



中国近代洋货进口与 消费转型研究

Imported Goods and the Transition of
Consumption in Modern China

郭立珍 著

河南省青年骨干教师资助计划项目资助

中国近代洋货进口与 消费转型研究

Imported Goods and the Transition of
Consumption in Modern China

郭立珍 著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国近代洋货进口与消费转型研究 / 郭立珍著.

—北京: 中央编译出版社, 2012. 1

ISBN 978-7-5117-1233-2

I. ①中… II. ①郭… III. ①进口贸易—影响—居民
消费—研究—中国—近代 IV. ①F752.95②F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 270979 号

中国近代洋货进口与消费转型研究

出 版 人: 和 葵

责任编辑: 王曷灵

责任印制: 尹 珺

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京西城区车公庄大街 5 号鸿儒大厦 B 座 (100044)

电 话: (010) 52612345 (总编室) (010) 52612365 (编辑室)

(010) 66161011 (团购部) (010) 52612332 (网络销售)

(010) 66130345 (发行部) (010) 66509618 (读者服务部)

网 址: www.cctpbook.com

经 销: 全国新华书店

印 刷: 三河市华东印刷有限公司

开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数: 270 千字

印 张: 15

版 次: 2012 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 47.00 元

本社常年法律顾问: 北京大成律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题, 本社负责调换, 电话: 010-66509618

前 言

中国近代是一个社会经济转型的过渡时期，启动社会经济转型的主要动力是“外力”，其中洋货进口是一支重要力量；而消费是社会再生产不可缺少的重要环节，洋货进口对其影响显著，在一定程度上可以说是中国近代洋货进口催生了中国居民消费模式的转型。本书以消费经济学等理论为指导，探究了中国近代洋货进口与消费转型间的内在联系，揭示了洋货进口在中国居民消费转型过程中所起的作用，探讨了中国近代居民消费转型的基本特征。本书的选题视角新颖而且具有重要学术价值和应用价值。

洋货进口的扩展是本书研究的重点，著者从多个角度探讨了中国近代洋货进口的发展趋势及其成因，从洋货进口发展的总趋势、洋货市场发展的趋势、消费洋货主体的变化趋势等多个角度分别考察了洋货进口扩展的概况。洋货进口的总趋势是在曲折中扩展。19世纪四五十年代，因受中国自然经济结构的顽强抵制和居民对洋货的陌生和排斥等因素的影响，洋货进口发展不快；19世纪六七十年代后，进口洋货品种多样化，且洋货营销网络开始形成，洋货初步打开了中国市场，进口货值不断上升；1895年后，内地风气渐开，交通日便，洋商深入内地，争相推广销路，洋货如水银泻地，无孔不入，进口货值陡形增加，庞大有效的洋货营销体系初步建立起来，且洋货在中国机制品、工业品市场上建立起优势地位。洋货市场发展的地域趋势是由沿海向内地，由南向北发展。1842~1859年间，洋货销量在中国居民消费品总量中所占的比重甚微，洋货市场集中在五个通商口岸及其附近地区；19世纪六七十年代后，洋行以通商口岸为中心向内地、腹地拓展商品市场，洋货市场不

断扩大，华中和华南地区销量较大；1895年后，洋货营销网络进一步扩展，形成了华南、华中、华北、东北四大洋货销售区，销售洋货的商店遍及村村寨寨，除深山老林、交通不便的少数地区外，整个中国都是洋货的市场。消费洋货主体的变化趋势是人数由少到多，由高收入居民向中低收入居民发展。19世纪下半期，消费洋货的还主要是通商口岸及其附近地区的中高收入居民；1895年后，洋货进口激增，售价较低，消费洋货不再是富人的专利，无论贫与富都成为洋货的消费者。

本书相对客观、全面地分析和研究了洋货进口货值由小到大不断扩展直至在中国市场上建立优势地位的原因，其主要原因有：一是洋货售价较低。价格是影响消费者选择的关键因素，洋货能够打开中国市场的重要原因就是其售价较低，而洋货之所以能够在中国市场上以较低的价格售卖，造成的因素也很多，如列强通过军事强制力获得的特权在洋货售价降低过程中起了重要作用、主要资本主义国家相继完成工业革命提高了劳动生产率、苏伊士运河开通降低了商品运输费用等。二是洋货物美、便用。中国居民选择价廉、物美、便用的洋货是自然选择。三是洋行采取多种手段刺激中国消费者。四是崇洋消费观念的推动。洋行重视市场调研，在产品生产和销售等环节上处处揣摩中国居民的消费习惯、消费心理，不仅消除了中国居民对洋货的抵制心理而且还促进了以消费洋货为美、为时尚观念的形成，崇洋消费观念在1912年前后还发展成为一种广为流行的社会时尚。中国居民在崇洋消费观念的作用下，弃土货、国货，购买洋货者越来越多，购买量越来越大，有力推动了洋货进口的扩展。此外，还有很多因素，如洋行推销洋货和收购土货相结合、中国近代工业的产生和发展等都有助于洋货进口的扩展。

揭示洋货进口在中国居民消费转型过程中所起的作用是本书研究的核心部分。本书所揭示的洋货进口在中国近代居民消费转型过程所起的作用，可以概括为两点：一是在洋货进口的影响下中国居民消费模式转型的条件逐渐成熟；二是洋货进口在中国居民消费转型过程中起了非常重要的作用。在洋货进口的刺激下，中国居民消费模式转型的条件逐渐成熟，洋货进口的扩展一方面瓦解了中国传统消费模式的基础，另一方面又促进了近代中国消费模式基础的形成。19世纪六七十年代后洋货进口日益发展，打乱了中国封建社

会的经济秩序，自然经济开始解体，传统的手工业、商业、交通运输业等渐趋衰落，亦即中国传统消费模式的社会经济基础开始瓦解；1895年后，列强进一步强化了对中国经济的控制力，向中国输出的商品品种和数量空前增加，并加大了对中国资本输出的力度，给中国传统社会经济结构以致命的打击，农村家庭手工业纷纷破产，自然经济的主导地位丧失，中国传统消费模式的经济基础瓦解。同时19世纪下半期，洋货进口的扩展还推动了中国近代工业、商业、交通运输业的产生；1895年后，洋货进口激增推动了中国近代工业、商业、交通运输业等进入发展时期，中国经济结构中资本主义经济成分逐渐增多，中国居民消费模式由传统向近代转型的条件成熟。

著者深入挖掘了洋货进口在中国居民消费结构、方式、观念由传统向近代转型过程中所起的作用。洋货进口改变了中国居民的消费模式，在消费结构、方式、观念转型过程中均有体现。在中国居民消费结构、方式初步转型期间（所谓中国居民消费结构、方式的初步转型是指19世纪下半期中国居民消费结构、方式开始由传统向近代转型），中高收入居民的衣食住行消费结构中开始出现洋货、中国居民商品性消费增加以及封建等级消费制度对居民限制减弱。在中国居民消费结构、方式进一步转型时期（所谓中国居民消费结构、方式的进一步转型是指1895年后中国居民消费结构、方式在较大范围内由传统向近代转型），传统消费模式的主导地位丧失，近代消费模式地位日益突出，中国居民消费结构中洋货或仿洋货已经非常普遍，煤油、火柴、肥皂等洋货成为大众消费品；且商品性消费急剧增加，西式消费广为流行，等级消费制度开始淡出历史舞台。中国居民的消费结构、消费方式在20世纪二三十年代发生了根本性转变：中国传统的消费结构、消费方式在城镇地区已经丧失了主导地位，洋货或仿洋货已经取代了家庭手工制品在消费结构中的绝对优势地位，即使在偏僻的农村地区贫困农民的消费结构中也已经或多或少出现了洋货或仿洋货。

在洋货进口的作用下中国居民的消费观念也逐渐发生了变化，这种变化表现在两个方面：一方面是崇洋消费观念的形成。19世纪四五十年代，在上海等地已经局部出现了以消费洋货为美、为贵的现象；19世纪六七十年代后，洋货进口日多，崇洋消费观念在主要通商口岸均有滋生，且在中国居民消费

观念中的地位日益重要；1895年后，洋货进口剧增，中国居民争相购买洋货，1912年前后崇洋消费观念已经发展成为全国流行时尚。洋货进口还助长了上海等地奢靡之风的发展，享乐主义的出现，加速了等级消费观念的解体等。另一方面，在洋货进口的影响下，国货消费意识也逐渐形成和发展起来，面对洋货横流，要求国民消费国货，发展国货工业的呼声越来越高，国货消费意识逐渐形成。

本书通过对1842~1937年卢沟桥事变前近百年洋货进口与中国居民消费转型间的关系的考察，指出了中国近代消费转型的一般规律是洋货进口、中国居民消费转型、中国社会经济结构变迁三者之间是在相互促进、相互制约、相互影响中发展。还总结出了中国近代消费转型的基本特征：一是由外力所催生，这是中国近代消费转型最基本的特征。二是消费内容的多样性。在近代中国市场上世界各地的消费品在主要通商口岸城市都有生存的空间，各种消费模式在中国并存。三是消费方式的融合性。消费模式的融合性是指中国近代居民消费方式、观念的中与西、传统与近代的融合与杂糅。四是从1842年后洋货进口启动中国居民消费模式的局部转型到20世纪二三十年代中国居民消费模式的大规模转型，是一个复杂渐变发展过程。五是消费转型对中国近代社会经济发展所起的作用是促进与抑制并存。同时还揭示出了中国近代消费模式转型的基本路径：首先从物质层面开始，即先从通商口岸富裕居民的消费结构转型开始，然后随着洋货进口的增多对中国社会经济发展影响加大，消费制度开始转型，进而又影响到居民的消费观念层次，引发消费观念转型，最终在20世纪二三十年代中国居民消费模式发生巨变。

目 录

CONTENTS

导 论	1
一、选题意义	/ 1
二、学术史回顾	/ 3
三、基本概念界定	/ 6
四、关于消费转型	/ 8
五、研究思路和方法	/ 10
六、本书结构	/ 10
七、创新和不足	/ 12
 第一章 1842 年前中外贸易与中国传统消费模式概述	14
第一节 中外贸易概述	/ 14
一、清政府的对外贸易政策	/ 14
二、清政府的海外贸易管理制度	/ 15
三、清政府与西方国家的贸易关系	/ 16
四、进口洋货的规模和结构	/ 18
第二节 中国传统消费模式概述	/ 21
一、中国传统消费模式形成和发展的社会经济基础	/ 21

二、中国传统消费模式的基本特征	/ 24
第三节 洋货进口对中国传统消费模式产生的影响	/ 28
一、洋货进入广州、上海、北京等地	/ 28
二、已经在局部地区开始出现崇洋消费现象	/ 29
三、鸦片的输入使消费模式畸形化发展	/ 30
 第二章 1842 ~ 1894 年洋货初步打开中国市场	31
第一节 1842 ~ 1859 年洋货进口的趋势和特征	/ 31
一、洋货进口趋势	/ 31
二、洋货进口的基本特征及其成因	/ 36
第二节 1860 ~ 1894 年洋货进口趋势及其特征	/ 39
一、洋货进口的稳步增长	/ 39
二、洋货进口的特点	/ 46
第三节 洋货市场和消费主体	/ 46
一、1842 ~ 1859 年洋货的主要市场和消费主体	/ 47
二、1860 ~ 1894 年洋货的主要市场和消费主体	/ 48
第四节 洋货初步打开中国市场的主要原因	/ 57
一、价格优势	/ 57
二、不平等条约几乎扫除了中外贸易的一切障碍	/ 69
三、消费洋货边际效用高于土货	/ 71
四、洋商采用多种多样的促销手段	/ 72
五、洋商对中国居民消费习惯、消费需求了解增多	/ 75
六、销购结合	/ 76
 第三章 1842 ~ 1894 年洋货进口与中国居民消费模式的初步转型	78
第一节 洋货进口对中国社会经济结构变迁产生的影响	/ 79
一、洋货进口与中国自然经济的初步解体	/ 79
二、洋货进口与中国近代资本主义经济的产生	/ 84
第二节 洋货进口与中国居民消费结构及消费方式的初步转型	/ 92

一、洋货进口在消费结构、消费方式初步转型过程中的作用	/ 92
二、消费结构、消费方式初步转型的主要特点	/ 102
第三节 洋货进口与中国居民消费观念的初步转型	/ 104
一、洋货进口推动了崇洋消费观的发展	/ 105
二、洋货进口与国货消费意识的萌芽	/ 108
三、洋货进口助长了上海等地奢靡之风的发展	/ 109
四、洋货进口加速了等级消费观念的解体	/ 110
 第四章 1895 ~ 1937 年洋货在中国市场上优势地位的建立	112
第一节 洋货进口趋势及其变化	/ 112
一、洋货进口趋势	/ 112
二、洋货进口的主要变化	/ 114
第二节 洋货市场和消费主体	/ 125
一、洋货的主要市场	/ 126
二、洋货消费主体的平民化大众化	/ 127
第三节 洋货在中国市场上建立起优势地位的原因	/ 130
一、中国市场的进一步开放	/ 130
二、列强对华资本输出的发展	/ 137
三、洋货价廉物美	/ 140
四、洋行采用多种促销手段	/ 144
五、中国消费者对洋货的偏好	/ 147
六、中国近代工业发展的影响	/ 148
 第五章 1895 ~ 1937 年洋货进口与中国居民消费模式的进一步转型	149
第一节 洋货进口激增与中国社会经济结构的巨变	/ 149
一、洋货进口与中国自然经济的解体	/ 150
二、洋货进口激增与中国资本主义经济的发展	/ 159
三、中国居民消费转型条件的成熟	/ 171

第二节 洋货进口与中国居民消费结构、消费方式的进一步转型	/ 171
一、洋货进口激增在消费结构、消费方式进一步转型过程中的作用	/ 172
二、消费结构和消费方式进一步转型的主要特点	/ 184
第三节 洋货进口与中国居民消费观念的进一步转型	/ 188
一、崇洋消费风气盛行	/ 188
二、国货消费意识的形成	/ 194
三、助长了奢靡风气的蔓延以及催生了享乐主义的出现	/ 197
四、消费观念上求新慕异	/ 198
 第六章 中国近代消费转型的基本特征及其转型的不平衡性	200
第一节 中国近代消费转型的基本特征	/ 200
一、外力催生	/ 200
二、消费模式内容的多样性	/ 202
三、消费方式的融合性	/ 203
四、复杂渐变过程	/ 204
五、对中国近代社会经济产生双重影响	/ 207
第二节 中国近代消费转型的不平衡性	/ 208
一、地域上的不平衡	/ 208
二、社会群体上的差异	/ 211
 结 语	213
 主要参考文献	216

导 论

一、选题意义

本书研究的主要内容是中国近代洋货进口与消费转型及其关系，这是一个较为复杂的、尚未引起学术界足够重视的综合性创新课题。说其复杂，是因为仅就中国近代洋货进口问题、或是中国近代消费转型问题已是非常复杂的课题，本书则将两者结合起来，既探讨洋货进口问题，又要研究消费转型问题，并要探究出洋货进口、中国社会经济结构变迁、居民消费转型三者之间的内在联系，难度更大。说其综合性，是因为该选题不仅涉及对外贸易问题，还涉及消费领域的研究；不仅涉及消费经济学理论，还涉及社会学、心理学等多学科知识；其中最为困难的是需要从洋货进口的角度探讨出西方物质力量与中国近代消费模式转型之间的内在关系，揭示出洋货进口在中国近代居民消费转型过程中所起的作用。说其尚未引起学术界足够的重视，是因为就笔者管见所及，不管是中国近代洋货进口问题还是消费转型问题本身都应是中国近代社会经济史研究的重要课题，但相应的研究至今甚少，国内外经济史学界和历史学界有关中国近代消费领域研究的专题论文只有4篇，有关中国近代洋货进口与消费转型之间内在联系的专题研究论文只有2篇。中国近代是一个社会经济转型的过渡时期，推动社会经济转型的主要动力是“外力”。这里的“外力”主要是指西方资本主义国家的军事实力、经济力和宗教力等，西方列强凭借强制力向中国输出的洋货就是其经济力的物质载体，洋货是启动中国社会经济转型的重要力量。消费是社会再生产不可缺少的重

要环节，美国学者罗斯托指出消费是划分时代的一个基本标记^①，消费史研究在经济史的研究中居重要地位。说其创新性，是因为目前学术界不仅没有深入系统地对我国近代洋货进口问题、消费转型问题两个重要课题进行研究，更未出现把二者结合起来进行系统研究的成果。本书将两者之间的密切关切纳入了研究视野。《中英南京条约》签订后西方主要资本主义国家强行把中国变为他们的商品倾销市场和原料供应基地，在将洋货销到中国每一个角落获取最大利润目标的驱使下，输入中国的洋货数量日巨，品种日多，洋货对中国社会经济的影响力也日益扩大，激发了中国居民几千年来少有变动的消费模式发生巨变。因此，说该课题是著者一次大胆地开创性尝试。这是本书的新意所在，也是选题的意义所在，更是难度所在。

拓垦中国近代洋货进口与消费转型之间内在联系这块学术荒地，不仅具有学术价值还具有现实意义。一是深入系统研究洋货进口与消费转型之间的内在联系，有助于深化对中国近代史、中国近代经济史、中国近代贸易史、中国近代社会文化史、中国近代风俗史的研究。二是中国近代消费转型是中国近代社会经济转型的重要内容，通过对其进行系统地研究可以揭示出中国近代社会经济文化转型的一般过程和规律。三是为了解和正确对待改革开放后出现的新洋货大潮和崇洋消费风气等经济文化现象提供历史借鉴。改革开放以来洋货以其良好的质量、精美的包装、强大地宣传攻势迅速打开中国市场，中国再次出现洋货浪潮，国货与洋货之争再次成为热点问题。全国工商联在全面调研后指出目前我国普遍存在的崇洋消费心理，削弱了我国自主创新技术与产品的社会使用与消费动力，阻碍了我国自主创新技术与产品的市场销售，因此2006年、2007年连续两年在全国政协会议上都提出要逐步消除普遍存在的崇洋消费心理，推动我国自主创新产品和民族品牌的消费心理和消费文化的形成，增强民族品牌消费意识的提案。

① 罗斯托在1960年发表了《经济发展阶段：非共产党宣言》，根据经济指标把所有社会的发展都分为5个阶段，即传统社会阶段、为起飞创造前提的阶段、起飞阶段、成熟阶段、高额的大众消费阶段。

二、学术史回顾

本书是一个跨学科的研究，内容十分繁杂，要把复杂的问题说清楚，需要大量的史料来佐证，但迄今有关中国近代洋货进口和近代消费领域的研究还比较零碎，尚无系统的研究成果。下面，就著者视野所及的研究成果和文献做一学术总概括，以作为本书深入研究的前提条件和基础。

1. 关于进口贸易问题的研究。学术界对于中国近代进口贸易问题进行了一些研究，较多地散见于有关近代对外贸易史的研究成果中。这一方面的研究成果分为资料性和研究性两类。资料性成果主要有：姚贤镐编的《中国近代对外贸易史资料》，曾兆祥主编的《湖北近代经济贸易史料选辑》等。研究性成果主要有：王云五主编陈重民著的《中国进口贸易》，郑友揆著的《中国的对外贸易和工业发展》（1840～1948），上海社会科学院经济研究所等编的《上海对外贸易》（1840～1949），姚洪卓著的《近代天津对外贸易（1861～1948）》等。上述著者们在这些著作中提供了一些有关近代中国进出口贸易的统计资料。

2. 关于中国近代洋货进口与近代社会生活、风俗变迁方面的研究。关于近代社会生活、风俗变迁等研究，改革开放以来成为学术界研究的热点，这类研究中都零星涉及有洋货进口与近代中国居民消费生活、消费风俗变革之间的关系方面的内容。就笔者所见择其要者列举如下：乐正是国内较早注意到洋货进口在中国居民消费观念演变过程中所起作用的学者，在其所著的《近代上海人的社会心态：1860～1910》一书中指出，近代上海对外贸易的迅猛扩大，进口洋货量、消费洋货量都居全国之首，是演成近代上海人崇洋消费观念的社会物质基础。^①朱英也是较早注意到中国近代洋货进口与消费方式变革之间内在联系的学者，在其所著的《近代中国商业发展与消费习俗变迁》一文中指出：鸦片战争之后，“洋货的日趋普及……推动了中国人消费方式的

^① 乐正：《近代上海人的社会心态：1860～1910》，上海人民出版社，1991年，第97页。

变革。”消费方式的变革表现为趋新赶时髦、盲目崇洋等。^①孙燕京对晚清崇洋社会风尚的形成进行了较为系统地研究，她的著作《晚清社会风尚》中提到近代洋货的逐渐流行造成洋货市场不断扩大，为消费观念上形成崇尚洋货风尚奠定了物质基础，即洋货“越来越适应中国人的消费口味和消费习惯，导致洋货消费市场不断扩大”，随着洋货的逐渐流行，在消费观念上也形成崇洋风气。^②李长莉虽然没有系统研究中国近代洋货进口对居民消费模式变迁产生的影响，不过其著作中包含不少洋货进口对中国居民消费结构、消费观念变迁产生影响的内容。在她所著的《近代中国社会文化变迁录》一书中提出随着中外贸易的逐渐扩大，五光十色的洋器物及日用洋货开始进入城镇居民的生活。^③还在其所著的《晚清上海社会的变迁：生活与伦理的近代化》一书中指出洋货输入是引起上海人生活方式、伦理观念变迁的重要诱因，“西器洋货，以其新奇的异域风格，制作的奇巧精致，种类数量的繁多，给人们视觉和心理上造成很大的冲击，随后又逐渐进入人们的生活，日益流行，蔚成风气。”^④刘志琴在其与同事合作的《近代中国社会生活与观念变迁》一文中一针见血地指出，洋装在中国的流行“与其说是由于观念的变革，不如说是打开国门后，汹涌而来的洋布、洋装、洋货的冲击，在中国引起的回应。”^⑤谯珊提出“外力”尤其是进口贸易的发展改变了中国传统的消费资料 and 消费结构，在其所著的《近代城市消费生活变迁的原因及其特点》一文中，论述了近代城市消费观念及消费结构的改变，并指出崇洋是消费生活的主旋律。^⑥蒋建国认为晚清外贸经济的发展既是广州消费模式发生变革的前提条件也是

① 朱英：《近代中国商业发展与消费习俗变迁》，《江苏社会科学》，2000年第1期，第109～116页。

② 孙燕京：《晚清社会风尚研究》，中国人民大学出版社，2002年，第76页、第24页、第277页。

③ 李长莉：《近代中国社会文化变迁录》，第1册，浙江人民出版社，1998年，第127～137页、第563页。

④ 李长莉：《晚清上海社会的变迁：生活与伦理的近代化》，天津人民出版社，2002年，第39页。

⑤ 刘志琴：《衣冠之治的解体和思想启蒙》，见薛君度、刘志琴主编《近代中国社会生活与观念变迁》，中国社会科学出版社，2001年，第127～128页。

⑥ 谯珊：《近代城市消费生活变迁的原因及其特点》，《中华文化论坛》，2001年第2期，第73～79页。

结果,在其所著的《晚清广州城市消费文化研究》(2005 暨南大学博士学位论文)中,对晚清广州城市消费文化史进行多方位地研究,论文中涉及洋货进口对广州洋货消费市场、消费文化形成所产生的影响。此外,还有张静如、刘志强也在他们主编的《北洋军阀统治时期中国社会之变迁》一书中谈到民国以后中国居民在衣食住行上“崇洋”风气的影响越来越大。赵新平在《民初社会时尚流变及其特点》一文中提到民初社会时尚流变带有鲜明的“崇洋”倾向,生活方式领域西化色彩越演越浓,崇洋趋新成为从都市到乡村的一种很普遍的现象,且盲目崇洋之风亦有越演越烈之势^①。这类著述还有不少,不再一一罗列。

上述著述各有明确的研究方向,也都在不同程度上涉及了洋货进口对中国近代居民消费结构、观念变迁所产生的影响,但缺乏深入地探讨。各位学者的观点、思想及研究方法对本书的写作来说,具有重要的参考和借鉴价值。

3. 关于洋货进口与消费转型之间内在联系的研究。程恩富是较早注意到中国近代洋货进口与消费转型之间内在联系的学者,在其主编的《上海消费市场发展史略》一书中,有一节专门论述了近代上海洋货输入对上海消费场所产生的影响。该书指出洋货进口引起上海消费市场发生了很大变化,洋货逐渐改变了上海居民的消费心理和消费习惯,并从吃、穿、用等方面具体分析洋货对上海居民消费行为产生的影响。^② 袁欣认为中国近代对外贸易对中国居民消费结构的变动施与了决定性影响,并从食品、衣着、灯火照明等方面的消费说明了洋货进口对近代消费结构产生的影响。^③ 林青的《洋货输入对中国近代社会的影响》一文主要从资料整理的角度,以缝衣针、日用化学品、蜡烛、煤油、火柴、化妆品怎样占据中国消费市场为例,说明“现代中国人的日常生活发生了巨大的变化,其中最重要的因素是各种西方器物的传入,特别是日用百货”。^④ 总的感觉是,学术界对中国近代洋货与消费转型

① 赵新平:《民初社会时尚流变及其特点》,《山西师大学报》(社科),2003年第2期,第106~107页。

② 程恩富:《上海消费市场发展史略》,上海财经大学出版社,1996年,第12~37页。

③ 袁欣:《近代中国对外贸易对消费结构的影响》,《内蒙古社会科学》,2005年第1期,第109~113页。

④ 林青:《洋货输入对中国近代社会的影响》,《炎黄春秋》2003年第8期,第70~73页。