

# 当前生态与金融危机的 消费主义解读

赵建民/文

现代西方消费文化本质上是依靠消费信贷支持的，信用消费的规模与扩展的速度远远超过了普通消费者的偿付能力，当这种矛盾积累到一定程度就会产生一堆理不清头绪的呆坏账。

**消**费主义 (consumerism) 一词通常有两种意义，其一是强调消费者权利的思潮与运动，有时也译为“消费者主权主义”；其二是指导一种价值观念和生活方式，核心是人类消费不仅仅是为了满足“需要”(need)，而在于不断追求难以彻底满足的“欲望”(desire)，即把尽可能多地占有和消费物质产品作为个人自我满足和快乐的第一位要求(威斯特夫, 1978)。本文中，消费主义是指它的第二种含义。可以肯定地说，本文中的消费主义是一个贬义词，是加速全球生态环境退化和造成当前愈演愈烈的金融危机的重要原因。

## 消费主义出现的 历史过程

消费主义不是从来就有的，消费主义萌芽并被某些人奉为圭臬不过几十年时间。而在几千年漫长的文明史中，节俭一直被奉为美德。即使在消费主义流行的西方发达国家，其发展早期推崇的也是一种清教徒式的带有禁欲主义色彩的生活方式，甚至吝啬、刻薄如巴尔扎克笔下老葛朗台的“一毛不拔”。就是靠这种节俭甚至吝啬，新生的资产阶级

才取得了封建贵族的胜利，使工业文明走上了历史的前台。

生产力发展是消费主义出现的前提，消费主义是一定社会发展阶段生产组织方式内在矛盾的体现，自出现之初，在漫长的历史时期内，由于生产力水平相当低下，人类只能勉强谋生，为了应付生活中不确定的天灾人祸，只能以节俭为美德。所以说消费主义出现之初一定意义上反映了历史进步性。

任何生产活动都是为了满足人的需求。而人的需求是分层次的，按照马斯洛(Maslow)需求理论，由低到高依次为生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求等五类。其中生理需求、安全需求属于必要需求，社交需求、尊重需求和自我实现需求属于非必要需求。必要需求是维持人的生存的基本的物质需求，非必要需求则侧重于人主观方面的需求。人的生理需求(或必要需求)是有限的，但是精神需求(或非必要需求)的边际却是不断扩张的，因此作为满足人的需求的消费也可以不断增长，或者说人类的经济活动增长无极限。然而，虽然我们说“人类

的需求是无限”的，但这仅是对消费层次而言，指人类的消费类型与种类可无限增长；对于某种具体的消费而言，由于生理机能的限制，其需要的数量总是有限的，超出一定数量后从消费中获得的边际效用将大为减少甚至为负，如营养过剩带来的肥胖与疾病。

而且，由于不是社会中任何一个人都有现实购买力和购买意愿，商品的实际需求还会进一步缩小。但是市场经济条件下，社会生产却有不断扩大的倾向，这使生产者无时无刻不在思考如何把自己的商品销售出去。

商品或服务存在两种类型：低价格弹性，如普通食品，消费量由人的生理机能决定，达到一定水平后不大可能因为相对价格降低而持续增长，因此随着收入水平提高，用于食品的支出将逐渐减少，即恩格尔系数递减；高价格弹性，包括服装、家用电器、汽车、住房等，随着商品价格降低或消费者收入增加，需求量可持续增加，消费量不仅仅取决于人的生理需求，更主要的是主观偏好。正是由于具有高价格弹性的商品，消费主义思潮可以通过对人的主观意识施以无形或有形的压力改变消费

者的偏好。

消费主义出现是西方非理性主义哲学与人类中心世界观发展的必然结果。近代科技和工业革命之前,人类只是自然界的奴仆;在人类的童年和少年时期,只有恐惧地注视着大自然神秘的力量,而无法掌握其中的规律。由于无法了解世界的本质和规律,古人开始崇拜自然和神灵,诞生了各种禁忌与祭祀牺牲仪式,产生了宗教信仰体系。在漫长的生产实践过程中,人类对自然界的认识和把握程度不断提高,改造自然的能力逐渐增强。经过欧洲15世纪以来的文艺复兴、思想启蒙以及科技革命,人类以人文和理性的旗帜为先导,终于将自己从宗教神学、愚昧与盲从的束缚中解放出来;肯定了自身存在的价值与意义,相信通过自己的努力可以改变世界与命运,追求幸福与真理,而不再盲目依赖神仙、皇帝以及超自然的力量。这种对自身需要、价值和力量的肯定,是人类思想史上巨大的进步,可以说如果没有这种肯定,就不会有思想解放与科技革命,也不会有现代文明。

但是,从宗教与迷信的束缚中解脱后,人类却没有找到另外一套认知世界和自身标准,只好以自己的主观意愿或者事物的“效用”认识客观世界或主观世界,理性主义逐渐走向了自身的反面,唯意志论、实用主义等非理性主义哲学盛行。在非理性主义哲学的基础上,随着对自然了解程度的增加、改造能力的增强,人类试图“征服自然”。19世纪以来,人类以科学技术之剑开始了对自然的征伐,人类中心主义即产生于这样一个特定的历史时代,他们认为:作为理性存在物,人是唯一的道德代理,其道德地位优越于其他物种,只

有人类才具有内在价值,只有人才有资格获得伦理关怀,其他存在物都无内在价值,只具有工具价值。非理性主义与人类中心主义的盛行使西方主流哲学丧失了对消费主义的反思与批评能力,助长了消费主义的蔓延。

当然,西方发达国家的芸芸众生或许并不是自愿接受消费主义的,究其原因:

首先,资本和传媒娱乐的结合使消费主义的观念深入人心,在自由自在的消费活动中,大众体会到了一种前所未有的欲望满足感。而这实际上是一种消费异化,消费本来是满足人的需求,而不是生产的需求,但在那个时候的西方国家,人不再是消费的主人,反而成了消费的奴隶。个人必须生活在某个文化社群中才能满足自身的精神需求(社交和尊重的需求),随着消费主义思潮大行其道,坚守“勤俭持家”理念的人将会越来越少。

其次,很多消费活动是社会分工和经济发展的结果。例如,汽车与使用汽车产生的能源消费往往是被迫的。由于生产要素在向城市集中,都市中心区的房价往往远超出一般消费者的购买能力,城市居民开始向房价相对便宜的城郊小市镇转移,这就造成了工作和居住地点的分离以及人口的钟摆式运动,所以这种消费完全是被迫的和摩擦性的。

### 消费主义的生活方式导致了生态环境恶化与当前的金融危机

生产的扩大带来了消费主义的文化,消费主义文化的冲动又促使生产进一步扩大,这两者相作用,使现代市场经济达到了高度发达的生产力水平。但是一些问题也随之出现了。

首先,人类滥用已经掌握的工程技

术能力,对自然界过度索取,从而产生了生态环境问题。其次,现代西方消费文化本质上是依靠消费信贷支持的,信用消费的规模与扩展的速度远远超过了普通消费者的偿付能力,当这种矛盾积累到一定程度就会产生一堆理不清头绪的呆坏账。

尽管仍然存在着上面所说的不如意,但是在歌舞升平、灯红酒绿中的西方世界的普罗大众已经沉浸在消费主义中,而且通过各种渠道,消费主义思潮被输出到广大的发展中国家,使很多人弃节俭若敝履,甚至盲目推崇西方国家的生活方式,丧失了民族自豪感与自信心。在我国,消费主义思潮也广为流行,特别是在青少年中。

消费主义就像可卡因一样具有成瘾性,“二战”以后,消费主义观念已经深入人心,同时,西方国家加大了社会改良的力度,在经济领域普遍采取国家干预政策,在社会领域加强社会保障,以及抵押贷款的刺激,使西方发达国家社会大众的购买力显著增强,形成了“高工资、高消费”甚至“超前消费”的局面。虽然目前金融形势已风云诡谲,但60余年来,西方经济发展还是比较稳定的,尚未遭遇过大的“生产过剩”的经济危机。消费主义已经成为了一种谁也离不开的东西,以至于美欧消费者成为了全球经济增长的发动机,但是与高消费甚至是过度消费相对应的是全球生态环境领域的加速退化。

大量的资源消耗是经济活动中的润滑剂,在已经过去的20世纪中,大肆消耗自然资源的同时又产生了严重的生态破坏与环境污染,以致森林锐减、草场沙化、水土流失、全球变暖、臭氧空洞、酸雨频发、垃圾围城、水体黑臭富营养化、赤潮水华爆发……人类对生态

环境的破坏比过去一切时代还要多、还要大。

消费主义的实质是用最少的经济投入生产出最多的消费品，而不问这些消费品是否是真实需要。即使金属等原材料可能做到循环利用，但是根据热力学第二定律，能源永远都不可能再生。而且不幸的是，由于高工资的影响，在西方国家，修理性行业和物资回收再生行业与从第三世界国家进口商品和资源相比是没有竞争力的，从而形成了“用完就扔”的一次性消费文化。在全球生产要素存在着显著的国别差异的情况下，生产力的布局存在着许多看似合理、实则荒谬的地方。

例如，美国是世界上最大的棉花生产国，也是世界上最大的纺织品消费国之一，但是美国国内几乎没有棉纺织工业，而是将棉花不远万里运到太平洋对岸的中国等东亚国家，在那里纺纱、织布、制成成衣，再运回来，两次跨越太平洋的能源消耗实际上并不需要。而且许多消费活动仅是由于消费者的一时冲

动，事后发现购买的商品并没有多少使用价值，因此凝结在这些产品中的资源与能源的边际效益是很低的，很大一部分都被浪费了。某些过度消费甚至是有危害的，如由于营养过剩，以及汽车文化造成的严重缺乏运动，肥胖及由其导致的心脑血管疾病、糖尿病等竟然成为西方国家最为严重的公众卫生问题。但是数以亿计的人口为减肥发愁的同时，这个地球上尚有多达10亿的人口处于长期饥饿与营养不良的状态中，这是对现实世界莫大的讽刺。

消费主义思潮长期以来是以西方国家宽松的信贷环境为支持的。普通消费者可以借助银行信贷实现自己的消费欲，结果住房抵押贷款、汽车抵押贷款、信用卡透支等等大行其道。商业银行为了保证有足够的资金流对存款客户按时还本付息，通过金融创新，开发出诸如住房抵押贷款证券等金融衍生品。由于金融衍生品融资的低成本性，随着抵押贷款的规模越来越大，为了保证资金流动，以华尔街为代表的整个国际金

融界，都痴迷于金融衍生品，结果是陷入了一场自己制造的“金融骗局”，搞出了一堆谁也不知道真实价值的金融衍生品，即票面价格远远高出其真实价值的债券，但是这些债券并不能带来真实的利润，只能是随着金融资产价格上涨而“溢值”。

但是，金融资产不可能完全脱离其真实价值与社会需求而无限上涨，一旦社会心理发生改变，金融资产的价格停滞或开始下滑，金融衍生品的价格也开始缩水，长期隐匿于金融巨鳄身上的流动性危机就会显现出来，使金融机构经营出现困难，而这更打击了投资者的信心。在资本或商品市场中，交易双方一方所得就是另一方所失，是典型的“零和博弈”，这也造成市场中各个主体缺乏信任、缺乏沟通，都按照自己的“理性”进行决策，一旦市场中有任何风吹草动，必然结果是羊群效应的恐慌（也许只是空穴来风）——抛售，即博弈论中所谓的“囚徒困境”。个人理性加在一起就是社会的非理性，一旦



生产的扩大带来了消费主义的文化，消费主义文化的冲击又促使生产进一步扩大。  
(王亚京摄)

大家都像远离瘟疫一样远离金融衍生品，债券危机就发生了。因为经过几十年的快速扩展，华尔街巨鳄资产负债表中的金融衍生品债券已经成为了不知什么时候可能爆炸的炸弹，或者主动脉上随时可以爆裂的血管瘤，如果华尔街精英不能想出什么“金融创新”来剥离这颗炸弹的话，再多的短期融资也填不平抵押贷款债券这一无底洞。次级住房抵押贷款不过是冰山一角，随着危机的进一步发展，谁也不知道有多少金融资产会灰飞烟灭，寅吃卯粮的消费主义生活方式和经济发展模式可能会最终走入死胡同。

而实际上，克服生态危机与金融危机本身就存在着一定矛盾。保护生态环境就意味着要抑制人类过度的消费冲动，而消费缩减必然会使当代经济陷入生产过剩的危机。而且现代经济生活离不开金融特别是银行信用作为润滑剂，消费与生产停滞就必然造成资金周转速度放慢，银行业呆坏账增加，流动性降低，甚至造成储户发生挤兑风潮，银行最后关门大吉。所以抗御金融危机和经济风险最根本的方法就是扩大消费，而这实际上会进一步加剧对生态系统的干扰与破坏。

### 反思消费主义， 建设中国特色的生态文明

改革开放以来，“消费主义”文化一定程度上推动了我国经济的快速增长。在国际金融动荡的风暴面前，扩大内需也成为我们保增长、促发展的必然抉择。但是在扩大内需的同时切莫陷入“消费主义”陷阱。扩大内需绝不是满足所有社会成员无休止的消费欲望，而是为了促进社会公平与正义，提高中低收入群体特别是广大农民的物质与精神生活水平。中低收入

群体的消费水平还基本停留在必要需求和基本的舒适性和发展需求的层次，这种需求具有较高的边际价值，而且也可以缓解我国普通制造业产销不旺、出口受阻等方面的困难，这也是国家制定“家电下乡”、“汽车下乡”等政策的原因。

但是在制定和执行扩大内需政策的同时，首先要在宣传和文化上反思消费主义思潮，使“以奢侈浪费为耻，以艰苦奋斗、勤俭节约为荣”重新深入人心，特别是牢牢扎根在青少年的思想意识中。使人们认识到消费是为了满足生活需要（need），而不是无止境的欲望（desire），幸福感不会来源于无穷的欲望，而是法国启蒙思想家卢梭所说的“在于欲望的免除”。

在保护老虎和鲨鱼的公益广告中，成龙与姚明都说过“没有买卖，就没有杀害”，推而广之，没有消费就不会有污染和破坏。当然，没有谁反对利用现代科学技术提高人们的生活水平，使生活更舒适、更便利化，但是在一个越来越小的地球，个人的任何消费都有其外部性，我们要追求以最小的生态环境成本满足人的生活需求。鱼翅还是肉皮，别墅、豪宅还是公寓楼，豪华跑车还是公共交通、自行车或者安步当车（视情况而定），其效用没有根本性的差异，但其生态环境成本则不可同日而语，哪一种更文明，应是不言而喻的，绝不会是前者。奢华和铺张浪费的生活方式和民主、平等、进步的时代精神也是格格不入的。

面对愈演愈烈的金融动荡与生态灾难，我们别无选择：只有清算消费主义思潮，做到不把身心的愉悦建立在消费的感官刺激上，把消费看作是为了满足生活需要；追求人与自然之间、人与社会之间、人与人之间的和谐相处；做到

基本消费适量，舒适性消费适度，反对铺张浪费、奢侈性消费、攀比性消费和实际效用很低的冲动、随意消费；国家也应该制定严格的自然资源阶梯式价格和生态补偿机制，通过市场手段抑制人们非理性的消费冲动。

其次，经济发展应力求避免低层次重复建设，淘汰落后生产力。“人们日益增长的物质文化需求”不仅仅是指消费品的数量，更重要的是需求层次和种类，尤其是精神需求，如发展需求、社交需求以及自我实现需求等，在更高的需求层次寻找新的经济增长点。

同时，要充分认识到人的任何消费都会具有外部性。在生产、消费活动中必须坚持3R原则，发展循环经济，减少消费活动的负外部性。通过减量化（Reducing）提高资源利用率，用较少的资源投入达到同样的或更好的使用效果，如通过模块化设计和生产使不同电子产品的电池、充电器等部件互换，既方便了生活也可以减少电子垃圾，模块化设计还可以避免因易磨损的部分受到损害而使整个产品报废，从而减少资源消耗和环境污染。“没有废物，只有放错位置的资源”，“最大的金矿或许在垃圾堆中”，要对生产和消费过程中产生的废弃物分类处置，对可以利用的部分进行资源化再利用（Reusing）；要对消费品的生命周期进行追踪，报废产品中有价值的部分要进行资源再生（Recycling），而不要扔进垃圾堆一埋或一烧了之。总之，在发展循环经济方面我们还有很多事情可以做，这也是潜在的经济增长点。

作者系中科院水利部水土保持研究所“农业资源利用”博士后流动站博士后。