消费主义是如何对年轻人进行欺骗与洗脑的？

现代消费主义是威力异常强大的、针对全社会所有阶层人民的价值观打击。

特别是年轻人，认识消费主义非常有必要。我认为对人生有非常大的帮助。

我们现在的社会似乎陷入了一个怪圈。无论发生什么天灾人祸，各国政府第一件应对措施都是要刺激消费。比如这次疫情，美国即使防疫做的一塌糊涂，他也要大搞经济，给每个人发钱。

也因为消费主义盛行，现代社会经常会陷入债务危机、经济危机、金融危机。然而各个国家应对这些威胁的方法，只是制造更大规模的消费，还美名其曰“量化宽松”。

首先，我们要明确一个问题：消费主义是近现代的产物。

300年以前的旧世界，是不存在消费主义这么个东西的。以前，物质生活并不丰盛，大部分人都一贫如洗，生产都是靠当地的乡村自给自足。大部分贸易都是靠交换，人民每天劳作只能维持温饱线。即使生产的东西有盈余，大部分人也会选择拿去买更多的生产资料，以扩大生产。

有人会说，那以前也有奢侈品牌，比如香料、丝绸、瓷器、茶叶等，欧洲的权贵阶层们就喜欢从亚洲进口这些物品。但这些东西并不是新颖的东西，它们也没有持续不断变换的款式。比如张三很有钱，他用瓷杯喝茶叶；李四也有钱，但李四也是用一样的瓷杯喝一样的茶叶。这些奢侈商品是限制了个性化的表达的，有钱人都只能用一样的奢侈品。

在罗马帝国，权贵阶层们穿着一种衣服叫做托加袍，但这个衣服从裁剪到色彩都已经标准化了。还有根据16世纪到过中国的欧洲人描述，他们看到的大量的奢侈品，却没有产生特别时尚的感觉。那时候中国人衣服的选择是根据年龄、社会地位和季节来选的，财富仅仅体现在衣服的料子上，有钱人穿亚麻或者丝绸，穷人穿棉布，但风格都是一样的。孔子就非常注重礼仪，他主张人们应该穿戴与身份相称的衣服。你一个种田的跑去穿当官的衣服，跑去穿龙袍，那岂不是礼崩乐坏吗？

就说以前的确有奢侈品供富人们消费，但那些东西只能用来和平民阶层加以区分而已。而现代消费主义的一大特征，就是对阶级界限进行模糊化。这一点特别重要，也是消费主义频频给大家洗脑的原因。

什么叫做阶级界限模糊化呢？

在这里给大家举个例子。我记得几年前有一次英雄联盟表演赛，王思聪、卢本伟，还有周杰伦同台。那次卢本伟穿着和王思聪一模一样的鞋子，好像是5万块钱一双吧。

那个鞋子，我个人并不粉他们两个，但我认为卢本伟和王思聪都是人生的赢家，无论他们是靠家里还是靠自己，反正他们的社会地位都比我高，对吧？我只是个普通人。

但是，当时的网上都在嘲笑卢本伟，认为他跟王思聪穿一样的鞋子，是一个很滑稽的事情，觉得他是在强行附庸风雅，穿着再好也是草包。王思聪的爹当过中国首富，而卢本伟只是一个靠打游戏发家的人。大部分人内心都认为，他俩的社会地位是不平等的。

而这双鞋子并没有消除他们的贫富差距和社会地位，也就是说，现代消费主义本质上并不能消除这种不平等性，但却模糊了阶级界限。

你找一个不认识这两个人的路人来看这张照片，可能根本分辨不出谁比谁高人一等。假如我也上台了，我也穿着这双5万元的鞋子，那难道说明我和他们两个人就平等了吗？当然不是的。

买5万元的鞋子对于王思聪来说就是个零头，对卢本伟来说可能是直播一晚上的收入，但是对于我来说，就要我努力工作好几个月才能得到。

在消费社会中，我们的工作和家庭已经不能直接赋予我们身份和地位了，但是消费可以赋予你身份和地位。因为你穿着这双鞋子，所以你被认为是上流的；因为你开这个车，所以你被认为社会地位高。实际上，你买的根本就不是商品，而是商品背后所代表的符号。

没有人买5万块钱的鞋子是为了穿着舒适，他们花5万块钱买的是这双鞋子背后所代表的精致、高贵、时尚等。这些很贵的消费品虽然模糊了阶级界限，但是并不代表抹除了阶级界限。消费主义本来就是建立在不平等之上的。

资本家对自己的商品必须创造稀缺性，毕竟如果一个东西人人都能消费得起，那还怎么能给人带来优越感呢？所以消费主义的面容是非常伪善的，它巧妙地掩盖了不平等。但如果你也跟着去追求很贵的鞋子，说明你已经消极被动地接受了资本家创造的符号。

正是因为我们对社会地位的追求，导致资本家拿几百块钱成本的东西，翻了几十上百倍的价格卖给我们。很多人的想法特别荒谬，他觉得穿着用的和上流人士一样，自己也成为上流人士了，轻轻松松就上了资本家的套。

资本家占有了社会资源，不停生产商品，把我们带到了一个物质丰盛的社会，然后时时刻刻都在用广告输出扭曲的价值观，对我们的大脑进行轰炸打击。比如百达翡丽的广告特别离谱：“没有人可以拥有百达翡丽，你只不过是为下一代保管而已。”我他妈的花了上百万买这个科技工艺上已经被石英表电子表吊打的机械表，我还不能拥有它，只能拿着当传家宝，你说是不是慌得慌？

相似的例子，我可以举出无数个。比如：“你可以轻易的拥有时间，却无法轻易地拥有江诗丹顿”、“劳力士从未改变世界，只是把那留给戴它的人”这些广告都是在有意识的，并且非常隐晦的给你输出一种价值观，那就是他们是高贵的，你无法轻易的拥有它们。

但事实上，如果你抛开这种修辞术，深挖符号背后的商品本身，这就是个手表而已。比如意大利作为一个天主教国家，90%的意大利人都是天主教徒，天主教教育里面七宗罪之一就是嫉妒。而诞生于意大利的奢侈品品牌GUCCI的广告就是：“若让别人嫉妒，就该拥有嫉妒。”在我国备受追捧的香奈儿的广告词则是：“无人能享受我们的美梦。”

正因为这些奢侈商品本身并不值钱，一个几万元的包和一个几百元的包并无太大差别。你想一下，一个工艺流程如此透明的东西，能有什么技术含量？甚至不少包就是国内代工出来的。所以他们背后的营销公司，一定会努力的给他们的商品编制概念，只有对你持续输出优越感，他才能以贵得多的价格卖给你。

当你省吃俭用买下一件奢侈品以后，你真的就能变成人上人吗？

说句不太好听的话，我们大部分平民老百姓都是工具人。我花费时间制作视频娱乐大众，创造流量；建筑工人建设城市；清洁工维护城市卫生；外卖小哥、网约车司机给人们提供便利。无论是去流水线当工人，还是去大公司996，大家都是工具人。

但是，当工具人并不可悲。可悲的是，你不仅当了工具人，连对梦想、成功、幸福这些词语的定义权也被资本家夺取了。资本家告诉你，背着几万块钱的奢侈品包包就叫成功，穿着几千元的鞋子就叫幸福。他们给你塑造了一个富人的生活模型，告诉你那就是你的梦想。

不只是资本家，还有那些多多少少被消费主义洗脑的人，也成为了这个消费主义谎言的共谋者。

我十七八岁的时候，当时喜欢的一个女孩子带我去看电影，电影的名字叫《小时代》。看完从电影院出来，我就觉得自己中了幻术，回到家躺了半天也没缓过来。当时我年龄尚浅，读的书少，看的电影也少，分辨不出一个作品的好坏。我认为这个电影的票房如此火爆，我看了却觉得不舒服，那一定是我的问题。于是我去买了小时代的原著，这里念几段：

我回过头看着，提着LV包包，踩着Gucci小短靴的顾里朝我们走过来。她随手把一杯只喝了一小半的奶茶丢进路边的垃圾桶里。作为一个未来的会计师，顾里在精打细算方面表现得非常出色。就像有一次在商场的收银台前排队结账，站在我们面前的一个穿着Dior套装，拎着Prada包包的女人和收银小姐，纠结于五分钱的找零。

我提着自己的包非常沮丧地走出公司，走出大堂的时候，我看见站在公司门口的简溪，他斜挎着一个Diesel的包，站在路边，跟所有青春蓬勃的男生一样好看。拎着Marc Jacobs包包的年轻白领，从地铁站嘈杂的人群中用力地挤出来，踩着10cm的高跟鞋，飞快地冲上台阶，捂着鼻子，从衣衫褴褛的乞丐身边翻着白眼跑过去。顾延盛一边打着手机，一边招呼着旁边的女佣，往他的Hermes茶杯里倒奶茶的时候，早上7:30的阳光刚好透过那副巨大的埃及棉窗帘，照射在他的脸上。

其实，我对于郭敬明的抄袭事件并不感兴趣，因为他抄袭的原著我也没看过。但郭敬明对于词汇的运用确实让人一言难尽。我不知道什么水平的作家会用“好看”这两个字来形容人物，也不知道“在精打细算方面表现得非常精彩”是什么意思。

然而，文笔还不是最让我不爽的。最让我难以忍受的是，郭敬明像报菜名一样列举那些奢侈品品牌，让人误以为是在看时装杂志。作家写书当然可以写上流社会的生活，比如《红楼梦》就描写了上流社会的生活。村上春树的书里的人物也常常过着优越的生活，他们动不动就打个弹珠，听着披头士喝着精品咖啡。菲兹杰拉德的《了不起的盖茨比》更是讲述了暴发户与“绿茶婊”的故事。但是，这些作家在描写奢华生活时，只是把细节描写出来，让读者自己去评判。

而郭敬明写的却全是品牌名，他特别想说明这些东西有多贵，以及使用这些牌子的人物有多么上流。他对品牌近乎到了跪舔的程度。这种书当年能在青少年读者群体中火出半边天，是社会被物质化的一个清晰的例子。很多人自己不是资本家，对奢侈品的高昂价格毫无贡献，却在那里为资本家摇旗呐喊。你说荒不荒谬啊？

记住，用了所谓上流人士的商品，并不代表你就是上流人士。巴菲特每天吃汉堡，阅读10年如一日，我也每天吃汉堡看书，但我难道还能成为巴菲特吗？但是，巴菲特简单的生活模式恰恰说明这种站在时代顶峰的人，他根本不为消费主义所左右，不接受别的资本家的洗脑，不用靠商品给自己定义价值。

当然，有人会说了：

“我没有想那么多，我买奢侈品，买鞋子就是单纯的喜欢，单纯的觉得好看。”

那么问题来了，你的审美标准是谁决定的？你的喜好又是谁决定的？

我自己有一双黑色皮鞋，一套正装西服，很商务的那种。但是我买来只有当伴郎的时候穿过一次。我内心觉得这样穿着非常帅，而且它还带有一点增高的效果。那次当伴郎，我觉得自己就像梁朝伟。但是我平时从来不这样穿，因为如果我穿西服加皮鞋出去，大家会笑话我。

香港的消费社会，它既不平等，而且也不自由。看似我有很多种选择的权利，我可以穿皮鞋、凉鞋、跑步鞋、运动鞋，但是那些不符合潮流的鞋子，我根本没法选择。事实上，我平时就是没法穿着西服皮鞋出去社交，最后还是得穿休闲装。这哪里谈得上自由呢？

当然，我这些话还是比较温柔的。鲍德里亚有一本书叫做《消费社会》，这本书本身就写得极为晦涩，这类学术作品都不太注重表达的流畅性，而且翻译得非常差，导致这本书非常难读，不建议大家购买。但这本书本身的内容质量，以及作者的思想是非常高的。

鲍德里亚在书里反复提出一个观点：女性的身体并不是女性自己的，女性的身体已经被消费社会异化成了商品。他们可以自我护理，喷香水、着装；他们可以刮腋毛、脱腿毛，可以化妆，选择几百种色号的口红；可以穿JK、穿洛丽塔、穿汉服、穿裙子、穿短裤、穿皮鞋、穿高跟鞋、穿运动鞋。但是女性没有选择的权利。

书中说，他们对自己的皮肤没有自信，对自己的眼光也没有自信，属于他们自己的东西，丝毫不能给他们带来自信。女性的自然价值，比如美、魅力、感性，都随着指数级增加的表现图的出现而消失了。

这句话又是什么意思呢？就是说没有人崇尚自然美的指数级增加的美妆技术、P图技术、整容技术所带来的表现力，把自然美给掩盖了。

与郭敬明同时代的有个歌手叫许嵩，当时他有一首歌叫做《素颜》，同样火遍大江南北。但现如今不会再有素颜与化妆的争论了，甚至整容与纯天然的争论也变少了，因为所谓的“纯天然”早已失去了话语权。大部分人都是认为只要好看就行，化妆、整容，穿好看的衣服，看似是女性自己选择的，实际上他们已经失去了选择的权利——失去了不化妆的权利，失去了过时的权利，失去了表达自然美与内涵的权利。他们去选择变美，只是因为这符合社会主流审美。

资本家一边卖着高价的各种商品，赚取着高额的利润，一边断言：“女人要对自己好一点，女人要精致一点，要提升美商。”如果你想抵抗，不打扮、不化妆，走内在美路线，大家就会觉得你不修边幅。

鲍德里亚非常毒舌，他直言不讳地在书中说道：“女人之所以进行自我消费，是因为她与自己的关系是由符号表达和维持的。”但不管是男生也好，女生也好，我们所追求的个性，你想想看，这些个性根本就不是我们的自我表达，而是社会强加给我们的范例。

比如，纹个“Old School”风格的纹身，并非你自己的个性表达，而是纹身界的一种风格范例。那穿着嘻哈一点、街头一点，搞个脏辫，并非是你自己有个性，而是众多时尚风格里的一种范例。你永远不可能走出这条范例之外，比如你不可能穿着皇帝的龙袍在街上到处乱跑，你也不敢穿退潮流的风险。比如我自己就有个碎花衬衫，很多年前买的，即使还非常新，我也不敢穿，因为现在穿这种衣服出去，别人会说我是“精神小伙”。

正因为消费主义对阶级的模糊化，那些追求时尚的人，往往是在利用时尚，刻意强化自己与他人的互异性，以此强调自己与他人的阶级不对称。但是大部分人都是这样想的，所以大部分人都会有意识地自发模仿更高阶级的表达时尚的方式。但过了一段时间以后，这个所谓的时尚风格就迅速风靡至全社会。那些被模仿的先行者们，就会感到非常恼火，因为他们好不容易建立起的优越感，已经被抹平了。

所谓的资深圈内人经常攻击别人的原因，当他们被大量模仿，无法建立优越感以后，他们会放弃先前的那些审美精神，转而去追求更新潮的时尚。而永远会有后来者去跟着模仿这种新潮的时尚，慢慢的这些时尚又会变得不时尚。所以时尚是一个永远在日新月异的东西。

那些看似追求时尚、追求个性的人，其实是最没有个性的一种体现，只不过是被营销、广告和消费主义以及不断变换的审美，温和地压制住了自由。

最后再来讲讲消费主义对我们社会价值观的扭曲。

刚才讲了，300年前是没有现代意义上的消费主义的，因为消费主义这个东西，在以前的社会价值体系中根本没有生存的土壤。比如东南亚地区的佛教，其实对财物的倾向特别强烈，出家人以木化起石为生，他们认为城市的欢愉毫无意义，而且非常有害，认为冥想才是最高的生存境界，俗世生活会诱惑自己，偏离精神目标。《西游记》里的九九八十一难，很多章节讲的就是这一价值体现。

我住在武汉，这里有个寺庙叫做归元寺。然后很多老武汉人有个传统习俗，就是每年大年初五要去归元寺拜财神。那个场面真的是特别火爆，几十万人同时涌入，走几步路都要堵塞半天。每个人都抢着去买贵的要死的香火，还往功德箱里面几百几千的投钱。大家都是这样祈祷的：希望今年升职加薪。我有一个亲戚长辈特别信这些，每年都要带我们这些小孩子去。我就疑惑地问：“财神爷不是道教里面的东西吗？怎么跑到寺庙里面来办呢？佛教不是因为迷恋财富是不可取的吗？不是要注重精神世界吗？”他们就吼我说：“这里佛祖很灵的，让我别瞎讲话。”所以当我自己开始琢磨这些事以后，我过年就从来不去寺庙里面拜财神了。每次过年都为这个吵架，家里人都说我大逆不道。

当然，国外也没好到哪里去了，基督教也同样如此。《圣经》里面说过：“富人想进入天堂，比骆驼穿过针眼还要困难。”19世纪70年代，有一份基督教的报纸是这样说的：“如果我们在安息日上午将更多的时间用于灵修，而不是对世俗之身的装扮，我们不是能更好的赞美和膜拜神圣的上帝吗？”后来过了一段时间，还是这份报纸上面说：“如果一个女人对着装缺少自然的品味，那她在审美上一定存在着某些缺陷。对着装的不在乎，以及由此导致的不讲究，一般来说体现的是迂腐、自以为是或者懒惰。”然后这个报纸就开始刊登时尚广告了，甚至开了一个专栏，定期讨论法国有哪些新品时装。这个报纸上说：“天使打开你纯洁的心灵时，除了另一个世界的幸福，他们也会为你带来这个世界的所有快乐，这是上帝赐予的眼前之乐，今日之福请大家尽情享受。”

以前伊斯兰教则主张人生的主要目的是救赎，而非物质享受。至于咱们中国和部分周边地区，是以儒家思想为主要信仰体系，主张普通人不应该沉溺于物质享受，对财富的追逐是可鄙的。但现代社会中这些思想已经越来越少见了，都被消费主义取代了。而我们现代社会又怎么衡量一个人是否成功，是否幸福呢？

记得我17岁的时候，有一次在外面散步。那条街附近就有一个妇幼医院。当时有一个男的骑着电动车，他老婆坐在后面挺着个大肚子。而那个妇幼医院旁边又有一家酒吧。当时有一辆法拉利呼啸而过，停在酒吧门口。非常多的靓女帅哥们围了过去，与车上下来的人说说笑笑。那个车卖500多万，我在现实中还是第一次见到，当时给我带来了不小的震撼。在我这个路人眼中，作为映衬，那对夫妻成了这个后浪法拉利车主的点缀注脚。当时对我的冲击感非常真切。

那个时候我还发了一条自我感动的朋友圈，我说以后一定要努力赚钱，为了不让我老婆怀孕的时候，还骑着电动车带她去医院。这说明我已经在消费社会潜移默化的影响之下，形成了拜物主义思想。要是那对夫妻生活非常幸福，爱情非常美满的，要是他们本来就不在乎物质生活呢？我凭什么认定他们就是失败的人生呢？

当然，消费主义毫无疑问也是影响了我们的爱情观的。年轻人们出去约会，但是浪漫程度却是以消费标准来衡量的。大家择偶的标准是看对方有没有钱，家里条件好不好。大部分人的条件肯定是满足了生活标准的，但是大家择偶在意的是消费水平，不是满足生活标准即可。更多的人择偶不像是在追求爱情，反而像是把对方定义成了买方，竟然认为对方是买主，自然自己也就被异化成了商品。最后一堆旷男怨女，反而感叹这个世界没有真爱。

一次求婚仪式成不成功，要看你的钻戒给的大不大。钻戒大的话，爱情就永流传了。因为“钻石恒久远，一颗永流传”。而这句广告词的策划是戴比尔斯公司，他们公司就是负责开采钻石的，世界上有六成的钻石都在他们的掌握之中。

实际上钻石的结构就是碳，改变一下结构就变成了石墨，也就是铅笔的笔芯。未来随着材料学的发展，人造钻石大量的出现是必然的。不仅价格便宜，跟天然钻石放在一起根本就分辨不出来。就算是天然钻石，银河系巨蛇座有一个行星叫做巨蛇头，它体积是地球的五倍，整个星球都是由钻石构成。实际上就算在地球，钻石这个东西储备量不仅大，而且也毫不值钱。但是戴比尔斯公司每年就搞一点点出来卖，并且创造了一个营销神话，把钻石与爱情绑定在了一起。你去求婚就非得搞。那么一定，就算你女朋友和你的价值观相同，都决定不要钻石求婚了，那女方的家长呢？他们会说结个婚连钻戒都不买啊，肯定不是真心的。

所以你花几万送钻石，送的既不是爱情，也不是消费品，更不是什么保值的资产，只是送给女方家长和闺蜜看的一种“我愿意给我老婆花钱”的信用背书。你说双方家长要求一下房子、车子、薪酬，请把这些东西是可以实实在在提高生活质量的。你要求送钻石，而且还视此为传统文化，实在是荒谬无比。而这种钻石求婚的文化普遍存在，说明营销公司日复一日的洗脑太成功了。

消费主义无疑也影响了我们的亲情观。

每当母亲节，朋友圈就会出现一堆晒自己给母亲送了什么礼物的。大家展示的不是亲情，也不是礼物，而是礼物背后所表达出的符号。母亲节成立于美国的1914年，本意是想体现社会对母亲的热烈爱护，结果成为了商家们赚钱的良机。他们大肆鼓吹，人们要在这一天买花送给自己的母亲。母亲节的百度百科现在就写着：“这是一个感谢母亲的节日，通常母亲会收到礼物，康乃馨被视为献给母亲的花。”而最早向公众呼吁成立母亲节的人，名字叫做安娜·查维斯。他说：“这不是我本来的目的，我希望这是一个感恩日，而不是一个利润日。”

圣诞老人本来是西方神话中的人物，本身是一个非常模糊的形象。而现在这个红帽子、红衣服的形象，就是可口可乐公司当年为了打广告而塑造出来的又一个营销神话。这个形象现在已经根植于全世界70多亿人的心中。而圣诞节本身也在消费社会中开始商业化，购买礼物与传递感情之间被划上了等号。购买的礼物越贵重，送出的红包金额越大，代表传递的感情越真挚。父母通过消费上的操纵来解决小孩子们的行为问题也越来越常见。给孩子买玩具就代表你爱孩子，孩子不开心就买个玩具安慰一下，孩子表现好就买个玩具奖励一下。

至于我们这些“工具人”，人们就更不用说了。不管是996还是流水线还是服务业，我想大家对于工作应该都有一个共识，那就是工作本身是令人不快乐的。因为大部分时间我们的工作都要听命于人，带来的满足感非常有限。既然不能直接改变这种不爽，但是如果能通过劳动换来更好的业余生活，也是可以缓解这种不爽的。所以我们现在去工作，并不是作为生活的本来目的，而是把工作当成了以后拥抱消费主义的工具。因为如果不买新东西，不进行更好的消费，我们应该如何定义更好的业余生活呢？而如果上班族想更好地定义自己的业余生活，换取更多的满足感，又必须加大工作力度，换取更高额的报酬，并且还满足地称自己为中产阶级。你会发现那些总在劝大家好好打工的人，自己本身都是不怎么去打工的。

我以前视频可能经常劝大家多读书，但是我从来不劝别人去打工。虽然劝人安心上班，对于我这样一个有着一定粉丝量的up主来说，是一个很安全的说辞，但是工作这个东西本质就是这样令人不忍直视。所以我内心并不相信好好上班就能人生美好。不过对于大部分人来说，除了打工，也确实没有更好的选择。

说了这么多，好像一直在批判。那么消费主义难道一点好处也没有吗？当然也是有的。世界视频的这本书的作者托马斯·弗里德曼，在他的另一本著作中就曾经指出，深度消费社会之间不会发动战争、相互攻击。因为当一个社会中有很多人享受着消费主义的成果时，他们不再愿意打仗了，那么战争将会因此而减少。在很多消费社会中，参军并不是受欢迎的选择。而且消费主义也是现代国家建国基石之一。出于消费社会中，大家心无杂念，一心赚钱，没有什么野心和叛逆性。以前旧世界的人们没那么多商品工作，只能自给自足。但是工业革命以后呢，生产力一下子就飙升了起来，势必有很多人成为有闲阶级。这个有闲阶级一多，社会就容易混乱。消费主义让大家都成为无产阶级了，也便于管理。只要不还是进去抢东西，只要大家的价值观还是被消费主义统治，再怎么暴论，其实也是威胁不到美国的根基的。

为什么总是拿美国举例子呢？

因为美国就是玩消费主义的祖师爷。而且有研究指出，人们处在消费社会中，道德水准确实变高了，更加愿意直面社会的不公，也更加愿意抵制工作条件的恶化。反正只要大家的购买力能够支撑下去，社会就能一直运转下去。而且新产品的确给我们的日常生活不停注入新的舒适和娱乐。现在也确实一代人比一代人更加好看，尽管有人认为这种好看很肤浅。但是如果发起调查，我想根本没多少人会愿意退回到消费社会之前的物质标准。

我解释一下消费主义这个概念。并不是说买奢侈品才叫消费主义，而是说这个社会的价值观已经被消费占据了垄断地位，这才是消费主义。很多人批判消费主义其实只停留在表面上，呼吁大家不要买奢侈品，不要被广告洗脑，不要透支信用卡，好好存钱。可是当你做到了这一切以后，你又应该怎么办呢？你存钱的目的是什么？是买房买车吗？那说明你存钱也是为了另一个更大的消费欲望。你存钱为了改变下一代的生活条件，那你其实也是把下一代送到了消费主义漩涡之中。

我们是没有办法抵抗这个东西的，因为消费是现代社会的主题。你看我在这批判的头头是道，当甲方给的太多的时候，我还不是得屁颠屁颠给他想广告词。这不是又当又立，除非我住在山里面去隐居，或者自己种田，一辈子自给自足，否则我肯定也是需要钱的，谁会嫌钱多呢？

要完全抵制消费主义是不可能的事情，但是消费主义也可以分为温和的和激烈的。这就是我的价值观。如何温和地与消费主义共舞呢？在这里我说说我的一家之言。我愿意享受来自消费社会的便利，但是我并不接受品牌给我的洗脑。我对于商品的依赖仅仅停留在身体上，而不是心理上。

如果你不想完全被消费主义操纵自己的人生，你需要建立一个比消费主义更好的价值观。我们小时候爸妈要我们好好读书，为什么好好读书呢？因为要找个好工作。为什么要找个好工作呢？为了在消费社会中更好地定义自己。这其实就是大部分人的想法。那么如果你不以消费为动力去学习和工作，你还做得下去吗？

就像我现在看书，没人给钱，我也愿意一直看下去，因为我觉得这很有趣。然后我自己消费其实非常低，最近一年除了吃喝，我每个月花的钱都不超过500。上一次花大钱就是前天买了个手机。现在穿的衣服都是几年前的，花的那些钱也无非是花在了游戏上。

为什么几年前的衣服现在还在穿着？不是我有意想节省，而是我根本就没有想买新衣服的欲望。我内心觉得这样不停的去追逐新潮，反而没什么个性。衣服这种东西对我来说够穿就行了。我出门就是把自己弄干净就好了，从来不会打扮得花里胡哨的。而且当我内心不靠所谓的时尚来建立自信以后，我身边的人根本不会用着装来评判我。自信这个东西是自己给自己的内心丰盈，有自己的价值观思维，你怎么会被物所左右呢？

仰天大笑出门去，我辈岂是蓬蒿人。靠物质来给你自信，你获得的绝对不是真正的自信。如果你已经离开了学校，步入社会，你身边的人还在跟你攀比，有意无意的暗示你穿着土、穿着难看，那你直接把他拉黑就完事了。说实话，我觉得这种已经出了社会，还在靠所谓的时尚去建立价值评判体系，输出优越感的人，与他交朋友，根本不会对你的人生有多少帮助。

游戏这个东西就更好理解了。为什么在网络游戏中，你会毫不犹豫地往里面充钱呢？设计师们用各种设计激发了你的攀比心、虚荣心，让你不停地往里面丢钱抽卡，更有甚者诱导你在里面赌博。所以想玩游戏，直接买台游戏机，买几个正版游戏好好玩，根本就花不了多少钱，其实游戏体验也不知道强到哪里去了。

信用卡这个东西千万别搞。我几年前深陷消费主义，那也是赚多少用多少。我从没想过去健身消费，我现在愿意去做生意赚钱，去接广告赚钱，因为这是消费社会，我逃避不了。但是我从没想过赚了钱去炫耀。假如以后赚了很多钱，我愿意买好车、买好房子，不过这也只是为了让我生活更加舒适，而且早点财务自由，我也有机会做自己感兴趣的事。我把钱这个东西看作是让我自由的工具，而不是目的。

买化妆品不是不可以，用完再买新的；买鞋不是不可以，除非你炒鞋，否则收集一堆流水线产品没有任何意义。电子产品不要去选择超出自己能力范围的。亲情、爱情、友情、社会关系的维持，靠的都是陪伴、理解与包容。不要为了炫耀而去买一堆华而不实的礼物。要对抗消费主义。

还有一件事特别重要，

你一定要争夺对于成功、幸福等词汇的定义权。你的人生，你的价值不应该被品牌所左右，不应该被商品所定义。不要出于虚荣与物质去消费，买再多的AJ也不代表你篮球打得好。良好的身材与健康是靠对运动的热爱与坚持。去再多的图书馆、博物馆、文青圣地打卡晒朋友圈，也不代表你的思想就更加充实。思想深度靠的是阅读量和对生活的反思，积累起来。消费也并不能给你带来修养，修养体现在为人处事的细节上。

消费主义是一个无所不包的牢笼，包裹着现代社会中的每一个人，每一个角落。但是有一种鸟是牢笼也关不住的，因为它的每片羽翼上都沾满了自由的光辉。