Advances in Philosophy 哲学进展, 2026, 15(11), 241-247
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/acpp
https://doi.org/10.12677/acpp.2026.1511532

Hans汉斯

马克思异化理论视角下的身体消费异化研究

格·乌音格

新疆大学马克思主义学院，新疆 乌鲁木齐

收稿日期：2026年10月17日；录用日期：2026年11月8日；发布日期：2026年11月18日

摘　要

马克思《1844年经济学哲学手稿》的异化劳动理论，不仅揭示了资本主义生产领域人的生存困境，也为剖析当代消费社会提供了重要哲学批判工具。在数字媒介与市场经济共同作用下，资本的异化逻辑由生产领域渗透至日常生活，催生身体消费异化。依据异化劳动四重维度，身体消费异化表现为身体商品化、身体消费行为转化为强制性劳动、人的类本质消解以及人际关系物化。身体消费异化并非单纯的审美问题，而是资本逻辑支配下人的存在方式发生扭曲，带来个体主体性迷失等问题。运用马克思主义哲学视角审视身体消费异化的内在机理，探寻扬弃异化的现实路径，对于重塑人的主体地位、实现人的自由全面发展具有重要理论与现实意义。

关键词

异化劳动，身体消费异化，类本质，人的自由全面发展

A Study on the Alienation of Body-Consumption from the Perspective of Marx's Alienation Theory

Ge·Wuyinge

School of Marxism, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: October 17, 2026; accepted: November 8, 2026; published: November 18, 2026

Abstract

Marx's theory of alienated labor in *Economic and Philosophical Manuscripts of* 1844 not only reveals human existential predicaments in the field of capitalist production, but also serves as a vital critical

文章引用: 格・乌音格. 马克思异化理论视角下的身体消费异化研究[J]. 哲学进展, 2026, 15(11): 241-247.
DOI: 10.12677/acpp.2026.1511532

philosophical tool for analyzing contemporary consumer society. Driven by digital media and market economy, capital's alienation logic penetrates from production into daily life and gives rise to the alienation of body-consumption. From the four dimensions of alienated labor, the alienation of body-consumption manifests itself in the commodification of the human body, the transformation of body-consumption into compulsory labor, the dissolution of human species-being, and the materialization of interpersonal relationships. Rather than a mere aesthetic issue, the alienation of body-consumption represents the distortion of human mode of existence under the domination of capital logic, which results in the loss of individual subjectivity. Examining the internal mechanism of the alienation of body-consumption from the perspective of Marxist philosophy and exploring practical paths to sublate alienation bears important theoretical and practical significance for rebuilding human subject status and realizing human free and all-round development.

Keywords

Alienated Labor, Alienation of Body-Consumption, Species-Being, Human Free and All-Round Development

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：从异化劳动到身体消费异化

在消费的全套装备中一种比其他一切都更美丽、更珍贵、更光彩夺目的物品——它比负载了全部内涵的汽车还要负载了更沉重的内涵[1]，身体已然成为消费社会最核心的消费品[2]。马克思的异化劳动理论揭示了资本主义生产中人性的扭曲，而在当代消费社会，这一逻辑已从生产领域延伸至消费领域，资本通过将身体塑造为消费对象，催生了身体消费异化现象，其本质是异化劳动在身体实践中的再现与升级，在消费意识形态的建构之下，身体消费被包装成个体实现自我解放的叙事神话，实际上却演变为服务于资本增殖的手段，这种带有自恋色彩的消费实践，掩盖了人的本真解放诉求。资本借助广告、短视频、社交平台等媒介构建起标准化的审美体系，将身体改造、颜值消费包装为“自我提升”“自由选择”，制造出消费自由的感知体验。事实上，身体消费已经沦为资本实现增殖的新工具，异化劳动逻辑完成了从生产领域向消费领域的转移，催生了普遍的身体消费异化现象。

国外关于身体消费异化形成两条批判脉络。鲍德里亚、德波的符号－景观批判揭示，消费社会中将身体塑造为核心消费符号，媒介景观制造标准化身体审美，身体改造演变为符号追逐[1] [3]，但该路径偏重文化阐释，弱化资本生产逻辑的基础性地位。西方马克思主义将马克思异化理论拓展至日常生活领域，本·阿格尔“异化消费”理论指出个体试图借消费弥补劳动中自我确证的缺失[4]，这同样适用于身体消费现象，但国外研究很少直接运用异化劳动四重规定对身体消费开展完整系统分析。国内研究大致可以归为三类，第一类为符号视角下的实证研究，郑维、郑永君等揭示媒介规训推动身体由“自然身体”转向“社会身体”[5] [6]，刘晴、刘爽通过调研发现身体消费存在客体化、符号化，兼具主体觉醒与盲目迎合审美的二重特征[2] [7]，这类研究现实描述充分，但多依托符号、身体规训理论，较少回到异化劳动原初框架剖析内在机理。第二类是思政导向对策研究，兰紫轩、王明会围绕大学生群体，针对身体消费带来的主体迷失提出教育方案[8] [9]，侧重于对策输出，对资本深层运行逻辑挖掘有限。第三类属于马克思主义资本批判研究，史娟红、王馨遥等确认身体消费异化的资本根源[10] [11]，黄寒冰、吴雪晴、孙伟平等进一步揭示媒介环境下审美同质化困境[12]-[14]，为本研究提供理论参照。总体而言，国内研究虽意识

到资本是身体消费异化的根源，但大多将马克思理论作为宏观背景，少有完整运用异化劳动四重维度与身体消费现象一一对应分析，对身体消费作为异化劳动向消费领域延伸的内在机理阐释仍有待深化。据此，本文以《1844 年经济学哲学手稿》异化劳动四重规定为框架，解析身体消费四重异化发生机制，马克思的异化理论并非仅仅指向工厂物质生产，身体本身就是异化发生的重要场域[15]，这为反思当代消费社会身体乱象提供理论参照。

运用马克思异化理论解读这一社会新问题，厘清身体消费异化的表现、本质与危害，探索纠治路径，既是对经典马克思主义理论当代价值的检验，也是回应现实社会问题、助力社会文明发展的应有之义。

2. 异化劳动的四重规定性

马克思在其经典著作《1844 年经济学哲学手稿》中，系统性地构建了关于劳动异化现象的理论分析框架，构成了该著作的核心理论贡献之一。基于对人性的本质主义理解，马克思对黑格尔将劳动视为人的本质的观点进行了批判性重构，进而系统性地剖析了资本主义生产体系下劳动异化的内在机制。其理论分析表明，作为人的类本质的自由自觉活动，在资本主义生产关系中被异化为四个维度的具体表现形式。

2.1. 劳动者同劳动产品相异化

马克思认为，劳动是人的本质力量，其产品应是人的本质力量的表现，但在资本主义条件下，劳动产品却与劳动者相对立：工人生产的财富越多，他就越贫穷，劳动产品作为一种异己的力量与劳动相对立，劳动的实现使工人失去现实性，劳动产品反过来成了统治工人的力量。工人生产的对象越多，他能占有的对象就越少，而且越受他的产品即资本的统治，也就是说，“工人对自己的劳动产品的关系就是一个异己的对象的关系”[16]，马克思还批评了国民经济学以不考察工人同产品的直接关系来掩盖劳动本质的异化的做法，这一重异化并不仅仅局限于物质生产领域，在消费社会中，该逻辑同样投射到个体对于自身身体的改造与塑造实践之中。

2.2. 劳动者同劳动活动的异化

异化不仅表现在劳动结果上，而且表现在生产行为中，对劳动者来说，由于劳动产品的异化，生产本身就是一种异化的活动，这种异化表现在，劳动从人的内在需要变成了外在的，不属于他的本质的东西，工人在自己的劳动中不是肯定自己，而是否定自己，不是感到幸福，不是自由地发挥自己的体力和智力，而是使自己的肉体受折磨，精神遭摧残[16]；劳动不是人的需要，而是一种手段，不是自愿的而是被迫的，劳动不属于劳动者自己，而是属于别人，这种异化的结果，就使得工人丧失了自己的人性。劳动活动的异化代表异化发生的现实过程，这种强制性、外在化的活动特征，也为理解消费社会带有强迫性质的身体消费行为提供理论参照。

2.3. 劳动者同类本质的异化

马克思批判性地吸收费尔巴哈哲学的思想资源，提出“类存在物”的核心概念。自由自觉的实践活动是人的类本质，这也是人的活动与动物本能活动的根本区别。在资本主义生产关系下，异化劳动夺走了人的实践对象，也剥夺了人自由开展实践的可能性，人的类本质被扭曲，劳动者的主体性不断消解，人的本真存在遭到破坏。人的身体是人开展类生活的物质载体，当身体被资本逻辑改造、规训，人的类本质同样会随之发生异化。

2.4. 人与人社会关系的异化

马克思认为，劳动产品和过程的异化，必须给另一个人带来享受和欢乐，这个与劳动是格格不入的，

统治工人的异己的力量，就是资产阶级。通过对生产过程中物质关系的系统考察，马克思深刻揭示了这些表面上的物与物关系实质上反映的是人类社会成员间的复杂社会联系，并进一步指出异化劳动现象的核心在于资产阶级对无产阶级的系统性剥削。物对人的支配最终会转化为人对人的支配，这一逻辑在消费社会中，演变为身体符号主导下人与人交往关系的物化。

马克思对异化劳动的分析，不只是对资本主义经济事实的描述，更是对人的存在状态的哲学反思。异化劳动的四重规定构成有机整体：产品异化是表象，劳动活动异化是现实过程，类本质异化是人的存在根基的失落，人与人关系异化则是异化在社会关系层面的显现。四重异化并非仅仅发生在工厂生产活动，一旦资本将消费纳入自身增殖链条，异化就会侵入人的日常生活与身体实践。

四重异化并非仅仅发生在工厂生产活动，一旦资本将消费纳入自身增殖链条，异化就会侵入人的日常生活与身体实践。马克思文本中已经内含消费异化的批判向度，只是尚未得到充分发掘[17]。消费社会商品的极大丰富并不直接等同于身体的解放，身体在被赋予消费价值的同时，也逐步脱离人的主体性掌控。

3. 身体消费的四重异化表现

马克思所揭示的异化劳动结构，在消费社会的身体实践当中得到再现，本质上是异化劳动逻辑在消费领域的延伸与转化。身体作为人存在的载体，既成为被加工、被消费的产品，也成为被规训、被支配的对象。本章严格依照异化劳动四重规定，从身体－产品、身体－消费活动、人的类本质、社会人际关系四个层面，剖析身体消费异化的具体表现。

3.1. 身体作为异己产品：身体与劳动产品的异化

在身体消费异化中，身体首先被异化为一种可以交易的载体，可以消费的商品，这和异化劳动理论中的劳动者与劳动产品相异化逻辑相同。通过塑造标准化的审美，比如马甲线、直角肩、漫画腿等，将身体改造成符合市场需求的产品。鲍德里亚所说，身体在消费社会中已成为“符号的巨大坟墓”，其内在价值被符号化、商品化属性所取代[1]，人们为了追逐所谓的审美标准，主动投入金钱、时间与精力修饰、改造身体，身体由此转变为脱离自我掌控、受资本支配的异己对象。身体商品化将审美追求和市场利益深度绑定，渗透到日常生活的方方面面。

身体异化为产品的最典型体现是医美行业。通过广告营销、社交媒体的传播，将医美从医疗修复异化为颜值提升工具，双眼皮、隆鼻、瘦脸、削骨等项目成为全民追捧的消费项目。通过广告营销、社交媒体的传播，医美已从医疗修复异化为颜值提升工具，双眼皮、隆鼻、瘦脸、削骨等项目成为全民追捧的消费项目[7]。人们付出高额成本改造身体，本质上是按照资本建构的审美标准，将自身身体加工为符合市场偏好的商品。经过改造的身体不再是个体自我本质的展现，而是资本审美逻辑下的产物；身体的价值不再由自我定义，而是交由他人评价、市场评价进行裁定。部分群体为博取网络流量反复开展医美改造，丢失个体容貌特质，身体彻底沦为流量变现的工具，人反过来被自己所塑造的身体商品支配，陷入人与自身创造物相互颠倒的异化困境。需要加以说明的是，并非所有医美行为都属于身体消费异化，用于创伤修复的医疗医美，是服务于人生命健康的合理实践；只有当身体改造服从资本外在审美规训、背离人的真实健康需求，身体沦为异己商品之时，才构成身体消费异化。

此外，健身产业的商业化也加剧了身体的产品化异化。将健身从健康需求转化为身材焦虑解决方案，通过打造完美身材模板，诱导人们购买健身课程、健身器材、代餐产品，将身体塑造为符合审美标准的产品。在对城市女性新白领的访谈中发现，不少受访者“为了瘦下来采取健身节食、准备去医院抽脂等手段”，这种对身体的改造完全遵循消费社会的审美规训，而非身体的自然需求[2]。在消费社会语境下，

体育消费的核心动力已转向体型健壮、体态优美的符号价值追求，而非单纯的健康需求[17]，健身的目的不再是获得健康的身体状态，而是换取他人认可，迎合市场审美期待，身体成为可以通过消费完成“升级”的商品，人被自身塑造出的身材产物所奴役，陷入创造者被创造物支配的异化循环。

3.2. 身体消费作为强制活动：消费行为与劳动活动的异化

在身体消费中，消费行为本身逐渐被异化成为一种被迫的劳动，这对应着异化劳动中第二条，劳动者与劳动过程相异化。

马克思明确了异化劳动的四重规定性，其中劳动过程的异化是核心所在，即劳动不再是人的本质力量的自由确证，反而成为外在的、强制性的活动，“劳动者在自己的劳动中不是肯定自己，而是否定自己，不是感到幸福，而是感到不幸”[16]。而在资本主义生产方式中，资本逻辑彻底重构了生产与消费的关系，原本劳动的目的是创造产品满足人的消费需求，如今消费却被纳入资本增殖的链条，成为维持劳动力再生产的必要环节，劳动者的消费不再是为了自身的全面发展，而是为了恢复体力以便继续出卖劳动力，完成资本对剩余价值的榨取，此时消费本身就具备了劳动的属性，它是一种被迫的、服务于资本增殖的活动，与异化的劳动过程形成闭环。

我们可以进一步剖析作为劳动的身体消费所具有的异化性本质。在市场竞争中，身体不再是自然的存在，而是成为具有交换价值的劳动力符号，迫使个体必须投入时间、金钱和精力进行身体改造，健身房的打卡式锻炼、定期的医美项目、昂贵的护肤品消费等行为，并非出于个体的自由意愿，而是为了让身体符合资本对优秀劳动力的筛选标准，这种消费行为本质上是一种强制性劳动，个体如同在工厂流水线作业一般，按照社会规训的标准打磨自己的身体，其过程与异化劳动中被迫劳动的状态完全一致，“他的劳动不是自愿的劳动，而是被迫的强制劳动”[16]。

与此同时，作为劳动的身体消费还遵循着鲜明的工具化逻辑，而异化劳动的关键特征恰恰是劳动的工具化，马克思曾指出“人(劳动者)只有在运用自己的动物机能——吃、喝、生殖，至多还有居住、修饰等等时候，才觉得自己在自由活动，而在运用人的机能时，觉得自己只不过是动物”[16]，对照当下的身体消费实践，个体对身体的投入被视为一种投资，目的是获取未来的职业回报，比如年轻人花费数万元进行医美手术，本质上是将身体作为资本增值的工具，消费的过程变成了一种身体投资劳动，这种消费活动不具备人的本质力量确证的意义，反而如同异化劳动中的谋生手段，个体在消费中感受到的不是愉悦，而是投入能否回本的焦虑，最终陷入“消费－赚钱－再消费”的循环，与劳动过程中“劳动－生存－再劳动”的异化循环几乎一致。鲍德里亚的符号批判可以与马克思异化劳动理论形成互文，但不能用符号逻辑完全取代生产逻辑的根基性地位[18]。由此可见，身体消费活动已经失去消遣、自我确证的本真意义，转变为一种服务于资本增殖的自我压榨。消费不再是人享受自身生命的活动，反而成为一种新型的自我劳动，这正是异化劳动逻辑在消费时代的变形。

3.3. 身体实践与人的类本质相异化

人的类本质是自由自觉的实践活动，身体是人开展实践的物质基础与主体载体，是人与自然界、人与社会开展互动的中介，而不应当沦为被物化、被消费的客体。但在消费主义逻辑裹挟之下，身体脱离人的主体性，成为被塑造、被观赏、被交易的商品，由此带来人的类本质的异化。个体不再依靠身体的自由实践实现自我价值，转而把身体价值依附外在审美标准与消费符号，依靠改造、装饰、展示身体迎合消费潮流，最终丧失对自身身体的主导权，割裂身体和人自由创造类本质之间的固有联系。

身体消费经历“对比－审视－重塑－再审视”的过程，实质是在消费主义规训下不断迎合外在标准的类本质异化过程[2]。身体是人之自我的核心表征，自我认同的形成必须依赖身体的在场，而身体消费异化恰恰消解了这种本真的自我认同[19]。

3.4. 身体消费视域下人际关系的物化异化

身体消费的异化不会仅仅停留在个体自身层面，还进一步传导至社会交往领域，造成人与人之间社会关系的物化，对应异化劳动四重规定之中人与人社会关系的异化。使原本基于情感、尊重与共性的人际关系，异化为以身体消费符号为核心的功利性、等级化关系。在消费社会中，身体被赋予了明确的阶层、身份与价值标签，白皙的皮肤、匀称的体型、精致的五官等被消费主义定义为完美身体符号，成为个体获取社会认可、人际交往优势的资本。这种情况下，人际关系不再是人与人之间灵魂与情感的共鸣，而是转化为身体符号的比较、交换与博弈：人们倾向于与拥有高价值身体符号的个体建立联系，以彰显自身的消费能力与社会地位；而那些不符合主流消费审美、缺乏身体消费资本的个体，则可能被边缘化、排斥，人际关系的平等性与真诚性被彻底消解，进一步加剧了人际关系的异化。身体消费的流行还会催生“区隔再生与身份成层”，使人际关系陷入功利化的符号博弈[20]。

进一步而言，身体消费的异化还催生了人际关系中的物化与疏离。当身体成为消费对象，人与人之间的认知与互动也围绕身体的消费属性展开，他人的身体被简化为可供观赏、评价、利用的消费客体，而非具有独立人格与主体性的个体。这种物化认知打破了人际关系的温情联结，使个体陷入自我中心的消费困境——为了维持自身的身体消费符号，人们不断投入时间、金钱与精力，甚至牺牲身心健康，同时对他人的身体进行功利化评判，形成相互攀比、相互消耗的人际氛围。社交媒体的推波助澜使这一现象更加突出，平台通过“颜值打分”“素人改造”等话题建构身体焦虑，使个体不得不通过身体消费获取社交入场券。最终，无论是个体与自身身体的关系，还是个体与他人的关系，都在身体消费的异化逻辑中被扭曲，人的类本质被遮蔽，人际关系沦为消费主义支配下的工具性。人与人之间的交往降格为符号之间的博弈，社会关系被物与符号的关系所改写，这正是异化在交往维度的当代显现[15]。

4. 结论

本文依托马克思异化劳动理论，对当代社会身体消费异化现象展开系统分析，厘清了异化劳动逻辑向消费领域延伸的内在机理，形成如下总结与反思：

第一，当代身体消费异化是传统异化劳动的新形态。资本将身体改造为可交易的商品，将身体消费改造为强制性劳动，复刻了“产品异化”与“劳动过程异化”的核心逻辑；同时造成人的类本质迷失、人际关系物化，完成了四重异化在当代日常生活中的完整再现。这一现象证明，只要资本逻辑依然存在，异化就会不断变换形式渗透到社会各个角落。身体消费异化归根到底是人的存在方式的异化，是人的感性生命被符号所支配。

第二，身体消费异化的生成是多重因素共同作用的结果。市场经济下资本逐利的本性是根本动因，社交媒体与大众媒介的渲染放大了颜值焦虑，片面的消费主义价值观则为异化提供了思想土壤。该现象不仅损害民众身心健康，催生盲目攀比的不良风气，还扭曲社会审美取向，对人的全面发展形成阻碍。

第三，立足马克思主义立场破解身体消费异化，需要构建分层落地的实践路径，从价值观念引领、社会制度规约、个体实践自觉三个维度协同发力。其一，价值引领层面，弘扬科学、多元的身体审美与消费观念，回归身体服务于人本身的本位价值，破除单一颜值霸权，守护人的自由自觉的类本质。其二，社会条件层面，不能仅仅停留于媒介内容的正向宣传，还应当完善相关行业监管与广告伦理规范。一方面加强医美、美妆健身等身体消费行业的市场监管，压实平台主体责任，对刻意制造容貌焦虑、夸大营销效果的商业广告开展约束治理，建立广告内容伦理审查机制，遏制资本借助营销输出标准化身体审美；另一方面引导媒介自觉承担社会责任，清理渲染容貌焦虑的传播内容，为个体摆脱符号绑架创造客观文化环境。其三，个体自觉层面，超越笼统的主体认知唤醒，推动个体发展替代性身体实践，跳出以容貌修饰、身材改造为核心的身体消费逻辑，把身体的意义回归运动实践、感官体验、创造活动等非消费性

身体活动；同时积极构建正向社群支持，依托圈层交流形成多元身体审美共同体，借助群体力量消解颜值比较带来的心理压力，帮助个体有效区分真实需要与资本制造的虚假需要，摆脱符号消费的绑架，树立以健康、内在修养为核心的自我认同。

总而言之，马克思异化理论在百年之后依然具备强大的现实解释力。以经典马克思主义审视当代消费乱象，厘清资本、身体与人之间的关系，有助于我们抵御消费主义侵蚀，推动个体重建身体主体性，真正朝着人的自由全面发展的目标迈进。

参考文献

[1] [法]让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014: 61-62.

[2] 刘晴. 城市女性新白领的身体消费异化研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 南宁师范大学, 2020.

[3] [法]居伊·德波. 景观社会[M]. 张新木, 译. 南京: 南京大学出版社, 2017.

[4] [加]本·阿格尔. 西方马克思主义概论[M]. 慎之, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 1991.

[5] 郑维. 当身体成为最美的消费品: 青年女性身体消费的现实省思[J]. 甘肃理论学刊, 2026(1): 118-128.

[6] 郑永君, 李春雨. 身体社会化: 女大学生化妆品消费的实践逻辑[J]. 中国青年研究, 2025(5): 110-119.

[7] 刘爽. 解放与异化: 青年女性身体消费实践的社会学研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 济南大学, 2023.

[8] 兰紫轩. 新时代女大学生身体消费异化的教育引导策略[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津财经大学, 2024.

[9] 王明会. 思想政治教育视域下大学生身体消费动因及引导策略[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(18): 174-176.

[10] 史娟红. 身体消费的异化及其本质: 伦理学的向度[J]. 湖北行政学院学报, 2016(4): 69-73.

[11] 王馨遥, 周娜. 资本逻辑视域下女性身体消费异化及其消解路径[J]. 华章, 2023(9): 101-103.

[12] 黄寒冰. 时尚的身体抑或异化的身体——消费视域下的身体审美景观及其反思[J]. 浙江社会科学, 2018(4): 135-140, 160.

[13] 吴雪晴. 建构、规训、异化: 男性身体消费奇观研究[D]: [硕士学位论文]. 宁波: 宁波大学, 2022.

[14] 孙伟平. 论数字资本主义时代的消费异化[J]. 马克思主义研究, 2022(1): 71-80, 164.

[15] 晏扩明, 葛瑶. 发达工业社会的消费逻辑批判——鲍德里亚消费社会思想的当代意义[J]. 哲学评论, 2024(2): 1-16.

[16] 马克思恩格斯文集: 第 1 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009.

[17] 王佃娥, 杜发强. 学校体育内生动力: 身体形象和身份认同文化的重塑与传播[J]. 河北体育学院学报, 2020, 34(2): 62-66.

[18] 毕红梅, 张好. 身体消费主义: 衍生机制、迷失棱镜与祛“迷”之策[J]. 甘肃理论学刊, 2025(2): 69-76, 2.

[19] 刘俊荣. 自我、身体及其技术异化与认同[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2015, 17(5): 30-36, 154.

[20] 陈振中, 车越彤. 符号消费视域下大学生身体消费探析[J]. 黑龙江高教研究, 2022, 40(12): 41-46.