

# 《中国中产阶级--未来社会结构总

## 图书基本信息

书名：《中国中产阶级--未来社会结构的主流》

13位ISBN编号：9787800587207

10位ISBN编号：7800587207

出版时间：1999-02

出版社：中国计划出版社

作者：秦言

页数：448

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《中国中产阶级--未来社会结构总

## 书籍目录

# 《中国中产阶级--未来社会结构总

## 精彩短评

1、本书似乎有一个矛盾的地方,一方面它说中国的中产阶级将成为未来中国社会的主要阶级,另一方面,在书的后半部分,它强调主宰知识经济时代的智能阶级将取代中产阶级.唯一的解释就是,在知识经济大发展之前,以私营企业主、白领为主的中产阶级将成为社会主力,随后再进入智能阶级为主体的社会模式。

1、中产阶级是具有较高文化水平、中等级以上收入、从事白领工作的人，职业、教育与收入是定义中产阶级的指标。在欧洲，中产阶级指的是一般人、普通人，不是穷人也不是富人，即是中产阶级。在美国，有着稳定工作的白领受薪人员——典型是从从事白领工作的白人——就是中产阶级。在中国，中产阶级指的是从事白领职业、拥有中等级以上文化水平、收入高于当地人均收入水平的人。当地人均收入水平在中国指的是各省直辖市城镇单位职工平均收入。中国的中产阶级主要集中于大城市。北京大约有229万中产阶级，占总人口的15.9%，占就业人口的30%。上海大约有221万中产阶级，占总人口的13.2%，占总人口的25%。在这些人当中,大约3%是私营企业主,31%是党政领导干部、经理人员和中高层专业技术人员,19%是工商个体户,47%是普通的白领职员和低层专业技术人员。在消费领域，中国中产阶级展现了其巨大的能量，是推动中国经济转型（从出口导向型经济到内需拉动经济）的主要动力之一。凯恩斯主义指导的经济体以出口为主要经济来源，然而一个真正成熟的经济体则以内需消费为主要的经济来源。同时，中产阶级也是全球跨国公司重点关注的消费群体。我们将中国社会划分为5个阶级，包括中产阶级、半中产阶级、商业服务业工人、产业工人和农民。其中的“半中产阶级”是指从事白领职业但教育水平或收入水平未能达到中产标准的人。中产家庭的消费水平明显高于其他阶级/阶层,中产阶级的家庭年支出是农民阶层的3.4倍,是产业工人和商业服务业工人的1.9倍和2.3倍,是半中产阶级的1.6倍。家庭年人均消费支出的阶级/阶层差异比家庭年总支出更大,这是因为中产阶级家庭的平均规模小于其它各阶级/阶层。中产阶级的家庭年人均支出是农民阶层的4.5倍,是产业工人和商业服务业工人的2.3倍和2.5倍,是半中产阶级的1.7倍。家庭日常支出(满足基本生活需要的支出项目)的阶级/阶层差异则更大。中产阶级的家庭日常支出是农民阶层的5.6倍,是产业工人和商业服务业工人的2.6倍和2.4倍,是半中产阶级的1.9倍。中产阶级在5个消费项目——饮食、日用品、水/电/燃气、教育和医疗保健——上比例低于其他阶层,在另外5个项目——服装、通讯、交通、文化/娱乐/旅游和家电/家具购置——上中产阶级的比例高于其他阶层。在人情交往消费上,除了农民阶层以外,中产阶级与其他阶层比例接近。这些比例差异反映出了中产阶级家庭消费结构与其他阶层所不同的特征。与其他阶层相比,中产阶级的家庭消费中,较少的比例用于满足基本生存需求方面(如饮食和日用品),而花费较高比例在提高生活品质上(如服装、通讯、交通、家电/家具购置、文化/娱乐/旅游)。另外,中产阶级购买公共服务(水/电/燃气、教育、医疗保健)的费用占其家庭总支出的比例明显低于其他阶层。中产阶级最青睐的购买服装的场所依次为大商场、普通服装店和品牌专卖店,半中产阶级偏好的场所依次为普通服装店、大商场和批发市场,商业服务业工人选择最多的场所是普通服装店、批发市场和街边摊点,产业工人的选择是普通服装店、街边摊点和乡村集市,农民的选择则是乡村集市、普通服装店和街边摊点。各阶级/阶层的人选择普通服装店的比例都比较高,但中产阶级选择大商场和品牌专卖店的比例远远高于其他阶层。略超过三分之一的中产阶级经常光顾品牌专卖店,表明他们热衷于名牌服装消费,而其他阶层的光顾品牌专卖店的比例只有约十分之一,农民则极少光顾品牌专卖店。外出吃饭消费也体现出阶级/阶层差异。绝大多数中产阶级经常上饭馆,仅有12.9%的中产阶级声称他们“很少外出吃饭”。半中产阶级当中,有37%的人表示“很少外出吃饭”。接近半数的工人和农民“很少外出吃饭”,商业服务业工人的比例是45.2%,产业工人的比例是43.4%,农民的比例是64.7%。中产阶级最青睐的吃饭场所是中档饭店,其他阶层最经常光顾的是小吃店。经常光顾高档饭店的中产阶级并不多,只有不到十分之一的中产阶级(7.7%)经常去高档饭店,但其比例还是明显高于其他阶层,半中产阶级、商业服务业工人、产业工人和农民几乎不会去高档饭店,他们去中档饭店的比例也很低。自本世纪开始以来新的两大件——住房和汽车——成为中国家庭的消费热点,而中产阶级成为了引领这两大件消费的主要力量,从而“有房有车”成了中产阶级的身份象征。中产阶级拥有私家车的比率为29%,而且另有8.2%的中产阶级声称“计划一年内购买汽车”,依此推测,目前中产阶级的私家车拥有率应超过三分之一,并且在未来数年内,私人轿车将在中产阶级当中得到普及。接近三分之二的中产阶级居住于普通商品房小区和单位社区,只有极少数中产阶级居住于别墅区或高级住宅社区。其他阶层居住于商品房小区和单位社区的比例远远低于中产阶级,而老城区、集镇社区和农村/城乡结合部的比例明显高于中产阶级。这反映出居住社区的分层现象,上层阶级居住于别墅区或高级住宅社区,而中产阶级大多居住于普通商品房小区和单位社区,中下阶级大多居住于老旧居民区或城市的边缘地带。居住社区的环境可以体现出中产阶级的生活方式。82.1%的中产阶级声称他们居住的社区有绿地,67.9%的中产阶级居住的社区有户外健身场所,67.6%的中产阶级居住的社区有保安,45.6%的中产阶级居住的社区有电子监控系统,20.7%的中产阶

## 《中国中产阶级--未来社会结构总

级居住的社区有室内健身场所,18.8%的中产阶级居住的社区有会所,16.2%的中产阶级居住的社区有山水景观。华东师范大学11新闻班洪超修习专业任意选修《消费者行为学》课堂作业整理材料。

# 《中国中产阶级--未来社会结构总

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)