重庆市民文化消费意愿调查报告（2012）

王东 容琦 程晓宇 冉庆

文化消费就是人们按照自己的意愿，选择文化产品和服务来满足自身的精神文化需求。党的十七届六中全会指出，要进一步扩大人民群众文化消费，提高基层文化消费水平，并由此提出了一系列重大举措。为了解当前重庆市民的文化消费情况和意愿，提升市民文化消费水平和层次，为做大做强文化产业提供有益借鉴，近期，我们在全市范围内开展了市民文化消费意愿专项调查。本次调查主要采取问卷调查方式，辅以实地走访和座谈会等形式，在全市范围内选取了 3000 位常住城乡居民进行随机抽样调查。通过对调查数据的统计分析，形成本调查报告。

一、当前重庆市民文化消费的基本特征

多年来，特别是直辖以来，市委、市政府高度重视文化产业发展，随着我市公共文化服务体系的日益完善，重庆市民的文化消费规模不断扩大，层次不断提升，相当部分居民群体的消费重心开始从衣食住行等物质生活方面向教育、科技、旅游及精神产品消费领域转移，对文化娱乐、广播影视、图书出版、体育健身、旅游休闲等精神产品表现出日益增长的消费意愿。本次调查显示，当前重庆市民文化消费有以下九个方面的基本特征：

（一）多数市民有进行文化消费的行为和习惯

随着市民经济条件的改善、教育水平的提高、闲暇时间的增多，市民追求自我文化表达、参与自主文化创造活动的愿望更加强烈，实现和维护自身文化权益的意识更加高涨，文化消费的机会越来越多、频率越来越高。在“您有无机会经常进行文化消费”的调查中， 73 ． 2 ％的重庆市民表示经常进行文化消费，说明当前重庆市民的文化消费比较旺盛且富有潜力。对不同人群的进一步分析发现，机关厂事业单位工作人员等学历知识较高人群、城镇居民、 35 岁以下的年轻市民的文化消费时间比例高于全市平均水平，是当前文化消费的主力。调查问及“您每周有多少业余时间进行文化消费”时，有 49 ． 4 ％的重庆市民表示每周有“ 5 一 12 个小时 ”的业余时间进行文化消费， 27 ％的人表示每周有“ 5 个小时以下” ，12 ． 4 ％的人表示每周有“ 12 一 24 个小时” ，11 ． 2 ％的人表示每周有“ 24 个小时以上”（见图 1 ），这表明重庆市民普遍存在文化消费的行为和习惯，扩大文化消费具有良好的民众基础。

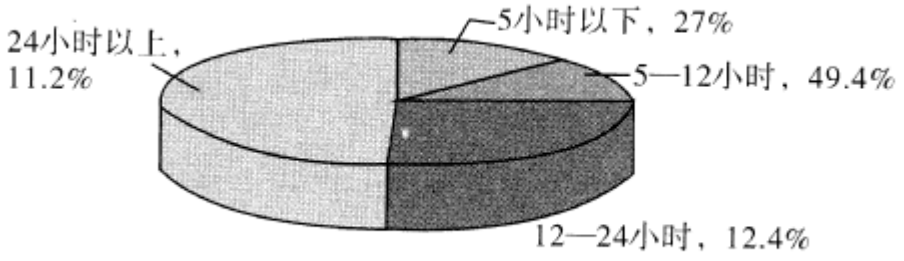

图 1　我市市民企业文化消费时间构成图

（二）多数市民对现有文化消费状况比较满意

文化消费满意度是消费者对文化消费状况的主观评价，它与消费水平、消费质量以及消费期望等有直接关系，是衡量文化

消费状况的一个重要指标。在“您对当前文化消费状况的满意程度”的调查中， 46．8 %的人表示“比较满意” ，20．3 %表示“很满意”，将两项合并，即当前市民对文化消费的总体满意度为 67．1 %。此外，有 20．6 %的人表示“不满意” ，12．3 %的人表示“很不满意”。调查结果表明，当前我市文化消费市场在产品数量、服务质量、市场环境等各方面基本能满足市民的文化需求，市民总体上比较认可。

（三）看电视、听广播、上网等形式成市民文化消费主流

在“您最喜欢的文化休闲消费形式”的调查中，犯%的市民选择“看电视、听广播” ，25．9 %的市民选择“上网”，以下依次是：看电影，为 8．9 %；观光旅游，为 8．9 %；阅读书报杂志，为 8．5 %；看文艺演出，为 6．5 %；参观博物馆、展览馆、艺术园区等，为 3．5 %；艺术品收藏，为 3．3 %；其他，为 2．5 %（见图 2 ）。调查数据表明，近六成重庆市民喜欢看电视、听广播和上网，这三种文化消费在大众日常文化生活中占据着主导地位。这一现象的存在一方面表明电视、广播、网络等大众传播渠道始终是当代最具有参与性、吸引力和影响力的主流文化消费形式，另一方面也与我国现阶段生产力仍不够发达，群众收入、教育水平仍处于中低水平，文化产业结构尚不完善、现阶段能够提供的多样化选择较为有限等直接相关。就“最喜欢上网”一项对不同人群的进一步分析发现， 35 岁以下人群、大专及以上人群，学生人群、中等收入人群等当前和今后的“社会主流人群”的占比分别为 34．9 %、 31 %、 30．3 %、 29 %，均高于社会平均水平，表明上网已成为当前社会文化消费的主渠道，也是今后文化产品竞争的主战场。

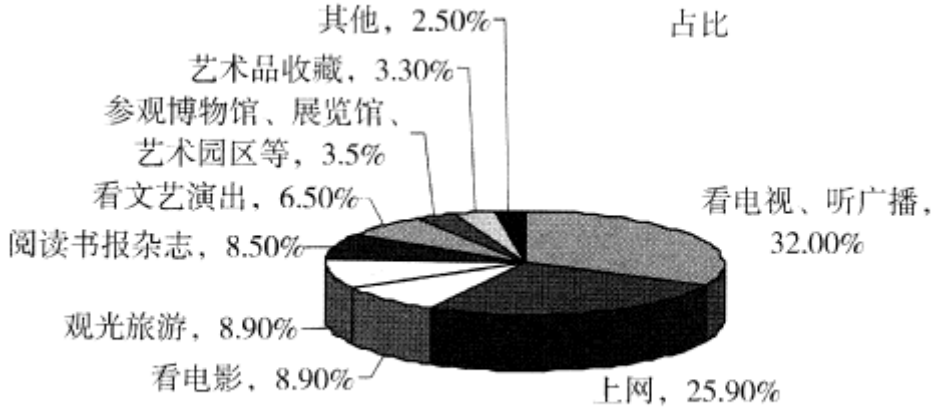

图 2　我市市民最喜欢的文化消费形式构成图

（四）娱乐休闲、教育培训、体育健身、观光旅游等成为市民文化消费升级的主要方向

随着市民经济条件的不断改善和生活水平的不断提升，文化消费必然出现转型升级。本次调查显示，在看电视、上网、读书报等传统文化消费形式之外， 29．5 %的受访者表示愿意进行“娱乐休闲”消费， 18．3 %的人选择“教育培训” ，17．1 %的人选择“体育健身”，15． 9 %的人选择“观光旅游” ，13．9 %的人选择“文化用品” ，5．3 %的人选择“艺术消费”（见图 3 ）。调查数据表明，未来人们愿意在娱乐休闲、教育培训、体育健身、观光旅游等方面花费更多的时间和金钱，这也为我市加快调整经济产业结构，大力发展与文化产业有关的现代服务业指明了方向，提供了契机。

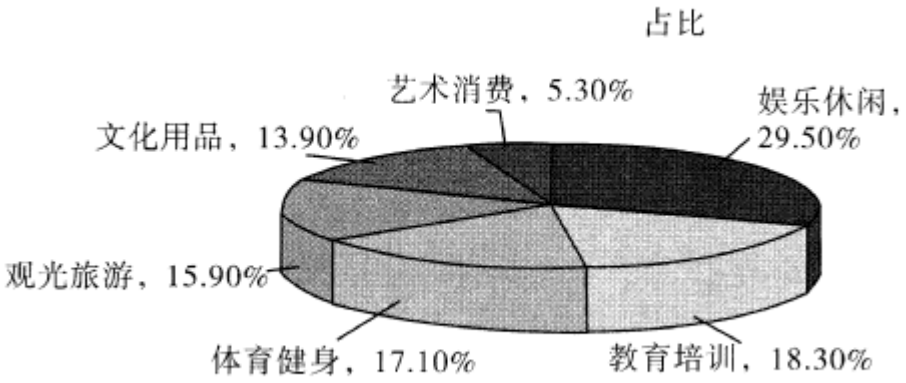

图3　我市市民接受度最高的文化消费项目构成图

（五）多数市民参与文化消费是为丰富生活、提升能力

在“您进行文化消费的主要动机”的调查中， 54 ． 8 ％的受访者表示是为了“丰富业余生活” ，28 ． 5 ％的受访者表示是“工作和学习的现实需要” ，10 ． 6 ％ 的受访者表示是为了“出于内心的好奇感和新鲜感” ，6 ． 1 ％的受访者表示是“跟随社会的大流”。调查结果表明，“丰富业余生活”、“工作和学习的现实需要”是多数市民进行文化消费的动机，也说明市民在精神层面丰富业余生活、提升自身的素质和能力上存在较大的渴求和需要。

（六）多数市民对看电影的消费热情较高

在回答“如果自己买票去看电影的话，您最喜欢看哪一类电影（可多选） ” 的问题时， 47 ． 4 ％的市民选择“港台电影”，列第一位； 36 ． 8 ％的市民选择“国外大片”，32． 5 ％的市民选择“国产电影”（备注：大陆制作的电影），还有 5 ． 9 ％的市民选择“其他”。调查显示，港台电影、国外大片、国产电影在广大受众中的影响力基本呈三足鼎立之势。深入分析发现， 52 ． 3 ％的农村居民、 47 ． 4 ％的大专以下文化程度的市民、 40 ％的 35 岁以上的市民最喜欢看国产电影，这表明多数国产电影以其较低的消费价格赢得了市场，赢得了这部分人群的喜爱。同时，我市开展的“送电影下乡”等活动也切实提升了国产电影在广大基层观众中的影响力和喜爱度。当然，国产电影也需进一步提高质量，吸引更多高学历、高收入、城镇居民的关注。

（七）市民在阅读方面更倾向于文学休闲类图书

在回答“如果自己掏钱买书的话，您最想买哪一类的书籍（可多选）”时， 31 ． 9 ％的市民选择生活类图书， 27 ％的市民选择小说类图书， 20 ． 5 ％的市民选择文学类图书， 14 ． 7 ％的市民选择少儿类图书， 11 ． 8 ％的市民选择管理类图书， 10 ． 5 ％的市民选择教辅类图书， 10 ％的市民选择传记类图书， 8 ． 8 ％的市民选择经济类图书， 6 ． 5 ％的市民选择农科类图书， 6 ％的市民选择艺术类图书， 5 ． 1 ％的市民选择其他（见图 4 ）。数据表明， 58 ． 9 ％的市民倾向于生活、小说等文学休闲类图书，对其他类图书的选择则呈现出散点分布的趋势。调查发现，不同人群对不同类别图书也有着各自喜好，体现出一定区域特征、职业特点和收入程度。农村居民、大专以上文化程度居民、月收入 1500 元以下居民对农技类图书购买意愿分别为 34 ． 9 ％、 16 ． 3 ％、 10 ． 3 ％ ，对教辅类图书购买意愿分别为 13 ． 3 ％、 26 ． 8 ％、 20 ％ ，表明这部分人群对通过文化消费实现技能提升、收入增加、教育子女有着强劲动力；而城镇居民、大专及以上文化程度居民、月收入较高人群，则对经济、管理类图书的购买意愿较高。

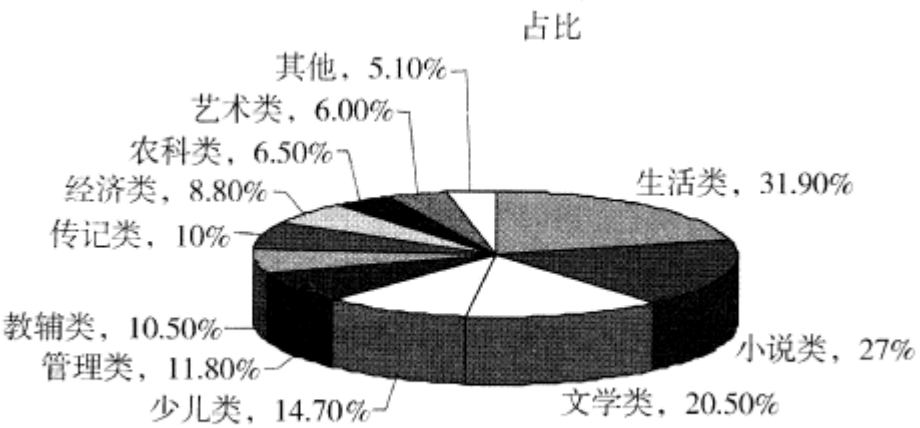

图 4　我市市民书籍消费意向构成图

（八）多数市民愿意在演唱会、音乐会等文艺演出上花钱

在回答“如果自己掏钱看演出的话，您最想去看哪种演出（一可多选）”时， 45．2 ％的市民选择演唱会，排第一位； 21．2 ％的市民选择音乐会， 19．6 ％的市民选择小品，15． 5 ％的市民选择魔术杂技， 8．4 ％的市民选择歌剧话剧， 8．2％的市民选择舞蹈剧， 7 ． 6 ％的市民选择戏曲， 7 ． 3 ％的市民选择其他。这表明，演唱会由于典型的“明星”效应、比较大众的演出方式，得到了多数市民的欢迎；音乐会以其艺术水准较高，也得到了较多市民的喜爱。演唱会在月收入较高群体、 35 岁以下群体、学生、自由职业者中的消费意愿达到了 89 ． 1 ％、 66 ． 1 ％、 59 ． 8 ％、 52 ． 8 ％ ；同时，音乐会也深受城镇居民、文化程度较高群体、 35 岁及以上年龄群体、自由职业者、企业员工、机关/事业工作人员、月收入较高群体的喜爱。从居住区域看，城镇居民最愿意为演唱会、音乐会、小品、魔术杂技演出“埋单”，分别为 48．7 ％、 26．2 ％、15％、13．6％ ；农村居民最愿意为小品、演唱会、魔术杂技、戏曲演出“埋单”，分别为 37．3 ％、 31．2 ％、 29．4 ％、 10 ％。

（九）多数市民未来有增加文化消费支出的愿望

本次调查中，问及今后和未来文化消费的支出，大多数市民表示愿意多掏钱多抽时间进行文化消费。在“今后你是否愿意多掏钱来进行文化产品消费”的调查中， 42 ． 9 ％的市民表示“会多掏钱进行文化消费” ，1 8 ． 3 ％的市民表示不会，还有 38 ． 8 ％的市民表示“看情况再说”。在“今后您是否愿意多抽出时间来进行文化产品消费”的调查中， 50 ． 6 ％的市民表示“会多抽时间进行文化消费” ，14 ． 8 ％的市民表示不会，还有 34 ． 6 ％的市民表示“看情况再说”。调查显示，近一半市民表示会多掏钱、多抽时间进行文化产品消费，仅有 18 ． 3 ％ 的市民表示不会多掏钱、 14 ． 8 ％的市民表示不会多抽时间进行文化产品消费 。 这表明随着经济发展和收入提高，市民加大文化消费支出的意愿十分强烈，全市文化消费市场的前景值得看好。通过对数据的进一步统计分析发现，不同人群对未来文化消费支出呈现不同意愿：从居住区域看，农村居民比城镇居民更愿意进行文化产品消费，愿意多掏钱的农村居民为 46 ． 6 ％ ，比城镇居民 （ 35 ． 7 ％ ）多 10 ． 9 个百分点；愿意多抽时间的农村居民为 50 ． 1 ％ ，比城镇居民 （ 47 ． 8 ％ ）多 2 ． 3 个百分点；从文化程度看，文化程度高的比文化程度低的更愿意进行文化产品消费，大专及以上的市民中， 39 ． 7 ％愿意多掏钱、 51 ． 3 ％愿意多抽时间进行文化产品消费，比大专以下的市民分别高 6 ． 7 和 10 个百分点。

二、重庆市民文化消费中值得关注的问题

当前，我国正处在工业化和城市化中期，随着经济发展和收入的快速增长，文化需求也处于快速增长时期。但是与目前消

费的总体水平和人均 GDP 相比较，我国目前文化消费总量和占比都处于较低水平。本次调查发现，作为我国西部地区唯一直辖市的重庆市，市民文化消费中也存在着一些值得关注的问题，主要表现在以下 4 个方面。

（一）大多数市民文化消费支出预期值不高

市民的文化消费支出预期既从一定程度上反映了市民的文化消费水平，也反映了市民的文化消费购买力。调查结果显示，大多数受访者对文化消费的预期支出普遍不高。在回答“一部您想看的电影，在票价不高于多少时，您会接受买票去电影院看”时， 78 ． 5 %的市民选择不高于 30 元的电影，其中 49 ． 5 %的市民选择不高于 20 元， 29 %的市民选择不高于 30 元；还有 16 ． 9 %的市民选择不高于 50 元， 4 ． 6 %的市民选择不高于 80 元。在回答“一本您很想看的书，在定价不高于多少时，您会接受去书店购买？”时， 74．7 %的市民选择不高于 30 元的书，其中 35．6 %的市民选择不高于 20 元， 39．1 %的市民选择不高于 30 元；还有 18 ． 3 % 的市民选择 50 元， 7 %的市民选择 80 元。在回答“一场您很想看的演出，在票价不高于多少时，您会接受买票去剧院（场）观看？”时， 46 %的市民选择不高于 20 元，32%的市民选择不高于 50 元，17 ． 1 %的市民选择不高于 100 元， 4 ． 9 %的市民选择 100 元以上。调查数据充分表明，选择中等及偏下价格水平的市民占大多数，这主要还是受我市城乡居民总体收入水平不够高、当前包括文化产品在内的物价水平整体涨幅较大等因素的限制和影响，同时也有“物质消费排首位，文化消费可多可少”观念、网上文化产品折扣较大等因素的影响。

（二）文化设施和场所不够便捷成为影响和阻碍部分市民文化消费的重要因素

文化设施和场所是市民文化消费的基本条件，它的便捷性直接影响着市民的文化消费意愿。本次调查发现，当前我市部分地区文化设施和场所不够便捷，成为影响和阻碍部分市民文化消费的重要因素。在“当前影响和阻碍您进行文化产品消费的主要因素是”的问题调查中， 32 ． 5 %的受访者选择“文化设施和场所不够便捷” ，27 ． 7 %的受访者选择“生活压力大，文化消费过于昂贵” ，26 ． 9 %的受访者选择“工作或学习任务重，没有过多的空余时间” ，3 ． 7 %的受访者选择“确实对文化消费没有兴趣” ，9 ． 2 %的受访者选择“其他”（见图 5 ）。由此可见，进一步加强文化设施和场所建设，仍是我们发展文化事业和文化产业的重点之一。同时，还可以考虑通过加大财政补贴、减免税收等方式降低文化产品价格，让群众消费得起。

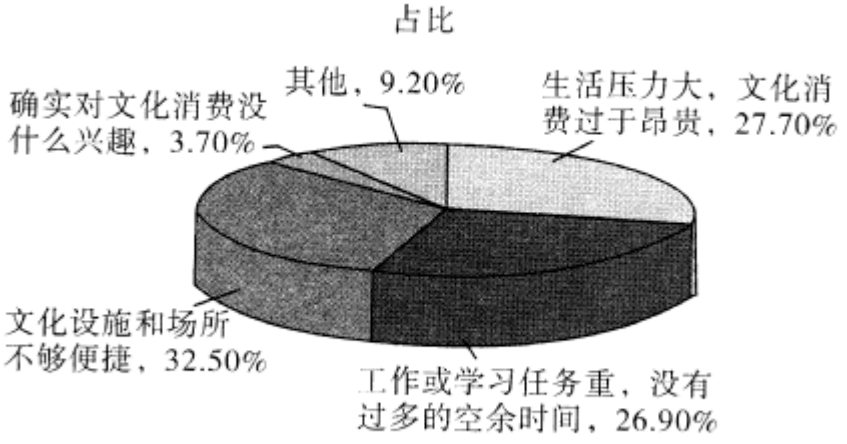

图 5　影响市民进行文化产品消费的主要因素

（三）城乡居民之间文化消费差距比较突出，低收入人群文化消费的时间较少

改革开放以来，特别是近几年来，随着重庆城市化进程的加速推进和城乡统筹步伐的加快，我市农村居民的消费水平和消费结构发生了巨大变化，农村居民的消费正在由温饱型的农产品消费向小康型的工业品消费阶段过渡，他们的文化消费意识逐渐增强，文化消费的规模也在渐次扩大。但本次调查发现，在市民文化消费时间上，我市城乡居民之间文化消费时间差距较为突出。在“您平时是否有时间来进行文化消费”的问题调查中，回答“有”的城镇居民比例达 73．3％，回答“有”的农村居民比例仅为 49．7％；相应回答“没有”的城镇居民比例为 26．7％，回答“没有”的农村居民比例则为 50．3％。由此可见，城乡居民之间在文化消费上存在较大差距。通过对调查数据的进一步统计分析我们还发现，低收入群体（月收入 1500 元以下）的文化消费时间也比较少。在上述同一项问题的调查中，回答“有时间进行文化消费”的低收入群体比例仅为 44．7％，比该项调查全体市民的平均值（ 73．2％ ）低出了 28．5 个百分点。为此，建议各项政策措施应更多向农村居民、低收入人群等社会群体倾斜，以促进他们的文化消费意愿，保障他们的基本文化权益，让全体社会成员共享改革发展成果。

（四）不少市民对当前文化产品的质量还不满意

任何一项产品，其质量对于消费者的影响都是举足轻重的。文化产品的质量高低直接决定着市民的消费需求大小，直接影响着市民文化消费的满意度。本次调查发现，文化产品质量不高成为当前市民文化消费中最不满意的地方。在“您在文化消费中感到最不满意的是”的问题调查中，32．9％的受访者选择的是“文化产品质量不高”，31．2％的受访者选择的是“文化消费价格太贵”，20．8％的受访者选择的是“文化服务档次太低”，15．1％的受访者选择的是“文化消费渠道不畅”（见图 6 ）。由此可见，当前文化产品质量不高成为影响市民文化消费满意度的首要因素。为此，我们应切实解放思想，贴近群众现实需求，加大文化精品的生产创作力度，同时要充分发挥市场的基础性作用，进一步引进竞争机制，提高文化产品的质量和水平。

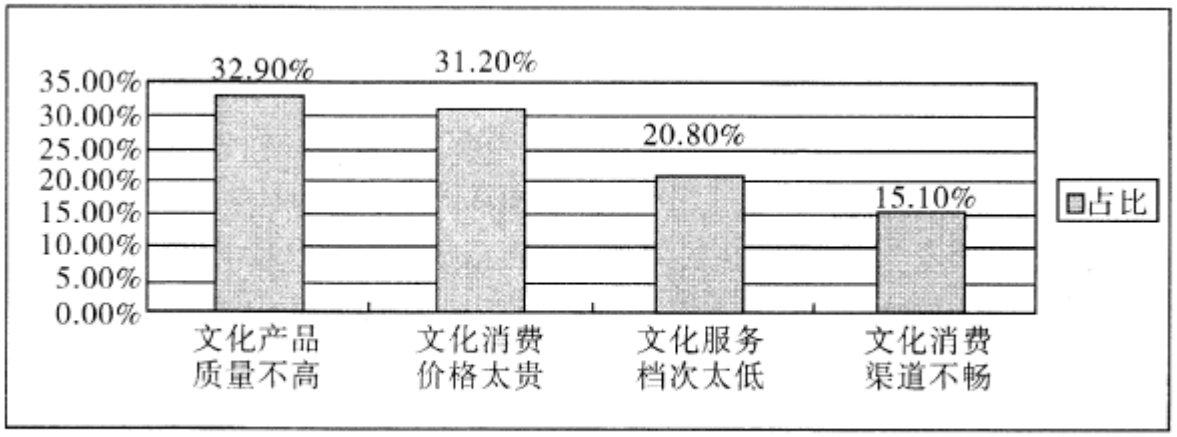

图6　我市文化消费中不满意因素序列图

三、市民对扩大文化消费发展文化产业的期盼和建议

随着转变经济发展方式步伐的日益加快，扩大文化消费对文化产业发展以及寻找新的经济增长点的作用和意义更加突出。本次调查显示，重庆市民对扩大文化消费，发展文化产业，有以下五点期盼和建议。

（一）多数市民希望不断增加收入、改善民生，扩大文化消费

市民收入的高低直接影响着文化消费的规模和实力。在“您的月平均收入中，用来进行文化产品消费的份额一般占多少”的问题调查中，低收入（月收入 1500 元以下）群体中， 74．3％的人文化产品消费占月收入的 1％以下，而这类人群恰好

是比较缺乏文化消费的重点人群之一。由此不难看出，大力改善民生，不断增加市民收入，是扩大市民文化消费的基础条件。本次调查中，在回答“您最希望有关部门从哪一方面人手来刺激市民的文化消费”的问题时， 56 ．1 %的市民选择“改善民生，不断增加市民的收入”，比同题中其他另外几个选项的比例均高出近 30 个百分点，高居所有选项的第一位；对不同人群的调查结果也显示， 77 ．8 %的农村居民、 76 ．6 %的月收入 1500 元以下群体、 65 ．8 %的 35 岁以下群体均选择首要“改善民生、提高收入”。这充分表明，经济是一切政治、文化、社会生活的前提，离开了经济的支撑，文化建设寸步难行。只有在不断发展的经济基础之上，市民的文化消费才有可靠的保障。为此，必须以科学发展观为指导，深入推动经济又好又快发展，为市民扩大文化消费打下坚实的物质基础。

（二）不少市民希望进一步提高文化产品创作生产质量

在“文化中消费感到最不满意的地方”调查中，32． 9 %的市民选择“文化产品质量不高”，列第一位。在另一项“您最希望有关部门从哪方面来扩大市民文化消费”调查中， 26 %的市民希望“提高文化产品创作生产质量”。这表明，当前文化产品的质量和水平与人民群众的实际消费需求之间还存在着一定差距，需要不断提高文化产品创作生产质量，进一步满足广大市民不断增长的精神文化需求。在回答“您认为当前市场上的文化产品质量应从哪方面着力提高”时， 33．4 %的市民选择“增强与老百姓的贴近性”，29 ．6 %的市民选择“打造精品”，23 %的市民选择“增强创意性”，14 %的市民选择“运用先进科技手段”。以上建议对我市加强文化精品的生产创作具有较强的参考借鉴意义。

（三）农村居民、低学历、低收入群体期盼降低文化消费价格

本次调查中，在回答“您最希望有关部门从哪一方面人手来刺激市民的文化消费”时，32． 8 %的市民希望“降低市民文化消费门槛”，其中 45 ．1 %的农村居民、 51 ．3 %的大专以下文化程度群体、 43 ．3 %的月收入 1500 元以下群体都选择了此项。在“以下文化生活的选项中，您最为期待的是”调查中， 35 % 的市民期望“电影票、演出票、书价等价格能够便宜一些”，排第一位；其中 51 %的农村居民、 37 ．5 %的大专以下文化程度群体、 38 ．8 %的月收入 1500 元以下群体都选择了此项。在“当前阻碍您进行文化产品消费的主要因素”的问题调查中， 42 ．7 %的大专以下文化程度群体、 47 %的低收入（月收入 1500 元以下）群体选择了“生活压力大，文化消费过于昂贵”。这表明，农村居民、低学历、低收入群体特别期盼降低文化消费的门槛，特别是降低文化消费的价格，以满足这部分群体的文化消费需求。

（四）多数市民期盼继续加强书店、图书馆、社区活动场所等基础性文化设施建设

调查中，在回答“您认为当前我市哪些文化设施应该加强建设（可多选）” 时， 43 ．4 %的市民认为应着重加强“书店、图书馆、社区活动场所”，超过排名第二的“剧院、音乐厅、演艺场所” 8 ．4 个百分点，超过排名第三的“博物馆、展览馆、艺术园区、文化公园” 17．1 个百分点（见图 7）；而在“当前阻碍您进行文化产品消费的主要因素”的问题调查中，32． 5 %的市民选择“周边缺乏合适的文化设施和场所”；在“以下文化生活的选项中，您最为期待的是”调查中， 26 ．2 %的市民期待“周边能够找到更多合适的文化设施或场所”，列第二位。值得一提的是，对于以上三个问题的回答，不同区域、不同文化程度、不同年龄段、不同行业、不同收入群体的结果较为一致。这充分表明，广大市民都期盼能够多一些“身边的图书馆、书店和社区活动室”，以方便市民参与文化活动。

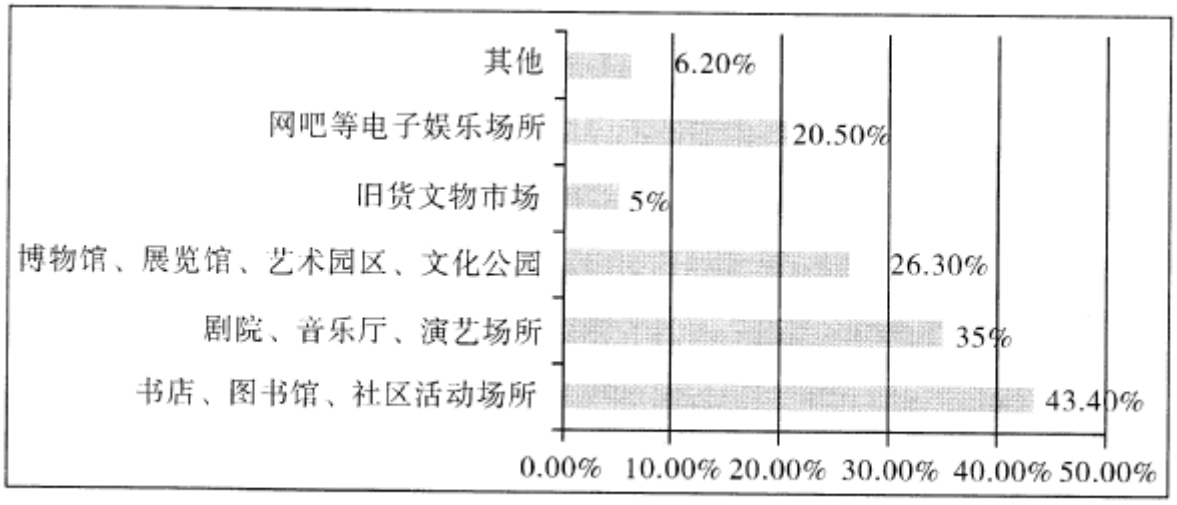

图 7　当前我市文化设施建设需求图

（五）大多数市民希望继续加快发展公益性文化事业

本次调查中，在回答“政府大力发展文化产业时，你对公益性文化事业有何期待”时， 80 ． 9 ％的市民表示“希望继续加快发展公益性文化事业” ，3 ． 9 ％ 的市民表示“希望减少发展公益性文化事业”，还有 15 ． 2 ％的市民表示“无所谓”。这表明，当前市民对加快发展公益性文化事业的愿望十分强烈，迫切希望各级党委和政府做到文化产业和文化事业“两轮驱动”、“两翼齐飞”。调查数据充分说明，只有将文化建设与人民群众的文化权益紧密结合起来，尽快建立起覆盖全社会的公共文化服务体系，提高文化服务能力，繁荣公共文化产品，才能够实现好、维护好、发展好广大人民群众的基本文化权益，最大限度地满足人民群众日益增长的精神文化需求。