



KAI FANG DA CHAO XIA DE SHENG HOU FANG SHI

开放大潮下的 生活方式

童星 / 于存海 / 周清平 / 林存瑛
著

外面的世界真精彩：国人因我多年的生活方式开始变了。

轻舟已过万重山：对外开放以来生活方式变迁的画面。

东风忽起垂杨舞：生活方式变迁的诱因和动力。

一石激起千层浪：生活变迁对社会、经济、政治、

诸领域的影响。

万物兴衰皆自然
迁的机制和规律
万紫千红总是春

人生活方式展



开放大潮下的 生活方式

著

童星 / 于存海 / 周清平 / 林存璞

(京)新登字 083 号

责任编辑:姜晓艳

封面设计:蔡顺兴

图书在版编目(CIP)数据

开放大潮下的生活方式/童星等著. —北京:中国青年出版社,1995. 4

ISBN 7-5006-1752-6

I. 开… II. 童… III. 社会生活-方式-中国-当代 IV. C913

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 11214 号

中国青年出版社出版 发行

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

空军指挥学院印刷厂印刷 新华书店经销

787×1092 1/32 12.5 印张 2 插页 230 千字

1995 年 4 月北京第 1 版 1995 年 4 月北京第 1 次印刷

定价 10.30 元

目 录

一、外面的世界真精彩	1
1. 国货洋货 琳琅满目	2
衣食住行用玩 花样翻新	2
商场小店地摊 蜂涌而出	6
音像文字广告 狂轰滥炸	9
假冒伪劣商品 鱼目混珠	11
2. 东宾西客 南腔北调	15
来华洋人 与日俱增	15
港商台胞 处处可见	17
新式串联 雄伟壮观	18
中英文相间 简繁体并存	22
3. 来也匆匆 去也匆匆	24
湍急的都市人流	25
快节奏的乡村交响曲	27
紧张的斗室生活	27
快节奏的时间观念	29
4. 风移俗易 观念更新	33

从墨守成规转向追新求异	33
从知足常乐转向应有尽有	36
从自给自足转向外求他人	38
从后顾式比较转向前瞻式比较	40
从同质封闭式交往转向异质开放式交往	42
5. 芸芸众生 姿态各异	44
排斥、犹豫	44
冒险、探奇	46
涓涓细流	48
二、轻舟已过万重山	50
1. 生活方式概念漫笔	50
生活方式的三种含义	51
生活方式的四大要素	53
生活方式的四项内容	55
生活方式的集中表现	57
2. 消费方式现代化	59
消费观念：革故鼎新	59
消费行为：改弦易辙	64
消费风气：趋之若鹜	68
3. 闲暇生活纷然杂陈	73
自由天地豁然开朗	73
“夕阳无限好，只是近黄昏”	75
现代风潮扑面而来	76
黄流恶浪其势汹汹	79

4. 日常交往广泛频繁	81
充满资讯的世界	81
日常交往新基调	83
编织“义利图”的人们	87
5. 婚恋家庭百花园	91
传统观念的终结	91
红花盛开惹人喜爱	95
黄花满地招人议论	99
几朵怪花令人讨厌	103
三、东风忽起垂杨舞	106
1. 东南季风拂面而来	106
拆除厚实的挡风墙	107
特区人扶摇直上	112
“流水不腐 户枢不蠹”	116
苍蝇和灰尘随风而入	121
2. 古老华夏弃旧图新	125
魅力无比的先行者	126
社会转型的题中之义	132
体制改革的必然结果	138
3. 新一轮的“星火燎原”	144
乡镇企业异军突起	144
“星火计划”成效显著	150
城里来了“农民工”	155
“二元”向“一元”的回归	158

4. 神通广大的“魔术师”	165
提供量多质好的生活资料	165
开辟舒适宜人的生活坦途	168
倡导新型的生活观念	171
塑造高层次的生活主体	174
四、一石激起千层浪	178
1. 经济活动的指挥官	178
由生产决定到消费决定	180
由计划调节到市场调节	189
由国家投资到民间投资	194
2. 社会结构的设计师	198
第三产业的兴起	198
职业结构的变迁	204
群体中心的转移	209
“空间差”缩小 “时间差”扩大	212
3. 人人都要学会生存	217
“臭老九”真的香起来	217
“智力投资”行情看涨	220
教育改革方兴未艾	222
宣传教育工作急待更新	225
4. 荒漠还是沃洲?	230
5. 当代的和平鸽与橄榄枝	234
和平——时代的主题	234
稳定——中国的希望	236

安全——群众的心声	238
6. 改革进一步深入人心	240
发人深省的史实	240
自主意识的增强	242
行政高效的保障	244
五、万物兴衰皆自然	247
1. 一体化：“地球村”与“世界公民”	247
“地球村”的形成	248
“世界语”的出现	253
生活方式全球“趋同”	255
“世界公民”初现端倪	260
2. “光环”效应：示范与攀比	263
鲜艳夺目的“光环”	263
推波助澜的“传媒”	265
随波逐流的“攀比”	269
神秘莫测的“时尚”	271
3. 文化“反哺”：创新与认同	274
“有其父必有其子”	274
“开弓没有回头箭”	276
“伊壁鸠鲁夹缝里的神”	279
“裂变”、“空白”与“萌生”	282
十年动乱向十年开放的“迁徙”	286
辉煌的青年时代	288
4. 返朴寻根：传统与永恒	291

“寻根热”与民族主义浪潮·····	291
传统与现实的互动·····	295
传统在现实中的社会功能·····	298
还是得批判地继承传统·····	304
六、万紫千红总是春 ·····	310
1. 生活观念再次更新 ·····	310
审美观念:“大即美”转向“小即美” ·····	311
工作伦理:标准化、批量化转向多样化、个性化 ···	314
价值观念:物质至上转向精神至上 ·····	318
2. 消费方式进一步世界化 ·····	321
消费水平的差距在缩小·····	321
消费结构趋同·····	325
消费习惯全球化·····	330
3. 闲暇与工作渗透,与紧张并存 ·····	333
闲暇时间大幅度增加·····	333
闲暇与工作互渗·····	340
多彩的闲暇中还有单调和紧张·····	343
4. 人际交往出现新格局 ·····	346
交往技术手段高科技化·····	346
私交“公关化”·····	350
人距忽近忽远,心扉若开若闭 ·····	355
5. 家庭功能重新扩大 ·····	359
工作家庭化·····	359
家政、家教、家艺的繁荣·····	365

单身“家庭”的崛起·····	369
结束语:去朦朦阴霾,唤朗朗晴空 ·····	376
西方生活方式发展中的阴影·····	376
倡导文明、健康、科学的生活方式·····	384
后记 ·····	389

一、外面的世界真精彩

20 世纪 70 年代末,我国结束了对外“闭关”、对内“关闭”的旧时代,开始了对外“开放”、对内“放开”的新时期。长期的闭关自守曾使许多中国人夜郎自大,故步自封;对外开放的大潮则把他们卷入一个全新的天地,放眼世界看到了山外有山、天外有天。几十年的户籍管理制度、票证供应制度、劳动人事的单位所有制度和社会风险的单位保障制度以及其他众多的清规戒律,曾把许多中国人终生束缚在某一特定的地域内或岗位上;对内“放开”的大潮则推动他们走南闯北,立足华夏,四海为家。其实,对内“放开”相对于某一特定地域内或岗位上的人们来说,也是一种对外“开放”。开放以前,溢美乡邦成风,“谁不说俺家乡好”,谁不夸咱单位强? 开放以来,人们普遍体验到“外面的世界更精彩”,人人心思动,都想到广阔的天地去走一走、遛一遛。“跳槽热”、“第二职业热”、“离乡热”、“出国热”,昌盛不衰。中国人的生活方式正在发生着巨大的变革,许多延续了几十年、几百年甚至上千年的陈规旧习再也无法维持下

去了。

1. 国货洋货 琳琅满目

过去，老人在教训晚辈要爱家恋乡、知足常乐时，常常告诫说：“不要被外面花花绿绿的世界迷了眼，乱了心。”言下之意就是指琳琅满目的商品具有巨大的诱惑力，年轻人可要当心啊！确实，时至今日，外面的世界之所以精彩迷人、有诱惑力，也正因为它是花花绿绿的。

衣食住行用玩 花样翻新

首先看衣。在服装用料上，过去是棉布“一统天下”，现在是涤纶、毛涤、三合一、人造丝、太空棉、金属棉各领风骚，形形色色的化学纤维日益排挤着天然纤维。在服装制作上，从外装到内衣，从布制衣到绒线衣，都向成品化、套装化的方向发展，作为传统家务劳动内容之一的缝纫和编织，在许多家庭已经销声匿迹。在穿着打扮上，过去是蓝、黑、灰“老三色”，外加“万绿丛中一点红”^①，现在则是如花似锦、姹紫嫣红；过去是“中山”、“学生”、“解放”“老三装”，现在则追求时髦、模仿新潮，时装季季更替，流行色年年换新。服装消费的变化引起了相关商品的配套发展：大量使用化纤以后，导致洗涤剂由天然向合成的转化以及洗衣机的普及；花色款式的不断翻新，使得许多服

^① 指草绿的军装配上大红的领章、帽徽。

装尽管还有使用价值,也被丢弃不穿,再也看不到“新三年、旧三年,缝缝补补又三年”的情况了;随着服装面料的高级化和款式的新潮化,帽子、鞋子、腰带、挎包和装饰品、化妆品等相关商品也得紧紧跟上。现在,穿衣已经超越了“蔽体以遮羞,保温以御寒”的功能,越来越发挥着表现穿着者追求美感、体现自身价值的作用。

其次看食。粮票曾经是城镇居民生活中须臾不可或缺的“命根”,现在除了在海内外极个别收藏家眼中还保持着昂贵的“身价”以外,早已“一钱不值”,继广东、浙江两省宣布取消粮票以后,全国各省、市、自治区都先后给粮票“送了终”。这既说明了粮食生产和供应形势得到根本性的好转,也显示出国民的饮食结构已经从以原粮为主,逐步转向以肉、奶、蛋及各种粮食制成品为主,从吃得饱转向吃得好、吃得有营养。多数城镇家庭天天餐桌上有荤菜,许多城市三分之一左右的市民都能喝上鲜牛奶,面包、饼干、方便面、快餐盒饭等粮食制成品和猪肉、虾仁、鸡腿等食品小包装的销售量直线上升。以往逢年过节,家宴酒席不过是“8大碗”,现在招待客人则是冷盘、热炒、烧、炖、汤等 20 多道,还包括不少野味、海鲜和名贵补品。饮料、咖啡排挤了白开水、大碗茶;易拉罐取代了玻璃瓶、塑料管。人们正在听从医学家、营养学家的劝告,多吃高蛋白、低脂肪,许多营养保健食品也受到了青睐。当 3 人的核心家庭迅速普及、城市生活向农村逐渐渗透、妇女从家庭主妇的地位中解放出来的时候,食品加工和快餐业也得到了突飞猛进的发展。广东质量上乘、包装精美的食品早已击败久负盛名的上

海饼干、苏式月饼，大批港台风味的快餐和副食风靡大陆，就连大洋彼岸的美国“肯德基(鸡)”和“汉堡包”也引起了国人的极大兴趣。

第三看住。人人都想有个温馨而又舒适的家。无论是先富起来的农户，还是生活境遇稍有改善的农户，都把他们最初的收入投在住宅建设上。绝大多数的农舍结构已由土墙草顶变成了砖墙瓦顶，屋内由矮小昏暗、家徒四壁变成了高大明亮、陈设满堂。在长江三角洲、珠江三角洲、胶东半岛、辽东半岛等富裕地区，农民普遍住上了楼房，有的还盖了独家宅院。《中国统计年鉴》(1992)显示，全国农村每年新建的住房面积都近 10 亿平方米；农村人均居住面积由 1978 年的 8.1 平方米增加到 1991 年的 18.5 平方米，翻了一番多。在城市，每年新建的住房面积都近 2 亿平方米，其中全民和城镇集体投资新建住宅年年超过 1 亿平方米，人均住房面积已由 1978 年的 3.6 平方米增加到 1991 年的 6.9 平方米，接近翻了一番。十几层、二十几层的高层住宅已不稀罕，几十幢、上百幢连成一片的住宅小区到处可见。新增的住宅几乎都是公寓套间式的，有厅、带阳台，厨房、卫生间齐全，结构合理，美观实用。唐代大诗人杜甫老先生“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”的美好祝愿正在变为现实。

第四看行。全国到处都在筑路架桥，初步建成了四通八达的公路网和铁路网。石子路面改成柏油路面，柏油路面改成水泥路面，非等级公路改成等级公路，非封闭式公路改成封闭式公路，平面交通网络改成立体交通网络，从而大大提高了汽车

的行驶速度和运输效率。铁路交通也推出了全封闭、带空调的双层旅游列车和长途直达特别快车，直达特快从北京到沈阳不足 10 个小时，从北京到上海也只要 16 个小时。乘飞机探亲、旅游、跑生意、出公差，也成了很平常的事情。大中城市早已结束了公交车一花独秀的局面，出现了高档次的出租车、中档次的中巴车和低档次的专线车、公交车来往穿梭、争芳斗艳的生动景象。自行车不仅在城乡都已得到普及，而且开始更新换代，变速车、电瓶车、山地车、摩托车日益增多。总之，人们行得越来越方便，越来越迅速了。

第五看用。这些年来，人们消费方面最显著的特点就是耐用消费品的普及。开放之前，手表、自行车、缝纫机、收音机等“四大件”就是城乡家庭的最高追求了；进入 80 年代以后，人们竞相购买彩电、冰箱、洗衣机、录音机等新的“四大件”。据国家统计局城乡调查总队 1990 年提供的统计资料显示，在我国 31 个人均年收入超过 2000 元的城市中，彩电与冰箱已基本普及，其中彩电普及率达 100% 的有深圳、珠海、佛山、东莞、顺德、冰箱普及率达 100% 的有珠海、昆山、北京。进入 90 年代以后，录像机、空调器、电话和高级音响已成为更新的“四大件”，它们与小家电系列、卡拉 OK 机、电子游戏机、打字机、家庭电脑、照相机等将成为整个 90 年代的消费热点。另一个显著的特点是消费品日益从实用型向艺术型方向发展。比如家用灯具，从白炽灯、日光灯发展到吊灯、壁灯、吸顶灯，从单纯的白光发展到五彩缤纷，用灯仅仅是为了照明的时代已经过去，灯具作为一种艺术品，使得寻常百姓家四壁生辉。除了女

性的装饰外，男性的装饰也日趋时髦；除了领带夹、袖扣、胸针、戒指、手镯、耳环、项链外，带有艺术性的手表链、腰带扣、眼镜架、钢笔套等等也被列入了首饰的范围。

第六看玩。过去我们只在电视里、报刊上看到西方人想着点子玩耍，绞尽脑汁寻开心，感到他们真是“吃饱了饭没事干”；在开放大潮的冲击下，各种现代化的娱乐设施也在我国雨后春笋般地拔地而起，电视、录像、高级音响、卡拉OK相继走进了平民家庭，魔方、滑板、变形金刚、电子游戏机不仅吸引了孩子，而且迷住了成年人。另一方面，体现传统特色的娱乐也比比皆是：各地的艺术节此起彼伏，各类棋牌魅力不减，灯会、杂技、放风筝、赛龙舟等等都吸引着众多的人们。

商场小店地摊 蜂涌而出

衣食住行用玩诸方面的所有新花样都离不开商品，而商品又和市场形影不离。商品必须在市场上流通，反之，也只有市场上才能找到衣食住行用玩所需要的商品。所以，同衣食住行用玩花样翻新相伴随，我们看到的是商品充裕、市场繁荣。

改革开放前，公有制经济一家独尊，垄断着全部市场，从熙熙攘攘的城市、集镇到人迹罕至的穷乡僻壤，无论商场、小卖部，还是饭店、招待所，或大或小，或洋或土，不是“国营”，就属“集体”。买货要去国营商店、集体供销社，吃饭要上国营饭店，住宿要进集体旅社，出门要乘国营运输公司的车船。生活用品色单样少，满意也罢，不满意也罢，你都得买进，因为东西

就这么多。无论服务员对你微笑有加，还是冷若冰霜，你都得忍受，因为舍此就再无其他。

开放以后，“其他各业不得经商”的禁令被打破，“弃农经商”、“长途贩运”的罪名不再成立，一次次的“商潮”扑面而来。国家、集体、个人一涌而上，来自港台和世界各国的外商纷纷插足，许多全民职工、国家干部在市场上找到了“第二职业”，有的机关干部还索性辞职“下海”，就连罩着神圣光环的军队、武警、公安等部门也办起了形形色色的经营服务公司。

如今的城市，在高楼林立、人车如织的闹市，高耸入云的星级宾馆、饭店、酒楼肃然而立，豪华、气派；宽敞明亮的大型商厦、商店，商品琳琅满目，顾客摩肩接踵。沿街排开的专卖店、精品店、经营部、小饭馆鳞次栉比，绵延数里。还有车拉手提的叫卖大军，或路旁设摊，对行者呐喊，或走村（居民新村）串巷，向居民吆喝，竞相展示自己的推销才华，更有彬彬有礼的推销员，带着货物上门服务。到了夜晚，霓虹灯五彩缤纷，“满天星”眨眼闪烁，叫卖声此起彼伏，各种大小夜市好不热闹！

广阔的农村现在也是一片市场繁荣的景象。在人口集中的村镇，或是车来人往的交通要冲，宽宽窄窄、曲曲直直的路旁，小商店、小摊点星罗棋布。遇到数日一次的乡村集市，从四面八方汇集而来的成千上万农民或骑或走，或背或带，或挑或扛，工业品下乡，土特产品上市，从早到晚，整个集市上人头攒动，熙熙攘攘。即便是仅有三五十户人家的乡村山庄，也被商品经济的热潮搅得再不能宁静了，常有走门串户的小商小贩