

经济美学

JINGJI MEIXUE

范正美 著

中国城市出版社

经济美学

JINGJI MEIXUE

范正美 著

中国城市出版社

经济美学

范正美 著

中国城市出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

经济美学/范正美著. —北京: 中国城市出版社,
2004. 3

ISBN 7-5704-1613-5

I. 经... II. 范... III. 经济学: 美学
IV. F0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 005311 号

责 任 编 辑	姚凤林
责任技术编辑	张建军
封 面 设 计	郎 艳
出 版 发 行	中国城市出版社
地 址	北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮编 100013
电 话	(010)84275833
传 真	(010)84278264
总编室信箱	citypress@sina.com
发行部信箱	citypress_fxtom.com
读者服务部	(010)84277987
经 销	新华书店
印 刷	北京冶金大业印刷有限公司
字 数	370 千字 印张 24
开 本	787×1092 (毫米) 1/16
版 次	2004 年 3 月第 1 版
印 次	2004 年 3 月第 1 次印刷
定 价	38.00 元

本书封底贴有防伪标识。版权所有, 盗印必究。

举报电话: (010) 84276257 84276253



作者简介

范正美教授 1938年出生于湖南长沙。1966年毕业于哈尔滨师范学院政治系。20世纪80年代初，开始研究经济美学。主要著作：专著《实用美学经济学》，参编《技术学辞典》撰写技术美学词条，参编《20世纪社会科学新学科》撰写美学词条。发表论文《现代美学发展的历史回顾》、

《关于现代商品认识及我国有关对策的思考》、《产品使用价值二重性分析及其应用》、《当代世界经济发展趋势及我们的对策》、《必须大力提高经济建设的审美水平》等。本书根据多年研究成果整理，理念、知识、体系创新，成一家之言。

内容提要

经济美学是一门新兴交叉学科，它适应现代社会经济、科技发展与人们生活需要，阐述生产、流通、消费领域中美的发生、发展的一般规律。在世界、在我国都具有前卫性。

《经济美学》，积作者20余年努力，从马克思的美学理论出发，以人类整体发展的历史高度，根据人类生产总是物质生产与精神生产相统一的基本原理，论述人类创造的社会美，一开始就是艺术美与实用美并蒂，在经历了长期既相分开又若即若离之后，经过工业社会再次融合，揭示实用审美的经济本质，系统阐述了生产、流通、消费中的一般美学的问题以及经济生活中的审美对象的分类及其表现，概括了经济美学的规律和一系列范畴，论证了现实生活中如何提高产品和经济建设目标审美价值的途径和方法，展示了经济美学的发展前景以及提高人们审美水平的必要性和迫切性。著名作家梁晓声先生作序，向广大官员和大学生力推此书。

美 在 斯

——序范正美教授的《经济美学》

美
在
斯

本文的题目，借自于青年闻一多们。

80余年前，以闻一多、潘光旦、梁实秋们为首的一批清华学子，发起结社了一个校内的艺术团体，并在《清华校刊》登载一篇庄重的宣言式文章——《美在斯》。在我的阅读记忆之中，又似乎是《美在司》。“斯”有这里的意思，而“司”有主持的意思，两字意异，但若断于“美在”二字的后面，却都体现着强调“美”的作用，呼吁对“美”的意义重视起来的思想。

读罢范正美教授的《经济美学》，决定写此序时，我头脑中便自然而然联想到了80余年前之事。当然，那时的青年闻一多们关于美的思想和讨论，还仅只局限于艺术创作和赏析方面。理念之根即或延展，竟能深入到寻常的现实生活，也不过点到为止。80余年前除了少数大学教授和学子们，普遍之中国人还不知“美学”是怎么一回事，以为“经济学”左不过是店铺主人教诲店员的那套“行话”。所以，80余年前的中国人，无论多么有思想，有学问，都是不可能写出一部《经济美学》这样的书来的。

由80余年前的青年闻一多们，我又联想到了几年前北京航空航天大学的一名女大学生。她学什么专业的我已忘记，我与她以及另外两名大学生参加过一期电视节目所以留下印象。后来她本科毕业，被保送到北京钢铁学院。她在电话中告诉我，她已是“冶金美学”专业的研究生。

而当时我以为我误听了，问明白她说的确是“冶金美学”四字后，我极困惑。

冶金——美学。

以后我经常思索，两个看起来听起来说起来似乎毫无内在联系必然性的学科竟事实上联系在一起成为了一个新的院校学科，那么它究竟是讲授什么知识内容的呢？

虽然至今也没有想出个所以然（我对于美学还有点儿起码的知识，对于冶金方面一窍不通，想不出个所以然是注定了的），但从此对凡是与美学发生联系的新的现象，都多了些关注。于是知道，院校里不仅有了“冶金美学”这样前所未有的新学科，还开设了“劳动美学”、“公关美学”、“旅游美学”、“佛教美学”、“商业贸易美学”等等学科。有些学科对于我虽是耳目一新的，在国外却已早有专著并产生着学科影响了。

使一向被束之高阁的美学，从“高处不胜寒”的状况“降落”下来；从仅仅局限于艺术创作和审美的理念框架中“突围出来”，最大程度地与人类的多种社会活动发生关联，影响并指导人类的多种社会活动——这是对的。这是我目前对美学所形成的基本思想，也是我对哲学所形成的基本思想。

而关于美学和哲学，我认为也是有着内在联系的两个学科。哲学中包含着思维之美；而美学中包含着哲学之智。

大约是1986年或1987年，河南《美的时代》杂志派记者就美学话题采访过我，我曾谈到过我以上看法。

由于头脑之中已形成以上思想，当范正美教授将其新著的打印稿摆在我面前并请我写序时，我已不再像几年前从一名大学理科女生口中听到“冶金美学”那么“友邦惊诧”了。

我当然非是美学学者或教授，也当然非是经济学家。对于这两个学科，我的知识充其量是小学生水平。范正美教授请我为他的《经济美学》写序，也完全不存借助我作家浮名之心。正如他的简历所介绍的那样，他虽籍贯湖南长沙，却在哈尔滨从教40余年。我和他之间有“家乡人情结”。古人云：“虽百千里外，亲者有三：父母手足、眷属子女、家乡人”。何况，我与范正美教授已神交多年。对于他自己的新著，他极想听到的正是一位是门外汉的作家的粗浅直觉。至于专家、学者，他的同行们的意见，他其实早已多方征求过了，并虚心采纳了。

《经济美学》这一部著作，是以特别规范的“学院派”论著文本写成的书。正如作者在《自序》中写到的，它是多年关注、思考、探讨的

果实。书中谈古论今，引经据典，采众家之长，陈一己明见。虽属“学院派”论著文本，却并不束缚于抽象之理论的研究，而是直面现实，既批判，亦主张，读来言之切切，言之恳恳，言之有理有据，而且言之引人入胜，渐达深刻。

坦率地讲，我对“学院派”论著，每大不以为然，反感其啰嗦。明明三言两语能说清楚的问题，也要摆出作“学问”的架式，有话不好好说，先来套“规定语境和文本程式”，绕得人不耐烦。

然范正美教授的《经济美学》，无此毛病。

而我对“学院派”论著，也有肃然起敬之心。那就是我特别钦佩它们逻辑的严谨，它们为避浮躁之气的著书立说的追求。

范正美教授的《经济美学》正是这样的书。

他认为，人类全部的社会活动，经济的也罢，科技的也罢，文化艺术的也罢，归根结底，是为了人类在地球上能够生活得更美好。而这种美好，起码应体现于三方面——当代人自身方面；替后人着想方面；与自然以及自然财富的关系方面。而不美，则便谈不上好。

他指出，国内之所以短期工程，劳民伤财的“政绩工程”，只图眼前功利而不惜牺牲子孙后代长远利益的破坏性“建设”屡禁不止，盖因某些政府官员包括某些高官，头脑之中几乎根本没有什么“美”的意识，而只知一味单纯提高经济的效益。

这当然是一个不争的事实。

但我以为，若改变之，仅从实用美学、生态美学、环境美学等等方面影响他们其实是不够的，似还应进一步指出——某建筑某工程不美，是缺乏“美”的意识的表现；大权在握，一意孤行为之，其实已经是对权力本身缺乏美的操作意识的问题。说白了那就是——人若以“美”的权力意识操用权力，则权力本身也会体现出美点；反之，则权力连同它的掌控者可能远离“美”矣，甚至可能滑向“美”的对立面，而成为丑的例证。

对美学知识感兴趣的人，可从范正美教授这一部书中获得不同程度的满足；对经济学知识感兴趣的人亦然。而读罢此书，接受了作者的观点，承认经济学中竟原来也包含着美学成分，则作者必欣慰矣。

我是但愿这一部书，官员们也能买了读一读的；对于官员，比读古

今中外指点权谋的书好。

我是但愿《经济美学》也能成为大学里的一门经济学课程的。但愿将来公仆之中，有许多人是学子时，曾学过《经济美学》。

最后，我感谢范正美教授使我有机会对他的书先睹为快；祝愿他的著书劳动受读者们喜欢！

梁晓声
2003年11月23日
于京

自序

自序

当今的时代是革旧创新的时代。于 20 世纪中叶勃兴的新科学技术革命，以摧枯拉朽、披荆斩棘之势，引起或正在引起政治、经济、思想、文化、社会生活各个方面的深刻变革，特别是经济理论与实践的各个领域涌现出许许多多新课题，向人们发出了严峻的挑战，要求我们鼓足勇气，打破传统，开拓视野去进行新的探索，以适应革新的需要。奉献于读者面前的这本《经济美学》，就是作者对经济现象的一个侧面所做的某些思索。

经济美学是研究经济生活（生产、流通和消费以及由此生成的生活环境）中关于美和审美的发生、发展的理论。

恩格斯说：“必须重新研究全部历史，必须详细研究各种社会形态的存在条件，然后设法从这些条件中找出与它们相应的政治、私法、美学、哲学、宗教等等的观点。”^①

现代科技革命推动的全球经济转换，把人类生活推向了一个崭新的历史阶段。在这种情况下，人们不仅要求丰裕的物质生活，而且还要求高尚的精神生活。置言之，现代生活要求美，各种实用产品，不仅要求实用，而且要求有审美价值。按照美的规律进行国土规划、经济建设、美化环境、美化产品、美化生活、美化祖国，已成为国际化的主题。适应这种追求美的热潮，各种美学如雨后春笋般发展起来。于是，关于机器，有机器美学；关于商品，有商品美学；关于环境，有环境美学；关于技术，有技术美学；关于劳动，有劳动美学；关于建筑，有建筑美学；关于工艺，有工艺美学；关于旅游，有旅游美学；关于烹饪，有烹饪美学……美学的名目之多，正如一片竹园新秀，琳琅满目，令人目不

^① 《马克思恩格斯选集》，北京：人民出版社，第四卷，第 475 页。

暇接。应该说，这些美学都从不同角度，论述了审美主体和审美客体的关系及其变化发展规律，对于指导生活美、创造美，无疑会起到重要作用。这种情况，极大地促进了美学的发展。人们都在谈论美的问题。美学从少数学问家的书斋里、课堂上走出来了，美学的大观园沸腾起来了。这是美学发展史上的盛事！但是限于研究对象的局限性，人们无法对全部经济生活的极其丰富多彩的现实美，做出比较统一的解释。

科学的分析是科学的综合的前提。作为社会现象，无非分为两大类^①：一类是物质的，它们以有形的可见物呈现在人们面前；一类是精神的，它们以无形的观念存在和作用于人们头脑的思维活动之中。但是二者是统一的，即统一于人类社会实践之上。人类社会实践的基础，就是从事物质资料的生产劳动。因为“人们首先必须吃、喝、住、穿，然后才能从事政治、科学、艺术、宗教等等活动，”^②因此，人类自己创造的物质世界，都不过是人类的社会劳动产品，不过是过去劳动的物化形式、外化形式而已。这样，借助于辩证分析的神力，我们看到了：作为过去劳动的物化形式，在我们生活的时代，一部分（主要部分）采取了供人们吃、喝、住、穿的实用产品形态；一部分采取了供人们精神生活需要的文化艺术产品形态。随着人们生活质量的提高，消费水平的提高，这两种需求越来越紧密地相联，而且，文化艺术产品在人们生活中的比重和地位越来越高。这样，我们就看到人们与实用产品形成双重要求的关系：既要有实用价值，又要有审美价值。所谓使用价值只不过是这二者的统一而已。于是，通过进一步地历史分析，使我们认识到人类的物质生产过程从来是物质生产和精神生产的统一，人类的生产发展就是一部美的生产史、发展史。

从马克思的著作里可以发现，这位人类伟大的天才不但把经济学同政治、私法联结在一起，而且早就把经济学与美学联结在一起，提出了著名的“按照美的规律进行生产”的论断以及其他相关的精辟论述。马克思指出，生产的一切时代有某些共同标志、共同规定。抽象其各个时代的具体的东西，生产就剩下共同标志、共同规定。我们把生产的这种

① 最近学术界有人将它们分为三大类，我们暂且不去管它——作者注。

② 《马克思恩格斯选集》，第三卷，第574页。

共同标志、共同规定的抽象，叫做生产一般。因此，正如存在着生产一般一样，我们在这里也看到了劳动实用产品存在着实用审美一般。而且我们发现，在美的渴望的推动下生产日益提高实用审美价值的产品是人类经济发展的基本规律，力求按照美的规律进行生产、流通和消费，是人类社会生产、流通和消费的根本特点；人类的实用审美需求是不可逆的；人的创造性和人的本质的丰富性都是无限的；人类的生产不会停止在一个水平上。在市场经济条件下，商品生产不仅要遵循“资源—商品市场”的经济运行规律，而且还要遵循商品流行周期及其紊乱规律。我们的任务就在于揭示这些规律，找到实用审美和艺术审美的区别与联系，研究实用审美的各种影响因素，寻求提高产品实用审美价值的一般途径。这一任务历史地落在我们的肩上。

因此，把美学和经济学联系起来，并非作者独出心裁，也不是什么异想天开，这既是社会经济历史发展的客观要求，也是理论科学——美学和经济学逻辑发展的必然结果。

以上就是写作《经济美学》的基本思路，也构成了本书体系的基本框架。一开始，我采取投石问路的方式，把自己写的东西，叫做“实用美学经济学”，并于1987年出版，很快得到社会的认可。我的这本《实用美学经济学》在1988年获得黑龙江省社科优秀成果三等奖。20年来，通过进一步学习、探索，我撰写了几篇这方面的论文，也受到了好评，一些学校、企业还举办讲座，请我讲课。这一次出版，根据这些研究成果，并在进一步吸纳和总结20年来国内外的实践和理论成果的基础上，对《实用美学经济学》做了大删大改，重新整理，把书正式命名为《经济美学》。

推动经济美学的研究，在今天有着巨大的现实意义：一是我国加入世贸组织；二是我国进入小康建设历史阶段。

作为世贸组织的成员，国家实施走出去战略，我们的企业也怀着强烈的愿望，我们的商品要走向全国、走向全世界。面对入世，我们应该建立五环思维模式，即：掌握趋势，认识自我，不忘承诺，熟悉规则，应对有方。为此，我们必须回答三个问题：世界在哪？世界向何处去？中国在哪？中国向何处去？我们在哪？我们向何处去？回答这三个问题，我们就会得出一个重要结论：要赢得竞争，不只是融入世界，更重

要的是要参与打造世界。这就要求我们、我们的商品不能是一副寻常的面孔和姿态，而应该特别清新、特别漂亮、争取偏爱并获得偏爱。

全面建设小康，要求我们必须遵循自然规律、经济规律和美的规律，美化祖国、美化山河、美化环境、美化生活。也就是说，小康生活的美好蓝图需要具有战略上的美学思考，现实生活正反方面的种种事实，呼唤人们美学水平的提高。面对种种违反美的规律以及美丑不分的现象，人们不能只是耸耸肩，或者以旁观者的姿态说说风凉话。现实生活迫切呼唤美学理性，呼唤美学研究的深度和广度，呼唤更多的人懂得美学、自觉地运用美学理论。

把这些引伸一步，完全可以这么说，美在激励中国，美也在呼唤中国；关于美的问题，关系着中国社会主义的历史命运。众所周知，在19世纪中叶出现的徘徊欧洲的“共产主义幽灵”，曾经引起旧欧洲一切政治势力的惊恐，而使他们结成“神圣同盟”，一战结束，第一个社会主义国家建立，得到全世界劳动人民的欢呼，继而在二战后，因为中国等一批社会主义国家的成立，一时间“东风压倒西风”，是何等的豪迈和荣光。然而，冷战结束后，苏联解体、东欧剧变，国内外出现了“共产主义失败论”、“马列主义过时论”、“马列主义无用论”等等思潮，中国社会主义的前途和命运，仍然面临考验。社会主义的中国必须按照美的规律，实现产业转换、完成产业革命，才能向世界宣告“风景这边独好”。

所以，我们的经济建设，我们的商品生产、市场营销和社会消费，要求我们建立高度自觉的理性，不能摸着石头过河，不能凭着感觉走，也不能跟在发达国家之后亦步亦趋。从这个意义上讲，推动经济美学的研究，具有多么迫切的现实意义，多么深远的历史意义，不谓夸大之词。然而，我的这本经济美学，仍然幼稚得很，是小儿科。我在1987年出版的《实用美学经济学》的序言里说：要完成一门新学科的建设，“是一个十分光荣而艰苦的任务，需要学术界的共同努力。我认为，要完成这个任务，得具备三个条件：一是社会经济的发展；二是深入地研究；三是展开争辩。”本书是为经济美学所做的一次探索性的尝试，倘能对增进学术讨论有所裨益，也是学习和借鉴了国内外有关美学、经济学著作的优秀成果。然而，由于水平所限，本书只能是引玉之砖，希望

在共同的讨论中，得到专家和同仁的批评指正。

本书成稿过程中，反复拜读了我国美学界、经济理论界的有关著作，他们是我未见面的老师，以及在有关报刊杂志上发表文章的许多先生，他们的论著给了我莫大的启示，本书的不少观点和研究成果，都是同他们的名字联系在一起的。有些我在书中作了注释，有的未作注释。这里应特别指出的是，梁晓声先生在百忙中为本书作序，并多方推介，王铁铮先生为本书各种引文检验出处、查校正文，还有常延廷先生不辞辛苦，为本书的出版做了大量感人的工作。在此谨一并表示谢忱，并望继续赐教。

自
序

作 者

2003 年 12 月于哈尔滨

目 录

美在斯	梁晓声	I
自序		I

第一篇 总论	1
第一章 美的挑战	3
第二章 经济美学的研究对象、任务与研究方法	27
第三章 经济美学的地位与作用	47

第二篇 基本原理	61
第四章 人类生产总是物质生产与精神生产的统一	63
第五章 人们生活的双重需求	70
第六章 产品使用价值的二重性与现代商品的认识	82
第七章 审美理想与人类的历史任务	94

第三篇 实用审美力的经济本质	101
第八章 实用审美力的概念	103
第九章 实用审美感的产生与人类审美的两个尺度	114
第十章 实用审美与艺术审美的同和异	124
第十一章 实用审美的客观标准与个性差异	139
第四篇 规律与范畴	151
第十二章 生产日益提高实用审美价值的产品是经济发展的基本规律	153
第十三章 实用审美需求的不可逆性规律	176
第十四章 商品流行周期及其紊乱规律	187
第十五章 经济美学的基本范畴	197
第五篇 实用审美设计及其生产	215
第十六章 实用审美设计及其生产	217
第十七章 实用审美对象的基本类型	250
第十八章 产品实用审美价值的估算	296
第十九章 提高产品实用审美价值的基本途径	311
第六篇 未来社会发展与经济美学展望	343
第二十章 马克思主义关于美的创造的三个阶段的理论	345
第二十一章 经济美学发展的光辉前景	355