

# 数字资本视域下数字消费主义的生成机制、现实挑战和应对策略

杨梦琪

西安交通大学马克思主义学院, 陕西 西安

收稿日期: 2026年1月25日; 录用日期: 2026年2月16日; 发布日期: 2026年2月27日

## 摘要

数字消费主义源自消费主义思潮与数字技术的深度融合, 它既保留了消费主义的基本特质, 又呈现出数字经济时代的独特形态。从数字资本的视角来看, 这一现象主要由“消费数字化”与“数字消费化”两方面相互增强所构成。二者共同遵循技术逻辑与资本逻辑的双重驱动, 进而对个人发展与社会进步造成比以往传统消费主义更多的负面影响。科学揭示数字消费主义的本质, 坚持进一步加强社会主义市场经济体制、加强数字技术理性引导、以及弘扬符合新时代要求的科学消费观, 是防范和应对数字消费主义的重要路径。

## 关键词

数字资本, 消费主义, 资本主义

# The Generative Mechanisms, Practical Conundrums and Countermeasures of Digital Consumerism within the Digital Capital Paradigm

Mengqi Yang

School of Marxism, Xi'an Jiaotong University, Xi'an Shaanxi

Received: January 25, 2026; accepted: February 16, 2026; published: February 27, 2026

## Abstract

Digital consumerism stems from the profound integration of consumerist ideology with digital

technology, retaining the fundamental characteristics of consumerism while manifesting unique forms in the digital economy era. From the perspective of digital capital, this phenomenon is primarily constituted by the mutually reinforcing dynamics of “digitization of consumption” and “Digital Consumerization”. Both are driven by the dual forces of technological logic and capital logic, thereby exerting greater negative impacts on individual development and social progress than traditional consumerism. Scientific elucidation of digital consumerism’s essence, alongside steadfast commitment to strengthening the socialist market economy system, promoting rational guidance in digital technology, and championing scientific consumption values aligned with contemporary demands, constitutes a crucial pathway for guarding against and addressing digital consumerism.

## Keywords

Digital Capital, Consumerism, Capitalism

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

消费在不同的历史阶段有不同的内涵。起初消费只是为了满足人们需要的基本生命活动，随着生产力的发展，人类社会进入到资本主义社会后，消费又成为资本主义社会再生产过程中必不可少的一个环节，消费主义变为了资本主义社会的一种生活方式和价值观念。这一切源于工业革命后资本主义社会生产的商品过剩现象，生产和消费之间不再保持原有的平衡状态，为了解决剩余的商品，资本主义开始推崇消费主义，鼓动大众狂热地追求虚无缥缈的符号消费[1]。

随着数字信息技术和数字经济在我国的飞速发展，数字化生存已深度融入人们的日常生活，成为不可分割的重要组成部分，数字因素引发消费领域的结构性转变。与传统形态相比，数字资本逻辑支配下的数字消费主义呈现出新的形式和特点。作为消费主义在数字时代演化的新形态，数字消费主义源于消费主义思潮与数字技术的深度融合。因此，数字时代的消费主义一方面延续了消费主义的普遍属性，另一方面也呈现出数字语境下独有的外在形态与内在逻辑。

## 2. 数字资本视域下数字消费主义的生成逻辑

数字消费主义，作为传统消费主义在数字资本疆域内的自然延伸，其诞生根植于数字资本架构内消费数字化进程与数字消费化趋势的深度融合与相互催化。消费数字化的演进，依托于“技术逻辑”的驱动，利用数字技术作为桥梁，促使资本在消费行为的洪流中寻求最大化利益，实现价值的无界扩张与累积。而数字消费化，则紧密遵循“资本逻辑”，在此逻辑框架下，广泛的社会风貌、文化元素乃至个体行动均被悄然赋予潜在的商品化潜能，经由数字化技术的转化，成为资本可轻易捕获并转化为经济利益的消费对象[2]。

这一生成过程的核心在于“资本逻辑”对“技术逻辑”的引领与塑造，同时，“技术理性”又作为基石，稳固并强化了“资本运作逻辑”的运作机制，共同构筑起一股推动数字消费空间蓬勃发展的强大“隐形动力”。这不仅加速了资本在数字化浪潮中的价值创造与积累，还为其在全球范围内实施战略布局与影响力扩张，提供了一套高度整合且极具影响力的意识形态框架与策略体系。

### (一) 消费数字化：数字消费主义生成的技术逻辑

消费领域的数字化转型不仅重塑了消费景观，赋予消费者前所未有的体验，同时也伴随着数字资本

作用下消费行为异化的新面貌。在数字资本驱动下,数字技术因素渗入到人们日常生产生活的方方面面,它以一种数字形态出现,通过技术创新、算法优化、智能数据从而建构出一个能够全面掌控人类在各个层次消费需求的大数据体系,进而倒逼消费者通过数字平台完成更快、更多的消费[3]。从实体货币交易到无缝衔接的网络支付,从受限于特定时空的购物体验到随时随地畅游于数字平台的自由消费,消费者正逐步融入一个由数字资本精心编织的消费生态系统。尽管这一系统极大提升了消费的便捷性,但伴随而来的是更为精细化和个性化的消费引导,使消费者在享受便利的同时,也悄然落入了一个由数字资本操控的信息闭环——“信息茧房”之中。在此环境下,消费者看似掌握着选择的主动权,实则仅能接触到符合数字资本利益导向的商品与服务信息。

消费数字化的深刻变革,不仅颠覆了传统消费模式,更将技术主导的工具理性和物质化逻辑深深植根于数字化社会的每一个角落。这一过程中,人们不仅在外在需求层面对数字化消费产生了强烈的情感与行为依赖,更在内心深处将生活的理想与追求寄托于虚幻的数字消费世界中。长此以往,个体极易陷入由数字技术精心设计的消费主义意识形态陷阱,将真实生活的意义与价值寄托于一系列由代码和算法构建的虚拟消费体验之中,从而加剧了社会的物化趋势与个体的精神空虚。

## (二) 数字消费化: 数字资本主义生成的资本逻辑

数字消费主义深植于一种复杂的“资本逻辑”之中,其消费模式与需求导向均根植于资本追求利润最大化的根本属性。通过对资本形成与流通历程的政治经济学深刻剖析,马克思揭示了资本在持续流通中不懈追求的终极目标——价值增殖。在此理论框架下,“资本逻辑”可视为一种以价值增殖为核心驱动力,力图将自然界的广泛领域转化为消费符号,从而实现自我无限增殖与扩张的内在机制[4]。

在这一逻辑框架下,数字不再仅仅是工具,而是直接成为了消费的对象本身,促使消费者追求“为数字而消费”的异化行为。个体在消费过程中逐渐加深了对数字的依赖,甚至陷入对数字追逐的成瘾状态,最终沦为受数字算法全面支配的实体,其存在被简化为数据流中的一个具象化节点。消费者在数字崇拜的迷雾中失去了自我认知,不再关注个人真实活动的意义与官能性满足,而是被人为制造的感官刺激、体验升级及情感操控所牵引,追求一种虚幻而怪诞的满足感。为了最大化消费潜力,“资本逻辑”依托数字技术,在数字领域内精心编织出一幅幅虚假的繁荣图景。通过不断升级消费者的感官体验、深化情感共鸣,并巧妙制造消费欲望,这一逻辑迫使人们步入由数字平台精心设计的“消费主导型生活方式”。整个消费流程的每一个环节,均是在资本运作逻辑的精心策划与推动下完成的,其最终受益者无疑是资本的所有者阶层——资本家[5]。

因此,数字消费主义不仅是资本逻辑的必然产物,更是与这一逻辑紧密勾结,通过隐蔽的意识形态策略,悄无声息地推动了资本的进一步增殖。

## 3. 数字资本视域下数字消费主义的现实挑战

数字消费主义建构着社会与个体,从社会的数字经济生活逐步深入到人们的日常生活,影响他们的消费行为、社会心理、社会行为等,甚至能够内化为人们自我认同的价值观。从消费符号化、消费审美化到传媒的消费主义化,从人的虚假需求到人的异化,数字消费主义已无处不在,理应对其造成的现实挑战进行系统梳理。

### (一) 数字消费主义带来“数字拜物教”

在数字消费主义的驱动下,当代消费者的选择逻辑已逐渐减少对物品实用价值的考量,更为注重其符号属性与个人社会身份的匹配度,以及能否通过消费行为强化自身的数字形象认同。这一趋势使消费行为逐渐远离商品固有属性,转而遵循一套由符号价值主导的消费准则。在此过程中,人们生活在由这些被建构的象征意义所支配的秩序之中。对于此种脱离实在、趋于虚幻的规则形态,马克思在《〈黑格

尔法哲学批判》导言》中将其阐释为拜物教形态。

拜物教原本是指对物品赋予一种超自然的神秘力量。在资本主义社会中，人们按照自己的物质生产率建立相应的社会关系，这些人又按照自己的社会关系创造了相应的原理、观念和范畴。人们在生产过程中形成的社会关系表现为一种虚假的物与物的关系，这种虚幻关系掩盖了人与人的关系，马克思把这种关系称为“拜物教”。劳动产品一旦作为商品来生产，就带上拜物教性质，因此，拜物教是同商品生产分不开的[6]。技术，作为人类本质力量的外化呈现，其本身在根本属性上应具有价值中立性。然而，当数字技术与资本逻辑相结合时，它便转化为服务于资本增殖的手段。在此过程中，依托数字技术产生的数据产品作为一种新兴商品形态，成为数字资本实现价值扩张的具体载体。传统社会中对商品的崇拜由此逐渐转向对数字的崇拜，进而衍生了一种新的拜物教形式——数字拜物教。

### (二) 数字消费主义造成身份与阶级“区隔”

在当今这个高度数字化的时代，大众对于“数字消费”的依赖与追求已远远超出了单纯的物质满足范畴，成为了一种复杂的社会心理现象，深刻地影响着个体自我身份的构建与社会阶层的定位。一方面，民众通过精心策划的数字化消费行为，不仅是在追求商品或服务的实用价值，更是在寻求一种身份认同和社会归属感的确认。他们相信，通过提升消费能力、改变消费模式或是紧跟潮流趋势，能够有效地改变自己的社会阶层标签，实现个人价值的提升和社会地位的攀升。这种追求在社交媒体、电商平台等数字平台上尤为显著，个体通过展示自己的消费能力和品味，来向外界传达自己的身份和地位信息。而另一方面，一旦原有的“相对固化”的阶层结构被打破，一种新的、更深层次的“再固化”冲动又会进一步涌现，如此反复[7]。

正如弗朗西斯·福山所言，“追求优越性”乃是人最根深蒂固的本性之一。从这个角度来说，数字消费社会所具有的更多样化的消费选择，非但没有带来人的自由和社会解放，反而造成了一种在其内部不可能得到消解的社会异化和撕裂。个体在数字消费的浪潮中迷失了自我，成为了消费逻辑的奴隶，他们为了追求所谓的优越性和认同感而不断消费、不断比较、不断竞争，最终却可能发现自己陷入了更深的困境之中。

### (三) 数字消费主义消解主体批判意识

数字消费主义主导的大众文化，依托高科技媒介与传播体系进行大规模的文化批量生产、复制、传播，所产出的文化产品往往流于表面、缺乏深度，即毫无营养价值文化快餐。这类大众文化广泛渗透于日常生活的各个角落，无论是新闻资讯还是视听内容，其中具有实质意义的作品却寥寥无几，文化消费呈现出明显的低层次与娱乐化倾向。在这个过程中，人们追寻快乐与感官享受的行为，实则被嵌入资本逻辑所构筑的“娱乐至死”幻象之中，进而成为资本循环的一个环节。这种消费模式不仅异化了人的发展路径，也逐步侵蚀了个体的理性反思与批判能力。

文化工业视域下数字消费主义背后隐含的数字消费文化、大众文化形态上的虚伪性，许多西方学者都做过深刻的批判，特别是法兰克福学派。法兰克福学派的社会批判理论不同于传统的哲学形态，不是纯思辨、形而上的哲学沉思，而是对人的现实生存境遇的一种文化批判。“文化工业”是霍克海默与阿多诺在《启蒙的辩证法》中提出的一个重要概念，他们指出文化工业是凭借现代科学技术手段和大众传媒技术大规模地复制、传播商品化、非创造性的文化产品。这种娱乐产业最终起源于发达的工业国家，作为大众文化的生产与扩散媒介，该产业依托特定的大众传播渠道，操控着一种物质化且内容虚伪的文化形态，即通过娱乐化来欺骗大众、奴役和统治者。特别是在流水线的数字商品消费中，文化需求是文化工业炮制出来的虚假要求，消解着消费者内在批判性维度，造成主体批判意识丧失。

### (四) 数字消费主义加速全方位殖民化社会生活

列斐伏尔继承马尔库塞“单向度的人”观念，从日常生活角度出发，指出消费主义本质上是 20 世纪

后期以来资本主义世界中一种最具宰制性的意识形态，其最大的危害是导致消费逻辑以一种社会“无意识”的方式对作为社会解构最底层的“日常生活”世界的全方位殖民化，从而造就了一个高度异化的、完全受消费控制的等级社会结构。他认为现代社会中的大众几乎每时每刻处于“单向度的人”状态，陷入了恶性循环，一直追求着华丽的商品，却愈发感到生活单调乏味，并且拥有的越多欲望就越多，越是拥有越是感到匮乏。日常生活变成了狂热追逐符号价值的场域，人们在其间彻底失去了分辨虚假意义符号与真实生活的能力。最后，日常生活彻底变成了“一个受恐怖力量所操纵的任人宰割、逆来顺受的殖民地”。[8]

数字消费主义加速了对社会生活的全方位殖民化。数字媒体为了迎合数字资本逻辑，以利润为最高目标，迎合市场，趋利避害，具有十分明显的消费性导向。米歇尔·福柯在《话语的秩序》一书中说过“话语即权力”。虽然话语表面只是某种表达方式，但话语往往能显示出拥有和行使话语权的人背后所隐藏的价值取向、价值诉求和价值立场。数字消费主义如何被人们积极接受，离不开大众传媒这一媒介。大众传媒具有数字商业属性，数字消费主义能够给大众传媒带来极高的经济收益，事实上，现在很多传播已经在数字消费主义的影响下成为一个获得巨大利益的文化产业，传媒巨头等商业化媒体比比皆是。在当代消费语境下，大众传媒为商品注入了特定的文化价值内涵。数字消费主义作为一种主导性力量，支配并调控着大众传媒的运行逻辑。为了回应社会公众的审美期待，大众传媒同时承担着文化传播的功能。在数字消费主义的影响下，大众传媒其传播理念、内容生产、运作逻辑及叙事方式等方面，均体现出不同程度的数字消费主义意识形态渗透。

#### 4. 数字消费主义的应对策略

##### (一) 进一步完善社会主义市场经济体制，超越数字资本逻辑

在加速社会主义现代化建设的征途中，我们需使用资本力量驱动经济增长，满足民众日益增长且多样化的消费需求，但这绝不意味着放任资本无度蔓延，操控民众的消费生态与思维范式。为此，进一步完善社会主义市场经济体制的成为关键，通过制度框架的精细构建与法律监管的强化，界定并约束资本的活动疆域与行为模式，确保其服务于国家发展大局与民众福祉提升。从宏观视角出发，我们需确保市场资源的优化配置，充分发挥资本在促进经济建设中的积极作用，同时警惕并遏制非理性投资行为，以免其扰乱资本市场的稳定秩序；要削弱并防范资本助长下的平台垄断趋势，避免平台企业利用资本优势构建市场壁垒，从而维护资本市场的良性竞争与健康发展。此外，产业结构的优化升级亦不容忽视，应聚焦于生产更多贴合民众实际需求的高质量数字产品，摒弃单纯追逐资本利润、忽视消费者真实诉求的生产模式。通过构建公平、透明的消费环境，以及高效、有序的消费平台，为消费者提供更加丰富多元且符合其利益诉求的消费选择[9]。

值得强调的是，对资本逻辑的批判与超越，并非意味着对资本的全面否定或排斥。2022年，政府工作报告提出“要正确认识和把握资本的特性和行为规律，支持和引导资本规范健康发展”。在数字经济蓬勃发展的时代背景下，盲目抵制资本、忽视其积极作用，显然是不合时宜且有害无益的。相反，应秉持“人民至上”的核心价值观，将其作为行动的指南针，既批判性地审视数字消费主义带来的负面影响，又积极拥抱并引导数字资本与信息技术的健康发展，共同推动社会主义数字经济迈向更加繁荣的未来。

##### (二) 加强数字技术理性引导，破除数字消费异化

技术合理性指向“个人将从劳动世界强加给他的那些异己的需要和异己的可能性中解放出来。”然而，在资本逻辑的主导下，所谓的解放往往走向其反面，未能实现真正的自由，反而导致更为深层的压制。

为充分发挥中国特色社会主义数字消费模式的优势，需要加强数字技术理想引导，破除数字消费异化。当务之急是强化消费者信息安全防护体系，明确数据资源的权属界限，建立健全数据交易市场的规

范化运作机制，界定关键领域与个人隐私数据的保护范畴，并细化数据流通与交易的规则体系。我国相关部门在近几年不断加强监管力度，积极回应社会的最新需求，出台一系列相关规范性文件，颁布了《中华人民共和国个人信息保护法》，对算法歧视问题做出了规定，建立算法推荐备案制度。在此基础上，应持续完善并更新数据安全与个人隐私保护的法律框架，特别是针对生物特征识别技术和个人信息采集行为的立法与监管，提升公众的信息安全保护意识，构建严密的数据安全管理网络[10]。

同时，构建消费者对数字技术的理性认知。坚持人本导向，推动数字技术的健康发展。通过教育引导，培养消费者的自我节制能力，倡导减少非必要的在线时间，削弱对数字技术及产品的过度依赖与崇拜。此外，推动算法透明化进程，确保消费者的知情权益得到充分保障，对算法诱导的消费异化行为及恶意算法实施有效干预与问责机制。在技术创新层面，加速数字技术的自主研发步伐，努力攻克核心技术难题，打破国际数字资本主义的技术垄断格局，为数字产业的蓬勃发展奠定坚实的技术基础与本土化供给能力，确保消费者在数字经济的浪潮中能够充分享有科技进步带来的红利，坚持数字技术作为推动共同富裕的重要引擎。

### (三) 强化社会主义核心价值观，弘扬新时代科学消费观

当今社会，主流价值观的稳固对于维系社会的凝聚力与向心力具有不可估量的价值，任何对其的解构或削弱均可能动摇社会成员对共同体的认同基石。社会主义核心价值观作为核心价值导向，须承担起捍卫并强化社会认同基础的重任。为应对数字消费主义，需深化社会主义核心价值观的培育与实践，通过多元化、立体化的宣传渠道，拓宽公众对其内涵的认知与认同边界，进而引导其在应对数字消费主义浪潮中发挥正向引领作用。既要善用新消费主义的积极面向，服务于民众对美好生活的向往，又需坚决抵御数字化价值观与误导性消费观念的侵蚀，维护思想领域的纯洁性。

面向新时代，构建科学的消费观体系尤为关键，应坚持“以人为本”的消费理念。区别于数字资本主义逻辑下的消费观，“以人为本”的消费理念强调人的主体地位与消费行为的最终目的性，即消费服务于人的全面发展而非成为束缚人的枷锁。因此，需赋予数字技术以人文关怀，利用其促进绿色经济的转型与发展，倡导绿色消费观念，鼓励基于真实需求与合理限度的消费行为，保持消费者在数字时代的独立思考与人格独立，促进精神世界的充实与丰富；以中华优秀传统文化、革命文化与社会主义先进文化为引领，重塑消费观念，引导消费者从内心深处认同并实践“消费为我”的价值观。[11]

## 5. 结语

现如今，数字技术深入应用在人民的日常生活中，对消费活动产生了重要影响。数字消费是指因数字技术应用而引发消费对象或消费方式产生数智化变革的消费活动，随着数字技术的发展而不断拓展出不同形态，为人们带来了全新的消费体验，对释放内需潜力有着积极作用。与此同时，资本逻辑支配下的数字消费也为数字消费主义的蔓延提供了温床。因此，必须科学揭示数字消费主义的意识形态实质，认识到数字资本视域下数字消费主义的生成机制以及造成的现实挑战，积极应对数字消费主义带来的问题，充分发挥社会主义的制度优势，让数字消费的价值取向满足人们的美好生活需要。

## 参考文献

- [1] 邱颖俐. 作为一种意识形态的消费主义[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2012.
- [2] 马超. 数字消费主义的逻辑生成及其批判性考察[J]. 思想教育研究, 2023(2): 76-82.
- [3] 张婷. 数字资本驱动下消费主义的现实挑战及应对策略[J]. 思想教育研究, 2022(11): 117-124.
- [4] 付文军, 张楚媛. 资本逻辑的理论意涵及其批判张力——基于《资本论》及其手稿的文本考辨[J]. 东南学术, 2023(5): 30-41.
- [5] 崔健. 消费主义的资本逻辑、意识形态属性及其批判[J]. 马克思主义理论学科研究, 2020, 6(4): 146-153.

- 
- [6] 余平飞. 消费主义意识形态研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中共中央党校, 2011.
- [7] 张婷. 西方学者批判消费主义的五重进路[J]. 长江论坛, 2023(2): 42-49.
- [8] 刘怀玉. 现代性的平庸与神奇: 列斐伏尔日常生活批判哲学的文本学解读[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2018.
- [9] 郑冬芳, 秦婷. 数字资本驱动下新消费主义的政治经济学释析[J]. 思想教育研究, 2022(7): 86-93.
- [10] 邹永红, 李红亮. 数字资本场域下的数字消费主义: 出场、表征与祛魅[J]. 学习与探索, 2024(7): 127-133.
- [11] 李国健. 数字化时代下的新消费主义批判: 存在形态、生成机制及应对策略[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2024, 30(4): 158-165.