

基于家庭就餐行为探索中国都市家庭特征

——长春市年轻、富裕家庭的探索性研究

于洪彦¹ 银成钺² Alvin C.Burns³ Ann Veeck⁴

(1. 吉林大学商学院营销系, 长春 130012; 2. 吉林大学商学院营销系, 长春 130012)

(3.Louisiana State University ,E.J. Our so College of Business Administration, LA 70803)

(4. Haworth College of Business, Western Michigan University, Kalamazoo, MI 49008)

摘要: 根据西方理论, 中国都市家庭生活水平的提高与生活节奏的加快, 可能会导致出现家庭就餐次数减少及家庭成员关系淡化等个性化趋势。本文对 20 户年轻、富裕都市家庭就餐行为采用半结构化入户访问, 经过分析整理, 得出结果说明中国都市家庭就餐没有出现西方式个性化趋势。被访对象认为家庭就餐是家庭存在的重要形式, 家庭就餐能够促进家庭成员的沟通, 维系家庭和睦, 提高家庭生活质量。女性在家庭就餐的准备中扮演了主要角色。

关键词: 个性化 家庭就餐 家庭质量

0 引言

自改革开放以来, 中国经济与城市居民生活水平发生了巨大的变化。从 1994 到 2004 的十年间, 城市家庭可支配收入提高了 2.5 倍, 85% 的城市家庭购买了住房^[1], 城市家庭电脑普及率达到了 47%, 微波炉普及率超过了 68%, 移动电话的普及率则超过了 80%^[2]。总之, 中国城市家庭生活水平显著提高, 已经步入现代化进程。

纵观西方发达国家, 当家庭生活进入现代化的同时, 个性化趋势也随之产生。由于受个性化的影响, 传统生活圈发生了变化, 如家庭成员之间关系淡化, 家庭与邻里之间关系疏远, 甚至不相往来。个性化同时也导致了家庭食品消费行为的重大变化, 如经常到快餐店就餐, 熟食以及一些半成品食品的购买, 家庭就餐形式的异化, 在家就餐次数减少以及两性分工的变化改变了男性在劳动中的主导地位等^[3]。

那么, 当中国城市家庭步入现代化的同时, 家庭消费行为是否也会出现与西方发达国家相同的个性化趋势呢? 显然, 对于这一问题的研究: 在理论上可以认识都市家庭个性化特征, 了解家庭食品消费行为规律; 在实践中可以为食品企业营销决策提供依据。

本文以家庭就餐为切入点, 采用探索性研究方法, 对 20 户都市富裕家庭进行半结构化访问, 深入了解了家庭就餐习惯、家庭就餐的责任以及家庭成员对于家庭就餐的态度与偏好等。希望能够通过家庭就餐习惯的深层次访问进而揭示都市家庭就餐消费行为的含义、家庭

¹作者简介: 于洪彦(1956-), 男, 汉族, 博士, 教授, 电话: 86-431-5168833, E-mail: yhy606@jlu.edu.cn

²银成钺(1979), 男, 汉族, 博士研究生, 电话: 86-431-5168833, E-mail: yabin_liu@163.com

³Alvin C Burns(1946-), 男, 博士, 教授, 电话: 1-504-388-8786, E-mail: alburns@lsu.edu

⁴Ann Veeck(1956-), 女, 博士, 教授, 电话: 1-269-387-6140, E-mail: ann.veeck@wmich.edu

就餐的重要性以及家庭就餐的内在特征等问题。

本文首先进行文献综述，其次描述研究方法，然后概括访问结果，最后给出研究结论与局限性。

1. 文献回顾

家庭就餐消费行为早已引起很多学者的关注，如 Beck 和 Bryce(1993)对圣诞节的研究^[4]，Wallendorf 和 Arnould(1991)对感恩节的研究^[5]和 Belk(1990)对万圣节的研究^[6]。这些研究揭示了家庭就餐消费行为在家庭成员沟通方面的意义，具体地描述了节日消费习惯及其产生原因。在人类学文献中有许多关于食品消费与家庭就餐方面的研究^{[3][7]}，如食品消费与健康、情感、性别角色及教育文化之间的关系等。但这些研究成果都是基于西方文化背景所得出的结论，基于中国文化背景的家庭就餐行为研究还是空白。

1.1 个性化

许多学者都认为个性化 (Individualization) 是当代最重要的社会发展趋势^[3]。个性化是由于全球化与现代化(Modernity)的促进而产生的一种趋势，它表现为从个体出发将传统社会制度作为工具来重新组织和构造生活形态。

Beck 和 Beck-Gernsheim(2002)曾认为个性化意味着以前的社会形式的瓦解，如社会阶层、社会地位、性别作用的变化，家庭关系、邻里关系日益淡化等等。个性化趋势与生活形态、消费者选择、工作机会、教育机会、生活中一些传统的决定因素等变化具有密切的关系^[8]。

迄今为止，个性化已经被作为识别西方社会现象的一个突出特征。中国承袭了几千年的东方文化，并已经打开国门，引入市场经济体制，使经济飞速发展，生活水平日益提高，尤其是都市家庭已经进入现代化进程。那么中国都市家庭在进入现代化的同时，是否也出现了像西方国家那样的个性化趋势呢？

1.2 家庭习惯

习惯性(Ritual)的行为能够导致习惯性消费。家庭习惯是家庭成员间在一定时间内重复互动的一种模式，它能够体现家庭活动的主要特征^[9]。Wolin 和 Bennet(1984) 曾将家庭习惯分成三类：家庭庆祝（如节假日、生日晚会、结婚周年纪念等）；家庭传统活动（如家庭团聚或假期旅行等）和家庭互动模式（如睡觉时间和就餐时间等一些重复性的活动）。家庭习惯可以通过明晰家庭成员角色，描述家庭内外界限，制定一些家庭规则来形成家庭识别特征^[10]。

家庭习惯并不是一成不变的。一些家庭生活要素，如居住条件、工作方式、家庭成员（孩子的出生或离去、结婚、离婚或死亡、变老）等因素的变化会促使家庭习惯发生改变。另外，家庭外部的环境，如社会、政治、经济等方面的变化也会影响家庭习惯的变化。所以，在繁重生活压力和经济转型时期，可以通过家庭习惯的观察来识别与分析家庭关系的维持^[11]。

目前中国正处于经济转型时期，那么，转型过程中的经济生活振荡与不协调是否会影响都市家庭习惯的变化呢？

1.3 食品消费习惯与家庭就餐

食品是人们赖以生存的基本要素，因此，家庭食品消费行为是重要的群体消费行为。很多学者都认为食品不仅仅为家庭成员提供了生理上的营养，而且意味着社会关系的维系与发

展^{[12][13][3][14]}。

家庭就餐是公认的一种习惯性的，具有区别于其它家庭特征的行为^{[7][15]}。根据 Wolin 和 Bennett's 的分类，家庭就餐属于“家庭互动模式”，即家庭就餐确定了家庭成员之间的角色和责任，并组织了家庭的日常生活。

西方一些重要的研究成果显示了家庭就餐对于形成家庭特征及促进家庭和睦发挥了重要作用。Charles 和 Kerr (1988)访问了 200 名英国妇女和孩子并对其食谱进行了研究，研究结果表明：无论是食品本身还是其扩展形式都对家庭的繁衍举足轻重，家庭就餐行为有助于维持和加强家庭的和谐与和睦^[16]。DeVault(1991)研究了美国的家庭主妇，发现与其访谈的女性通常把做饭视为是“制造家庭”，维持家庭稳定的一种活动^[7]。

食品消费模式是一个观察社会变革和家庭变革的绝佳窗口^[17]，而家庭就餐则是食品消费模式中最为重要的一个环节。我国学术界目前对于食品消费的研究多集中在食品消费结构上，对于家庭就餐行为的研究基本属于空白。而作为经济高速发展，社会经济处于转型时期的中国，家庭就餐习惯是否也具有与西方国家相同的个性化特征呢？显然，观察与分析中国都市家庭就餐习惯是否发生变化，研究维系传统家庭就餐习惯的原因无疑对于营销学与社会学都具有非常重要的意义。因此，我们的研究问题便是：

- (1) 中国都市家庭就餐习惯是否产生个性化趋势？
- (2) 中国都市家庭成员在家庭就餐中的角色与责任？
- (3) 中国都市家庭就餐习惯发生变化或者没有发生变化的原因是什么？

2. 研究方法论

2.1 研究方法

本文使用扎根理论 (Grounded Theory) 作为研究方法。扎根理论是由 Glaser 和 Strauss (1990) 提出的一种定性研究方式，其主要宗旨是从经验资料的基础上建立理论^[18]。研究者在研究开始之前一般没有理论假设，直接从实际观察入手，从原始资料中归纳出经验概括，然后上升到理论。这是一种自下而上地建立实质理论的方法，即在系统收集资料的基础上寻找反映社会现象的核心概念，然后通过这些概念之间的联系而形成理论^[19]。

在本项研究中之所以使用扎根理论方法是因为：(1) 缺乏中国家庭就餐消费行为的相关文献；(2) 期望探索与家庭就餐相关的倾向性的消费行为。

2.2 调研方法

此项研究的数据搜集采用半结构访问技术。半结构访问技术适用于引出被访对象对于问题最原始的反应，从而为构建理论提供基础资料。本研究的目的是了解家庭就餐在转型时期的含义，探索消费者对家庭就餐的感觉，所以，半结构式访问技术对本研究是比较合适的。

访问对象为居住在长春市的 20 户城市家庭。长春市共有 280 万人口，2004 年在全国 281 个城市中综合竞争力排名中位于第 31 名^[20]，因而，对于正处于转型经济的中国城市具有一定的代表性。

本研究小组由 3 位教授（其中两位来自美国）和 3 个研究生（研究助理）组成，每次访问有访问员 3-4 人，其中一人负责访问，一人负责记录和录音，还有一人负责问题的跟进、厨房与用餐设备的拍照及其他观测资料的收集。在 4 周的调研过程中，每次访问后，研究小组进行讨论与总结，评估访问的进程并对下一次的访问进行准备。

由于研究内容涉及到对家庭厨房及用餐设备进行观察与拍照，同时又需要与被访者进行深入沟通，因而全部采用入户形式，即在受访对象的家中进行。研究与访问中采用与全部家

庭成员进行沟通方式，从而能从不同维度获得家庭成员对用餐的态度与消费习惯的资料。每次访谈大约持续 2-4 个小时，所有的访谈过程采用录音设备与人工记录，并同时翻译以便美国教授进行问题跟踪与提问。所有访问记录翻译成英文以便同两位美国学者进行合作研究。

2.3 样本特征

本研究中选择年轻（年龄<50 岁）的、富裕（家庭年收入>3 万元）、并有小孩（孩子大于 3 岁小于 20 岁）家庭作为研究对象（家庭年收入超过 3 万元这个标准与盖洛普调研公司定义的“富裕”一致，在 2005 年包括了 12% 的中国家庭^[21]）。采用滚雪球方式选择家庭进行访问。所有被访家庭夫妻双方都有工作，其中 11 个家庭中丈夫的收入比妻子高，3 个家庭中的妻子收入比丈夫高，剩下的家庭夫妻收入几乎相同。所有的被访家庭都只有 1 个孩子，孩子的年龄从 3 岁到 20 岁不等，有 3 个家庭是三代同堂。被访家庭生活方式普遍比较富裕，每个家庭都有固定电话、手机、微波炉和彩电，几乎所有的家庭都至少有 1 台家用电脑，其中 6 个家庭拥有私家车，所有家庭都在近几年（大部分是在 5 年内）搬进了新居的。

表 1 被访家庭成员的基本资料

丈夫	妻子	孩子	是否三代同堂
会计 (42)	会计 (42)	女孩 (13)	否
办公室职员 (33)	办公室职员 (38)	男孩 (8)	否
教师 (40)	图书馆管理员 (40)	男孩(16)	妻子的父亲(约 70 岁)
图书馆管理员 (43)	书店老板(41)	男孩(14)	否
公务员 (29)	会计 (29)	男孩 (3)	否
警察 (34)	公务员 (33)	女孩 (6)	否
经理人 (42)	会计 (41)	女孩 (16)	否
经理人(48)	公务员 (44)	女孩 (16)	否
会计 (39)	药剂师 (39)	男孩 (14)	否
教师 (40)	儿科医生 (36)	男孩 (11)	否
会计(32)	大学教师 (31)	女孩 (6)	否
办公室职员(32)	办公室职员 (30)	男孩 (5)	妻子的母亲 (57 岁)
经理人 (41)	办公室职员 (42)	男孩 (16)	妻子的母亲 (76 岁)
教师 (29)	公务员 (32)	男孩 (6)	否
教师(45)	教师 (47)	女孩(19)	否
办公室职员 (45)	公务员 (45)	女孩(14)	否
教师 (34)	办公室职员 (33)	男孩 (7)	否
私企老板 (36)	高校教师 (35)	女孩 (10)	否
高校教师 (50)	公务员 (48)	女孩 (20)	否
警察 (44)	企业职员 (41)	男孩 (18)	否

注：括号中的数字为被访者的年龄

2.4 数据处理

样本调查能够为研究提供丰富的数据，但还需要将搜集来的资料分解成一个个单位，仔细检视，比较其间异同，针对资料所反映的现象提出问题，经此过程，才能针对研究者或别

人提出的假设，提出质疑、探索，并进一步导出新的发现^[22]。这样的过程称为开放性编码（Open Coding），本研究便采用这种方法整理数据。

一般来说，定性研究者都不事先确认分析单位，而是将数据分成具有一定内部一致性的各个部分^[23]。因此，我们首先根据事先准备的半结构式问卷对访问资料进行分类，如将所得数据分解成被访者家庭的食品采购、烹饪准备、食品烹饪和共同就餐等活动，其中包括这些活动的主体、活动的内容以及对于这些活动的态度与评价等等。其次，根据分类数据与比较的结果，提炼出一些基本的概念，如家庭就餐、家庭就餐的角色、家庭就餐功能、理想家庭就餐以及其意义等。再次，给出这些概念的维度，如家庭就餐的概念可以分解以下几个维度来理解，即家庭就餐人数、就餐食品丰富程度、就餐气氛和家庭就餐的环境等。最后，提炼一个由家庭就餐消费行为为基本要素所构成的家庭就餐理论框架。

3. 主题描述与解释

由于中国目前正处于经济转型时期，生活、工作、时间等方面的压力直接影响着都市富裕家庭。在调查中，几乎所有家庭中的丈夫和部分家庭主妇为了生活都十分繁忙，同时一些学龄孩子的学习任务也非常繁重。尽管如此，当家人共同就餐对于生活在快节奏的西方国家的家庭已经是一种奢望时，而我们所访问的中国都市家庭却均视与家人共同就餐为非常重要之事，并尽量地每晚与家人共进晚餐。既然都市家庭面对如此大的生活压力，为什么还能重视共同就餐呢？对此，我们进行了细致深入的访问，获得大量的原始资料。经过编码、分类与整理后，有三个主题比较突出，分别是：对于家庭就餐的理解；家庭就餐中角色与责任；家庭共同就餐的功能。下面便按照这样三个主题进行描述与解释。

3.1 只有共进晚餐才是真正的家庭就餐

1. 晚餐是一日三餐中最重要的一餐

根据前面的文献综述可知，家庭就餐的准备与消费对于组织家庭、构建家庭与维系家庭起到了重要作用。而在一日三餐中，被访问的所有家庭都认为晚餐要比早餐和午餐重要得多，正如一位 29 岁的妻子所说：

“我们在晚餐上花费时间是最多的，因为只有当我们下班回家后才能有足够的时间来烹饪。每天早晨我们都非常忙，时间很紧，午饭我们又都在学校或工作单位吃，所以只有晚餐我们可以做个计划，做点好吃的。我们每次至少要用 1 个小时来做晚餐，我们都认为晚餐是一天中最重要的一顿饭，所以我们从不马虎，每天的晚餐我们都要至少准备两个菜和一个汤”（女性，29）。

从被访者的描述可以看出，晚餐是家庭比较重视的一餐，其中主要特性为有足够的时间烹饪、精心准备的饭菜和丰富的种类。虽然每个家庭的晚餐内容不尽相同，但所有家庭都认为应该每天晚上全家人坐在一起吃饭。只有一个例外，访问对象是在一家会计师事务所的高级经理，他说经常由于工作原因不能按时回家吃晚餐。其他的访问对象中，有的丈夫或妻子因为工作的原因每个星期有一两天不能按时回家吃饭，其他时间的晚餐都是全家人在一起吃。

2 共进晚餐才是真正的家庭就餐

一些家庭有着比较规律的晚餐就餐时间，但大部分家庭的就餐时间取决于全体家庭成员是否都回来。有一个 13 岁孩子的母亲这样描述她们的家庭晚餐：

“等到所有人都回家后，我们一起吃，大家都吃同样的菜，没有给任何人特殊的照顾，如果有人回来稍微晚一些，我们会等他回来一起吃，我喜欢全家人在一起”（女性，42）。

在被访问的所有的家庭中，家庭成员在晚餐时都吃同样的东西，但很多母亲在准备晚餐时会考虑丈夫或孩子喜欢的食品，这一点与西方国家的研究不同^{[24][25]}，在访问的家庭中我们未发现任何家庭成员享用特殊的食品、特殊的就餐安排。

由于中国的高考制度，初中和高中学生整天都在学校学习，经常是下午五、六点钟才回家。在访问的家庭中，只要是家中有这个年龄组的孩子，晚餐就会等孩子回来后一起吃，有一个家庭甚至每天为了等孩子回家晚上八点半钟才能吃上晚饭。家长们都强调不要让孩子独自一人吃饭，一个 14 岁初中生的家长说他们的女儿经常回家很晚，但他们每次都会等孩子回来后一起吃饭，这位母亲这样认为：

“如果我们不等她，她就要一个人吃晚饭，而大家一起吃饭可以让孩子感觉到家庭的温暖”（女性，39）。

所以，家庭就餐是家庭存在的一个重要标志。家庭就餐意味着多种涵义，如食品丰富，精心烹饪、共同就餐、家庭气氛、家庭温暖等。具体地讲，对于都市城市家庭来讲，共进晚餐才是真正意义的家庭就餐，它在组织和睦家庭、培育家庭和谐起着重要的作用。

3.2 家庭成员的角色和责任

1 家庭角色概述

与世界上大部分国家的家庭类似，在访问的家庭中，妻子通常主要负责为家人准备食物，包括购买和烹饪。准备晚餐是一个耗时的事情，不包括食品采购与去市场买菜，平均每户家庭每天要用 1 至 1.5 个小时的时间。

在准备家庭晚餐中丈夫通常扮演一个配合的角色，偶尔承担采购的任务或在厨房中做些辅助性的工作，如：洗菜、切菜等。在大部分的家庭中，当妻子加班回来晚或出差在外的时候，丈夫偶尔能全权负责采购及做饭等相关事宜，当然也可能带孩子出外就餐。

在访问的 20 户家庭中，有 3 户家庭由丈夫负责为家庭做菜做饭，但都有一些特殊情况。其中有 1 户家庭，妻子从 1999 年开始就患上了一种慢性病，于是丈夫从那时起就承担起了照顾家庭的责任。还有 1 户家庭，妻子是儿科医生，工作很忙，经常是到了吃饭的时间才能回来。第三个家庭，丈夫说他喜欢做饭，并且他的烹饪手艺很好。

2. 妻子或女性是家庭晚餐的主要角色

妻子通常负责买菜和做饭的原因主要是由于文化传统、责任公平、个人喜欢或享受等，这一点与西方的研究文献是一致的^{[16][7][26][27]}。大部分妻子都认为不管她们喜欢与不喜欢，每天晚上为家人准备可口的晚餐是她们责任的一部分，因为她们是妻子和母亲。

“我负责给家人做饭。因为根据中国的传统，妇女通常要做家务，尤其是要为整个家庭做饭，这是多年来不变的习俗”（女性，35）。

即便是有些妻子不喜欢做饭，她们也能从为家人提供可口的饭菜中得到愉悦，就像一位 33 岁的妻子说的：

“尽管每天晚上给家人做饭对我来说是一个负担，但每当我看到他们吃饭时那种满足的表情，我就会感到非常温暖和自豪”（女性，33）。

很少有妻子抱怨买菜做饭，但并不是很多人将其看作是一件愉快的事情，有时也有压抑的感觉。例如一个与她父亲生活在一起的 40 岁主妇这样说：

“实际我不喜欢买菜，但我作为一个女儿和母亲没有选择，我负责操持整个家庭，买菜和做饭对于家庭来说非常重要，所以我想这就是我的职责，尽管我觉得买菜的事很无聊，但我没有选择，当我丈夫有时间的时候我想让他去，他也不愿意去，我没办法，但我希望能少做点，因为我喜欢多点自己的空间和时间，就像在外面走走，或者看看朋友，但做饭耗去了我太多的时间”（女性，40）。

从被访者的回答可以看出，尽管中国城市家庭生活节奏加快，妻子同时也在外工作，但

仍将买菜做饭看成是自己的责任与义务。虽然个别女性希望能够从家务中解放出来，但中国传统文化延续下来的妻子的这种责任与义务依然没有受到太大的影响。因此，可以推论中国妇女在家庭消费中扮演主要角色。

3. 孩子不参与家庭就餐的劳动

在这 20 户家庭中，绝大多数家庭中的孩子不参与做饭及其相关活动，包括买菜、烹饪及饭后的收拾工作。访问中得知，并不是孩子不愿意参与家庭中的做饭活动，包括洗菜、切菜等，而是孩子们的家长不想让他们参与到家务劳动中来，几乎所有的家长都强调他们的孩子应该把主要精力放在学习上，就像一个 16 岁孩子的母亲说的那样：

“我们的女儿不用帮我们准备晚餐是因为她刚上初中，经常回家很晚，所以我们做好饭等她回来一起吃，即使是到了周末，我们也不让她干活，因为她的任务就是学习，周末她除了洗澡之外还是要继续学习”（女性，44）。

在我们访谈的过程中，大部分孩子都是在吃饭的时候才上桌，与家庭其他成员一起吃饭，吃完后就离开，不用参与饭后的整理工作。在 20 个家庭的访问中，只有一个家庭的母亲意识到让孩子参与家庭劳动，并不只是培养其生存技能，更重要的是培养孩子的责任感。这个 35 岁的母亲说：

孩子也是家里的一个成员，既然是家庭成员，便要为家庭负责任。我认为让孩子参与家庭劳动，并不只是让他学会做饭，更重要的是培养责任感，只有现在有责任感，长大了才能孝顺我们，才能为国家尽责任（女性 35）。

总而言之，与西方的一些研究不同^{[21][22]}，在我们访问的家庭中，孩子在家庭就餐的整个过程中大都是被动的参与者，这很不利于孩子的培养与教育，更不利于孩子的身心方面的成长，当然，也不利于培养能够对社会尽责任的人。而这正是现代都市独生子女家庭的一种特征，这些家庭很少意识到孩子参与家务活动并不仅仅限于劳动或学习技能，更重要的是培养一种对于家庭与社会的责任感。这一变化特征与中国传统家庭教育完全不同，也与我们访问的三代同堂的老人们小时候的经历不同。

4 不雇用外人参与家庭就餐活动

无论访问对象的家庭富裕程度如何，没有一户家庭雇人为他们做饭，尽管很多家庭完全有这个经济实力。当我们访问一个特别繁忙的高收入家庭（经营一家生意很好的书店，年收入 >100,000 元）时，他们家也没有雇人做饭，这位 41 岁的妻子认为雇人或请他人将对家庭的和睦产生影响：

“有一段时间我妈妈与我们住在一起，她给我们做饭，当我们回家时，我们能吃上现成的饭菜，但我丈夫和孩子不喜欢这样，可能是因为妈妈做菜的口味不好，另外还有个原因就是 we 不再能很好的沟通，一个家庭应该有她基本的一些元素：食品、习惯、环境和沟通。如果一些人进入到你的家庭，像保姆或是双方的父母等，原来家庭成员之间的沟通就被破坏了”（女性，41）。

其实这是一定意义上的中国家庭的个性化特征。我们知道中国过去的传统家庭是四世同堂，而现在的都市家庭比较偏好二代人的三口之家，这从某种意义上也是一种个性化的表现。

3.3 家庭就餐的功能

1. 家庭就餐促进家庭成员情感沟通

根据文献可知，西方的研究虽然揭示了共同就餐在维系家庭与组织家庭方面非常重要，但事实上西方家庭却由于生活的压力增大与工作节奏的加快而使家庭共同就餐次数逐渐减少。而在我们访问的家庭中，尽管这些在事业上很成功的、生活上很富裕的被访家庭也承受着种繁忙生活与快速节奏的压力，但他们为什么仍能花费一定的时间用于家庭用餐的购买、准备、烹饪以及共同就餐呢？有一些访问对象开始对这个问题感到惊讶并回答得很慢，但经

过一段时间的思考，几乎所有人都说出了家庭就餐对他们的意义，有些回答很意味深长。不论丈夫还是妻子都强调了他们工作的繁忙并把与家人聚餐当作对紧张工作的一种缓解，是他们繁忙生活中的一片“绿洲”，是家庭成员彼此沟通的最佳场合。此外，很多访问对象还强调晚餐时间是全家人唯一能聚在一起的时间，像这位 33 岁的妻子说的那样：

“我觉得在一起吃晚餐让我们像一个真正的家庭，这是个很好的夫妻沟通的机会，在日常生活中，我们都必须工作，几乎没什么时间交谈，晚餐时间正好给了我们交谈的机会，夫妻关系需要维护，如果我丈夫没回来吃晚餐，我就会带着女儿出去吃，因为如果我丈夫不回来，我就失去了做饭的兴趣”（女性，33）。

可见，共进晚餐的目的并不只是满足家庭繁衍的需要、生理方面的需要，还有情感方面的需要、在家庭范围内交流与沟通的需要。这正是家庭这个消费组织的内在需求。

2. 家庭就餐可以促进家庭和谐

在访问中，由于有的家庭成员不能回家就餐而导致家人不愿意做饭的现象比较普遍。事实上，当夫妻双方有人不能回来就餐的时候，对方的感觉有助于说明家庭就餐的意义。工作职责，如商业上的宴请或者外出开会等，使很多丈夫和一些妻子不能每天回家就餐，在这种情况下，家庭就餐就失去了应有的意义。很多的访问对象具有同样的感觉，一位 42 岁的妻子说：

“有时候当我正准备晚餐的时候，我丈夫给我打电话说他有事不能回来吃饭，我的感觉就很不好，我希望全家人都能吃到我做的晚餐，如果有人不能回来用餐，我就会失去做饭的兴趣，因此，我觉得晚餐在我的家庭生活中扮演了很重要的角色，晚餐时间是我们全家在一起交谈的时间，如果我们很长时间没在一起吃晚餐，我们可能会因为缺乏沟通而失去家庭的和睦”（女性，42）。

有几位妻子说当她们的丈夫不能回家吃饭的时候，她们不会准备一顿“真正的”晚餐，吃什么就无所谓了。一个 29 岁的妻子这样表达：

“如果我丈夫不能回家吃晚饭，例如他要加班或与朋友出去聚餐，那么我就没心情吃也没心情做饭，所以，如果他不能回来，我根本就不做饭”（女性，29）。

可见，共同就餐是家庭存在的象征，标志着家庭的和谐统一，是维系家庭长期稳定存在的需要。

3. 家庭就餐可以提高家庭生活质量

有趣的是，此次研究中，妻子们几乎承担了为家人准备晚餐的全部工作，而丈夫们则对家庭晚餐投入了情感，对家庭就餐有着更深的认识，并将家人能否规律性地聚餐看作是对家庭稳定性的检验，将家庭就餐模式等同于家庭生活质量。就像一位 43 岁的丈夫说的：

“我妻子和我都忙着工作，我们的孩子则忙于学习，我们三人聚在一起的时间很有限。晚餐时间是一个让我们彼此接触、沟通、享受家庭幸福的时间，如果家庭成员没有参加聚餐将会影响家庭质量，影响家庭的凝聚力”（男性，43）。

在一个三代同堂的家庭里，70 岁的老人认为家庭成员能否在一起吃饭是衡量家庭质量的重要标准：

“如果某个家庭成员没有参加家庭就餐，这是非常不好的，因为家庭就餐的意义是要让大家在一起，如果一个家庭不能每天在一起吃晚餐，那么这个家庭的质量一定不好，就餐意味着家庭，当一个家庭不在家里吃饭或不在一起吃饭的时候，就意味着这个家庭对他们的家庭成员来说不是很重要”（男性，70）。

因此，我们可以应用马斯洛（Maslow）的需求层次理论来解释这些都市家庭对于家庭用餐的理解。一个理想的家庭用餐并不仅仅需要可口的食物，而且需要家人共同就餐以便满足家庭成员的心理、情感以及沟通的需要。所以，我们可以说，共同就餐意味着家庭质量高，是理想家庭的标志；而分别就餐就可以看成不仅仅是在拒绝家庭的食物，而且意味着拒绝家

庭^[28]。可见，共同就餐在构建家庭的特征与维系家庭方面起到了重要作用。

4. 结论与研究局限

4.1 结论

本文将研究结果概括为五点：

1. 家庭就餐是家庭这个消费基本单位一种重要的消费行为，家庭就餐也是家庭存在的重要标志，而晚餐则是家庭就餐中最重要的形式。家庭就餐可以通过就餐人数多少、家庭食品丰富程度、家庭气氛融洽程度来衡量。

2. 家庭就餐中的主要角色是女性，特别是妻子在家庭就餐行为中承担了大部分买菜做饭的任务，丈夫则起到一些辅助作用，孩子基本上不参与家庭就餐过程中的劳务。在现代都市家庭中，基本上保持二代人的三口之家，从心理上排斥外人，尤其是钟点工参与家庭活动。这体现了现代都市家庭的个性化特征。对于家庭就餐的角色可以通过每个人参与的活动、参与的时间、参与态度来进行度量。

3. 家庭就餐在维持家庭稳定、保持家庭和睦、增进家庭成员沟通和提高家庭质量等方面起到非常重要的作用。妻子在“制造家庭”中扮演了同样重要的角色^[7]。特别是丈夫，把能否与家人一起经常聚餐作为衡量家庭生活质量的的标准，这充分体现了中国几千年的家庭文化传统仍在延续，也体现了全家相聚，其乐融融的家庭理念还没有完全被现代化的节奏所稀释与取代。

4. 理想家庭就餐的重要标志是共同就餐，也是满足家庭高层次需要的关键。理想就餐可以满足家庭消费行为两个方面的需要。一是生理方面，即可口食物，优美环境，现代餐具与厨房；二是心理方面，即情感沟通，孩子教育，家庭和谐。所调查的家庭成员把共同就餐看作是繁重工作后的休息港湾。共同就餐是家庭成员情感沟通的需要，维系和谐的需要，提高家庭生活质量的需要。从马斯洛的需求理论来看，家庭共同就餐不仅满足家庭的生理方面的需要，而且能够满足家庭的心理、情感与社会需要，是一种高层次的需要。

5. 只有共进晚餐，才能实现理想就餐，因而可能实现理想家庭。共进晚餐的目的是获得理想家庭。

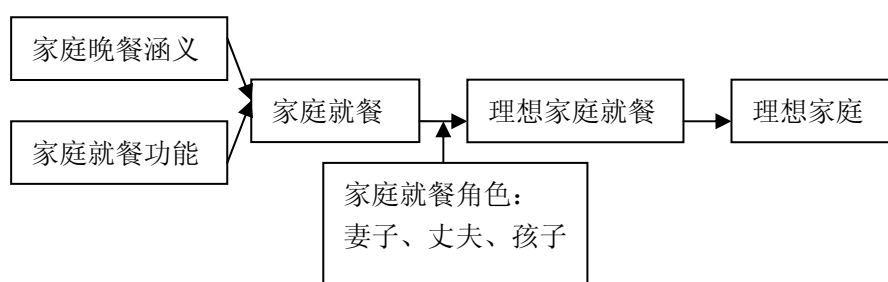


图 1 家庭用餐调查结论框图

4.2 营销意义

家庭是消费者行为理论中一个重要消费群体，而家庭用餐是了解家庭食品消费的重要窗口。根据家庭访问资料的整理，可以获得营销意义如下：

1. 女性是家庭食品营销的主要促销点。这是因为女性在家庭食品消费中居于主导地位，她们主要负责家庭食品的购买。

2. 和谐家庭是家庭成员的共同需要, 全家共进晚餐是实现家庭成员情感沟通, 共享家庭快乐的主要形式。因而, 它也是家庭食品购买的主要诉求点。

3. 与个人消费相同, 作为一个重要消费群体的家庭也具有不同层面的需要。而现代都市富裕家庭共进晚餐的目的并不仅是满足生理方面的需要, 更重要的是情感的需要, 社会的需要, 维系家庭的需要。这一点完全与马斯洛的层次需要理论相吻合, 因而, 是我们分析家庭这个群体消费动机, 消费欲望的重要线索。

4. 研究结论提示我们在消费者行为研究中, 我们不仅要研究家庭购买行为, 如购买决策, 家庭生命周期中的购买行为, 更应当注意家庭这个消费群体的消费内在驱动力, 即家庭消费群体的需要, 利益与价值 (need, benefit and value)。

4.3 局限性与未来研究

1. 样本的局限性。本次研究中, 被访对象是年轻家庭, 且是中国家庭收入最高的 12% 部分, 虽然比较适合进行探索性研究, 但要说明家庭就餐在多种类型和生活方式家庭下的作用还是具有局限性的。由于样本的限制, 没有对不同的家庭模式进行研究, 如单亲家庭, 贫困家庭等。此外, 贫困的家庭更可能由于所处的环境而影响了他们的家庭就餐模式, 例如有的家庭中有一个或多个家庭成员下岗、有的家庭成员同时干几份工作或上夜班等。同样, 农村以及在小城市中生活的或欠发达地区的家庭很可能会表现出不同的就餐模式。另外, 生活在北京、上海 (代表着 1.4% 的中国人口) 很可能会呈现出与西方国家相类似的个性化趋势等。因此, 我们还要增加家庭访问样本, 以了解不同方式的家庭的不同的就餐消费行为。

2. 本研究只是全部家庭用餐消费行为中的定性研究成果, 要准确地描述中国都市家庭的用餐行为, 用餐习惯与用餐态度等, 还需要基于定性研究的结果, 构建概念, 制定理论框架, 开发量表, 编制问卷, 采用定量调查方式, 搜集大样本的数据, 进行分析, 才能得出结论, 这是下一步研究的任务。

参 考 文 献

- [1] Arora, Raksha (2005), "Homeownership Soars in China," *Gallup Poll News Service* [online], March 1, <http://www.gallup.com/poll/content/login.aspx?ci=15082>
- [2] Burkholder, Richard (2005), "Still 'Two Chinas'—but a Third Is Being Born," *Gallup Poll News Service* [online], February 8, <http://www.gallup.com/poll/content/default.aspx?ci=14854>
- [3] Warde, Alan (1997), *Consumption, Food, and Taste*, London: Sage
- [4] Belk, R.W., Bryce, W. 1993, Christmas Shopping Scenes: From Modern Miracle to postmodern mall. *International Journal of Research in Marketing* 10(3),277-296
- [5] Wallendorf, M., Arnould, E.J. (1991). 'We Gather Together': Consumption Rituals of Thanksgiving Day. *Journal of Consumer Research* 18(1),13-31
- [6] Belk, R.W.(1990), Halloween: An Evolving American Consumption Ritual. *Advances in Consumer Research* 17, 508-517
- [7] DeVault, M.L. (1991), *Feeding the Family: The Social Organization of Caring as Gendered Work*, Chicago: University of Chicago Press.
- [8] Beck, Ulrich and Elisabeth Beck-Gernsheim (2002), *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*, London: Sage Publications.P2
- [9] Fiese, Barbara H., Thomas J. Tomcho, Michael Douglas, Kimberly Josephs, Scott Poltrock, and Tim Baker (2002), "A Review of 50 Years of Research on Naturally Occurring Family Routines and Rituals: Cause for Celebration?" *Journal of Family Psychology*, 16 (4), 381-390.
- [10] Wolin, Steven J. and Linda A. Bennett (1984), "Family Rituals," *Family Process*, 23, 401-420

- [11] Pleck, Elizabeth H. Pleck (2000), *Celebrating the Family: Ethnicity, Consumer Culture, and Family Rituals*, Cambridge: Harvard University Press
- [12] Beardsworth, Alan and Teresa Keil (1997), *Sociology on the Menu: An Invitation to the Study of Food and Society*, London: Routledge
- [13] Mennell, Stephen, Anne Murcott, and Anneke H. van Otterloo (1992), *The Sociology of Food: Eating, Diet, and Culture*, London: Sage Publications
- [14] Wood, Roy C. (1995), *The Sociology of the Meal*, Edinburgh: Edinburgh University Press
- [15] Douglas, Mary (1975), "Deciphering a Meal," in *Myth, Symbol, and Culture*, ed. Clifford Geertz, New York: W. W. Norton.
- [16] Charles, Nickie and Kerr, Marion, (1988), *Women, Food, and Families*, Manchester: Manchester University Press
- [17] Mintz, Sidney W. and Christine M. DuBois (2002), "The Anthropology of Food and Eating," *Annual Review of Anthropology*, 31, 99-119
- [18] Strauss, A. & Corbin, J. (1990), *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Newbury Park: Sage.
- [19] 陈向明, (2000), *质的研究方法与社会科学研究*, 北京: 教育科学出版社, 第1版, P. 272
- [20] 中国城市竞争力研究会, (2006), *2004(第三届)中国城市竞争力排行榜* [online], February 22, <http://economy.enorth.com.cn/system/2004/12/20/000927606.shtml>
- [21] McCewen, William J. (2005), "Keeping Up with the Zhongs: China's Affluents on Buying Spree," *Gallup Poll New Service* [online], February 15, <http://www.gallup.com/poll/content/default.aspx?ci=14992>
- [22] 徐宗国, (2000), *质性研究概论*, 台北: 巨流图书公司, 第3版, P.70
- [23] Spiggle, Susan (1994), "Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research," *Journal of Consumer Research* 21 (December), 491-503.
- [24] Grieshaber, Susan (1997), "Mealtime Rituals: Power and Resistance in the Construction of Mealtime Rules," *British Journal of Sociology*, 48 (4), 649-666
- [25] Valentine, Gill (1999), "Eating In: Home, Consumption, and Identity," *The Sociological Review*, 491-524
- [26] Lupton, Deborah, (1999), "Where's Me Dinner?: Food Preparation Arrangements in Rural Australian Families," *Journal of Sociology*, 36 (2), 172-188
- [27] Lupton, Deborah (1996), *Food, the Body, and the Self*, London: Sage Publications.
- [28] David Bell and Gill Valentine (1997), *Consuming Geographies: We are Where We eat*, Great Britain David, P:77

Exploring the Identity of Chinese Urban Family based on Family Meal

Yu Hongyan Yan Chenyue Business School of Jilin University

Alvin C. Burns Louisiana State University

Ann Veeck Western Michigan University

Abstract

According to individualization theory, increasing level of living and busier life will lead to families weakened

and less eating together. To investigate this phenomenon we conducted long, semi-structured interviews with twenty young, affluent Chinese families in their homes. We substantiated there are no individualization trend in Chinese family and the role of family meals in enhancing communication, family identity through data analysis. In addition, we learned that, females perform the majority of the work associated with getting the food on the table.

Key Word: Individualization Family Meal Quality of Family