



# 文化蓝皮书®

LUE BOOK OF CHINA'S CULTURE

## 中国文化消费需求景气 评价报告 (2014)

ANNUAL EVALUATION REPORT OF CHINA'S CULTURAL  
CONSUMPTION DEMAND (2014)

主 编 / 王亚南

联合主编 / 张晓明 祁述裕 郝朴宁

副主编 / 刘 婷 赵 娟 魏海燕



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

2014  
版

文化蓝皮书

BLUE BOOK OF  
CHINA'S CULTURE



# 中国文化消费需求景气评价报告 (2014)

ANNUAL EVALUATION REPORT  
OF CHINA'S CULTURAL CONSUMPTION DEMAND  
(2014)

主 编 / 王亚南

联合主编 / 张晓明 祁述裕 郝朴宁

副 主 编 / 刘 婷 赵 娟 魏海燕



社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCE ACADEMY PRESS (SSAP)

## 图书在版编目(CIP)数据

中国文化消费需求景气评价报告. 2014/王亚南主编. —北京:  
社会科学文献出版社, 2014. 2

(文化蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 5654 - 6

I. ①中… II. ①王… III. ①文化生活 - 消费 - 顾客需求 -  
研究报告 - 中国 - 2014 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 026919 号

## 文化蓝皮书

### 中国文化消费需求景气评价报告 (2014)

主 编 / 王亚南

联合主编 / 张晓明 祁述裕 郝朴宁

副 主 编 / 刘 婷 赵 娟 魏海燕

出 版 人 / 谢寿光

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

责任部门 / 皮书出版分社 (010) 59367127

责任编辑 / 高 启 王 颖

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

责任校对 / 秦 晶 高忠磊

项目统筹 / 邓泳红

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 25

版 次 / 2014 年 2 月第 1 版

字 数 / 405 千字

印 次 / 2014 年 2 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 5654 - 6

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

## 本项研究获得以下机构及其项目支持

中国社会科学院创新工程学术出版项目  
中共云南省委宣传部云南省哲学社会科学创新工程  
云南省社会科学院中国文化发展研究与评价重点实验室  
云南师范大学人文社会科学重点研究项目

**发布机制** 中国文化消费需求景气评价中心

**合作单位** 云南省社会科学院文化开发研究中心  
中国社会科学院文化研究中心  
国家行政学院社会和文化教研部  
云南师范大学公共文化服务与文化产业发展研究所  
社会科学文献出版社  
光明日报文化产业研究中心

**联盟单位** 上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地  
中国传媒大学文化产业研究院  
武汉大学国家文化创新研究中心

**顾问** 王伟光 周文彰 仇 和 张田欣 赵 金

**首席科学家** 王亚南 张晓明 祁述裕

**学术委员会** (以姓氏笔画为序)

|     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 王亚南 | 邓泳红 | 尹 鸿 | 包霄林 | 任 佳 |
| 向 勇 | 刘 巍 | 刘玉珠 | 齐勇锋 | 祁述裕 |
| 花 建 | 李 涛 | 李康化 | 范 周 | 杨 林 |
| 杨正权 | 杨福泉 | 宋建武 | 张晓明 | 张瑞才 |
| 陈少峰 | 金元浦 | 郑 海 | 郑晓云 | 郝朴宁 |
| 胡惠林 | 高书生 | 殷国俊 | 崔成泉 | 章建刚 |
| 傅才武 | 童 怀 | 谢寿光 | 蒯大申 | 熊澄宇 |

主 编 王亚南

联合主编 张晓明 祁述裕 郝朴宁

副主编 刘 婷 赵 娟 魏海燕

编 委 (以姓氏笔画为序)

方 彧 (执行) 邓云斐 (执行) 冯 瑞

曲晓燕 朱 岚 李 坚 肖 青 (执行)

汪 洋 (执行) 沈宗涛 (执行) 宋锡辉

邹建达 张雍德 陆双梅 (执行) 陈 帅

纳文汇 姚天祥 饶 远 袁春生 (执行)

高 启 黄 淳 黄小军 董 棣 惠 鸣

温 源 谢青松 窦志萍 意 娜

## 撰著者

总 报 告 王亚南 刘 婷 赵 娟 郝朴宁 魏海燕

技 术 报 告 王亚南 赵 娟 刘 婷 方 彧

城乡排行报告 王亚南 郝朴宁 魏海燕 冯 瑞

城镇排行报告 郝朴宁 王亚南 刘 婷 肖 青

乡村排行报告 刘 婷 王亚南 赵 娟 陆双梅

城市排行报告 王亚南 方 彧 魏海燕 汪 洋

子 报 告 (以文序排列)

张雍德 饶 远 宋锡辉 邹建达 魏海燕

李宇峰 肖 青 孔志坚 李 淼 刘 婷

袁春生 常 飞 陆双梅 赵 娟 李汶娟

汪 洋 邓云斐 方 彧 沈宗涛

## 主要编撰者简介

**王亚南**（1956~），男，汉族，云南昆明人，云南省社会科学院研究员，文化开发研究中心主任，云南师范大学公共文化服务与文化产业发展研究所所长。主要学术方向为民俗学、民族学及文化理论、文化战略和文化产业研究，得到国内相关学术界公认的主要学术贡献：（1）1985年首次界定“口承文化”概念随后完成系统研究，提出口承文化传统为人类社会的文明渊藪；（2）1988年解析人生仪礼中“亲长身份晋升仪式”，指出中国传统“政亲合一”社会结构体制和“天赋亲权”社会权力观念；（3）1996年开始从事文化战略和文化产业研究，提出“高文化含量”的“人文经济”论述，概括出文化产业发展的“云南模式”；（4）1999年提出“现代中华民族是56个国内民族平等组成的国民共同体”和“中国是国内多民族的统一国家”论点；（5）近几年研创出“中国文化消费需求景气评价体系”，从2011年起主持撰著发布《中国文化消费需求景气评价报告》（系列）。

**郝朴宁**（1957~），男，汉族，上海人，云南师范大学中国西南对外开放与边疆安全研究中心教授，公共文化服务与文化产业发展研究所常务副所长，硕士生导师，“云南舆情研究基地”首席专家召集人（排名第一），中国电视艺术家协会会员，中国影视学会理事，教育部中国高校影视教育学会理事，国家广播电影电视总局中国广播电视协会西部学术基地学术委员，云南省中国特色社会主义理论体系研究中心特聘研究员。主要学术方向为影视艺术、文化产业、新闻传播学研究。主持完成国家社科基金项目“民族文化原传介质研究”，主持完成省院省校合作项目“云南民族文化遗存形态产业社会化与文化生态建设”。专著《民族文化传播理论描述》为国内第一部系统研究民族文化传播的理论成果。参与多部电视连续剧的拍摄，担任大型电视纪录片《跨越》（六集）的策划和总撰稿。

**刘 婷** (1978~), 女, 汉族, 云南澄江人, 云南省社会科学院文化开发研究中心副研究员, 云南大学艺术人类学在读博士生, “云南文化发展蓝皮书” 副主编, 云南省中青年社会科学工作者协会秘书长。主要学术方向为艺术人类学及休闲文化、休闲产业研究, 代表作为《民俗休闲文化论》, 独立承担国家社会科学基金西部项目《云南少数民族民俗文化保护的新思路》。全程参与研创“中国文化消费需求景气评价体系”, 合作发表《面向协调增长的中国文化消费需求——“十五”以来分析与“十二五”测算》、《中国文化产业未来十年发展空间——以扩大文化消费需求与共享为目标》、《各省域文化产业未来十年增长空间——基于需求与共享的测算排行》等论文和研究报告, 参与组织撰著《中国文化消费需求景气评价报告》(系列), 负责人员组织和撰稿统筹。

**赵 娟** (1981~), 女, 汉族, 湖南邵阳人, 云南省社会科学院文化开发研究中心助理研究员, “云南文化发展蓝皮书” 副主编, 云南省中青年社会科学工作者协会秘书处主任。主要学术方向为比较文学、民族文化和文化产业研究。全程参与研创“中国文化消费需求景气评价体系”, 合作发表《以国家统计标准分析各地文化产业发展成效》、《中国文化产业未来十年发展空间——以扩大文化消费需求与共享为目标》、《各省域文化产业未来十年增长空间——基于需求与共享的测算排行》等论文和研究报告, 参与组织撰著《中国文化消费需求景气评价报告》(系列), 负责文稿统改。

**方 彧** (1984~), 女, 汉族, 江西赣州人, 国家民政部中国老龄科学研究中心助理研究员, 《中国老龄事业发展报告》执行编委, 中国社会科学院博士, 获教育部博士研究生学术新人奖。主要学术方向为口头传统、老龄文化和文化产业研究。全程参与研创“中国文化消费需求景气评价体系”, 合作发表《中国文化产业新十年路向——基于文化需求和共享的考量》、《中国文化产业发展空间: 4 万亿消费需求透析》等论文和研究报告, 参与组织撰著《中国文化消费需求景气评价报告》(系列), 负责文稿统改及英译审校。

## 摘 要

2012 年，全国城乡文化消费需求继续保持高增长：总量增长 12.64%，达到 11405.97 亿元；人均值增长 12.09%，达到 844.45 元。以人均值衡量，城乡文化消费增长明显高于产值增长，明显低于城乡居民收入增长，略微低于总消费增长，极显著低于积蓄增长。文化消费城乡差距比上年缩小 1.97%，各省域间城乡文化消费地区差距比上年缩小 1.04%。

21 个省域城乡文化消费总量增长超过 10%，其中 11 个省域城乡总量增长超过 15%，3 个省域城乡总量增长超过 20%；19 个省域城乡文化消费人均值增长超过 10%，其中 10 个省域城乡人均值增长超过 15%，3 个省域城乡人均值增长超过 20%。正是绝大部分省域城乡文化消费需求高增长，带来了全国总体城乡文化消费需求的高增长。

各地文化消费需求景气评价排行：江苏、北京、上海为“2012 年度城乡景气领先”前 3 位，天津、吉林、河南为“2012 年度城乡景气提升”前 3 位；江苏、北京、广东为“2012 年度城镇景气领先”前 3 位，海南、天津、河南为“2012 年度城镇景气提升”前 3 位；青海、江苏、山西为“2012 年度乡村景气领先”前 3 位，天津、吉林、广西为“2012 年度乡村景气提升”前 3 位；广州、西安、南京为“2012 年度城市景气领先”前 3 位，天津、合肥、长春为“2012 年度城市景气提升”前 3 位。

权威报告 热点资讯 海量资源



## 当代中国与世界发展的高端智库平台

皮书数据库 www.pishu.com.cn

皮书数据库是专业的人文社会科学综合学术资源总库,以大型连续性图书——皮书系列为基础,整合国内外相关资讯构建而成。该数据库包含七大子库,涵盖两百多个主题,囊括了近十几年间中国与世界经济社会发展报告,覆盖经济、社会、政治、文化、教育、国际问题等多个领域。

皮书数据库以篇章为基本单位,方便用户对皮书内容的阅读需求。用户可进行全文检索,也可对文献题目、内容提要、作者名称、作者单位、关键字等基本信息进行检索,还可对检索到的篇章再作二次筛选,进行在线阅读或下载阅读。智能多维度导航,可使用户根据自己熟知的分类标准进行分类导航筛选,使查找和检索更高效、便捷。

权威的研究报告、独特的调研数据、前沿的热点资讯,皮书数据库已发展成为国内最具影响力的关于中国与世界现实问题研究的成果库和资讯库。

### 皮书俱乐部会员服务指南

#### 1. 谁能成为皮书俱乐部成员?

- 皮书作者自动成为俱乐部会员
- 购买了皮书产品(纸质皮书、电子书)

的个人用户

#### 2. 会员可以享受的增值服务

• 加入皮书俱乐部,免费获赠该纸质图书的电子书

- 免费获赠皮书数据库100元充值卡
- 免费定期获赠皮书电子期刊
- 优先参与各类皮书学术活动
- 优先享受皮书产品的最新优惠

#### 3. 如何享受增值服务?

##### (1) 加入皮书俱乐部,获赠该书的电子书

第1步 登录我社官网(www.ssap.com.cn),注册账号;

第2步 登录并进入“会员中心”——“皮书俱乐部”,提交加入皮书俱乐部申请;

第3步 审核通过后,自动进入俱乐部服务环节,填写相关购书信息即可自动兑换相应电子书。

##### (2) 免费获赠皮书数据库100元充值卡

100元充值卡只能在皮书数据库中充值和使用

第1步 刮开附赠充值的涂层(左下);

第2步 登录皮书数据库网站(www.pishu.com.cn),注册账号;

第3步 登录并进入“会员中心”——“在线充值”——“充值卡充值”,充值成功后即可使用。

#### 4. 声明

解释权归社会科学文献出版社所有



皮书俱乐部会员可享受社会科学文献出版社其他相关免费增值服务,有任何疑问,均可与我们联系

联系电话:010-59367227 企业QQ:800045692 邮箱:pishuclub@ssap.cn

欢迎登录社会科学文献出版社官网(www.ssap.com.cn)和中国皮书网(www.pishu.cn)了解更多信息

## 法律声明

“皮书系列”（含蓝皮书、绿皮书、黄皮书）由社会科学文献出版社最早使用并对外推广，现已成为中国图书市场上流行的品牌，是社会科学文献出版社的品牌图书。社会科学文献出版社拥有该系列图书的专有出版权和网络传播权，其 LOGO () 与“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称已在中华人民共和国工商行政管理总局商标局登记注册，社会科学文献出版社合法拥有其商标专用权。

未经社会科学文献出版社的授权和许可，任何复制、模仿或以其他方式侵害“皮书系列”和 LOGO ()、“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专用权的行为均属于侵权行为，社会科学文献出版社将采取法律手段追究其法律责任，维护合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的违法行为进行举报。电话：010-59367121，电子邮箱：fawubu@ssap.cn。

社会科学文献出版社

# 目 录



## Ⅱ I 总报告

### Ⅱ.1 中国城乡文化消费需求景气总体评价

- 1991 年以来分析与 2012 年度测评 ..... 王亚南 等 / 001
- 一 21 年来全国城乡文化消费需求增长态势 ..... / 002
- 二 21 年来全国城乡文化消费相关背景情况 ..... / 007
- 三 21 年来全国文化消费城乡、区域协调状况 ..... / 013
- 四 21 年来全国城乡文化消费需求景气测评 ..... / 015

## Ⅱ II 综合分析 & 评价篇

### Ⅱ.2 中国文化消费需求景气评价体系技术报告

- 兼 1991 ~ 2012 年基本态势分析 ..... 王亚南 等 / 019

### Ⅱ.3 省域城乡文化消费需求景气评价排行

- 2000 ~ 2012 年测评与后续年度预测 ..... 王亚南 等 / 054

### Ⅱ.4 省域城镇文化消费需求景气评价排行

- 2000 ~ 2012 年测评与后续年度预测 ..... 郝朴宁 等 / 088

### Ⅱ.5 省域乡村文化消费需求景气评价排行

- 2000 ~ 2012 年测评与后续年度预测 ..... 刘 婷 等 / 121



## Ⅲ.6 中心城市文化教育消费需求景气评价排行

——2005~2012年测评与后续年度预测 ..... 王亚南等 / 152

## Ⅲ 省域城乡篇

Ⅲ.7 江苏：2012年横向测评城乡景气保持首位 ..... 张雍德 / 185

Ⅲ.8 天津：2012年纵向测评城乡景气升至首位 ..... 饶远 / 196

Ⅲ.9 新疆：“十二五”以来城乡景气提升第2位 ..... 宋锡辉 / 206

Ⅲ.10 青海：“十一五”以来城乡景气提升第3位 ..... 邹建达 / 216

Ⅲ.11 辽宁：“十五”以来城乡景气提升第3位 ..... 魏海燕 / 226

## Ⅳ 省域城镇篇

Ⅲ.12 江苏：2012年横向测评城镇景气保持首位 ..... 李宇峰 / 236

Ⅲ.13 海南：2012年纵向测评城镇景气升至首位 ..... 肖青 / 246

Ⅲ.14 天津：“十二五”以来城镇景气提升第1位 ..... 孔志坚 / 256

Ⅲ.15 安徽：“十一五”以来城镇景气提升第2位 ..... 李森 / 265

Ⅲ.16 江西：“十五”以来城镇景气提升第1位 ..... 刘婷 / 275

## Ⅴ 省域乡村篇

Ⅲ.17 青海：2012年横向测评乡村景气升至首位 ..... 袁春生 / 285

Ⅲ.18 天津：2012年纵向测评乡村景气升至首位 ..... 常飞 / 294

Ⅲ.19 重庆：“十二五”以来乡村景气提升第1位 ..... 陆双梅 / 303

Ⅲ.20 江苏：“十一五”以来乡村景气提升第3位 ..... 赵娟 / 313

Ⅲ.21 西藏：“十五”以来乡村景气提升第2位 ..... 李汶娟 / 322

## Ⅲ VI 中心城市篇

|      |                             |           |
|------|-----------------------------|-----------|
| Ⅲ.22 | 广州：2012 年横向测评城市景气保持首位 ..... | 汪 洋 / 332 |
| Ⅲ.23 | 天津：2012 年纵向测评城市景气升至首位 ..... | 邓云斐 / 343 |
| Ⅲ.24 | 武汉：“十二五”以来城市景气提升第 1 位 ..... | 方 彧 / 353 |
| Ⅲ.25 | 合肥：“十一五”以来城市景气提升第 1 位 ..... | 沈宗涛 / 363 |

|                |       |
|----------------|-------|
| Abstract ..... | / 373 |
|----------------|-------|

|                |       |
|----------------|-------|
| Contents ..... | / 374 |
|----------------|-------|

皮书数据库阅读使用指南

# 总 报 告



General Report

## B.1

### 中国城乡文化消费需求景气总体评价

——1991 年以来分析与 2012 年度测评

王亚南 等\*

#### 摘 要:

2012 年,全国城乡文化消费需求继续保持高增长:总量增长 12.64%,达到 11405.97 亿元;人均值增长 12.09%,达到 844.45 元。以人均值衡量,城乡文化消费增长明显高于产值增长,明显低于城乡居民收入增长,略微低于总消费增长,极显著低于积蓄增长。文化消费城乡差距比上年缩小 1.97%,各省级间城乡文化消费地区差距比上年缩小 1.04%。2012 年全国总体城乡综合景气指数测算:“九五”以来纵向测评显著高于基数值,“十五”以来纵向测评略微低于基数值,“十一五”以来纵向测评明显低于基数值,一年以来纵向测评略微高于基数值;

---

\* 撰稿:王亚南、刘婷、赵娟、郝朴宁(见主要编撰者简介)、魏海燕(云南省政协信息中心主任编辑,主要从事传媒信息分析研究)。



城乡、地区无差距年度横向测评显著低于理想值，原因仍在于城乡差距、地区差距的持续存在。

**关键词：**

全国城乡 文化消费 景气评价 综合测评

全面建成小康社会应该采用什么样的指标来衡量？显然不能再像 2000 年以人均 GDP 达到 800 美元标志“基本小康”那样简陋。可以肯定的是，“民生指标”将起到不容置疑、不可替代的重要作用。全面建成小康社会进程中的文化发展目标也应当落实在自身的“出发点和落脚点”之上。

中共中央十八届三中全会决定“推进文化体制机制创新”部分强调指出，坚持以人民为中心的工作导向，进一步深化文化体制改革，构建现代公共文化服务体系，促进基本公共文化服务标准化、均等化，推动文化惠民项目与群众文化需求有效对接；“推进社会事业改革创新”部分强调指出，努力为社会提供多样化服务，更好满足人民需求，实现发展成果更多更公平惠及全体人民。这同样适用于文化建设事业。在社会主义市场经济体制下满足人民需求，主要应表现为满足消费需求，包括最典型的“保基本”最低生活保障，也是保障贫困人群的温饱消费需求，而非实行衣食实物配给制。因此，人民群众文化消费需求正体现了文化民生的基本方面。

本文对 1991 年以来全国城乡居民文化消费需求增长总体态势展开分析，并对 2012 年度全国城乡文化消费需求景气总体状况进行测评。这既是全国城乡文化消费需求景气状况总体评价，又为各地城乡文化消费需求景气评价排行提供演算基准。囿于制图篇幅限制，全文图中各五年期头年与末年直接对接，但其间增长数据仍为年度增长指数。文中分析历年增长态势时，则运用测评数据库后台演算功能，测算筛选出的最高与最低年度值包含图里省略的年度。

## **一 21 年来全国城乡文化消费需求增长态势**

文化消费需求总量是文化产业发展总量实际进入居民日常生活消费的具体

表现,也是文化建设和文化生产的发展成果实际转化为人民群众文化消费需求的具体体现。全国城乡文化消费需求总量增长状况可以提供一种宏观视角,有利于把握城乡总体态势,本文分析测算由全国城乡文化消费总量增长开始。

### (一) 城乡文化消费总量增长态势

1991~2012年全国城乡文化消费需求总量增长态势见图1,其中包含城乡综合、城镇与乡村单行三个层面的文化消费需求总量增长态势。城镇与乡村之和即为城乡综合总量,二者相互对应共同构成全国总体格局,有必要放在一起进行对比分析。

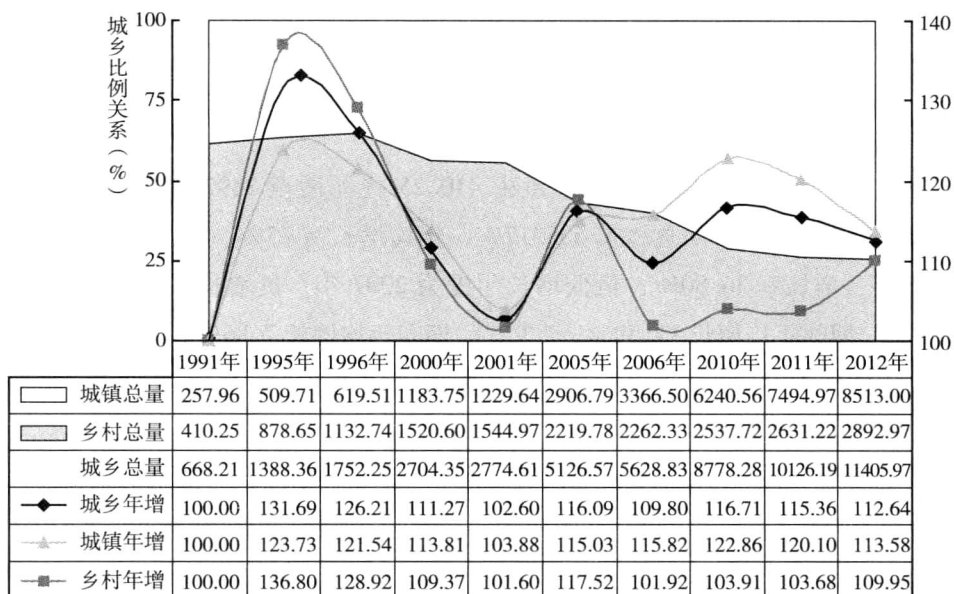


图1 全国城乡文化消费需求总量增长态势

注:左轴面积:城镇与乡村文化消费总量(亿元转换为%),城乡间变动呈比例关系,二者之和为城乡总量;右轴曲线:城乡(附城镇、乡村)年度增长指数(上年=100)。数据演算依据:国家统计局《中国统计年鉴》相应年卷,其中重庆在1997年前尚未作为省域统计,西藏缺1993年、1995年和1997~1998年城镇数据,相应年度总量未含,后同。

图1将全国城镇与乡村文化消费总量绝对值转换为图形面积直观比例,同时展示出1991年以来城乡之间的增长互动关系,二者增长指数曲线之间的第



三条曲线即为城乡综合增长指数。

1991~2012年,全国城乡文化消费总量由668.21亿元增至11405.97亿元,增加10737.76亿元,21年间总增长1606.94%,年均增长14.47%。最高增长年度为2002年,增长率31.89%;最低增长年度为2001年,增长率2.60%。其中,“九五”期间年均增长14.26%，“十五”期间年均增长13.65%，“十一五”期间年均增长11.36%。“十一五”年均增幅低于“十五”2.29个百分点,低于“九五”2.90个百分点。

同期,全国城镇文化消费总量由257.96亿元增至8513.00亿元,增加8255.04亿元,21年间总增长3200.12%,年均增长18.12%。最高增长年度为2002年,增长率62.66%;最低增长年度为1992年,增长率2.92%。其中,“九五”期间年均增长18.36%，“十五”期间年均增长19.68%，“十一五”期间年均增长16.51%。“十一五”年均增幅低于“十五”3.17个百分点,低于“九五”1.85个百分点。

同期,全国乡村文化消费总量由410.25亿元增至2892.97亿元,增加2482.72亿元,21年间总增长605.17%,年均增长9.75%。最高增长年度为1995年,增长率36.80%;最低增长年度为2007年,负增长1.04%。其中,“九五”期间年均增长11.59%，“十五”期间年均增长7.86%，“十一五”期间年均增长2.71%。“十一五”年均增幅低于“十五”5.15个百分点,低于“九五”8.88个百分点。

全国城乡之间文化消费总量增长比较,“九五”期间,城镇总量总增长高达乡村总量增长的1.81倍,城镇年均增幅高出乡村6.77个百分点;“十五”期间,城镇总量总增长高达乡村总量增长的3.17倍,城镇年均增幅高出乡村11.82个百分点;“十一五”期间,城镇总量总增长高达乡村总量增长的8.01倍,城镇年均增幅高出乡村13.80个百分点。21年以来,全国城镇总量总增长高达乡村总量增长的5.29倍,城镇年均增幅高出乡村8.37个百分点。这足以表明,全国乡村文化消费需求总量增长乏力。不过,全国城镇与乡村之间增长不平衡程度究竟如何,还需要排除其间城市(镇)化进程带来人口分布变化的因素,以全国城镇与乡村人均值增长态势加以精确衡量。

无论是单独看“九五”、“十五”和“十一五”期间,还是前后21年贯通