

<<中国消费的崛起>>

图书基本信息

书名：<<中国消费的崛起>>

13位ISBN编号：9787508628523

10位ISBN编号：7508628527

出版时间：2011-8

出版时间：中信出版社

作者：(英)葛凯

页数：194

译者：曹槟

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国消费的崛起>>

内容概要

从汽车到啤酒，中国已经成为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。

实际上，这种变化已经展开，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，中国都是最大的消费市场。

即便在乡村，虽然与城市消费有很大差距，却也在以无法估量的热情追逐电冰箱、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潭耿耿手怀时，却忽略了一个更重要的事实：

中国在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。

作者长途跋涉、深入中国内地，探访中国消费行为。通过{中国消费的崛起}一书，他向我们揭示了为什么每一个人从今天起要开始重视普通中国消费者每天所作出的各种选择。

<<中国消费的崛起>>

作者简介

葛凯，牛津大学默顿学院的研究员、卓有建树的历史学者。
2000年获得哈佛大学博士学位，先后任教于南加州大学和牛津大学。
他曾就中国和日本的消费主义问题进行长达25年的研究。
2004年哈佛大学出版社出版了葛凯的专著《制造中国：消费文化与民族国家的创建》，引起广泛影响。
葛凯的最新著作《中国消费的崛起》深度剖析中国在过去30年间的经济转型对整个世界造成的重大影响。

<<中国消费的崛起>>

书籍目录

中文版序

前言

向消费主义转型

创造消费者

世界跟着中够走

1 中国汽车文化和汽车经济

汽车文化与“中国制造”

汽车文化改变中国

中国的汽车文化在改变世界

2 炫富与仇富：中国新贵阶层

中国特色的富人生活方式

社会态度、流动性和消费主义

3 消费至上：海峡两岸消费主义的形成

从“大陆热”到“上海狂热”

迎合大陆口味

流行音乐带来的流行商品

纸质消费文化的振兴

“韩流”冲击

4 中国消费者的这些年：从极度匮乏到极度充裕

从匮乏到充裕

零售业革命

吃得放心和便利

从饥荒到饕宴

5 品牌的力量：中国消费意识的转变

品牌中国

经济民族主义

并购名牌

中国的品牌化挑战

6 中国造假真相：一个假货满天飞的世界

7 消费主义的代价：中国环境保护的难题

结语

后记

致谢

<<中国消费的崛起>>

章节摘录

向消费主义转型 为了更好地理解中国为何作出向消费主义转型的决定，并下决心努力取得成功，我们有必要回顾一下历史。

1949年中华人民共和国成立之时，毛泽东大声宣布中国“站起来了”，这意味着这个在之前的一个世纪里被帝国主义列强欺凌的国家，其命运从此掌握在自己手中了。

在新中国成立的前30年里，市场经济在美国、日本等国取得长足发展的时候，中国在尝试发展自己的工业经济，并与资本主义国家努力划清界限，它通过出台政策来限制商品的供应并将稀缺资源优先用于发展重工业。

那时全国工作的重心始终围绕着“生产至上主义”：生产那些用于生产产品的货品（“生产者货品”，比如钢铁和化学制品等），而不是那些可以直接使用的货品（“消费者货品”，比如自行车、牙膏等）。

出于国家利益，中国通过限制商品的供应来抑制大众消费，因此那时老百姓在消费时并没有多少选择余地。

随着邓小平的上台，所有这些都发生了改变，中国的领导人开始认为“对外开放”是引进技术和资金、促进中国经济发展必不可少的环节之一，他们认为之前封闭的经济发展模式已不再适用于当前的国情，虽然“对外开放”可能会带来贫富差距拉大以及对资本主义国家形成依赖的风险，但这些负面影响都无法掩盖该政策的潜在收益——中国将有望恢复其经济强国的历史地位。

为了从资本主义国家那里获得资金和人才，中国逐渐对国内、国际贸易政策进行了调整，并于2001年加入世界贸易组织。

虽然变化在那之前就已经开始酝酿了，但是在2001年之后，一切都变得不一样了。

作为世界贸易组织的成员国，中国给予外国公司更多进入中国市场的权限来接触潜在的中国消费者，而且外国公司进驻中国的速度也变得越来越快，与此同时，各国际贸易机构和国外政府也在催促中国政府在这些领域进行政策改革，中国也接受了这些政策调整，从而开启了一场前所未有的转型——中国从来没有像今天这样接近市场经济，越来越多的中国人也逐渐接纳并习惯了现代消费主义的生活方式。

中国从中央控制的计划经济过渡到消费经济不能单纯地解读为在外来影响下的又一次被迫转变，事实上这一次是中国欢迎并且鼓励了这种外来影响，至少可以说是遵从了主要市场经济国家尤其是美国的游戏规则。

邓小平上台后，中国开始逐步取消政府控制的计划经济，鼓励外国投资者在中国的土地上播撒以市场为主导的发展种子。

紧跟日本、中国台湾、智利、韩国和新加坡之后，邓小平创造了一个受中央调控的市场经济，他称之为“中国特色的社会主义”。

依赖出口、引进外资以及通过与外国公司成立合资公司来实现技术转移，这三点共同促进了工业化的急剧扩张和发展，不过相关政策还在试图限制对消费品的进口，从而削弱消费者行为对经济发展所产生的影响。

<<中国消费的崛起>>

媒体关注与评论

一次充满乐趣和警示的阅读体验，每一行文字都充满了真知灼见。

——伊懋可 当代著名历史学家、中国问题专家 现在市面上有很多书都是关于中国的社会、经济和政治体系，但很少有书涉及数亿中国消费者的日常生活、他们的消费选择以及这些选择对活跃在中国市场上的中外企业所产生的影响，葛凯则为我们提供了有关这些方面的宝贵信息和见解。

——菲利普·科特勒 “现代营销学之父”、管理学大师 过去几十年的全球经济全靠两个简单的原则支撑：勤俭节约的中国人制造一切，挥霍无度的美国人购买一切。

但是，当中国人开始引领世界消费、定义全球品位时，这个世界会发生什么？虽然那一刻还没有到来。但是葛凯的这本新书为我们铺开了一幅中国消费革命的图景，中国的一部分未来就是以美国为原型——到处都充斥着汽车和炫耀性消费；交易对象扩展到了土地和劳动力；愈发明显的社会不公以及商业和政治精英之间的联合；无节制的环境恶化。

这是一本引人入胜、发人深省的书，作者用技巧和智慧把握住了定义今日中国市场的各种变化，而且过不了多久，这些变化将会改变整个世界。

——威廉·柯比 哈佛大学教授、中国问题专家

<<中国消费的崛起>>

编辑推荐

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？

中国消费者对世界产生的影响 远比碳排放量、贸易争端更深刻。

<<中国消费的崛起>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>