

美好生活视阈下的消费主义批判^{*}

鲁明川

【内容提要】消费主义创造虚假的需要，诱导人们盲目消费，激发了攀比炫耀的心理，产生了商品与符号的拜物教，造成了人的价值世界的异化与扭曲。绿色消费是一种扬弃消费主义的美好生活方式，倡导可持续发展和共享理念，重建消费主体性，满足了人们对优美生态环境的价值追求，彰显出现代美好社会的基本特征。在资源愈发紧张、人与自然矛盾突出、人们对美好生活向往愈加强烈的新时期，人们应积极践行“更少”和“更好”相结合的绿色消费，这既是让我们避免陷入消费主义陷阱、改善人与自然关系的必需之举，也是我们应对全球生态危机、满足人们日益增长的美好生活需要、构建人类命运共同体的现实之需。

【关键词】消费主义 绿色消费 美好生活 可持续发展

作者简介：鲁明川（1981-），浙大城市学院马克思主义学院教授（浙江杭州 310015）。

随着人类社会进入资本主义阶段，资本猛然席卷了全球：一方面，带来了生产力极大发展，人类文明成果不断涌现；另一方面，消费主义作为人类文明的“异类”使得人类社会矛盾不断激化。当代资本主义频发并日益加剧的经济危机、社会危机和生态危机，促使人们对既有生产方式和消费方式进行反思，如何克服消费主义的弊病、推动经济社会可持续发展、促进人们美好生活的实现，是摆在人类面前的重大现实问题。

一、消费主义泛滥与美好生活的消解

消费主义是一种感性化的意识形态，其实质为“资本逻辑刻意制造出来的服务于资本逻辑的附属性意识”^①。消费主义蕴含着资本逐利本性所驱动的对物的贪婪攫取，并在资本主义世界市场的全球扩张中泛滥。美好生活是人的自由而全面发展所要求的生存状态，不仅包含着更高的物质生活需要，也包含着民主、法治、公平、正义、安全、美好生态环境等需要。消费主义夸大消费的功能，鼓吹符号价值，导致民众追捧奢侈品，忽视人的主体性，推崇享乐主义，这些都与美好生活的需要背道而驰。消费主义不仅制约生产力的发展，加速社会贫富分化，破坏美好生态环境建设，而且造成人生意义的扭曲和社会发展的物化，引发人的价值危机，从更深层次上瓦解人们追求美好生活的能力与动力。

1. 虚假的需要：欲求与需要的错置

消费主义是资本逻辑在现实物质生产和消费领域的异化产物。在资本主义生产关系中，消费成

^{*} 本文系国家社科基金项目“金融化生存世界的哲学批判及其中国论域研究”（17CZX014）的阶段性成果。

^① 鲍金：《揭开消费主义的意识形态面纱》，《马克思主义研究》2013年第11期。

为衡量个人生存价值的唯一尺度，将商品符号作为个体身份象征和生存意义的坐标系并表现为非理性消费的狂热，人的需要在消费主义中幻化为欲求和占有。进入20世纪以来，科学技术的飞跃式发展推动生产力水平迅猛提高，西方资本主义社会步入产能过剩时代，但生产社会化和生产资料私人占有之间的矛盾并未解决，周期性经济危机依然频发。资本家纷纷将注意力从生产领域转移到消费领域。他们为刺激人们的消费需求，实现商品至关重要的最后一跃，利用现代传媒工具，鼓吹“符号至上”的消费理念。人们开始对物进行疯狂的占有和肆无忌惮的消费，“从‘节欲’的禁锢中解放出来，‘昂首阔步’走向‘消费社会’”^①，生产和消费的真实目的已被人们遗忘殆尽，虚假的心理满足代替了真实的需要，“无节制的挥霍浪费和放纵无度的非生产性消费”^②，最终导致了异化从物转向了人自身。消费不再是为获取商品的使用价值，转而成为满足占有物品符号和炫耀社会地位的欲望的手段。快乐的来源甚至异化成消费行为本身，而不是需要的真正满足。

消费主义忽视商品的使用价值，鼓吹符号价值，催生大量虚假消费欲望，扭曲商品满足人真实需要的目的。在此过程中，生产与消费脱节，消费固化为资本增殖和扩张的手段，对社会再生产的推动作用大幅减弱。消费主义无助于生产要素的优化配置，更破坏了生产与消费相辅相成的高度统一关系。在消费社会，消费从社会再生产的最终环节被推到经济领域王者的地位，这实际上否认了生产与消费的直接同一性，割裂了生产与消费之间的辩证统一关系。马克思早已明确指出：“生产生产着消费”^③。生产是“实际起点”，创造消费。消费是终点，反过来促进社会再生产。消费主义主张的“消费引领生产”夸大了消费对于生产的作用，表现出忽视生产对消费的支配性作用的倾向。

2. 商品与符号的拜物教：人的主体性的消解

马克思认为，现代社会使人们从“人的依赖关系”中解放出来，形成了“以物的依赖性为基础的人的独立性”，在这一社会形式下，“才形成普遍的社会物质变换、全面的关系、多方面的需要以及全面的能力的体系”^④。同时，资本主义社会中人们对商品和货币的物性依赖，也导致了商品和货币“拜物教”，侵蚀着人的独立性和主体性。在此基础上，让·鲍德里亚将消费社会的症候诊断为一种“符号消费”，批判了资本主义消费社会中的符号拜物教。所谓符号消费，即在消费过程中，除了产品本身，消费者还对产品所象征的美感、档次等符号化的“意义”或“内涵”进行消费。

消费主义促使人的“物欲性”压倒了人的“主体性”。在消费主义思想场域中，个人消费成为主体解放的手段，消费成为人们生活的创造者与宰制者。显然，消费主义将“人的独立性”牢牢绑定于“物的依赖性”，看似自由的消费行为实则是“商品-货币-资本”构筑的符号体系的外在表现。消费主义消解了人的主体性，将无休止消费视为人存在的价值，将物的占有量和消费量作为人的首要追求，消费本身成为目的，造成了消费品和人的异化。一般而言，人们购置物品用于消费，是在于物品的使用价值能满足人们的生理或社会需求。而在消费主义的影响下，物的占有成为身份象征、阶层标识。部分人在消费主义的影响下，其内在主体性和独立性日渐消失，异化成了物品的奴隶。

在消费主义思潮中，商品与符号的消费被奉为圭臬，人的主体性也在商品拜物教中消解，这掩盖了资本主义的矛盾和危机。不幸的是，资本逻辑控制下的人们对这样的危机浑然不觉，依然在进行着无度的消费和无休的生产，人与自然之间的生态危机以及人与人之间的社会危机一触即发。“一切现实的危机的最终原因，总是群众的贫穷和他们的消费受到限制，而与此相对比的是，资本

① 曾建平：《自然之境：“消费—生态”悖论的伦理探究》，北京：中国人民大学出版社，2018年，第5页。

② 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第233页。

③ 《马克思恩格斯文集》第8卷，北京：人民出版社，2009年，第16页。

④ 《马克思恩格斯文集》第8卷，北京：人民出版社，2009年，第52页。

主义生产竭力发展生产力，好像只有社会的绝对的消费能力才是生产力发展的界限。”^① 资本主义日益扩大的工业化大生产带来了产品和商品的极大丰富，资本主义社会也因此进入了物品的“丰裕社会”，但这样的“丰裕社会”并没有给广大工人和普通民众带来多少实质性的变化，生产生活体验的枯燥性和单调性问题依然十分突出。消费也因此成为人们回避根本问题、逃避现实矛盾的重要手段，无视商品的使用价值和自己的真正需要、单纯地通过占有商品和消耗商品来证明自身存在的异化消费也成为“人们为补偿自己那种单调乏味的、非创造性的且常常是报酬不足的劳动而致力于获得商品的一种现象”^②。与此同时，资本主义国家为了缓解“大量生产——大量积压——大量浪费”的生产性危机，维护资本主义存在的合法性，不断加强消费主义的宣传，“通过多种手段刺激与操纵民众的消费，诱使人们把消费的满足当作人的本质需要的满足，以此促进资本主义的生产随着消费需求的增长而不断扩张”^③。

随着消费主义的盛行，“人的精神却呈现出病态症状，人的主体性被弱化和侵蚀……人被‘物’牢牢控制，从而丧失了具有自反性和批判性的主体意识”^④，使人成为被商品和符号支配的“工具性存在物”。人们的消费目标越来越集中于商品的符号象征性，而不是商品的使用价值。在购买和消费行为中，商品的符号价值和符号意义取代其物质性本身成为消费者在构建自身身份认同时考虑的第一要素。

3. 无度的消耗：生态环境破坏的加剧

美好生态环境是美好生活必不可少的一部分。消费主义是资本逻辑控制下的消费异化，在加剧人的异化的同时，也加剧了人与自然关系的异化。消费主义所倡导的“欲望消费”无视资源的有限性，忽视发展的可持续性，已经严重破坏生态环境。生态马克思主义学者詹姆斯·奥康纳敏锐地指出资本主义经济外部性将会导致自然环境被破坏，引发生态危机^⑤。

马克思早已深刻指出，资本主义工业化彻底改变了人与自然的关系，把整个自然界变成了人类满足自身需要的对象。“只有在资本主义制度下自然界才真正是人的对象，真正是有用物”，资本主义的目的“是使自然界（不管是作为消费品，还是作为生产资料）服从于人的需要”^⑥。这导致资本主义生产过程伴随着对自然资源的巨大消耗，造成对生态环境的严重破坏。作为资本逻辑产生的一种意识形态，消费主义催生的虚假消费欲望，远超人们的真实需求与生态承载力，破坏生态环境，加速生态资源的枯竭。在现代消费社会，商品符号价值被不断构建和推崇，人们的消费欲望亦随之不断被激发。商品符号价值的推高加重资源、能源的消耗，最终生态环境持续地遭受破坏，“商品的符号价值开启了消费无休止的追赶模式，社会也进入符号能指下对商品无限占有的状态，这让人类社会赖以生存的生态环境陷入持续恶化的困境”^⑦。在这个过程中，人与自然的关系逐步走向对立。消费主义阻碍了“人—自然—社会”的协调发展。西方发达国家作为典型的消费社会，异化生产和过度消费导致现实的人深陷物质主义的泥潭，彻底忽视人与自然、社会与自然的和谐共生关系。众多西方消费者掠夺性的消费习惯和消费方式，远超出自然的自我修复和自我平衡的能力。“作为消费主体的发达国家既不对其政治理念和生活方式进行反思，又要一味地通过对发展中国家的谴责

① 《马克思恩格斯文集》第7卷，北京：人民出版社，2009年，第548页。

② [加]本·阿格尔：《西方马克思主义概论》，慎之等译，北京：中国人民大学出版社，1991年，第494页。

③ 贾学军：《从生态伦理观到生态学马克思主义——论西方生态哲学研究范式的转变》，《理论与现代化》2015年第5期。

④ 曹东勃：《对消费主义之六重维度的反思性批判与启示》，《中共浙江省委党校学报》2012年第5期。

⑤ 参见[美]詹姆斯·奥康纳：《自然的理由——生态学马克思主义研究》，唐正东、臧佩洪译，南京：南京大学出版社，2003年，第293页。

⑥ 《马克思恩格斯文集》第8卷，北京：人民出版社，2009年，第90、91页。

⑦ 刁龙：《消费主义视阈中生态文明建设的困境与突围》，《内蒙古社会科学》（汉文版）2016年第4期。

来获得其在生态问题上的道德制高点，无疑只不过是抽象的口号和‘虚饰美德’对其民众进行欺骗”^①。高消费势必伴随着高消耗和高排放，加速资源危机，破坏生态平衡，威胁人与自然的和谐共生。不合理的生产方式和消费方式是造成资源枯竭、环境破坏的重要原因。

4. 攀比与炫耀：人的价值世界的异化与扭曲

消费主义作为一种思潮，深刻影响了人们的生活方式，其所推崇的物欲优先、消费至上的理念，具有明显的物质主义和享乐主义特质。消费主义勾起并抓住人们贪图享乐、爱慕虚荣的心理，刺激人们通过任性消费和炫耀消费来证明自己的存在与成功，使其自我感觉良好的虚荣心得到短暂性的满足，制造出幸福的假象。如此这般，便将消费主义粉饰成人们美好生活的标识，并使其固化成人们的生活理想，从而得以大行其道。马克思曾指出，在历史上，个人“对物品的占有同时就表现为他的个性的一定发展；拥有羊群这种财富使个人发展为牧人，拥有谷物这种财富使个人发展为农民，等等”^②。而在资本主义社会，货币成为财富的一般代表，追求货币的欲望超越了多样化的个性追求，消费成为彰显个人财富与成功的直接表现，这就使很多人的消费动机发生了改变，把消费当成了实现人生意、体现个人成功的最重要方式。结果，社会个体原有的多样化生活被挤压成对物质疯狂占有和消耗的单一化生活，即马尔库塞所说的“单向度的人”。

消费主义思潮冲击了人们的价值观。美好生活不仅是物质充裕的生活，更是精神独立和富足的生活。然而，消费主义思潮不断冲击着人们的价值观，造成精神的空虚与认知的物化。首先，人们被卷入资本主宰的异化体系而浑然不知，在消费主义的物欲世界中沉迷并渐次迷失自我、丧失自我，沦为物品符号的“代言人”。价值物化和精神世界空虚成为人们社会生活的典型表征。人们丧失了对纒纒生活的批判与纠偏能力，“精神活动在景观化的情景中逐渐被平面化和物象化而丧失了自身的内在性、丰富性和批判性”^③。美好生活的憧憬和践行渐渐退出了大众的精神世界。其次，消费主义消解了人与人之间原本温情的社会关系。人是社会关系的总和，离开温情脉脉的社会关系，美好生活自然也就无从谈起。消费主义的盛行滋生了一股异化的社会风气，即通过消费来认识和评价人，将人的自身价值与所消费的物品价值相提并论，甚至将物的价值等同于人的价值。人“不由自主地成为了物的工具，在物化的危机中迷失了人的主体性，从而使社会的理性被工具化”^④。最后，物欲的膨胀与消费主义的盛行，导致人们精神世界开始偏离人类文明的演进与发展轨道，再次陷入“丛林原则”的泥潭。这造成“原本丰满的具有‘类’本质属性的人成为建基于消费层次上的感性与欲求需求的‘平面’……人的生命价值与精神意义追求在物质主义和消费主义面前分崩离析”^⑤。于是，人的生活世界与价值世界出现了断裂。

二、绿色消费：一种扬弃消费主义的美好生活方式

显然，消费主义不仅不能给人们创造美好生活，而且还破坏了人们追求美好生活的基础。进入新时代，人们对美好生活的向往更加强烈。消费作为人们社会生活的重要内容，其实现方式直接关系到人们美好生活能否实现以及实现的程度。为此，我国在不断满足人们美好生活需要的现代化进

① 包大为：《从启蒙到解放：马克思主义政治哲学的多元实践研究》，上海：上海社会科学院出版社，2020年，第341页。

② 《马克思恩格斯全集》第30卷，北京：人民出版社，1995年，第173页。

③ 邹诗鹏：《现时代精神生活的物化处境及其批判》，《中国社会科学》2007年第5期。

④ 孙绍勇：《消费主义的内在机理及其意识形态逻辑透析》，《理论学刊》2019年第4期。

⑤ 牛庆燕：《生态困境的道德哲学研究》，北京：中国社会科学出版社，2019年，第48页。

程中，必须充分认识消费主义的弊病，对其积极扬弃，实现消费方式的绿色转变。习近平总书记明确提出要“推动形成绿色发展方式和生活方式”，“倡导推广绿色消费”^①。绿色消费是牵动社会生产方式和生活方式整体性变革的一场深刻转型，既是克服西方消费主义的前述弊端、推动我国高质量发展的正确选择，也是推进新时代生态文明建设、满足人民群众美好生活需要的现实之路。

1. 扬弃虚假的需要，实现从“物的欲求”向“人的需要”的转变

绿色消费把满足人的美好生活需要作为消费导向，这是基于历史唯物主义对现实的人及其现实的生活需要的科学理解。扬弃被消费主义制造出来的虚假消费欲望，实现从“物的欲求”向“人的需要”的转变，从“以物为本”向“以人为本”的转变。首先，美好生活是人民共同的美好生活，为了实现这种共同的美好生活需要，必须更加注重节约和共享。资本主义私有制之下的消费主义一味强调通过购买各种物品来实现财富和资源的私人占有，而不考虑其社会后果和生态后果。实际上，许多虚假的需要造成物品和资源的大量浪费。倡导绿色消费，就是要倡导共享和节约的理念，有效整合碎片化的资源，推广共享消费、共享生活新模式，这既最大化地扩大了社会发展成果的受益面，也最大限度地利用了资源，有效地节约了资源，减少不必要的消费，减轻消费对环境的压力。绿色消费致力于当下每个人在消费需求满足的同时，更有效地节约资源、保护环境，从而使更多的人有满足自身消费需求的机会，不断提高“获得感”和“幸福感”，在经济社会发展中实现自己的美好生活。这既是“以人为本的意义关照，也是以人为本的真实写照”^②。其次，美好生活必须满足人多样化的生存和发展需要。人民群众对美好生活有着多样化、多层次、多方面的需要。绿色消费以此为导向，通过优化供给与适度消费的统一，让人民群众“有更好的教育、更稳定的工作、更满意的收入、更可靠的社会保障、更高水平的医疗卫生服务、更舒适的居住条件、更优美的环境、更丰富的精神文化生活”^③。只有这样，才能避免人的消费异化，确认人作为消费的主体，才能“以一种全面的方式，就是说，作为一个完整的人，占有自己的全面的本质”^④，使消费主体在消费过程中体验消费之“真”、确证消费之“是”^⑤。

2. 扬弃商品和符号拜物教，促进人的自主选择与健康生活

绿色消费不是反对人们消费，而是反对陷入商品和符号拜物教的疯狂消费，更加强调消费主体的自我节制、自主选择，是一种节制欲望、保持清醒、捍卫自主、健康生活的新的生活方式。首先，绿色消费强调适度消费、自主抉择，体现了人的物质满足与精神追求的统一，避免了拜物教驱使下的消费异化。在消费主义的影响下，人们的生活消费被不断地扭曲，无意识地服从于资本的支配，成为一种异化的、畸形的生活方式。正如马克思恩格斯所指出的那样，“资本同 [资本主义前的] 统治关系的区别恰恰在于：工人是作为消费者和交换价值实现者与资本相对立”^⑥，消费不再是满足人的正常需求，而是使人与资本相对立，从而不断超越适度消费的界限。绿色消费主张对于过度膨胀的消费欲望和消费行为有所节制，引导人们“从内心深处时刻克制自身的消费冲动，在诱惑面前保持清醒的头脑，从自身的需要以及生态的视角重新审视自身可能的消费行为”^⑦，以适度的、节制的消费获得心灵的自主和精神世界的独立与富足。其次，绿色消费强调“人的世界”与“物的世

① 《习近平谈治国理政》第2卷，北京：外文出版社，2017年，第395、396页。

② 田月容、赵玲：《论共享理念与消费主义的矛盾及化解之道》，《云南社会科学》2020年第1期。

③ 《习近平谈治国理政》第2卷，北京：外文出版社，2017年，第61页。

④ 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第189页。

⑤ 田月容、赵玲：《论共享理念与消费主义的矛盾及化解之道》，《云南社会科学》2020年第1期。

⑥ 《马克思恩格斯全集》第30卷，北京：人民出版社，1995年，第404页。

⑦ 牛文浩：《生态消费模式：社会主义生态文明建设的必然选择》，《生态经济》2012年第8期。

界”的平衡,关注人与自然的和谐共生,构建一种更加健康的生活方式。通过建立绿色的生活方式,确立人们对于消费全过程的主导权,可持续发展、美丽世界和美好生活才有实现的希望。因此,绿色消费不仅能够维持人与自然之间的生态平衡关系,而且还能建立起新的人类生态平衡关系,对于优化生态资源配置、丰富社会文化的生态内涵以及促进经济社会可持续发展具有重要的现实意义^①。我们的生存、生活的愿望必须彻底战胜无度消费的欲望,扭转消费过程中人与物的颠倒关系,扬弃人在拜物教中的自我异化。绿色消费以满足人的现实生活需要为前提,反对对物的疯狂占有和对符号的盲目崇拜,从而使人们能够摆脱物和符号的精神依赖,过上更加健康的生活。

3. 扬弃无度的消耗,满足人民对优美生态环境的价值追求

党的十九大报告指出:“既要创造更多的物质财富和精神财富以满足人民日益增长的美好生活需要,也要提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境等需要。”^②优美的生态环境既是经济社会可持续发展的基本条件,也是我国新时代美好生活的题中之义。人们通过践行“更少”“更好”的绿色消费,更加坚定尊重自然、保护自然的理念,掌握消费的主动权,扬弃消费主义,推进生态文明建设,这既满足了人们生存的基本需要,也让人们更高层次的美好生活需要的满足有了可能。

资本主义创造了超越以往的文明成果,也带来了前所未有的生态环境危机,引发人们对生态问题的关注。资本逻辑主宰下的消费主义,已经脱离了现实生产的实际,人对自然的占有和挥霍已经超出其承载的限度,消费繁荣的表象下潜伏着重重危机。人们开始意识到,“受消费驱动的生活方式比起人口规模来更是环境破坏的根源”^③。“我们面临着严酷的选择:要么摒弃阻挠把自然与社会和谐发展作为建立更公正社会秩序的最基本目标的一切行为,要么面对自然后果,即迅速失控的生态与社会危机及其对人类和众多其他与我们共存物种所造成的无可挽回的毁灭性后果。”^④在消费方面,必须要抛弃“大量消费——大量浪费——大量污染”的消费理念,充分认识到消费对生态环境的深远影响。“从全球变暖到物种灭绝,我们消费者应对于地球的不幸承担巨大的责任。然而我们的消费却很少受到那些关心地球命运的人们的注意,这些人注意的是环境恶化的其他因素。消费是在全球环境平衡中被忽略的一个量度。”^⑤消费主义造成的生态灾难促使人们以批判性的眼光看待资本主义的消费方式,从人与自然互依共存的整体视角推动绿色消费,从而缓解和克服日益严重的生态危机。

随着我国人民的物质文化生活达到一定水平,“人民群众对清新空气、清澈水质、清洁环境等生态产品的需求越来越迫切,生态环境越来越珍贵”^⑥。因此,必须把绿色的生产生活环境作为我国重要发展目标,促进绿色生产、绿色生活、绿色生态的良性循环。“绿色供给与需求的良性互动循环不仅是经济的新功能和新引擎,也是生态环境质量改善的内生条件,是推动高质量发展的新增长极。”^⑦绿色消费不仅是实现绿色生活的最终环节和直接形式,而且和绿色供给相互促进,反映了人民对优美生态环境的自觉追求,能够“创造同人的本质和自然界的本质的全部丰富性相适应的人的感觉”^⑧。

4. 扬弃攀比与炫耀,推动价值观念的重塑与社会关系的和谐

消费主义的泛滥导致了人们欲望的无限膨胀和人们生活的意义世界的崩塌。生产力的快速发展

① 参见俞世峰:《生态消费需求视角下产业结构转型升级路径研究》,《理论探讨》2015年第4期。

② 《习近平谈治国理政》第3卷,北京:外文出版社,2020年,第362页。

③ [美]戴斯·贾丁斯:《环境伦理学——环境哲学导论》,林官明、杨爱民译,北京:北京大学出版社,2002年,第77页。

④ [美]约翰·贝拉米·福斯特:《生态危机与资本主义》,耿建新、宋兴无译,上海:上海译文出版社,2006年,第17页。

⑤ [美]艾伦·杜宁:《多少算够——消费社会和地球的未来》,毕聿译,长春:吉林人民出版社,1997年,第36页。

⑥ 《习近平谈治国理政》第2卷,北京:外文出版社,2017年,第232页。

⑦ 任勇等:《绿色消费在推动高质量发展中的作用》,《中国环境管理》2020年第1期。

⑧ 《马克思恩格斯文集》第1卷,北京:人民出版社,2009年,第192页。

纵然带来了物质财富的迅猛增长，但也永远无法满足人们没有止境的欲望消费。丹尼尔·贝尔曾指出，资本主义消费“所要满足的不是需要，而是欲求。欲求超过了生理本能，进入心理层次，它因而是无限的要求”^①。克服消费主义的弊病，不仅需要现实生活中倡导适度消费，而且需要在心理层面深刻把握这种消费欲求背后的价值观和动力机制，推动树立正确的消费观乃至价值观。正如弗罗姆所言：“只有从根本上改变人的性格结构，抵制重占有的价值取向和发扬重生存的价值取向，才能避免一场精神上和经济上的灾难降临”^②。可见，必须在精神上戒掉消费主义的“毒瘾”，彻底反思和变革我们的消费方式。这种消费观、价值观的变革是绿色消费的内在动力，也将推动构建更加健康和谐的社会关系。

消费既确认个体的自我存在，也确认了个体的社会存在关系。“这些产品的消费再生产出一定存在方式的个人自身，再生产出不仅具有直接生命力的个人，而且是处于一定的社会关系的个人。可见，在消费过程中发生的个人的最终占有，再生产出处于原有关系的个人，即处在他们对于生产过程的原有关系和他们彼此之间的原有关系中的个人；再生产出处在他们的社会存在中的个人，因而再生产出他们的社会存在”^③。首先，社会化条件下，消费总是在一定的社会关系中进行的，个体的消费总会对他人产生一定的影响。绿色消费既是满足自我需求的利己消费，也是有利于满足社会需求的利他消费，既关系到当代人的生存与发展，也关系到未来子孙后代的幸福。绿色消费以人与自然和谐相处为前提，更加重视当下发展和未来发展的平衡，是一种以消耗最少的资源、产生最少的污染、实现最大的经济、生态和社会效益为原则的消费方式，反映出一种具有高度社会责任感的价值观，这与消费主义的利己主义价值观存在天壤之别。其次，绿色消费意味着对物质享乐主义消费观念和生活观念的颠覆，“反对拥有财富之后挥霍无度，大肆消费，将消费作为炫耀财富和彰显身份的手段”^④，拒绝通过消费行为来评价人们的财富、成就、地位、生活意义。消费主义并不是永远有效的灵魂“麻醉剂”，越来越多的人已经意识到，无止境的消费不会带来真正的快乐和成就感，疯狂消费所造成的内心的彷徨与挣扎反而愈加明显，改变生活的呐喊时常在耳边响起，回归田园的“粗茶淡饭”式消费已悄然成为现代社会一种新的消费风尚。就此而言，绿色消费不仅是人类社会实现可持续发展的一种必然，而且更是人类自觉摆脱消费主义陷阱，迈向人与自然和谐共生、人与人和谐相处、物质生活和精神生活协调发展的一种必然。

三、超越消费主义：绿色消费的美好生活价值

绿色消费作为一种美好生活方式，是对消费主义的积极扬弃，彰显出现代美好社会的基本特征。在全球生态资源日益紧张、生态危机日趋加剧、人们对美好生活向往愈加强烈的今天，消费方式必须进行转变，必须抛弃和超越消费主义，倡导和践行绿色消费，这对满足人们日益增长的美好生活需要、应对全球生态危机具有重要的时代价值。

1. 绿色消费有助于构建兼顾生产、生活与生态的新文明形态

绿色消费显然不是反对消费，正常的消费是社会经济发展的必要环节和助推力。绿色消费不是炫耀非理性的异化消费，而是在一定的生态资源的条件下，人们经过理性选择，根据社会生产、生

① [美] 丹尼尔·贝尔：《资本主义文化矛盾》，赵一凡、蒲隆、任晓晋译，北京：三联书店，1989年，第68页。

② [美] 埃里希·弗罗姆：《占有还是生存》，关山译，北京：三联书店，1988年，第177页。

③ 《马克思恩格斯全集》第31卷，北京：人民出版社，1998年，第112页。

④ 冯庆旭：《生态消费的伦理向度》，《哲学动态》2015年第12期。

活状况和自己的消费能力而确立的消费规模和层次，从而达成生产、生活与生态的兼顾和协调。

首先，就生产与消费的关系而言，“消费，作为必需，作为需要，本身就是生产活动的一个内在要素。但是生产活动是实现的起点，因而也是实现的起支配作用的要素，是整个过程借以重新进行的行为”^①。消费的本意是促进社会有序的再生产。绿色消费旨在避免西方消费主义主导下欲望消费造成的人们正常生活的支离破碎，减轻社会生产的盲目性和无序性，从而为人们提供一种更满足、更舒适的美好生活。

其次，绿色消费更加重视经济活动的生态影响，旨在避免生态危机与社会生产、生活混乱的恶性循环。绿色消费有两大原则：一是够用、不浪费原则，即人在消费时，不应单纯追求欲望的满足，超出自身需求肆意挥霍资源，避免消费准备量远远大于消费的实际量，造成消费品的大量库存甚至变质腐烂，导致生产资源、人力资源、自然资源的大量浪费。因此，人们在消费时绝不是越多越好，而是要根据自己的实际需要和现实条件量力而行，做到适度消费。当然，适度不是绝对的，而是相对的：不同时期不同地域适度消费的“度”是有所不同的，我们需要把适度消费放到历史和现实的情境中去衡量。消费是现实的，同时也是历史的，不同历史时期和不同的社会制度，适度消费的标准差异巨大。资本主义发达国家的“适度消费”标准绝不适用于广大的发展中国家，它们的“适度”是建立在生态资源的大量耗费以及生态环境的严重破坏基础上，表面上看这些发达国家山清水秀、景色宜人，消费似乎都比较“适度”，殊不知这些国家是通过向发展中国家转移生态污染来实现本国的“山清水秀”的。我们所倡导的绿色消费，不是单一维度的适度消费，而是从本国经济社会发展以及全球生态保护的整体着眼，充分兼顾生产、生活和生态三个维度的适度消费。二是适切性原则，即人们在消费时，须充分考虑到当地的资源条件和生态环境承载能力，自己的消费是否适合生态发展的要求。消费不能以掠夺自然资源和破坏生态环境为代价，不能超越自然的限度，透支自然。消费要在人与自然和谐共生的限度以内，适切自然的生态容量，既满足自己的生活需求，也不对生态环境造成太大的压力。

在迈向现代化的历史进程中，我国走出了一条中国特色社会主义道路，形成了经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设“五位一体”的总体布局，创造了人类文明新形态。从这一宏观维度看，倡导绿色消费的新生活也是构建文明新形态的重要努力，它体现了“五位一体”的内在统一关系，凸显了中国式现代化与西方资本主义现代化在文明发展路径上的根本区别。

2. 绿色消费有助于生态资源的公平利用和人类可持续发展

世界不是原子化个体的总和，万物总在相互联系中不断发展变化。就消费而言，显然不能单纯地从经济层面来理解消费本身。消费的发生总会带来一系列的连锁反应。消费也是一种社会权利，不是每个人都可以任意消耗大量的生态资源来满足自身的需求，每个人因自己的社会关系和社会地位的不同，所能支配和使用的生态资源也有所不同。这意味着消费涉及公平正义问题，倡导绿色消费也是推动生态资源公平利用和人类可持续发展的重要举措。

马克思在《资本论》中批判了资本主义国家消费的不公平性，资本家的资源消费量是工人消费的几百倍甚至上千倍。我国是社会主义国家，生态资源的消费绝不像西方发达国家那样，成为少数人的特权。首先，我国的经济制度以社会主义公有制为基础，这是公正消费得以实现的制度保障。绿色消费体现为每个人都平等享有生态资源的权利，任何人不能肆意剥夺他人绿色消费的权利。其次，绿色消费倡导资源的最大节约和最充分利用，反对资源的闲置和浪费，从这个意义来说，绿色

^① 《马克思恩格斯文集》第8卷，北京：人民出版社，2009年，第18页。

消费是一种共享消费。只有将有限的资源能源以及发展成果由人们共享，人们的美好生活需要才能有真正满足的可能。“单个人的存在是偶性的、任性的，亦是贫乏的。只有在个人与他人的共在、共鸣中，个体的消费才能摆脱任性，才能获得无限的惬意与幸福”^①。人们在共享消费中进一步确认自我的社会存在，丰富和发展人的社会规定性，推动社会关系和谐，推进发展不平衡不充分问题的解决和美好生活需要的满足。最后，绿色消费还表现为消费过程的公正。在消费过程中，每个人的消费都不能损害他人和社会生态权益。例如，我们日常消费产生的果壳、厨房垃圾、废旧物品等各种废弃物不可乱放乱堆，我们的行为不能方便了自己、污染了环境、影响了他人的健康。

绿色消费是一种可持续消费。作为类存在的人，一种是以同时代的共时性群体的形式而存在，另一种则是以跨时代的历时性群体的形式而存在。前一种关涉人类存在的当前状态，后一种则关涉人类存在的未来延续。绿色消费不仅保证人类当下生存和生活的基本需求，也直接影响子孙后代未来生产生活境况。一方面，绿色消费强调，今天的消费不能影响到明天需求的满足和发展，不能寅吃卯粮而出现消费的“断裂”。我们要保证生态资源和生态环境的可持续再生产，减少污染严重和有毒材料的使用，保持自然系统的净化能力，给子孙后代留下生存和发展的资源，实现生态资源的代际流动。另一方面，人类是在积累的意义上才有了发展，“前人栽树，后人乘凉”，后辈的福祉得益于前辈的创造，当代人创造绿色消费的新生活方式，不仅会为子孙后代留下宝贵的资源和良好的环境，还会为他们的美好生活奠定良好的基础。绿色消费提倡可持续消费，坚决反对消费主义所提倡的“今朝有酒今朝醉”式的肆意消费。我们要积极承担人类可持续发展的重任，将当下的消费与未来人类的生存、发展和美好生活紧密结合起来，为人类的可持续发展提供资源保障和现实可能。

3. 绿色消费有助于提升生态素养、促进人的全面发展

消费是人的生理和心理共同作用的过程，涉及人的生理、安全、交往和自我实现等多个层次、各个方面。绿色消费不是单一化的消费，而是一种全面性的消费，旨在提升消费层次，扩展消费内容的维度，更好满足人们的物质和精神生活需要，真正让绿色生活成为高品质生活，以此促进人的全面发展。绿色消费的全面性体现在以下两个方面。

一是消费层次的全面性。消费层次的全面性指的是既有关乎生存的基本消费，也有涉及享受、发展的高级消费。人在不同的发展阶段以及不同的社会条件下，消费需求不尽相同，但从人的全面发展以及环境的生态保护来看，绿色消费应该关涉生存、享受、发展各个层次。我们不能将自己的消费停留在生存和享受层次，单纯追求生理的刺激和欲望的满足，还须有关涉个人和社会未来的发展层次。消费的多层化是避免消费异化的有效方式，也是实现人们美好生活的有效途径。

二是消费内容的全面性。消费内容的全面性指的是消费既有清新空气、绿色食品的物质消费，也有著文作画、感受意境的精神消费；既有蓝天白云、绿水青山的实践体验，也有闭目静思、天马行空的思想驰骋。绿色消费除了满足人们日常生活所需的物质需求外，还能提供陶怡情操、提升境界的精神需求。人们走进自然、欣赏自然，既是人们满足物质消费的行动表现，也是人们享受自然之美、提升道德品质的重要表现。人在满足自己物质消费需求的同时，通过学习和传播生态知识、生态旅游和健身等活动，不断提高自己消费的“生态”含量，增强生态意识和生态情感，提高自己的生态修养，促进人的全面发展。

总之，消费作为人们满足生活需要的基本方式，深刻影响着人的生活方式和思想意识。绿色消费作为宣传和践行绿色文明的现实生活载体，有助于“增强全民节约意识、环保意识、生态意识，

^① 赵玲、高品：《消费主义的中国形态及其意识形态批判》，《探索》2018年第2期。

倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，把建设美丽中国转化为全体人民自觉行动”^①。

4. 绿色消费有助于促进构建美好生活的人类命运共同体

当前世界面临严重的生态环境问题。全球性的资源能源短缺和生态危机已经成为世界各国共同面临的重大现实问题。“当我们通过思维来考察自然界或人类历史或我们自己的精神活动的时候，首先呈现在我们眼前的，是一幅由种种联系和相互作用无穷无尽地交织起来的画面”^②。习近平总书记指出：“建设美丽家园是人类共同梦想。面对生态环境挑战，人类是一荣俱荣、一损俱损的命运共同体，没有哪个国家能独善其身。”^③ 当今世界各国、各民族已经形成了不可分割的命运共同体，彼此已形成共生共荣关系。构建人类命运共同体，就是建设持久和平、普遍安全、共同繁荣、开放包容、清洁美丽的世界，其中清洁美丽的世界离不开人们的消费方式从挥霍的、过度的消费主义向绿色消费转型。

倡导绿色消费，促进人民美好生活的实现，体现了中国对全球共担绿色发展责任的态度和作为负责任大国的担当。发达资本主义国家通过不平等的国际经济贸易条例，对广大第三世界国家的生态资源进行掠夺式的消费，造成第三世界国家生态环境的严重破坏。发达资本主义国家鼓吹并在全球推行的消费主义，造成了生态资源的全球性破坏和浪费，导致全球生态危机日益严重。发达资本主义国家理应为此负起责任并采取积极行动，但是它们却制造各种理由逃避责任、转嫁危机，对世界人民的日常生活造成了巨大的消极影响，严重阻碍了人们美好生活的实现。实践证明，无论是贫穷的国家还是富裕的国家，无论是弱小的国家还是强大的国家，在面对生态危机的时候都将不堪一击。中国作为世界上最大的发展中国家，始终坚持“人类命运共同体”理念，积极推动各国在绿色消费领域开展合作，提倡绿色消费，努力打破旧有的不合理的生态资源消费格局，为超越消费主义、推进全球生态治理贡献中国智慧和方案，为推动美好生活的人类命运共同体构建作出积极贡献。

四、结 语

自从工业革命以来，以工业化为核心的西方现代文明历经数百年的发展和全球扩张运动，将人类从传统的农业社会推进到现代的工业社会，带来了人类整体的巨大进步。但与此同时，也产生了一系列不良社会思潮，消费主义便是其中的典型代表，它在全球的蔓延和盛行加剧了人与自然关系的高度紧张乃至严重对立，严重危及人类的可持续发展，甚至对人类整体存在构成威胁。如何在继续推动工业化实现快速发展的同时，维护好生态环境系统的总体良性平衡、促进人们美好生活的实现，是摆在人类面前的重大课题。这要求世界各国必须超越消费主义，倡导和践行绿色发展，推动绿色产业发展、构建共享型的绿色分配体系，实现绿色资源的全民共享、全面共享、共建共享、渐进共享，创造一种人与自然和谐共生的文明新形态。

人的需求是丰富多彩的，消费主义坚持为了发展而发展的病态逻辑，倡导的过度物质消费抹灭了人的需求的真实性和多样性，颠倒了消费目的与手段之间的辩证关系，将手段视为目的，消费从满足人的需要的手段转变成控制人的社会行为的异己力量。人受制于各种消费物，被消费物所奴役，丧失了自身的主体性，过度消费带来的浪费，不仅破坏了生态环境，也威胁着人类的精神家园。为此，必须摒弃消费主义，走出欲望支配世界的消费陷阱和符号消费主义的泥潭，坚持绿色消费，建

① 习近平：《努力建设人与自然和谐共生的现代化》，《求是》2022年第11期。

② 《马克思恩格斯文集》第3卷，北京：人民出版社，2009年，第538页。

③ 《习近平谈治国理政》第3卷，北京：外文出版社，2020年，第375页。

立一种不为物役、精神自在的绿色消费方式，实现消费的工具理性与价值理性的统一。

当前，我国经济发展进入高质量发展阶段，消费作为经济发展重要推动力的作用日益凸显。通过扩大消费、优化消费结构、促进消费升级，有利于消除我国发展过程中存在的不平衡、不充分问题，进一步释放消费拉动经济增长的重要作用。同时，在社会主义制度下，我们要坚决抵制消费主义，反对对自然资源的疯狂攫取和消费品的肆意挥霍。我们既不倡导禁欲主义，不提倡苦行僧式的生活哲学，也坚决反对纵欲主义^①，而要追求生态和谐，将绿色消费融入人们的日常生活中，建立一种新的美好生活方式，确证人的本质发展。“在社会主义的前提下，人的需要的丰富性具有什么样的意义，从而某种新的生产方式和某种新的生产对象具有什么样的意义。人的本质力量得到新的证明”^②，从而促进人们美好生活的实现。

参考文献：

- [1] 杜早华：《消费主义批判研究》，北京：中国社会科学出版社，2021年。
 [2] 唐正东：《当代资本主义新变化的批判性解读》，北京：经济科学出版社，2016年。
 [3] 卢风、王远哲：《生态文明与生态哲学》，北京：中国社会科学出版社，2022年。

（编辑：黄华德）

《马克思主义研究》在线投稿网址

自2020年12月22日起，《马克思主义研究》在线投稿系统网址已更新为：<http://www.mk-szyyj.net>。

《马克思主义研究》创刊于1995年，由中国社会科学院主管、中国社会科学院马克思主义研究院主办，是以专门研究和宣传马克思主义整体理论为宗旨的大型学术理论刊物。本刊一贯坚持以马克思主义为指导，始终坚持政治性与学术性相统一，强调思想性、批判性和创新性，刊载运用马克思主义立场、观点、方法分析重大理论和现实问题的文章，同时积极刊发研究、宣传、阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的文章。本刊第一批进入中国社会科学院名刊工程，现已被收入中国人文社会科学核心期刊、中文社会科学引文索引（CSSCI）来源期刊、全国中文核心期刊、中国学术期刊综合评价数据库来源期刊、RCCSE中国权威学术期刊等目录，并获得“国家社会科学基金资助期刊”“全国百强社科期刊”“期刊数字影响力100强”等多项荣誉，刊物的权威性在国内高校和科研机构得到广泛认可。

《马克思主义研究》编辑部

2022年7月

① 参见李龙强：《生态文明建设的理论与实践创新研究》，北京：中国社会科学出版社，2015年，第377页。

② 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第223页。