

后金融危机时代奢侈消费的伦理思考

张洪江¹ 周中之²

(1. 辽宁医学院 思想政治理论教学科研部, 辽宁 锦州 121001;

2. 上海师范大学 马克思主义学院, 上海 200234)

摘要: 奢侈消费是指消费者的消费超出个人收入水平或财力状况, 或者超过社会平均消费水平时的消费行为。从推动经济发展的角度来看, 奢侈消费无疑是拉动内需、带动生产、促进经济发展的一个重要因素, 但从实质上来看, 奢侈消费会造成严重的浪费与挥霍, 会使人们陷于物质享受的状态, 最终导致拜金主义、享乐主义盛行, 导致社会道德的滑坡。因此, 在当今时代要限制奢侈消费, 倡导适度消费, 以适度消费引领当下的社会消费风尚。

关键词: 奢侈消费; 适度消费; 伦理思考

文献引用: 张洪江, 周中之. 后金融危机时代奢侈消费的伦理思考[J]. 生态经济, 2012(3): 170~173, 179.

中图分类号: F014.5; C913.3 **文献标识码:** A

Ethical Reflection Luxury Consumption in Post-Crisis Era

ZHANG Hongjiang, ZHOU Zhongzhi

(1. Department of Ideological and Political Theories Teaching, Liaoning Medical University, Jinzhou Liaoning 121001, China;

2. School of Marxism, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China)

Abstract: Luxury consumption is beyond the consumer's income level or personal financial situation, or more than the average consumption level of social consumer behavior. From the perspective of promoting economic development, luxury consumption is undoubtedly an important factor to stimulate domestic demand and production, and promote economic development, but in essence run, luxury consumption will cause a serious waste and extravagance, and make people trapped in material comforts state, eventually leading to money worship, hedonism prevalent, leading to social and moral decline. Therefore, in the modern era to limit luxury spending, promote moderate consumption, leading to moderate consumption of contemporary social spending habits.

Key words: luxury consumption; moderate consumption; ethical reflection

2008年美国次贷危机引发的国际金融危机对21世纪全球政治经济的发展产生了深远的影响。这场金融危机其根源在于西方消费主义所倡导的奢侈消费。奢侈消费对于现代社会来说还不属于大众性消费, 奢侈消费品具有昂贵性、稀缺性等特征。因此, 在当今社会应如何客观界定和公正评价奢侈性消费显然已成为学术界一个无法回避的现实问题。

1 奢侈消费的科学界定

关于什么是奢侈消费, 西方学者的研究取得了丰硕成果。美国学者克里斯托弗·贝里最早对奢侈进行了研究, 他的著作《奢侈的概念——概念及历史的探究》就以奢侈为题而写。另一学者沃夫冈·拉茨勒认为: “奢侈是一种整体或部分地被各自的社会认为是奢华的生活方式, 大多由产品和服务而决定。”^{[1]46}在此基础上, 他将奢侈分为旧式奢侈

和新式奢侈。旧式奢侈又称非创造性奢侈, 是指对稀有原料的消费和耗用; 新式奢侈又称创造性奢侈, 是指通过劳动创造出更优良、更精致的新产品的奢侈方式。维尔纳·桑巴特在《奢侈与资本主义》一书中, 认为“奢侈是任何超过必要开支的花费”^[2]。同时, 维尔纳·桑巴特也对奢侈进行了区分, 将奢侈分为“量的方面的奢侈和质的方面的奢侈”, 数量方面的奢侈与挥霍同义; 比如, 让100个人去干1个人就能完成的工作, 或者同时擦亮3根火柴点1支雪茄这样一类的行为。质量方面的奢侈就是使用优质物品。

国内对奢侈的研究, 《辞海》对奢侈的解释是: “不节俭; 过分, 过多, 如奢望、奢愿”等。《消费经济学大辞典》对奢侈消费品的解释是: “又称奢侈消费资料, 它是指同收入相比, 其需求按更大比例增加的那部分消费品”^[3]。《中国大百科全书》经济学卷解释“消费资料”时称“消费资料分为必要消费资料和奢侈消费资料。奢侈消费资料一般用于

作者简介: 张洪江(1970~), 男, 辽宁锦州人, 博士, 副教授, 主要从事经济伦理研究; 周中之(1952~), 男, 上海人, 教授, 研究员, 博士生导师, 主要从事经济伦理和思想道德教育研究。

满足剥削阶级过奢侈生活的需要”^[4]。由此可见,对于奢侈消费,传统的观念对其是采取批判的态度的,将其看做是节俭消费的对立面而存在的。在今天的学术研究中,国内学者多是借鉴维尔纳·桑巴特的“奢侈是任何超过必要开支的花费”的奢侈概念来界定奢侈消费的,如范玉吉就认为奢侈消费“是一种超出人的生活必需的消费行为,是一种和人的生存没有必然关联的消费活动”^[5];尹世杰认为“奢侈消费是指某些人在吃、穿、用、住、行以及文化娱乐等方面,远远超过一般的水平和标准,从而出现铺张浪费的情况”^[6]。

上述国内外关于奢侈消费的概念都从不同方面揭示了奢侈的基本特征。相比较而言,笔者比较赞同沃夫冈·拉茨勒的观点,特别是他将奢侈区分为旧式奢侈和新式奢侈,即非创造性奢侈和创造性奢侈,就可以比较容易地对奢侈进行道德的、伦理的评论。当代经济社会已由生产主导型社会转变为消费主导型社会,“生产”的支配性地位已为“消费”所取代。面对着商品相对丰富的消费占主导地位的现代社会,仅从消费量上是很难把握奢侈消费的本质的,因为不同的消费者的消费承受力是不同的。因此界定消费者的消费行为是否是奢侈性的消费,应从以下三个方面进行考量:第一,等于或接近于社会平均消费水平;第二,与个人收入、财力相适应;第三,在资源的社会供给量为既定的条件下不过多地占用或消耗该种资源。这样当消费者的消费远远超过个人收入水平或财力状况,或者超过社会平均消费水平时,其消费行为接被认定为是奢侈消费;而当消费者的消费虽然没有超过个人收入水平或社会平均消费水平,但是其消费确是过多地占有自然资源和社会资源,据此也可认为这是奢侈消费的行为。相反,当消费者的消费虽然略高于个人收入水平或财力状况,略高于社会平均消费水平,不过多地占用或消耗该种资源,则可以称为合理的消费支出。

2 奢侈消费的正面效应

从推动经济发展的角度来看,奢侈消费无疑是带动生产、促进经济发展的一个重要因素。马克思曾指出:“消费从两方面生产着生产:(1)产品只是在消费中才成为现实的产品,……消费是在把产品消灭的时候才使产品最后完成,因为产品之所以是产品,不在于它是物化了的劳动,而只在于它是活动着的主体的对象。(2)消费创造出新的生产的需要,也就是创造出生产的观念上的内在动机,后者是生产的前提。消费创造出生产的动力;它也创造出在生产中作为决定目的的东西而发生作用的对象。”^[7]也就是说,消费作为社会经济系统其中的一个环节,对生产具有决定作用。如若社会消费量较大,就能够刺激生产,就

会推动社会扩大生产,从而带动社会经济的发展。

18世纪,伯纳德·曼德维尔就在《蜜蜂的寓言》中阐述了奢侈消费对经济的积极作用,以至“有评论者把曼德维尔视为第一个从经济理论的立场为奢侈行为进行辩护者”。在《蜜蜂的寓言》一书中,曼德维尔把人类社会比喻为是一个巨大蜂巢,把人比喻成这个蜂巢中的蜜蜂:“这些昆虫生活于斯,宛如人类,微缩地表演人类的一切行为。”在“这个蜜蜂的国度”里,蜜蜂们——商人、律师、医生、牧师、法官等都在近乎疯狂地追求自己的利益,虚荣、嫉妒、享乐、奢侈之风甚行。令人惊异的是,当每只蜜蜂在疯狂追逐自己的利益时,整个蜂巢呈现出一派繁荣的景象。后来,邪恶的蜜蜂突然觉悟了,向天神要求让他们变得善良、正直、诚实、节俭起来。“主神终于愤怒地发出誓言:使那个抱怨的蜂巢全无欺诈。神实现了誓言。……”接着,在整个蜜蜂的王国中,“随着傲慢与奢侈的减少,一切艺术与技巧都相继丧失”!不仅是挥金如土的富豪绝迹,劳工大众也无处求生。“手工业者——不再有人订货;艺术家、木工、雕石工——全都没有工作而身无分文。”^[8]整个社会一片萧条。由此,曼德维尔得出结论:私恶即公利。可以说,曼德维尔对人们经济生活中的奢侈行为是持鼓励态度的。他并不认为奢侈行为是邪恶的,反而,人们的节俭行为却带来了邪恶,因为实行节俭就意味着社会消费的萎缩、生产规模的缩减。社会只有在大规模的生产和消费的基础上,国家的利益才能够真正实现。尽管国内外不少人都对“私恶即公利”进行了口诛笔伐,但是曼德维尔所表明的奢侈消费对经济发展的作用还是得到了很多学者的肯定。维尔纳·桑巴特在《奢侈与资本主义》中就大胆地肯定了奢侈的作用,指出奢侈之风是导致西欧资本主义兴起的经济基础与精神因素。沃夫冈·拉茨勒更是大加赞扬奢侈对拉动现代经济进步的作用。沃夫冈·拉茨勒认为只有奢侈才能带来更多的财富,“奢侈品对社会的迅速发展有着积极的作用,它们明显刺激社会取得效益和成果。奢侈对于各种形式的国民经济还会起到促进作用。现代奢侈品会给予全球社会更多发展动力”^{[1]48~49}。在沃夫冈·拉茨勒看来,在全球化经济中,今天的奢侈品到了明天就会成为普通产品。这就需要不断转变思维方式,不断对奢侈品及其品牌进行升级、创新,从而鼓励消费,促进经济发展。凯恩斯认为,20世纪20~30年代爆发的经济大萧条,罪魁祸首就是节俭导致的。因此,凯恩斯得出如下的结论:“在当代情形下,财富之生长不仅不系乎富人之节约(像普通所想象的那样),反之,恐反遭此种节约之阻挠。”^[9]

在中国古代虽然崇尚节俭,但也有一些学者主张奢侈消费的。如先秦的荀子在反对墨子的“节用、节葬”观点时,指出“墨子之节用也,则使天下贫”,“故墨术诚行,天下

尚俭而弥贫”(《荀子·富国篇》)。管子更是明确地指出:“不侈,本事不得立”(《管子·侈靡》),并且认为只有奢侈消费才会有利于社会的分工和商品生产的进一步发展。清代的魏世倬也为奢侈行为进行辩护,充分肯定了部分民众提高消费对繁荣经济的作用,他说:“奢者之靡其财也,害在身;吝者之积其财也,害在财。害在身者无损于天下之财,害在财,则财尽而民穷矣。今夫奢者割文绣以衣壁柱,琢珠玉而饰其用器,倡优饮酒,日费百万,然必有得之者,其财未始不流于民间也。”(《奢吝说》,《清经世文编》卷53)这就是说,富人进行奢侈消费,其所花费的大量钱财纷纷流入民间市场,自然会刺激市场发展。

由此可见,在一定历史时期适度的奢侈消费对经济发展来说是十分必要的。胡锦涛在十七大报告中指出,今后要“坚持走中国特色新型工业化道路,坚持扩大国内需求特别是消费需求的方针,促进经济增长由主要依靠投资、出口拉动向依靠消费、投资、出口协调拉动转变,由主要依靠第二产业带动向依靠第一、第二、第三产业协同带动转变,由主要依靠增加物质资源消耗向主要依靠科技进步、劳动者素质提高、管理创新转变”。中央之所以这样高度重视消费,正是因为消费在国家经济社会生活中占有重要的地位。反之,社会消费需求不足时,就会严重削弱其对经济增长的拉动作用,造成投资增长得不到最终消费需求的支持,这样大量的社会产品价值无法实现,使社会再生产顺畅进行失去了保障,这势必严重制约经济的可持续协调发展。如2008年全球金融危机蔓延的情况下,作为推动经济发展的投资、消费、出口“三驾马车”中的投资和出口这两大“经济马车”均已放缓,国家把目光转向了消费这驾“经济马车”。为刺激经济的增长,有效应对全球金融危机,中国政府果断采取措施,投资4万亿元人民币,进一步扩大内需、刺激消费、促进经济增长,结果保障国民经济保持了较高的增长比例。据有关专家对消费增长和经济增长的相关分析结果表明,1979~2006年间,我国消费增长和经济增长是正相关的,经济增长1个百分点就促进消费增长1.72个百分点,消费增长1个百分点就拉动经济增长0.21个百分点^[10]。

3 奢侈消费的负面效应

马克思在对资本家的挥霍和奢侈时,曾指出:“在一定的历史发展阶段上,已经习以为常的挥霍,作为炫耀富有从而取得信贷的手段……奢侈被列入资本的交际费用……在它的背后总是隐藏着最肮脏的贪欲和最小心的算盘。”^[11]的确,奢侈容易引发“贪欲”,浪费资源,败坏社会风气。奢侈消费会腐蚀人的精神,会导致社会攀比的风气,会造成严重的浪费与挥霍,会使人们陷于物质享受局,

最终导致拜金主义、享乐主义盛行,社会风气败坏,人文精神迷失。“宁可坐在宝马里哭,也不坐在自行车上笑”的“拜金女”和“网上晒富”等现象就是最好的说明。卢梭曾指出:“奢侈或则是财富的结果,或则是使财富成为必需,它会同时腐蚀富人和穷人的,对于前者是以占有欲来腐蚀,对于后者是以贪婪心来腐蚀;它会把国家出卖给软弱,出卖给虚荣,它会剥夺掉国家的全体公民,使他们这些人成为那一些人的奴隶,并使他们全体都成为舆论的奴隶。”^[12]

在奢侈消费的过程中,必然浪费资源,污染环境,破坏生态平衡,危害生态安全,破坏人与自然之间的和谐关系。就以礼品奢侈包装而言,有记者在报道中指出:我国每年生产8亿件盒装衬衫,需要用纸24万吨,如果以直径10厘米的大树为标准计算,就相当于要砍伐168万株大树。据北京市一项统计:该市每年产生垃圾近300万吨,其中有60万吨为过度包装物,而每年为处理这些垃圾所投入的费用就有10亿元之巨^[13]。奢侈包装的浪费尚且如此,其他奢侈消费所造成的资源浪费就更是难以想象了。对自然资源的大量浪费会导致人类社会难以可持续性发展。现实生活中的奢侈消费可能过多地消耗、占有社会中有限的生态资源,结果会增加整个社会的生态风险,以至最终酿成生态灾悲剧。

奢侈消费的进一步发展,还会造成极大的消费不公,引起“仇富心理”,引发社会对立与冲突,导致社会不稳定。奢侈消费是通过占有更多的社会资源来进行的,必然带来弱势群体应占有资源的减少,使其产生被剥夺感。从这个意义上说,奢侈消费实质上代表着社会的消费的不平等。目前我国城乡居民中还有一些人的收入水平很低,截至2009年,我国的贫困线标准为人均年收入785元,农村居民贫困人口数是3597万人。这些农村的贫困居民的消费水平与那些富豪的奢侈消费是没有办法相比的。有调查显示:“在中国内地的专卖店中,一件专为宠物狗制作的狗夹克售价2995元,一只名犬一个冬天至少需要4件这样的狗夹克,4件是11980元,相当于400个失学儿童一年的学费,相当一个中国农民一生的穿着。”^[14]这样的贫富两极分化必然产生仇富的心态。西方的一些社会学家认为,在消费社会中任何人都可以拥有同等的机会均等地获得某种商品,“商品面前人人平等”,通过商品的平等买卖和自由交换实现了社会的平等与自由。但是事实真是如此吗?波德里亚给予了否定的回答。他明确指出:“消费并没有使整个社会更加趋于一致,就像学校并没有使人们获得一致的教育机会一样。它甚至加剧了人们的分化。”因为“消费是一个与学校一样的等级机构:在物的经济方面不仅存在不平等(购买、选择和使用被购买力、受教育水准以及

家庭出生所决定)——简而言之,正如不是人人都有相同的读书机会一样,并不是人人都拥有相同的物”^[15]。在社会的一般性消费的过程中都存在着不公正、不平等,更不用说奢侈消费的过程了。奢侈性消费的存在,社会的不平等必然会进一步加剧。正如罗伯特·弗兰克所说,奢侈消费是“个体的骄傲,群体的悲剧”^[16]。

奢侈往往是和浪费、傲慢、骄纵、邪恶、贪婪、耻辱等具有明显道德判断色彩的词汇联系在一起的,它成为了道德判断和价值标准的一杆标尺。奢侈消费,造成资源浪费,引起生态危机;败坏了社会风气,造成社会不公。其后果必然是享乐主义、拜金主义风行,人欲横流,物欲横流,个人主义膨胀,人性被吞噬,社会道德陷入危机。奢侈消费带给社会的不是经济危机,而是人的道德和精神上的危机。

总起来看,奢侈品及其带来的奢侈消费现象的蔓延滋长,会对社会产生诸多负面效应。这包括以下几个方面:首先,破坏良好的社会道德风尚。追求名牌,追求物质享受,互相攀比,难免为浪费、奢侈、腐败提供温床,助长享乐主义和物质至上的不良风气。其次,增加对生态环境和资源能源的压力。例如,豪宅名车往往会占用或消耗更多土地、石油等自然资源。第三,削弱社会凝聚力。一部分社会成员一掷千金;而另一些人却生活清贫,甚至苦苦挣扎在贫困线上。巨大的消费反差,会导致人们心态失衡,消解社会和谐与凝聚。

从上述正反两方面对奢侈消费的反思中可以清楚地看出,奢侈消费既能带动经济的发展,也会引起社会道德的滑坡。那么,应当如何抉择呢?

4 限制奢侈消费,倡导适度消费

奢侈消费问题也是个复杂的社会问题。例如,如何界定奢侈品?奢侈品在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的、具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品,又称为非生活必需品”。然而,在具体判断时人们会遇到困惑。因为在经济的动态发展过程中,奢侈品往往是不确定的。十几年前,大哥大手机被认为是奢侈品,是财富的象征,但是,现在手机已进入寻常百姓家,成为大众消费品。又如,根据消费者主权理论,消费者有权根据自己的意愿选择消费品。在市场经济条件下,市场已细分为高档市场、中档市场和低档市场。当代中国人的收入也已明显拉开了差距。在这种情况下,如果有些消费者选择高档商品或服务(其中很大一部分属于奢侈消费),这种选择是不是可以容许呢?

综合上述分析,我国应该容许奢侈消费在一定的条件下存在和发展,但在当今时代对其必须有所限制,绝不能

提倡和鼓励。

因为,尽管我国社会经济发展取得了较大成就,人民群众生活水平日益提高,社会物质产品较为丰富,但实质上我国目前还不是真正意义上的消费社会,“与典型的消费社会相比,中国的经济能力使其相应的消费方式应当适应于生产社会,但是由于受到西方消费文化的影响,中国居民的消费心理与生活方式又在追随消费社会而出现明显的消费主义倾向。因此目前我国居民的消费既有生产社会的特点又有消费社会的特点”^[17]。这也正与我国目前还处在社会主义初级阶段,还是发展中国家的实际情况是相适应的。但这里所提倡的节俭消费,并不是要抑制消费,毕竟我国经济运行中消费相对来说还是不足的。据国家统计局的资料显示,2003年,我国消费率仅为55.4%,是1978年以来最低的水平。1981年,我国居民消费率曾达到67.5%。到2003年为止,我国消费率呈现持续走低趋势。2005年我国居民储蓄率已高达51%,而全球平均储蓄率仅为19.7%,这不但与发达国家普遍高于75%的消费率相差甚远,就是和一般发展中国家的平均消费率相比,也有一定差距^[18]。在这样的消费水平下,如果继续鼓励百姓储蓄而不是消费,那么盲目的节俭必然阻碍国民经济持续健康的发展。

黜奢崇俭自古以来就是中华民族的优良传统,新中国建国以来,崇尚节俭的观念依然支配着多数人的消费行为,在我国百姓的经济行为中依然处于主流地位。节俭这种观念对于培养良好的道德品格和树立高尚的社会风尚是有益的,对于在困难时间加强经济建设也是有益的;但过于强调节俭,“节衣缩食”,“缝缝补补又三年”,既对经济的发展不利,又不利于人性的健康发展。在经济全球化的今天,特别是在后金融危机时代我们要转变消费观念,既要反对过度的奢侈消费,又要放弃那种“节衣缩食”式的节俭,而是提倡一种适度性消费。1986年12月,邓小平在谈到“企业改革和金融改革”问题时,针对消费与生产的关系,明确提出了“注意消费不要搞高了,要适度”。

适度消费是对传统“节俭”消费观念的扬弃。适度消费观念下的节俭并非是不要享乐的禁欲,不知消费的守财奴式的吝啬,而是清楚地知道个人的真实需要及对财富做到合理使用。适度消费的关键点是如何掌握“度”,居民的消费任何政府都是难以做出明确的规定,因为“适度消费有相对性和动态性两大特征”^[19]。适度消费就是个人消费支出与其收入水平、财力状况相适应的、与全社会平均消费水平相适应的消费观念,同时也是一种在资源的社会供给量为既定的条件下不过多地占用或消耗该种资源的理性生活态度。这就要求适度消费要与生产力发展水平相适应,

(下转 179 页)

将节约融入日常工作,提高办公用品利用效率,提倡使用再生纸;加强公务车日常管理,有效降低公务车油品消耗;鼓励政府机构高层建筑电梯分时段运行或隔层停开;制订发布并执行市级行政单位能耗定额标准;进一步协助中央在京机构做好节能减排工作。完善政府采购应倾向于可再生、可循环利用、通过环境标志认证的产品。

5.6 改造城市实体空间,培育生态文化空间

5.6.1 绿化隔离带的保护与建设

北京的绿化隔离带不仅对于首都局地气候的调节、空气质量的改善起到了重要作用,而且对于培养市民热爱自然的生态文化,陶冶身心起到了重要作用。然而,在城市化浪潮中,却抵制不住城市建设用地的需要,遭到了严重的破坏。这需要政府制订更严格的措施,切实保护好城市的“绿线”。

5.6.2 发展生态建筑,提倡绿色办公

生态建筑亦称为绿色建筑、可持续建筑,是按照生态平衡原理,使人工建筑环境与其所在的自然生态环境和社

会经济环境之间的相互作用、相互协调,从而产生一个相对稳定的互为依存与循环的新型建筑。北京地球村与万通房地产集团开展的“绿色办公楼”项目为北京其他建筑的生态化提供了很好的经验,值得引起重视。■

参考文献:

- [1]胡笋.生态文化[M].北京:中国社会科学出版社,2006:171.
- [2]赵宗彪.论生态文化与建设[J].新乡教育学院学报,2006(12):26~28.
- [3]冯建.林业专家谈竹子和生态文化[N].北京周报,2008-10-23.
- [4]孙冬虎.元明清北京的能源供应及其生态效应[J].中国历史地理论丛,2007,22(1):134~144.
- [5]曾建平.自然之思:西方生态伦理思想探究[M].北京:中国社会科学出版社,2004.
- [6]樊小贤.试论消费主义文化对生态环境的影响[J].社会科学战线,2006(4):315~316.
- [7]秦昊扬.生态治理中的非政府组织功能分析[J].理论与实践,2009(4):83~85.
- [8]葛自丹.论我国非政府组织的自治权及其保障[J].云南行政学院学报,2009(1):78~82.

(上接173页)

随着生产力的发展和进步,消费的水平也要随之而发生变化,消费的“度”不能总是停留在一个固定不变的标准上。否则的话,节俭就会转变成成为吝啬,适度的消费也会被当做奢侈。

消费不仅是个人的经济行为,而且还具有伦理道德的要求,即个人消费也要承担对社会风气的道德责任。为此,在当代中国社会必须抑制奢侈消费,贯彻适度消费的原则。适度消费既是根据社会的平均消费水平和个人的消费能力进行理性消费,又是一个人社会责任感的表现。换言之,适度消费既满足了个体全面发展的需要,又对奢侈消费进行了一定的约束,有利于良好社会风气的建立。在当代中国,对于奢侈品和奢侈消费应当允许其在一定的范围内和一定的条件下存在和发展,但一定要对其有所限制,绝不能提倡和鼓励。要发挥社会主义核心价值观体系在社会消费领域的引导和教育作用,转变社会消费风尚,培养大众健康的消费心态,从而促进和谐社会的建设和发展。■

参考文献:

- [1]沃夫冈·拉茨勒.奢侈带来富足[M].北京:中信出版社,2003:46.
- [2]维尔纳·桑巴特.奢侈与资本主义[M].上海:上海人民出版社,2005:86.
- [3]林白鹏,臧旭恒.消费经济学大辞典[M].北京:经济科学出版社,2000:437.
- [4]中国大百科全书出版社编辑部.中国大百科全书(经济学)[M].

北京:中国大百科全书出版社,1988:1088.

- [5]范玉吉.论奢侈性消费对构建和谐社会的影响[J].东岳论丛,2006(4):95~97.
- [6]尹世杰.关于奢侈消费的几个问题[J].湘潭大学学报,2008(2):14~19,144.
- [7]马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集(第二卷)[M].北京:人民出版社,1995:9.
- [8]伯纳德·曼德维尔.蜜蜂的寓言[M].北京:中国社会科学出版社,8~9,2002:11,16,20.
- [9]凯恩斯.就业、利息和货币通论[M].北京:商务印书馆,1996:318.
- [10]梁达.让“三驾马车”协调拉动中国经济增长[N].上海证券报,2007-10-26.
- [11]马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集(第二卷)[M].北京:人民出版社,1995:240.
- [12]卢梭.社会契约论[M].北京:商务印书馆,1980:89.
- [13]杨亮.礼品奢侈包装风不可长[N].光明日报,2007-02-15.
- [14]梁滨.奢侈消费辩证观:经济学、社会学双重视角评析[J].湖北经济学院学报,2006(4):113~117.
- [15]让·波德里亚.消费社会[M].南京:南京大学出版社,2001:45~46.
- [16]罗伯特·弗兰克.奢侈病——无节制时代的金钱与幸福[M].北京:中国友谊出版公司,2002:213~234.
- [17]陈昕.救赎与消费——当代中国日常生活中的消费主义[M].南京:江苏人民出版社,2003:4.
- [18]何小青.消费伦理研究[M].上海:上海三联书店,2007:271.
- [19]周中之.后金融危机时代的伦理文化建设[J].上海师范大学学报,2010(3):29~35.