# 对节日食品过度包装问题的政治经济学进行分析

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2025-02-13

*近几年，在节日食品的生产中，包装占据了越来越重要的地位， 月饼等传统食品纷纷披上了十分豪华的外衣，社会各界对这种现象进行了广泛的讨论。马克思认为生产劳动可以创造价值而非生产劳动不能创造价值，社会总劳动的分配应该更多地投入到生产领域，才能为...*

近几年，在节日食品的生产中，包装占据了越来越重要的地位， 月饼等传统食品纷纷披上了十分豪华的外衣，社会各界对这种现象进行了广泛的讨论。马克思认为生产劳动可以创造价值而非生产劳动不能创造价值，社会总劳动的分配应该更多地投入到生产领域，才能为社会创造更多的财富， 这也就为我们分析豪华包装这种现象的不合理性提供了依据。 在豪华包装节日食品的生产、销售环节中是否含有大量的非生产劳动，就是判断豪华包装是否合理的重要标准。

一、用《资本论》中的生产和非生产劳动理论分析节日食品包装问题

(一)社会主义市场经济条件下关于生产劳动和非生产劳动的界定我国目前的生产活动依然是以商品生产为主，那么我们就需要遵从马克思对生产商品中生产劳动的分析来认识节日食品的包装问题。 一件商品由生产者转移到消费者手里，消费者得到商品的使用价值，生产者得到应该得到的报酬，商品也就实现了其价值属性。马克思认为，用来生产商品的劳动必须是有用劳动，必须生产某种使用价值，必须表现为某种使用价值。在商品的生产过程中， 生产的产品只有能够给消费者带来使用价值， 生产这件产品所付出的劳动才是生产劳动。如果生产的产品不能够给消费者带来使用价值，那么生产这件产品所付出的劳动就属于非生产劳动。也就是说， 我们判断生产某件产品的劳动性质的第一个标准是它能否给消费者带来使用价值。在资本主义社会中，商品生产的实质是剩余价值的生产。

马克思认为，在资本主义生产体系中，生产劳动是给使用劳动的人生产剩余价值的劳动。 同时在资本生产体系中，生产劳动是一种具有雇佣性质的劳动，提供劳动的劳动者不仅把等同于自己劳动能力价值的这部分资本再生产出来，而且，除此之外，还为资本家生产剩余价值。因此可以这样判定，只有能够直接转化为资本的劳动， 才是生产劳动， 否则都属于非生产劳动。我国是社会主义国家，自然不能完全借用马克思对资本主义生产劳动的定义去分析我国目前劳动的性质，这就需要对生产劳动的含义进行一定的扩展。我国处于社会主义初级阶段， 我国现阶段的主要矛盾依然是人民群众日益增长的物质文化需求同落后的社会生产之间的矛盾， 社会生产的目的是不断地提高人民生活水平， 不断地满足人民日益增长的物质文化需求。 我们自然可以这样界定我国当前社会条件下的生产劳动和非生产劳动：只要是能够提高人民福利，满足人民需求的劳动就属于生产劳动， 否则应该都属于非生产劳动。 与此同时，我们要提高人民生活水平，实现中华民族伟大复兴的目标， 就需要不断增加社会财富， 那么自然能够为社会带来财富的劳动也属于生产劳动。

(二)节日食品包装本身的生产劳动和非生产劳动月饼(也包括粽子、元宵等节日食品，这里仅以月饼为例)作为一种特殊食品，具有容易变质、不好运输的特性，是不适合进行商业化的产品。对于商品生产来说，一种商品越容易变坏， 它的物理性能对于它作为商品的流通时间的绝对限制越大， 它就越不适于成为资本主义生产的对象。 而人们对于传统节日食品的需求又激励商家对月饼进行生产， 商家需要借助一些手段来克服它的物理性质上的缺点， 这就需要对月饼进行包装。 月饼的包装可以在一定的程度上延长月饼的保质时间，同时可以让月饼具有规则的形状，有利于月饼的运输。 这种以保存月饼使用价值为目的的包装的生产属于一种必要的行为， 从事生产包装的劳动也就属于一种必要的劳动，自然也就是生产劳动。这种劳动创造价值， 所产生的费用也就自然而然地加入到商品中。 这些费用的目的本身不是价值的形式转化，而是价值的保存，而价值存在于作为产品，作为使用价值的商品中，因而只有通过产品的保存，使用价值本身的保存，价值才能得到保存。

简易包装的生产保存了产品的使用价值是生产性的劳动，奢华包装的生产就是一种非生产性的劳动。可以食用是月饼最重要的特征， 也是月饼的使用价值所在，经过豪华包装的月饼也不例外。豪华包装仅仅是让月饼看起来更加美观， 并没有对月饼本身带来质的改变，也就不会增加月饼的使用价值，甚至还有可能会阻碍月饼使用价值的实现。 月饼加上豪华的包装所带来的直接后果是价格的提高， 价格的提高会影响月饼的销售速度， 让生产出来的月饼不能很快地到达消费者手里，自然会影响到它的使用价值的实现。月饼在经过奢华包装之后价格确实会比没有经过奢华包装提升很多， 不过那一部分价格的提升并不是因为包装的生产为月饼本身增加了新的价值， 月饼的价值并没有太大的改变。 消费者支付的那部分由于豪华包装所产生的价格增量， 并不是因为豪华包装的生产而产生了新的价值， 这种资金流动只是一种社会财富的再分配，社会总价值量并没有增加，也就是通过这种价格上涨的形式让消费者的一部分资金转移到了生产者手里。

(三)因奢华包装衍生的非生产劳动

1.设计和广告类的劳动奢华包装的生产不仅自身属于非生产劳动， 而且会带来很多其他的非生产劳动， 比如设计以及宣传劳动。 购买奢华包装月饼的消费者大部分都不是为了月饼的使用价值即月饼的可食用性而对产品进行购买的，这类消费者购买天价月饼的主要目的是为了送礼。送礼最看重的是商品的档次和美观性，正是由于这类需求， 生产者就需要对商品的包装进行设计以满足消费者的需求。同时，经过包装设计的食品需要卖出一个远高于其价值的价格来补偿生产商品所产生的包装设计的费用， 这就需要进一步提升商品的知名度来提升其社会影响力， 生产者提升产品公众知晓度最常用的方法就是进行广告宣传。众所周知，广告费用对于每个厂家来说都是一笔不小的支出， 这一部分的支出自然不会由生产者承担，肯定会转嫁给消费者。礼盒月饼过度的包装和广告宣传已经超出了商品使用价值的必要补充作用，它不会创造任何价值，还会造成资源的浪费。

2.储备劳动豪华的包装会带来更多的流通费用。 一件商品生产出来之后就需要流通， 流通也是资本循环中的一个重要的环节，是不可避免的。马克思认为：一切只是由商品的形式转化而产生的流通费用， 都不会把价值追加到商品上。 在这里最重要的流通费用是储备费用，合理的储备劳动本身属于一种必要的劳动，它所产生的费用可以增加到物品的价值中。 但是过度包装的出现就打破了这种合理性， 我们可以在超市中看到这样一种情形， 八月中秋节才吃的月饼可能在七月份就已经上市了，这是因为通过过度包装产品，厂家可以获得非常大的超额利润， 同时包装和防腐剂的使用可以让月饼保存更久的时间， 给月饼这类食品很早就可以进入市场提供了条件。 这类奢华包装的食品长时间滞留在市场之中让流通速度变慢， 就会增加更多的储备劳动和储备费用，如果储备的形成就是流通的停滞，由此引起的费用就不会把价值加到商品上。 这些储备活动不能带来价值， 自然也就属于非生产性的劳动。

3.商业劳动在商品经济中，商业活动是一种普遍的活动，商人通过商业活动推销产品。马克思认为，他(商人引者注)和别人一样劳动，不过他的劳动的内容既不创造价值， 也不创造产品。 他本身属于生产上的非生产费用。 不过商人的活动也不是没有作用，马克思认为他可以被看作是一种机器，它能减少力的无益消耗，或有助于腾出生产时间。 他的作用，不是使一种非生产职能转化为生产职能，或使非生产劳动转化为生产劳动。他的作用宁可说是使社会的劳动力和劳动时间只有更少一部分被束缚在这种非生产职能上。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找