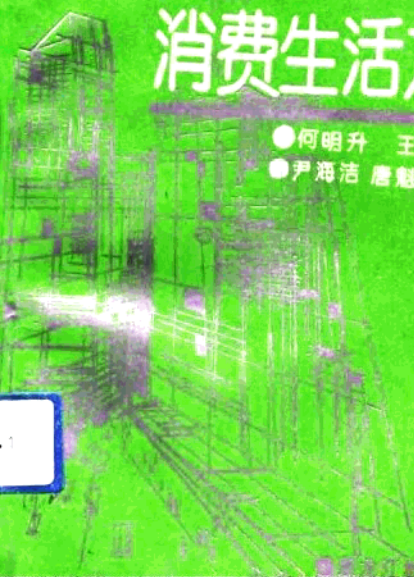


# 中国城镇居民的 消费生活方式

●何明升 王雅林/主编

●尹海洁 唐魁玉/副主编



中国城市出版社

# 目 录

## 第一篇 一般理论

|                |        |
|----------------|--------|
| 第一章 导言 .....   | ( 3 )  |
| 第二章 消费行为 ..... | ( 24 ) |
| 第三章 消费意识 ..... | ( 40 ) |
| 第四章 消费环境 ..... | ( 60 ) |

## 第二篇 总体分析

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| 第五章 中国城镇居民的收入与支出 .....  | ( 75 )  |
| 第六章 中国城镇居民的消费行为特征 ..... | ( 91 )  |
| 第七章 中国城镇居民的消费意识 .....   | ( 114 ) |
| 第八章 中国城镇居民的消费环境 .....   | ( 149 ) |
| 第九章 消费生活方式的社会引导 .....   | ( 164 ) |

## 第三篇 类型分析

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| 第十章 中国城镇居民消费生活方式的不同类型 ..... | ( 183 ) |
| 第十一章 消费生活方式诸类型的消费支出 .....   | ( 208 ) |
| 第十二章 消费生活方式诸类型的行为特征 .....   | ( 225 ) |
| 第十三章 消费生活方式诸类型的内外约制 .....   | ( 244 ) |
| 第十四章 消费生活方式的完善 .....        | ( 261 ) |
| 后 记 .....                   | ( 279 ) |

---

# 第一篇 一般理论

---



B



# 第一章

---

## 导 言

中国正在进行的社会主义现代化，是为了发展生产力，完善生产关系，是要更好地满足人民日益增长的物质、文化需要。中国要现代化，首先要使中国人现代化，而人的发展和现代化正是在旧的需要被不断满足，新的需要又不断产生，即在不断的消费过程中实现的。因此，消费是一个既涉及到具体的人，又涉及到全社会的大问题，这无疑是一个很有意义的研究领域。

在消费领域中，消费生活方式处于十分重要的地位，因为它是具体消费行为的载体和表现形式。任何消费都要通过一定的方式来实现，而不同的消费生活方式则界定着文明与野蛮，先进与落后，合理与不合理。现代化的中国人应该有与此相适应的消费生活方式，这是消费研究的核心。

### 第一节 消费生活方式及其研究

#### 一、消费生活方式的概念

所谓消费生活方式，就是社会主体在生活消费过程中所

进行的一系列有意识的活动的表现形式。对于这个概念，我们可以从以下诸方面进行分析和把握：

第一，消费生活方式是社会消费生活方式与自然消费生活方式的统一。人是社会关系的总和，反映在社会消费生活方式上，则表现为一定社会的消费关系。比如在封建社会中，无论是人们的衣食住行，还是婚丧嫁娶，都受制于严格的宗法等级制度；而在社会主义社会，则体现着消费者的平等，人们多以消费资料所有者的身份去享受自己的劳动成果。实际上，社会消费生活方式是由该社会的生产方式所规定的，体现着社会消费生活的最本质的特征和主导关系。

与社会消费生活方式不同，自然消费生活方式主要与生产力发展水平和生活习俗有关，说明消费活动的具体方式，如衣服的款式、用餐的方式、取暖的技巧等等。事实上，它本身也是一种文化，一种历史积淀，因而也为文化人类学、考古学等学科所研究。

第二，消费生活方式也是主观与客观的统一。从主观上讲，消费生活方式是作为主体的人在一定思想观念支配下的有意识的活动。在不同的思想观念指导下，人们可以表现出完全不同的消费生活方式。其中，消费心理与消费价值观分别属于较浅层次和较深层次的消费意识。

从客观上看，人们的消费生活方式，在总的方向上要决定于其所在社会的全部社会条件，包括生产方式、社会经济结构、社会制度、文化传统、自然条件等等。其中，起决定作用的还是该社会的生产方式。正如马克思所说：“人们生产他们所必需的生活资料，同时也就间接地生产着他们的物质生活本身。”<sup>①</sup>生产方式作为劳动者与生产资料相结合的

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯选集》第1卷第25页。

方式，决定着社会的性质和人们的社会地位与相互关系，这就在根本上规定了人们之间的消费关系，而正是这种消费关系决定了消费生活方式的本质方面。另一方面，生产方式作为生产力与生产关系的统一，是与一定时期的生产力发展水平相适应的，因而也就在大的方面决定了人们的自然消费生活方式。除生产方式外，其它社会条件也都以一定的机制作用于人们的消费生活方式。

第三，消费生活方式还是典型形式与非典型形式、合理形式与不合理形式的混合体。如果我们换一个视角来考察消费生活方式，则会发现同一社会中存在着各种类型的具体的消费生活方式。这里，占主导地位的消费生活方式总是与该社会的生产方式和社会制度相适应，是该社会消费活动的典型形式和特征的总和。这往往是消费生活方式的合理形式，也是最富有现实性和时代感的。与此同时，消费生活方式中还存在一些非典型的形式。其中，有两类消费生活方式特别引人注目：一是滞后的，带有过去社会形态特征的消费生活方式；二是超前的，带有未来社会形态特征的消费生活方式。无论是滞后的、还是超前的消费生活方式，在一定意义上说都带有不合理的内容，因为它们都缺乏现实性和时代感。一般说来，典型形式的消费生活方式是以现实性和时代感为倾向的；非典型形式的消费生活方式中，滞后的形式是以历史性为倾向的；而超前的形式则体现出一种未来倾向。

滞后的，带有过去社会形态特征的消费生活方式是被当代社会抛弃了的消费生活方式，已经失去了它原有的社会条件和群众基础。但是由于社会发展的不平衡，还存在一些局部的，非主导地位的原有社会基础和一些具有相应思想观念的

人。因此，在一定的条件下，可以产生和存在落后于时代的消费生活方式。

超前于时代的消费生活方式往往与最先进的生产关系和社会基础相联系，由于具有超前思想观念的社会成员的实践和敦促，它逐渐变为一种有前途的，新的消费生活方式。因此，这是一种指向未来的消费生活方式，一般总是以未来社会或域外发达社会为参照系，所以又往往是现代社会大多数成员无法实践和承受的。也只有在这个意义上，它才是不现实的。

上述两类非典型形式的，不占主导地位的消费生活方式在一定条件下都可以扩大其影响力，表现为具有该消费生活方式特征的社会成员的增加。超前于时代的消费生活方式由非主导地位上升为主导地位是社会变革的一部分，涉及到全体社会成员，带有历史的必然性；落后于时代的消费生活方式在特殊情况下也可能弥漫于社会之中，这在一定意义上是异常的消费现象，带有退步性。当然，并不能把传统消费生活方式中的所有内容一概斥之为落后。一般说来，落后是指它的核心部分，而那些非本质的具体内容，有许多是要作为历史积淀保留下来的。因此，先进的消费生活方式取代落后的消费生活方式实际上是一种扬弃。我们应该加强对消费生活方式转化机制的研究，有意识地引导其向现实的、合理的方向转化。

第四，消费生活方式又带有鲜明的民族特点、区域特点和个性特点。不同民族、社区和群体，在一定的经济文化条件下，会历史地形成自己的消费特色，并逐渐积淀下来，形成该民族、社区和群体的消费习俗，这种消费习俗构成了消费生活方式的一个重要方面。同时，每个人都有自己的消费

观念、消费偏好和消费习惯，这些因素可以综合成为其个人的消费特色，也可以从一个方面反映消费生活方式的个性特点。

## 二、消费生活方式的研究

消费生活方式是消费理论中的一个重要概念，更是消费研究中的一个重要领域。消费生活方式领域是极其复杂的，容纳了一个庞大的科学群，经济学、社会学、文化人类学、心理学、市场学等许多学科都在这一领域进行着各自的研究。

当社会学尚处于自身成长阶段时，经济学就已经涉入了消费领域，进行了包括消费生活方式在内的消费研究。在古典经济学家中，威廉·配第、亚当·斯密、李嘉图、魁奈、杜尔阁、西斯蒙第等人都曾程度不同地涉猎了消费领域，但是尚没有形成系统的消费理论。随着西方经济学的“边际革命”，消费领域逐渐为现代经济学家所重视，终于在本世纪30年代形成了一门独立学科——消费经济学。在此过程中，马歇尔、凡勃仑、凯恩斯、杜生贝、弗里德曼等人做出了重要贡献。经济学研究中的消费理论虽派别众多，但自始至终都存在着两种倾向：一是数量化；二是社会学化。经济学家对消费生活方式的研究，只是掺杂在各自的消费理论之中，其地位也各不相同。

作为生产、流通、分配之后的社会再生产过程的第四个环节，消费领域最早为经济学家所涉入，这是很自然的。然而，随着人类社会的进步，生产力水平的提高，特别是工业社会以后，生活消费品剧增，消费关系日趋复杂，消费问题成为世人所关注的热点，引起了心理学家和社会学家的浓厚

兴趣。许多社会学家已经正确地认识到，消费领域存在着大量的社会学问题，消费生活方式更是吸引社会学家进行研究的广阔领域。

作为一个研究领域，消费生活方式是多种学科（主要是经济学和社会学）所共有的。同时，由于各个学科在研究消费生活方式时的不同角度，便出现了许多各不相同的定义和语言体系，使消费生活方式研究呈现出多元化局面。这种状况的出现，除了消费生活方式自身的重要性之外，主要是因为消费生活方式是一个多侧面、多层次的复杂概念和领域，每一门学科都可以从自己特定的角度去研究，用自己的语言去说明。事实上，与社会学在别的领域的研究一样，其消费研究也面临着一个构筑一套独特的概念体系的问题。使用社会学自己的概念以及适当借鉴经济学等相关学科的概念，对于正确把握消费生活方式的社会学角度和促进其自身理论的发展具有重要意义。

社会学在考察消费生活方式时，一个十分重要的问题就是怎样利用社会学原理来进行具体问题的分析和研究。解决这个问题的方法有两个：第一，选择一种现有的社会学理论，然后以这种理论为指导，对消费生活方式领域进行考察，从而使原有理论具体化和深化。作为学科形态的社会学，虽比不上经济学那样完善，却也产生了大量社会学流派。如果说有那么一种理论离我们的研究领域很近，可以直接利用的话，那就是近年来社会学界日臻成熟的生活方式理论。一般认为，“生活方式是指在一定的社会条件下，各阶级、各阶层、社会集团以及个人生活活动的典型形式和特征的总和。”根据这个定义，消费生活方式可以被视为生活方式的一个分支系统。我国理论界在这一点上认识是一致的，甚至

有人认为消费生活方式是生活方式的最基本的内容和组成部分。尽管如此，我国社会学界目前并没有在消费生活方式的研究上取得大的成就。当然，这些研究成果构成了较为丰富的生活方式理论，也为消费生活方式这一具体的研究领域准备了可以利用的理论基础。第二，结合具体的研究领域建构一种社会学理论，从而完成对消费生活方式这一特定领域的社会学分析。我们认为，以现有的生活方式理论为主体，借鉴其它研究成果，结合自己的深入探讨，逐渐形成一种社会学的消费生活方式理论，是一种比较好的选择。它既可以丰富社会学研究成果和生活方式理论，又保持了消费生活方式研究的自身特点。

## 第二节 消费生活方式的要素与规律

### 一、消费生活方式的相关要素

一个社会的典型消费生活方式是被该社会大多数成员所认同的消费生活模式，这种行为模式受到与之相应的主观消费意识的支持并综合成为普遍的社会消费环境。但是，该社会具体成员的消费生活方式却是多种多样的，这种多样化的消费生活方式构成了该社会消费生活方式的不同类型，而每一个典型都可以从三个方面进行说明：具有什么样的价值导向；存在于什么样的消费环境之中；表现为什么样的消费行为。

因此，消费生活方式有三个相关要素：其一是消费行为，这是消费生活方式的具体表现；其二是消费意识，这是消费生活方式的内部主导；其三是消费环境，这是消费生活

方式的外部约束。一定的消费生活方式，实际上就是在其主体的消费意识与其所处的消费环境的共同作用下所表现出的消费行为。（图1—1）

消费生活方式的三个相关要素是相互联系、相互作用、密不可分的。只有从总体上和联系上去把握，才能全面、深刻地认识消费生活方式的本质特征。

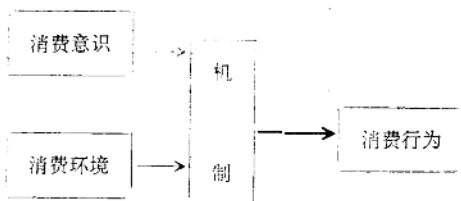


图1—1 消费生活方式的相关要素

对消费生活方式的相关要素进行单独分析，是把握其相互关系、理解其整体特征的前提，也是进一步研究消费生活方式的基础。

（1）消费行为。消费行为是社会主体在消费生活中的具体行动，是消费生活方式的外显要素。消费行为是一种社会行为，是由较深层次的主体需要产生和推动的，具有如下特征：首先，消费行为是内容与形式的统一。消费行为的内容，是指消费者在消费领域中的具体行动，它们是复杂多变的，是消费行为中最为活跃的成分。消费行为的形式，则指具体消费行动的活动方式，它反映着一定的消费关系，是消费行为中较为稳定的成分。作为消费生活方式具体表现的消费行为，是二者的有机统一。其次，消费行为具有很强的社会性。作为一种社会实践，消费行为既受社会的制约，又作

用于社会，其社会性特征极强。事实上，正是由于消费行为的社会性极强，才具有重要的个人与社会价值。再次，消费行为是由多层次、多侧面组合而成的。从层次上看，有社会消费行为、群体消费行为、个体消费行为等；从方面来看，有吃、穿、用、文化、娱乐等消费行为。这些不同层次和不同方面的消费行为，构成了社会消费的立体结构，也使整个人类生活多彩多姿。

（2）消费意识。消费意识是社会主体对消费生活的感知和认识，是消费生活方式的内部主导因素，其核心是消费价值观，并融爱好、情感、心理等复杂成份为一体。消费价值观或称消费观，是人们对某种消费活动进行评价和选择的观点。这是消费意识的深层，居于一种支配地位，可以对各类消费活动进行评估并产生导向作用。事实上，人们在消费过程中之所以这样而不是那样，总可以追寻到消费观的导向作用。爱好、情感、心理等处于消费意识的较浅层，也是最丰富、最不稳定的成份。这些成份一般并不影响消费生活方式的本质，而只能为其涂上五彩色，使个体的消费生活方式形成自己的个性和风格。消费意识是内化的，但却不是不可捉摸的。“观念的东西不外是移入人的头脑并在人的头脑中改造过的物质的东西而已。”<sup>①</sup>作为移入人脑的物质的东西，消费意识无非是社会消费生活在人脑中的反映，因而与消费行为是一致的；而作为改造过的物质的东西，消费意识是一种理性化了的认识成果，因而与消费行为又可能是不一致的。一方面，消费意识是主体加工后产生的；另一方面，它也要作为一个系统去加工其它社会事实和理论观点，从而

---

<sup>①</sup> 马克思《资本论》第二版跋。

达到调整并促使其自身不断完善的目的。

(3) 消费环境。消费环境是影响主体消费的外界因素的总称。广义的消费环境包括硬环境和软环境，硬环境如设施、产品、自然条件等，软环境如社会消费政策、法规及行为规范等。通常，消费环境是个狭义概念，意指伴随人类消费发展而成的，同时又影响主体消费活动的全部社会因素，表现为一定的消费规则。它是由社会成员所普遍认同，由行为规范、社会评价、社会心理气氛等来维系的一种有关消费的社会约束体系。消费环境本来是由社会主体共同形成的，但又作为一种社会力量独立于主体之外，构成一种强大的、足以影响人们消费生活的外在约束，并表现为一定的规律性。

## 二、消费生活方式的基本规律

马克思主义认为，社会再生产过程是由生产、分配、交换、消费诸环节组成的，它们“构成一个总体的各个环节、一个统一体内部的差别”<sup>①</sup>。因此，消费不是孤立的，必须与生产相一致；而消费生活方式，则必须与生产发展相协调。同样，消费行为不仅是一种经济行为，而且是一种社会行为，因此必须受到社会条件的作用，反映在消费生活方式上，则要与社会发展相协调。由此，我们可以在经济发展与社会进步这个大背景上去认识消费，并将消费生活方式的基本规律概括为：消费生活方式与经济发展、社会进步相协调的规律。

### (一) 消费生活方式与经济发展相协调

---

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯选集》第2卷第102页。

作为社会再生产四环节之一，消费和生产、分配、交换有着不可分割的内在联系，因而只能在与其它三环节的相互联系和制约中发展，从而要求人们的消费生活方式与经济发展相协调。

消费生活方式与经济发展相协调，是以生产与消费这“一个过程的两个要素”之间的“直接同一”和“直接两立”<sup>①</sup>为基础的。在这两个要素中，生产属于支配地位，它不仅为消费创造材料、对象，而且在总体上决定着人们的消费水平和消费方式。因此，人们在选择和实践自己的消费生活方式时，实际上只能在生产所规定的范围内进行。另一方面，消费并不是被动地决定于生产，而是能动地反作用于生产。从消费生活方式的角度看，消费的这种能动作用是十分重要的。为此，完善消费生活方式具有很高的价值。

消费对生产的能动作用，使消费生活方式具有了某种“生产”功能。这种“生产”功能表现为生产的目的性和推动力，也表现为劳动主体的再生产。任何生产都是以消费为目的的，由于有了这个目的性，产品才找到了消费者，并在消费中得到最后完成，从而实现了社会再生产的一次循环。之后，“消费这个不仅被看成终点而且被看成最后目的的结束行为”，“又会反过来作用于起点并重新引起整个过程。”<sup>②</sup>因此，消费生活方式不仅“生产”出目的，而且“生产”出推动力，推动社会生产力的不断发展。

消费生活方式的“生产”功能还表现为“生产”出劳动主体，即劳动者的再生产。马克思指出：“吃喝是消费形式

---

① 《马克思恩格斯选集》第2卷第102、97页。

② 《马克思恩格斯选集》第2卷第92页。

之一，人吃喝就生产自己的身体，这是明显的事”<sup>①</sup>。因此，“消费生产出生产者的素质”<sup>②</sup>。劳动主体的再生产是具有决定意义的，因为劳动者是生产力中最重要的因素，而生产力又是全社会的物质技术基础。从这个意义上说，消费生活方式的“生产”功能是可以影响经济发展的重要因素。

消费生活方式与经济发展相协调，还以消费与分配、交换之间的关系为基础。消费生活方式与分配的关系，主要表现为积累与消费的比例关系。分配借社会规律决定生产者在产品世界中的份额，从而决定了人们的收入与消费水平。因此，生产对消费的决定作用是通过分配这一中间环节实现的。至于交换，则起着生产与消费间的桥梁和纽带作用。一般说来，交换的内容取决于生产的内容，而交换的具体方式则与消费生活方式关系极大。

根据消费生活方式与经济发展相协调的原则，生产力的发展乃是“社会进步的最高标准”<sup>③</sup>。因此，人们在选择和实践自己的消费生活方式时，应以“生产力标准”为基本依据，它包含两方面的内容：

第一，消费生活方式应与生产力发展水平相适应。在唯物主义的理论中，生产力是被作为前提来使用的，是决定其它社会现象的基础条件。根据这个前提，社会应倡导和推行那些与既存生产力水平相适应的消费生活方式，而那些缺乏生产力基础的消费生活方式，无论其先进程度多高，无论其

---

①《马克思恩格斯选集》第1卷第24—25页。

②《马克思恩格斯选集》第2卷第95页。

③《列宁全集》第13卷第225页。

个人与社会价值多大，都是没有现实意义的。他们可以作为消费生活方式的理想和趋向，亦可以发挥其特有的感召作用，但不能作为供人们实践的现实模式，因而不应转化为普遍的现实行为。

第二，消费生活方式应能促进生产力的进一步发展。一般说来，生产力是一种永远前进的物质力量，但是，其进步的速度，与社会条件关系极大。这一点，在我国几十年的社会主义建设中，尤其是在十几年的改革实践中，已经得到了充分的证明。为此，中共中央曾告诫：“全党同志在进行改革的过程中，应该紧紧地把握住马克思主义的这个基本观点，把是否有利于发展社会生产力作为检验一切改革得失成败的最主要标准。”<sup>①</sup>应该说，这个认识是非常深刻的。在改革迅速深入，消费生活方式变化加快的今天，我们应该以此为现实标准，选择那些能够推动社会生产力加速发展的消费生活方式并予以倡导。

## （二）消费生活方式与社会进步相协调

作为一种社会行为，消费生活方式反映着一定的社会关系，并以一定的社会需要为基础。因此，消费生活方式既要与一定的社会形态相一致，又要与一定的社会需要相一致。

从社会形态方面看，一定的社会形态决定了人们所采取的消费生活方式；而消费生活方式又维系和巩固着这种社会形态。在原始社会，由于生产力水平低下，人们不得不将绝大部分精力和时间用于食物等生活必需品的生产。在这种情况下，消费生活方式既受到自然的制约，又受到社会共同体

---

<sup>①</sup> 《中共中央关于经济体制改革的决定》。