

中国文化 消费报告 (2014)

REPORT ON
CHINA'S CULTURAL
CONSUMPTION
2014

中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室
中国社会科学院文化研究中心

编



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

中国文化 消费报告 (2014)

REPORT ON
CHINA'S CULTURAL
CONSUMPTION
2014

中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室 编
中国社会科学院文化研究中心



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

图书在版编目(CIP)数据

中国文化消费报告. 2014 / 中央文化企业国有资产监督管理委员会
领导小组办公室, 中国社会科学院文化研究中心编. —北京: 社会
科学文献出版社, 2014. 10

ISBN 978 - 7 - 5097 - 6266 - 0

I. ①中… II. ①中… ②中… III. ①文化生活 - 消费 - 研究
报告 - 中国 - 2014 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 164219 号

中国文化消费报告 (2014)

编 者 / 中央文化企业国有资产监督管理委员会领导小组办公室
中国社会科学院文化研究中心

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 桂 芳

责任编辑 / 张雯鑫 桂 芳

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京鹏润伟业印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 15.25 字 数: 234 千字

版 次 / 2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 6266 - 0

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

从2012年起，中国社会科学院文化研究中心获得了财政部“国家文化产业发展专项资金”的支持，设立了国内首个文化产业的研究类专项资金——“文化产业重大课题研究计划”。

本书是“文化产业重大课题研究计划”项目“中国文化消费研究”（CIRP1301001）的成果，并受该计划资助。

课题组单位：东北财经大学

课题组负责人：艾洪德

课题组成员：高学武 王斌斌 刘晨辉 刘 畅

万丛颖 周学仁 吕怀涛

总报告

中国文化消费年度综合评价、问题和建议	3
一 文化消费现状和主要特点	3
二 现阶段居民文化消费面临的主要问题	8
三 展望和对策建议	12

宏观环境

中国文化消费环境研究	19
一 文化消费的经济环境	19
二 文化消费的社会环境	24
三 文化消费的技术环境	27
四 文化消费的政策环境	30

公共文化消费

中国公共文化需求研究	37
一 公共文化需求的现状	38
二 公共文化需求的特征与趋势	47
三 公共文化消费供给不足的因素分析	49
四 对策建议	51

行业报告

中国出版行业消费研究	55
一 中国出版业消费现状	55
二 报纸和期刊消费	62
三 图书消费	63
四 数字图书消费	65
中国广电影视行业消费研究	68
一 广播电视消费研究	68
二 电影消费研究	76
中国艺术品市场消费研究	86
一 艺术品市场现状及特征	87
二 艺术品市场发展过程中存在的问题	92
三 艺术品市场发展的对策	97
中国动漫产业消费研究	100
一 动漫市场发展概况	100
二 动漫市场消费现状与特征	103
三 动漫市场发展过程中面临的主要问题	107
四 动漫市场发展的对策	112

区域研究

中国文化消费区域分布研究	119
一 中国文化消费的空间分布	119
二 区域文化消费现状	127
三 区域文化消费差异的影响因素	129
四 促进区域文化消费协调发展的对策建议	133
城镇化背景下城乡文化消费研究	139
一 城乡文化消费现状	139

二 城乡文化消费的主要问题	145
三 促进城乡文化消费融合发展的对策建议	148

国际比较

典型国家文化消费现状比较	157
一 典型国家文化消费的产业背景	157
二 典型国家文化消费现状	179
典型文化行业消费比较	194
一 电影行业消费国际比较	194
二 音乐行业消费国际比较	197
三 出版行业消费国际比较	204
典型国家文化消费政策比较	209
一 美国文化消费政策	209
二 英国文化消费政策	210
三 法国文化消费政策	212
四 韩国文化消费政策	214
五 日本文化消费政策	216
六 典型国家文化消费政策比较	219

大事记

2011 ~ 2013 年中国文化消费大事记	223
------------------------------	-----

总报告



中国文化消费年度综合评价、问题和建议

高学武

什么是文化消费？目前对这一概念没有统一的定义，但一般包括购买图书报刊、观看影视戏曲、购买艺术品等。国家统计局《中国住户调查年鉴》从现金支出角度，即货币购买的角度对文化消费进行了界定，文化消费包括用于购置家庭文娱用品、耐用消费品和其他文娱用品的支出，以及与文化娱乐活动有关的各种服务费用。实际上，这样的界定标准不同于根据文化行业内容进行界定，忽略了一部分免费获得的文化产品和服务，如电视、广播等。此外，政府以投资形式建立的图书馆、博物馆等公共文化服务设施也转化为一部分非货币形式的文化消费。而国内居民消费的进口文化产品也是文化消费的组成部分。总的来讲，文化消费的定义和范围界定的相关研究正在逐步完善，但是与之相对应的统计和测算工作是一个新的课题。考虑到数据的权威性和纵向及横向的可比性，本研究基于国家统计局的统计标准和数据，对于文化消费规模的测算低于实际发生的规模，但结构性和趋势性的研究结论仍具有借鉴意义。

一 文化消费现状和主要特点

根据国家统计局《中国住户调查年鉴（2013）》数据测算，2012年城乡居民现金消费中文化消费支出总量进一步提高，达到11502亿元，比2011年的10213亿元增长了13%。其中，农村居民文教娱乐消费总支出达

2861 亿元,^① 城镇居民文化娱乐消费总支出达 8641 亿元, 分别是 2011 年的 1.1 倍和 1.14 倍, 增长了 10% 和 14%; 文化娱乐用品消费总支出 3982 亿元, 文化娱乐服务消费总支出 7524 亿元,^② 分别是 2011 年的 1.0 倍和 1.2 倍, 增长了 3.8% 和 17.9%。

进一步观察, 文化消费也呈现出以下一些特点。

(一) 文化消费支出总量保持稳步增长, 增长率小幅回升

如图 1 所示, 过去五年我国居民文化消费支出总量持续稳步增长, 从 2007 年的 6326 亿元 (现价) 增加到 2012 年的 11502 亿元 (现价), 增长了近 1 倍, 年均增长 12.70%。如图 2 所示, 从文化消费支出年增长率来看, 经过 2010、2011 年连续两年下跌之后, 呈现小幅回升态势, 达到 15.69%, 是 2007 年增长率 8.23% 的近两倍 (增长率是基于剔除价格影响的文化消费支出总量计算所得)。

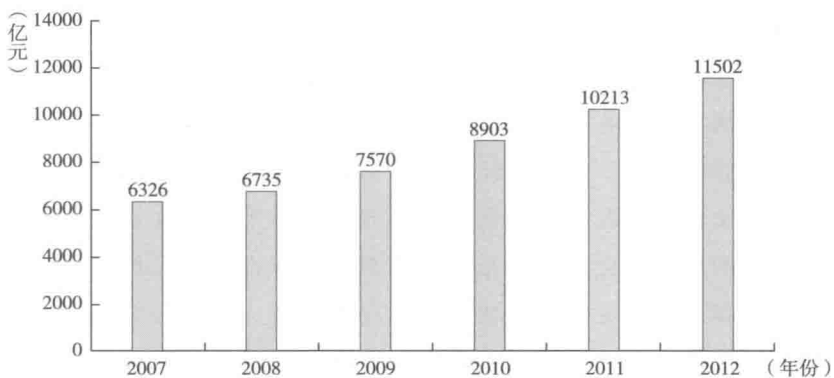


图 1 2007 ~ 2012 年居民文化消费总支出

资料来源: 根据《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

(二) 文化消费支出占现金消费支出比重呈现微降态势

考察文化消费在整个居民消费中所处的位置有助于把握当前的文化消

① 由于统计口径的问题, 农村文化消费数据仍然包括一部分教育消费支出, 但是随着 2007 年全国农村免费义务教育的普及, 这一比例越来越小, 对研究结论不会产生较大影响。因此, 本报告将 2007 年及以后年份的农村文化教育娱乐消费等同于文化娱乐消费, 表述也不再区分。

② 面对不同问题笔者采用不同的角度对数据进行汇总分析, 不同的核算方法造成不可避免的系统误差, 导致最终结果有所出入。

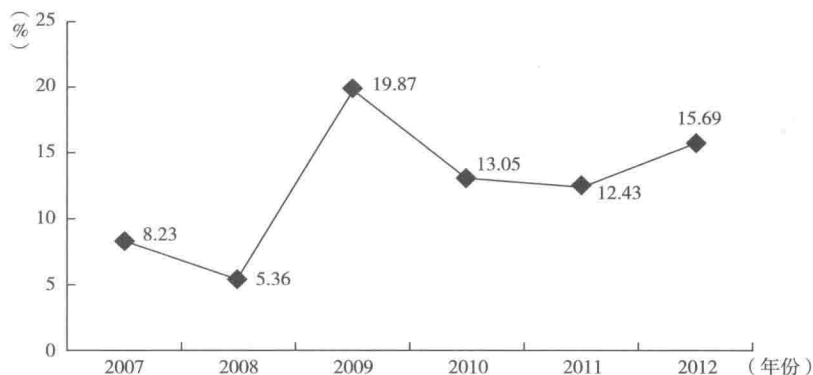


图2 2007~2012年居民文化消费总支出年增长率

资料来源：根据《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

费特点。过去五年中，文化消费支出占现金消费支出比重呈现第一年下降，后四年先涨后降的波动状态，波动范围不大，波动区间为7.4%~7.7%（见图3）。

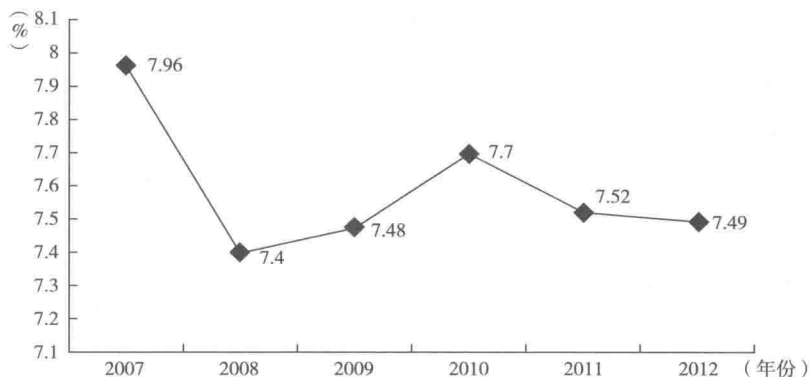


图3 2007~2012年居民文化消费占现金消费总支出比重

资料来源：根据《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

（三）居民用于文化娱乐服务支出比重进一步上升，增速超过文化娱乐用品支出

从文化消费的内容来看，如图4所示，文化娱乐服务消费支出占文化消费支出的比重进一步上升且趋势明显，由2007年的60.44%上升到2012

年的 65.39%，五年增加约 5 个百分点。相应地，文化娱乐用品消费支出占文化消费支出比重呈现下降趋势，由 2007 年的 39.56% 下降到 2012 年的 34.61%。

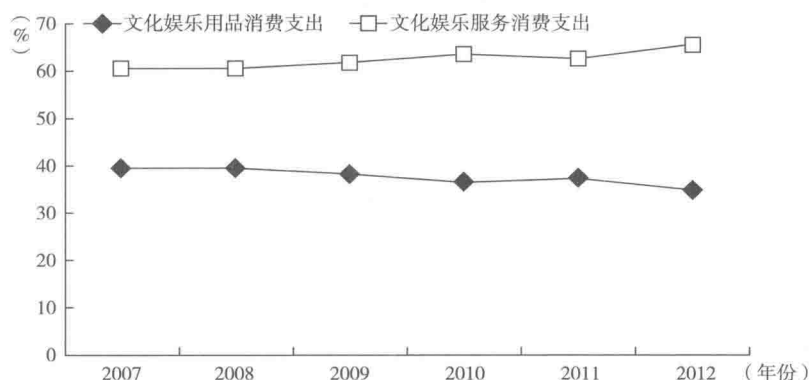


图4 2007~2012年按内容分类居民文化消费支出比重

注：图中数据由城乡人均文化娱乐用品和服务消费支出及城乡人口推算而来，故该表中数据加总与图1中的总值不相符。

资料来源：根据《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

从消费规模和增速来看，如图5所示，文化娱乐用品消费总支出从2007年的2523亿元增加到2012年的3982亿元，五年增长了57.83%，年均增长9.56%；文化娱乐服务消费总支出从2007年的3855亿元增加到2012年的7524亿元，增长了近1倍，年均增长14.31%。可以看出，居民

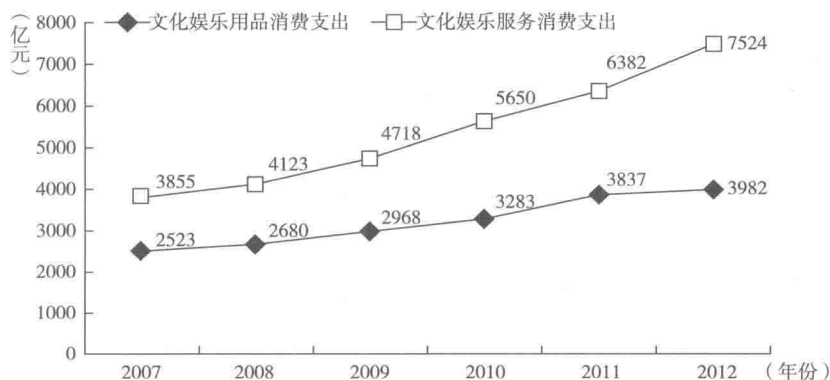


图5 2007~2012年按内容分类居民文化消费总支出

资料来源：根据《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

对文化娱乐服务的消费支出不仅在绝对数量上明显高于对文化娱乐用品的消费，而且在增长速度上也快于对文化娱乐用品的消费。

（四）城乡居民文化消费差距进一步拉大，但差距增速递减

如图6所示，2007年，城镇和农村居民文教消费总支出相差1878亿元，2012年这个差距拉大到5780亿元，增长了2倍多，平均年增长率25.21%。虽然过去五年城乡居民文化消费差距进一步拉大，但其增速最近两年表现为递减的态势。数据显示，经过2010年45.87%高速增长后，连续出现了2011年26.52%和2012年15.39%较低的年增长率。



图6 2007~2012年城乡居民文化消费支出

资料来源：根据《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

（五）人均文化消费支出增速持续低于人均收入增速

如表1所示，农村居民人均文教消费支出增长率大大低于同期人均纯收入增长率，城镇人均文化消费支出增长率虽然仍低于同期人均可支配收入增长率，但二者已经接近同步。具体来讲，2007~2012年，农村居民家庭人均纯收入年均增长13.85%，其文教消费支出年均增长7.78%；城镇居民家庭人均可支配收入年均增长12.25%，其文化消费支出年均增长11.93%。

表 1 2007~2012 年城乡居民的人均文化消费支出总额

单位：元

年 份	农村居民家庭		城镇居民家庭	
	人均纯收入	人均文教消费支出	人均可支配收入	人均文化消费支出
2007	4140	306	13786	691
2008	4761	315	15781	736
2009	5153	341	17175	827
2010	5919	367	19109	966
2011	6977	396	21810	1102
2012	7917	445	24565	1214

资料来源：根据《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

二 现阶段居民文化消费面临的主要问题

（一）从人均文化消费支出增速看，城镇与农村出现反转态势

如图 7 所示，2007~2011 年，农村人均文教消费支出年增长率一直低于城镇人均文化消费支出年增长率。2007 年，农村人均文教消费支出年增长率仅为 0.33%，2012 年增长率达到 12.37%；相应地，城镇人均文

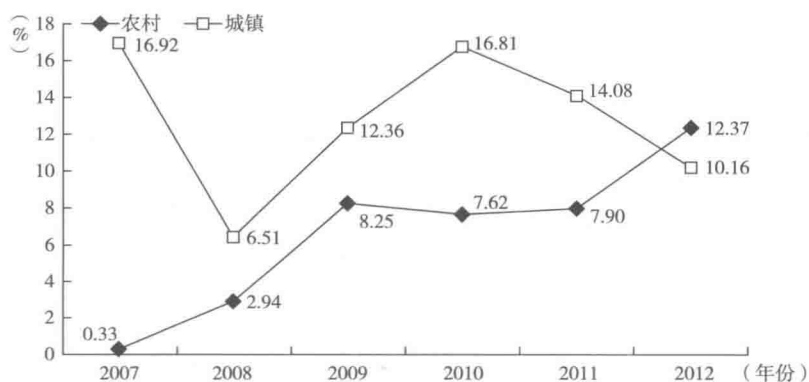


图 7 2007~2012 年城镇和农村人均文化消费支出年增长率

资料来源：根据《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

化消费支出年增长率自 2010 年开始呈现下降态势，从 16.81% 下降到 2012 年的 10.16%，并首次出现低于农村人均文教消费支出年增长率的情况。

以上是基于现价的分析，为了更准确地判断城镇人均文化消费增长态势，本研究剔除价格影响因素对数据进行了再分析。如图 8 所示，剔除价格影响以后的人均支出年增长率虽然有所变化，但二者交叉反转的态势没有改变，只是在 2012 年城镇人均文化消费支出年增长率不再下降而是小幅增长。

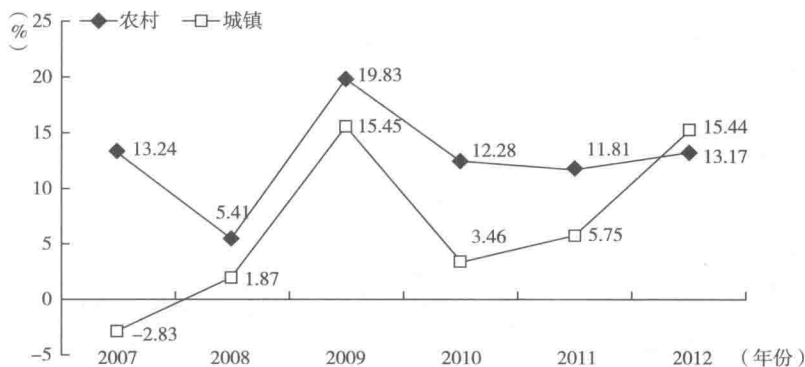


图 8 2007 ~ 2012 年城镇和农村人均文化消费支出年增长率（剔除价格影响）

资料来源：根据《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

（二）从消费结构看，农村文教消费意愿有待提高

边际消费倾向是考察一定时期内消费者消费意愿变化的重要指标，通常用于描述由于收入变化导致消费者对某产品的消费额的变化幅度大小。边际消费倾向是消费者对于某一类产品消费额的变化与消费者收入变化的比值，即每增加 1 单位的收入用于消费的份额，也就是增加的 1 单位的收入中用于增加的消费部分的比率，用公式表示为： $MPC = \Delta C / \Delta Y$ 。假定其他因素不变，根据城乡居民的人均可支配收入和人均文化消费支出的数据可以计算出文化消费支出的边际消费倾向，2012 年农村居民家庭文教消费的边际消费倾向为 0.05。

按照国家统计局分类标准，居民消费分为食品、衣着、居住、交通通

信、文化娱乐消费等八大类。如图 9 所示,从人均文化消费支出情况看,2012 年农村文教娱乐消费边际倾向仅仅排在第六名,排在食品支出、居住支出、交通通信支出、医疗保健支出和衣着支出之后,与同期城镇居民家庭人均文化娱乐消费支出在消费支出项目中排名第四位^①相比较低。如图 10 所示,文化娱乐消费支出只排在交通通信支出、食品支出和衣着支出之后。值得注意的是,食品、衣着、交通通信是在城镇和农村均排在文化娱乐之前的类别,医疗保健在农村排在文教娱乐消费前面,而在城镇则排在文化娱乐之后。

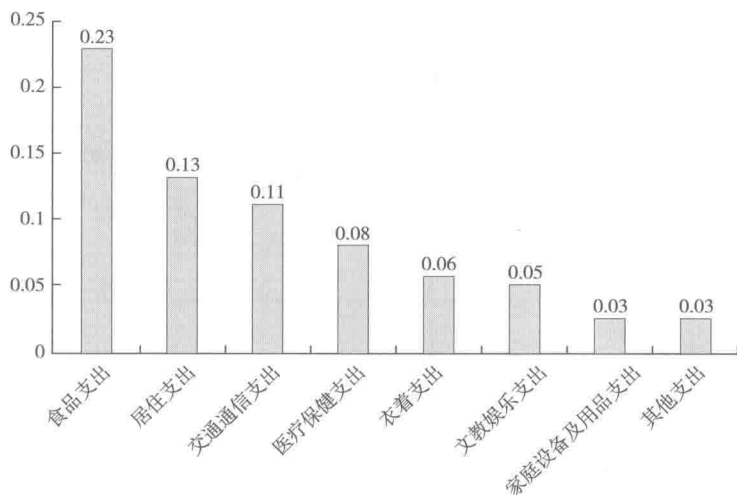


图 9 2007~2012 年农村文教消费边际倾向排名

资料来源:根据《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》资料整理而得。

与农村居民整体消费支出的边际倾向相比文教消费边际倾向过低。如图 11 所示,2007~2010 年三年间,整体消费和文教消费的边际倾向都处于稳定状态,最近两年消费边际倾向大幅增加,从 2010 年的 0.46 增长到 2012 年的 1.25,但是文教消费边际倾向未表现增长态势。

^① 根据国家统计局数据整理,本部分将《中国城乡住户调查年鉴》中文教娱乐类拆分为文化娱乐和教育两个类别。