

# 唐代

## 消费经济研究

张雁南 著



齊魯書社

# 唐代

## 消费经济研究

张雁南 著



齐鲁书社

## 图书在版编目(CIP)数据

唐代消费经济研究 / 张雁南著. — 济南: 齐鲁书社, 2009. 8

ISBN 978-7-5333-2244-1

I. 唐… II. 张… III. 消费经济学—研究—中国—唐代 IV. F129.42

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 124934 号

## 唐代消费经济研究

张雁南 著

---

出版发行 齐鲁书社

社 址 济南经九路胜利大街 39 号

邮 编 250001

网 址 [www.qlss.com.cn](http://www.qlss.com.cn)

电子邮箱 [qlss@sdpress.com.cn](mailto:qlss@sdpress.com.cn)

印 刷 日照报业印刷有限公司

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 13.75

字 数 330 千

版 次 2009 年 8 月第 1 版

印 次 2009 年 8 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978—7—5333—2244—1

定 价: 36.00 元

---

# 序

郭绍林

张雁南博士的大作《唐代消费经济》，是迄今为止海内外研究李唐三百年间消费现象的唯一专著，具有相当高的学术价值和可读性。粗略地翻检一过，感到体例精纯，史料翔实，由此及彼，由表及里，立论精辟，文笔流畅，不禁眼为之明，神为之擢，连呼快哉快哉！

研究历史时期的消费现象，涉及当时的社会生活，把这些情况写入历史书中，同其余内容有机结合，立体地全方位地展示一个历史阶段的风貌，应该说史学大师吕思勉先生有开创之功，成就最为卓著。他于1941年出版的《先秦史》，1947年出版的《秦汉史》，1948年出版的《两晋南北朝史》，都辟出相当的篇幅论述该时期的农工商业，人民生计，衣食住行、婚丧嫁娶等行为方式。1959年出版的皇皇巨著《隋唐五代史》，依然设置“人民生计”、“实业”、“人民生活”三章，占了13万余言的篇幅。吕思勉这几部断代史，尽管带着百科全书的性质，然而要描述历史进程的演变，揭示社会发展的规律，作者必然要优先研究相关的历史人物、历史事件、典章制度、文化成就、民族关系等等；而该时期的消费现象及与此相表里的社会生活相比起来，显得没有上述研究对象那么重要，作者便只能停留在一般

的叙述的层面上,而无暇探究其深层次的内涵了。那么,对消费现象及与此相表里的社会生活作进一步的深入研究,只能有待于后继者的努力了。

可惜这个接力棒的传承过程,被一种不可抗拒的力量打断,出现了长时期的隔绝。在当时政治的制约下,理论是那么苍白、贫瘠,甚至扭曲、荒谬。曾经活跃过的社会学专业,从高等学府撤销了。史学研究也被逼进了小胡同,进退维谷,动辄得咎。与社会学相关的消费现象的研究,顿时沉寂下来,三十年间蛰伏着,没有一点气息。伴随着真理标准问题的大讨论,拨乱反正开始了,政治干预学术的时代结束了,华胥梦破,乌狗已陈,史学研究的冻土在缓缓解冻。于是,一批与唐代消费问题或多或少有关联的专著陆续问世,诸如武建国的《中国经济史研究·唐代市场管理制度研究》(云南人民出版社1990年版),黄新亚的《唐代城市生活长卷》(湖南人民出版社1996年版),李浩的《唐代园林别业考论》(西北大学出版社1996年版),李斌城等的《隋唐五代社会生活史》(中国社会科学出版社1998年版),黎虎的《汉唐饮食文化史》(北京师范大学出版社1998年版),王利华的《中古华北饮食文化的变迁》(中国社会科学出版社2000年版),徐连达的《唐朝文化史》(复旦大学出版社2003年版),王赛时的《唐代饮食》(齐鲁书社2003年版)等等。有关联的史学论文,也偶尔见于学术期刊。在这样的背景下,雁南博士异军突起,于2007年6月完成了博士论文,事隔两年,现在作为自己的专著出版。刚刚提到的那些著作和论文,作者有自己特定的视角和学术侧重,要解决自己想要解决的学术问题,并非专为“消费经济”而撰写。而雁南这本书,从选择课题、布局谋篇、爬梳资料、分析阐释、建构体系等方面来说,是真正意义上的“唐代消费经济研究”。

从吕思勉肇始,到当代学者赓续,这个过程绵延了半个世纪。

其间的经历和变化,很有些战国辞赋家宋玉所描写的雄风从起始到发展的那种气象。《文选·风赋》这样说:“夫风生于地,起于青蘋之末,侵淫谿谷,盛怒于土囊之口。缘泰山之阿,舞于松柏之下。飘忽溯滂,激飏嫖怒,𩇛𩇛雷声,回穴错迕,蹶石伐木,梢杀林莽。”即:雄峻的风初起时,平静舒缓,逐渐显现出张力,摇撼林木,飞沙走石,势头极为强劲。所以能这样,是因为社会史家既受到前辈史学家的沾丐,又得到时代的眷顾。雁南等学人比前辈学者幸运的是,他们处在与他们不同的时代,有机会接受和运用新的理论和方法来治学。在这部专著中,雁南运用了西方20世纪下半叶兴起的经济社会史的研究方法,社会生活与经济生活,经济问题与社会问题,等量齐观,综合研究,使历史学更加贴近生活,更加接近本真。他遵循这一思路展开写作,以社会生活史的视角来观察、分析唐代的消费经济现象。这样,他便在前辈学者研究的基础上,有了大幅度的拓宽、突破和创新。

雁南这部专著,展示的是中国古代最辉煌的三个世纪的生活画卷。朝野僧俗,士农工商,衣食住行,声色犬马,形而下的消费,形而上的消费,生前的,身后的,不断翻新的,被迫追风的,以一个鲜活的事例演绎出唐代或平淡或出奇的日常生活。如果仅仅停留在这个层面上,那还只是在自然主义地排比事例,简单地叙述那个时代。作者不满足这一点,想要认识那个时代、评判那个时代。于是作者更上层楼,分析造成钟鸣鼎食和饥寒交迫的制度的原因、社会原因、自然原因,分析消费趋势与社会生产之间的互动,分析消费现象同世道民俗的关系。作者还进一步分析各式各样的消费思想,唐人对消费与治乱兴衰关系的认识,这便将消费现象上升到文化的层面上来加以阐释,体现出作者审视历史的眼光。读者从这部专著所能获得的信息,不仅仅是唐代的消费现象和消费观念,当时斑驳陆离的物质世界,多元的精神世界,还

有对当时的生产关系、经济基础、政治结构、群体分野以及民族间经济文化交流的解读。

对任何学术问题的专题研究成果,再周密,再详赡,都不可能穷尽一切话头,让别人没有置喙的余地。对于材料和话题的取舍,具有一定的弹性。哪些材料没有被作者利用,或者由于研究成果的体例所囿,或者由于作者的学术兴趣和研究侧重,或者由于材料的典型程度和真实程度,或者由于作者的知识结构,或者由于作者的疏忽。雁南这部专著涉及的内容和头绪已经很多,分析也很到位,但也有遗珠之憾。比如丧葬消费,一种很重要的情况没有提到,即死者家属斥重金请人为死者撰写、书丹、题额神道碑、墓志铭,从而引发主笔者们的争夺,也产生了谀墓现象和划时代的碑刻文化。韩愈频繁为人撰写墓志,每一笔稿酬(“润笔”)都高得惊人,他不惜在墓志中对死者曲为阿谀奉承。白居易的挚友元稹去世前,曾以墓志文相托,并以“价当六七十万”的财物作为酬金。白居易《修香山寺记》说:“予念平生分,文不当辞,贻不当纳。自秦抵洛,往返再三,讫不得已,乃回施兹寺。”即用这笔重金为洛阳香山寺修建了一些房舍亭桥,算作元稹所做的功德。李肇《唐国史补》卷中说:“长安中,争为碑志,若市贾然。大官薨卒,造其门如市,至有喧竞构致,不由丧家。”再如庆生辰消费,这部书中只谈到皇帝的生日定为全国性的假日,关于达官贵人的修靡程度,提到唐玄宗给安禄山的巨额赏赐。达官贵人自己如何处理生日消费呢?段成式《酉阳杂俎》续集卷五记载,盛唐宰相李林甫,每次庆生辰,总要请僧人就宅设斋。一次,一个僧人赞佛,李林甫施给他一具马鞍,他拿去卖掉,得钱七万。另一个僧人赞佛时,为了获得大利,就极口称颂李林甫的功德。李林甫给了他一节数寸长如同朽钉一样的东西。这个僧人极为失望。后来他拿到西市出售,被胡商鉴定为宝骨,竟以一千万钱买走。再如公

益消费,高彦休《唐阙史》卷上记载,唐宪宗时期,宰相裴度主持平定淮西藩镇武装叛乱,敌我双方伤亡惨重,就把朝廷赏赐给自己的巨额物品,用来重修洛阳福先寺,以这种做功德的方式超度亡灵,避免灾殃。他准备请白居易撰写福先寺碑文,皇甫湜吹嘘自己的文章远胜白居易,为什么要舍近求远。碑文写成之后,裴度酬以“宝车名马缙彩器玩,约千余缗”。但皇甫湜嫌少,大发脾气,说:“其辞约三千余字,每字三匹缗,更减五分钱不得。”裴度只好依数付给他。这则资料不仅反映了消费所体现的社会普遍信仰问题,也反映了稿酬的通常标准。再如文化消费,购买图书也是有事例可加以叙述的。《太平广记》卷二百六十一“李秀才”条说,进士科考生李某,在长安书肆里买得诗卷,就冒充自己的作品,在江淮间招摇撞骗二十年。他拜见李播,才知道全是李播的诗作,竟提出“欲希见惠”的要求。李播答以“奉献可矣”,这人居然“亦无愧色”。吕温的《上官昭容书楼歌》披露洛阳有书肆,“贞元十四年(798年),友人崔仁亮于东都买得《研神记》一卷,有昭容(上官婉儿)列名书缝处”。诗中有云:“君不见洛阳南市卖书肆,有人买得《研神记》。纸上香多蠹不成,昭容题处犹分明,令人惆怅难为情。”元稹《白氏长庆集序》说:“至于缮写模勒,街卖于市井,或持之以交酒茗者,处处皆是。”他自注说:“扬、越间多作书模勒乐天(白居易)及予杂诗,卖于市肆之中也。”可见图书业已有一定规模。图书消费的需求,对于促进由手抄本发展到雕版印刷品这一工艺革命的出现,起到导向的作用。那么,这种文化消费现象不该忽略。

雁南这本专著出版之际,约我为他写一篇序言。我虽然研究唐代历史文化将近三十年,但对于唐代经济问题一向不感兴趣,没作过任何研究,唐代社会史方面,虽发表过一些文章,出版的专著中有一定的涉猎,但都是卑之无甚高论。因此,对于撰写序言,



却之再三,不蒙应允,只好勉强操觚。顾不上考虑是否算得上一篇序言,总算可以交差了,这才有了一点轻松的感觉。

2009年7月4日

# 目 录

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 序 .....                     | 1   |
| 导 论 .....                   | 1   |
| 第一章 唐代基本消费概况 .....          | 15  |
| 一、饮食消费分析 .....              | 15  |
| 二、服饰消费分析 .....              | 43  |
| 三、居住消费分析 .....              | 53  |
| 四、其他消费分析 .....              | 65  |
| 第二章 唐代消费结构变化趋势分析 .....      | 74  |
| 一、享受性消费资料比重提高 .....         | 77  |
| 二、精神娱乐性消费呈增长趋势 .....        | 95  |
| 第三章 唐代社会群体消费支出与消费行为分析 ..... | 119 |
| 一、官僚群体炫耀性消费异化分析 .....       | 119 |
| 二、商人群体消费僭越分析 .....          | 135 |
| 三、僧侣群体世俗化消费膨胀分析 .....       | 145 |
| 四、农民群体消费短缺状态分析 .....        | 160 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| <b>第四章 唐代社会阶层消费水平差异及其根源</b>  | 171 |
| 一、社会阶层消费水平的差异                | 172 |
| 二、导致阶层消费水平差异的因素分析            | 192 |
| 三、社会福利的加强与消费公正的努力            | 209 |
| <b>第五章 唐代消费观念的变化与消费方式的变革</b> | 221 |
| 一、消费观念的变化                    | 221 |
| 二、消费方式的变革                    | 236 |
| <b>第六章 唐代节俭消费方式的倡导及实践</b>    | 250 |
| 一、对前代“国破由奢”的总结与借鉴            | 251 |
| 二、禁奢制度的制定与倡俭消费的践行            | 259 |
| 三、节俭消费实践的效果及评价               | 273 |
| <b>第七章 唐代上层社会休闲消费行为分析</b>    | 278 |
| 一、休闲消费行为盛况                   | 278 |
| 二、节假日休闲消费分析                  | 300 |
| 三、官僚贵族阶层的休闲消费评价              | 316 |
| <b>第八章 唐代消费经济历史地位与作用</b>     | 320 |
| 一、推动了商品性农业结构的调整              | 321 |
| 二、推动了商品经济的发展                 | 329 |
| 三、促进了消费市场的形成                 | 335 |
| 四、促进了农业生产水平提高和产品供给的丰富        | 350 |
| 五、推动了消费文化的形成                 | 356 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 第九章 唐代消费经济思想名著选录 .....   | 371 |
| 一、“衣食足、知荣辱”的消费养民思想 ..... | 372 |
| 二、积累与消费并重的经济思想 .....     | 375 |
| 三、关注民生疾苦的消费公正思想 .....    | 384 |
| 四、知足常乐的适度消费思想 .....      | 389 |
| 五、均衡税收与物价的“轻重”思想 .....   | 395 |
| 参考文献 .....               | 410 |
| 后记 .....                 | 420 |

## 导 论

### 一、概念与论题

马克思说过：“人从出现在地球舞台上的第一天起，每天都要消费，不管他在开始生产以前和生产期间都是一样。”<sup>①</sup>可见，消费是人类社会生活的首要行为和基本过程，是经济生活的一个重要领域。消费经济应该是社会经济的重要内容之一。

关于“消费”这个概念，有狭义和广义之分。狭义的消费，一般指生活消费，是人们消耗消费资料（包括物质消费品、精神文化消费品和劳务消费品）来满足自己的物质文化需要的行为，马克思称之为“原来意义上的消费”<sup>②</sup>。生活消费是人们生存和发展的必要条件，通常所说的消费，一般指的是个人生活消费。广义的消费，是指人类一切消耗生产资料和消费资料的行为。具体讲，除了生活消费外，还包括生产性消费，即通过消耗生产资料（包括原材料及辅助材料）而生产出新产品的行为和过程。

消费具有两重性特征，一是消费的自然性，是指人们消费各种消费资料和劳务来满足自己的生理和心理的需要，如消费食物来解除饥饿，消费衣物来遮羞蔽体，消费宅舍来防寒御暑，消费马车

---

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第191页。

② 《马克思恩格斯全集》第2卷，人民出版社1972年版，第93页。

来消除劳顿,这些都反映出消费的自然属性。另一个是社会性,是指人们的消费活动又总是在一定的生产关系下进行的,自从进入交换时代,人们的消费活动从此不能也不可能脱离社会而孤立地进行,正如马克思所说:“我们的需要和享受具有社会性质。”<sup>①</sup>在不同的生产关系下,价值观、消费观不同,消费的情况就不同。从消费的主要范畴、内容来看,人们在消费水平、消费结构、消费方式等方面存在的现实差别明显地反映出人与人之间在物质利益上的差别,进而反映生产关系,尤其是在阶级社会中,这种差别更为明显。

消费是消费经济学最基本的、核心的范畴。消费经济学是研究一定社会条件下,人们在消费过程中结成的经济关系(即消费关系)及其发展规律的科学。消费经济学研究的具体问题主要有消费需要、消费结构、消费水平、消费方式、消费环境、劳务消费、消费市场、消费流行、消费文化、消费者行为、消费者权益,等等。

作为中国经济史的核心内容,消费经济既是研究唐代经济生活的一个重要侧面,也是研究唐代社会生活的一个重要课题。前面讲过,任何社会的消费活动都包括生活消费和生产消费,唐代亦不例外。本文所研究的唐代消费主要是指生活消费,也就是唐代社会各阶层消费者为满足自己的物质文化需要,而对物质消费品、精神文化消费品以及劳务消费品进行消费的行为和过程。唐代消费经济研究的领域,主要涵盖唐代消费需求、消费结构、消费水平、消费观念与消费方式、娱乐服务消费、消费习俗与消费流行、消费文化、消费行为、消费市场与消费者权益,等等。需要特别交待的是,该选题着眼于论述的连贯性及其方便,对有唐一代的消费经济没有在时空上对其前后两个阶段作对比研究,基本上是把整个唐

---

① 《马克思恩格斯全集》第1卷,人民出版社1972年版,第368页。

代的消费经济作为一个整体来概括分析。当然,根据具体情况和写作需要,个别章节也对初唐、盛唐以及唐后期的消费状况作了比较论证。

回顾前人对唐代消费方面的研究,主要集中在衣、食、住、行、用等物质性消费和乐舞、运动、娱乐等精神性消费的阐述上,而对唐代的消费结构、消费行为、消费习俗、消费文化,奢侈性消费与节俭性消费的关系,国家消费与社会消费的关系,以及不同阶级阶层、不同职业群体的消费形式、水平、差异等,则关注不够,尤其是对唐代消费经济作较为全面、系统的论述,更为少见,抑或是没有得到足够重视,也可能是一个被忽略的环节。不管怎么说,该领域尚存很大可供耕耘之空间。基于此,选择唐代消费经济作为研究课题,应该具有一定的历史意义和理论意义。同时,从“古为今用”这一角度来讲,致力于为现实服务,这也是该选题的一个出发点。如果不能从前人创造的历史中获得经验、吸取教训,研究历史就失去了意义。因此,研究唐代消费经济,极具社会意义和现实意义。我们说它具有现实意义,是指通过研究唐代消费经济发展的规律,可以对当代社会消费经济的发展提供某些借鉴和指导。

就当代社会经济而言,发展经济的最终目的是发展消费。发展和提高人民的生活水平、生活质量,不断改善和提高城乡居民的物质和文化生活水平,是发展经济的出发点和归宿,也是发展消费经济的基点和目标。发达国家的成功实践已经证明,消费经济是推动经济良性发展的重要途径。消费经济发达的程度是反映一个国家和地区经济发达的标志。当前,我国经济体制改革正在不断深化,市场机制正在逐步完善,近年来日益突出的居民收入增长速度低于经济增长速度,以及城乡居民收入差距日渐扩大而造成的消费增长缓慢、有效内需不足的现状,已成为制约我国消费经济进一步发展的瓶颈。这就需要我们高度重视、深入研究消费经济的

历史发展规律,不仅要研究中国的消费经济,也要研究外国的消费经济;不仅要研究当代的消费经济,也要研究古代的消费经济。有鉴于此,唐代消费经济的研究无疑具有很重要的现实意义。

谈到唐代消费经济之于当代消费经济的借鉴,我们可以略举几例。唐代社会在很大程度上是一个被物(或商品或金钱)所包围,并以物品的大规模消费为特征的社会(我们无意于将唐代定义为现代意义上的消费社会)。在这样的社会里,消费成为大众社会生活的主要目标,也成为推动社会生产不断发展的主要动力。法国政治经济学家西斯蒙第认为消费决定着生产和发展的规模,马尔萨斯也十分强调消费的重要性,认为社会消费的不断增长是促进社会经济稳定增长的源泉。马克思则在前人成果的基础上,提出了生产与消费同一性的论断。他强调,在一次循环中,没有生产,就没有产品的流通、分配和消费。生产是经济运行的基础和起点,它产生出可供消费的物质对象和相应的消费方式,并导致消费需求再生。从再生产的循环周期来看,消费又是下一周期生产的动力和起点,从这个角度来说,显然是消费决定着生产,消费对生产具有反馈性的决定作用。<sup>①</sup>从这个意义上讲,唐代社会的消费是以生活性消费为主,并且几乎所有的生产性消费都是为生活性消费服务的,比如粮食,生产出来直接用来吃掉,属于一次性消费环节,而不是用来作为再生产的原料;又如金银玉器的生产,也是拿来直接享用的,而不是拿来做生产工具等用途。所以我们说,唐代是一个消费程度相当高的社会。在这样一个消费甚为发达的社会,消费经济在发展过程中必然会有规律可循,个中必然会有得失成败的经验与教训。这对于我们发展当代消费经济来说,定会有诸多可资借鉴之处。

---

<sup>①</sup> 参见《生产和消费哪个更重要》,载《人民日报》2004年1月13日。



比如,通过优化供给结构,促进供给结构更好地适应消费需求的变化,以发挥生产对消费的引导和促进作用方面,就可以从唐代消费实践中找出一些有所裨益的经验。如,唐代酒消费习俗的形成推动了酒需求量和消费量的飙升,刺激了酒生产规模的扩大和酿造工艺的提高,其中唐代酒器的创新发展所起的作用不可低估,这实际上就是一种通过开发全新产品拓展消费需求的方式。又如,唐代服务业尤其是青楼妓业之所以如此发达,其中一个重要原因是其服务方式、服务内容的不断创新,突出表现在吸收外来文化而形成的“胡姬酒肆”特色消费,以及青楼业与饮食业结合而成的“妓筵”、“妓席”等消费方式,这种消费方式不仅令人赏心悦目,大大刺激了消费者的欲望,更重要的是促成了消费流行的形成,推动了相关行业的发展、壮大。所以,大力发展以服务业为主体的消费经济,是唐代消费经济给我们的又一个参照。当然,可以参考、借鉴的经验远不止这些,还有大量可以挖掘的东西,诸如唐代民众的节日消费、官员的带薪休假消费,以及如何扬弃唐代的消费观、消费方式,以建立当代科学消费观的问题,等等,都值得我们去反观、去思考、去总结。

## 二、研究基础

有关唐代消费的研究,在20世纪80年代以前,专家学者稍有涉足;到了90年代,随着国家对提高人民物质文化生活的重视,消费经济的研究被提升到了一个重要的位置,这时候历史学领域对于古代社会生活的研究也日渐活跃,对唐代社会生活领域中的物质消费、精神消费等方面研究也取得了丰硕成果。

在唐代社会生活综合性研究方面,黄新亚的《唐代城市生活长卷》(湖南人民出版社1996年版)是对唐代城市生活的综合性论述。该著主要论述了唐代城市生活中的胡服、胡食与胡乐消费情