

第十章

中國消費主義的崛起

劉飛 華中師範大學

這是一個週六的晚上8點57分，北京路荔威登店外，一對男女從站在門口的工作人員身邊衝進店裏，「他們9點關門」，男子慶倖地說。他們徑直奔向手袋區，女孩穿著A字裙和細跟高跟鞋，男子穿著簡單的布鞋，那種在政府官員中很流行的樣式，為了和農民群眾保持一致的傳統。「你想要哪個？」她嘟囔著，讓營業員把黃色、橙色還有紫色款的Alma系列手袋拿給她看看。「買東西你得買特別的，別老是買和別人一樣的！」男子一邊甩著髒字一邊說。女孩最後選了紅色款，和少先隊員紅領巾一樣的紅色款。男子豪刷12,200元，整個購買過程不過10分鐘而已。之後，兩人駕駛掛著武警牌照的奧迪車離開。

以上是2012年8月20日《紐約時報》對新世紀中國都市新貴消費行為的一段描寫。¹ 雖不無戲謔，但也從側面反映出消費者的

1 Rabkin, April. 2012. "Scenes From the Chinese Consumerist Revolution" in *New York Times* website. Retrieved from: <http://nymag.com/thecut/2012/08/scenes-from-the-chinese-consumerist-revolution.html>. Accessed on 15 June 2014.

消費實力與格調。短短幾十年的時間，中國就從一個「苦行者社會」蛻變為一個「消費者社會」（王寧 2009a）。今日的中國大都市如歷史學者葛凱（2011：前言）所描述的：「滿街的豪華轎車，衣著時尚的中國人，無處不在的廣告填滿了城市的各個角落，大大小小的百貨大樓和零售商店幾乎讓人們分辨不出各條街道之間的區別。」正如著名作家余華（2007：117–118）所言，「歷史的差距讓一個中國人只需四十年就經歷了歐洲四百年的動盪萬變」。如此急遽的社會變遷，必將對人們的日常生活產生巨大影響與衝擊。本章正是以消費為切入點，探究改革開放以來消費主義在中國的演進、後果與出路。

如果把鏡頭回拉 66 年，或許我們能夠更完整地理解現代中國及其消費轉型。1949 年，新中國剛剛成立，中國人民迎來了近代以來的一次大「解放」。但由於新中國是在一窮二白基礎上建立起來的，百廢待興。為了在短期內擺脫經濟落後的面貌，在借鑒蘇聯等國的經驗基礎上，中央提出了優先發展重工業的「趕超型現代化」戰略。在這一戰略中，相較於農業，工業（尤其是重工業）處於優先發展的戰略地位；相較於消費（尤其是個人消費），積累處於優先地位；相較於農村，城市發展處於優先地位。為了滿足上述需求，高度集中的計劃經濟體制逐步建立起來。這一體制的突出特點是對資源的計劃生產和統一分配，市場幾乎被完全取消。為了分配有限的資源，中國於 1953 年開始在全國推行糧食統購統銷政策，消費品配給制逐步建立起來。² 這一制度在城市中建立起單位制和戶籍制，以此將城市居民整合進單位並將農村居民排除在城市生活之外。單位為其成員提供從就業到醫療、住

2 郎友興認為：「之所以實行票證制度，一方面是計劃經濟體制的必然要求，是計劃經濟在消費領域中的體現；另一方面，中國經濟落後、生產力低下即短缺經濟運行模式使然。」（郎友興 1999：77–82）

房、食品、娛樂等一系列社會福利（雖然這些集體消費品是低水平廣覆蓋的），從而使城市居民對組織與國家產生依附性。³而在農村則建立起人民公社制度，這一制度表面上是「一大二公」，事實上是一種「幹多幹少一個樣，幹好幹壞一個樣」而效率極度低下的制度（許滌新 1979）。

1958年，浮誇風導致了「大躍進」，三年嚴重自然災害接踵而至。1959–1961年前後，大批居民由於食物短缺及與食物短缺相關的疾病而出現了大面積非正常死亡。1966年之後，更由於高層內部對於中國發展道路的分歧，引發了十年的「文革」浩劫（邁斯納 2005）。到文化大革命落幕之時，大多數中國人已是遍嚐饑荒與無政府主義暴力的滋味，並處在僵化呆板卻又嚴重缺乏約束的政府控制之下，生活被停滯不前的經濟所窒息（趙文詞 2003）。然而，1978年之後，隨著改革開放等一系列政策的落實，中國人民的生活水平發生了翻天覆地的變化，一場靜悄悄的消費革命呼之欲出（王寧 2005）。

本章的結構如下：首先，對中國從大眾消費到消費主義形成的歷程進行分析；其次，對中國社會中泛濫的消費主義及其後果（尤其是反功能）進行論述；最後，對於如何培育新消費主義，建立一個健康的消費社會，作者提出了相關建議。

從大眾消費到消費主義：中國消費主義的發展歷程

1978年底召開的十一屆三中全會是當代中國發展史上的轉折點。全會決定把工作重心從「以階級鬥爭為綱」轉移到「以經濟建

3 由於擁有豐富的合法性資源，國家能夠在物質激勵極低的情況下，通過神聖化激勵機制以及思想改造和政治學習制度，充分調動勞動者的勞動積極性（王寧 2007c, 2009a）。

設為中心」，同時確定了「對內改革，對外開放」的總方針。此後，農村聯產承包責任制和城市國有企業改革等一系列配套改革，在全國迅速鋪開。此後30年，中國經濟步入了高速增長的快車道，⁴ 人民收入水平大幅提高，生活品質也逐步改善（見圖表 10.1）。

圖表 10.1 全國城鄉居民家庭人均收入和恩格爾系數⁵

年份	城市居民家庭 平均每人可 支配收入(元)	農村居民家庭 平均每人 純收入(元)	城鎮居民 恩格爾系數	農村居民 恩格爾系數
1978	343.4	133.6	57.5	67.7
1988	1180.2	544.9	51.4	54.0
1992	2026.6	784.0	53.0	57.6
1996	4838.9	1926.1	48.8	56.3
2000	6280.0	2253.4	39.4	49.1
2008	15780.8	4760.6	37.9	43.7
2012	24564.7	7919.6	36.2	39.3

資料來源：國家統計局國民經濟綜合統計司編：
《新中國六十年統計資料彙編》，第25頁；
國家統計局：《中國統計年鑒》，2013。

應當說，1978年以來，中國社會經歷了三次大眾消費浪潮（閻雲翔 2012）。其中，第一次消費浪潮（1978–1984）發生在農村，這與改革開放首先在風險較小的農村啟動有關。隨著家庭聯

4 據統計，從1979年到2005年GDP的平均增長率：1979–1989年為9.55%，1990–1999年為9.71%，2000–2005年為8.78%。

5 1857年，德國統計學家恩格爾在研究當時西歐某些居民家庭收入和食物消費支出的關係後，提出這樣一個觀點：一個家庭收入越少，總支出中用來購買食物的費用所佔的比例越大。這一觀點被稱為「恩格爾定律」即恩格爾系數。用公式表示為：恩格爾系數(%) = (食品支出額 / 消費支出總額) × 100%。聯合國糧農組織提出了一個劃分貧困與富裕的標準，即恩格爾系數在59以上者為絕對貧困，50–59為勉強度日，40–50為小康水平，30–40為富裕，30以下為最富裕。

產承包責任制在全國推開，「交足國家的，留夠集體的，剩下的都是自己的」這一制度設計充分調動了數億農民的生產積極性。1979–1981年，農業總產值平均每年增長5.6%，糧食作物播種面積雖然減少，但由於農民積極性提高以及新農資的使用，糧食產量平均每年仍增產100多億斤，棉花、油料、糖料、茶葉、肉類產量連年增產（國家統計局1982）。與此同時，能夠吸納大量農村就業人口的鄉鎮企業異軍突起。鄉鎮企業數量從1978年的152.43萬個增加到1984年的607.34萬個（1985年更高達1222.46萬個），營業收入從1978年的431.46億元增加到1984年的1537.23億元（《中國農業年鑒》編輯部2009）。在家庭聯產承包責任制與鄉鎮企業的雙向推動下，中國農村經濟迎來了一次騰飛（Oi 1999）。

據統計，1978–1984年間，農民純收入每年以17.6%的速度增長，同時期農民人均消費支出平均每年增長15.4%。在生活消費品的支出中，住房消費增長最快，平均每年增長43.6%；用品及其他為25.8%；食品、衣著和燃料分別增長了12.8%、11.5%和10.5%（樂大成及俞蔚東1986）。短短幾年之內，農民就基本解決了溫飽問題，城市居民的「三大件」（自行車、手表、縫紉機）開始進入農村家庭並迅速普及。例如1985年，農村居民家庭每百戶自行車擁有量達到80.64輛。由於這一時期改革開放的溢出效應剛剛顯現，加之城市改革尚未全面啟動，城鄉之間的消費差距呈縮小之勢（Chai 1992）（見圖表10.2）。

1984年之後，由於受到農村改革成功的鼓舞，城市改革開始全面啟動。中國的第二次消費浪潮便發生在城市居民中間。時間上始於1985年初，並於1989年突然結束（閻雲翔2012）。⁶

6 也有學者認為，中國第二次消費浪潮的時間是1985–1991年，即城鄉居民生活水平的平穩提高和初步分化時期（趙衛華2010：221）。

圖表 10.2 1952–1986年城市與農村的人均消費(以時價元計)

年份	(1) 農村的消費	(2) 城市的消費	比率(2)/(1)
1952	62	148	2.39
1957	79	205	2.59
1978	132	383	2.90
1980	173	468	2.71
1982	212	500	2.36
1986	352	865	2.46

資料來源：《中國經濟年鑒》(1982)，第7卷，第28頁；
國家統計局：《中國統計摘要》(1987)，第98頁。

總的來看，這一時期的改革主要圍繞企業微觀激勵機制、資源配置方式以及宏觀經濟政策調整為主線而展開(林毅夫 2008)。與對社會主義的傳統認知不同，鄧小平率先提出「貧窮不是社會主義」；並且，他還認為「社會主義和市場經濟不存在根本矛盾」(鄧小平 1993：370–383)。在此背景下，國有和集體經濟改革邁出了新步伐，私營經濟也在中國獲得了較大的發展。

此時的中國尚處於計劃經濟與市場經濟並行的「雙軌制」之下。一方面，城市居民享受著再分配時代集體消費方面的福利(例如住房、教育、醫療等等)；另一方面，國家更加注重對城市勞動者的經濟激勵。雖然從資料上來看，直到1990年，城鄉居民在消費水平上仍舊停留在溫飽階段。⁷但由於城市居民消費水平多是以隱性福利方式呈現，其生活水平在短期內大幅提高，在耐用消費品上的消費迅速從「舊三大件」過度到「新三大件」(電冰箱、彩電、洗衣機)便是明證。以中國經濟最為發達的上海市為例，截至1990年「新」、「舊」三大件已基本處於飽和狀態(盧漢龍 2003)。與之形成鮮明對比的是，1985–1991年間由於糧價大跌，

7 據統計，1990年城鎮居民家庭恩格爾系數為54.2，農村為58.8。

農村居民收入增長乏力，生活改善緩慢。

1988年，國民經濟雖然繼續保持著高速增長，但由於城鎮居民消費需求強勁，購買力大幅提高，中國社會物價高起、發生了搶購風潮，中國經濟面臨著「價格闖關」（李成瑞 1989；趙衛華 2010）。1989年「六四風波」之後，國家進一步收緊對私營經濟的管制。在隨後兩年中，城市和農村家庭的實際收入下降了近三個百分點（閻雲翔 2012）。

中國的第三次消費浪潮始於1992年。這一年鄧小平發表了著名的「南方談話」，這標誌著中國改革開放邁入新的發展階段。同年，黨的十四大在北京召開，確立了「建立社會主義市場經濟體制」的改革目標。1992–1996年，中國進行了一系列配套改革，主要包括：國有企業改革；財政稅收體制改革（以1994年分稅制改革為標誌）；教育、醫療與住房改革；社會保障制度改革；收入分配體制改革等等。這些改革使中國經濟迎來新一輪的騰飛，1992–1996年GDP平均增速為11.9%。財政收入從1992年的3,483.37億元增加到1996年的7,407.99億元，短短五年之間增加了一倍還要多（國家統計局國民經濟綜合統計司 1999）。與經濟發展相一致，消費者尤其是城鎮消費者的生活水平也大幅提高。1992–1996年，城鎮居民人均支出從2,026.6元增加到4,838.9元；同期，城鎮居民恩格爾系數從53.0下降到48.8。

到90年代中期，中國都市社會發生了一場前所未有的革命：「消費革命」（Li 1998; Barme 1999; Wu 1999; Davis 2005; Croll 2006; 戴慧思及盧漢龍 2003；王寧 2005a）。與第一次革命（即中華人民共和國成立）相比，消費革命是一次靜悄悄的革命，對中國人的私人生活與公共社交均產生了深遠影響。其中，制度或社會結構變革起著根本性的作用。消費革命使革命時期的苦行主義被消費主義的經濟驅動力所替代（Latham 2006）。

對於何謂消費主義，學界並無統一定義。陳昕（2003：7）認為：「消費主義是指這樣一種生活方式：消費的目的不是為了傳統意義上實際生存需要的滿足，而是為了被現代文化刺激起來的欲望的滿足。換句話說，人們消費的不是商品和服務的使用價值，而是它們在一種文化中的符號象徵價值。」閻雲翔（2012：260-261）則說：「一方面，它指鼓勵人們多消費的意識形態和行為模式；另一方面，它也指旨在提高消費者個人權利和力量並與唯利是圖的商家作鬥爭的消費者權益運動。」王寧（2007a）認為，就其實質來說，消費主義乃是一種現代欲望形態，它有三大維度：物質主義、享樂主義和個體主義。從上述三位學者的論述，我們可以概括出消費主義形成的特點：（1）隨著豐裕時代的來臨，消費行為成為整個社會主導的意識形態；（2）消費者主權時代的到來，消費者更多使用商品的符號價值來進行區隔與尋求認同；（3）如何進行欲望生產成為除產品與服務之外的另一種極為重要的社會勞動。與西方相比，中國社會中的消費主義打上了「儒家消費主義」的烙印，具體體現在以家庭為取向、以兒童為中心以及強烈的社會與關係取向上（Zhao 1997）。

其實，在中國社會中90年代初就顯露出了消費主義的端倪，也就是幾乎與中國城市消費革命的發生同步。署名為谷雨（1993）的記者在〈看不懂的「消費之謎」〉一文中就對公款消費以及新生富豪到底該如何消費進行了探討，但此時的消費主義在深度和廣度上都無法與1997年之後相匹敵。

1997年之後，由於受到亞洲金融危機的衝擊，中國經濟受到嚴峻挑戰。這與新中國一貫奉行的「趕超型現代化」戰略以及GDP增長為取向的經濟政策不無關係。在促進經濟增長的「三駕馬車」（即投資、出口與內需）中，過分倚重投資與出口，而忽略了內需（即國內消費）對經濟增長的推動作用。長期以來，我們僅僅將勞

動者作為生產者來培養，而忽略了對他們消費能力（即消費力）的培育（王寧2009b）。一旦國際經濟波動，出口萎縮，中國經濟勢必受到牽連。

另一方面，中國宏觀經濟發展到1997年開始出現了總需求不足的問題。從600多種主要商品的供求情況來看，約有三分之一的商品始終是供過於求的，另外有三分之二的商品供給略大於需求（俞忠英1999）。這就意味著，中國經濟已經告別了長期匱乏而走上了「豐裕社會」，買方市場開始形成。買方市場的形成意味著過往「皇帝女兒不愁嫁」的行銷哲學已經過時，只有消費者的消費欲望被激發起來產品才能更有效的銷售出去，社會的擴大再生產才能夠順利進行下去。要達成這一目標，就需要孕育出新的消費哲學——消費主義。

對於消費主義的成因，國內外學界大致有「資本操縱論」和「社會攀比論」兩大解釋範式（鄭也夫2007）。「資本操縱論」範式認為，消費者的欲望之所以被激起，是由資本操縱起來的「虛假」需要（Pun 2003; 余曉敏及潘毅2008）。而「社會攀比論」範式則認為，由於受到消費者之間「示範效應」（包括國內示範效應與全球示範效應）的影響，消費者會在相互攀比過程中實現消費欲望的躍升（西美爾2001；Sklair 1991）。雖然上述理論範式都有一定解釋力，但正如上文所述，在中國這一集權主義社會中，離開國家來探討消費以及消費主義是不切實際的。在解釋中國消費主義成因時，「國家讓渡論」具有極強的解釋力（王寧2007b）。國家默認消費主義的興起，其實是在用居民追求生活品質的改善來換取其政治讓渡（Ci 1994; 王寧2007c）。「崛起中的消費主義其直接功能是容納和消解日常生活的焦慮，以便將集體關注導向消費欲望。」（Tang 1996）與計劃經濟時代的政治激勵不同，隨著國家政治承諾的落空，中國共產黨及其領導的國家政權開始將「不斷滿足人民

群眾日益增長的物資文化需求」作為其自身合法性的依據 (Walder 1986)。也就是說，之所以國家鼓勵消費主義在中國的發展，一是為了獲得新的政治合法性以維護政治穩定，二是促進消費驅動型經濟增長。

進入新世紀，城市居民的生活水平邁入了富裕階段 (2000 年恩格爾系數為 39.4)，而農村居民的生活水平也步入了小康 (2000 年恩格爾系數為 49.1)。經濟的富足能夠使城鄉居民將更多收入使用到非食品領域 (Sargeson 2002; Davis 2005)。這樣，如何進一步打開居民的「錢袋子」成為當前中國最棘手的經濟問題之一，而消費主義文化在中國的崛起為此提供了可能性。不過，目前中國的消費主義有泛濫的趨勢。接下來，作者將探討中國社會中泛濫的消費主義及其後果。

泛濫的消費主義及其代價

一部改革開放的歷史，從一定程度上講就是一部國家逐步為民眾的消費欲望正名的歷史。經由「生活水平話語」和「擴大消費話語」，國家解除了套在居民消費欲望上的意識形態枷鎖，消費欲望被賦予合法性 (王寧 2012)。潘朵拉魔盒被打開之後，消費主義開始在中國大行其道，甚至達到了泛濫的程度，不得不引起我們的警惕。請看下面三個案例：

案例 1：山西煤老闆 7000 萬嫁女⁸

據媒體報導，2012 年 3 月 18 日山西柳林首富邢利斌在海南三亞麗思卡爾頓酒店為女兒舉辦大型婚禮。婚禮場面極度火爆，邀請的嘉賓包括王力宏、蕭亞軒、陳佩斯、朱時茂、馮鞏、韓

8 http://finance.cnr.cn/gundong/201312/t20131217_514420366.shtml (瀏覽日期：2014 年 9 月 7 日)