

聚焦数字中国

DATA EYES ON CHINA

从零点开始……

F124

321

D00958677

数字聚焦中国

 **出品**
零點研究諮詢集團

袁岳 主编

张慧 执行主编



湖南科技大学图书馆



KD00958677



中國經濟出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

数字聚焦中国/袁岳主编

北京: 中国经济出版社, 2012. 8

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1504 - 4

I. ①数… II. ①袁… III. ①中国经济—经济发展—研究 IV. ①F124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 057914 号

数字聚焦中国

数字聚焦中国

数字聚焦中国

数字聚焦中国

数字聚焦中国

责任编辑 聂无逸

责任审读 张 薇

责任印制 常 毅

封面设计 清水工作室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 三河市佳星印装有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 24.25

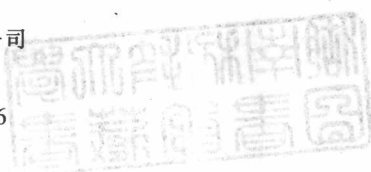
字 数 472 千字

版 次 2012 年 8 月第 1 版

印 次 2012 年 8 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1504 - 4/F · 9285

定 价 56.00 元



中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

序 言

——用细数据解大局面

袁 岳

很多年轻朋友对我说,你那个时候创业机会好啊,我们现在机会少很多。其实正好相反,虽然那个时候做任何领域的创业都没前人,但要开创出来就很难,也不容易找到客户,而现在很多微小的领域就可以做出来巨大的企业,这也是现代服务业的特点,但是我们需要掌握了解更多细小的社会与商业数据。这些你是在教科书或者学者们的主张里看不到的。所以大家关心细小的数据就可以发现很大的商业机会。

有人对我说,现在听经济学家或者公知们的话觉得很悲观,觉得在这个社会里面生存下去也难,但是实际上我们比较20年、30年前,发展条件、跨越的空间、可以整合的资本与人力资源都很多,但这些具体的人脉、天使投资、可做的生意点,不是分布在一般数据、平均值与国民经济统计里面的,而是在微观具体的社区、街道、村庄、网络社区里面的。你要有观察与行动的经验,还要知道点面上的情况,那样你就可以评估做一件事情的可能。

有人对我说很多数据都是靠不住的,你们的数据也靠不住。事实上,大数据你可以质疑,但你不能证实。小数据与小信息,你怀疑你可以去验证。浙商的成功经验就是要了解商机与风险,就要亲自去调查与验证,所以他们从温州走到西部,走到欧洲,也走到非洲。他们也许不知道那个国家的经济政策与大数据,但是他们抓住了小机会,就做成了生意。

我们有了很多博士与博导,但是我们的学术与科研的进步肯定没有我们的这些博士与博导的数量增加得快,一个很重要的原因是大家都在做一些无大不大的宏大主题,而我们却很少聚焦一个突破点,求得针对性的真知灼见。真正的学术与理论突破,正是一个一个这样微小突破点的贯穿。我们有多少微小的突破,我们就有多少真实的学问。

《数字聚焦中国》是一本关于微小数据的书,关于人群、他们的需要、社区、职业、代沟、品牌、选择,这是关于很多人的生活与工作的生动与切实的数据,它们看起来是数字,但它们也是真相、机会、问题、风险与我们前进和选择的方向;它们看起来抽象,但是却是来自一个个具体实施的访谈。我们这个世界的知识分传承与新鲜两种,这里给你的是新鲜的,而且是在现实的人文社会中发生着的现象或现象背后的状况。就像你知道的,但比你你知道的多。

百姓生活	001
市民心声：您敢吃吗？	003
食品安全，高收入群体忧心忡忡	006
行业服务，医院垫底	008
公立医院改革，五成居民有信心	011
公众医疗负担真的有减轻	013
医院多，好医院少	015
公共服务公众评价：东西部城市各有亮点	018
“国库充盈但钱包空瘪”的感受普遍存在	020
七成以上民众认为最低工资标准仍低	022
六成居民认为目前通货膨胀严重	024
城市低收入家庭值得特别关注	028
我为什么比别人穷？	030
七成“穷人”认为靠自己难以改变生活	032
近七成公众认为幼儿园学费贵	034
购房者信心如何提升：悲观城市看政策，观望城市看房价	037
高房价让大城市人“举念想逃”	042
成为本地人：本子和房子不能少	045
未雨绸缪，给小城镇留条通畅的道	048
中国人比美国人更快乐	050
政策广角	055
义务教育领域改革呼声最大	057
教育改革，向左走向右走	059
“治堵”新政，百姓评说，治标不治本	062
社会治安：警察可见度，提升满意度	065
社会保障，我们还有很长的路要走	068
拆迁矛盾是现阶段社会矛盾的尖锐点	071

超八成公众支持“恶意欠薪”与“危险驾驶”入罪	074
公共服务热线,再热点行不行?	077
就业职场	083
好好学习,商学院向上	085
MBA 镀金,职场看好	088
社交成上海白领关注焦点	090
上海白领压力感高于北京白领	092
上海男白领比女白领更有压力	095
近四成人上班时“大脑旷工”	097
“星期一疲劳症”袭击上班族	099
就业:前景、志趣和收入一个都不能少	101
理财视窗	103
知识是创造财富的源泉	105
如何形成健康又健全的财商?	108
理财工具黄金最受偏爱,股票成为最佳证券理财工具	110
管它股市牛熊顶底,财富管理挡风遮雨	113
理财观揭秘:80 后买房子,70 后买基金,60 后喜私募	115
媳妇 VS 婆婆:理财能力大比拼	117
一线城市理财信心脆弱,三线城市表现淡定	119
县城家庭沦为社保“夹心层”	121
消费地带	125
低下卑微的奢侈化消费	127
国人出境旅游“爱邻邦”“爱自由”	130
赴台自由行:用新思维赢市场	132
大学生:中国网购不折不扣的生力军	134
村镇居民买电脑:认口碑重体验	137
手机价位走低和新业务应用促进 3G 消费	141
1668 元,只为都市农夫梦圆	145
一个艰难的决定:您选哪个?	148
网购售后服务成买家满意度提升绊脚石	152
90 后,决策家庭消费“模样”	156
房子降价求赔,违约 or 维权?	161

首付提高,六成以上购房者受影响·····	163
限购环境下,何人何因仍想购房? ·····	167
婚姻家庭 ·····	171
婚前财产公证——权利输给安全感? ·····	173
京沪白领看婚姻的“财同情异” ·····	174
当代女性其实蛮幸福 ·····	176
电视征婚:只有一成人认可·····	180
生育“两大件”:经济基础和住房 ·····	183
生两个:仅四成未生育者有兴趣·····	186
如果不受政策限制,你愿意生几个孩子? ·····	189
逾8成男性婴幼儿照顾者会主动了解婴幼儿健康知识 ·····	193
我妈 VS 他妈,月子大事谁来抓 ·····	195
新“三代同堂”居住模式正在兴起 ·····	198
超半数家庭老人对子女“经济再哺” ·····	201
记忆留住的60年生活点滴·····	203
健康生活 ·····	209
用加减法透视城市居民饮食变化 ·····	211
8年间城市居民早餐三“变” ·····	213
识邻新王道:小区散步及小孩交往·····	216
周末生活“动”起来 ·····	219
七成多人错失黄金睡眠时间 ·····	221
六成城市中小学生睡眠不足 ·····	223
两成人愿意花点小钱买发泄 ·····	225
过半准妈妈曾遭遇二手烟 ·····	227
不足3成妈妈坚持了6个月纯母乳喂养 ·····	229
经济洞察 ·····	233
十年前预期的入世变化,仅有两项未被市民言中·····	235
入世十年市民最大感受:中外交流多了·····	238
市民自认入世益处大于十年前预期 ·····	240
“电脑下乡”助力国产品牌完胜村镇市场 ·····	242
电话银行仍有很大发展空间 ·····	247
房地产品牌,名气大就人缘好吗? ·····	250

网络广告切莫挑战忍耐底线	254
地铁广告成长凶猛	256
企业社会责任,公众很买账	260
舆论讨伐的杀伤力有多大	264
敢问民企路在何方	266
创业的冬天来了吗?	269
服务业创新企业需突破“三罩门”	272
企业家生活缘何纠结	274
中国企业家期待政策更公平、政务更给力	276
中国企业家的生存环境处于及格线水平	279
近两成民企曾使用过民间借贷	281
城市空间	283
最性感的中国城市榜	285
沉淀城市文化底蕴 要与时俱进	288
自由选住处,首选北上广	291
最适合男人生活的城市	294
中国城市事件营销大 PK	296
大事件巧助城市营销	299
国际车展上海异军突起,国际冰雪节哈尔滨一枝独秀	301
大城市未必是幸福的归属	304
城市生活离安逸有些遥远	307
痛苦与幸福,不是此消彼长的关系!	310
公益与环保	313
草根 NGO 与基金会关注领域迥异,或成资源配置壁垒	315
公益人才:需多,供少,流失快	318
做公益,职业化能力与知识更关键	320
校园精英比普通大学生更有爱心?	323
大学公益遭遇冷热不均	326
多数专业性较强的公益领域参与度和关注度不足一成	328
大学生与公益的“泛泛之交”	330
今后还捐款吗? 四成人犹疑	333
应对气候变化:公众怎么看?	335
中国公众“低碳生活”意愿高	340

新绿色压力下公众环保行为没有突破	343
居民关注垃圾处理的设施投入和技术改进	345
低碳出行成主要选择,各地有特色.....	348
中国公众把低碳与节俭划等号	350
低碳的两个瞬间:共同的动力问题.....	352
找回手绢,丢掉纸巾.....	354
国际视角	361
中国的国家地位和国家形象获的国际认可	363
中日关系重要性得到国人普遍认可	365
野田佳彦获近三成公众好感	370
中国人对俄罗斯最有好感	371
越南在中国人心目中的国家形象需改进	373
民众期待中美合作赢未来	375

引言

柴米油盐酱醋茶见真章。柴米油盐,吃穿住行,所有琐碎的这些构成了百姓生活的方方面面。但是,这些普通普遍的需求近来成为百姓焦虑忧心的问题:柴米涨价看病难,食品安全问题频发。百姓的日子突然变得有些惊险。

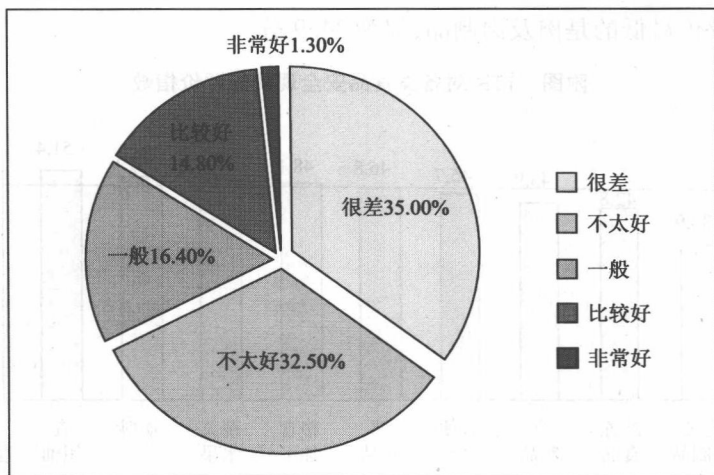
市民心声：您敢吃吗？

尽管国家三令五申对食品安全进行“重点整治”，但是问题还是层出不穷。从2008年的三鹿奶粉事件、苏丹红染色脐橙，到2011年的染色馒头、双汇瘦肉精以及台湾塑化剂事件的曝光，食品安全问题又成了舆论关注的焦点。公众作为食品安全最大的利益相关者，对食品安全现状及未来改善的信心如何，他们又对哪些类食品状况比较忧心呢？

食品安全现状，市民堪忧

总体来看，市民对当前食品安全评价得分为46.9分，形势不容乐观。近七成（67.5%）市民认为当前食品安全现状不容乐观，其中，35%的市民认为当前食品安全现状很差，32.5%的市民认为不太好，仅有16.4%的市民认为当前食品安全现状比较好或非常好。

附图 居民对目前的食品安全状况的评价（%）

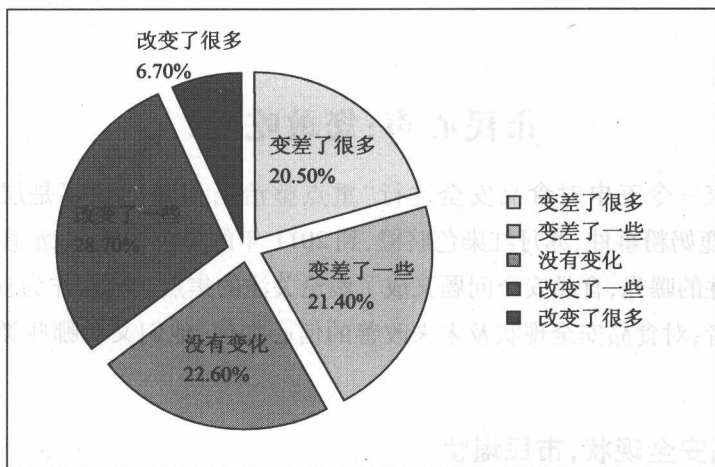


资料来源：零点研究咨询集团2011食品安全信心指数快速调查。

对过去一年食品安全状况的变化，多数市民认为食品安全形势更加严峻。四成（41.9%）市民认为变差了，其中20.5%的市民认为变差了很多。35.4%的市民认为食品安全状况改善了，其中28.7%的市民认为改善了一些，6.7%的市民认为改善了

很多。

附图 居民对过去一年中食品安全状况的变化的认知 (%)

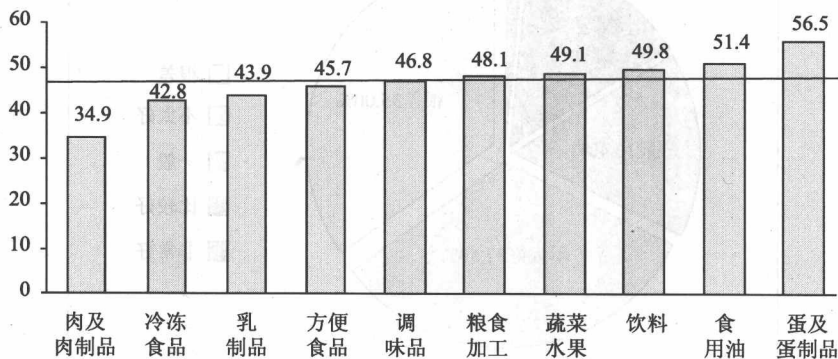


资料来源:零点研究咨询集团 2011 食品安全信心指数快速调查

市民最担忧肉类的安全,对蛋类最放心

各类食品中,市民对蛋及蛋制品的安全现状评价最高,为 56.5 分,对食用油的评价也较高,为 51.4 分;对乳制品和冷冻食品的安全现状评价相对较低,分别为 43.9 分和 42.8 分;评价最低的是肉及肉制品,仅为 34.9 分。

附图 市民对各类食品安全现状的评价指数



资料来源:零点研究咨询集团 2011 食品安全信心指数快速调查

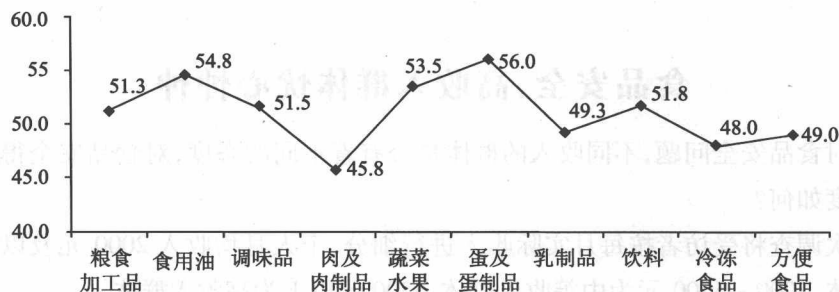
未来食品安全改善,市民比较有信心

调查发现,市民对未来食品安全状况改善的信心评分为 51.1 分。各类食品中,市民对蛋类品、食用油、果蔬未来安全状况的改善信心度比较高,其信心评分分别为



56.0分、54.8分、53.5分;对乳制品、方便食品、冷冻食品、肉类品未来安全状况的改善,市民信心度不高,其信心评分分别为49.3分、49.0分、48.0分、45.8分。

附图 市民对各类食品未来安全状况改善的信心评分



资料来源:零点研究咨询集团 2011 食品安全信心指数快速调查

技术说明:零点呼叫中心 2011 年 5 月对北京、上海、广州、武汉、沈阳 5 个城市的 1001 名 18 周岁以上的常住市民进行的 CATI 电话访问调查。

食品安全,高收入群体忧心忡忡

针对食品安全问题,不同收入的群体是否有着不同的态度,对食品安全得以改善的信心度如何?

本次调查将受访者按每月实际收入进行细分,个人月均收入 2000 元及以下为低收入群体,2000~5500 元为中等收入群体,5500 元以上为高收入群体。

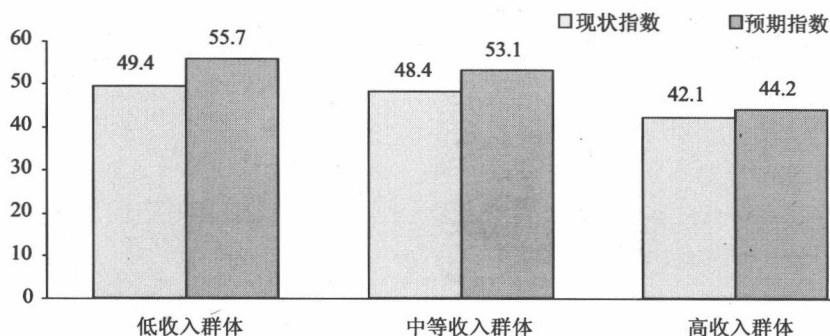
调查显示:相对于其他收入群体,高收入群体对食品安全的现状 & 未来一年的预期评价都较低;高收入群体对食品安全信心的重建更为困难。

高收入群体对食品安全更缺乏信心

调查显示,市民收入越高对食品安全越缺乏信心。考察各收入群体对食品安全现状的信心,高收入群体得分最低,为 42.1 分;低收入群体得分最高,为 49.4 分。高收入与低收入群体分差达 7.3 分。

不同收入群体对未来一年食品安全的预期,高收入群体信心低,预期指数得分为 44.2 分;低收入群体信心最高,预期指数得分为 55.7 分。高收入群体与低收入群体分差达 11.5 分。

附图 各收入群体食品安全信心现状指数及预期指数



资料来源:零点研究咨询集团 2011 食品安全信心指数快速调查

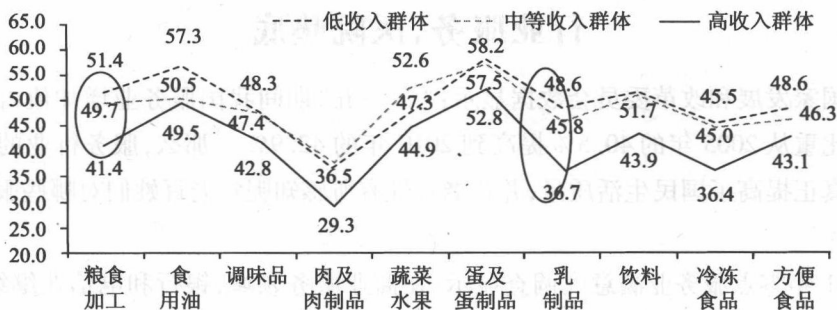
高收入群体对粮食加工品安全更敏感

各收入群体对食品安全信心的评价差异最大的是乳制品和粮食加工品。低收入群体和高收入群体对乳制品食品安全信心得分分别为 48.6 分和 36.7 分,分差达 11.9



分。低收入群体和高收入群体对粮食加工品安全信心得分分别为 51.4 分和 41.4 分，分差为 10 分。高收入群体对食品安全的反映更为敏感的原因可能在于高收入群体能够更为迅捷地获得和传播信息，对食品安全相关信心能够更迅速地作出反映。

附图 各收入群体食品安全信心现状指数

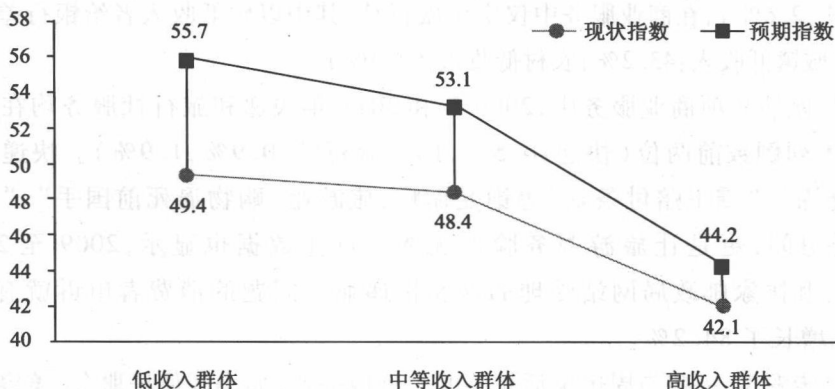


资料来源：零点研究咨询集团 2011 食品安全信心指数快速调查

高收入群体食品安全信心重建更困难

相较于中低收入群体，高收入群体对食品安全信心较低，信心的重建也更为困难。调查显示，高收入群体对未来一年食品安全信心得分较现状得分提升了 2.1 分，而低收入和中等收入群体食品安全现状指数和预期指数得分分差分别为 6.3 分和 4.7 分。

附图 各收入群体食品安全信心现状指数及预期指数



资料来源：零点研究咨询集团 2011 食品安全信心指数快速调查

技术说明：零点呼叫中心 2011 年 5 月对北京、上海、广州、武汉、沈阳 5 个城市的 1001 名 18 周岁以上的常住市民进行的 CATI 电话访问调查。