

C2C 电商成为“主流”。现今，经济进入发展新常态，居民消费逐渐由品牌消费向品质消费转变，消费行为逐渐回归理性，我国一线城市呈现出显著的理性品质消费趋势——在此趋势的推动下，从供给端看，我国消费变迁的背后，带来了业态效率的提升与供应链优化重塑。

“消费是最终需求，既是生产的最终目的和动力，也是人民对美好生活需要的直接体现。”2018年9月20日，中共中央、国务院发布《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》，要求从供需两端发力，积极培育重点领域消费细分市场，全面营造良好消费环境，不断提升居民消费能力，引导形成合理消费预期。

管中窥豹，可见一斑。不独消费理性扬显了一种文化上的自信，“全民体锻—唯金牌论—强调健身”的逆转，也是自信，遑论传统文化“新出发”的一派欣欣向荣。从之前千方百计与世界接轨、借镜西风，到今日“民族的也就是世界的”、昂首走出中国道路，我们既有岁月可回首，亦以自信共遨游。对此，复旦大学社会学与社会政策系副教授胡湛在接受《新民周刊》采访时表示：“这样的现象，更准确来讲还不能简单称之为‘逆转’。它仿佛是一个从A到B再到A+的往复，或者说是从A到B再跃迁至X的过程——只不过，X在形式上包含了A的内容，而结构已经升级了。”

“三四十年来，无论是教育上还是感情上，人们被建构的是祖国如何伟大，但考虑到当时具体的发展状况，国人皆知，我们和西方发达国家相比，无论是物质享受还是生活理念上，确实仍存在不小的差距，因此在心理上一直有一种追赶和学习的心态，形成了某种定势。再加上东方的文化特性，更使得我们在外时一贯保持了某种谦卑。然而近年来，情状不断变化；在对外交流中，

越来越多的西方人士都觉得中国挺厉害（其中偶尔也夹杂一些‘中国威胁论’的论调），他们疑惑的是你们干嘛还这么谦虚。我个人印象比较深的一次，是与几位意大利和德国的朋友聊天，谈及中国的发展，我说成绩虽然有目共睹，但还是需要继续向世界各国学习、借鉴先进经验。结果，他们反问：‘你们还要学什么呢？中国已经不是学生了，反而是欧洲要找你们学一点！中国1980年代后便一路高歌猛进，未来还有无限可能，你这个中国的80后应该感触最深；而欧洲从我们出生起便原地踏步甚至一路下坡到现在了。’老外这些话包含了一些恭维，但心态确实是比较诚恳的。”胡湛告诉记者，这几年学界也涌现出对制度自信和文化自信的一系列理性的探讨。“注意，是自信，不是自大；是理性，不是盲从和抬轿子。”他同时提醒到。

“我们不难发现，在全球化的大背景下，以特朗普上台作为一种具有象征意义的信号，当今世界局势与七八十年前苏英美三巨头在国际政治舞台上竞争合作之状颇显相类。不同的是，现在中国也是玩家之一，中、美、俄的持续博弈格局是全球视线焦点所在。这是时代给予中国的一份大礼，努力与机遇的多重作用下，中国的制度与传统忽然一下子与西方所一直推崇的那套东西一起被放在了同一架历史的天平上比较起来。换言之讲，西方以前对自家的制度和文化的优越感，但他们的经济社会发展在今天却也遇到了问题，他们已经开始了重新的审视和反思。过去，我们常常强调中国的‘后发优势’，而这种优势对于普通人来讲更多停留在字面而已，但现在却已经不仅体现在传统的宏观叙述里，更体现在微观层面老百姓一枝一叶的切实感触上。”

从来就没有什么救世主，也不依仗神仙皇帝。40年旋转乾坤，把握幸福，全靠中国人民自己。■



改革开放以来，中国日新月异。漫画/崔泓