

# SHINY OBJECTS

Why We Spend Money We Don't Have in Search of Happiness We Can't Buy

## 幸福为什么买不到

破解物质时代的幸福密码

[美] 詹姆斯·A. 罗伯茨 著

田科武 译



013067829

B82-49  
75

# 幸福为什么买不到

破解物质时代的幸福密码

## SHINY OBJECTS

Why We Spend Money We Don't Have in Search of Happiness We Can't Buy

[美] 詹姆斯·A. 罗伯茨 著

田科武 译



北航

C1673913

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

B82-49  
75

SHINY OBJECTS: Why We Spend Money We Don't Have in Search of Happiness We Can't Buy.  
Copyright: © 2011 by James A. Roberts.

本书简体字授权予电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2012-7923

### 图书在版编目(CIP)数据

幸福为什么买不到: 破解物质时代的幸福密码 / (美) 罗伯茨 (Roberts, J.A.) 著; 田科武译. —  
北京: 电子工业出版社, 2013.9

书名原文: Shiny objects: why we spend money we don't  
have in search of happiness we can't buy

ISBN 978-7-121-15527-7

I. ①幸… II. ①罗… ②田… III. ①幸福—通俗读物 IV. ①B82-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第169569号

书 名: **幸福为什么买不到——破解物质时代的幸福密码**

作 者: [美] 詹姆斯·A. 罗伯茨 著 田科武 译

策划编辑: 胡 南

责任编辑: 李 影 刘声峰 特约编辑: 刘娴庆 赵树刚

文字编辑: 王天一

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 23.25 字数: 350千字

印 次: 2013年9月第1次印刷

定 价: 45.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

谨以此书献给我的妻子朱莉及两个女儿克洛艾和卡米尔。  
你们教会了我生活中真正重要的是什么，让我明白了什么是爱与被爱。

## 推荐序

# 莫让人生空徘徊

华远地产股份有限公司董事长 任志强

去年在中国的媒体上、微博中和社会上引起较大反响的一件事，就是央视的“你幸福吗？”调查。这个命题背后有着各种各样的答案。尤其是不同年龄人群的答案，差别更大。评判的标准因人而异，自然感受也各不相同。

不仅是在中国，“幸福”在全世界也都是个共所关注的问题，许多的学者、机构都在研究“幸福”的定义及民众生活中不同消费阶层的理解标准。

每个国家都有自己的信仰、理念和生存环境。处于不同的经济发展阶段之中，民众的生活追求也各不相同，有的尚未解决温饱，有的尚在追求住行，有的则更重视公民的权利和自由的飞翔。由此，关于什么是“幸福”，就在精神与物质的层面产生了分歧，其实争论恰恰在于你到底想要什么。

1949年之前的大多数中国人期待将要建立的新中国会给他们带来幸福。经历过大饥荒时代的人将幸福定位于家有余粮。经历过文化大革命的人看到了中国改革开放之后的变化，幸福感则在这种前后的对比中变得格外强烈。80后、90后成长在非短缺经济的时代，他们被父辈称为幸福的一代，但由于他们生活环境的变化、参照系统的不同，他们与父辈在如何看待幸福方面出现了代沟。社会的开放、中国与世界的融合，让他们不再仅仅从一国的角

度进行判断，而更多地利用开放的眼光和多国比较的视野来观察当下中国的变化。他们的“幸福”也常常被认为是一种“梦”。

正在富裕起来的中国进入了追求物质消费日益增长的阶段，也面临着与发达国家相似的影响。各种国外名牌商品不断输入，奢侈品成为年轻一代的地位身份标志，寄生于官员腐败的“表叔”、“美美豪车”污染着整个社会，房价不断高涨成为年轻一代追求家庭生活的障碍。种种压力之下，过度的物质消费打败了精神上的自我价值实现。当物质消费无法在短期内得到满足或无法轻易从天而降时，就引发了对社会公正、法律公平和社会文明的不满与抱怨，幸福感不是增加而是降低了。多数人不但迷失了人生追求的方向，也失去了自我管理与控制的能力。在整个社会缺少共识时，更难对“幸福”有正确的认知。

詹姆斯·罗伯茨的《幸福为什么买不到：破解物质时代的幸福密码》，从美国梦的演变过程中看到了物质主义对人生价值观的影响，并引入各种案例分析，希望能让更多的人理性地看待“幸福”，更想证明最终决定“幸福”的不仅是物质生活的改变。

明确人生的意义是追求人生价值最大化的方向。实现和挖掘人生价值的潜力，不仅要有合理的路径，更要明确精神与物质的非对立性。抵制诱惑的

自信不是依赖于外部的限制，而是来自于个人内心世界的强大——强大到至少能有序地管理自己。也许你今天还没有充分地认识到这一点，但书中的方法或许能对你有所帮助。

每个人都在走着不同的道路，各自有着不同的生活追求，但对“幸福”应有共识，就像所有的人都想上天堂而绝不愿下地狱。最可怕的是：一个人根本不知道自己要向何处去。

莫让人生把大部分时间都浪费在不知目的的徘徊中，当把前进路上一览无余的美景变成积累起来的收获时，幸福就会展现在你的面前。

2013年8月5日

## 致谢

我要感谢我的妻子朱莉 (Julie)。你做了我25年的可爱新娘，我对你感激不尽。你从一开始就给予我无条件的爱和支持，并且为了家庭甘愿牺牲自己。你的诚实与是非感——是你的父母杰克 (Jack) 和珍妮·威尔克斯 (Jeanne Wilkes) 品性的证明——是我的指路明灯。逆境当前，你勇敢面对，给我以鼓舞，我会永生爱你。

女儿克洛艾 (Chloé) 和卡米尔 (Camille) 的出生，让我知道究竟何为爱他人胜过爱自己。我最大的心愿是，两位年轻的女士为她们老爸现在的样子感到骄傲。能够被她们呼做老爸，是我所能获得的至高赞美。

如果不向我的母亲卡罗尔·拉西拉 (Carol Lassila) 和继父丹尼斯 (Dennis) 表达我的谢意，那将是我的疏忽。母亲一直很信任我，并向我提供唯有母亲才能给予的常识性建议。谢谢继父丹尼斯引我进入奇妙的学术世界，否则就不可能有这本书的问世。通过和我一起玩篮球，我的父亲杰克·罗伯茨 (Jack Roberts) 让我明白，只要下决心努力工作，就没有什么是不可能的。我的哥哥约翰 (John) 一直是个真正的职业典范。我的弟弟汤姆 (Tom) 一直让我引以为傲。我的妹妹杰基 (Jackie) 和雷切尔 (Rache) 是我



们家庭中的可爱成员。

写作这本书，酝酿了很长的时间。我生长在一个环保之家，家里人都很关注人类对环境产生的影响。父母提供给我和我的兄弟们基本的生活条件，如果我们有额外的物质要求，他们会期待我们付出实际的努力来换取。正是在家庭中，我们明白了金钱的价值，并播下了这本书的种子。我在银行业和作为证券经纪人的工作，使我看清了金钱在人们生活中的重要作用。我的博士学位论文探讨的是具生态意识和社会意识的消费者行为。这有助于我理解，作为消费者，我们的行为是如何对他人产生影响的。本书是以上种种因素及20多年来有关消费者行为如何影响我们自己、他人及我们周围的世界的一系列研究的结果。

我要感谢我的代理人、Foundry Literacy + Media公司的莫莉·格里克（Mollie Glick）。她冒着风险，发现了一个别人可能会忽视的潜在项目。我深深感谢她尽心的代理方法。她花费大量时间帮助准备项目建议书，以期引起某个敏锐编辑的注意。

我要感谢HarperOne出版社的库埃·罗杰·弗里特（Cue Roger Freet）。罗杰发现了我的项目建议的可取之处，并在本书成书过程中发挥了重要作用。在整个出版过程中，罗杰在HarperOne出版社的助理克里斯蒂娜·贝利

(Christina Bailly) 给予了可贵的热情支持。我的制作团队成员卡罗琳·阿利森·霍兰 (Carolyn Allison Holland) 和特里·伦纳德 (Terri Leonard)，既是出色的编辑，还出色地清除了出版过程中的种种障碍。HarperOne 出版社的宣传推广人员朱莉·伯顿 (Julie Burton) 一直为了此书孜孜不倦地进行推广。

我还要特别感谢贝勒大学 (Baylor University) 的芭芭拉·威德曼 (Barbara Wiedman)。芭芭拉·威德曼是汉卡默商学院 (Hankamer School of Business) 唯一的共用秘书。我那些几乎无法辨认的手稿都是她打印的，她心甘情愿，速度极快，情绪饱满——感谢你芭芭拉。还要感谢泽维尔大学 (Xavier University) 的克里斯·马诺利斯 (Chris Manolis)、贝勒大学的杰夫·坦纳 (Jeff Tanner)、西顿霍尔大学 (Seton Hall) 的史蒂夫·皮洛格 (Steve Pirog)、佩珀代因大学 (Pepperdine University) 的卡罗尔·格温 (Carol Gwin)，以及蒙特利理工大学 (Monterrey Tech University) 的卡洛斯·鲁伊·马丁内斯 (Carlos Ruy Martinez)。这些共同研究人员使得研究工作既启发心智，又令人愉悦。物质主义研究领域的重要学者为本书做了大量开创性的研究，他们包括：蒂姆·卡塞尔 (Tim Kasser)、玛莎·里琴斯 (Marsha Richins)、拉塞尔·贝尔克 (Russell Belk)、阿里奇·林德弗莱施 (Aric Rindfleisch)、詹姆斯·伯勒斯 (James Burroughs)，还有许多我无法一一

提及。研究生助理、未来的明星约翰·比森 (John Beeson) 和坦·源 (Thanh Nguyen) 也提供了许多急切需要的研究协助。最后, 当然不是最不重要的, 我要深深地感谢贝勒大学及营销学系。它们让我自由地研究我选择的课题, 并向我及所有人表明, 信仰和学问可以和谐共存!

# 目录

## 致谢 //XV

## 第一章 闪亮之物 //001

生活在物质世界里 //006

金钱的高代价 //012

对关系的负面影响 //013

麦当娜一语中的 //015

我们何以痴迷于物质财富? //018

挣脱物质主义锁链 //021

美国梦 //022

## 第二章 追逐美国梦 //025

上帝和美国梦 //028

美国梦宪章 //030

加利福尼亚淘金梦 //032

人类本性的变化 //035

福特交易 //037

美国方式 //039

转折点 //041

免于匮乏的自由 //044

### 第三章 打了兴奋剂的美国梦 //049

中产阶级的麻醉剂 //052

“该死的，我们不会去” //058

皮鞋推销员的儿子 //063

互联网泡沫 //069

次级贷款美国梦 //075

### 第四章 物质主义会让我们幸福吗？ //085

好的生活 //092

物质主义与个人幸福 //096

物质主义与心理健康 //101

### 第五章 消费跑步机 //105

为了地位而消费 //109

地位性消费水平测量 //113

购物的阴暗面 //115

你是强迫性购买者吗？ //120

### 第六章 不用现金的社会 //123

信用卡困境 //128

你一有钱就想花吗？ //132

花钱何以让我们不幸福？ //137

用现钞支付，还是用信用卡支付？ //140

**第七章 金钱的隐形代价：牺牲我们的生活目标 //151**

**第八章 物质主义的附带损害：对关系的影响 //165**

良好关系的重要性 //169

作为整体价值观体系一部分的物质主义 //171

物质主义是如何破坏人们与他人间的关系的 //174

**第九章 我们何以成为物质狂 //189**

被劝服消费 //192

消费主义的遗传基础 //198

**第十章 搅动大众消费的营销武器 //205**

为垃圾场而设计 //208

植入式广告 //215

打破“第四堵墙” //232

**第十一章 自我控制的三个要素 //245**

失去的自我控制术 //249

要素一：自我监控 //251

要素二：确立明确的标准 //256

要素三：发展改变的能力 //262

## 第十二章 远离购物车：消费者环境规划 //269

25 个环境微调措施 //273

环境调整的 5 个步骤 //285

## 第十三章 胡萝卜与大棒：消费者行为规划 //291

胡萝卜：使用自我奖励强化行为 //294

概述：自我奖励的 5 个步骤 //301

大棒：使用自我惩罚改变行为 //303

概述：自我惩罚的 4 个步骤 //305

## 第十四章 要金钱，还是要生活？ //307

态度决定行为 //311

过有意义的生活 //313

道德至上 //318

有意义地购物 //322

附录 //325

注释 //331

## CHAPTER 1

---

# 第一章 闪亮之物

金钱的主要价值，基于如下的事实：我们生活在一个金钱价值被高估的时代。

— H.L. 门肯 (H.L. Mencken)



