

---

# “十五”期间上海市文化消费变动因素研究<sup>\*1</sup>

邹晓东

(复旦大学经济研究中心 200433)

**【内容摘要】**：“十五”期间，《新世纪上海文化发展规划》提出了把文化产业建设成为其主导产业的目标。近年来，随着上海市居民收入水平的不断提高，文化产业的快速发展，带动了文化消费规模的不断扩大。但现有文化产业发展仍然存在很多不足，依旧不能充分满足各层次文化消费需要。包括市场参与主体多元化上还有待加强，文化产业软性投资落后于硬性投资，产业可持续性发展能力较差，法律法规的规范性不强等，影响了上海市民文化消费水平的提高。本文采用经济计量的实证分析方法，针对上海地区近年来的文化消费发展状况进行研究，从收入、投资和教育水平等方面对文化消费的影响进行估计，并提出政策建议。

**【关键词】**：“十五” 文化消费 因素

**【中图分类号】**：F719      **【文献标识码】**：A      **【文章编号】**：1005- 1309( 2007) 06- 0059- 07

## 一、上海市文化产业的发展现状

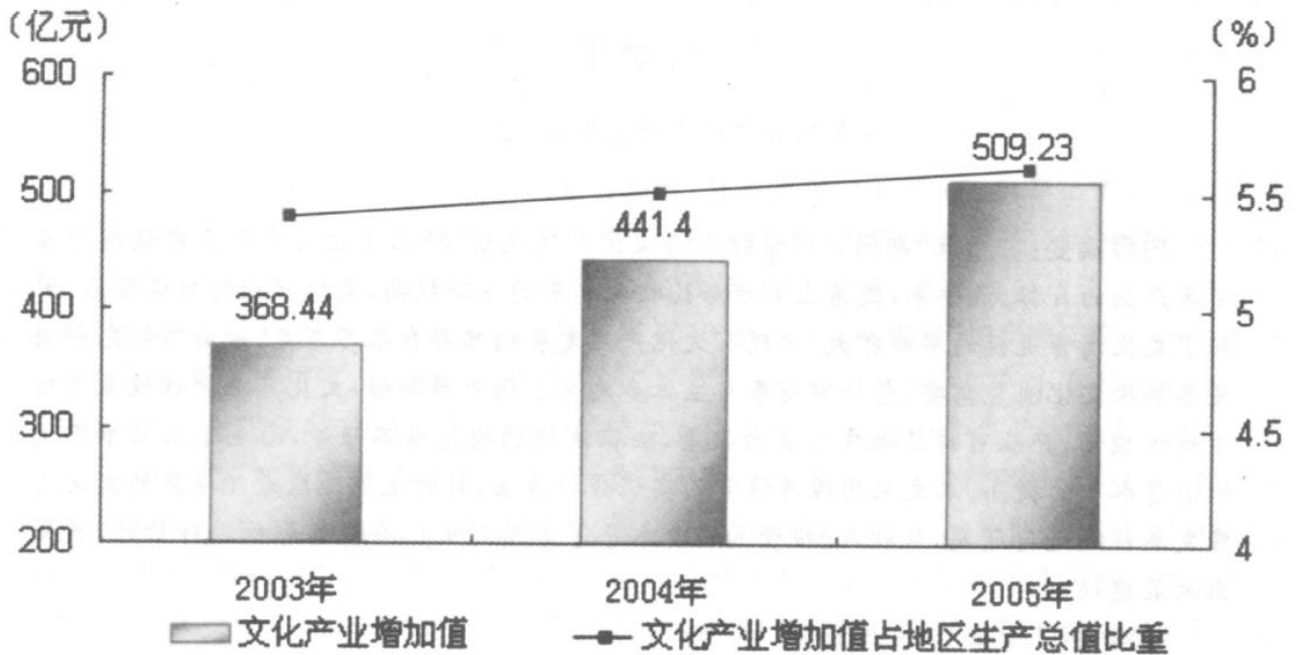
对于文化产业的定义和分类，可以据国家统计局在2004年4月制定的《文化及相关产业分类》所指，“文化及相关产业是指为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合”。<sup>①</sup>根据此种界定，文化及相关产业的范围包括提供文化产品(如图书、音像制品等)、文化传播服务(如广播电视、文艺表演、博物馆等)和文化休闲娱乐(如游览景区服务、室内娱乐活动、休闲健身娱乐活动等)的活动，它构成文化产业的主体；同时，还包括与文化产品、文化传播服务、文化休闲娱乐活动有直接关联的用品、设备的生产和销售活动以及相关文化产品(如工艺品等)的生产和销售活动，它构成文化产业的补充。

上海市文化产业近年来得到很大发展，一是得益于政府对于文化体制改革的成功，通过引进外部文化活动和激活本地文化产业供给渠道等手段，文化发展机制更加灵活，文化活动类型更加丰富，文化运行质量进一步提高；二是居民生活水平和收入水平不断提高，2005年上海人均GDP已经超过了5000美金，对于文化消费的需求正在迈上一个新的台阶。据上海市政府公布的资料显示，2005年上海文化产业继续以高于上海经济平均增幅的速度迅速发展，文化产业总产出达到2081.01亿元，比上年增长13%；实现增加值509.23亿元，按可比价格计算，比上年增长13.2%，增幅高出同期全市GDP增速2.1个百分点；文化产业增加值占本市地区生产总值的5.6%，同比提高0.1个百分点；对全市经济增长的贡献率达到6.5%。<sup>②</sup>

文化产业的迅速发展，不仅体现在经济效益方面，还能够在一定程度上解决诸如保持社会稳定和提高社会就业水平等问题，具有较强的“外部效应”和产业带动效应。文化产业的健康持续发展，能够不断营造积极向上的文化氛围，提高全体居民的文化素养，对营造和谐快乐的社会环境具有十分重要的作用。同时，文化产业对就业的拉动作用十分明显，特别是文化娱乐、文化旅游、网络服务、演艺、博物、书报刊零售、印刷等行业就业人数增长较快，对城市的稳定、发展起到积极作用。2005年上海市文化产业从业人员为44.48万人，占全市从业人员的5.2%。

---

<sup>1</sup>收稿日期：2007- 05- 11



2003年~ 2005年本市文化产业增加值情况

资料来源:《2005年上海文化产业发展情况》

对于以发展国际化大都市为目标的上海而言,文化产业发展已经成为上海市经济产业发展的重要组成部分。在现有工作基础上,进一步加深对于文化产业发展规律的了解,采取正确的措施推进文化消费在本地不断发展,具有十分重要的意义。

## 二、影响居民文化消费的主要因素

影响文化消费的因素有很多,主要包括以下几个方面:

### 第一、居民的收入水平

居民的收入水平,特别是居民的可支配收入水平,决定了他们文化消费能力的大小。一般来讲,消费者的收入水平越高,文化消费量也就越大,两者成一定的正相关性。根据美国学者马斯洛(Maslow)关于欲望和需求层次的解释,人们只有在满足基本的生理需要之后,才能产生如社会需要、感性的需要、爱的需要等后续需要。因此,人们的收入只有在达到满足基本物质需求的水平之后,才可能在基本文化消费基础上进一步加大对文化消费的支出。同时,与基本的生活产品相比,文化消费品还是一种奢侈性的消费产品,它的消费量变化相对于消费者的可支配收入水平变化表现出较高的弹性,当居民的可支配收入增加时,他们就可能把更多的收入投入到文化消费中来,从而促进社会文化消费的发展。

### 第二、居民受教育的水平

居民受教育的水平决定了其自身的文化素养,也是影响居民文化消费意愿的因素之一。文化消费不同于一般物质商品消费之处就在于,文化产品的价值只有在“人们与审美对象(消费对象)的共鸣共振中获得”。<sup>③</sup>所以对于不同教育背景的人而言,文化消费所产生的效用就会存在很大的差异。一般来说,同一收入水平下,受教育水平高的居民由于本身的文化修养较高,对文化产品的感受和审美能力<sup>④</sup>必然要强于受教育程度较低的人,所以前者更容易和自己的消费对象产生“共鸣共振”,文化消费对他们更

具有享受效用；而后者的收入支出更倾向于物质消费层次，文化消费对他们的效用则较小。这就是为什么在目前的高雅艺术消费中，受过高等教育的消费者数目要远远超出未受过高等教育的消费者数目的主要原因。同时，大众文化的推行，使得文化商品的受众越来越向大众化、平民化和便利化发展，受教育程度的高低和文化消费量的正相关性日益减弱，甚至在某些环节出现了“吉芬商品”的趋向(程恩富，2001年)。

### 第三, 文化产品的供给

文化市场的繁荣, 是由需求和供给两个方面的因素来决定的。在消费能力和消费意愿既定的情况下, 文化消费的发展就将主要取决于供给方面的状况, 即市场是否能提供足够的有效供给来满足人们的文化需求。实践证明, 由于长期以来对文化建设的忽略, 造成了目前大量的积压需求与有限的有效供给之间较大的缺口。填补这一“缺口”的直接方法就是加大资金的投入, 加速文化建设的步伐, 从而扩大文化市场中的有效供给, 充分满足人们日益增长的文化消费需求。所以, 在目前情况下, 投资是促进文化消费市场发展的重要供给因素。

在三个因素的影响下, 上海市人均文化消费水平在“十五”期间有了显著的提高, 从2001年的1422元上升到2005年的2273元, 增长了59. 8%, 占居民消费支出的比例由15. 2% 提高到了16. 5%。但是, 这种消费金额和消费比例与先进地区的水平相比还是存在比较明显的差距, 例如纽约市居民文化消费比重一般要超过30% 以上。不过, 通过分析三个因素对于文化消费影响的程度, 可以对采取有效的措施推进文化产业进一步发展提供政策方向。

## 三、模型构造和分析

本次计量分析所需的数据如表 1

表 1 上海市“十五”期间城市居民收入、文化消费支出表 单位: 元/人

T	C	G	S
年份	人均年文化消费*	文化基本建设投资额	人均可支配收入
2001	1422	408. 06	12883
2002	1668	454. 05	13250
2003	1834	595. 45	14867
2004	2196	650. 44	16683
2005	2273	697. 87	18645

资料来源: 整理自《上海市统计年鉴》(2002年~ 2006年)

\* 实际为教育文化娱乐服务消费数据。

分析采取的是SPSS统计分析软件13. 0版, 分别采用了REGRESSION (回归)中的LINEAR(线形)和2-STAGE LEAST SQUARES (2阶段最小平方法)等命令处理以上的有关数据。以下将从存量和增量两个体系进行分析比较, 并就结果进行了解释。

### (一) 存量增长模型

正如前文所述, 文化消费的发展主要取决于两个方面的因素: 一是代表需求因素的人均可支配收入增长和消费者教育水平提高; 二是代表供给因素的政府对文化产业的财政支出。<sup>⑥</sup>我们构造的模型中就存在着一个因变量要素: 文化消费的各年存量C; 三个自变量要素: 政府文化财政支出的各年存量G、人均可支配收入的各年存量S和消费意愿的增长率W(以消费人群教育水平的提高幅度代表)。需要指出的是, 作为一个主观意愿指数, W很难量化, 而且一般认为, 在上海地区, 人们的收入水平和教育水平是

存在着自相关关系,故在后续的数量分析中将把W排除在外。由此,我们便可构造出一个线性的文化消费函数:

$$C_t = b_0 + \alpha G_t + \beta S_t + e_0$$

式中, C, G, S分别代表着分析表中的实际存量数据,  $\alpha, \beta$  是它们各自的回归系数,根据前文的分析,我们可以判断  $\alpha, \beta$  都是大于零的。 $b_0$  指常数项,  $e_0$  指误差项。另外,模型中还引入了时间因素  $t$  ( $t = 0, 1, 2, \dots, n$ ), 分析的样本区间为2001年~2005年。

代入数据,分析结果见表 2:

变量和常数项	参数估计值	标准差	T- 统计值	双边显著性
B	32. 297	468. 280	0. 069	0. 781
G	1. 649	1. 526	1. 081	0. 384
S	0. 060	0. 079	0. 762	0. 041
判定系数 $R^2$	0. 950	因变量均值 ( $\bar{c}$ )		7051. 7
调整后的判定系数	0. 900	因变量标准差 ( $\Sigma$ )		73. 614
回归的标准误差	113. 263	残差平方和		21180. 89
		F统计值		18. 921

a Dependent Variable: C

模型的样本回归方程为:  $C_t = 32. 297 + 1. 649G_t + 0. 06S_t$

观察模型的回归方程,并结合计算中出现的其他统计数据,我们可以进行以下分析:

- 1、变量  $G_t, S_t$  的系数分别为1. 649和0. 06,都大于零,验证了本文第一部分理论分析的正确性。
- 2、就该方程的拟合优度检验结果来看,

判定系数  $R^2 = ESS / TSS = 0. 950$

调整的判定系数  $R^2 = 1 - (1 - 0. 928) \times (6 - 1) / (6 - 3) = 0. 900$

一般来说,判定系数越接近于1,模型的回归直线的线性拟合地越好。因为计算结果显示两个判定系数分别接近于1,所以我们可以认为模型1的线性拟合较好,可以作为对经济指标粗略分析的基础模型。

$$F = \frac{ESS}{3 - 1} \bigg/ \frac{RSS}{6 - 3} = 18. 921$$

3、进行总体回归方程显著性检验(F检验)。首先,由表中结果可知  
然后,查表可得,在5%的显著性水平下,  $F_{\alpha}(3-1, 6-3) = 9. 55$ 。所以,  $F > F_{\alpha}(3-1, 6-3)$ ,这就说明,模型中的两个回归系

数不会同时为0,故模型在总体是显著成立的,即我们所假定的几个参数对因变量是有影响的,模型的构造也是有事实基础的。

4、关于参数显著性检验(T检验)的分析。在5%的显著性水平下,  $T_{0.025} = 3.182$ , 比较而言  $T_G = 1.422$  和  $T_S = 0.566$  都小于  $T_{0.025}$ , 说明在这一水平下两个自变量对因变量的显著性很低。而降低显著性标准, 则只有在30%的显著水平下才能够将变量G纳入预测方程中, 显然这个模型的预测区间过大, 是没有实际意义的。但可以确定的是, 在G和S之间相比, 变量S是一个次要的影响因素, 而变量G是占相对重要地位的。

由以上分析我们可得出结论:

1、从对文化消费发展的贡献率的来看, 文化投资所占的比重较大, 模型中G的投资产出系数  $\alpha$  为1.649, 相比之下, 可支配收入之系数  $\beta$  仅为0.06。这说明, 在目前人均收入存量有限的前提下, 政府的财政补贴应当是促进当前文化消费中的主要因素。近几年来, 上海市投资的多项市政文化重点工程, 包括东方明珠塔、上海大剧院、上海博物馆、上海科技馆等文化设施, 上海旅游节、上海艺术节、F1赛车、大师杯网球赛和上海电影节等文化形式与载体也蓬勃发展, 吸引了海内外大量观众前往欣赏, 已经或正在创造出巨大的经济和社会效益, 极大的推动了包括上海市文化消费和旅游消费在内的产业增长。据计算, 2001-2005年上海市文化投资发展对于同期文化消费增长的贡献率达到了81.6%<sup>⑥</sup>, 投资对文化消费的重要性由此可见。

2、目前上海居民可支配收入对文化消费相关系数较小, 主要是由于目前人均收入基数和文化消费占居民可支配收入的比例较低所致。如2005年上海市人均可支配收入为18645元, 其中文化消费支出仅占12.2%; 同时2001年~2005年居民可支配收入的提高对于文化消费增长的贡献率也仅为10.4%, 远远小于投资对于文化消费发展的贡献率。究其原因, 居民可支配收入虽然有所增长, 但随着住房、福利、医疗等社会体制改革的不断深入, 用于住房、医疗等方面的支出比例有所上升, 分别从2001年的8.5%和5.8%上升到了2005年的10.3%和6%, 同期的教育文化消费支出比例则分别为15.2%和16.5%, 相比住房等快速增长的需求, 教育文化消费增长速度相对较慢。

### (二) 增量增长分析

存量分析从长期角度分析了投资和收入对文化消费的影响, 接下来, 我们将用增量分析的方法讨论投资和收入对文化消费的短期影响, 以期获得更加精确的分析结果。

因此, 我们选用弹性分析法来比较投资和收入增长对于文化消费增长的影响。这里, 我们引入文化消费的“收入弹性”和“投资弹性”两个概念, 其中文化消费的收入弹性, 就是指文化消费的需求量对消费者收入变动的反应程度, 即收入每变化一个百分点所带来的文化消费量的百分比变化; 而投资弹性是指文化消费的需求量对投资量变化的反应程度, 即投资每变化一个百分点所带来的文化消费量的百分比变化。

文化消费收入弹性和投资弹性的计算公式分别为:

$$1. E_m = \frac{\text{需求量变动的百分比}}{\text{可支配收入的百分比}} = \frac{\Delta C / C}{\Delta S / S}$$
$$2. E_n = \frac{\text{需求量变动的百分比}}{\text{变化投资变动的百分比}} = \frac{\Delta C / C}{\Delta G / G}$$

通过引入表 1 的相关数据, 分别计算以上两个弹性指标, 结果如表 3

表 3 上海市文化消费增长弹性计算表

年份	$\Delta C_t$	$\frac{\Delta C_t}{C_{t-1}}$	$\Delta S_t$	$\frac{\Delta S_t}{S_{t-1}}$	$E_m = \frac{\Delta C_t / C_{t-1}}{\Delta S_t / S_{t-1}}$	$\Delta G_t$	$\frac{\Delta G_t}{G_{t-1}}$	$E_n = \frac{\Delta C_t / C_{t-1}}{\Delta G_t / G_{t-1}}$
2001	135	10.3%	1165	9.9%	1.06	61.39	15.1%	0.70
2002	246	17.3%	367	2.9%	5.97	45.99	11.3%	1.53
2003	166	9.95%	1617	12.2%	0.82	141.4	31.1%	0.32
2004	362	19.7%	1816	12.2%	1.62	54.99	9.2%	2.14
2005	77	3.3%	1962	11.8%	0.29	47.43	7.3%	0.48
平均	197	12.4%	1385.4	9.7%	1.28	70.24	14.4%	0.86

注: 表中的  $\Delta C_t = C_t - C_{t-1}$ ,  $\Delta S_t = S_t - S_{t-1}$ ,  $\Delta G_t = G_t - G_{t-1}$  (t 表示年份)

从 2001 年 ~ 2005 年文化消费的收入弹性和投资弹性的计算结果来看, 我们可以得出以下的几点结论:

1、文化消费收入弹性  $E_m$  的平均值为 1.28, 投资弹性  $E_n$  的平均值为 0.86 左右。其中  $E_m = 1.28 > 1$ , 表明文化消费对于收入而言是富有弹性的, 文化产品对于上海市民来说是一种次奢侈品, 不同于生活必需品的必要性, 但是和高档的消费品也不是同一类型; 而投资弹性  $E_n = 0.86$ , 但是其中两个年度的投资弹性要高于 1, 甚至达到了 2.14, 一方面说明投资的长期效应需要缓慢释放, 文化设施的建设确实能够发挥刺激消费的作用。另一方面也说明投资效益还有待进一步提高, 目前来看还没有充分发挥带动消费的作用。

2、文化消费略高于 1 的收入弹性说明, 目前文化产品对于上海居民来说还不能算生活必需品, 但也早已不是什么奢侈性消费, 任何公民都有能力选择享受必要的和适合自己的不同类型文化消费。同时, 未来收入的增长却会带来文化消费更大的增长。但是据测算, 2005 年上海人均可支配收入增加值中用于文化消费的部分达到了 3.9% 左右, 和前几年 10% ~ 50% 的比例相比有明显下降, 说明目前文化消费有可能正在进入一个发展瓶颈, 也可能表明文化消费的收入弹性正在进入一个逐渐降低的通道, 文化消费从整体上越来越成为一种日常的生活方式。据统计, 在文化消费结构<sup>⑦</sup>中, 教育型消费占了整个文化消费近 1/3 左右。自 1999 年以来, 上海市人均教育费用的年平均增长率达到了 34.1%, 高于文化娱乐型消费 23.7% 的年平均增长率。另外, 目前教育消费的收入弹性 (3.82) 也远远高于文化娱乐业的收入弹性 (0.12)。由此可见, 教育型文化消费从增量上来讲, 已经成为了上海市民文化消费的主体, 这同教育日益受到人们重视的事实是相符的。

3、 $E_n$  的数值在近几年来起伏较大, 和投资的滞后效应有直接的关系, 即投资的收益要退后几年才能够逐渐体现, 直接反映出的就是文化消费水平的逐渐提高。近几年, 上海市的文化建设投资逐年增长, 文化消费途径日益丰富多彩, 但投资额增长已经落后于上海市人均文化消费额增长速度。究其原因, 一是投资方向过于狭窄, 投资收益不佳, 目前的大众文化建设还不能调动广大市民的消费热情。二是广大市民对于新建文化设施了解还需要一段时间, 文化投资不能立刻发挥其正常功能, 文化消费的实现同投资的发生之间存在一定时滞。

总之, 随着上海市民可支配收入的不断提高和上海近年来文化投资市场的日趋繁荣, 市民文化消费水平随之水涨船高。但是由于文化市场创新能力不足, 文化产品生命周期较短, 上海市民文化消费水平在未来一段时间可能进入瓶颈阶段; 同时, 知识产权保护等问题, 也限制了文化产品的市场开发和销售, 并进一步影响到文化投资的不确定性增加, 改变了投资者的投资预期, 使得资金投入存在不足, 也在一定程度上降低了市民文化消费水平的不断提高。

#### 四、发展上海文化消费的几点政策建议

结合前文分析,为推动上海市文化产业和文化消费的发展,需要在以下几个方面下好工夫:

(一)改善文化投资结构。在继续加强政府对文化产业投资力度的同时,努力建立起多方位筹措文化资金的融资体系,尽快实现文化产业投资主体的多元化。文化投资是影响上海文化消费发展的重要因素,目前的投资规模并不能完全满足文化产业发展的需要,许多文化行业的发展都面临着“巧妇难为无米之炊”的窘境。为缓解这种“瓶颈效应”对文化消费发展的制约,应积极引导民间资金和外资积极投入符合社会利益的文化产业开发领域,争取尽快形成一个健全、灵活、稳定的投资、融资体系,确保文化建设“输血机制”的健康发展。另外,针对目前文化投资效益欠佳的情况,政府应努力为投资主体提供一个更加宽松的投资环境,使文化投资实现“以社会需求为导向、以经济效益为标准”。与此同时,要进一步优化法律法规环境,对文化投资进行约束和规范,保证社会主义文化市场的健康发展。

(二)加强政府经济辅助。缓解居民因为价格因素限制对文化产业的消费,建立文化消费全方位、多元化的发展格局。前文分析表明,文化消费对上海居民而言,是属于收入弹性较大的奢侈品消费。如何在居民收入水平较低的情况下,尽可能地促进全社会文化消费的发展,将成为文化建设中值得注意的问题。我们认为,政府应该充分考虑到部分高收入阶层与广大中低收入阶层之间消费能力的差异性,采取适当的宏观调节手段,鼓励更多消费者参与到文化消费领域,以实现文化消费的更大繁荣。

一方面,政府可借鉴发达国家的经验,在财政、税收等方面多给文化消费开“绿灯”,为消费者创造一个更加经济的消费市场。如可采取实行文化场所门票差别定价和票价补贴等手段,满足收入水平不高的市民进行高雅文化消费的愿望。同时在一些弘扬民族文化、提倡时代新风的文化领域实行优惠税率,保证它们的适当利润,为适当的价格调整提供空间,从而间接降低上海市民文化消费的成本,提高他们消费的积极性。

另一方面,针对上海实际情况,采取区分重点消费群体的方式,实行多元化的文化消费模式。上海已经出现了一批为数众多的对文化消费要求较高的高收入阶层,应该针对这部分消费群体的特点,实行高档次的精品消费模式;而对于那些中、低收入阶层,则应大力推行大众化的文化消费模式,增加他们对文化消费的投入。可通过制订有关政策法规,采用差别定价的方法,规定企业将精品消费模式的部分利润对大众文化消费模式进行适当的“补贴”,实现大众消费和精品消费的协调发展。

(三)加大教育型消费的投入力度,保证娱乐型消费的稳定发展。近几年来,上海居民文化消费总量中教育型消费发展迅速,年增长率达到34.1%,而娱乐型消费发展却萎靡不振。教育型消费实际上可被看作一种“长期投资”,这种“投资”将会起到提高消费者文化素养和增加消费者预期收入的双重作用,因而从长远的角度来看,此类的“教育投资”最终会转变成更多的文化消费回报,实现文化消费的长久繁荣。所以,现阶段继续加大对教育的投入,与文化消费的发展并不矛盾;其次,在既定的收入水平下,居民文化消费中教育型消费和娱乐性消费是此消彼长的关系,所以教育体制改革带来的教育费用急剧增加,排挤了一部分文化娱乐消费,也是导致目前娱乐性文化消费低迷的原因之一。但随着教育体制改革措施的落实和居民收入和支出的稳定增长,上海市的文化娱乐消费还是有很大的发展潜力。

#### 参考文献:

1. 程恩富等编. 文化经济学通论. 上海财经大学出版社, 1998
2. 尹继佐编. 培育上海城市精神: 2004年上海文化发展蓝皮书. 上海社会科学院出版社, 2004
3. 张晓明, 胡惠林, 章建刚著. 2006年: 中国文化产业报告. 社会科学文献出版社, 2006

#### 注 释:

---

①国家统计局,《文化及相关产业分类》编制说明,2004年4月1日

②数据来源:东方网,《2005年上海文化产业发展情况》, <http://sh.eastday.com/eastday/node545/node15264/u1a184032.html>。

③程恩富等编,《文化经济学通论》,上海财经大学出版社,1998年版,第26页。

④或称之为内在文化消费能力,相对于以收入衡量的外在消费能力。

⑤这里以政府投资(基本建设投入)作为文化投资的组成部分,引用数据2001、2002年与后三年口径略有不同。

⑥本处和以下一些数据的计算皆由作者根据《上海市统计年鉴》提供的相关数据完成。

⑦文化消费从对象来讲可以分为两个部分:文化教育型消费和文娱娱乐型消费。