



Xiaofei Zhuyi Wenhua yu
90niandai Dushi Xiaoshuo Bailing Shuxie

消费主义文化与 90年代都市小说白领书写

周礼红 ©著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press



Xiaofei Zhuyi Wenhua yu
90niandai Dushi Xiaoshuo Bailing Shuxie

消费主义文化与 90年代都市小说白领书写

周礼红 ©著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目(CIP)数据

消费主义文化与90年代都市小说白领书写 / 周礼红

著. —北京: 中央编译出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-5117-2192-1

I. ①消… II. ①周… III. ①都市小说—小说研究—
中国—当代 IV. ①I207.42

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第107509号

消费主义文化与90年代都市小说白领书写

出版人: 刘明清

责任编辑: 郑 芳

责任印制: 尹 璐

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京西城区车公庄大街乙5号鸿儒大厦B座(100044)

电 话: (010) 52612345 (总编室) (010) 52612352 (编辑室)

(010) 52612316 (发行部) (010) 52612315 (网络销售)

(010) 52612346 (馆配部) (010) 66509618 (读者服务部)

传 真: (010) 66515838

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京京华虎彩印刷有限公司

开 本: 787毫米×1092毫米 1/16

字 数: 210千字

印 张: 16

版 次: 2014年6月第1版第1次印刷

定 价: 65.00元

网 址: www.cctphome.com

邮 箱: cctp@cctphome.com

新浪微博: @中央编译出版社

微 信: 中央编译出版社(ID: cctphome)

本社常年法律顾问: 北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话: 010-66509618

序

张鸿声

礼红的博士论文做的是诗歌方面的研究。他是我的老学生了，现在生活在深圳这样的一个大都市，整天看到的是五彩斑斓的巨幅广告，听到的是房价太高的议论，感到消费主义文化每时每刻的浸滋。近几年，他冒出一个想做都市消费文化方面研究的念头。虽然博士已毕业，但他仍有着进取之心，于是就来到北京，申请在中国传媒大学做博士后，我是他的博士后合作导师。在博士后论文开题报告时，我从他草拟的十个题目中挑选出“消费主义文化与90年代都市小说白领书写”作为博士后出站报告的题目。

随着市场经济的深入，产业结构的变动，白领阶层也出现在中国人的视野中，成为中国社会关注的对象。他们被认为是具有品位、有格调和有消费激情的中国新兴中间阶层。消费主义文化与90年代的都市白领阶层有密切的联系。如何关注消费与处于萌芽阶段的中国白领之间的关系，渐渐地成为90年代都市小说表述的对象。消费主义文化对90年代都市小说的兴起产生了巨大的影响，都市小说不仅真实反映了现实中都市消费生活，也建构着想象中的现代性都市消费生活。部分白领阶层被消费主义文化赋予西方“中产阶级”想象。事实上，这不是白领真实的镜像，处于萌芽状态的白领阶层并没有达到西方中产阶级的地位。礼红的书稿从文学的角度分析消费主义文化对白领生活方式的影响，及塑

造白领形象的叙事方法和白领形象的审美意义，进而分析白领阶层的文化精神怎样参与都市文化的建构。

书稿共分了七章：第一章消费主义文化与都市小说，第二章消费主义文化与白领消费方式，第三章消费主义文化与白领休闲方式，第四章消费主义文化与白领的婚恋观，第五章都市小说白领的叙事方法及美学意义，第六章都市小说白领的“西方中产阶级”想象，第七章白领的文化精神与都市文化的建构。这本书稿，首先，从文学的角度分析消费主义文化对白领生活方式三个方面的影响。一是消费主义文化对白领消费方式影响。白领消费方式主要包括品牌消费和环境空间消费，其趋势呈现从物到符号的变化，此变化反映了白领消费与白领身份认同之间的关系；二是消费主义文化对白领休闲方式影响。白领休闲方式主要包括外出旅游休闲、文化鉴赏休闲和体育锻炼休闲。此方式反映出白领追求休闲的“小资”情调；三是消费主义文化对白领的婚恋观影响。白领的婚恋观呈现出虚幻式的、合同式的和独立式的三种婚恋形态，但他们的婚恋主调是“金钱享受”型。其次，书稿分析了都市小说塑造白领形象的狂欢化叙述、传奇化叙事、符码化叙事和性别化叙事的方法及白领形象的“都市民间”美学意义。再次，揭示部分都市小说白领被消费主义文化赋予“西方中产阶级”想象的神话，其目的在于建构现代性都市的消费社会，而不是白领真实生活状态。最后，书稿讨论了都市小说白领的文化精神与都市文化建构之间的关系。城市白领通过消费寻求身份认同的品位文化既利于都市文化的建构又易于坠入消费欲望的陷阱，因此研究“白领”在社会、文化和文学上具有重要意义。

书稿多有创新之处。从研究的意义来说，在社会层面上，这部书稿有利于掌握消费主义文化影响下的都市白领真实生存状况。一方面对白领消费现状的分析能够为我国当代社会分层的研究提供有益的思路；另一方面研究白领的消费有助于解决目前中国社会稳定的问题。在文化层

面上，90年代以来，在经济全球化背景的影响下，消费主义文化对大众社会物质和精神领域强劲地渗透，分析消费主义文化的积极和消极影响，有利于繁荣社会主义文化，为社会主义精神文明建设提供经验。在文学层面上，90年代以来中国都市化进程加剧，消费主义文化影响到都市人的生活，中国都市小说自然地打上消费主义文化的印记。以往的研究较多从性别批评的角度分析90年代都市小说人物塑造，从消费主义文化视角切入90年代都市小说中独特的白领阶层研究实属少见。因此，从消费主义文化视角研究90年代都市小说中的白领的形成、生存状态和白领的文化精神，拓展了都市文学的研究领域。其次，在研究方法的选取方面，书稿综合运用文化学、文学和社会学研究方法。礼红试图打破文化学、文学和社会学的壁垒，以消费主义文化为视角，用文学文本的阐释方法来论述社会学范畴内白领群体的形成、生成状态、美学意义和文化精神。在观念创新方面，他认为文学中都市白领的“中产阶级”想象，并不是白领的真实镜像。他承认都市文学对现实都市消费生活既有真实的反映功能，也有对都市生活的想象功能。90年代中国白领群体处于萌芽状态，常被消费主义文化赋予西方的“中产阶级”想象，这其实是文学中都市现代性想象，并不是白领真实镜像，中国白领有着自身的特点。

这篇序写得有点像书评。因为礼红跟着我做都市文学的研究，所以我就说些专业上的话。算是这部书稿的序吧。

张鸿声

2013年11月北京

绪 论

一、研究背景及意义

随着市场经济的深入，产业结构的变动，白领阶层也出现在中国人的视野中，成为中国社会关注的对象。再加上消费主义文化在中国的传播，他们被认为是具有品位、有格调和有消费激情的中国新兴中间阶层。消费主义文化与 90 年代的都市小说中白领群体有密切的联系。如何关注消费与处于萌芽阶段的中国白领之间的关系，渐渐地成为 90 年代都市小说表述的对象。消费主义文化对 90 年代都市小说的兴起产生了巨大的影响，都市小说不仅真实反映了现实中都市消费生活，也建构想象中的现代性都市消费生活。部分白领阶层被消费主义文化赋予“西方中产阶级”想象。事实上，这不是白领真实的镜像，处于萌芽状态的白领阶层并没有达到西方中产阶级的地位。本书从文学的角度分析消费主义文化对白领生活方式的影响，及塑造白领形象的叙事方法和白领形象的审美意义，进而分析白领阶层的文化精神怎样参与都市文化的建构。

因此，本书研究意义主要有三个方面：在社会层面上，有利于掌握消费主义文化影响下的都市白领真实生存状况。一方面对白领消费现状的分析能够为我国当代社会分层的研究提供有益的思路；另一方面研究白领的消费有助于解决目前中国社会稳定的问题。在文化层面上，90 年代以来，在经济全球化背景的影响下，消费主义文化对大众社会物质

和精神领域强劲地渗透,分析消费主义文化的积极和消极影响,有利于繁荣社会主义文化,为社会主义精神文明建设提供经验。在文学层面上,拓展了都市文学的研究领域。90年代以来中国都市化进程加剧,消费主义文化影响到都市人的生活,中国都市小说自然地打上消费主义文化的印记。以往的研究较多从性别批评的角度分析90年代都市小说人物塑造,从消费主义文化视角切入90年代都市小说中独特的白领阶层研究实属罕见。因此,从消费主义文化视角研究90年代都市小说中的白领的形成、生存状态和白领的文化精神,拓展了都市文学的研究领域。

二、研究文献综述

国内研究现状:关于消费主义与90年代都市小说中的白领研究国内大致有两类成果:其一,有关消费主义文化与90年代都市小说的研究。王晓明教授的《在新意识形态的笼罩下——90年代的文学与文化分析》一书讨论消费主义文化对90年代广告、时尚杂志、建筑、电影和文学的影响^①;邵燕君教授的《倾斜的文学场——当代文学生产机制的市场化转型》一书涉及消费主义文化与90年代都市小说产生的生产机制^②;陈继会的专著《新都市小说与都市文化的精神》对都市小说中反映的消费主义文化进行较多的批判^③;吴福辉教授在《关于都

① 王晓明主编:《在新意识形态的笼罩下——90年代的文学与文化分析》,南京:江苏人民出版社,2000年。

② 邵燕君:《倾斜的文学场——当代文学生产机制的市场化转型》,南京:江苏人民出版社,2003年。

③ 陈继会:《新都市小说与都市文化精神》,合肥:安徽教育出版社,2012年。

市、都市文化和都市文学》一文中提出都市文学在消费主义文化的影响下如何理解都市人与城关系的问题^①。其二,有关90年代都市小说人物塑造的研究。张颐武教授在《职场文化与都市白领的文学想象》一文中论及了白领的“中产阶级”想象^②;张鸿声教授的论文《文化缺失——当代都市文学论略》简略地提及了小说中白领形象^③;陈晓明教授在《走向新状态:当代都市小说的演进》一文指出有关白领阶层的小说开始在都市文学中已占有一席之地^④;孟繁华教授的论文《物欲都市的迷乱与反抗》论述了在物欲都市中迷乱与反抗的都市人物形象^⑤;张学昕、赵欣的论文《守望在城市空间的“空心人”——90年代“新都市小说”人物形象分析》以“70年代以后”作家群的“新都市小说”创作为着眼点,分析其小说所展现的人物形象群落——“空心人”,概括这一创作现象的具体美学特征及精神走向^⑥;叶立新的论文《都市文学中的两种‘新’形象》从形象模式和特性角度分析了都市文学中新富人形象和新新人类形象,指出两种形象的产生是都市环境下欲望化叙事的结果,而作家叙事态度的变化则进一步昭示着消费主义、享乐主义对中国文学的负面影响^⑦。

① 吴福辉:《关于都市、都市文化和都市文学》,《上海师范大学学报》,2007年第2期。

② 张颐武:《职场文化与都市白领的文学想象》,《艺术评论》,2010年第1期。

③ 张鸿声:《文化缺失——当代都市文学论略》,《理论与创作》,2005年第4期。

④ 陈晓明:《走向新状态:当代都市小说的演进》,《文艺争鸣》,1994年第4期。

⑤ 孟繁华:《物欲都市的迷乱与反抗》,《山花》,1997年第8期。

⑥ 张学昕、赵欣:《守望在城市空间的‘空心人’——90年代‘新都市小说’人物形象分析》,《大连民族学报》,2001年第1期。

⑦ 叶立新:《都市文学中的两种‘新’形象》,《求索》,2003年第2期。

国外研究现状：在国外研究中较多的是齐美尔、凡勃伦、波德利亚和布迪厄等人从社会学的角度分析消费主义与白领分层之间的研究；虽然李欧梵的专著《上海摩登》涉及消费主义对30年代海派文学的都市人的影响^①，但是鲜有学者从消费主义文化角度论述90年代都市小说白领形象。

综上所述，在国内有关消费主义与90年代都市小说的研究，讨论了消费主义与90年代小说产生的背景、都市人的生存方式、人物的形象、小说的叙述策略等多方面的影响，涉及消费主义与都市小说人物塑造的文章较多零散在专著中，没有系统地论述消费主义与90年代都市小说中人物塑造之间的关系。有关90年代都市小说人物塑造的研究，虽然涉及消费主义与90年代都市人物的塑造，但是塑造得较多的是“空心人”形象、新富人形象和新新人类形象。张颐武、陈晓明、张鸿声等人只是提及白领形象，但并没有从消费主义文化视角论述这一形象的生存状况，涉及到消费主义文化与90年代都市小说的白领形象塑造的专著并不多。在国外消费主义文化与白领阶层的研究，较多的是从社会学的角度讨论消费主义文化与白领分层之间的关系，而从文学的角度讨论消费主义与90年代都市小说白领之间关系的研究却寥寥无几。站在前人研究的基础上，本书试图打破文学、文化学和社会学的壁垒，以专著的形式从消费主义文化视角研究90年代都市小说中白领的形成、生存状态、美学意义和文化精神，从而填补中国当代都市文学研究的空白。

三、本书创新之处

本书创新之处主要有三个层面：首先，在研究领域方面，拓宽都市

^① [美] 李欧梵：《上海摩登——一种新都市文化在中国》，毛尖译，北京：北京大学出版社，2001年。

文学研究的领域。90年代以来中国都市化进程加剧，消费主义文化影响到都市人的生活，中国都市小说自然地打上消费主义文化的印记。以往的研究较多从性别批评的角度分析90年代都市小说人物塑造，从消费主义文化切入以专著的形式研究90年代都市小说白领形象的视角实属罕见。因此，从消费主义文化视角研究90年代都市小说中白领的形成、生存状态、美学意义和文化精神，拓展了都市文学研究领域。其次，研究方法的选取方面，综合运用文化学、文学和社会学研究方法。本书试图打破文化学、文学和社会学的壁垒，以消费主义文化为视角，用文学文本的阐释方法来论述社会学范畴内白领群体的形成、生成状态、美学意义和文化精神。最后，在观念创新方面，认为文学中都市白领的“西方中产阶级”想象，并不是白领的真实镜像。本书首先承认都市文学对现实都市消费生活既有真实的反映功能，也有对都市生活的想象功能。90年代中国白领群体处于萌芽状态，常被消费主义文化赋予西方的“中产阶级”想象，这其实是文学中都市现代性想象，并不是白领真实镜像，中国白领有着自身的特点。

四、研究目标

本书从文学的角度分析消费主义文化对现实社会中白领群体形成原因、白领消费方式、白领休闲方式、白领婚恋观、白领文化精神的影响，并通过塑造白领形象的叙事方法探寻白领形象的美学意义，试图真实地反映正在成长的白领生存状况和文化精神，而不是被赋予的“西方中产阶级”想象，进而分析白领阶层的文化精神怎样参与都市文化的建构。

五、研究内容

第一章 消费主义文化与都市小说。首先，对西方消费主义文化进

行梳理,西方主要消费主义文化理论有齐美尔的“时尚”消费论;凡勃伦的“炫耀性消费”思想;波德里亚的“符号消费”论和布迪厄的“品位区隔”论。其次,分析 90 年代中国都市已具备消费社会的土壤,在消费主义的影响下都市小说与现代都市消费生活互相阐释互相印证。再次,讨论白领出现在都市小说的原因及本书研究白领的范围。白领的范围主要是指市场化企业被雇佣的非体力劳动的人员;白领形象主要在北京、上海、广州和深圳等地的都市小说中有所反映,其中北京的都市小说以邱桦栋的小说为代表;上海的都市小说以王安忆、卫慧和棉棉的小说为代表;广州的都市小说以张欣和张梅的小说为代表;深圳的都市小说以缪永和谢宏的小说为代表。最后,界定白领的概念,并将西方美国白领阶层形成过程和中国白领阶层形成过程进行比较,以突出 90 年代中国白领的特点。

第二章 消费主义文化与白领消费方式。白领的消费方式受到消费主义深刻的影响,并在都市小说中有所反映。首先,讨论白领消费的发展趋势:从物到符号。白领较多追求的是物的符号意义,而不仅是物的使用价值。其次,讨论都市小说白领受消费主义影响主要存在两种消费方式:一是品牌消费,主要包括名牌的衣服、首饰和高档的车、房等消费;二是环境空间消费,主要包括购物广场、咖啡厅、西餐厅和酒吧等场所消费。再次,讨论白领消费深层的文化意义是要建构自己的身份认同,白领主要通过建立群体归属感和个体的自我识别来追求自己的社会地位。最后,讨论影响白领的消费与身份认同之间关系的动力因素,白领归属感的缺失、社会地位的恐慌和自我实现的渴望是影响白领消费与身份认同之间关系的动力因素。

第三章 消费主义文化与白领休闲方式。白领的休闲生活打上了消费主义文化的烙印,在都市小说中也有所反映。首先,讨论白领休闲生活的“小资”情调,白领一般有较高的学历背景、不菲的收入,以脑力为资本,享受着窗明几净的舒适环境;他们衣着光鲜,谈吐风雅,虽

然生活节奏紧张,休闲生活却经营得有声有色,到处都透出文化品位。其次,讨论白领的三种休闲方式:一是外出旅游休闲,卫慧、棉棉等人的小说常展现出白领的这种休闲生活;二是文化鉴赏休闲,是指一些小说经常描写白领们去音乐厅、歌剧院和电影院等具有一定文化品位地方的生活方式,在很多都市小说都描绘了白领们这种休闲生活;三是体育锻炼休闲,是指一些小说中的白领经常去保龄球馆、网球场、羽毛球场、高尔夫球场和游泳馆等地方放松自己,很多都市小说大肆渲染了白领们这种休闲生活。

第四章 消费主义文化与白领的婚恋观。婚恋观是价值观中重要组成部分,消费主义文化对转型期白领阶层的婚恋观产生了重要影响。首先,讨论90年代都市白领的主流婚恋观,部分白领的婚恋观从80年代“爱情至上”的主流向“金钱享受”的主流转变。其次,讨论“金钱享受”婚恋观两种具体的表现形式:一是合同式的婚恋形态,主要指一些女白领有自己的爱情标准,但没有发展自己的“第一桶金”,只能利用美貌和身体,迎合着男人的消费欲求,和男人达成一种契约,以此去换取个体主体性伸张的空间,性交易完成,马上分道扬镳。二是虚幻式的婚恋形态,部分白领想通过时尚的追求,来重新确定女性自我形象,往往借助和男性的性关系来重构自己对“虚幻”婚姻的向往,她们却又在“虚幻”的时尚婚恋中迷失自己。最后,讨论独立式的婚恋形态,也有一部分白领抵制了消费主义的金钱诱惑,寻找自己纯美的爱情,形成独立式的婚恋形态。

第五章 都市小说白领的叙事方法及美学意义。白领的生活方式深受消费主义文化的影响,这样便出现了与相适应地塑造白领形象叙事方法。首先,探讨白领形象塑造的叙事方法的四种方法:一是狂欢化叙事,是指巴赫金所解释的“狂欢节”和文学情景中的“狂欢节化”,这正暗合了当代中国的这种社会与文化转型。卫慧、棉棉等人早就用享乐和放纵来反对“正统女性伦理”对女性身体的束缚,宣扬一种世俗化

的价值观。二是传奇化叙事，这与明代末叶的世俗化和市场化才子佳人小说有相似之处，它强调叙事之“奇”，用跌宕的情节将人间离合情怨写得淋漓尽致。张欣的白领小说常采用这种手法，但不同的是，张欣常将这种才子佳人式的喜剧结局改造为金钱美人式的悲剧结局。三是符码化叙事，是指用符号来指代小说人物的真实姓名的方法，西方卡夫卡等人的小说惯用这种方法。在邱华栋的白领小说也常存在这种写法，人物常以符号出现，反映了被物异化的迷失人，这和三十年代新感觉派叙事有相似之处。四是性别化叙事，是指在消费主义社会里女性常被塑造成成为男人的消费品，呈现出男强女弱的趋势。在王海玲和张欣的小说中这种叙事特别明显。其次，讨论“白领”的“都市民间”美学意义，这种形态由消费主义文化所致，它以一种新的文化祛魅、道德与宗教祛魅的价值观诠释市民生活方式。

第六章 都市小说白领的“西方中产阶级”想象。90年代有部分都市小说把白领想象为“西方中产阶级”，这不是白领的真实生活状况。首先，分析城市文学研究中两种研究范式：一是再现论的城市文学研究，另一种是表现论的文学中的城市研究。其次，概括了想象中“西方中产阶级”文化的特征为时尚的前卫姿态、品牌的档次追求和优雅闲适的情调。这些文化特征无异都打上消费主义文化的烙印。再次，指出90年代中国白领和当前西方中产阶级的区别和联系。最后，揭示在消费主义语境中90年代都市小说想象背后存在的问题：一是用消费地图遮蔽了底层经验的表达；二是用“优雅”遮蔽白领身份的焦虑。

第七章 白领的文化精神与都市文化的建构。这一部分主要讨论白领文化精神与都市文化及都市小说之间的关系。首先，讨论白领的文化精神。白领的生活方式深受消费主义的影响，从而形成白领的文化精神，其包括两个方面：一是寻求身份认同的品位文化；二是追求欲望的享乐主义文化。其次，讨论白领追求身份认同的品位文化的积极意义。总体上说，这种文化是大众文化的表征，其对都市市民文化的建构具有

积极意义。再次，讨论白领享乐主义消费的误区，白领享乐主义消费极易陷入消费主义文化“欲望”的陷阱，这也是消费主义文化影响不利的一面，其对都市文化建构具有负面作用。最后，讨论作家在都市小说中塑造白领形象时要注意的问题。作家在小说中塑造白领形象时，要警惕“中产阶级”想象，正确处理好节俭与奢侈，激情与理性、主动与被动、雅与俗的消费张力关系，这是书写白领品位文化的重要环节。

六、拟研究的关键问题

本书拟研究的关键问题有以下三个方面：首先，如何分析消费主义文化对都市小说中白领的消费方式、休闲方式和婚恋观的影响。其次，怎样理解都市小说通过狂欢化叙述、传奇化叙事、符码化叙事、性别化叙事方法来塑造白领形象及其白领形象的“都市民间”美学意义。再次，如何讨论文学中的白领文化精神与都市小说创作之间的关系以及白领的文化精神在当前都市文化建构中的作用。

七、拟采取的研究方法

本书拟采取的研究方法：首先，文本分析和理论阐释相结合。把消费主义文化理论和90年代都市小说文本结合起来，强调文本和理论相互印证或印证。其次，历时分析和共时归纳相统一。既要消费主义文化理论做一番梳理和考察，同时也分析消费主义文化、都市文化和都市文学之间的内在关系。再次，综合运用诠释学、社会学、文化学、符号学和文学的研究方法。从理论和作品入手，对消费主义与90年代都市小说中白领进行全方位、跨学科的综合研究。

目 录

绪 论	1
第一章 消费主义文化与 90 年代都市小说	1
第一节 消费主义文化在中国	1
第二节 消费主义文化与现代都市	8
第三节 都市小说“白领”的出现	13
第四节 白领概念的界定	19
第二章 消费主义文化与白领消费方式	46
第一节 白领消费的趋势：从物到符号	46
第二节 白领品牌消费	49
第三节 白领环境空间消费	56
第四节 白领消费与白领身份认同	61
第三章 消费主义文化与白领休闲方式	84
第一节 白领休闲的“小资”情调	84
第二节 白领外出旅游休闲	87
第三节 白领文化鉴赏休闲	90
第四节 白领体育锻炼休闲	93
第四章 消费主义文化与白领的婚恋观	97
第一节 “金钱享受”型的婚恋主调	97

第二节 合同式的婚恋形态	101
第三节 虚幻式的婚恋形态	105
第四节 独立式的婚恋形态	110
第五章 都市小说白领的叙事方法及美学意义	114
第一节 狂欢化叙事	115
第二节 传奇化叙事	118
第三节 符码化叙事	121
第四节 性别化叙事	127
第五节 “都市民间”的美学意义	130
第六章 都市小说白领的“西方中产阶级”想象	132
第一节 文学中的城市研究范式	132
第二节 白领的“西方中产阶级”文化想象	137
第三节 90 年代中国白领与西方中产阶级	146
第四节 90 年代都市小说想象的背后	152
第七章 白领的文化精神与都市文化的建构	162
第一节 白领寻求身份认同的品位文化	162
第二节 白领享乐主义消费的误区：坠进欲望的陷阱	168
第三节 都市小说白领形象塑造与消费张力场	176
结 语	181
参考文献	185
附录 1	196
附录 2	220
后 记	235