

占总数的 13.8%；100000 元以上为 110 人，占总数的 4.6%。

## 二 中国民众对日本的印象及亲近感

为了调查日本在中国民众心中的形象，问卷设了“说到日本您会想到什么？”这一多选题。如图 4-3 所示，与 2008 年调查相比，本次调查在所有选项上的比率都高于 2008 年的调查，但两年来中国民众心目中的日本形象在总体上没有发生大的变化。本次调查在这个问题上增加了“科技先进”和“环境优美”这两项，共设有 16 个选项。从位次上看，前五位的顺序是“侵华日军”、“樱花”、“富士山”、“靖国神社”、“天皇”，与 2008 年的数据比较，“名牌汽车家电”由第五位降至第七位，“天皇”由第七位上升到第五位。第六位到第十位的顺序是“科技先进”、“名牌汽车家电”、“太阳旗”、“日本料理”、“影视明星、卡通、电子游戏等”，新设的“科技先进”选项排在较前的位次。选择“新干线”、“右翼势力”比例低于新设的“环境优美”选项，人们对“和平宪法”、“日元贷款”的认知度同样较低。

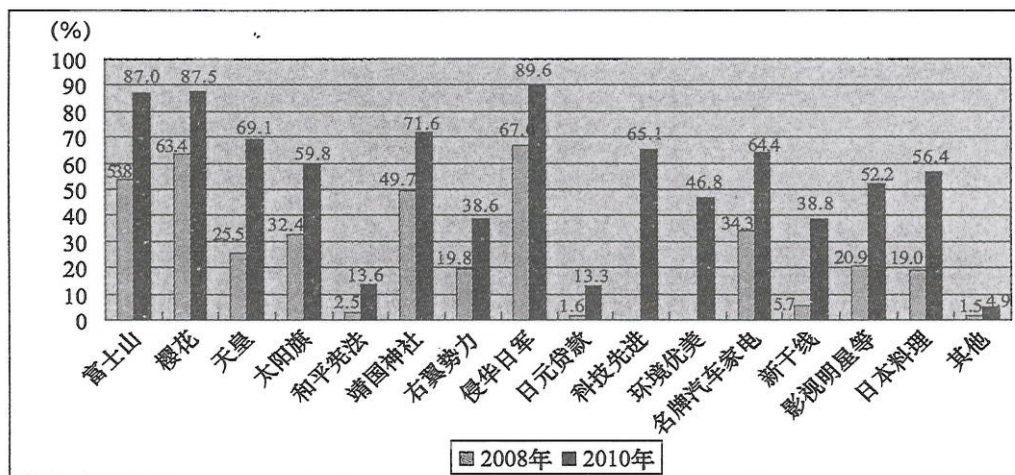


图 4-3 中国民众心目中的日本形象调查结果

在对日本是否感到亲近方面，调查数据没有明显变化，对日本感到不亲近的比率远高于感到亲近的比率。如图 4-4 所示，在本次调查当中回答感到“非常亲近”和“亲近”者共为 181 人，占被调查者总数的 6.7%，感到“不亲近”和“很不亲近”者为 1519 人，占总数的 56.5%。