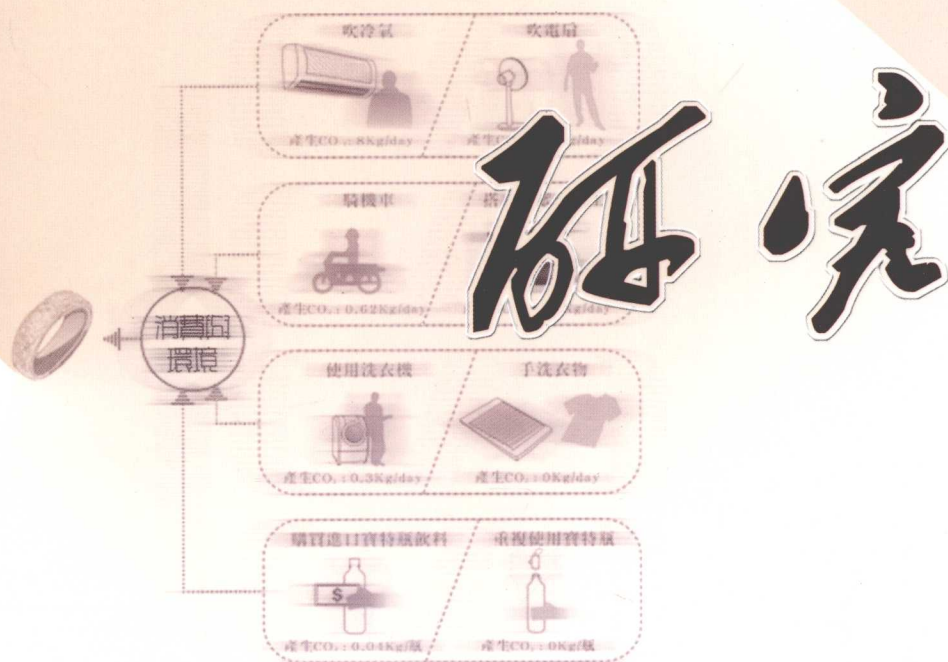


赵吉林 著

中国消费文化变迁



经济科学出版社

中国消费文化 变迁研究

Study of consumer culture change in China

赵吉林 著

经济科学出版社

责任编辑：吕 萍 于海汛

责任校对：刘 昕

版式设计：代小卫

技术编辑：邱 天

图书在版编目（CIP）数据

中国消费文化变迁研究/赵吉林著. —北京：经济科学出版社，2009. 9

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8671 - 1

I. 中… II. 赵… III. 消费—文化—研究—中国 IV. D669.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 184096 号

中国消费文化变迁研究

赵吉林 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编辑部电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

北京汉德鼎印刷厂印刷

季峰装订厂装订

690 × 990 16 开 14.5 印张 230000 字

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8671 - 1 定价：25.00 元

（图书出现印装问题，本社负责调换）

（版权所有 翻印必究）

序

赵吉林博士的《中国消费文化变迁研究》由经济科学出版社出版了，有幸比其他读者早一点读了赵博士的书，有所思考，记录在下。

消费经济理论是经济理论中最老的部分或者说分支学科。这也许源自之初，经济学家就认为“生产、分配、交换、消费”是经济过程的四个主要环节，其中，“生产”是起点，“消费”是终点同时又是下一个过程的起点。现代经济学中主流经济理论的消费理论大体可以分成两大部分，一是微观消费理论，研究的中心是居民（家庭）消费行为，包括预算约束、效用最大化、偏好、无差异、替代等分析，其典型的较浅显系统论述体现在范里安的《微观经济学——现代观点》一书前半部分中，被称为标准的消费理论，并成为经济分析的最基本的理论基础之一，成为经济学其他理论分析的既定出发点或者说假设前提，如宏观经济学中的经济增长理论等。微观经济学中的消费行为理论也被看作经济分析理论中最成熟的部分（参见迪顿等《经济学与消费者行为》、《理解消费》）。另一部分是宏观消费理论，主要是消费函数理论。这一部分是与宏观经济学同生同长的，主要源自凯恩斯 1936 年的《通论》。当然，有人提出宏观消费函数和微观消费函数之分，似与这里对消费理论的二分法有左。但是消费函数理论作为一个整体是纳入宏观经济学中论述的。个中细微之处的奥妙，读者可以细品两本各有特色的宏观经济学教材的相关章节，一是布兰查德的《高级宏观经济学》，另一本是罗默的《高级宏观经济学》。我自己这些年的研究基本上是沿着前人开创的所谓“标准消费经济理论”轨道前行的。20 世纪 90 年代初写成的《中国消费函数分析》，由上海三联书店出版社出版，21 世纪初合作写成的《居民资产与消费选择行为分析》再次由上海三联书店出版社出版，并获孙冶方经济科学奖。近期将在商务印书馆出版合著的《新经济增长路径：消费需求扩张理论与政策研究》，此外，在《经济研究》、《数量经济技术经济研究》等国内外学术刊物上发表了一些相关的论文。

与“标准的消费经济理论”不同，还有一些按现代经济学主流理论观点看“非主流的”消费经济理论，其中我国的一些经济学者属于此类。这些“非主流的”理论研究了消费领域更广泛的内容，如消费体制、消费模式等，其中也包括赵吉林博士研究的消费文化。“消费文化首先是一种经济文化”（引自赵文，指《中国消费文化变迁研究》，下同），何谓“消费文化”？学界可以有不同的界定和观点，赵文提出：“消费文化”首先是经济文化的一种形态和存在方式，是经济文化的一个重要组成部分，它是人们社会生活领域中呈现的各种文化现象的集中表现。消费文化是以人为主体的一种人本文化，其实质是以消费需求表现出来的价值观念；消费文化在形态上呈现出民族性、多样性、整体性和相对性，它是历史传承的累积并作用于现实生活的基本产物；消费文化以其经济渗透和社会引导功能，成为人们生活消费的基准方式和行动模式，反映着经济主体（消费者）从社会生活中获取提炼到的能力和素质。基于这种认识，赵文试图“运用马克思主义基本理论为指导，在吸收学术界关于中外消费文化的研究成果的基础上，力图紧密结合中国几千年经济文化演进过程，对这一具有历史视野的、宏观的经济文化方面的重要课题进行了尝试性探讨。”坦率地说，这是试图描绘一幅宏伟的历史长卷，古今中外一览之。初读到赵文的导论部分，很是为作者的雄心担心。尤其担忧的是作为新生代经济学者，对中华文明历史知之多少？稍后得知，赵吉林博士是学历史出身。

赵吉林博士论文的成文，应该也得益于西南财经大学浓厚的研究氛围，得益于导师的指点。导师袁文平教授和原西南财经大学校长王裕国教授“以严谨的治学和清正的人格鞭策我求学与上进”（赵文“致谢”），刘灿、赵国良等教授“在论文艰难跋涉之中给我予肯定与鼓励，时时鞭策我成长”（赵文“致谢”）。西南财经大学在王裕国教授主持下，成立了消费经济研究所，成为我国又一个消费经济学教学研究基地。

消费文化，从经济学的视野窥之，是一个十分值得研究的课题。消费文化的变迁，涉及人类历史变迁的悠远“时空隧道”。仅截取其中的一小节，如果以工业革命作为人类近现代史的开端，大约17世纪中叶前后，始于欧洲的工业革命拉开了人类近现代发展史的序幕，至今仍不能言拉开的幕布谢幕了。人类近现代消费文化的主流可以看为工业革命始作俑的工业化消费文化，其早期标示为“煤炭”、“蒸汽机”、“纺织

机”等，中期标示为“石油”、“汽车”等，后期标示为“计算机”、“电视”以及制冷设备（空调、冰箱）等。在整个工业化发展变迁过程中，给人类带来了极大的物质富裕和享受，也曾造成极大的痛苦和灾难（如伦敦雾、日本水污染等），同时对人类赖以生存的地球乃至宇宙空间形成巨大的、不可估量的环境与资源重压。工业化消费文化是否具有可持续性，人类在困惑、彷徨之中，仍在惯性前行。20世纪70年代初“罗马俱乐部报告”鼓噪一时，现今早已淹没在“金砖四国”的工业化进军号角之中。

人们早在谈论“后工业化社会”、“信息社会”，那么，工业化消费文化之后是否续之以“信息化消费文化”？其标示是否是“网络”？

赵文提出了许多好的、值得进一步思考的重大课题，如围绕工业化消费文化提出并探讨的“可持续消费文化”，和相关的继承和革新“节俭消费文化”；围绕中西方消费文化观念的碰撞交融提出并探讨的“美国金融危机引发的消费文化思考”等。赵文还较详细地梳理分析了与20世纪50年代以来中国居民消费生活的三次大变迁相关的现代中国消费文化变迁，尤其是提出并分析了改革开放以来中国“主流消费文化、精英消费文化与市俗消费文化的交融”，提出“以传统文化为主体，构建新消费文化主流”。相信学界会认同赵吉林博士的论文有意义、有创新，有值得人类理智不断建设、拆除、再建设的重大课题。不敢妄断赵文的长处和短处，误读读者，明暗曲直，读者明判。

新世纪世界是全球化和开放型为主潮流的社会，世界不同国家、不同民族、不同文化之间在观念上的交汇、冲突、熔融、升华，深刻影响和改变着每一种“原文化”或者说“源文化”。人类在不断前行中摸索、创新着自己的消费文化。如2008年的金融危机之后，有人提出“中国人多花些，少攒些；美国人多攒些，少花些”，通俗之处不能不说是蕴涵两种消费文化观念冲突、交融的妙语。

读书有感，是为序。

臧旭恒

2009年10月16、17日

成稿于北京、西安

目 录

导论	1
0.1 中国消费文化变迁研究的背景与意义	1
0.2 研究思路和研究方法	5
0.3 可能创新点	10
0.4 进一步研究的方向	12
第1章 消费文化的内涵	14
1.1 文化的内涵	14
1.2 经济文化的内涵	22
1.3 消费文化的内涵	28
第2章 中国传统消费文化的变迁及基本特征	42
2.1 小农经济是传统社会的主导经济形态	43
2.2 中国传统消费生活方式及其变迁	44
2.3 中国传统社会消费文化的基本特征	55
2.4 中国传统消费文化的核心：“黜奢崇俭”	63
第3章 中国现代化前期现代消费文化的产生	73
3.1 中国现代化社会的启蒙及消费文化变迁的历史概略	74
3.2 中国现代化前期西方消费文化的冲击	78
3.3 中国传统消费文化向现代消费文化的转变	85

第4章 中国社会主义建设时期的经济增长与消费文化演进	94
4.1 新中国成立之后计划经济时期的居民消费（1949~1978年）	94
4.2 居民消费生活的第一次大变迁——实现温饱（1978~1984年）	106
4.3 居民消费生活的第二次大变迁——成就小康（1985~1997年）	110
4.4 居民消费生活的第三次大变迁——建设全面小康（1998年至今）	116
4.5 当前居民消费领域存在的几个主要问题	120
第5章 全球化下中西方消费文化的融合与冲突	128
5.1 全球化是世界现代化进程的必然现象	128
5.2 西方消费文化发展历程	134
5.3 中西方消费文化的差异	140
5.4 经济全球化进程中的中西方消费文化碰撞	143
5.5 抵制当代中国社会的消费主义倾向	155
5.6 美国金融危机引发的消费文化思考	159
第6章 中国当代消费文化的经济与社会多视角探析	164
6.1 当代消费文化的混沌化	164
6.2 当代消费文化的多元化	171
6.3 当代消费文化的消极性	173
6.4 当代中国消费文化与经济发展的互动	178
第7章 建设具有中国特色社会主义消费文化	183
7.1 以传统文化为主体，构建新消费文化主流	183
7.2 坚持科学发展观，深化经济文化体制改革	188
7.3 大力发展文化产业，扩大文化消费	195
7.4 倡导“可持续消费”文化，建设和谐社会	202

7.5 加强消费教育，促进人的全面发展	205
主要参考文献.....	209
后 记.....	218

导 论

0.1 中国消费文化变迁研究的背景与意义

生活消费是人类生存和发展的最基本的活动形式，消费方式是人类最基本的生活方式。自 1978 年以来，古老的中国实现了一场举世瞩目的历史性大变革——随着经济的迅猛发展和社会的全面进步，中国居民整体上已经告别了长期以来生活资料短缺与匮乏的状态，跨入小康生活消费阶段，这是几千年中国历史上划时代的伟大壮举。

居民消费生活的历史性变迁，准确而深刻地反映了社会经济、文化和政治的重大变革与全面进步。一方面，市场经济归根结底是消费需求导向型经济，总量不断增长、结构渐趋优化的消费需求，既是社会生产增长和社会进步的重要标志，又是社会主义市场经济发展的强力推进器。依据消费需求组织社会生产、调控市场经济，日渐成为整个社会经济运行的基本出发点和归宿，成为整个经济发展链条的重要环节。消费愈益对经济社会发展全局起着导向和拉动作用。另一方面，消费又是一种文化现象，消费主体、消费客体和消费环境有机结合而成的消费过程，反映着某种特定的社会经济条件下的文化实质，特定的消费行为其实就是特定的文化价值的选择。消费文化的实质就是在消费领域表现出来的特定的社会经济关系和文化关系，即表现出一种不同于单纯从生产角度来认识的人们生活方式和社会地位的价值体系。

伴随着改革开放以来的历史进程，中国经济迅猛发展，社会生活大步前进，城乡居民消费需求总量大幅度增长，需求对象极大拓宽，消费结构不断进步，极大拓展和变革了人们的消费生活方式，明显地促进了

中国人心身素质的提高。居民消费生活的历史性变迁，准确而深刻地反映了社会经济、文化和政治的重大变革与全面进步。消费，不仅愈益成为满足人们生存、享受和发展的基本活动，而且逐渐成为人们社会生活的一个重要活动，人不仅是“劳动人”，更是“消费人”，可见，消费生活的这种历史性变迁本身就是消费文化的历史性变迁，在这场变革中，消费活动即文化活动与社会变革的本质联系更为清晰、更为深透，同时也更为复杂，从而赋予了消费文化研究的全新的视角。

一是研究现实经济运动呼唤着研究消费文化。市场经济归根结底是消费需求导向型经济，总量不断增长、结构渐趋优化的消费需求，既是社会生产增长和社会进步的重要标志，又是社会主义市场经济发展的强力推进器。改革开放以来的经济运行实践深刻表明：依据消费需求组织社会生产、调控市场经济，日渐成为整个社会经济运行的基本出发点和归宿，成为整个经济发展链条的重要环节，消费愈益对经济社会发展全局起着导向和拉动作用。

自 20 世纪 90 年代中后期以来，有效消费不足已成为制约我国经济发展的一个重要“瓶颈”，政府实施的积极拉动内需的政策取得了积极的成效，但是，导致居民消费需求不足的深层次矛盾仍然存在。究其原因，除了供给结构升级滞后、收入增幅趋缓、收入差距扩大，特别是居民对社会保障的预防性储蓄动机增强等较为刚性的制约因素以外，居民消费观念、社会消费伦理及其消费制度的变迁也直接影响和作用于消费市场变化，而一般研究消费问题的著述尚未高度重视居民消费观念、社会消费伦理的历史性变迁。而疏于研究城乡消费者价值取向和行为规范的直接后果，导致我们不能准确地把握和反映我国现实社会消费观念的多元化状态，不能对于新旧杂陈的消费观念和消费伦理进行深度的科学分析，也就难以全面而确切地把握和预测当代城乡居民的消费行为的变化，进而也难以实施有效的消费导向和消费调控政策，这不能不说是我国宏观消费研究中的一个缺陷。只有从消费文化的角度入手，透彻把握消费文化的实质、消费文化的形成、特征及其变迁，特别是着力研究在当今经济社会条件下中国消费文化的传统与现代的交融、继承与变革的冲突，才能从观念形态上透析居民消费行为，为宏观消费经济政策提供可靠的社会文化根基，增强政策实施的针对性和有效性。因此，消费文化研究直接成为市场经济研究的重要环节。

二是现实消费领域的若干现象呼唤着研究深层次的消费文化。消费又是一种文化现象,消费主体、消费客体和消费环境有机结合而成的消费过程,反映着某种特定的社会经济条件下的文化实质,特定的消费行为其实就是特定的文化价值的选择。消费文化的实质就是在消费领域表现出来的特定的社会经济关系和文化关系,即表现出一种不同于单纯从生产角度来认识人们生活方式和社会地位的价值体系。一定社会、经济条件下形成的消费文化,对社会生产和社会文化的发展产生的影响也是前所未有的。“我们生活的世界不仅充满了消费者个性或消费者态度,而且消费文化在其中起了主导作用”。^①消费文化不仅成为认识和把握特定消费现象的重要手段和途径,而且也是认识社会文化的一个重要枢纽。

面对着 21 世纪我国经济、社会、文化发展的新态势,特别是在经济全球化带来的国际消费潮流的迅猛冲击下,如何深入把握和透视当今我国纷繁复杂、五光十色的消费现象,其中,哪些是反映社会生活方式进步的重要现象,它们是如何推进了社会文明的进步?哪些是反映转型期纷繁复杂的社会经济和文化的矛盾,及其由此带来的一系列经济、文化和社会发展的新课题?哪些是历史遗弃下来的糟粕和受西方外来文化影响产生的污物,直接阻碍了社会核心价值观的构建,制约着社会经济和文化的健康发展,等等。人们在生活消费的价值选择上,究竟什么样的消费方式是正当的、符合人类文明进步潮流的?什么样的生活方式和生活情趣是不正当的、不符合社会核心价值观的?所有这些重要问题的回答都涉及到一个重要任务,即必须旗帜鲜明地提出构建中国特色社会主义消费文化,显然,它是中国特色社会主义理论体系的一个重要组成部分。毋庸置疑,中国特色社会主义消费文化应当是人类优秀消费文化的继承和发扬,也就是说,它既是中国传统消费文化精华的直接继承和发扬,又是外国消费生活模式中优秀成分的直接借鉴。

总之,消费在社会经济生活中日益重要的地位,以及消费领域自身的复杂现象,都向我们展示了一个重要课题——研究中国消费文化。这个课题至少应当包括如下任务:把握消费文化范畴,明了消费文化的社会历史的和经济的规定性;分析消费文化的地位、作用及其形成因素;

^① 西莉亚·卢瑞:《消费文化》,南京大学出版社 2003 年版,第 44 页。

探索中国消费文化演变的历程及其启示;探析我国当前消费文化的多元化混杂状况;有效地构建具有中国特色社会主义的消费文化体系等。

显然,研究消费文化具有一系列的重要意义:

第一,研究社会生活方式演变中的文化因素,是社会主义经济文化建设中一个重要任务。勾勒中国消费文化演进史,着眼于探讨在当代经济全球化条件下我国消费文化的现状,探析全球化与中国现代化的互动、经济文化引致消费文化变迁的内容,揭示坚持社会主义核心价值观,净化社会消费风气,同时揭示现阶段制约我国居民消费需求进一步扩大的消费文化因素,旨在于构建中国特色社会主义消费文化体系,促进经济社会科学发展,推进全面建设小康社会进程,这对我国加快实现现代化无疑具有重要的意义。

第二,透视消费文化变迁的基本轨迹,是导向产业结构、产品结构调整的一个重要依据。确切把握消费文化的基本特征及其演变趋势,从生活方式变迁的视角审视社会的文化脉动,有助于洞悉社会消费文化的变动态势,调整现有的产业结构和产品结构,构建更好地满足人们生活需要的结构体系,服务于社会文明的增进和人的全面发展。

第三,把握消费文化的特色及其演变趋势,对于工商企业开拓消费市场,更好地满足居民消费需要具有重要意义。企业了解和把握消费者的消费观念、消费风俗、消费习惯等,有利于确切地了解和预测消费者的行为,从而使企业掌握消费市场变化和消费者偏好,有利于企业形成科学合理的生产、营销、服务决策,修正企业市场营销策略,进一步扩大和巩固企业的市场地位,提高生产质量和营销质量,更好地满足城乡居民消费需要,创造出更大的社会效益和经济效益。

第四,探析消费文化的实质及其变迁,直接导向着居民消费行为的变化。消费价值观、消费精神、消费信仰、消费审美、消费风俗、消费传统及消费制度等消费文化要素,本身源于亿万人民千百年来形成的生活实践,从理论角度概括和探析这些文化要素的基本特征、形成要素及其历史变迁的进程,直接揭示人们衣、食、住、行、娱、游、健等各类消费行为的内在的、深层的变革动因,从中获得可贵的理论启示与实践启示,从而使消费文化状况成为评判特定历史时期人们消费行为是否文明、健康、科学的基本准绳,进而提炼出导向当前我国居民提高消费生活质量,提高消费者素质,促进人的全面发展的基本依据。

可见,研究中国五千年历史长河中以文化形式显现的人们生活方式的变化,如此令人想往;透析消费文化的变迁如何既受制于经济、社会和文化的发展,同时又能动地作用于社会、经济和文化的变迁,这又如此令人着迷。这就是笔者自身试图奋力探索的命题。

0.2 研究思路和研究方法

0.2.1 研究思路 and 结构

本书试图把经济现象和经济理论置于大文化的人文环境中去分析,伴随中国历代社会经济发展进程,即历代经济文化演进的基本背景下,勾勒消费文化基本状况及其演变的基本轨迹,探寻不同社会形态及同一社会的不同发展阶段之中,其物质消费文化、精神消费文化和生态消费文化的基本状况,从而揭示相关社会制度、观念、习俗、环境等各种文化要素的变迁对社会成员消费生活的影响,展示我国消费文化从传统走向现代的基本历程。

本书分为3篇共7章。以社会生产力发展史为基本线索,在经济发展历史中,探索中国消费文化从形成到发展,从传统到现代的发展历程,也从中国消费文化史中解读中国经济从农业到现代,从低级到高级发展的必然。从现代化建设时期经济发展脉络中,我们探析中国现代消费文化的演变依据和历程,其实也是对中国消费文化不断丰富和提炼的过程。生活消费既是推进社会经济发展的重要动力,又是社会经济发展的归宿。中国30年改革开放过程,是持续推进的消费革命彻底改变城乡居民生活消费的进程,也是中国消费文化加速演进和变迁的过程。城乡居民从自身和社会消费生活的巨大变化中深切感受到了社会主义市场经济的巨大魅力,同时也从观念与习俗的演变中实际领略到我国消费文化发展的丰富内涵。

导论主要交代本书的研究背景及研究意义、研究思路与研究方法,概括本书的逻辑结构以及各章的主要内容等。

第1章探析消费文化的内涵。在阐释国内外众家“文化”定义基

础上,将文化首先界定为社会文化,即人类创造的物质财富和精神财富的总和。作为文化,应当强调人们的社会实践活动,其逻辑方程式可以描述为:社会活动—社会生产—社会产品—社会文化;文化的特质是“在社会实践过程中所获得的能力”,各种社会活动形成了各种社会成果,同时形成了社会文化。在文化的层次结构划分上,笔者认为:物质文化、价值文化、制度文化和行为文化产生和变更的过程,既是生产力发展的过程,也是人类文明的发展过程。

本书将“经济文化”界定为:人在物质资料和精神资料的生产、交换、分配、流通和消费过程中蕴涵和表现的物质基础、经济主体的行为方式、社会需求、思想观念和社会经济制度等。文章提出:“消费文化”首先是经济文化的一种形态和存在方式,是经济文化的一个重要组成部分,它是人们社会生活领域中呈现的各种文化现象的集中表现。消费文化是以人为主体的一个人本文化,其实质是以消费需求表现出来的价值观念;消费文化在形态上呈现出民族性、多样性、整体性和相对性,它是历史传承的累积并作用于现实生活的基本产物;消费文化以其经济渗透和社会引导功能,成为人们生活消费的基准方式和行动模式,反映着经济主体(消费者)从社会生活中获取、提炼到的能力和素质。这些论述为以下各章从理论上提供了分析基础和平台。

第2章主要梳理中国传统农业经济发展与消费文化形成的脉络,归纳中国古代消费文化形态的总体表征,传统农业经济社会消费生活方式的基本特征:自给自足、结构单一、水平低下、等级森严、宗亲消费等,从而凝练出中国传统消费文化的核心——“黜奢崇俭”。笔者认为,中国传统消费文化史就是一部“黜奢崇俭”史,这是中国几千年历史传承过程中积淀并逐渐确立起来的思想意识及其制度安排,是特殊的封建王权与土地制度,重农抑商的儒家教义,节俭、中庸与均平的伦理准则等合力作用的结果,具有鲜明的道德化、伦理化和政治化印记,它既有其历史存在的必然性和合理性,又是历代社会消费需求增长的桎梏。

第3章重点考察中国现代化前期的经济社会发展中,消费文化从传统走向现代的曲折转型。这是在经济落后、军事挨打、主权被侵犯等社会大背景下,以知识分子群体为先导的、在西方消费文化的外力刺激下的艰难的转型。它分析了消费方式特别是消费观念所面临的冲击及由此

带来的变迁；反映了中国人的思维模式从传统到现代的转变，即从消费文化角度透视了“中国向何处去”这一困扰近代社会的主题。可以说，鸦片战争后中国消费文化的发展，其实就是传统消费价值观向西方消费价值观的复制与嬗变，“黜奢崇俭”、等级消费等中国传统消费文化的核心发生了动摇，以依附性的宗法血缘关系为基础的等级伦理消费价值体系，缓慢而不可逆地转向以独立人格为基础、自由平等的伦理消费价值体系。

第4章阐述了中华人民共和国实现经济现代化进程与消费文化演进的同一性与同向性。计划高度管制经济条件下居民消费生活的进步性和局限性表明：新中国成立初期的社会经济发展战略和高度计划经济管理体制的选择，严重限制了城乡居民消费需求增长，消费市场清淡、萎缩，消费主体缺失，消费几乎被隔绝在工业化进程之外，形成了具有经济增长成果与人民群众物质利益“疏远化”、消费需求“意识形态化”的特征。构建社会主义市场经济体系，改变了中国居民消费的物质环境和消费行为选择，确立了消费者在市场经济中的主体地位，衣、食、住、行等消费行为回归到原本意义之上，进而改变了整个经济、社会和文化的结构，同时实现了中国消费文化基础结构的历史性变迁。

第5章从全球化的视角，考察中西方消费文化的融合与冲突。全球化是世界现代化进程的必然趋势，经济全球化必然伴随文化的全球文化趋同化。经济全球化对中国传统消费文化带来双重效用：消费文化已经出现全球化趋同与融合的趋势，并深刻地影响着中国居民的消费生活；同时，基于中西方价值形成上的差异，中西方消费文化存在着迥异的核心价值观和消费模式。消费文化的“全球化”不可能清除或替代消费文化的“民族化”，二者的矛盾与冲突在改革开放以来从未间断。经济文化全球化加速了中国融入国际社会的步伐，推进了以改革开放为内在动力的中国经济持续快速地增长。应当看到，中国消费文化受到西方消费文化的巨大冲击，基于西方市场经济基础的生活理念、消费观念和生活方式，特别不可低估西方消费主义思潮对我国居民生活方式的侵蚀力和影响力，部分“新富”阶层的生活追求确实具有较为明显的消费主义倾向，其示范效应影响着部分人的生活方式。消费主义的影响扩大了社会成员之间的消费差距，冲击着社会占主流地位的核心价值观念。必须对“消费主义”影响加以剖析与抵制，在当前世界金融危机引发的

消费文化国际比较中,更须坚定地维护中国特色社会主义消费文化观念。

第6章重点分析在当前中国混杂的价值形态和文化形态下,多元消费文化存在的基础及其发展趋势。历经改革开放30年的社会经济制度和社会思潮的变迁,昔日超物质利益的、颇具理想色彩的道德模式迅速瓦解。主流消费文化、精英消费文化与市俗消费文化的交融与混杂,是现时期我国消费文化的基本特征。首先,追求生活质量、提倡物质利益最大满足的消费文化,透视出在消费生活中实现人生价值的理念。这场变革的实质是以人为本、以民生为本的理念,以最明确的形式倡导占社会主流地位的价值形态。其次,市场经济带来的价值观、道德观与伦理观,又催生着大众消费文化的蓬勃发展。在市俗消费文化影响下,消费成为人们日常生活兴趣的中心,物质享乐取代精神生活成为时尚,追求享乐与舒适取代劳动与创业成为令人羡慕的生活方式。再其次,文化的“民族性”与“世界性”的相互交融、互为整合又相互冲突,既推进全球文化的新建构,又促进中华民族文化的现代转型和自我认同,二者之间的交融与互动,在消费文化的演变进程中真切地反映出来。社会价值评价与道德规范似乎也处于一种混乱状态,呈现出多元化的特征:既有对计划体制时期禁欲主义的纵向叛逆,又有对西方后现代主义的横向移植;既有对身心消费体验的继承与发扬,又有对消费“符号”的简单模仿与崇拜;既有大众世俗文化消费中低俗的非健康现象的死灰复燃,又有对高雅人文文化产品的热情赞扬。

第7章立足于加快全面建设小康社会进程,构建和革新中国特色社会主义消费文化体系。实现全面建设小康社会奋斗目标,不仅要转变经济发展方式,也要全方位调整和完善生活方式和消费方式,建设中国特色新消费文化。消费文化直接服务于中国特色社会主义建设目标,是中国特色文化建设的重要组成部分,是中国特色社会主义理论体系的重要组成部分。加快构建具有中国特色消费文化,对充分发挥消费文化作用,保民生、扩大内需、促进经济发展、促进人全面发展具有重要作用。由此提出吸收西方先进文化以革新中国文化的落后性、夯实消费文化建设的经济基础、深化相关经济文化体制改革、大力发展文化产业、加强“可持续消费”文化建设、加强政府引导、开展广泛的国民消费教育等政策建议。