



当代中国社会变迁研究文库

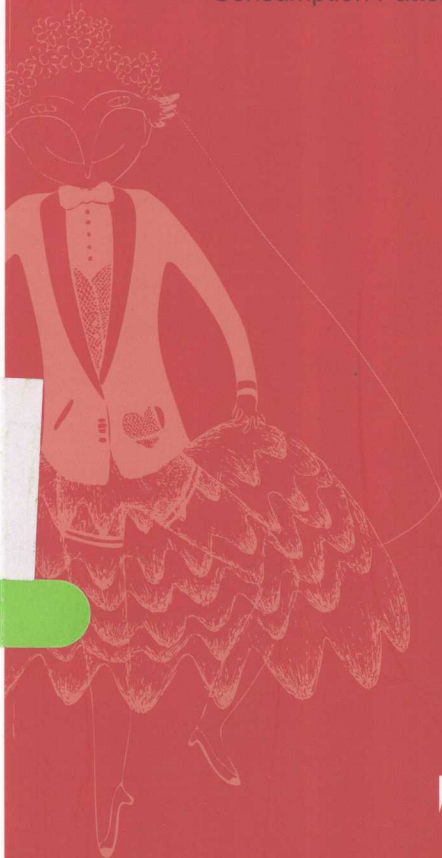
品味与物质欲望

当代中产阶层的消费模式

Taste and Material Aspiration

Consumption Patterns of the Middle Class in Contemporary China

朱迪◎著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



F126.1
65

当代中国社会变迁研究文库

品味与物质欲望

当代中产阶层的消费模式

Taste and Material Aspiration

Consumption Patterns of the Middle Class in Contemporary China

朱迪◎著



F126.1
65



北航

C1694191



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

品味与物质欲望：当代中产阶层的消费模式/朱迪著. —北京：
社会科学文献出版社，2013. 12

(当代中国社会变迁研究文库)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 5052 - 0

I. ①品… II. ①朱… III. ①消费模式 - 研究 - 中国 - 现代
IV. ①F126. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 214397 号

· 当代中国社会变迁研究文库 ·

品味与物质欲望

——当代中产阶层的消费模式

著 者 / 朱 迪

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 社会政法分社 (010) 59367156

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

项目统筹 / 童根兴

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 郑 嫵

责任校对 / 岳中宝

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2013 年 12 月第 1 版

印 次 / 2013 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 5052 - 0

定 价 / 59.00 元

印 张 / 21.25

字 数 / 350 千字

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

总 序

推进中国社会学的新成长

中国社会学正处于快速发展和更新换代的阶段。改革开放后第一批上大学的社会学人，已经陆续到了花甲之年。中国空前巨大的社会变迁所赋予社会学研究的使命，迫切需要推动社会学界新一代学人快速成长。

“文化大革命”结束后，百废待兴，各行各业都面临拨乱反正。1979年3月30日，邓小平同志在党的理论务虚会上，以紧迫的语气提出，“实现四个现代化是一项复杂繁重的任务，思想理论工作者当然不能限于讨论它的一些基本原则。……政治学、法学、社会学以及世界政治的研究，我们过去多年忽视了，现在也需要赶快补课。……我们已经承认自然科学比外国落后了，现在也应该承认社会科学的研究工作（就可比的方面说）比外国落后了”。所以必须急起直追，深入实际，调查研究，力戒空谈，“四个现代化靠空谈是化不出来的”。此后，中国社会学进入了一个通过恢复、重建而走向蓬勃发展和逐步规范、成熟的全新时期。

社会学在其恢复和重建的初期，老一辈社会学家发挥了“传帮带”的作用，并继承了社会学擅长的社会调查的优良传统。费孝通先生是我所在的中国社会科学院社会学研究所第一任所长，他带领的课题组，对实行家庭联产承包责任制后的农村进行了深入的调查，发现小城镇的发展对乡村社区的繁荣具有十分重要的意义。费孝通先生在20世纪80年代初期发表的《小城镇·大问题》和提出的乡镇企业发展的苏南模式、温州模式等议题，产生了广泛的影响，并受到当时中央领导的高度重视，发展小城镇和乡镇企业也随之成为中央的一个“战略性”的“大政策”。社会学研究所第三任所长陆



学艺主持的“中国百县市经济社会调查”，形成了100多卷本调查著作，已建立了60多个县（市）的基础问卷调查资料数据库，现正在组织进行“百村调查”。中国社会科学院社会学研究所的研究人员在20世纪90年代初期集体撰写了第一本《中国社会发展报告》，提出中国社会变迁的一个重要特征，就是在从计划经济走向社会主义市场经济的体制转轨的同时，也处于从农业社会向工业社会、从乡村社会向城市社会、从礼俗社会向法理社会的社会结构转型时期。在社会学研究所的主持下，从1992年开始出版的《中国社会形势分析与预测》年度“社会蓝皮书”，至今已出版20本，在社会上产生了较大影响，并受到有关决策部门的关注和重视。我主持的从2006年开始的全国大规模社会综合状况调查，也已经进行了三次，建立起庞大的社会变迁数据库。

2004年党的十六届四中全会提出的构建社会主义和谐社会的新理念，标志着一个新的发展时期的开始，也意味着中国社会学发展的重大机遇。2005年2月21日，我和我的前任景天魁研究员为中央政治局第二十次集体学习做“努力构建社会主义和谐社会”的讲解后，胡锦涛总书记对我们说：“社会学过去我们重视不够，现在提出建设和谐社会，是社会学发展的一个很好的时机，也可以说是社会学的春天吧！你们应当更加深入地进行对社会结构和利益关系的调查研究，加强对社会建设和社会管理思想的研究。”2008年，一些专家学者给中央领导写信，建议加大对社会学建设发展的扶持力度，受到中央领导的高度重视。胡锦涛总书记批示：“专家们来信提出的问题，须深入研究。要从人才培养入手，逐步扩大社会学研究队伍，推动社会学发展，为构建社会主义和谐社会服务。”

目前，在恢复和重建30多年后，中国社会学已进入了蓬勃发展和日渐成熟的时期。中国社会学的一些重要研究成果，不仅受到国内其他学科的广泛重视，也引起国际学术界的关注。现在，对中国社会发展中的一些重大经济社会问题的跨学科研究，都有社会学家的参与。中国社会学已基本建立起有自身特色的研究体系。

回顾和反思20多年来走过的研究历程，社会学的研究中还存在不少不利于学术发展的问题。

一是缺乏创新意识，造成低水平重复。现在社会学的“研究成果”不可谓不多，但有一部分“成果”，研究之前缺乏基本的理论准备，不对已有

的研究成果进行综述，不找准自己在学科知识系统中的位置，没有必要的问题意识，也不确定明确的研究假设，缺少必需的方法论证，自认为只要相关的问题缺乏研究就是“开创性的”、“填补空白的”，因此研究的成果既没有学术积累的意义，也没有社会实践和社会政策的意义。造成的结果是，低水平重复的现象比较普遍，这是学术研究的大忌，也是目前很多研究的通病。

二是缺乏长远眼光，研究工作急功近利。由于科研资金总体上短缺，很多人的研究被经费牵着鼻子走。为了评职称，急于求成，原来几年才能完成的研究计划，粗制滥造几个月就可以出“成果”。在市场经济大潮的冲击下，有的人产生浮躁情绪，跟潮流、赶时髦，满足于个人上电视、见报纸、打社会知名度。在这种情况下，一些人不顾个人的知识背景和学科训练，不尊重他人的研究成果，不愿做艰苦细致的调查研究工作，也不考虑基本的理论和方法要求，对于课题也是以“圈”到钱为主旨，偏好于短期的见效快的课题，缺乏对中长期重大问题的深入研究。

三是背离学术发展方向，缺乏研究的专家和大家。有些学者没有自己的专门研究方向和专业学术领域，却经常对所有的问题都发表“专家”意见，“研究”跟着媒体跑，打一枪换一个地方。在这种情况下，发表的政策意见，往往离现实很远，不具有操作性或参考性；而发表的学术意见，往往连学术的边也没沾上，仅仅是用学术语言重复了一些常识而已。这些都背离了科学研究出成果、出人才的方向，没能产生出一大批专家，更遑论大家了。

这次由中国社会科学院社会学研究所学术委员会组织的“当代中国社会变迁研究文库”，主要是由社会学研究所研究人员的成果构成，但其主旨是反映、揭示、解释我国快速而巨大的社会变迁，推动社会学研究的创新，特别是推进新一代社会学人的成长。

李培林

2011年10月20日于北京

摘 要

中产阶层——从事白领职业、收入较优越、有的也接受过高等教育的人群——以及城市和都市是消费文化在中国兴起的两个重要驱动力。以全球化、城市化和扩大内需为背景，本书从日常消费、物质文化和品味三个维度考察了中产阶层的消费模式和消费倾向，尤其关注新出现的消费倾向如何在当代特殊的社会文本中实践。通过揭示中产阶层的生活水平和生活方式，能够探讨一些未来的消费和社会发展趋势，并为扩大消费、城市化和相关制度改革作出政策建议。本书为实证研究，定量数据来自几个近年的全国大规模随机抽样调查，定性数据来自作者于2008年在北京对30位中产阶层成员做的访谈。本书特别关注住房消费。分析显示了中产阶层和边缘中产阶层较高的住房需求和较强的购房意愿，也暗示了直辖市及省会城市住房需求不断上涨的未来趋势，因此如果能挤出投机炒作因素，城镇住房市场健康持续发展的潜力巨大。买不起房的问题突出体现在处于成家立业高峰期的“80后”中产的身上，他们的住房拥有率与发达国家同龄青年的住房拥有率相比仍较低，虽然高于我国城镇青年的平均水平。本书也强调，对品味的辩护以及与之伴随的焦虑和矛盾是理解中产阶层消费倾向的关键。研究揭示，对乐趣/快乐的追求——伴随着对舒适的追求——是审美辩护的一个显著形式，量入为出——也即保持收入和支出的平衡——是主要的道德辩护。这种“对个人快乐和舒适的追求”的消费倾向引出了一套新的可以被认同的(justifiable)行为——一个人在决定如何生活的时候被允许考虑自己的快乐和舒适。可见，消费者主权，作为社会规训和权威的对立面，成长为一股力量。研究发现挑战了对于中国“新富”群体的刻板印象，认为对其消费倾向趋于或者炫耀或者节俭的单向度的认识需要调整。

目 录

第一章 炫耀？挥霍？关于中产消费者的种种谜团	3
第一节 中产阶层的研究意义	5
第二节 中国消费文化的研究	9
第三节 研究的主要内容	11
第四节 本书的主要观点	13
第五节 研究方法论	15
第六节 各章节提纲	33

上篇 理论背景与社会背景

第二章 全球化视野下的消费研究	41
第一节 全球化理论：全球文化群	43
第二节 消费和日常生活理论	46
第三节 品味社会学	49
第四节 物质文化和物质的意义	51
第五节 消费倾向作为消费行为的解释	53
第六节 本章结论	60
第三章 社会转型与中产阶层的发展	65
第一节 中产阶层的发展	66
第二节 当代社会背景和相关政策改革	71
第三节 本章结论	80



第四章 消费文化在我国的兴起	83
第一节 中欧消费文化的历史比较	83
第二节 中产阶层的消费模式	89
第三节 都市消费文化	96
第四节 消费模式的社会学解读	98
第五节 本章结论	103

第五章 中产阶层的定义和规模	104
第一节 欧美国家的社会分层体系	104
第二节 中产阶层的界定	109
第三节 我国城市中产阶层的规模	117
第四节 我国城市中产阶层的特征	120
第五节 本章结论	122

中篇 中产阶层的日常消费

第六章 消费与日常生活的组织	127
第一节 家庭资产、日常支出和生活压力	127
第二节 “购物”和“消费”的话语	132
第三节 日常消费及构成	135
第四节 本章结论	150

第七章 居住质量与购房意愿	152
第一节 住房消费和中产阶级	152
第二节 城市家庭的居住状况和质量	157
第三节 中产阶层的购房意愿及影响因素分析	159
第四节 本章结论	166

第八章 “80后”中产的住房拥有状况	168
第一节 青年住房拥有问题的国际比较	170
第二节 985 高校毕业生住房拥有情况	173

第三节 影响 985 高校毕业生住房拥有的因素·····	177
第四节 本章结论·····	180

下篇 中产阶层的品味与物质文化

第九章 消费偏好与休闲消费：现代生活方式的勾勒·····	183
第一节 中产阶层的日常消费偏好·····	183
第二节 城镇居民消费倾向的多元对应分析·····	189
第三节 中产阶层的休闲消费·····	195
第四节 消费的社会分层作用·····	206
第五节 本章结论·····	214
第十章 消费和社会习俗·····	215
第一节 履行家庭责任的消费·····	215
第二节 消费模式的代际差异·····	222
第三节 礼物的赠送·····	227
第四节 消费和社会互动·····	230
第五节 本章结论·····	235
第十一章 品味和物质欲望：一种自我导向的消费倾向·····	237
第一节 品味的塑造·····	237
第二节 物质欲望·····	252
第三节 本章结论·····	259
第十二章 网络购物：理性与冲动的交锋·····	260
第一节 淘宝购物节和消费需求·····	260
第二节 微博数据收集和分析方法综述·····	263
第三节 数据收集和分析方法·····	270
第四节 传播关系和情绪分析·····	271
第五节 消费行为的属性·····	274
第六节 本章结论·····	279



第十三章 结论	280
第一节 中产阶层的消费模式	280
第二节 追求快乐和舒适的消费倾向	285
第三节 未来趋势和政策建议	288
第四节 思考、局限和未来的研究	291
参考文献	294
索 引	315
后 记	322

图表目录

表 1-1	定量和定性研究策略的根本区别	16
表 1-2	被访者的人口特征, 北京, 2008 年	27
表 5-1	英国和美国政府统计使用的“职业等级模型”	105
表 5-2	NS-SEC 的分析模型	107
表 5-3	法国政府统计中的社会分层体系 (Szreter, 1993)	108
表 5-4	我国城市中产阶层的规模, 2008 年和 2011 年	120
表 5-5	我国城市中产和非中产的人口特征	122
表 7-1	我国城市各阶层的规模, 2008 年和 2011 年	154
表 7-2	我国城市中产、边缘中产和社会底层的主要人口特征, 2011 年	155
表 7-3	我国城市边缘中产阶层的主要人口特征, 2011 年	156
表 7-4	分析所涉及的自变量的描述统计	163
表 7-5	购房意愿的定序逻辑回归和多项逻辑回归模型 [Exp (B): odds ratio]	163
表 8-1	985 高校毕业生拥有房产和受父母资助的情况	174
表 8-2	985 高校毕业生的房产和汽车的拥有情况	175
表 8-3	985 高校毕业生平均每年休闲消费支出	177
表 8-4	985 高校毕业生拥有房产的影响因素	178
表 9-1	中产阶层购衣和外出吃饭的消费模式	188
表 9-2	城镇居民购衣和外出吃饭消费的分化	189



表 9-3	24 种模态对每个轴变异的贡献, CGSS2003, 多元对应分析	195
表 9-4	以 CSS2011 中两个休闲活动参与的 变量为例的 Burt 矩阵	197
表 9-5	分析所涉及变量的描述统计	201
表 9-6	城镇居民休闲消费的不同模式	202
表 9-7	休闲消费模式的阶层差异	203
表 9-8	城镇居民休闲消费的影响因素分析, 2011 年 [Exp (B): odds ratio]	204
表 9-9	不同职业阶层的私家车拥有情况	209
表 9-10	不同收入阶层的私家车拥有情况	210
表 9-11	不同职业阶层的购买衣服地点	211
表 9-12	不同收入阶层的购买衣服地点	212
表 9-13	不同职业阶层的外出吃饭地点	212
表 9-14	不同收入阶层的外出吃饭地点	213
表 11-1	满足的类型学	244
图 1-1	被访者以年龄和性别区分的收入分布	29
图 3-1	2000 ~ 2012 年一线城市商品房销售单价	75
图 4-1	“差序格局”所表示的社会关系模型的例子	102
图 5-1	城市各阶层的划分体系	118
图 6-1	2011 年中产和非中产家庭的资产构成和数量	129
图 6-2	2010 年我国城镇家庭生活消费支出构成	130
图 7-1	我国城市各阶层的购房意愿, 2011 年	161
图 8-1	美国按照年龄分组的每年住房拥有率: 1982 ~ 2011 年	171
图 9-1	中产和非中产阶层的主要信息获取渠道 (最多选 3 项)	184
图 9-2	中产和非中产阶层的主要出行方式 (最多选 3 项)	185

图 9-3	中产和非中产阶层购买衣服的主要地点（最多选 2 项）	185
图 9-4	中产和非中产阶层外出吃饭的主要地点（最多选 2 项）	187
图 9-5	城镇居民消费行为参与的多元对应分析，2003 年	191
图 9-6	城镇居民消费行为参与的多元对应分析（职业阶层与 年龄为补充变量），2003 年	192
图 9-7	城镇居民消费行为参与的多元对应分析 （收入与居住地区为补充变量），2003 年	192
图 9-8	中产和非中产阶层在周末或节假日通常的 休闲方式（限选 3 项）	196
图 9-9	城镇居民休闲消费模式的多元对应分析，2011 年	198
图 9-10	城镇居民休闲消费模式的多元对应分析（阶层、 受教育程度、收入、年龄和居住地区 作为补充变量），2011 年	200
图 12-1	“天猫”五折商品目录微博传播关系	273
图 12-2	“冲动消费”和“理性消费”的类型分析	276



这是 2009 年 Boxing day 当天的英国曼彻斯特市中心，BURBERRY 专卖店前排起了长龙，人们在等候进店选购打折商品，队伍中有不少亚洲面孔。中国真的将跃居奢侈品消费大国？“新富”阶层尤其热衷炫耀消费？

第一章

炫耀？挥霍？关于中产消费者的种种谜团

当代中国人的消费模式正在经历深刻的转型。很多市场研究显示，“新富”群体尤其热衷于炫耀性和挥霍性的消费，坊间也热议着诸如神秘富豪抢购豪车^①以及中国即将超过日本跃居全球第一大奢侈品消费国^②的新闻。然而，需要学者引起注意的是这种挥霍消费和对于消费文化的狂热所嵌置的文本——一个跟英国和美国相比并非那么富裕的国家。事实是，“二战”后世界上很多国家经济复苏、迅猛发展的时候中国还在经历物质匮乏甚至经济濒临崩溃，直到20世纪70年代末中国社会中占有统治地位的话语依然是节俭。中国人向来喜欢存钱，即使到了高消费的口碑名扬海外的今天，储蓄率也非常之高，这令很多西方学者百思不得其解。《财富》杂志于2006年的一篇报道称，中国的个人存款率约为家庭收入的30%，而2005年美国的个人存款率为税后家庭收入的-0.4%^③。另外，根据2009年《中国统计年鉴》，自1978年开始城乡居民人民币储蓄存款逐年显著增加；虽然在20世纪末增量相对减缓（2000年的年增加额为4710.6亿元），自2005年却开始大幅增加，2008年的年增加额为45353亿元^④。同时，以儒家和道家文化为

① 搜狐汽车，2010年4月26日，<http://auto.sohu.com/s2010/banbao055/?p=inputwin> [检索日期：2011年3月]。

② 凤凰网，2011年6月18日，http://news.ifeng.com/mainland/detail_2011_06/18/7095077_0.shtml [检索日期：2011年6月]。

③ 《财富》，2006年3月8日，http://money.cnn.com/2006/03/03/news/international/chinasaving_fortune [检索日期：2011年3月]。

④ 国家统计局网站，<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2009/indexch.htm> [检索日期：2011年3月]。