

時報出版

# 中國 幸福消費 新勢力

劉金標◎巨大集團董事長

尹衍樺◎潤泰集團總裁

陳明璋◎台北經營管理研究院院長

誠摯推薦

迎接中國第二波內需大商機  
30件該做和不該做的事

雷小山 Shaun Rein◎著

高茲郁◎譯

《出版人週刊》2012十大商業好書

THE END OF CHEAP CHINA

本書遭

## 中國封禁！

揭密中國不願面對的真相



# 中國 幸福消費 新勢力

迎接中國第二波內需大商機  
30件該做和不該做的事

雷小山 Shaun Rein◎著  
高茲郁◎譯

THE END OF CHEAP CHINA



## 中國幸福消費新勢力——迎接中國第二波內需大商機，30件該做和不該做的事

作者——雷小山 (Shaun Rein)

譯者——高茲郁

責任編輯——劉慧麗

美術設計——張瑜卿

執行企劃——楊齡媛

董事長——孫思照

發行人——孫思照

總經理——莫昭平

總編輯——陳蕙慧

出版者——時報文化出版企業股份有限公司

10803 臺北市和平西路三段二四〇號三樓

發行專線——(011) 233-6684 二一

讀者服務專線——0800-331-705 (011) 233-4710 三

讀者服務傳真——(011) 233-4685 八

郵撥——1934472 四時報文化出版公司

信箱——台北郵政七九〇九九信箱

時報悅讀網——<http://www.readingtimes.com.tw>電子郵件信箱——[big@readingtimes.com.tw](mailto:big@readingtimes.com.tw)

法律顧問——理律法律事務所 陳長文律師、李念祖律師

印刷——盈昌印刷有限公司

初版一刷——二〇一三年二月一日

定價——新台幣三〇〇元



◎行政院新聞局局版北市業字第第八〇號

版權所有 翻印必究

(缺頁或破損的書，請寄回更換)

## 國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

中國幸福消費新勢力：迎接中國第二波內需大商機，30件該做和不該做的事 / 雷小山 (Shaun Rein) 著；高茲郁譯。-- 初版。-- 臺北市：時報文化，2013.02

面：公分。-- (BIG叢書；232)

譯自：The end of cheap China : economic and cultural trends that will disrupt the world

ISBN 978-957-13-5709-6 (平裝)

1. 經濟情勢 2. 趨勢研究 3. 中國

552.2

101027426

The End of Cheap China

Copyright © 2012 by Shaun Rein

Complex Chinese translation copyright © 2013 by CHINA TIMES PUBLISHING COMPANY

All rights reserved.

This translation published under license.

ISBN 978-957-13-5709-6

Printed in Taiwan

# 中國幸福消費新勢力／目次

## ●前言

中國不再廉價 0 1 1

## ■第一章

中國億萬富豪超前美國 0 2 3

消費者最好開始習慣在賣場看到中國品牌的產品，而不只是「中國製」的標籤；企業也即將面對來自中國新興品牌的嚴厲挑戰，因為它們勢必顛覆市場，並扭轉全球勢力排名。

## ■第二章

薪資瘋漲，內銷中國崛起 0 4 7

過去三年，當美國從經濟衰退中顛簸復甦時，愈來愈多企業將它們在中國的工廠，從生產供應出口的貨品，轉型為製造內銷中國的產品。

— 第三章 —

走過文革，穩定是幸福之鑰 075

文化大革命時期的悲劇，  
影響了中國領導者與人民的世界觀，  
因此了解中國的現代史，  
將有助於我們理解現今中國人民的行為、樂觀的態度，  
以及政府的各項決策。

— 第四章 —

女力當道，精品消費看俏 107

《富比世》雜誌報導，  
全球十四位白手起家、  
資產超過十億美元的富豪裡，  
有七位是中國女性。

— 第五章 —

安全食品供不應求 135

中國人對安全食品的渴求，  
使得黑道不走私毒品、不販售盜版光碟、  
不經營妓院，  
而是開始賣起嬰兒奶粉。

—第六章—

透視中國貪腐沉痾 159

儘管中央政府決心肅貪，

貪汙仍然難以根除，

尤其是在地方層級；

貪腐持續傷害著北京政權的公信力。

—第七章—

中國不動產市場M型化 187

中國不動產業的主要問題，

不在於閒置住宅是否過剩，

或房屋貸款是否過多，

而是尋常老百姓是否有能力購屋，

以及市場上能否提供充裕的平價住宅。

—第八章—

中國熱錢是祝福，還是咒詛？ 217

在未來幾年內，

一個中國內部勢必要解決的問題，

是如何在其對天然資源的需求，

與其在國際事務上剛崛起的強勢地位之間，  
取得平衡。

## 第九章

### 填鴨式教育，阻礙中國通往強權之路 249

只教授如何考試以及死背答案的教育體制，  
不可能培養出成功的企業主管、老師與政府官員；  
唯有能夠讓學生學習如何適應變化，  
並從中成長的教育體制，  
才有可能培養出一流人才。

## 第十章

### 中國崛起，適者生存 275

能夠與時俱進的企業，  
絕對能隨著中國的崛起，  
創造就業機會，  
而非如克魯曼所主張的，  
「中國只會竊取工作機會」。

## 後記 293

## 致謝 295

**b**usiness

**i**dea

**g**rowth

BIG (Business, Idea & Growth) 系列希望與讀者共享的是：

●商業社會的動感 ●工作與生活的創意與突破 ●成長與成熟的借鏡





# 中國 幸福消費 新勢力

迎接中國第二波內需大商機  
30件該做和不該做的事

雷小山 Shaun Rein◎著  
高茲郁◎譯

THE END OF CHEAP CHINA



# 從世界廉價工廠，躍升世界消費市場，中國第二波大商機

## 整體概況

● 中國的勞工不再安於只求溫飽的工作，也不再屈就於低薪或惡劣的工作環境。中國政府為了保護勞工的權益，也開始提高最低法定薪資，並且試圖讓中國經濟從製造業，轉型為消費或服務業為主的型態。 P. 59

● 愈來愈多企業將它們在中國的工廠，從生產供應出口的貨品，轉型為製造內銷中國的產品。 P. 61

● 為了避免出現貧富不均的問題，中國人民銀行總裁周小川宣示，政府將優先執行社會安全與醫療福利政策，如此一來，中國老百姓對於未來前景的信心將與日俱增，進而願意提高消費。周小川明確指出，在未來數年內，刺激消費將會是中國央行最主要的政策。 P. 178

## 女性消費市場

● 現在，中國女性的收入超過家庭所得的一半。二〇一一年，在中國一百五十六億美元的奢侈品總消費額中，女性消費佔了五五%。《富比世》雜誌也報導了，全球十四位白手起家、資產超過十億美元的富豪裡，有七位是中國女性。 P. 115

● 現代中國女性正運用新獲得的財富與地位，影響中國市場的消費習慣，也改變了企

業進入中國市場的行銷方式。中國女性傾向購買具有質感的商品，而非廉價品，也會尋找能夠傳達社會地位的商品，儘管價格高昂，中國女性仍然會購買像路易威登或古馳等高級精品。

P. 124

● 中國女性的購物行為猶如M型沙漏，定位為中價位的品牌，如蓋普服飾，就在這種追求路易威登或最廉價商品的趨勢中流失市場。

P. 125

## 民生需求市場

● 在十五個城市訪談了五千位消費者後，我的公司發現，「食品與產品安全」無疑是中國消費者生活中最擔心的事。我們的調查也發現，只要能力所及，這些受訪者願意額外支付二〇%的費用，為自己與家人購買任何值得信賴的產品，包括他們會吃到的食品，或可能吸入肺部的油漆與亮光漆。

P. 140

● 據估計，從二〇〇九年到二〇一三年，中國百萬富翁的數目將從七十五萬激增至二百四十萬，這些富豪中許多人偏好購置不動產，他們因擔心可能的假帳問題，所以不太信任股票投資。

P. 205 / 206

## 第二波大商機

● 短短十年內，中國從一個毫無商機可言的精品荒漠，搖身一變成爲世界第二大精品市場，現在的中國人儼然就是一九八〇年代的日本人：無論到哪兒旅行，都大肆購買路易威登、古馳、蔻依等高級精品，體驗奢華富有的生活。因此，那些充分理解中國消費者需求的業者而言，這將會是龐大的商機，與崛起的機會。

P. 276

# 中國幸福消費新勢力／目次

## ●前言

中國不再廉價 0 1 1

## —第一章—

中國億萬富豪超前美國 0 2 3

消費者最好開始習慣在賣場看到中國品牌的產品，而不只是「中國製」的標籤；企業也即將面對來自中國新興品牌的嚴厲挑戰，因為它們勢必顛覆市場，並扭轉全球勢力排名。

## —第二章—

薪資瘋漲，內銷中國崛起 0 4 7

過去三年，當美國從經濟衰退中顛簸復甦時，愈來愈多企業將它們在中國的工廠，從生產供應出口的貨品，轉型為製造內銷中國的產品。

— 第三章 —

走過文革，穩定是幸福之鑰 075

文化大革命時期的悲劇，

影響了中國領導者與人民的世界觀，

因此了解中國的現代史，

將有助於我們理解現今中國人民的行為、樂觀的態度，

以及政府的各項決策。

— 第四章 —

女力當道，精品消費看俏 107

《富比世》雜誌報導，

全球十四位白手起家、

資產超過十億美元的富豪裡，

有七位是中國女性。

— 第五章 —

安全食品供不應求 135

中國人對安全食品的渴求，

使得黑道不走私毒品、不販售盜版光碟、

不經營妓院，

而是開始賣起嬰兒奶粉。

—第六章—

透視中國貪腐沉痾 159

儘管中央政府決心肅貪，

貪汙仍然難以根除，

尤其是在地方層級；

貪腐持續傷害著北京政權的公信力。

—第七章—

中國不動產市場 M 型化 187

中國不動產業的主要問題，

不在於閒置住宅是否過剩，

或房屋貸款是否過多，

而是尋常老百姓是否有能力購屋，

以及市場上能否提供充裕的平價住宅。

—第八章—

中國熱錢是祝福，還是咒詛？ 217

在未來幾年內，

一個中國內部勢必要解決的問題，

是如何在其對天然資源的需求，

與其在國際事務上剛崛起的強勢地位之間，  
取得平衡。

## 【第九章】

### 填鴨式教育，阻礙中國通往強權之路 249

只教授如何考試以及死背答案的教育體制，  
不可能培養出成功的企業主管、老師與政府官員；  
唯有能夠讓學生學習如何適應變化，  
並從中成長的教育體制，  
才有可能培養出一流人才。

## 【第十章】

### 中國崛起，適者生存 275

能夠與時俱進的企業，  
絕對能隨著中國的崛起，  
創造就業機會，  
而非如克魯曼所主張的，  
「中國只會竊取工作機會」。

## 後記 293

## 致謝 295



