

中国各民族的 消费风俗

ZHONGGUO
GEMINZUDE
XIAOFEIFENG SU

杜 平 袁铁坚 国世平 著

广西人民出版社



中国各民族的消费风俗

杜 平 袁铁坚 国世平 著

广西人民出版社

中国各民族消费风俗

杜平 袁铁坚 国世平 著

☆

广西人民出版社出版

(南宁市河堤路14号)

广西新华书店发行 广西新华印刷厂印刷

*

开本850×1168 1/32 13.125印张 319千字

1988年9月第1版 1988年9月第1次印刷

印数：1—3000册

ISBN 7—219—00851—1/F·37 定价：4.50元

目 录

绪 论

第一章 民俗学与消费经济学的结合部——消费风

俗学····· (1)

第一节 民俗学与消费经济学····· (2)

一、民俗学的产生及其在中国的传播····· (3)

二、消费经济学的产生及其在我国的兴起····· (5)

第二节 民俗学与消费经济学的结合产生的消费风

俗学····· (8)

第二章 我国消费风俗的总体考察 ····· (12)

第一节 我国消费风俗的主要特征 ····· (12)

一、消费风俗的一般性特征····· (12)

二、我国消费风俗变化表现出来的特征····· (20)

第二节 影响我国消费风俗的因素····· (31)

一、生产力的发展水平····· (31)

二、生产关系的性质····· (32)

三、政治制度····· (33)

四、宗教信仰····· (35)

五、民族传统文化与传统生活习惯····· (37)

六、领袖人物、知名人士等的消费示范····· (39)

七、道德规范	(39)
八、消费心理、消费决策与消费引导等因素	(42)
九、国外民族消费风俗的影响	(43)
十、消费者所处的自然环境的影响	(44)
第三节 努力完善适合我国国情的消费风俗	(45)
一、完善适合我国国情的消费风俗所面临的选择	(45)
二、合理化消费风俗的评判标准	(48)
三、我国消费风俗的扬弃与继承	(51)
四、根除不合理的消费风俗,完善与发展适合我国国情的消费风俗	(54)
第三章 消费风俗与商品经济	(57)
第一节 消费风俗与商品经济的相互关系	(57)
一、消费风俗对商品经济的影响	(58)
二、商品经济对消费风俗的影响	(60)
第二节 研究消费风俗对发展商品经济的意义	(63)
上 篇	
第四章 我国的饮食消费风俗	(71)
第一节 我国饮食消费风俗的起源	(71)
第二节 我国饮食消费风俗的形成	(73)
一、关于主食的消费风俗	(73)

二、关于肉食类的消费 风 俗	(80)
三、关于酒类的消费 风 俗	(83)
四、关于茶的消费 风 俗	(86)
五、关于烟的消费 风 俗	(92)
六、关于蔬菜瓜果的消费风 俗	(93)
第三节 受我国民族传统文化传统直接影响的饮食消费	
风 俗	(95)
一、来源于佛教的饮食消费 风 俗	(95)
二、来源于道教的饮食消费 风 俗	(96)
三、来源于伊斯兰教的饮食消 费风 俗	(97)
四、与我国少数民族原始崇拜、图腾禁忌等残余 观念相关联的饮食消 费 风 俗	(99)
第四节 我国饮食消费的风俗传承	
一、我国饮食消费工具的风 俗 传 承	(100)
二、我国饮食方式的风 俗 传 承	(103)
三、我国饮食调制法的风 俗 传 承及其类型	(106)
第五节 我国当代流行的饮 食 消费风 俗	
一、日常生活中的饮食消 费风 俗	(109)
二、节日礼仪中饮食消费风 俗 的 变 化	(112)
三、饮食消费风 俗 中 地 方 风 味、民族风味日趋强 化 的 特 征	(113)
四、饮食风 俗 中 讲 究 卫 生、注意保健以及适应生	

活快节奏的消费趋势·····	(115)
----------------	-------

第五章 我国的服饰消费风俗·····	(119)
---------------------------	--------------

第一节 我国服饰消费风俗的起源·····	(119)
----------------------	-------

第二节 我国服饰消费风俗的形成·····	(120)
----------------------	-------

一、关于衣的消费风俗·····	(120)
-----------------	-------

二、关于裙、裤的消费风俗·····	(126)
-------------------	-------

三、关于帽的消费风俗·····	(131)
-----------------	-------

四、关于鞋、袜的消费风俗·····	(135)
-------------------	-------

五、关于佩饰的消费风俗·····	(138)
------------------	-------

第三节 受我国民族文化传统直接影响的服饰消费风俗·····	(142)
-------------------------------	-------

一、受我国各民族原始宗教、图腾禁忌等残余观念影响的服饰消费风俗·····	(142)
--------------------------------------	-------

二、受我国民族文化思潮影响的服饰消费风俗·····	(148)
---------------------------	-------

第四节 根据我国各民族社会生活所形成的服饰消费风俗·····	(151)
--------------------------------	-------

一、根据性别、年龄所形成的服饰消费风俗·····	(152)
--------------------------	-------

二、根据地理环境和职业所形成的服饰消费风俗·····	(154)
----------------------------	-------

三、各民族相互影响和融合所形成的服饰消费风俗·····	(156)
-----------------------------	-------

第五节 我国服饰消费风俗的现状及其发展趋势·····	(159)
----------------------------	-------

一、民族特征趋于淡化的服饰消费风俗·····	(159)
------------------------	-------

二、民族特征趋于强化的服饰消费 风俗	(162)
三、当代流行的服饰消费风俗	(165)
第六章 我国的居住消费 风俗	(170)
第一节 我国居住消费 风俗的起源	(170)
第二节 我国居住消费 风俗的形成	(174)
一、院落式居住消费 风俗	(175)
二、杆栏式居住消费 风俗	(180)
三、生土窑洞式居住消费 风俗	(182)
四、毡包式居住消费 风俗	(183)
五、堡垒式居住消费 风俗	(187)
第三节 我国居住消费中的起居 风俗	(190)
一、起居风俗的形成、发展和演变	(190)
二、起居风俗的多样化形式	(192)
第四节 我国居住消费风俗的现状及其发展趋势	(200)
一、建国以来我国居住消费风俗发展变化的特征	(200)
二、我国居住消费风俗的发展趋势	(205)
第七章 我国的交通消费 风俗	(208)
第一节 我国历史上关于交通工具的民俗传承	(208)
一、关于马类的 风俗	(209)
二、关于车类的 风俗	(211)

三、关于船类的风俗·····	(217)
四、关于轿的风俗·····	(219)
第二节 我国交通消费风俗的现状及其发展趋势·····	(221)

下 篇

第八章 我国的节日消费风俗·····	(227)
第一节 节日起源及其消费风俗的形成·····	(227)
第二节 节日消费风俗的类型·····	(231)
一、以喜庆、团聚为中心的节日消费风俗·····	(231)
二、以祭祀、纪念为特色的节日消费风俗·····	(241)
三、以游乐、社交为目的的节日消费风俗·····	(246)
第三节 我国节日消费风俗的民族性和多样化·····	(250)
一、根据社会历史、文化传统所形成的多民族的 节日消费风俗·····	(250)
二、根据地理环境所形成的多样化的节日消费风俗·····	(253)
三、根据社会地位、职业、信仰所形成的多层次的 节日消费风俗·····	(256)
第四节 节日消费风俗的变化趋势·····	(257)
一、传统的节日消费风俗的演变·····	(257)
二、新的节日消费风俗的产生与发展·····	(259)
第五节 节日消费风俗的特点及其对商品生产的	

影响	(261)
第九章 我国的宗教信仰消费风俗	(266)
第一节 我国各民族宗教信仰消费风俗的类型及内涵	(267)
一、根据宗教教义、教规及宗教生活方式所形成的宗教类消费风俗	(268)
二、渊源于原始宗教信仰和种种巫术迷信观念所形成的祭祀类消费风俗	(278)
三、因宗教信仰和迷信观念而产生的禁忌类消费风俗	(286)
第二节 构成我国宗教信仰消费风俗多样化的诸因素	(289)
一、宗教民族化所形成的多样化的宗教信仰消费风俗	(289)
二、地理环境差异所形成的多样化的宗教信仰消费风俗	(292)
三、地位、教派不同所形成的多样化的宗教信仰消费风俗	(294)
第三节 宗教信仰消费风俗的演变趋势	(295)
一、各民族生活中趋于淘汰的宗教信仰消费风俗	(296)
二、对现代社会生活仍产生较大影响的宗教信仰消费风俗	(300)

第十章 我国的婚姻消费风俗.....(303)

第一节 我国各民族婚姻消费风俗的类型与内涵.....(304)

- 一、我国传统婚姻消费风俗的一般形式.....(305)
- 二、我国传统婚姻消费风俗的特殊形式.....(314)
- 三、与婚姻有关的其他消费风俗.....(319)

第二节 我国各民族婚姻消费风俗的多样化特征.....(323)

- 一、我国婚姻消费风俗的地域差异.....(323)
- 二、我国婚姻消费风俗的多民族特征.....(327)
- 三、我国婚姻消费风俗的历史阶段性.....(330)
- 四、我国婚姻消费风俗所显现的阶级、地位的
等级差异.....(333)

第三节 当代我国婚姻消费风俗的现状及其趋势.....(336)

- 一、婚姻消费风俗的“恋旧”趋势——依旧有
很大势头的传统婚姻消费风俗.....(336)
- 二、婚姻消费风俗的“趋新”倾向——呈现多元
发展的新的婚姻消费风俗.....(340)

第十一章 我国的丧葬消费风俗.....(345)

第一节 我国传统丧葬消费风俗的一般形式.....(345)

- 一、葬前的消费风俗.....(347)
 - 二、与葬礼有关的消费风俗.....(351)
 - 三、葬后消费风俗.....(353)
-

第二节 我国各民族多样化的丧葬消费风俗……………(355)

- 一、民族特征鲜明的丧葬消费风俗……………(355)
- 二、根据地域及地理环境所形成的丧葬消费风俗……………(358)
- 三、根据社会地位所形成的丧葬消费风俗……………(359)
- 四、根据宗教信仰所形成的丧葬消费风俗……………(363)
- 五、根据年龄、性别所形成的丧葬消费风俗……………(366)

第三节 丧葬消费风俗的现状及其演变趋势……………(368)

- 一、仍在产生巨大影响的传统丧葬消费风俗……………(369)
- 二、正在进行变革的新的丧葬消费风俗……………(371)

第十二章 我国的民间游艺消费风俗……………(374)

第一节 民间游艺消费风俗的主要类别及其内涵……………(375)

- 一、民间歌舞活动中的消费风俗……………(376)
- 二、民间游戏活动中的消费风俗……………(381)
- 三、民间竞技活动中的消费风俗……………(384)
- 四、民间杂艺活动中的消费风俗……………(388)

第二节 民间游艺消费风俗的多样化特征……………(391)

- 一、根据民族心理、传统文化的影响所形成的
游艺消费风俗……………(391)
 - 二、因地理环境的差异所形成的游艺消费风俗……………(393)
 - 三、因阶级地位、文化层次不同所形成的游艺消
费风俗……………(395)
-

第三节 民间游艺消费风俗的现状及其演变趋势·····	(396)
一、逐渐淘汰、消亡的游艺消费风俗·····	(397)
二、方兴未艾并向国际社会辐射的游艺消费风俗·····	(398)
三、民间游艺消费风俗的演变趋势·····	(399)
后记·····	(406)

绪 论

第1章

民俗学与消费经济学的 结合部——消费风俗学

几乎是在一夜之间，“民俗学”和“消费经济学”这两只灰色的“丑小鸭”以其特有的魅力征服了理论界与广大读者，激起了人们越来越浓厚的兴趣和重视。在今天，可以毫不含糊地宣称民俗学与消费经济学已成为当今社会科学领域中两门极富有生命力的新兴学科。如果说在科学创立的初期是由哲学一门科学包括各类学科发展到科学的分流，使众多学科成为各自独立的学科的话，那么到现在，在这众多的学科之间又出现了一种横向联系的趋势。综合性学科破土而出，成为当今科学发展的一个新的不可否认的标志。然而，在民俗学与消费经济学的结合部，或者说在消费风俗学的研究的探讨上，却至今仍是一个无人涉猎的领域，甚至在系统的原始资料的辑集方面都没有来得及起步。

实际上，消费风俗不仅对人们消费、生产以及国民经济一系列活动乃至人们社会、政治、文化活动都会产生很大影响，而且也是社会学、历史学、消费经济学、民俗学等学科进行综合研究

的重要内容。我们编写此书的目的是想通过大量的活 鲜 鲜 的 资 料，引起人们对消费风俗的认识与重视，体现我国各民族消费风俗的发展趋势，指导消费与生产，引导人们的移风易俗，并为创立一门新的学科——消费风俗学作一些准备。用一句不客气却实实在在的活来说，为这门尚未问世的学科起一点催生助产的作用，做一点“辟荆斩棘，筚路蓝缕”的工作。

考虑到民俗学与消费经济学目前尚属为人鲜知，因此，在这一章中主要介绍民俗学与消费经济学，介绍怎样在两种学科的结合部上产生中国消费风俗学，这对于读者从总体上把握中国消费风俗的概貌，认识其意义和价值，将是有所裨益的。

第一节 民俗学与消费经济学

我国是世界上著名的文明古国，我国人民创造的光辉灿烂的古代文化至今仍然令人赞叹。然而，到近代由于各种各样的原因，我国民族渐渐落伍了。在这样的历史背景下，民俗学与消费经济学这两门现代新兴学科的发源地都不是在中国，这并不足为怪。然而，民俗学与消费经济学直到最近几年才在我国兴起，倒是令人遗憾万分的事情。建国以来，这两门学科一直被列为研究的禁区，使得我国民俗学领域内荒凉冷落，无人耕垦，而消费经济学更是连起步都没有。

民俗学与消费经济学在中国的命运不得不使人发问，作为殖民地时代兴起的民俗学为什么不能服务于中国？作为帝国主义时代兴起的消费经济学为什么不能为我所用？毛泽东同志曾深刻地指出过：“我们的方针是，一切民族、一切国家的长处都要学，政治、经济、科学、技术、文学、艺术的一切真正好的东西都要学。”^①这种对待西方文化的实事求是的态度为什么不能成为现

^① 《毛泽东选集》第5卷第285页。

实呢？当然，这样的问题，现在看来已经不是那么难于回答的了。坚冰已破，航道已开辟，在今天，我国科学界也出现了从未有过的春天。

重新振兴民俗学，创立消费经济学，同时在两门学科的结合部上建设中国消费风俗学，这不仅是科学本身发展的要求，更重要的是我国社会主义现代化建设的需要。当然，这一切都还有待于从事民俗学与消费经济学的科学工作者们的艰苦努力。

一、民俗学的产生及其在中国的传播

民俗学作为一门独立的人文学科的专有名称首先出现于英国，英文为Folklo。这个词最早是英国民俗学会创始人之一，考古学家、英国议会秘书汤姆斯（W·J·homs）于1846年用萨克逊（Saxon）语两个词合成的，这两个词是Folk加Lore。用以专指“民间智习”或“民众的知识”（the lore of the Folk）。这个合成词问世后，因其字形之简，很快便为人们所承认。民俗学研究的内容一开始并不十分确定，甚至还有点偏“狭”。随着社会文明的进程和民俗学的发展，国际学术界逐渐趋向于向“广”义发展。目前大致确定了如下一些内容：民俗学是研究整个民间生活与文化的科学，它既研究文明民族的人民生活与文化，也研究后进民族甚至野蛮民族的太众生活与文化。正因为民俗学研究的内容越来越摆脱了民俗学形成前或早期那种各执一端的偏狭倾向，才得以成为越来越兴旺发达的一门极富有生命力的学科。

民俗学引进我国大约是在“五四”新文化运动时期。民俗学在这个时期传入我国并非偶然，它有着极为深刻的社会原因，与当时中国的形势息息相关。当时的中国正处在资本主义革命阶段，革命任务是反帝反封建，提倡民主和科学。资产阶级革命很重要的特点，就是发现了“人”，要求人权和民主。无庸讳言，

资产阶级革命使深深地压在封建君主制度座垫下的民众，显示出它的作用来，同时，资产阶级为了达到自己的政治目的，也需要把整个被压迫的民众发动起来，并充当他们的领袖，于是“民众万岁”、“到民间去”的口号应运而生。

我国民俗学的研究并不是在一块空白地上开始的。早在20世纪初中国民俗和丰富的乡土人情矿藏则已经被一些来自资本主义国家的传教士、教师、学者所注意，并进行了大量的采集。如俄国、日本对我国歌谣、谚语和童话的研究，英国对我国民俗、神话传说研究，法国对我国迷信活动的研究等等。在殖民主义者的这些研究中，由于阶级、民族等因素，无不打上对中国人民侮辱性的烙印，明显地带有资本主义国家的种族偏见。在所搜集的材料方面，也多有隔膜和歪曲。其目的在于探求殖民地国家的宗教信仰，人民心理，以求得更好的统治方法。显然，这种研究是畸型的、偏见的研究。这种状况自然会引起我国爱国知识分子的愤慨，并激起他们创立自己的民俗学的急切心情。这两种研究目的是截然不同的。我国的民俗学建设是建立在爱国主义思想和发展民族科学的基础上的，一句话，就是：为了改革社会要调查社会，为了创造新风尚而吸取民间风尚营养，这些，从我国民俗学研究中可以找到无可辩驳的证明。

从目前民俗学的研究来看，内容十分丰富，涉及的领域也十分广泛，对它进行概括，大致可分为如下四类：（一）经济民俗。以民间传统的经济生产习俗、交易习俗及消费生活习俗为主要内容；（二）社会的民俗。以家庭、亲族、乡里村镇的传承关系、习俗惯制为主要内容，其中又以社会往来、组织、生活仪礼等习俗为重点，近来都市社会民俗也被扩展为研究对象；（三）信仰的民俗。以传统的迷信与俗信的诸事象为主要内容；（四）游艺的民俗。以民间传统文化娱乐活动（其中也包括口头文艺活动）的习俗为主要内容，也包括竞技等事象在内。