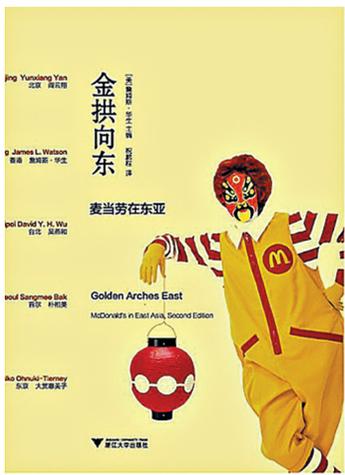


# 麦当劳改变东方



《金拱向东：麦当劳在东亚》  
主编：詹姆斯·华琛（美）  
祝鹏程译，浙江大学出版社

上世纪90年代中期，詹姆斯·华琛联合阎云翔、吴燕和、朴相美、大贯惠美子几位人类学家一起，对麦当劳在北京、香港、台北、首尔和东京这五座东亚城市的发展情况进行“田野调查”，探讨麦当劳的世界性体系如何适应地方社会的本土环境，最后成书《金拱向东：麦当劳在东亚》（詹姆斯·华琛主编（美），祝鹏程译，浙江大学出版社）。麦当劳在上世纪70年代至90年代之间的不同时间进入这五座城市，随即遍地开花。

如果仔细看，麦当劳进入每个城市的时间点可以说都是恰逢其时，庞大的消费市场正在热盼它的到来。东京（1971年）：在上世纪70年代初期，富裕的中产阶级已经成熟，对于新一代的消费者来说，经常外出就餐已成为常规；香港（1975年）：此时的香港已经从大不列颠殖民地转变为国际性服务中心和大陆贸易中转港口，白领中产阶级正迅速替代了战后的工人阶级，大多数香港人形成核心家庭；台北（1984年）：台湾经济开始腾飞，中产阶级兴起，已婚妇女回归职场，家庭结构发生变化，都市主义与消费主义兴起；首尔（1988年）：本土中产阶级的下一代开始懂得享受，青少年成为消费主力；北京（1992年）：在上世纪70年代末80年代初中国开始实行经济改革后，家庭结构发生了急速改变，而独生子女政策的实行，也使得儿童娱乐市场蓬勃发展，麦当劳在中国阶层形成的关键时刻进入中国人视野，成为新生活方式的符号象征。

新兴中产者正在这些城市逐步壮大，他们渴望一种可炫耀的、体现文化品位的消费，而当极具美国文化特色以及象征自由生活的麦当劳一符号降临，自然马上就趋之若鹜。麦当劳金色的拱门在东亚也成为了美国文化的象征，被赋予了异域的、现代的、平等的、自由的色彩。

儿童是麦当劳在东亚最核心的消费群体。随着核心家庭化与生育率的下降，儿童成为城市家庭消费中的支配者。特别是中国北京，情况更为明显，许多工薪家庭父母省吃俭用，也要满足独生子女的各种要求。麦当劳的管理层

看到了这一点，推出了各种笼络孩子的做法，比如制作荣誉小顾客手册、举办作文比赛等。至于生日聚会更是一项久盛不衰的成功举措，不但博取了儿童的好感和忠诚，同时可以让消费人群从家庭扩展到家族与同学之间。

女性在麦当劳用餐的现象也越来越频繁，一方面是她们投入工作，在外用餐数量增加；另外一方面是她们的更青睐于麦当劳无烟酒以及安静的环境。根据数据显示，东亚麦当劳餐厅用餐的女性数量远高于男性，特别是在以大男人主义著称和好酒的韩国首尔。

事实上，麦当劳在美国属于低收入家庭的餐厅，以快速、廉价的特点为大众所喜爱。然而，不管是北京，还是香港、东京，人们都喜欢长时间地待在餐厅，把它看作一个类似于咖啡屋的地方。人们去麦当劳消费的不仅仅是食物，更看重的是那里干净、整洁的环境。当麦当劳被看作一种文化符号时，大多时候是指前面所提到的它所象征的美国现代社会和现代生活方式。对于这一点，在中国北京那里几乎是近于沉溺地拥抱；而对日本东京来说，所谓美国生活方式更多是指平等的诉求；韩国首尔却经常纠结于民族的对抗。可以看出，对于同一符号的态度，折射出的是不同地区的社会心理。

书中一再提到，麦当劳给东亚带来了消费者的纪律——排队。研究者发现，虽然管理人员不断推行这方面的教育，但世界上很多地方的消费者还是拒绝在柜台前有序地排队。麦当劳刚落户香港时，用餐高峰期的秩序十分混乱，但这种情况在上世纪80年代得

到改善。作者认为，新一代的香港人已经把这个移民城市当作自己的家来建设，并逐步建立起“以香港为荣”的观念。而北京的情况却令人大吃一惊，不但井然有序地排队，而且还自觉地清理餐后垃圾。

麦当劳对东亚社会影响并不止于此，它给本地的餐饮行业带来了巨大的冲击。所谓的现代化管理模式，标准化食品，被竞相模仿。另外，清洁，特别是洗手间的卫生，几乎可以说在东亚地区引发一场公共卫生的革命。时至今日，麦当劳对于大多数国人来说，还是清洁、安全的代名词。

麦当劳所作的当然不是完全同质化的美国文化，像很多人所指责的那种“麦化”，而是“嵌入”本地之中。或者说，是全球化与本地化互相博弈、相互妥协的结果。纵览全书可以看到，当麦当劳进入东亚五座城市时，在北京是美国文明的象征，而在那里用餐意味着身份、文化以及地位；在香港则与当时的殖民经济相结合，培育了新一代的公民意识和饮食习惯；在台北扮演着两股激进势力之外一种从容和中立的身份；在首尔一直遭受民族主义者的抨击，只能步步为营；在东京改变了日本传统的用餐习惯，并且融入其中，现在年轻的日本人几乎忘记了麦当劳是美国企业。

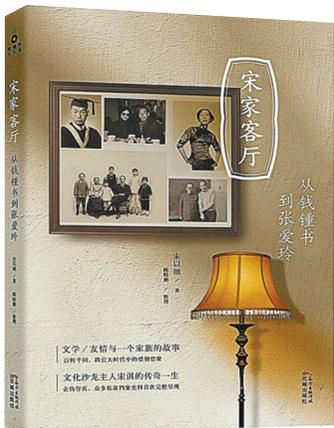
总之，《金拱向东：麦当劳在东亚》所讲述的麦当劳东亚之旅，不是一个商业的故事，也不是一个反全球化的故事。与其说它探讨了麦当劳在东亚五座城市本土化的实践，不如说，是那里人给予了这些实践以意义——每个民族和社会都有着他们自己的故事。（孙山）

## 新书上架



《一带一路：全球发展的中国逻辑》  
作者：冯建  
中国国际战略/中国民主法制出版社

2013年9月和10月，习近平主席在出访中亚和东南亚国家期间，先后提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的重大倡议，引起国内外高度关注和热烈反响。本书比较系统地分析了“一带一路”合作倡议产生的深刻动因，阐述了古今丝绸之路一以贯之的历史与现实特征，论述了“一带一路”倡议下的经济合作方向及其地缘构造。作者由史见今、宏观与微观结合，知识与理论融汇，国际与国内分析贯通，内容涉及多个学科视角和多方面的发展话题，视野相当开阔。此书是著名经济学家、发展战略学者郑必坚主编的“中国国际战略丛书”中的一本。



《宋家客厅》  
作者：宋以朗  
花城出版社

民国时期，沙龙文化是一时尚，沙龙主人自然是能够得风气之先的文化名人，而出没其间也多为当时的文化才俊，诸如北平的“梁家客厅”，上海的“曾家客厅”，均为彼时颇有影响的文化沙龙。比较而言，“宋家客厅”虽然算不上声名显赫，却历经宋家三代人之经营，极富文化渊源，尤其是“宋家客厅”的第二代主人宋淇，曾经与钱锺书、傅雷、吴兴华、张爱玲等众多大名鼎鼎的人物相与往返，从而留下了大量具有珍贵史料价值的书信、书籍、照片、实物……可谓后人重新认识这些文化名人的第一手文献。

宋以朗以这些文献为基础，真实还原了父亲宋淇的一生，再现了那一代文化人相知相惜的交往过程。

## “世界真小”的趣味

在“宋家客厅”的三代主人中，第一代主人宋春舫是中国早期现代戏剧理论家，中国海洋科学的先驱，著名藏书家；第二代主人宋淇是著名的文艺评论家和翻译家，一生涉足文学批评、红学研究、翻译、电影等多个领域，被称为多才多艺的“通人”；第三代主人宋以朗是统计学博士，香港知名博客“东西南北”的创立人，父母逝世之后，成为张爱玲文学遗产的继承人和执行人。

《宋家客厅》的主要内容即围绕着宋淇的生平经历展开，既可以看作是宋淇的个人传记，同时也不妨视作有关钱锺书（“钱锺书”的“锺”字简体字为“钟”，故本应称“钱钟书”，但根据钱老生前的意愿，保留“钟”的繁体写法，故称“钱锺书”）、傅雷、吴兴华、张爱玲的极富个性的私人记录——其中，因为宋淇曾经长期担任张爱玲的文学经纪人和顾问，故而仅有关张爱玲的内容即占去全书的近半篇幅。《宋家客厅》又是一部以细节取胜的文学回忆录，因为作者掌握着大量鲜为人知的第一手资料，故而他能够发掘出许多具有“揭秘”性质的真实细节，还原了诸多真相，破解了不少疑团，更为中国现代文学史增添了许多饶有兴味

的话题与谈资。

在我们大多数人的印象中，钱锺书自然是一位博学多识的“文化昆仑”，然而，“文化昆仑”也同有“孩子气”和“无厘头”的另一面，比如爱咬笔头，不管是毛笔、铅笔，还是竹笔管，经常会被他咬扁。钱锺书的书信常常写得汪洋恣肆，词锋犀利自不待言，然而当他有问题不懂得如何回答时，也同样“旁征博引、妙语连珠，好像他不懂的时候比懂的时候还要博学”，可见人性微妙，世事庸常，钱先生又岂能做到事事免俗？翻译家傅雷向以严谨、正直的形象为人所知，读傅雷的书信，可知傅先生常常不留情面，直言彼时翻译家的错译之处，而涉及自身利益的资产处置与财物转让，他也总会交代得清清楚楚、明明白白，点滴细节，即可印证傅雷公平透明、执着刚直的性格。与钱锺书和傅雷相比，读者对于吴兴华的名字可能相对陌生一些，正是通过宋淇先生披露的书信，读者才得以认识这位“兼通中西的大儒”，并真正感受到那一代文人坦若赤子的情怀和友谊。

除了宋淇夫妇之外，书中着墨最多的是张爱玲。时下张学虽然已经成为显学，但探得真髓者寡，人云亦云者众，

而作者的得天独厚之处，则在于他的身份特殊。正是在整理张爱玲文学遗产的过程中，他不断探讨张爱玲文学创作的诸多问题，像张爱玲的英文创作与翻译、编剧生涯、晚年的经济状况，张爱玲曾经构思但没有写出的作品、张爱玲作品在海外、港台和大陆的出版情况……一路探索下来，既澄清了许多坊间流传的错误信息，也纠正了不少张爱玲研究中的“想必如此”与“理所当然”；既发现了张爱玲与现实世界里的人物关系，也看清了她小说中有哪几处与事实相抵牾。诚如作者本人所言，身为张爱玲文学遗产的执行人，“有责任向公众交代一些不为人知的事实，让文学史家能根据更准确的资料对张爱玲和宋淇做出公允的评价。”

宋先生以为，一切人、事、物都有自己的归宿。“我的父母和他们已逝的朋友，也应该已在彼岸重逢，那里有一个永恒的派对，他们谈笑风生，就像回到六十多年前的上海。”而他之所以旧事重提，既是为了再现“宋家客厅”的盛况，也是想将一群文人在不同时间、不同城市的生活片段呈现出来，从而表达出一种“世界真小”的趣味。（王森）



《民国风尚志》  
作者：周利成  
花山文艺出版社

图文并茂地介绍了清末至民国时期发生在民国茶楼、妓院、戏院、电影院等娱乐场所的民俗风尚、传闻逸事，内容遴选于一百二十余种民国老画报，并配以近200幅罕见的老画报图片。根据详细的档案资料及珍贵的史实照片，对当时的娱乐消遣发展以及独特的民俗文化进行了一次详细的叙述。（北青）