

日本文化输出影响下的中国民众赴日消费行为研究

陈萌香, 韩冰, 陈文娟, 贾玲

(吉首大学 外国语学院, 湖南 张家界 427000)

摘要:从日本文化输出战略影响视角出发对中国民众赴日消费行为及其特征进行探究;通过分析近几年日本文化战略,揭示中国民众赴日消费行为产生的根本原因;总结日本文化输出的经验,为中国文化的对外输出及吸引外国游客来华消费提供借鉴。

关键词:日本文化输出;中国民众;赴日消费行为;文化产业

中图分类号:F592.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1007—6921(2017)01—0014—01

近年来,日本通过动漫、音乐、书籍、电影、电视等方式在世界范围内大力推行其文化输出的政策。通过这些方式日本文化正大规模地输出到世界各国,其中对我国产生的影响尤为深远。在这样的影响下近几年我国民众赴日消费人数和消费额持续走高。正是因为受到日本文化输出战略的影响,我国民众才会大范围的出现非理性的赴日消费行为。

1 日本文化输出及其影响

根据2016年9月,日本政府观光局最新数据表示,6月在日旅游的外国游客人数同比增长23.9%,超过198.5万人,其中中国大陆游客同比增长26%,高达58.2万人。日本于2010年放宽中国民众赴日旅游签证,自此我国赴日消费民众人数逐年增涨。21世纪以来,日本文化大量涌入中国,并带来了许多商业效应。具有日本特色的文化和艺术广受中国民众的喜爱;日本影视动漫使以动漫主角为原型的各类周边产品大热;日式料理注重保持材料自身的味道和其营养价值渐渐被中国民众接受;日本面向中国的文化输出从未停止。对于赴日旅游的中国人,日本商家在向其倾售商品的同时,又进一步积极宣扬日本的本国文化。

此外,随着赴日游客阶层的扩大,中国消费者的赴日消费主题也发生了变化;在传统的购物消费的同时也有越来越多的中国民众热衷于日本的体验消费。比如参加日式茶会,体会日本茶道“禅茶一味”、“一期一会”等独一无二的茶道文化,感受日本独特的审美观和道德观念。中国民众赴日消费方式行为除了购物消费,文化消费额也逐步增加,这正是日本文化输出的影响。

与日本旅游市场的繁荣景象相对比,中国市场却不尽人意。由于无良商家的加价减质和市场监管的缺失,消费者对本国商品的信任度急速降低,从餐饮业到美容业及日用品行业。因此在旅游的时候,中国的很多消费者都倾向于去花很大工夫买旅游国的产品。而日本产品设计以人为本,体现手工艺人们追求精益求精的匠人精神,恰好满足了中

民众对产品品质的要求。所以使得中国消费者对日本产品的消费倾向持续增加。

2 中国民众赴日消费行为及消费特征研究

2.1 中国民众赴日消费行为

改革开放以来,中国经济得到迅速发展,中国民众的消费观念也发生了巨大的变化,不再满足于国内旅游消费的单一化,于是掀起了一股境外旅游的消费热潮。在2016年春节假期中国消费者海外旅游人数超过600万人次,在外消费金额达900亿元。在日本,一到中国节假日,各大超市及免税店就会成为中国民众钟情的消费场所,因为日本电子产品的高度发达,中国消费者对日本的电器以及电子产品尤为钟爱;此外,化妆品、药品等生活用品也成为了热销产品。中国消费者在以上产品的购买上,人均消费远远超过了其他国家和地区。

2.2 消费特征

2.2.1 从众心理消费。现阶段中国民众的消费趋势大致可分为从众、攀比、求异、求实心理消费,其中从众心理占较大比重,主要体现为跟风随大流,具有盲目性。

2016年元旦中国游客哄抢福袋,最高卖到52万元人民币一只,前几年电器也是中国赴日客最喜欢购买的物品,而近年来服装、化妆品有取而代之的势头。近年来,日本加大对中国的文化输出,在影视剧、音乐以及服饰方面尤为突出,在中国受到极大的欢迎,在服装及彩妆方面,追求时尚的年轻人争相效仿。中国民众赴日消费时对服装、化妆品情有独钟,消费时较为冲动,往往不会考虑到商品的实用性。

2.2.2 冲动消费。冲动消费是指顾客在消费之前没有计划的消费行为,一般多发生在价格低、需频繁消费的生活用品。其特点是非计划性、随机性较大。

中国民众在赴日消费时比较注重体验日本的本土文化,他们倾向于消费带有本地特色的明信片、特色小吃、手工艺品等商品。由于受到日本文化输出战略的影响,人们在购买这些商品时往往会有非理性的冲动消费。
(下转第17页)

收稿日期:2016-10-24

基金项目:吉首大学2016年大学生研究性学习与创新性实验计划项目。

作者简介:陈萌香(1995-),吉首大学外国语学院,本科生。

韩冰(1985-),黑龙江绥化人,硕士,讲师,研究方向:日本文化。

乃至内蒙古自治区牧区应该积极探索“互联网+畜牧业”的新型发展模式。积极培育以“互联网+”为基础的新型畜牧业经济产业,打通产供销渠道。

4.4 促进牧区经济发展

①牧区经济的发展存在底子薄,发展产业少的现象。促进牧区经济发展,首先应该进行产业结构转型,合理规划布局优势产业,积极培育新兴产业,逐步淘汰夕阳产业和粗放型产业。同时,需要注意的是,牧区积极监测劳动力转移的“刘易斯拐点”,逐步从劳动密集型向技术密集型转变。在劳动力有序转移的情况下,应该鼓励劳动密集型产业发展,吸纳牧区富余劳动力。农牧业是牧区经济发展的基础,在大力发展第二、三产业的同时,要时刻注意农牧业经济的基础地位。②推进牧区城镇化进程。牧区城镇化是吸收剩余劳动力的聚宝盆,是人力资本合理布局、人力资源开发的重要途径。首先,破除城乡户籍制度壁垒。2014年中央一号文件明确提出加快农业转移人口市民化。同年7月30日,国务院印发的《关于进一步推进户籍制度改革的意见》表现出国家对于户籍制度改革的决心。牧区政府应该借此政策东风,逐步推行居住证制度,破除城乡户籍改革难题。其次,城镇产业布局要遵循牧区需求,牧民需求和草原需求原则。③牧区政府需要努力构建自我培养人才为主、外来吸引为辅的人力资源建设政策。对于人才,政府层面需要出台优惠政策积极吸引,同时,要密切与高校、研究所等机构合作,积极探索牧区经济发展出路。④盟市政府应该积极引导新型牧民自主创业。部分牧民在生态补奖政策施行之后转移性收入迅速增加,各级政府通过政策扶持,吸引这部分牧民进入第三产业,这样不但缓解了社会矛盾,纠正了社会风气,同时还进一步推进第三产业发展,促进牧民收入增加。

4.5 提高牧民自身素质

牧民受教育程度偏低,年龄结构不合理等问题

(上接第14页)

3 日本文化输出对中国的影响

在中国,文化产业作为国民经济和社会发展战略的一部分,虽然形成了一定的门类,但是产业化程度低,各部门之间未能很好的衔接,难以形成产业链,且文化价值深度也有所欠缺。相对来说,日本的文化产业已形成了一定的规模,已成为日本国民经济的一大支柱,并且对各国实施文化输出战略,产生了一定的影响,对中国的影响尤为突出。因中日文化的差异,出现了中国民众赴日消费的热潮,满足了人们的需求,丰富了人们多元化的生活,拉近了中日两国间的距离,促进了两国之间的合作与发展,对我国文化产业的发展产生了一定的刺激和激励作用。与日本的文化输出相比较,我国的文化产业发展还有很多不足,存在一定的差距,日本对其本国民族文化的传承和发展极为重视,这种文化意识值得我们学习和借鉴,我们应该重视发展文化产业,弘扬民族文化,让中国文化走向世界。

凸现。通过提高牧民自身素质,是牧区人力资源开发的重中之重。①畜牧业收入决定于畜牧业劳动力数量,对于畜牧业劳动力方面的培养,应该从人力资本质量入手,加大畜牧业劳动力培训力度,缩短畜牧业劳动力的培训周期。合理的畜种和畜群结构再加上畜牧业劳动力素质的提高,会显著增加牧区牧民畜牧业收入。②兼业收入决定于劳动力的质量。对于这部分牧民,政府应该充分了解牧民愿景,通过职业教育、技能培训提高这部分劳动力的综合质量,这样以来,兼业劳动力既可以有活可干,有能够合理配置家庭劳动力资源,更能够增加牧民家庭收入。在草原生态补奖政策实施的大背景下,保证“减畜不减收”政策目标的实现。③蒙汉兼通能力是兼业劳动力需要具备的素质之一。随着第二、三产业的发展,蒙、汉族能否流畅交流直接影响牧民工作的获得及工作半径的大小。所以,有计划的进行蒙(汉)语培训,是解决牧区富余劳动力就业的重要手段。

[参考文献]

- [1] 刘雪梅. 我国家庭农场人力资源开发的途径探索[J]. 农业经济问题, 2013, (10): 103~106.
- [2] 张戎凡. 老年人人力资源开发的结构动因、困境及消解路径[J]. 南京师大学报(社会科学版), 2011, (6): 35~41.
- [3] 任文硕. 新农村建设与农村人力资源开发[J]. 中国行政管理, 2008, (12): 57~60.
- [4] 孙源江, 刘晓红. 农村人力资源开发与新农村建设——基于舒尔茨人力资本理论的分析[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2008, (5): 100~102.
- [5] 陈华宁. 国外农村人力资源开发模式及启示[J]. 国际经济合作, 2009, (3): 57~61.
- [6] 赵灵芝. 农村女性人口特征及其人力资源开发研究[J]. 宁夏社会科学, 2014, (2): 64~67.
- [7] 权丽华, 崔治龙. 基于制度经济学视角的农村人力资源开发探析[J]. 生产力研究, 2013, (10): 25~27.

4 结束语

文化产业是我国发展的新能量,文化产业既可以弘扬民族文化,又可以推动经济发展,发展文化创新产业是我国未来发展的一个重点。面对日本对中国大规模的文化输出时,中国要考虑自身国情,认真研究日本文化要素及其在经济发展中发挥的正向作用,总结日本文化产业的发展经验,有针对性地将研究成果融入到中国文化输出战略,吸引外国游客来华消费,保护本国文化产业。

[参考文献]

- [1] 刘宝东. 中国游客赴日爆买[J]. 商业文化, 2016, (6): 26~29.
- [2] 朱昊. 中国人境外消费动因及消费行为分析研究[J]. 商场现代化, 2013, (10): 82~87.
- [3] 管玮. 简论日本文化输出对我国的影响[J]. 南通纺织职业技术学院学报, 2010, (4): 40~42.
- [4] 邱书钦. 中国游客海外爆买清单及其背后原因分析[J]. 国际商务论坛, 2016, (7): 35~38.