



清明刮起奢侈祭品风：越贵越有孝心？

作者: 心理信息服务中心 || 日期: 2012/04/09

新闻事件:

这个清明节祭祀用品市场也刮起奢侈品风潮：9888元一栋的“高档别墅”、3888元一辆的“兰博基尼跑车”、568元一架的“钢琴”、500元一部的“iPhone手机”和“iPad电脑”等等层出不穷。不少购物网站上都有类似的祭祀用品，购买人数都不少，而当下流行的“iPhone和iPad”，更是受到热捧。

心理解读:

清明，天气渐暖，我们在淡淡地青草味中缅怀逝去的亲友。然而，仿佛一朵花、一句问候已经不足以表达我们的思念了，祭奠亲人的花费也随着物价一路飞涨：我们不仅要问，难道真的需要花费500元甚至上千元才能表达我们的孝心吗？或许许多人内心深处清楚地知道：孝心无价，无法用金钱来衡量。那么“奢侈祭品”的风潮又有着怎样的心理因素呢？

为了探究这个问题，我们姑且将“奢侈祭品”也作为“奢侈品”的一种。关于奢侈品消费动机的研究发现，西方消费者购买奢侈品主要为了满足五种动机，分别是炫耀、领先、从众、享乐和追求完美。聪明的读者立刻会意识到：由于中西方文化的差异，中国人也是这样吗？的确有差异。中国有研究者参照西方的研究结果，进一步根据中国的文化修订，初步得出中国奢侈品消费者的主要购买动机有“社会导向”和“个人导向”两个维度，共8个动机：炫耀、从众、送礼、身份象征、品质精致、自我享受、自我赠礼、收藏。研究者还发现，中国的消费者在这8个动机上购买奢侈品时动机各异，并没有明显倾向性。这个结果明显比西方多出了“送礼”、“身份象征”等强调人际关系、等级地位等儒家文化特征的动机。

容易看出，“奢侈祭品”的消费更多是“炫耀”动机在起作用。但是“炫耀什么”确是一个很有意思的话题。西方文化中，奢侈品所炫耀的更多是消费者自己的“财富多”、自己的“品味好”；而东方文化中，消费者更多是为了炫耀“我比别人有钱”、炫耀“社会、别人期望中我应该有的品味”。说白了，就是为了“面子”。集体文化中我们对“自我”的理解深深根植于“他人是怎样看待我的”，所以“面子”非常重要，购买奢侈品也好，烧奢侈祭品也好，都离不开“面子”问题、都离不开攀比心理。具体反映在奢侈祭品的消费中，消费者“炫耀”的就是“社会、别人期望中我应该有的孝心”、“我比别人有孝心”。为了这种“比孝”的面子，很多农村地区除了奢侈祭品外，还要“比”墓穴改造，正如某媒体所说“把原本是用土地垒起的墓穴，用水泥砌起来，面前再立上一块大大的碑。而墓碑就更有讲究了，水泥的，普通石块的，花岗岩的，汉白玉的，甚至更高档次建筑材料的，不一而足、应有尽有。”

既然是“比孝”，别人都买了，你怎能不买？“从众”动机也对奢侈祭品的热销起着重要作用。如果一个人所属的社会群体认为“奢侈祭品”是合理的、是体现“孝心”必须有的，那么“面子”会给一个群体成员强大的压力去做符合群体期望的行为，结果就是群体里的所有人会因从众压力而“不得不买”。

清明的意义，在于思念，在于缅怀；忘记炫耀，忘记面子，轻轻问一句天上的他“你好吗”就足矣。而且，对于亲人，最好的孝心在于生前关爱，而不是死后攀比。

- ❖ 首页
- ❖ 研究所概况
 - ❖ 研究所简介
 - ❖ 所长致辞
 - ❖ 现任领导
 - ❖ 历任领导
 - ❖ 学科布局
 - ❖ 学术委员会
 - ❖ 学位委员会
 - ❖ 实验伦理审查委员会
 - ❖ 组织机构图
 - ❖ 发展历程
 - ❖ 院所风貌
- ❖ 机构设置
 - ❖ 科研部门
 - 健康与遗传心理学研究室
 - 认知与发展心理学研究室
 - 社会与工程心理学研究室
 - 心理健康院重点实验室
 - 行为科学重点实验室
 - ❖ 管理部门
 - 综合办公室
 - 科研业务处
 - 人事教育处
 - 财务处
 - 资产管理处
 - ❖ 支撑部门
 - 公用实验室
 - 图书馆
 - 网络中心
 - 学会期刊办公室
 - ❖ 继续教育学院
 - ❖ 应用发展部
- ❖ 科研成果
 - ❖ 获奖概况
 - ❖ 获奖
 - ❖ 论文
 - ❖ 专著
 - ❖ 专利
 - ❖ 成果推广

研究平台

- ❖ 公用实验室
- ❖ 行为遗传学研究平台
- ❖ 心理科学信息中心
- ❖ 网络信息平台

❖ 研究队伍

- ❖ 院士专家
- ❖ 百人计划
- ❖ 杰出青年
- ❖ 研究员
- ❖ 副研究员
- ❖ 助理研究员
- ❖ 博士后
- ❖ 客座研究员
- ❖ 外籍专家
- ❖ 人才招聘

❖ 学术交流

- ❖ 学术交流动态
- ❖ 合作项目
- ❖ 国际会议
- ❖ 国际组织任职

❖ 院地合作

- ❖ 合作项目
- ❖ 合作动态

❖ 教育培训

- ❖ 概况
- ❖ 在读研究生
- ❖ 招生信息
 - 硕士招生
 - 博士招生
 - 招生通知公告
 - 文档下载

❖ 导师介绍

- ❖ 留学生
 - 招生信息
 - 管理规定
 - 奖学金
 - 文档下载

❖ 博士后流动站

❖ 班级活动园地

❖ 继续教育学院

❖ 培训信息

❖ 研究所出版物

- ❖ 学术期刊
- ❖ PsyCh Journal
- ❖ 研究所通讯

❖ 创新文化

- ❖ 文化活动
- ❖ 核心价值体系
- ❖ 形象标识

❖ 党群园地

❖ 党委

❖ 纪委

❖ 工作动态

❖ 学习园地

❖ 工青妇

❖ 研究生会

❖ 科学传播



版权所有：中国科学院心理研究所 备案编号为：京ICP备10049795 京公网安备110402500018号

地址：北京市朝阳区大屯路甲4号 邮编：100101

电话：(86-10)64879520 Email: webmaster@psych.ac.cn