影响^③。近年对明清奢侈风气的研究，则有不少是提出正面的评价，例如有学者认为奢侈风气的盛行，增加了人们对社会产品的需求，扩大了商品市场，从而刺激了商品的生产 and 流通。奢侈风气还刺激了手工业的进步与特色产品的产生，所以出现了一批能工巧匠，以及经营特产品的著名店号；其结果是使手工业和商业内部分工越来越细，也加剧了产品之间的竞争。大陆学者遂将此现象与“资本主义萌芽”的发展关联上^④。陈国栋的研究则进一步地指出了奢侈消费的发达所造成的影响，不仅仅是经济层面，还包括制度与社会层面的影响。诸如手工业或手工艺制品的需求快速增长，促进工艺技术的改良，造就工匠从业人数的增长，加快官手工业与匠籍制度的解体，提升手

① 徐泓《明代社会风气的变迁——以江、浙地区为例》，《第二届国际汉学会议论文集：明清近代史组》（台北：中研院历史语言研究所，1989），页144—159；徐泓《明代后期华北商品经济的发展与社会风气的变迁》，《第二次中国近代经济史研讨会论文集》（台北：中研院经济研究所，1989），页152—154。相似的看法如邱仲麟《明代北京社会风气变迁——礼制与价值观的改变》，《大陆杂志》卷88期3（1994），页28—42；陈学文《明代中叶民情风尚习俗及一些社会意识的变化》，《中国封建晚期的商品经济》（长沙：湖南人民出版社，1989），页290。

② 牛建强《明代中后期社会变迁研究》（台北：文津出版社，1997），页77—82。拙作《明清湖南市镇的社会与文化结构之变迁》，《九州学刊》4卷3期（1991），页66—67。

③ 这种说法最早见何炳棣有关扬州盐商的研究，参见Ho, Ping-ti, "The Salt Merchant of Yang-chou: A Study of Commercial Capitalism in Eighteenth-Century China," *Harvard Journal of Asiatic Studies* 17 (1954)。后收入于宗先等编《中国经济发展史论文集》（台北：联经，1980），页1389—1449。中译文见巫仁恕译《扬州盐商：十八世纪中国商业资本的研究》，《中国社会经济史研究》1999年第2期，页59—76。后来有不少大陆学者亦提出类似的说法。

④ 王卫平《明清时期太湖地区的奢侈风气及其评价——吴地民风嬗变研究之四》，《学术月刊》1994年第2期，页61。

工业与手工艺者的社会地位等等^①。

欧美学者开始致力于明清消费文化的研究，相较中文学界稍晚，约自1990年代起开启这方面的研究。然而，无论是在方法论与研究取向，甚至关心的议题都与中文学界有很大的不同。他们把社会学与人类学的消费文化理论带进了中国史的研究，如柯律格(Craig Clunas)的《长物志研究：近代早期中国的物质文化与社会地位》(*Superfluous Things: Material Culture and Social Status in Early Modern China*) [1991]及卜正明(Timothy Brook)的《纵乐的困惑：明代的商业与文化》(*The Confusions of Pleasure: Commerce and Culture in Ming China*) [1998]这两本著作，为明清社会文化史开辟了另一条路。

柯律格指出在晚明，随着商品经济的发展，原先象征身分地位的土地财富，转变成奢侈品的收藏。特别是文化消费方面，古物经商品化后成了“优雅的装饰”，只要有钱即可购买得到，也造成一种求过于供的社会竞赛。当购买古董成了流行风吹到富人阶层时，他们也纷纷抢购以附庸风雅。原来是士人独有的特殊消费活动，却被商人甚至平民所模仿，于是他们面临了社会竞争的极大压力，焦虑感油然而生。他又指出像《长物志》这类品味鉴赏手册，体现出文人眼中的精品分类，书中用“雅/俗”(狭/精、用/玩、奇/巧)等对立字眼，有意地将物质文化的消费作普遍性化约。这类以古物的有无来区分雅、俗的文化，形成一种流行的炫耀性消费，造成流行时尚与社会仿效之风，渐渐从精英士绅普及扩大到富人(尤其是徽商)。概言之，“时尚”观念的出现，反映的是明代士人对物品的一种焦虑，于是用其特殊的“雅”品味，来区分与其他“俗”人之不同，而《长物志》这些书籍的作者，其实也就是时尚品味的创造者。所以柯律格认为商品化的文物，应该从社会的角度来理

^① 陈国栋《经济发展、奢侈风气与传统手工艺的发展》，收入曹添旺等主编《经济成长、所得分配与制度演化》(台北：中研院中山人文社会科学研究所，1999)，页57—69。

解^①。该书从社会的角度，重新解释晚明时期的文化消费现象，堪称经典之作。然而，他所指出现象，不只是出现在文物与艺术品这类文化消费，就是一般日常生活的物质消费方面，也可以看到类似的现象。本书将在其理论基础上，作进一步多面向地探析。

卜正明的专书表面上看似一本描述明代社会文化史的通论书籍，但内容则是深入浅出地探析明朝各个时期重要的变化与特征。该书第三章中关于晚明的部分有许多涉及消费，首先作者指出因为晚明粮食市场的稳定，人们可依赖市场取得粮食，于是促使其它物品的商品生产成为可能，特别是纺织品的生产。其次，作者在谈到贸易方面时，特别注意白银流通的问题，因为“在明代后期，白银是所有消费和生产的润滑剂”。作者最重要的贡献是举出晚明的“时尚”现象，他强调晚明多变的时尚舞台，是社会阶层追逐与竞争名分地位的场所。时尚是上层社会既得地位者所创造与裁定的，为的是阻止与排挤上流社会的追随者，于是两者之间会发生永无止境的冲突。卜正明并以时尚服装业为例，指出百姓仿效士绅，而士绅同时扮演了时尚变化的代言人和反对者的双重角色。接着又引用上述柯律格的研究，指出鉴赏知识在身分区别的重要性^②。可能因为篇幅的限制，作者对于物品消费的时尚所讨论的仅止于此。本书第三章中将以实例讨论晚明的流行时尚对生产面的影响、流行时尚与商人的关系，以及士大夫的“双重角色”。

另一类著作是尝试将中国与西欧比较，或把明清的消费现象放入世界史，以重新检视西欧的历史发展是否真得如此“特别”。虽然从某种角度来说，他们的研究取向与企图仍然难逃“西方中心论”，不过，已不再是过去看到的“西方冲击/中国回应”说或“现代化”这类理论，不再将西方文明视为世界历史发展的唯一动力。具代表性的作品包括有 S. A. M. Adshead 所撰之

^① Craig Clunas, *Super fluous Things: Material Culture and Social Status in Early Modern China* (Urbana, Ill.: University of Illinois Press, 1991), pp. 116 - 165.

^② Timothy Brook, *The Confusions of Pleasure: Commerce and Culture in Ming China* (Berkeley: University of California Press, 1998), pp. 190 - 194; 204 - 210; 218 - 229.

《15至18世纪间欧洲与中国的物质文化：消费主义的兴起》(*Material Culture in Europe and China, 1400—1800: The Rise of Consumerism*) [1997] 与彭慕兰(Kenneth Pomeranz)的《大分流：中国、欧洲与现代世界经济的形成》(*The Great Divergence: China, Europe, and the Making of the Modern World Economy*) [2000]二书。

S. A. M. Adshead 全书的假设是在于：在15世纪以降世界经济走向“全球化”的发展，某些地区对食、衣、住、能源等物质的消费，不仅发生性质上的重要改变，也在产量上巨幅增加，从而对本国经济带来“进口替代”的效应，刺激并提升了本国的经济成长。15世纪以后促使物质文化产生巨变的主要动力，是一种心态上的巨变，即是他所谓的“消费主义”(consumerism)的形成和发展。作者强调“消费主义”不只是经济行为，而是一种面对物质世界的特殊心态，这种心态不仅要的是消费享受得更多，也要消费享受得更好^①。他将物质文化区分为饮食、服饰、居室、能源、讯息、象征符号等六个不同范畴(fields)，借以考察15至18世纪间欧洲与中国消费者，如何在六个不同范畴做出选择、如何在各自选择过程中表达出不同程度的价值观。他的结论指出：中国由南宋时一般消费能力领先的局面，转变为15世纪以后反由西北欧超前，特别在服饰时尚、能源使用这两方面趋势最为明显。欧洲与中国在消费心态的发展方向以及消费能力的优劣消长，决定了双方近代经济成长的先后顺序与速率的快慢。他的比较策略非常地新颖，但是关于中国在消费主义的心态方面所作的评估，仍有需要重新检视的空间，本书第三章中将有进一步地讨论^②。

^① S. A. M. Adshead, *Material Culture in Europe and China, 1400—1800: The Rise of Consumerism* (Houndmills, Basingstoke: Macmillan Press, 1997), pp. 23—30, 207, 244.

^② 此外，该书解释西方消费主义源自基督教的物质主义(Christian materialism)，以及认为中国妇女在促进消费主义的角色上不如西方妇女之说，也都值得怀疑。有关该书之评论，参见彭慕兰(Kenneth Pomeranz)的书评，刊于 *The Journal of Asian Studies* 58. 1 (Feb. 1999), pp. 151—153。关于明清妇女的消费情况，参见拙作《奢侈的女人：明清时期江南妇女的消费文化》(台北：三民书局，2005)，页31—87。

彭慕兰的新书尝试扭转过去西方学界流行的观点，也就是认为近代早期的西方优势胜过东方，此论一出果然引起中西学界热烈的讨论^①。书中有专章从三个角度来比较中、西的消费情况。首先是从奢侈品大众化、普及化的角度，以日用奢侈品的茶、糖为例作比较，结果显示：在 15 至 18 世纪的欧洲，糖、茶还不算普及的大众消费，直到 1850 年以后才真正普及；而同时期的中国在糖、茶的消费量与普及程度要更高过欧洲。其次，他从耐久品与奢侈品消费的角度出发，探讨奢侈品的拥有取代扈从制度，成为身分地位的代表，在中、西都有如此相同的变化。当奢侈物品的消费成为身分地位的竞争，是否会推动消费“量”的增长？他比较中、西方非精英阶层在棉织品方面的消费量，估计结果是中国不比西方少。再就其他庶民消费率而言，如庙会节庆、进香、买书、建筑与娱乐、家具的消费等等，彼此相似的地方颇多。第三，他比较中、西方对舶来品的需求与时尚的变化速度，他认为中国对西方输入的舶来品，除了白银之外，其它的商品兴趣不大；而进口中国的舶来品大多是东南亚的燕窝、鱼翅，这些属于采集而来的稀有奢侈品，对中国国内产业的刺激毫无帮助。相对地，同时期的欧洲用殖民地白银换取东南亚商品，造就快速运转与淘汰的时尚体系。故而中、西方在 18 世纪中叶以后消费速度出现西快而中慢的差异^②。该书和前书有相类似的企图心，但在比较策略上更清楚地接近欧洲史的研究取向，而在结论上前书强调此时期中、西双方的差异性，而后者较倾向凸显此时期两方的相似处。笔者基本上赞同该书作者的看法，惟书中在统计数量作比较时，常会受到史料的限制。本书第五章的附录中，将利用新的史料，修正该书对中、西方家庭拥有家具数量的

① 他和黄宗智有过多次的笔战，参见黄宗智《发展还是内卷？十八世纪英国与中国——评彭慕兰〈大分岔：欧洲，中国及现代世界经济的发展〉》，《历史研究》2002 年第 4 期，页 3—48；彭慕兰《世界经济之中的近世江南：比较与综合观察——回应黄宗智先生》，《历史研究》2003 年第 4 期，页 149—176；黄宗智《再论十八世纪的英国与中国——答彭慕兰之反驳》，《中国经济史研究》2004 年第 2 期，页 13—21。

② Kenneth Pomeranz, *The Great Divergence: China, Europe, and the Making of the Modern World Economy* (Princeton: Princeton University Press, 2000), pp. 114—165.

比较结果。

在西方无论是欧美史学、文化人类学和社会学等学门，开始盛行消费文化的研究都比中文学界来得更早，所以在历史实证与理论层次方面都有更丰富的研究成果。所谓“他山之石，可以攻错”，研究明清消费文化的西方学者，也是从这些实证与理论中吸取了许多养分，进而丰富了明清消费文化的解释。下一节将尝试整理西方消费文化研究的脉络。

第二节 西方消费文化研究的脉络

西方史学界关于消费文化的研究，大约是在1970年代末至80年代初逐渐壮大，尤其是集中在近代早期的研究。其所以兴起涉及到许多背景脉络，但总归一句话，就是对西方史学的反思^①。首先要指出的是，过去政治史、经济史、文化史与社会史的研究，都将消费模式与消费过程边缘化。过去政治史一向是史学的主流，而许多史家也将政治和宗教视为文化史的核心，于是在了解社会变迁下，消费成为只具有边缘意义的副产品，而不被重视。

其次，消费文化原本属于经济史研究的范畴，过去经济史关于工业革命的讨论，有两大议题的辩论是涉及到消费的，一是探讨生活水准的长期趋势，主要检视真实收入、财富分配以及广义的生活品质，包括生命预期与环

^① 相关的研究回顾，参见以下诸文：Paul Glennie, "Consumption within Historical Studies," in Daniel Miller ed., *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies* (London and New York: Routledge, 1995), pp. 164-203; Lisa Tiersten, "Redefining Consumer Culture: Recent Literature on Consumption and the Bourgeoisie in Western Europe," *Radical History Review* 57 (1993), pp. 116-159; Jonathan Friedman, "Introduction," in Jonathan Friedman ed., *Consumption and Identity* (Chur, Switzerland: Harwood Academic Publishers, 1994), pp. 1-22; Jean-Christophe Agnew, "Coming up for Air: Consumer Culture in Historical Perspective," in John Brewer and Roy Porter eds., *Consumption and the World of Goods* (London and New York: Routledge, 1993), pp. 19-39; Daniel Miller, *Material Culture and Mass Consumption* (Oxford: Basil Blackwell, 1987), pp. 137-157.

境恶化等方面；一是考量工业革命是否依赖之前在需求结构与规模上的扩大。然而，这些经济史的辩论在考量到消费时，主要还是联系到生产的变化；从他们注视报酬率(wage-rate)，而非家庭的总收入和花费，可知经济史关心的核心问题仍是在生产面^①。

再次，消费文化的研究在西方史学界成为一门重要的领域，是在社会史的范畴内经历许多方法论的发展之后而形成的^②。西方第一代社会史家重视的是社会底层(the bottom up)的历史，所以焦点几乎都集中在生产领域下的工人与农民的经验。无论是马克思主义论者或是年鉴学派布劳岱尔(Fernand Braudel)的社会分析模式，背后都清楚地反映了一个共同的中心假设：把文化的地位与重要性视为次于经济或社会的动力。然而，到了1970年代后期和1980年代初期，第二代的社会史家开始扩展他们的视野，研究的对象广及了其它的社会群体，并且采用与接受其它学科的方法，来挑战马克思主义论者或结构论者。他们放弃经济决定论的因果模式，重新认知文化的重要性，也使得消费文化成为一门成熟的研究课题，而不再只是生产领域下的附属品。

消费文化的研究能够勃兴，和新史料的发掘与利用关系甚密。包括日记、书信、帐本、预算、宫廷记录、政府档案、时尚杂志与广告等等，渐渐地被广泛利用在消费的研究，尤其是遗产清册与拍卖报告书，更是被充分地用来分析与重构近代早期欧洲消费者的物质文化。

在史学著作中具有先趋与典范作用的，是布劳岱尔所撰的《15世纪至18世纪的物质文明》(*Capitalism and Material Life, 1400—1800*) [1974]一书。虽然他早期的历史分析模式遭到不少学者的批评，但是这套晚年的作品却为日后历史学研究消费文化奠定了基础。特别是第一卷中，他以西方为中心，再比较其他文明的物质生活，主张西方资本主义并非一朝一夕出现

^① Paul Glennie, "Consumption within Historical Studies," p. 166.

^② Lis Tiersten, "Redefining Consumer Culture: Recent Literature on Consumption and the Bourgeoisie in Western Europe," pp. 118—119.