

The book cover features a dark blue background at the top, transitioning into a vibrant red and orange gradient. A large, stylized map of China is depicted in a light greenish-yellow color, with a white circle highlighting the central region. Below the map, a cityscape with tall buildings is visible, overlaid with a yellow line graph that trends upwards. A white vertical line with an arrow at the top and a horizontal line with an arrow at the right intersect in the center. The title '世纪图景' is written in large, bold, white characters across the middle. Below the title, the subtitle '21世纪国人生活权威调查' is written in smaller white characters. The author's name '范伟达 主编' is at the bottom left. The publisher's name '中国社会出版社' is at the bottom right. A yellow rectangular graphic is located on the left side.

世纪图景

21世纪国人生活
权威调查

范伟达 主编

中国社会出版社

D668
3

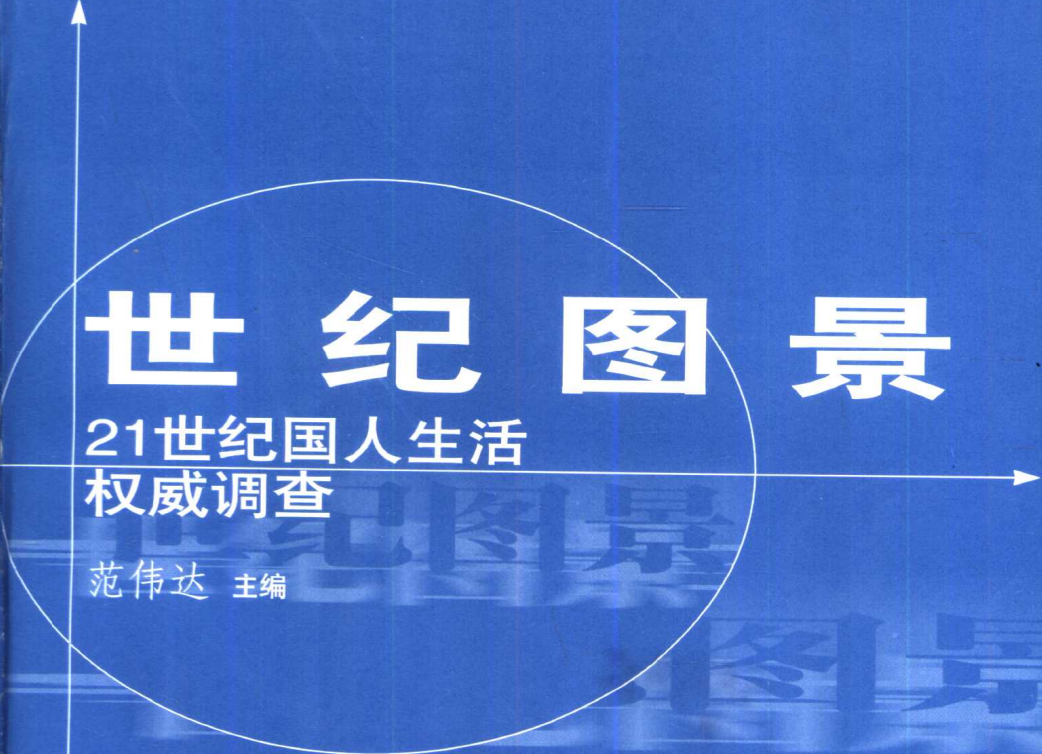
75127

世纪图景

——21 世纪国人生活权威调查

范伟达 主编

中国社会科学出版社



世纪图景

21世纪国人生活
权威调查

范伟达 主编

中国社会出版社

图书在版编目(CIP)数据

世纪图景：21 世纪国人生活权威调查/范伟达主编. —北京：中国社会出版社，2000.10

ISBN 7-80146-451-6

I. 世… II. 范… III. ①社会调查-中国②社会分析-中国-21 世纪 IV. D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 70281 号

书 名：世纪图景：21 世纪国人生活权威调查

编 者：范伟达

责任编辑：张 佳

出版发行：中国社会出版社 邮编：100032

通联方法：北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话：66051698 电传：66051713

经 销：各地新华书店

印刷装订：军事科学院印刷厂

开 本：850×1168mm 印 张：9.75

字 数：218 千字

版 次：2000 年 10 月第一版

印 次：2000 年 10 月第一次印刷

印 数：1—5000 册

书 号：ISBN 7-80146-451-6/C·152

定 价：18 元

(凡中国社会版图书有缺漏页、残破等质量问题，本社负责调换)

总 论——叩响新世纪的大门	(1)
一、研究背景和课题的提出.....	(1)
二、研究结果和总体的结论.....	(3)

第一编 国 人 心 声

第一章 感觉新世纪	(13)
一、新世纪到来前的感觉.....	(13)
二、信息社会的来临.....	(18)
三、数字化生存.....	(22)

第二章 世纪话题	(29)
一、发展与进步：人们最关心的话题.....	(29)
二、科教：新世纪的象征.....	(33)
三、教育：面向未来.....	(37)
四、环保：觉醒的意识.....	(41)
五、可恶的艾滋病.....	(45)
六、21世纪：人们会以胖为美吗.....	(49)
七、中国加入 WTO，还有多远.....	(53)
八、大房子会属于我吗.....	(58)
九、户籍制度：自由迁移的绊脚石.....	(61)
十、居高不下的离婚族.....	(66)
十一、我们要进养老院.....	(70)

第三章 经济图景	(77)
-----------------------	------

4 目录

一、国人期望经济强国·····	(77)
二、保值：我的消费观·····	(81)
三、未来报酬按时计·····	(84)
四、有钱仍旧存银行·····	(88)
五、遥远的信用消费·····	(92)
六、新世纪：哪个职业最热门·····	(99)
第四章 共同的家园·····	(106)
一、邻居的保险门会打开吗·····	(106)
二、有话向网友倾诉·····	(110)
三、拥抱健康·····	(115)
四、网络家园·····	(120)
五、21 世纪的家庭·····	(124)
第五章 新世纪的生活·····	(130)
一、21 世纪将如何就业·····	(130)
二、在家办公·····	(137)
三、新世纪的买与卖·····	(144)
四、业余时间哪里度过·····	(148)
五、国人的世纪愿望·····	(152)
 第二编 阶层呼声 	
第六章 收入天平向谁倾斜·····	(161)
一、谁能挣大钱·····	(161)
二、知识创造价值·····	(167)
三、当“小老板”，还是做“大经理”·····	(171)
四、关注社会弱势群体·····	(177)
五、谁到乡下去种田·····	(182)

六、我不缺，但我还要·····	(186)
-----------------	-------

第七章 不同的话题 不同的期望····· (190)

一、政企关系：“富人俱乐部”的话题·····	(190)
二、宏观经济：位卑哪敢忘国忧·····	(194)
三、有钱的上学，没钱的打工·····	(196)
四、稳定：咱老百姓的命根子·····	(199)
五、运气帮助谁·····	(203)
六、时间：年轻人最宝贵的财富·····	(208)

第八章 年年岁岁话不同····· (212)

一、就业：中年人的世纪之痛·····	(212)
二、婚姻：花开时节忧花落·····	(215)
三、消费：中老年怎领风骚·····	(220)
四、休闲：青年人向往社会交往·····	(223)

第三编 地区差异

第九章 价值认同····· (233)

一、中华传统 积淀何处·····	(233)
二、我为什么工作·····	(239)
三、旧瓶新醋 新瓶新酒·····	(243)
四、谋事在人 成事在天·····	(247)

第十章 发展图景····· (251)

一、北京人买车 上海人购房·····	(251)
二、巴山蜀水 异军突起·····	(256)
三、婚姻：沿海求新 内地求稳·····	(262)
四、他们为什么恋家·····	(265)

6 目录

五、甘蔗从哪头吃起·····	(269)
六、四面八方的人们，五花八门的图景·····	(275)
七、勾画未来图景·····	(279)
尾 声——寄语新世纪 ·····	(282)
附 录——上海人民广播电台《市民与社会》节目直播实录 ·····	(288)

总 论

叩响新世纪的大门

古希腊罗马的哲人说过：“太阳每天都是新的”。这一富有哲理的命题曾激励和启发了后人的种种遐想和追求。20 世纪即将逝去，新的世纪即将来临，作为跨越两个世纪的见证人，我们这一代人是幸运的。同时，作为跨世纪的中国人，我们这一代人所肩负的历史责任也是沉重的。为了研究中国老百姓展望 21 世纪的心态和企盼，我们实施了一项“2000 年调查”的实证研究。

一、研究背景和课题的提出

科学的研究注重程序和方法。作为调查分析社会现象的社会科学研究，虽然有其区别于自然科学研究的地方，然而其基本的程序还是一致的。首先提出课题，接着设立假设，然后实地操作，最后进行统计与理论分析，验证假设，提出理论。这种由演绎和归纳两个主要部分构成的假设演绎方法，就是一种科学的方法。“2000 年调查”就是严格遵循这一科学程序进行实施和研

究的。

对于任何一项研究成果，人们都会问及当时的初衷。换言之，研究的背景和课题的提出，是每项研究得以实施的起因和基础。

“2000 年调查”这一课题的提出首先体现了研究人员的一种社会责任感和历史使命感。20 世纪的中国失落太多，教训沉痛，21 世纪的中国也将是机遇和挑战并存，辉煌和危机同在。如何使祖国更加繁荣富强，在下一世纪再次出现腾飞，是每个有责任心的研究人员时刻关注的课题。通过了解中国公民对新世纪的期望和心态，就能更好地把握中国的现实，预测世纪的未来，以便为政府决策提供依据，为理论研究提供素材。

“2000 年调查”课题的提出本身也是教学和科研的需要。作为一名社科工作者和高等院校的教师，进行这一类型的研究本该是“题中之意”。本项目的主要负责人近几年来结合教学工作，主持过多项具有社会影响和重要价值的研究工作。比如《浦东新区社会发展研究》获得国家级“挑战杯”二等奖；《上海市民看香港回归》的民意测验获得社会各方面的好评与关注；配合上海科技节每两年进行一次的市民科技素养的调查也为科普工作提供了决策依据。面临新世纪，进行这项跨世纪的“2000 年调查”自然就成了研究者关注的首选课题。

对平民百姓的心态进行实证研究是“2000 年调查”区别于其他同类研究的特点之一。这项研究既不是政府官方进行的决策性研究，也不是专家学者的访谈及文献分析，而是源于百姓面向百姓的一种实证性调查。

进行国际对比也是“2000 年调查”的起因之一。面临新世纪，西欧北美的不少国家和地区进行着 2000 年的调查，他们对未来的趋势进行预测，对未来的生活进行设计，发表了不少研究成果。尤其是国外的“2000 年调查”问卷以及《数字化时代的

生活设计》等著作，激发了研究者调查中国百姓心态，进行国际比较的热情。

于是旨在了解中国老百姓展望 21 世纪并与国外研究成果进行比较的“2000 年调查”就拉开了序幕。

二、研究结果和总体的结论

借助此次“2000 年调查”研究，国人对新世纪进行了大胆的预测和想象。

21 世纪是信息社会的世纪；21 世纪是中国的世纪；21 世纪是和平与发展的世纪……在世纪之交的特殊时刻，国人充满着对未来无限美好的憧憬。

在调查中，人们不约而同地使用了“信息社会”、“数字化生存”等字眼来描述 21 世纪。他们深信，当电脑将一切种类的信息数字化、当转载信息的网络将世界各个角落的人群都联结起来的时候，人类的整个生存状态：从工作、学习到娱乐，从经济、政治到文化，都将发生一次根本性的变革。国人对于新世纪“数字化生存”的理解更多地体现在以下几个方面。一是获取信息的主要来源将是“电脑”，报纸、电视、广播、杂志等传统媒体将退居其后。二是在家办公将成为现实。三是人们寄希望于网络社区的出现。四是体现在对未来就业的意愿上，多数人希望从事高科技信息产业和服务性的行业。五是“数字化生存时代”的教育可以通过网络进行。六是电子邮件将成为下世纪最具潜力的通讯工具。

面对新世纪，国人对人类自身的发展与进步给予了充分的关注。与此相联系，国人认为环保在 21 世纪是最应该得到关注与发展的一项事业，环保在 21 世纪将在人们的心目中占据极其重

4 世纪图景

要的地位。教育、艾滋病、婚姻、养老、民主等将成为都市人关心的“世纪话题”。

展望新世纪，国人期望我们伟大的祖国国富民强、繁荣昌盛。“经济强国”，不仅仅是一句口号，一个梦想，它包含了许许多多的含义。它是中国人民在 21 世纪奋斗追求实现的目标。从这次调查中，我们可以总结出人们对“经济强国”的期望度，而且从现实生活中我们也可以看到人们为实现这一目标所付诸的努力程度。国人清醒地认识到：只有成为经济强国，我们才能拥有更加美好的 21 世纪，我们才能拥有更加美好的明天！

对于已经到来的新世纪，国人描绘了一幅幅 21 世纪的生活图景。一方面是家庭赡养功能的弱化和消失，另一方面又是人口的老龄化。21 世纪在养老院中安享晚年，将会成为老、中、青三代人的共同选择。随着服务业的迅速崛起与蓬勃发展，诸如钟点工、弹性工作制、阶段性就业等多种灵活的工作方式必然会为人们普遍接受与认可。与其相联系，计时工资也将成为人们所认同的未来的主要报酬形式。在新的世纪，近十分之一的人将把自己的心里话向网友倾诉。以电脑和网络在中国的发展时间和程度，网络能受到这样的欢迎，不能不归因于它独特的魅力。在本次调查过程中，“在家办公”这个词不断地被人提起。数据显示，58.5%的人认为“随着电脑的普及，家庭办公更为便利”。59.9%的人回答：“如果条件许可，我将选择部分时间在家工作，部分时间去办公室”。面对新世纪，人人都有一个美好的愿望。而拥有健康的身体和美满的家庭是众多受访者首选的“世纪愿望”。

新世纪，人类会不会以胖为美？邻居的保险门会不会打开？都市人的业余时间将在哪里度过？21 世纪哪个职业最热门？等等。接受访问的人们都借助我们设计的调查问卷表达了自己的“世纪心声”。

在本次调查中，我们深切地感受到：在新的世纪里，社会各阶层都有自己的想法和追求。作为政府和企业之间的政企关系能反映出目前我国宏观经济、微观经济、政府机构改革、企业产权、资产重组等方面许多现实问题；它还涉及当前的政治体制改革，经济体制改革的诸多方面，它直接关系到企业的生存和发展，影响着国民经济健康、快速、持久地增长，因此它是改革开放中必须处理好的关键一环，其重要性不言而喻。所以，政企关系成了“富人俱乐部”的一个重要话题。

天下兴亡，匹夫有责。本次“2000年调查”问卷涉及到宏观经济方面的问题，诸如“中国经济发展前景”，“政府经济政策的走向”，“不同性质的经济成分之间的未来关系”等，受访者表现出极大的关注和热情。当然，不同类型的人所关心的侧重面有所不同，即使对于同一类经济问题，不同类型的人的态度也不同。如月收入越高越关注人民币自由兑换，迫切希望能早日实行自由兑换；职业属于白领阶层的人比其它职业的人更赞同“国有、私营、外企”三分天下；低收入者希望政府在制订政策时更强调政府的干预，而高收入者希望市场经济越繁荣越好。凡此种种，我们可以勾勒出一幅幅不同类型的国人对21世纪中国宏观经济的图景。

21世纪居民的消费支出结构将是怎样的？本次的受访者分别作出了自己的回答。多数人将收入大部分用于日常生活消费，另一部分人将学习教育作为消费支出的主要项目，同意这两项的人占了绝大多数。消费支出结构是衡量一个国家、一个家庭或个人生活水平的指标之一。一般来说，消费以日常生活消费为主，只有当收入增加达到了相当的水平，不仅能满足日常生活消费额总量保持不变或增加，还能使其在所有消费中所占的比例下降到一个次要位置，其它形式的消费才有可能占主导地位。对照资料来分析：多数人，即赞成教育费用为主和买房消费为主的

人，认为在下世纪，收入能达到以其它消费为主的高水平，在这样高收入假设下，受访者最偏爱的是学习、教育的消费支出；对于另一部分认为以日常生活消费支出为重的人，假设自己还是低收入者，还得靠去“打工”赚钱，因此以提高和改善生活质量和生活水平为目的。将两方面统一起来，我们发现了一个十分有趣的现象：有钱的“上学”，没钱的“打工”。

随着信息时代的来临，时间成为越来越宝贵的财富。及时地掌握信息，及时地做出决策，都是时代追求成功的关键。时代的性格，主要是青年的性格，任何时代，青年总是最先走向未来，最能体现时代发展，最能抓住时代的脉搏，在信息时代中，时间将成为青年人最宝贵的财富。

在市场经济大潮中，许多人面临着生存的压力，在高频率、快节奏的竞争中接受挑战、超越自我；身心疲惫的人们渴望归宿，渴望在有爱情和子女的安逸美满的“安乐窝”中放松自我、享受人生。于是，婚姻便成了他们苦心经营、悉心打理的对象；与此同时，居高不下的离婚率又给保卫婚姻提出了新的难题，年轻人队伍中出现了为数不少的“恐婚族”。本是灿烂的花开时节，是享受爱情、收获婚姻的年龄，他们，却不可避免地担忧起花落的那一天。

古训曰“四十而不惑”。跨过四十岁的门槛，人生由此展开了全新的一页。中年人是个极为特殊的群体：一方面他们感触于渐渐消逝风中的青年时代，总觉得有那么点力不从心，时间对于他们而言总是走得太快太快；另一方面，他们又是整个社会的中坚力量，经验与经历让他们倍感骄傲，勇往直前。沉稳与坚毅是他们特殊的魅力，机遇与认同是他们渴求的梦想，于是两者冲突着，矛盾着，在或抑或扬的环境里寻找着属于自己的位置。就业，已成为中年人的世纪之痛。

在新世纪里，全国各地人们的“世纪愿望”也有所不同。在

继承、发展中国传统文化的问题上，全国有 86.6% 的人主张向西方学习，其中又有 51.5% 的人是倾向于“中西结合”的观点的。但相比而言，在向西方学习的态度上，广州人的赞同率最高达 94.9%，北京次之，上海再次之，成都居第四位，而昆明排在最后。经过分析我们认为，“因经济改革而致文化变迁”。目前我国经济越发达的地区，观念越开放，文化变迁也越快。正如哈耶克所说：“事态的发展如果不是必然地，至少也是可能地会经历类似的过程”。我们完全可以根据经济较发达地区的现状，预测经济发展缓慢地区的未来。因此，我们可以相信，中国未来的文化会越来越开放，“中西文化结合”的观点也会为越来越多的人所接受并付诸于实际行动。

本次调查结果使我们强烈地感受到：中国公民普遍都具有较强的科技意识和信息观念。而今，从北京到广州，从上海到昆明，似乎每一个中国人都在热切地关注着中国的信息产业发展和网络建设。其中，尤使我们感到惊讶和振奋的是，成都市民在本次调查中所表现出来的先进意识实在不亚于北京、上海、广州这些发达地区，甚至在某些方面，还能独占鳌头！这使我们在感叹现代观念对中国人民的巨大冲击的同时，不禁惊叹：“巴山蜀水异军突起”！北京和上海，可谓中国最具代表意义的两个特大型城市。两地居民在首选耐用消费品时的倾向上，有一个明显的特点，那便是：上海人购房，北京人买车。调查数据生动而清晰地反映出京沪两地居民面对购房和买车时截然不同的态度。应该说，这种消费观念上的分歧决非偶然，在这种强烈的地域差异背后，有其深刻复杂的客观条件的作用以及思想观念的影响。总而言之，调查结果表明，中国百姓对新世纪的总体感觉可以描述为：乐观的心态，对中国与世界的前途充满信心；理性的思考，对现代化的进程仍在尝试与探索；紧迫的心情，对 20 世纪存在的问题与矛盾，期待着能只争朝夕地解决；危机的担忧，已经看

到新世纪并非一帆风顺，依然是机遇与挑战并存，辉煌与危机共在，甚至还会遭遇惊涛骇浪。

三、研究方法和样本的性质

“2000年调查”采用的是分段类型随机抽样的科学方法，由访员手持问卷入户进行面对面访问。首先依据中国广大地域东南西北中的地理位置，兼顾反映不同社会经济发展水平的因素，选取了北京、上海、广州、成都、昆明等城市作为一级抽样单位。

然后在各城市中选择社会经济水平在上等、中等、下等发展阶段的二至三个不同的区，并根据行政区划资料等距抽取到居委会。

最后，从居委会抽到人/户，调查各户中18岁以上的中国公民。

按随机抽样方法得到的样本对总体具有一定的代表性。以下所列就反映了本次研究样本的一些主要特性。

1. 性别	%
男	51.1
女	48.9
2. 年龄	%
18-25	18.0
26-40	30.3
41-55	35.4
56以上	16.3
3. 学历	%
小学及以下	5.1
初中	20.4
高中、中专(技)	40.2
大专	16.9
大学本科	15.5
硕士、博士	1.7

续表

4. 职业	%
机关事业单位干部	5.9
企业管理人员	9.0
专业技术人员	15.7
一般职员秘书	9.1
公检法军人武警	0.9
运输及产业工人	14.8
私营及个体劳动者	4.2
农林牧渔人员	1.1
下岗及失业人员	7.7
在校学生	10.5
离退休人员	18.0
其他	3.1