

# 简析隐形贫困人口

作者：黄煜聪  
院系：商学院  
学号：2017011767

**摘要：**如今在我国有着一批透支自己消费能力的消费者，这些人看起来每天有吃有喝但实际上非常穷。他们被称作“隐形贫困人口”。隐形贫困人口的概念起源于贫困人口的定义发生了变化。在消费社会中，贫困人口指的是准备不够充分的消费者，换言之就是有缺陷不完美先天不足的消费者。而隐形贫困人口的核心就是缺陷型消费者。他们消费的快乐大多来自于攀升为社会主宰性群体的渴望与期待，而不是实现真正的自我价值——他们在社会巨大压力面前找不到实现自我价值的方式，他们的工作使他们感受不到生活乐趣。

**关键词：**隐形贫困人口 消费

## 一、隐形贫困人口定义与由来

“隐形贫困人口”并非一个严格意义上的学术概念，最早来自于网络自媒体和网民的自我调侃，后来表示“感同身受”的网友越来越多，逐渐形成一个新的流行词汇，并引发官媒解读。看起来很富，但其实很穷——可能会吃精致的法餐、用限量的口红、请高价的私教、租热门商区的房子、去欧洲日本旅游、捧小众文化产品，但没有房产、资产、积蓄，甚至信用卡巨量负债。一句话，是新贵与赤贫的吊诡结合体。在传统消费观念里他们离经叛道，但恰恰表现的是一种新的消费观念。这些人大多月入万元左右，生活在比较发达的一二线城市。生活成本大收入差距大是这些城市的主要生活特征。他们大多单身，没有任何家庭负重，有着不计后果消费的能力。

## 二、外界评价

他们的朋友圈里晒的都是去各地的旅游照，住的至少也是四星级以上的酒店；用的一定是最新款手机，时不时吃顿大餐，穿的用的都是当季新款衣服化妆品。但从存款来看，他们却是零存款或者是“卡奴”。在大多数人眼里，“隐形贫困人口”过着很“作”的两面人的生活。但在此类隐形贫困群体看来，显性奢侈，其实是融入城市的一种方式，穿上消费文化这件城市生活的羽衣，一定程度上是在求一种安全感；一两件奢侈品可以成为品位的必要彰显；每场不落电影是社交的有效谈资；与小姐妹一同订健身餐能保证观念不落伍。“隐形贫困人口”的生活方式当然不会成为主流，也不该成为主流。这样的生活方式可以被理解，但不必去推崇。”有人表示：正当消费是每个人的权利，多元化的消费观念、生活方式，也是一个正常社会的应有形态，不该承受不必要的道德压力。都在说“贫穷限制了想象力”，那么，不想被贫穷限制想象力和行动力，至少不应该被苛责。更何况，“隐形贫困人口”并不能与享乐主义画等号，它在一定程度上对应着社会的活力。理解“隐形贫困人口”，并非说是要提倡不加节制的非理性消费，而是要洞悉这一群体行为产生背后的社会因素。否则，仅有道德审视式的批评，是没有任何价值的。

消费文化是城市生活的大头，商业之水无孔不入。富起来的中国，从没有拒绝人们对美好生活的向往。但也要承认，过度的商业化确实在制造“肾可以不要，iPhone 必须买下”的消费错觉。生活终究是自己的，来不得“假装”，认真并能够负责的生活，就该被尊重。