

# 中国消费的崛起

AS CHINA GOES,  
SO GOES THE WORLD

# 中国消费的崛起

【英】葛凯〇著  
曹颖〇译

你真正了解中国消费文化吗?  
中国在为世界埋单?  
奢侈品消费、造假现象说明了什么?



[中国消费的崛起 下载链接1](#)

著者:(英)葛凯

出版者:中信出版社

出版时间:2011-8

装帧:平装

isbn:9787508628523

从汽车到啤酒，中国已经成为了世界上几乎所有商品的最大消费国，中国人的消费习惯也越来越向西方靠拢——

在宽敞的单身公寓里居住、在连锁商店里购物、在以肉类食品为主的快餐连锁店里进餐。甚至在那些长期以来较为落后的农村地区，消费者也正在购买越来越多的冰箱、电视、手机，建造越来越大的房子。

中国拥抱美国式的消费主义，是最值得人关注的重要的现象，将影响人类生活的各个方面，甚至改变世界。

实际上，这种变化已经在展开，中国人已成为世界上最大的消费者，无论啤酒、手机，还是汽车、电脑，无论是超市还是快餐，中国都是最大。即便乡村，虽然与城市消费有很大差距，却都在以无法估量的热情在大量追逐电冰箱、彩电、手机、大房屋等消费品。

当美国人和欧洲人还在为中国人从他们手里争抢工作岗位和能源耿耿于怀时，却忽略了一个更重要的事实：

在中国彻底变革数亿中国人生活的同时，也在积蓄着重塑世界的潜力。中国消费者正在迅速代替浪费的美国人成为推动全球经济的增长的引擎，但在这个过程中，他们也在剧烈地重塑世界经济——而且这种重塑将无法逆转。

作者介绍：

葛凯(Karl Gerth)

2000年获哈佛大学历史学博士学位，，师从著名的中国研究权威学者孔非力教授，专业方向为近现代中国史。现为英国牛津大学大学历史系副教授。作者与中国的情缘始自1986年，当时他作为一个大学生在南京大学和北京大学学习中文。此后他几乎每年都到访中国，或游学或研究。其间为研究民国史，他在台湾生活了三年。此外，为完成博士论文，他还到日本东京大学专门学习、研究了两年的中国近现代史。

葛凯主要研究现代中国的消费主义与消费文化，一方面集中考察消费文化在20世纪中国的变迁；另一方面则以1950年代为关注焦点，考察中国的城市市场文化在这一阶段是如何被摧毁的，并揭示这一阶段的国际冷战如何反映在中国人的日常生活中。

他的第一本著作《制造中国：消费文化与民族国家的创建》2003年在哈佛大学出版之后，好评如潮，去年由北京大学出版社出版了中文版，受到了学界和读者的一致好评。目前他在继续研究1950年代和1980年代以来中国的消费文化，从历史的层面考察在不同的历史时期中国的消费文化与冷战或全球化的关系。

目录: 中文版序 // IX

前言 // XIII

向消费主义转型 // XVII

创造消费者 // XXI

世界跟着中国走 // XXVII

1 中国汽车文化和汽车经济 // 1

汽车文化与“中国制造” // 10

汽车文化改变中国 // 14

中国的汽车文化在改变世界 // 20

2 炫富与仇富：中国新贵阶层 // 29

中国特色的富人生活方式 // 32

社会态度、流动性和消费主义 // 41

3 消费至上：海峡两岸消费主义的形成 // 53

从“大陆热”到“上海狂热” // 61

迎合大陆口味 // 65

|                              |
|------------------------------|
| 流行音乐带来的流行商品 // 67            |
| 纸质消费文化的振兴 // 71              |
| “韩流”冲击 // 74                 |
| 4 中国消费者的这些年：从极度匮乏到极度充裕 // 81 |
| 从匮乏到充裕 // 85                 |
| 零售业革命 // 91                  |
| 吃得放心和便利 // 94                |
| 从饥荒到飨宴 // 98                 |
| 5 品牌的力量：中国消费意识的转变 // 103     |
| 品牌中国 // 109                  |
| 经济民族主义 // 114                |
| 并购名牌 // 121                  |
| 中国品牌化挑战 // 122               |
| 6 中国造假真相：一个假货满天飞的世界 // 129   |
| 中国为什么假货泛滥 // 135             |
| 难辞其咎的国外消费者 // 138            |
| 从大头婴儿到三聚氰胺：中国的劣等品市场 // 141   |
| 让假冒伪劣商品无藏身之地 // 145          |
| 中国特色的山寨文化 // 150             |
| 7 消费主义的代价：中国环境保护的难题 // 155   |
| 消费者Vs.环境 // 160              |
| 消失的森林，肆虐的沙漠 // 165           |
| 被垃圾包围 // 167                 |
| 呼吸的代价 // 170                 |
| 绿色消费主义的难题 // 172             |
| 结语 中国墨迹 // 179               |
| 致谢 // 185                    |
| 译后记 // 189                   |
| · · · · · (收起)               |

[中国消费的崛起](#) [下载链接1](#)

标签

经济学

中国消费

消费主义

中国

海外中国研究

## 评论

确实太赞了。

更像是一本写给老外看的通识书，内容大多为事例和数据及一些问题，较少有分析和结论。尽管其中的事实作为中国人已经耳濡目染，但一个外国人能掌握如此数量庞大而颇成系统的信息确实难能可贵。有着数亿人口的中国对于世界的市场消费、资源、劳动力所造成的影响是明显的，只不过目前开放程度还不够而已。

比起制造中国差很多吧。。。。

对中国人来说几乎都是常识。

写得非常浅。

一整天看完了一本。。有点散不方便写报告阿苦恼。话说这个翻译好有趣翻得好中文= =

phd与学者把书写成这样,似乎不是翻译的问题,64%白兰地销往亚洲甚至中国,真富有,联合利华收购了京华茶叶,王麻子在2003年破产

现在读有些内容已经过时了，不过还是能发觉国内一些热议事件的因由。权作参考，跟着目录挑着看即可。

得到了些我想知道的数据，有很多反思，不过没有任何解决方案，而且也不可能有一次性的解决方案，我们一起不停的滚吧滚吧，滚到哪活到哪

葛凯指出了许多中国消费的原因的影响，并对解决方案给了一个开放的回答。但也许我们应该从另一个角度去看消费，为什么一定是中国消费？其实消费主义早已成为了全世界要考虑的问题，中国只是眼下的那颗大树而已。想起书中最后提到的那位女士的回答，也许只有当消费耗尽了地球上最后一滴资源后，“上帝”会出来收拾着一切。然而真的要这样么？人类之所以为人类，只因因自私之心而起的短浅目光和侥幸心理吧。

中国最近二十年暴露的社会问题都被作者用一套理论解释了，牛掰。

比较科普性的一本书。出版在五年前，而许多数据又带有一定的时效性，内容有点贬值

emmm……深刻地反省自己…簡單地堆資料是得有多難看……

全是数据。。同学说中信的都是科普读物。。中枪啊。。

很有意思，浅显易懂，作为一个外国人对中国有这样的研究不容易

简述了中国消费崛起的过程 提到了其带来的影响和造成的后果

数据不错~

从老外眼中看中国人的消费观念。

外国人视角。

外国人看中国的视角，不说深不深刻，但是确实有很多方面很理性，很客观，值得我们边看边思考，对于重新认识现在我们所生活的国家是一本很棒的书。

[中国消费的崛起](#) [下载链接1](#)

## 书评

就像题目已经暗示的那样，作者只不过是想说，在中国走向消费主义的今天，世界——尤其是西方——不得不相应的改变。作者摆出了大量的数据，事例——考虑对象主要是西方读者——首先告诉大家现在中国正在改变成西方的消费式生活方式。这种过去无法想象的改变正在不可回溯的改变...

[中国消费的崛起](#) [下载链接1](#)