

新时期农村代际消费观研究

—80后与父辈的比较

吴元

摘要：在中外经济思想史上存在着三种消费观——节俭消费观、侈糜消费观和适度消费观。本文通过对农村80后与其父辈的比较，探讨了他们各自的消费观，得出80后青年所崇尚的是侈糜消费观，而父辈们则反其道而行之，坚持节俭消费观。这两种观念在现代社会里都属于不合理，不科学的消费观念，并希望新时期的农村农民能学习和发扬适度消费观，使他们的生活和身心能健康成长。

关键词：农村代际 比较 消费观 适度

消费作为社会生活的重要部分，是社会经济生活、文化生活与社会生活的连结点，是经济领域与日常生活领域进行交换和沟通的渠道，而消费观是指人们对消费水平、消费方式等问题的总的态度和看法。与生产观、交换观和分配观一样，消费观是经济伦理的重要组成部分。作为一种观念，消费观是社会经济现实在人们头脑中的反映，但它一旦形成又会反作用于社会经济，并对其产生深刻而重大的影响。

就目前而言，改革的深入和经济的发展，使我国现阶段经济繁荣，商品充足。城镇居民的消费渐渐紧跟国际步伐，逐步上升，然而，中国有8亿多农民，《2009年中国农村经济绿皮书》指出，目前中国农村居民生活消费水平落后城镇居民至少10年，并且城乡居民生活消费水平差距一直处于扩大状态。^[1]这是一个严峻而不争的事实，不能仅仅归结于农村经济水平的低下，购买力不足。关键在于中国农村农民已经渐渐富裕起来了，消费观念却迟迟跟不上进程。如何改变和提高农

民的消费观念就成为一个迫切需要解决的难题。本文主要选取了实施计划生育后的新生代，具有鲜明特点的80后和他们父辈（50-60年代出生）的消费观念作比较以探究他们的消费观念。

—

消费观是人们对消费的基本观点和态度，它决定着人们的消费心理和消费行为，80后父辈的消费特点主要表现在：

第一，勤俭节约，杜绝浪费。勤劳而节俭，是中国农民的典型特点，具体表现为自给自足，自己动手，丰衣足食，能不消费就不进行购买消费，能节省就节省。历来有很多俗语用来描述这种情况，“思前顾后，吃穿常有”，“精打细算，油盐不断”，“粮收万石，也要粗茶淡饭”……节省成为一种习惯，深入人心的观念，剩菜剩饭要吃，电要省，甚至生病也不去看医生，斤斤计较，充满了小农式的朴实与精明。

第二,炫耀式消费偏多,不务实。维布伦在《有闲阶层论》中首先提出“炫耀性消费”的概念,并研究欲望与炫耀性消费之间的关系。他认为,当消费者满足人类基本的物质幸福后,便有余力去进行“炫耀性的消费”,即有闲阶级为了某种社会地位、名望、荣誉而进行的一种对非生活必需品的消费。这种消费指向的往往不是物本身,而是物所承载的地位、身份、品味等,即其符号价值,换言之,这种消费是有闲阶层在名望和身份上的投资。^[2]这和勤俭节约并不冲突,这是身份的象征,有钱要让众人知之。购买一些不务实的现代生活必需品,买完之后即束之高阁,主要功能是用来给人观摩,在旁人艳羡的目光中得到极大的满足。这些人是农村中比较富足的少数人群,总体数量不多,因而农村的消费始终低下,消费观念比较落后。

第三,消费观念简单并且保守,不懂得理财,财商不足。财商(Financial Quotient)一词最早由美国作家兼企业家罗伯特·T·清崎(Robert T. Kiyosaki)在《富爸爸穷爸爸》一书提出。财商是一个人判断财富的敏锐性,以及对怎样才能形成财富的了解。^[3]这和中国广大农村的传统习惯有很大关系,即使有钱也是存在家里或者银行,很少会主动去投资,理财,坐吃银行利息。其中也有很重要的原因在于他们本身的文化素质不高,80后父辈的这一代人,大都经历过十年动荡,很少有高学历的存在。不愿意去主动投资,农村外出打工者数量也显得惊人。

第四,发展型消费比重过大。在农村,教育消费比重和住房消费(给孩子娶媳妇盖房)比重过重,目前而言,高中和大学教育收费花费太大。调查显示:有64.7%被访问户认为一个高中生每年的花费在5000元以上;对于大学生每年的学杂费的调查,有85.7%的回答是在4000元以上,一个大学生每年要花费7000元到两万元,有85.7%的被访问户认为孩子从高中到大学要花掉家里5年到10年的积蓄。另外在住房问题方面,中国人民大学农业与农村发展学院郑风田教授认为,这是制度性障碍。城里人解决这个问题是靠抵押贷款,而在农村却没有。

正是由于有以上的这些特点,才导致农村的主力消费群体之一的80后父辈他们的整体消费水平低下,消费观念落后。适度消费观既汲取了两种消费观的合理营养,又摒弃了其中的不合理因素,是我们应该坚持奉行的消费观。

节俭消费观就是主张人们在消费时应最大限度地节约物质财富,减少甚至杜绝浪费的一种消费观。这是人类历史上形成最早、影响最深、历时最长的一种消费观。可以说,自人类产生到时至今日,这种消费观都或多或少、或强或弱地影响着人们的消费行为和消费方式。而80后父辈的这一代人正是这种消费观念所引导。

二

侈糜消费观这是一种与节俭消费观完全对立的消费观,它主张消费者大量地、无节制地占有和消耗物质财富,以满足自身的需求和欲望。从短期看,在社会总需求小于社会总供给,矛盾的主要方面不是生产而是消费的情况下,奢侈消费对经济发展,尤其是对扩大就业不无益处,但从长期看,它所产生的弊端相当巨大。因此,侈糜消费观是一种既有积极因素又有消极因素的消费观,是一种消极因素大于积极因素的消费观,因而它不可能成为我们奉行的消费观。

而作为80后的农村青年,正是被这一种消费观念所主导。他们也具有自己比较突出的消费观念:

第一,追逐时尚和新潮。马克斯·韦伯认为,“时尚大体上也和习俗一样,都是出自于人们对自己的身份性威信的关注”。时尚提供了一个紧随“大众”的契机,大家借时尚消费以表明他们并没落伍,并在此基础上极力提高自己的消费档次或“品位”,来赢得与其他人不同的声望。80后青年正处于自我需求不断扩张的发展时期,因而希望以新异的消费形象,向社会展示自身成长的成熟;通过消费上的新潮、时尚、前卫来表示自己青春的活力。他们追逐时尚消费目的“主要不在于满足实用和生存的需要,也不仅仅在于享乐,而主要在于向人们炫耀自己的财力、地位和身份。因此,

这种消费实则是向人们传达某种社会优越感，以挑起人们的羡慕、尊敬和嫉妒”。^[4]

第二，消费欲望强烈，消费节奏更快。他们在消费的时候经济因素的考虑更少，很多时候仅仅是购买欲望强烈，购买他们不是很需要的物品，对于购物有一种天生的狂热，所以有“购物达人”，“网购狂”这些贴切的称呼。而“月光族”也正是他们的一种形象的代名词，他们消费节奏的加快也和他们追逐时尚有关系，对于他们使用的物品（手机，电脑等），衣服着装更新换代速度相当快，很多时候往往是按照自己的审美取向来修饰自己，着力于体现与众不同的自我，突出消费的个性化特点。^[5]

第三，消费观念深受广告媒介的影响。当代广告媒介是消费主义文化传播最直接和最有力的工具，是消费主义文化的重要载体。现代的80后青年接触媒介的机会过多，很容易就受到媒介的影响，而80后青年又是喜欢追星的一群人，所以广告商也越来越热衷于请明星进行活动代言，以明星的效应来传达最新的消费理念，以打开市场，获得销售上的重要突破。造成80后青年的过度消费和奢侈浪费。并且部分的80后青年在消费时，存在超出自己基本的需要走向对物质享受的追求，形成依附于家庭的特殊高消费现象。^[6]这是一种很不合理的现象表征。广告对农村青年的消极影响表现为，广告使农村青少年的生活日益脱离真实感变得符号化。越喜欢广告，农村青少年的高消费意识越强，表现为名牌意识、金钱至上和奢侈消费。^[7]

三

适度消费观是以马克思主义消费理论为指导，在继承传统适度消费思想、吸收传统节俭消费观基本内核的基础上，根据我国经济和社会发展的新情况提出的消费观。它既不主张对物质财富一味节约吝惜，又不赞成对物质财富毫无节制地消耗滥用；它是一种使消费者既不为清贫所迫，又不为物质所累的消费观。这种消费观体现了人类的理性精神和道德自律，符合现代社会经济发展

的要求，是一种理想的消费观，是当代社会的主流消费观。

对于农村80后青年所崇尚的侈糜消费观，所应当做的是：加强个人消费责任感的教育。责任感是个体对角色职责的自我意识及自觉程度。80后青年的消费是为了满足自己的需求，这种需求必须是要合理健康的，能促进自己全身心发展的需要。凡事太过则不立，80后青年正是建设国家的新生主力，侈糜只会对其将来的发展造成不利的影 响，个人没有很好的理财计划，盲目消费，不积累自己的资本，未来无论办事还是投资都将举步维艰，应该要根据社会的发展水平和个人的实际情况，注意适度，不仅仅是数量，还有质量；注意在实现生存型消费，向享受型消费和发展型消费转变的过程中，增加精神文化消费。自觉抵制各种错误消费观，尤莫是消费主义的侵蚀，保持健康的消费心态，以利于自己全面发展。

而对于农村80后父辈的节俭消费观，也是我们所不提倡的。鉴于他们的特殊情况，应当要：加强消费知识和技能的教育，要培养发展型的消费观念，积极进行理财。应该通过政府部门或者媒介强化有关绿色商品，绿色消费知识的教育。使消费者掌握更多的消费知识和技能，使其消费生活更加丰富多彩、合理适度，消费质量与消费水平不断提高。当然农村经济水平整体落后也是客观事实，很多农民根本无力消费，但这是国家的经济发展水平决定的，是外部条件。可以随着经济的发展自然得到解决，但是农民根深蒂固的节俭观念是从内里产生的，必须要使其转换这种简单而保守的消费观念，才能转而成为合理科学适度的消费观。

总而言之，培养农村农民适度的消费观是一项任重道远的工作，需要长期的努力和坚持。

参考文献：

- [1] 中国社科院 《2009年中国农村经济绿皮书》，2009年4月15日
- [2] 维布伦（美）《有闲阶级论》 商务出版社 2004年5月1日
- [3] 罗伯特·T·清崎（美），莱希特（美）《穷

爸爸富爸爸》 萧明译 南海出版社, 2008年10月

[4](德)齐奥尔格·西美尔《时尚的哲学》 费勇等译, 北京: 文化艺术出版社, 2001, 72.

[5]何勤勇《思想教育应注意对大学生消费行为的引导》, 《思想教育研究》, 2002, (3) .

[6]李永华等.《大学生生活奢侈吗?》, 《青年研究》, 2000,

[7]梁晓青 陈晓燕《广告对农村青少年消费观的影响》当代经济 2010年第4期

[8]林雪晶《论三种消费观》林业科技情报, 2007年01期

[9]陈维《现代适度的消费观探析》商丘职业技术学院学报 2008年第四期第7卷(总第37期)

[10]周超光《实现我国适度消费的途径探析》商业现代化 2008年第6卷

[11]闫纓《当代大学生消费观研究述评》中国青年研究 2005年01

[12]姜继红《全面建设小康社会视野下的消费观念嬗变》安徽大学学报(哲学社会科学版), 2004年3月第28卷第2期

There are three Consumption concepts in Chinese and foreign history of thought: thrifty consumption conception, extravagant consumption view and moderate consumption concept. By comparison with their parents in rural areas 80s, to discuss their view of consumption, obtained 80s advocating view of consumption of luxury, while the fathers are the opposite, adhered to the frugal consumer mindset. In modern society these two concepts are irrational, unscientific concept of consumption, hoping that the new era of rural farmers carry forward the moderate consumption concept, to make their lives and physical and mental healthy growth.