



文化蓝皮书®

LUE BOOK OF CHINA'S CULTURE

中国乡村文化消费需求景气 评价报告 (2013)

ANNUAL EVALUATION REPORT OF CHINA'S RURAL
CULTURAL CONSUMPTION DEMAND (2013)

主 编 / 王亚南 高书生

联合主编 / 张晓明 祁述裕 郝朴宁

副主编 / 刘 婷 方 彧



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2013
版



中国乡村文化消费需求景气 评价报告 (2013)

ANNUAL EVALUATION REPORT OF CHINA'S RURAL
CULTURAL CONSUMPTION DEMAND(2013)

主 编 / 王亚南 高书生
联合主编 / 张晓明 祁述裕 郝朴宁
副 主 编 / 刘 婷 方 彧



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国乡村文化消费需求景气评价报告. 2013/王亚南,
高书生主编. —北京:社会科学文献出版社, 2013. 5
(文化蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-4480-2

I. ①中… II. ①王… ②高… III. ①农村文化-消费
文化-顾客需求-研究报告-中国-2013 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 067825 号

文化蓝皮书

中国乡村文化消费需求景气评价报告 (2013)

主 编 / 王亚南 高书生
联合主编 / 张晓明 祁述裕 郝朴宁
副 主 编 / 刘 婷 方 彧

出 版 人 / 谢寿光
出 版 者 / 社会科学文献出版社
地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦
邮政编码 / 100029

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 59367127 责任编辑 / 张丽丽 王 颖
电子信箱 / pishubu@ssap.cn 责任校对 / 邓 敏
项目统筹 / 邓泳红 郭 峰 责任印制 / 岳 阳
经 销 / 社会科学文献出版社营销中心 (010) 59367081 59367089
读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司
开 本 / 787mm × 1092mm 1/16 印 张 / 24
版 次 / 2013 年 5 月第 1 版 字 数 / 390 千字
印 次 / 2013 年 5 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5097-4480-2
定 价 / 79.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

本研究获得以下机构及其项目支持

中共云南省委宣传部“云南省哲学社会科学创新工程”
云南省社会科学院“中国文化发展研究与评价重点实验室”
云南师范大学“人文社会科学重点研究项目”

发 布 机 制 中国文化消费需求景气评价中心

合 作 单 位 云南省社会科学院文化开发研究中心
中国社会科学院文化研究中心
国家行政学院社会和文化教研部
云南师范大学公共文化服务与文化产业发展研究所
社会科学文献出版社
光明日报文化产业研究中心

联 盟 单 位 上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地
中国传媒大学文化产业研究院
武汉大学国家文化创新研究中心

顾 问 王伟光 周文彰 欧阳坚 仇 和 张田欣
赵 金

首席科学家 王亚南 张晓明 祁述裕

理 事 会 (以姓氏笔画为序)

王亚南	邓泳红	尹 欣	尹 鸿	包霄林
任 佳	向 勇	刘 巍	刘玉珠	齐勇锋
祁述裕	花 建	李 涛	李康化	范 周
杨 林	杨正权	杨福泉	宋建武	张晓明
张瑞才	陈少峰	金元浦	郝朴宁	胡惠林
高书生	殷国俊	黄大同	崔成泉	章建刚
傅才武	童 怀	谢寿光	蒯大申	熊澄宇

主 编 王亚南 高书生
联合主编 张晓明 祁述裕 郝朴宁
副主编 刘 婷 方 彧
编 委 (以姓氏笔画为序)

邓云斐 (执行)	曲晓燕	朱 岚
李 坚	肖 青	汪 洋 (执行)
沈宗涛 (执行)	宋锡辉	邹建达
张丽丽	张雍德	陆双梅
纳文汇	郑 海	郑晓云
赵 娟 (执行)	姚天祥	饶 远
袁春生 (执行)	高 启	郭 峰
黄 淳	黄小军	董 棣
惠 鸣	温 源	谢青松
意 娜	窦志萍	

撰著者

总报告和综合报告 王亚南 刘 婷 方 彧 赵 娟 郝朴宁
子 报 告 (以文序排列)

肖云鑫	刘 颖	蒋坤洋	刘 婷	方 彧
官 珏	汪 洋	孔志坚	赵 娟	代 丽
杨绍军	王 玉	宁发金	沈宗涛	邓云斐
袁春生	王国爱	朱建平	平金良	孟玲美
王晨曦	李汶娟	张 戈	郭 娜	秦瑞婧
田 娟	李 雪	马建宇	范路山	张 林
赵晗君				

主要编撰者简介

王亚南（1956~），男，汉族，云南昆明人，云南省社会科学院研究员，文化开发研究中心主任，云南师范大学公共文化服务与文化产业发展研究所所长。主要学术方向为民俗学、民族学及文化理论、文化战略和文化产业研究，得到国内相关学术界公认的主要学术贡献有：（1）1985年首次界定“口承文化”概念，随后完成系统研究，提出口承文化传统为人类社会的文明渊藪；（2）1988年解析人生仪礼中“亲长身份晋升仪式”，指出中国传统“政亲合一”社会结构体制和“天赋亲权”社会权力观念；（3）1996年开始从事文化战略和文化产业研究，提出“高文化含量”的“人文经济”论述，概括出文化产业发展的“云南模式”；（4）1999年提出“现代中华民族是56个国内民族平等组成的国民共同体”和“中国是国内多民族的统一国家”论点；（5）近几年研创出“全国文化消费需求景气评价体系”，从2011年起主持撰著发布《中国文化消费需求景气评价报告》（系列）。

郝朴宁（1957~），男，汉族，上海人，云南师范大学中国西南对外开放与边疆安全研究中心教授，公共文化服务与文化产业发展研究所副所长，硕士生导师，“云南舆情研究基地”首席专家召集人（排名第一），中国电视家协会会员，中国影视学会理事，教育部中国高校影视教育学会理事，国家广播电视总局中国广播电视协会西部学术基地学术委员，云南省中国特色社会主义理论体系研究中心特聘研究员。主要学术方向为影视艺术、文化产业、新闻传播学研究。主持完成国家社科基金项目“民族文化原传介质研究”，省院省校合作项目“云南民族文化遗存形态产业社会化与文化生态建设”。专著《民族文化传播理论描述》为国内第一部系统研究民族文化传播的理论成果。参与多部电视连续剧的拍摄，担任大型电视纪录片《跨越》（六集）的策划和总撰稿。

刘 婷 (1978~), 女, 汉族, 云南澄江人, 云南省社会科学院文化开发研究中心副研究员, 云南大学艺术人类学在读博士生, 云南文化发展蓝皮书副主编, 云南省中青年社会科学工作者协会秘书长。主要学术方向为民俗学及休闲文化、休闲产业和文化产业研究, 代表作《民俗休闲文化论》, 独立承担国家社会科学基金西部项目“云南少数民族民俗文化保护的新思路”。全程参与研创“全国文化消费需求景气评价体系”, 合作发表《面向协调增长的中国文化消费需求——“十五”以来分析与“十二五”测算》等多篇论文和研究报告, 参加组织撰著《中国文化消费需求景气评价报告》(系列), 负责人员组织和撰稿统筹。

方 彧 (1984~), 女, 汉族, 江西赣州人, 国家民政部老龄科学研究中心助理研究员, 《中国老龄事业发展报告》执行编委, 中国社会科学院博士, 获教育部博士研究生学术新人奖。主要学术方向为口头传统、民俗文化和文化产业研究。全程参与研创“全国文化消费需求景气评价体系”, 合作发表《中国文化产业新十年路向——基于文化需求和共享的考量》等多篇论文和研究报告, 参加组织撰著《中国文化消费需求景气评价报告》(系列), 负责文稿统改及其英译审校。

赵 娟 (1981~), 女, 汉族, 湖南邵阳人, 云南省社会科学院文化开发研究中心助理研究员, 云南文化发展蓝皮书副主编, 云南省中青年社会科学工作者协会秘书处主任。主要学术方向为比较文学、民族文化和文化产业研究。全程参与研创“全国文化消费需求景气评价体系”, 合作发表《以国家标准分析各地文化产业发展成效》等多篇论文和研究报告, 参加组织撰著《中国文化消费需求景气评价报告》(系列), 负责文稿统改。

摘 要

2011 年,中国乡村文化消费需求总量增长 3.68%,仅为城镇总量年增幅的 18.33%;人均值增长 8.08%,仅为城镇人均年增幅的 57.66%。以人均值衡量,乡村文化消费年度增长极显著地低于产值增长、乡村居民收入增长和总消费增长,显著低于积蓄增长。文化消费城乡差距比上年扩增 5.49%,乡村文化消费地区差距比上年缩减 2.52%。

有 14 个省域乡村文化消费总量增长超过 10%,其中 10 个省域增长超过 15%,7 个省域增长超过 20%;有 16 个省域乡村文化消费人均值增长超过 10%,其中 13 个省域增长超过 15%,8 个省域增长超过 20%。约半数省域增长良好与全国总体增长欠佳形成反差,省域之间乡村文化消费需求增长呈现两极分化——浙江、吉林近乎零增长,贵州、上海、黑龙江、西藏、海南负增长,拉低了全国乡村增长幅度。

各省域乡村文化消费需求景气评价排行:江苏、青海、甘肃为“2011 年度乡村景气领先”全国前 3 位;江苏、山西、黑龙江为“1991~2011 年乡村景气提升”全国前 3 位;青海、山西、江苏为“1995~2011 年乡村景气提升”全国前 3 位;西藏、青海、山西为“2000~2011 年乡村景气提升”全国前 3 位;青海、江苏、宁夏为“2005~2011 年乡村景气提升”全国前 3 位;新疆、重庆、宁夏为“2011 年度乡村景气提升”全国前 3 位。

关键词: 中国乡村 文化消费 需求与共享 景气评价

Abstract

In 2011, the total growth of the national cultural consumption demand in rural areas went up by 3.68%, which is only 18.33% of the increase for urban areas; the per capita value went up by 8.08%, which is only 57.66% of the increase for urban areas. As measured by per capita value, the annual growth of the cultural consumption in rural areas was significantly lower than the output growth, the residents' income growth and the total consumption growth, also remarkably lower than the savings growth. The disparity of cultural consumption between urban and rural areas widened by 5.49%; the gap of cultural consumption in rural areas among different regions shrank by 2.52% over the previous year.

The total cultural consumption in rural areas increased by over 10% in 14 provinces, 10 of which by over 15% and 7 of which over 20%; the per capita value of cultural consumption in rural areas increased by over 10% in 16 provinces, 13 of which by over 15% and 8 of which over 20%. The better growth in approximately half of the provinces was in contrast with the poor growth in the whole country. There was an emerging polarization in the rural cultural consumption demand across the whole country: near-zero growth in Zhejiang and Jilin; negative growth in Guizhou, Shanghai, Heilongjiang, Tibet and Hainan. The growth in national rural cultural consumption demand went down owing to the above.

The ranking of the boom evaluation of the cultural consumption demand in rural areas across the provinces is as follows: Jiangsu, Qinghai, Gansu ranked the top three in the "2011 rural leaders"; Jiangsu, Shanxi, Heilongjiang ranked the top three in the "1991 – 2011 rural runner-up"; Qinghai, Shanxi, Jiangsu ranked the top three in the "1995 – 2011 rural runner-up"; Tibet, Qinghai, Shanxi ranked the top three in the "2000 – 2011 rural runner-up"; Qinghai, Jiangsu, Ningxia ranked the top three in the "2005 – 2011 rural runner-up"; Xinjiang, Chongqing, Ningxia ranked the top three in the "2011 annual rural runner-up".

Key Words: National Rural Areas; Cultural Consumption; Demands and Sharing; Status Evaluation

权威报告 热点资讯 海量资源



当代中国与世界发展的高端智库平台

皮书数据库 www.pishu.com.cn

皮书数据库是专业的人文社会科学综合学术资源总库，以大型连续性图书——皮书系列为基础，整合国内外相关资讯构建而成。包含七大子库，涵盖两百多个主题，囊括了近十几年间中国与世界经济社会发展报告，覆盖经济、社会、政治、文化、教育、国际问题等多个领域。

皮书数据库以篇章为基本单位，方便用户对皮书内容的阅读需求。用户可进行全文检索，也可对文献题目、内容提要、作者名称、作者单位、关键字等基本信息进行检索，还可对检索到的篇章再作二次筛选，进行在线阅读或下载阅读。智能多维度导航，可使用户根据自己熟知的分类标准进行分类导航筛选，使查找和检索更高效、便捷。

权威的研究报告，独特的调研数据，前沿的热点资讯，皮书数据库已发展成为国内最具影响力的关于中国与世界现实问题研究的成果库和资讯库。

皮书俱乐部会员服务指南

1. 谁能成为皮书俱乐部会员？

- 皮书作者自动成为皮书俱乐部会员；
- 购买皮书产品（纸质图书、电子书、皮书数据库充值卡）的个人用户。

2. 会员可享受的增值服务：

- 免费获赠该纸质图书的电子书；
- 免费获赠皮书数据库100元充值卡；
- 免费定期获赠皮书电子期刊；
- 优先参与各类皮书学术活动；
- 优先享受皮书产品的最新优惠。



（本卡为图书内容的一部分，不购书刮卡，视为盗书）

3. 如何享受皮书俱乐部会员服务？

（1）如何免费获得整本电子书？

购买纸质图书后，将购书信息特别是书后附赠的卡号和密码通过邮件形式发送到 pishu@188.com，我们将验证您的信息，通过验证并成功注册后即可获得该本电子书。

（2）如何获赠皮书数据库100元充值卡？

第1步：刮开附赠卡的密码涂层（左下）；

第2步：登录皮书数据库网站（www.pishu.com.cn），注册成为皮书数据库用户，注册时请提供您的真实信息，以便您获得皮书俱乐部会员服务；

第3步：注册成功后登录，点击进入“会员中心”；

第4步：点击“在线充值”，输入正确的卡号和密码即可使用。

皮书俱乐部会员可享受社会科学文献出版社其他相关免费增值服务

您有任何疑问，均可拨打服务电话：010-59367227 QQ:1924151860

欢迎登录社会科学文献出版社官网(www.ssap.com.cn)和中国皮书网(www.pishu.cn)了解更多信息

“皮书”起源于十七、十八世纪的英国，主要指官方或社会组织正式发表的重要文件或报告，多以“白皮书”命名。在中国，“皮书”这一概念被社会广泛接受，并被成功运作、发展成为一种全新的出版形态，则源于中国社会科学院社会科学文献出版社。

皮书是对中国与世界发展状况和热点问题年度监测，以专家和学术的视角，针对某一领域或区域现状与发展态势展开分析和预测，具备权威性、前沿性、原创性、实证性、时效性等特点的连续性公开出版物，由一系列权威研究报告组成。皮书系列是社会科学文献出版社编辑出版的蓝皮书、绿皮书、黄皮书等的统称。

皮书系列的作者以中国社会科学院、著名高校、地方社会科学院的研究人员为主，多为国内一流研究机构的权威专家学者，他们的看法和观点代表了学界对中国与世界的现实和未来最高水平的解读与分析。

自20世纪90年代末推出以经济蓝皮书为开端的皮书系列以来，至今已出版皮书近800部，内容涵盖经济、社会、政法、文化传媒、行业、地方发展、国际形势等领域。皮书系列已成为社会科学文献出版社的著名图书品牌和中国社会科学院的知名学术品牌。

皮书系列在数字出版和国际出版方面成就斐然。皮书数据库被评为“2008~2009年度数字出版知名品牌”；经济蓝皮书、社会蓝皮书等十几种皮书每年还由国外知名学术出版机构出版英文版、俄文版、韩文版和日文版，面向全球发行。

2011年，皮书系列正式列入“十二五”国家重点出版规划项目；2012年，部分重点皮书列入中国社会科学院承担的国家哲学社会科学创新工程项目；一年一度的皮书年会升格由中国社会科学院主办。



法律声明

“皮书系列”（含蓝皮书、绿皮书、黄皮书）由社会科学文献出版社最早使用并对外推广，现已成为中国图书市场上流行的品牌，是社会科学文献出版社的品牌图书。社会科学文献出版社拥有该系列图书的专有出版权和网络传播权，其 LOGO () 与“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称已在中华人民共和国工商行政管理总局商标局登记注册，社会科学文献出版社合法拥有其商标专用权。

未经社会科学文献出版社的授权和许可，任何复制、模仿或以其他方式侵害“皮书系列”和 LOGO ()、“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专用权的行为均属于侵权行为，社会科学文献出版社将采取法律手段追究其法律责任，维护合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的违法行为进行举报。电话：010-59367121，电子邮箱：fawubu@ssap.cn。

社会科学文献出版社

目 录

B I 总报告

B.1 中国乡村文化消费需求景气总体评价

——20 年以来分析与 2011 年度测评	001
一 中国 20 年间乡村文化消费需求增长态势	002
二 中国 20 年间乡村文化消费相关背景情况	007
三 中国 20 年间文化消费城乡、区域协调状况	012
四 中国 20 年间乡村文化消费需求景气测评	014

B II 综合分析评价

B.2 省域乡村文化消费需求景气评价排行

——1991 ~ 2011 年测评与后续年度预测	019
--------------------------------	-----

B III 东北地区

B.3 黑龙江：负增长 17%，导致景气位次下跌	055
B.4 吉林：2011 年乡村文化消费接近零增长	066
B.5 辽宁：乡村增长不及城镇，致城乡比继续扩大	076



ⅢⅣ 东部地区

Ⅲ.6	北京：乡村人均增幅不足，城镇增幅 40%	086
Ⅲ.7	天津：乡村连续三年高增长，景气逐步提升	096
Ⅲ.8	河北：城乡增长差距显著，景气位次下跌	106
Ⅲ.9	山东：乡村增长超过城镇，致使景气上升	116
Ⅲ.10	江苏：横向测评乡村景气领先第 1 位	126
Ⅲ.11	上海：乡村人均文化消费负增长 8.18%	136
Ⅲ.12	浙江：2011 年乡村文化消费接近零增长	146
Ⅲ.13	福建：乡村多年平稳增长，但远低于城镇	156
Ⅲ.14	广东：乡村终现高增长带来城乡比缩小	166
Ⅲ.15	海南：乡村文化消费年度负增长达 29%	176

ⅢⅤ 中部地区

Ⅲ.16	山西：“十五”以来乡村景气提升至第 3 位	186
Ⅲ.17	河南：文化消费相关比值皆降至最低点	196
Ⅲ.18	安徽：乡村增长远低于城镇，致城乡比扩大	206
Ⅲ.19	湖北：乡村出现高增长，扭转十余年低迷	216
Ⅲ.20	江西：文化消费相关比值皆降至最低	226
Ⅲ.21	湖南：乡村文化消费逐步走出“十一五”负增长低谷	236

ⅢⅥ 西部地区

Ⅲ.22	内蒙古：乡村增长首位，致景气提升近前三	246
Ⅲ.23	陕西：比值均降至最低，造成景气位次下滑	256

B.24	宁夏：“十一五”以来两项测评提升至第3位	266
B.25	甘肃：横向测评乡村景气领先第3位	276
B.26	青海：横向测评乡村景气领先第2位	286
B.27	新疆：2011年度乡村景气提升至第1位	296
B.28	重庆：2011年度乡村景气提升至第2位	306
B.29	四川：乡村出现高增长，拉动景气速升	316
B.30	贵州：乡村负增长造成景气位次陡降	326
B.31	广西：扭转十年乡村文化消费总量负增长	336
B.32	云南：乡村连年高增长不敌城乡比扩大	346
B.33	西藏：“十五”以来乡村景气提升至第1位	356

CONTENTS



B I General Report

B.1 The Overall Status Evaluation of China's Cultural Consumption Demand in Rural Areas

- The Analysis of the Past 20 Years and the Annual Evaluation of 2011* / 001
 - 1. *The Growth Trends of China's Rural Cultural Consumption
Demand in the Past 20 Years* / 002
 - 2. *The Relevant Background of China's Rural Cultural
Consumption in the Past 20 Years* / 007
 - 3. *The Urban-Rural and Regional Coordination Situation of
China's Cultural Consumption in the Past 20 Years* / 012
 - 4. *The Status Evaluation of China's Rural Cultural Consumption
Demand in the Past 20 Years* / 014

B II Comprehensive Analysis and Evaluation

B.2 Ranking of Status Evaluation of the Cultural Consumption Demand in Rural Areas across the Provinces

- The Measure from 1991 to 2011 and the Forecast for Later Years* / 019



B III The Northeast

- B.3** Heilongjiang: Status Ranking Fell owing to the 17%
Negative Growth / 055
- B.4** Jilin: Rural Cultrual Consumption Growth in Near-zero in 2011 / 066
- B.5** Liaoning: Less Growth in the Rural Areas caused a Sustained
Increase in the Urban-Rural Ratio / 076

B IV The East

- B.6** Beijing: The Rural Per Capita Growth, was Less than 40% of the
Urban Growth / 086
- B.7** Tianjin: The Status Rose Gradually due to the Three-year
Successive High Growth in the Rural Areas / 096
- B.8** Hebei: The Status Ranking Dropped, the Significant
Gap between Urban Growth and Rural Growth / 106
- B.9** Shandong: Ranked Higher in Status owing to Higher Rural Growth / 116
- B.10** Jiangsu: Ranked First in the Lateral Evaluation of
Rural Leader / 126
- B.11** Shanghai: A 8.18% Negative Growth in Rural Per Capita
Cultural Consumption / 136
- B.12** Zhejiang: Rural Cultural Consumption Growth was Close to
Zero in 2011 / 146
- B.13** Fujian: Still Far below Urban Growth Despite Successive
Years of Rural Steady Growth / 156
- B.14** Guangdong: The Urban-rural Ratio Decreased due to
Rural High Growth / 166