

# 国内消费社会学研究现状与趋势

——基于 1986-2012 年 CNKI 篇名为“消费社会学”的文献为分析对象

刘占勇

**摘要：**“消费社会”是 20 世纪西方社会变迁的一个重要的显性现象，也是当代理论界的一个热点问题，这个概念最先是由法国哲学、社会学家，让·鲍德里亚在《消费社会》中提出来的，随之西方对消费社会学的研究不断发展。随着我国社会的不断转型，消费性社会对中国的意义也开始增强，消费社会学理论和应用的研究也显得至关重要。其实从 80 年代以来中国的学者已经开始关注这方面的研究，从此消费社会学理论和应用也得到了很大的发展。本文基于对 1986-2012 年期间发表的相关文献为研究对象，从不同角度整理和分析了关于这方面研究的现状和问题，也提出了这方面的展望。相信对消费社会学今后的研究会起到一定的作用。

**关键词：**消费社会学 研究综述 文献分析

## 一、前言

### （一）国外消费社会学发展历程

在二十世纪初，凡勃伦研究了当时美国新兴的上流社会的消费心理，在其著名的《有闲阶级论》一书中，就曾提出过“炫耀性消费”的相关概念，他认为存在于当时的暴发户群体，为了能够更好地融入社会的上层，出现了一种对贵族阶层的盲目的追捧和模仿。在这个问题上，德国社会学家齐美尔在其《都市与心理生活》的著作以及其他论文中，主要分析了消费模式与城市化以及与社会时尚之间的联系，则从另外一个角度分析了休闲阶级的存在，以及休闲消费的场所和状况，将此问题的分析与城市的膨胀结合起来，即城市的膨胀促进了休闲设施的增长，也就促进了休闲消费的产生。两者虽然都没有明确的提出消费社会这一概念，但是却设计到了消费社会中相关的问题和方面，是消费社会以及消费社会学的重要起点。

随着社会的发展至二十世纪五十年代，霍克海默和阿多尔诺作为法兰克福

学派的重要代表指出商品力量在社会中的作用不断地强大，消费逐渐取代生产成为主宰人们的一种方式 and 结构形式，也因此，资产阶级的统治方式开始从影响生产转变为对消费的控制。他们认为这种控制实质上在促进资本增长方面是一种“单向度”过程，而对理性力量则是一种否定。

随着经济的不断发展，到二十世纪六七十年代社会财富的不断积累和丰富，消费社会的形式在社会的各个方面都普遍存在和体现出来，对消费社会的研究也进入了一个黄金时期，鲍德里亚的“消费社会学”的理论和思想就产生这一时期。鲍德里亚著有五本重要的著作，分别是《物体系》、《消费社会》、《符号政治经济学批判》、《生产之境》、《符号交换与死亡》，在其论断中，鲍德里亚将消费社会定义为资本主义的第四个发展阶段，并且运用新黑格尔的辩证方法，解析了这种社会运作的背后逻辑。从鲍德里亚的消费社会学思想中，可以看出其理论具有明显的符号色彩。与鲍德里亚同时期的一些社会学家也各自从不同的角度探讨了消费社会的现实状态和存在的问题，比如，美国社会理论家贝尔解读了西方社会中，大众消费不断兴盛的原因及其特征与后果；布迪厄则从社会和文化的两个视角解释了现代消费的背后动力所在。

八十年代至今，在消费社会的研究中，不同视角的理论不断融入此问题的分析，使该领域的研究呈现出论题广泛、视角繁多以及成果卓著的特点。同时，消费社会学思想及其理论已成为一支重要的理论流派和看待社会问题的视角，与其他的理论流派一起形成了理论上和应用上的争鸣和探讨。

## （二）国内研究总体概况

由于我们国家的国情比较特殊，特别是处在社会的重要转型时期，因此消费社会在中国的研究还不是非常的成熟，但是，随着消费社会特征的不断突出，在这方面的成果也不断涌现。

在著作方面，一个是对经典著作的翻译，比如鲍德里亚的几部著作，另一个就是有关消费社会或消费社会学介绍性、总括性的著作，比如：王宁教授的《消费社会学——一个分析的视角》、《消费的欲望》等，以及罗钢、王中忱的《消费文化读本》。国内消费社会领域的论文大致可以分为社会现实讨论和理论研究两类。

在消费社会学理论研究方面，代表的有：李家新将社会学研究的对象概况为消费与社会环境的关系；消费与社会运行的关系；消费与社会结构的关系三个方面。周显志阐述的消费社会学的研究对象，主要是基于对社会属性的考察，具体包括消费与社会之间的这种内在的必然的联系；消费在整个社会系统中的运行的逻辑及规律。王宁在消费社会学研究方面比较成熟，指出消费社会学的研究的对象或领域包括，消费行为的研究；消费文化的研究；消费制度的研究。

在消费社会学的应用研究方面，李骏、邓国彬从“社会比较、建构‘自我’的群体性认识、狄德罗效应、日常生活的多样化这四种机制的综合运用，分析了当前社会中消费的普遍性和持续性。”对不同群体消费生活方式的研究，有夏建中、张达对白领群体的生活方式进行了社会学的研究，陈文超对农民的消费状况进行了研究。邓演平，蒋继强，李衡对大学生群体消费状况进行了研究。对消费时尚和消费现象研究方面，有对“美女作家”的时尚研究，“青年群体”时尚研究，对“城市闲暇消费”的研究，对“手机短信的消费”时尚研究等等。

### （三）研究的目的

以上概况地梳理了消费社会学的西方渊源，也初步介绍了国内有关社会学理论和应用研究的基本现状，本文为了在此基础上更加全面地了解国内消费社会学方面的研究，对 CNKI 收录到的有关文献资料进行了统计和分类，从中进一步了解当前的文献研究状况。

## 二、研究准备过程

### （一）研究对象的选择

研究文献的选择是以“消费社会学”为题名，以“模糊匹配”为条件，在中国知网学术文献总库，搜索了从 1979 年到 2012 年的有关此类的文章。按此条件搜索的结果如下：共有相关文章 181 篇，其中期刊全文数据库共有 144 篇，中国优秀硕士学位论文全文数据库 30 篇，中国重要会议论文全文数据库 3 篇，中国

重要报纸全文数据库 4 篇。最后根据我们的研究内容进行筛选，同时取一稿多投中的一篇文章，得出我们有效的研究样本共有 162 篇文章。其中硕士论文共有 28 篇，其他论文共有 134 篇。

## **(二)、研究方法**

研究主要采用了文献综述法和内容研究的方法总结出在“消费社会学”方面的研究的现状，从而梳理出有关该主题的研究的脉络，指出其中的研究热点与不足，也立足于当前的社会背景预测今后“消费社会学”研究的方向和重点，设法提出在今后的研究和课题中如何弥补不足和拓展思路。

## **(三) 研究维度**

### **1、维度选择原则**

根据我们研究的需要，尽量将所有的文章纳入到分类的标准中；分类完全立足于文章本身显示的信息，保证信息的真实性；对某一个方面的分类采取统一标准，在小的分类标准下总结出大的分类维度；对分类结果进行量化，以便数据的统计工作。

### **2、研究变量**

根据以上选择本文搜集了文中以下 12 条相关的信息，并在初步阅读文献的基础上，对变量进行了具体化操作：作者职业（有 9 个类别）；作者单位（有 10 个类别）；作者的人数（有 5 个类别）；研究类型（有 6 个类别）；研究对象（有 26 个类别）；研究领域（有 31 个类别）；发表年代（有 34 个类别）；是否有资金资助（有 2 个类别）；是不是译文（有 2 个类别）；研究地域（有 3 个类别）；是不是一稿多投（有两 2 个类别）；论文种类（有三 3 类别）

### 三、研究内容统计与分析

#### (一) 论文年代分布情况

年份	篇数	比例 (%)	向下累加百分率
1986	1	0.6	0.6
1992	3	1.9	2.5
1995	2	1.2	3.7
1996	1	0.6	4.3
1997	2	1.2	5.6
1998	2	1.2	6.8
1999	2	1.2	8.0
2000	6	3.7	11.7
2001	2	1.2	13.0
2002	2	1.2	14.2
2003	5	3.1	17.3
2004	11	6.8	24.1
2005	17	10.5	34.6
2006	18	11.1	45.7
2007	19	11.7	57.4
2008	14	8.6	66.0
2009	20	12.3	78.4
2010	17	10.5	88.9
2011	16	9.9	98.8
2012	2	1.2	100
总计	162	100	

从“消费社会学”年代分布来看，大致可以分为三个阶段，第一阶段是 1995 年以前，共有 4 篇文章，其中 1986 年 1 篇，1992 年 3 篇，中间年份出现了断裂，以及从 1992 年至 1995 年都未有相关文献的研究；第二个阶段是 1995 年至 2003

年，这几年的研究是连续的，每年都有相应的文章出现，但是每年的数量还是比较少，最多的是 2000 年有 6 篇。前两个阶段虽然都有相关文章进行这方面的研究，但是总体数量相对较少，从累加比例项目来看，2004 年以前所有的文章才占文章总数的 17.3%，可见前两个阶段是“消费社会学”的兴起阶段，第一个阶段可以称作萌芽阶段，第二个阶段可以称作起步阶段。第三个阶段是 2004 年以来，这一阶段可以称作“消费社会学”发展阶段，2004 年至 2011 年底，共有 132 篇文章，占总文章的 81.5%，由于我们统计文章的时间截止点为 2012 年 3 月 1 号，所以 2012 年份下的 2 篇文章并不是真正的文章数量，只是 2012 年前 3 个月份所发表的文章数量，从以前和现在的文章数量来看，2012 年底后该相关文章数量也应该在 10 篇以上。

## （二）论文作者情况

### 1、作者单位

单位	篇数	比 例 (%)	向下累加百分比
大学或学院	15	9.3	9.3
大学社会学系（院）、研究所、社会学专业	75	46.3	55.6
大学其他系（院）、研究所、专业	50	30.9	86.5
中国社会科学院社会学研究所	1	0.6	87.1
中国社会科学院研究生院	1	0.6	87.7
省社会科学院社会学研究所	4	2.5	90.2
省社会科学院其他研究所	1	0.6	90.8
省党校	3	1.9	92.6
大学出版社或编辑部	2	1.2	93.8
未注明	10	6.2	100
总计	162	100	

## 2、作者的职业

职业	篇数	比例 (%)	向下累加百分比
教授	13	8.0	8
副教授	17	10.5	18.5
讲师	12	7.4	25.9
助教	6	3.7	29.6
研究员	1	0.6	30.2
副研究员	2	1.2	31.4
教师	2	1.2	32.6
博士研究生	13	8.0	40.6
硕士研究生	51	31.5	72.2
未注明	45	27.8	100
总计	162	100	

## 3、作者人数

人数	篇数	比例 (%)	向下累加百分比
1	137	84.6	84.6
2	23	14.2	98.8
3	2	1.2	100
总计	162	100	

通过以上文章中所显示的信息的统计除了作者单位的 10 篇未注明和作者职业 45 篇未注明以外，在剩下的文章中，我们基本可以看出在“消费社会学”方面研究者的基本情况，从研究单位上看，研究主要是集中在高校，特别是高校的社会学院（系）、研究所或社会学专业，以及其他专业，但是相对来说，中国和省社会科学院社会学研究所或其他研究所研究的数量比较少，作为我国比较重要的社会科学研究中心，对此问题关注还不够。研究人员上，最多的就是硕士研究生和博士生，其次是大学教授和副教授，其他职称和人员也零星有所研究。主要

是学生在这方面的研究比较多，而机构的研究员相对较少，即使教授和副教授职称的老师也为数不多。在作者数量上，主要还是独撰为主，而合著数量所占比例甚少。

### （三）论文主题情况

#### 1、研究类型

类型	篇数	比例（%）	向下累加百分比
理论性研究	10	6.2	6.2
应用性研究	85	52.5	58.6
实证调查研究	36	22.2	80.9
研究综述	9	5.6	86.4
书评	7	4.3	90.7
述评	15	9.3	100
总计	162	100	

#### 2、研究对象

对象	数量	比例（%）	向下累加百分比
两栖消费者	1	0.7	0.7
老年人	2	1.4	2.1
城市女性白领	1	0.7	2.8
城市青年	3	2.1	4.9
中专生	1	0.7	5.6
儿童	1	0.7	6.3
大学生	16	11.2	17.5
农民	8	5.6	23.1
导购员	1	0.7	23.8

知识分子	1	0.7	24.5
农民工	3	2.1	26.6
广告受众	1	0.7	27.3
中产阶级	5	3.5	30.8
城市居民	4	2.8	33.6
流动儿童	1	0.7	34.3
女性	4	2.8	37.1
青少年	2	1.4	38.5
粉丝	1	0.7	39.2
高校老师	1	0.7	39.9
中学教师	2	1.4	41.3
高收入阶层	1	0.7	42
80后	1	0.7	42.7
大众或无明确社会群体	82	57.3	100
总计	143	100	

### 3、研究领域

领域	篇数	比例（%）	向下累计百分比
整容消费	3	2.1	2.1
酒吧消费	1	0.7	2.8
文化消费	9	6.3	9.1
闲暇消费	2	1.4	10.5
生活消费	3	2.1	12.6
人情消费	1	0.7	13.3
非理性消费	1	0.7	14
体育消费	18	12.6	26.6
汽车消费	7	4.9	31.5
新闻传媒消费	2	1.4	32.9

旅游消费	3	2.1	35
时尚消费	4	2.8	37.8
情感消费	2	1.4	39.2
山寨消费	3	2.1	41.3
家庭消费	1	0.7	42
生态性消费	1	0.7	42.7
身体消费	1	0.7	43.4
赝品消费	1	0.7	44.1
商业消费	4	2.8	46.9
手机消费	2	1.4	48.3
消费市场	2	1.4	49.7
食品消费	1	0.7	50.4
娱乐性消费	1	0.7	51.1
教育消费	1	0.7	51.8
信息消费	1	0.7	52.5
消费行为或消费心理	42	29.4	81.9
健康和医疗消费	1	0.7	82.6
住宅和空间消费	5	3.5	86.1
消费结构或消费社会	6	4.2	90.3
过渡性消费或奢侈消费	5	3.5	93.8
消费社会学学科	9	6.3	100
总计	143	100	

从研究类型来看，关于“消费社会学”的研究集中在应用研究和实证调查这两个方面，其文献数量占有所有文章的 74.7%，理论研究、研究综述、书评和述评文章数量相当，数量相对较少，特别是理论研究，作为一门社会学重要的分支，理论研究不够丰富。

从研究对象上，在统计文章中，我们首先立足于文章所针对的研究群体，共有以上 23 类研究群体，如果对其进一步归类的话，可以从以下几个大类进行把握，从年龄上主要有：老年人；城市青年；儿童；青少年；80 后，5 个群体。从

职业上看主要有：城市女性白领；中专生；大学生；农民；导购员；高校老师；中学教师，7个群体。从社会流动上看主要有：农民工；流动儿童，2个群体。从社会阶层上看主要有：知识分子；中产阶级；高收入阶层，3个群体。其他明确的特殊群体主要有：广告受众；城市居民；粉丝；女性，两栖消费者；5个群体。无明确研究对象的有：大众或无明确社会群体，1个群体。研究对象57.3%的文章都没有明确研究的群体，是从社会大众或普通群体的角度来分析的，而在剩下42.7%的能够统计研究对象的文章中，研究的数量在4篇以上的群体排名是：职业上的大学生、农民；社会阶层上的中产阶级；其他明确的特殊群体的城市居民；女性。之所有这些群体受关注，与当前的社会热点，特别是民生话题是分不开的。

在以上31种消费领域的研究中，为了更能直觉地看到研究的分布，对其消费项目进行归类，从消费商品或服务的微观角度上看主要有：整容消费；酒吧消费；体育消费；汽车消费；新闻传媒消费；旅游消费；手机消费；教育消费；健康和医疗消费；住宅和空间消费，共10个方面；从消费类型的中观角度上看主要有：文化消费；闲暇消费；生活消费；人情消费；时尚消费；山寨消费；赝品消费；食品消费；信息消费；情感消费；家庭消费；身体消费；商业消费；娱乐性消费；生态性消费，共15个方面；从消费环境的宏观角度上看主要有：消费行为或消费心理；消费市场；消费结构或消费社会，共3个方面；从消费性质上看主要有：非理性消费；过渡性消费或奢侈消费，共2个方面；从学科建设上看主要有：消费社会学学科，共1个方面。因此，“消费社会学”研究的领域主要集中在中观层面的消费研究上，其次是微观的消费领域，再次就是宏观层次和消费性质的研究上，而在中观层面研究最多的又是文化消费，占6.3%，而微观层面最多的是体育消费，占12.6%，在宏观层面主要研究的是消费行为和消费心理占29.4%。可见对消费社会学的研究领域还是比较丰富的。

#### （四）文章发表情况

##### 1、发表的刊物级别

级别	篇数	比例（%）	向下累加百分比
双核	27	20.1	20.1
南核扩展版	1	0.7	20.8
南核	1	0.7	21.5
北核	32	23.9	45.4
普刊	71	53.0	98.5
学术会议论文集	2	1.5	100
总计	134	100	

从发表的刊物级别来看，文章主要发表在普刊上占有有效文章的 53%，核心刊物占 45.4%，其中北核居多占 23.9%，所以发表文章总体质量并不是特别高，即使核心里面北核也是占多数，其次关于“消费社会学”学术会议也不是很多，只有 2 篇论文收录到相关的学术会议论文集中。

## 2、投稿情况

在统计的有效文章 162 篇中，根据数据库显示的信息，其中有 7 篇文章有一稿多投的情况，占有所有文章的 4.3%。

## （五）文章其他情况

### 1、课题或相关基金资助情况

明确标记有课题或相关基金资助的文章共有 22 篇，占文章总数的 13.6%，没有标记相关资金资助的文章共有 140 篇，占总数量的 86.4%。

### 2、译文情况

有 1 篇为译文，占总数量的 0.6%，其余 161 篇为原创文章，占总数的 99.4%。

### 3、研究地域情况

研究国内文献最多有 157 篇；研究国外的有 4 篇文章；研究国内和国外对比性文章有 1 篇，分别占文章总数的 96.9%，2.5%和 0.6%。

从以上信息可以看出，在研究“消费社会学”方面的课题项目或基金项目相

对比较少，反映出一方面是“消费社会学”方面的文章缺乏比较系统的和重要的课题项目，另外，也反映在学术研究方面对“消费社会学”的资金或财力保障不足。对国外相关文献的翻译数量非常少，从研究地域上来看，国内研究还是集中在对国内社会状况的分析，对国外以及与国外的比较研究相对较少。

## 四、研究基本结论

### （一）消费社会学研究的热点

从文献搜集中发现，1986年开始有关“消费社会学”研究以来，20多年的文章研究的范围越来越广，研究的类型越来越多，研究的成果也越来越丰富，并且随着社会的发展，研究的内容也体现了与时俱进的特点。消费社会学作为一个重要的研究主题逐渐成为学术界的热点话题。研究的主体主要集中在高校的社会学专业或其他专业或者相关的研究机构，可见消费社会学已经得到了学术界的关注和重视，在学术领域研究方面，研究人员也主要是高校的研究生和博士生，以及教授或副教授都在关注此问题。研究类型上多数是应用性研究，部分是理论性研究，研究的对象和领域也比较丰富，比较集中在社会民生问题上的思考，与我国当前的国情紧密联系在一起。文章主要是以个人独撰为主，文章发表以普刊占绝大多数。

### （二）消费社会学研究的问题

#### 1、理论研究不足

无论是任何一门学科的兴起和发展，甚至是分支学科都应该比较关注该学科的理论发展脉络，以及理论方面的研究，理论研究是学科发展的基石，也是进行其他相关应用性研究的前提，只有在科学的理论指导下，才能体现出本学科的性质和特点，才能发挥本学科在社会建设和社会管理方面的作用。而根据我们对20多年的文献的考察，“消费社会学”方面的理论性研究还是相对较少，应该加强这方面的梳理和研究工作。

## 2、研究主体和机构有限

消费社会学的研究群体和机构相对有限，主要集中在高校的社会学专业的硕士和教师，当然消费社会学是社会学的一个分支学科，应该有相对较多的社会学领域的学生、教师和学者进行研究。但是，这并不意味着只有社会学领域的人员才可以进行此相关问题的研究，一种学科和理论的发展应该吸引更多的群体进行讨论。虽然在文献统计中还是发现一部分其他分院或专业的学生和老师也在关注这方面的问题，但是，范围还是不够广泛。另外，教师领导性研究不够，相关的研究机构和研究所还没有形成，这就会导致这方面的研究比较分散，也很难形成系统的、规模的持久性研究。

## 3、研究对象和领域不够系统

研究对象和研究领域方面虽然看似内容很丰富，其实从统计数据来看，连续性研究不足，即对某个群体或领域的研究数量很少，很多都是 1 篇文章，虽然大家都在关注民生社会热点问题中的群体和消费对象，但是，都是根据自己的经验或认知的一种探索，而没有形成对此对象和问题的系列性的考察，也很少有与其他研究人员之间探讨性的对比。这就会出现该研究的一种虚假的现象，表面上范围很大，其实内容的深度不够，也是导致该领域文章质量很难提高的重要因素。

## 4、资金资助不到位

一个新兴的学科的发展，不仅要靠研究人员的不断努力，也应该得到国家或相关部门的支持，特别是在资金方面的支持，这是形成这方面课题性研究或系列性研究的物质保障。而从我们文献调查所反映出的信息来看，在对“消费社会学”方面研究的项目经费支持还不是很多，这也会成为这方面研究一直不能有很大成果的重要原因之一。

## 5、与西方融合不到位

消费社会学作为社会学的一个重要分支，同社会学一样，其经典的理论还都

是来源于西方，那么对西方社会学理论的介绍以及及时关注西方在这方面的研究动态，显得至关重要，而能够很好的体现这一点的，一方面是翻译相关的西方著作，这一点我们已经做出了比较好的成绩，但是这并不是终点，还有很多的工作要做；另一方面就是对西方论文方面的翻译和研究工作，从我们文献调查来看这方面的研究近 20 多年只有 1 篇，可见在西方文献的翻译和介绍方面做得远远不够。不能很好的把握西方的这方面的研究，就很难从别人那里吸取经验，也不利于中西方在这方面的融合，更重要的是对发展我们本土的“消费社会学”理论也会带来不利影响。

## 6、论文数量较少、质量相对较低

虽然，在对消费社会学研究方面的论文数量在呈上升趋势，但是从论文的总的数量上来说还是不容乐观，至今 20 多年的文献总量才有 162 篇，还包括 28 篇的硕士学位论文。再有，从 2004 年现有的文献数量来看，只有 1 年的文献数量超过 20 篇，因此总体上对这方面研究的成果还是很少。另外，从当前的文献研究中我们可以清晰的看到，对“消费社会学”的研究的质量普遍比较低，即使发表在核心刊物上的文章，也大部分是级别较低的北核刊物，双核刊物比较少，特别是社会学杂志上的权威刊物，《社会学研究》、《社会》和《社会学》更是凤毛麟角，当然，一个刚刚兴起的研究领域或学科，难免会出现这种过程，但是从我们文献调查来看“消费社会学”的研究也已经走过起码 20 多年的时光，从时间上来说虽然不能算非常长久，起码也不是刚刚开始，所以，我们还得重视这个问题，不能因为起步而掩耳盗铃，自欺欺人。这就要求我们研究人员在做这方面研究的过程中，尽量追求高质量、高水平，而不是简单的在描述或叙述一个问题，应该将眼光放长远一点。

### （三）消费社会学的发展展望

- 1、消费社会学的研究类型会不断丰富，其中理论研究会更加突出，除了介绍西方社会学理论以外，不断地会在国内的研究中，形成本土的消费社会学理论，甚至会出现多种本土化理论，出现百家争鸣，百花齐发的氛围。
- 2、消费社会学研究主题会不断扩展，形成专门的研究机构和研究团体，非社会

学领域的专家学者会不断参与到该问题的讨论，消费社会学在与其他学科的融合中取得新的发展，一种消费社会学的视角会不断成熟。

3、研究对象和研究领域会对这种民生问题的关注更加明显，也会根据社会的发展形成新的值得关注的群体和领域，由于消费社会学视角的不断成熟，其研究领域会涉及到其他学科的范围，从一种新的视角来诠释其他学科关注的问题。在这方面的应用和实证研究会更加丰富，学者之间的对话和学术或实践问题的持续性研究会不断出现。

4、随着自身学科的发展和队伍的壮大，以及消费性社会不断到来所面临的重要问题，消费社会学的作用会不断得到体现，那么国家对此研究的重视和关注也会增强，课题项目和基金项目会不断增多，这也会不断提高该领域的研究水平。

5、中西方对此问题的融合不断增强，首先是在消费社会学著作和论文方面，国内学者对西方的翻译会增多，其次，西方学者也会开始关注中国的消费性社会和消费社会学的发展，会展开对中国消费性社会的研究，中西方学者之间的对话因此出现，中西方之间的比较研究也因此增多。

6、随着消费社会学的不断发展，它逐渐会成为社会学的重要一支，社会学学科也会不断加强对它的关注，那么有关社会学专业的杂志和期刊会刊登更多质量优秀的这方面的文章。在理论和实践的运用过程中消费社会学方面的成果会以不同的方式出现，其水平在以前的基础上会不断提高，论文发表的质量自然也会提升上去。

\*本文是研究生创新项目“领域与视角：社会学恢复以来文献研究现状”阶段性成果

**作者简介：**刘占勇，中南财经政法大学哲学院，10级社会学研究生。

**文章来源：**作者投稿