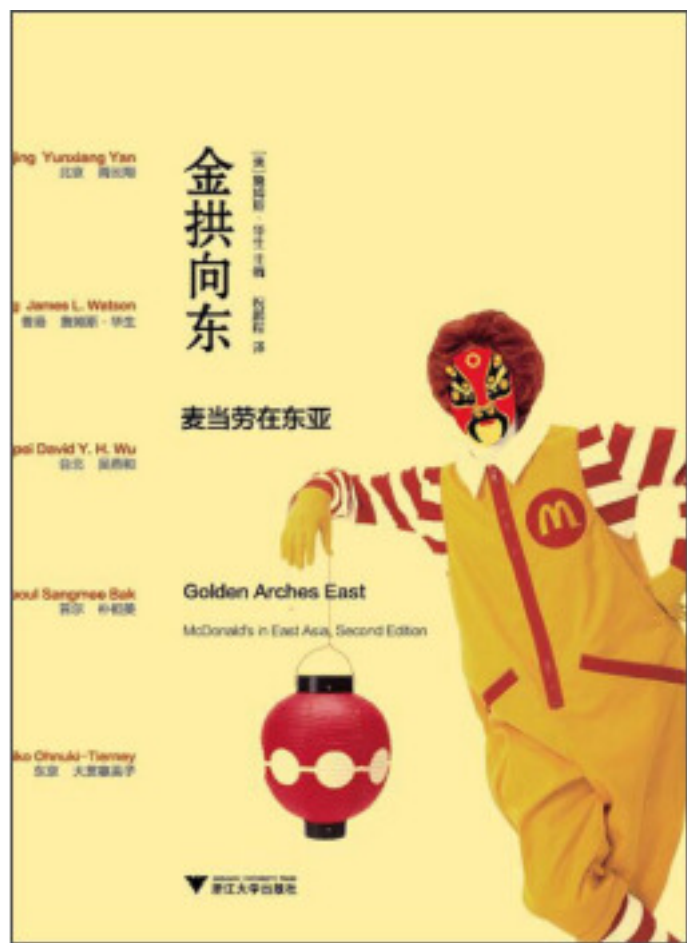


金拱向东：麦当劳在东亚 [Golden Arches East : McDonald's in East Asia, Second Edition]



[金拱向东：麦当劳在东亚 \[Golden Arches East : McDonald's in East Asia, Second Edition\]](#) [下载链接1](#)

著者:[美] 詹姆斯·华生 编，祝鹏程 译

[金拱向东：麦当劳在东亚 \[Golden Arches East : McDonald's in East Asia, Second Edition\]](#) [下载链接1](#)

标签

评论

也不厚的一本书，非虚构作品

很不错，很满意。送货及时。

优惠力度很大！书的质量很好！

从不同角度看东亚社会

东西很不错，推荐购买！推荐

书很不错，买了收藏的价值。

书很好，有收获，发货快

这本书对于企业社会化影响做了生动有趣的分析 无论是否研究人员业内人士只要关心社会化效果的都可以看看

专业教材名师推荐权威指导

早就想买了，趁着活动价格真是实惠，书的质量很不错。

快递小哥辛苦，这本书非常值得拥有！

单位学习活动购买的图书，还没看，以后再补充学习心得。

挺好的，慢慢读。

绝对正版，用过都说好，谁用谁知道。

还好，故事有读，看看也不错

别人买的，我没看过。。

适合大众阅读，非常经典。

了解一下麦当劳发展的历史

不错哦 支持祝博~

看看西方快餐店在东方的故事。

不错的人类学入门读物

喜欢这个封面的设计，带着京剧脸谱的麦当劳叔叔。

还没读，包装不错，希望内容也好

经典著作！特别值得一看！

有意思的书

早期研究东亚社会社会学的代表作

不错的书，大家可以看看，图书馆没有的

还挺有意思的，开拓眼界，内容的时效性可能不是太强

老爸叫帮忙买的，读来有点意思

不错不错

一般般

论文集，且没有太多准确的洞察

字体有点大，价格稍贵

好便宜，正品

不理解有塑封书籍内怎会有污渍，请给个合理解释，很不满意

了解

好评

书是好书，寄过来和二手的一样。都已经皱了。

好书

想到是这么精彩的一本书。我花了两天来读，真让人手不释卷。看到梵高自尽，酸楚的泪水也汨汨而出。尽管我非常爱他，但是我依然不知道，他是那么的纯洁，伟大。世人对他的误解至深，伤害至深。而且让我没有想到的是，他居然出身于那样的阶层，可以说他是另一个“月亮与六便士”的主角。如果沿着他既有的人生轨迹走下去，他未尝不可以像他的弟弟一样，做一个体面的画商。

他生来便是要做艺术家的。他的生活里容不下虚伪，无情。他是那么的炽热，坦白，他爱的那样赤诚，毫无保留。他是用自己的生命在画，因此，当他不能再创作，他的生命便也没有了太大的意义。像大多数天才一样，他奉献给世界的，是不分阶层的博爱和用生命画出的瑰宝；而世界回应他的，却是无尽的挫折，饥饿，疾病，困顿，误解，侮辱，伤害。。。

我几乎可以说，他是属于“人民”的。他始终关怀着世上受着疾苦的大众，他从来没有等级的观念。他描绘农民，工人，最普通的劳动者，“吃土豆的人”。他的播种者的脚步，是那样的坚定有力，大步的在璀璨的麦田里迈步。

而且，他也是非常“精神”的。他的生活里有京东，但是他并不是和别的画家一样，纯粹到京东那里找乐子，满足肉欲。他尊重她们，甚至愿意娶一个年老色衰的京东为妻。讽刺的是，他有那么多的爱，却无法得到世人的回应，给了他些许温情的，竟然是那个被世人同样唾弃的女子。他的有些举动，的确是神圣的，悲悯的，难怪他被矿山上的人称为“基督在世”。在那里，人们不会觉得他疯狂，因为他们知道他爱他们，他为了能让他们好过一点，已经奉献了几乎所有能够奉献的。

让人感动的，是他和提奥之前的兄弟之情。没有提奥的资助和理解，也就不可能有他的

成就。从某种意义上来说，他们兄弟两人就是一体的。没有提奥在背景里默默做着根系，就不可能有他盛放的艺术之花。提奥无条件的支持他，几乎从来没有拒绝过他的请求，总在关键时刻赶到他的身边，为他偿还负债，把他从贫病之中拯救回来。他们之间频繁的通信，已经让这两个灵魂紧紧的结合在了一起。提奥虽然在巴黎过着体面的画商的生活，却无时无刻的关注着他的进展和动态。他在心灵上所有的跌宕起伏，都通过书信让提奥感同身受。是提奥早早看出他身上埋藏的巨大潜力，是提奥细心珍藏了那700多封通信，是提奥把他的习作和画作按时间小心的编排好。所以后人得以完整的追溯梵高的心路历程，能够离这个伟大的灵魂更近一些。生前，只卖出了一副画，价值四百法郎。但我不能说他不幸福的。比起世上的大多数人来说，他做了自己想做的事情，并且做到了极致。即使他后来长寿，能看到自己的画作价钱越来越高，我想，他也会是漠不关心的。他从未因为市场的口味而作画，他也从未为那些脑满肠肥的人作画。虽然，卖画这件事一直在困扰着他，但他的祈求也不过是卖出的画，能够让他自立，不必依赖提奥的资助而生活。对他来说，创造是最重要的。如果什么都不能说，那么他宁肯沉默。如果不能够再创作，那么他宁肯死亡。

我之前不知道的是，他的父母两家都有不少出众的亲戚，他的姓氏在当时荷兰的艺术界鼎鼎有名。可以说他父母这一支是相对比较平淡的。然而，今日只有文森特让梵高这个名字不朽。就像书中说的，他活着，他的爱，他的才华，透过那些灿然的画活着。不管这些画今天值多少钱，它们终究不是某个人的私藏，而能被我这样的普罗大众看到。他的精神，他的爱，他的热望透过那些画震撼着我们，一代又一代人。他淋漓尽致的来过这个世界，他的生命虽然短暂，却熊熊燃烧过。他终于成就了自己，也为这个世界留下了无与伦比的精神财富。

洋快餐的流行真的破坏了原汁原味的本土饮食吗？快餐产业链是否真的创造了同质的全球文化——一种更符合资本主义世界秩序的文化？

阎云翔、詹姆斯·华生、吴燕和、朴相美、大贯惠美子这五位人类学家用生动扎实的人类学方法，考察了麦当劳对北京、香港、台北、首尔和东京的社会、政治、经济影响。他们在研究中发现，麦当劳的本土化过程是双向的：它既改变了本土文化，也被本土文化改变。

《金拱向东：麦当劳在东亚》是初版于1997年的人类学经典作品，近期终于和中国读者见面。近二十年时过境迁，格外突显出这是一本经得起时间考验的杰作。澎湃新闻获得授权，摘录书中精彩内容，以供读者先睹为快。北京：将儿童作为主要的消费者群

北京第一家麦当劳开在王府井大街。

北京的麦当劳是地道的美式文化吗？仔细观察人们在北京麦当劳里的社会互动，为我们展示了一种本土化的、中国视角下的美国文化。

第一，北京的麦当劳有意让自己成为一个中国企业。在1994年的一次访谈中，北京麦当劳总经理赖林胜告诉我：“在北京，麦当劳必须是本土的，而不是美式的和异国的。我们必须成为中国的麦当劳。”他同样强调，公司目标是让麦当劳成为北京人日常饮食的一部分。

虽然，从菜单、服务到管理都源自美国，但北京的麦当劳努力吸收了中国的文化特色。为了把自己打造成为本土的企业，所有的北京麦当劳都积极地参与到社区的事务中去，并与社区内外的学校建立特殊的联系。比如，每年新学期开始的时候，麦当劳都会向附近学校的一年级新生赠送帽子和文具等礼物，并为前一年表现优异的学生颁发奖学金。麦当劳还会选派员工，在高峰时期协助警察指挥交通，并清扫餐厅前的街道。更有趣的是，在天安门旁的麦当劳总店每天早上都坚持升国旗。

而本土化的最后一项策略，是把儿童作为主要的消费者群体。在计划生育政策的影响下，孩子成为家庭的核心，并获得了6个成年人——父母、祖父母和外祖父母——的宠爱。作为“小皇帝”或“小公主”，孩子们的需求时常会得到家长的应允。当“小皇帝”说：“我想去麦当劳吃东西”，这就意味着全家都要无条件护驾。麦当劳也深知“儿童是我们的未来”，最核心的策略是生日聚会。这种聚会在一个叫“儿童天堂”的区域内举行，可以接纳5个以上的顾客，孩子们能享受一个精心设计的、带有免费表演的庆典。庆典开始，餐厅会让“麦当劳叔叔”通过扩音器用中英文双语播报小朋友的名字和年龄

，并致以祝贺；然后，播放双语的生日歌；接着，“麦当劳阿姨”带着孩子们玩游戏，“麦当劳叔叔”则分发小礼物。在庆祝过程中，“麦当劳阿姨”会亲自送来食物和饮料，让孩子们觉得受到了重视。当代中国“小皇帝”现象的表现之一，是父母们望子成龙，乐于花大量金钱投入在子女的教育上。我们时常能看到这样的现象，工薪阶层的父母每周陪着子女去上钢琴或电脑课，而其实他们自己对这些东西所知甚少。在课上，他们比孩子们学得还要起劲，因为他们希望能获得辅导孩子的知识。麦当劳的管理层看到了父母对孩子的高度期待，决定在餐厅推行学习性活动。他们提供纸、笔让孩子们画画；在中小学举办作文比赛；一些餐厅还为孩子提供文艺表演的场地，并组织父母观看。有位分店的经理告诉我：“我们希望父母能知道，孩子们不仅是被餐厅的食物所吸引。在这里，他们还能学到很多东西。”

需要指出的是，孩子们如此喜欢麦当劳，部分地、间接地和美式文化及现代化有关。有一大批成年人是被他们的孩子或孙子带进麦当劳的，此后，即使他们不喜欢这类食物，或经济上难以负担，但他们仍会应孩子的要求去麦当劳。问题是，为什么孩子的愿望成为如此有力的动机？当然，父母的溺爱（计划生育的影响又加重了这种溺爱）是原因之一。不过，一位时常和女儿一起去麦当劳的母亲却给出了另一个答案。这位女士告诉我，在花了一年的时间“适应”后，现在她已经能享受洋快餐的乐趣。现在，她至少和女儿一周去两次麦当劳。当我问及是否觉得价格过高的时候，她说，鉴于这是一家美国餐厅，这样的价格尚能承受。她还说，“我想让女儿能多学习美国文化。她现在正在上英文打字培训班，我打算明年就为她买一部电脑。”显然，对于这位母亲来说，吃汉堡、薯条，和学英文打字和电脑技巧一样，是让女儿接触美式文化的一种方式。换言之，她希望女儿不仅学习现代社会需要的技巧，同时也要懂得享用现代食物，这样，长大后才能成为懂得享受现代化生活的成功人士。如果女儿喜欢的是“低级”食品（比如中国农村常见的五谷粥之类），母亲还会心甘情愿地实现女儿的要求吗？当然不会。

[金拱向东：麦当劳在东亚 \[Golden Arches East : McDonald's in East Asia, Second Edition\]](#) [下载链接1](#)

书评

[金拱向东：麦当劳在东亚 \[Golden Arches East : McDonald's in East Asia, Second Edition\]](#) [下载链接1](#)