

# 镜像与流变

## Reflection and Change:

转型期中国城市居民消费变迁（1978年至今）

The Shift of Chinese Urban Residents' Consumption  
During the Transformation Period

陈素白 著



厦门大学出版社  
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

# 镜像与流变

## Reflection and Change:

转型期中国城市居民消费变迁 (1978年至今)

The Shift of Chinese Urban Residents' Consumption  
During the Transformation Period

陈素白 著



厦门大学出版社  
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

## 图书在版编目(CIP)数据

镜像与流变:转型期中国城市居民消费变迁:1978 至今/陈素白著. —厦门:厦门大学出版社,2016.8

(品牌与广告研究书系/黄合水等主编)

ISBN 978-7-5615-6212-3

I. ①镜… II. ①陈… III. ①城市-居民消费-研究-中国 IV. ①F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 213996 号

---

出版人 蒋东明  
责任编辑 王鹭鹏  
封面设计 夏林郑琪  
责任印制 朱楷

---

出版发行 厦门大学出版社  
社址 厦门市软件园二期望海路 39 号  
邮政编码 361008  
总编办 0592-2182177 0592-2181406(传真)  
营销中心 0592-2184458 0592-2181365  
网 址 <http://www.xmupress.com>  
邮 箱 [xmupress@126.com](mailto:xmupress@126.com)  
印 刷 厦门集大印刷厂

---

开本 720mm×1000mm 1/16  
印张 26.25  
插页 2  
字数 390 千字  
印数 1~1 500 册  
版次 2016 年 8 月第 1 版  
印次 2016 年 8 月第 1 次印刷  
定价 79.00 元

---

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换



厦门大学出版社  
微信二维码



厦门大学出版社  
微博二维码

教育部人文社会科学青年基金项目资助

项目名称：从广告传播表现解读转型期中国城市居民消费观念变迁

项目编号：11YJC860004

课题组负责人：陈素白

课题组成员：段秋婷 吴 婷 崔笑宁 李盼盼 项 倩  
郑星妍 丁 奕 戴宇阳 李晗露 安子龙



## 序 一

在这个闷热的夏天，突然接到厦门大学陈素白拜嘱的一份劳作——为她那接近五十万字的巨大研究报告的成果写一个序。

陈素白是我的学生，跟随我读硕攻博整六年，给她的书稿作序，应该是第二次。上一次是在2011年，为她的《转型期中国城市居民广告意识变迁》写序，那是在她博士论文基础之上完稿的有关改革开放三十多年中国人广告观的研究。时隔六年，她又向我提交了从1978年至今，近四十年中国城市居民消费变迁的研究报告。

陈素白的书稿名为“镜像与流变：转型期中国城市居民消费变迁(1978至今)”，我开始对这个书名有点不以为然，因为这几年“镜像”和“流变”二字早已被用滥。但是，当我真正读完文稿之后，我发现陈素白其实在通过大量的史实，浩瀚的数据和点点创意作品，解构同时重构一个关乎人人经历过的，熟悉而又被淡忘的，细微而又巨大的近四十年开放改革过程的“梦境”。

这四十年，中国从政治到经济方方面面都发生着巨大的变化，这种变化在世界任何一个国家，任何一个时代都无处可觅，更无从复制。它不同于工业革命时期的英国梦，不同于五月花号承载的美国梦，它是中国发生的中国人独有的中国梦。就语义学的角度而言，“梦境”与“理想”相比，不那么深远也不那么高雅，但它接地气，和生活其中的每一个个体息息相关，是由千千万万的人的日常点滴经历所构成的。“日有所思夜有所梦”，这个梦，就是中国千千万万



普通老百姓理想和愿景的心理投影。关于“中国梦”，虽然也有许多人在演绎解读，然而，如何梳理和再现这个大梦，从中寻觅中国人生活的“意识形态”绝不是轻松的事情。陈素白带领她的团队尝试用“吃、穿、住、行、用、娱”六大维度、八个方面来重新描述、梳理、分析这四十年变化发展过程，着实是一个不小的挑战。

全书是用实证的手法去再现改革开放这一宏大的背景，不同于学术论文上枯燥的描述，也不同于文学作品的推演想象，全书所依据就是大量的历史资料。在实证方法的观照之下，巨量事实与数据构成了具有四十年历史跨度的“生活史”与“生活论”轮廓。在全书的大轮廓之中，每个维度均有具体细致的阶段划分，在不同的阶段史实与数据基础上，依据品牌发展与广告诉求形成不同阶段不同领域不同时期的分析和论断。对于企业成长而言，品牌即品格，广告即传播。书中涉及的品牌与广告不下百种，有些依然活跃在当下，有些已经永远淡出国人视野，从这幅生死兴衰风云激荡的社会镜像当中，我们是不是可以从中窥见中国企业营造自我品格与社会传播沟通的努力，也是不是可以重温亿万国人由僵硬的计划经济转向自由竞争的市场经济的惊人一跃呢？

其实，对于历史发生事实的回望和梳理从来不在少数，角度手法也是多种多样。每过十年、二十年的时间节点，都有许多文人学者进行声势浩大的历史回望工程，然而，不得不说的是学界业界喜好宏大叙事且常常聚焦于魏阙庙堂，人民生活挂在嘴边却是当作民间俗事或柴米油盐，在研究视野中通常充当社会配角或者环境点缀，没当主流也没入主流。陈素白的研究可谓反其道而行之，系统地全面地真实地把社会生活纳入研究中心。值得一提的是，在确立时间轴的过程中，始终注意整个事实的动态把握，作者不仅仅满足



于对过去的回望和梳理,也不仅仅建构立体的全方位的现在,而且,在过去,现在的长轴画当中,可以体味未来的轮廓。例如,就以“用”的一章中的电视消费为例,既可见从最早国人如饥似渴地拥坐在播放黑白影像的小盒子前的场景,也可见如今人人手中掌握遥控器看智能电视的场景;再如“住”的一章,从大杂院、筒子楼到花园洋房豪宅别墅,在这些惊人的跃动之中可以看到不再简单平面,不再黑白素描,而是多姿多彩五光十色的梦境。

本书通过社会镜像、欲望梦境展示中国文化之“流变”,但并不简单止步于梳理总结改革开放四十年消费行为方式的变化。她希望在这个时代巨变的梳理当中有所寻获。四十年弹指一挥间,为期十年的文明浩劫一旦终止,封锁愚昧、饥饿匮乏、混浊动荡催生出中国的“改革开放”,由此一发不可收拾,成为浩浩荡荡奔腾不息的原始动力。所以,这个“流变”的底层是物质主义的,自由奔放的,因此,也是彻底的实用主义的。这种简单粗暴野蛮生长至今依然受到各种批评诟病,但它毕竟是一个事实,一段不可无视的历史。这一点,全书的八个章节里均如实再现,那些极度压抑之后迸发出来的无穷欲望,那些看似心酸讽刺的不理性消费行为,那些从无到有,从野蛮生长到文明共存的过程,刻骨铭心也销魂动魄。归根到底就是物质的生成,财富的积累,生活的演进,社会的成长。透过消费看到生活,透过产品看到品牌,透过广告看到理想。不在左右莫问东西,求生求活求富求强,这是个人的,集体的,也是国家的。消费行为的社会生活,企业竞争的品牌观念,广告诉求的深层欲望后不正是国人的意识形态吗?改革开放、消费进步、社会共荣的意识形态交织在一起形成中国梦,既承传过去,支撑现在,也预示未来。

本书可以当作完整的史论学术著作去解读,也可以当作社会变



迁的资料索引去参考,还可以看到更深层的、各种数据背后所展现的各种意识形成合流过程。行文至此,忽然想起古典三国,刘备三次探访诸葛亮的情景。就在刘备拜访的第三次,诸葛亮春睡草堂,吟出那首著名的五言绝句。我将其改动一句,送将作者。

“大梦谁先觉?平生我自知。一晃四十年,窗外日迟迟”,就此为序结语。

2016 年 6 月 16 日于北京



## 序 二

近些年,一直在大数据垃圾海洋里摸索,试图从中捞点诸如金子之类的东西,暂时未果,只捞到一点铜铁之类的东西,正准备以含有“镜像”二字之标题成稿,恰在此时,素白老师将“镜像与流变”书稿给我,希望我为其作序。一见书名,也有“镜像”二字,不由我不欣然答应,并期待了解其详。

一般专著类著作读起来都不容易让人兴趣盎然,阅读时断时续。拿到此书稿后,我先看目录、前言和后记,了解作者的写作意图,之后放弃通常按顺序阅读的习惯,跳过被认为作者用心较多第一章,抽取第二章衣之嬗变以及第六章全民娱乐进行阅读。出乎预料的是,我竟然一口气就读完两个完整篇章,感觉良多,无心顾及读完全书,就匆忙创建文档以记录。

感觉之一,顺着章节的叙述,我似乎真真切切地回忆了一遍自己30多年的生活轨迹,有点留恋忘怀,却也感到成长在这个变革时代的庆幸。

感觉之二,顺着章节的叙述,我似乎真真切切地回顾了30多年来中国广告从形式到内容的变化,清晰化了作为一个广告学者脑中关于中国广告发展变化的镜像。

感觉之三,顺着章节的叙述,我似乎真真切切地看到了30多年来商品从稀缺到丰富过程中中国消费者消费观念的转变,从而明白了作者流变之意。



感觉之四，专著能够做到通俗易懂，让人爱不释手，又能在浅出时深入，让读者读出作者洞察出来的规律，足矣。

故以此未读完全书之序为序。余下章节阅读之感觉，由读者自己体会。

2016 年 6 月 14 日于新闻楼 405

## 前言

自1978年改革开放以来,中国进入了一个前所未有的发展变革时期,中国社会面貌发生了翻天覆地的变化。在这一被学界统称为转型期的社会历史阶段,中国经历了由商品计划经济时代,向市场经济消费时代的转型,这场消费革命的发生不同于世界任何一个国家,具有浓浓的中国特色。

查阅资料,我们会发现关于转型期中国消费的论著不在少数,更多的是从官方统计数据的角度去展示消费结构、消费水平、消费方式的变化,于是消费被浓缩成了一组组冰冷的数字。

近四十年的消费变化,对于国家而言,或许会拥有许多“宏大叙事”;而事实上,对于每一个处在历史洪流中的普通老百姓而言,就是一个个能够消费得起的“梦想”,就是融入到日常生活“吃、穿、住、行、用、娱”的点点滴滴。“从吃饱到吃好,从穿暖到穿品位,从遮风避雨到品质生活,从代步方式到炫耀工具,从简单实用到智能互联……”这都是“中国梦”的具体化。

所以,主导消费革命的背后,是作为社会主体的每一个个体消费观念的深层次变革,它既是社会化过程的产物,又反作用于消费生活的方方面面。中国社会所经历的“转型期”使得时间向度上的价值观研究更具立体空间,对于它的研究,必须以能还原现实生活的镜像作为基本立足点。

广告作为时代的镜像功能已经得到普遍认可,中国的广告镜像不仅仅呈现出消费欲望的多重表征,更带有关价值观的起伏更迭。而广告在消费进程中所扮演的角色和分量,在不同国家,不同历史时期都各不相同。转型期的中国广告既参与了消费变迁的全过程,有着不可轻视的作用;又记录和承载着国人消费观念的流变,其本身就是非常值得关注和研究的历史文本。在多重角色和功能下,中国的广告从传播内容到传播形式,也在完成着自身的层层蜕变。



本书尝试梳理改革开放近四十年来,与吃、穿、住、行、用、娱密切相关的各类广告传播表现,解读广告传播内容与社会公众价值形态之间的关系,用生动丰富的史料将中国老百姓消费升级换代的变迁轨迹清晰呈现于世人眼前。全书分为上下两篇,共计八章。上篇“猛进中的日常事”从“吃、穿、住、行、用”五大维度展开,涵盖中国城市居民在转型期“饮食、穿着、住房、出行和家用电器消费”五个方面的具体变化,这五章分别为:第一章“舌尖上的革命:从食以果腹到多元饮食”;第二章“衣之嬗变:从整齐划一到彰显个性”;第三章“居者有其屋:从简陋到标准化”;第四章“出行的与时偕行:从人力到机械”;第五章“用器改变生活:从简易到智能”。下篇“浪潮里的新生者”主要围绕改革开放后消费领域涌现出的新生事物展开,分别为第六章“全民娱乐:从单调匮乏到多彩梦幻”;第七章“美丽围城:从涂抹护肤到极致完美”和第八章“行旅天下:从观景到寻心”。具体从“全民影像、舞乐、游戏消费”、“美容化妆、整形、健身消费”和“旅游消费”三个方面进行阐述。

在本书中,引入了大量珍贵的有关生活消费和广告的史料图片,许多情景在读者看来都是那样的似曾相识,所有经历过那个时代的人们,都会在本书的文字和图片中辨认出曾经和现在的自己,因为我们就生活在这历史的进程中。余华曾经说过,“一个西方人活四百年才能经历这样两个天壤之别的时代,一个中国人只需四十年就经历了。四百年间的动荡万变浓缩在了四十年之中,这是弥足珍贵的经历”。希望通过这本书,我们可以更加清晰地看见,个体与体制相冲突之后的沉思,一种对历史之明证及今日中国之镜像的回响。

# 目 录

## 上篇 猛进中的日常事

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 第一章 舌尖上的革命:从食以果腹到多元饮食 .....  | 3  |
| 第一节 1978—1985 年:有啥吃啥 .....   | 4  |
| 一、票证时代:冬天围着白菜转 .....         | 4  |
| 二、个体经济崛起:饮食消费场所和形式拓展 .....   | 8  |
| 三、节俭观念主导,广告意识缺乏 .....        | 11 |
| 四、初涉国外饮食:新奇与审慎交织 .....       | 19 |
| 第二节 1986—1995 年:吃啥有啥 .....   | 23 |
| 一、“菜篮子”渐丰:鸡鸭鱼肉不稀奇 .....      | 23 |
| 二、消费观分化:量入为出与正当享受 .....      | 25 |
| 三、对西方饮食接受度明显增强 .....         | 27 |
| 四、“下馆子”日渐流行 .....            | 31 |
| 第三节 1996—2008 年:啥好吃啥 .....   | 34 |
| 一、“食以安为先”:从色香味俱全,到吃出健康 ..... | 34 |
| 二、“唯快不化”:饮食便捷性、休闲化 .....     | 35 |
| 三、“饮食购物新升级”:大型超市的发展 .....    | 40 |
| 第四节 2009 年至今:啥叫吃好 .....      | 43 |
| 一、“拿来主义”:饮食观念理性化 .....       | 43 |
| 二、体验消费:追求就餐个性化 .....         | 43 |
| 三、“网”罗天下美食:互联网+餐饮 .....      | 46 |



|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第二章 衣之嬗变：从整齐划一到彰显个性   | 50  |
| 第一节 1978—1983 年：穿出实用  | 51  |
| 一、一年四季都耐穿             | 52  |
| 二、边角余料要用到             | 55  |
| 三、初识时尚重款式             | 56  |
| 四、破旧服饰来交换             | 62  |
| 第二节 1984—1989 年：穿出摩登  | 65  |
| 一、彩色世纪初开启             | 68  |
| 二、洋派修身成潮流             | 73  |
| 三、多元款式大不同             | 75  |
| 第三节 1990—1999 年：穿出品位  | 80  |
| 一、品牌名人获重视             | 81  |
| 二、开放性感风劲吹             | 87  |
| 三、身份场合有讲究             | 92  |
| 第四节 2000 年至今：穿出自我     | 97  |
| 一、以个性彰显自我             | 97  |
| 二、以奢侈享受自我             | 102 |
| 三、以潮流更新自我             | 103 |
| 四、以生态回归自我             | 106 |
| 第三章 居者有其屋：从简陋到标准化     | 110 |
| 第一节 1978—1991 年：改革前哨  | 110 |
| 一、改革迫在眉睫              | 110 |
| 二、居住形态：群居的喜乐          | 111 |
| 三、住房广告的先声             | 117 |
| 四、地产改革的前奏             | 118 |
| 第二节 1992—1997 年：振兴与转型 | 119 |
| 一、房改的浮沉               | 119 |
| 二、居住形态：高楼渐起           | 121 |
| 三、住房广告：功能诉求时代         | 122 |



|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 四、住房制度大变革 .....                  | 123 |
| 第三节 1998—2002 年:高歌猛进 .....       | 124 |
| 一、政策的起伏 .....                    | 124 |
| 二、居住形态:“高与低”的两极分化 .....          | 124 |
| 三、住房广告:感性诉求时代 .....              | 127 |
| 四、蓬勃楼市 .....                     | 134 |
| 第四节 2003 年至今:稳定与风险 .....         | 135 |
| 一、楼改的浮沉 .....                    | 135 |
| 二、居住形态:生态智能的诗意栖居 .....           | 137 |
| 三、房地产广告:诉求多样化 .....              | 141 |
| 四、双面楼市 .....                     | 147 |
| 第四章 出行的与时偕行:从人力到机械 .....         | 150 |
| 第一节 1978—1993 年:两轮交通盛行 .....     | 150 |
| 一、自行车王国 .....                    | 151 |
| 二、摩托车轰鸣 .....                    | 158 |
| 三、不可或缺的公共交通 .....                | 164 |
| 第二节 1994—2001 年:承前启后的多元化出行 ..... | 173 |
| 一、汽车驶入寻常百姓家 .....                | 174 |
| 二、城市公交大变样 .....                  | 177 |
| 三、全国铁路大提速 .....                  | 179 |
| 四、民用航空翱翔 .....                   | 180 |
| 第三节 2002 年至今:“上天入地” .....        | 182 |
| 一、高歌猛进的汽车消费 .....                | 182 |
| 二、现代化城市公交 .....                  | 184 |
| 三、高铁时代到来 .....                   | 188 |
| 四、民航的“春秋战国” .....                | 191 |
| 第五章 用器改变生活:从简易到智能 .....          | 194 |
| 第一节 1978—1989 年:电流随着计划走 .....    | 194 |
| 一、作为“奢侈品”的家用电器 .....             | 195 |



|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 二、电波娱乐初体验 .....                 | 199 |
| 第二节 1990—1999 年：“降”入寻常百姓家 ..... | 204 |
| 一、家电的中外之争 .....                 | 205 |
| 二、控温大件首秀 .....                  | 208 |
| 三、电波娱乐全新升级 .....                | 211 |
| 第三节 2000—2008 年：换代更新选择多 .....   | 215 |
| 一、小家电的大时代 .....                 | 215 |
| 二、新意层出的家电广告诉求 .....             | 216 |
| 第四节 2009 年至今：智能开启新生活 .....      | 221 |
| 一、智能家电新格局 .....                 | 221 |
| 二、“物联”时代到来 .....                | 227 |

## 下篇 浪潮里的新生者

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第六章 全民娱乐：从单调匮乏到多彩梦幻 .....   | 233 |
| 第一节 影像的多彩 .....             | 233 |
| 一、电影：幻动的光影天地 .....          | 234 |
| 二、电视：小屏幕中的大世界 .....         | 249 |
| 第二节 舞乐的盛宴 .....             | 264 |
| 一、舞厅和舞蹈：不拘一格的风尚 .....       | 264 |
| 二、流行音乐与歌唱：浪花里的歌声 .....      | 274 |
| 第三节 游戏的狂欢 .....             | 287 |
| 一、电子游戏：虚拟与现实的交锋 .....       | 287 |
| 二、主题乐园：人工构造的梦幻空间 .....      | 298 |
| 第七章 美丽围城：从涂抹护肤到极致完美 .....   | 306 |
| 第一节 寻美记：改革开放后的美丽事业 .....    | 306 |
| 一、1978—1987 年：国货为王 .....    | 307 |
| 二、1988—1997 年：洋品牌的投石路 ..... | 316 |
| 三、1998—2005 年：新潮涌动 .....    | 321 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 四、2006 年至今:美丽乱象 .....      | 329 |
| 第二节 化妆品:瓶瓶罐罐里的美梦 .....     | 331 |
| 一、从“洗把脸”到“护肤季” .....       | 331 |
| 二、从“不敢擦”到“化妆热” .....       | 333 |
| 第三节 整容:刀影里的精致重塑 .....      | 335 |
| 一、从“补缺陷”到“变完美” .....       | 335 |
| 二、从“追剧”到赴韩整容 .....         | 338 |
| 第四节 健身:卡路里大作战 .....        | 340 |
| 一、百变健身房 .....              | 340 |
| 二、居家健身潮 .....              | 344 |
| 第八章 行旅天下:从观景到寻心 .....      | 346 |
| 第一节 从观光客到探索者 .....         | 346 |
| 一、1978—1988 年:迈不开的步子 ..... | 347 |
| 二、1989—1998 年:喂不饱的眼睛 ..... | 352 |
| 三、1999—2009 年:缤纷主题游 .....  | 358 |
| 四、2010 年至今:E 时代的狂欢 .....   | 362 |
| 第二节 真人秀:真景真性情 .....        | 365 |
| 一、有温度的风景 .....             | 365 |
| 二、有味道的风景 .....             | 369 |
| 第三节 找自由:跟着感觉走 .....        | 371 |
| 一、自由行 .....                | 372 |
| 二、自助游 .....                | 374 |
| 第四节 购物游:万里不看景 .....        | 378 |
| 一、国内组团 .....               | 378 |
| 二、国外扫货 .....               | 380 |
| 参考文献 .....                 | 383 |
| 后 记 .....                  | 388 |