

鸦片战争后，英国洋布为什么不能进入中国市场？

1. **案例名称：**鸦片战争后，英国洋布为什么不能进入中国市场

2. **案例适用：**购买意愿对需求的影响

3. **运用的知识点：**需求的含义

4. **案例内容：**

鸦片战争后，英国商人为了打开中国这个广阔的市场而欣喜若狂。当时英国纺织工业的中心曼彻斯特商人估计，中国有4亿人，假如有1亿人晚上带睡帽，每人每年用两项，整个曼彻斯特的棉纺厂日夜加班也不够。于是他们把大量的洋布运到中国。结果与他们的梦想相反，中国人没有戴睡帽色习惯，衣服也是自产的土布或丝绸，洋布根本卖不出去。

按当时中国人的收入，并不是没有购买洋布的能力，起码许多上层社会人士的购买力还是相当强的。英国人的洋布为什么完全卖不出去呢？关键在于中国人没有购买洋布的欲望。

购买意愿或欲望在很大程度上是由当时的消费时尚所决定的。鸦片战争以后，中国仍然处于一种自给自足的封建经济，并在此基础上形成保守、封闭、甚至排外的社会习俗。鸦片战争打开了中国的大门，但并没有从根本上动摇中国自给自足的经济基础和保守封闭的意识形态，也没有改变在此基础上形成的消费时尚。当时，上层人士以穿丝绸为荣，一般群众以穿自家织的土布为主。洋布和其他洋货受到冷落主要不在于价格高，也不在于人们的收入太低，而在于没有购买欲望。这种购买欲望又是当时消费时尚以及抵制洋货心理的结果。可见，购买意愿对需求的决定是极为重要的。

构成需求的购买意愿和购买能力，两者缺一都不能成其为需求。所以，需求预测既要考虑购买力，又要考虑购买意愿。英国人仅考虑到购买能力，而没有考虑到购买意愿，这正是他们的洋布在中国没有市场的原因。

5. **案例讨论：**

(1) 如何提高我国居民的购买意愿和购买能力？

(2) 应该如何提高消费在拉动我国经济增长中的贡献率？