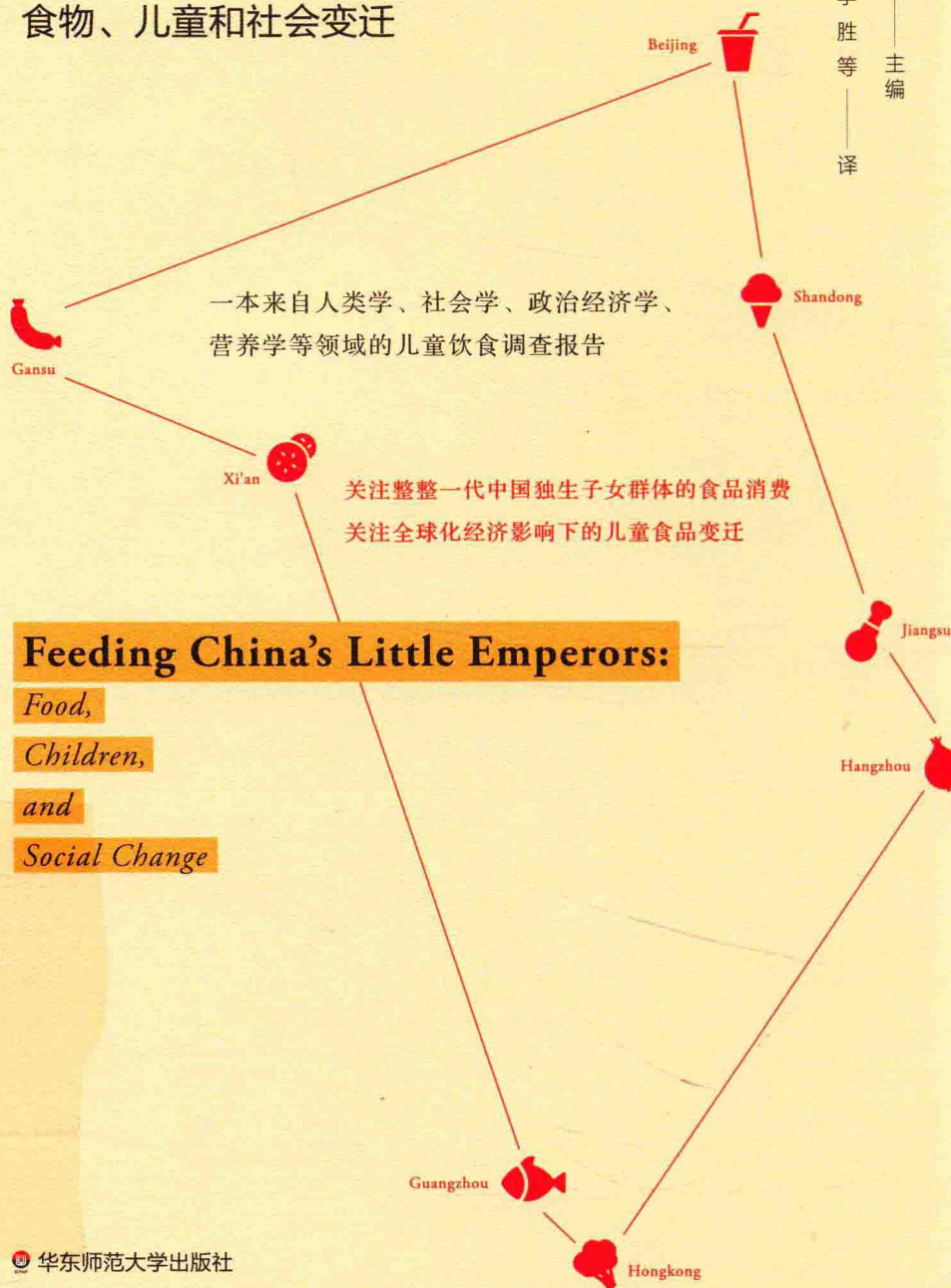


喂养中国小皇帝

食物、儿童和社会变迁

景军 —— 主编
钱霖亮 李胜等 —— 译



喂养中国小皇帝

食物、儿童和社会变迁

景军——主编

钱霖亮 李胜等——译

Feeding China's Little Emperors:
Food,
Children,
and
Social Change

图书在版编目 (CIP) 数据

喂养中国小皇帝：儿童、食品与社会变迁 / (美)

景军主编；钱霖亮译. —上海：华东师范大学出版社，2016

ISBN 978-7-5675-5993-6

I. ①喂… II. ①景… ②钱… III. ①儿童食品—研究—中国 IV. ①TS216

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 303902 号

喂养中国小皇帝：儿童、食品与社会变迁

主 编 景 军
译 者 钱霖亮 李 胜等
责任编辑 顾晓清
封面设计 周伟伟

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
网 址 www.ecnupress.com.cn
邮购电话 021-62869887
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com/>

印 刷 者 上海昌鑫龙印务有限公司
开 本 890 × 1240 32 开
印 张 8.75
字 数 165 千字
版 次 2017 年 1 月第 1 版
印 次 2017 年 1 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5675-5993-6 / C.244
定 价 42.00 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题，请寄回本社市场部调换或电话 021-62865537 联系)

作者简介

伯娜丁·徐 (Bernadine W. L. Chee)：哈佛大学人类学博士。她的研究主题是北京居民的社会认同、城市化和食品消费模式。

马丽思 (Maris Boyd Gillette)：哈佛大学人类学博士，目前为密苏里大学圣路易斯分校任博物馆学教授。她关注西安都市穆斯林的消费文化。

高素珊 (Suzanne K. Gottschang)：加州大学洛杉矶分校人类学博士，目前为美国史密斯学院人类学与东亚研究副教授。她关注中国父母的育儿实践和医药科学的社会意义。

乔治娅·古尔丹 (Georgia S. Guldán)：曾任教于香港中文大学，目前为孟加拉国亚洲妇女大学公共卫生系教授。她的研究兴趣包括香港和中国大陆的儿童健康问题等。

郭于华：曾任教于中国社会科学院，目前为清华大学社会学系教授。她的研究兴趣包括中国家庭关系和食物消费等。

景军：哈佛大学人类学博士，曾任教于纽约市立大学，目前为清华大学社会学系教授。他的著作包括《神堂记忆》等。

罗立波（Eriberto P. Lozada, Jr.）：哈佛大学人类学博士，目前为美国戴维逊学院人类学系副教授。他的研究兴趣包括中国南部的天主教信仰，以及大众文化与媒体的关系。

华琛（James L. Watson）：哈佛大学人类学系荣休教授，其著作包括《移民与中国宗族》，《东方金色拱门：东亚的麦当劳》，《帝制晚期中国的丧礼》等。

赵阳：香港科技大学博士，现任职于中央农业政策咨询部门，曾发表多篇有关中国经济改革的论文。

序 言

景 军 (清华大学社会学系教授、长江学者特聘教授)

《喂养中国小皇帝：食物、儿童和社会变迁》英文版于 2000 年经由美国斯坦福大学出版社推出，之后陆续被 160 多名外国学者引用。如今有幸刊印中译本，完全有赖于华东师范大学出版社之慧眼、译者之努力、编辑之付出。

纳入书中的人类学田野调查材料于上世纪九十年代开始收集，所以涉及的内容距今已至少有 20 年之隔。书名提到的“小皇帝”指独生子女，但即便不是独生子女，也是当时农民有感而言的“金贵娃娃”。这言外之意是说论文作者当时关注的儿童们在家庭中地位、在社会中的权益、在消费领域中的作用，可谓前所未见，与中国经济发展促成的消费文化密切相关，也与中国在全球生产体系的快速崛起同样密不可分。

文集共包括九篇论文，围绕五个议题铺开而论：一是改革开放后中国人的饮食营养，二是儿童食品产业在中国的兴起，三是国家科学育儿话语，四是全球消费文化对中国家庭生活的渗透，五是饮食变迁伴随的社会认同和价值观变迁。有鉴于此书的形成源于哈佛大学人类学系华琛教授在哈佛大学费正清中国研究中心发起的一个“中国社会饮食消费格局”研究项目，

九名作者中自然包括了华琛本人。在其他作者中，一人是华琛教授的老同事，六人是华琛先生的弟子，因而论文相互呼应的程度非同寻常，在文集类书籍中实属难得。

“小皇帝”一词会立即使得读者联想到被娇生惯养的独生子女，但所有作者对此都采取了慎重对待的态度，没有简单粗暴地认定独生子女必然会有这样或那样的心理问题或某些固化偏执的行为习惯。作者们将更具有学术价值的讨论集中在一连串的具体问题上。例如，郭于华关心的食品和饮食习惯所代表的代际差异问题与景军讨论的科学话语、宗教信念、电视广告在儿童食品消费领域的博弈问题都分析了儿童、家长、老人三代人的代际关系。

悖论、矛盾、反差甚至具有讽刺意涵的现象，也是论文作者高度关注的具体问题。乔治娅·古尔丹分析了中国贫困地区儿童营养不良与发达地区儿童肥胖问题的反差。伯娜丁·徐利用在北京收集的调查材料解析了“快感与压力悖论”，试图说明儿童们对时尚食品的追求既带来愉悦，但也屈服于同伴压力，甚至会因没有享受过某种昂贵的儿童食品而受到同学的讥讽。高素珊有关爱婴医院的论文针对了一种具有讽刺意味的社会现象：爱婴医院一边鼓励母乳喂养的科学观、一边又允许跨国公司在院内推销奶粉，两者各有自身逻辑，前者的逻辑是医院的责任，后者的逻辑是医院的盈利，两者之间，法规失效，违规取胜。

如此的悖论和反差还见于其他论文。在赵阳的论文中，我们了解到娃哈哈集团开始以民族企业的姿态抵御可口可乐在

中国软饮料市场的霸权，但逐步趋于资本诱惑并入一家跨国公司。在马丽思有关西安回民社区的论文帮助我们意识到，到在中国生产线加工制成的西方品牌食品不但被视为时尚食品，而且被为清真食品。如此一来，穆斯林文化中的食品禁忌由于品牌效益和加工方式而被突破。罗立波的论文将我们拉回到上世纪九十年代轰动一时的“斗鸡之争”。当时国产荣华鸡快餐店力争在每个肯德基店面附近开业竞争，扛起爱国主义快餐的大旗，一时门庭若市，效益最好的上海黄浦店一年就有 300 多万利润，但荣华鸡最终销声匿迹，原因之一是肯德基的本土化策略，包括针对中小學生群体的销售策略和迎合中国人的口味调整。

华琛教授在最后一篇论文中写道，小皇帝现象多年后必然成为历史的回声，小皇帝也必定成为大人，将以家长的身份参与社会并以家长的眼光审视新生的一代，因而小皇帝变为家长的社会过程对未来研究者而言将别有一番滋味。此言一语道出人类学研究的一个秘密：一旦离开田野调查现场，我们观察到的社会文化图景和我们收集到的第一手材都会很快地融入将当下改写成为过去的历史之河。

当代中国的食物、儿童和社会变迁

景 军

中国目前有 300 多万 16 岁以下的儿童，这一数字占据了世界儿童人口总数的五分之一。与前几代不同，由于政府严格的计划生育政策，这些儿童很少有兄弟姐妹。成长于中国向市场经济转型的时代，他们的物质生活异常丰富，并沉浸在新兴的消费主义文化中。不论用什么标准来衡量，这些孩子童年生活的品质都远优于他们的父母。如果我们听信媒体的表述，我们可能会对他们产生这样的印象：由于父母和祖父母把所有期望都寄托在他们身上，无微不至地照顾他们，他们中的许多孩子都成为被宠坏了的“小皇帝”。

“小皇帝”一词的流行始于二十世纪八十年代初的一系列媒体报道。也是在这个时期，越来越多的中国城市夫妻开始只生育一个孩子。人类学家吴燕和（David Wu 1994：2-12）曾指出，中国的儿童发展专家同样也是在这个时候开始讨论溺爱孩子的危害。教育家和儿童发展专家叶恭绍就曾在 1983 年的一篇文章中提到，有“小皇帝”的家庭都具有一个突出特征，那就是“4-2-1 综合症”，意为四位祖父母和两位父母娇生惯养一个孩子

(Su Songxing 1994: 13)。尽管中国的学者和记者后来又发明了“小皇后”这个词来指代受宠爱的独生女，以男性为中心的“小皇帝”一词仍较为常用，并被媒体拿来指代作为一个整体的中国独生子女群体。

本书的主标题“喂养中国小皇帝”也有意识地反映这个名词的流行程度。但是我们写作本书的目的本身并不是要去强化这种认识，而是要对它进行深度的思考。在中国，的确有一些孩子是被宠坏的，特别是在城市，那里的夫妻只被允许生育一个孩子。中国农村由于生育率的下降和个人收入的增长，也开始出现了溺爱孩子的问题，尤其是在那些经济繁荣同时又引入计划生育政策的小城镇和村庄。^①但截至目前，对于中国独生子女的研究仍停留在起步阶段，没有产生总结性的研究——譬如近年来对独生子女心理特征的研究层出不穷，不同理论之间相互竞争又互补，却始终无法达成完整的共识（参见 Ding et al. 1994: 50-53; Fan et al. 1994: 70-74; cf. Baker 1994: 45-47; Zhang Zhihua 1993: 79-81）。

本书讨论的重点是儿童饮食问题。这一问题对所有中国儿

① 中国政府显然相信父母溺爱孩子的问题普遍存在，而且很严重，所以它建立了“家长学校”这一系统来教导父母用适当的方式教育子女，目的是培养出健康、自律、具有爱国主义精神的新一代年轻人。我不清楚在全国范围内究竟有多少家长学校，但一些区域性的数据显示它们的数量在1993年家长教育正规化后成倍地增长。按照威廉·梅雷迪思（William Meredith 1991）的统计，1987年广州市有1万3千个家长学校，有230万登记在册的参加者，其中80%的参加者是自愿出席。广州郊区的农村妇女也被鼓励参加此类育儿课程。

童都有深刻的影响，包括占城市入学儿童 80% 的独生子女。和其他国家一样，中国儿童的饮食问题不仅事关个体的身体健康，也在文化、政治和社会经济等方面产生了重要影响。本书的九位作者将依次对这些影响详加讨论。在第一章中，乔治娅·古尔丹以统计学的分析方法讨论了中国儿童养育方式的变迁，以及这些变迁对儿童发育和健康造成的影响。在第二章中，伯娜丁·徐对一群北京独生子女的食品消费经历、同龄人的压力、家长控制和学校教育进行了近距离的描述。马丽思撰写的第三章讨论了西安一个穆斯林社区中的儿童食品消费行为，以及成年穆斯林如何在其民族身份和现代性意识的影响下看待上述消费行为。在第四章中，郭于华利用她在北京和一个江苏农村的研究经历揭示出中国人在食品消费方面的态度和知识上的代际差异。由罗立波撰写的第五章讨论了北京肯德基餐厅的日常运作机制，集中展示了跨国企业如何在地方语境中调整自身的市场营销策略。由我撰写的第六章探讨了甘肃一个农村社区中文化权威在儿童照顾和儿童食品消费方面的影响。在第七章中，苏珊娜·古德昌通过对一家母婴医院的实地考察来深入讨论母乳喂养实践、中国政府的公共卫生政策、跨国婴儿奶粉企业市场营销策略三者之间的关系。而由赵阳撰写的第八章则揭示了杭州娃哈哈集团如何通过声称其产品既有助于改善儿童的体质、又根植于中医的传统来创造企业成功的业绩。资深人类学家华琛在最后的第九章中总结了他对香港地区和中国大陆饮食结构变化及其对儿童态度的观察。

在接下来的篇幅中，我将概述本书不同章节讨论的五个主要问题。首先，自 1980 年代初以来，中国公民的饮食结构业已发生巨大的变化^①，而这些变化又与中国儿童的健康有着直接的联系。其次，专业生产儿童食品的工业已经在中国出现，这是具有历史意义的新发展。第三，国家对儿童成长的干预，尤其是对儿童食品消费的干预，支撑着计划生育政策的合理性，并且有助于塑造现代化、富有同情心的政府形象。第四，中国国内经济与跨国经济力量的整合使得中国孩子的童年经历、父母的育儿经历和更大范围内的家庭生活都卷入到全球消费文化的体系当中。最后，新的饮食习惯锻造出新的身份认同，而这又反映了年轻人新的社会价值观念的崛起。以下我将根据各章节的内容，从不同的视角来阐释这五个问题之间的联系。

饮食结构的变革与消费主义的儿童

在东亚的大都市里，童年的观念（concept of childhood）正在发生变革，但我们对于这一观念变革的认识却还停留在起步阶段。正如华琛（James Watson 1997：14-20）所指出的，这一变革的其中一项重要指标是新富消费阶级（或家庭）的崛起。

① 当然，在中国许多农村地区乃至城市里都还存在着食不果腹的问题。根据最新的政府数据，中国还有 6—7% 的赤贫人口。

另一项指标则是社会当中出现了越来越多的“具有独立购买力的年轻人，以及他们日益增长的对其父母消费习惯的影响力”（Mintz 1997: 199）。这些变革在成人和儿童的食品消费领域都引起了强烈的反响。

在中国，即使是在 1980 年代初，普通市民的饮食结构仍主要由谷物和其他农作物组成，这与西方人的饮食结构非常不同（Chen Junshi et al. 1990: 6-7）。八十年代初的中国城市仍实行食物定量配给制度，这被认为是中国农业停滞不前的一个标志。1976 年农业改革开始启动，而国人的饮食结构变革正是这一改革产生的重要影响之一。从 1981 到 1987 年，中国城镇居民的粮食和蔬菜消费量趋于稳定乃至有所下降，但食用油、肉、禽、蛋和海鲜的消费量却大幅增加，增幅都在 108% 和 182% 之间。同一时期，农村居民的食用油、肉、禽和鸡蛋的消费量也大幅上升，同比增长了 200% 以上（State Statistics Bureau 1988，表格 2，第 718 页，表格 3，第 755 页）。饮食结构的变革引发了一系列新的健康问题，这些问题又进一步为商业化所加剧。^①

即使是在中国历史最悠久的遗址公园里，商业化的冲击也是显而易见的。比如北京西北郊区的八达岭长城旅游区就立着肯德基创始人的塑像。在孔子的故乡山东曲阜，每年秋季除

① 在这项变革的初期，改革者策略性地将它称为“商品经济”的发展，用马克思主义经济发展的理论来为之解释。

了有全国直播的祭孔大典，还有促销当地啤酒和白酒的嘉年华会。中国社会的日益商业化已经影响到不同年龄的群体，这其中，中小学生和学龄前儿童也许是最坚定的消费者。虽然中国父母一定程度上仍掌握着对子女食品消费的控制权，但三、四岁大的孩子往往试图选择他们自己和他们家庭的主食、点心以及外出就餐时的餐馆。直到最近，这还仍是一个新现象。在过去，中国孩子只能吃父母为他们挑选的食物，挑食是不被允许的，但如今情况已经大变。现在的孩子口袋里都有不少的零花钱，并且可以自主地消费。通常，这些钱被用来买糖果、饼干、薯片、方便面、巧克力、饮料和冰淇淋。由此，一个由国内企业、合资企业和外资企业共同组成的，专门为这些挑剔的年轻消费者提供产品和服务的儿童食品产业诞生了。

这个产业的利润是非常可观的。根据 1995 年的数据，大部分的中国城市夫妻要将他们总收入的 40% 至 50% 花在孩子身上。也是在这一年，中国城市儿童从他们的父母和祖父母那里收到了大约 50 亿美元的零花钱和压岁钱。这一数字相当于蒙古当年的国内生产总值（Crowell and Hsich 1995: 44-50）。一位本土作家指出，中国已经拥有一个庞大的“小寿星”群体。这些幼儿、学龄前儿童和青少年拥有和他们的长辈“老寿星”们一样的特权：

过去，小孩的生日一般要比老人的生日过得简单一些。但是现在倒过来了。一个接一个的小孩学会了怎样扮演“小寿星”

的角色，并且不再满足于传统的庆生方式，转向学习西方奢侈的宴会——要有生日蛋糕、生日派对、生日鲜花、生日礼物、生日卡片以及生日“红包”（比如现金）。一些相关机构已经开始着手调查这一现象。他们发现，这些“小寿星”们的生日派对花销至少要数百元，多则过千元（Cao Lianchen 1993：47）。

我们不知道这位本土作家所谓的“相关机构”是哪些组织，但是据此可以获知一点，即相当多的中国儿童可能比美国儿童更能得到父母的财政支持。一项 1995 年的调查显示，在受访的 1496 户北京城市家庭中，孩子决定了将近 70% 的家庭消费。与此相对，美国孩子对其家庭消费的影响率大约在 40% 上下。研究者也发现，在食品和饮料消费上，北京儿童对其父母的影响率是美国儿童的两倍（转引自 Crowell and Hsich 1995：44-50）。考虑这些因素，我们实际上正在中国社会中目睹儿童消费文化的诞生。也是这一文化的诞生导致了“儿童食品”这一专属名词的出现。

从历史视角定义儿童食品

本书有两个关键词：“儿童饮食”（children's diet）和“儿童食品”（children's food）。前者指代的是儿童每天实际在吃的东西，而后者指代的是专门生产给儿童消费的零食。我们要强调

的是，“儿童食品”这一说法在中国大众文化中是崭新的，直到最近几年才出现在中国的出版物上。以 1979 年版的《辞海》为例，在这本收录超过 9000 条条目的字典中，我们没有发现“儿童食品”这个词。虽然有一个条目提到了“婴儿辅助食品”，但它并没有谈到固体食物。由此我们可以推测，或许《辞海》的编撰者简单地认为孩子断奶以后饮食结构就与成年人毫无差异了。下面的讨论也证实了这一简单化的假设。

借用人类学家杰克·古迪（Jack Goody 1982）的说法，中国的“豪华美食”（high cuisine）最迟至汉代（公元前 206 年至公元 220 年）末年已经出现，那个时代已经有很多美味佳肴了。更容易引起人们口腹之欲的是文学、戏曲、绘画和民间传说中丰富的美食用语。可是，这些美味佳肴在汉代只限于贵族享用。到了后世的王朝，尽管受众范围有所扩大，但这些消费群体仍然只是社会当中的极少数，大多数人只能消费“低端美食”（low cuisine）。通常，一年中的大多数时间他们只吃粮食谷物，到节日的时候才会有荤菜。明朝（公元 1368 年至 1644 年）末年引入中国的玉米、马铃薯和红薯给中国人的饮食结构带来了革命性的变化。部分由于这些新食品种类的扩散，从 1775 年到 1830 年，中国人口总量从 2.65 亿剧增至 4.3 亿（Tacuber 1964: 20; He 1988: 54-55）。然而，即使到了二十世纪，占中国人口大多数的贫民的食物选择仍然寥寥可数，食物短缺仍旧是一个严峻的问题（Gamble and Burgess 1921; Buck 1930; Li Jinghan 1933: 297-324; Fei 1939: 119-128; Lin Yaohua: 1947: 55-96）。

后来的学者对晚清食品供应商的账簿进行了分析，发现那个时代北京工薪阶层家庭所能消费的食物品种也非常少。这一研究说明了食物短缺问题的普遍性（Meng and Gamble 1926）。从1920年到1927年，社会学家陶孟和对48个北京手工业工人家庭进行了入户调查。他发现上述食物短缺的情况依然没有改变。这些家庭把80%的食品支出花在粮食上，9.1%用在蔬菜上，6.7%用于购买调味品，3.2%花在肉类上，只有1%的钱用来购买各种零食（Tao 1928；也见Yang Yashan 1987：98）。另一项1920年代中后期对上海260户工薪阶层家庭的调查显示，这些家庭53.2%的收入用在了购买粮食上，18.5%用来购买蔬菜，7%用来购买肉类，4.4%用来购买海鲜，1.9%用来购买水果（Yang Ximeng and Tao Menghe 1930；quoted by Spence 1992：175）。当这些工薪阶层家庭把那么多钱都花在食品消费上时，他们能够用于其他方面开支的钱也就所剩无几了。而针对1920年代的中国农民，李景汉（Li Jinghan 1933：297-324）对定县800户农民家庭的调查发现，这些家庭把80%的食品支出用在小米、红薯和高粱上，只有在节日里才会消费肉类食品（也见Gamble 1954：100-123）。

虽然这些调查没有专门讨论儿童饮食问题，许多家境良好的中国作家都曾经在自传中谈到对童年时代食物的记忆。中国最著名的作家鲁迅就曾在1927年写过一篇怀旧的文章。他描述了童年时代吃过的蔬菜和水果，在以后的岁月里，每当尝到荸荠、蚕豆、茭白和香瓜的味道，就会想起故乡的老屋（Lu Xun