

中文摘要

随着科技革命的深入发展,全球化现代化趋势的白热化,以消费为主的生活理念也逐渐渗透到生活的各个领域,消费的档次成了人们幸福的重要内容。但是,传统消费主义造成了消费、生产和需求关系的颠倒,造成消费的异化。人们在消费主义的实践中最终并没有得到它许诺的快乐和幸福,而是陷入精神虚无和信念危机的境地。同时造成资源的浪费、生态的恶化、生命质量的下降,严重阻碍了人们幸福的实现。

本文采用历史分析的方法,通过对传统消费主义的批判,从生态伦理的角度考察消费与幸福的关系,归纳生态消费的含义与幸福的伦理原则,并探讨协调生态消费与幸福关系的有效途径。

第一章讨论了消费与幸福概念及其相关性,在此基础上系统考察了简约主义消费幸福观到消费主义消费幸福观的历史演变,归纳传统消费主义的危害性,分析提出消费是实现幸福的重要条件,幸福观对于消费方式有引导性。

第二章从消费和生态的关系中界定了生态消费的内涵。本文认为生态消费是在确立人与自然和谐协调的思想意识基础上,提供服务及相关产品以满足人类的生活需要,提高人类生活质量,同时使自然资源的消耗量最少,使服务或产品在其生命周期内产生的废物和污染物最少,从而不危及后代的需要;要正确处理生态消费与幸福关系应该遵循公正、适宜与可持续三个基本的伦理原则。

第三章从生态消费的生活方式对于个人幸福的意义的分析入手,从个人和社会层面寻求协调生态消费和幸福的有效途径。认为生态消费的幸福要义在新简约主义和绿色生活方式中得以体现;强化公民生态思想责任意识,通过建立一个有机的教育体系,建立全社会范围内的生态道德评价体制,提升公民的环境权利和责任的意识,是实现有效途径的前提;通过加强政府主导者的角色,强化对企业生产经营的生态环境意识,开辟公众和舆论监督的途径等建立完善有效的约束监督机制是其根本保障。

关键词:消费主义;生态文明;生态消费;幸福观

ABSTRACT

With the deepened development of scientific and technological revolution, and the popular trend of globalization and modernization, the consumption-oriented life philosophy has penetrated into all fields. The consumption level has become a component of people's happiness. However, traditional consumerism results in the reversal of the relationship of consumption, production and demand, and also the dissimilation of consumption. People in the practice of consumerism finally do not obtain the happiness and well-being promised by it, but into the situation of nothingness of the spirit and the crisis of beliefs. At the same time, the waste of resources, the ecological deterioration and the decline in quality of life are seriously hampering the realization of people's happiness.

This paper uses the method of historical analysis to criticize the traditional consumerism, investigates the relationship between happiness and consumption from the perspective of ecological ethics, concludes the meaning of ecological consumption, and ethical principles of happiness, and explores an effective means of coordinating the relationship between ecological consumption and happiness.

Chapter I discusses the concept of consumption and happiness and its relevance, on this basis, systematic inspects happy historical evolution from the consumption-happiness view of the simplicity to the consumption-happiness view of consumerism, sums up dangers of the traditional consumerism, an analysis of consumption is an important condition for realization of happiness, happy outlook could lead consumption patterns.

Chapter II from the relationship between consumption and ecological defines in the content of ecological consumption. Ecological consumption is established between man and nature in harmony. It provides services and related products to meet human needs,

improves the quality of human life, makes the least of the consumption of natural resources, and also makes their services or products at their lives cycle produce least waste and pollutants in case not to jeopardize the needs of future generations; to handle the relationship correctly between ecological consumption and happiness should be guided by three basic ethical principles of justice, appropriation and sustainable.

Chapter III based on the analysis of the significance, of an ecological way of life to an individual happiness, this article from the personal and social perspective finds an effective way, to coordinate the relationship between eco-consumption and happiness.

The ecological consumption considered to be reflected in the new minimalism and green way of life. It strengthens the sense of civic duty ecological thought through the establishment of an organic education system, sets up the entire society within the scope of moral evaluation of the ecological system, to enhance citizen awareness of environmental rights and awareness, it is the recondition; also, it strengthens the role of government-led, and strengthens the awareness of the ecological environment of enterprise, and it opens up the way of the public and media supervision and so on, setting up effective supervisory mechanism are its fundamental guarantee.

Key words: Consumerism; Ecological civilization; Ecological consumption; Happy view

原创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的科研成果。对本文的研究作出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本声明的法律责任由本人承担。

论文作者签名： 金小燕 日期： 2009.4.24

关于学位论文使用授权的声明

本人完全了解山东大学有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留或向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅；本人授权山东大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存论文和汇编本学位论文。

(保密论文在解密后应遵守此规定)

论文作者签名： 金小燕 导师签名： 马佰莲 日期： 2009.4.30

引 言

一、问题的提出及意义

(一) 研究的背景

随着科技革命的深入开展，全球化趋势的加强，以消费为主的日常生活理念也渗透到社会的各个领域，财富、消费的档次逐渐成为人生幸福观念的内涵。幸福的内容也渐渐转换为有形的形式，如高档汽车、豪华别墅、名牌西装等可见物或商品等，把占有商品和消耗资源的过程看作是追求幸福的过程，幸福的内涵广泛地渗透到日常消费品之中。“从 18 世纪国家印刷文化发展时起，自觉和认识的投射就已经被媒体表现和抽象需求的冲动定位。资本主义要求消费者对商品产生抽象需求。”^①所谓“商品的抽象需求”，实质上就是商品被赋予超越使用价值的幸福观念。在国家意识形态和商业消费观念的宣扬下，财富成为每个人合法的、不可剥夺的权利，成为幸福生活和美好信仰的组成部分。但是，这种把消费等同于人生追求的幸福生活方式最终给人类带来了幸福的二律背反：诸如生态环境的恶化，道德沦陷，精神萎靡不振，其最终结局是生活的虚无，幸福的丧失。这是传统消费主义的必然结果。

正如唐能赋在《经济伦理学》一书中指出的，“一般地说，消费主义是指人们一种毫无顾忌，毫无节制的消耗物质财富和自然资源。”^②消费主义具体表现为：对物质产品毫无必要的更新换代，大量占有和消耗各种能源和资源、随意抛弃仍然具有使用价值的产品和采用地球难以承受的生活方式，等等。消费主义造成了消费、生产和需求关系的颠倒，消费的象征功能的极端化造成消费的异化，进而使消费主体也发生异化，致使人们在消费主义的实践中，最终并没有得到它许诺的快乐和幸福，而是陷入精神虚无和信念危机的境地。同时造成资源的浪费、生态的恶化、生命质量的下降，严重阻碍了人们幸福的实现。

^① 于德山.当代消费文化的崛起及其反思[J].江苏广播电视大学学报, 2007. (2) .32-37.

^② 唐能赋.经济伦理学[M].成都: 西南财经大学出版社, 1997.255—259.

因此，如何在生态文明的关照下走出消费主义的误区，以及如何看待消费与幸福的关系，使消费回归其合理性的位置，选择合理的生活方式，成为一个亟待解决的问题。

（二）研究的理论价值

1、明晰人类追求幸福消费的内涵

关于生态消费，是指基于对生态平衡的一种需求，使消费行为符合生态的需求。消费对于个人幸福的意义价值，中间有一个桥梁，那就是生态，生态环境的保护中蕴含着实现幸福的因素，所以本文从消费和生态的关系中界定生态消费的内涵，进而走向生态和幸福这一个环节的契合，实现幸福的消费。

2、为生态伦理应用问题的研究提供理论参考

本文是关于消费与个人幸福问题的研究，这个问题涉及到伦理学、社会学、经济学等诸多领域。这一问题从社会学的角度看是个有着传统意义，又不断向前发展的课题；有一些经济学家也论述过有关消费和幸福的关系问题，这种把经济和人生幸福相结合的研究定位，本身就是一种理论上的拓展。但是，从伦理学角度特别是从生态伦理的角度，对于消费和幸福的关系的研究目前国内学界基本上还是空白。本文从生态伦理的视角通过对传统消费主义的批判，试图分析消费与幸福的关系，考察生态消费的意义，探讨生态文明背景下幸福的生活方式。

（三）本研究的实践价值

批判现代社会的消费主义，树立合理的消费观，通过倡导生态消费的生活方式，有助于实现生态文明的实践行为，明确幸福生活追求的起点。

在个人层面：圈定个人幸福的起点，为消费方式的选择和幸福理念的确认提供参考。消费主义把占有商品和消耗资源的过程看成是实现幸福的过程，超越了消费的使用价值，夸大了消费的符号功能，虚假许诺人生的幸福，造成消费主体的异化，束缚了自由的心灵，不利于实现个人幸福。只有剔除消费中的异化因素，发展一种生态消费、绿色消费和适度消费的观念，才会离幸福越来越近，消费也才能成为实现幸福的有效工具。

在政府层面：通过在生态文明的视角下审视消费与幸福的关系，为转变消费方式、实施生态文明建设提供参考。

在社会层面：通过对消费主义幸福观的批判，倡导一种生态消费方式，有助于节约资源、保护环境、促进人的身心健康，形成人与自然、人与社会、人与人、人与自身和谐的良好秩序。

二、研究历史与前沿

（一）国外研究现状述评

关于消费和幸福之间关系的研究，大多散见于研究者关于经济和幸福的研究中，而这些研究者也以经济学家为主，他们认为收入与幸福有着重要的相关性，但是又对财富与幸福的正相关表示怀疑，并开始思考影响幸福的其他因素，诸如道德。

亚当·斯密是传统经济学的开山者，在他的经济思想理论框架里，幸福或者说人类福祉一直是一个核心的问题。在《国富论》里，他并没有将财富作为唯一的研究目标，而是认为人类经济行为的核心价值是社会的和谐与人类福祉的提升。在《国富论》中，他令人信服地论证了人类幸福与收入的关系。他认为，在某一个极限点，高收入对一个人的幸福根本不起作用；斯密将更多的关注投向人类幸福的道德维度。在《道德情操论》，他又进一步指出，真正的幸福是内心平静，而不是财富。可见，在亚当·斯密看来，幸福来自积极的生活和适度的财富，而不是来自懒惰、奢侈和过度的财富。

汤普逊主张从财富分配的角度来增加幸福。他认为拥有了财富并不等于拥有了幸福，要使充裕的财富真正给人类造福，就必须改变财富的分配，财富的多寡不是问题，财富的使用和分配才是问题的关键。

在西斯蒙第看来，为了谋求所有人的幸福，收入必须和资本一同增长，人口不得超过他们赖以生活的收入，消费必须和人口一同增长，而再生产同进行再生产的资本之间，以及同消费它的人口之间都必须成相等的比例。……只要消费的增长才能决定再生产的扩大，而消费则只能根据消费者的收入来加以调节。^①西斯蒙第看到了消费与幸福之间还有社会人口的因素，思考的多维性丰富了研究消费与幸福关系的内容，但是整体上并没有把相关因素挖掘出来。

诺贝尔奖得主、著名的经济学家萨缪尔森给出幸福的方程式是：幸福=效用/

^① 程恩富.消费理论古今谈[M].北京：经济科学出版社，1990.26-27.

欲望。如果你追求的是名与利的最大化,是物质财富获取的最大化,也就是说在这个幸福公式中所取得分母趋于无穷大,那么你就很难感到幸福。如果人的欲望是既定的,效用越大就会越幸福。效用是人从消费物品与劳务中获得的满足程度。按照经济学家的逻辑,消费的各种商品越多,虽然新增加的商品消费的边际效用是下降的,但所得到的总的效用水平确是增加的。为此,人们就会拼命工作,努力挣钱,然后尽情消费已获得最大的满足感,从而使幸福最大化。

自 20 世纪 70 年代,收入水平与幸福感之间的关系引起了经济学家的关注。第一个认真研究幸福数据的经济学家伊斯特林,也是有重要影响的经济学家。他在 1974 年发表了题为“经济增长很大地改善了人类状况吗”的报告,在报告中他推断说:“金钱并不会买来幸福。”并提醒人们幸福与财富之间没有清晰的联系。

法国新马克思主义者让·鲍德里亚在《消费社会》中认为,在个人暴富的历史场景中,每个人都感到幸福生活就是更多地购物和消费,消费本身成为幸福生活的现世写照,成为人们互相攀比、互相吹嘘的话语平台。人们希望借助所购买的东西来确定自己是怎样的人。在消费社会里,大众就在一系列的连篇累牍的记号、影像万花筒面前,被搞得神魂颠倒,找不到任何固定的意义联系。^①让·鲍德里亚在批评消费社会得出这样的结论,消费已经不是对实物的吸收和使用,而是积极建立现实与幸福的一种平衡关系。

西托夫斯基在《不快乐的经济:人类满意度的心理学》中认为,很高水平的财富可以带来持续不断的舒适,从而会妨碍那种因不完全的,时断时续的期望得到满足时所带来的乐趣。

弗兰克在《奢华热》(1999)中强调,持续增加的收入和消费与幸福之间没有关系。Carol Graham (2005)在有关研究中指出:“跨国和跨时研究表明,人均收入的增加和平均幸福水平几乎不相关或即使相关也很小。”^②

在《幸福与经济学》中,瑞士苏黎世大学经济学教授布伦诺·S.弗雷等不仅从经济学的角度探讨了经济因素(收入、失业、通货膨胀、消费等)对幸福的影响,而且更多汲取了心理学、社会学和政治学的研究成果和分析范式,对幸福研究做了有意义的拓展。其基本观点是:影响幸福的因素包括收入(包括国民收入和个人

^① 迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M]. 刘精明译.译林出版社,2000.21.

^② 田国强、杨立岩.“幸福—收入之谜”的一个解答[J].经济研究,2006(11).

收入)、通货膨胀、就业、分配以及自由交易等经济因素,也包括婚姻、家庭、团体、民主参与、公共政策等行为。

路易吉诺·布鲁尼、皮尔·路易吉·波尔塔主编的《经济学与幸福》是2003年在米兰的幸福与经济学国际会议的文集学术会议的论文结集。其中 Robert H.Frank 在他题目中提出的问题(人类幸福与绝对收入有关吗),是这样总结的:绝对性收入的增加并不能带来幸福,反而是在炫耀性消费品上的消费越少,我们会有更多的时间和精力去保持干净、安全、舒适的环境。我们对时间和金钱进行再分配可能会赢得更健康、长寿并且更满足的生活。

总的来说,国外研究有以下几种观点,第一是认为消费与幸福是正相关的关系;“证据有力显示,个人满意度随着国家经济水平的发展而提高。”^①第二种是认为消费与幸福是负相关的关系。(Easterlin 悖论)第三种存在一个与非物质初始禀赋正相关的临界收入水平,当收入尚未达到这个临界水平之前,增加收入能够提高社会的幸福度;一旦达到或超过这个临界收入水平,增加收入反而会降低总体幸福水平,导致帕累托无效的分配结果。第四种观点是认为持续增加的收入和消费与幸福之间没有关系。第五种是在消费与幸福研究中引入了一些中间变量,譬如性格、遗传、教育、家庭、政治民主、社会经济等等。

(二) 国内研究现状

耿丽萍在《生存与消费——消费、增长与可持续发展问题研究》中指出,人生的目的并非是追求越来越多的收入,消费越来越多的商品,过越来越奢侈的生活。相反,更多的闲暇、更健康的身心和更安全与稳定的生存状态,或许是更多人所追求的幸福目标。^①

傅红春认为,幸福取决于欲望得到满足。因此,我们在比较不同人群的幸福指数时,也要比较他们的欲望。欲望不能说越大越好,也不能说越小越好。欲望应该是健康的、正常的、符合主流价值判断标准的。有一些调查说,贫穷国家民众比富裕国家民众更幸福,中国乡村居民比城市居民更幸福。我们不应该忘记,他们的欲望是不一样的。而哪一种欲望更健康、更正常、更符合主流价值判断标准,是不难区分的。在这里,收入和幸福之间“棘轮效应”表现为,民众更向往

^① 耿丽萍.生存与消费——消费、增长与可持续发展问题研究[M].北京:经济管理出版社,2004.22.

从穷国流向富国，从乡村流向城市。傅红春批判完全否定收入和幸福之间的关系，或者甚至于将收入和幸福之间的关系，描述成完全是一种方向相反的关系。如果进而否定 GDP 增长和经济发展水平的关系，是非常危险的认识和行为。他认为要提高幸福指数，还需要提高收入水平，需要“聚精会神搞建设，一心一意谋发展”。

田国强和杨立岩基于相对收入理论，构建了一个规范的经济学模型，利用经济学中最为基本的帕累托最优的概念来解释幸福收入之谜。存在一个与非物质初始禀赋正相关的临界水平，当收入尚未达到这个临界水平之前，增加收入能够提高社会的幸福度；一旦达到或超过这个临界收入水平，增加收入反而会降低总体幸福水平，导致帕累托无效的配置结果。^①

梁捷在《幸福指数：中国人幸福吗？》中指出，收入水平和幸福，不是正相关，也不是负相关，而是不相关。从社会整体来看，炫耀性产品或奢侈品不仅是资源的浪费，而且会减少社会成员的总体幸福感。^②

除此之外，以消费、消费主义为议题讨论幸福的文章也频频见诸于报刊杂志。主要包括以下几个方面：把对消费主义的批判和环境保护结合起来，或者讨论消费伦理和生态平衡；探讨消费的人本理念，消费主义的生存代价；把幸福与经济学联系起来，讨论消费与幸福的关系问题；等等。

国内研究与国外相比，中国学者在这个问题的研究上极少完全否定消费和幸福的关系，大多都肯定了两者有一定的相关性，这说明中国对于“发展是执政兴国的第一要务”理念的认识比较深刻。中国学者在肯定消费是实现幸福的前提条件外，更重视现实生活中的道德在幸福中的重要作用。但是，中国学者对于消费主义及其危害的剖析不如西方学者深刻。毕竟，在中国，全面消费主义的时代还没有真正到来，但出现的问题在中国却日益明显，这还需要我们对西方的理论成果进行充分借鉴，并加以运用。

（三）存在的问题

综上所述，众多学者对消费和幸福的关系作了一些有价值的探索，大多都是从经济学、社会学的角度阐释的。从伦理学，特别是从生态消费的角度，分析生态

^① 傅春红.满足与幸福的经济学[M].上海：上海人民出版社，2008.15。

^② 梁捷.幸福指数：中国人幸福吗？[M].广州：中山大学出版社，2007.202。

消费对于个人幸福的地位和重要性的研究还有待进一步研究。消费与幸福的统一性如何发挥效用,消费与幸福的矛盾在哪里,以及生态消费对个人幸福的实现有什么作用,简约生活的方式是否具有可操作性和可行性等问题有待于进一步研究探讨。本文在这些方面做一些分析,希望能够给这方面的研究以一定参考。

三、研究方法 with 结构安排

本文采用历史分析的方法阐释消费与幸福的关系,剖析消费主义的本质及其对幸福的影响,归纳消费与幸福的相关性和选择效应关系。其次,坚持理论与实践相统一的原则,倡导一种生态消费的生活方式,并着重归纳这种生活方式对于个人幸福的意义。

具体地说,主要采取以下方法:

第一,文献分析法。主要有涉及消费、消费主义和幸福的关系的专著和论述进行阅读和分析,以求对本文的研究提供借鉴。

第二,历史和逻辑相统一的方法。在历史的线索中把握消费主义以及消费主义的影响,并且就社会问题的解决赋予生态消费以历史责任的定义,选择适合历史时代发展的生活方式,实现个人幸福。

第三,伦理学与经济学相结合的方法。本文是在生态文明视角下对消费与幸福关系的思考,在分析过程中把研究重点放在生活消费和个人幸福关系上,这样在分析消费与幸福关系过程中,舍弃了对于生产消费与社会整体幸福的考察。所以,本文在这一论题的研究只是做了部分尝试。

本文的内容包括三章,具体安排如下:

引言,提出问题,系统阐述国内外学者对于该论题的研究,明确本文的写作任务和意义。

第一章,对消费与幸福关系的历史反思。探讨消费和幸福概念以及消费与幸福的关系;讨论消费幸福观的历史演变。

第二章,讨论生态文明的历史必然性,以及生态消费与幸福的关系;探讨正确处理生态消费与幸福关系的伦理原则。

第三章,讨论倡行科学的生活方式的必要性;从公民的道德责任意识和约束监督机制方面,探讨实现生态消费与幸福相协调的有效途径。

第一章 消费与幸福关系的历史考察

幸福是人类亘古永存的主题，人类生存发展的过程就是追求幸福的过程。在人类历史发展的进程中，存在两种消费幸福观。在农业社会，人们奉行的是简约主义消费幸福观，崇俭是一种德性，是至善的重要内容。随着工业化时代的到来，科技革命推进了生产力的快速发展，拥有并消费更多的物质财富和消费品被视为幸福的象征，即消费主义的消费幸福观。但是，这种消费主义的幸福观带来了生活方式、生产方式等各方面的变化，加剧了资源危机，也导致人类精神的疲惫空虚，这给我们敲响了历史的警钟，促使我们重新思索消费与幸福的关系，倡行一种科学的适宜消费幸福观。

一、消费与幸福及其关系

（一）幸福

一般认为，幸福是指人的需要和欲望得到满足时的快乐感受和体验。早在 2000 多年前的古希腊亚里士多德就揭示了幸福的性质，“我们说为其自身来追求的东西比为了他物的东西更为完善，那从来不因为他物而被选取的东西更为完满。总而言之，只有那些由自身而被选取而永不为他物的目的才是最后的，看起来，只有这个东西才有资格作为幸福，我们为了这自身而来选取它，而永远不是因为别的什么。”^①在亚里士多德看来，幸福一种心境的满足，幸福是人的终极追求和归宿。

中国古代儒家哲学也认为，幸福主要在于人的内心，追求幸福的过程是道德完善的过程。“反身而诚，乐莫大焉”、“仁者无忧”，德性是人生的归宿，精神上尤其是仁爱品质的内化，才能实现真正的幸福。

17 世纪的培根提出“全体福利说”，费尔巴哈的“个人幸福与社会幸福”以及边沁的“最大多数人的最大幸福”，都是在提幸福的范畴问题。本文提到幸福一词一般是指个人的人生幸福，只要是符合核心主流价值观的幸福内容，推动追求幸福的过程，其结果必然是有利于社会的整体幸福的。1999 年出版的《辞海·普及本》对幸福的定义：“幸福是在为理想奋斗的过程中以及实现了预定目标和理想时

^① 亚里士多德. 尼各马伦伦理学[M]. 苗力田译. 北京：中国人民大学出版社，2003.10.

感到的满足状况和体验。”^①

幸福的概念里有物质的因素，也有精神的因素，但这两种因素的地位是不一样的。幸福是主客体相互作用关系的产物，人们的追求有物质的满足，也有精神的满足，但是，幸福境界应该是在满足物质后精神方面的满足。一方面，人是动物，决定了人不可能摆脱动物在感官上的需要，但另一方面，人是处于社会关系中的人，人类永远不会把自己对幸福的追求定格在动物的水平上。“快乐和幸福的久暂与其等级的高低成正比：快乐和幸福越低级，其心理体验就越短暂；快乐和幸福越高级，其心理体验就越持久。……快乐和幸福越强烈、越持久、越迫切、越确定越纯粹，越具有增值性、增进社会和每个人利益越多，其价值就越大。”^②正是从精神幸福的意义上，我们说幸福的实质境界不在于物欲享受，幸福不完全取决于客观外在生活条件，从一定意义上说，它是一种可以由主体自我把握的东西。

幸福是多方面因素共同作用形成的生活状态。首先，人是自然中的人，人的生存以及生命的保全离不开自然环境。新鲜的空气、洁净的水源、健康的体魄是实现幸福的前提和根基，是个人迈向幸福的第一步。

其次，个人从属于社会最小的单位是家庭，所以和睦的家庭是决定幸福的主要因素，特别是婚姻的美满。

再次，工作的满足是幸福的重要内容。每一个人技能的实现是自我价值实现、得到社会承认的主要途径。意大利著名作家乔万尼奥里在其历史小说《斯巴达克》中讲道：“劳动是产生一切力量、一切道德和一切幸福的威力无比的源泉。”愉快与幸福感是伴随着劳动的过程而产生的，在劳动中体验力量，体会个人的价值，同时为别人和社会所承认，这种满足感和愉悦感在劳动中得到永续的存在，而不是像感官的愉悦迅速离开。

最后，友情的温馨和默契是实现幸福的重要支柱。古希腊伦理学家亚里士多德说：“如果想做最幸福的人，这是出于其自身善良悦人的天性，其友人亦是。有一个挚友则必然是其愿望之一。渴望得到的必须得到，否则便成为缺憾，因此，向往幸福的人需要品格高尚的挚友。”^③拥有一个或几个挚友，是人生情感慰藉所

^① 傅红春.满足与幸福的经济学[M].上海：上海人民出版社，2008.3。

^② 孙英.幸福论[M].北京：人民出版社，2004.215。

^③ 陈瑛.人生幸福论[M].北京：中国青年出版社，1996.438。

在。人在情感脆弱的时候或是在兴奋的时候，都是需要朋友的，这样生命的天空才会更广阔，幸福的色彩才会更绚烂。

总之，对于幸福的追求，不是物欲的满足，重要的是身心安康，提高生命的质量，修心养性提升精神的境界，获得审美的愉悦和心灵的安宁。

（二）消费

“消费”一词，是经济学范畴。它是指“人们通过对各种劳动产品的使用和消耗；满足自己需要的行为和过程。”广义的消费包括生产消费和生活消费，生产消费是指，物质资料生产过程中的生产资料和活劳动的使用和消耗；所谓生活消费，“是指人们为满足个人生活需要而消费各种生活资料、劳务和精神产品的过程和行为。”^①本文所提到的消费是指生活消费。是指人们为满足个人的需求，对产品或劳务选择的行为过程。具体地，消费表现在自然、社会、生态三个属性上。

从消费的自然属性来看，人们对于消费品的需要是从消费品的功能性，即商品或服务的使用价值这一层面来分析的。对于消费的自然属性的消费过程，主要是满足人们生存意义上的需要。人们的衣食住行这些最基本的生存需要，必须和自然交换物质和能量，而消费就是一个中转站。通过消费这个中转站，人们能够健康而又方便地维持着生命活动的进行。维持生命和保持健康是消费属性首先要满足的。

随着工业化进程的推进和科技革命浪潮的兴起，社会生产力得到极大的提高，消费的自然属性满足人们基本的生存活动已经不是主要追求的目标，如何使人们生活的更方便、更健康、更舒适、更个性成了社会发展的动力。因而，对于消费的社会属性的期待和追求就成了消费的主要属性。消费的社会属性突出表现是符号性。当消费不仅仅是为了生存需要时，商品逐渐成为某种社会地位、生活方式、生活品味和社会认同的符号。

狄希特认为，在物内有“精神”存在，一方面是人，另一方面是产品、财物、商品。此两者不断地相互作用，同时保持着有生产的关系。人们把自己投射到各种商品中，实际上购买和消费方式的选择是自我人格的表现。^②譬如买车，实际上

^① 林白鹏.消费经济词典[M].北京：经济科学出版社，1991.1。

^② 姚建平.消费认同[M].北京：社会科学文献出版社，2006.31。

是买进自己人格的延伸部分。人们对自我阶级阶层的社会定位、社会地位的归属以及审美品位个性化的这种追求，是主体的心理要求，这是人生完满和人格完善的组成部分。消费的客体不再是纯粹的客观存在，而是已经蕴含了消费者的主观愿望，具有一种象征意义、符号意义。“在消费中，物主体化了”。^①

消费的生态属性是贯穿消费始终的，只要消费一经产生，消费的生态属性就存在并发挥作用，在任何社会形态，消费的生态性都关系着人类生活方式的选择以及生活质量的状况。自然环境的质量直接影响着人们的消费质量。大自然提供的空气越清新，水源越干净，人们在饮食等物质方面和精神方面越能得到充分的满足。同时，优美的自然风光能够开拓人的胸怀，陶冶人的情操，而且能启迪人的思维，发展人的体力智力，有利于人的身心健康和全面发展。总之，消费的生态属性对于人生幸福的实现至关重要。

首先，消费的过程是满足人类自身生存发展的需要，消费本身是人类生存方式的具体表现。消费作为维持人类生存和发展的重要生活方式，需要参与到生态系统的物质、能量交换和信息传输中来，人类的消费行为是生态系统中新陈代谢的一个重要环节。其次，消费不是单纯意义上单线的消费，消费还蕴含了一种具有可持续发展的内在要求。科学的消费有利于消费者个人的身心健康，有利于自然环境、资源的可持续发展，有利于生态循环的良好运转。一方面，人类对于物质和能量的开发和消耗，必须在资源和环境可承受的范围之内进行，而不是过分开采或是只注重眼前利益和当代人的消费需要；另一方面，人们将排出物和废弃物返回自然生态系统时，要考虑生态系统可支撑力的范围，否则将引起生态系统的失衡，破坏人类生活的环境，甚至导致生存的不可持续性。

总之，消费行为必须考虑其生态的属性，如果不适应消费的生态性的需要，其后果必然是惨痛的代价。

（三）消费与幸福的关系

1. 消费是实现幸福的前提条件

马克思认为，消费是实现人的存在与发展，获得幸福的手段。消费自身具有存在的合理性，消费需求的满足为人类健康生存、发展及幸福的实现提供了前提

^① 马克思.政治经济学批判大纲[M].刘潇然译.人民出版社, 1975.11.

和基础，没有消费需要的满足，人类自身就没有发展的基础。“当人们还不能使自己的吃喝住穿在质和量方面得到充分供应的时候，人们就根本不能得到解放。”^①同时，消费需要的满足程度及需要层次的提高，反映了人的本性的复归和人类文明的进步。正如马克思所说：“在社会主义的前提下，人的需要的丰富性，从而某种新的生产方式和某种新的生产对象具有何等的意义：人的本质力量的新的证明和人的本质的新的充实。”^②消费需要发展的状况与人的本质、人的幸福、社会的进步、自然的和谐是紧密相联的。发展经济提高消费的过程，可以看作是扩展幸福享受生活的前提条件。消费具有存在的价值合理性，但消费不是人类的终极目标，对幸福生活的追求才是人们的终极价值取向。

在马克思看来，幸福首先是指人类在物质和精神上的全面发展和自由，而在幸福的终极价值观领域里，平等、自由、和谐都应该是最重要的先决条件和重要组成部分。个人幸福是指个人的精神自由和物质自由的实现。一方面，个人的自由发展、个人幸福是以社会整体的和谐发展为前提条件的；另一方面，个人的自由发展、个人幸福是整个人类福祉的具体体现，两者是一致的。个人的自由发展、人生幸福是手段和目的的统一。作为目的，个人有追求自由、享有幸福的权利；作为手段，个人的自由发展、人生幸福是其他人自由发展的条件，所以个人有履行的义务，其他人的自由发展、人生幸福依赖于此。

社会总生产包括生产、交换、分配和消费四个环节，消费是生产的目的，消费是生产的动力，消费调节生产并为生产创造出新的劳动力。消费和生产相互制造和产生的循环，推动了社会总生产的发展。消费环节的完成，有利于提高生活质量，推动社会的进步，提高社会的整体幸福感。对于个人而言，消费行为的实现，可以满足个人生存的需要，对于迫切解决生存问题的人来说，有了吃、穿、住、行等基本的消费品和服务，心理上就会产生很大的满足感，这也是幸福的表现。只有物质条件上基本得到满足之后，才有可能去追求精神的享受，获得对艺术、音乐、文学、教育等方面的愉悦，从而获得人生的满足，得到更高层次的幸福体验。

生活质量的满意程度是幸福的重要内容，而消费水平在一定程度上影响着人

^① 赵 玲.消费的人本观念[J].学海, 2002(3):49-53.

^② 尹世杰.消费经济学[M].北京:高等教育出版社, 2003.22.

们的生活质量。消费水平的提高（消费的商品及服务数量与质量的提高）意味着穿着更加舒适，营养水平更加丰富，居住条件更加惬意，出行更加方便，教育更加优质，医疗享受更加安全，各种生活服务更加人性化和个性化等等。总之，消费水平的提高，提高了生活质量，提高了人们生活满意度和幸福指数。“收入越高，那么人权越稳固，平均健康水平越高，收入分配越平均。因而，人权、健康和分配平均等可促进幸福水平随收入而升高。”^①

但是，消费水平的提高并不是绝对地提高人们的幸福指数。“在 1972 年—2000 年之间，当时美国人的平均年龄从大约 26 岁到 54 岁增加，每人的平均收入一为了在货物和服务的价格方面的改变予以调整—超过两倍，增长了 116%，但在 2000 年的报告的幸福没有不同于 28 年以前的。他们在较稍后的日子里有多多的钱和相当高的生活标准，但是这些没有使他们感到更高兴些。”^②雷亚德把这种现象譬喻为“快乐的走步机”（hedonic treadmill）现象。你走得越快，走步机也转的越快，而你还是身在原地。你收入越高，你对生活的期待也越高，你关于幸福的主观标准和定义也随之发生“向上”调整，你的幸福也就无法增加。

1974 年，美国经济学家伊斯特林在《经济增长改善人类的命运吗？》一文中提出了“福利相对性”的概念，他从怀疑社会福利的实际意义和现实的可能性出发，强调福利的主观性和相对性。他认为，消费水平具有福利意义，而福利本身完全是以个体的自我感觉来评判的，没有客观标准。所以，消费者在生活中感受到的“幸福”，是主观心理问题，与消费水平绝对高低没有关系。在这里，伊斯特林看到了福利的主观性和相对性，但是却把消费水平的作用推之门外，忽视了幸福的客观性。

总之，人们对物质商品及劳务数量的占有情况不能反映人们的幸福程度。这一问题的关键是消费水平并不能等于生活质量的全部内容。“幸福并不完全单独由于一个人拥有财富的多少或是他生活的环境。”^③因为消费水平的高低，并不能体现生存质量的好坏，更多的闲暇时间、婚姻更加完满、社会更加公平正义、民主参与更加广泛、生活更加稳定与安全才是重要因素。甚至会出现生存环境的恶化、

^① 崔勇列.幸福和经济学的断层[J].书城, 2007 (5) .24—31.

^② Richard A Easterlin. The economics of happiness[J]. Daedalus.BostonSpring2004, Vol.133.pg.26

^③ Richard A Easterlin. Happiness and Economics: How the Economy and Institutions affect well-being[J]. Journal of Economic LiteratureMar 2003, pg.216.

社会交际活动的减少、锻炼休闲的时间缩减等状况，导致幸福指数的下降。

宋圭武在《经济增长与国民幸福》中，对经济增长与国民幸福的关系作了归纳。他指出：“在经济增长过程中既存在提升国民幸福水平的因素，也存在减少国民幸福的因素，同时，除经济增长以外的其他许多因素也对国民幸福有重要影响。经济增长与国民幸福的关系就是一种反比例关系。同时，由于各种因素的作用会随时间而变化，所以经济增长与国民幸福的关系在不同的时间段会表现出不同的趋势特征。另外，国民幸福对经济增长也有反作用。”^①经济增长及消费水平的提高是否会对个人幸福和国民幸福有促进作用，这需要分析国家的状况、个人的情况，但是对于我们发展中国家来说，人们的消费还存在着供给不足，一些需求得不到满足，这个问题还是一个突出的问题。所以，经济的增长及消费的增加对于提高人们的幸福指数还是有很大空间的。

消费需要满足的同时，也意味着消费属性的充分体现。如果人们的消费需要得不到满足，人生幸福的实现也会受到阻碍。“平均起来，在健康方面的一种不利改变永久地减少幸福，不利的程度越糟糕，幸福的减少的程度越大。”^②这就要求我们选择适宜的有益的消费方式，能够充分表达消费的生态性，提高消费的质量，改善人的生命状况，实现幸福生活。

2. 幸福观引导消费

幸福观的选择影响着人们对消费方式的选择。选择科学的幸福观（符合客观规律和核心价值），幸福指数和满意度就会提升，这有助于选择健康合理的消费方式。幸福水平反映着一个人的价值观、人生观，幸福水平的高低会影响许多方面的决定。人们对人生、生活以及世界的根本看法最终会影响人们社会生活的行为方式。比如说对金钱的支配使用、对婚姻家庭的认识、对政治参与的热情、对政府决策的关注等方面。所以，幸福水平与消费方式具有一定的双向互动性。

人生幸福价值观支配着人的消费方式和消费取向。对生活较为满意的人们能够更为理性地处理和利用自己已有的资源，合理而有效地安排自己的资金支出，以期达到最佳组合产生最大的效用。“较幸福的人们比那些较不幸福的人们更能按照不同的比例储蓄和花费自己的收入，更可能随时间的变化而调整自己的收入分

^① 宋圭武.经济增长与国民幸福[J].中国社会导刊, 2007 (8) .31-33.

配,更可能获取不同的商品和服务组合。”^①因此,就容易产生合理适度的消费选择,会使商品及劳务的有用性效用化、社会性适宜化、生态性自然化,更接近于对真、善、美的追求统一。反过来,这种选择又会增加人们对生活的满意程度。

布伦诺·S·弗雷在《幸福与经济学》中指出,“较幸福的人们也许更容易表现出一种环境意识。”^②实现幸福的根基在于维持生命与健康,生命与健康的源头在于适宜的生存环境,自然环境的纯净和生态的平衡是个根本。人与自然和谐相处,对于生命质量的提高和心灵的净化至关重要。较为幸福的人们,与自然离得更近一些,心灵与自然更贴切一些。对于较为不幸福的人,如果是处于贫困而又污染比较严重的地区,要求他们有环境保护的意识,加大对环境保护资金的投入是比较困难的。

总之,消费与幸福之间具有互动性。一方面,消费是实现幸福的前提条件。具体来说,通过饮食消费,人们可以保持生命和实现健康;通过住行消费,人们可以舒适的享受生活;通过文化消费,人们可以获得更多文化科学知识,提升思想境界和审美水准;通过休闲旅游消费,人们可以获得愉快的生活享受;通过对自然环境的消费,人们可以获得健康以及人格的完善。增长财富并妥善的使用它,增加消费并合理的分配它,可以增加人们对生活的满意度的。Robert H.Frank 说过,“我相信,得出绝对生活水平对幸福没有影响的结论是对事实的严重曲解。数据说明,随着收入增长,人们没有将他们额外的钱花费在使满意度获得重大和持续的增加方面。”^③另一方面,幸福观对消费也具有引导作用。幸福水平状况影响着消费方式的选择以及其他诸多方面。消费与幸福之间具有选择效应性,这就决定了我们对消费方式选择必须予以重视和慎重,找到获得持久幸福的因素,靠自己的努力奋斗获取人生的至善——幸福。

二、消费——幸福观的历史演进

农业社会生产力水平低下,人们对自然有着现实的依赖和精神的寄托。在农业社会,因为没有先进的生产工具,人们的日常生活依赖于自然,在思想上继而产生了对自然的顶礼膜拜。在生产力落后的农业社会,消费——幸福观表现为一

^① [瑞士]布伦诺·S·弗雷等. 幸福与经济学[M].静也译.北京:北京大学出版社,2006.202.

^② [瑞士]布伦诺·S·弗雷等. 幸福与经济学[M].静也译.北京:北京大学出版社,2006.202.

^③ [意]路易吉诺·布鲁尼,皮尔·路易吉·波尔塔.经济学与幸福[M].上海:上海人民出版社,2007.68.

种简约主义的消费——幸福观。

（一）简约主义消费——幸福观

农业社会本质上是一种以自然为核心的政治、经济和文化的统一体。对于生活在农业社会中的人们来说，物质生活是完全依赖于自然的，而精神上也是依托于自然的，自然有着深刻的审美渊源和伦理意义。在四大文明古国之一中国古代的农业社会，这种以自然为核心观念就是天人合一，“它不仅是一种狭义的关于人与自然关系的思想，而且也是一种包括道德和审美在内的关于人生理想及其觉悟的意识。”^①这种强调顺应自然，“天人合一”的道德生活模式，体现在消费幸福观上，就形成了以黜奢崇俭的主流消费观和德性主义消费观，消费要符合“礼”的原则，礼又是德的重要组成部分，拥有德性的至善就是生活幸福追求的归宿。这就是简约主义消费——幸福观，即在消费行为上，主张勤俭节约。简约主义具有如下几方面表现：

一是消费要符合自身的经济状况，量入为出，正确处理好家庭和国家的积累与消费的关系。管子主张勤俭储蓄，量入为出。韩非子说：“举事有道，计其入多，其出少者，可为也。惑主不然，计其入不计出，出虽倍其入，不知其害，则是名得而实之，入是者功小而害大也。入功者，其入多。其出少乃可谓动。”（《韩非子·南面》）^②可见，消费应该符合经济标准这个“道”，即符合收支平衡，在满足基本消费生活需要的前提下，还应该考虑积累财富，这对于防范家庭后顾之忧，扩大再生产有很重要的作用。

二是要符合礼的规范，消费要依礼而行。孔子认为，一个人的消费水平不仅应符合个人的经济状况，而且还要与自己的身份和社会地位相符合，符合尊严名分。颜渊死，颜路请子之车以为之椁。孔子曰：“才不才，亦各言其子也。鲤也死，有棺而无椁。吾不徒行以为之椁，以吾从大夫之后，不可徒行也。”^③孔子之所以拒绝颜路，理由是“以吾从大夫之后，不可徒行也”，保存车，而不是卖掉置棺椁，这是为了与孔子的“大夫”身份相称。早在《尚书·大禹谟》中就有“克勤于邦，克俭于家”的记载，《左传》中有“俭，德之共也。侈，恶之大也。”除此以外，

^① 陈泽环.功利·奉献·生态·文化[M].上海：上海社会科学院出版社，1999.64。

^② 唐凯麟.中国古代经济伦理思想史[M].北京：人民出版社出版，2004.238。

^③ 钱穆.论语新解[M].北京：生活·读书·新知三联书店，2002.281-282。

中国古代各家各派的大多数思想家也都将“节俭”作为一种美德和至善，倡导节俭适度消费的原则，将奢侈作为恶来看待，但并不主张禁欲主义或是低消费。佛教是一个例外。

三是反对奢侈。在傅咸看来，奢侈之风容易造成资源浪费和社会动荡。如魏晋时期“以奢靡相尚”的普遍风气，西晋时外戚王恺与官僚石崇的斗富现象让人瞠目结舌。傅咸上书晋武帝曰：“今者士广人稀而患不足，由于奢也。”又说：“窃谓奢侈之费，甚于天灾。”（《晋书·傅玄传》）^①其次，官员的奢侈浪费易导致贪污。再者，奢侈之风对于精神有消极作用，破坏社会风尚。韩非子说：“人有福则富贵至，富贵至则衣食美，衣食美则骄心生，骄心生则邪僻而动弃理，行邪僻则身死夭，动弃理则无成功。”（《韩非子·解老》）^②这些恶化了官民关系，由于统治阶层占据有限资源，却穷尽奢侈，民众陷入穷困的境地，则会“穷斯滥矣”，造成政治的动荡和社会的混乱。《太平经》进一步从奢侈对资源的浪费和环境的破坏展开了批判。

农业社会的消费思想，首先是“节用”的消费观念。节用主要是针对统治阶层而言的。在自给自足的自然经济形态下，生产力水平低下，社会总供给不足，拥有相对多余生产生活资料的是统治阶层，而不是普通百姓。晏子（前 590—前 500）要求统治者“节欲”“节用”，这样才能“有施于民”。晏子曰：“法其接见则可，法其服室无益也。”（《晏子春秋·内篇谏下》卷二）在服装方面，应该简洁，能够掩形而不失礼仪即可，“夫冠足以修敬，不务其饰；衣足以掩形，不务其美；”（同上）真正做到“薄于身而厚于民，约于身而广于世”（《晏子春秋·内篇问上下》卷三）^③晏子从国家和个人的利害关系上辩证地看待财富的得失，指出对于财富的占有和消费应该有一定限度，不顾他人利益贪财好利、挥霍无度会给国家和个人带来祸害。老子、孔子、西汉的贾谊、北宋的李觏等都倡导崇俭去奢的理念。李觏（公元 1009—1059）认为，统治者在生活上要“深自菲薄”，不能不顾民的重负而行奢侈之风。这种节用消费观在民间也是提倡的，这在农业社会各阶层更具有普世的伦理精神。

^① 唐凯麟.中国古代经济伦理思想史[M].北京：人民出版社出版，2004.28.

^② 唐凯麟.中国古代经济伦理思想史[M].北京：人民出版社出版，2004.238.

^③ 唐凯麟.中国古代经济伦理思想史[M].北京：人民出版社出版，2004.76.

一般来说,农业社会的思想家大多数都承认,个人追求物质财富、满足基本生存需要具有伦理的正当性。先秦时期道家学派的代表杨子认为,生命是最高的价值,但他又离不开物质的滋养,‘生’对‘物’的这种客观依赖性表明主体也不可忽视‘物’。对此,杨子一派明确表示,‘天生人而使有贪有欲’,‘故耳之欲五声,目之五色,口之欲五味,情也。此三者,贵贱愚智贤不肖欲之若一,虽神农、黄帝其与桀、纣同。’(《吕氏春秋·情欲》)^①在消费问题上,《太平经》(早期道教经典魏晋)这样陈述的,它把消费品分为生活必需品与不必需的奢侈品。《太平经》认为,既然是生活所必需的,也就意味着它不可或缺。正因为不可或缺,当人们需求不足的时候,应该有权获取。这就是说,基本的消费具有一种天赋的伦理正当性。

亚里士多德认为,财富是有些有用的东西,每样东西要进行良好的使用,消费适当,就有了对此物的德性,而幸福就是合乎德性的现实行为,合乎德性的行为就是快乐的。“一个人能对财富最好的使用,也就是具有了在财物方面的德性,这样的人也就是个慷慨的人。”^②慷慨是指什么呢?“慷慨是在财物的给予和接受上的中间性。不论细小的事情还是巨大的事情,一个慷慨的人都应给予或花费在所应花费的事物上,以应该的数量,并以此为乐。”^③德性是指什么呢?在亚里士多德看来,德性是一种荣誉,消费要合乎消费者的地位和财产,即应该与成果相适应,与消费者相适应。对于消费者而言,消费量的大小和对象,是根据事情的性质、场合、对象、价值不同而决定的,还要考虑自己的收入。

英国晚期重商主义代表人物托马斯·孟(1571-1641)提出了一种折中的消费原则。他从贸易平衡和保证顺差的基本立场出发,竭力主张采取一种既不过奢、也不过俭的折中办法。他解释说:“各种大方慷慨和大摆场面的事情也是不可废除掉的,因为倘使我们要如此节俭,甚至要用区区几种外货或竟一点也不用之后,试问我们怎能将我们的商品输出呢?我们的船舶、海员、军火,我们的可怜的工匠和许多其它的人,将会怎样呢?”他认为较为可靠的就是采取既不过奢也不过俭的折中办法,克服乱用或浪费,统治阶层脱离宴乐、奇装异服的堕落,这样才

^① 唐凯麟.中国古代经济伦理思想史[M].北京:人民出版社出版,2004.202.

^② 亚里士多德.尼克马克伦理学[M].苗力田译.北京:中国人民大学出版社,2003.69.

^③ 亚里士多德.尼克马克伦理学[M].苗力田译.北京:中国人民大学出版社,2003.71.

能获得财富，国家才能富强。

中国农业社会的消费思想不单单是和个人相关联的，还与国家、社会的整体福利密切相关。在自给自足的农业社会，资源匮乏，生产、生活资料存在不足的现实条件，这对于家庭而言，倡导“节俭”“节用”的消费观念，可以使消费者自觉选择，从生活的必需品考虑，更符合消费者的意愿，使生产和消费协调平衡，对于百姓自身而言，更容易实现心理的平衡和对生活满意的态度。

（二）消费主义消费——幸福观

1. 消费主义

关于消费主义的内涵和性质，不同学科的学者的着重点是不一样的。唐能赋先生在《经济伦理学》一书中从经济的角度对消费主义作了这样的界定：“一般地说，消费主义是指人们一种毫无顾忌，毫无节制的消耗物质财富和自然资源。”其表现为：对物质产品毫无必要的更新换代，大量占有和消耗各种能源和资源、随意抛弃仍然具有使用价值的产品和采用地球难以承受的生活方式，等等。^①刘小平则从文化的角度提出：“消费主义是一种新的文化——意识形态话语，它正在取得对思想、道德、知识等方面的意识形态宰制或文化支配权，消费主义的生活方式正在成为大众认可的生活方式。”^②纪秋实认为：“消费主义是指人们的一种价值观念以及在这种观念支配下的消费生活方式及行为实践活动，是一种文化意识形态。”^③雷安定、金平认为：“消费主义是指人们的一种毫不顾忌，毫无节制的消耗物质财富和自然资源，并把消费看作是人生最高目的的一种消费观和价值观。”^④还有其他学者从不同学科的视野阐释消费主义，这也从一个侧面反映了消费主义对人们生活各领域的影响之深远。

概括起来，我们可以把以上关于消费主义的观点作以下分析。第一种是把消费主义定性为一种意识形态、价值诉求。不断消费众多不同的商品或服务是价值追求的核心，把对物质的占有、消耗甚至是浪费当作人生的终极目标追求。第二种是从伦理角度解说消费主义的，即把人生的幸福定格在消费上，将消费看作是

^① 唐能赋.经济伦理学[M].成都：西南财经大学出版社，1997.255—259。

^② 刘小平.论消费主义的本质、内涵及其影响[J].中共长春市委党校学报，2007（2）.87—89。

^③ 纪秋实.消费主义的危害与遏制[J].北京青年政治学院学报，2007（2）.5—11。

^④ 张美君.国内消费主义研究综述[J].理论与现代化，2005（5）.85—89。

获得个人幸福的同义词,实质上是商品被赋予了超越使用价值的幸福观念,财富成了幸福生活和美好信仰的组成部分。第三种是从经济的视角分析的,消费主义颠倒了生产和消费的关系,异化了消费,造成了资源的浪费、环境的恶化、生态的失衡。第四种是社会学意义上的消费主义,即消费主义是一种生活方式,“人们似乎是为商品而生活。小轿车、高清晰度的传真装置、错层式的家庭住宅以及厨房设备成了人们生活的灵魂。”^①第五种是从心理学揭示了消费主义是一种个体身份认同、自我实现满足的心理归宿。

现代意义上的消费主义起源于 19 世纪末 20 世纪初。随着近代第二次工业革命的推进,社会各个领域都发生了深刻的变革,但纷繁复杂的变革中有一个不变的轴心,即技术——资本。人们享受着技术带来的一切可以享有的占有,人的身体在被技术占有的同时,人的价值取向也被技术——资本占有。新教资本主义伦理瓦解,勤俭积累不是美德,消费享乐才是目的。丹尼尔·贝尔在《资本主义文化矛盾》中指出,资本主义的发展是由两大动力维持的——“宗教冲动力”和“经济冲动力”,但是今天的资本主义的精神已经失去了这种平衡,经济冲动力失去了宗教冲动力的制衡,经济冲动力成了社会前进的唯一驱动力,禁欲精神已经转变为消费主义了。他说:“新教伦理曾被用来规定节俭的积累(虽不是资本的积累)。当新教伦理被资产阶级社会抛弃之后,剩下的便只是享乐主义了。资本主义制度也因此失去了它的超验道德观。”^②

与此同时,生产效率的提高和规模的扩大又带来阻碍资本主义经济发展的一个大问题——生产过剩和消费不足。从 19 世纪下半叶到 20 世纪初,资本主义经济危机一次又一次的加剧,特别是 20 世纪 30 年代的经济危机,使消费问题不但成为了一个经济问题,而且也成为了一个政治和社会问题。经济危机严重影响了社会经济的发展和社会的安全稳定,在凯恩斯刺激消费理论的宣言下,西方资本主义在经济政策上对消费也相应做了调整,采取了刺激消费的货币政策和财政政策、信贷消费的方式。信贷消费的方式也调整了人们的生活方式和价值观念,贝尔说过,“造成新教伦理最严重的武器是分期付款制度,或直接信用。从前,人必须靠着存钱才可购买。可信用卡让人当场立即兑现自己的欲求。机器生产和大

^① [美]赫伯特·马尔库塞.单向度的人[M].刘继译.上海:上海译文出版社,2006.10.

^② [美]丹尼尔·贝尔.资本主义矛盾[M].赵一凡等译.北京:生活·读书·新知三联书店出版社,1989.67.

众消费造就了这种新制度，新欲望的不断产生以及用以满足它们的新方法也促进了这一改变。”^①而且，广告也极力突出商品的魅力，把小汽车、奢侈品和高档住宅说成是“美满生活”的象征，诱惑着消费者幻想美满幸福生活而不求物品的经久耐用，扔掉旧的购买更多更好的新的商品。马尔库塞说：“在技术的媒介作用中，文化、政治和经济都并入了一种无所不在的制度，这一制度吞没或拒斥所有历史替代性选择，这一制度的生产效率和增长潜力稳定了社会，并把技术进步包含在统治的框架的。技术的合理性已经变成政治的合理性。”^②如此一来，消费主义的生活方式得到了广泛的认同和膜拜，并且被合法化、道德化与制度化，消费主义已经掌握了当今现代社会的话语权，这种力量正在把人们镶嵌在地球上具有支点功能的铆钉一个个的拔掉。

2. 对消费主义的批判

消费主义是指这样一种生活方式，即消费的目的不是为了实际需要的满足，而是追随被制造出来的欲望的满足，诸如身份、地位的满足。消费主义为消费而消费，抛弃了消费的本来意义。“高生产和高消费处处都成了最终目的。消费的数字成为进步的标准。结果，在工业化的国家里，人本身越来越成为一个贪婪的、被动的消费者。物品不是用来为人服务，相反，人却成了物品的奴仆，成了一个生产者和消费者。”^③

消费主义把幸福滞留在消费上，使得人们对商品或服务的消费已经超越了对商品使用价值的需求，消费主义的这种消费需要已经是被刺激起来的欲望，而欲望具有无限性的特点，导致了人们的需要是无穷无尽的，而无尽的需要只能在精神的王国里得到满足，物质世界无法提供这种满足实现的基础。“如果说，精神性产品可以通过精神消费活动来满足，那么，终极意义的空虚是无法仅仅靠消费（如看心理医生）来解决的。可见，仅仅只有物质的丰富并不意味着人们已经处于充实状态，并不说明他们就是幸福的，因为他们仍有可能出于精神匮乏状态，尤其是终极意义的空虚状态，后者无疑是一种精神痛苦，这种精神痛苦不是靠填补物质欲望就可以消除的。”^④但是消费主义却试图用物质的东西，填补社会心理和精

^① [美]丹尼尔·贝尔.资本主义矛盾[M].赵一凡等译.北京:生活·读书·新知三联书店出版社, 1989.67.

^② [美]赫伯特·马尔库塞.单向度的人[M].刘继译.上海:上海译文出版社, 2006.8.

^③ 陈学明, 吴松.痛苦中的安乐——马尔库塞 弗洛姆 论消费主义[M].昆明:云南人民出版社, 1998.115.

^④ 王宁.消费社会学——一个分析的视角[M].北京:社会科学文献出版社, 2001.27.

神上的空白，这无疑会导致身心疲惫追逐后的信念迷失和精神危机。

可见，消费主义的消费的不再是商品和服务带来的使用价值，而是价格，是它的象征意义。消费主义把消费形上化，等同于人生的终极追求，把人生的意义倾注于世俗生活感性快乐，必然会出现奢侈、浪费、破坏的现象，人被消费所异化，就不可能是自由的人。最后，消费主义在很大程度上将使人们在寻找个性中迷失自我，精神家园面临荒芜的境地。

现代的社会结构是以效益原则、功能理性为核心的。在消费主义席卷全球的潮流中，货币是主轴。“人们一向认为不能出让的东西，这时都成了交换和买卖的对象，……甚至像德行、爱情、信仰、知识和良心等最后也成了买卖的对象。”^①遵循消费主义这种生活方式，即充分占有琳琅满目的商品，消耗资源以期获得个人主义的最终表达，但这种生活方式却也使都市人的生活发生了重大变化。日新月异的科技革命和消费社会的不确定性，使都市人在社会实践中也缺乏确定感和安全感，感到的只是永远的紧张和模糊的欲望。所以他们需要通过不停的追逐来安抚心中的躁动不安。“遵循享乐主义，追逐眼前的快感，培养自我表现的生活方式，发展自恋和自私的人格类型，这一切，都是消费文化所强调的内容。”^②人类在精神的家园里找不到真正的归宿，这种现代性的潮流冲击着人类社会，成伯清先生这样归纳：都市人矜持保留、傲慢冷漠、计算性格等性格的错位。现代人的敏感与紧张使得他们陷入绝望，错位的性格也使他们已经精疲力竭。在这个信息化的时代，人们已经在很大程度上背离了传统的节俭观念，受到消费主义价值观浸染后的现代社会，人们通过不断消费不同的商品，追求个性化和自我实现。有一些个性化的践行者，他们大多是年轻人，有相对稳定的职业和收入，他们可能不遵循传统的“量入为出”的消费原则，为了追求个性化的品位，也出现了“负翁”“负婆”的现象。

消费主义不仅损害了人自身，而且给社会带来了灾难。消费主义颠倒了消费与生产的关系。生产是为了保障人们生活水平的不断提高，保障人们富于合理消费的满足。而以消费主义为导向的社会现实，却是以广告、电视、购物中心等媒介刺激膨胀起来的欲望构成了社会经济增长的生长点，事实上这极大的满足了生

^① 成伯清.格奥尔格·齐美尔.现代性的诊断[M].杭州：杭州大学出版社，1999.79.90。

^② [英]费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明译.南京：译林出版社，2000.165。

产者的利益，而不能真正代表消费者和整体社会的利益，消费者、社会利益为此还付出诸如消费异化、环境污染、资源浪费的代价。

第二章 生态文明——审视消费与幸福关系的新视角

面对当前全球所面临的生态危机，人类文明面临何去何从的重大抉择，人们呼吁一种生态文明观。生态文明要求人们用科学的发展观、价值观、人生观追求自身的幸福，人与自然和谐发展，社会可持续发展的道路。生态文明决定人们的生活方式要围绕生态这个中心，而生态消费方式的选择则是应然诉求。公正、适宜、可持续成为支撑生态消费与个人幸福关系的伦理原则。

一、生态文明的价值确认

（一）生态文明产生的历史背景

在人类漫长的历史中，人类和自然环境的关系是休戚相关的。在自然环境运行良好，生态秩序维持平衡的条件下，人类可以运用自己的智慧一点点积累文明的成果，创造照彻宇宙的物质财富和精神财富。然而，一旦人类或是其他原因导致自然环境恶化，超过了生态系统自我修复和承载的能力，人类所遭受的将是巨大的灾难，甚至是一个文明的消失。

在农业文明时期，农业生产基本依靠自然，人的主观能动性的发挥非常有限，人类认识到大自然力量的强大。在对待人与自然关系上则形成了依赖自然、畏惧自然、崇拜自然的观念。但由于落后的生产技术和剧增的人口因素，在一定程度上也造成了土地的过度使用、森林的破坏、水土流失等等，破坏了生态平衡、恶化了自然环境。

随着近代工业革命浪潮的兴起，人们的生活方式和思维方式也发生了重大的变化。特别是对待人与自然的的关系上，突出表现在笛卡尔——牛顿的主客二分和人类中心主义的泛滥。正如杨通进指出的，“在笛卡尔主——客二分的哲学中，只有人是主体，自然界作为客体只是人的对象，只有人有价值，自然界没有价值。因而它在价值论上是人类中心主义的。”^①这种以人作为中心和尺度的价值观，忽视了人只是大自然的一部分，工业文明一方面使人的主体性得到张扬，与此同时却

^① 杨通进主编.现代文明的生态转向[M].重庆:重庆出版社,2007.102.

过度贬低了自然的价值,有机自然成了机械的征服对象,从而使得自然遭遇了空前的破坏。

在资本主义生产方式(或制度)下,经济增长是国家发展的最大目标,消费主义是工业社会里人们进行幸福追求的指南,这些人生观、价值观的危机导致了人类陷入生态危机的包围中。进入20世纪,在全球范围内出现了严重的土壤污染、水污染、大气污染、有毒化学物品的污染、土地沙漠化、垃圾泛滥、全球变暖、臭氧层破坏、资源短缺等生态危机。20世纪30年代以来,几乎每10年就有一次世界性的环境公害事件发生。1930年比利时马斯河谷烟雾事件、1943年美国洛杉矶光化学烟雾事件、1948年美国宾州多诺拉烟雾事件、1953—1956年日本熊本县水俣病事件、1955~1972年日本富山县骨痛病事件等十大环境公害事件尽管发生的原因不尽相同,但是却向人类敲响了警钟,人类对环境的污染已经到了相当危险的地步,危害着人们的健康。

面对当前全球所面临的生态危机,人类文明面临何去何从的重大选择。是在工业文明的轨道上把人类列车置于风险中,还是寻求一条安全模式安放人类的未来?人类开始全面而深刻的反思,需要树立正确的价值观、自然观,并从观念、制度、政策层面开拓人类繁衍生息的发展前景,寻找建设生态文明的出路。

法国思想家史怀泽提出“敬畏生命”的概念,认为善的本质就是保持生命、促进生命,可发展的生命得以存在和发展就是最高追求的价值目标。1947年,美国的利奥波德在《沙乡的沉思》一书中提出“大地伦理学”,他说:“当一个事物有助于保护生物共同体的和谐、稳定和美丽的时候,它就是正确的,当它走向反面时,就是错误的。”^①卡逊的《寂静的春天》是一个里程碑。这本书揭示了化学农药给人类、地球以及生态系统中所有的生命带来的危害,“我们必须更广泛地利用已知的,可代替的方法,并且必须动员我们的智慧和贡献去发展新方法。”^②这些守护人类和地球的先知者唤醒了人们的环保意识和生态觉醒,为环境保护运动点燃了起航灯。

其次,在全球层面发起了一系列旨在保护环境、稳定生态平衡与探寻可持续发展道路的努力。1972年,斯德哥尔摩召开联合国人类环境会议,发表了两份文件:

^① [美]奥尔多·利奥波德.沙乡的沉思[M]. 侯文惠译.北京:经济科学出版社,1992.223。

^② [美]蕾切尔·卡逊.寂静的春天[M]. 吕瑞兰.李长生译.长春:吉林人民出版社,1997.114。

《人类环境宣言》与《只有一个地球》；1973 年，联合国环境规划署成立；1987 年，挪威首相布伦特兰夫人领导的“环境与发展委员会”提交《我们共同的未来》的研究报告；1991 年，中国发起并在北京召开了“发展中国家环境与发挥部长级会议”，会议通过了公报《北京宣言》；1992 年，联合国环境与发展大会在巴西里约热内卢召开，会议通过了《里约环境与发展宣言》和《21 世纪议程》两个纲领性的文件。同时，在全球层面的民间环保运动也推动着生态文明的到来。从工业文明转向生态文明，这是人类在改变历史命运的选择中做出的必然抉择。

（二）生态文明的内涵及特征

毛丽棋在《论生态文明》的文章中指出，所谓生态文明，“就是用科学的发展观去追求人类自身的幸福，实现人与自然的和谐，走可持续发展的道路。”^①生态文明是人与自然关系和谐进步的标志，也是人类在改造自然过程中造福自身成果的体现。生态文明是人类文明的高级阶段，是继工业文明之后的一种新的发展阶段，是表达人与自然关系和谐统一的状态，是人类寻找幸福实现的途径，是人类文明在全球化、信息化、工业化条件下的全球文明形态的转型和升华。生态文明的建设反映了人类处理自身活动与自然界关系的进步程度，是人与社会进步和文明的重要标志。

大自然是一个充满生机活力的有机体。自然生态系统是由生物群落与它所生存的环境相互依赖相互制约相互促进的统一体，而生态系统中的环境是各个生物群落生命生存的基础。人类对自然的开发利用超过了生态系统本身的自我修复和自我调节的界限，必然会造成生态系统的破坏，生存环境的恶化，反过来影响人类这一物种的繁衍和发展，只有在稳定的生态环境中，人类才能生存和发展。

吴凤章对生态文明与工业文明作了四方面的区别，可以归纳为生态文明的四个特征。一是在生产方式上，生态文明追求的是社会发展与环境的协调发展，传统的 GDP 不再是衡量社会进步的标志；二是在生活方式上，它对生活质量重新界定，反对不科学的消费方式；三是在社会价值上，自然被圈进道德的范围，人与自然关系的和谐才是标准；四是在社会结构上，它强调社会的公平、正义与民主，保障多样性是自然和社会繁荣的前提。

^① 毛丽棋.论生态文明[J].环境, 2005 (z1), 165-168.

最后,在人格内容上,生态文明状态下的人类是全面发展的人、是自由人。“自己不仅是生物的人、社会的人,同时也是创造的人、伦理的人、审美的人,也就是具有丰富内涵的全面发展的人,这样,人与自然就建立起全面的关系,自然价值完全融入到人类的精神文化价值之中,与人的本质的需要有机结合起来,构成人的全面发展和人的完整性、自由性的有机组成部分。”^①

生态文明在社会文明建设中具有重要的地位。社会的物质文明、政治文明、精神文明和生态文明之间是相互促进、不可分割的,经济、政治、文化、生态是人类文明的组成因素。其中,正如焦金雷指出的那样:“物质文明解决的是生存问题,政治文明解决的是关系问题,精神文明解决的是方向问题,而生态文明解决的是本源问题(也可叫载体问题)。”^②一方面,社会的物质文明、政治文明和精神文明建设离不开生态文明的建设,生态文明的建设是基础和前提。另一方面,生态文明也不是孤立的,它与其他文明建设是相互交融、相互促进的。生态文明的建设依赖于其他文明的建设,建设物质文明,内在的就要求社会经济与自然平衡发展,实现人与自然的和谐相处,调控人的行为,实现社会经济发展的目标。建设社会的政治文明,在制度、政策、法规方面也包含保护生态环境,实现社会公正的含义。“在生态文明的意义上,在其制度层面上,在政治上建设‘以人为本’的社会制度,这是生态文明建设的一个重要方面。”^③在社会的精神文明建设方面,有道德的生活,提高科学文化素质,能够幸福的生活是精神文明建设的应有之义。

总之,无论从人类自身还是生态文明来说,自身的发展都是有限度的。人类既不能简单地统治自然,任意而为,也不是在自然面前消极顺应,而是要最大限度地维护生态系统的平衡和良性循环,满足人类的眼前利益和长远利益,这是建设生态文明的根本出发点。

(三) 生态文明价值选择

社会物质文明、政治文明、精神文明与生态文明的四位一体的建设的理想状态是一个和谐的社会,一个和谐的世界。党的十六届六中全会通过的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》,对和谐社会的特征有一明确的

^① 马洪宝.生态文明语境下的人的全面发展[J].中国海洋大学学报,2006(2):59-62.

^② 焦金雷.生态文明:现代文明的基本样式[J].江苏社会科学,2006(1):74-78.

^③ 余谋昌.生态文明:人类文明的新形态[J].长白学刊,2007(2):138-140.

概括，即：民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处。

首先，生态文明的建设与和谐社会的构建都是以人的幸福为归宿点的，贯穿生态文明与和谐社会的是幸福的价值标准。生态文明提供一个良好的生存和发展的生态条件，新鲜的空气、洁净的水源、湛蓝的天空等等，不仅有利于人们保持一个健康的体魄；而且为人们产生精神的满足和愉悦提供条件。在人类幸福的起点和终点的跑道上，生态文明都作了注脚。另一方面，和谐社会的本质就是实现个人的幸福和社会的福利。在一个民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的公共环境中，个人的人格在不断的完善，在和谐的关系中发挥聪明才智并且能得到社会的承认和认可，协调好家庭、朋友、同事等关系，有一个良好的交际网络，人们的需要得到了满足，身心有了巨大而持久的愉悦，幸福生活就包围着我们。

其次，生态文明的价值观和伦理基础为和谐社会的构建提供了方向指导。美国的丹尼尔·A.科尔曼在《生态社会的价值观》这篇文章中总结道：“早期的欧洲绿党奉行其所谓‘四大支柱’，即生态、社会正义、基层民主、非暴力。美国的绿党在1984年成立时，另加入六项价值观是：权力下放、社群为本的经济、女性主义、尊重多样性、个人与全球责任、注重未来（或称可持续性）。”^①生态伦理的主要原则有生命原则、发展原则、和谐原则和公平原则。生态文明与和谐社会都主张实现人与自然、人与人、人与社会、人与自身的协调发展，批判人类中心主义、消费主义与享乐主义的价值观。生态文明批判了工业文明的过分理性标准，批判了消费主义与享乐主义的价值观，强调科学主义与人文主义的有机统一，凸显物质文明、精神文明、政治文明等文明形态的协调发展，这也为和谐社会的理论的构建提供了方法论的指导。

和谐社会是将社会的经济、政治、文化等社会的各方面形成功能充分发挥，各自归位到应有的位置，形成有机协调的统一体。和谐社会的构建需要物质文明发展的经济条件，需要民主法治建设的秩序保障，需要先进文化的智力支持和精神支撑，需要良好生态环境的自然孕育。“历史经验表明，当人类与自然处于平等、

^① 杨通进主编.现代文明的生态转向[M].重庆：重庆出版社，2007.379。

互利、和谐关系的时候，自然也能为人类提供良好的生存和发展环境。构建和谐社会，就必须做好生态文明的文章，处理好人与自然的关系，积极探索，大胆实践，推进社会走上生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路。”^①也只有重新审视定位大自然与人类应有的位置，人类才能选择合适的消费生活方式，重新构建幸福生活的起点，这样人类社会也才能健康有序地发展，

二、生态消费

生态文明是人类历史的必然选择，扬弃传统消费主义的生活方式，倡导一种生态消费的生活方式，成了生态文明的应有之义。生态消费对建设生态文明具有积极推动作用。生态消费的特征以及其伦理原则，是我们探讨的重要内容。

（一）生态消费的提出

生态文明是为走出工业文明的困境，而在全球范围内对理想文明状态的构想。生态文明从生产方式、生活方式、社会价值、社会结构、思维方式、人的发展等方面区别于工业文明，其中在生活方式上，它否定了工业社会的消费主义、享乐主义，而提倡追求生存质量的生活方式。施里达斯·达夫尔说：“消费问题是我将要讨论的总称为环境危机问题的核心，人类对生物圈的影响正在产生着对环境的压力和威胁着地球支持生命的能力。从本质上说，这种影响是通过全世界的人们使用或消耗能源和原材料所产生的。”^②扬弃传统消费主义的价值观，倡导一种生态消费的生活方式便成了生态文明的重要内容。

汪秀英在《绿色消费与生态消费的规则界定与分析中》提出，“生态消费是一种生态化的消费模式，它要求人们的消费建立在符合生产的发展与生态发展水平上，在对生态环境给予保护、爱戴与贡献的前提下，满足人们消费需求的一种消费理念。”^③张剑青界定生态消费，“是指人的生态需求的满足与实现，其中生态需求是人类自身发展过程中，对生态平衡关系的确定和生态平衡的创建的一种需求。而生态消费现实化是指生态消费这一行为成为事实，从而使消费者的生态需求得到满足”。^④李贯崎则认为，“生态消费的基本内涵是：在人与自然和谐、协调的思

^① 傅治平.生态文明：和谐社会的第四乐章[J].北京联合大学学报，2007（9）.5-8。

^② 施里达斯·达夫尔.我们的家园——地球[M].北京：中国环境科学出版社，1993.13。

^③ 汪秀英.绿色消费与生态消费的规则界定与分析[J].现代经济探讨，2005（8）.6-10。

^④ 张剑青.生态消费与我国企业推行 ISO 14000 的内在动力分析[J].中国标准化，2000（10）.43-44。

想意识基础上,提供服务及相关产品以满足人类的生活需要,提高人类生活质量,同时使服务或产品的生产过程中自然资源的消耗和有毒材料的使用量最少,使服务或产品的生命周期内产生的废物和污染物最少,从而不危及后代的需要。^①

我们基本同意上述的观点,生态消费是以人与自然和解协调为主轴出现的,提供的产品或服务在之前与之后都要符合生态化的核心原则,以达到生态环境良好循环和人类可持续性生存发展的“双赢”的消费模式,解构消费主义幸福观,重构个人幸福,在生态消费幸福观的指引下,实现人类幸福和生态共同体良性循环的共同福祉。

生态消费是对现代消费主义的伦理转向,生态消费行为中体现着生态文明观和生态伦理观。个人消费方式决定着生产消费的形态,个人消费模式的改变是社会消费变革的枢纽。在现代,生态消费将成为全球消费发展的大趋势,各个国家纷纷做出理性的选择。“在美国、德国、意大利、荷兰分别有 77%、82%、94%、67%的消费者在选购商品时会考虑生态环境要素。据德国《世界报》报道,在德国,生态食品的消费量呈上升趋势,接受生态食品的消费者数量在增加。2003 年德国生态食品市场营业额比 2002 年增加 1%,营业额上升到 30 亿欧元。”^②个人消费方式的选择,直接影响着生产的产品定位,工业消费的走向,影响个人的生活质量,社会与自然的关系。

生态消费模式对生态文明的建设具有积极的推动作用。

第一,生态消费模式的核心是“生态化”,这种生态性追求绿色、环保、低耗、节约、适度,因此会直接减轻对生态环境的压力,平衡人类需求与环境可供给的关系,实现一种平衡,这种理性消费方式必然会引导人们正确处理人与自然、人与社会的关系,促进人与自然、人与社会的协调发展,走向生态文明。

第二,生态消费通过对生产方式的引导,推动社会生产的生态化。马歇尔说得好:“市场经济下,一切需要的最终调节者是消费者的需求。”^③消费方式决定生产方式,有什么样的消费取向就会有怎样的生产方式,生态消费的消费取向引导的是生态化的生产。1979 年,联邦德国的市场上出现了一种特殊商品,这种产

^① 李贵崎在.对生态消费问题的探讨[J].商业研究,2003(1).40-42。

^② 毛中根,林哲.从生态消费看人与自然的和谐相处[J].生态经济,2007(6).147-149。

^③ 俞海山.生态文明催生生态消费模式 [R].中国教育报,2008 年 4 月 15 日。

品成为环境标志的产品。继联邦德国之后，加拿大、北欧的丹麦等国家、日本、澳大利、荷兰、美国、英国、中国、泰国等国家纷纷实施绿色标志计划。生态消费引导生产过程中实行无污染技术、节能技术、生态工艺的创造，所以生态化的生产技术的生产也犹如雨后春笋般在各国发展起来。

第三，生态消费方式倡导和实施的过程，就是人类走向自由、全面发展的过程。消费主义使人在“拥有就是被拥有”的命题中丧失了自由，人在不断追求消费的幸福生活时，却陷入了精神的虚无和幸福的反面。生态消费使人们认识到，自己真正需要的才是最重要的，提升生活质量才是幸福的出路，而不是消费品的叠加。而生态的平衡、环境的和谐是我们个人幸福和子孙后代幸福永续的保障。生态消费方式使人们重新回归人与自然的本真关系，消费与生产的本来位置，在满足人们生存、发展和享受的需要过程中，寻找消费者自身的意义，获得全面的发展。实现人的自由和全面发展是生态文明建设的应诉之义。从这个意义上讲，生态消费是生态文明的主要支撑点。

（二）生态消费的基本特征

在生态消费的模式下，消费具有以下特征：

生态消费的第一特征是绿色性。消费品的来源是生态化的，即生产所使用的原料、工艺和生产过程对环境无害、对人类无害；消费品本身是生态型的，其特征是可回收、易于处理、持久耐用、绿色环保型；消费过程是生态型的，对消费者的身体无副作用，对环境不造成威胁，保持自然、经济、社会的协调平衡；消费品使用后，不会产生过量的废气、废水、垃圾等环境和社会难以承受和处理的残存物。生态消费有利于优化结构，提高人们的生活质量，协调人与自然的关

第二，生态消费的适度性。生态消费是一种理性消费，在消费之前要考虑这件商品可是我真正需要、不可或缺的，这种商品是否是益于我身体的，购买这种商品可是我的经济收入所能承受得了的，这件商品是一次性的还是耐用品，这种产品是有利于环保的绿色产品吗？即所谓的适度消费。适度消费是指符合生理标准，有益于身体健康的；符合经济标准，适应于中国国情，并且在自己的收入可承受范围之内的，而不是成为“月光族”的成员；符合社会标准，是道德的合法的，比如要拒绝公款消费或是捕食珍贵物种；符合环境标准，是指所消费的不能

超越于资源环境的供给能力而不计后果的掠夺。正如毛中根指出的,“适度消费是当代人类应该选择也必须选择的消费模式。因为只有这种消费模式,才能有利于人类的健康持续发展。”^①

第三,生态消费的可协调性。汪秀英认为,“生态消费的可协调性主要表现为人类消费与自然环境的协调,自我消费与他人消费的协调,当代消费与后代消费的协调,消费需要与经济发展水平的协调,消费需要与民族文化价值水平的协调等。”^②我们认为,生态消费的可持续性还表现在自我消费与自我生存发展的协调。生态消费体现了协调人与自然、人与人、人与社会、人与自身、人与自然的关系。

第四,生态消费的可持续性。可持续性是指既要满足当代人的需要,又要满足未来人的需要。将人类的可持续性生存作为消费的伦理标准和道德标准。汪秀英也指出,“将人类发展的永久性需要作为当代人消费的前提,使消费需求的功效具有持续性与持久性。”^③当代人的消费在提高社会质量的同时,使消费的资源和环境是适度的,所产生的不利影响如废气、废水等,不危及子孙后代的生存和发展。公正平等的使用资源,负责任的开发和使用新技术,减少污染。生态消费的可持续性,我们认为还应该包括当代人自身的可持续性。当代人在消费的过程中不能成为单向度的人,失去了否定批判反思的能力。而应该在批判反思中摒弃享乐的过分追求,更加注重生活质量,满足需求的多样性,即满足人类的物质需要、精神需要、生态需要等,并在满足基本生存需要的基础上以追求精神需要和生态需要为主旋律,生态消费在最高层次的意义上是一种对高品质生活的追求,是一种伦理道德的表现。自由的创造生活,捕捉人生的意义,使个人的人生里有希望,有未来,有永恒。

(三) 生态消费的伦理原则

人类中心主义肯定了人的价值,崇尚人的尊严,它在一定历史时期起了积极的作用,使人类从中世纪的神学束缚中解放出来,激发了人类的创造性和主动性,生产力得到巨大发展。随着工业进程的推进,人类中心主义的弊端也凸显出来,以人类中心主义为基础建立的消费主义,最终导致的是一个异化的社会。异化的

^① 毛中根,林哲.从生态消费看人与自然的和谐相处[J].生态经济,2007,(6):147-149.

^② 汪秀英.绿色消费与生态消费的规则界定与分析[J].现代经济探讨,2005(8):6-10.

^③ 汪秀英.绿色消费与生态消费的规则界定与分析[J].现代经济探讨,2005(8):6-10.

消费、异化的人类，造成严重的生态危机，威胁着人类的生存。生态消费的伦理是对传统消费主义的批判和超越。

生态消费具体包括尊重生命的原则、平等的原则、责任的原则和自由的原则。

第一，尊重生命的原则。生态伦理学的核心思想是尊重生命和自然界。这种价值观把自然界的价值理解为自然界的“内在价值”。“这种内在价值的根据是自然物的存在，自然之物的存在本身即代表了他们的价值，自然之物的价值就在于存在本身。”^①生态伦理包含两个问题：尊重人类的生命和尊重自然界的价值。尊重和维护人类的生命，既包括当代人的健康又包括子孙后代的繁衍生息，理性地对待自己的需要，而不是一味过度消费，造成环境污染、疾病横生，威胁着人类的生命。选择生态消费方式，首先受益的是人类自身，人类通过消费无污染的食物，呼吸新鲜而又洁净的空气，这都有利于人类身体的健康，同时也为子孙后代创造可持续生存的生态环境。其次，生态消费模式是对人与自然和谐本质关系的恢复和重建，人类和其他生物共同构成了有机的生态系统。

第二，平等原则。生态伦理的平等观包括人类的平等观和人与自然的平等观。薛晓源认为，“所谓人类平等观是指人与人之间的关系上，强调一部分人的发展不应该损害和牺牲另一部分人的利益。这就要求实现和维护‘横向’的代内平等与‘纵向’的代际平等。”^②代内平等强调当代人的消费，即在利用资源满足自身需求和利益时，不能掠夺他人或其他国家、民族享有的平等权利，在维护生态平衡，保护环境方面当代人、国家、民族都有平等履行的义务。特别是发达国家、富人更应该主动积极地为保护环境做出努力。所以，发达国家与发展中国家、富人与穷人应该共同承担保护家园的责任，公正平等地享有资源，坚决反对损人利己，以牺牲其他人、国家、民族的利益来填充某一些人、国家、民族的不合理利益。代际平等则是强调当代人在满足需要、利益的同时，有义务为后代人创造良好的生存空间和发展环境，把一个可持续性的生存环境留给人类，也要把一个可持续性的环境留给自然。

第三，责任的原则。人类是自然界的一部分，是自然界演化的历史产物，人类是自然界所有生物的高级形式。人类具有意识，人之所以为人的一个重要方面，

^① 矫海霞.现代性消费伦理的演变与生态消费伦理的提出[J].上海行政学院学报, 2003. (4).52-61.

^② 薛晓源.李惠斌主编.生态文明研究前沿报告[M].上海:华东师范大学出版社, 2006. 55.

就是人能够而且需要为自己的行为负责。所以每一个人应该为自己的行为负责。我们需要的不是越来越多、越来越新的消费品，我们需要反思的是，我们真正需要是什么。戴尔菲神殿上刻了两行字：“认识你自己，凡事勿过度。”即艾伦·杜宁提出的节制消费，保持和修理用品，再使用和再循环物质——关心地球意味着关心我们从中获取的东西。圣·弗兰西斯科服装公司埃斯瑞特在 90 年代末在“恳求负责任的消费”(A plea for Responsible Consumption)的标题下登广告：“今天不同于以往，我们的生活方式必须抗议空前的增长对我们的环境造成的威胁。我们认为这个问题最好在我们购买一些东西之前就问一问自己，它是否是我们真正需要的一些东西。就能被很好的达到目的。通过采用这种方法，我们将对一个比较健康的消费态度贡献出一份力量。^①生活给了我们很多选择，我们可以选择负责任的生活，我们可以选择为他人子孙后代铺垫更美好生活的道路。这些责任是个人的，也是国家的、民族的。

第四，自由的原则。生态伦理的最终归宿是自由原则。个人的消费是自由的，而不是被其他事物所役。在生态文明社会里，消费者重新成为主权人，不像工业社会的消费让位于生产，而是生产让位于消费，消费者有更多的主权去构建个性和自我实现，达到个体归属和群体归属的统一。个人消费的自由又意味着要承担一定的社会责任。权利和义务是统一的。只有在履行义务的前提下，才能享有应有的权利。物的工具理性的极端发展，却使人类在拥有物的过程中也被物拥有了，为前面的自由发展设置了许多路障。当人类懂得了担当历史责任重要性的时候，就意味着自由成了衡量这个世界的准则。人类选择了生态消费的消费方式，也就选择了人文主义和科学主义的有机统一，选择了满足生活需要的自由，而不是为物所累的迷茫。

三、正确处理生态消费与幸福关系的伦理原则

生态消费通过对生态产品的消费，一方面有助于身体的健康；另一方面生物的多样性，美丽清新的大自然使人身心愉悦、心情舒畅，这种好心情转化到处理工作、家庭、交际中，就会产生良性循环，人们的生活满意度就会增加。生态消费符合科学的消费——幸福观，公正、适宜、可持续的原则能够更好的构建生态

^① [美]艾伦·杜宁.多少算够[M].毕聿译.长春：吉林人民出版社，1997. 68.

消费——幸福观。

（一）可持续性原则

可持续性原则是正确处理生态消费与幸福关系的目性伦理原则。人类的整体幸福是统领选择消费方式和实现个人幸福的纲领。个人以自己的选择方式来追求目标，只有在社会上具有可行性的时候，目标才会实现。在这里，个人目标的实现，一是此目标与个人的内在价值追求是一致的；二是社会环境提供了行为的可行性的有利条件，个人目标与社会的整体目标具有一致性。个人的幸福依赖于社会的进步与共同体的发展状况，所以当个人幸福与整体幸福一致的时候，社会就会为个人幸福的实现创造有利的条件，促进个人幸福的实现；个人幸福的实现也有利于其他人幸福和社会整体幸福的实现。

消费行为是大自然生态系统中关系人类生存与发展的中转站，是有机系统的一环，使消费行为合理而有效的存在，才能保证能量和物质的输入输出是有效的，而不是无效的甚至是毁灭的。人类只有在消费的过程中摒弃主客二分的彻底人类中心主义思维的影响，选择以生态伦理为基础的生态消费方式，也是当代人类生态文明社会背景下的选择。生态消费的生活方式有利于协调人与自然的关系、人与社会的关系、人与人的关系，是确保人类获得生理、心理上满足与愉悦的基础，是实现个人幸福追求和人类共同福祉的必然选择。

（二）公正性原则

公正性原则是消费者主体获得个人幸福的保障。亚里士多德说：“我们说公正就是给予和维护幸福，或者是政治共同体福利的组成部分。”^①公正是社会和谐伦理基础。公正是指个体或是人类整体在满足自己需要和利益的时候，以不损害其他人、集体或是自然的利益为前提，为实现个体利益与人类整体利益创造条件。所以，只有在社会关系中形成公正的保障氛围，在此基础上建立的社会群体大厦才会有平稳而牢固的根基。正如亚当·斯密所指出的：“与其说仁慈是社会存在的基础，还不如说正义是这种基础。虽然没有仁慈之心，社会也可以存在于一种不

^① 亚里士多德.尼克马克伦理学[M].苗力田译.北京：中国人民大学出版社，2003. 94。

很令人愉快的状态之中，但是不义细微的盛行却肯定会彻底会毁掉它。”^①如果是少部分人占有大部分资源，生态消费就不具有实现的可能性，这样每个人就不能得到公正的资源分配，追求幸福的权利也就得不到保障，整个人类幸福的实现也没有基础。

每一个个体都有消费和追求幸福的权利，贯彻代内公正和代际公正的原则，是保证不同空间和地域的人、民族、国家，当代人与后代人拥有消费生存方式和追求幸福的权利。在实现个人、民族、国家、当代人的幸福追求的时候，不能以牺牲或是损害其他人、民族、国家、后代人的幸福权利为代价。绿色工作室在书中写道：“据统计，一个发达国家居民消费的资源约等于发展中国家一个居民的3倍—8倍。一个美国人消费的粮食是一个非洲居民的8倍，煤炭是500倍，石油是1000倍！人们看到，……拥有全球人口的1/4工业化国家，消费了地球上40—86%的各种自然资源。”^②发达国家与发展中国家、富人与穷人应该公平的开发和利用资源，共同承担保护地球家园的责任，坚决抵制那些为了满足个人利益牺牲他人、民族、国家利益的行为，发达国家应该为给发展中国家造成的环境恶化而做出一定的补偿。与此同时，在后代人不在场的特殊条件下，当代人有义务为后代人创造一个良好的生存和发展空间，保障后代人公平的享有资源和追求幸福的权利。

（三）适宜原则

所谓适宜原则，是指在保证社会公平的前提下，选择适合自己的消费—幸福观。随着市场多元化的形成和发展，社会民主愈加广泛化，人们的消费方式面临更多的选择，消费主体具有更多建构自身的能力，消费者主体的选择呈现出个性化和多元化倾向。但是，人类不能随心所欲地对待自己，人存在的本质在于不断的发展完善自我，相应的应负有责任和义务。对于个体自身而言，所行所为应该符合人本质的发展和完善，一切有害于此的都应该避免；对于整体而言，在发展完善自我的同时，应维护其他个体的生存和发展。

选择适合自己的消费—幸福观，首先要考虑的是，这种消费方式是有益于身体健康的吗？身体的健康是实现幸福的前提条件和重要因素。布伦诺·S.弗雷等学

^① [英]亚当·斯密.道德情操论[M].蒋自强译.北京：商务印书馆，1997.106。

^② 绿色工作室.绿色消费[M].北京：民族出版社，1999.242。

者在调查分析中显示,“具有不良健康的人报告对生活完全满意度的概率比那些具有良好健康的人报告对生活满意度的概率要低 13.3 个百分点(其他条件不变)。”^①其次,考虑的是所消费的和所追求的是符合经济条件吗?不能一味的依赖信贷消费,而不计后果,成为“负翁”“负婆”一族,给自己的生活带来很大的压力,缩小了自己生活的空间。再次,应考虑的是社会标准,即所行所为是否合情合理,是否不违背社会的主流价值倾向。人生所有目标的最后指向和根本要求,是幸福的终极拷问。而道德与幸福是统一的,道德正是顺应了让人类生活的更加美好更加幸福的终极目标。正如德谟克利特认为,人对幸福的追求,是道德生活的出发点和动力,道德生活的最终目的就是达到幸福。最后,选择消费—幸福观有一个很好的结合点就是符合生态标准,选择了生态消费的生活方式,协调好人与自然的关系,就已经向幸福迈进了一步。

适宜的原则,其实就是一种中庸之道。亚里士多德认为,这个道“是要在应该的时间,应该的境况,应该的关系,应该的目的,以应该的方式,这就是要在中间,这是最好的,它属于德性。……德性就是中庸,是对中间的命中。”^②

适宜原则不是一个永恒不变的概念,而是一个历史范畴。它受限于社会生产力水平、社会文化、风俗习惯,对于个体的家庭、职业、性格、教育等条件都会影响适宜原则的内容。适宜个人的消费—幸福观是具体的历史的统一。从当代社会进步情况来看,人改造自然与社会的能力不断增强,社会所提供的消费资料不断增加,消费方式的可选对象不断扩展,每一个人的个体自由程度不断提高,而将消费适度准则内化为自我尺度是走向幸福之路的应有之义。

贯穿生态消费与幸福关系的主线是可持续性,可持续性符合人的本性。我们认为,可持续性符合人的本性。可持续性首先是个人生活自身的可持续性。可持续性的幸福生活应该是追求生活质量,满足物质、精神、生态各个层面的需要,追求高品质的生活。高品质的理想生活,包括人们生活舒适,个人创造性得到充分发挥,有更多的闲暇时间,使人的个性全面自由的发展,拥有融洽的家庭生活、社会关系,在知识、道德、审美方面,都能获得高度的满足。幸福、公正、适宜的原则围绕可持续性的主轴,使生态消费满足人的需要和全面自由的发展。可持

^① [瑞士]布伦诺·S. 弗雷等,幸福与经济学[M]. 静也译. 北京:北京大学出版社,2006. 74.

^② 亚里士多德,尼克马克伦理学[M]. 苗力田译. 北京:中国人民大学出版社,2003. 34.

续性包括既要满足当代人的消费需要以及提供实现幸福的条件，也要满足后代人的需要和保障幸福权利的追求。个人在满足消费需要和幸福追求的时候，节约利用资源，负责的使用新技术，减少消费对环境的压力，为后代人提供一个良好的生存环境和发展空间。

第三章 实现生态消费与幸福相协调的有效途径

选择一种新的生活方式,意味着生活态度、社会价值观念、生活行为的转变,同时物质生活条件、道德水平、精神寄托也会发生变化。一个良好的生活方式,不仅有益于身心健康,也有益于生活质量的提高,有益于生态环境的建立。从个人与社会的关系看,强化公民的道德责任意识,建立有效的监督约束机制,可以推进个人对良好生活方式的实践。

一、倡行科学的生活方式

(一) 新简约主义

我们在满足物质欲求的时候,环境恶化、生态危机、精神匮乏、犯罪增加等问题凸显出来,人类在精神上迷失了自我。人们在追逐物质欲流、追求象征地位、追赶潮流和时髦的时候,却也发现更渴望一种慢节奏、比较轻松的、和家人团聚的生活。随着工业社会进程的加快,城市的喧嚣、高档名牌、发达的网络、便利的交通等现代人趋之若鹜的东西,开始演变成为新简约主义者关在大门之外的东西。或许他们有能力消费这些东西,但是他们推崇新简约主义,有的称之为“新简单主义”或是“新节俭主义”或是简约主义等。

简约,根据《辞海》和《现代汉语词典》(修订本)的解释,是简单、简明、简要、节俭、紧缩的意思。^①一般地,新简约主义的特征包括两方面内容:一方面,他们不会像旧节俭主义那样,以不消费或减少消费为节俭标志,而是以尽量少的钱满足尽量多的需求;另一方面,他们也不盲目追随现代社会过度生活过度奢侈的潮流,而是追求一种自然、简约、和谐的生活。^②换言之,所谓新简约主义,在追求一种朴素与简约的生活,追求一种独立的自我,追求一种自然持续美好的空间。

新简约主义首先区分了需要和欲望这两个概念。梭罗认为,“从字眼上讲,生活必需,我说的是各个方面,是指人通过自己的辛勤努力获得的一切,从一开始

^① 李彬生.论“简约”[J].株洲工学院学报,2006(5):110—112。

^② 王霞.Nono族:让简约成为时尚[J].中国青年研究,2006(3):23—26。

就成为必需,或者长期使用成为必需,对人的生活举足轻重,不可或缺,几乎没有人曾试图摆脱这种必需的生活,不管是出于野蛮、贫穷还是治学,都很难办到。……居住得当,穿着得当,我们合理的保持着我们自身体内的热量;可是,倘若我们住得过暖穿得过厚,或者燃料使用过多,也就是说,外部的热量比我们体内的热量更多,难道不是可以毫不夸张地说在烹制人体了吗?”^①诸如吃、穿、爱、归属的需要是人需要的不同层次,需要是有限的,而欲望却是无限的。当用我们有限的精力和资源去满足无法填满的欲望时,却发现我们总也得不到满足,这会使我们更加焦虑,对生活的满意度降低。

马克思明确地指出,所谓“人的需要”即符合人的本性的需要,是有利于增强人的本质力量和巩固人在世界中的主体性地位的需要。^②新简约主义者印证了戴尔菲神殿上刻的那两行字:“认识你自己,凡事勿过度。”他们知道什么对他们来说是最重要的。他们选择理性的消费,对豪华奢侈说“No”,对浪费虚伪说 No,对刻意张扬说 No。

美国有一本畅销书《瓦尔登湖》,记录的是梭罗一人在瓦尔登湖畔的所行所感。在瓦尔登湖畔,梭罗建造木屋,使用简单的工具,种植豆子等作物。在与大自然融合的简单生活中,他体会到心灵的健康和安宁是最重要的,因而主张回归自然,崇尚简单纯朴的生活,追求理性空灵的精神境界。梭罗在瓦尔登湖边的笔记本上写道:“一个人的富有与其能够做的顺其自然的事情的多少成正比。”^③

从 70 年代末起,美国社会出现了回归乡土从事农耕的热潮。千万人离开都市来到乡下,希望在乡下的土地过上一种可持续的生活。这种现象反映了一种价值取向,其目的是想通过社会实践寻找一种对生态负责的生活方式。80 年代末,日本兴起了回归乡土的社会动向。在美国宣扬的“简单生活”:不上网、不看电视、不住大房子、不大规模购物、不驾车等等以避免产生生态压力和经济压力。这种简单生活被白领奉为实现生活幸福的圭臬。朱相远在文章中举了瑞士这个典型的例子,瑞士是世界最富的国家之一,人均超过 3 万美元,但他们却崇尚节俭生活,“瑞士那些豪华别墅,都是外国明星、巨商、富豪的住所,而瑞士人自己,绝大

^① [美]亨利·戴维·梭罗.瓦尔登湖[M].苏福忠译.北京:人民文学出版社,2004.11。

^② 倪瑞华.可持续发展是伦理精神[M].北京:中国社会科学出版社,2004.143。

^③ [美]艾伦·杜宁.多少算够[M].毕聿译.长春:吉林人民出版社,1997.113。

多数住在两室一厅的普通公寓中，且 70%以上没有房产权。瑞士汽车普及，但大多为小排量的实用车。由于瑞士资源缺乏，几百年前十分穷困，靠出国当雇佣军谋生。后来靠智慧与技术，逐渐富裕起来，但仍居安思危，过着朴实无华的生活。”

①

是什么促使我们去选择这种简单生活？首先，新简约主义的生活方式更加符合人的本性，更加符合自然的本性。简约的生活可以使人们从繁琐和无休止的物质累赘中解脱出来，从精神彷徨和工作重担的压力中解放出来，重新给自己的幸福定位，寻找真正的个性生活。其次，强健身体、陶冶道德情操、理性消费、享受家聚温馨等方面是新简约主义者生活的方向。这种生活坐标的建立有利于个人的身体健康和全面发展，可以提高生活满意度。

再次，新简约主义一旦上升到群体行为，有利于形成人与自身的和谐，人与社会的和谐，这意味着社会心理的成熟和社会文明的进步。

最后，简单的生活使人们有更多接触自然的机会和时间，有助于新简约主义者践行人与自然和谐的理念。“有权消费，拒绝浪费”、提倡以步代车、拒绝浓重奢侈等简约生活方式的实践行为，是为我们的世界创造美的行动。

（二）绿色生活方式

绿色代表希望、健康、活力与生命，代表人与大自然的和谐。所谓绿色消费，就是以保护消费者健康为主旨，符合人的健康和环境保护标准的各种消费行为和消费方式的统称。^②尹世杰在《消费经济学》中对于绿色消费概括了四个基本点，一是在消费中，选择有助于公众身体健康和未污染的绿色产品；二是消费过程中不要污染环境；三是注重资源保护；四是真正认识到绿色消费是一种可持续消费。绿色消费强调人的消费活动与人的身体健康、生存环境质量、自然资源使用以及经济社会的可持续发展、人类的可持续生存发展之间的有机统一关系，将消费活动放在宏观整体中把握，有利于资源的有效利用，有利于人类的健康发展，有利于人与自然协调发展。

根据“十一五”国家科技支撑计划“全球环境变化应对技术与示范”重大

^① 朱相远.树立新的天人观——从人与天斗转为人和天[J].新华文摘, 2007(22):25-28.

^② 尹世杰.消费经济学[M].北京:高等教育出版社, 2003.155.

项目“全球环境变化人文因素的检测与分析技术研究”课题研究成果,科技部编制了《全民节能减排手册——36项日常生活行为节能减排潜力量化指标》,为每个公民制定了一套从我做起、从点滴着手、从现在做起、从身边做起的绿色生活行动指南。珍·古道尔说过,“每个人都很重要,每个人都能发挥作用,每个人都带来变化。”^①我们都应该记住这句话。国家政府纷纷制定产品的环境标准,推行绿色认证制度以及实施绿色补偿措施等方面的努力,这对于消费者或是生产者,绿色无疑会成为一种道德的生活。绿色生活方式应该从身边的点滴做起,比如,垃圾要分类投放、出行要搭乘公交车、使用节能电器、水流不要开的太大、购买包装简单的产品等等。

健康的生活方式是生活实践的行动指南,有助于生活朝着科学性、价值性和生态性的方向发展。一种健康的生活方式应该体现科学性、道德性和审美性,应该是个性与社会性的统一。生活方式的选择对于经济发展、人的全面发展具有重大意义,一种适宜的生活方式可以实现个人生活的舒适、惬意,也可以改变经济、社会和自然的状况,使之沿着更加合理、良好的方向发展。新简约主义和绿色的生活方式,不仅给我们的生活带来幸福感,而且为社会的良性发展提供了保障,充分体现了科学性、价值性和生态性有机统一。

二、强化公民生态思想责任意识

引导健康合理的消费方式,关键是重塑公民的价值观念,强化公民的生态思想教育,强化公民的道德责任。马克思曾经说过,道德的基础是人类精神的自律。而幸福的生活一定是有道德的生活。自觉创造良好的生存环境、全面关注人类的健康、节约利用水电等资源、负责任的消费等行为是正当的合适的,也是道德的。

弘扬人性与人文理性精神,使人们认识到人类是自然界的一部分,人类的生存与发展依赖于自然环境,人与自然是共生共存的关系。关心人类和环境的可持续性,节约并充分利用资源,保护环境观念,积极参与环境问题的处理,学习并科学合理地利用科学技术,提高改造环境和保护环境的能力,优化人类的生存环境,提高生活质量,实现人生价值的崇高追求。

魏晓笛在《生态危机与对策》中对生态思想教育做了归纳,首先,是树立生

^① 夏燕.环保,从绿色生活方式开始[J].观察与思考,2008(5):26-27.

态观,培养公民具有正确的人与自然的和谐、持续发展的观念,认识到社会的发展与人的发展要以环境的承载能力为前提;其次,树立正确的社会观,认识到生活发展的内涵在于提高人类的健康水平,提高生活质量,保障人们的平等、公平、自由等权力;第三,树立正确的发展观,使公民养成人、自然、社会协同发展的观念,树立代际平等和代内平等的观念;第四,树立正确的人生观,使公民正确理解个体发展与自然、社会发展之间的合理关系。正确的生态观、社会观、发展观、人生价值观,有利于社会成员人格的健全完善、生态的良性循环、人类的美好未来。

强化公民的生态思想教育,须建立一个有机的教育体系,形成一个多层次、多样式、多格局的生态教育系统。薛晓源,李惠斌指出,“必须认识到,环境教育是生存教育、终身教育、全民教育、价值教育、综合教育和实践教育。”^①对于公民的生态道德教育,关键是对青少年的教育,毕竟当一个人走向社会之后的行为习惯是很难改变的。对于青少年的生态思想教育,要从小抓起,从点点滴滴身边的小事进行。无论对于学校还是社会的,都需要针对教育对象的实际情况,开展有的放矢,潜移默化,寓教于乐等教育,培养热爱生命,热爱环境,热爱地球的良好行为习惯。全体社会成员都是教育的对象,公司企业的职工和领导、政府的国务院、其他社会组织和事业单位的组成人员,都需要社会和单位提供一个受教育的平台,这可以形成良好的社会生态风尚,推动社会成员树立生态消费幸福观,有助于实现个人幸福和社会的福祉。

教育不是万能的,生态道德教育的实现也需要通过行政、法律、经济、技术等综合手段。魏应敏认为,“道德教育是把某种价值体系、行动与观念的准则灌输到个人意识中,使其形成相应的道德信念和道德品质;从而在个人身上展开道德作用的内部机制,使个人不仅在道德上能自我调节和监督,而且能参与社会的道德调节过程。”^②需要行政的强制、法律的约束、利益的调控和改造世界的能力与质量。

建立全社会范围内的生态道德评价体制。《伦理学小词典》是这样定义道德评价的,即“人们根据一定社会或阶级的道德标准对他人或自己的行为进行善恶、

^① 薛晓源,李惠斌主编.生态文明研究前沿报告[M].上海:华东师范大学出版社,2006.56.

^② 魏应敏.新伦理学教程[M].北京:北京大学出版社,2003.219.

荣辱、正当与不正当等道德价值的判断和评论，表明肯定或否定、赞成或反对的倾向性态度。”^①政府不但要在资金上加大投入在人才上要加快培养在工作上加大对社会的宣传和普及环境保护和建设的力度。还应该建立和完善生态保护的评估与奖惩方面的机制。把生态保护作为经济发展程度、企业经营状况等行为的评估、考核和奖惩的依据。对于环境保护方面做出突出贡献的个人或团体要予以奖励，并树立典型引导社会风范，强化公民的生态责任意识。而对于破坏环境的则要依法惩罚。

总之，通过有效的道德评价机制的运行，引导公民的生态道德责任意识，将一种外在的东西内化为个体及组织实践行为的一部分，这才是一种真正意义上的人格完善，才能为人生的幸福生活打好根基，才能享受高质量的生存和发展环境。

三、建立有效的约束监督机制

倡导健康的消费方式，树立生态消费幸福观，主要依靠个人的自觉自律，这需要社会和学校教育体系的发展完善。同时，国家机关的作用也是不可或缺的。宏观上，国家调整经济社会发展的政策法规的基础，应以多数人幸福为核心，让个人幸福生活的目标成为立法和道德的基础。微观上，约束监督机制的发展完善是保障这一原则得以全面贯彻实施的重要条件。

首先应该加强政府主导者的角色，这是问题的关键。政府角色的发挥体现在两个方面：一是加强相关部门人员的素质管理，从上级到下级，建设约束监督机制，建立生态问题的问责制，对于不严格执行环境标准的部门或个人要予以批评并追究其责任，严重的要承担相应的法律责任。二是完善环境法规的建设和执法力度，同时加强宣传参与环境法规的制定和执行。

其次，约束监督机制的主要对象是企业。企业对于相关环境法律与政策的贯彻实施如何，直接关系着社会生态的和谐状况。强化对企业生产、排污等各环节的监督，严格执行环境标准，依据各环保部门以及企业的具体状态具体分析具体解决。第一，定期将企业的执行情况通过媒体向社会公布，通过透明化、大众化、公平化，促使企业严格执行相关环保标准的法律。第二，完善技术、信息手段，是保障约束监督机制有效性的前提。强化环境部门监督技术的提升，使各行业的

^① 朱贻庭.伦理学小词典[M].上海：上海辞书出版社，2004.80.

生产、设计、包装、排污等各环节都置于环保的监督之下，杜绝各行业对环境的污染，并辅之环境影响评估机制，鼓励企业主动控制并消解排污的影响，切实通过技术的改进，信息的公开等形式发展完善约束监督机制，进而达到环境管理的有效性。

最后，开辟公众和舆论监督的途径，使环境违法现象无所遁形，确实保护公民的环境权。环境权是人类的一项基本人权。1970年，国际公害研讨会发表《东京决议》，规定每个人享有不受侵害的环境权利，并作为基本人权的一项原则，这是第一次把环境权利列入人权的范围。“环境权首先表现为权利主体有权利对自然生态功能的享用，自然生态功能是指自然环境所提供的净化、健身、景观、生计等方面的作用。其次，表现为权利主体有权利依据对一定自然资源的占有或使用从中获得财产性收益。再次，表现为权利主体有权利对一定的自然要素的整体性进行支配，这里讲的权利主体指国家。”^①在这里，环境权可以从个体与总体两个方面来界定，一是每个人都享有适宜的健康和良好生活环境的权利，二是全人类都应享有每一个人享有的健康和环境权利。环境权的实现对于公民与人类整体福利至关重要。

每个人的力量是有限的，而公众的力量是强大的。依赖公众的参与，“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”，这条古训警示我们每一个人应该怎么做才能让人生变得更幸福多彩，社会更和谐美好，环境更宜人芬芳。所以，发挥群众舆论的作用，加大对于超标排污企业的处罚力度，杜绝一切贪污受贿危害人类生态权利的行为。对于违法企业通过媒体的途径，置于公众的监督之下，畅通监督渠道，处理和处罚政策要予以公开，监督执法的主体和客体。同时，鼓励企业的自愿管理行动，引导公众的生态消费模式，鼓励购买环保产品，通过消费对生产的引导作用，开辟环保产品的市场。人类活动付出的努力最终就是为了保障获得生活幸福的权利。

^① 刘湘溶. 生态文明论[M]. 长沙: 湖南教育出版社, 1999.252-253.

小 结

人们在消费主义的实践中最终并没有获得它所许诺的幸福，反而由于其带来的资源浪费、生态危机，影响了生命质量，阻碍了美好生活的实现。批判传统消费主义以及正确看待消费与幸福的关系，成了使消费回归合理性位置，选择适宜生活方式，追求幸福生活的起点。而发展一种生态消费观念则成了顺应生态文明进程的一环。生态消费是在确立人与自然和谐、协调的思想意识基础上，提供服务及相关产品以满足人类的生活需要，提高人类生活质量，同时使自然资源的消耗量最少，使服务或产品在其生命周期内产生的废物和污染物最少，从而不危及后代的需要。环境的和谐，生态的平衡是人类最根本的福利。按照自然本性和谐地生活，就是一种善的生活。这种善的生活将有助于我们人生幸福在和谐关系的推动下，达到幸福目标。

参考文献

1. 于德山. 当代消费文化的崛起及其反思[J]. 江苏广播电视大学学报, 2007. (2). 32-37.
2. 唐能赋. 经济伦理学[M]. 成都: 西南财经大学出版社, 1997.
3. 程恩富. 消费理论古今谈[M]. 北京: 经济科学出版社, 1990.
4. 迈克·费瑟斯通. 消费文化与后现代主义[M]. 刘精明译. 译林出版社, 2000.
5. 田国强、杨立岩. “幸福—收入之谜”的一个解答[J]. 经济研究, 2006(11).
6. [瑞士]布伦诺·S. 弗雷等. 幸福与经济学[M]. 静也译. 北京: 北京大学出版社, 2006.
7. 耿丽萍. 生存与消费——消费、增长与可持续发展问题研究[M]. 北京: 经济管理出版社, 2004.
8. 傅春红. 满足与幸福的经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 2008.
9. 梁捷. 幸福指数: 中国人幸福吗? [M]. 广州: 中山大学出版社, 2007.
10. 亚里士多德. 尼克马克伦理学[M]. 苗力田译. 北京: 中国人民大学出版社, 2003.
11. 陈瑛. 人生幸福论[M]. 北京: 中国青年出版社, 1996.
12. 孙英. 幸福论[M]. 北京: 人民出版社, 2004.
13. Richard A Easterlin. The economics of happiness[J]. Daedalus. BostonSpring2004, Vol. 133. pg. 26.
14. 林自鹏. 消费经济词典[M]. 北京: 经济科学出版社, 1991.
15. 姚建平. 消费认同[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2006.
16. 马克思. 政治经济学批判大纲[M]. 刘潇然译. 人民出版社, 1975.
17. 尹世杰. 消费经济学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2003.
18. 崔勇列. 幸福和经济学的断层[J]. 书城, 2007 (5). 24—31.
19. 赵玲. 消费的人本观念[J]. 学海, 2002 (3). 49-53.
20. Richard A Easterlin. Happiness and Economics: How the Economy and Institutions affect well-being[J]. Journal of Economic Literature Mar

2003, pg. 216.

21. 宋圭武. 经济增长与国民幸福[J]. 中国社会导刊, 2007 (8) .31-33.
22. [意] 路易吉诺·布鲁尼, 皮尔·路易吉·波尔塔. 经济学与幸福[M]. 上海: 上海人民出版社, 2007.
23. 陈泽环. 功利·奉献·生态·文化[M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 1999.
24. 唐凯麟. 中国古代经济伦理思想史[M]. 北京: 人民出版社出版, 2004.
25. 钱穆. 论语新解[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2002.
26. 艾伦·杜宁. 多少算够[M]. 毕聿译. 长春: 吉林人民出版社, 1997.
27. 刘小平. 论消费主义的本质、内涵及其影响[J]. 中共长春市委党校学报, 2007 (2) .87—89.
28. 纪秋实. 消费主义的危害与遏制[J]. 北京青年政治学院学报, 2007 (2) .5—11
29. 张美君. 国内消费主义研究综述[J]. 理论与现代化, 2005 (5) .85—89.
30. [美]赫伯特·马尔库塞. 单向度的人[M]. 刘继译. 上海: 上海译文出版社, 2006.
31. [美]丹尼尔·贝尔. 资本主义矛盾[M]. 赵一凡等译. 北京: 生活·读书·新知三联书店出版社, 1989.
32. 陈学明, 吴松. 痛苦中的安乐——马尔库塞 弗洛姆 论消费主义[M]. 昆明: 云南人民出版社, 1998.
33. 王宁. 消费社会学——一个分析的视角[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2001.
34. 成伯清. 格奥尔格·齐美尔. 现代性的诊断[M]. 杭州: 杭州大学出版社, 1999.
35. [英]费瑟斯通. 消费文化与后现代主义[M]. 刘精明译. 南京: 译林出版社, 2000.
36. 毛志峰. 人类文明与可持续发展——三种文明论[M]. 北京: 新华出版社, 2004
37. 杨通进主编. 现代文明的生态转向[M]. 重庆: 重庆出版社, 2007.

38. [美]奥尔多·利奥波德. 沙乡的沉思[M]. 侯文蕙译. 北京: 经济科学出版社, 1992.
39. [美]蕾切尔·卡逊. 吕瑞兰. 寂静的春天[M]. 李长生译. 长春: 吉林人民出版社, 1997.
40. 毛丽棋. 论生态文明[J]. 环境, 2005 (21), 165-168.
41. 马洪宝. 生态文明语境下的人的全面发展[J]. 中国海洋大学学报, 2006 (2). 59-62.
42. 焦金雷. 生态文明: 现代文明的基本样式[J]. 江苏社会科学, 2006 (1). 74-78.
43. 余谋昌. 生态文明: 人类文明的新形态[J]. 长白学刊, 2007 (2). 138-140.
44. 傅治平. 生态文明: 和谐社会的第四乐章[J]. 北京联合大学学报, 2007 (9). 5-8.
45. 施里达斯·达夫尔. 我们的家园——地球[M]. 北京: 中国环境科学出版社, 1993.
46. 毛中根. 林哲. 从生态消费看人与自然的和谐相处[J]. 生态经济, 2007 (6). 147-149.
47. 绿色工作室. 绿色消费[M]. 北京: 民族出版社, 1999.
48. 汪秀英. 绿色消费与生态消费的规则界定与分析[J]. 现代经济探讨, 2005 (8). 6-10.
49. 张剑青. 生态消费与我国企业推行 ISO 14000 的内在动力分析[J]. 中国标准化, 2000 (10). 43-44.
50. 李贯崎在. 对生态消费问题的探讨[J]. 商业研究, 2003 (1). 40-42.
51. 俞海山. 生态文明催生生态消费模式 [R]. 中国教育报, 2008 年 4 月 15 日
52. 矫海霞. 现代性消费伦理的演变与生态消费伦理的提出[J]. 上海行政学院学报, 2003. (4). 52-61.
53. 薛晓源. 李惠斌主编. 生态文明研究前沿报告[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2006.
54. 倪瑞华. 可持续发展是伦理精神[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2004.

55. [英]亚当·斯密. 道德情操论[M]. 蒋自强译. 北京: 商务印书馆, 1997.
56. 刘湘溶. 生态文明论[M]. 长沙: 湖南教育出版社, 1999.
57. 李彬生. 论“简约”[J]. 株洲工学院学报, 2006 (5) . 110—112.
58. 王霞. Nono 族: 让简约成为时尚[J]. 中国青年研究, 2006 (3) . 23—26.
59. [美]亨利·戴维·梭罗. 瓦尔登湖[M]. 苏福忠译. 北京: 人民文学出版社, 2004.
60. 朱相远. 树立新的天人观——从人与天斗转为人与天和[J]. 新华文摘, 2007 (22) . 25-28.
61. 夏燕. 环保, 从绿色生活方式开始[J]. 观察与思考, 2008 (5) . 26-27.
62. 朱贻庭. 伦理学小词典[M]. 上海: 上海辞书出版社, 2004.
63. 魏应敏. 新伦理学教程[M]. 北京: 北京大学出版社, 2003.

致 谢

这篇论文是我对于当今社会消费和幸福关系的思考，也是对生态文明建设的希冀。经过一年多时间的构思、选题、修订提纲、搜集资料之后、初稿形成，经过仔细修改，我终于完成了对于这篇论文的表达，我也很希望能让更多的人看到我的这种表达。不管结果如何，毕竟我在这一段时间的经历中思考了很多，改变着自己，更希望影响身边的人。我的硕士论文的顺利完成，同导师的指导及学院老师和同学们的关心和帮助是分不开的。

首先感谢的是我的导师马佰莲教授。我的这篇论文从选题、搜集资料、到修改初稿，都凝聚了马老师的心血。马老师的严谨治学和悉心帮助，给予我的不仅是论文写作和思维上的提升，更重要的是这份情谊，让我终生难忘；其次感谢导师姜克俭，在题目和提纲内容方面的真知灼见，拓展了我的思路。感谢李家芝副教授，我这篇论文的选题是在李家芝老师的启发下产生的；感谢哲社学院的郭鹏老师，我在郭老师的课堂上受到很多启发，并且在她的帮助下得以和英国谢菲尔德大学的海伦·弗洛威博士交流，使我对于论文的思考更进了一步。

最后，我要感谢马克思主义学院的领导和老师对我学业和生活的支持帮助；我还要感谢我的舍友王光照、陈慧铭、张扬、陈静，她们在我论文的结构和写作上，都给了我很大的帮助。感谢我的同学们，正是你们的关心和帮助，让我在山大的日子里充满阳光。

在山大的学习和生活是我人生的一笔财富，也是我完善自我、追寻梦想的动力。由于自己学识的不足，在论文的结构、写作等方面还需要各位专家学者的批判指正。学海无涯，我会载着我的恒心和勤奋出发。

发表的学术论文目录

1. 金小燕：人工授精和体外受精的伦理权衡[J].《中国医学伦理学》2007(6)。
2. 金小燕：伦理学问题研究的理论意境[J].《理论探讨》2007(6)。
3. 金小燕：歧视消除：社会公正视角下的女大学生就业问题研究[J].《沧桑》2008(1)。
4. 金小燕，马佰莲：生态文明视角下消费与幸福关系的思考[J].第二届全国科技哲学及交叉学科研究生论坛论文 2008（12）。