

城乡居民文化消费对我国文化产业发展影响的实证研究

陈南岳,全少华^①,杨灵芝^②,李欢^②
(南华大学 经济管理学院,湖南 衡阳 421001)

[摘要] 文章运用计量模型对城乡居民文化消费、文化投资与GDP的关系进行了实证分析,结果表明城乡居民文化消费比文化投资更能促进我国文化产业发展,从而提出我国文化产业发展应从促进文化消费需求入手,通过城乡居民文化消费需求的协调增长来促进我国文化产业又好又快的发展。

[关键词] 文化产业; 城乡居民文化消费; 文化消费结构; 文化投资

[中图分类号] G124 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2013)03-0046-04

一 问题的提出

2011年10月18日党的十七届六中全会审议通过的《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》(以下简称《决定》)指出,要加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济的支柱性产业,并审时度势地提出了建设“文化强国”的长远发展战略。可见,大力发展文化产业已是大势所趋,然而目前我们需要解决的现实问题是如何才能更好地促进我国文化产业发展。

对于文化产业学术界并没有统一的定义,本文沿用2012年国家统计局的定义:文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。一个产业的发展离不开投资、消费和出口的拉动,文化产业的发展莫能例外。从投资、消费与总需求的关系上看,消费是总需求的终极推动力量。投资虽然在短期内能刺激需求,但也会形成未来的供给。在一些文化设施利用尚不充分的情况下再进行投资,势必会加剧资源的闲置。投资最终靠消费拉动,消费才是拉动需求的最终决定力量。由于目前我国文化产品出口竞争力不强,文化产品在国际化文化市场上出口份额所占比例还很低,所以单纯的文化产品出口短期内也不足以推动我国文化产业发展。

在文化产业投资与文化产品出口受到一定影响不能充分发挥其作用的情况下,如何才能更好地促进我国文化产业发展呢?党的十七届六中全会通

过的《决定》指出,增加文化消费总量,提高文化消费水平,是文化产业发展的内在动力。2012年的政府工作报告再次提出,要鼓励文化、旅游等消费,着力扩大文化消费需求,从而推动文化产业成为国民经济的支柱性产业。对此,学者们也从不同角度进行了研究。房宏婷认为,文化消费对文化产业发展起决定作用,文化消费的水平体现了文化产业发展的程度^[1]。邓安球利用2004年与2005年的数据对比说明,我国文化产业实现的增加值是居民文化消费的结果,居民文化消费是推动我国文化产业发展的动力^[2]。林东生认为,消费需求决定生产,消费是产业发展的源泉。文化消费是文化产业形成和发展的动力和源泉^[3]。于泽、朱学义以江苏省为例,实证分析了文化消费、投资与GDP的关系,结果显示:现阶段文化消费对文化产业的影响要大于文化投资,文化消费与文化投资相比更能促进文化产业的发展,并提出增加人均可支配收入以刺激文化消费需求来促进文化产业的发展^[4]。从以上研究中不难发现,我国文化产业的发展离不开文化消费需求水平的提高,文化消费需求才是我国文化产业发展的源泉。本文试图探讨的问题就是城乡居民文化消费对我国文化产业发展的影响程度。

二 实证分析

(一)我国城乡居民文化消费支出比例严重偏低

文化消费是指人们在使用精神文化产品或服务

[收稿日期] 2013-01-25

[基金项目] 2013年度湖南省大学生研究性学习和创新性实验计划项目资助

[作者简介] 陈南岳(1968-),男,湖南祁东人,南华大学经济管理学院教授,博士。

^①南华大学经济管理学院硕士研究生。^②南华大学船山学院学生。

满足其精神需要时所进行的一种消费活动,主要包括教育消费、文化娱乐用品及服务类消费等方面。文化消费需求属于一种高层次的精神需求,按照马斯洛的需求层次理论,人们只有在满足了其物质需要之后,才会去追求像文化消费这样高层次的精神需求。现阶段,随着我国人们生活水平的显著提高,城乡居民文化消费能力不断增强,对高层次的文化消费需求也迅速扩张。

王亚南对比全国城乡居民文化消费需求得出,2000—2008 年我国城镇居民人均文教消费需求总增长 116.35%,农村居民人均文教消费需求总增长 68.45%,城乡居民文化消费需求增长趋势尤为明显^[5]。2010 年我国的人均 GDP 达到 4682 美元(29992 元人民币),文化消费总规模为 13362.8 亿元人民币,城乡居民文化消费支出占居民家庭消费总支出的 10.03%(其中城镇居民文化消费总量为 10901.6 亿元人民币,占城镇居民消费总支出的 12.08%;农村居民文化消费总量为 2461.2 亿元人民币,占农村居民消费总支出的 8.37%)^①。根据国际经验,当人均 GDP 为 1000 美元、恩格尔系数为 44%时,城乡文化消费应占个人消费的 18%;当人均 GDP 超过 3000 美元的时候,该国的文化产业和文化消费就会快速增长;当人均 GDP 接近或超过 5000 美元时,文化产业和文化消费则会出现“井喷”式发展。按照国际经验估算,2010 年我国城乡居民文化消费支出总量应该在 4 万亿元以上,而 2010 年我国实际文化消费总量才 13362.8 亿元,两者之间的缺口竟达 3 万亿元。可见,目前我国城乡居民文化消费的潜力远未得到释放,我国城乡居民文化消费还处于起步阶段。而且,随着我国经济的快速发展,我国城乡居民文化消费需求的缺口还会进一步扩大。

因此,我国城乡居民巨大文化消费需求缺口的存在,在市场机制的作用下,必将推动我国文化产业的迅猛发展。

文化消费需求作为消费需求的组成部分,其地位和重要性随着经济社会的发展而日趋明显,这一变化趋势与文化消费的自身特点有关。文化消费与其他消费不同的是,包括教育在内的文化消费它具有一定的类似人力资本投资的性质,城乡居民现在的文化消费能提高城乡居民未来文化消费的意愿和能力,而城乡居民文化消费意愿和能力的提高反过来又会促使未来文化消费需求的进一步增加。同时,文化消费需求的增加势必会拉动相关文化产品与服务企业的发展,比如人们对书刊、动漫及网络游

戏等消费需求的增加必定会导致制造这些产品的上游企业扩大生产规模,而且也会促使生产这些消费品的生产企业增加对原材料及机器设备等的投资。从理论上讲,只要社会中不存在资源的限制性,文化消费需求因具有较高的边际消费倾向,其消费需求数量的增加将会拉动投资需求的成倍扩大。根据凯恩斯的乘数理论,文化消费的增长不仅会导致投资需求的成倍增长,而且会拉动国民经济成倍的增长。根据国家统计局的数据,“十一五”期间,我国城镇居民教育文化娱乐服务边际消费倾向(MPC)从 5%上升到 12%,农村居民教育文化娱乐服务边际消费倾向从 2%上升到 8%^①。尽管我国城乡居民教育文化娱乐服务边际消费倾向上升趋势比较明显,但是与发达国家文化消费边际倾向相比,我国城乡居民教育文化娱乐服务边际消费倾向仍十分低。

因此,刺激城乡居民文化消费需求的扩张,不仅会提高我国城乡居民教育文化娱乐服务边际消费倾向,而且会拉动我国文化产业投资的成倍增长,这将极大地促进我国文化产业的发展。

(二)城乡居民文化消费对文化产业发展影响的定量分析

表 1 我国 1990—2010 年我国 GDP、
城乡居民文化消费与文化投资

单位:亿元

年 份	GDP	城乡居民文化消费	文化投资
1990	18667.8	603	102.52
1991	21781.5	685.7	119.39
1992	26923.5	846.4	151.34
1993	35333.9	1141.8	204.45
1994	48197.9	1500.3	261.53
1995	60793.7	1979.9	352.69
1996	71176.6	2525.7	418.31
1997	78973	3016.1	529.21
1998	84402.3	3403.4	615.56
1999	89677.1	3861.6	711.65
2000	99214.6	4391.5	823.37
2001	109655.2	4849.1	951.364
2002	120332.7	6176	1164.56
2003	135822.8	6705.1	1953.7
2004	159878.3	7539.3	2334.2
2005	184937.4	8122.8	2652.7
2006	216314.4	9042.6	2987
2007	265810.3	9981.5	3350.7
2008	314045.4	10587.5	3791.9
2009	340902.8	11718.9	5367.9
2010	401512.8	13195.5	6324

资料来源:根据 1991—2011 年《中国统计年鉴》相关数据计算整理而得本文得到 2013 年度湖南省大学生研究性学习和创新性实验计划项目的资助。

由于我国文化产品出口还很少,对文化产业发展影响很小,因此本文仅考虑城乡居民文化消费与文化投资对文化产业发展的影响程度。在研究城乡居民文化消费与文化投资对文化产业发展影响的过程中,城乡居民文化消费与文化投资是自变量,其中城乡居民文化消费指标用我国城乡居民文化消费总量(单位:亿元)表示,文化投资指标用我国文化产业投资总额(单位:亿元)表示,分别计作:CON、INV、GDP(单位:亿元)为因变量。本文所采用的数据是 1990—2009 年的样本数据,数据来源于《中国统计年鉴》(1991—2010 年)(见表 1)。为了消除时间序列数据

中的异方差问题,本文将城乡居民文化消费总量(CON)、文化投资(INV)、GDP 分别进行对数变换,变换后的变量分别用 LNCON、LNINV、LNGDP 来表示。然后,对三个变量进行 ADF 检验,其检验结果见表 2。

从表 2 可以看出,三个变量的 ADF 检验结果均呈平稳性,因此我们可以建立回归模型来验证。

为了进一步分析城乡居民文化消费及文化投资对我国文化产业发展的影响程度,我们将 1990—2009 年我国城乡居民文化消费总量、文化投资与 GDP 的相关数据带入计量软件 Eviews6. 0 建立回归模型得到如表 3 回归结果。

表 2 ADF 平稳性检验结果

变量	检验类型	ADF 统计量	1% 临界值	5% 临界值	10% 临界值	结论
LNGDP	(C,0,1)	-5. 265874	-3. 920350	-3. 065585	-2. 673459	平稳
LNCON	(C,0,1)	-4. 166574	-3. 808546	-3. 020686	-2. 650413	平稳
LNINV	(C,0,1)	-3. 905267	-3. 831511	-3. 029970	-2. 655194	平稳

$$\text{LNGDP} = 4. 743743 + 0. 686829\text{LNCON} + 0. 167044\text{LNINV}$$

(3. 8213)

(3. 5493)

(2. 5361)

$$R^2 = 0. 995 \quad DW = 2. 056 \quad F = 703. 439$$

表 3 方程计量回归结果

变 量	回归系数	标准误差	T 统计量	概率
C	4. 743743	1. 241382	3. 821339	0. 0019
LNCON	0. 686829	0. 193509	3. 549331	0. 0032
LNINV	0. 167044	0. 108746	2. 536091	0. 0147
可决系数	0. 995049	因变量标准差		0. 761377
调整的可决系数	0. 993635	F 统计量		703. 4386
DW 统计量	2. 055528	F 统计量概率		0. 0000

以上回归结果显示,方程整体拟合优度 R² 达到了 99% 以上,系数和回归方程都通过了 t 检验和 F 检验,城乡居民文化消费每增加 1 个百分点,将带动 GDP 增长 0. 686829 个百分点,文化投资每增加 1 个百分点,将带动 GDP 增长 0. 167044 个百分点。通过上述模型的分析,可以看出我国城乡居民文化消费对促进 GDP 的贡献率较高,相比我国文化投资的贡献率而言,我国城乡居民文化消费对 GDP 的贡献率更高,从而说明了城乡居民文化消费对我国文化产业发展的影响程度要大于文化投资对文化产业发展的影响程度。这也进一步说明,我国文化产业发展必须以城乡居民文化消费需求为导向,并通过城乡居民文化消费需求的提高促进文化投资的增加,进而促进我国文化产业发展。

由于本文只想通过实证模型分析我国城乡居民文化消费对文化产业发展的影响程度,从而证实上述理论分析的可靠性。因此,实证模型中并没有加入其它解释变量,从而可能导致了我国城乡居民文化消费、文化投资与文化产业发展指标的关系研究排除了其它促进因素指标的影响,但总的来说我国城乡居民文化消费对文化产业发展的贡献是显而易见的。

(三)从城乡居民文化消费结构角度分析

近年来,我国城乡居民文化消费支出结构也出现了一些新的变化。据国家统计局发布的数据,2005 年到 2010 年间,我国城镇居民人均教育消费支出占城镇居民人均教育文化娱乐服务消费总支出从 52% 下降到 40. 6%,城镇居民人均文化娱乐用品消费支出比基本没有变化,而城镇居民人均文化娱乐服务消费支出比则从 22. 5% 上升到了 34. 4%^①。从统计数据中我们可以看出,“十一五”期间,城镇居民教育消费支出仍然占文化消费支出很大比重,但下降趋势较为明显;城镇居民文化娱乐用品消费支出比基本持平;而城镇居民文化娱乐服务消费支出比上升较快,且逐步超出了文化娱乐用品消费支出比。同样,我国农村居民教育消费支出占文化消费支出比重也很大,相对城镇居民而言,农村居民在

文化娱乐用品消费上的支出比要大于其在文化娱乐服务消费上的支出比。随着城乡居民文化消费结构不断优化,我国文化产业结构也不断得到优化,城乡居民文化消费结构的优化升级将成为促进我国文化产业结构优化升级的源泉。

三 结论与展望

本文利用《中国统计年鉴》(1991—2010年)的有关数据,对城乡居民文化消费影响我国文化产业发展分别从城乡居民文化消费支出比例、实证模型及城乡居民文化消费结构三个角度进行了实证分析,结果显示:城乡居民文化消费对我国文化产业发展有显著的正向影响,城乡居民文化消费相对于文化投资对我国文化产业发展的贡献率更高,城乡居民文化消费结构的转变促进了我国文化产业结构的优化升级。因此,我们应该从刺激文化消费需求入手,通过扩大城乡居民文化消费需求特别是农村居民文化消费需求来促进我国文化产业发展。同时,要注重城乡居民文化消费需求的协调增长,这将有利于我国文化产业又好又快地协调发展。

由于我国文化产业发展尚处于起步阶段,产业化水平还比较低,通过刺激城乡居民文化消费需求来推动文化产品和服务供给的能力非常有限,而有限的供给能力又可能反过来遏制了城乡居民文化消

费需求。当然,以城乡居民文化消费需求来推动我国文化产业发展,在实际运行过程中还可能会遇到一些需要解决的现实问题。因此,如何充分释放城乡居民文化消费的潜力、如何引导城乡居民文化消费需求的协调增长以及如何更好地通过城乡居民文化消费需求的协调增长来促进我国城乡文化产业的协调发展等问题,值得我们进一步深入研究和探讨。

注释:

① 根据1990—2010年《中国统计年鉴》相关数据计算整理。

[参考文献]

[1] 房宏婷. 论文化消费与文化产业的互动关系[J]. 理论学刊, 2011(10): 111-114.

[2] 邓安球. 论文化消费与文化产业发展[J]. 消费经济, 2007(3): 16-19.

[3] 林东生. 论文化消费增长与文化产业发展趋势[J]. 东岳论丛, 2011(5): 105-107.

[4] 于泽, 朱学义. 文化消费对文化产业影响的实证研究[J]. 消费经济, 2012(5): 74-77.

[5] 王亚南. 全国大中城市文化教育消费需求态势透视——“十一五”期间增长分析、景气排行与预测[J]. 文化艺术研究, 2010(3): 29-48.

Empirical Research on Effects of Cultural Consumption of Urban and Rural Residents to Development of China's Cultural Industry

CHEN Nan-yue, QUAN Shao-hua, YANG Ling-zhi, LI Huan
(University of South China, Hengyang 421001, China)

Abstract: The paper does empirical analysis on the relationship between cultural consumption of urban and rural residents, cultural investment, and GDP. The result shows that it is cultural consumption of urban and rural residents not cultural investment that could promote the development of China's cultural industry further, which proposes that the development of China's cultural industry should start with demand for cultural consumption, and promote the development of China's cultural industry sound and rapidly through the coordinated growth of the demand for cultural consumption of urban and rural residents.

Key words: cultural industry; cultural consumption of urban and rural residents; cultural consumption structure; cultural investment