

本书为你们而准备：

- 几万位现代化城市的公共管理者
- 几百万寻觅市场灵感的商家
- 热爱城市生活的芸芸众生



出品

Survey of
Chinese
Urban Desire



中国城市 欲望调查

来自零点的报告

迄今为止关于中国城市主题
最 *high* 的市场调查



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



中青院 11 000630579

中国城市欲望调查

——来自零点的报告

袁岳 主编

编委:张 慧 姜健健 王 佑 古 雪

刘晓雪 何 帆 蔡 焱



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国城市欲望调查：来自零点的报告/袁岳主编

北京：中国经济出版社，2010.8

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0029 - 3

I. ①中… II. ①袁… III. ①城市—社会调查—中国 IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 132945 号

责任编辑 聂无逸

责任印制 常 毅

封面设计 清水工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 三河市佳星印装有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 16.5

字 数 270 千字

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0029 - 3/F · 8411

定 价 36.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题,请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010-68344225 88386794

序言——阅读城市的声音

我是一个来自农家的子弟,曾经城市是我梦想的目的地,但是当我到达城市生活的核心,我更加向往我记忆中的田园生活。如果你听房地产开发商与经济家的讲座,城市化普遍被他们赋予了未来中国经济核心动力的角色,但城市化也是我们很多问题的由来,世博会的主题就是“城市让生活更美好”,但城市也有让人们的生活变得复杂困难的一面。因为城市化,我们的资源更容易聚集,也更容易形成规模产出的能力,但也因为城市化我们丧失社区联系,人情变得更加寡淡,甚至很多生气勃勃的年轻人会变成剩男剩女;城市化为更多的工作提供了机会,为更多的人进行快速的交易提供了可能,但城市化使得生活更加变动不居,人们甚至很难让自己的步子慢下来。

本书着眼于零点调查提供的专业系统的数据与信息,与大家分享中国城市化进程中的社会变化,帮助我们更好地认识社会生活在今天快速经济发展中而发生的相应变化:情感、性别、家庭、人脉、职业、机动、时尚、教育、理财等等,我们在这些关键的生活与职业领域,都有一些耐心寻味的数据与大家来分享,而透过这些数据我们能够把握社会商业与文化的脉搏。中国的这个社会的人们,其发展高度受制于对物欲的追求,这既为革新与发展拆除有限的心理藩篱,同时也使得人们承受变动之累。如果说,我们在平时的生活中对于这些方面的发展有直观的感受的话,那么在这本报告集里,人们就能感受更加系统的,部分是超越我们个人感性经验的社会见证。零点调查的这些数据大部分来自于其自投的研究项目,但也部分的来自与福田汽车、江苏卫视、招商银行等合作的并且已经公开的数据报告,这些合作也见证了零点与其战略合作伙伴们在城市科学信息领域的协同努力。

无论你是一位奉行科学发展观的城市管理者,或者你是一位注重城市市场的企业家与营销管理者,还是你是一位正在学习了解中国城市生态的

大学生或者职场初入者,本书都是一本有价值的系统读物,为我们了解中国城市提供很好的数据影像与研究方法的借鉴。我们今天已经进入了一个时代,我们需要更加重视民意与社会发展的基础信息,否则我们的政策或者产品将会丧失最起码的接受度。如果过去我们还可以以随便的试错法让我们侥幸存活,今天我们必须更加谨慎细心地对待公众的要求。城市不再是水泥的森林,市民正发出自己越来越响的声音。

第一章 健康没有重男轻女	1
第一节 珍爱健康,慎用坚强	3
一、健康生活离男人有多远	3
二、别把所有问题都自己扛	4
第二节 重压之下,可无勇夫	7
一、这个铜豌豆实在不好当	7
二、不在压力中爆发,就在压力中沉默	10
第二章 女性的权利有多大	15
第一节 家庭消费:女人我最大	17
一、一、男主“挣”,女主“花”:近六成城市家庭中,妻子花出去的钱比丈夫多	17
二、买东西,女人说了算:九成40岁女性掌管家庭日常支出“话语权”	18
三、掌权女主人:女性在房屋、汽车等“大件商品中”的地位在上升 ..	19
四、女性消费:经济社会地位提升是消费能力上升的关键	20
五、理性 OR 非理性? 观念理性,行为非理性	21
第二节 幸福小女人	24
一、家庭与幸福:九成以上女性心目中“家庭是幸福之源”	25
二、心中的日月:一半以上女性认为家人重于职业	26
三、要嫁就嫁“灰太狼”:女性择偶重家庭责任感	26
四、房子 VS 孩子:七成以上女性选择先买房后生孩子	26
五、做小地方的女人挺幸福	29
第三节 职场“白骨精”	31
一、七成以上女性对做专职太太说“不”	31

二、“她”的满意生活源于“他”的尊重	32
三、30~34岁和40~44岁是职业女性的两个人生低谷	32
四、办公室的暗战：职场人际关系“同性相斥”	34
五、职场，爱你并不容易：多数职业女性，事业不如家庭如意	34
六、赶走压力，轻松做女人	35

第三章 性，安全吗

第一节 性知识：犹抱琵琶半遮面	41
一、公众性安全知识水平刚过及格线	41
二、不同群体在实际性生活中不同的防范能力	42
三、蓝领阶层最令人担忧：少知识、低防范、高歧视	42
四、性安全公益活动：雷声大，雨点小	44
第二节 安全，必需有一“套”	45
一、安全套=避孕套	45
二、33.6%的中国人性生活中从不使用安全套	45
三、安全套，白领比蓝领用的多	46
四、经常使用安全套的青年学生群体刚过半	46
五、仅有58.5%的人知道性生活中正确使用安全套能预防艾滋病	48
第三节 谈艾何时不再色变	49
一、对艾滋病的认识一知半解	49
二、正确传播途径未充分认识，不会传播的途径却被过度担忧	49
第四节 民间性道德淳朴依然	50
一、六成国人性爱观受固定性伙伴影响	52
二、青年学生更易受同学小圈子影响	52
三、荤段子虽流行，但半数人排斥	52
四、近九成人认为性与婚姻、爱情仍是结合在一起的	53
五、婚前性行为，渐获宽容	54
六、七成人排斥多性行为，近两成人有心无胆	55
七、快餐式性爱中国人还是消化不了	55
八、同性恋，逾七成中国人不能接受	55



第四章 沟联社会 通畅生活	59
第一节 人脉是一种社会资本	61
一、中国人的社会资本积累还有点弱	61
二、一头扎在亲戚中,大量“外圈”资本价值浪费掉	62
三、“过犹不及”——保持适量社交半径,沟通收益才最大	62
第二节 要不要和陌生人说话	64
一、主动的熟人社会,被动的陌生人社交	65
二、交往渠道单一,人际开拓量无法满足强烈愿望	67
第三节 家庭交流:理解万岁	70
一、代际间沟通:越长大,越少沟通,却越多理解	70
二、小夫妻的沟通最畅快,但26~35岁需警惕沟通的“七年之痒”	73
第四节 远亲不如近邻	75
一、邻里之间农村人稔熟,城里人生疏	75
二、人们的“心锁”——爱面子和戒备心	76
三、打开“心锁”的钥匙——新型邻里关系	77
第五节 网络社区中的虚拟现实	79
一、网络社交比现实社交更主动	79
二、网络社交有广度缺深度	82
三、蓝领务工人员、农民成为网络社交的新活跃分子	84
第五章 人不时尚枉少年	87
第一节 公众总体时尚水平刚及格,能力得分高	89
一、中高收入城市公众时尚指数——68.38分,处于时尚爬坡阶段	89
二、中国公众在时尚能力的开放性得分最高:78.92	91
三、关注时尚,不等于懂时尚,国人对时尚的深度理解明显不足	93
第二节 时尚表现多、浅、快	94
一、中国城市公众认同并追随的时尚符号具有明显的多样性	94
二、浅时尚特性,对品牌内涵了解度最低	95
三、时尚消费频率更迭迅速,消费活动倾向易获得型	97
四、快时尚主导时尚生活	98
第三节 收入和学历拉动时尚的马车,奔向“身份标识”的目的地	99

一、高级白领“能”时尚,职场 TWEENS “淘”时尚,青年学生“想”时尚	100
二、当时尚成为一种身份“标识”,炫示和追求他人身份认同是两个主导的时尚观	101
三、时尚俊男人,看“他”的精彩	103
四、时尚男性爱扮嫩,装嫩周期 8.9 岁	103
五、由品“位”化转向品“味”化	104
六、时尚服务唯我化	105
七、时尚偶像去娱乐化	105
八、时尚潮流运动化	106
九、时尚资讯低嫩化	106

第六章 风尚,是一种生活变革

第一节 变迁中的衣食住行	111
一、丰满的衣柜	111
二、空旷的厨房	112
三、城市中的购房与租房	114
四、耗在路上的城市人	116
第二节 消费:年年岁岁人不同	117
一、老百姓的奢侈消费	118
二、男人也爱美	120
三、为健康买单	121
第三节 围城里的理智与情感	122
一、早初恋和晚生育	123
二、婚恋挑战年龄跨度	124
三、婚姻中的 AA 制	126
四、没钱没房不敢生	127
五、为孩子生个伴儿	129
第四节 我为工作狂	130
一、忧虑的年轻人	131
二、周末是奢侈品	132



第七章 星“探”:明星代言面面观 135

第一节 明星电视广告易感群体:高、知、少、女 137

一、高学历者群体:我只欣赏高段位,广告也是 137

二、高收入群体:明星代言的水平要和我个人收入的增长速度成正比 138

三、女性群体:我更为悦我者荣 139

四、八零后:关注你不是两三天 140

五、成都武汉——我们不能没有广告,就像大街上不能没有茶馆, 长江里不能没有武昌鱼 141

六、南方 VS 北方:广告也是生产力 141

七、人品,还是人品 142

第二节 你拍广告,我做主 143

一、性感不是明星代言的杀手铜 143

二、明星不停变换,而风格永存 144

三、明星与产品的联姻也要讲究门当户对 146

四、脚踩N支船的结果 148

第三节 明星代言的十大误区 149

误区一:性感广告人见人爱 149

误区二:明星身份需用字幕广而告之 149

误区三:社会地位越高的受众越喜欢业界精英做广告代言人 151

误区四:明星广告就是要突出明星本人的符号特征 151

误区五:名气大就一定形成偶像效应 152

误区六:广告明星代言人就是要取悦所有人 153

误区七:选择明星代言人要“扎堆” 153

误区八:只要是明星就一定能饰演各种广告角色 154

误区九:明星广告中明星最重要,其他表现因素并不重要 154

误区十:名气大、长相漂亮的明星能为任何产品品牌做代言 155

第八章 理财,精彩生活加点“料” 157

第一节 险中求富:都市高收入群体的理财哲学 159

一、为高收入者理财,先走入他的家庭 159

二、高收入者理财大趋势:以“新”为导向	161
三、理财产品变迁:高风险产品比重趋升	162
四、高收入群体理财风险意识“集体迷失”	166
第二节 静观其变:当前都市普通居民理财记	168
一、投资时机不利,居民选择观望	168
二、投资理财策略:以不变应万变	170
三、投资股市:想赚点钱不容易	170
第三节 银行理财服务:再专业些	172
一、中资银行理财:专业服务不可少	173
二、外资银行理财:离我们还很远	174

第九章 让生活机动起来

第一节 首都能否告别“首堵”	179
一、首都有了新名称:首堵	179
二、交通拥堵的经济成本:京、沪、穗在“一线”	180
第二节 公交之殇:如何才能不孚众望	181
一、公交改革:姓公还是姓私的争论	181
二、快速公交:就是“快”不起来	183
三、地铁:不堵车,但堵心	184
四、拼车,其实挺无奈	187
第三节 有车族的麻烦事	189
一、自驾途中的“酸辣咸”	189
二、城市停车:“难”就一个字	191
第四节 汽车置换:还是个“柠檬市场”	193
一、不了解:汽车置换仍在深闺之中	194
二、不选择:新业务难成二手车市主流	194
三、不信任:消费者重重顾虑成发展制肘	195
第五节 高品质小排量汽车:新的王道	197
一、人人都爱小排量	197
二、你买小排量,政策来帮忙	198
第六节 新能源汽车:还是个概念	199



一、痛苦:向5%艰难迈进	199
二、契机:中国制造将走红	201
第十章 你快乐,所以我快乐	205
第一节 菁菁校园,“少年不识愁滋味”	207
一、毕业后六成人觉得上学时更快乐	207
二、两成多人因考试不好而难过,一半人希望有机会重回校园	208
三、三分之一的校园爱情时过境迁,有点苦涩	209
四、四成女生爱看书,三成男生爱锻炼	210
第二节 独在异乡也快乐	211
一、身处异乡,有人欢乐有人愁:近五成快乐,三成不快乐	211
二、家乡生活成本低,异乡发展机会多	212
三、异乡并不孤独,五成异乡工作人有家人相伴	213
四、六成异地工作者最牵挂的是父母健康	214
第三节 新工作主义:快乐至上	215
一、95.1%的人认为收入是衡量工作快乐与否的最重要因素	215
二、工资待遇低,学不到知识技能是工作不快乐的两大主因	216
三、收入付出不匹配,三成人对工作不满意	217
四、工资待遇需要提高,一半人打算换工作	217
五、近四成人认为所关爱的人努力赚钱、花钱是最快乐的事情	218
六、超过半数人认为“心仪的异性”是工作中的激励因素,男性更加明显	220
第十一章 下一站,幸福	223
第一节 中国人的幸福	225
一、中国人的幸福感:经济基础决定幸福建筑	225
二、中国人追求幸福的方式:减压、践行	227
第二节 经济基础决定幸福建筑	228
一、幸福的财富拐点——家庭月入一万二	228
二、比出来的幸福是真幸福吗	229
第三节 看城市内外,大江南北,幸福感各不同	230

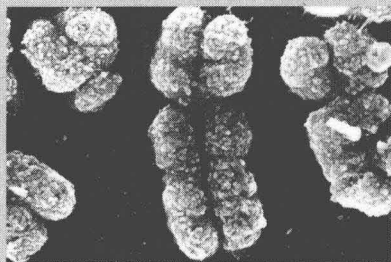
一、都市欲望带来娱乐和性爱的双重幸福感受	230
二、幸福也有一条“秦淮线”	232
第四节 痛并幸福着的七零八零人	233
一、压力下的中流砥柱	233
二、压力夺不走幸福感	234
第五节 他幸福 VS 她幸福	236
一、结了婚的男人更幸福	236
二、女人四十不是花	238
第六节 银发时代,幸福安在	243
一、老人眼中的幸福是什么	243
二、是什么在阻碍中国老人的幸福	245
第七节 和睦家庭各有各的幸福	249
一、比翼双飞最幸福,家庭完整是保证	249
二、儿女孝顺是爸妈最大的心愿	250

第一章

健康没有重男轻女

2010年10月28日,我国即将迎来第十一个“男性健康日”。男性健康日的主题从最初的“关注男性健康,计划生育丈夫有责”(2002年)逐渐过渡到了“关注男性健康,幸福你我同享”(2009年),重心发生了微妙地转移。社会越来越清晰地意识到,男性正在遭遇比以往更加严峻的健康挑战,在健康这个主题下,男性不仅仅要承担责任,亦有享受关爱的权利。

早在1946年,世界卫生组织就在其宪章中提出:“健康是指在躯体、精神和社会关系方面都处于一种完全良好的状态,而不仅指没有疾病或不虚弱”。现代城市男性究竟离这样的健康有多远?他们所面临的健康挑战是否为大家所知?看似强大的男性,又是怎样对待挑战的?本章将带你从身、心两个视角全面地了解男性所面临的健康挑战^①。



^① 如无特殊说明,本部分所有数据均来自零点研究咨询集团“2007年进行的城市男性健康状况调查”。



第一节 珍爱健康,慎用坚强

一、健康生活离男人有多远

无论在男人还是在女人看来,男人们的健康都不是问题。调查显示,在16~60岁的城市居民中,有98.3%的男性表示自己身体健康,有98.2%的女性表示自己的配偶身体健康。

但与这种信心相对的,却是卫生部门给出的不容乐观的数据,资料显示:原本只有老年人易患的心脑血管疾病、糖尿病、泌尿系统疾病、肠胃以及呼吸系统疾病、风湿疾病等,现在正逐渐侵犯都市青壮年男性。而位列男性健康问题首位的生殖系统疾病的发病率已高达51%。20岁至40岁的男性中,20%患有前列腺炎,16%患有泌尿生殖感染;40岁以上男性中,50%患有功能性障碍和前列腺增生。

科学研究还表明,其实男性天生比女性更“脆弱”。划定男女本质差别的Y染色体并非像男性本身那样强悍,它比X染色体更短小,包含的基因数更少,并且就目前的研究结果而言,其中具有重要意义的基因并不多。由于Y染色体上缺乏对人体免疫功能和神经系统发育具有重要意义的基因,在同等情况下,男性免疫力更低,耐久性更差,生命力更弱,更易患血友病、溃疡、中风及其它精神方面的疾病。

最为不幸的是,根据近年遗传学家的研究发现,Y染色体正在消亡。3亿年前,Y染色体诞生之初曾含有1,438个基因。但是演化到今天只剩下45个基因,按照这个速度推算,1000万年之后Y染色体和它所标识的男性将会完全消失。

另外,男性的基础代谢能力要比女性高5%~7%,即能量消耗要比女性高,而有研究人员认为,能量的摄取和消耗与寿命呈反比关系。这也许可以解释为什么吃得多的男性总是比吃得少的女性活得短。

这些统计数字和科研结果明显与男性对自身健康的高度评价产生了矛

盾,这表明我国男性对自己的健康状况没有清晰的认识,还没有意识到疾病正在悄无声息地靠近自己。因此,他们在潇洒生活中忽略了对身体的关爱,让这场健康攻坚战愈演愈烈。

调查显示,男性的不良生活习惯正使其生理健康面临多重威胁:

1. 消化系统:男人胃病发病率比女人高 6.2 倍,一部分原因是男人对消化系统产生危害的不良习惯最多,例如:饮食不规律(28.4%),每日饮水不足 2,000ml(16.8%),每周吃快餐 2 次以上(12.7%),经常过量饮酒(10.8%)等。此外,有关专家也指出,男人更易出现肝损伤和罹患直肠癌。

2. 神经系统和皮肤:男性是电磁辐射的直接受害者,经常使用手机的男性高达 62.8%;39% 的男性受访者在夏天不采取任何防晒措施,认为男人没有美白压力,殊不知已有医学研究显示男人死于黑色素瘤的几率是女人的两倍。

3. 生殖系统:经常洗热水澡(53.7% 的男性受访者)虽然是城市居民的普遍习惯,但它和经常穿紧身衣裤这样的习惯一样,对男性生殖健康是一大危险因素。

4. 呼吸系统:男性健康的一大杀手是烟草,高达 40.4% 的男性受访者表示每天至少抽烟一包以上;

5. 循环系统:有近 1/4 的男性每周熬夜三天以上,一定程度上反映了男性工作紧张、生活压力大,而这种睡眠缺乏和压力容易引发心肌梗塞等循环系统疾病。

相比女性,男性不仅有一大堆坏习惯而且很少回头检视,超过六成(62.1%)的女性受访者表示自己关注养生,而这一比例在男性受访者中却下降至 47%,甚至有 34.5% 的城市男性表示自己定期进行常规体检的次数也很少。

这种对健康满不在乎和过于乐观的态度十分不可取,虽然做到了“醉酒当歌,潇潇洒洒”,但时尚生活的背后,疾病却在跃跃欲试,男人离健康生活还有漫漫长路要走。

二、别把所有问题都自己扛

调查显示,面对疾病,男人首先选择了“扛”。所谓“扛病”是指当身体有明显不适时,不去看医生,甚至带病坚持工作。在我们的调查中,35.2% 的