

<<经济生活大调查>>

图书基本信息

书名：<<经济生活大调查>>

13位ISBN编号：9787111277637

10位ISBN编号：7111277635

出版时间：2010-2

出版时间：机械工业出版社

作者：CCTV中央电视台《中国财经报道》栏目组 编

页数：237

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<经济生活大调查>>

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，通过将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！

<<经济生活大调查>>

内容概要

“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、实事动态编制调研问卷，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。

<<经济生活大调查>>

作者简介

中央电视台财经频道、国家统计局、中国邮政集团 强强联手，重磅推出

<<经济生活大调查>>

书籍目录

推荐序前言引子第1章 2009年经济生活大调查 数据分析报告 调查样本分布特征 百姓对2009年国内事件的关注度 主要的家庭困难：住房问题再度提升 “电脑”、“旅游”、“汽车”：2010年三大购买需求 投资何处去 百姓2010年收入预期 房，买还是不买 未来十年，什么将影响我们的生活 百姓对幸福感的评价 聚焦全球目光的2009 中国经济“V形”复苏 2009年楼市流行词 节能减排，中国在行动 2009年国内十大新闻第2章 2008年经济生活大调查 数据分析报告 调查样本分布特征 百姓对2008年国内事件的关注度 百姓对2008年国际事件的关注度 【现场片段】2008年是世界全面了解中国的一年 主要的家庭困难：就业问题被热议 【现场片段】解决中国就业的主要地方还是发达地区 股票投资：该不该爱你 【现场片段】中国股市将何去何从 危情楼市：到底该如何选择 【现场片段】2009年的房地产市场不会很热 百姓2009年收入预期 百姓购买意愿 【现场片段】内需是保增长的引擎 中国经济能否继续增长，世界经济何去何从 【现场片段】中国有能力率先走出危机 百姓对幸福感的评价 网上调查结果 金融危机下的2008年 4万亿元，经济寒冬里的一把火 中国楼市大变局 2008年中国股市盘点 奥运梦想一朝圆 就业何其难 2008年国内十大新闻第3章 2007年经济生活大调查 数据分析报告 调查样本分布特征 百姓对2007年最感兴趣的热门词汇 【现场片段】印象2007年 2007年公众印象最深的经济政策 最有价值的投资：基金 【现场片段】2007年中国股市十大事件 最期待的改善：医院和住房 最突出的问题：物价上涨 【现场片段】房子的梦想 百姓的实际与预期支出 百姓2008年收入预期 迎接改革开放30年 【现场片段】改革开放30年 百姓对幸福感的评价 网上调查结果 疯狂的2007年 2007年股市回望 看不到尽头的房价 疯狂上涨的CPI 2007年国内十大新闻第4章 2006年经济生活大调查 数据分析报告 调查样本分布特征 百姓对2006年政策评价 百姓关注的2006年战略和财经事件 百姓2007年收入和支出预期 百姓对幸福感的评价 百姓2007年期待改善方面的政策 满怀信心的2006年 人民币升值 青藏铁路的世界之最 农业税成为历史 2006年国内十大新闻后记参考文献

<<经济生活大调查>>

章节摘录

插图：现代生活的快节奏已经使人们很少静下心来思考身边的人和事，甚至连交流和沟通都成了奢侈。

一份调查不仅会为百姓提供一个表达观点的平台，调查也在媒体与大众之间，建立了一种人和人之间的沟通。

一项调查不但能总结出一年的经济变化，还能反映百姓对经济的一种判断，对经济的主张，所以“我的经济主张”通过电视这样一个窗口向普通百姓释放出了参与和民主的意愿，让更大范围的群体都能够参与到经济生活当中来，让每一个人都参与到中国经济的回顾、分析，乃至评论中来。

于是，通过调查来梳理中国经济一年所走过的路，了解老百姓在过去一年的生活状态，以及他们对未来预期的“经济生活大调查”由此而生。

我们所期待的是一份“中国经济在中国百姓心中的回响”。

在国家统计局的支持和指导下确定的10万份调查样本量，更开创了我国媒体最大范围针对普通百姓进行调查的先河。

中国有13亿人口，有着多样性的生活特征，而且生活在广袤的土地上，这么多的人，这么多的地区，这么多的差异，调查问卷的形式、如何保证回收率真实有效都成了摆在我们面前的难题。

这时，一个似乎已被现代社会遗忘的网络，一个覆盖了中国整个国土，几乎算是世界上最大的绿色邮政网络向我们伸出了援助之手，国家邮政总局为我们打开了沉默的绿色大门。

在经济高速发展的今天，网络虽然发达，但它依旧存在到不了的地方、无法推广的人群，但中国邮政却有着中国最古老、遍布范围最广也是最行之有效的绿色网络，利用这一网络不仅节省了调查的成本，更让每一份调查都能真实地送到每一个人的手中。

最终调查与邮政相结合、承载着经济生活大调查提问的明信片由此而生。

<<经济生活大调查>>

后记

每年到年末，盘点、综述、整合往往占据了各大媒体最重要的位置。

无一例外，中央电视台经济频道每年也都要推出一档特别的节目，《中国财经报道》曾连续几年做过“CCTV中国经济年度报告”，那时我们通常更多地是关注一些学者、官员、专家对经济生活的分析、判断。

一本《世界是平的》在2006年向我们传递出一个重要的信息，那就是应该改变垂直思维的观念，变成一种平面的思维，角度的变化不禁让我们想到，对于中国经济的分析、总结，一个百姓的意见、判断与专家相比应该具有同等效力。

十年前，《中国财经报道》和国家经济景气检测中心曾联合策划制作过《每周调查》，通过问卷调查的形式了解普通居民的消费意向、投资意向、未来预期，调查的数据和结果曾被多家媒体转载。

作为媒体调查，问卷的内容是由我们确定调查方向、确定主题，这是由媒体的定位来决定的，而实际上这也是获取独家新闻的一种手段，也是通常所说的数字所以这十大产业如果能够稳定下来，财政、税收、就业、‘三农’问题就基本能够稳定。

”随着国际金融危机在全球蔓延，中国外部需求减缓，导致产品出口量下滑明显。

十大产业调整振兴规划提出，要采取积极措施，提振机械设备、纺织、钢铁、轻工等行业增长。

具体措施包括增加对经营困难企业的信贷支持，提高部分产品出口退税率等。

这些措施被认为有利于缓解企业当前所面临的困难。

<<经济生活大调查>>

媒体关注与评论

用明信片进行调查，给统计调查工作提供了一个非常重要的渠道和网络。

我没有听过国际上采用过这种方式。

无论从样本量看，还是从回收率看，CCTV经济生活大调查都充分代表了13亿人的想法，涵盖了960万平方公里的地域。

——姚景源 国家统计局总经济师经济生活大调查的特点，就是及时和全面。

对于及时掌握全国各地的经济情况、整体判断经济走势具有重要意义。

——胡大源 北京大学国家发展研究院副院长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。

创新的媒体传播方式，也是邮政普遍服务功能的一次延伸。

——李国华 中国邮政集团公司副总经理当网络媒体做到更快捷、更丰富的时候，电视节目就不得不在深度上下功夫了。

《中国财经报道》以广阔的视野、深入的解析和专业的评论，在当代媒体大拼杀中闯出了一条血路。

——苗棣 中国传媒大学教授立意高而离观众不远，主题大而内容不空，视角专而表现不涩，永领财经报道新风。

——施光耀 中国上市公司市值管理研究中心主任它的特点就是贴近民生，有助于决策，它提出的问题都是老百姓关心的。

大调查对于摸清老百姓关心的问题、掌握社会经济发展的动态，具有重大的意义。

——潘建成 国家统计局经济景气监测中心副主任

<<经济生活大调查>>

编辑推荐

《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，调查举世瞩目中央电视台财经频道、国家统计局、中国邮政集团强强联手，重磅推出国家统计局总经济师姚景源专文推介1996年7月，《中国财经报道》在中央电视台财经频道诞生。它致力于提供精准实用的投资理财信息，迅速成为当年中国电视财经栏目的旗舰。十多年来。

《中国财经报道》以“打开经济问号”为使命，连续策划制作了《红色财经之旅》、《中国经济大讲堂》、《CCTV中国经济年度报告》、《经济生活大调查》等重大经济题材的节目，曾连续两年被评为“中国电视节目榜”最佳财经节目。

2006年8月，《中国财经报道》转型为中央电视台财经频道中一个时长60分钟的大型财经深度调查和评论栏目。

面对具有极强不确定性的全球化市场，它始终坚守在经济的最前沿，以力求“选题精准”为节目理念。

坚持不懈地用独特的视角“聚焦争议话题、解密市场玄机、关注重大变革、剖析典型案例”。

接连奉献了《争议电动车》、《有色金属高价之忧》、《林毅夫零距离》等有影响力的深度报道节目和《“生”于1977》等系列节目。

进入2008年，《中国财经报道》又及时抓住市场热点，连续策划推出了《牛熊一年间》、《“入木三分”探红木》、《玩石价几何》、《次贷飓风的未解之谜》、《油价大赌局》、《高粮价警报》、《一个出口大户的“生死劫”》等财经节目，在业界产生了广泛的影响。

过去经历什么样的磨难和挑战，什么事情给我们留下深刻的印象；未来的打算是什么，最大的心愿又是什么。

汇集10万公众的心声，代表亿万普通中国民众的选择。

由中央电视台财经频道、国家统计局、中国邮政集团三方强强联手缔造的“经济生活大调查”。

印证了中国人4年经济生活变迁的轨迹。

进行4年以来，每年的问卷回收率都超过了80%，这样一个破纪录的回收率，具有较强的独特性、科学性、广泛性以及问卷设计的合理性、全面性。

数据最终反映的结果是能够充分代表中国13亿人的想法，能够涵盖960万平方公里的状态。

“经济生活大调查”采取的调查方式，涵盖我们社会各个层面的人，包括男女老少，富裕的和生活比较困难的人，其中既有白领、领导干部，也有普通的农民、牧民。

在梳理了过去经济大事，精确、科学、权威地概括总结了经济成就、经济热点的同时，“经济生活大调查”充分反映了老百姓的一些认知和对经济生活的愿望与诉求，反映了老百姓前一年当中最关心的问题 and 未来的发展趋势。

<<经济生活大调查>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>