

文化消费系列丛书
丛书主编/范 周

朱 敏 刘 婷 等/著

中国城市文化 消费报告

长沙卷

REPORT ON URBAN CULTURAL
CONSUMPTION OF CHINA
(CHANGSHA VOLUME)



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

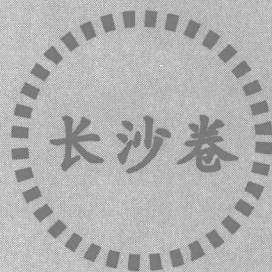
文化消费系列丛书
丛书主编/范周

D669.3
Z865

朱敏 刘婷等/著

56

中国城市文化 消费报告



**REPORT ON URBAN CULTURAL
CONSUMPTION OF CHINA
(CHANGSHA VOLUME)**

D669.3
Z865



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

图书在版编目(CIP)数据

中国城市文化消费报告. 长沙卷/朱敏, 刘婷等著. —北京:
社会科学文献出版社, 2010. 4

(文化消费系列丛书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 1316 - 7

I. ①中… II. ①朱… ②刘… III. ①城市 - 文化生活 -
消费 - 研究报告 - 中国 ②城市 - 文化报告 - 消费 -
研究报告 - 长沙市 IV. ①D669.3 ②G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 047879 号

· 文化消费系列丛书 ·

中国城市文化消费报告(长沙卷)

著 者 / 朱 敏 刘 婷 等

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

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

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 59367127

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

项目经理 / 邓泳红

责任编辑 / 周 琼 邓泳红

责任校对 / 李 腊

责任印制 / 蔡 静 董 然 米 扬

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 59367080 59367097

经 销 / 各地书店

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

排 版 / 北京步步赢图文制作中心

印 刷 / 三河市尚艺印装有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 20

字 数 / 342 千字

版 次 / 2010 年 4 月第 1 版

印 次 / 2010 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 1316 - 7

定 价 / 49.00 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

专家委员会

(按姓氏笔画排序)

丁俊杰	王景武	尹欣	齐勇锋	祁述裕	李怀亮
张晓明	陈冬	陈少峰	范周	范建华	欧阳友权
金元浦	周文彰	胡惠林	胡智锋	贾旭东	贾磊磊
章建刚	蒋祖烜	路盛章	熊澄宇		

编委会

主任：范周

副主编：齐骥 刘书峰 王斌

编委：陈小申 刘江红 王黑特 朱敏

卢威 肖锋 陈曼冬

总 序

随着人类文明进程的推进和生产力的提高，人类社会逐渐由“生产主导型”向“消费主导型”过渡。特别是从工业向后工业社会的转变，彻底实现了人类社会从传统的以生产为中心向以消费为中心的转变。这一转变不仅使生产方式产生了巨大变革，也催生了社会及文化的快速转型，进而从根本上消解了生产与消费这一社会经济学上的经典二元对立结构。

当前，不少国家已经或正在进入文化产业时代。在文化与创意取得了与经典马克思主义分析模式中物质“商品”的同等地位的条件下，消费俨然已经作为“生产性动力”成为拉动产业发展的“火车头”。在全球性金融危机背景下，各国政府纷纷出台鼓励文化消费的政策，将其视为拉动内需、确保生产和就业的重要渠道。文化消费是经济价值实现的最后环节，更是引导文化生产的重要力量。

因此，研究“文化消费”对于进一步推动中国文化产业的发展大有裨益，也是目前中国文化产业研究领域无法绕开的议题。以文化消费为引领的文化产品和服务，亟须在转变发展方式、提高产品附加值、创造品牌竞争力等方面进行深入探索和实践，从而切实把握中国经济战略转型的时间，不断创新发展思路，以国家文化体制改革与经济改革实践为基础，谋划科学发展布局。然而，目前国内学术领域对文化消费的调查研究重视不足。现有的研究缺少系统数据和相关分析，政府的调查也具有滞后性，这势必影响对我国城市居民消费心理、行为的准确把握，进而影响我国城市文化产业的发展。

《文化产业振兴纲要》的出台标志着文化产业已经上升为国际战略。如何实现文化产业振兴？研究“文化消费”成为破题的关键之一。中国传媒大学文化产业研究院秉承“知识服务社会”的宗旨，直击中国文化消费诸多领域和各个环节的软肋，克服人力、物力等多方面的困难，组织实施了



“中国城市文化消费调查报告”工程。本工程以量化研究为主要手段，以个案分析为重要补充，选取东部、中部、西部三个发展层面各具特色的几大城市进行研究。本工程耗时一年，有上千人参与其中，发出近5万份调查问卷，进行了数百人的专业访谈。专业数据统计人员与文化产业研究者在原始数据和材料的基础上经过长达半年的联合攻关，将对中国城市文化消费的记录和思考整理成册，形成了这套“文化消费系列丛书”。

本丛书在数据分析的基础上，综合考量了文化产业各领域的消费现状和存在的诸多问题，例如会展产业的同质低档次建设、动漫产业衍生品不足、新媒体发展遭遇“知识鸿沟”、文化产业新兴业态领域人才缺口断档等问题，同时也提出了相应的对策和发展建议。本丛书对我国文化消费进行了系统梳理和全方位审视，将打破从单一层面研究的局限，实现向多层面、立体化综合研究的跨越，这也有效地填补了当前文化消费研究领域的空白。

作为对中国文化消费现状进行全面、系统调查研究和系统论述的一项基础性成果，本丛书的付梓出版，一定会在某种程度上为政府的政策制定、学界的深入研究、企业的经营运作提供有益的参考。

范 周

中国传媒大学文化产业研究院院长、教授

目 录

第一章 长沙城市文化消费调查概述	1
第一节 引言.....	1
第二节 本调查的基本情况.....	2
第三节 本课题的调查组织.....	6
第四节 样本概况.....	7
第二章 长沙市文化产业发展现状	14
第一节 经济基础	14
第二节 文化基础	18
第三节 人才基础	21
第四节 长沙市文化产业发展特点	22
第三章 长沙居民的文化消费分析	27
第一节 文化消费参与程度	27
第二节 文化消费能力	32
第三节 参加文化活动或购买文化产品的动力与制约力	37
第四节 长沙居民的媒介认知	40
第五节 长沙居民心中的标志性文化项目	46
第四章 长沙居民的文化产品消费意向	50
第一节 文化产品消费的着眼点	50



第二节	选择文化产品看重的因素	51
第三节	购买文化产品的因素	54
第四节	制约购买文化产品的因素	59
第五章	长沙居民的文化产品消费版权分析	63
第一节	盗版产品消费情况	63
第二节	购买盗版产品的原因	67
第三节	购买正版产品的原因	72
第六章	长沙居民的电子产品消费行为分析	76
第一节	电子产品拥有率	76
第二节	谁在使用电子产品	78
第七章	长沙居民的动漫产品消费行为分析	106
第一节	动漫消费深度分析	107
第二节	动漫等的衍生品消费深度分析	111
第八章	长沙居民的广播、电影、电视传媒文化消费行为分析	120
第一节	电影和电视剧的魅力	120
第二节	不同年龄的长沙居民偏好的电视剧题材	135
第三节	影响居民喜欢的电视剧的因素	138
第四节	长沙居民收听广播的分析	141
第五节	长沙居民对传媒栏目的消费	150
第九章	长沙居民的网络媒体消费行为分析	159
第一节	长沙居民上网参与程度与花费	159
第二节	长沙居民上网时经常进行的活动分析	161
第三节	长沙居民喜欢浏览的网站	169
第十章	公共文化服务的满意度与发展对策	175
第一节	公共文化设施的满意度	175
第二节	公共文化服务的发展对策	183



第十一章 文化消费与文化产业的博弈	186
第一节 文化消费能力与文化产业发展.....	186
第二节 解读居民文化消费的价值取向.....	207
第三节 居民文化消费的增长空间展望.....	212
第十二章 长沙市文化产业发展建议	214
第一节 树立良好的文化消费观念.....	214
第二节 对长沙文化产业发展的建议.....	221
第十三章 个案解析	227
案例一 异军突起 敢为人先 ——长沙广电集团的产业化发展之路.....	227
案例二 解读长沙出版业.....	236
附录一 湖南省及长沙市文化产业发展相关政策	247
附录二 湖南省及长沙市文化产业“十一五”发展规划解读	257
附录三 长沙市六大文化产业主导产业的发展规划及展望	284
附录四 长沙市文化产业发展大事记（2003～2008年）	293
后 记	307

第一章

长沙城市文化消费调查概述

第一节 引言

文化产业是我国的新兴产业。

胡锦涛同志在党的十七大报告中明确指出，要推动社会主义文化大发展大繁荣。他在报告中指出，推动社会主义文化发展的一个重要手段就是“大力发展文化产业，繁荣文化市场，增强国际竞争力。运用高新技术创新文化生产方式，培育新的文化业态，加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系”。

文化产业必将在未来我国社会主义经济建设中占有举足轻重的地位，同时，文化产业也将成为我国各民族消除文化误解、建设和谐社会的重要保障。

从2007年开始，受中国传媒大学委托，由中国传媒大学文化创意产业发展研究中心牵头，联合全国八所重点高校的相关部门，开展了名为“中国城市居民文化消费调查”的科研课题。

本调查以中国城市居民文化消费行为为研究对象，在全国八大城市（北京、上海、广州、郑州、长沙、沈阳、重庆、西安）展开问卷调查，以文化消费过程为研究重点，旨在建立中国最大、最全、最新的城市居民文化消费基础数据库。并以数据库为基础，出版文化消费系列丛书。

本书为丛书的《中国城市文化消费报告（长沙卷）》。

本调查的特点是关注文化产业的“本源”。

所谓“本源”，一是对于产业终端——消费者的认识和研究，二是尽可能多地以调查数据为基础进行定量统计。

本调查强调用数据说话，尽可能减少主观判断。

调查结果可以为各级政府制定产业政策、为学术界进行深入研究、为企业界涉足文化产业提供参考。

第二节 本调查的基本情况

一 基本认识

从国家的有关方针政策和课题组的研究宗旨出发，结合我国实际情况，本次调查对于“文化产业”一词的概念界定为：为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合。文化产业的范围包括提供文化产品（如图书、音像制品等）、文化传播服务（如广播电视、文艺表演、博物馆等）和文化休闲娱乐活动（如游览景区服务、室内娱乐活动、休闲健身娱乐活动等），它们构成文化产业的主体。

以本次调查认定的概念为基础，同时参考《国民经济行业分类》（GB/T4754-2002）和《北京市文化创意产业分类标准》的相关规定，结合社会热点，本课题的研究对象界定为以下子行业：

- （1）旅游业；
- （2）出版业；
- （3）影视互联网业；
- （4）文化艺术业；
- （5）休闲娱乐业；
- （6）动漫业；
- （7）音像业；
- （8）其他细分行业。

本次调查以“消费行为”为落脚点。为了更清楚地了解居民的消费行为，参照国家标准，我们细分了以上子行业的“消费类型”，见表1-1。



表 1-1 文化消费的类型

文化产业子行业	文化消费的类型
旅游业	自驾游 / 跟团游
出版业	图 书 报 纸 期 刊 电子出版物
影视互联网业	电 视 广 播 电 影 互联网
文化艺术业	文艺表演活动 公共艺术场馆 群众文化活动
休闲娱乐业	室内娱乐活动 游 乐 园 休闲健身娱乐 活动 其他娱乐活动
动漫业	少儿动画 成人动画
音像业	
其他细分行业	

二 湖南省及长沙市文化产业发展概况

湖南是一代伟人毛泽东的家乡，是一方物华天宝、人杰地灵的热土。历史上，湖南素有“湖广熟，天下足”的丰饶，享有“唯楚有材，于斯为盛”的美誉。近现代以来，湖湘文化与时俱进，三湘大地英杰辈出，先后涌现了曾国藩、左宗棠等洋务运动领袖，谭嗣同、唐才常等改良维新志士，黄兴、蔡锷等民主共和先驱，毛泽东、刘少奇等 55 位党和国家领导人。新中国成立后，湖南面貌发生了巨大变化。进入改革开放新时期，湖南人民在党中央的领导下，大力弘扬“心忧天下，敢为人先，经世致用，实事求是”的湖湘精神，大力推进社会主义现代化建设，全省各项事业得到长足



发展。

20 世纪 80 年代末，湖南省开始引入“文化经济”概念，文化经营活动开始萌芽。90 年代后期，伴随经济体制改革进程，湖南省委提出了“发展文化经济，建设文化大省”的战略思路，文化产业破壳而出，产业雏形逐步形成。“十一五”时期，湖南省进一步明确提出建设文化强省，把文化产业作为推动全省经济社会发展的重要支柱产业来抓。

从全国第一次经济普查的结果看，湖南省文化产业增加值及其占地区生产总值的比重均处于全国第八位；从中部地区来看，湖南省文化产业增加值总量排名第二。

2003 ~ 2007 年，湖南省文化产业的增长速度在中部地区连续五年保持第一，年均增长速度超过 20%，高于全省 GDP 10% ~ 11% 的增长速度。2006 年，湖南全省文化产业总产值达 667.48 亿元，实现增加值 337.89 亿元，占 GDP 比重为 4.5%，对经济增长的贡献率为 7.5%，拉动 GDP 增长 0.9%；2007 年湖南全省文化产业总产值达 870 亿元，增加值达 443.81 亿元，比上年增长 21.5%，增加值占 GDP 比重达 4.9%，对全省经济增长的贡献率达到 7.5% 以上。2008 年，长沙文化产业实现增加值为 293 亿元，同比增长 24%，占全市 GDP 的 9.8%。长沙文化产业已成为全市重要支柱产业。湖南的广电、出版、动漫、休闲娱乐业在全国形成响亮的“湘军”品牌。2006 ~ 2008 年，《中国文化品牌报告》共发布 133 个文化品牌，其中“湘字号”文化品牌有 29 个，占到 22%。电视、出版、动漫等文化产业不断壮大，成为湖南省文化建设的亮点。文化产业已经成为湖南省重要的支柱产业，为全省经济又好又快发展提供了有力支撑。

长沙市作为湖南省的省会，在湖南省文化产业发展中占有极为重要的地位，并发挥着领头羊的作用。2001 年，长沙市委、市政府高瞻远瞩，提出“以文立市”、“文化带动”发展战略，在未来 15 年内，将长沙建设成现代化的区域性文化中心，成立了由市委、市政府主要领导挂帅的长沙市文化产业发展领导小组，并制定了《长沙市文化产业发展规划纲要》，规划了“一带”（湘江风光带）、“七片”（重点建设和发展的七个文化产业集中区域）、“多点”（分布在全市范围内的文化产业基地和文化旅游景观）的总体结构布局，确立了“科学规划带动、龙头企业带动、重点项目带动、文化环境带动”的“四个带动”措施，以及“体制支撑、政策支撑、市场支撑、人才支撑”的“四个支撑”体系，并于当年召开全市文化产业发展工作会议，出台一系列支撑和扶持发展文化产业的政策文件。从此长沙市走上了



文化产业发展的公路。

长沙市拥有“蓝猫”、“虹猫蓝兔”等全国知名的动漫形象和以湘绣为代表的民间工艺；长沙全市原创动漫总量在全国排名第一；湘绣、浏阳花炮等民间工艺入选全国首批非物质文化遗产代表作名录；长沙晚报、长沙广电的影响力进一步扩大。到2007年，长沙市拥有艺术表演团体12个，文化馆10个，公共图书馆12个，博物馆14个，档案馆14个，已开放各类档案117.64万卷（件），比上年增长2.9%。广播电视事业保持较高发展水平，广播综合人口覆盖率达97.0%，电视综合人口覆盖率达98.0%，有线电视用户达62.09万户。

附：长沙市文化事业、产业之最

1. 中国“映山红”民间戏剧节——中国第一个民间戏剧节
2. 长沙图书交易会——中国第一个民间图书交易会
3. 长沙电视台政法频道、女性频道——全国第一个开办的专业电视频道
4. 《雍正王朝》——全国第一部连获“五个一工程奖”、“飞天奖”和政府奖三项大奖的电视作品
5. 长沙出版物交易中心——中国第一个出版物交易中心
6. 《关于进一步加快动画产业发展若干政策的意见》——全国第一个发展动画产业的政府文件
7. 湖南三辰卡通集团——中国第一个产业化的卡通集团
8. “蓝猫”——中国第一个卡通动漫驰名商标
9. 长沙——全国第一个拥有两个国家级卡通发展基地的省会城市
10. 田汉音乐厅——全国第一个向社会开放举办音乐教育活动的专业音乐厅
11. 定王台书市——全国最大的民间书市
12. 湖南宏梦卡通集团——中国原创卡通节目生产量最大的卡通动漫企业
13. 田汉大剧院——全国第一批文化产业示范基地
14. 送戏下乡百万补贴工程——在全国首创“政府买单，群众看戏”活动
15. 《蓝猫淘气3000问》——世界最长的动画片
16. 长沙歌厅文化——全国最负盛名的娱乐文化



第三节 本课题的调查组织

一 调查组织

课题组组织有关人员经过论证研究、多次磋商,组织设计了本次调查的抽样方案和调查问卷。随后,委托中南大学教师刘雨田负责项目的调查执行,并对调查收集来的数据进行初步审核。调查从2008年1月19日开始,其后,中心对调查数据进行了严格的审核、回访、复核、录入,2008年4月2日完成所有数据回收和基本统计工作,在此基础上完成了本调查报告。

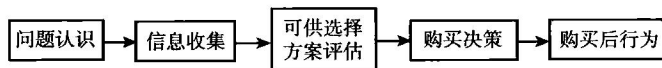
二 研究方法

本次研究是定量研究,数据的获取采用的是问卷调查法。

三 问卷设计

问卷由中国传媒大学文化创意产业发展研究中心研究设计,并请多位专家把关。

《市场营销管理》(亚洲版第2版,菲利普·科特勒、洪瑞云合著)中提出了消费者购买决策过程的“阶段模式”,即完整的消费过程分为:



基于这一模式,本调查分别关注文化产业的消费需求、信息获取途径、品牌或产品的态度及偏好、影响因素、满意度评估五个方面。

调查中关于消费需求的问题有11道,关于信息获取途径的问题有2道,关于态度及偏好的有7道,关于影响因素的有6道,关于满意度评估的有8道,除此之外,还有个人基本情况题1道(共10项指标),共涉及变量多达422个。

问题中大部分是选择题,单选占多数,选项中基本都设置了开放回答选项,另有单独的开放题1道。



四 调查范围及对象

由于本次调查的目的在于了解长沙城市居民对文化产品的消费状况,因此本次调查的对象为全市范围内的常住居民,以市区居民为主,年龄为16~74岁。

五 抽样方法及样本量

1. 抽样方法

本次调查采取了分层抽样的方法。

第一层,根据该城市城区地图,将全市划分为等范围的49个区域,从中随机选择7个区域。

第二层,采取方便抽样,根据这个区域实际情况,在该区域中选择若干人群密集、人流量较大的点,如商务写字楼、商场购物区、居民区、学校等作为调查地点。

本次调查在指定地点完成街头拦访,保证了数据收集的灵活性和较高的回答率。

2. 样本量的确定

根据以往的调查研究,如果进行大型城市、省(区、市)一级的地区性研究,样本数在500~1000可能比较适合;而对于中小城市,样本量在200~300可能比较适合;如果是多省市或者全国性的研究,则样本量可能在1000~3000比较适合。此次做的全国性调查总样本量是5600,各个城市的样本量是700,从回收的问卷来看,调查样本与当地人口结构基本一致,有较好的代表性。

因此,长沙市的样本量为700。

第四节 样本概况

一 样本概况

长沙作为我国南方的文化消费城市,是我们此次调查的重点关注城市。本次调查的对象为长沙市的城市居民,规模达万人。

为了保证调查的有效性,本次各项调查进行5%~10%的备份访问,如果正式访问问卷出现无法弥补的问题,则用备份问卷替补。



长沙的调查地点集中在人群密集区，样本的分布情况较好，各个年龄层次比较分散。2008年1~3月，在长沙地区共发放问卷700份，得到的调查有效样本为577份，有效回收率为82.42%。

二 样本构成

1. 性别构成

在此次长沙市被调查人员中，男性占52%，女性占48%（见图1-1）。

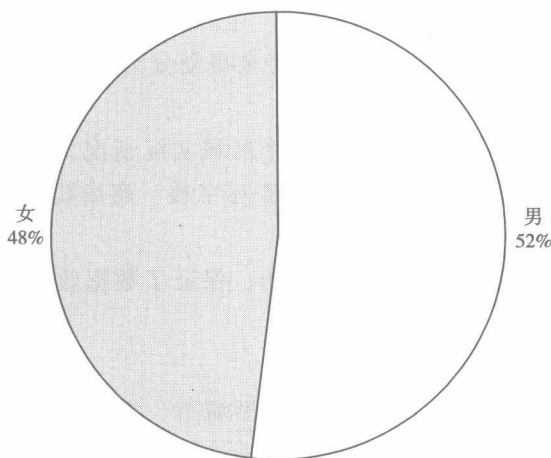


图1-1 样本性别构成

2. 年龄构成

这次调查的调查对象为16~74岁的长沙市常住人口。样本中16~20岁的人口占29%，21~30岁的人口占46%，31~40岁的人口占12%，41~50岁的人口占6%，51~74岁的人口占7%（见图1-2）。

3. 学历构成

样本的学历构成为：高中以下文化程度的占9%，高中文化程度的占16%，大专文化程度的占21%，大学本科文化程度的占49%，硕士及以上文化程度的占5%（见图1-3）。

4. 个人月收入构成

本次调查的样本中，个人月收入0~1000元的人口占46%，1001~1500元的人口占20%，1501~2000元的人口占15%，2001~3000元的人口占12%，3001元及以上的人口占7%（见图1-4）。