

本书受到湖南师范大学政治学省级重点学科和
湖南师范大学博士出版基金资助

和谐社会 构建中的 和谐消费研究

刘 艳◎著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

本书受到湖南师范大学政治学省级重,
湖南师范大学博士出版基金资助

和谐社会构建中的和谐消费研究

Research on harmonious consumption in construction
of harmonious society

刘 艳 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

内容提要

本书以当代中国的社会现实为背景和出发点,采用多学科的系统的研究方法,试图发掘和构建有中国特色的新型消费——和谐消费的深刻意蕴,阐释经济、社会、人的发展及自然环境保护与消费的深层关系,援引马克思主义的相关思想资源及社会主义和谐社会的内容实质,来探索和谐消费的理念构建及实现路径,使我国走上科学发展道路,最终实现社会主义和谐社会与人的全面自由发展。

责任编辑:于晓菲

责任出版:刘译文

图书在版编目(CIP)数据

和谐社会构建中的和谐消费研究/刘艳著. —北京:知识产权出版社,2013.4

ISBN 978-7-5130-1979-8

I. ①和… II. ①刘… III. ①消费者权益保护—研究—中国 IV. ①D923.84

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第059899号

和谐社会构建中的和谐消费研究

HEXIE SHEHUI GOUJIANZHONG DE HEXIE XIAOFEI YANJIU

刘 艳 著

出版发行:知识产权出版社

社 址:北京市海淀区马甸南村1号

邮 编:100088

网 址:<http://www.ipph.cn>

邮 箱:rqyuxiaofei@163.com

发行电话:010-82000893 转8101

传 真:010-82005070/82000893

责编电话:010-82000860 转8363

责编邮箱:rqyuxiaofei@163.com

印 刷:知识产权出版社电子制印中心

经 销:新华书店及相关销售网点

开 本:720mm×960mm 1/16

印 张:10.5

版 次:2013年5月第1版

印 次:2013年5月第1次印刷

字 数:143千字

定 价:32.00元

ISBN 978-7-5130-1979-8

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

作者简介

刘艳，女，1974 年出生，湖南衡阳人。法学学士、经济学硕士、法学博士。湖南师范大学公共管理学院教师、讲师。多年从事政府经济学、管理学、普通逻辑学、思想品德修养、马克思主义基本原理、演讲与口才等课程的教学，多次获优秀教学奖，获 2012 年湖南省普通高校教师课堂教学竞赛（管理学原理组）二等奖。先后在《湖南师范大学学报》、《深圳大学学报》、《湖南医科大学学报》、《湖南铁道学院学报》、《教师》等各类刊物上发表论文十多篇。主持完成湖南省教育厅课题“新时期我国县域文化产业发展模式研究”；主持完成湖南省人文社会科学研究基地开放基金课题“国外县域科学发展的经验与教训研究”；主持完成校管课题两项；参与编写专著两部等。

序 言

当前，中国人民正在为建设社会主义和谐社会、实现中华民族的伟大复兴而奋发努力，实现和谐消费是构建和谐社会的重要环节。而改革开放以来，在消费领域出现了许多不和谐现象，给中国的经济社会发展带来一定的消极影响。全球性的环境污染、能源资源紧缺等问题更加促使每个国家正视消费变革的必要性。中国要继续保持强劲的发展态势，就必须转变发展模式，引导经济平衡、协调、可持续地发展。而建设社会主义的和谐消费，就能够发挥其对经济、社会的引导作用，满足人们日益增长的物质、文化需求，实现人与社会全面和谐的发展目标。因此，要实现构建和谐社会的目标，实现人的全面自由的发展目标，不仅要改变生产方式，更要改变生活与消费方式，构建崭新的社会主义消费，即构建与社会主义和谐社会的内涵相承接，以实现人与自身、人与社会、人与自然和谐发展为目标的人本、公平、生态、全面均衡的和谐消费。

消费对于经济发展、社会和谐究竟有着怎样的作用？什么是和谐消费？和谐消费的具体内容是什么？和谐消费有什么意义？现实的消费失谐表现在哪些方面？失谐的原因是什么？怎样实现和谐？这些问题都是本书中尽量阐释和深入论述的内容。

和谐消费是与经济健康发展、社会全面进步、自然生态平衡相适应的消费理想状态。只有在现实中理顺了消费与经济、消费与社会、消费与自然等多方面关系，才能实现和谐消费，才能达到人与自身、与他人、人与经济社会、人与自然的和谐统一，最终实现人和社会的全面自由发展。

本书以当代中国的社会现实为背景和出发点，采用多学科的系统的研究方法，试图发掘和构建有中国特色的新型消费——和谐消费的深刻意蕴，阐释经济、社会、人的发展及自然环境保护与消费的深层关系，援引马克思主义的相关思想资源及社会主义和谐社会的内容实质，来探索和谐消费的理念构建及实现路径，使我国的消费领域走上科学发展道路，最终实现社会主义和谐社会与人的全面自由发展。

刘 艳

2013 年 2 月 16 日于湖南师范大学

目 录

导 论	1
一、选题依据与意义	1
二、国内外研究现状	8
三、研究思路与方法	14
四、可能创新与不足	17
第一章 理论基础：马克思主义的消费理论	20
第一节 马克思主义创始人的消费思想	20
一、消费与人的辩证关系	20
二、消费与生产、分配、交换的辩证关系	27
三、消费与环境的辩证关系	30
第二节 列宁、斯大林的消费思想	33
一、社会主义的生产目的是满足人民日益增长的消费需要	33
二、社会主义的优越性体现在提高人民群众的消费水平	34
三、利用差别消费促进经济发展	35
四、过度强调重工业，有得也有失	35
第三节 中国化的马克思主义消费思想	36
一、关注民生，提高人民消费水平	36
二、缩小贫富差距，重视公平消费	38
三、反对腐败奢侈，提倡适度消费	39

四、强调物质消费、精神消费协调发展	40
五、保护生态环境,走科学发展之路	41
第二章 题中之义:和谐社会内在地包含了和谐消费	43
第一节 和谐社会、和谐消费的释义	43
一、和谐社会的含义、本质内容	43
二、和谐消费的含义、特征、层次、原则	48
三、对和谐消费的立体审视	61
第二节 和谐消费是构建和谐社会的基础	63
一、和谐消费促进人的全面发展、社会的不断进步	63
二、和谐消费推动经济持续健康的发展	64
三、和谐消费有利于自然环境的优化	65
第三节 和谐社会视域中的和谐消费的基本理念	66
一、人本理念:促进人与自身的和谐	67
二、公平理念:促进人与人的和谐	69
三、生态理念:促进人与自然的和谐	74
四、全面均衡理念:促进整体和谐	76
第三章 现实凸显:消费失谐的严峻现实呼唤和谐消费	79
第一节 消费在经济领域的失谐	79
一、消费总量不足	80
二、消费水平悬殊	81
三、消费比例失调	83
第二节 消费在社会领域的失谐	84
一、居民生活消费的不和谐	85
二、企业生产消费的不和谐	89
三、政府职能消费的不和谐	92

第三节 消费在自然领域的失谐	98
一、不和谐的消费使资源面临枯竭	98
二、不和谐的消费使环境遭受污染	100
第四节 消费在文化领域的失谐	102
一、西方消费主义的盛行	102
二、我国传统文化的消极影响	106
三、消费价值取向的迷失	107
第四章 原因探究：消费失谐的主要根源分析	109
第一节 企业疯狂的牟利经营	109
一、为追求利润最大化，企业逃避对资源环境的责任	109
二、为追逐利润最大化，企业规避对消费者的社会责任	110
第二节 政府的职能失守	111
一、行政管理观念落后	111
二、行政监管制度不健全	112
三、行政决策失误	113
第三节 现代传媒的推波助澜	114
一、传媒改变人们的消费观念	115
二、传媒再生产人们的消费欲望	115
三、媒体影响价值观和意识形态	116
第四节 亟待完善的制度安排	117
一、制度的缺陷与缺失	117
二、体制改革的影响	119
第五章 对策选择：和谐消费的主体科学实践	121
第一节 企业践行和谐消费的战略	122
一、强化生态消费意识	122
二、走可持续的生产之路	123

三、走维护消费者权益之路	125
四、建立企业责任约束机制	127
第二节 消费者践行和谐消费的路径	130
一、树立消费的责任观	130
二、提高消费素质	133
三、选择自我实现的生活方式	134
第三节 大众传媒的正确导向	137
一、加强社会道德责任	137
二、积极宣传和谐消费理念	138
三、重视广告伦理的约束作用	138
第四节 政府践行和谐消费的对策	139
一、树立消费效益意识	140
二、建立制度性约束机制	141
三、提供制度支持，优化消费环境	144
后 记	149
参考文献	150

导 论

一、选题依据与意义

（一）选题依据

实现社会和谐，建设美好社会，是人类孜孜以求的理想，也是马克思主义政党不懈追求的一个社会理想。马克思认为，人首先是一种自在存在物，具有自然属性，因而与自然界发生客观的物质联系，这种自然属性决定了人的存在必然要求满足其物质生活方面的需要。与此同时，人具有社会属性，人又是社会的人，人的本质就是“社会关系的总和”，这种社会属性要求处理好人与人、人与社会之间的关系。人是社会的人，社会是人的社会。人的自然属性与社会属性的同时存在，意味着人类社会始终离不开人与自然、人与社会这双重关系。因此，构建和谐社会是为了达成这双重关系之和谐，最终实现人的全面自由发展。

当代中国正处于几千年来演变发展的伟大历史中的一个关键时刻，十三亿中国人民正在为建设社会主义和谐社会，实现中华民族的伟大复兴而奋发努力。2005年，党的十六届四中全会第一次提出了“构建和谐社会”的战略决策。“和谐社会”的内涵十分丰富，概括言之，和谐社会是一个“民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐”的社会。它具体表现在以下几个方面：一是人自身的和谐，二是人与自然的和谐，三是人与人及人与社会的和谐，四是国家内部系统诸要素的和

谐,国家是涵盖经济、政治、文化等许多要素的相互联系、相互依赖、相互影响、相互制约的有机整体。

无论是人自身的和谐、人与自然的和谐,还是人与人及人与社会的和谐、国家内部系统诸要素的和谐,都与人的消费活动相关。消费不仅是一切经济活动的起点、终点和新的起点,而且构成了人的一种生活方式,它涉及到人的生活的方方面面。只有提高消费质量,才能更好地满足人们日益增长的物质文化需求,才能实现人的全面发展和自由解放;只有实现消费的和谐,才有可能从日常生活的角度,真正构建起和谐的社会生活,因此,和谐社会内在地包含了和谐消费。

随着科技的进步和物质生产进入后工业化时代,社会经济越来越依赖于消费者,越来越受消费者需求的指引,这已是市场原理下的一种社会规律。“如果说19世纪是生产者创造世界的话,那么在20世纪,特别是从20世纪的下半叶开始,正在进入消费者创造世界的时代”。^①人的消费需求包括物质需求、精神需求、生态需求等。人与自然的和谐实质就是满足人们的生态需求。人与人及人与社会的和谐、国家内部系统诸要素的和谐则综合性地反映了人的社交需求、政治需求、经济需求、文化需求等,这些需求虽然有些不是直接的消费需求,但作为一种生活需求,它们是推动人们消费需求不断满足的力量。上述消费需求的不断满足,又进一步推进各种和谐要素的进步及其发展,因为需求既是一种目的,也是一种手段,它通过需求目标的激励作用,促使国家和社会不断消除不和谐因素,从而实现社会的全面和谐。因此,要建立和谐消费,需要通过促进人的全面发展来实现人自身的和谐,通过缩小消费差距来实现人与人及人与社会的和谐,通过选择生态消费方式来实现人与自然的和谐等等,从而最终实现人的物质需求、精神需求、生态需求的满足。

日前,我国已正式超过日本成为世界第二大经济实体,进入全面建设

① 戴慧思,卢汉龙.消费文化与消费革命[J],社会学研究,2001(5).

小康社会阶段。我们享受到了经济快速增长的好处，但也正为资源的挥霍浪费、严重的环境污染及产品安全等问题付出高昂代价。中国要继续保持强劲的发展态势，就必须转变发展模式，引导经济平衡、协调、可持续地发展。^①

“十二五”规划的关键目标之一，是让中国民众享受繁荣带来的好处，以及把经济中心从投资和出口转向消费。经济发展方式的转变决定了研究消费问题的重要性和迫切性。建设社会主义的和谐消费、发挥其对经济、社会的引导作用，对于促进国民经济的良性循环、构建社会主义和谐社会具有十分重要的意义。同时，和谐的消费能满足人们高层次的物质文化需要，培养人们高尚的品德、高雅的情操、提升人们高层次的精神境界，从而促进人的身心健康和全面发展。^②

然而由于经济体制的漏洞，传统文化意识的影响和全球化浪潮下消费主义文化的渗透，加上现代传媒的推波助澜，在消费领域出现了许多不和谐现象：比如日益扩大而且显现化的消费悬殊问题、生态环境继续恶化与消费增长的矛盾、西方消费主义的文化霸权、中国新兴阶层的奢侈消费风气等等；比如消费者盲目追求高档消费，带来沉重的生活负担，造成精神压力的超前消费；比如远远超过自身合理需求和地球承受能力的以及炫耀身份、地位和自我价值的挥霍性消费。这些给中国的经济社会发展带来一定的消极影响，不和谐消费使得人均消耗资源量急剧增加，再加上世界人口不断增加，加速了资源的耗竭和环境的污染，导致人与自然的矛盾处于尖锐对立的矛盾状态。森林锐减、水土流失、土壤荒漠化、生态失衡、大气污染、温室效应、臭氧层破坏、江河湖水以及海洋污染、水质恶化、淡水资源短缺等等，无不和过度消费有关。不和谐消费也导致了穷人与富人

① 刘艳. 和谐消费与消费文化的当代建构 [J], 深圳大学学报 (人文社会科学版), 2011 (3).

② 刘艳. 和谐消费与消费文化的当代建构 [J], 深圳大学学报 (人文社会科学版), 2011 (3).

之间、穷国与富国之间的消费不公平。并且，迅速耗竭的资源 and 不断加剧的环境污染，实际上是当代人提前消耗了本应该属于后代人的资源，导致了代际不公平。最后，不和谐消费崇尚物质消费，使人陷入在异化消费中，认识不到自己真正需求。片面追求物质消费的结果必然导致社会高度的物质文明和相对低下的精神状态并存的畸形发展，突出表现在人们的幸福感降低、进取心减弱、精神颓废甚至道德堕落等方面。

消费异化是受消费主义影响的结果，当代资本主义的扩张主要是通过价值体系的渗透实现的，而在消费领域，它表现为消费主义的蔓延。消费主义已经成为现代社会的一种意识形态，成为全球资本主义扩张的一个手段。它把西方经济发达国家的生活样式作为“好生活”的样板向不发达国家兜售，通过各种传媒手段把德国的奔驰和宝马、美国的可口可乐和西部牛仔服装、法国的葡萄酒和香水作为“上等人”的消费符号推向全世界，把民族各异的文化品位、生活方式和审美情趣在不知不觉中改造成为西方式的消费文化。它以非政治化的形式，以普遍伦理、审美、风尚的形式为不发达国家的个人生活提供一种文化尺度。它在不知不觉中把消费主义的价值体系塑造成为至高无上的价值观念和生活规范，把西方消费社会的生活方式和价值观念变成统治世界的生活方式和价值观念。^①

西方马克思主义者认为未来社会主义革命不是发生在生产劳动领域，而是发生在消费领域，生态危机将成为社会革命的导火线。

消费领域存在的这些问题严重地影响了人们的生活，影响着社会风气，造成了巨大的环境压力，制约着人的全面发展和和谐社会的实现。严峻的现实引发我们不得不思考：消费对于经济发展、社会和谐究竟有着怎样的作用？国家要倡导什么样的消费理念？我们应该怎样消费？这些问题都是本文将要尽量解释和深入论述的内容。对此本书提出的基本理念是，要实现构建社会主义和谐社会的目标，实现人的全面自由的发展目标，就

① 张兴桥. 消费异化与消费伦理 [D], 吉林大学, 2004.

要构建崭新的社会主义消费，即构建与社会主义和谐社会的内涵相承接，以实现人与自身、人与社会、人与自然和谐发展为目标的人本、公平、生态、全面均衡的和谐消费。

于是，和谐消费的提出意味着人类消费的一场革命，这场革命不仅表现在不断丰富消费对象、不断提高消费质量等方面，而且更多地表现为转变消费价值观、确立一种新的消费理念即和谐消费理念以及探索符合中国实际的消费模式。和谐消费理念的确立不是凭空而设的，我们必须有一个共同的准则，这个共同的准则就是和谐社会的本质特征，即指以人为主体的，人与经济、人与社会、人与自然之间关系的相互协调。因此，要彻底消除社会的种种不和谐的消费现象，我们需要从和谐社会构建的高度，以和谐的价值维度和意义标准去衡量、审视人们的消费活动。从消费动机、目的到消费的手段、方式以及消费的对象、内容都应该符合和谐的价值原则，符合人的自由本质的提升和和谐社会的幸福原则。

消费是人们在处理人与自然、社会及人自身的各种关系中谋求“人”的发展的一种方式，是人实现自我价值和生命意义的手段。人的全面发展和社会关系的和谐完善是和谐消费的主题。和谐是人类社会追求自身本质的最高理想，是人的世界、人的关系以及人的行为的高级准则，是人类发展与完善的价值标准。它通过对消费过程中人与人、人与自然、人与社会之间关系的评价，指导人们正确处理消费活动中的各种社会关系，确立正确的消费理念和消费方式，从而实现人的自由发展和社会全面进步。

特别是在现代消费社会中，消费对社会发展发挥着日益重要的作用，人们在消费领域结成的社会关系也越来越复杂多样。需要以和谐的价值视野对消费进行合法性、合理性和合目的性的理性审视和道德评价，把人的发展、社会经济的发展 and 生态的可持续发展作为消费行为的出发点和归宿，从而建立起以人为本的、公平的、生态平衡的、全面均衡的消费理念和消费方式，以牵引和约束人们的消费活动，达到人与自身、人与自然、人与经济社会、人与他人的和谐统一，实现人的全面自由发展和社会的

和谐。

总之，正是以当代中国的社会现实为背景和出发点，作者拟定了这一论题，试图发掘有中国特色的新型消费——和谐消费的深刻意蕴，阐释经济、社会、人的发展及自然保护区保护与消费的深层关系，援引马克思主义的相关思想资源及和谐社会的本质内涵，来探索和谐消费的理念构建及实现路径，使我国走上科学发展道路，最终实现社会主义和谐社会与人的全面自由发展。

（二）选题的意义

要建立新型的和谐消费，并使之转化为全民的消费实践，科学合理的理论指导必须走在前面。所以，研究和谐社会的新型消费理论是摆在我们面前的重要任务。构建中国特色的社会主义消费理论，既需要解读马克思的消费观的源意义，也需要通过大量的数据事实来分析中国消费现状；既需要研究消费如何成为控制人的手段，商品如何异化为奴役人的工具，也需要挖掘中国传统文化在今天的影响力；既需要在一种宏大的价值标准引导下，探索适合当代中国的消费模式和实现途径，更需要各界学者携手合作，共同建立社会主义和谐社会新型消费。在现阶段，虽然对消费理论有了许多研究，出了许多成果，但仍有许多不足之处，但仍有误区、盲点等待发掘，需要开展和谐消费的不断研究与创新。

通常人们对消费问题的研究更多的关注于如何促进经济发展，却忽视了关于为何发展这一价值论、目的论问题。而后者正是前者的理论前提。如果我们不能对“为什么发展”做出合理的回答，我们的经济发展就会因失去价值论基础而发生意义危机。正如美国学者威利斯·哈曼博士所说：当前“唯一最严重的危机主要是工业社会意义上的危机。我们在解决‘如何’一类的问题方面相当成功”，“但与此同时，我们却对‘为什么’这种具有价值含义的问题，越来越变得糊涂起来，越来越多的人意识到谁也

不明白什么是值得做的。我们的发展速度越来越快，但我们却迷失了方向。”^①

目前消费研究虽然取得了很大成果，但还存在一定的问题，主要是研究中人的缺失。大多数学者强调消费对经济的作用，而忽略了消费作为人的存在方式，本质上是要实现人的全面自由发展。正如英国著名经济学家马歇尔所说的：“经济学是一门研究财富的学问，同时也是一门研究人的学问。”^② 马克思也认为，消费是人的“感性表现，就是说，是人的实现或人的现实”。^③

因此，除了要考察消费在经济活动中的地位和作用，更要考察消费在社会生活中的地位和作用，考察消费现象背后人的存在状态。因此，需要为现代消费社会寻求一种精神价值追求，从哲学的价值尺度去衡量和引导。消费的本质是人的自我价值和生命意义实现的过程和手段。和谐是人、人类社会存在方式的理想状态，其主题是人自身的全面发展与社会的协调美好。因此，作为经济活动重要环节的消费理应纳入人们和谐追求的视野，以和谐的价值理念对作为人的消费进行审视和评价。通过对和谐消费的内涵、本质属性、基本理念确立，初步建立和谐消费的理论体系和路径探索，为和谐消费问题的理论研究和实际操作提供一种新的视角和理论支持。

虽然已经有学者对和谐消费做出了可贵的探索，但是关于和谐消费与和谐社会关系的研究、和谐消费内涵的系统阐述，还有待进一步深入。本书将就这些问题进行探索性的研究。

另外，关于消费问题，学术界通常从经济学、社会学、文化学、伦理学、哲学等某一个侧面进行研究，从而缺少了整体性、系统性的高度，在实践中也缺少了目的性、方向性。而本书认为消费不仅仅是一个经济问

① [美] 威利斯·哈曼：《未来启示录》，上海译文出版社，1988：193。

② [英] 马歇尔：《经济学原理》（上册），商务印书馆，1981：23。

③ 《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社，1995：7。