

经济生活 大调查

中国百姓的年度经济主张

10万张明信片传递在
中国600万里邮路上
遍及华夏大地，调查举世瞩目

国家统计局总经济师 **姚景源** 专文推介

CCTV 中央电视台《中国财经报道》栏目组 编



电视台财经频道、[] 集团 强强联手，重磅推出



机械工业出版社
China Machine Press

F12
153
打开经济问号
系列丛书

经济生活 大调查

中国百姓的年度经济主张

CCTV 中央电视台《中国财经报道》栏目组 编



机械工业出版社
China Machine Press

“经济生活大调查”由中央电视台经济频道、国家统计局和中国邮政集团三方强强联手缔造而成，至今已连续举办4届。每届调查都是由著名专家机构联合针对国内经济、实行动态编制调研问卷，由中国邮政集团统一在全国各地派发。每年派发问卷10万份，每年的问卷实际回收率都在80%以上。这些收集上来的数据充分反映了民众对于经济生活的愿望与诉求。将这些宝贵的数据汇集成书，不仅可以方便读者获取相关数据，而且通过几年的数据变化比较，能从中体会到4年间百姓生活的改变。本书可以让读者全面、综合、系统地把握中国经济的脉络，感受跃动的时代气息。

封底无防伪标均为盗版

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目（CIP）数据

经济生活大调查/中央电视台《中国财经报道》栏目组编. —北京：机械工业出版社，2009.8

（打开经济问号系列丛书）

ISBN 978-7-111-27763-7

I. 经… II. 中… III. 经济—调查研究—中国 IV. F12

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第120434号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037）

责任编辑：顾 煦 版式设计：刘永青 插图：陶 喆 周 哲

北京诚信伟业印刷有限公司印刷

2010年2月第1版第1次印刷

170mm×242mm · 15.75印张

标准书号：ISBN 978-7-111-27763-7

定价：32.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379210；88361066

购书热线：(010) 68326294；88379649；68995259

投稿热线：(010) 88379007

读者信箱：hzjg@hzbook.com

Preface | 前 言

岁末年终，电视媒体、广播媒体、平面媒体等都会做各种各样的节目，作为对过去一年的回顾，通常的做法是进行十大新闻人物评选、做年度报告，或者是通过特别的节目来展现。中央电视台经济频道每年也会通过不同的方式去回顾过去的一年。我们也一直试图让老百姓参与进来，去评价过去一年的经济生活。终于，在2006年的时候，“经济生活大调查”重磅出击，到目前为止已经走过3年的历程，现在这个节目已经成为中央电视台经济频道每年回顾过去一年中国经济发展脉络的一个特别活动。

调查依托国家邮政网络和国家统计局的资源优势，中国邮政出动5 000多名调查人员、国家统计局派出上百人的统计队伍，在全国31个省、自治区和直辖市，104个城市和300个县，发放了10万张问卷明信片，规模之大堪称世界之最，值得一提的是，3年的调查问卷回收率都非常的高，每年收到的调查明信片都超过8万份。无论是从调查范围的广度，还是从明信片回收数量上来看，在全球都是排名前列的，从中也能看出公众对这个活动的极大关注和支持。

“经济生活大调查”突出显示出电视媒体“新闻节目与社会活动”的完整结合，某种意义上，“经济生活大调查”不仅是一期节目，更是一次社会活动。更加直接准确地传递老百姓在过去一年的生活状态、生活感受以及他们对未来的预期，了解他们的“经济主张”。而且更重要的是可以增加经济频道和普通公众之间的联系。

中央电视台经济频道、国家统计局、中国邮政集团合作推出的大型调查活动，梳理了年度经济大事，精确、科学、权威地概括总结了经济成就、经济热点，充分反映了民众对经济生活的愿望和诉求。

与此同时，通过调查的方式获取独家数据，对于媒体来说就有获取独家新闻的内容。10万张明信片承载着我们的托付，回收之后，所有选项题目的统计结果都掌握在我们手中。通过对这些数据分门别类的分析，形成独特的报道主题，这种独家的内容成功地避免了媒体回顾过去经济生活时的“炒冷饭”现象。

“经济生活大调查”更加关注百姓的民生，反映百姓的经济主张和迫切的呼声，无论从调查问卷的设计，还是到每一个热点的分析研究发布，始终贯穿着平民意识。而在我们播出的节目中，专家对百姓在调查问卷中反映出的公众意愿进行评论，使得调查结果在普通公众和决策部门中间产生互动，在普通百姓和政府部门之间有效地进行了联接。

但是，短短的一期节目并不能全面地展现我们所调查的内容，于是，通过这些翔实的数据整理出来，形成一份完整的报告，将更能体现出它的价值。而当我们把这3年的分析报告集结成书的时候，不但可以让读者朋友们更方便地获知每年的数据，更能让你们在这几年的数据中进行比较，获知百姓经济生活的意愿。

我们相信，这样一本书将会成为您获知百姓经济生活热点的良师益友，并打开您心中的经济问号！

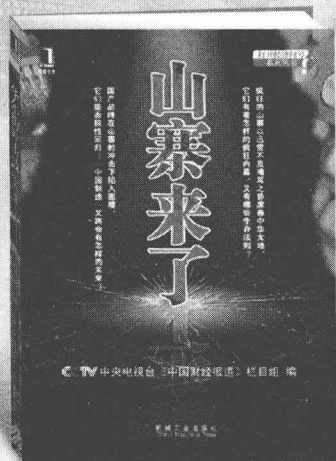
《中国财经报道》栏目组



央视的深度报道，百姓的日常话题

机械工业出版社携手中央电视台经济频道共同打造

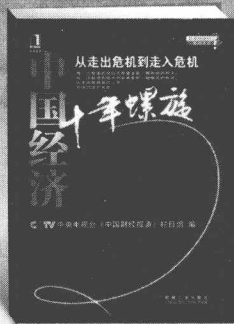
权威解读，深度采访，全景展示，中国财经报道栏目组倾力奉献



ISBN 978-7-111-26571-9
定价：29.00元



华尔街冲击波
ISBN 978-7-111-25359-4
定价：36.00元



中国经济十年螺旋
ISBN 978-7-111-26081-3
定价：33.00元



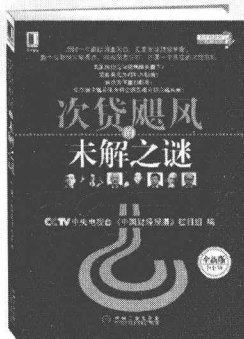
思变与冒险
ISBN 978-7-111-26021-9
定价：32.00元

CCTV 中国财经报道

首播：CCTV-2
每周六 21:58

《中国财经报道》播出时间：重播：CCTV-2
周日07:00 23:50
次周二16:00
CCTV-4
周日06:10 14:10
周一02:10

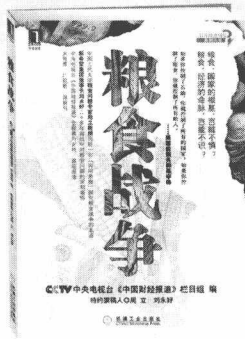
打开经济问号
系列丛书



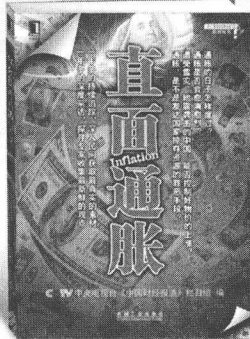
次贷飓风的未解之谜(全新版)
ISBN 978-7-111-25877-3
定价：29.00元



下一个疯狂是谁
ISBN 978-7-111-25011-1
定价：28.00元



粮食战争
ISBN 978-7-111-25148-4
定价：32.00元



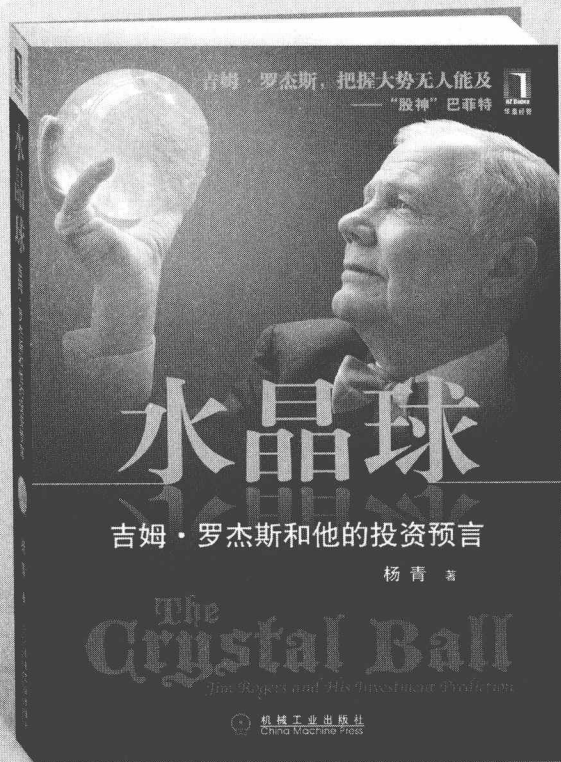
直面通胀
ISBN 978-7-111-25439-3
定价：32.00元

HZ BOOKS
华章经管

The Crystal Ball

Jimi Rogers and His Investment Prediction

吉姆·罗杰斯，把握大势无人能及 ——“股神”巴菲特



罗杰斯全球官方 独家授权传记

首度解密“量子基金”创始人
罗杰斯 & 索罗斯分手内幕

首度由中国人解密 投资魔法师的投資DNA

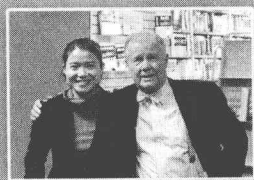
ISBN 978-7-111-26066-0
定价：48.00元

作者 杨青

70年代生人，现居北京，到处乱走。

11岁首次发表作品《我和金盏花》，2003年担任《北京青年报》财经记者至今。从小对世界充满好奇，是首个在芬兰冬泳的中国女记者。自2002年开始游历各国，至今足迹已遍及19个国家和地区。

2007年11月，罗杰斯首次官方独家授权这位中国女性为其作传。



I hope everyone learns lessons here that will help them in their own lives

Jimi B. Rogers Jr.



华章书院俱乐部反馈卡

写书评 赢大奖

身为读者，你是不是常感到不写不快？
 无论是感同身受、热烈倾吐，还是淋漓痛批、指点文章，
 我们真诚地邀请您，将您的阅读心得与我们共享。
 您的心得，将有机会出现在我们的图书、主流媒体、各大网站上。
 同时，您还有机会挑选一本自己喜爱的华章经管好书！

书评发至：hzjg@hzbook.com

欢迎登陆www.hzbook.com了解更多信息，
 本网站会每月公布获奖信息。

华章经管博客已开通，欢迎留下宝贵意见与建议 <http://blog.sina.com.cn/hzbook>

◎ 反馈方式 ◎

网络登记：

登陆 www.hzbook.com，在网站上进行反馈卡登记。

传 真：

将此表填好后，传真到 010-68311602

邮 寄：

将填好的表邮寄到：100037 北京市西城区百万庄南街1号309室 闫南 董丽华 收

个人资料（请用正楷完整填写，并附上名片）

姓名：_____ 性别：男 女 年龄：_____ 联系电话：_____ 手机：_____

E-mail：_____ 邮政编码：_____ 传真：_____

通讯地址：_____ 就职单位及部门：_____

职 务：董事长/董事 总裁/总经理 副总裁/副总经理 高级秘书/高级助理
职员 政府官员 专业人员/工程人员 其他（请注明）_____

学 历：高中 大专 本科 研究生 研究生以上

所购书籍书名：_____

现在就填写读者反馈卡，成为华章书院会员，
将有机会参加读者俱乐部活动！

所有以邮寄，传真等方式登记，并愿意加入者均可成为普通会员，并可以享受以下服务。

- ◆ 每月3次的免费电子邮件通知当月出版新书
- ◆ 共同享有读华章论坛会员交流平台
- ◆ 享受华章书院定期组织的各种活动
(包括会员联谊活动专家讲座行业精英论坛等)
- ◆ 优先得到读华章书目
- ◆ 俱乐部将从每月新增会员中抽取10名，
免费赠送当月最新出版书籍1本
- ◆ VIP会员享受全年12本最新出版精品书籍阅读

1. 您通过什么途径了解到本书？

朋友介绍 会议培训 书店广告 报刊杂志 其他 _____

2. 您对本书整体评价为？

非常满意 满意 一般 其他，原因 _____

3. 您的阅读方向？（类别）

4. 您对以下哪些活动形式最感兴趣？

大型联谊会 专业研讨会 专家讲座 沙龙 其他 _____

5. 您希望华章书院俱乐部为会员提供怎样的增值服务？

6. 您是否愿意支付500元升级为VIP会员，享受全年12本最新出版精品书籍阅读？

愿意 不愿意，原因 _____

读华章俱乐部反馈卡

推荐序 (姚景源)

前言

引子/ 1

第1章 2009年经济生活大调查/ 6

数据分析报告/ 6

调查样本分布特征/ 7

百姓对2009年国内事件的关注度/ 8

主要的家庭困难：住房问题再度提升/ 12

“电脑”、“旅游”、“汽车”：2010年三大购买需求/ 14

投资何处去/ 16

百姓2010年收入预期/ 17

房，买还是不买/ 20

未来十年，什么将影响我们的生活/ 22

百姓对幸福感的评价/ 23

聚焦全球目光的2009/ 26

中国经济“V形”复苏/ 27

2009年楼市流行词/ 29

节能减排，中国在行动/ 39

2009年国内十大新闻/ 42

第2章 2008年经济生活大调查 / 46

数据分析报告 / 46

调查样本分布特征 / 47

百姓对2008年国内事件的关注度 / 48

百姓对2008年国际事件的关注度 / 53

【现场片段】2008年是世界全面了解中国的一年 / 57

主要的家庭困难：就业问题被热议 / 60

【现场片段】解决中国就业的主要地方还是发达地区 / 64

股票投资：该不该爱你 / 71

【现场片段】中国股市将何去何从 / 72

危情楼市：到底该如何选择 / 75

【现场片段】2009年的房地产市场不会很热 / 78

百姓2009年收入预期 / 84

百姓购买意愿 / 86

【现场片段】内需是保增长的引擎 / 90

中国经济能否继续增长，世界经济何去何从 / 95

【现场片段】中国有能力率先走出危机 / 98

百姓对幸福感的评价 / 104

网上调查结果 / 107

金融危机下的2008年 / 110

4万亿元，经济寒冬里的一把火 / 110

中国楼市大变局 / 116

2008年中国股市盘点 / 127

奥运梦想一朝圆 / 131

就业何其难 / 133

2008年国内十大新闻 / 139

第3章 2007年经济生活大调查 / 142

- 数据分析报告 / 142
 - 调查样本分布特征 / 143
- 百姓对2007年最感兴趣的热门词汇 / 144
 - 【现场片段】印象2007年 / 148
 - 2007年公众印象最深的经济政策 / 149
 - 最有价值的投资：基金 / 150
 - 【现场片段】2007年中国股市十大事件 / 154
 - 最期待的改善：医院和住房 / 156
 - 最突出的问题：物价上涨 / 158
 - 【现场片段】房子的梦想 / 161
 - 百姓的实际与预期支出 / 165
 - 百姓2008年收入预期 / 166
 - 迎接改革开放30年 / 168
 - 【现场片段】改革开放30年 / 171
 - 百姓对幸福感的评价 / 176
 - 网上调查结果 / 179
- 疯狂的2007年 / 181
 - 2007年股市回望 / 182
 - 看不到尽头的房价 / 186
 - 疯狂上涨的CPI / 190
 - 2007年国内十大新闻 / 195

第4章 2006年经济生活大调查 / 198

- 数据分析报告 / 198
 - 调查样本分布特征 / 198
 - 百姓对2006年政策评价 / 200
 - 百姓关注的2006年战略和财经事件 / 203

百姓2007年收入和支出预期/	208
百姓对幸福感的评价/	213
百姓2007年期待改善方面的政策/	215
满怀信心的2006年/	220
人民币升值/	221
青藏铁路的世界之最/	222
农业税成为历史/	226
2006年国内十大新闻/	228

后记/ 232

参考文献/ 236

由中央电视台、国家统计局和国家邮政局联合进行的CCTV经济生活大调查，聚焦10亿公民的经济主张，独创以经济调查为特色的电视新品牌。本次调查具有以下新特点：

(1) **独特性**。调查采用将问卷印制在免邮资明信片上的方法，是中国调查领域第一次以明信片为载体的调查活动，也是中国传媒史上规模最大的一次公众调查。现在利用短信和互联网等进行调查和投票比较流行，但能参与的人主要是城市中的一部分居民，调查结果的局限性比较大。明信片不但具有填写简单、参与方便的特点，还能兼顾地区的广泛性、人群的多样性，让广大农村居民与偏远地区的群众也有机会投上一票，充分履行自己的话语权，明信片发放到户的做法可以保证较高的问卷回收率。

为此国家邮政局开启了特别邮政通道，国家统计局负责调查样本的分布和统计，确保问卷精准投放和高回收率。国家邮政局副局长李国华

说：“通过明信片的方式发放调查问卷，在中国的邮政史上还是第一次。另外，创新的媒体传播方式，也是邮政普遍服务功能的一次延伸。”对于严格的样本派发规定，国家邮政局做到了不折不扣的执行。在明信片从北京发运之前，国家邮政局投递局在给各市县的邮包里都附带一张传真电报，将本次明信片派发办法进行了详细说明，派邮递员登门投递，并保证其中30%的明信片做到百姓当面填写，当时回收。由于这次调查活动创新地采用了免邮资明信片的方式，2006年10万张问卷的回收率高达84.5%，创下了民间调查问卷回收率的纪录；2007年“大调查”，10万张明信片回收率超过86%，继2006年之后，再创民间调查回收率纪录；2008年，问卷回收率也超过80%，保持了问卷的高回收率。

(2) 科学性。调查采取按人口比例随机抽样的方法，科学选取发放区域和发放对象，覆盖全国31个省、自治区和直辖市，确保了调查样本的代表性、调查过程的科学性和调查结果的准确性。

2006年12月18日，“CCTV2006经济生活大调查”启动之日，10万张明信片通过中国邮政普遍服务网络正式派发。考虑到安全性，国家邮政局将其纳入邮票的发运方式，全国300个县、104个城市的样本地区，不论是新疆帕米尔高原的阿合奇县、黑龙江伊春市还是海南省昌江县，都在4天之内及时到达。

为了本次调查，中国邮政动用投递员超过5 000人。104个城市中，除了4个直辖市，每个城市样本量都在600枚，涵盖每一个区；而对于300个县，每个县则不少于5个乡镇。

一石激起千层浪。随着明信片发放到户，全国掀起了关注经济、评论民生的热潮。不仅城镇百姓积极填写问卷，广大农村牧区、海岛边疆、偏远地区的人民更是给予了积极的回应。北到黑龙江伊春市，南至海南省昌江、万宁县，西至新疆帕米尔高原阿合奇县，一张张明信片传递回了当地人民的经济生活数据，表达了他们对国家经济政策、重大事件的关注，寄托着这些家庭的经济主张。

以延安为例，18日明信片从北京发运，19日晚就直接抵达目标地区，避免了经过西安市与陕西省局的分拣环节，但对明信片的发放，陕西省

局则派专人前往延安进行督导。

延安作为革命老区，近年来在中央政策的大力支持下，经济呈现快速发展势头，煤炭、石油资源以及日益兴旺的旅游业，使得这个革命老区已经成为陕西省相对富裕的地区。但是为了准确反映延安百姓的生活现状，在这个地区投放的100张调查问卷，并不局限于在市区发放，10名投递员深入黄土高原深处，对于那些交通不便、零散分布着的农家，也进行了抽样调查。在农民张继军家的窑洞门口，投递员钟天文对他进行了10分钟的问卷调查。看到平时送信送报的邮递员，这一次给中央电视台做起了调查，张继军十分好奇，得知全国农民只有不到万分之一的人才有机会填写这张问卷，身处黄土高坡的他感到十分幸运，甚至有些不敢相信，自己能收到中央电视台的一张调查问卷。对于明信片第一项，2006年印象最深的政策，只有小学文化水平的他，毫不犹豫地取消农业税上画了勾，他说他种了14亩^①苹果树，仅农业税取消就让他多收入1 000多元。他住的窑洞里有一个火炕，家里除了一台12英寸的黑白电视，没有其他值钱的东西，但张继军对自己的生活状态却感觉比较幸福，他说两个孩子念书，初中快毕业了，2007年他打算拿出2 000元钱把家里好好粉刷一下，估计果园的收入能有18 000元。

在云南藏区德钦县云岭乡的一条步班邮路上，有一个女投递员叫尼玛拉木，她的邮路一个来回要走300多里^②，一次投递要花费14天。走在高山峡谷之中，尼玛拉木往往一整天都见不到一个人，这里不通公路和电话，大山深处更看不到电视，信息十分闭塞。2006年年底，她的邮包里也揣上了10张明信片，尽管住在那条300里长邮路上的人口总共只有两千多人，但是依靠这10张明信片，外界将有始以来第一次获知他们那里的百姓生活数据。

通过邮政普遍服务网络，本次调查深入全国的农村牧区及海岛边疆，真正反映出了调查地区的多样性和人口的多样性，不论是东部发达地区还是西部偏远山区，百姓对自己的生活主张都有同样的一票发言权。

① 1亩 = 666.6米²。

② 1里 = 500米。

(3) **广泛性**。此次所采用的明信片不但具有填写简单、参与方便的特点，还能兼顾地区的广泛性、人群的多样性，让广大群众特别是偏远地区的百姓也有机会参加，充分代表了18岁以上的中国公民的愿望和对经济政策的评价。

依托庞大的样本数量、科学的统计过程和权威的调查数据，“大调查”将着重分析调查人群的收入、支出、年龄、生活地区等基本情况，以及其买房、买车、炒股等方面的经济愿景，整理出一份对中国未来经济运行有指导意义的、极具社会价值和商业价值的调查报告。可以预见，这样一份报告将成为政府和全社会关注的热点。

(4) **问卷设计的合理性**。由十大政府智库的经济“首脑”、十大行业协会会长、十大跨国公司中国区高层、十大国际金融机构的著名经济学家、十大经济院校负责人、十大国有企业的领军人物、十大民营企业的统帅人物、十大财经媒体总编辑、中国十强县县长、十大证券分析师确定问卷所设计的内容。这些人特点鲜明，目光敏锐，背景各异，各有所专，代表了中国经济领域的最高层次。其中既有资深学者，也有行业精英；既涉及宏观领域，又囊括产业层面；既富含理论素养，又具备实战经验；既体现中国视角，又折射国际观念。问卷内容设计选择事件的标准有四项，分别是影响、标志、民生、关注。影响——能改变行业发展趋势甚至影响国家宏观经济走向，更看重事件对于未来的影响力；标志——在同类事件中更有代表性，在经济领域内具有里程碑意义；民生——与公共利益、百姓生活息息相关；关注——吸引了广大媒体、公众的注意力，在一段时期内成为社会舆论讨论的热点和焦点。

(5) **全面性**。本次发放明信片，除了调查百姓最关注的部分经济事件外，还设计了一些个性化的、关注民生的问题，如百姓支出情况、收入预期、房价问题以及幸福感，通过深入民间的调查，反映百姓真实的经济状况和他们的所思、所想和所愿，为政府决策提供一份独家、公正、权威的数据。我们还将与互联网公司深度合作，利用网络征集和搜索技术，寻找每年最耐人寻味的十个经济用语，发布“年度经济流行语”，用独特的视角评点中国经济成长轨迹。