

# Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

## 论适度性消费伦理的构建[On the construction of moderate consumption of ethics]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	王, 建辉
Publisher	光明日报社
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-15 08:02:28
Link to Item	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12424/182200">http://hdl.handle.net/20.500.12424/182200</a>

# 王建辉：论适度性消费伦理的构建

王建辉

消费主义是西方发达国家的生活方式和价值观念。在这种消费观盛行了半个世纪后的今天，我们面对的是消费主义带来的困惑和回报。困惑是：更多的消费并没有给人们带来预期的精神满足和有意义的幸福生活。回报是：更多的消费正在给地球造成深重的灾难。要摆脱人类面临的生存困境，我们必须重新选择我们的消费价值观。这就是：建构适度性消费伦理，摒弃消费主义。

消费主义是以 多多益善 为特征的消费价值观

按照美国学者艾伦·杜宁在《多少算够》一书中的界定，消费者社会、消费者阶层是 synonym，主要指按照人均收入或生活方式衡量的世界上最富有的 1/5 人口，是一个以高收入、高消费为特征的群体，包括发达国家的民众以及发展中国家的富人阶层。消费主义指的是以 多买多用多扔 的生活方式和 多多益善 的价值观念为特征的消费观。消费主义不仅是一种时尚的消费方式，而且成为一种渗透到社会文化深处的价值观念，被赋予精神内涵和象征意义。消费数量成为人们衡量成功的标准。拥有不断增多的物品和服务，被认为是最现实的通向个人幸福、社会地位的道路。消费主义的生活方式以美国为发源地，而今已快速扩散到发展中国家，至少在价值观念上已得到广泛认同和推崇：高消费是个人生活 现代化 的标志。

在中国，经过近 30 年的快速发展和对外开放，西方消费主义的生活方式和价值观念在青年中影响日深，物质主义和享乐主义渐成时尚， 多买多用多扔 的生活方式日渐流行。作为中华传统文化精神和优秀民族品格的 节约、节俭、节制 的观念被一些人视为落后和守旧的代名词，我们的社会正日益卷入世界性的消费主义浪潮中。

消费主义给我们带来的精神困惑和生态阴影

人们追求更多的消费，其初衷是满足需求，过上幸福的生活。然而，结果与动机却是相背离的：更多并不等于更好。生活的充实、幸福与更多的消费之间不具有必然的联系。因为，人的需求是永无止境的，当一种需求被满足的时候，另一种新的需求又产生了。需求实际上是无限扩张的，消费再多也不能得到满足；需求也是多方面、多层次的，满足不可能覆盖所有的方面和层次。在代际之间， 必需品 的门槛在不断加高，上一代人的奢侈品逐渐转换成下一代人的必需品，每一代人都需要有比前一代人更多的东西才稍感满足。消费标准在不断提高，生活必需品的标准在无止境地向上移动，社会越来越难以满足一个 体面生活 的标准。并且，现代社会在制造商品的同时，也在不断地制造需求本身。商业电视、广告和公共空间的商业化成为培养新需求的主要动力，它们强有力地、极具诱惑性地兜售着花样繁多的新商品，也兜售着消费主义文化本身。它们把高消费的生活方式作为榜样来描绘，刺激着人们对于更多物品的渴望。 愈多愈不满足 的现实使人们感到困惑，人们能够想象的唯一获得满足的途径就是比现在得到的更多。但是，如果得到比已经得到的东西更多时，我们只会更不满足。在追逐更多的赚钱和消费中，我们不同程度地忽略了家庭关系和团体关系。金钱越来越多，物质越来越丰富，时间却越来越少，孤独感和疏离感越来越强。消费主义的生活方式使人们在社会关系、心理和精神需求方面，减少的甚至比得到的多。物质的丰富与生活的幸福没有必然的关联。

消费主义带来的另一个严重后果是：给人类赖以生存的自然环境造成了巨大的损害。描述消费者社会增长轨迹的上扬消费线，也是对生态环境危害高涨的指示器。消费社会对资源的掠夺性开发、消费后排放的过多污染物，不可补偿地耗尽资源和毒害环境。艾伦·杜宁把世界划分为消费者阶层、中等收入阶层和穷人阶层三个主要的生态等级，指出消费者阶层对资源枯竭和环境恶化应承担主要责任。他认为，消费者生活在一个过度包装、一次性使用、

迅速废弃、不可维修的商品和易变的时尚当中。全球生产体系主要是为了供应最富有的 1/5 的消费者，占世界人口 1/5 的发达国家消费着地球上 40% 到 80% 的各种自然资源，发达国家居民能源的平均消费是发展中国家居民平均消费量的 3 倍，他们的消费主要指向住房、电力、燃料和交通，这种生活方式只有付出巨大的能源和环境代价才能维持。当人们从中等收入阶层上升到消费者阶层的时候，他们对环境的有害影响也发生跃迁。联合国报告指出，如果世界上每个人都像高收入国家的人那样消费，那么还需 2.6 个地球才能满足需求。并且，发达国家在消费了更多的地球资源，给地球带来巨大损害之后，却没有承担起对全球环境所应负的责任。罗马俱乐部在《增长的极限》中考察了决定和限制经济增长的基本因素后得出结论：如果在世界人口、工业化、污染、粮食生产和资源消耗方面按现在的趋势继续下去，最可能的结果将是人口和工业生产力双方有相当突然的和不可控制的衰退。要避免这样的衰退，就必须重新选择包括消费方式在内的生存方式，从追求无限制的“多多益善”的消费主义转向增减相宜、张抑有节的适度性消费。

### 重构 适度性 消费伦理是我们的必然选择

所谓适度性消费伦理是以质量型、生态化、均衡性为基本特征的消费价值观。它主张人类需求与自然需求的和谐、人的物质需求与精神需求的均衡、代内需求和代际之间需求的公正公平，以最终建立物质文明、精神文明和生态文明共存的可持续发展社会为最终目标。适度性消费伦理是对消费主义的扬弃，是对追求消费增长超限性、无度性的批判否定，是人类在更高层次上对自身消费活动的理性约束与规范。适度消费伦理主要包括如下几个方面的内涵：

第一，它是一种质量型的消费，强调增减结合、质量兼顾、物质需求与精神需求协调发展，以提高生活质量为中心。它既不是过度消费也不是消费不足；既反对禁欲主义贬抑消费，又反对享乐主义张扬消费。适度消费观并不反对随着科技进步和经济发展提高消费，但是它倡导的是健康理性的有节制的消费。主张基本的生存性需求应予满足和发展，非基本的享受性、追求时尚的需求应有所限制，对奢侈、浪费性需求应予以制止，对环境代价过大的消费应尽量减少；那些不需要大量不可代替的资源，或不产生重大环境污染、生态退化的消费则可以不断增长，例如科学、艺术、教育、文体活动和社会交往等。适度消费观注重的是生活质量的提高与完善，特别强调精神生活水平的提高，精神的丰富和充实。它在量上应是一种充足而舒适的生活，表现为商品和服务的种类、质量和数量的多样化；在质上是能够满足消费者个性化的要求，提供更多消费选择的自由。

第二，它是一种生态型的、以地球承载能力为限度的“绿色消费”。生态型消费要求我们在生态化原则的基础上安排生活，提倡使用与自然环境和谐一致的“绿色产品”，消费活动应该限制在环境和资源能够承受的范围之内，不突破生态平衡所要求的质的限度。一是不能破坏地球上的基本生态过程和生命维持系统，保护生物及其遗传资源的多样性，从而保证自然资源和生态系统的持续利用。二是消费的增长速度以不超过生态潜力的增长为限。在使用资源的同时，不断对资源的消耗予以补偿，维持资源的使用与保护之间的平衡，防止生态潜力的根本丧失，提倡资源的循环使用。

第三，它是一种均衡性消费，要求人类代内之间以及代际之间的消费公正。生态环境被破坏的根源在于人们拥有的太多或太少，只有在合理的人际消费关系框架下，才会有自然生态的祥和安宁。在富裕国家和贫困国家之间，在不同利益群体之间，应该公平地分享资源的利用效益和承担生态成本，富裕者需求的满足不应限制中等收入者和贫困者需求的满足，应该优先考虑贫困者维持生存的基本需求。发达国家应该承担更多保护环境的义务，率先改变生活方式，限制无限膨胀的消费欲望；同时，向发展中国家提供资金和技术援助，改变世界范围的过渡消费和消费不足两个极端并存的不合理现实。

来源：[http://www.gmw.cn/content/2007-12/12/content\\_703029.htm](http://www.gmw.cn/content/2007-12/12/content_703029.htm)