

# 晚明消费文化研究之新思路

## ——评巫仁恕著《品味奢华》

王雨濛

巫仁恕先生的《品味奢华：晚明的消费社会与士大夫》（北京：中华书局 2008 年版，以下简称《品味奢华》）这部著作，单看题目便令人耳目一新。初看“消费”问题似乎从属于经济史领域，对消费之研究也有别于以往史学对于生产面的侧重；但是其以“品味奢华”为题，似乎又是一部社会文化史著作，试图带领我们去动用全方位的感官力量来“品味”晚明之奢华消费，以多重思维角度去观察这一现象。而在读毕后亦觉趣味盎然，并颇受启发。本文旨在对该书主要内容作简略介绍，探讨其特点、贡献及对自身的启发，并提出一些存疑之处。

### 一、全书梗概

《品味奢华》全书除导论和结语外，共分为六章。在导论《从生产的研究到消费的研究》中作者首先总结了明清消费文化研究之兴起与西方消费文化研究的脉络，并指出了该书的主旨、方法与结构，其倡导对消费的研究，并积极吸收文化史家对文化与观念的强调，尤其注重探讨消费之文化意涵。作者强调将明清消费文化史放入世界史脉络中考察，并吸收借鉴文化人类学与社会学的理论与方法。

本书主要是作者将之前所作的单篇论文修改整理而成，其结构较为特殊，开篇首章《消费社会的形成》首先就概述了晚明的奢侈消费现象，并提出全书的中心结论，而后面的章节从各个具体方面及角度来对其作讨论。在第一章中，首先从饮食、住宅、服饰、车舆等方面概述了晚明的奢侈消费现象，并指出晚明奢侈消费的几个重要特征：人们从市场购物的频率增高；一些过去被视为奢侈品的东西，逐渐成为一般庶民的日常用品；奢侈风气普及到社会的中下层；流行时尚形成；晚明身分等级制度崩溃；并出现一些“崇奢”的新型消费观念。上述特征在前代或是未见或是前代所望尘莫及的。作者以英国史家 Neil McKenrick 所主张 18 世纪英国出现了“消费革命”之说与晚明作对比，认为二者颇为相似，并推断晚明正是中国“消费社会”的形成时期。作者分析并总结了消费社会兴起的背景，认为其主要有商品经济与国内外市场的扩展，城市化的增长，家庭收入的提高，浪漫情欲观的蔓延几方面。晚明科举制度壅塞，捐纳制度大开，商品经济成为晚明士大夫之另一维生之途，商人地位开始上升，士商关系出现变化。由此，士人作为“地位群体”（status group）试图利用消费的品味与格调来分类社会地位，使得消费成为社会身分分化与市场区分的象征。

后面的章节则从几个具体方面阐释了晚明的消费文化。第二章《消费与权力象征——以乘轿文化为例》，从物质文化研究的角度，充分挖掘了乘轿消费行为之社会、政治与文化的象征意义。作者指出，明代政府对施以乘轿制度化的规定，使得乘轿成为权力的象征，并成为大众竞逐之对象。明中叶后僭越乘轿之风已普及到全国各大城市及其它的社会阶层，作者认为这反映了社会结构之变迁。新兴的社会阶层一旦拥有经济资本后，希望透过模仿上层地位之消费形态，来提升自己的身分与社会地位。作者指出，中国在晚明已出现由“特许体系”（coupon or license system）的社会——即社会流动停滞、消费上有许多限制以保障少数人的身份地位，转变到“时尚体系”（fashion system）的社会——即下层社会愈来愈多人有能力模仿上层社会的消费、政府的禁奢令愈来愈频繁、消费物品的创新与品位更新的速度愈来愈快。

第三章《晚明流行时尚的形成——以服饰文化为例》指出衣冠服饰具有“辨贵贱、明等威”的象征意义，明太祖规定了繁琐的服饰制度，但是明中期后平民服饰开始频繁逾越礼制，

并出现复古、奇异等方式的流行时尚，反映了相对高度且快速的社会变动与社会结构之变迁，有钱阶层致力于透过其经济力量，模仿上层社会的消费，来达到社会流动（social mobility）纵向上升的企图。但作者同时也指出，流行时尚也不全然只是单向的由上而下的被仿效，妓女、戏子、商人及商人妇有时亦可是时尚先锋。江南地区尤其是苏州成为当时的流行时装中心；流行时尚亦带动了社会经济之发展。作者指出，士大夫阶层，尤其是下层士人阶层，在服饰流行风尚的变化中受影响最大，面对这一身份受威胁之现象，士人一方面对此进行口诛笔伐，同时更积极地创造新风格与时尚，来重塑自身之身份地位，流行服饰又成为为社会竞争下的产物。

第四章《消费品味与身份区分——以旅游文化为例》中论述晚明士大夫及大众旅游风气兴盛，提出旅游乃是一种“炫耀式消费”是身份地位的表征，士人发展出“游道”，即塑造出一套独特的旅游品位，并不断精致化“游具”，来与其他阶层作区分，旅游活动成为社会竞争的另一种场域。并且，巫仁恕先生在其与狄雅斯合著的《游道——明清旅游文化》中，对明清大众及士大夫的旅游实践及旅游文本中所体现的旅游文化的构建作了更为深入而细致的阐述。<sup>①</sup>

第五章《物的商品化与特殊化——以家具文化为例》则认为家具消费亦成为文人进行身份区分的工具之一。作者指出晚明江南地区家具的奢侈消费现象，高级家具还被提升到“古董”或“古玩”的地位，家具逐渐商品化，并且贩制家具正式发展为独立专门的行业。接着透过徽州文书，高级官员的抄家单、品鉴书籍《长物志》三类文本中探析当时大众家具、高级家具及文人家具三种家具消费型态作及其后所反映的三种不同社会阶层的消费文化。其指出文人透过品味塑造，建立起特有的家具消费文化，并试图使用落款、图章等方法将家具特殊化，以抵制其商品化。

第六章《文人品味的演化与延续——以饮食文化为例》中指出晚明在饮食上的奢侈消费风气兴起，甚至扩展至中产之家及江南以外的地区。并且明清时期文人创作出版了大量饮膳书籍与食谱，作者就饮膳书籍与食谱来观察士大夫饮食文化与品味之塑造，其指出明清饮膳书籍中关于感官描述的词汇呈现出由抽象到具体，由单一到多重，由简单到复杂的演变过程，并提出尊生及强调食物的“本味”等一套特殊的文人化饮食品味。“文人化食谱”的出现实则是以选择性的摄食来表达自己的“品味”，以利于和其他社会群体作区分。作者指出，晚明“文人化食谱”所提出的饮食理论，还只是发展的初期，到清代才更加细致完备。由此，作者认为晚明士大夫的消费文化到清代不仅没有断裂，且有紧密的延续性。

在最后的结论中，作者首先指出，消费社会在晚明诞生，导因于明中叶以后在经济、社会与思想文化等方面的变迁，与 18 世纪英国的情形颇为相似，由此作者认为，英国所发生的消费社会现象并非独一无二的，而消费社会的形成，也“不必然”引导工业革命的到来。第二，作者指出晚明所出现的流行时尚与社会仿效现象带动了消费之需求与产业的发展。此外，消费社会的诞生反映了晚明社会结构之变动，尤其是士商关系之变化。晚明士大夫在引导流行时尚中扮演重要之角色，其试图透过消费文化，来重建自身的身分地位。并且，作者指出，士大夫所建构的消费文化历经明清两代不但没有断裂，而且还有相当紧密的延续性，但清代士大夫在引领时尚中的角色逐渐让位于宫廷，时尚中心由江南转到北京。最后作者从学术史的角度指出史学界长期重生产而轻消费，而在消费观上，与西方奢侈逐渐去道德化的历史不同，从晚明到清代，奢侈并未去“道德化”，禁奢政策也未“去政治化”，作者以此认为这种消费观上的差异反映了中西社会的差异性，很可能正是导致中西历史分道扬镳的关键。

## 二、贡献与启示

---

① 巫仁恕，狄雅斯（Imma Di Biase）著：《游道——明清旅游文化》，台北：三民书局 2010 年版。

### (一)、挖掘消费之文化意涵

与以往多侧重生产面的研究所不同的是,巫仁恕将研究对象指向了消费。不同于那种认为消费仅仅是满足人的需求的经济学观点,作者更倾向于从文化人类学、社会学与政治学的观点来看待消费。其在导论中介绍了西方消费文化研究的脉络,并指出在布劳岱尔与 Neil McKendrick, John Brewer 和 J. H. Plumb 等人的研究之后,西方消费文化研究大致有两类研究取向,一类走实证路线,利用史料来重构当时消费社会的现象,另一类则较倾向探究文化的面向,注意物品的象征与文化意义,以及消费论述之类。(第 12~14 页)作者吸收借鉴两种思路,并尤其注重对于消费之文化意涵的探讨。这样既扩展了明清经济史研究的新思路,又开拓了另一条明清社会文化史研究进路。

### (三)、引入人类学与社会学的研究方法

作者指出探讨士大夫的消费文化,需要新的研究取向与解释模式,才能深入理解许多复杂的理路。而在本书中,作者引入了许多文化人类学与社会学的理论与方法,来重新观察晚明士大夫的消费文化。人类学关于“物质文化”(material culture)的研究,强调商品具有表达象征之功能,在第二章中作者指出,乘轿即是某种社会、政治与文化的象征,即权力之象征,服饰也有身分地位之象征功能,而服饰、旅游、家具及饮食都得以表征士大夫之独特品味与生活方式。人类学指出,消费者可以透过“创造性的再脉络化”(creative recontextualization),使原本可分离(alienable)的商品转化为不可分离(inalienable)的文化物,而本书中家具即是一个明显的例子,而服饰、旅游、饮食中的品味创造亦是表征之一;社会学的研究则侧重探讨消费如何影响社会阶级的概念与实践,或是消费如何受到社会结构的影响。作者揭示了晚明士商关系之变化与消费间的关系,并且认为晚明的流行时尚与社会仿效现象,实际上是下层民众希望借此达到社会地位上升之目的,而士大夫所创造的独特消费文化则旨在于与其他人群作区隔,来达到社会区分之目的。毫无疑问,人类学与社会学理论的引入为我们提供了另一种审视晚明消费现象的视角。

### (三)、世界眼光

在本书中,巫仁恕一方面积极借鉴吸收西方史学的研究方法和思路,并且其未将视角局限于明代中国,而是试图将其放入世界的版图中来与 18 世纪的英国作比较观察。在导论中,作者提出本书有两大主轴,其一便是尝试把近代早期中国的消费史,放在世界史的脉络下,观察晚明时期的重要性。(第 16 页)作者指出,以往的西方消费文化研究也有涉及到明清消费问题的,这些研究多从西方史出发,中国只是比照之对象,一些研究对于中国之状况亦有不甚了解之处,巫仁恕认为这些研究造成了某些对于明清社会消费状况的误读,本书将明代置于世界史作探讨,在某种程度上也是在回应这些海外史学的研究,并亦有摆脱西方中心论之企图。

借助比较研究,既可为晚明江南的消费研究提供一个较为系统化的理论框架,亦可藉此对西方之历史进行反思,并且将中国置于探讨之中心也在某种程度上超越原有的以西方为中心的历史研究。作者以 18 世纪英国之消费状况对比晚明社会,发现二者在各方面颇为相似,得出本书的中心结论,即与 18 世纪的英国类似,晚明已进入消费社会。由此作者认为 18 世纪英国出现的“消费革命”实际并非独一无二;并且作者以明代的历史反观那种认为“消费社会”的兴起为工业革命的先导的观念,指出“消费社会”的出现并不必然导向工业革命。

(第 290 页)

### (四)、细致入微的生活史

本书在进行理论创新的同时,亦展现了晚明时期民众日常消费活动中丰富而细致入微的生活细节。书中对晚明乘轿的流行的叙述向我们展现了明人日常“行”之活动的一面,对多变的服饰时尚的描述则让我们感受到明人丰富多彩的生活,对晚明旅游活动与旅游文化之描述则带领我们体验游之趣,对于晚明文人家具的分析令我们感受其精致的生活方式及生活美

学,而对饮膳书籍与食谱的感官描述,更是令我们得以体验其明代“美食家”所的感官体验,引领我们真正走入晚明士人生活,感受其脉动。因此,对于消费的研究亦是进入日常生活史研究的一条新路径,使我们得以体会明人之日常生活及其种种复杂微妙的生活体验。

### （五）多元的史料

此外,在体现理论自觉的同时,多元史料的运用亦是该书的特点之一。除地方志、笔记小说、实录与明人文集外,本书还使用了一些较为特殊的史料,如运用《考槃余事》、《长物志》、《遵生八笺》等文人所作的品味鉴赏书籍,而在第五章中,对于徽州文书中的分家书的运用更是凸显出了史料运用之灵活与多样。

## 三、疑问与思考

尽管该书在历史呈现与理论创新上都很突出,但笔者在读毕后亦不免存在一些疑问,在此试提出,以便进行进一步的探讨。此外,汪容祖先生曾为该书作过题为《晚明消费革命之迷》<sup>①</sup>的书评,在此亦结合其书评进行分析。

### （一）史料运用

尽管该书引证丰富,但在一些方面仍难免显示出史料的不足。如在第五章分析家具的过程中,徽州文书之分家单及高级官员的抄家单虽然都是很好的史料,但是作者在分析了五部分家单后,认为此“足以反映明代中叶以后,一般大众的家具拥有与消费的实际情况”,(P.224)似乎推论有些过于简单。并且其仅以严氏抄家单《天水冰山录》,佐以《金瓶梅》中的零星史料,来展现高级家具消费形态似乎说服力仍不够。

### （二）士商中的不同阶层和群体

在第三章中作者提出,面对平民服饰之僭越,士人产生了强烈的身分危机意识,要求重申禁令,并对此现象从“古礼”、“服妖”、审美与实用等角度进行口诛笔伐,同时更积极地创造新风格与时尚,来重塑自身之身份地位。但创造新时尚本身似乎就是在违背禁令,而新奇怪异之着装风格似乎也正是“服妖”之批判对象。士大夫阶层在指责他人僭越的同时,又如何为自身的僭越行为辩解?并且在一些时候,要求重申禁令、斥责“服妖”的士人与那些积极创造复古、奇异等时尚的士人是否为同一群士人?在页143所引徵的文献中就指出天启《赣州府志》的作者指出“后进之士,自行一意,……蹈至不能为齐民倡,而反有甘同市井者,则不学之过也。”即是士人指责一些后进之士追逐时尚,而不能导风化俗。是否可以说,士人内部并非统一,其中亦有持异见之不同群体?甚至彼此相互指责?

此外,士人之中上层和中下层士人在消费行为与消费观念及文化上是否存在差异?在第五章中作者指出了上层社会与中下层文人在家具消费和品味上的差异,但在其他章节,这样对不同阶层的士人进行分别阐述似乎并未得到充分的体现。

作者指出,消费活动本身具有社会区分的功能,晚明士大夫试图通过建构自身独特的品味与消费文化来与其他人作区分,但其所试图与之作区分的到底是哪些人?作者在对旅游文化的论述中指出:“某些士人所要区分的对象,已不只是一般能从事大众旅游的庶民而已,从富有的商人、作清客的俗士、甚至是官宦的旅游行为,都成了他们要作区别与竞争的对象。”

(P.195)可见其所试图相区隔的群体之广泛。本书尤其注重将晚明的消费置于士大夫与商人阶层的竞争背景下予以考察,在一般庶民之外似乎特别强调士人力图与商人相区分,但对士人内部之竞争恐怕揭露得有所不够。从第五章中我们能看到文人的家具品味与一般富贵显宦不同,是否一些富贵显宦亦是其试图区隔的对象之一,而凡俗的士人可能亦是文人雅士试图区分的对象之一。

此外,本书更多强调士商之间的对立与竞争。作者在第135页中所指出的扬州当代的服

<sup>①</sup> 汪容祖:《晚明消费革命之迷》,载《中央研究院近代史研究所集刊》第58期(2007年12月),第193~200页。

饰时尚几乎就是由商人及商人妇所带动的,那是否会有士人模仿商人之着装时尚?这些士人又如何处理对商人阶层的轻视与模仿追随其时尚二者之间的矛盾呢?并且商人内部是否也存在竞争?

### (三) 女性与消费

本书还呈现出了强烈的性别意识。本书中在服饰文化及旅游文化中都涉及到了对于女性消费的探讨,并且作者在其另一部著作《奢侈的女人》中,对明清妇女与消费之关系及男性对此的态度作了更深入的探讨与阐述,并单独列出一章论述妓女的奢侈消费状况。当然,此间还存在更多的问题值得挖掘丰富的史料进行更深入的讨论,如妇女各项消费的具体支出,各项奢侈消费所占日常支出的比例。并且在妓女之外,下层婢女消费又是何种状况?其是否为时尚由上层社会向下层社会的传播构筑了一道桥梁呢?另外,值得注意的是,一些士大夫在区别雅俗时,常将妇女时尚及女性气质放在“雅”之对立面,如“忌脂粉气”的论述,甚至物本身亦被赋予了不同性别,如蔷薇、玫瑰、鹦鹉、孔雀、帛帐、以柏木琢细如竹的床等皆被列为“闺阁中物”,幽人不宜。<sup>①</sup>但巫仁恕先生在《奢侈的女人》一书中又指出明清存在男女服饰相仿相混的状况,男性亦挪用模仿女性服饰,并且喜欢模仿女装的又往往是士人<sup>②</sup>,女性与女性气质在明清士人消费时尚与消费文化中实则处于一种十分微妙复杂的地位,对此是否也应予以关注并进行考察。

### (四) 奢侈消费问题

作者在书中指出,晚明的奢侈消费之盛,奢侈风气已普及到社会的中下层。汪容祖的书评中对此提出了质疑,其指出若是如此,岂不是已达到均富社会,并且此现象必须伴随大众收入之增加,而文中并未提供有说服力的数据及具体的消费支出分配,其认为多数庶民不大可能富裕,有能力奢华的庶民仅仅是富商,或是有钱的“庶民”或“平民”,也可能指少数商人,平民的实际消费能力需细加斟酌。<sup>③</sup>笔者亦认为书中以丰富的史料展现出明清大量存在的奢侈消费现象,但是却并未为我们细致解答平民之收入如何支持这些奢侈消费。如其引用县志中的两条史料“至于中人亦慕效之,一会之费,常耗数月之食”,及“家苟温饱,则酒核之设,辄罗水陆之珍,室即空虚”,来论证奢华的宴会风气也感染到一般大众。(第254页)首先,县志中批判的视角使得其说辞有时不能免于夸张,而若中产之家果真如此持家,似乎难免陷入困顿,其支持这种消费的收入从何而来,这样的消费如何维持?

并且书中特别强调对奢侈消费现象的探讨,这也正是此书的特点,但在某种程度上又忽视了奢侈消费之外的一般性消费状况。实际上,这样的一种“耗数月之食”的奢侈消费可能正是一种非常态消费,而真正晚明社会一般大众的日常饮食消费状况如何呢?并且,以晚明士人所倡导的饮食文化为例,“崇俭”本身便是其重要的一部分,除了对奢侈的批评,尊生的考虑,及试图与商人、仕宦相区隔外,一些中下层文人接受这一消费文化在某种程度上是否也可能正是其实际消费能力的反映,下层士人与庶民的日常消费活动是否果如书中所呈现的那般奢侈呢,值得深思。

### (五)、消费社会

最后再来审视本书的中心结论:晚明的“消费社会”问题。作者在导论中总结了西方消费文化研究存在实证和重视消费的文化面向两种取向。尽管作者在文中试图关涉两方面的内容,但是似乎仍更侧重于后者,而对于消费状况的实证研究似乎仍有待进一步深入。汪容祖也在书评中指出,需回答“有钱的庶民,在乘轿上是如何消费的”,作者“极少提到在服饰上是如何消费的,以及服饰在晚明消费社会里的实况与份量”等等。<sup>④</sup>实际上,晚明进入消

① 参见毛文芳著:《物·性别·观看——明末清初文化书写新探》,台北:学生书局2001年版,第123~126页。

② 巫仁恕著:《奢侈的女人——明清时期江南妇女的消费文化》,台北:三民书局2005年版,第48~49页。

③ 汪容祖:《晚明消费革命之迷》,第195页。

④ 汪容祖:《晚明消费革命之迷》,第196~200页。

费社会之论据不仅在其出现奢侈消费现象，流行时尚及特殊的消费文化，还在于整个社会一般性的消费状况，除了可能是非常态的奢侈消费外，还应考察日常生活中的常态消费。

并且，书中多集中对于江南地区作探讨，毕竟区域研究是乃是进行深入探讨之一路径，但是也不得不使我们对于其他地方的奢侈消费状况，其是否亦出现了消费社会提出疑问。当然，要求一本书中对此作细致考察又是过刻之论了，其为我们提供了思考之方向，有待后来学者进行进一步的研究。

作者试图将明代社会放入世界史进行考察，与 18 世纪的英国作比较研究，试图超越西方中心论。巫仁恕该书本身即是受西方消费文化研究之启发，其问题意识、理论框架在很大程度上也是从既有的西欧方消费文化研究中演申出来的。作者在序言中指出，西方消费文化研究成果显示，在西欧其它的国家及美国都出现类似英国所谓消费社会的现象，似乎这样的变化是朝向同样的轨迹演进，只是在不同地区的速度有差异（第 12 页），而文中对于晚明时期江南的消费社会似乎也是在这样的框架下进行研究的。作者判断明代进入消费社会似乎也是根依据英国之标准来设定的，尽管这是引入新理论框架所需，但是以英国为尺度去衡量明代，寻找二者之契合点，是否仍落入了西方中心论之窠臼。在最后结论中，作者指出中西在奢侈观上的区别，认为这可能是影响接下来中西历史的不同发展的关键。但我们不禁要问，难道这便是二者的唯一区别吗？二者在奢侈消费品，消费方式，及消费群体上有无区别？我们须重新思考比较晚明社会与 18 世纪时的英国社会，尽管二者有相似之处，但是否西方消费社会还有其他个性特征呢？并且在此过程中，晚明社会又呈现出某些不同于英国的个性特征呢？汪容祖在书评中亦提出：“其结论很可能是晚明的消费社会与英国相比，看起来‘类似’，其实貌同心异耳。”<sup>①</sup>比较研究远非仅仅比较共性，个性之彰显同样重要。超越西方中心论，进行中西比较研究，呼唤对于东西方异质性的关注。

## 四、结语

巫仁恕的《品味奢华》一书提出晚明已形成消费社会，引入文化人类学与社会学之理论，使用丰富多元的史料，对晚明士大夫的消费文化进行了深入探讨，开拓了明清消费研究之新思路，为我们提供了社会文化史研究的新路径，及步入士人生活史的又一条进路。其吸收借鉴西方消费文化研究之思路方法，并将明清放入世界史的角度进行考察。另外，本书也存在一些需要进一步思考之处，首先，其在材料运用上也存在不够谨慎坚实之处。其次，书中强调士商间的竞争，而对于其内部的分层和竞争并未能予以充分关注。并且文中提出的明清奢侈消费状况似乎仍存在论证不足之处。最后在晚明是否进入消费社会上，还需进一步对大众的一般消费实况作深入探讨，并且在进行中西比较时，应对二者的异质性予以更多关注。《品味奢华》一书为我们进行明清消费文化研究提供了诸多思考方向，我们在借鉴其对文化人类学及社会学的理论的灵活运用的同时，也应挖掘更为丰富而多元的史料对明清消费状况作进一步的实证研究。

作者简介：王雨濛，南开大学中国社会史研究中心研究生。

---

<sup>①</sup> 汪容祖：《晚明消费革命之迷》，第 195 页。