

洪英正 vs. 曾義明 共享消費新時代

趨勢巨流河

消費對人們而言，究竟具有什麼意義？是解決基本需求、維繫生活必需？還是追求物質慾望、滿足虛榮心靈？甚或可以維繫人我關係、分享快樂幸福？隨著社會的變遷，各個時代的消費也有著不同的意義與目的，本期特別邀請企管系副教授洪英正與國企系副教授曾義明，就《第4消費時代》一書進行對談，透過他們的專業經驗及觀察，引領我們走進本書的消費世界，同時針對臺灣與日本之間的消費型態差異進行精彩的論述。

記者：作者開頭便說，「除了物質，什麼才能讓人變幸福？」請問兩位老師對於第四消費時代改變的社會和共享意識有何看法？

企管系副教授洪英正(以下簡稱洪)：

我認為幸福是很主觀的，在1980年以後，「心理幸福感」的行為研究開始變得很重要，但不止在消費上，工作上的感受也很有關係，像是現在越來越被重視的幸福企業。

我歸納出本書對於影響人類的消費相關的幾項因素如下；一是技術，也就是人類文明的發展，像是工業革命、科技網路等，皆為重要的發展，現在人工逐漸被取代，物聯網逐漸發達，這些消費的模式都和科技的發展有關。二是人口，本書以社會學作為研究的背景，因此人口是觀察的重點。三是資源條件，書中並沒有特別提到氣候，但我認為氣候對全球所有的人是有影響的，像是環境資源的不同，就會影響消費行為。最後是政治，近幾年來雖然有部分區域性的戰爭，但沒有全面性的世界大戰，在人口的增減上沒有大規模的變化。由於幸福的概念會透過不同的時代而演化，所以對於未來的消費，我們可以繼續觀察，但什麼是幸福，綜合以上幾點，我覺得都是會相互影響。

現代人流行「小確幸」，為什麼會開始追求這樣的幸福感呢？由於現在青年貧窮的問題是非常嚴重的，大量的工作被機器取代，工作模式開始從人工到自動化，從實體到虛擬，青年大多找不到個人生涯的志趣和目標，也因無足夠的經濟能力消費，所以藉由一點小錢來滿足個人的愉悅感，變成了一個時代社會呈現出的特殊現象。

國企系副教授曾義明(以下簡稱曾)：

天下雜誌的高希均教授提到：「現代人有慾望，也有權利，要追求優質生活。」，現在可以用更感性的說法是「追求幸福感」，但所謂的幸福是一直在演變的過程，從前的認知是只要努力工作賺錢就可以過好生活，但臺灣社會慢慢不那麼看重物質，反而在心靈、心性人際的關係等等方面的追求越來越高，也和日本越來越相似。

第四消費時代是從個人消費走向消費「共享」的時代，在個人消費上較偏向自私性。而且就目前的情況來說，以消費支撐經濟的狀況已經很難持續再有所進展，所以我也認同透過這種「共享」的方式，可以增加人的幸福。

記者：消費是人類生活的一部份，第四消費時代，人們開始追求簡約的生活、活得內心平靜。老師覺得臺灣的消費現況和日本有何相同及相異之處？是否也正進入這樣的時代呢？

曾：我認為的確出現這樣的現象，因臺灣和日本的地緣接近，部分甚至更多的日本風氣在臺快速蔓延，像是小確幸這樣簡單的消費型態出現。這些和日本傳統的風格相關，像是在美學方面、生活發展上，日本文化帶有一種禪意。這其實是源自唐代的歷史發展，就像建築的簡約之美、講究心靈的提升等等。加上青年面臨的收入減少、人口老化問題等現狀，讓簡約生活的返樸型態再次重現。

臺灣也面臨這樣的情況，要學習如何在低度的經濟成長之下生存。從前的教育告訴我們，長大後人人要做偉人、貢獻社會，但現在每個人都只希望是社會中的一顆小螺絲釘，以微小的影響力去改變環境，進而影響身邊的人，未來這樣的模式也會慢慢的建立起來。

臺灣是否進入第四消費時代，我認為是開始有部分人投入這樣的生活模式。我曾看過一部德國電影，片中提到如何不用錢過生活，這是一種近似返樸歸真的實驗性質模式，也跳脫目前社會的生活習慣。因為有人開始去實踐這樣的生活理想，才有可能使其他人去跟進、學習。像是作家三毛，她追求心靈上的提升，成為一名背包客，並勇敢離開原來的生活方式去流浪。

洪：曾老師點出臺灣和日本在發展中時間的遞移，像是臺灣曾被日本殖民過，在地理環境上也有許多相似性，無論是農村到都市化、進口到加工出口到自我品牌的建立等等都很相像。而日本在1998年進入到重要的分水嶺，在社會上出現一種「軟弱」的現象，年輕人開始對於生命失去目標，從自殺率的提升可看出此現象，這大約從1996年以後開始出現徵兆，我想大多還是來自石油危機後帶來的經濟衝擊。

就本書中作者所分配的經濟時代來看，我認為臺灣目前還處於第二消費時代，但有相當大程度正邁入第三消費。大致上整個消費需求的滿足還是在只要足夠就好，較不涉及到自我意識的彰顯，對於物質上的追求，這可能是臺灣的經濟發展大約晚了日本20年左右所造成的。近幾年臺灣各地開始有鮭魚返鄉的現象、強調文創、結合地方文化的色彩、一鄉一特色等消費型態出現，看似進入第四消費型態，卻仍然被商業化主導的第三消費時代所漠視，市場上仍充斥著太多的炫耀性消費。

臺日的差異，在生命的認知及感應上，臺灣還是較為淺根的。現在許多人都被全球、國際化的迷思框架住，但在文化涵養缺乏一定的厚度，同時也影響著經濟的發展。在日本電影《宅男的戀愛字典》中，我們可以看到都會型的工作型態，即使在大企業有些沉淪的背景下，日本人對於工作的尊重和重視，和臺灣的年輕人確實有些不同，這就是文化本質的差異。

記者：書中提到，因為時代的改變，人的消費習慣也跟著改變，就老師的觀察，目前臺灣的消費習慣是否面臨什麼樣的改變？為什麼？

曾：有些消費本身就是鼓勵對名牌及炫耀性物質的追求，還有更好、更快速的習性。在臺灣的改變，目前可以看見的是，部分的人們開始反思並修正過去的錯誤作為，像是簡約的耕作模式，就在於修正過去多數的人為因素造成對作物的傷害，同時追求環境的保護及復育等目標。

就消費觀念而言，我認為就現況來看，因年輕人在經濟上的能力無法滿足炫耀性的消費模式，則開始有了反思，思考這些物質對於自身的需求或必要性。且現代人開始追求身體健康，漸漸形成一些社群組織，以學習性的活動來取代消費性的活動。像這樣的型態，正是一步一步在反思、調整及改變。

洪：臺灣是一個模仿型的社會，這讓臺灣雖然具有消費力的人口不多，卻呈現非常多元的消費特性。在臺灣各地其實存有第二、第三甚至第四消費的型態，但還是以第二、第三消費較多，因為有些環境無法提供第四消費產生的條件。第三及第四消費型態通常會出現在都會區，原因是為了符合某些差異化，而做出針對特定消費群的市場行銷。另外，個人的消費型態其實與個人意識有著相當程度的關連，就像「共享」的目的，是不是真的存有厚實及反璞歸真的精神，抑或只是共同消費型態的一種集結現象呢？這其實是非常值得思考的問題。這些消費在型態上和第四消費時代的特徵很像，但是內在的意義和涵養尚嫌不足，常常還是被限制在第三消費裡面。

曾：洪老師剛剛所提到的看法，當然或許在臺灣有某些類似的消費型態所存在的現

象，但在一段時間之後，或許還是會有人發現這些消費型態可能造成的負面影響，然後開始反思其意義，進而發現、學習甚至呈現一種更符合臺灣的文化內涵，這其實也是我所樂見的。

記者：書中最後提到的是作為共享型社會，面臨的僱用或工作形式問題，請問老師面對「共享」的問題，有何看法？「共享」在臺灣是否可以成立？為什麼？

洪：追求「共享」的經濟模式，通常存在於人我之間的正向互動，例如臺灣傳統的鄉下，我們可以在鄉間小道中看見擺於路邊的奉茶桌，或是社區間遇到婚喪喜慶，整個社區的人都會出錢出力，這種鄉里間淳樸且互相關懷的精神就是一種人際間高度互信情懷的呈現。這樣的社會，就可能存有共享經濟。日本其實是個高度集體主義的國家，所以自然能夠朝這種方向邁進，另外在以色列的社會中也有這樣的現象，不過他們算是另一種模式，因為經過艱辛的建國之路，以色列的人民群體意識極強，對於國家有極高的向心力，當然也就比較沒有階級之分，屬於平等階級的集體社會，「共享」概念也就自然而然的深植心中。另一種推動「共享」的方式就是制度化。透過制度化以讓每個人付出都能得到相對的最大獲利，也就較能推動這樣的消費形式，但這涉及紀律和管理的問題，相對比較需要整體的規劃。

曾：在臺灣中有共享社會的型態，就如同原住民部落，因同質性較高，上百人左右的聚落、工作和作息一樣，可以積極去打獵和分享，但生產力相對有限。要進行全分享其實有一定的困難，但在某些經濟活動是可以透過規劃去分享，像是日本的優衣庫，會因應年輕人需要自由的工作時間而有非正式員工、地區限定性的正式員工之編制，雖然薪資較低，但比較不容易受限於工作，也算是有限的工作分擔，不過這種模式因為太少，還需要觀察。

洪：談到共享經濟在工作上的應用，在臺灣最常見的就是「工作分擔」，像是一部計程車由兩位司機排班駕駛，或是診所安排醫師值班看診。在資源共享方面，則是類似店面的分租，或是同個店面在不同時段由不同商家的經營模式。

記者：請老師推薦書中最值得閱讀的章節，為什麼？

曾：在本書第4章提到，日本出現老年人和年輕人生活在一起的現象。從前是3個年輕人支撐一個老年人，但在某種程度上，老年人也能支撐年輕人的生活，彼此之間可以互相支撐，而非老人最後皆是被孤立到村莊或老人院，像這樣跳躍式的想法，有點烏托邦的理念，當然我們可以持續觀察，但年輕人在一個社會中跟各個年齡層人一起生活，總是一個比較正常的現象。

洪：整本的可讀性很高，先讀第一章和第四章就可以讀出本書的大意。

從前的市場是製造實體機器來滿足人類需求，現在由於科技進步，加上時間空間的限制，使得人們透過類似VR的虛擬設備，就可得到滿足。由此可見現在對於人類未來的消費型態，我們無法完全預測。書中所提到「消費」一詞，從英文和法文做剖析，有兩種不同的意義，一是完成、完善，二是消滅跟使用，這其實想表達的即是透過個人消費行為來成全自己、昇華自己。

延伸閱讀

曾義明：

我推薦兩部電影，第一部是《不思議的幸福列車》，片中描述一群不相識的人，搭上同一班沒有目的地的火車，最後來到一個慢活的鄉鎮。這群人多半是受到挫折的人，在這個城市中因為互相幫助，讓他們重回對人生的信心。第二部則是《幸福三丁目》，影片背景為日本戰後時代，人們在殘破的時代中，透過互相的幫助，重新凝聚信心，這和共享的意義是相似的。

在書籍方面，個人則推薦《共享經濟》這本書，這本書由騰訊研究院編寫而成，剖析共享經濟在美國、加拿大、英國、歐盟、中國、南韓、香港與臺灣的發展。從介紹共享經濟的概念為始，簡述四大商業模式，再從世界主要國家發展現況、政府態度、產業案例及相應政策，提出完整說明，同時探討共享經濟對供需、就業與環保所帶來的影響、治理及未來發展趨勢。大家可藉由這本書多了解「共享」的意義。

洪英正：

我推薦兩本書，一本是由法國作家鮑德里亞所著的《消費社會》，這本書從帶有哲思的角度剖析當前消費社會實況，以另類眼光提出批判性論點，提醒我們的消費已然成為一種意義的賦予與物質的包圍、充滿身體物化、生產與浪費的弔詭，是可操縱的一種商業活動。消費社會本身建築在不平等、消費的差異和集中及壟斷等等。如果你對符號與系統及結構性觀點充滿興趣，本書可以讓您超越看得見的消費樣貌，進入一個省思消費社會看似日常生活之真實但卻殘酷、逐利的隱藏面目。

另一本則是由日本作家村田裕之所著的《超高齡社會的消費行為學》，臺灣的高齡化已是不爭的事實，在面對這樣一個「巨變」之際，日本超高齡社會的轉化歷程確實

值得臺灣借鏡，作者提出「中高齡世代決定消費的關鍵不是『年齡』，而是『變化』」，這是一句值得喝采，需謹記而有石破驚天效果的一句話，因為消費的底蘊正在於此。本書提出許多「變化」的現象，包括：身體的變化、個人及家人生活型態的變化、世代獨特嗜好及時代性的變化等等，這都是未來消費社會的挑戰與契機。作者預測日本高齡者將愈來愈「聰明」，所謂「Smart Senior的增加將對市場帶來巨大的變化」，這種「解放型的消費者」將為未來超高齡的社會與企業帶來巨大的消費行動與商業利益。

本書簡介

本書由日本趨勢觀察家三浦展著作，他觀察到日本的消費型態進入一種簡樸生活、與人共享、追求人生意義的消費模式，根據這樣的型態，他將日本經濟從1912年到至今，劃分為四個消費時代。從第三消費時代中，人類的消費模式雖從大量消費轉變成消費上的多樣化、個人化的型態，卻產生了彼此之間的隔閡。到第四消費時代，消費行為成為一種尋找自我、思考生命意義的方式，人開始追求簡約的生活，告別消費使人幸福，人們開始共享的社會。書中便以「共享社會」將帶來的消費型態和追求幸福的趨勢，提供讀者對消費給予大眾的改變和追求人生意義的思考。

2017/12/03



洪英正 vs. 曾義明 共享消費新時代

時期	第一消費社會 (1912-1941)	第二消費社會 (1945-1974)	第三消費社會 (1975-2004)	第四消費社會 (2005-2034)
社會狀況	量產時代	經濟高度成長	經濟低成長貧富差距拉大	經濟長期不景氣、地震
人口狀況	急速成長	成長減緩	成長更緩	負成長
老年比例	5%	6%	20%	30%
國民價值觀	national、重視國家	family、重視家庭及社會	individual、個人及個性化	social、共享化、重視社會
消費取向	西洋化、大城市傾向	大量消費、美式傾向	多樣及差異化、 品牌傾向、品質傾向	樸素及休閒傾向 本土傾向
主要消費群	中產階級家庭、時尚男女	小家庭、家庭主婦	單身者、啃老單身	各年齡層單一人
消費主題	文化時尚	家用汽車、住宅、家電	個人汽車	聯繫、汽車及住宅分享

洪英正 vs. 曾義明 共享消費新時代