

China

中国社会

唐 钧 等著

辽海出版社

中国社会

唐 钧 等著

辽海传播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国社会 / 唐钧等著. —北京: 五洲传播出版社, 2010.1

ISBN 978-7-5085-1305-8

I. 中 ... II. 唐 ... III. 社会问题—概况—中国 IV. D669

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 058033 号

总 顾 问 / 王 晨

总 策 划 / 王仲伟

总 监 制 / 郭长建

出 版 人 / 李向平

主 编 / 吴 伟

中国社会

著 者 / 唐 钧 张 翼 王春光 冯 凌

责任编辑 / 徐蔚然

装帧设计 / 田 林 傅晓斌

制 作 / 北京原色印象文化艺术中心

图片提供 / China Foto Press Fotoe

出版发行 / 五洲传播出版社 (北京市海淀区北小马厂 6 号 邮编: 100038)

电 话 / 8610 - 58891281 (发行部)

网 址 / www.cicc.org.cn

承 印 者 / 北京博海升彩色印刷有限公司

版 次 / 2010 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开 本 / 787×1092 毫米 1/16

印 张 / 8

字 数 / 80 千

定 价 / 38.00 元

出版前言

中国的改革开放及其所创造的经济奇迹，使中国综合国力显著提升，国际影响日益扩大。“中国热”在世界各地方兴未艾，外国朋友了解和认识中国的愿望越来越强烈。为帮助那些热切渴望了解中国的外国朋友找到捷径，在短时间内能对中国的基本情况有所了解和掌握，我们组织有关专家学者撰写了“中国丛书”。

“中国丛书”共计12册，分别介绍中国的地理、历史、政治、经济、文化、法律、外交、国防、社会、科技与教育、环境、民族与宗教，可谓中国的一些基本情况。了解这些，是读懂中国的初步和入门。

我们希望，读者朋友通过“中国丛书”，对中国的各方面情况能有一个大致的了解。首先，认识中国的历史与文化。历史与文化是一国文明的根基和载体。作为人类文明的一种重要形态，中华文明独树一帜并传承至今。中华文化底蕴深厚，历来为世人推崇。其次，了解中国的基本国情。中国是世界上最大的发展中国家，人口多、底子薄，发展不平衡。中国从自己的国情出发，坚持走自己的路，坚持可持续发展，同时吸收人类文明成果。最后，知晓中国的未来发展路向。在中国共产党的领导下，中国坚持以经济建设为中心，坚持改革开放，对内建设和谐社会，对外推动建设持久和平、共同繁荣的和谐世界。

我们期待着“中国丛书”帮助朋友们开始一次崭新的“发现中国之旅”。

2010年1月

目 录

1 前 言



3 经济起飞对中国社会的影响



21 中国的人口与婚姻家庭



39 中国的城市化和人口流动



53 中国的社区和社区建设



83 中国城乡反贫困的显著成就



103 中国医疗卫生制度的改革



前言

2007年召开的中共十七大，有3个主题词最为引人注目，这就是“小康社会”、“和谐社会”和“科学发展”。可以说，“小康社会”在被量化以后，已经成为中国发展的经济目标；“和谐社会”得到全国上下一致拥护，成为中国发展的社会目标；而“科学发展”则是达到上述经济目标和社会目标的手段。

自1978年实行“改革开放”政策以来的30多年中，中国社会经历了“经济转轨、社会转型”的激烈的社会变迁。所谓“经济转轨”，是指从计划经济向市场经济的“转轨”；所谓“社会转型”，是指从传统社会向现代社会的“转型”；还须强调的是，中国社会在这一时期的社会变迁是在“全球化”的大背景下进行的。中国要达到自己的发展目标，实现经济起飞和社会发展，就必须面对这样一种错综复杂的社会脉络。中国社会从这些变化和互动中逐渐明确了自己的发展目标和策略手段。

虽然本书的标题是《中国社会》，但如此复杂多变的当代中国社会，实在不是容量如此有限的篇幅和文字能够完整表达的。以社会学的理论框架看中国社会，须要讨论的问题也许应该包括：文化、社会化、社会结构、社会网络、社会互动、社会群体、社会组织、社会控制、社会分层、贫困与反贫困、社会排斥、社会保障、社会性别、社会设置、社会环境、社会变迁，等等。同时，因为中国与众不同的历史文化遗产，决定了中国社会的发展轨迹既不同于西方发达国家，也不同于一些亚洲的新兴工业国家或地区。因此，这个标题就成了

既有趣，又颇具有挑战性的命题。

正因为如此，也许放弃全面描述和分析中国社会 30 年来伟大的历史变迁的思路是明智的。本书试图采取“管中窥豹，略见一斑”的策略，把向读者介绍的范围限于与“小康社会”、“和谐社会”和“科学发展”密切相关的“民生”方面，诸如中国的经济起飞对中国社会的影响，新的社会环境下中国的人口与婚姻家庭，中国的城市化与人口流动，中国的社区与社区建设，中国社会保障制度和医疗卫生制度的改革，等等。纵使不能“窥一斑而知全豹”，也可以通过对这些方面的描述和分析，展现中国的变化最大，且与个人生活最密切相关的部分。希望本书的写作思路能够得到读者的谅解和认可。

经济起飞对中国社会的影响



从 1978 年到 2008 年, 中国的国内生产总值 (GDP) 保持着将近 9.8% 的平均增长速度, 创造了举世瞩目的“经济奇迹”。2008 年, 中国的国内生产总值达到人民币 300670 亿元^①, 是 1952 年 (679 亿元) 的 443 倍, 是 1978 年 (3624 亿元) 的 83 倍。经济总量的世界排位也从第六位上升到第三位。

2008 年, 中国的人均 GDP 为 22698 元, 是 1952 年 (119 元) 的 191 倍, 1978 年 (379 元) 的 60 倍, 比 2002 年 (8184 元) 增长了 177%。按 2008 年年底的汇率计算, 中国的人均 GDP 已经达到 3292 美元, 意味着中国开始迈入“中上等收入国家”。

2008 年, 中国政府的财政收入达到 6.13 万亿元, 是 1950 年 (62 亿元) 的 989 倍, 是 1978 年 (1132 亿元) 的 54 倍, 比 2002 年 (18903 亿元) 又增长了 2.24 倍。有研究表明: 中国政府的财政收入占到 GDP 的 21%, 超过了美国政府的 18% (2007 年), 当然, 还远远不及欧洲福利国家 30%—45% 的水平。

从 1949 年到 2008 年, 中国城镇居民人均可支配收入从不到 100 元增长到 15781 元。扣除价格上涨因素, 1979—2008 年年均增长 7.2%。从 1949 年到 2008 年, 农村居民人均纯收入从 44 元增长到 4761 元, 扣除价格上涨因素, 1979—2008 年年均增长 7.1%。

从消费行为和生活方式看生活质量

从“大件”看历史变迁 从“经济增长”、“居民收入”等统计数据来看经济起飞时中国人民生活水平的变化, 虽然很

注① 2008年12月31日, 人民币对美元的汇率是6.8346:1; 对欧元的汇率是9.6590:1。

科学，但不直观。因此，不妨以人民的生活方式和消费行为
为视角，更为具体地对这个问题作一番观察和描述。

从 20 世纪 50 年代起，在个人和家庭消费方面，中国社会就有一个“四大件”的说法。也就是说，一些耐用消费品或曰工业品常常被誉为“大件”，而是否“足额”地，有时还包括“优质”地拥有社会公认的“大件”，是民间对一个人或一个家庭的富裕程度乃至社会地位的评价尺度。谁能完整无缺并高质量地拥有了这些“大件”，那就说明其家庭生活相当富裕。于是，拥有“大件”成为当时中国社会的物质追求的一种风尚，也是一个时代人民大众所能拥有的个人或家庭财富的“顶峰”，甚至暗含资产的“保值”、“增值”的意思。

据文献资料记载，1949 年中华人民共和国建国以来，中

自行车、缝纫机、
手表是“改革开
放”前中国人最
体面的结婚配备。

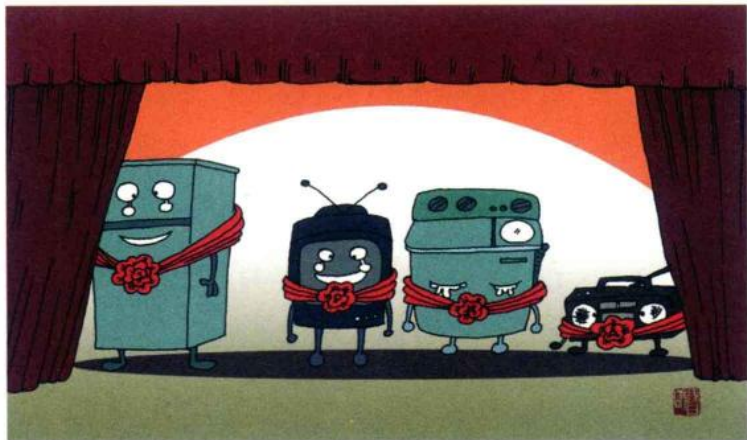


国社会所推崇的“大件”，是随着经济的发展和社会的变迁而有所变化的：

20 世纪 50 年代—70 年代，30 年中基本不变，中国社会个人和家庭所追求的最具代表性的耐用消费品是自行车、手表、收音机、缝纫机，这是“百元级”的第一代“四大件”：自行车要“永久”、“凤凰”、“飞鸽”，手表要“上海”，缝纫机要“飞人”、“蝴蝶”、“无敌”，收音机则要“红灯”、“熊猫”，全是国产货。这四大件还有一个说法，叫做“三转一响”。当时，因为对这些工业品的需求大大超过了计划供给的能力，所以，凭票凭证购买成了计划经济时代的耐用消费品供应的一个特点。

1978 年改革开放以后到 20 世纪 90 年代中期，中国社会的收入水平普遍提高，物质财富也相对丰富，更主要的是科技含量也有所提高。于是，“四大件”第一次更新换代，彩电、冰箱、洗衣机、收录机成为这一阶段人们新的追求目标：国产彩电有“金星”、“牡丹”、“北京”，国产冰箱有“海尔”、“容

彩电、冰箱、洗衣机、收录机在 20 世纪 90 年代后逐渐退出了新潮消费品的舞台。



声”、“新飞”、“美菱”，国产洗衣机有“小天鹅”、“荣事达”、“小鸭”，唯有录音机大多进口，主要是日本货。在这一阶段，消费的档次也升级为“千元级”。在80年代中期，第二代“四大件”供不应求时，也采取过凭票凭证供应的手段。

20世纪90年代后期，“四大件”的商品组合再次升级换代，取而代之的耐用消费品为空调、电脑、手机、汽车：国产空调主要有“春兰”、“格力”、“美的”；国产电脑有“联想”、“长城”、“方正”；手机主要是合资产品，如“摩托罗拉”、“诺基亚”、“飞利浦”，等等；汽车也是合资的多，如上海大众、一汽奥迪、广州本田、东风标致，等等。消费档次再度提高，从数千元到数万元乃至数十万元不等。

有趣的是，这个档次的耐用消费品曾经被政府统计部门命名为“大宗高档商品”，其背后的潜台词其实可能与“奢侈品”非常接近，至少是被看作是大多数“寻常百姓”望尘莫及的商品，因而在政府统计部门的“消费价格指数统计范围”内是没有其一席之地的。但进入新世纪，国家统计局公布，自2002年1月起，居民消费价格指数的计算方法作出了“重大修改”，汽车、电脑、移动电话等“大宗高档商品”被纳入消费价格指数统计范围。真所谓“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”。

“大件”消弭 消费走向多元 2002年之后，世纪之初被媒体热炒的关于“大件”的话题突然消弭于无形。中国社会的消费文化开始走向个性化、多元化，求的是舒服、享受和自由自在、不受束缚。

即使是被看作“生活必需品”的食品衣着，现在也讲究“上档次”：到饭店酒楼去消费越来越成为常事，以往珍贵的山珍海味也常出现在普通人家的餐桌上；穿衣方面，有人追求名牌，



穿衣方面，有人追逐名牌，有人讲究惬意和得体。

但更多的人青睐的是惬意和得体。

一般的耐用消费品，如彩电、电脑、手机，等等，变得“不耐用”了，常处在“喜新厌旧”的升级换代之中，同时，人们更在意的是附加功能、视听效果、产品质量和售后服务。

因此，根据国家统计局提供的信息，以下五个消费领域被认为是 2000 年以来“发展最快”的：

住房消费 2000 年，城镇居民家庭的住房自有率已达 77%；而到 2007 年，这个数字攀升到 83%。城镇居民的人均住宅建筑面积从 2002 年底的不到 23 平方米增加到 2007 年底的约 28 平方米。

汽车消费 2000 年，每 100 个城镇居民家庭拥有的“私家车”已经达到 0.5 辆；而到 2008 年，这个数字又增长了 12 倍，

每 100 个城镇居民家庭拥有的“私家车”可能超过 6 辆。

通信及电子产品消费 2000 年，中国固定电话用户已达 1.45 亿户；2008 年这个数字达到 3.41 亿户，增长了 1 倍多。2000 年，中国的手机用户达到 8453 万户；而到 2008 年这个数字已达 6.41 亿户，增长了 7 倍。2000 年，中国居民家庭每百户家用电脑拥有量为 32 台，而到 2007 年，这个数字已达 92 台，差不多增加了 2 倍。2000 年，中国的互联网用户达到



越来越多的人开上了私家车，中国现在已成为世界第三大汽车消费国。



教育消费正在成为居民日常生活消费的一大热点。



2250 万人；2008 年，已达 3.0 亿人，增长了 13 倍。

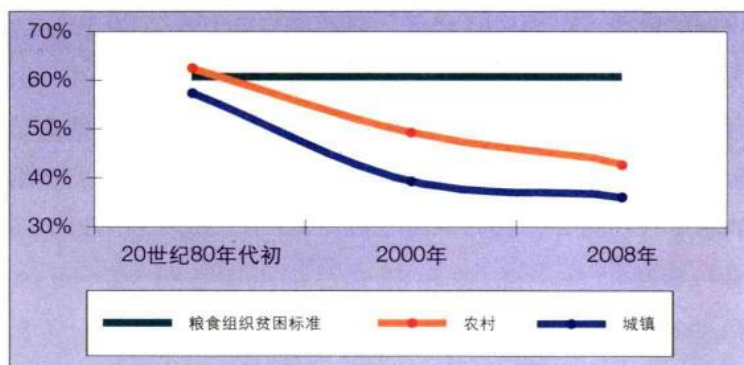
文化教育消费 中国 2000 年的实际文化消费总量是 800 多亿元，2007 年，这个数字增长到 5000 亿元左右，增长了 5 倍多。

旅游消费 2001 年，中国国内旅游人数约为 8 亿人次，而到 2008 年，这个数字已经增长到 17.1 亿人次，翻了一番。2001 年，中国出境旅游的总人数为 1213 万人次；而到 2008 年，这个数字已经增加到 4584 万人次，增加了 2 倍多。

中国社会消费能力迅速增长的社会脉络

市场经济的发展促进居民消费 改革开放以来，尤其是进入新世纪以后，中国社会居民消费“爆发性”的增长，主要得益于市场经济的发展。进入新世纪，中国经济的市场化程度大约已经达到 70%—75%，农产品则已达到 80%。市场化促使生活必需品的供应非常丰富，价格相对比较便宜，因此，

中国城乡居民的恩格尔系数变化示意图



中国社会的购买力十分旺盛。

这也可以从历年来恩格尔系数的变化得到旁证：20 世纪 80 年代初，中国城镇居民的恩格尔系数为 56.7%（1981 年），农村居民的恩格尔系数为 61.8%（1980 年），都接近或超过世界粮农组织提出的恩格尔系数 60% 的贫困标准。到 2000 年，中国城镇居民的恩格尔系数已经下降到 39.2%，农村居民的恩格尔系数则下降到 49.1%。到 2008 年，城镇居民家庭的恩格尔系数再度降至 36%，农村居民家庭的恩格尔系数再度降至 43%。恩格尔系数的下降，说明中国城乡居民的消费结构发生了很大的变化，他们能够将更多的钱用于购买“非生活必需品”。按世界粮农组织的标准，城镇居民已经跨入“富裕”的门槛，农村居民也已达到“小康”的水平。中国社会正在从一个以“吃饱”和“穿暖”为目标的温饱型社会，向以“消费”和“发展”为目标的小康型社会迈进。

高劳动参与率使家庭收入增加 中国社会居民家庭的消费能力迅速攀升，还有一个重要的影响因素常常被忽略，这就是中国劳动年龄人口的劳动参与率非常高。劳动参与率是指参与经济活动的人口占劳动年龄人口的比率，1953 年，中国