

儒家“仁民爱物”理念在现代消费文化中的伦理审视

葛 颖

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月9日; 录用日期: 2025年4月4日; 发布日期: 2025年4月14日

摘 要

现代消费文化盛行, 其消费主义、物质主义及过度消费等问题, 与儒家“仁民爱物”理念形成鲜明对比。本文旨在通过剖析“仁民爱物”理念的内涵、现代消费文化特点与问题, 探讨其对现代消费文化的批判与启示, 为消费行为的伦理指导提供新视角。研究揭示了现代消费文化与儒家理念的冲突, 强调了节制消费、仁爱美德与可持续发展的重要性, 为推动消费文化健康发展和社会可持续进步提供理论支持。

关键词

儒家, 仁民爱物, 现代消费文化, 伦理审视

An Ethical Examination of the Confucian Concept of “Love of People and Things” in Modern Consumer Culture

Ying Ge

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 9th, 2025; accepted: Apr. 4th, 2025; published: Apr. 14th, 2025

Abstract

The prevalence of modern consumer culture, with its problems of consumerism, materialism and over-consumption, contrasts sharply with the Confucian concept of “benevolence of the people and love of things”. This paper aims to analyse the connotation of the concept of “benevolence of the people and love of material things”, the characteristics and problems of modern consumer culture, and to explore its critique and revelation of modern consumer culture, so as to provide new perspectives for

the ethical guidance of consumption behaviours. The study reveals the conflict between modern consumer culture and Confucianism, and emphasises the importance of consumption moderation, the virtue of benevolence and sustainable development, providing theoretical support for the healthy development of consumer culture and the sustainable progress of society.

Keywords

Confucianism, Benevolence, Modern Consumer Culture, Ethical Scrutiny

Copyright © 2025 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

当今社会现代消费文化盛行，其特点与问题日益凸显。一方面，消费主义浪潮推动人们不断追求物质享受，物质主义使人们过度依赖物质财富；另一方面，个性化与多样化消费趋势，虽满足了个体需求，但也带来了资源浪费与环境破坏等问题。而儒家“仁民爱物”理念，作为中国传统文化精髓，强调对人的仁爱与对物的尊重，与现代消费文化形成鲜明对比，为解决当代消费问题提供了新视角。深入探讨儒家“仁民爱物”理念的内涵、历史演变以及其在现代社会中的价值和意义，有助于加深对其本质和实践指导作用的理解。本研究旨在通过挖掘儒家“仁民爱物”理念对现代消费文化的批判与启示，丰富儒家伦理与现代消费文化的交叉研究，为现代消费行为提供伦理指导，为个人、企业和社会提供具体可行的实践指导，使消费行为更加符合道德规范和可持续发展要求，推动儒家伦理的现代转化、现代消费文化的健康发展以及社会的可持续发展。

2. 儒家“仁民爱物”理念的内涵

2.1. 历史背景

儒家思想的形成与发展渊源流长，春秋战国时期，社会处于大变革的前夜，礼崩乐坏，民生凋敝。孔子作为儒家学派的创始人，开创性地提出了一系列以“仁”为核心的思想体系，强调人与人之间应秉持仁爱与关怀。孟子继承并拓展了孔子的思想，正式提出了“仁民爱物”的理念，将关爱的范围从人类社会延伸至自然万物[1]。经历代儒者的传承与创新，如宋明理学时期，儒家思想与道家、佛家思想相互交融、相互影响，逐渐形成了更加系统、完善的理论体系，为后世提供了宝贵的思想资源。

2.2. 核心概念

“仁民爱物”理念由两个核心概念构成，即“仁民”与“爱物”[2]。“仁民”关注对人类的爱与关怀，主张个体在人类社会中应该相互爱护与支持。儒家认为，仁爱是人类的本性，通过提高道德修养，可以实现人际关系的和谐[3]。在当代社会，“仁民”的概念对于构建和谐的人际关系、促进社会正义具有重要的指导价值。“爱物”关注对自然万物的爱与尊重，强调人与自然应该和谐共处。儒家认为，自然界中的万物都有其内在价值，人类应该珍惜自然资源，避免过度开发和浪费。在当今日益严峻的全球环境问题背景下，“爱物”的概念为环境保护提供了重要的伦理基础。

2.3. 哲学基础

儒家“仁民爱物”概念的哲学基础深厚而独特，主要体现在“天人合一”的理念以及“仁者爱人”和

“推己及物”的概念中。“天人合一”的理念是儒家哲学的重要支柱，它认为人与自然是有机整体，人类行为应遵循自然规律[4]。这一理念为“仁民爱物”概念提供了坚实的理论基础，阐明了人与自然的共存关系，而“仁者爱人”和“推己及物”的概念也是儒家“仁民爱物”概念的重要基石[5]。“仁者爱人”的理念强调人与人之间的关怀和责任，倡导通过道德修养实现社会和谐。“推己及物”的理念进一步扩展了这种关怀和责任的范围，将自然界中的万物纳入其中，倡导人类应该像对待自己一样对待自然。这种从人类社会延伸至自然界万物的道德延伸，反映了儒家思想的逻辑严谨性和系统性，为“仁民爱物”理念的实践提供了明确的方向。

3. 现代消费文化的特点与问题

3.1. 特点

3.1.1. 消费主义的逻辑

作为一种以消费为中心的社会文化现象，消费主义的核心逻辑是通过将商品与特定价值观和生活方式联系起来，激发消费者的购买欲望。这种逻辑强调个人消费的权利和自由，鼓励人们通过消费实现自我价值和社会地位。在消费主义的推动下，消费不再仅仅是满足基本需求的一种方式，而是成为了身份和社会地位的象征[6]。

3.1.2. 物质主义的倾向

现代消费文化中的物质主义表现为对物质财富的过度追求和依赖。消费者倾向于更多地关注商品的名称和价格，而忽视其实际使用价值和环境成本。这种倾向导致了资源浪费和环境破坏，也影响了人们的价值观，使人们过度关注物质财富，忽视了对精神维度的追求。

3.1.3. 消费需求的多元化

随着社会的发展和消费者需求的变化，消费市场呈现出多元化和个性化的趋势。消费者不再满足于统一的商品和服务，而是更加重视个性化和个性化的消费体验。这种需求的多元化反映在消费各个领域，反映了消费者对质量和体验的更高要求。

3.2. 问题

3.2.1. 资源与环境的双重压力

现代消费文化的盛行给资源和环境带来了巨大压力。消费主义鼓励消费者不断购买和更换商品，导致过度消费和资源浪费。大量商品在短时间内被淘汰，造成严重的资源浪费和环境污染问题。这种消费模式显然不利于资源的可持续利用和环境保护[7]。

3.2.2. 价值观的伦理困境

消费主义对人们的价值观产生了深远的影响，导致了扭曲和误导性的价值价值观[8]。一方面，它影响了传统的节俭和努力工作的文化美德，使人们过度追求物质享受而忽视了精神追求；另一方面，它也导致了功利主义的流行，人们更加关注物质利益和个人得失，忽视了社会责任和道德义务。这种价值观的转变对社会的可持续发展和个人的全面发展产生了负面影响。

3.2.3. 可持续发展的实践难题

现代消费文化与可持续发展之间的矛盾日益突出。消费主义所倡导的过度消费和资源浪费与可持续发展理念背道而驰。为实现可持续发展，需要改变现有消费方式，倡导绿色消费和可持续消费，然而消费主义的根深蒂固使得做出这种改变成为一项巨大的挑战。尽管政府和企业采取了一系列措施鼓励绿色

消费，但由于消费习惯和市场机制的影响，绿色消费的推广仍然面临诸多困难。

4. 儒家“仁民爱物”理念对现代消费文化的批判

4.1. 对消费主义的批判

4.1.1. 消费主义与“仁民”精神的背离

儒家“仁民”精神的核心在于关心他人和为社会做出贡献，倡导通过道德培养实现个人价值，而消费主义强调个人消费的权利和自由，将其作为实现自我价值和社会进步的手段。这一概念与“仁民”精神背道而驰，导致人们过度关注个人利益，忽视了对他人和社会的责任。消费主义通过广告和社交媒体等各种营销手段刺激消费者购买欲望，导致人们陷入无休止的消费循环，忽视了对社会资源的合理利用和对弱势群体的关怀。例如，奢侈品消费往往被视为成功和地位的象征。这一概念的形成与消费主义的推广密切相关，与儒家“仁民”精神中关心他人的概念背道而驰。

4.1.2. 消费主义与“爱物”精神的冲突

儒家“爱物”精神倡导对自然万物的爱与尊重，强调人与自然和谐共处[9]，而消费主义则鼓励人们毫无节制地消费和拥有，导致资源浪费和环境破坏。这种消费模式与“爱物”精神相冲突，违背了儒家所倡导的节制和珍惜资源的理念。快时尚产业的快速发展就是一个典型例子，大量服装在短时间内被淘汰，导致严重的资源浪费和环境污染，这与儒家“爱物”精神所倡导的珍惜资源和避免浪费的理念形成了鲜明对比。

4.2. 对物质主义的批判

4.2.1. 物质主义与精神追求的失衡

儒家重视追求精神层面，认为道德修养和精神追求是人生的重要目标。然而，物质主义强调追求物质财富，忽视了精神追求。这种不平衡导致人们过分关注物质享受，忽视了道德修养和精神追求，影响了个人的全面发展。物质主义使人们过度追求物质财富，以至于忽视了内心的平静和精神的丰富。例如，一些人追求物质财富，最终以牺牲自己的健康和家庭关系为代价，尽管物质财富很丰富，但精神上却很空虚。

4.2.2. 物质主义对自然环境的破坏

物质主义的消费观导致资源的过度消费和浪费，对自然环境造成严重破坏[10]。另一方面，儒家强调人与自然的和谐共存，倡导珍惜自然资源，避免过度开发和浪费。物质主义的盛行与“爱物”精神相悖，不利于生态保护和可持续发展。例如，过度消费和浪费导致大量垃圾的产生，对土壤、水和空气造成严重污染。根据相关数据，全球每年产生超过 5000 万吨电子垃圾，其中大部分未得到妥善处理，对环境构成严重威胁。

4.3. 对过度消费的批判

4.3.1. 过度消费与资源可持续性的矛盾

儒家“爱物”精神倡导珍惜资源，避免浪费。然而，过度消费导致了资源的快速消耗，严重影响了资源的可持续利用。这种消费模式与儒家所倡导的节制和珍惜资源的理念相矛盾，不利于子孙后代的生存和发展。例如，全球前 10% 的高消费群体的人均环境足迹是后 10% 人群的 4.2 到 77 倍，如果全球前 20% 的高消费人群能够减少不必要的消费并优化消费模式，预计全球环境压力可降低 25% 至 53%。这些数据表明，过度消费对资源和环境的影响是巨大的。

4.3.2. 过度消费与社会公平的冲突

过度消费不仅会导致资源浪费，还会加剧社会不平等[11]。有限的资源被少数人过度消费，导致资源

分配不均，影响社会和谐与稳定。儒家“仁民”精神强调关爱他人，促进社会正义。过度消费与这种精神相冲突，不利于构建和谐社会。例如，过度消费会导致社会资源分配不平等，使低收入群体难以获得基本生活资源，加剧社会贫富差距。根据世界银行的数据，世界最富有的 10% 人口占全球收入的约 60%，而最贫困的 10% 人口占比不到 3%，资源分配的不平衡是社会公平与和谐的严重障碍。

5. 儒家“仁民爱物”理念对现代消费文化的启示

5.1. 倡导节制消费

儒家“仁民爱物”理念倡导节制消费，强调适度消费与资源节约的重要性。在现代消费文化中，过度消费导致了资源的快速消耗和浪费，严重影响了资源的可持续利用。例如，全球前 10% 的高消费群体的人均环境足迹是后 10% 人群的 4.2 到 77 倍。如果全球前 20% 的高消费人群能够减少不必要的消费并优化消费模式，预计全球环境压力可降低 25% 至 53%。因此，倡导适度消费，减少过度消费和浪费行为，是实现资源可持续利用的重要途径。

理性消费是儒家“仁民爱物”理念的重要体现，强调消费者在消费过程中应当保持理性和负责任。理性消费不仅有利于个人财务健康，还能减少对环境的负面影响。例如，选择环保的产品和可持续商品可以有效减少消费对环境的破坏。此外，理性消费还能鼓励企业生产更多环保和可持续的产品，推动整个社会向绿色消费转型。

5.2. 弘扬仁爱美德

儒家“仁民爱物”的理念强调了从个人消费向社会责任的转变。在现代消费文化中，消费者往往过分关注自身利益，忽视了对社会和环境的责任。弘扬仁德要求消费者在消费过程中考虑自身行为对社会和环境的影响，积极履行社会责任，例如选择公平贸易产品和支持可持续企业，这可以促进社会公平和环境保护。

儒家重视精神追求，认为道德修养和精神满足是人生的重要目标。在现代消费文化中，物质主义导致人们追求物质享受而忽视精神满足。仁德的提升要求人们从追求物质转向追求精神满足，重点关注内心平静和道德修养。例如，通过阅读、学习和艺术欣赏，人们可以获得精神丰富，提高整体素质和幸福感。

5.3. 促进可持续发展

儒家“仁民爱物”的理念强调消费行为与生态保护的统一。在现代消费文化中，消费行为对生态环境的影响越来越显著。为实现生态保护，消费者应选择环保产品，以减少自然资源的消耗和浪费，例如减少一次性塑料产品的使用，选择可再生产品，可以有效减少海陆污染。此外，消费者还可以支持环境保护组织，参与环境保护活动，促进生态保护事业的发展。

消费文化不仅影响个人消费行为，也对社会和谐产生重要影响。儒家“仁民爱物”的理念强调，消费文化应促进社会和谐，而非加剧社会不平等。在现代消费文化中，过度消费和资源浪费导致社会资源分配不平等，影响社会和谐与稳定^[12]。因此，倡导适度消费和理性消费以促进资源公平分配是实现社会和谐的重要途径，例如，政府可以通过政策引导、教育和宣传鼓励消费者树立正确的消费观念，促进社会朝着更和谐、更可持续的方向发展^[13]。

6. 儒家“仁民爱物”理念在消费实践中的应用

6.1. 个人：培养节制与绿色消费习惯

个人在消费过程中应遵循儒家“仁民爱物”理念，培养适度和理性的消费习惯面对各种各样的产品和铺天盖地的广告，消费者需要保持冷静，避免冲动消费，盲目跟随潮流。在做购买决定时，他们应该

充分考虑自己的实际需求，评估商品的必要性和实用性，以减少过度消费带来的资源浪费和环境压力。例如，在购买电子设备时，他们应该根据个人需求选择合适的配置，而不是追求最新型号，这不仅延长了产品的使用寿命，还有效地减少了电子废物的产生。

在消费过程中，个人应树立绿色消费理念，积极践行对自然的关爱和责任。消费者应主动了解产品的环境属性，如原材料来源、生产工艺、可回收性等。优先考虑环境友善产品和可持续商品，如购买有机食品、使用环保购物袋、选择可再生产品等。这些行为可以减少自然资源的消耗和环境污染，同时促进生态系统的健康稳定，消费者可以减少自然资源 and 环境污染的消耗，进一步通过减少废弃物、合理处置来减少对环境的影响。同时，消费者可以通过减少废弃物和明智处置垃圾来进一步减少对环境的负面影响。

6.2. 企业：推动可持续发展与履行社会责任

企业作为消费市场的供应商，应以儒家“仁民爱物”的理念为指导，积极开发和推广可持续产品和服务。在产品的设计阶段，企业应注重原材料的选择和资源的合理利用，采用环境友善的材料和可回收设计，减少产品的环境足迹。在生产过程中，企业应优化生产工艺，减少能源消耗和污染物排放，并提供产品维修、维护和回收服务，延长产品使用寿命，减少资源浪费。例如，科技企业可以研发易于升级和维护的电子产品，减少产品过时产生的电子废弃物；食品企业可以推出生物可降解包装的产品，减少海洋和陆地的污染。

企业应将儒家“仁民爱物”的理念融入企业社会责任中，积极履行对环境和社会的义务。企业在追求经济利益的同时，应注重环境保护和社会福利事业，例如制定严格的环境标准，减少生产过程中的污染排放，参与环境公益活动，提高公众环境保护意识，支持社区发展，促进社会公平与和谐；例如服装企业可以利用环境友善的面料和绿色生产工艺，减少环境污染，同时组织员工参与环境志愿活动，为改善环境做出贡献。

6.3. 社会：政策引导、法规制定与文化教育推动

政府应运用政策法规引导和规范消费者行为，推动儒家“仁民爱物”理念的实践，一方面应制定税收优惠、财政补贴等政策鼓励企业生产环保产品，降低生产成本，提高环保产品在市场上的竞争力，同时对消费者购买绿色产品给予一定的补贴和优惠待遇。

引导消费者树立绿色消费理念，例如购买新能源汽车给予补贴以提高其市场份额，节能产品制造商给予税收减免以降低产品价格，另一方面，政府应完善消费者监管法律法规，加强市场监管，打击假冒伪劣环保产品，维护市场秩序，保护消费者的合法权益。

社会层面需要利用文化和教育的力量，弘扬儒家“仁民爱物”的理念，培养环境意识和责任感。教育机构应通过课堂教学、实践活动等方式，将环境教育纳入教育体系，培养学生的节俭、环境意识和行为习惯。例如，学校可以开设环保课程，组织学生参与垃圾分类和资源循环利用等实践活动，让他们从小就培养环保意识。传媒应通过宣传报告、公共服务公告等环保形式，广泛传播绿色消费理念和环保知识，在全社会营造环境友善氛围，例如电视广播环保公共服务公告，推广绿色生活方式，引导市民实践环境友善消费。

7. 结语

通过深入研究，本研究揭示了现代消费文化的特点与问题，并从儒家“仁民爱物”理念出发，对消费主义、物质主义和过度消费进行了批判，提出了倡导节制消费、弘扬仁爱美德和促进可持续发展的启示。同时，本研究还探讨了在个人、企业和社会层面如何践行儒家“仁民爱物”理念，实现对自然的关爱

和责任。本研究的主要发现包括：现代消费文化中的消费主义、物质主义和过度消费现象与儒家“仁民爱物”理念存在显著冲突；儒家“仁民爱物”理念为现代消费文化提供了重要的伦理指导和价值导向；通过个人层面的节制与绿色消费、企业层面的可持续发展与社会责任、社会层面的政策引导与文化教育，可以有效促进现代消费文化向更加可持续和和谐的方向发展。

然而，本研究存在一些局限性，如研究主要集中在理论层面，缺乏实证数据支撑，研究范围主要局限于儒家“仁民爱物”理念，对其他哲学思想和文化传统的探索不足。未来的研究可以进一步拓展研究范围，结合实证研究方法，深入探讨儒家“仁民爱物”理念在不同消费群体、不同消费场景中的具体应用与影响，以期在现代消费文化的可持续转型提供更全面深入的理论支撑和实践指导。

参考文献

- [1] 张杰. 先秦儒家代表人物生态伦理思想研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西农业大学, 2013.
- [2] 杨国荣. 儒家价值观: 历史内涵与现代意义[J]. 杭州师范大学学报(社会科学版), 2015, 37(1): 1-5.
- [3] 吴岩, 郑洁, 张培莉. 浅论护理与“仁”[J]. 护理研究(上旬版), 2010, 24(5): 1216-1216, 1218.
- [4] 陈文. “天人合一”思想与当代生态文明建设[J]. 前沿, 2008(11): 153-155.
- [5] 王宏德. “仁”的他者优先伦理取向——兼论社会主义核心价值观之“友善”[J]. 佳木斯大学社会科学学报, 2015, 33(3): 4-6.
- [6] 魏超. 消费主义对当代青年身份认同影响研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 杭州电子科技大学, 2016.
- [7] 罗克全, 陈红睿. 消费异化的批判与生态危机的解困[J]. 晋阳学刊, 2019(2): 71-77.
- [8] 相飞. 消费主义对大学生价值观的影响及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 聊城: 聊城大学, 2018.
- [9] 易灿, 郭琨. 儒家的生态伦理智慧[J]. 文学教育(上), 2014(9): 138-141.
- [10] 杨艳琳, 陈银娥. 经济可持续发展的消费模式转变[J]. 消费经济, 2007, 23(2): 81-84.
- [11] 马明琪, 董一冰. 生态文明视角下过度消费问题研究[J]. 商业经济, 2023(1): 76-77, 98.
- [12] 师嘉唯. 基于马克思主义理论视角的当代中国消费异化问题分析[J]. 新西部, 2024(7): 177-180.
- [13] 林协波. 伦理导向下的消费正义重塑: 消费行为变革与社会责任构建[J]. 党政干部学刊, 2024(9): 59-66.