

今日香港+全球化



逛街誘惑多 勿變購物狂

今年是蛇年，靈蛇賀歲，旺丁又旺財，殊不簡單。據報道，本港新春旅遊及餐飲消費額估計逾150億港元，市道旺盛，可見一斑。其實我們身處消費社會，消費現象處處，日日如是，又豈止於新春時節。消費已是我們生活的一部分，是日常基本所需，自然無可厚非，也在所難免；可是，一旦過度消費，超出財務底線，便可能是一種病態。流行文化善於利用有趣的社會現象，以趣味或誇張手法，反映我們周遭正在發生的人和事。電影也是其中一種形式，並早已曲線地警惕，我們正陷於這場消費病態中。

■林援森 香港樹仁大學新聞與傳播學系助理教授

作者簡介 林援森 畢業於香港樹仁學院（2007年更名為樹仁大學）新聞系。其後取得香港新亞研究所歷史學碩士、博士學位以及上海復旦大學新聞學博士學位。

港前年消費額達1.2萬億

新聞背景 據報道，本港新春期間消費額按年上升20%。旅遊業議會早前預計，大年初一至初七訪港過夜旅客人均消費約8,000港元，不過夜旅客消費約2,500港元，7天假期估計為香港帶來最少55億港元經濟收益。城中著名地產集團旗下的12個商場，新春期間總人流890萬人次，按年升16%，營業額達兩億元，按年升19%，消費旺盛景象可見一斑。

香港政府統計處資料顯示，本港2011年全年私人消費總額達1.2萬億港元。我們日常衣食住行中的必要開支，在1.2萬億港元中又佔多少份額？計算並不容易。然而，肯定者乃消費已是生活中「不可或缺」的重要環節。

概念鏈接

消費（Consumption）是我們生活的一部分。但消費又從何說起？旅法華裔學者高宣揚指出，消費是資本主義商業及文化發展相結合的產物，任何消費必然涉及必需品（Necessity Goods）和非必需品（Non-necessity Goods）之分。必需品是生活必然所需，如基本的充飢食物便是必需品；但非必需品不僅飽肚，而是色香味具備的珍貴美食。後者未必可被理解成美國經濟學家韋白龍（Thorstein Veblen）所謂的炫耀性消費（Conspicuous Consumption），但肯定超越物品需求的基本功能。

若從消費社會學進行討論，則包括兩大方向和三大範疇。兩大方向意指家庭消費（Family Consumption）和大眾消費（Mass Consumption）。其中家庭消費涉及共同消費（Common Consumption）和個人消費（Personal Consumption），共同消費包括房屋和家中共用的東西。而按恩格爾定律（Engel's Law），一般家庭消費分為九大類，分別是食物、服飾、住宅、取暖或照明、勞動、教育或娛樂、稅收、醫療、家庭服務；個人消費則指個人物品如衣服。至於大眾消費則指社會大部分人所認同的購物取向及態度。

何謂消費？



信用卡是一種「先享受，後付款」的消費模式。資料圖片

先買後找數 碌卡藏危機

兩齣電影同樣提到一個十分重要的購物角度，就是信用卡和購物的關係。信用卡對於我們而言，已幾乎是一種「必需品」。信用卡以一種預付信貸方式，給予消費者消費金額，先購物後付款，銀行和信用卡公司則賺取利息。

法國學者尚·布希亞（Jean Baudrillard）指出，這種信用貸款已是現代社會的一種消費權力，這種權力是一種先行消費的手段，也成為一種「新倫理」，意味我們的消費行為先行於生產現況，即尚未從生產（工作）取得經濟收益，便預先消費或消耗收穫，結果導致強迫投資、加速消費及通脹。更重要是，我們把這種行為變得很理所當然，因為這是一種「新倫理」，其潛在危機可想而知。

若購物或消費乃滿足我們的個人慾望，那麼放棄慾望是否一種苛求或妄想，拒絕消費的動力又從何而來？韓劇《不能結婚的男人》由池珍熙和嚴正花演出，其中有一幕講述嚴正花所扮演的醫生張文貞，其父十分愛吃米腸湯，但為免有口氣，其父自成為醫生後一直不吃米腸湯，以示尊重病人。十年、十年又十年，他終於到了退休之日，文貞便帶他光顧一家裝潢普通的食店，但其煮得一碗美味的米腸湯，他一飲而下，好不滿足。米腸湯本身不是甚麼珍貴的美食，但對文貞父親而言，半生不能享用自己所愛的米腸湯，自然有所失，但為尊重病人，還是把這種慾望壓下去，其對工作的嚴肅且認真的態度，讓人肅然起敬。從放棄到重新選擇，又是否一種消費，到底是理性或非理性？有些時候，懂得放棄比擁有更難。

摘星級

「拜物」現象 照射人性慾望

針對現代消費問題，若聚焦於購物而言，或許更易把握問題所在。學者D. Miller指出，購物是當今經濟制度下直指人性的關鍵點，其強調物質文化在社會發展過程中的重要性；主要從經濟面向說明，而家庭主婦則是重要例子。購物強調個人生活中的角色，並經由慾望所推動，購物行為從而發生。「物」才擁有其社會價值，也衍生出崇拜及迷戀的角度，這是一種拜物主義（Fetishism）。

完全非理性 源自佔有慾

消費主義與拜物主義的最大不同之處乃後者屬於完全非理性。購物狂（Shopaholic）便是一個說明例子。從心理學角度分析，瘋狂購物乃源自對商品的過度佔有慾所致。有關購物狂論述見於不同學術著作，流行文化作為社會問題的曲線本文，購物狂現象亦涉及其中，電影《潮拜購物狂》（Confessions of a Shopaholic, 2009年）便是相關作品之一。

《潮拜購物狂》由霍根（P.J. Hogan）導演，女主角是菲雪（Isla Fisher）。該片改編自蘇菲金

索拉（Sophie Kinsella）的同名小說。故事講述菲雪飾演的李貝嘉，本是一名購物狂，但在偶然機會下成為一名財經雜誌記者，並誤打誤撞地成為雜誌新星，全城矚目。但她瘋狂購物，以致債台高築，難以自拔，更以謊言逃避債務，最後失去一切，男友和好友先後離她而去。但她最終還是覺悟過來，迷途知返，團圓結局。這是一部典型的荷里活電影。

患選擇恐懼症 心理醫生不自醫

相比之下，香港另一齣名為《最愛女人購物狂》的電影，同以購物狂為主題，內容及層次更豐富。《最愛女人購物狂》早於2006年上映，由章家輝



劉青雲（右）在《最愛女人購物狂》中飾演患選擇恐懼症的心理醫生。資料圖片

結局說明，原來走到最後，真愛才是世上最可貴且獨一無二的東西，消費不過是身外物。但《最愛女人購物狂》勝過《潮拜購物狂》，筆者認為是其有關「選擇」的論述。

選擇是消費和購物行為之所能展開的起點，如果沒有選擇，一切無從說起。選擇者，按照英國思想家費舍爾所指，有選擇才有意義。作家Bary Schwartz指出，生活的方方面面均是一種選擇（everything in life is choice）。在《最愛女人購物狂》中，劉青雲所飾演的李簡仁醫生，本是心理醫生，但同時又是選擇恐懼症患者，可見其諷刺性的社會意義。

進階級

■人們正瘋狂搶購減價貨。資料圖片



想一想

1. 根據上文，舉例解釋病態消費的定義。
2. 參考上文，分析病態消費的成因，並舉兩項加以討論。
3. 你認為社會病態消費現象會對哪個年齡組群造成較大影響？解釋你的答案。
4. 你在多大程度上認同「病態消費是商業社會的必然現象」這個說法？解釋你的答案。
5. 試評論病態消費與拜物主義的關係，並舉例加以闡釋。

■香港文匯報記者 吳欣欣

延伸閱讀

1. 《「三高」易變購物狂 專才求助增3倍》，香港《文匯報》，2012-06-11 <http://paper.wenweipo.com/2012/06/11/HK1206110016.htm>
2. 《過度消費的介紹》，東華三院網頁 <http://addiction.tungwahcsd.org/money.php>
3. Lizabeth Cohen, A Consumers' Republic, USA: Vintage Books, 2003.

■香港文匯報記者 吳欣欣

概念圖

定義
●資本主義商業及文化發展相結合的產物
●涉及必需品和非必需品

消費社會

信用卡

拜物主義：
崇拜及迷戀

病態：購物狂

成為電影題材

理財失當

■製圖：香港文匯報記者 吳欣欣



名牌屬於非必需品。資料圖片