

东方早报 著

MT

First-generation Middle Class

上海中产全景报告
Shanghai Middle Class Landscape

每社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

上海中产全景报告 / 《东方早报》著。—上海：上海社会科学院出版社，2004

ISBN 7-80681-515-5

I. 上… II. 东… III. 中等资产阶级—生活—状况—研究报告—上海市 IV. D675.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 081836 号

上海中产全景报告

作 者：东方早报

特约编辑：宋存

责任编辑：陈军

封面设计：黄芸

出版发行：上海社会科学院出版社

上海淮海中路 622 弄 7 号 电话 63875741 邮编 200020

<http://www.sassp.com> E-mail: sassp@sass.org.cn

经 销：新华书店

印 刷：上海长阳印刷厂

开 本：787 × 1092 1/16 开

印 张：18

插 页：36

字 数：330 千字

版 次：2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

印 数：1 — 10050

ISBN 7-80681-515-5/G · 127 定价：28.00 元

版权所有 翻印必究

M1

在这样一个时代里，“有个好爸爸”的“成功模式”无法得到他们的认同。他们的最大的资本是智慧和奋斗，这是一个智慧和奋斗可以随时转化为商品的时代。所以，他们才是我们社会的“榜样”。他们所推崇的价值观是：财富的获得必须是通过个人奋斗，而不是通过继承获得；同时，所占有的社会资源理应通过自身努力获得，而不能无代价获取。在他们的成长与生活经验中，实实在在建立并执行了一个开放社会的价值和文化规范，他们的生活准则将改变我们的社会生活。不仅如此，他们正在成为社会的稳定力量和社会改变的动力之一。他们就是正在崛起的“中产阶级”（Middle Class），30~40岁的人，是这个新兴阶层的中坚力量，我们把这群人称为M1。

P001- 002

前言

P003- 056

第一章 你的诞生已经诞生

他们代表着社会的中坚力量，也拥有一定的个人财富，但财富的获得必须是通过个人奋斗，而不是通过继承获得；同时，他们所占有的社会资源理应通过自身努力获得，而不能无代价获取。从某种程度上说，“有个好爸爸”的“成功模式”并不能得到中产的认同，中产阶层作为这个社会的“榜样”，需要有立足社会的一技之长，同时需要有不断改进自己的能力，而“继承式”的所谓“中产”则缺乏自我创造的能力。这是一幅奇异的上海中产肖像，有着模糊的面孔，清晰的曲线，多元的文化，批判或者被批判的精神。“中产阶层”（Middle Class）是一个舶来词，30岁~40岁的人，是新兴阶层的中坚力量。我们把这群人称为M1。

P057-108

第二章 职业对于生活弥足珍贵

“30岁的人60岁的心脏”，似乎就是用来表白中产阶层的身心状态的。中产已经不是什么新生代名词了，很多人都羡慕他们在金钱上的优越和工作上的出色。许多精英分子都具有高地位焦虑症，目前在他们手中流转的资金以及高人一等的生活享受，很可能因为

偶然性的错失而全军覆没。因此他们总是不停地为自己制定更新更高的目标，有时甚至会超出他们的能力范围。他们就像一架在生产线上不停高速旋转的机器，身体紧张而疲乏。有人形象地说，他们属于“先拿命换钱，后拿钱换命”的代表人物。

P109-152

第三章 与生俱来的法则

一个暴发户在短期内很可能持续进行大额消费，以进行心理补偿。他所需要的是高档的享受和极度的炫耀，而较少考虑性价比。刚刚踏入社会的毕业生、小资群体的消费习惯还不够成熟，他们经常会错误估计自己的支付能力和实际需求，购买超出自己消费水平的物品，当然，为了弥补这一次消费带来的财政缺口，他们需要花更长一段时间保持比平时更低一些的消费。

而对一个相对成熟的中产阶层来说，消费逐渐趋向理性与保守，因而更容易保持在一个相对稳定的范围内，他们清楚自己要的是什么，有什么样的支付能力，因而消费上的虚荣往往是有限的。而相比之下，小资和暴发户们则需要更多的矫饰来填补自信的空缺。

P153-204

第四章 如此奢侈的身体语言

一个私人发型师能给予你的，并不只是一个好心情和新造型，也会影响你和生意伙伴初次见面的印象。众多以销售为职业的中产阶层，他们在享受方面的修养与品位，直接会影响到他们与客户之间生意往来的成功概率。会不会享受已经成为能力的强弱，超越了个人情趣的好恶。

并非所有的中产阶层都很在意自己的身份标签，更多有房有车的中产阶层对于享受的要求仍十分简单，并未显现出较强的阶层

感。换言之，他们也不认为自己可以被称为中产阶级，对于这一称呼带有少许茫然和惶恐。大部分行业的中产阶级不仅是打工者，而且工作强度和压力都很大，享受更像是一种被动的、点缀式的生活方式。相比之下，美国的中产阶级在生活质量上，似乎要比上海的中产好得多。

P205-246

第五章 来自灵魂的忧虑

对于中产阶级这类身份认定，他们总是显得有点轻微恐慌。不论被划分为哪一类人，对他们而言都算不上一件愉快的事情。作为受过良好教育、拥有一定社会地位的人，他们更乐意强调自己是怎样代表自己的，而不愿意承认自己属于一个阶层。被一个概念同化，会让他们感到有些羞耻。尤其在拥有比较规律的阅读习惯的情形下，对中产阶级这一概念的一些了解，使他们模糊地意识到，对这个问题需要采取慎重的态度，因为这并不像职位被提升那样，是一件显而易见的荣耀之事。

P247-277

第六章 暧昧的声音

有了财产，必然有相应的维护要求。中产不是小人物，容不得人轻易欺负；但也不是大人物，没有呼风唤雨的法力。虽然他们拥有独立和为数不菲的产业，但又缺乏足够捍卫自己不受侵犯的强大社会能量和经济权力。他们是务实的，对财产的捍卫远远大于他们内心对人生和理想的探求，也远远大于他们的政治诉求。中产是政治后卫而消费前卫的一群人。面对他们辛辛苦苦购置来的各种耐用消费品如名车、美厦，面对他们的幸福生活所构建和来源的财产，他们希望维护和看守的欲望是何等强烈。

这是一次对正在成型壮大的上海中产进行的探索发现之旅，充满了不肯定的乐趣，归类的困惑和思维的奋进——都在刺激着我们。研究应该建立在了解和认知之上，但是，对这一阶层把握并没有那么轻松——社会对他们的存在含糊其词；学者们的领域一时间达不到这里；在社会广泛地关注上，他们缺乏特殊的符号。

但是，真实的这一群体的表征还是清晰有力的，他们已然群集，中产社区已经出现；他们有自己的发言渠道，在社会生活的各个方面表现着自己的意见；他们的职业身份确立了他们在经济领域的地位；他们的喜好正成为被模仿的时尚；他们急于在各种舞台上展示自己最新获取的面貌。从某种程度上来说，他们颠覆了我们的思维方式，强迫我们去思考从未思考过的问题。

正是根据这些表现，我们抽样调查了上海上百名中产阶层的标本，采用面对面访问的方式，希望能记录这一时代的这一特殊的新兴阶层的面貌，他们的坦诚或困惑或遮掩全被记录下来，因为这样的表现是最直接最真实的。

开放社会的流动使身份变迁更为容易，所以，顺应潮流而动，成为他们的基本价值观念。尽管人人都愿意拥有良性的身份标识，但是，要达到一种主流的身份，并且始终维持，却并不是天经地义般地顺畅，没有人比中产更能看透这点：他们的身份必须经过不断的努力而达到守衡的目的。这也是中国的中产阶层分外努力的原因。

我们并不能完全揭示中产阶层生活的完全图景，只是想描述中产给自己制造的、及向往中的一个相对完整的、开放式的王国，并且描述在那里生活到底是怎么一回事，围绕着具体的生活延伸出来的发展性幻象或批判性理论：不是描述这一王国的具体地理，而是描述这一王国的有关特征。我们的主题不是这些单一的人物，而是他们代表的生活方式及其背后隐藏的概念，一些他们自身也无法发现的概念。

严格来说，这不是一部严谨的社会学调查作品。我们看待他们的最佳方式，也应该是最真诚的方式，是尽可能地消除掉任何偏见或表面的现象。然而，在当今社会消除表面化的征兆，去直视不加遮盖的某一阶层，是很困难的。我们希望自己所做的，就是摆脱表面、去掉符号，看到一个普通阶层的心灵深处。

我们至少有多个方面的进入方式，可以直视这一阶层的灵魂。

我们从各个章节中取出以下的研究脉络：首先是界定阶层特征，其次是研究他们的产生，再次是建构这一庞大阶层的性质，我们从他们的阶层认同感、消费特征、象征物、职业属性和自身能量等方面来审视他们，体现出这一有着欲望的、隐晦的、复杂的阶层的种种值得探究之处。

如果面对一个飞速向前奔跑的人，往往看到的也只是模糊的面孔，清晰的曲线。何况这样的大历史和大现实，任何人驾驭起来都难免惶恐。于是我们尝试着大量运用案例和符号来标识他们，来寻找问题的答案。而上海一贯的城市精神也就在众多的人物、故事和符号中闪现。从这个角度来说，这本书的指向与东方早报的指向一样明确，努力做适合上海中坚力量阅读的读本。

我们希望这本书符合早报的定位和早报读者的阅读兴趣。在这本书中表现出来的，也是迫切希望获得认同的价值观：尊重财富，热爱发展，认同稳定。

第一章

你的诞生已经诞生

他们的身影在复杂庞大的城市机器面前，是渺小的，但他们却是社会进步的动力之一。

他们，年龄从24岁~40岁，他们，日常生活匆忙，在经济上实现了“自由”，拥有良好的教育背景，更愿意进行教育投入；消费一般以住房、汽车、通讯、旅游、保险、健康等为重点；喜欢时尚，着装却并不前卫……

他们，对自己以及中国的前景保持自信。除了上网，他们也喜欢通过《华尔街日报》或《金融时报》来了解全球经济冷暖或某一时尚品牌的全球市场状况。

他们，按我们给出的上海式收入标准，年收入20万元人民币以上，并有一定的延续性，家庭资产净值达到50万元，房、车必居其一。

他们，按专家最保守的估计，在上海的人数应在百万人左右。他们，“有很长的过去，但只有很短的历史”。

这是一幅奇异的上海中产肖像，有着模糊的面孔，清晰的曲线，多元的文化，批判或者被批判的精神。

在中国人处在普遍性地急于奔“富裕”的焦虑压迫下，在我们生活的街道上，中产阶层确实像一片“法国梧桐”，向我们显示一个新的城市生态样本。



2001年，一个在老上海人看来不伦不类的街区在上海人最钟爱的商业街——淮海中路某段的一侧出现。缔造者是一个来自香港的、风度翩翩的房地产商人，这个占地不大的街区拥有一个很响亮又很俗气的名字——“新天地”。

比起上海那些老牌的、打“酒吧”牌的休闲街，比如衡山路、茂名南路，“新天地”有点不一样，它由已经破旧不堪的石库门改造而成。改造的时候请了国际有名的专家，最后的效果十分体面，既不让那些成天叫嚷着要保护老建筑的人义愤填膺，又具备店家所需要的一切现代设施。店家构成十分丰富，除了有酒吧、饭馆外，还有面包房、冰激淋屋、旅游纪念品商店等（等到一年多之后“南里”开放，“新天地”又多了电影院、健身会所等）。

短短一两个月间，“新天地”就成了上海最时髦的休闲文化场所，每天晚上的人流密度直追节假日的南京路休闲街。

“新天地”生意如此兴隆，那位香港房地产商这一手笔实在是具有想象力；然而，只要他有起码的清醒，就应该承认，并非他的创造力和鼓动力有多么惊人，居然能在上海这座城市打造出一种休闲时尚，而是他的观察力和判断力异常敏锐，恰到好处地符合这座城市一部分具备相当经济实力人群的消费心理。

这群人的基本特征是，他们有钱，舍得花，但不会胡花；因为他们的钱是工作所得，他们工作得很拼命，但工作后总要放松和娱乐；放松和娱乐的时候，他们很开心，但他们的享乐和他们的花钱一样有节制。因此，纯粹声色犬马的地方，他们不会多涉足，但“新天地”，却是经常要来的。

“新天地”的设计，迎合了他们的审美趣味：原先破旧的居住空间通过精心包装，体现出一种“文化”与“格调”，在这里流连，便折射出自己的“品位”；店家与店家组成一个感官的旋涡，席卷了五颜六色，气味声音，然而没有一种色彩刺眼，没有一种声音喧嚣；在这里行走的过程，充满了视觉的、听觉的、味觉的、审美的蛊惑；那些价格不菲的商品，让徜徉在商铺之间的他们体验到符



号交换的快感，体会着财富带来的自信……唯一的毛病是这里的人群过于拥挤，但如果这是不可避免的，实际上也是不可避免的，就不妨将其看作同类人士彼此炫耀与共勉的月光 Party。

在改良的石库门与缤纷的霓虹灯之间，他们坦然地享受着人生。他们不会玩得太晚，不会把自己灌醉，因为第二天还要上班，也许是个高层会议，也许是个棘手的跨国商业谈判。新进公司的年轻人一个比一个厉害，虽说有海外学历会两门外语更有多年工作经验，但如果过于放松说不定就会丢掉饭碗。

上海起码有几十万这样的人，我们称之为：中产阶层。

M1一代

多年前，有一个叫奈斯比特的外国人曾大胆地预测，20 世纪末中国中产阶层的人数将达到 100 万人。然而，现实的发展却远远超出了奈斯比特的预测。在一项新近完成的研究中，中国中等收入的人数已达到 8000 万人以上，尽管这个数据不一定能得到普遍认同，但即使是 8000 万的四分之一，也是 100 万的 20 倍。

在北京，北三环一线的写字楼和居民楼里，大半聚集着那些白手起家、依托科技与资本的成功对接的“知本家”，年薪往往不下 30 万元；五环、在建的六环离市中心非常远，那里的高档住宅销售得很快，买家都有私家车，而且早把开车当作一种生活方式。

在广东的一些沿海城市，活跃着一群年收入在 20 万元以上的律师、国外品牌代理商、外语培训学校创始人。他们大多数受过高等教育，近三分之一拥有海外背景，视野开阔，说得一口流利的外语。像深圳，目前大约有超过 12 万的经理人才，平均年龄不到 38 岁，却已在一定程度上左右着深圳经济发展的趋势。

国家信息中心的官员曾指出，自 2001 年起的未来 5 年内，中国将有 2 亿人口进入中产阶层消费群。2001 年，龙永图在新加坡的一次讲演中，更是大胆预测，在未来 10 年中，中国具有中等收入的群体将达 4 亿。

一个充满朝气和活力的中产阶层已在中国兴起；我们就算仍看不清他的面孔，但已能看到他那道灿烂的笑容。

改革让出生于20世纪70年代的人受益，而开放，除了带来经济上的进步，更给中国人打开了一扇窗，让他们看到外面的世界，看到一种美好的生活方式，看到自己的努力可以投注的目标。

用最简单的减法，我们就可以知道他们究竟是如何产生的。

30岁~40岁的人，是新兴阶层的中坚力量。我们把这群人称为M1。30-25=5，这是进小学前一年的年龄；40-25=15，这是初中毕业，可以进高中继续读书的年龄，而这个25，指的是中国自改革开放以来的25年。

发达国家的经验表明，一个人，要进入中产阶层，首先要受教育。只有受过教育，特别是受过高等教育，才有可能从事管理和专业技术等白领工作，从而为自己赢得较高的工资收入。M1幸运地出生在“文革”即将结束或已经结束的年头，幸运地在18岁的时候能够参加高考，进入大学这个被西方社会学家称为“造就中产阶层的机器”的地方，幸运地在自己读完本科后发现自己有了出国留学的可能性。

在他们接受教育、增长见识、好好学习、天天向上的这十几年，国家政治经济正在转型。这一切都在为他们日后舒适的生活积累着物质条件。

改革让出生于20世纪70年代的人受益，而开放，除了带来经济上的进步，更给中国人打开了一扇窗，让他们看到外面的世界，看到一种美好的生活方式，看到自己的努力可以投注的目标。

20世纪90年代，一部叫《成长的烦恼》的美国情景喜剧片风靡中国，并多年来重播不断。我们看到一个叫杰森的心理医生只要和几位病人胡侃两句就能让一家五口人（到后来又添了个小女儿，并一度收养过一个男孩，甚至为那个男孩准备了读大学的高昂学费）住在一幢两层楼的别墅中；我们看到大儿子迈克还没找到一份像样的工作，车就换了两部；我们看到他们的“烦恼”各式各样但始终不为物质生活担忧；同时，我们看到这家人相亲相爱，享受家庭带来的幸福，并且恪守许多传统的美德，比如夫妻间的绝对忠诚、考试绝对不能作弊等等，他们似乎没有什么“资产阶级的腐朽思想”……在带给我们许多欢笑的同时，这部电视剧也告诉我们一个美国普通中产阶级家庭的生活样式，即使是被美化的。

这只是开放所带给国人的关于中产阶级的巨量信息符号中的沧海一粟。

一旦有了了解，很多人发现，也许最好的生活并非指挥千军万马，那是战争年代的特殊梦想；也并非要爬到社会的顶层，那注定不能完成一场圆满的人生；在现代社会，所谓的“成功”，也未必需要赚很多很多的钱，只要钱够花，身体健康，家庭美满，能在工作实现自己的价值——中产阶层的生活也许最能体现生命的本意。

雇员之城

社会稳定、经济发展、教育普及、对外开放，这是中国中产阶层形成的四个重要引擎，具体到上海，我们发现，原因还要多上几条。

在解放前，有那么几十年，上海市民中就有一个起着重要作用的中产阶层。上海当时被划分为英美租界（公共租界）、法租界和华界三大地区，西方的市政管理模式及方法在租界的引入并继而成为华界地区的仿效，使上海很快进入了城市化的发展进程中，尽管，这是一种畸形而耻辱的发展。

由于租界为企业提供了一定的秩序，先进的基础设施及技术设备以及制度示范，加之生产要素、经济要素在上海与国内、国际间的流动不受行政地域的限制，上海成了国内资本与国际资本在中国的首选之地，工商业、金融业、公用事业、房地产业以及教育事业纷纷出现。上海很快取得了全国经济中心的地位，它不仅聚集了当时中国最大量的资本和工商业，而且还汇集了中国最精明能干的企业家、金融家和商人，不仅拥有国内最优秀的工程技术人员、管理人员和熟练员工，而且还建立起国内最先进的企业制度。

早在19世纪五六十年代，上海已出现了凭借新式职业谋生的人群：洋行雇员、进出口商店伙计、新式学堂教员以及银行、海关、电报、邮局、铁路系统职工等。到20世纪二三十年代，职工群体已有较大发展，据统计人数已有20万人，主要分布在商业、金融、交通运输、教育、行政机关等系统。这是中小企业大量增长期，到1934年，仅雇工5~30人的小厂就多达四千多家。这一人群中的职业、地位、收入相差甚远，但他们已经具备了作为中产阶层群体的要素：受过较高的教育，以拥有某项专门技能而非体力

塞纳河带给巴黎人的是浪漫，泰晤士河带给伦敦的是规整，阿勒河带给伯尔尼的是自然，而黄浦江，带给上海人、新上海人的，是梦想。

劳动服务于社会，有一个体面的职业，具有较强的现代性，其产生和发展与现代化造成的社会分工密切相关。

从这个角度来讲，上海如今中产阶层的产生，不过是断了的历史的延续。

中产基因

世界上许多著名的城市都有一条穿城而过的河流，上海有黄浦江。不过，河流的性格各不相同，塞纳河带给巴黎人的是浪漫，泰晤士河带给伦敦的是规整，阿勒河带给伯尔尼的是自然，而黄浦江，带给上海人、新上海人的，是梦想。

上海人的人格结构，实质上是百余年超浓度繁荣和动乱的遗留。

特殊的历史境遇和生态环境，将上海人培养出一套著名的、被许多“外地人”所诟病的性格特征，诸如：精明、骄傲、会盘算、瞧不大起领导、很难长久崇拜一个权威、缺少政治热情、吝啬、自私、赶时髦、浮滑、好标新立异、琐碎、世俗气……这当中的许多都不是美德，但是，这些特点都和成为一个中产阶层的性格条件相接。

余秋雨在著名的《上海人》一文中曾经分析过，上海文明最重要的心理品性，一是建筑在个体自由基础上的宽容并存，二是对实际效益的精明估算，三是发端于国际交往历史的开放型文化追求。余秋雨先生写这篇文章的时候，浦东开发还未开始，上海人的经济状况和生活质量落后于全国不少城市居民之后，许多人陷入一种无法避免的尴尬。余秋雨那个时候就写道：上海人不要急，困惑迷惘一阵子，等时机到了，说不定就会站出来像模像样的一群。

上海，也许一直在等待一个中产阶层复苏的时机；如今，这个时机似乎来了。

浦东开发以后，过去的“中产阶级”基因被迅速激活。尽管许多“外地人”仍是不喜欢上海人，但大部分外国人把上海视为最喜欢的中国都市。上海人，他们观察着这十几年发生在身边的奇迹。他们看到一个像小城镇一样的浦东，就这样拥有了东方明珠、



金茂大厦、世纪大道、世纪公园、上海科技馆。他们相信，自己虽然如今不太富有，但因为学历，因为实力，因为还年轻，他们一定会给自己赢得一个安稳的将来。

他城刺激

上海人对于中产生活的追求，还有来自外来的刺激。这些年，香港人、台湾人大量迁入上海。凭借地区间的经济落差，他们在上海的日子过得很滋润；比起电视、电影中的“中产生活”，他们对于上海人的刺激要深刻实在得多。

香港人对上海一直是有感情的。在香港街头说上海话，一般不会受到太无礼的对待，因为20世纪40年代逃往香港、促成香港繁荣的那批富豪，许多就是从上海逃过去的。在香港，说一口“上海腔粤语”是一种身份的象征。台湾人也一样，看看白先勇的《台北人》，就知道他们对于上海的眷恋。台湾人中的许多精英人士甚至选择在上海长住，这中间包括登琨艳、李宗盛等公众人物。

这些香港人、台湾人，腰包鼓鼓地走进上海，他们在上海的生活方式和消费方式，刺激着上海人的眼球和神经。上海人看他们，并不感到强烈的嫉妒或无聊的不平，只是想着要紧紧跟随、甚至超过。

不完美的解释

中产阶层已经兴起，什么是中产，中产的标准为何？这些必须回答的问题，却一直没有答案。

“中产阶层”是一个舶来词，我们只能对这个在英文中毫无歧义的“Middle Class”作出自己的解释——中产阶层或者简称“中产”，更多的时候，我们只能说这是一个正在壮大的“群体”。有意思的是，在官方的阐释中，更多使用“中等收入群体”或“中等收入阶层”的表述。

关于中产的定义，完美的解答几乎是天方夜谭，特别是在中国这样的一个转型社会，而这个群体似乎也没有强大到人们必须为它下定义的程度。

从一系列学术论文中，我们可以得到这样一个解释：“中产阶层是指从事脑力劳动为主，靠工资和薪金谋生，具有谋取一份较高收入、较好工作环境及条件的职业就业能力及相应的家庭消费能力，有一定的闲暇生活质量；对其劳动、工作对象拥有一定的支配权；具有公民、公德意识及相应修养的社会地位分层群体。”

如果单纯找一个解释，这样一段充斥学术论调的文字姑且也可以接受，遗憾的是，这些只是读来莫名其妙且毫无信息的枯燥语言而已。

如果无法从内涵和外延上找到“中产”，那么中产的标准则是给中产寻找一个定位的必需途径。

标准之争

幸好有更多的研究已经关注到这个领域，中国社科院已经为我们做出了一个范本，这极大地方便我们使用和批判。在《2004年：中国社会形势分析与预测》这本书中，社科院研究员李春玲告诉我们，中产有这样四个标准：职业标准、收入标准、消费及生活方式标准、主观认同标准。

在中科院的调查报告，职业中产占调查人群的比例为15.9%，包括党政官员、企业经理人员、私营企业主等十类人。收入则是另一项重要指标，由于可以预见的地域收入差距，研究人员并没有给出一个明确的数据，但在各种纷繁的加权和区分之后，得出的是24.6%的比例。消费的问题与收入相似，在此不再赘言，比例为35%，这里有一个相对有趣的参照物——学历，报告认为：“4/5的大专及以上学历者是消费中产(78.3%)，3/5的中专学历者是消费中产(59.6%)，约半数高中学历者是消费中产(48.7%)，不到2/5的初中学历者是消费中产(37.8%)，小学学历者的相应比例是1/5(21.4%)，无学历者则不到1/5(15.3%)。”而主观认同中产的数据让人有点吃惊，达到46.8%，这段文字表述为“认为自己的社会地位是‘上’或‘中上’的人极少，不到1/10，但选择‘中’的人比例很高，接近2/5的人认为自己处于中等社会地位，这三项选择比例加起来是46.8%，这就是说，将近半数的人属于主观认同中产。这么高的比

例，足以构成一个主观认同方面的中产阶层（或称之为社会中间层）……”

这是一个有点意思的表述，值得诟病的是给调查者的选择，如果社会地位“中”就是“中产”或者叫“主观认同中产”，那中产在世界范围内的研究是不是都失去了本身的意义呢？

把这个问题搁在一边，再看看这样一个结论：综合指标定义的中产阶层：4.1%和7%。如果以四个指标共同界定中产阶层，即某一个人既是职业中产（白领职业），又是收入中产（收入水平在中等以上），同时也是消费中产和主观认同中产（家庭消费达到小康并认为自己处于中等或更高的社会地位），才被归类为中产阶层，那么中产阶层的比例大大下降，仅为4.1%。也就是说，在当前中国适龄社会人口中，只有4.1%的人符合通常意义上的现代中产阶层的标准，如果加上老中产阶层（收入在中等以上水平、家庭消费达到小康并认为自己的社会地位处于中等或以上的个体工商户），那么中产阶层的比例达到7%。根据第五次人口普查数据推算，现代中产阶层的实际数量为3518.5万人，包括老中产阶层在内的中产阶层的实际数量为6007.3万人。

另一个有借鉴意义的结论是，在如上海这样的大都市中，中产比例达到8.7%，如果把老中产阶层也加上，则中产阶层比例为12%。如果按单一指标界定，职业中产占28.3%（不包括老中产）和41.2%（包括老中产）；收入中产占23.8%；消费中产占57.6%；主观认同中产占57.8%。

从某种程度上说，我们已经得到了一些标准，尽管这些标准看起来有些不尽如人意。

如果要继续寻找指标，我们可以再提供一个。

法国巴黎百富勤公司研究得出的标准更加直观：人均年收入2.5万~3万元、家庭年收入为7.5万~10万元，受过高等教育，参与企业决策和管理的，从事脑力劳动的专业技术人员及白领。符合上述标准的人数占中国总人口的比例约为13.5%。以中国目前13亿人口计算，这一人群有1.755亿，几乎覆盖了全国的主要城市人口。